

## ・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	商店街（代表者）	・商店街のメンバーに聞いても、前年と比べて客の笑顔が圧倒的に戻っているようであり、景況感は改善されている。消費税増税から3か月後の動向が重要だとみているが、この時期に回復がみられれば一安心である。また、夏のボーナスが増加との報道があることも好転に向けてのチャンスとなる。
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後には、消費税増税の影響による落ち込みから間違いなく抜け出している。
		観光名所（従業員）	・来客数が前年を上回る傾向が続いており、この勢いが衰える要因が見当たらない。また、7～8月は当地に7万トン級や11万トン級の豪華客船が毎週のように寄港するため、このことがさらなるプラス要因となる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響がほとんどなくなっているため、今後は消費の回復が見込める。
		商店街（代表者）	・夏祭りのシーズンであり、地元客及び観光客の来街が増加し、お土産、交通関連、ホテル、食関連などの業種で売上増加が見込める。また、最近の傾向として、外国人観光客は比較的長い期間で旅行日程を組んでいることが多いため、長期滞在の結果として、特に観光関連や飲食関連、夜型の飲食店での売上増加が期待できる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・消費税増税がどれだけ影響を及ぼすかと懸念していたが、ほとんど売上には影響がなかった。これは、当店が昆布専門店ということで固定客が多かったことに加えて、現政権の経済対策によるムードのおかげだとみている。今後、当地において、日本人観光客が増加することになれば、現政権の経済対策の成功と捉えることができる。
		百貨店（売場主任）	・季節が変わるため、新たに季節商材を購買する動きが生じることになる。日々の来客数も若干ではあるが回復傾向にある。
		百貨店（売場主任）	・7月のセール時期から売上が回復するとみている。
		百貨店（販売促進担当）	・来月以降、景気は少しずつ回復し、8月までには元の水準まで戻るとみている。ただし、冷夏の予想も出ており、予断を許さない状態であることに変わりはない。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響を受けた商材の動きは厳しいが、浴衣や水着など、増税の影響を受けなかった商材の動きが良かったため、今後についてはやや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・これからの季節に合わせて販売する商材については、夏にかけての毎週のイベントで集客でき、客のニーズにこたえることで販売につながると期待している。また、各企業への踊り浴衣の納品などもあり、今後は忙しくなる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減も7月ないし8月には回復する。
		家電量販店（地区統括）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は月を追うごとに軽減される。また、サッカーワールドカップなどの影響で大型テレビの需要も高くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・市場が落ち着くため、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・客足が戻ってきていることから、今後についてはやや良くなる。車検や点検、整備などのサービス入庫も回復に向かうことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・今後、消費は良くなる。ただ、消費税増税前の駆け込み需要の反動が落ち着いてくることによる反応であり、景気そのものが良くなってきているとは感じられない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・Web旅行代理店による予約が好調に推移しているため、今後についてはやや良くなる。近隣アジアからの航空便が増便を予定していることも追い風となる。
		旅行代理店（従業員）	・管内の天候が安定しており、農業関係団体などによる団体需要がけん引することになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・出発日が先の商品に対する問い合わせが増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・客の活気を感じるようになってきたため、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・6月以降、当地ではお祭りなどのイベントがあるため、タクシー利用が増えることになる。
		通信会社（企画担当）	・夏の新品に対する客の予約が想定を超えているため、今後についてはやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・消費税増税の影響が収まってくることに加えて、観光のシーズンがピークを迎えるため、今後についてはやや良くなる。
		住宅販売会社（役員）	・分譲マンション市場においては、ディベロッパーの慎重な対応がしばらく続くとみられるが、完成在庫の少なさが示すように、市場の底堅さも感じられる。消費税増税後の景気動向も比較的安定しているため、今後、ディベロッパーの供給戸数は徐々に増えてくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月後はバーゲン時期となるが、今年は冷夏といわれているため、それほど爆発力がないとみられる。また、バーゲンが始まって、最終価格になるまで購入を待ち続ける客もかなりいるとみられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税はまだ消費者にとってなじみがなく、消費税が上がったことに対する反応もあまりみられないが、将来、消費税率が10%に上がるとみられているため、今後に向けて様子見をしている状況にある。
	変わらない	一般小売店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は夏となり、観光シーズンもピークを迎えるほか、飲料の売上も好調な時期となる。ただし、これらは例年のことであるため、特に景気が良くなっているとは言い切れない。ここ数か月の売上も上向きなのか下向きなのか、まだ判断が付いていない状況にある。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・長期予報によると、エルニーニョ現象の影響で冷夏が予想されているが、現状の夏物衣料の動きの悪さを考慮すると、今後、夏物の動きが厳しくなるとみている。ただし、お中元ギフトに関しては、販促の一環でしっかりと商材を集めていることもあり、前年並みが見込まれる。
	変わらない	百貨店（販売促進担当）	・衣替えの時期から夏のセールにかけての6～7月での回復を期待しているものの、冷夏の予報もあり、景況感の好転に不安がある。
	変わらない	百貨店（役員）	・残念ながら先の見えない状況にあり、少なくとも6月までは消費税増税の影響を引きずるとみられる。
	変わらない	スーパー（店長）	・消費税増税の影響により、以前の売上が戻ってきていないなかで、今後、冷夏が予想されていることもあり、消費の回復は厳しい。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・ますます客の低価格志向が進んでいる。
	変わらない	スーパー（役員）	・消費税増税にともない節約志向、低価格志向が強まること懸念されたが、そうした動きが強まっているようには感じられない。
	変わらない	コンビニ（エリア担当）	・この時期は天候次第で景況感が上下するが、今年はずでに消費税増税前にボーナスを当て込んだ前倒しでの消費が発生しているため、今後への期待感も薄い。酒、たばこなどの嗜好品は依然として販売量が減少している。
	変わらない	コンビニ（エリア担当）	・競合他社の出店が相次いでおり、たばこの回復も鈍い。また、前年の天候が良かったことの反動減も見込まれるため、繁忙期に向けて、外部環境は厳しくなる。ただ、新商品の販売動向は悪くない。
	変わらない	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で消費が冷え込んでいる状態である。また、当地の主要産業である漁業などに関しても、良くなる兆しがありみられないため、景気はこのままで推移する。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・これから暖かくなるため、景気が良くなるような雰囲気もあるが、客の買い方が渋いため、今後も購買意欲が出てこないのではないかとみている。
	変わらない	衣料品専門店（店長）	・今後も消費税増税の影響による買い控えが続く。
	変わらない	乗用車販売店（従業員）	・今後も消費税増税前の駆け込み需要の反動がまだまだ続く。
	変わらない	高級レストラン（経営者）	・建設業は人手不足になるほどの好景気だが、飲食業は人手不足のうえ、材料費の高騰により、経費がかさんでおり、利益が伸びてこない状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		高級レストラン（スタッフ）	・消費増税後、ランチの的外食が減っているが、他店では企業や観光客の利用が順調に伸びている店舗も一部でみられ、景気が良くなるのではという雰囲気も漂っている。利益の増加にはつながらないかもしれないが、今後に向けて来客数増加への期待感がある。		
		旅行代理店（従業員）	・海外の情勢が不安定であるなど、今後に向けて良い要素が見当たらない。		
		タクシー運転手	・今後、夏のボーナスの動向によって、多少、動きが出てくるかもしれないが、現状の慎重な動きは底堅いため、厳しい状況がまだまだ続く。		
		タクシー運転手	・7月までの予約状況は前年並みであり、問い合わせの状況から、今後も変わらないまま推移する。		
		観光名所（職員）	・景気が良いという話と全く良くないという話の両方が聞こえてくるが、全体的には良くないとの話が多い。どの程度をもって景気が回復したと考えるかにもよるが、今後のさらなる消費増税の可能性なども考慮すると、景気回復にはまだ相当の時間を要する。		
		美容室（経営者）	・消費増税の影響が落ち着いてきているために、よほど大きな出来事が発生しない限り、当面は現状のまま推移する。		
		美容室（経営者）	・東京近郊に関しては東京オリンピック関連の効果もあり、やや景気が上向きになりそうだが、地方に関しては今の段階ではあまり景気が上向くことは期待できない。		
		住宅販売会社（経営者）	・消費増税の直後であり、あと1～2か月は様子見の状態が続く。その後、景気が上向くか下向くかは株式市場と不動産市場次第である。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・消費増税が消費者心理に与える影響は、今後も少なからず残り、来街頻度の低下が続くことになる。また、今年は冷夏が予想されていることから、飲食関係やファッションへの影響が現れる。
				一般小売店〔土産〕（経営者）	・6月以降、景気が回復するのではないかという報道が大きく出ているが、実感としては6月以降も厳しい状況が続く。賞与や給与のベースアップが経済全体に循環する秋口までは時間が掛かるとみている。
スーパー（店長）	・2～3か月後には消費増税の影響も落ち着いてくるが、今後のさらなる増税に向けて、心理的に買い控えが強まるとみている。				
スーパー（企画担当）	・4月の売上回復は想定どおりであったが、5月の売上回復はやや動きの弱い状況となっている。消費増税にともなう価格転嫁が消費者の負担増として実感されてきていることが影響している。客単価の伸びが落ちてきていることから、このことがうかがえる。				
スーパー（役員）	・5月まで消費増税前の駆け込み需要の反動を引きずるとは思わなかった。消費者が消費税率の3%上昇を相当な負担と感じており、今後、しばらくの間は家庭での消費支出を相当な努力で抑えることになる。今後、無理な販促による消費拡大は一時的な効果にとどまることになる。				
家電量販店（店員）	・家電業界では、4～6月にかけて消費増税前の駆け込み需要の反動が続くと見込まれるため、今後への期待が持てない。				
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般用医薬品のネット販売が6月から始まるため、今後については厳しくなる。				
その他専門店〔造花〕（店長）	・需要が上向く傾向がみられないため、今後についてはやや悪くなる。				
観光型ホテル（役員）	・今後の予約状況は堅調に推移しているものの、経費の上昇分を補てんするにはほど遠い状況である。				
タクシー運転手	・利用客の乗り控えがみられるなど、消費増税の影響が表れている。また、注文数も減少していることから、今後の景気回復を期待できない。				
	悪くなる	○	○		
企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・消費税率10%の導入に向けて、景気対策が行われるとみられるため、今後については良くなる。		
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要が一巡し、今後は徐々に回復に向かうことになる。		

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
		建設業（経営者）	・官民、土木、建築ともに工事の本格稼働期を迎えることで、人、物、金の動きが活発になる。ただし、人手不足や資機材単価の高騰が工程や原価に悪影響を及ぼす可能性がある。
		建設業（従業員）	・新年度予算による公共工事が発注されることで、仕事量が増大することになる。ただし、労務者の不足や資材価格の値上がりの加速が懸念される。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・新年度の予算が確定し、そろそろ現場に動きが出てくる時期となる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・顧客の仕事量は確保されているため、今後に向けて景気は回復することになる。ただし、消費税増税や原材料価格の高騰による製品価格の上昇が相次いでおり、収益面で苦戦することが懸念される。
	変わらない	家具製造業（経営者）	・短期的には景気回復は継続する。しかし、我が国が抱える根本的な諸問題の解決に糸口が見出せない限り、遅かれ早かれ景気が下向き始めることになる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅の建築確認申請があまり伸びていないこと、取引先の受注状況などから、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（従業員）	・一定の公共工事が発注されており、業況の安定化が見込まれる。ただし、協力会社の確保は引き続き厳しい状況にある。
		輸送業（営業担当）	・生乳の2014年上期の生産見込みが変更され、前年比2%減の370万トンと発表されたことで、バターの商品不足が懸念されており、農林水産省では過去最高となるバター7000トンの追加輸入を決定したが、地方企業の冷蔵庫には入庫しないため、在庫が落ち込み、運用が厳しい状況となる。
		輸送業（支店長）	・今期計画については、足元の工事などに対する人手不足や輸送力不足の懸念が前期に引き続きみられる。価格で選別した受注ができる環境のなか、当初計画以上の受注開拓には向かっておらず、今後も変わらないまま推移する。
		通信業（営業担当）	・現在の景況感はやや良く、先々の受注量についての懸念は少ないが、受注量の伸びに対して、供給体制が追い付かず、またコストも上昇傾向にあるため、それらが阻害要因となり、景気回復の動きを打ち消すことが懸念される。これらのことから、今後の景況感は現状維持で推移する。
金融業（企画担当）		・夏の観光は外国人観光客が増加することで堅調な推移が見込まれる。個人消費は雇用の改善や夏の賞与増額により、徐々に持ち直す。建設関連は工事量が高水準となるが、人手不足がネックとなる。	
司法書士		・今後、2～3か月先においても、大きく変化することはなく、現状のまま推移する。	
司法書士		・消費税増税の影響が小さいといわれているが、諸経費は確実に増加している。現在の政治情勢では景気回復がさらに遅くなる。	
	コピーサービス業（従業員）	・現状の企業の慎重な姿勢は当分継続する。	
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—
雇用関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・北海道の観光はこれからが本番であるため、今後、さらに観光関連業界がけん引役となり、全体の雰囲気を押し上げることになる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税による求人への影響は全体としては感じられない。むしろ、各業種とも労働力不足の影響が大きくなるとみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・4月は消費税増税の雇用面への影響が懸念されたが、消費者の購買意欲は衰えていないため、当面は景気の上向き傾向が続く。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人と求職のミスマッチが改善していないため、今後も変わらないまま推移する。	
	人材派遣会社（社員）	・人気の職種に求職者が偏っている状況であるため、人気のある職種の求人が増えない限り、就労者の増加にはつながらない。このため、今後も変わらないまま推移する。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告掲載件数は、今年3月をピークに平行線をたどっている現状であるため、今後も変わらないまま推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・企業では人手が欲しくて募集を行うが、人が集まらずに募集が続いている状況にある。こうした現状は今後しばらく変わらない。ただ、季節的には、観光シーズンや農業系の収穫期などを迎えて、需要の高くなる時期であるため、募集ニーズはしばらく衰えない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・ほぼすべての業種で求人数が前年並み又は前年を下回っており、これまでの求人増の反動に加えて、消費税増税による売上減を警戒する動きが表れているとみられる。いずれも一時的な動きとなる可能性もあるが、これまでとは違う動きがみられている。
		職業安定所(職員)	・円安による燃料価格の高騰が続いていることに加えて、消費税増税後の税率上昇分を価格に転嫁できない零細企業などの企業活動への悪影響や、消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化が懸念されるため、今後についてはやや悪くなる。
	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, O: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)	・夏の最盛期への期待に加え、複数の店舗を経営しているが全店で売上が前年を超えていることも期待につながっている。今のところ競合の動きも無いので悪くなることはない。新店舗もこれまでと比べ立ち上がりが好調なので、夏場には更なる伸張が望める。年々客の購買力が上がっているように見える。不景気という言葉を使う人もいなくなっている。
		家電量販店(店長)	・消費税増税の影響は段階的に解消され、夏の終わりには影響がほぼなくなる。消費税増税により買い控えをしているという話も少なくなっている。ただし、家電製品の場合、暑さなど季節的な要因がないとエアコンや扇風機、除湿機などは伸びないのだが、冷夏という予報があり、影響があるかもしれない。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・地域外の観光客が少しずつ戻ってきており、客単価も少し上がってきている。そういったことから、ボーナスや夏の天気次第で、回復傾向になることは十分期待できる。
		商店街(代表者)	・生活必需品の消費動向は、4~5月でほぼ正常に戻っている。今後はやや上向きの動向が期待できる。
		一般小売店[酒](経営者)	・そろそろたばこの買い置きが無くなるので売れてくる。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・客の様子からは買い控えや買い渋りは見られない。いつもどおりの買上の仕方をしており、落ち込むということもない。この先はもう少しの上乗せも期待している。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税の反動の影響からは徐々に回復している。さらに、夏のボーナスや新しい需要の喚起、消費環境が生まれてくるので、その部分での回復を期待したい。
		百貨店(営業担当)	・宝飾品、ブランド品などの高額商材の回復はまだ先になるが、衣料品、生活用品などは回復が見込まれる。化粧品なども買い置きが切れてくるところとみられ、予想よりも早く回復しつつある。ただし、お中元商戦において消費税増税が消費者の心理に与える影響があった場合、その面での落ち込みが懸念される。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税後の景気の落ち込みも落ち着き、消費が動く。
		百貨店(経営者)	・夏のセールが起爆剤となって、消費に対する意識が反転することを期待している。不要不買の前提は続くものの、若干ではあるが企業の夏の賞与が増額となっているため、現状に比べれば上向きに転じていくとみている。
		スーパー(経営者)	・消費税増税の影響は想定通りに回復している。
		スーパー(店長)	・2~3か月先には買い置き在庫が無くなり、徐々に買上点数も回復する。
		スーパー(店長)	・客のほうで消費税増税後の価格に慣れ、買物も増税前と同じようになっていくのではないかとみている。
		コンビニ(店長)	・ゴールデンウィーク以降の動向からみると、今後は来客数、客単価共に緩やかに上昇していくとみられる。
		衣料品専門店(経営者)	・高額でも品質の良いものは、消費税増税の影響が比較的少ない。夏のセールでも、品質の良いものを安く買いたい客の来店が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・季節商材が動き出している。
		家電量販店（店長）	・単価の動きとボーナス商戦に期待している。
		家電量販店（従業員）	・白物家電を中心に客単価は上がっている。今月、テレビのハイグレードモデルの新型が各社大量に店頭に並んだので、今後はテレビの売上の向上に期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・賃上げ、夏のボーナス効果及び新型車を中心とした増販効果により、消費税増税後の反動減も一段落して緩やかな回復に向かうとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・来客数は極端に減っていないことから、夏以降には消費税増税の反動減が収束するのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税で固くなった財布のひもが徐々に緩んできているようである。消費者は出費を抑えているだけで金は持っているので、まだまだ潜在的な客の見込みがあるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響が大分落ち着いてきているので、ボーナス時期には景気が良くなることを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税率8%に慣れてきて、買い控えをしていた客が少しずつ購入を始めることを期待している。
		住関連専門店（経営者）	・景気の落ち込みは5月が底とみている。新築が遅れた分の耐久消費財の買い需要も、お盆までには出てくる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・本格的な観光シーズンに入るため、観光客向けの販売量の増加を見込んでいる。ビアガーデンも始まるので生ビールなどの販売量にも期待したい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税後の影響も落ち着きをみせ、買い控えの動きの反動から夏物への購買意欲が強くなるのではないかと期待している。
		高級レストラン（支配人）	・現在は消費税増税の影響で消費が低迷しているが、今後は回復し始める。
		一般レストラン（経営者）	・今月も消費税増税の影響がみられたが、3か月先となれば消費税増税にも大分慣れ影響も緩和されるとみているので、良くなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・景気が上向きになるかどうかは難しいところだが、企業努力をしている店舗、特に飲食店などは客にしっかりと選ばれ、そうでないところは見捨てられるという傾向が出てくるのではないかと。経営努力をしているところは、少しずつ上向いてくると期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼などは若干来客数が増え、成約率も上がっている。これからは当地においてもオンシーズンとなり、一般宴会の件数も伸びていくとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の絨毯の張替えを完了した。また、納涼会シーズンに向けて、クローズしていたレストランのリーズナブルな価格帯での再オープンも決定している。それに伴い、サービス要員も新規雇用して売上増を目指していく。
		旅行代理店（経営者）	・当社では夏休みを迎える7月に販売量が最大となる。また、前月の落ち込みの反動が出て良くなるのではないかと億測が出ている。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税の影響も薄れ始め、夏旅に向けての購買行動が活発になっている。
		テーマパーク（職員）	・夏休み前には消費税増税が定着し、今よりは消費が活発になってくる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・来客数や販売量の減少を心配したが、それほどの落ち込みはなく好調である。
変わらない	商店街（代表者）	・少しずつ物価が上がっており、これが今後ボディーローのように効いてくるのではないかと。夏には落ち込み分をばん回できるという声も周囲にあるが、自分としては疑問であり、非常に不安が付きまわっているというのが実際の気持ちである。	
	商店街（代表者）	・現在の景況や天候が続き、梅雨入りが遅ければ来街客もいくらか持ちこたえてくれるであろう。大型店と違い一般店ではまだまだお中元商戦には入れず、もう少し辛抱しなければならない。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・生活必需品の消費が一巡すれば、消費マインドは少しずつ上がってくるとみられる。ただし、買回り品については引き続き厳しい状況にある。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税の影響は、現状を見る限りわずかであったようである。その印象から、景気は堅調に推移するのではないかとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・メリットがあるもの、新しいもの、楽しめるものなどの仕掛けに対する客の反応が良く、消費マインドは高い。
		百貨店（売場担当）	・現在の状況が早々に改善、変化するとは到底考えられない。6月は7月のクリアランスセールを控え、プレセールなどを行い、多少のプラスに転じるだろうが、6～7月通してどうなるかといったところである。
		百貨店（経営者）	・消費税増税の影響は限定的と考えられるが、次の増税も予定されており、ここしばらくは小幅な増減を繰り返しながら推移するとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税増税後は衣料品を中心に買い控えの状況にある。顧客動向などからは、購買力がすぐに回復するとは考えにくい。
		スーパー（経営者）	・業績の良い大手企業を中心にボーナスが増額がされることや、パートの時給が上昇気味であることから消費拡大が期待できる。ただ、商品価格が全体的に上昇しているの、可処分所得が増加していくかは気になるところである。景気の回復にはもう少し時間が掛かりそうである。
		スーパー（経営者）	・生鮮食品を中心に原価の上昇が続き、上昇分は売価に転嫁することになる。一般加工食品などについては価格転嫁が厳しいうえに、価格競争は更に激しくなってくる。
		スーパー（営業担当）	・4月以降、消費者は商品に対して消費税増税分の値上り感を持っている。買い控えの傾向は予想以上に長引くとみている。
		スーパー（営業担当）	・こどもの日や母の日などの結果を見ると、お金を全く使わないのではなく、以前にも増して切り詰めるものは切り詰めるといった堅実な消費動向が目につく。この傾向は当分続くとみられる。
		コンビニ（経営者）	・季節要因による売上増加は見込めるが、それ以外の増加要因は見当たらない。消費税増税に伴う反動からいまだ回復せず、客単価や買上点数が伸びていないことから、厳しい状況が続くのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は依然として低迷している。次の消費税増税を鑑みると、この傾向は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・小売業においては、人口減のなか、販売チャネルの増加により1店舗当たりの来客数が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	・天候要因による来客数の増加を期待したいが、外的環境としてはマイナス面も多い。
		コンビニ（店長）	・主婦層の買い控えは続くとみられるが、6～7月はサッカーワールドカップなどがあり、購買意欲がやや上向くことも期待され、全体的には変わらないか今より少し悪い程度に落ち着く。もちろん天候次第であることは言うまでもないので、夏の天気も心配されるところではある。
		衣料品専門店（経営者）	・地方ではボーナスの効果もさほど大きくない。生活防衛意識が高まり、衣料品関係は特に厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税に伴い、税込表示価格から税別表示価格に変わった影響もあってか、客にとっては消費税8%の負担というのが思いのほか大きいらしく、買物に慎重になっている様子がうかがえる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響も薄れ、消費者の購買動向は上向きに転じてきている。しかし、東日本地域においてエルニーニョによる冷夏の可能性という長期予報も出ていることから、消費が鈍くなることも予想される。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響はもうしばらく続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・地方都市ではまだまだ景気回復の状況が表れていない。現状の推移が続く。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税に続いて、自動車保険料の上昇や軽自動車税の増税といった、購入マインドを低下させる話題が豊富すぎる。しばらくは我慢が必要である。
		住関連専門店（経営者）	・地方の人口問題もあり、期待し難いが、前年実績までは戻るとみている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税以来、我々の業界は売上が落ち込んでいるところが多い。ボーナス時期で消費者の財布のひもが緩んで、増税の影響が少しずつ消えていくことを期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候による飲食や消費への影響、農作物の収穫への影響などの変動要素が出てこない限りは、秋口まで大きな動きはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔靴〕 (従業員)	・気温の上昇とともに、消費税増税の影響も薄れてきて、消費も回復すると見込んでいる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・本格的な夏が来るまでは石油製品の需要の落ち込みが続く。景気を刺激するようなことが起きなければ、この状況は長期化する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・状況の変化が見込める動きや情報が無い。
		一般レストラン (経営者)	・同業者の様子や繁華街の景気について、他の経営者と話をしてもあまり良くない話が多い。やや悪くなりそうな状況に変わりはない。
		一般レストラン (経営者)	・消費税増税により一時的な景気の落ち込みはあっても、景気はそう変わらない。今後も現状を維持していく。
		スナック (経営者)	・異動の時期が終わり団体客が動く機会が少なくなっている。これからボーナスも出るので多少の動きはあるだろうが、お盆や夏休みに向かって動きはあまり良くなりなるとみている。
		観光型ホテル (経営者)	・いろいろなイベントを計画、立案、実行しているものの、集客には繋がっていない。新装オープンの効果を静観したい。
		都市型ホテル (スタッフ)	・予約が落ち込んでいる主力の宴会、婚礼、宿泊に対するてこ入れが必要である。ホテル業界においては思った以上に回復に時間が掛かりそうである。
		都市型ホテル (スタッフ)	・新入社員や中途採用の募集をしてもいい人材は集まらず、応募自体が少ない状況である。サービス業の景気は変わらない。
		旅行代理店 (従業員)	・夏に向けた動向も様子見の傾向が強い。
		タクシー運転手	・客のなかには、人手が足りず仕事ができないと話す客と、仕事がなく困ると話す客がいる。このようなアンバランスな状態では、景気が急激に回復することはない。
		通信会社 (営業担当)	・7月のボーナスで消費税増税分を調整することになるとみている。
		通信会社 (営業担当)	・株価の上昇もなく、当面はこのままの景気が継続するとみている。
		通信会社 (営業担当)	・景気が上向きになる材料に乏しく、現状維持となる。
		通信会社 (営業担当)	・消費税増税後初めてのボーナス時期となるが、給与は向上していない状況であり、消費拡大にはつながらない。
		通信会社 (営業担当)	・新たなサービスメニューの提供や、顧客満足度を上げるための無料サポートサービスを準備し、解約者の防止に努めている。このようなお客様サービスをして、ようやく現状維持ができる。
		通信会社 (営業担当)	・担当顧客に消費税増税の影響が出ている。
		観光名所 (職員)	・デスティネーションキャンペーンが開催されたり、さくらんぼの季節が来たりするので、来客数が増えると予測され、予約も多くなっている。単価は変わらないのではないかとみている。
		観光名所 (職員)	・予約状況が若干前年を下回っており、上向き状況ではない。
		遊園地 (経営者)	・夏のボーナスや物価の上昇などを含めて、消費税増税の影響からの回復の動きが見通しにくい状況が続く。
		競艇場 (職員)	・消費税増税の影響もなく、販売量にもほぼ変化がない。今後もそれほど変化はないとみている。
		美容室 (経営者)	・ボーナス時期と重なるので若干の落ち込みはあるが、ほぼ横ばいでいくとみている。
		美容室 (経営者)	・今のところ消費税増税の大きな影響はない。良くなるという実感が出るほどの消費の動きも少ない。
		美容室 (経営者)	・消費者は、必要な食料品や衣料品などは多少高くとも購入するが、エステや髪にかける出費には慎重になっている。
		設計事務所 (経営者)	・この先数か月は今の状況で変わらない。
		住宅販売会社 (経営者)	・戸建ての受注は減少しているものの、一般大型物件の受注予定があるため、受注予定量の心配はしていない。
	やや悪くなる	商店街 (代表者)	・一般消費者の消費はあまり変わらない様子であるが、秋口の社用ユースの予約は非常に先細っている。
		スーパー (総務担当)	・電気料金やガソリン代が高止まりになっており、給料も増えていない。今後、可処分所得は更に減る傾向になるとみられ、スーパーにとっては厳しい時代が続く。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・今月末に競合店がまた1店舗開店するため、ますます景気は悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・エルニーニョ現象によって冷夏になるとの予報があり、冷し麺や飲料、アイスなどを中心に販売量が低下する恐れがある。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後に落ち込んだ来客数は回復するとみているが、競争店の出店が多くなり、競争が激しくなることを懸念している。
		自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期にもかかわらず、いまだ経験したことがないくらい売上が悪化している。良くなると思える材料が一つも無い。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・各メーカーから材料価格値上の案内が頻繁に来ている。顧客との金額調整も大変であり、今までの感覚では受注は見込めなくなる恐れもある。客が材料価格の高騰に慣れるまで、しばし売買、受注の動きは停滞する。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・個人消費力が落ちている。夏物の購買力にどれほどの回復があるかは未知数だが、季節的にみても期待は薄い。
		高級レストラン（支配人）	・景気が良いのはほんの一握りの人達だけである。我々のところまで景気が良くなるのは、まだまだ先である。
		一般レストラン（経営者）	・当エリアは6月が忙しい時期になるが、それを過ぎるとお盆まで来客数が減る傾向にある。海水浴とか夏休みの旅行などには選ばれないことが原因にある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ここにきて週末もたくさんの空室が出るという状況は無くなりつつある。夏場までは現在の状況が続くとみている。
		観光型旅館（経営者）	・前年の秋以降、当地域への来客数が大きく落ち込んでいる。6月以降も予約状況に好転の兆しはみられない。
		観光型旅館（スタッフ）	・客の動きは良いが、このまま客単価の低下が続くと最終的に状況は悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全部門にわたり売上、来客数共に前年を下回っており、来月の予約状況も前年同時期と比較して下回っている。
		タクシー運転手	・だんだん客の乗り控えが目立ってきている。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税の影響は、しばらくの間は続くともみている。		
悪くなる		スーパー（店長）	・外的要因だけをみても、基幹店の近隣に大型の競合店が開店しており、環境は厳しくなる一方である。さらに、休業している競合店の出店予定もある。業績が良くなる要因は全く無い。
		コンビニ（経営者）	・消費税率の3%上昇分が、だんだん家計を圧迫しているようである。2～3か月後は今よりもっと悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・ファッション業という衣類は、スタートダッシュが悪いと絶対尾を引いてしまう。この春から夏にかけての商戦のスタートが買い控えに走っているため、これから取り返せるという状況ではない。楽観視したいが、現状を鑑みると厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・何か新しいことが無い限りは3か月先も全然良くなならない。
企業 動向 関連  (東北)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（総務担当）	・業界で廃業するメーカーが多く、パイは微増で寡占化が進んでいる。生き残れるメーカーも売上は微増である。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税増税の影響は思ったより小さく、売上はそれほど落ち込んでいない。消費税増税の影響はほぼ乗り切ったとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も徐々に受注量が増える見通しである。我々の業界での先行投資も積極的に行われている模様で、その効果も3か月先ごろから表れてくる。
		金融業（広報担当）	・消費税増税の反動減は次第に落ち着いてくる。
		広告代理店（経営者）	・業界全体の動向を鑑みた結果、やや良くなると判断した。
		経営コンサルタント	・東北の中小企業においても昇給したところが少なくなく、消費マインドは高まるとの期待がある。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・大手企業の好景気が、そろそろ地方の中小企業にも波及してくるのではないかと期待している。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・消費税増税による出荷の伸び悩みを心配していたが、順調な首都圏向けに加え、今月後半には地元向けの出荷も回復していることから、影響は無くなるとみられる。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・更なるコストダウンへの取り組みもあり、損益はプラスに向いていくとみている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・現在の動きをみていると、そう簡単に状況はよくなるはない。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税増税の影響が徐々に薄れつつあり、現状維持の状態が続いていく。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅の需要回復には数か月掛かる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷業界にとっては一番の閑散期である。新たな仕事を創らない限り好転は見込めない。
		土石製品製造販売（従業員）	・以前と比べ、昇級がなくなり社宅制度も条件が悪くなっている。今後もこのような状況が色々出てくるとみられる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・自動車関連は堅調に動いているが、その他の製造業関連は波があるので、全体的には状況は変わらない。
		建設業（経営者）	・今後もしばらくは建築又はリフォーム工事が出てくる。
		建設業（従業員）	・大型復興案件の発注が進むとみられる。一方で、資材や機材の調達や作業員確保の状況が抜本的に改善されるビジョンがないため、先がみえない。
		建設業（企画担当）	・消化能力には限界があるため、入札参加案件を選別せざるを得ない状況はしばらく続く。
		輸送業（経営者）	・景気の上向きは当地区では全くみられない。実態経済は非常に厳しいものがあり、現状から大きく変化することは期待できない。
		通信業（営業担当）	・既存顧客ニーズに応えるため、価格低廉化を前提にした付加価値でいかにPRできるかが課題となっている。
		通信業（営業担当）	・政治次第である。
		金融業（営業担当）	・マインドは改善してきている。
		広告代理店（経営者）	・夏までは消費動向の様子見が続く。
	司法書士	・消費税増税を契機とした消費の低迷も一段落した感があり、従来の状況に戻るとみている。	
	公認会計士	・建設関係は資材不足や人手不足で原価が上昇している。小売り関係も消費税増税の影響で売上が減少傾向にあり、夏ぐらいまでは現状維持の心配がしている。	
	コピーサービス業（経営者）	・7月以降の小口、中口案件は増加の状況にはない。少ないなかで競争が激化しており、実際に購入もしくは製作になった場合は、相当の競争が出てくるとみられる。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・現在の向上いた状態は、民間企業の多くが迎える7月のボーナス時期の少し後まで続く見通しである。	
	金属工業協同組合（職員）	・業態により受注量の増減のばらつきが顕著である。この先数か月は低基調が続く。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・東日本大震災から4年目となり、風評被害も無くなることを期待していたが、再度風評被害が大きく出てくることを懸念している。
農林水産業（従業者）		・農業資材価格や燃料価格がじりじりと値上がりし、収支を圧迫している。	
食料品製造業（経営者）		・地元の名物の専門店として商いをしているので、お土産やレストランでもそれほど影響は無いとみていた。しかし、全体的に旅行者も減少し、地元客の客足にもそういう傾向がやや出ている。この先も同様の傾向が続くと判断している。	
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車部品の輸出環境は、北米向けは現状と大きく変わることはない。しかし、新興国向けについては新興国経済の景気に陰りが出てきており、多少下向きになる。	
通信業（営業担当）		・消費税増税による買い控えの影響が尾を引いていく。	
広告業協会（役員）		・今年度は当県におけるイベントが少ない。また、消費の落ち込みなどが広告の出稿を抑えている。ボーナス商戦の広告申込が非常に少ないのも気になるところである。	
悪くなる	○	○	
雇用関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・受注量が増えているわけではないが、発注量は増加しているのでもよくなっていく。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・京阪地域からの求人もやや上向き傾向にあるので、この状況が地元まで浸透すれば今よりも上向きになる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響も薄れてきて、消費が回復してくる。企業の業績が上向いてくれば、採用意欲もますます増してくる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月以降3か月は続くとみていた消費税増税の影響は既になく、求人動向も堅調のようである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	職業安定所（職員）	・4月の月間有効求人数は約1万500人と、前年比14%の増加となっている。また、3月と比較しても若干の増加となっており、米国の大手金融機関の破たん以降では最高の数字となっている。
		人材派遣会社（社員）	・大手派遣会社合同登録説明会を今後も継続する予定であるが、新規登録者紹介キャンペーンの実施と同様に即効性は低い。
		人材派遣会社（社員）	・大学3年生の採用に向けてインターンシップを導入する企業が増えてきている。既に導入している企業でも、インターンシップで学生と接触できる回数を増やしている。
		人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチが続く限り良くはならない。
		職業安定所（職員）	・特にマイナスとなるような要因が見当たらないため、新規求人数は引き続き増加傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加が特定の業種に偏るなど、広範囲な景気回復の実感がない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要による業務量の増加に伴って求人も増加していた。今後は少し仕事が落ち着いてくるので、これ以上の求人の増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・小売業や製造業を中心に人手不足が継続しているが、消費税増税に伴う駆け込み需要の反動は予想外に少ないように見受けられる。
		職業安定所（職員）	・今のところ、求人、求職それぞれ大幅な増減要因は考えられない。ただし、建設、水産加工、医療介護関係の各業種の人手不足は当面続いていくとみられる。
		職業安定所（職員）	・依然として介護、建設など人手不足の業種からは活発な求人がある。また、消費税増税の影響を受けるとみられた卸小売、サービスなど他の業種からも、業績の悪化による求人の手控えの感触は無いので、状況はこのまま推移していくとみられる。
やや悪くなる		民間職業紹介機関（職員）	・例年5月初旬は若干の求人増となっているが、その後の増加は見込めない。
		人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費税増税の影響が出る可能性がある。 ・求人広告は大阪のみ前年同月比でやや増加しているものの、岩手、東京、仙台で減少しており、特に東京からの求人が3分の1になっている。地方では好景気の恩恵や実感が無かったにもかかわらず中央からの求人が減少しており、今後の状況に不安が残る。
悪くなる		—	—

### 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）	・夏に向かって乗客数が増え、イベント等もあり、販売数が増えていくからである。
		乗用車販売店（販売担当）	・駆け込み需要後の反動減で今は客が買い渋って売れていない状況だが、3か月後の8月ごろには今よりはだいぶ良くなって車が売れるようになる。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みシーズンが来るので良くなる。7月はまだ悪いと思うが、8月は1年間の中でもトップシーズンとなるため、2～3か月先ということであれば、総じて良くなる。ただし、今年の状況をみる限り、1年間を通して、景気そのものが平成22年の水準に戻ることはない。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2016年の大河ドラマの発表があったので、影響が出てくることを期待している。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・季節が変わり、夏に向けてそろそろ消費税増税の反動減から一回脱却し、回復してくるのではないかと。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の落ち込みがいつまで続くのかによるところが大きいが、緩やかに回復し増税前の水準に戻ってくると思われるので、今よりはやや良くなる。
		百貨店（店長）	・依然として消費税増税の影響は残るものの、高額商品群についても月を追うごとに動きが戻ってくるものと考えている。
		百貨店（店長）	・5月後半から宴会需要も復活してきており、全館でみた客単価は前年比98%と上がってきている。ファミリーレストラン、コンビニでも単価が高い商品を購入している客を多く見掛けるので、先行きはやや良くなる。

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
		スーパー（店長）	・賞味期限の長い加工食品も、さすがに数か月すれば消費され元に戻る。心配なのは冷夏の予測である。冷夏になった場合は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・来客数も増え、日替わり商品以外でも客が買い求める量が多くなっている。
		スーパー（総務担当）	・数値は4月と比べると改善傾向にあるので、このまま少しずつ改善していくのではないかと。ただ、少し気になるのは、客単価が前年より下がってきているところである。
		スーパー（統括）	・5月の食品の消費動向をみると、元に戻るというより健康、安心、安全で品質レベルの高い新しい価値の商品を求め始めており、顧客は新しい生活へと変化し始めている。
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税の影響も現時点では思ったほどではなく、今後ベースアップや賞与の増額の効果が表れれば、今よりも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・当店最大のピークとなる夏がやってくる。天候に多少の不安はあるが、きめ細かい品ぞろえや丁寧な接客、イベントなどを通して、消費税増税前の勢いを取り戻せると思っている。
		コンビニ（経営者）	・7～8月はコンビニ業界の一番のピークなので、これからはある程度期待できると判断している。
		コンビニ（店長）	・消費税増税による駆け込みの反動減から戻ったようで、客足は幾分増加に転じているが、原料価格高騰による商品価格の実質値上げ品が今後増えてくると見込まれるので、購買意欲が減ると予想され、期待の中にも不安がある。
		衣料品専門店（統括）	・消費税が5%から8%に上がって2か月たち、今のところはそんなに影響が出ているということはないようだが、必要に応じて必要な物を買うという客の意識は強い。現状ではフリーで街に出て買物をするということがなかなかなく、いつになっても客の購買意欲がわいてきていない感じがしている。当店では大体7月～10月にかけて地域の祭り等があるので、何とか品物が動くのではないかと期待している。
		家電量販店（店長）	・今の状態でボーナス商戦に入り、6月のエアコン販売にプラスとなる梅雨が来れば夏に指数の上昇するエアコン、冷蔵庫、除湿器、扇風機などがけん引役になり、サッカーワールドカップ効果で映像機器も伸びれば景気回復が望める。
		家電量販店（物流担当）	・消費税増税の影響が徐々に軽減してくる。
		乗用車販売店（経営者）	・6～7月とボーナス時期が来るため、受注増に期待できる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月があまりにひどかったもので、これ以上の落ち込みは多分ない。消費税増税も落ち着いてきたので、6～8月については販売台数がまた戻ってくるのではないかとみている。
		住関連専門店（経営者）	・地方の企業の業況は給与に反映できるほどは良くないが、賞与に関しては前年を超える企業がほとんどと聞いている。そのため、多少の高揚感から消費は拡大すると考えている。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税後の景気の落ち込みは、当初の想定より早く改善できそうである。
		一般レストラン（経営者）	・6月に入ってから、思ったほど消費税増税の影響がなかったとなるのか、多少の不安が残る。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税の影響が和らいできたため、6月以降は売上が前年並みに回復する兆しが見えてきている。
		都市型ホテル（営業担当）	・5月はゴールデンウィークの影響で、3～4月よりはある程度下がるとみていたが、影響はそんなになかった。この時期を乗り切り、消費税増税による影響もあまり感じられないことから、3か月後の稼働状況はやや良くなるのではないかと考えている。
		旅行代理店（所長）	・期待感も含めてであるが、夏季需要の伸びに期待したい。要素としては、観光関連団体による首都圏での誘客キャンペーン、各観光地でのイベントがある。
		旅行代理店（営業担当）	・夏の旅行シーズンを迎えるので、いくらかは上向き傾向になる。
		タクシー（役員）	・現状のまま推移すればやや上向き加減になるのではないかと。
		遊園地（職員）	・夏にオープンする新規施設による集客や、外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客が来園することを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（業務担当）	・5月は前年比で入場者が若干のプラス、目標比でみると入場者、売上共にプラスになっているが、単価は下落した。2～3か月先も同じような傾向が続くのではないかと考えている。予約の取込みも順調にきているが、収益面については利益率に若干疑問などところがあるので要注意である。天候によっても大分影響されるので、雨の日が続くとまた数字が読めなくなってくる。いずれにしてもゴルフ熱は若干上向き状況のようである。
	変わらない	商店街（代表者）	・いくらマスコミでアベノミクスと報じても変化がない。大型店には行くが、専門店や路面店への客足はやはり遠のいている。
		商店街（代表者）	・来年の消費税10%への増税の会話がちらほら聞こえてきている。
		商店街（代表者）	・スポーツ用品を扱っているので、秋まではスポーツシーズンでいろいろな競技もあるため、何とか今のままでいけるのではないかと思っている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・当業界では品薄のために仕入原価が大幅に急騰しており、消費税増税分どころか大幅値上げを考えなければならない状況になってきている。しかし、売上は減少気味で、景気上昇という状況にはない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・必要があれば購入するというケースが多いので、顧客を離さないよう取り込んでおくのに四苦八苦である。消費者の購買意欲を出させない限り、売上増は厳しい。
		百貨店（営業担当）	・基本的には変わらない。慎重さは増してくると思うが、消費税増税の影響も徐々に薄らいできているので、景気自体が落ち込むようなことはない。
		百貨店（販売促進担当）	・増税に伴う、消費マインドの低下はしばらく続く見込みである。
		スーパー（商品部担当）	・改装を行なった店舗以外は、1品単価や買上個数が上昇傾向にないため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・店舗前の反対車線から入店できないように道路が変わって以来、厳しい状況が続いている。
		コンビニ（店長）	・消費税増税後しばらく経過し、ある程度増税前の状況に戻ってきており、競争相手も落ち着いているので、特別大きな変化があるということはない。
		衣料品専門店（販売担当）	・現在の悪さを考えると、これ以上悪くならないで欲しいと願うばかりである。ただし、夏物に関してはかなり我慢をする時期というのもあるので、期待を込めて変わらないで欲しいというのが正直なところである。
		乗用車販売店（経営者）	・しばらくは消費税増税の影響を受ける。今年の後半になれば、自動車業界もニューモデルや低燃費車の発売などの動きが出てくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・少ない商談件数の中でも、自動車はできるだけ安く乗りたいという客の気持ちが強くて、下取り車を高く評価するなどして利益が思うようにならない状況が続いている。
		乗用車販売店（管理担当）	・ベースアップやボーナスの状況が分からない。
		一般レストラン（経営者）	・景気浮揚策は都会一極集中で、なかなか地方にまでは影響が出てこない。
		一般レストラン（経営者）	・今までの長い不景気で染み付いた感覚をなかなか拭えないように思える。人は動いても経済は思ったほど動かない、という状況がこれからも続きそうである。
		一般レストラン（経営者）	・客との会話では景気の良い話は聞かれない。
		スナック（経営者）	・動向的に急に上がったり下がったりというようなことはない。
		スナック（経営者）	・変わらないと思う。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響なのか、やはり少しでも切り詰めた生活をしていきたいという客が多い。今後10%に増税される際の対策の方が頭が痛いところである。いずれにしても客はどんどん減っていくのではないかと。
	都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドを始めとして、団体予約は大分回復してきたが、消費税増税の影響もあり個人客の伸びが悪い。	
	タクシー運転手	・今の流れから、悪くなくても良くなる気配はならない雰囲気である。	

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
		タクシー運転手	・消費税増税後も、乗客数はほとんど変わっていない。初乗り料金は変えていないが、走行距離に応じて100円ずつ上がる際の距離を短くした。それによって売上、利益もほとんど変わっていない。
		タクシー（経営者）	・5月の動きからすると、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・消費税増税による買い控えや節約の動きは今後も続く。
		通信会社（局長）	・景気が良くなることへの期待感は継続して増大しているが、足元の景気が良くなっていると強く実感できていないので、3か月先の予測も控えめになってしまう。
		テーマパーク（職員）	・増加に転じる要素が少ないため、期待感が持てない。
		観光名所（職員）	・海外からの観光客は雪を目当てに訪れるため、夏の入込は少ない。高速道路の割引がなくなるという情報も聞くので、国内の観光客が減少しないか心配である。
		ゴルフ場（支配人）	・予約の伸びが弱い。地域性が強く、来場者も固定客が多いため、常に新たな企画を立てて集客に努めている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・しばらくは今と変わらない状態で推移する。
		美容室（経営者）	・これから先はあまり変化がないが、客が高齢化してきているので、固定客が少しずつ減少し、客数が減ってきている。
		その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・各テナントの予約状況や当駐車場の予約、回数券等の販売も横ばいなので、変わらない。
		その他サービス [イベ ント企画]（職員）	・地方では景気高揚の実感はなく、慎重な姿勢に変わりはない。
		設計事務所（経営者）	・3か月先まで予定が入っており、忙しい状況である。
		設計事務所（所長）	・今月、来月とイベントがあるので不調から抜け出したい。受注が増えるよう何とか努力したい。
	やや悪くなる	一般小売店 [乳業] （経営者）	・依然として今後消費が伸びる要因が見当たらない。
		一般小売店 [青果] （店長）	・ゴールデンウィーク明けより良くない状態が続いており、この先良くなるという様子もない。
		百貨店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあったが、反動減だけでなく、増税の影響が大きい。
		スーパー（経営者）	・消耗戦の状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・当店から1キロ以内のところに月末、競合店が開店した。非常に影響が大きいので、今後は売上が下がる。
		乗用車販売店（経営者）	・毎回同じような回答になってしまうが、相変わらず2次下請以下は厳しい。また、特に運送会社は燃料費、高速料金の高騰（実質160%くらい）を転化できずに苦しんでいる。
		乗用車販売店（従業員）	・受注が減少しているため、今月も先行きも非常に厳しい状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税により顧客が無駄なお金を使わなくなってきている。車でなくバイクに乗ったり、金額の高い保険をやめたり、スポーツカーなどの遊びの車をやめたりという現象が顕著に出ているので、先々財布のひもは厳しく、楽観視が全くできない状況である。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税を体感してくるのはむしろこれからである。景気の高揚感と節約志向が交錯し、結果として伸長カテゴリーと低迷カテゴリーの色分けが濃くなり、生活品については厳しい状況になると想定している。
		高級レストラン（店長）	・消費税増税の影響で今年一杯は節約モードが強いように感じられる。
		旅行代理店（従業員）	・中国の動向に注意が必要なためである。
		通信会社（経営者）	・LPガス販売において、地方では主要な顧客層が高齢者であることから、顧客減少が致命的といえる。人口減が続く以上、地方でこの先右肩上がりの成長を望むことは不可能である。もう少し地方や若者支援に目を向けてもらいたい。
		競輪場（職員）	・一流選手が出走停止になり、全国発売の売上が低下すると考えられるため、当然、地方の売上も減少してくると見込まれる。
		美容室（経営者）	・客の話聞いても、食事などはこれ以上は切り詰められないので他の出費を極力抑えているということである。残念ながら地方の小都市ではこれから更に消費は落ち込む予測である。
		住宅販売会社（従業員）	・地方に活気がない。別荘の需要は低迷が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	住宅販売会社（経営者）	・建設関連の価格が落ち着かないことには、原価が上がり採算が取れない状態が続く。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・市内の道路等には観光客がかなり多い。そういう地域なので、やはり観光客の売上がないとあまり良好とはならない。観光客も今はお土産などを買わなくなっているの、その影響もある。
		スナック（経営者）	・今のところ上向いていく雰囲気にはないので回復にはもう少ししばらくかかるのではないかと思う。来月にはサッカーワールドカップがあるが、試合の日は人が出ない傾向があるので、かなり心配している。
企業 動向 関連  (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社の社員数、規模からして、太陽光発電の収益は大きいので、今後はより安定することになる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・2、3か月前よりは順調に伸びており、これからも来店者増が予想されるが、今後はガソリン価格の高騰による影響がやや心配である。
		化学工業（経営者）	・例年どおり夏場に向けて落ち込んでいく仕事もあるが、他の仕事を十分に確保してあるので、工場の稼働も心配しないでいられそうである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の新車販売が好調で、更なる新車投入も控えていることから、先行きはやや良くなる。
		建設業（総務担当）	・6月からようやく公共関係の発注が出てくるという情報も入ってきているので、少なくとも今よりは改善する。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・大型店ではすでに前年に近付いていると話す店長もおり、観光会社は前年以上の需要があると話しているが、反面、個人店や小規模店では落ち込みがまだ続くとみている。
		経営コンサルタント	・消費税増税後の需要の反動減などはほとんどなく、各方面の取引関係は落ち着いている。消費等もほぼ例年通りであり、企業の設備投資意欲や営業活動も盛り上がってくると考えている。
		司法書士	・世界遺産登録の流れに乗って人の動きが出てきており、動産の相談も来ているので、少しずつは良くなっていく。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	・値上げをしたところ、価格で取られてしまった取引先がいる。良い商品は良い材料で作られており、それなりの原価がかかるかと理解することも重要だと考えている。何十年の付き合いでもそろばん勘定のみでしか判断されないとすると、地域で商店が生き残っていくのは本当に大変である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品を投入するものの、反響すら乏しく、見通しは不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが行われているが、価格に転嫁できない状態である。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先次第で、予定が立たず、急に仕事が増えたり、なくなったりしている状況なので、先行きが不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引先の開拓、並びに従来からの取引先に対する受注増と、あらゆる方法で努力を重ねている。まだ現実に受注増につながってはいないものの、半年後あたりからという手ごたえを感じているので、期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・既存の仕事が増えるような動きはなく、新規の仕事も売上につながるのはまだ先である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在やや厳しい状況にあるので、どう考えても秋口までは売上増ということにはならない。とにかく夏場が正念場である。仕事量はかなり落ちているので、回復するのは半年後くらいとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全般には安定してきたような状況であるが、先は読めない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・例年この時期は受注、売上共に減少傾向となる。今後の公共及び民間物件の増大に期待している。
精密機械器具製造業（総務担当）		・商品のPR、販売拡大に努めているものの、成約には至らない。また、入札案件そのものが少なく、手詰まり感があり、先行きに明るさはうかがえない。	
輸送用機械器具製造業（経営者）	・このところ4～5か月はずっと良い調子が続いているが、2～3か月先がどうなるかは全く分からない状況である。		
輸送業（営業担当）	・今後は天候に左右されるところもあるが、季節商材、特に省エネ家電、扇風機や対策用品としての日よけシェード等の物量が増える予定である。しかし、燃料高や高速料金の改正により、コスト高で利益確保は難しくなる見込みである。		
通信業（経営者）	・変わりそうな気配がない。		

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
		金融業（調査担当）	・消費税増税後の反動減の影響は夏ごろまでは続くと思われる。
		金融業（経営企画担当）	・消費税が増税されたにもかかわらず、景気が悪くなったと感じないので、逆に今後良くなる可能性があるのではないかと思うが、2～3か月では厳しい。
		金融業（役員）	・建設や自動車関連の受注量は増えているが、それ以外はまだ地方には恩恵を被っているところはないというのが実情である。また、仕入れ単価も上がっているの、なかなか厳しい。
		社会保険労務士	・賞与の支給額が大幅に増加すれば夏場に持ち直すかもしれないが、今の状態がいたら続くのではないか。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の引き合いや商談状況から推測すると、やや活発に動いており、あまり変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税の駆け込み需要で3月は良かったが、4、5月は受注量が少なくなっている。当地域の景気回復はもう少し先だと考えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先における消費税増税の影響についての見極めがまだ不鮮明であり、楽観的な見方ができない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・宝飾品は外税にすることは難しく、展示会では内税で対応している。そのため、例えば29,800円といった規格品については卸業者側に税額分の負担が強いされており、増税により経費も増えている。6月以降展示会を企画しているが、売上はかろうじて確保できても収益は落ちる見込みである。
		不動産業（管理担当）	・退去した大口テナントの後の入居予定がしばらくないので、今後もしばらく売上減の状態で推移しそうである。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税は中小零細の経営を直撃している。今後は間違いなくもっと厳しくなる。
		悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）
	建設業（開発担当）		・公共工事は前年のアベノミクス効果は大変有難かったが、今年度は前年比5%減の発注という不安な状況でのスタートである。民間工事は消費税増税の影響で、しばらく発注は全然期待できない。本当に今年度は先行き不透明で、不安が一杯である。
	不動産業（経営者）		・スタグフレーションである。
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）
		人材派遣会社（管理担当）	・夏に向けて食品関連企業、特に麺類関係での派遣が増える予定である。
		職業安定所（職員）	・製造業の中で、受注が増えて人手不足の事業所がやや増加している。ただし、受注増は一時的な動きか恒常的かの判断がつかかねて、求人は非正規雇用労働者の募集にとどまっている。
		職業安定所（職員）	・前年同時期に比べ、求人が増加しているように感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・採用が一服すれば、育成に入るはずなので、無尽蔵に求人が増え続けることはない。労働市場にある有効な人材が減ってきてつつあり、今後は景気を維持しつつ、人材確保から質へと向かっていく。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響や、新卒社員の入社などで、求人募集は各社様子見の傾向である。小売業では大幅に求人数が減少したが、建設業ではオリンピックで東京周辺のスポーツ施設を各国がキャンプ地として利用することを期待して、スポーツ施設の改修工事などの仕事が出ており、極端に2～3か月で落ち込むとは考えられない。
		職業安定所（職員）	・求人動きをみると、正社員よりパートタイム、派遣の求人の伸びが高く、消費税増税の影響が今後どのように推移するか様子見の姿勢がうかがえる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・夏物衣料、食品ではギフト商材関連は今後伸びていく。また、建設関連では住宅よりは公共事業や災害復興等で、相変わらずの人手不足を反映して募集傾向があるとみている。まだ予断は許さないが、このへんで景気の好転の材料が何か欲しいところである。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・身近に清算会社がある。
	悪くなる	—	—

#### 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	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・夏の天候には左右されるが、ボーナスが上がっている企業もあり、エアコンの売上が伸びている。前年よりも早く売れ始めている。
		スーパー（店長）	・競合店出店から1年が経過し、来客数が前年を上回るようになってきている。予算も前年実績に対して計画するため、今後は目標をクリアできるのではないかと見込んでいる。この先3か月以降は現在よりは良くなる。
		コンビニ（経営者）	・6月は平均気温が非常に高くなると言われているため、飲料関係や食料品関係も総体的に上がると思う。
		家電量販店（営業統括）	・ボーナス商戦に向けて、4Kテレビや高機能エアコンなどに客の注目が高まっている。また、夏のレジャーシーズンが始まり、海外からの客も増加傾向にあり、販売数量、客単価共に上昇することが期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税の影響が思いのほか表われておらず、これがなければもっと上がるのではないかと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・一般消費者は不景気にはもう飽きてうんざりしているのので、アベノミクス効果もあり、良くなるという雰囲気がある。3か月後は今より良くなっていると期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・3か月先は夏のボーナス上昇も多少あり、賃上げによる効果が出てくると期待している。約1割増を見込んでいる。
		商店街（代表者）	・現在は消費税増税後の落ち込みの時期のようである。消費者がもう少し消費税に慣れてくれば、マインドが上がってアベノミクスへの期待感で消費意欲が今年初旬のような感じになってくる。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・前回の消費税増税時を考えると、6月ごろからは徐々に動きがあったように思う。省エネ効果の高い商品をメインに勤めていこうと考えている。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・当市ではプレミアム付き商品券が始まるので、その効果に期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税後の買い控えから徐々に戻り始める。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・アベノミクス効果で景気が良くなり、消費も拡大していくような気がするので、やや良くなる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商では来月、再来月の案件が出てきて3、4月と良かった。今月は消費税での反動減が若干あったがそれほど大きなものではなく、小さい振れである。来月以降の案件等も決まっており、一般の小売でも来客数が減っておらず、かえって小売の方が良いような感じがしている。大型物件が一段落したが、来月以降の予測がある程度立てられているので、徐々に回復してやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・企業のボーナス支給が前年よりプラスになると予想される。また、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が一服し、化粧品などで買換え需要が出てくると予想される。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減も4、5月で吸収され、6月で前年同様、7、8月には前年を上回る勢いが来客数、購買動向からうかがえる。この下期からは更に景気が良くなるということも想像に難くない。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税によるたばこや実用品の買いだめも底をつき始め、ゆっくりとはあるが消費は回復していく。百貨店のクリアランスは今年も開始が二分され、6月後半には第一弾が始まり衣料品を中心に売上が上向く。更にこのタイミングで支給されるボーナスは景気回復で前年より増加し、高額品の需要回復が期待される。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減の状況は徐々に改善されつつあるので、夏ごろには例年並みの売上に戻る。
		百貨店（営業担当）	・夏のボーナス支給予想も出ており、決して消費マインドは下がってはいないはずである。季節も変わりシーズン商材の購買拡大は期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・夏のボーナス増額など消費への明るい兆しに期待している。
		百貨店（営業企画担当）	・数か月すれば現状よりは回復する。
		百貨店（販売管理担当）	・現在、消費税増税に伴う駆け込み需要で購入できなかった夏物衣料を中心に回復の兆しがみえていることから、今まで我慢していた消費者の購買意欲が刺激され、3か月後は現状よりもやや良くなっていると思う。
		百貨店（管理担当）	・今年の春闘ではベースアップ実施の企業が大幅に増え、消費税増税の反動減による一時的な景気の落ち込みも回復しつつある。
		百貨店（営業企画担当）	・雇用や所得の底堅さから景気全体は持ち直しに向かうと思われるが、駆け込み需要が大きかった宝飾品、時計などの高額品は、好調だった前年の反動もあり、影響が長引く可能性もある。
		百貨店（副店長）	・売場は消費税増税の影響を感じさせない動きを続けており、あとは企画力、イベント力をしっかりと続けて需要を喚起できるかにかかっている。お中元ギフトについては想定がなかなか難しい。
		百貨店（計画管理担当）	・消費税増税前の駆け込みで購入した貯蔵品がそろそろなくなるころであり、季節も変わったことから必要にかられて新規に購入するようになってくる。また、消費税増税による値上がり感にも慣れてくるころだと思う。
		スーパー（経営者）	・2月は降雪の影響、3月は消費税増税前の駆け込み需要で良かった。4月は前半は悪かったが後半は生鮮が持ち直して何とか前年をクリアした。流れとしては非常に順調にきている。5月に関しては耐久商材はやはり悪いが、生鮮が非常に良く、大分上向きになっている。この傾向はまだ2～3か月続くのではないかと判断している。
		コンビニ（経営者）	・これから暑くなるので、人の動きも活発になる。
		コンビニ（経営者）	・本部の政策が当たり来客数は増加している。このまま進めていけば、まだ伸びる要素があると考えられ、期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数のトレンドに持ち直しがみられるため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・本体表示価格が許されてから割安感が強調でき、客は増税を飲み込み、購買意欲が刺激され景気は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が思っていたよりも少なく、今後もこの状態で推移していくことと、ベースアップ分が消費につながるよう期待している。
		衣料品専門店（店長）	・ボーナス支給額が過去最高となり、バーゲン需要に伴う来客数増が予想されるため、今まで買い控えていた客が多く来店すると見込んでいる。
		家電量販店（統括）	・天候次第で状況は変化する。
		家電量販店（経営企画担当）	・今後も前年を大きく割る状況ではないと考えている。消費税増税による反動減の谷は相当小さくなってきている。6月の梅雨入り、気温の寒暖などの季節要因やワールドカップ需要等がどのように影響するか注目している。プラス要因は全産業の夏のボーナス支給額の平均が5.9%増ということである。
		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、販売があまり芳しくない。3～5月は前年比で5割減だったが、6月ごろから少しずつ回復してくると見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の販売は2月以来来店も少なく苦戦していたが、ゴールデンウィーク明けから来店客が増えてきている。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・消費税増税による買い控えが一段落するため、やや良くなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が時機を得ているため、今後も景気は良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税率8%も定着し、10%への移行前までは売上高も堅調に推移する。
		一般レストラン（経営者）	・地元住民が増加し、また、周辺ホテルの外国人観光客が隣接の当地域にまで目立つようになってきている。
		旅行代理店（従業員）	・1か月を切ったからの団体旅行申込が増えており、また、料金にこだわらない団体客も増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	・先の受注が前年比105%くらいで推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・国内景気は6月ごろまでは消費税増税で足踏みするが、一時的との見方があり、順調にデフレ脱却に向かっているのでタクシーは梅雨の季節に入り、傘代わりにタクシーを利用する客が増え、周辺ターミナル駅等は忙しくなりそうであり、景気は良い方向に向かう。
		タクシー（団体役員）	・消費税8%転嫁後の4月後半の伸び、ゴールデンウィーク後の落ち込みからの回復、政府及び日銀の金融緩和策への期待を考慮すると、短期的には必ず景気は良くなる。
		通信会社（社員）	・大きな落ち込みの理由が見当たらない。また、キャンペーンなどが予定されており、2、3か月後にはまた伸び率が上がると予想できる。
		ゴルフ場（支配人）	・7、8月の夏場に向かっでの来場予約が順調である。
		ゴルフ場（支配人）	・サラリーマン待望の春闘での賃上げ、ボーナスの増加など希望が持てる。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税後の4月上旬は厳しかったが、現在は元に戻って例年とそれほど変わらない。以前より全体的に良くなっているため、期待も込めてやや良くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問い合わせは少しずつ増えているので売上の的には変わらないが、多少景気が良くなるという希望的な観測をしている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・駆け込み需要の反動減が出るのは2～3か月だと思っているので、8月ぐらいになれば消費税増税による需要の落ち込みも少しは上向くのではないかと考えている。また、経済情勢による株の上昇、下落といったことも今後影響してくる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費者が消費税増税に慣れてきてくれるのではないと思う。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・期待も込めて2～3か月先は売上増になる。年間目標が前年比5～10%増のため、景気と連動して増加することを期待している。
		設計事務所（経営者）	・大きく上向きになるとは考えにくい。しかし、息の長い基本に関わるようなプロジェクトが具体化してきており、少しずつ上向いていくのではないかと期待している。
		設計事務所（所長）	・今まで民間の仕事はほとんどなかったが、今年になりやっと動いてきた。民間が活性化することは景気につながるの期待している。
		設計事務所（所長）	・新しい話が出てきているのと同時に、遅れている物件がまとまっていけば、多少上向いてくる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後の数か月は消費が落ち込むと言われているが、その後、大企業は景気が回復すると思われる。しかし、中小企業においては依然として不況の中に取り残されており、早急な中小企業向けの景気対策を期待しているところである。また、個人の所得が増えていないため個人消費も増えないと思うが、希望的観測を含めてやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が戻りつつある。
		住宅販売会社（従業員）	・大幅に良くなるとは思わないが悪くなる要素がなく、緩やかに良くなっていく。当社のアパート販売も順調に契約になっているが、建築コストや人手不足はまだ完全に解消していないので、景気は上向きになる。
	変わらない	商店街（代表者）	・店舗前の通行量についても若干少なく、客の状況からあまり良くなる要素はない。客を取り込んでいくことができるかどうかで売上が相当変わってくると思うが、厳しい状況が続くのではないかと考えている。
		商店街（代表者）	・最近の天候は5月だというのに暑すぎる状態が続いており、年配者の動きが悪くなるのが考えられるので大変心配している。
		商店街（代表者）	・消費税増税が浸透し、消費の引き締め意識が増大する反面、当店のよう菓子製造販売業としては、予想されるエルニーニョ現象による冷夏が消費者の真夏の食の減退を緩和して、販売量の減少を抑えることを予想し、今夏は上がらずとも下がることはないと考えている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・まとまった注文のある取引先の件数は増えているものの、来客数が減少しているため、消費税の影響がまだ続くのではないと思う。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・当店は低単価商品が多いため、消費税増税の影響もなく変わらず推移している。3月に官庁への納品があったので、それがない分少しマイナスになっているが、店売りは横ばいで推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・当社はゴム印を取り扱っているが、パソコンの普及でゴム印を製作することが非常に少なくなっている。また、印鑑を使用する機会も昔と比べて少なくなった感じがする。先細りという感じの業種ではないかと考えている。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・新茶の後押しもあり個人の売上は良いものの、企業の売上が下降のままなので、全体ではあまり変わらない。
		百貨店(営業担当)	・4月からの消費税8%による影響も最小限にとどまり、衣料、雑貨をはじめ美術、宝飾、時計等の高額品も前年並みに回復している。天候が比較的安定していることが要因の一つであり、景気回復が本格化したとは言えない。
		百貨店(営業担当)	・価格対応でも乱発の影響が顧客の反応は薄い。今後、売れ筋がみつからないと厳しいシーズンになる可能性がある。
		百貨店(営業担当)	・消費については全体的に緩やかな回復が続く。一方で8月は国内外の旅行が増えるため、一般消費はそちらに流れる。外国人による需要の取り込みがポイントとなるが、唯一の懸念材料としては、人手不足による機会損失であり、早急に対応すべきと考えている。売上の推移に大きな変動はないと見込んでいるが、インバウンドによる売上増、機会損失による売上減といった、売上を構成する内容の変化は起こると推察する。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税による反動減はもうしばらく継続する。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税の影響は、月を追うごとに薄れていくことが予想されるが、消費に対する慎重な姿勢は続く。
		百貨店(店長)	・消費税増税後の動きは17年前に比べると悪くはないが、今後の動きが読めない。
		スーパー(経営者)	・大手企業の進出によって売上のパイの奪い合いになっている。
		スーパー(店長)	・単価、点数共に横ばいの状況が続いており、好転する気配はまだない。
		スーパー(店員)	・日々の購買動向にさほど変化はみられないが、必要な量を必要な時にだけ購入する傾向がみられ、依然として余分な物、必要のない物等は買い控えられている。
		スーパー(総務担当)	・今夏のボーナス支給額が上がるということだが、ベースアップを含めた昇給が消費税の税率よりも低いということで、スーパーが販売しているような日常的な物については非常に財布のひもが固いまま推移するように思われる。ただし、天候予見や流行など客の心理に訴えるものがあれば売上は上がると思うが、今のところ前年を3~5%ぐらい割った状況で推移すると見込んでいる。
		スーパー(仕入担当)	・消費税増税の影響で顧客の価格に対する目がますます厳しくなっているようであり、価格競争は続き、利益を圧迫すると思う。
		コンビニ(経営者)	・現在の状況がいつまで続くかはまだ不明である。天候に恵まれたので良かったという可能性もある。
		コンビニ(経営者)	・気温が高くなったので飲料などは売れているが、全体的にみると前年と変わらない。たばこなどは少し落ち込んでいる。
		コンビニ(商品開発担当)	・消費税増税による節約志向は想定より大きくなかったが、今後の動向については、景気回復につながるきっかけも感じられないため変わらない。
		衣料品専門店(経営者)	・収入が増えてくれば消費も活発になるが、物価の値上がり先行しているために生活防衛意識がかなり強く、景気回復を実感できるのはしばらく先になる。
		衣料品専門店(経営者)	・変わらないと回答したが、分からないというのが実際のところである。消費税が上がって1か月ちょっとで、大体の理解は得ているが、本当の需要期である秋口にどのようなことになるのか興味津々である。良い方向には向かっていないということだけは言える。
		衣料品専門店(営業担当)	・売上は5月を超えることはないが、それでも売れ筋商品の確保で前年並みの売上を狙うつもりなので、大体横ばいになる。
		家電量販店(店員)	・現在と変わらない状況が続くと予測される。また、産業や企業の動きをみる限り、景気は平行線である。
		乗用車販売店(経営者)	・既存客の訪問回数やダイレクトメールを増やしているが、まだ効果が出ていない。
		乗用車販売店(営業担当)	・必要にかられて購入しようという客の来店はあるが、興味だけでの来店がなくなっている。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・現在のような若干良い状況でここ数か月間は進む。ただし、建設関連の受注残は相当増えていて、これが来年どこまで登録できるか、来年登録できる時まで仕事量があるかどうか、各メーカーとも不安がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・まだ購買意欲が上がるような国家の対策や新型車などが無いので先行きに不安を感じる。
		乗用車販売店（総務担当）	・8月まではこの状態が続く可能性があるため、変わらない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・6月にはお中元などの支出も増えるので、あまり期待できない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・社会全体で景気が良くなると、巣籠もり、安近短ホビーである家庭用ゲームは、消費が下火になる傾向がある。
		高級レストラン（副支配人）	・予約状況の推移から変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・客と接していてもまだ単価を上げられるだけの勢いが感じられない。景気の良さが飲食業界に及んでくるにはもう少し時間がかかる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は4、5月はほとんどなかったが、これから影響が出てくるのではと心配している。
		一般レストラン（スタッフ）	・良いところは良く、あまり良くないところもさほど落ちていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響が今後更にどう出てくるのか分からないというのが正直なところである。
		旅行代理店（経営者）	・消費税に関係なく2～3か月先までの予約を受注しているので、現状と変わらない。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は7、8月ということになるが、その時期は法人団体の減少が常なので、減少分を個人旅行で取らないといけない。今のところなかなか出足が遅いので6月になって7、8月の個人商戦を獲得しないと厳しくなる。また、海外については、中国や韓国などの情勢が悪いところはやはり敬遠されてしまうので、その他で獲得していくことになる。
		タクシー運転手	・思ったほど悪くはないが消費税の影響が大きな要因になり、相変わらずマイナスの傾向が続く。
		タクシー運転手	・降雨の日がやや多くなり、早い梅雨入りとも言える天候で客の利用が少し良くなっている。梅雨本番となれば、例年同様の利用に期待できる。
		タクシー運転手	・良くなる感じがしない。
		タクシー運転手	・会社の業種によって景気の差が大きすぎる。もう少し景気が良くなっているという会社が増えてくれないと、タクシーの売上は良くならない。
		タクシー（経営者）	・消費税が今後10%に上げることを想定すると、アベノミクスで景気が若干上向いてもそれと相殺されそうな気がする。
		通信会社（経営者）	・消費税増税後の落ち込みはあまり感じられない。このままで行きそうである。
		通信会社（経営者）	・サービスより価格を優先する傾向は続きそうである。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月同じ状況が続いており、消費税増税の影響もそれほど横ばいである。
		通信会社（管理担当）	・ボーナスによる好景気感は現実味を帯びていないし、景気への期待感もさほど実感していない。景気回復の兆しという言葉に、皆が慣れてしまっている感じである。
		通信会社（局長）	・夏のボーナス上昇を経て気分的に上向く可能性は否定できないが、それも末端の消費者まで浸透するかは疑問である。また、国際社会の情勢や消費税10%への懸念があり、精神的にはまだ開放的とは言えない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。消費税増税の影響は思ったより大きくなかった印象はあるが、株価の停滞や世界的な情勢不安からくる閉塞感が払しょくできない。
		通信会社（総務担当）	・景気回復の兆しはみられるが消費税増税の影響も少しあり、実質的にはあまり変化がない。
		通信会社（経営企画担当）	・現時点で今後の商談の状況の変化があまりない。
		観光名所（職員）	・観光地のため、5月のゴールデンウィークはかなりの旅客があった。2～3か月後は夏休みに入り、同じように旅客があると信じている。

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
やや悪くなる		ゴルフ場（従業員）	・長年の不況で簡単に見直しを明るくするという楽天的な判断はできない。公共工事の発注では労務費の単価をかなり上げており、それが景気回復の対策でもあるのかもしれないが、本当に反映されているのか疑問である。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税により4月は来場数が極端に減ったが、そのまま引きずって今月も良くない。今後も好材料が出ない限りは苦しい状況が続く。
		その他レジャー施設 （経営企画担当）	・今後の催事開催予約や来館者予約も堅調に推移している。消費税増税の影響は明らかにあったものの、想定範囲内であり、今後も底固く推移するのではないかと思う。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響で、少し消費が落ちているように感じる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・5月の入塾希望者数が前年とほぼ同じであるため、変わらない。
		設計事務所（職員）	・新年度に入ってから官民共に順調な案件発注状況であるが、景気が良いという感覚はない。
		住宅販売会社（従業員）	・現状の受注残も少なくなってきており、今後の売上に影響が出そうである。また、住宅展示場等での新規客獲得数が前年比20%ほど落ちているため、受注も厳しさを増しそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・今月は非常に景気が悪かったためこれ以上は悪くならないという状況だが、良くなる要素も見当たらない。集客増を狙ったキャンペーン等の仕掛けをしていく予定だが、すぐに販売増につながるか予想できない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の心理的な影響が大きい上、景気回復の実感が客全般に浸透していない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現状、消費税増税後の反動減から受注量が落ち込んでいいる。需要が回復していく実感はまだない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税増税時は影響はなかったが、やはり徐々に消費税の重さを感じるようになり、景気が悪くなっていくように感じる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・大企業では給料やボーナスが上がっているようだが、中小企業や年金受給者は、消費税増税の影響がこれから徐々に出てくるので心配している。
		スーパー（総務担当）	・今後2、3か月の間に食品中心の競合店の出店計画があり、その影響を受ける。
		コンビニ（経営者）	・近隣の工場が閉鎖し、来客数が減少するためやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・競合の激化に加え、パート、アルバイトの応募が全くなく、一部店舗に支障が出始めた。さらに時給の大幅アップによる悪循環が起り、地域全体も先行きが不透明である。
		コンビニ（経営者）	・最近、客の年齢層が大分高くなってきて、一度にいろいろな物を買ひ、しばらくは出歩かないようにする客も結構いる。その影響もあると思うが、当店の周りでも様々な店が辞めており新規で増えるということは今のところない。このような状況は今後も続くと考えている。消費税が上がったにもかかわらず、売上が上がっていない。
		衣料品専門店（経営者）	・4月以降、顧客、フリー客共に来店者が少ない。今後の夏物バーゲンも数字が不安である。冷夏予測もマイナス要因であり、仕入、粗利益の予測ができない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の影響は小さくなってきているが、それ以上に大きなダメージが燃料や電気料金、材料費の高騰である。これらが落ち着けば消費は緩やかに向上すると思うが、いつ落ち着くのか見通しが立たない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・受注残が減り、新車登録は前年比10%マイナス、受注も同15%マイナスで推移している。ただし、小型車、ハイブリッド車の人気は高く、やはり経済的な車が圧倒的に支持されている。楽観視はしていないが、総受注はここ数か月で持ち直してくるとみている。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減、全般的な仕入コスト上昇による収益の圧迫、価格転嫁が進む可能性等を考えると、先行きはやや悪くなる。
住関連専門店（統括）	・消費税増税で必要以外の物はあまり購入しない傾向にある。厳しい買い控えはまだ続く。		
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の7、8月は真夏の暑い時なので売上が落ちる。そのため2～3か月先の景気はやや悪くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・建築業の客から、仕事はあるが人がおらず、すべてのコストが上がってきており、やればやるほど赤字になるという話をよく聞く。お金がなかなか回っていないというのが実態のようで、仕事は来るが需要につながっていない状況なので、しばらく景気は落ち着かない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の受注量が全く伸びていないため、2～3か月先の景気は厳しい。	
		旅行代理店（従業員）	・無駄な消費をしなくなる。	
		タクシー運転手	・消費税増税後3～4か月は流れをみているため動向がよくつかめないとされているので、まだ1～2か月は様子見である。	
		通信会社（経営者）	・6月から新メニューへの切り替わり及びチャンネル変更が計画されているものの、すでに客からの問い合わせによるコールセンターの受電率も9割から6割台に低下しており、販売も新メニュー変更の旨を織込むまでしばらく混乱が予想される。	
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きへの心配から、しばらくは解約数の減少は見込めない。	
		通信会社（営業担当）	・消費税増税となり、物価は上昇しているが所得は増えていないため、消費者は買い控えをしているように感じる。	
		設計事務所（所長）	・現在、人手不足が深刻な状況である。東日本大震災からの復興、東京オリンピック関係の工事が始まるとますます大手施工に景気が引っ張られがちになる。やはり末端まで景気が行き渡るまでにはまだまだ時間がかかる。中央の方に仕事が集まり、地方にはまだ回ってこない。	
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・新茶が出回り一気に夏の陽気となっているが、消費税増税後、今まで購入していたお茶を買う客が8割くらい、単価を下げた客が2割くらいとなっている。また、暑さで来客数、売上共に減少している。
			一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、営業努力や企業努力で一時的に来客数が増えても、増え続けることはない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店が6月に決まっており、先行きは非常に厳しい。			
設計事務所（経営者）	・耐震診断等に費用が随分費やされているため、予算もなく、学校や行政の建築設計が著しく減っている。また、仕事があっても大手設計事務所が持っていき、地元の設計事務所にはあまり仕事が入ってこない。			
企業 動向 関連  (南関東)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・現在は消費税増税の影響でやや悪いが、それが継続するとは思えない。	
		食料品製造業（営業統括）	・徐々にではあるが、買上率が上がってきている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・これからシーズンになることと、新商品の売行きに期待している。	
		建設業（経営者）	・受注できるかは別であるが、計画の話がいろいろと出てきている。	
		建設業（従業員）	・受注量については若干多くなっていくような様子がみられる。	
		建設業（営業担当）	・消費税8%の駆け込みが一段落し、日々資材が高騰している中で、施主側は次への消費税増税を鑑み、計画を進めて早めの発注をしているので受注が増えてきている。	
		輸送業（経営者）	・3月の景況感が山だとすれば、4、5月と坂を下りたので、2～3か月後については一応消費税の関係はあるものの、物流が増えてくるのではないかと期待している。	
		輸送業（経営者）	・荷主から良くなるという話を聞いたときに我々は期待するが、一週間後にはそのような話も消えたりと、がくんと山から突き落とされるような大変厳しい思いをしている。	
		金融業（統括）	・大企業の景気が徐々に中小企業へも回り始めているような雰囲気がある。	
		金融業（支店長）	・企業の設備投資は第2四半期から年度後半に向けて徐々に始まるようだが、建築資材、人件費などの建築費高騰により、その影響が懸念される。	
		金融業（役員）	・夏以降の受注見通しは各業界とも総じて強気の見通しを立てているようである。設備投資計画の話も増えてきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		税理士	・アメリカの景気回復に伴い、日本車などが売れているが、中国は国内情勢が不透明なところがあって、どうなるかわからない。国内においては政治が先導して引っ張っているのが明らかなり、期待している。
		経営コンサルタント	・商店街のサマーセールスの打ち合わせに集まった店主の話では、主婦の財布の引き締めは長くはなく、サマーセールスへの影響は少ないのではないかとということである。企業の昇給、ベースアップ、賞与の水準が、想定していたより上だったこともあって、ヘルパーが時給を上げないと集まりにくくなっているようである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・次月の受注が活発になってきていることと、取引先などから夏ごろには回復してくるという話がちらほら聞こえるため、やや良くなるものと期待している。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・このまま良くなるのではないかと思う。
		食料品製造業（経営者）	・原材料価格、燃料価格共に上がり続けているからである。
		繊維工業（従業員）	・国内生産では消費者に安価で提供するには限界があり、ファストファッションなどの廉価な商品には対抗できない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・我々のような小さな会社では、良いと言っている同業者はなく、どこも苦戦している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・8月までは受注減の状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は3か月前に比べてやや上向きと回答したが、個人は若干伸びているものの、法人は会社の設立印が6本程度と例年並みであり、法人関係が今一つ伸びていないため変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・顧客から印刷予算削減の理由で更に見積合わせが多くなり、単価が下がる傾向にある。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・夏物及び夏休み向けのポスターやチラシなどの受注が始まっているが、利益率が下がっているため良くなるとは感じられない。
		化学工業（従業員）	・2か月ぐらい前より少しずつ受注が減っているが、中国向け輸出が良好なので横ばい傾向である。また、原材料、輸送費の値上げの話がきており、厳しい状況が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクス効果は全く出てきていないので変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・成長分野である医療容器の新企画立ち上げや受注見込みは明るい要素が多いが、住宅関連部品の受注見込みが下振れしそうな雲行きである。
		金属製品製造業（経営者）	・今月も消費税増税による影響はなかったが、景気が上向き感じもない。
		金属製品製造業（経営者）	・現在の受注量増の原因が読み切れない。国内向けが増えてはいるが、なぜ増えているのかがはっきりしない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今まではある程度利益の取れる仕事が確保されていたが、そういった仕事は大分減ってきており、新規の仕事は単価がひどく安く、いくらやっても利益が出ないというものが結構ある。ただし、仕事量は増えてきている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今後さらに原油、電気料金など経費の価格転嫁ができなくなり、利益を圧迫していくことが予想される。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・消費税増税による大きな落ち込みはないので、これがしばらく継続した場合、景気が良くなるのではないかと。また、本当の力が発揮できてくるような気がしている。
		建設業（経営者）	・プラスマイナスゼロで変わらない。
建設業（経理担当）	・最近の仕事は受注した後の追加工事が大変少なくなってきており、客は必要最低限の予算で必要なものだけを求めるため、付加価値を付けることも難しくなっている。先の不安から余計な支出を抑え、蓄えているようである。		
輸送業（経営者）	・売上増の要因も取り立ててなく、また、経費も燃油費をはじめとして全般的に価格が高止まりしており、減少は望み薄の状況である。厳しい環境は当分の間続く。		
通信業（経営者）	・国家が膨大な赤字の状態でも歳費を上げるのは疑問である。本当に景気と向き合っているのだろうか。		
通信業（広報担当）	・当面はこの状況が続く見通しである。		
金融業（従業員）	・消費税増税による影響は明確なものとはなっていないが、ガソリン価格の上昇も続いており、先行きは決して楽観できない。		



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（経営者）	・新築物件の状況からすれば仕方ないかもしれないが、古い物件は相変わらず決まらない状況が続いている。
		不動産業（従業員）	・需要があるにもかかわらず土地の供給量が少なく、成約件数に変化はあまりない。
		不動産業（総務担当）	・オフィスの空室率は改善傾向にあるが、まだ賃料が上昇するには時間がかかる。ただし、フリーレントの期間はやや短くなっている。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税の影響があまり出ずに済んでいれば、景気上昇の恩恵がそろそろ回ってきててもよいだろうという期待頼みの回答である。
		広告代理店（従業員）	・前年比で売上の増減はほとんどないので、変わらず推移する。
		税理士	・それほど好材料はなく、このままの状況が続く。
		経営コンサルタント	・環境が良くなる兆しはみられない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・大きな動きはない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積件数は多少増えてきているが、契約単価は下がっているので、景気が良くなるという感じはない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像、広告などでは決して景気回復の傾向にはなく、新しいツールもみられない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・クライアントの販促関連も手探りで様子見の状況である。当面は案件そのものが発生しにくいと考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・今までの製品についても見積価格の検討依頼が来て、利益につながらないほど価格が下がっている。これに懲りずに見積を出して交渉し、仕事を確保するしかないと思う。
		電気機械器具製造業（経営者）	・需要が非常に落ち込んでいるので、業界的に当分上向く様子はほとんどない。今後は一段と悪くなっていくような感じを受けている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・夏の気温状況にもよるが、あまりに暑かったり、冷夏だったりすると前年の数字を割る可能性が高い。
		建設業（経営者）	・消費意欲の低下と大規模工事による職人不足で建築単価が上昇し、個人消費をより低下させると感じる。10%への増税も微妙である。
		輸送業（総務担当）	・当面は出荷量の大幅減が続く。製品出荷が動き出すのは7月ごろとの情報である。
		輸送業（総務担当）	・消費の低迷や原価の上昇などの長期化及び取引先からのコストダウン要請など、先行きに対して明るい材料が見当たらない。
		金融業（支店長）	・消費税増税で品物の価格が上がっており、便乗値上げもみられるので物価は少し上がると思うが、賃金等が追いつかないということであれば、消費は若干落ち込み、景気も少し後退する。
		広告代理店（営業担当）	・あまり変化がないとはいえ、個人的に休日など都内に出てみると、ショッピング施設や街全体に人が少ないような気がする。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要も終わり、4月後半から受注数が伸びなくなってきた。5月は4月後半の状況を維持しているものの、徐々に受注件数が減少してきており、今後は受注数の低下が見込まれる。		
	悪くなる	○	○
雇用 関連  (南関東)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・顧客の人材需要は今後も堅調に推移することが見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・大手企業を中心として業績回復感が出てきている。従来、欠員時は残人員で対応する方針をとる企業が多かったが、業務量増加の観点からも欠員補充を行うケースが増えてきている。今後も同様に欠員補充は行うと思われ、派遣人材への要望も増加する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の増加幅はさほど大きくないが、食品や機械部品の製造工場、建築関連の現場スタッフなどの急募が出始め、今後もこの傾向は続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が伸びてきている。

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
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数だけでなく、新規求職者数も前年同月に比べ増加しているが、在職者の割合が高くなり、事業主都合による離職者の割合が小さくなってきている。一方、新たに求人を提出する事業主も増えており、新規求人数はしばらくは増加傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・正社員求人が3月と比べ30%増加している。特に、食品関係の求人が活発になっている。また、募集しても以前のように人が集まらなくなったという声があちこちで聞こえるようになったことなどから、景気は多少上向いている。
		職業安定所（職員）	・今後も求人数の増加が十分見込まれること、求職者についても引き続き減少傾向が見込まれるということから、先行きはやや良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・手堅い動きであり、多少の変動があっても順調な傾向である。
		人材派遣会社（社員）	・中企業の経営者と話をしたが、消費税増税後の状況が良くない、購買力が落ちているということではしばらくこの状況が続くのではないかと。景気は良くなるとは思えないという声が多かった。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの受注は引き続き堅調に推移しており、人材確保の難しい状況が今後も続きそうである。
		人材派遣会社（社員）	・給与水準に変化がないため変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・景気がこのまま良くなるようであれば転職層も増加し登録者も増えると思われるが、長期的に継続するの不安なため変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増えてはいるが、企業が求めている人材と求職者にギャップがあり、なかなかスタートに至らない。求人開始から採用に至るまでに時間がかかる傾向にある。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数でみれば増加傾向であるが、自分自身の給与が上がるかは疑問が残る。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用スケジュールが新しくスタートするが、秋以降、企業の採用戦略に変化があると思われる。企画提案は7月ごろからでまだ予測しにくい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数を産業別にみるとサービス業が大幅に増加しているが、そのほとんどが派遣及び請負求人になっており、直接雇用は少ない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響は思ったほどないと感じられるが、求人条件の改善がみられないと求人数が増えても紹介に結び付かない感じがする。
		民間職業紹介機関（経営者）	・悪くなるような要素は求人、採用上からはみられない。数年前と比べると中期的にも安定感が感じられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・一時的な理由で停滞していた企業も採用が活発になることが想定され、全体的には変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲に全く陰りがみえない。
学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の新卒求人に関しては新規募集、採用数増加などの要請はさほど多くはなく、大きな変化はない。		
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・業種、業界問わず人材不足が続くものの、一部企業では採用難により求人の募集コスト抑制の動きが生じており、広告収入の減少が懸念される。	
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が良くなる材料がなく、明るい見通しが立たない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月後の予定は5、6件あるが、例年、減少傾向のためかなりの落ち込みが予想されるので、何とかそうならないように心積もりしている。いろいろ聞いたところによると、需要は縮小気味である。	
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	商店街（代表者）	・東京オリンピックの開催を控えており、景気は良くなっていく。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税後の4月は高額品を中心に売上が前年を大きく割り込んだが、5月はほぼ前年並みの売上まで戻している。先行きも、今月と同様あるいは今月以上になると予測する。

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
		百貨店（経理担当）	・売上は前月後半から緩やかではあるが一本調子で回復しており、消費税増税後の反動による買い控えは一過性と感じている。景気は、業績好調な企業の夏季賞与の増額によって、1～2か月以内に消費税増税前の水準まで回復すると考える。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税から半年が経つため、先行きは消費も落ち着く。特に悪い材料もないため、景気は良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・中元商戦は強気の見通しを立てている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから夏場を迎え、価格の高い栄養剤や日焼け止め・しみ防止効果のある化粧品等の購入が増えるため、景気は上向くと予想する。必要な物の購入を控える人が、最近は少なくなってきたように思われる。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・消費税増税の影響により6月までは落ち込むが、その後は回復傾向になると考える。
		百貨店（販売担当）	・ベースアップとボーナス支給による金銭的な裏付けで心理的にも安心感が高まり、消費が促進されると思われる。その一方で、経済基盤の弱い低所得層においては、消費税増税から半年近く経過する頃には、消費税増税と物価上昇の影響、上昇が見込めない所得等による心理的な負担感が強くなる可能性がある。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税後の大型連休明けという事で、来客数は前年に比べてかなり減少しているが、土曜日、日曜日の購買意欲は高いという印象である。
		百貨店（経営企画担当）	・ベースアップや夏のボーナスなどの給与増加に加え、消費税増税後の反動も薄れつつあり、特にクリアランスセールやボーナス商戦には期待ができる。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス時期という事で、今年はボーナス支給額上昇という話もしばしば聞こえてきており、期待が持てる。
		百貨店（営業企画担当）	・6月以降のボーナス支給の情勢次第では消費市場の回復が見込まれ、消費税増税後の反動から立ち直るきっかけになると考えられる。
		スーパー（経営者）	・夏休みや長期休暇を迎え、来客数の増加に期待する。
		スーパー（経営者）	・2～3か月先には消費税増税の影響はだんだんなくなり、景気は現在よりも少し良くなる。企業は生き残りをかけて戦っており、競争はますます激しくなる。ボーナスは例年よりも少々多くなって失業率も減っているが、物価指数が上昇しており、インフレ傾向が心配である。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響がそれほどあるとは思えないが、家計を預かる身にとっては、増税は重くのしかかっている。同じ商品でも、1品あたり単価は今後下がっていくように感じる。競合先の様子をみても、全体的に単価は下がっていくように感じている。
		スーパー（店長）	・消費者の消費税増税への抵抗感は意外に小さく、むしろベースアップの好影響が大きい。
		スーパー（店員）	・豚肉価格高騰の家計への影響を案じていたが、消費者は全く意に介してないようであり、買い渋りという雰囲気を感じない。
		スーパー（総務担当）	・売上高は週を追って前年並みの水準に近づいており、上昇傾向である。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みで購入していた物がそろそろなくなり、買い揃えなければならなくなるために販売量が増える。
		コンビニ（店長）	・夏に向けて気温が高くなる事で、飲料水の系統が良く売れるようになる。
		コンビニ（商品開発担当）	・高付加価値商品への反応は高いが、日用品での節約傾向は続いている。消費税増税後の反動もひと段落して落ち着きをみせ、景気は緩やかに回復していくと予想する。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の間では景気が良くなっているという話が増えている。一方で、かなり厳しいという客もいる。景気が良くなってきていると感じる反面、厳しい人は厳しい状況のようである。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車種の投入もあるので、客の動きがあると予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後もそれほど落ち込んではおらず、悪くない。緩やかな回復が続くという印象を受ける。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は予想以上に小さく、短期間で終わりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税率8%も定着してくると予測される。
		住関連専門店（営業担当）	・懸念材料として、新築持ち家住宅が前年に比べ2割前後落ち込んでおり、回復の兆しがみえない。マンションについても新築の販売戸数が減っている。プラス面としては、官公庁工事、民間設備工事が増加傾向にあり、職人不足や資材の値上がりなども生じていて景気回復は順調とみられる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税後の反動減が緩和し、次の消費税率10%への引上げという連想から、今後は若干駆け込み需要気味になるのではないかと。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前に駆け込みで備蓄した物資は消費して在庫がなくなるため、そろそろ再び買い揃える時期になる。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税が増税となったものは仕方ないという感じで、客足は戻りつつある。
		スナック（経営者）	・大型連休が終わり、多少の予約が入っている。先行きは良くなると期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税の影響は非常に短期で終わると思う。今後の景気浮上策に大きく期待をし、またその恩恵に浴するよう努力をしたいと考える。
		都市型ホテル（営業担当）	・法人客では、いったん金額面の理由で利用が減っていった客の予約が増えてきている。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊部門が前年に比べて好調である。
		旅行代理店（経営者）	・客からの問い合わせや販売量が増えてきている。
		旅行代理店（経営者）	・円安に転じて輸入産業が潤って来た事の好影響が回り始めて、多少は人の行き来も増えると思う。
		タクシー運転手	・当地は6～8月にかけて非常に暑くなるため、日中の利用客も多くなり、また、ビアガーデン等でグループで飲食する機会も増えて夜の客も増加する。7、8月はかなり良くなる。
		タクシー運転手	・今は夜の街へ飲食や遊びに行く事を我慢している客がいるが、そろそろまた客足が出てくる頃である。
		通信会社（企画担当）	・地元メーカーの業績はさほど落ち込んでおらず、全体的にムードは改善傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・通信機器の高機能化に伴い投資額の抑制が可能となり、その分実施件数が増えて、全体としては良くなると思う。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・季節商材の需要をきっかけに基調は上向きになると予測している。
	変わらない	商店街（代表者）	・個人の消費単価は下降しているが、法人需要が横ばいなので、当面は変化がない。
		商店街（代表者）	・相変わらず客単価が伸びてきていないため、先行きも販売量・販売高の増加にはつながらない。
		商店街（代表者）	・消費者の一部には購買意欲がみられるが単価は依然として低く、あまり良くない状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・サッカーワールドカップの開催に向けてテレビやレコーダーの販売増加を期待しているが、反応が今ひとつである。
		商店街（代表者）	・今年は冷夏と言われているため、先行きがどのようになるかわからない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・大都市の方では景気が回復しているようであるが、地方の小売店においては、今の厳しい状態が先行きもまだ続く。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・税金や社会保障等の支出増加で生活には負担が増える方向にあり、一般的な生活者としては支出を減らすしかない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・6、7月にはお中元の販売が始まる。客層は二分化しており、ボーナス支給額が増える会社もある一方で、好況の波は地方にまでは来ていない。2～3か月程度では大きくは変わらず、現状維持が続く。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・当店は立地の問題もあり、今より良くなる状況にはない。消費税増税の影響や、客の嗜好に対応しきれないところもあり、やや悪い状態がこのまま続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・良くなる要因が見つからず、現状のまま推移する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・いずれ観光客は新たな観光ポイントを探して行動するであろう。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税後、通常の飲食等でも消費者の財布のひもはまだ固い。この状態から良くなるための材料が見当たらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは販売量の状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークまではとても忙しく、平日でも予算達成をしていたが、その後は、自社カードのポイントアップや割引優待などを行っても売上増加にはつながらない。景気の良い悪いとは関係なく、欲しい時に購入するという客が多い。6月には父の日があるが、靴は父の日のプレゼントに向いていないため売上にはつながらず、今の状態が続くと思われる。
		百貨店（経理担当）	・お中元商戦に突入するが、消費税増税の影響がどう出るかわからない。前年並みの売上で推移すれば、景気は良い方向にあるのではないかと。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税の影響は、月を追って小さくなってきている。
		百貨店（販売促進担当）	・少なくとも半年間は消費税増税の影響が続く。
		スーパー（経営者）	・小規模な小売店や飲食店については、特段の変化もなく悪い状況が続いていく。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響がまだまだ続き、当面は買い控えが続く。
		スーパー（店員）	・来客数の減少が続いており大変である。なかなか改善しない難しい状況である。
		スーパー（販売促進担当）	・新たな客層を集客するためには、店の改装や新テナントの誘致など、新しい魅力づくりが必要である。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税の負担感、時間とともに増すものと思つため、今以上に消費動向が上向くとは期待しづらい。
		スーパー（支店長）	・政策に世の中が明るくなるような期待を感じない。
		コンビニ（店長）	・景気が良くなる要因も、悪くなる要因も考えられない。消費税増税の影響は、思っていたほどではなく、あとは天候次第である。冷夏になると景気に影響があるのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は各店で売上が前年を下回っている状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・高付加価値、高単価の商品が売れるなど、主力の米飯類では回復がみられるが、競争店の出店により大きく売上を落とす店舗もあり、トータルではあまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・夏季に向けては、気温や天候が大きく売上を左右するが、今年は冷夏が予測されるため、キャンペーン開催やPR告知等によって何とか現状を維持したい。
		コンビニ（店長）	・来客数の動向や客が購入する商品を見てみると、まだまだ安い物を購入する客が多く、景気が良いとは感じられない。
		コンビニ（店長）	・売上は天候次第であるが、現時点では回復するのかわかると全く予想ができない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・急激に落ちた売上が持ち直してくる兆しはない。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・この先の景気は、悪くなることも良くなることも思えない。消費税増税後の反動減も、品目によって多少の違いはあるが、一般的には想定より早い段階で落ち着くのではないかと。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減もあまり目立たなくなり、先行きは、前年同様となりそうである。
		家電量販店（店員）	・国民の金回りが特別に良くなっているとも感じなく全体的には安定している。客の動きは、商品が安くなれば来客数が増え単価を上げれば減るが、そうでなければ通常の買換えサイクルで来店するので、横ばいで推移する。
		家電量販店（店員）	・先行きもあまり変わらないように思うが、エルニーニョ現象で今年は冷夏と言われているため、季節商材には若干の不安がある。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きに良くなる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響は薄れたものの、好転材料は少なく、変化は起こりにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・客との会話の中では、まだこの先給料が上がるかもしれないとの冗談交じりでの話もあり、夏のボーナスシーズンに客の気分がどうなっているかが気になる。インパクトのある新型車種が登場して市場が盛り上がる事が一番であると感じる。
		乗用車販売店（従業員）	・これから2～3か月の間では、消費税増税前に先食いした需要が戻ってくるとは考えにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるという要因がない。

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
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の投入など車両の販売台数が増加する要素がなく、現状維持が精一杯である。
		乗用車販売店（従業員）	・3月までのバックオーダーがなくなるので、これからが正念場である。工場への在庫も極端に少なくなってきている。ガソリン高騰の話題も随所に聞かれ、良い材料はあまりないので、このまま厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税後の反動減がもうしばらく続く気配である。消費者にとって、どうしても買いたくなるような魅力的な商品が発売されれば状況は変わると思われる。
		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は、秋口くらいまでもう少し残りそうである。
		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10.0%のマイナス、来客数は前年比5.8%のマイナスである。それぞれ大きく減少はしているが、消費税増税の反動減であり想定内の水準である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・売上回復がいつ頃になるのか目処の立ちにくい状況である。
		高級レストラン（役員）	・来月以降の宴会席の予約は、引き続き前年並みで推移している。6、7月のボーナス時期を過ぎると、その先の景況感には変化があるかもしれないが、現段階では予測がつかない。
		スナック（経営者）	・アベノミクスで夏のボーナスが多少はアップしても、それほど期待できない。夏休みもあるため8月は例年繁華街の人通りが少なくなるなど、先行きに良くなる材料は全くない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きも現状と変わらないと判断している。
		都市型ホテル（支配人）	・客は様子見の状況である。
		旅行代理店（経営者）	・ボーナス支給となる6月に入れば、国内旅行の予約の動きがさらに活発してくる。お盆休みや海の日の連休の時期は既に混雑気味であり、その他の週末がらみの日程も、家族のスケジュールが決まるとともに、これから取り込める予定である。
		旅行代理店（従業員）	・今回の消費税増税の影響は、前回の時よりも少なく、夏の旅行にはそれほど影響ないと思う。しかし気象庁では今年は冷夏と発表しているため、それが気がかりである。
		旅行代理店（従業員）	・6月くらいから夏休みやお盆休暇の旅行を計画する客が増えてくるが、著しい増加となる要因は思い当たらない。旅行申込が増減する要素が取り立てて見当たらないので、しばらくは今の状況が続くと思う。
		タクシー運転手	・夜の繁華街に飲食に来る人数が少ない。街への人出が増えなければ良くはならない。売上が多少は増えているのは、客数ではなく単価が良くなっているためである。人出が増えなければ先行きも良くなるとは思えない。
		通信会社（サービス担当）	・引越しシーズンも終わり人々の移動がないので、新しいサービスの導入やサービスエリアの拡大等がなければ、今とあまり変わらない。今後は、現在契約している客へのサービス向上に努め、他社への乗り換えを阻止できれば、今よりも悪くなる事はないと思う。
		観光名所（案内係）	・マスコミ報道などに勢いづいて、ある程度は景気が上向くかもしれないが、基調としては誰もが先行きを警戒して金を使わないようにしている。このような状態がこれからもしばらくは続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・7月のゴルフ場の予約数は、前年をやや下回る水準で推移している。今後、梅雨の時期から真夏に入るが、景気としては今のまま良くも悪くもなく推移するとみている。
		美顔美容室（経営者）	・夏休み前は、来店も化粧品品の購入も控える人が増える。
		美容室（経営者）	・正月過ぎにパーマをかけた客が、この先2～3か月後には来店して欲しいが、真夏は客足も悪くなるため、それほど現状からは変わらない。
		美容室（経営者）	・消費税率が10%に上がるまでは、今の状態が続く。
		設計事務所（職員）	・建築業界の動きでだいたい2～3か月後の景気がわかるが、あまり明るい見通しではない。最低の時期よりは、少し良くなっているかもしれないが建築事務所や業者の売上をみると、良い状況とは言えない。
		設計事務所（職員）	・消費税増税後の反動減からは、まだ回復していない。

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）	・相変わらず職人不足、材料高騰の状態であり、当分はこの状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後には建築物への支出を控える人が多くなると思っていたが、意外にも影響が少なかった。しかし次の増税前に増改築を考えるとという人も特になく、消費税増税が話題となる以前と比べて大して変わらない状況である。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・良くも悪くもしばらくは現状のまま続くと思うので、新規の事には手を出さないように考えている。
	やや悪くなる	一般小売店〔食品〕（経営者）	・客の収入は思ったほど伸びていないようである。客が買物をする際、何となく抑えた買い方になっている。消費税増税の影響が落ち着くまでもう2～3か月、景気は低迷した状態になる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・遷宮に伴う景気も今後は次第に落ち着き、2～3年のうちには平年並みに戻っていくと思う。
		百貨店（売場主任）	・財布のひもはまだ固く、消費税増税前の水準までの回復にはもう少し時間がかかる。
		スーパー（店長）	・この夏はエルニーニョ現象により冷夏との予報が出ている。売れるべき物が売れなくなれば、全体の売上にも大きく影響すると考える。
		コンビニ（企画担当）	・景気の動向とは関係なく余分な物は買わない傾向が強くなる。ついで買いや衝動買いが減り、余裕がなくなると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・販売量は戻ってきている印象であるが、前年の売上には届いていない。店舗ごとにも競争店の影響で厳しくなっているところが多く、今後も景気が良くなるとは考えづらい。
		衣料品専門店（経営者）	・3か月後も例年のような残暑が続いていると、客は外出を控える恐れがある。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見つからない。ボーナスも支給されるかどうかさえわからない。
		観光型ホテル（販売担当）	・もともと7、8月は一般宴会需要の少ない時期であるが、今年はそれに加えて、数は少ないが毎年恒例の重要な大型宴会を受注していない事と、夏のイベント企画も今のところ集客が伸び悩み見通しが非常に暗い状態のため、やや悪くなるとみている。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税の影響は予想以上に大きいと感じている。あと2か月ぐらひは続くものと予想している。
		通信会社（営業担当）	・例年、夏頃は販売数が減少する事に加えて、消費税増税から持続している販売の好調さにも半年過ぎくらいから増税の影響が出るのではないかと見込む。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響も含めて、今後とも消費者への救済が期待できない。
		理美容室（経営者）	・物価が少しずつ上がり、誰も金を使わなくなる。
		設計事務所（経営者）	・客からの設計料の値下げ要求が厳しい。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・景気の回復を期待しているが公共事業がいつ発注されるかがわからず、官民の顧客バランスが良くない企業からは、悲鳴が上がっている。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・住宅建設でも企業の設備投資でもあまり引き合いが来ない。客の動きが急になくなってしまったようである。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税で財布のひもは固くなっていると感じる。大手資本や巨大企業に金が流れる仕組みが確立されてきており、中小零細事業者にとっては厳しい状況が続いていく事には変わりない。昔のように中小企業や自営業にも金が流れるようなシステムでない限り、景気の回復はないと思う。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税の影響はそれほど感じないが、金を使うところと使わないところの選別が強まり、業種によってはかなり厳しくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・7月上旬から下旬にかけては法人需要がなくなり、7、8月は個人客が中心となる。個人客は実際に予約が来るため先行きは不確かではあるが、予約状況は前年比80%程度であるため悪くなると判断する。消費税増税後の景気動向に注目が集まっており、世間の情勢が消費者心理にも影響するためマインドを冷やささないような政策等を期待している。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税の影響で来客数や単価の動きは、業界全体で低迷している。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる一方消費税率は上がり、これでは景気がさらに悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		理容室（経営者）	・余分な金は使わないため、まだまだ景気が良くなるとは思わない。	
		住宅販売会社（経営者）	・食品やガソリン、その他の商品も値上がりしているが、その一方で所得は増えていない。したがって住宅購入には資金がまわらない状況である。	
企業 動向 関連  (東海)	良くなる	○	○	
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・夏のボーナスが前年に比べて増額という期待感がある。賃上げが話題になる一方で、給料が増えたという実感はなく、この先息切れが心配される。	
		化学工業（総務秘書）	・心情的には誰もが経済の活性化を願っており、アベノミクスを成功させたいという機運が高まっていると感じる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も円安基調が続けば売上損益とも堅調な推移が予想される。海外における政情不安や途上国の景気後退は懸念要素ではあるが、全体として景気は緩やかに回復すると思われる。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・夏のボーナスシーズンが来るため、多少は景気が上向く。	
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・2～3か月先には国内向け販売が多少良くなる見込みである。海外向け販売は、現在の為替相場水準であれば堅調に推移するであろうから、トータルでは多少良くなるものと予想する。	
		建設業（営業担当）	・具体的な目処や感触があるわけではないが、この先は梅雨入りなど季節的な要因による水処理施設等の工事や水害が発生した場合の復旧工事等で、少しは受注が増えるのではないかと思う。	
		輸送業（従業員）	・消費税率引上げの影響で、今後も節約志向が定着すると予測するが、景気の緩やかな回復により大きな影響はないように思われる。物流業界では、石油燃料の高騰と運転手不足の影響で、中小業者にとってはさらに厳しい経営環境が続く。	
		輸送業（エリア担当）	・先行きは消費税増税の反動減は収まり、販売数が伸び始めると思う。	
		通信会社（法人営業担当）	・消費税率8%への引上げは家庭や中小事業所に打撃を与えている。一方で、円安や株価上昇の恩恵はない。政府には、外交的な政治課題ばかりに注力せず、東日本大震災からの復興と景気回復を最優先に進めて欲しい。	
		金融業（法人営業担当）	・取引先企業の半数以上では賃上げが実施されており、夏のボーナス支給額も増加が見込まれることから、当地域での個人消費は改善するものとみられる。	
		金融業（企画担当）	・消費税増税の影響も見通しが立つことから、今後は、企業業績に注目して株価上昇が進むとみられ、個人消費も拡大へ向かうと思われる。	
		経営コンサルタント	・リニア中央新幹線整備への期待もあり、都心部ではファンドの影響もあって不動産価格が上昇傾向に転じている。しかし、その動きは中核都市の中心部だけであり、他のエリアでは下落もしくは横ばい傾向である。また、全体としてみれば景気はやや回復傾向にあると言いつつも、地方部では、住宅地などまだ地価の下落が続いている。	
		会計事務所（職員）	・事業者にとっては消費税率3%の引上げは大きい。免税業者や簡易課税業者にとっては収入増となるため歓迎されている。ただ、増税分を価格に転嫁できない業者も多い。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・新規採用や中途採用を行う企業があり、ハローワークでは求職者が減少している。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・案件が少しずつ動き出しているとの情報もあり、上期後半に向けて作業量が増えてくるのではと推測される。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・2月から開発をしていた物件がほぼ完成し、次の展開に移行している。いずれにせよ中小事業所では新しい物を作成して世間に提供しなければ生き残る事ができず、一層の努力が必要と考えている。	
		変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・消費税率引上げの影響はあまりなく、現状の景気が変わらず続くものと考えている。
			化学工業（人事担当）	・ウクライナ等の海外情勢や為替相場次第であると思うが、しばらくは現状から大きく変わる事はないと思われる。
			窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先でも生産量の増加につながりそうな話が少なくなっている。廃番商品が出て、その生産装置を何か他の製品の生産に利用できないか模索しているという話をよく聞く。



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
		鉄鋼業（経営者）	・本年度の需要見込みとしては先行きは良くなると思っているが、まだ具体的な受注や見込みまでには至っていない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が増えていないため、先行きにもそれほど変化がないと考えられる。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが動き出すため、忙しくなりそうである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円安が続いており前年に比べてマイナスの要因はないが、相変わらず価格競争は厳しいため受注金額が大きく増える要因も見当たらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・上半期分の受注量については、現状とほぼ変わらない水準で確保できる見通しである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の見込める要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今年の秋以降にパーラー業界での設備投資が見込まれるが、現在のところ2～3か月先までは同じような状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今のところ特に新しい案件等もなく為替相場等も安定しているため、さほど変動がない。ここ1～2か月で景気が回復する、または良くなるという見通しは立たない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量の増加を景気の判断要因と捉えれば、好転していると言えるが受注獲得競争の厳しさは変わらず、利益幅が薄い状態が続くそうなので現状からは変わらないと判断する。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・消費税増税の影響で大手得意先向けの販売が減少しており、向こう2、3か月はその影響を受けると予想している。
		建設業（経営者）	・消費税増税の影響は限定的であるとしても、消費者マインドが改善する見込みもなく、しばらくはこのままで推移すると思われる。そういう状況での消費税率10%への引上げは考えられない。
		輸送業（経営者）	・空き倉庫のニーズは、関東・中部・関西ともに衰えていないので、引き続き荷動きは活発であると見込んでいる。
		輸送業（エリア担当）	・現在のような貨物量の増加が先行きも見込まれるが、様子を見ながらの緩やかなものと思われる。
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主からは良い話は聞かず、燃料の軽油価格は高止まりで推移し上昇の気配もある。高速料金も割引等が大幅に低下している。
		輸送業（エリア担当）	・消費税増税前は駆け込み需要で荷物量が多かったが、景気が上向きというよりも社会現象のようなもので、4月に入ってから荷物量は大幅に減少している。5月に入り消費税増税の影響がなくなったのか、荷物量は前年と同じくらいである。これが本来の姿と思うので、この先もあまり変わらないと考える。
		金融業（従業員）	・多くの業種で、全体的には少し落ち着いてきていると耳にするが、海外向けの自動車部品等に関しては今も忙しく、繁忙には業種の開きが大きい。
		不動産業（用地仕入）	・少なくとも当地域においては、景気が良くなるような要因が見当たらない。
		不動産業（管理担当）	・中小企業向けのオフィス仲介には需要がない。客との話では、アベノミクスの効果に対する懐疑的な声が多い。これからも現状維持で推移する。
		広告代理店（制作担当）	・大都市と比べて地方にはあまり景気回復の実感はない。売上が伸びてもコストの増加で利益の削られる事が多そうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・サービス業向けのチラシ印刷は前年並みの需要になっている。今後は、流通業の需要回復を待ちたい。
行政書士	・貨物量が今のところ安定している。		
やや悪くなる	不動産業（経営者）	・建築資材や人件費等が高騰しており、受注案件も着手が先延ばしとなって、いつになるかは見通しが立たない。	
	公認会計士	・原料価格や燃料価格の高騰によるコスト増加が企業収益を圧迫する。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工件数が減少しているため、受注量は減少するとみている。	
雇用関連	良くなる	—	—
(東海)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が一段落し、今後は回復に向かう。
		職業安定所（所長）	・消費税増税前の駆け込み需要等による反動減も改善され、自動車販売台数も予想よりは落ち込んでいない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・前月は消費税増税後の反動で若干消費が落ちたが、5月になってからは生活用品を中心に消費が動き出している。自動車や家電など高額な物の動きはまだ鈍いが、これから動き始まると思われるのでそれに伴って若干景気が良くなると思う。
		職業安定所（職員）	・消費税増税に伴う一時的な消費の冷え込みが見込まれるが、北米を中心とした海外景気の好調さがうかがえるため、受注の増加に伴って先行きも安定した状況である。円相場の動きも一定水準で安定している。
		職業安定所（職員）	・求人窓口では、新たな求人事業主が増えているという感触と、消費税率引上げによる求人の見合わせが解消されたように感じられることから、景気はやや良くなると思われるが、どの程度のものかは注視する必要がある。
		職業安定所（職員）	・建設、福祉・介護、サービス業の求人が堅調で、消費税増税の影響はみられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・即戦力採用の動きは引き続き強い。また、新卒採用が一段落し、配属先に人員が配置された後にさらに必要な人材を求める企業が引き続き多いものと推測される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・賞与の時期を迎えること、株価も堅調であることから家庭の出費も増える。また企業の設備投資も堅調である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・アベノミクスによる効果も徐々に表れ、消費回復へ進むものと想定している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比べて大学4年生における内々定の報告が多く、また時期的にも早い。
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人広告の件数や就職イベント等での出展数は増加しており、問い合わせなども多く、今後も増えていくと期待感を持っている。
		変わらない	
人材派遣会社（社員）	・求人は増えているがそれに見合う人材不足のため紹介ができず、派遣業務が停滞する可能性がある。		
人材派遣会社（社員）	・来月の予約状況は例年並みであるが、その先の予約状況が、現時点ではあまり良くない。		
人材派遣会社（営業担当）	・堅調な状態は維持しているものの、新規開発などの面で動きが弱く、良くても現状維持と感じる。		
人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は上昇傾向にあるが、身の周りの景気に効果が出るまでにはまだまだ時間がかかる。		
人材派遣会社（支店長）	・求人数、採用数の動きが例年並みで推移している事に加えて、自動車メーカーにおける生産計画も安定しているため、継続すると予想している。		
人材派遣会社（営業担当）	・上半期の9月までは、各企業での人事方針が変わる事は考えにくいため、今の状態が続く事が予想される。		
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・平均で見れば変わらないかもしれないが、好調な先とそうでないところの上下の格差が大きくなる。		
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・有効求人倍率には改善がみられるが、本格的な景気回復に向けての材料が見当たらない。		
職業安定所（職員）	・求人数は前年同期に比べて少し増加はしているが、増加率でみると横ばいとなりつつある。		
やや悪くなる		アウトソーシング企業（エリア担当）	・4月以降も消費税増税前の駆け込み需要の受注残で、自動車生産の落ち込みは少なかったが、増税後の新車販売台数の落ち込みにより、来月以降は生産台数の落ち込みが予想される。
		職業安定所（職員）	・メーカー系企業の話では、消費税増税前の駆け込み需要に伴い受注した仕事の残量は6月くらいまで、その後の生産がどうなるかは不透明とのことである。
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	家電量販店（店長）	・気温が高くなり、猛暑が予想されるため、夏物商材が大きく売れる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税増税に伴う反動があると思われたが、その幅が小さかったため、今後は景気が良くなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・客の購買は単品買い中心であったが、セール期になり2～3点のまとめ買いが増加してくると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		スーパー（店長）	・前年同月との比較で売上は順調に増加しており、今後も増加傾向は続くと考えている。		
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動も落ち着いてきた。買い置き品の家庭での在庫もなくなりつつあることから、買物需要も今後は増加すると期待している。		
		スーパー（総務担当）	・食品を扱う小売業では競争が更に激化するが、全体としては消費税率の10%への引上げに向けて緩やかな上昇基調にある。		
		スーパー（統括）	・4月と比較すると5月は売上が増加している。また、客が買い置きをしていた商材が消費されれば、その関連商材の販売量が増加してくると見込めることから、この先3か月は客の購買量は増加すると考えている。		
		コンビニ（店舗管理）	・5月は前半に比べ、後半の方が売上は良かった。今後は消費税増税による買い控えも緩和されると予想する。		
		乗用車販売店（経営者）	・現在の売れ筋がハイブリッド車を中心なので、ガソリン高の状況下で、これを中心に需要が戻ってくる。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・消費税増税後も引き続き食料品、生活必需品は動いている。寒さで苦戦した衣料品や洗剤、化粧品などの保存の利く商材も夏場からは需要が戻ってくると予想している。		
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響が薄れ、徐々に客が戻ってくることを期待している。		
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売やボーナス時期が重なり、販売が伸びる。		
		通信会社（役員）	・4月は例年書き入れ時であるが、5月においても契約数の状況は良い状態が継続している。消費税増税の悪影響もみられないことから、今後も良い状況が続くと考えている。		
		住宅販売会社（経営者）	・今後予定されている消費税率10%への引上げの影響で、住宅需要は高まる。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響も薄れ、客も次の消費税増税について口にする事が多くなった。展示場来場、問い合わせ件数の増加からみて、契約件数はこれから増えてくる。		
		変わらない		商店街（代表者）	・トレンドの変化も少ないため、状況の大きな変化は期待できない。
				商店街（代表者）	・消費者の給与アップはまだまだ先のように、ここしばらくは財布のひもは非常に固くなりそうだ。
一般小売店〔事務用品〕（店員）	・閑散期と購入の鈍化が重なり、景気が良くなる判断材料は乏しい。				
一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・当地には観光客も安定して入ってきており、あまり不安な要素はないが、更なる景気の上昇が見込めるわけでもない。				
百貨店（売場主任）	・消費税増税後は、教育費など出費が多い30代の顧客の購買が若干ではあるが落ちたように思われる。固定客、フリーの客でも比較的年齢の高い層でカバーをしている。今後しばらくはこの傾向が続くと予想されるが、しっかりとした提案、顧客管理のもと対応していけば現状維持は出来ると考えている。ただし、長期天気予報によると今年は冷夏になるとのこととで、これが経済のマイナスを引き出す可能性は否めない。				
百貨店（営業担当）	・この先お中元などのギフトシーズンが始まるが、買上点数は減少しないが、1品単価が低下するのではないかと懸念している。また、ファッションやおしゃれに関する夏物商材についても、消費税増税がネックになることを懸念しており、先行きについては不透明である。				
スーパー（総務担当）	・売上はほぼ前年同月並みに戻りそうだが、客が消費に対して慎重になっている様子がみられるため、今後状況が良くなるかは考えられない。				
スーパー（店舗管理）	・消費税増税の影響も落ち着きを取り戻し、来客数及び客単価が安定してきた。				
コンビニ（経営者）	・当店はイベントにより売上が左右される立地であるが、直近数か月と同様、良くなる要素も悪くなる要素も現在のところ見当たらない。				
衣料品専門店（経営者）	・前月から衣料品の売上に関しては想定していたほど大きな落ち込みはないが、良くなっているという実感もない。				
衣料品専門店（経営者）	・報道によると大手を中心に懐が潤っていると聞いているが、当店と付き合いのある人々は、消費税増税が大分こたえているようである。物価高などにより、需要の戻りはあまり期待できないという意見が大多数である。				
衣料品専門店（総括）	・特価商品で集客を図っても、一時的なものではない。購買意欲が全体的に上がらない限りは根本的な解決にはならない。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（本部）	・日常生活に欠くことが出来ないものは購入するが、その他の物品の購入は控えられる状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けの来客数が予想よりも少なく、今後しばらくは大きな期待が出来る要因がない。
		乗用車販売店（役員）	・今年度の上半期は消費税増税の影響が続くのではと危惧している。5～6月が過ぎれば傾向が見えてくると考えている。
		自動車備品販売店（従業員）	・車両販売数、ガソリン給油量ともに減少しており、全体的な集客が落ち込んでいる。客の反応からも今後の景気回復は期待できない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気は良くなると思っていない。もうしばらくするとお中元の時期だが、中元需要による売上の増加は全く期待できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・販売量が大きく減少する気配は感じられない。景気回復による賃金上昇や、夏のボーナスがどの程度消費につながるかへの注視が必要である。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税や北陸新幹線開通を1年後に控えてのマイナス要因を懸念していたが、今のところ大きな影響は感じられない。
		スナック（経営者）	・末端の個人経営企業などには、やはりまだお金が回ってきいておらず、厳しい声が聞かれる。先々も、業種や客層によって状況の良し悪しが決まると考えている。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みまでは状況は変わらないと考える。新幹線開業を控え、当地方への旅行が敬遠されないか心配している。
		観光型旅館（スタッフ）	・5月の予約保有は前年同月比104%であった。傾向としては回復しているように感じられるが、今後は6月が96%、9月が94%と前年同月割れを見込む月もある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税により、少しずつ個人消費に影響が出てくることを懸念している。足元では単価は減少している。7～8月の夏休み期間中の動向を注視している。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス客が動いている。同様に施設や運輸機関なども混み合っており、団体客の動きもみられる。しかし、個人の観光への支出まではお金は回ってきていない。
		タクシー運転手	・一般消費者のマインドが改善するにはもう少し時間がかかりそうである。消費税増税に慣れてくれば、タクシー利用も増えてくるだろう。
		タクシー運転手	・週末の夜の繁華街は、変わらず振るわない状態である。
		通信会社（職員）	・中小企業のボーナス増など、景気の好転につながる具体的な動向がまだ聞こえてこない。
		通信会社（営業担当）	・来客数や売上を前年同月と比較しても変動がない。また、大きな起爆剤も特になく、景気が良くなると考えにくい。
		通信会社（役員）	・営業エリアにおいて、人口は減少しているが世帯数は増加している。光サービスの契約獲得数はあまり景気の影響を受けず増加していくと期待している。
		美容室（経営者）	・周囲の声からは景気の大きな変動は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築部門は来場者数も戻りつつあり、新たな見込み先の発掘と補助金などの優遇制度活用の動きがみられるが、売上増加には結びついていない。リフォームは小型案件の件数が大幅に増加しており忙しいが、売上は横ばいと予想している。
		住宅販売会社（従業員）	・イベントを開催すると動員はできるが、商品単価の縮小や、契約に踏み切る材料が少ないことにより価格競争になっている。今後も契約まで時間が掛かるといった状況は続くと思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・4月と比較しても、来客数の動きに変化が出るとは思えない。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税増税の影響は薄れていくと考えられるが、あらゆる面において良くなる要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアで、これまでコンビニエンスストアで行われていた公共料金の支払を開始したこともあり、客数の減少は更に進むと考えられる。また、好景気となっているといわれていることが影響してか、アルバイト店員の給料の上昇により人件費が高騰し、経営状態が悪化している。
		一般レストラン（店長）	・今後の予約状況はあまり芳しくない。

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（統括）	・世界的な豚の頭数不足により、畜肉関係の原料供給量不足が発生している。肉製品関係の売価上昇が懸念材料である。購入を控えるのではなく、購入量を減らす傾向が発生すると考えられる。外食はメニュー売価への転嫁を避けられない状況である。	
		テーマパーク（職員）	・今後3か月の予約状況を見ると、国内については団体予約が前年同期をやや下回る傾向にあり、個人客も同様の傾向が予想される。インバウンドの客は前年同期を上回るが、全体としてはやや悪い方向に推移すると考えている。	
	悪くなる	その他レジャー施設（職員）	・当社は消費税増税分の転嫁以外で本体価格の値上げはしていないが、新年度に入ってから仕入れ等で新たに値上げを打診してくる業者が出てきており、燃料代の値上がりも含めて、経費面で厳しさが出てきている。	
企業動向関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	—	—	
		繊維工業（経営者）	・数量面では非常に前向きな話が多いが、製造価格については原材料価格の高騰や社会保険料及び最低賃金上昇による経費の増加を、なかなか吸収できていない。先行きも、経費の増加をいかに吸収するかによって決まってくると考えている。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州はウクライナ問題など不安定要素があるが引き合いは増えており、また欧州からの来客も増えている。北米では、電気自動車のベンチャー企業などから引き合いがあり、今後受注の期待が高い。国内は複合加工機が好調である。	
		建設業（経営者）	・日本海側は太平洋側と違い、冬場は雨や雪が多く作業ができないため、気候のよい第1四半期における公共事業の発注を要望しているが、四半期の最終月である6月も地方自治体にはその気配が感じられない。しかし、7月には期待できると考えている。もし発注がなかったら、アベノミクスにはかなりの痛手になることは間違いない。	
		建設業（総務担当）	・業界全体で施工能力が限界状態と思われ、当面は受注価格競争の緩和が見込まれる。	
		通信業（営業担当）	・5月は通信関連商材のほとんどで売上が低迷していた。ただし、需要そのものは若干ではあるが伸びてきており、先行きについては期待ができる。	
		金融業（融資担当）	・消費税増税後2か月が経過し、増税の反動が想定範囲内で、想定していたほど強くなかったことが確認されつつあり、品物の動きもそれほど鈍化していないことから、今後は徐々に回復していくとみている。	
		金融業（融資担当）	・消費税増税の反動減について、業種によって違いはあるが、既に克服したとみられる取引先が出てきている。	
		不動産業（経営者）	・同業者によると、現在問い合わせが来ている業者が多く、少し先になれば話が決まってくるとみている。	
		税理士（所長）	・北陸新幹線が来年開業することにより、観光客の誘致などに目が行きがちであるが、現在日本で最も発達している首都圏と、時間的に非常に近い結び付きができ、人の交流とビジネスの拡大が目立ってくると考える。工場の誘致関係などの話も出てきていることから、長い目では状況は良くなっていく。消費税増税後のマイナス作用も、なんとか押し返せるだろう。カギは7月のボーナスがどの程度出るかであると考えている。	
		変わらない	繊維工業（経営者）	・円安や消費税増税によるコストアップが続いているが、増税分は別にして、コストアップを転嫁しにくい状況が今後とも続く。
			プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税増税の影響は、6～7月まではあるとみている。この先3か月は、きわどいところであるが、おそらく現在と変わらない状況が続くと予想している。
			金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、状況は変わらないと予想する。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・国内向けは順調に推移していくと推測されるが、新興国、特にアジア向けについては、タイの政情不安により現地の景気に影響が出てくる懸念がある。
			精密機械器具製造業（経営者）	・小売店頭の販売量は、消費税増税後の落ち込みから想定より早く戻り始めているようだが、この先従来レベルまで、あるいはそれ以上に伸びていくかは全く楽観視できない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕 (従業員)	・5月のチラシ広告出稿量は依然沈滞化している。携帯電話関連のチラシ広告出稿量も減少が続いており、今後も同様の状況が続くと考えられる。消費税増税による売上の落ち込みは、今のところ想定していたほどではない。
		司法書士	・飲食店業の創業の話はいくつかあるが、製造業では後継がないための解散が相変わらず多い。
	やや悪くなる	食料品製造業(役員)	・主原料の購入価格が上がっており、総平均法から在庫の価格帯が上昇傾向にある。この影響により収益面での影響を懸念している。
		輸送業(配車担当)	・消費税増税の反動の影響が今後も続くと考えられるため、物量が回復するとは思えない。
悪くなる	—	—	
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・求職者数に動きが出てきており、転職に向けて動いている在職者もみられるようになってきた。先行きについても期待が持てる。
		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続いている。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	・優秀な人材が少ない。企業側も景気の影響で人材増強の話題に乏しい。
		人材派遣会社(社員)	・今後求人数の増加に伴い、賃金の引き上げは人材不足を解消する最も効果的な手段になると考える。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求人数について、動きはまだ出てこない。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・求人広告数は前年下半期と比べると落ち着いてきている。
		職業安定所(職員)	・消費税増税の影響で売上が前年同月比で若干下がっているという事業所の声も多く、先が見えない。
		民間職業紹介機関(経営者)	・消費税増税後、景気の急回復は見込めそうにない。求人企業が人材に求めるスキルは高く、マッチングに苦戦している。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

## 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
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 (職員)	・知り合いが戸建住宅に住み替えようと、今住んでいる築5年のマンションの売却を仲介業者に依頼したところ、すぐに当初の購入価格よりも300万円を超える引き合いが数件出てきたそうである。様々な場面で景気上昇を示す動きが出てきている。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・商店街でのイベント開催による来客数の増加が見込まれる。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・悪い予測ばかりしていたが、大きな変化はなかったため、景気は少し上向きになる。
		百貨店(売場主任)	・3月の売上は前年比で26%増、4月は14%減、5月は6%減、3月からの累計は3%増と、大きな落ち込みはない。今後は給与の増加や夏のクリアランスセールなどの販促強化により、購買心理は好転し、前年を上回る動きとなる。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税の影響が徐々に薄れてくる。ただし、所得が増えているのは一部の消費者に限定されており、大きな回復は望めない。したがって現状より良くなる可能性はあるものの、増税前のレベルまで回復するかは消費者の所得が増えない限り、不透明感が残る。
		百貨店(営業担当)	・海外の高級ブランド品の値上げが一段落し、駆け込み需要や買い控えも落ち着いてくるため、高額品の売上は全般的に良くなってくる。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税の影響がなくなるため、夏物の動きに期待している。
		百貨店(販促担当)	・消費者は想定よりも早く消費税増税に慣れてきているように感じられる。今後は増税前の買いだめ商材が切れてくる時期であり、シーズンも盛夏となるため、消費の回復に期待している。夏のボーナス支給額が増え、株価が堅調に推移すれば、懸案の高額品についても回復していきそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店長）	・夏のボーナス支給額が増える見込みとなっており、個人消費には一定の押し上げ効果が見込まれる。
		百貨店（商品担当）	・夏のボーナス時期をめぐり、駆け込み需要の反動減は比較的早く落ち着き、当初の見込みよりも軽めに済みそうである。
		百貨店（服飾品担当）	・春の消費は3月の駆け込み需要と4～5月の買い控えで少し不安定な状況であったが、夏物商戦の出足は決して悪くはなく、サンダルやパラソルといった商材の売上が今後伸びていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・富裕層は消費税増税に関係なく回復すると思われる。前回の消費税増税時よりも確実に回復傾向が強い。
		百貨店（外商担当）	・7～8月になると、消費税増税の影響はほとんどなくなると思われ、ボーナスの増加や賃上げによって消費マインドが上がっていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税の影響が更に薄れてくる。
		百貨店（マネージャー）	・ファッション商材が気候の変化に伴って動き出しているほか、夏のボーナス増もあり、宝飾品や時計の下見客が増加してきている。
		スーパー（店長）	・5月の結果が良かったので、今後に期待できる。ただし、突発的な要因で方向感が変わる場合もあるため、もう少し様子を見守りたい。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響が薄らぐことで、状況は良くなると思われる。ただし、全体的な賃上げ水準次第では、それほど楽観視はできない。
		スーパー（店長）	・生鮮品に関しては、消費税増税による値上げもあり、4月以降は前年の売上をクリアしている。一般食品でも回復がみられるため、夏場に向けての新たな商品の訴求を行い、販売点数を増やしていけば、若干の売上増が見込まれる。
		スーパー（店長）	・夏に向けて緩やかに回復すると思われる反面、節約志向による販売減も懸念されるため、まだまだ楽観視できない状況が続く。
		スーパー（店長）	・販売点数が緩やかに回復してきている。
		スーパー（企画担当）	・日用品や住居関連、衣料品の販売回復が期待できる。
		スーパー（広報担当）	・消費税増税の影響が一段落し、ボーナス支給などで消費意欲が喚起される可能性がある。
		スーパー（社員）	・心配された消費税増税の影響も一時的で、客の購入量、金額共に堅調である。賃金の増加もあって、客の消費意欲が高まっていると感じる。唯一の懸念材料は、今夏は冷夏となる予測が出ており、昨年までのような猛暑による売上確保が難しくなりそうなことである。
		スーパー（企画）	・食品では、既に生鮮食品の回復がみられる。一般食品は、一部の品目で駆け込み需要の影響が残るものの、中元商戦などに合わせて回復するだろう。衣料品は気温の変化やトレンドによって消費が拡大するほか、住居関連品も駆け込み需要による購入分が消費されることで、徐々に回復が進む。
		コンビニ（経営者）	・近隣ではマンション建設が多く、工事が始まれば作業員の来店が増えてくる。また、アイスコーヒーの新サイズが発売となり、現在は売上が10%ほど増えているが、これからの季節は20～30%ほど増える見込みである。
		コンビニ（経営者）	・今年も猛暑の長期予報が出ている関係で、飲料やアイス類の売上が好調に推移することが期待される。また、プレミアム商品の好調も続きそうであり、客単価の上昇が見込まれる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが始まっているが、夏物スーツやジャケットの受注は減っていない。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税時の駆け込み需要により、業績好調の企業が増えている。夏の賞与増が期待できるため、消費者の購入意欲も高まることが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・4月からの消費税増税後の買い控え感も一段落した。ウクライナや南シナ海の問題もあり、世界情勢は不安定になるかもしれないが、日本国内では過去最高益を出す企業も出てくるなど、やや景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月の消費税増税後にみられた、客の動きの冷え込みもかなり落ち着いてきており、今後はますます良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数は確保できているので、今後受注量は増えてくる。

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
		乗用車販売店（営業企画）	・7月のボーナス商戦時には回復する。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後の落ち込みもそろそろ終わる。増税したからといって、客足が減少しているわけではなく、良い物は欲しいという感覚は増税前と変わらない。
		住関連専門店（店員）	・気温が上がりきってしまえば、夏物商品の販売実績が良くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・買い控えも少しずつ落ち着き、生活必需品は動きが戻りつつあるが、消費税増税の影響で少し堅実な購入スタイルになる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・厳しい状況が続いているが、夏物のセールが始まることもあり、ある程度は購買意欲が戻ってくることを期待したい。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏のボーナス時期となるため、少しでも客単価、特にアルコール類の単価上昇を期待している。
		一般レストラン（経理担当）	・消費税増税後の落ち込みは事前予想の範囲内に収まった感がある。今後を見通すと、個人消費は所得、雇用環境の改善に伴って持ち直しが進むほか、公共投資の拡大が下支えとなり、穏やかな回復が続く。
		スナック（経営者）	・多少は潤い、近所の店にもぎわっている。ただし、好景気が予想されるとまではいえない。
		観光型旅館（経営者）	・今後、夏の行楽シーズンに入る。天候に左右されるが、予約は順調である。
		都市型ホテル（総務担当）	・売上の動きをみると、明らかに4月以降は消費税増税の影響が出ている。ただし、目を追うごとに回復しており、6月以降はボーナスの支給増の影響で回復が本格化する。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行のマイナスを、海外旅行でカバーする傾向となっている。ビジネスクラスの利用など、高額商品で国内旅行のマイナスをカバーしているため、賞与のアップに期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・円安の継続や株価の安定、臨時手当の支給、ベースアップの効果などが徐々に出てくる。
		タクシー運転手	・大手企業によるハイヤー予約が順調に推移しており、今後期待できる。
		通信会社（企画担当）	・景気回復による可処分所得の増加により、ゲームへの参加者が増える。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・人の動きは悪くないので、レジャーの消費マインドも上がってくると期待している。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かくなると来客数が増加する。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・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〔衣服〕（経営者）	・今夏は冷夏となる様子で、回復の足が引っ張られる気がしている。アパレルでは夏の羽織物を若干多めに手配している。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・これ以上好転する材料に乏しいので、我慢比べとなる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・はっきりとした理由は見当たらないものの、しばらくはこのままの状態推移する。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・まだまだ小さな企業が回復するまでには至らない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・消費税増税の影響で横ばいの動きとなる。良くなるよりも悪くなる材料しか見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・イベントやキャンペーンには客の反応がみられるが、限定品や人気商品に関心が集中している。
		百貨店（売場主任）	・今後についても店舗の耐震工事が8月まで続くため、消費税増税の影響からの回復は見込めない。
		百貨店（売場主任）	・富裕層や大手企業は景気の良い話があっても、大多数を占める層にはアベノミクスによる好景気の影響もなく、消費税増税による節約意識が強まっている。
		百貨店（商品担当）	・景気は少し良くなってはいるものの、消費税率が上がってからは、増税によって価格が1万円変わるような宝飾品などの買い控えも多い。順調に景気が右上がりというわけではない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（サービス担当）	・新しくオープンした商業施設がより観光地化することで、海外観光客の集客などが増えるため、今の傾向に変化はない。
		スーパー（経営者）	・客の財布のひもは固く、一品一品を大事に買物している客が多い。
		スーパー（経営者）	・消費税増税後も、店舗人員の採用は都市部に近づくほど困難となっており、周辺の時給の水準も、昨年後半からの上昇が著しい。一方、増税後も生活必需品である生鮮品をはじめとする食品の売行きは落ちておらず、季節催事などでは単価の高い商品がしっかり売れている。今後、最も懸念されるのはエルニーニョによる天候不順である。
		スーパー（店長）	・ボーナスの支給状況にもよるが、5月に感じた消費税増税の実感が消費意欲を減退させる。ただし、梅雨が短期間で終わり、冷夏にならなければ、更なる落ち込みは回避できる。一方、エルニーニョの影響が農作物などに出れば、消費へのマイナス要素が高まる。
		スーパー（店長）	・消費者の生活防衛意識が高く、必要以外の支出が控えられている。
		スーパー（経理担当）	・賃上げ、ボーナス増により、消費は堅調に推移する。エルニーニョによる冷夏、長雨の懸念はあるが、当面は現状の比較的良い状態が続く。
		スーパー（管理担当）	・駆け込み需要の反動については、関連する日用品の買い替えや買い足しの時期になってくる。ただし、上向く兆しはない。
		コンビニ（店長）	・現在と変わらず、財布のひもは緩めずに、若干悪いまま進んでいく。
		コンビニ（店員）	・当店は固定客が多いため、大きな変動はない。
		コンビニ（広告担当）	・2～3か月先の景気は、天候要因の影響を受ける程度で、あまり変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・夏にかけて、必需品に対する消費税増税の実感が出てくるため、バーゲンに多少の影響が出てくる。
		衣料品専門店（販売担当）	・10月ぐらいまでは、悪いまま推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がってから新車の注文予約も減り、車検などの一般修理の売上も現状維持である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品や貴金属類では、時計などの実用的な商品には動きがあっても、ぜいたく品とされるアクセサリー類の動きには期待できない。
		高級レストラン（支配人）	・今月は3か月前と比べて販売量、来客数ともに減少している。本来、5月は例年良くなるはずであるが、消費税増税による影響として、高級レストランの利用が控えられたと考えられ、今後の回復も難しい。
		一般レストラン（経営者）	・あまりにも暑くなると、外食せずに家であっさりとした食事を済ます人が増えるため、大きな期待はできない。
		一般レストラン（経営者）	・地域のイベントがあるほか、チラシも入れる予定であるが、猛暑になれば商店街の人通りも少なくなるため、来客数は伸びにくい。
		一般レストラン（店員）	・消費税増税の影響が徐々に出てきている。当店では価格を据え置いているが、その分の需要の上乗せが感じられない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業利益が拡大し、夏の賞与も増えるといわれているが、消費税増税後の消費者心理としては、お金を使うのは必要最小限とし、日々の消費では節約意識が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・やはり消費税増税は大きな負担になっている。同窓会などのイベントではお金を使っても、普段の生活ではなかなか財布のひもは緩まない。
		観光型ホテル（経営者）	・大企業では給料が増加するようであるが、中小企業には広がっていないため、まだまだ景気が上向く実感はない。
		観光型旅館（経営者）	・客の動きには特に変化がみられない。例年どおり、夏場はスポーツ合宿などで既に予約が埋まっている。
		観光型旅館（団体役員）	・昨年の来客数はほぼ前年をクリアしたが、今年に入り宿泊人員が減少傾向にある。売上についても前年を下回る状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特に目立った予約はないが、今後も宿泊の好調は続く見込みである。一方、宴会の先行予約は前年比で大幅なマイナスと相変わらず悪く、打つ手が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、レストランは、消費税増税の影響もあり薄利多売の傾向にある。宿泊は、大阪中心部の活性化で単価は維持できているが、ビジネス利用での出張は単価が伸びず苦戦している。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では引き続き訪日外国人が増加し、テーマパークの新アトラクションの効果もあり、堅調に推移すると思われる。一方、食堂部門は苦戦が続いており、回復の時期は不透明であるが、全館では前年をやや上回る売上で推移する。
		都市型ホテル（客室担当）	・市内全体として、客室稼働率や単価が好調のようであるが、夏にはテーマパークの新アトラクション特需も見込めるため、今以上に活気が出る。
		旅行代理店（店長）	・急激に良くなることはなく、今の状況が続く。
		旅行代理店（従業員）	・賃金アップが消費の増加につながっていない。
		旅行代理店（広報担当）	・ボーナスの支給額が予定どおりに増えれば、大きく落ち込むことはない。テーマパークの新アトラクションがオープンすれば、より関西の経済状況は良くなる。
		タクシー運転手	・消費税増税が4月から始まり、その影響が出ている。夏のボーナス時期までは悪化が続く。
		通信会社（社員）	・ケーブルテレビへの加入が4Kテレビの販売によって回復するのか、様子をみたい。
		テーマパーク（職員）	・自分が商品を購入するときにも感じるが、やはり消費税増税を実感させられることが多い。それは確実に自分の消費動向に影響を与えている。商品を購入しているのに、なぜか損をした気分になるというのは、あまり消費全体にとって良いことではない。
		観光名所（経理担当）	・今月は天候に恵まれ、連休も天気が良かったため、昨年を上回る来街者数となった。売上も前年比で11%ほど増えている。中でもガラス体験教室はかなり好調で、新しく建て替えた効果もあって45%のアップとなっている。消費者の手作り志向は強く、更に収容人数を増やすべく計画している。まだ改装中の店舗もあるため、すべての店舗がそろえば全体としてはもう少し良くなる。客単価も少し上がってきているため、何となく景気が上向いていると感じる。
		遊園地（経営者）	・来場者数、客単価共に、大きな変動がみられない。
		競艇場（職員）	・極端に悪くなる要因もないため、変わらない。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の公式戦のほか、人気アーティストのコンサートなどが予定されている。夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・この春に美容室が2店舗開業したため、駅から300mの間に約30店舗が出店していることになる。人口の割に店舗数が多く、集客には気が抜けない状態である。
		美容室（店員）	・特に影響を受けるような要素がないので、今後も変わらない。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・消費税増税の影響も一段落するところであり、大きな変化はない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・今後の大型店出店に向けてブランド価値を向上させるとともに、店舗の改装を進めて売上アップを目指す。
		住宅販売会社（経営者）	・刺激となる材料が見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み受注分の業務が多忙となり、しばらく次の受注に向けた営業活動が停止している。これを景気が悪いといえばよいのか分からないが、とにかくアンバランスな状況が続いており、この先が不安である。
		住宅販売会社（総務担当）	・建売住宅などの不動産の動きが鈍いほか、客の様子見などで高額物件の動きも悪い。
		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）	・前月と同じ状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・徐々に消費税増税の影響が出そうである。この時期から値引きでの販売が増えてくるため、定価販売では売上が確保できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・暑さを回避するために、クーラーで涼しい大型モールに人が集まることが予想される。路面店は集客に頭を使わなければならないが、平均年齢の高い客層を考えると、集客は容易ではない。取扱商品が生活必需品ではなく、目玉になるような新製品もないため、集客に対して懸念を持たざるを得ない。
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・豚肉については、流行性下痢の影響で販売量、単価共に大変なことになっている。牛肉も相場が高騰しており、この先はT P Pの影響もあって価格面では非常に不安定である。それらに連動して、販売量には大きな影響が出る。
		百貨店 (売場主任)	・日々の食料品や身の回り品における消費税増税の負担感が徐々に高まっている。販売量もさることながら、購買単価のダウンが顕著になる。
		百貨店 (企画担当)	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減は当初の想定を下回っているものの、増税後は必要不可欠でない物の購買には慎重な様子がみられる。7月のセール時期までこのような状況が続くと、第2四半期は非常に厳しくなる。
		スーパー (開発担当)	・消費税率の引上げで客単価が落ち、売上も前年割れとなっている。高額商品も売れておらず、買い控えが起きている。中小企業ではベースアップの動きもみられないため、まだまだ厳しい。
		衣料品専門店 (経営者)	・今後は高額品が売れなくなる。この春夏もヒット商品が出ておらず、厳しい状態が続く。
		家電量販店 (経営者)	・消費税増税前にエアコンや冷蔵庫などの夏物家電がよく動いたため、その反動減が予想される。
		家電量販店 (店員)	・必要な物以外を購入することが少なくなり、平均購入量がなかなか増えない。
		乗用車販売店 (経営者)	・消費税増税後の落ち込みから回復する兆しが全くない。
		乗用車販売店 (経営者)	・これ以上悪くならないように期待するが、良くなる材料がない。
		乗用車販売店 (経営者)	・自動車関連はやはり高額な商品が多いため、消費税増税の3%分が客の心理に与える影響は大きい。今のところは不安を払しょくできるほどの好材料はない。
		住関連専門店 (店長)	・消費者はレジャーや余暇にまずお金を使い、緊急を要さない高額商品の買い替えなどは、相変わらず後回しにしている。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・4月からの消費税増税による減少がもうしばらく続く。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・中小企業向けの保証協会による融資の保証割合が8割となり、借入が困難になってくる。倒産したときの保証なども設定され、倒産しやすい状況が用意されつつあるほか、中小企業の整理を進める姿勢もみられるなど、良くなる気配はない。今後は、倒産件数の増加や失業率の上昇が進んでいく。
		一般レストラン (スタッフ)	・消費税率引上げの影響が、次第に来客数の動きに出てくる。
		観光型ホテル (経営者)	・先の予約状況では、6、7月は前年を下回っている。大きな団体の予約が少ないほか、客の動き自体が少なくなってきた。
		都市型ホテル (支配人)	・夏のボーナスは、中小企業の景気が回復しなければ増加は見込めない。まだまだ関西の個人消費は活性化するまでには至っていない。
		通信会社 (経営者)	・今後も、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続く気配がある。
		観光名所 (経理担当)	・昨年3月のリニューアル効果がなくなり、来場者が減少している。販促活動を強化し、減少幅を最小限にとどめていきたい。
		ゴルフ場 (支配人)	・予約の動きが低調になってきているほか、単価の動きも良くない。短期的には景気が若干悪くなると予想される。
		競輪場 (職員)	・例年は良くなる傾向となるが、通常は上向くはずの5月の客単価がやや低下しているため、見通しは厳しい。
		住宅販売会社 (従業員)	・土地価格や建築費の高騰により、マンションの販売価格が上昇しているため、消費者のマインドが低下する恐れがある。
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・例年、6～7月は住宅展示場の閑散月であるが、今年は特に消費税増税の影響が顕著であるため、来場数が伸びる要素がない。

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
	悪くなる	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	・分譲マンションの販売現場では、価格上昇で集客に苦戦するほか、販売不振が顕在化してくることが予想される。
		スーパー(経営者) 住宅販売会社(経営者)	・消費税増税の影響で消費が鈍っている。 ・今月の集客は2～3か月先の成約に響いてくるので、成約数は落ちる。
企業動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・新規事業が立ち上がり、初出荷の船積みが終わったため、今後は受注、販売量が増えていく。
		電気機械器具製造業(経営者)	・大手企業の一時的な復調などが、好景気の原因となっている。最近までの景気があまりに悪かった反動もあり、数か月の短期でみると確かに見通しは良い。
		その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・消費税増税の影響を乗り越えた感覚が強い。再び株価も上昇局面に入りそうである。
	やや良くなる	繊維工業(団体職員)	・国内景気全体はやや回復基調にあり、それに伴いタオルの需要も多少は回復する。
		繊維工業(総務担当)	・円安で海外からの仕入コストが上昇するなか、調達先の変更などで安く抑えることが可能になる。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・受注が多く、配達が忙しくなっている。
		化学工業(経営者)	・東日本大震災の復興関係の案件もここへきてようやく出始めており、少しは良くなってくる。
		化学工業(管理担当)	・夏季賞与の支給があり、消費者の購入意欲が上がる。
		化学工業(企画担当)	・現状は以前と変わらず、品質よりも価格を優先した商品が売れているが、徐々に高付加価値商品の需要も高まってくる。
		金属製品製造業(営業担当)	・新規受注により、売上が増える見込みである。
		その他製造業〔履物〕(団体職員)	・消費税増税後の冷え込みで落ち込んでいる景気が、徐々に上向いてくる。
		輸送業(営業担当)	・今月後半は、金属やプラスチック関連の工場からの荷物が多かった。海外生産を国内生産に変更する動きがあると聞いている。
		金融業(営業担当)	・消費税増税前にまとめて仕入れた材料も少なくなり、新たな注文が出てくる。
		広告代理店(営業担当)	・気温の上昇とともに夏物が動き出す一方、単価は下がるが、7月のバーゲン期に入ることで少しは良くなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・これから先は夏物商品が出てくるため、少しは良くなる。
変わらない	食料品製造業(従業員)	・販促活動などを行った結果、少しは販売につながる企画も出てきているが、大きな売上が期待できる物は少ない。消費税増税直後は客がチラシの価格表示に戸惑っていたこともあり、売上への影響は感じなかったが、時間とともに月当たりの支出の増加に気付き始めたことで、増税の影響が出てきている。	
	食料品製造業(営業担当)	・消費税増税後はスーパーでの客足が減少傾向にあるほか、今年は梅雨が長くなるとの予報もあり、現状とあまり変わらない。	
	食料品製造業(経理担当)	・ベースアップや賞与の増額などの明るい話題はあまり聞かれないため、景気上昇には時間が必要である。	
	繊維工業(総務担当)	・明るい材料がまだみえてこない。喜ぶべきことではないが、生産の減少で品不足が目立ってくれば、需給のバランスが回復する。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・顧客からの来月の受注量にも、現状は大きな変化がない。	
	プラスチック製品製造業(経営者)	・しばらくは低調ながらも、今の状態は維持することができる。	
	金属製品製造業(経営者)	・駆け込み需要の反動は一過性の動きと考えているが、秋ごろまで続きそうである。	
	金属製品製造業(管理担当)	・名古屋駅前再開発の工事が予定よりも6か月遅れているため、予定していた売上が確保できていない。	
	一般機械器具製造業(経営者)	・取引先の投資計画が活発化する気配はないので、短期間で景気が上向く見込みはない。	
	一般機械器具製造業(設計担当)	・受注量は安定しているが、増加傾向が見込めるほどではない。	
電気機械器具製造業(経営者)	・最近の流行では商品のサイクルが非常に短く、考え方によってはチャンスが増えたということになる。インフレ気味の動きも進んでいる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・7月以降は売上を取り戻せると見込んでいるが、消費税増税以降は仕入価格や経費の値上がりで、利益が減少傾向にある。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・今年は冷夏という予報もあり、エアコンなどの夏物商品の荷動き鈍化が懸念される。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・相変わらず、仕事はまばらである。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・引き合いの多い案件については、受注に向けた営業努力が不可欠である。価格競争を乗り切るためのコストダウンにも積極的に取り組まねばならない。
		その他製造業 [事務用品] (営業担当)	・良くなったり悪くなったりする要素が見当たらない。
		建設業 (経営者)	・受注のめどはあるが、今後は比較的閑散期に入ることを考慮すると、大きくは変わらない。
		建設業 (経営者)	・東京オリンピック関連工事と東日本大震災の復興本格化により、ますます地方との仕事量の格差が広がる。景気回復による設備投資意欲の高まりを期待したい。
		建設業 (経営者)	・個人、法人共に、まだ財布のひもは固い。
		輸送業 (営業所長)	・新規案件に乏しく、変化が期待できない。
		通信業 (管理担当)	・サッカーワールドカップや、夏のボーナス商戦で少し活気が出てくる。
		金融業 [投資運用業] (代表)	・米国景気は安定している一方、中国の経済指標は不安定である。円高がこれ以上進むことはないものの、外的要因が気になるところである。
		不動産業 (営業担当)	・神戸からの事務所の撤退は今後も続く。それに伴って事業所が減少するほか、貸事務所の需要も減り、賃料も下がる。また、社員も減ることで社宅もなくなり、賃貸の相場が下がるほか、空室率が上がってくる。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数の増減はあるものの、大きな変動はない。ただし、折込広告が4月に比べて減っていることが気になる。
		広告代理店 (営業担当)	・今月の悪さがこのまま続くかどうかは分からない。
		広告代理店 (営業担当)	・年内は今のままの状態が続きそうである。
		司法書士	・現状は変化がなく、これといった変動要因も見当たらない。
		経営コンサルタント	・景気浮揚への期待感が続く。
		コピーサービス業 (店長)	・今後も極端な変化はないと予想されるが、増加傾向にあるIT関連の案件については先行きが不透明である。
		その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・消費税率引上げの影響が徐々に出てきている。増税の分だけ客単価は微増となったが、来客数はターミナル駅を中心に、増税前の2～3%減の状態がいまだに続いており、当面はこの傾向が継続する。
		その他非製造業 [商社] (営業担当)	・消費税増税の影響で消費は落ち込むと思っていたが、あまり影響はなく、今後はサッカーワールドカップの特需や、省エネ対策などで家電に動きも出てくる。ただし、全体としては海外情勢次第という部分もある。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業 (情報企画担当)	・予想では6～8月にかけて印刷や販売促進関連が暇になる見込みである。対策としては、医療業界の安全対策マニュアルの整備や、防災対策関連の販促物などの拡大が中心となる。格安のホテル業界は活況を呈しているため、今後注目に値する。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・駆け込み需要の反動減を中心に、消費税率引上げの影響が出てくる。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が増えず、引き合いも少ない。
		輸送業 (商品管理担当)	・今はまだ3月までに売れた分の配送があるが、この先は減少する。
		輸送業 (営業担当)	・今月の売上からみると、夏場の荷動きの少ない時期に入ることもあり、かなりの落ち込みが予想される。
		その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・今後の市場動向が見通せない。
悪くなる	○	○	
雇用関連 (近畿)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社 (支店長)	・派遣需要が増えているほか、人材紹介の需要も高まり、受注は米国の大手金融機関破たん後で最も多くなっている。また、中途採用なども活発になってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・今はまだ一部の企業が潤っている状態であり、東京、名古屋、大阪へとうまく利益が循環していけば、企業が雇用に力を入れる余裕も出てくる。雇用情勢が改善すれば、景気も上向きとなる。
		人材派遣会社（支店長）	・今の状況がこのまましばらくは続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・駆け込み需要の反動減による影響はごくわずかで、夏ごろから本格的に回復する見込みである。
		職業安定所（職員）	・求人数が前年比で増えており、安定所に来所する求職者数は減っている。また、窓口での事業所からの聞き取りでも、景気が悪いとの声は聞かれない。それよりも、求人を出しても人がなかなか集まらないという声が多く、景気が良くなってきていると感じる。
		職業安定所（職員）	・新規求人の傾向は、前月比で10%増加し、前年比でも9%増加している。特に、建設業、製造業、卸売・小売業が増加しており、製造業では自動車部品関連の増加が目立つ。また、管内の小売業では消費税率引上げ後の消費の手控え感はなく、自動車関連でも夏以降は増産傾向となる。
		職業安定所（職員）	・前年よりも雇用保険被保険者数（雇用者数）が増加している。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・新卒採用は良い傾向にあるが、今後のマッチングに不安を残している。このまま良い方向に進んでもらいたい。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・関西の中小企業経営者は慎重になっている。特に不動産や自動車関連、流通業の動きが悪く、雇用に動きが出てくるのは夏以降になる。
		人材派遣会社（役員）	・労働者不足の状況はこの先も変わらず、企業の採用意欲もすぐに衰えることは考えにくい。今の状況はしばらく続く。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・消費税増税の大きな影響はみられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現時点では、2、3か月後に回復傾向がみられることに確信が持てない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告による求人を見る限り、景気の盛り上がりはなく、逆に景気の減速もはっきりとはみられない。ただし、最近インターネットを介した求人が主流となっており、新聞による求人広告が減っているため、景気の上昇傾向が感じられない可能性もある。求人媒体全体の動向をみれば、より正確な景気動向がみえてくるかもしれない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西経済全体にベースアップの動きが広がっているかどうかは疑問である。
		職業安定所（職員）	・訪問先の事業所によると、消費税増税による前倒し納入や販売があったものの、4月以降も影響がほとんどなく、今後についても特に影響がないとの声が多いため、しばらくは現在の状況が続くと予想している。
民間職業紹介機関（職員）	・建設労働者不足が足かせになり、工事の受注を抑えている。この状況を突き破ることは、なかなか困難なようである。		
民間職業紹介機関（支社長）	・企業の業績改善もあり、採用意欲は高い。		
	やや悪くなる	—	—
	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	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子はとても明るい感じであるが、季節的な要因ばかりではないようである。話をしても給料が上がって買物がしたくなるなど、そんな人が多い。
		商店街（代表者）	・夏のボーナス時期になり、景気は上向く。
		商店街（代表者）	・企業業績の良さに伴う夏のボーナスの増額により、売上増が期待できる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・販路開拓中の海外取引の調子が良く、新企画もあるので売上増加を期待している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・7月ごろにかけて景気は緩やかに回復する。

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
		百貨店（営業担当）	・消費増税の影響が限定的ということもあり、感覚的には景気は徐々に良くなっている。今後、暑くなれば客の購買意欲も良くなってくる。
		百貨店（営業担当）	・6月のプレクリアランスセールから販売量は回復する。
		百貨店（購買担当）	・クリアランスセールが始まるので売上は伸びる。
		スーパー（店長）	・客の買い控えはなくなっていく。
		スーパー（店長）	・前年の105%の売上があった3月の水準に戻りつつあり、景気は徐々に良くなる。
		スーパー（店長）	・気温上昇に伴い、夏の季節商品の販売量が増加する。
		スーパー（店長）	・景気は回復してくる。
		スーパー（店長）	・消費増税の影響も収まってきており、少しずつ販売量も増えている。油断はできないが、景気はこれから徐々に上向きになる。
		コンビニ（エリア担当）	・5月は自動車税の納期で売上が悪かったが、これからボーナス時期になるので景気は上向き。
		コンビニ（エリア担当）	・消費増税前に駆け込み購入した商品の在庫がなくなるので、今後は売上が伸びる。
		家電量販店（店長）	・気温が上がりエアコンや扇風機などの季節商品が動き始めるので、売上は良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・駆け込み需要でエアコンはそれほど動いていないので、売上は夏商戦で回復する。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要の反動を受けている現在よりは、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費増税後の買い控えが徐々に薄らいできた。今後の新商品の投入も考慮すると、売上は徐々に回復していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・客は消費増税の影響でかなり節約傾向にある。しかし、ボーナスへの期待が徐々に大きくなっており、6月以降は少しだけ景気が上向き。
		乗用車販売店（営業担当）	・売上は極端な落ち込みから少しずつ上向き傾向にあり、また今月からボーナス商戦に突入する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・期待も含めて、景気は少しずつ良くなってくる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・夏のボーナス商戦に期待しており、徐々に景気は上向き。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・売上や来客数は消費増税直後から週ごとに回復しており、5月末には前年並みまで戻った。衣料品などでは客単価も上昇しており、今後バーゲンが始まれば更に活性化する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・駆け込み需要の反動減が当初の予測よりも小さいことはプラス材料である。企業の業績改善により賃金が増えれば、更なる購買意欲の形成につながる。
		一般レストラン（経営者）	・夏に入るまでには家計の配分も定着し、外食利用機会も増える。またボーナス前でもあり、消費への関心が高まる。
		スナック（経営者）	・景気はまだ少し良い程度で慎重に見守る必要があるが、今月のように来月も少しでも良くなればと期待している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・前回の消費増税時と同じような動きになると思われたが、今回の落ち込みは前回より大きいので、回復には時間がかかる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・高単価の客がちらほら出てきており、今後も期待できる。
		都市型ホテル（企画担当）	・市内の大型ショッピングセンター開業に伴い、関連企業の動きや不動産の動向が活発になりつつある。
		旅行代理店（経営者）	・期待も含めて、客の動向は良い方向に向いている。ただ関東方面と比較すれば、当地域は悪い。
		旅行代理店（営業担当）	・7～8月はボーナスの支給や4月の買い控えの反動で、景気は少し好転する。
		タクシー運転手	・ボーナス時期になるので、売上は伸びる。
		タクシー運転手	・ちょうどボーナス支給の時期に当たるので、客数は増加する。
		通信会社（総務担当）	・アベノミクスの浸透による需要喚起と販売増に期待する。
		通信会社（広報担当）	・今後、夏商戦に向けて新商品が販売されることから、販売量や来客数が伸びてくる。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休み等で人の動きも多くなってきて、来園者が増えてくる。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約は前年より順調に伸びている。ただしまわりの客単価が下がっている影響を受け、売上増加は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競艇場（職員）	・7月初旬に開催されるレースで売上が確保できる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・3～4月には消費税増税がよく話題になり、特に4月には節約志向の話も聞かれたが、最近では客も消費税8%に慣れてきたのかあまり話題にのぼらない。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子や商店街全体の様子からは、良くなる要素が今のところ見当たらない。
		商店街（理事）	・景気に変化する要素がない。
		商店街（代表者）	・景気に変化はないと思うが、家庭の収入が増加しなければ販売量は減少する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・商工会議所主催のイベントが6月に開催されるので、客の購買意欲が上がることを期待する。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・都会では賃上げの動きがあるようだが、地方に波及するのかわからないため、景気は変わらないと判断する。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・夏商戦に入って客単価の上昇と買上点数の増加を期待しているが、冷夏予想であることが心配である。
		百貨店（経理担当）	・明日の事も読めない状況なので、2～3か月先の事など非常にわかりづらい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が家計にじわじわと出始めるため、消費が拡大することはない。
		百貨店（販売促進担当）	・6月から消費税増税後初めてのお中元商戦がスタートするが、お中元の件数は絞り込まれ、また平均単価も下がると想定される。景気の回復には今しばらく時間がかかる。
		百貨店（売場担当）	・不振が続いている化粧品の売上が回復していき、夏物バーゲンを絡めて売上はほぼ前年並みで推移する。
		スーパー（総務担当）	・来客数は減少しているが単価はさほど変わっていないので、今後も落ち着いた状況で推移する。
		スーパー（業務開発担当）	・食品スーパーでは買物に対する節約志向は変わっていない。し好みや定番商品の動きが鈍く、特売や奉仕品の安いものしか動かない。
		スーパー（財務担当）	・生鮮食品においては駆け込み需要の反動減はないが、加工食品や住宅関連商品ではまだ影響が続く。消費税増税による節約志向は今後も続く。
		スーパー（管理担当）	・景気は徐々に回復するが、消費税増税の影響はこの1～2か月はまだ残る。
		スーパー（営業システム担当）	・消費の動きがやや停滞気味である。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税の影響で客の節約傾向は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の動向からみると、来客数や客単価についてはしばらく今の状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・今後の見通しがつかない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・来客数は回復しつつあるが、客単価は今後も上がらない。客が必要な商品だけを購入する傾向は続く。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税増税後の景気の回復が見込めない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の影響から客の気持ちが落ち着くにはまだ時間がかかる。
		家電量販店（店長）	・夏のボーナス後の暑さ次第でエアコンや冷蔵庫の売上が期待できる。サッカーワールドカップが開催されるが、映像関連には良い影響はあまり期待できない。
		乗用車販売店（店長）	・客の動きが鈍く、夏まで現状が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・商品は好評であるが、慎重に検討する客が増えている。客は消費税増税による実負担よりも気持ちの面で買い控えている印象があり、ボーナス時期とはいえ大きな変化は期待できない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が増加する要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の影響は小さくなるが、景気が上向くとは考えられない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・客の買い控えはそれほど強くないので、かなり先になるが秋には景気は上向く。
	高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年より悪く、予約の伸びも期待できないので厳しい状況が続く。	
	一般レストラン（経営者）	・来客数が減少しており、現状のままで推移する。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（店長）	・今はやや好調を維持している。予約も1～2か月先まで順調に入ってきているため、現状が今後も続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・天候や気温上昇に伴い消費は伸びる。肉中心のメニューの注文が増えており、この傾向は続く。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・先行受注が減少傾向なのは以前と変わらず、大きな変化はみられない。
		都市型ホテル（企画担当）	・景気に大きな変化はみられない。今年のボーナスは前年に比べて増えると思われるので、少しは期待したいが結果は不透明である。
		都市型ホテル（総支配人）	・明確に好転または悪化する要因は見当たらない。
		タクシー運転手	・特に夜の街の出入が戻ってこない。
		通信会社（社員）	・問い合わせ等に変動がない。
		通信会社（企画担当）	・当社サービスでは消費税増税の影響がほとんどみられなかった。したがって揺り戻しもないと思われるので、今のままで推移する。
		テーマパーク（管理担当）	・客数等の各項目ともほとんど変動がない。
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税の影響による節約志向もそろそろ落ち着いてくる。
		美容室（経営者）	・ボーナス時期になるが、長期的にみて景気が上向くことはない。
		美容室（経営者）	・消費税増税後は、来客数よりも販売量の減少が大きく、客の購買意欲は明らかに低下している。
		設計事務所（経営者）	・景気が好転する材料がみつからない。
		住宅販売会社（従業員）	・客は消費税増税後の生活に慣れてきており、しばらくは増税の影響は薄れたままで現状維持となる。
		住宅販売会社（販売担当）	・これから客の動きがある時期になるが、景気上昇の要因がないため横ばいの状況が続く。
		住宅販売会社（営業担当）	・状況が変わる要因がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客はむしろ消費税増税直後よりも消費を控えており、景気は徐々に悪くなる。
		百貨店（売場担当）	・原材料高で夏物衣料の単価が上がっている。弁当も一様に値上げになるなど、郊外の日常商品の販売を主力とする店は苦戦する。
		百貨店（営業推進担当）	・消費税増税は想定以上にじわじわと影響している。販売面では数量的にも金額的にも、もう1品の買上がなく、また来客数も前年に比べ伸び悩んでいる。
		スーパー（販売担当）	・4月は新生活需要や通勤に伴う需要に支えられ消費税増税の影響はさほどみえなかったが、ここきて影響を感じる。当初は消費税増税の影響は一時的で限定的なもので景気回復は早いと予測していたが、現状では修正せざるを得ない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税は成功していると言われるが、家計を預かる主婦は少しでも安い物を探し努力している。この先10%に上がると主婦のやりくりはもっと大変になる。
		観光型ホテル（支配人）	・消費税増税のマイナス影響はまだ続く。結婚式の予約件数も4月以降は前年比で減少している。
		通信会社（工事担当）	・繁忙期が過ぎて、今後は申込が減少する。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響を生活のなかで実感するため、客は増税直後よりも節約傾向が強くなる。
		設計事務所（経営者）	・今後は年内の受注の落ち込みが影響する。
		設計事務所（経営者）	・現在は民間からの問い合わせがない状況で、2～3か月先の見通しが立っていない。
		設計事務所（経営者）	・現在は、設計案件の希望予算と建築物価の間に大きな差が生じている。設計を完了しても予算内では工事発注できないケースが増えてきた。今後も建築物価が下がる見通しがないため、スケジュール通りにプロジェクトが完了できないことが予想される。
	悪くなる	スーパー（店長）	・収入は変わらず、支出が増加しているため、客の買い控えが継続する。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の反動減は6月くらいまで影響する。
		自動車備品販売店（経営者）	・売価及びメーカーの設定価格が低下し、またデフレ気味の状況になっている。我々の業界だけかもしれないが、悪い方向へ行くばかりで何も良くなる要素が感じられない。
		住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少して見込み客の情報も少ないため、売上が伸びる要素がない。

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
		美容室（経営者）	・消費増税の影響で客の財布のひもは固く、当分この状態は続く。景気が良くなるとは思えない。
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）	・新機種の立ち上がりがあり、当社も忙しくなる。
	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・景気が上向くことを希望する。
		化学工業（経営者）	・主力商品である苛性ソーダの値上げが大口取引先を中心にほぼ決着し、化学製品全体の受注は増加基調にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・需要と供給のバランスを考えると、企業が今まで控えていた設備投資が時期的に更新時期に入っている。景気にかかわらず、多くの企業が更新を検討・実施する。
		建設業（総務担当）	・同業者にも手持ちの受注が多く、競争見積への参加業者が少なくなってきた。
		輸送業（支店長）	・日雇い労働者の賃金や委託賃金が上昇し、アベノミクスの具体的な成長戦略も出ていないため先行きに不透明な面はあるが、景気は前月よりも良くなる。
		輸送業（経理担当）	・荷動きの鈍化傾向は一過性のもので、夏の商戦期に向けて活発になってくる。ただし、天候に影響される荷物も多いため気がかりである。
		金融業（貸付担当）	・2～3か月先といえば7～8月であるが、取引先の小売業や製造業の企業は、お中元商戦に向けて新たな準備を進めている。消費増税の影響は想定内との判断が多く、個人消費が持ち直せば景気は現在よりはやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の話や聞くと、夏に向けての販売促進・拡大情報が色々な業種で見受けられており、景気は上向きペースで進んでいく。
		コピーサービス業（管理担当）	・駆け込み需要の反動減が終了することを期待している。
変わらない	農林水産業（従業者）	・当港のブランド魚の水揚げ量が芳しくなく、活気がない状況が続く。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減と職人不足による工期遅れがみられる。	
	鉄鋼業（総務担当）	・当面は足元の堅調な稼働が継続するとみる取引先が多い。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連では中国メーカーの台頭と低価格化を懸念しているが、全体としてはおおむね堅調と見込む。	
	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械の得意先が取引先に向けて行った業況説明会では、受注は緩やかに増えていくとの見方である。しかし、造船業界からの受注案件が7月で終わるため、全体としてはプラスマイナスゼロになる見込みである。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客の海外生産が増加してくるため、国内生産は現状維持の傾向となる。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・依然として新造船の需給ギャップは大きく、船価改善にはしばらく時間がかかる見込みである。しかし、国内造船各社がおおむね2017年までの仕事量を確保しつつあり、ポジティブに捉えている。	
	建設業（経営者）	・仕事量は以前に比べて増えているが、技能者が不足しているため、企業にとっては人件費がかかり儲からない状況が続く。	
	通信業（営業担当）	・TPPが協議中であり、政府の内需拡大に向けた具体的な景気対策もみえてこない。	
	金融業（自動車担当）	・新興国経済の不安定さは依然残るが、自動車業界にとって十分に輸出採算が確保できる為替水準が定着しており、当面は輸出の好調を維持できる。自動車部品メーカーの増収増益基調は続く。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期でないため景気は変わらない。	
	会計事務所（職員）	・5月終盤は月初のゴールデンウィークの反動で、サービス業や小売業の業績はパッとしないのが例年であるが、今年は前年までのような渋い傾向が薄らいでいる。	
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・5月の売上が予想以上に低く、夏に向けて不安を感じている。
窯業・土石製品製造業（総務経理担当）		・鉄鋼業向けの低調な状況に変化はなく、客先の生産方法変更に伴う当社製品の使用量減少も予定されている。自治体向けゴミ焼却場も販売エリア内での計画が今年はない見込みである。	
鉄鋼業（総務担当）		・特約店販売ルートの商品在庫が減り在庫補充の注文が増えているが、実需以上の注文がきている懸念があり警戒している。	

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
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量の低下がみられる。
		通信業（営業企画担当）	・今後の3か月間は情報通信関連の投資について契約案件も少なく、設備投資を伴う社会的なイベントの開催予定がない。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・悪くなる要素が一つもなく、さらに消費が冷え込んでいく。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。
雇用 関連  (中国)	良くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・駅前の大型ショッピングセンター開業に伴う相乗効果が期待できる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・人の動きが活発化し、人材紹介・企業教育など含め企業のニーズは好調である。また大型商業施設オープンに伴う人材の需給バランスを注視しながら当社の営業活動を進める。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加傾向は続いている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・今年度に入ってから、さらに求人の依頼が増えている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・来春卒業予定者を対象とする事業主向け求人業務説明会への参加事業所が前年よりも増加した。この説明会への参加事業所が増えると、新規学卒者対象求人の申込が増加する傾向にあることから、各企業の採用意欲は引き続き高い。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・当県の主要産業である建設業において、7月以降、公共工事関連で受注増を見込んでいる市内中小企業がある。また大型ショッピングセンターでは消費税増税にあわせて店舗をリニューアルした結果、駆け込み需要の反動減から回復しており集客増も当分続くともみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・従来は従業員増加に伴う税金や関係省庁への提出書類増加等の負担を考慮して一定数に留めていた従業員数を、業績拡大を見込んで増員する中小企業も増えている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響も受けず、かつ上向きな影響もないため、例年通りに推移する。
		人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響を意識して求人を控えていた企業の求人数は増加する見込みである一方、求職者の動きが更に鈍くなるため、より労働者の売手市場が鮮明となるが、状況としては大きくは変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の求人意欲は依然高止まりで推移する。
求人情報誌製作会社（広告担当）		・消費税増税の影響はもう少し続く。経営者は慎重な姿勢を当面は堅持していく。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・地方では企業のペア実施も少なく、駆け込み需要はあったものの消費税増税後の消費の落ち込みが大きい。さらにガソリンや電気代の上昇により家計の負担は増している。	
職業安定所（産業雇用情報担当）		・10か月連続で求人倍率が1倍を超えているが、求職者の減少が影響している。	
学校〔短期大学〕（学生支援担当）		・特に変化はない。	
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伴う価格転嫁と円安による原材料費の高止まりが大きな課題で、特に中小零細企業からは今後の受注状況等をみて景気の先行きを心配する声が多く寄せられている。	
やや悪くなる	—	—	
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	商店街（事務局長）	・消費は順調に回復していくとみている。11月に岡山に大型ショッピングモールがオープンすると、冬以降の消費環境が大きく様変わりする可能性もある。
		百貨店（販売促進担当）	・5月の売上は前年を上回る堅調なものであった。6月以降も前年並みを確保するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		スーパー（店長）	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減も、7月ごろには回復しているのではないかと。		
		スーパー（店長）	・消耗雑貨など一部の商品群で残っている消費税増税前の駆け込み需要の影響がなくなり、売上増加が見込まれる。		
		スーパー（企画担当）	・夏場の天候次第になるが、生鮮食品は消費税増税の影響はほとんどない。		
		衣料品専門店（経営者）	・顧客の消費動向をみるに、アベノミクスが地方へも循環してきていると感じる。		
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の影響は思っていたより少ない。この夏は冷夏といわれている為、例年より客が外出される機会が増え、来店に繋がるのではないかとみている。		
		家電量販店（店員）	・夏のボーナス商戦頃には消費税増税後の買い控えも一段落し、販売量も回復するだろう。		
		乗用車販売店（営業担当）	・今以上に販売台数が減少することはないとみている。		
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・4～5月は消費税増税の影響で売上は伸びなかったが、お中元の時期になると伸びていくのではないかと。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・夏の賞与が支給されると、少し上向くのではないかと。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税の影響は6月ごろまで残ると予想していたが、想定よりは小さいように感じる。		
		観光型旅館（経営者）	・6～7月は予約状況が昨年より多く、5月の落ち込みを取り戻している。		
		旅行代理店（支店長）	・大阪地区での大型商業施設の全面オープンや有名テーマパークの人気アトラクション新設により、関西圏を中心に夏場の個人旅行の申込が増えている。また、海外ではヨーロッパ方面など長期・高額商品の申込も増えている。		
		通信会社（企画）	・引き合い状況からみて、良くなっていくとみている。		
		競艇場（職員）	・7月にはSG競走を開催するので、ポートレースファンが全国から駆けつけ、盛り上がり期待している。		
		美容室（経営者）	・新メニューの投入やスタッフの増員でよくなると期待したい。		
		設計事務所（所長）	・店舗など商業施設の開店が、以前より増えてきている。		
		変わらない		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店客数、売上ともに減少している。
				百貨店（営業担当）	・景気回復によりボーナスは上昇するだろうが、消費につながることは考え難い。
				百貨店（営業推進）	・地方は消費税増税の影響がまだ続いており、厳しい状況にある。3か月先も回復には向かわない。
				スーパー（財務担当）	・ボーナスが増えても、消費税増税による節約志向で相殺される。
				コンビニ（店長）	・一般の客の消費動向に変化はない。
				コンビニ（店長）	・平均年収の低い地域だから、賃金上昇は望めない。また、冷夏になるとの予報もあって、最盛期の7、8月の見込みは薄い。
				コンビニ（総務）	・季節指数が上がる時期を迎え、天候や気温に大きく左右されるが、平年並みであればやや良くなる。しかし、冷夏や雨天が続くと悪化する可能性がある。
				乗用車販売店（従業員）	・上期は消費税増税の影響が大きく、下期になって徐々に回復していく。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響がしばらく続きそうである。夏のボーナス商戦では回復を期待している。				
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響はしばらく続き、回復する要因もみつからない。				
乗用車販売店（役員）	・消費税増税で4～5月は新車受注が落ち込み、6月も今の状態が続くとみる。3月以前に車の買い控えがすでに起きており、前年比2～3割落ちるのではないかと。				
住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から、今後2～3か月は厳しい状態が続く。				
その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・良くなる要因がない。				
都市型ホテル（経営者）	・予約状況は前年と変わりなく、全体として芳しくない。				
タクシー運転手	・消費税増税も一段落した。景気が上向いているのは都市部のみで、給料が上昇していないという声が多く聞こえた。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・新商品がインパクトに欠け、売上が上向き見込みは小さい。
		観光遊園地（職員）	・民間ボーナスが上昇すれば、改善も期待できるのではないかと。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況も客単価も5月は非常に良かったが、6月、7月は伸び悩んでおり、5月より良くなることはないのではないかと。
		美容室（経営者）	・アベノミクスの恩恵を感じている人は地方には少ない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方都市では、消費税増税の影響がしばらく続くのではないかと。特に夏物の立ち上がりが悪く、今からセール待ちをしているような様子もうかがえる。
		商店街（代表者）	・10%への消費税増税が一つの焦点。節約志向は続くともみている。
		商店街（代表者）	・消費税増税後は、顧客の動きが停滞気味である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税増税の影響で、客が以前より少し安い商品を選ぶ傾向にある。安い商品でも必要最低限の購入なので、景気が良くなっていくのは難しい。
		タクシー運転手	・夏になると、お遍路関連の乗客がほとんどいなくなる。
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・契約および工事着工数が伸びる要因が無い。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税増税、法人税減税で景気が良くなるわけがない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費者は口を揃えて、「無理に買わなくても」と言い、購買意欲が無くなっている。消費税増税と景気の悪さを物語っている。
	企業 動向 関連  (四国)	良くなる	衣料品専門店（経営者）
食料品製造業（商品統括）			・雰囲気は左右されやすい景気に消費税増税というフィルターを通して結果、良い情報が出てきていると感じる。
やや良くなる		繊維工業（経営者）	・消費は活発だと判断する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・当社は海外に市場を求め行動しているため、いくぶんか売上が増加するものと思われる。
		金融業（副支店長）	・消費税増税の影響も軽微。高額商品の消費も堅調である。
		広告代理店（経営者）	・得意先の売上は消費税増税後に減少しているため、販促広告費は抑えられている。夏以降は業績改善が期待でき、販促広告費も回復する。
変わらない		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税増税の影響も軽微。高額商品の消費も堅調である。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響と製造業の人手不足が懸念される。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船業界は2015年以降、3年間の受注は好調であるが、今年は前倒し建造しない限り、低位に推移する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当面は現状と大きく変わることはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・提案等、積極的な営業を仕掛けることで、辛うじて受注を確保している状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経理）	・受注に変化はみられない。
		建設会社（経理担当）	・技術職やその他人員の不足などもあるが、いかに工事を受注できるかにかかっている。
	建設業（経営者）	・人材不足はまだまだ続く。	
	輸送業（経営者）	・業界のルールに大きく左右される部分が多い。	
	輸送業（営業）	・地方では消費税増税による物価高に身構える消費者が多く、消費財の動きも低調に推移している。燃料油価格の高騰や高速道路通行料金の割引制度の縮小の影響が経営を著しく圧迫している。これ以上消費の停滞が長引けば、運賃値上げに踏み切らなければならないかと危惧している。	
	公認会計士	・経営者からは、特別に設備投資をするなど、積極的な考え方が出ていない。	
やや悪くなる	建設業（経営者）	・受注量の見通しが立てにくい状況。公共事業の前倒し発注に期待したい。	
	輸送業（支店長）	・顧客先からは、あまり良い話は聞こえてこない。燃油費の高止まりや人件費等のコスト増による業績への影響を懸念している。	
雇用 関連	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・夏季商戦に向けて、季節雇用も含め人材ニーズが高まっていく傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(四国)	変わらない	求人情報誌製作会社(従業員)	・賞与を受け取ってから転職を考えてる方や、学生アルバイトの増加が見込まれる。
		求人情報誌(営業)	・引き続き好景気ではあるが、各業種とも人材不足が続いている。打開策が見つかっていない。
		職業安定所(職員)	・就職件数など増加しているが、正社員への求職者希望は強く、ミスマッチの解消には至っていない。
		職業安定所(職員)	・月間有効求人倍率は、前月比0.08ポイント低下、前年同月比では0.23ポイント上昇している。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関(所長)	・ボーナスの支給に近いが、前年より増やす企業は少ないようだ。
		人材派遣会社(営業担当)	・求職者の数が減っており、派遣法の動きも含めて企業(派遣先)は慎重になっている。
悪くなる	新聞社[求人広告](担当者)	・ガソリンを始め物価上昇が予想以上で可処分所得の減少が問題。来年秋の消費税10%への引上げも念頭において防御態勢に入っただろう。	
	—	—	—

## 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、O: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
(九州)	家計動向関連 良くなる やや良くなる	—	—
		商店街(代表者)	・来客数は減少していないので、販売促進と品ぞろえをしっかりやれば売上増を見込める。
		商店街(代表者)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がまだ続いているが、今後は若干解消されて今より良くなると期待している。
		一般小売店[精肉](店員)	・消費税増税の影響もほとんどなく、このままの調子を維持する。
		百貨店(営業担当)	・レジ客数が横ばいとなり、来月以降、回復の兆しが出てきた。また、消費税増税前の駆け込み需要が大きかったお得意様部門に比べ、一般カードの売上の落ち込みが減少している。また、紳士・婦人衣料の商品単価が回復、食品も前年維持となった。お中元需要とクリアランスでの需要回復が見込まれる。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税の影響も日々弱まりつつある。
		百貨店(営業統括)	・消費税増税の反動減の影響がほぼなくなると考えられる。夏のボーナス商戦での顧客購買がどこまで伸長するかがポイントである。
		百貨店(企画)	・消費税増税の影響はあるものの売上、来店客数ともに正常に近づいている。
		百貨店(売場担当)	・売上は前年比97%だが、入店客数は105%なので客数自体は落ちていない。2~3か月先はクリアランスの時期になるので、かなり需要がでて、今よりは確実に回復する。おおむね98~100%の前年並みには戻り、やや良くなる。
		百貨店(店舗事業計画部)	・消費税増税前の駆け込み需要とその反動減がほぼ終わっており、地元銀行が夏のボーナス増加を見込むコメントを出すなど、夏のセールに向けた外部環境や顧客の心理的なイメージが良くなってくると期待できる。
		スーパー(店長)	・生鮮食品を中心に、価格一辺倒から質に見合った支出という傾向が出始めている。3か月前と違った前向きな景況感が顧客の購入状況に出てきている。
		スーパー(店長)	・回復は遅いものの4~5月は回復基調になってきている。また、保存が可能な商材の動きが良くなってくる時期である。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の買い控えに対する反動もあるので、売上も上がる。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の落ち込みは、4~5月が底になるとみているので、今後は少しずつ売上も回復するとみている。
		スーパー(総務担当)	・買上点数、来客数に消費税増税の影響はあまりなく、顧客の購買意欲に対する影響も少ない。
コンビニ(店長)	・心配していたほど、売上が下がっていない。		
コンビニ(販売促進担当)	・大型量販店、ローカルスーパーも、パンコーナーは税抜き価格で販売しているため、客は安く感じるようだ。これから先も伸びていく。		

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
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が6～7月上旬ぐらいまで続くとみられる。ボーナスが出るため、8月以降、やや良くなる判断している。
		家電量販店（総務担当）	・業界予想では、ボーナス商戦をきっかけに需要が浮上してくる可能性があるため、期待している。
		家電量販店（従業員）	・季節柄、除湿器やエアコン、扇風機が売れ出す。
		家電量販店（広報・IR担当）	・5月は4月と比べると、テレビ、洗濯機、冷蔵庫等で回復傾向がみられた。気候にも影響されるが、ボーナス商戦頃からやや良くなるのではないかと。
		乗用車販売店（従業員）	・国は6～7月あたりから回復すると言っているが不安もある。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響が薄れ新車販売台数が上向き、新車売上増加が収益アップに寄与する。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・東京の大企業の好況が、少しずつ地方にも波及してくると考えられる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今後、消費税増税の影響は徐々に薄らいでいく。既に耐久消費財を購入した方は、夏のボーナスが出たあたりから贈答品の購入へ目を向けるようになる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・消費税増税の反動も4月だけで、5月はほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降についても前年を上回ることが可能である。
		居酒屋（経営者）	・消費税増税にも慣れて、購買意欲が増してくる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・向こう3か月の予約も順調に入ってきている。
		都市型ホテル（副支配人）	・年間を通して4～6月が一番弱い四半期であるが、消費税増税に関わらず売上単価と予約も伸びている。
		旅行代理店（企画）	・各分野でボーナスの増額と言われているため、レジャー費が増加すると見込んでいる。先行の受注額は、7月が前年同期比133%、8月が前年同期比106%となっている。
		タクシー運転手	・今年の夏のボーナスが増えれば、消費に回ってくる可能性は非常に高くなる。また、景気は秋頃にかけては良くなると予測が出ているので、非常に期待したい。
		通信会社（総務局）	・消費税増税も定着化して、さらに夏季賞与のアップも期待されることから、身の周りの景気もやや良くなる。
		通信会社（業務担当）	・6月は5月に引き続き、新商品発売とプラン変更で来店増が見込まれるので、前月及び昨年の販売台数は上回る。
		通信会社（販売部）	・新商品、新サービスの提供により客の購買意欲が高まると考えられる。
		ゴルフ場（従業員）	・夏はプレーされない時期になるが、6～7月の予約をみると前年比を簡単にクリアする数値である。プレー代以外の物の売上も伸びるだろうと商品の仕入れをしている状況で、良い動きになっている。また、企業関係のコンペや大きな団体のコンペもあり、良い状況がみえる。
		理容室（経営者）	・梅雨から夏に向かって暑くなるので、来店サイクルが何日か短くなる。今月よりは来客数が増えて、若干良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・例年、10月ごろまでは顧客増が見込まれるため、個人負担増の影響も次第と薄れていくことが期待される。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体をみて、物品販売店の売上が相変わらず厳しい状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・季節的に、暑くなってあまり人が動かず、物を買わない時期となる。しかし、客の消費行動に活発な部分があるので、今とあまり変わらない状況が続くと判断している。
		商店街（代表者）	・全体的な売上にもあまり変化はない。これからの高齢化社会に対応できる店づくりをしつつ、客が離れないような環境を作っていく。
		商店街（代表者）	・過ごしやすい天候が続き、商店街の通行量も多いようだ。梅雨入りまでは売上も順調に推移する。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税の影響が落ち着いたとしても、増税前の状態に戻るだけなので変わらない。購買心をあおるような政府の施策があっても、当店では高齢者が多く、医療負担や年金等がどうなるのか分からない状況であるので、このまま厳しい状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・売れそうな気配がない。どうしたら売れるのか分からない。

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
		百貨店（総務担当）	・アパレル各社は、夏のクリアランス頃からの回復を予測しているようであるが、エステ等客単価の高いテナントは依然として厳しい予測をしている。
		百貨店（営業担当）	・地元企業には、夏のボーナス前年増の動きはみられない。首都圏と違い、夏のボーナスによる消費マインドの向上はない。
		百貨店（営業政策担当）	・消費税増税後、初の中元、夏商戦を前に、世間では賞与の増加などと言われているが、内実は生活防衛の意識が強いと考えている。ただし、高額所得者に関しては当てはまらず相変わらず景気回復傾向は続いている。
		百貨店（業務担当）	・これから夏物の本格需要に入っていくものの、消費税増税後の家計負担増を実感するようになれば消費を少し押さえたいと言う客も多い。少し買物には慎重になる。
		スーパー（店長）	・販売表示の面で消費税抜きと消費税込みの値札をつける場合、税込価格の8%表示に違和感があり、価格が安いのかどうか客が判断するのが難しい状況である。税込と税抜の表示価格問題が来月以降も懸念される。
		スーパー（統括者）	・上場企業は良くなっていると新聞報道等で感じることはできるが、中小、零細企業は今でも厳しい環境が続いている。
		スーパー（業務担当）	・消費税増税の影響として、耐久消費財の落ち込みが徐々に大きくなっている。現在の売上結果をみる限り、前年実績と大差ない数字に落ち着くまでは数か月を要する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・これから先の天候にもよるが、暑ければ暑いほど客数及び客単価、買上点数も増えていく。逆に、梅雨が長引けば客数の伸びが若干前年を割る。
		衣料品専門店（経営者）	・今までが変わらなかったように、この先も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・あまり動きがない時期で、景気そのものの動きもあまり変化がない。
		衣料品専門店（店長）	・地域振興券は例年なら発売とほとんど同時に売り切れるが、今年は2週間半を経過した今もまだ残っていると聞く。客の財布のひもはまだ固く締まったままであり、この先も変わらない。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税後の買い控えはないが、今年はセール前の下見がととても早い。景気は良くならない。
		衣料品専門店（取締役）	・8月はファッション界にとって非常に厳しい時期になる。気候が大きく左右するので、全く読めない。消費税増税の影響は落ち着くが、消費者の財布のひもは固いままである。
		衣料品専門店（チーフ）	・客数の減少は止めることはできないが、キャンペーンやセールを前倒しにすることによって、購買意欲をかき立てることを考えている。
		衣料品専門店（総務担当）	・6月後半から7月にかけてのセールにおいて回復することを期待したいが、現時点でそれを織り込むことは不可能である。
		家電量販店（店員）	・消費税増税後、売上は前年の約85%程度に落ち込み、大変厳しい営業内容になっている。サッカーワールドカップの需要も期待しているが、まだ効果が出てきていない。パソコンのOSソフトのサポート終了に伴ってパソコンの新機種が出ているが、値段が高くて売れない。3か月先良くなる要素はなく、良くて現状維持である。
		乗用車販売店（代表）	・変わりそうな気配がない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・梅雨は来客数が若干減る傾向にある。梅雨が明けると同時に夏のお中元のギフトシーズンとなるので、数字的には横ばいではないかと予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・これから気温が上昇する季節となり、自動車のエアコン等を使用する機会が増加してくる。燃料油の販売が増加すると予想するので、洗車等のカーケア商品の販売チャンスに期待する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税による消費マインドの更なる低迷が懸念される一方で、夏季賞与の増加や企業業績の回復基調が下支えとなった景気回復を想定している。企業間では価格競争の激化が想定される。
		高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況は5月より良くなっている。来月も同様に良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・流動的で良い兆しがまだみえない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業		高級レストラン（専務）	・夏から9月頃まで、ビールやかき氷等が出るかもしれないが、食欲を出すものがあまりない。そのため飲食店では、来客数や売上が増加することはない。少し寒くなってからではないと良くならない。
		高級レストラン（社長）	・消費税増税でこの先も不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・特に客足が増えることもなく、フェアやイベントを開催するも昨年よりも反応が悪い。消費税増税の影響が今になって少しずつ表れている。
		観光型ホテル（専務）	・8月の予約状況が良くない。
		都市型ホテル（販売担当）	・今後もあまり変わらない。これといった起爆剤もなく、消費税が10%に上がる前の駆け込み需要ということもないようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・業界自体は低価格競争状態にあるが、高単価の宿泊商品等も順調に販売できているため大幅な変動は考えられない。
		旅行代理店（従業員）	・夏場の予約は前年を超えており、ゴールデンウィーク明けから同じような状態が続いている。
		タクシー運転手	・会社関係は若干良くなっているようだが、個人の客の動きがないので変わらない。
		タクシー運転手	・大きく景気を左右する要素がないので、しばらくは現状維持が続く。
		通信会社（企画担当）	・現状上向き傾向であるが、それ以上に良くなる材料はない。
		美容室（店長）	・日によって客数が極端に違い予測しにくい、2～3か月先も変わらない。
		設計事務所（所長）	・昨年からコンスタントに仕事量があり、今年いっぱいには変わらないと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響で、住宅取得意欲の減退が秋頃までは継続する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・気象予報では今年は冷夏ということだが、暑い方が商品は売れる。
		商店街（代表者）	・当店は、季節的な影響が大きい、梅雨に入り、夏になると人の動きは悪くなる。当店の小売部門は著しく減少するが、納品業務は平行線を予想する。
		商店街（代表者）	・今年の夏は暑くなるとのことだが、商店街は空調設備がないため客は喜んで来ない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店は、切花がメインでお祝いの花が多いため、お盆の需要は少ない。これから先暑くなると、お祝い用の切花需要が減るので、毎年ながら夏が乗り切れるか心配している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから先売上増加につながる要素はないため、現状を維持していきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は雨が例年より多いとの予報で、夏の商品のアイスクリーム、飲料の売行きが思うように伸びないと厳しい状況が続く。競合他社も多く、厳しさはどんどん増している状況である。
		住関連専門店（経営者）	・同業者の廃業や関連業者の倒産の話が耳に入ってきている。これから夏を超すまでしばらくは我慢のしどころである。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・業界は長期低迷を続けており、なかなか浮上のきっかけを見出せない。爆発力のある商材は一部あるが、全体への波及効果はない。来月はサッカーW杯が開催されるため、世界的規模の大きなイベントに消費の関心が引き寄せられる。
		観光ホテル（総務）	・ここ3か月の収入予測からやや悪くなる。
		タクシー運転手	・暑くなると夜のタクシー利用はそこそこあるが、昼間は用事がないと出かけないのでだめである。
競馬場（職員）	・来場者数が前年を下回っている。		
設計事務所（代表）	・消費税が10%に増税後、どうなるか心配している。		
住宅販売会社（従業員）	・円安により輸出は好調であるが、原油価格の高騰で電気、ガス、原料が上がればコストアップにつながる。ボーナスが上がったとしても、一般の生活に貢献がなく、消費税増税の影響もあり景気はだんだん悪くなっていく。		
悪くなる	スーパー（総務担当）	・来客数を促進するような販促施策強化が必要であるが、消費税増税等により消費マインドが低下している。生活必需品以外の耐久消費財については、増税前に比べ販売量の増加が見込めず、更なる低下を懸念している。	
企業	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
動向 関連  (九州)	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・東京オリンピック需要が確実にあるため、大量に作る特注家具のコントラクト家具業界は比較的楽観視している。事実、家具需要は物件の情報量が少しずつ増えてきており、売上金額も前年比で10%程度の伸びを見込んでいる。4～6月の四半期の予測は前年比109%が確実で、7～9月の予測も同程度を見込んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・展示会シーズンとなり、顧客との折衝機会が増えると予測される。
		金属製品製造業（事業統括）	・取引先の様子として、受注拡大の方向にあるが、人手不足による工期延期の情報が多く、先行きの不透明感はぬぐえない。
		電気機械器具製造業（取締役）	・自社の各事業部で人員の増員要請が出てきた。電気料金の動向は気になるが、前向きな設備の投資意欲もあり、頑張ろうというムードが出てきた。
		精密機械器具製造業（従業員）	・新たな製品の受注がきている。徐々に増産体制に入る計画である。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先が増産体制に入るとの情報があり、少しずつ上向きになる。
		建設業（従業員）	・県庁移転や市役所庁舎の移転があり、まず、県庁庁舎の入札が控えているため景気は少し上向く。
		建設業（社員）	・梅雨の終わりは、本格稼働になっていなければいけない時期である。官公庁の発注に期待している。民間工事の発注はなかなか期待できないが、解体工事が多いようで、小さい工事でも今の時期は受注に向けて動いている。
		通信業（職員）	・省エネ関連の商品・サービスに対する問い合わせが若干増えており、2～3か月後には受注に至る可能性も出てきた。
		通信業（経理担当）	・国際情勢で不安材料はあるものの現状で推移すれば、予算に沿って受注量は更に増加すると見込む。
		金融業（調査担当）	・取引先から景気に対する否定的なコメントは聞かない。消費税増税後の落ち込みは限定的であり、増税のマイナス影響は乗り越えているとする割合が高い。
		新聞社（広告）（担当者）	・7月には消費税増税の影響も収まるとの見方や、夏のボーナス水準が高いとの報道もあり、ボーナス商戦での出稿増を見込んでいる。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税による売上の落ち込みが改善すると言われている。それ以外の改善要因はない。
		経営コンサルタント（社員）	・高価格なものが徐々に売れてきており、回復に向かっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・5月のゴールデンウィークを境にして非常に良い状況になってきている。6月以降ボーナス等も出て、個人消費はもう少し盛り上がるのではないかと期待している。
		変わらない	
農林水産業（営業）	・畜産業界は、景気と関係ない市況におかれているため変わらない。		
食料品製造業（経営者）	・先月より良くなったものの、業績は昨年並みで、全体としては厳しい売上状況にあることに変わりはない。景気回復への期待はあるが、納入先の集客見通しはいまだに悲観的で、業績を押し上げる程のものではない。		
窯業・土石製品製造業（経営者）	・焼き物業界は、夏場に数量が少なくなる傾向にある。商品が若者向けに変わってきているような傾向がある。		
鉄鋼業（経営者）	・3月に受注量が減少し消費税増税の影響ではないかと心配したが、4月に入って受注量が回復しその後も大きな落ち込みがない。受注した建築物件には共同住宅が数多くあり、鉄筋需要の支えになっている。		
一般機械器具製造業（経営者）	・来月の予定がつかめない状態なので、2～3か月先の予測は非常に難しい状態である。我々としては、少し滑り出すのではないかと期待しているが、何とも言えない。2～3か月前の状態がしばらく続き、各ユーザーは様子見の状態となる。		
一般機械器具製造業（経営者）	・季節変動を含め、今後も順調に売上は維持できる予定である。		

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（経営者）	・悪くはならないかもしれないが、良くもならないということで、経営に対しては非常に厳しい状況である。新しい仕事を開発するにも厳しい状態だ。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示を確認しても、当初の生産計画数に対して大きな変動はない。
		輸送業（総務担当）	・荷動きの悪い状態が続いており、すぐに良くなるようなことはない。
		金融業（従業員）	・海外景気の先行きに不安を抱く先が増加している。一方、雇用環境の好転により給与支給額が増加傾向にあり、消費税増税による駆け込み需要の反動減も比較的短期間で解消すると見込む先が多い。
		金融業（営業担当）	・建設業関連は好調さを維持するが、消費者に直結している小売業は苦戦する。各業種、売上が増加しても人手不足を補うコストがかかるため、今後、景気が良くなるとは考え難い。
		不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの空室率が横ばい傾向にあり、今後もその状態が続く。
		経営コンサルタント	・消費税増税に伴い、新しいコンサル契約を結ぶにはかなり難しい面がある。また、取引先は守りの姿勢が強い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先と景気について情報交換した際、良くなる、あるいは悪くなるという話をほとんど聞かず、大きな変化の兆候がみられない。
		その他サービス業〔商品リース〕（支社長）	・消費税増税後2か月経過したが、最近、増税を実感することが多い。多少収入が増加する可能性はあるが、必要最低限の物しか購入しない。
		やや悪くなる	
食料品製造業（経営者）	・7～8月にかけては原料が完全な端境期になるので、減産は仕方ない。		
繊維工業（営業担当）	・取引先の経費削減がどの地点で収まるのか心配である。下請に良い方向には決して動かない。		
輸送業（総務）	・通常5～6月は良くない月だが、消費税増税の影響もあり物量が期待できない。		
悪くなる		広告代理店（従業員）	・5月の新聞折込チラシの受注金額は、4月に引き続き前年同月比88%と消費税増税の影響を受け、すべての業種が前年比を下回る異常な状態である。消費マインドは完全に低下しているが底を打った感じがしない。どれぐらい続くのか耐えるしかない状況である。日本銀行の追加措置が待たれる。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・現在、発注が多い福祉の業務は今年度限りで、来年度は予定されていない。今後は、発注が激減し、受注が減ることが予想される。市町村から発注される業務は他に考えられないため、景気は悪くなることが予想される。
雇用関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・社会全体が単価アップの方向に動いており、前年同様の施行件数でも売上増加に繋がっている。夏の賞与アップという報道もあるので、このまま順調に消費が伸びていくと予想する。
		人材派遣会社（社員）	・中元時期に入るので、受発注関係で若干雇用が生まれる。既存の顧客からも早めに注文がきている。
		人材派遣会社（営業）	・建設、IT、医療関連を中心とした求人数の伸び、及びそれに関連した各分野の求人数の伸びに基づいて判断すると、やや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・福岡はサービス産業の都市なので、人手不足が経営上一番の問題である。それを解消する動きが秋口には出始めると期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響が弱まる。
		職業安定所（職業相談）	・求人数は増加傾向、求職者数は減少傾向のため、有効求人倍率は引き続き上昇する。
		民間職業紹介機関（社員）	・求人数が増加傾向にある。一時的なものか不明であるが、「終了者の後任不要」の依頼が「後任希望」へシフトしている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年卒業予定学生への求人件数の伸びがやや鈍化しているが、今月下旬から来月以降にかけて、中堅企業の採用活動が活発化していくことが予想される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・首都圏はかなり求人の動きがあるようだが、福岡は落ち着いた。

分野	景気の先行き判断	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)	・人手不足などで医療、教育に加え飲食、流通関連の求人が増えてきている。消費税増税の影響は思ったより少ないようだが、このような雇用形態の変化が景気につながるかは未知数である。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・地元企業へのヒアリングの結果、2015年の新卒採用は例年に比べ採用数も増やすところが多く、採用の動きも早まっているようだ。
		職業安定所(職員)	・景況感は継続するが、消費税増税の影響もあり、しばらくはあまり変わらない。
		職業安定所(職員)	・企業が消費税増税の影響を見極めている状況が続くと考えられる。また、設備投資を積極的に行うなど、企業活動を拡充する事業所は少ない。
		職業安定所(職員)	・新規求人はやや増加傾向がみられ、人出不足の業種も出てきている。また、新規求職者数の減少傾向は変わらない。有効求人倍率も高止まりで推移していく。
		民間職業紹介機関(支店長)	・人材の需要が、前年同時期とほとんど変わらない。減少していないが増加もしていない。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・企業へのヒアリングから、人材ニーズに大きな変化はない。
	やや悪くなる	—	—
	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	一般小売店〔菓子〕	・大企業の賞与増が見込まれているということで、購入心理的にし好品に関しては品質の良いものが選ばれると予想する。そのため同業者の低価格品からの移行がなされるのではないかと推測する。
		百貨店(営業企画)	・店舗改装効果と外国人観光客による免税品の売上増加で、来客数が順調に伸びるものと予測している。
		コンビニ(経営者)	・近隣の飲食店が活性化しており、来客数増が見込まれる。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	・現段階の予約状況から今後2~3か月後の客室稼働率は、前年同月実績を上回ると推測される。沖縄観光のトップシーズンである7月~8月に関しては、予約の動きも早く、大きな台風等の影響が無ければ、前年実績を上回ると見込んでいる。
		旅行代理店(マネージャー)	・消費税率にも慣れてきて、8%を支払うことに違和感を感じなくなっている。
		通信会社(店長)	・新料金プランと新商品の発売が重なり、今後は来客数が増えたと期待できる。
		住宅販売会社(代表取締役)	・消費税が10%に増税されるか先延ばしになるのかの判断で、景気、特に住宅建築に関して消費者の心理は大きく変わるとみられる。消費税10%への増税を見据えて住宅設計の相談が増えると予想される。さらには、前年9月から消費税8%への増税前の駆け込み需要時には現場での職人不足の状況が発生していたが、それがやや落ち着いてきたのもプラス要因に働く可能性もある。
		住宅販売会社(営業担当)	・ゴールデンウィークでの見込み客から、近い内に実際に受注があるのではないかとみている。
		変わらない	スーパー(販売企画担当)
		コンビニ(経営者)	・衝動買いをすることが無く、必要な食品を買っているが目立つ。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税後の買い控えの傾向は解消している。付加価値、値ごろ感のある商品は売れるし、これまでと同じような購買動向が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税後の反動も落ち着き、今後とも沖縄県経済の安定は続くと予測する。
		衣料品専門店(経営者)	・今年は例年と比べて少し涼しいような気がする。季節ものがあまり良くない。来月から期待するが、まだ様子見である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔楽器〕 (経営者)	・観光客は増えているが、安い航空運賃に支えられている状況である。外国人観光客が増加しているのは十分認識しているが、本土からの観光客や地元の方の購買力は落ち込んだままである。これから夏のイベントや旧盆など行事には期待しているが、その一方で百貨店の閉店などのニュースも含め、専門店が目抜き通りから撤退し店舗の入れ替わりが激しくなっている気がする。景気が良くなるのはもう少し後なのか、数字的には売上が前年より減少するのに逆らえない状況である。
		その他専門店〔書籍〕 (店長)	・夏に向かって観光客の増加等が見込まれ、期待感はあるが景気の良さを感じるまでの販売量は期待できない。
		ゴルフ場 (経営者)	・客単価を下げれば集客はできるが、客単価を戻せば利用人数が減るという、判断の付きかねる状況である。今のところなかなか見通しは立たない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	商店街 (代表者)	・郊外の量販店や大型店に客が流れており、小売の零細企業は販売力が落ちて単価も落ちる。努力はしてもなかなか時代に対応できずいつまで商売ができるのか厳しい状況で、危機感を抱いている。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・業態の専門化、細分化で、大衆居酒屋といわれる業態が厳しい環境にある。過度な低価格競争、人手不足、人件費の高騰、原価の上昇と、景気変動以上に早急な変革を迫られている。
企業 動向 関連  (沖縄)	良くなる	輸送業 (代表者)	・公共工事は引き続き堅調に推移すると考えられ、与那国町の自衛隊駐屯地工事が本格的に始まる見込みである。
	やや良くなる	建設業 (経営者)	・新築、及びリフォームとも相談件数が増加傾向にある。
		輸送業 (営業)	・県外の量販店、外食店の県内出店が続く見込みである。また、台湾等の外国からの観光客の増加も続くと思われる。
		会計事務所 (所長)	・消費税増税の影響も一時的である。景況感の良い方向に向かっていく。今後も安定した消費は続くと思われている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・公共、民間工事ともに横ばいの見通しである。
		通信業 (営業担当)	・仕事の確保は今後も難しい状況ではないとみられる。しかしながら、県内業界において人材のスキルが整わない状況では受注額の高い仕事の確保は今後も難しいと考えられるので、今後2～3か月先の景気は変わらないと予測する。
		広告代理店 (営業担当)	・県内企業の広告宣伝等の販促予算は、業種により異なるものの、全体的には横ばい傾向である。ちなみに、県内における広告活動を積極的に展開する大手企業は微減傾向にある。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	食料品製造業 (総務)	・これから需要が増加する時期を迎え、更に原料不足が懸念される。価格の高騰も不安材料である。	
雇用 関連  (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (経営者)	・派遣依頼は増加しており、派遣の需要は大きくなっていると感じる。ただ、需要に対して供給、すなわち派遣スタッフの確保が大きな課題である。人手不足がどの業種でも課題となっており、折角依頼があってもスタッフ不足のため売上につながらないことも懸念される。
		求人情報誌製作会社 (総務担当)	・求人数が引き続き、前年同月比で伸びている。まだ上げ止まる状況ではない。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・1社当たりの採用人数等が増加している。
	変わらない	人材派遣会社 (総務担当)	・企業からの求人は増加しているものの、派遣スタッフの確保が難しくなっている。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—