

## 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）	・観光客の増加により、輸送量の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・季節の変わり目となり、春の生活の変化の時期とも重なるため、消費も多少は増えてくる。
		商店街（代表者）	・これからオンシーズンに向かっていくため、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ数年間、当地は観光地としての特徴が強くなっていることから、これからゴールデンウィークを迎えて観光客の入込が増えてくることが見込まれ、地元経済に良い影響が生じる。
		百貨店（販売促進担当）	・4月以降、気温の上昇とともに、客の購買行動が春物衣料を中心に活発になってくる。
		スーパー（店長）	・2～3月と販売量が増えてきている。4～5月には創業祭や売出しなども行われるため、大きく売上が伸びることまでは期待できないにしても、右肩上がりになることが見込める。
		スーパー（店長）	・今後、パート社員の長時間雇用や時間給単価の上昇が見込まれるため、それに伴い消費動向も良くなると期待している。
		スーパー（店長）	・客の節約志向は依然として変わらないとみられるが、季節が変わり、気温の上昇とともに行楽関連の需要が活発になることで景気が良くなると期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が回復傾向にあることから、今後、よほどのことが生じない限り、前年以上の売上で推移することが見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・これから新型車が出てくるため、車の販売量も少しは良くなると期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・大型学会が複数回行われる予定があるため、そのことがプラス要因となる。また、ゴールデンウィークの日並びが良く、5～9連休を見込めることもプラス要因となる。ただ、国内団体旅行については、集客状況が低調であり、今後も改善が見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・6月以降、観光シーズンを迎えて、一部路線の大型機材投入などがあるため、外国人観光客を含めた観光需要の増加が期待できる。特に中国人観光客は、中国政府が旅行会社に韓国旅行商品の販売中止を指示したことの影響で、北海道観光への振替が期待できる。
		通信会社（企画担当）	・合理化により、固定費用の大幅削減が進んでいることから、今後の販売量の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・3か月後の6月はゴールデンウィーク後の月であり、他地域からの観光客などが来街するような要因もないため、初旬及び中旬の売上は減少するとみられるが、年金の支給月であることから、下旬になれば高齢者を中心に来街者が増加し、夏物衣料品などの売上アップが見込める。ただし、全体的にはやや悪い状態で推移する。
		商店街（代表者）	・外国人観光客の入込は一時期ほどの伸びがみられないものの、引き続き好調に推移している。しかし、今年の旧正月ごろから消費行動に大きな変化が生じ、大幅に売上を落としている店もみられるなど、今後の動向が心配である。
	商店街（代表者）	・春になり、それなりの出足は見込めるが、新入学や異動の時期が過ぎた後の動きは例年よりも少し落ち込むとみられる。	
	百貨店（売場主任）	・春物定価品の各アイテムは、いずれも好調なスタートとなったが、来客数増加に向けて大きなポイントとなるボリュームゾーンの商材が苦戦し、回復待ちの状況であることから、今後も変わらないまま推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（担当者）	・客単価の動きは日々上下変動しているが、全体的には売上と同様のトレンドで推移しており、売上のやや悪い状態に変化がみられないことから、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（営業販促担当）	・雑貨、食品、紳士服の動きに明るさがみられるものの、婦人服の下げ止まりがまだみえない。また、一部の高額品に動きが出てきているが、全体的な客単価の低下傾向が続いていることから、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・変動する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）	・4月以降の数か月の動向については、4月こそ、新年度行事があることに加えて、年金支給月でもあることから、前年と比べても大きな変化はないとみられるが、その後は来客数の減少が続いている現状からやや悪い状況が続く。来客数の減少傾向は、周辺小売業も同様とみられ、顧客の節約志向が来店回数の減少につながっているのではないかと危惧している。
		コンビニ（エリア担当）	・4月から一部のたばこの値上げなどもあり、客の節約志向がより強まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・当地での公共事業が減っており、それに伴い売上も前年と比べて減少することが懸念される。ただし、3月の売上は前年を上回っているため、今後の動向が変わる可能性もある。
		コンビニ（エリア担当）	・当地は農業や漁業に多く依存するエリアであり、今のところ上向き要素が見当たらない。前年の台風の影響は今後も続くと思われる。
		コンビニ（オーナー）	・2月のプレミアムフライデーは来客数が減少し、当日限定のプレミアム品も売上アップにつながらず、当店にはプレミアムフライデーの効果がみられなかった。今後についても、プレミアムフライデーなどの効果を期待できないことから、変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・客の様子に変化がなく、来客数の伸びもみられないことから、今後も変わらない。
		家電量販店（店員）	・3月末の来客数が少し落ち込んでおり、今後に向かっての期待感がみえない。
		乗用車販売店（経営者）	・先行指標である新車の受注台数は、高水準であった前年同月と同様の水準を引き続き維持できていることから、この傾向は当面続く。
		乗用車販売店（経営者）	・現状では今以上に良くなる要素が見当たらないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・将来に向けての明るい兆しがみえないため、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新卒採用など、各企業の動きは活発であるが、賃金については定期昇給しか見込めないため、景気は現状維持のまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・競合店も含めた第1四半期の業界動向は、商品の販売個数こそ前年を上回っているが、金額では前年の98%と見込まれている。ドライブレコーダーやレーダーなどを中心に客単価の下落が進んでおり、今後も厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客にとって、健康相談は病院でするものであり、ドラッグストアではできないという変な図式ができているため、対応できる個店もあることをみせていかない限り、今後の景気は変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気を上向かせるような政策がないため、今後も変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・消費者の活気がないように見える。また、国有地売却関連の影響で現政権の支持率が下がるような動きがみられたほか、米国の新大統領の政策の動向が不透明なことで株価への影響もみられるなど、景気が良くなるような材料が見当たらないことから、今後も変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、予約こそ入ってきているが、利用人数、客単価とも目標以下であり、売上があまり見込めない。また、ゴールデンウィーク期間を除けば、観光もまだ閑散期であり、景気が上向き要素は見当たらないため、変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・3か月前よりも景気は良くなっているが、景気が回復しているとまでは言い切れない水準であるため、2～3か月後も今の上向き傾向が継続するとはいえない。ただ、景気が悪くなることも考えられない。

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
		旅行代理店（従業員）	・先行の申込件数が例年と大きく変わらず、特殊要因も見当たらないため、今後の景気も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・劇的に景気が良くなるような要素はないため、今後も景気は変わらない。ただ、店頭での客の反応から、何となくではあるが、良くなる方向になってきつつある。
		タクシー運転手	・全体的に前年並みの予約状況であるため、今後についてもあまり変わらない。
		タクシー運転手	・乗務員不足の影響で、現状維持が精一杯の状況であるため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・身の回りなどに変化があまり見当たらないため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・夏場の観光需要に期待しているが、今の状況から判断して、今年度への期待はあまり持てない。景気対策が一番の問題である。
		通信会社（社員）	・業界的には、景気の動向に直結するような動きがみられない。今後については現状維持のまま推移する。
		観光名所（従業員）	・これまで北海道新幹線の開業効果が地元経済をけん引してきたが、今後については次第に効果が薄れていくことになる。一方、航空路線ではLCCが好調で、延長運航を決めた路線もあるなど、プラスの効果が見込めることから、総じてプラスマイナスゼロで推移することになる。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の増加などを要因として、一定の好調を維持している。ただし、アジア圏からの観光客が主であるため、今後の海外情勢などの変化を注視していく必要がある。
		美容室（経営者）	・すでに3月の売上が好調であり、今後、これ以上に売上が良くなることは難しいとみられるため、当分は同じような状況が続く。
		美容室（経営者）	・3月は1年間の中でも繁忙期に当たる時期であり、前年並みの売上となったが、この後、2～3か月は大きな催事もないため、景気は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・客の様子から、子供や孫に対しては惜しみなく支出するが、その分、自分が何かを我慢していると感じる人が多いため、景気は今後も変わらない。
		百貨店（役員）	・今後、3か月は1年の中で最も売上の下がる時期となるため、来客数及び買上客数の減少傾向、客単価の低下傾向が更に進むことになる。
		スーパー（企画担当）	・今年に入ってから、来客数の前年割れが続いている。一方で買上点数は伸びていない。店頭現場での実感としては、スーパーに行くかどうかでも必要でないものまで買ってしまうため、極力買物を控えようという傾向が表れていることがうかがえ、今後については景気がやや悪くなる懸念される。
		スーパー（役員）	・水産業の不振が続いている。イカ、ホッケ、ホタテなど、中心となる魚種が特に不振であり、地域全体に影響が出ている。
		乗用車販売店（従業員）	・例年、これから4～6月にかけて販売量が漸減し、7～9月にかけて盛り返すという動きとなるため、今後については、販売量がやや減少することになる。新型車の販売予定がないことも影響する。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、新年度を迎えて間もない時期であり、企業の出張など、人の動きが活発化するまで時間がかかることになる。前年も大きな動きがみられなかった時期であるため、景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・先行指標である株価の動きが悪いことに加えて、人手不足に伴う企業の人件費負担増も懸念されるため、先行きについては厳しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・現在、分譲マンション市場では需給関係が悪く、完成在庫の値引きが始まっているなど、景気が好転するような材料が見当たらない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・当地の漁の状況が悪く、回復する見込みもないことから、今後の景気回復は厳しいとみられる。競合店の出店が予測されることもマイナスである。
	×	観光型ホテル（役員）	・今後も引き続き円高が続くとの懸念から、外国人観光客の予約状況が鈍く、今後の景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	タクシー運転手	・例年、4月になるとタクシーの利用が激減しており、今年も暖かくなるとともにタクシーの利用が減り始めている。また、3月までの実績をみると、乗務員不足の影響で減収が続いており、しばらくは同様の状況が続くとみられることから、今後の景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		食料品製造業(従業員)	・北海道以外の会社から当社の商材を販売したいとの問い合わせが増えていることから、今後についてはやや良くなる。
		建設業(経営者)	・新規の公共工事がかなり発注されており、まだ工事は未着手だが手持ち工事量はかなり積み上がっている。今後、建築工事も官民それぞれで発注が本格化し、ゴールデンウィーク明けには工事が始まるとみられることから、景気はやや良くなる。
		コピーサービス業(従業員)	・働き方改革を進める企業が非常に多く、働き方の改善につながるような設備投資についても様々な方面から検討を始めていることから、今後については景気がやや良くなる。また、働き方改革により、従業員のプライベートな時間が増えることになれば、消費にも影響が拡大していくことになる。
		その他サービス業[建設機械リース](支店長)	・災害復興工事が本格的に始まり、商談、引き合いが増加していることから、今後の景気はやや良くなる。
		食料品製造業(従業員)	・今後の受注予定で、販売量の大幅な増加につながるような案件が見当たらないため、今後も変わらない。
		家具製造業(経営者)	・あまりにも外部要因に起因する不安要素が多いため、ユーザーの消費行動が慎重であり、今後も景気は変わらない。
		輸送業(支店長)	・季節的に今よりも輸送量の増える時期ではあるが、スポット輸送の見積量が期待ほどではないことから、今後も景気は変わらない。また、燃料油の価格が不安定であることから、収支面での不安も拭えない。
		通信業(営業担当)	・現在の販売量とその単価、並びに商談中の案件規模、予算などの動きから、景況感は現在と同様のやや良い状況で推移する。
		金融業(従業員)	・道南ではホテル、旅館を中心に、前年の北海道新幹線の開業効果の反動減がみられ始めている。ただ、反動減が道内景気を下押しするものの、公共投資が下支えすることになり、3か月前と比較して景気は変わらない水準で推移する。
		司法書士	・北海道特有の季節的な問題もあり、今後については、建物の建築、土地取引などの動きが上向いてくるとみられるが、景気が良いと判断できる水準まで上向くとは言いえない。
		司法書士	・国の予算が成立したが、これにより景気回復が進むのはまだ先の話である。また、実際に景気回復につながるかを見極める必要もある。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	・ここ数か月、受注量が前年比110%程度で推移しており、今後も同様の状況がしばらく続く。
		建設業(従業員)	・年度末に実施された大型建築工事の入札において、厳しい予定価格のため、不落が予想されたにもかかわらず、建築、設備とも落札されており、今年度、特に後半の仕事量が不足していることが裏付けられた。
		その他サービス業[ソフトウェア開発](経営者)	・計画している案件について、予算規模を縮小して続行するケースや、当初増額予定だったものを現状維持で続行するケースが増えている。また、投資意欲が消極的になっているとの発言を耳にする機会も増えている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
		その他非製造業[鋼材卸売](役員)	・3月の売上が好調なことの反動で、2～3か月先の販売量の減少が懸念される。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		求人情報誌製作会社(編集者)	・人手不足ではあるものの、企業の求人意欲は旺盛であり、経済活動が前向きなことから、今後についてはやや良くなる。
		新聞社[求人広告](担当者)	・前年の台風被害に伴う復旧工事の土木建設関連の受注増が見込まれること、観光客の入込増加が見込まれることがプラス要因となり、今後の景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年の新卒採用において、企業が必要な人数を充足できなかったこともあり、今年は何の企業も動きが早く、活発である。また、新卒の採用予定人数も増えている。企業が将来の不景気を想定していれば、人件費圧縮の方向に向かうことになるが、現状からはそれなりの好景気を見越しているとみられ、今後についてはやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・北海道は雪解けに伴い経済活動が活発になるため、今後、求人依頼は更に増えることになる。特に建設業関連、販売関連で人材の依頼が増えることになる。しかしながら、若い層は、フル勤務の仕事よりも短期単発の仕事をお好み、対人相手の仕事を敬遠するなどの傾向がみられることから、サービス業では人材の調達に苦戦する状況が続くであろう。
		人材派遣会社（社員）	・現状から、今後、3か月程度の期間では求職者の動きは変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人手不足が続いている飲食業や小売業などでは、求人を控えるような動きもみられるが、全体的に大きな動きはみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の動きを前年と比較すると、事務的職業と介護サービスでは、派遣求人が2か月連続で減少する一方で、正社員、パート求人が2か月連続で増加している。そのほか、医療関係と社会福祉関係では、技術者が減少から増加に転じたほか、建設土木技術者では2か月連続で減少、商品販売では増加から減少に転じるなど、職業間でばらつきがみられる。ただ、全体的にはパート求人が増加傾向、派遣求人が減少傾向で推移しているものの、全体の増減数が少ないことから、今後、しばらくは大きな変動はないとみられる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1.00倍と1年9か月連続で1倍超え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）	・新規求人数については、企業進出や事業拡大に伴う人員確保の情報もないことから、引き続きここ3か月と同様の水準で推移する。一方、有効求職者数についても、引き続き高い水準で推移すると見込まれることから、今後の雇用情勢に大きな変化はみられない。
		職業安定所（職員）	・観光業については夏場までは好調に推移するとみられるが、水産加工業や建設業については廃業や人員整理もあり、全体では横ばいでの推移となる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後の景気は不透明ではあるが、人材不足の状況に変わりはないため、企業の求人意欲は高いまま推移する。また、制度や待遇を充実させて、人材を定着させようという動きも活発になるとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数が減少しているため、今後についてはやや悪くなる。景況感が良くないこともあるが、人手不足感が強く、何をしても人が応募してこないことが大きな要因となっている。
	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)		コンビニ（店長）	・雪が解けて除雪代の支払が終わるため、経費的にかなり楽になる。また、夏に向けて徐々に売上も増加するので景気も良くなるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば、来客数も増えると見込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・数年前と違い、今は安ければ安いほど良いという状況ではない。必要なものを必要なだけ買うなど、多少財布のひもが緩んできているように見受けられる。単価の動きにおいても、デフレ的な価格のものはあまり売れなくなってきたおり、景気は前向きになってきているのではないかと。
		タクシー運転手	・現在の状況から、景気が悪くなるような原因は見当たらない。これからは桜も咲いて、消費者は買物をしたくなるような気分になる。また、新幹線において当該地域の駅で降りる客は多い。景気の先行きにおいて、マイナスの要因はない。
		商店街（代表者）	・5月からは商店街でも本格的にイベントが展開される。この先少しずつ暖かい気候になれば、来客数が増えることにより、売上増加が大いに期待できる。

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
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・しばらくは商品が動く見込みであり、全体的な景気は上向き傾向にある。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・4月からの新年度に向けて、商品が動くことを期待している。
		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・農業や園芸関係が動く時期のため、良くなるとみている。
		百貨店(営業担当)	・前年の駅前地区の新店オープンにより一時期顧客が流れていたが、1年を経過して顧客が戻りつつある。売上も前年減少した分の反動でプラスになると見込んでおり、来客数も一時期の落ち込みから徐々に回復してきている。このことで、今後前年を上回ることが見込まれている。
		百貨店(経営者)	・新しい客の増加や、貴金属品を中心に高額商材の動きもあり、回復への期待を待っている。ただし、百貨店の主力アイテムである衣料品の動きに下げ止まり感がなく、依然として厳しい状態が続いている。
		コンビニ(経営者)	・新規オープン後半が過ぎて、ようやく認知度が高まってきた。フリーの来客数が増加傾向であり、春休みも加わって若年層の来店が目立っている。今後も少しずつではあるが、買上点数と客単価は上昇していくとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・競争環境を含めた外的要因は変わらないものの、消費行動は回復していくとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・被災地域以外の状況は、若干ではあるが改善傾向に向かっている。しかし、まだまだ客の財布のひもは固く、低価格商品を購入する状況が続くとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・客との会話から、少しは春物を購入する動きが出てくるとみている。ただし、消費者は依然として消費に対して消極的であり、古い服を修理して再利用するなどしており、一時期のような集客は見込めないのではないか。
		その他専門店〔食品〕 (経営者)	・あくまで今月と比べてではあるが、春めいてくるため、人の動きは良くなるとみている。
		高級レストラン(支配人)	・例年の同時期に比べて、予約などの問い合わせや申込が多く、客の消費に対する動きは活発である。
		一般レストラン(経営者)	・市場に仕入に訪れる人に動きがみられている。暖かくなって人の動きも出ており、客の様子からも景気はだんだんと良くなるとみている。
		観光型ホテル(経営者)	・先々の予約状況からも、今月よりはやや良くなるとみている。
		観光型旅館(スタッフ)	・前年と比較して、予約申込件数が増えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・4月から3か月続く大型観光キャンペーンの重点販売地域に当県が入っている。また、新幹線の20周年記念などイベントが目白押しである。当ホテルにも好影響が表れることを期待している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・桜の開花に伴い、宿泊やレストランを利用する客が増えることを期待している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・今月からレストランでデザートフェアをやっている。前年よりも料金を上げたにもかかわらず、来客数が落ちていない。このイベントは来月以降も開催する予定である。特に女性の来客数が多くなっているため、期待をしている。
		旅行代理店(店長)	・春の行楽や、大手私鉄の特急の延伸運転などに期待をしたい。
		通信会社(営業担当)	・入学や就職が通信業界や家電業界に寄与するところが大きいため、4～5月の消費動向は上向きとみている。また、これからは中小企業の投資が鍵となるのではないか。案件は多数あれどなかなか結果に結びつかないものの、経営者からは意欲が感じ取れる。
		通信会社(営業担当)	・節約志向が高まっており、消費に力強さはみられない。ただし、有料テレビやインターネットなどの家の中の消費需要は引き続き高まっているため、もうしばらくは期待が持てる。
		観光名所(職員)	・例年以上に様々な集客イベントを計画しているため、期待をしている。
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・この先の景気は安定しているとみている。

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
		商店街（代表者）	・2000年からの17年間は下り坂のほうがはるかに多かったが、ようやく安定の方向に進んでいるのではないかと。格差の拡大などいろいろ言われているが、日本人の多様力は見事であるといえる。商売も創意工夫で荒波を乗り切っていきたいものである。
		商店街（代表者）	・新年度がスタートするなど動きが活発になるこの時期に、それを受け止める業種業態の整備が遅れており、苦戦が続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の動向、販売量、来客数をみても良いため、今月ほどではないものの、好調な状態が続くとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費者の購買意欲は依然として低調のままで推移しており、春のファッションに対する関心も例年より低い様子である。生活防衛志向が強く、ヤングミセス、ミセスゾーンの顧客は、自身の身の回りに対する関心が薄れているように見受けられる。
		百貨店（総務担当）	・客との会話からもこの先の景気が急激に良くなるとは考えにくい。初任給も例年とそれほど変わらず、給料も変わらないという話がでていることから、2～3か月先の景気に変化はないとみている。
		百貨店（企画担当）	・売上、来客数共に、前年割れで推移している。ただし、マイナス幅に大きな変動はなく、この先環境が大きく変わる要素は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・地方では個人所得の向上が見込まれないため、大きな景気の変化は期待できない。
		百貨店（買付担当）	・商品選択の二極化は継続しており、客も用途によってしっかり買い分けをしている。
		スーパー（経営者）	・景気が良くなる理由も悪くなる理由も見当たらない。雇用が安定していれば悪くはならないとみている。
		スーパー（経営者）	・4月は、原油価格の上昇や為替の影響などから値上げする商品がある。また、公共料金の一部値上げ、社会保険料も若干増えそうであり、消費環境は芳しくない。国の予算の成立、完全失業率の低下、有効求人倍率の上昇などにより、所得改善や消費の改善を期待しているが、その効果が表れるには時間を要するとみている。
		スーパー（店長）	・消費者は相変わらず節約志向であり、客の話からも広告品などを買い回っているとのことである。
		スーパー（店長）	・4月にも競合店の出店予定があり、更に競争が激しくなる見込みである。商圈内の世帯数、人口が変わらないなかで、今後も販売店の増加が続くため、長期的には企業収益の低下が懸念される。ただし、近い将来においては大きな変化はないとみている。
		スーパー（総務担当）	・米国大統領の動きで、円相場や株式相場が左右されるのではないかと。ガソリンも値上がり傾向であり、当面は様子見の状況が続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・客からもあまり景気の良い話を聞かない。
		コンビニ（エリア担当）	・この先、景気が大きく変化するような要因が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・公共関係、役所関係の仕事をしている人の話を聞いても、3月は普段よりも予算が少なかったせいか、仕事も少なかったと聞いている。行政が仕事をストップしているのか、道路工事も少なかったようにみえる。理由は良くわからないが、この傾向は今後も続くのではないかと。また、単価も引き続き低い状態が続くとみている。
		コンビニ（店長）	・低価格帯の商品が売れる傾向は、強まるとともに今後も継続するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・必要な時に必要なものしか買わないという購買行動は、この先も変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・冬物を購入した客に夏物の販売を強力に推し進めている。企業の採用も順調なようなので制服などの販売に期待している。
		衣料品専門店（店長）	・一般ビジネス衣料は前年並みで推移しており、今後も買い控えが続くとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・この1年間は前年比90%の状態が続いている。景気が良くなる気配がないため、この状態がこの先も続くとみている。
		家電量販店（店長）	・新事業を立ち上げるなど、売上改善策を講じているが、効果が出ていない。
		家電量販店（店長）	・来客数、客単価の落ち込みが続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（従業員）	・夏物商材など、天候に左右される商品がどう動くかによって変わる。夏が寒く夏物商材が動かない場合は大変厳しい結果になるのではないかとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の先行きが読めない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	・土日の店頭での営業などにおいて、新規客や既存客の動きをみてもずっと変化がないため、今後もそれほど景気が良くなるとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・仏具販売店において、急な売上増加は見込めない。付加価値を高めて利益を上げていく形態をとっていくつもりである。ただし、景気自体にはあまり変化はないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・現在の状況が好転する材料がないため、この先景気は変わらないとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・選挙など、地方の売上に影響が出そうな行事が終わっており、景気は落ち着くとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現状では何も変わる要素がなく、ただただ耐えるしかない。都市部ではプレミアムフライデーが実施されていたが、当地域周辺ではどこかよその話という捉え方でしかない。どこか置いてきぼりをされたような感じが否めず、ますます地方と都市部の様々なところでの格差が激しくなるとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・低単価商品か、値下げした商品しか動かない印象がある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要構造が変化しており、暖房に占める石油製品の割合が低下し電気に移行しているため、長期にわたり需要が減少してきている。少ない需要を分け合っていくが得ないため、業界全体が縮小していくことが見込まれる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・この先期待できるような要因が見当たらないため、景気は良くも悪くも変わらないとみている。
		高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況からも景気が良くなるような動きはない。今月は前年並みで推移しているが、先行きは不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・現在の政治の状況が不安定であるが、解散の見込みはなく、景気についても特に影響はないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・現在の予約状況からは、2～3か月先もさほど盛り上がりがないとみている。ただし、1～2月よりは改善がみられているため、今月並みの数字が継続することを期待している。ワインを飲む客が減少するなど、レストラン離れの状況は基本的に変わらない。そのため、かなりの企業努力をしていかなければならない。
		一般レストラン（経営者）	・エリア内での客の取り合いはあるが、景気に対する影響はほとんどない。全国レベルの大きな大会が増えないかぎり、エリア内での景気の活性化には結びつかないとみている。
		スナック（経営者）	・3月は送別会シーズンであるが、思ったほど客足が伸びず、団体客もあまり見込めない状況で終わりそうである。そのような状況を見ると、4月の歓迎会シーズンやその他のケースでも団体客はあまり動かずに難しい状況が続くとみている。
		観光型旅館（経営者）	・相変わらず景気が上向きような要因がなく、また、景気の良い話も聞こえてこない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も前年並みのため、景気は変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況が好調に推移し始めている部門はあるが、全体的には大きな伸びはみられていない。フリー客の来客数増加や各部門での予約受注の増加がみられないため、先行きも現状のまま推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークもあるため期待をしている。ただし、業界的にも、前年ほどの伸びはないとみている。
		旅行代理店（従業員）	・店頭による国内旅行、海外旅行の申込は減少傾向にあるが、インターネットでの受注状況は好調である。ただし、頻繁に発生している海外情勢の不安から、今後しばらくは状況に変化はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・政府の今後の動向が不透明であり、景気が向上するような材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・景気に大きな影響を及ぼすような要因が、見当たらない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・どの顧客を訪問しても、厳しい話になってしまう。
		テーマパーク（職員）	・今月は買上単価がやや良くなったが、この状態が今後も続くとは考えにくい。
		遊園地（経営者）	・個人消費に力強さが感じられないが、イベントなどにより前年並みの売上を確保していきたい。
		美容室（経営者）	・固定客の再来店率は前年並みであるが、新規客は少ない。消費者の財布のひもが固い状態は、今後も続くともみている。
		美容室（経営者）	・価格競争相手として、身近に1,000円ヘアカットが増えている。客の財布のひもが固くなっており、安い方に傾いている。
		住宅販売会社（経営者）	・一般建築の受注は拡大しているものの、住宅に関しては大きな伸びが見込めない。
		商店街（代表者）	・法人関係の予約が少なく、4月にはほとんど入っていない。この先の景気はかなり悪くなるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・プレミアムフライデーなどの景気回復策による効果が期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・医薬品を定期購入していた客層の多くが、高齢化により施設に入ったり、入院したりしている。このような方々は、積極的な消費行動はとらないことから、社会全体として消費活動は低調になるとみている。
		百貨店（売場担当）	・本来の3月の売上の核となるはずのオケージョン需要において、売上が不振となったことが、全体の売上に大きく影響している。実際に動員の仕掛が成功したのは常顧客の実績によるものであり、フリー客の増加は依然厳しいとみている。
		スーパー（店長）	・当店の隣接地に競合店が出店する。周囲の競合店も価格で対応していくため、数値のほうは厳しくなるとみている。
		スーパー（営業担当）	・現状では景気が回復するような政策が見当たらない。既存店の売上推移は過去3年間ほぼ同じで緩やかな低下傾向が続いている。また、競合激化による来客数の減少は今後も続く見込みのため、既存店で前期実績をクリアすることは非常に厳しくなっている。
		コンビニ（経営者）	・気候や気温が良くなると、なかなか売上が厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年比が減少傾向にあるが、改善の兆しがみえない。
		衣料品専門店（店長）	・春物商材の立ち遅れが、そのまま夏物商材の立ち遅れにつながり、需要が後倒しとなるのではないかと懸念している。
		家電量販店（店長）	・ヒット商品となるような家電製品がないため、先行きの見通しはあまり明るくない。世界経済の動向に不安要素もあり、客の消費マインドが低下しているのか、あまり積極的に買物をしている様子はみられていない。
		乗用車販売店（経営者）	・この先の、新車販売、車検入庫の反動減を心配している。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰傾向が懸念材料である。
		乗用車販売店（従業員）	・これといった新型車の投入予定もなく、来店する客もあまり購入には乗り気でない様子である。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の受注残が少ないため、売上は減少する見込みである。受注活動で次の目標に向かって進めていきたいが、現状ではなかなか厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる材料があまりない。
		一般レストラン（経営者）	・前年の年末から売上は減少傾向である。今月の後半からは、送別会などにより多少の来客数はあったが、前年と比較して単価が下がっており、先の見通しは決して明るくはない。
		旅行代理店（店長）	・5～6月の国内団体旅行の問い合わせがなかなか入ってこない。
		タクシー運転手	・人が移動する時期だが、消費者の財布のひもはますます固くなっている。
		観光名所（職員）	・インバウンド以外に明るい材料がないにもかかわらず、4月以降の予約は日本人客が多く、今まで伸び率を支えていたインバウンド客がほとんどなくなっている。そのため、この先の景気はやや悪くなっていくのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競艇場（職員）	・ここ2～3か月は大きなイベントもなく、乗場者は常連客のみになる。大口の利用者が増えれば売上増加につながるが、そのような利用者は1～2人程度である。よって景気は現状維持もしくはは下降するとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・前年と比較して、大型工事の受注と塗装工事の問い合わせが減少気味である。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・街なかで大きなイベントがあれば人も大勢集まるが、その人達が繁華街で買物をするかという、そのような方向にはならない。周辺の店舗の人達も、暇だとか客が来ないという話題が日常会話となっている。
	×	スーパー（経営者）	・可処分所得が伸び悩むなか、この先も儉約志向が強まるとみている。
	×	スーパー（店長）	・ここしばらくは、競合店のオープンにより厳しい状況が続くとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・人口がかなり流出しており、地元では後期高齢者の方ばかりとなっている。そのため、これから先の売上は厳しくなるとみている。
	×	コンビニ（エリア担当）	・かつての顧客がひいきにしていた商品売ることができなくなっている。そのため、そう簡単には過去の数値を確保できない。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・気温による変動はあるが、夏物の動きは例年同様、もしくは、悪くなるのではないかと。各メーカーが冷却ファン付の作業着を新品として出しているが、東北で売れるのかは全くわからない。これまでの実績もないため、多分人気はでないかとみている。
企業 動向 関連  (東北)		建設業（経営者）	・新たな受注もあり、景気は上向きになってきている。あとは技術者の確保だけが懸念事項である。
		食料品製造業（総務担当）	・行楽シーズンを迎え、商品の動きが良くなることを期待している。
		建設業（従業員）	・復興予算の関係からも、大型公共工事の見込める最終年度となるため、これまで遅れていた案件の出件が進むと見込んでいる。
		広告代理店（経営者）	・広告の相談が増えているということは、景気が良くなる傾向とみている。
		農林水産業（従業者）	・東日本大震災から6年がたっている。風評被害がなくなり、販売単価が本来の金額に戻ることを期待している。
		農林水産業（従業者）	・平成30年度からの減反廃止などにより、米政策が大きく変わる。そのため、平成29年度の米価格や転作作物の価格が不透明である。
		食料品製造業（経営者）	・イベントなど、人の動きがあるときは良いが、普段の動きが良くない。
		食料品製造業（経営者）	・旅行客が増えるような大きな変化や対策がない。
		食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上減少分を新品販売でカバーしたいが、現状維持が精一杯ではないかとみている。
		繊維工業（経営者）	・店頭の売上が悪く、しばらくは景気が良くない状態が続くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・賃貸住宅にパブルの現象がみられ、住宅需要に対する不安要素となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注状況、輸出の先行き共に、大きな変化がない。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、この先2～3か月は現状のままで推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・全般的に物量が増加する気配がなく、横ばいか減少気味であることが気にかかる。
		通信業（営業担当）	・他社に乗換えられないよう、顧客に対し自社の強みを辛抱強くPRしていくしかない。
		通信業（営業担当）	・政府の諸政策の効果が景気回復につながっていない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・有効求人倍率は過去最高水準で推移している。一方で、個人消費の一部にやや弱さがみられている傾向は当面続くとみている。
		広告代理店（経営者）	・景気の先行きが不透明であり、取引先は様子見状態が続くとみている。
		経営コンサルタント	・春に向けて消費が活発化する時期ではあるが、消費者の節約志向が続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・建設業の話では、夏～秋にかけての受注は確保できているが、その後については未定との話が多い。そのため、今後2～3か月は現状維持で推移するとみている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・少子高齢化がますます進んでいくなかで、全般的に景気の流れが良くない。高級品やそれに近い商品の販売量がだんだん減っていることから、消費者が安いものに飛びつく傾向は当分続くのではないかとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅需要は国の補助金などによる影響もある。現在はゼロエネルギーハウスに関連する補助金を目的として家を建てる人が増えているが、工務店においてその対応が遅れているため当方にも影響がでている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・既存製品の受注減少については下げ止まっているものの、新製品の話が出てこないため、受注が増える見込みがない。
		金属工業協同組合（職員）	・新規物件の相見積などは微増しているが、なかなか成約までにたどりつけない。ただし、受注が減少するまでには至っていない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・復興需要が完全に終了したのか、全体的に売上が減少している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・復興需要、復興対策も一段落し、売上の前年維持は難しくなってきた。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・官需、民需共に大型物件がなく、これまで東北の需要を支えていた震災復興特需もピークを過ぎ減少傾向に向かっている。全国のなかでも、東北は前年比のマイナス幅が大きい地区となっている。平成29年度の東北地区の需要想定見通しも厳しい数字が出ている。
		広告業協会（役員）	・新年度はイベントも少なく、自治体の地方創生のコンペティションに賭ける以外に顧客を伸ばす道はない。
		司法書士	・当地の登記所における登記申請件数が、例年と比べても低迷している。
		コピーサービス業（従業員）	・企業の働き方の変化に対応した商材が鍵となる。労働時間が短縮に向かった場合に、取扱うオフィス関連商品がどのように変わっていくか、先が読めない状況である。
	×	*	*
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・前年と比較して、4月の長期派遣契約数は約10%増加で推移する見込みである。また、第1四半期末である6月には、約12～13%の増加を見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・製造業の設備投資が止まっていないため、求人数の継続した増加が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・3月末卒業の地元大学の就職率をみても、前年より上昇している。また、ぎりぎり卒業が決まり就職先が決まっていなかった学生でも、3月の時点でまだ募集をしている企業があったため、就職を決めることができている。このような状況からも、景気の良い状態が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・活況を呼び込むような要因が少ない。
		アウトソーシング企業（社員）	・この先の仕事量も変わらない見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末の動きに期待していたが、思うように伸びていないため、今後も変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・景気が良くなる要因は見当たらないものの、これから求人が増える時期でもある。求人増加とともに景気が良くなることを期待したい。
		職業安定所（職員）	・人手不足により、販売やサービスの業種での店舗撤退などの動きが始まっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人に対する正社員の割合が約4割であり、数字どおりの景気回復はあまり期待できない。
		職業安定所（職員）	・企業の売上などが大きく伸びるような要因はなく、求人の状況にも新しい動きはみられていない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比は3か月連続して減少しているものの、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）	・有効求人倍率は引き続き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の減少が続いているところが大きく、今後景気が上向くような要因は見当たらない。

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
		職業安定所（職員）	・幅広い業種で人手不足感は強まっているものの、一方で、事業所廃止や人員整理を行う事業所の動きもあり、景気が上向き印象はない。
		職業安定所（職員）	・事業所を訪問した感触では、今後の世界経済や復興関連に伴う景況に不安を持っている。また、人手不足が継続する見込みである。3月末に大手通信機器メーカーで人員整理の発生があるが、従前からの計画事項であり、国内グループの再編によるものである。
		民間職業紹介機関（職員）	・年度末のために減少していた求人であるが、新年度に入っても回復していない。
		学校就職担当者	・今後の求人獲得予定数は、年度当初の確認済み状況から、新規採用、増員など若干の増加を見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・求職者減少のみならず、労働契約法の2018年問題も控えており、先行きが見通せない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度体制となり、新卒採用から研修などが続く。そのため、当面の間の採用ニーズは緩やかに下降するとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種を選ばなければ求人は多く存在している。ただし、どうしても流れは首都圏に集中している。当地域はまだましなほうであるが、地方格差や貧富の格差、業種間の格差がますます顕著になってきており、この状況は当分続き、先行きに不安感がある。
	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）	・お花見などの行楽、イベント、その他で、ビールやソフトドリンク、揚げ物類が売れるとみている。
		スナック（経営者）	・悪くなる要因がなく、好調のまま行くのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・昔のように景気が良いから売れるという時代ではない。余分な物はあまり売れないが、要るものだけは必ず買ってくれる。当店もお陰様で、学校で必要な物だけは、きちんと売れているので、その点とても助かっている。
		商店街（代表者）	・今年1年は大河ドラマ放映のあった前年の半分以下になるだろうが、放映前の実績は上回りそうである。
		コンビニ（経営者）	・今までの傾向からみて気温の上昇とともに、売行きが伸びると判断している。
		コンビニ（経営者）	・例年の客の動きからみて、夏に向かって、行楽や外出が多くなるため、来客数が増えると考えている。
		コンビニ（経営者）	・都心部の景気が良いということもあり、今月、市議会議員選挙、市長選挙が行われることも踏まえて、少し上向きになってもらいたいという期待を込めての回答である。
		コンビニ（経営者）	・店舗前の道路の交通量は増えているので、期待を込めてやや良くなる。ただし、客単価はなかなか上がってこないのので、来客数で売上を伸ばしていきたい。
		コンビニ（店長）	・今月は予想よりも来客数が伸びず、たばこの一部商品値上がりに伴う月末の仮需要に期待したが、31日正午現在、不発に終わりそうで、あまり良くない結果となりそうである。3か月後は、少なくとも今より良い状態を望んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・今までの不景気で自動車の保有年数が長くなっているのので、自動ブレーキなどの安全装置の付いた車の購入を希望する人が増えるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客の動きは多少活発になっているので、この先、飲酒を伴う会食につながれることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・前年は大河ドラマの影響もあり、観光シーズンに向け予約も増えていたが、今年はそんなこともないので、今よりは良くなると思うものの、それほどの伸びはない。
		一般レストラン（経営者）	・気候も暖かくなり、4月は町内の春祭りイベント、5月の大型連休を踏まえ、例年の伸びを期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年実績を売上ベースで達成している。また、近隣体育館のオープンに絡んで、需要増が見込まれる。
	旅行代理店（所長）	・いよいよ来月から大型観光キャンペーンの初年度が始まるため、やや良くなる。	
	通信会社（営業担当）	・物件の入替えや異動時期と重なり、消費の高まる可能性がある。	

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
		テーマパーク（職員）	・私鉄の新型特急や新駅の開業、SLの運行を始め、プレ大型観光キャンペーンなど明るい話題が多くあるため、期待できる。
		観光名所（職員）	・数か月後から始まる街を挙げての大型イベントや、鉄道会社のキャンペーンといった特需もあり、来客増に期待している。
		ゴルフ場（経営者）	・地方創生の影響もあり、地域が活性化してきている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・医師から「そろそろ危ない」と言われ、相談に来る人が増えている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・車検対象車の拡大傾向はしばらく続くと期待している。
		その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	・春の旅行シーズンに入るため、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・商店街に人が歩いていない。店には客がいないため、店内は寂しい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・花が咲き、新緑も出てくる。季節は人々を元気にしてくれる。地元の行事や観光に出掛ける人も多くなるが、まだ明るい気配はない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・相変わらず、個人消費は必要にせまられてという買い方なので、よほどの要因がない限り、売上増に結び付けるのは厳しい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・正直なところ、先行きが見えない。
		百貨店（営業担当）	・食品や化粧品などの消耗品は堅調に推移するだろうが、衣料品部門はまだまだ低下の一途であり、店全体として見れば2～3か月先も変わらない状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人アパレルの不調を化粧品や雑貨、食品物産展などが支えるという構図は継続するとみている。景気回復の材料は見当たらない。
		百貨店（店長）	・この春は天候には恵まれているが、売上は前年割れが続いている。秋から言われていることだが、衣料品の売上は悪く、ここに来てさらに客単価が下がっている。
		百貨店（店長）	・駅周辺の客の流れが少ない。
		スーパー（経営者）	・これといった変化はみられない。
		スーパー（総務担当）	・しばらくは前年の90%の状況が続くのではないかと。来客数が増えてこないのが厳しい。プレミアムフライデーも来客数の上がる要因にはなっていない。
		スーパー（統括）	・電気料金の値上げや為替変動等による輸入原材料の値上げが予測される。可処分所得の上昇は望めないため、余分なものは買わない傾向は、しばらく続く。
		スーパー（商品部担当）	・景気が良くなるとは考えにくく、来客数減少分を単価上昇により補って現状維持が出来ればよいと考えている。また、人手不足により手間をかけることが難しくなっており、商品力が下がっている状況である。
		スーパー（副店長）	・与件の変化はないが、来客数の前年割れがずっと続いており、本来ならやや悪くなるだと思いが、最低でも現状は維持したいと考えているため、変わらないとしている。
		コンビニ（店長）	・近隣で工事があり、交通の流れが若干変わってきている影響で、来客数などが多少落ち込んでいるが、まだ工事は続くため、あまり変わらない。
		衣料品専門店（統括）	・現状、大半の客の動きは悪い。なかなか例年並みまで回復してこない。イベントを行っても、人は多少出るが、売上につながらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・3月の異動時期にこれほど客の動きがない状況のなかで、今後、暖かくなれば良くなるという期待感はあるものの、それ以上に客が動かない。購買意欲がないのか、何か不安材料が多いのか、本当に人の動きがないというのが社会現象化しているようで、店を続けられるかどうかという不安も出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	・6月は前年に比べて車検対象者が多く、サービス部門が忙しいと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、輸出が好調で大変忙しく、地域経済にとっては嬉しいが、末端にはなかなか経済効果が及ばないので、今一つ喜べない。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数が増えているのは確かだが、車は3月が一番の繁忙期で、これから4～6月とだんだん先細りになっていくので、良くなるとは思わない。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
		乗用車販売店（販売担当）	・観光地を控えているので、例年だと5月の連休辺りが良くなるが、3～6月と、これといった特別なイベント等がなければ良くなる要素がないので、この低い状況のまま行くのではないか。
		乗用車販売店（管理担当）	・依然、消費の低迷が続くとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・ここ数年、客の定年や退職等が目立っているため、お金の使い方は緊縮傾向にある。やはりそうした客が、お金を使えるような趣味やムードがあると良い。特に良くなることはないが、今まで以上に自助努力をしていきたい。
		住関連専門店（経営者）	・マスコミの景気に対する報道が不安感をあおるものが多いにも多いと感じている。そのため、中小企業経営者が設備投資や社員、パートに対する利益還元ブレーキをかけている部分もあるのではないか。
		住関連専門店（店長）	・来客数は増加傾向であるものの、客単価が前年と同様に推移している。
		住関連専門店（仕入担当）	・景況感に今後も大きな抑揚はないとみている。家庭紙や一部食品の価格改定の報道があるが、実勢価格は据置かれると踏んでおり、価格の上昇が売上を底上げするようなことはない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年を上回る要因としてプレミアムフライデーがあるが、ゴールデンウィークの日並びが決して良いとは言えず、極端に前年から浮き沈みすることはない。
		一般レストラン（経営者）	・大企業は言わずとも、地方の中小企業は、なかなか政府の進める地方創生の効果が表れない。
		一般レストラン（経営者）	・天候や地元首長選挙の結果次第といったところだが、景気が良くなる要素も悪くなる要素も見出せない。強いて言えば、地元製造業が米国の新大統領の政策に悪影響を受けないか心配である。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、正直な話、明日のことが分からない状態で、2～3か月先のことは、もっと読めない。毎年のことだが、これ以上悪くならないように、変わらないで欲しいと希望を込めて回答している。
		観光型旅館（経営者）	・前年は大河ドラマの影響で春の売上が多かった。今年は大河ドラマほどではないが、鉄道会社のディステーションキャンペーンや、旅行会社のキャンペーンなどもあるため、前年並みは維持できるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（営業担当）	・現在の動き等から、4月は多少需要もあり、上がってくると思うが、例年並みと考えている。その後も3か月先くらいまで、特別大きく良くなる要素もないので、例年どおりで変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・4～5月のインパウンド予約はかなり多く、催行の有無によって売上が左右されてしまうのが懸念される。
		旅行代理店（経営者）	・収入の増えている業種が、一部に限定されている。
		旅行代理店（従業員）	・世の中の状況が全く良くならない。
		旅行代理店（副支店長）	・この先大きな動きや受注はないようである。この時期は年度初めのため旅行相談や受注も少なく、例年と変わらない。ただし、今年はゴールデンウィーク期間が長いので、国内、海外旅行に動きが出ている。また、格安旅行代理店の破産が報じられており、今後、客のエージェント離れが懸念される。
		タクシー運転手	・前月は前年比105%、今月も現状106～107%で落ち着きそうである。それほど変化はない。
		タクシー（経営者）	・夜の客の動きが良くないので、この先も変わらないとみている。
		タクシー（役員）	・ドライバーの確保ができない。
		通信会社（経営者）	・高齢化と人口減で客が年々減っていくことを考えると、老朽化している設備に投資してよいのかどうか考えざるを得ない。一億総格差社会を推進するような政策ばかりで、先行きが本当に不安である。
		通信会社（経営者）	・地方の景気はあまり良いとは言えない。節約意識が強く、趣向的なものにお金を使さなくなっている。
		ゴルフ場（支配人）	・新年度と暖かな春を迎える雰囲気にはなっていないが、気候の好転に期待する。上旬は異動時期にあたるため、平日予約は少ない。
		ゴルフ場（総務部長）	・大口コンペの開催予定は例年どおりで、新規の大口コンペはないので変わらない。

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
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上は、ほぼ横ばいで推移している。
		美容室（経営者）	・4月から電気代、水道代、ガソリン価格等も上昇すると報道されており、節約する人が増えている。天候不順で寒い日が続いているため、高齢者が動かない状況が続いていることが気掛かりである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・近々大型店がオープンする予定であるが、オープン時の一時的な売上で、その他の部分は例年と変わらない。
		その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・国内外の経済が安定しないため。
		設計事務所（経営者）	・計画物件が少なく、人数に応じた仕事量がない。
		設計事務所（所長）	・年度初めにかけては、今の状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘の売却希望者が購入希望者を大幅に上回っている。
		住宅販売会社（経営者）	・減税政策もなく、住宅ローン金利が上昇傾向にあるため、動きがこつ着化していることに変わりはない。
		商店街（代表者）	・物販の路面店は厳しい日が続いている。さらに大型店の出店話も出てきている。零細な路面店は、ますます苦境に立たされ、悪くなる一方である。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・栃木県で初めての「ツール・ド・とちぎ」という自転車レースを朝の9時半くらいからやっている。スタッフとして、交通整理に出ているところ、観光客はたくさん来ていた。皆がいるところで買物すれば良いが、そういう風にはならないので、なかなか難しい。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・高齢者世帯の消費意欲は、まだ下がるとみている。
		コンビニ（経営者）	・店のイベントが少なくなっているため、あまり良くない。
		コンビニ（経営者）	・近隣の会社の業績が悪い。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税のカウントダウンが始まっている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残が減少してきている。前年と比べても減少傾向である。
		都市型ホテル（営業）	・5月の連休等もあり、宿泊はやや低調になる。
		タクシー運転手	・4月は歓迎会などがあり、少しは動くと思うが、それ以降はまた暇になりそうな気がする。
		通信会社（店長）	・販売を押し上げる商材が少ない。
		通信会社（局長）	・国会が本筋と関係ないところで空転してしまっている。
		設計事務所（所長）	・まとまった仕事の受注話がない。
	×	家電量販店（店長）	・売上を支える商材がないのが現状である。テレビの4K、8Kの方向性が早くはっきりして、商売ベースになって欲しい。省エネ家電の購入に対するインセンティブの企画がなされて客の購買意欲を喚起して欲しい。
	×	通信会社（経営者）	・そろそろ廃業、自己破産を念頭に置いて動かねばならない。
	×	美容室（経営者）	・チラシをまいてみたが、前年に比べて客の来店や問い合わせ件数等の反応は、今一つ鈍い。残業手当が出ない会社は多岐に渡っている。
企業 動向 関連  (北関東)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・北米向け輸出の増加で良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・自社開発の太陽光発電設備の稼働発電数が4.7メガを超えている。月々の売電が、本業2つの環境装置売上を超えてきている。
		食料品製造業（営業統括）	・英国でのワインプロモーション活動や県産ワインの高品質化、また、消費拡大に向けた事業推進と官学の積極的な支援もあって、今後の伸びが期待できる。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先からの受注予定はあるので、それが実現すればよい。実際には、その時にならないと分らない。
		金属製品製造業（経営者）	・ここ数年と比べて、新年度4月の注文はやや多い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規開拓案件が何件か立ち上がり、従来の仕事も回復傾向にあることから、売上のベースを固めながら数字の上振れが期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・希望的観測だが、受注残などをみると、前年よりは多少改善されてきたような気がする。動き全般は少ないが、ムード的にも増産傾向にあるようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この1～2年のなかで、今年の1～3月が一番低調だった。4月以降の2～3か月は、若干ではあるが、取引先等の様子を聞いても明るそうである。
		輸送業（営業担当）	・今後は季節替わりにより、エアコン、扇風機などの家電や、夏衣類等の輸送量は前年並みを確保できそうである。また、大手宅配便等の配送事業の問題も表に出て、業界の現状が理解されつつもあり、いくつかの取引先とは運賃値上げ交渉の方向になりそうな状況である。
		食料品製造業（経営者）	・大きな変動要因が見当たらないので、変わらない。
		食料品製造業（製造担当）	・スーパーが淘汰されるなか、いまだ新規出店の話が出てきており、また客の取り合いになるのではないかと。客が分散して売上は減少し、再び店の体力勝負の持久戦になり、お互いに消耗するだけになりそうである。
		化学工業（経営者）	・この先の受注、引き合い状況から予想すると良い方向に向かうとは考えにくい。現状の推移を想定している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品展開も予想がつかず、ゴールデンウィークや夏場の工芸教室に期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・相変わらず、安定した仕事の確保は難しい。先行きは不安である。
		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。
		建設業（開発担当）	・公共工事が95%を占めている建設業だが、今期は公共工事が前年比96%で、当社のような地方業者が一番受注に影響を受ける市町村の発注額は前年比79%と大変厳しく、当社の受注額も前年比15%減と大変な状況である。今期決算が厳しい。
		通信業（経営者）	・前月は単発の大きな仕事が入ったので、現在の景気はやや良くなっていると回答しているが、景気全体を見るとさほど変わっていない。
		金融業（調査担当）	・企業の慎重姿勢が続くとみられる。製造業は半導体関連の一部業種では好調が予想されるが、その他では横ばい状況が続く。非製造業では観光イベントの一段落から横ばいの動きが予想される。
		金融業（経営企画担当）	・海外の景気動向が順調に回復に向かうのか、現状では判断できない。米国の新大統領の政策に対して、不確実性が出てきていることや、原油安、円高等の外部要因により、国内景気も悪化する可能性がある。
		不動産業（管理担当）	・入札も例年並みの量、金額で受注できる見込みである。今のところ特に大きな売上を占める業務からの撤退の話や新規受注もなさそうなので、横ばいの見通しである。ただし、退職者の補充が集まらず苦勞しており、人件費次第で利益の上下がありそうである。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・4月の定期昇給時期が近付いているが、中小企業、商店等では、今年は上げられないとの話を聞く。大型店でも、前年を下回るかもしれない、とのことである。
		経営コンサルタント	・雇用がひっ迫化しているなかで、個人所得の伸び次第と思われるが、行楽シーズンを迎えるため、例年より消費を促す要因が出てくれれば期待が持てる。
		司法書士	・大きく分けると過疎地域に入るので、そのせいなのか、大きく前進というような雰囲気はない。
		社会保険労務士	・久しぶりに新卒採用をする事業所があるが、忙しいからではなく、従業員の年齢構成から増やすようである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数、受注残共に特段変化はみられない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・新年度を迎えて2～3か月は、動きがなくなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・6月以降の受注が不透明である。
		建設業（総務担当）	・今の反動もあると思うが、民間はともかく公共の第1四半期の発注予定件数は少なく、全く期待できない。
		不動産業（経営者）	・社会基盤につながる産業へうまく資金が流れていないようなので、経済の弱体化が予想される。
		広告代理店（営業担当）	・毎年、春から夏にかけては販促活動が停滞する。これといって大きなトピックもないので、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
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月はいつもより忙しかったが、支払などのたまったものがあるので、相変わらず大変である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の動向は、5月にならないと計画が決まらず、現状、上向く情報がないようである。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・春先になっているいろいろなイベントが催されるものの、集客に不安が残っている。今年になって前年と比べて良い数字が出ていないことから、先行きに不安を感じる。
雇用 関連		-	-
(北関東)		職業安定所（職員）	・求人が増加している。製造業が徐々に上向いている。
		人材派遣会社（経営者）	・ガソリン、灯油等据置かれているたばこなども、この4月からは値上がりするだろうし、それに便乗して生鮮食料品等も値上がりするとみている。全体的な売上は伸びていくと予測されるが、買い控えが根底にあるので、一進一退ではないか。製造業等は、自動車、電機、電子等は、堅調に推移し、住宅、公共事業等は引き続きという状況である。
		人材派遣会社（管理担当）	・年度が変わるので、食品、修理等派遣求人数の伸びる派遣と製造派遣等の求人が伸びない業種に分かれるものの、変化はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップの話が少ない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・当面、人手不足が続き、この先も採用は期待できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加に転じたが、前年同月比で増減を繰り返しており、景気が良くなるとは感じられない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・相変わらず求人職種の偏りがあり、全体的に景気が底上げされているとは考えにくい。来月には年度が切替わり、間接業務の求人が増えてくれば、景気の回復傾向がみられるといえるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・前年の4月から求人倍率が高水準で推移してきたが、今月に入って低下を見せている。雇用保険受給者も22か月ぶりに前年を下回り、人手不足感は強いものの、一部業種での業務の充足や人手不足により経営が悪化し、事業減少する動きもみられ、今後の見通しが懸念される。
	×	-	-

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		スーパー（経営者）	・良くなるよう準備している。
(南関東)		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・来客数も多く、売上も順調である（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークは行楽シーズンとなるので、今月よりは格段に良くなる。
		旅行代理店（販売促進担当）	・親会社が4月から新しい列車を走らせる。また、近隣県にある名刹の国宝が3月に新しくなり、沿線に新しい観光素材ができる。今からそれを目的に旅行を計画する個人客を中心とした流れが見えるので、良くなるかとみている（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後はゴールデンウィーク等もあり旅客が増えてくるため、良くなるかと期待している（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客も高齢化してきているので、これからは動けるうちにリフォームをしたり、まとめて買換えをする客が増えていく。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・3か月前の状況から比べると、客や販売量の様子から、この先の景気は良くなっていくようなムードがある（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・店内大型改装に伴う来客数の増加が予想されるため、併せて買い回り促進策を進めることにより、売上増を見込んでいる。
		スーパー（店長）	・1品単価、客単価等は前年同月及び2～3か月前と変動がない。来客数においては若干の増加が見込まれる。その来客数増に対して、アップグレード品、または価格訴求品と二極化した商品で対応していく。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンション工事が始まるため、来客数及び単価が良くなる。
		コンビニ（経営者）	・例年、春から夏にかけてはいくらかましなので、今年もそうなるのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・暑い季節に向かっているため、ドリンク等の売行きが伸びるのではないかと期待している（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
		家電量販店(店長)	・不透明感はあるが購買意欲は高い。
		乗用車販売店(販売担当)	・以前から業界全体としてはやや良くなると言われているが、実感できない。建設業、輸送業などの人手不足が叫ばれており、仕事量は増加している。利益は出ないが忙しい、というよく分からない状態ではないのか。建設業界、運送業界では、将来的には景気が良くなるという期待感があるため、期待感を込めてやや良くなるかと回答した(東京都)。
		乗用車販売店(渉外担当)	・新型車効果で受注が良く、来客数も増加している。毎年4月期は落ち込むが、今年はやや良い傾向が続くと見ている。
		一般レストラン(経営者)	・期待を込めてやや良くなるかと回答したが、実際にはサラリーマンが良くならなると、飲食店等の景気はなかなか上向いてこない。
		一般レストラン(経営者)	・オリンピックに向けて景気は上向くと思うが、なかなか数字には表れてこない(東京都)。
		その他飲食[居酒屋](経営者)	・客の会話で景気が良い話が増えている(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・5~6月にかけて旅行需要が増えるため、景気が良くなる(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依然として不透明ながら、減税策やインフラ投資が公約より規模は縮小しつつも実施されることで、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、国内でも輸出企業の収益増などを通じたプラス影響が期待できる等の報道を見る限り、景気はやや良くなる(東京都)。
		タクシー運転手	・例年この時期はタクシーの利用が増える。お花見、入学式、歓送迎会とお酒を飲む機会があり、長距離の利用客も多少はいるのではと期待している。
		通信会社(経営者)	・新年度になり、何となく新しい気分になる。現金は持っているので、気分次第で上向く(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・新商品が順調に動いているので、全体の数字を押し上げる傾向が続く。
		通信会社(経営企画担当)	・商談数が徐々に増えてきている(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・4~5月は引越したばかりの人が多いため、当社への加入も増えるとみている(東京都)。
		ゴルフ場(企画担当)	・予約状況は、前年同時期を引き続き上回っている。
		競輪場(職員)	・暖かくなると、花見客も含めて客の出足が伸びる。インターネットの売上を伸ばすため、競輪業界がシステム改修を行い、車券を24時間購入できるようにする。当競輪場でも、車券発売のシステム改修により、車券の購入時間を今までより2分間伸ばす。通常の開催中も、大掛かりなキャッシュバックキャンペーンをスタートさせる。
		設計事務所(経営者)	・具体的な新規案件はないが、いくつか相談はきている。4月を前に、話だけはしておこうという感じなので、具体化するかは先方次第である。
		設計事務所(所長)	・現在動いている物件があり、受注へつながらと考えられるため、多少良くなる(東京都)。
		住宅販売会社(従業員)	・受注は売上の先行指標であり、今後の収益改善が期待できる。
		商店街(代表者)	・最近、来客数や店の前を歩いている歩行者数がやや減少している。今後の状況を考えると、非常に不安を抱えている。
		商店街(代表者)	・最近、客の流れがかなり減っている。何が原因でそうなるのか分からないというのが、非常に難しいところである(東京都)。
		商店街(代表者)	・極端に悪化することはないが、気候次第では下振れはあり得る。街に人出はあるので、これをどう消費につなげていくかを考える必要がある。また、地域間競争によるパイの奪い合いは確実にあり、これに失敗すると、全体の景気動向とは別の負の影響も考えられる(東京都)。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・ここ数か月贈答用の販売が減っており、客単価も減少している。この状況が今後も続くのではないかと。
		一般小売店[家電](経理担当)	・景気が良くなる理由がなく、政治もくだらないことに時間を取り過ぎている。もっと景気対策をとってほしい。

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
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・従来のように店舗に足を運んで必要な商品を購入する時代から、インターネット販売等に変わり、定着してきている。過去にはスムーズな売上があったが、今となってはそういった新しい商品流通が確立されてしまっているため、それを打破するのは容易なことではない。非常に厳しい状況である。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・大型店舗が更になくなり、街がおかしくなっている。
		一般小売店〔傘〕(店長)	・購買に対する熱がなくなり、社会全体が停滞しているように感じる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・当社に関しては数か月先の案件も結構あるので良いが、同業他社、仕入先等については、どこも悪いという話ばかりである。そういった意味では、当社がたまたま当たっているだけなのかもしれない。業界内では人口減により客の数がますます減っているうえ、ペーパーレスで文房具を使わなくなっており、この二重苦にあえいでいるというのが現状ではないが。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・世の中の変化、例えば、お茶ブームなどをマスコミでどんどん取り上げてくれることを期待するしかないのではないかと。最近、外国人には多少人気があるようだが、果たしてどれほどの効果があるのかわからない。多少期待している(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・実質賃金が上昇せず、コト消費以外は吟味して購入する傾向が続く。
		百貨店(総務担当)	・春先の改装も終わり、若干の手直しは続けていくが、当面はこの体制で店舗を運営していく。今年度は、開店記念催事など前年にはなかった売上催事を多数計画し、集客と売上確保を目指しているが、実際のところセール慣れしている客に対する訴求力は限定的であり、大幅な売上回復は見込めない。プレミアムフライデーについては、まだ一般的に定着しておらず、継続して各種サービスを実施し集客策として育てている最中である。定着は業界全体で進めていく必要があり、中期的な課題である。その他の一般的な経済情勢も、百貨店業界に有利なことは見当たらず、当面は現状の売上傾向が続く(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・可処分所得が伸び悩むなか、多くの消費者は支出に慎重であり、衣料品の売上が確実に改善に向かう要因が見当たらない。生活防衛意識が消費にブレーキをかけている。
		百貨店(広報担当)	・主力である衣料品、雑貨等の動きが活発でなく、この先も浮上の見通しは立てにくい(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・天候不順もあり、婦人服の動きが継続して鈍いが、食料品やリビング商品は堅調な動きである。景気は一進一退ではあるものの、やや上向いているようである(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・モノに対する消費意欲が年々衰退しているなかで、来客数の増加も見込めず、現在の厳しい状況は変わらない。業績は、インバウンド需要に大きく左右されている。今後、高額品に対する購買意欲が大きく伸びる要素も見当たらないため、厳しい状況は今後も続く(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・気温の上下が激しく、まだ春の実需が大きくなうねりとなっていない。この部分での伸びしろはまだあるのではないかと(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・食品関連の基調は改善されており、インバウンド効果も期待できるが、直近の政治、経済の先行き不透明感はぬぐえず、ベースアップも前年を下回っていることから、ファッション関連の消費に対する期待は薄い(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・衣料品以外のカテゴリーでは明るい兆しも出てきているが、構成比の高い衣料品の不振が続いているため、店舗全体の回復にはもう少し時間がかかる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・春物雑貨や衣料品の苦戦が続いており、本来シーズンごとに売れるべき商品が売れる状況になっていない(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・ゴールデンウィーク以降の商況停滞を考慮に入れると、先行きの景気は変わらない(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・来客数は好転してきているものの、購入単価、商品単価についてみると、食品以外では前年を下回る傾向がみられる。衣料品等でプラスに転じるようであれば景気回復につながるが、現状はそこまでには至っておらず、変わらない。
		百貨店(計画管理担当)	・景気に影響するような良いニュースもなく、国会は空転するばかりで、景気が良くなる兆しは見えない(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（店長）	・百貨店業界を取り巻く環境に確実な好転材料が見当たらないため、消費が大きく上向くことはない。
		百貨店（副店長）	・世界経済を始め、予測の難しい要素が多く、不透明な状況が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・訪日外国人客の売上の伸びは一巡していないため、今後もしばらくは伸長する可能性があるが、日本人客の売上には力強さを感じないため、総じて変わらない(東京都)。
		スーパー（経営者）	・国内景気の先行きが不透明である(東京都)。
		スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回っているが、平均単価が下がっているため、客1人当たりの買上額はなかなか前年まで届いていない。この状況はしばらく変わらない(東京都)。
		スーパー（経営者）	・今のやや悪い状態が2～3か月先も続く。今月は天候もあまり良くなく、また競合店ができたことにより、客の財布のひもが割と締まっており、売上がなかなか上がらない。今後同じような状態が続いていく。
		スーパー（経営者）	・良くなりかけているが、競合が激しくなりそうである。
		スーパー（店長）	・新しい期の中で、いろいろとアレンジをしながら販促を立てているが、やはり値段だけではない部分と、来客数が全体的に減っていることにより、売上がなかなか伸びていかない状況を鑑みると、3か月後も現状と変わらない(東京都)。
		スーパー（店長）	・これといった打開策もなく、ゴールデンウィーク等は一部のレジャー関連に恩恵があるだけなので、日常生活ではしばらく節約志向が続く(東京都)。
		スーパー（総務担当）	・株価が高めに推移し、完全失業率が下がったとはいえ、当店の中心客の可処分所得はまだまだ上がっておらず、購買力が弱い状況が続いている。これから先、賃金や可処分所得が上がる、または大きな流行の商品があるというような与件がない限り、このまま低調に推移する。
		スーパー（営業担当）	・米国経済の動向にまだ不透明感があることと、日本においても国民の大多数が依然として将来的な不安を持ち続けていることが、景気を妨げている大きな要因となっている(東京都)。
		スーパー（仕入担当）	・ブラジルの鶏肉偽装問題、宮城、千葉の鳥インフルエンザの発生等、品質への目は一層厳しくなってくる。
		スーパー（仕入担当）	・競合各社のチラシ価格が若干ではあるが下がってきている。客の買い回り頻度が今以上に増える。
		スーパー（副店長）	・企業の採用意欲拡大など景気に明るい面も見られるが、春闘の状況や各企業のペースアップから考えて、消費意欲が上向きになるとは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・3月は本部、店、個人と皆で一生懸命努力した結果、なんと前年比100%をやや超えそうである(東京都)。
		コンビニ（経営者）	・この時期から徐々に暖かくなり、来客数が増えていき、売上も上がっていくが、客単価の伸びはほとんど変わらないのではないかと。これから先は、客の来店を促すことも、人手不足もあり作業がなかなか追いつかず、やりたくてもやれない仕事が増えてくる。フルサービスができればもっと良いのにと、じくじたる思いで経営をしている。
		コンビニ（経営者）	・祭りなどで大勢の客が来るようになれば一番良いが、そう毎月毎月ではできない。今年も年内にいろいろ祭りがあるので、客も相当入り、景気が良くなる。今後についても、そうしたことを注意深く見ながら、販売していきたい。
		コンビニ（経営者）	・大きな変動はない。
		コンビニ（経営者）	・現在、ショッピングセンター内に数店舗出店しているが、アパレルに限らず、いろいろな業種のテナントが撤退しているため、景気が良くなっているようには感じない。当店も毎年売上が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は低調に推移しているが、客単価は下がっておらず、売上は前年と同程度を維持している。この傾向が継続している(東京都)。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の増加につながるようなきっかけもなく、環境の大きな変化も見当たらない(東京都)。
		衣料品専門店（経営者）	・外出直前まで洋服を我慢している様子がみられる。先の見えないトンネルに入っているようで、衣料品の景気はなかなか良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・最近、国の内外を見ても、経済的にあまり良いニュースが聞こえてこない。客も必要な物以外はあまり買わないという傾向が続いている。春になり、これからどのように動くか、慎重に見極めたい。
		衣料品専門店（統括）	・ここ数か月、来客数が前年に比べてさほど増えていない。
		家電量販店（店員）	・客の買換えを訴求できるようなことがないと厳しい(東京都)。
		家電量販店（統括）	・2017年度の家電需要は99%～102%と予測している。インターネット通販の構成比が伸びるため、さらに価格競争が増すのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っている。販売は、前月良かったため今月も良くなると思っていたが、3割減でまた悪くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・新規客はあまり増えないものの、既存客の整備需要がわずかながら増えているので、現状維持である。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税率の問題や資材価格の動向など、短期的には大きな変動要素はないと見ており、リフォーム分野については当面は現状維持と予測する(東京都)。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・3か月先は花粉シーズンも終息するため、その分をばん回するのが難しい。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・赤ちゃんの出生率も変わっており、子供用の風邪薬などが売れなくなっているため、やや悪くなるのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・将来に対する不安は払拭されず、経済刺激策の追加もないことから、現状に変化はない(東京都)。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今後も商品単価の値上げがまだ続く見込みのうえ、大型連休も控えているので、あまり良い結果は望めない(東京都)。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新ハードが予想以上に好評なため、ユーザー数の底上げにつながれば、先行きは良くなる可能性もある(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・盛り上げの要因を欠いている。プレミアムフライデーは定着するか疑問である。
		高級レストラン（経営者）	・送別会で売上が伸びているが、これは一時的な需要である。送別会に比べると歓迎会にける予算は一般的に低いことや、家計でのトータル支出額は変わらないことから、先行きの景気は変わらない。
		高級レストラン（副支配人）	・先々の法人関連の宴席予約状況から、変わらないと判断している(東京都)。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の予約状況をみても、法人利用予約等、ほぼ前年並みである(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・人手不足が続いており、仕入原価も高止まりしたままである。したがって、人件費や仕入原価の高騰で厳しい状況は続く(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・今年に入ってから売上も大分伸び、来客数も増えているが、ずっとこのまま良いということはない。今の売上が当店にとってベストで、来客数も一番良い状態なので、今後はやや落ちていくのではないかと予測している(東京都)。
		一般レストラン（スタッフ）	・商売として、売上は落ちていないが、人件費、社会保険料、年金などの必要経費を半分負担しているため、利益が少なくなってしまう。会社組織と違い、当店は6時間しか営業していないのに、払うものが多すぎる。大企業でなければきっと他のところも皆同じである。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・今後、取引先企業が積極投資を行い、生産、販売体制を拡大することは、一部の業種を除き考えにくい。海外生産への移行等も続いており、国内需要に基盤を置くサービス業としては、将来の景気を悲観視せざるを得ない状況にある(東京都)。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は一時期の勢いがなく、前年比をやっとクリアしている状況が続いている。レストランについては、例年気候が暖かくなれば徐々に数字が上がってくるが、天候に左右されやすく、先行き判断は難しい。予約状況は例年をやや下回っており、今月と比べ景気はあまり変わらない。
		都市型ホテル（総務担当）	・来客数、販売数、客単価等にさほど大きな変化はないとみている。
		旅行代理店（経営者）	・良くなってほしいという期待はあるが、客の財布のひもがなかなか緩んでこないため、あまり景気が良くなるという状況ではないのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・客との雑談のなかで、やはり人手が不足しているとの話を聞く。例年、社員旅行を実施してくれる会社は、引き続き今年も計画していることが多いが、新規で社員旅行を始める会社はない。
		旅行代理店（営業担当）	・売れ筋商品が少ない(東京都)。
		旅行代理店（営業担当）	・景気上昇または下降に関する大きな要因は感じられない(東京都)。
		タクシー運転手	・年度替わりになり、動きが多少出てきたが、かなり慎重で様子見の段階であり、まだ油断はできない。
		タクシー運転手	・新料金に対する客の動きが、これから良い方向に向かうかどうか注目している。深夜の利用客は依然として厳しい状態だが、新料金により何か明るさを感じている(東京都)。
		通信会社（社員）	・活況がない(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・安価なサービスへの需要が高まる傾向は今後も続く。
		通信会社（管理担当）	・固定回線だけでなく、携帯電話においても、企業側の戦略が一般消費者に見透かされていて、魅力的なキャンペーンやオファーに映っていない現状がある。毎年同じキャンペーンのため、心躍る消費マインドが喚起されていない。
		通信会社（局長）	・ガス小売自由化が始まるが、前年の電力小売自由化でも期待したほど景気を刺激したようには感じられないので、今後、通信やスマートホームとのセット販売の内容が充実し、生活上ははっきりとしたお得感が得られないと、次の購買意欲に発展しない(東京都)。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見つからない。
		通信会社（管理担当）	・多くの企業は新年度に入ることによりソリューションシステムの入替えなど購買意欲が活発になるものとみているが、個人向けの携帯電話やその周辺機器の販売は、春の商戦期と夏のボーナス商戦期との谷間にあたり需要が減ることから、2～3か月先の景気は変わらない(東京都)。
		ゴルフ場（従業員）	・変わる要素が見当たらない。これ以上悪くならないよう努力するのみである。
		ゴルフ場（支配人）	・客の動向、単価、現状から考えても、現状維持できればベターである。
		パチンコ店（経営者）	・ややギャンブル性のあるような機械を徐々に外さなければならぬが、パチンコ本来の面白さのある機械もあり、客はそちらに徐々に移行している。そのため、思ったほど客離れは起きておらず、この先もさほど変わらない(東京都)。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事予約や宿泊予約は堅調に推移している。外食系の伸びが若干弱い、懸念するほどではない(東京都)。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・生徒数は下げ止まった感があるが、どこの塾を見ても授業料の値上げ等に転じているところはないばかりか、むしろ少し安くしているところも見受けられる。今のところ生徒増は見込めず、3か月後も変わらない。
		その他サービス[福祉輸送]（経営者）	・期末で自動車の受注が若干落ちている状況を考えると、客は新年度に向けて景気の上昇はあまりないと感じているのではない(東京都)。
		その他サービス[立体駐車場]（経営者）	・周りの環境は景気の悪いままで、良くなりそうにない。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・大きな景気対策等を敢行しない限り、今のままで推移する。消費者に購買意欲が感じられない。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・客単価や新規来客数の動きから、良くなる期待が持てない。
		設計事務所（経営者）	・現状の景気が良くないので、今以上に悪くはないだろうと考えている。新年度の景気上昇を期待したいところだが、難しいと感じている。採算を度外視した価格競争に巻き込まれるつもりはないので、しばらくは悪い状況のまま推移していく。
		設計事務所（職員）	・建設業界では、工事費も含め2020年過ぎまで状況は変わらないのではない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場、各種イベント等の集客状況は前年比4%減となり、受注の向上はしばらく望めそうもない(東京都)。
		住宅販売会社（従業員）	・販売量、また客の動きがあまり変わっていないため、今後あまり良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・不動産への過剰融資などがメディアで騒がれている。今後大幅に良くはならないと思うが、相続税減税はありえないので、しばらくこの調子で進んでいく。投資目的の客は少なくなっていくと思うので、注意していきたい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・資材の受注見込みは、実質的な物件が見えているなか、前年並みの見通しである（東京都）。
		商店街（代表者）	・米国の景気後退が予想されるなか、日本経済への影響が心配される（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・いろいろとイベントを実施しても、来客数は増えず、商品に対する問い合わせも少なくなってきた（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・例年、3月中旬から4月にかけて上半期の売上ピークを迎えるが、導入月の3月の勢いがいないため、苦戦を強いられる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・春物の不発が大きく、体力のないメーカーは今後の商品に影響が出るだろう。商品が作られなければ、状況は悪化するのではないかと（東京都）。
		百貨店（店長）	・経済の不透明感があり、買物に出るきっかけが見い出せない。
		コンビニ（経営者）	・客の様子を見てみると、やや悪くなる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・今の客は、必要な時に必要な商品を最小限買うという傾向が続いており、先物を買ってもらうことがなかなか難しくなっている。
		衣料品専門店（店長）	・低価格商品の売上構成比が増えてきており、高価格商品が減少してきている。
		衣料品専門店（営業担当）	・衣料品業界、特に中高年層をターゲットとしている小売店はかなり厳しい時代に入っている。倒産や廃業がメーカーや小売店を襲っている。良くなる要因は一つも見られない。
		家電量販店（経営企画担当）	・2～3か月先の経営環境が大きく好転する材料は少なく、消費者心理も大きく好転することは期待出来ない。業界の商戦の端境期に入る局面もあり、若干悪化すると予測している（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算が終わり、4～6月は毎年ながら反動減に入っていくため、あまり良い時期ではない。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー減税がなくなるので、販売が厳しくなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・決算月後の反動減で、新車の動きが鈍くなると予想する。サービスで収益を補えるかが鍵となる。
		住関連専門店（統括）	・依然として消費に対する慎重な姿勢が多々みられる。それに伴い、販売成約件数の伸び悩みが、今後もしばらく続くのではないかと。
		その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・積極的な購買意欲が回復しない限り、接客数の減少は続くものと見込まれる。接客数の減少はそのまま購買実績にも影響を及ぼすため、現状よりもやや悪くなる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3月は売上が良く、かなり伸びている。そのまま2～3か月先まで続くかというところではなく、2～3か月先は3月より10～20%ほど売上が減少するとみている。これは今年だけでなく、毎年同じ傾向である。
		一般レストラン（経営者）	・インターネット予約が販売、宣伝に大きく反映されており、小規模な個店はやや苦戦している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・国有地売却関連問題や、米国の新大統領就任による影響に加え、円高等、どちらかというところでは厳しい状況が続いている。都議選が始まると、接待が更に控えられるため、若干持ち直しつつあったが、またやや悪くなる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・米国の新大統領の経済改革は、決してスムーズには行かない。日本企業もその対応に苦慮し、円滑な運営ができなくなる恐れがある。また、ヨーロッパでも、英国のEU離脱問題に起因する混乱と、EUメンバー国のリーダー選挙の行方次第だが、今のところ景気が劇的に改善する要因は見当たらない。イタリアの火山爆発や天候不順が各国の農業に与える影響も心配である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後の米国の動きが不透明なため、日本経済もやや停滞するのではないかと。
		旅行代理店（従業員）	・格安旅行代理店の破産により、一般顧客の旅行業界に対するイメージ悪化が懸念される（東京都）。
		タクシー運転手	・良くなる材料がなかなか見当たらない（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
		通信会社（経営者）	・大手キャリア卸しの波が至るところに押し寄せており、当社テレビ、インターネット、電話の解約につながっている。モバイル契機の固定インターネット乗換えや、大手キャリア卸しへの乗換え等は今後も続く見込みのため、純増の難しい状況がしばらく続く(東京都)。
		通信会社（総務担当）	・大手企業の賃金アップも極めて少額なため、消費よりも貯蓄傾向になるとみている(東京都)。
		ゴルフ場（経営者）	・下降傾向は簡単には変わらないため、どんどん種をまき続けなければならない。
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・マンションの契約率が低下するなか、マンション販売を絞る業者が出てきたため、予定していた契約時期が後ろ倒しになりそうである(東京都)。
		設計事務所（所長）	・景気が良いという実感はない。競争が激しく、仕事量が少ない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、ゴールデンウィークを過ぎると来場者数、具体的な商談数が減る傾向にあることと、金利面、税制面、政策面などに景気が良くなる要素がないことから、年度末からは景気がやや悪くなるのではないかと。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・景気が良い時にはすぐに決まっていたが、最近は相談も少なく、なかなか決まらないことを考えると、今後仕事の減少が心配である。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・相変わらず客の財布のひもは固く、特売日を決めて、販売を促進するしかない。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・当市だけでなく、近隣の町でもオーバーストアが止まらない。
	×	コンビニ（経営者）	・競合他社の合併の関係で、近隣店舗の看板が次々と塗り替えられている。競争が更に激しくなり、売上の減少はとどまるところを知らない。
	×	一般レストラン（経営者）	・政策的にプラスになるようなことが行われていない。景気が良くなり、消費者が外食に出かけるような世の中の状況ではない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・住宅が全く売れないという状況が長引くと、経済はもっと悪化していく。住宅が売れると経済波及効果は大きいので、政府には住宅が売れる対策を是非取ってもらいたい。公共工事については、発注価格を現状に合った形に見直してもらいたい。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年間を通して売上を見込める仕事の新規受注が決まったからである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・店頭でも実印や銀行印の注文を受けているが、個人客より法人、会社関係の需要が多く、そちらから景気が上向いていることを感じている。ハウスクリーニング業界で新規出店での設立印鑑の注文がきている(東京都)。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在何点か新規受注もあるので、それが立ち上がってくれば売上増加が見込める。
		建設業（経営者）	・急に良くなるとは思えないが、機械購入や設備投資の話が少し出てきているため、徐々に上向いているのではないかと。
		建設業（営業担当）	・施主側は年度替わりの時期に設備投資をする傾向があるため、今月は通常より案件が増えてきている。そのため2～3か月先の受注は多くなる。
		金融業（役員）	・飲食店が徐々に元気になっている。近隣行楽地への人も増えており、今後に期待が持てる状況になってきている。
		広告代理店（従業員）	・春先からゴールデンウィークにかけての催事受注額が例年より増えている。
		税理士	・米国の景気はますますだが、中国の景気はやや不透明である。国内は、首相や都知事が政治主導で引っ張っていかれるので、やや良くなっていくのではないかと(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・テーマパークなどでは以前より人が多くなっているため、消費が増え、景気が良くなるのではないかと。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・来期の投資計画も現時点で増加傾向である(東京都)。
		食料品製造業（経営者）	・これから先の原材料等の値上げが心配である。
		食料品製造業（営業統括）	・気温もなかなか上昇してこないため、景気も今のところ上昇期待が薄い。
		繊維工業（従業員）	・気候の影響もあるが、衣料品がなかなか売れない。消費者がなかなか買わないため、経営が厳しい(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
		化学工業（従業員）	・4～5月にかけて原料の値上げがありそうだが、慢性化しており、先行きへの影響はなさそうなので、現状と変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・米国を始め、海外情勢が不安定で先行きが見えない。国内を見ても大きく変わる要素はないので、3か月先の景気もあまり大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・既存製品の受注に大きな期待は持てないが、ここきて化粧品容器の新企画が実行されそうなので、決まれば期待が持てる。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は相変わらず多いが、先行きが不透明なため、従業員を増やすより外注でやりくりしている。
		金属製品製造業（経営者）	・新しい得意先を得たので、仕事量がやや増え、落ち着いている。周りの雰囲気も良くなりつつある。
		金属製品製造業（経営者）	・良くなることを期待しているが、現在の建機やトラックの受注増は排ガス規制前の特需であるため、良くても変わらないか、最悪は少し悪くなるのではないかと。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・現状維持で安定している。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・景気が良くなるような材料が市場の中で見当たらず、現状維持できれば良いと考えている（東京都）。
		建設業（経営者）	・中小企業及び消費者に対しての景気対策が十分に実施されていない。
		建設業（従業員）	・現在の受注量からみると、変わらない。
		建設業（経理担当）	・当地方では、生産活動していた工場が減少していき、流通の拠点化が進んでいる。このような変化により、地域経済が悪化している。
		輸送業（経営者）	・現況が好転する材料がないため、現状維持ではないか。前年同期と比べ燃料価格が15～20%上昇しており、経費の負担増が危惧される（東京都）。
		通信業（広報担当）	・当面は今の状況が継続する見通しである（東京都）。
		金融業（統括）	・国内外共に目立って良い材料も悪い材料もないので、変わらない。
		金融業（従業員）	・建設業、不動産業では、堅調な需要を背景に、今後も好況が続くと見込んでいる取引先が多い。一方で、仕入価格や人件費の上昇により、利幅が圧迫されているとの声も聞いている（東京都）。
		金融業（支店長）	・まず政治の安定が必要である。このままの状態が長引けば、景気は悪化するのではないかと。
		不動産業（経営者）	・駅前商店街の老舗雑貨店が、問屋が倒産して仕入れが困難を極め、営業が大変になったが、家族2人で店舗も自分のものだからやっていけるのだと話していた。中小企業は先細りである（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・ビル賃貸収入が収益の大半を占めるが、今後2～3か月先はテナントの動きもなく、安定的な収益が見込まれる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・売上予想や受注高からみると、前年同期とほぼ変わらず推移している（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・株価動向などが不透明であり、その他は変わる気配がない。
		税理士	・天候が不安定で、春物衣料の売行きはまずまずであるが、今後の伸びは期待できず、現状維持とみている。
		経営コンサルタント	・私鉄駅近くにある古くからの飲食店は、閉店時間を23時から22時に変更した。経営者の話によると、客入りはあるが、人手が確保できず、やむなく決心したということである。自宅店舗だから時間短縮できたものの、賃貸店舗ではその影響は大きく、営業時間短縮に踏み切れず、身体に無理をさせざるを得ないのではないかと話していた。この人手不足は容易に解決できないだろう。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率が現状のまま上がって行けば良いが、4月以降の稼働率上昇は見込めない状況である。逆に、工程そのものが東南アジア等へ移転するなどの話がちらほら聞かれる。また、鉄や原油の価格上昇の影響で燃料及び原材料費が値上がりしているため、先行きは明るくない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・受注価格が上がってこない、良くなるとは思えない（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
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・変わらないと答えたが、分からないというのが正しい。普段なら受注案件も決まるのだが、確定されないのが分からない(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・今月は時期的な要因で仕事が重なったが、新しい話や新規の見積は少ない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・例年、期首は売上が悪くなる。そのため魅力ある新商品開発に注力しているが、なかなか思うように開発が進まない(東京都)。
		精密機械器具製造業(経営者)	・原材料価格は上がるものの、販売価格に転嫁できず、行き詰っている。
		輸送業(経営者)	・なかなか先の見えない経済状況のため、どうしても前へ出にくい。物流においても、物資の流れがさほど顕著に上昇している様子はみられない。
		輸送業(総務担当)	・新年度以降も、人手不足による機会ロスと募集コストの増加、燃料費の上昇による収益悪化などの不安要因が多く、更に厳しさを増す。
		金融業(営業担当)	・消費の落ち込みや、米国の新大統領就任の影響による先行き不安がある。また、企業の倒産件数も若干増加してきている。製造業の先行き受注状況も少ない。これらのことから、先行きの景気は落ち込むとみている(東京都)。
		広告代理店(営業担当)	・毎年4～5月は売上が悪い。また、今年も新入社員が入るものの、社内の平均年齢が年々高くなり、競争力が落ちている。最近のメディアテクノロジー分野においては特に顕著であり、この1年特に痛感させられる。世の中の景気に左右というより、テクノロジーの発達に高齢化した社員が追い付いておらず、それに当社の景気も左右されている(東京都)。
		経営コンサルタント	・中国経済や米国の政局など不安材料が多く、中小企業に良い波が来ることを想定できない(東京都)。
		その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・新規受注ばかりでなくレギュラー受注もなくなるようで、先行きが全く不透明である。取引先は軒並み発注を控える傾向にある(東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・3～4月を過ぎると、受注量の減少が予測される(東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業(所長)	・4月の案件の動きが非常に鈍く、前年の半分ほどしか受注の目途が立っていない。
	×	建設業(経営者)	・少子高齢化社会に応じ、全ての業界で変革と淘汰が求められている。
	×	輸送業(総務担当)	・新年度は、4月早々に荷主の出荷量が低迷するとの連絡があった。荷主の工場は、4月末～5月初めのゴールデンウィークは2週間の連続休業となる。その間、平日の出荷は全くなく、当社は開店休業となる見込みである。
	×	広告代理店(経営者)	・クライアントの不調も色濃く、既に来年度継続されない案件がいくつか決まっているため、3か月後の景気が良いわけがない。いずれにせよ今夏ごろに現業を閉じるつもりであるので、正直なところ良かるうが悪がるうが同じである。
	×	その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・この先2～3か月先は年度末の受注が落ち着くため、受注量の減少が見込まれる。
雇用 関連 (南関東)		-	-
		人材派遣会社(営業担当)	・取引先の集客が好調のため、人員増の見込みである(東京都)。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の主要産業別の状況は、建設業64.3%、卸、小売業21.2%、製造業10.7%と前年を上回っている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・年間計画を策定し、新卒を採用する流れは急に変更しにくい。流通、サービス、販売、メンテナンス等、人手が必要な業界の人材不足はまだ続く(東京都)。
		民間職業紹介機関(経営者)	・採用枠が増えていることから、先行きの景気はやや良くなる(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・複数の経営者の話では、国内、海外共に市場が活性化するような要因は特にないため、景気は良くならない、もしくは変わらないという意見が多い(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・求人倍率は高止まりしている。求人需要は依然として正規、非正規共に旺盛だが、集客難が続いている。広告予算の投下がシビアな状況も変わらない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・人手不足が解消される見込みがないことと、働き方改革で派遣社員のニーズが更に高まりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・短期的に景気回復につながりそうな施策が見当たらない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・受注は堅調ながら、相変わらず人材確保には苦戦している。企業の要望と求職者の希望のマッチング精度をより高めたいかなければ成約数は伸びてこない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年4月以降、求人件数は落ち着いてくるが、派遣成約数はさほど変わらずに推移できると見込んでいる。景気は数か月先もあまり変化はないのではないか。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職者共に前年度並みのため、大きく変わることはない。
		人材派遣会社（営業担当）	・当面、製造業における開発テーマは残存しているようで、エンジニア不足はしばらく継続する見込みである（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・あまり景気が良くなるような要素が感じられない。取引先でも予算が増えている様子はあまりなく、売上が増加していくイメージが持てない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は依然として高水準を維持している。また、正社員求人の割合も上昇している。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は高く、今後も新規求人数は横ばいで推移するとみている（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・一般的に人気スマートフォンのような高付加価値商品があまりない。中高年向けの高付加価値商品が必要である（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・来期計画を採用計画に落としている状況での企業の様子を見ると、採用意欲は引き続き全般的に旺盛である（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲に特段変わった点は見受けられない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末で増えている短期的な採用が減る分、少し落ちる見通しである。長期的な求人が増えているが、売手市場で良い人材がなかなか採用できていない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・米国の政策による日本経済への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）	・東京オリンピックに向けて、景気は一層良くなる。
		商店街（代表者）	・4～5月にかけて全国菓子博覧会が開催されるため、地域への来客数が増加し、売上増加にもつながる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度予算が動き出し、販売量の増加が見込まれる。
		百貨店（経営企画担当）	・ターミナル駅に新しい商業施設ができ、来客数の増加が見込まれる。オフィス人口も増えており、様々な需要が生まれ業績向上につながる。
		スーパー（経営者）	・3か月先の景気は、原油価格の上昇で、商品も値上がりし、デフレ脱却につながるため、やや上向き。ボーナスはあまり良くないかもしれないが、雇用面では失業率が3%を切る状態で、良い方向に向かっている。
		スーパー（店員）	・少しずつ来客数が増加し、購入単価も徐々に上昇しており、やや良くなっている。
		スーパー（総務担当）	・曜日別の売上では、週中の火曜日、水曜日の売上が著しく増加している。
		スーパー（支店長）	・大河ドラマの効果で景気は上向きである。今年1年は、販売増加が見込まれる。
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピックに向けて、インバウンドを含む人の動きは増える。地域でも、新規レジャー施設の開業やリニア中央新幹線の整備もあり、人の動きはプラスが続く。
		コンビニ（エリア担当）	・中食による販売量の回復に伴って、来客数も回復傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	・商品の動きが良く先につながる話もあり、期待が持てる。仕入れが難しいという要因はあるが、これだけ動きが良ければ、景気は悪くない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・今のところ悪い材料はない。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・これから外出の機会が多くなり、春の装いに合わせて手元や首元を気にする人が増えるため、新作品等、ジュエリーへの関心が高まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（役員）	・歓送迎会等、各種宴会の予約状況は、前年同期を上回っている。
		一般レストラン（従業員）	・会社での利用が増えてきており、景気が良くなっている。
		一般レストラン（従業員）	・3月はスポーツの国際試合の中継が続き暇であったが、そういった要因がなくなれば、客足が回復する。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費者には、景気が良くなっているという認識が広がっている。
		旅行代理店（経営者）	・気候が良くなり、経済的にも悪い材料もなく、少しは上向きになる。
		ゴルフ場（企画担当）	・5月の予約数は前年並みに落ち着き、ゴルフシーズンとなるため大きな落ち込みはない。6月になると梅雨に入り、天候次第で来客数は大きく変わるが、これからの時期は3月よりは上向きとなる。
		美容室（経営者）	・行楽シーズンとなり、忙しくなってくる。
		美顔美容室（経営者）	・4月からキャンペーンが始まり、新規客の来店が見込まれる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・人手不足が続くなかで人材確保のために時間給は上昇が見込まれる。採用人数は計画を下回り人手不足が解消しないため、従業員の処遇改善はこの先も続く。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークが近付き、消費税の再増税について真剣に考え始める時期であり、来場者の増加を期待している。
		その他住宅〔室内装飾業〕（経営者）	・店舗、工場の改装工事や住宅新築等の見積依頼や工程連絡が届いており、売上は増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・必要最低限の物以外はなかなか売れない。低い水準のまま変わらないと見込まれる。
		商店街（代表者）	・取り立てて、何か良くなるような材料は見当たらない。
		商店街（代表者）	・購買意欲はずっと停滞が続く。政府は賃上げを推進しているが、周りで増えている実感はなく、生活必需品以外の物を買う雰囲気は感じられない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・しばらくは、消費マインドが良くなるような要因も見当たらず、非常に厳しい状況が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・先行きも良い状況から変わる様子はない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費者には、なるべく出費を控えようという風潮が根強い。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・身の回りでも廃業する店が散見され、景気は非常に悪いままである。都市部ばかりが発展し、地方経済は落ち込みが続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・良い状態から変わらない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客先の飲食店の様子からは、先行きも生活者が飲食をする機会が増えるようには考えられない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・好況な企業等の消費は活発だが、厳しいところでは削減が続く。二極化によって、しばらくの間は全体としての数字は変わらない状態が続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは現状から変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・経済そのものの要因ではなく、政治の問題や海外情勢の問題等で先行きが見通しにくく、景気がどちらの方向に向いているかがはっきりしない。
		百貨店（企画担当）	・食品や化粧品などの動きは堅調で高額商品にも動きがあるが、衣料品や服飾雑貨等の動きが悪い。消費者のニーズが変化し、二極化が顕著となっており、先行きもその傾向が続く。
		百貨店（経理担当）	・春闘では、先行きの不透明感から、前年割れの回答が目立ち、所得の増加による消費回復は、先行きも期待できない。
		百貨店（販売促進担当）	・前年から続く低迷化の流れは、しばらく変わらない。
		百貨店（販売担当）	・新作商品の投入やビル全体でのイベント等、販促施策が安定して行われるため、大きな変動はない。
		百貨店（販売担当）	・プチギフト的な商品の動きは良いが、客単価は若干下落している。
		百貨店（販売担当）	・米国の政策や諸外国の動向により、株価や為替の先行きには不透明感が強く、購買意欲は依然として弱い。首都圏への一極集中が強まるなかで、地方経済を活性化する要因も乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・例年同様、7月ごろは、行事等の多い8月を控え、売上増加は見込めない。
		スーパー（店長）	・米国の施策の影響やそれに伴う為替の変動によって、輸入食品等の価格上昇が懸念される。そういった報道があると、客の財布のひもも固くなる。
		スーパー（販売促進担当）	・明るい話題も景気が良くなりそうな話題もない状況では、先行きも変化しない。
		スーパー（販売担当）	・客が飽きないように様々な販売施策を行い、それがヒットしているため、夏から秋ごろに競合店がオープンするまでは、このまま好況が続く。
		スーパー（企画・経営担当）	・2～3月のイベント関連商品と同様に、花見や子供の日関連の商品の動きが良ければ、引き続き前年よりも上向きの推移が期待できる。
		コンビニ（店長）	・客層の高齢化により引き続き販売量が減少する。新規客の開拓が厳しい状況である。
		コンビニ（企画担当）	・外部環境は悪くなっており、現状から良くなる要因がない。
		コンビニ（エリア担当）	・ブランド移行する店が増え、宣伝効果も伴って売上増加を期待するが、それが一巡すると、コンビニ業界全体としては伸びる余地はないため、大きく変わることはない。
		コンビニ（エリア担当）	・しばらく現状のままの推移が見込まれるが、夕・夜間の対策や春季キャンペーン等で、販売全体の改善を図るとともに、米飯商品にも力を入れる。
		コンビニ（エリア担当）	・当面は今月と同様に好調に推移する。
		コンビニ（店長）	・外部環境が好転するとは考えられないので、現在のような状況が続く。
		コンビニ（店長）	・売れる商品は定番商品に限られ、新商品等の動きはあまり良くなく、消費行動は活発ではない。
		コンビニ（商品開発担当）	・財布のひもが固い状況が続いており、短期的には回復の兆しがみられない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客の購買意欲は回復がみられない。
		家電量販店（店員）	・金額の高い見積依頼等はなく、期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・特に大きな変化はないが、春闘等での動きが前年よりも低調であると、先行きは影響が懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・販売増加を期待できる要素もなく、前年の数字を維持することさえ厳しい状況である。
		乗用車販売店（総務担当）	・特段のマイナス要因はないものの、為替を含め経済の動きが見通せないため、消費は盛り上がり欠ける。
		住関連専門店（営業担当）	・新築分譲住宅の増加は見込みはない。賃貸の需要は旺盛であるものの、新築に対しては様子見である。大規模改修や住宅リフォーム関係等は、引き続き好況が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・欧米の経済、政治情勢が急変する恐れがあり、将来に対して期待が持てない。
		一般レストラン（経営者）	・先行きも良くなる理由が見つからない。
		観光型ホテル（販売担当）	・2か月先の予約状況は、一般宴会と食堂部門にやや不安は残るものの、宿泊宴会の受注が前年同月比で5%ほど上回っている。婚礼部門も前年よりは良く、全体的にみても引き続き改善が見込まれる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらないと見込まれる。
		都市型ホテル（経営者）	・不確定な要素が多く、先が読めない。
		都市型ホテル（経理担当）	・宴会、宿泊の予約状況は、前年並みである。
		旅行代理店（経営者）	・受注件数は増加が続いており、今後もしばらくは良くなるが、業界全体では、淘汰が加速していく。
		旅行代理店（経営者）	・4月から新年度が始まり、職場や部活の休み等のスケジュールが決まると旅行ムードが高まる時期なので、期待をしている。6～7月分の問い合わせは増えているが、客は相変わらず価格に厳しい。格安旅行会社の破産が話題となっているが、地元の店としては慎重に取引先を選んだ上で客に提供しているので、信用して予約して欲しい。
		旅行代理店（経営者）	・良くなる要素が見つからない。

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
		旅行代理店（経営者）	・人口減少で需要が縮小するなかで、インバウンドによって支えられる業種と内需でしか成り立たない業種で、街のにぎわいも二極化している。都心部から電車で20分ほどの距離でも、居住者が言葉の通じない外国人と高齢者ばかりの地区では、消費需要が見込めず、限界集落となりつつある。
		旅行代理店（従業員）	・春先の旅行申込は、横ばいである。2回目のプレミアムフライデーも話題に上がらないほど低調である。特設パンフレットスタンドを作って近場の旅行プランを推進しているが、需要はほぼゼロである。4月には選挙もあるため団体旅行の需要は見込めず、良くなる要素はない。
		タクシー運転手	・繁華街には人出が少ない状態が長く続いており、3か月や半年では変わらない。週末に人出が増えて景気は良くなるかと思えば、週明けには元に戻ってしまう。
		タクシー運転手	・5月前半はゴールデンウィークで、仕事や夜の利用客が減って苦しいが、2～3か月後には、今の良い状態に戻っている。
		タクシー運転手	・タクシー業界は、景気が多少回復しても、すぐには良くならない。
		通信会社（企画担当）	・先行きへの不安や人手不足感はあるものの、当地では大河ドラマの効果や工場移転による人の流れの変化等で、しばらく今のまま良い状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・年度末でさえ横ばいの状況なので、来月以降は注文が増える要素がなく、このまま変わらない。
		通信会社（営業担当）	・今後も設備投資が順調に続き、現状維持が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・世界情勢や円高等、様々な不安材料があり、インバウンドの動きも見通しづらい。
		テーマパーク（職員）	・予約状況や問い合わせ等は例年並みである。
		テーマパーク職員（総務担当）	・好転する要因が見出せない。
		その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・この先に話題性のある企画の予定がなく、変化を期待しづらい。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕 （広告担当）	・国内の景気が極端に悪くなることはないが、海外情勢が不透明である。
		美容室（経営者）	・客の話題では明るいニュースもイベント等もなく、生活防衛意識が強まっており、現状から変わらない。
		美容室（経営者）	・地域の景気は悪いままで、今後も良くならない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・前年末に介護保険制度の2018年度からの改正の方向性が決まってから、レンタル商材への投資が積極的になっている。しかし、今後は福祉用具貸与価格が統制されるため、価格設定が難しくなっている。
		設計事務所（職員）	・海外との関係も含む政治の安定感が景気に一番影響する。今の状況では、景気が良くなるとはとても思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・大きく変わる要因はない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・例年と変わらず、物件の仕入れ状況は横ばいである。
		商店街（代表者）	・卒業、新入学等の祝い菓子の販売が例年より落ちており、傾向としてはやや悪くなると見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・店頭でネット検索する人もおり、今後、ネットで購入する客が増え、百貨店の売上は一層厳しくなる。
		百貨店（計画担当）	・足元では、あまり消費を抑制するムードはないが、特に富裕層の消費動向は株価と連動するので、今後は購入意欲の減退が危惧される。
		スーパー（店員）	・4月以降にサラダ油や小麦粉の価格が上昇するとの情報がある。今後ニュース等でこの話題を目にする機会が増えると、消費者心理へのマイナスの影響が懸念される。
		スーパー（販売担当）	・良くなる条件が何も見受けられず、先行きは悪くなる。
		スーパー（ブロック長）	・新年度から、輸入原料価格の上昇で各種食料品の値上がりが見込まれるため、厳しい状況となる。
		スーパー（商品開発担当）	・売上は前年同期比で95%と非常に厳しい。来客数は99%と、以前に比べるとやや回復しているが、前年割れが続いているため、今後も苦戦が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・どの業界も同様で、米国の大統領の動き次第では、先行きも変わる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・決算前の駆け込み需要の反動減と、減税対象の縮小により、販売台数は減少する。
		乗用車販売店（経営者）	・販売面では、先行きの契約件数は落ち込みが見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・資本力のある同業他社や異業種からの参入で、車検や保険事業は、一層厳しい環境となる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月からの販売需要は明らかに少なくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・例年ならば、4月から3月の受注残でそれなりの結果になるが、今年は増税を前に多少無理してでも3月に登録をしたため、先行きが非常に不安である。工場への在庫も、価格競争が激しくなっており、ここ数か月は厳しい状況が続く。客との話でも、ガソリン代が高くて遠出を控えているという声が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車両の投入予定がしばらくはなく、客の購買意欲を喚起する手段に欠ける。客との会話からも財布のひもは、まだまだ固く、販売環境が改善しそうな感触が得られない。
		乗用車販売店（従業員）	・国有地売却関連や東京の市場移転の問題が長引いている。北朝鮮や中国の動向等、良い情報はなく、景気が回復するような状況ではない。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月から車両本体価格が約2%上昇する車種が多い。税制改正で減税額が変わる車種ではお得感が薄れ、販売状況は厳しくなってくる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・生活者の志向は、物を買うというモノ消費から、どこかに出かけるというコト消費に変化している。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会等の大きな宴会で予約客の動きが良く、予約なしの客もそれなりに動きがみられる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・国内外共に、明るい材料が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・4～5月は地元客が多く、県外客は減る時期である。地元の宿泊需要、昼食・夕食需要等が弱い状況では、前々年にできた近隣競合施設の影響が出てくる。小さな町のパイを奪い合っている状態では、数字は伸びない。
		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ぐが、新たな需要創出要因は見当たらず、需給バランスの悪化が懸念される。
		通信会社（サービス担当）	・引っ越しラッシュが終わり、申込件数は減少する。
		観光名所（案内係）	・政府の景気対策の取組が見えない。一般市民のなかで、景気が良いと感じる人はわずかである。市民の目から見てわかる政策をよく考えて欲しい。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売の傾向にあり、客もその傾向を好んでいるため、客単価が下落していく。
		理美容室（経営者）	・客との会話では景気の良い話はなく、むしろ段々悪くなっていく。
		設計事務所（職員）	・打合せの会話でも、景気が良くなるような話題はない。
		住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅の売行きは悪い。リフォームの依頼は増えている。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事量は確保できてはいるが、受注金額が低いいため、売上は前年割れが続いている。まだまだ厳しい状態である。
	×	商店街（代表者）	・電気料金等の改定や年金受給額の減額等で、高齢者層の購買力が低下している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・厳しい状況が見込まれるが、客を大事にして、しばらくは商売を頑張って続けていく。
	×	衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・現況から好転する材料や根拠が全く見当たらない。4月にはターミナル駅エリアに新たな商業施設ができ、そちらに客足が流れる。
	×	スナック（経営者）	・禁煙問題、年金のカット等、悪い要因ばかりが増えており、回復はとても望めない。
	×	理容室（経営者）	・まだまだ景気が良くなるとは思えない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物件がなかなか売れず、大幅にだぶついている。今後もこのような状況は続き、景気は悪くなる。
企業動向関連		食料品製造業（経営企画担当）	・食に関する消費は徐々に上向いている。付加価値の高い商品を求める傾向が強くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東海)		一般機械器具製造業 (営業担当)	・メキシコでの自動車向け設備投資にも不透明感はなくなくなり、中止や延期になっていたプロジェクトが再開している。米国内でも、急に設備投資案件が決まった納期の短い案件が増えている。
		通信会社(法人営業担当)	・新年度が始まり、お祝い等で物入りな時期となるため、おのずと景気が上向くのではと期待する。
		金融業(従業員)	・東京オリンピック等、ある程度イベントによる景気の上昇が見通せる部分もあり、上昇ムードのなかで、景気は比較的良好な方向に向かっていく。
		金融業(法人営業担当)	・地元自動車メーカーの国内生産は、4月以降も前年比でやや増加傾向にあることから、取引先の部品メーカーでも、受注・生産量共に堅調な推移が見込まれる。
		行政書士	・新年度となり、新規荷主の獲得競争が活発になる。
		会計事務所(社会保険労務士)	・夏ごろまでは受注が見込める。
		その他サービス業[ソフト開発](社員)	・今後数年はシステムの改修案件が続き、委託先である当社の業務も安定的に見込める。
		その他非製造業[ソフト開発](経営者)	・円相場が一定水準以上に円高になれば、業況は問題ないが、あまり円高が進むと心理的にも厳しくなるため、新製品の開発を更に進める必要がある。
		食料品製造業(営業担当)	・需要は減少しており、企業業績としては伸びしろがないことから、先行きも横ばい傾向である。
		化学工業(営業)	・客の発注見通しから、販売量は横ばいが見込まれる。
		化学工業(総務秘書)	・景気が悪くなる具体的な要因はない。政治も、相変わらず市場移転や国有地売却関連等あまり重要ではないことに時間を割いており、政策による景気への影響もない。
		化学工業(人事担当)	・企業業績は決して悪くはないが、国民のほとんどに景気が良いという実感がなく、消費に金が回らない状況がしばらく続く。
		金属製品製造業(従業員)	・仕事量がない一方で原材料費が高止まりという状況は、変わりそうもない。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・受注量、販売量は、高い水準を維持している。
		電気機械器具製造業(経営者)	・客の様子からは、2~3か月後も良くなるとは思えないので、現在とほぼ同じ状況が見込まれる。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・安定した売上が続いており、しばらくはこの状態が続く。
		輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・ガソリン価格は上昇傾向にあるが、これ以上買い控えが強まることはなく、横ばいとなる。
		輸送用機械器具製造業(デザイン担当)	・受注量が安定している。
		建設業(経営者)	・大手自動車メーカーが立地しているが、春闘でも経営者側は慎重姿勢を崩さず、状況が全く読めない。消費者の動向がどう変化するかは、今後の経済の動き次第である。
		輸送業(経営者)	・消費財関連の荷主の物流手配状況を見ると、当面は消費拡大は見込めない。
		輸送業(従業員)	・米国の大統領の政権運営によっては、貿易不均衡の問題等が徐々に影響してくる。
		輸送業(エリア担当)	・燃料の軽油価格は、前年比で1リットル当たり10円近く値上がりしており、先行きはやや心配である。
		輸送業(エリア担当)	・為替の先行きが不透明で、輸出入量には大幅な変化はない。
		輸送業(エリア担当)	・足元の荷物取扱量は、前年同月比で2%近く増加しているが、運賃は下落している。荷物の量だけみれば上向きだが、それに伴う対価が下落しており、景気の動きは何ともいえない。
		金融業(企画担当)	・株高、円安が一段と進み個人投資家の資産効果が大きくなり、個人投資家以外では給与アップで可処分所得が増えてこない、景気は回復しない。
		不動産業(経営者)	・中小企業の不動産売買の需要には、大きな変化はみられない。
	不動産業(用地仕入)	・マンションの販売価格は依然高止まりをしており、下落する気配はない。	
	広告代理店(制作担当)	・先行きは不透明で、2~3か月後も良くなる要因が見当たらず、不安定な状況が続く。	
	新聞販売店[広告](店主)	・新聞の購読者数は相変わらず厳しいが、折込広告が堅調に推移している。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・電力料金や輸入原材料の価格上昇、人材不足による人件費の増加、大企業からの値引き要請等は、依然として変わらず、中小企業の収益性が低い原因となっている。
		会計事務所（職員）	・生活関連商品は相変わらず安値が続き、特売商品の広告が目立つ。その一方で、特に高齢者には購買意欲が見受けられない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・3月の決算期が終わり、為替は円高傾向に向かっており、客からは良い情報もないため、現状よりも景気はやや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・急速に停滞ムードが広がっており、様子見で原料の注文等を控える動きも出ている。停滞の原因がわからないので不安である。
		鉄鋼業（経営者）	・例年、4～6月期の受・発注量は、1～3月期より2割ほど落ち込む。3月には例年より5%以上ダウンしているため、そのまま落ちれば、例年より1割以上のダウンが見込まれる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いの量、価格共に低下傾向である。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・円高の影響が表れ、客先の海外工場向けの販売が減少する。
		輸送業（エリア担当）	・荷物の個数は横ばいで、人件費が高騰してきている。内部で処理できない仕事を外注しているが、外注先が集まらないため発注単価も上がっている。当面の収支は更に悪化する。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	・個人レベルの影響に対しては、改善方法がわからない。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法の対応で、派遣スタッフの契約切替えを検討している。受注数は引き続き堅調であるが、雇止めに伴う退職者のフォローが避けられないため、緩やかな推移が見込まれる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車の輸出台数は増加が見込まれるため、生産量は増加し、それに伴って雇用者数も増加する。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度が替わり、求人活動は一段落となる。求職者も4月を目的に就職活動する人が多いため、転職市場は動きが穏やかになる。
		人材派遣会社（営業担当）	・明るいニュースは期待できず、大きく変わらない。
		新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	・景気の動きにつながるような地元でのトピックスはない。
		職業安定所（所長）	・人材確保のために賃金をやや上げる企業が増えており、人件費の増加で利益が伸び悩んでいる。
		職業安定所（職員）	・介護やサービス業等では人手不足の企業からの求人が多いが、求職者とのミスマッチが生じている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、6か月連続で前年同月を上回っており、人手不足の声は、中小企業や建築、介護、サービス業では特によく聞かれている。米国大統領の政策や為替相場の影響に対する不安の声も、引き続きよく聞く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人事担当者は4月以降は中途採用に体力をかけるが、ゴールデンウィーク明けからは、大手企業の募集が積極的になる。
		学校 [ 専門学校 ]（就職担当）	・インターンシップ受け入れ企業の件数や、対象学年等は、前年並みである。
		人材派遣会社（社員）	・人材の動きが、一段落する。
		人材派遣会社（社員）	・先行きの予約状況はあまり良くなく、例年に比べても良くない。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き慢性的な人材不足が続けば、生産性の低下を招き、景気が悪くなる恐れがある。
		新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	・例年4月は動きが鈍くなり、ゴールデンウィークに入るためサービス、観光等を除いて経済活動は停滞する。中途採用の動きも、新入社員の定着具合等をみながら検討するため、やや鈍化する。飲食店やレジャー施設の新規オープンで、パート・アルバイトは大幅に不足しているため、これらの動きに期待をしている。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・4月中旬までは足元の状況が続くが、その後、夏ごろまでは、人材の動きは一旦落ち着く。
		民間職業紹介機関（支社長）	・米国や英国等の海外情勢不安から、投資意欲が減退している。

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	-	-

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)		商店街（代表者）	・4月に開業する複合施設が、市街中心部の多世代交流施設であるため、訪問者による中心商店街への回遊を期待している。 ・今後は、春の旅行シーズンに入ると更に観光客が増える。
		一般小売店〔鮮魚〕 （役員）	・先月からスタートしたプレミアムフライデーで、非常に客の動きが良い。来客数、購入単価共に前年を大きく上回っている。土日の実績には影響が出ていないので、効果が期待できる。
		家電量販店（店長）	・4月以降は大型団体の受注があり、夏までは前年並みか、それを上回ると見込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・これから春にかけて観光客が増える。ゴールデンウィークに向けて、特に週末を中心にタクシー需要が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが期待できる季節になり、来客数の増加が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・各社でイベントが増えて、客の動きが良くなっている。これからの建築件数、契約金額共に増加が期待できる。購入年齢層は徐々に若くなっているが、現在の金利が続けば今の水準で需要が継続すると考える。
		一般小売店〔事務用品〕 （店員）	・人事異動に伴う備品の調達や、事務用品の新品、季節商品の発売に期待している。しかし、会社全体の売上をけん引するほどの動きは見込めない。
		百貨店（販売促進担当）	・4月に市議会議員選挙が予定されており、政治不信感が先行き不安につながり、消費に影響しないかが懸念される。
		スーパー（店長）	・今は、客の流れで景気が上向きになっているが、このあと競合店の出店が予定されている。2月に1店舗閉店して、4月の終わりに1店舗増える。影響がプラスマイナスゼロとなることから、2～3か月先の状況は変わらないと考えられる。
		スーパー（総務担当）	・人員確保が厳しい状況が続いているが、大きな変動要素はないと考える。
		スーパー（経営企画）	・来客数、1人当たりの買上点数等の数値の推移は変わらない。消費市場の状況をみても、賃上げ等で購買行動が良くなる様子が見えない。
		スーパー（店舗管理）	・競合店の出店が一巡するが、上がる要素は今後も見当たらない。昨年のような販促強化による数値の確保は厳しい見込みである。
		コンビニ（経営者）	・特に顕著に感じるのは、学生が買う量が明らかに減っていることである。コンビニエンスストアやドラッグストアで買う物を分けているように見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・イベント日の天気の良い悪しによって売上が増減する。劇的に変わる要素、良くなる要素も悪くなる要素も全く見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・土木建築業者からの話によると、受注は増えているが価格は大変に厳しいとのことである。大手や中堅のゼネコンは建設単価が上がって潤っているようだ。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の回復の兆しは全く見えない。好転するまでには、まだまだ時間がかかりそうである。
		家電量販店（店長）	・特別なイベントがなく苦戦しそうである。
		家電量販店（本部）	・特別な景気対策がみられない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売によって、新車販売の増加を見込んでいる。
		乗用車販売店（役員）	・今年夏後半までは現在受注している分で計画ベースは維持できる。しかし、夏以降は厳しくなるとみられ、平均するとより良い状況ではない。
		その他専門店〔酒〕 （経営者）	・4月は歓迎会や花見の時期だが、あまり期待はできない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕	・景気を刺激する要素が見当たらない。客は価格にシビアであり、必要以上に買わない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・変化が起こるようなイベントがない。地方ではプレミアムフライデーを導入した企業がほとんどないのが現状である。
		一般レストラン（店長）	・日によっては人手不足を感じている。地方でも景気が目に見えて上向くことを期待している。
		一般レストラン（統括）	・仕入れコストが上がり始めてきたが、売価に転嫁できない状況である。人手不足による求人費の上昇など、売上高に対して利益確保が難しい。当面はまだ問題ないと思えるが、今後良くなる要因は今のところない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸新幹線開業3年目の反動は特にない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は、例年4月からの開通となる観光ルートの予約が例年同様に推移している。レストラン部門では、1店舗のリニューアル工事後に好調を維持しており、全体の客の動向も少し改善傾向にある。宴会部門では、昨年5月に環境大臣サミットの特需があり、それと比べて大型の会合が少ないものの、ホテル全体では大きく変わらない見込みである。
		旅行代理店（所長）	・海外旅行の燃油サーチャージの料金アップによる影響や、国内旅行では話題性のある旅行先が乏しく、大きく需要喚起されることが見込めない。
		タクシー運転手	・観光、行事の予約がある程度入っている。
		通信会社（役員）	・商戦期が一段落して落ち着いてくるが、家庭用の光サービス契約が引き続き好調に推移すると考える。
		通信会社（営業担当）	・販売量の増減がみられず、横ばいの状況が続いている。前年と比べても変わらない。
		テーマパーク（役員）	・海外のインバウンド客は、ますます堅調ではあるものの、国内の団体客、個人客の動きがやや鈍い状況にある。全体としては、今後も横ばいの状況が続くと考える。
		競輪場（職員）	・売上は横ばいの状態が続いており、今後上昇する気配も要素も見当たらない。一方で、減少しそうな気配も感じられない。
		住宅販売会社（営業）	・良くなる要因が見えない。上昇するイメージが持てない。
		商店街（代表者）	・近隣に大型商業施設がオープンして、覚悟はしていたがやはり影響が出ている。数か月は影響を受けるのも仕方ないと落胆している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・周辺地域に大型店が出店するため影響が出る。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油高や円高が進んでいる。状況は悪くなるのではないかと考える。
		百貨店（営業担当）	・地域最大級の商業施設が出来て、現在もそちらに客が流れている。しばらく影響を受けて苦戦が続くそうである。また、客は目的買いであっても色々な店舗を見て、比較して買う人が多い。財布のひもが固いのが現状である。
		スーパー（店長）	・消費が回復する要素が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・トイレットペーパー等の紙類、サラダ油等の値上げが予定されている。今後、更に節約志向が高まりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車関係の税金が見直されるので、新車販売は状況が悪くなる。
		住関連専門店（役員）	・これまでもそうであったが、経済状況の不安定さや先行き不安等の要素から、消費および価格の二極化がより一層進むと考える。また、競合大手の顧客の囲い込みがより一層強まるため、これまで以上に競争激化へと進んでいく。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・来客数は継続して堅調に推移するとみている。飲食や雑貨、サービスといった業種は堅調に推移するとみられるが、主要の衣料品業種については、競合店オープンから1年経過したが、今後も売上の回復が見込めない。客単価の低下が進み、全体の売上が漸減する恐れがある。
		観光型旅館（スタッフ）	・3月以降の予約状況も前年比80%となっており、6月までは厳しい状況である。7月以降は回復傾向が出てきている。
		通信会社（職員）	・新規サービスの拡充によって売上げが見込める。ただし、設備投資が大きく、減価償却が大きな負担となっている。
		通信会社（営業担当）	・現状の販売が伸びすぎている。
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競争が激化する中で、契約数増につながる要因が少ない。今後数か月は苦戦が続くと考える。
		その他レジャー施設（総支配人）	・新年度に入って最も会員が動く時期に、競合施設が新規開業する影響は避けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・今後は資材の高騰に加え、人手不足がますます深刻になると考える。

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
	x	スナック（経営者）	・内外情勢により変化がありそうで、不安定な状態にあると考える。
企業 動向 関連  (北陸)		-	-
		食料品製造業（経営企画）	・販促活動を強化することで数字が上向くだろうと見込んでいる。
		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）	・為替が比較的安定しており、今後は米国の設備投資の動きによって市場が活性化してくると考える。
		通信業（営業担当）	・商品が複合して売れるようになってきた。顧客の課題を解決していくことで、更に需要が掘り起こされて商品が売れるという仕組みが発展してきた。営業の質が上がって景気が良い方向に向かっている。
		不動産業（経営者）	・同業者によると、個人、法人からも2か月くらい先の問い合わせがあるという。動きが出そうだという話が多くある。
		司法書士	・店舗や事業所の閉鎖跡でも買手は早く見つかる。会社設立等の開業関係の依頼が多い。
		繊維工業（経営者）	・海外、国内共にあまり良くない。現在、衣料については来春商品の開発試作中であり、その開発次第だと考える。
		繊維工業（経営者）	・受注環境は今後も厳しいと見込まれる。特に主力のスポーツ関連では国内、海外共に苦戦している。他の分野で何とか受注量を確保しているのが現状である。
		化学工業（総務担当）	・前年を上回る受注量のまま推移する見込みである。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・雇用情勢は堅調に続くと考え。しかし、海外、国内共に景気を押し上げる具体的な要因が見当たらず、当面は現状維持で推移すると考える。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外向けの受注状況が、現状のまま引き続き好調を維持する見込みである。しかし材料不足、人材不足等に対応できず、納期を先延ばしにしている。今後は時期を逸することで受注の一部がキャンセルにならないか懸念している。
		精密機械器具製造業（役員）	・米国の新大統領就任以降、為替は一旦円安で落ち着きをみせていたが、ここにきて政策実施の不安定さも見受けられ、再び円高への懸念を感じる。
		建設業（経営者）	・年度初めの時期であり、例年同様に工事の発注は少ない。しかし、特別に悪くなる要因は見当たらない。
		建設業（役員）	・首都圏以外の地域では、今後、更に受注価格競争が激化するとみている。先行きの受注環境は厳しさを増すと考える。
		輸送業（配車担当）	・景気は現状のまま推移すると考えるが、問題となっているのが人材不足であり、特に運送業界のドライバー不足は日々深刻となっている。
	金融業（融資担当）	・依然として明るい見通しを語る経営者が多い。一方で円高への揺り戻し、米国の新大統領就任への期待や効果の剥落を懸念する輸出業者等も出てきている。将来の方向性について見極めが難しい局面である。	
	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月も売上が前年比を割った。前月程の落ち込みではないが、身の周りの景気が上向いているとは言い切れない。もうしばらく状況を見たい。	
	税理士（所長）	・取引先に聞くと、今後3か月は大体堅調な状況が続くということである。しかし、その後の見通しについては、中小企業段階では分からない。建設業では、公共工事等が以前のレベルになかなか戻らず、見通しが厳しい。また、小売業では、消費者は当然安い商品に流れるため、品数の割には売上がつながらない状況が続いている。全体的には変わらないのではないかと考える。	
	金融業（融資担当）	・国内の株式相場は、米国の新大統領就任による影響で少し上がっていたが、最近になって下落しており、これが消費の足かせになっている。建設会社の工事は、春以降の大型工事が少なく、景気浮上があまり見込めない。	
	x	-	-
雇用 関連  (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・新年度の4月以降は、単発や短期の仕事がレギュラーで決まりそうである。景気の先行きに期待している。
		職業安定所（職員）	・自動車部品製造メーカーにより生産調整がなされるものの、バス、ガラス、ハーネス等の製造業から、2020年の東京オリンピックまで受注増が見込まれるといった声が多く聞かれる。

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
		民間職業紹介機関（経営者）	・年度が変わり、新しい事業のスタートで仕事量が増える。求人が次第に活発になってくることを期待している。働く人が増えることを一番に期待している。
		人材派遣会社（役員）	・新卒採用の時期で、しばらく新たな需要は見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・先月の前年比較ともあまり変わらない状況で、安定していて大きな変化がないように見える。
		職業安定所（職員）	・仕事量は増加しているが、利益が少ないという事業所の声が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の学生に対する採用活動は積極的で、昨年よりも早い時期から内々定が出ている。早めの人材確保に動いていることがうかがえる。ここに来てIT関連でも求人数が増えてきた。
		-	-
	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 (近畿)		*	*
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・4月からは、宴会受注や花見に関するインバウンド需要が見込める。
		一般小売店〔花〕（店長）	・4～5月は休日も多く、忙しくなる。
		百貨店（売場主任）	・今の傾向は徐々に緩やかになるものの、今後も継続すると思われる。また、5月に大手家具チェーンの店舗がオープンするため、更なる相乗効果が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・昨年は5月以降、為替の影響もあって外国人売上が大幅に減少した。現状の傾向が続くならば、5月以降は更に売上の好転が期待できる。
		百貨店（マネージャー）	・前年4月の中国の関税引上げから続いていた、インバウンド消費の大幅な減少が一巡。訪日客の増加と共に、今後は増加することが予想される。ファッション関連も、春の訪れと同時に、入店客数の増加傾向を踏まえた回復を見込んでいる。
		百貨店（サービス担当）	・いろいろな新ショップ導入などで来客数を確保することにより、前年の売上を確保できる状況に変化はない。特に、新商業施設の周年記念イベントや、ゴールデンウィークなどに向けた集客策により、入店客数、レジ客数などの増加が今後も期待できる。
		百貨店（販売推進担当）	・固定客を確保する戦略が成功している。インバウンド向けにも1年前から推進しており、一定のリターンが期待できそうである。
		コンビニ（経営者）	・常温のショーケースに入ったデザート、パンケーキなどが近々発売される。このようなプラスワン商材が出てくる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニの軽飲食店としての使い方が定着しつつあるため、食品や飲料の売上はまだ増えることが期待できる。
		コンビニ（店長）	・気温が上がれば、もう少し来客数に期待できる。
		コンビニ（店員）	・暖かくなって、近くの公園などで休日を過ごす人が増えると、来客数が増加すると共に、飲み物などを買う客が増える。
		コンビニ（広告担当）	・海外情勢の影響で、物価や公共料金などの上昇につながる。その一方で、給料が少しでも増えればよいが、微増程度にとどまる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・冬物スーツのオーダーが遅い時期まで続いたほか、春夏物も早い時期からオーダーが入っている。
		高級レストラン（スタッフ）	・少しずつ、送別や歓迎、お祝い事などの予約が増えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門はインバウンドこそ落ちてきたものの、国内旅行やビジネス利用で予約が伸びている。宴会部門も会議を伴うパーティーが順調であり、収入増を見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では、改装も終わって新しくなった部屋に付加価値をつけ、高額プランとして販売中である。先行予約は好調であり、インパウンドもコントロールしつつ、安定した受注が続いている。宴会は企業の動向が不安定で、突出した伸びは期待できない。競合会場である、近隣の公共施設が4月から耐震工事に入り、1年間の休館となるため、一部の利用者が流れてきているが、単価は非常に安い。
		旅行代理店（支店長）	・今年のゴールデンウィークは日並びも良く、客の旅行申込の出足は好調である。ここ最近はや高も進んでいる。
		旅行代理店（役員）	・ゴールデンウィークやお盆、夏休みなどの休暇を利用した旅行の申込が、従来以上に先行分を含めて多い。また、インターネットの格安旅行代理店の破産も、リアル店舗にとっては追い風となっている。
		タクシー運転手	・これから花見や入学式のシーズンになり、外出する人が増えてくる。それに伴いタクシーの需要も増加する。
		タクシー運転手	・京都に桜が咲き始めると、客は増加する。
		通信会社（社員）	・仮想移動体通信事業者によるサービスを大規模に拡充する予定であり、新規顧客の獲得につながると考えている。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の売上に、改善傾向がみられる。
		競輪場（職員）	・グレードの高いレースが開催されるので、客単価は上がる傾向となる。
		競艇場（職員）	・業界全体の売上は微増であるが、ここ数年は上向き傾向が続いている。来年度もやや上向きの推移が見込まれる。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	・企業からの求人が増加しており、個人消費も底堅いため、全体として良くなっていく。
		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、寒い時期になると来客数が減少し、暖かくなると増加する。
		その他住宅 [ 住宅設備 ] (営業担当)	・年数が経過したエレベーターのリニューアルに対する、客の関心が高まっている。
		商店街（代表者）	・顧客の品定めが慎重であり、数年前から変わらない。
		商店街（代表者）	・近隣の大型店やスーパーが、売上を確保するために多くのイベントを打ち出している。一方、当商店街の幹部には集客の危機感がなく、発想も的が外れている。
		一般小売店 [ 事務用品 ] (経営者)	・小売業の構造的な問題なのか、景気が良くなることはないように感じる。
		一般小売店 [ 精肉 ] (管理担当)	・春休みに入り、街には人があふれているが、商品は動いていない。ただし、外食関連は良いのではないかと。新生活が始まる時期には食品関連も活発化してくるはずであるが、今はコンビニでお金を送る人が多く、そのお金は主にコンビニで使われる。少しでもおいしい物を送ってあげようとする習慣もなくなってきている。
		一般小売店 [ 衣服 ] (経営者)	・現在の販売量が悪いので、数か月後に夏物に変わったからといって、販売量が増えていくとは思えない。消費者の年齢層も、高齢者がより一層増えてきたように感じる。年金生活への不安を口にする人も多く、財布のひもは固い。
		一般小売店 [ 野菜 ] (店長)	・停滞している経済が動き始めるのかどうか、疑問に思う。
		一般小売店 [ 花 ] (店員)	・予約は例年とほぼ同じ水準であり、特に売上が伸びる要素は見当たらない。
		一般小売店 [ 菓子 ] (営業担当)	・人が動く時期になり、販売量にも多少は期待したい。
		百貨店 (売場主任)	・停滞感が強いなかで、顧客の消費を喚起する起爆剤になる要素が生み出せていない。消費のインターネット通販へのシフトが一気に進むなか、社会の変化への対応に精一杯になっている。競合店も、従来から増床やブランドの囲い込みなどの手は打っているが、売上の減少を食い止める程度で、消費を拡大させるまでには至っていない。
		百貨店 (売場主任)	・ここ数年の傾向としては、春が短く、夏が長い。それに伴い、段階的な品ぞろえと効果的なプロモーションにより、顧客の購入意欲を喚起することが必要となる。その一方で、ギフト需要は前年並みと予想している。
		百貨店 (売場主任)	・国内客の生活防衛意識は高まっており、消費が劇的に増えるとは考えにくい。ファッション部門は気温にも影響されやすいが、外的要因にも限界があり、夏物商材は昨年以上の期待はできない。さらに、ブランド品などではヒット商品にも欠けるため、現状と大きくは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・極端な二極化が更に進むと予想される。美術品の引き合いが出てきて、明るい見通しが感じられる一方、富裕層にも買物を控える層が増えてきている。
		百貨店（営業担当）	・客の消費行動に少し明るさがみえてきたものの、米国の新大統領就任による好景気の陰りと共に、株安、円高の動きがみられるため、日本の景気にマイナスの影響が出てくる可能性がある。
		百貨店（服飾品担当）	・化粧品の伸びはまだまだ続くと思われる反面、衣料品や靴、雑貨に関しては、買い控えがまだ続く可能性がある。春物から夏物商材への切替えが早めに進むことを各取引先とも予測し、夏商戦への取組が早まると予想されるが、気温の上昇ペースは例年どおりと思われるため、秋冬商戦に続き、春夏商戦も苦戦を強いられる。
		百貨店（販促担当）	・消費に対する、ある種の守りの姿勢が、特にファッション関連で30代以上の客に強くみられる。若年層はそもそも比率が低く、明るい兆しもみえてこない。米国の新政権や国内政治などの動きも不透明であり、見通しが立ちにくい状況である。
		百貨店（外商担当）	・好調なインバウンド売上は更に増加が見込まれ、売上の増加に寄与していくと考えられるが、主力の婦人服は売上が低調な状態から抜け出せそうになく、トータルでは上昇が見込めない。また、富裕層の購入への影響が最も大きな株価が不安定なため、この先も安定した状態が続くかどうかは不透明である。
		百貨店（売場マネージャー）	・政情が不安定さを増しており、株価の動きも落ち着きがなくなっているように見受けられる。これまで好調であった高価格帯の商品が、引き続き動くかどうかを注視している。
		百貨店（商品担当）	・内外の不安要因から景気全般に力強さがなく、先行きは不透明である。必要な物しか購入しない選択消費の傾向も強く、消費全体の底上げは進まない。
		百貨店（マネージャー）	・今春の賃上げ動向も予測されたとおりの結果で、個人消費を押し上げる効果はない。今後もモノやサービスの価格については、消費者の価値判断に基づき、厳しい状況が続くと予想される。
		百貨店（マネージャー）	・米国の新大統領による政権動向や、欧州の大統領選などの結果次第では、経済状況が今後更に不透明となる可能性が高い。現状は比較的堅調に推移している富裕層の消費も、状況によっては失速する懸念がある。一方、韓国の情勢が不安定なことから、日本への旅行者は当面増加が続くことが考えられ、訪日外国人売上は底堅い推移が期待できる。ただし、日本国内の中間層の消費回復なくして、景気の改善は困難であると考えられる。
		百貨店（宣伝担当）	・今は景気の回復傾向が続いているものの、外部環境は不透明な状況が続いていることから、将来不安が払拭され、中間層の個人消費が活発化するまでには至らない。プレミアムフライデーを含め、消費喚起に直結する施策を今後も期待する。
		スーパー（経営者）	・給与の伸びが前年比で大幅にダウンするなか、食料品やビールなどの値上げが広がる。顧客の節約志向が強まる一方、パート採用は困難なため、時給を大幅にアップしての採用を目指さざるを得ない。また、電気代も今後値上げとなるなど、売上の拡大が容易ではないなかで、コストアップが進むため、利益が確保しにくい環境が続くそうである。
		スーパー（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・外国人観光客が一般の食品を購入する姿が増えており、今後少し期待が持てるかもしれないが、全体を底上げするほどのボリュームはない。
		スーパー（店長）	・来客数が増えているときは、後で単価の上昇がついてくるが、今のような逆の場合は、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・来客数が増える要素はないため、昨年並みか、やや落ちる可能性もある。チラシへの反応も悪くなっているが、チラシをやめると落ち方が尋常ではないため、続けなければならない。
		スーパー（店長）	・購買意欲が好転するような環境になく、引き続き消費者の財布のひもは固い。自治体による振興券の発行や減税など、景気の刺激策が必要と考えられる。
		スーパー（店員）	・良くなってほしいが、あまり変わらないように感じる。

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
		スーパー（企画担当）	・乗客数は、今後も前年並みの推移が続くと予想される。
		スーパー（経理担当）	・花見やゴールデンウィークの行楽など、消費が喚起される季節が到来するものの、株価の低迷や賃上げ率の鈍化などのニュースが、消費マインドを冷やす可能性がある。
		スーパー（開発担当）	・月ごとに客単価が下がっている特売品は売れるが、し好みや高級品などの売上は伸びてこない。
		スーパー（社員）	・1店舗ごとにみると、昨年並みの売上を確保するのが厳しい状況であるが、消費は食品を中心に堅調であり、チラシやイベントなどの販促で消費を喚起すれば、まだまだ売上を確保できる見込みはある。
		コンビニ（店員）	・住宅地内に店があり、遠くへ買物に行けない年配客による来店が多い。決まった物の購入が多いため、あまり変化がない。
		家電量販店（経営者）	・客の所得が上がるような傾向もなく、年金保険料を始めとして負担が増えるばかりで、財布のひもが緩む要素がない。
		家電量販店（店員）	・決算期も終わり、セールで購入した客の買い控えが考えられる。ゴールデンウィークでの戦略が重要となる。
		家電量販店（企画担当）	・単価の高い商品を購入するのは限られた客だけであり、大多数の客は節約志向で、お買い得商品を選ぶ。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車は売れるが、それが市場全体には波及しない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検の予約台数などが少し増えてきているが、あまり変化はない。
		乗用車販売店（販売担当）	・最近では受注が厳しくなってきたが、何とか持ちこたえられそうである。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・個人消費はいまだに弱い。来月から新年度になるが、住宅関連や家電製品などは少しは動くと思われるものの、ベースアップの状況も今一つであり、好転する要素は少ない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・日本全体の景気は上向きなのかもしれないが、これまで食品業界はデフレの筆頭といえる価格帯で推移している。低価格の外食チェーンなどは安さを売りにしているところもあり、すぐにはこのスタイルや価格帯を脱することはない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高のわずかな動きでは、この業界に好影響を及ぼすことはないと考えられる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・商況としては一進一退の動きが続くと感じる。食品などの定番品には底堅さを感じるが、ファッション関連など、必ずしも必要ではない商品については、全体としてマイナスの傾向が続いている。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新商品が少ないため、売上が増えることは期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・梅雨時期になるので、乗客数は減少傾向となる。
		一般レストラン（経理担当）	・年度末や異動のシーズンということで、宴会の予約も多くなってきているが、単価は例年よりも低く抑えられる傾向にある。
		一般レストラン（企画）	・乗客数は前年を継続して上回っているが、前年比の伸び率は一進一退である。また、客単価も今月はほぼ前年並みにまで低下している。利用回数は減少していないと判断しているが、一度に利用される金額が徐々に低下してきており、まだまだ先行きが良くなるとは思えない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気の良くなる材料がない。
		観光型ホテル（経営者）	・4月も前年を上回る着地予想であり、引き続き好調が持続すると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・乗客数は増えているが、平日と土日、祝日の売上の差が激しい。平日の悪化を休日で穴埋めしており、トータルとしてはプラスマイナスゼロというのが実情である。
		観光型ホテル（経営者）	・特に有効な経済対策がない。实体经济にお金回っていないという構造は、今後の日本経済には良くない。实体经济において実需を増やすような経済政策を待ち望んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・4月は少し予約の動きが鈍いものの、5～6月は入込が良い。
		観光型旅館（団体役員）	・昨年開始している耐震工事が来年3月まで続き、宿泊可能人数が減少した状況での営業のため、景気がすぐに浮上して、売上が増えるという見込みは立ちにくい。



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
		都市型ホテル（支配人）	・今月に入って株安、円高傾向になったが、当面は大きな変動もないと予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・予約の間際化が進んでおり、先の予想は難しいが、月末を迎えると前年を上回る状況が続いている。
		都市型ホテル（総務担当）	・4月前半の桜のシーズンは高い予約率であるが、それ以降は前年を下回っている。
		旅行代理店（店長）	・特に減少することもなく、海外旅行は少し増えてきているが、国内旅行は減少しているため、厳しさは変わらない。
		タクシー運転手	・今の状態よりも良くなることはないが、新年度の挨拶回りなどの期間中は、現状維持が予想される。
		タクシー運転手	・一般客や企業の予約関係にも、大きな増減はない。
		通信会社（経営者）	・特に、変化の兆しは見受けられない。
		観光名所（企画担当）	・特に来場者が増加する要因もなく、粛々と現状維持の施策を続けるのみである。
		遊園地（経営者）	・来客数、客単価共に横ばいで、プラスの要因が特段見当たらない。同業他社の設備投資が活発なため、その影響が出ている可能性が考えられる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球シーズンが始まり、5月には家族向けのイベントのほか、多くのコンサートが開催されるので、若者を中心に多数の来場者が予想される。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・インバウンドはこれまでのような増加は見込めないと思われ、神戸全体のキャンペーン効果にも期待して、これまでと同じ水準と予想している。
		美容室（経営者）	・近隣のショッピングモールの建築が未定であり、先行きは不透明である。
		その他サービス[学習塾]（スタッフ）	・現状維持はできるが、生徒数や受講科目数の増加につながるかどうかは不透明である。
		住宅販売会社（経営者）	・少なくとも、これ以上悪くなってほしくないというのが心情である。
		住宅販売会社（総務担当）	・特に好転する要因もない。年度末決算を控えた、各社による値引き攻勢もあり、受注競争が激化している。
		その他住宅[展示場]（従業員）	・新築市場は、低金利の慢性化と消費税増税の再延期による様子見で停滞気味となっている。今後も、改善する要素は残念ながら見当たらない。
		その他住宅[情報誌]（編集者）	・外部のリスク以外での大きな環境変化はみられない。企業業績と景況感、消費行動との連動性が薄くなっていると感じる。
		一般小売店[時計]（経営者）	・本格的な行楽シーズンに入っていくため、買物に予算が回るのは難しい。特に、年配客からは海外旅行の話がよく出てくるため、物を買うよりも、楽しむための使い方が多いと感じる。先行きには楽観できる要素がないため、良くなるとは思えない。
		一般小売店[衣服]（経営者）	・数字がアップする要因はないが、大きく下がる材料もなく、微減状態が続く。各社が利益率アップとなるような、適度な円高を期待している。
		百貨店（営業企画）	・米国の新大統領就任による影響に陰りが出始めている。米国の株価低迷や円高基調が、景気の低迷に波及するリスクがある。
		スーパー（店長）	・米国の経済政策への期待感が薄れ、円高、株安が進んでいく傾向が避けられないため、日本経済にとってはマイナス要因となる。
		スーパー（管理担当）	・値上げを繰り返している電気代が、更に大幅な値上げとなるため、財布のひもが固くなることは想像に難くない。
		衣料品専門店（販売担当）	・日用品や食料品などの値上げに関するニュースもあり、衣料品などが厳しい状態になると心配している。
		衣料品専門店（販売担当）	・買い控えが続いているのに加え、不必要な物は買わない傾向が強い。
		家電量販店（店員）	・決算が終わって4月は落ち込むが、ゴールデンウィークで回復する。暑くなればエアコンの動きもピークとなるため、6月ごろ以降は今と同じ状態に戻る。
		家電量販店（人事担当）	・春の行楽や、ゴールデンウィークに伴う消費が増えるため、家電の消費は低調になる。
		乗用車販売店（経営者）	・好材料がない。作業単価への客の反応が軟化し、こちらの見積が通りやすくなってきたものの、これが続くかどうかは不透明である。

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
		乗用車販売店（経営者）	・国会では国有地売却関連の問題ばかりで、景気や経済の話が進んでいない。この騒動はしばらく続くと思われ、構造改革や景気対策に国民の関心が向かうまでは時間がかかるため、これからも景気は良くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年、4月以降はしばらく落ち込む時期となるが、今年は先行きを不安視する顧客の声が減らず、現状の働き方に対する疑問の声も増えている。それらの状況が、購買意欲を抑制しているように感じる。
		乗用車販売店（販売担当）	・自賠責保険料などの減額はあるものの、エコカー減税が縮小されるため、客の販売意欲にはマイナスとなる。
		住関連専門店（店長）	・例年、季節が良くなってレジャーシーズンになると、売上が落ちる傾向となるが、今年は世間の購買や消費意欲そのものが落ち着いてきた感がある。客との会話でも、買うのは今でなくてもよいという雰囲気が感じられる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国と日本の貿易に摩擦が生じるほか、中国との間にも問題が出てくると思われるため、今後は今よりもやや悪くなる。
		高級レストラン（企画）	・先の予約状況を分析すると、宿泊の客室単価の伸び悩みや、婚礼、宴会の受注減がみられる。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク中は、繁華街では観光客の来客数が増える一方、オフィス街は長い休みとなり、来客数は減る。また、中盤から後半にかけては、ゴールデンウィークでの出費から、客の財布のひもが固くなる。さらに、会社内のイベントも減るため、飲食への出費の減少が予想される。
		一般レストラン（店員）	・春休みに入り、子ども連れの客が増えているが、2～3か月後は学校も始まり、通常の状態に戻る。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・気温が上がらず、来客数が減っている。
		観光型旅館（経営者）	・良い話が聞かれない。
		観光型旅館（管理担当）	・大手電機メーカーの決算問題やガソリン価格の上昇など、マイナスに強く作用する要素がある。
		都市型ホテル（管理担当）	・ここ数か月、客室単価は下落傾向が続いており、今後も下落が続くことが予想される。客室の供給が、需要を上回った感がある。
		テーマパーク（職員）	・韓国の大統領選までに、北朝鮮が行動を起こす不安や、それに対して米軍も対応を取るといった、まことしやかな情報が飛び交っている。この状況では、消費を促進する政策以前に、地政学リスクの影響が少なくて済むような、安全対策などの準備が求められる。国会が国有地売却関連の問題に振り回されているのを見てみると、暗い気持ちにしかならない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・時間の使い方が、家でゆっくりと映像や音楽を楽しむ形に変わってきている。それに伴い、書籍とともに、ゆっくりとカフェで過ごす傾向も顕著になっている。
		住宅販売会社（経営者）	・需要の減少に合わせて、供給を調整する状況が悪循環となるため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションでは、完成時に売れ残る戸数が増えており、値引きも多くみられる。値引き物件と、今後の販売予定マンションと価格の乖離が生まれることで、市況が冷え込む。
	x	スーパー（店長）	・ますます競争が激しくなると考えられる。
	x	衣料品専門店（経営者）	・様々な社会コストの増加が影響してくる。神戸は都市間競争に負けており、交流人口を取り込めていない。
企業 動向 関連  (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・現在販売中の製品は、需要の半分以下の生産能力しかなかったが、工場を増やし、増産できる目途が立ったため、今後は売上、利益共に増加する。
		食料品製造業（従業員）	・季節が良くなり、外に出る機会も増えてくるので、年初からの落ち込みもカバーできると思う。新製品もいくつか出す計画であるため、期待したい。
		食料品製造業（営業担当）	・春先からゴールデンウィークに向けて、気温の上昇と同時に飲料水の売上が伸びてくる。
		金属製品製造業（経営者）	・原料価格の上昇に伴う鉄鋼製品の値上げのなかで、品質の良い日本製部品の人気が上がり、受注価格、受注量共に安定している。
		建設業（経営者）	・季節的な要因があるかもしれないが、例年に比べても問い合わせの件数は増えている。
		食料品製造業（経理担当）	・大企業による賃金のベースアップは小さく、中小企業はもっと小さいため、期待感がない。今後も現状維持が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（団体職員）	・生産量に大きな変化はないが、タオルメーカーの受注見通しが芳しくないようである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今の状態がしばらく続くように感じる。
		化学工業（経営者）	・景気ウォッチャーを長く続けているが、これほど先行きが見えないことは初めてである。取引先との話でも、良い話と悪い話が混在している。あまり良くなるような期待は持てないが、大きく落ち込むこともなさそうである。
		化学工業（企画担当）	・原料価格が高止まりするなか、販売価格に転嫁するのは難しいと考えられる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・販売量、受注量の動きは横ばいであるが、雰囲気的には少し重い。新製品の試作状況が芳しくなく、以前の試作の量産が立ち上がるという内示は出ているものの、出足は遅れそうであるため、しばらくは現状維持が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月の動きとしては、現状と変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・小さな企業が言うべきことではないが、日本銀行や政府による政策に不安を感じている。ただし、海外情勢の混乱に相殺されて、市場動向はそれほど悪くなっていない。今後も為替が円高に大きく振れない限りは、大きな心配はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・日本は米国の変化による影響を大きく受ける。米国の新大統領の公約がどこまで実現するのかは不透明であり、その結果によって円高、株安の方向が決まると感じている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・政治的に不安定な要素もあるが、今月の景気から、それほど変動があるとは思えない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・同業者も同じような状況である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の引き合いはあるものの、受注自体が遅れ気味である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・年明けから、個人消費の低迷が続いている。百貨店では衣料品関係の売上が低迷しており、靴業界にも影響が及んできている。
		建設業（経営者）	・例年と異なり、4月以降も受注残がある。ただし、景況感としては変わらない。
		建設業（経営者）	・全体的には仕事量が増加傾向にある。来年度の工事受注が遅れているのか、官庁関係の入札では激しい価格競争が続いている。
		輸送業（営業所長）	・案件は多いが、料金の見直しも多い。
		通信業（管理担当）	・変動要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・年度末にもかかわらず、受注量が例年よりも少なく感じる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・ここへきて政府から企業に対し、労働条件の見直しを迫っている。これはそのまま、企業にとって収益減となるケースが多い。それらが一因となり、大量閉店を余儀なくされた企業もある。ただし、こういった労働条件を吸収できる体質がしっかりと根付かなければ、力強い景気底上げにはならない。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退により、賃貸相場が住宅、事務所共に下がっている一方、低金利による不動産バブルで、土地の値段だけが上がってきている。そのミスマッチが景気の低迷を招いている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が少し減り、折込収入にも上向く気配がない。
		広告代理店（企画担当）	・先行きの不透明感が拭えず、大きなお金を使うというよりも、近場で楽しむ傾向が強くなっている。高級な物が売れたり、ぜいたく品を購入したいという声も聞かれない。割引やポイントアップへの反応も、以前ほどの勢いはなく、消費意欲が高まっている実感がない。
		広告代理店（営業担当）	・前年の売上を超えるか下回るかという、一進一退の状態が続いている。
		司法書士	・変化を起こすような要因が見当たらないため、現状維持である。
		コピーサービス業（店長）	・特別な需要は期待できないが、比較的安定した受注量になりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・決算月であるにもかかわらず、全く良くない状況である。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・米国の新大統領の政権動向や、韓国の大統領選など、日本経済に影響を与える不安要素はあるものの、大阪の景気に限っていえば、どこ吹く風である。当社グループのホテルも、半年先まで稼働率は軒並み90%超となる見込みである。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後2～3か月の状況はまだみえないが、今と同じような状態となる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・爆発的な消費拡大要因は見当たらないが、末端の小売価格が値上がり傾向にあることから、売上は徐々に増加する流れが続く。
		繊維工業（総務担当）	・靴下の業界では、相変わらず輸入品の安い商材が売れ筋であり、利益の確保が難しい状況に変化はない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・製薬メーカー以外でも、全体的に発注量が減っているように思う。この3月の受注量も、例年の年度末の需要に比べると、やや落ちている。4～5月も大きな特需はなく、昨年よりも若干落ち込む見込みである。
		化学工業（管理担当）	・為替や株価が安定せず、先行きの見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が少なく、引き合い件数も伸びてこない。
		輸送業（商品管理担当）	・引っ越しなどのシーズンが終わりつつあるため、売上は減少する。
		輸送業（営業担当）	・人手不足の解消のため、単価の安過ぎる大手通販会社の運賃に対し、値上げ交渉を行っている。今月は決裂したため、来月中の再交渉に期待している。
		輸送業（営業担当）	・これから売れなくなる時期に入るほか、新商品もないため、客を引き寄せることが難しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・例年どおり、年度初めは広告予算が絞られ、受注も縮小気味になる。
		経営コンサルタント	・今月は春先特有の動きがいろいろとみられる。3～4月を終えると、米国の新大統領就任による金融市場への影響に陰りが出るほか、国内消費も伸びないなどの悪材料が目立ってくる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・省エネ関連の案件が減少していく。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の値上がり分を販売価格に転嫁するのに対し、大手ユーザーの抵抗が強く、採算が圧迫されることが予想される。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界的に政治経済が不安定で、先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)			
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪では、統合型リゾートや万博招致などの取組のほか、2019年のワールドカップラグビー、2020年の東京オリンピック、2021年の関西マスターズゲームズなどの、ビッグプロジェクトに向けた取組が始まりつつある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大きな変化がない限りは、企業の求人意欲は高まることが考えられる。
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣業界については、ゴールデンウィーク明けまで鈍い動きが続く。ただし、右肩上がりの大きなトレンドに変化はない。人材派遣は水道の蛇口のようなものであり、今後も必要不可欠なため、経営者が上手に使うと思われる。短期的には、5月の中ごろから、6月にかけて忙しくなる。
		人材派遣会社（支店長）	・そこまで突発的に動きは変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・売り手市場の状況であり、損害保険業界のほか、ニッチな市場では慢性的に人手不足となっている。
		人材派遣会社（役員）	・労働者の数が極端に増加するとは考えにくいほか、企業が大幅に求人数を増やすとも考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人では、引き続き縮小均衡の状況が続いており、少なくとも景気が上向くとは予測できない。日本経済を左右する米国においては、イスラム圏からの入国規制や、医療保険制度の廃止といった米国の新大統領による政策が、司法当局や議会からの反対で否決されるなど不安な兆しはあるが、経済そのものは盤石と考えられる。総合的にみて悪くなるとは思えず、当面は現状のまま進むというのが妥当な見方と考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・新年度を迎えてどのような動きがあるのか、地場産業の活性化に期待している。
		職業安定所(職員)	・完全失業率は低下し、雇用保険の被保険者数は増えている。求人をもて、企業の生産活動の堅調さが表れており、景気の回復が感じられる。ただし、近畿の非正規求人割合は5割超と依然として高く、各ハローワークからの報告でも、パート求人の方が大きく増えている傾向は変わらない。また、新聞報道によると、今年の春闘では昇給幅も伸びそうにない。
		職業安定所(職員)	・ハローワークの窓口では、求人数の増加や、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傾向が続くと見込まれる。一方、管内事業所への今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持との回答が多い。
		職業安定所(職員)	・今後2か月程度は、離職者や転職者希望によって求職者が増える時期となるが、例年の傾向であり、景気の変動とは連動しない。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・先月はやや悪化すると予想していたが、新卒の採用が充足できていない企業が多く、しばらくは良い状況が続くと考えられる。
		学校〔大学〕(就職担当)	・新年度が始まる割には、全体的に雰囲気は盛り上がらない。
		人材派遣会社(営業担当)	・今が求人のピークとなるため、今後は少し落ち着くと予想している。
		人材派遣会社(支店長)	・例年、4月以降はしばらく落ち着くため、状況としては悪くなりそうである。
		民間職業紹介機関(職員)	・業者の間では、建設業界での社会保険完備の義務付けや、雇用保険の運用厳格化の問題による雇用抑制は、しばらく続くとの声が聞かれる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・4月スタートの求人が一巡し、新入社員で求人数も充足するため、これからの時期は求人数が減少傾向となる。
		学校〔大学〕(就職担当)	・大学生の就職活動が早期化しており、景気は良いように感じるが、企業の業績はそこまで良くなっていない。
	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)		観光型ホテル(営業担当)	・地元のイベントが盛んになり、乗客数も今以上に増加が期待できる。
		一般小売店〔紙類〕 (経営者)	・買い回り客の動きが良いので、景気は良くなる。
		一般小売店〔靴〕(経営者)	・ビジネススタイルを変更したら商売が無駄なく順調である。
		一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・景気が悪くなる要因が見当たらない。
		スーパー(販売担当)	・客の財布のひもは固く、特に3月上旬の販売量は伸びていないが、今後は現状より良くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・店の清潔さや商品量が改善されてきているので売上が伸び、特に中食の売上が順調である。現状がいつまで続くか分からないので、店舗改善に取り組んで売上を確保していくこととしているが、近隣に開店した競合店の影響が心配である。
		コンビニ(副地域ブロック長)	・ホテルの宿泊状況などから判断して、地域全体の人の動きが春から夏にかけて活発になることが予想される。県内や国外からの客が多く訪れることに期待が持てる。
		家電量販店(店長)	・前年より来客数は増加する。
		その他専門店〔土産物〕(店長)	・前年のこのシーズンより売上、来場者数共に好調で、春からの繁忙期にかけて更なる上積みが見られる。ただし世間では国有地売却関連問題や豊洲移転など不透明な問題も多く、いくらかのマイナス要因も懸念される。
		一般レストラン(経営者)	・不安材料は特にないので景気は少しずつ良くなる。
		一般レストラン(店長)	・インバウンドを始めとして予約が好調で、今後も順調に入ってくる見込みであることから、ここ2か月の伸びが今後も続く。

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
		都市型ホテル（企画担当）	・花見シーズンを迎え前年同様インバウンドの団体宿泊の予約受注は好調であるため、景気が好転する要因になることが期待できる。また海外のテロ事件発生などの影響で国内旅行の需要が増加する見込みであり、宿泊需要は確実に伸びる。
		タクシー運転手	・イベントが増え新入社員の動きが出てきて売上は伸びる。
		タクシー運転手	・気候が落ち着き花見シーズンになるので客が増える。ゴールデンウィークも控えており景気は良くなる。
		通信会社（営業担当）	・プロ野球開幕による地元プロ野球チームに関連する市場が前年と比較して上向きに推移しており、それが当面続く。
		通信会社（企画担当）	・第1四半期にかけてS I Mで電話定額の新サービスの導入を見込んでいるが、実需要が高いと見込んでいる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・1か月予報で晴れの日が多い見込みとなっており、春の行楽シーズンに客の動きが活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・開花が遅れていた花も徐々に開花し始めていることに加えて、大型連休が控えているため多くの来客数が見込める。
		ゴルフ場（営業担当）	・前年は熊本地震の影響で4～5月の予約数が減少していたが、今後は特に韓国からの予約が回復してくる。
		設計事務所（経営者）	・新年度となるので行政からの新たな仕事が増えてくる。またオリンピック景気も地方へそそろそそ広がってくる気配がある。
		住宅販売会社（営業担当）	・引き合い案件が増加傾向にある。
		住宅販売会社（営業所長）	・転勤がほぼ終わり、土地を所有していない客の動きが活発になってくる。
		住宅販売会社（営業担当）	・気温の上昇とともに、住宅購入検討客の動きが活発になる。
		商店街（理事）	・オリンピック関連で景気は上向いているが、地方ではそういったイベントの影響は少なく、景気が良くなる材料はない。
		商店街（代表者）	・商店街への出店希望問い合わせは継続的にあるが、賃貸可能な物件が少なく出店までに至らない。新たな出店があればそれだけでも通行量が増える可能性があるが、現状ではあまり変化が期待できない。
		商店街（代表者）	・地方では収入が増えず、買い控えをする客が減ることはなく、食品の値上げが家計を圧迫するようになる。
		商店街（代表者）	・前年の春以降、客の消費マインドが変化して客単価はかなり落ち込んでおり、このままの状況が続く。
		商店街（代表者）	・駅前再開発に続き、4月に大型店舗の出店が予定されている。オーバーストア化が進み、中心部や商店街から客足が遠のき、景気は良くならない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度末としての注文が少ないので、動きはそれほどない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・販売数量の落ち込みがないので、このままで推移する。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素がなく、今の状況がまだ続く。
		百貨店（営業担当）	・大幅な賃上げなど消費者心理にプラスに働く要因でもない限り、この先も良くて現状維持となり、政治や経済の動向によっては更に悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・プレミアムフライデーが始まっているが、店内の様子は変わらず、婦人服は厳しい状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人服の動きが継続すれば景気は回復するが、競合店のリニューアルや食を中心とした大型店舗の出店が予定されており、地域間競争は厳しくなる。
		百貨店（売場担当）	・ポイントアップセールなど特売日の売上が落ち着きつつある。化粧品など消耗品の動きは安定しているが、ファッション商材の特に高額品は年々動きが鈍くなっていく。
		百貨店（購買担当）	・生活日用品を少しでも安く購入しようとする客の姿勢に変化がない。衣料品関係にヒットアイテムはなく、商品の絞り込みが予想される。宝飾品や美術品などの高額品の販売促進は今後も取り組んでいく。
		百貨店（外商担当）	・来客数が伸びないことから結果的に販売量や販売額でも苦戦は続く。交通網が未発達な当地では、食品関係の大型量販店進出の影響が出ており、中心市街地が一層苦戦する要因となっている。
		百貨店（売場担当）	・婦人服がこのまま前年並みに推移すれば景気はやや良くなっていくであろうが、現状は大きな変化にはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・景気が変動する材料はない。
		スーパー（店長）	・2か月間にわたって来客数が前年より減少しており、この状況が続く。
		スーパー（店長）	・客単価は下降の傾向にあり客の節約志向が見受けられるが、大きく変化する外的要因は見当たらない。
		スーパー（店長）	・気候が良くなり野菜価格が安定する。
		スーパー（総務担当）	・売上は先月上向きの兆しが見えていたが、結局横ばい状態に終わっているため、現状では景気好転の要因が見当たらない。
		スーパー（業務開発担当）	・販売点数は伸びているものの来客数が前年並みで、ここ数か月同様な状況なので今後も変わらない。
		スーパー（営業システム担当）	・景気が回復する材料が見当たらない。
		スーパー（管理担当）	・大きな変化はないが、一部の店舗ではディスカウント店進出による売上の減少が懸念され、来客数や1品単価の維持が課題となる。
		コンビニ（エリア担当）	・ベースアップがここ数年のように伸びがないことから、上げ止まり感がまん延する。
		コンビニ（エリア担当）	・プレミアムフライデーの効果は薄く、客の買い控え姿勢は変わらない。
		コンビニ（支店長）	・状況が悪いわけではないので今後も大きな変化はない。
		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）	・景気が良くなる要因はなく、プレミアムフライデーも大きな成果は期待できない。
		家電量販店（店長）	・売上は伸びない。
		家電量販店（販売担当）	・例年同様夏場のエアコンに期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・景気が好転する様子はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出て来客数が増えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・今月は決算月なので来客数が多く、今まで買い控えていた客も購入に踏み切るケースはあるが、来月からは自動車取得税などの負担が増えるので厳しい状況が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・政府は大企業ばかりを優遇するのではなく、中小企業や個人に対する政策へと根本的に転換しなければ景気を改善することは難しい。個人で言えば富裕層、会社では一握りの大企業など一部を優遇するのではなく、下から上への逆さまの発想が必要である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が大きく変化する要素は見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・売上が減少し経営が破綻しそうである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・このままの状態が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・近隣に大型店の出店があるため客の購買意欲は伸びるが、当店への悪影響も大きく、動向を注視する必要がある。現在春休み期間中の長期イベントを実施しており、来客数は比較的好調である。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・4月に入ってから予約は厳しい状況で、今後の動きは分からない。
		一般レストラン（経営者）	・景気回復を実感できない所得層が多い。一部の建築土木関連企業で手取り給与が上昇しているが、地域全体としてはまだ景気に明るさがない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・年末に大手外食チェーン店が出店したことで、ゴールデンウィークにはファミリー客やヤング層など客の取り合いが特に激しくなる。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・客は少しでも安い単価に流れる傾向がみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来客数は伸びているが、今後は不透明である。
		都市型ホテル（総支配人）	・海外経済の不確実性や金融資本市場の変動などにより3か月後は先行き不透明である。
		都市型ホテル（企画担当）	・レストランの来客数は上向き傾向にあるが、今後の宿泊予約は上向きの状況にはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・将来的に景気が回復すればよいが、政府や世界の動きにあまり期待せず、各自でできることをするように状況が変化していく。
		旅行代理店（営業担当）	・6月以降の予約状況の動きが鈍い。
		タクシー運転手	・行事が増えてくる時期であるが、客の動きにあまり期待していない。
		通信会社（社員）	・景気は悪くはならないが、良くなりそうな兆しもみえない。
		通信会社（販売企画担当）	・働き方改革で販売サイドにも営業時間や人員シフトなどの変化が見込まれる。
		テーマパーク（管理担当）	・地方経済は鈍化傾向にあり、地方での消費に発展的な動きがない。
		競艇場（職員）	・5月中旬に開催予定のG1レースで収益が確保できる。
		美容室（経営者）	・消費者の消費傾向が二極化しているため、必要か必要でないかの選別が厳しくなってくる。
		美容室（経営者）	・数か月で状況が変化することはない。
		美容室（経営者）	・薄利多売の店の影響や人の流れが戻らないと売上は伸びない。
		設計事務所（経営者）	・県、市共に新年度予算はますます縮小され、先がみえない。
		設計事務所（経営者）	・4月から建築物省エネ法の規制措置が施行され、300㎡以上の住宅の新築と増改築にも省エネ計画の届出が必要になる。対象になる建築費は上昇するが、規制が増えてもこれに対する補助金がない。
		設計事務所（経営者）	・消費税率再引上げまでには時間があり、消費者を刺激する要素に乏しい。
		住宅販売会社（従業員）	・客が低金利にすっかり慣れてしまい、購買心理を刺激する政策がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・少子高齢化の影響がますます深刻化する。
		スーパー（店長）	・前年度は熊本地震関連の特需で売上の良かった分野が全体をけん引していたが、本年度はその裏年となるため、前年比100%を超えることは難しい。
		スーパー（店長）	・今後も客の傾向に変化はなく、更に支出を抑える方に傾く可能性が高い。
		スーパー（財務担当）	・競合店の出店と建て替えオープンとの予定があり、来客数と買上点数が減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・客の買い控えで厳しい状況は続く。
		家電量販店（店長）	・春のシングル需要に大きく陰りがみえ、前年と比べて低下幅が大きいことがこの先の行く末を表している。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の制度が変わるので状況は厳しくなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の販売が落ち着き、他社との競合が激しくなる。また、営業人員が不足気味になることが予想されるため人事異動で対応するが、当面の戦力ダウンは否めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月は決算月であることと4月以降に自動車取得税と自動車重量税の税制が変更になることから駆け込み需要があるが、4月以降はその反動で落ち込む。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方は努力しているところとそうでないところの格差が広がっていく。
		スナック（経営者）	・地方の景気対策にはこれといったものが何もないため、この業界はますます苦しくなる。
		通信会社（広報担当）	・客に安さのみを求める傾向があるうちは底値で営業するしかなく、販売数が増えても利益にはならない。
		通信会社（総務担当）	・今月は年度替わりの一時的な新規加入による増加があるが、3か月後はそれが見込めない。
	×	商店街（代表者）	・売上の低迷がひどく物品販売業界は苦戦している。
	×	スーパー（店長）	・来客数は前年同様であるが、買上点数が減少傾向である。特に日用雑貨や鮮魚など手のかかる食材は買上点数が少なくなっていく。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	スーパー（販売担当）	・白物家電等といった以前であれば新生活には欠かせなかった商材の販売量が年々減少している。背景には家具家電付きの賃貸物件の普及やリサイクル店の増加などの市場環境の変化がある。それに対して既存店舗ではその変化に追いつけていない現状がある。品ぞろえや戦略の転換も容易ではなく、先行きは厳しいと予測せざるを得ない。
	×	乗用車販売店（統括）	・毎年1～3月は需要月であるが4～6月は販売量が低下する。
	×	乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の年間最大販売期を終え、4～6月には市場が縮小する。
	×	乗用車販売店（店長）	・新車はもちろんサービス客にも動きがなく、先行きは見通せない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・新規店舗が出店予定である。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少しているため新築やリフォームの情報が取れない状況である。
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が販売開始となり量産のため繁忙となる。
		化学工業（経営者）	・主要原料である苛性ソーダの仕入単価の値上がりに比例して販売単価も引上げるよう取引先と交渉を行っているが、苛性ソーダの品不足感について理解を得るとともに、主要取引先の生産量も増加見込みであることから、比較的短期間で価格転嫁ができる見通しである。
		鉄鋼業（総務担当）	・一時的な踊り場から脱し、当初期待していたオリンピックに向けた動きが出てくる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客の来期の生産量が新聞発表されたが、今期を上回る量となっている。
		輸送業（総務担当）	・4月から新卒者雇用により仕事量はこなせるので景気は好転局面となるが、依然としてかなり深刻な人員不足であり、それが足を引っ張る恐れがある。
		会計事務所（職員）	・自動車設備関連業界では、数か月先の受注の打診が入ってきている。地元で航空機設備関係の業者も徐々に忙しくなる気配がある。
		食料品製造業（総務担当）	・商品の売り方を変更するなど、現状維持ができる体制を整えつつある。
		木材木製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工戸数が頭打ちとなり、職人不足もあって将来的には不安であるが、現時点では変わらない。
		化学工業（総務担当）	・現在の企業の業績は需要の底上げによるものではないので、景気が上向きになることはない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け引き合いは当面変化がない見込みである。新年度後半に大型の引き合いがあり、受注が確定すれば多忙となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・米国新大統領の政策の行方が混とんとしており先行き不透明である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・非鉄金属の建値にこれ以上の上昇は望み薄であり、販売価格も頭打ち感が出てくる。
		金属製品製造業（総務担当）	・4月より鉄原材料価格が上がるためコスト増となるが、受注が微増の見込みなので収益面では現状と同水準となる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・好転する要素がみえない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・アベノミクス効果の恩恵は大企業にだけであり、そこにぶら下がっている中小企業はなかなか恩恵にあずかれない。好影響は大手企業にのみという感が拭えない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・足元の受注環境は苦しいが、運賃の改善や中古船価の上昇など、久しぶりに明るい材料が出始め、前月のやや悪い状況から少し改善する。
		建設業（総務担当）	・米国の新大統領の打ち出す施策がなかなか実現困難となってきたり、そうした米国の動向が日本に影響を及ぼしそうで、先行きが不透明である。
	建設業（総務担当）	・予定物件が順調に受注でき、技術職員の稼働状況は目一杯の状態が継続しており、この状況が続く。	
	通信業（営業担当）	・通信設備の見直しやネットワーク見直しへの活発な投資は行われず、更改の要因としては故障等設備老朽化によるところが大きい。しかしネット等のセキュリティ関連の機器への増設、更改は顕著に伸びる。	
	通信業（営業企画担当）	・設備投資が関連する提案についてはおおむね下期以降の採用となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（貸付担当）	・輸出は持ち直しがみられるが、個人消費は節約志向が続き、緩やかな回復傾向に推移する。
		広告代理店（営業担当）	・客情報や受注見込み等の内容から変動はない状況で進行する。
		農林水産業（従業者）	・まき網船漁の水揚げ数量が著しく減少する。海水温度の影響だけではないと心配している。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内の販売は中級品や低級品はある程度売れているが、当社で生産している高級品はあまり売れていない。そのため生産原価に見合った価格設定ができず非常に厳しい状況が続く。
		輸送業（経理担当）	・戦力不足と労働時間管理の問題が大きく影響してきて、客の動向以前の問題として来年度は厳しくなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎて落ち着くため、例年どおり来客数と成約件数は減少する。
	×	食料品製造業（経営者）	・商品価格が低下し客の財布のひもが固く消費が低迷している。今後も景気は悪いままである。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪いままとなる。
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	・目まぐるしく変わる求職者の登録層を把握し、引き続き地元企業へ提案を進めていく。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・スマートフォン部品生産で大型求人であった電子部品製造業が大きく伸びるとともに、大手自動車メーカーが他の大手自動車メーカーとの資本提携後、生産水準も維持されるなど景況は良いため、労働力確保のため賃上げを含む待遇改善を図る企業も多くなる。
		職業安定所（所長）	・鳥取県中部地震の雇用への影響が限定的だったことに加え、医療福祉など慢性的に人手不足の業種も少なくなり、求職者の減少傾向もあいまって一層人手不足感が増すため、今後の求人数は確実に増加傾向で推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・人手不足の状況は各業種に広がりを見せており、年度末から新年度にかけて人の動きが出る時期に入るが、求人増加は続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球が開幕し、地元プロ野球チームの人気から、派生する商品やサービスが地域経済の全体を底上げしていく。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人数がわずかに増えており、今後もこのまま推移する。
		人材派遣会社（社員）	・季節ごとの採用繁忙期で雇用ニーズはあるが、季節要因以外に特出した要因がないため、例年どおり推移する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用活動の印象は前年より厳しかったと回答する企業が全体の4割と多く、採用できていない分も上乘せして次年度に臨むため、学生、社会人共に採用環境は前年よりさらに良くなる。特に厳しかった小売、建設、サービス・インフラは、前年より採用基準を緩くする傾向が続く。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数の変化から判断すると、幅広く人手不足感が広がり求人事業所は増加するが、景気が良くなったための増員なのか、必要人員が確保できないための求人なのかははっきりしない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・企業倒産の話はなく、有効求人倍率は落ち着く。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・採用に関する良いニュースがない。医療や運輸に多少の改善はみられるが、少子化問題もあり働く価値観の違いも多様化しているので、効果が出るには時間がかかる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・国内情勢、国際情勢とも混乱している。
		人材派遣会社（支店長）	・第1四半期まではどの企業も様子見となる。
	人材派遣会社（支社長）	・競合他社との求職者の取り合いはますます激しくなり、人材の採用コストが増大する。	

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
	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)		スーパー（店長）	・今のところ、ディスカウントストアの出店予定もなく、天候も安定しているため、ある程度の景気回復が見込める。
		コンビニ（店長）	・プラス一品の購入など、客に余裕を感じる。
		コンビニ（商品担当）	・春から夏にかけて天候が良ければ、商品やその他に統合効果がより一層現れてくる。
		家電量販店（副店長）	・競合店出店から一年が経過し、流動客も定着しつつある。ニーズに沿った媒体セール・顧客づくりを実施して景気を盛り上げていく。
		乗用車販売店（役員）	・高額車の動きが良い。
		住関連専門店（経営者）	・住宅ローンの低金利が住宅購入の追い風となっており、我々の業界も良くなる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなるとビール類や清涼飲料が売れ、売上が伸びる。
		旅行代理店（営業部長）	・4月から四国デスティネーションキャンペーンが始まり、宿泊施設の先行受注状況が好調なため、期待できる。
		タクシー運転手	・4～6月はお遍路さんが増える時期で、景気が少しは上向く。
		観光遊園地（職員）	・四国デスティネーションキャンペーンや、えひめ国体が開催されるため。
		商店街（代表者）	・県内外からの誘客が見込める現在の好況が続くと見込んでいる。夏には各種イベントも実施されるので、更なる観光客増につながる。
		商店街（事務局長）	・米国の新大統領就任による影響も一息つき、地方の経済環境改善は取り残されたままだ。日経平均株価が2万円超にならないと、富裕層も動かない。ゴールデンウィークを中心とした小さな消費の動きはあるだろうが、景気回復を実感できる日はまだ見通せないでいる。
		商店街（代表者）	・依然として、地方経済は停滞気味に推移していると感じている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・今のところ、改善される要因が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・法人向けの商品の予約は好調に入ってきている一方、一般客の消費の動きが悪くなってきている。
		百貨店（営業担当）	・客数が大きく改善しない見込み。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品の売上悪化に歯止めがかからない。
		スーパー（財務担当）	・価格志向の消費行動が当面続く。
		コンビニ（総務）	・天候や気温の影響や企業努力によって業績が上向くことはあっても、景気が活況へと動く気配はない。
		衣料品専門店（経営者）	・季節が変わっても衣料品は振るわず、なかなか現状打破は厳しい。プレミアムフライデー効果は、地方はほとんど関係ない。
	衣料品専門店（総務担当）	・気温の影響を大きく受ける。購入のタイミングがずれると売り逃しになり、春物商戦は厳しいとみている。	
	乗用車販売店（従業員）	・市内に大型ショッピングモールが来月オープンするが、スタッフの採用に苦慮していると聞く。地域の小売店等でも人手不足になるのではと懸念している。	
	乗用車販売店（従業員）	・新会計年度に期待はあるものの、景気が上向く要素は見当たらない。新型車の発表もしばらくは無いので、例年と変わらない。	
	観光型旅館（経営者）	・2～3か月先の予約状況は今より良い。宿泊客や宴会は増える状況にあるが、株価が下落している等、あまり景気に期待できない。	
	都市型ホテル（経営者）	・予約状況は例年とあまり変わらない。3月はレストラン部門が良かったが、相対的に消費者心理はあまり上向いていない気がする。	
	タクシー運転手	・5月の大型連休には県外客が多くなり、飲食の頻度も増え、ホテルまでの足として乗車機会が多くなる。梅雨に入れば早く帰宅するため、夜の街は静かになる。総じて、売上は横ばいと見込む。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・春商戦が一段落する。
		通信会社（支店長）	・新年度を迎えるが、大きな変動要素は見当たらない。
		通信会社（企画）	・特に大きな要因がなく、お客様の様子も変わらないので、今後数か月は変わらない。
		競輪競馬（マネージャー）	・米国の新大統領の政策による自動車産業の先行き不透明感が経済全体に影響しており、投資手控え傾向になって企業の業績アップの逆風となっている。個人消費も、プレミアムフライデー効果は見込みが薄く、不要不急なものは購入しない状況では景気回復は期待できない。
		設計事務所（所長）	・民間の設備投資は、市内の中心部等で増えてきている。一方、公共工事は減ってきている。
		商店街（代表者）	・4月末に大型ショッピングモールがオープンするが、大型店も過当競争を繰り返して、自然淘汰の時代に入っている。中心街と郊外型との争いは終わり、既存商業施設とネットショップとの戦いになっている。ネット社会が消費経済の主役になることは間違いない。
		スーパー（企画担当）	・競合店の出店の影響が続き、消費者の買いまわりは更に激しくなる。同じ商品なら少しでも安い店へと流れが顕著になる。
		乗用車販売店（従業員）	・受注残で当面の台数は確保できるものの、景気が上向き見通しがない。
		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予定で、その影響を少なからず受ける。
		ゴルフ場（従業員）	・向こう3か月の予約状況は、前年と比べると良くない。
		美容室（経営者）	・卒業、入学で動いた客も落ち着き、通常月に戻るため。
		× 一般小売店〔乾物〕（店員）	・4月に大型ショッピングモールができる影響で、当店の営業の継続が難しくなる。
		× 一般小売店〔酒〕（販売担当）	・4月に大型ショッピングモールがオープンするので、市内の小売業は消費者から見れば蚊帳の外。
		× コンビニ（店長）	・現実的に改善される事項が見当たらない。
	× 衣料品専門店（経営者）	・来客数、販売量をみると良くなるとは思えない。	
	× 通信会社（営業部長）	・春の需要期が終了し、夏商戦前の閑散期に入る。また、新商品発売前なので買い控えがある。	
企業 動向 関連  (四国)		-	-
		建設業（総務）	・大手企業の大規模な設備投資など動きがある。公共工事の発注の鈍化や民間工事の不透明さが懸念される。
		輸送業（営業）	・大型連休までは物流も活発化すると予想しているが、それ以降は先行き不透明な状況にある。企業向け商業物流を取扱う運送各社には運賃値上げの動きがあり、仮に値上げ時期と重なると、仕入れ側は販売価格に運賃値上がり分を転嫁することとなり、それが景気にマイナス影響を及ぼす可能性もある。
		食料品製造業（経営者）	・食料品の小売価格のデフレ傾向が続いている。その一方、原材料は高騰しており、販売価格には転嫁できず、利益が圧迫される。
		繊維工業（経営者）	・全体としての消費は大きく落ち込むことはないと思うが、消費者の価格に対する厳しさはますます強くなる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後は、新工場の商品の売上がどの程度伸びるかによって、全体の売上と利益が大きく変わる。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注量、受注案件共に少なく、当面低位で推移すると見込む。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光事業のメンテナンスと発電事業でまかなっていくことができている。大きな案件が入れば景気は良くなるが、手持ち案件は3年がかりで取組むため、景気には左右されにくい。
		建設業（経営者）	・もう少し民間企業が活気づいてほしい。
		建設業（経営者）	・手持ち業務量があるため、数か月間は変わらない。平成29年度の自治体の公共事業予算が減額となるため、その先を大いに懸念している。
		輸送業（経営者）	・受注状況をみても大きくは変わらない。
	通信業（営業担当）	・テレビCMでは不動産投資や製薬、医療関係等は新規を含め出稿量が増えているが、自動車や通信、家電等は縮小傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（副支店長）	・足元の運転資金需要動向に大きな変化はない。また、設備資金の需要動向についても目立った動きが見られない。取引先の景況感は慎重な見方が続いている。
		広告代理店（経営者）	・県外得意先のテレビ等マスメディアの広告費増額契約、大口得意先の新年度継続契約が予定されている。しかし、地元資本の得意先の多くは広告費を削減する傾向にある。全体ではあまり変わらない。
		公認会計士	・経営者の多くが、設備投資はまだ十分な態勢が取れておらず、将来に対する不安等から控えめであるようだ。今後も景気は変わらない。
		農林水産業（職員）	・今年に入ってから一般消費の鈍化がうかがわれる。量販店は利益追求に走りがちで、特売品以外の売価をあまり下げずに利益商材の比率を高める傾向がある。一方、青果物の生産出荷量はおおむね順調に推移しており、実需を大きく揺るがすような数量減は予想していない。このため、近年安定していた春～初夏においても低調な販売が続く見込み。
		木材木製品製造業	・戸建住宅の建築確認申請件数の対前年比の伸びは鈍化傾向にある。今年4月に導入予定であった消費税増税を見据えた受注及び契約に動いていたので、需要を先食いした感がある。それ以上の消費マインドが働く市況感はない。
		化学工業（所長）	・石油価格高騰や円安で原材料価格が上昇しており、不安要素となっている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・需要減少のなか、中国経済減速、原油・資源価格動向、地政学上のリスク、米国や欧州の政治動向など、不透明感が強まっている。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量や受注見通しは微減と見込む。ただし、市場のデマンドはフラットと予測しており、悲観的には捉えてはいない。
	x	輸送業（支店長）	・原油価格高騰による燃料費のコストアップ。
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業担当）	・新卒採用が増加傾向にあり、一般的に人手不足がうかがえる。人員増強に伴い、周辺企業の景気も良くなるのではないが。
		職業安定所（職員）	・2月の有効求人倍率は1.45倍で、前年比0.07ポイント上昇している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒の採用活動が解禁され、3月の求人数が例年以上に多い。地元以外、特に関西圏からの求人が多くみられる。
		人材派遣会社（営業）	・新年度に入り、新しい環境となることで購買意欲が高まり、景気も上向くと思うが、人件費等に経費が増えた分、その他の経費削減が強化される。生産性が高まるまでは、景気はそれほど変化はないと考える。
		求人情報誌（営業）	・来年卒業予定者の新卒採用に向けて地元企業も動き出しているが、学生の大手企業志向等により苦戦している。求人難・人手不足から景気は横ばいとなる。
		民間職業紹介機関（所長）	・求人を出しても人材が集まらないという焦りがあり、業態拡大もままならないという企業が多い。将来的に人手不足感が増幅される危険性が大きい。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期も過ぎ、求人数は減少すると予想される。
		x	人材派遣会社（営業担当）

#### 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)		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今月に比べ来月はやや落ちるが、歓送迎会等の催しに期待している。
		観光名所（従業員）	・熊本地震から4月で1年経過するが、徐々に交通も元どおりになり客も多くなった。ゴールデンウィークに入るがどの位戻るのか不安でもあり、同時に楽しみでもある。
		百貨店（総務担当）	・前年は熊本地震による買い控えがあったので、その反動が期待できる。
		百貨店（営業統括）	・4月に入り気温上昇と共に、衣料品の動きが活発になる。特に季節商材に動きが出る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当・店長）	・今月の下旬から来月上旬にかけて花見時季で来店客や売上が増える。例年よりも桜の開花が遅れており、売上の増加も遅れている。4月中旬以降は熊本地震の影響もあり前年割れは仕方がない。
		衣料品専門店（店員）	・夏物実売期に入り、シークレットセールスタート等で来客数も今よりは増える。
		家電量販店（店員）	・家電製品の売上には波があり、特に天候に同調するところがある。冬場は暖冬で客足が鈍かったが、必要なものは必要ということで波がきている。天候についてはよほどのことがない限り若干良くなる。
		家電量販店（店員）	・熊本地震の後、ぜいたくをしてはいけないう雰囲気由来客数はかなり減った。今年はそういったこともなく前年よりは良くなる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・季節商材が動き出している。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電製品の需要が増える。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・3～4月は異動時期であり、それに伴い新規客と既存客の出入りがあるが前年比で新規客が増加している。
		その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員）	・熊本地震の影響で前年は売上が落ち込んだが、今年は新幹線も通常運行に戻るため期待できる。桜島の噴火も沈静化し観光客も増え、売上増になる。
		その他小売の動向を把握できる者【ショッピングセンター】（統括者）	・熊本地震の反動が今年はプラスで見込まれ、外国人観光客の客単価は下がっているが、客数は増加している。
		高級レストラン（専務）	・当地では今後いろいろなイベントが重なっており、2～3年先まで行事が多くあるのでそれに期待している。
		通信会社（企画担当）	・把握しているだけでも既に受注増である。
		通信会社（営業）	・催事でアンケートを実施しているが、購買意欲は高い。
		通信会社（営業担当）	・ドラマの撮影効果で、建設や観光に若干ながら波及効果がある。
		商店街（代表者）	・熊本地震以降、商店街全体の通行量が増加したが、顕著な売上の増加は耳にしない。しばらくは、落ち込むことも無いようだが、良くなる要因も見当たらない。低い現状を維持するので精一杯である。
		商店街（代表者）	・人気アニメーションの聖地巡礼の効果で経済が動いた分、活力が湧き、潤いが全体に行き渡る。
		商店街（代表者）	・繁忙期は4月下旬まで続く。5月に入ると企業自体が落ち着き、またゴールデンウィークも入ってくるため、小売り販売業は減少する。
		商店街（代表者）	・大手企業、公務員以外の人たちの生活は非常に厳しい。収入が増えるという報道と実際の感覚との差があり、非常に警戒心が強い。消費に回すお金は毎日食することで精一杯である。
		商店街（代表者）	・先行き不透明で予測ができない。
		商店街（代表者）	・卒業、入学、就職、転勤でかなりの出費があり、今月もあり変わらない状態が続く。
		商店街（代表者）	・商店街の生鮮市場閉鎖により来客数が減少し、商店街への影響はしばらく続く。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く見当たらず、この状況が続く。
		一般小売店【鮮魚】（店員）	・これからの時季、主に売れる魚が少ない。何が売れるのかわからないが、商売を続けたいといけない。
		一般小売店【茶】（販売・事務）	・売上が大きく伸びる材料もなく前月と変動なく維持する。大手企業では贈答品も伸びているが、小売業者は期待も薄い。
		百貨店（営業担当）	・外国人旅行客の増加効果は一時的で、地元客の買物の二極化と、自家需要重視の慎重な買物傾向は続いている。また、婦人衣料品の苦戦は続いているが、紳士・婦人雑貨や美術品などの好調は続いている。ホワイトデーでは従来の代理購入に加え夕方の男性来店、宝飾品の単価アップがあった。
		百貨店（営業担当）	・将来に対する不安要素が、まだまだ払拭されておらず、可処分所得が増えても貯蓄に回っていく状況が続いていく。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品や食料品などは堅調だが、主力である衣料品全体が不振である。
		百貨店（経営企画担当）	・食料品や化粧品等の日用品の販売は好調な一方、消費者の購買力低下及び、低価格志向の強まりは依然として続いている。

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（業務担当）	・熊本地震から1年が経ち、前年営業できなかった反動増はあるが、客の心理としては、1年前の状況を思い出し、買物に慎重になっている。住居を含めた復旧が中心の客も多く、通常の消費はまだまだ弱い。
		百貨店（売場担当）	・衣料品は気温の影響をかなり受けている。来客数が売上に直結している。今月だけで言うと非食品と食品については客単価が前年を上回っているが、購買客数は減っている。市内全店ほぼ前年並み、若しくは若干割れといった状態で推移しており、今後大きく変わる要因はない。
		百貨店（マネージャー）	・来客が相変わらず伸び悩んでおり、景気が上向いているという実感が無い。インバウンドについても客数は上向いているが、客単価の低下傾向は続いている。
		百貨店（店舗事業計画部）	・3月中旬から下旬にかけて気温が上がらなかった分が4月にかけて回復する可能性がある。総合的に傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・米国の動向や近隣諸国の動向不安定で、景気回復が見込めない。
		スーパー（店長）	・スーパーマーケットもそうだがコンビニエンスストアの出店攻勢が多いため、全体的に売上自体が食われてきている。全体でみると良いのかもしれないが個店でみると厳しい。
		スーパー（総務担当）	・来店客数は前年を上回っているが、購入点数、客単価がここ数か月前年を下回っている。
		スーパー（総務担当）	・消費者の低価格志向が強くなってきており、ディスカウントストアの出店により客数が減少している。
		コンビニ（経営者）	・客の購買の様子を見ていると低迷した状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・インターネット販売が好調で、店舗での販売は減少している。何らかの販売促進で客数増を狙っていかなければ厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・商店街の改装工事終了までは客はほとんど来ない。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気が良くなる様子が全くない。
		家電量販店（総務担当）	・家電製品の需要が落ち込む時期なので、買換え需要しか望めない。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末商戦が終了し仕事量は落ち着くが、当面は新型車効果で売上が堅調に推移する。
		乗用車販売店（代表）	・変わる気がしない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・年金不信、アベノミクス失敗、政治の混乱で変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・3月の連休の近郊からの観光客は、前年並みであった。燃料油の小売価格の見通しは不透明であり、ゴールデンウィークに期待したいが、3月の状況からすると前年並みになる。
		ドラッグストア（部長）	・特段大きく崩れるような要素もないが、一方で良くなるきっかけになりそうな事柄もない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・景気回復に向けた材料が少ない。プレミアムフライデーは一定の効果があり売上拡大につながったものの、一時的な効果であるため、景気の起爆剤になるような材料が欲しい。
		高級レストラン（経営者）	・予約がいくらか入っている状況を見ると良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・数か月先の予約状況に大きな変化がない。
		一般レストラン（経営者）	・来月の予約も入っており、ゴールデンウィークまではこの調子でいく。
		都市型ホテル（販売担当）	・4月の宴席利用は毎年あまり良くない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気浮揚のために策を打つ姿勢が見られない。
		旅行代理店（従業員）	・アウトバウンドよりインバウンドが良く、座席確保が厳しい状況が続く、大幅な集客増はやや厳しい。国内旅行は京阪神や、国内の2大テーマパーク方面も伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・人口が減少しているなかで仕事をしているが、こういう状況では売上が増えず所得が増えることもない。
		タクシー運転手	・催物の充実、観光客の増加は続いており、景気の上向き傾向が続く。
		タクシー運転手	・今年はタクシー需要も桜の咲き具合も例年と違う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークの予約が前年ほどではなく、毎年減少傾向である。ゴールデンウィーク明けの平日の予約状況が悪く、プレー代金を下げた企画をしないと客が入らない。工夫をして客を取り込むのも課題である。客の動向として、直前予約の客が多く、団体での先の予約が減ってきている。
		競輪場（職員）	・業界全体の売上の伸びはほぼないが、顕著な下げ傾向もない。
		競馬場（職員）	・現時点で変わる要素が見当たらない。
		理容室（経営者）	・業界的に卒業、入学があり、いくらかは良いが、4月以降は就職や進学で抜けた分が埋まらず、結局良くならない。社会全体が年度替わりの3月は良くて4～5月は落ちるといった状態で厳しい。
		美容室（経営者）	・3月が少しずつ良くなっており、今と変わらない状況が続く。
		美容室（店長）	・景気は変わらないし、2～3か月先も大きな変化はない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・4月以降、客数は増えているが、新年度からのさまざまな値上げによる利用控えや、介護保険制度の改正による単価ダウンにより、売上が伸び悩む。
		音楽教室（管理担当）	・今後体験レッスンなどを行うが、どれだけ集まるかはわからない。
		設計事務所（所長）	・米国の政策、英国のEU離脱問題、北朝鮮の問題等の海外の影響がじわじわと出てくるが、地方への影響はもう少し先になる。
		設計事務所（代表）	・良くなる要因がない。
		住宅販売会社（従業員）	・直近の契約や来客数から、現在の状況は続いていく。
		住宅販売会社（従業員）	・年度が替わることや、消費税増税が近づいていることで、一般的に景気はあまり悪くないが、業種によって良い悪いがある。良くなる理由も悪くなる理由もわからないが今後あまり変わらない。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税による駆け込みについて、前回の5%から8%へ消費税増税の時のような勢いはない。このまま駆け込みは起きずに増税を迎え、新築住宅事業に関しては落ちていく。
		商店街（代表者）	・客の動向を見ていると目的買いが終わると他の商品を見ることなく退店する。また、店に来ては買わずに帰る客が目立つ。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・3～4か月後には雨季を迎えるが、客の買回数も減少し、県産野菜も減少し、県外からの野菜が高騰する。横ばい若しくは厳しくなる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・通常は原材料の相場が下がる時期だが、今年は下がらず高止まりしており利益を圧迫する。
		百貨店（営業担当）	・新規競合店の参入が同一地域内で予定されている。
		スーパー（店長）	・先行きの不透明感による客の購買心理は相変わらず冷えた状況が続く。そういった中で競合店の出店計画があり価格を含めた競争が厳しくなる。
		スーパー（店長）	・野菜の相場が下がってきており、前年比104%くらいで推移している。特需により競合店も解禁してきたので現状より悪くなる。
		コンビニ（店長）	・米国の新大統領の影響による景気も、つい最近の株価下落で終わった。
		衣料品専門店（店長）	・はっきりした理由はないがやや悪くなる。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・近隣に新規で競合店が出店するため、売上が減少する。
		都市型ホテル（副支配人）	・前年は熊本地震の復興支援による需要が非常に高まり単価も上がったが、今年の4～7月はその反動で、減少している。
		通信会社（業務担当）	・繁忙期が過ぎると同時に単価が下がるので、今後の景気はやや下火である。
		設計事務所（所長）	・まとめるべき資料が少なく、現状が続けば3か月先もやや悪い。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・自動車税制改正によって買い控えがある。
	×	スナック（経営者）	・飲食店にとって稼ぎ時である週末の来客数が減少している。特に法人利用の減少が大きい。前年からずっと景気向上の兆しが無い。
企業		-	-



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連  (九州)		農林水産業（経営者）	・新年度に入り、冷凍食品メーカーの動きが活発化し、原料肉の引き合いも強くなっていく。スーパーマーケットや居酒屋はブラジルの食肉不正で一時的に国産志向が強くなる。遅れている桜の開花も4月には咲き、行楽需要にとって追い風となる。
		農林水産業（営業）	・生産製造状況と輸出入の状況が変化しない限り、しばらくは続く。
		農林水産業（従業者）	・果菜類を中心に、出荷が前倒ししている。果菜類は1年の作付けあたりで出荷できる量が決まっているので、今後5～6月にかけて、需要と供給のバランスが逆転し、高値になる。
		繊維工業（営業担当）	・全体としての景気は微妙なところだが、仕事はあるので上手に受注していく。
		家具製造業（従業者）	・ホテル家具の確定物件が本格化しコントラクト家具(特注家具)は2けたの伸びが予想されるが、一般家具の小売は3月需要期に前年比10%減となった。この伸びと落ち込みを差引きするとやや良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・計画されている多くの建築物件がなかなか具体化せず、販売量や受注量が伸びない。そのため販売価格も伸び悩んでおり、ひたすらに我慢の時期である。今後案件は増えそうだが具体化する時期が不透明である。
		金属製品製造業（事業統括）	・東京オリンピック関連案件である宿泊施設の建設増加による影響がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後の受注状況はかなりのスパンで仕事量が入る。このような状況がこれからもしばらくは続いてほしい。
		電気機械器具製造業（取締役）	・素材価格が上昇しているが、それ以上に受注が増加する。
		通信業（職員）	・受注予算の見込みが前年度よりも多く、緩やかではあるが上昇傾向である。
		経営コンサルタント（社員）	・4月になり新しい会計年度を迎え、新しい動きが期待できる。
		化学工業（総務担当）	・世界経済の先行きが不透明である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は例年受注が多いが伸び悩んでいる。前年度は陶器イベントもかなり良かったが、今年度はそこまでいかどうか危惧している。3月の売上も1割近く落ち込んでおり、現在の受注も思ったほどではない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来月は新年度なので、新年度の予算をもって動き始める。異動があるためしばらくは様子見である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量の変化はあまりない。しばらくはこの状態が続く。
		精密機械器具製造業（従業者）	・この数か月、受注量や生産数は変わらないが、毎月利益は上がっている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点もやや良い生産台数で今後も安定した計画で展開されているため、やや良い数量で変わらない。
		建設業（経営者）	・受注状況も大きく変わらない。急激に景気が冷え込むこともない。
		建設業（従業者）	・見積案件は少ないが、年度初めに公共工事の案件が増える。まだまだ先行きが不透明で設備投資も停滞する。
		輸送業（従業者）	・良くなる材料が見当たらない。
		輸送業（従業者）	・良くなる要因が見当たらない。
		通信業（経理担当）	・目新しい政策が乏しい中で、IT関連への需要はしばらく見込めない。
		金融業（従業者）	・自動車関連企業が海外向けを中心に、生産水準を上げてきているほか、公共工事も増加している。雇用者所得も持ち直してきているが、設備投資がやや伸び悩んでいる。
		金融業（調査担当）	・原油価格や為替も安定しており、懸念材料は顕在化していない。
		金融業（営業）	・政治的な要因に左右されやすく、足元の景気は今後様子見を含めた対応が続く。
		金融業（営業担当）	・年度末となり売上も増加しているが慢性的に人手が不足しているため、思うような利益の確保ができず景気が上向かない。
	不動産業（従業者）	・商業施設の売上が横ばいに推移しており、継続する。	

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
		広告代理店（従業員）	・平成28年度最終月で、新聞折込業界では受注枚数が年間を通して最も多い月の一つである。例年卒業・入学などのイベント商戦が活発になる時期で大いに期待できる月だが、受注枚数は前年同月比93%と毎年度前年割れが続いている。今年度もベースアップは微増にとどまり実質賃金は上がらなかった。やはり賃金の上昇なくして消費の活性化はない。
		経営コンサルタント（社員）	・サラリーマン家庭の景気が悪い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページのアクセス数や問い合わせ件数に大きな変化がない。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・次年度のベースアップがない代わりに就業時間を短縮するといった働き方改革を行っている。収入増加よりも仕事と休日のメリハリをつける方向に進んでいる。マンションの購入を検討していた知人が、価格が上昇しているためしばらくは保留としており、大きな買物は控える傾向にある。社内外の飲食機会は増加している。
		食料品製造業（経営者）	・端境期に入るため原料入荷、生産販売とも減少する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の受注量等の傾向からみて、やや悪くなる。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・生産量は増えているが受注価格が下がり続けており、厳しい状況が続く。
		輸送業（総務担当）	・米国政権の迷走などに影響を受けている感がある中で、日本の金融政策も手詰まり感がある。労働人口がますます減っている世の中において、消費の冷え込みも含め今後の景気が懸念される。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・当月の売上は一過性の要因が大きく、主力の通信販売、旅行商品の広告によるところが大きい。旅行商品は回復の兆しが見えず、前年実績を上回るのは難しい。
	×	建設業（社員）	・官公庁の発注が多くなるのは、5月のゴールデンウィーク後からである。仕事が少ないからといって作業員は切れず経費が掛かる時期なので、早期の発注を希望する。
	×	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・建設コンサルタントや調査会社への委託業務の発注数が少ない。予算も少なくなっていることから、景気がますます悪くなる。予算が少ない業務でも、3月に指名連絡があり、請負業者も先に仕事を得ようとしており、競争がますます激しくなり、景気が悪くなる。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークが来るので、接客や販売などの需要が増える時期である。地方で大型商業施設がオープンするので求人も多くなる。また、国内外からの観光客を目にする頻度が高く、今後ますます増えていく。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・4月末からのゴールデンウィークで旅行を中心に流通も活発化する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月に熊本地震の発生から1年を迎え、復興イベントが各地で行われること、中心市街地にも新たな流通ビルが開店すること等から景気は緩やかに上昇する。
		職業安定所（職員）	・今後も求職者数減、求人数増の傾向は継続し、大規模倒産等特殊な要因がない限り、この構図に変化はない。
		人材派遣会社（社員）	・長期で稼働中である派遣社員が直接雇用の求人を探し始め、派遣社員としての働き方自体を考えるようになってきた。求人が入ってきてても人選に時間が掛かり悪循環に陥ってしまう。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に特徴的な動きはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地はいまだ外国からのクルーズ船が多数来港し観光客も多いが、以前のような爆買いはない。また、熊本地震から1年たち、最近も悪くもない状態が続いている。今後もこうした状況が続く。
		職業安定所（所長）	・当面、有効求人倍率は1倍台と高い傾向は変わらない。
		職業安定所（職員）	・熊本地震特需の期待はあるが人材不足が全分野に広がっており、事業拡大の足を引っ張っている。
		職業安定所（職業紹介）	・増減幅に変動はあるものの今後も求人増加及び求職者の減少は続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
		民間職業紹介機関（支店長）	・全体求人数は増加しているが、料金の値上げが厳しいので、売上増にはなるが、利益面では期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2018年度卒業生の採用活動は前年度と比べると早期に実施されている。景気そのものと求人動きが直接関係があるとは明言できないが、将来的な労働人口不足への対策の一面がうかがえる。
		人材派遣会社（社員）	・人材需要は、3月で一段落し、欠員補充を中心としたものになる。
		人材派遣会社（社員）	・年度末、年度始めの繁忙期対策のため求人数が増加しているが、数か月後には落ち着く見通しである。また3月は年度替りで求職者が最も多いが、4月以降は転職希望者の動きも鈍くなる。
		民間職業紹介機関（社員）	・年度末、年始の求人依頼も一段落し、落ち着く。
	x	人材派遣会社（社員）	・労働法、労働者派遣法の改正の影響が出る。

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連  (沖縄)		衣料品専門店（経営者）	・例年、春から夏にかけての景気は上向いていく。今の状況よりは良くなるとみられる。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなると年配の来客数が伸び、食料品が売れるようになる。
		観光名所（職員）	・来客予約数の動きから、やや良くなると判断した。
		ゴルフ場（経営者）	・4月以降は、客単価が若干下がるとみられるが、入込数はそう悪くない。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場客数に対して商談件数が増えている。
		百貨店（店舗企画）	・免税売上の推移や食品売上の推移が上向き傾向であることから、やや良い方向で推移すると予測している。
		スーパー（販売企画）	・客数のマイナスは競合店の影響だと考えられるが、原因ははっきりしない。買上点数のマイナス分を単価でカバーできていない状況であり、現状は続くと思われる。
		コンビニ（代表者）	・当社においては、カード類での売上低下がみられるが、全体としては堅調に推移している
		衣料品専門店（経営者）	・新商品に対する購買意欲があまり感じられず、景気が良くなるとは見込めない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・繁忙期が落ち着いてくると思われるが、大きく変わる要因は見当たらない。
		旅行代理店（マネージャー）	・ゴールデンウィークの日並びに若干期待するが、単価が高く設定されているので、どこまで伸ばせるかは不透明である。
		通信会社（サービス担当）	・携帯業界も新規契約は飽和状態が進み、機種変更が多い格安スマホ、他社からの切替えで多少動きがある状況である。
		住宅販売会社（代表取締役）	・設計プラン作業を進めている客も相当数あり、今後も建築受注は順調に推移するとみられる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・予約状況から推測できる今後2～3か月先の客室稼働率は前年同月実績を上回る見込みだが、今月よりはプラス幅が小さい。
		通信会社（店長）	・特に景気が上向きとなる要素が見当たらず、例年落ち着いてしまう時期なので期待はできない。
	x	商店街（代表者）	・観光客は商店街には訪れるが、売上は上がらない。婦人衣料等が2～3日も売れないということも耳にする。物販の中でも婦人衣料、紳士衣料の厳しさが際立っているように見られる。また、空き店舗が出ると、手軽にできる立ち飲み屋や飲食店が小規模で出てきている状況であるが、環境の悪さへの指摘もある。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・自店舗も求人難が続いており、スタッフがそろわないと集客ができないうえ、人件費が高騰している。県外の人材や障がい者、高齢者の採用も始めている。この状態は続くともみているので、人を使わない事業形態に転換していかなければならない。
企業動向 関連  (沖縄)		-	-
		輸送業（営業）	・インバウンド効果により、いくつかのカテゴリーの取扱貨物が若干増えている。また、数か月前から荷主に要望している受託料金の改定が徐々に進んでいる。従業員の待遇改善を並行して進めることで、生産性も向上しつつある。

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
		食料品製造業（総務）	・日頃口にする食料品の消費動向が低価格指向になりつつある気がする。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新年度も前年度同様の見通しである。
		建設業（経営者）	・今月の仮契約申込件数が横ばい状況である。
		輸送業（代表者）	・生コンは、離島のリゾート関連民間工事が動き出しており、公共工事でも、建築工事や港湾整備工事が本格化している。ただしアスファルト関連は、一休みの状態となっている。
		コピーサービス業（営業担当）	・例年、年度末に比べると仕事量が減る。
	x	-	-
雇用 関連  (沖縄)			
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増加する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・季節柄、新しい風が吹く。それに伴う動きから景気が良くなるとみられる。
		人材派遣会社（総務担当）	・依然として、求職者が集まらない状況が続いており、企業へのマッチングに苦労している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大卒求人が解禁され、企業の求人活動が活発になってきた感がある。実感としては、前年同様の印象を受けており、向こうしばらくはこのペースのまま推移するものと予想している。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・3月は年間を通して一番求人数が増加する月である。3月と比較すると4～5月は若干減る傾向にあり、6月は更に減少すると思われる。
	x	-	-