

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：（株）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<br>動向<br>関連<br><br>(北海道)  | 良くなる                     | 一般小売店〔土産〕<br>(経営者)                                                                                                                                                          | ・今後も政治的ナリスクなどがない限り、日本を訪れる外国人観光客は増えるため、売上の増加が見込める。また、他業種においても外国人観光客のおう盛な購買意欲によって、景気が支えられている部分があるため、良い影響が出てくる。景気の動向の見通しとしては明るい材料が多い。 |
|                              |                          | 観光名所(従業員)                                                                                                                                                                   | ・利用乗降客数が前年を上回る月が半年間継続して続いており、この流れを止めるような要素は見当たらない。また、7月には空路で新たな国際線定期便の就航が決定しているほか、8月には当地で大規模アリーナが完成するなど、プラス要素が多いことから、今後については良くなる。  |
| その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員) |                          | ・例年と同様に、夏までは、旅客、車両とも輸送量が増加すると見込まれる。                                                                                                                                         |                                                                                                                                    |
|                              | やや良くなる                   | 商店街(代表者)                                                                                                                                                                    | ・当市における3大祭りの1つである夏祭りが開催されるため、祭り期間の前後を含めて来街者は著しく増加する。道内からの観光客も増加する時期でもあるため、飲食店を筆頭に多くの業種で売上の増加が見込める。                                 |
| 商店街(代表者)                     |                          | ・プレミアム付商品券による一時的な消費行動が期待される。                                                                                                                                                |                                                                                                                                    |
| 商店街(代表者)                     |                          | ・各店舗とも売上の大幅な増加はみられないが、前年を割り込むような店舗も少なくなっており、今後もこの状態が続く。外国人観光客も依然として好調に推移しており、今後も好調が続く。ただ、外国人観光客は前年7月ごろから急速に増えたため、商業者、行政とも受入体制がまだ不十分であり、Wi-Fiや案内板、免税店への指導など、積極的な取組や支援が急務である。 |                                                                                                                                    |
| 一般小売店〔土産〕<br>(経営者)           |                          | ・現政権の経済対策への期待もあり、今後についてはやや良くなる。また、日本人観光客が減少していることへの対応策として、中国人観光客向けに派手な飾りの売り台を作っており、その効果も期待している。                                                                             |                                                                                                                                    |
| 百貨店(担当者)                     |                          | ・来客数の増加、客単価の上昇はみられないものの、一部の高額商材に動きがみられるようになってきているため、今後についてはやや良くなる。                                                                                                          |                                                                                                                                    |
| スーパー(店長)                     |                          | ・前年は消費税増税の影響を受け続けて回復してこなかったが、今年に入ってから売上も来客数も少しずつではあるが、良くなってきているため、今後についてはやや良くなる。                                                                                            |                                                                                                                                    |
| スーパー(店長)                     |                          | ・ハレ型商材の動向が良く、高単価商材の動向も良いことから、今後についてはやや良くなる。                                                                                                                                 |                                                                                                                                    |
| スーパー(企画担当)                   |                          | ・前年の消費税増税の影響も一段落し、全体的に消費マインドが上向くことになる。                                                                                                                                      |                                                                                                                                    |
| スーパー(役員)                     |                          | ・7月に販売されるプレミアム付商品券が景気回復のカンフル剤として期待できる。                                                                                                                                      |                                                                                                                                    |
| コンビニ(店長)                     |                          | ・6月から食材にこだわった高品質商材を多数導入することから、来客数の増加や客単価の上昇が期待できる。                                                                                                                          |                                                                                                                                    |
| 家電量販店(経営者)                   |                          | ・プレミアム付商品券の効果に期待している。                                                                                                                                                       |                                                                                                                                    |
| 家電量販店(店員)                    |                          | ・5月はエアコンの見積を依頼する客が多かったことから、今後についてはやや良くなる。                                                                                                                                   |                                                                                                                                    |
| 乗用車販売店(経営者)                  |                          | ・当地区の新車登録台数が、前年、前々年の水準を上回っており、先行指数である当社の受注台数も順調に推移していることから、今後についてはやや良くなる。                                                                                                   |                                                                                                                                    |
| 一般レストラン(スタッフ)                |                          | ・6月以降も客単価が順調に伸びるとみられる。                                                                                                                                                      |                                                                                                                                    |
| スナック(経営者)                    |                          | ・少しずつ景気が回復しているため、今後についてはやや良くなる。                                                                                                                                             |                                                                                                                                    |
| 観光型ホテル(スタッフ)                 |                          | ・需要を喚起するような大型イベント、報奨旅行が予定されていることが、今後に向けてのプラス要因となる。                                                                                                                          |                                                                                                                                    |
| 観光型ホテル(スタッフ)                 | ・引き続き高単価商材の販売量の増加が見込まれる。 |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                    |

| 分野          | 景気の先行き判断                                            | 業種・職種         | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                     |
|-------------|-----------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 変わらない       |                                                     | 観光型ホテル（役員）    | ・オンシーズンに入り、道内個人客や外国人観光客による夏場の予約が好調であり、本州国内客の減少を補うことが期待できる。                                                                         |
|             |                                                     | 旅行代理店（従業員）    | ・夏場にかけて羽田便の供給座席数が前年よりも増加するため、外国人観光客の増加が期待できる。特に今年は知床の世界遺産登録10周年にあたるなど、話題性も高い。                                                      |
|             |                                                     | 旅行代理店（従業員）    | ・夏場の旅行の受注期がこれからピークを迎えることから、さらに上向き傾向になることは確実とみられる。                                                                                  |
|             |                                                     | タクシー運転手       | ・これから夏休みにかけて、観光客の入込に期待ができる。イベントが多数あるため、人出が増えることが見込まれるため、やや良くなる。                                                                    |
|             |                                                     | 通信会社（企画担当）    | ・今後については、個人客の買換えにともなう需要の伸びが期待できる。                                                                                                  |
|             |                                                     | 住宅販売会社（経営者）   | ・株価がもう少し上昇するとみられるため、先行きの景気はもう少し上向きことになる。                                                                                           |
|             |                                                     | 商店街（代表者）      | ・中国系の観光客は今後も増加傾向で推移するとみられるが、飲食店や買回り品などが中心の商店街においては、対応力の弱さもあり、プラス効果は期待できない。現政権の経済対策の効果も期待できないため、今後については現状維持で推移する。                   |
|             |                                                     | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・売上の傾向としては、前年をほぼ超えて推移しており、各月でも、悪いと感じるような数字は出てきていないが、景気が良くなってきているという感触をまだつかめていないため、今後も変わらないまま推移する。                                  |
|             |                                                     | 百貨店（売場主任）     | ・長期予報によると、6～7月は平年並みの天候が見込まれるため、夏物商材の動きが活発になると見込まれる。6月からは中元商戦が始まり、7月からはセールによる夏物商戦が始まるほか、催事場でのイベントなどによる集客策も検討しているため、来店促進の効果も期待できる。   |
|             |                                                     | 百貨店（売場主任）     | ・催事の売上が前年を下回るなど、生活必需品の消費とそれ以外のアミューズメントに対する消費にまだ差が感じられるため、今後についても変わらない。ただ、定価品の新作の購入が増加していることから、下向き傾向になることはないと思われる。                  |
|             |                                                     | 百貨店（販売促進担当）   | ・今後についても、市内客の一般消費は現状維持、または減少傾向で推移するとみられ、おう盛な外国人観光客による消費に支えられる構図は変わらない。                                                             |
|             |                                                     | 百貨店（販売促進担当）   | ・客単価が上昇してきているなど、購入客においては消費税増税による負担感の軽減が感じられるものの、来客数の減少と買上率の低下が大きなマイナス要因となっており、顧客による消費の選別が厳しくなっている。                                 |
|             |                                                     | スーパー（店長）      | ・消費税増税以降、客の生活防衛意識が高く、消費は冷え込んだままであり、増税前の水準に戻っていない。客の動向をみても、今後のさらなる増税などに対する不安から、無駄な買物は一切しない状況にあり、特に高額商材の購買に対してシビアなことから、今後についても変わらない。 |
|             |                                                     | スーパー（企画担当）    | ・前年の消費税増税の反動増は今後も続く。ただ、その割に5月の売上をみると、前年を上回っているものの、やや勢いを欠く面があるため、6～7月の状況を注視する必要がある。                                                 |
|             |                                                     | スーパー（役員）      | ・来客数は前年並みを維持しているが、平均買上点数が前年から2～3%低下していることから、いまだ消費者の所得上昇まで至っていないことがうかがえる。消費税増税後の消費回復にはまだ時間がかかる。                                     |
|             |                                                     | コンビニ（エリア担当）   | ・生鮮品の売上は確保できているため、若干の景気回復を感じるものの、消費税増税前の水準には戻っていない。また、販売量の動きから、菓子や調味料などの保存品や、たばこや酒などの嗜好品については、無駄を抑えていることがうかがえ、消費の低迷が今後も続く。         |
|             |                                                     | コンビニ（エリア担当）   | ・季節的に売上の増加する時期であるが、公共工事の減少が見込まれることがマイナス要因となる。今後については、売上を確保することが難しくなる可能性が高い。                                                        |
|             |                                                     | 衣料品専門店（経営者）   | ・イベントなどで集客しても、客単価が低下しているため、今後についても厳しいまま変わらない。                                                                                      |
|             |                                                     | 衣料品専門店（店長）    | ・今後についても、景気が低迷しそうな雰囲気がある。                                                                                                          |
| 乗用車販売店（従業員） | ・新型車については販売量が伸びるものの、思うほどの伸びがみられないため、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                                                                                                                                    |
|--------|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |          | 乗用車販売店（従業員）      | ・軽自動車税が上がったことでダメージも受けたが、ここ2か月で段々と回復してきている。新車種も出ていることから、売上が相当落ちることはなく、今と変わらない状況が続く。                                                                |
|        |          | 乗用車販売店（従業員）      | ・新型車効果がみられないなど、大きく変わるような要素は今のところ見当たらない。                                                                                                           |
|        |          | 乗用車販売店（役員）       | ・他地区を下回っている状況が継続していることから、消費者心理に大きな影響を及ぼすような要因がない限り、現在の傾向が続く。新型車が出ても販売量の増加につながってこないことも気がかりである。                                                     |
|        |          | 自動車備品販売店（店長）     | ・車両販売が前年を下回りそうな四半期予測が出ているため、カーナビを始めとした車用品の販売量が伸びることにはならない。                                                                                        |
|        |          | 高級レストラン（経営者）     | ・大都市では、大企業があることや株価の上昇が続いていることなどから、景気が良くなり、消費も上向いてきているとみられるが、北海道の、しかも地方都市では景気が上向いてくような要素がない。原材料の高騰に加えて、野菜も天候不順の影響で価格がどんどん上がっており、景気が良くなるような実感は全くない。 |
|        |          | 高級レストラン（スタッフ）    | ・一部の業種では好景気が伝えられているが、高級飲食店への影響があまりみられないことから、企業の利益はもとより、個人の所得も増えていない状況がうかがえるため、今後とも変わらないまま推移する。                                                    |
|        |          | 旅行代理店（従業員）       | ・申込の先行分などの動きは決して悪くないが、前年と比較して良くなったと感じるような状況ではないため、今後とも変わらない。                                                                                      |
|        |          | タクシー運転手          | ・今後の予約状況をもても、例年並みの状態である。観光部門では、外国人観光客による受注が好調との話も聞くが、見込みの売上はほとんど変わっていない。                                                                          |
|        |          | タクシー運転手          | ・地場産業の動きが活発になっているわけではないため、今後とも変わらないまま推移する。                                                                                                        |
|        |          | 通信会社（社員）         | ・景気回復の兆しがみられないため、今と変わらない状況がしばらく続く。                                                                                                                |
|        |          | 観光名所（職員）         | ・取引先を含めた中小企業の景気はいまだに停滞しており、消費者のマインドも向上していないため、今後とも変わらないまま推移する。                                                                                    |
|        |          | 美容室（経営者）         | ・かなり状況が改善されている雰囲気はあるものの、今後、数か月に限れば、これ以上良くなることはない。                                                                                                 |
|        |          | 住宅販売会社（役員）       | ・現在の分譲マンション市場においては、市場環境に悪影響を及ぼすほどのネガティブなニュースもないが、需要が劇的に増加するほどのニュースもみられない。分譲マンション市場は、今後の先行きがどうなるかの踊り場に位置している。                                      |
| やや悪くなる |          | 商店街（代表者）         | ・個人所得が若干増加傾向にあるようだが、中小企業や商店では売上が上がってこない。仕入価格が高くなり、利益が上がってこないため、従業員の時給を上げるのも厳しい状況にある。商店街の店主は生活するだけで大変であり、欲しい物などを買えないと嘆いている。                        |
|        |          | コンビニ（エリア担当）      | ・高速道路開通の影響が一部のみであることに加えて、ロシア200海里内における今期の操業条件を決める、さけ・ます漁業交渉が遅れていることなど、当地区の景気動向が不透明なため、今後についてはやや悪くなる。                                              |
|        |          | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・医療不信や医療に関する情報が過剰になっていることで、個々の客の判断材料が多様化しており、結果的に購買に結び付かない、慢性的な悪化状況に業界が入ってきている。                                                                   |
|        |          | その他専門店〔造花〕（店長）   | ・一部の企業を除いて、賃金のベースアップや賞与の増加を見込めないため、今後についてはやや悪くなる。                                                                                                 |
|        |          | 高級レストラン（スタッフ）    | ・今後の消費税増税に対する不安感から、消費を抑える傾向がみられるため、今後についてはやや悪くなる。                                                                                                 |
| 悪くなる   |          | タクシー運転手          | ・街全体の人口減少と高齢化による客離れにより、今後についてはやや悪くなる。                                                                                                             |
|        |          | コンビニ（エリア担当）      | ・冬のしげによりホタテが死滅して、向こう3年間、ホタテ漁が絶望的な状態にあるため、今後の景気は悪くなる一方である。                                                                                         |
| 企業     | 良くなる     | タクシー運転手          | ・好転するような要素が見当たらない。                                                                                                                                |
|        |          | -                | -                                                                                                                                                 |

| 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                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 動向<br>関連<br><br>(北海道) | やや良くなる                  | 建設業（経営者）                                                       | ・今後については、受注が進み工事の稼働量が増えることとなる。ただ、土木の公共工事が前年から3割程度減少するとみられるため、補正予算が組まなければ非常に厳しい状況になる。一方、民間の建築、住宅については前年並みとみられる。                                                                       |
|                       |                         | 建設業（従業員）                                                       | ・自治体の選挙や議会待ちで保留されていた工事が発注されることとなるため、今後、仕事量の増加により、建設業界の景気が上向くことになる。                                                                                                                   |
|                       |                         | 輸送業（営業担当）                                                      | ・関東では5月後半から真夏日を記録するなど、全国的に天候が順調であり、アルコール、ソフトドリンクなどの各種飲料製品の輸送が相当期待できる。道内においては、畑作が順調であり、豊じょうの秋が迎えられそうなことから、農作物の輸送も期待できる。                                                               |
|                       |                         | 通信業（営業担当）                                                      | ・取引先や当社の業績からは、現状はやや良い状態を維持している。一方、先々の見通しについては、消費者や企業動向などの不透明さを理由に、ここしばらく慎重に判断してきたが、最近は積極的な戦略や販売拡張などの事業計画、ベースアップの話などが散見されるなど、地方にも現政権の経済対策の好循環作用がようやく及んできていることから、今後の景況感は現在よりも上向くことになる。 |
|                       |                         | 金融業（企画担当）                                                      | ・個人消費は消費税増税の影響が薄れることや、緩やかながらも所得環境の改善が見込まれることから、やや上向く。観光関連は外国人観光客の増加が見込まれる。設備投資は新幹線開業を控えた道南、医療福祉施設の新増設や老朽化したビルの建て替えが目立つ札幌などで堅調である。                                                    |
|                       |                         | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）                                       | ・円安に対する懸念はあるが、株価が順調に上昇していることから、景気全体としては良くなる。                                                                                                                                         |
|                       |                         | その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）                                              | ・鉄骨関連業では夏までの仕事量が確保されているため、今後についても期待が持てるが、その他の金属加工業の仕事量は横ばい状況にある。また、円安の影響で値上げが相次いで行われているため、販売量は伸び悩む傾向となる。                                                                             |
|                       | 変わらない                   | 食料品製造業（従業員）                                                    | ・現時点の見通しから、特に変化がないまま推移する。                                                                                                                                                            |
|                       |                         | 家具製造業（経営者）                                                     | ・株高、円安の動きが急すぎて、今後について予測しにくい状況にある。首都圏を中心にミニバブル的な様相も一部にはみられるが、バブルがはじける懸念も払しょくできない。                                                                                                     |
|                       |                         | 出版・印刷・同関連産業（従業員）                                               | ・良くなる要因がないため、今後も変わらないまま推移する。                                                                                                                                                         |
|                       |                         | 司法書士                                                           | ・大都市と地方都市の格差が歴然としている。ただ、中規模の都市においては、小規模の都市よりも景気が上向いてきている。                                                                                                                            |
|                       |                         | 司法書士                                                           | ・全国的に景気回復が進むなか、北海道は依然として最低水準で推移しているため、今後も現状維持の状態が続く。                                                                                                                                 |
|                       |                         | コピーサービス業（従業員）                                                  | ・大きく景気が下向くようなことはないが、今は耐える時とみている企業が多く、景気が上向くほど、外にお金を出すことはない。                                                                                                                          |
|                       |                         | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）                                         | ・現状の停滞感を打破する要素が見当たらない。                                                                                                                                                               |
| やや悪くなる                | 輸送業（支店長）                | ・直近において、貨物量が増えるとの情報はなく、取引先からも上期は例年より厳しいとの話が多いため、今後についてはやや悪くなる。 |                                                                                                                                                                                      |
|                       | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | ・現時点での受注案件が終息に向かう一方で、新規案件の出足が今一つもたついているため、今後についてはやや悪くなる。       |                                                                                                                                                                                      |
| 悪くなる                  | -                       | -                                                              |                                                                                                                                                                                      |
| 雇用<br>関連<br><br>(北海道) | 良くなる                    | -                                                              | -                                                                                                                                                                                    |
|                       | やや良くなる                  | 人材派遣会社（社員）                                                     | ・中途採用や派遣の依頼の増加に加えて、パートの需要も高まっており、企業の活動が活発になってきている。また、現在、行政官庁から若年者未就職者の就職支援を行う事業を受託し、若年者を企業にインターンシップ生として派遣し、派遣先企業での就職を後押ししているが、インターンシップ生の受入を希望する企業が増えており、ここにも企業活動の明るさがみえる。            |
|                       |                         | 求人情報誌製作会社（編集者）                                                 | ・慢性的な人手不足に陥りつつあるため、企業の大小を問わず、人材確保への工夫や意欲が増していくことになる。                                                                                                                                 |

| 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                                                                                                            |
|----|----------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・今後については、外国人観光客だけではなく、国内観光客の増加も見込まれ、サービス業全般が今よりも良くなるとみられるため、それにともない雇用環境もやや良くなる。                                           |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・新規求職者数が3か月連続で前年を下回っており、新規求人数、新規求人倍率がともに3か月連続で前年を上回っていることから、今後についてはやや良くなる。                                                |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・求人数の増加傾向が継続しているため、今後についてはやや良くなる。                                                                                         |
|    |          | 学校〔大学〕（就職担当）   | ・首都圏では東京オリンピックに向けての需要で企業の活気が感じられ、道内企業も良い影響を受けている。特に観光資源を売り物にする北海道では、外国人観光客の増加で、関連業界で好景気がまだまだ続くと思われるため、それにともない雇用環境もやや良くなる。 |
|    |          | 変わらない          | 求人情報誌製作会社（編集者）                                                                                                            |
|    |          | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・前年と比べて、求人広告件数はほとんど変わらず、市内で大型求人の募集といった動きもないため、今後については前年と同様の動きとなる。                                                         |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・北海道新幹線の開業に向けて、観光、飲食サービス業などで前向きな動きがあるが、開業後の状況を見るまでは判断できない。                                                                |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・月間有効求職者数が42か月連続で前年を下回っているが、ここ数か月、その減少幅が縮小傾向にあるため、今後については変わらないまま推移する。                                                     |
|    | やや悪くなる   | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・このところ求人広告の売上が前年を大きく割り込んでいるため、この傾向がしばらく続くことになる。                                                                           |
|    | 悪くなる     | -              | -                                                                                                                         |

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野     | 景気の先行き判断 | 業種・職種           | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                            |
|--------|----------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計動向関連 | 良くなる     | タクシー運転手         | ・5月末に不通であった路線が全線開通となる。街中ではサーカスが興行しており、博物館でも大きな催しが行われている。客が途切れない状態であり、マイナスとなる要因は見当たらない。                                                                    |
| (東北)   | やや良くなる   | 商店街（代表者）        | ・各店共に、徐々にではあるが来客数の微増、購買単価の上昇がみられている。また、新規出店する飲食店もあり期待をしている。                                                                                               |
|        |          | 商店街（代表者）        | ・消費税増税の影響はこの先にはかなり沈静化するとみている。また、今後は、商店街、行政、商工会議所が三位一体となったソフト事業への取組が更に活発化していく。客はこれらに期待感や安心感を持ち、需要に対して財布のひもが少しずつ緩まるのではないかと。徐々にではあるだろうが景気が伸びていくことを大いに期待している。 |
|        |          | 商店街（代表者）        | ・7月1日より2割お得なプレミアム付商品券が発行される。短期間ではあるものの、売上の増加が期待できるため、商店街としても集客増加の段取りを計画している。                                                                              |
|        |          | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・このところ高額商材が売れ始めており、賃上げや株高の影響がそろそろ地方にも及んでいるのではないかと。                                                                                                        |
|        |          | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・例年、会員対象のセールなどにより上向き時期であり、県や市のイベントなどで人出が見込まれるため、良くなるのではないかと。また、客の健康志向がより強くなっており、その影響で買上点数が増加していけば、更に上向きになるとみている。                                          |
|        |          | 百貨店（総務担当）       | ・市場全体が株高で景況感是非常に良い。また、ここにきて企業の業績が好調であり、夏のボーナス支給も期待できるため、好循環にうまくつながることを期待している。                                                                             |
|        |          | 百貨店（営業担当）       | ・今年のクリアランスセールは、消費税増税の影響を受けて伸び悩んだ前年の反動もあり、売上は伸びるとみている。また、盛夏物を中心に動きが順調であれば、現状より更に景況感良くなるのではないかと。一方、お中元については、ここ数年のマイナス基調は変わらないとみており、マイナス幅をどれだけ減らせるかが課題である。   |

| 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（経営者）              | ・震災後の交通網の整備や夏のボーナスなど、商環境にプラスの要素が見込まれている。また、今後の盛夏、ギフト商戦についても現在の微増傾向は続くともみている。さらに、春以降から進めてきた売場改装の効果も徐々に出てきている。       |
|    |          | スーパー（店長）              | ・ここに来て、消費税増税に対する抵抗が無くなってきており、客の購買意欲が上がっている。                                                                        |
|    |          | スーパー（総務担当）            | ・可処分所得の若干の増加と、前年の消費税増税後の反動により、来客数が増えてきている。また、これに伴い買上点数も増加しており、来月の状況にも期待ができる。                                       |
|    |          | コンビニ（エリア担当）           | ・水族館などのオープンに伴う工事特需を見込んでいる。                                                                                         |
|    |          | コンビニ（エリア担当）           | ・今より競争環境が緩和される可能性が出てきている。                                                                                          |
|    |          | コンビニ（エリア担当）           | ・売上の落ち込みが底を打った状態から、来客数、売上共に回復傾向にある。                                                                                |
|    |          | コンビニ（店長）              | ・客単価は落ち着き気味ではあるものの、コンビニ業界では来客数が伸びており、若干良くなるのではないかとみている。また、これからは新年度予算により公共事業なども動き始めるので、気温の上昇と同時に景気もやや良くなっていくともみている。 |
|    |          | コンビニ（店長）              | ・限られたパイのなかで厳しい環境に置かれていることには変わりはない。しかし、大きな不安要素もなく、夏に向けて売上は増加していくともみている。                                             |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）           | ・現在苦戦している分、夏物のセールでは売れるのではないかと期待している。                                                                               |
|    |          | 家電量販店（店長）             | ・白物家電、黒物家電共に、徐々に単価が上がりつつあり、良い商品、高付加価値商品が売れ始めている。復興需要が減少しつつあるという話もあるが、当県ではまだまだ新築需要などが多いのではないかとみている。                 |
|    |          | 家電量販店（店長）             | ・プレミアム付商品券の需要に期待している。                                                                                              |
|    |          | 家電量販店（従業員）            | ・来客数にあまり変動がないものの、売上が増加しているため今後期待が持てる。                                                                              |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）           | ・4月からの軽自動車税増税の影響で軽自動車の販売量は落ち込んでいるが、夏場の商戦に向けて回復していくともみている。                                                          |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）           | ・消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要があるとみている。                                                                                     |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）           | ・将来的には軽自動車税増税前の駆け込み需要の影響も少なくなるので、少しは景気が上向くのではないかとみている。                                                             |
|    |          | 住関連専門店（経営者）           | ・8月に当地で大きな祭りがある。クルーズ船も入港する予定であり、観光客の増加に期待ができる。                                                                     |
|    |          | その他専門店〔酒〕（経営者）        | ・既にお中元ギフトの問い合わせがあるなど、消費者の購買意欲がうかがえており、お中元シーズンには今以上に良くなると期待している。また、このままの天候が続けば、ビアガーデンなどの販売量も多く見込める。                 |
|    |          | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・前年の同時期は買い控えが目立っていた。その反動により、今年は消費が増加傾向に転じるとみている。                                                                   |
|    |          | 観光型ホテル（経営者）           | ・2～3か月後の入込数は前年比で多少の増加となっており、間近の予約も目に付いている。ただし、好天のためか日帰り客は減少している。                                                   |
|    |          | 観光型旅館（経営者）            | ・今後予定されている自治体の景気対策により、大きな効果は期待できないとしても、多少の消費は刺激されるのではないかとみている。                                                     |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・大きなイベントの流れがようやく落ち着いてくるため、ベストシーズンである当地に目を向ける客が増えるともみている。また、ボーナスの支給により、街中が若干潤うのではないかとみている。                          |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・前年は消費税増税の影響で個人客の利用が落ち込んでいたが、今年は前年比としては回復している。また、先の予約も順調である。                                                       |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・数か月前からの予約状況の進捗に加えて、今月からはフリー客の動きも活発になってきており、一過性の動きではなく持続性がみられている。また、全部門で明らかに来客数が増加しており、リピート客の利用間隔が短くなってきている。       |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                         |
|----|----------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 旅行代理店（経営者）           | ・各社のベースアップを反映して、夏場の需要が伸びてくるのではないかと。今後はボーナスの支給もあるので、期待をしている。                                                                            |
|    |          | 旅行代理店（店長）            | ・国内旅行の受注が前年を上回っており、この傾向は続くともっている。                                                                                                      |
|    |          | 観光名所（職員）             | ・客単価は順調に推移している。また、さくらんぼ狩りの団体客の予約も若干良い状態であり、全体的に伸びていくともっている。                                                                            |
|    |          | 美容室（経営者）             | ・昇給に伴いボーナス関係も増額しているのではないかとみており、消費に期待をしている。                                                                                             |
|    |          | 美容室（経営者）             | ・オーガニックシャンプーなどの髪や体に優しい商品の販売が好調であり、必要なもの、価値を感じるものに対する消費は上向いている。                                                                         |
|    |          | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・地方創生施策への期待感が高く、しばらくは好調のまま推移するとみている。                                                                                                   |
|    |          | 住宅販売会社（経営者）          | ・一般物件用土地のリクエストと併せての建築受注の予定がある。また、太陽光発電用土地のリクエストも再度増えている。                                                                               |
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）             | ・予約が非常に少なく、先行きに不透明な部分が多い。良くなるという期待は持てない。                                                                                               |
|    |          | 商店街（代表者）             | ・賞与支給、プレミアム付商品券に期待したい。                                                                                                                 |
|    |          | 一般小売店〔書籍〕（経営者）       | ・地方にいる限り、消費動向を変えるほどの雇用や収入の変化は認められないため、今しばらくはこの状態が続くとみている。                                                                              |
|    |          | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）      | ・震災前のように景気の悪さを強く実感することは少なくはなっているが、一方で周囲の人の多くはいまだに景気の先行きを慎重にみている。そのため、景気は過熱しているわけでもなく、今は安定している時期なのではないか。                                |
|    |          | 一般小売店〔寝具〕（経営者）       | ・震災による土地離れや高齢化によって顧客の数は確実に減ってきている。復興住宅は徐々にできてはいるものの、先行きの不安からか客の買い控えは今も続いている。                                                           |
|    |          | 百貨店（売場主任）            | ・現在の客の購買動向は、気温の上昇により夏物素材が先行して売れているだけという状況であり、プラスの消費につながっているものではない。                                                                     |
|    |          | 百貨店（営業担当）            | ・地方では個人所得の向上が期待できない。そのため、身の回り品、買回り品を含めて消費の伸びも期待できない。                                                                                   |
|    |          | 百貨店（買付担当）            | ・欲しいものにはお金をかける傾向は変わらずに継続している。しかし、景気が良くなるような要因は見当たらない。                                                                                  |
|    |          | 百貨店（売場担当）            | ・顧客がオンライン販売に流れて店の来客数が落ち込んでいる。そのため、ブランド店は苦戦しており、売上を落としている。また、大きいサイズなどを百貨店以外でうまく見つけて購入している。                                              |
|    |          | 百貨店（経営者）             | ・再来年の4月に予定されている消費税率10%への引上げまでは、基本的に現在の状況が続くとみている。                                                                                      |
|    |          | 百貨店（経営者）             | ・消費税増税の影響は少しずつ和らいているが、ベースアップや賞与改善の話題が少ないなか、当面は現状維持で推移するものとみている。プレミアム付商品券の発売を一つのきっかけに、消費が喚起されて購買力の改善につながることを期待している。                     |
|    |          | スーパー（経営者）            | ・雇用状況が好調であるのはプラス要因ではあるが、実質賃金の低下や、年金生活者の動向を懸念している。                                                                                      |
|    |          | スーパー（経営者）            | ・株高による資産効果や、完全失業率の低下もあり、所得水準は上がりつつあるとみており、業績の良い企業の賞与増額に期待をしている。ただし、支出に関しては、それを打ち消すような商品の値上げ、高齢者の消費抑制などが続いており、消費拡大が顕著になるまでにはもう少し時間を要する。 |
|    |          | スーパー（店長）             | ・来客数の減少に加え、客単価も減少してきている。商品は値上げ傾向にあり、客の節約志向は変わらないとみている。                                                                                 |
|    |          | スーパー（店長）             | ・メーカー原料価格の高騰により、今後も各メーカー商品の値上げが続くとみており、客の買上点数の前年割れが継続するのではないかと。                                                                        |
|    |          | スーパー（営業担当）           | ・全体的な景気にはそれほどの変化はないが、小売業では、今まで以上に天気、気温によって景気が左右されるとみている。                                                                               |

| 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（営業担当）             | ・東北地方では賃上げ水準が低く夏季賃与も期待できない。反面、原材料費の高騰から食料品の値上げが少しずつ進んでおり、今後2～3か月で景気が良くなるような要因は見当たらない。                                              |
|    |          | コンビニ（経営者）              | ・来客数の落ち込み分を客単価や買上点数の微増でフォローしている。ただし、来客数については、気温の上昇とともに伸びていくため、大きな落ち込みにはならないとみている。また、客単価や買上点数がしっかりとしているため、景気動向もさほど悪くはないのではないかとみている。 |
|    |          | コンビニ（経営者）              | ・厳しい経営状況は変わらないものの、若干ではあるが来客数に好転の兆しが見えてきており、当店を取り巻く経営環境はやや落ち着いてきている。                                                                |
|    |          | コンビニ（エリア担当）            | ・売上や来客数が変化するような要因が見当たらない。                                                                                                          |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）            | ・夏物衣料の最盛期となるが、Tシャツなどの必需品が売上の中心になるため、単価が上昇せず、来客数も増える要素が無いため、厳しい状況は継続するとみている。                                                        |
|    |          | 衣料品専門店（店長）             | ・クールビズ、ブライダル需要などのモチベーション需要に期待している。ただし、普段着に関しては、低単価商材中心の動きから高単価商材へのニーズが高まるか否かが不透明である。                                               |
|    |          | 衣料品専門店（店長）             | ・仕事着に関しては継続的に買い控えが続くとみている。                                                                                                         |
|    |          | 衣料品専門店（総務担当）           | ・本来であれば5月後半から発生するはずの、ボーナスを見込んだ消費が見当たらない。                                                                                           |
|    |          | 家電量販店（店長）              | ・景気の変動を実感できていない。                                                                                                                   |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）            | ・例年、4月以降から販売量は下降気味となる。その傾向は、底となる8月まで続くとみている。                                                                                       |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）            | ・新しい商品が出て、来客数が一時期に若干増加するだけで、すぐに元の数字に戻ってしまう。このような状態で急に来客数が増えるということはない。                                                              |
|    |          | 乗用車販売店（店長）             | ・顧客からも買い控えのムードが見受けられており、登録車、軽自動車共に前年割れが続くとみている。                                                                                    |
|    |          | 乗用車販売店（店長）             | ・新型車販売の影響も徐々に薄らいでおり、販売量が減少している。半期決算期である9月までは、来客数も含めてこのような厳しい状態で推移するとみている。                                                          |
|    |          | 住関連専門店（経営者）            | ・新築があれば買換え需要に期待ができるが、例年6～8月は需要が落ち込む時期であり、今月とさほど変わらないとみている。                                                                         |
|    |          | 住関連専門店（経営者）            | ・消費の力はまだまだ弱い。また、耐久消費財は季節にあまり関係がないため、夏に向かって特に大きな変化はないとみている。                                                                         |
|    |          | その他専門店〔酒〕（経営者）         | ・大きく変わる要素が見当たらない。米の収穫状況によって、地元農業従事者の消費動向が大きく変化するものの、米の収穫時期までは状況に変化は無いとみている。                                                        |
|    |          | その他専門店〔パソコン〕（経営者）      | ・夏までの販売量が見えてきている。しかし、販売期間には波があるため均一的な売上にはならない。また、利益も薄いため今後も厳しい状態は続く。                                                               |
|    |          | その他専門店〔靴〕（従業員）         | ・今後の天候次第ではあるものの、消費税増税の影響は薄れつつある。                                                                                                   |
|    |          | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・震災関連の需要が落ち着いているなかで、個人消費や設備投資が今一つはっきりしていない。復興がなかなか進まず、消費がどのように動くのかわからないまま、現在の状況がだらだらと続いていくのではないかとみている。                             |
|    |          | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・様々な復興イベントなどが行われているものの、実際の販売量には直結していない。しかし、大きな減少要因も無いことから、状況は変わらないとみている。                                                           |
|    |          | 高級レストラン（支配人）           | ・周囲の飲食業の話からは、勝ち組と負け組がはっきりと分かれており、景気自体がそれほど良くなっているわけではない。また、市場が拡大していないので、市場の奪い合いとなっている。                                             |
|    |          | 一般レストラン（経営者）           | ・低価格メニューの廃止による、客単価の上昇、来客数の若干の減少という状態は、しばらく続くとみている。                                                                                 |
|    |          | 一般レストラン（経営者）           | ・実質賃金はなかなか上がっていない。そのため、今月並みを維持するのが精一杯の状態である。                                                                                       |

| 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                                                                                                                           |
|----|----------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 一般レストラン（経営者）      | ・相次ぐ商品の値上げにより、消費者の財布のひもは固くなっている。当店では企業努力により値上げをしていないものの、これ以上の原材料費の高騰が続けば、値上げをせざるを得ない状況になる。その時の負担感を客がどのように判断するかで、景気の先行きが左右されるのではないかとみている。 |
|    |          | スナック（経営者）         | ・これからは、夏に向けて納涼会などの宴会がある。しかし、団体客が動くケースは基本的にあまり無いため、売上としては大きな変化は無いとみている。                                                                   |
|    |          | 観光型ホテル（スタッフ）      | ・法人客が減少しているが、家族などの少人数の個人客の増加により、売上はとんとんとなっている。このような状態がしばらく続くとみている。                                                                       |
|    |          | 観光型旅館（スタッフ）       | ・当館の状況は良くなっている。しかし、エリア内でのシェアが伸びただけであり、エリア全体の数字は伸びていないので、楽観できる状況ではない。                                                                     |
|    |          | 都市型ホテル（経営者）       | ・夏に向けて個人客の動きは活発になる。しかし、法人客の動きが鈍いため、全体としては現在と変わらない状況になるとみている。                                                                             |
|    |          | 旅行代理店（従業員）        | ・先行数値をみても、前年と比較して景気が上向いているとはいえない状況である。また、訪日外国人客数は全国的に増加しているものの、東北においては伸びていない。                                                            |
|    |          | タクシー運転手           | ・客の乗り控えの傾向は今後も続くとみている。                                                                                                                   |
|    |          | タクシー運転手           | ・消費税増税、介護保険料の増額など、特に高齢者にとっては希望の無い状態となっている。そのため、以前は多かった高齢者の客が減少しており、このような状態で景気が良くなるとは考えにくい。                                               |
|    |          | 通信会社（営業担当）        | ・政府の経済改善施策を実施しても、当面の間は景気の向上は望めないのではないかとみている。                                                                                             |
|    |          | 通信会社（営業担当）        | ・改善できるような良い材料が見当たらない。                                                                                                                    |
|    |          | 通信会社（営業担当）        | ・新規加入者数の増加はそれほどでもないが、解約者数が思った以上に減少している。また、地方では同業他社の格安スマホやSIMフリーサービスも動きが鈍く、顧客の奪い合いもそれほど進まないかとみているので、この先2～3か月は大きな変化はないと見込んでいます。            |
|    |          | 通信会社（営業担当）        | ・消費税率10%への引上げを前にして、経費削減を目指す企業が多い。                                                                                                        |
|    |          | テーマパーク（職員）        | ・買上点数及び客単価の動きが良くない状態が続くとみている。                                                                                                            |
|    |          | 遊園地（経営者）          | ・7月には、大型水族館が市内にオープンする予定であり、当分はその影響を受けるとみている。                                                                                             |
|    |          | 競艇場（職員）           | ・販売量は前月とほぼ同様に推移しており、下降傾向にあった状態も落ち着いてきている。また、2～3か月先も商品ラインナップにあまり変化はないので、目に見えるような変化は無いとみている。                                               |
|    |          | 美容室（経営者）          | ・常連客の来店頻度は数か月に一度であり、新規客の増加も見込めない状況である。                                                                                                   |
|    |          | 設計事務所（経営者）        | ・良くなる材料が見当たらない。                                                                                                                          |
|    |          | その他住宅[リフォーム]（従業員） | ・5月の好調が続くことを期待したいが、楽観視はできない。                                                                                                             |
|    | やや悪くなる   | 商店街（代表者）          | ・輸入商品を中心に15%前後値上がりしており、国内商品の価格も高値誘導の傾向がある。消費者はこのような状況に非常に厳しい目を向けており、値上がりした商品への抵抗感が非常に強くなってきている。                                          |
|    |          | スーパー（経営者）         | ・エルニーニョ現象が発生しており、今年は冷夏の予報が出されている。天候状態が非常に不安定であり、懸念している。                                                                                  |
|    |          | コンビニ（経営者）         | ・買上点数も少なく、目的買いが定着してきている。                                                                                                                 |
|    |          | コンビニ（エリア担当）       | ・人口が減少して、働き手も減少している。前向きなニュースはない。                                                                                                         |
|    |          | 衣料品専門店（店長）        | ・クールビズが浸透して、主力商品であるスーツが売れない状況が続いている。また、この時期に売れて欲しいアイテムの動きも鈍く購入する客が少ないので、今後も厳しい状態が続くとみている。                                                |
|    |          | 自動車備品販売店（経営者）     | ・取引先は皆一様に、例年と比較して今年は動きが非常に悪いと話している。繁忙期さえこのような状況であり、この先も動きは悪いまま推移するとみている。                                                                 |

| 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                                                                                                      |
|----------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |           | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）                                                                         | ・クールビズが浸透してきており、制服からカジュアルに近いものが購入されてきている。そのため、これから夏に向けてより一層の競争激化が見込まれている。さらに、客の目は価格の安いゾーンに向くとみているので、客単価は下がるのではないかと。 |
|                            |           | 高級レストラン（経営者）                                                                                    | ・地方に住む人達の所得が増えて経済が回るまでには相当の時間を要するとみている。また、消費税率10%への引上げになれば、また悪い状態からのスタートとなり、明るい兆しはほとんどみえない状態である。                    |
|                            |           | 高級レストラン（支配人）                                                                                    | ・選挙などが絡んでくる時期であり、外食の需要が冷え込むことを懸念している。                                                                               |
|                            |           | 一般レストラン（経営者）                                                                                    | ・5～6月の予約状況を見ると、やや悪くなっている。                                                                                           |
|                            |           | 一般レストラン（経営者）                                                                                    | ・来月から地域特産果実の収穫期を迎えるが、今年は気温の異常により実りに悪影響が出始めている。観光やお取り寄せでも人気の高級果実であり、不作になればエリア全体の景気悪化の引き金になりかねないため、懸念している。            |
|                            |           | 観光名所（職員）                                                                                        | ・ゴールデンウィーク後の来客数の動きはあまり良くない。そのため、今月の良い状態が継続するとは考えにくい。                                                                |
|                            | 悪くなる      | コンビニ（店長）                                                                                        | ・6月に、当店のごく近隣の場所に県内初出店の競合店がオープンするため、先の見通しが立たない状態である。かなりの影響を受けるとみており、商売の存続にも関わらないかと。                                  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) | 良くなる      | -                                                                                               | -                                                                                                                   |
|                            | やや良くなる    | 食料品製造業（総務担当）                                                                                    | ・小売などが販売量を伸ばしている。また、株価の上昇により消費者マインドも上昇している。                                                                         |
|                            |           | 輸送業（経営者）                                                                                        | ・販売量は順調に推移している。円安の進行と原油価格の値上りが気がりではあるが、急激な変化さえなければ、今後も期待できるとみている。                                                   |
|                            |           | 輸送業（従業員）                                                                                        | ・夏場にかけて、出荷量の増加が見込まれている。                                                                                             |
|                            |           | 広告代理店（経営者）                                                                                      | ・新しい水族館のオープンにより、広告関連での動きが多少出てくるとみている。                                                                               |
|                            |           | 広告代理店（経営者）                                                                                      | ・徐々にではあるが、得意先のマーケティング活動に動きが出てきている。                                                                                  |
|                            | 変わらない     | 農林水産業（従業者）                                                                                      | ・震災から4年が経過して風評被害も大分薄らいだ感がある。今後は果物単価が上昇することに期待をしている。                                                                 |
|                            |           | 食料品製造業（経営者）                                                                                     | ・現在の状況からみて、先行きが好転するとは考えにくい。                                                                                         |
|                            |           | 食料品製造業（経営者）                                                                                     | ・旅行客による飲食の売上は良い状態である。しかし、出店している駅構内の売場が改装中のため期間限定で閉店しており、その影響が出るとみている。                                               |
|                            |           | 食料品製造業（営業担当）                                                                                    | ・相変わらず東北地区での販売量減少が続いている。このような苦しい状況は今後も改善されないとみている。                                                                  |
|                            |           | 木材木製品製造業（経営者）                                                                                   | ・住宅需要の好転を期待できない。                                                                                                    |
|                            |           | 土石製品製造販売（従業員）                                                                                   | ・この先数か月間は、冬場に除雪作業で傷んだ道路の修復工事が多い。景気を左右するような大きな工事はまだ無い状態である。                                                          |
|                            |           | 一般機械器具製造業（経営者）                                                                                  | ・受注状況は、横ばいもしくはやや減少している。回復の兆しのないこの状況はしばらく続くとみている。                                                                    |
|                            |           | 電気機械器具製造業（営業担当）                                                                                 | ・受注量が特段に増える要素はないが、製造業においては、仕事が堅調に入っている状態が続くとみている。                                                                   |
|                            |           | 電気機械器具製造業（企画担当）                                                                                 | ・パソコンの需要が低下していると言われていたが、エレクトロニクス全体としては需要が低下することはなく、その恩恵を受けて今後も良い状態が継続するとみている。                                       |
|                            | 建設業（経営者）  | ・これからは、受注量よりも工事単価及び技術者不足が問題になるとみている。                                                            |                                                                                                                     |
|                            | 建設業（企画担当） | ・復興関連工事は現状のまましばらく推移するとみている。しかし、来年度からの仕事量には不安がある。                                                |                                                                                                                     |
|                            | 通信業（営業担当） | ・受注量がこのまま増加傾向で推移するとは考えにくい。今後も予断を許さない状況であることに変わりはない。                                             |                                                                                                                     |
|                            | 通信業（営業担当） | ・政治次第である。                                                                                       |                                                                                                                     |
|                            | 金融業（営業担当） | ・特に大きな変化要因はない。                                                                                  |                                                                                                                     |
|                            | 公認会計士     | ・売上、利益は業種によってばらつきがある。サービス、不動産賃貸などは現状維持であり、建設業は高止まっている。また、小売り関係はいまだに前年割れの状況が続いており、大きな変動はないとみている。 |                                                                                                                     |

| 分野                   | 景気の先行き判断     | 業種・職種                                                                                            | 景気の先行きに対する判断理由                                                                      |
|----------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |              | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）                                                                            | ・地方の中小企業の景気は非常に良くない。なかなか昇給やボーナスの支給などの消費が伸びるような状況にはならないため、現在の状況がしばらく続くとみている。         |
|                      |              | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）                                                                            | ・コンビニ向け出荷の伸び悩みが不安材料である。ただし、飲食店向けの出荷は順調なことから、大きな落ち込みは無いとみている。                        |
|                      |              | その他企業〔企画業〕（経営者）                                                                                  | ・株高ではあるが、地方に及ぶ影響は未知数であり、時間がかかるとみている。                                                |
|                      |              | その他企業〔工場施設管理〕（従業員）                                                                               | ・人員の配置転換などを模索しているものの、なかなか大変な様子である。                                                  |
|                      |              | 金属工業協同組合（職員）                                                                                     | ・見積件数、受注量共に減少傾向にあり、今後上向くような良い材料は見当たらない。                                             |
|                      | やや悪くなる       | 農林水産業（従業者）                                                                                       | ・燃料価格の上昇が、肥料その他の農業資材の値上がり波及するのではないかと懸念している。                                         |
|                      |              | 繊維工業（経営者）                                                                                        | ・購買力の回復が見込めない。                                                                      |
|                      |              | 出版・印刷・同関連産業（経理担当）                                                                                | ・受注残が減少している。特にチラシ印刷は前年比10%以上の落ち込みとなっている。                                            |
|                      |              | 建設業（従業員）                                                                                         | ・東北における集中復興期間の最終年度を迎えたが、公表された新規案件の発注見通しが思いのほか少なく、予想を下回っている。                         |
|                      |              | 広告業協会（役員）                                                                                        | ・7月にオープンする水族館の経済的波及効果を期待しているが、開業にかかわる出稿は少なく、広告業界は厳しい夏を迎えようとしている。                    |
|                      | 司法書士         | ・太陽光発電を契機とした不動産取引も無くなり、不動産市場が低迷している。                                                             |                                                                                     |
|                      | 悪くなる         |                                                                                                  |                                                                                     |
| 雇用<br>関連<br><br>(東北) | 良くなる         | -                                                                                                | -                                                                                   |
|                      | やや良くなる       | 人材派遣会社（社員）                                                                                       | ・就職活動中の学生の様子からは、企業が積極的に採用数を取っている様子がうかがえる。今後の景気に良い影響を与えるのではないかとみている。                 |
|                      |              | アウトソーシング企業（社員）                                                                                   | ・仕事量に大きな増減はないが、価格面で若干上向きになっている。                                                     |
|                      |              | 職業安定所（職員）                                                                                        | ・設備投資により、複数の企業が増員を計画している。                                                           |
|                      |              | 職業安定所（職員）                                                                                        | ・新規求人倍率、有効求人倍率共に、前年同月比を上回っており、依然として好調が続いている。また、新規求人数は前年同月比でほぼ10%増加となっており、引き続き好調である。 |
|                      | 変わらない        | 人材派遣会社（社員）                                                                                       | ・求職者数の大きな増加が見込めないため、状況は変わらない。                                                       |
|                      |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                                                                                   | ・地方において、企業が好況感を実感できない現状では、採用意欲は高まらないのではないかとみている。                                    |
|                      |              | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                                                                                   | ・好転の要素が全くみられない。                                                                     |
|                      |              | 職業安定所（職員）                                                                                        | ・求人数の大幅な増加の傾向はなく、求職者数も減少傾向にはあるものの安定している。                                            |
|                      |              | 職業安定所（職員）                                                                                        | ・ここ数か月、求人は高止まり状態が続いているが、非正規求人の占める割合が依然多いことから、景気が今以上に改善されるとは考えにくい。                   |
| 職業安定所（職員）            |              | ・食料品製造業や繊維工業で人員整理が予定されているものの、大きな変化はみられない。今後もほとんどの業種で人手不足が継続するとみている。                              |                                                                                     |
| 職業安定所（職員）            |              | ・人手不足分野である建設業、製造業や、特に水産加工業、介護医療関係の求人が多く、求人の高止まり状態が続いている。人材の確保が思うように進まない状況で業績を伸ばしていくのは難しい。        |                                                                                     |
| 職業安定所（職員）            |              | ・求人の状態はここ数か月と変わりなく微増のままで安定している。現在のところ企業の大規模な創業、管内への進出、また大規模な人員整理の情報も無く、近い将来の求人動向としては大きな変化はみられない。 |                                                                                     |
| 職業安定所（職員）            |              | ・新規求人数の前年同月比は増加、減少を繰り返しており、今後もこのような動きに大きな変化はないとみている。                                             |                                                                                     |
|                      | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人の動きについて、それほど変化は無いとみている。                                                                       |                                                                                     |
|                      | やや悪くなる       | 人材派遣会社（社員）                                                                                       | ・取引先である小売店からは売上が伸びているという話は少ない。また、求人の申込件数も減少している。                                    |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種              | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                             |
|----|----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 新聞社〔求人広告〕<br>(担当者) | ・東京オリンピックへの景気感で、東京一極集中が顕著になりつつある。その影響からの人件費の高騰により、被災地では復興業種に人が集まらなくなっている。これからが復興の正念場であるが、被災地復興の遅れから、景気がまた悪くなるのではないかと懸念がある。 |
|    | 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<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | 良くなる     | コンビニ（経営者）          | ・暑い夏がやってくる。夏を先取りしたような天候が続いているが、売上は上々である。よほどの天候不順がない限り好調は続くともっている。               |
|                             |          | コンビニ（経営者）          | ・コンビニエンストア業界にとって、夏場は1番ピークを迎える季節である。冷たいもののほか、様々な行楽用品も増えるという期待があり、良くなる。           |
|                             |          | コンビニ（経営者）          | ・コンビニエンストアは7～8月の気温上昇によりソフトドリンクが売れる。また、夏休みの時期で売上が上がるとみている。                       |
|                             |          | 通信会社（営業担当）         | ・賞与支給により消費は高まるが、一過性のものでその後の継続性は望めない。円安による物価上昇で実質賃金は低下し、需要の喚起には至らない。             |
|                             | やや良くなる   | 商店街（代表者）           | ・今の動きを見ていると、客は余計な物は買わないが、必要な物は買っているため、あまり変わらない。                                 |
|                             |          | 商店街（代表者）           | ・名刹のご開帳終了の反動はあると思うが、大河ドラマ効果で引き続き来客数が増えるともっている。                                  |
|                             |          | 一般小売店〔家電〕<br>(経営者) | ・客の購買意欲が少しずつ上向きになってきているようである。                                                   |
|                             |          | 百貨店（店長）            | ・今後市役所の施設が駅前に移転してくるので、やや良くなる。                                                   |
|                             |          | スーパー（店長）           | ・気温の上昇に伴い、飲料を中心とした涼味商材の売行きがかなり増加してきており、初夏の新商品を取りそろえることで、客の購買意欲につながってくれるのではないかと。 |
|                             |          | スーパー（総務担当）         | ・商品単価も前年より上昇し、客数も前年並みに戻っているので、衣料品次第だが数字も大きく伸びると思う。今後の景気も徐々に上がってくるのではないかと期待できる。  |
|                             |          | コンビニ（経営者）          | ・近隣のファミリーレストランも徐々に客数が減っているようである。またランチの客も少しずつ減ってきているようで、当店は少しは良くなるのではないかと。       |
|                             |          | 衣料品専門店（統括）         | ・夏、秋祭りに向けて、祭りに関する問い合わせがやや増えている。また祭りに使う道具の修理依頼などが来ている。                           |
|                             |          | 家電量販店（店長）          | ・例年になく暑い日が多く、エアコンの伸びは良い。この傾向が続けば期待はできる。                                         |
|                             |          | 住関連専門店（店長）         | ・特売品以外も徐々に売れている。今後ボーナスの状況にもよるが、回復基調になる。                                         |
|                             |          | 住関連専門店（仕入担当）       | ・楽観的な状況にはないが、前年との比較では少しずつ消費税増税の駆け込みの反動が薄れ、持ち直してくるとみている。                         |
|                             |          | 一般レストラン（経営者）       | ・食材の値上がりも今後の不安材料ではあるが、週末の客の動きは良くなっているようである。                                     |
|                             |          | 一般レストラン（経営者）       | ・天候が良いためか行楽客が多いようである。レジャーに回すお金に余裕が出てきたのであれば、景気はやや良くなっていくと考えてもよいのではないかと。         |
|                             |          | 観光型旅館（経営者）         | ・6月の売上は、現時点で前年より若干良い傾向になっており、この流れで7～8月もやや良くなると期待している。                           |
|                             |          | 都市型ホテル（スタッフ）       | ・大口客の売上が直近で積み上がってきており、予約件数も前年同時期と比べて若干増加している。                                   |
|                             |          | 都市型ホテル（副支配人）       | ・夏場は学生団体や地元で開催される大きなイベントにより、高単価が期待できる。現状の販売量と単価の反比例現象を解消させたい。                   |
|                             |          | 旅行代理店（所長）          | ・名刹の式年行事を弾みに、引き続き情報発信を継続することにより、観光客の伸びは期待できる。                                   |
|                             |          | 旅行代理店（営業担当）        | ・7～8月にかけて旅行業界は繁忙期を迎えるため、やや良くなる。                                                 |
|                             |          | ゴルフ場（総務部長）         | ・そこそこのコンペの予約が増えてきている。                                                           |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種          | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                                               |
|----|----------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）       | ・当地は名刹のご開帳で、周辺は人であふれているが、買物は飲食以外は、ひどいと言っている。大都市のような景気上昇が、地方全体に来るのはいつだろうか。                                                                                                    |
|    |          | 商店街（代表者）       | ・消費が控え目のなか、マイナンバーの導入による写真撮影の受注があると見込んでいる。                                                                                                                                    |
|    |          | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・プレミアム付商品券を購入した客がどんどん利用すれば景気も良くなると思うが、まだまだ使用が少ないので、変わらない。                                                                                                                    |
|    |          | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・家庭に行き渡っている電化製品は、必要にせまられ購入するケースが多い。家計に余裕があれば故障前の買替え、新製品購入もあるが、客の消費に対する慎重さは、しっかり根付いている。                                                                                       |
|    |          | 百貨店（営業担当）      | ・ボーナス等はプラスの予想があるが、同時に物価上昇もあるので、消費については依然慎重な兆候が見られる。                                                                                                                          |
|    |          | 百貨店（営業担当）      | ・慎重に品選びを行う客の姿勢は相変わらずで、今夏の賞与の多寡にかかわらず、客の消費行動は引き続き慎重さを伴うことが十分に予測できるので、変わらない。                                                                                                   |
|    |          | 百貨店（販売促進担当）    | ・来月よりプレミアム付商品券の販売が始まるため、プラスになると期待している。中元商戦、クリアランスセールに突入するが、昨今のトレンドを考慮すると厳しい状況は継続するとみている。                                                                                     |
|    |          | 百貨店（店長）        | ・客の消費意欲は高くない。売上も前年を上回る月もあるが、一昨年には及ばない。                                                                                                                                       |
|    |          | 百貨店（副店長）       | ・食料品を中心に値上げが続き、客はこれまで以上に価格に敏感になっている。また、賃金はなかなか上がらず、労働条件の厳しい職種では人手不足が全く解消されない。好景気による人手不足ならまだ良いのだが、本当に働き手が少なくなっているのではないかと感じる。人口減少によるものであれば、消費に対する直接的な影響もじわじわと出てくるので、先行きが不安である。 |
|    |          | スーパー（経営者）      | ・改善の状況は見られない。                                                                                                                                                                |
|    |          | スーパー（店長）       | ・中元商戦に入る時期となるが、商売上の悪条件が今のところ無いので、現状変化はない。                                                                                                                                    |
|    |          | スーパー（統括）       | ・株高やベースアップ等で好調に映る景況感だが、当社の客の半数近くは、景気にあまり関係のない年金受給者や農業従事者であり、短期間での影響は受けにくい。奇数月対策は重要なファクターとなっている。                                                                              |
|    |          | スーパー（商品部担当）    | ・商品の価格改定などが多く、消費者の動向が気になるものの、大きな変化はないのではないかと感じる。ただし、天候に左右される生鮮食料、夏物商材などによっては変化がある可能性もある。                                                                                     |
|    |          | コンビニ（経営者）      | ・客数の回復がない限り、良くならない。                                                                                                                                                          |
|    |          | コンビニ（店長）       | ・ここ何か月かを客単価で見ると、特別変化はない。来客数次第で若干の変動がある状況が続いており、今後もあまり変わらないのではないかと感じる。                                                                                                        |
|    |          | 衣料品専門店（販売担当）   | ・当店は婦人服を扱っており、客の女性は現実に敏感であり、先行きに不透明感があればあるほど財布のひもは固くなる。最近少しゆとり感というのが見えてきている。ただ、これは長続きしないとみている。現状多少良くなってきている部分が、しばらくは続いていくのではないかと感じる。                                         |
|    |          | 家電量販店（営業担当）    | ・客の購入単価は大変厳しい。仕入価格も高騰しており、薄利多売が続く状況である。                                                                                                                                      |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）    | ・客の購買意欲に強さが感じられない。                                                                                                                                                           |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）    | ・株価は上昇しているが物価も上がり、所得は横ばいのため实体经济の側面からは、先行きは悲観的になってしまう。                                                                                                                        |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）    | ・大企業は円安、株高により景気は上向いているかもしれないが、まだ地方にはその効果は波及していない。                                                                                                                            |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）   | ・我々自動車販売会社では、販売量、売上の数字がすべてだが、この先よほど価格が安く維持費も安い、安全な車が発売されない限り、現状維持していくのが精一杯である。                                                                                               |
|    |          | 乗用車販売店（販売担当）   | ・今より良くなる理由がない。新型車を投入するなどしているが、来店客は少なく、客の関心があまりないようである。この景気のせいだとみている。                                                                                                         |

| 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                                                                                                                                    |
|----|----------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 乗用車販売店（販売担当）        | ・営業部がいろいろと販売方法を考えたり、ミニ展示会と同時に車のシステム販売等も始めたが、それほど飛躍的な伸びは望めない。現状全くゼロという状態ではないが、販売台数と整備の入庫台数が低調である。何かよほどの変化があるが、身近なところで景気が良くなれば別だが、現状のまま推移していくのではない。 |
|    |          | 自動車備品販売店（経営者）       | ・今一つ購買意欲の高まらない状態が続いており、若干期待も含めてプラスマイナスゼロではないか。                                                                                                    |
|    |          | 一般レストラン（経営者）        | ・地方創生政策を進めているようだが、一部の地方だけで全体的な地方創生の対策がまだまだ回っていないようである。特に、地方の中小企業はまだまだ苦戦をしている。                                                                     |
|    |          | 一般レストラン（経営者）        | ・多少賃上げがあっても、物価が相当上がっているので景気回復を実感することはないように思える。染みついてしまっているものを変えるのは大変である。                                                                           |
|    |          | スナック（経営者）           | ・今の悪い状態がこれ以上悪くならないで欲しいので、変わらないを選択した。良くなるようには思えない。何か名案があったら教えてほしい。                                                                                 |
|    |          | 都市型ホテル（営業担当）        | ・5月はなかなか伸びなかったが、現時点でまだ6月のホテルの稼働も伸びている状況にない。3か月先については、確実に良くなる材料が現状ないため、変わらないとみている。                                                                 |
|    |          | 旅行代理店（副支店長）         | ・夏以降の動きは鈍く、特に企業、団体の動きが悪い。個人についてはこれからだが、前年とほぼ同程度の受注である。北陸新幹線を利用して旅行する方は増加傾向だが、夏から秋口に向けての受注は少ない。                                                    |
|    |          | タクシー運転手             | ・地方では景気の良くなったという話は、全く聞かない。                                                                                                                        |
|    |          | タクシー運転手             | ・4～5月と名刺のご開帳があったが、それほど影響はなく、また今後も変わらないとみている。                                                                                                      |
|    |          | 通信会社（経営者）           | ・プレミアム付商品券の発行が予定されており、この機会を良い追い風にしていきたい。                                                                                                          |
|    |          | テーマパーク（職員）          | ・夏前だが天候が良く、飲料、アイス類は伸びているが、土産品、特に暑さに弱い商品の購買意欲は減少している。                                                                                              |
|    |          | 観光名所（職員）            | ・インバウンドは増えているものの、国内では貸切バスの法改正で運賃が高額になったこともあり、団体旅行が減少している。マイカーでの日本人観光客も減少傾向である。                                                                    |
|    |          | 遊園地（職員）             | ・訪日観光客は順調だが、国内の消費意欲は停滞気味であり、今後しばらくは現状維持で推移する。                                                                                                     |
|    |          | ゴルフ場（支配人）           | ・気温の高い日が続き、散水費用が増すとみている。リゾートエリアに立地しており、予約は順調に伸びる。相変わらず値引き依頼は多い。                                                                                   |
|    |          | 美容室（経営者）            | ・固定客は常に節約のことばかり考えており、高価格の美容施術を提案しても受け入れない状況である。                                                                                                   |
|    |          | その他サービス〔立体駐車場〕（従業員） | ・統一地方選挙が終わり、例年この時期から来客数は増えてくる。回数券、定期券販売等の予約等、例年と横ばいのため変わらない。                                                                                      |
|    |          | その他サービス〔イベント企画〕（職員） | ・イベントなどの参加状況をみると、若い人にまだまだ余裕がないと感じられる。                                                                                                             |
|    |          | 設計事務所（経営者）          | ・なかなか決まらない計画が多く、具体的な仕事にならない。                                                                                                                      |
|    |          | 設計事務所（所長）           | ・変わらないと回答したが、来月のほうが危機的状況である。早く手を打たないと悪化するばかりで先々不安である。                                                                                             |
|    |          | 設計事務所（所長）           | ・当地で建築需要が一気に高まるとは考えにくく、今のような状態が続くとみている。                                                                                                           |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）         | ・他の観光地別荘地に比べ、交通の利便性が劣っている。別荘所有者は高齢化により自家用車の運転が困難となる人が増加している。                                                                                      |
|    |          | 住宅販売会社（経営者）         | ・次の消費税増税時期が近づくまで現状のまま推移するとみている。                                                                                                                   |
|    | やや悪くなる   | 一般小売店〔乳業〕（経営者）      | ・地方の消費が上向く要因は、見当たらない。                                                                                                                             |
|    |          | コンビニ（店長）            | ・今月は町中のイベント等による来街者がやや多く、来店客は多少増えたが、売上増に寄与するまでには至らない。来月下旬に商圏内に同業他チェーン店がオープンするため、その後しばらく苦しい展開になるとみている。                                              |
|    |          | 衣料品専門店（店長）          | ・円安により輸入食品や燃料費の上昇が、家計を圧迫しているため予断を許さない。                                                                                                            |
|    |          | 乗用車販売店（管理担当）        | ・円安による原材料高や期待ほど賃金が上がらないことから景況感は鈍る。                                                                                                                |

| 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〔燃料〕<br>(従業員)                                                      | ・例年10月ごろまで2～3割程度、減少する時期になる。                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                               |                                   | スナック(経営者)                                                                | ・今月末で名刹のご開帳が終了するので、人出が減るとみている。大きく落ち込まないよう、頑張りたい。                                                                                                                                                                                                                                        |
|                               |                                   | 都市型ホテル(スタッフ)                                                             | ・名刹のご開帳もこの5月で終わるので、その反動が大きいのではないかとみている。今後北陸新幹線利用の旅行客がどの程度当地に立ち寄るかが課題である。                                                                                                                                                                                                                |
|                               |                                   | タクシー(経営者)                                                                | ・5月後半から動きが悪くなり、今後も悪くなるとみている。                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                               |                                   | タクシー(役員)                                                                 | ・人材不足でやや悪くなる。                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                               |                                   | 通信会社(経営者)                                                                | ・相変わらず個人の消費意欲がない。企業も簡単には成長が見込めず、将来への安心感がなく、収入が増えても一時的なものとして貯蓄に回してしまうため、個人消費は伸びない。                                                                                                                                                                                                       |
|                               |                                   | 競輪場(職員)                                                                  | ・全国発売の記念競輪レースの売上が目標に届かない。60億円の大台を切るようになってきている。                                                                                                                                                                                                                                          |
|                               |                                   | 美容室(経営者)                                                                 | ・株価上昇などの景気の良い話は当地では現実味に欠ける。商店街の役員がイベントを企画し実施するが、客の気持ちはなかなかそれに乗らない。実績は今までの積み重ねとは思いますが、これまでの下降傾向の景気は底までいったような気がする。今後は復活となればよいが当社は意気消沈である。                                                                                                                                                 |
|                               |                                   | 悪くなる                                                                     | 一般小売店〔衣料〕<br>(経営者)                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 企業<br>動向<br>関連<br>(北関東)       | 良くなる                              | 輸送用機械器具製造業<br>(経営者)                                                      | ・主要取引先である自動車メーカーの輸出が増加しているの<br>で、良くなる。                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                               |                                   | その他製造業〔環境機<br>器〕(経営者)                                                    | ・来年4月までに自社業務用太陽光発電装置、規模は10か所<br>5,000キロワット程度の建設設置が完了し、大手電力会社と<br>の連携が終わる。パネル、架台、パワーコンディショナーの<br>支払いがドル払のため、円安が進み値上がりしており気がか<br>りである。自社以外では、地元自動車メーカーの3次下請ま<br>で、毎日残業の話が来ているが、他の企業で良い話は、ほと<br>んど聞かない。太陽光発電関連では、該当しない調整区域の<br>土地は、県庁所在地でも一反300坪を借地代は0円、購入は<br>40万円で買い手がつかないというような話ばかりである。 |
|                               | やや良くなる                            | 食料品製造業(営業統<br>括)                                                         | ・円安が進み輸入品の価格引上げの中、国産品、特に甲州種<br>の東南アジアへの輸出が目立っている。和食文化の浸透や関<br>係者の後押しもあり、今後も大きな伸びが期待される。                                                                                                                                                                                                 |
|                               |                                   | 化学工業(経営者)                                                                | ・2～3か月先を納期とする引き合いが具体的に決まり始め<br>てきたので、期待している。ベース製品の先行きは不透明な<br>ところもあり横ばいと思われるため、それを加味して、やや<br>良くなるとみている。                                                                                                                                                                                 |
|                               |                                   | 窯業・土石製品製造業<br>(経営者)                                                      | ・単価は安いですが、数年ぶりの大量受注があり、直近の見通し<br>は明るい。                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                               |                                   | 一般機械器具製造業<br>(経営者)                                                       | ・マイナーモデルチェンジに伴う自動車部品の増産予定があ<br>り、売上額は上昇する。また、新規航空部品の仕事が軌道に<br>乗り、安定生産が見込まれる。                                                                                                                                                                                                            |
|                               |                                   | 建設業(開発担当)                                                                | ・公共工事は現政権のもと順調な発注がある。ただ10年以上<br>続いた建設不況の影響で、当社も社員数が半分以下になっ<br>ている。特に若い社員がいない。建設業全体で高齢化が進ん<br>でおり、企業の成長には人の新陳代謝が一番大事である。当社<br>もここ何年か新規卒業社員が入社していないが、これは賞与<br>支給を行っていないためである。今後一番の課題は賞与支給<br>実施である。                                                                                       |
|                               |                                   | 建設業(総務担当)                                                                | ・公共工事は前倒して発注されると発表があるので、良く<br>なっていくのではないかとみている。                                                                                                                                                                                                                                         |
|                               |                                   | 通信業(経営者)                                                                 | ・最近のニュース等で若干の景気回復傾向を感じている。                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                               |                                   | 金融業(経営企画担<br>当)                                                          | ・富士山の世界遺産登録から、外国人観光客が増加してき<br>ており、これから夏に向けて観光シーズンを迎え、景気動向は<br>上向いてくると考える。                                                                                                                                                                                                               |
| 経営コンサルタント                     |                                   | ・企業は新年度で投資機会が増え、賞与シーズンを迎えると<br>ともに夏休みに入る時季になるので、設備投資及び個人消費<br>の増加が期待できる。 |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| その他サービス業〔情<br>報サービス〕(経営<br>者) | ・現状の引き合い状況から見ても、受注量の増加が見込まれ<br>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（製造担当）        | ・販売数は落ちていないが、為替の動向が気になる。今の為替相場で推移していればよいが、現状の為替相場でも原料費は高止まりしているところを更に円安に進むと、確実に原料費は値上がりする。上がらないことを祈るのみである。                          |
|                       |                                                    | 窯業・土石製品製造業（総務担当）    | ・例年通りこの時期はあまり変化がない。                                                                                                                 |
|                       |                                                    | 金属製品製造業（経営者）        | ・今の取引先の様子では変わらないという予想だが、期待感はある。いつも、翌月には仕事量が多くなるのではないかとの話はある。現実にはなかなか増えないが、期待をして仕事をしている。                                             |
|                       |                                                    | 電気機械器具製造業（経営者）      | ・主要取引先で6月に開催される、上期事業動向説明会を聞いてみないと不透明ではあるが、増産等の明るい情報は無い。                                                                             |
|                       |                                                    | 電気機械器具製造業（経営者）      | ・安定的な仕事が少ないがまだまだ単発が多い。                                                                                                              |
|                       |                                                    | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・当面は現状維持で推移している。これからの受注状況にもよるが本格的に忙しくなるのは先になりそうである。                                                                                 |
|                       |                                                    | 輸送用機械器具製造業（経営者）     | ・取引先が十数社あり、暇な会社、忙しい会社、まずまずの会社と、いろいろ取引しており、当社はまずまずの成績である。今後2～3か月は忙しい会社が増えるか、暇な会社が増えるか分からない状況である。                                     |
|                       |                                                    | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・海外市場頼みで国内市場は依然低迷している。株価の高騰により高額品の販売に期待が持てるものの、全体が良くなるまでにはいかないとみている。                                                                |
|                       |                                                    | その他製造業〔消防用品〕（営業担当）  | ・しばらくはこのままで推移すると考える。                                                                                                                |
|                       |                                                    | 輸送業（営業担当）           | ・今後も暑い日が続き、特に夏物商材であるエアコン、扇風機などの物量が増加する見込みである。ただし円安や、輸送コスト等の上昇もあり、利益の減少が気になる。                                                        |
|                       |                                                    | 金融業（調査担当）           | ・業種や企業により見通しがまだら模様であり、方向感が見えにくい状況にある。                                                                                               |
|                       |                                                    | 金融業（役員）             | ・都市部の景況の良さは地方にはまだ波及していない。地方は市場のパイがないので、激しい過当競争となっており利幅が少ない。消費動向は夏のボーナスが1つの鍵なので、そこが上がるようであれば消費が拡大するとみている。                            |
|                       |                                                    | 不動産業（管理担当）          | ・金額の大きい受託業務の話はあるが、そのために新たな人員が必要になりそうである。しかし、その受注も確定しない上、確定し人員を雇用する場合でも長期受注となるか不明で、雇用形態をどうするかなど問題が多い。最近是不確定要素を大いに含む業務の引き合いが、多くなっている。 |
|                       |                                                    | 新聞販売店〔広告〕（総務担当）     | ・多くの商店会関係者は名刺のご開帳閉幕後の停滞、低迷を懸念している。一方、前月に引き続き、ミニコミ誌等の広告出稿は前年を上回る集稿ができています。                                                           |
|                       |                                                    | 司法書士                | ・当地は、下請メーカーの多いところなので、大手の好景気が伝わってこない、景気の回復は見込めない。                                                                                    |
| 社会保険労務士               | ・地方の中小企業は賃金が増えていないためか、消費者と直接相対している業種は苦戦している事業所が多い。 |                     |                                                                                                                                     |
|                       | やや悪くなる                                             | 広告代理店（営業担当）         | ・消費税増税の影響はまだまだ続く。                                                                                                                   |
|                       | 悪くなる                                               | 出版・印刷・同関連産業（経営者）    | ・相変わらず利益が出ないので、大変な思いをしている。                                                                                                          |
| 雇用<br>関連<br><br>(北関東) | 良くなる<br>やや良くなる                                     | -                   | -                                                                                                                                   |
|                       |                                                    | 人材派遣会社（管理担当）        | ・麺類の製造派遣が多くなり、携帯電話のボーナス商戦が激化して、下取り業務の派遣も増えると予測している。                                                                                 |
|                       |                                                    | 人材派遣会社（支社長）         | ・採用側から見れば、圧倒的に若い層の働き手が減ってきている。一旦底を打った景気は、今後、人手不足を背景に、正社員での採用が再度加速するとみている。                                                           |
|                       |                                                    | 職業安定所（職員）           | ・大型商業施設の新規出店に伴う建設業の受注増が見られる。サービス業の求人増加も見込まれる。                                                                                       |
|                       |                                                    | 学校〔専門学校〕（副校長）       | ・職種に偏りを感じるが、求人は増加傾向である。しかし、一時的な仕事への募集であり、バブル期前のような計画性をもった採用はまだ出てきていない。                                                              |

| 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                                                                                                            |
|----|----------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 変わらない    | 人材派遣会社（経営者）    | ・5月ほかかなり暑さが厳しく、野菜不足により生産が追い付かないのではないか。冷凍食品等については引き合いが出るとみているが、ガソリン価格によっては、物流の動きが相当圧迫されるのではないかと。公共事業関連は依然として動きが見られず、分からない。 |
|    |          | 人材派遣会社（経営者）    | ・仕事が安定しており、売上も安定している。現状プラスマイナスはない。                                                                                        |
|    |          | 人材派遣会社（営業担当）   | ・職安、求人チラシ等、いつも同じ企業の募集が出ている。業務内容も含め条件が悪いのか、求職者の動きが理解できないことがある。                                                             |
|    |          | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・周辺企業の景気回復は足踏み状態であるが、今後、夏に向けてパート、アルバイトの募集は例年通り増えるとみている。                                                                   |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・名刹のご開帳は今月末で終了するため、小売、サービス業についての先行きは不透明である。ただ、北陸新幹線延伸開業により平日のビジネス客は増加しており、今後の動向に注目している。                                   |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・景気が良くなるための要素として賃金の上昇があるが、今のところ中小零細企業において具体的な動きが見えない。                                                                     |
|    | やや悪くなる   | -              | -                                                                                                                         |
|    | 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<br>関連<br><br>(南関東) | 良くなる     | 商店街（代表者）          | ・3か月先はプレミアム付商品券が発行されること、暮れに近付いていくので、良くなっていくのは当然である。                                               |
|                         |          | コンビニ（経営者）         | ・周りの景気は非常に良い。来客数からみても、単価や販売量の平均などからも購買力が非常に高くなっている。ほぼ失業者がいらないと思われるような状況になっており、これから更に購買力が上がって良くなる。 |
|                         |          | 家電量販店（経営企画担当）     | ・季節変動の影響を受けやすい業界でもあり、季節商材の売行きに左右される。今年度は各自治体のプレミアム付商品券の取扱もあり、夏商戦に間に合うので経済効果に期待している。               |
|                         |          | その他小売〔雑貨卸〕（経営者）   | ・政府の施策がすべての面で効果を発揮している。                                                                           |
|                         |          | 一般レストラン（経営者）      | ・企業によってはボーナスの額が増えるところがあるので、その分、消費も増えるのではないかと考えている。                                                |
|                         | やや良くなる   | 商店街（代表者）          | ・天候に大きく左右されるが、例年どおりの気候であればこれからの暖かくなる時期、より一層活発化しそうな雰囲気がある。冷夏だったり、雨が極端に多いとどうなるか分からない。               |
|                         |          | 商店街（代表者）          | ・当商店街では7月から開始されるプレミアム付商品券の発売が、少なからず各店の販売努力に応じて売上増につながるのではないかと期待している。                              |
|                         |          | 一般小売店〔家電〕（経理担当）   | ・天候で売上が左右されるが、客からの引き合いが多いため、良くなる。                                                                 |
|                         |          | 一般小売店〔家電〕（経理担当）   | ・プレミアム付商品券が出るので期待している。イベントを絡めてうまく商売につながるように頑張りたい。                                                 |
|                         |          | 一般小売店〔祭用品〕（経営者）   | ・夏を迎え、また、プレミアム付商品券の販売などで購入意欲が増大することに期待している。                                                       |
|                         |          | 一般小売店〔家電〕（経営者）    | ・早めに暑くなり、株価も少しずつ上がっているため、ムードが上がっている。                                                              |
|                         |          | 一般小売店〔文房具〕（経営者）   | ・従来からの売上加え、外国人客の売上がやや増加する傾向にあるため、やや良くなる。                                                          |
|                         |          | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・6～7月あたりの案件があり、売上が見込めているので若干上がる。                                                                  |
|                         |          | 一般小売店〔茶〕（営業担当）    | ・今年の新茶はおいしいと客から聞いている。リピーター客も含め、低価格の新茶の出来栄によっても売上に影響が出てくる。お茶の味が良い年は売上も良くなるので、少し期待がふくらむ。            |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                 | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                                          |
|----|----------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 百貨店（広報担当）             | ・日経平均株価が2万円を超え、10日間以上も上昇を続けている。また、政府の後押しもあり各企業の夏の賞与も期待できるなど、客の購買心理は上昇傾向にある。免税対象品目が拡大されたインバウンドも中国をメインに毎月200%以上の勢いで伸びている。アイテム別の売上でも高級時計が継続して好調で、全体的に明るい材料がそろっている。         |
|    |          | 百貨店（広報担当）             | ・4月からのベースアップ、6月以降の賞与の動向により、景気に良い刺激がある。                                                                                                                                  |
|    |          | 百貨店（営業担当）             | ・ボーナスの状況次第ではあるが前年を上回る状況が増え続けている。楽観はできないが、力強さは感じる。                                                                                                                       |
|    |          | 百貨店（販売促進担当）           | ・引き続きインバウンド消費が売上をけん引しており、消費行動にやや改善がみられるものの、動きの鈍りもあるため、楽観視はしていない。                                                                                                        |
|    |          | 百貨店（店長）               | ・現状、地方にはインバウンド効果はほとんどないが、都内の状況をみると今後、徐々に期待が持てる。                                                                                                                         |
|    |          | 百貨店（店長）               | ・給与や賞与に明るさが少し広がっていることや、今まで一般客の消費が抑えられてきたことから、今後、反動が多少出てくる。                                                                                                              |
|    |          | 百貨店（副店長）              | ・夏のボーナスが目に見えて上昇する等、状況次第では消費に弾みが付くような動きが期待できる。                                                                                                                           |
|    |          | スーパー（経営者）             | ・プレミアム付商品券が発売されるため、やや良くなる。                                                                                                                                              |
|    |          | スーパー（店長）              | ・毎月、赤字経営では従業員の雇用も含めて店の存続にかかわってくるので、できることについては様々な創意工夫をして、顧客価値の創造ということで客がどういった商品に対して反応するかなどを考えながら商売をして、結果を出していきたい。期待も込めて今よりもやや良くなると回答した。                                  |
|    |          | スーパー（総務担当）            | ・客の所得が上がってきており、また、改装効果によって新しい売り方、新しい売場が客を非常に刺激している。陳腐化した売り場を作らず新しいこと、新しい商品を客に提案していけば、以前のように必要な物を必要な分しか買わないということからプラス1～2点というような形、また、上質の物を購買していくことが予想されるので、上向きであるととらえられる。 |
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・気温の上昇とともに来客数が増加し、ジュースなどの飲料の販売が多くなるため、やや良くなる。                                                                                                                           |
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・季節的な要因だが、気温が上がると動きが活発になるので、多少は良くなる。                                                                                                                                    |
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・今年は梅雨の時期が遅くなると予想され、行楽の動きに期待できる。                                                                                                                                        |
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・当業界は夏場は最大の売上になるため、天候にもよるが期待している。                                                                                                                                       |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）           | ・プレミアム付商品券等の発行もあり、期待している。                                                                                                                                               |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）           | ・今後、どこの地方自治体もプレミアム付商品券を発行すると思うが、当市では9月ごろの予定で3割という大変大きなプレミアムが付くため、大型店だけではなく、一般の小売店でも期待したい。                                                                               |
|    |          | 家電量販店（統括）             | ・昨年の反動減から前年比ベースでの回復を実感している。                                                                                                                                             |
|    |          | 乗用車販売店（販売担当）          | ・今後、東北復興については関東地区ではあまり望めないが、オリンピックや沖縄の基地の工事でトラックの需要が出てくる。特に、沖縄では潮風に当たるので中古の大型ダンパーの引き合いが相当あり、値段が上がってくるのではないかと期待感があるため、やや良くなる。                                            |
|    |          | 乗用車販売店（渉外担当）          | ・個人消費が思っている以上に伸びていないが、ハイブリッド車を中心に受注は前年並みに推移している。また、7月には新型車発売、12月には2011年に発売されたハイブリッド車の初車検も控えており、楽観視はしていないが、やや良くなるとみている。                                                  |
|    |          | 乗用車販売店（総務担当）          | ・ボーナス月になり、ユーザーの動きが活発になるためである。                                                                                                                                           |
|    |          | その他小売[ショッピングセンター]（統括） | ・企業の賃上げや賞与増に期待している。                                                                                                                                                     |
|    |          | 一般レストラン（経営者）          | ・今まで5月がこれほど悪いということにはなかったのが異常である。2～3か月先は少し持ち直すのではないかと。                                                                                                                   |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 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）        | ・2～3か月後はボーナスが6～7月に出るし、夏ということもあって多少は売上が良くなるような気がする。しかし、社会保険料や税金等の支払が増えているので、景気が多少圧迫されて消費が減っていくような気もする。また消費税が上がるからと買い控えをし、消費に影響が出る。  |
|    |          | 一般レストラン（経営者）        | ・客の話聞いていても慢性的に人手不足のようで、仕事はあるが人が足りず、しばらくはその需要を処理するのに時間がかかるようである。ある程度長期的に収益が見込めるような感じがする。                                            |
|    |          | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）     | ・海外からの客が増えている。また、オリンピックに向けて様々な産業が活発になっている。                                                                                         |
|    |          | 都市型ホテル（総務担当）        | ・引き続きインバウンドのトレンドや国内の景気回復への期待があるため、やや良くなる。                                                                                          |
|    |          | 旅行代理店（従業員）          | ・旅行シーズンに入っているため、夏に向けての販売が増えている。                                                                                                    |
|    |          | 旅行代理店（営業担当）         | ・しばらく今の状況が続く。                                                                                                                      |
|    |          | 旅行代理店（販売促進担当）       | ・2～3か月後は夏休みのトップシーズンを迎える。特に、国内旅行が順調で、個人旅行が一番多い時期のため非常に期待でき、すでに予約も入っている。逆に海外は少し苦戦しているが、トータル的には国内の個人を中心とした需要とインバウンドの手配状況が良いので、やや良くなる。 |
|    |          | タクシー運転手             | ・米国の経済が急上昇しており、中国の経済状態も過熱気味である。米国と中国に対する輸出が順調に伸びて、日本経済も両国の影響を受けて伸びると確信して良くなる。                                                      |
|    |          | タクシー（経営者）           | ・大手のベースアップの影響や、夏の賞与の影響が出てくれば、若干改善されると期待している。                                                                                       |
|    |          | タクシー（団体役員）          | ・総会等の開催時期や梅雨などの天候に影響される商売のため、季節がら景気はやや良くなる。                                                                                        |
|    |          | 通信会社（経営者）           | ・ボーナスが前年より上昇するため、やや良くなる。                                                                                                           |
|    |          | 通信会社（経営者）           | ・大手企業を中心にボーナスも上がるので、その影響で契約増、契約単価の上昇に期待したい。                                                                                        |
|    |          | 通信会社（社員）            | ・好調なまま安定してきている。特に、解約が減少しつつあるのは良い傾向である。今後、特に悪くなる要因もなく、この状況が続けば景気は良くなる。                                                              |
|    |          | 通信会社（営業担当）          | ・低価格商品を強く訴求していくことで、契約数は増加していく。                                                                                                     |
|    |          | 通信会社（営業担当）          | ・興味があるサービスについてはある程度の月額料金の上昇を許容する傾向は続く。                                                                                             |
|    |          | 通信会社（管理担当）          | ・雇用情勢が回復しているためである。                                                                                                                 |
|    |          | パチンコ店（経営者）          | ・現状はなかなか厳しいが、この先、以前から人気のある台が出る。当商売は人気の機械と景気が連動するので、今より面白い機械が出て、客も増えるのではないかと期待も込めて、やや良くなる。                                          |
|    |          | その他レジャー施設（経営企画担当）   | ・向こう3か月の天気予報が例年に比べ、曇りや雨の日が多い見込みであることと、箱根の火山活動が一部事業所に及ぼす影響などの懸念があるものの、催事や宿泊者予約を順調に獲得しているため、やや良くなる。                                  |
|    |          | 美容室（経営者）            | ・物価が非常に安定しているため、やや良くなる。                                                                                                            |
|    |          | その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | ・マスコミなどの報道の影響なのか、買物や食事に来る人が増えてきている。                                                                                                |
|    |          | 設計事務所（経営者）          | ・取引先の担当者がプロジェクトをいくつも抱えていて多忙の様子である。時間は少しかかるかもしれないが、先方が落ち着いてくれば、打ち合わせができるようになるはずなので良くなっていく。                                          |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）         | ・住宅リフォームのニーズは引き続き底堅いと感じる。                                                                                                          |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）         | ・6～7月は現状より良くなる。投資向けのアパート販売が順調に推移し、戸建用地の販売も少しずつ良くなると感じている。                                                                          |
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）            | ・現在もまだ財布のひもが固い状況が続いている。予算を決めているものの、できれば予算を超えることなく予算以内で買いたいという気持ちがかかなり強い。売上を伸ばすには非常に努力が必要であり、なかなか伸びない。                              |
|    |          | 商店街（代表者）            | ・最近では降雨が少なく、30度を超えるような天気が続いているので、とにかく人が出たがらない。特に、高齢者が買物に出ないため、影響が大きい。                                                              |

| 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〔和菓子〕<br>(経営者) | ・円安が続いて、また輸入するの原材料などが上がるのではないかと懸念される。消費者の購買意欲が下がるのではないかと思う。                                                          |
|    |          | 一般小売店〔家具〕<br>(経営者)  | ・良くはならず、今のままの悪い状況が続く。                                                                                                |
|    |          | 一般小売店〔靴・履物〕(店長)     | ・ここところ物価が上昇しているが、給料は上がっておらず、年金暮らしの人は可処分所得が減って非常に厳しくなるのではないかと心配している。                                                  |
|    |          | 百貨店(売場主任)           | ・商品の値上げも影響しており、中間所得者層の購買力が上がってくるにはまだ時間がかかる。                                                                          |
|    |          | 百貨店(総務担当)           | ・特に良くなる要素がなく、厳しい状況が考えられる。ただし、高額品が売れていないわけではなく、今後は店内での買い回りとともに単価を上げることも営業施策に取り込む必要がある。                                |
|    |          | 百貨店(営業担当)           | ・例年に比べて気温の高い夏日が多く、夏物衣料雑貨の動きが良い。また、円安株高の影響もあり、美術品、宝飾品等の高額品の動きも良い。少しずつ景気が個人消費に好影響を与えつつあるようである。                         |
|    |          | 百貨店(営業担当)           | ・5月は天候にも恵まれ好調であるが、天候による好不調は例年のことなので、良くなるとは言いきれない。一方、食料品が堅調であり、また、インバウンド需要に関しても最近の為替の影響もあり好調に推移しているため、しばらくは現状のまま維持する。 |
|    |          | 百貨店(営業担当)           | ・中間層や高齢者の被服購買は依然厳しく、前年との比較でも一進一退である。消費者の二極化は更に顕在化しつつあるが、富裕層とインバウンド効果は続く。                                             |
|    |          | 百貨店(営業担当)           | ・今年はセールが分散するが、セール自体のパワーが縮小するなかで定価強化を狙っているものの、客はシビアな買物をする事が予想される。                                                     |
|    |          | 百貨店(販売促進担当)         | ・食品等の値上げが続いているなどの景気の悪化要因と、春闘での賃金上昇などの景気を良くする要因との綱引き状態である。今後、夏季賞与が支給されることで、客の消費に対する意識が上向くことに期待したいが、大きくは変わらない。         |
|    |          | 百貨店(計画管理担当)         | ・現状の景況感から勘案すると、今年の夏のセールも盛り上がり欠けることが予想される。                                                                            |
|    |          | 百貨店(営業企画担当)         | ・株価は好調で富裕層の消費は期待が持てるが、中間層の動向に明るい材料が見当たらないため、全体の底上げにはつながらない。                                                          |
|    |          | スーパー(販売担当)          | ・客の様子をみていると、売出し初日の価格を出した商品、ポイント何倍という特典のある店、曜日の使い分けが多くみられ、価値のある商品、高単価商品を買物することはなかなかない状況が続いている。                        |
|    |          | スーパー(経営者)           | ・本当はやや良くなると回答したいが、現在の状況が悪いので変わらないとした。ただし、確実に客はちょっと良い物を求める傾向になってきているので、一巡すればやや良くなるのではないか。                             |
|    |          | スーパー(店長)            | ・原材料の値上がり等を売価に反映せざるを得ない状況で、かなりの商品が値上げになっている。実際に客が価格に慣れて購買意欲が戻ってくるまでは、しばらく時間がかかる。                                     |
|    |          | スーパー(店長)            | ・前年に比べて来客数は変わらないが、売上が若干伸びている。1品単価、買上単価の上昇が主な理由である。必要な物をポイント還元時や安売り時をメインに購買する動きが顕著にみられる。                              |
|    |          | スーパー(総務担当)          | ・売上に占める割合の大きい食料品の売上回復なくして業績の好転はない。                                                                                   |
|    |          | スーパー(営業担当)          | ・円安、株高がまだ継続しそうであり、今後も続けば景気は堅調に推移する。ただし、国際状況の変化が今後の景気を左右する。                                                           |
|    |          | スーパー(仕入担当)          | ・円安が続いており、輸入商品の価格上昇がどこまで進んでいくか不透明で懸念される。                                                                             |
|    |          | コンビニ(経営者)           | ・景気自体は良くなっているとは思えない。                                                                                                 |
|    |          | コンビニ(経営者)           | ・客はプチぜいたくをしているのが、プレミアム商品の売上は今後も伸びていくと思われる。客の買物の仕方に変化がみられ、より大型量販店との使い分けが進み、商売が難しくなってくる。                               |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                 | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                             |
|----|----------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・最近急に暑くなり、客の外出機会が増えると予想しているが、あまり暑くなりすぎると外出を控えるようになってしまう。高齢化もありその塩梅が難しく、客が外を歩かず涼しく買物できるアーケードやビル、百貨店へ行ってしまふことが予想されるため、心配である。 |
|    |          | コンビニ（エリア担当）           | ・昨年のような悪天候がなければ販売量は上がるが、来客数の戻りが想定より弱いため、強く期待できない。                                                                          |
|    |          | コンビニ（商品開発担当）          | ・来客数に回復の兆しがなく、今後も回復の見込みがない。                                                                                                |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）           | ・生活関連商材の値上がりにより、消費を控えている様子がかがえる。景気上昇の実感はなく、セールやスーパーの安売りにはかなり敏感で、景気回復の兆しはまだみえず、しばらくかかりそうである。                                |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）           | ・客の購買意欲が低く、利益を削って値引き販売してでも売っていかねばならない現実と向き合っている。                                                                           |
|    |          | 衣料品専門店（店長）            | ・昨年の消費税増税から1年経過したが来客数が回復していない。                                                                                             |
|    |          | 衣料品専門店（統括）            | ・来客数減のトレンドが即解決されるとは限らない。                                                                                                   |
|    |          | 家電量販店（店員）             | ・家電量販店は、インターネット販売に取られながらも景気動向については極端な変化はみられない。                                                                             |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）           | ・自動車の整備は順調に入っている。販売はあまり芳しくないものの、徐々に良くなってきてはいるが、今年一杯はあまり良くない。                                                               |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）           | ・昨年の消費税増税時よりも波が少なく、まずまずの売上である。                                                                                             |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）          | ・新型車種が出ているが思ったほどの反響がなく、苦戦することが考えられる。                                                                                       |
|    |          | 乗用車販売店（店長）            | ・良くなる材料が見当たらない。                                                                                                            |
|    |          | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）  | ・夏の暑さによって、季節品の売れ方が違ってくる。今年は今は暑いが冷夏の予報が出ているため、対策が必要である。                                                                     |
|    |          | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・特に景況感が好転するような税金の負担軽減等の要素はなく、更なる消費税増税の時期に向けて、消費マインドが減少するのではないかと不安である。                                                      |
|    |          | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）     | ・これから梅雨に入ると影響が出ると思う。                                                                                                       |
|    |          | その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）    | ・底が上がっているとは感じるものの、新作の勢いが弱い点是否めず、急激に好調に転じることは想像できない。                                                                        |
|    |          | 高級レストラン（副支配人）         | ・当店は改装した影響もあり好調に推移しているが、実質は今後も前年並みで推移する。                                                                                   |
|    |          | 高級レストラン（仕入担当）         | ・円安による食材等の材料費高騰で料理、飲料等の単価を上げたいところだが、まだ上げて大丈夫なほどの勢いが無い。ホテルなどと違い、当店ではインバウンド効果は関係ない。                                          |
|    |          | 一般レストラン（経営者）          | ・回遊する客は増加傾向だが、店の個性が集客力に大きな差を生んでいる。                                                                                         |
|    |          | 一般レストラン（経営者）          | ・全面改装や接客サービスの指導等、社員全体の努力が少しずつ結果につながってきている。                                                                                 |
|    |          | 一般レストラン（経営者）          | ・まだ短期間で変わるとは思えない。                                                                                                          |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）         | ・周りをみても良いのか悪いのか分からないが、変わらず悪くならなければ良いと思っている。                                                                                |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・個人利用は戻りつつあるが、法人利用は相変わらず厳しい状況が続いており、レストランの夜の予約が少ない。先々の予約も動きが鈍く、景気が上向いている実感はないため、変わらない。                                     |
|    |          | 旅行代理店（経営者）            | ・最近、地震が頻発しており、また、火山活動も活発化しているような情報が沢山出ているので、客はなかなかその方面に向いていく状況ではなく、二の足を踏んでいる。早く自然災害が終息してほしい。                               |
|    |          | 旅行代理店（経営者）            | ・景気に左右されないような客しか動いていない。                                                                                                    |
|    |          | 旅行代理店（従業員）            | ・大手企業は良い状況だが、個人にまで反映されていない。                                                                                                |
|    |          | タクシー運転手               | ・今年度がスタートして2か月たつが、どういう方向で動こうとしているのかみえない。ゴールデンウィークも終わって夏休みが控えているので、まだはっきりとは動きが分からない。                                        |

| 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                                                                                                               |
|----|----------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | タクシー運転手                    | ・梅雨入りとなれば、今までよりは利用が増える。不安定な天候こそがタクシーの味方であるが、それだけでは何だか悲しい。                                                                    |
|    |          | タクシー運転手                    | ・依然として深夜は人出がなくなってしまふ。                                                                                                        |
|    |          | タクシー運転手                    | ・大企業の従業員の客から景気の良さを感じている。人員を増やしてくれず、どうしようもないので残業しているようである。しかし、タクシーに関しては夜の客は低調のため、昼間の営業を増やしている状況である。企業は良くなっていると思うが、タクシーは低調である。 |
|    |          | 通信会社（経営者）                  | ・4KのVOD配信サービスのコンテンツが少ないこともあり、インパクトに欠けている。                                                                                    |
|    |          | 通信会社（管理担当）                 | ・4月のトレンドを継続する傾向があるので、しばらくは様子見が続く。                                                                                            |
|    |          | 通信会社（営業担当）                 | ・客の収入は増えていないが、日用品の物価が上がって支出も増えているので、貯蓄を考えている人が多く、テレビサービスのような娯楽的サービスへの契約件数は増えない。                                              |
|    |          | 通信会社（局長）                   | ・MVNO（仮想移動体通信事業者）が一般化するまでもう少し時間がかかると思うので、当業界は現況のままである。                                                                       |
|    |          | 通信会社（営業担当）                 | ・良くなる材料がない。                                                                                                                  |
|    |          | 通信会社（総務担当）                 | ・夏期ボーナスの支給額に左右されるが、大幅アップは考えにくいので変わらない。                                                                                       |
|    |          | 通信会社（経営企画担当）               | ・2～3か月では変わる気配はない。                                                                                                            |
|    |          | 観光名所（職員）                   | ・5月はゴールデンウィーク等で繁忙期だったため、2～3か月後は今月以上の人員は見込めないが、夏休みにも入るので期待したい。                                                                |
|    |          | ゴルフ場（支配人）                  | ・夏場を含めた2～3か月先の予約状況が前年並みである。                                                                                                  |
|    |          | その他レジャー施設<br>[ボウリング場]（支配人） | ・消費税増税から1年がたち、前年の増税後の消費低下の時期と比べると良くなってきているが、今後も良くなっていくほどの勢いは感じられない。                                                          |
|    |          | その他サービス[学習塾]（経営者）          | ・生徒数は変わらないものの、問い合わせの数は以前よりやや良くなってきている。しかし、低賃金の家庭の生徒は相変わらずやめていく傾向にある。人数的には横ばいなので、この先もそのまま横ばいだと考えている。                          |
|    |          | その他サービス[福祉<br>輸送]（経営者）     | ・アベノミクスの第三の矢といわれている経済施策が国会でも進められるはずだが、防衛や安全保障の問題を含めた成り行きがみえないので、景気対策がどのように働いてくるのか次第である。                                      |
|    |          | その他サービス[保険<br>代理店]（経営者）    | ・他社との価格比較やインターネット販売の攻勢にさらされる等、客の選択肢が増加し、差別化のなかで売上を伸ばしていく環境が追い付かない。2～3か月前の景気を維持できるかどうか不明である。                                  |
|    |          | 設計事務所（経営者）                 | ・特に業務内容が良くなる要素も見当たらないが、悪化する要素も考えにくい。報道によれば景況感は改善しているようだが、その実感はない。                                                            |
|    |          | 設計事務所（職員）                  | ・アベノミクス効果、日本銀行の短観などで言われるような社会全体の景況感が感じられない。                                                                                  |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）                | ・ゴールデンウィークの各種イベントや住宅展示場での集客状況は、前年比マイナス5%だった。今後もしばらくはこの厳しさが続く。                                                                |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）                | ・ゴールデンウィーク中に動いた客が徐々に成約に結び付いてくると思うが、見込み客数を考えると景気が良くなるほどの数字にはならない。政策面、税制面において後押しがあるにもかかわらず来場者数が増えていないため、景気はやや悪い状態では変わらない。      |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）                | ・情報数はそれほど増えていないので、2～3か月後も変わらない。                                                                                              |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）                | ・受注量の横ばい状態が続くとともに、受注した物件の採算が低下することが見込まれる。                                                                                    |
|    | やや悪くなる   | 百貨店（販売促進担当）                | ・消費税増税の影響が小さくなった時点で、現状と同様の伸びを維持するのは非常に難しい。                                                                                   |
|    |          | 百貨店（販売促進担当）                | ・特殊なセールが終了したことにより、今後、苦戦が予想される。                                                                                               |
|    |          | コンビニ（経営者）                  | ・消費税増税後、一巡して先月は好調だったが、1か月で終わってしまった。天候にも恵まれたが、単価下落の影響で売上がマイナスである。                                                             |
|    |          | コンビニ（経営者）                  | ・競合店ができたため、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                                                                                                                                                |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             |                                                                                                                                                            | 衣料品専門店（経営者）       | ・春物の消化と粗利益の低下で、このまま夏物バーゲンに大きな変化、動きがないと長い夏物バーゲンが不安である。                                                                                                         |
|                             |                                                                                                                                                            | 住関連専門店（統括）        | ・来客数が増える、売上が増えるというような景気が良くなる要素が今のところ見当たらず、このまま来客数が減少し、売上もまだまだ減っていくのではないかと懸念している。                                                                              |
|                             |                                                                                                                                                            | その他専門店〔雑貨〕（従業員）   | ・新しい店がオープンしても初日、2日目程度しか売れず、その後はすぐに伸び悩んでしまう。                                                                                                                   |
|                             |                                                                                                                                                            | 一般レストラン（経営者）      | ・当地域では景気がプラスになるような大きな要因はない。                                                                                                                                   |
|                             |                                                                                                                                                            | 都市型ホテル（スタッフ）      | ・年明けに消費税増税などが控えており、動きが悪くなるのではないかと懸念している。                                                                                                                      |
|                             |                                                                                                                                                            | 旅行代理店（従業員）        | ・7～8月の団体旅行の申込が今一つであり、見積依頼は上がってくるが、成約までには至らない。                                                                                                                 |
|                             |                                                                                                                                                            | ゴルフ場（従業員）         | ・人口減少、物価上昇、将来への不安から景気が良くなっていくという期待が持てない。                                                                                                                      |
|                             |                                                                                                                                                            | ゴルフ場（支配人）         | ・大手企業を中心とした春闘のベースアップ効果で今年度の客単価等は若干上向き傾向かと思われたが、その後の様々な物価上昇のなかで、個人の財布のひもは固くなっている。                                                                              |
|                             |                                                                                                                                                            | 設計事務所（経営者）        | ・新年度ということで行政の仕事は出ているが、実になる仕事が少ないような気がする。民間の動きも資材の高騰もあり、単価的に非常に厳しい。今まで培ってきたものを選びながら、仕事に向けているような状況である。行政の仕事はお盆までどのようになるのかということで、取っていいのかがどうか悩んでいる。件数はあるが、先がみえない。 |
|                             |                                                                                                                                                            | 設計事務所（所長）         | ・計画の相談すらないことを考えると、民間物件への期待は今のところできない。                                                                                                                         |
|                             |                                                                                                                                                            | 設計事務所（所長）         | ・景気が上向くとの考えはあるようではあるが、まだ中小零細は下向きである。                                                                                                                          |
|                             |                                                                                                                                                            | 設計事務所（所長）         | ・これから先を考えると仕事が増えて景気が良くなるという可能性は非常に少ない。人手不足から様々な仕事ができない状況である。また、新築物件等も非常に頭打ちで、改修工事が圧倒的で業者も多いなか、景気が良いとは思えない。                                                    |
|                             |                                                                                                                                                            | その他住宅〔住宅資材〕（営業）   | ・昨年からの建築資材費の上昇が落ち着いてきて、仕事量が回復する環境が整ってきているが、実態は先行きの注文がみえていない。                                                                                                  |
|                             |                                                                                                                                                            | 悪くなる              |                                                                                                                                                               |
| 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）            | ・オーバーストアのため、いまだに価格で客の流れが変わる。原材料、人件費、水道光熱費等の経費は増加傾向である。基本給を上げてそれ以上に社会保険料等の控除が多く、手取額は減ってしまう。                                                                 |                   |                                                                                                                                                               |
| 一般レストラン（経営者）                | ・毎年、夏場から秋にかけて売上が落ちているので、この先は売上が落ち込むとみている。                                                                                                                  |                   |                                                                                                                                                               |
| 住宅販売会社（経営者）                 | ・大企業では従業員の所得が多少増えつつあるかもしれないが、中小企業の従業員の所得は全く増えずに物価が上昇しているため、購買意欲が激減している。何とか中小企業でもベースアップができるように景気を回復させてほしい。また、消費税については一律ではなく、ものによって考えるべきで、住宅については免税している国も多い。 |                   |                                                                                                                                                               |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) | 良くなる<br>やや良くなる                                                                                                                                             | -                 | -                                                                                                                                                             |
|                             |                                                                                                                                                            | 食料品製造業（営業統括）      | ・全体的に単価が上がっている。                                                                                                                                               |
|                             |                                                                                                                                                            | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・今月は、注文につながらないまでも会社の設立印に関しての値段や納期など、問い合わせの電話が多い。                                                                                                              |
|                             |                                                                                                                                                            | 電気機械器具製造業（経営者）    | ・受注残がある程度あることと、引き合い物件がそろそろ決まるのではないかと期待している。                                                                                                                   |
|                             |                                                                                                                                                            | 建設業（従業員）          | ・得意先からの受注状況から、やや良くなる。                                                                                                                                         |
|                             |                                                                                                                                                            | 建設業（営業担当）         | ・各企業や個人の土地活用者は建設コストが上がっていることを承知して発注しており、必要なことに関しては規模を小さくしてでも設備投資を検討している。また、最近頻りに起こる地震においても、前回の東日本大震災の経験から設備投資の発注を始めている。                                       |
|                             |                                                                                                                                                            | 輸送業（経営者）          | ・2～3か月後は夏物商材が本格的に流れてくるので、景気を刺激する。                                                                                                                             |
|                             |                                                                                                                                                            | 通信業（広報担当）         | ・景気が徐々に良くなっていく。                                                                                                                                               |

| 分野                | 景気の先行き判断                                                          | 業種・職種                                                                                                               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                  |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 変わらない             |                                                                   | 金融業（統括）                                                                                                             | ・マインドが上がり実態が追い付いてくる部分が段々みえてきそうだからである。                                                                                           |
|                   |                                                                   | 金融業（支店長）                                                                                                            | ・中小企業ははまだ業績が回復しているとは言い難いものの、若干良くなっている兆しがある。                                                                                     |
|                   |                                                                   | 金融業（営業担当）                                                                                                           | ・小売業など全般で消費税増税以後の売上が安定してきており、売上受注等の見通しがついてきている。また、倒産件数も減ってきているので、徐々に良くなっているのではないかと思う。                                           |
|                   |                                                                   | 金融業（役員）                                                                                                             | ・地方創生に関連するプレミアム付商品券等の消費刺激策の影響で、しばらくは景気上向き傾向が持続するものと考えられる。                                                                       |
|                   |                                                                   | 不動産業（総務担当）                                                                                                          | ・オフィス入居率が安定的に推移しており、これに賃貸料の上昇が加わる見通しもあるので、足元の景気はさらに良くなる感じである。                                                                   |
|                   |                                                                   | 広告代理店（従業員）                                                                                                          | ・1回限りではあるが、新規の仕事が複数決まっている。                                                                                                      |
|                   |                                                                   | 税理士                                                                                                                 | ・アメリカの景気が良くなり日本車や日本製品が売れているが、中国は失速しそうなところもあって不透明である。国内ではアベノミクス、政治主導で引っ張って、大企業は利益を出してきているが、まだ中小企業には回ってきていない。これから少しずつ回ってくるのではないか。 |
|                   |                                                                   | 税理士                                                                                                                 | ・少しずつ設備投資の動きもみえて良くなる兆しがある。                                                                                                      |
|                   |                                                                   | 経営コンサルタント                                                                                                           | ・大手の売上増加が中小に少しずつ波及し始めている。                                                                                                       |
|                   |                                                                   | その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）                                                                                                | ・仕事の引き合いが多くなってきたことと、売上が若干伸びてきたので、悪くなる要素が見当たらない。                                                                                 |
|                   | 食料品製造業（経営者）                                                       | ・個人消費が回復しないと良くならない。                                                                                                 |                                                                                                                                 |
|                   | 出版・印刷・同関連産業（経営者）                                                  | ・当社の客は大企業ではなく中小零細なので、皆が苦しい。                                                                                         |                                                                                                                                 |
|                   | 化学工業（従業員）                                                         | ・中国やタイ向けの商品は順調に注文が入っているが、国内向けの生産量については6月は通常の60%ぐらいであり、7～8月も同様の予定である。                                                |                                                                                                                                 |
|                   | プラスチック製品製造業（経営者）                                                  | ・中小企業では製品の値上げがまだ思うようにいかず、かといって注文量が増えるわけではないので、3か月先も変わらない。                                                           |                                                                                                                                 |
|                   | プラスチック製品製造業（経営者）                                                  | ・各顧客とも現状は厳しいが、大きな案件が進行中で、動き出せば安定した受注につながりそうである。                                                                     |                                                                                                                                 |
|                   | 金属製品製造業（経営者）                                                      | ・価格が安くても注文を受けなければならず、この先、利益を生み出すのが大変である。新規部門への参入も考えながら営業していく。                                                       |                                                                                                                                 |
|                   | 一般機械器具製造業（経営者）                                                    | ・長期的な受注がないため、変わらない。                                                                                                 |                                                                                                                                 |
|                   | 電気機械器具製造業（経営者）                                                    | ・経済の流れが二極化しており、特に、輸出関連は増減が厳しいものの上向きになっているが、国内産業は時世に合わず上向き見通しが全く立たない状況にある。                                           |                                                                                                                                 |
|                   | 精密機械器具製造業（経営者）                                                    | ・いまだにメーカーはコストダウンやメーカー変更を計画している。さらに一部の超大手メーカーのみ好景気のように言われてるが、支払条件を手形に変えるなど各社苦肉の策を取っているため、大手のキャッシュフローは悪いのではないかと考えている。 |                                                                                                                                 |
| その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・まだ美容現場には景気の良い影響が表れてきていないという声が多い。来年ごろまで現況が続き、その後ようやく来るというイメージである。 |                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| 建設業（経営者）          | ・中小企業に対しての政策が実行されていない。                                            |                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| 建設業（経営者）          | ・変わるようなこともないが、設備投資が動き出すと良いと思っている。市内では工業系も上向きになってきているので期待している。     |                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| 建設業（経理担当）         | ・現時点での見通しでは、公共工事以外の民間工事は当社では規模が大きすぎて手が出せない案件はあるが、狙いたい案件数はこの先少ない。  |                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| 輸送業（経営者）          | ・今日は何台と配車が来るが、我々では間に合わない台数が来たかと思うと、ぴたっと止まってしまう、大変苦しい。             |                                                                                                                     |                                                                                                                                 |
| 輸送業（経営者）          | ・取扱量を増加させるといった景況感を良くするような要因は現在のところ見当たらず、現状がこれからも続くと思われるため、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                                                                                                                                    |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                    | 輸送業（総務担当）               | ・新規案件獲得のための施策は行っているが、受注し売上となるまでには時間がかかり、2～3か月先に一転して上向くような見込みはない。                                                                                  |
|                      |                                                                    | 金融業（従業員）                | ・業況が改善している取引先が増えてきている。ただし、設備を拡充するなど積極的な経営をしている企業と、原材料価格の上昇等により利幅の確保に苦労している企業との間で、温度差がみられる。                                                        |
|                      |                                                                    | 不動産業（経営者）               | ・大手不動産屋に最近の状況を聞いたが、前年より契約件数は増えたものの売上額は前年並みで、実際には伸びていないようである。賃貸の空室もなかなか埋まらず、この状態は変わらない。                                                            |
|                      |                                                                    | 不動産業（経営者）               | ・当ビルの入居率7割は変わらないが、近隣の新築テナントビルは早くも満室であり、この傾向はこれからも続く。                                                                                              |
|                      |                                                                    | 広告代理店（営業担当）             | ・大型案件は中小広告代理店には回ってこない。細かい案件は引き続き沢山ある。                                                                                                             |
|                      |                                                                    | 社会保険労務士                 | ・良くなる要素が見当たらない。                                                                                                                                   |
|                      |                                                                    | 経営コンサルタント               | ・飲食業界の会合で会った経営者は、「円安の影響で食材の値上がりや粗利益が落ち込んでいる。メニュー料金を上げざるを得ないと思っているが、手控えている。ファストフードの大手チェーン店の値上げ結果をみたら、怖くて簡単に踏み切ることができない。しかし、いつまでも待つこともできない。」と悩んでいた。 |
|                      |                                                                    | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）    | ・受注が活発になってきている感じはあるが、完全回復とはまだ言えない。ただし、円安傾向が続くと原材料費等の更なる値上げにつながり、利益圧迫となることが懸念される。                                                                  |
|                      |                                                                    | その他サービス業〔警備〕（経営者）       | ・まだ具体的に受注が来ていないので、見通しは分からない。                                                                                                                      |
|                      |                                                                    | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | ・契約単価が上がってくれば、景気回復は実感できると思うが、現況は変わらない。                                                                                                            |
|                      |                                                                    | その他サービス業〔映像制作〕（経営者）     | ・以前のように動画に予算を付けない傾向がある。また、取引先である公立、私立の図書館でもDVDの購入などは控えているようである。                                                                                   |
|                      |                                                                    | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）   | ・マンションのインターネット環境整備についての受注は若干伸びていないが、大きな要因はない。今後も大きな変化がみられず、当面は微増、微減といった状況が継続する。                                                                   |
|                      |                                                                    | やや悪くなる                  |                                                                                                                                                   |
| 出版・印刷・同関連産業（所長）      | ・お盆時期までは季節的に受注が少ないタイミングなので、当分は良い状況が見込めない。                          |                         |                                                                                                                                                   |
| 出版・印刷・同関連産業（総務担当）    | ・印刷物は経費を抑えやすく、先行きを見据えての削減が今後も続く。                                   |                         |                                                                                                                                                   |
| その他製造業〔鞆〕（経営者）       | ・得意先や材料屋で景気が落ち込んでいるという話を聞いていることと、ハンドバック関係は夏はどうしても暑さで落ち込むため、やや悪くなる。 |                         |                                                                                                                                                   |
| 輸送業（総務担当）            | ・鉄鋼関係では国内出荷量が増えるのが当分先ということと、住宅関連も微減状態が当分続く。                        |                         |                                                                                                                                                   |
| その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | ・頻りに地震が起こると観光客が減り、ホテルなどの観光業に悪影響が出るのではないかと。                         |                         |                                                                                                                                                   |
| 悪くなる                 |                                                                    |                         |                                                                                                                                                   |
|                      |                                                                    | 建設業（経営者）                | ・2年の短期であれば消費税増税前の駆け込み需要もあると感じるが、昨年4月の増税でもかなり消費が停滞したので、次回はさらに悪くなると感じている。                                                                           |
|                      |                                                                    | 広告代理店（経営者）              | ・メイン取引先の事業部の1つが閉鎖になったため、その発注分は必ず売上減になる。補てんできるような別件が見出せていないため、悪くなる。                                                                                |
| 雇用関連<br>(南関東)        | 良くなる                                                               | 人材派遣会社（営業担当）            | ・今後の求人ニーズが募集前の情報でも増えている。                                                                                                                          |
|                      | やや良くなる                                                             | 人材派遣会社（営業担当）            | ・求人数が増えてきており、時給も上昇傾向にある。しばらくこの状況は継続しそうだ。                                                                                                          |

| 分野           | 景気の先行き判断                                                              | 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）    | ・景気回復感のなか、業務量増加、欠員補充での人材派遣活用が多くなってきている。また、人材紹介、紹介予定派遣における採用件数も多くなってきている。求人市場が活性化してきているため、景気は上向きになる。                                                          |
|              |                                                                       | 求人情報誌製作会社（編集者）  | ・新卒採用の環境は、学生有利に展開する傾向がしばらく継続すると予想される。そのため、企業の活動広報費は膨らむ。                                                                                                      |
|              |                                                                       | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・オープン時や通常の採用人数を10～20名ではなく、50名以上欲しいという客が増えてきている。特に、介護施設の開所などがどんどん企画されていると聞いている。                                                                               |
|              |                                                                       | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・人材の流動化が進み、給与面で優遇される人が多くなってくのではないかと。それによって景気が上向くこともある。                                                                                                       |
|              |                                                                       | 職業安定所（職員）       | ・新しい倉庫の建設や人員を増やすなどの良い話を聞くことも多いが、労働者の給与所得自体は微増にとどまっている感がある。                                                                                                   |
|              |                                                                       | 職業安定所（職員）       | ・製造業は4月に減少に転じているが、サービス業、建設業、卸、小売等の産業の求人は、引き続き増加傾向にある。                                                                                                        |
|              |                                                                       | 職業安定所（職員）       | ・1月以降、新規求人倍率が前年比で上回っている。                                                                                                                                     |
|              |                                                                       | 民間職業紹介機関（経営者）   | ・人件費の固定化を嫌う傾向は一層みられるが、業容拡大から間接人員の採用を予定している企業が増えている。                                                                                                          |
|              |                                                                       | 民間職業紹介機関（経営者）   | ・売上は徐々にではあるが安定感がみられ、上昇傾向にある。                                                                                                                                 |
|              |                                                                       | 変わらない           |                                                                                                                                                              |
| 人材派遣会社（社員）   | ・慢性的な人手不足が続き、各社の新規出店等に影響が出てくる。売上拡大施策としての店舗拡大が、人手不足により足止めになりかねない。      |                 |                                                                                                                                                              |
| 人材派遣会社（社員）   | ・求人数の増加は今後も継続しそうである。                                                  |                 |                                                                                                                                                              |
| 人材派遣会社（社員）   | ・景気が上向き要素が見当たらない。                                                     |                 |                                                                                                                                                              |
| 人材派遣会社（支店長）  | ・派遣依頼は堅調だが、人材の不足感は加速しているため、成約数が伸び悩む。                                  |                 |                                                                                                                                                              |
| 人材派遣会社（支店長）  | ・求人数、求職者共に横ばいのため、変わらない。                                               |                 |                                                                                                                                                              |
| 職業安定所（職員）    | ・正社員の新規求人数が前年同月と比べ、13か月振りに減少となっている。                                   |                 |                                                                                                                                                              |
| 職業安定所（職員）    | ・景気の変動に影響を及ぼすような情報は得られていない。                                           |                 |                                                                                                                                                              |
| 職業安定所（職員）    | ・景気改善傾向と求人数の動きが逆となっているため、今後の動きをみる必要がある。                               |                 |                                                                                                                                                              |
| 民間職業紹介機関（職員） | ・新卒採用の時期変更により、中途採用にどのような影響が出るかはみえないが一時的なものであり、採用意欲に関しては大きな変化はないとみている。 |                 |                                                                                                                                                              |
| やや悪くなる       |                                                                       | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・新年度で新しい事業計画や営業所、支店のオープンなどで大増員をかけたため増えたが、6～8月はそういったものは全くといっていいほどない。一般的な求人情報も少なくなってくるなかで、既存のユーザーはもちろん、新規も他媒体で出ているため、特殊な業種を狙えば何とかなるかもしれないが、かなり難しい状況である。相当悪くなる。 |
| 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<br>(東海) | 良くなる     | 百貨店（経理担当）         | ・直近数か月の消費動向は、緩やかながらも安定的に上向きであり、向こう数か月においても、消費に冷や水を浴びせるようなマイナス材料は見当たらない。 |
|                |          | コンビニ（企画担当）        | ・国内外の人の往来が増えている。政治的に安定し、外交も緊張緩和に向かいそうな雰囲気、将来の不安が解消している。                 |
|                |          | 家電量販店（店員）         | ・前年が悪すぎたので、今年は良くなる。                                                     |
|                |          | その他専門店〔貴金属〕（営業担当） | ・いろいろな引き合いがあるので、これからも更に購買量は増えていくように感じる。                                 |
|                |          | タクシー運転手           | ・現状は非常に景気が悪い状況であるため、このような状態は長くは続かず、今よりはもっと良くなる。                         |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                         |
|----|----------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・障害者の居宅介護の要望が多いため、ヘルパーステーションを新設する予定である。                                                                                |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）         | ・自動車産業のボーナスは良いはずで、高額品の購入が検討され、その後の動きも良くなると考える。                                                                         |
|    | やや良くなる   | 商店街（代表者）            | ・大手企業の売上増加とともに、客からは購買意欲が感じられる。                                                                                         |
|    |          | 一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）   | ・お中元ギフトの販売が良好である。                                                                                                      |
|    |          | 一般小売店〔土産〕（経営者）      | ・底を打つ時期は目前にあり、観光地の勢いは復活する。                                                                                             |
|    |          | 百貨店（売場主任）           | ・給料日には来客数が伸びている。閉店間際まで客足は絶えない。あまり購入には結び付かず、足元の売上だけをみれば厳しいが、購入客もあるので、景気が悪いということはない。                                     |
|    |          | 百貨店（販売促進担当）         | ・株高とインバウンド関連の売上の伸びが続く。                                                                                                 |
|    |          | 百貨店（販売担当）           | ・セール等の実施により購買意欲は持続される。今シーズンの新作投入で、自分用の購入が増えてくると思われる。                                                                   |
|    |          | 百貨店（経営企画担当）         | ・夏のボーナスが前年を上回ることや株高を背景とした資産効果もあり、インバウンド需要も引き続き見込まれるため、好調が続く。                                                           |
|    |          | スーパー（経営者）           | ・6月に開かれる地元のまつりや、夏休み・お盆の集客に期待している。                                                                                      |
|    |          | スーパー（店長）            | ・株価上昇や賃上げ等、実際には一部の人にしか恩恵はないかもしれないが、社会的には景気が良くなるイメージで、消費拡大の気運が高まる。                                                      |
|    |          | スーパー（店長）            | ・自分が必要と感じる物への消費や買物は、惜まない傾向である。                                                                                         |
|    |          | スーパー（総務担当）          | ・お中元商品の購入意向アンケートでは、前年以上の数字が出ている。                                                                                       |
|    |          | スーパー（販売担当）          | ・いろいろなイベントが控えており、夏休みを前に来客数が増える。                                                                                        |
|    |          | コンビニ（エリア担当）         | ・イベントの開催とその告知を強化することから、来客数、売上の改善が期待できる。                                                                                |
|    |          | コンビニ（店長）            | ・週末のタクシー利用者が少し増えているように感じる。また、週末の来客数、売上共に伸びている。                                                                         |
|    |          | 家電量販店（店員）           | ・冷蔵庫やエアコン、掃除機等の白物家電の販売単価が上昇傾向にある。                                                                                      |
|    |          | 家電量販店（店員）           | ・企業業績も円安効果を反映し、これからいろいろな面で波及してくる。                                                                                      |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）        | ・4月からの軽自動車税増税やエコカー減税の縮小による販売減が、それほど大きくないので、7～8月には増税の影響が解消される。                                                          |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）         | ・今後、夏に向けてボーナス商戦等で購買意欲が向上してくる。                                                                                          |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・特に不安な要素はないので、このまま徐々に良い方向に向かう。景気は、まだまだ良くなる。                                                                            |
|    |          | 住関連専門店（営業担当）        | ・リフォームや大規模改修工事が増えている。新築住宅、マンションにも動きが出始めており、これから増加が見込める。非居住分野の建築案件も、商業施設やオフィスビル等が増加傾向にある。                               |
|    |          | その他専門店〔雑貨〕（店員）      | ・当分は、現政権の安定した経済運営が期待できる。                                                                                               |
|    |          | スナック（経営者）           | ・例年、多少は予約が入る時期なので、先行きに期待している。                                                                                          |
|    |          | 都市型ホテル（営業担当）        | ・先行きも悪くなる要素が見当たらない。                                                                                                    |
|    |          | 旅行代理店（経営者）          | ・この先1年ほどは、選挙の予定もなく、安定した状態が続くと見込まれる。                                                                                    |
|    |          | 旅行代理店（経営者）          | ・6～7月上旬に、夏休み旅行の問い合わせの第2弾が、駆け込みで入ってくると見込んでいる。既に人気の海外渡航先へは、臨時便等も予定されているので、期待をしている。                                       |
|    |          | 旅行代理店（従業員）          | ・夏は、団体旅行が減って個人旅行が中心となる時期であるが、今年は、組合旅行や節目の周年旅行等、企業の団体旅行が多くなっている。また、個人旅行でも、夏休み・お盆や9月の大型連休に合わせた旅行の申込みが増えており、景気が上向きと感じられる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                    | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                      |
|----|----------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | タクシー運転手                  | ・今年、ボーナスがかなり多く支給されると見込まれる。ボーナスシーズンになるので、タクシー業界にも良い結果がもたらされるのではと期待している。                                              |
|    |          | 通信会社（営業担当）               | ・利用量の増加が当面は続くと思われる。                                                                                                 |
|    |          | その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | ・客層は二極化しており、富裕層は金を使う意欲が強い。消費税を再増税をしなければ、緩やかに景気は回復すると思われる。                                                           |
|    |          | 設計事務所（経営者）               | ・小さな案件ではあるが、実施設計の依頼が多くなっている。                                                                                        |
|    |          | その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）        | ・元請事業者の様子をみると、新築物件を数棟受注しているようである。                                                                                   |
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）                 | ・原材料の上昇や水道光熱費の値上げ等、ランニングコストが上がっているが、売上高は、それに見合うだけ上昇していない。                                                           |
|    |          | 商店街（代表者）                 | ・景気の格差は広がるばかりである。一部の人は優遇される世の中では、いつまでたっても景気は良くならない。ましてや3か月では良くなる要素はない。中小企業にこそ恩恵をもたらすようにしないと、表面的には良くみえても、景気は落ち込んでいく。 |
|    |          | 商店街（代表者）                 | ・客は年金受給者が多く、家電製品の購入には慎重な人が多い。                                                                                       |
|    |          | 商店街（代表者）                 | ・良くなる材料は、何も無い。                                                                                                      |
|    |          | 一般小売店〔結納品〕（経営者）          | ・景気が上向き要素がない。このまま、まだ苦戦が続く。                                                                                          |
|    |          | 一般小売店〔生花〕（経営者）           | ・依然として先行きも厳しい状況が続く。                                                                                                 |
|    |          | 一般小売店〔土産〕（経営者）           | ・販売量が大きく変わる理由がない。                                                                                                   |
|    |          | 一般小売店〔酒類〕（経営者）           | ・いろいろな飲食店の店主から、消費者の金の使い方が変わり、外食の機会を減らしているという声を聞く。                                                                   |
|    |          | 一般小売店〔薬局〕（経営者）           | ・梅雨入りから暑くなる時期には栄養剤や環境衛生に関する雑貨物の売行きが良くなるが、景気そのものが上向いているわけでない。ただし、客の買物の様子からは、前年より良さそうにも感じる。                           |
|    |          | 一般小売店〔書店〕（経営者）           | ・徐々に良くなってはいるが、バブル景気のように劇的に良くなることはない。                                                                                |
|    |          | 一般小売店〔贈答品〕（経営者）          | ・買物の仕方が堅実になっているので、3か月先も売上の増加は見込めない。富裕層にも堅実さがみられ、生活の苦しい人は節約指向を強めている。何とか現状を維持できれば良いといった見通しである。                        |
|    |          | 一般小売店〔自然食品〕（経営者）         | ・天候等、外的要因の影響がない限りは、大きな変動はない。                                                                                        |
|    |          | 一般小売店〔果物〕（店員）            | ・3か月ほどでは、販売量の動きは変わらない。                                                                                              |
|    |          | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当）         | ・大企業の業績は、円安等によって回復しているが、中小企業では、まだ回復するまでには至らない。                                                                      |
|    |          | 百貨店（売場主任）                | ・特にきっかけとなるような要因も見当たらず、周りに聞いても、ベースアップがあったからと言って購買意欲には変わりがないため、大きな変化はない。                                              |
|    |          | 百貨店（企画担当）                | ・高額品や化粧品などの動きは前年に比べて良くなってきているが、衣料品の動きは相変わらず鈍い。この傾向は今後も続き、2～3か月で回復するとは思えない。                                          |
|    |          | 百貨店（経理担当）                | ・大手企業を中心に夏のボーナス増額という報道もあるので、お中元やクリアランスセールに期待したい。                                                                    |
|    |          | 百貨店（営業企画担当）              | ・ボーナス増額が影響する可能性はあるものの、依然として、消費税増税後の単価減少に歯止めはかからない。現状と変わらない傾向が続く。                                                    |
|    |          | 百貨店（販売担当）                | ・大企業のサラリーマンや高額所得層だけでなく、中間層以下でも夏季ボーナスが目に見えて良くなり、また、物価や原材料価格の上昇が止まらなければ、現在の消費引締めムードは変わらない。                            |
|    |          | スーパー（経営者）                | ・客が小売店に足を運ぶ回数は、徐々に増えつつある。夏のボーナスも前年度より少々増え、その分消費も増え、8月ごろは、景気もほんの少しは良くなってくる。                                          |
|    |          | スーパー（経営者）                | ・販売量の動きは落ち着きを取り戻し、減少傾向には歯止めがかかっている。しかし、先行きにも、上昇しそうな兆候はみられない。                                                        |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                          |
|----|----------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | スーパー（店長）            | ・価格競争はより厳しくなるが、食品等の値上がりも多く、客単価の上昇で何とか売上を確保しており、横ばいの状況が続く。                                               |
|    |          | スーパー（店長）            | ・円安が続く状況で、商品の値上げが止まらない。今後も値上げが予想されるため、財布のひもは固いままである。価格が一定になれば、もう少し景気も良くなるが、先行きの不安で、財布のひもは、非常に固くなっている。   |
|    |          | スーパー（店員）            | ・猛暑のためか、さっぱりした食材が好まれる傾向にあり、肉等の単価の高い商品から安価な商品に移行する動きが見受けられる。                                             |
|    |          | スーパー（店員）            | ・販売量や単価の面では、低単価で最低数量という指向性がずっと続いている。                                                                    |
|    |          | スーパー（販売促進担当）        | ・これから梅雨に向けて来客数が厳しくなるため、売上としても伸長は望めない。                                                                   |
|    |          | スーパー（営業企画）          | ・当面は現状の消費傾向が続く。前年比では消費税増税後の反動減から一巡となる。                                                                  |
|    |          | スーパー（商品開発担当）        | ・来客数は変わらず、客単価、1品単価共に前年をやや上回る状況が続いており、今後も商品の値上がりが続くと考えられる。景気自体はやや良くなると思うが、自社の売上はさほど変わらない。                |
|    |          | スーパー（支店長）           | ・消費税増税後の消費の鈍化が続いている。中小企業には、大企業のような景気の回復感はない。                                                            |
|    |          | コンビニ（店長）            | ・先行きにも変化の兆しが見えない。                                                                                       |
|    |          | コンビニ（エリア担当）         | ・以前よりも高付加価値、高単価の商品が動くようになってきているが、来客数が回復する気配がない。                                                         |
|    |          | コンビニ（エリア担当）         | ・今月と同様に、客の節約傾向は当分続く。                                                                                    |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）         | ・バーゲンの時でも、本当にほしい商品だけを求める傾向になっている。                                                                       |
|    |          | 衣料品専門店（販売企画担当）      | ・客は、アパレルにまで金を回すのはまだ厳しいと言っている。                                                                           |
|    |          | 衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当） | ・2～3か月前に比べると回復傾向にはあるが、特殊な要因でもない限り、業界としては変わらないと思われる。                                                     |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）         | ・今は安定していると感じるため、先行きも特に変わる要素が見受けられない。                                                                    |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）         | ・先行きも消費が伸びる要素が見当たらない。                                                                                   |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・夏のボーナス増加の効果に期待はするものの、期待通りとなるか確信が持てないので、変わらないと見込む。                                                      |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・政治に対する国民の不安が解消されない限り、景気は上向かない。                                                                         |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・大幅な販売増加が見込める要素が特になく、前年並みを維持するのも難しいと思われる。新型車種の発表までは、かなり厳しく、前年の8～9割の維持がやっとである。                           |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・7月に新型車両の発表があり、客が興味を持って店頭へ足を運び、新車の試乗でにぎわうよう期待している。しかし、例年ならばボーナスで需要が盛り上がる時期であるが、あまりその兆候がみられない。           |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）         | ・ボーナスの時期となるが、他の用途に金が回り、あまり期待はできない。5月の受注状況も前年比80%程度で、客の支払も、ボーナス払いがみられないのが特徴である。8月くらいまで、厳しい状況が続くとみている。    |
|    |          | 乗用車販売店（経理担当）        | ・景況感は業種間で格差があるように感じられる。販売量も低迷しているため、厳しい状況がまだまだ続く。                                                       |
|    |          | その他専門店〔書籍〕（店員）      | ・夏休みやお盆等もあるため、子どもの来店は増えると思うが、単価が低いとそれほどの上は見込めない。                                                        |
|    |          | その他専門店〔雑貨〕（店員）      | ・季節の変わり目を過ぎ、異動等が多い時期も終わっているので、客が新たに必要とする物が、それほどなくなる。                                                    |
|    |          | 高級レストラン（役員）         | ・企業の宴会需要等で、都心の一部店舗では前年実績を上回っているが、郊外型店舗や個人客の宴会需要には、勢いが無い。                                                |
|    |          | 観光型ホテル（経営者）         | ・前年同期と比べて宿泊部門は80%～85%、外食部門も85%前後で推移しており、改善傾向がみられない。インバウンドも地方経済にまでは広がらず、何か地方経済の振興につながる政策がないと、先行きも浮上は難しい。 |
|    |          | 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。                                                                                    |

| 分野     | 景気の先行き判断 | 業種・職種                 | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                    |
|--------|----------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |          | 都市型ホテル（支配人）           | ・仕入価格の上昇が激しく、収益を圧迫している。また、人手の確保ができない。                                                                             |
|        |          | 都市型ホテル（経理担当）          | ・宿泊客は前年並みの見込みである。                                                                                                 |
|        |          | 旅行代理店（経営者）            | ・業界ではネット商品が主流になりつつあり、今後、より一層同種の商品が多くなる。                                                                           |
|        |          | 旅行代理店（経営者）            | ・インバウンドの取り込みで業績が良くなる業種や企業もあれば、日本人向けのみで海外客のニーズに対応できず、姿を消す企業もある。経営的にも今、決断をしなければ残れないという状況が迫っていると感じる。                 |
|        |          | 旅行代理店（従業員）            | ・中小企業でもベースアップが実施されるようだが、食品を中心に物価上昇がずっと続いているので、レジャーに支出する余裕は生まれない。                                                  |
|        |          | タクシー運転手               | ・繁華街の飲食店には客が少ない。繁華街への人出が増えなければ、良くならない。                                                                            |
|        |          | 通信会社（企画担当）            | ・夏のボーナスシーズンを控えており、夏ごろまでは今の状況が続く。                                                                                  |
|        |          | 通信会社（サービス担当）          | ・光コラボレーションにより、ネット回線の申込みは増加するが、携帯電話会社のかけ放題プランにより、固定電話の解約が今後も増える。                                                   |
|        |          | 通信会社（営業担当）            | ・景気は急には変化しないため、少し良くなるくらいの状況が、しばらくは続くように思われる。                                                                      |
|        |          | テーマパーク（職員）            | ・インバウンドの需要が落ち着いたら、平常の水準に戻る。                                                                                       |
|        |          | テーマパーク（職員）            | ・特に好材料がない。                                                                                                        |
|        |          | 観光名所（案内係）             | ・天候不順の影響が出るかどうかも心配であるが、少なくとも当地域では、先行きも景気が良くなるとは思えない。                                                              |
|        |          | ゴルフ場（企画担当）            | ・2か月先の予約数は、各ゴルフ場で前年同日比をクリアしている。これから梅雨に入るが、足元の予約数は順調であるため、しばらくは好調を維持できると思われる。                                      |
|        |          | 美容室（経営者）              | ・この5月も暑かったが、夏も暑くなるということで、客足も少なくなる。                                                                                |
|        |          | 美容室（経営者）              | ・客の話を聞いていると、明るい話題等がなく、あまり金を使わない傾向にある。                                                                             |
|        |          | 美容室（経営者）              | ・地方にまで好景気の波が来るまで、3か月程度では無理である。                                                                                    |
|        |          | その他サービス〔介護サービス〕（職員）   | ・同業者との価格競争に勝たなければ、販売量を確保できないような状況が続く。付加価値の高いサービスを提供できなければ、苦しい状況が続く。                                               |
|        |          | 設計事務所（職員）             | ・政治への不信感やこの先どうなるかわからない不安で、消費者は、先行きに対してかなり慎重となる。いろいろな情勢が落ち着き、みんなで協調する世の中になれば、それなりに未来へ希望を持ってひたむきに取り組み、結果として経済も良くなる。 |
|        |          | 住宅販売会社（従業員）           | ・当分は横ばい状態であると思われる。                                                                                                |
|        |          | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者） | ・広告への反響や来客数は、良くも悪くも例年とあまり変わらない動きである。                                                                              |
| やや悪くなる |          | 商店街（代表者）              | ・来月から多くの食品が値上げとなるため、嗜好品に対する客の財布のひもは、更に固くなると思われる。                                                                  |
|        |          | 一般小売店〔食品〕（経営者）        | ・バターやチーズ等の原材料の不足に対して、国は緊急輸入を行っているが、報道されているが、全く充分ではない。業界にとって、先行きが上向きような見通しは、非常に描きづらい状態である。                         |
|        |          | コンビニ（エリア担当）           | ・円安傾向が一層強くなっているため、様々な商品で値上げが続けば、現状よりも更に買い控えが強まる。コンビニの商品はもともと価格競争力がないので、更に厳しくなることを案じている。                           |
|        |          | コンビニ（店長）              | ・食品を販売するホームセンターが近くに出店するという情報があり、ますます競争が激化する。                                                                      |
|        |          | 乗用車販売店（販売担当）          | ・長引く円安の影響で、7月1日以降、全車種で1%値上げの予定である。                                                                                |
|        |          | 一般レストラン（経営者）          | ・日常生活での支出が増えることによって、外食等への支出が控えられる。                                                                                |
|        |          | その他飲食〔仕出し〕（経営者）       | ・地震や火山噴火の自然災害等、心理的に不安となる要素が増えると、消費が鈍る恐れがある。                                                                       |

| 分野                         | 景気の先行き判断       | 業種・職種               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                  |
|----------------------------|----------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |                | 観光型ホテル（販売担当）        | ・前年の7月ごろには一般宴会に一見客の大型案件があったこともあるが、宿泊宴会も含む予約状況は、それを差し引いても、同時期比の数字をかなり下回っている。                                     |
|                            |                | 旅行代理店（経営者）          | ・円安から輸出型の大企業は良いが、中小零細ではかなり厳しいと思われる。                                                                             |
|                            |                | パチンコ店（経営者）          | ・大手チェーンの寡占化が進んでいる。                                                                                              |
|                            |                | 理美容室（経営者）           | ・客との話では、給与が上がったり、小遣いが増えたりはしていないようで、景気が段々悪くなってくるのではないかと感じる。                                                      |
|                            |                | 美顔美容室（経営者）          | ・キープキャンペーンで、既存客に新規客の紹介を依頼しても、なかなか新規の獲得にはつながらない。                                                                 |
|                            |                | 設計事務所（職員）           | ・消費税率が再引き上げとなることを含めて、景気の先行きに悲観的である。                                                                             |
|                            |                | その他住宅〔住宅管理〕（経営者）    | ・人件費も原材料費も上がって利益を圧迫しているが、すぐには価格に転嫁できない状況で、業況の回復には、まだ時間がかかる。                                                     |
|                            | 悪くなる           | 理容室（経営者）            | ・まだまだ景気が良くなるとは思えない。身の回りでは、特にそう感じる。                                                                              |
|                            |                | 住宅販売会社（経営者）         | ・円安に伴う物価や建築資材価格の上昇により、住宅価格が上がるのではないかと懸念する。また、物価が上がると住宅ローンの返済に充てられる金が少なくなり、この先の売行きへの影響が心配である。                    |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東海) | 良くなる<br>やや良くなる | -                   | -                                                                                                               |
|                            |                | 食料品製造業（経営企画担当）      | ・企業業績が良いと言われる中で、夏の賞与についても期待が持てる。消費マインドの高まりに期待をしたい。                                                              |
|                            |                | 化学工業（人事担当）          | ・企業が利益を上げ、体力を付けているので、景気も、大きな事件が起きなければ、今のトレンドがしばらく続くと思われる。                                                       |
|                            |                | 窯業・土石製品製造業（社員）      | ・現在は、前年度末の大量注文の反動で、一時的に受注が減っていると考えられるので、来月からは回復すると思われる。                                                         |
|                            |                | 電気機械器具製造業（企画担当）     | ・扱っている商材の特性もあるが、中小企業からの問い合わせが増えており、景気回復の裾野が広がってきているように思われる。                                                     |
|                            |                | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）  | ・設備投資の増加が、今のまま数か月は続くと思われる。                                                                                      |
|                            |                | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当）  | ・ここ3か月ほどスクラップ相場が落ち着き、価格は下げ止まっている。ボーナスが良いという見通しが必要と考える。                                                          |
|                            |                | 輸送業（従業員）            | ・前年は消費税増税の影響で悪かったので、この先は個人消費が回復することで、荷動きも前々年の実績を上回る程度に回復することが見込まれる。円安が今の水準から進まず、原油価格も現状程度で落ち着けば、景気はやや良くなると思われる。 |
|                            |                | 輸送業（エリア担当）          | ・景気が安定しているため、物流も安定して伸びる。                                                                                        |
|                            |                | 輸送業（エリア担当）          | ・発送便、到着便共に順調に伸び、搬送単価も適正になってきている。                                                                                |
|                            |                | 金融業（企画担当）           | ・今までは資産を持つ個人の消費に支えられていた面があったが、ベースアップや賞与の増額で、消費の底上げが図られているように見受けられる。                                             |
|                            |                | 金融業（法人営業担当）         | ・消費税増税後に続いていた個人消費の低迷を脱した。夏季ボーナスの増加が見込まれ、個人消費の改善傾向が続くと見込まれる。                                                     |
|                            |                | 企業広告制作業（経営者）        | ・良くなるはなっているが、派遣労働や期間労働者が多いため、まだ、幅広い所得層での上昇にはつながっていない。                                                           |
|                            |                | 会計事務所（社会保険労務士）      | ・この先の受注状況が好調で、設備投資や新規採用にも積極的となっている。                                                                             |
|                            |                | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・各企業や自治体では予算が確保できたため、上半期は案件が多くなると思われる。                                                                          |
|                            |                | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・これほどの円安水準は想定外で、先の予測がつかない。ここまで来ると135円程度まで視野に入れなくてはならない。一方で、円高へのリバウンドも心配である。当社では、開発を優先して続けていく。                   |
|                            |                | 変わらない               | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）                                                                                             |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種              | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                                  |
|----|----------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 出版・印刷・同関連産業（代表）    | ・先行きも変わらない見通しであるが、月を追うことにパイの奪い合いはし烈になっており、フリーペーパーにとっては、更に厳しい状況になるかもしれない。                                                                                        |
|    |          | 化学工業（総務秘書）         | ・高所得者は潤っているが、一般の賃金はあまり上がらず現状維持という二重構造が進んでおり、先行きも楽観はできない。                                                                                                        |
|    |          | 鉄鋼業（経営者）           | ・7月には建築物件が出るという客からの打診はあるものの、目の前の仕事の見積りや打診は、非常に少ない。                                                                                                              |
|    |          | 金属製品製造業（経営者）       | ・引き合い件数は減少しており、今後とも増加することはないと考える。                                                                                                                               |
|    |          | 金属製品製造業（従業員）       | ・工場は忙しくなるので、悪くはないが、短期に集中しているだけで、全体の動きは、良くないのではと感じる。                                                                                                             |
|    |          | 一般機械器具製造業（営業担当）    | ・円安が続き、引き合いの数が減ってはいないので、しばらく前年並みの受注水準が続くと思われる。                                                                                                                  |
|    |          | 一般機械器具製造業（経理担当）    | ・今年上半期までの受注動向は、高水準で推移している。                                                                                                                                      |
|    |          | 電気機械器具製造業（営業担当）    | ・あまり変化の起きそうな要素がない。                                                                                                                                              |
|    |          | 電気機械器具製造業（総務担当）    | ・この2～3年はずっと景気が悪く、企業としても対策は講じたが好転しそうもないので、なすすべもなく、状況は変わらないと考える。                                                                                                  |
|    |          | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当） | ・国内外からの先行きの受注量が、安定的に推移している。                                                                                                                                     |
|    |          | 建設業（営業担当）          | ・これから暑くなり、水回りや下水道・浄化槽等の関係で破損や故障等が出てくると思われるが、一括契約で対応する客が多く、単体での修繕発注を渋る様子がまだ見受けられる。この先もあまり大きくは状況は変わらない。                                                           |
|    |          | 輸送業（エリア担当）         | ・燃料の軽油価格は前年比で約29円も下がっているが、主要荷主からは、明るい話が聞こえてこない。                                                                                                                 |
|    |          | 輸送業（エリア担当）         | ・足元の荷物量は、前年並みに回復しているが、それが景気の良し悪しを反映しているものかを判断する要因が見当たらない。なぜ荷物量が回復してきたのかを調べても、この業界が良いとか、この産業が伸びているといった明らかな傾向が見いだせない。この先も、荷物の量はありそうだが、理由がつかないことには、景気の良し悪しが判断できない。 |
|    |          | 通信会社（法人営業担当）       | ・円安や株高の恩恵が広く反映されるのは、1、2年先なので、3か月では、景気の回復は見込めない。                                                                                                                 |
|    |          | 金融業（従業員）           | ・景気が安定してきているとは言っても、今後については、海外情勢等も含めて、なかなか見通しが立てづらい。                                                                                                             |
|    |          | 不動産業（経営者）          | ・物件の動きは停滞し、短期的には静観するしかない。                                                                                                                                       |
|    |          | 不動産業（用地仕入）         | ・景気を左右するような要因が見当たらない。                                                                                                                                           |
|    |          | 不動産業（管理担当）         | ・将来的にも受注価格の引上げは見込めない。他方で、求人募集は集まりにくく、トータルでは引き続き動きに変わりはないと考えられる。                                                                                                 |
|    |          | 広告代理店（制作担当）        | ・夏に向けての引き合いがあまりないため、厳しい状態が続くように思われる。                                                                                                                            |
|    |          | 行政書士               | ・この先も現状維持である。                                                                                                                                                   |
|    |          | 公認会計士              | ・大企業は円安による為替差益等で増収のようにみえるが、実態はそれほど良くはない。中小企業は、原料価格高騰により収益性が低下傾向にある。これらの状況は、短期的には改善されないように思われる。                                                                  |
|    |          | 会計事務所（職員）          | ・物価上昇が続き、消費者はお買得な物件探しに奔走してきたが、安さばかりでは納得しなくなっている。賃貸アパートでも、最近はコンクリート造のしっかりした建物に、人気が出てきている。                                                                        |
|    | やや悪くなる   | 化学工業（営業）           | ・原料価格の低下と競合先との価格競争の激化が想定される。                                                                                                                                    |
|    |          | 電気機械器具製造業（経営者）     | ・取引先が、設備投資をやや控える見通しから、当社の利益、売上も減少が予想される。                                                                                                                        |
|    |          | 輸送用機械器具製造業（経理担当）   | ・販売量の増加が見込めないことが主因で、利益予測が緩やかな減少となっており、上期は回復の見通しがたっていない。                                                                                                         |
|    |          | 建設業（経営者）           | ・建設業は、向こう3年は仕事を受けられないほどの好況である一方、不動産開発業は全くの不況である。輸出業と輸入業のように、業種間での好不況の格差が極端である。                                                                                  |

| 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                                                                                                 |                                                                                 |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                                                                                                        | 輸送業（経営者）                                                                       | ・物量が低調に推移する中、原油価格の上昇が軽油の購入価格に反映されてきている。また、人材の採用難から、遊休車両の増大と採用コストアップで利益減少が見込まれる。                                |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 新聞販売店〔広告〕（店主）                                                                  | ・折り込み広告や新聞購読者数の回復が見込めない。                                                                                       |                                                                                 |
|                      | 悪くなる                                                                                                                                                   | 印刷業（営業担当）                                                                      | ・業界によって、景気の良い悪いがある。その中でも、中小企業はかなり弱い立場にあり、ほとんどの中小企業では、景気が良いという感じは見受けられない。そのため、今後2、3か月以内に景気が回復することはない。           |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 窯業・土石製品製造業（経理担当）                                                               | ・新設住宅着工件数が減少傾向にある。                                                                                             |                                                                                 |
| 雇用<br>関連<br><br>(東海) | 良くなる<br>やや良くなる                                                                                                                                         | 人材派遣会社（営業担当）                                                                   | ・上場企業の3分の1で、ROE（株主資本利益率）が10%を上回っているとのことで、先行きにも期待が持てる。                                                          |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | アウトソーシング企業（エリア担当）                                                              | ・円安が一段と進み、自動車輸出台数の増加が予想される。また、新型車種の導入に伴って、国内販売台数も増加が予想される。                                                     |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 職業安定所（所長）                                                                      | ・6月後半から7月にかけて地域活性化・地域住民生活等緊急支援給付金事業が始まり、年末近くまで、地方自治体が発行するプレミアム付商品券により消費拡大が進む。特に、ボーナス支給後は、例年以上の消費活動で改善が進むと思われる。 |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 職業安定所（職員）                                                                      | ・夏季ボーナス支給への期待感がある。                                                                                             |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 職業安定所（職員）                                                                      | ・求職者が減っているが、飲食業からの求人が増えており、持ち直しの動きがみられる。                                                                       |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 職業安定所（職員）                                                                      | ・新規求人倍率や有効求人倍率が、緩やかではあるが右肩上がりで、企業の手不足感を背景に、雇用情勢についても改善の動きが続くと思われる。                                             |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 民間職業紹介機関（支社長）                                                                  | ・ボーナス支給後は、個人消費も増えそうである。                                                                                        |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 民間職業紹介機関（営業担当）                                                                 | ・これから夏季賞与後の退職を見込んで転職活動を始める人が増える時期であり、漠然と転職を考えていた人が、動き出すと思われる。                                                  |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 民間職業紹介機関（営業担当）                                                                 | ・各種補助金の効果もあり、今後やや良くなると想定する。                                                                                    |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 学校〔専門学校〕（就職担当）                                                                 | ・大手事業者の採用イベントは一段落の感があり、学生は、今後の中小の採用イベントを期待している。就職活動時期が凝縮された分、この時期は学生の動きが活発であると感じる。                             |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）                                                           | ・採用に関する予算を、前年度よりも多く確保している企業が多いように見受けられる。                                                                       |                                                                                 |
|                      |                                                                                                                                                        | 変わらない                                                                          | 人材派遣会社（経営企画）                                                                                                   | ・特に状況が変化する要素はない。                                                                |
|                      |                                                                                                                                                        |                                                                                | 人材派遣会社（社員）                                                                                                     | ・引き続き、派遣法改正の動きを静観する。                                                            |
|                      |                                                                                                                                                        |                                                                                | 人材派遣会社（社員）                                                                                                     | ・来月は良いが、2～3か月後の予約状況は良くない。                                                       |
|                      |                                                                                                                                                        |                                                                                | 人材派遣会社（社員）                                                                                                     | ・引き続き有能な人材に関する中途採用求人は堅調だが、それに対応する人材の不足が続いている。                                   |
|                      |                                                                                                                                                        |                                                                                | 人材派遣会社（営業担当）                                                                                                   | ・求人活動がいったん落ち着いた企業が多い。首都圏等大都市圏では求人数が増えそうだが、当地区では有効求人倍率も低水準で推移しており、状況は変わらないと思われる。 |
|                      |                                                                                                                                                        |                                                                                | 人材派遣会社（支店長）                                                                                                    | ・マイナス面に関するアウトソーシングの引き合いも増加してきており、当面は現状と変わらないものと考えている。                           |
| 職業安定所（職員）            | ・前月と同様に、求人数は前年同期比で減少しているが、前月比では増加が見込まれる。                                                                                                               |                                                                                |                                                                                                                |                                                                                 |
| 職業安定所（職員）            | ・プラス要因としては、ベースアップとボーナスも増加し、ある程度は実質賃金の上昇が見込める。マイナス要因は、大企業は好調だが、相変わらず下請先の中小企業では、過剰な設備に受注量が見合わない等、仕事の割安感もあり順調ではない状況である。また、一時的な雇用の確保として、正社員よりもパートでの求人が目立つ。 |                                                                                |                                                                                                                |                                                                                 |
| やや悪くなる               | 人材派遣会社（営業担当）                                                                                                                                           | ・周辺企業からの引き合いは、5月以降は若干減少傾向で、一時的に下振れするように感じる。しかし、長期的には、持ち直して再び高水準となりそうな様子もうかがえる。 |                                                                                                                |                                                                                 |
|                      | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）                                                                                                                                        | ・引き続き、広告の動きが鈍い。求人広告の動きは非常に不透明である。                                              |                                                                                                                |                                                                                 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種     | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                            |
|----|----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 職業安定所（職員） | ・大企業が率先して行ったベースアップは、多少なりとも中小企業の賃金底上げに影響を与えている。しかし、あらゆる商品での値上げラッシュは、わずかな賃上げ分をはるかに上回っており、消費を停滞させている。円安傾向が今後いつまで続くかにより、悪化に歯止めがかからなくなる可能性もある。 |
|    | 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<br>動向<br>関連<br><br>(北陸) | 良くなる                                                               | 高級レストラン（スタッフ）         | ・経済界や医学会の千名以上の全国大会が多数決まっている来春まで、北陸新幹線開業の効果が現在の勢いで継続すると思われる。                                                                 |
|                            |                                                                    | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・宿泊、宴会とも順調に予約が入っている。                                                                                                        |
|                            | やや良くなる                                                             | 一般小売店〔精肉〕（店長）         | ・思ったより影響は少ないのだが、それでも北陸新幹線効果は夏まで続くと思われる。今後、新幹線効果がなくなってきたときの対策が重要になっている。                                                      |
|                            |                                                                    | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員）        | ・現在大変良い状況なので今をさらに上回るとは思えないが、今くらいの活況は継続すると思われる。夏休みやお盆の間はゴールデンウィークと同等ではないかと業界の関係者はみている。                                       |
|                            |                                                                    | 百貨店（営業担当）             | ・この1～2か月の間に、アウトレットモールやショッピングセンターなど、かなり大型規模の新規出店が当地に2～3店舗出店する。小売全体では消費が喚起され、売上は微増すると予測されるが、消費人口は変わらないので、近い将来にはパイの食い合いも懸念される。 |
|                            |                                                                    | 百貨店（営業担当）             | ・7月は夏休みに入りセール月であることから、地元客、旅行者共に財布のひもが緩むと予想され、売上が増加すると思う。                                                                    |
|                            |                                                                    | スーパー（総務担当）            | ・製造業などの夏のボーナスの増加が見込まれているため、景気も少し良くなるのではないかと。                                                                                |
|                            |                                                                    | 衣料品専門店（経営者）           | ・そろそろボーナスの話が出ている。春の値上げは期待できるといのがもっぱらの噂であり、そうやってほしいと思っている人が多いようである。果たしてどうなるのか。都会と地方の景気の良し悪しには、かなりの温度差がみられ、地方活性化対策を考えてほしいと思う。 |
|                            |                                                                    | 家電量販店（店長）             | ・夏物商品のエアコンでも、省エネ性の高い高単価商品の売行きが良くなりそうである。                                                                                    |
|                            |                                                                    | 家電量販店（店長）             | ・4Kテレビの売行きが伸びてきている。また、エアコン、クリーナーなどの高付加価値商品の需要が伸びてきている。                                                                      |
|                            |                                                                    | 乗用車販売店（従業員）           | ・夏に全社合同イベントを企画している。集客及び売上増加に期待している。                                                                                         |
|                            |                                                                    | その他小売〔ショッピングセンター〕     | ・客はガソリン単価や食品の店頭価格は気にしているが、消費低迷感はない。新製品、安心安全、話題品などに関心が高いようだ。                                                                 |
|                            |                                                                    | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・今春から買上客数、客単価、来館者数の全ての数値が改善している。問題は人手不足であり、販売口数が懸念される。                                                                      |
|                            |                                                                    | 一般レストラン（店長）           | ・北陸新幹線開業効果は実感できないが、旅館の宿泊予約が増える傾向にあると聞く。                                                                                     |
|                            |                                                                    | 一般レストラン（統括）           | ・北陸への来訪者が増える要素が多く、その影響で飲食業界は来客数の増加が見込める。                                                                                    |
|                            |                                                                    | 観光型旅館（経営者）            | ・北陸地区が北陸新幹線開業でマスコミに露出されることにより、関西や中京地区からの客も増加している。                                                                           |
|                            |                                                                    | 都市型ホテル（役員）            | ・宿泊部門は今後も順調に推移する。宴会部門において、大会やコンベンションの増加により、全館ではやや良くなる見込みである。                                                                |
| 旅行代理店（所長）                  | ・北陸新幹線への乗車が一巡するまでは旅行需要は増加傾向にある。以前は富山県からアクセスが良くなかった長野や軽井沢への旅行が増加する。 |                       |                                                                                                                             |
| タクシー運転手                    | ・今は北陸新幹線で東京に遊びに行ったため小遣いがなくなったという声があるが、それが解消されれば回復すると思う。            |                       |                                                                                                                             |

| 分野         | 景気の先行き判断                                                          | 業種・職種          | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                    |
|------------|-------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 変わらない      |                                                                   | 通信会社（役員）       | ・株高による消費者マインドの回復と競合事業者の営業方針の変化もあり、従来落ち込んでいたシェアの回復に期待している。                                                                                         |
|            |                                                                   | 通信会社（営業担当）     | ・買い控え時期も終わり、検討している客が購入につながる可能性が高い。また、2年前に他社へ乗換えした客が戻る時期でもあり、期待できる。                                                                                |
|            |                                                                   | 通信会社（役員）       | ・競合の大手通信事業者の攻勢が若干弱まったため解約数が減り、純増数が増えることが予想される。                                                                                                    |
|            |                                                                   | 美容室（経営者）       | ・前年の売上を上回る月が徐々に増えてきている。                                                                                                                           |
|            |                                                                   | 住宅販売会社（従業員）    | ・客の動きが顕在化してきた。また、金額も大きなものが増えてきたことがあり、今後契約件数及び契約金額共に増えていくことは間違いのないと思われる。                                                                           |
|            |                                                                   | 住宅販売会社（従業員）    | ・徐々にエコポイントもお客様に浸透しつつあるので、受注も増えてくると思う。                                                                                                             |
|            |                                                                   | 商店街（代表者）       | ・一気に夏が来た感じで夏物衣料も動き出しているが、ここ数年の「猛暑」が早く訪れるとまた人出が少なくなり、売上減も予想される。                                                                                    |
|            |                                                                   | 商店街（代表者）       | ・変わらないとしたが、一部の商店主は7月から県内でアウトレットモールや大型ショッピングセンター、会員制大型量販店など、大型の店舗がいくつも開店するので、この影響が相当あるのではないかと危惧する方もいる。また、北陸新幹線開業により、県外へ買物に出る客も増加するのではないかと危惧する方もいる。 |
|            |                                                                   | スーパー（店長）       | ・食品関係の原材料の高騰と、値上げラッシュが多く予定されている。特売での価格を安く打ち出せなくなることから、より厳しくなる恐れがある。                                                                               |
|            |                                                                   | スーパー（総務担当）     | ・北陸新幹線開業による好調が継続している状況と感じられる。また、小売業の採用では売手市場が続いている。                                                                                               |
|            |                                                                   | コンビニ（経営者）      | ・気温の上昇につれて例年どおりの水準の数字が続くと思っているが、それを上回るかと言われると、そういう要素は見いだせていない。                                                                                    |
|            |                                                                   | コンビニ（店長）       | ・良くなる要因がないが、売上が下げ止まり、悪くなる要因も少ない。新規出店も最近は飽和しており、新たな出店計画もないようなので、しばらくは同じ売上で推移するのではないかと感じている。                                                        |
|            |                                                                   | 衣料品専門店（経営者）    | ・衣料品は引き続き好転する要因が見当たらない。販路なり取扱商品なりに工夫をしないと、売上確保は難しいと思われる。                                                                                          |
|            |                                                                   | 乗用車販売店（経営者）    | ・地元で大きな倒産が発表されたせいか、影響を懸念する話が多く出ており、厳しい状況がまだ続くと思う。                                                                                                 |
|            |                                                                   | 乗用車販売店（役員）     | ・新型車の効果もあまり期待できないので、主力車種のモデルチェンジなどが予定されている年の後半までは現状維持でつないでいく。                                                                                     |
|            |                                                                   | 自動車備品販売店（従業員）  | ・新商品への関心度が高く、低迷していたナビゲーションや問い合わせが増えてきたドライブレコーダーなどで期待が持てる。                                                                                         |
|            |                                                                   | 住関連専門店（店員）     | ・若干上向きとはいえ、市場からみても地方への景気好転の波及はまだ少し時間がかかるように感じる。また、耐久消費材の業界の例年の動向からみても、ちょうど端境期となり、なかなか売上が上がらない時期である。                                               |
|            |                                                                   | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・ただ単に変わらない。今までずっとそうだったように、変わらないと思った。                                                                                                              |
|            |                                                                   | スナック（経営者）      | ・客が旅行に行く予定などがあり来店できないという話をよく耳にするし、相変わらず国際的、社会的要因による変化も考えられ、楽観はできない。                                                                               |
|            |                                                                   | 観光型旅館（スタッフ）    | ・予約保有の前年比は、5月は113%であり、6月以降は180~210%で推移している。                                                                                                       |
| タクシー運転手    | ・まだまだ北陸新幹線効果が続き人出はあり、週末を中心にタクシー利用も引き続きあると思う。非常に良い状態が変わらず続くと思う。    |                |                                                                                                                                                   |
| 通信会社（営業担当） | ・新生活の需要も完全に落ち着きを取り戻し、来客数も去年と変わらない推移となり、それに伴った販売数の動きに大きな変化を感じられない。 |                |                                                                                                                                                   |
| 通信会社（店舗統括） | ・新商品に期待したいが、今のところ客からの問い合わせも多くはない。                                 |                |                                                                                                                                                   |

| 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                                                                                             |
|----------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |           | テーマパーク（職員）                                                                                     | ・北陸新幹線の開業効果による追い風と、インバウンド客の増加という、良い傾向はあるものの、全体としては5月と同様の状況が、この先2～3か月続くものと思われる。                             |
|                |           | その他レジャー施設（職員）                                                                                  | ・世の中、本当に賞与が回復して多くなっていくのか、疑問である。一般中小企業では賞与回復はなさそうである。                                                       |
|                |           | 住宅販売会社（従業員）                                                                                    | ・商談日が集中することと打ち合わせが長引く傾向から効率面で問題が生じており、結果として受注数字の底上げにつながらない恐れがある。                                           |
|                |           | 住宅販売会社（従業員）                                                                                    | ・潜在的需要は大きいですが、契約を決意させる要因がいまひとつ足りない。顧客に迷いが見られる。                                                             |
|                | やや悪くなる    | 商店街（代表者）                                                                                       | ・7月のアウトレットモールや大型ショッピングセンターなど新しい施設の完成で、動きがしばらく変わると予想される。当分は珍しさが優先されそうである。                                   |
|                |           | 一般小売店〔事務用品〕（店員）                                                                                | ・閑散期になり、しかも商品が値上げ改定されるため、必要な商品しか購入されない感がある。                                                                |
|                |           | 百貨店（売場主任）                                                                                      | ・アウトレットモールが7月16日に173店の規模で開業、大型ショッピングセンターが7月14日開業、会員制大型量販店が8月に2店舗開業と、当地と隣県で大型商業施設が相次いで新規開業し、集客面において競合激化となる。 |
|                |           | 百貨店（営業担当）                                                                                      | ・アウトレットモールや大型ショッピングセンターのオープン当初はそちらに客が流れると思われる。                                                             |
|                |           | コンビニ（経営者）                                                                                      | ・以前はたくさん買う客もいたが、最近はまだ買いの客があまり見受けられない。目的に応じてその場所で買う客が多いように見受けられる。また、コーヒーやドーナツなど好調な商材もあるのだが、それだけで帰る客が結構多くいる。 |
|                |           | コンビニ（店舗管理）                                                                                     | ・人手不足が人件費、求人費の高騰を招いている。この傾向はさらに悪化すると予想している。                                                                |
| 通信会社（職員）       |           | ・いよいよ設備投資がひっ迫してきている。                                                                           |                                                                                                            |
|                | 悪くなる      | -                                                                                              | -                                                                                                          |
| 企業動向関連<br>(北陸) | 良くなる      | -                                                                                              | -                                                                                                          |
|                | やや良くなる    | 繊維工業（経営者）                                                                                      | ・得意先からの話では、先行きの消費動向について、やはり多少は勢いがあるという予想がある。したがって、当面は期待できている。                                              |
|                |           | 化学工業（総務担当）                                                                                     | ・受注量が増える見込みである。                                                                                            |
|                |           | プラスチック製品製造業（企画担当）                                                                              | ・ベースアップ実施の企業が多く、株価の上昇などもあり、消費動向は着実に上昇すると考えられる。                                                             |
|                |           | 一般機械器具製造業（総務担当）                                                                                | ・省エネルギー設備補助金の採択により国内市場の伸びが期待できる。                                                                           |
|                |           | 精密機械器具製造業（経営者）                                                                                 | ・総量のトレンドとしては微増ではあるが、国内有名百貨店系などから今後に向けた積極的な商談の件数などが増えてきている感じがする。                                            |
|                |           | 通信業（営業担当）                                                                                      | ・通信機器の販売が徐々にではあるが、上昇傾向にある。セキュリティ関連商品も今の時代を反映するかのごとく、高い伸び率となっている。                                           |
|                | 変わらない     | 繊維工業（経営者）                                                                                      | ・国内消費の回復には期待がかかるが、まだ時間がかかりそう。                                                                              |
|                |           | 金属製品製造業（経営者）                                                                                   | ・2～3か月先の受注の入り具合をみて、そのように思った。                                                                               |
|                |           | 一般機械器具製造業（経理担当）                                                                                | ・円安状況は輸出にとって追い風だが、新興国の景気減速に不安がある。                                                                          |
| 金融業（融資担当）      |           | ・北陸新幹線開業後、落ち着いた時点で景況感を見定めていく必要があるとの声も聞かれる。                                                     |                                                                                                            |
| 金融業（融資担当）      |           | ・富山県は観光客が限定的で、東京のビジネス客が日帰りするため、ホテルの稼働率も平日が低下してきた様子である。北陸新幹線効果の負の面も始まった。                        |                                                                                                            |
| 不動産業（経営者）      |           | ・2～3か月先になると業者も少し仕事が減るだろうという話があり、また現在は個人客の動きが少し活発なのだが、2～3か月先の情報は少ない。                            |                                                                                                            |
| 新聞販売店〔広告〕（従業員） |           | ・昨年の5月は消費税増税後の買い控えが始まった売上の悪い月であったにもかかわらず、本年も昨年を上回ることができない状況である。しばらくはこの状況から脱却できないのではないかと懸念している。 |                                                                                                            |
| 司法書士           |           | ・不動産登記関連では、相変わらず住宅ローンの借換えの案件が多く、住宅新築の案件が少ない。                                                   |                                                                                                            |
| やや悪くなる         | 建設業（総務担当） | ・工事発注量に地域間の格差が生じ始めており、今後地域によっては受注環境が徐々に厳しさを増しつつあると思われる。                                        |                                                                                                            |

| 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                                                                                                                   |
|----------------------|----------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | 悪くなる           | 輸送業（配車担当）                             | ・円安により燃料費などのコスト負担が増え、利益が上げられない状況になっている。                                                                                          |
|                      |                | 食料品製造業（役員）                            | ・為替の影響にて輸入原材料が上がってきており、今後大きく収益を圧迫していくものと思える。社内ではデフレ時からコストの見直しが続いており、コスト削減に関しては今後大きく期待が持てない。業界内で改めて値上げの話が出てくるものと考えられる。            |
|                      |                | 建設業（経営者）                              | ・県の今年度公共事業費予算が発表されたが前年度とほぼ同じであり、期待していた4～5月の発注もほとんどなく受注に至らなかった。この影響が下期にポディーブローのように効いてくるだろう。                                       |
| 雇用<br>関連<br><br>(北陸) | 良くなる<br>やや良くなる | -                                     | -                                                                                                                                |
|                      |                | 新聞社〔求人広告〕<br>（担当者）                    | ・求人広告を出している企業に話を聞くと、どの会社も一致して求人広告のレスポンスが目に見えて悪くなっているという感想を言っている。媒体としての問題だけではなく、他媒体を併用している企業からも同じ感想が聞かれた。人手不足が形になって出てきているように思われる。 |
|                      | 変わらない          | 職業安定所（職員）                             | ・住宅関連企業が消費税増税前の駆け込み需要やエコポイント活用の受注増を見込み、求人を出すなど活発な動きがある。有効求人倍率は3月の1.55倍から4月は1.41倍と減少したものの依然として1倍を大きく超えている。                        |
|                      |                | 人材派遣会社（役員）                            | ・専門職の人材確保が厳しい。                                                                                                                   |
|                      |                | 人材派遣会社（社員）                            | ・人手不足感は慢性的なものとなってきたことから、状況の変化はしばらく難しい。                                                                                           |
|                      |                | 求人情報誌製作会社<br>（編集者）                    | ・新規出店による求人も増えているが、極端に増える見込みがない。                                                                                                  |
|                      |                | 職業安定所（職員）                             | ・新規求人数、新規求職者の動きから見て、現在の状況が続くと判断できる。                                                                                              |
|                      |                | 職業安定所（職員）                             | ・業績が良くなるという事業所がある一方で、依然として先行きを不安視している事業所もあるため。                                                                                   |
|                      | 民間職業紹介機関（経営者）  | ・求人は増えても、応募者との質的レベルでマッチングする割合が低下している。 |                                                                                                                                  |
|                      | 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<br>動向<br>関連<br><br>(近畿) | 良くなる                | 百貨店（服飾品担当）                                                                  | ・今月後半から天候が回復し、気温上昇と共に盛夏商材が活発に動き出している。一昨年からの夏のセールを後ろ倒しにしている大手百貨店に、各取引先が合意し始め、セールの開催が前年の6月後半の開始から、今年は7月8日となる様子である。これらの動きに合わせて、盛夏商材の追加生産や企画商材の投入などが予定されている。 |
|                            |                     | コンビニ（経営者）                                                                   | ・イートインコーナーを作ったことで、ひき立てコーヒーの購入客が増えている。今後は更に多くなり、それに比例してドーナツの売行きも良くなる見込みである。                                                                               |
|                            |                     | その他レジャー施設<br>〔イベントホール〕<br>（職員）                                              | ・順調に予約が入っている。これまでの感覚では、タレントのライブはせいぜい2日間であったが、今日の人気女性歌手のライブをみても3日間である。タレントグッズもよく売れている。                                                                    |
|                            | やや良くなる              | 商店街（代表者）                                                                    | ・販路や販売商材を多様化させると同時に、商品に対する専門知識の豊富さを販売の増加につなげている。                                                                                                         |
|                            |                     | 一般小売店〔精肉〕<br>（管理担当）                                                         | ・このままインバウンドによる好影響が、地方にも徐々に浸透していけば良くなると思われる。ただし、地震や火山の噴火による影響で外国人客が来なくなった時には、急に変なことになるそうである。一方、足元の国内客を考えるとまだまだ厳しく、購買傾向も少しでも安い物を探る傾向にあると感じる。               |
|                            |                     | 一般小売店〔衣服〕<br>（経営者）                                                          | ・最近の雰囲気を見ると、景気は良くなる。                                                                                                                                     |
|                            | 一般小売店〔菓子〕<br>（営業担当） | ・暑い日が続けば、季節商品の売上が伸びるので期待したい。                                                |                                                                                                                                                          |
|                            | 百貨店（売場主任）           | ・昨年に耐震工事を行ったところであるが、5月からは次の大きな耐震工事が入っている。一方、少しずつではあるが、ファッション関連を中心に売上が伸びている。 |                                                                                                                                                          |

| 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（企画担当）                | ・売上の大半を占める、自社カード会員の売上減少傾向は、昨年の消費税増税以降、継続している。ただし、外国人客や外商顧客の売上増加がそれをカバーしており、全体の増収傾向は当面継続する。                           |
|    |          | 百貨店（営業担当）                | ・高額品を買う客が増えてきている。インバウンド客による高額品の購入に影響された感もあるが、今後も明るく元気に買物する客が増えていく。                                                   |
|    |          | 百貨店（外商担当）                | ・株価の上昇や賃上げ、訪日外国人客の増加など、現状はマイナスとなる要因が見当たらない。これからクリアランスの時期に入ってくるため、先行しての商品提案やイベント開催によって売上が変わってくる。                      |
|    |          | 百貨店（マネージャー）              | ・今まで売上がけん引してきた、富裕層やインバウンド需要の好調が続くのに加え、ボリューム層の回復傾向に期待している。                                                            |
|    |          | 百貨店（営業企画）                | ・地方創生の一環で実施される、プレミアム付商品券の販売が7月に予定されている。                                                                              |
|    |          | 百貨店（売場マネージャー）            | ・前年は消費税増税の影響で婦人衣料の盛夏物の品ぞろえが少なく、8月まで持たずに大苦戦した。今年は商品発注量も多く、例年よりも10日ほどバーゲン開始を後倒しする取引先も多いことから、7～8月は在庫量、売上高共に上向くと楽観視している。 |
|    |          | スーパー（店長）                 | ・気温が急に高くなり、飲料などの夏物商材の需要が増え、主力商品の売上は前年を大きく上回っている。売れる時に、いかにチャンスロスなく展開できるかが重要となってくる。                                    |
|    |          | スーパー（社員）                 | ・改装した店やイベントを実施した店など、積極的な販促を行った店舗の売上は、前年に比べて大きく伸びている。客の消費意欲が高まりつつあることを実感している。                                         |
|    |          | コンビニ（経営者）                | ・コーヒー類のメニューが更に充実してきており、売上の増加がかなり期待できるほか、それに伴うデザート類の売上増も期待できる。プレミアム商品の新商品への反響も、今まで以上に良くなることが予想される。                    |
|    |          | コンビニ（店長）                 | ・気温が上がりに、冷凍食品やアイスコーヒー、ソフトドリンクの需要が増えることで、来店回数が増えることを期待している。                                                           |
|    |          | コンビニ（店員）                 | ・販促に力を入れ、買いやすい売場作りを進めていく予定である。                                                                                       |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）              | ・神戸では8月に補正予算関連のプレミアム付商品券の販売が実施される。今回は百貨店、スーパーでも使用可能であるため、大きな期待はしていないが、少しでも売上を確保したい。                                  |
|    |          | 衣料品専門店（営業・販売担当）          | ・夏物スーツやジャケットの注文が多く、贈答品の購入も多い。                                                                                        |
|    |          | 家電量販店（経営者）               | ・省エネ住宅のエコポイントの効果や、電気料金の値上げによる節電意識の向上で、省エネ家電の需要増に期待が持てる。                                                              |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）              | ・賃上げや夏期賞与の増加の効果が、そろそろ波及し始めるのではないかと期待している。                                                                            |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）              | ・今年は人や物、お金が全体的に、例年に比べて活気があるように感じる。                                                                                   |
|    |          | 乗用車販売店（販売担当）             | ・夏季の賞与増と、新型車の発売効果に期待している。                                                                                            |
|    |          | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | ・新しいカタログが発刊予定のため、受注が増える。                                                                                             |
|    |          | 高級レストラン（スタッフ）            | ・ビールや白ワインなどと一緒に、夏季メニューの需要が一気に増える。                                                                                    |
|    |          | 一般レストラン（経営者）             | ・新規事業を開始して、初めての夏を迎える。読めない部分も多いが、ビジネス街は猛暑や盆休みなどで落ち込む分、ケータリングを強化する機会にもなる。また、繁華街ではインバウンドや日本人観光客が増加するので、対策を強化すれば業況も上向く。  |
|    |          | 一般レストラン（経営者）             | ・7月から市のプレミアム付商品券が発売されるが、予約販売であり、今一つ知らない人が多い。当店ででも使用できるが、実際にどれだけ動くかは不明である。ただし、地域のバルイベントにも参加するため、来客数は増える見込みである。        |

| 分野              | 景気の先行き判断                                                                                                                                                                                                    | 業種・職種                         | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                    |                  |                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------|
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 観光型ホテル（経営者）                   | ・プレミアム付商品券の利用で消費が増える。                                                                                                             |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 都市型ホテル（スタッフ）                  | ・平日はビジネス客、休前日は訪日客の利用で、宿泊は好調に推移している。宴会部門では予約が好調であるが、レストランのディナーは苦戦を強いられている。宿泊客による朝食利用は稼働率に比例して増えているものの、暑気払いなどのレストラン予約が前年に届かない状況である。 |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 都市型ホテル（スタッフ）                  | ・1年以上続いている外国人客の増加は、円安が今後も続き、中国との政治的な関係に変化がない限り、当分は続くと予想される。                                                                       |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 都市型ホテル（客室担当）                  | ・先の予約数は順調に推移しており、客室単価も下がる傾向はみられない。                                                                                                |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 旅行代理店（従業員）                    | ・外国人観光客の増加による宿泊料金の上昇も、景気を押し上げる要因になる。                                                                                              |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | タクシー運転手                       | ・企業や一般客のハイヤー予約については、今後も増加傾向が続く。                                                                                                   |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 通信会社（企画担当）                    | ・景気は上昇傾向にあり、少なくとも今よりも悪くなる要素は見当たらない。                                                                                               |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | テーマパーク（職員）                    | ・これから夏休みにかけて、賃上げやボーナス増など、景気を刺激する要素が増えるので期待している。                                                                                   |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 遊園地（経営者）                      | ・客の購買動向では、商品の選別姿勢は変わらずシビアであるが、要求を満たす物であれば、消費単価が上昇しているように見受けられる。                                                                   |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 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。                                                                                        |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 住宅販売会社（総務担当）                  | ・次の消費税増税を控え、不動産が顕著に動き出している感がある。                                                                                                   |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | ・不動産に限っていえば、一般事業法人の不動産需要は増加しているように感じる。金融機関の融資姿勢も積極的になっている。                                                                        |                  |                         |
|                 |                                                                                                                                                                                                             | 変わらない                         |                                                                                                                                   | 商店街（代表者）         | ・インバウンド関連を除くと相当悪い。      |
|                 |                                                                                                                                                                                                             |                               |                                                                                                                                   | 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | ・景気がすぐに良くなるとは思えない状況である。 |
| 一般小売店〔珈琲〕（経営者）  | ・観光関連の特需が継続している。                                                                                                                                                                                            |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | ・受注ペースは今後も変わらず、このまま推移する。                                                                                                                                                                                    |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 一般小売店〔野菜〕（店長）   | ・個人商店が良くなるまでには、まだまだ時間がかかる。                                                                                                                                                                                  |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（売場主任）       | ・外国人客を対象とした売上の増加はしばらく期待できる。また、国内客の需要も、株価の上昇や一部の企業業績の回復により、特に高額品の売上は増加が見込める。ただし、これらの売上増加は全体を大幅に押し上げるほどではなく、長期的に続くとは限らない。来客数が増えないなかで、大きな改善は見込めない。                                                             |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（売場主任）       | ・早く東日本大震災の復興や、国内の消費回復、内需拡大への対応を進める必要があるほか、国内企業に対する援助などの消費対策も必要である。                                                                                                                                          |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（売場主任）       | ・景気回復のニュースとは裏腹に、中間層による購入は減少しており、将来に向けて安心できる状況とは言い難い。                                                                                                                                                        |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（企画担当）       | ・景気回復や株価の上昇などで新聞紙上にはにぎわっているが、一般の消費者が実感できるまでには、もう少し時間がかかりそうである。                                                                                                                                              |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（営業担当）       | ・ファッションに目立ったトレンドがなく、クリアランスの開始も遅れる様子であるため、先行きが不透明である。                                                                                                                                                        |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（売場マネージャー）   | ・平均給与が増えているとの報道もあるが、消費に波及するまでには至っていない感があり、今後も抑え気味となることが予測される。また、神戸地区では、春ごろから大阪地区の影響を受ける傾向がみられ、秋にかけての大型商業施設の開業による影響も懸念材料である。また、インバウンド向けの販売も2～3倍に増える傾向はあるが、元々が少ないため、全体としての消費の水準については、一昨年を少し下回る動きが続くと考えざるを得ない。 |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |
| 百貨店（マネージャー）     | ・大手企業を中心に決算の内容は良いが、円安や株高、海外需要の好調による影響が大きい。一方、中小企業は各コストの上昇で、まだまだ厳しい状況が続く。                                                                                                                                    |                               |                                                                                                                                   |                  |                         |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                      |
|----|----------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 百貨店（販促担当）           | ・夏のクリアランスについても、慎重な購買行動が続く。ただし、ボーナスなどが増えれば気分的に高揚し、良い物にお金を使う人が増えるため、提案を強化して仕掛けていく。奉仕価格で勝負する戦略からの変化が重要になると予想される。                       |
|    |          | 百貨店（サービス担当）         | ・今年からお中元の早期ギフトセンターを新設し、好調に推移している。また、今夏は猛暑が予想され、季節商品の販売も好調に推移するため、前年の実績は確保できる。                                                       |
|    |          | 百貨店（商品担当）           | ・全般的な雰囲気は消費に積極的とはいえず、賃金アップが実現しても、消費の増加に直結するとは思えない。                                                                                  |
|    |          | 百貨店（マネージャー）         | ・賃金増や夏の賞与増、株価の連騰など、景気の明るいニュースがみられる一方、為替の推移次第では輸入コストの上昇など、家計にマイナスとなる材料もあり、消費マインドの回復は期待できない。                                          |
|    |          | スーパー（経営者）           | ・競合店がたくさんあるため、曜日やチラシの内容によって客が動いている。                                                                                                 |
|    |          | スーパー（店長）            | ・ゴールデンウィーク以降は少し低迷気味である。今後の景気回復の要因は見当たらず、現状維持か、更に厳しい状況にもなり得る。夏のボーナスに向けての動き次第である。                                                     |
|    |          | スーパー（店長）            | ・全体的には、世間でいわれているほど賞与が増加するわけではない。ボーナス商戦も、量販店の立場からは、あまり変わらないという見通ししか立たない。                                                             |
|    |          | スーパー（店長）            | ・輸入品の値上がりよりも、電気料金の値上げは更に厳しく、気温の低かった昨年よりも暑くなれば、なおさら厳しくなる。ただし、健康食品や新商品には客の目が向かいやすくなっているなど、購買意欲はまだ衰えていない。また、インバウンドに関する部分はもうしばらく好景気が続く。 |
|    |          | スーパー（店長）            | ・電気料金や物価の上昇が響き、消費の二極化が更に進む。                                                                                                         |
|    |          | スーパー（企画担当）          | ・来客数の増減はないと予想される。                                                                                                                   |
|    |          | スーパー（経理担当）          | ・例年は梅雨入りや梅雨明けの時期、夏場の気温に売上が左右されるが、今年は消費の地合いが良いため、よほどの異常気象にならない限り、順調に推移する可能性が高い。                                                      |
|    |          | スーパー（広報担当）          | ・付加価値の高い商品への支出がやや増えている感覚はあるが、まだまだ足元の状況は不安定である。                                                                                      |
|    |          | コンビニ（広告担当）          | ・好転する要素が見当たらない。天候の変化や催事などの結果次第である。                                                                                                  |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）         | ・良くなる要因が見当たらない。                                                                                                                     |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）        | ・政府の景気対策が中小企業で働く人にも届き、それによって購買意欲が高まるような気配を感じない。                                                                                     |
|    |          | その他専門店〔医薬品〕（経営者）    | ・急に売上が伸びることはないが、チラシなどを入れた時には、健康食品や化粧品など、若干単価の高い商品を購入する頻度が高くなっている。                                                                   |
|    |          | その他専門店〔宝石〕（経営者）     | ・全体的に今の傾向は変わらない。ただし、円安が進めば、メーカーの出荷価格が上がるので影響が出る。                                                                                    |
|    |          | 一般レストラン（経理担当）       | ・特に景気が上向くような材料は見当たらない。                                                                                                              |
|    |          | 一般レストラン（店員）         | ・大幅に上向く要因がない。                                                                                                                       |
|    |          | 一般レストラン（企画）         | ・今月は前年の消費税増税の影響が少し残ると考えていたが、結果は予想を大きく下回った。6月以降もどのようになるのか全く予想がつかない状況である。ただし、前年の6月は長梅雨であったが、今年は暑くなるとの予報であり、賞与支給以降の消費動向に注目したい。         |
|    |          | その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・政府は景気が底入れし、回復傾向にあると考えているが、実生活でそれが感じられる材料はほとんどない。何らかの変化を期待したいが、大阪都構想も実現しないなど、景気回復を期待できるレベルの変化が見当たらない。                               |
|    |          | 観光型ホテル（経営者）         | ・7月以降はまだよく分からないが、6月の先行予約状況は引き続き好調である。                                                                                               |
|    |          | 観光型旅館（経営者）          | ・円安による物価の動向や、電気料金の値上げによる影響が懸念される。                                                                                                   |
|    |          | 観光型旅館（団体役員）         | ・この3か月に限っていえば、パンダの双子の赤ちゃんが公開されたことや、アジアを中心とするインバウンドの宿泊客が増加した。ただし、この先については、好調が続くかどうかの見通しは立たない。                                        |

| 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（支配人）                         | ・1ドルが120円程度、日経平均株価が2万円以上といった状態がいつまで続き、外国人観光客の増加がいつまで続くのかは分からない。電気料金の値上げや、輸入原材料のコスト上昇で物価が上がるなか、賃金との差はなかなか埋まらないため、個人消費の増加はしばらく望めない。                                            |
|    |          | 都市型ホテル（管理担当）                        | ・6月からの電気料金の値上げがどのように影響するかは、不透明な状況である。                                                                                                                                        |
|    |          | 都市型ホテル（総務担当）                        | ・宿泊、宴会、料飲共に好調であり、今後もこの傾向が続く。                                                                                                                                                 |
|    |          | 旅行代理店（経営者）                          | ・9月のシルバーウィークの予約は前年比で300%を超える動きとなっているが、インバウンド客の急増もあり、ホテルや飛行機が予約しにくくなっている。プラスとマイナスが交錯し、なかなか浮上しきれない。                                                                            |
|    |          | 旅行代理店（店長）                           | ・円安がますます進んでいるほか、給料が上がった企業の話などを聞いていると、少しは良くなっていく期待はあるが、確たる実感がないため、今と変わらないのではないかと感じている。                                                                                        |
|    |          | 旅行代理店（広報担当）                         | ・実際にボーナスが支給されてから客は動き始めるが、間際の申込を含め、現状と変わらない状況となる。                                                                                                                             |
|    |          | 旅行代理店（営業担当）                         | ・引き続き、現状から大きく改善する見込みがない。                                                                                                                                                     |
|    |          | タクシー運転手                             | ・国内客の利用が減少している。外国からの旅行者の利用は増加しているが、それによって景気が良くなるとは思えない。                                                                                                                      |
|    |          | 通信会社（経営者）                           | ・諸物価の更なる上昇が予想される。                                                                                                                                                            |
|    |          | 観光名所（企画担当）                          | ・ここまでは来場者数が何とか前年を超えている。夏場にイベントを集中させ、集客に力を入れるが、2～3か月先も今の水準を維持するのが精一杯とみている。                                                                                                    |
|    |          | 観光名所（経理担当）                          | ・今月の前半は連休中も含めて良い天候に恵まれた。少し暑さが厳しいほどで、多くの人でにぎわったが、後半はやはりその反動で動きが鈍くなっている。一方、他県の中高生の団体客や中国、台湾からの客が、バスツアーで多数来ていたが、あまり購買にはつながっていない。消費全体の動きは分からないが、財布のひもは固いように感じる。売上の前年比も6%減となっている。 |
|    |          | 競輪場（職員）                             | ・生活用品全般や電気料金などの価格が上がっている一方、賃金の上昇は少ないため、消費は悪化すると思う。ただし、お盆や夏休みの時期に入るため、少しは良くなることから、全体としては変わらない。                                                                                |
|    |          | 競艇場（職員）                             | ・業界に大きな動きはなく、例年と同じ流れで推移していくと考えられる。秋以降に期待している。                                                                                                                                |
|    |          | その他レジャー施設<br>[ 球場 ]（経理担当）           | ・プロ野球の試合や人気グループのコンサートなどが予定されており、夏休み期間でもあるため、多数の来場者を見込んでいる。                                                                                                                   |
|    |          | その他レジャー施設<br>[ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）  | ・インバウンドに関しては、基本的にまだ伸びる余地はあるが、地域間競争はどんどん激しくなると考えられる。国内市場自体は伸びているという実感がない。                                                                                                     |
|    |          | 美容室（経営者）                            | ・連休後は客足が遠のく。今はカットの客が多く、売上の増加にはつながらない。                                                                                                                                        |
|    |          | その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）              | ・今の日本は昔のような好景気を感じることはできず、ましてや短期間で景気が良くなることはない。成熟した国として、しっかりとした経済対策を立て、バブル崩壊のようなことが起きないように、今から足元を固めながら対策を取ってほしい。                                                              |
|    |          | その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ]<br>( エリア担当 ) | ・主たる商品のレンタル売上、書籍売上は前年並みの動きが続いているため、今後の新店効果に期待したい。                                                                                                                            |
|    |          | 住宅販売会社（経営者）                         | ・急に増えた問い合わせも落ち着いてきた。悪くなるとは思わないが、今後の営業展開に注意していきたい。                                                                                                                            |
|    |          | その他住宅 [ 展示場 ]<br>( 従業員 )            | ・消費税増税の影響は少し和らいだ感はあるが、税率が10%に上がるまでには少し期間があり、今すぐに住宅を購入する要素がないため、新築住宅市場は今後も厳しい状況が続く。                                                                                           |
|    |          | その他住宅 [ 情報誌 ]<br>( 編集者 )            | ・一部の富裕層の動きは更に活発化する一方、一般的なサラリーマン層の動向には大きな変化はない。高額消費は引き続き好調が予想され、都心マンションや京都市内中心部の不動産への購入意欲は高まる。                                                                                |

| 分野        | 景気の先行き判断                                          | 業種・職種                      | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                                 |
|-----------|---------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | やや悪くなる                                            | 一般小売店〔時計〕<br>(経営者)         | ・光熱費のほか、食品を中心に値上がりが決まっている日用品は結構多い。生活に必要な順にお金を使うとすれば、当店は順番がなかなか回ってこない。実際に時計の修理を受ける際も、見積だけで断られるなど、厳しさを感じる場面は多い。また、そういった客は新しい商品を購入することはないため、2～3か月先に良くなっているとは思えない。 |
|           |                                                   | 一般小売店〔衣服〕<br>(経営者)         | ・大阪都構想の反対による影響が、大阪市内に出てこないとは思えない。来店客からも、今後の大阪の景気が心配という声をよく聞く。ただでさえ来客数や販売量が減っているのに、今以上に大阪の勢いがなくなるかと思うと、今後に明るさは感じられない。                                           |
|           |                                                   | 一般小売店〔花〕(店長)               | ・これから暑くなるので、販売量、来客数共に減少する。花屋では夏は一番暇なシーズンである。                                                                                                                   |
|           |                                                   | 百貨店(売場主任)                  | ・円安や電気料金の値上げで、製品コストが現状よりも上がるため、各種商品の値上げは必至の状況となる。加えて、消費者の生活コストの上昇が、消費マインドを押し下げると予想される。                                                                         |
|           |                                                   | スーパー(店長)                   | ・実質賃金は上がっていない。夏のボーナス増で高額品の購入は見込まれるが、日用品の購入への節約志向はますます高まると予測される。                                                                                                |
|           |                                                   | スーパー(開発担当)                 | ・今月から各分野での値上げが続いている。中小企業の賃金のベースアップも期待できず、ますます消費の冷え込みが進む。                                                                                                       |
|           |                                                   | 衣料品専門店(販売担当)               | ・収入が変わらないため、消費者物価が上がると悪くなる。                                                                                                                                    |
|           |                                                   | 乗用車販売店(経営者)                | ・新車の購入予約、車検の予約共に減少している。消費税率の引上げ前に、新車がたくさん売れた影響が残っている。                                                                                                          |
|           |                                                   | 乗用車販売店(経営者)                | ・円安が更に進行することが予想されるが、既に塗料や部品の値段は既に上がっている一方、販売価格には転嫁できない状況である。中小企業の経営はますます厳しくなり、景気は悪くなる。                                                                         |
|           |                                                   | 住関連専門店(店長)                 | ・夏はレジャー費に消費者の出費が向かうため、物販は大きな影響を受ける。特に、今年は景気の本格的な回復が遅れる一方、レジャーや娯楽への消費の優先順位は高いままであるため、物品購入の優先順位がかなり下がっている。年々深刻な状況となっている。                                         |
|           |                                                   | その他専門店〔食品〕<br>(経営者)        | ・外食産業を中心に動いているメーカーや卸売業者には、マインスの要素しかないように感じる。利益の圧迫によって、景気は悪化することが予想される。当社も増収減益の見込みであり、利益の確保が厳しくなっている。                                                           |
|           |                                                   | その他専門店〔宝飾品〕<br>(販売担当)      | ・円安の進行が再び注目されるなか、コストと販売価格が合わ合わない。                                                                                                                              |
|           |                                                   | その他小売〔インターネット通販〕<br>(企画担当) | ・円安などで一層の物価上昇が見込まれるなか、引き続き消費を抑える動きが続く。                                                                                                                         |
|           |                                                   | 観光型旅館(経営者)                 | ・6月からの予約の動きが、急に鈍くなっているように感じる。                                                                                                                                  |
|           |                                                   | タクシー運転手                    | ・今は修学旅行生が多いが、今後は悪くなる。                                                                                                                                          |
|           |                                                   | タクシー運転手                    | ・これから暑くなると、近場の距離でも利用する客が増える。今後、神戸は外国船が入港してくるなどのイベントが予定されているため、今よりも動きは増えるが、夜は活発に動かない状態が続く。                                                                      |
|           |                                                   | 通信会社(社員)                   | ・客のライフスタイルの変化に伴い、現在のサービスの訴求力が徐々に低下している。提供しているサービスを大幅に見直しをしなければ、厳しい状況となる。                                                                                       |
|           |                                                   | 住宅販売会社(経営者)                | ・地方では景気の高揚が感じられない。                                                                                                                                             |
|           |                                                   | 住宅販売会社(従業員)                | ・今後の新築マンションの販売価格は、現状の水準よりも高値で売り出されることから、少し契約率が落ちてくると予想される。                                                                                                     |
|           |                                                   | 悪くなる                       | 一般小売店〔花〕(店員)                                                                                                                                                   |
| スーパー(経営者) | ・都市部と地方、大企業と中小企業の格差が拡大しており、全体では悪くなる方向に向かっていると感じる。 |                            |                                                                                                                                                                |

| 分野             | 景気の先行き判断 | 業種・職種              | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                   |
|----------------|----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |          | 衣料品専門店（経営者）        | ・2～3か月後は昨年よりも良くなるという感触はない。天候に左右されると思うが、昨年よりも落ち込むような気がする。                                                                         |
|                |          | 家電量販店（企画担当）        | ・家電量販店の大手が約40店舗を閉店するとニュースが流れ、日本の家電メーカーも早期退職などのリストラを進めていることから、厳しい状況にあると感じる。                                                       |
|                |          | 自動車備品販売店（営業担当）     | ・原材料費や電気料金の上昇懸念からか、客の販売意欲が徐々に下がってきている。                                                                                           |
| 企業動向関連<br>(近畿) | 良くなる     | 一般機械器具製造業（経営者）     | ・大型案件を受注し、これに関連する需要が発生するため、当社を取り巻く状況は良くなっていく。                                                                                    |
|                |          | 電気機械器具製造業（経営者）     | ・5月までの売上は良くないが、5月の中旬から残業が増え始めたほか、受注も増えている。今の受注状況であれば、景気が良くなることは間違いない。その原因が季節変動などの外的要因によるものか、自力による改善の成果によるものかをしっかりと見極めて、原因を把握したい。 |
|                | やや良くなる   | 食料品製造業（従業員）        | ・業界では各社の値上げの動きが出てきており、値上げ交渉も始まっているようであるが、当社は今のところ値上げの予定はない。多少ではあるが、値上げに反発する業者の動きも出てきている。今年中に値上げの動きがあるかもしれないが、それまでは受注が増える可能性がある。  |
|                |          | 食料品製造業（営業担当）       | ・気温が上昇し、このままの天候が続けば、売上は伸びてくる。                                                                                                    |
|                |          | 繊維工業（団体職員）         | ・やや良くなるという期待感を持っている。                                                                                                             |
|                |          | 木材木製品製造業（経営者）      | ・現在は新商品が市場に浸透するまでに時間がかかっているが、ある程度認識されれば売上が伸び、利益も増加する。                                                                            |
|                |          | プラスチック製品製造業（経営者）   | ・多くの分野で見積案件が増えているので、徐々にではあるが、回復の兆しがみえてきている。内容としては、多品種少量生産の見積が更に増え、注文数は少量になっているが、需要自体は増えていると感じる。                                  |
|                |          | 金属製品製造業（経営者）       | ・6～7月の受注は回復する見込みである。                                                                                                             |
|                |          | 金属製品製造業（営業担当）      | ・取引先からは、7月ごろから案件が動き出し、注文が増えるといわれている。                                                                                             |
|                |          | 電気機械器具製造業（経営者）     | ・円安や株高により、日本も我々の業界も良い方向に向かう。                                                                                                     |
|                |          | 電気機械器具製造業（宣伝担当）    | ・今年の夏もかなり暑くなると予想されるため、エアコンや冷蔵庫などの荷動きが活発になるほか、需要が伸びている4Kテレビの新製品を、各社がこの夏に投入してくるため、更なる需要増が期待できる。                                    |
|                |          | 輸送業（営業担当）          | ・スマートフォンなどの携帯端末の部品工場が好調で、荷物の量が増えている。来月も増加が続く。                                                                                    |
|                |          | 金融業（営業担当）          | ・大阪市の住民投票の結果、大阪都構想の敗北が決定したことにより、大阪の発展には時間を要する。                                                                                   |
|                | 変わらない    | 食料品製造業（経理担当）       | ・給料はいくら上がったが、物価も上昇しているため、帳消しになった感覚である。                                                                                           |
|                |          | 家具及び木材木製品製造業（営業担当） | ・配達は忙しいが、特に大きな変化はない。                                                                                                             |
|                |          | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・顧客からは良くなるような話が聞かれない。                                                                                                            |
|                |          | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | ・毎年、夏は需要が減るために売上も落ち込む。今年も今のところは大きな需要も見込めず、昨年の実績を維持することで精一杯である。                                                                   |
|                |          | 化学工業（経営者）          | ・客からは特に悪くなる話が出ていないが、大口案件は特になく、良くなりそうな話も全くないため、当面は変わらない。                                                                          |
|                |          | 化学工業（管理担当）         | ・東南アジアの景気が悪くなり、輸出量が減る。                                                                                                           |
|                |          | 化学工業（企画担当）         | ・夏季には食品需要が低迷するほか、日常的に購入する食品の購買動向が変わる要因も見当たらない。                                                                                   |
|                |          | 窯業・土石製品製造業（経営者）    | ・新聞では全面カラー広告が増えている。世の中の動きをみていると、景気が良くなっているように思うが、我々の受注量や販売量は少ししか増えていないため、しばらくは変わらない。                                             |
|                |          | 電気機械器具製造業（企画担当）    | ・一般的には、経済環境が改善すれば消費は活性化するが、住宅関連の受注状況が良くなっていないことが懸念材料である。                                                                         |
|                |          | 電気機械器具製造業（営業担当）    | ・周りからは景気の良い話が聞かれない。                                                                                                              |

| 分野     | 景気の先行き判断 | 業種・職種               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                       |
|--------|----------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |          | 輸送用機械器具製造業（経理担当）    | ・引き合いが年度後半に集中しているため、できるだけ早く受注に結び付けていくのが今後の課題である。                                                     |
|        |          | その他製造業〔事務用品〕（営業担当）  | ・新しい企画がないので、しばらくは今の状態が続く。                                                                            |
|        |          | その他製造業〔履物〕（団体職員）    | ・円安の進行により、海外から調達する原材料費や海外での加工費が上昇している一方、販売価格には転嫁できず、メーカーにしわ寄せがきている状態である。                             |
|        |          | 建設業（経営者）            | ・現状から予想すると、今後も変わらない状態が続く。ただし、無電柱化に関しては、無電柱化推進法案が国会に提出される可能性もあり、問い合わせが増えてくれば、受注増につながる。                |
|        |          | 建設業（経営者）            | ・身の回りでは厳しい話しか聞こえてこない。                                                                                |
|        |          | 建設業（経営者）            | ・好決算の取引先は設備投資意欲があるが、そうでない取引先は慎重である。新聞などでは大企業の好決算がよく報じられているが、中小企業の決算はよく分からない。                         |
|        |          | 輸送業（営業所長）           | ・新しい案件の依頼を受けるが、人材募集を行っても人が集まりにくいので、人手不足が解消されない。                                                      |
|        |          | 輸送業（商品管理担当）         | ・来月は父の日があるので、その分は荷物量が増加する。                                                                           |
|        |          | 金融業〔投資運用業〕（代表）      | ・米国の株高と円安に支えられて、ここまで株価は上がってきたが、実体経済を反映していないところが危うい。                                                  |
|        |          | 不動産業（営業担当）          | ・神戸から企業が撤退している限り、需要の減少が続く。できるだけ法人税率を下げるなどして、企業の誘致を進めなければならない。                                        |
|        |          | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | ・3～4月は折込件数が上向いていたが、5月は小幅ながら3～4月を下回っている。                                                              |
|        |          | 広告代理店（営業担当）         | ・ここ数か月は良い話が聞かれないが、悪い状況もあまりみられない。                                                                     |
|        |          | 司法書士                | ・現在のところは案件が非常に少ないので、現状維持ができればよいと考えている。                                                               |
|        |          | 経営コンサルタント           | ・良い材料も悪い材料もない。ただし、中小零細のコンサル業は、もはや淘汰され尽くした感がある。                                                       |
|        |          | 経営コンサルタント           | ・サラリーマンでいえば、ボーナスの動向に大きく左右されるほか、それによって中小商店の動向も大きく変わる。大企業のボーナスが好調であるのに対し、まだ一般の消費者のところまでは回復の動きが広がっていない。 |
|        |          | コピーサービス業（店長）        | ・印刷関係の明るいニュースは聞こえてこないため、好調に推移するとは言いえないが、ある程度の受注は見込めそうであり、現状維持で推移すると予想する。                             |
|        |          | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・この忙しさがこのまま続けばよいが、先行きは不透明である。                                                                        |
|        |          | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・現在の傾向はしばらく続くと予想されるが、夏場の天候に左右されるため、現状では何ともいえない。                                                      |
|        |          | その他非製造業〔商社〕（営業担当）   | ・一度価格が下がれば、なかなか上げられない。新製品や新工法などを提案していくしかない。                                                          |
|        |          | その他非製造業〔電気業〕（営業担当）  | ・隅々にまで景気回復の影響が届いていない。                                                                                |
| やや悪くなる |          | 繊維工業（総務担当）          | ・靴下は海外からの輸入商品が販売の主体であり、今の為替レベルでは十分に収益が得られない。その一方、一部の国産商品を利益に見合う金額で販売するのも難しい状況である。                    |
|        |          | 繊維工業（総務担当）          | ・中間問屋の在庫が減っておらず、メーカーへの受注も減少している。                                                                     |
|        |          | 金属製品製造業（管理担当）       | ・大手電機メーカーの太陽光発電関連の仕事が会社全体の6～7割を占めているが、先行きが心配である。                                                     |
|        |          | 一般機械器具製造業（設計担当）     | ・物品価格の値上がりに、収入の増加が追い付かない。                                                                            |
|        |          | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・案件が少なく、受注が落ち込み始めている。                                                                                |
|        |          | 通信業（管理担当）           | ・電気料金の値上げが景気の回復を妨げる。                                                                                 |
|        |          | 広告代理店（営業担当）         | ・今年に入って、月を追うごとに売上が前年よりも悪くなっている。                                                                      |
| 悪くなる   |          |                     |                                                                                                      |
| 雇用関連   | 良くなる     | 人材派遣会社（支店長）         | ・このままの状態がしばらくは続くと予想される。                                                                              |

| 分野     | 景気の先行き判断 | 業種・職種            | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                                    |
|--------|----------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (近畿)   | やや良くなる   | 人材派遣会社（経営者）      | ・景気的好調は今年度末まで続く予想している。いまだに労働者派遣法の改正案は国会を通過していないが、この件はあまり派遣需要に影響しないと思われる。派遣、契約社員、紹介予定派遣のすべてで、売手市場となる動きが今後も続く。                                                      |
|        |          | 人材派遣会社（役員）       | ・企業、求職者共に動きが活発で、時給が上がっている。                                                                                                                                        |
|        |          | 人材派遣会社（営業担当）     | ・人手不足感に変化はない。企業は少しずつではあるが、中高年層の活用を前向きに考え始めている。                                                                                                                    |
|        |          | 新聞社〔求人広告〕（管理担当）  | ・有効求人数、有効求人倍率共に改善しており、株価も2万円を超え、更に上を目指している状況から、景気はこの先も上向いていくと予想される。                                                                                               |
|        |          | 職業安定所（職員）        | ・管内企業への聴取によると、機械器具製造業や情報サービス業の企業からは、今後の展望はやや明るいとの声が多く聞かれる。                                                                                                        |
|        |          | 民間職業紹介機関（職員）     | ・この数年はみられなかった、建設日雇い求人数の大きな落ち込みが進んでいる一方、作業員の不足感は続いているので、間もなく需給の改善がある程度は進む。                                                                                         |
|        |          | 学校〔大学〕（就職担当）     | ・期待を込めて、若者が元気になってほしい。                                                                                                                                             |
| 変わらない  | 変わらない    | 新聞社〔求人広告〕（担当者）   | ・今後2～3か月の状況を見ても、ほぼ現在のペースで動く見込みである。                                                                                                                                |
|        |          | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）  | ・大阪都構想の問題が落ち着いた一方、インパウンド観光客の増加などで現場が徐々に変化している。変化が起こる際は人の動きも活発になる。今後は調子の良い業種と悪い業種に分かれていくことが予想される。                                                                  |
|        |          | 職業安定所（職員）        | ・新規求人数、新規求職者数共に増加しつつあるが、新規求人では正社員以外のパート求人の割合が多く、正社員求人は伸び悩んでいる。一方、小売業の担当者からは、電気料金や商品価格の値上げのほか、急に暑くなったことで来客数が減少しているものの、プレミアム付商品券の販売予約が5月から始まったため、期待が高まっているとの声が聞かれる。 |
|        |          | 民間職業紹介機関（営業担当）   | ・悪くなる理由も、更に良くなる理由も見当たらないため、当分は今の状況が続くと予想している。                                                                                                                     |
| やや悪くなる | やや悪くなる   | アウトソーシング企業（管理担当） | ・例年依頼される仕事も、今のところ入る予定もなく、厳しい状況である。                                                                                                                                |
|        |          | 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<br>(中国) | 良くなる                       | -              | -                                                                                                                        |
|                | やや良くなる                     | 商店街（理事）        | ・3か月後には当地でもプレミアム付商品券が発行され、景気には一時的なカンフル剤となる。取組終了後の景況に不安は残るし、うわべだけの効果かもしれないが、とりあえず近々少しは景気が良くなる。                            |
|                |                            | 商店街（代表者）       | ・多数の地方で国の補助金を利用したプレミアム付商品券が発行される予定である。これにより多少かもしれないが、景気は良くなる。                                                            |
|                |                            | 一般小売店〔靴〕（経営者）  | ・当商店街は地元百貨店と連携して、タックスフリーの商店街としてスタートする。地方の百貨店でも海外客の売上が伸びており、百貨店と商店街が一緒になって盛り上げようとする取組であり、景気は現状より少しは良くなると期待する。             |
|                |                            | 一般小売店〔紙類〕（経営者） | ・やまなみ街道が開通したので、今後も人の動きが活発になる。                                                                                            |
|                |                            | 百貨店（営業担当）      | ・消費税増税の悪影響は減少している。                                                                                                       |
|                |                            | 百貨店（販売促進担当）    | ・9月まで36億円のプレミアム付商品券の利用が継続する。お中元や夏セールといった大型商戦がスタートするが、フォローとなる期待感がある。ただ中間層のシビアな購買姿勢は継続すると思われ、消費喚起には話題性のあるもの等、新しい仕掛けが必要である。 |
|                |                            | スーパー（販売担当）     | ・2～3か月先はボーナスが支給された後になるので、売上が期待できる。                                                                                       |
| スーパー（営業システム担当） | ・競合店が倒産したこともあり、当社の売上は増加する。 |                |                                                                                                                          |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                    | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                        |
|----|----------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | コンビニ（エリア担当）              | ・今後の景気は天候に大きく左右される。また最近ではスマートフォン等でゲームや音楽を利用するため、プリペイドカードの売上が結構伸びている。従来は子供だけであったが、今は大人が購入する姿もよく見かける。景気が上向いてきたので、客に食費以外の娯楽に金を回す余裕が出ている。 |
|    |          | コンビニ（エリア担当）              | ・盛夏期に向けて、ファーストフードや中食商品を中心に売上が活発化する。                                                                                                   |
|    |          | 家電量販店（店長）                | ・6月はボーナス商戦に入るので、来客数は増加する。また季節要因として、エアコン等の季節商材の販売が期待できる。                                                                               |
|    |          | 家電量販店（企画担当）              | ・このままの調子でいけば、景気はやや良くなる。                                                                                                               |
|    |          | 乗用車販売店（業務担当）             | ・6月には新商品の投入がある。また7月には商品の改良も予定されているので、売上を期待できる。                                                                                        |
|    |          | 乗用車販売店（店長）               | ・年間スケジュールでみると、今が一番厳しい時期である。今後は新車の投入も予定されているので、現状より悪くなることは考えにくい。                                                                       |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）             | ・まわりの経営者は仕事が忙しくなりつつあると言っているため、全体的には景気は上向きになる。                                                                                         |
|    |          | その他専門店〔和菓子〕（経営者）         | ・地元プロ野球チームの人気や駅前再開発の好影響が期待できる。                                                                                                        |
|    |          | その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）    | ・今後はバーゲンセールを開催するので、来客数の増加を期待する。                                                                                                       |
|    |          | 一般レストラン（経営者）             | ・プレミアム付商品券の発行など消費を喚起する動きがみられるので、今後は景気が良くなる。                                                                                           |
|    |          | 一般レストラン（店長）              | ・ここ数か月、インバウンド客の予約が好調で3か月先の予約も入っており、売上増が期待できる。また学生の予約も好調で、コンスタントに入っている。                                                                |
|    |          | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長） | ・やまなみ街道の開通により、来客数が増加し、買上点数も増加傾向にある。                                                                                                   |
|    |          | 観光型ホテル（支配人）              | ・来年計画されている県内観光キャンペーンの事前活動が7月から開始されるので、当地にも好影響が期待できる。                                                                                  |
|    |          | 都市型ホテル（企画担当）             | ・7月から地方創生に伴う助成金制度がスタートする。宿泊施設にとって、旅行券の取組は地域の消費活性化にも寄与する集客機会と捉えている。夏休み時期もくるので、宿泊客の増加につながる。                                             |
|    |          | 都市型ホテル（企画担当）             | ・宿泊客や宴会部門の予約状況は好調に推移している。レストランではランチ時間帯の主婦層が増えると思われる。ただし円安の影響で仕入価格の高騰が懸念される。                                                           |
|    |          | 都市型ホテル（総支配人）             | ・松江城が国宝に指定され、観光需要を喚起する好材料となる。                                                                                                         |
|    |          | 旅行代理店（営業担当）              | ・各地で地方創生に伴う助成金制度を利用した旅行券の取組が展開されるようなので、少しずつではあるが景気に効果が現れてくる。                                                                          |
|    |          | タクシー運転手                  | ・今後は梅雨に入るし、ボーナスシーズンになるので景気は上向く。                                                                                                       |
|    |          | 通信会社（工事担当）               | ・客動向をみると、景気はやや良くなる。                                                                                                                   |
|    |          | テーマパーク（営業担当）             | ・例年、これからは個人客が多い季節に入るので、団体客の落ち込みの影響は小さくなる。                                                                                             |
|    |          | 設計事務所（経営者）               | ・地域型住宅グリーン化事業や省エネ住宅ポイントを利用する客が増えるよう期待する。                                                                                              |
|    |          | 住宅販売会社（営業担当）             | ・客からの問い合わせが頻繁にあり、工事の受注件数も増えている。                                                                                                       |
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）                 | ・プレミアム付商品券は一時的なもので、景気が一気に上昇するほどの効果はない。                                                                                                |
|    |          | 商店街（代表者）                 | ・食材の値上がりをメニュー売価に反映させたが、販売は予想したほどには悪くなっていない。客も納得していると感じる。                                                                              |
|    |          | 商店街（代表者）                 | ・観光客の来店数はまずまず順調である。ただ客の来店が土日に偏り、平日の来客数は減少傾向である。賃金の上昇が商品の値上げに追い付いていないため、客は消費を控える。                                                      |
|    |          | 一般小売店〔印章〕（経営者）           | ・5月に入り、印鑑、ゴム印や名刺等の注文が少なくなっている。また周囲にも活気がみられない。                                                                                         |
|    |          | 一般小売店〔酒店〕（経営者）           | ・お中元商戦などでプレミアム付商品券が使えることを客にアピールし、なんとか良い流れに乗りたい。                                                                                       |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                 | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                           |
|----|----------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 一般小売店〔食品〕<br>(経営者)    | ・景気が回復する要素があまり見当たらない。                                                                                    |
|    |          | 百貨店(経理担当)             | ・6月は物産展などの催事があり、売上増を期待する。8月にはプレミアム付商品券の利用が始まる予定であり、売上増につなげたい。                                            |
|    |          | 百貨店(営業担当)             | ・アパレルの売上が低迷を続けているのは、当館だけではないようである。客の嗜好の変化に我々が追い付いていない。抜本的な見直しが必要であると感じるが、急には舵を切れず悩みは深い。                  |
|    |          | 百貨店(営業担当)             | ・ここ数か月間、予算計画の達成が難しい状況が続いており、今後も継続する。                                                                     |
|    |          | 百貨店(営業担当)             | ・高額品や季節商材は好調であるが、衣料品の苦戦は続いている。今夏のセールはスタート時期が前年よりも遅くなり、ブランドも分散するので、前年以上に厳しくなる。                            |
|    |          | 百貨店(営業推進担当)           | ・最近野菜の高騰や一般食料品の値上げなど、消費にブレーキがかかる話題が多く、心理的にも厳しいものがある。ただ電気やガス料金の値下げ情報などもあり、その効果に期待したい。                     |
|    |          | スーパー(店長)              | ・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。                                                                                   |
|    |          | スーパー(店長)              | ・来客数と客単価が前年を上回る状況が3～5月の3か月間続いている。この傾向は今後も継続する。                                                           |
|    |          | スーパー(店長)              | ・これから梅雨に入る。前年は冷夏であったが、天候が順調に回復して気温が上がれば、景気は上向く。                                                          |
|    |          | スーパー(店長)              | ・商品の値上げが多く発生しているため、消費者が必要な物しか購入しなくなる可能性がある。                                                              |
|    |          | スーパー(店長)              | ・景気が良くなる要因は見当たらず、むしろ値上げなど景気へのマイナス要因が大きい。                                                                 |
|    |          | スーパー(総務担当)            | ・現状のままで推移しそうである。天候による生鮮品の高騰が不安である。                                                                       |
|    |          | スーパー(業務開発担当)          | ・降雨不足や円安による食料品の高騰がメディアで報道されているため、消費者は今も高くても仕方ないと納得している感じになっている。ただこの状態が続くと、一番先に節約されるのは家庭内の食費であり、今後の心配である。 |
|    |          | スーパー(販売担当)            | ・ゴールデンウィーク以降も、来客数と客単価はともに例年並みの数字で推移しており、直ぐに景気が良くなるとは考えづらい。ただこの数日、一気に気温が上昇したため夏物の動向が良くなっており、期待を寄せている。     |
|    |          | スーパー(財務担当)            | ・地元の中小企業ではまだ賃金の増額がみられないため、消費者の節約は今後も続く。                                                                  |
|    |          | スーパー(管理担当)            | ・プレミアム付商品券の発売に期待するが、購入者がどの分野に使うのか想定できない。                                                                 |
|    |          | コンビニ(副地域ブロック長)        | ・まわりでは所得が上昇している話を聞かない。                                                                                   |
|    |          | コンビニ(支店長)             | ・来客数と売上の傾向から判断すると、現状維持が今後も続く。                                                                            |
|    |          | 衣料品専門店(経営者)           | ・景気が良くなる要素がみえてこない。                                                                                       |
|    |          | 家電量販店(販売担当)           | ・エアコンの売上が伸び悩む傾向である。                                                                                      |
|    |          | 乗用車販売店(統括)            | ・本年度は新型車の発売予定がないため、販売量は厳しい。                                                                              |
|    |          | 乗用車販売店(営業担当)          | ・給与所得者は景気の上向きを感じていない。ボーナスもいくら出るかわからず、支給がないという話も聞く。ベースアップは大企業のみであり、中小企業は無関係といった感じがある。                     |
|    |          | 乗用車販売店(総務担当)          | ・商品ラインナップに変更がないため、来店数や商談数はともに現状維持が続く。                                                                    |
|    |          | 乗用車販売店(営業担当)          | ・新製品の投入予定はない。同業他店の来客数や販売量をみても、当社と同様である。                                                                  |
|    |          | 住関連専門店(営業担当)          | ・家具販売イベント開催時には多数の客が来場したが、イベント終了後は店への来客数が減少したままである。                                                       |
|    |          | その他専門店〔布地〕<br>(経営者)   | ・プレミアム付商品券の発行が多少は家計の助けとなるかもしれないが、その効果は長くは続かない。                                                           |
|    |          | その他小売〔ショッピングセンター〕(所長) | ・食料品の値上げの動きが止まらない。また飲食店においても同様な動きがある。                                                                    |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                   | 景気の先行きに対する判断理由                                                                        |
|----|----------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） | ・景気が好転する材料がない。                                                                        |
|    |          | 高級レストラン（スタッフ）           | ・予約状況は前年より少し悪い。ただ今後予約がどれだけ伸びるのかにかかっており、現時点では先行きは判断しにくい。                               |
|    |          | 一般レストラン（経営者）            | ・一時的な消費増はプレミアム付商品券の影響と考えられる。ボーナス増額の期待が地方では薄いため、今後の消費も手堅い状況が続く。                        |
|    |          | 一般レストラン（外食事業担当）         | ・4月にメニューを改定し売価を値上げしたが、それ以降も調子が良い。今後の天候次第であるが、早く暑さが訪れる予報が出ているので、今後も良い状態は継続する。          |
|    |          | スナック（経営者）               | ・先月少し良かったかと思えば、5月は売上がまた落ち込んでいる。地方の景気回復には、まだまだ時間がかかる。                                  |
|    |          | 観光型ホテル（宿泊担当）            | ・客単価は前年同月と比較しても、ほぼ同じである。                                                              |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）            | ・来客数が直近では増えているが、単価が上がっておらず、景気は様子見状態である。                                               |
|    |          | 旅行代理店（経営者）              | ・景気が良くなる材料がないうえ、消費者への刺激策に新たな対応がみられない。                                                 |
|    |          | タクシー運転手                 | ・タクシー料金の値上げが計画されており、値上げ後の客離れを心配する。                                                    |
|    |          | タクシー運転手                 | ・地元企業での交際費の削減は緩和されておらず、景気回復の兆しはみられない。個人客の利用についても、収入増が物価上昇に追いついていないため、財布のひもは固い。        |
|    |          | 通信会社（社員）                | ・販売量の増加が見込めない。                                                                        |
|    |          | 通信会社（企画担当）              | ・新商材として仮想移動体通信事業という新サービスの準備を進めており、客の期待が高まっていると感じる。開始早々は大きな動きにはならないが、先行きの契約数の増加を期待できる。 |
|    |          | 通信会社（総務担当）              | ・客の購買意欲が感じられない。                                                                       |
|    |          | 通信会社（広報担当）              | ・このままの調子では、今後の商戦期に客の購買意欲が上がる期待はできない。客は旧型商品の値下げ等を待っている様子である。                           |
|    |          | 通信会社（営業担当）              | ・現在の景気は小康状態である。                                                                       |
|    |          | 通信会社（総務担当）              | ・年度替わりの引越し等に絡む新規加入が落ち着いてきており、しばらくはこの状態に変化はない。                                         |
|    |          | 通信会社（販売企画担当）            | ・消費者の可処分所得が増えているとは感じない。                                                               |
|    |          | テーマパーク（管理担当）            | ・全体的に消費が鈍化している。来館者数や商品購買高等に変動がなく、今後もこのまま推移する。                                         |
|    |          | テーマパーク（業務担当）            | ・夏休みまでは連休もなく、また梅雨時期に入ることもあり、多くの来客は見込めない。                                              |
|    |          | ゴルフ場（営業担当）              | ・予約数は前年並みで変わらない。                                                                      |
|    |          | 競艇場（職員）                 | ・今後のレース日程をみると、レースのグレードが今月と同程度である。                                                     |
|    |          | 美容室（経営者）                | ・景気が良くなる材料が出てこない。                                                                     |
|    |          | 美容室（経営者）                | ・2～3か月先では賃金が大幅に上がっているとは思えない。今後も物価上昇が予想され、客は節約に走ることで、サービス業にとって良い状況になるとは考えにくい。          |
|    |          | 美容室（経営者）                | ・来店数は増えているが、物販の動きに変化はない。客はまだまだ先行きへの警戒心を持っている。                                         |
|    |          | 設計事務所（経営者）              | ・年内は受注の増加が見込めない。                                                                      |
|    |          | 設計事務所（経営者）              | ・地方経済は国の予算に頼るばかりであり、予算削減のなか今後の見通しが立たない。                                               |
|    |          | 設計事務所（経営者）              | ・建築物価は高止まりしたままで、改善するような要素が見当たらない。                                                     |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）             | ・消費税増税から1年が経過し、また大手企業の3月期決算が良いことを受けて、しばらくは好況感が続く。                                     |
|    |          | 住宅販売会社（営業担当）            | ・例年と同様に、客の住宅検討時期が終了している。                                                              |
|    | やや悪くなる   | 商店街（代表者）                | ・客からはより安く、よりタイムリーに買おうという姿勢をありありと感じる。一部の製造業は景気が良いと耳にするが、物販は最近またデフレ傾向が強くなっており、今後が不安である。 |
|    |          | 商店街（代表者）                | ・地方では大半の人は収入が増加していない。急激な円安で食料品等の値上げが続くので、買い控える人が多くなる。                                 |

| 分野                         | 景気の先行き判断           | 業種・職種                                                | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                |                                                              |
|----------------------------|--------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
|                            |                    | 一般小売店〔茶〕（経営者）                                        | ・景気に全く明るい見通しを持ってない。                                                                                                                           |                                                              |
|                            |                    | 百貨店（売場担当）                                            | ・アパレル業界の出店凍結や店舗閉鎖が新聞記事になり、状況は良くない。クリアランスセールスタート日も分散し、在庫もタイトなことから、売上の大幅な伸びは期待できない。                                                             |                                                              |
|                            |                    | 百貨店（売場担当）                                            | ・いわゆる夏のセール時期になるが、年々セールの売上がダウンしている。また客の安ければ買うという購買パターンが崩れている。                                                                                  |                                                              |
|                            |                    | コンビニ（エリア担当）                                          | ・急激な円安の影響で食料品の値上げが次々と発表されるため、消費者の節約志向がますます進む。                                                                                                 |                                                              |
|                            |                    | 衣料品専門店（経営者）                                          | ・家計を切り盛りする主婦には最近の食品の値上がりは頭が痛い。一つ一つは少額であるが一般的に値段が上がっているため、いつもと同じように買ったつもりでもレジの会計では総額がすごく高くなる。食品は毎日買物しなければならないので、その他の商品はしわ寄せがきて、厳しくなる。          |                                                              |
|                            |                    | 家電量販店（店長）                                            | ・ボーナス商戦に期待したい。景気が良くない企業もあるので、商戦にも若干の不安を感じる。                                                                                                   |                                                              |
|                            |                    | 自動車備品販売店（経営者）                                        | ・アベノミクス前に逆戻りして、景気の良い企業と悪い企業の差が激しい。我々の業界はデフレ状態で、タイヤの売価は下がる一方である。しわ寄せはすべて小売店に押し付けられ、メーカーは相変わらず海外で大儲けする。                                         |                                                              |
|                            |                    | 住宅販売会社（営業担当）                                         | ・過去の実績から判断すると、2～3か月後は来客数が減少する時期である。例年に反して今年度に増加する要因も見当たらない。                                                                                   |                                                              |
|                            |                    | 悪くなる                                                 | スーパー（店長）                                                                                                                                      | ・競合店が販売促進を強化する影響が出る。また日中に気温が高いため、客足が遠のく。                     |
|                            |                    |                                                      | その他専門店〔海産物〕（経営者）                                                                                                                              | ・松江城が国宝に指定されたという明るい話題はあるが、団体客についても個人客についても増えそうな感触は依然として持てない。 |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(中国) | 良くなる               | 輸送用機械器具製造業（経営者）                                      | ・2～3か月先も多くの車種において受注が増える予定であり、好景気が継続する。                                                                                                        |                                                              |
|                            | やや良くなる             | 農林水産業（従業者）                                           | ・脂ののったアジがおいしい季節となり、水揚げ量も順調で市場にも安価で出回る。特に当漁港のアジはブランド魚となっているが、漁獲量が少ないため一般市場には出ない。                                                               |                                                              |
|                            |                    | 繊維工業（統括担当）                                           | ・景気が良くなってもらいたいと期待するのみである。                                                                                                                     |                                                              |
|                            |                    | 木材木製品製造業（経理担当）                                       | ・住宅着工戸数の回復と消費税再引上げ前に購入する客の増加を期待する。                                                                                                            |                                                              |
|                            |                    | 化学工業（経営者）                                            | ・化学工業薬品全般にわたり単価下落は一段落した感があり、受注量も徐々にではあるが増加基調にある。                                                                                              |                                                              |
|                            |                    | 金属製品製造業（総務担当）                                        | ・ものづくり補助金や省エネ補助金の影響で得意先の受注量が増える見込みであり、当社も波及効果を受ける。                                                                                            |                                                              |
|                            |                    | 電気機械器具製造業（総務担当）                                      | ・円安により材料調達単価に引き続き割高感はあるが、これからは現状が普通であると認識するしかない。利益確保に向けて新しい付加価値をつけ、販路拡大を目指していく方向に転換する。                                                        |                                                              |
|                            |                    | 輸送業（経理担当）                                            | ・輸出関連の荷扱いを中心に数量増を見込んでおり、景気は良くなる。                                                                                                              |                                                              |
|                            |                    | 金融業（貸付担当）                                            | ・報道による景気動向では、賃金上昇により個人消費は上向くとされる。取引先においても今後の消費に期待する企業が多く、全体としては景気はやや良くなる。現在、販売価格の値上げを交渉する企業では、数は少ないが交渉が成立する取引先もみられることから、地方中小企業の業績も少しずつ回復していく。 |                                                              |
|                            |                    | 広告代理店（営業担当）                                          | ・客の動向及び受注量等の動きからみて、現状より景気はやや良くなる方向である。                                                                                                        |                                                              |
|                            |                    | 会計事務所（職員）                                            | ・今月の法人決算をみると、給与支給額が前年より増加した場合に受けられる法人税の特別控除を適用する法人が結構ある。法人に利益が出た場合に従業員に還元する事業者を税制面で応援する形である。この状況からみると、個人消費がマイナスに向かう可能性は小さくなる。                 |                                                              |
| 変わらない                      | 化学工業（総務担当）         | ・地方の景気回復が進んでほしい。景気回復の恩恵が全体に分配されなくては、国内全体として需要が回復しない。 |                                                                                                                                               |                                                              |
|                            | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・今後2～3か月は鉄鋼業の減産は継続する見込みである。このため生産量は現状水準が続く。          |                                                                                                                                               |                                                              |

| 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                                                                                                          |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                      | 鉄鋼業（総務担当）            | ・在庫を適正レベルに戻すにはしばらく時間がかかると思われ、上期中は調整が継続する。夏になって建築など物件が動き出せば市場も活発化するので、今後の動向を注視する。                                        |
|                      |                                                                      | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当）   | ・内示どおりの受注が予測される。また販売量も前年並みである。                                                                                          |
|                      |                                                                      | 輸送用機械器具製造業（財務担当）     | ・低船価が継続し、また円安による原材料や副資材の高騰、加工外注費の増加等もあるので、先行きの景況感としては現状維持である。                                                           |
|                      |                                                                      | 建設業（総務担当）            | ・予定する工事への技術者配置で目一杯であり、この先しばらくは現状維持の状況である。                                                                               |
|                      |                                                                      | 建設業（総務担当）            | ・今後の景気動向は不透明である。                                                                                                        |
|                      |                                                                      | 建設業（総務担当）            | ・良くも悪くも、地方の景気に影響が出るには時間がかかる。                                                                                            |
|                      |                                                                      | 輸送業（支店長）             | ・大手量販店が6月にオープンし、今後も引き続き出店が見込まれる。当地の駅前南口や北口の再開発の進ちょくとともに、物流の伸びが期待できる。反面、個人消費の落ち込みや中小企業からの荷量の低迷は続くと思われ、トータルとしては前年並みで推移する。 |
|                      |                                                                      | 通信業（営業担当）            | ・国会では安全保障法制や対中国・対韓国外交などが中心に議論されており、内需や個人消費拡大に向けた景気対策がみえてこない。                                                            |
|                      |                                                                      | 金融業（自動車担当）           | ・新興国の景気悪化など懸念材料はあるが、現在の為替水準であれば完成車メーカーの輸出は当面高水準が継続する。また部品メーカーの受注も好調である。                                                 |
|                      |                                                                      | 不動産業（総務担当）           | ・賃貸物件の需要時期は終了したため、9月まで現況が継続する。                                                                                          |
| やや悪くなる               |                                                                      | 食料品製造業（総務担当）         | ・OEM生産が計画どおりに進ちょくしていない影響は大きく、当社は年間予算の見直しを進めている。5月現在では売上減をカバーできるまでには至っておらず、今後について不透明な部分がある。                              |
|                      |                                                                      | 鉄鋼業（総務担当）            | ・手元の情報では、夏以降に仕事量が減少しそうである。今後は経費等を抑える取組を進めていく。                                                                           |
|                      |                                                                      | 電気機械器具製造業（総務担当）      | ・客先からの受注数量が伸びない。                                                                                                        |
| 悪くなる                 |                                                                      | 食料品製造業（総務担当）         | ・円安の影響で原材料の高騰が進んでいるが、販売単価になかなか反映できない状況である。                                                                              |
|                      |                                                                      | 一般機械器具製造業（総務担当）      | ・今後の受注量や販売量については、太陽光発電に対する政策や取組の影響が大きい。                                                                                 |
|                      |                                                                      | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・在庫の回転状況が悪く、受注量が今期後半より著しく落ち込む見通しである。                                                                                    |
| 雇用<br>関連<br><br>(中国) | 良くなる                                                                 | -                    | -                                                                                                                       |
|                      |                                                                      | やや良くなる               | 人材派遣会社（支店長）                                                                                                             |
|                      |                                                                      | 人材派遣会社（経営企画担当）       | ・人材派遣の受注状況は引き続き好調であると予想する。求職者の登録状況は回復してきている。企業と求職者とのマッチングを進めて、引き続き紹介機能を強化する。                                            |
|                      |                                                                      | 人材派遣会社（支店長）          | ・求職者の動きが5月末から少し出てきているので、景気は良くなる。                                                                                        |
|                      |                                                                      | 職業安定所（所長）            | ・以前から医療・福祉業や建設業の人手不足分野では求人意欲は極めて高かったが、緩やかな景気回復を背景に基幹産業である製造業にも求人意欲の高まりを感じる。                                             |
|                      |                                                                      | 職業安定所（雇用開発担当）        | ・求春卒業者を対象とした求人取扱説明会を開催したところ、前年を上回る事業所から参加があった。これから判断すると、企業の新卒者の採用意欲は高い。                                                 |
|                      |                                                                      | 職業安定所（産業雇用情報担当）      | ・業界最大手コンビニチェーンの出店や、就職希望者が多い製造業の工場が進出する計画がある。また松江城の国宝指定に伴う観光客の増加も見込まれる。                                                  |
|                      |                                                                      | 民間職業紹介機関（職員）         | ・製造業では軒並み、おう盛な受注が続いている。試作依頼が引っ切りなしに続くメーカーもあり、当面この状態が継続する。                                                               |
|                      |                                                                      | 変わらない                | 人材派遣会社（社員）                                                                                                              |
| 求人情報誌製作会社（広告担当）      | ・求人数自体は各社とも高水準で推移する気配である。新卒採用ではなかなか十分な補充数を見込めないため、企業が積極的に対応する可能性が高い。 |                      |                                                                                                                         |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種              | 景気の先行きに対する判断理由                                                   |
|----|----------|--------------------|------------------------------------------------------------------|
|    |          | 新聞社〔求人広告〕<br>(担当者) | ・今後さらに円安が進み、ガソリンや生活必需品も値上げになると、景気回復の恩恵が少ない地方では消費者が支出を抑える状況となる。   |
|    |          | 学校〔大学〕(就職担当)       | ・現在、景気が良い状態が続いており、今後2～3か月先もこの状態は継続する。                            |
|    | やや悪くなる   | 職業安定所(産業雇用情報担当)    | ・最大手の家電量販店の閉鎖店舗のなかに当管内の店舗が含まれている。求人倍率は1倍を超えているが、今後の景気の先行きに不安がある。 |
|    | 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<br>動向<br>関連<br><br>(四国) | 良くなる     | -              | -                                                                                                             |                                                 |
|                            | やや良くなる   | 商店街(事務局長)      | ・夏ごろに発売されるプレミアム付商品券に注目が集まり始めており、今年後半の消費活性化に期待が高まっている。                                                         |                                                 |
|                            |          | 商店街(代表者)       | ・文化ホールを核とした市街地再開発事業がスタートするほか、産官民の協調体制が徐々に効果的な街づくりの推進につながりつつある。                                                |                                                 |
|                            |          | 商店街(代表者)       | ・7月からプレミアム付商品券が使用可能になると、消費が喚起される。また、商店街内の大型商業施設が8月末にしゅん工するので、かなりの集客が期待される。その結果、商店街の環境が良くなり、消費マインドも上向くと見込んでいる。 |                                                 |
|                            |          | スーパー(店長)       | ・消費税増税の影響が徐々に薄れてきている。気温が高くなると、季節商材などの販売が進み、景気の好循環につながる。                                                       |                                                 |
|                            |          | 乗用車販売店(役員)     | ・5月の新車販売は伸びなかったが、受注量は前年並みを確保できた。7月以降に新車の投入等があるため、6～7月は受注が増えるだろう。                                              |                                                 |
|                            |          | 乗用車販売店(営業担当)   | ・昨年の消費税増税による反動減は、6月には回復傾向に向かったことから、今後を期待している。                                                                 |                                                 |
|                            |          | その他専門店〔酒〕(経営者) | ・3～8月が一番良く売れる時期であり、少しずつ景気は良くなっている。                                                                            |                                                 |
|                            |          | タクシー運転手        | ・6月は梅雨の影響で客足が鈍るが、7～8月は企業の株主総会などが終わって、飲食の頻度が高まるほか、季節が良くなるので、人の動きも良くなっていく。                                      |                                                 |
|                            |          | 通信会社(営業担当)     | ・夏モデルの発売により、上向くと思う。                                                                                           |                                                 |
|                            |          | 通信会社(営業担当)     | ・新モデルの発表と共に、夏商戦の買換え需要が高まる。                                                                                    |                                                 |
|                            |          | 通信会社(支店長)      | ・夏モデルの発売やボーナス商戦を迎えることから、景況感はあるのではないかと。ただ、更なる円安や天候不順の予想もあり、予測は難しい。                                             |                                                 |
|                            |          | 設計事務所(所長)      | ・店舗や工場の計画の話が、若干増えてきている。                                                                                       |                                                 |
|                            |          | 住宅販売会社(従業員)    | ・現在の来場者数や商談中の顧客の数からみると、受注棟数は増加すると考えられる。                                                                       |                                                 |
|                            |          | 変わらない          | 一般小売店〔文具店〕(経営者)                                                                                               | ・来客数、購買点数共に、変化がみられない。                           |
|                            |          |                | 一般小売店〔生花〕(経営者)                                                                                                | ・店頭では高額商品の動きは鈍く、安い商品が売れている。予約は例年並みであり、あまり変化がない。 |
|                            |          |                | 一般小売店〔乾物〕(店員)                                                                                                 | ・良くなるというイメージが全く持てない。                            |
|                            |          |                | 百貨店(営業担当)                                                                                                     | ・4月に比べると、伸び悩んでいる。                               |
|                            |          |                | 百貨店(販売促進担当)                                                                                                   | ・食品などのデイリー商材は堅調に推移しているが、衣料品や高額品の回復が遅れている。       |
|                            |          |                | スーパー(企画担当)                                                                                                    | ・食品の原材料値上げの影響が続き、売上高は伸びてみえるが、来店客数は横ばいか微減になる。    |
|                            |          | スーパー(財務担当)     | ・実質賃金が上昇するまでは、節約志向が続く。                                                                                        |                                                 |
|                            |          | コンビニ(店長)       | ・現状より良くなるイメージはない。客数は回復傾向だが、単価は減少しており、節約志向は根強い。                                                                |                                                 |
|                            |          | コンビニ(店長)       | ・消費税増税後、コンビニ業界は依然として改善の兆しが見えない。                                                                               |                                                 |
|                            |          | コンビニ(総務)       | ・天候や気温に大きく左右されるが、売上が伸びる要因は見当たらない。                                                                             |                                                 |
|                            |          | 衣料品専門店(経営者)    | ・梅雨に入る6月は、大きな需要期でもなく、また、バーゲン月の7月を控えているため、厳しい状況が予想される。                                                         |                                                 |

| 分野                 | 景気の先行き判断                   | 業種・職種                                         | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                       |                                            |
|--------------------|----------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|                    |                            | 家電量販店(店員)                                     | ・天候によってはエアコン等がけん引役になる可能性もあるが、他商品の販売量低下をカバー出来るほどではない。                                                 |                                            |
|                    |                            | 乗用車販売店(従業員)                                   | ・地方の中小企業では賞与支給額が前年を上回るとは期待出来ず、景気が良くなるとは思えない。                                                         |                                            |
|                    |                            | 乗用車販売店(従業員)                                   | ・株高は車の売れ行きに影響はない。地方は未だ好景気の影すら見えない。                                                                   |                                            |
|                    |                            | 乗用車販売店(従業員)                                   | ・客の動きにさほど変化は見られない。しばらくこの状況が続くそう。                                                                     |                                            |
|                    |                            | 住関連専門店(経営者)                                   | ・消費税増税による駆け込み需要の後は、厳しい状況が続いている。今後も同じ状況が続くことが見込まれる。                                                   |                                            |
|                    |                            | その他小売[ショッピングセンター](副支配人)                       | ・賃金アップの実感に乏しく、現状がしばらく続くと考えている。                                                                       |                                            |
|                    |                            | 旅行代理店(支店長)                                    | ・夏の旅行需要最盛期を前に、北陸方面や首都圏方面への国内旅行需要は堅調に推移しているが、単価の高い海外ロング需要の落込み分をカバーしきれない状態が続く。                         |                                            |
|                    |                            | 通信会社(企画)                                      | ・客の反応は4月より若干悪くなっているように感じられるが、さらに悪くなるようにはみえない。                                                        |                                            |
|                    |                            | 観光遊園地(職員)                                     | ・円安が進んでいるため、変わらないと判断。                                                                                |                                            |
|                    |                            | 美容室(経営者)                                      | ・消費マインドの上向きが全く感じられない。                                                                                |                                            |
|                    | やや悪くなる                     | 衣料品専門店(経営者)                                   | ・来客数の動きは悪く、今後さらに厳しくなりそうだ。                                                                            |                                            |
|                    |                            | 衣料品専門店(経営者)                                   | ・円安の影響で原材料費が上がり、商品等の値上げが起きている。                                                                       |                                            |
|                    |                            | 観光型旅館(経営者)                                    | ・6～8月までの予約状況は、昨年と比べ少し落ちている。売上に占める割合の大きいプライダルや会議等もあまり良くない。今のところはあまり期待できない。                            |                                            |
|                    |                            | ゴルフ場(従業員)                                     | ・来場者は減少し、単価は下落している。3か月後の予約状況も、昨年に比べて非常に悪い。                                                           |                                            |
|                    |                            | 競艇場(職員)                                       | ・8月には女子の大きなレースを控えているが、その他には大きなレースもなく、本場開催日も少ないため、売上増は期待できそうにない。                                      |                                            |
|                    | 悪くなる                       | 一般小売店[酒](販売担当)                                | ・量販店やディスカウント店には価格面で太刀打ち出来ず、毎月どう乗り越えようか必死である。                                                         |                                            |
|                    |                            | タクシー運転手                                       | ・5月をもって四国八十八箇所霊場1200年記念のイベントが全て終了するので、街での仕事がメインとなり、今ほどの売上は確保できず、悪くなる。                                |                                            |
|                    | 企業<br>動向<br>関連<br><br>(四国) | 良くなる                                          | 食料品製造業(商品統括)                                                                                         | ・食品業界においても、賃金は高騰しているにもかかわらず、人手が集まらない状況にある。 |
|                    |                            | やや良くなる                                        | 繊維工業(経営者)                                                                                            | ・今の流れが当分続くだろう。                             |
| 木材木製品製造業           |                            |                                               | ・全体的な見通しとして、受注量は回復していくと見ているが、木質素材・硝子・金属類の原材料価格が上昇気味にあることを懸念している。                                     |                                            |
| パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者) |                            |                                               | ・今後、もう少し売上が上昇するだろう。売上が伸びれば、利益も上昇すると考えられる。                                                            |                                            |
| 電気機械器具製造業(経営者)     |                            |                                               | ・自治体から、再生可能エネルギーに関する問い合わせが増えている。また、「地方創生」事業の計画立案に参画することが多くなっており、将来的な受注につながると考えている。                   |                                            |
| 電気機械器具製造業(経理)      |                            |                                               | ・主力製品の受注状況が微増傾向にある。ただし、市場のデマンドについては急激な拡大はないと判断しており、慎重に推移を見守っている。                                     |                                            |
| 金融業(副支店長)          |                            |                                               | ・業績の回復により賃上げする企業が増加傾向にあり、消費マインドも徐々に良くなっていくだろう。                                                       |                                            |
| 変わらない              |                            | 鉄鋼業(総務部長)                                     | ・今以上に良くなる要因が見当たらない。                                                                                  |                                            |
|                    |                            | 一般機械器具製造業(経理担当)                               | ・海外は地域によって需要のバラツキが大きいので、原油価格動向の影響と併せて注視している。                                                         |                                            |
|                    |                            | 建設会社(経理担当)                                    | ・繰越工事と営繕工事のみで利益は見込めず、景気は変わらない。                                                                       |                                            |
|                    |                            | 建設業(経営者)                                      | ・県や市の当初予算をみると、見通しは非常に暗い。                                                                             |                                            |
|                    |                            | 輸送業(営業)                                       | ・夏場は青果物の閑散期にあたり、季節商材の動向が取扱物量を大きく左右する。例年の売上が望めるかどうかは天候次第で、景気低迷による消費者の購買低下と合わされば、経営に深刻な打撃を及ぼすことは必至である。 |                                            |
|                    | 通信業(総務担当)                  | ・特に変動要素は無い。                                   |                                                                                                      |                                            |
|                    | 通信業(部長)                    | ・引き合いの数は増えているものの、受注件数は変わらない。今後もこの傾向が続くと考えられる。 |                                                                                                      |                                            |

| 分野                   | 景気の先行き判断 | 業種・職種          | 景気の先行きに対する判断理由                                                                   |
|----------------------|----------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|                      |          | 広告代理店（経営者）     | ・売上が依然低調なため、販売促進費を削減する傾向にあるという話を聞く。                                              |
|                      |          | 公認会計士          | ・宿泊客数の増加や土地の値段が上昇している一方、設備投資にそれほど積極的になっていない状況より、大きく景気は変わらないと判断した。                |
|                      | やや悪くなる   | 建設業（経営者）       | ・例年より仕事が出遅れており、ここ数か月は、手持ち仕事量が減る一方で、厳しい状況が続く。第2四半期から第3四半期は、発注、受注、売上増となることを期待している。 |
|                      |          | 輸送業（支店長）       | ・好景気の影響はない。現状の原油安で業績は確保できているが、円安の更なる進行や原油単価上昇となれば、経営のダメージは大きい。                   |
|                      | 悪くなる     | -              | -                                                                                |
| 雇用<br>関連<br><br>(四国) | 良くなる     | -              | -                                                                                |
|                      | やや良くなる   | 人材派遣会社（営業担当）   | ・公共事業やオリンピックによるビジネスチャンスが増え、地方にもその恩恵が波及してきているように感じる。                              |
|                      |          | 人材派遣会社（営業）     | ・夏季賞与とシーズンでの景気回復が期待される一方、経営状況により店舗を閉鎖する企業が増えており、雇用に与える影響を心配している。                 |
|                      |          | 求人情報誌（営業）      | ・引き続き、印刷物・広告・看板等への投資を行う企業が増えており、景気回復が予想される。                                      |
|                      |          | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・公共料金の負担増やガソリン価格の値上がりなど消費マインドを刺激する材料は乏しいが、クライアントの積極的な販促活動でそろそろ消費が掘り起こされると考えている。  |
|                      | 変わらない    | 職業安定所          | ・多くの事業所で今後横ばいで推移していただろうとの回答を得た。                                                  |
|                      |          | 職業安定所（職員）      | ・人手不足感はあるが、先行きの不透明さからパートや臨時雇用が採用の中心となっている。                                       |
|                      |          | 民間職業紹介機関（所長）   | ・来春の採用計画について、まだ方針を打ち出していない企業も多く、第1四半期の様子を見てから採用計画を立てるのではないかと。                    |
|                      | やや悪くなる   | 人材派遣会社（営業担当）   | ・派遣法改正など雇用の先行きを懸念する動きを受け、少し求人を控えるケースがあり、景気は低下傾向にある。                              |
|                      |          | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・夏休みやお盆の時期に入り、求人数の減少が予想される。                                                      |
|                      | 悪くなる     | -              | -                                                                                |

#### 10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野                         | 景気の先行き判断 | 業種・職種                                          | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                                                             |
|----------------------------|----------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計<br>動向<br>関連<br><br>(九州) | 良くなる     | スーパー（業務担当）                                     | ・6～8月末までの3か月間、段階的に閉店セールを計画しており、かなり反響があると予想している。                                                                                                            |
|                            | やや良くなる   | 商店街（代表者）                                       | ・中国客船の入港等により、交通機関や一部の小売店に良い影響が出ている。近い将来的には景気が上向きそうだ。                                                                                                       |
|                            |          | 商店街（代表者）                                       | ・季節商材の売上が、前年より増えると見込んでいる。                                                                                                                                  |
|                            |          | 商店街（代表者）                                       | ・本格的な夏物商戦に入るため、販売量のアップが見込める。プレミアム付商品券の発行に伴うセールも企画していて、客の購買意欲も高まると期待している。                                                                                   |
|                            |          | 商店街（代表者）                                       | ・プレミアム付商品券の効果が上がることを期待する。各店の努力を呼びかけ、売上につながるようにしていく。                                                                                                        |
|                            |          | 一般小売店〔精肉〕（店員）                                  | ・例年この時期は売上が落ちるが今年は落ちておらず、このままのペースで良くなりそうだ。                                                                                                                 |
|                            |          | 百貨店（営業担当）                                      | ・横ばいである。良い材料としては季節商材の動きは前年以上に良い。セールではなく、季節商材を定価で販売して売上を伸ばせる。                                                                                               |
|                            |          | 百貨店（営業統括）                                      | ・夏にかけてのトレンドは変わらないものの、7月上旬のプレミアム付商品券の販売による特需を期待している。                                                                                                        |
|                            |          | 百貨店（売場担当）                                      | ・インバウンドへの期待がある。プレミアム付商品券が6月に発行され、11月まで使用できるということもあり、プラス要因が若干多い。入店客数が前年比で93～96%と悪い数字が続いていることが、気になっている。売上の前年比は化粧品が115%、宝石、貴金属が119%、雑貨が119%となっている。ただ衣料品は良くない。 |
|                            |          | 百貨店（企画）                                        | ・競合店の動員も落ち着き、徐々に客の戻りが見込まれる。                                                                                                                                |
|                            | スーパー（店長） | ・一部ではあるが価格より品質を選択する客が増えている。特に若い主婦、高齢者にその傾向が強い。 |                                                                                                                                                            |

| 分野    | 景気の先行き判断      | 業種・職種                                                                                               | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                            |
|-------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |               | スーパー（店長）                                                                                            | ・4月～5月は、確実に前年から改善傾向にある。さらに6月以降にプレミアム付商品券が発売されるので、やや良くなるだろう。                                               |
|       |               | スーパー（総務担当）                                                                                          | ・衣料品は月でバラつきがあるが、食料品や住居用品の売上は前年と一昨年を大幅に上回って推移している。                                                         |
|       |               | コンビニ（エリア担当）                                                                                         | ・3か月後も大きな変化はない。株価が大幅に上昇しているが、中小企業への影響は少なく、早期の回復を期待したい。                                                    |
|       |               | コンビニ（販売促進担当）                                                                                        | ・夏場から小麦粉の価格が上がって、食パン、菓子パンが値上がりしたが、低価格の食パンは大幅な値上がりはない。売れ筋の120円前後の菓子パンも価格はほぼそのままなので、このまま販売量が落ちることなく伸びていく。   |
|       |               | 家電量販店（店員）                                                                                           | ・今年の4～5月は、前年比で良い数字である。この流れが続きつつ、販売量も増えて3か月後は今よりも若干良くなる。                                                   |
|       |               | 家電量販店（広報・IR担当）                                                                                      | ・本格的に夏商戦に入る。賃上げの影響等もあり、ボーナスが支給される6月ごろから徐々に良くなっていく。継続するかは不透明。                                              |
|       |               | 家電量販店（従業員）                                                                                          | ・今から暑くなるにつれ、冷房器具の需要が増える。                                                                                  |
|       |               | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）                                                                                  | ・これから梅雨、夏場にかけて飲料系、特にアイスコーヒー等の需要が出てくる。店頭でもアイスコーヒーの注文が増えてきた。お中元のギフト、進物も今後増え、売上増加が期待できる。                     |
|       |               | その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）                                                                          | ・3か月前から売上が改善してきている。改善率を見ると、8月ごろには売上がプラスマイナスゼロになりそうだ。                                                      |
|       |               | 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）                                                                    | ・今夏は前年の冷夏の反動があり、インバウンドも更に獲得できるので、売上は上向く。                                                                  |
|       |               | 一般レストラン（経営者）                                                                                        | ・予約状況も悪くないし、フリーの客も増えている。あとは、単価次第である。                                                                      |
|       |               | 居酒屋（経営者）                                                                                            | ・最近、県外資本の店が増えてきたので、町の活性化に期待している。                                                                          |
|       |               | 観光型ホテル（スタッフ）                                                                                        | ・7月に産業革命遺産が世界遺産として正式に登録されれば、更に宿泊予約が伸びる。                                                                   |
|       |               | 都市型ホテル（スタッフ）                                                                                        | ・7月から全国規模のご当地キャンペーンが開催されるので、例年よりは多くの客が来県するだろう。宿泊部門の予約状況はすでに7月第2週分から順調に埋まってきており、今後はレストラン部門等に波及していくと予測している。 |
|       |               | 通信会社（企画担当）                                                                                          | ・国の施策で、地域振興や観光客誘致の動きが具体化してきた。これからさらに活発になると考えている。                                                          |
|       |               | 美容室（店長）                                                                                             | ・大型スーパーの建設があり、町が何となく活気づいている。                                                                              |
|       |               | 住宅販売会社（従業員）                                                                                         | ・商談客の省エネルギー住宅への関心が高く、政府の経済対策とも相まって受注が伸びそうな勢いがある。                                                          |
| 変わらない | 商店街（代表者）      | ・収入源が年金に限られている客は、多少の不動産収入があっても先行きが不安であるため、物を買わない。                                                   |                                                                                                           |
|       | 商店街（代表者）      | ・駅ビルと県立美術館のオープンの好影響が持続し、今の状況が続く。消費税増税から1年が経ち、若干良くなる。                                                |                                                                                                           |
|       | 商店街（代表者）      | ・7月はボーナスが出る企業もあるが、消費者の財布のひもが固くなっているため、あまり変わらない。                                                     |                                                                                                           |
|       | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・プラス材料になるものがない。完熟マンゴーの入荷が始まったが、相場が前年の6～7割になっている。オンシーズンになって入荷量が増えれば、さらに低価格になるだろう。状況の厳しさを物語っている。      |                                                                                                           |
|       | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・末端の小売店で売れなければ水産物全体の売上は上がらない。魚離れと言われ久しいが、最近では本当にひどい。                                                |                                                                                                           |
|       | 百貨店（総務担当）     | ・消費税増税の反動も一段落し、食料品、公共料金やガソリン等の値上げがじわじわと起きている。消費者の防衛意識が強まると考える。                                      |                                                                                                           |
|       | 百貨店（営業担当）     | ・今月はやや良くなってきている。2～3か月はこの状態が続く。                                                                      |                                                                                                           |
|       | 百貨店（営業担当）     | ・店外催事やお得意様向け催事への反応は良いが、それ以外の来店客数が伸びない。購買への慎重な姿勢が続いているので、街ぐるみでの取組や親子三世代の来店促進策の実施、固定客の来店促進強化などが必要である。 |                                                                                                           |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                   | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                            |
|----|----------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 百貨店（営業担当）               | ・円安が続き、原材料等の値上げがダイレクトに響いているのが食品である。販売量そのものがかなり落ちてきている状況で、家計を圧迫するという意味で少し厳しい。逆にインバウンドは伸び続けており、売上の10%近くになっている。              |
|    |          | 百貨店（店舗事業計画部）            | ・婦人衣料が苦戦し、雑貨が健闘する傾向は変わらない見込みである。春夏シーズンで苦戦した婦人衣料は、夏のクリアランスでも苦戦するだろう。その一方で、盛夏物の雑貨は、前年ほどの長梅雨や冷夏でなければ婦人衣料の落ち込みを補う見込みである。      |
|    |          | 百貨店（業務担当）               | ・消費税増税前である一昨年前と比べると、ほぼ横ばいなので、この先も大きく改善は見込めない。客の買物に対する慎重な意識は変わっていない。                                                       |
|    |          | スーパー（店長）                | ・前年は消費税増税があったが、6月ごろから一昨年並みの状況で安定してきた。今年も前年と同じぐらいで推移するだろう。ただ、年々お中元の商戦時期が早まっており、その分の売上が前倒しになっている。6月以降、その影響が出るのではないかと懸念している。 |
|    |          | スーパー（店長）                | ・今後も値上げがあるので、なかなか消費は伸びてこないと予測している。                                                                                        |
|    |          | スーパー（経理担当）              | ・「とにかく安いもの」と「価値に応じた価格」の二極化が鮮明になっており、高くても価値があるものへ需要や、「安くなくても、必要な分だけを買う」という買い方が確実に増えている。                                    |
|    |          | コンビニ（エリア担当・店長）          | ・6月になるとドーナツの販売が始まる予定で、プラス1品が期待できるものの、客単価はそんなに上がらないだろう。コーヒーも新しい種類が発売になるので、期待はしている。                                         |
|    |          | 衣料品専門店（店長）              | ・2～3か月先も景気の状態の変化はない。                                                                                                      |
|    |          | 衣料品専門店（店長）              | ・依然として客の出足が悪い。                                                                                                            |
|    |          | 衣料品専門店（店員）              | ・売上に占める固定客の割合が上がってきていて、フリー客は増えていない。売上が良くなる兆候はない。                                                                          |
|    |          | 衣料品専門店（取締役）             | ・とくに思い当たるところがない。ただ8月は、毎年、非常に厳しい時期だ。気候の影響も大きい。                                                                             |
|    |          | 衣料品専門店（チーフ）             | ・単価は伸びているが、客数が減少傾向にあるので、売上はさほど変わらない見込みである。                                                                                |
|    |          | 家電量販店（店員）               | ・駅ビルと県立美術館ができて、その間の人の流れは非常に増えている。ただ、実際に来客数が増えているのは飲食系の店で、当店のような家電量販店等では逆に減っており、苦戦している。                                    |
|    |          | 家電量販店（総務担当）             | ・天気長期予報では雨が多い夏になりそうなので、季節商材が期待薄である。                                                                                       |
|    |          | 乗用車販売店（従業員）             | ・サービスに関する客の来店はあるが、新車目当ての客が少ない。                                                                                            |
|    |          | 乗用車販売店（総務担当）            | ・今秋の新型車発売までは厳しい状況が続くと予想する。無駄をなくし経費削減に努め利益を確保していく。                                                                         |
|    |          | 乗用車販売店（代表）              | ・景気が良くなるような雰囲気はまるでない。                                                                                                     |
|    |          | 住関連専門店（経営者）             | ・夏にかけて大きなイベントやキャンペーンがないので、楽観できない。関連業者の話聞いても景気が回復している感じがしない。                                                               |
|    |          | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）    | ・燃料油の小売価格は上がりつつあるが、先は不透明だ。夏の賞与について客にたずねたところ、前年よりは期待できるという話が多い。ボーナスでカーケア商品が売れることを期待したい。                                    |
|    |          | その他専門店〔書籍〕（代表）          | ・物価の値上がり感が顕著で、給料の上昇が追いついていない。                                                                                             |
|    |          | その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当） | ・景況感の上向きのようなので期待はしているものの、小売への好影響はまだ先になる。                                                                                  |
|    |          | 高級レストラン（専務）             | ・県内や市内の景気は一向に良くならないが、今年は海外からの客が増えていこう。何か大きな事故がない限りは、前年と同じである。ただそれが今後も続く保証はない。                                             |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）           | ・変わる要素がない。                                                                                                                |
|    |          | スナック（経営者）               | ・前年比がほぼ同じで、今後も変わらない。                                                                                                      |
|    |          | 都市型ホテル（販売担当）            | ・8月までは突発的な要素がなく推移するので、前年並みである。                                                                                            |

| 分野         | 景気の先行き判断                    | 業種・職種                           | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                                         |
|------------|-----------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            |                             | 都市型ホテル（スタッフ）                    | ・しばらくは外国人観光客による購買力に支えられ、現在よりも悪くはない。                                                                                    |
|            |                             | 都市型ホテル（副支配人）                    | ・夏に向けて例年と同じ団体客の予約が入ってきている。加えてインバウンドが販売量と単価を底上げしている。                                                                    |
|            |                             | 旅行代理店（従業員）                      | ・夏休みの旅行予約は出足が早く、前年を大きく上回っている。人気施設や路線は早くから押さえられ、すでに満室・満席の日もある。                                                          |
|            |                             | タクシー運転手                         | ・ガソリンは徐々に値上がりしており、円安の影響で物価も上がっている。天気の影響が大きい時期だが、それ以外の不安材料もかなり多い。                                                       |
|            |                             | タクシー運転手                         | ・暑くなってくると、県外からの観光客やゴルフ客が少なくなり、タクシー利用が減る。                                                                               |
|            |                             | タクシー運転手                         | ・駅ビルがオープンして1か月あまりになるが、年配者は慣れた場所のほうが落ち着いて買物ができると言っている。商店街に入通りは増えたが、買物客は少なく、あまり期待できない。                                   |
|            |                             | 通信会社（企画担当）                      | ・大きく変化する要因が見つからない。                                                                                                     |
|            |                             | 通信会社（営業担当）                      | ・良くなる材料がない。                                                                                                            |
|            |                             | ゴルフ場（従業員）                       | ・6月は前年より予約が入っている。7月は夏のお中元商戦やボーナスの時期を見計らって予約が入るが、少し動きが鈍く、8月ぐらいまでは今の状態が続く。物価の上昇で、娯楽にお金を使えない状況が続くだろう。しばらくは経費を抑えながら運営していく。 |
|            |                             | 競輪場（職員）                         | ・自社及び同業他社の販売額は、横ばいの傾向にある。                                                                                              |
|            |                             | 競馬場（職員）                         | ・今年に入ってから安定しており、今後、特に変わる要素も見当たらない。                                                                                     |
|            |                             | 美容室（経営者）                        | ・美容業界の景気回復は秋口になりそうだ。                                                                                                   |
|            |                             | 設計事務所（所長）                       | ・景気は良くはないが、そんなに悪くもない。今年はこの状態ですと推移していくだろう。                                                                              |
|            |                             | 設計事務所（代表）                       | ・好転する材料が見当たらない。                                                                                                        |
|            |                             | 住宅販売会社（従業員）                     | ・家や土地、建物の動きは好調だが、景気が上向きになったと考えるか、一時的なものであると考えるのが難しい。                                                                   |
| 住宅販売会社（代表） | ・現状として良くなっていく要素がないので、変わらない。 |                                 |                                                                                                                        |
| やや悪くなる     |                             | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）                 | ・株価は上昇しているが景気が回復しているわけではなく、売上増加につながる要素もない。今後は厳しくなる。                                                                    |
|            |                             | 百貨店（販売促進担当）                     | ・クリアランスが終わり、本当に必要な物しか購入しない傾向にある。客の財布のひもが固い。                                                                            |
|            |                             | 百貨店（経営企画担当）                     | ・季節商材のクリアランスセールやお中元商戦がスタートする。オケージョン商材には期待しているが、消費税増税後の個人消費の低迷は、いまだ続いている印象である。                                          |
|            |                             | スーパー（店長）                        | ・まだ消費者の先行き不安は消えたわけではなく、今後も消費に対しては慎重にならざるを得ないようだ。競合店が出店し、価格競争もますます激化することが予想され厳しい状況になる。                                  |
|            |                             | コンビニ（店長）                        | ・今が良過ぎる。                                                                                                               |
|            |                             | 高級レストラン（経営者）                    | ・6月は、4～5月とは比べものにならないぐらい予約が入っている。ただし今年の4～5月が悪かったので、例年の6月と比べると、そこまで良いと言えない状況である。7月は、前年割れ。                                |
|            |                             | タクシー運転手                         | ・物価が上がりに、客の6割を占める年金生活者の年金受給額が実質減っている傾向にある。あまり期待できない状況である。                                                              |
|            |                             | 美容室（経営者）                        | ・景気はやや悪くなる。                                                                                                            |
|            |                             | その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当） | ・労働力確保の厳しさと共に、4月からの介護報酬の大幅なマイナス改定により、撤退する事業者が出てきた。業績は二極化する可能性がある。                                                      |
| 悪くなる       |                             | 商店街（代表者）                        | ・プレミアム付商品券の事業をするが、初めての試みなので何とも言えない。ただ期待はしたい。                                                                           |
|            |                             | 音楽教室（管理担当）                      | ・先週、教室の運営母体から全国の直営教室を閉めたいという話があった。                                                                                     |
| 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<br>関連<br><br>(九州) | やや良くなる                                                                                               | 農林水産業（経営者）               | ・今年の夏の鶏肉の供給は、円安による輸入減や国内生産の減少から、不足感が目立つだろう。6月は梅雨の影響で消費の落ち込みが予想されるが、梅雨明け以降は、焼鳥などを中心に居酒屋からの発注が大いに期待できる。また、ビールの消費が増えるので、スーパーから鶏刺しなどの総菜や加工品の発注が期待できる。 |
|                      |                                                                                                      | 繊維工業（営業担当）               | ・急には良くはならないが、仕事の受注には困らない。国内工場が、仕事を選べるところまで来たようだ。                                                                                                  |
|                      |                                                                                                      | 家具製造業（従業員）               | ・東京オリンピックやインバウンド関連で、商業施設などの改装や新築が多く、家具の需要も増えている。九州でも徐々にホテルの新築や観光地の改装、新規出店の計画が増えており、売上や受注内容を見るとリーマンショック以前の状況に戻った感がある。                              |
|                      |                                                                                                      | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）        | ・5月末施行の空家対策特別措置法に基づき、自治体の動きが活発化する見通しである。                                                                                                          |
|                      |                                                                                                      | 化学工業（総務担当）               | ・賃金のベースアップが予想される。                                                                                                                                 |
|                      |                                                                                                      | 金属製品製造業（事業統括）            | ・引き合い増による受注増が見込めると考えている。                                                                                                                          |
|                      |                                                                                                      | 一般機械器具製造業（経営者）           | ・どの客も前期の在庫はほとんど使い果たしており、これから本格的な今年度のスタートになる。                                                                                                      |
|                      |                                                                                                      | 電気機械器具製造業（取締役）           | ・当社も同業他社も投資意欲が増大している。                                                                                                                             |
|                      |                                                                                                      | 輸送用機械器具製造業（営業担当）         | ・得意先の自動車メーカーは、主力車種の販売が好調で、生産設備能力を増強する予定だ。それに伴い、部品の需要も増加傾向にある。                                                                                     |
|                      |                                                                                                      | 輸送業（総務担当）                | ・運賃価格の値上げ改定が進んでいる。荷主が値上げに対して理解を示してくれるのは、景気が上向いているからであろう。                                                                                          |
|                      |                                                                                                      | 通信業（経理担当）                | ・IT投資関連の受注が好調であり、利益率も高水準を維持している。                                                                                                                  |
|                      |                                                                                                      | 金融業（従業員）                 | ・住宅投資が下げ止まりつつあるほか、新型機械の導入など製造業の設備投資が増加傾向にある。また、人手不足感が強まっているため、給与引上げの動きが広がってきている。                                                                  |
|                      |                                                                                                      | 金融業（調査担当）                | ・ベースアップやボーナス時期を控え、消費環境に不安材料は少ない。                                                                                                                  |
|                      |                                                                                                      | 不動産業（従業員）                | ・不動産投資が過熱しており、今後も継続する。                                                                                                                            |
|                      |                                                                                                      | 経営コンサルタント                | ・人事異動も一段落し、これから新年度の事業に取り組む企業が多いので、この流れを期待する。                                                                                                      |
|                      |                                                                                                      | 経営コンサルタント（代表取締役）         | ・地方では非常にまだ厳しい状況が続いている。九州でも福岡はやや明るい話があるが、それでも厳しい状況だ。東京を中心にじわじわと経済状況が良くなっているという話を聞くので、今後底上げされると期待している。                                              |
|                      |                                                                                                      | 経営コンサルタント（社員）            | ・生活必需品が売れている。国産品が売れ、価格の安い中国産の品が売れなくなっている。                                                                                                         |
|                      |                                                                                                      | 経営コンサルタント（代表取締役）         | ・今後の人材や設備への投資額を増やす取引先が多い。                                                                                                                         |
|                      |                                                                                                      | その他サービス業〔物<br>品リース〕（支社長） | ・官公庁の入札案件も徐々に増えており、受注機会が増える。                                                                                                                      |
|                      |                                                                                                      | 変わらない                    |                                                                                                                                                   |
| 食料品製造業（経営者）          | ・まだ端境期ではあるが、秋に向けての注文が見込めている。                                                                         |                          |                                                                                                                                                   |
| 窯業・土石製品製造業（経営者）      | ・夏場に向かって、新商品はやや伸びるが、レギュラー商品は受注が減っていく。                                                                |                          |                                                                                                                                                   |
| 鉄鋼業（経営者）             | ・鉄筋造の建築物件が減り、受注量が低迷している。中でも鉄筋コンクリート造で使われる太径の鉄筋の受注が低迷している。需要側が買い控えをしている様子もなく小口の買付が多い。今後も同じ状況が続くそうである。 |                          |                                                                                                                                                   |
| 一般機械器具製造業（経営者）       | ・客の声等から判断すると、この状況は変わらない。                                                                             |                          |                                                                                                                                                   |
| 電気機械器具製造業（経営者）       | ・現状維持でいけそうだ。                                                                                         |                          |                                                                                                                                                   |
| 建設業（経営者）             | ・株高で円安なので、しばらくはこの基調が変わらない。                                                                           |                          |                                                                                                                                                   |
| 輸送業（従業員）             | ・特に景気が良くなるような話はない。客からも貨物がどんどん入るといっても聞かず、低調な傾向が続いている。                                                 |                          |                                                                                                                                                   |
| 輸送業（総務）              | ・あまり変化はない。                                                                                           |                          |                                                                                                                                                   |

| 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                                                                           |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      |                                                                                                        | 通信業（職員）                                                                                                                                | ・前年に引き続き、受注は順調に推移すると予測しているが、大幅に増える見込みはない。                                                |
|                      |                                                                                                        | 金融業（従業員）                                                                                                                               | ・取引先の企業からは、良くなるという声も悪くなるという声も聞かれない。個人客については、まだ消費税増税の影響が根強く残っているようだ。良い方向に向かってはいないという声が多い。 |
|                      |                                                                                                        | 金融業（営業担当）                                                                                                                              | ・製造業の中小企業は、大半が原材料を輸入品に依存している。円安が進むと、業績に悪影響を及ぼす可能性がある。                                    |
|                      |                                                                                                        | 新聞社（広告）（担当者）                                                                                                                           | ・地方創生関連で自治体や団体のPRが活発化するのではと期待はあるが、具体的にはまだ不透明で新聞広告には厳しい状況が続く。                             |
|                      |                                                                                                        | 広告代理店（従業員）                                                                                                                             | ・依然として売上は停滞しており、上を向く気配がない。                                                               |
|                      | やや悪くなる                                                                                                 | 食料品製造業（経営者）                                                                                                                            | ・今月も大型店の出店があった。地方の産業に悪い影響を与えているのは否定できない。                                                 |
|                      |                                                                                                        | 精密機械器具製造業（従業員）                                                                                                                         | ・受注先からの委託製品の生産計画が思わしくなく、かなり生産数が落ちてきている。はっきりとした理由はわからないが、2～3か月先の受注計画は、今のところ良くない。          |
|                      |                                                                                                        | その他製造業（産業廃物処理業）                                                                                                                        | ・円安による販売価格の上昇を期待したら、原油の大幅下落により下降した。全く先の読めない状態に困惑している。                                    |
|                      |                                                                                                        | 建設業（従業員）                                                                                                                               | ・最近では民間、官庁ともに見積案件が少ない。競争も激しく、取れても採算割れの受注などである。                                           |
|                      |                                                                                                        | 金融業（得意先担当）                                                                                                                             | ・建設業は、公共工事並びに民間工事の発注量が減少する中、今後は受注量に見合った経費削減を各社が迫られており、その対応によっては再編とう汰される企業も出てくると見ている。     |
| 悪くなる                 | 広告代理店（従業員）                                                                                             | ・5月の新聞折り込み受注額は前年同月比90%の金額となった。前月は前年同月比98%と回復の兆しがみられるかとの感触であったが、空振りに終わった。依然として購買意欲は鈍く、企業も販促費の見直しが行われない。株価・決算とも外部環境は改善しているので今しばらくの辛抱である。 |                                                                                          |
|                      | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）                                                                                 | ・今年度は、市町村からコンサルタントへ発注される業務が、地域創生と公共施設等総合管理、空き家調査のほぼ3つに限られているため、これらを受注できない中小コンサルタントは他に仕事がなく、大変厳しい状況になると推測される。                           |                                                                                          |
| 雇用<br>関連<br><br>(九州) | 良くなる                                                                                                   | -                                                                                                                                      | -                                                                                        |
|                      | やや良くなる                                                                                                 | 人材派遣会社（社員）                                                                                                                             | ・雇用確保や新規採用は給与面を押し上げる作用があり、各社の動きが活発になるにつれ、実質給与と手取りは上がってきている。                              |
|                      |                                                                                                        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                                                                                                                         | ・2か月先の広告申込みも例年と比較して、より早いタイミングで受注している。攻めの出稿を進めている企業が多いようだ。                                |
|                      |                                                                                                        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）                                                                                                                         | ・海外からの観光客の増加は、景気の押し上げになるようだ。特に福岡都市圏では、商業地でも観光客が落とす金額が大きい。夏まではこうした状況が続く。                  |
|                      |                                                                                                        | 職業安定所（職業紹介）                                                                                                                            | ・正社員求人数の前年同月比の増加傾向が、今後も続く。                                                               |
|                      |                                                                                                        | 学校〔大学〕（就職支援業務）                                                                                                                         | ・中小企業では5～6月をピークに採用選考を実施する企業が多くなると予想され、新卒学生の内々定獲得が活発化する。                                  |
|                      | 変わらない                                                                                                  | 人材派遣会社（社員）                                                                                                                             | ・良好に転ずる材料がみえない。                                                                          |
|                      |                                                                                                        | 人材派遣会社（社員）                                                                                                                             | ・既に既存客から、お中元に関する注文がきている。既存客からだけでなく、新規に店舗をオープンする接客業からも問い合わせがある。                           |
|                      |                                                                                                        | 人材派遣会社（営業）                                                                                                                             | ・人員不足は続いているが、地方の景気全体は上がっていない。                                                            |
|                      |                                                                                                        | 職業安定所（職員）                                                                                                                              | ・求人の増加と、求職者の減少は今後も同じように続くと考えられ、景気はこのまま推移していくものと判断する。                                     |
| 職業安定所（職員）            |                                                                                                        | ・新規求人が増加する傾向はまだ続くと思われる。月間求人有効倍率は1～2月及び3月に1倍を超えた。                                                                                       |                                                                                          |
| 職業安定所（職員）            | ・業種によるミスマッチの傾向が強い。雇用保険の適用事業所数や被保険者数は増えているが、被保険者数の伸びは新卒者が中心で、中途採用への意欲は鈍化している。新規求人に占める正社員率は、前年比でマイナスである。 |                                                                                                                                        |                                                                                          |

| 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                                                                                    |
|----|----------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | 民間職業紹介機関（社員）   | ・正社員採用の話が続いてあるので、紹介案件は増加しているが以前ほどではなく、派遣案件も落ち着いてきた。                                               |
|    |          | 民間職業紹介機関（支店長）  | ・今年度の新卒採用、新規採用が一段落した時季でもあり、求人数が伸び悩んでいる。労働者派遣法改正の国会審議の行方が不透明であり、いまひとつはっきりしない状況である。                 |
|    |          | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・求人数の増加傾向は続いている。企業へのヒアリングでも、採用を減らすというマイナス情報は無い。                                                   |
|    | やや悪くなる   | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・賃金を含めた労働条件の見直しが進む中、労働市場の動きについていけない零細企業は、採用がさらに困難になる。労働コストを抑え収益をなんとか確保している企業が採用難に陥ると、労務倒産の可能性もある。 |
|    | 悪くなる     | -              | -                                                                                                 |

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野                     | 景気の先行き判断          | 業種・職種                                                                              | 景気の先行きに対する判断理由                                                                                              |
|------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計動向<br>関連<br><br>(沖縄) | 良くなる              | -                                                                                  | -                                                                                                           |
|                        | やや良くなる            | コンビニ（経営者）                                                                          | ・商品の品質も良くなって、お手ごろ価格の商品が増えてきた。                                                                               |
|                        |                   | コンビニ（経営者）                                                                          | ・近隣の飲食店の店揃えが良くなり、来客数増を見込んでいる。                                                                               |
|                        |                   | 旅行代理店（マネージャー）                                                                      | ・夏休みの問い合わせ等も早々にある。夏休みの一部は既に満室、満席となっている。                                                                     |
|                        |                   | 観光名所（職員）                                                                           | ・円安や海外LCC就航の影響がある。                                                                                          |
|                        |                   | ゴルフ場（経営者）                                                                          | ・予約状況を見ても、マイナス要因が見当たらない。好調のまま推移していく。                                                                        |
|                        | 変わらない             | 一般小売店〔菓子〕                                                                          | ・特に明るい材料が無い。                                                                                                |
|                        |                   | 百貨店（営業企画）                                                                          | ・現状の好調を維持できるものとみられる。前月末、大型ショッピングモールが20キロ圏内にオープンしたが、今のところ大きな影響も無く推移している。また、引き続きインバウンド効果が見込めると予測している。         |
|                        |                   | スーパー（販売企画担当）                                                                       | ・1品単価のアップは続くとみられる。また、競合店の新規出店や業態変更等の来客数減少の要因も考えられないので、2～3か月先も景気は変わらないと考える。                                  |
|                        |                   | コンビニ（エリア担当）                                                                        | ・天候に左右されるものの、前年のたばこ値上がり後、購買意欲については落ち着きを見せている。客の取り合いをしているだけで、今後も大きく消費力が落ちることは無い。客離れを防ぐために、魅力ある販促活動が今後も必要である。 |
|                        |                   | コンビニ（エリア担当）                                                                        | ・県経済は安定して推移していくと予測する。                                                                                       |
|                        |                   | 衣料品専門店（経営者）                                                                        | ・ここ数か月、あまり変化は無い。観光関連の部分では良いところがあるように見えるが、地元にはまだ還元があるとは考えられない。まだまだ様子見である。                                    |
|                        |                   | 衣料品専門店（経営者）                                                                        | ・近隣に新しいショップが続々とオープンしているので街を歩く人の数は増えそうだが、それだけ空き店舗も増えたということでもあり、良くなる気配は感じられない。                                |
|                        |                   | 通信会社（店長）                                                                           | ・新商品の発売が続くため活気が出ると思われるが、最近の傾向では発売後の一時的な波で終わるので、景気が良くなるとは考えられない。                                             |
|                        |                   | 住宅販売会社（営業担当）                                                                       | ・受注見込み数が前年と同等になる予測である。                                                                                      |
|                        |                   | やや悪くなる                                                                             | その他専門店〔書籍〕（店長）                                                                                              |
|                        | 観光型ホテル（マーケティング担当） |                                                                                    | ・今月の稼働率は前年同月並みを見込んでいるものの、現段階の予約状況から推測するこの先2～3か月の稼働率は前年実績を下回る見込みである。                                         |
| 悪くなる                   | 商店街（代表者）          | ・大型ショッピングモールのオープンにより、多少距離は離れているが微妙に影響はあると言われている。大型店舗の集積施設には、小売店は脅威を感じている。          |                                                                                                             |
|                        | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）   | ・慢性的な人手不足であり、人件費が増加している。また、マスコミの影響で顧客の要求水準は高まる一方であり、高品質高付加価値な商品提供とサービス力がより求められている。 |                                                                                                             |
| 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<br>関連<br>(沖縄) | やや良くなる   | 食料品製造業（総務）                                                                       | ・これから夏場の行楽シーズンを控え、更に観光客や行楽客の増加が見込まれ、食料品関連の売上増加が期待できる。                                 |
|                  |          | 建設業（経営者）                                                                         | ・引き合い件数が増え、契約数の増加が見込まれる。                                                              |
|                  |          | 輸送業（営業）                                                                          | ・既存顧客の新規出店計画を受けての取扱量の増加、乗務員不足対策としての配送効率化も並行して進んでいる。                                   |
|                  | 変わらない    | 窯業・土石製品製造業（経営者）                                                                  | ・現在の状況が続く見通しである。                                                                      |
|                  |          | 広告代理店（営業担当）                                                                      | ・外国人観光客の増加がけん引役となり、民間企業が売上拡大のチャンスと捉えているように感じられるが、広告、販促予算を積極的に投資するまでには至ってはいない。         |
| やや悪くなる           | 輸送業（代表者） | ・宮古、石垣は大型インフラ完成で今後の民間需要は増えるが、人手不足の影響でしばらくは遅れるものとする。与那国は夏場以降、陸上自衛隊工事が本格化すると見込まれる。 |                                                                                       |
| 悪くなる             | -        | -                                                                                |                                                                                       |
| 雇用<br>関連<br>(沖縄) | 良くなる     | -                                                                                | -                                                                                     |
|                  | やや良くなる   | 学校〔専門学校〕（就職担当）                                                                   | ・就職協定にのっとって採用活動をしている企業が選考試験のスケジュールを公開し始めている。学生たちの動きが活発になるとみられる。                       |
|                  |          | 人材派遣会社（総務担当）                                                                     | ・企業からの求人は例年どおりだが、求職者不足でミスマッチが続いている。                                                   |
|                  |          | 求人情報誌製作会社（営業担当）                                                                  | ・これからの求人数等は、例年どおりだと横ばいである。                                                            |
|                  | 変わらない    | 求人情報誌製作会社（編集室）                                                                   | ・ゴールデンウィーク後はいったん落ち着いた感じがする。夏休み前まではあまり変化が無く、休みに入ってから観光客や行楽客などが増えると求人件数も増えるのではないかとみている。 |
| やや悪くなる           |          | -                                                                                | -                                                                                     |
| 悪くなる             | -        | -                                                                                |                                                                                       |