

・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）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)	良くなる	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年と同様に、気温の上昇とともに観光客が大幅に増加する。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・給与が確実に増えている。また、65歳以上の高齢者においては、従来の健康志向一辺倒ではなく、趣味や娯楽に対する消費が確実に増えている。貯蓄だけの幸福ではなく、人生をいかに生きるかという価値観の変化がみられる。
		衣料品専門店（店長）	・客との話から、若干良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・一般団体の宿泊予約が比較的好調である。また、自動車業界のインセンティブ、薬品業界の研究会が堅調である。
		旅行代理店（従業員）	・5月以降は元々回復傾向にあったビジネス客の動きが活発になる。4連休となるゴールデンウィークの観光需要にも期待できる。
		観光名所（従業員）	・当社にとって好調な入込をけん引しているのは外国人観光客であり、特に台湾からの観光客の勢いには衰えが感じられない。また、タイやシンガポール、マレーシアなどからの観光客も増加し続けている。
	変わらない	商店街（代表者）	・全体的に4月の落ち込みはあるとみているが、特に衣料品に関しては3月の駆け込み需要の影響も特にみられなかったため、2～3か月先には、今と変わらない動きとなる。
		商店街（代表者）	・北海道全体としては売上が1～2%上がってきているとの話も聞くが、当地では売上が10～20%も減少する動きがみられるような状況であるため、今後も変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月の売上をみると、全く変化のない状況が続いている。現政権の経済対策の効果等は当地にまだ波及していないというのが実感である。そのため、2～3か月先も同じような状況で推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・過去の増税時よりも買いだめ傾向が弱いことから、今後の反動も少なく、4月以降も大きな減少はみられない。しかし、増加に転じるような要素はなく、景気回復には至らない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後、すべての物価は上がることになるため、特に高齢者は生活が大変になる。全体的に消費者の節約志向が進み、良いものが安くなった時にだけ、財布のひもが緩む傾向となる。ただ、価格が下がるような商品も見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の積極的な購買力は期待できず、今後については厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・一定の需要喚起が終わることになるため、個人所得と連動して需要が伸びるまでは時間がかかる。自動車など、国内主力商品の強さに期待しているところであり、今後、景気が上向くようであれば期待は大きい。
		旅行代理店（従業員）	・消費税が上がることで、客が旅行に割くお金を確保できると感じるか不透明な部分がある。
		タクシー運転手	・消費税増税前の利用増を見込んでいたが、それほど変化がみられなかった。その一方で、2～3か月先の予約状況は前年並みの件数となっている。
		観光名所（職員）	・現政権の経済対策が道内の景気、特に中小企業に浸透するにはまだ時間かかる。
		美容室（経営者）	・客との会話から、4月には一時的に売上が落ち込むが、2～3か月後には回復してくるようになる。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
		商店街（代表者）	・ライフラインの固定費の値上げを始めとして、すべての値上げは年金生活者である高齢者に大きな影響を与えることになる。防御策としては、節約あるのみとの意見が多く、デフレ期の消費行動を維持することになる。商店街を維持していくことも厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・消費税増税後であり、景気回復の実感と外国人観光客の動きにもよるが、大きなイベント等もないため、3月と比較して、売上の増加は見込めない。また、高齢者等が得るお金は増えないため、客からは節約するしかないとの落ち込んだ話を聞く。
		商店街（代表者）	・心配なのは4月からであり、一般零細小売店としては対策が打てない状況であるため、2～3か月は厳しい状況となる。これらは気持ちの問題から来るものが多く、商店主としては元気に対応することが求められる。
		一般小売店〔土産〕（役員）	・消費税増税の反動が夏まで続くことになる。今月の売上、来場者数は、今後3か月の需要を先食いしているものだとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の先買い傾向が予想よりも大きかったため、特にボリュームゾーンである春物ファッションの購入停滞が懸念される。4～5月の購入の先行感が強かったため、商品展開が変わり、秋物の展開が始まる6月くらいからの回復を見込んでいる。
		百貨店（役員）	・消費税増税後の落ち込みがいつまで続くかによる。家電商品については、3か月以上は落ち込むとみている。
		スーパー（店長）	・客の買物が今まで以上にシビアになってくるため、売上増を図るよりも現状のレベルを落とさない工夫が必要となる。前倒し分の需要減も相当あるとみている。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が出てくる。消耗品のまとめ買いや耐久消費財の買換えなどの反動で、4月以降の消費動向は厳しくなる。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税後の消費者マインドがどのように推移するのか、また買い控えはどの程度で回復するのか、今後の消費動向が見通せない状況にある。
		スーパー（役員）	・食料品の場合、大幅に悪くなることは考えづらいが、他のカテゴリーでの出費が多いため、食料品においても1～2か月間は消費が低迷する。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の買い込み需要があった商品は売れなくなるが、生鮮、日配品は特に影響がなかったため、1か月ほどで元に戻る。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税で消費の勢いが弱まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後は、現在、売上の増加している商品群が大きく減少に転じることになる。所得が大きく増加していないなかでの買いためであるため、当面、家計は引締め傾向に入る。しかし、資金力のない小売店の減退も進むため、経営環境が縮小の一途をたどるともいえない。
		コンビニ（エリア担当）	・3月は仮需要の発生で売上が伸びているが、4月以降はその反動で減少することになる。また、当市自体の人口減少が続いていること、主要産業が衰退していることなどから、今のところ、良くなる見込みがない。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の需要が一服し、落ち込むことになる。
		家電量販店（店員）	・4～6月までは、3月までの反動が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・販売に関して消費税増税前の需要が3月をピークに終わるため、これまでの流れから、今後2～3か月は落ち込むことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・客からは4月までに購入するという話が多いなど、駆け込み需要が生じているため、4月以降は7月ごろまで来客数が落ち込む。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税により、消費者の動きはやや悪くなる。また、仕入価格等の経費も増税分が加算されるため、利益が減り、規模の小さな企業には影響が出てくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・6月の北海道は、ゴールデンウィークも明けて、観光シーズンに入るが、地元客を中心とした国内客は厳しい落ち込みを迎えることになる。高級店が今後も同じメニューを提供する際、消費税分をアップさせて、同じだけの売上、人数を確保することは難しすぎる問題であり、企業にとって厳しい増税となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税の影響がどの程度になるか分からないが、来客数、売上とも間違いなく落ち込む。
		スナック（経営者）	・消費税増税により来客数が少なくなる。

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
		旅行代理店（従業員）	・3月までに大きな買物をしている場合、ボーナス払いでの支払も多いため、今後は衣食住に関連した支出が優先される。ただし、各企業の夏季ボーナスの支給額次第では、第2四半期以降の動きが好転する可能性がある。
		タクシー運転手	・例年、4月からはタクシーの利用が少なくなる。今年は、消費税増税にともなう値上げもあるため、タクシーの利用客は減ることになる。
		タクシー運転手	・今後、4月以降の需要に関しては、消費税増税がいよいよスタートすることへの警戒感から、乗り控えが起きてくる。そのため、前年と比較して、収入や輸送販売といった諸々が落ち込むことが懸念される。
		タクシー運転手	・消費税増税により、タクシーの基本料金も20円上がるため、利用客の乗り控えにつながり、やや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・消費税増税前の買いだめにより、増税後はかなり買い控えが目立ってくる。
		美容室（経営者）	・消費税増税を始めとした物価の上昇は美容に関する消費性向を抑制することになる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、一時的に消費マインドが低下することは避け難い。特に駆け込み需要による需要の先食いにより、数か月分の需要がすでに刈り取られている状況であるため、市況は悪化することになる。
	悪くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・前政権で急激に公共事業を減らしたこともあり、北海道の業者では重機が不足しており、今年はそのようななかでの大雪となったため、排雪業者の手配が付かない状況にある。当社は昆布屋であり、現在、当社では春昆布の買い付けを行っているが、道南の春昆布の干場は今も雪で積もったままであり、なかなか買い付けができなくなっている。また、石油の価格が高止まりしているため、北海道の経済は現政権の経済対策の恩恵からはほど遠い状態にある。
		百貨店（売場主任）	・4月1日から消費税が増税されるため、客の節約、買い控えにより売上が厳しくなる。今後については、集客動員策となるイベントの企画立案を行うなどして、売上拡大を進めていかなければならない状況にある。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響により、売上が10%程度の落ち込むことになる。
		百貨店（販売促進担当）	・4月の消費税増税以降、消費の落ち込みは避けられない状況にあり、今後、3か月程度は景気が上向き可能性が低い。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、2～3か月は駆け込み需要の反動減が出てくる。特に今月の伸びが目立った化粧品は、客のまとめ買いが多く、次回購入までの期間が長くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後となるため、先行きが不安である。
		家電量販店（地区統括部長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が最低3か月は続く。
	乗用車販売店（営業担当）	・新車販売は、間違いなく消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。サービス部門は、1～2回目の車検対象が2009年の米国の大手金融機関の破たん、2011年の東日本大震災の影響で激減するため、4～6月は非常に厳しい状況になる。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・慣れない消費税8%のイメージもあり、かなりのマイナスは覚悟しなくてはならない。地道な接客活動を続けるしか方法はない。	
	観光型ホテル（経営者）	・4月からの消費税増税の影響を受けて、例年に比べて、4月以降の予約数は明らかに鈍化している。この先、6月ごろまでは、手持ちの予約も前年を下回る状況となっている。今後については、消費税増税や為替の影響による物価高、公共料金の値上げなど、悪材料が揃っており、今月より大きく悪化することになる。	
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の反動が相当出てくる。	
企業動向関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		建設業（経営者）	・公共工事、民間工事ともに工事が着工され始めることで、人、物、金が動き出す。ただ、労務費や資機材単価のアップが見込まれるため、採算性の面では厳しくなる。
		建設業（従業員）	・前年に改正された耐震改修促進法により、義務付けられた大型建築物の耐震診断が、市町村の新年度予算で補助制度が整うことで多数発注されることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事の発注が安定して行われるため、今後については期待できる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・消費税増税後は一時的に落ち込むことになるが、ものづくり補助金の要件が緩和されたことの影響や、取引先が豊富な仕事量を確保していることもあり、今後も好調が続く。また、一部の消耗資材では、値上げとともに品薄状態が続いており、好景気をけん引している。
		金属製品製造業（役員）	・消費税増税後となり、建築確認申請の減少もあり、住宅関係はやや悪くなるが、施設建設を行う公共事業が前年よりも微増となるため、全体としては変わらない。
		輸送業（営業担当）	・一般的に消費税増税前の一般貨物の駆け込み輸送が増加しているため、4月以降の反動がどの程度になるかが懸念される。
	やや悪くなる	輸送業（支店長）	・今期実績については、前年より良化している取引先がほとんどだが、需要の前倒しにより、注文在庫の水準が高めに出ている品種もみられる。
		コピーサービス業（従業員）	・企業も様子見をしている状況にある。
		食料品製造業（経営者）	・駆け込み需要の反動が生じる。
		食料品製造業（役員）	・消費税増税による影響で、消費者の購買が減少することになり、その影響でやや悪くなる。
		家具製造業（経営者）	・消費税増税の影響を受けることになる。
		通信業（営業担当）	・消費税増税が目前に迫り、取引先の多くがその影響を警戒している。仕入や設備投資に対して慎重な姿勢を見せ始めているため、この先2～3か月の景況感は少し下向きとなる。
		金融業（企画担当）	・消費税増税後は個人消費が落ち込む。しかし、雇用・所得環境にわずかながら改善がみられること、観光客の増加が見込まれること、公共投資が下支えることなどから、景気全体としては極端には悪化しない。
		司法書士	・消費税増税の影響もあり、8%という数字に慣れるまでは、積極的な取引は行わないようになる。
		司法書士	・建物の建築等は消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今後は低迷する。
		司法書士	・今後、消費税増税の影響を緩和するための補正予算の実行が確実に執行されるのであれば、景気は横ばいで推移する。ただし、公共事業の増加だけで、地方に暮らす一般市民の暮らしが楽になるとは思えないため、効果が出ないとなれば、一段の景気悪化となる。
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・年度の変わり目で発注が停滞している。設備投資に関しては、同業他社の動向をみながらという状況であり、予算取りも含めて積極的という印象はまだ伝わってこない。		
その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が見込まれる。		
雇用関連 (北海道)	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今より良くなる要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の求人意欲が高いこともあり、消費税増税が求人市場に及ぼす影響は小さいとみているが、今後への不透明感はぬぐいきれない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は業種ごとに増加、減少のばらつきが出始めている。食品製造加工業や同卸売業、宿泊業では求人がかかり伸びてきている。また、コールセンターは募集職種が急激に増え始めたため、求人数も急増している。一方、運送業や飲食店の求人は減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・3月の駆け込み需要の反動が、今後、どの程度影響してくるかが不透明である。今までのような楽観的な上昇傾向も一端は落ち着くことになる。
職業安定所（職員）		・就職件数が前年を1.5%上回っており、今後も変わらないまま推移する。	
職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要に対応する求人がみられたこともあり、今後、求人数の伸びは落ち着くことになる。		
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きくは変わらないとみているが、消費税率アップにともなう買い控え等により、何らかの影響が出てくる。	

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
		職業安定所（職員）	・円安にともなう燃料価格の高騰が続いているなか、消費税増税後の増税分を価格に転嫁できない零細企業などで、企業活動に悪影響が生じることが懸念される。消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化も懸念される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の影響が6月ごろまで続くことになるため、雇用環境もやや悪くなる。
	悪くなる	—	—

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)	良くなる	コンビニ（店長）	・長かった冬も終わり、徒歩で来店する客も増えている。複数の店舗を運営しているが、競合が減ってきたので売上が上がっている。消費税増税後の影響もあまり無いことが予想されるので、更なる売上向上が見込める。
	やや良くなる	その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候も良くなり、大きな祭りも控えているので、そこに大きな期待を寄せている。飲食店に関してはまだまだ不透明な所が多く、消費税増税がどこまで影響を及ぼすのかが分からない。ただ、少なからず今月よりは良くなると考えている。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税関連の動向も静まる。また、スポーツ観戦の時期になることや季節需要により、飲食、観光もやや持ち直す。
		観光型ホテル（経営者）	・5月を除いてやや良好である。東日本大震災後一度離れた客も、4年目を迎え、再度の来館の兆しがある。また、同窓会などの集会は相変わらず強い。
		観光名所（職員）	・今期より再開するイベントなどもあり、これから来客数が上向いてくると見込んでいる。
		住宅販売会社（経営者）	・戸建て受注は緩慢だが、輸出関連製造業の大型建物に伴う千坪単位の土地需要がある。また、ロードサイド店出店用地の需要も伸びている。
	変わらない	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店は景気にあまり左右されない客が多いので変わらない。駆け込み需要で3月に売れた分、少し落ちはするが、悪くない傾向が続く。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・消費税増税の影響が続く。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後の耐久消費財や高額商品の消費落ち込みが、3か月以上長引く可能性もある。
		スーパー（営業担当）	・4月以降は当然買い控えが予想される。2、3月のプラスと4、5月のマイナスで帳尻があえば良いが、4月以降の消費マインドが読めない。消費税増税により、内食需要が高くなれば、生鮮食品を中心とした食品スーパーへの影響は長くは続かないかもしれない。
		コンビニ（経営者）	・近隣コンビニオーナーとの会話のなかにも景気上向きの話はない。しばらくは現在の状態が続くとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も競争店出店は続く。
		コンビニ（店長）	・来客数は伸長する時期であり期待したい反面、競合店の出店も控えており、状況は依然として厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・4月以降の受注減が懸念されるが、公共投資などで景気回復を願う。
		衣料品専門店（経営者）	・決して良くなることはなく、変わらない、もしくは悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が少ない分、増税後の反動は少ないと予測できるが、今までの経緯から、天候次第でカジュアル衣料の売上が左右されると考えられる。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税前的高額商品購入の反動で、消費活動が低下する懸念がある。
		家電量販店（店長）	・4月以降、消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・4～6月は消費税の影響をもらい受け、低迷が予想される。見込み客の掘り起こしを再度展開していきたい。
		自動車備品販売店（経営者）	・現在の動きから見て、4～6月の繁忙期は前年より悪くなるのが予想される。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税の影響がどこまであるのか読めない。

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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費税増税後の反動が考えられるが、石油製品の性質上、極端な買いだめは難しいため、半月程度で従来の消費動向に戻りそうである。当県の場合、復興需要が相変わらず見込めるため、常用は上向きで推移しそうであるが、新年度予算の執行までのタイムラグがあるため、2～3か月は横ばいが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・4月から消費税率が上がるので景気が良くなることは考えられず、期待をこめて横ばいと予想している。消費税増税によりどのような動きになるか読めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気を底上げするような動きもないので変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・旅行業界では駆け込み需要や消費税増税による行き控えといったことはないだろうが、現在の状況からみると、大きくは改善しないと予想している。月によってかなりの波がある。
		旅行代理店（従業員）	・様子見の傾向が強い。
		タクシー運転手	・4月に消費税率が上がるが、その反動が落ち着けばそのまま良い方向に行き、今と変わらない状況になる。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく、好転は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・駆け込み加入者は少なく新規契約者も特に見込めないが、解約者も減少傾向にあるため、落ち着いた状態で推移するとみている。しばらくは節約傾向が続くので、売上にもあまり変化は見られないと考えている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が出てくる。
		テーマパーク（職員）	・一時的な買い控えはあっても、次第に消費者は増税金額に慣れてくるため、今の状況が特に変わることはない。
		設計事務所（経営者）	・住宅以外の工事を主にしている業者のなかには、少し先が見えてきたといったような話をする人もいるが、もう少し現状維持の状態が続くとみている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・やはり4月からの消費税増税が全体的に厳しさを招くのは必至である。
		商店街（代表者）	・4月より消費税率が上がり、当然駆け込み需要の反動が出てくる。特に商店街、専門店などは買い控え傾向が著しくなると予想されるため、非常に不安である。
		商店街（代表者）	・消費者は消費税率3%引上げに対して、それ以上の生活防衛意識を持っている様子がうかがえることから、この先数か月は消費が停滞すると予想している。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・消費税増税前の買いだめの反動で、増税後は買い控えが起きる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の実生活に掛かってくる負担を感じるなかで、当面財布のひもは固くなる。
		百貨店（総務担当）	・今月の販売額、売上高が想定以上に大きく出ているということは、消費税増税後の4月以降の需要の先食い、前倒し需要といった意味合いが非常に大きい。その分、4月以降に悪い影響が出てくる。
		百貨店（営業担当）	・4月の消費税増税後は消費が落ち込むものと想定される。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税により前倒しで売上が上がっている影響は、当然4月以降の購買に出てくる。2、3か月は厳しい状況が予想されるが、徐々に回復するとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税、競合商業施設の新規オープンなどを考えると、直近2～3か月は悪い方向に影響を受けそうである。ただし、消費税増税の影響は、3%から5%への増税時と比べると限定的と考えられる。
		スーパー（店長）	・4月からの消費税増税後の家庭内備蓄在庫が消化されるまでは、一時的に買上点数などが低迷し、業績に影響が出るのが予想される。
		スーパー（店長）	・消費税増税で買いだめ需要があったので、その反動で4、5月は買上点数が下落すると懸念している。
		スーパー（店長）	・消費税増税前のまとめ買い商品を中心に販売数は伸び悩む。ただし、その状況は長くは続かず、回復すると予測している。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の落ち込みは必ずあるので、2、3か月後まではやや悪い状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税によるたばこの20円アップはやはり影響が大きいのではないかと。たばことドリンクでワンコインでは済まなくなるので、買上点数や販売量の減少につながる。落ち着くまでに2、3か月かかるのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の買い控えの影響による単価低下を予測している。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による来客数の減少が予測される。
		コンビニ（店長）	・消費税率の引上げにより、4～6月は間違いなく前年を割り込む。その後どうなっていくかというのは、4月の中旬以降にならないと分からない。デフレになることは確実である。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後は生活防衛意識が確実に高まる。特に衣料品は買い控え対象商品となり、厳しい状況が続くと予想される。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要により、景気が落ち込む。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動があり、やや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる可能性がある。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前に前倒しで購入した人が多いため、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・来月から消費税率が上がるので、購入を検討していた客はもうとっくに買い終わっている。そのため、4～6月はかなり冷え込む。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響で落ち込む。どの程度の影響があるか見通せず、非常に不安である。
		住関連専門店（経営者）	・当店のよう小さな店では想像していなかったのだが、消費税増税前の駆け込み需要が結構あった。3か月後は反動があるのではないかと予想している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税の影響が出てくる。また、地元農家もTPP対応や減反廃止等に向けての動きに伴い、消費が冷え込む可能性がある。見通しは厳しいと言わざるを得ない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・様子見による買い控えが多くなることが予想される。便乗して商品自体の価格変更や質量の変更を行っているメーカーも多いため、市場が落ち着くまでは落ち込むことが考えられる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動と長引く原発問題により、景気はやや悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在売上は好調に推移しているが、この反動は必ず出てくると考えている。4月以降の売上苦戦に関しては、社内においても相当の危機感を持っている。
		一般レストラン（経営者）	・我々の商売でも若干消費税増税の影響が出てくるのではないかと考えている。3月よりは悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率は上がるが、収入はそれほど上がる気配がないということで、外出を控えるという話が客の間から聞こえてくる。大幅に悪くなることはないとするが、やはり増税の影響は大きくなりそうである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に高額商品を購入したり、商品を買いだめたりしたため、消費は最小限に抑える人が多数いるとみている。消費税8%に慣れるまでというわけではなく、消費を抑えた生活に慣れる人が多くなるため、飲食店は打撃を受けることが予想される。
		スナック（経営者）	・今月で歓送迎会シーズンも一通りめどが付くので、団体が動くことが極端に減ってくる。予約の状況も通常どおりの厳しい状況に戻る事が予測される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークもかなりの空き状況がある。また、定期的に利用する客の予算のこともあり、消費税分を値上げできない状況である。単価上昇はしばらく見込めない。
		観光型旅館（経営者）	・3月が前年並みとなったのは、消費税増税前の消費マインドとやや人の動く季節であることが要因である。4月以降は、消費税の負担増分が行楽や宿泊費の削減になっているせいか、前年よりも予約状況が悪い。
		観光型旅館（スタッフ）	・消費税増税後は落ち込むとみられ、予約の件数も動きが鈍い。夏前には需要の回復を見込んでいるが、4月から5月中旬までは厳しいとみている。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・いよいよ消費税増税が目前に迫っているが、4～6月の第1四半期は主力である宴会、婚礼、宿泊はいずれも例年と比べても低調に推移している。仕入価格が上昇しているなかで売価を上げたいところだが、客の動向に影響するためちゅうちょしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・以前から低価格販売が常態化しており、4月からの消費税増税が予約状況に影響するようには見えない。しかし、原材料価格及び備品消耗品の仕入れ価格の高騰はかなりのマイナス要因となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年まで順調であった復興需要による利用はほぼ止まり、来月の予約状況も前年を下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月からの消費税増税の影響は飲食業に大きく響いてくる。2～3か月後に落ち着いているとは考えられない。
		旅行代理店（店長）	・一時的とはみられるが、消費税増税の影響がある。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税により買い控えが発生し、ものが余る時期が続く。売上は低迷し利益が薄くなる。
		通信会社（営業担当）	・4月以降の消費税増税により、消費は大幅に冷え込むと予想している。当面、景気の改善は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税後の反動は確実に出てくる。政府の対応施策に期待したい。
		観光名所（職員）	・前回、消費税率が3%から5%に引き上げられた際は、買い控えにより若干売上が落ちた。今回もやや悪くなるのではないかとみている。
		遊園地（経営者）	・料金は据置きとしているが、4月以降の客の行動は読めない。いつの段階で通常に戻るか注視している。
		競艇場（職員）	・消費税の増税で趣味などにかける金額が減ることが予想される。
		美容室（経営者）	・3月の駆け込み需要の反動は3か月では解消せず、夏前後までかかるのではないかと。厳しい状況が続くことになる。
		美容室（経営者）	・消費税増税に伴い、施術料金も上げることになった。客足がますます遠のくと予想している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税後の反動を懸念している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税に伴い、特に税率変更直後は相当の冷え込みが予想される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・4月以降の予約は皆無に近い。かなりひどい状態になるのではないかと。
		商店街（代表者）	・消費税増税後は相当に景気が落ち込む。4月からどのくらい下がり、どのくらいで回復していくのか、予測は不可能である。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税後の動向については、現在の状況からみて消費マインドは停滞することが予想されており、更に厳しくなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3月末日まで駆け込みで買物をした人々が非常に多いので、その商品を使い切るまではなかなか次の消費には回らず、売上は当然下がる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリンや灯油の価格が上がってきているが、このところ足元では、生菓などの価格も高騰してきている。4月には消費税率の引上げもあるが、今後の物価上昇は増税分にとどまらない。一方で給与の額は、上がる見通しもなく、多くの消費者は更に経済的な余裕を失うのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、購買意欲は明らかに下がる。高額商品などアイテムによっては売上が前年の5割を割り込むことも予測される。ただし、6月くらいからは中元商戦も始まることから、購買動機のきっかけとなり、少しずつ回復するとみている。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は当分の間続くことが想定される。
		百貨店（経営者）	・3月の好調アイテムは、消費税増税後に反動減が確実に表れる。ただし、宝飾時計などの高額商品などは、増税前の駆け込み需要としての増加以上に、株価の変動に大きく左右されると予測しているため、4月以降の経済動向次第では、減少率や冷え込み期間にも変化があると判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経営者）	・消費税増税に関しては駆け込み需要があまり見られないので、反動は少ないかもしれない。しかし、ベースアップとなる企業は少数派とみられるため、増税は家計の圧迫要因となる。また、外部環境の不確実性とアベノミクスの幻想も剥げてきていることから、今後は徐々に景気が悪化していく。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が4月から発生し、6月ごろもまだ増税前の水準に戻らないのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・現在、大型商品、日持ちする商品、高単価商品が出ているため、その反動減が生じることが見込まれる。しかし、食品に関していえば、他の業種に比べて回復は早いとみている。
		スーパー（店長）	・現在の消費税増税前の買い置き需要は一時的なもので、増税後、ゴールデンウィークにいささか持ち直しても、すぐに節約志向が高まるとみている。特に、近隣に大型の競合店の出店が相次ぐため、現状を維持することはかなり困難である。
		スーパー（店長）	・現在、買い置き品が売れているので、消費税増税後はその反動で厳しくなる。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で今月の売上は伸びているが、4月から3か月くらいは消費が低迷することが予想される。
		コンビニ（経営者）	・4月から消費税率が8%になる。田舎の場合は一般企業も給料が上がっていないので、そういった意味ではかなり厳しくなることが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・4、5月に関しては、いかにしても消費は落ち込む。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率が上がると、食料品や生活用品が第一で、洋服などはぜひたく品とされ、売上が厳しくなるのではないかと予想する。
		衣料品専門店（店長）	・我々はファッション業でもあるので、消費税増税による駆け込み需要が終わって、その反動で3か月くらいは前年や計画を維持するのが厳しい状況が続く。一般食料品などに比べて立ち上がり少し遅く、3か月から半年くらいは厳しい状況が続くのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後は一気に買い控えが出てくる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で、白物家電全体で販売量が前年比180%と伸びている。特にエアコンや大型冷蔵庫は先食いの販売しているのが3か月～半年は影響が残るとみている。また、パソコン本体もウィンドウズXP問題で買換えが進み150%と伸びているが、これも先食いのため今後半年くらいは影響が残る。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で先食いされている。また、代替需要の発生も期待薄で、これからは20～30%程度の反動減は避けられないのではないかと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・1～2か月は受注残で販売台数の落ち込みは抑えられるが、受注の減少が既に始まっていることから、5月以降は深刻な販売減が予想される。
		乗用車販売店（店長）	・需要の先食い感が鮮明で、新車部門に明確な手は打てていない。車検などのサービス入庫ですら買い叩かれる状況がしばらく続く。
		乗用車販売店（店長）	・車の買換え検討客は消費税増税前に購入しており、これからは販売量、来客数共に減少が避けられない状況にある。
		住関連専門店（経営者）	・現在は消費税増税前なので高額商品が売れているが、その反動で4～6月の3か月間は3月よりは相当落ち込むだろうと考えている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税増税前の購入熱が冷めた後の失速がどの程度なのか予測がつかない。いずれにしても下がるのは覚悟している。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、景気は非常に冷え込む。
		高級レストラン（支配人）	・しばらくの間、高額な外食関係は冷え込む。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		繊維工業（経営者）	・復興事業などはしばらくは良いとみられるので、先行きとしては良い方向に行っている。
		金融業（営業担当）	・マインドは改善してきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東北)	変わらない	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・残業規制は継続中だが、今までにない新たな来客も増え、取引は活発のことから、上昇傾向にあることがうかがえる。
		食料品製造業（経営者）	・牛タンは人気のある商品としてかなりの客に注目されている。好調さは持続していくと考えている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・製品開発は加速しつつあるが、2、3か月先ではその影響はまだ現れない。大きな変化要因は見当たらない。
		建設業（経営者）	・受注残がある。さらに、リフォームを実施している隣近所に触発されるなどムード的なこともあるようなので、好調を維持できそうである。
		建設業（企画担当）	・技術者不足、労務者不足、資材価格の高騰などの悪材料があるが、現状維持でしばらく続くものと予想される。
		通信業（営業担当）	・契約の切替えなど、不安要因はぬぐい切れない。継続して営業努力でカバーしていくほかなく、予断を許さない状況である。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・4月からの消費税増税前に生産資材の購入がなされた。しかし、農家としては今までどおりの所得があるか今後が不安である。
		農林水産業（従業者）	・消費税増税により農薬、肥料、その他資材が値上がりするものの、農産物の販売価格に転嫁することは難しい。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響がどのように出るかにより、悪くなるかもしれない。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税は安価なし好品にも必ず影響が及ぶ。今月の好調の反動で前年割れも懸念される。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税後の販売量減少が予想される。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅の部材の需要減が続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税増税による買い控えや値下げ交渉が予想される。
		土石製品製造販売（従業員）	・原材料費、輸送代、燃料費の値上げを考えると一時は落ち込む。工場で稼働する上でも値上げにより厳しい状況になることが考えられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、国内向けは駆け込み需要の反動から受注が減少することが予測される。また、新興国においては景況感の悪化により、日本から供給している部品の受注が減っていくことが予測される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注残もあることからすぐに大きく落ち込むことはないが、消費税増税の影響は出てくる。4月以降の受注状況は不透明なところが多い。
		建設業（従業員）	・年度をまたいで発注されている公共工事の受注が確定する見込みだが、大型公共事業の発注が一巡したため、受注量は若干低下して推移すると想定される。また一方で、受注者側の施工能力オーバーによる入札不調も懸念される。
		輸送業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待をしていたが、物量はそんなに変わりなく、増税後は物量の動きが悪くなる見通しである。
		金融業（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。
		広告業協会（役員）	・4月は例年広告の少ない時期ではあるが、今年は特に様子見ムードが広告主の間で広がっている。7月に大型の家具、インテリア店のオープンが予定されており、近隣の商業地域では相乗効果を期待して活発な広告が展開されるものと予想される。
		広告代理店（経営者）	・現在の好調は消費税率引上げに伴う駆け込み需要によるものである。
		経営コンサルタント	・少なからず消費税増税後の反動が予想される。
		司法書士	・将来的な新築住宅建設に絡む依頼が減少している。金融機関や工務店などからも、4月以降の新規着工案件が少ないという声を聞くことが多い。
		公認会計士	・小売は4月以降売上が落ち込む。建設は堅調に推移するとみられるが、小売の落ち込みをカバーできず、一時的に景気は後退する。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動、特にし好品である酒類、外食への影響は大きいと予想する。

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
		その他企業〔企画業〕 (経営者)	・消費税増税後の購買落ち込みの影響は無視できない。ただ、住宅設備機器は景気に左右されにくい側面もあるので、現在よりやや悪くなるとの見通しをたてている。
		金属工業協同組合(職員)	・消費税増税による景気の落ち込みが予想されることから、ユーザーの様子見がみられ、受注減かつコスト削減の要請が強まるとみている。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落して、4～6月にかけては売上が大きく減少することが予想される。
		通信業(営業担当)	・消費税増税による買い控えが起こる。
広告代理店(経営者) コピーサービス業(経営者)		・消費税増税による影響が出てくる。 ・消費税率が上がり、買い控えが多く見られるような状況になる。	
雇用 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	アウトソーシング企業 (社員)	・4月も既に仕事は何件か入っており、例年よりも良い。
(東北)	変わらない	人材派遣会社(社員)	・採用活動を継続して行う企業は多いが、塾、小売、外食といった業種では4月からの消費税増税に伴って様子を見るといような経営者も多い。積極的な投資や求人数を増やすというような動きにはつながっていない。
		人材派遣会社(社員)	・求人数はこれからも減ることはないとみているが、求職者数が減少傾向にありミスマッチは続く。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・期待を込めての予想ではあるが、消費税増税による景気後退も限定的で、採用意欲は続くのではないかと。
		職業安定所(職員)	・企業に採用意欲がうかがえない。
		職業安定所(職員)	・賃金引上げは部分的に行われているが、消費税率引上げ後の生活実態や求人マインドなど、不確実な要素もある。
		職業安定所(職員)	・有効求人数は7か月連続、前年比1けた増加となって落ち着いている。24年8月からほぼ同数で推移している。ただし、3月から4月にかけて2つの事業所で130人の企業整備が行われるといった不安材料もある。
		職業安定所(職員)	・引き続き新規求人数は好調に推移するとみているが、全体的には景気が上向いていく実感はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・現在の下向き感に相まって、受注の成約率が低迷している現状を上向きに変える要因がない。2、3か月先の景気観はやや悪い。
		人材派遣会社(社員)	・消費税増税の駆け込み需要が出ている反面、増税後の影響に対する不安感があると顧客から多く聞く。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人数も減少気味で、その先の需要が落ちているのが現状である。ただ、期待度も含め、夏場以降の持ち直しを唱える地元企業も増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・消費税率引上げと年度初めで、しばらくの間は様子見になるのはやむを得ない。
		職業安定所(職員)	・4月からの消費税増税により消費が落ち込み、求人が減少していくのではとの不安がある。
		職業安定所(職員)	・求職では特に目立った企業整備の情報などはなく、求職者の急激な増加はないとみられる。一方、求人では、消費税増税の影響で売上の低下が見込まれ、しばらくは求人を控えることも予想され、求人数減少が考えられる。
		職業安定所(職員)	・4月に消費税率引上げを控えており、その反動で4月以降は求人数が減少することが予想される。求職者も3月以降増加し、求人倍率は悪化するとみられる。
職業安定所(職員)	・卸小売業において、消費税増税に伴う駆け込み需要の反動を懸念する企業が見受けられる。		
民間職業紹介機関(職員)	・消費税率アップの影響が出てくる。		

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
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・長期的には上向きに間違いはないが、消費税増税の影響が出て、一時的に冷え込むことが予想される。

3. 北関東（地域別調査機関：（株）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)	良くなる	コンビニ（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要でたばこを中心に商品がよく売れた。また、客と話をしたり様子をみていると、4月以降も同じように来店するという客が大勢いるので、好調を維持できるのではないかと考えている。ゴールデンウィークもあるので、品ぞろえなど、しっかり準備したい。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・消費税増税前はいくらか売上が伸びるかもしれない。
		衣料品専門店（統括）	・5月ぐらいになるといろいろ祭りが盛んになってくる。客もそろそろ祭りなどに気持ちが向くようになってきているので、はっぴなどの必要な衣料の購入がいくらか上向いてきており、これからもそういった方向にいくと思う。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	変わらない	遊園地（職員）	・外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客の来園を期待している。
		商店街（代表者）	・最寄品扱い店への消費税増税後の需要反動減の影響は少ないのではないかと考えている。
		商店街（代表者）	・良い季節になるが、各種負担増で財布のひもは相当きつくなりそうである。
		一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・消費税が上がるといっても、客の様子は普段と変わらず、買いだめもあまりしていないので、この先も変わりはない。
		コンビニ（経営者）	・道路が変わったため、客が入れない。
		コンビニ（店長）	・来月は消費税が上がるということでいろいろ話題にはなっているが、それに対して若干の動きは出ても、大きな動きというのはいまのところあまりないようなので、3か月以降もあまり変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・大手企業と違い、地元の中小企業ではベースアップの話は聞かれず、今後個人消費が増えるとは考えにくい。
		都市型ホテル（副支配人）	・団体客に関してはほぼ前年並みの予約状況であるが、個人客に関しては消費税増税の影響がどの程度あるのか不安である。
		タクシー運転手	・消費税が上がる関係で外に出る客が多くなっているようである。
		ゴルフ場（支配人）	・予約が伸びない。雪によるクローズが前月多かったことでゴルファーのプレー意識が薄いことと、プレー料金は抑えたものの消費税増税分が影響しているかもしれない。
		ゴルフ場（業務担当）	・2月は大雪の影響で客のプレー意欲が減り、入場者は大幅ダウン、営業日数も激減したが、3月は前年を若干下回るものの良い兆しが表れてきている。天候的にも良くなってきており、客もプレー意欲も衰えていないので、消費税増税の影響はまだ不透明ではあるものの、これから天候が安定すれば上向いてくるとみている。ただし、売上や利益が大きく改善されるとは見込めず、現状維持が精一杯だと考えている。
		美容室（経営者）	・4月上旬は消費税増税の影響で入店客数が少し減るが、すぐ通常の客数に戻ると思われる。
		その他サービス〔イベント企画〕 (職員)	・期待感はあるものの、出控える傾向にある。
	設計事務所（所長）	・消費税増税後、ただちに景気が下降することはないと考えている。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・悪い中で消費税増税前に駆け込みで買物を増やしているので、この先消費者は一層財布のひもを固く締めると思う。学校関係の品物を販売しているが、先は暗い。
		商店街（代表者）	・今は消費税増税前に買いだめしておこうという雰囲気は少々あるので、増税後はその反動が来るのではないかと感じている。
一般小売店〔衣料〕 (経営者)		・来月は市長と市議会議員の選挙があるため、客の動きは鈍く、商売としてもあまり動かないのではないかと予測している。	
一般小売店〔乳業〕 (経営者)		・消費意欲が上がる要因が見当たらない。	
一般小売店〔家電〕 (経営者)		・消費税絡みの駆け込み需要が終了し、しばらくは反動減が心配される。	

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
		一般小売店〔青果〕(店長)	・消費増税に伴い、前倒しの買物などで大分お金を使っていると思うので、反動で買い控えが出るのではないかと。
		百貨店(販売促進担当)	・消費増税による消費低迷が懸念される。ベースアップに関する報道をよく耳にするが、地方ではほとんど聞くことがない。
		百貨店(販売促進担当)	・今月は消費増税前の駆け込み需要で良くなっているが、4月以降はその反動が十分見込まれる。季節と品ぞろえが変わる衣料品や消化してしまう食品などは4月下旬以降にゆっくりと持ち直すだろうが、それ以外の商品群はしばらく低下するとみており、全体としては今後2～3か月先はやや悪くなる。
		百貨店(店長)	・2、3か月は消費増税の影響が残る。
		百貨店(店長)	・消費増税に比べ、ベースアップ額が低いため、3か月後の家計支出は緊縮を継続していると思われる。大企業のベースアップはあるが、地方企業のベースアップは散見される程度である。
		スーパー(経営者)	・消費増税後の反動による消費動向が鍵となる。
		スーパー(店長)	・消費増税後の反動がどの程度出るかが不明瞭である。2～3か月で戻るのかといえば厳しいと判断せざるを得ない。
		スーパー(総務担当)	・消費増税に伴う駆け込み需要の後なので、反動が来るのは間違いない。
		スーパー(統括)	・消費増税後の不安感はあるが、賃上げが広がったことで消費マインドは多少好転しており、1997年の消費増税と違い、影響は限定的で2か月ほどだと思っている。
		スーパー(経営企画担当)	・短期的には駆け込み需要の反動減が必ず発生するだろうし、長期的にみても増税分の負担増、電気料金、医療費やその他の消費圧迫要因が大きい割にはベースアップ等の恩恵を受けた消費者は限られているので、個人消費が落ち込む懸念が大きい。
		スーパー(商品部担当)	・消費増税後の反動により4月の売上は非常に厳しい状況になる。4月後半からリニューアルなどでの店舗政策で一部回復させられればと考えている。
		コンビニ(経営者)	・消費増税の影響を受けてやや悪くなる。
		コンビニ(経営者)	・消費税が上がることで今月は客の買上点数が多く、売上が上がったが、来月以降は恐らくこの分落ちていくと思われるからである。
		コンビニ(店長)	・消費増税を控え、大型店を中心として駆け込み需要で好調と伝えられているが、当店においては期待に反し、来店客が目に見えて増えたというようなことはなかった。増税後が大変心配である。
		衣料品専門店(販売担当)	・消費増税後は精神的にゆとりが出てくるまで時間がかかる。駆け込み需要の反動減で夏ごろまでは買い控えが続き、必要に迫られる身の回りの生活必需品は最低限購入せざるを得ないものの、我慢できる範囲である婦人服については、このまま緩やかに悪くなる。秋ごろまではだめである。
		家電量販店(店長)	・これだけ需要の先食いをしたので、反動はあると予想され、若干景気は悪くなる。しかし、冷静に判断している消費者は、夏から秋にかけて商品価格が下がったところに購入するのではないと思う。
		乗用車販売店(経営者)	・駆け込み需要後の反動減は少なくとも3か月くらいは続く。
		乗用車販売店(従業員)	・今後は消費増税前の需要増の反動が出てくる。
		乗用車販売店(営業担当)	・年度末は消費増税前の最後の駆け込み需要で活発であった。この先はサービス需要等でのユーザー掘り起こしに期待したい。
		乗用車販売店(販売担当)	・2、3月は消費増税前の駆け込み需要でどこの販売店、修理工場でもかなり良くなったが、今後2～3か月先はどの程度かは分からないが反動が出て、かなり冷え込むのではないかとみている。今のままとはいかないので、やや悪くなる。
		乗用車販売店(管理担当)	・消費増税前の駆け込み需要の影響により、4月以降は消費が低迷する。
		住関連専門店(経営者)	・3月末までの動向をみると多少の反動は必須である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（仕入担当）	・駆け込みの後で、一時的に反動減があると思うが、その程度が読みにくい。生活用品については限定的だと予測している。ただし、消費税の10%への議論が始まると不確定要素が増すことになる。
		高級レストラン（店長）	・増税により物価が目に見えて上昇しており、節約や低価格志向がより一層強くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税がどう影響するか全く予想がつかない。
		一般レストラン（経営者）	・4月からの消費税増税で客の消費は多分減ってくるので、売上はやや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴い、客の来店頻度が低くなり客単価も下がると予想している。
		一般レストラン（経営者）	・懐具合が良くならないのに、価格が上がるものばかり多く、良くなる理由が見つからない。
		スナック（経営者）	・やはり消費税増税後はかなり落ち込む。客が消費税8%に慣れてくるまで、しばらくは上向いて来ないだろう。やはり景気は気持ちなので、増税によりかなり冷え込む。
		スナック（経営者）	・消費税増税と共に増税分を単価に上乗せしにくいことと、客の動きも悪くなるのではないかということから判断した。
		スナック（経営者）	・いまだに良くならず、来月からは消費税が増税されるので、いろいろな意味でお金の動きがやや悪くなるのではないかと心配している。末端までの景気回復はなかなか難しいような気がしている。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・消費税増税による家計の節約で、旅行などレジャーを控えることが懸念される。
		観光型旅館（経営者）	・今年は5月の連休の日並びが極めて悪いため、5月の入込が期待できない。また、消費税増税による消費マインドの低下は2～3か月は続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の関係で、飲食関係はどうしても客が敬遠しがちになってくる。先が心配だが、営業努力を続けてなんとか頑張っていきたい。
		都市型ホテル（営業担当）	・世間では駆け込み需要の後ということで、先の景気は相当悪くなるという状況だが、宿泊については2～3か月後はそれなりに需要がある時期に入ってくるので、消費税増税に伴い宿泊価格も多少改定するが、販売業などと比べればまだ落ちないと考えている。
		旅行代理店（所長）	・大手企業によっては、ベースアップやボーナス等に関して良い結果が出ているものの、それはあくまで大企業、ごく一部に限定された話である。多くの場合、消費税増税により消費が制限されるのは間違いない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税による影響がどのようになるかによる。
		旅行代理店（副支店長）	・3か月程度は消費が低迷する可能性があり、受注状況も前年の7割ほどである。増税に伴い、施設の料金改定もあるため、受注に大きく影響が出ることは明らかである。
		旅行代理店（営業担当）	・4月からの消費税増税が消費動向に大きく影響すると想定される。特に、旅行商品の販売にはマイナス傾向に働くと思われる。
		タクシー運転手	・4月からは消費税増税でタクシー料金も上がるので、利用客は減少する。会社関係も、一番先に経費節減するのがタクシー代と聞いている。
		タクシー（役員）	・小刻みな増税であるため、消費者がかなり神経質になっている。
		通信会社（経営者）	・消費税増税のために消費を控える人が増える。
		通信会社（局長）	・消費税増税後の反動と当社キャンペーンの終了などが購買意欲の低下を招き、景気に影響を与えるという懸念がある。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税による影響で、来園者数が減少すると思われる。
		ゴルフ練習場（経営者）	・消費税増税に伴い、しばらくは様子見が続く。
		競輪場（職員）	・G1レースが行われたが、売上は前年を割っており、なかなか伸びない状況である。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・消費税が上がるからである。

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
	悪くなる	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・テナントのホテルの予約客、駐車場の利用台数は2～3か月先まで少ないため、やや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・4月を過ぎると毎年発注が減ってくるが、現在の受注物件も大体落ち着いてくるため、今よりも仕事量が減ってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘などの高額品は消費税増税によって購買意欲の低下を招く恐れがある。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税による消費の冷え込みで、全体的に消費マインドが低下し、その影響で成約率が下がると考えている。
		百貨店（営業担当）	・3月とは逆に消費税増税後は反動減で売上が低迷する。
		百貨店（店長）	・3月の消費税増税前に非常に動きが良かった特選、呉服、美術などの高額品の反動減が来るため、百貨店の景気は影響を受けて悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税後は買い控えが多くなるので消費が落ち込む。
		家電量販店（営業担当）	・4月からは消費税増税で大幅に動きが止まる。商品によっては大幅な値下げが必要である。夏過ぎまでは戻らないと予測している。
		家電量販店（物流担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が想定以上に好調に推移しており、反動減は2～3か月先まで続くと見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の反動による消費意欲の減退が心配である。日本人の習性で3か月続いたとしたら、そのままになってしまう。それだけに一般市民の所得向上のための経済政策が肝要ではないかと思っている。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前に駆け込みで修理や販売を前倒してきているので、これから良くなるはずがない。今月も既に良くない。メーカー側でもいろいろ対策を取ると思うが、良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税による影響が大きい。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税、エコカー補助金終了の影響はかなり出る。今後は心配である。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税前に良かった反動が、4～6月にかけて間違いなく出てくるので悪くなる。
住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があった今月と比べると、反動減が大きい。		
通信会社（経営者）	・上場しているような企業のある大都市圏は良いのかもしれないが、地方は何も変わっていない。むしろ物価が上がった分、悪くなっている。4月以降どうなるのか不安である。		
通信会社（経営者）	・現状悪い中、さらに4月から消費税が増税となる。これで経済が再生するなど誰が思えるだろうか。		
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・フロン回収機以外の環境製品が引き続き堅調である。また、製品の長期レンタルが5年以上経過し、安定してきた。今月より大型の太陽光発電が開始となり、今年度中には3メガの連携が終わるよう増設工事中である。
(北関東)	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・消費税増税の影響は避けられないが、4月から放映される連続テレビ小説の効果で県内への観光客増加が見込まれるため、徐々に回復してくる。
		化学工業（経営者）	・11月、12月、1月と極端に落ち込んでいた商品が2月より急激に回復し、7月までは順調に受注できている。
		建設業（開発担当）	・アベノミクス効果で建設業は大いに良い影響を受けている。今後は作業員不足のため労務費が上昇しているため、少し心配もある。
		司法書士	・人の動きが良くなってきて、明るくなってきている。事務所に来る人も増えてきている。また、6月に地元で世界遺産登録の話があるので、それを見越しての動きもあるようである。
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）
窯業・土石製品製造業（総務担当）	・世間では景気が上向きと言われているが、あまり変化もないし期待できない。		
金属製品製造業（経営者）	・テレビなどでは給料も上がり景気が良くなると言っているが、一部分の人の話と受け止めている。当社は全く変わりなく、景気が良くなるという判断に当てはまる状況ではない。早くそうなりたいものである。		
一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引先の開拓を開始してから1年が経過し、ようやく具体的物件が提示され多少希望が持てるようになってきた。しかし、いまだ大勢に変化はない。		
一般機械器具製造業（経営者）	・大幅に増加する案件も大幅に減少する案件もないので、現状の水準を維持する見込みである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費増税後の反動減と現在の引き合いの減少等から、先行きはあまり期待できない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月はそれなりに好調の方の部類で、取引先、受注量等は確保できているが、2～3か月先は少し不透明である。希望的な観測だが、このまま変わらずにやや良くなればいいかなと思っている。
		経営コンサルタント	・消費税増税前の駆け込み需要的な消費はそれほどでもなく終わった感があり、企業の経済活動もその反動減を織り込み済みと思われ、さほどの落ち込みはないと考えられる。それに対応して、家計についても増税前の買いだめに走ることもなかったため、日常的な買物需要の大きな減少は考えにくい。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が数か月はあるのではないかと。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は駆け込み需要がかなり入っているが、4月からはその分伝票、封筒類の注文が少なくなると予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税がどのように影響するか分からないので、やや不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月から消費税が上がるので、取引先の製品売上にも影響が生じ、当社の受注も下降をする懸念がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きはほとんど読めない。常に仕事の確保に努め、会社を持続するのみである。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・4月に入って消費者の動きをみない限り、業況が維持できるか、売上が下がるかは見極められない。様子見から一時的に売上の減少につながるのではないかとみている。
		建設業（総務担当）	・公共はまだしも民間工事に関しては確実に消費税増税の反動がある。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、4月に入ってからは落ち込みそうである。ただし、初夏になれば季節家電や衣類の夏物等で例年並みの物量は確保するとみている。情勢不安や円安、消費税増税というダブルパンチで燃料コストの負担増大が見込まれるため、利益確保は厳しい。
		通信業（経営者）	・消費税増税による買い控えは避けられない。
		金融業（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や、消費税増税により消費マインドが低下すると想定されるためである。
		金融業（役員）	・消費税増税により消費が鈍くなることと、原油価格の上昇により原材料費が上がっていること、この2点から先行きはやや悪くなる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・乗用車販売店では、3月に入り既に商談数が激減していると話している。また、保険の外交員から、消費税増税により支出が増えるからと加入をちゅうちょしている客がいるとも聞いている。
		社会保険労務士	・景気は夏ぐらいまで戻らないかもしれないと話す事業主が多く、消費税増税後すぐには回復はしないような気がしている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、受注量から推測すると、4～6月は少し落ち込む。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・すべての商品を値上げするが、販売量が1～2割落ち込むと考えている。すべての商材が値上がりしているため、何もしないと本当に厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税増税により、かなり悪い影響が出ると見込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・住宅関連の仕事を多くしているため、年度末でかなりの量が出ている。今後については、9月契約分の住宅は3月以降も消費税率が5%ということで、しばらくは仕事量の多い状況が続くが、終了する2か月先ごろになると急激に落ち込む。
		金融業（調査担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減や電気料金の引き上げなどが企業活動や個人消費を下押しするため、悪くなる。
		不動産業（管理担当）	・駆け込み需要の反動減、燃料費の上昇、増税以外の部分での経費増があるが、消費税増税分以外の経費はなかなか転嫁が難しいため、利益、売上の減少が見込まれる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税後は当然消費が下がる。

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
雇用 関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	○ 人材派遣会社（経営者） 職業安定所（職員）	○ ・今のところ仕事が順調で、依頼に対して十分な人員を派遣できないくらい忙しい。 ・新規求人、求職の状況から改善してきた感があるが、周辺企業に現況を聞くとまだ先の見込みが読めず厳しい状況との声も聞かれる。消費税増税もあり依然厳しいという企業もあるが、求人数などをみると全体的にはやや良くなっている気配がある。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当） 人材派遣会社（支社長） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	・消費税増税の影響で、購買意欲が半減する。 ・このまま人手不足を原因とした取り合いが続くという意味では、景気は良く、人の移動も頻繁で活性化すると思われる。ただし、母集団が減ってしまえば、景気とは関係なく急に失速するとも予想している。 ・消費税増税による駆け込み需要が一段落し、新しい消費税額に慣れて通常の消費活動に戻るまでの息継ぎ感がある。 ・4月以降の消費税増税の影響を懸念している。 ・好調、不調の差がはっきりしており、現段階では3か月程度の短期間で景気の良し悪しを判断することは難しい。4月からの消費税増税の影響については、一部で影響ありとしているものの、全般的にはそれほどダメージはないものと思われる。景気がどちらに傾くかといった不安感が強いことから人材確保も慎重にと、現時点での求人を差し控えている事業所も見受けられる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者） 人材派遣会社（管理担当） 新聞社 [求人広告] (担当者)	・消費税増税、燃料価格の高騰で、生鮮食料品やガソリン価格が上がるため、今月中に買いだめしておけるものは買うと思うが、この先は買い控えが浸透する。製造業の生産ラインはさほど影響なく推移していくものだと思うが、厳しいのではないかと感じている。 ・製造派遣先の生産計画が少ないからである。 ・消費税増税の影響はかなり出るのではないかと。
	悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・4月の消費税増税後の影響は大きく、景気は極端に低迷し、それが長期間続くと予想している。

4. 南関東（地域別調査機関：（株）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)	良くなる	乗用車販売店（経営者） 旅行代理店（従業員） 観光名所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要と景気回復の兆しがややみえてきた。 ・4月以降の国内団体旅行が非常に好調である。予約状況は前年130%を超えている。特に6月が好調である。 ・2～3か月先はゴールデンウィークを控え、観光地のため来客数が増えるかと予想している。また、4～6月は春本番の繁忙期となるため、期待している。
	やや良くなる	百貨店（副店長） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） その他小売 [雑貨卸] (経営者) 都市型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（経営者）	・4、5月はマイナス影響を受けるだろうが、初夏のファッションと催事、イベント、そして夏のセールなどで需要喚起していけば回復は早いと思う。 ・気温の上昇と共に来客数が増える。また、新入学で来客数が増える。 ・今月は消費税増税前の駆け込み需要があるが、この先についてはあまり良くはないと思う。 ・天候の回復と共に暖かくなってくると来客数も増えると思うが、消費税増税もあるので楽観はできない。 ・消費税増税に伴い先行きが非常に不透明である。 ・レストランの先の予約人数は前年同時期と比較して約1割多いが、利用単価が下がることを心配している。宿泊はビジネス関係の予約は落ちていない。宴会も会社関係の宴席はほぼ前年並みに受注できており、夏から秋にかけての宴席計画も例年どおりに入ってきている。 ・4～6月は行楽シーズンでもあるので、今のところ4、5月に関しては順調に販売量も伸びており、やや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は春の旅行シーズンを迎え、法人の旅行、報奨旅行などで今月より良くなるのは間違いない。一番懸念されるのは個人旅行であり、節約の中で旅行に回すお金が出てくるかが鍵になると考えている。
		タクシー運転手	・今月は消費税増税前には利用が多い。これから花見、卒業式、入学式、歓送迎会といった酒を飲む機会が多くなり、期待できそうである。
		タクシー運転手	・会社から利用する客が多い。残業が増えているようである。
		通信会社（営業担当）	・新サービスの需要があるため契約件数は増加する。
		通信会社（総務担当）	・大手の賃金アップの影響が少し始まるのではないかと考えている。
		通信会社（経営企画担当）	・現時点での商談状況からは判断できないが、経済対策等の成果が出てくるのではないかと想定している。
		ゴルフ場（支配人）	・向こう3か月間の予約数が例年より増して順調である。
		ゴルフ場（支配人）	・様々な企業の春闘の回答状況が好感触のため、今後プラスの材料が出てきていると感じている。
		設計事務所（経営者）	・来期の仕事の話が徐々に出てきている。具体的に契約に近づくものもあり、仕事量が増えそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月消費が落ち込み、その後、大企業は回復すると思われるが、中小企業においてはなかなか回復するめどが立たず、個人消費にも不安がある。しかし、希望的観測を含めてやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・戸建て販売も徐々に回復してくると考えている。好調の新築販売アパートはそのまま推移していくが、建築の遅れや材料価格の高騰による利幅減がある。
	変わらない	一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が久しぶりに2割増となった。4～5月にかけて新茶の季節になるが、天候が良ければ高品質の物ができるのではないかと期待している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月は消費税増税の影響で伸びると思ったが伸びていないので、来月になってもそれほど変わらないのではないかと。食料品等の買い占めの問題等が出ているが、単価の低い文具に関してはそのようなことはない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・現在の景気は消費税増税前の駆け込み需要であって、根本的には変わっていない。実際もっと悪くなるのではないかと。駆け込み需要の反動で以前と同じように悪いまま推移するのではないかと。
		百貨店（営業担当）	・4月からの消費税増税の影響で、高額品から食料品のデイリー商品まで幅広く堅調に前年を越えている。ただし、4月以降の落ち込みが懸念される。
		百貨店（営業担当）	・3月単月で見ると全体的に伸びてはいるが、4月以降の商戦は厳しいと感じる。良くなる要素はない。
		百貨店（販売促進担当）	・4、5月に一時的に消費活動が鈍ると予測するが、6月に回復することを期待している。
		スーパー（店長）	・本来ならばやや良くなるかと回答したいが、やはり4月1日から消費税増税があるので、落ち着くまでは少し厳しい。また、当店は表示価格を本体価格と税込価格の二重表示にする。安さのイメージなど客がそれに慣れるまでは少し時間がかかるので、今月と変わらない。
		スーパー（仕入担当）	・商品によっては、消費税増税後の買い控えが発生することが予想されるが、普段の生活での必需品や購買頻度の高い生鮮食品の売上が大きく下がる可能性は低い。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税は衣料品にはそれほど影響がないと店のスタッフ等も思っているが、不透明なところがあり、4月からの増税後の状況をみないとどうなるかは分からない。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税による一時的な消費の落ち込みは懸念されるが、夏以降はそれも解消される。
		一般レストラン（経営者）	・景気がやや活発化している気配があり、高齢層のリピーターが増えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が4月にあり、その影響があるのか皆目見当がつかないが、経営努力でマイナスにはならないようにしていきたい。消費者も食べたり飲んだりしてほしいものなので、それほど消費税増税は関係ないような気もする。
		一般レストラン（経営者）	・23日の日曜日まではそこそこの来客があったが、後半にきて若干中だるみしている。消費税増税前の駆け込み需要も終わって、通常の消費、若干の節約モードに入ってきている感じである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響はまだはかり知れない。現時点での売上は前年比130%を見込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・実際に個々の給与が上がっていないと思うので、変化する印象がない。
		タクシー（経営者）	・タクシー業界は3月は比較的売上の高い月ではあるが、前年より悪いことと4月からの消費税増税で、しばらく売上の増加は望めない。また、増税に係る費用が経営状況を悪化させることも一因である。
		タクシー（団体役員）	・4月1日より消費税が8%になるので1か月以上消費が落ち込み、3か月後はようやく回復して消費が戻ってくるころだと思う。
		通信会社（経営者）	・消費税増税と4月からの経営統合によるサービスメニュー統一の影響から若干獲得数が低下する。
		通信会社（経営者）	・最近、大企業でベースアップが行われているが、4月からの消費税増税で打ち消されそうである。
		通信会社（局長）	・改善の兆しはあるものの、新生活シーズンが過ぎたあとは特段需要が増える要素はなく、更に改善するかと問われれば、限定的である。
		通信会社（局長）	・末端の消費者まで景気が良くなっていると感じられるにはまだ時間がかかる。サッカーワールドカップに向けて4Kテレビの価格が下がり、購買量が増加すれば、ある意味けん引役となっていくことも考えられる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税による影響がどの程度のものか予測するのは難しいが、好転する材料が不足している。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、ここで一服するのではないかと考えている。
		ゴルフ場（従業員）	・消費税増税の影響がどう出るか。値引き合戦は続き、景気回復を感じるのはごく一部という状況は続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・4月から消費税増税のため価格帯を少し上げたが、据え置き塾もあるようで、移動する生徒も出てきた。人数的には横ばいなので、まだ景気が良くなるとは思えない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今月は期待していたほどの売上がなく、このまま行けば3か月後にあまり期待が持たないのではないかと。消費税増税の負担感もなくなり、普段の消費行動になっても売上が伸びる要素があるようには感じない。
		設計事務所（所長）	・建築の仕事は金額が大きいので、4月からの消費税3%増は民間へのダメージが大きい。
		設計事務所（所長）	・どのように変化していくのか見当がつかず、耐震工事への動きはあるようだが意匠設計という職業柄、ほとんど関連は少なく、向上はみられない。
		設計事務所（職員）	・発注者は消費税増税の準備をしておき、4月を契機に急激な変化はないと思われる。また、建設費上昇に歯止めがかからない状況はまだ継続する。
		住宅販売会社（従業員）	・建築費の高騰により、調整局面に入りつつあると感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・下請の確保が困難な状況は今後もしばらく続くと見込まれ、受注した仕事を完工させるために原価が上昇し、粗利の減少は避けられない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・4月以降、需要の落ち込みが懸念される。
		商店街（代表者）	・消費税が5%から8%になるということが客の間でかなり問題になっているようで、4月から始まると相当な影響が出ると心配している。良くなると考えることはまずない。
		商店街（代表者）	・消費税が3%上がるため、非常に影響が出てくるので今から覚悟しておかなければならない。雑貨などは今のうちに買っておこうという人がいて、非常に売れているので反動があるが、生鮮三品など食料品に関してはさほど影響がないのではないかとされている。
		商店街（代表者）	・消費税増税により全体的に世の中のマインドが間違いなく縮小傾向に動くと思われる。買う側はもちろん、売る側も不安を抱えている人が多いので、販売意欲が回復するまで3か月ぐらいはダメージが出るような気がする。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税の影響で客足が鈍くなる。また、電気料金など公共料金の値上がりもあるので、余計鈍くなるのではないかとと思う。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税増税後、やはり消費は落ち込むような気がしており、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
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・現在、実印等は6,000～10,000円と非常に価格帯が下がっている。来月からの消費税増税で、1万円の物を買うところが8,000円ぐらいの印材で注文という形になってしまうと思うので、4月からは当分非常に厳しい状態に陥る。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・これから生活のコストが増加するために消費税増税前の駆け込みがあったりと状況の変化を感じるため、買い控えに入るような気がする。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・消費税増税前に買っておこうという気分が漂っているのか、通常1袋のところを2、3袋まとめ買いする客が見受けられるため、先行きはやや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・今月に入り、移転などで会社状況が変化し、食堂やリフレッシュルームの閉鎖など、ますます企業は社員のための福利厚生を減らし、飲み物もセルフの自己負担型へ移行する客先も出てきた。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税後の反動減で来月は厳しい売上になり、短期的には悪くなると予想している。どこまで続くのか注視し、対策を立てていく必要がある。
		百貨店(広報担当)	・買いだめのきかない食料品などは増税後もあまり落ち込まないと思われるが、日用品や各種雑貨など現在活発に購入されているものは、しばらく停滞する。また、高額品についても増税後は心理的な要因から当面買い控えがおこるが、いずれも長続きはせず、増税後数か月で消費の停滞は終息に向かう。
		百貨店(広報担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減によって4～5月ごろを中心に一時的に販売数量が落ち込む。
		百貨店(営業担当)	・高額品、耐久品、流行に左右されない衣類等については先取り感もあり、売上高は厳しい状況になると予測している。ただし、食料品のシェアが40%以上もあり、堅調に推移していることから、大きくは落ち込まないと考えられる。総合的に判断すると若干反動はあるものの、以前の増税後ほどのマイナス影響はないと推察される。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税後の消費者心理として買い控えは起こる。特にぜいたく品、耐久消費財の売上失速は必ずある。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税増税後しばらくは苦戦が想定される。
		百貨店(販売管理担当)	・徐々に薄れてくるとはいえ、まだ現在の駆け込み需要の反動減が残存していると思う。
		百貨店(店長)	・今月は消費税増税前ということで需要があり、かなり上回った。来月からは当然落ち込むと予想している。
		百貨店(管理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による落ち込みのため、やや悪くなる。
		スーパー(販売担当)	・大企業等の春闘での賃上げなど話題にはなるが、中小企業の賃上げはなかなかない。消費税増税後の買い控えがどこまで影響するかが課題である。
		スーパー(経営者)	・2、3月は消費税増税前の駆け込み需要と降雪の影響で少し良くなっている。4月からその反動が多少あるのではないかと思っているため、今月より少し悪くなる。
		スーパー(店長)	・消費税増税前の特需はあるものの、4月以降、その特需以上の反動減が訪れることとなり、他の競合店との価格競争もあってさらなる安価を強いられる。増税という負のイメージがあるので消費意欲がわいてこない。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の買い控えで耐久消費財の落ち込みが予想される。売上ダウンは避けられない。
		スーパー(店員)	・現在は消費税増税前の駆け込み需要があるが、家電や車などの高額品から衣料、雑貨等、そして最後に食料品になる。翌月に関しては買いだめした商品の消化が終わり次第、食品関係は通常の動きに戻る。ただし、消費税増税に伴い、全般的には買物に慎重になる。
		スーパー(総務担当)	・全体的に賃金が増える傾向にあるというが、その上昇額以上に消費税増税に伴う負担が増え、また、3月までの買いだめで今後2～3か月は買い控えるので、4～6月までは売上が前年を下回るのには確実である。
		スーパー(仕入担当)	・消費税増税後、消費者は買上総額が変わらないように買物し、税抜きの上売りが3%分下がると思う。
		コンビニ(経営者)	・消費税が上がり、全く予測がつかない。

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
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響と同時にコンビニの出店競争で従業員不足で時給等が大幅に高騰し、経営が成り立たない状況になりつつある。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税でたばこをやめる人が少し出てくるのではないかと考えている。また、その時期には回復しているとは思いますが、増税前に買い置きした物がまだ若干残っているの、その分の来客数、あるいは販売量が落ちるのではないかと予想している。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税後が心配である。また、パート従業員達も、中小企業勤めの夫は給料が変わらず、増税になると家計が厳しいと話している。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税前に駆け込みで大量に買った分、買わなくなるので2～3か月は落ち込む。
		コンビニ（エリア担当）	・駆け込み需要の反動が出る。
		コンビニ（店長）	・大半の人はこれからの生活を考えて、かなり節制した動きを示すと思う。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税に伴う節約意識は回復まで時間がかかることが予想され、日常で消費する商品については意識的に節約すると予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響で客の考え方がみえない。大きく購買に結び付く要素もなく、客の半数以上が年金受給者のため、客の動向に不安がある。
		衣料品専門店（経営者）	・諸物価の値上がり、消費税増税、年金支給額の減額等があり、増税前の買いだめ行動をみていると、価格にかなり敏感になっている。給料やボーナスなどが実際に上がらないと消費の動向は厳しいと思う。
		衣料品専門店（経営者）	・4月以降は実用衣料品を中心に売上が落ちる。しかし、ファッション商材はその時々々の外出需要が大きいので増税のマイナスは少ない。
		衣料品専門店（経営者）	・当業界では駆け込み需要はあまりないが、4月に入ると消費税8%になり、様々なものの価格が上がってくるのでしばらくは落ち込む。秋ぐらいにどうなるかというところである。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響は5～6か月は出るものとみている。その後の復調は緩やかで時間がかかる。ベアが一部の企業や業界に限られている状況ではすぐには難しい。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が理由で、1人1人の負担が大きくなるからである。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は消費税増税が来月からということで、6月ごろまでは悪いと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減に加え、東日本大震災時の車両の供給不足、リーマンショックの販売不振から3年目、5年目の車検に当たるため、入庫が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・1～3月までの駆け込み受注の反動で新車の販売台数がかなり減少する。増税後は客の購買意欲が冷え込みそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税で少しでも価格を抑えようとするユーザーが多くみられるので、景気回復の期待は薄い。
		乗用車販売店（販売担当）	・トラックは架装に最低2～3か月かかるため、現状、とても需要は多いが、3か月先のバックオーダーは落ち込んできている。消費税増税で前半の1～3月については一時的に伸びたが、4月以降は少し落ちるのではないか。ただし、後半にまた持ち直すだろうとみて取り組んでいる。
		住関連専門店（統括）	・4月からの消費税増税に伴い販売量がどう推移するかは少しの間、見守るしかない状態である。伸び悩みは変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・駆け込み需要がある分、反動減が心配である。消費税以外の増税も影響するのではないか。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・消費税8%の影響が心配である。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・毎月のことだが、良くなる要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・3月は人の動きが激しいので売上が増加するが、2～3か月先は飲食業界では売上がかなり落ちてくるので、今よりは悪くなる。消費税増税もあるので、売上は前年よりも少し落ちる。
		一般レストラン（スタッフ）	・一般市民は給料も上がっておらず、生活費がたくさんかかってくるので外食を控えるようになり、4月以降は少し落ちるのではないかと思う。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税のため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月の消費税増税により客の動きが一旦止まると思う。現在は駆け込み需要があるが、今後は冷え込む。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響でここ数か月は落ち込むのではないかと思っている。3月などの景気が良すぎるような感じがするので、これからが少し心配である。
		タクシー運転手	・来月から消費税が上がって買物など優先順位をつけられ、ますます動きが悪くなってしまおうような気がする。
		タクシー運転手	・消費税増税で利用を控えて少し悪くなるのではないかと思う。
		通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が顕著になる。
		通信会社（社員）	・消費税増税の影響が出ると考えている。キャンペーンなどをうまく当てて加入増加を狙う。また、解約防止策も試みていく予定である。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で厳しい状況になる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響は避けられず、特に月額料金が上がる部分については消費者のコース見直しが入る可能性がある。
		パチンコ店（経営者）	・4月1日からの消費税増税で、客は遊ぶお金を節約して使わないのではないかという感じを受ける。遊技しやすいような機械を取りそろえて客に少しでも来てもらえるように努めようと思っている。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事の開催予約や宿泊予約は堅調に推移しているものの、消費税増税後の景気減速の影響による客単価の低下が大いに懸念される。
		美容室（経営者）	・消費税増税で、買い渋りが少し出てくるのではないかと思う。
		設計事務所（経営者）	・アベノミクスと言われているが、建築界においてはそれは言えない。福島など東北方面に職人等が流れ、様々な建材も手薄になっており、仕事があっても職人がなかなか集まらない状況が見受けられる。当社のような設計、管理においても、各工事が遅れているため、新しい仕事がなかなか見当たらない。5、6月についても良い兆しはなく、ますますマイナスになるのではないかと思う。
		設計事務所（所長）	・景気が良くなったのは一時的なものである。4月以降は購買力も落ち、景況感が良くなるとはとても思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・昨年の10月以降受注が減ってきており、また、受注残も減っているなので今後の売上は減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が10%になると予想される平成27年10月まではまだ少し時間があるため、今年の秋までは様子見の客が増えそうである。建築請負業では今年の秋ぐらいから動けば消費税増税に間に合うので、それまでは景気はやや悪くなる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、その反動減がしばらく見込まれるのではないかと思う。
	悪くなる	商店街（代表者）	・少しずつ来客数が増えてきているが、これは4月1日からの消費税増税に敏感に反応した客の来店だと考えている。4～6月の3か月ぐらいはかなり景気が悪くなるのではないかと思っている。
		商店街（代表者）	・4月1日以降の端数切り上げなどによる実質的な値上げが景気を急速に冷え込ませるのでとは危惧される。急激に増加した在庫が一巡するまでは回復は期待できない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・駆け込み需要と同時にメーカー等の商品不足があり、注文をしても入荷の見通しが立たない。まだ納品のない客のなかには他店に行ってしまう客もいると思うので、今後少し売上が落ちていくのではないかと思う。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・現在売れている反動で、売上は必ず落ちる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・消費税増税で先に購入した反動が出て商品が動かなくなるので、ソフト業務や細かな要望にこたえて、しばらくはしのいでいこうと思っている。客周りなどもこの時期にしておこうと思っている。
		一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・消費税増税後の買い控えやオーバーストアのため悪くなる。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・消費税増税により消費が落ち込む。地方振興券に期待したい。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要による反動のため、売上が相当落ちる。努力してみるが大変難しいと思う。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・来月に関しては、まだ物件、案件が相当あるが、2か月後の5月に関しては相当駆け込み需要の反動減が大きい気がする。客もそれなりに買い込んでいるので、その分は間違いなく反動がある。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で悪くなる。
		百貨店(営業担当)	・高額品のシェアが高いため、反動によるマイナス影響の長期化が想定される。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税後の数か月は厳しい状況が続く。いかに来店して購入してもらうか、多くの施策を実行していく必要がある。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税増税による駆け込み需要の反動減は当然のことながら、3月においても主力の婦人衣料品には力強さがなく、消費税増税の影響からの回復の遅れが懸念される。
		百貨店(計画管理担当)	・前倒しの購入による買上量の反動減や価格が上がることによる買い控えで、2～3か月は景気が悪くなる。
		スーパー(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、2～3か月先は需要が落ち込む。
		コンビニ(経営者)	・消費税増税の影響が大きい。
		衣料品専門店(経営者)	・所得が上がらないのに消費税増税と物価の上昇でますます厳しくなる。
		衣料品専門店(店長)	・1997年以降の駆け込み需要があり、また、3月は年間で最大のピークを迎えるため、3か月後は今月より良くなるとは考えにくい。
		家電量販店(統括)	・国内の消費が減少し、対外政策不振、特に中国に対する経済政策が不透明である。株式市場では、外国人の売り越しが大きく、日経平均に大きく影響を及ぼす。
		家電量販店(経営企画担当)	・3月の駆け込み需要の反動減が発生し、来客数が減ると予想する。地上デジタル放送への移行に伴うテレビの買替え需要の反動減と同レベルにならないよう対策を講じる。
		乗用車販売店(渉外担当)	・4月からの消費税増税により4～6月は反動減が大きいと感じている。すでに3月に入り、受注が前年比25%減と顕著に表れている。サービス関連の入庫も3月末まで駆け込み需要が続くので4月より減少する。楽観視はしないが一時的な減少ととらえている。
		乗用車販売店(総務担当)	・消費税増税で需要の落ち込みは避けられない。どの分野でも厳しい状況になる。
		住関連専門店(営業担当)	・販売は好調であるが、消費税増税前の一時的な動きのため、悪くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕 (経営者)	・消費税増税後の買い控えの影響が非常に大きい。さらに競合店の出店が続くため、業況は非常に悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税の影響が心配である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・消費税増税のため悪くなる。
		タクシー運転手	・タクシー運賃値上げ、ガソリン価格高騰、消費税増税で物の買い控えや必要以外にタクシーに乗らないので、しばらくは落ち込み、景気が悪くなる。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(支配人)	・消費税増税に伴い、所得の中で使えるお金がますます減っていく中で、サービス業の景気回復は見込めない。
		その他サービス〔福祉輸送〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込みというものは需要の先取りであり、4月以降の数か月間に予定していた需要が前倒しになったということなので、大分冷え込む。企業等で順調に台替えが済むような景気になるのが要になる。
		その他サービス〔立体駐車場〕 (経営者)	・期待していた消費税増税前の駆け込み需要もないので、増税後は良くなりそうもない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税で世間の景気が悪くなる。しばらくは更に悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印鑑に関しては、新会社の設立が目立ってきたため、やや良くなる。また、名刺の特需もあり、新しい人が増えたわけではなく、組織変更でほとんどの人の注文が出ており、組織変更が必要ないようなところでも動きがあるので、景気が良くなって動きが出てきたのかと感じている。
		金属製品製造業（経営者）	・当社はアベノミクスの影響を受けている中小企業だと実感している。東京オリンピック決定による国内向け建設需要に伴い、部品受注が増えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・全体的な雰囲気は良くなってきているように感じる。
		輸送業（経営者）	・良くなってもらいたいという願いを込めての回答である。
		税理士	・アメリカでは景気が回復してきていることもあり、日本車が売れているが、中国は少し不透明である。今まで外国に引っ張られていたが、国内では円安で景気も戻ってきており、外国で製造して日本へ持ってきて販売し、大企業では利益が出て学生の募集が増えていると新聞にあるが、中小企業までは全然来ていない。大企業はもう知っているのだろうが、中小企業では人を募集するほどの動きはない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・適正価格では新規物件が獲得できないので、今まで断っていた安価な物件も受託するように方針を変更した関係で、薄利ではあるが受注が増える見込みである。景気回復というよりは、いまだ価格競争は厳しく、消費税増税、最低賃金の増加等を考えると、薄利受注も今後の人件費や経費の高騰がボディブローのように影響することが懸念される。
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・消費税増税後の消費動向が不透明である。
		繊維工業（従業員）	・天候にも左右されるが、ニット産業で大幅な改善は期待できない。
		化学工業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響はほとんどなかった。今後も大きくは落ち込まないと思われるので、あまり変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大きな落ち込みはなさそうだが、新しい取り組みへの投資意欲が感じられず、先細りの感がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・来月以降の受注状況を見ると、やはり消費税増税の影響が今までより受注に伸びがない。新製品の発売もあるので今後期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一時的な駆け込み需要、季節要因で増えている分があったが、景気が上向き要素は特別にないので、3か月先はまだ見通しが立たない。
		建設業（経営者）	・政策が実行されていないことと消費税増税のためである。
		輸送業（経営者）	・消費活動は活発のようにみえるが、消費税増税に突入すると沈滞ムードが非常に出てきて、経済そのものに悪影響を与える。
		金融業（従業員）	・建設業を中心に業況の改善がみられる。しかし、消費税増税分の価格転嫁については困難を予想する声が多く、先の見通しは決して楽観的ではない。特に、小売業では消費低迷を懸念する声が聞かれている。
		金融業（支店長）	・来月からの消費税増税で、消費が少し落ちるのではないかとこの業種が結構ある。建設業、不動産は仕事がまだ結構あるので伸びてくる。やはり製造業、小売業、その他の業種は様子見でまだどうなるか分からないというような状況なので、それほど変わらない。
		不動産業（経営者）	・3月がもうすぐ終わるが、賃貸においては良くなったという話はあまり聞かない。当社も空室をたくさん抱えている。
		不動産業（総務担当）	・都心あるいは高額分譲マンションの売行きは良いようだが、当社が手掛ける中堅所得層向けの郊外型ファミリー向け分譲マンションは相変わらず売行きが悪く、低迷状態から抜け出せないでいる。中堅所得層には景気回復の実感がないように見受けられる。
		広告代理店（従業員）	・受注見込みから、前年同期と変わらず推移している。
	社会保険労務士	・4月から消費税が上がり、良くなる要素が見当たらない。	
	税理士	・消費税増税後の少しの間は買い控えもあるだろうが、景気は確実に良くなっている。	

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
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響は出るだろうが、商業関係ではどこも織り込み済みである。現況に戻るにはそれほどかからないのではないかと。2、3か月先には回復しているのではという経営者が多い。
		経営コンサルタント	・消費税増税後の反動が予測できないが、中小製造業には良くも悪くもあまり影響ないと思う。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響は軽微ではあるが発生する。
		食料品製造業（経営者）	・例年、売上が良い時期だが、消費税増税の影響が心配である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・時期的にも例年落ち込みがみられることと、消費税増税の影響は確実である。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・来月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動でかなり落ち込む。4、5月は苦戦を強いられそうである。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税の影響が少なからず出てくる。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税、駆け込み需要の反動などで受注量にも影響が出る。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先からの新年度計画の情報が入らず、先行きが心配である。新規客の開拓に力を入れているところである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・どの取引先も生産3か月見通しを出しているが、今後減るといような見通しである。少し弱っている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・夏くらいまで上向く話はない。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・ニュース、テレビ等で消費税増税前に買物をするということをおあれだけ報道しているため、その反動は必ず来る。ただし、勢いがあるのでそう長くは続かず、また回復するのではないかと思う。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・駆け込み需要が予想以上にあり、取引先の倉庫には通常の使用量以上の材料がストックされていると予想されるため、やや悪くなる。
		建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みがすでに終わりつつある。
		建設業（経営者）	・消費税増税後、やや悪くなる。しかし、計画の話はあるのでそれほど冷え込むことはない。
		建設業（従業員）	・消費税増税の影響が出る。
		建設業（営業担当）	・4月以降は消費税増税後ということもあり、冷え込む。また、人材不足、資材価格の高騰もあり、事業計画に合わず民間の計画は見送られると想定している。
		輸送業（総務担当）	・消費の低迷や原価の上昇と、景気の見通しは厳しい状況が続く。
		通信業（広報担当）	・駆け込み需要の反動が出る。
		金融業（統括）	・消費税増税による家計の締め付け、駆け込み需要後の反動減で、やや落ち込む。
		金融業（支店長）	・消費税増税後の影響を見極めたいとの声も増えており、4月以降はやや落ち込む見込みである。
		金融業（役員）	・4月以降の四半期は、消費税増税の影響で景気が悪化するという固定観念のようなものがあり、積極的な行動に出づらな雰囲気がある。
		不動産業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み受注の反動が少しずつ出ているように思う。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税により消費、売上が落ち込むため、宣伝経費も影響を受ける。
		広告代理店（営業担当）	・やはり消費税増税後の買い控えがあるのではないかとと思う。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が懸念される。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・消費税増税の影響で3月に駆け込みがあった分、反動で落ち込む。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくは消費税増税の反動が続く見込みである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の影響で社会全体の景気が落ち込み、発注も控えられと思う。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・消費税増税後の受注量の減少が想定される。
	悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・どの程度になるか分からないが、4月からの消費税増税の影響で、一時、景気が今よりは悪くなる。

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
		建設業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み契約が一因で、しばらくは案件が大幅に減少しそうである。
		輸送業（経営者）	・4月からの消費税増税による消費減退が取扱量の減少を招き、また、高止まりをしている燃料価格の更なる高騰で輸送業界は深刻な経営環境に陥る。
		輸送業（総務担当）	・4月1日からの消費税増税により、荷主の製品の駆け込み消費もなく、買い控えが懸念され、出荷量はますます減少する見込みである。
		広告代理店（経営者）	・削られる見込みの業務と、増えそうな受注を比べると、悪くなると考えざるを得ない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動及び中国、ロシアの問題のため悪くなる。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4、5月の予定が相当入ってきている。新たな事業展開や営業所を新設したりと従業員を確保する時期なので、相当期待が持てる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・顧客の需要は底堅いものがあり、継続すると考えられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・今春は、幼稚園の園バス運転手や補助乗務員の拡充を図る求人が目立っている。入園児の増加を見込んでの対応だと思うが、親世代に給与増など教育費に負担を掛けるだけの目途がたったのではないかと。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で緩やかに増加しており、今後も増加が見込まれる。一方、新規求職者は減少しており、減少幅は縮小すると思われるが、しばらくは減少傾向が続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・管理部門の求人も増えてきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内では少子高齢化が進んでいるが、それらを対象にした市場の伸びは十分考えられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・様々な業種の中小企業の経営者と話をした。雪害対応で屋根の修理など建築関係では需要が増えているようである。4月からの消費税増税まであと1週間となり、駆け込みもほぼ終わったので、今後どうなるか非常に気にしている人が多かった。
		人材派遣会社（社員）	・4月以降は時期的な要因で企業からの求人数は若干落ちる。採用については厳しい状況が続くそうである。
		人材派遣会社（社員）	・数か月単位ではなく、数年単位で変化していくと思う。
		人材派遣会社（支店長）	・仕事は増えても人材が増えない状況から人材の取り合いとなり、数字が伸び悩む。
		人材派遣会社（営業担当）	・一部、求人数や時給が上がっている企業はあるが、全体的にみるとあまり変化はない。今後、消費税増税の悪影響が出ないことを期待したい。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職者数共にここ3か月、ほとんど変わらないので先行きも変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中途や留学生を含め、人材採用は活発になると予想されるが、新卒市場に限って言えば、すぐに良くなるとは思えない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・消費税増税前で求人広告を出す企業数が増えていることもあるので、4月以降どうなるか分からない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税後、反動減が発生すると予想するも具体的には不透明である。
職業安定所（職員）		・消費税増税の影響がどの程度になるのか予想が難しく、全体的に様子見になるのではないかとと思われる。	
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税に伴い、駆け込み需要でいくつかの業界は繁忙になっていたが、増税後の冷え込みにより採用抑制となるケースも出てくると思われる。また、4月以降新卒が入社し、派遣社員は契約終了となる可能性が考えられる。	
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・消費税増税後は景気が悪くなる。	
	職業安定所（職員）	・駆け込み需要の反動が懸念される。	

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
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響がどう出るか不透明感があり、企業の業績によっては失業者が増加する懸念がある。
	悪くなる	—	—

5. 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））

（－：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)	良くなる	都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税の影響はあまりないように思われる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東京オリンピックに向けたイベントなどの効果がある。
		コンビニ（店長）	・先行きはゴールデンウィークもあり、気候が良くなれば、もう少し人出が多くなって売上も増える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・大手自動車メーカー系の事業者が好調なことから、消費税増税後においても大口の旅行受注が入っている。
		旅行代理店（経営者）	・景気が上向きな業種からの受注が期待される。
		旅行代理店（経営者）	・消費税率は上がるものの、夏休みの問い合わせが増えてるので、新年度が始まって落ち着けば、前年以上の数字が見込めると思う。
		通信会社（営業担当）	・今後も、現状のやや上向きの状態が続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・5月の入場者予約数は、現在のところほぼ前年並みであるが、今後暖かくなるにつれて前年以上により増加する。この3月に比べれば、2～3か月後は、ずっと良くなると思う。
		美容室（経営者）	・4～6月は行楽シーズンに入る。寒さでパーマをかける時期を逃した客もいるため、4月の声を聞いたなら忙しくなるのではないかと楽しみにしている。
	住宅販売会社（従業員）	・ベースアップ等が各企業で行われるため、ボーナス期には購入意欲も高まるものと思われる。住宅はボーナスの額では買えないが、心理的なプラス要因に働くことと消費税率10%となる前に間に合わせたいと考えている人が動くと思われる。	
	変わらない	一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・消費税増税の影響でマインドとしては購買意欲が下がる。当面は、増税前の駆け込み需要の反動で、生活必需品にしか目が向かないであろう。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・友達同士や親戚との付き合いによるプレゼントやお祝いに関する消費は、3か月先も現状維持であろう。自分向けの消費が上向きかどうかはわからない。トータルすると3か月後も現状と変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・消費税増税の影響が多少は残ると思われるが、当地では世間が言っているほど景気が良くなっているわけではないため、それほど変わらないと思う。一部に良くなってきているところもあるかもしれないが、中小の小売店は悲鳴をあげている。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税で景気が一段下がっても、すぐに回復するものと期待している。
		スーパー（店長）	・消費税増税によってどうなるかが全くみえない。若干の仮需要があるため、4月の段階では少し落ち込むが、それが継続するかどうかは全く予想がつかない。
		スーパー（店員）	・消費税増税の影響は、4月になってからでないと予測ができない。色々なものの価格が上がるので価格転嫁せざるを得ず、その影響に対する不安はある。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税による影響が少ないため、先行きもほぼ横ばいの売上で推移すると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・4月は消費税増税前に購入されたたばこ、酒類の買い控えが発生すると予測するが、ゴールデンウィーク等に向けてのキャンペーン施策等でカバーする予定である。
コンビニ（店長）		・例年、花見シーズンが近づくと心なしか店内は活気付き、来客数や購入量にも多少の変化があるが、今年はあまり変化がみられない。景気は悪いと思っている客が多い。	
衣料品専門店（経営者）		・消費税増税により、生活必需品ではない洋服については、当分消費が回ってこない。	
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前に、皆が色々なものを購入しているが、4月からどのようなようになるかはわからない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・ものが良く売れるようになっているが、消費税増税の影響による駆け込み需要だけなのか、駆け込み需要がものが動くきっかけとなったのかどうかかわからない。特に自動車業界ではどのようになっていくのか、足元の動きだけではわからない。
		住関連専門店（営業担当）	・4、5月は消費税増税前の駆け込み需要による反動が出る。ただし、3月末までに完成しなかった新築現場やリフォーム現場など伸びが続いているものも多くあり、それほど大きくは減少しないと思われる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で8.9%のプラス、来客数は前年比でマイナス2.5%である。2月頃から消費税率引上げ前の駆け込み需要による消費が目立つが、一時的なものであり。数か月のトータルで見なければならぬ。
		スナック（経営者）	・しばらくは消費税増税の影響が大きく、あまり期待できないと考える。
		都市型ホテル（従業員）	・消費税率の引上げにもかかわらず、予約が入っている。
		旅行代理店（経営者）	・4月になってふたを開けてみないと、全く予想がつかない。
		旅行代理店（経営者）	・円安の影響等で値上げする商品が増える一方で消費税率が上がることで、4月を境に消費税増税前の駆け込み需要が一服する。コストが増加する一方で、宅配業など他分野での人手不足がダブルパンチで、先行きが不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・4月から消費税が増税となり、慣れるまでの3か月くらいは様子見である。
		タクシー運転手	・節約する時代になっている。
		タクシー運転手	・ある一部の人景気が良くなったと言うが、全体的に悪くなったと言う人もあり、変わらないという人が多い。中小企業や零細企業までは良くなっていない。
		タクシー運転手	・この先5、6月頃の景気は今月とあまり変わらない。消費税増税により、タクシーも同じ料金での距離数が少し短くなり、客からすると消費税分高くなると感じるため、その影響が心配である。
		通信会社（営業担当）	・半年先は悪くなるように思うが、3か月先くらいはこのままの景気が持続する。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・春の需要は一段落する。
		設計事務所（経営者）	・案件の全体数は少しずつ良い状況に戻りかけてはいるが、設計料の値下げ要求が厳しくなりつつある。
		設計事務所（職員）	・時期的に消費税増税の話題がメインで、景気の良い話は聞かない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の影響はまだ見通せないが、せっかく上向いてきた景気が一気に冷え込むのではないかと懸念される。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・先行きは不透明であるが、ゴールデンウィーク明けくらいまでには、例年程度の客足が戻るものと思いたい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税があるので、全体的には伸びないような気がする。ただし、2、3月の動向から考えると、商品の直営店では、さほどの影響はないと思われる。
		商店街（代表者）	・4月から消費税率が上げられるため、2～3か月先までは増税前の駆け込み需要の反動で悪くなる。売上の減少が景気の悪化に結び付くと考える。
		商店街（代表者）	・消費税率が5%から8%に上がることによって、し好品には金を使わなくなるため、3～4か月は若干悪くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税後は動きが鈍くなるであろうが、2～3か月も経てば若干ほとぼりが冷めてくると予想している。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・消費税の増税により、やや悪くなる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税増税により、増税前の駆け込み需要の反動がある。2～3か月は悪い状態が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・古殿地拝観（遷宮後の旧御正殿の中に特別に案内される拝観）の期間が3月末で終わり、当地のにぎわいも沈静化する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が必ずある。消費税率8%に慣れるまで、しばらくは影響が残る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・現状が消費税増税前の駆け込み需要であるため、行き渡った商品の消費が進むまでに3～4か月程かかり、その間は景気がなかなか回復しないと考える。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、買い控えがしばらく続く。
		百貨店(売場主任)	・3連休に家族で買物する客が多かったこともあり3月は前年をクリアするが、4月に入ると消費税増税の影響で少し落ち込むと思う。しかし、8%の消費税率に慣れてきたら、少しずつ売上も以前と変わらなくなっていく。
		百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、3か月以上は景気が悪化する見込みである。
		百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要で3月に売上が伸びた分、反動減が必ずある。今後2～3か月は戻らないのではないかと考える。
		百貨店(販売担当)	・消費税増税前に駆け込みで購入した商品が多い。
		百貨店(経営企画担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が想定以上であることから、その反動も大きいと想定するが、現況の景況感などから、消費はいったん落ち込んでも緩やかに回復するのではないかと考えている。
		スーパー(経営者)	・消費税増税に伴い消費者の財布のひもが非常に固くなる。中小小売店は高齢者を相手に商売をしているが、ドラッグストアなど異業種の参入で売上が徐々に減っている。
		スーパー(経営者)	・6月頃の時点では、消費税増税の影響で、4、5月に比べれば生活必需品の購入は進むが、その他の商品にはまだまだ購入を控えている。パート、アルバイトの時間給はあまり変わらず大半の勤労者世帯では所得が上がらないため、財布のひもは固くなる。失業率は全体的には下がってくる。消費税増税で減少する売上を伸ばすため、ディスカウントを行う企業が多くなり、利益は出ず不況に陥るところが増えてくる。
		スーパー(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から、4月は大幅な消費の冷え込みが予想される。増税によって購買意欲の減少も懸念される。
		スーパー(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の後で、税率3%の増税が響き、消費の落ち込みが予測される。
		スーパー(店員)	・大型店が増えていることが大きい。消費税増税の影響により3月は駆け込み需要で若干は上がっても、4月になればその分は減少して相殺となる。なかなか景気が上向きとなる要素が見つからない。
		スーパー(営業担当)	・消費税増税後の売上、販売点数は、減少傾向となる。
		スーパー(販売促進担当)	・4月からの消費税率8%の実施で購買意欲が低下する。
		スーパー(販売担当)	・消費税増税前に購入したため、増税後数か月は買い控えがある。
		スーパー(支店長)	・消費税増税前の駆け込み需要で上向きとはなかったものの、4月以降の冷え込みは既に感じている。夏までは厳しいと感じる。
		スーパー(商品開発担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は確実にある。しかし東海地域の実績は他地区の自社店舗と比較しても良く、時給の高い製造業に人手が流れてパート従業員も集まりにくい状況が以前より強くなっており、長期的には期待できる。
		コンビニ(店長)	・消費税増税は、少なからず影響がある。
		コンビニ(エリア担当)	・4月からの消費税増税の影響により1か月程度は悪化すると考える。
		コンビニ(店長)	・価格に対する客の目はよりシビアになり、消費税増税後の消費の落ち込みが非常に心配である。
		コンビニ(商品開発担当)	・消費税増税や原油高騰に伴うガソリンの値上げで出費が抑えられる可能性が高い。来客数が変わらなくても客単価に影響を与える可能性が高い。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・消費税増税後は、さすがに販売量が減少すると思われる。
		家電量販店(店員)	・消費税増税前の最終の駆け込み需要が終わり、前回の消費税増税の時と同様に、増税分以上に値下げをせざるを得ないため、しばらく売上は回復しない。あるいは、売上が回復しても利益は出ない。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税増税により支出を抑える動きとなる。
		乗用車販売店(経営者)	・3月までに購入を済ませた客は、今後は出費を抑える。

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
		乗用車販売店（従業員）	・ふたを開けてみないとわからないが、消費税増税前の駆け込みで車検の入庫があったため、4月は逆に厳しくなる見込である。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降に投入する新型車両・特別車に客がどれだけ関心を持ってくれるかにかかっている。4、5月は消費税増税前の受注の前倒しが影響すると思われる。給料アップが本当に広く行き渡っているかどうかで、客の来店状況も変わると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響で駆け込み需要がある程度あったが、それが3か月で完全に終わると思えず、もう少しは続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税により買い控えが進む。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税の増税によって、売り手側も販売意欲が低下する。
		高級レストラン（役員）	・4月の予約件数は前年同月比を下回っている。フリー客も含めて4月以降の客足は落ちるであろう。
		一般レストラン（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要はあったが、4月以降はその反動でしばらくは低いレベルで安定する。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税により、今後は買い控えが当分続く。
		観光型ホテル（経営者）	・今月と比べると、2～3か月先の宿泊は前年比30%増加といった伸びにはなっていない。前年は、富士山の世界遺産登録という追い風もあったが、1年近く経ち効果が薄れてきている。消費税増税でどのような動きをするかを様子見の客も多いため、今後、マスコミ情報等でプラスとなるものがあれば良くなるかもしれないが、やや悪くなるという状況が、既定路線である。
		観光型ホテル（販売担当）	・4月期の予算は、消費熱が下がって景気は冷え込むと見込んで少しハードルを下げたため、クリアする見通しである。ただし、2～3か月後の5、6月からそれ以後は、現時点での予約状況がとて悪く、先行きを非常に心配している。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税によりマインドの冷え込みがある。
		都市型ホテル（経理担当）	・4月からの消費税率アップによる客の消費動向から、やや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・旅行のパンフレットは4月以降の消費税増税後の金額を反映して作成されているが、客は今の代金からの値上がりと捉えている。増税に慣れるまでは、旅行に関しては冷え込む。
		旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げによる旅行代金上昇の影響は、かなり深刻である。4月以降の個人旅行は、しばらくの間は落ち込みが予想される。家計が厳しくなると、余暇やレジャーが控えられる。加えて旅行代金が上がれば、なお一層申込は減る。景気低迷は、数か月は続くであろう。
		通信会社（サービス担当）	・移転シーズンが終わるので、今よりも悪くなる。
		テーマパーク（経営企画担当）	・消費税率が8%となる影響がある。
		観光名所（案内係）	・報道は景気回復をあおっているばかりで肝心なところが抜けている気がする。注意する必要がある。
		理美容室（経営者）	・消費税増税で色々なものの価格が上がるため、景気は悪くなる。
		美顔美容室（経営者）	・消費税増税を前に先買いした客の購入が、しばらくはなくなる。
		美容室（経営者）	・消費税が増税となるため多少出費を控える客は増える。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響が大きい。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費が冷え込むことが想定されるため、介護サービスにも少なからず影響があると考ええる。
		住宅販売会社（従業員）	・些細なりフォームくらいならという感じで、消費税増税前に間に合う時期の最後まで駆け込みでの受注があり、将来の分まで需要が出尽くしてしまった感が強くある。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・活気が戻るにはまだ時間がかかる。消費税増税前に残っていた仕事が終わっても、新規契約の話が入らないため、先行きの売上が心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要は、ほとんどが消費の先取りと信じられる。したがって、その後は反動で消費の落ち込みがあると考える。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動があると思う。特に日用品でないものは影響が大きい。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税により、普段の外食等には予算を抑えたり、控える傾向が続くと考えられる。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税による反動減が大きい。3月の売上が前年比で2割以上増加しているため、その反動として、4月以降は数か月間マイナス傾向が続くと思われる。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、個人消費は少なくとも2～3か月先までの間は確実に落ち込み、景気の一時的な後退は避けられないと考える。
		百貨店（販売促進担当）	・これから数か月は、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続くと想定する。
		百貨店（販売担当）	・実際の懐具合よりも消費税増税に対する心理的な影響が大きく、生活防衛本能が働いて財布のひもをきつく締める可能性が高い。また、3月までに当面必要なものへの支出を終えており、夏季又は冬季賞与までは、ものを購入するモチベーションを高めることは困難で、特に高級・大型な耐久消費財の動きは厳しくなる。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税で一気に消費意欲の減退が起こり、来客数、客単価ともに大幅に減少する。前回の消費税増税時と比べても大きなマイナスが起こると考えられる。
		百貨店（販売担当）	・記念日のギフトの1年前倒しなど、消費税増税前の駆け込み需要が大きい分、反動も相当あるものと感じる。客からもこれで当分は買えないという声をよく聞いている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の売上増加がこれほどまで大きいとは予想をしなかったが、前倒しの消費なので、4月以降は大きく売上が落ち込むことが予想される。
		スーパー（営業企画）	・マスコミ報道や小売業者の盛り上げによる効果もあって、消費税増税前の駆け込み需要は想定以上にあると感じる。一方で、増税後の反動も当初の想定以上ではないかと推測される。
		コンビニ（企画担当）	・TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）や規制緩和に関する話題が乏しく、消費税増税後のばらまき政策の話題だけが聞こえてくる。東京オリンピックに向けた景気回復への期待はあるものの、弱含みではないか。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により今まで以上に財布のひもが固くなる。増税前には多少なりとも駆け込み需要があったが、微々たるものであり、落ち込み分を補うほどは売上が上がっていない状況である。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動と4月からの増税が、6月くらいまでは景気に大きく影響する。特に小売業界では売上が悪化すると思われる。
		家電量販店（店員）	・先行きは、過去のエコポイントの駆け込み購入の後に売上が落ちた状態の再来となる。
		家電量販店（店員）	・山があれば谷があるということで、前年11月から売上が上昇し始めて消費税増税の影響で上りつめたので、これからは下りになっていく。状況的に4月以降はエコポイントの終了時と同じようなことが起こりそうな気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は、やはり大きいと思われる。4～6月はかなりの落ち込みが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わった後であり、間違いなく消費は冷え込む。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の増税もあって市場が冷え切ってしまうため、ただでさえ厳しい4、5月が更に厳しくなる。
		乗用車販売店（経理担当）	・前回の消費税率が3%から5%に増税された時ほどの落ち込みはないと予想されるが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は避けられない。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響が、3か月は続くと思われる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前で3月は1人当たりの購買数が増えているが、消費税増税後の来月は買い控えに転じる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・4月からの色々な値上げや消費税増税などで、客足が鈍くなる。

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
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に駆け込み需要等で金を使っている人が少なからずいる。その分、外食等に使う金は抑えられる。
		通信会社（企画担当）	・過熱気味といえるほど消費税増税前の駆け込み需要があると感じる。4月以降、どこまで買い控えが起こるのか、かなり不安である。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響で客の動きは悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税により客の支出が減少する。
		理容室（経営者）	・財布のひもが固くなるばかりで、景気が良くなるとは思わない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税でどれほどの影響があるか、4月に入ってみなければわからない。
企業 動向 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	—	—
		紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）	・アベノミクスの効果による賃上げから、失業率低下による本来的な賃上げへと移行しつつある。この過程を経て、景気はやや良くなっていくと思われる。
		化学工業（総務秘書）	・漠然とではあるがアベノミクスの効果を感じ始めるなか、春には多くの企業においてベースアップが実施され、初めて暖かい季節を迎える。良くなると思えるのが普通である。
		電気機械器具製造業 （企画担当）	・4月に消費税率の引上げが予定されているものの、輸出産業には大きな影響はないと思われる。国内景気についても対策が練られているので、回復に足踏みがあったとしても短期で上向きに転じると考える。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・4、5月の消費税増税後は悪くても、6、7月には主要取引先での設備投資が期待できる。
		輸送業（エリア担当）	・適正な運賃に改定する交渉を進めているが、客も納得し、単価は順調に上がってきている。
		輸送業（エリア担当）	・トレンドとして輸出貨物が増加する雰囲気である。
		行政書士	・荷物の出荷量はあるものの、ドライバー不足である。
		会計事務所（社会保険 労務士）	・4月から消費税率は上がるが、仕事の上では、増税分は購入先へ支払うか税務署へ納付するかの違いと考えてか、駆け込み購入の動きはあまりみられない。4月以降も、設備投資等は必要に応じて行われるだろう。
		その他サービス業〔ソ フト開発〕（社員）	・上期は上流工程での動きであるが、その後工程により作業要員も増員となり、売上も増加する。
	変わらない	化学工業（人事担当）	・消費者としては、今後2～3か月は購買は控えることになると思う、ただし、無駄なものは買わないという姿勢が強くなるだけで、景気そのものが弱くなるということではない。
		金属製品製造業（従業員）	・関東方面では動きが活発だと言われ、地元業者は横目で見ながら仕事が回ってくることを期待している。
		一般機械器具製造業 （営業担当）	・円高が解消して製品の価格競争力は戻ったが、一時期のスマートフォンの爆発的な生産増加も一段落し、今のところ海外の大手EMS（電子機器受託製造サービス）事業者では、大規模な設備投資を実施する要素が見当たらない。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・受注量に変動がない。
		電気機械器具製造業 （総務担当）	・消費税増税後の売上減少を予想する業界もあるが、ケーブルテレビ、インターネット関連業界では、消費税増税前の駆け込み需要はなかったもので、逆に落ち込むこともないであろうと予測している。
		建設業（営業担当）	・消費税増税には良い点も悪い点もあるが、実感できるほどの景気の回復とは言えない。必要な増税であるため、その影響が今後どうなるかを見ていけば、本当に景気が回復しているかどうかの答えは出てくると思う。
		輸送業（エリア担当）	・消費税増税の影響でしばらくは今の状態が続くのではないかと思う。
		輸送業（エリア担当）	・マスメディアを通して春闘の動きをみていると、ベースアップあるいはボーナス増額を回答する企業が目立つように感じるが、それが消費拡大につながると思えない。高額な腕時計が百貨店では売れていると聞くが、それは一部の動きであり、全体の消費を押し上げるような動きではない。人々は賃金の増額分を消費ではなく貯蓄に回し、節約する生活習慣は変わらない。
		金融業（企画担当）	・景気が回復するためには、一層の円安、株価上昇による個人資産の増加が必要と思われる。
		不動産業（用地仕入）	・現状に鑑みると、2～3か月程度で景気が良くなると思えない。

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
		不動産業（管理担当）	・中小企業においては、今後ともオフィス仲介の需要はおう盛ではないと判断している。
		企業広告制作業（経営者）	・基本給をアップさせた企業は大企業だけで、二次・下請の零細がそのしわ寄せ分を負担する。この構造が変わらない限り、景気回復の高揚感はない。
		広告代理店（制作担当）	・取引先の企業からは、これといって明るい話が聞かれず、今と同じ状態が続くように思われる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・大企業では、円安による増益で賃金上昇等が起きているが、中小企業にまで回って来ていない状態である。当社では、新製品を作り続けるため、チャンスを待つ覚悟である。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税後は、梅雨明けくらいまでは、駆け込み需要の反動による消費の落ち込みが確実にあると思われ、すっきりしない天気のような状況となるのではないかと。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費税増税で受注量・販売量は恐らく減少し、景気はやや悪くなる。
		印刷業（営業担当）	・4月から消費税が増税となるため、その影響が出てくる。発注を控えるような動きがあり、今の状況よりは悪くなると思う。
		化学工業（総務担当）	・消費税増税後には、駆け込み需要の反動による売上減少や、電気料金の値上げ等により厳しい状況になると思われる。
		窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数の減少により、やや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要によって売上が増加しているため、増税後には反動が予想される。
		鉄鋼業（経営者）	・3月の実績に対しては、消費税率引上げの影響を含めてややダウンしていく見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・この先は端境期に入るので、受注量、価格とも低下傾向である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動だけでなく、純粋な売上減少も考えられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・輸出品については攻勢が続くという現状から、この先2～3か月は変わらない。ただ、消費税増税で国内消費が落ち込む見込みも、徐々に感じられるようになってきているため、若干の落ち込みを加味すると、現状とほぼ変わらないあるいは若干悪くなるという判断である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。駆け込みの需要があった分、先行きの状況は変わる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・円安により材料コストが高騰しているところに、消費税増税後の販売数量の落ち込みとベースアップによる人件費増加が重なるため固定費負担を吸収しきれず、利益水準の大幅低下は不可避の見通しである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税率引上げの影響が出る。また、クリミア半島の問題で世界景気が悪化する可能性がある。
		輸送業（経営者）	・荷主の見通しでは、前回の消費税率引上げ後ような消費の落ち込みはなさそうだが、一方で、他産業での好景気が持続するため、運転手の確保が更に困難になりそうである。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、この先2～3か月は、比較的良くない客の動きとなる。
		金融業（法人営業担当）	・消費税率の引上げによる個人消費の落ち込みは避けられず、とりわけ観光サービス関連での売上減少が懸念される。
		不動産業（経営者）	・消費税増税後は、最低限必要な案件のみに絞りこまれ、不動産市況はやや低迷する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読の中止がこの先どれほど出てくるか予測がつかない。
		公認会計士	・燃料費の高騰や消費税率引上げによる消費の縮小等が、中小企業の業績に直接的な影響を与える。
		会計事務所（職員）	・トナーカートリッジ等の高額消耗品の大量注文が行われ、納入時期のずれ込みや買い控えなど、3月上半の反動が2～3か月は続く。

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
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・電気料金が8～10%程度の値上げで、消費税の増税分3%が上乘せとなると、経費は10%以上の増加となる。さらに油やLPGの値上げや人手不足によるトラック配送料の上昇も見込まれ、6月以降は非常に心配な状態と想定される。住宅の受注量は前月より20%以上減少しており、クレーン、ブルドーザーなどの特殊免許が必要な油圧系車両の需要も減少傾向が顕著である。また、業界においては、特殊車両の免許を持ったオペレータの不足、職人など建設現場の人手不足で増産の見込みはないとの話である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税に伴い、販売量の減少が見込まれる。
		建設業（経営者）	・地価の上昇、建設価格の高騰により、今後のマンション、戸建住宅の大幅な価格上昇は確実であり、年収が伸びないなかでの住宅取得はますます難しくなる。消費税増税と相まって、将来の景気は確実に停滞すると思われる。
		輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動と増税後の買い控えで、消費財関連の荷動きはしばらく低調になると予想される。3～6月は前年同月を下回るのではないかとみている。
雇用 関連 (東海)	良くなる	—	—
	やや良くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2016年大学卒業予定者向けのインターンシップ受け入れ企業の問い合わせが増加しており、採用意欲の高まりを感じている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き求人数は増加傾向でその案件に対応する求職者が不足している。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年は3、4月に求人数のピークを迎えるため、その後の2～3か月は、動きがいったん少なくなる見込みである。
		人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は1倍を超えてきてはいるが、消費税増税の影響を考えると、今後はあまり変化がないように感じる。
		人材派遣会社（支店長）	・既に4月中旬から5月初旬が就業開始の求人案件も出ており、これまでと変わらない求人動向となっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、顕著な増加ではない。消費税増税後の影響を考えてなのか、正社員求人数が伸びないため、先行きは変わらないとみる。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同月比では増加しているが、前月比では減少している。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が心配されるが、求人は各産業で増加傾向にある。ただし、有期雇用の社員やパートでの雇用形態が多いため、先行きにはまだ不安が残る。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中途採用は積極的な状況だが、一部の就職希望者が内定を多数獲得しているため、内定辞退となるケースも散見される。1人の候補者を複数企業が奪い合っている現状であり、採用率は満たされていないと感じる。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要に対する反動がある。	
	人材派遣会社（社員）	・3月が良かった分、先行きはやや悪くなると思われる。予約状況もあまり良くない。	
	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響により、消費はいったん停滞することが予測される。その感触が、B to B（企業間取引）にも少なからず影響を与え、引き合いが減るものと思われる。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・2～3か月先に消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てきそうである。	
	職業安定所（職員）	・中小企業の事業所からは、景気回復の好影響をまだ受けないうちに消費税増税に伴う景気停滞の影響をまともに受けるのではないかと危惧する声を多く聞く。	
	職業安定所（職員）	・月間有効求人数が、45か月ぶりに減少に転じている。	
	職業安定所（職員）	・3月に入って一段と消費税増税前の駆け込み需要が増えたので、4月以降にその反動が出て一時的に消費が落ち込むと思われる。	
	職業安定所（職員）	・消費税率が3%上がれば、消費の冷え込みが予想される。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みによる影響が懸念される。ただ、増税対策を行っている企業も多くあり、影響は最小限に留まると予測している。	
	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・企業の売上見込み等が前年を下回っており、企業では、売上を伸ばすというより支出を減らすことが求められているようにみえる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—

6. 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)	良くなる	—	—		
	やや良くなる	住宅販売会社（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・見込み客の動向から状況はやや良くなるを考える。 ・2か月連続で受注が増加しており、今後も少しずつではあるが受注が増加する気配がある。住宅ローンの条件を緩和する金融機関も増加しており、景気回復傾向は続くと考えられる。		
変わらない		百貨店（営業担当）	・3～5月の3か月トータルで前年同期の実績を超えるのであれば先行きにやや明るい希望が持てる。しかし、消費税率引上げという大きな要因によって、消費者の財布のひもがますます固くなる懸念される。		
		スーパー（店長）	・4月に関しては消費税率引上げによって売上に影響が出ると思うが、その後はその部分の購買が戻ってくると考えている。		
		コンビニ（経営者）	・当店はイベントに期待する立地の店舗であり、週末の天候次第で売上が大きく左右される部分はあるが、全体的に見て現在の数字が大きく変わる要素は全くないと考えている。		
		コンビニ（店舗管理）	・自社の価格政策によって、なんとなく安くなったというイメージがつき、当面はその残存効果で状況は悪化しないものと期待する。		
		衣料品専門店（総括）	・駆け込み需要があまりなかったため、買い控えはないと考える。そのため、状況が悪化することはない。		
		乗用車販売店（従業員）	・消費税率引上げ前の車検、修理依頼が多く、4月1日以降しばらくは客足が遠のく。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税率引上げ後の客の動向と分散型ゴールデンウィークの来店客傾向が不透明であり、懸念される。		
		観光型旅館（経営者）	・消費税率引上げによる出控えを懸念している。特に、消費税率引上げ直後の夏休み前までが心配される。		
		都市型ホテル（役員）	・予約状況は低調である。消費税率引上げもあり先行きは不透明である。		
		旅行代理店（従業員）	・現実収入が増加してから初めて旅行に関心が向かう。給与増や夏のボーナス増に期待をしたい。		
		タクシー運転手	・消費税率引上げ後も、必要な物は必要、不要な物は不要ということが定着するのではないかと思う。		
		通信会社（役員）	・通信契約は毎月継続するものであり消費税率引上げとは直接結びつかない商品である。心理的落ち込みの影響は避けられないが、契約獲得数の傾向は現状と変わらないとみている。		
		通信会社（店舗統括）	・大幅に状況が良くなるような要因は特に考えられない。		
		住宅販売会社（従業員）	・落ち込んでいた新築部門の売上は若干回復すると予想するが、落ち込み分を増改築・リフォーム部門の伸びでカバーできるかが今後大きな影響を与えると考える。大型増改築物件の掘り起こしと小口のリフォーム件数をどのようにすくい上げるかが鍵となる。		
		住宅販売会社（従業員）	・新築個人住宅については、今後消費税率引上げが再度見込まれる中、今回の引上げの影響は薄らいできており客は動いている。今後の落ち込みは少ないと考えられる。		
		住宅販売会社（従業員）	・客の心理から、今後2～3か月の状況は変わらない。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・4月以降は消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動によって売上は減少する。
				商店街（代表者）	・消費税率引上げによる買い控えがしばらくあると考えられる。
				一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動があると思われる。駆け込み需要があった分、反動で購買意欲が薄れる。
				一般小売店〔事務用品〕（店員）	・4月からの消費税率引上げにより、客の設備投資や消費力が落ちる。
一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費税率引上げで一時的には外食が控えられると予想するが、売上が2～3割落ちるとは考えにくい。				

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〕 (従業員)	・消費税率引上げにより消費は控えられる。それに伴い、売上も確実に減少する。
		百貨店(売場主任)	・消費税率引上げ後の売上の減少は考慮しなければならない。賃金の上昇などにより市場の購買意欲が回復するまで時間がかかると予測する。また、若干の客単価下落も懸念される。
		百貨店(営業担当)	・3月中旬～下旬まで春物商材のまとめ買いが多かった分、この先しばらくは反動を受けて集客が厳しくなると考えている。
		スーパー(店長)	・消費税率引上げ前の駆け込み需要で売上が増加した分、4月以降は反動による売上減少が懸念される。今後、買物状況は厳しくなり、単価も下落する気配を感じている。
		スーパー(総務担当)	・4月1日の消費税率引上げ後は明らかに買い控えがあると考えられる。
		スーパー(統括)	・現状、客は生鮮食品以外の商材を消費税率引上げ前に買いだめしている。4～6月は買いだめした物を使用することになるため、前年同月の売上を確保することは難しいと考えている。また、客が消費税8%に慣れるまでは買い控えがあるとみている。
		コンビニ(経営者)	・消費税率引上げの影響で客の財布のひもはますます固くなる。衝動買いや、ついで買いがなかなか期待ができない状態の中で、売上が伸びるのは、ファーストフードなどの一部のカテゴリーに限定されるのではないかと考える。コーヒーは人気であるが、売上を上げる効果はない。売上は厳しい状況になる。
		衣料品専門店(経営者)	・消費税率引上げで、生活者の日常生活の負担が増加する。
		衣料品専門店(経営者)	・4月の消費税率引上げ後の落ち込みが懸念される。その後の回復については全く楽観できない。
		衣料品専門店(経営者)	・ガソリンや日用品などの値上がりと消費税率引上げの影響は、かなり深刻であると考えている人が多いようである。京都や金沢へ買物に行く京金族への対応など、対策を真剣に考えるにはまだ遅くないと考えているが、現状は景気よりも店舗の生き残りが大切である。
		乗用車販売店(役員)	・駆け込み需要の反動で大変厳しい状況になる。前半期は赤字覚悟で取り組む必要がある。
		自動車備品販売店(従業員)	・消費の落ち込みは懸念されるが、消費税率引上げ後の特典イベントやキャンペーンを期待する客の声も多くあり、それほど大きな落ち込みにならないと考える。
		その他専門店〔医薬品〕 (総務担当)	・2～3月の反動減で、売上は当面減少傾向が続く。消耗品と食品中心の売上構成で、収益的にも厳しい状況となる。
		高級レストラン(スタッフ)	・飲み放題付きプランの主力である10,000円、12,000円のコースなどは、会合の会費として半端な額が嫌われるため、消費税率引上げ分の値上げがしにくく、単価の下落が確実である。
		一般レストラン(店長)	・当業種には消費税率引上げ前の駆け込み需要の影響があまりないが、消費税率引上げ後の雰囲気による消費控えが不安である。
		一般レストラン(統括)	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動によって消費者が高価な商品を買わないだけでなく、プラス1品買いや外食の機会を減らすことで生活を切り詰めることが懸念される。
		観光型旅館(スタッフ)	・4月からの消費税率引上げにより4～5月の予約保有が前年同月を下回る状況となってきた。北陸新幹線開業を1年後に控え、北陸地域への旅行を北陸新幹線開業後まで待とうとする客の心理から、関東地区からの宿泊客数の減少が懸念される。
		都市型ホテル(スタッフ)	・客が価格に敏感になっているので、消費税率引上げ後はさらに消費マインドが悪化する。
		旅行代理店(従業員)	・今後しばらくの消費の手控えやE T C割引の廃止などの逆風により景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・過去、2度の消費税率引上げ時は、引上げ後1～2か月はタクシーの利用が控えられた。今回も過去のように、しばらくは節約志向も強くなり、利用客数は減少する。今後2～3か月先の状況はやや悪くなる。
		通信会社(職員)	・消費税率引上げの影響により、目先の動きはやや沈滞化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（役員）	・現在は若干良くなってきているが、今後は消費税率引上げによるマイナスの影響が出始めて状況はやや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・当業界には消費税率引上げ前の駆け込み需要がない分、大きな反動もないと考えられるが、消費税率引上げに伴う心理的な影響からか、今後3か月の予約状況は、団体を中心に前年同月比でやや低調な推移となっている。個人も同様の動きがあると考えられるため、やや厳しい方向に推移する。
		競輪場（職員）	・有力選手の出走に規制がかかり、その影響がどの程度出るか不透明である。
		その他レジャー施設（職員）	・4月からの入会が消費税率引上げの影響を受け、少なからず減少する。
		美容室（経営者）	・家計支出の減少の影響が当業界に及ぶことが懸念される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・駆け込み需要がない店でも、買い控えは必ず来る。中小の商店では、増税分も値上げできず仕入れ値が上昇するばかりである。大型店も他店との競合から値上げできず、結局仕入れの値下げでカバーすると考えられる。より一層の景気低迷が懸念される。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げによって状況は悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・4月からの消費税率引上げと、まとめ買いの反動による生活用品の需要減のため2～3か月間は来客数が減少する。
		コンビニ（店長）	・消費税率引上げのため、状況は確実に悪くなる。平日は生活に必要な買物の方が多く、影響は少ないが、週末の売上には確実に影響が出る。
		家電量販店（店長）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が3か月は続く。
		家電量販店（店長）	・今月は消費税率引上げを前に買換えが多く、支払いがボーナス払いの客が多い。壊れての買換えではない客が多い。今後、消費税率引上げ前の出費分の買い控えの発生が考えられる。
		家電量販店（本部）	・今月は好調であるが、その大部分は消費税率引上げ前の駆け込み需要によるものであり、将来の消費が前倒しされたものであると考えられる。高い山があればそれと同量程度の谷がやって来る。消費税率引上げは税抜価格を押し下げる方向に働くので、商品単価の動向への影響が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の個人向け需要は消費税率引上げ前の購入が終わり、減少する。
		住関連専門店（店長）	・現在は消費税率引上げ前の駆け込み需要で動いているだけであり、今後の状況はかなり悪くなる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の財布のひもが固い。消費税率引き上げによってますます固くなる。前途多難である。		
スナック（経営者）	・消費税率引上げの影響が落ち着くまでは、売上は減少傾向で推移すると考えている。		
通信会社（営業担当）	・消費税率引上げに伴う購買意欲低下や、人気機種の新作の発表待ちによる買い控えが懸念される。		
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（総務担当）	・消費税率引上げの影響は見極められないが、業界全体の施工能力が限界にきており、当面は受注価格競争の緩和状態が続くと考えられるため、今後3か月の状況はやや良くなる。
		税理士（所長）	・4月1日の消費税率引上げの反動も多少はあると思うが、客の中に国内設備投資の動きが少し出てきており、下請けに対する部品類や機械類の製造依頼が増加している。大手企業の目が国内に向いてきたのではないかと考えている。円安効果にしては少し遅い気がするが、良い動きが出てきているので期待している。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・国内の消費回復に期待がかかるが、消費税率引上げの関係から先行きが心配である。
		繊維工業（経営者）	・4月1日からの消費税率引上げによる受注の減少を心配しているが、現時点では横ばいで推移していくと見通している。
プラスチック製品製造業（企画担当）		・現在の消費税率引上げの影響は、6月末くらいまではこのまま続くとみており、3か月先の業況については、現在と変わらないと考えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・デフレから脱却し、消費税率引上げによる景気の落ち込みを防ぐためにも、4月早々からの公共事業の発注、それもすぐに着工できる工事の発注がなされることが、国全体にとっても地方にとっても大事であると考え。しかし、発注者、特に市町村担当者にはアベノミクスや景気回復に対する意識が薄いため、前年同期と同様に4～6月の発注がほとんどないということになりかねない。
		不動産業（経営者）	・個人客も法人客も、問い合わせが意外と少ないという話が多い。
	やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・原料費、燃料費の上昇ははっきりと影響を及ぼす時期になる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、状況は現状よりやや悪くなると考える。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国際情勢の不安感、新興国通貨安など、世界経済の景気減速により輸出量が減少すると考えられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内は消費税率引上げの影響で景気が悪くなる。また欧米市場は、クリミア問題による景気の悪化が懸念される。
		精密機械器具製造業（経営者）	・当社の場合、中高価格帯の商品がほとんどであるため、2～3ヶ月先までは、やはり多少なりとも消費税率引上げの影響があると考え。
		輸送業（配車担当）	・4月からの消費税率引上げによる消費の前倒しの影響により、物量は減少する。
		金融業（融資担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動で景気は悪くなる。ただ、駆け込み需要が今のところ想定よりも弱いので、当初思っていたほどは悪くならないのではないかと考えている。
		金融業（融資担当）	・消費税率引上げ以後、一旦のスローダウンが懸念される。小売業の予算立ても3月に精一杯稼いで、4月に落ち込むことを前提としている。店舗改装も4月に先送りしている。
		新聞販売店 [広告]（従業員）	・駆け込み需要を狙った家電量販店、通信販売のチラシ出稿量が減少するのは必至である。その他量販店のチラシも出稿量の減少が続くと予想され、出稿量が増加する業種の見当がつかない状況である。
	司法書士	・2月末、3月末の解散登記が多く、事業承継が困難な会社が見受けられる。	
	悪くなる	通信業（営業担当）	・消費税率引上げの影響は必ず出てくる。景気が一時的にしろ冷え込むのは確実だが、それがいつまで続くのかが心配である。
	雇用 関連	良くなる	—
(北陸)	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加により、雇用失業情勢の改善が期待される。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・消費税率引上げの影響はない。長期安定を希望する求職者が多いため、成約件数は伸び悩んでいる。全体として今後2～3か月先の状況は変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動で、この先の景気への影響が非常に不透明であるとの声が客から多く聞かれる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・パートの求人が増加したが、社員の求人が増加していない。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・求人件数は増加しているが、求人広告に対する反応が鈍くなってきており、なかなか採用につながらないという話の一部から聞こえてくる。求人が計画通りに進まないことにより事業にも影響が出ることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・景気は消費税率引上げの影響もあり少し悪い方向へ向かう。サービス業や介護関係の人手不足感は継続していく。
		職業安定所（職員）	・消費税率引上げ後の状況を不安視する企業が依然として多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税率引上げ後の消費動向が読みづらいが、半年くらいは大きな変化はないと考える。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	新聞社 [求人広告]（役員）	・4月からの消費税率引上げの影響が懸念される。	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

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

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	高級レストラン (店長) その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・良くなるよう期待している。 ・プロ野球シーズンが始まり、5月には家族向けのイベントが開かれる。他にも多くのコンサートがあるので、若者を中心に多数の来場が予想される。
	やや良くなる	商店街 (代表者) スーパー (社員) 衣料品専門店 (営業・販売担当) 乗用車販売店 (営業担当) 一般レストラン (経営者) スナック (経営者) 都市型ホテル (スタッフ) タクシー運転手 タクシー運転手 ゴルフ場 (支配人) その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) その他サービス [マッサージ] (スタッフ) その他サービス [生命保険] (営業担当)	・消費税増税後、客がお買い得情報に敏感となるため、やり方次第で売上を増やすことはできる。 ・賃金のベースアップを実施する企業が増えたことで、今後は食品スーパーにも、客の購買意欲の上昇効果が及んでくることを期待している。 ・夏物のオーダースーツやジャケットの注文、問い合わせが増えてきている。 ・3月は消費税増税前の駆け込み需要などがみられたが、今後もこのペースは続く。4月はいったん落ち込むと考えられるが、2～3か月先には良くなる。 ・周年行事やスポーツの大きなイベントが増えるこの時期は、イベントを組みやすく、集客が増える。 ・消費税増税の影響は心配しているが、客も多少は元気になると期待している。 ・個人利用の歓送迎会は消費税増税後の料金対応が難しく、食事の内容を落としてでも増税前の価格を希望する客が多い。一方、宿泊部門のインターネット予約では、大阪駅を中心に単価が上昇傾向にあるため、価格を下げることなく高稼働を保っている。レストランは昼間の利用が減っているため、歓送迎会の時期を過ぎると、ディナーの利用客も減少することが予想される。 ・桜の季節で多くの人が訪れることを期待している。 ・新年度を迎えるほか、消費税率が上がることで景気が良くなる。 ・消費税増税に伴って価格が上がるが、予約状況は昨年よりも若干良い。このことを考慮すると、景気は良くなっていく。 ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減に関する報道が増えているが、周囲ではほとんどの人が冷静に受け止めており、さほど影響はない。 ・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になると来客数が増加する。 ・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
	変わらない	一般小売店 [事務用品] (経営者) 一般小売店 [菓子] (経営企画担当) 一般小売店 [鮮魚] (営業担当) 一般小売店 [野菜] (店長) スーパー (経営者) コンビニ (経営者) コンビニ (広告担当) その他専門店 [宝飾品] (販売担当) 高級レストラン (スタッフ)	・新年度には駆け込み需要の反動減があるなど、期待はできない。 ・今年1～3月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西が98.6%で、関東が93.1%、中部が94.8%、中国が116.2%であり、各地区合計は99.3%となっている。3月のホワイトデーが不調に終わり、不振の要因ははっきりしている。傾向としては良くも悪くもなく、更に様子をみる必要がある。 ・例年は気候が暖かくなると多少景気は持ち直すが、消費税率引上げ後となるので期待できない。 ・アベノミクスがどう推移していくのかが不透明である。 ・4月から消費税率が上がるため、大型商品の売行きは落ち込むと思われるが、食料品は毎日消費するものであるため、それほど落ち込むことはない。 ・消費税増税前のたばこのまとめ買いにより、3月は売上が伸びている。4月にはその影響で少し落ちるが、5月以降は元に戻る。 ・アベノミクス効果で、大手企業からは賃金のベースアップが発表されているが、中小企業以下はまだ追いついていない。消費税増税や値上げなどのマイナス要因があるため、大きくは変化しない。 ・家電や自動車、生活用品に比べ、宝飾品は購入時の税負担の意識があまり強くないと感じる。 ・4月も歓送迎会での利用を期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔コーヒーショップ〕(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要はみられるが、根本的な景気回復の要素は見当たらない。4月以降は駆け込み需要の反動で売上は低迷する。
		その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・今月は消費税増税の影響で来客数は多いが、来月は落ち込む可能性がある。
		観光型ホテル(経営者)	・春先になり観光シーズンに入るが、昨年と比較して良い数字にはなっていないため、今後の見通しは変わらない。
		観光型ホテル(経営者)	・消費税増税による警戒心も薄れていったん落ち着き、元の消費に戻る。
		観光型旅館(経営者)	・前年とさほど変わらない動きとなる。
		観光型旅館(団体役員)	・消費税増税を目前にした駆け込み消費で、旅行は後回しになっていると感じる。この状態は消費税率が10%に上がる前まで続く。
		都市型ホテル(支配人)	・消費税増税後の個人所得の推移や賃金のベースアップの状況にもよるが、景気回復には時間がかかる。しばらくしてから在庫処分などで値下げの動きも出てくると予想され、既に買い控えの動きも見受けられる。
		都市型ホテル(マネージャー)	・外国人観光客の増加により、宿泊部門は好調に推移すると思われるが、宴会部門の予約状況はほぼ前年並みとなっており、食堂も消費税増税による個人消費の冷え込みが懸念される。ただし、テーマパークの新エリアが開業すれば、宿泊部門は単価アップにより大幅な増収となる可能性がある。
		旅行代理店(経営者)	・消費税増税はあるものの、旅行商品は以前から内税表示を行っており、賃上げの流れもある。大きなマイナス要素はなく、全体的には昨年並みの予約受付となっている。
		旅行代理店(店長)	・今までは良かったが、消費税率が上がることで少し動きが止まり、旅行の申込ペースも鈍くなる。
		旅行代理店(広報担当)	・消費税増税の影響が一服するには、夏ごろまではかかる。夏休みの旅行の問い合わせは増加しているため、夏のボーナスの支給額によっては良くなる可能性もある。
		タクシー運転手	・消費税増税に関連した値上げが発生するが、企業関係の受注の動きは変わらない。
		テーマパーク(職員)	・一時的には間違いなく消費税増税の影響は出るが、2～3か月の期間でみれば終息も早そうである。ただし、これが長引くようであれば、昇給や賞与にも少なからず影響してくる。
		観光名所(経理担当)	・今月は寒暖の差が激しかったこともあり、月前半の人はやや少なかったが、中旬から多くなっている。観光バスの台数も前年を10%ほど上回っており、家族客や、若年層のグループ客、PTAによる来客も増えている。中国や台湾からの客もまた来るようになっており、景気が少し上向いているように感じる。売上としては、現在13店舗のうち8店舗がリニューアル中であり、前年との比較は難しいものの、来月にはほとんどの店舗が改装オープンする予定になっている。
		遊園地(経営者)	・消費税増税の影響が予測できず、現状維持と判断している。
		競艇場(職員)	・賃上げの動きが出ているが、4月以降の消費税増税や高齢者の負担増を考えると、好循環となることは期待できない。
		美容室(店員)	・客の雰囲気からすると、消費税増税に対する懸念は少ないため、大きくは変わらない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕(エリア担当)	・新タイプの大型店舗の出店やブックカフェを軸にした改装が、どこまで進められるかによって変わってくる。
		住宅販売会社(総務担当)	・4月以降の消費税増税による影響の少ない客が動き出す。
		その他住宅〔情報誌〕(編集者)	・足元の消費者マインドには低下がみられないことから、すぐに冷え込むことはないものの、価格上昇が表面化する夏以降は厳しくなる可能性がある。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕(経営者)	・多くの企業が賃金のベースアップを行うと報じられているが、客から具体的な話は聞かれない。年金生活の客が多いせいかもしれないが、不安定な要素が多い。また、消費税増税の影響も続いている時期であり、楽観視はできない。
		一般小売店〔珈琲〕(経営者)	・東京オリンピック関連の動きが増えることで、関西は沈滞ムードが強くなっていく。

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
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・もう一度、価格訴求型の消費動向になる。本体価格表示や税込価格表示が乱立するため、価格の差が目される気がする。消費税率の引上げによる価格の上昇というより、単なる値上げのような感覚が強いのではないか。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費税増税後の景気は、必需品しか扱っていないため分からない。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要はあまりない。今後は増税前に購買意欲が高まっていた消費者の間で、節約傾向がやや強まるのではないかと懸念している。
		一般小売店〔花〕(店長)	・消費税増税により、4月からは確実に悪くなる。
		一般小売店〔酒〕(社員)	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で販売量が増えたが、4月以降、1～2か月は落ち込む。
		一般小売店〔コーヒー〕(営業担当)	・消費者の購買意欲が低下する。
		百貨店(売場主任)	・富裕層の消費は回復すると考えられるが、中間層は消費税増税の負担感から、消費を抑える傾向が続く。
		百貨店(売場主任)	・3月は消費税増税前の駆け込み需要による一時的なプラス効果がみられるが、それ以降は元の厳しい状況に戻るほか、増税による価格の上昇も加わり悪くなる。
		百貨店(売場主任)	・高額商品、実需商品を中心に、消費税増税による駆け込み需要の反動は避けられない。ただし、政府の景気対策、気候の影響などで、反動は緩和される可能性はある。2～3か月後は客が税率にも慣れてくる時期であり、影響は小さくなる。
		百貨店(企画担当)	・消費税増税後は、今月の反動などで売上は減少する見込みである。増税と同時に、特選ブランドの価格調整による値上げも実施されるため、相当苦しくなる。
		百貨店(営業担当)	・この2～3か月は、高額な海外ブランド品や美術品で予想以上の駆け込み需要があったため、4月以降は高額品でも買い控えが増える。
		百貨店(営業担当)	・少ないながらも反動減の動きが出てくる。ただし、婦人服など駆け込み需要が少なかったものは、季節商材を中心に動くと思われる。
		百貨店(サービス担当)	・来月からは、今月までの反動や買い控えにより売上の伸びは鈍化し、来客数も減少する。ゴールデンウィークごろから来客数は戻ってくるが、消費全体の回復は難しい。
		百貨店(商品担当)	・しばらくは駆け込み需要の反動で買い控えが起こりそうである。
		百貨店(マネージャー)	・消費税増税による駆け込み需要の反動減はあるが、前回の増税時よりも増税前の業況は良く、全体的に景気の良さを感じる。
		百貨店(商品担当)	・消費マインドがどのぐらいで回復するか、見通しが立たない。賃金上昇がごく一部の業界や大企業にとどまり、消費税増税による増税負担だけが浸透すれば、回復には相当な時間を要する。
		百貨店(外商担当)	・3月の売上は目標の約1.5倍となる見込みである。消費税増税と海外ブランド品の値上げが重なったためであり、予想以上の駆け込み需要があった。増税後の4～6月は、反動減がかなり激しくなると考えられる。
		スーパー(経営者)	・消費税増税によって消費は悪化する。
		スーパー(経営者)	・スーパーが扱う日用品にまで駆け込み需要が出ているということは、裏を返せば生活防衛意識が非常に強いということである。4月以降は、駆け込み需要分の落ち込みが大いに懸念される。ただし、賃上げが、中堅、中小企業やパートタイマーにまで及ぶことになれば、回復に向かう時期が早まる。
		スーパー(店長)	・まとめ買いを行った分の買い控えが2～3か月は続く。各小売業者はその対策を立てているが、その効果はまとめ買いをしなかった消費者がどの程度いるかにもよる。
		スーパー(店長)	・消費税増税前の購入による反動減が2か月程度は続き、紳士関連や化粧品関連を中心に売上が大きく落ち込む。一方、消耗品、食料品の影響は半月程度と見込んでいる。今後はハレの日の消費や学校行事関連の消費が、売上維持のポイントとなる。
		スーパー(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が予想以上に大きいため、4月以降の反動もかなり大きくなる。その後は商品にもよるが、どのぐらいの期間で回復してくるのかは予想が難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・消費税増税後の4月からは、駆け込み需要の反動で消費の低迷が予想される。
		スーパー（企画担当）	・競合店との競争激化や、消費税増税後の買い控えの影響が懸念される。
		スーパー（経理担当）	・4月以降は非常に不透明な状況ではあるが、消費税増税に伴う一定の節約志向の高まりが予想される。また、業界での価格競争の激化も懸念され、一時的な停滞が予想される。
		スーパー（広報担当）	・消費税増税後の消費意欲の冷え込みが予想され、駆け込み需要があった商品を中心に回復が遅れる懸念がある。
		スーパー（開発担当）	・消費税増税で一時的に消費が冷え込むことは避けられない。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響を受けて、しばらくは買い控えがある。
		コンビニ（店員）	・消費税増税前のまとめ買いの反動減や、たばこの値上がりの影響で、買い控えをする人が増える。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が上がる前の購入が増えているため、反動減が出る。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後の反動が少し出てくるが、落ち込みは10%程度と予測している。
		乗用車販売店（経営者）	・例年に比べると3月は良くなっている。ただし、今年4月からの消費税増税の影響で、先にお買おうという消費者の心理が働いているため、4月以降は悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がるため、新車の販売も好調であったが、4月以降は販売、修理などの予約も少なく、落ち込むことになる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降は消費税増税の影響を受けて、急速に消費が落ち込む。各メーカーがどれだけ新製品を投入して消費を喚起できるかがポイントとなるが、3月までと比較すると景気は落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算が終わり、消費税増税が始まるため、悪影響が出る。
		乗用車販売店（販売担当）	・駆け込み需要の反動減により、3か月は大きな影響が出る。また、東日本大震災後の販売減少による、初回車検の減少も気になる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・やや購買意欲は落ちると思われるが、しばらく様子を見て、消費税増税前に購入していない客に動きが出てくる。
		住関連専門店（店長）	・今年に入ってからの動きは、消費税増税前の駆け込み需要の懸念がぬぐえない。消費税率引上げの前に買っておくという、客の声もよく聞く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・3月後半は生活必需品の買いだめが多少あるものの、4月になると来客数や売上は若干減少する。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費者の所得が増えていないほか、消費税増税により使えるお金が減ってくる。
		高級レストラン（支配人）	・観光客を含む人のにぎわいはあるが、単価は前年を下回り、販売量も大きく減少している。今後も消費税増税の影響で、消費の低迷が継続する。
		一般レストラン（スタッフ）	・4月以降は消費の前倒しの影響が出る。消費税増税後も以前の高単価メニューが支持されるかどうかは不透明である。
		一般レストラン（経理担当）	・数か月はやや販売が落ち込むと予想されるが、年内には改善に向かう。
		一般レストラン（店員）	・異動が多く、人の入れ替わりが増えるほか、花見などの理由で、4月上旬は客足が伸びない。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税率引上げの影響はそれほどないと予想されるが、とにかく2～3月があまりにも良過ぎたため、4月以降は少し落ち着いた動きになる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税の影響について、ひとまず様子を見ている感があり、春以降の出足が悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は好調が続き、単価の上昇につながる見込みである。一方、宴会部門の先行予約はかなり悪く、企業間に消費税率引上げ後の景気を見極めたいという雰囲気を感じる。
		都市型ホテル（総務担当）	・消費税増税の影響が予想され、特に飲料部門への影響が大きくなる。
		都市型ホテル（客室担当）	・5～6月の予約状況は前年を上回っているが、今後は消費税増税が消費意欲を減退させるのではないかと懸念している。
		旅行代理店（営業担当）	・3月の駆け込み需要による好調に比べると良くはないが、前年比では増加が続く。
		通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。

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
悪くなる		通信会社（社員）	・4月以降は、消費税増税で更に冷え込む可能性がある。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税分の価格転嫁が難しい業界であるため、単純に増税分の利益が減少してしまう。
		観光名所（経理担当）	・昨年3月のリニューアル効果が少しずつ低下している。新たな企画を実施し、来場者数の維持に努めていく。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・しばらくは消費税増税によるレジャーマインドの低下を予想している。特に、交通費関係の値上げが気になるところである。ただし、近郊型レジャーは逆に増える可能性がある。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後の様子見の期間は、いったん景気は下がり気味になる。
		住宅販売会社（経営者）	・駆け込み需要が多かったため、工事関係の業務は夏過ぎまで落ち込む。
		住宅販売会社（従業員）	・短期的には消費税増税による駆け込み需要の反動減が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・4月からの消費税増税により、購入者の消費マインドは一時落ち込む。
		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）	・消費税率が8%になり、しばらくの間は消費が落ち込む。
		商店街（代表者）	・これだけ売れると、消費税増税後の反動減が懸念される。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税の影響が出てくる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で客足が遠のき、客単価も下がっていくことが予想される。
		百貨店（売場主任）	・4～6月は駆け込み需要の反動減と消費意欲の低下から、前回の消費税増税時と同様に、前年比で15%は落ち込むとの予想を立てている。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に関しては、4月以降に必ず反動減として悪影響が出てくる。3か月先までは反動減による売上の減少が避けられない。
		百貨店（販促担当）	・駆け込み需要があった高額品や化粧品などは、大きな落ち込みが避けられない。駆け込みの動きが目立たなかった物についても、4月は買い控え傾向が表れると予測している。5月以降、どこまで早く通常の消費行動に戻るかは、株価や夏のボーナスなどの動きにも左右される。
		百貨店（服飾品担当）	・化粧品のまとめ買いによる反動の影響については、取引先や店頭客の動きから10～20%ぐらいの落ち込みを予測している。顧客のなかには、2か月分ぐらいをまとめ買いしている人も多い。
		百貨店（売場マネージャー）	・駆け込み需要による購入が多いため、今後は少し停滞が予測される。早期回復のために、昇給や賞与の増加による給与アップに期待したい。
		百貨店（店長）	・4月からの消費税増税により、顧客の買い控えが増え、売上はかなり苦戦する。
		百貨店（売場マネージャー）	・駆け込み需要の反動が出てくる。
スーパー（店長）	・身の回り品の販売減は落ち着いてくるものの、大型品、高額品及び衣料品の駆け込み需要の反動減は続くため、厳しい状況となる。		
スーパー（店長）	・消費税増税後の反動減が出てくる。		
スーパー（店長）	・消費税増税後は、客が買い置きしている商品は売れなくなる。		
スーパー（管理担当）	・業種の特性上、大きな駆け込み需要や、それに伴う利益は得られていない。缶詰などの売上は前年の1.2～1.3倍で推移しているため、その反動が懸念される。		
コンビニ（店長）	・消費税率の引上げによる影響は、衝動買いの抑制や禁煙など、販売にはマイナスになる要素が多い。生活必需品の価格が上がれば、それ以外の商品に回るお金が減少することは避けられない。		
衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の価格が一斉に上がっている。消費税率の引上げは3%であるが、円安や原料価格の高騰によって平均で10%程度の値上げになる様子である。正規社員も減っていることを考えると、当社の主力商品である重衣料は、大幅な売上不振が見込まれる。		
衣料品専門店（経営者）	・4月以降の消費税増税に伴う物価の上昇に備え、主婦層は消費を抑えるため、自分の洋服の購入を控えている。増税後は一気に景気が悪くなる。		

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
		家電量販店（店長）	・消費税増税の駆け込み需要の反動減が予想され、エコポイント制度の終了時よりも悪化する。
		家電量販店（企画担当）	・消費税率引き上げの影響が大きく出る。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減が徐々に始まっている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は当社に関係がなかったが、増税後の消費の冷え込みが実際に始まれば、かなりの追い打ちとなることは間違いない。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後の3か月は客足が遠のき、販売量が減る。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来月からの消費税増税で、客の購買行動がどのように変わるのかが心配である。来年の10%への引き上げの影響も懸念される。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税後は景気の落ち込みが半年ほど続く。所得回復の遅れで駆け込み需要は期待外れであったほか、賃上げなどの動きも一部にとどまるため、大きな流れとしては節約志向がより一層強まる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税後はしばらく客足が遠のき、梅雨時期にも入るので厳しくなる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税がしばらくは影響する。
		パチンコ店（店員）	・消費税増税後は一度落ち込む。
		競輪場（職員）	・例年悪くなる時期であるほか、今回は消費税増税をはじめ、様々な物が値上がりしているため、影響が懸念される。
		住宅販売会社（経営者）	・駆け込み需要が終わりに近づき、ますます来客数が減っている。消費税増税後はどうなるのか予想がつかない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅の場合、昨年9月が契約数のピークで、10、11月に反動減で落ち込んだ。その後は徐々に戻ってきているが、まだ1割ほど例年よりも少ない。決算月の3月は例年良いが、今年は悪く、消費税増税が実施される4月以降は、客足の減少が避けられない。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	○	○
	やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注件数が多く、配達が忙しい。
		化学工業（企画担当）	・景気改善の効果が、日常の消耗品である食品分野にまでは至っていない。ただし、消費税増税の影響は一時的に出るものの、数か月後には消費が活性化する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客には原子力発電所関連が多いが、脱原発に向かって新たな設備計画が進んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・政治の動向に不安を感じる。今後も経営努力は続けるが、政治のつまずきは予測がつかない。結果として予想以上に景気が悪化する可能性もある。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いを確実に受注に結び付けていけるかが課題である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・次々と発表される各企業の決算発表が株価上昇の要因になる。
		金融業（営業担当）	・4月以降は受注が減少すると予想される。
		広告代理店（営業担当）	・3月までという見方もあるが、企業が広告の出稿に積極的な姿勢をみせている。
	変わらない	繊維工業（総務担当）	・更なるコストダウンのために、新たな仕入先の開拓に努力しているが、簡単にシフトすることは難しいため、今後も悪い状況は継続する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・駆け込み需要の反動減が少し発生するが、大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・消費税増税後については、4月以降にかなり頑張っても、現状維持がやっとなのである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・世の中の景気は良くなっていると思うが、会社の実績をみても景気の良い数字はなく、厳しい経営状況となっている。
	金属製品製造業（管理担当）	・目立った新規案件がない。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・消費税増税の影響が予想されるが、受注量の増加でカバーできそうである。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・少しは動き出した感覚があるが、消費税増税が4月から始まり、大企業にも影響が出ると思われるため、中小企業の間では先行きの不透明感が強まっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・例年、年度末は受注が増え、それ以降は元に戻る。	

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
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・消費増税に伴い一時的には売上が減るかもしれないが、大きな変化はない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要は、この業界にあまり影響がなかったため、その反動も少ない。
		建設業（経営者）	・土地の取引は増えているようであるが、年度末が終われば、受注量は一段落する可能性もある。
		建設業（経営者）	・4月以降は東京や東北では好調が続くようであるが、地方における受注動向は不透明である。また、企画段階での見積価格と現状に大きな開きがあり、工事の凍結や延期も少なくない。
		司法書士	・商業登記では会社の簡素化を図るような登記が何件かあった。不動産もさほど動かなかったように感じるが、案件が多少はあることから、あまり変わらない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・3月末までは消費増税の関係で商品が動いているが、今後は動きが鈍る。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・消費増税前の駆け込み需要も終わり、消費が増えず、冷え込んだ状態が続く。
		食料品製造業（営業担当）	・消費増税後は、しばらく買い控える消費者が増える。飲料水の自動販売機では価格が10円も上がるため、客離れが起きると予想される。
		繊維工業（総務担当）	・消費税率引上げ後の売上は、駆け込み需要の反動減により減少する。
		繊維工業（団体職員）	・長期的にはこれまでの景気回復基調が継続するものの、4月の消費増税後の需要は大きく減少する。それが長期化するようであれば、回復感も損なわれる。
		化学工業（管理担当）	・消費増税で、4～6月は消費意欲が落ちる。
		金属製品製造業（経営者）	・消費増税に絡んで荷動きが減少する。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連では4月以降の発注の内示が、前年比で1割程度の減少となっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・4～6月の消費増税後の反動は避けられないが、7月以降はやや持ち直すと見込んでいる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動減が懸念される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税率が上がるとどうなるかが分からない。
		建設業（経営者）	・4月からの消費増税の影響は免れない。それに加えて、燃料、電気代などの値上げに伴う資材価格、人件費の高騰も懸念される。
		輸送業（商品管理担当）	・消費増税で、今まで以上に支出を抑える必要が出てくる。
		輸送業（営業担当）	・ゴールデンウィークまでは3月末の売上分の配達があるが、それ以降はかなり落ち込みそうである。
		輸送業（営業所長）	・新規案件も出てきているが、4月以降の予定は減っている。
		通信業（管理担当）	・消費増税の悪影響が出る。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・3月は折込による収入が上向いたが、消費増税前の駆け込み需要の影響を受けたものであり、景気が上向いているとは考えにくい。むしろ、4月には反動減が予想され、その影響が懸念される。
		経営コンサルタント	・4月からの消費増税の影響が広範囲に広がり、需要や生産の停滞につながると予想され、その影響は当社にも出てくる。
		経営コンサルタント	・しばらくの間、買い控えが続く。
		コピーサービス業（店長）	・極端な落ち込みは想定していないが、消費増税後の影響で若干の落ち込みが予想される。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・消費増税で動きが悪くなりそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率引上げによる影響が実感されるのは、ゴールデンウィーク前後からとなる。外食の機会の減少や、遠出の機会が多少なりとも減ることが懸念される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費増税前の駆け込み受注のおかげで一時的に良くなっているが、増税後はどうなるかが全く読めない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費増税による落ち込みはさほど大きくないと考えている。ただし、当面は高額商品の落ち込みが目立つため、ムード的に買い控えが広が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
	悪くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・消費税増税後の冷え込みが若干出てくる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・景気対策は公共事業に予算が集中し、中小、零細企業に対する施策が少ないため、全体的な市況が上向いてこない。消費税増税と円安による公共料金の上昇も、4月以降の落ち込みにつながる一つの要素となる。
		化学工業（経営者）	・客から消費税増税前の受注であることを告げられることも少なくない。実際に3月末までの注文は多いが、4月以降の注文はあまりない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・現在は消費税増税前の忙しさがあるが、2～3か月後には悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、荷物量は前年比で150%となっているが、その反動で来月は半減する。
		広告代理店（営業担当）	・4月以降はかなり広告を控える顧客企業が多い。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税の影響が大きい。
雇用 関連 (近畿)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・短期案件が多く発生しているが、長期的なオーダーも増えてきている。それだけ先行きがある程度見込めるようになってきた証拠である。また、大人数の募集なども増えているため、まだまだ良くなっていく。
	やや良くなる	アウトソーシング企業（営業担当）	・条件に合った良い人材を採用するには、支払給与を上げざるを得ない状況になっている。今までの給与で応募してくる求職者では業務が推進できないため、給与水準を引き上げざるを得ない。それに伴い、先に入社している社員の給与も上げることになるため、景気にも良い影響が及んでくる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人件数は非常に順調に伸びており、出店などの事業拡大の動きがみられる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・4～6月は好調となるが、その後は消費税増税の影響次第で分からない。雇用面からみても、4月の新入社員はもちろん、派遣社員についても4～6月分は対応済みである。7月以降は4月に入ってから決めるところが多く、不透明な状況である。
		人材派遣会社（支店長）	・消費税増税の影響次第である。
		人材派遣会社（役員）	・昨年の秋ごろは企業の採用意欲がピークに達していたが、今はやや陰りが出ている。昨年の続きで採用は行われているものの、企業は今後の動向をみており、追加の依頼にはつながっていない。
		アウトソーシング企業（社員）	・3～4月は退職や異動などで求人も増えるが、その後は変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の駆け込み需要の反動減は大きなものにはならない。消費者の消費マインドが高まっているほか、企業も増税後はプロモーションなどを拡大する予定があり、それほど影響はないと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数が上向かないことに加えて、ウクライナ情勢や中国、韓国との外交関係、日米関係など、日本を取り巻く国際情勢も不安定な状態が続いており、むしろ悪くなる確率が高い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・梅田地区や阿倍野地区の大型商業施設が求人を引っ張ったことは確かであるが、今後の継続性のほか、他地域の動きなどに多少の不安を感じる。
		職業安定所（職員）	・3月に入ってから、新規求人の動きがやや鈍くなっている。また、年度末に退職予定の求職者も例年より少ない。消費税増税後の状況が予想できないなかで、求人企業、求職者共に様子見をしていると感じる。今後、これまでのような右肩上がりの動きは望めないが、しばらくは急激に悪化することもない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税が今後の景気に及ぼす影響については不透明である。
		職業安定所（職員）	・求人数の伸びは引き続き順調であるが、消費税増税後の景気の落ち込みから、求人や雇用面に影響が出てこないかが不安である。
民間職業紹介機関（職員）	・人手不足で仕事を断っているという建設下請業者が多く、建設部門の日雇い求人数はこれ以上伸びない状態にある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（大学担当）	・消費税増税がどのように採用に影響するかは不透明であるが、消費の冷え込みにより企業が採用を控える状況は避けてほしい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税率が8%になり、景気が停滞する可能性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税による影響が不透明である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税が始まり、消費の落ち込みが予想される。
		職業安定所（職員）	・3月末までの駆け込み需要の反動が4月に出てくることが予想される。
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（－：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)	良くなる	都市型ホテル（企画担当）	・市内でコンベンション関連の開催が活発で、それに伴う宿泊の団体予約や宴会の先行予約も好調で、売上は前年を上回る。
	やや良くなる	乗用車販売店（総務担当）	・車検等での駆け込み需要の反動減は短期間で収束する。新型車も発売され、来客数や販売数の増加傾向は3か月先も続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賃上げが期待される。
		テーマパーク（業務担当）	・消費税増税後の動向が懸念されるが、ゴールデンウィーク等で人の動きが多くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・期待したほどではないが、4月以降の予約が伸びている。
		競艇場（職員）	・ゴールデンウィーク及び5月に開催されるレースで収益確保が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・観光客が増加する季節になるが、消費税増税の影響で客の買い控えが懸念される。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・季節感がある商品が動く時期になり、ゴールデンウィークにはセールを予定している。来客数は増加するが、客は購入に慎重になるので、売上はそれほど期待できない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・4月に消費税増税後の反動減が起こるのは予想できるが、それ以降は何も分からない。
		百貨店（営業担当）	・4月初めは消費税増税で景気が落ち込むが、月半ばから回復する。増税前にも売上はさほど伸びなかったため、落ち込みもそれほど激しくない。
		スーパー（店長）	・4月は消費税増税の影響で客の買い控えが予想されるが、メイン商品である食料品は買いだめに向かないので、5月には売上が回復する。
		スーパー（店長）	・アベノミクス効果が浸透するのはまだまだ先である。
		スーパー（管理担当）	・売上の一時的な微減は予想されるが、大きな影響はない。ただし、売上の増加は難しく、現状維持で推移する。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税増税に伴う買い控えは徐々に収まる。
		衣料品専門店（経営者）	・客の様子から判断して景気が良くなるようには感じられない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・4月前半は消費税増税の影響で来客数は減少するが、月後半には徐々に回復する。
		乗用車販売店（店長）	・これ以上ないほどの悪い現状が継続する。
		住関連専門店（営業担当）	・4月以降の景気は判断できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・一時的に売上の反動減があるかもしれないが、全体としては景況感の改善が期待できるため、夏あたりからは持ち直ししてくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年とあまり変わらず、今後の見通しはどちらとも判断がつかない。
スナック（経営者）		・何度も景気が良くなるのではと思ったが、現実には身の回りの景気は良くなっていない。今後も期待が持てない。	
都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税の影響で飲食等の買い控えが懸念されるが、前回の消費税増税時にはあまり影響がなかったし、予約状況をみてさほど心配していない。		
旅行代理店（経営者）	・景気に全く変化が見受けられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・期待はしているが、景気に変化はない。
		通信会社（社員）	・新規のサービス申込件数に変化がない。
		テーマパーク（管理担当）	・地域が活性化し景気が良くなる兆しがない。
		美容室（経営者）	・客は仕事が忙しそうであるが、給料が上がるわけではないため、美容への出費を控える。
		設計事務所（経営者）	・着工戸数が伸びず、落ち着いている。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が消費動向にどの程度の影響を与えるのか、見通しが立たない。
		住宅販売会社（販売担当）	・景気が回復する要素がなく、客の住宅購入に向けた動きが緩慢となる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・駆け込み需要の反動減が心配される。
		商店街（代表者）	・消費税増税で値上げせざるを得ないが、客の財布のひもは固くなる。客は飲食について外食せず、近くのコンビニで済ます傾向になる。
		商店街（代表者）	・消費税増税による買え控えが今後2～3か月は起きる。しかし初めての消費税導入ではないので、2～3か月より短い期間で、景気が前年同期程度に戻る可能性もある。
		商店街（代表者）	・駆け込み需要の反動減が消費税増税後に来る。4月以降の売上は前年を下回る。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費税増税により、しばらく売上が減少する。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税増税の影響は避けられない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・消費税増税後は客の買い控えの影響で景気は悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・大幅な悪化はないが、消費税増税の影響が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後に、どの程度消費が落ち込むか、どの程度長引くのか、非常に不安である。
		百貨店（営業担当）	・3月に売上が増加していることから、消費税増税後は一時的な買い控えが予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税を境に、3月の駆け込み需要以上の反動減が想定される。ファッションを中心に月初より特価体制を強化するが、単価は確実に低下する。
		百貨店（売場担当）	・ファッション衣料が思ったほど伸びておらず、既に生産調整が始まっている。
		百貨店（購買担当）	・メディアの影響が大きく、4月以降は節約するという客の声を聞く。しかし、紳士服や婦人服の売上は消費税増税前の3月にそれほど伸びておらず、季節的に夏物商戦に入ることあっても、売上は心配するほど落ち込まない。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響が数か月間は確実に残り、特に高額品を中心に売上の不振が継続する。
		百貨店（電算担当）	・消費税増税により、売上は落ち込む。
		百貨店（営業推進担当）	・消費税増税後は、少しの間厳しい状態が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税で客の買い控えが予想される。
		スーパー（店長）	・消費税増税後は本体価格と税込価格の二重表示のわかりにくさが心配である。
		スーパー（店長）	・消費税増税で景気は不安定になる。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税が少なからず影響してくる。事実上価格が上がるので、客は購買について控え目になる。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が顕著であったため、逆にその反動も大きい。ただし、客の言動からすると、日用雑貨品については影響が長くは続かない。希望を含め、夏頃には景気は回復する。
		スーパー（財務担当）	・消費税増税による節約、駆け込み需要の反動及びそれに伴う同業他社との価格競争の激化により、売上が減少する。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税による客の買い控えが予想され、しばらくは景気が悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税5%の現在でも売上が伸び悩んでいるのに、8%に増税されて売上が伸びるわけがない。特にたばこの売上が落ち込む。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響で、まとめ買いが多かったたばこなどは、2か月ほどは売上が減少する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税に伴う買い控えが予想される。

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
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費増税に伴う買い控えが起こる。
		衣料品専門店（経営者）	・給料は上がりず社会保険料などは上がり、また家計においては消費増税と、生活がとてつもなく厳しくなっている。
		家電量販店（店長）	・3月は冷蔵庫や洗濯機の売上が好調であるが、4月以降は売れない。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費増税前の駆け込み需要が終わり、今後は景気の冷え込みが予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要は落ち着き、客は消費を抑える。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税を意識した客の購入意欲が薄れ、駆け込み需要の反動で売上は落ち込む。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要で、需要を先取りしてしまっているため、反動による消費の冷え込みが怖い。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・消費増税の影響がある。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・3月までは建設業等は忙しかったようであるが、4月以降は駆け込み需要も終了して消費が減少する。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費増税により商品の動きは鈍る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・賃金のベースアップが実施される企業もあるが、消費全体から考えると、駆け込み需要の反動減の影響が大きい。
		一般レストラン（経営者）	・消費増税の影響で景気は悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費増税は、客からみて実質的な値上げとなる。特に飲食業では各種原材料の値上がりもあるため、本体価格を上げざるを得ない。また10円単位が1円単位になり、内税表記から外税表記に変わることへの違和感もある。
		一般レストラン（店長）	・3月は消費増税前の駆け込み需要を非常に強く感じた。前年の4～5月は、ひろしま菓子博があつて大きな好影響を受けたが、今年は前年ほどの売上は見込めない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・4月の第2週目までは入園・入学、転勤・転居に伴う消費支出が期待できるが、それ以降は消費増税に伴う買い控えが生じ、特に外食に関してはその傾向が顕著に表れる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・現状は消費増税前の一時的な景気の良さのような気がする。したがって4月から3か月ぐらいいは景気が悪くなる。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・宿泊予約数が減少するなか、消費増税で更にその傾向が強くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・消費増税により来客数の減少が懸念される。
		タクシー運転手	・消費増税で料金は上がるが、タクシーの場合は意外と落ち込みは小さい。
		通信会社（企画担当）	・来月以降2～3か月は駆け込み需要の反動で、購買の動きは鈍くなる。
		通信会社（総務担当）	・駆け込み需要の反動減が懸念される。
		通信会社（工事担当）	・需要期が終わるため、申込が減少する。
		通信会社（広報担当）	・消費増税前の駆け込み需要及び決算期に伴う需要増が3月に大きく出ているため、4月以降は買い控えが起こる。
		通信会社（営業担当）	・消費増税の影響が出てくる。
		美容室（経営者）	・消費増税により景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・駆け込み需要の反動減が多少なりともある。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・消費増税前の駆け込み需要から考えて、その反動で4月以降は物が売れなくなる。
		設計事務所（経営者）	・消費増税後、一時的に売上は落ち込む。
		設計事務所（経営者）	・工事費高騰や人手不足が、消費増税後も収まる気配がない。今後は、設計が完了しても建築会社に工事を発注できない可能性が高い。
		住宅販売会社（従業員）	・消費増税により、一時的ではあるが消費者の購買心理がマイナスに働く。
	悪くなる	商店街（理事）	・消費増税後は必要なもの以外は買い控える傾向になる。
		商店街（代表者）	・2～3月の売上が非常に悪く、消費増税前の駆け込み需要もなかったため、消費増税後は不安でいっぱいである。

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
		商店街（代表者）	・弱小小売店にとって、この時点での消費税増税の実施は理解できない。ある程度の中小企業が淘汰され、全国でかなりの数の商店街がなくなる。
		百貨店（営業担当）	・5月になっても消費税増税による客の買い控えは続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の客の買い控えが予想され、また競合各社の集客合戦が激しくなる。
		スーパー（業務開発担当）	・客は消費税増税後に考えていた以上の割高感を感じるため、購買意欲を失い、以前の節約志向に戻る。
		家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減が予測され、厳しい状況が2～3か月は続く。
		家電量販店（店長）	・客は消費税増税前に購入しているので、増税後の売上は減少する。
		家電量販店（販売担当）	・3月の売上が良くなりすぎた分、今後の売上は減少する。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税後に駆け込み需要の反動減が出る。
		乗用車販売店（統括）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があり、前年の売上を上回ったが、4月からはその反動で大きく前年を下回る。
		乗用車販売店（営業担当）	・駆け込み需要の反動減が出てくる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・消費税増税もあるので景気が良くなるとは考えられない。
		観光型ホテル（支配人）	・5月までの入込観光客の状況は、ここ5年で比較しても最低である。消費税増税の意識が薄れてくるまでは厳しい状況が続く。
		旅行代理店（営業担当）	・駆け込み需要の反動減が想定される。買い控えは秋頃まで続く。
		テーマパーク（営業担当）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要でにぎわった。4月からの反動減が恐ろしい。
企業動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・夏に向けて新車の立ち上がりがあり、受注が増加する。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・焼却場工事案件の製造が本格化し、生産量は増加する。加工品の引き合いも堅調で、現在の生産水準が継続する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税増税は以前から織り込み済みであり、ものの動きや価格も連動してきている。したがって今までの商談内容を精査し、前向きに捉えてビジネスチャンスとしていく。
		輸送業（業務担当）	・消費税増税の影響は多少あるが、物流は増加傾向が継続する。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・消費税増税後は、駆け込み需要の反動減が懸念される。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車など、駆け込み需要の反動減が見込まれる分野はあるものの、建築向けなどは好調を維持する。当社の生産は現状レベルを維持する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連では、中国の製造業が伸長する影響が今後あるかもしれない。輸送用機器関連では、消費税増税による一時的な減速が見込まれるが、世界規模で考えるとおおむね堅調である。
		金属製品製造業（総務担当）	・消費税増税後の影響について、得意先によっては強気の見通しを立てているところもあるが、受注動向がどのようになるか見極めがつきにくい。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品効果により受注量は現状を継続する。
輸送用機械器具製造業（財務担当）		・特に変化はない。	
建設業（経営者）		・当市のような地方では引き続き厳しい状況が続く。	
建設業（総務担当）		・消費税増税後の動向が読み切れない。	
通信業（営業企画担当）		・消費税増税の影響はみられず、次年度の引き合いは前年並みとなっている。	
通信業（営業担当）	・消費税増税後の買い控えなど、需要の伸び悩みが懸念される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（自動車担当）	・為替水準が落ちつき、これまでのような円安メリットはなくなっているが、現状程度の好調は続く。
		金融業（貸付担当）	・4月以降の消費の落ち込みを気にしている企業が多い。4月にならないとわからないとの声も聞くが、燃料費高騰や円安の影響など、企業を取り巻く環境は依然として不安定要素を含んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税後も取引先の状況や受注量にあまり変化はない。取引先によっては、消費税増税前と増税後では違う販売促進戦略で対応すると聞いている。
		会計事務所（職員）	・過去の消費税増税時とは若干雰囲気が異なる気がする。客の購入高をみても、購買意欲が過熱した空気はあまり感じられない。来月以降に景気が減速しても、過去のように急速ではなく、緩やかな動きになる。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・今年は例年になく海が穏やかで出漁できるが、水揚げ金額が減少気味で心配である。
		繊維工業（統括担当）	・駆け込み需要の反動減が気配りである。
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減が心配である。
		化学工業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の終了にあわせ、主要取引先が災害などリスク発生時の行動計画を策定し、その一環として生産工程を試行的に変更するため、受注量が減少する見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・ロシア情勢や消費税増税の影響をしばらく受ける。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新学期の特需が終わる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・4月以降は消費税増税や公共料金等の値上げがあるため、景気はかなり減速する。
		輸送業（支店長）	・景気に一時的な落ち込みはあるが、滑らかな回復基調をたどる。ただし3月の反動がどれほど出るかは予測がつかない。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要も落ち着き、徐々に下降傾向になる。
コピーサービス業（管理担当）		・駆け込み需要の反動減が懸念される。	
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費税増税後の景気の冷え込みは避けられない。	
	建設業（総務担当）	・受注金額の大幅な増加は望めないうえ、工期等の制約も厳しい状況が続く。	
雇用 関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率の上昇傾向は、企業の雇用促進の動きと連動しており、今後も上昇していく。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・東京オリンピックまでは景気が良いとの意見も聞くことが多く、採用数の増加を予定している企業が多い。
		民間職業紹介機関（職員）	・会社員のボーナスは前年実績4か月が今期は5か月という具合に増加しており、個人消費が増加する。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大手スーパーのオープンにより、駅前周辺のデパート及び商店街の活性化が期待される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気の判断材料がないため、雇用状況は変わらず、例年程度と予測する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・駆け込み需要の反動減を不安視する声も聞くが、新規店舗開設用の求人や業務拡張のための求人もあることから、当面は求人数が増加する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人数は増えているが、業種によっては企業閉鎖の話もあり、先行きは不透明である。
		職業安定所（雇用開発担当）	・消費税増税の影響を危惧する声がないわけではないが、企業の採用意欲は引き続き高い。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・変化の兆しがみえない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・新卒採用と消費税増税の時期が重なったため、求人数が落ち込む。この状況が一時的なもので終わるか、長引くかは、企業によってばらつきが大きい。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・自動車製造業については駆け込み需要が終わるため、4月には人材派遣の需要は落ち着く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・消費税増税は企業が新たに採用数追加を検討する際に、ちゅうちょする要因となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・どうしても消費税増税で4月は景気が厳しくなる。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・駆け込み需要の反動から、個人の消費意欲は落ち込む。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕(職員)	・各企業にとって消費税増税による価格転嫁が大きな課題である。また4月以降の受注状況等をもみても先行きを心配する声が多く寄せられており、求人意欲にも陰りがみられる。
	悪くなる	—	—

9. 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)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・消費税増税後の影響を心配しているが、暖かくなると飲み物、ビール等の売上も上昇してくる。	
	変わらない		通信会社(企画)	・オプション商品への引き合いは減少していないため、やや良くなるとみている。
			観光名所(職員)	・一部の企業において賃金アップが達成されていることから、今後の来客数増加が期待できる。
			一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込みで、客数、売上ともに増加したが、4月になればその反動で落ち込みがあるとみている。
		コンビニ(総務)	・消費税増税後の消費がどのように変化するか不透明であるが、増税後はかなり厳しくなる可能性がある。	
		一般レストラン(経営者)	・消費動向は低調である。可処分所得がかなり増えないと、大きな変化は見込めない。	
		スナック(経営者)	・消費税増税前の出費から、増税後は差し控えるようになるのではないかと。	
		都市型ホテル(経営者)	・予約状況をみる限り、消費税増税後の消費傾向はあまり良くはならないだろう。	
		タクシー運転手	・前回の消費税増税後も2～3か月は低調であった。	
		ゴルフ場(従業員)	・景気はやや上向いているが、増税後は一時的に停滞するとみている。	
		競艇場(職員)	・ゴールデンウィークレースや当ポート場最大レースの周年記念競走が開催されることから、売上増を期待している。5月と6月は本場開催が少ないため、本場での月間売上増は期待しづらい。	
	美容室(経営者)	・消費税増税の影響はほとんどない。		
	美容室(経営者)	・消費税増税の影響で消費マインドが鈍くなる。		
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・消費税増税以降、顧客の動向が鈍くなるとみている。	
	商店街(事務局長)	・消費税増税後は多業種で消費が萎縮するが、夏頃には前年並みまで回復するとみている。		
	商店街(代表者)	・アベノミクスの影響力が薄れつつあり、状況はまさに前途多難。この状況では消費税10%に向けた論議が行われる本年未まで明るい見通しはほとんど期待できない。		
	商店街(代表者)	・消費マインドは低い。消費税増税に伴う駆け込み需要はほとんどみられなかった。消費税増税後に買い控えが起きると、かなり厳しい状況になる。		
	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・消費税増税後は消費が落ち込むとみている。母の日の注文予約がどうなるか心配している。		
	百貨店(販売促進担当)	・消費税増税前に買いだめしている分、増税後は買い控えが出てくる。		
	百貨店(営業推進)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が4月以降現れるとみている。日用品や食品などは変わらないが、高額品、宝飾品などは動きが悪くなる。		
	スーパー(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減も、6月頃にはある程度回復するとみている。		
	スーパー(財務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がある。		
	スーパー(統括担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が起き、景気はやや悪くなる。		
	コンビニ(店長)	・建設業のお客様の来店が落ち着いてきた。4月は消費税増税の影響から売上が減少するとみている。		
	コンビニ(店長)	・消費税増税後の売上減少はやむを得ない。増税前の駆け込みに関わる工事等が終了して、工事関係者の来店が減少することが心配である。		
	衣料品専門店(経営者)	・消費税増税後は景気が悪化する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・消費増税の影響は今後1ヶ月くらいの様子をみないと分からない。夏ぐらいまでは厳しいのではないかとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費増税後の買い控えが発生し、来客数も大きく落ち込むとみている。数か月間は売上は低迷し厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税の駆け込み需要の反動はあるが、大幅な落ち込みはないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・3月までは消費増税を控えて耐久消費財の販売に駆け込み需要がみられたが、4月以降は状況が厳しくなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が、3か月間くらい続くとみている。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・4月の消費増税の影響が懸念される。
		観光型旅館（経営者）	・旅館業は、2～3か月先までの予約状況を見て判断するが、4～5月は例年と比べて落ちるのではないかとという予約状況である。消費増税後、予測は難しく、また期待もできない状況。
		旅行代理店（支店長）	・3月までの申込増加の反動が4月以降現れると予想され、消費増税の影響で先行きが全く見えない。
		タクシー運転手	・消費増税でタクシー代も値上がりするため、乗客は減るだろう。遍路関連の客も、例年5～6月頃から減ってくるので、売上は今より少し悪くなる見通し。
		通信会社（営業担当）	・販売量は落ち着き、消費増税の影響もあって低調になる。
悪くなる		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費増税されて、景気が良くなるわけがない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費増税の影響が出て、需要も減少する。
		百貨店（営業担当）	・5月以降は分からないが、4月は必ず消費増税前の駆け込みの反動減がある。
		スーパー（店長）	・消費増税前の買いだめの反動と増税後の節約志向により、しばらく景気が低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費増税によって支出が増えるにもかかわらず、すべての人の給料が上がるわけではない。
		家電量販店（店員）	・エコポイント特需・地デジ移行特需の時と同様に、需要の前倒しの影響で閑散期以上に落ち込む可能性がある。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降の落ち込みは想定しているが、新車販売は想定以上に大きく落ち込みそうな気配がある。整備は、震災3年目で車検台数が激減しており、当分の間明るい話題は無い。
		乗用車販売店（従業員）	・3月中に登録が出来ない新車の受注がすでに大幅に減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・4～6月は駆け込み需要の反動で、販売台数は停滞するとみている。
		乗用車販売店（役員）	・消費増税で、3月の受注はすでに減ってきており、4～5月は大幅な落ち込みが予想される。特に5月の受注次第では、6月に多大なる影響を及ぼす。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	繊維工業（経営者） 通信業（部長）	・消費増税後も現状から悪化する要因は見当たらない。 ・携帯電話事業においては消費増税の影響は小さいとみている。
(四国)	変わらない	食料品製造業（経営者）	・取引先のスーパー、小売店の売上増、単価アップは見込めない。
		食料品製造業（商品統括）	・消費増税による今後2～3か月の景気の停滞は確実であるが、住宅に対する優遇措置もあり、活発化するだろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内・海外ともに受注が堅調に推移するとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光関連事業は、買取価格が来月から下落するため、今後は低圧の50KW未満の機器が落ち込むとみている。
		建設会社（経理担当）	・受注案件は確保できているが、利益は見込めない。
		建設業（経営者）	・次年度にまたがる公共事業の発注があり、例年と比べても手持ち業務量を大きく減少させることなく、安定した売上計上が可能。よって、少なくとも数か月先までは変わらない。
		建設業（経営者）	・人員も足りず、材料、特に鉄骨が間に合わない現場が多い。
		輸送業（経営者）	・周りが様子見をしている。

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
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後は買い控えが予想されるため、一部の得意先の販売促進広告は2～3か月間は減少するだろうが、大きくは影響しないとみている。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・主力の造船関連は2014年中の完成及び引渡しの船が少なく、単価も安い。したがって、受注も減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（経理）	・国内における消費税増税の反動減を懸念している。海外得意先の中期的な販売見通しの不安定さもネガティブ要素になっている。
		輸送業（営業）	・4月から消費税増税分と石油石炭税の上乗せにより、燃料油価格は更に高騰する。車輛を使用する運送事業者にとって良い兆しは見当たらない。
		公認会計士	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で売上が例年より20%以上伸びている企業が多い一方、4月以降の反動減を非常に警戒している。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・消費税増税後は購買力が減退する。
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・消費税増税後にどれほどの落差が出るか不明である。しかし、この時期に発生した雇用の確保で人材活用に活気を取り戻し、経営改善とともに景気も改善していく事を期待している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の増産が顕著になれば、雇用拡大に繋がるとみるが、景気回復には相当時間を要する。
		求人情報誌（営業）	・雇用数は高止まりすると予想され、採用の競争が激しくなっているため人員確保が難しく、景気は横ばいとみている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、先月より0.04ポイント上昇しているが、事業所訪問では「消費税増税で悪影響が出る」と回答した事業所が多くみられた。
		職業安定所（職員）	・事業主の求人意欲は増加しているものの、先行きの不安感から労働条件の好転には至っておらず、景気の急な回復は見込めない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・景気に対する期待と不安が入り混じり、しばらくは変化がない。景気回復が地方まで波及するには時間が掛かる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税により、景気の先行きが懸念される、3月まで増産している企業の人員の推移が気掛かりである。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期が終わり、求人数は落ち着いてくる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税後の一時的な消費の落ち込み等が懸念される。
		民間職業紹介機関（所長）	・消費税増税に絡む仕事が一段落し、4月以降に仕事量が減る業種が多い。また、景気浮揚感が26年度は感じられないという企業経営者が多い。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の反動減があるのは自明の理。

10. 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)	良くなる	○	○
	やや良くなる	スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が大きい。過去の経験からみると、消費税増税直後の落ち込みよりまとめ買いによる心理的余裕による消費量拡大が見られるので、3か月後の消費も楽観視している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・先の予約も今のところ順調に取り込めている。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の予約は、特に海外が引き続き良い。韓国・タイを除く地域で前年を超える。消費税増税の影響はあまりない。
		旅行代理店（企画）	・各企業の給与のベースアップが取り沙汰されており、レジャーへの消費拡大が期待される。
	変わらない	商店街（代表者）	・天候や季節によって売上は上がってきたが、消費税増税により仕入れなどに影響が出る。客の買い控えが出てくる。
		商店街（代表者）	・気温の上昇とともに商品の動きが期待できる。増税の影響もあるが、駆け込み需要がなかった分大きな落ち込みもないのではないかと期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・とにかく魚の入荷量が少ない。少ないから売れないのに高いものを買わなくてはならない。道の駅などで漁師が直接販売していることも一因である。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・飲食店向けの卸が消費税増税の影響をどのように受けるか不透明である。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・当店はギフトをメインとする生花店であるので、3月の退職・卒業式の時期から、5月の母の日までの2か月は良いが、それから先は毎年苦戦しているので厳しい状態になる。
		百貨店(営業政策担当)	・景気は今の流れのまま、引き続き良くなる基調だが、3月下旬に消費税増税前の駆け込み需要がやや過熱気味のため、反動の大きさや反動期の長さが当初の想定以上になる覚悟が必要と考える。
		スーパー(業務担当)	・客単価に若干の上昇傾向がみられるが、消費税増税後は大型耐久消費財などが価格値下げを実施するので、全体の売上高は相殺されると予測している。
		スーパー(統括者)	・消費税増税がどのように影響するのかが分からないため、今後の景気がどうなるのかが見えがたい。
		家電量販店(店員)	・消費税増税前の駆け込み需要で非常に良かった。当店の売上は全社のなかで悪い方だが、前年比150%を超えるような勢いであった。増税による買い控えをあまり悲観していない。メーカーもコスト削減や増税による買い控えに影響されないような製品を各社開発すると思うので、楽観視かもしれないが、今月の売上を維持できるとみる。
		乗用車販売店(代表)	・良くなるような要因が見当たらない。
		住関連専門店(店長)	・ほとんどの企業が4月以降の業績悪化を危惧しているが、消費税増税後の混乱はさほど長くは続かない。2~3か月経てば、3%の差を売手も買手も大きくは感じないようになる。今の時代は、企業も客も賢い。お互いに上手い打開策を見出していける。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・コーヒーはし好品であるため、景気に左右されにくいというメリットはある。消費税増税に伴い若干の買い控えについて客の声を聞くので、短期的には若干売上の減少はあるが、将来的には変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・購入予定スケジュールを前倒しして、消費税増税前の3月に購入したような声を多く聞いた。しかし、4月以降、商品やサービス購入意欲が極端に落ちるような顧客の雰囲気はあまりない。また、定期昇給等について、顧客の予想では、中堅・中小企業は前年並みぐらいとの声が聞かれる。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要やプチぜいたくが増えていく。ある程度大きな買物も済み、気持ちにゆとりができてきているようだ。ただ、増税後はシビアになり集客自体は少なくなる。
		都市型ホテル(販売担当)	・消費税増税に伴い、一般宴会婚礼は良くなりどちらかといえばマイナスである。宿泊は現状維持になりそうだ。
		都市型ホテル(副支配人)	・4~5月は、大きな団体での予約はないが、個人での予約は十分入ってきている。
		タクシー運転手	・消費税増税でどの程度客の利用状況が変わるのか、あまりにも分かりづらい。
		タクシー運転手	・現在、若干客の流れは良くなっている。しかし、消費税増税の影響がまだわからない。
		通信会社(企画担当)	・取引先は官公庁の割合が多く、業種がインターネット関連である特性上、該当する予算が著しく増減することは考えにくい。
		ゴルフ場(従業員)	・消費税増税に伴って娯楽費が削られるのではないかという不安があったが、地域や会社のコンペ等が少しずつ入ってきている。ここ2、3年になくゴルフ人口で、右肩上がりに推移しそうである。増税分の金額にどのような反応があるのか非常に興味があるが、週末の予約状況は非常に良い状態である。
		競輪場(職員)	・売上自体は段々と伸びているが、4月からの消費税増税が心理的にどう作用するか読めないため、現況と変わらないと判断する。
		美容室(店長)	・月日が経つと消費税増税に慣れるので、景気はあまり変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・客の多くが高齢者であるため、4月からの医療報酬改定に伴う自己負担増や消費税増税により、介護サービスの利用控えにつながることを懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅関係の高額な買物については、高額すぎて消費税増税の影響はなかったと考えられる。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税後悪くなるかもしれないが、販売量の動きは変わらないような雰囲気もある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に伴い、買い控えがしばらく続くと予想される。給与アップがあれば買い控えは続かないが、なければ一段と買い控えが起こると考えている。
		商店街（代表者）	・消費税増税により客の買い控えは必ずある。実際には実需が増えるが、少し厳しい。
		商店街（代表者）	・当店の場合は単価が低いので消費税増税前の駆け込み需要はほとんどなかった。4月からの増税に伴って、消費者の買い控えが生じるものと懸念している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税率8%に客が慣れるまではかなり買い控えがある。消費税増税前の駆け込み需要が生鮮食品にはなく、客の購買意欲は目立って伸びないので、横ばいか少し減少する。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税で売上増加は望めない。消費者の買い控えに対しては、良いお茶を格安で販売できるように消費者の期待に答えられるように頑張っていきたい。
		百貨店（営業担当）	・売上金額は増加を続けているが、家具、高級雑貨の好調さが紳士・婦人衣料に波及しない。客の消費税増税前の駆け込み需要はみられるが、レジ客数、月購入単価係数で低下傾向が表れている。来店促進を図るが、消費税増税後の購買減少が予想される。
		百貨店（営業担当）	・来月は前年比80%前後の状況になる。その後も非常に厳しいという見方をしている。特にファッション関係は、今月も厳しい状況であり、ファッションを中心に厳しい状況が続くと予測している。
		百貨店（営業担当）	・今月の消費税増税前の駆け込み需要の反動でやや悪くなる。消費税増税にかかわらず、良いときと悪いときは循環している。
		百貨店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要のあった商品は間違いなく反動減が予想される。駆け込みもなく、先買いもない商品の動向が気になるが、客のマインドが冷え込むことは間違いがない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が当面続く見込みである。特に衣料品は、駆け込み需要が少ないわりに増税後の停滞が予想される。
		百貨店（売場担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要でかなり数字も伸ばしている。その反動減で2～3か月という期間でみれば、間違いなく数字は落ちてくる。
		百貨店（企画）	・消費税増税の影響は間違いなく生じる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が必ず出てくる。買い控えが起こり、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の消費の落ち込みは避けられない。他社との価格競争による客の奪い合いがますます激化するものと予想される。
		スーパー（店長）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が4月に出てくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税で4月1日から1週間ほどは食品の買い控えがみられそう。2週目から動きも少しずつ良くなるが、耐久商品の動きが鈍く、4月は前年比90%で推移すると予測される。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の影響がどの程度あるか定かではないが、増税前のまとめ買い等の反動減もあり、5月頃までは売上が落ち込む。
		スーパー（経理担当）	・生鮮食品等は大きく変わらないが、保存のきく食品や生活雑貨などは、増税までの買いだめの反動減と増税による消費意欲の減退が考えられる。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要がなくなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税による買い控えがある。

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
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税で来客数は減少する。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税に慣れるまでは客足が減る。
		衣料品専門店（取締役）	・消費税増税により、4月以降購買意欲がしばらく落ち着いてしまう。ただし、季節的に客が買いたいような商品を並べること、少しは消費意欲を満たしていただけるように願うのみである。
		衣料品専門店（チーフ）	・現在の売上増加は、消費税増税前の駆け込み需要である。2～3か月後の見込みとしては、ほぼ前年に戻るか、それより少し下回ると予想している。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税後の反動減がある。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、やや悪くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後2～3か月先まで、新車販売は消費税増税の駆け込み需要の反動減が続く。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税後の反動減が出てくる。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税や原材料の高騰や値上げによる先行き不安から消費は慎重になる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税後は供給側も点数を絞り込んでいるという報告もある。増税により供給が弱くなれば、店頭で販売する商品も売れ筋が減ることになり、良くなることはあまり考えられない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税のためやや悪くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税増税に伴い、消費の低迷が懸念される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・消費税増税で商品単価が上がる。一般の方は増税前に物を購入しているため、お土産の販売量は増えない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・思ったより消費税増税前の駆け込み需要があったため、反動減により売上が減る。電気代などのエネルギー値上げも報道されており、消費は冷え込む。
		高級レストラン（経営者）	・今後2～3か月先の予約状況をみる限りかなり苦戦する。大分では城下カレイなどが出てくるので、客の接待で使ってもらえるように願うばかりである。
		高級レストラン（支配人）	・消費税増税のためやや悪くなる。
		高級レストラン（専務）	・歓送迎会のシーズンに入るが、単価は落ちており、4月以降の予約も少なくなっているようで心配している。
		居酒屋（経営者）	・消費税増税に関して消費者がとても敏感になっているため、飲食業界は更に厳しくなる。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入予測からやや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要もありレストランはにぎわいをみせていたが、4月以降は例年比較でも予約の伸びが弱く出控え感がある。
		タクシー運転手	・消費税増税による値上げが収入増を上回っており、かなりの落ち込みが予想される。
		タクシー運転手	・消費税増税後の消費の落ち込みの影響が出てくる。
		通信会社（企画担当）	・限られたパイを奪い合う販売競争の更なる激化で、大手に対抗しきれていない。
		通信会社（販売部）	・今月までの消費税増税前の駆け込み需要、新生活準備が終了し、客足が一気に遠のく可能性が高い。
		通信会社（総務局）	・消費税増税により加入意欲は減退する。
		競馬場（職員）	・来客数が伸び悩んでいる。
		理容室（経営者）	・今月は卒業、入学、就職等があり、人の動きが非常に良かったが、2～3か月先は今月のように行事関係がないので動きが若干弱まる。
		美容室（店長）	・消費税増税によりやや悪くなる。
		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）	・消費税増税の影響がある。

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
		設計事務所（所長）	・消費税増税もあり、仕事がやや減ってくると考えている。
		設計事務所（所長）	・3月まで、消費税増税前の駆け込み需要で特に住宅は順調に推移してきたが、4月からはその反動減で仕事なくなる。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による住宅購入意欲の一時的減退でやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響で数か月は景気が悪くなる。
		商店街（代表者）	・近隣の同業者が定期的に大安売りしているため、客が当店から離れているうえに、消費税が上がるため売上増を見込めない。
		商店街（代表者）	・消費税増税後、4～6月までは消費は間違いなく落ち込むので、景気はかなり悪くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、5～7月は購入が減り、売上はどこの店でも下がっていく。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税後の買い控えがある。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税により衣料品、高額品ともに動きが鈍くなると予測される。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税後の反動が大きく出るものと予想される。
		百貨店（売場担当）	・3か月後の売上の見通しは前年比95～98%で、7月ぐらいから少し回復してくるとみている。6月頃は、反動減がやや回復した状況だが、前年実績をおそらく上回ることはない。
		スーパー（総務担当）	・消費マインドの低下による買い控えや衝動買いが抑えられ、消費全体が沈滞する。増税により価格への目がより厳しさを増すと予測され、価格据置きの商品と値上げをせざるを得ない商品の価値に差異が生じないようバランスを維持したい。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税による客への心理的な影響や、電気・ガスといった公共料金的大幅値上げによって、売上は下がっていく見込みである。景気が良くなる様子もなく、今よりもっと厳しい状況が待ち受けている。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で土日、市内の交通状況が悪化した。4月の初めはストックがあり客足も少し減るので、若干悪くなる。低価格のパン、弁当には大きな影響はないが、今後の消費者の動きを注視していきたい。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税後、生活用品の数量は若干落ちる。今月末にたばこの買いだめが頻繁に見受けられたので、今後1か月は極端にたばこの販売数量が落ち込む。
		衣料品専門店（店長）	・全体的に節約ムードになってくるので、景気は悪くなる。消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しセールを実施するも客の反応はない。消費税増税後の落ち込みがひどくなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税後、間違いなく消費に対する意欲は減退する。さらに収入増もなく家計への負担が増えるということになれば、我々の業種は悪化する傾向にあると考えざるを得ない。
		家電量販店（店員）	・過去の消費税導入や増税時に良かった例はなく、悪くなるというのが当たり前の状態になっているので、状況としては悪くなく考えている。
		家電量販店（従業員）	・消費税増税前に購入する客が多いため、4月以降の購入者は減少すると見込まれる。
乗用車販売店（従業員）	・8%の消費税に馴染むまで受注は落ち込んでいく。		
その他小売 [ショッピングセンター]（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で4月は一気に販売量が減る。日用品など手持ちのストックがなくなれば消費は戻ると想定する。耐久消費財についてはしばらく前年割れが続く。		
高級レストラン（社長）	・消費税増税のため悪くなる。		
一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税のため悪くなる。		
企業動向関連 (九州)	良くなる やや良くなる	家具製造業（従業員）	・消費税増税後の落ち込みを心配したが、3か月先の物件情報に落ち込みはない。当社は一般家庭用家具ではなく商業施設用の家具製造販売であるが、商業施設の開店などは前年比で5～10%は増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い等が増えている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・消費税増税前の駆け込み需要もあるが、太陽光始め再生エネルギー関連はここ2～3年は好調が予想される。
		精密機械器具製造業（従業員）	・中国向け家電用、車載用半導体部品の生産計画が、かなり増えてきている。
		通信業（経理担当）	・少なくともここ2年間は受注が継続すると見込む。
		不動産業（従業員）	・建設工事業者の工事が多く、当面工事手配がつかない状況が続いている。今後もある程度活況が継続する。
		農林水産業（営業）	・4月以降、荷動きが鈍るという予測が聞かれる。
		農林水産業（従業者）	・なかなか景気は良くならない。畜産物販売は仕入価格が上がってきているので厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	・売上状況は先月までと比較してやや良かったが、4月以降も継続するかどうかは分からない。消費税増税の影響もあることと、景気の上昇が地方に波及するには相当時間が掛かりそうな気配で、2～3か月先の景気が良くなることも悪くなることも判断し兼ねる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今回の消費税増税はそこまで影響がないようである。商社のカタログ変更が心配であるが、市場としてはいくらか上向きである。
		金属製品製造業（事業統括）	・消費税増税後、安値で安定するとみており、しばらく景気動向は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これ以上受注量が減ると当該産業状態が根本的に厳しくなっていくので、何とか現状の下げ止まりを期待している。何とか現状を維持したい。新しい仕事を開発する方向に努力をしている。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・このまま中国の成長減速が鮮明になれば、景気も変わらない、もしくは悪くなるのではないかと懸念している。
		建設業（従業員）	・見積案件は普通に引き合いがある。しかし、材料や下請の単価の激増に伴い収益を圧迫してきている。公共工事でも適正単価が低い。今後は消費税増税前の駆け込み受注の反動がどう出るか注意深く見守っていかなければならない。場合によっては景気は悪化する。
		通信業（職員）	・空調機の更新やLED照明への更新など直接的なもの以外で、省エネ効果があるシステムやビジネススキームを考案しなければ、受注量の増加は期待できない。
		金融業（営業）	・消費税増税後の反動が心配ではあるが、多くの業種や企業では当面の受注を確保している。
		経営コンサルタント	・末端での経済の動きはそこまで活発ではない。そのため急激に変化はしない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先から聞く業況見通しや弊社の受注見込案件数から判断して、大きく変化する兆候はみられない。
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・消費税増税前の特需は終わるが、建設業など先々に仕事が見えている業種もある。官庁の予算執行も始まり、個人にはベースアップも期待できる。しかし、今以上の景況感には至らない。		
やや悪くなる	農林水産業（経営者）	・本来なら、4～5月は行楽シーズンや異動時期でどの分野も期待できるが、今年は消費税増税が気になる。地方の場合、賃上げ等も一部の企業に限っており、4～5月は節約志向から食品関連の消費は落ち込む。本格的な回復は夏の7月以降になる。	
	食料品製造業（経営者）	・消費税増税に伴う、一部の大手企業の強気な便乗値上げは理解に苦しむ。弱い立場にある一般消費者や中小企業の負担が増え、便乗値上げができた企業が潤うことを危惧する。これまでの「痛みを伴う改革」という考えは理解できるが、「明暗が分かれたすぎた改革」にならないければよい。	
	繊維工業（営業担当）	・生産は一旦控えめになる。どのように販売も対応するのか分からない。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の4～6月受注量より判断して、消費税増税前の駆け込み需要が落ち着く。	
	化学工業（総務担当）	・消費税増税で消費控えの可能性が懸念される。	
	鉄鋼業（経営者）	・既に着工された建築物件を対象に売上は堅調であるが、先の物件を対象にした受注は今年に入ってからずっと悪化している。このため今後生産量は減少し、その状態が長期化す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	
		一般機械器具製造業（経営者）	・消費増税の影響はどのようなかたちであれ出てくる。また、新年度になると各ユーザーは新しい経営者のもとで若干の人事異動があるので、方針が変更されるまでの間は動きが鈍ると予想される。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新年度期を迎え、生産計画が抑制傾向にある。	
		建設業（社員）	・メガソーラー等の大型工事の下請工事でもあれば今の時期乗り越えられる。多くの地方業者は官公庁への依存が強く、元請業者や下請業者も官公庁の早期発注を期待している。平成25年末のような繁忙期での発注ではなく、年度初めの手持ちのない時期の発注を期待している。	
		輸送業（従業員）	・消費増税後の荷動きは悪く、消費は低迷する。ただ、2～3か月先から飲料が動き出し、今月と比べると飲料のほうはやや持ち直す。気候が暑くなると飲料は伸びていくので、全体的に考えるとやや悪くなる程度で収まる。	
		輸送業（総務担当）	・円安の影響で仕入れコストや生産コストが上昇している製造業や販売業の荷主が大幅な見直しをしている。物流業界では厳しい状況が続く。	
		金融業（従業員）	・円安などによる原燃料費の高騰で収益が悪化してきている取引先が少なくない。また、消費増税前の駆け込み需要が予想以上に盛り上がったため、ある程度の反動減は避けられないとする先がみられる。	
		金融業（営業担当）	・消費増税により売上が全般的に落ち込むことを予想し、一部借入金の調達を検討している事業者も散見される。	
		金融業（調査担当）	・消費増税後は駆け込み需要の反動から、投資、消費の案件は少ない。	
		広告代理店（従業員）	・3月の新聞折込受注枚数は、前年比105%と2月に続き前年を上回ることができた。消費増税前の駆け込み需要が想像以上に大きく、家電・車・不動産などいずれも大きく増加した。ただ、スーパーなどの生活用品は特に変化はない。増税後の4月からは反動減で消費活動が抑制されそうなので、我々の業界は不安である。受注量も減少する。	
		経営コンサルタント（社員）	・消費増税分は、そのまま売上減少につながる。	
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・発注される業務は、利益が残らないような金額の案件が続いているため、正規の従業員の雇用の継続ができなくなる恐れがある。入札などを辞退すると仕事が受注できなくなるため、どちらにしても景気が悪くなると予想される。	
悪くなる		輸送業（総務）	・消費増税の影響を受け、4月以降は荷量減となる。	
		広告代理店（従業員）	・消費増税の影響で悪くなる。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が間違いなく起こる。ただ、売上自体の積み残しの影響が4～5月までは若干あるので、思ったより反動減は緩やかなのかもしれない。少なくとも現金商売のところは4月にかなり落ち込む。	
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—	
		人材派遣会社（社員）	・一時回復とは言え、消費増税前の駆け込み需要が、今まで停滞閉塞していた消費行動のきっかけとなったことの意義は大きい。今後の中長期スパンにおける緩やかな景気向上には十分期待感を持てる。	
		人材派遣会社（社員）	・注文が継続的にきている。また、新店舗、工場などの開店もあり、引き続き人材不足は続く。	
		人材派遣会社（営業）	・雇用情勢は引き続き拡大傾向である。ただし、雇用形態は正規のみならず非正規も拡大傾向である。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が大きく伸びているが、この状態はしばらく続く。求人数は非常に良くなっている。	
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・すでに求人依頼数が高水準で推移している。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地域経済への波及効果が大きい住宅や宅地開発が活発に動いており、求人も底堅く推移すると予想する。
			職業安定所（職業相談）	・消費増税後は、駆け込み需要の反動減も懸念されることから先行きは不透明である。
			民間職業紹介機関（支店長）	・景気の回復基調、消費税率の上昇、新年度の繁忙需要等、いずれの要素も人材需要増加には影響がない。
			学校〔専門学校〕（就職担当）	・消費増税や国際情勢の不安定化が景気の底上げを阻害する。

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
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2014年卒予定の学生に対して引き続き求人が届いており、2015年卒予定の学生向けの求人も順次届いている。しかし、今後2～3か月の景気の判断ができるほどの傾向は現時点ではみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後は落ち込む。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・流通関連の客が、年末よりも忙しく、現在はパートもフル稼働と言っていた。また、消費税増税前の駆け込み需要の影響はあまり考えられないと言っていた。しかし、消費者心理としては値上げ前の購入と考えられるため、増税後は必ず反動減がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税のため、やや悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税がどう影響するか予測が難しい。だが、医療、教育という分野ではお金がかかり、人手不足が心配される。
		職業安定所（職員）	・3月末で希望退職による大量解雇によって新規求職者数の増加が見込まれるとともに、新規求人数の増加も鈍化傾向にある。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の反動が出てくる。このところ業績が伸びている企業においても、増税を懸念する声が多い。
		民間職業紹介機関（社員）	・派遣を使うと消費税を支払わなければいけないが、直接雇用の契約社員だと消費税不要との話もあり、客自身は、忙しい時期が短ければ派遣、長くなれば直接雇用の話も時々ある。
	悪くなる	—	—

11. 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)	良くなる	—	—
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークに向けて来客数が増え、客単価が高くなると予想される。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・2、3か月先の稼働率は、ほぼ前年並みの実績を見込んでいる。ただし予約受注の動きがあまり良くないため、今月同様の実績となる可能性もある。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕	・消費税増税の影響も一部あるにせよ、観光客の入域数が堅調であるとの情報もある。そのため今後2か月ほどは景況感は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・街の飲食店が増えたり、リニューアルがあるので、客数増が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税による買い控えは当然あると予測するが、5月のゴールデンウィークごろから消費は持ち直すかと判断する。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・確かに今月は安定した数字を出しているが、消費税増税前の駆け込み需要なのかの見極めもあるので、一概には期待できない。
		観光名所（職員）	・消費税増税の様子を見ている感じがする。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・注文住宅は、4月の消費税増税による影響が無い。
	やや悪くなる	百貨店（営業企画）	・消費税増税後は低迷することは予測できるが、売場の改装による新規ブランドの導入や物産催事の増加、ゴールデンウィークのイベント強化等で落ち込みを軽減したい。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予測されるため、前年を下回る見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や新税率に伴う価格表示（本体と税込表示）による混乱、また新年度の出費も重なるため、しばらくは購買意欲が低下するとみられる。価格訴求や付加価値をつけた販促を継続して客離れを減少させていくしかない。
	衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲をあまり感じない。以前だとこの時期は、本土等に旅行に行く方で需要はあったが、今はそれもあまり無い。これから4月の消費税増税後は少し気になる。	
	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・4月から消費税増税に加え、公共料金等の値上げなどもあり景気がどうなるか不安である。沖縄観光は観光客数は維持していくとみるが、リピーターや外国人が増加しているの、新商品を開発しても景気が維持できるのか分からない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（マネージャー）	・日常的に使うものであれば、3%の値上げでも販売量が落ちはしても無くなることは無い。趣味的なもの、旅行などの娯楽的な分野は全体に販売量が少なくなるとみている。
		通信会社（店長）	・消費税増税の影響は確実に出る。4月以降は新商品販売の予定も無く、盛況だったキャッシュバックの施策も無くなるため、落ち着くと予想できる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・大型店が集積しているエリアは売上は一時的に伸びるとみているが、街の零細店舗等は、なかなか買い占められるほどの商品も持っていないので、2、3か月後は更に厳しい状況に陥るのではないかと危惧する。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前需要の反動がある。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み購入でお金を使い過ぎ、外食の回数や使用金額はしばらくは確実に落ちそうである。売上が上がらないうえに単価を簡単に上げられず、原材料費の値上がり、一般管理費の値上がりで、特に中規模店舗は大打撃を受けそうである。
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・延期されていた公共工事の着工が予定され、やや増の見込みである。
	変わらない	輸送業（代表者）	・消費税増税の影響も多少はあるが、現状の受注残から考えると、2、3か月で大きな落ち込みは無いと考える。
		通信業（営業担当）	・特別景気が良くなるような話は無いが、当社では請け負っていない車関係は景気は良いようである。当社の検証業務の家電関係は景気が良くなるまで今しばらく時間がかかりそうである。
		広告代理店（営業担当）	・県内景気が上向き傾向にあるとの報道はあるが、B to Bのビジネスとしては実感が無い。
	やや悪くなる	輸送業（本社事業本部）	・現在の景気が消費税増税前の駆け込みという瞬間的なもので動いている感が大きく、2、3か月後に同様の動きは期待できず、駆け込み需要の反動の安定後の荷動きについてはむしろ期待感は少ない。
	悪くなる	食料品製造業（総務）	・消費税率の引上げと、消費税増税前の駆け込みの反動による売上の減少が予測される。
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・前年同月比で求人件数が微増している。今後も、上げ止まりや減少するというより、現状同様微増すると予測される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・建設関係の求人が増えている。その分建設関係の仕事が増加していると推測する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・建設業界は人材不足もあり、上向き傾向にあると思われるが、その他業界を静観したい。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に伴う、企業側の大幅な派遣募集は無い。折込済の感がある。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・消費税増税に対して敏感になっている。第一に消費を控えたい。
	悪くなる	—	—