

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	良くなる	観光名所（従業員）	・北海道新幹線が開業したことから、今後、しばらくは開業効果が続く。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光の最盛期を迎えるため、輸送量が増大することになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・しばらくは北海道新幹線の効果により、観光客、ビジネス客などの活発な動きが見込まれる。一方、地元客の動きは平常化することになる。
		商店街（代表者）	・地元住民による消費が比較的活発な時期になることに加えて、規模の大きな大会などが予定されていることで、来街者の増加が見込め、交通、宿泊、土産物などの売上アップが期待できる。また、中心市街地においてインバウンド事業に取り組むホテルが開業したことから、外国人観光客の来訪も徐々に増加するとみられ、今後の景気は上向くことになる。
		商店街（代表者）	・季節的な事情により、今後についてはやや良くなる。ただ、好調であった前年並みの増加がみられるかまではわからない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・北海道は季節的に今が一番悪い時期であるが、これから春を迎えるため、今後についてはやや良くなる。さらに、北海道新幹線の開業がムードを明るくすることも期待できる。ただ、人手不足に伴う人件費の増加が零細企業としては懸念材料である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィークを契機に観光客で活気付くことになる。それに伴い事業者の収入も増えてくることで、お金が飲食店にも流れてきて、当店の売上にも貢献してくれることを期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数の回復傾向がみられ、そのことが買上客数の増加にもつながっており、今後の客単価上昇の後押しとなることを期待している。
		スーパー（店長）	・少しずつではあるが、景気は良くなっている。3月の春闘もベースアップの企業が多くみられたことで、その影響が少しずつ表れてくる。ただ、節約志向と高品質志向といった消費の二極化はどんどん進むとみられる。
		スーパー（役員）	・北海道新幹線の開業により、ゴールデンウィークに向けて、観光客を中心に人の動きが活発になることが期待できる。
		スナック（経営者）	・春らしい陽気になってくることで、人出が増えてくることになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・近隣アジアからの外国人観光客の需要に加えて、各種学会やプロ野球交流戦の地元開催などにより、宿泊予約が好調に推移している。
		旅行代理店（従業員）	・今年のゴールデンウィークは最大10日間の連続休暇となることから、観光客の入込の増加が期待できる。当地においては5～6月にかけて芝桜やチューリップなどの季節の花を巡る旅が人気となっていることから、特に期待できる。
		タクシー運転手	・これからゴールデンウィークがあるため、北海道新幹線開業の影響を考えると景気は良くなる。ただ、そのほかに景気に影響を与えるような要因は見当たらない。
		美容室（経営者）	・関連商材の販売量が徐々に回復してきており、今後、全体の売上が増加するような雰囲気が出てきている。
		美容室（経営者）	・春になると、人が外出する機会が増えてくるため、今後についてはやや良くなる。
		住宅販売会社（役員）	・マイナス金利政策の影響で住宅ローン金利が低下していることで分譲マンションの需要が増してきている。これまで活発に動いていなかった客層も動き出してきている。
変わらない	商店街（代表者）	・地元専門店の廃業や百貨店の撤退などが相次いでおり、地元の商業環境の先行きに対する不安が消費に大きく影響することになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・客の気持ちの面では上向いてくるとみられるが、現状からは変わらないまま推移する。
		百貨店（担当者）	・北海道新幹線の開業効果に期待したものの、想定ほどの伸びがみられなかったことから、今後についても当初の想定を下方修正しなくてはならない恐れがある。
		百貨店（販売促進担当）	・北海道新幹線開業に対するメディアの盛り上がりや道南地方の盛り上がりと比べると、札幌などでの注目度が低く感じられることから、消費に対する影響度は低い。今後、急速に消費が上向きになるような要因も見当たらないため、しばらくはこのままの状況が続く。
		スーパー（店長）	・4月からの値上げに関する報道がされていることで、買い控えが進み、価格の二極化が一層進むことになる。
		スーパー（役員）	・人口減少の進むローカル地域では、商業施設が1か所オープンすると顧客の分散が始まり、1店舗当たりの来客数が減少することになるため、しばらくは来客数の減少傾向が続く、景気回復は遠のくことになる。また、価格競争による客の取り合いが起こることも懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・北海道新幹線の開業、高速道路の延長などによる効果は生じるだろうが、当業界への影響は限定的とみられる。個人消費の回復は、公共工事の増加などにより根本的な所得の増加が進まない限り難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が相変わらず低迷しており、この先の来客数が増えるような要因がない。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリンの価格が安定していることなどから、若年層は札幌などに日帰りで買物に行く傾向がみられるため、今後も変わらないまま推移する。また、地元では新たに大型店の閉鎖が決まるなど、厳しい経済環境にある。
		衣料品専門店（店長）	・大きな効果をもたらすような明るいニュースもなく、厳しいニュースばかりが目につくため、今後も変わらない。
		衣料品専門店（店員）	・ここ数か月、来客数に伸びがみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・まだまだ客の購買意欲が感じられないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・自社の新車の受注は依然として前年実績を超えているが、新車市場全体が縮小傾向にあるため、今後の推移を注視している。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の状況を大きく変えるような要因が見当たらないため、現状維持の状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・変化するような兆しが見当たらないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・あまり明るい材料がないなかで、金利引下げの動きに拍車がかからないかが心配である。
		自動車備品販売店（店長）	・新車の納車などが進んでいる一方で、車用品についてはタイヤやナビなどの高額商材の単価低下が目立っている。とりあえずあれば良いという流れが強くなっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・まずは健康に対する投資の意識を普及させることが重要であり、販売タイミングの難しさを感じている。今はまだ耐える時期かもしれない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格に大きな変動がみられないため、今後も変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・道東においては高速道路が少しずつ整備され、便利になってきているため、一部の地域や店舗では景気が上向きになるかもしれないが、地域全体の景気を上向かせるような要因までは見当たらない。一方、函館周辺では北海道新幹線の効果で観光客が多く訪れるとみられるため、相当の経済効果が生じることになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・相変わらず高級飲食店に好景気の風は吹いてこないが、周囲には少しずつ明るい兆しが出てきている。ただ、売上増加が見込めるようになったとしても、人手不足の影響が心配である。現状では少ない従業員で対応しているため、募集をしても人が集まらなければ、接客の質を変えざるを得ない。知り合いの店でも特に夜のパート・アルバイトの人手確保に苦心している。
		高級レストラン（スタッフ）	・客の様子をみると、景気の先行きを見定めているようであるため、今後しばらくは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
やや悪くなる		旅行代理店（従業員）	・旅行申込の内容、件数ともに、前年や前々年と大きな変化がないため、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、参議院選挙とリオデジャネイロオリンピックがあるため、旅行需要にとっては逆風である。選挙があると公務員などは多忙で旅行ができず、オリンピックがあると自宅で観戦する人が増えることになる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行は社会情勢に左右される面があるため、先行きが見通せない。
		タクシー運転手	・好転するような材料が見当たらないため、今後も変わらない。
		通信会社（社員）	・最低賃金が向上せず、景気を刺激するような施策もみられないため、今後も変わらずに悪いまま推移する。
		通信会社（企画担当）	・客足が改善するようなトピックスがないため、今後も変わらない。
		観光名所（職員）	・円安に伴う外国人観光客増加の恩恵で、観光ホテルなどの一部の景気は上向いているとの話は聞くが、一過性の需要によるものであり、根本的な景気の底上げには至っていないため、今後も変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・来年に予定している消費税増税の凍結や株式市場の回復が図られない限り、現状のまま推移する。
		商店街（代表者）	・前年暮れから外国人観光客の動向が大きく変わってきており、購買単価の低下が顕著にみられるようになってきている。こうした傾向は今後も続き、前年比でマイナス20%程度の大幅な売上の減少が見込まれる。ただ、今までが良すぎただけであり、それが通常の状態に戻りつつあると思えば、依然として好調であると判断すべきなのかもしれない。
		百貨店（売場主任）	・3月の春物の動きの鈍さは天候の影響もあったかもしれないが、4月以降の回復が見込めない。当地ではマイナス金利の影響や北海道新幹線の開業効果もあまりみられず、先行きに対する不安も大きい。今後については集客対策が急務であり、ゴールデンウィークにかけてのイベントの仕掛けが重要になってくる。
		百貨店（売場主任）	・外国人観光客による売上が減少している一方で、地元客による売上は微増にとどまっているため、今後についてはやや悪くなる。
		百貨店（役員）	・客の大半を占める中流層以下の人々の状況がまるで好転してこないため、店内に活気がみられず、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・現状をみても景気が上向くような材料が見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・円高、株安、不安定な金融経済、地政学リスクの高まり、賃金の伸び悩みなど、消費マインドに対してマイナスの要因ばかりが目につくため、今後についてはやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの主要銘柄が値上げになることから、客の来店頻度の低下が懸念される。買い合わせが多いアルコールの売上も減少すれば、来客数のボリュームゾーンである夜間の売上に影響することになる。
		コンビニ（店長）	・人手不足で閉店する店が増加していることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・駅前の百貨店の閉鎖など、先行きへの不安要因が多いため、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・特筆できるような景気対策も見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・例年、4月になるとタクシーの利用が極端に少なくなるため、今年も例年どおり4月以降の売上が大きく落ち込むことになる。
タクシー運転手	・2～3か月先の受注件数が前年より減っているなど、受注状況が悪い。問い合わせの件数も少なめである。ただ、外国人観光客の仮予約に関しては、半年後から1年後にかけてであるが少しずつみられるようになってきている。		
タクシー運転手	・5月は1年で最も売上の減る月でもあることから、今後については景気回復を期待できない。		
パチンコ店（役員）	・冬場の原油の値下がりりは企業にとっては追い風となったが、ここに来て微増ではあるが原油が値上がりしそうな傾向があることから、中小企業にとって良い方向で影響するとは考えづらい。マイナス金利の影響も懸念される。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・客の低価格指向が継続する。一部のたばこの値上もあり、4月以降は販売量が減少することになる。また、北洋さけます漁の代替えでさんま漁などに切り替わることが決まったが、そのことがどう影響してくるのかが不明確である。水産加工場の稼働も悪いままである。
		観光型ホテル（役員）	・円高に伴い外国人観光客が減少することが見込まれることに加えて、北海道新幹線の開業により道南地区に観光客が集中しており、道北や道東ではこの先の予約状況が思わしくない。
		タクシー運転手	・好転するような要因がないため、今後については悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	-	-
		建設業（経営者）	・官民、土木建築ともに徐々に工事が着手されることで、人、物、金が動き始める。
		輸送業（従業員）	・北海道新幹線の開業に伴う効果が期待できる。
		輸送業（支店長）	・雪解けに合わせて、新年度の輸送物件が出始め、案件が軒並み決まってきていることから、現状よりは忙しくなることが期待できる。
		金融業（従業員）	・北海道新幹線の開業効果により景気の底上げが期待できる。また、今年のゴールデンウィークは例年に比べて長期間にわたるため、個人消費の改善が見込まれる。さらに、補正予算の執行により公共投資の増加も見込まれる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・補正予算による公共事業が見込まれるなど、農業土木で改善の兆しがあるため、今後についてはやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・補正予算やゼロ国債による公共工事が発注されることで、その効果が期待できる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・今のところ、2～3か月先の案件として受注量が増減するような要因は見当たらない。
		建設業（従業員）	・外国人観光客の入込による経済効果にも陰りがみえ始めており、観光業界を主体に出始めていた建築投資が減少することになる。
		建設業（従業員）	・来年度の土木公共工事の受注が滑り出しとしては順調に推移している。また、民間建築の商材件数も比較的多いことから、今後も大きな変化はみられないまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・東日本大震災の復興需要に伴う護岸ブロックの輸送が今後も継続する。また、生乳の道内生産量が引き続き前年を上回っており、飲用、バター、脱脂粉乳向けの出荷量が増加している。
		司法書士	・北海道新幹線の開業による効果が、旅行、ホテル、飲食などの業種以外にどのような影響を与えるのか、現段階での判断は難しい。
		コピーサービス業（従業員）	・今までどおり保守的な客先が多く、新規事業の展開などの話をあまり聞かないため、今後も変わらない。
	やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・大手百貨店の撤退が決定したことに伴いマインドの低下が懸念される。
		通信業（営業担当）	・取引先の様子として、投資に対する慎重姿勢や価格への敏感さなど、景気の先行きに対して神経質となっている状況が以前に増してみられることから、この先の景況感については現状よりも悪くなる。
		司法書士	・駅前の百貨店の撤退の動きが報じられたことや消費税増税の不明確さからマインドが下がり、景気も低迷することになる。
		司法書士	・給与の据え置きが続くなか、消費税増税の動向が不透明になっているため、今後の景気は回復しない。不要不急の買物を避ける傾向が強くなることで景気は下向きになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・地域の基幹産業である建設業において、公共工事の先行きが不透明なことに加えて、参議院議員選挙も控えていることから、選挙が終わるまでは発注の少ない状況が続く。
	悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・3月になって業界全体の作業量が急に減ってきている。同業他社の話を聞いても、2か月くらい前までは要員不足で悲鳴を上げていたのに、ここにきてパツパツと作業が減ってきたばかりか新しい案件の話も出てこない。要員の募集に関する話も聞こえてこなくなった。来年度は厳しいスタートになりそうだ。

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
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・前年と比較すると大型案件の受注残が6割減となっている。他の商材で到底カバーできる規模ではないため、今後については悪くなる。
雇用 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・今後の企業の求人ニーズはやや良くなるとみられるが、今年に入ってからの景気動向が経営者マインドを若干冷やし気味であり、企業活動のスピードもやや落ちている。こうした状況が続くことになれば、採用の手控えなど、労働市場への悪影響が生じることも懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地域医療の核となる大型病院の移転建設が始まったこともあり、この春は前年よりもムードが若干良くなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これから北海道の観光シーズンを迎えるため、小売や飲食店、宿泊などの業種で北海道新幹線開業の影響や外国人観光客の更なる増加を見込んだ求人が増えることになる。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が増加していることで、2月の有効求人倍率が1.13倍と9か月連続で1.0倍を超える高水準が続いている。このため、今後についてもやや良くなる。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年実績を下回る状況が続いているため、何か特殊な要因がない限り、この傾向は変わらない。
		職業安定所（職員）	・北海道新幹線の開業に伴い様々なイベントなどが行われており、当面は盛り上がりが続くことが期待できる。ただ、開業に向けて開店した外食産業などが、実際に期待どおりの売上を上げることができるかは、もう少し様子をみなければ判断できない。
		職業安定所（職員）	・職業別の求人数を前年と比較すると飲食物の調理や接客給仕、介護などのサービスの職業、販売の職業、医療専門技術職、社会福祉の専門職など、人手不足と言われている職種の増加率が高く、今後もこうした傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・12月から2月にかけての新規求人数が前年から6.1%の増加、有効求人数が前年から9.0%の増加となっていることから、今後も求職者数が減少し、求人数が増加する状況が継続する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・7月ごろまでは各企業の新卒採用意欲は高い状態のまま横ばいで推移する。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・前月と同様に、製造業関連の求人数が増えているが、今月は一部の業種で減少傾向がみられ始めている。全体としては大きな動きには至っていないが、今後、減少傾向が全体に波及することが懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・老舗私設市場の倒産、百貨店の撤退など、明るい材料がなく、今後の景況感はやや悪くなる。
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	良くなる やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・年度初めは人も物も動く時期である。また、地下鉄の新規路線開通の効果も表れ始めるころであるため、期待している。
		商店街（代表者）	・温暖な気候が続いているため、4月以降からゴールデンウィークにかけて、春物や初夏物の需要が一気に高まるのではないかと大いに期待している。
		百貨店（営業担当）	・地下鉄の新規路線開通や、駅周辺の再開発による新店のオープンなどにより中心市街地に人が集まる機会が増え、街全体に活気がでてくるとみている。また、来街者が買い回りに動くことで景気も上向いていくと期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が落ち着いてきており、各種指標の前年比も徐々に改善傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増加傾向は今後も続いていくとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が相変わらず良くない状況であることから、これ以上悪くなりようもない。
		乗用車販売店（経営者）	・抑えられていた需要が回復することを期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィークの期間中に地元最大の祭りが控えており、飲食店や観光客向けの販売量が増えるのではないかと見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		その他専門店〔靴〕 (従業員)	・需要は減少しないとみている。そのため、販売機会を失わないよう天候や行事を意識した商品提案を行う必要がある。		
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・4月より食品などの値上げが実施されるため生活に多少の変化は表れるだろうが、必需品に限っては買い控えも少ないと見込んでいる。		
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・リニューアルの効果による来客数の増加を見込んでいる。		
		一般レストラン(経営者)	・4月は入学シーズンであり、その後は3月末～5月初旬にかけて花見のシーズンとなる。気温も高くなり人の出入りも増えて忙しくなるとみている。		
		一般レストラン(経営者)	・だんだんと暖かくなり、人が外に出ようとする気配がある。そのため、良くなっていくと期待している。		
		都市型ホテル(スタッフ)	・アフターデスティネーションキャンペーンにかかわる各種イベントが開催される。また、東日本大震災復興イベント、有名絵画の展示会などもあり、県外からの多くの集客と宿泊を見込んでいる。		
		観光名所(職員)	・4月以降の予約状況はインバウンドにより大変好調である。また、フリー客の増加傾向も続いており、この先も景気は良くなっていくと期待している。		
		観光名所(職員)	・本格的な観光シーズンに向けて誘客施策を実施しており、その効果に期待をしている。		
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・原油価格に値上がりの兆しがあることに多少の懸念はあるが、現在のような好調な状況はしばらく続くともみている。		
		住宅販売会社(経営者)	・住宅受注量は横ばいであるが、商業用地仲介から建築までの受注が多く予定されている。		
		変わらない		商店街(代表者)	・消費者の財布のひもに一番影響を与えるのは、食品の値上げである。そのため、4月以降に極力商品の値上げがないことを期待している。
				商店街(代表者)	・売れていない状況が、このまま続くともみている。
				商店街(代表者)	・早目の春到来により、当面はある程度の販売量を確保できるとみている。
				一般小売店〔書籍〕(経営者)	・日本の景気に関して、外国人観光客による爆買いなどの報道は多いが、身近な消費マインドの上昇につながる動きは全くみられていない。
一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・今年に入ってからは店頭の売上の波が激しく、景気の先行きについてどうみるべきか難しくなっている。ただし、過去3か月の売上を前年と比べると1割近く増加しているため、短期的な印象で先行きに悲観的にならないように注意しなければならないのではないか。				
一般小売店〔寝具〕(経営者)	・東日本大震災から5年が経過したが、いまだに仮設住宅住まいの人がいる。また、高齢化も深刻な状態であり、復興商店街も以前のようなにぎわいが少なく、街全体に活気がない。このような状況が客の購買意欲を低下させる一因となっている。				
百貨店(総務担当)	・1月以降から全体的に景気の低迷が続いている。中国経済に対する懸念や、国内においては消費税率10%への引上げの先延ばしの可能性などの政局の不安定さが、消費者の購入マインドに影響を与えているのではないかとみている。				
百貨店(営業担当)	・地方では個人所得のベースアップへの期待が薄い。また、消費税率10%への引上げに向けて消費を抑えている様子が見受けられている。				
百貨店(買付担当)	・今月は返礼ギフトが好調で店の施策も好評であったことから、前年比が2けたの増加となっている。しかし、この先もこのような流れが続くかは疑問である。				
百貨店(売場担当)	・客の購入スタイルの変化と選択肢が広がるなか、百貨店のあり方は非常に厳しい状況となっている。百貨店ならではの施策や取組み、様々なサービスやチャレンジが重要となるが、この厳しい状況下では早々には変わらないとみている。				
百貨店(経営者)	・夏の国政選挙、さらに、消費税率10%への引上げのような景気についてのニュースの影響もあり、消費マインドが上向くとは考えにくい。むしろ、高額商材の販売量の減少や、生活防衛意識の高まりを懸念している。				
百貨店(経営者)	・地方ではインバウンド効果も薄く、来客数の伸び悩みなど客の慎重な購買動向に変化はない。また、そのなかでも高額商材の動きは特に鈍い。				

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（経営者）	・4月から国の予算も執行されることから経済効果を期待している。さまざまな値上げがあるが、消費への悪い影響はそれほど表れないのではないかとみている。ただし、しばらくは消費動向に変化はないとみている。
		スーパー（店長）	・一昨年の消費税増税の影響で前年の4月の前年比は大きく伸びたが、今後は現状維持で推移するとみている。
		スーパー（店長）	・売上の前年比は横ばい状態が続いており、この先も同様に推移していくとみている。
		スーパー（総務担当）	・マイナス金利の影響はさほど受けてはいないが、競合店による値下げの圧力は相変わらず高い。そのため、今後の景気動向は不透明である。
		スーパー（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因もないため、現在の状況が続くとみている。
		スーパー（営業担当）	・春闘の様子をみると、大手でも賃上げ率が前年を下回っている。今後、地方や中小企業の回答が増えると更に低下していく見通しであり、先行きの景気は停滞するのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・天候によるプラス要因はあるものの、4月以降、たばこの一部銘柄で値上げがあるため、相殺される形となるのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・全体的に横ばいであり、今後しばらくは同様に推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・周囲の環境に変化がないため、先行きの景気も変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・経済状況は良くなっている様子であるが、コンビニ業界の消費状況に大きな変化はない。
		コンビニ（店長）	・原油価格の下落により身の回りそのものは助かっているが、世界経済としては、徐々に悪い影響が日本にも表れてくるのではないかとみている。また、電力自由化に対しても一般市民の間に期待はずれ感が漂っており、今一つ景気が上向くような材料がない。客の購買動向も低単価のものに流れており、悪い意味で景気は変わらないのではないかとみている。
		コンビニ（店長）	・複数経営している店舗の半数近くに競合店が出店している。また、更なる出店情報もあり、不安がぬぐいきれない。市内全体でコンビニが飽和状態となっている。
		衣料品専門店（経営者）	・地方創生の予算額が決定し、実際にどのように使うかによって、景気回復の道筋が多少なりともみえてくるのではないかとみている。
		衣料品専門店（店長）	・これから春になるとクールビズの影響でスーツやジャケットなどが売れないサイクルに入ってくる。天候が順調にいけば良いがそうではないと、なかなか高額なものが売れなくなる。現在の状況では少し厳しくなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・価値と価格のバランスがとれている商品については、多少価格が高くても購入する客が増えている。一方、ベーシックでお値ごろな商品の売行きが鈍くなってきており、全体としては盛り上がりには欠けている。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズが始まると、ビジネス用品のみが売れて、スーツの購入が一気に減少してしまう。
		衣料品専門店（総務担当）	・他社及び異業種の情報を聞いても景気に対して良い話はなく、このような状況が1年以上続いているため、この先も変化するとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・地方において、景気回復は実感できていない。
		家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に向けての期待感、また、猛暑に対する備えからエアコンなど季節商材の売上を見込んでいる。しかし、全体的な客の購買意欲はやや低下しつつあり、景気はあまり動かないのではないかとみている。
		家電量販店（従業員）	・今後とも来客数が少ない状態が続くとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・現状では先行きが不透明である。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表もないため、販売量がなかなか伸びない状況が続くとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・土日祝日における来客数に変化がない。今後2～3か月で急激に良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店（店長）	・4月以降、経年車への税負担が増えるが、買換えを後押しするまでには至っていない。エコカー減税が継続することは明るい話題であるが、車に対する顧客のマインドはあくまで現状維持のようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・毎月の売上が伸びず、なかなか景気が好転する系口がみつからないため、苦戦の連続となっている。
		住関連専門店（経営者）	・北海道新幹線開業により、身の回りの景気は良くなると期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元では選挙などがあるため、多少の動きがあると期待している。ただし、消費動向は引き続き鈍くなるとみており、全体的な状況に変化はない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・春の行楽シーズンにおいて燃料需要の回復に期待をしている。しかし、先行きの景況感の見通しが不透明であり、節約志向が高まっているため大幅な回復は難しい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）	・大きな変動要因はない。また、原油価格の下落によるコスト低下で販売価格は下がっているものの、消費量の増加にはつながっていない。
		高級レストラン（経営者）	・景気が良くなるような要因も無いため、なんとなくこのまま悪い状況が続いていくのではないかとみている。
		高級レストラン（支配人）	・予約状況は前年と比較して厳しい状況で推移しているものの、ある程度の予約も入っていることから、見込みが立てづらい状況である。
		高級レストラン（支配人）	・企業や学校関係の送別会などが落ち着き、歓迎会にシフトしていくが、予約の入り方が今一つの印象がある。
		一般レストラン（経営者）	・賃上げもそれほど上がる様子はなく、中国経済も改善する見通しが立っていない。そのため、特に状況が変化するような要因は見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・1年を通じて良い時期と悪い時期を繰り返している。そのなかで1～3月が非常に低調であることから、この先2～3か月先はそろそろ上り調子になるのではないかとみている。また、今後の補正予算や景気対策にも期待している。
		一般レストラン（経営者）	・冬季の除雪作業がほとんど行われず、それに係る業種の人たちは大打撃を受けている様子である。この影響は意外と大きく、買物や外食を楽しむ余裕がなくなっている、全体的に景気の上昇を妨げてしまうのではないかとみている。
		スナック（経営者）	・今月は送別会のシーズンであるが、団体に動くケースが少なく、少人数の客が多い状態である。この先には歓迎会などがあるが、同じような状況になるとみており、なかなか期待は持てない。
		観光型ホテル（経営者）	・予約状況からみると、先行きの景気に変化はないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・北海道新幹線開業によって東北は通過場所になり、景気回復は厳しくなるのではないかとみている。
		観光型旅館（経営者）	・相変わらず景気が良くなるような要因は見当たらない。この先にゴールデンウィークがあるが、ある程度の波はあっても、トータルとして変化はないのではないかとみている。
		都市型ホテル（経営者）	・新年度を迎えるにあたっては企業の前年度実績がいかにかに反映されるかが鍵となるが、現在の宴会予約状況において極端な伸びはない状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年度の変わり目を迎えて人の動きが鈍り始めている。また、それ以前から先行受注状況が前年を大きく下回っている。ただし、必ずしも動きが無くなっているわけではないため、現状とあまり変わらずに推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・先行きの見通しは不透明である。ゴールデンウィーク、更に4～5月先には夏休みに入るが、インバウンドの影響で首都圏のホテル確保が困難となり、客がいるのに売れないという状況になる可能性がある。そのため、売上にも影響するのではないかとみている。
		旅行代理店（店長）	・北海道新幹線開業など新しい話題があるものの、選挙などを控えて、遠出を控える客も増えるのではないかとみている。
		タクシー運転手	・乗客から不景気な話を聞くことがない。また、地元の大型商業施設は、土日は駐車場に車が入る余地が無いくらいに繁盛している。このような良い状況は変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・総選挙や消費税率10%への引上げを控えているため、景気の向上は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく変化するような要因は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・転勤や進学などによる引越しも落ち着く時期になり、新規の加入者はやや減少するとみている。しかし、ビッグコンテンツや新規メニューの効果により現状維持になるとみている。
		テーマパーク（職員）	・客の動きに変化はなく、単価も変動していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		遊園地（経営者）	・これからもっとも重要な時期であるゴールデンウィークとなるが、地下鉄新規路線開通に伴い、これまで17年間続いていた交通渋滞対策が終了している。そのため、客の流れがスムーズに地下鉄へと移行できるか多少の懸念がある。
		遊園地（経営者）	・暖冬の影響とガソリン価格の低下により、レジャーの多様化が加速している。また、人手不足により思ったような営業展開ができず、収入面での伸びがない。
		競艇場（職員）	・来客数及び購入単価は上昇しているが、これ以上の売上増加は見込めない。
		美容室（経営者）	・大きな行事も終わり、しばらくは静かになりそうである。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・消費税率10%への引上げの先送りが現実味を帯びてきているなかで、エコポイントなどの新しい景気回復策を期待している。
	やや悪くなる	一般小売店[医薬品]（経営者）	・医薬品関係は何とか前年をクリアできるが、雑貨や美容関係については前年がとて良かった分、今年は買い控えている様子が見え始める。そのため、先行きは少し悪くなるのではないかとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費に対する客の視点は厳しさを増しており、衣料品、服飾雑貨品のブランドや良質廉価という視点は特に厳しい。商品の価値観と自分の感性がマッチしなければ購入に至らないケースが増えてきている。
		スーパー（経営者）	・前年より賃上げ率が低くなりそうであり、家計に響いてくるとみている。
		スーパー（経営者）	・アベノミクスの崩壊という事実を、国民である地元の客は肌で感じている。景気の悪さ、不況感が進んでおり、先行き不安によって客の財布のひもは固くなっていくだろうとみている。
		スーパー（店長）	・数か月後に基幹店の周辺に競合店の出店が予定されているため、来客数の減少が見込まれている。また、客単価も低下しており、このような状態がこの先も続くかとみている。
		コンビニ（経営者）	・景気はなだらかな下降傾向になっている。一番の原因は人口減少にあるが、地方では給料の上昇があまりみられていないことも原因の一つである。
		コンビニ（店長）	・たばこの値上げによる反動減がこの先に見込まれている。また、人の動きが活発となる時期となるが、競合店の存在もあり常に価格競争にさらされている。
		衣料品専門店（経営者）	・国内の株価低迷、中国経済の低迷、ヨーロッパのテロによる政情不安など、経済にとっても暗いニュースばかりであり、景気が上向き要素は何も見当たらない。
		家電量販店（店長）	・この先も来客数の増加が期待できない。
		乗用車販売店（店長）	・需要期が過ぎ、4月以降の業界の動きは鈍くなる見通しである。
		観光型旅館（スタッフ）	・販売量が増加しても単価は低下してしまうという良くない傾向になりつつある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・下降線ではあるものの、駅前の一等地ということもあり、宿泊に関してはビジネス客を中心とする程度の稼働を維持している。また、観光関係も旅行会社に積極的に働きかけている。しかし、一般宴会においては会社数の減少、婚礼部門においては人口減少の影響が表れてきており、この先どこまで耐え切れるのかと懸念している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約状況が前年の同時期と比べて下回っている。
		旅行代理店（従業員）	・ベルギーで発生したテロなど、海外情勢不安による影響が大きく、先行受注の状況は今後落ち込んでいくとみている。
		タクシー運転手	・マスコミなどで消費税率10%への引上げが大々的に報道されており、タクシーの乗り控えが非常に目立ってきているように見受けられる。
		タクシー運転手	・消費税率10%への引上げについて話す客も多く、客が節約している状況が見え始める。このような状態のなかで景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・電力の自由化に伴い新規事業を計画している企業が増えているが、競争原理が働いて撤退する企業も増えるのではないかと。そのため、雇用が発生しても売上と利益が確保できないと、結果として失業者が増える可能性がある。また、大手商社の赤字決算によるリストラの可能性が否定できず、再雇用問題と下請業者への影響が表面化し、景気は悪化するのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	通信会社（営業担当）	・顧客が消費税率10%への引上げに備え始めている。
		商店街（代表者）	・一般客の消費がかなり鈍ってきており、季節的に歓送迎会などがあるのだが、それが全く無い状態である。また、商店街のなかでは閉店する店舗が増えてきており、この先も景気は悪くなるのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3か月後には、衆議院、参議院の選挙があるという報道もある。このような話がでると繁華街は全く駄目になってしまうので、景気は非常に悪くなるとみている。
		乗用車販売店（経営者） 住関連専門店（経営者）	・消費税率10%への引上げに対する不安感がある。 ・オーダー家具のため、先行した営業活動から受注し、製作して納品という流れになっている。この先2～3か月の受注残も少なくなっており、厳しい状況になるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・すでに新年度の発注予定工事を公表している発注者も出てきている。新年度スタートに合わせて、中央官庁や地方自治体から多数の公共工事発注があると見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・3月18日に駅周辺の商業施設がリニューアルし、さらに初夏には商業施設の新館がオープンするため、観光客の増加を見込んでいる。
	やや良くなる	輸送業（従業員）	・海産物の出荷が再開される見込みである。
		広告業協会（役員）	・地方創生加速化交付金を利用した対象事業に対するプレゼンテーションの要請が自治体からきている。また、消費税率10%への引上げ延期の話題がでているが、そうならば消費も少しは盛り上がるのではないかと流通、小売関係者はみている。
		広告代理店（経営者）	・夏の選挙を控えて、多少の動きがでてくる見込みである。
		司法書士	・金利低下による融資利用者の増加を見込んでいる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ももの開花が今年も早く予想されている。そのため、前年同様に収穫期が早くなり単価が上がることを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・今月の良い状態がいつまで続くかは不透明である。
		食料品製造業（営業担当）	・好転するような要素が見当たらない。新商品を投入するものの、あまり効果は期待できない。
		木材木製品製造業（経営者）	・消費税率10%への引上げ前の駆け込み需要が盛り上がり、採算性の改善が進まない状況が続くとみている。
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		・株式市場が低迷しながらも安定してきていることで心理的に良い影響が出てきており、受注残は前年並みに推移している。ただし、賃上げ率は株式市場の低迷を反映して当初予定より低めになっていくとみている。	
土石製品製造販売（従業員）		・大型工事が入っても原材料費が高くては利益にならない。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・取引先の新商品開発周期やスピードは、当社の景気に徐々に影響を与えている。しかし、ここしばらくは大きな変化がなく、そのため、景気の先行きもほぼ変わらないとみている。	
建設業（経営者）		・賃上げなどの明るい話題が欲しい。変化がなければしばらくは現状維持で進むとみている。	
建設業（企画担当）		・工事受注額は当初の見込み通りであるため、今後2～3か月先も現状のまま推移するとみている。	
輸送業（経営者）		・物量及び燃油価格の横ばい状態は今後も続くともみている。	
通信業（営業担当）		・契約数が予断を許さない状況であり、各ユーザーに対してきめの細かい対応を行っていかねばならない。	
通信業（営業担当）		・経済に影響するような政治施策がない。	
金融業（営業担当）		・特に大きな変化要因はない。	
広告代理店（経営者）		・経済環境、社会状況の変化など、中央で振れ幅が小さくても地方で振れ幅が大きくなるのは常である。	
経営コンサルタント 公認会計士	・春の賃上げの見通しは、地方ではやや悲観的である。 ・建設関係は今年いっぱいまで受注を持っている会社が多く、極端な業績悪化にはならないとみている。また、小売業、サービス業においては業績悪化が進むかもしれないが、全体としては大きな変化にはならない見込みである。		
その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・地元は中小企業が多い。給料もほとんど上がっておらず、むしろ下がるような傾向にあり、収入が減っているという話を聞く。そのため、非常に厳しい状態が続いていくのではないかとみている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・少ないパイを競合各社で奪い合う状況が続いており、たとえ実績のある受注案件でも金額が下がる傾向にある。また、企画コンペであっても、企画の良し悪しとは無縁のところ で、提示した金額が優先される可能性がある。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・国内は良いものの、海外情勢が不安定である。
		金属工業協同組合（職員）	・受注量が急激に変化するような要因は見当たらない。さらに、先行きの不透明感が増しており、経営マインドの低下が懸念される。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・直売所の来客数が減少傾向にある。
		食品製造業（総務担当）	・効果的な経済政策がないため、先行きの不透明感が強まるとみている。
		繊維工業（経営者）	・デパート、専門店などの店頭での売行きがあまりにも良くない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で受注予測が前年を下回る見込みである。また、輸出も円高による目減りがある。
		通信業（営業担当）	・年度末商戦後は需要が落ち込む傾向にある。
		コピーサービス業（従業員）	・仕入先から値上げの話がでてきている。数はまだ少ないものの、いずれは足並みをそろえた仕入先との値上げの交渉になるとみている。
	悪くなる		
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・仕事量が増えている。
(東北)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大口の新規受注のような好材料には乏しいものの、登録者数が増加したことに加えて、3月の売上減少分が微増で収束する見通しとなっている。そのため、この先2～3か月は現状維持で推移するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の改正の影響による、今後の派遣離れが心配である。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と企業のミスマッチは続いている。そのため、採用に支障をきたしているケースも少なくない。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の増加傾向に変化はない。しかし、製造業の技術派遣会社の採用動向からは、メーカーが体制の拡張を控えるような動きが出てきている。そのため、半年～1年のスパンでみた場合は不安がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月のG7仙台財務大臣中央銀行総裁会議などにより、市内では盛り上がりを見せている。しかし、被災地との格差がますます広がっており厳しさを増している。このギャップこそが問題である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・北海道新幹線開業など明るい材料はあるものの、当地域までの波及効果はあまり期待できない。
		職業安定所（職員）	・例年であればこれから求人が増えていく時期であるが、事業縮小により解雇をしている事業所もあり、景気は変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・コンビニの新規出店などの動きが一段落しており、新規出店や事業拡大の動きがみられなくなっている。
		職業安定所（職員）	・求人は、人手不足と人手余りの職種が大きく分かれており、しばらくの間は求人倍率が高止まりのままの状態が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・大型店進出による売上の減少からか、閉店予定のスーパーや、事業縮小をする製造業から人員削減などの雇用調整の情報がみられているものの、大きな変動とはなっていない。また、人手不足も継続している。
		職業安定所（職員）	・求人や求職者の動きについて、大きく状況が変わるような要因が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月間は求人の状態に変化がない。また、現在のところ企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報は無い。求人の好調感はあるものの、内容として非正規求人の割合が多いため、求職者の反応は鈍く、景気が大きく改善するというほどの印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は3か月連続で低下しているものの、極端に悪くなるような要素は見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・新規採用者の入社により、当面の求人数の動きに変化はないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・平成28年2月の新規求人倍率は、4か月ぶりに1.72倍と1倍台になっている。また、有効求人倍率も1.49倍と4か月ぶりの1.4倍台となっており、前年と比較して0.08ポイント、前月と比較しても0.07ポイントの低下となっている。
	悪くなる	-	-

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	商店街（代表者）	・大河ドラマの関連商品が豊富で、土産品などの経済効果が大きく、新しいホテルのオープンや街なかの蕎麦店に行列ができていたりしている。
		コンビニ（経営者）	・気候が良くなることで人の動きも良くなる。
(北関東)	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・新規開店してから客足が良い。
		スーパー（副店長）	・近くに大河ドラマゆかりの地があり、県内では7年に一度の大きなお祭りも控え、観光地を中心ににぎわいを見せ始めている。またガソリンの安値が続いたり、消費税増税の延期の話題など、生活に助かるニュースの影響もあるように感じられる。
		コンビニ（経営者）	・何か月も店の売上など横ばいであるが、少しずつ良くなるのではないかという明るい兆しがみえてきている。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇と共にアイスクリームや清涼飲料水、ビールの売上が増えると期待している。また、大河ドラマ関連の来客も見込めるのではないかという期待から、若干増えると予想している。
		コンビニ（経営者）	・3月に開通した道路が認知されていくと、交通量増加と共に来客数の増加につながる。近隣に間もなく工場が完成すると、従業員が増えるので期待できる。
		衣料品専門店（統括）	・季節が変わり暖かくなることによって客の購買意欲もある程度増してくる。これからいろいろなイベント、催しが増えしてくると、そのために必要な物の購入が増えてくるのがこれまでの流れである。
		住関連専門店（仕入担当）	・前年の4月上旬は積雪があるなど異常気象により大きな影響を受けたが、今年はそこまでの状況は考えにくく、前年比では上回る予測である。
		スナック（経営者）	・来客数が自然に回復してきているような感じなので、期待が持てる。
		観光型旅館（経営者）	・今年は大河ドラマの影響で県の東側では比較的客の動きが良く、予約も前年よりやや多いようである。今月は例年並みよりやや悪いが、現状と比較すると2～3か月先は良い状況に好転すると見込んでいる。
		旅行代理店（所長）	・2015年に引き続き、神社仏閣の記念の年となっており、様々な行事も予定されている。前年に引き続き誘客が見込める要素となる。
		旅行代理店（営業担当）	・4～6月は、旅行の需要が増える傾向にある。
		観光名所（職員）	・数か月先までの運輸部門の予約状況が、現時点では比較的好調に推移している。
		ゴルフ場（総務部長）	・3月最終週になってやや暖かくなってきたことより、予約状況も良くなると思われる。
		その他サービス[葬祭業]（経営者）	・葬儀の依頼もあり、また、見学や問い合わせも入っている。関心が高くなっていると感じている。
		変わらない	変わらない
一般小売店[精肉]（経営者）	・暖かくなると人の動きは良くなると思うが、市場の様子を見ると中小業者の出入りが少ないようなので、当分の間はまだだめだろうと考えている。		
一般小売店[乳業]（経営者）	・良くなる要因がない。		
一般小売店[家電]（経営者）	・これから先、夏に向かっての商戦については、見通しがまだはっきりしない。		
百貨店（営業担当）	・気候により左右されがちな衣料品は相変わらず先が見えない。一方で、化粧品などの商品群では明るい兆しも見えてきているが、店全体では今後2～3か月先も変わらない。		
百貨店（店長）	・来客数の動向にあまり変化がない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（商品部担当）	・大河ドラマの効果に期待するも、思った以上の集客力はない状況である。来月には競合店のリニューアルを控えており、自社のイベント販促がどれだけ数字に貢献できるかにもよるが、大きな変動はなさそうである。
		コンビニ（店長）	・今後大型店ができるという話があるが、今のところ出来上がっていないので特別変わっていく理由がない。
		衣料品専門店（店長）	・先が読めない状況が続くため、現状維持のままで進むと思われる。
		家電量販店（店長）	・現状では、季節要因が強く出る月はエアコンが売れるか否かで大きく景気は左右されるが、最近では商品単価は上がる傾向にある。ただし、エアコンの総台数が増えないと厳しいと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の回復傾向が感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・地元の主な産業である工業関係に活気が感じられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・年度切り替え時期で、自動車の廃車や名義変更等の事務作業が多少あり、やや忙しい日々だったが、この先の販売予想は白紙の状態である。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車も出ないし、今より良くなる要因は何もないので、来客数も変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・何年前かに市町村合併して人口が約10万人近くとなったが、ここ何年かの間で若い人の流出が止まらず、今は8万人台にまで減ってしまっている。これから先、若い人が少なくなっているため、車の販売は伸び悩み、車検等の整備関係もそんなに増えるという期待はできない。このままの状態です少ずつ悪くなって毎月推移していくのかなという感じがしている。
		住関連専門店（経営者）	・景気回復の具体的な突破口が見えない現状では、上向きへの変化は厳しいように思える。
		一般レストラン（経営者）	・客数があまり増えず、このところ変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・同業者間の話も客が来ない話ばかりである。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックの影響で一極集中となり、東京の方はかなりの発展が言われているが、地方都市ではなかなか景気回復の実感がわかない。地方創生の施策をもう少し推し進めて欲しい。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率引上げが先延ばしになるとの予想から、何とか現状を保つのではないかとと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・景気は底堅いと思うが、需要、労働力共に首都圏に吸引されている印象で、地元経済には活力が足りないと感じている。行楽シーズンになってくると、観光需要を取り込めれば景気は良くなるかもしれない。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、良くなる要素がないというのが一番の答えのような気がする。毎回のようだが本当に先が見えない。都会だけは良さそうな気がするが、何とかそれが地方に回ってくる要素はないだろうか。
		観光型ホテル（経営者）	・選挙や景気動向などが不確定、不安定なので、客の動きが現在と変わらないことを願っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年度初めやゴールデンウィーク後の売上の落ち込みは織り込み済みではあるものの、予約件数の伸びが前年と比べて鈍い。
		都市型ホテル（営業担当）	・3店舗ホテルがあるが、エリア的なところからみても、3か月後に大きく需要が上向くとか、逆に大きく下がるような要素はないので、変わらないという見方をしている。
		都市型ホテル（副支配人）	・ゴールデンウィーク明けごろまでは、このまま好調に推移していく見込みであり、それ以降も現在順調に予約を受注できている。
		旅行代理店（従業員）	・ガソリン代が下がってきてはいるが、ヨーロッパでテロ事件などが起きているので情勢が不安定である。
		タクシー運転手	・例年であれば歓迎会で動きは期待できそうだが、今年はどうなのか分からない。送別会と一緒に、あまり期待できそうにない。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きは変わらないので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・電力小売自由化により、セット割などによって通信も競争が激しくなって来る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・世界情勢の不安等もあり、全体的に様子見の傾向にある。特段、景気刺激策もないことから、大きな変化は期待出来ない状況である。
		遊園地（職員）	・インバウンド客の動向は変わらず推移すると考えている。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上がほぼ横ばいで推移しているからである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・県の南北の温度差は激しいが、発注状況は同レベルにあるため、総じて下降傾向である。
		その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	・今年は名刹の大祭がある。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・各テナント共に予約状況も横ばいか下回っている。客の買い方にしても買い控えが依然続いているようなので、変わらないという判断である。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・燃料費が低価格で安定しており、客も多少多いように感じるが、高揚感はあまり感じられない。
		設計事務所（経営者）	・建築への設備投資の話をほとんど聞かないので、厳しい状況は続くと思込まれる。
		設計事務所（所長）	・来月新しい期が始まるが、不安要素を抱えたままのスタートとなりそうなので、今月より良くなる様子は感じられない。
		住宅販売会社（経営者）	・売買については特に減税等の変化がない限り、動きは見られないとみている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街の魅力も不可欠だが、その他、来街する必然が多くない限りは良い方向に向かわない。
		商店街（代表者）	・学校販売が終わると今度は店売りになるが、店売りはどうしても在庫を多く持たなければならない。大型店には対抗できないので、やはり在庫はあまり持ちたくないため、売上も落ちてくるとみている。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・地域の観光地には多くの外国人客が来ているが、売上につながるようなことにはなっていないので、あまり良くなるのではないのではなか。
		百貨店（販売促進担当）	・引き続きアパレルの不調が予想される。ファッション雑貨や食品物産展など好調な商品群もあるが、アパレルのマイナス分を他の商品群で補てんするのは容易ではない。
		百貨店（店長）	・少し前までは売上の伸びが鈍くても高額品はそこそこ売れたが、ここにきて非常に悪い。
		スーパー（総務担当）	・今月があまり良くない状況である。売上、客数共に減っている。このところ客数は減ることがなかったため、この先が増えるとは思えない。
		スーパー（統括）	・春闘のペースアップは都市部の大企業の話であり、大多数を占める地方の中小企業までは広がらず、可処分所得が目減りする中、財布のひもはより固くなっていくことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・競合店の増加でやや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・4月1日よりたばこの3級品を中心とした値上げがあるので、たばこの駆け込み需要での来客数、売上増を期待したが、結果としては通常を下回っている。3か月後に良い方向に行くとは思えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・客との会話の中で、どうしても先行きの不安だとか今使えるお金がないという話が次々に出てくる。やっと目の保養に来たというくらいが精一杯という感じを受けている。来月は年金の支給月だが、このところ年金をあてにした買物というものもかなり厳しくなっている。そういうことを考慮すると、これからは幾分厳しくなるのかなというのが実感である。
		乗用車販売店（経営者）	・市内のスーパーマーケットなどは大規模小売店の食料品売場を中心に来客数がほぼ安定しているようだが、他は以前のような活気が少なく、金融機関の支店長も、市中でのお金の流れが少ない、企業中心の取引になってしまっている、と心配している。
		乗用車販売店（管理担当）	・当社としては、商品力強化を図り、魅力ある車を作って顧客の購入意欲を上げないと、なかなか販売は厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・今まで消費税増税に賛成していた花屋などが、最近では消費税を客に転嫁できないと話している。新たに消費税が上がることにに対する不安があり、皆財布のひもが固くなって来客、消費量に影響が出ている状況なので、今までと同じようにやっていたのではとても客が来ない。単価を下げるなど苦勞している。このままでは会社が危険な状況になっていくと心配している。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・販売量は前年割れしており、受注も減少している。今後は、季節変わりでも更に受注が減少傾向になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3～4月は歓送迎会のシーズンで、忘新年会に次ぐ稼ぎ時であるため、2～3か月先はちょっと厳しい。景気は決して良いとは思わないが、一生懸命努力していきたいと思っている。当県は新幹線の影響も多少あるかと思うので、対策として誘客に力を入れていきたいと考えている。
		旅行代理店（副支店長）	・団体や企業渡航などの受注が少なく、前年度と比較しても60%ほどの受注となっている。国の政策にもよるが、あまりにインバウンドを受け入れる体制を推奨するため、国内の需要に大きく影響を及ぼし、宿泊施設や交通機関の予約が取りずらく、日程変更が不可能な旅行者は取り止めており、来年度への影響が出ている。
		タクシー運転手	・11月までは順調だったが、12～1月に降雪がなかったからか、12月は前年比87%、1月が同94%、2月は同96%、3月は現在のところ90%ぐらいで推移しており、非常に将来が不安である。
		タクシー（役員）	・客の様子からの判断である。
		通信会社（社員）	・売上、手数料収入が減少し、販売に掛ける経費は増加している。
		テーマパーク（職員）	・参議院選挙などの影響から、来園者数が減少すると思われる。
		美容室（経営者）	・4月は家計の出費が多く、これからは生活防衛する客が増えてくる。単価の高い複合施術を希望する客は少なくなっている。
		美容室（経営者）	・確か先月も回答したが、地方の景気の冷え込みはひどくなっている。よそから訪れた人には静かな町だと言われ、周囲にはこれまでにないほど老人ホームが数多く建設されているが、特養ホームは相変わらず入所待ちである。地方都市では景気に直結する気配はなかなか感じられない。
		設計事務所（所長）	・年度が替わってしまえば一番仕事のない時期なので、今の仕事が7月までとすると、今何か情報がなければならぬ。
		住宅販売会社（従業員）	・高齢のオーナーを中心に、別荘の取り壊しによる顧客数の減少が続いている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・新年度から主力販売商品の仕入れ対象品が5～10%値上がりするが、小売価格には転嫁できず、利益率が低下するのは必至である。
		衣料品専門店（経営者）	・このまま消費税が10%になったら、かなり厳しい状況となる。
		スナック（経営者）	・客の会話の中で上向きになるという考えの客はほとんどいない。マイナスのような考え方になっている客が多い。
		通信会社（経営者）	・客の購買意欲がない。4月にスタートする電力小売自由化もそうだが、かえってデフレマインドをあおる結果になっているのではないかと。企業間競争をあおって家計の支出を減らし、その分を増税に当てさせるようにみえる。脱デフレがしたいのか、増税がしたいのか、このままではどちらもできないことになるのではないかと。
		通信会社（経営者）	・新年度早々の受注は例年下降傾向である。仕掛けている新規事業の種まきに費やす期間になるだろうとみている。

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
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	-	-
		輸送用機械器具製造業 (経営者) その他製造業[環境機 器](経営者) 建設業(開発担当) 経営コンサルタント 司法書士	・自動車メーカーの輸出が増加している。 ・本業の3本柱の2つ、スプレー缶処理機と太陽光発電につ いては順調である。 ・地方のため、公共工事主体の建設業である。現政権のも と、この3年間は安定した公共工事が確保されてきたが、10 年以上続いた建設不況のため、企業は衰退してしまってい る。今年度はここへきて前年並みの発注が確保できたので安 堵している。経営はまだ厳しいが、何とか努力して安定経営 に向けていきたい。 ・株価変動や円レートの変化は無関係ではないが、地域経済 はやや着実で、企業業績も安定した推移が期待できる。 ・事前相談が少し増えてきているので、先に向かってやや良 くなっていくのではないかとみている。
	変わらない	食料品製造業(営業統 括) 窯業・土石製品製造業 (経営者) 窯業・土石製品製造業 (総務担当) 金属製品製造業(経営 者) 電気機械器具製造業 (経営者) 電気機械器具製造業 (経営者) 電気機械器具製造業 (営業担当) 輸送用機械器具製造業 (経営者) その他製造業[宝石・ 貴金属](経営者) その他製造業[消防用 品](営業担当) 輸送業(営業担当) 金融業(調査担当) 金融業(経営企画担 当) 広告代理店(営業担 当) 新聞販売店[広告] (総務担当) 社会保険労務士 その他サービス業[情 報サービス](経営 者)	・売上額は前年をクリアしているものの、一時の高付加価値 商品志向から消費マインドは低下しつつある。 ・動向は予測しづらいが、アプリでの商品販売展開を計画し ており、幾らかでも期待している。 ・マイナス金利政策などは、当業界には関係ない状態であ る。 ・受注量が多くなるようにと思っているがなかなか多くな らない。期待はしている。 ・他の部門も新年度の新規発注が非常に少なくなっているの で、現在はあまり仕事の動きがない。ここ数ヶ月は相当厳し い状況が続く。 ・不安定な状況は変わらない。 ・公共工事、民間工事共に減少しており、厳しい状況は変わ らない。 ・1~3月は非常に良かったが、4~5月は取引先、受注量 等が若干落ちるのではないかとみている。 ・香港での国際展示会は150~300U Sドルの低価格品のダイ ヤモンドペンダントやゴールド枠の製品が好調であったが、 前年まで主流であった高額品の売上減が大きく響き、売上は 概ね前年の70%となっている。国内マーケットははまだ低調 で、海外マーケットで支えられてきたことから、不安は残 る。 ・しばらくはこのままの推移である。 ・4月からの夏物のエアコン、扇風機等の輸送量は前年並み の予定である。燃料コスト等で下がっている部分もあるが、 車両確保の費用が上がっているため利益は薄くなりそうであ る。 ・海外経済は不安定な状況が続くため、現状の推移が予想さ れる。今後は、政府の来年度の経済対策動向が注目される。 ・国内で初めてのマイナス金利政策が導入されたが、効果が 出てくるまでに時間を要すること、また、政府による次なる 対策が出てこないため、現状の景気動向が続くと考える。 ・例年6月くらいまでは消費活動や企業の宣伝等が鈍る。 ・ホームセンターの出店計画はあるものの、スーパーの合併 で競争力の低下が予想される。大型書店の閉店もあり、先行 きは不透明である。 ・大手の貸金受結額を見ると、個人消費は変わらず、地方の 景気は今の状態が続くものと思われる。 ・引き合い、商談件数、受注量共に、特段の変化はみられな い。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業 (経営者) 一般機械器具製造業 (経営者) 建設業(総務担当)	・毎月、受注量の微減傾向に変わりはないが、新規取引先に 試作品を提出して返事待ちのところまで来た。2~3か月後 には結論が出ると思う。 ・建設機械関連の仕事で若干の受注増の傾向が見られるもの の、自動車の試作開発関連は一服感があり、仕事量としては 減少する見込みである。 ・公共もそうだが、民間工事が動くという話もないので、第 1四半期は厳しくなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	通信業（経営者）	・大口得意先が1件減った。
		不動産業（経営者）	・受注が増えることは見込めない。
		食料品製造業（製造担当）	・景況感が非常に悪く、財布のひもが固い。年度初めで、お金もかかり、食品はますます厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことだが、資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先より、4月からの新年度は新機種等の計画がなく、大幅に生産ダウンとなるので、当社からも一部の機種を引き揚げさせて欲しいという依頼を受けている。
		不動産業（管理担当）	・4月以降、受託していた定期保守業務の受注がなくなる。新規受託業務の話も多少あるものの具体化していないため、なくなる分、売上が減少する見込みである。
雇用 関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度の切り替えもあり、一般的に募集が多くみられたようである。新年度の切り替え、春物衣料、食品は伸び悩みや新しいものにも価格競争があるので一概には言えないが、景気の見通しとしては幾分上向き傾向と思われる。製造業全般でも新年度から新しい力を入れていこうと、若者男女共にかなり採用が増えてきているので、今後も期待している。
		人材派遣会社（経営者）	・このところ新しい仕事が入ったので、前より少し良くなる予定である。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップも少ないためか購買意欲がわからない。
		人材派遣会社（支社長）	・派遣社員から「直接雇用になった」とは聞かすが、よくよく聞けば正社員ではなく、1年契約の契約社員というケースが後を絶たない。企業側の採用意欲は強いものの、直接的にスタッフの収入は増えていないケースが多くみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・4月は周辺の中小企業で新入社員を受け入れるところがあるものの、全体には景気が低迷しているので正社員募集は少ない。
		職業安定所（職員）	・求職者の減少が落ち着いてきている。
		職業安定所（職員）	・大手企業による新工場設立に伴う大量求人や、小売業において新規開店に伴う求人の申込みもあり、業種間によってばらつきは見られるものの、新規求人数については今後も高水準で推移していくと予想される。
		職業安定所（職員）	・この先の大量雇用の情報もなく、新規出店等の情報もないことから、季節的な雇用の増加はあるものの、景気の好転による雇用はないものと思われる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造業において、中国ショック、円高、原油の値上がり不安等から、先行きを憂いていて、新規に医療、航空機、宇宙関係の案件を模索する企業が目立ってきている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新卒求人が始まり、県内でも企業ガイダンスが実施され始めているが、参加企業数は例年どおり少ない。企業が動かなくても、求職者からアプローチをかけているようである。企業の情報がもっと表に出てくようにならないと景気の回復とは言えない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・3月末で契約が終了する携帯電話の製造派遣があるため、やや悪くなる。
	悪くなる		

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	一般レストラン（経営者）	・季節変動があり、夏場は今の時期より売上は良いのが通常である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークまでは、高稼働が続く。
		観光名所（職員）	・こちらの観光地は2～3月が一番の開散期となる。これから2～3か月先のゴールデンウィーク、夏山等に向けて、今月よりは十分に良くなると期待している。
		ゴルフ場（経営者）	・6月にボール入替えの設備投資をする予定である。
		設計事務所（経営者）	・大型プロジェクトが具体的に動き始めるだろうし、法人客だけでなく個人客からの問い合わせもある。個人客が動き始めるとしたら、完成は2～3か月後になると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量は非常に悪かったため、これ以上景気が悪くなりようのない状況である。通常の販売量に戻れば今月よりは良くなる。

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
	やや良くなる	商店街（代表者）	・世間のマインドが冷えているのが気になるものの、当地に限って言えば、イベントのレスポンスが消費者、商店側共に良いため、すごく良くなることはなくても、悪くなるようには思えない。緩やかに回復する感じである。ただし、天候の悪い日が続くと少し心配である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・4月からの定期昇給などの影響が期待できる。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・この先に、消費税問題等はあるものの、オリンピック関連の大きなイベント等があると思うので、全体的には押し上げるような気がする。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文具メーカーの新商品発売サイクルが短くなっており、その結果、新商品を求める客の来店頻度が高く、売上増につながってきている。また、この傾向が商品の販売回転率を高め、定番商品にも、ついで買いという良い影響が出てきている。さらに新学期向けセールの広告を新聞折り込みしたため、新規客の掘り起こしができ、店舗の知名度も高まり、今後の販売に良い影響が出てくるのではないかとみている。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・夏の季節品の販売が始まるため、スタートダッシュに期待したい。
		百貨店（店長）	・気温上昇時の動きなどをみると、明らかに秋冬ほどの厳しい動きではない。
		スーパー（経営者）	・準備しているため、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・2～3か月後の景気については、来客数が増えているため、客のニーズに合った商品を品ぞろえし、1点でも多く買ってもらえれば、数字の改善が図れるのかと思いき、期待値を込めて今よりやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・今年は長いゴールデンウィークもあり、また季節的に気温も上がり、人が動きやすい時期のため、今よりは伸びていく。ただし、前年の売上には及ばないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・今年はゴールデンウィークが10日間あり、販売増が期待できる。
		衣料品専門店（統括）	・消費税増税後、買い控えをしていた客が、最近非常に多く来店してきていると感じる。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界では、消費税率引上げ前の前倒し需要があること、また現在のマイナス金利政策が、資金計画においてプラス要因に動く可能性が考えられる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・売上と利益の点から、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・例年気温が上昇すると外食業界は、客の行動パターンが活発化して消費が上向くため、今年も同様ではないかとみている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・3～4月は人の異動が多く、一時的にお金の動きが大きくなり、景気が良くなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・4月以降の受注が2～3月と比較して、やや回復している。
		旅行代理店（経営者）	・4月に入れば花もあちこちで咲き、天候も安定してくると思われ、客からもぼちぼち声がかかっているため、現状よりはやや良くなる。
		旅行代理店（販売促進担当）	・3月は多くの会社が年度末であり、旅行業界は動きにくい月である。2～3か月後は旅行シーズンに入るため、今月と比べれば良くなる。ただし、懸念材料として、今月ヨーロッパで発生したテロを受けて、ヨーロッパ方面の旅行は厳しくなる。
		タクシー運転手	・世界経済の動き、特に中国経済や原油価格などの中期的な先行きに左右される日本経済が受けるダメージは深刻だが、よほど景気が落ち込まない限り、2017年4月に控える10%の消費税増税は予定通り行われると思うため、その前には買いため需要も考えられ、一時的に景気は良くなる。
		通信会社（経営者）	・予算が成立し執行が始まる。新興国経済も落ち着いてくるとみている。
		通信会社（経営企画担当）	・4月以降の案件数が増加している。
		ゴルフ場（支配人）	・4月以降の来場予約数は前年並みである。
		ゴルフ場（支配人）	・それほど良くなるとは思えないものの、客の予約状況などから多少は上昇傾向が感じられる。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・最近の天候の影響もあるが、とにかく入出が悪く、そのため売上もかなり落ち込んでいる。大型店があちこちに出店していることも影響している。今後はなかなか難しいのではないかと。
		商店街（代表者）	・参議院選挙を控え、景気対策は行われるだろうが、現状の下振れ傾向を引き留めるくらいにはなるのではないかと。実際の消費者マインドは、なお冷え続けている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・春になり気候も良く、今年のゴールデンウィークは大型になりそうなので、消費者は行楽に消費してしまい、売上はあまり良くないのではないかと。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・本来ならば、悪くなると回答したいところだが、悪さがこのまま続いていくだろうということで、変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度末、新年度を迎え、当業界はもう少し動きがあってもよいと思うが、非常に厳しい状況である。市役所に行っても通販会社の雑誌等が置いてあり、公共であっても、市内の商店から買おうというのではなく、利便性を重視しているのではないかと感じる。インターネット通販等が利便性の面で、消費者に求められているのかもしれない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年度初めではあるが、それほど動くとは思わない。また、原価が上がっているのも厳しい。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・4～5月の案件も徐々に立ち上がってきているため、良いと言える程度に現在は少し上向いている。こうした状態が持続的になるのではないかと。ただし、あまり急激な伸びというまでではない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・良くなるとは思えない。客も徐々に少量の注文となり、なかなかまとめでとは言わない。その分、こちらの負担になるばかりである。
		百貨店（売場主任）	・消費税再増税があるかないかがはっきりせず、株価上昇も見込めないなかでは、物の消費より旅行などのサービス消費へ移行すると予測される。
		百貨店（総務担当）	・数字が大きく変化するとは考えにくい。選挙も控えており、小売業には影響があると考え。
		百貨店（総務担当）	・売上の回復する材料が見当たらない。
		百貨店（広報担当）	・今年の夏に参議院選挙が予定され、消費税再増税が先送りとなりそうな気配が出てきている。選挙の年は贈答品類が苦戦となることが通例となっており、消費税再増税前の駆け込み需要も期待できない。マイナス金利政策も百貨店の売上には反応がなかったことから、しばらくは現在の客の購買傾向が続き、上方に向かうことはほぼないと思われる。
		百貨店（広報担当）	・インバウンド基調を含めた、今の売上の動向は、今後も変わらない。
		百貨店（営業担当）	・天候不順もあり、衣料品、雑貨、食料品と全般的に動きが悪い。景気回復も少し停滞気味のようである。
		百貨店（営業担当）	・今期は大きなファッショントレンドはなく、インバウンドも来客数は維持しているものの、大きな期待は出来ない。富裕層も買い手がシビアになってきており、回復は景気動向に比例すると思われる。
		百貨店（営業担当）	・現在は、天候の影響もありやや悪い状態が続いている。また、国内各企業のベースアップも小幅で、低金利のため高齢者を中心とした資産も増えない。外国人観光客による買物も単価下落の状況であり、景気回復に向けた商材が見当たらない。
		百貨店（計画管理担当）	・服飾関係の売上増加が景気が良くなったという1つの基準であると考えている。服飾関係の売上が伸びる兆しは見えてこない。
		百貨店（店長）	・取り巻く環境、とりわけ経済に関するものについて、明るい材料が全く見出せないからである。
		百貨店（副店長）	・春物衣料品の販売不振の影響がどうなるのか、注視する必要がある。具体的には、早期のセール対応などで販売単価の下落を招かない対策が必要である。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税再増税、参議院選挙次第ではあるが、売上が低迷を続けている現状では、上向くとは考えにくい。
	スーパー（販売担当）	・客の買物動向を見ていると、各店の広告初日の価格強調商品、ポイント何倍、時間帯サービス等、そうした特典のある店、時間を上手く使って買い回っている状況が続いている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・やや悪い状態がずっと続いている。その間に競合店がどんどん出店しているため、良くなりそうだとすると競合店の出店で悪くなるという繰り返しになっている。今後も厳しい状態は続く。
		スーパー（店長）	・気温も高く過ごしやすい時期となり、ゴールデンウィークも控え、行楽シーズンに向かうため、客の心理的には良い方向に向かうかもしれないが、食生活の面では節約志向が続く。
		スーパー（営業担当）	・この円高、株安の状況が続けば、さらに悪い状況になり得る。賃上げも、優良企業、大企業は実施しているものの、中小企業では全く実感が出ていない。
		スーパー（仕入担当）	・全般的に価格訴求型のチラシが増えてきている。一部商品には値上げも出ており、価格により敏感になっていくと思う。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンション工事関係者の減少があるため、来客数、客単価共に悪くなっている。そのため、あまり良くない。
		コンビニ（経営者）	・具体的ではないが、客の様子等から漠然と感じる。
		コンビニ（経営者）	・大きな天候の崩れがなければ、現状維持できる。
		コンビニ（経営者）	・今月、前月の客の様子等をみて、また、地域の同業者の様子などからみると、将来上向くような要素も見当たらないが、悪くなるという理由も今のところ思いつかない。過当競争の業界で厳しい状況が続くのではないが。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなるため若干期待はしているが、今の消費傾向からすると、あまり期待はできない。
		コンビニ（経営者）	・本部政策による売上総利益率に対するロイヤリティ率のアップも、売上比率と比べて利益増加につながるのか不安である。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の減少は続いており、回復するきっかけとなる話題も見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・7月の選挙を控えて、いろいろ景気対策をやるとは思うが、預金金利の引下げ、物価上昇、1年先の消費税再増税などマイナス要因ばかりが目立ち、景気の良くなる材料が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・所得が増えたという話は一向に聞こえず、物価だけが上昇している状況では、景気が良くなるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・今後、各メーカーの新製品需要や各家電製品の動きが厳しくなると予想される。
		家電量販店（統括）	・ヒットする新製品が出て来ない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、整備の方は順調に入っている。販売は前月良かったものの、今月は再び2割減と悪くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・決算月で例年は客の動きもあるが、今年は全体的に静かな感じがする。土日にチラシを入れたり、ダイレクトメールを送るものの反応がない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売の減少分を整備部門で補い、前年並みの売上になるだろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算も終わり、客足も鈍くなりつつある。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ数か月間は期待値で、景気が良くなるだろうと判断してきたが、景気は良くなっていない。逆に少し落ちてきているというのが、客の判断である。仕事内容も、荷主の輸送量、それに対する運賃、残業、それらを含めても決して良い状況ではない、と運送会社から聞いている。また、建築会社も思ったほど資材は動いておらず、受注も増えていないとのことで、景気が将来的に良くなるという実感はなく、現状と変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・客の来店率や点検時の付加商品販売は客にアプローチしても良くない状況である。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・景気動向を見ても変わらないと思う。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・昨今の消費税再増税論議の報道や、将来に対する不安から消費行動は限定されるのではないかと。
		その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	・市場の仕事は斜陽産業化している。
		その他小売 [ゲーム]（開発戦略担当）	・現状は良くなる材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・消費税再増税見送りや、賃金ベース維持等の状況を考えてと変わらない。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の宴席を中心とした予約状況から判断している。
		高級レストラン（仕入担当）	・2～3か月で販売単価を上げられるほど景気が上向きになるとは思えない。現状がしばらく続くのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・3か月先は人の動きも活発となり、売上は少し伸びてくる。3月の売上も結構良いため、同じくらいかという感じもするが、悪くなることはない。
		一般レストラン（経営者）	・マイナス金利、電力の自由化など経営自体を見直す機会になったが、とりあえずは様子見という同業者が多い。
		一般レストラン（経営者）	・消費税再増税の問題が消費者のマインドを下げている。
		一般レストラン（スタッフ）	・今年の1月は寒く、今もまた寒いが、徐々に暖かくなり、人も多少出るようになってきたので、周りに良い材料は全くないが、少し明るくなってくれば良いという希望の段階である。高齢者などはお金を使えないと思うが、良くなって欲しい。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・当社の委託料引上げ要請に対する取引先の態度に全く変化がない。
		旅行代理店（従業員）	・インターネットが主流になってきている。最近では高齢者もインターネット予約ができるようになり、店舗まで来店して購入する客が増えない。
		旅行代理店（営業担当）	・申込の電話が例年より少ない。
		タクシー運転手	・年度替わりとなり、これからはよいよ新年度が始まるが、様子見ということで、今はあまり大した動きではない。例年と、今年に入った3か月間はほとんど同じ動きである。
		タクシー運転手	・卒業式も終わり、これからお花見、入学式、歓送迎会と行事が重なり、少しは利用が増える。
		タクシー（団体役員）	・来年に予定されている消費税再増税の導入の可否判断により大きく変動があると思われる。
		通信会社（経営者）	・ベースアップも軒並み前年度から低下しているが、これは経営者が先行きに懸念を示しているため、景気の良さを実感できない状況は続く。
		通信会社（社員）	・大きなマイナス要因は見当たらない。また、大きなプラス要因も特にない。新商品も発売開始したが、全体としては今年度同様、堅調に推移していくとみている。
		通信会社（営業担当）	・今のところ、先行きに明るい材料も見当たらないため、しばらくはこの状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・客はケーブルテレビ、インターネット、電話のトリプルプレーのサービスとスマートフォンのセット割引にメリットを感じており、契約件数の増加を継続できる。
		通信会社（営業担当）	・今のところ電力小売自由化の影響は限定的であり、横ばいが続くとみている。
		通信会社（管理担当）	・電力小売自由化は、大きな変化が継続するほどの手応えを感じていない。一気に変化をもたらす事業ではなく、緩やかにマーケットに浸透していくと考える。
		通信会社（局長）	・ケーブルテレビと連携した携帯電話勧奨のキャッシュバックが終了した途端に減少傾向となり、それによる当社サービスへの客の誘導も減少している。繁忙期での一時的な需要はあるものの、4月以降その傾向は変わらない。ただし、電力小売事業に参入するため、どこまで客の関心を惹けるかが鍵となる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・賃金の伸びが鈍く、景気の上昇は限定的と見込まれるものの、悪化材料もないため変化はない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・受注面、売上面、共に大きな動きはない。ただし、今後は4月の給与増額などで、消費者マインドが上向くのか、控え目になるのか、大きく差が出てくるのではないかと。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・景気が良くなる要素は見当たらず、何か月も悪いままである。
		設計事務所（経営者）	・消費税再増税を前に駆け込み需要の期待もあったが、どうやら延期の気配が濃厚である。不動産バブルや建設ラッシュと言われているが、都心など一部の地域限定で、大多数は相変わらず厳しい状況が続くと考える。
		設計事務所（職員）	・消費税再増税は見送りになりそうだが、それによって景気が上向きになるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベントの集客状況は前年より数パーセント上回っている程度で、景気が上向くとは感じられない。ユーザーは大変慎重に時間をかけ検討している感が強く、商談に時間が掛かっている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が上がらないという話が出ており、今後も景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・日銀のリスク管理の改善要請が発表され、アパートローンへの影響が出なければそのまま順調に行くと思うが、地銀主体の融資に若干の不安はある。
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス金利が導入され、住宅ローン金利も過去最低を更新しているものの、客の購買意欲に格段の変化は見られない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者が非常に買物について慎重になっており、また、販売点数も減っていることから考えると、売上が今後回復する見込みはほとんどなく、現状よりもやや悪くなるのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・3月までは時期的なこともあり良かったが、これからは厳しくなる。景気の良くなる根拠が見当たらない。当社独自のキャンペーンをしようと思っている。
		百貨店（総務担当）	・来客数は回復傾向だが、不必要なものは購入しない動きは継続する予想である。
		百貨店（営業担当）	・前年夏以降、一度も月別売上をキープできていない。メーカーも物量を控えている状況だけに売上が上がることは基本的に有り得ない。売るものが減れば売上減につながるの当たり前である。
		百貨店（営業担当）	・経済状況、政情不安等、社会全体に明るい話題が少ない。来年度の消費税増税も様々な憶測が出ており、高額品や嗜好品は、今後買い控えが出る可能性がある。また空港、地下鉄など公共機関のテロに対する不安などにより、旅行を控えることも予想され、インバウンド需要も一時の伸びを期待するのは難しい。
		スーパー（経営者）	・選挙によって変わるのではないかと。
		スーパー（店長）	・1品単価が現状と変わらず推移している。また、来客数も前年と変わらず推移している。店舗では、高額品や、グレードの高い商品を追い込んでいるものの、全般的に1人当たりの買上点数の減少が続いている。欲しい商品は高額でも購入するが、余分な物は買わない傾向は継続し、ますます加速するだろう。
		スーパー（総務担当）	・来客数は、ほぼ前年並みに推移しているものの、最近の1人当たりの買上点数が、前年を若干下回っている。ただし、商品の値上げによる単価の上昇により、売上はカバーできている。賃上げ、ベースアップ等の上がり幅が、予想よりも低かったことで、今後、客の財布のひもが固くなると予想する。
		スーパー（仕入担当）	・株安、円高傾向にあり不況感が漂い、消費の低迷する兆しがある。
		コンビニ（経営者）	・身近な事よりも大きなものにお金を取られる感じの国政の気がする。
		コンビニ（経営者）	・夏場に向かっていているため、飲料関係は伸びると思うが、全体的には来客数の動きや周辺の競合店を考えると、良くなるとは考えられない。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲が感じられない。衣料問屋街にまめに仕入に行かせているが、ヒット商品、売筋商材が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・よく分からないが新年度を控えて、買い控えをしているようである。余計なものは買わない傾向がある。
		衣料品専門店（店長）	・この半年間、来客数が前年同時期と比べて減少傾向にあり、価格訴求しても効果が出ない。コストは従来よりも上がっている。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる話もなく、増税など不安材料ばかりで個人商店はこれからもどんどん減っていく。当地ターミナル駅前の商店街でも、今月5店舗閉店し、再移転が2店舗、仮囲いが3店舗で出店がない状況が続いている。
		家電量販店（経営企画担当）	・不安心理の一つの要因に、マイナス金利政策がある。日銀の思惑と市場、市況、金利、為替の動向が一致していない感がある中、負の影響の方が先に顕在化すると考える。企業が抱える負債の増加する可能性が増すと、今は好調と考えている企業業績も、結果はそうならない事態もあると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（渉外担当）	・経済の停滞化が顕著で、新車販売は法人需要、個人客共に、あまり良くない状況が続く、前年実績を下回る。新年度に向けても、やや悪い状況が続くと考える。
		乗用車販売店（総務担当）	・決算後の反動減、新車効果が見込めない。
		住関連専門店（統括）	・消費税が上がるか上がらないかが、今後の売上、景気の伸び等を左右する。このままで行けば、厳しい状態が続く。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・マイナス金利による円高、株安は個人消費に影響を与えるものの、資金需要よりも消費の減少の方が、小売業では大きく影響を受ける可能性がある。
		一般レストラン（経営者）	・銀行は融資先を探しているようだが、不動産屋に聞くと、「極端に戸建ての融資が出ない。買いの需要が極端に減っている。」という話である。融資先のない金融機関がお金を持て余しているようである。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会も大分落ち着く時期のため、来客数は減ってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税も上がらない可能性が高くなり、買い急ぐ必要もないため、消費はある程度低迷する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・選挙の関係か、この先の予約の伸びがなく前年に比べ大幅な減少となっている。学会利用などの大型案件も少なく厳しい状況となっており、やや悪くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・海外のテロの影響により、海外旅行の自粛が広がる。
		タクシー運転手	・3月に入り、この先の景気が心配になってきている。多少、悲観的になっているとは思いますが、景気が上向いて欲しい。
		通信会社（経営者）	・競合他社の活性化によりかなり厳しくなると予測している。電力小売をきっかけに拡販を下支えする予定である。
		通信会社（営業担当）	・景気が上向くと期待できる材料がない。期待できなければ、可能な限り支出を抑え、様子をつかがう世帯が増え、更なる冷え込みにつながっていくのではないかと考える。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税を控え、大手企業のベースアップも少額であるため、ボーナスも貯蓄傾向となり、景気の上昇は見込めないと考える。
		ゴルフ場（従業員）	・日本の進むべき道が分からない。高齢化社会をどう脱出するのだろうか。
		パチンコ店（経営者）	・この先伊勢志摩サミットがあり、警備の関係で、5月の1か月間は、台の入替えができない。新台にばかり頼ってはいけないため、見直す機会にはなるものの、客足が遠のくのではないかと考える。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・塾業界も非常に厳しく、子供の全体数も減っているせいか、春期講習及び4月の無料体験期間を長くして、生徒の囲い込みをしてきている。実質的な値下げで、生徒数も減少しており、景気はあまり良くなっていない。下向きになっている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・増収要素が今のところなく、逆に6月ごろに収益減の要素が予定されている。ここを切り抜けるには大胆な経営方針の変更を迫られる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規客が前年に比べて減少しているため。
		設計事務所（所長）	・これだけ長く景気が低迷をしていると、先行きは非常に不透明だと感じている。民間物件の動きを期待していたが、計画すら無い状況である。
		設計事務所（所長）	・新しい物件の情報が見当たらず、先の長い商売ゆえ、下降気味と考えられる。
		設計事務所（所長）	・来年に消費税が10%になるということで、駆け込み需要があるかと思っていたものの、一向にその気配がない。新築物件があまりないと聞いている。改築、耐震補強等にしても、民間主導ではなかなか難しい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の受注量が良くなる情報はなく、現状維持も難しくなっている。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年も新茶の予約を受け付けている。4月に入ると新茶が回り始める。景気が悪いせいか、客は、新茶まで手が回らず、値段が安くなってから買って飲んでみると言っている。良い天候が続く、良いお茶ができることを祈っている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品は壊れないと買い替えない客がほとんどで、売上が望めない。また、年配客も多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストア状態のなか、増税、社会保険料等の上昇により所得が増えないため、悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・中国経済の減速、原油安、円高、株価下落、消費税率の再引上げなど、景気後退懸念による先行き不自信がさらに高まり、消費動向に大きくマイナスの作用をする。
		百貨店（販売促進担当）	・前月からの株価低迷や、マイナス金利に加え、春闘での賃金の増額が前年までよりも低水準であることなどにより、消費に対する心理はさらに冷え込んでいると感じる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が1割減という厳しい数字が出ている。客の財布のひもは固い。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店があるため。
		一般レストラン（経営者）	・日本はオリンピックへ向かっていくとは思いますが、東京に関しても、テロその他を考えたら、どこまでどうということをしていくのかという具体的なものがみえない。当地もホテルは若干建つとは思いますが、一時的なもので終わってしまうような気がする。
		タクシー運転手	・一段と人の動きがなくなっている。
		設計事務所（経営者）	・夏に総選挙がありそうだとということで、何か様子をうかがう状態である。国の予算的な物、アベノミクスなど何かよく分からないところで動いている。仕事も年度末で、なかなか新しいものにチャレンジできず、早く納品を完了しなくてはいけない状況で先が見えず、選挙の問題もあるため、様子見の感じである。すべてが浮ついているというか、春になったせいなのか、期待感はあるものの、よく分からないものに押されている感じがする。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業は景気が回復しているようだが、中小企業の景気はまだ良くない。中小企業の景気が回復して、中間層の所得が増えない限り、住宅も売れない。住宅に関しては、消費税を免税にしても良いのではないか。住宅が売れると経済波及効果がかなりあると言われている。公共工事の方でも、工事原価の見直しなどをしてもらわないと、防災工事も進まない現状にある。
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	-	-
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は横並びが少し上向き程度だが、店頭で接客をしていると、例年の年度末以上に個人の注文が多いと感じる。
		税理士	・いつも言っているが、アメリカの景気がそこそこ良く、日本車が売れている。一方で、中国景気のパブルが弾けるかもしれないと言われているが、以前はその逆だったこともあるため、両方を足して半分でも良いかと思う。日本国内の景気を見ると、アベノミクスが今までにない引っ張りをしていきそうなので、少し良くなっていくような気がする。
		税理士	・消費税の再増税が回避されそうな動きは、嬉しい材料で消費につながると思われる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・物流量は増えているので、景気は良くなる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・新聞報道での大企業業績が上向きなので、中小にも徐々に波及すると思っている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・良い話とマイナスの話と両方出てきている状況である。
		化学工業（従業員）	・原材料はこれから原油価格の上昇により、値上がりするようであり、あまり良くはならない。ただし、中国、タイ向けは順調に受注している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今のところ良くなる要素は見当たらないため、当面は横ばいと考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・新年度予算が動き出すまでは、あまり変わらない。客の新年度計画が動き出すのを待つしかない。
		金属製品製造業（経営者）	・景気の先行きが読みにくく、毎月が勝負で、わからないというのが正直なところである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新しいものが増えるということが全くないので、このまま行くのではないかと。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・苦情、愚痴が出ていないので、実際はやや良くなって、安定してきているのではないかと。もし、仕事がなくなったり、受注が極端に減ったりすれば、どうしても言葉に出てくる。それがないので、まあまあということだと思う。

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
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・1月初めから天候の影響もあり、客の入りが悪いという現場の声が多かったが、2月終盤から客足が戻ってきている。春に向けてこの流れを継続させたい。
		建設業（経営者）	・中小企業の経済対策が十分に実施されていない。
		建設業（経営者）	・先を見るとまだまだ不安要素があるのではないかと様子見の感がある。
		建設業（営業担当）	・人手不足のなかで発注量が増えてきている。一方で、事業費が高騰しているため、設備投資を控えている事業者も増えている。3年先まで見通しが立たない。
		建設業（経理担当）	・金利が低下し、お金を使うのではなく、先に備えて出さない、使わない気持ちの方が強くなってしまったようである。個人住宅も、親からの援助なしの計画以外は減少してしまっている。
		輸送業（経営者）	・今も景気の先が見えにくく、判断しにくい状況にあるため、思うような状況にはなっていないのではないかと。
		通信業（広報担当）	・当面は今の状況が継続する。
		金融業（従業員）	・取引先からは、先行きが不透明であるとの声が少ない。建設業では忙しい取引先もこれまでは多かったものの、最近では工事の見送りが増加しているとの話も出てきている。
		金融業（役員）	・先行きに対する不安感が解消されていないため、消費マインドの改善には至っていないが、悪化している状況にもない。
		不動産業（経営者）	・繁忙期も過ぎ、厳しい状況が続くようである。結論から言うと建設しすぎである。
		不動産業（経営者）	・当テナントビルの入居率は変わりなく、テナントの客入りにも変化は感じられない。
		不動産業（総務担当）	・当社に限れば、貸しビルからの安定収入は当面続くと思われる、今のところ不安材料は見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・売上予想や受注状況などから、前年同時期とあまり変わらずに推移している。
		広告代理店（従業員）	・例年と比べても目立って大きな変化はなさそうである。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・3月決算の企業では、新年度の経営計画の策定が終わっている。目標売上高の設定が消極的なものが見立つ。経営者に話を聞くと、大手企業の業績が悪化してきていることを気にしている経営者が多い。直接的に関連はないが、なんとなく不安を感じているようである。
		経営コンサルタント	・金融政策だけでは、実体経済が伸びない。都心のマンションなどが、過去のバブル期のように値上がりしているのは、ひんしゆくものである。内需の拡大を図らないと中小企業に跳ね返ってこない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・仕事関連商材等があまり動いていないため、取引先工場等の稼働率が上がっていない。景気の良くなる方向が見えてこない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・募集はしていないが、求職の電話が多くなっている。当社のような中小零細企業の雇い止めが進んでいるのではないかと。
		繊維工業（従業員）	・私達中小企業は、アベノミクスの恩恵は全く受けていない。それどころか、円安の影響、原料メリヤスの高騰高止まりが続いている。製品単価にも転嫁できず、経営が圧迫している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・5～6月は、売上が年間で最も減少する時期である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・売上の40%を占める主要取引先のリストラ策によって、取引部門が閉鎖となり、厳しい状況がしばらく続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・毎年夏に向かってはゴールデンウィークや夏休みがあり、稼働日数が減るため、相対的に売上は落ちる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在より受注状況が、一段と活発になる要素はほとんど見込めない。このままだと、最低ラインをどこまで維持できるか本当に必死である。
		精密機械器具製造業（経営者）	・この状況が続けば、中小のキャッシュフローはさらに悪化すると予想される。
		建設業（経営者）	・住宅業界はまだまだ右肩下がり業界である。

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）	・取扱量が低迷を続けているなか、大型連休による稼働日の減少による売上減や、再び燃料価格が上昇傾向になってきているため、今のところ改善する材料が見当たらず、悪くなる。	
		輸送業（総務担当）	・主要取引先の荷量の減少やコストの見直しなど厳しい状況は続く。また、人手不足や人件費の増加も影響し、市場の不安などの要因もあり、さらに厳しい状況になると思われる。	
		金融業（統括）	・マイナス金利の政策は決して功を奏していない。中国の景気、その他全体的にもマイナスになっているようである。	
		金融業（支店長）	・長期金利は下降傾向にあるものの、企業を中心とした資金需要は盛り上がっていない。今のところ、景気が上向く気配はない。	
		金融業（営業担当）	・マイナス金利の影響は今後まだ出てくる。特に金融機関の収益圧迫は大きい。また、中小企業の売上増加の目途が立っていないこと、消費が少し陰りを見せているということなどから、総合的にみて若干下がるのではないかと。	
		広告代理店（営業担当）	・毎年、上期は広告活動があまり芳しくない。当社が固定客をあまり持っていないためだと思うが、今年は例年以上に前向きな話が少ない。	
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・4月から予算が決まるまでは落ち着いてくる。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・受注量は現状維持だが、人手不足の影響で募集費及び人件費が増加する分、全体としてはやや悪くなる。	
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先の決算が良いとは聞いていないため、今後良くなる要素はない。	
		悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・案件そのものが軒並み無くなるケースが多く、ますます厳しい状況が想像される。
			輸送業（経営者）	・期末の忙しさは感じられない。前年と比べて受注量が少ない。
			輸送業（総務担当）	・荷主の新年度出荷計画は例年少ないが、今年は例年を大きく下回り、大幅減の計画である。
			広告代理店（経営者）	・3月前半に次年度予算の激減の予想がみえ、年度当初は単発の仕事はほぼないため、悪くなる。
		雇用 関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）
求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人問い合わせが増加している。			
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・例年は年度末に向けた短期的な仕事が増えるが、今年は新年度からの長期増員も増えてきている。今のところ、法改正の影響で採用を控えることはなさそうである。	
		人材派遣会社（営業担当）	・官公庁からの各種補助金や助成金が採択される時期となり、これにより中小企業等の設備投資等が活性化すると想定する。	
		職業安定所（職員）	・正社員の就職件数が増加している。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者の方々と話をしたが、前月同様、「中国企業、中国市場がみえない、世界的にも輸出関連はあまり良くないのではないかと。国内もそれほど伸びていない。」と、非常に不安に思っている人が多い。	
		人材派遣会社（社員）	・労働市場環境は引き続き売り手市場で、企業の募集、採用意欲も高く、求人需要は堅調である。応募、採用難の状況が続いており、広告主の需要はあるものの、受注単価下落、商品構成の変化により、売上は伸びない。	
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の解消される見込みがない。	
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなると思える施策等が見当たらない。	
		人材派遣会社（支店長）	・オーダーは増えるも人材不足の構図は変わらず、いかに良い条件のオーダーを作り出すかが課題となっている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・労働市場は活性化されてきている。3か月後も現在と同じように求人数は増えていくが、求職者とのミスマッチも増えるため、人材派遣の市場で大幅な変化はみられない。しかし、紹介予定派遣や正社員の求人数が今以上に増えれば雇用市場も更なる活性化をされると思われる。	
		人材派遣会社（支店長）	・求人、求職数共に横ばい傾向である。	
		人材派遣会社（営業担当）	・4月以降も派遣の引き合いは多く、好調な状態は続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・毎週求人企画を発行している。週によって売上（求人数）の変動が激しく安定しない状態が続く。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気が悪くなる要素は今のところ感じないものの、良くなる要素も感じられない。
		職業安定所（職員）	・求人募集企業が多く、人手不足が多少解消されれば賃金収入も増え景気を刺激する。現状、人手不足の解消には遠く、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加率が横ばいである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・世界経済の動向が採用に大きく影響している。今後の見通しを想定すると採用に予算も人手もかけにくい、というのが本音ではないか。
		民間職業紹介機関（経営者）	・「拡大成長を夢見た時代が懐かしく、今を生きるのが精一杯である」との声を聞く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・販売増が生産増につながる、目に見える短～中期的な要因は見当たらず、新規市場の開拓に力を入れている。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒採用の6月選考開始がどのような影響となるか分からないが、短期争奪戦となるなかで、中途採用で確保する企業も出てくる可能性もあり、引き続き状況は悪くないと思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・就職活動が解禁になり、学生の動きも活発になっているが、先行きは分からない。
		やや悪くなる	職業安定所（職員）
悪くなる	職業安定所（職員）	・人手不足で攻めの経営ができず、賃金の引上げが難しい。	

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式会社）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	良くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドの増加に期待する。
		美容室（経営者）	・行楽シーズンで様々な行事があるので、客足も良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気候が良くなって人出が増えることが見込まれ、若干良くなる。
		商店街（代表者）	・東京オリンピックがあるので、引き続き前向きな期待を持っている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・率直なところ先行きは見通しづらいが、期待感を持っている。
		百貨店（販売担当）	・新作商品の展開やイベント開催で、自家需要の喚起が見込める。今後数か月は人出が増え、購買意欲の高まりが期待できるため、先行きの見通しはそれほど暗くない。
		スーパー（経営者）	・伊勢志摩サミットの効果で、来客数は増加傾向にあり、今後も期待している。
		スーパー（販売担当）	・春夏物へ商品の入替えが始まり、商品にもよるが動きが良い。客の購買意欲の高まりが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・売場改善の投資を実施しており、品ぞろえに変化と幅を持たせ、欠品商品の発生も少なくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・主力の米飯類の動きに、回復がみられる。
		家電量販店（店員）	・高価格帯の商品を希望する客が、以前と比べると増えてきている。今後は売上の伸びが期待できそうである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・中国経済の影響が小さくなり、伊勢志摩サミットを控えて、株価も踊り場を抜け出して回復する。
		観光型ホテル（経営者）	・5～6月の予約客は、前年比で7～10%増えている。伊勢志摩サミットのおかげで、三重方面の客がこちらにシフトしている。近隣の宿泊施設が耐震工事で2か月間休業ということもあり、本格的な景気の回復というよりは、外部的な要因のため手放しでは喜べないが、来客数は増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行の欧州方面には不安材料があるが、国内旅行は順調に推移している。
旅行代理店（従業員）	・政府の予算によるインバウンドやMICE事業、地方創生のための観光地域づくりへの助成は、旅行需要拡大への強い味方である。旅行者にメリットやお得感があると旅行への支出が増え、旅行者数の増大にもつながり、観光産業の成長をもたらすのではないかと期待している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・異動等で人の動きが増える時期であり、良くなると思われる。
		美顔美容室（経営者）	・ホワイトニング商品の販売が続き、4月からは新たなキャンペーンも始まる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・気候が良くなり、外出するためのレンタル用具の出荷が見込まれる。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税を控え、消費者には節約志向が浸透している。
		商店街（代表者）	・率直に言えば、景気の気、気持ちの気が向上しない限り、客単価が上向いてデフレから脱却することはないと感じる。政府、マスコミも、気分が晴れ晴れするようなメッセージを、発信して欲しい。
		商店街（代表者）	・特にプラスの要素はなく、この先も売上は低水準で推移していく。
		商店街（代表者）	・必要品以外は購入しない状況が続いている。今後も、このような状況が続くと思われる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・4月のセールに期待しているが、今の状況では先の見通しについても強気にはなれない。当地方は中小企業が多く、景気は落ち込んだままである。大きな都市に出掛けると、ターミナル駅や百貨店の地下では人が一杯である。地方では人も寂しい状態である。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・客層は年金世代の高齢者が多く、政治情勢等が今より変わらなければ、現状のままで推移する。消費税増税の方向がはっきり決まれば、少し動きが出てくる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・必要な物は仕方なく買い、余分な物は買わないという風潮が、まだしばらくは続く。
		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）	・アベノミクスや消費税増税の先行き、テロ事件や米国大統領選挙等の世界情勢等、不確定要素が非常に多いため、良くなることも悪くなることも言えない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度に入って受注も平常期の動きに戻る。今のところ特需要件も見受けられない。
		百貨店（売場主任）	・優待キャンペーンが始まり、時期的にも入学式用の靴を買いに来る親子連れも増えるため、一時的に売上は増えているが、2～3か月後の売上は伸びない。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の実施が明確になれば、夏ごろから高額品等に動きが出始めるが、実施が不明確なため先行きに不透明感がある。
		百貨店（経理担当）	・経済環境が劇的に変わらなければ、景気は良くなる方向には向かわない。
		百貨店（経理担当）	・春闘にも影響を与えた景気の先行きに対する懸念は、依然として残っている。世界経済が回復・安定しない限り、我が国の景気も改善が見込めない。
		百貨店（販売担当）	・新学期需要も前年並みには届かず、購入点数の減少が続いている。
		百貨店（販売担当）	・有効な景気対策が実行されなければ、消費の動きは改善しない。当面は、現在の停滞感が漂う状況から変化はない。
		スーパー（経営者）	・中国経済の減速は思った以上に深刻で、我が国からの輸出は米国を除いて多くの国で減る。原油・ガス産出国も輸出が鈍り、原油価格も引き続き安値が続く。デフレ脱却は、原油安や円高で結果が出ず、こうした状況が6月ごろまで続く。給与は上がり消費も一向に改善せず、景気回復の足を引っ張るので、3か月先はまだ良くならない。
		スーパー（店長）	・この春の賃上げでも給料が大幅に変わるわけではなく、先行きも良くなるとは思えない。
		スーパー（店長）	・異動の時期だが、消費への影響は不透明である。良い方向に向かえば品物の購入が増えるが、先行きに不安があれば、あまり大きな買物はしない。新入社員が物を買うようであれば、先行きは若干変わる可能性がある。
		スーパー（店員）	・これから気温が高くなるため、品質の面から食品をまとめ買いするような動きはない。しばらくは横ばいが続く。
	スーパー（店員）	・来客数、販売数共に増加しない状況が続いており、今後の見通しも、横ばいである。	
	スーパー（販売促進担当）	・消費者の懐具合が改善しないと景気は良くなる。消費税増税を先に伸ばすか、大きな改善がなければ、以前のような購買意欲は戻ってこない。	

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（販売担当）	・商品の値上げが続き、景気が良くなる材料もない。
		スーパー（支店長）	・全般的に商品の動きが悪く、良くなる気配は感じられない。消費が鈍化している。
		スーパー（営業企画）	・金利、株価の動向が不安定で、景気の先行きは不透明である。消費は堅調な動きが続くと思われる。
		スーパー（企画・経営担当）	・今のところ、景気が変動するような要素が見当たらない。
		スーパー（人事担当）	・春闘で賃上げがあっても、食費が増加して恩恵が表れるには、もう少し時間がかかる。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数の回復が急務であるが、有効な対策がない状況で、2～3か月先に良くなる見込みはない。
		コンビニ（企画担当）	・インバウンドは、東京オリンピックまでは堅調と見込まれる。ただしテロ等の海外情勢が影響してくると変わってくる。
		コンビニ（店長）	・好材料が見当たらず、良くなる兆しはない。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は、今月と変わらない状況で推移する。
		コンビニ（店長）	・繁華街の人出が減っている。今後も現状と変わらないか、やや悪い状況が続く。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・景気が上向きになる要因がない。ただし、悪くなる要因もない。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン価格は比較的安値で推移し、株価下落も一段落して再び上昇の気配もあるので、景気は悪くはならない。ただし、良くなるまでは言えない。
		乗用車販売店（経営者）	・基本的には変わらないと見込むが、消費税増税の動向が懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・3月は良かったが、この先に期待できる具体的な要因はない。
		乗用車販売店（従業員）	・客との会話では、所得が増えるような話が聞かれない。今後は新型車両の発売もあり、客の動きが少しでも活発になることを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなる方向にも、悪くなる方向にも、変化はないと認識している。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期は今一つであったが、建築関係等、好調な法人からの注文が増えている。良くなるまでは言えないが、何とか持ちこたえそうである。特に、商用車の買換えや増車が多く、好調な決算が見込まれる法人では、設備投資や節税対策が行われている。
		乗用車販売店（従業員）	・先行きが良くなるような具体的な要因が、全く見当たらない。しかし、更に悪化するような雰囲気もない。現状の低迷したままの状態が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・人材採用が難しくなっており、企業は給与水準を上げなければならぬが、引上げたからといって、消費がすぐに上向きようには思えない。
		乗用車販売店（経理担当）	・県内では非製造業の業況見通しが下降気味である。先行きに明るい兆しがみえない。
		乗用車販売店（販売担当）	・これまでの販売施策では、年末まで力を入れて12月にピークを迎えていたが、1月以降も販売台数を増やす方針となり、1～3月もメーカーの支援を得られた。しかし、4月以降の方針がまだ決定していないため、何とも言えない。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅、マンション建設は横ばいである。設備投資や他の新規工事も横ばいが見込まれる。現場が多く伸びる要素があるのは、大規模改修やリフォーム工事のみである。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・客の動きは、足元からそれほど変わるようには思わない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・支出を控えて貯蓄する人が増えている。株価も下がり、金相場も少し不安定なため、金製品を購入する客は多いが、宝石に関しては買い控えがみられる。
		高級レストラン（役員）	・足元の予約数は、前年同月比で横ばいの推移となっている。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素は見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の動きが影響しているように感じる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・伊勢志摩サミット、参議院選挙が終わり、消費税増税の確定となれば、景気は現状維持かやや悪くなると見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・正社員、パート共に人材不足が続いているが、給与水準は変わらないため、景気の水準も現在と変わらないと見込まれる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きから、先行きも変わらないと見込まれる。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊客はインバウンド次第である。ゴールデンウィークの予約の伸びは良くない。価格を少し高くすると、予約が入りづらくなる。
		都市型ホテル（経理担当）	・前年並みの宿泊客が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・金利政策の効果が具体的に出てくるまで、まだ時間がかかるような気がする。
		旅行代理店（経営者）	・客の様子から、テロの危険がある地域は避け、安全で安心して楽しめる場所、都市型観光よりも自然志向に関心が向いていると感じる。
		タクシー運転手	・タクシーよりも安い運転代行サービスを使う人が増えており、その傾向がこれからも続く。
		タクシー運転手	・春闘の大手企業での妥結報告をみるとやや良いが、家電メーカー等も厳しいので、先行きにはあまり期待できない。このままの状態が続けば、良い方であると見込んでいる。
		タクシー運転手	・前年同月比の数字は、多少は上向きになってきている。良くなることを期待するが、現状から大きくは変わらない。
		通信会社（企画担当）	・様々なプラス要因、マイナス要因があるが、これといった決め手はなく、結果的に現状維持のように思われる。
		観光名所（案内係）	・だれに聞いても、景気は悪いと言っている。景気が良くなる兆しが見えない。
		ゴルフ場（企画担当）	・5～6月はゴルフには良いシーズンとなるので、悪天候が続かなければ、入場者数は確保できる。しかし、予算目標もそれなりに高くなるので、達成状況としては、特別良くはならない。雨天等による入場者数への影響が心配である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・放課後デイサービスの利用者数は定員に達しており、今後の増加は見込みづらい。
		住宅販売会社（従業員）	・販売量が変わりそうな要因が、あまり見受けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・工事費が小さな案件の増加で何とか維持しているが、地方の末端の住宅工事施工店では、苦しい状況が変わらない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・客の予算が少しでも上げれば良いが、現状からは先行きが回復しないように感じる。
	やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・これから様々な商品が値上がりする一方で、給与は増えていかないの、消費を抑制すると見込まれる。自分のためのプレゼント購入や贈答品を送る範囲を絞っていくと見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税を見送らないと、状況は現状維持が一層悪化すると見込んでいる。
		百貨店（販売担当）	・これまで消費をけん引してきた富裕層の購買意欲に、中国の景気減速や欧米の政情不安定、株価の下落が水を差す。
		スーパー（総務担当）	・来客数が、前年同期比で3%ほど減少している。
		コンビニ（企画担当）	・原油価格も上昇に転じ、良くなる要素が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・周りに大企業に勤める人は少なく、賃金が上がるという話は聞かない。比較的単価の低い商品の売行きが良く、節約志向は根強いと感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気減速の影響で、客単価は一層の下落が見込まれる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・売上は、今年に入って減少している。
		家電量販店（店員）	・来客数の減少は売上の減少につながる。商品価格の上昇で何とか維持しているが、今の状態が続くと、単価も下がり始め、売上が前年水準を割る状態になりかねない。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期を過ぎると市場は大幅に冷え込む。新車販売が見込める要素はなく、人気車種は納期が大幅に遅くなっており、登録実績にも影響が出始めている。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・例年、売上がやや落ち込む時期となる。イベント等を増やして客を呼び込みたいが、あまり期待はできない。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・夏にかけては売上減少が見込まれる。店舗独自のイベントを考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		一般レストラン（経営者）	・世界情勢の影響で日本経済に対する不安が高まる。メディア等で日常的に為替や株等の変動が報道されると、株取引を行っていない一般給与所得者の心理にも影響する。外食を控えて、家飲みが増える傾向がみられる。		
		一般レストラン（スタッフ）	・足元では、気候の影響でかなり来客数が減少している。景気の先行きが見通せず、良い話は耳にしない。		
		観光型ホテル（販売担当）	・団体宿泊客が伸び悩み、食堂利用も減少している。これからハイシーズンとなる婚礼客も、受注状況は前年同期を二けた下回っており、良くなる見通しはない。		
		都市型ホテル（経営者）	・予約はたくさん入るものの、直前のキャンセルが多く、販売実績につながらない。		
		旅行代理店（経営者）	・欧州のテロや中国の経済減速等、産業面の減速が消費にも影響している。ターミナル駅前にオープンした大型ビルや百貨店も、にぎわっている割には、購入客が持つ店名入りの紙バックは、全くと言っていいほど目にしない。見物だけで購買に結び付いていない。		
		旅行代理店（経営者）	・消費税率が8%に上がってから、ボディーブローのように景気に影を落としている。参議院選挙の結果次第と思われるが、消費税増税の先行きが分岐点となる。		
		旅行代理店（従業員）	・春闘をみていると、大手企業もそれほど上昇していないので、中小企業は更に厳しくなる。先行きが不安定なので、金の流れがレジャーよりも貯蓄に向かってしまう。		
		タクシー運転手	・タクシー利用客は、目に見えて減っている。		
		通信会社（営業担当）	・客は少しでも得になる情報には敏感になっている。良くなるとは考えにくい。		
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で、低単価による薄利多売経営が加速している。		
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・今になって消費税率8%となった影響が出てきている。中小企業の広告出稿の動きが良くない。		
		理美容室（経営者）	・客との話では、様々な商品が値上がりしているが、給料は増えていないので、景気は悪くなっていく。		
		美容室（経営者）	・地域の人口が減り続けているということは、景気は良くない。また、行政による対応も見受けられない。		
		美容室（経営者）	・足元では年度末やイベント等で金を使う客が多いが、2～3か月後には、堅実な節約モードに戻る。		
		設計事務所（職員）	・アベノミクスは一般市民にほとんど影響ない。これからも、特に給与が上がらぬ要因は見受けられない。		
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積り依頼等の状況を見ると、年度が変わって企業の設備投資は落ち着く傾向である。		
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・公共事業、民間案件共に受注単価が低いため、利益の確保できる仕事は減っている。景気回復の実感はなく、中小企業は、悲鳴を上げている。		
		悪くなる		商店街（代表者）	・消費税率は8%でもかなり重税感があり、もし再引上げが行われた場合、節約志向が一層強まる。リオオリンピックが近くなりテレビは売れるかもしれないが、エアコンは苦戦すると思われる。
				一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客の金の使い方は、一層メリハリが付き、飲食に対しては、財布のひもが更に固くなる。
衣料品専門店（経営者）	・なじみ客ですら、来店回数が減っている。				
乗用車販売店（経営者）	・例年の流れとはいえ、決算期が終了する4月以降はかなり厳しい状況が見込まれる。				
スナック（経営者）	・ゴールデンウィークも気掛かりであるが、年金生活者が多い客のなかには子供に援助している人も多く、財布のひもは年々固くなっている。				
通信会社（サービス担当）	・引っ越しシーズンが一段落すれば、新規申込の減少が見込まれる。				
理容室（経営者）	・客の話からは、まだまだ、景気が良くなるとは思えない。				
住宅販売会社（経営者）	・円安で物価が上がって生活費が増えているため、家の購入をちゅうちょする客が多く、なかなか購入まで至らない。				
企業 動向 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-		
		食料品製造業（経営企画担当）	・地域経済としては、伊勢志摩サミット関連の来訪者も増え、鉄道やホテル等では業況が上向いていると感じる。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先で設備投資予定があるため、OEM製品の出荷が見込める。		
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の設備投資がしばらく続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・企業内で人の動きが活発になっており、組織が活性化し、活力が生まれる。景気の動きにも影響を与え、景気は上向き。
		通信会社（法人営業担当）	・衆参同時選挙の可能性もあり、与党は躍起になって、複数の景気回復策を打ち出してくると思われる。
		行政書士	・年度替わりでやや良くなるが、個人の貨物の動きからは、財布のひもは相変わらず固いという業者の声もある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・4月になれば公共案件の増加が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・国内では業種によって繁閑に少しずつ差が生じており、この状態は当分続く。海外では、投資先が従来の中国から、ベトナムやフィリピンに移り、今後はミャンマーも増えていく。当社としては、新製品開発を続けていく。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・円高、株安等が続き、景気が今より良くなるような情報もなく、今のままの状況が続く。
		化学工業（総務秘書）	・世界情勢は足元の状況が続くものと思われる。国内で景気が大きく動く要因としては、消費税増税が確定した時である。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・ほぼフル生産の状態がずっと続いている。客先の状況も今後2～3か月はほぼ横ばいという話が多く、しばらくは好況が続く見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数の減少が続いており、新年度になっても悪い状況が変わらずに続く見込みである。
		金属製品製造業（従業員）	・足元では例年並みかやや少ない感じの動きであるが、先行きのプロジェクトはあるので、プラス・マイナス両面の要素がある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・例年であればスマートフォンの新製品に向けて、設備投資が増加する時期であるが、今年は伸びが鈍く、現状から横ばいと感じる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量は横ばいの見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・突発事項が発生しなければ、緩やかな上昇も期待できるが、何か発生すると、急激に落ち込む可能性もある。不確定要素が多く予想が立たない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・客先のケーブルテレビ業界では、設備投資意欲が減退したままの状況が続いている。横ばいが続いており、なかなか立ち直りの兆しがみられない。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・変化の材料もなく、体感的にもあまり変わらないので、今後も変化はないと思われる。
		輸送用機械器具製造業（研修担当）	・消費税増税が実現するかどうかで、自動車等の大型消費の動きが変わる。現段階では実現しないと想定し、3か月後も変わらないと考える。
		建設業（営業担当）	・浄化槽清掃は下水道の普及と相対するため、件数が減っていくなかで、新しい事業や工事や設備設置に関わろうと思うが、既存の業者と競合になるので、進出しても結果がどうなるかは、まだわからない。
		輸送業（エリア担当）	・軽油単価が、前年比で1リットル当たり15円以上値下がりしており、非常に助かっているが、貨物の荷動きは、今一つ緩慢である。
		輸送業（エリア担当）	・貨物の動向に影響を及ぼす大きな要因は、特にない。
		通信会社（法人営業担当）	・生活者は、少しでも安く買物をし、生活を守るため知恵を絞っている。特に、高齢者、派遣社員や母子家庭の家計は、深刻な状況に見受けられる。
金融業（従業員）	・土木系や自動車関連の事業者からは、若干は良くなる傾向にあるという話を耳にする。		
金融業（企画担当）	・個人投資家は、相場が株高・円安に向かわないと動きを再開できない。投資家以外の個人は、給与が上がらないと消費は拡大しない。当面は今の景気が続くと思われる。		
不動産業（用地仕入）	・販売価格の動きからは、景気を大きく左右しそうな要因は見当たらない。		
企業広告制作業（経営者）	・中央省庁の地方移転は、地方再生のかぎとなる。花火は上がったが結末はどうなるかわからない。当事者の反対で地方移転が阻止されるようなら地方の落胆は大きい。効果に期待するが、この問題の決着によっては、先行きへの見方が変わる。		
広告代理店（制作担当）	・広告の受注量、客先の予算共に、全体的にはそれほど変わらず、現状維持が続く。		

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
		公認会計士	・政府の政策も含めて先行きが改善する要素がない。金融機関の業務方針が、従来どおり経営改善支援重視なのか、業況の良い会社の重点支援となるのかははっきりしないため、地域金融機関を主力行とする中小企業の先行きが不安である。
		会計事務所（職員）	・金利引下げの効果は、期待されたほど大きくない。設備投資や株式投資等においても、活発化はみられない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・経営相談の件数が少なく、経営者はしばらくは現状維持という判断をしているように見受けられる。
	やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・業界では、恒常的な経費削減の要請が身近にまで浸透している。削減項目が徐々に増えていることから、景気としては徐々に悪くなると見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（代表）	・経営が厳しいためか、広告主である中小事業者は、少ない費用で最大の効果を求めて、多様な媒体を選択する傾向が年々強まっている。媒体の価値や効果を相当高めないと、客の決定要因は料金水準だけになりかねず、先行きは厳しい。
		化学工業（営業）	・客から値下げの要望があり、販売単価は現行より低下する見込みである。
		化学工業（人事担当）	・先行きも、海外の経済情勢やテロ等の様々な要因で、企業の設備投資や個人の株式投資等が安心して行えない状況が続く、景気は引き続き低迷すると思われる。
		鉄鋼業（経営者）	・4月以降の仕事の話が今になっても聞かれない。競合他社では、在庫過剰を解消するための乱売も予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・定常業務にはあまり変化はないが、期末の駆け込み需要が少ないので、景気は悪化方向にあると思われる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国の景気減速や為替相場がやや円高傾向ということで、完成車メーカーの話では、4月以降の1年間は、前年比の数字が落ちると聞いている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・来年度の計画値は、期初から今年度を下回る見込みである。
		建設業（経営者）	・消費税増税が議論されているが、長期的な視野で慎重に検討し、総合的な判断をすべきである。
		輸送業（経営者）	・中国景気低迷の長期化や国際情勢への不安で、輸出入貨物の減少が懸念される。国内の消費財も、景気が悪くなるとの報道から、客先では消費者心理の冷え込みを想定した荷量の絞り込みが始まっている。
		輸送業（従業員）	・原油価格は底を打った模様で、物流業界では石油製品の一層の値下がり効果が見込めず、コストの削減要因がなくなる。少子高齢化でドライバーの採用難が続いているため、待遇改善のコストが増え、利益確保が一層難しくなる。
		輸送業（エリア担当）	・適正単価での受注より物量の増加に力を入れているため、大口取引の増加で物量は増えるが、それに対する経費の増加分を吸収できない。利益の増加は難しい。
		金融業（法人営業担当）	・世界経済の減速に対する不安等から、設備投資等には慎重な動きがみられる。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシは、小売業やサービス業からの受注が少ない。3月には良かった自動車等の決算セールでのチラシも、4月以降は期待できない。		
	悪くなる	建設業（経営者）	・現政権の経済政策がなかなか上手くいっていない。外交面でも緊張が高まり、非常事態になれば景気は良くなると考えているのかもしれないが、経済と安全平和に関する現政権の方針への違和感から、先行きに対する不安が払しょくできない。
雇用関連 (東海)	良くなる	-	-
		やや良くなる	
	人材派遣会社（営業担当）	・新入社員の配属が決まるため、この先は人事関係での様々な動きが出てくるのではと考えている。	
	人材派遣会社（支店長）	・派遣業務に関する売上は緩やかな右肩上がり基調が続いている。この先も堅調に推移するものとする。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・4月以降は新しい期を迎える会社が多く、新たな取組を始めるところが増える。	
学校〔専門学校〕（就職担当）	・学内企業説明会への企業の参加意欲が高く、日程的にも容量的にも一杯で、一部を断っている状況である。		
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・正社員採用への企業の意欲は高いが、採用に見合う有能な人材が枯渇しており、採用決定では不調が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・製造業ではまだまだ設計・開発案件を多く抱えており、要員募集の動きとしては、当面は、景況感の後退を感じない。ただし、元請け製造業から業者に対するコスト削減要求は変わらず厳しく、人材派遣業界もその煽りを受ける可能性があり、景気への若干の懸念もある。
		人材派遣会社（営業担当）	・前向きになれるような材料が見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーでの2月の生産ライン停止に伴う巻き返しの生産増加は、4月以降にずれ込むが、景気としては、変わりはないと見込まれる。
		職業安定所（職員）	・中国景気の減速や為替相場の動き等から、先行きが見通しづらくなっている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高水準で推移するが、求人数が増えているにもかかわらず賃金の上昇にはつながっていない。
		職業安定所（職員）	・正社員の有効求人倍率は、1を超えそうだがその手前の段階で足踏みをしている。求人募集時の雇用条件の改善が図られるかが、今後の課題と考えられる。
		職業安定所（職員）	・中堅規模の建設業や販売業等では、パートを中心とした募集が多い。今のところ中国経済の減速に伴う影響は出ていないが、先行きは予断を許さない。求人数は増加しているが、相変わらずパートや臨時職員としての求人が目立っている。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同期比で増加しているが、求職者数も増加しているため、雇用情勢の動きははっきりしていない。
		職業安定所（職員）	・介護職や保育士等では人手不足が際立っているが、給与面での改善が見込めないため、就職決定に結び付かない。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・企業の採用予定数は変わらず増加傾向にあるが、求職者数の動きに変化を感じられない。
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・当分の間は、良くも悪くも景気には変化がなさそうに見受けられる。		
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・3月が良かった分、先行きはやや悪くなるが、予約状況は例年並みで、それほど悪くはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人事担当者は新人の受入れや新年度の採用活動の開始等で忙しく、人手不足を解消するための根本的な解決策が手付かずとなっている。このままでは企業の生産活動に一層のブレーキがかかる。敏感な営業部門と比べ、人事総務部門は感覚が鈍いようで、いまだに、採用してあげるといったスタンスが見受けられる。
		職業安定所（所長）	・業種間で差異はあるが、更新求人では賃金等の労働条件を引下げる案件が、2割程度出てきている。在職者も含む求職者では、業種を変える希望者が多くなっている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大手企業では、来年度の募集案件が固まるのは5月以降となるところがあり、4月は前年度からの持ち越し案件が主となり、採用決定が鈍化する可能性がある。
悪くなる		-	-

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・北陸新幹線開業から1年経過したが、依然として飲食業界は活況を呈している。この先、春の観光シーズンに入ればさらに観光客は増える。
		百貨店（営業担当）	・特に景気が良くなる要素は見当たらないが、お中元商戦や母の日のギフトを探す客も多く、当店も母の日には非常に力を入れているため、早くから来客数が増えるのではないかと。
		家電量販店（店長）	・消費税増税がどうなるかによるが、商品単価は昨年より上がっているため期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車などもあり、来客数の伸びに期待している。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの配車遅れが4月以降順次改善していくので、販売に結び付いていなかった部分が良くなっていく。
		都市型ホテル（役員）	・一般宴会においては、5月のG7環境大臣会合や全国規模のレセプションの開催に伴い、売上の増加が見込まれる。また宿泊部門も、立山黒部アルペンルートの開通に伴う予約が例年同様に推移している。
旅行代理店（支店長）	・自治体および企業の動きが活発化している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・暖かくなってくるので、観光客も増えてくる。一頃、観光客が北海道新幹線に行ってしまうと思われていたが、影響は少ないと思う。
		タクシー運転手	・4月も県外からの観光の予約が順調に入っている。
		住宅販売会社（従業員）	・今が買い時と考えるユーザーが増えており、実需の客層が動き出している。慎重に検討していた客も、マイナス金利政策以降の低金利下で住宅購入を決めた人が増えてきている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税に向けて、客の動きがさらに活発になると思う。
	変わらない	商店街（代表者）	・大きな変化はない。
	変わらない	商店街（代表者）	・都会では外国人観光客で商店街もにぎわっているが、地方では外国人観光客の姿をほとんど見ることはない。これでは都会と地方の格差が広がるばかりである。免税も手続きが煩雑であり、地方にも外国人観光客の来店を促すような方法を考えなければならない。
	変わらない	商店街（代表者）	・6月には当商店街西側の再開発ビルが完成し、オープンする予定だが、当商店街ではそれほど大きな期待はない。人通りは多くなるかもしれないが、各店舗の売上増加はあまり期待されていない。
	変わらない	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費を喚起する要素はなく、変わらない。
	変わらない	スーパー（店長）	・4月以降の収入面、給料の状態が良くならないと、支出の部分は増えない。食品を扱うものであってもそう思う。
	変わらない	スーパー（総務担当）	・北陸新幹線効果が少し薄れてきているものの、今年の8月ぐらいまで変わらないと思われる。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・主力系の商材が不調なことから、それを補うようにコーヒーやドリンク剤でカバーしている状態であるが、売上が大きく伸びるといった感じはない。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・イベントに依存する立地条件であることから、土日の天候次第で若干の数字の変化はあると思うが、その他では大きく変わる要素は見当たらない。
	変わらない	コンビニ（店長）	・今後、良くなると思えることがない。消費税の増税は間違いなく景気悪化につながる。現在の景気に客が慣れてきたのか、キャラクターグッズなどのホビー商品やスーパーやドラッグストアで購入した方が明らかに安い商品など無駄な買物を控え、必要最低限の買物しかしていないような感じを受ける。このことから、景気が良くなるとも悪くなるとも判断しづらい状況である。
	変わらない	衣料品専門店（経営者）	・時々スーパーマーケットに行くが、周りの買物客は、広告の品、何割引き、何個限定の品を手にとって、慎重に買われている。御婦人の方の真剣な顔つきをみていると、景気が上向いているとはとても思えない。お茶をする女性は多いようだが、ノイローゼ予防として認めるべきであろう。
	変わらない	自動車備品販売店（役員）	・4月からの自動車税の変更に伴い若干の駆け込み需要があったので、反動により車販売の苦戦が予想される。
	変わらない	住関連専門店（役員）	・需要期である3月の売上が伸び悩み、移動需要が落ち着くことからさらに売上ボリュームが減少することが予想される。ここ数か月の販売数量や単価からも、厳しい状況が続く。
	変わらない	その他専門店〔酒〕（経営者）	・非常に悪くなっているが、もうしばらくすると花見、そして暖かくなってくることから、人の財布のひもも緩むかなと期待して、変わらないとした。あくまでも、そう願っているだけで、本当はかなり落ち込むのではないかと思っている。
	変わらない	その他小売〔ショッピングセンター〕	・消費税増税を再検討との報道もあり、消費の先行きが不透明である。
	変わらない	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・さらに悪くなる見込みではないが、前年比という意味では競合店オープンの影響を夏まで引き続き受けるので、苦戦の状態が続く。当施設は車で来客が多く北陸新幹線の利用者の増減の影響を受けにくい施設なので、今後、新幹線利用者が下降気味となっても影響は少ないと考える。
	変わらない	スナック（経営者）	・先々期待できる要素はあまりない。株価の動向や他国の様子などで何かあれば、心理的に落ち込んで影響がある。
	変わらない	観光型旅館（経営者）	・今の時点で4月以降の予約は前年並みだが、募集形式の団体旅行の集客やインバウンドなど、これからの集客が伸びるかどうかが不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（スタッフ）	・4～5月が前年を下回る予約状況となっている。昨年は北陸新幹線開業もあり、事前予約が非常に多かったことが原因と思われる。今後、間近予約がどこまで伸ばせるかが勝負といえる。6月以降は100～118%で推移しており、まだ北陸新幹線開業効果が残っていると感じる。
		旅行代理店（所長）	・北陸新幹線開業から1年経過し、北海道新幹線が開業したが、その他現在の旅行需要に大きく変化があるとは考えられない。
		通信会社（職員）	・新商品ではハイエンドかつコストパフォーマンスの高いものを大きく打ち出しているものの、ローエンドでコスト重視のものを選択する客が意外に多い。
		通信会社（営業担当）	・卒業入学シーズンを迎え、少し動きはあったものの、この先これが続くとは考えにくい。例年ほぼ同じ数値できており、今以上の販売台数の増加は見込めない。
		美容室（経営者）	・ここ数か月、連続して前年の数値をクリアしているので、この調子は続きそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・今年に入って常設展示場の来場者数は累計で約20%近く伸びており、順調である。情報量も同じく20%増となり、今後の商談件数の増加に期待したい。マイナス金利政策に伴う住宅ローン金利の引き下げというプラス面もあるが、懸念材料として消費税増税の延期問題が持ち上がってきており、先行きがどうなるか見通しが立たない。
		住宅販売会社（従業員）	・周囲を取り巻く状況は変わらないが、消費税率が予定どおり変更されると駆け込み受注が予想される。
	やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・当店周辺は北陸新幹線開業の効果をそれほど受けないと思われたが、やはり1年経ち一段落して集客力が落ちているような感がある。今年1年は前年と比べて厳しいような感じがする。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・メーカーの人件費などが上がり、販売価格に反映されるので、少し買い控えがあるような気がする。
		百貨店（売場主任）	・株価低迷により、富裕層の購買意欲が落ちている。先月まで売上をけん引してきた美術品や宝飾、高級輸入時計が苦戦している。中間所得層は引き続き価格にシビアであり、よく吟味してから購入するため、衝動的な購買行動は減っている。
		百貨店（営業担当）	・例年この時期は、春のファッションのトレンドや、今からのセレモニーに関する衣料などが、比較的よく動く時期である。しかし、色々な部分で少し消費が冷え込んでおり、新たに買わなくても今持っている物で着まわそう、使いまわしをしようという客の声が、今後のファッション傾向に顕著に表れてきている。したがって、今後も財布のひもは固めに推移するのではないかとというのが実感である。
		スーパー（総務担当）	・今年の定期昇給は、人手不足のため若干のベースアップはあるだろうが、大幅な賃金の上昇は見込めない。そのため、ますます節約志向が続くのではないかと。
		コンビニ（店舗管理）	・求人難から、パート、アルバイトの時給上昇や求人費用の増大は止めようがなさそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・現実的に、閉店したり倒産したりが出てきており、次はどこかと憶測させられる。
		家電量販店（店長）	・前年、ケーブルテレビのアナログ停波でテレビの台数が伸びたのに対して、今年は4Kテレビの台数は伸びているが単価で補えていない。携帯電話もMNP契約者へのキャッシュバックなどの終了から、継続して販売台数を落としている。
		乗用車販売店（経営者）	・春先の需要が一段落するので、今よりも販売量は少なくなる予測である。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約単価は上がっているが、特に団体旅行の件数が減少しているため、全体の数字は悪くなっている。
		一般レストラン（統括）	・食材原価が上がり、利益を圧迫する先の見えない状態が続いている。今までのやり方ではコストアップ抑制やコストダウンに限界があり、やり方を大幅に見直さねばならない時期にきた。当社では今月から従来の仕入先でも、今後注文を増やすところ、減らすところの取捨選択に着手した。
		都市型ホテル（スタッフ）	・受注状況を見ると、宿泊は4月までは良いが5月が弱い。婚礼やレストランは引き続き弱い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（役員）	・3～4月は入学や人事異動などに伴い人の動く時期であり、例年は当社の商品やサービスの契約も伸びる時期であるが、今年は伸びが鈍く、今後しばらくはこの傾向が続くとみている。
		通信会社（店舗統括）	・新商品の発表もあったが、大幅な来客数増にはつながらない。
		通信会社（役員）	・3月の商戦期が終わり、例年若干問い合わせ数や契約数が下がる時期である。特に今年は国によるケータイショッブへの指導があり、さらに厳しくなる。
		テーマパーク（役員）	・向こう3か月の予約状況を見ると、前年同期比で海外からの客や国内の個人客はまずまず横ばいで推移するとみているが、国内の団体客の動きは予約ベースで大変鈍っており、やや悪くなる方向にある。
		競輪場（職員）	・4月以降、冬期は中断していた当地でのレース開催が始まるが、このときは1人当たりの購入単価が下がる傾向にある。
		その他レジャー施設（総支配人）	・昨年以下の会員総数でスタートとなり、非常に厳しい状況である。
	悪くなる	スーパー（店舗管理）	・新規出店の動きもあり、競合他社の価格競争激化のあおりにより、客の奪い合いがある。
		通信会社（営業担当）	・端末の大幅値引きがなくなり、買い控える可能性がある。また最近の傾向として格安SIMへ移行する客が増えているように思う。
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（役員）	・為替の問題から輸入原材料価格が下がる傾向にあるため、収益がよくなる方向性がみえてくるのが最大の要因である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州市場において、今後引き合いの増加が期待できる。
		通信業（営業担当）	・相変わらず、中小企業での通信設備の更改需要は良い結果となっている。一方で、ブロードバンド化の市場は芳しくないのが現状である。
		不動産業（経営者）	・個人客からの問い合わせが少しずつ増えている。前年より動きが早く、個人関係が前年より増えている。
		司法書士 税理士（所長）	・駅周辺で再開発の話が複数進行している。 ・昨年から始まった若干の円高や、石油価格の大幅な変更がようやくなじんできた。経済はどうしてもいろいろな数字が動く停滞するが、外的な要因の数字が落ち着いてくると計画通りにいろいろなものが進めていきやすいということになる。基本的に設備投資意欲は潜在的に高いとみられ、外的要因の動きが大きくなければ、今後も堅調に進むような感じがする。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・国内の需要については大きな変化はないが、この秋冬の仮需がこの4～5月からスタートすることから期待したい。また、外需については為替次第で期待が持てる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・軸足を置く住宅市場は、新設住宅着工数において春以降順調に伸びてきていた。しかし、10～12月は前年割れ、1月に入って回復となっており、今後2～3か月の判断がしづらい。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から判断した。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国経済の成長鈍化懸念が国内景気に与える影響は依然あるものの、大きな影響を与える中国景気はそれほど急速に変動しないと考えられる。また、マイナス金利により国内景気に与える影響については、企業及び消費者も慎重に対応していくものと考えられる。
		建設業（経営者）	・新年度が始まるこの時期は、例年公共工事の発注準備が整っておらず暇になり、やや悪くなると感じている。しかし今年は、安倍首相の「景気対策の第一は、成立した平成28年度予算の速やかな執行」が掛け声に終わらなければ、公共工事が例年より少しは多く発注されるのではないかという淡い期待から、やや良くなるのではないかとも思う。とすれば、その中間の「変わらない」というところに落ち着くのではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	金融業（融資担当）	・現在は年度末であり、建設業では4月以降の新年度の工事受注が控えているため、現在よりも景気が低下することは考えづらい。ただし、日経平均株価の低下などの不安要素はある。
		繊維工業（経営者）	・国内、輸出とも受注環境が厳しくなっており、先行き不透明感が強くなっている。
		精密機械器具製造業（役員）	・当社の現在の受注量、今後の生産計画量は微増の状況であるが、客先の店頭全体については、厳しい見通しを示す割合が多くなっているようだ。
		建設業（役員）	・首都圏においては、受注価格競争の緩和が当分続くと思われるが、北陸3県では一部に安値受注が拡大しており、今後更に受注価格競争が激化すると見込まれる。
		輸送業（配車担当）	・燃料費の下げも底をついた状態である。今後値上がりするとの予測があり、現状より景気が上向くとは思われない。
		金融業（融資担当）	・マイナス金利導入による逆風は今後も続くだろう。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前年同月は北陸新幹線開業、大型ショッピングモールの出店などで、特需的なチラシ出稿があったが、今年は目立ったものもなく、3月としては過去にない落ちようであった。やはり、物が売れず広告費に充填できない状況は、今後も続くように思える。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・6月末までの短期派遣の仕事が、前年から比べると増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一時的な求人過多による求人広告数の多さは落ち着いてきたが、企業の採用意欲は低くなく、経済活動としてみた場合に就業者の増加が経済にもたらす影響は大きいと思われる。
		職業安定所（職員）	・2020年の東京オリンピックの頃までは、製造業を中心に求人が増えていく、もしくは受注が増えていくのではないかとこの見方をしている会社が、非常に多くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・新卒採用時期でもあり、年度切替時期でもあるので求人数も少なく、スキルのある求職者数も少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人倍率ともに前年同月とほぼ同水準となっており、現在、それぞれの指標が大きく変動する要素は見当たらない。
		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。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人材紹介のミスマッチ状態がある。また、紹介や派遣の登録希望が少なく、人手不足が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・国内外の経済状況も落ち着きを取り戻してきているように感じられる。自動車関連産業を中心に安定していくのではないかと。	
	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式会社）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	良くなる		
	やや良くなる	商店街（代表者）	・外国人客の購買が期待でき、しばらく好調が続くそうである。
		百貨店（企画担当）	・季節商品の需要のピークが2か月後に到来し、夏物商材の需要に期待できる。店頭でも買い回りが増えると考えられる。3月は春物商材のピークと思われがちであるが、気温の低下や天候の乱れなどもあり、夏物商材ほどは動きが活発ではない。
		スーパー（店長）	・緩やかではあるが、来客数に回復傾向が感じられる。
		スーパー（店員）	・暖かくなると野菜の値段が下がってきて、客も増える。
		スーパー（広報担当）	・販売促進や、価格政策、話題づくりなどを仕掛けた商品には、良い反応がみられるなど、やや消費に意識が向かいつつあると感じる。
		コンビニ（経営者）	・季節的な動きも含めて、周辺のマンション居住者による、平日の夜や土日の利用が増えることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の売上が増える傾向はまだ続く予想され、それに伴ってデザートやサンドイッチ類のプレミアム系商品の売上も伸びるため、客単価アップが期待できる。
		コンビニ（店員）	・花見やゴールデンウィークなどの、レジャーに伴う需要に期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークやボーナス支給、ウェディング需要、イベントなど、景気の上向き要素が増えるため、期待できそうである。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税率が上がるので、それまでに購入しておこうという人が増える。
		観光型ホテル（経営者）	・今後は豪華客船の来航予定もあり、良い影響があることを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・需要過多により値上げを実施したが、客足は止まらず、好調となっている。会議や宴会の単価上昇はなかなか見込めないものの、予約率は前年を上回る傾向である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調はまだまだ継続する。ただし、4月から各種宿泊料金を大幅にアップしたため、客の動向が気になるところである。
		タクシー運転手	・外国人観光客の増加に伴い、ハイヤー予約などの観光需要がやや増加している。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期には来客数が減少するが、暖かくなると増加する。
		住宅販売会社（総務担当）	・マイナス金利政策の効果や消費税増税前の駆け込み需要で、住宅販売は少し増加する。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の判断は5月末ごろといわれているので、まだ4～5月は駆け込み需要による来場増が見込めそうである。	
	変わらない	商店街（代表者）	・ゴールデンウィークまでは、近隣で競合店がオープンした影響を受ける。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・人口が増えるどころか減少する一方で、いろいろな理由で姿をみなくなった客も多い。そういう状況のなかで、物を買って楽しむという雰囲気はない。現状を打破できる材料もなく、今よりも景気が良くなるとは考えにくい。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・まだまだ景気回復といえるまでには、我慢が続くと感じている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今のところは受注の見込みもなく、好材料が見当たらない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年の夏はどのようになるのか、予測がつかない。最近の消費者の動きをみると、数か月で気分が変わり、気軽に買物をするようになるとは思えない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本だけではなく、世界的に厳しい流れになっているため、当面景気は良くならない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・4月までは高水準の販売が続くものの、母の日以降、5月中盤からは販売増加が見込めないため、景況は変わらない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・3月の繁忙期も例年どおりの販売量であった。客の節約志向は変わらないが、売上が大幅に下がることもないので、しばらく状況は変わらないように感じる。
百貨店（売場主任）		・マイナス金利政策や株安による影響が、どの程度出てくるかが不透明である。一方、外国人向けのプロモーションには更に経費を投下し、販売への効果をねらう。	
百貨店（営業担当）	・強みであった菓子や総菜の動きがあまり期待できない。		
百貨店（サービス担当）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良く、休暇を連続して取得できるため、来店促進イベントの強化による集客で、前年実績の確保を目指す。		
百貨店（商品担当）	・マイナス金利政策による景気浮揚への期待は空振りである。消費税増税の先送りや、ベアの前年比半減、夏の選挙の行方なども、消費に対してプラスには作用しないため、厳しい状況は続きそうである。		
百貨店（販促担当）	・消費が不振であり、特に衣料品が良くないが、その要因ははっきりしない。結果的に対応策が定まらないため、苦戦が予測される。夏物は冬物よりも単価が低く、不振による影響は小さいものの、回復への起爆剤が見出せないため苦しい展開である。食品は来客数からすれば堅調であり、今後は更なる来店への動機付けが重要となる。		
百貨店（売場マネージャー）	・メーカーの生産調整も見受けられ、先行きは不透明である。伊勢志摩サミットでの自粛ムードが景気に悪影響を及ぼす可能性もある。		

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（外商担当）	・政情不安や円高、株安への不安により、消費マインドが低下しているため、特に富裕層を中心とした高額品の受注は減っていく。
		百貨店（営業企画）	・春闘による賃上げには昨年ほど期待できず、個人消費が回復する見込みが乏しい。さらに、外的環境の悪化による景気の腰折れリスクもある。消費税増税の見送りが決定し、景況感が改善することを期待している。
		百貨店（マネージャー）	・3月の衣料品の落ち込みは、気温の上昇とともに回復する。マイナス金利政策や株安などの不安要素はあるが、富裕層の消費意欲は安定的に推移しているため、今以上に悪化することはない。ただし、インバウンド消費は横ばいの傾向が続く様子である。
		スーパー（経営者）	・今年は大型連休となるため、家族全員での食事機会の増加などが期待できる一方、これまで相場を支えてきた農産品では、野菜、果物共に、昨年に比べて大幅に値下がりすることが予想されている。また、パートタイマーが非常に集まりにくく、求人単価が大きくアップしている一方、正社員給の伸びは昨年を下回るため、財布の引き締め傾向は今後も強まると予想される。
		スーパー（店長）	・消費者の景況感が上昇するためには、順調な季節の変化と、地元のプロ野球チームの好調しかない。一方、当モールは改装が落ち着き、来客数は前年並みか、若干の増加を見込んでいる。春闘の結果については、近隣ではあまり関係がなさそうである。
		スーパー（店長）	・為替、株価の動きや、国内外の情勢にも良い材料が見当たらない。悪化する懸念こそあれ、改善するという判断は下しかねる。
		スーパー（店長）	・昨年と比較してもプラス要因がないため、現状の動きが続く。
		スーパー（企画担当）	・来客数の推移が横ばいであるため、この先もほぼ同じ推移となる。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税の延期が取りざたされているが、もともと駆け込み需要は少ないという見方もあり、増税の有無にかかわらず大きな影響はなさそうである。賃上げも昨年に比べて低水準であるため、増税の延期がプラス要因にもなりにくい。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税の先延ばしが濃厚な状況で、ベアの規模もここ数年ほどは大きくないなど、物価上昇に合わせた所得の増加は一向に見込めない。
		スーパー（企画）	・マイナス金利の影響で、一部の業種については景況が改善するものの、消費は低調であり、海外も国内も社会環境は不安定である。先行きに対する不透明さから、全体としてはプラスの要素が少ない。
		スーパー（開発担当）	・春闘での大手企業の回答はあまり良くないため、中小企業の賃上げも期待できない。
		スーパー（社員）	・昨年末の賞与や今春の賃金アップが、多くの企業で堅調に進んでいるほか、パート賃金も増加している。また、ガソリン安などによって家計に余裕ができてきている。これらが当面は続くことから、比較的好調な売上が続く。
		コンビニ（店員）	・4月からのたばこの値上げに伴い、客の購買意欲が低下すると予想される。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の間に、買い控えや単価を抑える動きが増えている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツやジャケットといった必要な物への購入意欲は強く、販売量も増加している。
		家電量販店（経営者）	・消費を喚起する要因が見当たらない。所得増につながる政策や消費を喚起する政策などの、景気対策に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の申込や、新車の販売台数が例年どおりで、一般的にアップする材料が見当たらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車両販売は受注残もあり、安定した販売が見込めるが、サービス売上は車検対象が少ないため、厳しくなる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来年に消費税率を上げるかどうかによって、これからの景気も変わる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・通常と変わった様子はなく、季節商品や日常的に使用する商品はいつもどおりに動いているが、一定価格を超える商品の動きは芳しくない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売量については、変化がみられないと予想される。

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
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・ 乗年の消費税増税の論議などで、先行きが不透明であり、消費には前向きになれない状況が続く。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・ 新しいカタログへの反応は薄くなるが、夏物を購入する客が増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 4～5月は忙しく、その後はいったん客足が落ち着く。
		高級レストラン（企画）	・ 全体的な販売単価はアップするものの、インバウンドの前年比での増加傾向は鈍化する見通しである。
		一般レストラン（経営者）	・ 近隣でスーパーが開店するため、昼の営業では来客数も伸びそうだが、ほかには良い要素が見当たらず、何ともいえない。全体的に、消費者の財布のひもは固くなっている。
		一般レストラン（経理担当）	・ 国内経済は不安定であり、明るい材料が見当たらない。
		一般レストラン（店員）	・ 1か月前に近隣でドラッグストアがオープニングセールをやっていた影響か、一時は来客数の増加がみられたが、今は少しずつ落ち着いてきている。
		観光型ホテル（経営者）	・ ここしばらくは特に不安材料も見当たらないので、今後も好調が続くと予想される。外部環境が良いため、若干の単価アップも実施したい。
		観光型旅館（経営者）	・ ガソリン価格が下がっているにもかかわらず、車での利用者数が伸びていないように感じる。
		観光型旅館（経営者）	・ 先の予約の動きも鈍い。
		観光型旅館（団体役員）	・ 耐震工事が始まり、組合加盟施設でも7施設が対象となっているため、受入可能人員が著しく減少する。また、周辺の仕入業者の売上も減少が懸念される。
		都市型ホテル（客室担当）	・ 先の予約状況には少し陰りがみえており、ゴールデンウィークの集客も昨年に比べて弱いように感じる。
		都市型ホテル（管理担当）	・ 海外からの宿泊者に関しては、動きが活発であるが、国内客の動きには今一つ元気がない。
		旅行代理店（店長）	・ 変わる要素が見当たらない。
		旅行代理店（営業担当）	・ 円高、株安の影響が気になるが、今のところは変わらない。
		旅行代理店（広報担当）	・ テロや災害がこれ以上発生しないとしても、一度冷え込んだ客のマインドは、なかなか向上しない。夏休みまでは、現在の状況が続くと考える。
		タクシー運転手	・ タクシーは、最低限の利用という傾向ができあがっているが、お酒を飲むと運転できないほか、高齢者によるタクシーの利用増もあるため、好調が続く。
		タクシー運転手	・ 新年度を迎え、4月は忙しくなるが、5月に入れば落ち着く。景気が上向く材料がないので、先行きはまだまだ不安である。
		通信会社（企画担当）	・ ソーシャルゲームの台頭で、アミューズメント施設の集客力が弱まっている。
		テーマパーク（職員）	・ ニュースでも頻繁に消費税増税が取り上げられるようになり、現実はどうなるのかという視点で考える必要が出てきた。選挙が控えているなかで増税の実施は決断しにくいため、恐らく増税はない。その結果、現状は特に景気対策がないため、何となく今のような不安定な状態が続くと予想される。
		観光名所（経理担当）	・ 今月は土日や休日、3連休も天候に何とか恵まれた。寒の戻りはあったが、全体的に天気が良かったため、売上、来客数共に、前年比で113%となった。琵琶湖の周辺には桜の景勝地が多いため、これから暖くなれば来街者数は増える。一方、飲食や体験教室の売上は伸びているが、物販はなかなか伸びていない。顧客ニーズを的確に捉えた品ぞろえがますます要求されていることから、景気が良いとは、とても思えない。
		観光名所（企画担当）	・ 売上などは前年を上回っており、良い状況が続いているが、これにはインバウンドの影響が大きい。インバウンドがどう動くのかによって、来場者の増減に影響が出るため、国内客はもちろん、インバウンド対策も強化して来場者を維持していきたい。
		遊園地（経営者）	・ 営業上の施策に対して、客からの声をはじめとする反応はあるものの、来客数は伸び悩んでいるため、現状維持が妥当と判断される。

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		
		ゴルフ場（支配人）	・政治の動向が不安である。		
		競艇場（職員）	・全国発売されるグレードレースの売上も、ほぼ横ばいで推移している。		
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まるほか、5月には家族向けのイベントや、多くのコンサートが開催されるので、若者を中心に多数の来場者が予想される。		
		美容室（経営者）	・どの店もそれほど変化がみられない。1人で経営していた店が閉まったり、大きな宝石店が規模を縮小したり、居酒屋がオープンしたりと、このところは動きが出ているが、人の動きはいつもどおりで変化が感じられない。		
		美容室（店員）	・短めのヘアスタイルが多くなり、手入れをこまめにしないといけないため、今の良い状況が続く。		
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・年度替わりとなり、また新たに児童が入会するのではないかと期待がある。		
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新規アイテムの導入による売上アップや収益の改善を目指す。		
		住宅販売会社（経営者）	・春の移動時期に販売が伸び悩んでいるということは、今後とも期待できない。		
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・一般的に景気の動向は良くない。		
		やや悪くなる		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・原料の相場が上がり、販売価格を上げざるを得ないが、商品の動きが更に悪くなる可能性がある。
				百貨店（売場主任）	・インバウンド関連の売上も、既に通常の動きとなり、大きく売上全体を押し上げるほどのインパクトはない。むしろ国内客による売上が徐々に減少していることが、将来に向けての大きな不安材料だと感じている。
				百貨店（売場主任）	・国内の消費が極端に上向くことは考えにくい。一部を除いて所得が増えないなか、物の購入は抑え気味になるほか、店舗もオーバーストア状態にある。インターネットなどの無店舗販売の勢いもあり、百貨店の取引先だけでなく、店頭売上も苦戦し、在庫による圧迫などで収益が下がっている。様々な観点から、良くなる要素が見当たらない。
				百貨店（企画担当）	・昨年度の上半期はインバウンド売上の急増に支えられ、大幅な売上増となった。今月の状況を見る限り、これから数か月のインバウンド売上はその反動で減収となる見通しであり、厳しい商況になると予想している。
				百貨店（営業担当）	・これまで動きの良かった富裕層の動きに不透明感が出てきている。インバウンドの動きも、免税売上の前年割れが続く。
百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品の価格も高止まりしている。1～2年前にみられた値上げ前の駆け込み需要もなく、ほかの百貨店との競争も更に激しくなるなど、景気が後退に向かっている。				
百貨店（服飾品担当）	・客の間には、買う理由がない物を買わない様子がみられる。商品の背景やエピソードなど、新しい発見や感動がない商品では、いかに売場の品ぞろえが豊富でも、厳しい状況となっている。インバウンド効果で好調な化粧品や、一部のラグジュアリー関連を除けば、景気への不安で客の財布のひもは固くなっており、買う理由を提供する仕掛けの完成度によって、今後の売上が変化する。				
百貨店（マネージャー）	・中国経済の減速や原油安など、比較的大きな外的要因による企業業績への影響が大きくなっている。そのなかで、今春の賃上げは各企業が前年よりも金額を抑え気味である。そのため、消費者心理としては、生活防衛意識や節約意識が更に強くなると思われる。ただし、自分の外側を飾るようなモノ消費は減退しても、自分の内側を飾るようなコト消費は根強いと予想される。				
百貨店（マネージャー）	・春闘の交渉結果では、ベアを継続実施した企業も多かったが、増加幅が前年から半減した企業が多く、政府主導の賃上げも腰折れムードとなってきた。多くの企業からは経済の先行きを懸念するコメントが聞かれるなど、消費マインドの改善につながる要素が乏しいため、更に生活防衛意識が高まっていくと考える。				
スーパー（経営者）	・人口の減少もあって、個人消費は減る一方である。				

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
		スーパー（店長）	・マイナス金利政策で、住宅ローンの返済負担は軽減されつつあるが、日々の生活への影響は極めて小さく、相変わらず可処分所得が減り続けるイメージはぬぐえない。高額商品が売れるよりも、日用品、食品への節約志向が終わらない限り、景気回復にはつながらない。
		コンビニ（店長）	・たばこの値上げによる買い控えで、販売量が減少するのではないかと心配している。
		コンビニ（店員）	・4月からは様々な値上げが実施されるため、消費者の節約意識が高まる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税の実施による駆け込み需要を予想していたが、延期が検討されようとしているため、消費の足踏みが予測される。
		乗用車販売店（経営者）	・マイナス金利政策には予想されたほどの効果がなく、直近の企業業績も悪化している。
		住関連専門店（店長）	・客の様子をみると、マイナス金利の影響などをうかがっているようで、住宅購入やリフォームの計画が先延ばしになっている。住宅関連の商材を扱っているため、消費者のそういった計画が遅れると、受注の回復は更に遅くなる。
		一般レストラン（企画）	・春闘も戻すばかりであるが、可処分所得が増えないことには、外食の需要増は望めない。特に、関西の景況感は関東に比べて悪いと思われる。低単価業態に比べて高単価業態が苦戦していることも、その理由の一つである。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気が上向き好材料が全く見当たらない。
		都市型ホテル（支配人）	・マイナス金利政策の影響は大きく、景気は上昇気流に乗らないと思われる。世間全般にみて、景気が上向いている状況とはいえない。
		旅行代理店（経営者）	・ベルギーでのテロ事件で、今後は欧州全体への不安感が高まる。少しずつ戻りかけていた、フランス以外の旅行に対する影響は必至である。
		通信会社（社員）	・テレビ需要の先がみえないほか、携帯電話の積極的な買換え需要の低下も、ケーブルテレビの加入予測の難しさにつながっている。
		競輪場（職員）	・消費が増える要素が見当たらず、探し出すこともできない。
		住宅販売会社（経営者）	・次年度の公共事業などでは、予算がかなり削減される見通しであり、住宅関連にも影響が出る。
		住宅販売会社（従業員）	・これまで市況をけん引してきた、都心部のタワーマンションの売行きが、販売価格の高騰によって鈍ってきている。
悪くなる		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・マイナス金利政策で不安感が倍増している。また、消費税増税に警戒して、あまりお金を使わなくなっている。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・4月からのたばこの値上げにより、売上の更なる減少が予想される。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・消費税増税による駆け込み需要や、TPPの開始による輸入品の値下がりなど、全く先のみえない予想しか業界には流れていない。大阪の消費者の頭はそれほど悪くないため、静観する状況が予想される。結果として、特に小売は伸びにくくなる。
		スーパー（店長）	・当市の周辺にディスカウントストアが増え、ファミリー層や大家族のまとめ買いが増えることで、市内の消費が落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・売上が悪く、2～3か月後は更に悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・実質的な所得が増加しない限り、財布のひもが一層固くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の不調は、東日本大震災から5年目になることが原因という同業者もいるが、この景気の悪さは説明しようがない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売上が少ないなか、新たな商品の仕入れも限られるため、売上増につながらないという悪循環が考えられる。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規の商品サンプルの評価が良いので、受注量を増やし、売上及び利益の増加を目指していく。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・リオオリンピックに向けて、各オフィシャルスポンサーの広告活動も活性化し、個人消費の増加に向けたカンフル剤になる。

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
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・これから気温の上昇によって飲料水は伸びてくると思う。特に、今年のゴールデンウィークは休みが長いので需要が増える。
		繊維工業（総務担当）	・販売チャネルの見直しや、高付加価値商品の開発により、利益率の向上を図っていく。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年に比べ、4月の受注見込みが少し多く感じられる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・建築関連の得意先からの引き合いが増えている。緩やかな増加ではあるが、期待が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社の輸出比率は30%台を維持している。国内景気は高コストの体質がまだ強いので、景気は極めて悪い。大手企業の好業績は、海外展開の拡大やリストアップの上に成り立っているもので、国内事業に限れば悪いはずである。当社も輸出がわずかながら助けになっており、今は最大の努力を輸出の拡大に向けているため、業況は緩やかに良くなっていく。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・8月のリオオリンピックに向けて、AV関連商品の荷動きの伸びが期待できる。
		通信業（管理担当）	・参議院選挙に向けて、やや好調になると予想している。
		広告代理店（営業担当）	・4～5月に気温が上がれば、春夏物がもっと動くようになる。
		その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・省エネ関連の補助金もあるため、案件は増える見込みである。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・春に向けて外出する機会も増えるため、販売数量の増加を期待するが、国内での販売増は期待薄である。海外向けも日本食ブームで商談は進んでいるが、実際に動くまでには、まだ時間がかかりそうである。
		繊維工業（団体職員）	・大きな変化もなく、現状のままで推移する。
		繊維工業（総務担当）	・消費者の動向に販売状況が左右されているため、春闘や株価の動向に注目している。顧客は中間層が大半であり、賃金や景気の影響がはっきりと数字に表れている。中間業者の在庫保有力が低下するなか、製造元の販売力が重要になっているため、催事などに直接出向いて販売することで、売上を確保している。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは、なかなか個人消費が良くならないとの声がよく聞かれる。
		化学工業（経営者）	・1～2月の急激な景気悪化に比べると、随分と持ち直したが、問い合わせや新規案件の話はそれほど多くない。まだしばらくは、景気は弱含みのままと予想される。
		化学工業（管理担当）	・円高で輸出が伸びず、株価も2万円を下回っているため、景気の上昇は期待できない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・原材料の費用に占める電気代とガス代の割合が大きく、それが計画を下回っていけば会社の収益は増えるが、需要に変化はないので、状況はあまり変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・業種によって動きがまちまちで、同じ業界でも品種による差が大きい。
		金属製品製造業（営業担当）	・特にこれといった良い話はなく、秋口まではあきらめるといったムードが漂っている。
一般機械器具製造業（経営者）	・長期にわたる案件は安定しているが、短期のスポット的な案件が大変悪い状態である。今後もこの状態が続くと予想される。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注は減少しているが、年度末からの繰り越しがあるので、売上は横ばいである。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が良くなる話がない。		
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業の景気は回復基調のように思えるが、中小企業はその恩恵をあまり感じることができない。		
建設業（経営者）	・今後も東京一極集中が続く。技能労務者不足も慢性化しており、労務費の高騰だけの問題ではなくなりつつある。		
建設業（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要に少しは期待していたが、見込み客の購買意欲が低下する。		
建設業（経営者）	・現状から大きく変わる気配は感じられない。		
輸送業（商品管理担当）	・引っ越しシーズンであるため、4～5月はしばらく忙しい。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業所長）	・新規案件も少しずつ増えてきているが、運転手不足もあって協力会社のトラックも減少しており、トラックの確保が厳しい。
		金融業（営業担当）	・サラリーマンの多くが、住宅ローン金利の見直しについて銀行に問い合わせているが、新築物件は売れていない。新聞の広告にも住宅関連が多くみられるが、どんどん売れているわけではないのが現状である。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクスで驚くような矢を放ってもらわない限り、現状からの大きな景気底上げは期待薄と感じる。
		不動産業（営業担当）	・収益物件は売れていて、土地の値段は上がっているが、実際のテナントの賃料相場は下がり、空室率は上がっている。そういった状況から、将来的には景気は横ばいか、やや悪化する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が伸びているのは良い傾向であるが、購読者が減少気味のため、あまり良くなっているとは思えない。
		広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告の受注が前年を下回る状態が続いている。
		司法書士	・年度末にも事件数が伸びなかったため、このままの状態が続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・多少は4月から忙しくなってもらわなければ厳しい。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国経済の先行き不透明感はあるが、個人消費にまで影響が及んでいるとはいえないため、関西ではインバウンド効果がまだまだ続く予想される。
		やや悪くなる	
電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に景気が不透明なため、メーカーの経営者は在庫に関して非常に慎重である。		
電気機械器具製造業（経理担当）	・伊勢志摩サミットの開催が予定されており、業界では自粛ムードが感じられる。		
輸送業（営業担当）	・工場関係の荷物が減る一方、単価の安い通販の荷物は増えているため、利益が減っている。		
広告代理店（営業担当）	・年度始めは、広告出稿の手控えがみられそうである。		
経営コンサルタント	・発表されている統計や消費動向をみても、下降傾向にある。また、今年度予算も一般の消費者が明るい気持ちになれる要素は比較的少なく、消費税増税もあるため、上向くとは考えられない。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・これから先も円高の影響が続くのであれば、受注量が減少する。		
悪くなる	金属製品製造業（管理担当）		
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・日本銀行によるマイナス金利政策の効果が逆方向となるなど、今後の景気対策の方向性が見通せない。		
雇用関連 (近畿)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・4～5月を乗り切れば上昇に向かう。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・期待も込めて、特に百貨店、流通企業といった地元企業に元気が出てきてほしい。
		人材派遣会社（経営者）	・派遣社員は、良いときには蛇口を大きく開き、悪いときには閉めるといふ、水道の蛇口のように使われている。今月に関しては、来年度に向けてまだまだ慎重な動きが続いている。正社員を増やす動きがトーンダウンし、派遣社員を増やしているように感じる。
		人材派遣会社（営業担当）	・7月の参議院選挙に向けて、積極的な景気対策が出てくることを期待したい。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事はあるが、新たな仕事が入る気配はないため、今後も現在の状況が続くそうである。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人には縮小均衡の動きが続いており、2～3か月程度では変わらない。ただし、景気は資源安や中東情勢の混乱、それに伴う欧州の社会不安など、外部要因に大きく左右されており、どちらに動くかは判断が難しい。
		職業安定所（職員）	・このところ、求人に大きな動きはみられない。卸売業や製造業等の事業所への聴取では、今後の展望について現状維持とする声が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人では、人手不足の医療や介護関連、インバウンド効果が出ている宿泊、飲食サービス業を中心に、求人増の動きが続く。一方、大手家電メーカーのリストラが本格化し、周辺企業への影響が懸念される。 ・好転する大きな要素が見当たらない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	
	やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・昨年の時点では実質賃金が伸びると予想されていたが、ここへきて予想を下回る状況になっているため、景気はやや悪くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇を含む建設労働者の不足や、首都圏へのシフトで、当地での求人数は伸びそうにない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・新入社員が入社することにより、いったん受注は減少する。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人動向は変わらないが、企業の人材採用に対するお金のかけ方が、少し厳しくなってきたと感じる。近い将来、この業界もやや下向くのではないかと考えている。
学校〔大学〕（就職担当）	・これから景気が悪くなれば、2016年3月卒の採用を増やした企業が、今後は採用数を絞ってくると考えられる。		
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	都市型ホテル（企画担当）	・観光キャンペーンや芸術祭など、大型イベントの開催が集中しており、加えてインバウンド団体客の先行受注も好調である。集客が増加することで市内での景況が良くなるのは確実である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の装いがだんだんと華やかになり、店の来店頻度が増えている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光シーズン前ではあるが、インバウンド客のおかげで例年より入出が多い。
		スーパー（店長）	・天候が安定すれば売上は伸びる。
		スーパー（業務開発担当）	・来客数、買上点数とも前年をクリアしている。特に青果、食肉、惣菜等が好調で、しばらくこの調子が維持できそうである。
		スーパー（販売担当）	・近隣のスーパーが4月末で閉店するが、次の出店予定がないので、しばらくは来客数と売上の増加に期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・気温上昇とともに中食商品の売れ行きも徐々に向上する。
		住関連専門店（営業担当）	・新築の凶面を持ち込む客が増えている。
		観光型ホテル（営業担当）	・当地域では春の行事が多いので、客の動きに期待が持てる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなっている。
		競艇場（職員）	・2～3か月後の開催日程では広域発売の売上増が見込める。
		住宅販売会社（営業所長）	・年明けから客の動きが多少良くなっており、内容の良い客が増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・客は必要以上の買物をせず、小分けできるものは最小単位で購入し、同じような商品なら価格の安い方を求める。
		商店街（代表者）	・前年秋以降消費者の購買意欲が低下しており、このまま低水準で推移する。
		商店街（代表者）	・消費税率引き上げの先送りなど何らかの政策がなければ、現状に大幅な変化はない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税率引き上げにらみで横ばい感がある。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・身近で客の買い控えが進む。当社は海外への販売で売上が伸びているものの、このまま順調に行けるかどうかにはまだ不安がある。景気がどのように変化するかを見極めながら、毎月勝負している状況である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・組織変更による大量注文はないが、前年並みの売上は確保しており、横ばい状態が続く。
		百貨店（経理担当）	・しばらくは今の状況が続きそうである。
百貨店（営業担当）		・気温の変化により外出の足取りは軽くなるものの、客の単品買いの傾向は継続するとともに、1人当たりの消費額は増加しない。	

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
		百貨店（購買担当）	・4月1日の値上げを前に駆け込み需要があると予測していたが、買いためをする客はいない。客は必要なものだけを購入し、商品を吟味する傾向にある。今後もキーアイテムがないために販売予測数値も厳しくなる。今年のゴールデンウィークは長い連休になるので、買物より旅行に行く客が増える。
		百貨店（人事担当）	・所得が上昇していない。
		百貨店（営業推進担当）	・客から選挙や消費税の話題が多く出てきているので、先行きの不透明さが続く限り、客の節約志向は変化しない。しかし購買意欲も募っているため、半年や1年先に明るい兆しが出てきたら、景気が向上することもあり得る。
		百貨店（売場担当）	・取引先の支店の合理化が進んでおり、担当セールスが前年に比べ激減している。在庫状況も極端に絞られており、売上が前年をクリアする流れにない。古い専門店の店舗閉鎖が続いている。
		スーパー（店長）	・景気を判断する材料がない。
		スーパー（店長）	・来客数が前年の101.7%、客単価が前年の102%と8か月連続で好調に推移しており、このままの状況がしばらく続く。
		スーパー（店長）	・たばこの値上げなどもあり、好条件が見当たらない。
		スーパー（店長）	・競合の食品スーパーが年末に閉店してから確実に来客数が増えている。ただ、4月からの値上げ品目に生活に直接関係するものが多く、客の買い控えが心配である。
		スーパー（総務担当）	・客の買い回り傾向が固定化してきているので、新たな伸びが見込みにくい。
		スーパー（管理担当）	・2～3か月先は現状維持を予想するが、来年実施予定の消費税率引上げの影響で好転は難しい。
		スーパー（販売担当）	・ゴールデンウィークが長期休暇になるので期待が持てるが、景気が良くなる要素がない。
		コンビニ（エリア担当）	・大型スーパーや同業他社の出店が多く、それに伴って周辺店の売上が落ち込むが、当店の最終的な売上に変化はない見込みである。
		コンビニ（支店長）	・来客数が増加しており、現状のまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・景気を判断する材料はなく、現状がこのまま続く。
		家電量販店（店長）	・市場の動きが緩やかで、景気の上昇は見られない。
		家電量販店（店長）	・3月の売上は前年と同程度である。
		家電量販店（企画担当）	・特に良くなる要因はないので、景気に変化はない。
		乗用車販売店（統括）	・4月以降売上が伸びる材料がない。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後の在庫状況も当面改善されそうにないため、現状のままが精一杯である。
		乗用車販売店（店長）	・決算月に比べると減少はするが、客の動きが良くなるのでそれなりの来客数を見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・客との話からはマイナス金利の影響はまだ全くと言ってよいほどない。この先動きがあるとすれば、来年の消費税引上げ前の特需である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大きな変化につなげる要素がない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・前年と比較して日曜祝日の来客数が減っており、今年は前年以上に厳しい状況になる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・良くなる要因が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・商圏内の動向に大きな変動はないが、当施設では長期イベントが予定されているため、シャワー効果に期待が持てる。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・4月の予約状況はあまり良くない。今後の状況もまだ分らない。
		一般レストラン（経営者）	・地方での実質給与が上昇している感覚がない。使える金額が増えたと消費者が感じるようにならなければ、景気改善は難しい。
		一般レストラン（外食事業担当）	・3月の第三週目以降は、卒業式や入試の合格発表などがあり来客数が前年並みに回復してきた。4月もいろいろな社会行事があるので期待できるものの、前年同月は値上げがあり客単価が上昇したことで売上を確保したが、今年は来客数が減少すれば前年同月より売上が低下する。今後様々な商品の値上げがあるので、外食にどのように影響するかが心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・今まで景気が少しは良くなるかと期待していたが、当業界はまだまだである。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリア沿線の交通量が前年より減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賃金のベースアップがそれほど望めない。
		都市型ホテル（総支配人）	・北海道新幹線開通、首都圏と関西圏の大型テーマパーク開業記念イベントが活況となり、先行予約は厳しい状況である。
		都市型ホテル（企画担当）	・利用客の予約状況は、宿泊、宴会ともあまり変化が見られない。
		旅行代理店（経営者）	・ますます好景気な企業との格差が広がり、海外からの進出する企業の影響も出てくる。
		旅行代理店（営業担当）	・世界的に情勢が不安定であり、海外需要の回復が見込めず、国内需要や外国人旅行者の取り込みをいかに拡大していくかが課題になる。
		タクシー運転手	・選挙やゴールデンウィークがあるので利用者数が減る。タクシーは高齢者の利用が主であり、ベースアップがあっても会社関係での利用増は望めない。
		タクシー運転手	・夜の乗客数が減少しており、このままの状況が続く。
		タクシー運転手	・客から仕事はあるが単価が安いと聞くため、景気に変化はない。
		通信会社（社員）	・新年度が近づいたが新たな問い合わせに変化がない。
		通信会社（総務担当）	・年度末に際しても需要の伸びがないため、今後への期待ができない。
		通信会社（企画担当）	・通信費等の節約志向は常にあり、より低価格で合理的な商品への関心は高いが、家計をもっと節約する傾向が強まっている状況ではない。
		通信会社（販売企画担当）	・携帯電話の低容量で低廉な料金の新設と、実質0円補助の抑制を図る総務省タスクフォースの意向の影響がある。
		テーマパーク（管理担当）	・市場での消費が鈍化しているので大きな変動はない。
		テーマパーク（業務担当）	・ゴールデンウィーク期間は人の動きも多くなり、景気の上昇を期待できる。しかしそれを過ぎて夏休みまでは休日が少なく、梅雨時期にも入るため、多くの来客数を望めなくなり、継続的な景気上昇は期待できない。
		ゴルフ場（営業担当）	・今年はゴールデンウィークが長く、海外、国内とも長期にわたり旅行に出る人が多くなるため、期間中の来客数は少なくなる。その一方、海外からの来客数は前年並みで推移する。
		美容室（経営者）	・2～3か月では客の様子に変化はないが、物価が上昇しているため、今のままでは景気が悪くなる。
		美容室（経営者）	・商店街に来る人が減少し人の流れもなく、景気が良くなる要素がない。
		設計事務所（経営者）	・安倍政権が経済政策失敗を全く認めようとせず、ますます悪循環となっていくため、地方に明日が来るのかどうか分らない。
		設計事務所（経営者）	・建設会社の現場担当者が不足して言われるが、設計事務所はどこも受注量が減ってきているので、新築ではなく改修などの仕事を中心に動いているようである。
		設計事務所（経営者）	・ダブル選挙となるのか、消費税率は本当に上げられるのかなどがはっきりしない状況のなかで、消費者の建築に動くタイミングがずれている。
		設計事務所（経営者）	・来場者数の増加は見込めるが、消費行動は慎重なので、その状況が改善されるにはもうしばらく時間がかかる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げについては時期が分らなくなってきたが、マイナス金利がしばらく続くため現状維持が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔靴〕（経営者）	・近隣駅周辺にオープンした数軒の大型店舗の集客力が大きいので、2～3か月先の商店街の催事への集客は期待できない。
		百貨店（営業担当）	・株価の低迷に加え不安定な為替の影響で、富裕層の購買意欲に陰りが見え始めている。
		百貨店（営業担当）	・販売促進施策を行ってきたが売上は伸びず、厳しい状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・前年は4～6月にプレミアム付商品券の利用がピークを迎えたが、これがあらゆる分野にマイナスの影響を及ぼし、今後も消費低迷の要因になる。

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
		百貨店（売場担当）	・競合店である郊外のショッピングセンターが開店から1年経っていないため、夏商戦は苦戦が予想される。
		スーパー（店長）	・商品の価格が上昇し続け、消費行動の先行きに明るさがない。
		スーパー（財務担当）	・大手企業のベースアップも抑えられ、地場の中小企業の給与もほとんど改善されていないため、客は節約するようになる。
		スーパー（営業システム担当）	・4月から値上げする商品が多く、今春競合店となる大型店舗も開店するため、来客数、売上ともに苦戦する見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・店の前を通る車の数が減少し、来客数が大きく落ち込んでいる。工事関係の客も減少して弁当の売上が伸びず、ここ数か月は悪い状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・世の中への不安から客の購買力は落ちてくる。
		家電量販店（店長）	・少子化もあるが、先の見通しが立たないと感じている親が、費用がかからないように子供を地元で進学させていることが、春需要の大きな減少の一因となっている。
		家電量販店（販売担当）	・決算が終わり夏商戦までは盛り上がらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売数、来客数とも減少しているため、景気が良くなる見込みはない。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の大増販期が終わり、いったん市場が落ち着いてくる。
		自動車備品販売店（経営者）	・良くなる要素が全くない。政治は無策、大手企業は相変わらず中小企業を圧迫し、負のスパイラルに陥るばかりである。小売では実質デフレ状態なのに、メーカーは空前の利益を出し、どこかおかしがどうにもならない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・レジャーシーズンになり、消費が旅行などに回る。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生が始まっても当地の行政機関に危機感がない。行政関係者が中心になってまちづくりをしないと地方創生は始まらない。
		一般レストラン（経営者）	・テレビ取材のおかげで現在は景気が良いが、それが落ち着くと悪くなる。
		一般レストラン（店長）	・駅前再開発で商圏が変動し、中心部への来客数が減っていく。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・給料は上がらないのに物価が上がっている。
		通信会社（広報担当）	・客はとにかく安いものを求めており、商品そのものについてはあまり評価しない傾向にある。
		通信会社（総務担当）	・年度末には加入件数が大きく増加する傾向があるが、それに比べると今後の件数はそこまで伸びていかない。
		通信会社（営業担当）	・消費税率引上げの先送り感が漂っており、様子見が続いている。
		美容室（経営者）	・し好品に対して客の消費行動が控え気味になっているとともに、消耗品関係の販売の動きも悪くなっている。
		住宅販売会社（営業担当）	・年度初めの販売数は少ない傾向にある。
		住宅販売会社（営業担当）	・現状では消費税率引上げがされない見込みが高くなっているため、客が消費税の動向を見据えて動きが鈍る可能性がある。
		悪くなる	商店街（理事）
商店街（代表者）	・デフレ傾向で単価が低下している。バーゲンをしても売れず、客はより安いものを必要なときに購入する状況が続く。		
一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・選挙があると売上が減少する傾向がある。		
スーパー（販売担当）	・若い世代の客から雑貨はリサイクルショップ、衣料品は古着屋を利用するという話をよく聞く。使いたくても金がない状況では消費は今後も上向かない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
企業 動向 関連	良くなる	農林水産業（従業者）	・2月は時化が多かったが、巻き網船のアジとサバが好調で、3月も引き続き期待できる。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新年度に向けて発注が増大する。		
(中国)	やや良くなる	通信業（営業企画担当）	・多くの取引先で4月以降に情報通信の設備投資や増強が計画されており、前年度と比較してサービスや機器の導入が増える可能性がある。		
		広告代理店（営業担当）	・今後の状況やスケジュールに関する取引先の話では、販売促進活動が活発になる模様である。		
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・円高の影響で輸入商品の価格が抑えられる。		
		食料品製造業（総務担当）	・半製品の在庫が大量にあり、今後の売上の見通しは不透明である。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件が継続しており、多忙感はあるが鉄鋼向け通常品の生産が回復する見込みがなく、低調なまま推移する。		
		鉄鋼業（総務担当）	・テロや日銀のマイナス金利政策からくる心理的な影響は小さくないうえに、景気を良い方向に導く案件やニュースもあまりないことから、景気的大幅な回復を望める状況にはない。		
		鉄鋼業（総務担当）	・現在は下期から上期への移行に伴い活動水準が低下する時期であり、直近における低い水準がそのまま継続する。各社とも平成28年下期以降はオリンピックに向けた建設案件を想定しているが、当面は現在1～3月の水準で継続する見込みである。		
		金属製品製造業（総務担当）	・3月から鉄鋼原材料の価格が値下がりしたが、その背景にある需要不足は今後も続く。ものづくり補助金や省エネ補助金に期待しており、その早目の波及効果が望まれる。		
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円高など為替相場の不安定化に加え、中国経済の失速状態等を勘案すれば、当面良い刺激となるものは見当たらない。		
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・2～3か月の短期的な視点では変化を判断することはできないが、需給ギャップ、中国経済の減速、中東情勢、アメリカ大統領選など、中長期的に大きな変化があり不透明感が強いいため景気は悪化していく。		
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・1日当たりの受注量は高いレベルを保つ見通しではあるが、新製品効果が薄まっており、リスク含みとなっている。		
		建設業（総務担当）	・各種景気対策が効いてくるかどうか分らない。		
		建設業（総務担当）	・予定工事が順調に受注できている。		
		輸送業（支店長）	・労働需給に不安定要素があり、労働環境の整備をしないと労働力確保が難しい。客のライフスタイルの変化によって在宅時間が多様化し、その対応が求められ、前年並みの利益確保には不安が残る。		
		輸送業（経理担当）	・荷動きの変化が生じる要素はなく、倉庫保管数量にも目立った変動もないことから、当面景気は変わらない。		
		通信業（営業担当）	・マイナス金利政策の影響がどの程度企業の投資に働くのか、またその結果需要が喚起されて消費に弾みがつくのか未確定であり、景況感の変化には期待できない。		
		金融業（貸付担当）	・将来に対する不安要素が払しょくされれば景気は回復するが、現段階では厳しい状況である。中国経済の衰退も景気に暗い影を落とし、国内では商社の赤字決算などが目を引き景気を刺激する話題は少ない。今後2～3か月前の景気は現状と変わらない。		
		金融業（融資企画担当）	・このところの円高による輸出環境の悪化は懸念材料であるが、地元自動車メーカーの新型車が日本カー・オブ・ザ・イヤーを受賞するなど、総じて販売が好調であり、部品メーカーの受注は当面を堅調維持する。		
		会計事務所（職員）	・消費関連業界は今一つ盛り上がっていないが、製造業はやや忙しくなる傾向がある。中国に発注していた製品を国内製造に戻そうとする動きもあり、ある程度受注増が見込める。ただそれがどの程度の量と期間なのかは分からないので、見通しがよくつかめないところがある。		
			やや悪くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・政治経済の不透明感が増している。
				化学工業（経営者）	・日経平均株価や原油価格等、一時的な大幅下落からはやや回復してきたものの、継続的な中国景気の停滞感、米国経済の景気鈍化等の影響により、景気押し上げ要因に乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（総務担当）	・国内マーケットが拡大していないなかで、素材産業は為替や原料の輸入価格、中国の経済状況などに業績が左右される。今の状況を考えて先行きは不透明である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・新年度や中国の春節といった季節需要の売上が期待していたより低調で、在庫調整が続くことが懸念される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円高傾向で海外客からの発注が減少している。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・今年の春闘で大企業はベースアップを行ったが前年割れであり、中小企業では全くないところも多い。これでは国内の景気はますます冷え込むこととなり、改善の兆しは見えてこない。
	悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。
		不動産業（総務担当）	・例年と同様に賃貸物件の需要が落ち着いてくる。
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	-	-
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業の採用意欲が高くなっており、大手企業が優位で、中堅中小企業にとって採用目標達成が容易でない状況が続いている。景気の回復により地方企業はこれまでのようにUIターン学生の採用を見込めなくなっている。合同説明会での首都圏企業の参加率が上昇しており、首都圏で採用し切れなかった企業が地方の学生を採用しにくるケースも前年以上に多く見受けられる。そのため1社当たりが採用にかかる費用も増加している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・これから年度が変わり人の動きが予想される。新規求人を産業別にみると、専門職不足の医療福祉、新店舗オープンであった卸小売業のほか、サービス業のうち人材派遣業でも求人活動が活発である。
	変わらない	民間職業紹介機関（職員）	・海外関連の求人が増えてきており、外需の取り込みがなされていく。
		人材派遣会社（支社長）	・チャイナリスクなど雇用に大きく影響を与え得る不安要素はあるものの、中小企業を中心に人材の不足感は相当強い。
		人材派遣会社（支店長）	・ベースアップは前年に比べると低くなり、夏ごろまでは様子見となる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・改正労働者派遣法に伴うキャリア形成支援の対応に、人材派遣各社は早急な対応を迫られている。コンプライアンスへの対応強化とともに、今一度サービス内容の見直しが必要である。
		職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業で慢性的な人手不足が続いている一方、製造業を始めとした多くの業種で、これまでのおう盛な求人意欲が薄らぎつつあり、求人全体でも横ばいもしくは下降気味で推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率がここ2～3か月は1.5倍前後で推移しており、大きな変化はない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求職者が増加することは見込まれていないので、求人倍率は人手不足を反映して高い水準を維持する。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・求人数は増えてきているが、人手不足は業種によって大きい。中高年や外国人、主婦等、対象ごとに国の施策による活性化が必要である。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気が良くなるきっかけを見出せない。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・堅調と見られていた製造業に、中国経済の減速や株価下落などの影響が出始めており、先行きは不透明である。非製造業は収益が悪化しつつあり、かなり厳しい見通しとなる。雇用状態も求人数は高水準ながら、人件費の高騰などで企業の収益を圧迫しつつある。

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・海外からの大型客船が結構入る予定もあり、日本人観光客もかなり商店街に流入される。イベントも多数あるので、商店街全体が賑わってくる。
		商店街（事務局長）	・瀬戸内国際芸術祭が始まり、人通りも多く活気がある。観光面では間違いなくプラスとなっている。消費マインドも上がってきており、株価等が安定して伸長すれば消費環境は改善される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・気候が順調に推移すれば、単価、販売量とも一定の数字を稼げると予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・4月に入り、年度が変わり、暖くなることで衣料品も動いてくる。
		住関連専門店（経営者）	・マイナス金利を受けて、住宅建築が増えてくる。住宅が建てば、住宅に関連する商品も売れてくると予想している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・春から夏にかけて一番よく売れるシーズンを迎え、これから景気は少し良くなる。
		タクシー運転手	・今後ますますお遍路の仕事が増えるので、景気は今よりはまだ良くなる。
	変わらない	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・好転しそうな要因が見当たらない。
		百貨店（販売促進担当）	・食料品や化粧品の売上は安定して推移するものの、衣料品は不振が続く、高額品の好不調にも跛行が予想される。
		百貨店（営業推進）	・県内の景気は、依然として回復基調には至っておらず、求人倍率はやや上昇し1倍を超えているものの、まだまだ景気は改善されていない。百貨店も、前年同月比で衣料品の売上が非常に悪く、特に婦人服、紳士服が悪いということは、まだまだ景気の回復は遠い。
		スーパー（企画担当）	・商品の値上がりから1年経過するため、客単価への影響は薄まってくるが、買い控えの流れを変える要因が見当たらないので売上の回復は厳しいと見る。
		コンビニ（店長）	・現状より上向くとは考えられず、現状維持である。
		コンビニ（総務）	・余程の消費刺激策を行うほかに景気が良くなる方法がない。
		コンビニ（商品担当）	・競争環境の激化による影響や、販売不振から来るモチベーションの低下、人員不足等から、良くても現状維持と予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・4～5月は本来であれば非常に良い月だが、3月の最後の1週間が相当厳しかったので、多少懸念している。順調に推移すればゴールデンウィークまではそこそこ良い感じにいくのではないかと期待が大きく、希望を持っている。
		衣料品専門店（経営者）	・原油安のため当分は変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・単品買いの傾向がより強くなっているように感じる。景気の良い話はなく、生活防衛のために買い控えていると話される客が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・年末発売の新型車で販売量の大幅増を期待していたが、市場は大きくは変わらず、落ち着いている。客からも購入を急がないとの声が多く聞かれ、市場は大きくは動かない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売等で商品には恵まれているものの、販売状況は良くも悪くもない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・賃金の上昇は見込めず、状況に変化はないと見ている。
		観光型旅館（経営者）	・前年同月比で予約状況はあまり増えていない。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊予約が4月までは順調であるが、地元客が利用するレストランや宴会場といった料飲部門が今一つ動きが悪い。ホテル全体としては、あまり変わらない。
		旅行代理店（営業部長）	・円高、燃油の値下げで海外旅行需要の増加を期待したが、ブリュッセルの同時多発テロにより、旅行、ビジネスともに海外需要の落込み不安が大きい。
		タクシー運転手	・5～6月、ゴールデンウィークもあるが、例年客はマイカーまたは公共交通機関を使うということが多く、タクシー利用頻度増はあまり期待できない。また、客からは給料があまり上昇していないという話が多い。
		通信会社（社員）	・当分様子見の状況が続くと考えられる。
		通信会社（支店長）	・選挙までは何らかの景気対策がでて、多少良くなることを期待しているが、あまり変わらない。
		通信会社（企画）	・客の反応は例年と変わらない。良くなる要因もない。
		観光遊園地（職員）	・今後も良くなっている状態を保っていく。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況の推移が例年とあまり変わらない。
		競艇場（職員）	・4～5月は本場開催日数が多く、また6月には周年記念競走が開催されるため、売上増が期待できる。
		美容室（経営者）	・依然として、節約傾向が見受けられる。
		設計事務所（所長）	・消費増税の時期が不透明になってきたため、事業を先延ばしする客が出てきている。

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
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・乗場者数は変わらないが、受注棟数が増えていない。
		商店街（代表者）	・消費税増税が予定されており、消費が伸び悩んでいる様を感じる。アベノミクスも一部の大企業にしか効果を感じられず、地方の中小企業には無縁である。
		商店街（代表者）	・日本経済にとって円安と円高のどっちが良いのか判断が難しい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ゴールデンウィークが明けてすぐに母の日があるので、イベント間隔が少ない今年は販売量の予測が難しいが、減るとみている。
		百貨店（営業担当）	・今の状況が急に変わるとは思えず、このままの状況があと2～3か月続くと予想する。
		スーパー（財務担当）	・賃金の伸びは限られ、円高、株安、マイナス金利等で消費者マインドは低下する。
		乗用車販売店（従業員）	・4月からの社会保険料等の値上がりが話題となっており、個人消費はより慎重になる。
		乗用車販売店（役員）	・3月は好調に推移したが、4～5月は悪くなる。6月以降はマイナーチェンジもあって、景気は少し回復する。
		通信会社（営業担当）	・総務大臣要請に伴うスマホ販売価格の見直しにより、販売数は前年比で落ち込むと予想している。
		通信会社（営業担当）	・季節変動の影響が大きい。
悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方は景気が良くなる要素がないため、消費者の財布のひもは固くなる一方である。	
	コンビニ（店長）	・客の購買力が弱く感じ、消費者の動向が掴めない状況が続いている。	
	乗用車販売店（営業担当）	・最需要期の2～3月が低調であったことを受け、今後しばらく厳しい状況で推移する。	
企業動向関連 (四国)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（商品統括）	・円高からの円安局面に効果のアンバランスが顕著に出ており、価格要求に落差が大きかったが、為替も比較的安定していることもあって、バランスがとれてきており、利益改善に貢献している。
		繊維工業（経営者）	・春夏物の新商品が好評であり、夏までは売上が好調に推移するものと思われる。
		金融業（副支店長）	・取引先の12月末決算状況から見て、概ね前年並みの業績を確保している企業が多い。一部では設備投資案件も出てきており今後の見通しは好感を持てる。
	不動産業（経営者）	・最近、首都圏、関西地方からの出店、あるいは工場を開きたいというオファーが増えている。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・所得が上がらずデフレ脱却できず、原材料は下がるものは無く、販売価格も上げられない。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの確定受注量および受注見通しに特段の変化は認められない。
		建設会社（経理担当）	・民間工事は増えたが、今後はあまり期待できない。競争が厳しく、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・これ以上は悪くならないと予想するが、新年度の公共工事次第である。
		建設業（経営者）	・年度末に受注した仕事や一部の繰越業務を第1～第2四半期にかけて履行し、売上計上できる。例年この時期はやや悪くなるのだが、悪いところまでは落ち込まないと見込んでいる。
広告代理店（経営者）		・日銀のマイナス金利導入により、地方金融機関は経費削減傾向にあり、一時的販促費の見直し等の話がある。また、地元資本の得意先は依然として消費低迷による売上不振の状況にある。従って多くの得意先の販促費等は、削減傾向から変わらない見込みである。	
やや悪くなる	木材木製品製造業	・春闘も思ったほど力強さを感じられず、購買意欲よりも出費の抑制に動くのではないかと。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今月の推移から見ると、むしろ下向きになると予想する。	
	鉄鋼業（総務部長）	・今後も量、価格共に低位で推移する見込みである。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内は好調ながら不透明感が増している。海外は原油価格下落による市況低迷もあって、市場縮小傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業）	・2015年末に下げ基調となり値を下げ続けてきた燃料価格も先月に底打ちした後は、3月に入り反転し上昇に転じている事から、2～3か月先は相応に値を戻すと推察される。貨物自動車を多用する運送事業者にとって燃料油価格の動向は収支の鍵と言っても過言ではなく、燃料油価格上昇が見込まれる今後の経営環境は非常に厳しく、景気の上昇は極めて期待薄である。
		通信業（営業担当） 公認会計士	・一般的に地方企業からの広告出稿に勢いが感じられない。 ・設備投資に対しての客の考え方が非常に消極的になっており、マイナス金利にも動揺している。また、最近では、会食の回数も減っているようで、街全体的に景気がスローダウンしてきている。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・景気マインドの冷え込みで先行きの見通しが暗い為、足元の消費が更に悪くなっている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	民間職業紹介機関（所長）	・企業訪問で、採用数を増やしたいとか、いつ頃紹介してくれるのか、という問合せが非常に増えている。
(四国)	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所	・消費税増税前に、ある一定の需要は見込める。
		学校〔大学〕（就職担当）	・2月の有効求人倍率は1.38倍で、1月（1.42倍）より0.04ポイントの低下でおさまった。 ・3月の求人数は増えているが、これは就職活動の解禁によるものであり、採用者の話しと併せて判断すると、景気の良さ悪しによるものではない。
		人材派遣会社（営業担当） 求人情報誌（営業） 求人情報誌製作会社（従業員）	・新卒の採用が例年に比べて多く、派遣の需要が一時的に減少する可能性がある。 ・地元中小企業の人員不足は深刻である。大手に引き抜かれ、人員が減る場合も見受けられる。この状態が続くようであれば、地元企業の業績は厳しく、景気は悪くなる。 ・異動時期も落ち着き、求人数の減少が予想される。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

10. 九州（地域別調査機関：（公財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる	一般小売店〔生花〕（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・5月8日は母の日があるため、3～4月よりも売上が上がる。 ・2016年度の国のネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業の概要が公表された。4月以降の販売量が引き続き良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 百貨店（営業担当） 百貨店（企画） コンビニ（エリア担当・店長） 家電量販店（店員） 家電量販店（店員） その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・気候が良くなり異動時期とも重なるので、消費は動くものと期待している。 ・人が動く時期になるので消費活動が少しは活発になる。しかし、景気自体の底流はあまり良くない。 ・集客が好調に推移しており、今の基調が維持される。 ・競合出店から1年が経過し、徐々に客足が回復することが見込まれる。 ・暖かくなるにつれて客数も伸び、客単価も少しずつ上がっていく。また、季節に応じた品ぞろえをすることによって客の購買意欲が高まり、プラス1品のついで買いが増える。 ・店がリニューアルオープンするので、一時閉店セールを始めたところ客の反応が良く、今月は非常に良かった。消費税の再増税の先送りについて議論されており、駆け込み需要があるのかないのかわからない。ただ、景気はやや上向いてきているようだ。 ・今年度は暖冬で寒くなかったため、季節商材を中心とした売上があまり伸びていない。現在が底であるため更に悪くはならず、そろそろ上向くと考えている。 ・3～4月は卒業や入学、異動シーズンになるので、進物のコーヒーギフトが出るようになり、売上もやや伸びる。春になって気候も暖かくなると若干客の入りも増えてくるので、売上も上がると予想される。 ・日本独自の経済政策に加え、各国の経済政策により回復すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春の行楽シーズン、春休み、またゴールデンウィークに向け人の動きが今まで以上に良くなるため、売上の増加が見込める。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入るのでやや良くなる。
		観光ホテル（総務）	・3か月収入予測よりやや良くなる。
		旅行代理店（企画）	・IS問題が多大な影響を及ぼす。観光産業に従事しているため、世界情勢がこのまま落ち着けばやや上向く。
		通信会社（企画担当）	・顧客の様子から、5～6月ごろは地方創生関係の予算はまだ続く見込みである。
		通信会社（営業担当）	・国体開催に向けての動きが見え始めている。
		美容室（経営者）	・春先から少しずつ暖かくなるにつれて、おしゃれに関心が向くため、美容業界はだんだん良くなっていく。
		商店街（代表者）	・小売業は、変わらず売上が伸びない。これ以上悪くなったら営業できない店も出てくる。町内の空き店舗もなかなか埋まらないのが現状である。
		商店街（代表者）	・地方では賃金の上昇はほんの一部の会社である。一般には、消費税の増税が先送りになっても、年金問題等先行き不安の要素が多く、景気が上向き気配はみられない。
		商店街（代表者）	・暖かくなり、商店街でイベントが続くため来街者の増加は見込める。しかし、個店で販促をしなければ売上増は見込めず、その分経費増になる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜の相場もさることながら、購買心につながる高揚感が大事である。消費税の増税を客は常に想定して買い控えしている状況だ。特にし好品である果物の動きが鈍いので厳しい状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・イベントがないため、ゴールデンウィークは売れない。帰省客が増えても家で料理をしないので、魚の売上にはなかなかつながらない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上が毎年減少している。消費者の収入は減少しているため無駄な買物をしない。これ以上の減少は厳しいので現状維持していきたい。
		百貨店（営業担当）	・友の会との相互募集強化で、自社クレジットカード募集も14か月連続で目標達成している。両会員の増加で友の会、クレジット関連催事の底上げで話題の百貨店友の会の新規入会と新年度継続率は好調である。ただし、学生服の謎えお渡し会場での関心が高く、そこでの新規会員が増加しているため、直近の売上には繋がらない。「チビッツ大バーゲン」ではお子様会員のみを対象としたクローズプレセールを開催したところ、予想を上回る家族連れの出場場で混雑した。客の厳しい購買意識は継続している。
		百貨店（業務担当）	・例年、春物の動きが3月後半より高まって来るが、今年は春物の動きが良くない。スタートの動向からみても、4月後半の夏物に切替わるまで好転することは期待できない。
		百貨店（経営企画担当）	・天候不順等もない状況にもかかわらず、売上高、来客数ともに微減傾向にある。消費税増税後、個人消費の回復にはいまだ至っておらず、先行き不透明である。
		百貨店（営業統括）	・春闘でのベースアップは期待できず、夏の参議院選挙前に不安定な政局運営も予想されるなど、購買喚起につながる要素が少ない。
		百貨店（売場担当）	・同業他店は、改装や新規店舗オープンが重なり良い状況になる。当店については、DM催事をチラシに替えて全体的に5ポイント落ちるなど、上昇要因がない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・自分用のファッション消費は鈍い反面、友人、知人へプチギフトなどは堅調で、この傾向が当面続く見通しである。
		スーパー（経営者）	・中国経済の低迷やアメリカの大統領選挙、日本の参議院選挙などによる政治的な不安定要素がある。
スーパー（店長）	・競合店の出店が多いことに加え、リニューアルをした店舗もあり、厳しい状況が続く。		
スーパー（店長）	・1月に半径1キロ圏内に競合店ができたので、酒や一般食品に影響が出る。生鮮は、青果を中心に相場高がまだ続くため、前年比105～106%で推移する。衣料品は変わらず85%、春物衣料も売れない状況となっており、かなり苦戦する。		
スーパー（総務担当）	・客は特売品や価格強化の商品などへの反応が良く、価格にシビアな反応を示している。		
スーパー（経理担当）	・大きな変動はなさそうだ。		

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
		コンビニ（経営者）	・大手企業は、前年よりも少ないながら賃金が上昇したと聞くが、多くの企業は厳しい状況が続いている。これ以上良くなる材料が見当たらない。
		コンビニ（販売促進担当）	・販売量が前年比で伸びている。人を募集しても集まりにくく、定員割れの状態が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・景気の変動はない。
		衣料品専門店（店長）	・商店街への来客がほとんどない。
		衣料品専門店（総務担当）	・まだ悪くなるのではないかと危惧している。なんとか現状を死守したい。
		衣料品専門店（取締役）	・消費税の再増税の先送りについての報道があるが、2～3か月先の景気が良くなる材料がない。
		家電量販店（総務担当）	・主要商品の動きが鈍く、4月以降の需要が不透明である。
		家電量販店（従業員）	・新生活シーズンで家電購入が増える。
		家電量販店（広報・IR担当）	・経済環境の不透明感はあるが、大きく景気が後退するような気配はない。爆発的に消費をけん引するような商品もなく、必要な物を必要なだけ購入する状況が続いている。
		ドラッグストア（部長）	・外国人の旅行客数が、特にクルーズ船を中心に堅調に伸びることが期待できる。一方、賃上げが前年度ほどの勢いがいないため、国内の消費動向に不安がある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・地場中堅企業の顧客からは、4月昇給において定期昇給は前年並みに実施されるが、ベースアップは大手のように期待できないと聞く。一方、ゴールデンウィークに行楽を予定している個人客が多く、同期間中の需要に期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費者の購買について二極化がみられる。価格においては安さを競う一方で、堅実な商品の品ぞろえも強化しなければならない。ネット通販、ネットスーパーへの対応も意識した取組が必要である。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・前年は韓国のMERS問題で日本へのクルーズ船が大幅に伸びた。今年はその反動が心配だが、個人旅行客の伸びでカバーできると考えている。
		高級レストラン（支配人）	・これから3か月は状況が変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・客から景気の良い話しも聞かれないし、予約状況も芳しくない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・売上全体ではほとんど変わらないが、婚礼件数が伸び悩んでいる。
		都市型ホテル（販売担当）	・前年と比べると予約状況にあまり変動はない。宿泊部門は4月から好調であるが、婚礼は前年から減少傾向が続いている。
		都市型ホテル（副支配人）	・インバウンド需要の圧倒的な増加により、本市全体のホテル需要が増え続けている。3か月先の入込状況は、前年比10～15%以上高くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの航空座席供給不足もあり、海外旅行は前年を下回る。国内旅行は、テーマパークのイベントも開始され一部好調だが、前年をやや上回る程度である。
		タクシー運転手	・外国人を含む観光客のタクシー利用が増加している反面、地元の高齢者や買物客の利用がやや減少している。
		タクシー運転手	・今年は気温が朝寒く、昼暖かい状況で例年と異なる。
		タクシー運転手	・政府予算の内容によって状況は変わってくる。期待はしているが、横ばいと予想する。
		通信会社（企画担当）	・変化の要因が見当たらない。
		競馬場（職員）	・状況が変化する要素があまり見当たらない。
		美容室（店長）	・2～3か月先は結婚式などの行事が少なくなるため、景気は良くならない。
		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）	・在宅介護サービスのベースとなる介護職の確保が年々困難になっており、顧客需要に対応できない。報酬のマイナス改定の影響もあり、業績を回復できない。
		設計事務所（所長）	・新しい案件の獲得が低迷しており、何か月も変わらない状態である。
		設計事務所（代表）	・景気の先行きが見えない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の動向は二極化が進み、中間層がなくなる状況が続く。今年の春闘では、一部の大手企業は賃金のベースアップが実施されるが、中小、零細企業は四苦八苦している状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の時代、客の必要とするものが家や車、携帯電話等に絞られてきている様子である。今後、衣料品や日用雑貨、家具等は少し厳しくなる。
		商店街（代表者）	・人や物が最も動く3～4月の繁忙期にも関わらず、厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・卒業や入学、就職、結婚、ゴールデンウィークなど1年で最もお金が必要な時期なので、商店街にとっては厳しい。
		商店街（代表者）	・現在は年度初めで名刺や名札、ゴム印など製作業務が多い。その状況はゴールデンウィーク前まで続くが、その後低迷する。
		百貨店（営業担当）	・実体経済の悪化が一般消費者に影響するまでやや時間が掛かる。1月からの株価の下落等が3月ごろに表れてきたのではないかという見方をしている、今後、原油や為替の変動等、不確定な要素が多い。このままの価格を維持すれば、現状維持できるが、テロ問題が噴出してくると今後の消費に大きな影響を与える。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復傾向はみられず、消費者は節約傾向にある。
		スーパー（店長）	・客の慎重な購買態度により、依然として衣料品、日用品の売行きが悪い。
		スーパー（店長）	・4月から年金の保険料値上げなど、増税がある。また、日本タバコの値上げがあり、その影響で買上点数が少なくなる。生活防衛の傾向が強くなるので、少し悪くなる。
		スーパー（店長）	・経済の情勢は先行きの不透明感が依然としてぬぐえず、消費者の購買心理は好調に推移していない。当店に関しては、競合店の出店計画があり、ますます厳しくなると予想される。
		スーパー（統括者）	・現在、後退傾向にあるので、若干悪くなるのではないかと考える。
		コンビニ（エリア担当）	・客数の減少が非常に心配である。景気が大きく上向くとは考えられない。
		乗用車販売店（総務担当）	・5月は年度末商戦も終わり新型車投入予定もないので、販売台数は伸びない。
		住関連専門店（経営者）	・同業者や金融機関との話でも地方では景気回復感がなく、特に今年に入ってからの先行き不透明感が強い。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・業界全体の縮小が止まらず、書籍の売上が好転するような要因はない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・株価の下落やマイナス金利発表以降、急激に景気が冷え込んでいる。消費税増税や年金の不信感など、根本的な不安を解消しない限り景気回復は望めない。
		高級レストラン（経営者）	・4月以降の予約状況を見る限り、今のところ動きが鈍い。5月のゴールデンウィークになると企業関連が全く動かなくなるので、当店にとっては厳しい状況となる。
		高級レストラン（専務）	・飲食店は、選挙の影響を受けやすい。当地では今後、市議会議員選挙、県議会議員選挙、市長選挙、県知事選挙、国政選挙があるので来客数が減少する。非常に不安である。
		スナック（経営者）	・年明けから3か月連続で売上が前年を下回る状況が続いている。今までにない傾向で、4～5月は繁忙期でないため夏までの売上に不安を持っている。
		観光型ホテル（専務）	・北海道新幹線の開通で九州への来客が減るのでとは懸念している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費の大半が訪日観光客に支えられている現状を考えると、今以上の販売量の伸びは考えにくく、単価も下落気味である。
		ゴルフ場（従業員）	・5月のゴールデンウィークから6月にかけて、予約状況は前年比2割減となっている。団体職員、公務員等の予約は入っているが、建設業関係からの予約がなく、とても厳しい状態である。県外からの客が前年よりかなり落ちている。
競輪場（職員）	・売上、来客数などを見る限り、プラス要因が見当たらない。		
理容室（経営者）	・今月は卒業、入学、就職、転勤などによって客が多くなるが、4～5月は転出した分客が減る。毎年の数値から見ると、夏頃までは良くならない。		
悪くなる	音楽教室（管理担当）	・当音楽教室は転勤族の多いところに立地しているので、異動で多くの人動く。	

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
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	-	-
		繊維工業（営業担当） 家具製造業（従業員） 金属製品製造業（事業統括） 一般機械器具製造業（経営者） 建設業（従業員） 建設業（社員） その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・受注は増加するが、人員募集しても応募がない。工場への就職者数を増やす環境が作れない。 ・家具業界では、ホテル家具需要が突出して伸びている。東京オリンピック決定と訪日観光客の増加によるホテル需要で、今後4年間は飛躍的に伸びると予測している。 ・東京地区での受注拡大を期待している。 ・中国経済が動かない状態がもう半年以上続いている。その影響で、ユーザーは今まで切り詰めてきたが、新年度の動きが出てくるのではないかと期待している。 ・今年に入ってからの受注はコンスタントにあり、見積案件も増えてきている。今後、設備投資も増えてくるため、景気は少し良くなる。 ・自治体の新年度の発注は、5月のゴールデンウィークが終わらないと本格的に始まらないと聞く。4月の異動で設計が進まないとのことである。少しでも早く発注してほしい。 ・新年度が始まり、官公庁の発注工事も増加するとの話を聞く。3月決算で高収益を上げた企業も多いはずで、社員への収益還元も増加する。
	変わらない	農林水産業（経営者） 農林水産業（営業） 食料品製造業（経営者） 食料品製造業（経営者） 化学工業（総務担当） 窯業・土石製品製造業（経営者） 鉄鋼業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 精密機械器具製造業（従業員） 輸送用機械器具製造業（営業担当） 建設業（経営者） 輸送業（従業員） 輸送業（総務担当） 輸送業（総務） 通信業（職員） 金融業（従業員） 金融業（営業） 金融業（調査担当）	・当社の年度計画は、前年を上回る売上を計画している。原料の状況からするとある程度達成できる。3～4か月先までは問題ないが、夏以降は円高傾向により輸入品が増加するのに加え、国内生産も増加傾向にあるため供給量が上回り、価格が下落すると予想される。 ・景気を左右する要因があまりない。 ・販売は比較的順調に推移するが、原料確保が難しい状況である。 ・インバウンド需要が少し発生するが、全体的に変わらない。 ・当工場の製品は景気等の影響をあまり受けない。 ・商品の荷動きは、夏場にかけて少し落ちる。特注もなくなるので、その分売上が落ちるのではないかと心配している。 ・販売価格は相変わらず低迷しており、本格的な回復とは言えないが、3月に入り受注量が増加し、販売量も少し増加している。今後、中小の建築物件数が多く出てきており、販売数量は伸びるかもしれない。 ・客である大手企業は、年度初めに事業をスタートするので、そこから受注に至るまでの2～3か月は低調である。 ・受注量の安定もさることながら、当社は社内教育に現在力を入れており、教育の効果が今後の経営に良い影響を及ぼすので、大変楽しみにしている。 ・この数が月受注量に変化がなく、今後の見込みは分からない状況にある。下期は、受注量の変動で赤字の見込みである。 ・新年度の生産予定をみると、月々の稼働日によるバラツキはあるが、全体の生産台数に大きな変動はない。 ・客の様子は今のまま変わらない。 ・従来であれば倉庫の空きスペースの問い合わせが多いが、荷動きが良くなるような情報もなく、最近ではかなり少なくなっている。取引先のメーカーが生産を停止するため、倉庫に在庫を持つので一時的に良くなるが、生産開始後は在庫がなくなり、通常通りの在庫量になる。 ・消費税の増税やマイナス金利など経済政策など不安定要素が多い。今後の身の回りの景気にどう影響するかについて判断しかねる。 ・荷動きを好転させる材料は少なく、景気は横ばいと考えられる。 ・当社全体では、メガソーラー事業が好調な状態が続いているが、自部門の省エネ関連は伸び悩んでいる。 ・パートタイマーの求人が増加し続けているなど、雇用環境は改善傾向にある。一方、自動車関連の生産が伸び悩んでいるほか、新興国経済の減速などから先行き慎重な見方が広がってきている。 ・今のところ、回復の見通しは立っていない。中国など海外の需要頼みの傾向にある。 ・不動産需要が強い状況は、当面続くと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業担当）	・年度末の決算セール以降、消費の動きが見通せない。中小企業全般で、資金をプールしている動きが目立ち、設備等の前向きな投資には慎重な姿勢がうかがえる。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・4月からスタートする新電力や、駅周辺の新しい商業施設の開店などがあるが、どこまで新聞広告に出稿があるかは不明である。
		経営コンサルタント	・当社が開催するセミナーにおいて、参加企業の反応が良くない。今後も急速な好転は見込まれないと予想される。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・当社ホームページのアクセス数や問い合わせ件数から判断すると、大きな変化はみられない。
		経営コンサルタント（社員）	・高価格帯のワインの売行きが伸びない限りは、景気が回復したと判断できない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・新年度は、地方創生の先行型交付金により、市町村の業務が増えると言われている。しかし、平成28年度予算に関連の事業を盛り込んでいる自治体は少なく、このままでは市町村から発注される調査や計画、設計等の業務は少ない。
	やや悪くなる	出版・印刷・関連産業（営業担当）	・当社製品については、年度末の導入を終え、新年度の切替え時期のため買い控えが予測される。
		電気機械器具製造業（取締役）	・第2四半期以降の取引先からの引き合い情報が延期されるとのことで、やや悪くなる。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・原油価格は少し落ち着いているので、そこまで悪くならないとみている。円安に期待している。
	通信業（経理担当）	・IT関連の受注の動きが鈍くなってきている。	
	金融業（従業員）	・企業活動は、良くなる材料が今のところ見当たらない。個人消費は、消費税増税の影響もあり、収入増も見込まれないことからやや悪くなる。	
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込枚数は前年同月比95%と、相変わらず前年比マイナス5%が続いている。消費者の購買力が回復しないので、費用対効果を鑑みて広告費に回す予算が増加していない。来年度予算が確定している時期であるが、取引先からは広告予算を増やしたという話を聞かない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・良くなる要素がほとんどなく、厳しい状況である。特に医療、介護関連に非常に危機感を持っている。診療、介護報酬改定によって厳しくなるとの話を聞く。	
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地区は女性の人口比率が高く、勤労にも意欲的で、4月の女性活躍推進法で管理職も増やす企業も多い。女性が活躍すると業績もアップすると答える経営者も多く、期待が持てる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求職者については、求人を出すが反応がない。2週間掲載したが、全く反応がないことがあった。登録者数も前年比2割減になっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これから都心部の再開発がスタートするが、人材力、資金力に劣る地元中小企業は競争にさらされ厳しくなりそうだ。駅にオープンする商業施設の影響がどのように波及するか注目したい。人材や客が吸収されそうだ。
		職業安定所（職員）	・例年、最も有効求人倍率が低下する時期であるが、今のところ、人手不足業種を中心に目立った求人数の低下はみられない。
		職業安定所（職員）	・今後も新規求人の増加が見込まれる。月間求人有効倍率が昨年8月～今年1月の6か月連続で1倍を超えている。
		職業安定所（職員）	・世界情勢や政府の経済政策に対して、企業からは特段心配するような声はあまり聞かれない。今後の景気動向を注視している状況にある。
		職業安定所（職業紹介）	・例年4～5月は新規求職者の増加により、一時的に有効求人倍率が低下する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業採用意欲は活発であるものの、全業界とも長期展望は見通せていない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用活動時期の変更により、企業の採用意欲は活発になると予想される。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正などの影響で派遣離れが起きる可能性がある。	
	人材派遣会社（社員）	・周辺企業の動向や求人数は、今月に入り動きが緩やかになった。さらに、4月から休みの多い5月にかけて求人、求職者数ともに落ち着く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・派遣先であるクライアントより「業績が伸び悩んでいるため、人員を増加できない」という話を良く聞く。景気が低迷していることがうかがえる。
	悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・需要の低迷、料金値上げ交渉の不調、改正労働者派遣法の使いにくさによる顧客マインドの冷え込み、同一労働同一賃金への抵抗感等々、マイナス要因が多い。

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階における予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率は、前年同月実績を上回る見込みである。特に5～6月の見込みの稼働率見込みが良い状況である。
	やや良くなる	百貨店（営業部）	・動員催事の実施やインバウンド強化策としてのWebホームページのリニューアルやLCC機内へのパンフレット配布等、内需の弱みを外部よりフォローできるような試みる。
		コンビニ（経営者）	・時期的に来客数が増えるので総菜関係を増やしていける。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなってきたし、良くなるを期待している。
		ゴルフ場（経営者）	・まだ需要があり、若干の販売価格を抑えても、それ以上の集客が図れる見込みである。
	変わらない	住宅販売会社（営業担当）	・マイナス金利政策にて、金融機関の金利低下による借入しやすい環境により住宅計画者が増えている。
		一般小売店〔菓子〕	・観光が順調のため入域者は増えるが、企業の参入も多い。
			スーパー（販売企画担当）
		コンビニ（エリア担当）	・人員不足により、品ぞろえ、発注や売場作りが追い付かず、店舗力が落ちているケースもある。店舗の品ぞろえやサービスが増えると客も増加するので、店舗自体が疲弊しないバックアップも今後必要である。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな変動は無いと判断する。観光業を中心に安定した動きになる。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、悪い状態が続いている。観光客は多いが、地元の客が少ない状態がずっと続いている。地元の客の消費を上げない限りは、景気は本当に良くなるとは見込まれない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年度が切り替わり、人が大きく動くが、良くなるとも悪くなるとも言えない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・現在の相談を受けている戸建住宅や結婚式場など、当面は一定の受注が見込めそうである。また、当社で土地を取得し戸建建売分譲を計画している。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・4月に競合店が出店し、来客数減になるとみられる。
		旅行代理店（マネージャー）	・航空券、宿泊などの単価が上がる可能性が高いので、販売量が落ちるのではないかと心配である。
		観光名所（職員）	・周辺ホテルなどのゴールデンウィークあたりの予約状況は良くない。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・今年のゴールデンウィークは、前年と比較して予約状況はあまり良くない。旅行代理店の話では、5月2日～4日の沖縄観光の予約が伸びてこないとのことで、本土では近場の温泉旅行あたりが好調でその辺も影響しているのではないかとのことである。
悪くなる	商店街（代表者）	・一部の大型企業は、多少良いと巷の報道でも出ているが、こと零細企業の集まりである本商店街にとっては、単価的にも大型企業と競争はできない。最近流行中の立ち飲み屋さんが多くなっているが、飲み物だけでは全体的な販売力は低下する傾向にある。外国人観光客は歩いてはいるが、買うまでははいかないという話も聞く。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・努力の割に売上が伸びず、徐々に仕入原価は上昇し、また求人難で人手不足なのに総人件費は上がり続けており、地域で人気トップの飲食店舗であり続けたいと利益の確保は難しくなっている。仕入方法、販売方法のイノベーションが強く求められている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（総務）	・清明祭、ゴールデンウィーク等季節的な要因でこの時期は伸びてくる。
		輸送業（代表者）	・公共工事は自衛隊工事が与那国で活況、宮古や石垣への増設も今後期待される。クルーズ船の寄港増により港湾工事も期待される。民間工事では観光客の増加でホテルや土産販売店の建設が散見される。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共の前期繰越工事がやや増加すると予測している。
		輸送業（営業）	・人員不足に対する、経営、業務の効率化が進むとみられるが、業務拡大は制限されることが続くと予測される。
		広告代理店（営業担当）	・4月からの新年度に向けて、県内各社が新たな予算組みを行っているが、販促費については増額する傾向が見られない。県内に進出する本土あるいは外資系企業が県内における販促費を積極的に投入することを期待する。
		会計事務所（所長）	・観光業は好調だが、受け入れ体制の容量もほぼいっぱい、これ以上の収益増には新たな設備投資が必要であるためコストアップになることが予想される。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・仮契約、申込件数、及び単価が低い。
	悪くなる	コピーサービス業（営業担当）	・税が上がり、金回りが良くなるのは一部の企業で、大部分の中小企業にとって、売上は厳しくなり給与も上がらないから、必要最低限の買物しかできない。売上も上がらず、景気が良くなると思える材料が見当たらない。
	雇用 関連 (沖縄)	良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）
やや良くなる		-	-
変わらない		人材派遣会社（総務担当）	・財布のひもが硬く内需景気動向が鈍いように、心理的影響が雇用状況にも及び、求人も求職者も慎重となってミスマッチが続いている。
		学校[大学]（就職担当）	・企業からの次年度に向けた採用情報が解禁となったが、現時点では、上昇すると思われる特段の理由が感じられない。
やや悪くなる		求人情報誌製作会社（編集室）	・ゴールデンウィーク中は合併号を予定している。まとめて掲載できるにもかかわらず、件数は減少すると予想している。ゴールデンウィーク明けは若干求人数が増加するが、3月ほどの件数は見込めない。6月も減少するものとみられる。
		学校[専門学校]（就職担当）	・景気が良くなるような話題が無く、先行きが暗い。
悪くなる	-	-	