

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		-	-
		商店街（代表者）	・3月後半から国内流通が始まるため、景気はやや良くなる。
		百貨店（営業販促担当）	・消費税増税の影響が薄れ、徐々に回復してくる。期間限定の催事関係は既に回復してきているため、今後は衣料品、雑貨にも広がってくることになる。ただ、客の節約志向は今後も引きずることになる。
		家電量販店（経営者）	・東京オリンピックを前にして、テレビ関連の買換え需要が今後も期待できる。また、キャッシュレス・消費者還元事業の終了を前にした駆け込み需要による後押しも期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・各メーカーが新型車の発売を控えているため、相乗効果で売上が伸びることを期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・2月になると、春先需要の動向も見えてくるようになる。そのタイミングで新型車の発売もされるため、今後は来場客も間違いなく増えることになる。ただ、例年と比較してどうなるか、ふたを開けてみないと分からない面もある。
		乗用車販売店（従業員）	・サポカー補助金を盛り込んだ補正予算案が可決されたことから、今後、安全運転サポート車に興味のあった客が動き出すことになる。
		住宅販売会社（経営者）	・東京オリンピックに向けて徐々にムードが盛り上がることになり、個人消費や建築などにおいても需要が盛り上がり、いくことが期待できる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は進学、就職の時期となるが、当地の最近の状況として、来街者数に目立った変動がないことから、ふだんの月と同様の来街状況となることが見込まれる。そのため、売上がアップする要因が見当たらない。
		スーパー（店長）	・現在の客の節約志向は今後も変わらない。ただし、2月頃から新生活や卒業、入学に関連した需要が生じるほか、雪解けが進むことで、客が必需品を購入する頻度は高くなる。
		スーパー（店長）	・景気変動するような要因がないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・東京オリンピックの恩恵が地方まで届くとは考えられない。1964年の東京オリンピックの際は、日本全体が戦後復興ムードに同調して、一丸となって盛り上がったが、多様化の進んでいる今日では、自分自身の生活がより大切であり、個人の生活防衛意識が強いまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・酒類、雑貨など、一部の商品においては消費税増税の影響が目に見えて残っている。また、軽減税率対象の食品においても、無駄買いをしない、財布のひもが固いといった客の消費行動がまだまだうかがえる。一方、新型コロナウイルスの影響については、マスクが前年比3倍以上の勢いで売れている状況にあるが、今後の消費にどのような影響を与えるのが不透明である。
		スーパー（役員）	・キャッシュレス・消費者還元事業の続く6月までは、大手企業におけるポイント還元、値引きといった動きが続くとみられるが、販促には経費の増加が伴うため、7月以降は経費増加に対する見方が厳しくなることが見込まれる。また、新型コロナウイルスの影響で観光客が相当減少していることから、今後、様々なところで経済的な影響が出てくるのが懸念される。
		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単価が上昇しているが、1月以降、伸びが鈍化してきている。
	コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果が継続するとみられるが、更に良くなることは考えられない。また、キャッシュレス・消費者還元事業は6月末までの予定となっているため、その後の景気対策が効果的に行わなければ景気は悪くなる。	

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
		コンビニ（店長）	・東京オリンピックでのたばこ対策の動きや時代の流れを踏まえて、店頭での灰皿撤去の要請があり、灰皿を撤去したが、撤去後から来客数が6%ダウンしており、今後に向けて来客数が回復する要因が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・客の様子が3か月前と全く変わらないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・気温がもっと下がってくれば、今後の暖房機関係の販売に期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・一昨年、前年と主力車種の商品強化が続いたが、その反動で1月の新車受注が前年を下回った。この傾向は次の商品強化が予定されている春頃まで続く。
		乗用車販売店（従業員）	・春先需要の生じる季節となり、市場の動きが少しは変わることを期待しているものの、景気が良くなるような気配もない。
		乗用車販売店（従業員）	・例年と比べて客の動きが鈍いため、2～3か月前の景気が良くなるような要因が見当たらない。
		自動車備品販売店（店長）	・政治や経済のニュースをみても、景気が良くなるような兆しがかげえられないため、今後も変化のない状況が続く。消耗品、必需品以外の購入が減少することが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・来客数に変化がみられない。
		タクシー運転手	・外国人観光客の問合せや予約状況が例年並みであるほか、イベント関係の問合せが多少入ってきているものの、国内客の減少傾向がかげえられないため、全体としては変わらないまま推移する。
		通信会社（企画担当）	・例年どおりの春商戦となることが見込まれる。
		観光名所（職員）	・来客数は前年と横ばいでの推移となっているが、前年は北海道胆振東部地震の影響で来客数が落ち込んでいたことから、景気が上向きとはいえない状況にある。今後、春節を迎えて、外国人観光客を中心とした来場者の動向がどうなるかを注視している。
		美容室（経営者）	・客の来店周期、技術売上、関連商材の売上などが安定しているため、今後も同じような状況が継続する。
		美容室（経営者）	・技術売上、店販売上共、3か月前とほぼ変わっておらず、今後も大きく変わるような要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が段々と大きくなってきており、それに伴って買物も少なくなってきている。今後、中国の景気が悪くなることも懸念されるため、先行きの数字が良くなることは考えられない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税増税のあった前年10月以降、売上が苦戦しており、今後、数か月はこのような状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・今後については、新型コロナウイルスの影響で、これまで好調であった中国人観光客の来店減、売上減が懸念される。また、日本人にも感染が広がっていることが、新聞、テレビで大きく取り上げられており、日本人客の来店減、売上減の兆候も出てきている。新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかが不透明なため、先行きに不安がある。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響で中国からの観光客が減少している。この状況がいつまで続くかは分からないが、すぐには収束しないとみられるため、影響が拡大することが懸念される。
		百貨店（役員）	・1月は天候に恵まれたこともあり、売上が良かったが、今後、例年と同様の天候に戻ると、以前のペースに戻るとみられるため、景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・景気が良くなるような要素が少ないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（役員）	・灯油価格、ガソリン価格が値上がりしているため、春になるまで、客の財布のひもが固いまま推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの不安が続くと、景気は良くない方向に進むことになる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・し好品の買い控えや購入量を抑える動きがみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響で、中国政府が団体旅行を禁止したことを受けて、冬の恒例イベントに影響が出る懸念され、今後の景気が落ち込むことになる。また、これまで中国人観光客を数多く受け入れていたホテルが客室価格を下げ始めており、宿泊料金の値下げ競争が始まっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、新型コロナウイルスの影響が生じるとみられる。どの程度の影響が出てくるのか、予断を許さない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・暖冬で雪が少なく、冬観光到来の気分が薄れているなか、新型コロナウイルスの影響で中国人観光客の減少が見込まれることに加えて、国内客や中国以外の国からの観光旅行そのものが控えられることも懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・中国での新型コロナウイルスの影響により、北海道への外国人観光客の入込が減ることになる。今後、風評被害で旅行需要が減る可能性もあり、非常に危機感がある。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、客が様子見している状況となっており、今後の景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響が懸念される。その動向によっては、3月の年度末決算にも影響を及ぼしかねない。
		タクシー運転手	・2月に本運賃の改定を控えており、今後の需要の落ち込みが懸念される。23年ぶりの値上げとなるため、今後の予測が付かない状況にある。
		タクシー運転手	・今年は暖冬の影響で、当業界はとてつもない状況にある。3か月後も今の状況が続くことが見込まれ、非常に厳しい状況になると危惧している。
		タクシー運転手	・2月に運賃改定が行われることになると、客の利用頻度が低下することが見込まれる。乗務員の待遇改善が値上げの主たる目的であるが、経営面では不安がある。
		観光名所（従業員）	・冬季観光の主力である外国人観光客の団体入込が落ち込んでいる。特に、中国人については、春節をきっかけに入込が増えることを期待していたが、既にキャンセルが生じており、この先しばらくは新型コロナウイルスの影響が続く。今後のプラス要素として見込んでいた中国人観光客が回復するまで、しばらく時間が掛かるとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・人手不足であるため、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの影響が心配される。
		住宅販売会社（経営者）	・今後、消費税増税の影響が表面化してくる。また、新型コロナウイルスの影響で、客が外出を控えるといった対応が増えてくることになれば、モデルルームへの来訪者数が減少することも考えられる。営業上のマイナス要因が多く、今後の景気は下向きとなる。
	×	商店街（代表者）	・オフシーズンであることに加えて、新型コロナウイルスの影響で今後の来客数の減少が懸念される。また、出店しているECモールにおける送料問題で赤字販売を強要される上、購入数の減少も懸念される。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が甚大になることが懸念される。本格的な影響は2月以降になるが、中国からの観光客は外国人観光客全体の30%を占めるため、中国人観光客がいなくなると、売上の30%が減少することになる。また、中国人は客単価も高いため、観光にかかわる全ての業種に影響が及ぶ。感染が他国に広がれば、外国人観光客全体が激減する事態となるため、早い段階での終息が望まれるが、最悪の場合、長期の低迷は否めない。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・当店は観光地に立地しており、外国人観光客、特に中国人観光客の影響が大きい。新型コロナウイルスの影響が長引けば、会社の存続そのものが危ぶまれると心配している。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスが世界中にまん延する可能性が出ており、人が活発に移動しなくなることで、今後の旅行需要の落ち込みが懸念される。これから外国人観光客にとっての冬の観光シーズン本番を迎えるため、新型コロナウイルスが終息しなければ、景気は悪化することになる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・少雪の影響で除雪業者に影響が生じていることがマイナス要因となる。また、新型コロナウイルスの影響で観光客が減少することも懸念される。
	×	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、中国で生産している主力オーダー品の納期が大幅に遅れており、新生活対応商材の受注キャンセルが相次いでいる。新規販売もできない状況であり、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
	×	高級レストラン（経営者）	・消費増税の影響で消費者の買い控えがみられるなか、新型コロナウイルスが流行し始めたことで、外に出歩かない人が増えることになり、今後の売上の伸びが見込めない。景気はますます悪くなる。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で観光客が一段と減っていることから、飲食店の客も減ることが懸念される。
	×	観光型ホテル（経営者）	・韓国との外交問題、米中の貿易摩擦、新型コロナウイルスの流行など、観光産業にとっての悪材料が多く、いずれも解決の見通しが立っていないことから、今後の景気は悪化する。
	×	観光型ホテル（スタッフ）	・マイナス基調にある韓国マーケットをばん回すべく、中国本土向けにセールスを行ってきたが、新型コロナウイルスの影響で、景気が一層悪化することが懸念される。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で、中国人による2月初旬までの観光予約が全てキャンセルとなった。乗務員不足でタクシーの稼働台数が減っているため、この影響が長引くと、より大きなマイナス要素となり、大幅な減収につながるようになる。
	×	タクシー運転手	・東京オリンピックの効果は地域限定と見込まれるなど、景気好転の要因が見当たらない。また、新型コロナウイルスによる悪影響は致命的である。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		金属製品製造業（従業員）	・消費増税を前にした駆け込み需要の影響が残りなかったため、今後の景気は多少良くなる。また、主力銀行の予想で住宅投資の動向が前年比プラス5となっていることもプラスである。
		建設業（経営者）	・公共工事の発注が土木工事を中心に進むことになる。また、融雪期を迎えて、建築民間工事の引き合いが増えることも見込まれる。新規受注分の施工はゴールデンウィーク明けになるが、マインド面が上向くことになる。
		建設業（従業員）	・公共事業の発注時期を迎えることに加えて、日韓の外交問題や新型コロナウイルスによる観光客の激減に伴う補正予算が執行されることで、建設事業の更なる増大が期待される。
		建設業（役員）	・民間建築工事は年明けから次年度繰越しの新規着工が複数の現場で始まっており、フル稼働状態が続く。公共土木工事は、今後、来年度予算成立後の新規受注が期待できる。
		食料品製造業（従業員）	・景気が良くなるような案件が見当たらない。ただ、これ以上、景気が悪くなるような要素も特に見当たらない。
		食料品製造業（従業員）	・消費増税の影響により、軽減税率の対象である食料品についても、消費者の財布のひもが固くなっているため、1月と同様に、景気は悪いまま推移する。
		輸送業（支店長）	・今後2～3か月のうちに荷動きが良くなるようなプロジェクト、材料が見当たらない。
		通信業（営業担当）	・需要、案件数が安定的に推移しているのに対して、国際情勢や新型コロナウイルスの影響など、景気に対する不安要素も混在していることから、今後の景況感は総じて横ばいで推移する。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・工事関係は順調に推移するとみられるが、新型コロナウイルスの影響により、観光関連の需要が冷え込むことが懸念される。
		家具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスによる影響が大きくなることが懸念される。間接的に、様々な経済的影響が出てくるとみられる。
		金融業（従業員）	・これまで道内景気をけん引してきた外国人観光客は、韓国人観光客の激減に加えて、好調だった中国人観光客も新型コロナウイルスの影響から、当面の減少が不可避となっており、景気の大きな落ち込みが懸念される。また、少雪の影響が観光施設や排雪を受託している建設業者にみられ始めており、今後の道内景気はやや悪くなる。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で中国人観光客の来道が制限されることになり、今後、観光産業を含めた各分野に大きな影響が出るようになる。
	司法書士	・主要取引先である建設業や不動産業では、冬期間を終えて、動きが徐々に活発になってくるとみられるが、水準としては低いまま変わらずに推移する。また、新型コロナウイルスの影響で観光関連の取引先に影響が出てくる懸念があるため、今後の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
		司法書士	・不動産、特に土地の売買が少ないため、春先における建物新築工事の着工件数の増加が期待できず、景気が上向くことにはならない。
		司法書士	・新型コロナウイルスの影響により、全世界の経済にマイナスの影響が生じることになる。旅行の取りやめなどにより、ホテルなどの宿泊施設に多くのキャンセルが発生している状況から、景気回復感はゼロである。また、消費低迷の影響が続いていることもあり、今後の景況感はやや悪くなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・自治体や大手企業のIT投資について、様子見の動きがみられる。大型の来年度計画などが全く聞こえてこないため、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・雪不足により除排雪業者や農作物への影響が懸念される。また、新型コロナウイルスの影響で外国人観光客が減少していることも懸念材料である。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・建築鉄骨市場においては、東京オリンピック終了までの加工量が大幅に減っており、ベース商材の販売量の落ち込みが全国的に予測されていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今年は雪解けが早くなりそうな天候であることから、経済活動に好影響が生じることを期待している。また、限定的かもしれないが、東京オリンピックに備えて多くの環境整備が進むとみられることもプラスである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業界を問わず、求人意欲は高いものの、人が来ない、人がいないといった嘆きの声が多く聞かれるため、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が10か月連続で前年を上回り、月間有効求職者が8年2か月連続で前年を下回ったことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・人手不足分野以外においても、職種全体的に人手不足の状態が継続していることから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が3か月連続で前年を上回り、業種全体にわたって人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用において、企業が無理な採用を行っていないため、基準に達した人材のみが採用されることになる。このため、2～3か月後も現状とほぼ変わらずに推移する。
		人材派遣会社（社員）	・労働市場は現状を維持することが見込まれる。ただ、観光、ドラッグストア、デパートなど、外国人観光客の入込を期待していた業界においては、新型コロナウイルスの影響が生じることが懸念されるため、今後の業績動向を注視している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの影響を大きく受けることが懸念される。当地並びに周辺地域は、中国からの観光客が多く、大規模なキャンセルも早速出ているようであり、今後、世界的規模の流行がみられるようになれば、観光、飲食、交通機関への更なる打撃が避けられない。
		職業安定所（職員）	・一時的な動きかもしれないが、機械金属製造業において仕事量が減っているとの情報があるため、今後の景気はやや悪くなる。
	x	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの本格的な影響はこれから出てくるとみられるが、観光業や外食産業、小売業などで、求人を見合わせる客先が増えることが懸念される。

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		コンビニ（店長）	・各業界からも景気が悪いという声しか聞こえないため、コンビニの数字も徐々に下がっていきとみているが、東京オリンピックで盛り返すのではないかと。いずれにしても新型コロナウイルスの状況で変わるとみている。
		商店街（代表者）	・暖かく好天の日が続いているため、12月から春物や雑貨の動きが良くなってきている。今後は春物の品ぞろえを把握して、客に販売する体制を整えていきたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・これから新学期を迎えて、書籍部門の需要が高まる見込みである。
		スーパー(経営者)	・天候次第ではあるが、暖冬が続けば桜の開花も早まり、花見シーズンが前倒しになるとみている。また、キャッシュレス還元の期限も迫ってくることから、ポイント還元狙いの買物が増えるともみている。
		スーパー(店長)	・現在は正月などで支出したことによる節約傾向が続いているが、時間の経過とともに戻っていくともみている。
		コンビニ(経営者)	・買上点数と客単価が前月に引き続いて伸長しており、景気は安定している。このまま堅調に推移するとみている。
		コンビニ(経営者)	・冬が終わって客足が戻ってくる時期ではあるが、競合店舗の影響でどうなるか不安である。競合はコンビニだけではなく、ドラッグストアも同じようなサービスを提供しつつあり、しかもかなり急速に増え続けているため、大きな脅威となっている。
		コンビニ(エリア担当)	・キャッシュレス還元終了の6月までは、来客数の回復が見込める。
		衣料品専門店(経営者)	・春物が本番を迎えるため、上向きになるとみている。
		衣料品専門店(店長)	・消費税の引上げの影響が薄れ、少しずつ東京オリンピックの景気の良い話が聞こえてくるようになると、景気は多少良くなるとみている。
		家電量販店(従業員)	・前年並みの推移を見込んでいる。
		乗用車販売店(従業員)	・雪が少なく客の気持ちが春めいてきている。新型車が発表されることにより、販売量が伸びることを期待している。
		乗用車販売店(従業員)	・春は新型車の発表などもあり、確実ではないものの、今現在の情報からみると今月よりは良くなる傾向にあるとみている。
		住関連専門店(経営者)	・春のお彼岸もあるため、多少の仏具の需要が見込める。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・消費税の引上げによる買い控えなどが落ち着き、その反動で消費の動きが良くなるのではないかと期待している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・東京オリンピックの一部競技開催に伴う動きによる活性化を見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・東北地方はこれから寒くなるが、3～4月から暖かくなるため、客が外に出る機会が増えるともみている。
		通信会社(営業担当)	・3月に向けてサービスエリアの拡張と加入促進イベントを開催するため、新規客の獲得が見込める。また、新規サービスエリアの客には強力な映像コンテンツの提供で加入者の囲い込みが期待できる。
		通信会社(営業担当)	・新生活シーズンに入り、販売量が増えることを期待している。
		通信会社(営業担当)	・進学、入学、新生活のシーズンなので、多少は良くなるとみている。
		美容室(経営者)	・来客数の動きに変化はないが、客単価が上向き傾向にあるため、景気はやや良くなるとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・暖冬で暖房費や衣料費が軽減された分、売上が伸びるとみている。
		住宅販売会社(経営者)	・分譲地の販売が始まり受注が進んでいる。
		商店街(代表者)	・キャッシュレス決済での買物比率が増加しているものの、全体的な消費量に大きな変化はなく、景気は横ばいで推移するとみている。
		一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・通常の販売の動きに余り変化はなく、キャッシュレス還元により客の購買意欲もそれほど落ちていない。そのため、2～3か月先も現状と同様に推移するとみている。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・年度末に向け、人もモノも動く時期なので悪くても現状維持を見込んでいる。ただし、この暖冬がどれぐらいの長さで大きさを消費者に影響をもたらすのかが不安である。これまでに経験したことのない状況である。
		一般小売店〔寝具〕(経営者)	・2～3か月先になっても、商品に動きが出るかは分からない。
		百貨店(売場主任)	・地方経済を取り巻く環境は厳しく、上向き材料が見当たらない。小型店舗にとどまらず、実店舗運営を行う企業全体を対象とした消費の刺激策が必要である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げの影響からは回復しつつあるが、堅実な消費が目立つため、今後も動向は変わらないとみている。
		百貨店（経営者）	・春はイベントへのニーズが高まるが、節約志向からくる単価低下の流れは変わらないとみている。
		スーパー（経営者）	・2月は新型コロナウイルス対策品のマスクや除菌、衛生関連需要が大きく伸びるとみているが、全体としての消費傾向は変わらず、かえって節約傾向が続くとみている。政府の景気浮揚策の効果を期待している。
		スーパー（店長）	・1人当たりの買上点数が前年並みに戻らないと、今後の売上推移も横ばいが続くとみている。
		スーパー（店長）	・景気が良い方向に向かう兆しがみえない。
		スーパー（企画担当）	・特売品などの価格の安いものや必要最低限のものしか買わないという状態が続いている。この傾向は2～3か月先も変わらないとみている。
		スーパー（営業担当）	・生鮮などの日配の頻度の高い商品の買上率の変化と来客数の伸長が重要であるが、現状からの変化は難しいため、今後も横ばいで推移するとみている。
		コンビニ（経営者）	・夕方の来客数が少ない。
		コンビニ（経営者）	・特段景気に変化する理由が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・来客数が増加する見込みはないが、キャッシュレス・消費者還元事業のおかげで売上は横ばいで推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・春先に向けて、変化が期待できるエリアとできないエリアがあることから、全体的な景気は変わらないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・東京オリンピックで多少景気が上向くと期待したが、地方都市では恩恵がほとんどみられていない。
		衣料品専門店（経営者）	・春物商材の入荷に伴い、新ブランドを期待する客層の購買は安定するとみているが、消費の低迷は継続する見込みのため、全体的な購買客の増加は厳しいとみている。
		衣料品専門店（店長）	・春物を例年よりも早く立ち上げるなどの対応を予定している。ただし、このまま春の訪れが早まるのか、逆に暖くなる時期に雪が降るのが予想できないため、不透明感は続くとみている。
		衣料品専門店（店長）	・2～3月は景気に左右されにくい入学入社の特定マーケットが動き出すため、3月までは安定して推移するとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げ以降、客の購買意欲が低下している。収入が上がる見込みもないため、景気が良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・現在の受注状況が続くようであれば、現状維持かやや悪くなるとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方では消費税の引上げの悪い影響がじわじわとボディブローのように広がっている。改善するには多大な労力や犠牲と長い時間が掛かるとみている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・年度末から新年度は人の動きも多く、商品が動き出す時期である。ただし、現在の状況からみて急に良くなるとは考えにくい。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・このまま雪が降らずに春に移行してほしい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬が続くため、販売量の減少傾向が続く見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げの影響は徐々に出てくるとみえており、この先2～3か月での改善は難しい。予約状況をもても、このまま横ばいで推移するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・全く先がみえない状態である。良くなる要素もないが、悪くなるとも言い切れない。
		観光型ホテル（経営者）	・今月の数字は前年を上回ったものの、先行きの状況は今一つである。2～3月に宿泊助成制度のふっこう割での予約が入り始めているため、期待したい。
		観光型旅館（経営者）	・相変わらず消費動向の波が荒く、全体的な景気が好転している実感はない。もうしばらくは低空飛行の状態とみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・来月以降の状況が思わしくない。間際の申込みが多くなっている。
		旅行代理店（経営者）	・1～2月は旅行の需要が落ち込む時期であるが、例年並みで推移する見込みである。また、新型コロナウイルスの影響で旅行を控える人が増えることを懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・最近の傾向として、異動時期にタクシーを利用する客は大阪や名古屋からの客が多い。ただし、3～4月においてそれらの客ばかりとは考えにくいと、現状維持若しくは10%弱のアップとみている。
		通信会社（営業担当）	・東京オリンピックで景気が向上すると期待しているが、それまでは現状と変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が特に見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後も売上は余り変わっていないため、今後もそれほど変化はないとみている。
		観光名所（職員）	・インバウンド自体は順調であるが、日本人客の比率が上がらないと、土産物が動かない。なかなか雪が降らないため、日本人客の予約の伸び悩みはしばらく続くともみている。
		遊園地（経営者）	・3月から消費税の引上げ分を価格に転嫁していく予定であるが、客の反応が気掛かりである。また、記録的な暖冬であるため、逆に春先の天候を懸念している。
		美容室（経営者）	・新規客が増えないため、景気は変わらないとみている。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・次世代ポイント制度を周知することで、数字のばん回につなげたい。
		商店街（代表者）	・地方において東京オリンピックの影響は余りない。かえって消費が止まることを危惧している。社用は相変わらず低迷しており、先行きにも期待がもてない状況である。
		商店街（代表者）	・空き地が増えて、商店街に活気がなくなっている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスによる肺炎の影響で、インバウンドの減少が懸念される。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	・新型コロナウイルスによって観光産業が打撃を受け、それが経済全体に波及するおそれがある。また、消費者は東京オリンピック終了後の需要の減退を織り込み始めるのではないかとみている。
		スーパー（営業担当）	・暖冬の影響で降雪量が少ない割に来客数が伸びていない。必要な商品に限定した買物や除雪の費用減など、収益バランスが崩れて消費が減退している。また、地元百貨店の自己破産も消費に影響する可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・このままいくと2～3か月後は暖かくなるが、田舎は人の動きがどんどん悪くなっていくともみている。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックで首都圏の景気向上が期待されているが、東北地方では一部の競技が行われるものの、大きな景気向上に結び付くとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で客の買物動向が慎重になり、買物に出回らなくなることを危惧している。また、テレビやパソコンは好調に推移する見込みであるが、暖房商材の売行きは今後も伸び悩み見込みのため、下落分をカバーしきれずに売上は前年を下回るとみている。
		乗用車販売店（本部）	・暖冬と少雪のため、冬物商材の売行きが芳しくない。また、例年増加傾向にあった钣金修理での在庫も少なく、サービス売上に陰りがみえている。
		住関連専門店（経営者）	・受注量の減少により、受注残がない状態である。現在は営業活動をしているが、今月よりは悪くなる見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・前年と比較して、売上、来客数共に減少している。
		その他小売[ショッピングセンター]（統括）	・不安定な天候状況と、新型コロナウイルスの影響による春節の観光客の減少など、外的要因がかなりあるとみている。
		高級レストラン（支配人）	・来客数は前年並みであるが、客層であるホテルの宿泊数の減少により朝食時の来客数に影響が出ている。この傾向は続くともみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先は歓送迎会があるため、一般宴会はそれほど落ち込まないともみている。ただし、婚礼が相変わらず低調であることと、台湾のチャーター便が中止となったことでツアー客が地元の空港に入ってこなくなったことがかなりのマイナスとなり、宿泊はかなり厳しい状況になるとみている。
		旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で外出を控える動きが出てくるとみている。
		通信会社（営業担当）	・暖冬の影響が一次産業の生産などに直撃し、消費の底冷えが懸念される。自動車業界も国内販売が低迷していると聞いている。所得が実質減額の方向に行く見込みであり、景気はやや悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスでインバウンド需要が減少し、観光宿泊施設などは危機的な状況である。
		競艇場（職員）	・年末年始はイベントを行うことで比較的売上を伸ばすことが可能である。しかし、2月以降はイベントを実施しても売上に結び付かないことが多い。
		設計事務所（経営者）	・年頭に県内官公庁へ挨拶に行った際、次年度の新築案件の少なさを実感した。受注高へ直接影響を受けるため、景気は悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、マスクや手指消毒薬などが品切れしており、棚から姿を消している。事態が収束するには2～3か月必要であり、その間の消費動向が鈍るとみている。
	×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げから4か月が経過したが、支出が増えて節約志向がより一層強くなっている。
	×	高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
	×	一般レストラン（経営者）	・天候の変化が著しく影響している。農業や漁業では今まで取れたものが取れなくなったり、逆に豊作過ぎて値段が下がったりしており、生産者は窮地に追い込まれている。地元はこのような客が多いため、影響が絶大である。
	×	タクシー運転手	・客の生活の動きが読めないため、仕事が非常にやりにくくなっている。新型コロナウイルスによる影響も心配であり、厳しい状況になるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・発注量が減っているとはいえ、業界的には繁忙期を迎えており、それなりに仕事量が増える見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品を主体とした開発製品の価格が安定しているのと同様に受注量も堅調なため、今後数か月の景気は上向きとなる見込みである。また、5Gに向けて更に製品開発が加速する見通しであり、相乗効果が期待できる。
		通信業（営業担当）	・年度末に向けて、3月末決算の企業から受注が増える見込みである。
		金融業（広報担当）	・小売業界では、例年よりも前倒して春物商戦を実施することで冬物の不調をカバーし、例年並みの業績確保を目指している。
		食料品製造業（経営者）	・高騰が続いていた原材料価格に多少の落ち着きがみられていることが唯一の明るい材料である。ただし、販売面では苦戦が続くとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しても売上が振るわず、既存商品の売上減少分をカバーできていないため、厳しい状況は続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注状況も横ばいが続いているため、景気は変わらないとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・先行きの出荷動向が見通せない。また、景気が良くなる要素も見当たらない。
		建設業（従業員）	・年度末に契約締結予定である案件の手続き進捗状況にも左右されるが、おおむね同程度の受注が見込まれている。
		建設業（企画担当）	・年度内は予算の消化という意味合いもあり、現状からの大きな変動はないとみている。一方、取引先の業種によっては、来年度以降の設備投資を控える企業もあり、設備投資需要の減少という景気悪化要因を内包している。
		輸送業（経営者）	・主要取引先である製造業の減産がそのまま3月まで続くのに加え、3月上旬からは別の取引先が40日間の定期修理に入るため、更に売上が減少する見込みである。他の取扱品目でカバーできたとしても全体としては悪いままのため、現在と余り変わらないとみている。
		通信業（営業担当）	・客に現状のメリットを感じてもらうために、初心に立ち返って対応していく必要がある。
		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）	・消費税の引上げにより年度末まで広告予算を縮小する企業も多く、期待がもてない。期初はもともと広告出稿が減少する傾向にあり、業界不振はまだしばらく続く見込みである。
	広告代理店（経営者）	・年度末物件は増える見込みであるが、大きな見込み案件がないため、春先も厳しい状況には変わりがないとみている。	
	広告代理店（経営者）	・一部の県はやや上向き基調であるが、他の県が減速基調であるため、全体的に変化はないとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・取引件数は減少気味でも相続事案の増加がみられており、トータルとしては例年並みに推移している。
		公認会計士	・これから年度末となるので、小売業、建設業共に業績が良くなる見込みである。ただし、一時的なものであり、全体としては今月と同じくらいの景気を維持するとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・働き方改革に関しては各企業が興味を示してきており、勤怠に関する問合せやRPAについての質問が増えてきている。具体的な商談成立までには時間が掛かるが、我々にとってはチャンスが広がってきていると期待している。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・差し当たり景気を押し上げる要因が見当たらない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・冬物衣料が売れないため早めのバーゲンセールを展開するも様子見の傾向が強く、例年のようなチラシ効果が表れないと取引先が嘆いている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・今後、半導体関連に動きが出てくる見込みである。ただし、製造業の全体的な動きはまだまだ低調に推移するとみている。
		農林水産業（従業者）	・果物農家の収入は年に一度である。前年の収入が一昨年よりも10～20%減少しているため、今後も景気は余り良くなないとみている。
		農林水産業（従業者）	・暖冬で積雪がないため、春先の農業用水の不足を懸念している。
		食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響による旅行客の減少を懸念している。
		金属製品製造業（経営者）	・中長期でみれば良くなる見込みはあるものの、短期において景気は更に悪化するとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による観光客の減少は、日本の景気に影響を及ぼすとみている。
		経営コンサルタント	・機械部品を製造する企業では、徐々に受注量が減りつつある。
		×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）
雇用 関連 (東北)		アウトソーシング企業（社員）	・効率を上げることで利益が確保できるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・大口取引先の外資系生保事務センターがこの年始から大幅増床し、3月までに50名の増員受注を獲得している。教育制度を拡充した結果、地元のパフォーマンスが高い評価を受けたことによるものである。
		人材派遣会社（社員）	・中途採用の活動計画において、予定人数を下方修正するような企業が見当たらない。今後も継続して中途採用を続けていく企業が多く、この状態が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移しており、高止まりの状況は今後も継続するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きにより、雇い入れる側にはコストの増加が見込まれる。そのため、必要な人材確保以外の活発な採用は余り見込めないとみている。
		職業安定所（職員）	・従業員の高齢化に伴う求人などもあり求人数は多いものの、求職者は減少している。人手の確保が厳しく、技能実習生を受け入れる事業所もあり、厳しい状況が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・海外情勢の先行き不透明感、消費税の引上げ、自然災害の影響が心配される。ただし、建設業、小売業、飲食業、介護職などの分野では、今後も人手不足の状態が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・社会情勢は2～3か月では変わらないとみている。
		学校〔専門学校〕	・現在の景気動向に大きな変化は期待できないため、現在の状況が続くとみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・製造業の先行きに対する不安感は、今後も継続するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法に伴い、受入れ派遣人数の減少を懸念している。
		人材派遣会社（社員）	・世界情勢不安による景気の減退を懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・この先1年の景気を占う期待の初売りであったが、デパート、専門店からは人出の割には売上に結び付かなかったとの声が多かった。やはり地方では消費税の引上げの影響がポディブローのように効いてきている。この傾向はしばらく続くともっている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・中国政府の海外への団体旅行禁止で観光業者を中心に影響が出始めている。事態が長期化すれば大幅な売上減が懸念される。
	×	人材派遣会社(社員)	・中国市場の悪化による工場閉鎖などについて、改善が全くみられない状況である。東京オリンピックが終わると、更にその傾向は強まるとみている。
	×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・世界経済の不透明感と東京オリンピック後の不況への警戒感が強まるとみている。

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)	・2~3月はイベントがたくさんあるので、今後は売上が良くなる。
		コンビニ(店長)	・東京オリンピックがあるので、良くなる。
		都市型ホテル(副支配人)	・2月後半~3月にかけては、個人、団体客共に、好調に獲得できている。料飲部門は、歓送迎会プランを積極的に販売して、1月分の減少を補っていききたい。
		コンビニ(経営者)	・3~4月は卒入学シーズンで、その他にもイベント等が行われるようになるので、来客数が今よりは増え、やや良くなる。
		衣料品専門店(統括)	・これから暖かくなり、新入学、就職等で、人の気持ちが変わってくるのではないかと。街に出る楽しみを感じてほしいし、祭礼行事も増えてくるので、やや良くなる。
		家電量販店(店長)	・東京オリンピック需要で、やや良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・3月の歓送迎会や年度末の宴会の予約が既に入ってきており、消費税増税前から予算は変わらないものの、現状よりは良くなる見通しである。
		一般レストラン〔居酒屋〕(経営者)	・この先の問合せが少しずつ増えてきており、3月は歓送迎会が見込まれる。
		旅行代理店(従業員)	・東京オリンピック、パラリンピックの影響で、やや良くなる。
		通信会社(総務担当)	・2~4月は進学や転居などで客の生活が変わるため、新たに必要となる機会は多いので、やや良くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・3月の繁忙期を迎えるため、やや良くなる。
		設計事務所(所長)	・東京オリンピックが近づき、消費者の気分が高揚する。
		一般小売店〔精肉〕(経営者)	・東京オリンピックの年に入ったが、まだ手元では余り動きがない。何かヒントが欲しいものである。客の買い控えは続いているようである。
		一般小売店〔家電〕(経営者)	・今後、販売量が増えることはない。消費税増税の影響だとみている。
		百貨店(営業担当)	・優良顧客を中心に、徐々にではあるが消費税増税の影響は緩和してきているようである。ただ、ボリュームゾーンである中間層の消費行動は依然弱く、先行きは不透明である。
		百貨店(営業担当)	・客単価がやや低調で、客の買物に対する意識は、増税により更に厳しくなっている。キャッシュレス決済は浸透してきているが、店全体の売上を押し上げるまでには至っていない。3か月先も変わらない。
		百貨店(店長)	・東京オリンピック、パラリンピックなどの明るい兆しはあるものの、足元商圏への広がりは感じない。新型コロナウイルスの影響も、マスク販売や医薬品等の特需はあるが、景気全体へは悪影響となると推察する。
	スーパー(商品部担当)	・年明けから、節約志向が一層増した感じがする。来客数の伸び悩みも含め、厳しい状況が続く。	
	コンビニ(経営者)	・消費税増税の影響も感じられなくなった。キャッシュレス決済の客が増え、キャッシュレス還元政策の恩恵は大いに利用したいと考えている。終了後が心配である。	
	コンビニ(店長)	・近隣の子供の数が激減しているため、良くなる可能性は非常に小さくなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（販売担当）	・これだけ今月が悪いと、今後寒くなくても完全に冬物を処分できるという保証はどこにも全くない。このままだったらと日数だけが過ぎてしまうような気がしている。客も購買意欲に全く火がつかないようである。動き自体もだが、客は会話をしただけで満足してしまう状況なので、しばらくこの状況は変わらないとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・当地の自動車メーカーは国内販売は以前ほどではないものの、輸出が安定しており、関連産業を含めて、それほどの悲壮感はない。しかし、今後の自治体税収が落ち込む見込みで、先行きが心配である。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月先も、今月同様、販売台数、車検、定期点検の入庫に、さほど増減はないとみている。当地は、市町村合併で2市2町1村で合併したが、人口減少に歯止めが掛からず、ここ数年で、2万人近く人口が減っている。こうしたなかで、そこそ考入庫台数があるので、景気がさほど良いとは思わないが、今後も変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・今までにない景気の悪さを人の出入り、販売量、車の買い方などから感じている。例えば、新車を求めていた人が「中古車の安い物にしてくれ」というような、渋い現象が続いている。ただし、これもいつまでもは続かず、多少の繁忙期が来て相殺されるので、どちらともいえず、変わらない。
		住関連専門店（店長）	・東京オリンピックの影響なども考えられるが、当地ではまだ影響は少ないのではないかと。その他に大きく変動する要素は少ない。
		住関連専門店（仕入担当）	・不確定要素が多く将来を予測しにくいものの、消費意欲の弱さは間違いなく、平時ではマイナス傾向が続く。災害等のイレギュラーな出来事が、その傾向を変えるだけである。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・取引先の一部では、海外要因で生産体制の見直しを検討している企業もある。新規受託先もあり、全体の提供食数は増加するとみているが、不透明感が強い。また、人材確保が厳しくなっていることもあり、先行きが見通しにくい状況である。
		都市型ホテル（営業担当）	・季節的に2～3か月後は、稼働率が上がる。ただし、根本的には現状と変わらず、季節的な要因で上がるぐらいの状況とみている。
		旅行代理店（所長）	・世界情勢や自然環境の不安定さは先が見えず、明るい出口が見えない。東京オリンピック、パラリンピック案件も、当エリアにはまだない。逆に、出控えなどが懸念される。
		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。
		通信会社（営業担当）	・都心については、東京オリンピック効果が見込めるものの、郊外エリアには影響がなく、前年並みとみている。
		ゴルフ場（総務担当）	・今後の予約状況も前年並みである。
		競輪場（職員）	・他の競輪場売上にも、ほぼ変化がみられない。
		設計事務所（所長）	・同業他社の様子をもみてもそれほど忙しい様子は見受けられない。年度が替わってからに期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス等の騒ぎで、経済状況の悪化予想がテレビ等で報道されているが、日本ではまだ影響は少なく、状況が変わる要因はない。
		スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスが流行して、外出する機会が少なくなるのではないかと。東京オリンピックの開催中止等の噂もあり、景気が良くなるのが心配である。
		コンビニ（経営者）	・身近な金融機関で、レストラン等があると聞いている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残は減少傾向にあり、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・残業の上限規制が本格的となり、残業代つまり給与が減る。景気が上向き理由がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・台風19号等による災害で、大規模宴会のキャンセル分が取り返せず、非常に厳しい。3月も、前年同期比約92%と宴会受注は厳しい。宿泊はビジネス需要が堅調で、2～3月は予算達成が見込まれる。
		都市型ホテル（営業）	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎の拡大等の影響もあり、外国人客、特に東南アジア系の来客が今後は減少するのではないかと。影響が出てきて、厳しい状況になる。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス発生により、旅行自粛が起こる可能性があるため、やや悪くなる。
		タクシー運転手	・電車が駅に着いて乗客が降車しても、タクシー利用する客が減っている。また、仕事で利用する客も減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー（役員）	・働き方改革の悪影響と労働者不足で、やや悪くなる。
		通信会社（局長）	・所得が減った方や高齢者からの解約、支払いに関する問合せが増えており、長期売掛金が回収不能となる客が増えている。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの報道が過熱し、国内旅行の自粛や風評被害が発生するのではないかと心配が多く発生している。
	×	商店街（代表者）	・主力メーカーより、「生産効率の向上や経費削減などでコストを吸収してきたが、需要の減少が今後も続く」という理由で、10%の値上げ通知があり、日々の売上が伸びないなかで、先行き苦しくなるのは明らかである。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・1番の問題は新型コロナウイルスで、2～3か月でどの程度拡散していくかにかかっている。
	×	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・天候の影響だけでなく、消費税増税もじわりと効いているのではないかと心配している。春物商材もこれといったヒット商材がないまま、メーカーも冬物在庫処分が大変で、今後の商材確保が品薄になり、小売店の商材確保は一層難しくなりそうである。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの発生により、団体客の集客が見込めなくなる恐れがある。皆で集まって何かをすることが減ってくるのではないかと危惧している。
	×	都市型ホテル（経営者）	・受注が前年比マイナス10%が続いており、悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・高齢化や人口減が進んでいる地方都市では、景気が良くなるとは思えない。地元の公共の仕事ですら、どんどん大手企業が参入するようになり、地元企業が取れないのが現実である。こうしたことをもっと改善しないと、地方の中小零細企業が良くなることはない。
	×	通信会社（経営者）	・地方の印刷、デザイン業界は、著しく衰退が進んでいる。年末から倒産や閉鎖した同業者の何と多いことか。別事業も進めているが、銀行さえ協力してくれない。
×	美容室（経営者）	・今年の当店一押し新商材を打ち出しても、客の反応は悪い。変化がないばかりか悪くなる一方である。	
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		金属製品製造業（経営者）	・現状の売上は3か月前より少なくなっているものの、これから2～3か月先は良くなる様子なので、希望を持っている。
		建設業（総務担当）	・台風19号の本復旧工事の発注予定で、閑散期でも仕事が見込めそうである。
		化学工業（経営者）	・年度末に向けて先細りと上向き傾向が混在する状況は続くが、全体的には横ばいとなる予想をしている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・稼働率が上がっている。
		金属製品製造業（経営者）	・1～3か月が悪いときは4～5月も悪いので、変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今年は横ばいから若干の回復傾向と予測する取引先は多いものの、2～3か月先の回復は見えてこない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・得意先が13社ほどあるが、現状、良い会社、悪い会社、若干悪い会社とある。この状況が2か月くらい続いている。今後も景気は余り良くはならず、変わらない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・公共工事は現政権誕生後、順調に推移し、今期も前年比12.5%増の発注である。当社受注は前期比10%増である。ただし、現在の発注は総合評価方式のため、地方でも大手数社しか受注ができなくなりつつあり、多くの業者は下請として受注するしかなくなってきている。中小建設業者は、売上が縮小傾向の上、確実に従業員の高齢化が進んでおり、問題を抱えている。
	輸送業（営業担当）	・新生活向けの白物家電や寝具、雑貨などの物量が増える予定である。引っ越し依頼なども増える予定だが、特別、前年を上回るような材料はなく、前年並みの輸送になりそうである。しかし、イラン等の問題で、原油価格の高騰の不安から、燃料価格高騰への心配も少し残っている。	
	経営コンサルタント	・新年度入りの頃とはいえ、東京オリンピック需要は早いところで底打ち感がある。一方では、台風19号の影響を引きずっているものの、復興需要もさほど期待できそうにない。	

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
		社会保険労務士	・製造業の回復の動きが鈍いので、しばらくは厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合いや商談件数も相変わらず多く、特段の変化はみられない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・新型コロナウイルス問題が出てきたので、この先どのようになるか見通しがつかず、心配である。
		広告代理店(営業担当)	・年度末に向けて、広告予算を削る動きが多い。
		司法書士	・やはり今回はすぐには盛り返せないような気がしている。少し悪くなるのではないが。
	x	食料品製造業(経営者)	・東京オリンピック後ではなく、その少し前から景気悪化の雰囲気がある。現状、プラス材料がない上に、経済政策、政治的スキャンダル、国際情勢等のマイナス材料が目立っている。
	x	電気機械器具製造業(経営者)	・主要取引先のメインの仕事が、海外に出ていってしまう。6月以降はその仕事がゼロになり、当社の売上が3~4割ほど減少するので、非常に困っている。
	x	電気機械器具製造業(経営者)	・前月同様、悪くなるとみている。
	x	不動産業(管理担当)	・既存取引先と来年度の契約交渉を行っているが、人件費の上昇分だけを上乘せるのがやっとなりで、利益率向上は非常に難しい。また、業務縮小、再編のため、今年度末でオーナーが売却を考えている管理物件もあり、売上、利益減少につながる話ばかりが聞こえてくる。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		-	-
		人材派遣会社(経営者)	・今のところ人手がなくて、余り良い話がない。
		人材派遣会社(社員)	・4月以降の法改正に関して、方針が固まっていない派遣先も多く、先行きが不透明なため、変わらない。
		人材派遣会社(管理担当)	・自動車部品の生産計画は変わらず、低迷している。
		職業安定所(職員)	・製造業の事業所からは、「作業量が落ちてきている」との声がある。依然として看護、介護職等は人手不足感が強い。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスによる海外、特に中国からの観光客の売上減少や暖冬の影響等もあり、この時期ならではの産業が芳しくない。ただし、東京オリンピックまでは何とかこのままの状態を保てるのではないかと推測している。
		職業安定所(職員)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が収束するには、まだ時間が掛かる。
		学校〔専門学校〕(副校長)	・ここ数年、人材不足となっている企業の業種、職種は同じように思える。上場企業等には大卒予定者が多数応募しているが、中小企業は人材確保が難しい状況である。労働政策など国の施策がないと、景気全体が停滞していくのではないかと推測している。
x	人材派遣会社(経営者)	・住宅関連の増改築や新築等は比較的目立っているが、ガソリン価格や消費税率引上げによる駆け込みの影響が大きい。全般的な売上の見込みは、新型コロナウイルスによる中国側からの影響も出てきてしまうのではないかと推測している。	
	*	*	

4. 南関東(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕(店員)	・例年3月はお彼岸、卒業式、送別シーズンで、とても忙しい月なので、確実に良くなる(東京都)。
		ゴルフ場(経営者)	・前年末の設備投資がうまくいきそうなので、良くなる。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	・令和になり、何となく客の雰囲気が良くなっている。東京オリンピックが近づいてきて、消費が明るい方向になってきて、商品の購買にもつながってきているのではないかと推測している(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文具〕 (経営者)	・文具メーカーの新商品発売サイクルが短くなっており、客も定番商品だけでなく新しいものを求めるようになってきている。また、キャッシュレス決済が当店のような客単価の低い店には合っているようで、キャッシュレス決済を利用する客が低価格の商品をついで買います。結果、レジ客数が若干ではあるが増加傾向にある(東京都)。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・店頭部門はまだ少し不確定要素が多いが、外商に関しては、2月から大きな案件がずっとある。市の新庁舎ができるので、既に決まっている案件が相当な数ある。これが入ってくると、通常の年度末にプラスアルファで更に良くなる。ただし、店頭部門では、新型コロナウイルスで客が少なくなっているという不安定要素もある。
		百貨店(広報担当)	・新型コロナウイルス問題が収束し、免税売上が足元の厳しい状況から回復すると想定している。また、オリンピックが近づくにつれ、外需、内需企業共に緩やかながら現在よりは業績が持ち直し、個人消費にも幾分波及する(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・東京オリンピックまで半年となり、開催までの盛り上がりムードが消費マインドにも好影響をもたらすと期待している。消費税増税の影響がない訪日客の消費増にも期待する(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・東京オリンピックに向かい、消費マインドの動きが活性化される(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・国内需要は新年度を迎えることで消費税増税の影響が緩むと予想されるが、インバウンドに回復の見通しが立たない(東京都)。
		百貨店(店長)	・これから2~3か月先は気候が落ち着き、徐々に暖かくなる。新型コロナウイルスが一段落すれば、少しずつ景気や商売も盛り返してくると期待している。
		コンビニ(経営者)	・3~4月は新入学シーズンで、来客数が増える。
		コンビニ(経営者)	・コンビニ全体としては店舗数が減っているなか、当社は現状前年の来客数や売上自体を維持している。店舗数が増えなければ、コンビニ自体はまだある程度生きていけると感じている。東京オリンピックもあり、これから配送や建設等も動くので、今年は良くなるのではないかと。
		コンビニ(エリア担当)	・新型コロナウイルスによるインバウンド需要が冷え込む恐れはあるものの、東京オリンピックに向けて需要増が期待できる(東京都)。
		衣料品専門店(経営者)	・6月まではキャッシュレス決済の5%還元で良い。
		家電量販店(店長)	・東京オリンピック関連で需要が喚起されれば良くなるか。
		家電量販店(店長)	・東京オリンピックがあるので、大型テレビの売上増が見込める。
		家電量販店(経営企画担当)	・新型コロナウイルス対策が長期化すると、インバウンド需要が大きく落ち込む懸念がある。一方、国内需要は新生活需要が旺盛となる期待感がある(東京都)。
		乗用車販売店(経営者)	・徐々にではあるが来客数が増えてきており、新車、中古車共に売上が増えてくる。
		乗用車販売店(総務担当)	・年度の最重要月であり、新車、中古車、サービスいずれも売上が伸びてくると予想している。
		乗用車販売店(店長代行)	・高齢者のサポカー補助金が始まり、問合せが増えてきているので、今後の販売が見込める(東京都)。
		乗用車販売店(店長)	・どの業界も決算という形で売り込むことと、客も3月が最も安いと思い込んでいることから、例年売上が良くなる。
		高級レストラン(経営者)	・東京オリンピックから派生する経済効果は大きい。
		一般レストラン(経営者)	・1~2月は客の出足が悪いので、売上が余り良くない。2~3か月先の3~4月は、人の動きがかなり活発になってくる。特に3月は12月に次いで売上の良い月なので、今よりは十分良くなる。大体1~2月よりも売上が20~30%は良くなるので、期待している。
		一般レストラン(経営者)	・東京オリンピックまでは堅調だと思われる(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・3~4月は今より状況が良くなるため、やや期待できる。
		旅行代理店(従業員)	・雪不足、暖冬でスノーシーズンの商材がなかなか売れなかったが、ここにきて寒さが戻り、天候によっては冬物商材が戻るとみている(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・深夜の客の動きはなくなるが、東京オリンピックに向けて少しは良くなるのではないかと(東京都)。
		通信会社(経営者)	・東京オリンピック、パラリンピックイヤーに突入り、有望な選手も出そろってきたので、いよいよ盛り上がりを感じられるようになり、視聴準備で関連業界に活気が出るのが期待できる(東京都)。
		ゴルフ場(経理担当)	・東京オリンピックのゴルフ競技の出場権争いが注目される展開を予想する。前年、海外メジャー大会で優勝した女子選手が注目を浴びたが、同選手を含めた他の日本人選手や、日本で人気がある米国人選手の活躍の如何によって、ゴルフに対する機運の高まりが期待される。
		設計事務所(経営者)	・2~3か月先だと現在かかっているプロジェクトはまだ動いている段階だろうと思われる。
		住宅販売会社(従業員)	・2月の来場数や販売量は減るかもしれないが、ゴールデンウィークまでは客の動きがあると考えている。政策や税制、金利などに特に変化はないが、決算期を迎える競合他社も多く、値引きやキャンペーン展開により何とか販売量を確保していくのではないかと。
		住宅販売会社(従業員)	・正月以降の来場者数は、前年より良くなっている。
		商店街(代表者)	・商店街に60数店舗あるが、最近退店する店が大分増えている。特に、飲食店が激しく、撤退後もやはり飲食店が入るため、当商店街では飲食店がややオーバーストアで、過当競争になってきている。そのような状況で、地元の商店は非常にやりにくくなってきて、物販は非常に低迷している。
		商店街(代表者)	・経産省のキャッシュバック施策は、キャッシュレス決済には寄与していない感じだが、消費税増税に対しては一定の効果が上がっている実感がある。このキャッシュバック施策が続いているうちは、クレジットカード決済を中心にまだ大丈夫という雰囲気が漂っている(東京都)。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・新型コロナウイルスの影響がどう出るかが、景気にも影響するのではないかと。
		一般小売店[家電](経理担当)	・商品販売は、キャッシュレス決済の5%還元終了、東京オリンピックまでは今のような状態ではないだろうか。工事関係はどちらも職人が不足しているので、問合せもいろいろである。
		一般小売店[印章](経営者)	・当商店街は、路面店点在型に属するが、非常に厳しい状況にある。テナントが集合している大型量販店等が今でも主流だが、今後、今以上に主流になっていく。
		一般小売店[祭用品](経営者)	・2月は例年客足が遠のく。春まで回復は見込めない。
		一般小売店[家電](経営者)	・消費税増税後も余り変化はないので、この先も変わらない(東京都)。
		一般小売店[傘](店長)	・新入学を控え、人や物が動く時期で、贈答用の需要はあるが、現状からは余り期待できない。
		一般小売店[茶](営業担当)	・特に変わりがない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・暖かいため、全館非常に厳しく、それに食料品が引っ張られる。また、中国人客を中心とした来客数が大きく減ることで、総体的には厳しくなるという見通しである(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税後、個人消費に改善要素がみられない(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・高額品の動きの鈍さは継続しており、消費に対する慎重な姿勢は続くと思っている。
		百貨店(営業担当)	・堅実な消費が進むなか、順調に伸びていた免税実績も、ブランド品や化粧品などのまとめ買い減少に加え、中国で発生している新型コロナウイルスによる肺炎の影響により、春節から花見など需要の大きい時期に影響が出ることが予想される(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・特選宝飾品の高額品の一部に消費税増税後からの回復傾向がみられるものの、全体としては低調に推移している。特にボリューム層である中間層の購買行動がぜい弱である。1月に春節の前倒しもあり、2月以降も苦戦が想定される。今後は早期の新型コロナウイルス問題の収束と、東京オリンピック開催の機運の盛り上がりポイントとなる(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
		百貨店（販売促進担当）	・消費増税以降、落ち込んだ国内消費の回復がいまだに鈍い。外国人客による売上は伸びているが、不確定要素が多く、国内消費が戻らないと、なかなか先が見通せない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・客が価格に対してシビアになっている状況が変わらない上、1月末からの新型コロナウイルスの感染拡大に伴い外出を控えるようになると、景気が更に悪くなることも考えられる。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの収束宣言までに半年くらい掛かるのではないかと懸念がある（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・食料品が好調に推移し、業績をけん引している。衣料品、雑貨等については、若干回復の兆しは見えるものの、マイナス幅の改善にとどまっており、回復傾向にあるとは言いきれない。しばらくは今月のような傾向が続く（東京都）。
		スーパー（経営者）	・消費増税になったものの、キャッシュレス決済の5%還元等の施策もありさほどの落ち込みはないが、かといってそれほど良くもない。今までと同じような状態が今後も続く。
		スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元で多少良くなるかと思っただが、客は節約、賢い消費をしており、必要な物しか買わない。この傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・株高の恩恵を受けることができるのは一部の投資家だけで、末端にはまるで関係ない。今までと変わらず、消費者には節約志向が根付いており、景気を底上げする政策もないので、まだしばらく同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・変わる見込みがない。
		スーパー（営業担当）	・消費増税の影響は薄れてきているものの、やはり天候によって売上が大きく左右される。したがって、今後の天候が売上の増減を決める非常に大きな要因になってくる（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・食品が伸びているため、衣料品の落ち込みはカバーできている。ただし、キャッシュレス決済のポイント還元制度が6月末に終了した後は悪くなる。
		スーパー（仕入担当）	・東京オリンピックで景気は一時的に回復するような気はするが、閉会後の節約志向が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・季節的には良くなると思うが、国内外の問題が長引くとなかなか難しい。
		コンビニ（経営者）	・人手不足もあり、店内体制が整っていないため、不安要素がある。
		コンビニ（経営者）	・東京オリンピックにしろ、新型コロナウイルスによる肺炎にしろ、悪い材料のような気がするので、変わらないか、若しくは悪くなるのではないか。
		コンビニ（商品開発担当）	・上向きとなる要因が見当たらない（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・今年は東京オリンピックイヤーで、本来ならば景気上昇が見込めるが、負担増による可処分所得減少に伴う消費低迷、新型コロナウイルスによる肺炎に伴う景気失速等を差し引くと、ほぼ前年並みとなるところが多い（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・来客数の底が見え、回復傾向にあり、現状ではこれ以上悪くなる傾向が見受けられない。
		衣料品専門店（役員）	・上向きになる材料が見当たらない。東京オリンピックに衣料品は関係ない。
		家電量販店（店長）	・家電量販店は、集客力がどんどん低下する一方で、単価を上げる策やリフォーム需要の確保で不足分を補うが、第3四半期の不足分が大き過ぎる（東京都）。
		家電量販店（店長）	・新生活需要も、学生が少なくなっているだけでなく、家具家電付き物件もあるため、新規購入が年々少なくなっている（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場は結構あるが、先行き不安のせいか、成約にはなかなか結び付かない。
		乗用車販売店（営業担当）	・今より大幅な台数増が見込めるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・東京オリンピックまでは景気が上向きのまま順調に続いていくと判断している。東京オリンピック終了後は相当落ち込むのではないかと言われているため、建築関係でも人員を増やすのではなく、パートやアルバイトで今後についての待遇を考えるという話を聞いている（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売量が増える確たる要因が今のところない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店の場合、販売量は大体決まってしまうので、残念ながらそれ以上に売れることは余りない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・消費税率の引上げ前に自分用に必要な物は駆け込みで購入したこと、現在の社会情勢が不透明なことから、不必要に自分用の何かを購入するという状況は見込めない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油の需要減少傾向は変わらない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・キャッシュレス決済以外に景気刺激策がなく、変化は見込めない。さらに、新型コロナウイルスの影響で、今後、外出を控えることも想定される（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・春頃に次世代機の情報が出るまでは、市場は停滞する（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・法人を中心とする宴会部門の予約受注状況から、売上は前年同日比で3月は98.5%、4月は107.7%になると予測している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人予約等の状況から、ほぼ前年並みで大きな変化はない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後、春になって暖かくなれば、気候が影響し、多少は客の動きも出て上向くと思うが、決して景気が良くなっているからではない。年金や社会保障問題が解決されない限りは、景気は良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックを前に一般の消費は盛り上がってくると思うが、当店のよう飲食店は、テレビの時間に客が取られてしまう。本来なら入ってくる時間帯に客が帰って、テレビにしがみついてしまうという状況が起きるため、オリンピックがある年は比較的暇になる（東京都）。
		一般レストラン（統括）	・今後、一般的には景気は大きな変動もなく、振れ幅の小さい安定的な動きが続くと感じている。しかし、新型コロナウイルスなど国際的な外的要因により、インバウンド需要や国内客の来店状況に影響を及ぼす可能性もあり、先行きは不透明である（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業の不祥事が続いたり、新型コロナウイルスなどの影響で宿泊や宴会などにキャンセルが出ている。長期化の恐れもあり不安定な状況が続く。大きなマイナスにはならないまでも、良くなる要素が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎が収束しない限りは、客は国内移動も控えているようで、とても経済が活性化していく状況にはなっていない。とにかく大変である。
		タクシー運転手	・正月も終わり、これから年度変わりに向かっていくが、様子を見ながら生活している様子が見受けられる。2月からタクシー料金が変わる。それも踏まえて皆慎重な動きである。期待したいが、どうなるのかやや不安である。
		タクシー運転手	・2月から新料金になり、実質値上げとなるため、多少利用が減る。初乗り740円が500円からのスタートになるので、ちょい乗りの客は増えると思うが、実際のところ先が見えない。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス等の影響によりインバウンドに陰りがみえ、しばらくの間、国内販売が停滞する（東京都）。
		通信会社（経営者）	・通信事業関連の業種は今後需要が見込まれる（東京都）。
		通信会社（社員）	・今年度の計画を達成できる見込みである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・今後も大きく回復する材料がなく、今までと同じ状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・インターネットについてもある程度囲い込まれており、個人には大きな動きはないものと思われる。
		通信会社（局長）	・繁忙期を迎えるが、引越越し件数の進捗が悪く、新入居者からの契約数の見込みが前年比でマイナスとなる可能性が高い（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（管理担当）	・年度末に向け、官公庁などの入札でソリューションシステムの需要が期待できるが、落札できるかどうかという点もあり、先行きは不透明である。また、個人向けの携帯電話販売は、3月中旬～4月上旬にかけての卒業、新入社員、新入生新規購入特需が予測されるが、その先は反動があるものとみえており、引き続き苦戦が予想される（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・社会的に大きな出来事がない限り、変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・今後2～3か月先にテレビ放送、インターネット通信で特別変化するような材料はない。ストックビジネスのため、大きく上下することも想定しにくい。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税や米中経済摩擦等の影響が続く現状などから、内外需に対する景気回復の材料が想定しにくい（東京都）。
		競輪場（職員）	・SNS等の自分たちでも行える無料の広告媒体をフル活用して景気対策を行っているため、下げ止まると考えている。
		美容室（経営者）	・商店がなくなり、人通りが徐々になくなってきているような気がする。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・毎月のことだが、良くなる要因が見受けられない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・販売量、顧客数等も増加する要素が見当たらないので、このまま推移し、前年並みの売上程度になる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・急に景気が変わる気配は特に感じない。
		設計事務所（経営者）	・民間案件の受注があれば景況感も変わるが、その気配はない。前年の台風の影響で多少住宅の相談はあるが、積極的に設備投資をする意欲は感じられない。新年度を迎えるまでは、この状況が続きそうである。
		設計事務所（職員）	・上向き可能性や兆候はなく、むしろ下方に向かうかもしれない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・新築アパートに関しては、今のところ大きく悪くなるとは考えていない。土地の仕入れに関してはまだ高値で動いているように感じる。立地、駅までの距離などしっかりと計画を立てれば、客の反響はあると思う。大きく景気が良くなるとも思わない。
		住宅販売会社（従業員）	・戸建て住宅を販売する者としては、リフォームではなく新築に目を向けてほしいが、マンションも中古市場の方が活況と聞いている。グループ全体では新築の減少をリフォームの増加でカバーしている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税の影響が大きいようで、極端に安い物しか売れなくなっている。
		百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスへの対策が明確でないため、先行きが見通せない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・世界情勢や中国発の新型コロナウイルスの影響を考えると、インパウンドを中心に消費は短期的に弱まる（東京都）。
		百貨店（店長）	・近年増加し続けていたインパウンド売上が見込めないこと、消費税増税の影響で高額品や化粧品が売れないことに加え、洋服が売れない傾向が継続するため、やや悪くなる（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・競合との価格競争などもあり、商品の単価が下がる傾向がまだ止まらない。客の買上点数は前年を上回ってきているが、客1人当たりの買上額が、単価が下がっているせいで伸びない。トータルの売上がなかなか前年に達しない状況が続いている（東京都）。
		スーパー（店長）	・本来ならば変わらないと答えたいところだが、年配の客が多く、特に寒い間はなかなか来店頻度が上がらないので、今よりも多少悪くなる可能性はまだあるのではないかと予測している。
		スーパー（総務担当）	・中国で発生した新型コロナウイルスによる肺炎が最大の問題で、客が人混みを避けており、店内の滞留時間も短くなることから、1人当たりの買上単価や来客数がますます少なくなっていく。これから東京オリンピックに向けて盛り上がりを見せていかなければいけないところ、マイナスムードが客の購買意欲をそいでいき、来客数の減少、購買力の弱体化を招くのではと危惧している。
		スーパー（ネット宅配担当）	・消費税増税による収益の悪化は、かなりの業種でみられる。

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
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、消費者にも買物を楽しむ雰囲気がないようである。
		衣料品専門店（経営者）	・これから2～3か月はスクール関係の仕事が多いが、少子化が進んでおり、絶対数が減っているため、売上等が減少することが予想される。
		衣料品専門店（営業担当）	・何ら景気が上がる要因がない。大手の大量生産に個人商店がかなうはずもなく、赤字経営のため今後の営業をどうするか考えている。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスによる心理的恐怖から外出を避ける可能性がある。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界において消費税率引上げの影響が出始めており、高額案件の引き合いが減少傾向にある。需要喚起策である次世代住宅ポイントの認知度も低くとどまっており、厳しい状況が続く（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・景気が上向き状況や要素が見当たらず、買い控えが続いている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は花粉の飛散が少ないと言われているため、春のシーズン品が弱くなる。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くか不透明だが、当面は人込みや人だかりへの外出を控えるなど、小売業にも少なからず影響が出そうである。SARSの時の発症から収束までの期間を考えると、向こう半年くらいはこうしたマイナス要素が続くものと思われる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス報道が間接的に客足に影響している。インバウンドの強い地域なので、なお更のようである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの悪影響が心配である。中東問題、働き方改革による収入の減少、人手不足による人件費の高騰とサービスの低下などがある。これでは良くなりようがない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けての期待感があったが、中国の新型コロナウイルス感染拡大を懸念して、旅行業界、流通業、観光地の景気が一気に冷え込む恐れがある。また、米国とイランに絡む中東の政治的不安定が石油価格の上昇を招き、世界経済にネガティブな影響を与えている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・客の会話から、やや悪くなる（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・1～3月は飲食需要が低迷する期間である。全般的に消費者の動きも悪く、春先に向け、1年間の循環の谷間に当たることから、需要回復への大きな期待は薄い（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税等の影響もあり、宴会関係の売上が減少している。単価の下落あるいは参加者数の減少があり、この部門では3～4月の歓送迎会シーズンに影響が出るのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス肺炎の影響はかなり出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスが発生し、2～3か月で消失するとは思えないので、インバウンド比率の高い当ホテルでは予約が鈍ることが想定される（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの状況により、海外旅行の中止や延期を中心しつつ、空港や不特定多数が訪れる観光地を敬遠し、国内旅行まで影響が波及するのではないかと危惧している。
		旅行代理店（従業員）	・東京オリンピックに人手を取られる（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・今年は何といても東京オリンピックイヤーである。その矢先に起こった新型コロナウイルスの影響で、2～3か月後はやや悪くなる。3か月後の4月頃には収束に向かってくれないと、かなりまずい年になる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・中国を中心に感染が拡大している新型コロナウイルスによる肺炎が、今後2～3か月で日本経済にどのように影響してくるか、先行きに大きな不安を感じる。
		旅行代理店（総務担当）	・客からの依頼件数、人数、予算いずれも増加しているため、景気は上向きと考えていたが、新型コロナウイルスがこの先大きく影響してくる。中国全土への渡航自粛、中国からの訪日旅行の減少等が考えられる。一方、国内旅行は増加傾向にある（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・中国で新型コロナウイルスによる肺炎が発症して大変な状況になっている影響で、訪日外国人の減少がみられる。落ち着くまでのしばらくの間は景気に影響するとみて、やや悪くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・客の話で、中国の新型コロナウイルスを心配する人がだんだん増えてきている。客が心配しているのは、世界的にまん延すると、東京オリンピックに影響するのではないかということである。現に株価に表れてきているようで、これから景気に影響しなければいいが、という話が多くある。非常に心配である（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・県下は2月からタクシー運賃の改正、値上げが実施され、しばらくは利用者数、売上が更に悪くなると見込まれる。今後も景気の下向き傾向が継続する。
		通信会社（経営企画担当）	・新年度に向けた予算獲得と商談増加が期待される（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は春の走りになるが、例年1月よりは客が出ていない。したがって、観光地としてはまだ閑散期である（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・今国会で議論されていることは、本来議論されるべき内容以前の問題である。環境問題の解決は困難で、時間が掛かる。自然災害にも耐え得る強い日本を築いていきたいというのが国民の願いだろう。不安ばかりである。
		パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルスによる肺炎の世界的な拡大が懸念されるなか、中国を始めとするアジア諸国との物流や商取引の停滞、インバウンドにも陰りが出てくる。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・催事の開催予約は堅調だが、ここに来ての新型コロナウイルスのマイナスの影響は、今後避けられない。いつ頃収束するかが不安材料である（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・人件費がどんどん上がっているのに、生徒数は変わらないため、だんだん厳しくなっている。
		設計事務所（所長）	・新しい物件の動きがなく、現在管理している物件も終わるため、下向きになる（東京都）。
		設計事務所（所長）	・現状からみて仕事量が非常に少なくなる。各都道府県においても災害等が多く、予算を災害復興等に注ぎ込まざるを得ない。また、建築も、人口減による空き家等の増加があるため、今後は新しく建物を建てるよりも改修で、余った建物をどう使っていくかが課題である。仕事量が増える要素が見つからないため、景気が良くなるとは考えられない。
		住宅販売会社（経営者）	・経済波及効果の大きい住宅が売れないということは、景気は決して良くない。新たな対策を政府にお願いしたい。ともかく、個人消費の拡大につながる対策が必要である。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	・雨漏り等、緊急な仕事の相談はあるが、それ以外の仕事については、今のところほとんどない。この状況だと、4月以降の仕事が非常に不安である。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・東京オリンピック本番を前にして、具体的な案件が少なくなっている。様子見で、実需が増える見込みは少ない（東京都）。
	×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	・人口は減少傾向なのに、店舗数が過剰である。
	×	コンビニ（経営者）	・競合店の増加、アルバイトの大幅時給アップ、客の流れも変わり、改善がみられない。
	×	衣料品専門店（店長）	・売上数量の低下、単価の下落傾向が止まらない。
	×	その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	・市場法も改悪されるし、もうお仕舞いである（東京都）。
	×	その他小売[ショッピングセンター]（統括）	・新型コロナウイルスの影響で悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地域ではIRの誘致もまだ決まらず、大型客船は橋をくぐって入って来られない。東京オリンピックで一時的には良くなるのかもしれないが、それまでの間は決して景気が良くなるような材料はない。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年2月は降雪の影響で営業ができなくなったり、客足が途絶えることがあるが、3月は歓送迎会などでまた売上が伸びるように努力していきたい（東京都）。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの問題が収束するまでには、まだしばらく時間が掛かりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・新型コロナウイルスの国内でのまん延が非常に懸念される(東京都)。
	×	設計事務所(経営者)	・全てがこれからということではなく、全てが整ってしまったという感じがする。東京オリンピック、パラリンピックの雰囲気は分かるが、これから仕事に携わるとか、やって行こうという前向きな様子が見えない。一番顕著なのは、人の動きで、求人がなかなか決まらず困っている。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業[ソフト開発](従業員)	・受注量が増えているが、人員不足で受注できないケースが出ている。
		食料品製造業(経営者)	・台風19号の影響により、いろいろ道路事情などに影響が出ているため今は悪いが、それが程度解消してくるはずなので、元に戻っていく(東京都)。
		食料品製造業(経営者)	・街に新しく人形博物館がオープンする。地区外からの来客が見込めるので、新商品を投入して、売上増を目指す。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・年度末以降、今より多くの受注予定が入っている(東京都)。
		その他製造業[化粧品](営業担当)	・春からのイベントに向けて、美容に関する消費意欲が高まると予測している(東京都)。
		建設業(従業員)	・今の受注量が継続すれば、3か月後も景気は良くなる。
		輸送業(経理担当)	・東京オリンピックを迎え、物量が多く動くことを期待している。
		通信業(広報担当)	・一進一退の動きのなかで、目先は若干良くなる見込みである(東京都)。
		広告代理店(従業員)	・東京オリンピック、パラリンピック関連の事業が増えてきている。
		その他サービス業[情報サービス](従業員)	・次年度が始まると、当初計画ができていた案件が具体的に動き出す。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・今の仕事が終わった後、先の仕事は分からない。見えていない。
		化学工業(従業員)	・良くなる要因も悪くなる要因もなさそうなので、余り変化はない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・中国の新型コロナウイルスの問題がいろいろな方面に波及しており、この先不透明な状況が続くので、良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・化粧品容器の受注は低迷したまま明るい見通しはないが、医療品容器の受注に関しては、東南アジア向けの輸出が決まれば増産の期待もある。
		金属製品製造業(経営者)	・当社を含め、近隣の工場で稼働時間が減少傾向にあり、先行きの景気は変わらない。
		金属製品製造業(経営者)	・新しい仕事に慣れるまで、利益につなげるのは大変である。
		金属製品製造業(経営者)	・建設機械部品、自動車部品等の製造業である。今が底といわれているが、特に根拠があるわけではなく、しばらく今の状況が続く。
		電気機械器具製造業(経営者)	・新商品の発売がこの半年ほどで始まるが、受注に結び付くまでには数年掛かる(東京都)。
		精密機械器具製造業(経営者)	・半導体関係の動きがあるが、近々では新型コロナウイルスによる肺炎のため、日本経済にも影響が出てくるのではという不安の方が強い。
		建設業(経営者)	・中小企業、零細企業への景気対策が具体的になかなか実行されていない。
	輸送業(経営者)	・新学期を控え、取扱量の増加に期待したいところではあるが、近年の傾向から、期待外れになりそうである。また、燃料価格が上昇しているため、今後の値動きが気掛かりである(東京都)。	
	輸送業(経営者)	・受注は継続的にある見込みである(東京都)。	
	輸送業(総務担当)	・荷主の国内出荷量が低迷し、輸出量がない。今後も現状が続く予想である。	
	金融業(従業員)	・新型コロナウイルス肺炎の流行による訪日客の減少が懸念されるが、東京オリンピックに向けてインバウンド需要の増加を期待する声も多い。ただし、取引先の中小事業者では、訪日客をうまく取り込めず、今後の対応に苦慮しているところも見受けられる(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（支店長）	・夏には東京オリンピックを控えており、景気が悪化していくとは考えにくい。今後、外国人観光客に依存した小売ビジネスは厳しくなるのかもしれない。
		金融業（総務担当）	・東京オリンピック関連業種以外はさほど売上増加要因はない。キャッシュレス決済のポイント還元期間が終わると、多少消費が落ちると予想している業種が多い。今後は中国の新型コロナウイルスの影響も顕在化し、小売業等の売上にも響きそうである。人手不足解消も考えられないので、全体的に景気が上がる要素がない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・年が明けて、転勤族や新入社員が動き始め、賃貸市場も活発である。しばらくこの状態が続くように念じているが、古い物件の動きは少ない（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・現状は所有するビルの空室率はゼロに近く好調であるが、年末には不況業種のテナントが一部退去する予定になっている。ただし、内部テナントからの増床希望も多く、空室率ゼロの状態が続くものと期待している（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・変わらないというより、分からない。超暖冬と、新型コロナウイルスの状況次第ではないか（東京都）。
		税理士	・米国の景気はまあ良く、中国との貿易、関税問題も緩和されつつある。米中貿易摩擦がどうなるかによって、国内の景気も変わってくる。米国の動きの影響が大きいと思うが、方向性ははっきり見えないので、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）。
		税理士	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎が、日本にどのような影響があるかは未知数である。マスクなどの予防関連商材の売行きは堅調である。中国以外から安全な日本への渡航者が増加すると予想している。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・東京オリンピックに向けた上昇意識と、中国を起因とする経済停滞状況が混在しており、相殺されている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状のまま推移する。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・契約金額の値上げ案は出しているが、返事はペンディングである（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新会社を設立すると、代表者印という法人登記印の注文が出るのだが、ふだんは4～6本くらいのところ、今月は2本だけである。法人の設立が少なくなってきており、悪い方向に感じる。個人客と店頭客は、以前に比べると客単価が少し下がっており、安価な物を注文する客が多くなってきている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンド需要の減速が予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示から考えると、落ちている客、変わらない客はあるが、増えている客はないので、余り良くならないのではないかと。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・材料屋等が店をたたんでいるという情報が入っている。そうしたことから、そのまま冷え込んでいくのではと不安を感じている。
		建設業（経営者）	・前年より案件が激減していて先行き不安である。公共案件も当てにならない。
		通信業（経営者）	・中国で発生した新型コロナウイルスの影響により、やや悪くなる。
		金融業（統括）	・米中の貿易摩擦が若干落ち着いてくるが、新型コロナウイルスの問題があり、どちらかというところ、インバウンドの関係でマイナスが発生しそうだという感覚がある。
		金融業（役員）	・インバウンド客の落ち込みによる近隣観光事業の売上減少、不動産業者の商品物件販売の減速が目立っており、東京オリンピックによる消費マインド上昇を打ち消してしまう懸念がある。
		広告代理店（従業員）	・販売量が減っている（東京都）。
		経営コンサルタント	・消費者の節約志向が強くなっている。
		経営コンサルタント	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎の問題が、経済活動にとって大きな障害になる（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・世界情勢の不安定さがある。取引先にメーカーが多いため、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスなど、良いイメージの話がない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	出版・印刷・同関連産業（所長）	・東京オリンピックの影響が見えないなか、クライアントの来期予算見積りでは、前半は広告を抑える動きが多々見える。年度末の数字すら見送りになるなど、不透明な状況が続く。
	x	建設業（経営者）	・設備投資をする雰囲気がない。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・来期初めにかけても同様に直接雇用化の動きが継続する見込みである（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・法改正による時給アップを見据えた人員削減などの影響はまだ出ていない。法施行後にどのように変化するかはまだ見えていない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業からの派遣需要はこの2～3か月間は継続して増加傾向にある。ただし、秋頃から当地域における休職希望者が減少傾向にあり、毎月、前月比マイナスで推移している。このままだと需給バランスが崩れ、人材の供給ができなくなる可能性があるかと懸念している（東京都）。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少しているが、新規求人数が1270件、月間有効求人数が2500件増加している。人手不足も起きているが、有効求人倍率が2倍台を超えているうちは景気も良くなる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・働き方改革による勤務時間の規制が新規求人につながっている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・複数の中小企業の経営者と話をしたが、中国市場は新型コロナウイルスによる肺炎の問題もあり期待できない、米国も今一つということで、良くなる要素が何もないという意見が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の影響により、しばらくは派遣求人を控える企業が増えてくることが予想される。
		人材派遣会社（社員）	・市民生活に影響が出るような施策等が見当たらない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・東京オリンピックに関連した建設系のバブルは終わったように感じる。当社や周辺企業には余り東京オリンピックに左右される要素がないので、特に変わらない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・業種によってまちまちである。慢性的な人手不足はあるだろうが、採用予算を増やす企業は限定的である（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・若年、中年層の人材不足がますます深刻になり、中高年層へも求人が広がっている。この傾向は顕著になる（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業を中心に大手企業は採用に慎重になっているが、中小企業の採用意欲はまだ継続している状況であり、現時点では判断が難しい（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・若干の落ち着き感はあるが、まだ企業の採用意欲は旺盛である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・法改正に伴うスタッフ給与の上昇により、求人数の減少が懸念される。派遣先である取引先についてはおおむね理解してもらっているが、請負に関しては今後の交渉ということもあり、不透明な状況である。少なからず、経営に与えるインパクトは発生すると予想している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・派遣先企業においてRPA化や業務の改廃などを進める動きも進んできており、同一労働同一賃金の流れとともに、厳しい環境が続くものと予想される（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・4月から本施行される同一労働同一賃金によるリストラの動きを見て、派遣労働者が様子見を始めたことで、労働者市場の動きが止まっている。通常の2月の動きが弱くなる分、一気に3月に動き始める（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・同一労働同一賃金への対応を見据えて、中小企業の派遣利用が鈍化する（東京都）。	
	人材派遣会社（営業担当）	・東京オリンピックまでに悪化するか、終わってから悪化するか、いずれにしても今年中に景気後退があり得ると予測される（東京都）。	
	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金の影響でコストががさみ、採用意欲が減少する可能性がある。	
	求人情報誌製作会社（営業）	・年が明けた1～2月は比較的求人が多い時期に当たるが、今年は例年に比べて景気が良いとはいえない。この状況がすぐに改善される見込みはなく、先行きの景気が良くなるとは思えない。	
	求人情報誌製作会社（所長）	・東京オリンピックが終わってから景気が悪くなる傾向が強い。	

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
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比でやや増加傾向にあるが、新規求人数は前年比で減少傾向にある。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (甲信越)		百貨店（売場担当）	・4月のリニューアルオープンに当たり、ブランドの編成等、いろいろと手を入れている。新しい客を囲い込むための準備もしているもので、4月以降、一時的には良くなっていく。ただ、長くは続かないのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・夏に向けて、人の出入りが多くなる。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・葬儀の相談に来た人は、その後何年かたってから依頼が来るケースはまれで、大概は数日から数週間後といった感じである。高齢者が多くなってきて、季節は余り関係なくなってきたようである。
		商店街（代表者）	・新学期の販売が2月から始まる。今のところは例年どおりの注文数が来ているので、今までよりは良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・春に向かって、今より少しは良くなるのではないかと期待も込めている。
		スーパー（経営者）	・2月は大きな仕事はないが、3月末には近くでコンサートがあるので、仕事が入る予定である。他にもまだ決定ではないが、2件、毎日、病院への弁当注文のオファーが来ている。12月末から1月末までの期間限定で、被災したりハビテーションセンターの病院食の野菜を納品している。朝早く用意をするのは大変だが、1回の納品が5千円～1万円の間なので、慣れてきたこともあり、できればずっと受注したい。
		コンビニ（経営者）	・春先になると、徐々に暖かくなり、来客数も増えてきて、売上が若干伸びる。
		乗用車販売店（経営者）	・サポカー補助金が、安全性能の高い新型車の販売を後押しすると期待されるため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・今年は降雪もなく暖冬で、春商戦が早まることが見込まれ、予約の獲得が始まってきている。
		高級レストラン（経営者）	・この先は歓送迎会の季節にもなるため、人の動きも顕著に良くなる見通しがある。現在よりは良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・3か月前は台風被害の影響が一番出ている11月だが、現状、変わらないかそれより悪いのではないかという感じさしている。小さな田舎町では同業者が次々と店を閉め始めている。これより悪くならない方向にもっていきたい。
		タクシー運転手	・2月からはタクシー料金が改定される。今まで迎車料金を設定していなかったが、1回200円をもらうようになるので、2月からはかなり期待したい。
		通信会社（社員）	・引っ越しシーズンを迎え、新規獲得が増える時期のため、やや良くなる。
		遊園地（職員）	・今後も各種イベントなどの集客施策の実施により、引き続き、多くの客の来場を期待する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・商材の季節感もなくなり、新生活関連商材も備付けの住居が多くなってきていて、動きが少ない。買換えの動きだけでは、先行きは厳しい。消費者の購買意欲が出てこない現状で、良くなる要素は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税による影響も3か月たって、薄まってきているので、これからも現状維持程度には推移していく。
		百貨店（店長）	・そもそも消費税増税前も景気が良かったわけではないので、低迷が続いている感じである。現状からみて、景気が上向くとは思えない。
	スーパー（経営者）	・暖冬少雪の影響が、米や野菜等の作付けにどう影響するか不安である。	
	コンビニ（エリア担当）	・悪くなることも予想されるが、東京オリンピックなど景気上昇となるイベントもあるので、現状維持と考える。	
	コンビニ（店長）	・軽減税率、キャッシュレスポイント還元などで、一時は良かったが、ピーク時間帯の、当店の得意分野の弁当などは、中食の税率の関係で、購入し持ち帰って車内で食べるという形になると、駐車場のキャパシティ以上の売上は望めない状況になってきている。今後はますますこの状況が強くなり、良くならない。今のペースが変わらないような気がする。	

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
		衣料品専門店（経営者）	・仕入、工賃、必要経費等、全てが上昇しているものの、販売価格は抑え気味で、利益が出ない。
		家電量販店（店長）	・暖冬の影響で、季節商材の販売不振に変わりが無い。
		一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済利用客は増えているものの、常連客の動きが悪い。
		スナック（経営者）	・本当は悪くなるような気もするが、これ以上悪くならないようにということでの回答である。先が全然読めない。東京オリンピックで騒いでいるのは都会だけだと思うが、何か良い案があれば教えてほしい。
		スナック（経営者）	・今年は年明けに、新年会の予約すらほとんど入らない状況で、企業も新年会をやらない傾向にあるようである。2～3か月先の新入社員歓迎会なども、大きな期待はできそうにないので、これからも厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・悪い状況から変わらない。全体的な停滞感は継続しており、これが突然回復傾向に転じる要素も見当たらない。先の予約状況も増加していないので、東京オリンピック近くまでは、同様の状況が続くのではないかとみている。
		通信会社（経営者）	・台風19号の被害の影響は、かなり少なくなったとはいえ、まだ処理の終わっていない事柄等も多く、放送や通信への関心は低い。
		住宅販売会社（経営者）	・貸地の地代延滞者が増加傾向にある。
		スーパー（経営者）	・消費マインドの上昇傾向はみられない。
		スーパー（副店長）	・今年は経験したことがないほどの暖冬で、本来掛かるはずの灯油代やガソリン代が節約できて、生活しやすく、スーパーの売上も5%程度、上振れしている。ただし、スキー場の観光収入や、工事業者の雪かきによる収入が大幅に減っているため、2～3か月先は少し落ち込むと予想する。
		スナック（経営者）	・11月くらいから、どんどん悪くなっている。消費税増税と台風19号による水害の影響だとみている。一時期、復興関連の人たちが来て、お金を落としてくれていたが、終わったように、このまま、ずるずると落ちていくような気がして、不安である。
		観光型旅館（経営者）	・今年の春節は、前年より海外からの予約が少ない。当館は香港からのインバウンドが多いが、香港情勢からもインバウンドの需要が下がるのではないかとみている。
		都市型ホテル（支配人）	・駅近くに2軒のチェーンホテルの建設が始まり、今後さらに客の取り合いと価格競争が増すとみている。
		旅行代理店（副支店長）	・台風19号の影響や貿易摩擦の長期化、さらに新型コロナウイルスにより、海外は元より、国内も今後の動向次第で旅行減少が懸念される。風評被害も発生するとみており、良くなる材料は少なく、経済にも影響を与えかねない。実際に、旅行見合せの商談が多くなってきている。
		観光名所（職員）	・暖冬が及ぼす地域経済への影響を懸念している。冬はある程度寒くなって降雪がないと、スキー場や関連施設は元より、寒い時期に仕込む地域の特産品が作れないなど、様々な業種に影響が及ぶ。
		ゴルフ場（経営者）	・第1期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の反動による冷え込みが心配である。
		その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者）	・新型コロナウイルス等で、外出を控える傾向になると厳しい状況となる。
		設計事務所（経営者）	・依頼数はやや減少してきており、落ち着いてきている。
	×	商店街（代表者）	・台風19号による被害、消費税増税、異常暖冬による雪不足、新型コロナウイルス感染騒ぎ、これほどのマイナス要因続きは想定外である。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・やはり新型コロナウイルスの影響は非常に大きい。海外からの客、特に中国の団体客がキャンセルとなっている影響で客足が非常に鈍るのではないかと予想する。
企業 動向 関連 (甲信越)		食料品製造業（総務担当）	・商品売価の低価格化や原材料の値上がり予想等、マイナス材料はあるものの、新製品投入等でてこ入れし、売上が良化する見込みである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品と、東京オリンピック関連商材の受注が見込まれるため、期待している。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・東京オリンピックも近づき、地方ではあるが、多少の恩恵があるのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・身の回りでも、受注が減少傾向にあると聞く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・3か月くらいの生産量は確保されているものの、その先の見通しが不透明になってきている。
		建設業（経営者）	・新年度に入っても受注状況は変わらないと思うが、物価上昇により、景気の元となる利益確保が難しい。
		金融業（調査担当）	・製造業は米中通商協議の第一段階の合意を好感し、先行きの景況感はやや改善する見通しである。非製造業はスキーシーズンに入り、雪不足のほか、新型コロナウイルスの拡大による観光面への影響が懸念される。
		食料品製造業（営業統括）	・いまだに消費税増税の影響から回復していない上、新型コロナウイルスが今後どうなるか全く見通しがつかないので、不安な状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注に大きな変化はないが、海外向け、特に中国向けが不透明な状況である。
		金融業（経営企画担当）	・新型コロナウイルスによる感染拡大が続いており、海外からの観光客が減少する。特に、ホテル事業などは当面厳しい状況が続く。
	x	食料品製造業（製造担当）	・暖冬の影響で、季節商材の食品が動かない。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
	x	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・地金の高騰が、金だけでなくプラチナにも及んでいるため、前年受注したカタログ商材はほとんど利益が出ない。国内バイヤーは新製品を提案しても、価格の高騰についていけないのが現状である。また、通常2月には、中国人バイヤーへの販売が期待できる3月の海外展示会用の商材作りに取り掛かるが、中国の新型コロナウイルスの影響や香港のデモが今後どうなるかに不安が残り、商品作りは控えざるを得ない。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・働き方改革による残業減もあり、収入が減るなかで購買意欲は湧かない。貯め込むどころか収入がないので、閉店を検討している企業も多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・人手不足ではあるものの、しばらく求人広告数は減少傾向が予想される。
		職業安定所（職員）	・当所管内の主要産業、特に、大企業は、受注案件が減少しているものの、3月までは確保しており、今年度はしのげるというコメントは多い。しかし、中小企業を中心に倒産が発生し、生産量も著しく減少しているとのことで、全体としてはマイナス基調が上回っている。
		職業安定所（職員）	・全体的に数字が落ちており、良い材料が見当たらない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・米中貿易摩擦の将来不安に加え、今回の新型コロナウイルス問題で、経済の停滞が容易に予測できるため、製造業は一層慎重な姿勢を明確にしている。	
	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 (東海)		商店街（代表者）	・東京オリンピックの開催年であることと5G導入により、景気は良くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・春に向かう季節のトレンドに加え、客単価は今月も伸長しており、飲料など苦戦しているカテゴリーも回復傾向に向かっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今の勢いには持続性がある。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・春までは引き続き年度末から新年度向けの受注増が見込まれる。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税増税の反動の緩和で、2月以降は戻ると見込んでいる。
		スーパー（販売担当）	・これまでノーチェックだった競合先対策を始める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（企画担当）	・気温の影響もあるかもしれないが、来客数は前年を超えている。春節の時期に新型コロナウイルスの発生で出入国に制限が掛かるのは若干マイナスになるが、マスクも高機能で少し高めの物にニーズがあり、恵方巻やバレンタインのチョコも少し良い物のニーズにシフトするのではないかと見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価を堅持することで、来客数の伸長により売上も好調に推移する。さらに、戦略カテゴリーである調理パンやベーカリーの新商品などを投入することで、春期に向かったのスタートダッシュを図る。
		乗用車販売店（営業担当）	・国のサポカー補助金が出るので、65歳以上の人の購買意欲が上がるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・決算月である3月に向かって、需要意欲は少し高まりそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・サポカー補助金の予算案により、3月から高齢者の車両購入に補助金が出る予定であり、一時的にはあるが、前年より販売台数は見込めると考える。
		乗用車販売店（営業担当）	・新商品の投入により来客数が増加傾向にある。長期にわたってくれることを期待したい。
		一般レストラン（従業員）	・行楽シーズンに入り、外出も増えると見込む。
		旅行代理店（経営者）	・東京オリンピックが近づいてくるので、少しは景気が良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・4月から新学期や新年度の計画がスタートすることにより、休みの計画も立てやすくなる。ゴールデンウィークの駆け込みも予想されるので、景気は良くなる。
		通信会社（営業担当）	・今後も東京オリンピック開催まで、当面は増加傾向が続くと見込む。
		通信会社（営業担当）	・年度末需要に期待したい。
		その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・災害復旧もほぼ完了し、線路整備等もローカル路線としては大きな予算が投入された結果、信頼できる交通として客には見直されつつある。
		美顔美容室（経営者）	・2月から新商品が出ることと新しいキャンペーンが始まるため、販売量が増加する。
		美容室（経営者）	・3～4月になると入学、結婚や行楽シーズンで忙しくなると見込まれる。
		美容室（経営者）	・今後新生活を迎える人が増えたり、異動等のイベントがあるため、客はそれなりに来店し、きれいにする人が増える。
		その他サービス[介護サービス]（職員）	・年度末に掛けて、特定福祉用具の需要の掘り起こし活動を実施していく。
		その他住宅[不動産賃貸及び売買]（営業）	・出足が遅かった分、2～3月には予定よりも客足が伸びる見込みである。実際、1月末頃から予定よりも客足が良くなっている。
		商店街（代表者）	・相変わらず客単価の伸びがみられない。必要な物以外は買わない傾向がずっと続いている。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス決済のお陰で客にはアプローチしやすいが、販売量そのものの増加は余り期待ができない。
		商店街（代表者）	・例年2月は売上が最も悪くなる時期であり、今年も例年同様に見込まれる。
		商店街（代表者）	・変わる要素がない。
		商店街（代表者）	・周りでは給与所得が全く増えていないと聞く。それどころか働き方改革によって所得が減ってしまっているという話も聞く。景気の上昇など全く考えられない。
		商店街（代表者）	・年度末に掛けて多少景気は改善するかもしれないが、今のところ動きはない。
		一般小売店[結納品]（経営者）	・今のところ景気が上向き要素がない。東京オリンピックが始まるまで待たなければならないのだろうか。
		一般小売店[生花]（経営者）	・この状況はしばらく続くと見込む。景気は決して良くない。
		一般小売店[果物]（店員）	・3か月ほどでは変わらない。

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
		百貨店（企画担当）	・消費増税から3か月経過したが、食料品は軽減税率の効果か前年を上回って推移しており、今後も好調を期待している。反面、衣料品、雑貨、高額商品は、増税の影響に加えて暖冬により前年を下回っている。衣料雑貨メーカーが製造量を絞る傾向との声も聞こえてきており、春以降の商材確保への影響を懸念している。直近の不安としては、新型コロナウイルスなどの影響で、インバウンド客が大幅に減少することが考えられる。
		百貨店（販売担当）	・ギフトシーズンに向けた新作の投入やイベントで集客は見込める。インバウンドについては、新型コロナウイルスの影響を受けると厳しくなる。
		百貨店（計画担当）	・特に富裕層を中心に購買意欲が向上しきつけない。比較的好調に推移しているインバウンド需要も、外的要因が厳しいため増加が期待できない。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの影響も不安材料である。影響がなければよいと懸念している。
		スーパー（店員）	・インフルエンザなどの流行の影響を受けて、外出を控え必要な分だけ買いそろえるといった様子が見受けられる。
		スーパー（販売担当）	・今のところ良くなる材料が全然見当たらないため、景気は変わらない。
		スーパー（ブロック長）	・今後も競合先のキャッシュレス還元対象店舗への対抗策として販促経費の増加が見込まれ、厳しい売上が続くと見込まれる。
		スーパー（商品開発担当）	・この3か月は売上、来客数共に変化がみられないことから、現状から余り変化はしないと見込まれる。来客数が回復する要因も見当たらず、変わらないかやや悪くなるのではないかと見込む。
		スーパー（支店長）	・新型コロナウイルスの影響は無視できず、外出を控えるため消費が落ち込むと見込まれるが、ともかく東京オリンピックまでは、上昇を期待したいところである。
		コンビニ（エリア担当）	・自社、他社や他業種を含む競合の状況は緩和しない。
		コンビニ（店長）	・外的条件は変わらないが、東京オリンピックの年であり、その影響がどのように出るか読めない状況である。景気はそこまで変わらない。
		コンビニ（店員）	・お花見シーズンに入るので来客数の回復に期待したい。
		コンビニ（商品開発担当）	・派遣切りに伴うマイナスの影響を受ける状況は変わらない。流れが変わるのはしばらく先と考える。
		衣料品専門店（売場担当）	・2～3か月後の春季労使交渉等で、世間全般においてベースアップ等があれば一定程度の景気回復はあると見込まれるが、政府が提示する指標ほど世の中の企業は利益を計上できていない。そうなると大幅な賃金上昇はなく、消費者の財布のひもは固いままとなり、景気回復は到底見込めないと考える。
		家電量販店（店員）	・東京オリンピックでテレビの販売が伸びるはずだが、下見の客も余りなく、盛り上がりには欠けているように見受けられる。
		乗用車販売店（経営者）	・中東情勢のガソリン価格への影響や新型コロナウイルスなど、人の動きを鈍らせる要素があるのでそれらの動向にもよるが、基本的には変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・スタッドレスタイヤへ交換していないので、夏タイヤへの交換作業もないと見込まれる。タイヤ買換えへのタイミングも見送られる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算時期に入って、新型車や特別仕様車の発売も予定されているが、どこまで効果があるか測り兼ねる状況である。燃費の良い車への買換えは1巡したので、今、客の関心が高い安全装置の付いたサボカーが鍵になると見込む。ただし、現状では明るい材料が余り見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・客からは交通事故防止への関心は多く寄せられており、これから年度末の決算期を迎えるに当たり市場の盛り up を期待したい。しかし、消費増税後は更に支払金額にシビアになっているように見受けられ、客の声にはなかなか厳しいものがある。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ最近で新型車が出尽くしたため、今後、新規客が増加する見込みがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（営業担当）	・東京オリンピックを間近に控え、建築現場全体が東京のみならず他の地区でも少し落ち着いてきている。ただし、目先の小規模リフォーム工事、改修工事等についてはこれからも多くなる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・米中貿易摩擦は一息ついたものの、新型コロナウイルス問題で景気に嫌気ムードである。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・消費税増税後に景気は落ち込んでいたが、回復したように見受けられる。全体的には更に良くなる材料がないため、この先の景気は変わらない。
		高級レストラン（経営企画）	・引き続き節約傾向にある。来店動機によっては一部で単価が上昇するが、他の単価下落や来客数の減少を吸収しきれないので、利用喚起のための販促を増やして維持していく。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・オリンピックイヤーの割には、良くなるとは思えない要素が多々ある。
		旅行代理店（経営者）	・東京オリンピック期間中は、客の動きは停止すると思われるので、オリンピック熱が上がれば上がるほど、旅行に対する動向は悪くなると見込む。
		タクシー運転手	・長い間街中は静かである。飲み屋街の経営者に聞いても良い話は聞かず、人が少ない、暇だという愚痴ばかりで明るい話は聞かない。
		タクシー運転手	・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・春の異動時期を迎え、契約は増えるものと見込まれるが、引越しに伴う解約も同様に増えるので、仕事量だけ増えて、中身は現状維持となる。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンの操作が簡単になり、固定電話の解約が増えている。今後も解約は増えるので、通信事業としてはトントンかもしれないが、景気自体は余り変化はないと見込む。
		通信会社（営業担当）	・周囲に限っては、対象客が年配層で固定回線が中心のため良くなるとは見込めない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・プラスマイナスどちらの要因も見当たらないが、新型コロナウイルスの影響が続き、外出を控える動きになることが懸念される。
		設計事務所（経営者）	・2～3か月後につながる計画案件が少ない。
		住宅販売会社（従業員）	・相変わらず業者不足の状況であるが、大きな変化はない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年度末に向けて企業の設備投資の引き合いが増えてきている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先を考えると、1月は年初で金を使うが、3月頃は、キャッシュレス決済の使用で金を使い切って、客の購買意欲も少し下がる。また、新型コロナウイルスもあって特に外国人客が減り、その影響によって売上が今よりは減少する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・米中の情勢、最近はやってきた新型コロナウイルスの状況等、不安定要素が多すぎるため、先行きは不安が多い。
		百貨店（売場主任）	・今月は10日過ぎから少し落ち着き、初売りで購入された商品の返品が出て売上が減少した。夕方になると、来客数は多いが販売員が少ないため、客が販売員をなかなか離してくれず接客時間が長くなり、売上にもつながりにくい。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの動向次第ではあるものの、外出を控える動きは少しずつ出てくるのではないかと想定され、報道や状況等に一喜一憂の場面が多くなる。消費マインドには冷え込みも感じられ、売上は厳しい状況になるものと考えられる。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスによる景況感の一層の悪化が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・中小の小売店や飲食店は、すぐに良くなるような見通しが立たない。
		スーパー（店長）	・今後肉の価格高騰は必至で、売価も必ず上げなくてはならない。
		スーパー（総務）	・暖冬の影響で衣料品の売上が落ち込み、3月までの売上の期待はないと判断する。
		スーパー（営業企画）	・新型コロナウイルスの終息にはまだ時間が掛かりそうで、東京オリンピック前の景況感も打ち消されそうである。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、物価高や経済の停滞が起きそうである。

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
		コンビニ（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響でマスクが通常以上に売れているが、今後外出を控える傾向が出てくると、悪くなる可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・今は影響ないが、弁当等の主力商品の販売数が減少しているため後々に響いてくる。セール品は売れるがそれ以外の商品の動きが悪いため、景気が下がることを懸念している。
		コンビニ（店長）	・先行き不透明感からか、節約モードに入っているように見受けられる。
		コンビニ（商品企画担当）	・今後も暖冬傾向が続くため、飲料を中心に冬物雑貨などの低迷が続くと見込む。
		コンビニ（本部管理担当）	・コンビニ業界に限らず小売業界や飲食業界は、出店に関しては飽和状態で事業拡大が難しい時代となっている。具体的なアイデアはないが、事業の方向性を変革すべきターニングポイントが到来しており、この難局を乗り越えるため先行きが不透明となり、景気に悪影響が出るのではないかと考える。
		家電量販店（店員）	・人口の減少や一時的には新型コロナウイルスも、販売減少に影響を及ぼすような状況になっていく。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税増税直後はプレミアム付商品券やキャッシュレス決済のポイント進呈等があり、ある程度の効果があったが、そのメッキも剥がれつつある。商品券も2月末で終了し、キャッシュレス決済も全ての決済にポイントが付くものではないことが認識され始めたため、6月までに駆け込みで消費する動きはないであろう。
		乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が広がり、消費全体に影響することを警戒している。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの問題が大きく、早く終息すれば良いが、春まで広がっていくとなると、数か月後の景気は落ち込む。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車に金を掛ける風潮が感じられず、現実的な車が販売の主流であり、プレミアムな車の問合せは少なく、景気は良くなるというよりはやや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、客が外出を控えないか気になっている。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる様子が見当たらない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税増税に対する抵抗感は想定より低かったものの、意外にも、米中の貿易協議や新型コロナウイルスといった出来事への不安を口にする消費者が増えている。
		観光型ホテル（支配人）	・今大問題となっている新型コロナウイルスの影響で、既に来月以降インバウンドで軒並みキャンセルが相次いでいる。これは宿泊だけでなく、各企業にも影響が出てくるものと見込まれる。ただでさえ来月以降の予約状況は前年同期比で10%ほど低くなっているため、全く先行きが見えない状況である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数及びインフルエンザの影響で、やや悪くなると考える。
		都市型ホテル（経営者）	・景気の状態が不安定である。
		タクシー運転手	・今月は中国や外国人の客が多かったが、新型コロナウイルスの影響で厳しい状態が見込まれる。経済的にも観光客は減少し、企業にもいろいろ問題が起こる。不安材料である新型コロナウイルスを解決しなければ、不安が一杯である。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスがいつ収まるか分からないので、当期期待できない。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の入場者の予約数は、前年同日比で今一つ苦戦している。段々と暖かくなるので予約数も増えるとみられるが、やや悪くなると見込む。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で客離れが起きている。
		美容室（経営者）	・当地は政令指定都市であるが、人口が減少し70万人を割ってしまっている。特に女性が減少しており、地方では過疎化が進んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピックが終わるまで低調が続くそうである。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・日常の外飲食の機会はますます減っていく。また、飲食店閉店の相談をこの先幾つも受けている。

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（経理担当）	・新型コロナウイルスの問題が、日中間にとどまらず全世界的な需要の後退をもたらすと考える。
	×	衣料品専門店（経営者）	・年齢層が高い客が大半なため、来店が鈍くなる。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・売上が減少しているなか、生産者側もかなり製品を絞っているため、悪くなっていくと見込む。
	×	一般レストラン（経営者）	・突然起こった新型コロナウイルス問題、英国のEU離脱問題、中東紛争など世界情勢にまつわる変動が激しく、経済にも重大な影響を及ぼす。経済面でも想像もできない状況が発生するかもしれない。東京オリンピックも無事に開催されるか分からない。
	×	観光型ホテル（経営者）	・景気が後退局面にあるなかで、さらに、新型コロナウイルスが広がっている。地方だけでなく旅客需要や団体旅客需要を中心とした人の移動は、ネガティブな情報が流れてくると、制約要件となる。当ホテルは中国人利用客は僅かなため直接の影響は軽微であるが、一般的に海外旅行、国内旅行の手控えが考えられ、景気は悪くなる。
	×	都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスや米中貿易の影響で、宿泊、宴会共に悪化が拡大すると見込まれる。その上株価の影響で個人客にも波及してくると、ホテル業界全体に影響する状況も考えられる。
	×	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの収束状況次第である。今の状態では、ホテル業には大打撃となる。
	×	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大で底が見えない状況になっている。メディアなどのあおりも影響大である。
	×	旅行代理店（経営者）	・通常なら年度末で様々な購買、旅行需要が起きる時期であるが、新型コロナウイルスの行方が当分分からないことや、航空会社の中国便中止や減便が今後どのくらい影響するのか予断を許さない。中国市場に大きく依存する自動車関連産業の多い当地においては、国産旅客機の6度目の納入延期など、立て続けに大きな影響を受けている。
	×	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が深刻化する兆しがある。ここ1週間で、アジア旅行の取消しから始まりバスの日帰り旅行までキャンセルを検討する団体が発生している。感染者としてバス乗務員というワードが先行しており、乗り物全体に飛び火するのは時間の問題である。
	×	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスが指定感染症に認定され、メディアでも連日大きく報道されており風評被害は拡大の一途である。海外旅行はここ数日中止が相次ぎ、国内旅行でも取消しが発生している。今後の旅行申込みも、ワクチンが発見され処方されるまでは落ち着きを取り戻せないと見込む。4月頃までは下降する一方と考える。
	×	理美容室（経営者）	・これからもっと景気が悪くなるのではないかと見込まれる。
	×	理容室（経営者）	・景気の悪い話は聞かない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・この先不動産業界全体が良くなる様子が見当たらない。悪くなる状況がまだ続く。
	×	住宅販売会社（従業員）	・地方には関係のない東京オリンピック関連の工事が終わると、建築業界が冷え込むという迷信的な風評で、住宅への投資が更に減るよう見込まれる。
企業 動向 関連 (東海)		電気機械器具製造業（経営者）	・3月に年度末決算を迎える客が多いことと、ゴールデンウィーク前の駆け込み需要がある程度期待できるため、少しは景気が良くなる。
		建設業（営業担当）	・12月と同様、3月末決算で予算的にどの企業や自治体でも発生する作業等の発注が、例年どおりに実行されることがある程度明確になっている。
		輸送業（エリア担当）	・日米貿易が好転することを期待する。
		通信業（総務担当）	・直近は、決算期で各企業とも数字作りに奔走するだろうし、年度が替わると東京オリンピック開催が間近に感じられて皆の気持ちが上に向く。実際にいろいろ買いそろえて消費が増えると思込む。
		不動産業（経営者）	・今後は例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の売上は良い状態となり前年同期100%以上で推移するとみている。
		行政書士	・東京オリンピックを前にして、貨物の動きが良くなる。

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
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・景気の波は長く続いているが、早ければゴールデンウィーク明けには下降の局面となってくる。そのために自社としては新製品の開発を急ぐ必要がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気も良いとはいえないが、今後良くなる情報もないため2～3か月先も景気は変わらない。
		化学工業（営業担当）	・数か月前までは、5Gに関わる半導体向け需要が良くなる見込みであったが、実際は遅くなる見込みである。
		金属製品製造業（従業員）	・能力を超えるほどの忙しい状況が続くと見込むが、東京オリンピック需要の反動が急に出るとの見方と、それほどでもないという見方が交錯している。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米向け自動車用設備投資は、引き合い数は増えてきたがまだ需要が回復しているとはいえず、なかなか受注には結び付かない。また、新型コロナウイルス騒動で中国の多くの企業が操業を停止しており、どのような影響があるか不透明である。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量は現状での推移が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良くなる要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年度末を迎えるに当たり、新規案件の相談や発注等が全くない状態にある。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・ドルと円の相場は安定しており、今のまま推移するのではないかと見込むが、新型コロナウイルスの影響で購買意欲が下がり、中国向け輸出が少し減少するのではないかと懸念する。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・急激な値上げは期待できず、企業の利益も不振が続く。
		建設業（役員）	・大手自動車メーカー系企業のマインドは、中国情勢を踏まえて下がっている。来場者数も少ない。
		輸送業（従業員）	・この半年間は、荷量が減ってから横ばい状態が続いている。
		通信業（法人営業担当）	・景気対策の特効薬は、いかに消費マインドがアップするかに懸かっている。
		金融業（企画担当）	・個人投資家の心理は明るくなっているが、含み益を実現させるほどではなく、また、個人投資家以外の個人は給与が上がっている実感がないことから、大きく消費に向かっているとはいえない。
		広告代理店（制作担当）	・年度末から新年度に向けての新規案件等は、企業側の予算等の関係でなかなか具体的に決まっていこない。
		会計事務所（職員）	・変化をもたらす要因が見当たらない。現状維持でいくのではないかと見込む。
		会計事務所（職員）	・売上の減少に伴いボーナスをカットするなど、人件費を削減する企業もみられ、可処分所得の減少した消費者の節約志向は、まだまだ続く見込まれる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費マインドは低調で、今後は新型コロナウイルスの広がりも懸念され、先行きは極めて不芳と見込まれる。
		化学工業（総務秘書）	・東京オリンピックまでは景気の下降はないものとみていたが、新型コロナウイルスで中国の経済活動への影響が長引けば、景気が減退することは避けられない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・粘土類の品質が落ちていることに加えて、3月頃には更なる値上げの情報が入っているが、製品価格に転嫁することは困難で利益が圧迫される。
		鉄鋼業（経営者）	・直近の見積りなども低調で、特に自動車業界の設備投資がこの下期は止まっているので、今年度は回復の見込みも立たない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、大きな調整局面に入っていると考えている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・中国での新型コロナウイルスの影響が拡大すると、中国国内のみならず生産と消費の両面で景気にブレーキが掛かるおそれがある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・今のところ好転する材料がない。
		輸送業（経営者）	・生活必需品に変化がないとしても、機械部品などの物量の低迷や人手不足は改善しない。新型コロナウイルスによる国内外の生産活動への影響が懸念される。
		通信業（法人営業担当）	・仕事をする人、1人1人のモチベーションが、環境不安で下がっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（従業員）	・今まで景気が良い状況にあったため、今後は悪くなる予想をする人が多い。東京オリンピックに向けているいる業種が盛り上げて、景気が良くなってきたが、ここに来てその勢いが止まった印象を受ける。
		不動産業（経営者）	・取引案件は幾らかあるものの、利回りが低い物件が多くみられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者と折込広告が減少している。
		公認会計士	・中小企業の業績悪化と経営意欲の低下への即効的な施策が見当たらない。東京オリンピック後を見据えた、慎重な企業行動が増加すると考えられる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・大型案件の候補が見当たらない。外部調達要員のリリースが始まりそうな雰囲気である。
	×	食料品製造業（営業担当）	・受注量が減少傾向にある。回復の要因がない。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国に生産工場を持つので、新型コロナウイルスへの対応がどうなるか非常に気になる。操業の停止期間や部品供給の動向によっては、今後の業績に大きな影響が出ると予測する。
	×	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルスによる観光客の減少や暖冬に伴う売上の減少、人件費や外注費を含む間接コストの削減などが、ますます家計を圧迫する可能性がある。一部の企業では業績好調となるが、全体的には縮小傾向にある。東京オリンピックに伴う建設バブルも一段落し、これといった景気を引き上げるイベントや事業が期待できない。
×	輸送業（エリア担当）	・これから東京オリンピックに向けて世論的には盛り上がってくる時期であるが、訪日外国人旅行者も含めて飲食店、観光施設やレジャー関係が盛り上がるだけで、基幹産業である製造業等は盛り上がらない。限られた産業だけの景気回復だけで日本全体が盛り上がるものではなく、景気は今のままである。	
雇用 関連 (東海)		-	-
		民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3月は転職市況が活発になる時期でもあり、4月の入社に向けて決定者数が伸びると見込む。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・2月末に行われる学内就職説明会への参加希望企業数は前年以上であり、前年以上の採用意欲を感じる。
		人材派遣会社（企画統括）	・年度内は大きく変わる材料が見当たらず、4月以降の派遣の活用動向が不透明である。
		人材派遣会社（営業担当）	・東京オリンピックを前に経済が停滞しているムードの中で、前向きな材料が見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・求人募集においては、メーカー及び1次、2次下請によって募集継続中のところもあれば、募集停止のところもある。今後の生産体制に応じて変動が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業の採用数の動向には変化がない。
		職業安定所（所長）	・企業からは人手不足の声を聞く一方で、事業主都合の離職者が少し増加傾向となっている。
		職業安定所（職員）	・12月は前月と比較して、いわゆる就職氷河期世代を含む全ての年代で求職者が減少している。例年、年末は求職者が減少する傾向にあるが、1月以降も大きな動きがあるようには見受けられない。
		職業安定所（次長）	・企業の採用意欲は高いが、求職者は減少しておりマッチングが進んでいない。また、中小零細企業からは、先の見通しが不透明で不安を感じているとの声を聞く。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・現状も求人数は多いが、ここから更に多くなる時期に向かっていく。ただし、派遣の形態での就労希望者のスキル・年齢には偏りがあり、マッチングが難しいケースが多い。雇用形態を重視する若年層が多い。
		人材派遣会社（経営企画）	・新型コロナウイルスの経済活動への影響を懸念する。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良すぎたのでやや悪くなる。予約状況も例年を下回っている。
		人材派遣会社（営業担当）	・主要客である自動車メーカーからは、12月時点の情報よりは削減幅が少なくなったが、4月から予算5%削減を達達されており、今月よりも景気は悪くなっていく。
	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金に向け、各社が人件費を抑制するため、採用に対して慎重な傾向が強まっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（次長）	・求人数は減少傾向が続いている。好転するような要因が見当たらない。
		職業安定所（次長）	・求人・求職状況において改善が見込める要因及び根拠がない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・大手メーカーの中途採用人数は減少してきている。
	×	人材派遣業（営業担当）	・東京オリンピック前で活気付くはずだが、新型コロナウイルスによる訪日外国人の減少により、景気は悪化すると想定される。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米中貿易摩擦は好転する兆しがなく、新型コロナウイルスの影響もこれから深刻化すると見込む。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)		-	-
		衣料品専門店（店舗運営）	・過去数年の動きをみると、3～4月のオケージョン需要は安定している。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックの影響で、テレビや録画機の販売実績が増えてくると見込んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	・大きなイベントが続くため、新規の集客に期待している。
		通信会社（職員）	・業種柄、例年の年度末の入学や卒業、新生活に伴う人の動きによる販売増に期待している。
		通信会社（役員）	・2～3か月後は、例年商戦期を迎える。東京オリンピック関連で4Kテレビの販売増も見込め、それに伴い放送や通信の契約数増が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・北陸新幹線開業効果はまだ続いており、東京オリンピックも近くなるため、客の動きに活気が出るとみている。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げの影響は落ち着いてきたようだが、良くなる要素は少ない。在庫処理の問題も影響するとみられ、低空飛行が続くそうである。
		商店街（代表者）	・春節が始まり外国人観光客が増えたものの、今後新型コロナウイルスによる来客数減が見込まれる。少しずつではあるが、高額品が動き始めたようである。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・雪が降らないため、鍋物類のすき焼きやしゃぶしゃぶ用の商材の動きが大変悪い。それに伴いギフトの売行きも余り良くない状況で、多少売上に響いている。冬の時期が終われば徐々に元に戻ってくるとみているが、このまま雪が降らないと、こうした状況が続くと考える。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・官公庁の年度末、民間企業の決算時期なので需要が見込まれるが、例年よりも見込みが少なくシビアである。
		百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くか不透明である。特にものづくりをしている中国の工場の操業停止が長期化した場合、材料や製品が不足し、今後の春夏商材の供給に悪影響が出ないか不安である。
		スーパー（店舗管理）	・良くなる要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・季節商材の売行きが変わらない。
		コンビニ（店舗管理）	・良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては全く回復の見通しが立たない。中国の新型コロナウイルスの影響も大変心配である。
		家電量販店（店長）	・暖冬によって季節商材の動きが悪く、それに伴い来客数と販売量が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・今月の販売状況は2～3か月前と比べると良いが、前年と比べると3割減の状況なので余り変わらないと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・暖冬により春商戦は早まる予想だが、新車販売の受注件数は回復していない。ガソリンが高値安定傾向で、業界としては明るい兆しがみえない。
		住関連専門店（役員）	・積雪がない分、来客数の減少はないが、消費税の引上げ後カバーするまでには至っていない。3月には需要期を迎えるが、回復していくとはみえない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・希望的観測で変わらないとする。現在、新型コロナウイルスの影響で、人の動きなどが制限されている。この先暑くなるまでは収束しないとみられていることから、景気が悪くなりそうな雰囲気が漂っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・競合環境の変化により一概にはいえないが、これまでの全体のトレンドのとおり、衣料品が苦戦し、その部分を飲食やシネマ、アミューズメントといった非物販業種がカバーするという流れが継続すると考える。
		スナック(経営者)	・新型コロナウイルスやインフルエンザが広がれば先が読めず、その影響を懸念している。
		観光型旅館(経営者)	・先々の予約状況も厳しい状況が続いている。今のところ売上を伸ばす要因が見当たらない。
		観光型旅館(スタッフ)	・この先4か月の予約保有率は前年比で92~99%を確保している。間際での受注も確保しないと、この先も厳しい状況が続くと考える。
		タクシー運転手	・暖冬の影響で、前年からみると寒い日が少なく足元も良いため、タクシーの利用客は余り期待できない。
		通信会社(営業担当)	・販売数や客の動きをみても大きな変化を感じることがなく、前年と比べても同じような推移である。
		通信会社(役員)	・数か月続いた新規契約件数の増加傾向に頭打ち感が出ており、今後の大きな伸びは期待できない。
		通信会社(店舗統括)	・学生の契約シーズンに入ってくるが、今のところ問合せは少ない。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕(総支配人)	・この先も暖冬が続くとのことだが、新規獲得ができる雰囲気ではない。
		商店街(代表者)	・消費税の引上げの影響がじわじわと出てきている。キャッシュレスのポイント還元もさほどの刺激にはなっておらず、先々が恐ろしい。
		一般小売店〔書籍〕(従業員)	・更にいろいろな商材の値上がり控えており、厳しい状況が続くそうである。
		百貨店(販売促進担当)	・冬物が不振のため、春物の販売を早めるなど、衣料品を中心に季節を前倒ししている。そのため企画内容や在庫量不足への懸念があり、後半は厳しくなる。新型コロナウイルスの動向も、客足への影響がないか不安材料である。
		百貨店(販売担当)	・暖冬のため、春を超えて夏までは苦戦傾向とみている。新生活の必需品需要の変化は少ないと考えるが、消費税の引上げ以降、客には質より低価格の志向がみられるため、上質な商品や複数での購入が減り、売上拡大につながりにくい。トレンドの変化から、高価格のスーツが低価格の化繊スーツに、革靴が安価なスニーカーに変化しているのも要因である。唯一のトラベル需要を期待していたが、昨今の新型コロナウイルスの影響で、海外旅行を敬遠し、安近短の旅行にシフトするシニア層が増加している。衣料やバッグなどの新調にもつながりにくく、購入減になるとみている。
		スーパー(店長)	・自社はキャッシュレスのポイント還元対象ではなく、少なくとも6月30日まで状況が好転する要素がない。また、競合他社も数値状況は悪い様子である。
		高級レストラン(スタッフ)	・暖冬の影響で花見シーズンが早まり、春休みと重なると来客数の減少が見込まれる。
		一般レストラン(店長)	・新型コロナウイルスの影響がどの程度になるか分からず、不安である。外国人だけでなく、日本人も雰囲気が悪くなるのが怖い。
		一般レストラン(統括)	・新型コロナウイルスの問題が大きな要因である。まだ沈静化する時期がみえない状況だが、SARSのときのよう沈静化に半年ほど掛かると、客の活発な行動が控えられ、消費も抑えられると考える。また、中国人を始め、インバウンドも減るとみている。消費全体が減少し、景気は下がると考える。
		都市型ホテル(役員)	・宿泊部門は香港や台湾が中心のため、インバウンドのキャンセルなどの影響は今のところないが、新型コロナウイルスの影響が懸念される。4月中旬の山岳観光ルートの開通までに終息することを期待している。レストラン部門はクリスマスケーキやおせち料理など販路拡大があり伸長しているが、定休日の影響で回復基調にはない。宴会部門は例年同様だが、大型案件が若干弱い。全館での景気動向はやや悪いと考える。
		旅行代理店(所長)	・中国の新型コロナウイルスによる出控えにより、ますます旅行需要が冷え込む懸念がある。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は、金曜日、土曜日でも客足が少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（役員）	・今後2～3か月先の予約状況をみた場合、前年同期比では予約人数がやや悪くなっている。また、現在ニュース等で報道されている新型コロナウイルスの影響も懸念している。
		パチンコ店（経理）	・遊技台の規制により、射幸性の高い機種が外されるため、客の減少が見込まれる。
		競輪場（職員）	・車券の売上が伸びる時期だが、今年は伸びが鈍い。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの日本での感染が非常に心配である。これ以上患者が増えると、消費に影響が出てくる。
		住宅販売会社（営業）	・回復要素が見当たらない。
	x	コンビニ（店長）	・今までは幾ら景気が悪かったとはいえ、1年間全ての月で前年を割ることはなかった。今月以上に割り幅が大きいこともあったが、最近は前年を上回る気配がない。安定して前年を割っているようで、このまましばらくは売上の前年比を割り続けるのではないかと危惧している。前年売上の割り幅が大きければ、翌年は大きく割った分で前年をクリアできるが、3%程度安定して割り続けていることに焦りを覚える。
x	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスによるキャンセルや、旅行そのものを見合わせようという動きが出れば、更に厳しい。	
x	住宅販売会社（従業員）	・企業の設備投資や店舗の新規開店などの需要はあるが、個人住宅の需要は厳しい。また、同業者との競争も激しくなっている。	
企業 動向 関連		-	-
(北陸)		一般機械器具製造業（経理担当）	・輸出向けは、北米、アジアを中心に厳しい受注状況である。国内においては産業用関連の新規投資は多くないものの、補修用部品については堅調に推移している。
		食料品製造業（経営企画）	・相変わらず低空飛行が続くそうだが、直近では新型コロナウイルスの問題が少なからず影響すると考える。ただし、自社にとってプラスかマイナスかは予想し難い。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦や中東など海外情勢の不透明感、運送コストの上昇もあり、当面厳しい状況が続くものと考え。
		通信業（営業）	・見込み案件数からみて、今のところ減少傾向に転じることはないと思うが、若干増加することを期待する程度で、飽くまで現状維持の範囲とみる。
		金融業（融資担当）	・機械関連を中心にメーカーの足元の受注環境は厳しいが、今がボトムで春先から回復する兆しがあるとの報告もあり、一進一退を続ける可能性が高い。小売やサービス業は、スキー場等を除けば、好天候の恩恵を受ける可能性が高い。
		不動産業（経営者）	・客からの問合せが少なく、法人関係の問合せもかなり少なくなってきたと、同業者から話を聞く。
		司法書士	・相続はしたが処分困っている不動産があるという話が多い一方、法人がまとまった土地を探しているという話もある。
		繊維工業（経営者）	・国内の受注は非常に厳しくなりつつある。国内が悪い場合は海外が支えていたが、最近は海外も輸出が非常に悪くなっている。世界的に余り良くない状況が重なっているのではないかと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内は半導体製造装置向けの受注が期待できるが、英国のEU離脱問題、米国とイランの緊張、新型コロナウイルスなど、市場にマイナスの影響が出て、設備投資はストップすると考える。
		精密機械器具製造業（役員）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くかが心配である。中国工場の稼働率の問題や、国内でのインバウンド需要への影響が出始めている。
		建設業（役員）	・先行きに不透明感があり、不安定な要素がある。
		税理士（所長）	・暖冬のため雪不足で、1月の観光サービス業は、例年からいえばほぼ全減である。この後も暖冬が続くとみられ、販売業やサービス業は非常に厳しいのではないかと考える。好調であった製造業や建設業も、3月以降、特に4月以降の見通しが全く立っていないのが現状である。多くの経営者が不安を口にしている現状から、見通しは厳しいとみている。
x		建設業（経営者）	・手持ち工事がなく、2月は暇である。さらに、今後の発注も見込めないことから、悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	金融業（融資担当）	・地元の大手小売業の競争激化による業績悪化のため、商品納入先への値下げ要請が強まっている。そのため納入業者の業況悪化が見込まれる。また、調査会社の調査員への接触回数が増加している。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・1月の前年同月比の売上の減収率が前月を大きく上回っている。回復の兆しが全くみえない状況である。
雇用 関連 (北陸)		人材派遣会社（社員）	・働き方改革や同一労働同一賃金等の法改正により、派遣を始めとする労働者の待遇が改善する。それを見込んで職を求める人が順調に伸び、マッチングにつながっている。賃金の向上によって消費意欲も高まり、好転するのではないかとみている。
		人材派遣会社（役員）	・人手不足の状況に変わりはない。需要件数も増加していない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京オリンピックなどのインバウンドも首都圏のみで一過性のものにすぎない。景気の回復には貢献しないとみている。就労人口の減少は消費の減少とイコールで、景気の下振れがますます進む。
		職業安定所（職員）	・製造業では先行きの不透明さから採用を控える傾向の事業所があるものの、高齢化や就職氷河期世代の労働力不足、将来を見据えての人手不足を訴える事業所も多々あり、今後は緩やかな減少傾向になると考える。また、最近窓口では営業職について相談に来る事業所が増えており、将来に向けての人材確保ではないかと考える。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変わる要素が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・全体的に良い業種がない印象を受ける。商品が売れている話を余り聞かない。
		職業安定所（職員）	・韓国や中国からの観光客が減少した影響等により、製造業だけでなく宿泊や飲食関係の求人数も減少傾向がみられる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・客との話で、東京オリンピック開催時の景気がピークで、その後は次第に下降し、雇用も減るのではないかという見方をする人が多い。
		×	-

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）	・進学や就職による、新生活関連の需要が高まってくる。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなり、人の動きが活発になってくれば、贈答品の動きも良くなる。
		百貨店（外商担当）	・春に新ブランドが数社導入され、売上の増加が見込まれるほか、東京オリンピックが近くなり、全体的に消費マインドが高まると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・米中貿易摩擦の緩和などで、株価が高値を維持しているほか、消費税増税の影響が薄れ、美術品や宝飾品、時計などの高額品が動きつつあるため、富裕層の購買が復活してくる。
		スーパー（企画担当）	・暖冬で、季節商材の販売量が特に悪い状況であるが、飲料やパスタ関連の伸びは大きい。今後は、真冬～春に向けての売場の変更が重要で、商品を的確に売り切り、過剰なロスの削減が求められる。また、キャッシュレス決済のポイント還元事業や、独自ポイントの付与、キャッシュバック、QRコード決済などのキャンペーンも行っていく。
		コンビニ（経営者）	・もともと好調であった食品類は、キャッシュレス決済によるポイント還元の期間中は好調が続くと予想され、客単価も高水準を維持できそうである。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染が終息し、旅行客が戻ってくる。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスに関しての不安もあるが、東京オリンピック景気に期待している。
		家電量販店（店員）	・季節商材は売れないが、今よりも引越需要が増えるため、来客数は増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・2月は気温も下がり、3月に向けて引っ越しも増えるため、景気はやや上向きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・東京オリンピックに向けて、全ての個人消費が伸びると期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界では、3の倍数月は繁忙月であるため、今よりも景気は良くなると予想される。ただし、消費税増税の影響は拭いきれないため、楽観視はできない。
		高級レストラン（スタッフ）	・春先になると、異動や転勤などがあり、団体客の貸切りでの利用も出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・現在の混乱が落ち着いてくれば、花見関連での客の動きや、消費税増税の影響の終息、歓送迎会の増加、東京オリンピックの開催に向けた動きなどで、景気は例年よりも上向くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響がやはり大きく、宿泊需要がかなり減っている。ただし、状況が落ち着けば、回復も見込めると予想している。一方、国内の宴会は、例年の開催分のほか、東京オリンピック、パラリンピックに絡んだ宴席の受注も見込めるため、増収を期待している。
		その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・アロママッサージでは服を脱ぐため、寒い時期は来客数が少なく、暖かい時期になると来客数が増える傾向にある。
		その他住宅[住宅設備]（営業担当）	・休み気分がなくなり、通常の業務形態に戻ってきた。年度末に向けて仕事量も増加する関係で、景気は上向きとなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が続いており、状況が変わりそうな材料がない。
		一般小売店[衣服]（経営者）	・高額商品を中心とした冬物衣料は苦戦したまま、今期は終了しそうである。ただし、まだ一部であるが、明るい色の春物商材への反応が例年以上に早いため、春の訪れに期待している。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・新しい取引先は増えておらず、受注予約もない。
		一般小売店[菓子]（経営企画担当）	・今年10～12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89.9%で、関東は106.1%、中部は82.1%で、中国は84.6%となり、各地区合計の平均は90.4%となっている。前年のプロ野球チームの優勝特需による反動に加え、ギフト商戦の不振、消費税増税による落ち込みなどが重なり、全体的に非常に苦戦している。
		一般小売店[野菜]（店長）	・東京オリンピックの開催が近づくと、新型コロナウイルスの影響も含めて、景気は下向きとなる。東京など、オリンピックに関連する地域は8月頃までにぎわうが、それが終わった後はかなり酷くなる。
		百貨店（売場主任）	・東京オリンピック特需がスタートすることで、景況感が高まると予想される。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の優良客による、海外の高級ブランドの宝飾品や、美術品の買上は今までどおり、徐々に増えそうである。ただし、一部の客に限られ、全体的な買上客は減ることが予想される。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染がピークを過ぎなければ、外出を控える動きが続く。春物商戦が本格的に動き出さず、消費はかなり鈍ることが予想される。
		百貨店（販促担当）	・春に向けて東京オリンピックも近づき、高揚感が高まるものの、百貨店では具体的な受け皿が少なく、大きな商機は見いだせない。暖冬の影響で冬物の動きが鈍かった分、春物の展開を早期に立ち上げ、購買意欲を喚起していく。
		百貨店（商品担当）	・秋の大統領選挙に向けた米国の動向が注目されるなか、中東や北朝鮮との緊張状態は余談を許さない状況である。景気の維持は選挙戦には必須であるため、深刻な状態とはならないと予想されるものの、今後が注目される。一方、消費税増税による国内での消費マインドの減退は、将来への不安も影響し、少し長引きそうである。
		スーパー（店長）	・天候が相変わらず不安定な上に、新型コロナウイルスの感染が広がっている。一部の商品には特需が発生するが、客の動きは読みにくく、大きな景気の上昇は期待しにくい。
		スーパー（店長）	・客の間には価格にシビアな反応がみられ、今後も継続すると予想される。
		スーパー（店員）	・今後も暖冬が続く、野菜価格も安い状態が続けば、状況は変わらない。

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（企画担当）	・消費税増税による影響が落ち着くことで、今のような状態が続くと予想される。
		スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの減少が予想されるが、食品スーパーに大きな影響はない。ただし、国内での感染が広がると、社会全体で不安感が増し、売上にも悪影響が出る。
		スーパー（販売促進担当）	・景気の上向き要素がない。東京オリンピックのある7～8月は上向きかもしれないが、それ以降はまた落ち込む。
		スーパー（社員）	・各社とも、キャンペーンなどで客の消費意欲を掘り起こし、全体としては消費の堅調な動きが続いている。ただし、個々の店では競合店が増えていることもあり、好不調が分かれている。
		コンビニ（経営者）	・もっと景気が良くなってほしい。
		コンビニ（経営者）	・最近の傾向としては、天候によって来客数が前年比で3～5%減少するが、それ以外の日で落ち込みをカバーできない。
		コンビニ（店長）	・今のところは、2～3か月で急に変化するような要素は見当たらない。その先は、閉店中の近隣のスーパーがオープンする可能性もあり、状況は変わりそうである。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・セールでは、冬物のコートやマフラーなどの売上が減少している。
		家電量販店（店員）	・必要な物は購買につながる。ただし、販売価格の低下は避けられないので、あらゆる情報をユーザーに提供することが、固定客づくりにつながると信じて対応していく。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は入ってくるが、新車の売行きは悪い。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・東京オリンピックの年であり、今後3か月間はそれに向けて人や物が動き、外国から日本に来る人も増えるため、少しは景気も上向きになる。ただし、新型コロナウイルスだけが心配である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・大きくは変わらないが、大阪の観光業を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大で外食などにも影響が出る可能性がある。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新型コロナウイルスに翻弄されているものの、商品が入れば完売状態となるため、一時的ではあるが売上は伸びる。ただし、緊急事態での動きのため、本来の景気回復には程遠く、実際に商業施設に入っている業者は相次いで撤退し、来客数もかなり減っている。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大やイランの核問題など、いつもと同じく不安要素が多いが、景気が大幅に後退することはない。
		一般レストラン（企画）	・ファーストフードに比べて、ファミリーレストランや居酒屋は苦戦している。特にプラス要因は見当たらないため、今後も厳しい状況が続くと予想される。さらに、今回の新型コロナウイルスの感染拡大による影響も心配である。
		一般レストラン（店員）	・正月や節分のイベントの予約が、前年に比べてかなり減っているため、2～3か月後のイベントがない時期に、良くなると思えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、競合ホテルの出店攻勢により、改善が見込めない。宴会は、先行き不透明ながら、先行予約に関しては前年を上回っている。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響がどの程度出たのか、まだ未知数である。
		旅行代理店（役員）	・暖冬の影響で、季節を先取りした動きが進むと予想される。
		旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの今後の感染状況などに左右される部分が多いが、そう簡単には終息しないように感じる。
		遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響は明確にみられないが、今後も不安材料となる。先行きは不透明なため、楽観視はできない。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大やインバウンドの減少など、懸念材料が多い。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦が予定されているほか、人気グループなどのコンサートも開催されるため、多数の来場者を見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響はこれから本格化すると予想され、その影響からは逃れられない。
		住宅販売会社 (総務担当)	・消費税増税以降、着実に市場が冷え込んでいるように感じる。購入の必要性のある人だけが、受注につながっている。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・新築マンション市場は縮小し、新築の戸建て市場は拡大するという構図の下、分譲市場全体では横ばいの見通しである。一方、消費税増税の影響は限定的となっている。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染がどのように落ち着くのが、大きなポイントとなる。ただし、終息してもしなくても、今冬の奇妙な暖かさに、漠然とした不安感を持つ客が多い。特に、年配の客は今までの経験から、不安にも実感がこもっている。政府がお金を使えば景気が上がるといわれていたが、その裏側に今の現実があると感じる。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・来月は節分であるが、どちらかといえば、新型コロナウイルスの及ぼす影響がどの程度で収まるのかが問題になりそうである。仮に国内での感染が増えたと、観光面にも影響が出てくる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・暖冬と消費税増税の影響か、販売量が減っている。数か月後は春物衣料の販売時期となるが、本来は動きのある今の時期に販売量が落ちていることを考えると、数か月先の売上は期待できない。景気が上向ききっかけも見当たらないことから、この先の景気が良くなるとはとても思えない。
		一般小売店 [呉服] (店員)	・例年であれば、振袖目当ての来店が増える時期であるが、今年はほとんどない。親が着ていた着物を使うか、レンタルする傾向にあるようで、景気が悪い。
		百貨店 (売場主任)	・アパレル各社の売上は前年以上に厳しくなり、生産の抑制や、店舗の選択と集中、インターネットによる直接販売の強化がますます進む。そうなれば、都心店と郊外店の差は更に拡大し、地方店の疲弊は限界に近づく。現状は売上が回復する要素に欠け、更に厳しくなると予想される。
		百貨店 (販売推進担当)	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかによって、インバウンドだけでなく、国内客の来店も大きく左右される。為替相場や株価の変化よりもはるかにインパクトが大きく、早期に解消されなければ、販促策なども打ちにくい。
		百貨店 (営業推進担当)	・現段階では不明であるが、新型コロナウイルスの感染拡大による中国政府の対応で、訪日客による免税売上は減少する。また、国内の中間層の消費については、いまだに消費税増税の影響を引きずる傾向があり、春先までは大きな変化はないと予想している。
		百貨店 (サービス担当)	・今月末の新型コロナウイルスによる観光客の減少について、今後どうなるのかは不透明であるが、状況としては変わらず、新しいショップの展開に期待している。
		百貨店 (宣伝担当)	・ファッション商材の売行きについては、低額商品と高級ブランドといった高額商材の二極化が一層顕著である。百貨店全体では前年の売上を何とか維持しているものの、テナントを除く自主運営売場ではマイナスが続いている。新型コロナウイルスの影響でインバウンドの伸びも見込めず、現状は期待材料が見当たらない。
		百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染拡大による旅行客の減少や、国内客の消費マインドの悪化による影響が出るため、全体的に厳しい状況となる。
		百貨店 (マネージャー)	・景気の良くなる要素が少ない。ボーナスに関しても、支給額の減っている業種が多い。
		百貨店 (服飾品担当)	・ラグジュアリー商材は新作が投入される時期であり、こちらの動きは依然として悪くないものの、今後も新型コロナウイルスの影響が続く。客、販売スタッフ共に、マスクを着けて来店、接客する状況で、消費意欲は減退したままとなるため、回復には時間が掛かる。また、海外の取引先からのアジアに対する不安は予想以上で、改装投資や設備投資に関しては慎重な判断となり、しばらくは様子見の状態となる。
		百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの問題などで、好調であったインバウンドも大きく減少する。また、消費税増税後は特に地方経済が低迷している。少子高齢化や若年層の百貨店離れのほか、取引先の経営悪化といった構造的要因も大きく、今後は更なる悪化が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、世界に不安が広がっている。また、東京オリンピックを目前に控え、需要の東京一極集中が進むと予想される。
		スーパー（経営者）	・当地は寒い地域で、冬はスキーなどの観光が中心であるため、暖冬が大きく影響している。関連する企業の社員は収入が減り、消費が落ち込んでいる。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染による影響が長引き、近隣に多い輸出関連企業の業績が悪化すれば、昇給やボーナスへの影響のほか、パートタイマーの時短などにつながり、食材を含めた支出の引締めムードが広がる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息するかにより、個人消費が大きく下振れする可能性がある。
		スーパー（店員）	・特に大きなイベントもなく、落ちた売上を取り戻すのは難しい。
		スーパー（管理担当）	・中東情勢の不安定化による、原油などの原材料価格の高騰に加え、暖冬による販売不振や、新型コロナウイルスによる影響が追い打ちとなる。
		スーパー（開発担当）	・売上は前年比で5%減となっている。消費税増税の影響が徐々に出てきており、このままいけば、来月も売上は落ちる。景気対策を具体的に実施しなければ、回復は困難である。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスなど、世界的に警戒すべき材料がある。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染はまだ終息の気配がみえず、しばらくは状況に変化はないと予想される。
		家電量販店（経営者）	・次世代住宅ポイントが終了するのに伴い、販売量の減少が懸念される。
		家電量販店（店員）	・異常気象もあって、客の財布のひもは緩まないと感じる。様々な状況への対応にも、お金を使わない傾向がみられる。
		家電量販店（企画担当）	・例年どおり、今後は新生活需要が見込まれるものの、それ以外の需要を喚起させる材料が見当たらない。国策レベルでの対策が急務である。
		乗用車販売店（経営者）	・1月は大きく落ち込み、年度末に向けても好材料に乏しい。一方、市場はリースの活用へと大きくシフトしつつあり、その準備が必要となっている。
		乗用車販売店（経営者）	・中国発の新型コロナウイルスの世界的な感染で、消費は落ち込み、株式市場も低迷すると予想される。また、米国の株価が過去最高となっているため、そろそろ何かをきっかけに暴落する可能性がある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息に向かうのか分からないが、消費自体の勢いは弱いと感じる。家庭で必要な物は購入するが、必要でない物は購入を我慢する傾向にある。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・海外観光客による売上を多少は考えていたものの、新型コロナウイルスの影響に加え、飲食店やドラッグストアに客が流れることが予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で外出を控え、人混みを避ける動きが広がる。購買意欲も低下することが予想される。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東京オリンピックに向けて、海外からの観光客が増加傾向になると予想していたが、新型コロナウイルスの感染の拡大で観光客が激減しているため、今後しばらくは厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・2月の先行予約状況はもともと良くなかった上に、新型コロナウイルスの影響で、新規の予約受注が止まっている。2月の販売量は、相当厳しくなる見込みである。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの影響によるインバウンドの減少に加え、感染を警戒して国内旅行も減る傾向が出始めている。今後の風評被害が心配である。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響は3月の予約にも及んでいるほか、新規ホテルの開業で客室数が増加していることもあり、今後の感染の広がり次第では、売上が更に落ち込むことも考えられる。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染により、更なる悪化が懸念される。
		都市型ホテル（客室担当）	・宿泊の多様化や客室数の増加により、全体の単価が落ちている。今後は、東京オリンピックの観戦後、関西を訪れる観光客に期待している。

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
		旅行代理店(従業員)	・新型コロナウイルスの影響で、旅行を控える傾向にある。
		通信会社(経営者)	・新型コロナウイルスによる中国経済の悪化が懸念される。
		通信会社(社員)	・具体的な景気浮揚策を打たなければ、地方の景気はどんどん悪化していく。企業や自治体向けの施策ではなく、個人消費を直接刺激できる、減税策なども講じるべきである。
		テーマパーク(職員)	・景気が回復するような要素は、東京オリンピックまでは見当たらない。オリンピックによる経済効果が波及しなければ、景気の回復は見込めない。
		観光名所(企画担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大により、特に中国からのインバウンド客の動きに影響が出る。
		競輪場(職員)	・例年と同じような推移となっており、変化する要素が見当たらない。
		その他サービス[学習塾](スタッフ)	・退会見込みの生徒よりも、入会希望の生徒数が少ないと予想される。
		住宅販売会社(経営者)	・今シーズンは出足が悪いため、成約件数が減少すると予想される。
		住宅販売会社(経営者)	・新型コロナウイルスの問題を含め、インバウンドの動きに陰りがみられるため、一時的に悪くなると予想される。
		住宅販売会社(従業員)	・現時点では好調な都心部のタワーマンションも、徐々に販売が下降気味となっている。今後は近畿圏全域で、販売の長期化する物件が増えると予想される。
		その他住宅投資の動向を把握できる者[不動産仲介](経営者)	・金融機関の融資姿勢が一段と厳しさを増し、大手企業の業績も悪化気味である。
		その他住宅[展示場](従業員)	・消費税増税の影響か、10月以降は徐々に来場者数が減少している。
	×	一般小売店[珈琲](経営者)	・新型コロナウイルスの影響が出てくる。
	×	一般小売店[貴金属製品](従業員)	・消費税増税による悪影響に加え、新型コロナウイルスの感染も広がる。
	×	一般小売店[花](店員)	・理由は不明であるが、来客数が減っている。先の予約数も少ないため、売上増は望めない。
	×	百貨店(売場主任)	・中国の新型コロナウイルスの影響で、インバウンド効果が3～4か月は期待できない。一般客も来店が減少すると予想している。
	×	百貨店(企画担当)	・新型コロナウイルスによる中国人訪日客の減少や、国内客の外出の自粛傾向などで、2月以降は大幅な売上減少は避けられない。いつ頃に落ち着き始め、1月の月初の傾向に戻るのか、注視するしかない状況である。
	×	百貨店(企画担当)	・消費税増税後の回復が遅いことに加え、新型コロナウイルスの影響で外出を控えることが予想される。
	×	スーパー(店員)	・今後は共倒れする会社が出てくる。
	×	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数の落ち込みが予想される。また、マスクや消毒液などが不足しているため、客の安全だけでなく、従業員の安全にも問題が出てくる。
	×	衣料品専門店(経営者)	・2～3か月後は春物の時期であり、暖かくなればよいが、一気に半袖などの夏物に飛んでしまう可能性がある。
	×	住関連専門店(店長)	・消費税増税の影響への対応だけでなく、取引先のEUの情勢も不安定である。特に、現地の国税局のシステムが変更となり、その対応の業務が増えている。社会のシステムが変わる際は、コスト面だけでなく、手間も取られるなど、小規模事業主には目に見えない負担が大きい。
	×	住関連専門店(店員)	・良くなると感じる要素がない。
	×	その他小売[インターネット通販](企画担当)	・今後は新型コロナウイルスの影響で中国からの団体旅行客が減少し、売上への大きな影響が予想される。
	×	一般レストラン(経営者)	・4月から飲食店は禁煙になるため、夜の営業に響きそうである。
	×	一般レストラン(経理担当)	・新型コロナウイルスの感染は、終息する見通しが立たない。
	×	その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	・新型コロナウイルスによるインバウンド減少の影響は、かなり出ると予想されるが、先は読めない。
	×	都市型ホテル(フロント)	・新型コロナウイルスの影響は春先まで続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	タクシー運転手	・当地区においては、消費税増税の影響に加え、2月からの料金改定もあるため、今までよりも悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		経営コンサルタント	・これから4月にかけては、新入社員の受入れのほか、管理職やリーダーへの登用が増える。それらの人々を対象にした、育成や教育研修などが増える時期であり、その対応に忙しくなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・受注の予約がかなり減っているため、今後も悪くなる。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・現状の受注量が増えるとは思えないが、それをカバーするだけの新規案件が見込めるため、差引きで現状維持となる。
		金属製品製造業(開発担当)	・新商品が出るので、やや良くなる。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	・年末に比べて、各商品の実売が上向き傾向にある。
		輸送業(商品管理担当)	・2～3月は引越シーズンであるが、例年どおりの動きになりそうである。
		金融業(営業担当)	・大阪万博の開催に向けて、業況が改善することを期待している。
		食料品製造業(従業員)	・新型コロナウイルスの問題が発生しているため、中国向けの輸出は今後しばらく止まるかもしれない。一方、国内では特売企画もあり、販売が増える見込みのため、全体では前年並みを確保したい。
		食料品製造業(営業担当)	・今年の6月まではキャッシュレス決済のポイント還元が続くため、それまでは今と景気は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・取引先からは増産の情報がない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・東京オリンピックの年であるが、中小企業にとっては景気が良くなるどころか、消費税増税の影響が続いている。
		一般機械器具製造業(経営者)	・この数か月は業況が余り良くなく、今後も改善の気配が感じられない。
		一般機械器具製造業(設計担当)	・世界的にみても、良くなるとは感じられない。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・今月は仕事があったものの、来月の仕事は分からない。
		その他製造業〔履物〕(団体職員)	・10月の消費税増税以降、消費者マインドは低下したままで、個人消費の低迷が依然として続いている。
		建設業(経営者)	・現状のまま推移すると予想される。ただし、年度末に受注がどの程度増えるのか、それとも現状維持となるのかは、まだ分からない。
		建設業(経営者)	・相変わらず、監理技術者や技能労務者の不足が続いており、年度末の完成工事は厳しい状況が続く。4月以降も、慢性的な人手不足が予想される。
		建設業(経営者)	・新規の問合せが減っているようである。
		通信業(管理担当)	・好転する材料が、特に見当たらない。
		金融業〔投資運用業〕(代表)	・日本政府が中国の首脳を国賓待遇で迎え入れることに、多くの国民が疑問を感じている。この反発が何らかの形で、政権の不支持につながり、景気に影響を及ぼす恐れもあると感じる。
	金融業(副支店長)	・取引先との会話でも、先行きの受注の増加といった明るい話は少ない。	
	広告代理店(営業担当)	・年度内は、比較的好調な広告出稿が見込まれる。	
	広告代理店(営業担当)	・紙媒体、Web媒体共に、広告受注が前年を下回る状況が、1年にわたって続いている。	
	その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・国内での新型コロナウイルスの感染防止策が、今後更に拡充されそうである。特に、東京オリンピックを控え、6月頃までに終息させておく必要があるため、当面は中国人観光客の減少と、それに伴う観光地の景気減退が予想される。	
	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・最近の新型コロナウイルスの悪影響も懸念されるが、既に中国政府の発表で、中国からの輸出の減少がしばらく続くことが予想される。これに伴い、納期の遅れや、販売時期の繰り下げといった、実質的な影響や混乱が生じつつある。業界では、悪い材料が多過ぎるとの見方が大半である。	
	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・各社はまだまだ水銀灯の在庫を持っていると考えられ、当面は照明の交換についても、引き合いは伸びない。	
	食料品製造業(経理担当)	・新型コロナウイルスの影響で、政治の世界も縮こまってしまふ。以前からの政治問題もあり、先行きが不安である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（団体職員）	・国内から世界経済に至るまで、マイナス材料しか見当たらない。
		繊維工業（総務担当）	・消費者向け催事での、集客や販売が減少している。何らかの工夫がなければ、まだまだ好転するまでに時間が掛かる。
		繊維工業（総務担当）	・靴下のような安価な消費財ですら、適正価格が通用しない。低価格品であっても売上が減少している状況である。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・取引先の状況や問合せ内容を聞くと、来年度も厳しい状況が続く。
		化学工業（経営者）	・消費税増税の影響は薄らいでくると予想されるが、暖冬の影響のほか、中国で発生した新型コロナウイルスによる訪日客の大幅な減少の影響も出てくる。
		化学工業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国での工場稼働率が低下するため、中国向けの輸出が減少すると予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・新規の案件が出てきているが、試作段階で時間が掛かっている。今はそれ以外の落ち込みの方が大きい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注、売上共に減少しているほか、新たな案件が出てこない。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・新規設備の見送りが続くと予想され、大型の受注は望めない。
		輸送業（営業担当）	・電機やプラスチック、金属関連の工場からの注文は、全て前年割れである。大手通販会社の荷物だけが増え、利益が減っている。
		輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、人の集まる場所を避けるため、客が減少する。
		不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの需要が減ってきている。特に中国からの動きが減っており、春節商戦でも中国人の観光客が減少している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今月は休みが多いため、仕事の量が減っている。
	×	化学工業（企画担当）	・インバウンドによる消費は、見込みよりも大幅に減りそうである。国内消費の減少に対する補填がなくなるため、景気は悪化する。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・説明の必要がないほど、悪いことが次々に起きているが、さらに、新型コロナウイルスの感染拡大も重なっている。今月のことも心配であるが、今から来月の心配をしなければならぬのは、初めての経験である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が激減しており、回復の兆しが無い。例年、2月の受注も良くない。
	×	広告代理店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国からのインバウンドの動きも悪くなる懸念があるほか、消費税増税の影響も響いている。
	×	司法書士	・今年も例年どおりのスタートであったが、新型コロナウイルスの感染が日ごとに拡大している状況から、2～3か月後はその影響で悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・中国の新型コロナウイルスの問題もあり、経済的にも社会的にも、非常に低迷している。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		アウトソーシング企業（社員）	・雇用の見直しが進む。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・やはり東京オリンピックが近づけば、各企業の投資や支出が活発になると予想している。
		人材派遣会社（経営者）	・夏の東京オリンピック開催以降、関西経済は5年後に万博があるため、右肩下がりにはならないとの意見が多い。確かに人手不足の状態は続きそうであるが、どんな人材でもよいわけではなく、企業は十分に吟味し、良い人材だけを採用する傾向にある。派遣業界でのマッチングには、相当な努力が必要となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月からは同一労働同一賃金が始まるが、目先の対応に追われており、全体の状況がみえない。
		人材派遣会社（役員）	・求人の減少傾向は変わらない。同一労働同一賃金による派遣料のアップで、派遣求人が更に減少する可能性もある。
		職業安定所（職員）	・長期的には大阪万博やIRなどに向けて、雇用情勢は改善が続くが、短期的には世界情勢の不安定化や、新型コロナウイルスなどの不安定材料があり、先行きが見通しにくい。
		職業安定所（職員）	・求人数は高止まりの状態、求職者数は減少傾向という状況は、今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求職の申込件数は緩やかな減少傾向となり、12月は前年比で4.0%減、年度累計では7.7%減となっているが、景気が上向いているとは感じられない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人事業所のうち、特に建設業界からは、今年は今まで以上に人手不足が深刻化するため、受注の動きが弱まるとの回答が多い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・情報関連など、非常に好調な業種がある一方、金融などの業種では採用を減らしている。メーカーでも採用を続けているが、採用人数を大きく増やす傾向にはないため、全体的には今のような状態が続くそうである。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には、改善の要因が見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの影響が沈静化するまでは、厳しい状況となる。
		人材派遣会社（支店長）	・製造業は徐々に下降線をたどっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人件数が減少傾向にあるほか、同一労働同一賃金の影響もあり、人材派遣の利用件数は減少しそうだ。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人数は増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの影響も含めて、もう一度悪化する可能性がある。
		職業安定所（職員）	・製造業を中心に、良くなる要因がない。極端に悪くはないが、下降傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が大きくなる。また、同一労働同一賃金の関係もあり、4月以降の派遣求人数が減ると予想される。現在取引中の企業も、交通費の支給にかなり難色を示しており、交渉に苦戦している。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・採用に慎重になる企業が増えてきている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用動向は鈍くなっているが、中小企業はいまだに人手不足が慢性化しており、深刻な状況ではない。ただし、学生自身が状況をしっかり認識できるとは限らず、今後不安が残る。
	x	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・中国で発生した新型コロナウイルスの感染拡大の影響は、春節のインバウンド需要に大きく水を差し、求人動向にも悪影響を与える。特に、この時期の中国人観光客の流入に依存していた関西経済へのダメージは、相当大きくなると予想される。

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)		テーマパーク（業務担当）	・冬の閑散期も終わり、例年多くの来園がある春の花の時期に入る。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、天候も良くなり、入学シーズンも訪れるので、景気は少しずつ良くなっていく。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オリンピック開催時期にはアパレル需要が減少する傾向があるが、オーダーメイド靴はアパレルというより宝飾品に近いので、東京オリンピック景気から良い影響を受けられる可能性が高い。
		百貨店（営業企画担当）	・現在改装で閉鎖しているフロアが春にはオープンするので客の動向も変化してくる。
		スーパー（販売担当）	・徐々にではあるが、まとめ買いをする客、高価格の商品を購入する客も増えてきており、客単価はここ数か月で1番良いことから、しばらくの間好景気の波は持続する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・自宅で食事をする家庭が増えていることから、ファーストフード、おかず、パンなどの動きが期待できる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックや買換えサイクルの影響で、テレビ等の映像商品は伸びる要素があるが、パソコンの需要を先食いしているため、家電トータルではやや悪くなる。ただ、数少ない成長分野である住宅リフォームの伸長が期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・商品の状態が良く、売やすい状況で環境は今より整ってくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・月末にかけて来客数が少し増加しており、今後もやや良くなる。
	乗用車販売店（営業担当）	・販売量は前年末からさほど変わらず、出費に慎重な状態が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・実質給与が微増にとどまっていることが懸念材料となるが、休日が増加していること、休むことへの弊害が取り除かれ、客の意識が変化していることから、消費の増加が期待できる。
		タクシー運転手	・2月にタクシー料金を値上げするので、その分売上が増加する。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・業界的に引越しシーズンである3～4月に客の動きが大きくなるので家計において必要不可欠な消費が発生しやすくなってくる。
		通信会社（経理担当）	・インターネットに関して自宅でのWi-Fi環境を整える方が多くなっているため、新しいサービスへの加入者に期待ができる。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は西日問題も解消され、発売時間が確保でき、売上が増加する。
		住宅販売会社（営業担当）	・接客中の客の受注が伸びていく。
		商店街（理事）	・新型コロナウイルスという社会問題が発生したが、東京オリンピック開催というプラス材料もあるので、現状は維持する。
		商店街（代表者）	・客が買い控えを我慢できなくなる様子が見えない。当地区はインバウンドの買物客が少ないが、新型コロナウイルスによる影響が出てきそうなので、売上の確保が厳しくなる。
		商店街（代表者）	・特に良くなる要素がなく、引き続き財布のひもが固い状態が続く。
		商店街（代表者）	・地方の閉塞感は今後も変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・当店は今月注文が増加しているが、地域全体では今後も景気は変わらない。
		百貨店（経理担当）	・東京オリンピックで地方の景気が上向くかどうか分からない。また、新型コロナウイルスの影響も心配される。
		百貨店（営業担当）	・暖冬や新型コロナウイルスにより、すぐに客足が止まるが、逆に景気の良い話が出てきても来客数はすぐには増加しない。特に衣料品は買い控えが多く、ヤングゾーンでは単価の低い商品しか売れない状況が続く。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げにより消費全体を控えようとする客が非常に多く、今後回復する要素が見つからない。
		スーパー（店長）	・暖冬による野菜の相場安や、衣料品、家電製品を始めとする季節商材の売れ残りによる処分市等、消費者にとって喜ばしい状況が続いており、現状では景気に対する印象は悪くない。ただ、この状況が余りにもイレギュラーな状況であるため、今後の景気がどうなるかは分からない。
		スーパー（店長）	・来客数の前年割れが続いており、他店との競争や人口減少も考えると、今後もこの状態が続く。
		スーパー（店長）	・客の購買意欲が上がり、売上が上昇する兆しがなく、現在の状態が続く。
		スーパー（店長）	・キャッシュレス・消費者還元事業がある6月までは景気に変化はない。
		スーパー（総務担当）	・好天候で価格は安定しているが、商品の動きは横ばいが続く。
		スーパー（管理担当）	・売上は方針転換により回復してくるが、消費者の節約志向は変わらないので、利益の増加は売上の増加ほど期待できない。
		スーパー（財務担当）	・消費税の引上げで客が節約傾向にあるため、客単価や既存店売上の前年割れが続く。
		スーパー（販売担当）	・景気が良くなる大きな要因が見当たらない。
		スーパー（営業システム担当）	・暖冬のため鍋商材の売上が伸びず、カイロ等も売上が落ちている。消費税の引上げの影響もあり酒類も伸び悩んでおり、東京オリンピック開催による消費の増加を期待している。
		スーパー（業務開発担当）	・景気が悪く買い控えが続くなか、暖冬による野菜類の単価の下落、海水温の上昇による魚種や漁獲量減少など天候による影響が出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加する要因が出てこない。
		コンビニ（支店長）	・クリスマス、おせち、恵方巻等近々の予約催事商品の獲得が苦戦しており、店舗全体の売上は前年並みだが、予約商品は軒並み前年割れとなっている。今後は無駄な商品を購入しない傾向が強くなってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見つからないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（販売担当）	・決算商戦に期待するが、景気は変わらない。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動は収まったが、3か月後に景気が良くなる要素がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発表されたが、来客数はさほど伸びず、今後も販売台数は増加しない。
		乗用車販売店（店長）	・近隣の店舗も客でにぎわっている様子がなく、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（店長）	・整備入庫の来店が多く、新商品など提案を行うが反応は良くない。2～3か月後の商談数は現状と大差ない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・東京オリンピックなどのビッグイベントは地方の景気とほとんど関係なく、景気が良くなる要素はない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・新商品や新しいサービスなどを投入し、いろいろ試しているが反応が薄く、当分景気の上昇を期待できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税の引上げの影響はなくなるが、キャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券の恩恵が徐々になくなってくるため、大幅な消費の増加はなく、現状維持が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから新生活用品の動きが活発化してくる時期となるが、近年余り動きが良くないこと、消費税の引上げで客が大きな買物は控える傾向にあることから、今後の動きも変わらないか悪くなる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・景気が良くなるトピックスがない。
		一般レストラン（店長）	・インバウンドなど明るい話題もあるが、なじみ客の来店頻度が下がっており、しばらくは厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（営業担当）	・先行予約が少なく、来客数から景気の上昇が感じられない。
		都市型ホテル（総支配人）	・卒業旅行、桜鑑賞、異動の時期となるため期待はしているものの、新型コロナウイルスや不安定な国際情勢の状況によりビジネス、レジャー共に先行きが不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行は、2月に連休があっても、新型コロナウイルスの影響などで、良い動きが出てこない。
		タクシー運転手	・今後も景気が悪い状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・東京オリンピックの開催が近づいてくる時期だが、現在の客の動きから余り期待ができない。
		通信会社（販売企画担当）	・特に景気が良くなるトピックスがない。
		通信会社（工事担当）	・軽減税率もあり景気は変わらない。
		テーマパーク（管理担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業があるため変わらない。
		観光名所（館長）	・現状では特に景気が上下に振れる要因がない。
		観光名所（館長）	・新型コロナウイルスが長引くと人の移動が制限される心配がある。
		ゴルフ場（営業担当）	・韓国からの予約も若干であるが入ってきており、3か月先の予約も予定どおりである。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・消費税の引上げの影響も落ち着き、現在は来客数が横ばい状態であるが、今後もこの状況は変わらない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる要素が全く見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・国は中古住宅流通にかじを切り支援策も拡充させているが、消費者の反応は今一つの感があり、売上の増加につながるような動きは出てこない。
		設計事務所（経営者）	・建築費は金額が大きいため、消費税の引上げが響いており、人手不足による建築費高騰と合わせてダブルパンチの状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピック終了後の先行き不透明感が大きい。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・軽減税率が多い食品スーパーでも商品の動きが鈍い状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・若い人たちが将来に不安を持ち、希望をもてない状態が1番心配である。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ後、ブランドやファッション商品の動きが悪く、実需商品についても通常のセールでは動かなくなっており、2月以降ギフトを含めて余計なものは購入しない状況になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・地方百貨店を取り巻く環境に良い要素はなく、業態としての先行き不透明感が否めない。取引先も疲弊してきており悪循環が継続する。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げがじわじわと影響しており、今後も継続する。また、新型コロナウイルスが世界の景気にどのような影響を与えるかが今後の国内の景気にも関係してくる。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料関係の卸業者の廃業が増加しており、今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・暖冬でエアコン等の冬物商材の売行きが鈍くなる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車発売を前に買い控えが続いており、今後も厳しい。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げの余波が12月後半から出てきており、消費が冷え、単価が落ち始めている。今後も消費税の引上げの影響が排除できない。
		自動車備品販売店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業の終了前に駆け込み需要があると思うが、大きな期待はできず、むしろ、その後の落ち込みが懸念される。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が出てくる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方の景気が良くなる政策がなく、今後も地方が活性化しない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響もあり、ファミリー層の週末の利用が減少する。また、退職者の補充が難しく、人員面でも厳しくなる。
		スナック（経営者）	・消費税の引上げにより景気が徐々に落ち込んでくる。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・同業者との競合でやや悪くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの関係で中国からのインバウンド客が見込めないことから、景気はやや悪くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・10～11月は国際会議の開催や学会の受注などで好調だったが、1月以降3月に掛けて定例物件の受注はあるものの、宿泊、宴会共に先行受注の状況は悪い。特に宿泊では新型コロナウイルス感染の影響から団体旅行等の出国禁止令が出たため、インバウンド客の減少は必至となる。
		都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響が今後どこまで広がるかが未知数であるが、世界的に旅行を控えるような風潮が続くと様々な影響が出てくる。
		旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの影響が懸念される。既にインバウンドもアウトバウンドも多くのツアーが取消しになっており、今後もツアーの取消しが増加する可能性が高い。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で中国人の乗車が激減しており、今後も3～4月の花見シーズンまでは厳しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・景気浮揚の要因が見当たらない上、中国からの旅行客減少によるインバウンド売上減少により、更に悪化する。
		テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が叫ばれており、今後の入園者数にも影響が出ることは必至である。
		美容室（経営者）	・少しずつ消費税の引上げが響いてきており、客単価や販売の動きが乏しくなってくる。
		美容室（経営者）	・客が消費を抑制する傾向があり、今後売上が上昇する兆しがない。
		設計事務所（経営者）	・資金問題で将来に不安を持つ客が多くなる。
	×	商店街（代表者）	・今までは良い物を安く買うという傾向があったが、今後は多少安くなっても客に買ってもらえなくなってくる。
	×	商店街（代表者）	・必要な物だけ購入し、無駄な物は一切買わなくなってくる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で外国人観光客が激減し、地域経済への悪影響がしばらく続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・来月も5つの銘柄のたばこが新発売となるが、いずれも低価格のため、客単価低下の要因となる。また、近隣の競合店も含め、来客数が減少していることから、今後は売上が減少する。
	×	乗用車販売店（業務担当）	・1年で最大の増販期である現在もさほど好調ではなく、3～4月も期待は薄い。
	×	住関連専門店（営業担当）	・とにかく来客数が少ないので、情報が得られず、イベントがうまくいかなくなってくる。
	×	一般レストラン（経営者）	・現時点で景気が良くなる要素が何もなく、この調子であれば景気は更に悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (中国)		繊維工業（監査担当）	・暖冬の影響が懸念されるが、これまでの状況から今シーズンは前期を上回る業績となる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であるため、2～3月は更に良くなる。
		農林水産業（従業員）	・末端が冷え込んでいる模様なので景気は変わらない。
		食料品製造業（総務担当）	・貿易摩擦に収束の兆しがなく、海外の豚コレラ等の影響もあり、予断を許さない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・今後は、政府の住宅に関する施策もあり、新設住宅着工は緩やかに回復するが、国際経済の不確定な要素もあいまって景気全体としては、横ばい状態が続く。
		化学工業（総務担当）	・燃料価格の動きが気になる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・通常生産品の引き合いに大きな変化なく、現在の生産水準が維持できる。
		鉄鋼業（総務担当）	・直近の受注見通しから6月くらいまでは現状の低位な水準が続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・当面は市況に上昇見込みがなく、数量も伸びる要素がないため、我慢の状況が続く。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材の受注が低位安定から脱するにはまだ時間が掛かる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・年後半には緩やかに市況が回復するが、短期的には改善の兆しはない。
		建設業（総務担当）	・予定している大型物件があり、この先1年は安定した受注が見込まれる。
		輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響を危惧している。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げによる落ち込みは少ないものの、東京オリンピックが地方経済に直接好影響を与えるわけでもない。今後については、イラン情勢の緊迫化による原油価格の高騰の影響を懸念している。
		金融業（貸付担当）	・年度末に向け、企業活動が盛んになることが予想されるが、景気が上向き動きは見受けられない。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売は当面低水準が続くため、系列の地元自動車部品メーカーの受注も低水準が続く。
		広告代理店（営業担当）	・例年どおり進学や就職等で受注量が上向きに推移する。
		会計事務所（経営者）	・景気はやや良い現状を維持する。また、人手不足を背景に外注化の動きが継続する。
		食料品製造業（経営者）	・消費が減少するなか、経費、人件費、原材料費が上昇し、苦しい状況になる。
		化学工業（経営者）	・米中の政治的背景等も手強い、世界的な景気後退感が強まり、減産基調となる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国、韓国向けの装置関連の受注量が減少し、やや悪くなる。また、新型コロナウイルスの影響で特に中国企業向け装置の対応が慎重となる。	
	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの問題が影響してくる。	
	輸送業（支店長）	・ネット通販企業の離反が苦戦の主な要因となっているが、取扱店、コンビニ共に個人客からの受注も伸び悩んでおり、法人を含めしばらくは厳しい状況が続く。	
	輸送業（総務・人事担当）	・中国向け輸出製品は販売不振のため減産傾向になる。	
	通信業（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響により中国に製造拠点を持つ製造業の稼働率の低下や流通への支障が懸念される。	
	×	金属製品製造業（総務担当）	・客からの引き合いが激減し、生産量は定時間操業を大幅に割り込む。明るい兆しはなく、5月の連休までの回復は見込めない。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから景気は悪くなる。
	×	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注は、前回内示よりも大幅な減少となっており、今後も景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)		求人情報誌製作会社（経営者）	・年間を通じて2～4月が求人数が最も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）	・有効求人倍率が1.5倍を超える状況が続いており、今後も東京オリンピックが開催されるため、良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響次第だが、引き続き求人も求職者も出てくる。ただし、求人と求職者のマッチングで苦戦する状況は続く。

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
		人材派遣会社（支店長）	・年間の繁忙期になるので、求人数、求職者数共に増加することが期待できる。求人や求職が特定の業界、業種に偏り、離職率が低く、定着率が安定する状況が続く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒の求人数は前年並みか若干減少傾向、中途の求人は技術専門職のニーズが高いが、製造業が減少傾向にあり、今後も全体的には落ち着いた状況が続く。
		職業安定所（事業所担当）	・雇用保険適用事業所数、被保険者数共に増加傾向で推移し、高卒求人は前年同期比1割以上の増加となっており、今後もこの状況が続く。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数が高水準を保っているため景気が悪化しているわけではないが、求職者数と求人数のアンバランスを考えると、現状よりも景気は良くならない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・今後も景気の停滞が続く。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・同一労働同一賃金による改正労働者派遣法が施行される4月1日まで繁忙は続く。
		人材派遣会社（支店長）	・景気が悪くなることはあっても良くなることはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響からはやや脱しつつあるが、米中関係など国際情勢の不安定要素が多く、先行きが読めない。
		職業安定所（所長）	・人手不足感が支配的となっており、必要な人材の確保が困難で生産計画の見直しを検討している企業も少なからずあることから、景気はやや悪くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・米中貿易摩擦に加え、新型コロナウイルスの影響もあり、中国事業の見直しや工場閉鎖を検討する製造業が増えている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・一時的に東京オリンピック特需で良くなるが、その後は不透明である。
	×	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人を募集しても人員を充足できず求人を諦めたり、処遇改善にコストが掛かることで要員を絞ったりする企業が出てきて、景気が悪くなる。

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		-	-
		百貨店（営業管理担当）	・当初の想定よりも長引いた消費税増税後の反動減も緩やかながら戻りがみられており、徐々に景気の回復が見込める。一方で高まる世界情勢の不安などによる消費マインドの低下を懸念している。
		スーパー（店長）	・現在、新型コロナウイルスの発症で、特定の商品の売行きが良くなっているため、今後、その影響が売上増に現れてくるかもしれない。東京オリンピックに向けての需要の拡大も期待される。
		衣料品専門店（営業責任者）	・春物衣料の販売に変わること前年と比較して現状よりは持ち直すと考えている。
		乗用車販売店（役員）	・年度末に向け各社の販売施策が活発化していくことと、消費税増税に対する意識もなくなってくると思う。
		住関連専門店（経営者）	・現在、借入金の金利が低いので、近辺ではかなり住宅が建っている。その需要が今後あると思うので、景気は多少良くなると思う。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・1年の中で1～2月は特に業績が悪い時期なので、3～4月は現状よりも良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・新年度に向け、人と金が動き始める。
		タクシー運転手	・2～3か月先はやや良くなると判断する。3～4月は、卒業、入学、人の異動等があるので、歓迎会等の客を期待する。消費税増税の影響が多少落ち着いたと思ったが、1月は全然良くなかった。通常の1月と比べても、3割から4割、客の乗車率が悪かった。
	タクシー運転手	・3月に入ってお遍路が始まる。特に、うるう年にあたる今年は逆打ちの年で、結構人気があってツアーもよく出るので忙しくなる。遍路客で街中のタクシーが減れば、街も忙しくなるので、全体的に間違いなく良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・ 来年度になると、外国船の入港予定がかなりある。インバウンド、日本人共に来街客は非常に多くなると思うが、消費税増税が消費者の財布のひもを固くしているため、売上が上昇し、景気が良くなるという望みは少ない。
		商店街（事務局長）	・ 経済や生活に悪影響の出る米中の貿易摩擦が再び激しくなる懸念は薄らいできたものの、今後、新型コロナウイルスが猛威を振るうリスクが急激に全世界で高まっている。東京オリンピックも控えており、何とか早い終息を願うばかりである。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ 年度末の需要期にむけて、掛け売りの客は例年どおりの動きに見えるが、一般の購買客は今までと変わりなく、来店客数、購買量共に低調で推移している。
		百貨店（販売促進）	・ 東京オリンピックの効果で向上していきたいが、新型コロナウイルスの影響で、人との接触を極力避けるようになり、購買が低下するのではないかと考えている。
		スーパー（店長）	・ 景気が好転する要因が見当たらない。
		スーパー（企画担当）	・ 2月の節分に向けての予約状況は好転しているが、他の買上にどれくらいの影響が発生するのか読みづらい。また、暖冬で青果類を中心に安値傾向が出ていることが売上に対しての不安要素になる。
		コンビニ（店長）	・ キャッシュレス・消費者還元事業が終わる6月までは現状維持だと考える。建設業系の客の購買が力強いのでここから上向きことを期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・ 消費税増税の影響が尾を引いている。まだ少し、景気が良くなるには時間が掛かるのではないかと考えている。
		家電量販店（副店長）	・ 来客数の減少が続いており、もうしばらく同じ状況が続くと予測される。
		乗用車販売店（従業員）	・ 増販期だが客の動きが変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・ 新車販売は、一部人気車種の納期が3か月以上となっているため、2～3か月後の新車登録台数は前年並みを確保できると予想する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・ 必要な物しか購入しない傾向が強くなり、しばらくは現在の状況が続くと見ている。
		旅行代理店（営業担当）	・ 新型コロナウイルスの感染がどのような状況になるかで大きく変化する。
		通信会社（営業部長）	・ 付加価値の提案をしても反応は薄く、必要な分だけ抑えようとする状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・ 新生活シーズンであり客の動きに期待したい。
		通信会社（支店長）	・ 春商戦期など季節要因はあるものの、販売動向等が大きく改善するまでには至らないと想定している。
		美容室（経営者）	・ 自店も周りも特に変化がない。
		商店街（代表者）	・ コンパクトシティ構想の更なる推進要請を国からもっと行わなければ、10年以内に既存の商業集積や地方自治体も共に倒れると予想する。
		商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルスの予想外の流行等で、しばらくの間は人々の移動が減少して、その影響が経済に反映されてくる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 贈答用商品などで必要となる品物も、すぐに予約をしないで何件もの店舗を回っている様子をよく見掛けるようになった。予算を抑えて送別会をしようとする人が多いようで、例年よりも単価の安い予約が入ってきている。
		スーパー（財務担当）	・ キャッシュレス・消費者還元事業の対象外の当社は、我慢が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・ 12月以降の客の動きが、以前と比べて変わってきたと感じており、今月もやはり厳しい状態が続いている。2月は1年で最も暇な月ではあるが、春物が出る、先物の気配を感じる月になっている。幸い暖冬になっているので、春物商材に期待はするが、少し厳しいかなとも感じている。
		乗用車販売店（営業担当）	・ 例年3月になると販売量が落ちてくるので、悪くなってくる。
		都市型ホテル（経営者）	・ 消費税増税の影響が落ち着いたところ、中国の新型コロナウイルスの影響で、若干、訪日客のキャンセルが出ている。国内旅行もこれで下向きになるのではないかと懸念している。
		通信会社（技術）	・ 解約数が現状より増加していくことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競輪競馬（マネージャー）	・季節的に年度末、年度初めは消費意欲が抑えられ気味の時期であり、解放気分の年末年始の状況から少し引締め状況になることが推測されるため、やや景気は悪化する。
		設計事務所（所長）	・建て替え等、設備投資の相談をもらうが、事業に至らないケースが何件か出てきた。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・近年の消費者の購買意欲の無さは深刻である。
	×	コンビニ（店長）	・地場産業の造船、タオル等の従事者の所得が増えておらず、消費状況もシビアである。この先、入学進学シーズンを控えて、更に消費は抑制されるのではないかと感じている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの流行など不安要素が多い。
企業 動向 関連 (四国)		-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・中国の新型コロナウイルスの影響で除菌ウェットシートの売行きが良くなると考えられる。
		建設業（経営者）	・補正予算関連業務により受注量の増加が見込める。手持ち業務の完工時期とうまくマッチングすると売上の向上に寄与するものと見込んでいる。
		金融業（副支店長）	・消費税増税における買い控えの反動、キャッシュレス・消費者還元事業の浸透により景気回復が見込まれる。
		農林水産業（職員）	・天気予報によると、暖冬傾向が続き、すぐに春を迎えることから野菜の生産環境は露地品目を中心に平年より品質が良く、例年を上回る出荷量が見込まれる。一方、消費者の節約傾向は続いており、生鮮食料品に対する購買意欲は低調推移が見込まれる。以上から、品目による環境の変化はあったとしても、野菜全体の販売環境は厳しい状態が続く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・極めて不透明な状況に変化がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーは今は太陽光がメインであるが、バイオマス、風力などもなかなか受注が決まらないというのが現状である。やはり期間が掛かるということで、苦戦しているというのが実情である。
		建設業（経営者）	・今後の公共事業の発注状況や、民間の景気次第である。
		輸送業（経理）	・新型コロナウイルスのまん延化が進み、マスク等医療物の中国向け物量は増加するであろうが、パンデミックに対応する在庫供給が需要に追いつかず、物量が低迷する状況が懸念される。また、人の動きも鈍化するため、物流もそれに伴って低迷することが懸念される。
		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）	・小売流通の客は、消費税増税後の売上ダウンを見込み、販促費を抑えていたが年度末に向けて少し増加する見込みである。ただし新型コロナウイルスの関係でインバウンド関連の客はキャンセル等で厳しい状況にあり、全体としては変わらない予想である。
		食料品製造業（経営者）	・原油価格高騰、米中貿易摩擦に伴う燃料費、原材料資材の高騰が予想され、製品原価上昇が懸念される。
		木材木製品製造業（営業部長）	・住宅着工の落ち込みが表れている。大手ハウスメーカーの受注速報を見ても前年より10～20%ダウンしている。住宅展示場の来場も20%程度ダウンしているとの情報あり、今後も受注は良くないと判断している。
		鉄鋼業（総務部長）	・長引く日中貿易摩擦の影響で造船・産業用機械共に受注減少の見込みである。
		輸送業（営業）	・消費税増税後に実施されたキャッシュレス・消費者還元事業等が個人消費を下支えしているなかで、着荷主である地方の小売店舗等においては、信販会社に支払う手数料が3～5%程度必要となることが支障となり対応が追いついていないのが現状である。消費者は店舗に足を運ばずにキャッシュレス・消費者還元事業を十分活用できるネット通販等に流れる傾向にあるため、商業用小口積合わせ貨物の増加については期待薄である。12月の年末繁忙期における取扱物量が予想に反し低調に推移したことから、3月の年度末繁忙期においても同様に推移すると推察しており経営の悪化は必至である。
	通信業（企画・売上管理）	・消費税増税後、特に良くなる動きがない。東京オリンピックに向けた関連企業の特需を期待したいが、特にこれといった良い話は聞かない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・各会社の社長と話をさせてもらうと、設備投資に消極的な意見が非常に増えてきている。これは、消費税増税とか、いろいろ理由があるのかもしれないが、先行きの景気に、若干の不安を持っている方が増えている証拠ではないかと考えている。
	x	繊維工業（経営者）	・新型コロナウイルス問題は北海道、仙台、長野、関東、近畿の観光地全体で起きており、収束するまでは相当な影響が出る。そのことは観光地以外にも波及するものと思われ、日本全体の景気を押し下げてしまうと見ている。
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業）	・来年度に向けて、RPAを導入し事務の定型業務をロボット化していく企業が徐々に増加していく傾向にある。そのため、RPA技術者を養成していく新たな人材の要求ができてきて、雇用創出を含め景気に良い影響が出てくると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣料金の改定に伴い、賃金改善により労働市場が活況する可能性がある。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入るため求人数の増加が予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピックが近づくと、地方でも一部の業種の景気は改善する。
		職業安定所（職員）	・求人数及び求職者数も前年と同様の動きであり変わらないと予想されるが、3月末退職者とそれに対する求人数を注視する必要がある。
		職業安定所（求人開発）	・消費税増税の影響や、日中貿易摩擦等の影響が出始めたという事業所の情報が、11月頃から入ってくるようになったが、そうした事業所の状況を含めて、当初の想定よりも良い状況で推移しているのので、総合的に判断して「変わらない」と判断した。
		求人情報誌（営業）	・人手不足に対して明確な対策がなく、そもそも求職者自体が減っているため、このまま人手不足は続くことが予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・厳しい状況が続いており、いかにその中で独自の方策を打ち出せるかが重要である。
		民間職業紹介機関（所長）	・大手デパートがこの夏に撤退することになっているが、デパートの社員は撤退後の就職や退職金等で厚遇されている。しかし、デパートに出店している企業の従業員は、撤退後の就職に非常に不安を抱いている。県、市等が、早急に救済策を打ち出す必要がある。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・大半は労使協定方式を選択する取引先だが、同一労働同一賃金の制度により、派遣のメリットが薄れると考え、今後活用を控える企業も現れており、業界の先行きを不安視する。

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)		商店街（代表者）	・消費税引上げ後の悪影響が続いているが、3～4月はその影響が解消されると予想している。しかし、キャッシュレス決済の支援策も限定的であり、6月以降が更に心配である。
		百貨店（営業担当）	・暖冬の影響で、冬物衣料品の稼働を鈍らせているが、一方で春物衣料品の稼働が早まる可能性があり、品ぞろえの切替えをうまくしていけばチャンスがあると期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックへのカウントダウンとなり、上向き気運に期待している。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税引上げ後6か月もたてば、消費者も我慢できず購買意欲が出てくるのではないかと期待している。
		家電量販店（店長）	・消費税引上げ後の反動も緩やかに落ち着き、東京オリンピック需要やOSのサポート終了により、買換えを終わらせていないパソコン需要もまだ続くと予想され、良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・東京オリンピックや国体開催のムードが盛り上がるにつれ、映像商材をメインに需要が高まることに期待している。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向けて、家具や家電の需要が増加する。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの駆け込み需要による反動の減少もなくなり、東京オリンピックに向けて需要増加が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・当面は、新型車効果があり、新車販売は前年同期に比べ大幅な伸びがある。

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
		住関連専門店（従業員）	・例年、これから新生活に備え、寝具を新たに求める人が多くなる。そのような新生活需要に期待をしたい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ここ2～3か月は、消費税引上げの影響や暖冬による影響で売上がマイナスになり、苦戦が続き、12月が最も悪い状況であったが、1月から徐々に回復傾向になると予想している。春の需要に向け、対策も準備しているため、現状よりは良くなるように取り組んでいる。
		美容室（経営者）	・春先は、美容業界にとって、おしゃれシーズンになるため、客の動きも活発になることで、購買力も上がってくる。ただ、新型コロナウイルスの問題が心配であるが、2～3か月先の景気は上昇するのではないかと期待している。
		美容室（経営者）	・春には、新型コロナウイルスも落ち着き、皆が盛り上げようとする状態になることを期待している。
		美容室（店長）	・卒業や入学の時期になり、外出する機会も多くなるため、来店客も増加する。
		商店街（代表者）	・世の中の景気も悪いが、中国の新型コロナウイルスが発生しており、世界情勢が非常に不安定になっているため、客の心理状態は、一層悪くなっている。収入が増加しないことも原因で、何とか生活を守るために、最低限の支出にしている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの広がりによっては、景気にかかなりの打撃を受ける。
		商店街（代表者）	・中心商店街は、郊外の大型店と比較すると集客力が劣り、2～3か月先も変わらず苦戦すると予想される。個人商店独自の販売促進を実践し、来客数と売上増を目指すことを考えている。
		商店街（代表者）	・当社は、製造サービス業もしているが、小売業が3割占める。2月は小売業の売上が減少するが、年度末の製造が増加すると見込まれ、横ばいが継続すると想定する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これ以上悪くなると廃業にもなりかねない危機感に襲われている。この低迷状態が、改善することを期待している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年配の客が多く来店されているため、新型コロナウイルスの影響により外出が減少すると考えられるが、春になり動きやすい季節になれば、商店街にも活気が出ることで、売上が多少上がる。
		百貨店（総務担当）	・消費税引上げの影響もあり、購買意欲の回復が遅くなるおそれが強い。
		百貨店（企画担当）	・消費税引上げの影響は薄れてきたものの、日韓関係の状況や中国の新型コロナウイルスの悪化が続くと、インバウンド売上に大きな影響を与えるおそれがある。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド減少と販売数量減少は継続するが、自家需要商材のゴルフ、スポーツ用品、紳士衣料、紳士婦人肌着、バッグ、かつらフレグランス、化粧品は好調を維持している。また、リビング用品寝具やバス、インテリア、食器等自分のための商材や、嗜好性の高い貴金属、舶来ブランドはほぼ好調で、生活を楽しむ姿勢と慎重な購買姿勢は依然継続し、商品単価と客単価が維持される。
		百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの終息が分からない。2月の祭りイベントは10日前倒しで開催されているが、商店街でも中国人は見掛けない。このため、2月の売上は落ちるが、それ以降は、それほど悪くはならないと予想している。インバウンドの影響が、全店の売上の1%しかないため、それを勘案して97～100%であると想定している。インバウンドでは、化粧品の売上が、2～3か月を平均すると61%に落ちており、全店でも70%台となるなど、良くない状況が続いている。
		百貨店（業務担当）	・地方では、東京オリンピックの需要等を特別に感じることはない。消費税引上げやキャッシュレス決済の混乱が少し落ち着いてきたのと同時に、消費そのものも落ち着いており、冬物と春物の端境期にあたるこの時期は、特に盛り上がることもなく期待できない。
		百貨店（プロモーション担当）	・暖冬やインバウンドの影響、新型コロナウイルスによる外出等の懸念で、現状のマイナス要因はしばらくは回復しない。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ後の回復や東京オリンピックが近づく事による買換え需要等プラス面もあるが、新型コロナウイルスの急激な広がりによる観光客や外出抑制等の影響が大きくなるおそれがあるため、現状と変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響により人の動きが制限され、国外からの需要は減少している。国内需要の増加は見込めるものの、差引きすると景気好転には向かない。
		スーパー（店長）	・今後は、変わらない状況で推移すると見込まれる。競合店も出るため、売上は厳しくなる。消費税引上げの影響は、落ち着いてきたが、客の買い控えが来月も継続されると考えられる。
		スーパー（総務担当）	・キャッシュレスポイント還元事業により、キャッシュレス比率が増加傾向にあり、合わせて客単価も上昇する等の恩恵はあるものの、業界全体の価格競争による客争奪戦の様相も段々と厳しさを増している。前年比で売上をプラスにするためには、客数の減少を補うだけの客単価・客点数のアップを実現させなければならないが、消費者マインドの好転が期待できる要素はほとんどない。
		コンビニ（経営者）	・中心部の再開発が本格化するため、建築関係の景気向上や東京オリンピック効果により、外国人旅行者の増加が期待できる。ただし、今後の新型コロナウイルス状況や日韓関係の改善は、先行き不透明であり楽観はできない。キャッシュレスの促進や健康志向食品の充実が、今後の成長への鍵である。
		コンビニ（店長）	・東京オリンピック開催前でこの状態であるため、現状の悪さを好転させる要因が全く見えない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・テレビやメディアでは、東京オリンピックの宣伝をしているが、当地では余り影響がない。訪日外国人も見掛けず、客が増加する要素が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・景気の悪い状態がしばらく継続する。
		衣料品専門店（店長）	・中心市街地に来街者がほとんどなく、したがって、来客もない。
		衣料品専門店（取締役）	・年度替わりは、買換え需要も多少ある。ただ、物があふれている店舗も多く、通信販売の利用が多い昨今は、物が飽和状態である。消費者は、年代問わず、物欲がないため、今後の買物購入姿勢も変わらず、流通は大変厳しいと予想される。先行きに対する不安も大変大きい。
		家電量販店（店員）	・最近やっと寒波がきているが、暖冬が長すぎたため、季節商材がなかなか動かない状態である。家電量販店では、夏は暑く冬は寒い方が、商品が動く。パソコンは、OSのサポートが終了しており、もっと需要があると予想していたが、12月がピークで期待外れである。東京オリンピックまで、好材料が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・真新しい商品が少ないため、この状況がしばらく継続する。
		乗用車販売店（代表）	・景気が変わる好材料がない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・店頭の上売上は、前年とほぼ同じ状況になると予測しているが、客の動向では、若干新規の客が目立っているため、春先にかけて移動の時期も重なり、客が増加することで客単価も上がる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今後の燃料油の見込みは不透明であるが、春のシーズンに向かい、人や物流の動きが活発になるため、燃料油及びカーケア商材の販売に期待したい。
		高級レストラン（経営者）	・2～3月の予約状況は、まだまだ鈍い状況である。ただ、2月は予約が徐々に入っており、前年より若干良い状況である。
		観光型ホテル（総務）	・年度末を迎え、人の動きが慌ただしくなるが、景気を左右する身近な要因は不透明である。
		タクシー運転手	・暖かい日が続くとタクシー利用が減少し、例年より景気が悪くなると考えられる。
		通信会社（企画担当）	・販売量や客の反応等は、例年同様で、先行きに変化の見通しはない。
		通信会社（営業担当）	・今月の状況をみる限りでは、売上が上昇する好材料がない。
		通信会社（企画担当）	・季節要因を除くと、販売量が変化する理由が見当たらない。
		理容室（経営者）	・単身出張していた客が来店していたが、家族とともに移住してしまい来店客数が減少している。2～3か月先は、卒業や就職により、ますます減少することで、売上が深刻な状態になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・米中や米イランの関係悪化懸念から、為替の状況が危惧されるが、年度末決算までは、これまで同様の景況感であると考えている。客先では、新入社員の入社があることから、当社の関連商品が年度替わりにかけて、売上増につながるのは好材料である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・人材確保は、更に困難になることが想定され、長期的にサービス提供への影響が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・全体的な景気底上げに、中国からの観光客を見込んでいたところ、新型コロナウイルスの流行でもくろみが外れ、数か月は観光客が減少する。韓国や中国のインバウンド収入がなくなり、ひっ迫した状況になる。
		商店街（代表者）	・中国の新型コロナウイルス発生により、船による中国人観光客が減少していくと予想され、商店街にも影響が出てくる。
		商店街（代表者）	・消費者には、消費税引上げの影響が、徐々に大きくなりつつある。
		商店街（代表者）	・2～3か月先は、卒園、卒業、入学、就職と新生活が始まり、多額の出費が重なるため、零細企業の商店には、余り売上に期待できない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの拡大に伴い、訪日インバウンドが大きく減る可能性があり、また、国内旅行者は、駅や車内等の混雑する場所を避け、消費は、一時的に落ち込むのではないかと危惧している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・2～3月は、寒さが厳しくなるが、当地のきゅうり、ピーマンに多少影響が出て相場が高くなるが、その他の野菜も含め全体的に厳しい相場になる。
		百貨店（販売促進担当）	・問題になっている新型コロナウイルスの影響により、免税売上の減少が予測される。
		スーパー（経理担当）	・これまでは、暖冬や長雨、消費税引上げの影響が大きく感じられなかったが、今後徐々に影響が出てくると考えられる。
		スーパー（統括者）	・米中貿易摩擦に加え、新型コロナウイルス問題も発生し、韓国や中国の旅行客の大幅減少が予想されており、特に北部九州には大きな痛手となるおそれが大きい。また、中国向けの輸出減少による日本経済の悪化も加わり、個人消費を中心に景気が低迷することが予想される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、外国人の来客が少なくなっている。現在の客数の減少に輪を掛けた状態になり、落ち込んでいくのではないかと危惧している。また、暖冬であるため、おでん等の冬物商材の売行きが非常に悪く、例年に比べ、早くおでんを切り上げると判断され、その分の売上が落ちていくと予想される。
		コンビニ（経営者）	・情勢の影響により客足が鈍化している状況から、3か月後もこの状況が継続すると考えられる。また、キャッシュレスポイント還元が終わると、今後の見通しが立たなくなると危惧している。
		住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、中国からの旅行者が減少している。地場産品である養殖のりも下旬は不作となり、景気の先行きは良くないと予想している。
		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）	・新型コロナウイルスの問題もあり、インバウンド減少による更なる悪化が想定される。
		一般レストラン（経営者）	・天候及び新型コロナウイルスが、今後の集客に及ぼす影響は不透明であるが、インバウンドは、確実に減少しており、良くなる見込みはない。
		一般レストラン（スタッフ）	・日韓問題に続き、新型コロナウイルスにより中国人も減少している。日本人は警戒をしているため、外出を控える傾向である。
		居酒屋（経営者）	・新型コロナウイルスにより、インバウンドの客が減少するため、今後も悪化すると考えている。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・キャッシュレス決済ポイント還元は売上増加にはつながっておらず、軽減税率導入で外食産業への客離れになっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		観光旅館組合（職員）	・新型コロナウイルスの影響が先行き不透明で、予測できない状況である。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・韓国からの送客が少し回復傾向にあったものの、新型コロナウイルスの問題がSARSのときの状況と同様になった場合は、悪くなると予想する。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・中国で発生した新型コロナウイルスの影響がまだ見通せないが、足元の販売量や客数に影響が出るのは避けられない。	
		旅行代理店（従業員）	・香港情勢や中国での新型コロナウイルスの拡散、さらには燃油サーチャージの値上げが懸念される。	
		タクシー運転手	・現在騒がれている中国の新型コロナウイルスの問題もあり、この時期一番増加するインバウンドが、かなり減少すると考えられ、その影響が現れてくる。加えて、暖冬による影響で、衣料品や飲食業にかなり影響を与え、今後も景気は下降する。	
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染の終息が見えず、当分景気悪化が懸念される。	
		観光名所（従業員）	・観光名所が、3月から値上げするため、客足が減る可能性がある。	
		ゴルフ場（従業員）	・日韓関係の改善の見通しもみられないが、中国の新型コロナウイルスの影響により、日本企業のコンペ開催延期等なることを懸念している。	
		競艇場（職員）	・年末年始に掛けた需要が、終えてしまう状態になる。	
		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）	・韓国からの旅行者減少による影響と、新型コロナウイルス発生による国内外の旅行者減少による影響が心配である。	
		設計事務所（所長）	・現在進行している仕事が、2～3か月先に実を結ぶが、現在の仕事量が少なく、状況が良くないため、2～3か月先はやや悪い。	
		設計事務所（代表）	・客の消費動向が、冷え切っている。	
		住宅販売会社（従業員）	・展示場来場者数は、引き続き減少傾向にあり、販売全般は厳しい状況が続く。	
		×	百貨店（営業担当）	・消費税引上げの影響は、そろそろ回復すると予測をしていたものの、今度は、新型コロナウイルスの影響で、極めて厳しい状況が続いている。市場でもリスクオフのムードが漂っているため、株価や為替は、非常に警戒をしている。早く終息していかない限りは、企業業績が多少良くなっても、非常に厳しい環境が続くと予想している。
		×	スーパー（店長）	・消費者の節約志向は、今後も引き続き厳しくなる。キャッシュレス決済2%還元の特典が終了すると、更に加速すると考えられる。
		×	コンビニ（経営者）	・中国発の新型コロナウイルスの流行による海外観光客の減少や風評による国内消費意欲の減退が、危惧される。
	×	コンビニ（店長）	・近隣に同種の競合店が出店するため、危惧している。	
	×	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・近隣施設が3月末で営業を終了し、当地区の来客数の減少が予想される。	
	×	高級レストラン（経営者）	・インバウンドの減少で初めは韓国からの客が減っていたが、中国や香港、台湾の客もかなり少なくなり、観光客を対象としている飲食店は、ますます景気が悪くなっている。消費税引上げの影響もあり、消費に対して慎重になっているため、先行きが不安である。	
	×	スナック（経営者）	・天候が安定しているにもかかわらず、平日週末共に振るわない日が続いている。特に団体利用がなく、法人系の利用が見られない。1月の最低売上を更新するのではないかと危惧している。	
	×	都市型ホテル（販売担当）	・中国旅行社の渡航禁止等が、大きく影響してくると危惧している。	
	×	設計事務所（所長）	・海外の政治や経済の混迷により、行き先不透明で今後を見通せないが、景気が良くなる要因はない。	
企業動向関連 (九州)		農林水産業（経営者）	・2月は稼働日数が少なく、余り期待できないが、3月は行楽シーズンや移動時期も重なり、居酒屋やスーパーマーケット等かなり期待できる。加えて、加工メーカーも豚肉の不足によるとり肉需要により、引き合いが強いと予想している。4月以降に関しても東京オリンピックを前にインバウンドによる消費がかなり期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けて、防災マップ系の受注量が若干増えている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・景気の底を脱した印象を受けるが、新型コロナウイルスの影響や地政学的リスクが常に発生し、懸念している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注計画や情報からでは、若干良くなっていく。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中貿易合意から極端に一部の商材等の購入が入っているが、そのほかは余り動きもなく、物によっては下がっている。今年度は、多少増産の話も出ているため、少しは改善すると考えている。
		建設業（従業員）	・見積案件は少しあるが、なかなか受注に結び付けることができない。配置員もこれから上がり、受注に向けて取り組むため、若干は良くなる。
		輸送業（総務担当）	・周辺地域での倉庫新規建築工事が着手されており、今後のニーズの高さがうかがい知れる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・1月は厳しい状況であるが、株価やインフルエンザ等2～3月は少しずつ改善していく。
		食料品製造業（経営者）	・厳しい状況が継続するのではないかと危惧している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦により、取引先の受注が落ち込んでおり、良くなる見通しが無い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の声では、今後の仕事は来年度でなければ分からないことが多く、当分は良くも悪くも今の状況に変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先からの受注が、今後3か月もほぼ変わらない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの受注量の減少が続いており、見通しがつかず、予断が許されない状況である。
		輸送業（従業員）	・輸入や輸出貨物の情報も少なく、回復の要素がない。
		通信業（職員）	・折衝案件は引き続きあるため、ある程度の受注は見込めるが、受注確度を考慮すると現状維持の可能性が高い。
		通信業（経理担当）	・景気にそれほど影響を与える好材料がない。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。着目点として、国内では、消費税引上げ前の駆け込み需要は、前回ほどではなかったとはいえ、その反動は、消費税引上げによる負の所得効果がどの程度影響があるかが問題である。また、海外では、外需を支える半導体市場の動向や債券バブルにみられる金融市場リスク、そして新型コロナウイルスの影響が懸念される。
		金融業（調査担当）	・建設業では繁忙期が続いているが、その他の業種では、現状の推移が見込まれる。観光業や小売業では、インフルエンザや新型コロナウイルスが客足に与える影響を危惧している。
		不動産業（従業員）	・運輸サービス部門の業況が、横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が余り見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に今後の投資計画について聞くと、現状維持という回答が多い。
		経営コンサルタント（社員）	・セミナー参加募集の状況から、余り期待できない。
		家具製造業（従業員）	・東京オリンピック後の景気落ち込みが、どの程度であるか不透明であるが、建設情報やホテル等の着工数は徐々に減少している。また、今回の新型コロナウイルス等の影響によりインバウンドの減少が避けられず、増加を見込んでいるホテル建設等にブレーキが掛かり始めている。
		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が不透明である。特に物流やメンテナンス等工事関係への影響が懸念される。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・エンジンや車体部品共に当初設定した下期予算生産数と比較すると、第3四半期同様に第4四半期の内示ベースでも、下振れの傾向で推移している。
		金融業（従業員）	・公共工事は、高水準で推移しているが、自動車の輸出がやや減少している。また、海外からの観光客は、韓国市場が冷え込んでいるほか、新型コロナウイルスの影響で、中国人旅行者のキャンセルが相次いでおり、全体としては大幅に減少している。
		金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの悪影響が小売業や観光、サービス業を中心にしばらく続くと推測される。新型コロナウイルスの流行が終息に向かわない限り、景気の改善は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店(役員) その他サービス業[物 品リース](支社長)	・客の経営状況が芳しくなく、明るい材料が見当たらない。 ・新型コロナウイルスによる健康被害を心配している状況である。九州の西側では、中国からの観光客も多く、イベントや交通機関でも、業績とは別の影響が出ることが懸念される。
	×	繊維工業(営業担当)	・ある団体が、賃金昇給が普通であるということで、ついていけない中小企業が出るため、とう汰されてしまう。このまま賃金が上がっていくと、当社も倒産するのではないかと大変懸念している。
	×	金属製品製造業(事業 統括)	・東京オリンピック期間中に首都圏の建設工事が止まり、新たな案件が動きにくくなるため、大きな受注が見込めない。
	×	建設業(社員)	・10月に国体があるため、7～8月までには工事が完了しなければならぬ。前半は期待できるが、後半には不安が大きい。今のうちに多くの繰越し工事を受注できるように、余裕をもった業務を考えている。
	×	経営コンサルタント (社員)	・客は、飲酒を控えているため、売上の下降が進む。
	×	その他サービス業[コ ンサルタント](代表 取締役)	・2～3月の年度末に向けて、市町村からの調査や計画策定や設計等の委託業務の発注が少なくなることが予想され、入札になった場合、経営上無理しながら受注することになり、調査等のコンサルタント業界の景気は、悪くなることが予想される。
雇用 関連		-	-
		*	*
(九州)		人材派遣会社(社員)	・派遣業界では、同一労働同一賃金の動き一色であり、この法律が施行される4月の影響が読めない状況である。施行により、登録者が増加するとも限らず、企業側も今後の動向をうかがっている。
		人材派遣会社(社員)	・年度末の需要も例年並みではあるが、新規での注文はほとんどない。受注している注文内容も増員ではなく、現状スタッフの後任が多い。
		人材派遣会社(社員)	・新規求人数が減少しており、なかでも大手企業の求人が減少している。
		人材派遣会社(社員)	・同一労働同一賃金の改正労働者派遣法に伴い、派遣需要の低迷のおそれがある。
		人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルスによる大型客船の入港キャンセル等が相次いでおり、小売やサービス業からの求人が減少することが見込まれる。
		人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルスの影響もあり、イベント実施に影響が出るのではないかと不安である。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・消費税引上げの影響により、飲食店では、この機会に大幅に値上げする店が増えており、問題視されることを危惧している。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルスが猛威を振るっており、その影響は大きく、インバウンドによる観光や外食等も低調になる。このために、不急の外出は控えるという状況は、しばらく継続する。
		職業安定所(職員)	・利潤が出ない分野からの企業の撤退等が目立っており、従業員解雇の相談が増加傾向である。
		職業安定所(職員)	・求人数の減少傾向は、今後も続くものと思料される。また、中国の新型コロナウイルスの経済への影響も強く懸念している。
		職業安定所(職員)	・新規求人は、5か月連続で減少しており、その内の4か月は、前年比10%以上低下している。また、採用者数も前年度比を減少している。
		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企業もある。東京オリンピック以降の景気動向に左右させる可能性もあり、労働人口の減少やA Iの活用等企業内の業務体制の見直しが図られることが予想される。すぐに買手に動くことはないが、新卒採用の長期的な動向は、不明な点が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	新聞社〔求人広告〕 (社員)	・新型コロナウイルスの影響が、観光業だけでなく、製造業等にまで及ぶことが懸念されるため、広範囲で景気に悪影響となる。

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)		-	-
		コンビニ（経営者）	・男性客のデザートで購入量が増えてきており、客単価が上がっている。
		衣料品専門店（経営者）	・この寒さと新型コロナウイルスの騒ぎが落ち着けば良くなっていくかとみられる。
		通信会社（営業担当）	・3月は年で一番の商戦期となるので、期待はしているが、今の販売量の落ち込みを引きずっていくのが回復するのか、先行きが不透明な部分もある。
		百貨店（店舗企画）	・恒常的に免税売上が苦戦しているなか、新型コロナウイルスで更に見通しが厳しくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は例年になく暑い状態が続く、服が売れない状態が続いている。また、10月の消費税増税の影響も重なっているのか、客の購買意欲を感じられない。セール時期であるが、セールとしても売れていない状態である。景気は今、悪いとみられる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現時点での予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率見込みは、今月同様に若干の前年実績プラスで推移することが予測できる。
		旅行代理店（マネージャー）	・販売量は増えても利益率の低い商品から売れるので社会的には悪循環だが、まだ需要があるだけよしとしている。
		住宅販売会社（代表取締役）	・当面は、現在の受注状況が続くとみられる。しかしながら新規客の建築相談は減少傾向にある印象を受ける。
		スーパー（企画担当）	・大型ショッピングセンターの出店による影響を少なからず受けるとみられる。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響によって中国人観光客の来県が減少する可能性があり、それに伴って来店客数の減少、売上の減少が予測される。
		コンビニ（代表者）	・韓国との問題や、新型コロナウイルスの拡大が懸念され観光客の減少が予想される。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が沈静化するまでは向上は難しい。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの予約状況が良くなく、同業他社も同様である。さらに、新型コロナウイルスの影響も懸念される。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場組数の減少に併せて、住宅計画の問合せ件数も同じく減少している。
	x	商店街（代表者）	・最近では、中国、韓国、台湾等からの来客数も微妙に落ち込んでいる様子である。観光客が大幅に減少とまでは言わずとも、クルーズ船が入っているにもかかわらず、なかなか売上に結び付かないという危機感があるようである。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・4月の飲食店の全面禁煙化で、一部の喫煙のできる小規模店舗に平日の少人数客が流れて、より厳しくなりそうである。
	x	観光型ホテル（代表取締役）	・沖縄県観光入域客数は全体的に微増であるが、宿泊施設の供給過剰により、ダンピングが始まっている。飲食部門も予約の動きが鈍い。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		*	*
		建設業（経営者）	・有望な見込み客の引き合い件数が少ない。
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島はホテルや量販店等の民需、港湾、公共施設建設等の官需共に増勢で、さらに陸上自衛隊の建設工事もあり、生コンの出荷は増大している。ただしアスファルト向けは依然低迷している。採取船の故障や天候不良で大幅な生産不足が問題となった海砂は、徐々に回復しつつある。
		会計事務所（所長）	・観光を主とする本県であるが、首里城消失の後の新型コロナウイルス等の影響が観光にとどまらず、周辺業界に波及するのではないかと懸念されている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（総務）	・世界的なアフリカ豚コレラの影響で豚肉原料価格が上昇している。県内産豚においても豚コレラが発生し、価格が上昇傾向にある。また新型コロナウイルス発生の影響による観光への影響等、悪材料が重なっており消費者心理も冷え込みつつあるとみられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・民間工事の受注が前年11月頃から減になっており、今後も続く見通しである。
		輸送業（経営企画室）	・新型コロナウイルスの影響で沖縄県内の観光業を中心とした業界への影響が懸念される。一方でベースとなる県内消費は変わらないとみられるため、物流業への影響は少ないものと考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・中国武漢で発生した新型コロナウイルスが、沖縄の基幹産業である観光産業を中心に県経済へ与える影響を危惧する声もあり、販促費用を抑えることが予測される。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)			
		求人情報誌製作会社（編集室）	・例年2～3月の求人件数は増加傾向にあるが、新型コロナウイルスのこともあり伸び率が低調になるとみられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・景気が上向く材料がない限り変化は期待できない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・最近の新型コロナウイルスの件で観光関連の仕事が減少し、求人数も減少傾向になると予測される。
		職業安定所（職員）	・日韓関係悪化による観光客の減少、中国発の新型コロナウイルスによる肺炎など、観光客が減少する要素ばかりで、景気が上向く話題がない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・新型コロナウイルスの騒動が影響しそうである。
	x	-	-