

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)		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・現政権の経済対策の効果が北海道にも現れ始めている。また、アジア人観光客の動きにも助けられている。
		旅行代理店（従業員）	・夏場の観光繁忙期を迎えて、観光需要やスポーツ合宿などが例年どおり活発に動くと思われる。また、7月末に韓国からの国際チャーター便が就航するなど、外国人観光客においても当地を含めた広域観光圏への注目度が上がってきている。
		商店街（代表者）	・10月頃には青果物の収穫期となるため、今年の収穫量がどうなるかは分からないが、それなりの動きがみられることになる。
		百貨店（営業販促担当）	・7月の天候不順は特殊要因であり、継続的なものではないとみられるため、今後の天候回復により農作物の生育状況が例年並みに推移することになれば客足は戻ってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後についてはやや良くなるとみられるが、天候不順などの影響で、原材料の高騰が見込まれることが懸念材料である。
		コンビニ（店長）	・競合店が改装で1か月ほど休業するため、今後については期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・順調に来客数が回復しており、先物に対する問合せも増えているなど、購買意欲が上向ってきているとみられるため、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・当社主力の新型高級車の受注が順調に推移しており、今後の販売台数の伸長が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の話題が客から出始めていることから、今後の駆け込み需要が期待できる。
		観光型ホテル（経営者）	・韓国便を始めとした航空路線が堅調に推移しており、予約が比較的好調なため、今後についてはやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・引き続きWebでの個人予約が好調に推移していることから、今後についてはやや良くなる。9月の大型スポーツイベントもプラスに作用する。
		住宅販売会社（経営者）	・夏らしい季節が戻ってきていること、株式市場が踊り場を脱却し始めていることから、景気がこれから上向いていくことになり、建築関係の景気も良くなる。
		商店街（代表者）	・天候不順の影響で農作物に影響が出ているなど、先行きへの不安があり、客の購買心理にどのように影響するか不透明感が拭えない。
		商店街（代表者）	・客の動きに変化がないため、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・外国人観光客は順調に推移している。ただ、国の構成に変化がみられるようになってきている。国によって買う物も変わってくるため、商品構成に苦慮している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・6～7月と売上は好調だったが、これよりも良くなることまでは考えづらく、今後も同じような状況で推移することになる。
		百貨店（売場主任）	・外国人観光客による需要が前年並みに落ち着いたことに加えて、日本人による売上も落ち着き始めてきた。世界情勢を含めても景気が上向く要素がみられないため、良くて現状維持で推移することになる。
		百貨店（担当者）	・ここ数年のトレンドが余り変化しておらず、現在の流れが継続する。
		百貨店（販売促進担当）	・今年は例年よりも気温の上昇する時期が遅く、夏の期間が短くなることが見込まれる。盆を過ぎるとすぐに秋の気配となるため、衣料品を中心に商材を売りにくくなる。また、景況に影響するようなイベントなども例年どおりの開催となることから、景気の変化は余り起きない。
		百貨店（役員）	・月による好悪の変動が激しく、良いとも悪いとも予測が立てられない。
	スーパー（店長）	・全国的に猛暑や平成30年7月豪雨などの災害があり、農畜水産物への影響が出て、価格高騰が見込まれるため、今後も客の節約志向は変わらず、景気は横ばい又はやや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・変わる理由が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・現在、当店の周辺の道路が工事中であり、封鎖されている道路が何か所かあるなど、交通環境が非常に悪くなっている。そういうこともあり、景気の悪い状況になっており、今後も同様の状況が続く。
		スーパー（役員）	・ローカル地域の人口減、ドラッグストアを含めた業態間のサービス競争がますます厳しさを増すことになる。業態間競争の厳しい状況は消費向上や景気向上にはつながらない。
		スーパー（役員）	・平成30年7月豪雨の影響で、物流の遅れ、果物や野菜の値上がりが出ており、益商戦に向けてマイナスの影響が出ることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後については漁業、観光での期待が見込めることから、景気はやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・特に良くなる要素がないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・7月の落ち込みの反動で、景気はやや良くなることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界では大きな変化が生じる環境にないことから、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、新型車が出てても現在の販売状況は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・8月は9月の決算前の月であることに加えて、お盆で動きがやや少なくなることもあり、厳しい時期となる。9月は決算月であるため、多少回復することになるが、10月になるとタイヤ交換が始まるシーズンとなるため、厳しくなる。全体的に景気は変わらないまま推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・前年はタイヤの値上げを控えて、10月までの冬タイヤ購入が伸びたが、今年は前年比98%程度での推移が見込まれる。一方、エアコン、室内清掃、消臭など、車のメンテナンス需要が伸びている。
		高級レストラン（スタッフ）	・知人の飲食店では、仕事のできる主婦パートが社会保険に加入して就業時間や収入を増やすケースが出てきている。これだけ観光が好調であっても、家庭の景気は上向いておらず、家計の支出が増えている状況にあるため、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・今後も好調を維持する。
		旅行代理店（従業員）	・客との会話の内容から、景気が好転するような材料が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・北海道のような広域エリアにとって、統合型リゾート（IR）の建設が決まることになれば、雇用を含めて景気が上向きになる可能性がある。
		旅行代理店（従業員）	・来客数は横ばいで推移していることから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・乗務員不足が解消されないため、今後もタクシーの稼働の悪い状態が続き、会社の売上も前年比マイナスが続くことになる。
		タクシー運転手	・外国人観光客や国内観光客からの問合せや見積りなどは例年並みの一方で、各種イベント時のオーダーが見込める。ただ、景気は変化のないまま推移する。
		通信会社（企画担当）	・通信に付帯するサービスへの加入が増えているが、通信端末自体の販売で収益が向上する傾向が見えないため、今後も景気は変わらない。
		観光名所（従業員）	・天候次第の面があるが、利用乗降客の増減について、これといったプラス要素もマイナス要素も見当たらない。
		観光名所（職員）	・天候が安定しなかったものの、外国人観光客などの恩恵を受け、前年を上回る成績を維持できており、繁忙期に向けて引き続き好調に推移する。
		美容室（経営者）	・天候の影響による農作物の不作や災害がない限り、7月と同じような売上で推移することになる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・天候の大幅な悪化がなければ、今後も順調に推移することになる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅価格の高騰が続いており、一般の住宅需要層が購入できる価格を大きく超えている一方で、低金利が続いていることから、どうにか需給バランスが保たれていることから、今後も景気は変わらない。

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
		商店街（代表者）	・当地における夏季のイベントなどはほぼ終了することになる。また、時期的に外国人観光客は当地の周辺に立ち寄る傾向があるため、商店街としては地元客の日常的な買物が主体となってくる。このため、経済活動としては一休み状態に入ることになる。
		商店街（代表者）	・シーズンオフに向かうため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・燃料費の上昇、実質賃金の伸び悩みなどから消費者の買物行動は慎重さを増しており、チラシ、特売に対する感応度が極めて高い。この先も消費が自律的に改善するという予測は立てにくい。
		コンビニ（エリア担当）	・漁獲量の回復が見込めず、今後も厳しいことが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる要素がない。今後も災害の影響で生鮮品の高騰が予測される。そのため、価格の安い大型店に客がますます流れる可能性が高まり、来客数の減少が見込まれる。安い価格を打ち出せば客は来店するが、目玉品のみの購入が進むことになり、全体売上にプラスの影響は現れない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・天候が異常であり、雨以外の理由で客足に影響するような状況は体験したことがない。顧客の来店を促す新たな施策が重要になってきている。
		高級レストラン（経営者）	・天候不順の影響で野菜が不作となり、価格が高騰することが見込まれる。また、最低賃金の引上げや原材料の高騰で利益が出ないため、経営が大変になってくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・平成30年7月豪雨の被災者への配慮、異常気象などの天候不安により、客の購買が控えられることを懸念している。
		タクシー運転手	・地元の夏祭りの時期を迎えているが、軒並み規模が縮小しており、人の流れと売上が直結してなくなっているため、今後の景気はやや悪くなる。
		通信会社（社員）	・買換えサイクルが長期化しているなか、新商材の発表まで僅かという時期的な影響もあり、買い控えが顕著となる。
		美容室（経営者）	・人件費の高騰や消費税増税、働き方改革で中小企業はどんどん追い詰められていくことになる。
	×	タクシー運転手	・春先の天候不順が農作物に影響しており、農業関係者の間では今季の収穫量が減少するとの話が出始めていることから、今後の景況を押し下げることになる。
	×	タクシー運転手	・当地の空港にLCCが就航するが、バス運賃の割引などがあることから、タクシーの利用頻度は余り高くないことが見込まれる。乗務員不足も改善の兆しはみられない。
企業動向関連 (北海道)		建設業（経営者）	・今後については工事の最盛期となり、稼働率が上がる。ただ、毎年のことだが、職人、オペレーター不足が顕在化することにもなる。工事量は前年と比べて公共土木がやや減少する見込みとなっている。
		建設業（役員）	・降雨などの天候不順に伴う工事進捗への影響は限定的であり、大きな工期遅れは発生していないことから、年度前半は出来高が好調に推移することが期待できる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・見積り依頼、機材の在庫確認が増加傾向にあることから、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・地域によるバラツキはあるが、全道的には建築関連企業が多忙のため、他業種にも景気の恩恵が生じることになる。また、電力関連の仕事が出始めているほか、災害対策などの仕事も見込める。
		食料品製造業（従業員）	・これ以上悪くなる要素は今のところ見当たらないが、平成30年7月豪雨や猛暑がどのように影響することになるか何ともいえない状況にある。
		家具製造業（経営者）	・2020年まではある程度の特需が見込めるものの、その後の冷え込み予測が拭き切れない。そのため、アクセルとブレーキを同時に踏み込んでいる現在の状況に変わりはない。
		建設業（従業員）	・稼働している建築工事の件数は増えているが、例年と比べて大規模な工事が少ないため、最盛期はそれほど長くないとみられる。
		輸送業（支店長）	・物量は見込めるが、労働力不足や燃料油の高止まりがもたらすコスト増、天候不順による農作物輸送への影響など、マイナス面の懸念も多く、今後については予断を許さない状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・6月からの長雨と日照不足で、農作物の収穫に不安がある。ただし、物流業としては、平成30年7月豪雨に伴い、北海道や他地区からの応援輸送が発生している。
		金融業（従業員）	・外国人観光客による消費は引き続き堅調に推移することが見込まれる。一方、個人消費はエネルギー価格の高止まりなどが重荷となり、期待されたほどの賃上げ効果が現れず、勢いを欠く状況が続く懸念がある。公共投資の減少も道内景気を下押しするが、総じてみれば先行きの道内景気は変わらないまま推移することになる。
		司法書士	・人口増加により、土地取引や建物の建築が増加しない限り、当業界の景気回復は望めない。
		コピーサービス業（従業員）	・客先の業績は伸びているが、慎重な姿勢は変わらない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・現在の状況が当面続く。
		通信業（営業担当）	・受注量に大きな変化はないが、客単価は下落基調がみられる。客の予算、価格に対する目が総じて厳しくなっていることから、足元の景況感はやや悪化の方に振れることになる。
		司法書士	・不動産売買、建物新築の相談件数が少なく、現在の経済環境を踏まえると、今後も不動産の売買、建物の新築工事などの受注量の増加を期待できない。
		司法書士	・大雨や台風がもたらした膨大な損害を早く処理しなければ景気が後退することになる。政府による景気回復の施策が見えないなか、野菜の不足による値上がりなど、日常生活にも影響が出てきている。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・人手不足によるチャンスロスが生じている。労働者派遣法や労働契約法の改悪が中小企業の経営を圧迫している状況にある。
	×	食料品製造業（従業員）	・原料のキャベツやタマネギの価格が、大雨や日照不足による不作の影響から、今後値上がりすることが見込まれるため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (北海道)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・夏商戦が盛り上がり、企業業績への好影響が見込まれる。一般の営業会社も現状以上の売上を確保できる見通しを立てている会社が多く、今後については地方景気の底上げが見込める。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・基幹産業である農業において、6月は天候不順で作況が心配されたが、7月以降、天候が持ち直したことで作況が回復傾向にある。また、外国人観光客を中心に観光客の入込が順調に推移していることなどから、今後の景気はやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地方の人口の年代構成もあいまってクライアントから若年者採用の厳しい現状の声が届いていることから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人を出しても採用できないことで、企業が募集を手控える傾向は今後も変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・公共工事の効果も一巡し、個人消費も横ばいで推移していることから、今後も景気は変わらない。内向的な経営者が多いことも影響している。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が前年を上回っている一方で、月間有効求職者が減少する傾向にあるため、今後しばらくは求人倍率が前年を上回る傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は8か月連続で前年を上回っており、業種によって人手不足の状況が深刻化している状況は今後も変わらない。
		職業安定所（職員）	・7月の大雨が、今後、農業に影響を与える可能性があることから、今後、当地の産業全体に影響を与えることが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・世界的な不漁でイカの価格が高騰しており、イカを原料とする水産加工業者の業況に不安がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒を採り切れていない企業にとっては、秋期リーグ戦が終了し、就職活動を再開又は初めてスタートさせる部活生との接触や内定出しが増えることが見込まれるが、無理をしてまでも内定は出さないというスタンスは変わらないとみられるため、2～3か月後も景気に大きな変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・前年までの求人増の反動が生じている。道内のどの地域においても前年と比べて求人数が減少している。ただ、これが景気の減速に伴うものなのか、人員充足が進んだことで一時的に生じているものなのかは注視する必要がある。
	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)		-	-
		商店街（代表者）	・今後は、夏～秋と観光客が増える時期となる。物販は横ばいであるが、飲食店に非常に良い影響を与えて、多少は良好な形になるのではないかと期待している。
		百貨店（営業担当）	・気温が高いため、夏物アイテムの動きがこのまま継続するのではないかと。また、晩夏アイテムなど、晩夏から初秋に対応した商材が動き始める見込みである。
		コンビニ（経営者）	・来客数の増加に伴い売上も増加している。ようやく店舗の認知が広がり、土日の来客数が増加していることも大きな要因である。また、隣接する大型ビルの空きテナントが埋まったため、それに伴う来客数の増加も見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の8月は天候不順が続いていたが、今年は来客数の回復が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・ワンブランド体制となることで、より効果的な販売促進策やエリア戦略が打てるようになるため、より一層の来客数の増加を見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・猛暑の影響は8～9月まで続くとみており、夏物商材などの売上げが期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物が立ち上がる時期であり、期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・8月には、更に新型車の発表が予定されている。盛り上げるための施策も検討しているため、大いに期待している。
		一般レストラン（経営者）	・異常気象が3か月間も続くとは考えにくいと、天候が元に戻れば景気も良くなるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・企業次第ではあるものの、企業の業績が良く、その分が社員に還元されれば、個人消費も増えるかとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・夏休み、お盆の帰省など、高単価の客が多い時期であり、ツアー関係の予約も例年より好調に推移している。
		通信会社（営業担当）	・サービスエリアの拡張を予定しており、新規の加入者獲得を見込んでいる。また、引き続き既存客への営業展開も継続していくため、追加申込みも期待できる。
		観光名所（職員）	・一時期減っていた社員旅行の予約が増えており、前年を上回る予約状況となっている。そのため、今後も若干良くなるとみている。
		競艇場（職員）	・今後のイベント強化により、売上は増加する見込みである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地元の雰囲気が良いため、先行きの景気も良くなるとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税の引上げの経過措置に対応した建て売り住宅の段取り中であり、希望者の契約締結へのバックアップに貢献できるとみている。
		商店街（代表者）	・空き店舗の開発計画の動きがあるものの、まだ先の話である。また、一部に業種の転換が散見されているが、サービス関連の店が増えつつあり、商店街としての業種バランスを懸念している。
		商店街（代表者）	・平成30年7月豪雨災害により物流関係などに影響が出ている。また、豪雨や猛暑などは商店街の来街者減少要因となるが、現時点では今後も例年並みで推移する見込みである。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・書店は基本的に再販売価格維持制度の商品を取り扱うため、販売促進策を打ち出しにくい。細かな施策を続けることで売上の下支えができるとみているが、マーケットの劣化に対してオーバーストアである現状が変わらないため、厳しさは変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・8～9月まで残暑が続くようであれば、夏物商材、特に熱中症対策商材が売れると予想され、良い状態が続くとみている。

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
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・前年並みの数字を取れている部門もあるが、ヘルス部門の落ち込みが大きい。8月にならなければ分からないが、この暑さが続くとこのまま落ち込んでしまうのではないかと。 ・異常気象のせいなのか、商品が動かない。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・異常気象のせいなのか、商品が動かない。
		百貨店(売場主任)	・地方ではインパウンドの影響も少なく、景気上昇感も弱い。人口流出によるマーケットの縮小、高齢化による購買力低下といった地域市場の状況は、今後も続くとみている。
		百貨店(営業担当)	・この先の景気が大きく上向く要素はない。2～3か月先は冬物商戦に入るが、消費喚起の施策を立てていかなければ、前年を上回することは難しい。
		百貨店(買付担当)	・今月は猛暑が来客数に影響している。今後も天候にかなり左右されるとみている。
		百貨店(経営者)	・株価の暴落などといった経済環境の大きな変化がない限り、高額商材の堅調な売上が他のアイテムの販売量の減少をカバーする現在の構図は続くとみている。ただし、最近の猛暑により、消費マインドが低下することを懸念している。
		スーパー(経営者)	・8月も引き続き猛暑日と雨不足が続く見込みであるため、来客数も7月同様の傾向が続くものとみている。高温の日が続くと、平成30年7月豪雨や台風の影響と合わせて、農産品、畜産品など生鮮品に影響が出てくるのではないかと。飲料関係の出荷制限もあり、これまで同様に消費環境は良くない状態が続くとみている。
		スーパー(店長)	・客単価は若干上昇しているものの、来客数の減少が影響して、依然として前年割れが続いている。この傾向は今後も続くとみている。
		スーパー(店長)	・今月の来客数増加は天候による影響が大きいとみている。今後の景気は特に変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・今月の好調の原因の一つとして、ウナギの売上好調がある。また、気温の上昇に伴い全体的な販売量も上向いている。この傾向が続けば8月までは景気が若干上向くとみているが、その後は気温の低下とともに売上が減少するため、全体としては余り変わらないのではないかと。
		スーパー(営業担当)	・競合店も含めて売上が厳しく、特売やクーポンによる客の争奪戦となっている。ただし、前年並みの来客数を確保できても、特売価格の強度を上げたことによる1品単価、客単価の低迷により、売上は前年に届いていない。また、猛暑により日中の来客数が減少しており、生鮮品の購買が落ち込んでいる。
		スーパー(副店長)	・景気は良くなりつつあるが、必要なものを必要な数だけ買うという消費者の傾向が続いているため、販売量が増えない状況が続くとみている。
		コンビニ(経営者)	・今月は天候が良かったにもかかわらず横ばいで推移している。3か月後も多くは望まないが、せめて横ばいで推移してほしい。
		コンビニ(店長)	・天候の変動が消費を左右している。消費者はお金を持っていないわけではなく、積極的にお金を使う意識がない。暑さが我慢できずに冷たいものを買うことはあっても、涼しい時には何かを買うという気持ちにならない。このような雰囲気強くみられている。
		衣料品専門店(経営者)	・お中元などが順調なため今後の景気は上向くとみているが、大半の企業は慎重である。
		衣料品専門店(店長)	・この先前年並みの気温に落ち着くことで、消費者の購入意欲が持ち直すかどうかのポイントであるが、景気がすぐに上向きになるとは考えにくい。
		衣料品専門店(総務担当)	・来客数が前年比90%の状態が続いているため、景気が上向くことは期待できない。
		家電量販店(従業員)	・やや悪くなる見込みもあるが、年末に運用開始する4K放送の盛り上がりによって、関連商材の動きが変わるのではないかと。家電量販店、メーカーのみならず、国を挙げて4K放送自体を盛り上げてもらえれば、売上などもぐんと上がるとみているため、そこは期待している。
		乗用車販売店(従業員)	・現在の商談は新型車が多く、既存車の商談がなかなか発生しない。今後も販売量は伸びないのではないかと。
		乗用車販売店(従業員)	・2～3か月という短い期間で、景気が良くなるとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（本部）	・期待していた新型車も不発に終わっており、ここしばらくは我慢が必要な状況である。収益の柱であるサービス部門が前年並みであることが救いである。
		住関連専門店（経営者）	・見積りを出しても過当競争が激しく、受注に結び付かない。
		住関連専門店（経営者）	・購入される商品の価格が安く、値引きを要求する客が多いため、消費者の財布のひもは固いとみている。そのため、この先も急な景気の上昇は考えにくい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が大きく変動するような要因はないものの、地方と都市部の格差が大きくなってきているため、引き続き地元以外の販路を強化していかざるを得ない。地元だけでは売上の維持が不可能になってきている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・季節野菜の値上がりやサンマ価格の急騰などにより、肉に使うお金が減るのではないかと。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・競合店との割引合戦はまだまだ続く見込みである。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・これだけ暑いと秋口まで暑さが長引く可能性が高く、秋物の動きが鈍るのではないかと。また、その後の冬物の動きがどうなるかも不透明である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要期を迎えるまでは、販売単価次第で景気が左右される状態が続くのではないかと。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・猛暑の影響で販売量が增加するようなこともなく、今後も増加するような要因がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・セール後の天候不順や暑さにより、来客数の動きに不透明感がある。今後の動きがどうなるのかについても不確定要素が多い。
		高級レストラン（支配人）	・今月の来客数は前年の反動で落ちているが、来月からは例年並みに推移するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・時々、パーティーなどの予約が入るものの、個人客の予約が減少している。消費者は誕生日程度の特別感ではレストランを利用しなくなっており、レストランとの距離が広がっている様子である。
		一般レストラン（経営者）	・この先、景気が良くなるような要素がない。また、この暑さの影響もあるのか、全体の予約状況からも、余り良くはならないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・地元の人が海側に遊びに行ってしまう時期のため、余りぱっとしない日が続くのではないかと。お盆の帰省も滞在時間が短くなっており、爆発的に来客数が増えるということもないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・予約の動きをみる限りでは、2～3か月先の景気は今月と変わらない見込みである。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みの予約状況はお盆を中心に例年並みで推移している。ただし、それ以外については消費者も財布のひもを固くしており、低空飛行のまま変わらないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年は大きなイベントがなく、さらにイベントの受入れ施設がリニューアルのために取り壊されているため、客が集まりにくい状況となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の受注状況からは、前年並みで推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・今後、広島方面や関西方面の修学旅行がどのように影響するのか気掛かりである。見学場所を縮小するとなれば若干影響が出るのではないかと。ただし、現状では先行きはそう変わらないとみている。
		旅行代理店（店長）	・先行きの景気が良くなる要素が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・東京オリンピックのような特需要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・物価上昇が一段落しているが、特に消費者の購入に落ち込みはみられていない。これといった景気向上策も見当たらないため、当面は景気の変動はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・平成30年7月豪雨による影響が多少あるかもしれないが、景気を大きく左右するような要因は乏しい。
		通信会社（営業担当）	・新規の売上が上がらない状態は、今後も続くかとみている。
		テーマパーク（職員）	・特別に景気が良くなるような出来事がない。
		遊園地（経営者）	・ガソリン価格や物価の上昇に対する懸念はあるが、イベントなどにより前年並みの来客数の確保を目指している。

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
		美容室（経営者）	・今年に入ってから客単価は横ばいで推移しているものの、来客数が前年に届いていない。この状態は今後も続くともみている。
		美容室（経営者）	・年配客が多く、新しい客が増えないため、年々来客数が少なくなっている。
		商店街（代表者）	・このまま猛暑が長引くと、さすがに消費活動が鈍るとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在の良い状態がずっと続くことはないため、他にになにか良くなる要素がない限り、この先の販売量は落ちていくともみている。
		スーパー（営業担当）	・チラシの価格強化や号外チラシの強化などにより、集客力を強化しているものの、前期を上回ることができない。エリア内に競合店の出店も予定されており、今後はますます厳しくなるが見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・人材確保のために時間給を上げているが、10月の最低賃金が過去最高の賃上げ幅になると聞いているため、この先も厳しい経営を強いられるとみている。
		コンビニ（店長）	・気温の低下とともに売上も減少していくが、2～3か月先はまだ雪が降る前のため、来客数はそれほど落ちないのではないかと。後は天候と競合店の状況によるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・8月は秋物商材が立ち上がる月であるが、実需傾向がますます強くなっているなか、この暑さでは苦戦が見込まれている。
		衣料品専門店（店長）	・天候に左右されることが多い業種であるが、今回も残暑が長引くと秋物の立ち上がりが遅れてしまうため心配している。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げに対する恐怖感や、変革の時代に対する対応への不安から、景気はやや下向くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・取引先からも値上げの話が多く聞こえており、今後の商売は厳しくなるとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・個人消費の低迷の影響が出ている。この先も個人消費の伸びは期待できないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・団体や法人の宴会場利用は比較的堅調に推移しているものの、レストラン、宿泊の個人利用が前年を下回っており、この先の予約状況も余り芳しくない。
		旅行代理店（店長）	・8月以降の個人旅行の予約が入っておらず、現時点で前年の5割にも達していない。
		通信会社（営業担当）	・世界各国の異常気象と米国の関税施策により、今後大きな打撃を受けるのではないかと。特に日本は米国に依存しているが、特別扱いをされていないため、東南アジア政策に転換し輸出を検討しなくてはならない。東京オリンピック需要があることを機に、この先2年間の内需拡大のチャンスを活かした経済投資に期待したい。ただし、ここ2～3か月の景気はやや悪いとみている。
		観光名所（職員）	・平成30年7月豪雨による物価の上昇や不安感から、消費者の財布のひもは更に固くなるとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・屋根、外壁塗装、屋外リフォームの工事は、残暑後になる見通しである。
	×	商店街（代表者）	・予約状況からはかなり悪くなる予感がしている。低単価の店も同様の動きをしており、先行きはかなり厳しくなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在は厳しいやりくりをしている人が増えている。当店の取扱品は、医薬品とはいえ生活に絶対必要なものではないため、節約する際に真っ先に削られてしまう。輸出など一部の好調な業種はあるが、個人消費の沈滞を埋め合わせて、全体に活況をもたらすけん引役になることは難しいとみている。
	×	スーパー（経営者）	・ガソリン価格の高止まり、平成30年7月豪雨による値上げ、また、今後の入荷不足などにより、消費者のマインドが低下するとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・前年は夏が短く、比較的早くに秋物が動いていたが、今年はこの異常な暑さがどこまで続くのかによる。余り続くと、季節商材を買いに来る客の意欲も減退してしまうため、ほどほどの陽気で推移してほしい。
	×	高級レストラン（経営者）	・良くなるような材料が特にないため、景気は悪いままで推移するのではないかと。
企業動向		金属製品製造業（経営者）	・新規の引き合いが増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (東北)		電気機械器具製造業 (企画担当)	・現在の競合他社の状況からは、しばらくの間は事業が上向くとみている。その結果、景気としても良い方向に向かう見通しである。
		建設業(従業員)	・この先は、大型公共事業及び民間案件の契約などが集中する見込みである。
		広告代理店(経営者)	・上期に様子見していた各企業が、業績改善に向けて動き出すとみている。
		経営コンサルタント	・東北固有である夏のお盆需要と、収穫時期による景気の上向きに期待している。
		司法書士	・取引先である不動産業者や住宅会社の仕入れが意欲的である。
		農林水産業(従業者)	・お中元用の桃の注文は例年並みである。雨が少ない分甘みも強いとみている。
		食料品製造業(経営者)	・業界内では一部大手が秋から製品の値上げを実施する。その影響がどのように出てくるかを懸念している。
		食料品製造業(経営者)	・前年と比べて、観光客を呼ぶイベントが少ない。
		食料品製造業(営業担当)	・好転する要因が少なく、現状と変わりなく推移するとみている。
		出版・印刷・同関連産業(経理担当)	・一般のチラシ印刷は、引き続きWebやネットなどの広告に切り替わっていく見込みである。また、マイナス金利政策の影響による金融機関の受注減も続くとみている。このことから印刷業の景気は悪いまま変わらないとみている。
		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、2～3か月先も現状のまま横ばいで推移するとみている。
		輸送業(経営者)	・現状が大きく動くことは考えにくいとみている。この先も現状維持が続くとみている。
		通信業(営業担当)	・今後も客の厳しい対応が見込まれるが、割り切りも必要である。
		通信業(営業担当)	・企業経済の上向きは、東京オリンピック需要のある業界に限られたものではないが。
		通信業(営業担当)	・全体的に受注量が減少している。
		金融業(営業担当)	・景気の先行きについて、特に大きな変化要因はない。
		広告業協会(役員)	・大型イベントの計画もなく、地元スポーツ関連の華々しい活躍が期待できない状況であり、プラス志向の要素が乏しい。そのため、横ばいの状況がしばらく続く見込みである。
		広告代理店(経営者)	・前年にあったJR関連の周年期のようなイベントがないため、案件の発掘に時間が掛かっている。
		その他非製造業[飲食品卸売業](経営者)	・当社の販売エリアは零細企業や中小企業が多い。なかなか販売量が増えず、従業員の給料も上がらない状態である。
		その他非製造業[飲食品卸売業](経営者)	・現在の猛暑がそのまま残暑として続くと、今後も飲酒量が伸び悩むとみている。
		その他企業[企画業](経営者)	・夏野菜の仕入価格が高くなっており、1人当たりの購入量が少なくなってきている。この先も暑さが続く見込みのため、稼ぎ頭の不振に不安が募っている。
		その他企業[協同組合](職員)	・業種間によって若干の売上増減があるものの、全体的には現状維持が続くとみている。
		農林水産業(従業者)	・この猛暑が、米やその他の作物の生育に悪影響を与えるのではないかと危惧している。
		木材木製品製造業(経営者)	・この先、住宅着工件数はやや減少する見込みである。一方、供給側では輸入製品や材料の樹種など品質による競争が厳しくなっており、売上、単価共に伸び悩むとみている。
		窯業・土石製品製造業(役員)	・出荷量の前年比は93%と減少傾向が続いている。現在の出荷先である大型案件についても上期で終了するものが多く、下期の出荷量は更に減少する見込みである。
		金融業(広報担当)	・夏が終われば個人消費のピークも過ぎてしまう。また、異常気象に起因する生鮮食品の販売価格高騰を懸念している。
		公認会計士	・建設業の社長の話では、徐々に売上は減少傾向にあるとのこと。小売業関係は売上減少がまだまだ続く見込みであり、景気全体としてはやや悪くなるとみている。
	コピーサービス業(従業員)	・主力のプリンター複合機の販売が停滞気味であり、その関連商材も頭打ちのため、多くは望めない状況である。事務所内のコスト削減などが影響しているとみている。	
	x	*	*

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東北)	x	人材派遣会社(社員)	・急な求人への停止がない限り、求人を開始した2～3か月後には求人増加に伴う売上増加が見込める。求人数の堅調な推移が続いているため、好調が続くとみている。
		人材派遣会社(社員)	・改正労働者派遣法による無期雇用派遣への転換については、今後2～3か月は粗利改善に寄与していくものとみている。
		新聞社[求人広告](担当者)	・製造業の新工場進出に伴い、人材獲得競争が激化している。
		人材派遣会社(社員)	・3か月前と比べて現在の求人の動きは堅調に推移しており、いろいろな企業で新卒あるいは中途採用に力を入れている動きが出ている。この傾向は3か月先も変わらないとみている。
		人材派遣会社(社員)	・広告費を増やしているものの、求職者が集まりにくい状況が続いており、今後も求人と求職者のミスマッチ傾向は続くものとみている。
		人材派遣会社(社員)	・採用ターゲットを若年層から切り替えることが必要になり始めているが、対応できない企業の採用難は今後も続く見込みである。
		人材派遣会社(社員)	・景気が変動する要因は特にはない。
		人材派遣会社(社員)	・様々な業種の企業を訪問しているが、建設業以外の企業からは増員などの話を余り聞くことができない。
		新聞社[求人広告](担当者)	・この異常気象で夏のイベントにも影響が出ている。暑さ対策や警備員の増員など運営側の負担も増大しており、中止が検討されているものもある。この懸念は夏が終わるまで続き、人が動かなくなるため、景気にも悪影響が出るのではないかとみている。
		職業安定所(職員)	・労働力人口の減少による人手不足感が続いている。
		職業安定所(職員)	・一般の新規求人数は減少で推移しているものの、高卒の新規求人は増加している。新規求人の動機としては、現在の景況もあるが今後の事業継続の安定を期待しての募集が多い。
		職業安定所(職員)	・管内において、大量求人や大量離職者の情報は少ない。
		職業安定所(職員)	・職業別にみると、全国的に人手不足分野である建設、看護、介護、保育に加えて保安警備、水産加工などの求人倍率は高いが、職場見学会や企業の説明会などの参加者が少ない。特別な対策をとる事業所も少なく、この先も景気に変わりはないとみている。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は前年同月比で0.4%と僅かに減少している。新規求人倍率は前年同月より上昇しているものの求職者の減少によるものである。また、今のところ大規模な創業の動きもない。
		民間職業紹介機関(職員)	・大幅な減産の動きがないため、今後も横ばいで推移するとみている。
アウトソーシング企業(社員)	・6月以降の仕事の予約が、やや減少気味である。		
		-	-

3. 北関東(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(北関東)	x	コンビニ(経営者)	・音楽フェスなどのイベントで、来客者増が見込める。
		都市型ホテル(スタッフ)	・8月の宴会受注は前年比130%と過去最高で、宿泊も順調に推移している。
		都市型ホテル(副支配人)	・8～10月は、インバウンドを含む団体予約が目白押しで、好調に推移していく見込みである。
		コンビニ(経営者)	・競合店出店から9か月が過ぎ、客の戻りを感じている。当初は前年割れが続いたが、ここに来て前年超えで、来客数の落ち込みも止まった感があり、全体的に103%ほどで推移している。
		衣料品専門店(統括)	・夏真っ盛りで、各地でお祭りが行われている。この暑さにもかかわらず最高の盛り上がりだが、これから秋にかけてもまだまだお祭りが続く。ふだん動かない客も必要に応じて商品の購入に動いている。
		一般レストラン(経営者)	・毎年、子供たちの夏休みが終わると来客が元に戻る。涼しくなって人が動くことも期待している。
スナック(経営者)	・ボーナスも支給されたようなので、来店客が増えると期待して、やや良くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・長期的に省力化投資を行う動きは続いていくとみている。新しい調理方法等を取り込むための技術的な習得が中小企業にも必要となっている。
		旅行代理店（従業員）	・働き方改革で時間ができるか、作業過程を見直す良い機会という声がある。
		通信会社（経営者）	・県の行政補助事業の話がちらほら入ってきている。これが動き出せば、多少なりとも売上につながるのではないかと。
		ゴルフ場（総務担当）	・天候に加え、Web予約が順調に推移しており、土日祝日は前年と比べて増加している。
		商店街（代表者）	・地元客は他市への流出が多く見られ、これから先の期待は薄い。最近は店主との会話で「いつまで商売を続けられるか」という話がよく出る。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・天候が回復するのは第一だが、食欲の秋となってくれば、皆が元気に生活してくれるのではないかと。現状維持とみている。
		百貨店（営業担当）	・好転につながる与件は皆無である。引き続き苦戦が予想される。
		百貨店（営業担当）	・衣料品の好不調は残暑次第のところが多い。食品や化粧品などの消耗品は堅調に推移するとみている。2～3か月先も店全体としては大きく変わらない。
		百貨店（副店長）	・化粧品は好調が続いているが、その他商品の買い回りは不十分である。9月に改装効果が一巡することもあり、その後は厳しい状況も想定される。
		百貨店（店長）	・衣料品や身の回り品など季節変動のある業種のテナントの来客数は好調であるが、食料品の来客数は微減となり、まだら模様である。
		スーパー（総務担当）	・今年はずっと安定していて、来客数も前年を上回っていることから、今後も好調は継続しそうである。野菜の価格が上昇していることが少し気になるが、その他に今後のマイナス与件はない。
		コンビニ（経営者）	・この先、全体的には東京オリンピック景気等があって底上げとなる。ただし、基本的な客の動向をみると、それほど良くないのではないかと。地方ではまだそれほどオリンピック景気等の恩恵はないと感じている。
		衣料品専門店（販売担当）	・幾分、暑さに慣れてくるかと思うが、それでも猛暑、酷暑となれば、客足はまた遠のいてしまう。今の悪さを考えれば、今後も似たような状況で進むのではないかと。残暑が厳しいという話もある分、秋物の立ち上がりが遅くなるという危惧もあるが、悪く推していくとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・ものづくりの街である当地域は、近年の製造パターンである1次下請企業から2次下請以下への締付けという厳しさがあるため、お金の流通に偏りがあり、先がなかなか見えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・良くなる、悪くなる要素のどちらもないので、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車部門は駄目だが、来客数は増えている。中古車、修理部門が今のところ順調に伸びているので、売上額は余りいらないが、利益的には今の状態が続けば良い。
		自動車備品販売店（経営者）	・当店は市の北側に属するところで、この地域の開発や事業が、身の回りで何もない。市の南側ばかりが開発されている。地域的にも成長を感じられず、人の動きも比較的消極的と感じている。今後、大きく伸びることは望まず、成長や活気も期待できない。
		住関連専門店（店長）	・来客数、販売数共に、前年と同等に推移している。
		住関連専門店（仕入担当）	・異常気象が恒常化し、先を見通すことがとても難しい。個人消費の底上げは感じられず、前年8月と比べればプラスは見込めるが、それも天候次第である。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・業界でみても、新しい物が生まれていないので、このまま、インターネット販売の構図やロープライスの物や品質の良い物が好まれる状況は変わらない。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残は変わらずに推移している。今後は減少傾向になっていくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・秋になれば競合店出店の影響は一巡して落ち着くが、ベースとなる客の買上率上昇の見込みが薄い。特に、アパレル部門の靴、服飾雑貨、宝飾は厳しく、インターネット販売と競合店の影響で苦戦が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・食料品の値上げが続々と実施され、周辺飲食店も値上げしたことから、外食する人たちの裾野が狭まって、来客数が減少しているのではないかと推察している。この傾向はまだまだ続くとみている。
		都市型ホテル（営業担当）	・3か月後も現状維持はできているのではないかと。落ちる要素もなく、今まで県南のホテルの稼働率が低かったが、固定客も付いて、稼働率の維持ができる状況が見えてきている。
		都市型ホテル（営業）	・夏休み等の長期休暇があり、営業的には厳しい時期である。また、秋口にかけても大きな行事等もなく、2～3か月後も現状と変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・夏商戦が終わらないと先が読めないが、秋以降の旅行申込みはまだ少ない。
		タクシー運転手	・地方では、景気の良い話は聞けない。
		通信会社（経営者）	・人手不足は深刻であり、必要とする人材を採用することは難しい。
		通信会社（営業担当）	・9月決算の会社も多いことから、販売促進に向けた動きが活発になる可能性がある。
		テーマパーク（職員）	・この夏の猛暑に加え、台風の異常進路などを考えると、例年のような夏季のハイシーズンになるか心配である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・回復の材料が見当たらず、消費意欲も低迷する一方である。
		設計事務所（所長）	・消費税増税が言われているためか、一時期よりは相談件数は増えるだろうが、全体としては余り変わらない。
		設計事務所（所長）	・都市部は良くなっているようだが、地方ではそうでもない。地方への影響に期待したい。
		住宅販売会社（経営者）	・テレビ等で消費税増税の話題が騒ぎ出せば、客の動きも積極的になるが、その気配はない。当分は現状維持である。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・商売は、余り良くなりそうではない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏が終われば、売上も減少する。
		スーパー（商品部担当）	・猛暑による飲料などの販売増はあるが、一過性のものである。農水産物などの今後の見通しも悪く、苦戦しそうな感じが伝わってくる。
		コンビニ（経営者）	・今月は土用の丑の日などもあり、売上はかなり伸びたが、来月は旧盆があるので、来客数は減り、少し悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・ここ10年以上、年間を通して7月の売上が一番良いので、この先はやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・競合店の動きから、やや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・全体的に店の状況が好転しそうにないので、店舗改装の準備に入る。客足は落ちるとみている。
		家電量販店（営業担当）	・今後は、季節商材であるエアコン取付工事の動きは期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・過去3年間の動向から、先行きはやや悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・外国人の来訪は堅調に推移しているものの、秋季行楽シーズンの動きがどうなるか。大手エージェントの観光推進施策の効果に期待したい。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪いので、この先も悪いとみている。
		タクシー（役員）	・人材不足のため、やや悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・例年7月をピークに10月までは販売量が減少するため、やや悪くなる。
		通信会社（局長）	・秋祭りまでは、スポット的に盛り上がるが、根本が変わらなければ景気は悪くなる。原因は、人口流出、自然減、ガソリン価格の高騰が考えられる。外国籍の方の移住で表向きは人口増になっているが、地域としても、そこに注目して対策を練るべきである。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上が、50億円を切るような状況になってきたため、やや悪くなる。
		美容室（経営者）	・地方では景気はますます冷え込む。美容室などは同業者が多過ぎて、個人の企業努力だけで回復できる力はない。誰かが倒れ、その隙間を他が埋めるといった感じがする。
		美容室（経営者）	・ワークシェアは皆で等しく貧しくなろうということか。それを民間人にだけ押し付ければと思っているから、良くなるわけがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信会社（経営者）	・なぜ日本だけデフレから脱却できないのか。金に不自由しない政治家や官僚が、机上で方程式に当てはめた政策を打ったところで、恩恵を受けたのは大都市圏の大手企業のみである。都市圏以外の国民目線で見れば、この先地域格差が一層進み、早晚地方は立ち行かなくなるということを再認識させられただけである。
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社の主力2部門のほか、太陽光発電事業の新規設置箇所が増えていくため、増収増益が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・新規取引先ができて、単価面でもとても良く、受注量も多くなっているので、今後は楽しみである。
		金属製品製造業（経営者）	・新規の引き合いがあるため、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・この先2～3か月の受注内示をもらっているが、今月より来月、来月より再来月、というふうに伸びている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーの北米向け販売が79か月連続で前年を超えており、カナダ向けも25か月連続で前年超えとなっているため、やや良くなる。
		建設業（開発担当）	・今期公共工事は前年比9%増であり、現政権に大変感謝している。過去の政権には不満を持たざるを得ない状況であった。ただ現政権は、官邸に権力が集中し過ぎて、官僚が国民目線でなく官邸目線になりすぎているのが心配である。当社は今期決算は前々期売上上の90%なので、決算は厳しくなりそうである。
		建設業（総務担当）	・民間の引き合いもあり、公共は今後の発注見通しをみてもかなりの工事量が見込めるため、上向くのではないかと。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・最近の引き合い、商談件数の増加から推測すると、今後の収益改善が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・季節要因が影響している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・同業他社で処理しきれない案件の引き合いも継続しており、忙しい状況が続く見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先の生産動向が低迷している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の受注量、販売量といろいろ見ているが、この2～3か月はやや良い状況である。今後に減るか増えるかは、まるで分からない。不透明なところが非常に多い。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・今後も猛暑が続く予報が出ているので、エアコン、扇風機等の家電や飲料水などの物量は、前年を大幅に上回る依頼がありそうな状況である。ただし、車両不足も続いており、用車費並びに燃料代の高騰等もあるため、仕事量に対して利益は薄くなりそうである。
		通信業（経営者）	・変わる要素がない。
		広告代理店（営業担当）	・中小企業ではボーナスの出ないところがほとんどで、消費が活発にならない。
		司法書士	・どうしても前向きな投資についての相談が来ない。相続や家の売却のような登記だけだと、やはり少しずつ落ちていくので、落ちる路線のままで変わらない。
		社会保険労務士	・暑過ぎるため、業種によって好不調の明暗がはっきり出そうである。
		化学工業（経営者）	・部門に好不調があり、好調な部門は今がピークだと思われる。また、不調部門では良くなる兆候が見えないため、この先はやや悪くなるのではないかと。
		不動産業（経営者）	・既存物件の空室数が顕著に増加しているなかで、新築物件も増えており、供給過剰が続くとみている。
	不動産業（管理担当）	・延期した保守作業は追加で支払を受けることもできないので、その分余計な負担となる。募集している人員も集まりにくいので、余裕のない状態が続く。また、業務契約の見直しによる支払の削減要請も引き続きあり、先行きは良くない。	
	×	-	-
雇用		職業安定所（職員）	・しばらくは受注増が続いていると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)		人材派遣会社（経営者）	・学校関係は夏休みに入り、また、お盆、旧盆等の休みで事業所も一旦落ち着き、客の購買意欲は、やむを得ず購入という感じである。衣料、生鮮食料品、鮮魚等、スーパー関連の売上は、結構伸びていくとみている。また、お中元、暑中見舞い等のギフト用品も動きは上昇傾向で、そのまま推移していく。
		人材派遣会社（経営者）	・世間では人手不足の感じだが、現状、地方の当地で求人募集している会社は少ない。
		人材派遣会社（管理担当）	・派遣先であるコンビニの麺類製造計画が例年並みである。
		職業安定所（職員）	・求人数は多少減少しているものの、ほぼ変わらない状態が続いている。求人者からは、依然として人手不足との話を聞いているため、現状維持かとみている。
		職業安定所（職員）	・前年5月以降、有効求人倍率は2倍を超えたまま大きな変動はない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・人材確保対策コーナーを開設するなど、商工業の深刻な若年層の労働力不足対策が試みられているものの、県内中小企業の人材確保は厳しい状況である。
		*	*
	x	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月後という9月のお彼岸がある。お彼岸は全国的な催物なので、7月のお盆に比べると客の多さは雲泥の差である（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・テレビで紹介される予定もあり、夏の仕掛けもかなり反応が良い（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は秋の旅行シーズンに入ってくるし、団体旅行も非常に活発になっている。個人旅行では厳しい状況が続いているが、その分、団体の受注は見えてきているので、今月よりは間違いなく良くなる（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後の9月には大型連休、10月は秋の走りとなるため、今月よりは良くなると期待している（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪かったこともあるが、少し涼しくなり、客の動きが良くなるのではないかと。消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、そろそろ動きがあるのではないかと考えている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・高齢世帯が増えて、客は、一般店のような身近で相談できる店を探しているようである。販売に時間は掛かるが、次の購買につながってきている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・8月から秋に向けて各種イベントが開催されるため、来街者の増加が見込まれる。当店も一般客や業務用品購入の客の増加が見込まれる（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・前年と比べてはいけないと思うが、8月以降も外商部の案件でまとまった物があるので、好調なのではないか。
		百貨店（売場主任）	・近隣の競合店が改装中でクローズしているフロアがあるため、催事含め売上増が見込まれる。また、前年よりも動員が見込める催事を多く計画している。
		百貨店（総務担当）	・気温の上昇が続き、来客数は苦戦しているが、季節が変わる2～3か月先には競合相手の業態変更もあり、来客数の増加が見込める。
		百貨店（営業担当）	・2018年秋に当店のリニューアルオープンや近隣の競合店の新施設オープン等、当地域における大型商業施設の再開発計画がオープンを迎えることから、富裕層やインバウンド客を中心に、更なる購買意欲の喚起が期待できる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・客の秋物商材への関心が高い（東京都）。
		百貨店（店長）	・8月は初めての全国的なクリアランスセール第2弾である。夏物、盛夏物、秋物といずれも対策を強化していることや、異例の酷暑も少しは収まるという予測があることから、前年の数字を超えてくるものと期待している。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税の10%増税の話題性が強まり、衣料品や住居関連の高額品の駆け込み需要に期待している。食品は、平成30年7月豪雨や北海道等の豪雨の影響による青果物の価格高騰が不安材料である。

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
		コンビニ（経営者）	・7月に入ってから、ボーナス景気もあるが、客とのつながりが非常に深くなっている。この先もしばらくは続くのではないが。
		コンビニ（経営者）	・希望的観測だが、天候によほどの異変がない限り、夏場に向けてはやや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・天候次第だが、猛暑による夏物商材の販売増に期待している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の予約がかなり入っており、相乗効果で他の新車や中古車の売上増も期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月の決算があるので、期待をしている。
		乗用車販売店（店長）	・増販月になってくるので、販売量は増えるが、前年に対し、どれだけ増収できるか疑問である。
		乗用車販売店（総務担当）	・中間決算を迎えるため、新車の販売量が増えると予想している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・2020年の東京オリンピックに向けて、企業活動の活発化が見込める。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今月は本当に暑いので、来客数、販売量共に落ちており、売上も伸びないが、これから季節的に良くなってくると、ある程度は来客数も販売量も伸びてくるのではないが。
		一般レストラン（経営者）	・8月はお盆休みということで連休を取り、暑いなか従業員を少しだが休ませたい。そのため、来月の売上は落ちるが、9～10月はまた上がっていく（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・今回の値上げに対する客の反応は悪くない（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・取引先において、多少なりとも積極的にお金を掛けようとする傾向が、年内も堅調に継続しそうである（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・秋のシーズンを迎え、販売量の増加が期待できる。
		旅行代理店（営業担当）	・客からの見積案件が増加傾向にあり、取扱額も増加している（東京都）。
		タクシー運転手	・景気回復を受けて雇用、名目賃金共に改善が続く見込みである。企業の人手不足は一段と強まっているため、労働需給は引き続きひっ迫した状況が続く公算が大きい。ここ数年では今年の春闘賃上げ率が高めの水準となり、名目賃金も高めの伸びが続く。実質所得は堅調に拡大し景気は良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・7月に入りようやく動きが良くなってきている。暑さしのぎにタクシーに乗り込む客が増えている。各地で夏祭り、花火大会、暑気払いと行事が多くあり、盛り上がりを見せて、確実に利用が増えている。
		通信会社（経営者）	・猛暑が続いてショッピングもままならない状態を脱し、その反動が現れる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・気温が下がる傾向にあるので、やや良くなる。
		ゴルフ場（企画担当）	・秋口の予約状況は例年以上の申込みになっている。
		競輪場（職員）	・当社だけでなく、他社とも併用でイベントキャンペーンを行うことで盛り上げ感を作るなど、できることはなんでもやるという姿勢で取り組む。
		その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・予約状況を見ると、インパウンドの復調が感じられる。国内は堅調である（東京都）。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近所の建設中のマンションがもうじき完成する。閉店した大型商業施設の解体も始まりそうである。
		商店街（代表者）	・今までは飲食店はまずまずの数字が取れていたが、物販は前々から余り思わしくない。この暑さにより飲食も今回は大分影響を受け、思うように売上が取れていない。物販も特別な商材は別として、それ以外の商材を売っている店は思うように売上が取れない状況が続いており、非常に問題になってきている。
		商店街（代表者）	・暑すぎるのが最大の問題である。この暑さは普通の状態ではなく、特に高齢者にはこたえる暑さなので、少し涼しくなるのを待っている（東京都）。
		商店街（代表者）	・この歴史的な暑さがどう影響するか分からないが、暑さによる疲れが出れば凶と出るだろうし、涼しくなって、更に衣料品などへの消費意欲が湧けば吉と出る。この暑さがいつまで続くかに大いに影響される（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・暑さが続けばありがたいのだが、エアコン以外の電気工事などもあるので、なかなか時間を取るのが難しい。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・当店はアーケード街の路面店ではなく、点在型商店街の中の一角のため、目的がはっきりした客でないと来てもらえず、非常に苦戦している。これから良くなる見通しは非常に小さいように感じる。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・今の状況がこのまま続く。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・米の販売数量が増すということは余り見込めない、現状維持ではないか(東京都)。
		一般小売店〔傘〕(店長)	・良い材料は見当たらないが、大きく落ち込む要素も今のところないので、変わらない。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・ボーナスがここしばらく出ていない。今後も出そうにないので景気が良いとはいえない。販売数を伸ばして、年末にはボーナスを出してもらえるように、みんなで頑張っている(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・今後も天候不順等はあると思うので、全体的には今と変わらないのではないか。ほぼ前年をベースに、若干厳しいような動きになるかと思うが、大きく割り込むことはない(東京都)。
		百貨店(広報担当)	・インバウンド消費や高額品、付加価値商品は引き続き好調を維持するものの、中間価格帯の商材に対する関心は伸び悩み、米中貿易摩擦による影響が長引けば、間接的に世界経済のマインドを押し下げる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・若干の波はあるものの、厳しい状況は変わらない。衣料品セールの前倒しもあり、売上が伸びる要素が見当たらないのが厳しいところである。しばらくは暑い日が続くと予報も出ているため、秋口になっても衣料品の動きは厳しいと予想している。平成30年7月豪雨等の影響により、今後農作物の価格高騰も予想されるなか、明るい話題に乏しいことから、一般消費者の財布のひもは一層固くなるとみている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・残暑が懸念されるが、水害の影響等が食品にも出ており、食品の強い当店には打撃である。また、残暑が長いという予報から、秋物のスタートが遅くなり、ファッション部門にも影響が出るとみている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・宝飾品や時計、絵画などの高額品とインバウンド以外に期待できる要素がない(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・高額品、外国人による売上は今後も好調が続くと思われるが、それ以外の商材には回復の兆しがまだみられない(東京都)。
		百貨店(副店長)	・食料品関連商材は安定的な売上推移を見せている一方で、衣料品など天候等に大きく左右される商材もある。引き続き、先行きは不透明である。
		百貨店(営業企画担当)	・訪日外国人向けの販売が持ち直すか否かがポイントと考える。持ち直せなかった場合、販売総額で前年を下回る可能性もあると警戒している(東京都)。
		百貨店(計画管理担当)	・今の消費動向は一過性のもではなく、しばらくはこのまま推移するものとみている(東京都)。
		スーパー(販売担当)	・客は、広告初日の特売品や時間帯でのお買い得品、あるいはポイント何倍の日、時間帯など特典のある曜日、店舗、時間帯をうまく使いながら安く買い回る傾向が続いている(東京都)。
		スーパー(経営者)	・やや悪い状態がずっと変わらず続く。なかなか良い条件はないが、今までと同じことをしているのではこの状態が続くため、強みを客に徹底的に見える化して、いかにアピールするかにかかっている。
		スーパー(店長)	・8～9月は残暑の影響で、日中の客は来ない。9月は季節の変わり目で、夏物から秋物に変わっていくが、秋物の需要は夏が終わった段階で数字的に伸びるかという点、例年そんなに伸びていない。今の数字とほぼ同様な状況でいくと推測される。
		スーパー(店長)	・消費者には依然として節約志向が根付いており、価格に対してシビアな状況も変わっていないので、もうしばらくは同様の状態が続く(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・取引数、乗客数、客単価、1品単価と、特に突出するものはなく、現状のまま動いている。どれか1つでも数値がダウンすると、販売傾向としては悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・今までの経験や、これまでの社会的常識、天候与件が当てはまらない年になっている。台風12号の異例の動きや、これだけの異常高温が続くということも経験したことがないなかで、客としては大きな購買力につながるということが考えづらくなっている。今までに経験したことがないことに対して、客の動向の変化を早くつかみ取ったところは良くなるだろうが、乗り遅れたところは非常に厳しい数字、売上になっていく。
		スーパー（営業担当）	・米国を中心とした貿易摩擦問題が大きくなってくると、世界の経済状況が大きく変わってくることになり、影響が日本にも及んでくる。その状況が景気の不安材料の一つとして挙げられる（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・平成30年7月豪雨の影響で物流が麻痺しており、物資が届かず、届けられもしない。今後も西日本との物流において懸念材料が残る。
		コンビニ（経営者）	・天候の大きな変化がない限り、客の動向に変化がみられるとは思えず、現状が当分続く。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店が前年10月だったので、10月までは前年同月比で厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・景気は横ばいになる。2020年までは変わらない（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・全体的な来客数の伸びは相変わらず低調のまま推移しており、大きな改善は期待できない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・天候次第の営業で先の予定も立たないため、今より景気の良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・これからも暑さが続くと秋物衣料品は厳しい状況になる。
		衣料品専門店（店長）	・生活物資の価格上昇等により、当社が扱う着物、宝飾、フォーマルドレス等の付加価値型商材への消費はなるべく抑制する方向に推移する。来年の改元及び消費税増税前の売上増を期待したい（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・最寄り駅の大々的なリニューアルが終わり、人出を期待していたが、若い人をターゲットとしたショップばかりが入っているため、年配者が買物をする店がなく、来る必要がなくなってきた。
		衣料品専門店（役員）	・暑さがどの程度続くのかによって秋物衣料品の展開が変わってくるが、見通しが付きにくい。
		家電量販店（店長）	・異常気象による全国的な特需は、一部地域を除いては一旦収まるとみている（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・秋口の需要に関して、大型の新製品等の見込みがないなか、自らが需要喚起の仕掛けをしないと、売上は落ちると思われる（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調だが、販売は余り芳しくない。来客数はあるものの、客が大分慎重になっており、契約まではなかなかいかない。
		乗用車販売店（販売担当）	・景気は上向きだと思うが、これ以上良くなるかという点で余り変わらない。人手不足のなかで、生産性が上がっていかず、賃金ベースが上がる割には建設関連の受注価格が変わっていない。景気は上向きでやや良くなるものの、それを維持した状況で、大きく変わらないと判断している（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・客から、無駄な出費を控えるように努力しているという話をよく聞く。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム需要そのものが堅調なこと、来年度上期にかけて消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込まれることから、引き続き堅調に推移するものとみている（東京都）。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現状は異常気象による影響が強く出ており、今後数か月は同じ状況が続くと予測されているが、景気判断の根拠としては十分ではない。それ以外の来客数や客単価について大きな変化がみられないことから、先行きの景気も変わらない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・改善するトピックスもなく、異常気象だけが売上の障害要因である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・第3四半期は海外の大型タイトルが増えてくるため、市場が盛り上がってくると予想しているが、国内メーカーとしては悩ましい状況である(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・将来的に株価下落のリスクが高いと考えるが、3か月は現状維持という希望的観測のもと、変わらないと回答している。
		高級レストラン(営業担当)	・法人関連の宴会予約状況は、ほぼ前年同様に推移している(東京都)。
		高級レストラン(仕入担当)	・先々の法人予約状況も前年並みであり、大きな変化はない。ただし、今回の平成30年7月豪雨や猛暑の影響により、仕入環境が厳しくなりそうである(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・先行きの予約状況に変化は感じられない(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・8月は例年売上が落ちる月である。2~3か月先の9~10月は、8月よりも売上が伸びると思うが、原材料費ももちろん上がってきているので、それほど景気が良いとはならない。今でもきついでやっているの、2~3か月先に売上が多少増えても、余り変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税の中長期的な影響はまだ余り感じられないが、全体的に財布のひもは締められている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・米国大統領に世界経済が振り回されているようで、先の見えない状況が続くのではないかと。当店のような零細企業は相変わらずの人手不足、仕入原価の高止まり等、厳しい状況が続く(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・平成30年7月豪雨の被害や、その他景気動向としては余り良くない状況である。現総裁の3選も見えてきており、これといって新しい景気対策もなさそうなので、このまま秋に向かっては横ばいではないかと(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・景気がずっと悪いほうに向かっているのに、天候まで悪くなったなら、客が飲食店に出掛けることが、本当に必要に迫られた時以外にはなくなるのではないかと。
		都市型ホテル(スタッフ)	・総裁選挙等があって、今後政治が不安定になることと、消費税が上がるので、景気はしばらく停滞する。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先々の予約の動きはやや鈍い。直近での予約も大幅に増えることはなく厳しい状況ではあるが、売上が極端に落ち込んでいないわけではない。一進一退の状態が続き、景気が良くなる要素が乏しいことから、先行きの景気は変わらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・秋シーズンの団体予約の動きが弱いので、状況は変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・受注状況から、今後について変化を感じる要素はない。
		旅行代理店(従業員)	・個人型にシフトしているのか、パッケージツアーが伸び悩んでいる。海外旅行の主軸となるハワイは航空座席、ホテル自体は混み合っており、追加での販売が困難である。アジアやヨーロッパ方面は好調であるが、ハワイが伸びなければ海外旅行は低調となる(東京都)。
		タクシー運転手	・今年は異常気象が続き、将来の不安が日増しに大きくなってきており、今、ぜいたくをする時ではないという客の声が多い。
		タクシー運転手	・夜の利用客が増えていない。電車があるうちに帰り、昔のように会社のお金で帰るといった客が極端に減っている。また、優良企業の客も、残業に対して会社がますます厳しくなっていると話しているの、この先タクシーの利用客は余り増えていかないのではないかと(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・夏季休暇の時期を迎え期待はあるが、前月までの景気動向から大きな期待を持ってない。また、平成30年7月豪雨の影響がどうなるか心配している。
		通信会社(社員)	・先行きが不透明である(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・景気にインパクトを与えるような材料に乏しいため、変化は見込めない。
		通信会社(営業担当)	・安価なサービスを求める層と、付加価値を求める層に分かれる傾向は続く。
		通信会社(管理担当)	・付加価値のある安さを丁寧な接客で販売しないと、物が売れなくなっている。インターネット通販の総量が増えるなか、対面販売は、景気だけでなく、その販売システム、手法においても各社の工夫がないと変化しない。衣料品のインターネット通販において、自宅で採寸し購入できる新サービスが話題になったのは分かりやすい事例である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（局長）	・更なる契約数を伸ばさせる上では、年末の4K本放送をトリガーとする4Kチューナー内蔵テレビの購買増に加え、当社のセットトップボックスでの視聴を期待する顧客を取り込めるかがポイントである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（総務担当）	・夏のレジャーやお盆消費の反動と、異常気象の影響で、消費は冷え込んだままと推測している（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・今後の案件動向からみて、変わらない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客が価格をしっかりと比較検討し、余り即決しなくなってきている傾向にあるので、景気が良いとは考えにくい（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・原油価格や季節野菜の高騰があり、生活に掛かる費用の単価を下げる客の動きがある。2～3か月先に状況が上向くための材料に乏しい。
		パチンコ店（経営者）	・パチンコやスロットは台の良しあしに関係する。パチンコは面白い機械が出そうであるが、スロットは余り期待できるものがない。プラスマイナスを考えてそれほど変わらない。また、余り暑いと客が店まで来ないので、暑さにもこの先少し左右される（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・異常気象が今後も続くと思われるため、変わらない（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ているものの、周りの人件費上昇もあり、利益的には余りない。景気が良くなるような傾向は今のところみられない。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・インターネット販売の台頭等に伴い、客は他店との比較により選択肢が増え、低価格商品が定着しているため、ますます売上増加は見込めない。
		その他サービス[電力]（経営者）	・電力小売自由化による一般家庭への普及は一段落したが、マンション一括受電の契約が取りにくい状況は変わらないと予想される（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・問合せ件数などからみて、例年と変わらない印象である。
		設計事務所（経営者）	・実際には、具体化しそうな新しい相談が入ってきていないので、今もっている仕事をそのまま継続することになりそうである。
		設計事務所（経営者）	・民間の案件が増えない。電話相談等はあるが、仕事に結び付かない状況は変わらない。官庁案件の入札も出始めたので、前年並みは期待できそうである。手持ちの仕事量から、景況感はこの先もしばらく変わらない。
		設計事務所（所長）	・全くと言ってよいほど、先は見えない（東京都）。
		設計事務所（職員）	・建築業界の建設費高騰は労務不足が大きな要因であり、下がる見込みはなく、景気動向には影響を及ぼさない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数、又は資料請求件数は前月、前々月とほぼ同じような動きである。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	・7月に入ってからは上向きの状況もほとんど止まり、少し落ち着いた状況である。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・先行きの物件情報に際立ったものはなく、例年並みと見込んでいる（東京都）。
		一般小売店[和菓子]（経営者）	・まだしばらく猛暑が続くそうなので、農作物などにも影響が出て、消費が厳しくなるのではないかと。
		一般小売店[家具]（経営者）	・客は商材を見定めに来ていて、購買しに来てはいないため、これから先も厳しく、やや悪くなる気がする（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・猛暑の影響もあり、秋物商戦が厳しさを増す。また、冬物商材も売れ筋が見つかっておらず、前年同様の寒さにならないければ、厳しいシーズンを迎えることになりそうである（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・競合店の閉店による好影響を受けているアイテムや、猛暑対応のシーズンアイテムなど、売上が伸張している商材はあるものの、宝飾や時計等の高額品の動きが継続して悪く、今後も急速な回復が見込めないことから、やや悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・今夏は異常気象が予想されており、猛暑や大雨など自然災害の影響が出てくる可能性が高い（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（販売促進担当）	・今月は早い梅雨明けと猛暑により夏物セールの上上が好調だが、9月上旬～中旬にも酷暑の恐れがあると、初秋物商戦に期待を持ってない（東京都）。
		スーパー（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響により、野菜、果物の品不足、値上がりが見込まれる。そのために他の予算が削られる。
		コンビニ（経営者）	・近隣にまた新しく同チェーンのコンビニエンスストアがオープンするために、来客数減少と単価の低下で厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニにとっては、この暑さは来客数が伸びる大きな要因になっている。ただ、2～3か月後は暑さもなくなるので、来客数は減っていくと予想される。また、コンビニ店舗がどんどん増えているので、1店舗ごとの売上はこれから落ちていくと考えている。
		コンビニ（経営者）	・コンビニを長年経営してきたが、来客数も少なくなっていることに加え、人手不足と人件費の高騰により、非常に厳しくなるだろうと危惧している（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・もともと力強い景気ではないと思っているが、酷暑の上に災害が重なっている。特に買い控えというほどではないが、積極的な購買意欲が欠けている。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税及び改元を踏まえ、もう少し買い控えが続くのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店の影響でやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・当店で、夏休みになる8月は昼間の来客数が減る。9月も猛暑が続くと予想されることから、昼の売上は伸びない。
		一般レストラン（経営者）	・ムード的に好景気とはいえない。例えば、インバウンドの恩恵に与る業態は好調だろうが、そうでない業態は減収に悩んでいる。特に、インターネット通販拡大の影響を被っている業種は消滅していつている。運賃の値上がりは、インターネット通販業以外の業種のほうがグロスが少ない分不利に働いており、商品に転嫁できないところも多く、経営に悪影響を及ぼしている。かつて日本経済は中小零細企業と個人商店によって支えられていたが、それも過去の話であり、時代は大きく変化している。その行方を見通せる経営者がどれほどいるのだろうか。この傾向は今後ますます強まる。従来のやり方が通用しない時代になっていることは明白である。
		旅行代理店（経営者）	・自然災害が余りにも次々と押し寄せてきているので、それぞれ支援や援助をすることが多くなってきている。なかなか行楽にお金を費やすことは、出来ないような状況になっている。
		旅行代理店（営業担当）	・今の状況はしばらく変わらない（東京都）。
		タクシー運転手	・残業ができなくなり、夜の客の動きがなくなっている。どんどん残業が厳しくなっているため、夜の動きはますますなくなっていく（東京都）。
		通信会社（経営者）	・酷暑の影響により、食料品等、生活必需品の価格高騰が想定され、サービス関連商品の買い控えが起こる可能性がある（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・厳しい猛暑が予想されるため、販売量の落ち込みが懸念される。
		通信会社（管理担当）	・個人向け携帯電話の販売は夏商戦期に向かい回復するものの、法人企業向けの情報、通信インフラ需要は引き続き横ばいで推移するものとみている（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・暑さは今後もまだ続きそうである。さらに、大雨、台風の季節となり、河川敷のゴルフ場にとっては、例年以上に厳しい状況である。
		パチンコ店（経営者）	・平成30年7月豪雨や異常気象の影響で、全体的な消費マインドはマイナスに働く。
		設計事務所（所長）	・これからは新築物件というより改修、耐震補強設計等が多くなる。空き家問題も抱え、新築はますます厳しい状況になる。特に、一極集中で都内にばかり集まっているため、地方はますます疲弊する懸念がある。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅が売れない限り本当の景気回復にならない。住宅が売れると経済波及効果が大きく、個人消費の回復につながる。住宅対策を検討してほしい。

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
		住宅販売会社（従業員）	・今後景気が良くなるとは感じないが、大きく下がることもない。都内の新築売りアパート物件は問題ないが、あくまでも都内限定で、売行きは変化しないと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・アパート建設に対する金融機関の融資姿勢も厳しさを増しており、予定どおりに着工できていない。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、悪くなる。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏場の暑さが落ち着くと、元の状態に戻ってしまうと思われる（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・競合店が出店するため、悪くなる（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・商品単価を下げないと売れない傾向が顕著になってきている。来客数も減少している。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・同業者で廃業するところも出てきている。市場の移転も近いが、非常に不安である（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらず、良くなるような雰囲気はない。今後の景気動向がまるでつかめない。
		金融業（役員）	・取引先への景況調査において、7～9月期予想については、全業種のDIは3.1とプラスに転じ、業況が改善する見込みとなっている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・就職率が上がり、買物へ行っても以前に比べるとレジで並ぶことが多くなっている。
		食料品製造業（経営者）	・非常に暑く、猛暑の影響で人の出足が悪い。これが解消されれば良くなる（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・天候次第だと思うが、今後もこの状態が続くようだと、営業の継続についても考えなくてはならない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・恐らく9月以降は受注量が回復する（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器は新企画、化粧品容器はインバウンドの影響でしばらくの間は活気のある状況が続くそうなので、設備投資に踏み切っている。
		輸送業（経営者）	・例年8月で閑散期が終わるので、ここから勝負できる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・7月のような良い状態は一過性のものであり、今後も続くとは考えにくい。8月は例年お盆の時期と重なり、案件の動き自体が鈍いので、厳しい状況は変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は新規法人の設立に絡む登記印鑑の注文が6本あり、いつもの月と同じ位である。ただ、多数の注文という特需のゴム印などはなくなってきて、通常月と同じくらいの量なので、見通しとしては変わらない（東京都）。
		化学工業（従業員）	・良くなる要因が全く見当たらないが、輸出は順調であるため、変わらない。
		化学工業（総務担当）	・当社の直接の取引先の景況は例年どおりと思われるが、米中貿易摩擦の行方次第で全体の景況に大きな影響が出ることが懸念される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今のところ大きく良くなる要素は少ないが、悪くなる要素もないので、余り変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・材料、消耗工具などの値上がりはあるが、受注量は順調に確保できそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現状の状態で見ると、2～3か月先は安定している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・画期的な新商品が出れば良くなるが、努力はしているものの簡単ではない（東京都）。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・現況は変わることはなく、今までどおりの状況が続く。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・猛暑の影響で外出する人が減っているため、繁忙期であるが、来客数が伸びていない（東京都）。
		建設業（経営者）	・中小零細企業への景気対策が十分に実施されていない。
		建設業（経営者）	・動きはあるものの、予算や工期が合わず、なかなか受注まで至っていない。
	建設業（経理担当）	・駅近くでは大規模な再開発や公共工事が動いているものの、民間の設備投資はこの先も少ないため、当地域では競争して少ない案件を取り合う状況が続くそうである。	
	輸送業（経営者）	・取扱量の増加や燃料を始めとする資材の値下がり等、現況が改善する要因が見当たらず、変わらない（東京都）。	
	金融業（従業員）	・小規模な小売業者でも、海外輸出やインバウンド対応に取り組む先が増えているように感じる。ただし、飲食店等では、平成30年7月豪雨や猛暑によって農作物の価格が高騰し、利幅が圧迫されることが懸念される（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
		金融業（支店長）	・平成30年7月豪雨や猛暑もあり、安全で安心な生活に関心が集まっている。景気が良くなる見込みはない。
		金融業（総務担当）	・猛暑はまだ続く予想のため、外出が減り、消費にも影響が出てくるのではないかと。建設業や運送業、飲食業等は人手不足が続き、人件費が高騰している。製造業では、夏季の売上低迷が予想される。これらにより、先行きの景気は変わらない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・駅前の1等地が空いていて苦労している。隣の駅ビルもあわせ、心配である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・この先もオフィスの高入居率と賃料の上昇傾向は変わらないと感じており、景気は変わらず良い（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・定期的な仕事のみで、売上の増減に変化はない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・業務量はここ数年変わらないが、仕入単価は上昇しても、販売価格にはなかなか反映できず、利益が薄くなってきている。
		広告代理店（営業担当）	・石油価格や、天候不順による食料品価格の高騰で、我々が主としているエンタメサービス、製品への支出に影響が出るのではないかと（東京都）。
		税理士	・米国の景気は良いようだし、中国もバブルが弾けていないところだが、米国大統領の関税の掛け方、中国との貿易戦争、ヨーロッパとの関税問題もあるし、日本に対しても圧力を掛けてきたりしている。それらがどのように展開するかによって、がらりと変わるので、分からない。身の周りだけでなく、中国、アメリカの動き等によって大きく変わるので、分からない（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	・景気が良くなる材料がない。
		税理士	・夏の好景気は秋までは持ち越さないのではないかと。消費税を増税するか否かの判断に影響を与える。この夏の疲れが秋に体調不良として現れないようにしたい。体調不良による購買意欲の低迷が予想される。
		経営コンサルタント	・変化の要因になるものがほとんどないので、現状のまま推移する（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・今後も取引先工場等の稼働率は安定する見込みであり、変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・原因がはっきりしないため、状況が好転する要素が少ない。
		金属製品製造業（経営者）	・営業で新規開拓して頑張っているが、業界が同じような状態のため、しばらく現状が続くそうである。
		精密機械器具製造業（経営者）	・物価が上昇しているが、販売価格に転嫁できない状況であれば利益改善はできない。
		建設業（経営者）	・消費税増税が心配である。
		輸送業（総務担当）	・物量が増えないことと、燃料価格の高止まりで、採算が取れにくくなってきている。
		通信業（広報担当）	・これまでの推移を考えると、今月が出来過ぎである（東京都）。
		金融業（統括）	・平成30年7月豪雨などの災害が発生し、景気が低迷しそうなイメージがある。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・8月に入ると現場の長期休みがあり、売上が減少する。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋口からは特に新しい展開が見込めない状況であり、例年の仕事も減っているため、景気が良くなるとは思えない（東京都）。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・貿易戦争による影響が懸念される（東京都）。	
	×	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約金額は変わらないが、最低賃金の上昇により人件費が上がり、収益を悪化させる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて追加の求人が増加する見込みである（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3か月後に既に30件ほどの話をもらっている。物流倉庫関係の新しい拠点ができることに伴う大量増員と、ここしばらく動きがなかった正社員募集を8社ほどで始めるという案件があり、かなりの増大を見込んでいる。

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
		人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法と労働契約法による契約期間無期化への対応を迫られる企業が増えてくることが想定され、派遣需要はますます増える可能性がある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・複数の経営者と面談をしたが、海外市場はそれほど伸びていないため、しばらくは変わらないと言う方が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・米国政権の輸入関税措置により、世界貿易など外部要因での景気減速リスクがあるものの、国内外共に景況感は安定している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が改善される見込みがないため、変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・個人に影響のある景気回復の施策や世の中の動向がない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が多く、人材不足の状況は変わっていない。事務処理のロボット化、AI化の検討を始めた企業も出てきているが、すぐには結果が出そうにない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車産業では開発テーマが山積みであり、しばらくはこの状況が継続することが見込まれる（東京都）。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・景気の良い話や上向いているという話は聞かない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も余り感じられないので、しばらくは横ばいなのではないか（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・全体的には景気は上向いていると感じている。この月中に更に上向きと感じられるところまではいかないと思うが、悪くはならない。
		職業安定所（職員）	・貿易摩擦など国際情勢の影響にもよるが、急に悪くなる可能性もある。しかし、当面は大きく変化しない。
		職業安定所（職員）	・前月の新規求人数は前年比で2割以上増加している一方、充足数は2割以上減少しており、人手不足感が強い。飲食業界からは、人手不足により営業時間短縮を余儀なくされ、営業損失が出ているとの声も聞かれる。人手不足による先行きの動向が懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数も増えているなかで、就職件数が減少しており、人手不足は改善されていない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・依然として、求人増加、求職者の減少が続いている。人手不足職種からはまだ深刻な声が聞こえてきている。求人倍率も、頭打ちといわれているところもあるが、いまだ上昇を続けている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・冬休みに向けて企画を準備中だが、前年以上の採用予算を準備する企業はない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・若者への求人が高水準で続いている。暑い夏ならではの警備、物販、イベント要員などが不足している（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・思い切った労働市場の開放が将来の経済市場の安定的拡大につながる。このままでは後れを取ってしまうので、労働市場のしっかりした開放を期待したい（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・新卒採用の目標数を確保できなかった企業が、中途採用で若手の確保に動き出す時期であるため、状況は変わらない（東京都）。
		学校[大学]（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は引き続き安定している一方で、秋以降は改正労働者派遣法で定められた個人単位の3年満了の増加が始まる。3年満了の際、各派遣元に対して雇用安定措置が義務付けられているので、派遣労働者の稼働者数減少の影響が見込まれている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・夏場は比較的採用の動きが鈍化する傾向にある。また、前月、今月と求人獲得件数が減少しているため、来月以降の採用数に大幅に悪い影響が出ることが予測される（東京都）。
	x	*	*

5. 甲信越（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）	・11月13～15日まで近隣でコンサートが開催されるため、来月から3か月半は仕出しで忙しくなる。県中小企業融資制度を利用して、運転資金を借りる予定である。

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
(甲信越)		衣料品専門店(経営者)	・8~9月はほとんど仕事にならない。夏が終わって涼しくなり始めると、秋冬物の需要が出始める。
		一般レストラン(経営者)	・昼は単価を気にしない客が多く、景気はそれなりに良くなっているものの、夜の飲み客の動きが相変わらず気になっている。
		都市型ホテル(支配人)	・例年同様に繁忙期となり、宿泊予約も順調に入ってきている。
		遊園地(職員)	・今後も新規施設やイベント実施等により、引き続き多くの客の来園を期待する。
		その他サービス[葬祭業](経営者)	・気温が高止まりしているため、トイレやお風呂で亡くなるものが少なくなっている。もう少しすると、朝晩は冷えてくるので、状況も変わってくる。
		商店街(代表者)	・当店は学校相手を主にしている。秋までは学校行事がいろいろとあるので、それほど変わらない。
		商店街(代表者)	・夏休みに入り、都会から避暑のための脱出客に期待している。
		一般小売店[家電](経営者)	・必要な物への出費はあるが、必要のない物やコトへの出費はしない。今夏の猛暑や、平成30年7月豪雨のような自然災害等での売上が景気に結び付くとは言えない。
		百貨店(営業担当)	・このところの状況をみても、良くなる要素はなかなか見当たらない。猛暑で、台風も来たりと、それほど変わらない状況が続くとみている。
		百貨店(売場担当)	・6~7月トータルで見ると、前年に食いついてるものの、8月は猛暑の影響で、客のセールへの関心をどこまで引っ張れるか、秋物への移行展開が、購買に上手くつなげられるかは、施策が重要となってくる。
		スーパー(経営者)	・天候要因で販売好調のため、今後も天候次第で力強さはない。
		スーパー(経営者)	・野菜の高騰が気になる。
		コンビニ(経営者)	・コンビニは、従来から7~8月がピークとなる傾向で、9月頭くらいまではこの調子で行くと思うが、それ以後は下降していくのはやむを得ない。
		コンビニ(店長)	・しばらくは暑さが続くということなので、この調子で行けば何とか今月のような形で変わらない。ただ、客に慣れとか飽きのような感じが出てくると、若干落ち込むかもしれない。
		家電量販店(店長)	・集客数の改善が見込めない。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税増税の動向によっては、車両販売にも動きがあるかもしれない。
		一般レストラン(経営者)	・相変わらず異常気象のようで、外出に抵抗感がある限りは期待できない。
		一般レストラン(経営者)	・希望的な見方をしたの変わらないである。良しあしの差がとて大きい。良いところも変化が早過ぎて、長続きしていない。
		スナック(経営者)	・猛暑で生ビールの売上は伸びているが、一時的なものだと思うので、長期的にはそれほど変化はないとみている。
		スナック(経営者)	・変わらないというよりは悪くなると思うが、これ以上変わらないでほしいという願いからの回答である。本当に良くなる要素が1つも見当たらない。何か方法はあるだろうか。
		スナック(経営者)	・連日続く猛暑で期待していたら、むしろ納涼会なども余り行われない傾向にある。これからお盆休みに入って、お盆明けもかなり暇になると予想されるので、しばらくは厳しい状態が続くとみている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・今後の予約は、伸び悩みが続いている。フリー客は天候が安定していると動きを感じられるものの、予約受注は相変わらず鈍い推移である。
		タクシー運転手	・乗務員の数が減った上に、夜に動ける乗務員が減っている。
		ゴルフ場(経営者)	・猛暑予報で、予約は伸びない。日中の街中は、がらんとしている。
	美容室(経営者)	・今後の売上を左右する方策は見当たらず、良くなる要素も見つからない。早く残暑が終わり、客が秋のイベントに出かけることを期待したい。	
	設計事務所(経営者)	・すぐに実施設計に入る物件数が少ない。	
	百貨店(店長)	・猛暑の影響もあり、年配者の来店が少ない。特に、今まで比較的好調だった食品も余り良くない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（副店長）	・前年と比べて悪くなるというわけではなく、あくまでも2～3か月先の秋の訪れとともに、節約志向が高まるためである。
		コンビニ（エリア担当）	・同業の競合店よりも異業種の競合店の方が、競争相手としては怖い。現実問題、コンビニ業界にとって、スーパーマーケット、総合スーパーマーケット、ドラッグストアの攻勢に耐える強度が課題となっており、じりじり下がっている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車のイベントに乏しいことと、メーカーのコンプライアンスに関するネガティブな報道が、販売に影響する懸念がある。
		自動車備品販売店（経営者）	・賃金上昇と採用難による人材の補てんが思うようにいかない上、契約先からの販売増要請も続き、現場の疲労感が高まる。IT化投資により、しばらくは経費が先行する。
		観光型ホテル（支配人）	・今年の猛暑は、避暑地であった当地でも避暑にならないほどの暑さである。この影響で出控え、平成30年7月豪雨災害の影響も多少残ると懸念している。
		観光型旅館（経営者）	・最近秋の行楽シーズンの団体旅行が減少傾向にあり、今年も同様に減少が予想されているため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・西日本の平成30年7月豪雨災害によるマインドの部分や猛暑が続いて、外出を控えがちになりそうである。
		旅行代理店（副支店長）	・平成30年7月豪雨による災害や猛暑などで旅行の中止、延期などが予想される。また、天候不順は農家の収穫、収入に大きく影響を与えるため、今後のレジャー等への影響も大きく懸念される。海外旅行も同様で、世界中が異常気象のため、マスコミ報道での風評が心配される。
		通信会社（経営者）	・猛暑等もあり、テレビ以外の家電に関心が移り、テレビ視聴や多チャンネル放送への関心は薄い。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘の仲介実績が低迷し、単価も下落傾向であるため、やや悪くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・来年の消費税再増税前に、今からこれだけ景気が悪いので、ますます景気が悪くなるとみている。
企業動向関連		-	-
(甲信越)		*	*
		食料品製造業（営業統括）	・国産ワインの人気は上昇しているが、暑さの影響で個人消費が落ち込んでおり、今後の見通しは横ばいで推移するものとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・微減が続くのではないかと。酷暑の影響もあり、第1四半期以降もなかなか売上は上向かない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想はしにくいだが、例年ある年末商材受注が見込まれており、さらに新商品展開の期待感もある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注はおおむね安定した状態で推移しているが、為替動向、資材費の値上がり等、不安要素もある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状がしばらく続きそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当面は現状維持で進みそうである。
		建設業（経営者）	・今はリフォーム工事の受注が順調だが、やはり公共工事や新築工事がないと、経営的には厳しくなる。
		金融業（調査担当）	・引き続き、製造業は高水準の受注を維持するとみているが、米中貿易問題の影響が世界経済に広がれば、景況感をやや下押しするのではないかと。一方、住宅など来年の消費税再増税に向けた動きが出てくることも予想される。
		金融業（経営企画担当）	・米国の保護主義政策により、世界の景気動向が悪化する可能性がある。また、中国経済も減速懸念が出てきている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・天候による好調な業種はあるものの、雑貨類を扱う営業マンは、「お中元を始め、節約志向が更に定着してきている」と話している。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・8月末には秋冬物展示会が開催される。国内卸、小売店、並びに中国人バイヤーの来場に期待するものの、現状が余りに低迷しているため、先行きの見通しが立たない。
	×	食料品製造業（製造担当）	・等級品がない状態になりつつあるなかで、国内、諸外国でも良い物ができていない。原料や原油価格高騰の影響で様々な物価も上昇し、商品原価の値上げにかかっている状態である。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (甲信越)		職業安定所(職員)	・パートを含む全数の新規求職者及び有効求職者は、減少傾向が続いている。一方、新規求人数及び有効求人数は前年同期を大幅に上回っており、有効求人倍率は前月より0.05ポイント上昇し、1.46倍となっている。また、企業の来年の新卒採用意欲も前年以上に高いと感じている。
		人材派遣会社(営業担当)	・猛暑もあって、購買意欲が湧かず外出を控えているため、店舗に行っても客がおらず、店員ばかりが目立っている。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・季節的に7～8月は特に忙しい、商店、サービス、運輸業等はパート、アルバイトの大募集をしているものの、採用人数は少ない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は減少傾向にあるものの、有効求人倍率は依然として高水準である。企業の話からも採用意欲は高く、大きな変動はないと見込まれる。
		職業安定所(職員)	・製造業の一部業種では原材料費の高騰、運送業の中には燃料費の高騰から、先行きを不安視する見方も出ている。
	x	-	-

6. 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)	・購買意欲がみられる。販売増加のところと減少のところの極端である。
		スーパー(総務担当)	・ウナギのかば焼きも前年比5%増加と好調で、全体に売上に勢いがついてきている。
		乗用車販売店(従業員)	・会社全体では前年の台数を維持するのがやっとだが、店としては新店舗への移転を控えており、販売台数はかなり見込める。
		商店街(代表者)	・人手不足になり、どんどん景気が良くなってきている。
		商店街(代表者)	・秋になり涼しくなれば、動きが良くなってくる。
		一般小売店[結納品](経営者)	・このままではどうしようもない。秋になれば少しは良くなる。
		一般小売店[土産](経営者)	・悪い状況が重なったが、底辺からの脱却は早い。
		一般小売店[薬局](経営者)	・夏はバーゲンセール等催物が多い。今年は猛暑のため猛暑関連商品が売れる。ただし、夏の後半にはこれらの一部の商品は品切れする可能性が高い。薬局の調剤はお盆休みの前の駆け込みや調剤日数の増加で忙しい。景気の悪い当地方は、商店街の縮小、土曜日の来客数の減少が大きな問題である。
		一般小売店[書店](営業担当)	・例年秋期の受注増加が予測される。
		コンビニ(企画担当)	・サッカーワールドカップが終わり、東京オリンピックに向けて盛り上がっていく。
		コンビニ(エリア担当)	・猛暑、天候の影響から判断した。
		コンビニ(店員)	・新たに中華まん、おでんの展開が始まるので期待したい。
		コンビニ(本部管理担当)	・今年の夏季は好天候に恵まれ、人の流動性が活発になり、特に小売業は特需となる可能性が高い。その状況に鑑みた場合、一時的に景気は良くなる。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	・猛暑が続き、季節商材が売れる。消費税の引上げを見越した買換えにも期待したい。
		乗用車販売店(経営者)	・猛暑の影響が客の動きが期待ほどではないが、落ち込む様子はない。じわじわと良くなる方向ではある。
		乗用車販売店(営業担当)	・新型車種が発売される予定である。
		乗用車販売店(営業担当)	・7月の見込み客がまだストックできているが、お盆明けは落ち着いてしまう傾向があり、上積みしておきたい。
	住関連専門店(営業担当)	・新築住宅、マンションほか、建築関係全般で、来年10月の消費税の引上げまでに、建築を発注し完成させたいという意向の声が多くなっている。	
	その他飲食[仕出し](経営者)	・東京オリンピック需要により、上向き志向になってくる。	
	旅行代理店(経営者)	・これから先は天候も順調で、悪い材料もなく景気も少しは良くなる。	
	通信会社(営業担当)	・今後のスマートフォンの新シリーズに期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・9～10月の予約数は前年同月と比較してそれぞれ順調である。台風等の天候に大きく影響を受けなければ、今後はほぼ順調に推移する。
		美顔美容室（経営者）	・8月～年末まで、ホームケアキャンペーンが始まる。
		住宅販売会社（従業員）	・そろそろ消費税の引上げに向けて準備する時期である。客が動くことに期待している。
		商店街（代表者）	・異常気温のために回答がしづらい。
		商店街（代表者）	・今のところ上向き要素が全く見当たらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・大きく変わる理由が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今の状況がまだまだ続く。一般の小売店にとって厳しいものがある。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来客数が伸びず、飲食店でのアルコール販売、飲料の販売が伸びる材料が引き続き見当たらない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先は現状が続く。個人の財布のひもは固く、伸びていない。その分、富裕層、法人先等が、企業の業績発展のために贈答品、広告宣伝費等を使っており、その売上がある贈答品店は売上が伸びている。しかし、個人の消費は伸びてきていないので、全体的には3か月先も今と変わらない状態が続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・中国、米国の経済的な動向が見通せず、現状では何ともいえない。
		百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上は伸びているが、一般客の売上は伸び悩んでいる。特に、7月中旬からの猛暑により、高齢者を中心に外出を控える動きが顕著で、来客数減、売上減の大きな要因となっている。8月も猛暑が続くと思われ、消費に対するマイナス影響が懸念される。
		百貨店（経理担当）	・米中の貿易戦争や原油高等の不安材料を抱えるが、引き続き、企業業績が堅調に推移することによって、海外出張や国際貨物等のビジネス需要が底堅く推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・日経平均株価も下がる要因がなく安定しており、景況感も余り変わらない。
		百貨店（販売担当）	・プチギフトや化粧品雑貨等は好調である。文房具は厳しい状況が続いている。そのなかではまだシーズン関連用品の動きが良い。
		百貨店（計画担当）	・7月は猛暑のため来客数が減少しているが、その他の要因で変調を来している様子はなく、現状維持で進んでいく。
		百貨店（販売担当）	・購買意欲は高いが中価格傾向になり、大きく変動はしない。インバウンドは安定している。
		百貨店（経営企画担当）	・8月も平年より暑い日が続く予想であり、夏物衣料は売れるものの、単価自体が下がっており、売上に直接結び付くか疑問である。
		スーパー（経営者）	・10月頃の国内景気はまずまずだが、米国と中国の貿易戦争は徐々に中国に悪影響が出て、日本は中国に電子部品や自動車部品等の輸出をしており、この部分への影響は大きくなってきていると心配している。しかし、全体的には景気は横ばい状態が続く。
		スーパー（店員）	・来客数は変わっていないが、客単価が良くない状況が続いている。
		スーパー（販売促進担当）	・個々の収入が増えなければ将来の景気回復は望めない。
		スーパー（販売担当）	・販売量が増える材料が見つからない。
		スーパー（営業企画）	・国外情勢は依然不確定だが、直ちに国内消費に影響が出てくることはなさそうである。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数は2か月連続で前年比100%を超え好調である。このまま来客数が好調に推移すれば、売上もついてくる。
		スーパー（経営企画担当）	・8月は、お盆セールで多少の売上は期待できるが、9月以降に期待できる物事がなく、見通しが立たない。
		スーパー（商品管理担当）	・ボーナス支給も目立って多くなかったため、消費は変化ない。
		スーパー（ブロック長）	・平成30年7月豪雨の後の猛暑という天候不順の影響やガソリンの値上がり、野菜の値上がり等、不安定な要素ばかりが目立つ。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・紙巻きたばこの売上が減少しているが、電子たばこが増加しているため相殺されている。今後、電子たばこの値上げ情報があるので推移を見守りたい。
		コンビニ（企画担当）	・記録的な猛暑のため、飲料の売上は伸びると予想されるが、外出そのものが減ることも考えられるため、大きく改善されることは難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・7月は猛暑で追い風であったが、冷たい商品以外の物が売れたかというところではなく、むしろ例年より下がっているカテゴリーが多い。引き続き、楽観視はできない。気温が普通になれば、また従来の状態に戻るのではと懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・新商品、企画の投入に合わせて、店舗での売り込みをしなければならぬが、人手不足によりマンパワーによる仕掛けがしづらい。
		コンビニ（エリア担当）	・重点管理商品と夕夜間の継続的なキャンペーンを実施することで改善を目指すとともに、秋に向けてのエンタメ関連のキャンペーンをすることで、来店動機を図る。
		コンビニ（店長）	・人の動きは当分変わりそうにない。特に夜は、2～3年前に比べて人の動きが悪くなっている。
		衣料品専門店（売場担当）	・回復、若しくは悪化する要因が見当たらない。
		家電量販店（店員）	・現状の来客数の状況から推察すると、良い方向に向かうようには思えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・賃金が上昇傾向にあるとはいえ、ガソリン価格の高騰やいろいろな物の値上げで出費も増えているので、楽になっているという感じは余りない。
		乗用車販売店（経営者）	・このまま推移していく。
		乗用車販売店（経営者）	・特別変更の要素はない。
		乗用車販売店（従業員）	・猛暑続きかと思えば台風上陸といった天候異常であったり、ガソリン価格の高止まり等、生活に直結するコストの増加が気になり、なかなか新車商談の話題に乗ってきてもらえない。まだ車購入の出費まで手が回らないといわれ、客の財布のひもはまだ固い。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車種が発表されたが、思ったよりも売行きが伸び悩んでいる。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・いろいろとイベント等を仕掛けているが、なかなか売上にはつながらず、本離れの影響もあり良くなる要因が見当たらない。
		高級レストラン（経理）	・夏休みに入り、期待したいところだが、これまでと同様にメリハリをつけた消費が続く。また、政治経済動向の消費への影響が心配される。
		一般レストラン（経営者）	・秋まで気温が高い日が多く、やや売上は減少する。
		一般レストラン（経営者）	・政権による外交政策が功を奏している状態であるが、世界を取り巻く環境は日本にとって余り良い状況ではない。これからの世界情勢の動向によって、日本の経済は大きく変わってくるが現状は変わらない。
		一般レストラン（従業員）	・夏休みに消費した分、買い控える。
		スナック（経営者）	・景気が悪い上に今の天候では、とても期待はできない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・製造業の業績や海外からの観光客も堅調で、消費者の景況感が良い。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
		都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は外国人頼みである。宴会は、忘新年会の本格受注時期に入るため期待したい。
		都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調に推移する。良くなる材料も、悪くなる材料も見当たらない。
		都市型ホテル（経理担当）	・平成30年7月豪雨、異常気象等の影響がある。
		旅行代理店（経営者）	・酷暑や平成30年7月豪雨被害の影響もあり、客の旅行意識が少し遠のいている。

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
		旅行代理店（経営者）	・物の所有からコト消費に変わりつつあるなかで、ターミナル駅前のような人が集まるところと集まらない郊外での消費に差がついてきている。様々なイベントで集客できる地区の消費は伸びるが、その反面、周辺部での消費は減少傾向である。
		旅行代理店（経営者）	・しばらく暑く、台風等の天災等によりどうにもならないところがあるので不安なところがある。このところの暑さで来客数も少ない。
		旅行代理店（営業担当）	・特に新規の大型客等の旅行案件の情報もなく、今のところ例年並みである。
		旅行代理店（営業担当）	・家計の景気は悪くない。ホテル宿泊業界の事情で宿泊代金が高くても、旅行を計画した客は申込みをしている。この先の心配事は、過去に前例のない異常気象や猛暑、平成30年7月豪雨の災害による旅行の中止である。特に団体旅行の中止は旅行景気の増減に直結してくるので、注視していきたい。
		タクシー運転手	・繁華街の人出が少ないのは3～4年前から同じような状態が続いており、なかなか良くなるとは思えない。
		通信会社（サービス担当）	・新しいサービスやキャンペーン等がなければ新しい客もつかない。
		通信会社（営業担当）	・勝負ができる商材もないため、このままの状況が続く。
		その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・完全な修復にはまだ3～4か月が必要とされており、以前どおりのサービスが提供できない状態が続く。
		その他レジャー[スポーツレジャー紙] （広告担当）	・米国と中国の動向がやや不透明だが、大きく変わらない。
		美容室（経営者）	・平成30年7月豪雨等、異常気象で全体的に暗いニュースが多く、消費を控えている。
		設計事務所（経営者）	・計画案件の種まき状態が多く、実施設計の実になるのはまだ時間が掛かりそうである。
		設計事務所（職員）	・最近の政治の動きをみていると、景気に関しての話が全く出てきていない。米国も貿易に関して今のような状態では、良くなる要素がない。
		住宅販売会社（従業員）	・横ばい状態である。大きな変化はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・低迷した状態で、良くなっていくこともなく、これ以上悪くなることもない。
		その他住宅[不動産賃貸及び売買]（経営者）	・売り希望の客は増加傾向であるが、買い希望の客が減少している。
		その他住宅[室内装飾業]（従業員）	・安定して見積依頼等の引き合いがきている。
		商店街（代表者）	・今までの傾向を分析してみても悪くなる。周囲からも景気の良い話は全く聞かない。
		百貨店（売場主任）	・即決買いの客が少ない。ネットや問合せで下調べして、それから店頭に来て買うかどうかの判断をする。メーカーも大量に在庫を持ちたくなく、一度購入を逃してしまうと次の入荷まで待ってもらうことになるが、なかなか入荷が間に合わず、売上も厳しくなっている。取り寄せして客に連絡しても来ない客が多く、やはりその時に商品がないと客の購買意欲はなかなか湧かない。売上は厳しくなっている。
		百貨店（業績管理担当）	・猛暑により来客数が減少し、洋服等ファッション商材の売上に苦戦している。
		スーパー（販売担当）	・パンの値段が上がった。週の中で一番売れていた日曜日の売上が下がってきたが、平日の売上は変わらない。
		スーパー（支店長）	・異常気象による酷暑で、客の来店頻度が減少している。また、農作物の高騰、入荷不安定により、全てがマイナスに陥っている状況である。この夏は厳しい。
		コンビニ（店長）	・猛暑や特殊な需要がない限り、ドラッグストア等との競合が続き今後とも厳しくなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・猛暑の影響が売上を押し上げている。この効果は気温とともに減少してくる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客に話を聞いても、まず、暑い、余り服を買わなくなっている、と言っていた。
		家電量販店（店員）	・エアコンや冷蔵庫が好調に売れた反動が来る。
		乗用車販売店（経営者）	・例年8月は動きが鈍い。来店動機につながるイベントで需要喚起をしていきたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・ここまでは順調にきているが、予約数も少なく今後はそんなに変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・大きな自然災害が起こる心配がある。これ以上何かまた起これば、景気はどんどん悪くなっていく。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・米中の貿易摩擦による中国の景気後退が、年末商戦にマイナス要因である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比プラス1.3%、来客数は前年比マイナス0.9%で推移している。
		一般レストラン（経営者）	・このところの天候の不安等で、備えるために余分な金は出すことは少なくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・温泉が設備の関係で一時止まった時期があった。今は回復しているが、マイナスのイメージを客はもっている。前年は大河ドラマの効果が秋口まで続いたので、それに対する反動を考えるとまだ悪くなる状況もある。何らかの景気対策もなく、この厳しい状況が更に継続するということが想定される。
		観光型ホテル（支配人）	・既に先の募集団体客にもキャンセルや人員減少の傾向が出ており、予断を許さない状況となっている。風評被害といえるかどうか、少なからず継続して影響は避けられない。
		都市型ホテル（経営者）	・貿易戦争等不安定要素があり懸念している。
		旅行代理店（経営者）	・天候の不安定な状況が続いており、レジャーにかかる企業は大打撃な状態である。
		タクシー運転手	・タクシーは高い乗り物で、利用する人が減少してくる。
		通信会社（企画担当）	・異常気象はまだまだ続くものと思うが、人手不足や人件費の上昇、流通経費の上昇等も進み、景気回復は難しい。
		通信会社（営業担当）	・今後も、現状の状態が続き、減少傾向にある。
		観光名所（案内係）	・異常な暑さが続いている。今後、台風の発生が多くなるのではないかとみている。これは経済にかなり大きな打撃を与える。
		パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制強化により業界全体が沈下している。
		理美容室（経営者）	・客との話で給与も上がらず、3か月先も良くならない。
		美容室（経営者）	・人口が減少するという事は、業界に良い影響はない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・障害者支援施設に依頼される加工業務は増加傾向にあるが、手作業での組立てであるため効率が悪く、なおかつ加工賃も上げにくい。残業による人件費の上昇で経営状態は悪化している。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・厚生労働省より介護保険福祉用具貸与サービスの上限価格が公表された。商品ごとの全国平均価格を基準に設定されたものだという。付加価値サービスをつけて価格設定をしている事業者からしてみれば、売上減少と契約更新手続きにかかるコストアップとのダブルパンチの影響となる。
	×	商店街（代表者）	・60代以上の世帯が主な客であるが、白物家電の単価の上昇もあり年々購買力が落ちてきている。この傾向は続く。
	×	スーパー（店員）	・この暑さもそうだが、平成30年7月豪雨でも当地域の枝豆畑が、河川の増水によって大きな被害が出ている。野菜や果物の価格が高騰しているため、しばらくの間は我慢が続く。
	×	一般レストラン（経営者）	・宴会の需要がなくなる。
	×	テーマパーク（職員）	・災害の影響で風評被害が落ち着くまでは難しい。また猛暑で外出が見込めない。
	×	美容室（経営者）	・今から暑くなるので、今月と一緒の状態である。
	×	理容室（経営者）	・年々悪くなるばかりである。景気が良くなるとは思えない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・土地、住宅、資材の価格が上昇傾向で、売行きが悪化するのではないかと心配である。
企業動向関連		化学工業（営業担当）	・値上げの決着先が9～10月で、ある程度見込めている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて客が設備投資等をする機会ももてる。
(東海)		電気機械器具製造業（企画担当）	・働き方改革の需要は東京オリンピック開催の年までは続く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・10月以降増産すると完成車メーカーから聞いている。

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
		通信業（法人営業担当）	・いろいろな数値が景気回復を示している。しかし、実感が今一つ伴わない。不安材料は、異常気象による野菜の値上がり、ガソリン価格の高騰、一般家計には痛手の材料があり、主婦の財布のひもはまだ固い。
		金融業（従業員）	・建築業、物流、自動車産業等において、工場や作業等の人手が足りない。若干だが仕事量が多く、将来にわたっても生産量の予定を多めに組んでいる。
		不動産業（経営者）	・8月以降は例年と比較して晴天の日が多くなると予想されており、当面の景気は良い状態が継続し、売上は前年同月比100%以上で推移する。
		食料品製造業（経営企画担当）	・8月に販売が伸びなければ夏物商材の在庫負担も大きくなり、下期の成績に悪影響を及ぼす可能性もある。
		食料品製造業（営業担当）	・特定の商品の需要は増えているが、全体の平均としては横ばい傾向にあることから、先の見通しは変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年は秋の需要で景気は良い方向へ向かうが、今年は関与先から良い情報が入らず、景気は現状と同じで変わらない。
		化学工業（人事担当）	・今後景気が更に良くなるほどの理由が見当たらない。
		化学工業（総務秘書）	・特段の不景気要因が見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・半導体のみならず、自動車関連の消耗品の品薄感が続いており、現在の好況がしばらく続く。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量、見積量も増えておらず、今後の仕事量が伸びていく感覚がない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも横ばいで、現状と変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・受注は引き続き堅調で、忙しい状態が続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・部品不足により設備の納期が長くなったため、客が計画をかなり前倒しして発注していた。ついに、その前倒し分を全て受注してしまったため、もう精度の高い引き合いが残っていない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量は安定して推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・傾向が変わる要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・建設業界においては2020年の東京オリンピックまでは堅調に推移する。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・残業計画から、変わらないと思われる。
		輸送用機械器具製造業（製造担当）	・余り変化がない。
		建設業（役員）	・これ以上良くなる素材は見当たらず、今の状況をキープし、横ばいで推移する。
		輸送業（経営者）	・物流業を離れ、環境、待遇の良い業界に向かう人がこれまで以上に増えている。
		輸送業（エリア担当）	・景気の先行きが分かりにくくなっており、海外取引は慎重になり、手控えがあると推測している。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油が前年比22円10銭と大幅な値上げになっている。貨物の荷動きが少し良くなっているが、運賃値上げは思うようにはならない。景気は変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・7月の取扱物量が前年比で下回る日が増えてきており、この状況は8月をみないとキャッチできないことがあり、先行きに関してはもう少し時間が必要である。
		輸送業（役員）	・全体的には輸送物量は減少傾向にあるが、猛暑で例年以上に季節商材の荷動きが活発で、しばらくは続く見込みである。しかし、トラック燃料の軽油価格が高騰しているため業界全体としてはコスト増になっており、経営に与える影響が今後出てくる。
		輸送業（エリア担当）	・単価は高止まりしており、ここからの更なる伸びは難しい。
		通信業（法人営業担当）	・今年の猛暑で、うれしい悲鳴を上げるのは清涼飲料事業やエアコン等の電化製品を扱う業種のみである。その他は、そもそも事業を担う人間がやる気をそがれて、新たな提案やアイデアが浮かんでこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（企画担当）	・個人投資家は、日経平均株価も為替も大きく動いておらず、含みも余り動いていないことから様子見で、含みが大きくなってこないと消費に向かいづらい。その他個人は給与が増えてこないと消費に向かいづらい。当面このような景気が続く。
		不動産業（経営者）	・今後も大きな変化は予想できない。
		不動産業（用地仕入）	・特段のトピックスはない。
		行政書士	・貨物が変わらない。
		公認会計士	・中小企業を取り巻く経済環境に大きな変化はない。金融機関が、相変わらず自身はリスクを負わない担保・保証主義である。
		会計事務所（職員）	・月例給与も夏のボーナスもさほど増えていないため、大きな消費に回るとは思えない。
		会計事務所（職員）	・小規模小売店の自然とう汰が景気に及ぼす影響は不明であるが、個人消費の増加がなければ良くも悪くもない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・働き方改革、36協定等で自社、他社共に規制の緩和がない限りどうしようもない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安状態のため、日本での生産に軸を取っている様子がかがえる。米国大統領の経済政策により、日本の輸出が厳しくなれば現地生産が増加し、国内生産も厳しくなる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・今年の異常気象で、ずっとエアコンをつけ、電気代が上がることを心配する人がたくさんいる。
		建設業（経営者）	・国会議員の余りのだらしなさと、役人の目に余る不正等の行動ばかりで、良くなるとは思えない。
		通信業（総務担当）	・現時点で、政府の経済対策として具体的なものが提示されていないため、直近の希望が湧かない。キャッシュレス化を推進するのか現在のATM中心でいくのか国の方向がみえてこない。悲しいが、自然災害が8～10月で発生するリスクも高いため、全てにおいて買い控えるマインドが定着してきている。
		広告代理店（制作担当）	・秋に向けての引き合いが余りなく、具体的な材料が見つからないのが現状である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の受注量が日に日に少なくなっている。
	x	-	-
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連企業の開発テーマは前倒しで進めていくケースが増えている。2～3か月先は半期の切れ目ということもあり、上期の成績次第で、更なる投資を進める企業が出てくる。それに伴い、当社への引き合い件数も増える可能性がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・一旦落ち着いた採用意欲が、下期に向けて上がってくる。4～7月くらいは、主に新入社員の教育に時間を費やしていた各企業が、人事異動や中途採用に目を向ける。
		人材派遣会社（営業担当）	・現状の企業の求人動向、労働法令対応状況等から、景気動向はやや良くなっていく。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・当地区の自動車生産体制において、平成30年7月豪雨の影響はほぼなく、下期の生産目標が上向きのためやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人は高水準を維持しており、人手不足も厳しいが転職市場は活発になる。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・派遣就業者の年齢層は直接雇用で決定することも多く、登録者の2極化は変わらずで、経験の少ない第二新卒や事務未経験者、若しくは専業主婦からのブランク明けの40代が多い。夏季休暇を長期期間の間で交代に取る企業も増えたことから、来月は案件の動きが鈍くなるが、9月からは四半期のキリもよく案件の動きも活発になるため登録者も増える。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に変動の要因はない。
		人材派遣業（営業担当）	・引き続き災害対策を検討する企業が多く、景気上昇につながる投資が控えられる。
		人材派遣会社（社員）	・7月が良いので、イベントに関しては天候にもよるが、悪くなるかもしれない。
		人材派遣会社（企画統括）	・景気に変化する特段の要因がない。
		人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな材料が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（所長）	・世界的には不安要素はあるが、企業からの情報、求人や求職の動向をみても変わる要素が見当たらない。
		職業安定所（所長）	・当地における製造業、物流等の産業へ平成30年7月豪雨や台風等の及ぼす影響は小さく、離職者が増加してくる要因も特に見当たらない。
		職業安定所（次長）	・雇用関連では猛暑や災害復旧に関わる様々な需要が発生するが、それに付随した労働力の確保は容易でない状況から、景気に与える影響は少ない。
		職業安定所（次長）	・企業の業績は好調との声を聞く一方で、人手不足により受注制限しているとの声を聞く。
		民間職業紹介機関（支社長）	・貿易摩擦はメーカーに影響が出そうではあるが、不透明である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・採用決定者数の伸長度はこれまでと変わらず、お盆を挟んで転職希望者の動向は多少緩やかになる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・保険診療制度の改定により、従来無条件かつ上限のなかった医療機関の一部で、医療専門職者の採用に抑制が働いている。
		人材派遣会社（社員）	・8月の閑散期に一旦落ち着き、9～10月の繁忙期に再度、求人数と求職者の動きが活発になる。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・確実に採用できるケースにしか企業は費用をかけなくなっている。ダイレトリクルーティングが中心になっており、募集広告は激減する傾向はますます強くなる。

7. 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)		乗用車販売店（従業員）	・各種イベントやリニューアルオープンなどによって、集客と売上アップを計画している。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・秋に向けた新商品やイベント関連商品による販売増を見込んでいる。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・天候や物価の上昇などによって今が底で、少しずつ良くなると期待している。
		スーパー（店長）	・国体に向けて観光客が増えると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・猛暑によって、飲料や涼味食品を中心に好調である。
		コンビニ（店舗管理）	・国体開催による特需を見込んでいる。ただし、一過性のものである。
		乗用車販売店（経営者）	・競合他社も新型車の発表をしているので、販売量は少しずつ増えると見込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・夏休み期間も、7月中旬頃から予約が入り始め、ほぼ前年並みに近づいている。9月は連休が2回あり、国体開催期間も含めて順調に予約が入っている。
		旅行代理店（支店長）	・秋の行楽シーズンにおける販売増が見込める。
		タクシー運転手	・9月の前半には、地元のタクシー業界が対応できないほどの大きな行事が、幾つか重なっている。
		通信会社（職員）	・当地は今秋の国体開催県なので、各所での経済効果を期待している。しかし、開催広告やニュースで取り上げられている程度で景気の実感はなく、さっぱりとしたものである。やはりメインとなるのは開催期間中であり、多くの来県者に期待するしかない。
		通信会社（営業担当）	・現在買い控えている客の購入や、新商品の発売が絡んで販売台数アップにつながることを期待している。
		通信会社（役員）	・9月以降は商戦期に入り、携帯電話関連のイベントもあるため、契約数が伸びると見込んでいる。
		美容室（経営者）	・気温が平年並みに戻れば、来客数が多少増えると期待している。
		商店街（代表者）	・夏物商戦もはや終盤といった割引だが、反応は今一つである。安価な商品でも販売量が伸びないので、売上増には結び付かない。この傾向が続きそうである。
		商店街（代表者）	・特に変わった状況はみられない。
	一般小売店〔精肉〕（店長）	・精肉の動きは非常に良い調子できているが、このままハム関係が少しづつついて動くような気がしているので、変わらないのではないかとみている。	
	百貨店（売場主任）	・天候と気温の3か月予報では、平年に比べ9月も高温で残暑が厳しい見込みとの発表である。衣料品は実需期に購入する傾向が強まっているため、秋物の立ち上がりは引き続き厳しくなる見込みである。苦戦している状況は変わらない。	

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（販売促進担当）	・堅調な株高とボーナス支給に伴い、一部高額品の需要は活発化している。しかし、グローバルレベルでの天候不順の影響も危惧され、個人消費の改善は感じられない。
		百貨店（営業企画）	・ここ2～3か月の傾向として、来客数に対する購買率が少ない。
		スーパー（総務担当）	・異常気象による商品の欠品などはあるものの、県内では影響は大きくなく、今後も変動はないとみられる。
		コンビニ（経営者）	・今月は猛暑特需となっているが、客の様子を見ると、安いものは近くのドラッグストアで買い、コンビニにしかないものはコンビニで買う。そのような状況は変わっておらず、猛暑が一段落したら売上が通常並みに戻るのではないかと考える。
		コンビニ（経営者）	・季節商材に目立った動きがない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の売上が、下げ止まる気配はまだない。相変わらず、客の価格志向は強いものがある。
		家電量販店（店長）	・残暑が続けばエアコン販売に期待はもてるが、他の家電商品は売上が変わらない。
		家電量販店（本部）	・猛暑の需要が落ち着けば、購買をけん引する材料は乏しく、状況は変わらないと考える。
		乗用車販売店（役員）	・中国の景況感が懸念材料となるが、引き続き国内では好景気が継続するとみている。
		自動車備品販売店（役員）	・車販売は好調に推移しており、商談件数も増えている。しかし、用品販売では単価低迷が続いており期待できない。また、人手不足が更に加速して営業面に影響を及ぼしている。
		住関連専門店（役員）	・来客数、販売数共に前年比を上回っているが、継続するとは思えない。7月の暑さ対策への消費が膨らんだ分、8月以降は再度節約傾向へと変化すると見込んでいる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなってほしいが、長年変わっていない。良くなる様子がないということで変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・来館客の買い控え感はないが、来客数の落ち込みや衣料品トレンドが大幅に改善しない限り、現状の景気が続くと思われる。コト消費であるアミューズメント店舗などは引き続き好調に推移している。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここ半年は、来客数が減少して客単価が増加している傾向にあり、見通しは余り良くない。
		一般レストラン（統括）	・高価格帯で付加価値のある商品に対する客の反応は良く、売上高は増加している。しかし、来店頻度が下がっているのが、来客数がなかなか上がらない状況にある。その結果、利益高の増加がそれほど見込めない。
		スナック（経営者）	・国内外共に、経済状況や天候など慌ただしい日々では、見通しはつかない気配である。
		観光型旅館（スタッフ）	・7月以降も予約状況は前年を上回った状況で進んでいる。平成30年7月豪雨などの災害の影響がどう出るか、注視が必要である。
		旅行代理店（所長）	・特筆すべきイベントもなく、大きく受注量が増える要素は見当たらない。
		タクシー運転手	・今年は暑い夏であることから、この先の8～9月も残暑が続く、タクシー利用客が順調だと期待している。
		通信会社（営業担当）	・販売量をみると横ばいの状況が続いている。前年と比べても大きな変化はみられない。
		通信会社（役員）	・現在、サービスの新規獲得数は極めて順調であり、今後数か月をみても特に変化する兆候はない。
		通信会社（店舗統括）	・特に良くなる要素は見当たらない。
		テーマパーク（役員）	・先行の予約状況を見ると、やや良くなるとの期待感もあるが、この酷暑の影響や最近の異常気象の影響もあり、全体としてはどちらともいえないという形で、この先3か月も推移するとみている。
		パチンコ店（経理）	・先行きが不透明である。
		競輪場（職員）	・前年の同時期と比較しても販売量に大きな変動がないことから、引き続き同じような状況が続くとみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・やや良い方向に向かっていると感じているが、客の動きが鈍くなっており、先行きに若干の不安がある。しかし、各社共に積極的に動いており、他社の動きも良く新しい住宅展の動きもあるため、まだまだ安定的な受注が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・競合が激しくなり、大きな受注の伸びは見込めない。

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）	・土地価格が上昇し、土地購入を迷う。
		住宅販売会社（営業）	・客の動きに変化がみられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・例年以上の猛暑が続き、購買行動が弱まっている。休日でも出歩かない。また、これだけ日ざしの強い日が続くと、今も既にそうだが、海水温が上昇して魚が取れずに魚価が上昇する。単純に売価に転嫁できないため、売上は厳しい状況になる。今年の夏はつらい。
		スーパー（総務担当）	・8月以降も気温上昇が続く予報のため、来客数減少の傾向は続くと思われる。
		スーパー（店舗管理）	・気温が落ち着いて来客数が減少することを懸念している。また、農産物や海産物の相場が下がると、売上は厳しくなると考えている。
		スーパー（統括）	・平成30年7月豪雨や猛暑による生鮮品の相場高などの影響が、今後どのように続くのか不安が残る。
		衣料品専門店（店舗運営）	・大型セールスの反動によって、多少の売上減少が見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの受注状況も良くない。
		都市型ホテル（役員）	・コンベンション関係の宿泊や宴会の申込状況が若干悪い。レストラン部門も同様の傾向にあり、全館では厳しいと見込んでいる。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・新規競合店の影響によって、働き世代の会員獲得は止まるとみられる。子供に関しては、夏休み特別教室などで何とか現状維持ができれば良いくらいである。
	x	-	-
企業 動向 関連 (北陸)		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内、欧米市場共に活発な引き合いがあり、今後も期待できる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内の設備投資は引き続き堅調であり、補修なども含め旺盛な需要が続いている。また、海外においては、欧州向けのオートバイ部品関係の受注が好調を維持している。
		精密機械器具製造業（役員）	・今までの高価格帯商品に加え、価格帯をやや下げた商品群を開発し、その評判が良い。工場の生産量は増加している状況であり、一部で人手不足も発生している。
		繊維工業（経営者）	・製造メーカーとしては、やはりどうしても輸出絡みの、海外の為替の問題に非常に注目している。海外向けは米国が順調なくらいで、中国や欧州などは良くないことから、非常に慎重にみて変わらないと考える。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・他社の価格動向をにらみつつ、自社では一層の付加価値向上によって競争力をつけるべく工作中である。ただし、今すぐ効果が出るかは不明である。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合をみて、変わらないと判断した。
		輸送業（配車担当）	・軽油価格が高止まりし、トラックの確保も難しい。輸送コストの上昇によって利益が出づらい。
		通信業（営業）	・提案件数が順調に伸びていることから、引き続き堅調な状況が続く。
		金融業（融資担当）	・原油価格が、高いなりに一服して落ち着いてきた様子である。
		金融業（融資担当）	・8月は一層の酷暑となる可能性もあり、一般消費者の外出頻度が抑えられると小売業やサービス業への影響が色濃く出る可能性がある。一方で、7月支給のボーナスは、従業員確保の意味もあって業態を問わずに例年より厚めにした企業が多い。潤った消費者が夏のレジャーシーズンの消費に回す可能性もある。
	不動産業（経営者）	・同業者にいろいろと話を聞くと、今の動きがしばらく続くのではないかということである。また、法人企業で少しずつ問合せなどの動きが出てきているようである。	
	司法書士	・会社の設立に関する業務は複数あるが、新規事業開始のためのものはなく、資産管理会社や関連会社の設立ばかりである。	

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
		税理士（所長）	・やはり需要というよりも賃金の問題だと考える。自分の取引先である中小企業をみると、中小企業の賃金の引上げがかなり厳しいところまできている。また、建設業界では、二次下請や三次下請への値引きの圧力が、一層強くなっているようである。人手不足の上に値引きされると、特に中小下請の建設業者は存続の危機に立たされているという、非常に大きな危機感をもっている。ここが崩れると、本当に地域から産業がなくなると心配している。景気としては、3か月先は余り変わらないとみている。
		食料品製造業（経営企画）	・全体的な受注量に大きな変動はないだろうと考えているが、原料価格の一層の上昇によって、収支面では今よりも厳しくなる見通しである。
		建設業（経営者）	・地元の公共事業の発注見通しが、例年より少ない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今月も前年同月の売上を下回っている。売上の伸びる土曜日が、前年より1日少ないこともあるが、それを差し引いても落ち込んでいる状況である。
	x	-	-
雇用関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・人材はいるが、スキルやレベルに合う適材者が少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・就労状況が安定しているようであり、良くも悪くも変わらないと考える。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費がどうかは、小売業では特定業種を除いて良い話が余りない。
		職業安定所（職員）	・建設業や製造業は引き続き人手不足であり、職業安定所でも求人の動きが大きい。生活関連サービス業と医療福祉業に関しては、前年同月比で確かに減少はしているが、6月前後の5月と7月をみると結構大きな動きがあることから、3か月の平均では、それほど求人数の増減はない。求人申込みの月が少し動いたのではないかとみられ、それほど大きな動きはないと判断している。飲食サービス業は出店から休廃業までが短い場合もあり、求人申込件数の推移は比較にくい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人2次募集や追加募集で来学する企業が目立つ。じっとしていても人が集まらないとのことで、初めて来学する企業や2～3度来学する企業が前年より目に付く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・派遣スタッフの抵触日が近づき、企業から直接雇用の動きが出始めている。それに加えて求職者が足りない状況が継続しており、人材を扱う上では見通しが良くない。
	x	-	-

8. 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		家電量販店（店員）	・決算商戦の時期となる。
(近畿)		家電量販店（企画担当）	・かなり不本意であるが、大阪北部地震や異常なまでの猛暑のほか、特異な進路をたどった台風12号に伴う復興などでの、家電、住宅設備機器の買換え、買い増しが年内は続く予測される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今後も残暑が厳しいほか、旅行などに使う携帯用の薬やグッズなども売れる。
		旅行代理店（店長）	・今の状況からすると、旅行に行きたいと考えている人は、様々なことが落ち着けば行く予測される。大阪北部地震の被害を受けた人も、問題が解決すれば良くなっていく。単価的にも、安い物が売れているわけではないので、世の中の状況が変われば上昇する。
		百貨店（売場主任）	・6月は店頭売上が苦戦したが、当店では7月に入ってファッションフロアも含め、プラスに転じている。猛暑の影響もあり、ファッションでは夏物、食料品については涼感商材が好調である。
		百貨店（企画担当）	・当社に限れば、来年の2月までは現在のような傾向が続く。ただし、これは競合店の閉店によるもので、地域全体や国内の景気自体が良くなっているとは感じられない。

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
		百貨店（営業担当）	・気候による影響が景気にも表れた今月の様子を見ると、不透明な点もあるが、富裕層の優良客による海外高級ブランド品の購入は、各種イベントの効果で更に伸びる。
		百貨店（外商担当）	・秋物の新作が立ち上がるほか、現在工事中の売場がオープンすることから、集客や売上が増える。
		百貨店（営業企画）	・気温が平年並みになると一時的に落ち着くが、世界的な貿易摩擦などの不安要素がある。
		スーパー（企画担当）	・気温が下がってくるので、客足が元に戻ると期待できる。
		コンビニ（経営者）	・今後数か月は酷暑が予想されており、飲料や冷菓、冷たい麺類の売上増が期待できる。それに伴い、イートインコーナーの利用率も更にアップすることが予想され、全体の売上増が期待できる。
		コンビニ（店員）	・購入単価は余り変わらないが、暑さが続けば、飲料水やアイスクリームなどの販売数がかなり伸びる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・低価格のオーダースーツが減少し、高価格のスーツの注文が増加している。
		乗用車販売店（経営者）	・中古車の販売は伸びているが、新車は良くない。新車が売れば良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨と、自然災害が重なり、7月は通常時とは比較できない状態であったが、幸い日常に戻るスピードが速く、1～2か月後には例年の状態に戻ることが予想される。
		高級レストラン（企画）	・企業からの宴会の受注が引き続き好調なほか、海外の団体客を中心に、宿泊受注が持ち直している。
		一般レストラン（経営者）	・天災やインフラの不具合などで、特に大阪市内は多大な影響を受けることが分かったが、何事もなければ通常に戻っていく。
		観光型ホテル（経営者）	・6～8月の自然災害によるキャンセルや出控えも、9月以降は元に戻ることが予想される。
		旅行代理店（支店長）	・3連休や年末年始の日並びの良さなどから、秋から冬にかけての旅行需要は伸びる。夏の旅行の電話セールス時に、今年は余りの暑さに夏の外出は控えて、秋、冬に変更するといった客も多い。
		旅行代理店（役員）	・中国、四国、九州方面への旅行について、復興支援ツアーが増えると見込まれる。
		旅行代理店（営業担当）	・大阪北部地震や平成30年度豪雨、台風などの自然災害の反動が出る。
		通信会社（社員）	・年末の4K、8K放送のスタートと、ケーブルテレビへの加入が連動してくれば、申込件数は増えると期待している。
		通信会社（企画担当）	・夏休み期間になり、来客数の増加が見込まれる。
		観光名所（企画担当）	・国内客の減少を超えるインバウンドの増加があり、2～3か月先もこの傾向が続くと予想している。そのため、この先もしばらくは、来場者数が前年よりも増加すると見込んでいる。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上が、電話投票を中心に微増傾向である。
		美容室（店員）	・特に、暑い夏の後、季節の変わり目には客の動きも良くなるため、来店数の増加が期待できそうである。
		その他住宅[展示場]（従業員）	・来年の消費税の引上げに伴う駆け込み需要の兆しが、そろそろ出てくる時期である。
		その他住宅[住宅設備]（営業担当）	・夏の繁忙期で時間外手当が増加している。対価としては当然のことだが、各社員の収入増につながっている。
		商店街（代表者）	・安売りショップがよく売れている。長期間この傾向が続いている。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・復興にある程度見通しがつき、落ち着くまでは、消費者のマインドにも買い控えが感じられる。
		一般小売店[衣服]（経営者）	・冬場に向けての期待はあるが、これまでの販売量や消費者の様子を考えると、冬場に入っても大きな期待はできない。
		一般小売店[野菜]（店長）	・暑さの影響で注文の数が減ってきている。価格帯も上がってしまい、ますます商売がやりにくくなっており、3か月後も変わる気配はない。
		百貨店（売場主任）	・引き続き、中国人を中心としたインバウンド需要で、何とか売上を伸ばしているものの、商圈内の客の売上は減少しているため、力強い成長への期待は薄い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・中間層の動きの伸び悩みは継続すると予想され、インバウンドの高い伸びが続くかどうか不明になっている。一方、富裕層の高い購買意欲と高額品の販売好調は続くため、大きな落ち込みにはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドによる爆買は沈静化しているが、猛暑や災害などへの備えに対応する商材には、消費者が興味を示していることから、まだまだ動くと思われる。
		百貨店（宣伝担当）	・猛暑、残暑が続くと予想から、秋冬商材の動きが遅くなると予測している。追加セールなどの対策は打っているが、周辺ホテルの予約状況からインバウンド消費もこれまでの伸び率は見込めないと考えており、現状において、好転する要素はない。
		百貨店（販促担当）	・政権が変わらないことを市場がどう捉えるか、米国の政策がどう動くのかに左右される。株価の不安定要素が多数存在し、上得意先の年末に向けた購買への影響が懸念される。また、今年の天候は暖冬予測もあり、極端になると衣料、雑貨共に影響が出そうである。立て続けに起こる異常気象の影響で、やや消費マインドが守りに入っており、年末商戦に向け不安材料が多い。
		百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果が今までどおり続いていて、関西への観光客数が依然として増えているため変わらない。今後については、国内客向けの催事の強化で、来客数の増加や売上の確保に努めたい。
		百貨店（マネージャー）	・基本的には個人消費が活性化する材料はないため、選択消費は続き、一進一退の状況が続く。今後は心理的に消費税の引上げの影響が国内消費には出てくると予想され、より一層、業界格差も広がる。
		百貨店（服飾品担当）	・この数年の気温の影響により、気温対応型商品の伸びは前年に続いて厳しくなる。一方、非気温対応型商品に関しては、新作が投入されるこのタイミングをみると、国内外の客共に、現状の推移は維持できそうであり、この7月の動きと大きく変わらないと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・為替や株価に大きな変動がなければ、前年の実績は維持できる見込みである。
		百貨店（マネージャー）	・月末の台風の影響は、関西では軽微で済んだが、天候不順による台風の襲来や酷暑が続くほか、9月まで残暑が厳しいとの天候予報もあり、入店客数の減少による業績への影響が危惧される。インバウンド売上の回復と、堅調な富裕層の高額品の消費に期待したい。
		百貨店（マネージャー）	・米国と中国の問題など、様々な国際情勢の動きはあるものの、為替が円安方向に動きつつあることなどから、今後も国内富裕層や訪日外国人売上は底堅く推移することが期待できる。一方、中間層の消費が活発となる要素は見当たらず、全体としてはここ数か月の傾向と変化はない。
		スーパー（店長）	・店舗改装などで店選びが変化しているだけで、消費量が増えているとは考えにくい。
		スーパー（店長）	・農産品関連の単価も戻り、一時の最悪の状況は脱したと感ずるが、消費者の財布のひもは引き続き固い。
		スーパー（経理担当）	・猛暑による底上げは当分続くと見込まれるものの、気温の動向次第では、売上に対してマイナスに作用する可能性がある。
		スーパー（社員）	・前年に多くのイベントを実施したこともあり、今年はその反動減を予想していたが、食品部門を中心に、売上、来客数は堅調に推移している。客の購買意欲は依然として高く、当面は今の状況が続く期待がもてそうである。
		スーパー（企画）	・来年の消費税の引上げに向けて、一時的に消費は伸びるであろうが、所得や雇用環境、将来不安の改善などが無い限り、所得を消費へ回すといった行動にはならない。
		コンビニ（経営者）	・飲料水の購入で来客数が前年比で16%ぐらい増えている。その流れが続くため、売れる商品は変わるが、来客数は減少しない。
		コンビニ（店長）	・しばらく暑い日が続くそうなので、夏向けの商品は売れるが、野菜などの商品も値上がりしてきており、景気が単純に良くなるとは考えにくい。
		コンビニ（店員）	・売上、来客数共に、大きな変動はない。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもは非常に固く、所得が増えるなどの要素がない限り、景気は良くならない。

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
		乗用車販売店（経営者）	・酷暑が景気を押し下げるような気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・今回の米国と中国の貿易戦争の影響で、世界的に株価が低迷している。しばらくはこの状態が続くので、終息するまで景気は良くならない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出ても爆発的な勢いがなく、それなりの動きにとどまっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・大きなモデルチェンジの予定がないため、話題性は乏しいが、今後も堅調に推移すると予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温や気候に左右されるため、売れる商品や数量も変わってくる。生活必需品の販売については、良くなるまでには時間が掛かる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価や金の価格が、今の状態から大きく変わらなければ、大きな影響はない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費者の購買意欲が左右されそうな株価の変動は良い方向が見込めず、先行きが良くなる理由は見当たらない。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・この天候は変わらず、また猛烈な暑さがやってくる。暑さ対策の商品が確保でき、それを破格の値段で売ることができれば、売上を増やすことができる。また、男女共に体臭関連のエチケット商材が人気で、若年層は下着への関心が高いことは面白い。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・秋にはまた新しいカタログが発刊されるため、今と変わらない状況となる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今年の夏は猛暑が続く予想のため、来客増はそれほど見込めない。
		一般レストラン（経理担当）	・景気が回復に向かうような材料がない。
		一般レストラン（企画）	・今の状態が当面続く。現在がそれほど悪くない状況であり、海外要因によって左右される部分はあるものの、悪くなる要素も今のところは見当たらない。
		一般レストラン（店員）	・夏休みも終わり、家族で集まる機会が減るので、今後は期待できない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気候によってかなりの影響が出る。影響が落ち着いても、新たな台風によっていろいろな物が崩れる。
		観光型ホテル（経営者）	・外国からの豪華客船の入港で、大口の客は若干増えた印象を受けるが、平成30年7月豪雨の影響なのか、一般客が減っている。遠方の客からの問合せも、道路は大丈夫かといった、いまだに心配の声がある。大雨被害の地域という悪いイメージを払拭するのに、しばらく時間が掛かりそうである。
		観光型ホテル（経営者）	・世の中の景気が良くなる兆しがみえない。米国の輸入関税問題があるほか、現内閣の政治は安定しているかもしれないが、国民は安定した気分ではいられるような状況ではない。
		観光型旅館（経営者）	・回復の兆しがみえない。
		観光型旅館（経営者）	・猛暑の警戒について、行き過ぎたメディアの報道が、旅行や外出の意欲をそぐ方向に向かわせていると感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は、大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響で延期になった大型宴席が、9月以降に出てくる等、前年比の増加要因となっている。宿泊は単価が伸びず、低予算のホテルとの競合になっている。食堂は土日こそ順調に集客できているが、平日が伸び悩んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特殊要因である、大阪北部地震で被災した客室の改修が年内一杯掛かる予定で、収入は大幅に減少する。宴会は大型案件の予約が先行しているが、件数が伸びてこない。
		都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドは好調であるが、国内の個人客は低迷している。また近年は、ホテルや簡易宿所の新規オープンが続き、狭い京都で客室数が増加している。今後ますます増えていくため、需要と供給のバランスが気になるところである。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊や宴会の先行予約について、前年割れの状況が続いている。
		都市型ホテル（管理担当）	・台湾などから訪れる、アジアのインバウンドが減少し、中国の客が増加している。構造の変化と受け取るべきか、様子を見ている。
		都市型ホテル（客室担当）	・予約が直近化していることもあるが、先の予約状況も芳しくない。ホテルの新規開業や、民泊の影響が出てきているように感じる。

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
		タクシー運転手	・夏休みに入って外出が増えているほか、イベント関係もあり、これから少しずつ利用が増えると予想されるが、全体としては平均的な推移である。
		タクシー運転手	・企業や一般客の予約状況に、大きな変化はない。
		通信会社（経営者）	・特に、変化の兆しはない。
		テーマパーク（職員）	・やはり一番の関心事は、消費税の引上げがどうなるかである。現時点では増税するということであるが、増税の結果、国民全体の消費が落ち込むことを体験している総理大臣が、今後どのような決断を下すのかが注目される。
		遊園地（経営者）	・気象条件の影響を受けやすい業態のため、大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と立て続けの自然災害で消費の減退が著しい。レジャー産業は日常が平穏であってこそ成立するものなので、いち早く平常どおりに戻ることを祈るばかりである。
		ゴルフ場（従業員）	・一部の上場企業は確かな恩恵を受け、着実な景気回復の見込みがある。その他の中小企業については、よほどの情勢の大きな上積みがない限り、景気回復や、従業員にまでプラスとなるとは全く予想できない。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と、この短期間で自然災害が続く、来場する人の動きが減っている感が否めない。この先、物価への反動が景気回復にどの程度影響するのか、予想できない。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・交通アクセスの復旧に伴い、集客は戻ってくる見込みであるが、景況感に大きな好材料はない。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の公式戦が5試合開催され、他にも人気グループなどのコンサートもあるので、前年と同等の来場者を見込んでいる。
		美容室（店員）	・3か月後になると、来店周期が少し延びる季節に入ってくるので、余り変わらない。
		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、暖かい時期になると来客数が増加する。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・改装できる店舗以外は、移転や閉店といった整理が進む時期となってきている。カフェなどの新しいパッケージの導入が緊急課題であり、強化推進中である。
		住宅販売会社（経営者）	・地元業者は地価の高騰に対してパブル崩壊を警戒し始めているが、ホテル用地の活発な取引は依然として続いていることから、しばらくは高い水準で推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・近畿圏において、阪神間、北摂といった高級住宅エリアの販売が一部で苦戦しており、大阪市内の都心部が好調と、消費者ニーズが変わってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン関連や、不動産業者向け融資は拡大しているようであるが、それが底上げのきっかけとなっているかは不透明である。最近の融資関係のニュースが、市場では劇薬になっているようであり、判断が難しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・長雨と暑さで来客数が減少しており、今後の契約に影響する。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	・不動産市況は少し悪くなっているように感じるが、全体的には分からない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・経済全体としての安定度に大きな変化はみられない。
		一般小売店 [花] (経営者)	・今年の猛暑や水害で、生産物の品薄などの影響が見込まれるため、仕入価格が変動し、利益率が下がる。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・客との会話では、大阪北部地震による家の修理に多くの費用が掛かるといった話が多い。物を買って増やすというよりも、今住んでいる家を原状回復するために金を使わなければならないため、景気が良くなるとは思えない。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・平成30年7月豪雨の影響は様々な部分に及んでおり、その後の猛暑による悪影響もある。買物に出ないほか、暑過ぎて食の志向にも影響が出ている。外食も客足が鈍っているように感じる。
		一般小売店 [花] (店員)	・例年と余り変わらない予約数であるが、猛暑による来客数の減少で、売上が減少すると予想される。
		百貨店 (売場主任)	・残暑、暖冬が予想されるなか、衣料品、とりわけ秋物が苦戦すると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・インバウンドの落ち込みは一時的な現象であり、戻ると予想される。ただし、伸びが一巡することもあり、従来ほどの好調は期待できない。一方、国内客の消費は一進一退であり、好転する要素が見当たらない。前年は気温の影響により、季節商材が好調に推移した経緯がある。今年はその裏返しとなるため、厳しい状況が予測される。
		百貨店（企画担当）	・これまで増収要因となっていた外国人売上の拡大については、今後も増加傾向は維持するとみているが、前年の7月頃から急激な増加傾向となったため、全体に寄与する影響度合いは小さくなっていく。
		百貨店（販売推進担当）	・前年とは違い、例年よりも高い気温の長期予報であるため、特に9～10月の秋物商戦が厳しいと感じる。また、今年は大阪北部地震や災害などの外部要因が、比較的好調であった消費傾向に悪影響を及ぼす懸念もある。
		百貨店（商品担当）	・気候変動や自然要因の影響が大きい現状に加え、海外では相変わらず中間選挙を控えた米国の動きが気掛かりである。特に、保護主義の加速による貿易摩擦の拡大が、経済にはマイナスに作用する懸念があり、購買意欲が減退する可能性が大きい。
		スーパー（経営者）	・時給が上がリ、ボーナスも良いというが、前年後半のような高くても良い物が欲しいという消費トレンドは落ち着いている。加工食品やパンの値上げなどが相次ぎ、生鮮品の相場上昇などにより、客のより一層の節約志向が見受けられる。貿易摩擦の先行きも不透明で、株式相場が弱気トレンドに転じる恐れもあり、先行きが見通せない。前年の10月から年明けまで、空前の野菜相場高であったこともかく乱要因である。
		スーパー（店長）	・炎暑による電気代の支出増や、熱中症対策商品などへの予定外の支出により、涼しくなった頃に節約に走る可能性が大きいと予測される。
		スーパー（店長）	・猛暑が続き過ぎるとマイナスの影響が出そうである。電気代などが家計を圧迫する。また、米国と中国の貿易戦争の行方も気になる。
		スーパー（店員）	・暑さと雨の影響で、価格が下がることは当分ないので、厳しい。
		スーパー（企画担当）	・猛暑や台風などの影響で、青果物は相場高になるため、粗利益のダウンは否めない。また、水産物では土用の丑の日も高値となり、前年比では売上、利益共に大きくダウンしている。盛夏商品の動きで、どこまでカバーできるかが鍵となる。
		スーパー（開発担当）	・平成30年7月豪雨により、野菜などの値上げや物流の遅れがみられる。それとともに原油価格も上昇している。
		スーパー（管理担当）	・正直、手詰まり状態である。
		コンビニ（広告担当）	・政治的には、米国と中国、EUとの貿易摩擦や、米国と北朝鮮、イランとの地政学的要因の変化に左右されるが、一般消費者の生活では、特にこの夏場の天候不順の影響で、秋から冬場にかけて、野菜や果実類の生鮮品の価格が高騰する。
		コンビニ（店員）	・気温が下がれば、ソフトドリンクなどの売行きが悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・先日からの大阪北部地震や平成30年7月豪雨、暑さの影響で、今後3か月は良くなるとは思えない。
		家電量販店（店員）	・暑さも落ち着くと、家電の売上もいったん落ち着き、停滞期に入る。
		家電量販店（人事担当）	・酷暑により、やむを得ず夏の暑さを軽減する消費が増え、その他の物に消費が向かわない。また、残暑が厳しくなると、秋から冬にかけて販売が期待される商品の売上が増えないケースが多い。
		乗用車販売店（経営者）	・ふだんの仕事量には戻ったという感覚である。この先どうなるかはまた別問題であり、好材料はない。
		住関連専門店（店長）	・被災はしなかったが、災害対応が長く続いて、この7月は思うように業務ができず、例年どおりの販売活動もできていない。
		観光型旅館（管理担当）	・天候不順による被害が各地でみられ、自粛まではいかなくとも、購買意欲は減退すると予想される。
		通信会社（経営者）	・話題の新機種の販売が開始される。
		競輪場（職員）	・前年の動向をみると、やや悪くなっている。これを覆す消費の力強さが感じられない。

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
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・夏休みにまとまった人数の退会者が出た。秋口には会費の値上げもあり、更なる退会の可能性もある。
		住宅販売会社（経営者）	・行政も空き家対策などにとりかかっているが、焼け石に水で効果は期待できない。根本的な問題として、都市集中型の都市計画の方向か、地域分散型の都市計画の方向か、明確な判断が必要である。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・近郊の商店街やモールと比べて、これまで頑張ってきた、空き店舗なしの商店街であるが、アンケート調査や聞き取り調査では、6～7月と大幅に数字を落とした様子である。8～9月も全体的に悪化傾向になると予測される。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率の引上げに向けた動きが始まる。
	×	スーパー（店員）	・近隣スーパーが閉店していた間の売上は、ふだんのセール並みによく売れたので、それを上回るとはとも思えない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今後3か月先は更に悪くなると予想されるが、天候さえ安定すれば売上も伸びる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・比較的余裕のある高齢者ほど、様々な支出の増加によって消費が減少する。災害対策の費用が典型である。
	×	一般レストラン（経営者）	・残暑が厳しければ、来客数にも影響が出る。人件費もアップしているが、かといって商店街に店を構えている状況で、簡単にランチの値上げなどできない。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・現在は受注の端境期で、需要と供給がアンバランスな状態である。今後数か月先はバランスも改善されて、良くなると予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・一度止まっていた注文が、急ぎよってきている。数種類の業界にわたる注文であることから、発注忘れやミスではなさそうである。この秋に向けて、生産量が増加する気配を感じる。
		建設業（経営者）	・来月以降の相談があるので、これから少しずつ受注が増えていくと予想している。土地の動きが出てくれば増えてくる。
		建設業（経営者）	・平成30年7月豪雨による災害関連の工事が出てくるので、多少は忙しくなる。
		食料品製造業（従業員）	・猛暑の影響で、野菜価格の高騰のほか、秋にかけての野菜や果実の収穫にも影響が出ると考えられる。特に、キャベツの高騰によって、当社の調味料の消費に影響が出るのは必至である。
		繊維工業（総務担当）	・催事の状況が変わらなければ、販売もおおのずと減少していく。全国展開の小売店での販売が少しずつ伸びてきているものの、人手の確保が難しい。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・余りにも景気に与える要因が多過ぎて、分からない。
		化学工業（経営者）	・売上の的には一進一退が続いているが、客と話をしているも、それほど悪い雰囲気は感じない。ただし、原材料や運送費の値上げ、人件費の高騰が続いており、長期的にみると先行きに不安を感じる。
		化学工業（企画担当）	・受注量や販売量が劇的に落ち込んでいる。夏の需要低迷期でもあり、状況は改善しない。
		化学工業（管理担当）	・客からは発注数量の大幅な減少の情報が入っていないが、原料である化学品の値上がり大きいため、製品の値上げ交渉をしており、客からの発注量が減少する可能性がある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・需要が少しずつ落ちている。
		金属製品製造業（経営者）	・7～9月の受注内示にも、余り大きな変化はない。
		金属製品製造業（営業担当）	・資材の値上がりや人件費の上昇は今後も続くことから、採算の悪化が予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・期待する大きな案件はあるが、確実ではないため、それを除けば、ここ数か月は景気が変わらないと予想される。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・ガソリンの値上がりや、自然災害などでの野菜などの値上がりは、家計には痛手であるため、消費者は収支のバランスをとっていく。	

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・本当に先のことは分からない。国同士の争いは、地鳴りが聞こえるようである。国内ではプライマリーバランスなど念頭にない政治がまかり通っている。経済界も、これほど不正が続くのは悲しい。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況は今と変わらないと予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い、受注が増えてこない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注見込みの落ち込みは続きそうである。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業では好景気が続き、夏のボーナスも増えた企業が多いそうだが、我々中小零細企業ではその恩恵を感じることができず、苦勞している。
		建設業（経営者）	・東京一極集中は今後も続く。建設業では東京と地方との格差がますます広がる。
		輸送業（商品管理担当）	・お中元のシーズンも終わり、来月は出荷が停滞する。
		輸送業（営業担当）	・家具が備え付けてある新築物件が増えており、家具の売行きが悪い。
		輸送業（営業担当）	・毎年7月初旬に集中していたお中元の荷物を、今年は満遍なく分散できたので、人手不足であったが乗りきれた。利益率の良い1か月となっている。
		金融業（営業担当）	・今年の猛暑により、季節商材の受注は増加傾向にあるが、一時的な動きであり、全般的には売上は鈍ると予想される。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・与党の総裁選は現総理で決まりだと予想される。ということは、思い切った何かを期待することはできない。北朝鮮にでも行って、拉致問題を完全解決するといったことがあれば、半年ぐらいはご祝儀相場で日本経済も活気付く。
		金融業（副支店長）	・2年後の東京オリンピック開催に伴う、受注の増加の話もない。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が今後も続くため、景気は良くても横ばいである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が減少傾向にあり、回復の兆しもない。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは広告業界の景気を良くする材料もないが、悪くなる気配も感じていない。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって、どの月も売上が前年を下回っている。
		広告代理店（企画担当）	・貿易や外交問題の影響を受け、短期的に小刻みな景気の変動があり、余り楽観的に良くなるとは感じられないので、現状維持が続く。
		司法書士	・好転するような材料は見当たらず、このままの状態がしばらく続く。
		経営コンサルタント	・異常気象ともいえるような状況は、まだしばらく続きそうである。建設関連など、復旧に必要な部分は上向くと予想されるが、消費者の所得は上向かない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・各社で盆休みが違うため、稼働日数が少なくなり厳しい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・これからも猛暑が続くわけではないので、また通常に戻っていく。
		食料品製造業（経理担当）	・夏季ボーナスは前期と変わらないが、値上がりする食品が増えている。
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品の状況は良いが、売上比率が少ないので、全体的には景気が押し下げられることを想定している。
	コピーサービス業（店長）	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響が下期に出るのではないかと懸念する。若干、景気は悪化すると予想している。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・猛暑は駅ナカ店舗にはメリットであるが、暑さが一段落するため、飲料需要は落ち着く。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・他社との競争に勝てておらず、案件数の増加が見込めない。	
	×	通信業（管理担当）	・異常気象の影響で野菜の価格が高騰する。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・日本の金融政策が不安定である。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・上期末に向け、更に受注が増えるものと予想される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求職者に選ばれるよう、企業側も条件の緩和などで努力をしており、求職者が働きやすい環境になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感がかなり強い。また、それを企業側が受け止めるようになってきた。企業側にとっては、コストをかけてでも人を採用したり、確保する必要がある状況といえる。少しずつではあるが、コストをかけても良い景況感になってきている。
		人材派遣会社（営業担当）	・9月以降、天候が落ち着けば、転職者の活動も活発になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京オリンピックの開催に向けた機運が高まりかけているため、これに乗じたい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今の時期は、求職者、求人数共に最も少ない時期であり、秋に向けて求職者、求人数は増えていく傾向となる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・しばらくはこの状態が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今のところは求人も好調なので、景気が良いと感じる。
		人材派遣会社（経営者）	・派遣業界における3年問題が出てきている。比較的年齢が若く、ある程度優秀なスタッフについては、直接雇用に切り替える動きが出てきている。9月末に3か月や6か月単位の契約が切れるため、大きなターニングポイントとなる。
		人材派遣会社（役員）	・現時点において、求人企業や派遣スタッフと接していて、この四半期程度の期間では環境に特段の変化はない。その一方、同一労働同一賃金などの働き方改革関連法案の成立に伴い、詳細の決定や実際の施行はまだ先であるものの、それを見据えた賃金や手当の見直しもある程度進むと考えられ、派遣スタッフも含めた非正規労働者の処遇向上が見込まれる。ただし、これは企業にとってコストの上昇を伴うものであり、今後の景気判断への影響は不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・縮小均衡が続く新聞求人からは、この先に景気が大きく変化するような動きはみられない。新聞部数の減少とともに、新聞広告全体が縮小している。一方、Web広告は日々拡大しており、求人広告の主力もWebへ移行し、求人数は増加している。新聞求人よりもWeb求人の動きが景気の先行きを正確に表している。
		職業安定所（職員）	・企業は人手不足であるが、求人票での賃金は高くない。中小企業における毎年のベースアップは小幅で、家計においては消費に回す余裕がまだ少ない。
		職業安定所（職員）	・求職者の減少が止まらない。少子高齢化や雇用情勢の改善で求職者が減っているところに、大阪北部地震や平成30年7月豪雨、猛暑が重なり、ハローワークを訪れる求職者が最近は特に少なくなっている。応募のない求人が増えており、人手不足の深刻化が懸念される。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、梅雨明けとともに公共工事が動き出し、増加傾向となるが、2～3か月先までは頭打ちで、横ばい傾向が続くと予想される。大阪北部地震や平成30年7月豪雨の復旧工事の動向と、人手の確保の状況について、注視していく。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・求人数が堅調に伸びることで、求職者の奪い合いの構図が継続する。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・企業の人材不足が継続しており、この状況が続くと予測される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・猛暑がこのように続くと、なかなか消費行動は増えない。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・災害による影響もまだ残りそうで、良くない状況が続く。
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：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)		商店街（代表者）	・平成30年7月豪雨に続いて台風にも直撃されたが、復興に向けて消費マインドは今後前向きになる。また、原爆記念日を契機とした観光客や交流人口が増加するとともに、地元プロスポーツチームが活躍することで景気上昇が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・パジャマの売上が通常の30%伸びているが、ふだん着の売上は20%低下している。平成30年7月豪雨の影響で悪化した交通状況や客の気分が回復してくれば売上は伸びる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・気温が安定し、平成30年7月豪雨災害の影響も少なくなれば景気は回復する。
		スーパー（店長）	・猛暑のなか、マスコミ報道によって熱中症に対する意識が高くなったことから、対応商品の特需は継続するが、今後大きく伸びることはない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・平成30年7月豪雨災害に対応するボランティアの規模が拡大し、復興関連事業が増えてくる。
		家電量販店（店長）	・平成30年7月豪雨の影響が落ち着き、客足が伸びてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・平成30年7月豪雨の影響は続くが、決算期に突入することと新型車発売があるので販売量は増加する。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入があるので販売量は増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害の復興状況次第で来客数は回復する。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休み、盆休みと連休があるので来客数の増加を図る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・平成30年7月豪雨被害からの復旧も進んでインフラが整備され、交通手段は整いつつある。自粛気味である宴会や風評被害がある宿泊も秋口から回復してくる。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月後には、平成30年7月豪雨の影響が薄くなり、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・平成30年7月豪雨の影響が落ち着き、8月にはイベントが予定され、ピヤガーデンも盛り上がってくるので景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・新たに光サービスを開始する予定となっており、通信契約者が増加する。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響が少し落ち着き、秋の行楽シーズンにもなることから来客数が増加する。
		競艇場（企画営業担当）	・来月以降、企画レースやG3競争があるので売上が見込める。
		設計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨災害を受けた建築の復旧や仮設住宅対策等に業界をあげて取り組むことが急務となり、今後の業務量は増える。
		住宅販売会社（営業担当）	・受注の可能性が高い案件が多くある。
		商店街（理事）	・平成30年7月豪雨の影響で客の購買動向は変化しているが、景気は一喜一憂する。
		商店街（代表者）	・客の購入姿勢は慎重で、買い控え傾向は続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・平成30年7月豪雨で被災した水害地域が完全復旧するのに時間を要する。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・現在はバーゲンセール時期なので人の動きはあるが、秋物に移行すれば客足は低下する。
		百貨店（経理担当）	・売場改装の効果が現れてくれば売上は上向く。
		百貨店（売場担当）	・酷暑が続く予報であり、厳しい商戦となるが、その反動で秋の訪れによって良いスタートが切れる。
		百貨店（人事担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復興に向けての動きは出てくるが、消費増加にはつながらない。
		スーパー（店長）	・7月の売上増加は天候不順によるものであり、景気は今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・客が必要な物だけを購入する傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・猛暑で野菜等の値段が上がり、商品も不足しているため客の購買動向が懸念される。
		スーパー（営業システム担当）	・猛暑で飲料やアイス関係は好調に売上を伸ばしているが、今後も飲料の欠品が続く。また、平成30年7月豪雨の影響で今後みかんや白菜等、冬に売れる商品が値上がりするため苦戦する。
		スーパー（業務開発担当）	・景気が少し良くなる雰囲気であるが、客の節約志向は微動だにしない。
		スーパー（管理担当）	・客の節約志向は継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復興需要が収まったときの景気動向がつかめない。
		コンビニ（支店長）	・前年と比較して売上が好調な状況は続く。
		衣料品専門店（店長）	・平成30年7月豪雨で被災して衣類が必要な客が多く、客単価が高い状況が続く。
		家電量販店（店長）	・景気が良くなる要素はなく、積極的に来店促進を図り活路を見いだす。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要因はない。
		乗用車販売店（統括）	・景気が良くなる材料がなく、現状が続く。
		乗用車販売店（店長）	・平成30年7月豪雨災害からの復興のめどが立たない限り現状が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・平成30年7月豪雨で被災した車などの買換えが一時的に増えており、もうしばらくは現状が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる政策はなく、市場の動きもマンネリ化しており、今後もこのままの状態を推移していく。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・小さな商圏で経営を継続させることが重要であり、そのためにも景気を上向きにしなければならない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が今以上に悪くなることはない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の被災県では観光客が激減し、回復のめどが立たず、立ち直るにはまだ時間が掛かる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・ボーナスシーズンが終わり、学校が夏休みに入るタイミングでもあるので、いかに来客数を増やす対策を行うかにかかってくる。客の高額品の購入意欲は低いままで、平成30年7月豪雨災害の影響もあって今後の動きが肝心である。
		高級レストラン（宴会サービス担当）	・今後3か月の予約状況に変化はないが、平成30年7月豪雨の影響で自粛傾向であり、予約の伸びは鈍る。その一方で、延期されている宴席もあるので、それが実施されれば来客数は伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・異常気象が原因で客は外出を控え、来客数の減少は続く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・給料が上がらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・平成30年7月豪雨災害は観光業界に大きな影響を与えており、自粛ムードはしばらく払拭できない。先の大型祝賀会や企業の宴会などは軒並みキャンセルとなっており、復興のめどがつかない限り厳しい状況は続く。一方で個人のキャンセルは収まっており、一般消費は徐々に回復する。
		旅行代理店（営業担当）	・当面は発案件について厳しい状況が続くが、着案件においては平成30年7月豪雨災害からの復興需要等が想定されるので、地域全体の復興のための事業を取り扱っていく。
		タクシー運転手	・気温の上昇で日中の客が増加している。平成30年7月豪雨災害の影響で止まった列車の代替りの利用や、被災地域に現場確認に向かう保険会社の貸切り注文などで客単価は上昇しているが、景気の回復にはつながらない。
		タクシー運転手	・景気の先行きはみえない。
		通信会社（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害で、通信業界は社会インフラの基盤を支えるため、被災地等に対して全力を挙げて復旧支援等に取り組んでいる。この進捗状況によって、景気への影響もさることながら、社会生活への影響が出てくる見込みである。
		テーマパーク（営業担当）	・高気温の長期予報が出ており、客の動きは回復しない。
		テーマパーク（管理担当）	・地方消費と景気は良くならない。
		ゴルフ場（営業担当）	・猛暑による来客数の減少は回復するが、平成30年7月豪雨の影響によるコンペの自粛は秋口まで続き、来客数は減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・今後は平成30年7月豪雨の影響は損害から復興需要へと転換するので、景気の落ち込みは一時的なものである。
		商店街（代表者）	・デフレ、オーバーストア、少子化、インターネット販売との競合は続き、客の購買意欲も低迷したままとなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・猛暑は継続し、平成30年7月豪雨で被災した人は復旧に力を入れることになり、景気は悪くなる。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・来年の消費税の引上げが迫っているが、消費喚起の経済政策がない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響で消費ムードが落ち込んだ状況は続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・猛暑が続いて来客数は減少する。
		百貨店（営業担当）	・平成30年7月豪雨による購買心理へのマイナス影響が今後数か月は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・夏物セールの早期切上げが計画されており、ファッション部門は猛暑でも秋物を展開する厳しい商況となる。9月以降の秋物商戦も分母が大きな美術品や宝飾品などの高額の消費回復がなければ厳しい基調は継続する。
		百貨店（購買担当）	・9月以降は天候に左右されない物産展やインテリア関係の催事が予定されているが、暑さが続けば衣料品関係の秋物商材の動きや冬物商材の展開開始時期などを試行錯誤する必要がある。
		百貨店（外商担当）	・平成30年7月豪雨と猛暑で来客数、販売額共に伸び悩んでいる。前年数値もクリアできず、猛暑が続けば現状のまま推移する。
		百貨店（売場担当）	・食品や衣料品に対して客は一段と低価格志向が強くなり、価格競争が激しくなるなかで売上は増加しない。
		スーパー（販売担当）	・平成30年7月豪雨で被災した人々への援助が優先されるので夏物商材の動きは悪くなり、猛暑のため昼間の来客数は減少する。
		スーパー（財務担当）	・平成30年7月豪雨による被災で各地の催事が軒並み中止となっており、客の節約傾向も手伝って売上が減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・客の財布のひもは固いままである。
		家電量販店（店長）	・高気温のため季節商材や冷蔵庫がよく売れているが、気候が落ち着いてくれば現状は継続しない。
		家電量販店（販売担当）	・エアコン需要が低下する。
		乗用車販売店（営業担当）	・平成30年7月豪雨の影響で一時的に販売量が伸びているものの、その状況は継続しない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発売されたが、新規来客数は想定以下で推移しており、この状況は数か月先まで続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・メンテナンス客の減少が新車の販売量にも影響して景気は悪くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・新築、婚礼の情報が取れないので、売上予定は立たない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方を改革するのは行政であるが、職員の努力が不足しており、当市に合った活性化を考える必要がある。
		一般レストラン（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響で景気は悪くなる。
		一般レストラン（店長）	・平成30年7月豪雨の影響の見通しがしにくい状況で、特に交通機関が復旧しないと当店のよう中心部にある店舗は苦しい状況が続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・猛暑や平成30年7月豪雨の影響で値上がりしている農作物や畜産物の原価率が上昇し、客は生活防衛本能から外食を控え、ディナータイムの平日の売上は落ち込む。
		スナック（経営者）	・しばらくは平成30年7月豪雨の余波が続き、来客数は減少する。
		都市型ホテル（総支配人）	・平成30年7月豪雨や鉄道の一部運休の影響により観光マインドの低下が懸念される。
		都市型ホテル（企画担当）	・平成30年7月豪雨の影響がいつまで続くのか見極めが難しい。風評被害で地元への観光を控える動きが国内のみならず世界的になることが懸念される。
		タクシー運転手	・特需の後の反動が懸念される。
		通信会社（営業担当）	・当県は平成30年7月豪雨災害の影響がしばらく継続し、景気は厳しい状況となる。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォンの普及、動画サービスやネット販売の利用度が高まる一方で、宅内固定系のネットサービスの品質が相応に高められず、宅内でのWi-Fi利用環境はむしろ下がる状況が続いており、この点のバランスが崩れることが懸念される。
		美容室（経営者）	・客の節約志向が高まり、使うところ、使わないところがはっきりして無駄な出費を抑える。
		美容室（経営者）	・客の財布のひもは固いまま節約志向に変化はなく、景気は悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・どこの建設会社も平成30年7月豪雨災害の対応に追われており、4～5か月は新たな仕事を受けられない。
		設計事務所（経営者）	・客の来場状況が改善する糸口がなく、広告宣伝等の手段で回復を図るが、決定打が見いだせない。
	x	スーパー（店長）	・平成30年7月豪雨と酷暑の影響で野菜の高騰が始まっており、生鮮商品の消費者離れが起きる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	スーパー（販売担当）	・平成30年7月豪雨の影響で近隣市町村に多大な被害が出ているため、そこへの配慮から夏祭りや子供会の行事が取りやめになるなど自粛傾向である。消費動向は極めて厳しく、被災地の復旧にめどが立つまで現状が続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・6～7月の価格上昇や平成30年7月豪雨の影響などで景気は低迷する。
	×	美容室（経営者）	・異常気象や祭事の中止など、景気が今後どうなるか不透明である。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が出るので多忙な状況は続く。
		化学工業（経営者）	・国内化学品メーカーの増産計画による設備投資が表面化しており、当面好景気感は続く。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界を中心に引き合いは増加傾向であるが、秋から冬にかけて生産負荷が高くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響が縮小し、受注量は回復する内示を主要客より受けている。
		建設業（総務担当）	・当面の受注量には不安がない。
		輸送業（支店長）	・個人の荷物は減少傾向であるが、電子商取引の受注の伸びがその減少分を上回っており、物量的には順調に推移する。
		農林水産業（従業員）	・末端の売行きが良くなる要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・販売窓口は全国的に広がりつつあるが、返品商品もあるので売上はそれほど増加しない。
		繊維工業（監査担当）	・秋冬商材が動き始める10月中旬まで受注量に変化はない。
		化学工業（総務担当）	・出荷量は好調を維持して工場の稼働率も高いが、更に増えるような傾向はないので景気動向は現状が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在の生産水準が継続する。納期の重なり具合で多忙感は違うが、ほぼ現在の時間外労働を継続して対応する。
		鉄鋼業（総務担当）	・引き続き高い水準での受注が見込まれる。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車や建築では下期に活動が上向くが、急激な鋼材消費量の上振れがない限り、現状の在庫の余剰感に変化はなく市況上昇も難しい。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・平成30年7月豪雨により仕入先を含めた取引先や社員に被害がある。復興後の最終的な影響はまだ不明である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・鋼材の高騰や原油高、環境規制対応、船腹過剰等、業界全体としてコスト高要因や船価上昇抑制要因が多く、構造的に悪い状況は変わらず続く。
		建設業（総務担当）	・現状が継続する。
		輸送業（総務担当）	・前年と比較しても大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・平成30年7月豪雨の特需要因はあるものの、IT導入補助金の活用に関して企業の動向は曖昧ではある。
		金融業（融資企画担当）	・米国の自動車輸入関税引上げの懸念はあるが、地元完成車メーカーの生産は当面高水準で推移し、自動車部品メーカーの好景気は継続する。
		金融業（貸付担当）	・公共工事請負金額は前年比プラスであるが、新設住宅着工戸数は前年比マイナスの状態が続く。
		食料品製造業（経営者）	・原材料、物流費、人件費が高騰し、秋口の値上げに向けての営業活動をしているが、市場価格帯や市場動向に対して大変苦戦しており、粗利を含めて売上を確保することが厳しくなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・平成30年7月豪雨に続き、猛暑によって工期の遅れもあり、しばらくは景気の低迷が続く。住宅関連は消費税の引上げの駆け込み需要と秋需要で景気が良くなる要素もあるが、猛暑と豪雨災害の影響は不確定な状況である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の受注が更に減少する。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・災害復旧が一段落する。
		通信業（営業企画担当）	・平成30年7月豪雨の影響で夏季イベントの中止が相次いでおり、観光と物流業界で売上減少の影響が出ている。
	不動産業（総務担当）	・平成30年7月豪雨の被災者の賃貸住宅需要は一時的で、交通インフラ等の整備により、徐々に例年どおりの景気となる。	
	広告代理店（営業担当）	・客からの情報では、販売状況が夏以降は多少下降気味になる見通しである。	

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
		会計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨によるインフラ被害の影響が大きく、復旧まで数か月掛かる。異常気象による高気温で消費が低迷し、農作物の被害による価格高騰等も懸念される。
	x	輸送業（経理担当）	・平成30年7月豪雨災害は今後の影響範囲を見通せないが、良くなることはない。
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	・平成30年7月豪雨の災害復興が進むにつれ、以前と同様に景気が回復する。
		人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法から3年がたつが、企業の求人数が増え、求職者の動きも出てきて景気は良くなる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・平成30年7月豪雨の災害復興が進み、猛暑で伸びない屋外作業従事者の求人数が気温の落ち着く9～10月に増加する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・平成30年7月豪雨での人的、物的被害が現段階では全て把握できておらず、県内経済に与える影響が予測できない。ただ、復興活動は今後加速し、様々な業種に波及していく。
		人材派遣会社（社員）	・最低賃金の指標が出たぐらいでは景気を判断する材料にはならず、引き続き求職者有利の状況が続く。
		人材派遣会社（支社長）	・平成30年7月豪雨災害によるインフラの麻ひが続き、求職活動は鈍り、登録者も減少する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・売上が伸びていないので、地元企業の多くは好景気と言われてもそう感じていない。介護福祉やサービス業、流通業、不動産業では人手不足が続いており、広告予算をかけても採用数に到達しない。条件の良い企業に転職する人も多く、業種や企業間の格差はますます広がる。
		職業安定所（所長）	・来春の新規高卒求人の出足が前年同月比で1割増と好調で、人手不足感が依然として高く、一般募集では求人者からハローワークへの紹介督促の依頼が増加している。
		職業安定所（職業指導担当）	・介護業界、建設業界、サービス業界は人手不足の状況で、有効求人倍率は1倍を超える状況が続き、景気は上向く。
		職業安定所（事業所担当）	・新規求職者数は6か月、有効求職者数は8か月、離職者数も2か月連続して前年同期比で下回っていることに加え、企業側からの景気悪化につながる情報もないことから、景気は現状維持以上で推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・平成30年7月豪雨の影響から物流網に支障が出ており、メーカーや小売等、様々な業態の企業で損失が発生し、正常軌道に戻るまで経済は一時的に停滞する。また、関税の問題から輸出企業の多い当県では警戒を緩められない状況が続き、株価等への影響も出てくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・少子化問題や人手不足が解消しないと景気は悪くなる。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・毎年8月に開催される地元の就職フェアに参加する企業が例年よりも多く、採用予定数を確保できない現状がある。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・平成30年7月豪雨災害や災害レベルの高気温が続いており、景気に悪影響を及ぼす可能性がある。
	x	-	-

10. 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）	・相場高かつ、気温の高さは当面続くと思うので、好調に推移する。
		乗用車販売店（役員）	・新型車の発売が予定されている。
		住関連専門店（経営者）	・低金利を背景に、分譲住宅が引き続き建設されており、住宅が完成すれば、我々の企業にとっては、需要があるので、今後は期待したい。
		旅行代理店（営業担当）	・平成30年7月豪雨の影響が回復すればやや良くなる。
		タクシー運転手	・平成30年7月豪雨等があり、7月は人の動きが少なかったが、8月はよさこい祭り等、大きなイベントがあるため、やや良くなると予想する。また、夏休みということで利用者が増える。9月、10月は例年、人の動きが少し良くなる月である。
		タクシー運転手	・秋が来るとお遍路さんの仕事が多量に入ってくるため、街で走っているよりは売上は少し良くなる。秋の夜は、多少、今よりは動く予想する。
		通信会社（技術）	・過去実績から、現在の販売量増加状態が継続できる。
		通信会社（営業部長）	・新商品発売で販売拡大が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競輪競馬（マネージャー）	・2～3か月先は、時候も良くなり、客足、売上共に上向くと予想する。
		設計事務所（所長）	・当県は平成30年7月豪雨災害を受けており、その復興需要が急速に出てくる。
		商店街（代表者）	・第2期中心市街地活性化基本計画も、徐々に形が見えて進んでいる。いろいろな行政施設がコンパクトシティのごとく、中心に増えている。ホテル、マンションもできており、商店街を取り巻く環境は、かなり整備されている。
		商店街（事務局長）	・米中の貿易交渉が日経平均や為替に影響しており、現在好調な富裕層の消費に影響するほどのダメージや摩擦は避けてほしい。中所得者層の所得が改善しないことは消費向上につながらない。地方でも一部で所得が向上し始めたと思われることから今後の動きに期待している。
		商店街（代表者）	・いろいろな状況から判断して、地方都市の活力を強化する方策は見付けにくい。この状態がしばらく継続するのではないかと。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・客の数も多くないが、1人当たりの購買数量が少なく、本当に必要なものしか購入しない傾向にあり、好転しそうに思えない。
		百貨店（販売促進担当）	・6月の回復傾向から一転して、7月は悪化した。悪天候の影響を除いても衣料品の苦戦が顕著であった。
		百貨店（販売促進）	・気候の変化等で、現時点では停滞気味だが、今後、季節の変わり目に向けて、やや上向きになることも予想される。インバウンドが全体的に好調に推移しているの、底上げにつながると思うが、地域経済は、なかなか上昇しきっていないので、全体的には変わらない。
		スーパー（企画担当）	・値上げに対する客の対応は、同一商品であれば、少しでも安い店舗へ移動する状況が更に顕著になっており、小売としては消耗戦に向かう戦術が多くなる。生鮮物の高値は少量の購入にシフトしていく状況になる。
		コンビニ（店長）	・現状がしばらく続く。
		コンビニ（商品担当）	・中期予報からすると天候はプラスに働くと考えたいが、直近2、3か月の傾向を見ていると天候が良くても横ばいの状況である。プラスに働くよう頑張りたいが実際には変わらないと考えている。
		コンビニ（総務）	・平成30年7月豪雨もあり、この先の消費が読めない。
		衣料品専門店（経営者）	・直近の4か月は、大きな数字の伸びではないが、比較的順調にきており、8月は悪い月になると予想するが、秋以降は、うまく行くのではないかと、期待できるのではないかと。
		衣料品専門店（営業責任者）	・猛暑の影響で外出を控えるようになっており、来客の減少は続くと予想する。また、秋物商材への影響も大きい。
		家電量販店（副店長）	・客数の伸びがない。対策等しているが客の反応は鈍い。
		乗用車販売店（従業員）	・新車受注及び車検、メンテナンスなどの受注は昨年並みで推移しているが、ガソリン、軽油の値上がりの影響が心配である。
		乗用車販売店（従業員）	・消費者の動きが鈍く、新車受注・車検、メンテナンス共に苦戦している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・天候、災害等、いつ何が起こるか漠然と不安であり、財布のひもは緩みようもない。
		一般レストラン（経営者）	・しばらく低調ムードである。
		観光型旅館（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響もあったが、全国との競争の中で、四国には新幹線がないなど、様々な問題があり、交通の便なども良くなるといけない。香川県は、関西にも近く、飛行機の離発着も多いため、客も増えてきているが、愛媛県は、かなり厳しい状態である。
		通信会社（支店長）	・変動要素は、見当たらない。
		商店街（代表者）	・平成30年7月豪雨の災害と猛暑の影響で今後2～3か月は良くなるとは感じられない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・猛暑が続くそうなので、お盆・お彼岸のお墓参り商品は例年よりも売行きが悪くなりそうである。暑さで長持ちしなくなるので、少量販売が中心になってくる。
		百貨店（企画担当）	・平成30年7月豪雨による消費マインドの低下は、かなり長引く。
		スーパー（財務担当）	・他業態を含めた他社との競合がますます激化する。

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
		衣料品専門店（経営者）	・平成30年7月豪雨の災害の影響もあり、2～3か月は、販売、景気は良くならないのではないか。
		家電量販店（店員）	・季節商材が落ち着いた後は反動で買い控えが予想される。
		乗用車販売業（営業担当）	・新型車の効果も薄くなるので、悪くなると予想される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今が、一番ピークに近い現状である。2～3か月先は、少し悪くなる。
		美容室（経営者）	・現在は暑さのお陰で好調であるが、暑さも収まると思うので普通に戻ると予想する。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・自然災害に加えて、阿波踊りの騒動があり、阿波踊りの時期にホテルが埋まっていないのは、前代未聞である。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気も低迷しているため、客はどんどん低価格の店へ流れていく。小売店では太刀打ちできない。
	×	コンビニ（店長）	・依然として来店客数の減少が止まらず、今後も現状の減少傾向が続く。
	×	都市型ホテル（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響がまだ続くと予想する。また、暑さでレストランの利用が非常に落ち込んできており、8月、9月も続くと思う。費用面では、野菜が高騰しており、この暑さで水道光熱費が大幅に上昇する予想なので、景気は非常に悪くなると予想している。
企業 動向 関連 (四国)		-	-
		食料品製造業（商品統括）	・冷凍食品業界は、得意分野を着実に伸ばしており、海外への販路を構築しつつある。
		繊維工業（経営者）	・ここしばらくは暑さが続き、夏物商材の受注が旺盛であると予想する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・9月からは本格的な需要期に入るので、受注は増加していくものと予想する。
		鉄鋼業（総務部長）	・前月同様、受注は増加するが人手不足解消に至っておらず、外注量が更に増加している。収益的には厳しい。
		農林水産業（職員）	・ガソリン価格も高止まりし、暑さで外出を押さえる傾向もみられる。内食の増加が想定され、外食の利用率低下が予想される。青果物の価格は、外食産業などの需要により引き上げられることから、このような天候が続くようなら鈍い取引が続くことが心配される。
		食料品製造業（経営者）	・原材料費（小麦主体）、包装資材費、物流費の値上がりによって原価が上がっている現状だが、小売価格は上げられず、コスト上昇分を製品販売価格に転嫁できないため、利益が圧縮されていくと推測している。
		木材木製品製造業（資材購買）	・悪くはないが4～7月の動きから今年は前年並みを確保することは困難な印象である。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注及び発注見通しには、特段の変動はみられず、また得意先の様子や市場情報に関しても気になる要素は認められない。
		建設業（経営者）	・3か月先の見通しでは、官民とも工事は少ない。
		輸送業（営業）	・依然として燃料油価格の高止まりが続いており、経営を圧迫している状態に変わりはない。天候が良ければ季節商材の活発な動きに加え、お盆休みや9月の大型連休に向けての特需も見込まれるが、燃料油価格が下がらない限り厳しい経営状態が続くものとみている。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		通信業（企画・売上管理）	・平成30年7月豪雨の影響が落ち着くのではないかと想定している。
		広告代理店（経営者）	・インバウンド関連や人手不足に伴う求人広告は多少増加傾向であるが、多くの得意先の販促広告等は余り変化がないため全体としては変わらない。
		公認会計士	・道後地区のインバウンド効果は、非常に景気にプラスになっていると思うが、残念ながら、南予地区の今回の豪雨被害が広がるようであり、将来的には影響が心配されるところである。経営者の皆様からも、そういう意見が出ている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギー、特にバイオマス発電で新規事業を行うとすると、大変な規制がかかってくる。案件が前に進まないことには建設が進まないため、大変悪い結果になっている。
	建設業（経営者）	・平成30年7月豪雨の被害が的確、具体的に把握され、増えていくと考えられる。また、インフラ等の復旧にも時間が掛かること、自粛ムードの継続等により、当分の間は、悪い状態が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（支店長）	・円安による原油価格の高止まりがあるなか、平成30年7月豪雨によるJR貨物の不通が発生した。JR貨物の不通は順調に推移してきたモーダルシフトの流れが止まる可能性があり、そうなると運転手不足、車両不足に拍車が掛かる恐れがある。
		金融業（副支店長）	・取引先等が平成30年7月豪雨の被害に遭ってれば、取引にも重大な影響が出てくる。ただし、土木工事業等の復興で活況が予想される業種もある。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	・誘致企業の積極的な人材募集が継続される見込みである。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
		人材派遣会社（営業）	・平成30年7月豪雨の影響で景気回復にはもうしばらく時間が掛かりそうである。特に修繕が必要となっている公共施設では一部運休もあり、夏休み時期の集客に影響が懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月では変わらない。
		職業安定所（職員）	・人手は不足しているが採用条件を向上させるほどの利益は期待できないので今の条件で募集する企業が多い。
		職業安定所（職員）	・求人、求職者の動きに大きな変化はみられず、現状の雇用・失業情勢が、大きく変動する要因は見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・政治リスク、国際情勢リスクは十分想定されるものの、ファンダメンタル自体は短期的には変わらないと思う。
		求人情報誌（営業）	・人材不足で疲弊している企業の人材が充足する要素・材料が少なく、この状況が更に続く予想される。
		職業安定所（求人開発）	・6月の有効求人倍率は1.44倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はないが、今後、平成30年7月豪雨の影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（所長）	・土木関係の公共事業が、酷暑の影響で遅れている。地方においては、土木関係の人材が集まりにくい現況のなかで、暑さに耐えきれずに辞めていく若者も多く、ますます人材不足感が拭えない。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・2018年問題で、直接雇用が進んでおり福利厚生費が高騰していき。

11. 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		観光名所（従業員）	・自然災害により客の出足が悪かったが、夏本番に入り、旅行シーズンとなったので、主要道路渋滞の緩和対策も行っていく。
(九州)		商店街（代表者）	・個人消費や景気は最低の状況になっているので、2～3か月先は現状より好転をする。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・建設中の店舗が10月中に完成するが、仮店舗の方に視線を向けてもらえることができたため、初盆用や敬老の日の花の注文も若干ながら増加傾向にあり、景気も良くなる。
		百貨店（売場担当）	・今月の台風は全店に影響を与えた。流れをみると衣料品関係が全体的に良くない状況が続いている。入店客数を前年と比較しても減少している。2～3か月先は今年より良くなっていくと期待している。訪日外国人の買い支えは全店に出ている。
		百貨店（経営企画担当）	・6～7月は、大雨や台風等の悪天候の影響により客足が伸びず苦戦した。今後も同様の影響が予測できるが、夏物処分及び夏休みの催し等で集客増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・来店客数も前年に近づいている。購入点数は0.2点上がり、客単価も若干上がっている。3か月先は期待している数字が出る。
		コンビニ（経営者）	・今後も天候により大きく変動していくが、客単価が伸びており期待ができる。
		衣料品専門店（店員）	・夏が長くなりそうなので秋物は厳しいが、10月末ごろになればその反動で購買意欲が上がることへ期待したい。
		家電量販店（総務担当）	・この猛暑は8月下旬まで続くので、必然的にエアコンディショナー等の需要が高まってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・乗客数が多くなっており、検討している客が増加しているため、しばらく先行きは好調を維持する。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・客のコーヒーの消費に関しては、需要はあるが、日中の暑さで店頭で足が向かない状況である。しかし、お盆にかけてお中元の需要があり、気温が若干下がれば、客の出足も良くなるため、今後の売上は増加していくと期待している。
		高級レストラン（経営者）	・当県は大河ドラマや明治維新150周年のイベントも重なり、国体や東京オリンピック開催もあるため、この先4年はこのまま良くなっていく。
		タクシー運転手	・大型クルーズ船等の団体客以外でも訪日外国人の個人旅行が増加しており、空港国際線、ホテル移動、観光のためにタクシー利用も増加しており、堅調さは続いていく。
		通信会社（企画担当）	・通信関係やホームページリニューアルの引き合いや公募が多い。今後も続く見通しである。
		通信会社（営業）	・日本銀行総裁の発言や現在のドルや円の動きから、景気が悪くなる要因は少ないと考えられる。しかしながら、米国の貿易戦争による影響が、日本企業にとって、どの程度のリスクになるかが不透明である。
		ゴルフ場（従業員）	・人口減少が叫ばれているなか、地元を軸に置いた営業施策を展開しながら、海外への営業も継続的に続けることにより、秋に向けての来場者を僅かながらでも増加していく。
		美容室（経営者）	・2～3か月先の景気になるので、秋口には営業面で上昇が望める。秋のファッションシーズンに入るので客の動きも活発になってくる。毎年夏から秋に向かって、景気回復傾向である。
		その他サービスの動向を把握できる者【フィットネスクラブ】（営業）	・国内外からの観光客の増加により若干良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・猛暑で来場者数は若干減少しているが、販売に影響するような落ち込みもなく、今後も受注は良くなっていく。
		商店街（代表者）	・良くなる要素が全くない。景気の良い業種と悪い業種の格差が大きい。年金受給者が増加し、財布のひもが固くなっている。生活が非常に厳しい状況のため、品質の良い商品の購入は非常に厳しくなっている。
		商店街（代表者）	・天候予報では今年の暑さが長期化するらしく、客の出足は悪く、売上に期待できないため、2～3か月先の景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・夏物バーゲンセールが始まり単価も下がっており、売上点数も伸びていない。最低限必要な食料品も高値が続き、消費者は生活防衛の意識が高くなっている。
		商店街（代表者）	・今後2～3か月先の景気は低迷する。
		一般小売店【青果】（店長）	・天候不順になると野菜高騰になる。海水温度の高さによって、まだまだ台風も発生しやすくなり、予測できない台風も発生している。そのため、全国的な野菜の産地が影響を受けるため、野菜生産の難しさが続いていく。
		一般小売店【鮮魚】（店員）	・猛暑により客の来店がない。幾分暑さが緩むと状況が良くなる。
		百貨店（総務担当）	・物販の不調が続き、サービス系のテナントも会員数の減少が続く等、好転の材料が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・紳士雑貨とリビング用品の寝具、タオル、バス、インテリア、食器等自家需要商品や化粧品が好調である。し好性の高い海外ブランド衣料品、雑貨、美術工芸の堅調さは継続しており、購入客数や商品単価の回復の兆しが見られる。文化催事での3世代来場効果が期待できるが、慎重な購買姿勢はまだ続いている。
		百貨店（営業担当）	・台風や大雨等天候予見によって消費動向が左右されており、今後の予測が立てづらいう一方、入館客数は堅調である。商品提案の工夫によっては、売上向上につながる期待がある。
		百貨店（業務担当）	・夏物処分期の前半は、天候要因等で低調な動きとなってしまう、後半で好調になるとは考えられない。これから秋物等に切り替わっていくが、客の反応は弱い。震災復興も落ち着いており、この先も期待できない。
		百貨店（店舗事業計画部）	・年末まで大きなギフト商戦がないため、足元商圏の客に向けていかに訴求し購買を喚起できるかが小売の課題である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・けん引している商品群が、高額品と化粧品であるが、今後株価・為替変動や訪日外国人減少等が起こる可能性もある。
		スーパー（店長）	・ガソリンの高騰によりコスト面が高くなっており、流通が上向きにならない状態である。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料が見つからない。
		スーパー（総務担当）	・災害の影響で生鮮産地に大きなダメージが出ており、品ぞろえ、品質の確保、お買得価格での提供といった基本的なことが非常に難しくなる。また、競合先の新規出店情報もあり、ますます厳しい環境になっている。
		スーパー（経理担当）	・猛暑が続くため、しばらくは食欲減退や外出を控える場合が多くなるが、2～3か月先は秋の味覚が始め、安さだけでなく旬の物の購買意欲が出るようにする。
		スーパー（統括者）	・大雨と酷暑の影響で、青果、精肉等の生鮮品の値上がり数が数か月単位で見込まれ、食料品販売的には財布のひもが緩むことは期待しづらい状況にある。
		コンビニ（経営者）	・売上が非常に悪い状態が続いている。購買意欲が冷え込んでいる。原因はつかめていないが、この状態がしばらく続く。
		衣料品専門店（店長）	・8月も猛暑が続くため、来店客数に期待できない。
		衣料品専門店（取締役）	・今年の9月は、まだまだ厳しい暑さが残るため、ファッション業界では、季節が変わった新鮮さが求められるので、立ち上がりが心配である。天候要因は大きい。商品が売れなければ、景気は活性化しない。
		家電量販店（店員）	・最近では、少々高額でも高品質で比較的安価な一部メーカーの掃除機の需要が多い。単価は下がっているが、台数は売れているので、全体的には現状維持である。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の発売が予定されていない。既存車種を売るために客の注目を集める魅力的な催しを展開し実績を確保していく。
		乗用車販売店（代表）	・現状の景気から変わる気がしない。
		住関連専門店（経営者）	・置き家具の需要は年々減少している。地方では、景気回復感は感じられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今後の燃料油小売価格は、予測が困難で見通せない。8月のお盆休み、9～10月の連休等で移動による自動車関連の消費に期待したい。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・猛暑の影響で熱中症対策等の季節商材の動きは活発になる一方、週末は外出を控え客足が鈍くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・この猛暑で人の動きが悪くなっており、秋の行楽シーズンも天候に左右されると景気も悪くなる。
		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）	・酷暑とガソリン高騰が来場客数に影響する。
		観光型ホテル（専務）	・予約が直近化しているため、先が読めない。
		旅行代理店（従業員）	・海外では8月から燃油サーチャージの高騰があり、10月以降も一層値上げが懸念される。国内は京阪神方面の伸びに期待している。
		旅行代理店（企画）	・受注は現状より上向くが、前年との比較では厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・今年は、日中暑すぎるので、昼間には動きがなく、早朝や夕方から夜にかけてタクシー利用を始める状態である。
		通信会社（営業担当）	・好転する要素が見当たらない。
		美容室（店長）	・気候が良くなると外出の機会が多くなり、多少は客数も良くなるが、売上には大きな変化はない。
		設計事務所（所長）	・今月は若干悪い状態である。仕事の結果は2～3か月先に出てくるため、現状と変わらない。
		設計事務所（代表）	・良くなる状況が特にならない。
		商店街（代表者）	・好転するような材料が見つからないため、景気は悪くなっていく。
		商店街（代表者）	・地方においては、景気が良いとはいえない。毎日の食料品を購入することが精一杯である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年のような暑さが続くと畜産の飼育成績が悪化し、仕入れが困難になる恐れがある。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今年は特に暑く、まだまだこの暑さは続きそうである。この先の売上也期待できない。例年より減少していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・7月に大雨、台風の影響が出たため、2～3か月先も景気は厳しい。新しい材料もなく、小売としては、好調部分をいかに伸ばしていくかが課題である。コスト部分でもできる限りIT化、IoT、AI等の活用による効率化を図っていかなければいけない。
		百貨店（販売促進担当）	・訪日外国人が減少傾向にあり、高額品の動きが鈍くなってきている。
		スーパー（店長）	・売上が低迷するなかで、競合店も様々な販売促進の強化をしている。今後も競争は激化される。
		スーパー（店長）	・最低賃金の上昇などで収入が多少上昇しても消費の増加につながっていない。また最低賃金の上昇は一部のパートタイムにとっては短時間労働になり、中小企業を苦しめる政策になっている。
		コンビニ（店長）	・メディア情報から貿易戦争、GDP下落等により、今後不安な状況である。
		衣料品専門店（店長）	・今年は、この猛暑が景気に影響している。
		衣料品専門店（総務担当）	・今後衣料品消費が上向くことが考えられない。県庁移転の影響が続いており、この悪影響は更に加速していく。
		家電量販店（店員）	・季節物の家電商材の販売量が多いとその反動があり、3か月後は景気は落ちていく。
		家電量販店（従業員）	・冷房器具の需要が減る。
		高級レストラン（経営者）	・当県では国民文化祭、ラグビーワールドカップ等のイベントに向けての準備が進んでいる。それに伴い、県民の意識も高くなり、全体の景気が良くなることを期待している。しかし、先行きはまだ不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・予約も少なく、来客が増える兆しがない。
		都市型ホテル（販売担当）	・ホテル業では宿泊は良くなっているが、宴席は閑散期に入るので若干売上が悪くなる傾向である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・平成30年7月豪雨の影響もあり、また今後予定される復興支援等で更に下降する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約が伸びていない。訪日外国人頼みの構図になっている。
		都市型ホテル（副支配人）	・個人の単価は上がっているが、団体の単価は下がっている。2か月先の予約状況は前年より悪くなっている。
		タクシー運転手	・今回の猛暑は、近年になく厳しい夏なので、消費動向にかなり影響を与えている。
		通信会社（企画担当）	・光回線サービスのエリア拡大等が予定されていない。
		理容室（経営者）	・暑さのため、今月は前月より客の回転率も良くなっていた。9～10月になると涼しくなり、来店間隔が伸びることから若干悪くなっている。
		美容室（経営者）	・美容室を30年しているが、正月、お盆、入学式、卒業式シーズンが稼ぎ時になっている。今年の夏は天候に悩まされ、人の動きは余りない。地震の影響で移転したが、営業は非常に厳しい。個人経営は大変である。
		音楽教室（管理担当）	・これから受験期に向かい保育園に通わせるため、教室を辞めるパターンもあるので余り良くない。
		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）	・介護保険サービスの自己負担割合の増加により、利用控えや総合事業による単価減少が予想され、また人材確保問題等、経営リスクが山積している。
		設計事務所（所長）	・自然災害の多発や世界経済の不透明さから先行き不明のため、地方にとって良い条件が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・猛暑と豪雨、台風の影響で客の購買意欲は落ちており、全体的に売上は減少し、景気は若干悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	・キャンペーンチラシやWeb広告活動をしており、また特定のオーダーメイドの注文はあるが、来客数が増加しないと先が見えない。
	×	スナック（経営者）	・今年は連日40度近い酷暑が続く予報が出ている。テレビ等での外出を控えるようにというアナウンスは外食産業にとっては致命的である。これから農産物の値上がりも予想されるので、いよいよ外食費を削られる可能性が高い。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		農林水産業（経営者）	・この異常な暑さが卵、とり肉の生産に大きなダメージを与えており、予定していた生産量を大きく下回っている。秋口には暑さも和らぎ、価格、需要に期待感もてる。8月は学校の夏休みや猛暑により消費は期待できない。

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
		食料品製造業（経営者）	・季節商材の生産、販売が繁忙期となっていく。
		家具製造業（従業員）	・2020年までのホテル向け家具とオフィス向け家具の受注の見込みは前年対比で10%以上増加している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在の商品の動向は、最低である。秋口には商材の動きが出てくると期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今の状況が続くと需要も在庫がなくなる。次のステップに向かう動きのため、連絡は受けている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・秋以降受注が増える見込みである。
		電気機械器具製造業（取締役）	・必要な設備投資を行い、取引先の要請に応えることができれば確実にビジネスは拡大していく。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車生産も好調で当初の計画に対して増産傾向にある。
		建設業（従業員）	・これから先も工事の発注が多く見込まれることから、今後の景気に期待できる。
		建設業（社員）	・受注も多くなったが、作業員が不足気味である。ハローワークで募集しても採用までにはならず、現在の人員で達成していく。年度末に向けて多くの受注に期待したい。
		経営コンサルタント（社員）	・消費者の購買意欲が前年より上がっている。
		その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・自宅、貸し不動産を購入する人が増加した。
		農林水産業（従業者）	・物流価格の高騰により、関西より西側では供給が不足している。安定するのは、11月以降と見込まれる。今年は最高気温を計測しており、農作業には厳しい気候となっている。そのため、育苗・定植は後にずれる可能性があり、11月までは高値となる。東京に運んでいた荷物が物流費高騰で運べず、西日本側で循環するため、需要供給のバランスが崩れてくる可能性がある。
		化学工業（総務担当）	・上期は需要期でないため景気は変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・6月は受注量が回復した。4～5月と受注量が少なかったが、多数の分譲マンションや中小の共同住宅が多数建設されようとしており、需要が回復している。今後も同様の状態が続くかは不透明で、7月に入って再び受注は低迷している。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今期は前期より受注量が下がってきている。受注生産のため厳しい状況が続いている。ここ3か月は変わらない数値ではあるが、経常利益はマイナスにはなっていない。今後もまだ見通しが見えない状態である。
		建設業（従業員）	・見積案件も少なく、受注に結び付くにも苦労しているが、良い案件もあり一時的には良くなるものの、先行き不透明なため景気は変わらない。
		輸送業（従業員）	・景気を大きく左右する要因がない。
		通信業（職員）	・受注量の推移に大きな動きはなく、堅調である。
		通信業（経理担当）	・上半期においてはIT関連の新規受注の動きが乏しく、受注残による開発業務を進めている状況にある。
		金融業（従業員）	・自動車関連企業等製造業を中心に企業の設備投資意欲が根強い。企業の求人意欲も旺盛ながら、必要な人材確保に苦労する企業が多く、人手不足が経営面の障害となっている。
		金融業（調査担当）	・賃金の上昇が見込めず、活発な消費が促される気配がない。多くの中小企業は長引くデフレーションで厳しい価格競争を余儀なくされており、収益確保に苦慮する局面が当面続く。
		金融業（営業担当）	・業種全体的に受注量、売上は伸びているが、従業員確保や事業承継の問題があり景気は変わらない。
		金融業（営業）	・依然として、製造業等の需要は高水準であるが、今後は米国発の金利引上げや貿易規制等マイナス要因も顕在化しつつある。需要は底堅いが、今後2～3か月では大きな変動はない。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要・融資を取り巻く環境は、ここ1年変わらぬ方向を示しており、また時流を変えるほどの大きな話題も見当たらないことから、今後2～3か月は大きな変化はないと思う。金融政策決定会合で長期金利上昇容認の発言が1年10か月ぶりにあり、今後金利引上げに伴う景気の動きを注視する。
		不動産業（従業員）	・ホテル部門の稼働率は横ばいに推移している。

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
		新聞社〔広告〕（担当者）	・平成30年7月豪雨による精神的な低下は徐々に回復しつつも今後の好材料が見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込受注枚数の前年同月比マイナスが半年続いている。このところの酷暑・豪雨災害等、自然環境の悪化は心理的に個人消費を圧迫している。新聞折込の好調な業種は自動車販売及び関連企業や家電販売、理容エステティック等である。自然環境の影響を受けた通信販売や関連業種が不調となっている。
		経営コンサルタント（社員）	・暑さが厳しく、8月は余り期待できない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・新規見込み客からの問合せ件数に変化がない。
		金属製品製造業（事業統括）	・先の豪雨で、緊急対応できる商材の企業は潤うが、そうでない企業は納期延期となり売上が滞る。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・中国向け輸出許可の期限が8月までとなり、今後は国内か東南アジアへの販売となると人件費や輸送費がかさみ、更に利益が取れないようになる。
		輸送業（従業員）	・前年比130%で推移してきたこともあり、今後は悪くなる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・市内の歓楽街の人出が激減しており、百貨店も営業状況が厳しい。飲食店はどこも売上が2割程度減少しており、閉店する店舗も増え懸念している。
	×	繊維工業（営業担当）	・最低昇給金額が出ていたが、当社では経営上厳しい状況である。取引先との交渉になってしまい難しいのが現実である。先行き不透明である。
	×	輸送業（総務担当）	・猛暑の影響で倉庫内生産性が極端に落ちている。加えて平成30年7月豪雨の影響でしばらく物流にも遅延や配送料高騰が見込まれる。運送会社の人手不足は深刻で、一層値上げは容認せざるを得ない。しかし荷主に対する値上げ交渉は難航が予想される。
×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の6月補正予算では、子供・子育て支援に関する調査や、自殺対策の計画策定の予算化がされているところもあるが、比率としては少なく、自殺対策については、市町村が自前で行っているところが多い。他の調査や計画策定の業務の予算化は少ないため、景気が悪くなっていく。	
雇用 関連 (九州)		*	*
		-	-
		人材派遣会社（社員）	・受注件数が減少しているなかで、新規採用の注文も減少している。後任や産休、育休等の買換え要員での注文が割合を占めている。増員の注文が減少しているため、充足感がある。
		人材派遣会社（社員）	・定期的には派遣法に関わる雇用安定法の措置等により、求人数には動きがあるが、景気が上向きまでには至らない。
		人材派遣会社（社員）	・主要依頼人の人員計画や採用の見通しから鑑みると、現在と余り変わらない状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材の採用難は深刻化している。特に零細企業では、インターネットによる求人も採用まで至らない厳しい状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏のボーナスが出たが、ここ数年給料が伸びているような報道もある一方で、実質は横ばいか微減傾向である。夏の猛暑の需要や2020年の東京オリンピック関連等局所的な景気の良さはあるが、貯蓄、消費は消極的である。これから先も経済全体が循環して良くなるような気配がない。
		職業安定所（職員）	・造船関係について、次年度以降は稼働率を上げフル操業が期待できる企業があるが、年度内は現状維持が続いていく。
		職業安定所（職員）	・当所の新規求職者については、前年度を2～5%程度下回る状態が続いているが、直近の2か月は前年度を上回った。これは60歳以上の求職者が増加したことが理由であり、若年者の減少傾向は変わっていない。今年度の新規学卒求人は、前年度を20%以上上回っており、事業所は世代交代への強い意欲をもっている。
		職業安定所（職員）	・引き続き有効求人倍率は高止まりの状態が続くが、求人を構成する職種は介護職を中心としたもので、採用数が大きく好転するとは判断できない。
	職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向と求職者の減少傾向が続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・景気と求人の動きの因果関係ははっきりしないが、2019年3月卒業生への採用については、前年度採用未充足求人の補充、将来的な労働人口不足への対応等のため、各企業共に意欲的に採用活動を行っている。
		人材派遣会社（社員）	・下期に入るタイミングで微増するかもしれないが、8～9月の求人は減少する。
	x	-	-

12. 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)		百貨店（店舗企画）	・9月以降は化粧品売場の改装により、客数が増加するものと見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・インパウンドへの取組による売上増が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・ビール等の酒類と一緒に総菜を買っていく男性が増えており、来客数が増えていくとみている。
		旅行代理店（マネージャー）	・8月後半～9月は団体旅行等の受注もあり売上アップが期待できる。天災等で吹き飛ばなければいいが。
		通信会社（店長）	・9月以降新商品の販売が予想され、市場が活気付くと見込まれる。同時に販売員のスキルも上がっており販売力が付いてきているため、販売量アップが期待できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税の引上げに向けて今後は、来場客数と商談件数が増える見込みである。
		コンビニ（代表者）	・深刻な人手不足が大きな課題となっており、大きな伸長ができるか不透明である。
		衣料品専門店（経営者）	・月頭のセールで数字は少し取れたが、それほど満足のいく数字ではない。中旬からは毎月のごとく良くない状態であり、景気はまだまだ良いとは言えない。まだ様子見である。
		衣料品専門店（経営者）	・来月からは夏休みの家族連れ、9月は大学生の旅行者などが増える見込みである。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・夏の繁忙期に入っているが、例年に比べ大きく変わる要因は見当たらない。内地ほどの酷暑にはなっていないので、そうした悪影響はないようにみられる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の客室稼働率は、今月同様に前年同月実績を下回る見込みである。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの予約状況は前年並みで、同業もほぼ横並びの状態である。今年は前年に比べ台風による悪影響が懸念される。
		住宅販売会社（代表取締役）	・戸建て住宅や投資案件など建築情報は多いが、設計士や下請会社などの人手不足があり、思うようには建築受注を増やせないのが現実である。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊は競争相手が増えていることで厳しくなっている。飲食も同様である。今回の平成30年7月豪雨や台風などで旅行者の旅行意欲がなくなるのではと心配している。
	x	商店街（代表者）	・全体的には、頑張っている企業には利益が出るかもしれないが、零細企業の寄り集まりである商店街ではサービスも限度があり、単価でも大型店には勝てない。零細企業を多く抱えている日本は今後、危機感を抱くのではないかと。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・最低賃金の値上げ発表があったが、飲食業では時給1,000円でもアルバイトが見つからない。売上の上がる週末に接客の対応が追い付かず、入店規制をかけたたり、シフトが組めず、店休日を入れるため、売上を上げることができない。外国人労働者も飲食業では就労ビザが取れないため、政府は早く何とかしてほしい。
企業 動向 関連 (沖縄)		輸送業（経営企画室）	・毎月の入域観光客数が前年比増の記録を連続更新しているが、国内観光客数の減少に対し、国外観光客数が増加していることで記録を維持している。はしか等の影響もあったとみられ、終息した今であれば更に吹き返すのではと予測される。それに伴って、県内消費増から景気が良くなるとみられる。
		建設業（経営者）	・新築の申込金額が増加しており、売上増が見込まれる。
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島は、観光客対応のホテルや量販店等の民間工事が多く、特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も本格化しており、生コンの出荷が過去にないほど増大している。アスファルト出荷量も今後上向きつつある。
		食料品製造業（総務）	・何となく消費者の購買が特売時に集中しているようにみられ、力強さが感じられない。

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
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ホテル、賃貸共同住宅の建設が好調である。
		広告代理店（営業担当）	・広告販促活動の領域で見ると、飲料メーカー系は競争環境が厳しさを増し販促費を抑える傾向にある。不動産系は業績が順調ななかで人材不足が起因して需給バランスが悪化し、受注拡大を目的とした販促活動は消極的である。流通系も業績は順調だが、ハードインフラ投資を優先する傾向にあり、販促活動はやや消極的である。一方、ベンチャー企業を含む小規模事業者は、受注拡大に意欲的で、販促活動に対しても積極的な傾向にある。
		会計事務所（所長）	・観光業は天候の理由で一時的に売上が低下しているが、今後、持ち直しが期待される。ただ、それほど大きな効果ではない。
		-	-
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（編集室）	・8月までは求人件数は変わらないか若しくは減少するとみられるが、9月はやや増加すると予想している。
		学校[専門学校]（就職担当）	・民間企業はボーナス時期に当たるので、ヒト、モノ、カネの動きが活発になるとみている。
		人材派遣会社（総務担当）	・夏場の観光関連を中心に県内景気は良いが、雇用環境では引き続き人手不足感が強く、景気の状態は変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光業の景気は良いが、求人数は徐々に減少する傾向である。
		学校[大学]（就職担当）	・新卒採用求人の動きは緩やかになってきたが、これから採用活動が始まる企業との相談等では、引き続き積極採用を考えている企業が多いように感じる。しばらくは緩やかなペースで求人情報をお預かりしていくことになる見込みである。
		-	-
	x	-	-