

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	商店街（代表者）	・観光のオンシーズンに伴い来客数の増加が見込まれる。	
		旅行代理店（従業員）	・7～8月の観光シーズンにマイナス要素はあまりみられない。知床や網走、阿寒、釧路湿原など、道東の観光地は宿泊施設も増えてきており、国内観光客及び外国人観光客の増加が期待できる。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2～3か月後は当地の夏まつりの時期であり、地元客だけでなく、当地の食と景観などを求める旅行者が来街することになる。前後の期間も含めて他地域からの来街者は年々微増傾向にあるため、昼夜間の飲食店及び遊興施設を中心に多くの業種で売上が増加することになる。	
		商店街（代表者）	・これからイベントが多くなるにつれて、人の流れが増えてくることが期待できる。	
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・熊本地震の余震が続いているなかで、佐賀県、鹿児島県、宮崎県での催事における当社の売上は前年と比べても悪くなかったため、今後についてはやや良くなる。また、当地は相変わらず外国人観光客の入込に助けられている面があるが、経済界ではそろそろ当地にも現政権の経済対策の効果が表れてくるだろうと期待する声が増えてきている。	
		百貨店（販売促進担当）	・全体的に店舗への顧客回帰が感じられる。来客数の減少が底を打ってきており、買上率も前年と比べて改善してきている。	
		スーパー（店長）	・季節変動に伴い各種指標の数値が上昇してくることが見込まれる。	
		コンビニ（エリア担当）	・長期予報で好天が見込まれているため、このまま前年よりも気温の高い日が継続すれば、来客数、販売量の増加につながることを期待できる。また、漁も良い状況で推移することが見込まれる。	
		家電量販店（経営者）	・リオオリンピック開催を間近にしてテレビなどの需要が見込まれる。	
		家電量販店（店員）	・マンションなどでのエアコンの取付けが多くみられるなど、設備投資の動きが目立ってきたことから、今後についてはやや良くなる。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・熊本地震の影響によるキャンセル、振替の動きは今のところプラスマイナスゼロである。一方、観光客、ビジネス客ともに個人需要が堅調に推移しており、7～8月に向けて外国人観光客が復調傾向にあることから、今後についてはやや良くなる。	
		旅行代理店（従業員）	・ボーナス商戦とともに夏休み商戦がスタートするため、今よりは上向いてくる。ただし、大幅な伸びまでは期待できない。	
		タクシー運転手	・6月は大きなイベントがあるため、5月よりもタクシーの利用が増え、売上が増えることになる。	
		タクシー運転手	・外国人観光客の状況はそれほど変わらないが、観光シーズンに入り、国内客の問い合わせや予約の件数が微増してきていることから、今後についてはやや良くなる。	
		タクシー運転手	・従業員が少し増えており、今のところはまだ効果が出ていないが、これから夏場の需要期に向けて効果が出てくることが期待できる。	
		通信会社（企画担当）	・夏の商戦期に向けて、新素材に対する大口の引き合いがみられるほか、幅広い年齢層からの期待の声が前年よりも多く聞こえてくるため、今後についてはやや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・消費者の動向は上向いてくるとみられるが、生活するなかで、もう少しはつきりと変化を感じるような状況が出てこない限り、景気は変わらない。
			商店街（代表者）	・若干ではあるが、北海道新幹線の効果がみられる。ただし、函館から遠い道央圏ではまだ大きな流れにはなっていない。外国人観光客の消費が落ち込んでいる状況は今後も続くこととみられるため、現状にあわせた対応を進める必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年が明けてから前年までの好調さにブレーキがかかってきている。外国人観光客の効果もほとんどみられないため、景気が減速してきており、2～3か月後もこのまま推移する。
		百貨店（売場主任）	・地元客による売上は前年を下回ったものの、4月と比べれば回復傾向にある。その一方で、外国人観光客による売上は前年の60%近くまでダウンしている。今後もこうした状態が続くことになる。
		百貨店（担当者）	・現在の状況が今後も続く。
		百貨店（販売促進担当）	・天候要因の好転に伴い客の購買に対する機運が少しずつ上向いてきたが、景気が劇的に回復することまでは考え難いため、しばらくはこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税が再延期になりそうのため、少しは景気が良くなることを期待したいが、現状からは悪い状態のまま足踏みを続けるとみられる。
		スーパー（店長）	・来客数、売上とも大きな変化がないため、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・食品の値上げの影響が少しずつ出てくることで、今後の景気はやや悪くなる。ただ、メーカー各社の努力で値上げ感が出ないように配慮されているほか、リオオリンピックの効果などで景気が少しは上向くことも踏まえると、全体としては変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・ここ数年間、客単価がほぼ例年どおりの傾向で推移しているため、今後も変わらない。
		スーパー（企画担当）	・政府はこれまで様々な対策で経済の立て直しを図ってきているが、消費者は矢が尽きたように感じてきている。景気が良くなるという根拠も段々と分りにくくなっている状態であるため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・来客数、客単価、買上率のいずれも前年を上回るなど、2～3か月前と比べると、若干ではあるが売上の増加傾向がうかがえる。しかしながら、競合との価格競争の影響もあるため、もう少しの期間は様子を見る必要がある。
		コンビニ（エリア担当）	・公共事業など、景気が上向きになるような要素はまだ何もないため、今後も変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の再延期が消費者に良い影響を与えることで、前年よりも景気が良くなることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・引き続き厳しい経済情勢が続くなかで、アパレル関連は買い控えの影響が最も出てくる分野であるため、相当の好況に達しない限り、このままの厳しい状態が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・当地区の軽自動車を除く新車の販売台数は自社、市場全体とも前年水準を維持しており、今後もこの堅調な傾向が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・地場経済に活気がないうえ、参議院選挙、TPP、消費税増税の再延期など、販売台数の増加に向けて追い風となる要素が少ない。
		乗用車販売店（従業員）	・先行きへの明るい材料がないところに大手自動車メーカーの燃費不正問題のニュースがあったことで、今後も厳しいまま変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・先々の情勢が不透明でなかなか今後の動向が読めない状況にある。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月先に向けての明るい話題は少ない。先行きが不透明なうえ、様々な物の価格や税金などが上がるのではないかとみられているほか、大手自動車メーカーの燃費不正問題もあり、客の買い控えが出てくるのが懸念されるため、今後も変わらないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・定期昇給や手当の見直しにより、給与が上がることになれば、外食や夏季休暇に回すお金が増えることになる。
		自動車備品販売店（店長）	・5月の状況からこれ以上景気が悪くなることはないが、良くなることもない。ただし、8月の祝日前には一定の販売量が見込める。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・病院や診療所を優先する現在の体質が改善されない限り、今後も変わらないまま推移する。将来的には日本の健康保険制度の破たんも懸念される。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気対策に不備がみられるものの、消費税増税の再延期などもあるため、全体としては今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・ 来年の消費税増税が予定されているため、今後は一時的に消費が進み、景気が上向くことになる。ただ、こうした傾向は一時的なものであり、来年になると景気が悪くなる懸念される。消費者の買い控えは今後も続くと思われるなど、景気が上向く要素はあまりない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 今後も景気は変わらない。ただ、伊勢志摩サミットがきっかけで、国内旅行客の間で伊勢志摩の人気が高まり、北海道への興味が薄れないかが心配である。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 消費税増税の再延期により、景気は若干上向きになるものの、景気回復といえるところまでは至らない。
		旅行代理店（従業員）	・ 先行受注件数が前年と大きく変わっていないため、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・ 円高が落ち着き、イスラム国やテロなどの緊急の心配ごともないため、今後の受注は堅調に推移する。
		タクシー運転手	・ 閑散期に入っているうえ、大型の建設工事などもないため、今後の冷え込みが見込まれる。
		タクシー運転手	・ 景気が回復するまで、まだ時間がかかる。
		観光名所（従業員）	・ これまで右肩上がりであった外国人観光客による利用が次第に横ばいになってきつつある。また、爆買いのような購入スタイルがあまりみられなくなってきたこと、クレジットカードの利用が減り、現金買いになってきていることなどもマイナス要因である。一方、北海道新幹線の開業により国内客の増加がプラス要因となっており、全体としては変化がないまま推移する。
		観光名所（職員）	・ 外国人観光客の増加を背景に好景気ととらえる企業もあるが、あくまで一過性のものである。今後の国内での消費動向や中小企業の動向などをみていく必要があるため、好景気と判断するにはまだ早い。
		パチンコ店（役員）	・ 熊本地震の影響で来年の消費税増税が見送られることになれば、景気が落ち込むことはない。一方、消費税増税が予定どおり行われることになれば、買い控えなどが顕著にみられるようになり、景気が上向く要因がなくなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ 観光の最盛期を迎えることで輸送量はピークとなるが、例年と変わらない動向で推移するとみられる。
		住宅販売会社（経営者）	・ 外国人観光客などによる観光業界のにぎわいが消費や住宅建築市場に影響してくるまで、まだ3～4年はかかると思われるため、今後も景気は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 選挙や消費税の方向性がはっきりしない状況のなか、客の消費意欲があまり感じられないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・ チラシの特売品の完売時間が前年よりも短時間化しているなど、特売特価や催事商材に対する顧客の関心が高まっていることから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・ 前年は6月下旬から、順次、プレミアム付商品券が発行されたことで消費が伸びたが、今年はその増加分が期待できないため、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 前年比でみると、生鮮品の売上は来客数を上回って推移している。一方、価格で差がつく飲料水や食料品やビールの売上は減少が続いており、少しでも安い小売店で購入していることがうかがえる。これらのことからデフレ基調が強く、依然として消費マインドが低迷しているとみられるため、今後についてはやや悪くなる。
		コンビニ（オーナー）	・ 5月から近所の競合のチェーン店がフランチャイズから本部直営に変わっており、今後の競争環境が厳しくなることが懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・ 毎月、予算を達成できない状況であるため、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・ 原油価格が上昇傾向にあるため、今後の販売量に影響することになる。
		観光型ホテル（役員）	・ 現在の円高傾向に伴い外国人観光客の集客が鈍っており、この先、為替の影響が更に強く反映されるようになるとみられる。
		タクシー運転手	・ 良くなる材料も悪くなる材料もないため、今後もやや悪い状況のまま推移する。

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	
		通信会社（社員）	・企業も経済も先がみえず萎縮しているなかで消費者の景況感が上向くことは考えられない。	
		美容室（経営者）	・来客数が停滞する傾向が出てきているため、今後の動向を注視する必要がある。	
		美容室（経営者）	・年度替わりの時期が終わったことで、景気が停滞することになる。	
		美容室（経営者）	・今後については、極端な気温の変化があれば、それによっても影響を受けそうな状況にある。	
悪くなる		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の再延期の話が出ているが、再延期されることになれば、住宅を前倒して購入する客が減り、結果的に販売戸数が減少することになる。	
		百貨店（売場主任）	・長期予報によると、今後は気温が高く推移するとみられているが、最近の動向から、夏物、青果、総菜、衣料品は前年並みの売上を望めない状況である。お中元も7月の参議院選挙の影響で売上が上がらないことが懸念される。また、熊本地震の影響で買物を自粛する傾向がしばらく続くことも懸念される。	
		百貨店（役員）	・消費税増税の動向や社会保障の今後の動きなど、政策的なものが全くみえていないため、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	-	-	
		食料品製造業（従業員）	・道内観光のハイシーズンに向かうため、販売量の増加が期待できる。	
		建設業（経営者）	・今後は公共工事の発注が土木、建築ともに進み、稼働が上がることになる。ただし、農業部門を除くと予算規模は前年並みであるため、発注が前倒しされる分、工事の秋枯れが心配される。民間建築の動向はどちらかといえば低調である。	
		建設業（従業員）	・消費税増税の再延期がほぼ確定的になっているため、今後、中・大型の建築プロジェクトを予定する法人の取組意欲が高まってくる。	
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・今後、数か月は売上の上向き傾向が続く。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の鉄骨加工量が急激に増加している。そのほかの金属加工も仕事量を確保しているため、今後についてはやや良くなる。ただし、全体的な売上は前年に比べると約15%程度の落ち込みが予想されており、厳しい状況下にある。	
	変わらない		食料品製造業（従業員）	・現時点の受注状況から、今以上に落ち込むことはないとみられる。
			家具製造業（経営者）	・地方都市における景気後退がより鮮明になりつつある。当市においては百貨店の撤退など、マイナス要素が多く、消費マインドが低下している。
			出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
			建設業（従業員）	・公共工事については、震災復興やインフラ改修工事などへの重点配分が見込まれるため、先行きが見通せない状況にある。
		輸送業（営業担当）	・今夏はラニーニャ現象の影響により猛暑になる可能性がある。そうなった場合には、アルコール、清涼飲料、医薬品などの飲料品とあわせて資材の輸送量が大幅に増加することになる。	
		輸送業（支店長）	・2～3か月後のスポット需要に対する見積はすでに提出しているものの、現状と比べて大きく伸びるほどの需要はない。取引先からも上期は厳しいとの説明があるため、今後についてはさほど変わらないまま推移する。	
		金融業（従業員）	・実質賃金は一進一退の状況にあるため、来年の消費税増税の有無にかかわらず、個人消費の節約志向は変わらないまま推移し、明確な改善は期待できない。観光は引き続き好調に推移し、公共投資も予算の早期執行により持ち直すとみられるが、景気を大きく押し上げるまでの力強さは期待できず、現状並みで推移する。	
		司法書士	・地方都市を取り巻く諸条件のなかでは、今後の高い成長は期待できない。特に高齢者が多くなり、若者が減少している状況のもとでは多くを望めない。	
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・ここ数か月の実績から悪い流れにあり、今後も前年比でのマイナスが続くとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・北海道新幹線の開業効果が薄れてくる一方で、景気を一層押し上げる施策やイベントなども見当たらないことから、現状よりもやや悪くなる。
		司法書士	・景気回復の実感がなく、食料品などの価格も上昇しているため、消費者は必要最低限のものしか買う意欲がわからない。消費税増税が再延期されたとしても、景気回復の動きを感じるまではじっと我慢することになる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・3月ごろまでにみられたような大型案件が減ってきている。新規案件も停滞していることから、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求人数の増加から、有効求人倍率が1.0倍を超える高水準の状況が11か月連続で続いているため、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の再延期やマイナス金利の動向など、政治や経済の先行きが不安定なため、経営者心理がプラス思考になっているようにみえない。そのため、人材の採用にも慎重であり、今後の企業活動が活発になることが見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・労働力人口の減少に伴う構造的な人手不足が地方の中小企業の成長への足かせとなっているため、今後も変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・観光シーズンに入るというプラス面はあるが、先行きへの不透明感から、今後も大きな変化はないまま推移する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・久しぶりに求人数が前年を超えたが、こうした動きを支えるような経済的な裏打ちは見当たらないため、来月以降はまた厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・観光関連産業では北海道新幹線の効果が期待できるが、建設業は依然として公共事業への依存が強いいため、今後の公共工事減少への不安がある。
		職業安定所（職員）	・求人状況が依然として好調であり、今後も企業の採用意欲の高い状況が続くと見込まれることから、好況が持続する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・早めに内々定をもらっていた学生も6～7月には大手企業の選考を受けることになるため、今後、中小企業の内定辞退が増えたとみられるが、企業側の採用意欲は引き続き衰えていないため、8月ごろの状況も現在とさほど変わらないとみられる。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・これまで求人数の伸びが鈍化しつつあったが、5月は多くの業種で過去2年の実績を下回っている。政局によっては更に求人数が減少する可能性がある。
求人情報誌製作会社（編集者）		・百貨店の閉店に伴い駅前の人の流れが変わるとみられるため、雇用への影響が懸念される。	
職業安定所（職員）		・直近3か月の職業別の新規求人数を前年と比較すると、これまでと同様に社会福祉の専門的職業、飲食物の調理・販売の職業で増加しているものの、その増加幅が縮小傾向にある。さらに、これまで全体の47～48%を占めていた正社員求人が45%台と減少傾向にある。また、派遣求人も減少傾向にあり、その分、パートなどの正社員以外の求人が増加傾向にある。求人全体の減少傾向もあり、今後はこうした傾向が続くことになる。	
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	良くなる	コンビニ（店長）	・夏場は最盛期であるため、売上の増加や利益が期待できる。そのため、冷夏でないことを願うばかりである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・徐々にではあるが、街の中心部での客の流れが活発になっていくとみている。
		商店街（代表者）	・非常に穏やかな天候が続いている。そのため、今後は特に初夏物、夏物の動きが活発になるだろうと、大いに期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費税増税の再延期があれば、参議院選挙があっても少しは上向きになるのではないかとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・この先は六魂祭やねぶた祭りがあるため、景気は良くなるかとみている。

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
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数は増加傾向にあり、悪化するような要因は見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・マスコミ報道では7月には軽自動車の販売が再開される予定とされており、そうなれば少しは良くなるのではないかと期待している。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先にはお盆になるため、現在よりは仏事関係の商品が売れるのではないかと期待している。問題は、高額商材が売れるかどうかというところである。
		住関連専門店（経営者）	・この先、六魂祭やねぶた祭などで観光客が増えるため、景気は良くなるとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏は一番の繁忙期のため、販売量はそれなりに増えると思っているが、想定内のことであり、これ以上に良くなるという期待もしていないし、そうなる要因もない。さらにこれから選挙ともなれば、ますます状況は厳しくなる。
		高級レストラン（経営者）	・東北の景気回復は首都圏と比べても半周遅れとなっている。そのため、この先は逆に少しずつ良くなっていくのではないかとみている。
		高級レストラン（支配人）	・賞与などの時期になるため、一定の消費が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の再延期が決定したため、景気はやや良くなるとみている。
		観光名所（職員）	・集客イベントの効果を期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税増税がどうなるのかが大きな分岐点となる。税率が現状のまま推移すれば良くなっていくとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・大規模工業用地仲介と建築受注予定がある。
	変わらない	商店街（代表者）	・今のところ、良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。このような状態が常態化していくのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気の状態は上向きになっているが、2～3か月先も同様の状態が続くとまではいえない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・この先どのような景気となるか、まだまだわからない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の再延期が決まりそうではあるが、必需品以外の購入に対する客のシビアな意識が緩和するまでには至らないとみている。
		百貨店（営業担当）	・基調は変わらないとみているが、消費税増税の再延期が決まったことで、心理的な解放感により購買意欲が喚起されることを見込んでいる。また、不振が続いていた婦人服に若干の立ち直りの兆しもみられている。さらに、駅前に新たに商業施設がオープンするため、街への集客が進むことも期待している。
		百貨店（営業担当）	・個人所得の増加が期待できないため、消費喚起が見込めない。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税時期を気にしている客もあり、先送りかどうかで景気は変わるとみている。
		百貨店（売場担当）	・この先は、大きな景気回復がみられないまま、客の購買マインドが更に慎重になり、セール品への関心のみが高まるばかりとなるのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・経済環境に変化はないため、早く暑さが来ることを期待している。
		スーパー（経営者）	・これから先、一時的な原油高、円高の影響はもとより、消費税増税の再延期の影響が気にかかる。税収不足、各事業費財源の不足、高齢者、介護、子育て支援事業の停滞や減少などに対する不満が表れるのではないかとみている。また、地方行政予算の前年度の伸び率格差がどのようになるのか。東日本大震災後の復興事業費の削減や風評被害などへの賠償打ち切りもあり、将来への不安材料が増している。このことが影響して消費者の購買意欲が冷え込み、さらに、これが継続することを懸念している。
		スーパー（店長）	・来客数の前年割れが回復しなければ営業数値も上向きにはならない。来客数の改善が2～3か月後へ向けた今後の課題である。
		スーパー（店長）	・買上率は伸びているが、単価の低い状況は変わらないとみている。
		スーパー（営業担当）	・この先に景気を左右するような要因がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・当初心配されていた熊本地震の影響については、東北地方のスーパーマーケットでは直接的な影響は表れていない。ただし、景気が回復しているという実感もないことから、この先も変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇に伴い来客数も伸びるため、現在の気温が続けば前年並みに売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・この先、公共事業や大きなイベントがないため、状況が変化することはないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて、景気が上向きとなる要因に乏しい。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の購買意欲は低迷したままであり、今後も回復するような要素は見当たらない。そのため、現在の厳しい状況が継続するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・今年は民間のボーナスが前年より少ないとの報道があることから、中元商戦や普段の買物に影響がでるのではないかと危惧している。
		衣料品専門店（経営者）	・夏に向けて少なからず良くなるが、8月になればジャケットを脱ぎたいほどに暑くなるため、需要がなくなってしまふ。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズが定着しており、なかなかスーツや上着が売れない時期となる。暑くなればサマーの礼服などは売れるものの、東北においては5月後半～6月に暑くならないと商売にならない。そのため、このような要因が無ければ現在の客の様子も含めて、あまり楽観できる商戦にはならないとみている。また、伊勢志摩サミット関係で景気が悪いのではないかとという報道もあり、客の購買マインドは買い控えの方向となるのではないかと。
		衣料品専門店（店長）	・必要に迫られて購入する客がほとんどである。そのため、クールビズに対する購入モチベーションも前年より更に低い状態であり、今後も厳しい状況が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・家電製品の買換え需要は前年並みで継続している。ただし、景気に対する不安感があるのか、買換えに対する購入マインドとしては、あまり高価な商品を望まない傾向にある。
		家電量販店（従業員）	・来客数の少ない状態が今後も継続するとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・6月以降は、例年8月を底に動きが悪くなる傾向にある。
		乗用車販売店（店長）	・今後、新型車の発表もあるが、全体の販売量そのものはあまり変わらないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・取扱商品がオーダーメイドのため、2～3年のスパンで考えなければ受注はなかなか取れない。2～3か月先において確定的な受注案件が取れていないため、現状と変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・飲食店は平日に稼げる店のみが残りつつある。また、店頭で売れているものも一定の商材であり、傾向が決まってきている。この先の傾向も、選挙などの影響がでるだろうが、大きくは変わらないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・現在の販売傾向が継続する見通しである。個人消費が上向けば販売量も回復していくだろうが、先行きが不透明であるため、急激な回復は難しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・すでに上向きのため、今後もこの状況が続くとみている。
		高級レストラン（支配人）	・飲食業界は、ゴールデンウィーク明けからあまり良くない状況で推移している。来月以降の予約の反応をみても、特に良くなるような要因はなく、現状維持の状態である。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子や同業者の話などからは、この先に良くなりそうな気配がうかがえない。
		スナック（経営者）	・近年、なかなか団体で動くようなケースが無いため、大きな売上が期待できるような状況ではない。そのため、この先もあまり売上は変わらないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・例年よりも予約の動きが良くない状態である。この先は観光シーズンとなるが、大きなイベントなども無いため、団体旅行の減少により先行きの景気は今一つになるとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・良くなることを期待したいが、消費税増税の問題もあり、現状維持が精一杯となるとみている。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税の再延期という報道があるが、まだ決定ではない。そのため、好転するような要素はまだ見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会受注状況及び宿泊予約状況からは、夏の入込は例年並みに推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月先はちょうど夏休みであり個人旅行の時期となる。今のところ予約状況は悪くないが、この先、参議院選挙あるいは衆参両院同日選挙となれば、旅行を手控える客がかなり増えると見込まれる。そのため、若干先行きが見えないところがある。
		旅行代理店（従業員）	・熊本地震の影響もあり、客の様子見をする状況が続くとみている。
		タクシー運転手	・今のところ悪くなるような要因は見当たらない。駅前には新しいビルも建っており、客の様子や日々の売上からも、今までどおりの良い状態が続くのではないかとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の再延期が決まったが、それで景気が向上するとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・景気が変化するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・所得の伸びが一向に上向いていない。また、消費税増税の再延期により、買い控えが進むものとみている。
		通信会社（営業担当）	・ボーナスの増加や、個人の大幅な収入増加が見込めないため、継続的に娯楽に出費する人の割合が減ってきている。テーマパークなど一時的な出費をする人はまだいるものの、有料テレビなどへの継続的な出費は見込めない。スマホなどを使って楽しめる低価格な映像サービスが進出してきたため、競争がますます激化することは必至である。
		観光名所（職員）	・予約状況に変化はなく、客単価が若干上昇しつつも来客数が減少しているという状態が続くとみている。
		遊園地（経営者）	・新水族館の影響が一巡したこともあり、地下鉄新規路線開通の効果と合わせて一定の回復を期待している。ただし、猛暑の予報もあるため楽観視はできない。
		遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークの間は、景気に多少の上向き傾向がみられたが、連休以降は中だるみの状態となり現在に至っている。この先は、夏の気温が例年よりも高いと予想されていることや、ガソリン価格の上昇傾向などの影響により、日によっては外出が控えられてしまうのではないかとみている。
		美容室（経営者）	・何か急激な変化が起こらない限り、現在の状況のままで推移するとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・この先、消費税増税の再延期が決まっても、景気が早期に回復する見通しは持てない状況である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の節約志向が強い。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・営業担当者からは、4月から全国的に営業成績が良くない状態であり、東北は特にその傾向が顕著であると聞いている。以前は店頭をにぎわせていた土木建築関連の客も近頃は勢いがなく、震災から5年を経過し、復興需要も徐々に終息に向かうのではないかとみている。また、この先人口減少など悪くなる要因は多いが、良くなる要因が見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・個人の給料に変化がなく、この先も増えるという見通しもないため、景気はやや悪くなるとみている。
		百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向に変化がないことから、減収傾向が続くとみている。
		百貨店（経営者）	・夏場に向けて経済環境が良くなるような見通しは立っていない。むしろ、国政選挙やオリンピックなどは、街に出てショッピングをするにあたってはマイナス要因となる。また、前年同月にあった高額商材への消費の追い風はない。
		スーパー（経営者）	・伊勢志摩サミットにおいて世界経済の悪化、日本経済のデフレ化などの発表がされている。また、消費税増税の再延期がされるとのことで、消費マインドが萎縮している感がある。
		スーパー（店長）	・来客数、売上共に、数字の伸び率が悪くなっている。全体的な数字も前年を上回ることができていないため、今後の方向としては若干悪くなる可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・今年の夏は猛暑が予想されているなか、客の買物動向は慎重なままである。この先に景気が上向くような要素はほとんど見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・来客数は悪いままで推移するとみている。ただし、今年はラニーニャ現象が発生して暑い夏になるとの予報があるため、今までの大幅な落ち込みからは若干回復していくかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先にかなり暑くなれば少しは持ち直すともみているが、人口減少問題など不透明な面が多く、景気はやや悪くなるのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・2月から4か月連続で来客数が落ち込んでおり、右肩下がりに推移している。この先も同様の傾向となるのではないかとみている。
		コンビニ（店長）	・数字の悪さの理由が今一つはっきりとしないが、熊本地震の影響がじわじわと出てきているのではないかとみている。特に、建設業界の客の消費が鈍く、6月は要注意である。
		家電量販店（店長）	・農家が多く、また、地元企業の給料も伸び悩んでおり、イベントなどを行っても来客数が伸びない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・東北よりも気温が高い西日本の同業者も夏物が苦戦していると話している。そのため、この先本格的に気温が上がっても夏物が売れるかどうかは不透明である。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・客の購買力が落ちているのか、他社へ流れているのか判断ができない状況にある。このままでは夏場の売上も期待できな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）	・いったん下落していた原油価格が上昇傾向にあり、今後は販売価格が上昇するとみている。そのため、販売量の更なる減少につながることを懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・客単価を高く設定しているような企業は、若干業績が悪くなっている様子である。客単価を安くすれば売上は増えるといわれているものの、実行することはなかなか難しい。
		一般レストラン（経営者）	・同業者や他の商売をしている人達からは、先行きに光がみえてこないという話を良く聞く。相当な営業努力をしてやっと現状維持ができるという状態であり、普通どおりの営業では立ち行かない状態が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・同業者や仕入先も、全体的にかなり静かであり、暇であると話している。これから夏になれば少しは人の動きがでてくるが、大きな行事がないため、先行きはやや悪くなるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・地元はこれからさくらんぼの時期であるが、例年よりも収穫時期が10日ほど早いと聞いている。そのため、ベストシーズンには収穫が終わってしまうため、農家は頭を抱えている。さくらんぼに関係している人が多い地域のため、この影響により景気は少し下がるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・客はより高付帯、低単価志向へと傾きそうである。厳しい環境となり、難しい判断が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・本来であればこれから当県への旅行者が伸びていかなければならないが、今年は北海道新幹線開業、6月下旬からの六魂祭もあり、客の動きはそちらに向かうのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7月に国政選挙があるため、宴会、レストラン共に予約状況が芳しくない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月に引き続き客の動きが鈍い状態が続いており、今月も来客数の前年比が大幅に減少している。予約状況も伸び悩んでおり、はっきりとした好要因がどこにもみられない状況である。極端に落ち込んでいるわけではないが、明らかに予約が鈍り始めており、今後も低調に推移するものとみている。
		旅行代理店（店長）	・熊本地震による影響や、国政選挙による影響は避けられないとみている。
		タクシー運転手	・客の乗り控えがますます目立ってきている。
		タクシー運転手	・客の多くは消費税増税に対して、非常に心配をしている。また、雇用の不振についても心配をしている。このような状態では景気が良くなるとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークが明けて観光産業が下火と聞いている。また、熊本地震で実家が被災した熊本出身の大学生などが、仕送りが途絶えてアルバイトを始めている。熊本地震の影響は、今後徐々に広がっていくとみている。このことから、この先2～3か月の景気は下降気味に推移するとみている。
		テーマパーク（職員）	・宿泊、日帰り共に予約の数が前年よりも下回っており、予算も少なくなっている。
		競艇場（職員）	・商売柄、行楽シーズンはあまり良い結果が出ない時期であり、売上の増加は見込めない。そのため、景気は悪くなる方向に進むとみている。

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	商店街（代表者）	・乗客数が極端に減少しており、特にゴールデンウィーク明けの動きが非常に悪い。将来的には、予約やその他の数字が前年を下回るようになっていくのではないかと危惧している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税の再延期、選挙の問題など政治の世界は非常に不安定であり、さらに、経済も不安定な状態がずっと続いている。そのため、先行きを不安視した消費者により消費が鈍っていることがはっきりとしている。タクシーの運転手なども非常に不安が多い世の中であると話し合っている。
		スーパー（店長）	・基幹店の近隣に競合店がオープンし、基幹店のほかもう1店舗がその影響を受けるとみている。対策は立てているが、売上のダメージは少なくないと危惧している。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車を販売できない状況が続く見込みであり、売上の減少は免れない。
		乗用車販売店（経営者）	・社会全体に成長意欲がみられない。個人消費も将来への不安により防衛傾向にある。
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業（従業員）	・今年度の大型公共工事の出件が始まっており、受注者が確定する案件が多数見込まれている。
	やや良くなる	建設業（経営者）	・新年度に入り、工事の引き合いや商談が少しずつではあるが増加してきており、期待をしている。
		輸送業（経営者）	・燃油が値上がり傾向にあるが、物量そのものは確保できるとみている。
		輸送業（従業員）	・来月からは主力商品の出荷が本格化する見込みのため、やや良くなるとみている。
		広告業協会（役員）	・6月はテレビ局のスポット枠の引き合いが多くあるため期待をしている。また7月には駅前の大型商業施設がオープンする予定であり、周辺の商業施設が対抗して広告活動を活発にすると見込んでいる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・天候に恵まれ、今年の果物の生育は順調である。主力のものは旧盆前に最盛期を迎えそうであり、大いに期待している。
		食料品製造業（経営者）	・消費者の財布のひもはかなり固いように見受けられる。しばらくは、この状況は変わらないのではないかと。
		食料品製造業（営業担当）	・景気が好転するような要因が見当たらないので、状況は変わらないとみている。
		繊維工業（経営者）	・先行きに期待はしたいが、あまり変わらないとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・当面、住宅部材の価格低迷によって収益的に厳しい状況が続くとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の価格が下げ止まる様子が見られない。それが、身の回りの景気に直接影響している。
		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か月後も現状のまま推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・受注量は増加傾向にあるが、今後も同様に推移するとは考えにくく、予断を許さない状況にある。
通信業（営業担当）		・政治の影響が一般企業には反映されていないため、実感できるレベルでの景気回復は無いのではないかと。	
金融業（営業担当）		・特に大きな変化要因は見当たらない。	
広告代理店（経営者）		・参院選での需要が若干見込めるものの、広告費の割合が上昇するわけではない。ホームページや印刷物、イベントや展示物など、どれをとっても単価が下がってきている。	
経営コンサルタント		・アベノミクスの行き詰まり感が消費の空気を重くしている。	
司法書士	・低金利が続いているにもかかわらず、住宅着工件数は増加していない。		
公認会計士	・建設関係は復興需要はまだ多く、もうしばらくは好調が続くとみている。小売業関係は売上、利益の減少が続くが、一定の利益を確保しながら推移しそうである。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・給料が以前より良くなったとか、仕事が多くて残業が増えたというような話をほとんど聞くことがない。その代わり、定時よりも早く仕事が終わってしまうという話であり、所得が段々減っていく状況のようである。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・この先、為替や株価などの改善によって、消費マインドが刺激されるような環境となる可能性は低い。		
その他企業〔企画業〕（経営者）	・現在の受注量からみても大幅な増加は期待できないことから、低調のまま推移するとみている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・受注量ははるうじて前年を上回っているものの、先行きが良くなるようなニュースはない。
		金属工業協同組合（職員）	・依然として、業種間による受注量の格差が広がっている。総じて先行きに不透明感が漂っている。
		農林水産業（従業者）	・取引先からはもち米の苗の出荷量が多いと聞いている。そのことから、今年産のもち米の価格が低下すると見込まれるため、もち米の作付けの多い当園に悪影響がでるものと危惧している。
		食料品製造業（経営者）	・選挙があると、旅行や出張などの人の動きが鈍くなる。
		食料品製造業（総務担当）	・生活必需品の値上げは一段落したが、熊本地震の影響などから節約志向が高まり、個人消費は底堅く推移するとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・4月下旬～5月にかけて徐々に景気が悪くなっており、受注残高が前年比で5%ほど減少している。
		コピーサービス業（従業員）	・これからは夏場にかけて売上が厳しくなる季節となる。今年は例年と比べても案件が少なく、前年並みの数字の確保は非常に厳しいと見込んでいる。
	悪くなる		
雇用 関連 (東北)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・契約満期終了後の再稼働管理を強化したことから、再稼働率、オーダー案件への引当率、採用決定率が向上している。そのため、2～3か月先の業績はやや良くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・4月前後に当市に進出している企業が、体制が整いしだい募集を開始すると考えると、今後は更に求人数が増加するとみている。一方、建設業を中心に、東日本大震災の復興需要が落ち着いていくため、苦しくなる企業も増加する見込みである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・2017年4月の新卒採用において、特に中小企業が5月の時点で積極的に内定を出している。企業の雇用の意思は継続している。
		人材派遣会社（社員）	・求職者と求人のミスマッチは今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・大きな変動要因はない。
		人材派遣会社（社員）	・選挙などにより単発的な派遣ニーズは発生するが、それらは専門外である。そのため、目に見えて期待できるようなものがない。
		アウトソーシング企業（社員）	・予約なども特に入っていないため、あまり変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この先の景気を左右するような材料は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・人員整理などの情報は特にないが、企業進出や大口の採用予定の企業情報もなく、今までどおりに推移していくものとみている。
		職業安定所（職員）	・特定業種への求人の偏りや求職者数の減少傾向という状況は、今後も継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が前年同月を0.14ポイント上回っているが、在職求職者が増えていることもあり、求人倍率ほど景気が良いとはいえない。
		職業安定所（職員）	・求職者が減少傾向にあるという状況に変化はない。また、求人数の前年比にも大きな増減がみられていないことから、この先も大きな変動はないとみている。
		職業安定所（職員）	・求人の状態は減少傾向にあるものの、大きな落ち込みとまではいえない。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ない。求職者数が微減していることで、求人倍率が1.1倍以上で高止まりしている状況であり、景気が悪化するというまでの印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は5か月連続で低下しているが、極端に悪くなるような要素はなく、景気が悪くなっているとまではいえない。
職業安定所（職員）		・一部人手不足の業種はあるものの、全体として先行きの不透明感が増しており、現状維持とする企業が多く見受けられる。	
民間職業紹介機関（職員）	・景気の動向に変化が見受けられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・G7仙台財務大臣中央銀行総裁会議で、日本の景気浮揚策や、特に被災地の支援政策なども提案されなかったため、地元としては期待していただけに落胆も大きくなっている。この先、このパターンが続くとすれば、地元にとっても景気浮揚のきっかけを失ったことになるのではないかと。
	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 (北関東)	良くなる	商店街(代表者)	・大河ドラマ館の入館者予約が想定を大きく上回る状態が続き、過去の記録を上回りそうである。	
		コンビニ(経営者)	・7～8月はイベント等も多いため、来客増が見込まれる。	
	やや良くなる	その他サービス〔葬祭業〕(経営者)	・万が一に備えた予約が2けたになっている。また、仏壇やお墓の問い合わせも増え、実際に注文も入っている。	
		一般小売店〔家電〕(経営者)	・猛暑が予想される夏に向け、エアコン、冷蔵庫等、白物家電の動きが多少活発になる。	
		スーパー(副店長)	・夏休みの帰省客や、夏祭りなど各地でイベントも多く開催されるので、少しでも景気が上向くと期待している。	
		コンビニ(経営者)	・来客数、販売高、売上高において、例年7～8月が年間ピークである。梅雨の具合やエルニーニョの影響もあるかと思うが、いずれにしても先行きは良くなる。	
		衣料品専門店(統括)	・街のにぎわいはなかなか戻らない。土日になると人出がめっきり減り、全然活気が出て来ない。イベントを開催しても、その場だけは人出があるが、広がりに欠ける。例年通りであれば、これからお祭り用品を買いに来る客が増えてくるので期待している。	
		家電量販店(店長)	・夏場の猛暑でエアコンと冷蔵庫が好調に推移すれば期待が持てる。また、映像関連品はリオデジャネイロオリンピックでの需要が期待できる。	
		スナック(経営者)	・本当に悪い時期は、客からも景気が悪いなどという話がよく出るが、そういう話題があまり出なくなっているため、全体的にも少しずつ良くなっているのだろう。本当に少しずつの回復なので、消費税増税はもうしばらく勘弁してもらいたい。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・前年比で来客数の伸びが悪かったが、ここ2週間の問い合わせに対する単価交渉で客数が伸びてきている。宴会関係に関しては5,000～6,000円台で踊り場の様相を呈している。	
		旅行代理店(従業員)	・このままガソリン価格の上昇がなく、世の中が平和であれば、景気はやや良くなる。	
		旅行代理店(営業担当)	・7～8月の夏季繁忙期を迎えるため、販売量が増加する。	
		観光名所(職員)	・インバウンドの国別の入込状況が変わってきている。従来は台湾人観光客が多かったが、タイ、インドネシア、韓国からの観光客も多くみられるようになってきている。	
		美容室(経営者)	・気温が上がり、髪の毛を切りたい人が増えてきているため、少しずつ良くなる。	
		その他サービス〔貸切バス〕(経営者)	・地元古社の式年祭が終わり、旅行の予約が入ってきている。	
		変わらない	商店街(代表者)	・店先へ夏物を出しても、客が購買意欲を喪失しているかのように思える。この先盛夏を迎えるが、心配している。
			一般小売店〔精肉〕(経営者)	・七夕セールが間近になってきているが、今のところ景気が浮揚するような材料が何も見当たらない。現政権に期待している。
			一般小売店〔家電〕(経営者)	・目新しいもの、珍しいものに飛びついたり衝動買いをすることはなく、必要な物以外に出費しない様子がうかがえる。今年も猛暑予想が出ているが、消費意欲が出てこない限り、その時が来ないと状況が見えない。
			百貨店(営業担当)	・特に製造業が多い県のため、中国経済の景気の下振れ影響により、全体的に景気が良いようには思えない。当然、個人消費も上がってくる状況ではない。
			百貨店(営業担当)	・主力カテゴリーである衣料品の不振は、今後も継続するものとみている。衣料品そのものの買換えや買増しを喚起する要素に乏しい。一方で、食品やリビング関連は堅調に推移し、トータルでは3か月先も変わらない。
百貨店(店長)	・来客数が変わっていない。			

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
		スーパー（経営者）	・大きな変動はない。
		スーパー（総務担当）	・気温次第で、猛暑になれば上がってくるかもしれないが、単価が下がっている現状からは来客数が増える理由もなく、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（統括）	・預金の超低金利に対する消費者の対策からか、電子マネーのわずかなチャージ特典への反応は非常に顕著であり、消費税増税の不透明感とも相まって、消費マインドの抑制はしばらく続く。
		スーパー（商品部担当）	・ここ数か月の来客数、客単価などに大きな変動が見られず、客の様子も節約傾向が続いているので、景気の先行きは変わらない。
		コンビニ（経営者）	・ここ数日夏日が続いて来客数が増加しているが、景気の先行きは今後も変わらない。
		コンビニ（経営者）	・店舗周辺の事務所移転で、昼の常連客が10～15名減少したが、駐車場を拡張したので、車での来客増が期待できる。
		コンビニ（店長）	・5月の最終日曜と月曜の来客数は、悪天候の影響からかひどい状況であった。2～3か月後の夏祭りの時期は平年並みを期待している。営業面よりも、パート、アルバイトの時給を上げてもらえず、教育しても続かない、ドタキャンが多いなど、人事面のほうが問題で、廃業がちらついている。
		コンビニ（店長）	・近所にまた大型店舗ができるようなので、その影響も若干あると思うが、それぞれ客からの使われ方が違うと思うので、あまり変化はない。
		家電量販店（営業担当）	・リオデジャネイロオリンピック前であるが全く盛り上がりがなく、期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・思い切った景気対策でもない限り、客の購買意欲は上がらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の修理や販売をしているが、来客数が何か月も前から徐々に減り始め、この2～3か月は本当に来客数が少ない。客を呼ぶために、キャンペーンなどいろいろ行っているが、本当に必要な物しか修理せず購入しない状況なので、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社としては催し物を行ったり、勧誘やダイレクトメールを送ったり、いろいろと努力はしているが、消費意欲が冷え切っているのか、どんなに手を尽くしても販売につながらないのが現状である。今後2～3か月先が良くなるかといっても、とにかく先が読めない。
		自動車備品販売店（経営者）	・ここ2～3か月、客の財布のひもが固く、消極的な傾向が続いている。消費税増税も再延期となる見込みのため、安心感から、お金を使う計画が立つのではないかと予測している。政治的な仕組みが徐々に変わるような流れで行くと、商業の形態も変わらず良いのではないかと。
		住関連専門店（経営者）	・アベノミクスで、財務からの矢が放たれて、一時的に景況感の高揚があるような報道もあったが、地方経済にはいまだ還元されておらず、停滞感がある。効果的な経済政策を打ち出すことは現状では困難である。
		住関連専門店（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料もない。
		住関連専門店（仕入担当）	・今後も節約志向は継続すると思われる。特に日用消耗品についてはその傾向が顕著で、利益の確保がますます厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・相変わらず夜の飲み客の動きは鈍く、昼の県外客に期待するも、ゴールデンウィーク明けの影響が不安材料である。
		一般レストラン（経営者）	・地方の消費者は中小企業に勤めている人が多いので、なかなか所得の水準が上がらず、非常に消費傾向が悪い状況である。
		一般レストラン（経営者）	・根ざしてしまっている不景気感は簡単には変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・熊本地震による自粛ムードがなくなり、今月同様やや良い状態で推移する。夏が高温になりすぎると客足に悪影響が出てくる。
		都市型ホテル（営業担当）	・ホテルの動向を見ている限りは、3か月後の伸びはあまり感じられない。減退する傾向も見えないため、先行きは変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・お盆前までの予約状況を見る限りでは、順調に売上が伸びていきそうではあるが、秋以降の受注が停滞しているのが気になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（所長）	・参議院選挙もあり、需要は期待できない。相変わらず日帰り旅行客は多いものの、宿泊需要については厳しい。
		タクシー運転手	・最低の状況が続いているので変わらない。
		タクシー運転手	・昨年12月以降ずっと前年を割っている。市内のタクシー会社がすべて同じような傾向で、前年比95%前後で推移している。
		タクシー（経営者）	・1～5月までが悪いので、この先も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・賞与の時期になるが、例年並みの推移にとどまると思われる。レジャーなど海外に向けての消費は今後伸びていく。
		テーマパーク（職員）	・参議院選の予定などから、観光客の動きも鈍く思える。
		遊園地（職員）	・国内消費の停滞感がある現状通りの推移となりそうである。
		ゴルフ場（支配人）	・梅雨時期の6月期であるが、単価の安い企画料金を設け、集客を図る。土日の予約は順調である。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・夏の参議院選が近付いているので、それに応じて若干の動きはあるかもしれないが、依然予約状況等含め横ばいのため、来客数、単価共に横ばいで推移する。そのため景気も横ばいと思われる。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・イベント開催は当日の天候に左右されるが、景気的にはあまり変化がない。
		設計事務所（経営者）	・新たな物件の情報は民間も官公庁も少ない。
		設計事務所（所長）	・今月も予算達成の見込みのため、悪くはならない。変わらないというか維持できたら良いと思っている。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘の売却依頼が増加傾向にある。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・来年4月に消費税が増税または現状維持のどちらにしても、客はシビアなので、景気の回復は見込めない。
		商店街（代表者）	・いろいろな商品の仕入単価が上昇している。また、日常の食品等もかなり値上がりしてきており、客はなかなか余計なものを買わなくなるため、これからもっと厳しくなる。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・観光客は来ているが、全体的に悪くなっている。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・高齢者向け給付金の効果も皆無である。消費意欲の減退はまだまだ続く。
		百貨店（販売促進担当）	・経済動向が改善する要因が見当たらない。消費税増税の再延期の報道が出始めたが、消費マインドの改善には至らない。
		衣料品専門店（販売担当）	・2～3か月前に比べ、悪いなかでのどん底で推移すると思っていたが、こここのところますます底なしと思えるほど、徐々に悪くなっている。1日の来客数が、次の日にはまた1人減り、というように徐々に減少していつている上に、客単価も低下し続けており、先行きは相当厳しい状況となりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・8月は夏休みがあり、例年受注が悪い。
		乗用車販売店（経営者）	・政治にしても経済にしても、また社会の動きにしても、何か活力に乏しい。大手スーパー中心で、街の小売店には客をほとんど見かけない。街全体が脱力感に覆われているような気がする。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車の販売だけでなく、歴史ある板金塗装修理工場が、材料費の高騰等もあり相次いで閉鎖するなど、ディーラー集約が強くなってきている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・販売量は毎月減少している。例年9月ごろまで減少しているが、前年比でも一段と減少している。
		観光型ホテル（経営者）	・観光業界は、選挙と絡むと必ず来客数が減少する。更に、インバウンドが一段落すること、猛暑予想の関係で、当地区への来客数に関しては、悲観的な予想を立てている。
		観光型旅館（経営者）	・熊本地震以降、旅行の動向がやや鈍ってきている。6月の予約が伸びていないため、2～3か月前の景気の動向はやや鈍る。今年は猛暑の予想があるため、暑くなると避暑の客が増えるかもしれないが、現状では先行きの景気は鈍化傾向である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大きな問題として消費税増税があるが、消費者の財布のひもはまだまだ固く、なかなかお金を落としていかない。企業も、特に大きなイベントはないので、まだ落ちていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		旅行代理店（副支店長）	・企業等の景気に陰りが見え始めているのか、今後の受注状況が前年同時期に比べ6割程度であり、個人受注も発生が遅く少ない。熊本地震の影響により九州方面への旅行も激減しており、代替案に移行ができない。夏休み等の動向が懸念される。	
		タクシー（役員）	・今後の地元自動車工場の生産状況によって見極める。	
		通信会社（経営者）	・やはり地方においては、高齢化及び人口減が最大の要因である。消費者の主眼が、必要最低限の物を少しでも安く買うことでは、消費の改善は見込めない。加えて、その消費者さえ減少していくとなれば、先行きに不安を感じずにはいられない。こうした状況で、企業が設備投資を控えるのは当然である。	
		通信会社（経営者）	・節約志向が強くなってくると、景気も悪化する傾向があり、状況は相変わらず厳しい。	
		ゴルフ場（総務部長）	・予約状況が今月や前年同時期と比較して少ない。	
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、前年度比で減少している。	
		美容室（経営者）	・美容院の経営者自身が子どもに後継を託そうと望まなくなっている。美容学校への入学者の親はほとんどが美容とは無関係である。店舗数が需要よりも過剰になり、そのために過当競争、価格の激安化で利益が保持できず、業種として難しくなりつつある。流行らない店が大多数で、少数の店が潤う格差がはっきりしてきている。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地方の活気が回復する材料がない。少子高齢化が後押しし、景気は更に後退する。	
		設計事務所（所長）	・今月出た前年度決算が悪い。今の仕事も7月には一段落し、8月には着工予定だが、8月からの仕事がまだ決まらない。	
		悪くなる	百貨店（店長）	・当社のような地方百貨店では客単価が低下している。客の財布のひもは固い。
			乗用車販売店（管理担当）	・いつ国土交通省からの再認可が下りるのか、いつ生産再開になるのか分からない。
			スナック（経営者）	・悪くなるというか、良くなる要素が見つからないというような状態である。何か良い方法がないか。
			通信会社（経営者）	・まだこの状況から立ち直れる兆しは見えない。商店街等では、今年度に組織の解散を考えているところも多く、多難が続く。
			通信会社（店長） 住宅販売会社（経営者）	・販売にかかる経費負担がさらに増加する。 ・選挙公約などに影響され、良い方向に向かう要因に乏しい。
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車完成メーカーの輸出量が増加する。	
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・太陽光発電設備の増設が大幅に進んでいる。	
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・伊勢志摩サミットで県産ワインが使用された影響による特需を見込んでいる。ワインリゾート構想推進協議会が発足し、有名人やソムリエの起用、ワイン列車の運行、ワインリーツアーなどを計画しており、かなりの効果が見込まれる。	
		金属製品製造業（経営者）	・見積の依頼が多い。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・油圧建機分野での動きは低調が続くものの、夏から自動車分野で新規立ち上がり案件がいくつかあるため、売上は上向く。	
		輸送業（営業担当）	・今夏は暑い日が多くなりそうな天候予想のため、特にエアコン、扇風機等の季節家電、また飲料水等の物量が予定より増加する見込みである。	
		広告代理店（営業担当）	・今年の夏は例年よりも暑くなるとの予想から、家電、レジャー関連などの個人支出が増えると思われる。人出を見込んでの集客イベント等も活発になる。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の受注量、商談件数から見ても、今後の収益増加が見込める。	
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	・販売点数は大きくは落ち込まないが、特売で販売しても利益は出ない。原料価格はいまだに高止まりしている状態で、もう少し下がってこないかと体力的に厳しい。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・毎月受注量が微減傾向にあるが、それが止まり、横ばいになるとの情報が入っている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（経営者）	・通常でも今の時期は悪いが、いつになく悪くなっている。例年9月ごろから受注量は伸びてくるが、それは毎年のことなので、景気の変動とは言えないと思う。依然として、非常に厳しい状況に変わりはない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状が何とか続けばよいが、3か月後は見通せない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・若干の回復傾向にあるものの、決して良い状況にはなっていない。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、競争相手の様子を見ると、暇なところは相変わらず暇であるし、忙しいところは忙しいという二極化が進んでいる。今後2～3か月先はどうなるか分からない。	
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。	
		建設業（開発担当）	・現政権のもと、3年間公共工事は順調に推移している。前政権では工事業は悪者扱いされ、廃業する建設業者も多く、緊急時の出動や災害時の対応が厳しくなっている。また、建設業に魅力がなくなり、作業員の減少や高齢化が進んでいる。当社も若年層の割合が少ないため、今後は若年層にも魅力のある企業になる必要がある。また、経済政策が打ち出されている公共工事の前倒しに期待している。	
		金融業（調査担当）	・海外経済の不安定な状況が続く見通しであり、製造業の動きに大きな変化はない。	
		金融業（経営企画担当）	・取引先の小売業によると、客は必要以上の買物をしていない様子がうかがえ、今のところ今後の景気浮揚は感じられない。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・来月、再来月と市内にスーパーが2軒新規オープンする。そのうち1件は初出店でもあり、期待されている。	
		経営コンサルタント	・賞与などの支給状況によっては、例年並みの消費等が期待できる。	
		司法書士	・半年後くらいに動き出すやや大きめの仕事の相談が来ているので、少し期待をしているが、その仕事が継続してあるかは分からない。	
		社会保険労務士	・企業規模にかかわらず、今回の賞与は期待できなさそうなので、今の状況がだらだらと続く。	
		やや悪くなる	化学工業（経営者）	・引き合いが少なく、あってもなかなか受注に至らない物件もあり、先の受注量が予想より少ない。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏向け体験イベント教室の予約等は動き出しているものの、主力品の生産受注が悪化しており、予想すら立たない状況である。
窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今のところ動きもなく、良くなる様子もない。			
建設業（総務担当）	・良い材料が全く聞こえてこない。先行きが大変不安である。			
悪くなる	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）	・6月に行われる主要取引先の上期生産動向説明会の内容を把握するまでは不透明な状況であるが、事前に聞いた情報では、厳しい状況が続くとの見方がある。		
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・どの店舗でも4月が売れていないことから、出張販売は更に厳しさを増していく。暑くなるに従って、ジュエリーもライト感覚のものが中心になるため、売上減につながる予想している。夏物の新作サンプル出しをしてもなかなか採用に至らず、先行きが見えない。		
	通信業（経営者）	・受注額がかなり減少している。		
	不動産業（管理担当）	・長年受託してきた業務が見直しによりなくなるため、その分減少が見込まれる。新規受託業務の話もあるが、まだ検討段階なので先行きは不透明である。		
雇用関連 (北関東)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・観光関連施設のメンテナンス等の業務が多く、取引先から、外国人観光客の入込が好調であり、まだまだ続く気配であるという話を聞いている。役所関係、その他の仕事については、固定額で受注しているところが多いため評価できない。	
		人材派遣会社（管理担当）	・暑くなり、麺類の製造派遣が増える。	
		職業安定所（職員）	・会社都合の離職者が減少している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連等の機械部品、農機具部品、電機関係部品といった製造業が、8月に向けて生産ラインは維持される。サービス業では、介護士や保育士について、入れ替わりに伴う募集が継続して行われる。梅雨時には恐らく増改築が少なくなると思うので、幾分落ちる。衣料、食品を中心として、購買力は多少伸び悩むところもあると予想する。
		人材派遣会社（経営者）	・今は仕事の動きがない。
		人材派遣会社（支社長）	・人の動きが無ければどうしようもないので、恐らく例年どおりお盆前後までは現状が続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の先行きが不透明で、企業も採用を控えているので、今後もあまり期待できない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・今年度も、求人が出る前に求職者が企業にアタックをしていると考えられるため、表に出てくる求人は少ない。学生が選ぶ求人と、企業の求人職種にミスマッチがある。学生が考え方を変えないと、就職が決定しない大学生や専門学校生が、例年のように多くなる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・収入が上がらず消費意欲がわかないため、良くならない。
職業安定所（職員）		・例年、5月を過ぎると求人倍率も下がってきて、大きな動きが見られなくなる。景気は安定してきているが、天災や大手自動車メーカーの燃費不正問題等、良い要素がなく、特に県内のイベントもないので、少し下がっていく。	
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	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・6月以降、夏に向かっていろいろなイベントが予定されている。
		スーパー（経営者）	・やらなければならない仕事がたくさんある。
		コンビニ（経営者）	・当店は3店舗で1日平均3,000人程度の客を扱っており、その平均で若干の伸びを感じている。
		家電量販店（経営企画担当）	・今年は猛暑との予想もあり、現時点での気温上昇も顕著で、エアコン需要の盛り上がり期待している。節約志向に合わせた省エネ効果の高い家電等に注力していく（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の予約状況から、夏までの見通しは良好である。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は夏休みのシーズンにも入るので、基本的には個人旅行が良くなる。また、熊本地震に起因した旅行減についても、九州への各社の大キャンペーンなどが行われるため、復興予算も含めて、旅行業界にとってはプラスに転じている（東京都）。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・夏商戦に入るので、今夏は暑さが厳しいという予報も出ているため、希望も込めてやや良くなる。省エネタイプの付加価値の付いた商品を客に勧めたい。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・この数か月間の客単価上昇と、外国人観光客によるまとめ買いの傾向から、景気はやや上向くと考えている（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・今夏は暑くなると予想されているため、季節商材の伸びに期待したい。
		百貨店（広報担当）	・客の夏物に対するニーズが高まりつつあり、上向きの兆しがある（東京都）。
		百貨店（店長）	・インバウンドの動きが、コンスタントに上がってきている。
		コンビニ（経営者）	・梅雨から夏に向かって、例年どおりであれば来客数、客単価が上がりに、ソフトドリンクを中心に売れる。
		家電量販店（統括）	・今年はオリンピックイヤーのため、映像関連商材に期待できる。また、猛暑はエアコンを中心に消費を活性化させる効果がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦があるので、期待を込めてやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		乗用車販売店（販売担当）	・景気への期待は各業界ある。九州地区では、熊本地震後の建築材料の高騰や汚泥その他の運搬のためのダンプなどが需要として相当増えるだろうという期待感はある。ただ、現実としてまだ実数値に出てきていない。東京オリンピックもそうだが、末端に動きが出ていないなかで、現状は悪いものの将来については明るい兆しがあるということで、多分良くなるのではないかと、建設、運輸各業界はみている(東京都)。		
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は暑くなると予想されており、夏物商材の展開を早め売上を伸ばすように力を入れていく。		
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・売上と利益の関係からやや良くなる(東京都)。		
		一般レストラン（経営者）	・伊勢志摩サミットが開催され、オバマ大統領は広島訪問し、安倍首相も財政出動や消費税増税の再延期を匂わせているので、景気回復に向けての雰囲気は良くなると思うし、なってもらわなくては困る(東京都)。		
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けて、徐々に上向くと思う(東京都)。		
		一般レストラン（スタッフ）	・要因は分からないが、一時に比べて、いろいろなところを見て良くなっている感じがする。以前ほど疲弊しているような感じではない。		
		タクシー運転手	・デフレから脱却し経済を成長させるアベノミクスの成功を確かなものとするため、消費税10%への引上げを予定していた来年4月には行わず、18か月延期すべきであるとの結論に至り、個人消費のてこ入れと、地方経済を底上げする力強い経済対策を実施し、次期通常国会に必要な補正予算を提出していく、と首相が言っているのだからと、景気は徐々に回復するのではないかと(東京都)。		
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビ会社だが、解約する加入者は徐々に減少している(東京都)。		
		通信会社（管理担当）	・企業間取引では、特にセキュリティー関連の設備投資に期待が持てる。個人向けでは、夏季商戦に入るため、今月よりは良くなる(東京都)。		
		パチンコ店（経営者）	・5月は伊勢志摩サミット開催で、台の入替え自粛があり、ほとんど1か月入替えができなかった。ただ、思ったほど来客数は落ちていないため、業界自体は厳しいが、この先持ちこたえて、少しは良くなるのではないかと。また、消費税増税が再延期となりそうなので、期待も含めてやや良くなる(東京都)。		
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣大型商業施設が11月の閉店に向け、閉店セールをするため。		
		変わらない		商店街（代表者）	・最近の天候は、とにかく普通ではない状態が続いており、悪くなると雨が降り、良くなると暑すぎる、という状態でなかなか商売は大変である。穏やかな天候がある程度続いて欲しい(東京都)。
				商店街（代表者）	・参議院選の影響は大きく、結果により消費マインドが変化すれば、状況が変わる可能性もある。イベント時の客の様子をみると、今は良い要素が少ないようである(東京都)。
				商店街（代表者）	・今夏は猛暑が予想されるなか、路面店である商店街への客足が遠のくのではと危惧する(東京都)。
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税は再延期になったものの、消費者の購買意欲が静かな様子には変わりがないので、今後も厳しさがしばらくは続くのではないかと。				
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年5月は売上が落ちるので、6月のボーナス時期に期待している。				
一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後の景気は悪い状態変わらないと思っている。販売店では、商品の販売方法にいろいろな形態があるため、以前と違い、客に販売するのが非常に難しい時代となっている(東京都)。				
一般小売店〔印章〕（経営者）	・変わらないと回答したが、もう変わりようがないほど悪い状況である。これ以上悪くなったら、どうになってしまうのか。細々と運営はしているが、多少なりとも日差しがみたいものである。				
一般小売店〔家電〕（経営者）	・地震や円高などの悪くなる要因は、これでほとんど出尽くしたと思うので、しばらくはこのままで行く(東京都)。				
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・政治的な不安定さや、良いニュースと悪いニュース、また、天候の変化で何とも言えず、変わらない(東京都)。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・当業種では、マイナス金利、円安、円高が直接受注に影響するとは思えない。現状維持が精一杯である(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・賃金上昇が見込まれず、株価が上昇してこないなど、買物に対してはかなり慎重になっている。
		百貨店(総務担当)	・消費は冷え込んでいて、客が積極的に買物をするマインドになっていない。今後も厳しい状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・天候不順の影響もあり、衣料品、服飾雑貨、高額雑貨、食料品等、全般的に動きが悪い。また、来日観光客の買上も減少傾向にあり、景気が停滞気味と感じている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・参議院選に加えて、衆議院の同日選挙の可能性など、外的要素に懸念がある。なお、インバウンド需要は、爆発的な伸びはないものの、引き続き堅調な伸びは期待できる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・これから定価品の強化時期に入るが、前年よりセールが前倒しになるため、プレセールも前倒しになる予定である。定価商材は強化投入するものの、そのままセール待ちの雰囲気になってしまうだろう。秋のトレンドも前年の大きな変化ほどではないので、前年を上回る数字を出すのは相当苦しくなる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・消費マインドの低下が継続し、熊本地震や今後想定される震災などに対する先行きの不安感もあるため、変わらない(東京都)。
		百貨店(店長)	・政府の消費税増税の再延期判断や他の景気浮揚策がない限り、この難局打開は厳しいと考える。
		百貨店(副店長)	・春先と比較して、現時点での衣料品販売の動きは悪化していない。ただし、今後の天候や株価の動向、7月の参議院選等の社会状況により、どのような先行きになるか不明な点が多い。
		百貨店(営業企画担当)	・変わらないと回答したのは、変わらずに良くないという見方である。今後、消費税増税の再延期や参議院選の動向次第で消費者心理に変化が表れる可能性はある(東京都)。
		スーパー(経営者)	・参議院選によって変わるとは思うが、現政権の状態では難しいのではないかと(東京都)。
		スーパー(販売担当)	・客の動向をみていると、広告初日の目玉商品や、ポイント何倍の日など、特典のある店や時間帯をうまく使い買い回っている状況がずっと続いている。そのため、特に価値の高い商品には、なかなか手を出してくれない(東京都)。
		スーパー(経営者)	・4月はあまり良くなく、5月に入っても同様の傾向が続いているため、この先も良くない状態は続く。以前よりも若干悪くなっていると感じるが、悪い状態がずっと続いており、変わらない。競合店との競争が激しくなってきた、なかなか良くなる材料が見当たらない。
		スーパー(店長)	・3か月後は本来なら良いと答えたいが、現状の数字の推移から、3か月後もやや悪い状況のまま推移して行くのではないかと。当店の販促計画も、多少マンネリ化しているところもあるので、それを是正しながら対応していくが、急には改善できない状況である(東京都)。
		スーパー(店長)	・お中元やお盆、夏休み等の行楽シーズンも控えており、出費の多い時期に向かいつつあるので、日常の支出については、現状のまましばらく続く(東京都)。
		スーパー(店長)	・現状、来客数は変わらず推移している。高額商品、価格訴求の安売り品と、単価は2極化が激しく、競合店との競争でも、価格訴求のウエイトが増している。
		スーパー(営業担当)	・現在の円高、株安に加え、イギリスの欧州連合離脱問題等、いろいろな外部要因が、今後の国内景気を大きく左右する。そのため消費者は身構えて、消費を抑えている(東京都)。
		スーパー(仕入担当)	・株価低迷、円高傾向にあり、景気的大幅な回復の要素が見当たらず、節約志向は続く。
		スーパー(仕入担当)	・この2~3か月間に、他社のチラシ価格に下落傾向が見られる。集客目的の廉売は今後も増える可能性がある。
		スーパー(ネット宅配担当)	・人手不足で、プラスアルファの取り組みが厳しくなっている。
		コンビニ(経営者)	・季節的には良くなるはずだが、消費は盛り上がりせず、節約志向が強い。
		コンビニ(経営者)	・当店の売上は前年比103%と維持しているが、本部全体の当地区前年比は99.5%と不安がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・日本経済そのものが、うまく行かないのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・今後、消費税増税の可能性があるため、お金を使わない雰囲気があるのかもしれない。ただし、値引き販売する物への反応は、以前よりもあると感じている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費マインドの低下傾向があり、価格面でも二極化の様相を示している。夏に向かって例年より高温という長期予報もあるため、飲料を中心とした販売は伸びるが、現状の販売量から変わらない動きをすくと考えている(東京都)。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数が増加する見込みもないが、今月より減少するような報道も見当たらない(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の再延期の可能性が出てきているが、景気は今とそれほど変わらないと思う。消費者に気持ちのゆとりが出てくれば、景気も回復してくるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・一部の会社を除き、多くの企業は景気がなかなか回復せず、賞与も期待できないため、購買力が弱いと感じる。
		家電量販店（店員）	・家電量販店は今後も厳しい状態が続き、その要因は販売量より単価が下落していることだと考える(東京都)。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売業だが、整備は順調に入っているものの、販売はあまり芳しくなく、前年より2割減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	・客への訪問回数を増やすなど、いろいろな手を打っているが、まだ販売量は増えてこない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・点検等サービスの在庫はいつも通りだが、全体的に新車検討での来客数は減少している。
		乗用車販売店（総務担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題、消費税増税の再延期などにより、各社現状維持が精一杯だと思われる。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、消費税率引上げ前の駆け込み需要があり、この数か月は堅調に推移していたが、消費税増税の再延期が決まり、今後の動向が読みづらい。一般的な消費動向にはプラスに作用すると考えられるため、あまり大きな変化はないのではないかと(東京都)。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りの商店をみても、人の動きや流れが悪いようなので、この先も同じような感じがしている。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・販売拡大施策への反応はあるため、購買意欲がないとは言えないものの、購入につながらない場合も多く、消費全体に慎重さを感じる。夏の賞与支給による所得増加など、先行きの確実性が高まるまでは現状のまま推移する(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特殊与件であるプレミアム付商品券販売等を除き、直近1年の客の購買動向に変化はみられない(東京都)。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・しばらくはこの悪い状態が続く(東京都)。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・特に変わる要素はない(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・改装の影響が小さくなる。こうした改装の影響する期間が、年々短くなってきている。
		高級レストラン（経営者）	・大企業の決算期を控え、明るい見通しが無い。高級和食店は企業利用が見込めず、個人客の利用を狙うしかなくなっている。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の宴会予約状況から前年同様と判断している(東京都)。
		高級レストラン（仕入担当）	・販売単価は現状維持で推移し、売上、来客数共に前年並みと考える(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の景気は、7～8月の暑い時期になるので、売上は落ち込んでいく。毎年のことだが、飲食店にとって2月と8月は悪い月のため、今も売上は少し悪いが、今よりも少し悪くなるのではないかと。できれば現状と変わらないでほしいと思っているが、なかなか思うようにはいかない。
		一般レストラン（経営者）	・外国人観光客の傾向は微妙に変化しているが、数は確実に増えており、対応の切り口を考えれば集客につながる(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・世の中の状況が変わるようなことはないかと、景気は変わらない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・短期間では、景気が良くなる要素は見当たらない(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総務担当）	・良くなる要素は少なく、悪くなることも懸念されるため、変わらないと考える。
		旅行代理店（従業員）	・前年比の先行動向が、100を行ったり来たりという状況が続いている(東京都)。
		旅行代理店（従業員）	・夏商品の売行きも、まだ芳しくない。
		旅行代理店（営業担当）	・円高も一段落して、旅行における好材料が見当たらない(東京都)。
		タクシー運転手	・梅雨入りを期待する訳ではないが、他に良くなる要素も見当たらない。
		タクシー運転手	・オリンピック、築地市場の移転と追い風を感じるような風潮もあったが、ここへ来て政治、特に東京都関連が残念であり、マイナスに向かっていくのではないかと(東京都)。
		通信会社（経営者）	・各サービスとも他社、他業種との競争が激しいものの、当社の営業力を現在ブラッシュアップしており、獲得面でやや明るさが見えてきている(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・プラス材料が見当たらず、当面は現状維持になる。
		通信会社（管理担当）	・新規獲得のトレンドは急激に変化することはないため、しばらくは現状のまま推移する。
		通信会社（営業担当）	・客はテレビ、インターネット、電話サービスの3点セット割引にメリットを感じているので、他社からの切り替えを促し、契約件数を増加させたい(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・比較的月額料金の高いサービスの契約数は鈍っており、しばらくこの傾向が続くとみている。
		通信会社（管理担当）	・3～4月の新生活、転居シーズンとゴールデンウィークも終わり、消費に対してポジティブな要素が少ない。
		通信会社（総務担当）	・夏のボーナス支給額に左右されると考えるが、大幅増は期待できない(東京都)。
		通信会社（経営企画担当）	・商談件数に変化がなく、まだどうなるか分からない(東京都)。
		観光名所（職員）	・5月はゴールデンウィークがあるため、来客数の動きは良くなっている。3か月後は夏休みに入るため、5月とそれほど変わらない実績になる(東京都)。
		ゴルフ場（経営者）	・猛暑の予報が出ているため、やや悪いままで変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・年金、雇用等、将来の不安は膨らむばかりである。もし、消費税増税の再延期をした場合、どこに影響があるのか、詳細に説明してほしい。
		ゴルフ場（企画担当）	・8月中の予約は50%以下と、まだ空きがあるものの、7月、9月前後は80%とまあまあ予約状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴルフシーズンとなってきたが、客の増加もなく、今年前半の傾向と変わらない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事や客の来場予約は堅調に推移している。ただし、リオデジャネイロオリンピック開催による国内レジャー消費への影響は気になるところである(東京都)。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・来客数、単価共に、減少傾向にある。
		設計事務所（経営者）	・現在もらっている話以外に、新たな物はなさそうである。
		設計事務所（経営者）	・やや良くなると回答したいが、このまま低空飛行で推移しそうである。住宅をはじめ民間の設備投資意欲は弱含みで、デフレ基調から脱却しない限り景気回復は難しい。
		設計事務所（所長）	・実際に進むかは不明であるが、多少計画物件に動きがみえる。今のまま続くのではないかと(東京都)。
		設計事務所（職員）	・良い、または悪い方向に変化する要素や兆しを感じられない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・集客は、ゴールデンウィークだけをみれば前年と横ばいだが、この1か月全体では前年割れであり、状況的にあまり芳しくない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の再延期との具体的な報道はあるが、以前から消費税は上がらないだろうという雰囲気はあり、駆け込み需要は期待出来ないと思っていたが、低金利であり、建て替え層や土地なしからの一次取得者も底堅い動きがあると思われるため、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気はこのまま順調に推移していく。急激に悪くなる要素が見つからず、周囲の話聞いても、順調に進んでいるとのことだが、戸建ての動きはあまり良くない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・何と言っても、客の買物に対する意識が非常に慎重で、できるだけ持っている物を使いたいという考えが強く、新規事業は、非常にパワーが弱い。

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
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・消費税が予定どおり増税されると見込んで、レジスターなどのキャンペーンを考えるなど、案件を作るための努力をしてきたが、状況が変わってきている。客に商品を持って行っても、増税はしないのではないかと。だから要らないとかいう声も聞いている。客の増税前の駆け込み需要を期待していたが、それがなくなってしまったというのは多少影響があるのではないかと。
		百貨店(総務担当)	・無駄なものは購入しないという客の、消費に対する慎重な姿勢は続く。
		百貨店(広報担当)	・首相の伊勢志摩サミット時のコメントに、景気の先行きはリーマンショック前の段階に近い、とあるように、一般消費者心理は決して良いとは言えず、今後の購買行動が積極的になるとは考えにくい。そのため、不調の衣料品売上は寒暖などの気候にかかわらず、当面回復は見込めない。また、インパウンドも落ち着きを見せ、化粧雑貨などに一定の需要は見込めるものの、その他の不振をカバーするまでには至らない(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・婦人服は今年の秋冬物から春物まで、前年を大きく割っており、メーカーが必要な商品も作るのをセーブしている状況である。当然、1点当たりの単価は上がり、購買に影響する。前年より物を作っていないため、売上が伸びないのではなく、落ちる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・熊本地震等の影響もあり、消費マインドの回復には時間がかかる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・中間層への苦戦が続くなか、今までそれをカバーしていた高額所得層や外国人による売上が伸び悩みを見せ、今後も消費者の購買意欲は低下傾向が続くと思われる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・キャッシュバックや下取りセールなどへの客の反応は大きく、価格に対する客の意識は非常にシビアになっている。生活防衛の意識が高く、来年4月に予定されている消費税増税の見通しは不透明になりつつあるが、再延期されたとしても景気が良くなるとは思えない。
		スーパー(総務担当)	・株価は若干下がったものの、また値を戻すような動きになっているが、生活必需品を売っているスーパーには、お金が回ってきていないのではないかと。サラリーマンの小遣いも前年よりも下回っているという統計が出ており、中間層の生活が非常に厳しいと予想されるため、今後もやや厳しい数字が続くのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・販売量が少しずつ減少しているように感じるため、やや悪くなる(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・当店の周囲には病院が多く、客も病院利用の方が非常に多いが、年々、客の高齢化を感じている。客にとって当店は駅から近く便利ではあるが、病院に行くために、わざわざ駅まで出てこなくてはいけない客も多い。コンビニは多数出店し、住宅地にも入り込んでいるため、今後は来客数が容易に増えないのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・近隣の状況からみて、やや悪くなる(東京都)。
		衣料品専門店(経営者)	・客の中心が収入増の期待できない160歳代のため、出費に対してますます慎重になっていく。
		衣料品専門店(経営者)	・熊本地震の影響や、間もなく開催される伊勢志摩サミットで明確な発信ができるかどうかということで、あまり良い動きはしていない。ゴールデンウィーク明けということもあり、いろいろな意味で買い控え、必要以外の物はなるべく買わない傾向にあるようである。
		衣料品専門店(店長)	・消費税増税の再延期の気配があり、これが現実となれば少しは改善するかもしれないが、5%から8%増税した際の影響がいまだに残っており、1~2年は悪化傾向が続く。
		衣料品専門店(営業担当)	・消費税の再増税や政治不信など、一般消費者が買物を楽しむ背景がまるでない世の中となっているため、今後も閉店する店は増え、このまま衰退していきだろう。
		住関連専門店(統括)	・政治的なものや税金がからんだ不祥事が相次いでおり、それに伴って景気も見通しが立たず、買い控えが続くのではないかと。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税の再延期や参議院選などを考えると、若干良くなる可能性もなきにしもあらずだが、今の状況だと不動産価格が下落し状況が悪いため、消費に回るような雰囲気にはなっていない(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費税を上げないと明言しないと、もっと世の中の景気は悪くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・夏に店内の一部改装工事を予定しており、その間は宴会などに使用できないので、売上は落ちると見込んでいる(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・参議院選、アメリカの利上げ動向や大統領選、イギリスの国民投票、ヨーロッパの難民問題等、世界経済の不安定要因があるため、やや悪くなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・アベノミクスへの期待が大きく、成果もあつたとけん伝されていただけに、既にその効果も終了していると言われると良くなりようがないと考える。将来の景気のけん引役が見当たらない(東京都)。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約をみても前年のような勢いはなく、前年実績を上回る月は少ない。直近での問い合わせはそこそこあるものの、予算も限られているため厳しい状況が続き、景気はやや悪くなっている。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税だが、10%に税率を上げる、いや上げないと、なんとなくやむやとなってしまう。消費者は10%に上げられてしまったら、とても生活が成り立たないという状況であるが、8%でも苦しいので、経済が良くなるとは考えられない。
		タクシー運転手	・年度が替わり、客は慎重に様子見をしている状態のため、もう少し時間がかかる。夏休み以降の動向が気掛かりである。
		タクシー（団体役員）	・来年度の消費税増税の再延期問題、参議院選等、景気回復の要素が見当たらない。
		通信会社（局長）	・社会的に不祥事が相次ぎ、客は景気浮上マインドを持ち損ねているようである。また、携帯電話業界も国の指導の元で、市場が硬直しており、ケーブルテレビとのコラボ販売に逆風が吹いている(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・景気の上向き材料が見当たらず、閉塞的な空気に支配されている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・小学生や中学生の子供の数が減っているからか、塾が増えているためか、新年度の申込数が極端に減っている。どこの塾も無料体験の期間を増やして対応しているが、生徒数は減ってきている。夏に向かって同じ傾向が続く。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・消費者はデフレ時のように、いかに安い商品を購入するかという方向に流れている(東京都)。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規の問い合わせ件数などから、今年は同業他社も苦戦しているところが多く、先行きに対する不安感がある。
		設計事務所（経営者）	・社会情勢が納得できないような動きになっている。設計業務では入札の仕事は大変多く、日々の営業活動でも実際に業務として取組んで良いのか考えさせられることが非常に多くなっている。
		設計事務所（所長）	・仕事量の増える見込みがなく、非常に厳しい。景気が良くなる情報等はなかなか聞けない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の駆け込みがなくなったため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税が再延期される可能性があるため、駆け込み需要が発生していない。アパート、店舗等の賃貸物件建設の受注量低迷が続くと見込んでいる。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・前月に引き続き、今月も仕事に対する相談等が全くないため、先行きが非常に心配である。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材で、景気が上向き要因はみられない(東京都)。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・5月の新茶シーズンが始まり、お茶の試飲サービスのなかで、客から今年の新茶が美味しくない、新茶の香りがないとされる。夏の陽気になって天候には恵まれているが来客数は前年度と比較して、約2割減少している。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストア状態のなか、消費者の所得が上がらず、デフレ傾向である。日本経済や将来が不安定なため、悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・月が替わっても、なんら変わることなく推移する(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・大企業のみ景気が良くなっているようだが、中小企業の景気は全く回復していないため、一般サラリーマンの所得が増えていない。そのため、住宅も売れない。中間層の所得を増やす対策が必要である。公共工事では、発注原価が現在の実情に合わないため、見直してもらわない限り、必要な防災工事などが進まない状況が起きている。
企業動向関連 (南関東)	良くなる	広告代理店（経営者）	・最低の今月と比較すればましという意味の回答で、良いという言葉の本来の意味とは全く違う。3か月後は、必死に取り組んで、やや前年割れくらいではないかと予想している。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当） 金属製品製造業（経営者） 金融業（支店長） 金融業（役員） その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・住宅設備関連の会社も得意先にあるが、そちらの注文数も月ごとに増えてきている（東京都）。 ・大口の仕事が予定され受注見通しも立ったことから、少しは良くなる。 ・大学生の就職活動をみていると、企業は新卒採用に積極的に売手市場である。将来の景気は良くなるだろう。 ・建設関連は相変わらず受注は好調である。商店街でもイベント開催数が増え、以前より活気が出てきている。 ・今後は年間予算が下りたものの実施時期に入るため、案件数は増加していくとみている。 ・仕事の引き合いが途切れないため、良くなる。
	変わらない	食料品製造業（経営者） 食料品製造業（経営者） 食料品製造業（営業統括） 繊維工業（従業員） 化学工業（従業員） プラスチック製品製造業（経営者） 金属製品製造業（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） その他製造業〔靴〕（経営者） その他製造業〔化粧品〕（営業担当） 建設業（経営者） 建設業（営業担当） 建設業（経理担当） 輸送業（経営者） 輸送業（総務担当） 金融業（統括）	・インバウンドに期待している（東京都）。 ・消費税増税の再延期が個人消費にプラスになれば、良くなるのではないかと。 ・消費税増税も不確定なため、今後の見通しは分からない。 ・少子高齢化による国内市場の縮小、生産現場での人手不足、後継者難も顕在化し、加えて長引く衣料消費の不振など、経営を取り巻く環境は依然として厳しい状況が続いている（東京都）。 ・従来、取引先が在庫としていたものをあまり持たなくなり、受注商品の発送も宅配便の利用が増加傾向である。今後受注量が増加することはないとみている。 ・大手電機メーカーのリストラ策により、当社売上の4～5割を占める取引部門が閉鎖され、しばらく見通しは厳しい状況が続くものの、金型構造で特許を申請しているため、状況の好転もあり得る。 ・景気の動きに敏感な材料商社などの取引先から、景気の良さを感ぜられない。 ・現在の単価のまま変わらないとみている。多少見積りは増えてきているが、立ち上がりは来年になると思うので、3か月程度では解決できない大きな問題だと思う。 ・何が画期的な新商品でも開発しなければこのまま変わらず売上は増えないが、簡単ではないため、日々悩んでいる（東京都）。 ・今後のことを考えても、大きな変化はない。 ・夏の暑さ次第という話を聞く（東京都）。 ・先行きの状況がみえないため、様子見の気配がする。 ・客との契約時期を検討している中で、消費税増税の再延期報道が出ているにもかかわらず、9月までの駆け込みが増えている。今後の増税の動きによっても仕事量は増減する見込みである。 ・選挙が近付くと良い話は出てくるものだが、実際都心でもない当地の地方公共预算などが増えるとは到底思えない。この先も仕事量、予算の増加は望めそうにない。 ・これから梅雨に入り、物流業者は荷動き等に非常に影響が出てくると思うので、そういうところに注目している。 ・新規業務はあるものの、売上を大きく伸ばす案件ではなく、厳しい状況は続くと思われる。 ・消費税増税の再延期がプラス、マイナスどちらに作用するかみえない。また、政治問題でこの先、マイナス面がある可能性もあるので、決して上向きとは思えない。

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
		金融業（従業員）	・小売業など、個人客を相手にする取引先を中心に、業況が伸び悩んでいる。また、建設業の一部では人材不足が続いているが、採用しても短期間で辞められてしまうこともあり、困っているとの声を聞く(東京都)。
		金融業（営業担当）	・マイナス金利の影響で、企業の借入金利は低下しているが、新たな設備投資の需要は少ない。製造業は受注見通しが不透明であり、住宅販売はやや売上が減少傾向にある(東京都)。
		不動産業（経営者）	・同じことの繰り返しだが、新築物件が多すぎる(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・前年と比較しても増減なく推移している(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・取引先からの受注量はマイナスになっていないものの、プラスの要素も見えてこない。
		広告代理店（営業担当）	・知事交代の可能性や猛暑予想もあり、全体的な消費活動が弱まり、各企業の広告費に反映してくるのではないかと(東京都)。
		税理士	・アメリカはやや景気が良く、中国はいつパブルが弾けるかという感じで、その一方、国内ではアベノミクスが引っ張っていくので少し良くなるのではないかと希望的観測も入れて今までは回答していたが、アベノミクスもあまり成功しているとは思えず、内省的にそれほど良くなっていく状況ではないため、変わらない(東京都)。
		社会保険労務士	・良くなるような要因が見当たらない(東京都)。
		経営コンサルタント	・消費税増税の再延期の動きが気になるという声を聞いている。
		税理士	・今夏の猛暑が予想されるなか、早くも夏物商戦は始まっており、3か月後は現状とあまり変わらない。
		経営コンサルタント	・商工会議所などの会合の多い時期である。そのような場で、経営者に夏の賞与の見込みについて聞くと、まだ少し先ではあるが、あまり良い話は聞かない。現状が続けば、前年の夏を下回るのではないかと話す経営者は多い。このような状態では、しばらく消費者の財布のひもは固いままではないか。
		経営コンサルタント	・何も好材料がない(東京都)。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・工場や事業閉鎖に伴う片付け依頼など、スポット的な受注が多く、継続的な受注につながらない。先行きが不安である。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・このまま推移していくとみている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積及び成約件数から見ても、変わりないと思われる(東京都)。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・円高が続くようであれば、輸出産業の取引先は、広告や研修費などを控える方向になり、映像制作業界の景気が良くなるとは思えない(東京都)。		
やや悪くなる		建設業（経営者）	・政策が完全に実施されていない。
		建設業（経営者）	・少子高齢化のなか、建設業は斜陽産業と感じる。
		輸送業（経営者）	・現況からみて、取扱量の増加には期待が持てず、今後予想される暑い夏が及ぼす消費の減退を考えると、厳しさは増していく(東京都)。
		通信業（広報担当）	・今月は勢いがあるものの、このペースが持続するかは不透明である(東京都)。
		不動産業（総務担当）	・今は貸しビルの入居状態はほぼ満室であるが、6か月前予告により、2か月後に退去するテナントの後釜が予想以上に決まらない。周辺競合貸しビル会社が、思い切った条件を出してテナントの退去を食い止めたり、新築ビルが賃料を安くしているようである(東京都)。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の季節的要因にもよるが、低調な状況が続くことに変化はない(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・参議院選、消費税増税の状況次第で、さらに厳しさを増すとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・本年度の予算実行がスムーズに進行していないので、その影響で景気はまだ上向き状況ではない(東京都)。
		精密機械器具製造業（経営者）	・中小企業にアベノミクスがいつ到達するかと待ちわびているが、国際情勢等を考えれば、更なる混とんで悪化傾向にある。

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（総務担当）	・鉄鋼、住宅の各メーカー共に、今後も出荷量は低迷する見込みである。取引先各メーカーとも公共事業がメインだが、出荷量は増えない。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月前先に変更りはなさそうだが、有効求人倍率は横ばいになってきている(東京都)。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・6～7月前半にかけての予定は全然ない。おそらく今後もそれほど出てこないのではないかと。ただし、7月中盤から後半と、お盆明けから9月にかけては、いろいろな予定や計画の話が相当来ている。それらをみれば、6月の落ち込みがどうなるか分からないものの、良くなるのではないかと。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・参議院選の特需が期待できる。また、通常の長期派遣求人も増えてきている(東京都)。
人材派遣会社（営業担当）		・中小企業支援施策の補助金が締め切りとなり、具体的に動き出すため、若干だが景気は上昇するとみている(東京都)。	
求人情報誌製作会社 （営業担当）		・夏から秋にかけて、企業が人材募集に動き出すと予想する。広告費の予算を取りやすいため、売上増に期待する。	
職業安定所（職員）		・求人倍率は、引き続き高い水準で推移しており、企業の採用意欲は高い。また、主要産業別の新規求人受理状況では、製造業が前年比34.7ポイントと大幅に増加し、地域の中心産業の1つである製造業の求人が増加したことから、景気の先行きは改善方向であると判断する。	
職業安定所（職員）		・業種、職種に関係なく人手不足の状況が相変わらず続いている。求人申込時の条件を上方修正するほか、ベースアップ、初期投資に始まり中長期的な研修、教育体系の構築を求める事業所もある。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・税理士の方々と話をしたが、最近、中小企業、特に小企業の廃業がどんどん増えているとのことである(東京都)。
人材派遣会社（社員）		・円高等の影響で各企業は停滞感が強い。消費税増税の再延期の影響も不透明で、今後の景気予測が難しい(東京都)。	
人材派遣会社（社員）		・人材不足の状況は今後も続く。	
人材派遣会社（社員）		・景気の上向き要因が思い付かない(東京都)。	
人材派遣会社（支店長）		・求人依頼数は増加傾向と思われるものの、企業ニーズにマッチした求職者の確保が難しい(東京都)。	
人材派遣会社（支店長）		・一般派遣の案件数は、前月とほぼ同様である。	
人材派遣会社（営業担当）		・エンジニアの派遣受注はまだ多い(東京都)。	
職業安定所（職員）		・新規求人数は増加する一方、新規求職者は減少傾向が続いており、結果として就職件数は前年同期に比べて減少している。企業が人材を必要としていても応募者が少なく、実際に採用できている人数は減少しており、人材確保が課題となっている(東京都)。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率は高水準のまま推移しており、正社員の求人割合も高くなってきている。人手不足での産業の求人は増加しているものの、ミスマッチが生じている。	
民間職業紹介機関（経営者）		・多様な人材確保が可能な時代で、企業は新卒採用にこだわらず、経済動向をみながら対応しようとしている。ただし、人材市場は中途採用や派遣分野で動きがあるかもしれない(東京都)。	
民間職業紹介機関（経営者）		・人員増の求人数が伸び悩んでいる(東京都)。	
民間職業紹介機関（経営者）		・新技術開発による新製品販売に力を入れているが、経済回復力の弱さのためか、新規投資などによる人材採用の強さは感じない(東京都)。	
民間職業紹介機関（職員）		・新卒採用に苦戦した企業が中途採用を検討すると予想されるため、採用に関しては大きな変化はなさそうである(東京都)。	
学校〔大学〕（就職担当）		・悪くはないものの、上昇も期待できない。消費税増税が再延期されたが、将来は不安だらけである(東京都)。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・有効求人倍率は上昇しており、マッチングがますます難しくなる可能性が高い。そのため、採用数が減少し、人材市場の景気は若干低迷するのではないかと。
求人情報誌製作会社 （広報担当）		・景気の良くなる要素はあまりなく、閉塞感がある(東京都)。	

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

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：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	商店街（代表者）	・東京オリンピックの開催が近づくにつれて、建設ラッシュとなり、その効果が広く行き渡る。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客のニーズに合う良い商品はそれなりに売れている。購買意欲等もみられるため、先行きは若干良くなる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの影響で、この1～2か月は全く人が動かなかつたが、サミットが終わり、この先は多少良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・クラフトビールのブームに乗って、販売量は増えつつある。
		スーパー（店長）	・来客数に伸びが感じられる。
		家電量販店（店員）	・冷蔵庫や洗濯機等の下見客が増えてきている。エコポイントの時期にテレビを買った客の買換えの下見もある。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦が近づくので、今後は多少客の動きが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・大きなマイナス要因となるような出来事が起こらなければ、多少は良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の再延期が確定すれば、消費マインドも少し明るくなる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・入梅や梅雨明け等、季節の変化に合わせて、必要となる商品にも変化が表れる。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・評判の良い出張販売に少し力を入れようと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の再延期がプラスとなる。
		一般レストラン（従業員）	・寒い時期よりも暑い時期の方が来客数は多い。特に今年の夏はリオオリンピックもあるので、相乗効果で忙しくなる。
		スナック（経営者）	・お中元のシーズンが来るので、贈答した客の返礼の来店の増加と、多少の予約も入っており、先行きに期待をしている。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・価格に対する消費者の目は、厳しくなっている。
		観光型ホテル（経営者）	・6～8月の予約に関しては、前年比130%以上で、団体需要は一段と伸びる傾向にある。具体的な要因はわからないが、いろいろな経済、金融政策等の効果が出るまでには時間差があると言われており、効果が少しずつ表れてきているように感じる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税が再延期になる可能性が出てきたので、景気も少しは良くなる。
		通信会社（営業担当）	・これから下期に向けて、引き続き全体的に良くなってくると思われる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・暑くなると、入浴関連用具のニーズが高まってくる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・7～8月にかけての新築物件を数件受注している。
	変わらない	商店街（代表者）	・リオオリンピックの前にもかかわらず、AV機器の動きは良くない。
		商店街（代表者）	・これ以上悪くなるとは考えにくい、良くなりそうな要素もないので、景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・必要な商品以外は購入しない状態がずっと続いている。自分のための商品が売れないうちは、プラスには向かわない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・伊勢志摩サミットは終わり、県としての経済効果はかなりあったと思うが、関係のない業種では何も変わらない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・伊勢志摩サミットの影響で、県の観光客は増え、関連業種では売上が伸びるが、中にはマイナスの業種もある。ギフト店としては、景気が良い客と節約が続く客がいて、全体的には変わらないという状況が続いている。

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
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・これから梅雨に入り、さらに猛暑も予想されるので、先行きにも大きな期待は持てない。また、理由はわからないが、景気の良くない当地にドラッグストアが5～6店開店し、大丈夫かと案ずるほどである。出店で景気が上向けば良いが、変わらないパイを奪い合うだけでは、昔からの地元の店がなくなってしまう。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは現状から変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・先行きには不透明な部分が多すぎて、どうなるのかわからない状況である。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・夏に向けては、例年並みの注文量が期待される。
		百貨店(売場主任)	・時間つぶしや待ち合わせの合間等、ついでに来店客が多く、購買意欲のある客が減っている。来客数は多いが、なかなか販売には結び付かない。給料日ですら購入目的の来店客はいないので、2～3か月先も、厳しい状況が続く見込みである。
		百貨店(企画担当)	・消費税増税の再延期の行方にもよるが、高額品の動きの鈍化に加えて中間層の購買意欲が低いこと等から、先行きは非常に不透明に感じられる。
		百貨店(経理担当)	・足元で景気が上向く要素は全く見受けられず、引き続き消費者には慎重な姿勢が続くと考える。
		百貨店(販売担当)	・今後の施策の効果やボーナスで集客増加が見込め、引き続き購買率は上向く。大きな好転は期待できないが、悪化する要素は少ない。
		百貨店(販売担当)	・個人消費を刺激する要因は乏しく、先行きにも不透明感がある。
		百貨店(計画担当)	・足元では前月からの一層の悪化は感じられず、今夏の酷暑予想もプラス方向に作用すると思われる。
		スーパー(経営者)	・当分は円高が続き、輸出産業は大幅な減益となる。しかし原油価格の上昇は産油国にとってはプラスなので、我が国からの輸出も徐々に良くなる可能性はある。年金生活者が増えるが、年金支給額は生活費とトントンであり、60歳以上が、我が国の消費額の半分を占める状況は問題が大きい。60歳以下の消費が伸びないといけない。8月ごろはまだデフレ傾向が続き、景気は一向に良くならない。
		スーパー(店長)	・ボーナスの状況次第であるが、先行きへの不安が強く、多少の増額では、消費拡大に回るとは思えない。先行きも景気が好転するような状況ではない。
		スーパー(店員)	・客の購買量は少ないままで変わらない。この状況がずっと続いているので、業況もなかなか変わらない。
		スーパー(総務担当)	・生鮮食品の動きをみると、季節商品や旬の商品の売行きが、前年比で横ばいが続いている。
		スーパー(販売促進担当)	・経営環境の変化に店の対応が進んでいない。
		スーパー(販売担当)	・客の様子からは、これから先も良くなる材料が見当たらない。
		スーパー(販売担当)	・暑くなると利益の少ない飲料やアイス類ばかりが売れる。競合店対策の販促を始めたが、その効果も今一つである。
		スーパー(企画・経営担当)	・周りの経営者の話でも、悪くなる要素も良くなる要素もないと聞く。建設業では伊勢志摩サミットの特需もなくなり、見通しは良くない。
		スーパー(商品開発担当)	・客単価や1品単価は順調であるが、来客数が依然として回復しない。売上に及ぼす来客数の影響は明確であり、来客数を回復しなくては、現状打破は難しい。
		コンビニ(企画担当)	・暗い話題が多く、停滞感が漂っている。参議院選挙が終わるまでは、現状のままだが続く。
		コンビニ(店長)	・消費税増税の再延期で購買意欲が上向くことを期待する。
		コンビニ(エリア担当)	・節約志向は当面は続くと思込まれる。
		コンビニ(エリア担当)	・6月以降に全社的な売場改装と販売施策を実施する予定で、特に日配品や総菜類の伸びが見込まれる。
		コンビニ(店長)	・消費税増税の再延期がプラスに働く面もあるが、足元では来客数、売上共に減少が続いており、先行きも良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（商品開発担当）	・毎月中旬から給料日前までの買い控えと、セール品に絞った購入が顕著となっている。プラスに転じる要素は感じられず、このままの状況が当面続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が再延期となりそうだが、衣料品を購入しようというほどの購買意欲の改善には、まだ時間がかかりそうである。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・集客自体も減少しているが、客には購買意欲がなくなっているように感じる。
		家電量販店（店員）	・気候の影響を考慮しなければ、足元の状況から変化はないと見込む。今年は無夏現象で暑くなると予想されているので、エアコンや冷蔵庫等の夏物商品が売れそうな期待もあるが、今のところはわからない。
		乗用車販売店（営業担当）	・燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの工場が近くにあり、今後も関連部品会社には減産等の影響が続くと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の再延期で、増税に備えての買いだめや買換えの前倒しの必要がなくなったので、現状と変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・景気が減退するような要素が見当たらないので、このままやや良い状態が続くと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・先の見通しが暗いわけではないが、明るい要素もなく、判断が難しいところである。具体的に悪い要素はないので、現状からの流れが続き、このまま変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車種の販売予定もなく、販売台数の回復が見込める要素はない。景気の先行きも全体的に不透明であり、熊本地震の影響による消費の自粛モードも続く。
		乗用車販売店（従業員）	・足元ではワンボックスカーの受注比率が高く、夏の長期休暇に合わせた受注の伸びを期待する。ボーナス時期は販売促進策が各社で展開されるので、いかに客の関心を集めるかが鍵となる。
		乗用車販売店（経理担当）	・ボーナス商戦への期待はある。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型エンジンを搭載する新型車種がデビューしたので、今後にも期待が持てる。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税の再延期で、持家住宅の駆け込み需要は見込めなくなったが、景気全体の回復と共に、先の見通しが立てやすくなったため、リフォーム工事、商業施設の改装工事や設備投資等には、動きが出てくる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・購買意欲を刺激する要因が見当たらない。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・夏休みに入り学生等の来客数が増える。店内イベント等を増やして、来客数を確保したい。書籍の売上は下がる一方なので、話題となっている文具等、書籍以外の商品でのカバーが必要である。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・1～2か月の間では、それほど回復を見込める気配はない。為替も金相場も変動はあるが、それに見合って宝石の単価も上がると思えず、金製品の方が、売上の伸びが見込まれる。
		高級レストラン（役員）	・来月以降の予約客数には勢いが感じられない。消費税増税の再延期のニュースも、むしろ財布のひもを固くする可能性がある。
		一般レストラン（経営者）	・先行きも良くなる理由が見当たらない。
		観光型ホテル（販売担当）	・宿泊客数は今後も堅調に推移をしていくが、一般宴会や夏期の催事宴会は、2～3か月先の見込みがまだ立たないので、業況としては変わらない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと見込む。
		都市型ホテル（支配人）	・先行きは不透明である。宿泊客の客単価が上がらない。
		都市型ホテル（経理担当）	・予約状況から前年並みと見込む。
		旅行代理店（経営者）	・ターミナル駅前の高層ビルに、東京発のセレクトショップが鳴り物入りで出店したが、購入客が持つ店の買物袋は見かけない。駅前立地でも、客単価の高いお店は敬遠され、飲食店の客の入りには差がある。高齢者層と若者世代との懐具合の差も、拡大しているように見受けられる。

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
		旅行代理店（経営者）	・既に夏のような暑さで昼間の客足は悪く、涼しくなる夕方の客足もあまり期待できない。検討材料としてパンフレットは持ち帰るが、予約にはつながらない。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドは増えていくと思われるが、身の回りには直接的に影響する要素はなく、むしろ、ホテルや航空機の予約が取れない等、国内旅行への阻害要素の方が多い。ただし、それほど大きな影響ではないため、現状維持の感がある。
		タクシー運転手	・良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・夜の繁華街を専門に仕事をしているが、人出の少ない状況が長く続いており、急には変わらない。今後3か月から半年間も上向き気配はないが、期待はしている。
		通信会社（サービス担当）	・旧回線のサービス終了に伴い、今後、事業所関係の固定電話の光回線化が進めば、業況も良くなっていく。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス時期にもかかわらず、客には動きがない。
		テーマパーク（職員）	・熊本地震の影響や参議院選挙等があり、消費が活発化しづらい状況である。
		ゴルフ場（企画担当）	・7月の入場者予約数は、前年同日比では良い方向に進んでいる。今と違って7～8月は暑さが厳しい時期となるが、それほど現状とは変わらない推移が見込まれる。
		美容室（経営者）	・暑くなってくると、高齢者層の客足が遠のいてしまう。
		美顔美容室（経営者）	・7月末までキャンペーンが続く。
		美容室（経営者）	・伊勢志摩サミット等、世間の話題になるニュースはあっても、客は冷静に構えており、浮かれた様子等はない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・職員の不足感はあるものの、利用者数には大きな増減は見込まれず、身の回りの景気には変化がない。
		設計事務所（経営者）	・小さな案件が増えて、大規模案件は減少が続く。規模とは関係なく仕事の手順は一緒の部分があり、手間ばかりが増えて効率の悪い状況から抜け出せない。
		住宅販売会社（従業員）	・外壁や屋根の塗装の案件が多く、受注実績としては上向きだが、本来の業務である新築住宅の話が少ない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・現状からの横ばいが続いている。現状を打破する方策がなければ、販売増加は望めない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客には節約志向が強い。2～3か月先はどんどん暑くなる時期なので、インテリア業界としてはマイナスである。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンド関連の売上が徐々に減少する。
		百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク中の売上は良かったが、それ以降は来客数が一気に下がっている。モチベーションがないと、なかなか購入してもらえないと実感している。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格が上昇しており、その影響が大きく出てくる。
		スーパー（店員）	・これから夏に向けては、食材の中心が、肉や魚から麺類等の比較的単価が安くあっさりした食品に変わる。品質の面から、必要以上の買い置きもしない。
スーパー（人事担当）		・買い控えの動きが少し見受けられる。	
コンビニ（企画担当）		・大手自動車メーカーの燃費不正問題等、悪いニュースが続いており、景気の先行きには不透明感があり、消費の抑制が見込まれる。	
コンビニ（エリア担当）		・日常的な商品の動きが厳しくても、以前ならばセール品は売れていたが、最近はセールでもあまり売れず、消費は一層シビアになっている。	
コンビニ（店長）		・ユニークなたばこ商品のように、高くても需要がある物もあるが、そのような商品は限られており、ほとんどは低調である。	
衣料品専門店（販売企画担当）		・財布のひもは、一段と固くなってきている。	
乗用車販売店（従業員）		・大手自動車メーカーの燃費不正問題が報道され、同業界として、消費者の心理面に影響する可能性は否めない。	
乗用車販売店（従業員）		・団塊世代の車からの卒業と、若い世代の車離れが進む中で、どれだけの客を取り込めるかが大きな課題となっている。ボーナスシーズンとなるが、最近はボーナスを当てにする客もあまりないので、現状のままである。販売部門が低迷する中で、工場入庫の促進に一段と力を入れている。	
その他飲食〔仕出し〕（経営者）		・アベノミクスの恩恵には実感がなく、効果が全く伝わってこない。大企業だけが恩恵を受けている印象で、景気は更に下降する。	

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
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンドの動向が気がかかりである。絶好調であった前年同期と比べると陰りが表れているように感じる。
		都市型ホテル（営業担当）	・為替の影響で、製造業を中心とする法人利用は、必要最低限となる気配である。
		旅行代理店（経営者）	・客からは、あまり景気の良い話が出ない。
		旅行代理店（経営者）	・当分は、伊勢志摩サミット開催の影響が残ると思われる。
		旅行代理店（従業員）	・客は、景気が良くなったという実感が無いので、特にレジャーに支出する際は、質に対する要求がかなり厳しくなる。
		通信会社（企画担当）	・自動車関連企業の多い当地では、大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響が少なからずある。消費税増税の再延期も、短期的にはマイナス方向に働く。
		観光名所（案内係）	・いまだに台風の発生がなく、このままでは夏場の雨が多くなるという話もあり、景気は良くならない。
		パチンコ店（経営者）	・2年前の消費税増税後は、サービス業での消費が控えられており、当業界でも薄利多売の方向に進んでいる。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・人口の増減が景気を左右する。大都市に比べて周辺地域では減少傾向にあり、客足にも陰りがみえる。
		理美容室（経営者）	・客との話では、あまり所得も増えないようなので、徐々に景気も悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・当地は人口流出が多く、女性の就職先もない。女性相手の仕事なので、大きく響いてくる。
		設計事務所（職員）	・円高傾向に加えて、伊勢志摩サミットでも言われたようなリーマンショック前と似た状況ということで、あまり良い話は聞かれない。
		住宅販売会社（従業員）	・金利低下による建築意欲の高まりで、来場数の伸びを期待したいが、消費税増税の再延期で、駆け込み需要が見込めなくなり、やや落ち込むと思われる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・公共案件も民間案件も、発注内容が細かくて低価格の取引が多く、売上の伸びる要素がない。
悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での外食が減る傾向は、今後も確実に続く。	
	一般レストラン（経営者）	・客が金を使うような要素が見つからない。報道を通じて、世界経済に対する不安感が増しているように感じる。	
	住宅販売会社（経営者）	・金融機関の住宅ローン申込に対する審査が厳しく、購入に至らない場合が多い。	
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）	・伊勢志摩サミットも無事に終了し、地元経済ではこれからへの意気込みが感じられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のリニューアル投資が、9月ごろまで期待でき、予定よりも多くの製品が出荷できる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の操業度が、これからは上向く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・熊本地震の復旧が進み、生産台数も元に戻ってくる。スクラップ価格の相場が4月以降は上がっているため、景気は良くなる。
		輸送用機械器具製造業（デザイン担当）	・熊本地震の影響も落ち着いてくると思われる。
		通信会社（法人営業担当）	・消費税増税の再延期が話題となっており、消費者の財布のひもも緩む。景気にとって、ムードの改善による消費は、増税前の駆け込み需要よりも、はるかにプラスである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・開発工期が年度後半までかかる案件が多いので、当面は案件確保に注力する必要がない。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	・景気回復の兆しが見えず、上向く要因もないため、このまま現状維持の方向に感じられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・足元の景気はやや悪く、2～3か月後もあまり良くはならず、今のままの状況が続く。
		化学工業（人事担当）	・2～3か月後に景気が良くなるという根拠が見当たらない。
		化学工業（総務秘書）	・消費税増税の再延期がニュースとなっているが、目先の景気に影響はない。しかし、最近では求人募集をしてもなかなか良い人材が見つからないので、景気はじわじわと良くなっているのではと感じる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・1アイテムで売上の3割以上を占める製品があるが、客からは今後3か月は現状の発注量を維持すると言われており、しばらくは堅調な状況が続く見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、引き続き悪い状況が続くと考えられる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高で競争力が落ちているところに、外注費や材料費の値上がりが続く、利益の出ない案件が増えている。自動車製造向け設備は、引き合い自体が少なく、大型案件もない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注、販売共に、底堅い推移が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状より改善する見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量、販売価格共に、ほぼ横ばい状態が続いている。新規の問い合わせや見積依頼等が現時点では全くないため、今後2～3か月に業況が大きく改善することはない。
		建設業（経営者）	・消費税増税が再延期となれば、現状維持での推移が見込まれる。
		建設業（営業担当）	・現状の仕事のままでは変化がなく、整備・点検を行う施設はいずれ減っていくため、会社では今のうちから付帯工事や点検等に、幅広く取組む方針が出ている。仕事の方向性が合えば、業況も良くなっていく。
		輸送業（経営者）	・軽油価格の上昇によるコストアップや、運転手等の現業スタッフの不足といった不安要素はあるが、先行きも大きな変化はないと思われる。
		輸送業（従業員）	・前年度は原油価格の下降で燃料費やフェリーの輸送コストが下がり、好業績の一因となったが、新年度に入って石油製品の価格がじわじわと上昇していることから、この先も苦しい経営を強いられそうである。
		輸送業（エリア担当）	・軽油単価が前年より1リットル当たり20円近く下がっており、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。なかなか良い情報が聞こえてこない。
		輸送業（エリア担当）	・新年度になってから重量当たりの輸送単価が伸び悩んでいる。前年度中はわずかながら伸びていたが、4月以降は、むしろ下降気味である。こうした状況では、まだ先行きも回復の見通しは立たない。
		輸送業（エリア担当）	・引き続き経費の増加が収入の増加を上回っている。しかし、その差が更に広がっていくような感じではない。
		通信会社（法人営業担当）	・個人消費の増加、経常黒字の倍増、企業倒産の低水準等、景気回復への好材料があるようにも見受けられ希望を持ちたいが、消費マインドは、まだまだ冷めているように感じる。
		金融業（法人営業担当）	・為替相場は円安傾向で推移し、株式市場も落ち着きを取り戻しつつある。取引先の先行き見通しでも、不安感が薄らいでいる。
		金融業（企画担当）	・個人投資家の資産効果が期待できず、給料も上がらないため、景気は引き続き現状のままでの推移が見込まれる。
		不動産業（用地仕入）	・今後2～3か月に景気を左右する大きな要因は見当たらない。不動産業に消費税増税の再延期の影響が表れるのは、もう少し先になりそうである。
		企業広告制作業（経営者）	・安倍首相は、伊勢志摩サミットで経済的な危機感をあおったが、各国メディアの反応は冷静で、消費税増税を再延期するために利用したと報じるものがほとんどである。アベノミクスはうまくいっているが経済はリーマンショック前と同じという主張は、説得力を欠く。アベノミクスには、国民が感じている経済格差の広がりに対する具体策がない。
		広告代理店（制作担当）	・夏に向けての企画案件は前年に比べて微減となっており、他に決め手となる材料も見つからない。
		行政書士	・航空関連企業に出入りしている物流業者は、出荷量が多い。
		公認会計士	・消費税増税が再延期となり、景気に対する悲観論は抑えられるが、景気回復の決定打もないため、先行きも大きな変化はないと思われる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高でも貿易収支の黒字が続いていることを、考慮する必要がある。米国の景気も、それほど低下はしない。そのため、為替相場は現在の水準がしばらくは続く。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・景気が良くなる材料は全くなく、金を使わないムードが染み付いている。このような状況がずっと続いていく。
		鉄鋼業（経営者）	・世界や中国の情勢による製品単価の下落が止まらない。販売量も減り、製品によっては単価が2～5%下落しており、先行きが非常に不安である。

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
		金属製品製造業（従業員）	・今年度の仕事量については、あきらめムードすら漂っている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売台数は増える傾向だが、それを上回って円高の影響を受ける見込みのため、しばらくは、業績としては下り坂となる。
		金融業（従業員）	・生産量が低下したまま当面は回復の目処が立たず、落ち込みがずっと続くような印象となっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・小売業の折込チラシの減少が著しい。
		会計事務所（職員）	・消費者が敏感になり、良品を求めて無駄な消費をしない傾向にある。
		会計事務所（社会保険労務士）	・夏ごろまで、これまでと比べて売上が減少するという顧客先が多い。設備投資も控えることになると思われる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（代表）	・売上が落ち込むと価格を下げざるを得ないという悪い循環に陥りつつある。消費者の購買意欲の低下が懸念される。
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・イベントへの派遣も始まり、5月が悪すぎたので、今後は良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・四半期ごとの採用枠の拡大や、派遣人材スタッフの契約更新期を迎え、求職者や求人活動が動き出すのではないかと考える。
		人材派遣会社（支店長）	・長期派遣労働者の総数は、前年同期よりも2けた近くの拡大を続けており、この傾向は今後も業界全体で続くものと考えられる。
	変わらない	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後は、夏季賞与支給後の転職活動に力を入れる求職者が増える。
		人材派遣会社（社員）	・新規求職者の登録数の減少や、要望に合う人材の不足により、企業に人材を紹介できない状態が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・足元の景気はやや上向きと感じるが、2～3か月後に更に上向くような要素は見受けられないため、現状維持となる。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気を左右する材料が見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・4月までは求人数にも増加がみられたが、5月以降の求人数の動きをみると、募集ストップや若干名の募集にとどまる等、動きが鈍くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・参議院選挙を前に経済の動きはいったん停滞する。消費税増税は再延期となるが、増税があれば、良くも悪くも駆け込み需要が期待できる。その後の反動減は心配だが、全く消費に動きのない閉塞感が続くこともつらい。
		職業安定所（所長）	・企業からは業績改善という声は聞かれない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は前年同月比で2けたの減少が続いている、新規求人への意欲は、医療・福祉業やサービス業等、人手不足の厳しい業種ではおう盛であるが、他の業種では停滞気味である。
		職業安定所（職員）	・求職者数は、ここ3か月ほど減少が続いている。
		職業安定所（職員）	・求人状況等を考えるとしばらくは横ばいと見込まれる。
民間職業紹介機関（窓口担当）	・求職者は高年齢層と若年層に二極化し、希望する年齢層では、求職者不足が変わらない。		
民間職業紹介機関（支社長）	・企業の新卒採用意欲は相変わらず高いと感じる。中途採用では、大手企業において、次世代技術競争のための即戦力を求める傾向が強くなっている。		
学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用に積極的な企業の説明会はピークを過ぎ、新規企業による開催より、同じ企業での実施回数が増えているという印象である。		
その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・先行きにはあまり期待が持てない。		
	やや悪くなる		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	衣料品専門店（経営者）	・決して先行きが悪いわけではないが、新聞記事などに見られるほどには回復していない。2～3月は売上が悪かったが4～5月はよかったので、このまま6～7月は割合順調に推移するのではないかと。	
		家電量販店（店長）	・暑い夏になりそうなので夏物商品であるエアコンに期待が持てそう。	
		乗用車販売店（役員）	・受注ベースでは前年を上回っている。夏場にかけてマイナーチェンジ車も計画されているので状況としては悪くない。	
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・あくまでも希望的観測だが、このまま暑い日が続けばビール、清涼飲料水の売上が上がっていく。	
		スナック（経営者）	・大変厳しい5月よりはやや良いだろうが、内外の要因にも作用されることから先行きが不透明である。	
		都市型ホテル（役員）	・レストランおよび婚礼部門は前年と変わらず、宿泊及び宴会部門において若干良くなる見込みである。	
		通信会社（営業担当）	・新商品が出そう影響もあり、少しは販売数が持ち直すのではないかと。	
		通信会社（店舗統括）	・新商品に対する客の反応は良いので期待したい。	
		住宅販売会社（従業員）	・金利の低下により客の動きが良くなったことと、金融機関も積極的に融資を行っていることで、翌月の契約見込みは積み上がっており、この傾向がまだまだ続きそうである。	
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス金利で金融機関を利用する人が多いため、客が動きだすと見込んでいる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街活性化のため行政から夜間の営業時間延長の要請がきたが、時代錯誤も甚だしい。消費税増税の再延期などの単発の政策だけでは景気が回復するレベルではなく、総合的な政策が望まれる。先ず隗より始めよ。結果として夜間営業の延長は自発的に始まるものである。
			商店街（代表者）	・消費税増税の再延期がはっきりせず、消費動向への影響がつかみづらい。
			一般小売店〔事務用品〕（店員）	・季節商品などの発売予定はあるが、会社全体の売上をけん引するほどの期待感はない。
			一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・悪くなる要素は見当たらないが、良くなる要素もあまりない。
			百貨店（営業担当）	・今後の景気動向が変わるような要因が見あたらず、大きな変化はないと考えている。
			スーパー（店長）	・天候不順の影響がある。夏物商戦で売行きが不振となりそう。
			スーパー（総務担当）	・消費税増税が延期になれば以前の増税時のようなまとめ買いも延期になり、当面は景気の変動要素は少ない見通しである。
			コンビニ（経営者）	・主食系の商品が売れていないので、それに付随するサラダ、デザート類、飲料の売上が伸びない。目的のものだけが買われる様子だ。コンビニのオリジナル商品で最近よく売れているパック系のスムージーを買っていく客がいるものの、ついで買いが見られず売上を上げる貢献材料になっていない。
			コンビニ（経営者）	・イベント日の天候などの不確定要素はあるが基本的に大きな変動要素は見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・熊本地震で新車の生産が一部で止まっている状況である。復旧にまだ3～4か月以上かかる様子で影響が出始めている。	
		自動車備品販売店（役員）	・新車販売、原油価格などが安定せず、カーナビの新商品販売で期待したいが、客の反応はそれほど高くなく、明るい兆しも少ない。	
		住関連専門店（役員）	・耐久消費財を主軸とする業態では、例年この数か月は指数が落ちる時期に入る。1品あたりの単価が減少し、まとまった金額の成約も少なくなる。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・景気刺激する要素が見当たらない、夏のオリンピック関連商品に期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・ 来月初旬に発売されるミシュランによって星を獲得した店舗は明るい話題が増える。
		一般レストラン（店長）	・ 新幹線効果によるプラス効果はあまり感じなかったが、逆に反動もないので変わらない見込みである。
		観光型旅館（経営者）	・ 6月以降も前年並みに予約数が入っている。
		旅行代理店（所長）	・ 大きく変化する要因が見当たらない。
		タクシー運転手	・ 週末を中心に入出は変わらない見込みである。これから秋にかけては平日であっても夏休みが始まり、タクシー需要が多くなる。
		通信会社（営業担当）	・ 来客数は少し減っているが販売数は前年と比べ変わりなく推移している。
		通信会社（役員）	・ 光サービスを主体とする高度情報インフラに対するニーズは引き続き高いものがあり、契約獲得数は今後数か月先は維持できる。
		その他レジャー施設（総支配人）	・ 楽しみで体を動かすというような、余裕のある客がとてども少ない。燃料費が上がり基調になってきているのが不安である。
		美容室（経営者）	・ 消費環境が良くなる材料が何もなく、消費心理は盛り上がりがないままの傾向が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・ 情報量は下降現象が続いており残念ながら昨年比100%を下回った。ただし、常設展示場の累計来場者数は115%前後を確保しており需要はある。熊本地震の影響だろうが耐震対策などに関心が高まってきており、接触回数を多く持ち受注増につなげたい。
	住宅販売会社（従業員）	・ 消費税増税が再延期される公算が強くなり、個人消費意欲が今より下がることはないだろうが改善する要因もない。	
	やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ 客の購買単価が下がってきている。新幹線効果は1年経って徐々に弱くなってきており、景気状態は悪くなっていくのではないかと。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 株値の不安定な動きや原油価格の上昇など悪くなる要素が多い。また、消費税増税の再延期は景気の回復が遅れている証ではないかと。
		百貨店（売場主任）	・ 株安およびマイナス金利の継続、熊本地震による消費マインドの冷え込みや参議院議員選挙など、消費を刺激する好材料に乏しい。
		百貨店（営業担当）	・ 夏の本番に向けて夏物のファッション衣料やお中元ギフトに差し掛かる時期だが、金額を下げたり贈る件数を減らすなどの必要最小限度の買物で、生活防衛に入っている状況である。
		スーパー（総務担当）	・ 景気が良くなる要素がなく、現状の節約志向が今後も続く。
		コンビニ（店舗管理）	・ パートタイマーの確保が難しい。時給を上げ、求人広告を増やして対応しても成果が上がらない。社員比率を高めていく方針に切り替えざるを得ない。労働分配率の悪化が必至である。
		衣料品専門店（経営者）	・ 今年は暑いと言われているが、売上がアップするという実感は湧かない。なかなか強気にはなれない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・ 市場自体にあまり活気が感じられず厳しい状態が続いている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 中心市街地に映画館ができ、近県には商業施設のリニューアルと競合店の出店があり、広域からの集客に影響があると見込んでいる。昨年度の競合店オープンの影響がこの夏で1年経過するため、それ以降は前年比は改善すると思われるが、前々年の水準までは改善しないと考える。
一般レストラン（統括）		・ エルニーニョ現象が食材に及ぼす影響を懸念している。特に国内青果の供給量、品質、価格は、春に続いて今夏も不安定になると推測している。以降も物不足による各食材の価格上昇など、原価高による利益減を懸念している。	
観光型旅館（スタッフ）	・ 予約保有について5月以降は80%から95%と昨年の新幹線開業時のような予約の勢いはなくなっている。		
都市型ホテル（スタッフ）	・ 現在の受注状況から、景気回復の要素が見当たらない。		
タクシー運転手	・ 7～8月の夏山登山の予約が例年に比べて非常に少ない。		
通信会社（職員）	・ 事業柄エリア世帯数に注視しているが、外国人世帯数は増える一方で、空家や解約は確実に増えている。		
通信会社（役員）	・ 携帯電話ショップへの国の指導の影響により消費者のマインドが冷えており、動きが鈍くなっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（役員）	・先行予約状況を前年同月と比較すると、国内の団体予約客の動きが鈍く、また、海外からの訪日インバウンド客も、円高の影響が予約が鈍い状況で前年より悪くなると考えている。
		競輪場（職員）	・上向きになりうる要因がなく、下降ペースは緩やかになってはいるが、まだ下げ止まったとはいえる状況ではない。
	悪くなる	スーパー（店舗管理）	・競合店の新規出店の影響で来客数減による売上高減は否めない。
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）	・輸入原材料の高騰によって業界内で使用量の調整が入り、ダブつき傾向がみられる。また為替の円高傾向から輸入原材料の価格の低下が見えはじめ、こうしたことから今後の収益性は改善する方向と捉えており、良くなる傾向と考える。
		化学工業（総務担当）	・受注量が増加予定である。
		建設業（経営者）	・新年度の公共事業が前倒しで発注されるかと期待していたが、さっぱりであった。しかし、さすがに6月からは発注されだすであろう。
		通信業（営業担当）	・消費税増税が再延期となることで、今を何とかしなければという意力が半減している。我々営業の力で景気を底上げしていく頑張りが必要である。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・今年の秋冬の受注状況があまりよくない。先行きもあまりよくない見通しである。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・熊本地震による仮設住宅資材などの建築資材需要は一時的に増えるものの、車をはじめとした産業資材の供給は逆に減少する。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から、変わらないとみている。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線開業効果は一巡し、大方の取引先が4月度の売上の前年比という点で苦戦している。ただし、一昨年など過去と比べると善戦している。したがって、景況感が悪いとまでは言えないものの、昨年までの投資に見合っているかを見極める時期にある。
		金融業（融資担当）	・熊本地震で自動車関連の生産が停滞していることで当面は動きが鈍いと考える。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・5月後半はG7環境大臣会議、伊勢志摩サミットの影響だろうか売上が停滞した感があった。消費税増税が行われたとしても駆け込み需要で一時的に動くだけなので、2年半の再延期はかえって景気の静観性が確保されるのではないかと。
		司法書士	・代表者が高齢になり、後継者がいないための解散の登記の依頼が増加している。2～3か月後に影響が出るかどうかは不明だが、事業承継ができないことは社会全体の景気にマイナスの要因となると考えられる。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・為替変動の影響があるとともに、国内市場が今一つという状況で、受注確保に苦戦が強いられる。
一般機械器具製造業（総務担当）		・国内市場は昨年並みの受注だが、欧米市場の受注が伸びてくる要素が見えない状況が続いている。	
精密機械器具製造業（役員）		・今まで比較的好調だった百貨店系も、ここに来て特に高額品の売上が厳しくなっていると聞いている。今後も今のところ好転の兆しは見えない。	
建設業（役員）		・当地域においては工事発注量の減少が見込まれ、今後は受注価格の競争が厳しくなると見込まれる。	
輸送業（配車担当）		・今後、急激に景気が上向くとは思われず、軽油価格がじわじわと上がっている状況であり、燃料費などのコスト負担が増えたと見込まれる。	
税理士（所長）		・中小企業はこれからの予定を大きく変更した場合に弱みが出てくる。消費税増税の再延期により、見越していたプランや投資計画が崩れてくる。先取りの需要が減るという点もあるが、予定していたものが崩れる点が街角の景気には影響する。	
悪くなる	不動産業（経営者）	・個人客については動きはあるが2か月先くらいには少し減る様子である。法人客も5～6月の動きはあるが、それ以降は動きが少ないという情報が多かった。	
雇用 関連 (北陸)	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒採用についての問い合わせは多く、人材の充足感は、少なくとも正社員については薄いようである。状況として少しずつ良い方向に向かう兆候と考える。

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
		職業安定所（職員）	・当地の4月の有効求人倍率は1.56倍と、1倍を超える非常に高い水準にある。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・有期契約への着目が悪い。人材が集まらない。
		人材派遣会社（社員）	・サービス業界をはじめ各業界でも人手不足が深刻化していて、賃金を上げてても人が集まらない状況がこの先も続きそう。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に大きな雇用につながる話が出ていない。
		職業安定所（職員）	・求人、求職の状況において大きな変動要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・円高や中国経済の減速により、今後の景気を不安視している事業所の声が多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の要員は新入社員採用などである程度の充足感が続いているとみえるが、今一つ景気の上向きや仕事量が増えてくる話がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・内々定の時期は6月中がピークと考えられるが、それ以降も追加求人が出てくると思われる。世界経済状況も大きな変化がないものと考ええる。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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）	・商店街も客の高齢化に伴い、偶数月の年金支給月にイベントを開催している。イベント参加者には商店街の店舗協賛のクーポンを配布しており、少しずつ成果が上がっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・飲食店のチェーン店による出店が好調である。
		一般小売店〔花〕（店長）	・安倍政権になってから、多少良くなっているように思う。伸び幅は小さいものの、今後も少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・ギフトも1週間遅れで立ち上がったため、これから良くなると予想される。
		百貨店（営業企画）	・悪材料の出尽くしで、マインドはやや改善する。
		スーパー（企画担当）	・既存店売上の前年比がようやく100%を超えてきたほか、7月には新店オープンもあり、チラシ強化などによる売上増が見込まれる。懸念されるのは粗利益の動きであるが、価格競争に巻き込まれることなく、自社の価値訴求をしっかりと行っていきたい。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーの認知度がますます上がり、近隣の喫茶店からも客が流れてくることが予想され、来客数、客単価共に改善することが期待される。
		コンビニ（店員）	・学校の長期休暇となり、子どもの来店が増えるほか、弁当などを購入する親子連れも増える。
		家電量販店（店長）	・映像商品へのリオオリンピック特需が期待されるほか、気温の上昇で季節家電が動く。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の再延期など、プラスに作用する要素が増えると思われる。ボーナス商戦に向けての踏ん張りどころである。
		乗用車販売店（営業担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響と合わせて、夏のレジャーに向けた買換え需要の高まりにより、今後数か月は受注の増加を予想している。業界全体の市場回復ではなく、一時的な動きではあるものの、にぎわいを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏のボーナス時期には、回復すると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・時期的に周年イベントが増えるほか、夏の休暇によるインバウンドの増加、ボーナスの支給など、来店する理由が増えるため、特に繁華街は景気が良くなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの集客は落ち着いた感があるが、国内旅行や個人の出張などで宿泊の予約率は上昇している。宴会部門も、社内会議や暑気払いの引き合いが多く、好調に推移している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（支店長）	・復興状況にもよるが、夏休みに向けて、熊本を応援するために旅行へ行こうといった機運が高まってくる。夏休みの海外旅行は、毎年行っている客からは申込が入っているので、今後の海外情勢にもよるが、堅調に推移しそうである。
		通信会社（企画担当）	・夏休みシーズンに近づき、アミューズメント関連の来客数の増加が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の商品選別の時間が長く、買物に慎重になっている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の再延期で、消費マインドが向上するとは思えず、慎重な傾向は変わらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・前受受注もなく、好転する材料が見当たらない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・本当の意味での景気回復は難しい。
		百貨店（売場主任）	・昨年度の下半期と比較して、上半期は店頭売上が更に厳しさを増している。大手ファッション取引先の業績も、一部で回復の動きはあるが、大半は回復していない。これまでは定価品強化の傾向から、バーゲン時期を遅らせるような対策を取ってきたものの、在庫消化が進まないなか、バーゲンや値引き販売が増える可能性が高い。それに伴い、今よりも良くなる要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールの魅力が年々下がっている。気温の変化にもよるが、秋物商材の早期投入も含めたフレキシブルな対応が必要である。
		百貨店（売場主任）	・来店するたびに、数十万円、数百万円の買物をする富裕層が目立つ一方、絶対的な来客数の減少や、客1人当たりの購入点数の減少など、ボリューム層の購買意欲の減退が続いている。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド売上の大幅な前年割れ傾向は、10月ごろまで続くと認識している。昨年はインバウンド売上のシェアが全体の約20%まで拡大していたため、当面は売上減によるダメージが継続する。
		百貨店（営業担当）	・ファッションの動きが鈍いので、現状維持ではないかと予想される。
		百貨店（販促担当）	・価格が安いだけでなく、価値に見合ったコストパフォーマンスを求める傾向が強く、客単価が下がりやすいので、苦戦が予想される。夏場は特にヒットアイテムがないと傾向が変化しにくいほか、今年は賞与や景気動向の変化にもあまり期待できない。
		百貨店（服飾品担当）	・各取引先がクリアランスの前倒しを検討し始めており、この売上傾向では7月の2週目にスライドしつつあったセール開始日が、7月1日に戻ることになりそうである。これから盛夏商材を新商品として仕掛けることで、前年比で110%と唯一好調な化粧品販売との連携を狙う小売店が多くなる。
		百貨店（サービス担当）	・今後は、新ショップ導入などの店舗展開の見直しや、新企画の催事開催などにより、来客数の増加と売上確保に努力していきたい。
		百貨店（商品担当）	・一時的に堅調な動きはみられるものの、期間を通してみると不調に終わる傾向が続いている。夏の参議院選挙が衆参同時となれば、消費行動の抑制が大きくなるほか、熊本地震の復興の動きも遅く、需要拡大に結び付いていないため、大きな景気浮揚にはつながらない。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税が再延期となる可能性が高くなり、今年度は駆け込み需要がなくなるため、当初の見通しを下方修正しなければならない。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税の再延期については、株価などの景気動向にもよるが、消費者のマインドを変える要素とはなりにくい。今後しばらくは現状維持が精一杯である。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の再延期は決まったが、先行きの景気は不透明である。冷夏であった昨年、一昨年と違って、猛暑の予報が出ていることが期待要因である。また、リオオリンピックに向けた盛り上がりについては、ブラジルの政情不安もあり、業界での機運はいつもに比べて希薄な感じがする。
		スーパー（店長）	・当店の南と北で、競合店舗がリニューアルオープンしている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前のタイミングでの消費増など、大きな変化の要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・参議院選挙の結果や、消費税増税の再延期などの決定次第で、今後の景気が左右される。
		スーパー（店員）	・競合店が多く、週末はかなり客が流れているので、状況は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・野菜の相場安が今後も続くと思われる。衣料品は猛暑の期待から、夏物が売れる見込みであるが、予測としては楽観視できない。
		スーパー（経理担当）	・ボーナスはやや伸びており、所得は減っていないと思われるが、節約志向が根強い。消費税増税の再延期も、消費へのインパクトは少ないと思われ、しばらくは消費の伸び悩み傾向が続く。
		スーパー（社員）	・当社のような食品中心のスーパーは、競合店同士で客の購買を奪い合っているため、消費全体は堅調であるものの、昨年よりも伸びている実感はない。消費税増税が再延期となるかどうかの決定が、今後の消費動向を大きく左右するように感じる。
		スーパー（開発担当）	・具体的な景気対策もなく、賃上げもそれほど期待できないため、現状維持となる。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税は再延期になりそうであるが、その一方で消費拡大の材料は乏しい。
		コンビニ（店員）	・今後も現状維持のまま、大きな変化はない。
		コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月は大きな変化もなく、天候の影響で多少の変化がある程度と予想される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツのオーダーやプレゼント用の購入など、必要な物は売れ続けている。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が全く見当たらない。収入増や支出減につながる施策のほか、超高齢化社会を背景とした年金問題などの将来不安を払しょくする政策がなければ、消費マインドは明るくならない。
		家電量販店（店員）	・客からは、家計のやりくりが大変という言葉がいまだに多い。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税に対する様子見が、消費に影響し、販売実績につながっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の予約台数、新車の購入台数のすべてにおいて、あまり変化がない。
		住関連専門店（店長）	・売上が伸びたといっても、緩やかな動きにとどまる。安定した伸びとはいえず、売上が毎年落ちる夏をカバーできるほどではない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・同業他社や同じ商品を販売している競合店に対し、ソフト面も含めて勝てる物がどれほどあるかがポイントになる。客に選ばれる店舗づくりが優先される。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・これから3か月の間に参議院選挙があり、東京都知事選挙もあるかもしれない。それにより世の中の状況が変化することも考えられるが、今のところ大きな変化はない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・熊本地震の影響はそれほどでもないが、売上の確保は難しい。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税の再延期など、一時的には消費にプラスとなる材料もあるものの、すぐに消費の拡大に結び付くとは思えない。消費者の慎重さを強く感じる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・例年よりも受注が増えており、この状態がしばらく続きそうである。
		高級レストラン（企画）	・料飲客数や、宿泊におけるインバウンド需要は堅調に推移する見込みであるものの、宴会の受注件数が伸び悩む傾向にある。
		一般レストラン（企画）	・ファーストフード業態の好調さに比べて、非日常での利用が多いレストランでは、来客数の動きが更に厳しくなると予想している。ただし、関西は1～3月が他地区よりも低水準での推移となっていたが、ほぼ全国と同じ水準になってきている。
		一般レストラン（経理担当）	・熊本地震の直接的な影響はないと予想されるが、良くなる材料がない。依然として日々の生活に響く値上げが多い。
		一般レストラン（店員）	・来客数は確実に減っているが、常連客が定期的に来店してくれるほか、単価も悪くない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気回復の材料が見当たらない。政府による景気対策は空回りしていると感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・気温の上昇に伴い、乗客数は徐々に増加しているが、熊本地震の影響であまり伸びがなく、先行き不安が漂っている。
		その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	・大きなプラス要因が見当たらない。あまりに猛暑になると外に出るのも控えるため、期待できない。
		観光型ホテル(経営者)	・消費税増税が再延期になる方向であり、駆け込みで買物する必要も今のところはないため、あまり変化はない。
		観光型ホテル(経営者)	・大手家電メーカーの不振や大手自動車メーカーの燃費不正問題など、明るい話題がない。一般市民の間にも楽観的な雰囲気はないため、今の状況が続く。
		観光型旅館(管理担当)	・熊本地震の対応や東京都知事の問題などで、政治不信が高まっている。一般消費者の懐具合はまだまだ良くなっておらず、むしろ財布のひもが固くなるような要素が多い。
		都市型ホテル(管理担当)	・元気があるのは海外からの客だけで、国内客の利用が伸び悩む傾向が続いている。
		旅行代理店(店長)	・良くなる要素が見当たらない。
		旅行代理店(営業担当)	・上向く兆しがみえない。
		タクシー運転手	・神戸港では、大きな船の出入りや週末の行事も増えており、人の活発な動きがこのまま続く。
		タクシー運転手	・特に景況の上向く要素がない。
		タクシー運転手	・企業や一般客のハイヤー予約も、比較的安定した状態で推移している。
		通信会社(経営者)	・消費税増税の再延期の有無によって左右される。
		観光名所(経理担当)	・今月は連休中も天候に恵まれ、曜日の関係で切れ目はあったものの、来客数は昨年並みで、売上も昨年とはほぼ同じ水準となった。ただし、連休以降は急激に来客数、売上共に落ち込んでおり、月トータルでは前年比で10%弱の減少となりそうである。一方、最近では台湾からの観光客が急激に増えており、当地を訪れた後の行き先は多方面にわたっている。台湾からの客による購入は、こちらの対応が遅れている影響で、今のところはわずかとなっている。全体的にみて、景気動向はあまり良くない印象である。
		遊園地(経営者)	・目立ったプラス要素はなく、消費の動きからは景況感の改善がみられない。消費税増税の再延期も、結果的にマイナスに作用するリスクが大きいのではないかと。
		ゴルフ場(支配人)	・熊本地震による影響のほか、サービス業の先行きが不安である。
		競艇場(職員)	・全国の売上状況をもても、目立った動きがなく、景気は横ばい状態にある。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕(職員)	・景気の回復傾向が感じられる一方、消費の冷え込みによって給与の増加が遅れているため、総じて現状維持となる。
		その他レジャー施設〔球場〕(経理担当)	・プロ野球の交流戦を始めとする試合のほか、人気グループのコンサートなどが予定されている。夏休み期間となるので、多数の来場者を見込んでいる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	・大きな変動要因はない。
		美容室(経営者)	・激安の美容室や大手チェーン店も、来客数は少なくなっている。外からのぞくと、この時間でもう営業が終わっているのかと思うことが多い。
		美容室(店員)	・気温はどんどん上がっていくので、パーマのオーダーは増えると予測され、高い水準のまま維持できる。
		その他サービス〔マッサージ〕(スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、夏場は来客数が増えるが、冬場になると減少する。
		その他サービス〔学習塾〕(スタッフ)	・無料体験への申込が少ない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕(エリア担当)	・今月も新しい複合タイプ的大型店舗を続々と出店している。今後はこの新業態やアイテムの導入を進め、全体の売上アップにつなげていきたい。
		住宅販売会社(経営者)	・これ以上悪くなることはないと思われるが、良くなる要素も見当たらない。新築物件の完成在庫も増えていて聞いており、一部の地域を除いて大きな変動はないと予想される。
		住宅販売会社(総務担当)	・消費税増税が再延期となる傾向であり、駆け込み受注がなくなるため、現状維持となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・マイナス金利が導入されたが、一般の消費者にはあまり影響がないため、景気にも変化はない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の再延期で、期待していた駆け込み需要が見込めなくなっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・分譲マンション業界では、価格の上昇で販売環境が厳しくなっている現場が増えている。好転する気配はなかなかみられない状況である。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年の8月にはリオオリンピックがあり、消費者の関心が集まるため、買物に出かける人が少なくなる。そういったイベントへの関心や興味に打ち勝つようなヒット商品にも期待できないため、売上、来客数共に厳しくなる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・神戸全体でみると、景気や観光のすべてにおいて、周辺の大阪、京都、奈良に比べて遅れている。インバウンドも同様であり、夏休みに向けてこの傾向が更に強まることで、神戸だけが取り残されていくように感じる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・一時期は上がった商品単価も、最近はまた安価な商品へと、購入の動きが移行している。ただし、安価な商品ばかりが売れるわけではなく、時々より高価な物や、価格に関係なく消費者が気に入った物を購入するケースがある。消費者の動きが、以前にも増して二極化しているような気がする。
		百貨店（営業担当）	・円高、株安のほか、中国を中心とした新興国の伸び悩みなど、今後景気が回復する見通しが立たず、早期の消費意欲の改善が見込めない。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上は減少傾向であり、富裕層優良顧客からの海外高級ブランド品や美術品の引き合いも減ってきている。
		百貨店（商品担当）	・株価が上昇しない限り、客の購買意欲は上らず、今の状況も変わらない。
		百貨店（外商担当）	・円の動きや株価の不安定な状況が続いているため、高額商品を購入しようとする動きが減少する。
		百貨店（販売推進担当）	・外商売上の不振が継続しており、その傾向がとどまる気配はない。
		スーパー（店長）	・関西企業は夏のボーナス増もなかなか期待できないなかで、消費の増加を促す要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・足元の個人消費が弱く、熊本地震の影響もある。昨年のプレミアム付商品券の反動減が出てくる7～9月には、景気が落ち込むと予測される。
		スーパー（店長）	・近隣の競合店による影響が一巡していない。食料品は昨年並みの動きであるが、衣料品の動きが厳しい。住居関連も、競合店の影響で更に厳しい動きである。
		コンビニ（経営者）	・フランチャイズ間のブランド競争で新店舗が乱立し、お互いの売上の減少を招く。
		衣料品専門店（経営者）	・参議院選挙や政治不信などの問題から、より一層消費が低迷すると考えられる。また、高齢者の間では余裕のない生活が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・自然災害が世界全体で発生しており、世界の経済状況も非常に悪くなか、回復の要素が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・再びデフレ傾向が強まっているとともに、個人消費も依然として低調である。
		乗用車販売店（経営者）	・沖縄の女性死体遺棄事件や、東京都知事の政治資金問題、大手自動車メーカーの燃費不正問題など、国内には問題が山積していて、国民が消費を増やす雰囲気ではない。今後、夏のボーナス商戦に入っても、例年ほど百貨店や小売店の売上は増えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・コンパクト車全体の受注は安定しているが、高収益車の受注が伸び悩んでいる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・これからも値上げは期待できないため、利益が間違いなく圧迫される。
		一般レストラン（経営者）	・景気の見通しが非常に不透明であり、外食に対する支出は厳しくなりそうである。
		観光型ホテル（経営者）	・6月も団体客、個人客共に、昨年よりも先行予約がかなり少ない。ここへきて、来客数の動きは昨年よりも確実に悪くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		観光型旅館（団体役員）	・旅館の各施設では先月から耐震工事が始まっているため、収容人員や仕入れのほか、売上が減少するのではないかと懸念される。あと1年半ぐらいの間に9施設前後の耐震工事が予定されている。		
		都市型ホテル（支配人）	・当面はマイナス金利の影響や、熊本地震の復旧・復興、梅雨入りなどで、回復が遅れると思われる。景気の良くなる材料は見当たらず、景気回復には時間がかかりそうである。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調は続くが、高止まりの状態であり、今後の大幅な増加は見込みにくい。宴会の予約状況も悪く、企業関係からは景気の良い話が聞こえてこなくなっている。		
		都市型ホテル（客室担当）	・円高によるインバウンドの集客不足に加え、最近の宿泊料の高騰に伴う国内客の敬遠などもあり、先行きは非常に不安定である。		
		都市型ホテル（総務担当）	・節約志向が強まってきたのか、それとも宿泊単価が上がりが過ぎたのか、原因は不明であるが、国内客の動きが良くなく、予約率も悪化している。		
		旅行代理店（経営者）	・夏休みの海外旅行の受付の出足が良くない。リオオリンピックと参議院選挙は旅行にとって逆風であり、家電に消費が流れるほか、外出の動きにも影響が出る。とにかく、国内、海外共に、旅行の受付に力強さが無い。		
		タクシー運転手	・修学旅行の時期も6月中旬に終わるので、また下り坂になる。		
		通信会社（社員）	・顧客ニーズの多様化が予想以上に進んでおり、インターネットの接続サービスだけでは訴求力が落ちてきている。		
		テーマパーク（職員）	・恐らく伊勢志摩サミット後には方針が出る消費税増税の問題のほか、熊本地震によって各種イベントを自粛しないといけない気分になることが、景気を縮小させる空気を作る。何となくすっきりしない状態がいつまでも続くのは、やはり消費を停滞させる気分を生み出すと、つくづく感じる。		
		観光名所（企画担当）	・インバウンド客はある程度確保しているが、国内客の出足が今一つである。今のところ、前年の水準の維持は難しいと予想している。		
		競輪場（職員）	・良くなる要素がない。		
		住宅販売会社（経営者）	・客の希望物件をみると、利便性を求める傾向があるので、取引件数は落ちてくる。		
		住宅販売会社（従業員）	・これまで新築マンション市況をけん引してきた、大阪市内のタワーマンションの販売価格が坪単価300万円を超えてくることから、新規案件の売行きは鈍化する。		
		悪くなる		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・景気対策が前に進んでおらず、熊本地震や災害への対応も後手に回っているほか、マイナンバーも機能していない。
一般小売店〔花〕（店員）	・理由は分からないが、売上が落ち込んでいる。先の予約注文なども少なく、明るい兆しがみえない。				
百貨店（マネージャー）	・海外経済の下振れリスクへの警戒感が強いほか、国内の個人消費は停滞気味で、実質賃金の上向き傾向も一部に限られる。非正規社員などの低所得者や、団塊世代の完全リタイアで消費意欲の減退が進むなか、モノ消費が伸びる要素は少ない。そのため、消費税率を上げようが、先送りしようが影響はあまりなく、むしろ日本の構造的な問題であり、社会保障や雇用システムの将来設計のメッセージが必要と感じる。				
スーパー（経営者）	・給料は上がらず、消費税増税が実行されれば、当然に消費は落ち込む。				
衣料品専門店（経営者）	・ある程度は価格の高い商品が売れなければ、売上が低迷してしまう。				
乗用車販売店（経営者）	・浮き沈みはあるが、ゆっくりと下降しており、良いところがない。				
一般レストラン（経営者）	・近隣にスーパーがオープンしたが、安さが売りのスーパーではないため、人通りが増えていない。近くにあった高めめのすし店も閉店するなど、消費者はやはり安さ重視であり、財布に余裕がない。				
企業動向関連	良くなる			木材木製品製造業（経営者）	・受注量、販売量が増え、売上、利益共に増加する見込みである。
(近畿)	やや良くなる			食料品製造業（営業担当）	・これから梅雨の時期に入り、一時的に売上は下がるものの、今年は猛暑になると予想されているため、梅雨が明ければ売上は伸びる。

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		プラスチック製品製造業（経営者）	・メーカーの在庫整理にも落ち着きが見られる。手堅いながらも、必要な物は作っていくという意思を感じる注文が増えている。納期は通常どおりであるが、少量、多品種の注文が多い。
		建設業（経営者）	・不動産に関する問い合わせからの受注も増えており、不動産が動いていると思われる。この動きはしばらく続く。
		輸送業（営業担当）	・自動車部品の工場が来月から生産増となり、荷物量も増える予定である。
		広告代理店（営業担当）	・月末からは夏物処分のパーゲンセールとなり、売上は伸びる。
		広告代理店（営業担当）	・政治の状況次第では、新たな経済政策によって広告の仕事も増えるかもしれない。
		食料品製造業（経理担当）	・熊本地震の影響が気になるほか、伊勢志摩サミットでもあまり良い方向の話は出ていないため、不安がある。
		繊維工業（総務担当）	・利益率向上のために商品開発に力を入れているが、消費者の反応が期待したよりも鈍い状況が続いている。
		繊維工業（団体職員）	・主力商品である、白タオルなどが苦戦している。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・いつもと仕事量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客による生産の増加計画の情報がない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・夏は例年落ち込む傾向にあるが、今年も今のところは大きな需要も見込めず、例年どおりに少し落ち込む見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・製品によっては改善しつつあるが、鉄鋼全体では依然として生産が過剰である。
		金属製品製造業（管理担当）	・関西、関東共に目立った物件は少ないが、造船関連の受注が増えそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いが受注に至るまでには、長い時間がかかるので、短期的な景況としては横ばいである。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・中小企業では昇給が行われていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円高、株安の動きが感じられるところに、最近是不安定感も強まっており、かなり悪影響が出ると思われるため、しばらくは安定しない状態が続く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年の夏は猛暑の予想のため、エアコンや扇風機などの夏物商品の荷動きが活発になると期待される。ただし、あくまでも気温要因によるものであり、景気が良くなるとは言いがたい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今月は仕事の予定がない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の受注が増加傾向にあるものの、2～3か月の期間では大きな変動はない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品への反応が薄いため、状況は変わらない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気動向が低迷しており、個人消費も減少しているせいで、靴メーカーへの発注量が増えずに苦慮している。消費税増税の再延期についての話題が、唯一の好材料である。
		輸送業（営業所長）	・新規案件は増えつつあるが、運転手不足ですぐには注文にこたえられない時がある。
		輸送業（商品管理担当）	・来月は父の日があるが、母の日もそれほど売上は伸びなかったため、横ばいで推移する。
		通信業（管理担当）	・変動要素がないため、変わらない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・良くなる要素が見当たらない。それに対し、悪くなる要素はあちこちで見られる。
		金融業（営業担当）	・設備投資が少なく、取引先の売上は横ばいである。
		不動産業（営業担当）	・マイナス金利の影響で、不動産に対する銀行の融資態度が非常に甘くなっているため、不動産を購入する人が増える。ただし、实体经济が良くないため、賃貸市場も良くない状況が続く。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少傾向で上向き気配がなく、維持してきた購読数も落ち始めている。悪いなりに頑張るものの、これ以上落ちると苦しい。		
広告代理店（営業担当）	・東京、名古屋、九州は好調であるが、大阪だけが伸び悩んでいる。		
司法書士	・不動産はあまり動かず、良くなる要素も見当たらないので、このままの状況が続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・特に変化する要因がない。ただし、当社の業務は、熊本地震によって行政関連の予算や使途が限定されてくるため、厳しくなると予想される。
		コピーサービス業（店長）	・問い合わせ量にあまり変化がみられないため、今後数か月は現状維持が続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変わる要素がない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・これから夏場にかけて猛暑が予想されるが、行楽客の増加に加え、伊勢志摩サミットの効果もあり、インバウンド需要が更に期待できる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・過去の円安による大幅な輸入物価の引上げや、数量、品質ダウンなどの影響が、消費マインドの低下という形で徐々に顕在化している。景気動向は中期的には下振れ予想であるが、当面は低位ながら堅調な動きが続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・既存品の売上に大きな変動はないが、相変わらず安価な製品が中心に動いている。取引先の新店オープンの情報もあまり聞かれず、当社と取引のある設備メーカーも、新規の依頼が減ってきているようである。
		繊維工業（総務担当）	・国内景気の悪さで消費意欲が下がっているせいか、買い控えが起きている。
		化学工業（経営者）	・得意先や業界内の良い話がほとんどなく、先行きが不安である。
		化学工業（企画担当）	・連休の特需で、一時的に食品関連産業は売上が伸びた。ただし、今後は梅雨から夏季の消費低迷期に入っていくため、景気は伸び悩む。
		化学工業（管理担当）	・消費税増税の問題がどうなるかが不透明なほか、米国による利上げの6月実施が定かではないため、円安、株高傾向には移行しない。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の取引先による、発注の内示数量が落ちてきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最近までは、やや良くなると期待してきたが、今回の伊勢志摩サミットでの首相発言などをみて、急に不安になってきた。V字回復どころか、パニックが起こらないかが心配である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注の減少が著しく、ノルマの半分程度にとどまっているほか、引き合い件数も増えてこない。
		建設業（経営者）	・人材不足のため、公共工事はもちろん、民間工事でも請負を断らざるを得ない可能性が出てきている。
		輸送業（営業担当）	・配達件数の伸びる要素がないので、このままでは減る一方である。
悪くなる	経営コンサルタント	・身近なところでは、消費税率の引上げや物価の上昇により、消費は停滞している。その影響で企業側も思い切った投資ができず、社員の採用にも非常に慎重になっている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・為替が円高傾向となっており、輸出関連業者への販売が停滞している。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・製品に競争力がなくなって、代理店が離れてしまうことで、販路が更に減っていくと予想される。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気の先行きは回復が見込めない。	
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）	・7月にはある程度回復することが予想される。
		職業安定所（職員）	・生産用機械器具製造業の求人が増加しており、設備投資の拡大が期待される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後に辞める社員の補充や、参議院選挙の出口調査などの大型案件もあるため、注文の増加が見込まれる。登録者数が増えており、マッチングしやすい状況になっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲はまだまだおう盛であり、今後も期待できる。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・景気を変動させる要素は様々であるが、右肩上がりの回復傾向に変化はなく、派遣業界の動きはこれから更に活発になる。IT関連での人材の取り合いだけでなく、自動車業界では派遣を活用する動きが戻る可能性もあるため、人材の争奪戦が活発になる。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業側の基準が変わらず、求職者との求人内容のミスマッチが埋まらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		人材派遣会社（役員）	・企業からの採用オーダーが減ってきている。	
		アウトソーシング企業（管理担当）	・しばらくは今の状況が続くそうである。	
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数に動きがみられない以上、この先の景気の方向性についても動きはない。グローバル経済の下では、国内の経済要因よりも、英国のEU離脱問題や、米国の大統領選挙の行方、相変わらずの中国経済の減速傾向といった外的要因によって、この先の景気が左右される。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・参議院選挙や消費税増税などがどうなるかは全く未定で、見当がつかない。各種の数字も前年並みを予想している。	
		職業安定所（職員）	・このところ求人数は増加傾向で、求職者数は減少傾向で推移しており、全体的に雇用失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所に対する今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持か、やや明るいとする事業所が多い。	
		職業安定所（職員）	・大多数の事業所が現状維持と予想している。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・変化の要因が見当たらない。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・すべてにおいてインパクトのある材料が見当たらない。	
		やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・首都圏では、広範囲にわたって大型の建設作業員用の宿舎が進出、展開しているとの報告がある。その反面、関西圏では工事着工の兆しが無いとの声が聞かれる。
			民間職業紹介機関（営業担当）	・世間では夏のボーナスが減ってきているなど、全体的に消費減速につながる要素が多く、そろそろ企業の拡大戦略も変化してくる。結果として、採用環境も以前に比べて悪化すると感じる。
学校〔大学〕（就職担当）	・採用人数を昨年に比べて絞っている企業があるほか、内定状況も悪くなりそうである。			
悪くなる		-	-	

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	良くなる	観光型ホテル（営業担当）	・来月、再来月と地元でイベントが盛んに開催されるため、それに便乗した来客数増加に期待できる。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・ギフトシーズンに入るとともに、同じグループに加盟する食品スーパーが今年は撤退したため、そこを利用していた客を獲得する施策を実施する。
		スーパー（店長）	・季節に応じて夏が暑くなれば、冷夏のときより季節商材の動向が良くなる。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税増税の再延期の話が出ているほか、今年の夏は猛暑との予測が出ているため、飲料やアイスなどの消費の伸びが期待できる。
		スーパー（販売担当）	・来客数、売上共に2～3か月前より良くなっており、しばらくはこの状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・気温上昇により中食や飲料等の売上が上昇に転ずる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・前年以上に熱い夏が予想されていることと、当地域が注目されたことから、外国人観光客の増加に期待が持てる。
		家電量販店（販売担当）	・気温がこのまま上がれば売上が増加する見込みであるが、パソコンの動きが悪いのが不安である。
		乗用車販売店（総務担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響が気がかりではあるが、ボーナス商戦への影響は少ないと見込んでいる。
		乗用車販売店（店長）	・熊本地震の影響が落ち着き、ボーナスシーズンでもあるので、客の動きに期待が持てる。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィーク明けに景況が悪化したが、農繁期が終われば徐々に客は増える。暑くなるとピヤガーデンが始まるため客足は増える。
		通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなる。
		通信会社（総務担当）	・新規契約について割引料金が適用になるキャンペーンを実施するため、契約件数の増加が見込める。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休みや盆休みなど、夏の休暇の時期に多くの来園が期待できるが、そのほかで来園が見込める要因はなく、大きな景気回復とならない。
		競艇場（職員）	・8月には盆レースと女子レースの開催が予定されており、売上が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		住宅販売会社（営業所長）	・土地のない客の動きが多少良くなっており、当社の土地確保も順調に進む。
		住宅販売会社（営業担当）	・梅雨明けから販売数が伸びる傾向にある。
		商店街（代表者）	・商店街の周辺の人、当店の営業マン、客などとの話題にはあまり良い話が上らない。
		商店街（代表者）	・客が金を使わず余計な出費を減らしているため、購入単価が低下する。
		商店街（理事）	・景気がやや悪くなっており、良くなる材料はない。
		商店街（代表者）	・地方では収入が増加せず、食料品は値上がりしており、客の買い控えは続く。
		商店街（代表者）	・夏のボーナスシーズンとなり、景気動向がやや良くなる期待もあるが、参議院議員選挙、消費税率引き上げ、円高株安等もあるため、今月同様に厳しくなる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客は増加しているが、日常の買いまわり客が激減しているため景気に変化はない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・中心市街地の空洞化に伴いマンション建設が増えている。人口が増えたことで児童数は増加したものの、商業エリアに売上や来客数の増加につながる恩恵がない状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・現在の国内景気の厳しい状態が続く不安がある。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・世代交代で代表者変更のゴム印注文はあるが、会社設立に関する注文は少なく、前向きな動きがない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税率引き上げ問題と円高基調での経済環境が景気に与える不安感がある。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税が再延期になればプラス材料となり、今以上の消費の落ち込みは防ぐことができる見込みがある。
		百貨店（営業担当）	・金融市場の不安定な状況に加え、地元企業に関係が深い大手自動車メーカーの燃料不正問題が依然として影を落としており、好景気となる材料が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・毎月前年をクリアすることがやっとの状況で、5月の婦人服の売上も厳しい。秋冬受注会を行っているが、前年の受注金額を大きく下回っている。この数字が9～10月に計上されるため、秋冬も厳しい状況に陥る。
		百貨店（販売促進担当）	・お中元セール、夏セールと大型商戦がスタートしてくるが、7月には選挙も予定されており、お中元の動きは後半型になる見込みである。現在の客の動きからは単価の低下が想定されるため、景気の回復には今しばらく時間がかかりそうである。
		百貨店（営業推進担当）	・お中元シーズンに入るが、今年は選挙や熊本地震の影響で景気に厳しい見込みを想定しており、現在の景気動向が当面続きそうである。
		百貨店（売場担当）	・衣料品メーカーが極端に在庫を絞っており、今後のクリアランスセールの盛り上がりにも期待できる要素がない。
		百貨店（購買担当）	・春から初夏にかけて衣料品部門が厳しい状況で、春物の割引などを仕掛けても、客はぜいたく品や必要ない商品は購入しない傾向がある。2～3か月後はクリアランスセールの真っただ中であるが、そうした客の姿勢は変わらず、厳しい状況は続く。
		百貨店（売場担当）	・夏の最大商戦であるお中元関連でも売上が伸びる要素はなく、逆に参議院議員選挙があるために厳しい状況となる。セールも年々低下傾向にあり、現在より良くなる要素は何もない。
		百貨店（人事担当）	・地元の大手自動車メーカーの燃費不正問題や熊本地震などの暗いニュースが続き、明るい話題が少ない。
		スーパー（店長）	・来客数が前年を割っているが、売上は前年の102.5%で推移しており、客単価が上昇して売上を維持する状況が続く。
		スーパー（店長）	・天候次第で販売量と単価が大きく変動する。
		スーパー（総務担当）	・ここ2か月くらいは主力の魚や野菜などの生鮮食品が伸びておらず、景気に上向き感がない。
		スーパー（業務開発担当）	・競合他社との価格競争激化で苦しい状況が続く。
		スーパー（管理担当）	・消費が飛躍的に伸びる要素はなく、売上増加は望み薄であるため、現状維持で推移する可能性が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売担当）	・近隣に大きなショッピングセンターが開店したので、イベントを行っても以前より来客数が増えない。6月の父の日関連でも、客単価が低下したり金がかからないようにする傾向が増える。
		コンビニ（エリア担当）	・近隣スーパーの競争が激化しているが、オーバーストアの傾向なので、当店の客単価や販売量に変化はない。
		コンビニ（支店長）	・現状が若干上向き傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	・客単価は前年より高いが、来客数は前年の90%で、買上点数も前年より少なく、景気に変化はない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の再延期を話題にする客が増えていることから、駆け込み需要はなくなるため、現状から上向くことはない。
		家電量販店（店長）	・暑くなってきたが、白物家電、特に冷蔵庫やエアコンの出足が鈍い。
		家電量販店（企画担当）	・4月以降景気が上向きつつあるので、数か月後もやや良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入はあるものの、大型商品ではないため大きな増販は見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・ここ数か月、客の家計事情は低水準で推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	・これといった要因がないので変わらない。
		住関連専門店（営業担当）	・景気を判断する材料はない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・変動の要因がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では人口減少が進んでいるため、景気は本当に厳しく景気浮揚は考えられない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・香港以外にも外国人客の来客数は増えてはいるものの、燃費不正問題を引き起こした大手自動車メーカーの地元工場の状況が今のところはっきりしないので、先行きは不安である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気回復が見込める要素があまり見られない。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・この先の予約は前年より鈍い状況であり、特に法人関係の予約が前年より厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・地方では給与や賞与の増額が目に見えず、今後とも節約志向は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・ここ数か月景気の良い状態が続いているが、これ以上良くなることはない。
		一般レストラン（店長）	・観光客の増加は今後とも一定数望めるが、一般客の商圏が郊外に移ってきているため大きな伸びは期待できない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・商圏人口は減少傾向であるが、大手外食チェーンの出店が続いている。前年にはなかった4店舗が半径500メートル以内に出店しており、さらにもう1店舗の出店が予定されている。狭小圏内で同種間競争に陥らなければすみ分けができ、現状のまま推移できる。
		スナック（経営者）	・今後相当なことがない限り、景気が良くなることはない。
		都市型ホテル（企画担当）	・夏季の集客時期に当たり、団体などの先行受注も前年より上回っているが、熊本地震による自粛ムードの影響が継続する。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊や宴会の予約状況に大きな変化はなく現状が続く。
		都市型ホテル（総支配人）	・学会や大会による先行予約は多いものの、今月同様に不透明感がある。特に選挙で動きが鈍る可能性が高い。
		タクシー運転手	・良くなる材料がない。選挙があればまた一段と動きが鈍くなる。
		通信会社（社員）	・販売量の状況が前年とあまり変わらない。
		通信会社（営業担当）	・客単価が上昇に転じておらず、現状で販売量は横ばいである。消費税増税の再延期気配となっているため、当面景気変動はない。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先を見ても現状と変わらない。熊本地震の影響が続く、インパウンドの予約が止まったままである。
		美容室（経営者）	・各業種で人材難が目立ち、中小零細企業、特にサービス業の景気は今のところ回復の見込みが薄い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・当店同様安売りで集客しなければならぬ同業者が多く、売上が低下しているため、今後売上が伸びていくことはない。
		設計事務所（経営者）	・受注の二極化が起きているため一部では活気があるが、押しなべると低調な状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・行政の地方移転が全く進まず、無駄を省く財政改革に対しても政治家にやる気が全くみられない。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が再延期となりそうで、駆け込み需要も期待が持てず、相変わらずあまり動きは見込めない。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が再延期になる見通しなので、駆け込み需要もなくなり、現状から大きく変化することはない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げや熊本地震など、景気好転へのきっかけが見当たらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・オーバーストア、デフレ、少子化、インターネット販売に苦しめられている。客は安くても購入せず、デフレは続く。
		商店街（代表者）	・販売価格の値上げが続いているが、客の賃金は上がりず、特に高額商品の動きが厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率引上げの影響が続く。
		スーパー（店長）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題で工場の操業が止まっている。当町の就労者人口のかなりのウエイトを同社関係会社が占めているので、景気が良くなる状況ではない。
		スーパー（店長）	・燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの影響で、地元下請にも雇用調整が入っている状態であり、今後消費意欲が下降に転ずる恐れがある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の動きが鈍っており、チケットやカード類の動きが悪い。食料品以外の商品やすぐには必要ない商品で客の買い控えが発生しており、今後経済状態が改善しなければ現状が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・一般的に原材料の値上げに伴って様々なものが値上がりしてきており、最終的に商品価格が上昇し販売が難しくなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・現在の景気状況では売上が悪くなって当たり前であり、政府が客のマインドを盛り上げる何らかの政策を行わなければ、不景気になる一方である。大手メーカーばかりを優遇せず、地方の小売店にも目を向けた政策が望まれる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生といっても何もしない街に人が来ることはないし、景気が良くなる材料もない。地方に出店した全国チェーン店に客が流れ、一般商店の経営は厳しくなる。抜本的に日本経済を考えなければ景気は良くならない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・団体客も土日の一般客も相変わらず少ないままである。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリアとつながる高速道路の交通量が減少する。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・給料が上がらないのに物価が高くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客の利用金額が上昇せず、飲食業界では値下げ等も考えるところがある。
		旅行代理店（経営者）	・県内では燃費不正問題を引き起こした大手自動車メーカーの関連企業が今後どのようなようになるかが問題となる。
		旅行代理店（営業担当）	・選挙により政党勢力が変わることはなく、大きな変化は期待できない。
		タクシー運転手	・大手自動車メーカーの燃費不正問題で県内工場の生産が止まっており、その影響が懸念される。
		通信会社（広報担当）	・新商品を出してはいるが、販売数にはほぼ動きがない。ボーナス商戦期になっても安いものしか動きがないと予測される。
		通信会社（企画担当）	・消費税率引上げが話題に上り、再延期と実施のいずれに対しても客の関心は高い。これからの見通しは楽観的でなく、おおむね厳しいとらえ方がされているため、今年の下半期も消費には抑制がかかる。
		テーマパーク（営業担当）	・3か月予報では気温が高くなり猛暑が予想され、屋外施設の入園者数は伸び悩む。
		テーマパーク（管理担当）	・熊本地震後、入館者数や商品販売高等が減少傾向にあり、このまま推移する。

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
		美容室（経営者）	・例年であれば暖かくなって乗客数が増える時期であるが、今月はそれほどでもないことから、これから暑くなりボーナス時期を迎えても忙しくなる期待は持てないので、現状より景気は悪くなる。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税の再延期のニュースが出たため、住宅建築を少し先延ばしする客が出て動きが鈍くなる。
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・選挙の影響がある。
		スーパー（販売担当）	・衣料品で合物がほとんど売れていない。天候の影響もあるが、それ以上に出費を抑えようとする客の意識の強さがあるため、景気は決して良くなり、当分この状況は変わらない。
		スーパー（財務担当）	・燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの製造停止の状況が続いており、その影響が広範囲に広がって従業員の収入減の不安から節約が広まり、来客数や買上点数が減少する。
		乗用車販売店（統括）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響で軽四輪車の販売が止まっており、厳しい状況が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・中国経済の悪化が世界に影響し、米国の大手金融機関の破たん以上の不況が来るとマスコミが報道することが、消費者の買い渋りや格安のアジア製品の購入につながっている。更には最も需要の割合が高い若年層の人口減少が不況に拍車をかけている。
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・製品のマイナーチェンジなどが予定されており、多忙な状況が続く。
	やや良くなる	金属製品製造業（総務担当）	・補助金の採択可否が6月に判明することから、得意先からの受注が増加する見込みである。
		輸送業（支店長）	・父の日ギフトと同様、お中元の発送見込み量は前年をかなり上回る予測で推移している。ギフト関連と通信販売関連が堅調で、前年よりもかなり伸びる。
		通信業（営業企画担当）	・モバイル、モノのインターネット、セキュリティと新たな利用方法について各社で活用方法が検討されており、提案の種となる案件が増加している。
		金融業（貸付担当）	・マイナス金利政策の影響からか、新規住宅ローンの申込に限らず、既存住宅ローンの借換え案件が増加している。住宅着工件数が増加し、金利低下により家計収支が改善することで、景気は少しずつ良くなるが、消費税率引上げとなれば、また動向は変わる。
		広告代理店（営業担当）	・夏の行楽シーズン到来で、客からの販売促進相談や問い合わせがきており、受注の進展が期待できる方向で対応している。
変わらない	農林水産業（従業者）	・4月は巻き網漁のアジ、サバ、イワシの漁獲量の減少と魚価の低迷で、水揚げ数量、水揚げ金額共に伸びなかった。理由としては海水温度の上昇である。	
	食料品製造業（総務担当）	・人材補強ができておらず、売上が維持できるか不安がある。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・個人消費の上昇が実感されず、為替や株値にも不透明感が増す。	
	化学工業（総務担当）	・国内景気がなかなか上向かない。中国の景気減速で国内にも様々な影響が出ているが、この影響を払しょくできるような施策も見当たらない。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け生産は現行水準が継続する見込みである。建設案件もこの期間中フルに対応が必要であるため、現在の基準外労働時間水準も継続する計画である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・各社の活動水準が好転する情報はまだ出てきていない。また主原料、鋼材市況、スクラップ市況の上昇を受けて、鋼材価格が値上げとなる動きになりつつあるが、実需が伴う今年の下期まで景気は横ばいとなる。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・現状が大きく変化する要素がない。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・2～3年の中長期的視点では悪化を予測しているが、短期的には大きな変化はない。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注量が若干減少傾向にあるものの、ほぼ年度計画通りの内示量となっている。	
	建設業（総務担当）	・熊本地震による影響の予測ができない。	
	建設業（総務担当）	・予定物件が順調に受注でき、来年春まで施工担当者も空きがない状況である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・熊本地震の影響は少ないが、景気のコロ入れがないことから好転の見通しが立たない。
		金融業（融資企画担当）	・円高進行により自動車輸出の減速が懸念されるが、現状程度の為替水準であれば大きな問題はなく、中国と北米での販売好調をけん引役として、当面自動車部品メーカーは高操業を維持する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないため、2～3か月先は現在同様の状況が続く。
		会計事務所（職員）	・マイナス金利政策のために住宅着工件数が増えると予想していたが、都銀の住宅ローン金利は今年になって逆にやや上昇してきている。そのため住宅着工に踏み切れない客が出てきており、工務店などの建設業者が波に乗れない状況になる。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・業界全体の動きが鈍い状況にあり、景気が良くなる話の一つもない。
		化学工業（経営者）	・国内景気は引き続き停滞感が強く景気浮揚要因が見当たらない状況にあり、競合他社との販売価格競争もますます表面化する。
		鉄鋼業（総務担当）	・主力の自動車関連の動きが鈍く、これといった伸びを期待できる材料が見当たらない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・熊本地震の影響が自動車等の各産業に残っており、楽観できない状況が続くそうである。タブレットの出荷量が大きく減少し、韓国系スマートフォンの生産量も大幅に減少する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税率引上げのインパクトがいかほど影響してくるのか織り込み済みといえども計り知れず、不透明である。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内景気の低迷が続く現状であり、見通しは暗い。
輸送業（総務担当）		・熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題による自動車販売不振の影響が現れてくると危惧している。	
悪くなる	輸送業（経理担当）	・既存客からのオーダーが少なく、新規で見込んでいた業務も開始時期が遅れるなど、輸出入も国内も低調で、今後景気が悪くなる。	
	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。	
雇用 関連 (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の再延期の影響で各社とも控えていた設備投資や人材採用を検討する。
		人材派遣会社（支社長）	・例年通りの動きであれば、これから年末に向かって食品などの製造業で生産が拡大し、それに伴って求人数が増加する見込みである。
	変わらない	求人情報誌製作会社（営業担当）	・現在の状況から判断して、次年度の採用でも求人意欲は引き続き高く推移する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用、中途採用共に求人数の横ばいや増加は継続する。過去最高の求人数を継続中の建築土木の技術者、エンジニア、ITエンジニア、金融・営業・管理部門、企画マーケティング部門、クリエイティブ部門など好景気を裏付ける職種での募集が増加傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復への期待感と現状感覚にかなりのずれがあり、それが景気は決して良くないという見方を生んでいる。ゆっくりと時間をかけて中小零細企業にも景気の波が入り込み始めている。
		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は、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）	・熊本地震の影響で相談に訪れた事業所は今のところないが、今後は不透明であり、景気に影響が出ることを危惧している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・近年の大手ディスカウントストアやドラッグストア、さらに大手コンビニチェーンの出店ラッシュの影響から業績が悪化し、破産手続きとなった30人規模の老舗スーパーがあったほか、小規模小売店で事業廃止が数件みられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・国内大手自動車メーカーの燃費不正問題、大手電機メーカーの外国企業による買収、海外大手自動車メーカーの国内撤退など不安要素が多い。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）		・景気好転が望めそうもない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる要素が見つけないが、消費税率上げをにらんで駆け込み需要が出てくる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題などが景気に影響を及ぼし、それが今後も続く見込みである。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・例年6月から求職者の動きは低迷する。大手自動車メーカーの燃費不正問題のような突発的な外部要因により、営業活動に長期的な影響が出ることは必至である。地元企業の採用意欲は向上しているが、その大半は直接雇用が多く見受けられる。派遣利用のメリットを打ち出すとともに、活発化している転職市場を通じ、地域経済活動の促進を意識したフォローを強化していく。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価の低迷や円高など、従来のマイナス要因に加えて、大手自動車メーカーの燃費不正問題によって雇用形態にも不安定な状況が続き、それに伴い関連企業だけでなく、個人消費活動にも影響が及んでおり、回復が見込めない状態が続く。
		職業安定所（雇用開発担当）	・燃費不正問題を引き起こした大手自動車メーカーが上位のメーカーの傘下に入ることが決定したが、下請の生き残り競争が激しくなることが危惧され、経営の安定性が見通せないことから、状況が厳しくなることが懸念される。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題が景気に影響を及ぼす。
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	スーパー（統括担当）	消費税増税の再延期を受けて、随分と明るくなるのではないかとと思う。
		コンビニ（店長）	買上点数、客単価が上昇しており、お客様の購買力が回復していると感じる。
		住関連専門店（経営者）	貸出金利が低下しており、住宅着工件数が増加傾向にあるようなので期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	夏になるとお中元としてのビール等が売れるので良くなると思う。
		旅行代理店（営業部長）	先週から店頭での相談件数も増えた感じに見受けられる。参院選挙・オリンピック等で外出控えが気になるが、復興支援や復興特需等にも期待したい。
		タクシー運転手	梅雨入り後ぐらいのタイミングになると思うが、飲食をする頻度が増えると思う。昼間の病院送迎等のタクシー利用は少なくなるが、やや良くなってもらいたいという希望もある。
		通信会社（営業担当）	5～7月にかけて新商品が発売される。
		通信会社（企画）	オリンピックシーズンに入るため、TV業界は多少良くなる事が期待できる。
		設計事務所（所長）	賃貸マンションの建設が増えてきた。また、消費税増税が再延期となる見込みのため、事業を再開する人も出てきた。
	変わらない	商店街（事務局長）	政府による経済政策が大きな影響力を持つが、期待できる施策が打ち出せるかは疑問である。株価が18,000円を回復しないと消費環境は上向かない。
		商店街（代表者）	商店街内の空き店舗が、飲食店を中心に開店しだした。また、公共博物館の完成も間近であり経営者のマインドは改善しているように思うが、消費マインドが改善しないことから、売上につながっていない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	プラス要因を強いてあげるなら、インバウンド（特に中国人）が確かに増えていると思う。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	消費税増税を前に開業をするところが多く、御祝用品の予約が多く入っているが、個人消費が減ってきているので、変わらない。
	百貨店（販売促進担当）	消費税増税の再延期の可能性が高まるも将来的な不安は拭えず、現状のやや厳しい傾向が継続する見通し。	
	スーパー（企画担当）	地元企業の賞与の状況により、若干の伸びは期待できるかもしれないが、大きな伸びにつながるとは考えられない。	
	コンビニ（総務）	天候や気温に大きく左右されるが、景気が良くなる要因が何もない。	
	コンビニ（商品担当）	外的環境含めてやや悪い状態が続くのではと思う。	

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
		衣料品専門店（経営者）	消費税増税の再延期の可能性が高くなったため、このまま推移すると思われる。
		衣料品専門店（総務担当）	現状では顧客心理が改善する傾向になく、客との電話でのアプローチでも来店に繋がらない状況が続いているため、当分は今のよう状況が続くと考えている。
		家電量販店（店員）	オリンピックと猛暑でテレビとエアコンの売行きを期待したいが、現状不透明。
		乗用車販売店（従業員）	ガソリン価格も上昇しており、現在の状況から新車販売台数の増加には期待が持てない。
		乗用車販売店（従業員）	熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響が考えられる。
		乗用車販売店（従業員）	小型新型車の投入により、販売量の増加が期待されたが、思うような伸びが見えない。軽自動車の販売も苦しく、全体的な景気低迷が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	軽自動車市場では、このまま低水準で推移する見込み。
		乗用車販売店（役員）	新型車発売があると上向きになるが当面モデルチェンジがない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	必要な物しか購入しない姿勢が強くなり、良くなる要素が見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	道後はそれなりに伸びているが、四国全体で見ると、必ずしも熊本地震の影響がプラスに出るわけではなく、中央構造線の問題もあり、そんなに売りやすい状態にはない。
		都市型ホテル（経営者）	予約件数を見たところ、あまり変わらない状況。熊本地震による自粛等があったが、これ以上何もないなら、普通に動いていくのではないかと感じている。
		通信会社（支店長）	特に、大きな変動をもたらす材料は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	夏の商戦時期に入るが、総務省指導による端末購入価格の上昇により、買換えマインドが期待するほど喚起されないのではないかと。
		観光遊園地（職員）	現状、観光客の増減など、変化の兆しが見えないため。
		ゴルフ場（従業員）	今月が良かっただけに、そのままの状況ではないような気がする。予約件数も減少してきており、やや悪くなるのではないかと。
	競艇場（職員）	6月には周年記念競走が開催され売上増加が期待されるが、いかに来場してもらおうかが鍵を握っている。地元選手の活躍や人気選手の斡旋ができるかが売上増加に寄与する。	
	美容室（経営者）	特に変化がない。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	消費税の増税が控えている上に多少の物価上昇で個人消費が控えめになっていく。
		商店街（代表者）	自然環境や伝統文化を生かした街づくりを20数年に亘り続けてきたが、先行きが見えにくくなってきた。コンパクトシティ構想のなかでしか地方都市の再生は困難だと考えている。
		百貨店（営業担当）	先行きがまだまだ分からない。
スーパー（財務担当）		消費者の節約志向は更に強くなる。	
衣料品専門店（経営者）		客の動向を見ても悪くなることはあっても良くなることは無いように感じる。消費税が10%になれば地方の小売業は壊滅状態になるのではないかと。とにかく消費が悪すぎる。	
タクシー運転手		夏は今以上にお遍路向けの仕事が減り、水揚げはかなり悪くなる。暑くなれば街ではそれなりに動くが、それも天候に左右され、今より良くなることはない。	
住宅販売会社（従業員）		イベントでの集客が悪い。	
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見当たらない。	
	スーパー（店長）	ドラッグストア等の進出が続き、競合状況が更に厳しくなっている。ディスカウントが中心になってしまい、なかなか厳しい状況になっている。	
	コンビニ（店長）	消費者の生活防衛意識を感じる。安いもの、必要な量だけしか買わず、購買力は一段と下がった感じがする。現状では、改善はしばらくない。	
	スナック（経営者）	農繁期に入り、一層暇な日が続くのではないかと。	
	美容室（経営者）	先行きが不透明で、上向き気配が見られない。	
企業	良くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (四国)	やや良くなる	食料品製造業（商品統括）	製造の国内回帰は継続しており、少々の円高により停滞することはない。海外製造のメリットよりも国内基盤の強化を各社目指しており、客先も国内製造の選択・価格アップを許容している。よって、国内設備の投資は継続すると考える。
		木材木製品製造業	雇用・所得情勢が堅調な点から緩やかな持ち直しに期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	一般消費者の所得が上がらないため。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	インバウンドによるプラス部分の幅が小さくなりつつある。今のままでは、全体的に少し落ち込むのではないかと。
		鉄鋼業（総務部長）	低価格での見積がつづき、今後も受注状況は好転の兆しは見えていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	再生エネルギー設備の注文は減っているが、バイオマス発電設備の受注が増えており売上高はキープできることから、あまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経理）	得意先からの受注量に大きな変動が無く、また受注見通しの先行きについても変化を想定させる特段の要因を認めていないため。
		建設会社（経理担当）	民間工事が少し増加したが、競争が厳しく変わらない。
		建設業（経営者）	2～3か月では、悪い現況は変わらない。
		建設業（経営者）	今年度は、公共事業の予算規模が前年度並みで、かつ前倒し発注がされるとのことで、経営上はありがたく、心理効果も含めてプラスに寄与すると思う。しかし、売上額等、その効果が具体的に現れるのは、半年以上先になるものと思われるため、変わらないとした。
		輸送業（経営者）	何だかんだこのままの流れになりそうです。ただし、自然淘汰はあると思う。
		通信業（総務担当）	変動する要素が見つからない。
		金融業（副支店長）	日銀の政策に引っ張られ取引先企業にとっては調達コストが低下傾向にあるにもかかわらず資金需要は伸びておらず、景気の先行きに慎重な姿勢が感じられる。
	広告代理店（経営者）	一部の得意先では新店舗に伴う販売促進広告を受注しているが、多くの得意先では消費低迷とマインド低下が続いており、結果としてあまり変わらない見込みである。	
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	熊本地震以外に円高、株安などの影響もあり、市況が好転する明るい兆しが見当たらないことから、当面は厳しい状況が続くものと思われる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	市場は不透明感が強まっており、予測困難な局面に入っている。
		通信業（営業担当）	熊本地震の影響などで広告を控える大手企業が多い。また、その影響が長引きそうである。
		公認会計士	熊本地震の関係等から四国、松山においても、今後、地震が想定されることを非常に心配をしている地元経営者が多い。また、設備投資について非常に消極的な意見が増えてきている。
	悪くなる	輸送業（支店長）	軽油価格の上昇が経営を圧迫するのではないかと。
雇用 関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	夏商戦に入ることで、消費意欲も高まる。雇用拡大に伴い求人数も増加する傾向にあるが、期間雇用が中心となる。
		職業安定所（職員）	先行きの不透明さゆえに非正規労働で人手不足を賄う動きが変化し、正社員を採用して会社の構造を作る動きを感じる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	引き続き売手市場が続く中、直接雇用を積極展開している企業が多く、派遣スタッフとして登録や派遣できる機会の増大が期待薄である。
		求人情報誌製作会社（従業員）	例年、求人数が落ち込む時期になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	消費税増税の再延期を受けて大きくは下らない。低水準で安定して推移する。
		職業安定所	4月の有効求人倍率は1.28倍だが、前月3月は1.39倍で0.11ポイントの減少となった。しかし、昨年4月の有効求人倍率の1.09倍と比べると、0.19ポイント増加している。
		民間職業紹介機関（所長）	就職セミナーも終盤を迎えつつあり、今年度の採用人数は、前年と変わらない企業が多い。また、中小企業においては、予定人数を確保するのが難しいところが多い。
学校〔大学〕（就職担当）		求人は順調であるが、これは景気の変動とはあまり関係がなく、むしろ人員確保の必要性からと思われる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当） 求人情報誌（営業）	求人倍率が上昇傾向にあり、派遣業界に求職者が登録する数が激変しているため、派遣業の景気は不安視される。 中央資本の大型ショッピングセンターのオープンにより、広範囲での周辺店舗が集客、人員確保の面で苦戦している。地元資本の中小企業が経営する店舗では、店舗の閉鎖等を視野に入れているところもある。
	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	通信会社（企画担当）	・熊本地震の影響もあるが、国の復興予算や広域の事業も動き出し、引き合いも少しずつ出てきている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・当面は広域から来街が予測される。
		百貨店（販売促進担当）	・お中元商戦やクリアランスセール時期に入り、客数が増える見込みである。
		百貨店（経営企画担当）	・熊本地震以降、消費マインドが低迷し、売上もマイナス基調で推移していたが、ゴールデンウィーク期間は来店客も伸長し回復してきている。消費税増税の再延期もあり、景況感徐々に回復すると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・3か月予報によると今年は猛暑の予報が出ており、季節商材等の動きが活発化する。
		家電量販店（店員）	・先日、消費税増税の再延期が発表され、買い控えていた人が消費に動くのではないかと期待している。アベノミクス失敗と野党は言うが、倒産件数が減っていることからアベノミクスは上手くまわっている。これからオリンピックもあり、家電販売店としては大型テレビの売上を期待している。暑くなってエアコンが売れることも期待している。
		家電量販店（店員）	・暑さが若干来ており、エアコンが動き始めた。このまま気温が上がってくれば、この2～3か月は調子良くいける。季節頼みというところがあるが、冬が暖冬だったのでこの夏場は気温とともに冬の反動が出てくればそれなりの数字が取れる。
		家電量販店（総務担当）	・猛暑の予想もあり、夏物商材に期待している。またオリンピック特需もそろそろピークを迎える時期なので、映像関連商品に注力していく。
		家電量販店（従業員）	・暑くなってきたので冷房器具が売れ始める。
		ドラッグストア（部長）	・インバウンドの客が熊本地震直後に大きく減ったが、5月に入り持ち直してきている。熊本地震前の水準にはまだ戻っていないが、着実に回復に向かっており、業績を下支えする要因となる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・2～3か月の間にプラスやマイナスになるような大きな要因はなく、今月のやや良くなっている状況は継続する。
		高級レストラン（経営者）	・5月が相当悪かったのもこれ以上悪くなることはない。熊本地震から1か月経過したあたりから少しずつ電話が掛かってくるようになり予約も入ってきたので、今後の先行きとしては5月よりは良くなる。
		観光ホテル（総務）	・今後の余震の状況で大きく変わる。余震が収まっていくことを前提にやや良くなる。
		観光型ホテル（専務）	・当地は全く熊本地震の被害がない事をこれから認知され、景気が良くなるだろうと見込む。
		都市型ホテル（副支配人）	・九州のなかでも当県は被害がないということが浸透し、熊本地震で消えた客が日程変更し、あるいはそれ以外の客も当県に入ってくるようになった。
		旅行代理店（従業員）	・関東及び関西地方の大型テーマパークが共に15周年を迎え、今まで出控えていた消費者が夏休みに動くと思われる。また、九州域内への旅行に対して、国からの補助金も決定したことが、需要喚起へと繋がる。
旅行代理店（企画）	・過去の状況等を考えると、3か月後には少し上向きなってくる。		
タクシー運転手	・新たにできた大型客船のクルーズセンターの影響等で外国人観光客のタクシー利用が増えており、夜の繁華街の出入は多少減っているが、当地での安定は保たれている。		

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
		理容室（経営者）	・梅雨に入りこれから少し暑くなるので、業種としてはやや来店日数が縮まって早くなるので客数的にも1か月単位で言うと来客数が増える。
		美容室（経営者）	・2～3か月先の景気は多分今より良くなる。夏場に向かって当業界も少しは鈍くなるが、季節の変わり目でおしゃれシーンが活性化してくる。
		設計事務所（所長）	・いつもの月より少し資料が増えて打合せの件数も増えている。消費税絡みでもないのだろうが、やや仕事量は増えているため、景気は少し良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークのイベント来場も前年を2割程上回り、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス事業公募開始に伴い受注も良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・将来の景気については今のところ予測不能である。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後は例年通り減少傾向になる。その分、製作業（印刷、印鑑、ゴム印他）での売上上昇を目指す。
		商店街（代表者）	・景気対策で潤っているのはごく一部で、ほとんどの人は収入が増えていない。年金受給者は差し引かれる金額が増加するだけで収入そのものははるかに減っている。こういう状況で景気は良くなるらない。
		商店街（代表者）	・熊本地震の収束宣言が出され安全が確認されれば、かなり観光客等増えて好循環へ変わるが、いまだにそういった状況ではないので、しばらくはこの状況が続く。
		商店街（代表者）	・単価は上がらないが買上点数や来客数が増えているため梅雨時の天候にもよるが売上は順調に推移する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・6月になると、新たな漁も解禁になり動きが出てくる。天然タイやクルマエビ、ハモ等も入荷してくるので少しは良くなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・暑くなると人通りも少なく、冷たい商品は毎年好調である。消費税増税の再延期で消費者の購買意欲に期待する。
		百貨店（営業担当）	・全店でのDM催事による来店促進策により、固定客の自社クレジット・外商顧客・友の会会員の来店日数・買上額が共に上昇した。また、景気後退感の継続と、報道効果もあり、5月末まで会員数・口数共に増加、自社クレジット募集も連続で目標達成した。反面、買物への慎重さが増しつつある。紳士・婦人雑貨と特選ブランドや化粧品は好調。苦戦の紳士・婦人衣料も回復してきたが二極化がより際立っており、購買への慎重さは継続している。
		百貨店（営業担当）	・回復するかどうかは6月20日以降の夏物商戦の動向を見ないとわからない。お中元については手ごたえがある。
		百貨店（マネージャー）	・熊本地震の影響は徐々に薄れていくが、景気に対する先行きへの不透明さは続いており、現状消費動向にプラスに働く要素がない。
		百貨店（営業統括）	・サミット、選挙と続く中、景気回復の具体策が出てくる可能性も低く、お中元ギフト等が控えられる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・ファッション衣料は夏物も大きく伸ばすことは期待しづらい一方、夏が平年より暑く長くなる予報を踏まえると盛夏物の雑貨は健闘する。夏休みの人出は熊本地震直後を乗り越えて回復すると、土産等雑貨・食品が売れると見込まれる。
		百貨店（売場担当）	・先月、今月ともに入店客数が前年を超えている。入店するが購入しない客が多い状況が2か月続いている。衣料品部門については前月比90%である。海外ブランド撤退の影響がある。食品がけん引して前年度を超える水準を維持している。催事は前年並みである。他店状況を見ても前年との攻防で、衣料品が回復してくると伸びる。
		スーパー（経営者）	・熊本地震の余震の継続や南海トラフ地震への不安感、また全体的な今後の対策についての不安感が足を引っ張っている。
		スーパー（店長）	・気温変動が非常に激しく、今後、梅雨の状況が客の動きに関連してくる。生鮮食料品が伸びる可能性はあまりない。
		スーパー（店長）	・売上構成の高い食料品、日用品が堅調に動いているので今後も変化はない。
	スーパー（総務担当）	・売上は前年を上回り推移しているが来店客数の伸び率が若干鈍化傾向がみえる。	
	スーパー（経理担当）	・前年、当年とも大きく消費に影響を与える要因が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括者）	・消費増税の再延期の動きや経済動向、日銀のマイナス金利の動向が不透明で、日本経済がどのようになるのかが見えないため、景気動向が分からない。
		コンビニ（経営者）	・客の買物に対する動きが変わる兆候が見られない。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後も現状は変わらない。消費動向も現状と変わらない。厳しい状況は今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・在住する地域の人口減が止まらず、景気は悪いまま推移する。
		衣料品専門店（店員）	・熊本地震の影響から少しずつ回復していく。
		乗用車販売店（総務担当）	・好転する材料が無い。新車販売に関しては現状の厳しい状態が当面続く。
		乗用車販売店（代表）	・変わる気配がない。
		住関連専門店（経営者）	・消費増税の再延期の可能性が高くなり、消費の落ち込みの心配は先送りになるが、景気は良くならない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・2～3か月先を予測すると、これから当地区は梅雨に入り、来客数は昨年同様減る傾向にある。夏場を迎えると飲料水が出るので、梅雨明けの若干の売上増加も期待できる。ただ、先が読めない部分もある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・熊本地震の影響で、建設関係者等が熊本地区に取られ、建築物の修理等の工期が後ろにずれ込んでいる。また、当地は観光地であるが、訪れる観光客が例年と比較すると減少しており、2～3か月は継続する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・熊本地震の影響により当県への旅行客が減り、いつ回復するのか7月～8月ごろまで様子を見ないと判断できない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・熊本地震の影響による訪日外国人がどれだけ回復するかがポイントになる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・今夏の猛暑予想において夏物商材が活発に動き、現状の震災の影響も徐々に薄れていき、被災地外のインバウンド客の増加に期待する。
		高級レストラン（支配人）	・次月の予約も閑散としている。
		一般レストラン（スタッフ）	・地震後もたいした手立てはない。国内で国内向けに微々たる誘致宣伝しても、海外客に向けての手を打たないと海外客は九州に来ない。
		都市型ホテル（販売担当）	・昨年度とほぼ同様に推移しておりあまり変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・熊本地震の復興には、まだ時間がかかる。
		タクシー運転手	・現在の稼働率の良い傾向は一時的なものであり、特に夜の繁華街は今でも大変暇である。
		タクシー運転手	・今年は日差しが強すぎるので昼間の人の動きが少なく、タクシー利用が少なくなる。夜は反対にビアガーデン等が増えてくる。
		タクシー運転手	・今後の政府による補正予算に期待したい。今のところ景気が良くなる様子はない。
		通信会社（営業）	・昨年より慢性的に販売量や来客数に大きな変化（増加）が確認出来ず、通年で減少に転じる可能性がある。
		競輪場（職員）	・良い方向又は悪い方向への顕著な動きは予想できない。
		競馬場（職員）	・状況が変わる要因が見当たらない。
		美容室（店長）	・給料が上がったという話も出しておらず、景気も良くならない。
		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）	・国の施策上、在宅シフトではあるが、今年4月の診療報酬改定により医療機関も在宅へ積極的となっており、競争激化による業績悪化が懸念される。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・熊本地震の影響は3か月以降も残る。
		住宅販売会社（従業員）	・熊本地震の影響により、熊本県や大分県は観光の影響があるが、九州全体で言えばプラスマイナスゼロという状況である。政府による観光のてこ入れも決まり、今後は期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（代表）	・一般的に消費税増税に左右される。例えば5%から8%に上がった時はかなりの駆け込み需要があったが、今回8%から10%への消費税増税の再延期がメディア等で伝えられている。しかし客に対するアクションを取らない流れになっているので特に変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・熊本地震の影響はしばらく続く。甚大な被害を受けた方にとっては、毎日の生活がやっとなのである。また、被害が少ない方たちも買物を控えている。家の修理費等にお金がかかる方たちも多い。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・青果物の小売に関しては6～8月になると当県産の野菜が少なくなり県外もの中心になるが輸送コストが掛かり物が高くなる。暑さのなかで需要が下がり価格が上がるため、販売量が減る。かなり難しい時期に突入する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・夏場は生花をギフトとして送るのを控える人が多いので、例年通り売上は下がる。
		百貨店（総務担当）	・熊本地震の影響からの回復は遅れる。夏の繁忙期には参議院議員選挙が予測され消費が停滞する。
		百貨店（業務担当）	・いまだに生活のリズムが戻れない客が多く、これまでのようなファッション商品や不要不急の物を買うという空気ではない。
		スーパー（店長）	・熊本地震を受け、競合店も軒並み店舗営業できない状況である。店が少ないのでこのまま行けば前年売上を確保できる。改装して営業できるようになると、軒並み落ちるような状況である。販促チラシもほとんど入れていないので売上も顕著に上がっているが利益管理では以前よりかなり取れる状況で、今までと違って熊本地震の影響で売上も上がって利益率も変わってくる状況である。
		コンビニ（店長）	・G7が政策協調にならず、アメリカの利上げやその他、不安要因が出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・徐々に熊本地震の影響も回復しているが、景気回復にはまだまだである。
		衣料品専門店（総務担当）	・熊本地震の影響による観光を中心とした経済の落ち込みの結果、最終需要消費者への商売は悪化している。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税に備えた買い控えがみられる。
		スナック（経営者）	・前年に比べ売上の微減が続いている。常連客及び団体客の来店頻度が明らかに減っており景気が後退している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約が悪く、それに比例してレストラン予約も低迷している。
		ゴルフ場（従業員）	・非常に厳しい状態が続き、色々な対策を検討中で、経費の削減が現在の課題である。
		設計事務所（代表）	・熊本地震の影響がしばらく続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の購買意欲が全く感じられない。厳しい商況が続く。
		商店街（代表者）	・6月は梅雨の時期に入り、7月は夏の入り口で、商店街には冷房設備がない為、商店街には高齢者が多いが、暑い、寒い、雨が多いといった理由で客があまり来ない。近くのスーパーマーケットやコンビニエンスストアで用を済ませる客が多く、商店街としては売上が見込めない。
		高級レストラン（専務）	・九州の真ん中である熊本で交通が分断されると、九州全体で人の行き来が無くなり、これが2～3か月は回復できない。時が経つまでそれぞれが節約していかなければならない。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況も悪く、グループでの利用が極端に減ってきている。また、家族での利用も少なくなっている。
		美容室（経営者）	・多くの店や産業もかなり落ち込んでおり、再生できるのか不安に思っている人が多く、工場や下請の会社もことごとく再起不能に近いという話をよく聞く。将来の不安が先に立ち、熊本をはじめ世の中がかなり不景気になる。
		美容室（店長）	・熊本地震の影響がかなり大きい。
企業動向関連	良くなる	家具製造業（従業員）	・オリンピックと熊本地震関係により建築業界の需要拡大が当分続くことは承知の事実である。それに伴う家具業界も当面需要は拡大傾向にある。当社もホテル物件の受注だけでも前年比300%となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(九州)		経営コンサルタント (代表取締役)	・すべての業種で良いというわけではないが、中小企業の多いサービス業、飲食業、建築業を中心に少し落ち着いて来れば熊本地震の大きな需要が出てくるので良くなる。期待するのは良くないが、少なくともメーカー等を除くと、今までよりは新しい展開になってくる。
	やや良くなる	農林水産業(営業)	・環境変化は無いが、自然回復ではあるが良くなる。
		繊維工業(営業担当)	・国内のどの工場も、工賃の見直しをしていく。底上げになる。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・熊本復興に向けた需要の見込みがある。
		鉄鋼業(経営者)	・販売量や販売価格が以前に比べて改善しているがまだまだ勢いが無い。このままの状況で改善が続くことへの自信が持たないが、分譲マンションの着工や再開発などの建築物件が増えてきているので受注量は増えてくる。加えて地震からの復興需要も出る。
		一般機械器具製造業(経営者)	・各ユーザーともそれぞれの業界において、5～6月で底を打つ。取引先から「4月位から少しずつ持ち直してくる」と聞いたのでそれなりの考えで手を打っていくつもりである。
		一般機械器具製造業(経営者)	・客に聞いた話では今後1～2か月後には忙しくなるとの事である。これも例年の状況である。
		精密機械器具製造業(従業員)	・受注先の熊本工場からの生産要求で、2～3か月受注量の増産見込み数が出てきている。
		建設業(社員)	・良くなってもらいたい。第1四半期の最終月で、官公庁の発注予定は発表されているが、実際発注されていない。早期の発注を期待する。
		金融業(従業員)	・個人の動きについてはボーナスが見込まれるため、景気としてはやや良くなる。企業についてもボーナスの関係から小売業については良くなる見込みである。その他にも熊本地震の影響の工事受注も若干あるような状況で、やや良くなる。
		新聞社(広告)(担当者)	・夏休みに向けて九州地区の観光支援PR、ボーナス商戦の消費喚起などでやや良くなる見込みである。
	経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先から今後の経営計画について聞くと、積極的に設備や人材投資をしていく会社が多い。	
	その他サービス業[物 品リース](支社長)	・復興需要の案件も発生している。非常用電源設備のリース・レンタルや災害協定の締結等がある。	
	変わらない	農林水産業(経営者)	・6～7月後半は梅雨の影響であまり期待できない。8月は暑い夏が予想され、焼鳥等の消費が伸びる。スーパー関連やコンビニエンスストアの需要もビールの消費に合わせて期待できる。熊本地震で遠慮がちであったイベント等も少しずつ戻り、完全ではないが影響が薄らいできている。
		化学工業(総務担当)	・季節的な要因により上半期(4月～9月)は低調な状況が続く。
		金属製品製造業(事業 統括)	・2～3か月で熊本地方が回復するとは考えにくく、その他の地区も好調な材料は見込めない。
		電気機械器具製造業 (取締役)	・取引先が熊本地震の影響で今期の業績悪化見通しが出ている状況であり、注視している。
		輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・8月末日までには熊本地震前の姿に近づくだらう。それまでは景気の上向き下向きの判断すら困難である。
		建設業(経営者)	・2～3か月先は変わらない。1～2年先はかなり悪くなる。
		輸送業(従業員)	・これから夏に向かって貨物は少しずつ良くなっていく。各荷主とも、今は作っても売れないので少し生産を抑えているが、夏に向けて飲料を中心とした食品が良くなっていくので今よりは良くなる。
通信業(職員)		・熊本地震が工事の進捗や受注に影響している。悪い影響もあるが、復旧などにより予定外の受注も発生している。	
通信業(経理担当)		・現在は前年度までの受注残に対応している状況であり、今後の受注の動きについて特に増加の気配がない。	
金融業(従業員)		・熊本地震に伴い公共投資は復旧工事が見られ始めているほか、工場の設備補修等の増加が見込まれる。反面、訪日外国人を含め観光客が大幅に減少しており、個人消費に弱さが見られる。	
金融業(得意先担当)	・今後しばらくは取引先の状況を注視していく必要があるが、当面今の景況感に大きな変化はない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金融業（営業担当）	・熊本地震の影響は当面尾を引く見通しである。一般消費者に関わる小売業、飲食業は低迷が続く。分譲マンションは、免震構造の人气が上がっているものの、総じて景気は変わらない様相である。	
		金融業（営業）	・引き続き停滞感が漂う。需要増加の気配が無く、円安メリットも消え、当面厳しい状況が続く。	
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の稼働率が横ばいに推移している。	
		経営コンサルタント	・これまでと同様、急激な変動はない。現状維持で推移する。	
	やや悪くなる		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村は、国・県からの補助金等が用意されると、必要な業務を予算化するが、国・県から市町村へ支給される財源が、現時点で見込めないため、民間の調査・計画・設計を行う業者への発注が、今後も少ないまま推移すると予想される。そのため、景気はやや悪いまま推移すると思われる。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場に向かっての状態で、例年6～7月は受注量が少なくなるが、今年はロングランの商品もあり、産地としてはやや悪い面もあるが、当社はある程度変わらず良い。
			電気機械器具製造業（経営者）	・熊本地震で受発注が大変影響を受けている。現時点ではつきりしているのは、元の状態に戻るのに時間がかかるということであり深刻な問題を抱えている。5月も終わり6月はどうしていくか対策を考えている。
			その他製造業（産業廃物処理業）	・今後も現在の市場・相場価格が続くようであれば景気の上昇は見込めない。
			建設業（従業員）	・現在は、仕事も順調に行われているが今後は企業の設備投資も依然不透明で引き合いも少なくなり景気はやや悪くなる。
			輸送業（総務担当）	・熊本地震の影響が経済に暗い影を落としている。周囲の企業との話題のなかでも、熊本方面での売上が減少していると聞く。消費税増税の動向、貨幣価値の低下、世界経済の動向等明るい未来が見えてこない。
輸送業（総務）			・熊本地震で被災した客で業務再開が出来ないところもあり、熊本地震前の状況に戻るには時間が必要である。	
広告代理店（従業員）			・新聞折込の受注枚数は前年同月比90%と熊本地震の影響が大きく出た。地震前の段階まで戻るにはまだまだ月日を要する。政府の復興支援策の一環で高速道路の無料化等の案が出ているが、早急な具体策が望まれる。	
経営コンサルタント（社員）	・熊本地震の影響とは考えにくい。遠出を控え、近場で済ませている。			
悪くなる		食料品製造業（経営者）	・悪くなるが、どの程度なのかもわからず不安である。	
雇用関連 (九州)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加に伴い求職者数も増加傾向にあり、市場が活発化している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震のあった地区では補助金や助成金等で動きが出てくるとの話を聞いたことがある。土木、住宅などを皮切りに、少なくとも現時点よりは消費活動も盛んになる。	
		職業安定所（職員）	・例年、4月～5月にかけては求人数は減少傾向にあったが、前年同月比プラスで推移していることから、急激に人手不足が解消することはない。	
		民間職業紹介機関（社員）	・C A Dを扱う案件が若干ながら増加している。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・中元時期の注文も昨年とは違い、現段階で確約は出来ない企業もある。例年だと5月中には見積書提出があるが、しばらく様子を見たいとのことである。	
		人材派遣会社（社員）	・夏の参議院選挙等のスポット（単発）は受注しているが、熊本地震復興による特需はなく、求人数は横ばいもしくは下降曲線をたどるだろう。	
		職業安定所（所長）	・求職者が減り、新規求人が増える傾向は、しばらくは変わらない。	
		職業安定所（職員）	・熊本地震後の復旧作業の進展により、現在低迷している業種も改善に向かうが、全体的には変わらない。	
		職業安定所（職業紹介）	・例年4～5月は離職による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が景気の動向に影響を及ぼすものではない。ただし、熊本地震の影響による雇用動向等には注意する必要がある。	
学校〔専門学校〕（就職担当）		・九州経済の先行きは、熊本地震の影響により不透明である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用活動時期変更により、昨年度の採用状況を踏まえ各企業は順調に採用活動を行っているが、金融等一部採用者数を抑制している企業も見受けられる。しかし、十分な雇用が現時点までに確保できたという見通しをもって採用者数を抑制している可能性もあり、景気と直接関係があるとは明言できない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正や労働契約法改正の影響により徐々に求職者の派遣離れが起き始める。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が少なく、各業種共通して売上げが見込めないため、コストダウンで利益確保する動きがある。派遣利用についてもコストダウンの影響で手控えている感が否めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・熊本地震の影響もあってか、インバウンドに陰りが見え始めた。また、ゴルフ場等では自粛ムード、熊本県に近い県南のゴルフ場は熊本からの利用客が減少している。徐々に影響が表面化している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震の影響もあり外国人観光客の減少で、商業施設や観光施設に影響が出る。
		民間職業紹介機関（支店長）	・熊本地震によるマイナス影響があるが、それを差し引いても前年同期に比べ求人数は横ばい状態のままである。また、契約の延長更新件数も横ばい状態である。顧客の慎重な姿勢がうかがえる。
	悪くなる	-	-

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔菓子〕 コンビニ（経営者）	・年間で本格的な観光シーズンに入る。 ・ファーストフード、弁当類やデザート等の売上の伸びが期待できそうである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から、客室稼働率は、前年実績を上回ると見込まれる。特に6月の予約状況が好調に推移している。
		ゴルフ場（経営者）	・熊本地震の影響があって、ゴルフの集客についてはマイナスになるんじゃないかと懸念していたが、むしろ前年より上回って推移している。
	変わらない	百貨店（店舗企画）	・傾向的にインバウンドの売上はまだまだ伸びると思われるが、地元客の消費が伸び悩んでいる。前年は食品売場の改装効果もあったが、本年はその反動減もある。
		スーパー（販売企画担当）	・単価アップはまだ続くと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店の影響が今後も続くと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・ブランド転換による閉鎖や商品の売り減らしがあるが、既存店の客単価は前年を越えており、安定した購買動向が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	・インバウンドに一服感はあるが、各建設関連を中心に県内経済は安定すると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気は依然、あまり良くない状況だと感じられる。街には観光客は増えている感があるが、地元客がまだまだである。また、購買意欲はあっても、実際に購買力となっている感じはまだしない。様子見だと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないというより予測ができない。梅雨が明ければ多少良くなると思われる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・特に変化する要因が見当たらない。
		通信会社（サービス担当）	・携帯は1人1台持つようになり、あとはいかに安く持つかに変わってきている。携帯産業の全体のパイは変わらないが、勝ち組負け組が出てくると思われる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・消費税増税の再延期は、住宅建築などを検討している方には心理的にプラス材料かもしれないが、現在の人件費や資材代の高止まりは、建築計画規模の縮小傾向につながり当社における工事受注高の増加にはつながらないと思われる。
	やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・インターネットの通信販売の充実で、店頭での販売や問合わせが減少気味である。新規客の確保がとても厳しい状況である。

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
		旅行代理店（マネージャー）	・旅行商品に必要な不可欠な宿泊、運送機関など単価が右肩上がりの中、旅行代金の値上げが続いているので金額的に人が集まらないのではとの懸念がある。
		観光名所（職員）	・予約数や問い合わせなどが弱い。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・沖縄の観光シーズンである7～8月の予約状況が悪い。旅行代理店の話では沖縄旅行代金が前年に比べて値上がりしており、一つの要因になっているのではとのことだった。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税の再延期が発表され、駆け込み需要に期待できない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・国全体では良いところも多々あると思われるが、小売の零細企業は価格競争に乗り切れず、このままでは厳しい。売上は減少して2～3日売れない店舗もあるようである。特に衣料品関係が苦戦しており、閉める店も次第に多くなる状況である。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税の動向による影響が出始めていて、地元の飲食回数の減少が見られる。仕入の値上がり、人件費の増加分を価格に転嫁できていないので厳しい状況が続く。一部のプレイクスルーを果たした店舗以外は相当苦境に立たされている。
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）	・為替レートの変動が一頃より安定してきたこと、及び原材料価格の低下により、弊社の状況としては、原価率がやや改善傾向にある。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・横ばいの見通しである。
		建設業（経営者）	・モデルハウスの来場客やリフォームの相談件数はあるが、真剣な相談が少ない。
		輸送業（営業）	・引き続きの人材不足で、新規案件へ積極的なアプローチや投資ができない状況である。既存業務の見直しや荷主への引き続きの条件変更でもって現状を維持している状態である。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業が販促活動に対する投資を拡大する傾向が見えない。県外から進出する企業との競争環境が厳しくなっていることが多少なりとも影響している。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・与那国の陸上自衛隊工事も峠を過ぎ、宮古、石垣の公共工事は端境期となっている。観光客はにぎわっているが、リゾート開発の民間工事は時間を要する。
コピーサービス業（営業担当）		・良くなる要素が見当たらない。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増加している。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・引き続き県内の景気は好調で、いろんな業態の企業からの求人依頼、問い合わせは増えている。正規、非正規にかかわらず人手不足でミスマッチ状態が続いている。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・外国観光客の接客向けに「中国語や英語など、外国語が話せる方募集」の求人が若干減少している。しかし、全体の求人件数から見れば今後の大勢の増減に変化を与える程ではないと予想している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学新卒採用に関する各企業が動き出しているが、現時点では、特段、前年度と変わった印象は受けない。むしろ、県内に関しては中小企業を始めこれから採用求人は活発化するものと思われる。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・売手市場と言われてはいるものの、企業は厳選採用をしており、就職にあぶれる人材が出そうな気配を感じる。
	悪くなる	-	-