

## 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)		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬の閑散期が過ぎ、例年と同様に観光を主目的とした来客数の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・最近の地域住民の傾向として、65歳以上の人口が30%程度を占めることも一因となり、ゴールデンウィークに出かけることがあまりない代わりに、普段よりも飲食などにお金をかける人が増加している。実際にゴールデンウィーク期間中は飲食関連の店舗に入店する高齢者が目立つ。それに付随して商店街で買物をする機会も増えとみられるため、2～3か月後の景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク以降、オンシーズンに向かっていくため、景気は緩やかに上向くことになる。
		商店街（代表者）	・春になれば、客足が伸びることが期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・外国人観光客に加えて、道外からの旅行者も、道内遠隔地からの来街者も増加傾向にあるため、今後、春を迎えてもこうした傾向が続く。
		スーパー（店長）	・冬が明け、新年度を迎えると行楽需要が活発化するため、景気も上向いてくることが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算手当を見込める状況であることから、今後については若干ではあるが景気は良くなる。消費意欲も高まっており、周りからは温泉旅行や家電製品の購入などの話もみられる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・外国人観光客、国内旅行者とも好調に推移しており、今後については、大型の学会、スポーツイベント、プロ野球のオープン戦及びリーグ戦などがプラス要因となる。
		タクシー運転手	・前年末に人材の確保ができたことから、今後、売上が増加することが見込まれ、景気は少しずつ良くなる。
		通信会社（企画担当）	・春商戦における個人客からの引き合いが都市部だけでなく地方でも想定以上にみられるため、目標並み又は目標を上回る販売量が期待できる。
		美容室（経営者）	・客の来店周期がやや短くなっており、オプションの技術売上も以前と比べて利用客が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		美容室（経営者）	・季節的にイベントが多い時期となるため、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・駅前の百貨店の撤退に伴い中心部の商店街への来街者も減っている状況にあり、今後しばらく影響が続く。
		商店街（代表者）	・米国の新大統領が就任したが、世の中全体の動きは今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・タイやマレーシアからの外国人観光客が大幅に伸びており、今後への期待が持てる。ただ、国によって買う商材が異なっており、それに合わせた品ぞろえを行うのが大変である。また、イスラム圏からの外国人観光客も徐々に増えており、ハラールに対応した菓子などの提供が急務となっているが、いまだに対応しているメーカーが少なく困っている。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・少子化に加えて、若者の流出が進んでいるため、当市の景気は全てにおいて悪く、こうした状況は今後も変わらない。屋根の雪下ろしの賃金は2年前と比べて30%もアップしている。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・2月よりは売上が良くなるとみているが、季節要因による部分が大きく、それを除くと現状と景気は変わらない。	
	百貨店（売場主任）	・大型催事などのプラス要因があったこともあるが、定価品の売上が前年比104%と伸びており、地元客による売上の一層の拡大を期待している。ただ、翌シーズンに向けた商品企画に大きな動きはまだみられない。	
	百貨店（担当者）	・売上が変化するような兆しが、特別感じられないため、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
		百貨店（営業販促担当）	・食品、雑貨が堅調に推移している一方で、アパレルがダウン傾向にある。メンズは若干回復の兆しもみられるが、レディース、特にシルバー向けの高価格帯ゾーンは厳しい状況が続いており、客の支出傾向は今後もしばらく変わらない。
		スーパー（店長）	・食料品や日用品などの動向は引き続き良いが、衣料品の動向が良くならないため、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・景気が変動するような要因が見当たらないため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・客の買物動向はポイントセールやOFFセールに集中する傾向にある。今後も節約型の購買が続き、こうした傾向がますます強くなるとみられるため、現状と比べて景気が良くなることは期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・野菜や魚のように単価上昇に伴う一時的な売上増加はみられるが、特に地方では消費が落ち込んでいることから、長期的に景気が上向きような兆しが見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・北洋さけます漁が中止されたことで、漁での収入増加が見込めないことから、今後も一般消費にお金が回らないとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・ロシアとの貿易関係が改善されない限り、当地の景気動向は今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・販売促進策に対する客の反応は良いが、企画が終了すると元の状態に戻る。通常時の来客数が回復する気配もないことから、今後も変わらない。
		コンビニ（オーナー）	・プレミアムフライデーの売上は普段の金曜日と比べて4%のダウンとなった。本部社員は早帰りできて、コンビニ店員は早帰りできないため、店員からの不満の声も多い。働き方改革を目的とするのであれば、コンビニ店員の人手不足、長時間労働の改善のために、深夜営業の廃止や休業日の設定が望まれる。
		衣料品専門店（店長）	・来客数も買上金額も前年を上回らないため、今後も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・客単価が上がってきているものの、来客数が減少傾向にあるため、今後も厳しい状況から脱却できないと見込まれる。
		家電量販店（経営者）	・家電業界においては景気が良くなるような要素がないため、今後も変わらない。
		家電量販店（店員）	・春物需要の時期だが、客は必要最低限の物だけを買っていく。付加価値商材を勧めてもなかなか買物に結び付かないため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・当社の新車受注は高水準であった前年の水準を維持していることから、好調な現在の状況が当面続く。
		乗用車販売店（経営者）	・地場経済を見回すと、上向きの業種と下降気味の業種が半々という状況がみられるため、今後、現在の状況が大きく変わることはない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車効果がそれなりにみられ、今後も継続するとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後になれば間違いなく雪が解ける時期であるため、車も売れ始める。そのため、現時点と比べて景気が下向きとは考えにくい。
		自動車備品販売店（店長）	・来客数は前年並みだが、車の整備やメンテナンスでは軽自動車の取扱が多いことで単価が若干下がってきており、今後もこうした傾向が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今後も景況感のはっきりしない状況が続く。セルフメディケーション税制も空振りしそうである。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今後の景気が上向きような要因は見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・雪解けとともに客が出歩くようになるが、今年はそうした高揚感があまり感じられない。また、ヨーロッパ産のオリーブの収穫不足の影響などで、春からの新たな食材値上げの話も聞こえてくる。
		旅行代理店（従業員）	・前年の台風被害以降、継続していた消費低迷期を脱してきていることから、元の状態には戻るとみられるが、さらに一段景気を押し上げるような要素が見当たらないため、好景気という状況までは見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・個人消費に力強さがみえないため、今後も変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・現時点において景気が良くなるような材料は特にないため、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
		旅行代理店（従業員）	・店頭への乗客数、取扱量などの増加が3月以降も継続しそうなため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・例年、3月までの雪のある時期はタクシーの利用が多く、4月の雪解けとともにタクシーの利用が極端に少なくなる傾向にあり、今年も例年と同じように推移することが見込まれる。
		タクシー運転手	・当地では景気回復の兆しが見当たらないため、消費も冷え込んだまま推移する。こうした状況は今後数か月変わらない。
		通信会社（社員）	・進学、就職などの季節要因で景気が上向くことが期待されるものの、業界の構造的な変化が起きていることから、現在の状況が大きく変わることまでは見込めない。
		観光名所（従業員）	・北海道新幹線の開業から1年を過ぎ、開業効果も徐々に落ち着きつつあるが、国内LCCの新規路線の就航がプラス要因として見込めるため、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の下支えなどもあり、来客数は前年並みかそれ以上で推移しており、今後もこうした傾向が継続することが見込まれる。ただ、海外の経済情勢の変化の影響を受けやすい内容であるため、今後の動向を注視する必要がある。
		住宅販売会社（経営者）	・株式市場が盛り上がりがないと、消費も住宅投資も盛り上がってこない。現状、株式市場が低迷しているため、2～3か月先も景気はあまり変わらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・中華圏からの観光客の購買単価が大分下がってきているため、今後についてはやや悪くなる。また、最近はやや高傾向にあることから、外国人観光客の訪日に影響が出てくることを懸念している。外国人観光客の入込は為替の動きによっても変わってくるため、今後も円高傾向が続けば景気は悪くなる。
		百貨店（役員）	・顧客の様子から、今後の景気が上向くことは見込めない。
		スーパー（店長）	・アメリカのダウ平均株価が11日連続で上昇している一方で、円高傾向が依然として続いていることから、このままでは国内企業の業績不振につながり、先行き不安から客の節約志向が強まり、外需も内需も低迷する負のスパイラルに陥ることが懸念される。
		スーパー（企画担当）	・自店はもちろんのこと、競合他社の販促状況をもみても、高品質、こだわり商品であれば高価格でも売れるという以前の状況から、明らかに低価格でかつ鮮度、品質の良い商品でないと客の支持を得ることができないという状況に変わってきており、価格の打ち出しが強まってきている。
		スーパー（役員）	・北海道新幹線の開業1周年イベントを色々企画しているが、前年ほどの盛り上がりが見られないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・今後の景気が上向くような良い材料が見当たらない。プレミアムフライデーも参加したのは東京の一部の企業のみであり、特に北海道ではそのような余裕のある企業は見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・中国経済に陰りがみえ始めたことなどから、中華圏からの外国人観光客が減少しており、今後、こうした傾向が一層進むとみられる。
		観光型ホテル（役員）	・今後、円高傾向が一層進むことが見込まれるため、外国人観光客の減少が懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・例年、4～5月は観光資源があまりない上、年度初めで企業の出張需要も減少することから、低調な展開となる。今年も景気が上向くような要素が見当たらないことから、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・今後、3か月間の問い合わせ状況や予約状況からみて、外国人観光客も、国内旅行客も、法人需要も減少傾向で推移する。
		タクシー運転手	・冬から春に変わることで需要が落ち込むことになる。
		パチンコ店（役員）	・これから春にかけて北海道ではイベントが少なくなるため、観光業界の勢いが一時的に低迷することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンション市場では完成在庫が増加傾向にあり、新規の供給戸数が減ってきている。また、分譲マンション用地の価格上昇と建築費の高騰により、分譲マンションの価額は高止まりしたままであり、今後の市場の先行きはあまり良くない。
	x	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連  (北海道)		-	-
		建設業（経営者）	・公共工事のゼロ国債工事、翌債工事などが順次発注、契約されるため、4月以降は工事着手が進み、マインド的にもプラスとなる。民間工事についても引き合いが増えつつある。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
		建設業（従業員）	・市内で民間大型建築工事が複数着工予定であり、これに公共工事も加わってくるため、今後の景気はやや良くなる。ただし、一層の労務者不足が懸念される。
		輸送業（支店長）	・雪解けに合わせて、現場向け貨物などの引き合いが出てきている。特別大型輸送などが増えるわけではないが、例年どおり冬場よりも数字が伸びてくることになる。
		通信業（営業担当）	・米国の動向などは予断を許さない状況であるが、今後の需要は、数、規模とも底堅く推移する。また、比較的大型の案件も控えているため、業績も順調に推移することが見込まれる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・災害復旧工事が本格化することで、建設業者は元より関連産業にも波及が見込めるため、今後の景気は上向くとみられる。ただし、依然として人手不足が深刻であるなど、不安要素もみられる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・このまましばらくは景気の良い状態で推移する。例年より暖かくなるのが早そうのため、衣料品や観光などの動きも活性化することが見込める。
		食料品製造業（従業員）	・売上の的には今が底とみられるが、2～3か月先も景気は変わらない。
		食料品製造業（従業員）	・着実に販売量が増えていることから、今後も好調なまま変わらない。
		家具製造業（経営者）	・政治や経済などの外的要因の先行きが不透明なことから、耐久消費財の購買意欲は今後も高まらない。
		建設業（従業員）	・民間建築の商材はマンションなどの大型物件も含めて、引き続き量的にも良好に推移している。公共工事の受注環境は競合が激しくなっており、受注が難しくなりつつある。
		金融業（従業員）	・生鮮食品、灯油、ガソリンの価格が上昇していることから、個人消費は今春の賃上げ動向次第の面があり、懸念材料を内包するものの、公共投資の下支えが期待できることから、今後の道内景気は現状程度のままでの推移が見込まれる。
		司法書士	・現状の景気動向や取引状況からみて、今後については前年並みでの推移が期待できる。
		司法書士	・景気回復の特効薬が無い以上、中小企業の多い当地では、早々に景気が良くなり、働く人々の懐が潤うことを見込めない。
		コピーサービス業（従業員）	・現状と同様の流れが今後もしばらく続く。
		輸送業（営業担当）	・農産品の在庫薄が続くとみられるため、今後の倉庫保管、倉庫作業とも減ることになる。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・年度初めということもあり、様子見になる時期でもあるが、労働者派遣法の改正、労働基準法、労働安全衛生法の厳格化などが進む中、下請の中小企業はそのしわ寄せを吸収するための受け皿となるのではないかと心配している企業が周りに多い。	
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・一般消耗資材の売上が増加しているが、大型設備案件が少ないため、全体売上の増加までは期待できない。現状では明るい材料は見当たらない。	
	x	-	-
雇用 関連  (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	・災害復旧に加えて、大型病院、合同庁舎などの建設も始まることから、土木、建築のけん引による求人数の増加が見込まれる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・1～2月に抑えられた求人が、3～4月になり活発になることが見込まれる。先行きが不透明なため、霧が晴れるのを待っている企業が多く、景気自体が決して悪いわけではない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年秋の台風被害からの復興作業が徐々に活発化してきている。特に土木関連の工事が急速に行われ始めてきていることから、土木建設関連を中心に雇用環境が上向くことが見込まれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・2017年卒業予定者を十分に採用できなかった分、2018年卒業予定者については多めに確保したいと考えている企業が多いため、学生にとっては環境が上向きになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・1月に求人情報誌を大きく落とした小売業や飲食店などが2月に入って前年並みに戻ってきた。これらの業種では引き続き求人情報誌の増加が見込まれるが、慢性的な人手不足の中で年度替わりが近づいてきているためであり、景気が上向いているわけではない。
		職業安定所（職員）	・直近3か月の新規求人数を前年と比較すると、正社員求人が建設・土木技術者や医療関係で減少傾向にあるものの、介護サービス、商品販売で増加傾向にある。一方、これまで正社員求人が増加傾向にあった飲食物調理については、正社員求人が減少しているものの、正社員以外の求人が増加している。このように職業間にばらつきがみられるものの、全体では前年並みの水準で推移していることから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1.00倍と1年8か月連続で1倍台の高水準が続いているため、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・月間有効求職者数が前年から増加していることから、有効求人倍率はここ2か月連続して前年よりも低下しているものの、今後、新規求人数が前年以上の水準で推移することが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・建設業や水産加工業などで人員整理などが五月雨式に行われており、今後、景気が上向くような気配が感じられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・慢性的な人手不足が続けば、良いサービスを提供しなくてもできなくなる。地方都市ではこうした負の連鎖が共通の課題となっており、今後の景気回復はなかなか見込めない。
	x	-	-

## 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)		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・カーテンや布団の予約が入っており、今後の売上につながる見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば、購買意欲も高まるとみている。
		商店街（代表者）	・2月に入ってからは天候も良いため、今後の春物の動きは例年よりも早くなると期待している。
		スーパー（営業担当）	・入学、就職など、新年度における人の動きがあるため、現在よりもやや良くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・例年の2月に比べると人の動きが良く、客単価も堅調に推移している。また、買上点数も伸長している。そのため、更に人の動きがあるとみている来月に期待をしている。
		コンビニ（エリア担当）	・働き方改革で、時間の使い方に変化が出てきている。時間に余裕がある客が増え、消費拡大につながる可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・景気は回復傾向にあるが、来客数の動きに大きな改善がみられない。
		コンビニ（店長）	・日米首脳会談の成功により、とりあえずの不安は払拭されている。原油価格も安定状態であり、消費者の心理状態にもそれほど不安な様子はない。この先気候が暖かくなれば、景気は少しずつ良くなっていくとみている。
		コンビニ（店長）	・競合店舗の影響はあるものの、光熱費などの経費が減るため、多少は楽になる。
		衣料品専門店（経営者）	・現在よりは良くなる見込みである。ただし、紳士服は経済の先行きが不透明なことで、家計を心配して高額商材の購買意欲が削がれている様子である。衣食住において、特に男性は気を使って衣服が後回しにされている。
	衣料品専門店（店長）	・当地域では1～2月の寒さが厳しくなく積雪も少なかったことから、春物は早めに立ち上がるのではないかと。春のデイリーは気候によって売上が左右されるため、この勢いである程度の春物が購入されないと、この先のクールビズで買い控えが起きてしまう。マーケットが膨らめば景気は良くなっていくとみている。	
	衣料品専門店（店長）	・入学、卒業のような、天候に左右されにくいハレの日需要が前年よりも増えているなか、品質、デザイン重視で購入する客が増加しつつある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・雪解けとともに、市場が大きく動くと思込んでいる。
		乗用車販売店（店長）	・新型車効果と決算効果でやや良くなるとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・人が動く時期であり、それなりに物が動くと思込している。ただし、消費者の購買意欲が急に上昇するとは思えない。先行きを考えると不安で押しつぶされそうになるが、今の状況に見合った営業を常に考えていかなければならない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・前年の4月ごろはとにかく売上が悪かった。いまだに原因は定かではないものの、今年はそうならないように気を付けたい。今期はメーカーの値上げも無いため、順調に推移するのではないかと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・暖かくなり人出が増える。また、3月は転勤シーズンであるため、忙しくなるとみている。
		スナック（経営者）	・3月は企業の異動時期に入る。送別会の機会が今月より増える見込みのため、売上の増加を期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・卒業、転勤シーズンであり、当県から転出する人が増えるが、各種大学を抱え、転入も相当数いることからトータルではあまり変化はないとみている。また、JR東日本の4月の重点販売施策により、当県に来る客も増える見込みである。そのため、相変わらず宿泊は増加傾向であり、心強い限りである。また、大きな規模ではないが、桜の開花時期でもあるため、桜目的の来客者も見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・地域経済における消費が決して活発とはいえないが、新規加入者数は増加し、その一方で解約にはブレーキがかかっている。有料テレビやインターネットなど、家のなかで楽しむものへの出費は今後も増えると思込しており期待をしている。
		観光名所（職員）	・インバウンドが来客数や売上をけん引しているが、つられて買物をする日本人の客も多くなっている。この先もインバウンド客の予約状況は好調であり、同じように日本人客の売上も伸びていく傾向があるため、景気は良くなっていくと思込している。
		遊園地（経営者）	・4～5月は曜日まわりも良く、地下鉄開業効果の継続やエントランスのリニューアル効果で堅調に推移すると思込んでいる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現在の好調な受注状態を維持したまま、年度末や新年度の需要期を迎える見込みである。
		住宅販売会社（経営者）	・低迷していた一般物件であるが、大規模な賃貸集合住宅物件の受注見通しが立っている。
		商店街（代表者）	・先行きが急激に良くなることはない。ただし、消費者が現在の景気の低空飛行の状態に対応していることや、店舗が淘汰されてきている状況など、この先は低調ながらも安定した状態がしばらく続くのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・駅から離れている商店街としては、駅前の商業施設にますます苦戦を強いられると危惧していたが、駅前の地元百貨店でさえも苦慮していると報道されている。個人の店舗を含む商店街全体としての対応策を見出せずにいるのが実情である。
		商店街（代表者）	・景気の変化するような材料が見当たらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・情報伝達におけるメディアの使われ方が変わってきており、SNSやホームページが主体になってきている。また、購買の手法も変わってきており、リアルな商材が店舗になくても、物が動く時代になっていることから、ますます景気の動向が計れなくなっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在の悪い状態は変わらないとみている。繁華街などの夜の店にとって、深夜の客がどんどん減っているという状況では、良い方向性に向かっているとはいえない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店においては、特別に良くなったり悪くなったりするような要因はない。日々の売上からも、現在の傾向が続くとみている。現在それなりに来客数もあり、新規客も毎月増えているため、割りと楽観している。
		百貨店（売場主任）	・客の厳しい購買姿勢に大きな変化は期待できない。また、話題性のある商品やアイテムがみえていない。

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
		百貨店（総務担当）	・客から新生活に向けた買物の話を聞かぬが、あまり意欲的な話を聞かない。また、春物商材についても、あまりお金をかけたくない様子である。ただし、美容と食などにはかなり関心があるようで、自分には多少なりとも投資をするという状況であるが、全体的な景気はあまり変わらずに推移するのではないかとみている。
		百貨店（企画担当）	・当面、景気が良くなる要素はなく、極端に悪化するとも考えにくい。来客数は前年比での減少が続いており、この傾向は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・特に外的な変化要因もないことから、この先大きな変化はないとみている。婦人服に回復の兆しがみえてきているため、春夏物が順調に動けば景気が良くなることもあるが、今秋冬商材、特にコートでみられたメーカー側の生産抑制があると厳しいかもしれない。
		百貨店（営業担当）	・地方では個人の所得向上が見込まれないため、消費の伸びは期待できない。ただし、客の様子からは、商品の購入よりもコト消費を楽しむ事にシフトしている様子がうかがえる。
		百貨店（買付担当）	・消耗品は堅調であるが、宝飾品や衣料品系は苦戦が続いている。
		百貨店（経営者）	・店の中心客層はシニア層であり、春に向けて食料品以外の支出は最低限にしていこうという声を聞いていることから、傾向は現状維持とみている。ただし、今年は前年にあった近隣の大型施設の増築などの影響がないため、前年比でプラスに働くとみている。
		スーパー（経営者）	・賃上げの勢いが弱まりそうであり、どちらかといえば、消費はやや後退傾向になるとみている。
		スーパー（経営者）	・3月は新年度の政府予算が成立する見込みであり、早急な執行を期待したい。前月は一部輸出業界の景況感が向上したが、地方の消費には特に影響がないため、景気はしばらく変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・来客数の落ち込みに加えて、消費者の節約志向も継続している。この状況はしばらく続くともみている。
		スーパー（店長）	・競合店の出店による来客数の減少は、一度底をついた後に多少は回復するとみている。しかし、2か月後にまた新たな競合店の出店が控えているため、結果として現在と変わらない状態が続くのではないかとみている。
		スーパー（総務担当）	・米国の新大統領の政権、北朝鮮問題など不安定要素はあるが、円安株高傾向が続けば、現在の景気を維持することができる。
		スーパー（営業担当）	・競争激化による来客数の減少は今後も続く見込みである。既存店ベースでは販促策を強化することで1人当たりの買上点数を増やし、前期実績を確保するしかない。スーパーマーケットで業容拡大をするためには、出店エリアの拡大と出店のスピードアップ、既存店のリニューアルによる活性化しかない。
		コンビニ（経営者）	・周辺環境にあまり変化はなく、このまま現状維持で推移するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が減少傾向にあり、増加する要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・豪雪や悪路の影響により外出を控える人が増えており、買物客も減少している。雪解けの春に期待をしている。
		衣料品専門店（店長）	・先行きの景気動向はまだまだ不透明であり、客の購入モチベーションも変わらないとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・来客数、買上点数、客単価をみても、客の購買性向が変化するような要因はない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税後から来客数の減少が続いている。いろいろな商品提案を行っているが効果は出ていない。
		家電量販店（店長）	・ヒットするような家電製品が出てこない。買換え需要による購入においても、魅力ある新しい商品がなく、売上が伸びる要素はない。ただし、減る要素もないため、横ばいの状態が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・新生活商品が少子化により不振である。
		家電量販店（従業員）	・実績の推移を前年と比較してもなかなか伸びておらず、先行きも同様に推移するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、来客数の動きに変化がない。そのため、この先2～3か月で状況が良くなるとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・今月の売上がやや良かったので、今後は店の展示品も小型で高付加価値の高額商材に切替え、中身の充実を図っていく。
		住関連専門店（経営者）	・冬の売上が悪すぎるため、春の動きに期待をしたい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元の選挙によりその時期は停滞するが、その後の連休を含む期間は多少の動きがあるとみている。ただし、過大な期待はできない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・今後も、低単価商品が値下げした商品しか動か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）	・石油製品の需要は季節に左右されている。また、暖房が電気系に代わっていく流れは、今後も変わらずに継続するとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気が良くなる兆しはあるものの、衣料品不況による駅前の地元百貨店の倒産など、まだまだ不透明感がある。
		高級レストラン（支配人）	・景気が好転するような要素がなく、例年並みで推移すると見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・株価は安定しているが、この先は為替も含めてどうなるか不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・今後の見通しとしては、あまり大きな変化はない。全体的に個人消費が縮んでいる状態が続いている。同業者の話も聞いても、なかなか期待が持てない苦しい状態が続くという意見が多く、閉塞感が強まっている。
		観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況からみても、今月同様に景気が良くなる見込みはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・フリー客の減少が続いていたが、徐々に回復傾向がみられている。ただし、マイナス分が戻ってきているだけであり、上向きとまではいえない。予約受注の改善も期待していたが特段伸びがなく、非常に停滞感が漂っている。このような状態は、この先数か月は続くのではないかとみている。
		旅行代理店（店長）	・当県において、観光や観光客誘致に対する大きな目玉がない。
		旅行代理店（店長）	・海外個人旅行は回復傾向にあるものの、国内の個人、団体旅行の伸びが今一つであり、問い合わせもあまり入っていない。
		旅行代理店（従業員）	・海外の世情不安が継続している。また、プレミアムフライデーなどの施策も始まっているが、十分な周知が行われておらず、数か月先の景気は変わらないとみている。
		タクシー運転手	・地元の百貨店が破産したというニュースがあるが、あの場所は前にも何回か企業がかわっている。その他の駅前場所はいつ行っても駐車できないくらいであるし、飲食店も満席である。タクシーもそれほど悪い状況ではなく良い状況が続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・今後景気が向上するような材料はなく、景気の上昇は見込めない。
		通信会社（営業担当）	・景気に変動を及ぼすような大きな要因は見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・客の購入単価が良くなるような動きがみられない。高品質でも高単価の商品には興味を持ってもらえない。
		観光名所（職員）	・観光シーズンを迎えて、新たなイベントを計画している。
		競艇場（職員）	・これといって大きな動きがないので来客数は変わらない。ただし、努力次第で客単価を上げることは可能である。
		美容室（経営者）	・新規客がなかなか増えない。常連客はだんだんと年を取っていなくなってしまうため、来客数は減少している。競争相手との価格競争も激しい。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・補助金の効果で断熱窓工事は増えている。それ以外の工事に関しては回復する見通しが立っていない。
		商店街（代表者）	・地元メイン通りの商店街でも、シャッターが閉まっているところが増えてきている。商店街のなかにある当店としても、今後消費はかなり低迷していくのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・例年、春先の商店街は新入学、進学、就職準備でにぎわう。指定校の制服、シューズ、教科書の売上は前年並みの見込みであるが、学校指定以外の商品を買う客は、郊外の大型店などに流出している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・米国の経済政策の軌道修正に伴って、アベノミクスも軌道修正しなければならなくなれば、自由で活発な貿易によって維持されている日本の景気に悪影響が表れる可能性が高い。
		スーパー（経営者）	・可処分所得が増加しないため、今後も消費者の節約志向が続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・3月には地元から東京などに出て行く人も多く、人口がかなり減ってしまう恐れがある。この先の景気が良くなる可能性は低い。
		コンビニ（エリア担当）	・改善する力のある店舗や人は他にステップアップしていく。それらに当てはまらないものが残り、何も生み出せないままになっている。
		衣料品専門店（経営者）	・前年と比較して、春物商材の売上は減少している。必要な時期に必要なものだけしか買わないという実需志向がますます強くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税の厳格化により、新車の販売量は減少すると見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・労働力不足が深刻化しつつある。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期が終わって販売量が落ち込むとともに、しばらくは新型車の発表がないため、爆発的な販売量の増加は見込めない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・メーカーの統合により同一ブランドの競合店が増えるため、競争激化が見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・政府が相当経済政策でテコ入れをしない限り、この先の当地域の経済が大きく上向くことはありえない。
		一般レストラン（経営者）	・市場をみても全体的に景気はペースダウンしている。当店も今後良くなるかという、逆に悪くなっていくような雰囲気がある。そのため、この先は決して明るいとはいえない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・客単価が下落傾向にある。
		観光型旅館（経営者）	・相変わらず良いニュースがなく、景気が良くなるとは考えにくい。むしろじりじりと悪くなるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会などの法人利用件数が前年比で減少している。レストランなど個人利用も減少している。また、来月以降の予約状況も鈍っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大規模宿泊施設のオープンにより、宿泊への影響が表れるとみている。宴会に関しては、3月は送別会シーズンであり、前年を少し下回る程度とみているが、4月は苦戦が見込まれている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会などの飲食関係が、すべて居酒屋など単価の安い方に流れている。
		旅行代理店（経営者）	・首都圏方面は前年4月より徐々に落ち込んでいたが、東北方面については10月ごろから個人旅行が落ち込んできている。このことから、5～6月までは前年を下回る状況になるのではないかと懸念している。
		通信会社（営業担当）	・サービス業、製造業の人手不足の話が聞かれる。また、中小企業の投資が鈍っている。このことから、国の予算を把握しながら自治体との連携が必須となる。3月末の予算消化次第では景気の動向が多少上向きになるが、4月以降は不透明のため、景気はやや悪くなるとみている。
		美容室（経営者）	・米国の新大統領の就任で世界中がかき回され、先行きの動向が不透明である。このことから客は、消費を控えてしまうのではないかと懸念している。
	×	スーパー（店長）	・3月中旬に当店の周辺に競合店が新規オープンするため、来客数の減少が見込まれる。
	×	住関連専門店（経営者）	・特別注文家具の生産について、2～3か月後の受注残が前年よりも少なくなっているため、現状よりは悪くなるとみている。ばん回できるような営業活動が必要である。
企業 動向 関連  (東北)		建設業（従業員）	・復興関連の大型公共工事における受注者決定が見込まれる時期となる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新製品開発に加えて関連製品の受注も見込まれており、売上増加は確実である。
		建設業（経営者）	・当面の受注量があるため、準備が進んで着工できれば景気は良くなるとみている。

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
		金融業（広報担当）	・個人消費に関しては、自動車販売が好調に推移している。その他一部指標で弱さはみられるものの、持ち直し傾向が継続している。
		広告代理店（経営者）	・中小企業によるホームページの案件が増えており、期待が持てる。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・新年度に向けた企画の相談案件が増えている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・現在の状況に底打ち感が出てきている。
		農林水産業（従業者）	・農機具のセールスマンの話では、農機具の点検整備の依頼が例年よりも多い様子である。農家は少し余裕を持って生産資材の購入をすることができている。
		食料品製造業（経営者）	・旅行者が増加するような、もしくは購入を後押しするような、大きなイベントがない。
		食料品製造業（営業担当）	・経済が好転もしくは悪化する変化要因が少ないので、状況に変化はない。
		食料品製造業（総務担当）	・消費の二極化傾向が続くなかで、節約志向が徐々に強まるものの、消費全体の下振れリスクは大きくないとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の価格改善が進まない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前年秋口より、客の様子から景気の落ち込みを実感している。特に飲食関係は厳しく、この状態はしばらく続くともみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注量に大きな変化はないが、為替の変動により輸出採算が予測しづらい状況になっている。
		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、年度内は現状のままで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・今後も受注増加の傾向は続くともみている。ただし、利益率を考慮した検討が必要である。
		通信業（営業担当）	・政府による経済政策次第である。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。米国の新大統領の影響を見極めており、慎重な姿勢が続いている。
		広告代理店（経営者）	・4月以降の受発注にスピード感がないため、前年並みで推移すると見込んでいる。
		司法書士	・不動産取引件数が例年に比べて少ない一方、低価格帯の建て売り住宅の販売が目立っている。
		公認会計士	・2～3月は公共事業などの受注完成納期であり、売上などが回復するとみているが、さほど大きな動きはない。数か月先も一定の水準を維持するものの、大きな変動はないともみている。
		コピーサービス業（従業員）	・客のなかでも設備投資に対して格差がある。購入意欲のあるところへ営業活動をシフトしているが、前年を大きく上回るような顧客の開拓ができていない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・大都市と違い当地域は中小、零細企業が多い。そのため、現状では景気が良くなるということとは全く考えられない。逆に現在の状態がそのまま継続すれば良いほうではないか。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・我々の商品の主要な消費者層である団塊の世代が完全に70歳を越えている。給与生活から年金生活に変わり、健康への関心の高まりも影響してか、ターゲットから消えた感がある。もともと人口の1割近くを占めていただけに、市場に与えるインパクトが大きい。
		金属工業協同組合（職員）	・半導体関連、医療などの受注量は高いが、一般加工分野は低く、低単価、短納期の原価管理や人の手配などの対応に苦慮している。
		農林水産業（従業者）	・今後も耕作地が増える状況のなかでは、厳しい水田経営を余儀なくされる。
		繊維工業（経営者）	・短期間での売上の回復は見込めない。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・復興需要が一段落し、受注状況も前年を10%ほど下回っている。この先もあまり期待できないため、景気はやや悪くなるのではないかとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・震災復興需要が減少してきている。また、域内における大型プロジェクトがない。
		輸送業（経営者）	・一部取引先の事業停止や、工場の大規模定期修理の時期が重なり、製造が中止となるため、物流の減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告業協会（役員）	・テレビメディアにおいて、3月はナショナルスポンサーの出稿がかなり見込まれているが、地元からの出稿引き合いは依然として少ないようである。
		経営コンサルタント	・景気浮揚の切っ掛けがみつからない。
	x	*	*
雇用 関連  (東北)		人材派遣会社（社員）	・新年度に合わせた4月開設の大型事務センターなどの受注を成約できている。そのため、2～3か月先の景況感も良くなる見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・各社共に来期の採用計画が固まってきているが、現状維持もしくは増加で計画している企業が多い様子である。
		職業安定所（職員）	・将来への投資としての雇用ともいえる高校卒業予定者に対する、採用意欲が旺盛である。
		人材派遣会社（社員）	・新卒の採用を強化している企業は、今後も継続的に増える見込みである。3～4月にすでに説明会の企画や面接を入れている企業もあり、大学3年生に対して既に内定を出している企業もある。そのため、景気は引き続き良いとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が減らずに求職者が減少するという傾向は今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・応募のある仕事とそうでない仕事の二極化が、相変わらず顕著である。特に中小企業の採用意欲は弱い。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・景気を左右するような要因もないため、大きな動きにはならないとみている。
		職業安定所（職員）	・建設関係、医療福祉関係を中心に、新規求人数は引き続き前年同期を上回ると見込まれる。ただし、これらの職種を希望する求職者が少ないため、採用が難しいという状況が継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・充足されない求人が更新されているケースもあり、求人は高止まりで推移している。反面、求職者は減少を続けており、求人倍率は高いものの、見た目ほどには景気が良いとは判断できない。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に、現時点で大きな変動要因は見当たらない。事務所を訪問したなかでの話でも、この先の2～3か月で現在の状況は変わらないという話が多い。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は2か月連続して前年同月比が減少しているが、有効求人倍率の高止まり傾向は変わらない。また、現在のところ管内における企業の大規模な創業及び大規模な人員整理の情報はなく、近い将来に景気が大きく動く印象はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、相変わらず1倍を上回る水準で推移している。ただし、上昇要因は有効求職者数の減少が続いていることによるものであり、この先の景気が上向き要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高水準となるなか、幅広い業種で人手不足感が強まっているが、景気が上向きような要因は特に見当たらない。
		職業安定所（職員）	・窓口対応、訪問などの感触では、求人の受理状況は当面変わらないとみている。ただし、製造業などでは、今後の世界経済などの動向を危惧している。
	学校就職担当者	・今後の予定獲得求人状況において、事前に確認した採用計画の内容から増員や、新規採用はなく変化はない。	
		アウトソーシング企業 （社員）	・前年の同時期に比べて仕事が減っている。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・国の復興予算の縮小に伴い、被災地企業の自立が求められている時期ということもあり、ますます地域間格差は広がり、大きな障害となっている。このままでは不況感が急激に増してしまうのではないかと。駅前の地元百貨店の倒産もあり、このようなことが引き金となって危機感が増すことを懸念している。

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

### 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)		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は、行楽の季節、ゴールデンウィーク等で来客数が増えるので良くなる。
		旅行代理店（所長）	・地域内にある名刹の修理完了や鉄道会社の新型車両導入、地域のプレ大型観光キャンペーンもスタートするため、期待感が高い。
		通信会社（経営者）	・つい最近までは情報通信産業は花形であり、応募者が多く選考も大変であったが、今では社員の募集をかけても良い人材が応募してこない。人手不足は深刻である。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・共同で埋葬する合葬墓への問い合わせ、葬儀依頼が増えている。
		商店街（代表者）	・中学校の学校販売が終わり、3月に入ると高校の販売になる。特別根拠があるわけではないが、中学の状況からみて高校もある程度良くなるのではないかとみている。
		スーパー（総務担当）	・まだ食品だけが、久しぶりに売上は増えてきている。食品が回復してきているので、衣料品、住宅用品も今後回復するのではないかと。来客数は増加傾向で期待できる。
		スーパー（副店長）	・景気が良くなる要因はなく、周りの節約傾向も変わらないが、雪国の長い冬から暖かい春の訪れとともに気持ちが上向き、景気も少しずつ上向きになればと期待も込めて、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・現在消費が低迷しているが、2～3か月後には少しは良くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・寒い冬も3～4月になると、大分暖かさを取り戻して、客も非常に動きが良くなると期待している。いずれにしても良くなると予想している。
		コンビニ（経営者）	・2月に新会社発足の発表があり、工場勤務者の増加が見込まれる。ただし、発足時期は未定だが期待している。
		衣料品専門店（統括）	・客は将来への不安要素が多いと思う。この先収入が増えるのか、生活が安定するのか、そうした不安があるため、品物の買い控えや節約買いなどの傾向を強く感じる。
		スナック（経営者）	・悪くなりそうな要因が特に見当たらず、このまま上向いていってくれるとみている。
		旅行代理店（経営者）	・春以降、旅行費用が全般的に上昇傾向にあるので、それに応じて、売上が伸び、良くなることを期待している。
		通信会社（経営者）	・地方経済の停滞は回復の兆しが全く見えない。そのため地方業務に見切りを付け、中央市場にチャンネルをシフトしている。背に腹は代えられない。
		通信会社（営業担当）	・当社では社員全員に1万円の特別賞与の支給があり、他社でも売上増、内部留保対策として還元が浸透しつつある。また、プレミアムフライデーなど、消費に向けて意識も高まってきている。
		テーマパーク（職員）	・鉄道会社の新型特急や新駅の開業、SLの運行などが予定されており、来客数の増加が見込まれる。
		ゴルフ場（支配人）	・3月期は年度末でもあり、また、天候も比較的暖かい日が続いているため、予約は順調に入ってきている。
		美容室（経営者）	・来月は卒業式シーズンで、おしゃれに気を遣う人が増えてくるため、来店客数が増加する見込みである。
		商店街（代表者）	・景気の良い企業がみられなくなってきている。そのため、一旦企業を辞めると勤めるところがない。地方に活力の出る企業が欲しい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・日中暖かくなる日もあり、草花はそれなりに咲いている。人にも元気が出てくればありがたいが、今は我慢している状態である。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・業種的には動きの出る季節ではあるが、消費者は必要に応じて出費をしているようである。必要のないモノ、コトへの出費や消費を期待することは難しい。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新入学などで、少し動きが出てくるようである。	
	百貨店（営業担当）	・客の様子をみていると、個人消費が上向くような精神的な購買はみられない。ほとんどが慎重で、余計な物は買わないという買い方が、相変わらず続いている。	

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
		百貨店（営業担当）	・食品や化粧品などの消耗品は堅調だが、肝心の衣料品群が一向に回復の兆しを見せていないため、2～3か月先も変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・主力商材である婦人アパレル復調の兆しが見えてこない。大型食品物産展や、化粧品など好調な部分も見受けられるが、依然厳しい状況が継続すると予想される。
		百貨店（店長）	・売上の大きな落ち込みはないものの、プラスにもならない。客の購買行動は慎重である。ただし、以前に比べて冬物セールの衣料品売上は多少戻ってきた感がある。
		百貨店（店長）	・客の動きがあまり変わらない。
		スーパー（経営者）	・競争環境は依然として厳しく、消費者心理も冷えたままである。
		スーパー（商品部担当）	・既存店は販促次第で集客を見込める感じはあるが、ドラッグストアの出店が相次いで控えており、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	・今月はひなまつりイベントの効果なのか、多少客が増えている。今後についても新学年や子どもの日等のイベント効果で、同じような良い結果につながると期待している。
		コンビニ（店長）	・客はキャンペーンや売出しなどになかなかなびがなくなってきた。先行きについても特別良くなる理由がない。また、店舗近くで工事が始まり通行止めなどの影響もあり、あまり良い状況ではないが、今月ぐらいの数字はなんとかなのではないか。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が少ないために、先行きは厳しい状況が続く。
		家電量販店（営業担当）	・暖房商材の動きが悪く、見切りを早めている。住宅、マンション等の住設関連は、多少動く計画が出てきているため、期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・高齢者の自動車事故の増加に伴い、車を手放す人も多く、今後の販売量増加は望めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから2～3か月後に良くなるとは思えない。新型車の発表もなく、良くなる要素が一つもない。このままずっと変わらないのではないかと。むしろ、下がるかもしれない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月先に何か景気が良くなる要素があるなら良いが、毎年3～4月は入学、入社シーズンなので、当然中古車等が売れるが、今の状況でいくとそんなに明るい材料がない上に、客から車両購入の問い合わせが極端に減っているため、景気は低水準のまま変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りに良くなる理由がない。自らで良くするしかないため、どちらとも言えず、現状維持である。
		住関連専門店（店長）	・前月同様、来客数が前年とほぼ変化がないため、変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・生活品のモノ消費は、今後景気うんぬんで上がるとは想定できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・商圈客の財布のひもが緩くなるとは考えにくい。飲食、アミューズメント、サービス業は堅調だが、アパレル分野の消費の優先順位は後回しになっている。ショッピングセンター運営のデベロッパーの収益構造は、今後も横ばい傾向が続く見通しである。
		一般レストラン（経営者）	・若者客の動きは多少あるものの、全体的に今後も期待できるほどではない。
		一般レストラン（経営者）	・地方都市では中小企業が多く給与ベースがなかなか上がらない。そのため消費者の財布のひもが非常に固く、お金を使えない状態が続いている。
		一般レストラン（経営者）	・これ以上の落ち込みはないよとの期待を込めている。
		観光型旅館（経営者）	・前年春は大河ドラマの影響で売上が比較的好調に推移していたが、今年はその影響もないため、前年と比較してやや悪い状況が続くと思われる。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況から判断すると、ゴールデンウィーク明けまでは好調に推移する見込みである。
		都市型ホテル（営業）	・引き続き、地元企業が好調なため、現在も良い状況にあり、この状況を維持していく。
		旅行代理店（従業員）	・日本経済、世界情勢共に不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（副支店長）	・景気は上向いてはいないが、春から夏に向けての受注は少し動きが出てきている。相変わらず海外旅行の相談は少なく、専ら国内の日帰り旅行や募集旅行の相談がほとんどで、それもさほど多くはない。
		タクシー運転手	・業界の特徴として、その月によって状況が変わる。今月は前年と比べて1日少ないが、前年を上回る予定である。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
		タクシー（役員）	・客の様子から、変わらない。
		通信会社（経営者）	・スマートフォン等の普及により動画配信なども行われ、テレビ離れが進んで、特に若い世代の新規加入は厳しい。
		通信会社（局長）	・良くなる要素が見当たらない。東京オリンピックが景気のピークで、後は後退する一方か。
		観光名所（職員）	・数か月前の予約状況はあまり良くないが、インバウンドの予約がこれから増加することに期待している。貸切バスの値上がりによるツアー客減少が気になるところである。
		ゴルフ場（経営者）	・団塊世代の消費が活発な間は、景気を維持できるのではないか。
		ゴルフ場（総務部長）	・5～6月の予約状況は前年並みであることから、景気の良し悪しは変わらない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気回復の材料がない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・予約状況等をもても例年並みの動き、予約数である。単価等も横ばいで、来客数の増えるポイント等もないので、依然横ばいである。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・景気はいまだ不安定であり、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・すぐに進められる仕事は少ない。
		設計事務所（所長）	・今月は辛うじて予算達成はしたものの、厳しい状況は続いており、安心はできない。少しでも良くするため、決算月に頑張りたい。
		設計事務所（所長）	・これ以上悪くなることはないという状況に近づきつつある。最近はそのような状況が続いており、変化する要因は今のところない。
		住宅販売会社（経営者）	・原因が分からないため予想しにくいだが、現状維持はできるとみている。
		商店街（代表者）	・主力商品の仕入値が10%上昇したため、来月から販売価格に転嫁するものの、その影響を考えると恐ろしい。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・学生関係の問題など、客に聞いてもあまり良い話をしてもらえない。当地は観光地のため観光客は来ているが、買物をしているかどうか、よく分からない。いよいよ悪くなるのではないか。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方では、消費意欲の減退が続いている。
		スーパー（統括）	・年金支給月である偶数月と奇数月との差が顕在化してきている。また、客の高齢化による摂取カロリーの減少で、来店頻度は変わらないものの、財布のひもを締める傾向が1人当たりの買上点数減や客単価低下に現れてきている。
		コンビニ（経営者）	・市内の景気が悪い。
		乗用車販売店（経営者）	・決算期の反動やゴールデンウィークなどで受注が減るため。
		乗用車販売店（経営者）	・世の中の状況が不透明になってきている。前月に続いて小売店もパツとしないようである。このまま買い控えが進まなければよいと思う。
		自動車備品販売店（経営者）	・需給バランスが供給過多になりつつあるなか、採用も厳しくなっており、付加価値を増やすことが難しくなっている。
		住関連専門店（経営者）	・世界経済の不安定さや世界的な政治の不透明感からくる漠然とした不安感が、景気上昇ムードを押し上げきれないでいると感じる。情勢はさらに悪化する要素があるため、やや悪くなる。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・今後、受注は減少し、数量も一段と減少していくので厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・前年の大河ドラマ等の効果がなくなり、それ以外の動きは元々さほど良くなかったため、かなり厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・地元の自動車メーカー関連企業が、米国の通商政策動向でマイナスになる可能性がある。4月からの年金引下げで年金生活者のマインドが冷え込む可能性は高い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・悪くなるという言葉はあまり好きじゃないが、良くならないという感じがある。今のところ、世界的に、近隣諸国も含めてあまり良い材料がないような気がしている。国内でも、都政でいろいろなお問題がある。良くなるという期待はしたいが、全般的に低迷ではないか。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月の宴会予約件数の伸びが悪く、前年比マイナス20件、同マイナス900万円である。
		タクシー運転手	・地方の景気は、本当に良くない。
		通信会社（店長）	・例年、3月商戦の反動が表れるところである。
		競輪場（職員）	・今年最初の特別競輪レースの売上が前年度を下回り、目標額にも達していない。
		美容室（経営者）	・かつて、なりたい職業のトップに美容師になったこともあった。現在、業種として魅力がなくなっているのではと思うこともしばしばある。粗利益率などは他業種と比べても悪くはないが、業者数が多すぎるせいか過当競争で1店舗当たりの利益は落ちている。利益の出ないしわ寄せは経営者の給与を減らすなどで対応しているが、いつまでもそのやり方では通用しないので、難しい。
		美容室（経営者）	・4月からの原料から素材、最終製品に至る物価上昇は家計に打撃である。値上げの連鎖は、最も個人消費マインドを低迷させる。
		住宅販売会社（従業員）	・中古別荘売買の動きが鈍く、問い合わせも減少気味である。
	×	商店街（代表者）	・前年の大河ドラマの余韻を期待するが、例年並みか多少良い程度とみている。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・年度末と年度初めを迎えセール、創業祭、決算セールなど、いろいろとやっていくつもりではあるが、これでどこまで客に影響を与えられるか、効果が出るのかについては、かなり冷え込んだ環境下では、期待薄である。マイナスばかりを考えても仕方ないので、気温のように少し良い方に行ってくればよいが、多分あまり良い方向に行かない。
	×	家電量販店（店長）	・省エネ商品購入を促進するような政策などがない限り、厳しい現状は続く。耐久消費財の買換えサイクルが促進される理由がなければ、以前より商品単価が若干上がっている程度にとどまっているため、景気は後退する。
企業 動向 関連  (北関東)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーの輸出が増加している。
		その他製造業 [ 環境機器 ]（経営者）	・太陽光発電の売上だけで、本業の売上と粗利が同額になっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・従来の仕事が底堅く推移するとともに、新規の量産案件が複数立ち上がる予定で、売上は上向く。
		食料品製造業（営業統括）	・国産をうたったワインの需要は順調に伸びているが、原料の供給が逼迫している。そのため、各メーカーとも自家農園を持って生産を試みているが、苗木業者の生産が追いつかないのが、悩みの種である。
		化学工業（経営者）	・年度末に向け、瞬間的に上向く可能性はあるが、その先はあまり期待できないため、変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・県内の有名ショッピングモールへの体験教室展開に期待している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・大きな変化はなさそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量が安定していないので、毎月が不安である。
		金属製品製造業（経営者）	・3月は良いが、4月、5月は例年悪いので、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今のところ仕事の確保はできているが、長期的な仕事は少ないため、営業努力がかかせない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・鉄、銅、ステンレス等、金属の値上げが続き、収益への影響が懸念される。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先は、全く分からない。当社は得意先が十数社あるので、非常に増減した会社や、あまり増減しない会社といろいろあるので、このまま変わらず、まずはだともみている。
		その他製造業 [ 消防用品 ]（営業担当）	・しばらくはこのまま推移すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（開発担当）	・公共工事主体だが、今期の発注が前年比減であり、特に市町村発注が同78%と大幅減になっている。現政権樹立後、順調に推移していた公共工事が腰砕けのような感じで、今後が大変心配である。当社の売上も同10%減でありこの先、経費節減など具体的方策を考えなければならない状況である。
		建設業（総務担当）	・太陽光発電関係が落ち着いてきているものの、公共事業発注は例年並みにあるように予測している。
		輸送業（営業担当）	・新年度に向けて、例年の引越し等は最盛期を迎えるが、企業の経費削減等により、年々予約が少しずつ減っている。しかし、全体的な物量は前年並みを確保している。
		通信業（経営者）	・変わりそうな要素がない。
		金融業（調査担当）	・内需の弱さに加え、海外需要の行方、特に米国の新大統領の政策に対する影響の見極めに、しばらく時間がかかるとみられ、企業の慎重姿勢が続くと予想される。
		金融業（経営企画担当）	・観光関連業種以外は、個人消費も弱く今後も景気浮揚は感じられない。
		不動産業（管理担当）	・来年度受託業務の取引先からの値下げ圧力は相変わらず強く、何とか前年同契約に持っていくのがやっとである。資材などは値上がりしており、当社も値上げをしたいところではあるが難しい。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・広告営業で、百貨店、ホテル等で、来期からの出稿見直しの通告を受け、定期的な出稿がなくなる。大手企業にも費用の見直しの波が押し寄せている。
		経営コンサルタント	・景気の高揚感は落ちてきているとみられ、雇用のひっ迫の半面、個人所得の伸びいかに掛かっている。新年度に向けた消費、投資への動きが注視される。
		司法書士	・現状からみて景気が多少良くなることはあっても、それ以上良くなることはないような気がしている。ただ、少しずつ良くなって行くような気もする。
		社会保険労務士	・売上が大きく変化するという話をしている経営者はほとんどいない。しばらくは今の状態が続くとみている。
		食料品製造業（製造担当）	・スーパーでの特売だけでは期待できない。お金のかかるシーズンで消費者の財布のひもは固い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3月の年度末調整は致し方ないとしても、4月以降の受注量は、前年同月より落ちているのが現状である。これから夏場に向かって回復する要素はないような気がする。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の4月以降の動きが見通せない。
		広告代理店（営業担当）	・春から夏にかけては、毎年売上が落ちる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・新年度に入ると、一時的に販売量は落ち込み、回復に2～3か月かかるとみている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことながら利益が出ず、資金繰りが大変である。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費離れが顕著である。3月はイベントも企画されているが反応も少なく、厳しい状況と予想している。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・住宅関連では、補修、改装、新築が多少伸びていく。また、省エネタイプの設備、家電なども、新学期、新年度の切替いで伸びていく。青果等の食料品は高いが、粒ぞろい、品質がそろってきているので、購買力は伸びてくる。ただ、新学期等での衣料、服飾はどうなのか。
		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話修理関連の派遣増員が決定している。
		職業安定所（職員）	・正社員求人が増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	・年収ベースが変わらないため、相変わらず、消費にお金が回らない。
		人材派遣会社（支社長）	・今の繁忙は、限られた時期や人の繁忙で、一過性のものである。人材不足感に変わりはないが、求人者、求職者の絶対数に変化はないため、今後この動きは収束するとみている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・例年、年度末の3月は、求人募集が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・当職安管内の月間有効求人は、3か月連続で1.8倍台の高水準を維持している。依然として求職者との開きは縮まらない。本年度は大きな企業整理は発生していない。人手不足により売上を伸ばせない産業が非常に多くなってきており、良いとも悪いとも言いにくい状況である。
		職業安定所（職員）	・新規求人、求職者数共に前年同月比で減少となっている。パート求人は増加したが、常用雇用求人の減少幅が大きくマイナスとなっている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・職種によって求人は出ている。景気が良いかどうかは別として、職種を選び好みしている現状がある。求人があることから例年に比べて良いのかもしれないが、一般職などの求人が追加で出てこないとならば本当の意味で良くなったとは言えない。
		*	*
	x	-	-

#### 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)		スーパー（経営者）	・良くなるように行動している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンとなり、気温の上昇とともに需要は高まる。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は、国内旅行を中心に良い話題が多くなる。具体的には、3月に、修理を行っていた地元名刹の再公開、私鉄やJRの新型特急の運行など話題性に富んだ新しい観光素材がある。春休みもあるので、個人を中心に販売していきたい(東京都)。
		通信会社（管理担当）	・ソリューションは受注案件の売上が見込める。セキュリティ対策、通信端末のモバイル内線化など引き続き受注が堅調にある。個人向けの携帯電話や周辺機器の小売も、3～4月にかけて春の商戦期であり、販売額の増加が見込めるため、景気は良くなる(東京都)。
		観光名所（職員）	・山の観光地のため、2月は閑散期であるが、2～3か月後は春を迎え、新緑のシーズンでにぎわってくる上、ゴールデンウィークも迎えるので、今年よりは十分良くなると期待している(東京都)。
		商店街（代表者）	・今年の冬は気候が荒く、例年に比べ、増減が激しい。その分、春が穏やかであれば、冬に外出を控えた反動で良い数字が出るものとみている。その証拠に、イベントに対する反応は例年より早い(東京都)。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電以外の、太陽光発電設備関連の商品がこれから売れてくるとみている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・毎年2月は非常に暇な月であるが、今年はいくらか客も増えてきて販売にもつながっているため、この分で行けば景気もいくらか良くなるのかと期待している(東京都)。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・米国の新大統領の発言等で株価も上がりつつあり、上昇ムードになってきているので、これから多少良くなるのではないかと期待している(東京都)。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・これから気温が上がることにより人が動くと思うので、やはり売上が増えるのではないかとみている(東京都)。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・4～5月にかけての新学期シーズンは、売れ筋商材の見極めをしっかりとし、欠品による機会損失さえ防げば、前年並みの売上は確保できると考えている(東京都)。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・新入学シーズンを控え、新規購入を期待している。
		百貨店（総務担当）	・3月の改装で人気の大型家具店がオープン予定であり、その波及効果で店舗全体の集客増が期待される。ただし、これによって既存の高級家具や雑貨の売上が影響を受けるため、その部分の客単価が下落する可能性が大きい。しばらくは集客増になるが、結果的には店舗全体で若干の売上増にとどまることとなる。また、衣料品関係は春の改装で若干ショップの入替えを行うが、ここ2～3か月間には有効な売上アップ策は見当たらない(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
		百貨店（営業担当）	・春トレンドが久しぶりに出てきているが、単価の低いアイテムばかりのため、売上を押し上げるまでには至らない。インバウンドはこのまま好調を維持するとみている。5月にはターミナル駅の広場も完成し、駅地下の商業施設も先ごろ改装オープンしたため、駅そのものの集客が、当店にも好影響を与える(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・来客数は堅調に推移しており、苦戦していたファッション関連も若干上向き始めている。加えて、プレミアムフライデーなど新たな需要喚起にも期待できる(東京都)。
		百貨店（販売促進担当）	・買換え需要が高まる4月消費に期待する(東京都)。
		百貨店（計画管理担当）	・世界経済は様子見の感があり、大きな動きは見られない。社会情勢としては、働き方や余暇時間の過ごし方を考え直す時期にきており、買物にどれだけ結び付くかにより、景気の盛り上がり期待したい(東京都)。
		スーパー（店長）	・今月から始まったプレミアムフライデーを一つの起爆剤として、毎月月末の最終金曜日にちょっと良い物を客にアピールして、これを定着させたい。なんとか今の景気よりも3か月後は良くなるように、月一回のイベントを切り口としていると工夫しながらやっていきたい(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・今月より気温も上昇し、人事異動があったり、工事現場が増えて現在よりは上がる。
		コンビニ（経営者）	・月末になり、来客数と単価がやや上がってきている(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなってくると客の動きが活発になり、来店する客が確実に増えてくる。客数が増えるのは当然のことながら、客単価も伸びてくれれば良くなる、客単価が伸びなければやや良くなる、そのように判断をしている。これから先、天候がどのように推移するか、プレミアムフライデーがどんな感じになるか、いろいろな不安要素もあるが、着実に見切り販売をやっていきたい。
		コンビニ（経営者）	・人が集まるお祭りなどは何度か続けると結構需要があり、販売量が伸びる。4月は市民祭りがあるが、そのほか小さな祭りでも期待している。
		コンビニ（経営者）	・若干ながら客数は伸びているので、これから季節的な要因も加わって多少は良くなるかと思う。
		コンビニ（経営者）	・この先、冬から春、春から夏にかけて気温が上がってくるので、売上は全般的に増加すると見込んでいる。ただし、競争が激化しているため、前年売上を達成できるかどうかは定かではない(東京都)。
		家電量販店（店長）	・プレミアムフライデーが定着し、消費意欲が刺激されれば良くなる。
		家電量販店（統括）	・春商戦への期待と、新製品による単価アップが見込まれる。
		家電量販店（経営企画担当）	・働き方改革、プレミアムフライデー、社会保障等の改善が見えてくれば、慎重姿勢の消費者のマインドが超緊縮から緩み、消費喚起の環境が整うと期待している(東京都)。
		乗用車販売店（販売担当）	・ここ1年ほど、やや良くなるだろうという期待感のもとに回答しているが、実際は足踏み状態かもしれない。客の様子をみると、東京オリンピックや震災特需その他を含めて、景気は良くなるだろうから設備投資をする、人を増やすという感覚のようである(東京都)。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新型車効果で受注が順調である。来場者も多く、この状況がしばらく続くとみている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的に暖かくなるので、商品の動きもある程度は活発になると期待している。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の取ろうとしている施策が非常に的確だからである(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・来月は歓送迎会シーズンで、毎年の常連客の予約が入っているので、2月よりは良くなる(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・店舗の改装、メニュー及び価格の変更、広告宣伝費その他の使い方を全て変えるため、良くなる見込である。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けて、今後も伸び続けると思う(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・予約状況や高単価のイベントへの申込の速さなど、当店以外の周辺の店もにぎわっているようで、やや良くなる(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
		旅行代理店（営業担当）	・4～5月はゴールデンウィークがあり、旅行需要が増加する（東京都）。
		タクシー運転手	・米国の新大統領就任による影響は現時点で不透明ながら、公約よりも規模は縮小しつつも減税策やインフラ投資が実施されることで、米国経済の成長ペースは2017年後半から加速する見込みである。マーケットでも、緩やかな株高、金利上昇の動きが継続している。この結果、日本でも輸出企業の収益増や株高などを通じたプラス影響が期待できるという報道もあるので、景気はやや良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・少しは利用が増えているように見える。これから卒業式、入学式、歓送迎会と行事ごとがあるので、それなりに期待はできそうである。
		タクシー運転手	・年度末を迎えるに当たり、終電後の客が増えると思っている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・1年で一番盛り上がる時期になるので、販売数量は増加していく。
		通信会社（管理担当）	・新生活に伴う動きがあり、通信サービス見直しの機会が増えるため、安さだけで選ばない客に対して、サービスの手厚さを軸に訴えることで、景気が良くなる。
		ゴルフ場（経営者）	・都知事の発言により、上向き可能性がある。
		ゴルフ場（企画担当）	・3月半ばより季節要因で、予約数が増えている。
		ゴルフ場（支配人）	・天候には左右されると思うが、このまま平常状態であれば、少し上向き。
		競輪場（職員）	・来年度は勝負の年として、3,000万円ほどの広告宣伝費を4,000万円以上に増やす。現状のキャンペーンの推移よりも上がることは確実だと考えている。
		設計事務所（経営者）	・これから先は多少良くなるのではないかと。今しきりに社員教育をしている。仕事を自らで見つけようという運動のなかで、新規顧客の獲得、ホームページ等の活用、また、いろいろなお付き合いで開拓していこうとしている。指名参加を踏まえて、3～4月は頑張りたい。景気も上向きと期待している。
		設計事務所（経営者）	・ユニバーサルデザインなどの案件が動いているため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・物価高もあり、零細にとってはずっと底辺を進んでいるようではあるが、建て主もいつまでも我慢してるとは考えられないので、多少なりとも動いていく（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・建物請負契約の場合、商談から販売につながる時間を考えると、現在の具体的な商談数が非常に増えているため、これから2～3か月先の販売量増大に期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・資料の数が増えているし、客の契約に対する決断も良くなっている。今後も上向きになるものと見ている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・資材費が上昇している。調達期間も長くなっていることから需要増による忙しさにつながっている（東京都）。
		商店街（代表者）	・当商店街も最近は物販よりも飲食店がどんどん出てきているので、おしゃれをするために商店街を歩いて買物をするという客ではなく、生活密着型の状況になりつつある。広い地区から客を呼ぶのではなく、近場の客に利用してもらう形になってしまうことからすると、商店街としてはあまり良い方向にはなっていないという気がしている。
		商店街（代表者）	・商店街と大型スーパー、中型スーパーとの購買行動のすみ分けがなく、お互いにパイの奪い合いが激化しているため、商店街の存在意義を明確にしなければいけない（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・景気動向の改善も望めないし、業界的にも良くなる理由が見当たらない。点検業務などを増やして客との接点を増やしていこうと思っている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近は目的買いの商品については利便性を追求して、商品の内容や質の良さ、グレードにはあまりこだわらなくなってきた。また、通信販売でも購入できるので、非常に厳しい状況が続く。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年度末を迎え、本来なら若干盛り返すところであるが、期待薄である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・販売量は頭打ちでなかなか新規受注がないうえに、材料費の高騰分を単価に上乘せすることも難しい。今後しばらくは苦戦が続く（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
		百貨店（売場主任）	・不確実性の時代であり、将来の不安が払拭されない限りは消費に向かわないのではないかと。また、賃金の上昇以上に物価が上がってきているので、実質的な豊かさが感じられない。
		百貨店（総務担当）	・特に消費を促す要素がないため、厳しい状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・店舗のロケーションが変わるので、館としての買い回りに期待しているが、消費に関する慎重な姿勢は継続する。
		百貨店（総務担当）	・気温の乱高下による影響が大きいと、衣料品に継続した回復基調が見られず、消費全体を引っ張る商品領域が見当たらない。
		百貨店（広報担当）	・景気の先行きに対する不透明感はぬぐえず、大幅な賃上げなどもないため、消費者心理にプラスに働く要因がない(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・天候不順が主要因で、衣料関連商品の動きが悪い。また、株高円安による富裕層の高額雑貨等の買上も大きく伸びず、全般的に厳しい商況である。景気の高揚感もあまりない(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・春物もなかなか動かず、婦人服の厳しさは変わらない。これ以上悪くはならないと思うが、良くなることもない(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・新規顧客の拡大に注力する一方で、既存顧客の購買意欲は下降傾向であり、厳しい状況はしばらく続く。稼ぎ頭である婦人アパレルの不振は、小売業界にとっても脅威となっている。今後、客の高齢化も進み、モノからコトへの消費行動が更に加速する(東京都)。
		百貨店（営業担当）	・国際情勢など消費者心理がプラスになる要素が少ない(東京都)。
		百貨店（販売促進担当）	・外国人客の売上は回復傾向にある。また、歳時記やコトを絡めたピンポイントの催事には反応があるものの、主力である衣料品に回復が見られず、依然として厳しい状況が続いている。国内、特に中間層の消費意欲は上がってきていない(東京都)。
		百貨店（販売促進担当）	・今後の春闘の結果により左右されることもあるが、客の様子を見ていると、消費に対して積極的になっているとは感じられず、景気も変わらない。
		百貨店（店長）	・政治や経済、あるいは個人の収入に明るい展望が見えない限り、なかなか改善に向かわないのではないかと。
		百貨店（副店長）	・現状は安定的な推移ではあるが、世界経済を含め不確定要素も多いと感じられるため、ちょっとした変動により大きく変わる可能性がある。
		百貨店（店長）	・売上の指標となる日々の食品が振るわない。こだわりの品で差別化しているが、価格に流れている。
		百貨店（営業企画担当）	・ここ数か月、訪日外国人客の売上は堅調であるが、今後もこの流れが継続するのか根拠が示せない(東京都)。
		スーパー（経営者）	・米国の新大統領就任による影響で先行きが不透明である(東京都)。
		スーパー（販売担当）	・客の買い方を見ていると、曜日による特典、またはポイントが何倍であるとか、そういったいろんな特典のある店を使い分けて、うまくお買い得商品を買って回っている様子が引き続き見受けられる(東京都)。
		スーパー（経営者）	・変わらないと答えたのはやや悪い状態がずっとこれからも続くという予想である。3月からまた競合店ができるので、当店の一部店舗が影響を受ける。その前にも大型ショッピングセンターができていますので、良く変わることはなく、悪い状態が変わらず続く。
		スーパー（経営者）	・2か月前ごろから来客数の減少が続いている。
		スーパー（店長）	・季節指数では上向いてくると感じられるものの、好転する要素がないため、しばらくは同様の状態が続いていく(東京都)。
		スーパー（総務担当）	・株価等は比較的高めに推移しているが、実際には客の可処分所得自体はさほど増えていない。また、これといった流行りものがないなかで、客の購買力に力強さが見えない状況になっているので、このまま厳しい状況が続く。
		スーパー（営業担当）	・世界経済の状況、特に米国の経済対策の動向が、今後の日本に与える影響は非常に強い(東京都)。
		スーパー（仕入担当）	・米国の新大統領就任による懸念材料が多く、海外との大きな取組みは控える傾向があり、不安定な景気が続く。

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
		スーパー（副店長）	・米国を中心とした世界経済や日本の産業の先行きは、依然として不透明である。若年層を中心に生活防衛意識はまだ高い。インターネット型通販会社など話題の業種もあるが、店舗型の小売業は景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・期待できる要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・日本で最大規模のショッピングモール内に店舗している店舗があるが、前年同月と比べて来客数が落ちている。また、この2月は10店舗程度閉店しており、景気は良くないのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・直近では、売上に大きな影響を与えるたばこ、酒などの税制の変化はなく、現状のまま推移するとみている（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の減少が続いており、回復の兆しが見えない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・首都圏での店舗営業の強みは、徒歩の客が多いことと、小商圏で成り立つことである。商圏人口が多いという強みを生かしていく商売を考える。
		衣料品専門店（経営者）	・しばらくは様子見である。米国の新政権で株価は上がっているし、円も安くなっている。輸出は良いかもしれないが、輸入業者はどうなのか。当業界は原料が輸入なので、輸入関連の商品だが、影響がどう出るのか、春になって客がどう動くのか、様子見である。
		家電量販店（店員）	・物販において、飲食関連以外は厳しい状態であり、景気が活気付く要素がない（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているものの、販売はこれまであまり芳しくなかったが、今月はそれなりの数字を上げられた。これは新型車が出たため、2～3月は良いのではないかと。4月以降も良くなれば本当に景気回復ということになるが、まだちょっと半信半疑である。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売はかなり上向いてきているが、整備は横ばいなので、売上の的にはあまり変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月に向けて車に関する税金が上がるので、反動減が気になる。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界は、住宅ストック循環支援事業の政策効果の浸透度や交換が今一つではあるが、ほかに特段のマイナス材料もなく、現状維持がしばらく続くこととみている（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・納得しないと商品が売れない傾向は変わらないので、仕掛けが大切である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・シニア層のボリュームが拡大傾向にあるなかで、特段の特需要素もないため、変化は期待できない。海外の政情不安が今後発生する可能性はある（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・一度値上げすると、なかなか値が下がってこない。この影響は長期化しそうだ（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ショッピングセンターで物販の中心となっているファッションについては、基本的に厳しい環境が続くそうではあるが、新生活シーズンに少し期待している。
		高級レストラン（副支配人）	・法人関連の予約状況の推移から判断している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・先行き不透明感はあるが、来客数、売上高共に前年並みとみている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2月は一番売上の悪い月なので、例年のことだが2～3か月先は2月の売上より10～20%くらいは良くなる。そうなって欲しい。
		一般レストラン（経営者）	・状況は大きく変化しているが、個店、商店街でも努力しているか否かで、大きな違いが出ている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・やはり3か月後もあまり景気が上向きような状況は見受けられない。また米国の新大統領就任の影響で、今後輸出入がどうなるのか、景気がどう左右されるのか分からないため、決して良くない状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・人手不足による人件費の上昇や仕入原価の高騰は相変わらずだが、円安株高や日本人スポーツ選手の活躍等により、消費者の心もなんとなく上向きになって、財布のひもがやや緩んできではないかと（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・内外共に政治経済の不安定な状況が続いているため、将来に対する不安が内在した形で、消費にネガティブな影響を与えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・賃金水準の改善が長続きする見込みが見えてこないなかで、将来支出に対する不安から現状を抑制する消費者の動きがはっきり出ている。業界の景気は、当分横ばいが続くものと判断せざるを得ない(東京都)。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年、新年度スタートの4～5月の受注は比較的良いが、今年は宿泊、レストランを中心に動きが鈍く、前年比ややマイナスの状況である。ここ数か月間販売量は低調で推移していることから、景気は今のまま変わらない。
		都市型ホテル（総務担当）	・直近では特に良くなる要素が見つからない。中国等のインバウンドによる需要が、以前よりも減少しており、回復の見込みは厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・プレミアムフライデーの導入で、一般客のマインドがどう変化するのか注視したい(東京都)。
		旅行代理店（営業担当）	・顕著なプラス要因もマイナス要因も見当たらない(東京都)。
		タクシー（団体役員）	・株価は一定の範囲に収まっているものの、為替の上下により不安定である。また、春闘を迎えるが、確実な賃金上昇等の見込みが立たない限り、景気の安定、浮揚にはまだ時間が必要である。
		通信会社（経営者）	・米国の新政権の経済政策が今一つ分らず様子見が続く(東京都)。
		通信会社（社員）	・景気が良くなる兆候がない(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・価格競争を基本としたシェア争いがしばらく続く。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・現状では、経済変動に米国の新大統領就任による影響は見られず、景気回復の好材料も見当たらない(東京都)。
		通信会社（経営企画担当）	・2～3か月は商談状況が伸び悩む(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・当社もセット割に力を入れていくが、競合他社も同様のため、客の奪い合いになり、変わらないと予測している(東京都)。
		パチンコ店（経営者）	・台の規制があり、面白い機械が減ってきたため、もう少し数字が落ちるかと思っていたが、客はギャンブル性を求めるだけではなく、結構面白い機械で遊んでくれるということで、思ったほどは減っていない。なかなか厳しい状況ではあるが、正常な方向にややシフトしてくれているような気もするので、期待を込めて変わらない(東京都)。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・来客予約や催事の申込状況は堅調だが、今のところ消費単価の伸びが鈍く、今後の伸びが期待できる要素が見当たらない(東京都)。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・塾全体の単価が非常に下がっており、生徒数、子供の数も減少しているため、今のところ春期講習等の申込はあまり増えていない。人数も少なくなっているため、横ばいである。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・低金利、あるいは米国の好景気などで、一部の企業では業績が良いという話が出ているが、米国の方向性、あるいはそれに対応する全世界の状況から、警戒心を抱いている人もたくさんいる。今後はそういった新しい危機に対して、確信を持っていけるかが大きな要因になる。そういう意味で3か月後は変わるとも変わらないとも分からない状況である(東京都)。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・地元の大型商業施設の閉店後、何も動きがない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購買自体が一喜一憂、好不調するものではなく、年間を通しての売上になるので、このままでは変わらない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・世界政治、経済に不安はあるものの、身近ではここ数か月で変わるような様子はうかがえない。
		設計事務所（職員）	・大きな変化の兆しは感じられない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・消費拡大のためには、休日の増加も確かに必要だが、まずは所得の増加が第一である。今そのような実感は持てず、今後の展望も明るくはない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・1月は良くなるという予測をしたが、今のところ動きが非常に鈍いという状況に変わりがないので、今後はあまり期待できない。
		商店街（代表者）	・なかなか今の状態では良くなるということはない。なんとか天候が普通になってくれれば良いと、そればかり祈っている(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
		一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・多くの仕入先から4月から値上げという声が聞かれている。利益を取るのには厳しいのではないかと思います。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・当社も倉庫火災のあった通信販売大手の代理店をしている。火災の影響で、物の遅延や商品の欠品があり、徐々に売上への影響が見え隠れしている。そのようなことを考えると、今後、最需要期に当たり売上の減少が予測される。
		スーパー(店長)	・客数増であるが、買上点数、1品単価は下落している。また、生活の変化として、保険料や通信料等の負担が多く、生活、食品関係の節約傾向が見られる。
		コンビニ(経営者)	・1軒、また1軒とシャッターが閉まっている。とても厳しい状況である(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・雇用もなかなかうまくいかず、賃金だけ高くなっていくような気がするので、景気も良くはならないのではないかと。
		衣料品専門店(経営者)	・1~2月の消費者態度をみていると、安くても価値ある物でないと買わないし、消費が増加すると期待できない。
		衣料品専門店(営業担当)	・小売店が今後残る気がしない。チェーン店の力に押しつぶされる。借入がない店はどんどんなくなっている状態で、景気は一つも良くならない。先行きも悪くなる一方だと思う。
		乗用車販売店(総務担当)	・期末後の反動で、販売量の動きは鈍くなるため、やや悪くなる。
		住関連専門店(統括)	・景気が回復する要素は見当たらず、まだまだ伸び悩み、景気の落ち込みは続くのではないかと。
		その他専門店〔貴金属〕(経営企画担当)	・EC市場、海外市場などの新規市場の成長は見込めるが、実店舗での売上が確保できないと、景気が良くなっているとは言い難い(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・予約状況を見ると、民間企業の予約が極端に減っている。官公庁等はそれなりに予約が入っているものの、夏に都議会選挙等があると、こちらも控えるようになるので、かなり厳しい状況になる(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・普通のサラリーマンがお金を使えなくなったうえに、当地域は意外と外国人観光客が少ないので、飲食店にとっては厳しい。
		都市型ホテル(スタッフ)	・この先の景気は、米国の動向もあって非常に不安定、不確定なので、財布のひもが固くなるのではないかと予想している。
		旅行代理店(経営者)	・なかなか思うように良い客も来店もしないし、稼働率も悪い。年度末のせいもあるかと思うが、あまり期待できる状況ではない。
		旅行代理店(従業員)	・前年同期比の先行き見込みが80%程度で推移しているため、やや悪くなる(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	・春休み期間中の商品が全く売れていない。これを過ぎるとしばらく長期連休がないので、販売が更に厳しくなる。
		タクシー運転手	・3月末に向かってどのような動きになるのかよく見えない状態である。いろいろ客も悩んでいるので、我々も先が見えない。
		タクシー運転手	・新聞、テレビの報道によると、一般的に景気が良くなっているようだが、タクシー業界においては全く良くなっていない。2月からの運賃改定においても、客の反応はあまり良くない。逆に、これまでの料金よりやや値上げになっているので、改定によって客が増えることはない。また、残業が元に戻らないので、今まで残業で利用していた客が帰ってしまっている(東京都)。
		通信会社(経営者)	・テレビ、インターネット、電話の解約増は継続する見込みだが、電力、モバイルでのリカバリーで解約抑制を図る以外に手だてがないため、利益面での落ち込みは当面継続する(東京都)。
		通信会社(局長)	・世界情勢や世間の景気がすぐに大きく影響しない業界ではあるが、同業他社の影響は受けやすく、他社への契約切替のスピードが上がっていることが経営に最も影響している。今後もしばらくこの勢いは続くと思われるので、当社としては厳しい状況になる(東京都)。
		ゴルフ場(従業員)	・人口減少、出生率の低下、高齢化社会の世の中で、今必要なのはプレミアムフライデーなのだろうか。目の前の景気より、国民の豊かな生活の維持、向上のための景気回復を願いたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・マンション価格が高騰し、契約率も7割程度となるなかで、マンション建設計画が見直される可能性がある(東京都)。
		設計事務所（経営者）	・民間に期待できない状況が続くそうなので、官庁案件の入札が始まる6月ごろまでは厳しいのではないかと。人口減少が続く成熟社会では、今までのビジネスモデルで生き残るのは難しいが、簡単に変えられないのも事実である。
		住宅販売会社（従業員）	・この先、これ以上良くはならず、当分今のままで推移していくのではないかと。投資向けの融資は厳しくなってきたそうだが、相続対策での落ち込みはないとみている。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・2月は寒波の影響で来客数が伸びず、客単価も低く、販売量、売上高共に減少している。前年度に比べ約1割の減少である。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・最低賃金が上がり続け、社員の給料を上げられない。
	×	コンビニ（経営者）	・あらゆる手を使い従業員募集をしているが、全く応募がない。このままでは一部店舗の閉店もやむなしの状況で、更なる悪化が予想される。
	×	衣料品専門店（店長）	・明らかなデフレ傾向にあり、客単価、来客数共に下落傾向にある。
	×	設計事務所（所長）	・業種によって大きな差があるとは思いますが、この何年かは景気が良かった実感がない。仕事量が少ないことが、一番影響している。競争相手との低価格競争が激しくなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・住宅の売行きが悪いということは、経済に与える影響が大きい。住宅が売れると経済波及効果は大きいので、経済対策を取って欲しい。公共工事については、国レベルで発注価格の見直しをしていかないと工事が進まない。
企業 動向 関連  (南関東)			
		食料品製造業（経営者）	・今は仕事帰りに一杯やるというのをちゅうちょする空気があるが、それは徐々に薄れていくとみている(東京都)。
		食料品製造業（営業統括）	・新商品に対する販売数は上がってきているため、近い将来は通常商品への波及も期待できる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新規の印鑑の注文も受けているが、それとは別にホームページも立ち上げ、印鑑リフォームという彫り直しサービスを全国的にやっており、いろんなところから注文をもらっている。通常月だとその売上は10～15万円ほどなのだが、2月に関しては24万円ほどあり、少々上向きである。リフォームというのは、必要に迫られているものではなくて、亡くなったおじいさん、おばあさんの印鑑があるからそれを彫り直そうという注文である。そのような部分で個人事業が伸びてきていると感じている(東京都)。
		輸送業（経営者）	・現状が底なので、2～3か月先は現在よりは良くなると思うが、燃料価格の動向が大変気掛かりである(東京都)。
		税理士	・日本の経済だけでは先は読めない。米国の新政権がどのような展開をしていくのか、北朝鮮や中国がどうなるのか、それによって大分変わる。都民ファーストをうたう都知事や、アベノミクスによるけん引もあるので、内政的な安定で、先も見えていく気がするので少しは良くなっていくのではないかと期待している(東京都)。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・年度の切り替わり時期のため、市場も多少活発になるのではないかと(東京都)。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・大型の新規物件が始まることと、中規模の物件が成約したので、多少は良くなる(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・百貨店の人出も以前より多くなっているようである。
		食料品製造業（経営者）	・まだ小売店の売上が増えるような要素は見当たらない。
		繊維工業（従業員）	・消費マインド低迷の長期化により、節約志向が根強く、衣料品が売れず、経営を圧迫している(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年、夏まで受注量は横ばいになる(東京都)。
		化学工業（従業員）	・東南アジア向けの輸出は順調に受注できているが、国内に関しては全く先行きが見えない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・ここにきて見積依頼や新企画の相談が増えてきており、確約はないが具現化するのを期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・取引先、同業者の動向をみると、しばらくは現状維持ではないか。
		金属製品製造業（経営者）	・今までの設備のままでは頑張ってもなかなかコストを下げることができないので、設備投資をし、高能率、高精度の機械により単価が安くても利益の出る方法で、客にも声をかけて仕事量を増やす予定である。
		金属製品製造業（経営者）	・数か月は受注が増えており、景気が回復している感はあるが、もう少し様子を見てみないと何とも言えない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここで新規受注をした仕事が動き出すのは少し先になると思うので、まだ現在の状態が続くような気がする。
		電気機械器具製造業（経営者）	・特に大きな物件はなく、いつものように中小の案件が決まってきている。やはり都心部の仕事が多い(東京都)。
		精密機械器具製造業（経営者）	・中小製造業の経常利益が改善できないのは、原料、人件費、エネルギーコストなどを価格に転嫁できないためである。仮に切り出した時の受注減が怖いので、悩んでいる。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・現状維持の中で安定してきているということで、大きく変化はない。
		建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策をもっと実施して欲しい。
		建設業（経営者）	・公共工事が少なく、受注もできなくなってきた。物件が少なく競争相手が多。市の予算も補助費が非常に多くなっており、投資が削られている。
		建設業（営業担当）	・受注計画において資材、人件費の高騰や人材不足により必ず客との調整が必要となってきた。年度の目標数字を立てているが、人材不足などの理由により、受注を断念するケースも出てきている。
		建設業（経理担当）	・都内の建設ラッシュも50キロ離れると夢のような話で、好景気はその手前で止まってしまっている。新年度を迎えようとしているが、地域の公共工事でも景気を押し上げるような話は聞かない。
		輸送業（総務担当）	・新年度からの案件も受注しているものの、既存の仕事がなくなるところもあり、売上は依然として厳しい。また、人手不足、人件費及び燃料費の上昇など、経費面も厳しい状況が続く。
		通信業（広報担当）	・当面は現在の景況感が続く見込みで、大きな変化は望みにくい(東京都)。
		金融業（統括）	・若干景気が良くなっているように見えるが、それ以上にもっと良くなるような傾向はないので、現状維持と考えている。
		金融業（従業員）	・建設業では、官公庁や大手企業からの受注が良好に推移している取引先が多いが、卸売業、小売業等では、依然として景気が回復しているとの見方は少ない(東京都)。
		金融業（支店長）	・企業も、米国の新政権による日米関係の行く末を見守りたいとの慎重な姿勢があり、当面景気が良くなる見込みはなさそうである。
		金融業（営業担当）	・米国の新大統領就任による影響で先行きに不透明感があり、消費も低迷している。ガソリン価格も高騰傾向で、運送業にも影響が及んでいる。建設業もやや低調となっているので、今後も現状の景気が続く(東京都)。
		不動産業（経営者）	・2月になって来客数も若干増えたようだが、当社で管理しているワンルームは決まらない。学生も少なくなっている(東京都)。
		不動産業（総務担当）	・オフィス、店舗とも新たな退出予定はなく、この先も身の周りの景気が悪化する要素はない。ただし、既に6か月前予告で退出が決まっている大手オフィステナントの穴埋めはまだできていない(東京都)。
		広告代理店（従業員）	・前年比、前期比共に増減なく推移している(東京都)。
		広告代理店（営業担当）	・細かい相談件数は増えているが、宣伝予算等は相変わらず上がっていない(東京都)。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない(東京都)。
		経営コンサルタント	・良くなる材料があまりない。
		税理士	・特に良い材料は見当たらず、米国の新大統領と日本との友好体制がいつまで続くかは不透明である。悪い材料も見当たらないので、やはり横ばい状態が続く。

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	・人手不足の深刻化は各業界で言われているが、小規模の建設土木関連では業績に直結している。ある企業の社長の話によると、社員の給与については、他社との違いが拡大しないよう気を遣っているが、最近、社員からの希望により住居の面でも支援を始め、会社でマンションの空室を借り、家賃を半分負担して、希望する社員に貸しているそうである。社員の退社を食い止めるため、大手企業の社宅の対応までやらざるを得なくなっている。人手不足への対応は当面続きそうである。
		経営コンサルタント	・企業や業種により良くなるどころと変わらないところ、下がっているところが混ざっており、まだ模様となっている。全体では依然としてあまり良くない(東京都)。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・市場は回復傾向にあるが、同業他社との価格競争も激しくなっており、景況感はしばらく変わらない。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・仕事の依頼はあるが受注できない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・変わらないというよりも、予測不能である。大体この時期には客の予算が確定するが、現在まだ確定していない(東京都)。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・今年は今まで動いていたものが動かなくなる予想があったりするので、当社にとっては景気は悪くなる方向である。
		その他製造業〔化粧品〕(営業担当)	・業界で従来売上が良いシャンプー、カラー剤の売上鈍化が目立つ(東京都)。
		建設業(経営者)	・引き合いはあるものの、予算が合わない。
		輸送業(経営者)	・為替動向がまだ安定していないことから考えると、どうやら確たる上昇は見込めないということになるかと思うので、若干弱含みな景気になる。
		輸送業(総務担当)	・例年3月末まで繁忙期であるが、今年は3月から出荷量が落ち込む見込みで、出荷計画も下回っており、年度末に閑散期を迎える。
		金融業(役員)	・米国が不安定である間は、思い切った新規投資に踏み切れないとの声をよく聞く。
		その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・米国の先行きが見えないことと、決算の後に景気が後退するのではないかと懸念される(東京都)。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・年度末の受注が落ち着き、受注量が減少するため、2~3か月先の景気はやや悪くなる。
	×	出版・印刷・同関連産業(所長)	・年度替わりでの年間継続案件そのものがなくなっており、非常に厳しい。
	×	広告代理店(経営者)	・今月はなんとか前年同月比ややマイナスで収まったが、次年度はガタ落ちになるのが明確になってきている。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社(営業担当)	・求人数の動きは引き続き高止まりの傾向である(東京都)。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・4~5月にかけてパート、アルバイト募集、それから新しく支店展開する正社員募集の人事計画が18社来ている。全部受注できれば相当な盛り上がりがあるということで、何とか苦労して伸ばそうということで頑張っている。求人募集を応援したい。
		人材派遣会社(営業担当)	・人材マーケットに正規雇用求人も増加してきており、求職者も増加し始めている。各社人材の取り合いとなっており、集客力のある企業はより採用基準のハードルが高くなっている。一方、集客力の無い企業は、母集団の形成ができておらず、採用まで至らないケースが増えている。企業としては人員補充ができないため、正社員採用の代替としての派遣活用の動きが活発となり、今後2~3か月はますますこの傾向が続くとみている。これらのことにより、派遣市場は活性化されるのではないかと。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・業種により多少の違いはあるものの、特に飲食関係は人材不足でスタッフさえ確保できれば売上増につながるため、求人数は間違いなく増えていく。
		求人情報誌製作会社(広報担当)	・他業種、他業界及び同業他社では景気が良さそうである(東京都)。
		民間職業紹介機関(経営者)	・企業業績が急激に良くなるとは思えないが、採用熱は前年同期に比べて高いように思われる。企業からの個別メールが非常に多い(東京都)。
		学校〔大学〕(就職担当)	・季節が変わり、春をコンセプトに各企業が多様な事業を展開している(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
		人材派遣会社（社員）	・経営者との話では、良くなるというより変わらないことを願う人が多い。米国の新大統領の言動で、いろいろなことが悪いほうに向かうのではないかと心配する声が多くなり、少し悪くなるのではないかと。また、中国市場、韓国市場も全く伸びが見えないということで気にしている人が多い(東京都)。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き、企業の採用意欲は社員、アルバイト共に旺盛である。ただし、各社募集が難航しており、広告費抑制、受注単価下落が続いており、収益改善が課題となっている(東京都)。
		人材派遣会社（社員）	・人手不足の状況はしばらく続き、改善の見込みがない。
		人材派遣会社（社員）	・景気回復が見込めるとする施策が見当たらない(東京都)。
		人材派遣会社（支店長）	・人手不足感から、派遣は横ばいもしくは減少傾向だが、人材紹介は需要が多く、取引量が増えていく(東京都)。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多い状態が続いているが、人材が追いついていない。求人に対する応募がなかなかなく、応募があってもミスマッチなことが増えてきている(東京都)。
		人材派遣会社（営業担当）	・一部では、東京オリンピックまではこの状態が続くのではないかと噂されるほど、直近の見通しで景気悪化の話は出てこない(東京都)。
		職業安定所（職員）	・求人状況は、前月に比べ改善したが、1月の月間有効求人数は、フルタイム求人数は前年比マイナスで、パートタイム求人数は前年比プラスとなっている状況である。3か月後は、特に動きはないとみている。
		職業安定所（職員）	・目に見える変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年並みであり、有効求人倍率は高水準を維持している。
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲は旺盛で、新規求人数の増加傾向が続くとみている(東京都)。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中途採用は新年度を前に一服感がある(東京都)。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造メーカー等の生産能力アップによる求人の話はあまりなく、退職年齢の延長などの形での対応も多くなってきている。中堅社員の要望は広い職種で常にある。若年層の確保には苦労している(東京都)。
		民間職業紹介機関（職員）	・取引先の来期採用計画に関して、悲観的な声は聞こえてきていない(東京都)。
		人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法や労働契約法の抵触が近づいてくる結果、派遣先、派遣元がどのように対応するかによっては、契約終了や転職活動の活発化など大きな動きが出てくる。
		職業安定所（職員）	・米国の新大統領就任による影響が不安視される。
	x	-	-

### 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)		商店街（代表者）	・米国の新大統領就任による影響で、幅広く景気が良くなる。
		美容室（経営者）	・春に向けては卒業・入学、婚礼や就職等で外出する機会が多くなるので、店も忙しくなる。
		商店街（代表者）	・学校が春休みに入り人出も多くなり、売上も伸びる。
		一般小売店〔書店〕 （営業担当）	・年度が替わる時期は、販売量の増加が見込まれる。
		百貨店（経営企画担当）	・株価の水準は、基調としては少しずつ高くなっている。3月からの大型催事の効果や春物商材にも期待が持てる。
		百貨店（販売担当）	・売れ筋は低単価商品だが、徐々に高額商品の動きも良くなっている。購買意欲が落ち込むような要素は、あまり見当たらない。
		スーパー（店員）	・春になって旅行用の菓子や飲料等の受注が見込まれる。
		スーパー（総務担当）	・最近では、毎週実施しているセール企画が客のニーズとマッチしている。
		スーパー（販売担当）	・今後は様々なイベントがあり、売上増加が期待できる。
		スーパー（支店長）	・大河ドラマの影響で地域への集客が増えている。年内は波及効果が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（ブロック長）	・先行きは不透明であるが、株価が今の水準を維持すれば、主要客層の購買意欲は変化しない。
		コンビニ（エリア担当）	・合併によるブランド変更が進んでいる。変更が完了した店では売上が伸びているところが多く、今後は売上が持ち直すと期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が、重点商品の米飯商品等を中心に前年同期比で改善していることから、安定的に業況の改善が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・売上が上向きとなってきている。
		乗用車販売店（従業員）	・マスコミがあまり報じていないので、今のところ大きな動きはないが、エコカー減税の改正でほとんどの車種が増税となる。それが世間に浸透してくれば、駆け込み需要が爆発的に発生する。
		乗用車販売店（従業員）	・問い合わせが増え、客の動きが少し良くなっている。
		乗用車販売店（経理担当）	・販売した車両の登録が本格化すれば、売上増加が見込める。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・米国の新大統領の影響も落ち着き、政権運営が安定すれば、年度替わりとの相乗効果で消費マインドが好転する。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・季節や年度が替わることで必要な物が増え、購買意欲が高まる。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・金、プラチナの相場が少しずつ上昇しており、問い合わせも増えている。購入を検討する客が増えており、金の販売増加につながる。
		高級レストラン（役員）	・昼・夜共に予約客が増加傾向にある。コト消費である外食業界にとっては、プレミアムフライデーも追い風となる。
		一般レストラン〔パン・カフェ〕（経営者）	・出張販売等、店以外での売上は増加が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・暖かくなり、歓送迎会等で外に出る機会が多くなる。
		一般レストラン（従業員）	・気候が暖かくなり、外出する人が増える。
		スナック（経営者）	・同窓会やOB会の予約が入っている。1～2月は客足がぱったり止まって最悪であったので、期待を込めて多少は良くなると見込んでいる。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・大手企業の業績不振の報道により、消費の冷え込みを懸念したが、それほどでもなく、先行きは株価や賃金の上昇により消費者のマインドも改善する。
		都市型ホテル（営業担当）	・株価が安定しているため、引き続き良好である。
		旅行代理店（経営者）	・4月以降の予約が増えている。このまま大きな災害がなく、世界情勢の安定が続けば、段々と消費が増えていく。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月先には不安材料も特になく、景気は少し良くなる。
		タクシー運転手	・12月に次いで忙しくなる時期を迎える。
		通信会社（企画担当）	・例年どおり異動の時期で加入者が増加するとともに、大河ドラマによる地域の盛り上がりも、当社の業況にもそろそろ波及することを期待する。
		通信会社（サービス担当）	・引っ越しを機にインターネット回線やネット回線を利用したテレビサービスへ乗換える客が増え、今よりも業況は良くなる。
		ゴルフ場（企画担当）	・暖かくなってゴルフシーズンを迎え、予約数は順調に推移している。数字としては今よりも良くなり、業況もやや良くなる。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・話題性の高い特別列車が相次いで登場しており、当社にも波及効果が表れている。
		美容室（経営者）	・新生活に向けてイベント等も増えるので、おしゃれをする人が多くなり、来客数も増加する。
		美顔美容室（経営者）	・卒業、入学のシーズンで、客の手入れの回数が増える。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・施設利用者は増加傾向にある。職員の増員等により労働環境も徐々に改善し、余暇を利用して消費拡大にも貢献できる状況になりつつある。
		住宅販売会社（従業員）	・年度末の決算期で、客もそれを意識して来場するので、販売数の伸びを期待している。
		商店街（代表者）	・株価もあまり変わらず、現状維持が見込まれる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・このままでは業況が更に悪くなる可能性もある。少なくとも良くなるとは考えられない。

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
		一般小売店〔電気屋〕 (経営者)	・節約志向が根強いいため客単価の改善も難しく、販売方策の模索が続く。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・現在が高止まりの状況であるため、更に良くなるとは考えにくい。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・今しばらくはこのままである。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・地方の景気は悪いままで浮上の兆しはない。週末は、一部の量販店、スーパーや都市部のデパートには客が集まるが、商店街は閑古鳥である。プレミアムフライデーが定着すると、商店街は一層苦しくなる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・春に開催される全国菓子大博覧会に期待している。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・取引先の飲食店では、客の消費の増える材料が乏しい。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・金を使える一部の客は消費を増やしているが、大半の客は、付き合いの範囲を絞って堅実な消費をしている。3か月先も現状と変わらない。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・国政も米国との関係も、今のところ安定しており、景気が良くなる要素も悪くなる要素もない。このまま現状維持である。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは現状と変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・世界情勢があまりにも不透明で、先行きがわからない。
		百貨店(売場主任)	・売れ筋商品は決まっていますが、売れる商品は在庫切れで補充も難しい一方、売れない商品の在庫は大量に残っている。客に取り寄せを提案しても、在庫を待つ気はなくネットで購入するため、売上に繋がらない。
		百貨店(企画担当)	・高額品の動きが良く免税品の売上も前年同月を上回る等、持ち直しの兆しはあるものの、海外には不安要素が多く、先行きは不透明である。
		百貨店(経理担当)	・景気が今よりも下振れする要素も上振れする要素もなく、悪い状況での現状維持と見込まれる。
		百貨店(販売促進担当)	・来客数は当面は改善しない。
		百貨店(販売担当)	・小さなギフト需要は多いが、菓子やハンカチ等の1品単価が低い商品である。
		百貨店(計画担当)	・客の様子からは、購入量や客単価に変化の兆しは感じられない。外商の客は、特に株価の影響を大きく受けるので大幅な株価の変動がない限り現状維持となる。
		スーパー(経営者)	・先行きにも改善が期待できる要素が思い浮かばない。
		スーパー(経営者)	・3か月先はまだ円安が続き、中国や米国等への輸出はそこそこ順調と見込まれる。中小企業の労働者の所得は増えず、消費も伸びないため、景気はまだ上向かない。石油、石炭、鉄鉱石等の値上がりが商品価格に影響すると、消費は伸び悩む。
		スーパー(店長)	・足元の状況は悪くないが、米国の新大統領の言動による自動車関連業界への影響が懸念される。
		スーパー(店員)	・客の買物の様子には多少の変化がみられ、必要な商品はしっかり購入するようになってきている。目に見えて良くならないにしても、少しずつ良い方向に向かっていく。
		スーパー(販売促進担当)	・節約や倹約の様子が客にはうかがえ、売りたい商品等には、なかなか反応しない。
		スーパー(営業企画)	・しばらくは米国を始めとする世界情勢は不安定で、国内景気も不透明なため、消費にも様子見が続く。
		スーパー(販売担当)	・夏に競合店が近隣にできるまでは、売上は前年比で増加が続く。
		スーパー(企画・経営担当)	・ひな祭りやホワイトデー等、イベント関係商材の動きによって変わってくる。
		コンビニ(店長)	・特に変化しそうな要因はない。
		コンビニ(企画担当)	・人手不足が深刻なのは生産性が低い労働集約型の職種が多いため、給料は増えず正規労働者も増えないことが懸念される。
		コンビニ(企画担当)	・少し悪いままで横ばいとなりつつある。改善する要因が見当たらないため、当面は今の状況が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・足元の良い状況は、今後も当面は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・販売施策や企画に対する客の反応が良くなく、上向きとなる材料が乏しい。
		コンビニ（店長）	・特段の好材料はなく、景気としてはほぼ変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・長年なじみ客を相手に商売をしてきたが、低価格商品が出回るなかで新規客を確保できる要素はほとんどなく、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や決算に伴って新車に買換える客が多いが、2～3か月後は、車検を迎える車がそれほど多くないため、買換え需要も落ち着く。
		乗用車販売店（従業員）	・受注車両の構成比では新型車種の割合が高く、生産待ちの状況が強まっている。3月決算に向けては、すぐに登録可能な車両の割合を高める必要があるが、客の財布のひもはまだまだ固く、有効な販売施策が求められる。
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月先も大きな変化要因はない。
		乗用車販売店（総務担当）	・販売量は横ばいから緩やかな増加が期待できるが、人手不足感が強まっており、経費の上昇圧力がある。給与アップだけでなく休日増加や設備改善等に伴う経費の増加が心配である。
		住関連専門店（営業担当）	・マンションを含む新築需要は減少傾向が続いているが、リフォーム、大規模改修工事や増築工事等については、増加が見込まれる。規模の小さい仕事が増加している。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・文具の売上は好調だが、書籍の売上減少をカバーするほどではない。書籍離れを食い止めようと様々なイベントを行っているが、売上維持は困難で厳しい状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・米国、欧州の不安定な政治・経済は、懸念材料である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる理由が見当たらない。
		観光型ホテル（販売担当）	・4月以降の予約は、宿泊宴会は前年並みであるが、一般宴会は前年同月比で10%以上マイナスとなっている。全社的には、足元と同様にやや悪い状況から変化はない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは横ばいが見込まれる。
		都市型ホテル（経営者）	・景気を持ち直しは一服感がある。世界情勢には懸念材料がある。
		都市型ホテル（経理担当）	・予約状況から、前年並みに落ち着くものと見込んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・春になって気候が良くなれば、花の鑑賞ツアーや世界遺産のツアーも増えてくる。初めてのプレミアムフライデーには効果は感じられないが、既存の補助金付プランは売行きが良いので、仕事を早めに切上げて旅行をすれば補助金等があるといったメリットがあれば、効果が出ると思われる。
		旅行代理店（従業員）	・北朝鮮問題や米国の新大統領の自国優先政策等、世界情勢への不安により海外旅行者数は伸び悩みが続く。国内旅行も卒業旅行や春休みの旅行には目を引く増加要因はなく、来客数も横ばいである。団体旅行も、国内旅行を中心に例年並みで、特筆すべき点はない。
		タクシー運転手	・長い間、夜の飲食店街は静かである。この状態が長く続いており2～3か月先に急に良くなるような兆候もない。もうしばらく様子見である。
		タクシー運転手	・為替の動きにはやや不安があるが、このまま大きな変動はないと見込んでいる。
		タクシー運転手	・乗車客数の明白な減少が続いている。
		通信会社（営業担当）	・2年の契約期間が過ぎるころには再び動きが出るが、当面は変わらない。
		テーマパーク（職員）	・団体予約の大きな伸びが期待できない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・景気が好転する要因が見当たらない。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・米国や中国等の海外情勢にもより、先行きの見通しが立たない。
		設計事務所（経営者）	・良くない状況は全く変わらない。小規模かつ案件数そのものが少なく、設計のみでは生計が立てられない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・大きく変わる要因はなく、横ばいが見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・景気は底ばいが続いており、3か月先にも住宅建築に対する意欲が高まるような兆しは何もない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・見積等の引き合いが多い状況で、引き続き推移している。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・年度が替われば少しは動きが出てよいが、あまり期待ができない。
		百貨店（販売担当）	・衣料品の長引く不振により、取引先が地方店から撤退する傾向が加速しており、今後も更に業況が厳しくなる。
		スーパー（商品開発担当）	・これまで前年を下回ったことがなかった1品単価が前年割れとなり、来客数も前年同期比で98%と悪く、この先も良くなる要因が見つからない。
		コンビニ（店長）	・動きがあるのは低価格帯の商品が中心で、少しでも高い商品は動きが鈍く、節約志向が今後も続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・購入商品はほとんどセール品に限られている。より一層の安値を求める傾向は数か月前から変わらないため、この先も急に変わるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・今後の景気に影響を及ぼすような消費喚起策がない限り、回復は難しい。
		乗用車販売店（経営者）	・商売を取り巻く環境は、ますます厳しい方向へと進む。
		乗用車販売店（経営者）	・足元の好調な動きは3月前半までで、4月以降は停滞する。
		乗用車販売店（従業員）	・新車投入効果もなく、販売台数は年々減少している。今後も一層厳しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・大手電機メーカーの経営問題が非常に懸念される。あれほどの大企業がここまで厳しい状況になると、景気はどんどん悪くなっていくのではと案じられる。
		乗用車販売店（販売担当）	・取扱車種は減税・免税対象が多いが、3月からは増税となるため、販売量が少し落ち込む。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費者には、様子見のムードが続く。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先は、宿泊、昼食・夕食、婚礼のいずれも、足元より悪くなりそうである。景気浮上策や減税等を打ち出さないと、景気回復も息切れしそうである。
		旅行代理店（経営者）	・暖かくなってくると多少は変わるかもしれないが、現段階では、やや悪くなるような見通しである。
		旅行代理店（経営者）	・当地域は輸出型企業が多く、円高でやや悪くなる。米国の新大統領の言動に大きく左右される傾向にあるが、実態的確な把握が求められる。労働者不足と高齢化で徐々に衰退していく我が国の経済構造を、大きく変える必要がある。
		通信会社（営業担当）	・年度末を過ぎて、やや減少傾向となる。
		観光名所（案内係）	・ライフラインの料金改訂やその他の物価上昇の影響が出てくるため、先行きにもとても期待はできない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が低単価志向のため薄利となり、新規機種を投入する業者も少なくなっている。
		理美容室（経営者）	・客との話では、景気は良くなり、給与も賞与もあまり上がらないということで、段々景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・地域の人口が減少している。大きな企業がなくなり、景気もやや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・景気の良い話は全く聞かない。国会の議論でも景気に関する話はあまりなく、当分はこのような状況が続く。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・公共案件も民間案件も工事単価が上がらず、利益率の低い仕事が増えている。今後もあまり改善が期待できず、このままの状況が続く。
	×	商店街（代表者）	・ネット販売の価格が基準になると、地域家電専門店では価格に対応できず、客の減少に歯止めがかからない。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・衣料品への支出は後回しにされるため、今の景気では、消費者は衣料品の購入を控える。
	×	衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・アパレル業界の状況として客足の回復が見込めないなかで、4月にはターミナル駅周辺に新たな商業施設がオープンし、エリア外への客の流出が一層進む。
	×	都市型ホテル（支配人）	・ターミナル駅周辺ではホテルの新規オープンが相次ぎ、需給バランスが大幅に悪化する。
	×	理美容室（経営者）	・客との会話でも、景気の良い話は全く出ない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・不動産全般で動きが悪くなっている。

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
企業 動向 関連  (東海)		輸送用機械器具製造業 (デザイン担当)	・今後も仕事が多く入る見込みである。
		食料品製造業(営業担当)	・暖かくなるにつれて販売量は増加するが、消費者の節約志向は根強く、販売量の動きは予断を許さない。
		窯業・土石製品製造業 (社員)	・新規の引き合いが増えており、今後の受注増加が見込める。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・2か月後に新製品を出すため、ある程度の伸びが期待ができる。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・米国の新大統領の経済対策に左右されるが、過度な保護主義政策がなければ急激な落ち込みはなく、当面はやや上向きに推移する。
		輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・生産量の増加と新機種の立ち上げによって、多忙となる。
		輸送業(経営者)	・中国との貿易が景気に与える影響は大きく、中国での建機需要の回復等から、今後も、中国市場と関連する産業では拡大が期待できる。
		通信会社(法人営業担当)	・日米首脳会談を受けて、経済界には慎重な見方と楽観的な見方が両方あるが、自動車業界では、慎重に米国市場での売上確保を採る経営方針が、現場社員にも浸透している。
		通信会社(法人営業担当)	・社会の裾野にまで回復の動きは広がっているが、一般市民の財布のひもは、まだ固い。
		金融業(従業員)	・建築関係を中心に、比較的先までの受注を確保しており、少し長いスパンでみても上向きとなる。
		金融業(法人営業担当)	・取引先の自動車部品メーカーでは、この先3か月の受注が堅調な見通しとなっている。
		行政書士	・年度替わりで繁忙感が出てくる。引越しを扱う輸送業者は、売上がこの時期に集中するので、受注競争となっている。
		会計事務所(社会保険労務士)	・昇給の時期となるが、多くの客先では昇給を実施すると聞いており、景気も良くなることが期待できる。
		その他サービス業[ソフト開発](社員)	・客は多数の案件を抱えて要員確保が困難となっているため、外部委託が当面は続く。
		その他非製造業[ソフト開発](経営者)	・世界的には厳しいが我が国の経済は十分に乗り切る力があると考え。低金利の状況がいつまで続くのか読めず、銀行業界にとっては厳しい時代となるかもしれない。
		食料品製造業(経営企画担当)	・先行き不透明な状況が続き、消費マインドの回復には力強さがみられない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	・例年、春先は足元よりは良くなる時期だが、取引先から良い話が聞かれず、景気は現状のままと見込む。
		化学工業(総務秘書)	・売手市場の求人状況や、新しい期のスタートで、春に向けて景気が悪くなるようには感じられない。
		金属製品製造業(従業員)	・材料費の値上がり傾向は変わらず、仕事の入り具合や価格転嫁ができるかどうかで状況が変わる。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・円安傾向で価格競争力はあるが、自動車向けの設備投資はメキシコ方面が多く、見通しが立たない案件も多数ある。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・受注量並びに受注見込み量が、堅調に推移している。
		輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	・現状よりも大幅に良くなったり悪くなるような要因はなく、このままで推移する。
		建設業(経営者)	・大手自動車メーカーのおひざ元で、米国の新大統領の影響が気になるが、現時点では大きな変化はない。米国次第で、地域の景気も大きく揺れ動く懸念がある。
		輸送業(従業員)	・原油価格が上昇しており、景気への影響が懸念される。
	輸送業(エリア担当)	・燃料の軽油価格は、前年比でやや上昇する気配があり、先行きには懸念がある。	
	輸送業(エリア担当)	・景気の動きが見通しづらい。	
	輸送業(エリア担当)	・重量単価は前年比で下落し続けている。受注量は前年比で増加しているため、売上は変わらないが収益性は悪くなっている。この状況がしばらくは続く見込みである。	
	金融業(企画担当)	・個人投資家の資産効果は引き続きあるが、一般市民の給料が増えないと消費へ向かう金も増えないため、当面は現状のままの景気が続く。	
	不動産業(用地仕入)	・景気を左右する要因が見当たらない。	
	広告代理店(制作担当)	・提案中の電波媒体等の企画案件で、少数ではあるが具体化しそうな案件がある。	
	新聞販売店[広告](店主)	・新聞購読者数の動きも折込広告の受注も、落ち着いたいている。	

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
		公認会計士	・円安による輸出拡大に伴って中小企業の生産量も増加傾向にはあるが、取引先の大手企業への納入価格は横ばいか、むしろ引下げを求められている。電力料金の高騰や人材の採用難等もあって収益性は低下が続き、この状況は改善していない。
		会計事務所（職員）	・地域活性化の動きは乏しく、大きなイベントもない。
		印刷業（営業担当）	・景気が良くなるような材料がない。収入が増えなければ、消費も増えない。景気はまだまだ良くならない。
		化学工業（営業）	・ナフサの価格上昇で、原料価格の値上がりが見込まれる。
		化学工業（人事担当）	・我が国の景気は決して悪い水準ではないが、外部要因の影響を受けやすい。短期的には米国の新大統領への不安感により、やや悪くなる方向となる。
		鉄鋼業（経営者）	・前年末以来、見積依頼の件数、金額共に緩やかに減少している。例年であれば、年度末に向けて火急の見積依頼が増える時期であるが、逆の動きとなっている。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが低調である。
		輸送業（エリア担当）	・配送単価が上がらない一方で、人件費は高騰しコスト増加が見込まれる。
		不動産業（経営者）	・年度末が近づき、サービス業向けの賃貸物件は借換えや売買が活発化するものの、資金繰りの悪化で契約に至らないケースがある。
	x	-	-
雇用 関連  (東海)		人材派遣会社（支店長）	・長期派遣稼働者数は前年比で約10%増加しており、現状の好調な受注数と合わせ見ると、今後も景況感は良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・4月までは、人材の動きが活発化し業界としては繁忙期となる。
		人材派遣会社（社員）	・2月が悪かったのでこの先は良くなる。予約状況も例年並みに回復している。
		人材派遣会社（営業担当）	・当面は人手不足が続き、転職活動も盛んになる。正社員、契約社員や派遣等の雇用形態にかかわらず、求人も増える。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車の生産現場においては、4月以降も、国内販売、海外輸出共に上向きである。
		人材派遣会社（経営企画）	・先行きも特に変動材料はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・米国の新大統領の影響により、景気の先行きは非常に不透明である。
		新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	・採用難で人件費が膨らみ、次の対策が打てない状況が続いている。地域の企業は給与面でも厳しく、個人消費の拡大につながらない。
		新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	・プレミアムフライデーの浸透には時間がかかると思われるが、早く仕事を終えて趣味や飲食への消費に向かうようになれば、景気も変わってくる。
		職業安定所（所長）	・良好な材料が新たには見当たらず、今と変わらない状況が続く。
		職業安定所（職員）	・正社員の求人が増加しており、良好な基調に変化はない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は5か月連続で前年同月を上回っており、人手不足の声も、建設、介護、サービス業や中小企業では特に多く聞かれるが、今後の米国の新大統領に対する不安の声は、前月よりも更に多く耳にする。
		職業安定所（職員）	・求職者数の変動はほとんどなく、若干の減少である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて引き続き採用は活性となるが、企業の人事担当者は新卒採用に忙しくなり、中途採用に時間を割くことが難しくなる。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度末に向けて一時的に動きが増える時期となるため、景気の大変動や上昇の見込みがあるが、見極めにくい。
	民間職業紹介機関（支社長）	・特段の特徴的な動きは表れていない。	
	学校 [ 専門学校 ]（就職担当）	・解禁前の企業説明会等には大手企業の出展が多いが、前年に比べて一層の底上げといえるほどの動きは感じない。	
		人材派遣会社（社員）	・引き続き正社員採用のニーズは高いが、マッチする人材が不足している。採用が停滞する企業が増加しており、生産性の低下が懸念される。

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

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)		一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・2月の今頃の時期でも、週末は卒業旅行などの旅行者が多く見られる。これから春の行楽シーズンには更に増える見込みである。
		百貨店(売場主任)	・昨年に日銀が導入したマイナス金利によって、百貨店積立制度の加入口数が増加した。3月以降は、その1年間の積み立てを経て満期を迎える。衝動買い需要が増えることを期待したい。
		スーパー(店長)	・競合店が閉店した影響がその後2~3か月続くため、自店にとってやや良くなると判断した。
		コンビニ(店舗管理)	・原因は全くわからないが、ここ数か月が悪過ぎただけで、今後は良くなると考える。
		衣料品専門店(経営者)	・自分たちの周りでは、お金が動いているように見えるが、もう少しお金が動いてもよいと考える。余裕のある会社は一時金などで対応してほしいものである。定期昇給の考えから脱却する時代と考える。
		家電量販店(店長)	・プレミアムフライデーを導入している企業は少ないが、各メディアが取り上げて話題になったことによって来客数、週末の売上は伸びた。
		乗用車販売店(従業員)	・少しではあるが来客数は増えている。販売に結びつくことを期待している。車検、点検等の入庫台数も増加傾向にある。
		自動車備品販売店(役員)	・新車販売台数が増え、カー用品装着も前年と比べると増加している。客はせっかく購入するのであれば、より良い商品を選択する傾向となっている。
		高級レストラン(スタッフ)	・これからは歓送迎会のシーズンとなる。ただし、例年より大型宴席の受注が悪く、学校や官公庁の受注が入らなかった。
		タクシー運転手	・冬の観光は終了したが、これからは春の観光の予約が少しずつ入っている。
		タクシー運転手	・これから暖かくなってくれば観光客が増える。また、会合などが増えてくるとタクシーの利用につながる。
		通信会社(職員)	・年度末の進学や就職、異動による転居など、人の移動時期による販売増を見込んでいる。
		商店街(代表者)	・これといった購買意欲をそそるような商品も機運もなく、売上アップは狙えそうにない。
		商店街(代表者)	・3月は目的買いがいちばん多く、その傾向が強い時期であるため、いつもどおりの動きがみられると考える。
		商店街(代表者)	・空き店舗だった2店に新店舗が入居した。予想以上の集客があり、既存店への刺激になることを期待している。プレミアムフライデーの参加は24店あった。行ってみたい店、行って良かった店、また行ってみたい店と思われるような、個々の店の今まで以上の工夫や努力が必要であり、定着化のポイントであると考えている。
		一般小売店〔事務用品〕(店員)	・競争激化の構造は今後も変わらない。限られた市場の中で潰し合いをしている状態となっている。
		百貨店(営業担当)	・大幅に良くなる要因や見込みがないことから、変わらないと考える。
		百貨店(販売促進担当)	・プレミアムフライデーによって消費拡大策が推進されているが、根本的な改善になっていない。先行きは依然として不透明である。
		スーパー(店長)	・良くなる要素が見当たらない。
		スーパー(総務担当)	・人手不足が解消できない状況である。しかし、景気の面では大きな変動要素はなく、変わらない。
		スーパー(総務担当)	・競合の各店共に特売価格が安くなっている。さらにチラシの投入回数が増加しているため、今後も競争が激しくなる。景気が良くなるとは考えられない。

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
		コンビニ（経営者）	・スーパーマーケットの代替商品のようなものの動きは、良くなっている。冷凍食品やカット野菜といった単品のみで、それだけを買っていく客が多い。コンビニとしては、たばこの売上が好調に推移しているため、単価は上がっている傾向にあるが、トータルの今後とも上向いていくとは考えられない。
		コンビニ（経営者）	・業界の競争3大チェーンがそろい踏みとなるが、当分の間は変化はないと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の売上に関するデータのどれを見ても、好転する兆しが見られない。
		家電量販店（本部）	・個人消費を刺激する施策が見られない。
		乗用車販売店（役員）	・新型車種の受注残はあるものの、既存の販売車種の状況があまり期待できない。そのため、現状と変わらない状況が続くものと考えられる。
		住関連専門店（役員）	・例年と同じ動きで営業を続けていると売上は維持できない。仕掛けをすることによって、何とか例年並みの売上を維持できる状態である。更なる回復はあまり見込めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・先行き不安な情報が多く、消費が上向くような材料が少ない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・商圈内で大きな新店オープン等もなく、競争環境の変化は見られない。そのため、季節的な大きな変動がなければ、当面は前年並みで推移するとみている。
		一般レストラン（店長）	・地元の商店は、近々開業するショッピングモールに戦々恐々としている。地域の経済への影響を測りかねる。
		一般レストラン（統括）	・予約状況からみると、北陸への観光客は春休みに向けて増える傾向にある。しかし、全体が良くなっているような実感はない。
		観光型旅館（経営者）	・大型団体の受注はあるが、オンとオフの日の差が激しく前年比では減少している。しかし、一昨年よりは売上、集客共に上回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月の予約状況は前年並みである。下げ止まりを期待している。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は北陸新幹線開業効果の継続によって、インバウンドを中心に堅調に推移している。ただし、レストラン部門、婚礼部門、一般宴会はいずれも、予約状況が例年と同じ状況にあるため、景気は変わらないとみている。
		旅行代理店（所長）	・特に市場が活発化する要因が見当たらない。
		通信会社（役員）	・3月の商戦期が過ぎると、4月中旬以降の契約数は、若干落ち着くと考える。
		通信会社（店舗統括）	・通信業界としては、来月が最も来客数が増える見込みであるが、想定以上とは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・前年比で大きな変化が見られない。
		通信会社（役員）	・通信系サービスの契約数は増加傾向にある。しかし、今後の数か月間は季節要因によるものとなるため、あまり大きな変化はないとみている。
		テーマパーク（役員）	・訪日インバウンド客や、国内の団体旅行、個人旅行の動きをみていると、2～3か月先も現状と変わらず推移する。
		競輪場（職員）	・前月からの売上に何の変化もない。下降する気配はないものの、上昇に転じる要素も見当たらない。
		その他レジャー施設（総支配人）	・競合店の4月開業を控え、公共のレジャー施設のリニューアル予定が大型連休前後となっている。厳しい新年度になりそうである。
		美容室（経営者）	・消費が回復する気配が感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年なら新年度に向けて土地の動きが活発になるが、今年はまだ見られない。
		住宅販売会社（従業員）	・特に新しい情報や、呼び水となりそうな税制の変更はなさそうである。特に住宅の需要が増えると考えにくい。住宅性能のアップとコストダウンを分かりやすく説明して、地道に需要を増やしていくしかなく、今後はますます厳しくなっていくと考える。
		商店街（代表者）	・近隣に地域最大級となるショッピングモールができるため、当面は苦戦が続くとみている。小手先のイベントでは対抗できない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ただの売出しでは、なかなか集客ができない。何か特別なことがないと、客は爆発的な買物をしない。このまま何もなければ、景気が悪くなっていくように感じる。

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
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・客の購買意欲が高まる要素は、今のところみられない。
		家電量販店(店長)	・今年はオリンピックなどのイベントがなく、上向いていく見込みがない。
		乗用車販売店(経営者)	・地域特性である需要期が終わると、毎年、しばらくは販売量が落ちてくる。全体の動きは悪くなる。
		スナック(経営者)	・選挙があり、連休に向かうことからビジネス客に影響しそうである。春に期待できる実感がなかなか湧かない。
		観光型旅館(スタッフ)	・2～3月の予約の伸びが大幅に鈍化している。2月以降の予約状況は、前年比で少しずつ回復傾向が見られるものの、まだ悪い状況にある。
		通信会社(営業担当)	・3月がピークとみている。その時期までに、新しいスマホなどを欲しい客がほとんど買いそろえるため、それ以降は全体的に販売が伸び悩むと考える。
		住宅販売会社(従業員)	・製造業関連では所得に陰りが見え始めている。請負金額は少しずつ小さくなっており、市場規模の縮小が懸念される。
	x	スーパー(店舗管理)	・今後、良くなる材料がなく、更に安易な価格競争の激化が進むと考える。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	-
		食料品製造業(経営企画)	・販促費を増強して売上増を目論んでいる。
		金属製品製造業(経営者)	・2～3か月先の受注の入り具合を見て、やや良くなると判断した。
		一般機械器具製造業 (総務担当)	・国内市場に関して、中小企業経営強化税制の創設によって、引き続き設備投資が行われると考える。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・海外向けを中心に、4月くらいまでは今以上に受注が入っている。非常に忙しい時期が続く。それ以降は若干落ち着くと見られる。依然として人手不足への対応がカギとなっている。
		精密機械器具製造業 (役員)	・依然として不透明な市況の読みに変わりはない。しかし、生産量については、夏前に向け徐々に増産をしてゆく計画である。
		通信業(営業担当)	・各事業所の設備投資は継続して行われている。セキュリティの強化を打ち出して、各社が参入してきている。
		金融業(融資担当)	・昨年末からの円高基調が一服し、その効果が輸出を中心とする製造業において現れている。今期決算では収益が黒字転換となる見込みの地元メーカーが増えてきた。明るい見通しを語る経営者が多く、下請け企業への波及も見込めることから、現状からプラスに転じると考える。
		不動産業(経営者)	・同業者の話によると、2か月先であれば動きが出てくる。法人取引も2～3か月先の話は、少し聞いているということであった。
		司法書士	・駅周辺での不動産取引が増えている。
		税理士(所長)	・製造業、建設業は、新年度以降の計画がしっかり立てられているようだ。例年は新年度で発注が一時的に停滞するが、今のところ5月までは大丈夫とみている。販売業は厳しい状況にある。消費者は安いものに流れている様子である。
		繊維工業(経営者)	・開発した新商品に動きがみられるが、先行きの勢いが弱い。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	・国内、海外共に先行き不透明感が強い。軸足を置く住宅、建築市場についても先行き見通しが見極めが難しい状況にある。良くなるか悪くなるかの判断がしづらい。
		建設業(経営者)	・3月末までの公共工事の完成に向けて、元請工事、下請工事共に追われるようになるのは例年のことである。手持ち工事量からすれば3月は例年並みに忙しくなる見込みである。しかし、新年度が始まる4月以降となると工事の発注が例年並みに少なくなる。
		建設業(役員)	・首都圏以外は引き続き、受注価格競争がさらに激しくなると見込まれる。先行きの受注環境は厳しさを増すと考える。
		金融業(融資担当)	・米国の新大統領政権によって、不透明感がまん延している。
	新聞販売店〔広告〕 (従業員)	・今月も前年の売上を下回った。各業種における量販店の動きがまだ鈍い状況である。プレミアムフライデーによる動きを期待したが、チラシ出稿には影響がなかった。通販やメーカーによる無店舗販売からの広告出稿が、先月に続いて好調である。	
	-	-	-

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
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社(社員)	・そろそろ契約更新の確認時期となるので、仕事量等を含めて時給の交渉や相談が今後増えてきそうである。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・求人広告の状況や、出稿主の話からも人手不足感は既に固定されてきている。そのため、給与の上昇圧力は相当に強いものと受け止められる。しかし、企業の業績悪化につながるほど強くなるとマイナス影響が出るので、万全とはいえない状況である。
		民間職業紹介機関(経営者)	・求人倍率が高く、現場での人手不足感が続いている。しかし、企業の採用条件も厳しいため、マッチング率が低い。
		学校[大学](就職担当)	・引き続き採用活動が活発である。学校への訪問予約の申込は、前月と比べ増加傾向にある。昨年より早く企業からの内々定の報告も来ている。
		人材派遣会社(役員)	・新卒採用時期になると、派遣需要は伸びない見通しである。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・大規模な新規出店などの計画がないため、大きな雇用につながる期待できない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の増加が続くものの、一部の産業で事業再編による雇用調整の動きがみられる。
		職業安定所(職員)	・製造業のうち、一部において希望退職を募るといった業種もあるが、それ以上に全体的に求人が増加傾向にある。その中でも電子部品製造業が好調である。また、医療福祉においても医療における看護師を中心とした求人が活発である。
		職業安定所(職員)	・業績が良くなるという事業所がある一方で、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動の影響等によって先行きを不安視している事業所がある。
		-	-
	x	-	-

## 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		コンビニ(経営者)	・プラスワン商材の揚げ物のホットショーケースや常温ショーケースが新たに導入されたため、更に伸びる。また、夕方のイトインの使用頻度が前年比で2割ほど増えてきている。
(近畿)		競輪場(職員)	・大型連休の時期に入るので、良くなるとは感じる。
		その他レジャー施設 [球場](経理担当)	・プロ野球が開幕し、公式戦が予定されているほか、多くのコンサートも開催されるので、多数の来場者を予想している。
		一般小売店[鮮魚] (営業担当)	・3~4月は前受け受注が既に入っており、少し見通しは良い。
		一般小売店[花](店長)	・卒業や入学、送別関連で、花の販売は4月まで好調だと予想される。
		一般小売店[菓子] (営業担当)	・3~4月は行事も増え、売上、販売量共に、ある程度は増加が見込まれる。特に、3月は期待している。
		百貨店(売場主任)	・当店は郊外型で生き残っていくために、上の階には強い専門店を導入するなど、大きく変わっていく年になる。課題を解決して、今よりも良い店にしていきたい。
		百貨店(売場主任)	・インバウンドによる売上の反動減の影響も落ち着き、主要客にしっかりと向き合える環境が整いつつある。
		百貨店(企画担当)	・3~4月は、花見目当てで外国人の来店が増える時期となる。リピーターの購買単価は下がっているものの、初めての訪日客の購買単価は高い。3~4月の時期は、円安の影響で初めて来日する外国人は増加するとみられ、現在の傾向が更に上向きになると予想している。
		百貨店(営業担当)	・春の売場入替えに伴う、顧客の増加に期待している。
		百貨店(服飾品担当)	・株価が不安定であり、先行きにはやや不透明感があるものの、訴求がうまくいっている商材は好調に推移している。化粧品や流行の輸入商材などは、都心、郊外店舗共に動きがあり、春の装いでピンクやベージュを中心とした明るい色目となっていることから、気温上昇と共に回復する見込みがある。

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
		百貨店（マネージャー）	・前年4月の中国の関税引上げによる、旅行者の高級時計の消費不振が、この4月には一巡する。米国の新大統領の動向や、北朝鮮問題などの国際情勢には不安要素が多く、先行きは不透明であるが、今の株価や為替の状況であれば、春先の消費は前年の反動増で回復することが予想される。
		スーパー（店長）	・1～2月は週末の積雪の影響が大きかったため、今よりも悪くなることはない。来客数は落ち込んでいるが、客単価は上昇傾向にある。
		スーパー（店員）	・天候が良くなってくると、野菜の値段も下がるので、客足も良くなる。
		コンビニ（経営者）	・手軽な飲食店としての利用がまだまだ増えていきそうで、食品や飲料の売上の更なる増加が期待される。
		コンビニ（店員）	・暖かくなると、近くの公園でスポーツをする人が増えて、来客数も増える。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物のオーダースーツの注文が、早くから入ってきている。
		家電量販店（店員）	・決算期を狙って来客数が増えるほか、購買率の上昇も考えられる。
		家電量販店（人事担当）	・決算需要や、単身者による需要により、販売量の増加が見込まれる。
		家電量販店（企画担当）	・住宅ストック循環支援事業により、リフォーム、特にバスリフォームは好調なため、更なる売上拡大が見込まれる。
		住関連専門店（店長）	・昨年強化してきた営業努力が実ってきた。ただし、景気の回復で客が戻ってきたわけではない。顧客に商談のきっかけを聞くと、あくまで当社の営業アプローチの結果であるという声ほとんどである。
		高級レストラン（スタッフ）	・春は歓送迎会などで、会食の機会が増えるかと予想される。
		高級レストラン（企画）	・個人需要の緩やかな持ち直しと、企業需要の回復がみられる。
		一般レストラン（経営者）	・春節よりも、桜が咲く時期からゴールデンウィークにかけての方が、インバウンドの増加が見込まれる。前年に比べると来日の目的が変わり、飲食に関しては悪化する可能性もあるが、期待はできる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・2～3か月前は寒い日が続いていたので、来客数が増えた。今後は春に向けて気候の良い時期が続くので、来客数は引き続き増加する。
		観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況では、3月は団体客も動いており、昨年を上回る予想である。4～5月も、昨年よりも悪い要素は見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・大雪で冬の消費が伸び悩んだ反動で、少し良くなると期待している。
		観光型旅館（経営者）	・予約の動きは早くはないが、悪くなる要素もなさそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・各セクションの予約率は好調に推移しているが、前年に比べるとやはり単価で苦戦している。価格を維持するか、販売量を増やすかで苦慮している。
		都市型ホテル（管理担当）	・春になってオンシーズンに入れば、景気が良くなり、国内客にも活気が戻ることが予測される。
		旅行代理店（役員）	・プレミアムフライデーの浸透や福利厚生の見直しのほか、就職活動も売手市場のため、旅行需要は増えるかと予想される。
		タクシー運転手	・これから年度末を控えて、今以上に動きが出てくる。
		通信会社（社員）	・根本的な改善の動きは、ほかの要因による影響が大きいものの、加入の動機付けにつながる商材のリリースが控えている。今後、それらを徐々に浸透させることで、改善が期待できる。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の売上に改善の兆しがある。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・個人消費が持ち直し、企業の収益も改善されてきている。消費税率の引上げまでは、この傾向が続くことが予想される。
		美容室（店員）	・基本パーマの予約が多くなってきており、単価が上がっているため、良くなる。
		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、寒い冬は来客数が減少するが、暖かくなると来客数は増加する。
		住宅販売会社（経営者）	・例年2月は低調に推移するので、春の繁忙期には若干の回復が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・商品選びが慎重で、価格を気にする客が多い。
		商店街（代表者）	・先行きの不安が大きな状況であり、その影響が出る。
		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・景気が悪いとは感じなくなった。全体的に良いとはいえないものの、悪くはないと感じている。
		一般小売店〔野菜〕 （店長）	・以前と変わらず、いまだに良くなる気配は感じられない。
		百貨店（売場主任）	・ヒットアイテムが不在のなか、消費者も実需品のみを購入する、単発消費の傾向は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・12月から、インバウンドの復調やバーゲン商品の好調により、上向きの傾向にある。ただし、人口の減少、モノからコトへの消費の変化、オーバーストア、客の生活防衛意識など、従来の傾向に大きな変化はみられない。さらに、取引先の業績は決して良くなく、商品に目新しさに欠けるなど、改善する要素が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・宝飾品や時計などの海外高級ブランド品については、株高の影響で、富裕客が更に高額な商品を購入しそうである。一方、中価格帯の国内ブランド衣料品は、ますます厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・景気の先行き不透明感が解消されず、節約志向も根強い。
		百貨店（宣伝担当）	・底堅さはみられるものの、米国経済の先行き不透明感が続くなかで、消費者の財布のひもは、今以上には緩まない。
		百貨店（役員）	・企業業績の改善は大企業が中心で、中小企業はまだ業績が上がっているとは言い難い。国民の7割以上が中間所得層であり、その実質可処分所得を上げなければ、全体の底上げは難しい。現状は大企業中心の賃上げになっている。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、新商業施設のグランドオープン3周年記念イベントによる集客効果などで、来客数の増加による売上の確保が予想される。
		百貨店（販促担当）	・株価は決して低くないが、米国経済への不安などにより、消費マインドが押し下げられている。景気動向が判断しにくい状況で、消費者の慎重さが払拭される要素は見当たらない。売り方や見せ方の、より一層の工夫が必要となる。
		百貨店（外商担当）	・春以降に売場の改装や新たな催しを控えており、売上増を期待しているが、株価などの動きが弱いと、富裕層の購買意欲が上がるかどうかは不透明である。
		百貨店（売場マネージャー）	・対米関係など、依然として不透明な状況ではあるが、今のところは小康状態で、客の動きも落ち着いているように感じる。このまま株高、円安傾向が続くことを期待している。
		百貨店（商品担当）	・米国の大統領の交代による悪影響が払拭されつつあった矢先に、北朝鮮の要人暗殺による不安要因が発生したため、先行きが不透明となっている。
		百貨店（営業企画）	・米国経済の好調は期待先行であり、先行きは不透明である。また、個人消費が停滞している。
		百貨店（マネージャー）	・米国を中心とした海外の不安要素もあるが、国内経済を支える消費喚起策がなく、大きな改善は見込めない。今後は春の賃上げ交渉の行方が顧客心理に影響するほか、消費者を取り巻く厳しい環境や、価値観の多様化により、選択消費の傾向が続く。
		百貨店（マネージャー）	・特選衣料や雑貨などの高額品の動きが堅調であるが、婦人服、紳士服といった中間層向けの消費は依然として前年割れが続いているため、先行きは楽観できない。
		スーパー（経営者）	・好決算の発表は続くが、円高圧力や輸出関連株、金融関連株の乱高下など、海外情勢に大きな影響を受ける要素が山積みで、先が見通せない。今後は原料価格の上昇による加工食品の値上げや、当局の指導によるアルコール飲料の値上げも続くため、客の財布のひもが固くなることはあっても、緩む要素は少ない。需要を生み出すため、プレミアムフライデーなどの各種催事による掘り起こしが重要となる。
		スーパー（店長）	・米国が自国優先であることに変わりはないが、現時点での日本への影響は、自動車関連が中心であり、小売に関しては影響が少ない。どちらかといえば、インバウンドの動きによる影響の方が大きい。
		スーパー（店長）	・購入量は維持しながら、単価は抑えようとする傾向があるため、同業者とはディスカウント競争とならざるを得ない。
		スーパー（店長）	・地域全体が高齢化し、活気が復活する気配はない。今後良くなる材料が見当たらない。

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（店長）	・住居関連の競合店による影響が一巡するものの、プラスになる要素が見当たらない。食品の動きが復調すれば全体を押し上げられるが、今のところは客が反応してくれない。
		スーパー（企画担当）	・外的環境に大きな変化はなさそうである。
		スーパー（経理担当）	・気温の動向に左右されやすいシーズンを迎え、賃上げのニュースにも影響を受けるが、消費動向は堅調に推移すると予想される。
		スーパー（開発担当）	・昇給が進まないなか、今年の業況は春闘次第となる。
		スーパー（社員）	・節分やバレンタインなどのイベントでは、前年と同水準の実績を確保できたが、普段の買物は、来客数も含めてやや伸び悩んでいる。競合相手も厳しく、何もしなければ不振が続くため、消費を活発にするためには、来店を促す取組がますます重要となっている。
		コンビニ（店員）	・年配の客に買い控えの様子がみられ、今後も続きそうである。
		コンビニ（店員）	・今後も全体の販売量は横ばいで、期待できない。
		コンビニ（広告担当）	・世界経済は、米国や欧州をはじめとしてまだまだ不安定なため、それほど好転するとは思えない。それに伴い、国内経済の好転も予想できない。
		衣料品専門店（販売担当）	・中小零細企業の給料のベースアップがなければ、このまま買い控えが続く。
		家電量販店（経営者）	・財布のひもが緩む要素が見当たらない。所得増のほか、将来不安を払拭するような施策が必要である。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きが不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の予約数、新車販売予約数の全てにおいて、あまり変化がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売台数は維持できそうであるが、売上単価が下がっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・周辺に購買意欲の上がるような要素は見当たらない。また、今月はプレミアムフライデーがスタートしたが、ドラッグストアには関係がない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・特に変化をもたらす要素はない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・定番商品が動くことは少ない。常連以外の客による、希少商品の購入に助けられることもあるが、トータルでは売上の大きな増加にはならない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・引き続き、カタログの発刊については、買上予想とのバランスや、費用対効果を見極めていく。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の百貨店が閉店したため、客足は商店街に戻りそうであるが、売行きが良いのはお昼の低価格ランチであるため、売上は大きく変わらない。
		一般レストラン（経理担当）	・特に変化する要素が見当たらない。プレミアムフライデーの導入に対しては、特に期待感が薄い。
		一般レストラン（企画）	・11月以降、1月までは順調に上昇傾向が続いていたが、2月に入ると寒波の影響もあってやや失速しており、良くなっている実感は弱い。
		一般レストラン（店員）	・先月は今までで最低の売上であったが、今月は来客数がかなり増えて、売上が伸びている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気が回復するような材料は見当たらず、政治が機能しているとは思えない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・景気が良いのか悪いのかが分からないほど、変化がない。良くなっていることはまずないが、変化は遠くで起きていると感じるほど、実感が薄い。
		観光型ホテル（経営者）	・日本経済には大きな変動を起さるような材料がない。政策などが国内景気を動かす要素になってくると思われるが、現状は全く変化がない。
		観光型旅館（管理担当）	・国内には国有地売却問題などの不安要素もあるが、特に悪くなる要因も、良くなる要因も見当たらない。
		観光型旅館（団体役員）	・来年度末まで耐震工事の続く施設があるため、受入可能人員は減少傾向となる。
		都市型ホテル（支配人）	・相変わらず米国経済の様子見が続くため、今後も景気に変化はみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は改装が終了するが、改装中に上げた客室単価に対し、どのような反応が出るかは不透明である。また、宴会の先行予約の弱さが気になる。特に、企業関連の好不調の差が顕著であり、建設、外食チェーンは好調な一方、IT関連や設備機器関連が弱い。
		旅行代理店（支店長）	・夏休みの先行受注も芳しくなく、客からは、春闘の結果待ちといった話も聞かれる。具体的な消費拡大の動きは確認できない。
		旅行代理店（営業担当）	・プレミアムフライデーにも期待したいが、なかなか需要の増加につながる手ごたえがない。
		タクシー運転手	・神戸港が開港150周年となることで、様々な観光イベントが開催されているが、ホテル関係では公共交通を利用する人が多く、タクシーの利用状況に変化はない。また、春先は花見なども増えるが、節約状態が続いているため、利用は平行線をたどる。
		タクシー運転手	・企業関係、一般客共に、乗車機会に大きな変化はない。
		通信会社（経営者）	・特に変化の兆しはみられない。
		観光名所（企画担当）	・外国人客の伸びは微増であるが、国内客、特に近隣の客が少し戻ってきている。ただし、状況はそれほど変わっていない。
		遊園地（経営者）	・景況感が改善する要素が見当たらない。消費動向も良い材料と悪い材料が混在し、現状維持が精一杯に感じる。
		ゴルフ場（支配人）	・先行きは全く見通せないが、期待している。
		競艇場（職員）	・各地のG1レースなどの売上もほぼ横ばいであり、目立った動きも特になし。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新規アイテムの導入や、改装による来客数アップ、売上アップを積極的に推進中である。
		住宅販売会社（経営者）	・顧客単価の下降減少は続くが、極端に変動はしない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・不動産購入者のニーズに変化はなく、金融機関の融資姿勢にも変化はみられない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築市場は、消費税増税の再延期の影響で様子見ムードが広がっている。新たな政府の支援策でも出ない限り、低金利だけでは新築需要は喚起できない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・便利ということと、一時はあれほど人気のあったソーラー時計や電波時計であるが、使っている間に弱点が出てきて、電池時計が見直されている。ただし、それらに代わる新商品や目を引く商品が見当たらないため、2～3か月先も新たな買換えが出てくるとは考えられない。今持っている物で十分に用が足せるため、楽観はできないが、悲観もしていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・近年は春らしい気候が短いせいか、春物衣料の動きが鈍くなっている。冬物衣料の動きが悪かった今年は、春夏物の動きも期待しにくく、悪くなるような気がする。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・高額品の動きは悪く、買い控えが徐々に一般品にまで広がりそうで、不安である。
		百貨店（販売推進担当）	・米国の新大統領や、北朝鮮の要人暗殺などの不安要素は依然として多く、消費意欲の低下につながる恐れが大いにある。なお、2月の終盤から、単価、来客数共に、若干の悪化傾向がみられる。
		スーパー（経営者）	・悪天候の影響が様々な業種に出ており、景気全体に与える影響も大きいと感じる。
		スーパー（管理担当）	・商品ごとの価格は安定傾向にあるが、米国の情勢を様子見するような、不透明な経済状態が続くと思われる。春闘の結果次第では、更に落ち込むことが予想される。
		コンビニ（店長）	・同じエリアの競合店が改装し、店舗が拡大される予定のため、影響を受けそうである。景気の動向もさながら、エリア内の競合店の動向に最も影響を受けている。
		家電量販店（店員）	・決算が終わり、閑散期に入るので、また景気は少し悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・毎年、年度末はそれなりに客が来店し、今後の買換えの相談を受けるのだが、今年は全くない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算が終了して通常の販売状態に戻るほか、米国の新大統領就任による影響で、官製春闘の4年目の議論では、先行きの不透明感が取り沙汰されている。今後に関する悲観的な情報を見聞きする状況では、好転する要素はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・株価の変動のほか、米国、欧州、中国の動向に注意が必要で、予測がつかない。
		都市型ホテル(総務担当)	・3～4月の宿泊予約は、昨年を下回っている。特に、4月は団体予約の減少が大きい。
		都市型ホテル(客室担当)	・世界情勢の先行き不透明感により、このまま訪日観光客が増え続けるのかという不安に加え、5月からは新規ホテルの開業が控えているため、先の予想は難しい。
		テーマパーク(職員)	・結局のところ、政治問題は経済問題である。各国の事情が複雑に絡み合ったなかで、ルールを無視したり、自分たちに都合良く解釈するような国が増えてくれば、安定など見込めるわけがない。現政権はよくやっていると思うが、それでも後手に回っている感覚は否めない。
		その他サービス〔学習塾〕(スタッフ)	・3月は年度替わりのため、辞める生徒が出ると予想される。
		住宅販売会社(総務担当)	・資料請求や、ホームページの閲覧数は変わらないが、景気の停滞感もあり、来客数が伸び悩んでいる。
		その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	・3か月先の話でいえば、年度末が過ぎて新規住宅着工が一段落しているため、今月よりも暇になる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕(従業員)	・米国の新大統領就任以降、何が起きるか分からないため、ますます用心深くなっている。
	×	スーパー(店長)	・人口が減少しているにもかかわらず、近隣に新しい店舗がオープンする。
	×	衣料品専門店(経営者)	・消費者が様々な費用の増加に対し、防衛姿勢を強めているため、より一層消費が冷え込む。
	×	衣料品専門店(経営者)	・個性的な商品がなくなり、買物が楽しくなくなっている。消費者は必要最低限の物しか買わず、おしゃれに関心がある人も買物をしない状況が続いているので、今後も悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		*	*
		食料品製造業(営業担当)	・ゴールデンウィークの連休があるほか、気温も高くなってくるので、少しは良くなる。
		食料品製造業(経理担当)	・値上げをしても売行きに影響はなく、一定の業績が上がっている。
		木材木製品製造業(経営者)	・従来の仕事のほか、新規事業が伸びる可能性が出てきたため、売上、利益共に増加が見込まれる。
		化学工業(経営者)	・景気が良くなっている実感はあまりないが、問い合わせも少しずつ増えており、ここ4か月の非常に悪い状況は脱したと感じる。
		金属製品製造業(経営者)	・全体に荷動きが良く、東京オリンピックの需要も出てきている。
		建設業(経営者)	・徐々にではあるが、受注が増えている。各企業や行政の意識が、無電柱化や土壌汚染調査に向けて、高まってきているのを感じる。
		建設業(営業担当)	・建築コストは安定し、適正な利益が確保できている。また、値下がりを持っている潜在需要の話も聞かれるため、引き続き建築ニーズは安定的に推移する。
		輸送業(商品管理担当)	・2か月先は引越しなどが多くなり、新学期の用品をそろえたり、机も売れ出すため、販売量が増える。
		金融業(営業担当)	・年度末に向けて、受注が増加する。
		広告代理店(営業担当)	・クライアントからの問い合わせが増えてきている。
		経営コンサルタント	・米国の新大統領による政策が不透明ななか、働き方改革や人材教育に動きはあるものの、それを取り巻く経済状況や、予算の動向などは流動的である。
		食料品製造業(従業員)	・新たな商材が増えるなかで、既存の商材の落ち込みが激しく、競合他社による巻き返しの安売り攻勢が激しくなっている。商談もますます小口化が進んでおり、利益確保が難しくなっている。
		繊維工業(総務担当)	・販売手法の改善や、中間在庫の減少が進まない限り、メーカーによる直接販売が増えると予想される。その結果、経費の増加が利益を圧迫するなど、売上の維持がコスト増につながる傾向が続く。
		繊維工業(団体職員)	・白タオルの受注動向が、全く良くなってこない。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・配達量には変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・来月は受注量が少し増加する見通しであるが、取引先が増産する情報はない。

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	・試作の依頼や、新規の問い合わせ案件が減っている。時期的な問題もあるが、昨年との比較では内容が良くない。全体的に、今後の経済の様子をうかがっている感がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月では、売上増加につながる方向性はみえない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・良くなるような見通しが無い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・あまり政治を理由にしたくないが、今の与党の動きをみていると、良くなるとは考えられない。悪くなる確率が高いと予想されるが、まだ自力で乗り越えられる余地はある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国外、国内共に不透明感が漂い、景気の方向性がつかみにくい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・エンドユーザーの増加が見込めないなかで、市場の拡大を予測できる要素がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・特に良くなる要因が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の受注が遅れている。
		建設業（経営者）	・先行きはあまりにも不透明で、消費マインドは低調に感じられる。暖かくなり、多少は動き出す期待を加味しても、全体的には変わらない。
		建設業（経営者）	・東京一極集中が進むなか、地方の建設業者は今後も技能労務者不足に悩まされる。
		輸送業（営業担当）	・深刻なドライバー不足の解消のため、運賃の値上げによって荷物量を減らす、逆の営業を進めているが、うまくいっていない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・2～3か月先では、大した変化はないが、秋ごろには方向性がみえてくる。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が続く。事務所や社宅のニーズは減り、賃貸の需要は減少している。ただし、銀行の融資は盛んで、土地の価格だけは上がってきているため、景気は横ばいのまま進む。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・上向く兆しがみられず、上昇するのか、下降するのか分からない、不安定な状況である。
		広告代理店（営業担当）	・新年度に入っても、今の状況はしばらく続きそうである。
		広告代理店（企画担当）	・消費税増税は延期されたものの、関西は特に明るいニュースもなく、消費を喚起させる要素がない。プレミアムフライデーもまだ参加する企業が少なく、影響は小さい。
		司法書士	・今月は、予想に反して会社の設立登記や不動産の動きもあったが、継続的な動きであると判断できる要素が見当たらないので、現状維持と予想している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも、良い話が聞かれない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・相変わらず今月も外国人観光客による買物が堅調である。この傾向は関西、特に大阪だけなのかもしれない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後に予定されている見積りが非常に少なく、春先までは良くならない。
		繊維工業（総務担当）	・昨年は、機能的に必要な靴下を、消費者が適正価格で購入してくれるようになったと喜んでいて。しかし、昨年末からは、かつてのように安い物しか売れないような悪い雰囲気を感じている。国産品への回帰を喜んでいたが残念である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・毎年、年度始めは発注控えがみられる傾向にある。ここ数か月の受注量は、前年を少し下回っており、年度始め以降もあまり良い声が聞こえてこない。
		化学工業（企画担当）	・原料の不足に伴い、輸入原料の価格が高止まりしている。他国との競争で買い負けている面もあり、短期的には改善されないと考えられる。
		化学工業（管理担当）	・円安が進むため、原材料の価格が高騰する。ただし、製品価格には転嫁できない。
		金属製品製造業（営業担当）	・駆け込み需要の反動と、コスト増加分の価格転嫁が遅れることで、業績の悪化が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月先の受注が確保できておらず、引き合いも少ない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が続いており、業界にとっては逆風である。都市部ではなく、地方の靴関連業者の倒産や、弁護士の関与が最近続いている。

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
		輸送業（営業担当）	・品切れのために商品の納期が遅くなっている。売れる時期に客が他店へ流れてしまうため、やや悪くなる。
		輸送業（営業所長）	・料金的大幅な見直しを求められており、来期は厳しい状況が予想される。
		コピーサービス業（店長）	・来年度の予算が絞り気味という話をよく聞く。売上が若干減少するのではないかと予想している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・当社の製品では現状を打破できず、変化はないと予想される。
	x	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・実体経済の先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・4月開始の求人は年間を通じて多く、人の動きが期待できる。
		人材派遣会社（支店長）	・外部からの採用が活発化し、求職者数も増えている。
		人材派遣会社（役員）	・労働者派遣法や労働契約法の改正で、人の動きが出てくる。
		職業安定所（職員）	・マンション建設が多く見受けられ、その要因には個人の住宅需要が以前よりも高まっていることが挙げられる。一方、労働者派遣業に関する事業所の廃止が徐々に出てきている。派遣先が求める人員が確保できていないことが要因であるが、裏を返せば求人者の伸びが続いており、雇用市場は景気が良いことを示している。
		人材派遣会社（経営者）	・全体的に底上げとなり、かなり忙しくなってきた。先月と同様に、IT関係では人材がいればすぐに決まる状態であるが、良い人材が少ない。この傾向はしばらく続く一方、改正労働者派遣法の3年問題が来年から始まるので、派遣業界の淘汰が進む。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数においては、2～3か月先の景気を占うような明確な動きは感じられない。ただし、一時的であるにせよ、円高が進んでいるほか、米国では新大統領とマスコミの対立が目立ち、主要閣僚の辞任などで人事も固まっていない。今後は、日本経済にややネガティブに作用する可能性があり、上向くとは考えにくい状況にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の推移をみても、流通関係の数字が弱い。自動車関係などは前年を上回っている。
		職業安定所（職員）	・ハローワークの窓口では、求人増加傾向と求職者数の減少傾向が継続しており、雇用失業情勢は改善が続くと予想される。また、管内事業所への今後の展望に関するヒアリングでは、現状維持との回答が多い。
		職業安定所（職員）	・4月採用の企業による求人は落ち着き、今後はそれほど増加が見込めない。その反面、3月末の定年退職者数の増加で、求職者数は増加する。
		職業安定所（職員）	・今後は求人、求職共に増加する傾向で、特に今年は求人が増える。ただし、未充足求人の更新による増加であり、景気とのつながりはない。
		職業安定所（職員）	・事業所の話では、仕事はあるが利益が出ていない。仕事の依頼はあっても従業員が足りず、募集しても集まらないため、全ての仕事を受けられないほか、人手不足の対応として、専門業者に外注するという話もある。また、円安によって原材料費が高騰したにもかかわらず、価格改定ができないため、利益が圧迫されるといった声もある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3か月先の見通しは分からない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・有効求人倍率は上昇すると思われるが、企業は人手不足に悩まされ、求人の確保が大変である。他社との差別化を図り、人手をいかに確保するかが課題である。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・十分堅調であり、現状のままで推移すると予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人については、採用しきれていない企業が多い。その結果、受注を見送ることもあり、景気の改善にはつながっていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用についてはコンスタントな採用の動きが続いているが、大幅な伸びは感じられない。
	人材派遣会社（営業担当）	・今が求人のピークのため、4月以降はやや落ち着くことが予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（支店長）	・東京の景気もピークアウトしており、今後は不透明である。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・暇になる時期であるほか、仕事が入る話もないので悪くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業界の社会保険完備の問題や、雇用保険の印紙問題による現場での混乱を懸念して、事業所は求人ためらうことが予測される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ほかの業界でも、やや景気が悪くなりそうな予想が多く、人材需要は伸びない可能性がある。また、この業界自体の競争が激しくなっていることから、先行きは厳しくなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現状は様々な業種から求人が出ているが、先行きは明暗が分かると予想される。
	x	-	-

### 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)		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今月は天候が悪過ぎた影響もあったので、新学期には需要の伸びが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・プレミアムフライデーに期待できる。
		タクシー運転手	・3月に入れば異動の時期になり、送別会などがあるので夜の客に期待できる。花見などで人の動きは良くなる。
		商店街（理事）	・気候が良くなるとともに卒業や入学のシーズンに入るので、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・観光シーズンに入るので客が増加する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・印鑑注文が順調であり、企業に余裕が出てきている。
		スーパー（店長）	・気温が高くなるにつれ、客の購買状況は良くなる。
		スーパー（店長）	・大きな変化は見られないが、プレミアムフライデーがどこまで定着するかによって週末の需要に変化が期待できる。ただし大都市と異なり販売業や製造業関係者が多いので、プレミアムフライデーが地元には及ぼす影響はまだ少ない。
		スーパー（総務担当）	・客単価が低下していないので、来客数が増えれば売上向上が期待できる。
		スーパー（販売担当）	・今春発売予定の商品がテレビや新聞で取り上げられたため、すでに生産予定数を上回る予約注文が入っている。現時点で消費は活発とまでは言えないものの、消費意欲は上向いているので、話題性があり購買意欲をかき立てるものがあれば、消費は活性化する。
		スーパー（販売担当）	・プレミアムフライデーが浸透すれば毎月末の金曜日は忙しくなる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・健康志向の客が増大しているとともに、プロ野球観戦チケットの売行きが前年以上なので期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・販売量が増え始めており、この傾向は続く。
		家電量販店（販売担当）	・新生活向け販売と決算に期待が持てる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車効果による販売量増が見込まれる。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・1月の寒波襲来以降2月上旬までは客の動きや商品の売行きが良くなかったが、2月中旬から観光客数や来客数が増え客単価も高くなっているため、この状況は継続する。
		一般レストラン（経営者）	・円安傾向が進み、景気は良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・観光シーズン到来で景気は上昇する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・プレミアムフライデーなどの政府の景気対策や働き方改革などに期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・3月下旬から春の桜シーズンに向けて、インバウンド団体の宿泊の先行受注が好調で、前年度を上回る勢いである。レストランでも歓送迎会などの予約が増加しており、人の動きが明確に表れているが、前年のデスティネーションキャンペーンの反動は大きく、集客に影響する。
		都市型ホテル（総支配人）	・当地方を舞台とした全国上映予定の映画は話題性があるため、観光につながる可能性がある。また香港便によるインバウンド客も増加傾向にある。

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
		旅行代理店（営業担当）	・プレミアムフライデーなど国策としての取組や新年度予算での地方創生への取組などは観光業界への波及効果がある。
		タクシー運転手	・春に向けてイベントが増えるので、客の動きは良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は上向く。
		通信会社（総務担当）	・年度替わりで新規契約の機会が増加する。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォン、仮想移動体通信事業者サービスについて、次年度初めには潜在需要の大きい通話定額サービスが可能になるので、客の関心が高まる。
		通信会社（営業担当）	・進学や就職に伴う通信需要期に入るとともに、プロ野球開幕によるテレビの有料視聴ニーズが高まる。
		テーマパーク（業務担当）	・年度末の忙しい時期であるが、大雪の心配がなくなり、春のイベントもスタートすることから、来場者数の増加が期待できる。
		テーマパーク（営業担当）	・雪の影響があった冬が終わり、桜やチューリップといった花の季節になって観光シーズンに入り人の動きが出てくる。
		競艇場（職員）	・4～5月に売上が見込めるレースの開催がある。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅販売では季節の変わり目に客が動き始め、来場者数が増える。
		商店街（代表者）	・以前に比べて海外からの旅行者に会う機会が増えているわけではないため、インバウンド客が増加しているとの情報が実感できる状況にはならない。
		商店街（代表者）	・好条件が見当たらず、2～3か月先の景気は今月同様に低調となる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の買いまわり店舗の選択肢に地元の店が入る状況が続くことで景気が良くなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・客の財布のひもが固い状況が続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・飲食サービス業で低価格化が進み、食品スーパーもデフレ基調に応じて低価格戦略を採っているため、全体として横ばい傾向が続く。
		百貨店（経理担当）	・好調な商材や催しはあるものの、中心となる衣料品や食料品の売上は厳しい状況が続いている。春物の売上に期待したいが今の状況がまだ続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・株価がこのまま順調に上昇すれば景気回復は期待できるが、不透明感の方が強く、個人消費が大きく改善されることはない。また消費喚起策として話題のプレミアムフライデーが実施されたものの、売上向上にはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・オーバーストア化が進み、洋服が売れない状況が継続する見通しである。
		百貨店（営業担当）	・毎月さまざまな施策を行って前年の数字を維持するのがやっとの状況であり、プレミアムフライデーは婦人服の売上には影響しない。
		百貨店（販売促進担当）	・本格的に春物商戦がスタートするが、婦人服を中心とした中間客層の低迷に加え、堅調であった高額商品の動きにも陰りが見えており、全体的な景気高揚には時間がかかる。
		百貨店（売場担当）	・高額衣料を中心とした専門店の廃業、縮小、撤退が続き、それに代わってディスカウント業態や100円ショップが店舗面積を広げているので、集客が伸びても売上は伸びない状況が続く。
		百貨店（購買担当）	・衣料品関係、アパレル関係は撤退や廃業をするところが増え、今後も厳しい状況は続くが、当店は食をキーワードにして取り組んでいく。
		百貨店（外商担当）	・これといった好材料が国内にも地域内にも見当たらず、下向きの状況が続く。
		百貨店（人事担当）	・プレミアムフライデーなどは一部の動きで、消費が活性化される様子は引き続き見られない。
		スーパー（店長）	・これといった内容のニュースもなく、特に状況が変わることはない。
		スーパー（店長）	・景気の良し悪しを判断する材料はない。
		スーパー（店長）	・競合店対策として客には不利になる政策があるため、来客数は減少する。
		スーパー（業務開発担当）	・2月の日数が前年より1日少ないため、月間総売上は若干低下するものの、週間ベースでは今後前年を上回って推移する見込みである。
		スーパー（管理担当）	・個人所得が上昇しない状況で、安さを一番に求める流れに歯止めがかからず、個人消費も伸びない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数は増えないが、客単価が上昇し売上は伸びる。
		コンビニ（エリア担当）	・客は必要な商品以外を購入しない傾向があり、この状況は変わらない。
		コンビニ（支店長）	・乗客数はやや厳しい状況にあるが、客単価が好調であり、現状ではやや景気が上昇傾向にあるため、この状況に変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店（店長）	・乗客数の減少が止まらない。プレミアムフライデーの効果はなく、今後も現状が続く。
		家電量販店（店長）	・客の目を引く商品はなく、販売面で厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・春のシングル需要に期待するものの、昨今の客の財布のひもの固さから判断すると期待通りにはいかない。
		家電量販店（企画担当）	・新製品があるわけでもなく、景気が良くなる状況ではない。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月の決算に向けて客も動き始めているが、前年を下回る実績が続いているため、前年並みの乗客数にはならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・特にこれといった策がない限り、景気は良くなるならない。
		乗用車販売店（店長）	・客に決算期の雰囲気はなく、現状が当面続く。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上の増減につながる要素がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方は人口減少など根本的なところを改革しないと景気は良くなるならない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・2月は衣料だけでなく住居関連、食品関連、飲食関連のいずれについても乗客数が減少しており、3月以降も良くなる要素がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・3月以降集客の見込めるイベントがあるものの、景気変動することはない。今後新生活関連商材が伸びていく時期となるが、近年売上が低下する傾向にあり、今年もその状況は変わらない。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・春になれば利用状況は良くなるが、予約状況はまだ伸びてこない。
		一般レストラン（経営者）	・当地域は景気回復の実感がない地域になっている。中小企業での賃金上昇は少なく人手不足に陥る企業も多いため、それが景気にも少なからず悪影響を及ぼす。
		一般レストラン（店長）	・これからインバウンド客が増える時期であるが、前年と比べて中国からの客が減少し、中東や台湾の客が増えている。また一般客は商圏の移動で減ってきており、しばらくは大きく増えない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・地方においてはプレミアムフライデーの影響はない。
		スナック（経営者）	・地方では景気対策が全く行われていないので景気が良くなることはない。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・客はネットで観光商品を探しながら、少しでも安い商品を見つけては予約の取消しを繰り返す。宿泊単価が上昇しないと景気が上向いたと実感できる状況は訪れない。
		都市型ホテル（企画担当）	・新規大規模宿泊施設の影響で予約状況に影響が出る。
		通信会社（社員）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（販売企画担当）	・働き方改革で手取りが減る。
		通信会社（総務担当）	・異動や卒業入学シーズンを迎えるものの、例年とあまり変化はない。
		テーマパーク（管理担当）	・地方消費は鈍化していく。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況に変化はない。
		美容室（経営者）	・会社の経営は良くなっているが、従業員に還元できるほどではなく、人手不足のため頭打ちになる可能性がある。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる状況ではなく、悪いまま継続する。
		設計事務所（経営者）	・経済政策の失敗を認めようとする現政権下では、地方経済の好転は望めない。
		設計事務所（経営者）	・新年度から建築の省エネ基準が厳しくなるが、景気対策などの話は聞かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・民間工事では省エネ住宅ポイントによる工事の動きに期待しているが、工事費が上昇しており、先行きの見通しが立たない。
		住宅販売会社（従業員）	・税制改革などで真新しいものがなく、マンネリ化している。
		住宅販売会社（営業所長）	・例年2月は分譲住宅の客が動く傾向にあるが、今年はそのまでの動きがない。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅の引き合い案件数が少ない。
		商店街（代表者）	・デフレは一向に解消されず、客は安くなるまで購入しない。売上は低迷し、景気の先行きは見通せない。
		百貨店（売場担当）	・化粧品や食料品など、日々の必需品は比較的安定しているが、衣料や雑貨が特に厳しい。また百貨店業態そのものが動向変化についていけない。
		スーパー（店長）	・客が支出を抑える傾向が続いており、現在の状態が今後も続き改善の兆しが見えない。
		スーパー（営業システム担当）	・ディスカウントショップの出店が相次ぎ、客も低単価商品を求めるため、客足がそちらに向かう。
		スーパー（財務担当）	・春休みや新入学などで出費がかさむ時期であり、客は通常の生活で節約するため、買上点数が減少し1品単価が低下する。
		乗用車販売店（総務担当）	・1人当たりの販売台数や整備在庫件数は例年並みを維持できているが、人員の減少による悪影響が懸念される。残業時間の削減などによる労働環境改善を行ってバランスをとることで仕事の密度を上げたいが、状況は楽にならない。
		自動車備品販売店（経営者）	・輸出の先行きが不透明なためメーカーによる国内販売店への締め付けが強まっている。良いときは内部留保するが、悪いときは小売店を締め付けているため、これでは末端での景気が良くなるはずがない。
		住関連専門店（営業担当）	・様々なイベントを企画しても不発に終わっており、景気の上向きはない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・交通量が減少するので、来客数も減少する。
		旅行代理店（経営者）	・景気の現状を改善する方法を政府として考える必要がある。
		通信会社（広報担当）	・価格を下げないと客の購買行動につながらないため、景気は良くならない。
		美容室（経営者）	・年末から売上が落ち込んでおり、景気が良くなる気配はない。
		設計事務所（経営者）	・対応した客の反応に積極性がなく、今後の動向がよく分からない。
	×	スーパー（店長）	・自社競合や他社競合の動向により、来客数が減少する影響を受ける。
	×	乗用車販売店（業務担当）	・年間最大の増販期である1～3月期も残り1か月となり、3月までは好調さを保つが、その後は一気に後退する。
企業 動向 関連  (中国)		鉄鋼業（総務担当）	・受注量が増加する。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車生産が始まり受注量は好調に推移する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るので、来客数や成約件数は増加する。
		農林水産業（従業者）	・1～2月は時化が多く、出漁日数が減少するので水揚げ数量は減少する。
		鉄鋼業（総務担当）	・今年第2四半期から首都圏大型再開発や東京オリンピック関連案件が本格化するため、その影響が及ぶ。
		金属製品製造業（総務担当）	・4月以降工作機械業界の受注が増える見込みであり、4月から値上がりする鉄原材料価格上昇分をカバーできる。
		建設業（総務担当）	・受注量は現状の勢いが持続する。
		輸送業（総務担当）	・人手不足が深刻になりつつある。人員が確保できれば仕事はあるが、人手不足によりできない恐れもある。この確保可否により、受注量は上下する。
		広告代理店（営業担当）	・新年度に入り、進学や就職等の動きで各事業主から販売促進拡大需要があり、受注量は上向きに推移する。
		食料品製造業（総務担当）	・2月の受注量が予想を下回っているため年内の動向が見えにくい。4月以降は季節商材を出すのが、消費者の嗜好の変化を心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（総務担当）	・東京オリンピックに向けて首都圏では建設や建て替え事業が盛んであるが、地方では依然として景気回復につながっていない。首都圏の景気が回復しただけでは全体の底上げにはならないため、景気が良くなっていくことはない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産水準は現状が継続する。短納期での受注がない限り基準外労働も現在水準が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・期末に向けて在庫調整で生産量が低下している面はあるが、販売は一部を除いて好調を維持している。先行きについては米国政策の影響が懸念され、不透明である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新学年需要が落ち着く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費者の節約マインドが高い状況が続き、材料等の仕入価格が不安定で割高感がある状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示量が今月と同程度となっている。
		建設業（総務担当）	・現状の受注量がこの先1年は継続する。
		通信業（営業企画担当）	・客は今後に向けて最適なITインフラの活用とそこに向けたソリューションの採用を模索中である。
		通信業（営業担当）	・株価は上向いているものの、中小企業やSOHO事業者に影響はあまりなく、景気対策などの特需要因もないことから当面の景気は現状のままである。
		金融業（貸付担当）	・米国大統領の新政策による影響や欧州経済と中国経済の低迷などの懸念材料が引き続き残る。輸出は増加に転じているが、将来的な円高により鈍化する可能性もある。
		会計事務所（職員）	・例年、年度末はある程度景気の上昇が期待できるが、米国大統領の政策により自動車産業の先行きが不透明なままである。3月以降の景気に与える影響は製造業がどれだけ盛り返すかにかかっている。
		食料品製造業（経営者）	・市場価格が低迷することにより経費がかさむ。
		木材木製品製造業（経理担当）	・新規住宅着工件数は伸び止まりとなり、住宅ローンの金利が少しずつ上昇し小康状態が続いているが、先行きはやや悪くなる。
		化学工業（経営者）	・主要原料である苛性ソーダの仕入単価が引上げ基調にあるものの、販売単価への反映交渉が難航している。競合他社への対抗策として採算悪化となるが、当面販売量を優先せざるを得ない状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量の減少、米国新政権発足以降の原材料高、為替動向の不透明さもあり、更に景況感は悪化する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内販売が低迷しており、受注量が減少する。国内製造の商品ではコストに見合うものができなくなる。
		輸送業（経理担当）	・労働力不足と労働時間管理の影響で会社としては厳しくなる。
		金融業（融資企画担当）	・完成車メーカーの販売がやや低迷しており、自動車部品メーカーの受注と操業はやや低下する見込みである。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。
雇用 関連 (中国)			
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用だけでなく中途採用が拡大する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米国の経済政策、中国経済成長率の鈍化といった外的要因はあるものの、国内に限れば悪要因は少ない。しかし金融業界は低金利時代でかなり体力的に疲弊していく。
		職業安定所（所長）	・鳥取県中部地震が雇用に及ぼす影響が小さかったことや医療福祉など慢性的に人手不足の業種もあることから、今後の求人動向は増加傾向で推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率が1.60倍を超えており、この状況が続く。
		職業安定所（雇用開発担当）	・新規出店等の予定は前年度と同程度を見込んでいる、全国展開をしているアパレル販売の事業所が新年度も活発な事業展開を表明しているため求人は活発に出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は多いが、マッチングに苦戦している状況で、しばらく現状が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・現在様子見の多くの企業は4月以降も慎重な姿勢が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・3月1日から大学等の新卒求人の受理がスタートするが、各企業の動きを注視していく。

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
		民間職業紹介機関（職員）	・大きく景気を後退させる要因は見当たらず、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）やプロ野球開幕など前年に続き野球関連が地元経済を活性化させる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・国の政策を宣伝する必要がある。企業だけでは活性化しない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・世界的に景気に対する強い不透明感が残る。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・現状の求人数がしばらく継続する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・4月には改正労働契約法による5年を越える有期労働契約が無期に転換される仕組みの最初の適用が始まるとともに、秋にかけて改正労働者派遣法による派遣スタッフの受入上限期間3年の最初の適用が迫る。正社員登用への積極採用を企業へ提案していくが、同時に途中終了を余儀なくされる人も数多く出てくる。人材会社として不慮の就業機会損失にならぬよう、企業と求職者の間で誠意ある対応が求められるため、一層襟を正した営業活動に注力する。
		人材派遣会社（支社長）	・人材の取り合いが更に激化し、広告宣伝費などを中心に経費の負担が増加する。
	x	-	-

#### 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)		コンビニ（店長）	・客単価が上昇している。
		コンビニ（商品担当）	・店舗統合の効果やプレミアムフライデー等の企画で良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・特に悪くなる要因は見当たらない。残価設定型の販売形式が定着してきており、購入しやすい環境になっている。
		住関連専門店（経営者）	・周辺に新築住宅が増えているので、このさき住宅関連商品を購入してもらえ、多少良くなるのではないかと期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・春になれば暖かくなり、飲料がよく売れる。
		旅行代理店（営業部長）	・4月から実施される四国デスティネーションキャンペーンが起爆剤となり、景気がやや良くなる方向へ進みたい。
		タクシー運転手	・春には遍路客が少しずつ増えてくる。街でも歓送迎会で多少は活気づいて、少しは良くなる。
		タクシー運転手	・維新祭というイベントが始まると、人出も増える。新入社、新学期には人の動きが多少良くなると予測する。
		通信会社（営業担当）	・春商戦は例年通りと期待している。
		観光遊園地（職員）	・4月より四国デスティネーションキャンペーンが始まる。
		競輪競馬（マネージャー）	・4～5月の行楽シーズンに入り、人気レースの開催や、4場から6場販売に拡大された機能も発揮され、客足の増加が見込まれる。
		設計事務所（所長）	・昭和40～50年代初めに建てられた建物の更新が、少しずつ始まっている。
		商店街（代表者）	・3～4月の春商戦、入学商戦はかなり期待が持てる。それ以上に、観光シーズンに入る5月は連休を中心に観光客の来街が見込める。このまま良い感じで推移する。
		商店街（事務局長）	・株価は一進一退で大崩れはないものの、景気を後押しする雰囲気はない。日経平均が2万円の大台に乗れば、景気に明るさが出てくる。プレミアムフライデーによる経済効果はすぐには現れない。
		商店街（代表者）	・若年層の余暇の過ごし方が行動的ではなく、団体から個々の行動へ移行していると感じられる。春先に向けて多少の動きはあるだろうが、例年より鈍くなる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・低価格帯の商品をそろえているのに必要最小限しか購入しない傾向にある。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・法人向け商品は安定している。一方、個人向け商品の予約は鈍く、当日まで購入を見合わせる客も多い。
		百貨店（販売促進担当）	・食品や特選品など堅調なアイテムはあるものの、主軸の衣料品が業界全体で不振傾向にあり、回復の兆しが見えない。

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
		スーパー（企画担当）	・来店動機は価格に左右され、加工食品の競争は続くが、他の業態と差をつけられる生鮮食品や総菜で差別化を図り来店客数を確保している。
		スーパー（財務担当）	・普段は低価格志向で節約し、ハレの日には少し高くても良い物を買うというメリハリ消費が続く。
		コンビニ（総務）	・消費は今後ますます厳しくなっていくと予想される。景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・国が思い切った政策をしないと地方の景気は良くならない。四国の景気はかなり悪い。
		衣料品専門店（総務担当）	・買上点数が減少しており、服飾に対して財布のひもは固く、緩む兆しが見えない。
		乗用車販売店（従業員）	・プレミアムフライデーが話題となっているが、自動車販売店に影響はほとんど無い。金曜日の午後に車検受注があると作業効率は良くなるが、そうすると当社社員には勤務してもらうことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の受注増はあまり期待できないが、全体の景況感は悪くはない。
		乗用車販売店（従業員）	・リコール作業で利益は確保できているが、自動車や整備商品の販売は好調とはいえない。
		観光型旅館（経営者）	・松山の景気が良くないと地元客も増えず、あまり良くならない。地域の活性化が遅れている。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況をみると、そうそう良くならないだろうと判断する。地方経済は伸び悩んでいる。
		通信会社（社員）	・販売量が年間で最も多い時期を迎えるが、販売を押し上げる新機種や話題も乏しく、例年と同様かそれ以下になる。
		通信会社（支店長）	・当面、大きな変動要素は見当たらない。
		通信会社（企画）	・オプションチャンネルの申込件数に大きな変化がない。
		ゴルフ場（従業員）	・人が動く時期になるが、現在も3か月先もあまり変わらない。
		美容室（経営者）	・良くも悪くもない。
		コンビニ（店長）	・消費意欲が乏しい。消費者の収入が減少しているように感じられ、当面悪化の状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・米国の新大統領の動向が読めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月は現状維持、4月は前月までの受注分があるも、5月以降は厳しさが戻る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・4月に競合店がオープンする予定で、その影響を少なからず受けることになる。
		通信会社（営業部長）	・ゴールデンウィークによる需要減と、夏の新機種発売前の買い控えが想定される。
	美容室（経営者）	・例年3月は忙しいが、4～5月には落ちつく。	
	×	商店街（代表者）	・4月に四国最大規模のショッピングモールがオープンする。その影響は大きく、少なくとも数か月～半年は続くのではないが。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・予定どおり2か月後に大型ショッピングモールがオープンすると、廃業の危機に陥る可能性がある。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方では景気が良くなる要素が無い。
企業 動向 関連 (四国)		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後更に新規開拓先へのアプローチが実ってくるので、受注が増加する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大型物件の契約許認可がようやく下り、工事が始まると大変な好景気になる。
		通信業（営業担当）	・40歳以上を対象とした食品やヘルスケア、不動産投資などのテレビCMの出稿を検討する企業が増えつつある。
		食料品製造業（経営者）	・円安で海外原材料が高騰しているが、小売店の販売価格はデフレ傾向が続き、一般消費者の所得も増えない。
		木材木製品製造業	・3月の受注は前年比マイナスとなる見込みで、大きな落ち込みは無いものの、取引先との契約に鑑みて3～5月は足踏み感がある。
		電気機械器具製造業（経理）	・受注量や得意先のフォーキャストに大きな変動は無く、注視すべきトピックも存在しない。
		建設業（経営者）	・2～3か月では今の状態は変わらない。
	建設業（経営者）	・先月から翌債工事が発注されてきている。補正予算で弾みが付けばいいが、業者間競争は相変わらず厳しく、仕事を一定量確保するのが難しい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務）	・新たな案件もなく、経済の活性化につながる動きはあまり感じられない。
		輸送業（経営者）	・大きくは変わらない。
		輸送業（営業）	・年度末需要期を目前に控え、海外の政治・経済不安が地場産業へ及ぼす影響は深刻だ。地方の消費拡大には、将来の不安を払拭することが不可欠である。宅配便を扱わない運送事業者にとって、消費者による実店舗での購買動向が鍵となる。
		金融業（副支店長）	・直近3か月の動向と同様、当面は横ばい推移と予想する企業が多い。年度末を控え、運転資金や設備資金は若干ながら需要の伸びが感じられる。
		広告代理店（経営者）	・得意先のうち、地元資本は広告費削減が来期も続く見込みで、大手資本では新規出店等に伴う販促計画がある。全体としては、あまり変わらない。
		公認会計士	・ホテル業界はインバウンドで景気が良いが、為替の影響を受ける輸出関係等は非常に不安を抱いている。総じて、景気はあまり変動がない。
		農林水産業（職員）	・荷動きの回復に向けての打つ手がない状況であり、また、近年春から初夏にかけての荷動きが比較的よかったですだけに厳しさが伺える。また、マイナス金利の影響は取引先、会員JAの資金運用面でボディーブローのように効いてくる。
		繊維工業（経営者）	・小売店は高い家賃と人件費に苦しみ、そういうコストのかからないネット業者へ消費者は流れている。その結果、小売店の廃業が一段と進み、ひいては商店街が疲弊し、地方都市は衰退する。さらに雇用環境の悪化が顕在化しており、都市部との二極化が進む。
		鉄鋼業（総務部長） 一般機械器具製造業（経理担当）	・主力造船の船表を見ても受注案件は少ない。 ・需要が減少するなか、中国経済減速、原油・資源価格の動向、地政学上のリスクに加え、米国や欧州の政治動向もあり、不透明感が強まっている。
		x	輸送業（支店長）
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業）	・年度変わりは職場や生活環境の変化に伴う消費ニーズが高まり、景気アップを後押しする。就職活動解禁となり、ますます雇用マッチングの機会が重要になる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
		職業安定所（職員）	・企業の人手不足感が、正社員募集につながればと期待する。
		学校[大学]（就職担当）	・来年度の求人の出足が早く、新規の企業からの求人相談も多くみられる。
		求人情報誌（営業）	・多くの企業で、人材不足気味の状況が続くと予想する。
		民間職業紹介機関（所長）	・先行き不透明な部分が多いことから設備投資を控える、又は様子を見るという企業が多い。なかなか5年後、10年後を見据える状況では無いようだ。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増加しているが、派遣の登録数は減っており、正社員の求人へ流れる傾向にある。派遣のニーズが増えているので、派遣業として先行きが懸念される。

#### 10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		通信会社（企画担当）	・案件当たりの業務量が増加しているものの、4月以降の依頼件数も多く、見積り依頼も多い。
		観光名所（従業員）	・熊本からの道路が徐々に開通し始めたので、来客数は格段に伸びる。
		商店街（代表者）	・今後は少しずつ暖かくなり人の動きも軽くなる。季節感が変化し、少しずつ良くなる。
		商店街（代表者）	・年度末で売上は上昇する。名入れなどの贈答品、合鍵、名刺、名札など製造業は上昇する。ただ、前年比で上昇するかはわからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・今後2～3か月は花屋にとって需要の多い時期であるが、当店が入居しているビルが全壊で傾いたまま営業しており、7月に取り壊すことになった。その後は周囲と相談して存続できるように、これからはがんばっていききたい。
		スーパー(店長)	・非食品部門の売上が回復しないが、生鮮食品が伸びており、若干景気も回復している。
		スーパー(総務担当)	・気候も良くなり、プレミアムフライデーやスポーツ等の明るいニュースが増えてくると消費につながる。また、食品メーカーの工夫による高付加価値商品の販売戦略が相まって消費を刺激する。
		衣料品専門店(店員)	・旅行用の需要は今でも根強いので、大型連休前に需要が増加する。
		家電量販店(店員)	・家電は落ち込むと最終的にどこかで反動が来るので、この2～3か月沈んだ分は良くなる。
		家電量販店(従業員)	・新学期に向けて新生活用品が売れる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・来客数の増加に加え、客単価の上昇も見受けられる。季節的にも暖かくなり、客足も増えてくれれば売上も増加する。
		ドラッグストア(部長)	・気温が高めに推移するとの長期予報どおりであれば、当社には追い風となる。
		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〕(統括者)	・前年4月に熊本地震があった反動で、今年のゴールデンウィークは売上が改善する。
		高級レストラン(経営者)	・歓送迎会が見込まれるので、2月よりは多少良くなる。ただ、今のところ3月の予約状況が思わしくないため、これから月が替わり、予約が多く入ると景気が良くなっていく。
		一般レストラン(経営者)	・3月の送別会の予約が前年よりも早い段階で入り、予約の問い合わせも多い。
		観光型ホテル(スタッフ)	・来月の歓送迎会や謝恩会等の予約が順調に入ってきている。宿泊予約も伸びている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・高くても良いものを食べたい、体験したいといった購買意欲が高まっている。
		旅行代理店(企画)	・先行きの申込動向を見た際に、過去3か月よりも上向きである。
		タクシー運転手	・3月は年間を通してタクシーの売上が12月に次いで多く、政治不安や経済不安はあるものの、当面は堅調に推移する。
		通信会社(営業担当)	・テレビドラマの影響で、明るい方向に進んでいる。
		競輪場(職員)	・悪い材料が出尽くした感があるので、やや良くなっていく。
		理容室(経営者)	・3～4月は卒業、入学の時期であり、客の動きが出てやや良くなる。
		美容室(経営者)	・春の年度替わりで卒業や入学があり、オシャレ産業は何かと心躍る時期になった。これから少しずつ商品も動き潤ってきて、徐々に景気は回復してくる。一方で、インターネットが非常に発達し、メーカーによる頭越しの商売が増えてきており、一般の小売業者が悪くなり、景気回復が見込めない。
		美容室(店長)	・結婚、卒業、入学と祝いごとに着物を着る客の予約が入っており、今月より良くなる。
		商店街(代表者)	・1年間のうちで最もヒト、モノ、カネが動く時期であるが、現状では出費に対する考えがシビアであるため、景気の上昇は見込めない。
		商店街(代表者)	・収入が増えていくという目安が全くない。実際に働いている若い世代は少しずつ良くなるという報道があるが、高齢者は収入が減り、購買意欲は無く、医療に使うことで精一杯である。
		商店街(代表者)	・3月は異動の時期でもあり消費が喚起される。
		商店街(代表者)	・2～3か月先は気候も良くなり、食欲も購買意欲も出てくるが、卒業、入学、就職で大きな金が動く時期であり、家庭の財布のひもは固くなり、景気はあまり変わらない。
		商店街(代表者)	・景気は低調で変わりなく、消費マインドが向上する要素が何一つない。特に地方の商店街では補助金頼りのプレミアム付商品券ぐらいいか期待できない。
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・良くなる材料が全くない。野菜の供給が高まり、相場も落ち着き、客の需要も横ばいになるので厳しくなる。かんきつ類の生産が休止になり果物の売上も厳しくなる。今後夏に向けて厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・これから歓送迎会や花見など少し動きがある。居酒屋を客に持っている魚屋はいくらか動く。仲卸は魚をそろえるのが商売であるがとにかく魚が少なく大変である。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・特段の変化はない。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・年間を通して最も売上が伸びる時期だが、景気が良くなっているとは全く感じていないので売上也期待できない。
		百貨店(営業担当)	・紳士婦人衣料の苦戦は続いているが、雑貨の好調は続いている。買物の二極化と自家需要重視の慎重な買物傾向は継続する。
		百貨店(営業担当)	・米国の新大統領就任の影響によるところもあるが、株価も壁を破れないでいる。3月に向けて企業の業績も回復することに期待している。グローバルな環境も含めて、これ以上浮き沈みがないような状況が続けば持ち直していく。
		百貨店(販売促進担当)	・新生活が始まり、新規の客が来店する時期ではあるが、増税や景気を考慮すると、購買意欲の高まりは見込めない。
		百貨店(経営企画担当)	・全体的な緊縮ムードから来る客単価減少傾向がいまだに根強い。引き続き価格志向が続く。
		百貨店(業務担当)	・いまだに復興需要に支えられている部分があるものの、それも落ち着いてきた。今後についても客は慎重で、少しずつ時間をかけて家の修復や復旧を行っていくと言う客が多く、現状と変わらない。
		百貨店(企画)	・近隣の商業施設が閉店となり、新しい商業施設が開店するまでの2年間は街のにぎわいの不安要素となる。
		百貨店(売場担当)	・市況だけをみるとほぼ前年維持できている。店舗間で差があるが、百貨店に関しては悪いということ、今後良くなることは考えにくい。最近のトレンドとしては食品があまり良くない。
		百貨店(マネージャー)	・商品的にもイベント的にも起爆剤となるものが見当たらず、景気が上向いていく要素はない。インバウンドについては、花見の時期から5月中国の労働節にかけて需要が見込まれるが、円安基調が一服していることが心配材料である。
		百貨店(営業統括)	・衣料品含め、季節商材の動きが活発化する見通しがなく、厳しい商売が続く。
		百貨店(店舗事業計画部)	・3～5月は新生活対応でギフトが伸びる季節だが、春物衣料が苦戦する分、大きな回復は見込めない。
		スーパー(経営者)	・大手企業の春闘や決算、米国の新大統領就任の影響による為替相場の動きにより、客の買物動向が変わってくる。
		スーパー(店長)	・景気が好転する判断材料が今のところ見当たらない。大手との競争や将来的な購買意欲の動向につながるような良い状況でもない限り、今の状況が続く。
		スーパー(店長)	・競合店が開店し、高所得の客層が減り売上が厳しい。この流れが続き、3か月後も変わらない。
		スーパー(総務担当)	・来客数は前年を上回って推移しているが、客単価、購入点数共に減少傾向になっている。
		スーパー(経理担当)	・前年の夏以降、客単価が下がっておりデフレ傾向である。
		スーパー(統括者)	・値上げされた食料品の動きが鈍い。給与や賞与があまり上がらず生活防衛の動きが出てきた。
		コンビニ(経営者)	・給料が上がっている大企業はあるのだろうが、社会全体にまで行き渡っていない。一般の人が消費に回す社会状況になっていない。将来的な社会不安があるために貯蓄する状況が続いている。
		コンビニ(エリア担当)	・3か月後の景気は不安定ではあるが、天候に恵まれれば売上也上がる。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・店の前の桜並木の桜が咲くと客が増えるが、今年は例年ほど来客数が増えない。暖かくなるのが早ければ例年より少しは良くなるが、熊本地震以降、この近辺では需要が落ち込んでいる。
		衣料品専門店(店長)	・商店街改造工事が本年度中続くので、当分来客は見込まれない。
		衣料品専門店(総務担当)	・現時点では当社が主力とする婦人服の新商品開発が全くできていない。また実質所得も全く増えていない。良くなる要素は全くない。
		家電量販店(店員)	・当店は特に伸びる要素も悪くなる要素もない。前年よりは落ちているのであまり変わらない。
		家電量販店(総務担当)	・話題商品も見当たらず、春の異動マーケットまでは現状で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末の需要期が終わり販売に一服感はあるが、当面は新車効果で新車販売は順調に推移する。
		乗用車販売店（代表）	・変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・ガソリンや配達経費の値上げが噂されている。また米国の新大統領の言動が景気に大きな影響を与えており、先行きが不透明である。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・プレミアムフライデーで消費拡大の号令をかけているが、大企業と役所など優遇されているところばかりを喜ばず愚策である。サービス業がまるで下僕のような状態である。年金不安、増税への警戒感、少子化問題などを解決する根本的な政策議論をしていただきたい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売量は前年並みが続いているが、客の様子をうかがうと3月の連休や異動シーズンに合わせての家族旅行等を計画している。自動車での移動における燃料油全体の増販に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・日本人有名作家の新刊という期待の商品が発売されたが、予想以上に全体売上の低下が進み、結果的には現状維持になる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・全体の景気動向として、周辺では上がりそうでは上がらない状況が続いており、停滞気味の状況と言わざるを得ない。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・景気は良くも悪くもなく、現状維持である。ただ、米国の新大統領就任による影響により日本の景気も良くなる。その効果が地方の中小企業に表れるのはもっと先のことである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・卒業、入学、新生活と動きが活発になる時期であるが、消費に関しては動きは鈍い。3月のプレミアムフライデーは3月31日ということで年度末の繁忙日であり期待はあまりしていない。
		高級レストラン（支配人）	・現在の予約状況から変わらない。
		高級レストラン（専務）	・県内利用客の単価が上がらなかつたり、数が増えない代わりに、アジアからの旅行客が増えた。どちらも上向きになれば良いが難しい。
		都市型ホテル（販売担当）	・現在はあまり良くないが、まだまだ予約が入っている状況なので売上も良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・今後も来客数の大幅な落ち込みはないことと、為替の劇的な乱高下も考えにくいのが、成約件数が来客数に比例していくかどうかは不透明である。
		タクシー運転手	・国の予算案が成立するのでそれに期待したいが、客の懐が冷え込んでいるので悪い。
		タクシー運転手	・今年はタクシーの利用が増えているがあまり期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークの予約が前年を下回っている。現場では急いで営業や企画をしており、前年並みになるよう努力をしないといけないが、現状では厳しい。この状況が夏まで続く。
		設計事務所（所長）	・世界情勢の不透明さがあり、景気がどちらに動くかわからない。
		設計事務所（所長）	・ここ半年、良くも悪くもない状態が続いている。
		設計事務所（代表）	・良い材料が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・依然として慎重な客が多いが、一定の商談件数はある。
		住宅販売会社（代表）	・消費税が増税になってもこのままの状態では駆け込み需要はなく、着工棟数が激減する。そういった最悪のシナリオに対してどれだけ対策できるかが存続にかかわってくる。現在は微増であるが、今後上がっていくのかそのままなのか見据えている。
		百貨店（営業担当）	・衣料品販売の停滞が継続する。
		スーパー（店長）	・食品の低価格傾向が更に強くなり、競合店の競争が激化する。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月以降の自動車税制の変化に伴う買い控えが進む。
		スナック（経営者）	・領収書利用の法人の常連客の来店頻度が減少してきている。
		都市型ホテル（副支配人）	・4月以降は大きなイベントがなく4月、6月、9月の見通しが悪い。

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
		音楽教室（管理担当）	・同じような教室が周りに増えた。若い親が稽古ごとに金を出し渋っている。
		住宅販売会社（従業員）	・高額物件の売行きが非常に良いが、一般の価格帯があまり売れていない。良いところは良いが、悪いところは悪く、アンバランスな景気の状態である。適切な景気対策が取られていない。
	x	衣料品専門店（店長）	・理由は分からないが、この先も婦人服は売上が良くなる要素がない。
企業 動向 関連  (九州)		-	-
		農林水産業（経営者）	・3～4月は行楽シーズンで行事もあり、かなり期待できる。加工メーカーも新年度に入り新商品の発売もあり、原料肉の引き合いも強くなる。ただ、鶏肉の生産増に伴う供給過剰で相場価格に影響が出るかもしれない。
		農林水産業（営業）	・外的要因だが、国内生産品の需要が更に高まる。
		農林水産業（従業者）	・良くなることに期待する。3月は農業者にとって稼ぎ時であり、単価向上が受注金額向上ならびに所得向上に直結する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた駆け込み需要がある。
		鉄鋼業（経営者）	・新規の受注量が年明けから低迷しており、その状態が2～3か月続いている。販売量も一時の勢いが無くなっている。建築物件を中心に先の需要はありそうで、現状は我慢の時期である。
		金属製品製造業（事業統括）	・好調な首都圏の案件の見通し次第であるが、引き合い数は増加傾向である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量が少しずつ増えている。新規の客からの問い合わせもあり、業界全体で動き出している。ユーザーは納期が集中しているため、調整しながらやっていく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い物件が少しずつ増えてきており、曇りから少し日が差す感じがして、3か月後の見込みに期待が持てる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・東京オリンピックに向けての景況感という取引先の意見もあるが、それだけではない。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・半導体、自動車業界が少しずつ上向きに転じている。
		金融業（調査担当）	・設備投資に対する需資は堅調である。資産効果も百貨店から話がある。
		経営コンサルタント（社員）	・現在の受注に関連する受注が見込まれ良くなる。
		食料品製造業（経営者）	・繁忙期が過ぎていくが、今のところ受注が見込めている。
		繊維工業（営業担当）	・今は良いが、運送会社からの値上げの交渉が出だしたのは非常に痛手になる。
		家具製造業（従業員）	・米国の新大統領就任による影響、賃上げが広がらない状況、マイナス金利政策による地方銀行の状況、消費税10%への危機感などが重なり、購買意欲が上がらない。このような状況下で景気が良くなる要因がない。
		化学工業（総務担当）	・世界経済の先行きが不透明であり、予測がつかない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・祝い事や転勤で受注が増えるが伸びは少ない。その点、インターネットや直売はいくらか伸びる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状が2～3か月先も安定して続く。生産設備改良して生産がうまく行くように準備している。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの生産計画が見えない。週ごとに生産量が変動している。しかし、毎月の利益は上がっている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点では高い生産台数で計画され、大きな変動も無く、しばらくは安定する。
		建設業（経営者）	・当業界では今のところ2～3か月先も現状を維持している。
		輸送業（従業員）	・現在の受注状況を見る限り、引き続き好調を維持する。しかし、これ以上の増加を見込む要素もなく現状維持である。
	輸送業（従業員）	・荷主は倉庫の統合など物流費を削減しようと必死である。受注量、販売量が伸びないのか物流費は経費悪という認識があるため年間の削減依頼がきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		輸送業（総務担当）	・円安に動いたことによる燃料代への影響はあまり無いと予測されるが、トラック乗務員人件費等の影響で値上げ基調にある。値上げ分を得意先に相談するものの、拠点の集約化などで荷物を失う恐れがあり、簡単には値上げ要請はできない。生産性向上と叫ばれているが、大規模設備投資するだけの体力がなく、消費は増えて在庫は回転しているものの、経費も圧迫されている状況である。	
		通信業（職員）	・今年度の受注量に大きな動きはないが、来期に向けた案件が増えており、半年後には受注量が上向きになる。	
		通信業（経理担当）	・新規客の獲得を営業戦略の軸にして、現状の業務を継続する。	
		金融業（従業員）	・輸出関連企業の生産水準が高まってきているほか、公共工事も増加している。有効求人倍率も高水準で推移しているが、先行き海外情勢が地元経済に与える影響を懸念する先が少なくない。	
		金融業（営業）	・今しばらくは、米国の新大統領就任の影響による様子見が続く。	
		金融業（営業担当）	・市内中心部の不動産価格が高騰気味である。売買自体は以前ほど活発ではなくなっている。	
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の空室率が横ばいに推移しており今後も継続する。	
		新聞社〔広告〕（担当者）	・2月のプラス要因は一過性のため、新年度も厳しい状況になる。通信販売や旅行広告の復調次第である。	
		広告代理店（従業員）	・2017年2月折込受注金額は前年同月比92%と振るわない。米国の新大統領就任による影響で、為替の乱高下が続く市場となっている。3月期の決算に向けて最後の踏ん張りを見せるところだが、一向に購買意欲が活性化しない。中小企業の販売促進経費は依然縮小したままである。他業種の新店開発も低調で、新聞折込先の拡大が見通せない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・3～4月は通常では良くなると言われるが、2月が良かったので、今後極端に良くなることは考えにくい。	
		経営コンサルタント（社員）	・健康志向に向かっているが、それが購買意欲に直結していない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に今後の投資計画を聞くと、大きな変化があると回答する会社がない。	
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・4月以降の設備投資計画が少ない。働き方改革を社内で行っているが、生産性が追い付かない。仕事の仕方、考え方を変える好機と捉えているが、現場のギャップも大きく、業績を上げる以上に気を使う。	
			建設業（従業員）	・見積案件も数が少なく、受注件数も伸び悩んでいる。また、完工物件も来月ピークを迎えるので早く受注したいがなかなか難しい。
			金融業（従業員）	・毎年、当県では2月に好況のピークを迎える。それ以降はその反動で景気が悪くなる。
		×	建設業（社員）	・官公庁の繰越工事が若干発注されているが、少ない。今のままでは4～5月が非常に心配である。官公庁の労務単価が上昇していることは非常に助かるが、早めの発注を望む。
	×	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今後、年度末に向けて市町村の業務の発注は少なくなるため、受注量が少ない状態で年度末を迎えることになり、景気は悪くなる。	
雇用 関連  (九州)		-	-	
		人材派遣会社（社員）	・今の状況が継続する。	
		人材派遣会社（社員）	・年度末、年度始めは繁忙期で例年派遣社員の需要は最も多い時期でもあり、人手不足がどの企業でも続いているため、派遣社員の需要はより増加する。働き手である派遣社員の確保には経費も増加するものの、大きな需要があるため投資次第では更に伸長できる。	
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・新年度となり、流通を中心に消費が拡大する。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震から1年たつが、春の観光シーズンを迎え、観光浮揚の政策で一定の効果が期待でき、前年より良くなる。	
		民間職業紹介機関（社員）	・少しずつ求人依頼が増加している。	
		民間職業紹介機関（支店長）	・例年、年度末3月の契約終了者は多いが、同様に後任需要や追加増員の需要も多い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・先月から同じような状況で、求人数が増えている。新規店舗開店もあり、競争が激化しそうである。現に今も求職者の奪い合いが発生している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材の採用が困難になっている。労働集約型など中小企業のサービス産業はすぐにはIT化、合理化に取り組めない。したがって人材不足になると次第に経営が困難になる。あるビルメンテナンス会社ではホテルのベッドメイク業務が人手不足のため継続できないでいる。
		職業安定所（所長）	・有効求人倍率が高い状況は当面変わらない。
		職業安定所（職員）	・建設業等の人材確保に苦慮している分野は、受注を制限せざるを得なくなっているため、景気回復にはならない。
		職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数は増加、求職者は減少し、有効求人倍率は高い水準で推移する。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2018年3月卒業学生の採用活動が前年比で活発になるが、将来的な労働人口不足への対策の一面もあり、景気そのものと求人動きが直接的に関係があるとは明言できない。
		人材派遣会社（社員）	・年度末需要が落ち着き求人数が減る。
		人材派遣会社（社員）	・新卒で補充できないポジションが派遣社員になる可能性があるが、毎年の傾向として春先は求人、求職共に動きが停滞する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・2020年以降の雇用情勢に影響を受ける。
	x	-	-

#### 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)		衣料品専門店（経営者）	・季節も変わり、3月は卒業旅行者も増える。
		ゴルフ場（経営者）	・傾向の理由や原因が分かっているので、その対策をしっかりとやれば現状より良くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・弁当、総菜関係が夕方の時間帯に売れる傾向にある。
		観光名所（職員）	・予約状況が良い。
		住宅販売会社（営業担当）	・建築予定地調査依頼者が増えている。
		百貨店（店舗企画）	・免税売上の伸びは鈍化していくが、新規物産催事の導入や動員企画により、前年を超過する計画である。
		スーパー（販売企画）	・上がり続けていた1点単価が落ち着いた感がある。このままだと景気は特に変わらないと予測する。
		コンビニ（代表者）	・安定して推移すると予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くない状況が続いている。テレビなどでは、観光客、観光産業が伸びているようであるが、地元民の購買意欲は上がっていないように感じられ、まだ地元で還元されていないとみられる。まだまだ景気は様子見だとみられる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年度末の繁忙期に入るが、前年と大きく変わるような要因は見当たらない。
		通信会社（店長）	・3月までは学生の需要が増え、景気も良くなると予想しているが、4月以降は特に良くなる材料も無く、落ち着くと考えている。
		住宅販売会社（代表取締役）	・現場職人の不足感があり、工事着工時期と現場職人の配置段取りが、完成工事高達成へのポイントとなりそうである。また、弊社が経営権を取得しているゴルフコースについて、12～2月の冬場にかけての売上が前年比約10%の伸びを見せている。観光客が県内ロングコースを占有しているため、県内ゴルファーの利用が増えているとみられる。
		一般小売店〔菓子〕	・那覇空港の第二滑走路の工事が遅れているという新聞記事がある。そのことによるマインドの影響が若干不安である。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・慢性的な人手不足でサービスの質が落ちている。また、営業活動が思うようにできず、人員の補充に追われている。
	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推測される今後2～3か月後の客室稼働率は前年同月実績を上回る見込みであるものの、今月の前年実績プラス幅は保つ事ができない見込みである。	

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
	x	商店街（代表者）	・プレミアムフライデーで金曜は早く帰り、消費に期待したいとのことであるが、これは一部の公務員や一流企業の話であり、末端では希望しても早めに切上げることもできない。飲食店は増えてきているが、物販では単価を下げないと売れない状況で、全滅状態である。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		輸送業（代表者）	・離島ではホテル建設等、リゾート関連民間工事が動き出している。特にある地域には、公共工事も含めて生コン向けの出荷が急増している。今後も観光客向け民間工事を主に、公共工事でもクルーズ船対応を含めた港湾工事などの増加が期待できる。
		食料品製造業（総務）	・中国観光客の爆買いの減少や、米国新大統領就任後の為替、株価の乱高下、EU離脱問題の先行き、混とんとした世界情勢等、なんとなく消費者心理として安心感が持てない感じなのか、当社商品も低価格商品の志向、割合が増えつつあるようにみられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特に大きな変動無し。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の広告販促予算は、新年度を迎える4月以降に増大する傾向には無く、むしろ現状維持さえ厳しい状況にある。県内に進出する国内外企業とのし烈な競争にさらされていることや人材不足などが主な要因とみられる。
		建設業（経営者）	・新築及びリフォーム共に、熱心な客が少ない。
		コピーサービス業（営業担当）	・紙媒体からWeb媒体に移行してきているので、印刷が減ることはあっても、受注が増えていくことは無いとみられる。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・現在の依頼件数が多く、逆にマッチングできる人材がなかなかいないのも事実だが、傾向としては少しずつ売上としても上がっていく状況とみられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・4月は企業はとて忙しい時期なので、人手が足りない状況になる。それに伴って雇用形態に関係なく、中途採用が活発化してくる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・活発な新卒採用活動がもうしばらく続くとみられるが、短期決戦型の気配が感じられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒求人の3月解禁に向けて動きが出てきており、企業側の積極的な採用姿勢を感じる。
		人材派遣会社（総務担当）	・年度末での求人依頼は、例年より減少傾向にあるようにみられる。
	x	-	-