

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)	・北海道ふっこう割などの効果もあり、前年の北海道胆振東部地震の影響は最小限に抑えられている。また、アベノミクスの効果もあり、売上は前年比108.5%、一昨年比120.5%と好調なことから、今後の景気は良くなる。外国人観光客による売上も全体の45%程度を占めるなど、好調である。
		商店街（代表者）	・外国人観光客の落ち込みが解消され、にぎわいがみられる。今年は恒例の冬のイベントと春節が重なることから、予約も好調であり、期待が持てる。ただ、その後の落ち込みが心配である。
		商店街（代表者）	・保存リンゴの出荷が最盛期を迎えるため、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・最近では当地への観光客の入込がかなり増えており、街中にも活気が出ていることから、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・改元に伴う消費ニーズや消費税増税前の駆け込み需要などで、今後2～3か月後から半年後までの景気は良くなる。
		百貨店（担当者）	・駅前地区の百貨店が閉店することで、今後、季節行事やギフトなどの商材に対する購買ニーズが当地区で高まることが期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・2月は恒例の冬のイベントと春節が重なることから、市内のホテルが軒並み満室の状況となっており、マーケットも大きく動くことになる。その後も好調が見込めることから、景気は上向くことになる。
		百貨店（営業販促担当）	・商品施策の欠落などの悪条件が緩和されることに加えて、食品部門などが回復基調にあるという好条件もあり、今後の景気はやや良くなる。また、消費税増税を前にして高額品の動きが良くなることも見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・前年12月発売の新型車効果もあり、新車の受注が好調に推移しており、この傾向は当面続く。
		乗用車販売店（経営者）	・各社で新型車の投入が予定されていることから、その相乗効果もあり、今後の景気は上向きに転じる。
		乗用車販売店（従業員）	・これから発売される新型車の効果を期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・北海道は春先の需要が最も多いため、2～3か月後の景気は今よりも若干良くなる。ただし、その後は夏枯れの時期となるため、徐々に売上は落ち込むことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・値引きをしなくても来客数が伸びている現状から、今後の景気はやや良くなる。12～1月の車検台数も過去5年で最多となり、2～3月の予約も順調に取れている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・2月は国民体育大会が開催されることがプラス要因となる。また、3月後半は北海道ふっこう割の駆け込み需要が見込める。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・前年にはなかった流水観光を目的とした国際チャーター便が2月に就航することから、冬の観光需要に対する期待が高まっている。ただし、昨今の天候が不安定なため、天候要因による航空機の欠航や道路の通行止めが懸念材料である。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、消費税増税前の駆け込み需要に加えて、皇太子殿下の御即位や10連休に伴う特需が期待できる。
	タクシー運転手	・消費税増税が真実味を帯びてきていることから、今後の消費は堅調に推移すると期待できる。	
	通信会社（企画担当）	・前年と比べて付与する特典の種類が増えていることから、進学就職シーズンの新規需要に対する期待が社内でも高まっている。	
	観光名所（職員）	・北海道胆振東部地震からの復調の兆しが徐々にみられ始めていることから、今後も一層の回復が期待できる。2月の春節を始め、外国人観光客の動向などを注視している。	

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
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・春に向けて、引っ越しなどによる車両の輸送増が期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税を目前にして、駆け込み需要が若干でも生じるとみられるため、今後の景気は今よりも良くなると期待している。
		商店街（代表者）	・客の中からも今年の消費税増税の話が出てくるようになっている。消費に関して落ち着かない状況が続いているため、客が買物に慎重になっており、今後も景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・世の中全体の景気は今後も変わらず、平々凡々と推移することになる。大きな変化はないとみられる。
		商店街（代表者）	・当地では特に大きな大会やイベントなどの予定もないため、来街者数はほぼ例年並みで推移する。外国人観光客が年々微増傾向で推移しているが、地域での買物が目立って増加する兆しはみられない。
		商店街（代表者）	・今後については、オフシーズンとなるため、景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・社会行事関連の商材の動向が良くないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・近隣でドラッグストアの新規出店があり、競争環境が厳しさを増している。特に食品部門で価格競争の影響が大きくなっている。安さを求めて買い回る客が増加しているため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・景気が変動するような要因がないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・近くの競合店が閉店したが、影響がほとんどないことから、実際には当店との競合はほとんどなかったとみられる。むしろ、別のディスカウントストアに当店の売上が相当奪われている状況にあるとみられ、ディスカウントストアとの競争に勝たない限り、売上も伸びない。
		スーパー（企画担当）	・街中では外国人観光客を中心に観光客があふれているが、日常の買物客数は買物頻度が低下傾向にある中で伸び悩んでおり、当面は節約ムードが続く。
		スーパー（役員）	・当地は年間で0.8%～1.0%の人口が減少しており、その中で業態を超えた集客競争が行われているため、どの業態も厳しい状況下にある。当業界では、現在、年間約10億円の消費支出があるが、今後も落ち込みが続くと経営面で厳しい地域になる。
		スーパー（役員）	・地元の漁業、観光などについて、景気が上向くような良い話が聞こえてこないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が良くなる見込みが全くない。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺地区に農家が多く、前年の天候不良の影響を受けて、農家の収入が減少しているため、今後、景気が上向きになることは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・ロシアの臨検により、北方領土海域内での漁が制限されるという漁業の問題が解決する見込みがないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・北海道胆振東部地震後と比較すれば、売上は回復しているが、来客数の減少が継続している。来客数が回復する要因がないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（店長）	・前年と比べて、来客数が減少し、客単価が上がる傾向に変化がみられないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（経営者）	・景気が上向くような材料が特にないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・4Kチューナー内蔵テレビの売行きが好調である。2月には大きなセールも行われるため、今後も期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・大幅な賃金改定も見込めないため、今後、景気が上向くような大きな動きが出てくることは期待できない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・依然として配達部門が好調なため、今後も景気は変わらない。穏やかな天候が続くことになれば、配達部門のスピード化が今後に向けての鍵となってくる。
		高級レストラン（経営者）	・最近の景気の良さは、大都市のみのことであり、地方都市の景気は余り良くないため、今後についても変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・このところ客単価が下がっているが、2月の恒例の冬のイベントが終わった後を乗り切ることができれば、前年並みの年度末を迎えられそうである。ただし、最近ではビジネスマンを中心に、客のマナーの悪さが目に付くようになっており、そうした客やその家族が将来のレストランの客に結び付くとは考えられないため、長期的には不況感が続くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、北海道ふっこう割の反動に加えて、恒例の冬のイベントと春節が重なったことの反動も見込まれるため、2月下旬以降の観光入込が前年を下回って推移することを懸念している。
		旅行代理店（従業員）	・来客数に変化がみられないため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・乗務員不足は、これからますます深刻な問題となってくる。タクシーの稼働も悪くなるため、会社の売上は減少が続く。
		タクシー運転手	・外国人観光客については、2月上旬の予約が入ってきているが、2月中旬以降はそれほど予約が入っておらず、問合せも増えていないことから、この先も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・今後も厳しいままの状況で推移する。現在の流れから、10月には消費税増税となるため、更なる消費控えが懸念される。
		観光名所（従業員）	・当面は北海道ふっこう割による追い風が期待できることから、1月並みの好調さが継続する。
		美容室（経営者）	・ここ数か月、安定した売上が続いていることから、何か大きな要因が生じない限り、当分、同様の状況が続く。
		美容室（経営者）	・今の状況よりも景気が悪くなるとは思えないが、景気が良くなる要素も見当たらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・北海道ふっこう割が3月末で終了する予定であり、外国人観光客による利用もかなりみられることから、終了後の観光客が減少するのか、増加するのか、判断が難しい。今年は4月以降、選挙が続くことから、3～4月の観光客の動きが景気判断の分かれ目となってくる。
		百貨店（役員）	・ここ1年間、買上客数が漸減していることから、この流れはこれから先も続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・市内の大型店撤退の影響を受けて、今後の人口減に拍車がかかることを懸念している。
		観光型ホテル（経営者）	・冬季の観光シーズンが終わる頃の先行予約の状況が、国内客、外国人観光客共に非常に悪い。3月一杯まで延長した北海道ふっこう割についても予算額が小さいため、今後に大きな期待を持ってない。
		美容室（経営者）	・消費税増税を控えて、客の価値観に変化が出てくることが見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンション市場では、消費税増税を控えて駆け込み需要が生じることへの期待もあるが、客の様子をみると、政府が消費税増税に際してどのような対策を取るのを見極めてから、購入の検討を行っても遅くないと考える客が多く、慎重な姿勢を崩していない。
	×	タクシー運転手	・世界的な景気の減速が、地方の景気にも影響を与えることが確実とみられるため、今後の景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・今年は統一地方選挙があるため、夜の会合などが少なくなるとみられ、景気が悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・年末年始の繁忙期が過ぎたことに加えて、今年は例年よりも寒さが厳しく、周囲ではインフルエンザ流行の兆しもみられることから、今後、客の外出頻度が低下することになり、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)		建設業（経営者）	・今後については、ゼロ国債工事などの公共工事の発注が始まる。工事着手は4月下旬以降になるが、準備作業を含めて動きが出てくることになる。また、民間建築工事も融雪期を迎えて、見積りなどの引き合いが増えるとともに契約物件が出てくることになる。これらのことから、マインド面が上向くことになるため、景況感はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（役員）	・公共土木工事では災害復旧工事の本格化と来年度予算の増額に伴う新規受注が期待できる。民間建築工事は次年度繰越工事を抱え、フル稼働状態が続く。
		輸送業（支店長）	・人手不足を要因とした売手市場が今後も続くことになる。
		金融業（従業員）	・道内の基幹産業である観光は、春節の影響もあり、2月のホテルなどの予約が外国人観光客を中心に順調であり、前年を上回る入込客数となるが見込まれる。個人消費も底堅く推移しており、公共工事も災害復旧関連工事の増加が今後見込まれることから、道内景気は緩やかな回復をたどり、やや良くなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・取引先の受注見通しが例年よりも明るいことから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・今後については、災害復旧工事や北海道新幹線の札幌延伸に関連した工事が見込まれるほか、都市部での建築工事が堅調なことから、景気はやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・年度内は受注残があり、現在の見込みが大きく変わることはないと思われるため、今後の景気はやや良くなる。ただ、ベース商材や人材確保などの観点では安心しきれない面がある。
		食料品製造業（従業員）	・特段、景気に変化するような要素が見当たらない。
		食料品製造業（従業員）	・景気が良くなるような要因も、悪くなるような要因も、今のところ特に見当たらない。
		家具製造業（経営者）	・消費者の購買意欲を高める材料に乏しく、現在の低迷状況がしばらく継続する。
		通信業（営業担当）	・12月のような景況感の下振れリスクは幾分緩和されたが、米中貿易摩擦や道内観光に影響がある韓国、中国との国際関係など、先行きに関する不透明要素が複数あることから、今後の景況感が上向くことは考えにくく、現状維持で推移する。
		司法書士	・時期的な問題もあり、現在の様子から現状のままで推移することになる。極端に景気が悪化するようなことはない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・北海道胆振東部地震の災害復旧工事は見込めるが、全体的な建設投資額は横ばいで推移することになる。
		建設業（従業員）	・単年度工事が終了することに加えて、民間の継続工事も少ないことから、新規公共工事が発注されるまで、手隙の状況が見込まれる。
		司法書士	・消費税増税を前にした住宅建設の駆け込み受注や相談案件がいまだに少ない。また、東京オリンピックの工事需要の影響で建設技能職が人手不足となっていることで工事費が高騰している。これらのことから、今後の住宅建設工事が増加傾向になることはない。
		司法書士	・消費税増税の影響が景気対策により緩和されるかによるが、給与の増加などがみられないことから、心理的に消費行動にブレーキが掛かり、今後の景気は落ち込むことになる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（社員）	・国際情勢や株価、為替などの不安要素もあるが、道内の経営者はいまだに前向き思考であり、業績の拡大を見据えている。働き方改革などによる労働力の不足感に懸念はあるが、人材の需要は底堅いことから、今後の景気はやや良くなる。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・この時期は、地方の基幹産業である農業やその関連産業の生産額の見込みが立たないため、ほぼ前年並みで推移することになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今年選挙があるため、建設業界では1か月程度の発注遅れが生じることが見込まれる。年間を通してみれば、最終的に帳尻は合うが、春先に一瞬でも動きが停滞することはマイナスである。一方、観光業界ではゴールデンウィークの10連休の恩恵が生じることになる。世間が新元号を祝賀するムードに包まれることで、イベント開催、グッズ販売などで消費活動が活発化することも見込まれる。実際に、その準備のための求人活動もみられている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は前年を下回ったものの、月間有効求職者が減少傾向にあるため、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1年2か月連続で前年を上回り、業種全体にわたって人手不足の状況にある。
		職業安定所（職員）	・景気に影響を与えるような大きな雇用調整の動きもないことから、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が減少し、有効求職者数が6か月ぶりに増加したことで、有効求人倍率は前年を下回ったが、6か月連続で1倍を超えており、今後も変わらないまま推移する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の代表者や採用担当者は、消費税増税を控えて、消費者心理の変化や購買意欲の動向を勘案しながら、採用予定数を修正してくるとみられるが、状況は大きく変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・世の中の情勢が景気マインドを押し下げそうである。外国人雇用の拡大がどのような起爆剤となるかを注視している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新元号に変わる前後でプラスの経済効果が生じることを期待しているが、募集をしてもなかなか集まらない雇用環境や働き方改革関連法の施行、消費税増税の動向などが企業活動に影響を与えそうな雰囲気がある。今後については、不透明感が強くやや停滞感が強まりそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年統一地方選挙が予定されており、選挙のある年はサービス業を中心に景気が低迷するため、今後の地元の景気については、若干悪くなる。
	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)		衣料品専門店（経営者）	・春物が動き出す時期となるため、期待している。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の受注残が多いため、今月よりは良くなる見込みである。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・各企業の新卒採用の動きが活発化していくとみており、追加注文が発生することを期待している。
		商店街（代表者）	・前年同様に好天の日が続けば、飲食を中心に売上が伸びるとみている。また、衣料品に関しても春物の動きが少しずつ出てくる時期であり、冬物バーゲンセールも活発に動くため、好調に推移すると期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数の減少が気にかかるものの、客はそれなりに購買力があり、現時点では余り不安視していない。しかし、将来的にどうなるかは不透明である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・人が動く時期であり、例年同様の動きはあると見込んでいる。ただし、この動きは一過性のものにすぎないため、景気が良くなるという実感にはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・例年動きの良くない1月であるが、12月並みの客単価や12月を上回る買上点数など、今までにみたことのない数値となっている。また、男性客はプラス購入が目立ち、女性客は高単価なデザートを購入するなど、多少の余裕が見受けられている。
		コンビニ（エリア担当）	・中食の強化やカウンターフーズの各種施策を含め、QSCのなかでも特にクオリティを高めることで、全体売上が向上させる取組を強化しており、その効果が徐々に出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・この先は雪が解けて乗客数も少しずつ回復するとみている。ただし、今後は人手不足対策の経費が増加することは避けられないため、厳しい経営状況は続くともみている。
		乗用車販売店（経営者）	・春の最盛期である3月に向かって客に動きが出てきているため、乗客数の増加にも期待ができる。
		乗用車販売店（従業員）	・この先は、しばらく消費税の引上げ前の駆け込み需要が続く見込みである。
		乗用車販売店（本部）	・納期に時間が掛かる新車もあることから、消費税の引上げ前の駆け込み需要としての受注が、今後更に期待できる見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・彼岸という時期で仏具に関心が集まるため、多少は売上の増加が期待できる。
		観光型旅館（スタッフ）	・現在の不振への対策として、一時的に料金を値下げして販売する予定である。ただし、単価以外の問題であった場合は、手の打ちようがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この冬を順調に過ぎていけば、春の新元号へのイベントがあり、年間スケジュールとしても、ラグビーワールドカップなど、インバウンド客を含めてにぎやかになるとみている。そのため、宿泊や一般宴会の利用頻度が増えるの見込みである。
		旅行代理店（店長）	・4～5月の大型連休に向け、消費動向が一時的に拡大するとみている。
		タクシー運転手	・乗客であるビジネスマンから、今年から節目での飲み会などを頻繁に設定するよう指示が出ていると聞いている。最初にくるのが3か月後の花見であり、それなりに良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・ケーブルテレビの新たなサービスエリア工事が始まるため、加入待機をしていた客が一気に申込みをするとみている。また、4K・8K衛星放送のコンテンツも良くなってきているため、4K対応テレビの購入者がケーブルテレビのサービスである4Kコースを視聴する機会が増えることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・異動時期となるため駆け込み需要を期待している。
		テーマパーク（職員）	・4月以降の商品を企画しており、僅かではあるものの、景気は良くなるとみている。
		観光名所（職員）	・予約状況は前年を上回っている。団体予約以外の客も増えているため、これからは若干上向いていくのではないかと心配なのは、乗客数や乗船量は増加しているものの、JR利用の客が多いと、買物の時間がなく販売量が伸び悩むことである。そのため、急激な上昇ではなく緩やかに上昇していくとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・先行きに特に不安な要素は見当たらない。
		商店街（代表者）	・平成最後という掛け声もあるが、余りびんとこないのか、客は今一つの反応である。また、この先は厳寒となるため、荒天とならないことを希望している。
		商店街（代表者）	・10月の消費税の引上げへの反応はまだ鈍い。5月以降からの消費拡大を期待している。
		商店街（代表者）	・年度末へ向けての需要に期待ができない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・少子高齢化や人口減少の波が押し寄せてきている。通販を含めて供給過剰のため、消費者マインドがなかなか上らず、売出し物以外の売上が全く伸びていない。このような傾向がしばらく続くともみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・1月は例年、商品の動きが鈍くなる時期であるが、今年は特に動いていない。この影響は2～3か月後まで尾を引くとみている。
		百貨店（売場主任）	・地方経済において好況感はほとんどなく、所得が伸びているとは考えにくい。品目によっては売手の努力で売上が増加しているものもあるが、全体的にみて当面の間は生活防衛意識は払拭されないとみている。
		百貨店（営業担当）	・3か月先に大きく景気変動する要因は見当たらない。ただし、4～5月の新元号を機に、消費喚起に結び付けていくような仕掛けをしておくことで、多少は上昇するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・新生活や春物需要が高まる時期であるが、依然として衣料品の動きに苦戦している。一方、食品や化粧品などは堅調な動きを維持しており、この全体的な傾向は変わらないとみている。
		百貨店（買付担当）	・現在の節約志向が継続するようであれば、消費税の引上げ前の駆け込み需要を大きく取り込むことは難しいとみている。
		スーパー（経営者）	・春からの飲料品など加工食品の値上げや、公共料金や社会保険料などの値上げなどの報道もあり、消費意欲を喚起するような話題を聞かない。そのため、現在の消費動向と各数値の前年割れ傾向が続くとみている。
		スーパー（店長）	・今後、半年～1年程度は近隣の競合店が閉店した影響が続くとみている。
		スーパー（店長）	・買上点数の低迷が続いており、客単価も低いままである。改善の兆しが余りみられないため、今後も同様の状況が続くとみている。
		スーパー（店長）	・前年の売上に届かない月が続いている。徐々に伸びてはいるものの、しばらくはこの状態が続くとみている。
		スーパー（営業担当）	・今年10月に予定されている消費税の引上げに伴い、小売業ではシステム変更などの多大な出費が必要とされる。業績が伸びないなか、企業経営はますます厳しくなる見込みである。
		スーパー（副店長）	・消費税の引上げまでは、現在のまま必要なものを必要な分だけ購入するという節約志向が続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・3～4月になれば人が動くため、横ばいが多少は良くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・新規店舗の売上が、予想より下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	・先行きの景気が変動するような大きな要因が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・東北沿岸への資金流入がなくなり、景気は後退傾向になるとみている。
		コンビニ（店長）	・3月までは現状のまま推移するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・2月からは春物商材が展開されるが、客の実需傾向が強くなっているため、暖くなるまでは厳しい状況が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・売り込みに最大限の努力をして売上を確保する見込みである。
		衣料品専門店（店長）	・フレッシュアズなど、目的買いの要素が強いニーズは安定した動きが見込めるものの、カジュアル衣料については春物の立ち上がりが読みづらく、見通しは不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・1次商圈内に競合店舗が出店しているため、来客数の前年比90%の状況はしばらく続くとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・ここ2年近く客の動きが鈍く、前年比90%の推移が続いている。そのため、景気が良くなるような兆しはみえない。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量に変化はなく、低いレベルで推移している。この先の数か月で良くなるとは考えにくい。
		住関連専門店（経営者）	・景気の回復がまだまだ見込めないため、このまま消費の低迷が続くのではないかとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ここ数年、全体的に季節による売上の上昇幅が小さくなってきている。様々な対策をしているが、大きく変わることはないとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・業界自体に元気がない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・冬の終わりまで2か月を切っているため、この先に大きな需要が発生するとは考えにくく、このままの状況が続くとみている。暖房用燃料が電気に奪われている状況も進んでおり、販売量の減少傾向も続いている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気が変動する要因がない。現在の高値が続くとみえており、販売量の増加も見込めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年末年始は比較的景気の良さがみられたが、年度末に向けて一時的な勢いはなくなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・乗客数が好調な現在の状況はしばらく続くともみている。
		一般レストラン（経営者）	・予約の状況や客単価において、高額商材が売れるということもなく、今後もシビアな状態が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・この先は歓送迎会シーズンを控えているため、現在よりは人の動きが活発になるとみている。ただし、個人の動きは別であり、財布のひもは固くなっていく一方である。新生活の準備に掛かる費用も多いため、飲食に回る費用は少なくなるとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・3～4月は、10連休となるゴールデンウィークを控えて人の動きが鈍るとみている。そのため、今月同様に景気は余り良くない見込みである。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィーク前の旅行の手控えや、消費税の引上げなどマイナス要因はあるものの、例年並みに推移するとみている。
		旅行代理店（経営者）	・先行予約については前年に届くかどうかというところである。春休みの旅行や退職者の報奨旅行などがどれくらい発生するか様子見である。ゴールデンウィークについては、期間は長いがその分予約が取りづらくなっており、大幅な売上増にはつながらないとみている。
		タクシー運転手	・乗客数の伸びがそれほど悪くないため、客の動向に注意しながら仕事を進めれば、今後は良い展開が期待できるのではないかとみている。
		通信会社（営業担当）	・公共事業の予算消化が始まり、各所で道路や公共設備の老朽化補正工事が行われている。ただし、建設土木業界では売上は増加しつつも利益は横ばいであるとみている。また、人手不足も各所で見受けられており、4月以降の景況がどうなるのかわからないとみている。この先2～3か月では景気は変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・直近の景気に大きく影響を及ぼすような要因に乏しい。
		遊園地（経営者）	・団体予約は例年どおりに入っている。ただし、春先の天候にもよるが、物価の動きに不安が残る。
		美容室（経営者）	・客単価は横ばいであり、再来店の間隔にも変化がない。消費者の先を見越した節約志向が続くとみている。
		美容室（経営者）	・美容院同士の競争の状態に変化はないとみている。
		設計事務所（経営者）	・契約予定の案件があり、良い意味で変化はない。しかし、4月以降の新年度の発注については、官公庁案件が減少するとの見込みもあり、厳しい状況が続くことには変わりはない。
		住宅販売会社（経営者）	・全体的に鈍い伸びではあるものの、遅れていた造成用地取得が決まるなど、来年度に向けて受注のめどが立ってきている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・問合せにおいて、節約傾向が強まっていることが見受けられる。
		百貨店（経営者）	・現状は高額商材の好調が主力価格商品をカバーしている状況である。しかし、春以降は世界的な経済環境の変化が懸念されており、高額商材の中心客層となる富裕層の消費が一時的に減退する可能性がある。
		スーパー（営業担当）	・乗客数が前年を下回っている店舗が多く、買上点数も伸び悩んでいる。必要以上の買物を控えるといった節約意識が高まっている様子である。
		衣料品専門店（店長）	・2～3月はフレッシューズの客がメインとなるため期待をしたいが、サラリーマンを中心とした20～40歳代の客層が年末から苦戦をしており、影響を懸念している。
		家電量販店（店長）	・暖冬の影響で暖房商材が余り売れず、前年比で10%ほど減少している。4K放送は期待値よりも人気がなく、チューナーや4Kテレビにも余り関心を得られていない。今後は前年の猛暑のような追い風がない限り、先行きはやや厳しくなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化に拍車が掛かっており、老後に備えて消費者の財布のひもが固くなるとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・雪の量が例年より少なく2月になっても特に良い材料がないため、動きは悪いとみている。年度末は例年動きが鈍く、高齢化が進んで車の保有台数も緩やかに減少しているため、車検などの在庫率が上がるとは考えにくい。

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
		一般レストラン（経営者）	・10月の消費税の引上げは、消費意欲を減少させている。そのため、景気は現在よりもやや悪くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・新年会などが開催されなくなっている現状では、3～4月の歓送迎会などもなくなってしまうのではないかと危惧している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人利用の動きに余り変化はみられていない。ただし、法人利用の会合において、地方開催を取りやめて首都圏のみの開催にすると理由により、キャンセルや次回の開催がなくなるという状況が数件続いている。そのため、先行きへの不安要素が強まっている。
		旅行代理店（店長）	・間際の予約が増えている。そのため、国内旅行、海外旅行共に予約が今一つ伸びていない。
		通信会社（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響により、今後の景気は悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・来客数が極端に減少しており、会社利用については皆無に近い。そのため、先行きの景気はかなり悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・この先選挙が始まると、居酒屋を除いて繁華街に人がほとんど集まらなくなる。売上が減少するため、非常に暗い見通しである。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費行動がネットへ向かっている。また、業務効率の点から小規模店舗は生き残れなくなりつつあり、同業者の廃業が目立っている。結果として、消費者はネットや中規模以上の店舗に向かうことになる。景気全体としてはそれほど影響はないかもしれないが、街に活気がなく、どこも薄利多売でデフレの様相が強くなっている。
	×	スーパー（経営者）	・世界経済の冷え込みと国内経済の伸長鈍化によって、節約志向が増幅している。
	×	コンビニ（経営者）	・天候が変わりやすい時期のため、冬を越さない限り来客数は悪いままである。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・秋の消費税の引上げを控えて、夏までは買い控えがあるのではないかとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	・2～3月の予約状況が余り芳しくないため、景気が上向くことはないかとみている。
	×	観光型ホテル（スタッフ）	・東北で復興需要も収束に向かいつつある。景気上昇につながる材料は少なく、人手不足も深刻である。
	×	競艇場（職員）	・大口の客は長く定着しない。そのため、来場しなくなってからは大きく単価が下がるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		通信業（営業担当）	・年度末に向けて年度内に経費を使用したい企業からの受注が増えているため、景気は良くなるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末から年度初めの仕事が見込める。
		広告業協会（役員）	・新元号発表を機に、一気に広告需要も高まると見込んでいるが、一時的なものとみている。
		農林水産業（従業者）	・果物の総収入は前年並みであるが、例年と比較すると販売単価が10～20%安い。
		食料品製造業（経営者）	・土産物を購入するような他県からの観光客が増加するイベントがないため、状況は変わらないとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品の販売量の減少が大きく、新商品を発売してもカバーできていない。この苦戦は続くかとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・例年需要が落ち込む時期ではあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少見込める。堅調とまではいえないものの、例年よりは落ち込みが少ないとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量の動きはやや悪化しているものの、このまま持ちこたえたとみている。
		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、年度内は現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・荷主の減産による影響は今後も続くかとみえており、大きな期待はできない。
		通信業（営業担当）	・契約を切替えようとする客に対しての値下げにも限界がある。ある程度は諦めが必要とみている。
		通信業（営業担当）	・政治の影響は出てこない。
		金融業（営業担当）	・景気が大きく動くような要因は見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・年明けに期待をしていたが、意外と消費者の消費意欲は上がっていない様子である。
		司法書士	・繁忙期を迎えつつあるが、例年以上の需要には至っていない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・取引先の話でも1品単価や売上の減少、来客数の落ち込みなど、景気は悪くなっていると聞いている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体製造装置及び自動車部品関連の受注量減少がみられており、しばらく続く見込みである。
		農林水産業（従業者）	・今冬は小雪傾向が続いているため、水田への用水量の減少が懸念されている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・印刷用紙が約20%の値上げとなる予定である。値上がり分を取引先にスムーズに転嫁することはなかなか難しく、業績は悪化する見込みである。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・今後は一部地域の特需が終了又は減少する見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・この先はしばらく在庫調整が続く見通しであり、当初見込みよりも販売量が減少する可能性がある。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦により、中小企業が段階的に影響を受けることを懸念している。
		建設業（従業者）	・年度の替わり目のため、公共工事の受発注が落ち込むとみている。
		輸送業（従業者）	・旧正月の影響により、中国向けの出荷の動きが鈍ると見込まれる。
		金融業（広報担当）	・天候が荒れやすくなる時期である。特に北国は、一般消費者の購買意欲の増減や、建物建築などの工事進捗に対して天候が相応の影響を与えている。
		広告代理店（経営者）	・製造減少による用紙不足のほか、元号変更により官公庁からの年度末の飛び込み案件が減少する見込みである。4月に元号が決定してから発注されるようである。
		経営コンサルタント	・事業環境の厳しさは今後も続くともみている。特に人手不足の問題は、事業の継続性を左右しかねない重要な要因となる。
		公認会計士	・現状において小売業関係の落ち込みが止まるとは考えにくい。建設関係は一定の業績を確保するものの、全体としての景気はやや悪くなるとみている。
	コピーサービス業（従業者）	・今年から委託運送会社の大幅な値上げが決定している。客に価格転嫁する予定であるが、今まで無料であったため、うまく理解をしてもらえぬかが不透明である。	
	x	-	-
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・年度末にかけて、CMや企業広告、社内キャンペーンなど露出を高めて登録者増加策に注力する。これは近年実行できなかった施策であり、効果を期待している。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加傾向は今後も続く見込みである。ただし、今後の求人数の増加量については注視をしていきたい。
		人材派遣会社（社員）	・例年どおり、年度末に向けて求人や求職の動きが盛り上がり見込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げや世界情勢の不安定要素はあるものの、ラグビーワールドカップなどの大型イベントの特需を見込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・景気はやや良い状態は継続するとみている。新卒採用の内定出しが前年よりも速いスピードで進んでいる。大学3年生に対して、既に内定を出している流通業、小売業もあり、引き続き積極的に人材を採用をしている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数の伸びが期待できず、求人とのミスマッチの多い状態が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・採用難による事業縮小、拡大路線の変更は、今後も発生するとみている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高止まりしている状況は継続しているものの、事業主都合による離職者が増加している。この傾向は今後も続くともみている。

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
		職業安定所（職員）	・製造業などにおける人員整理などの情報は少ない。また、事業所訪問時においても、景気は横ばいとする事業所が多い。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は77か月連続で1倍を超え、高水準で推移しているが、採用人数を絞っての求人も見受けられている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で10.4%減少しているが、一時的な動向である。新規求人倍率は前年同月より減少したが、人手不足による高水準が継続している。状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみている。
		職業安定所（職員）	・人手不足感の強い事業所が多くみられるが、会社が求める専門職などの人材は求職者のスキルとのミスマッチが発生しており、充足するケースは少ない。
		学校〔専門学校〕	・景気はやや上向きに推移するとみているが、それ以上の期待はできない。
		アウトソーシング企業（社員）	・例年に比べて、仕事量も残業時間も減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在の先行き不安は元号が変わるまで続くともみている。ただし、新天皇即位のお祝いムードと、消費税の引上げ前の駆け込み需要が上乗せになれば、消費拡大に結び付く可能性がある。求人を手控えている企業主からもそのような声が聞かれている。
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)		コンビニ（経営者）	・2月になるとイベントがたくさんある上に、来客数が増えているので、これからは良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・新年度で多少の動きはあると思うので、上向く。
		コンビニ（経営者）	・前年と比較して、来客数が2～3か月先に100人くらい違ってくと予測しているのので、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・当店のリニューアルから3か月ほど経過し、現在、客の動きは停滞気味であるが、新年度が近づけば多少、良い方向に動くのではないかと期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今春のリニューアルオープンで、競合施設と大きく差別化でき、新規顧客を獲得できる見込みである。
		観光型ホテル（経営者）	・インバウンド客の堅調な増加や今年開催のラグビーワールドカップ、アフターデスティネーションキャンペーン、更に近県で開催されるデスティネーションキャンペーンやプレデスティネーションキャンペーン、国立公園を使った観光客誘致施策など、今年～来年プラス2年程度は、観光業界にとって追い風になると感じている。
		通信会社（営業担当）	・繁忙期の在庫一掃など、販売促進による消費増が期待できる。
		テーマパーク（職員）	・例年に比べて穏やかな天候で、来園客が増加傾向にある。
		ゴルフ場（総務担当）	・3月のオープンに向けた現在の予約状況は、3月受付676名、前年同期は405名で、プラス271名となっている。4月は676名で、前年同期506名からプラス170名と、2か月とも増加している。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピック景気や公共工事等、建設業を中心に活気付いているため、やや良くなる。消費税増税による駆け込み需要も見込まれる。
	商店街（代表者）	・現在の客単価の落ち込みをすぐに改善できる要素は見当たらない。こうしたなか、郊外に「道の駅」の建設が進んでいる。大手業種の参入により、街なかの商店が閉店に追い込まれるのは必至である。中心市街地はゴーストタウン化に向かって進んでいる。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・春を待ちたいと思うが、今年は選挙の年なので、行楽に行くような人も二の次になるのではないかと。年後半、9月の選挙が終わり、落ち着くまでは静かに推移するとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・地方では、インバウンド需要や富裕層の高額品購入といった動きは、ほとんど見ることはない。消費を支えているのは中間所得層であり、この層の可処分所得は増えていないのが実情である。消費に慎重になるのは必然であり、この傾向は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・売上比重の高い衣料品部門が相変わらずの不振で、店全体では、この先数か月も余り変わらない。
		百貨店（副店長）	・社会や経済に明るい話題が少なく、消費マインドの落ち込みは、しばらく続く。
		百貨店（店長）	・不透明な国内景気に加え、アメリカを中心とした外部環境の変化が、良い方向に向かっている実感がない。
		スーパー（総務担当）	・食料品の数値は良いものの、衣料品と住居用品は上がってくる要素がない。このまま、前年を下回るとみている。
		スーパー（商品部担当）	・2月以降は価格改定が始まり、消費動向に変化が生まれそうではあるが、現状から大きく変化が起こる感じは受けけない。
		コンビニ（経営者）	・正月休み明けの客の戻りが悪い。公共事業の減少等で昼の工事関係客の減少が見られたが、今後天候が良くなるとともに、来客数も伸びてくるとみている。
		衣料品専門店（統括）	・1月に入って、大変寒い日が続いている。商店街に来る客は本当に少なく、非常に困っている。3月くらいまでは、しばらく寒さが続くので心配である。客が来ることで売上につながるわけだが、郊外にある大型ショッピングセンターへの対抗策がなかなかない状態である。
		衣料品専門店（販売担当）	・例年2月は極端に暇な時期である。3～4月の卒入学関係も、現時点ではほとんど需要がない。今月の相当悪い状態が、2～3か月続くような気がしてならない。この読みが間違っていてほしいと願うばかりである。
		家電量販店（営業担当）	・東京オリンピック関連で都内は活発だと思うが、地方の企業は厳しい。高稼働企業の仕入量が前年比90%と落ち込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・例年4月頃までは年度末や年度初めで、車検台数、新車販売などが堅調なので、今年も前年並みにはいけるのではないかと希望的観測をしている。
		乗用車販売店（販売担当）	・正月のイベントも前年ほどではなく、消費税増税に向けた駆け込み需要があるかと期待していたが、それも今のところ感じられない。2～3か月先は変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・毎年のことだが、観光地を控えているため、観光客が減る1～4月は良くなる要素がない。現状のままできとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・客が何か不安を覚えているような、お金を使うことに今一つ踏み切れないような雰囲気を感じている。お金がないわけではないのに、物を買うときに慎重であるのが、印象的で、長い間そうした雰囲気を感じている。
		住関連専門店（店長）	・来客数、客単価共に、前年とほぼ同等の推移をしているためである。
		住関連専門店（仕入担当）	・平成最後というフレーズが、祝賀ムードよりも漠然とした不安を感じさせている。消費税増税への備えも含め、消費を抑制している感がある。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・業界のメーカー等の再編が多く、商材確保が重要になってきている。販売していた商品の生産見通し情報が、不確実になってきている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残の状況に特に変わりはない。石油製品の動きは今後も天候や気温の状況で、大きく変わる。
		一般レストラン（経営者）	・来客数を見ると、緩やかな減少傾向を感じるが、春になれば戻ってくると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・ターゲットを絞れば良くなる要素が少しはあるものの、先行きが不透明というよりは、不安の方が大きい。
		スナック（経営者）	・平日の客入りが少なくなっている上に、インフルエンザの流行で、更に集客が少なくなっている。それが収まれば少しは元に戻るかという期待はある。

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
		都市型ホテル（営業担当）	・例年3～4月になれば、稼働率は上がってくる。企業研修や新年度に向けての宿泊に期待はするが、現時点で、はっきりと稼働率が向上するような情報や要素もないので、変わらない。稼働率は上がるが、1月は特殊な月で下がっている状況からすると、景気自体は変わらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・2月は1月に引き続き、客室メンテナンスによる売り止め期間があるものの、それ以外は予約も好調さを維持しているため、総じて今までと変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークに向けて、旅行商品の在庫が既にほとんどない。高額商材に客を誘導しきれていない。
		旅行代理店（所長）	・第2四半期からスタートする大型観光キャンペーンの最終年度に期待したい。懸念材料としては、隣県と同様キャンペーンと重なっていることである。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いので、この先も変わらない。
		通信会社（総務担当）	・店舗運営上、客が気軽にふらっと来店することが難しい方向に動いており、長期的に販売数の減少は続いていくと思われる。
		競輪場（職員）	・場外発売の他場の売上も、ほぼ同様に推移している。
		美容室（経営者）	・閑散月は商品の仕入れを必要最小限にとどめ、無駄な出費はできるだけ節約することで、乗りきる他に手はない。パートタイムですら募集には踏みきれない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・3月の年度末需要に期待したいが、ここ2年間の顧客動向も減少傾向で回復に至っていない。地方の人手不足による賃金上昇は、企業の収益性を圧迫し、設備投資もできないという悪循環に陥っている。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・余り良い状況ではない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の影響で、やや悪くなる。
		家電量販店（店長）	・来客数が少ない上に、単価も低く推移している。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・米中関係を始めた国際環境の悪化が長期化するとみられ、消費マインドを含めた景況感の悪化は、当面避けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2、3月共に前年の約100%で推移している。小宴会が増えている一方で、100名以上の大型宴会は減っている。宴会数が増えているので、上向いてきているのかもしれないが、大型宴会が減っているのは当社には痛い。宿泊は前年比、予算共に100%を超える見込みである。
		都市型ホテル（営業）	・大手自動車メーカーがトラブルを起こし、操業ラインが12日間ストップしている。そのため、下請も含めた多くの企業が休業状態になり、その影響がサービス業、我々のホテル業にも出てくるものと思われる。
		タクシー運転手	・いつも同じになるが、地方では、仮に景気が良くなるとしても、5年くらいはかかる。
		タクシー（役員）	・人手不足である。
		通信会社（局長）	・このまま人手不足が続くと、企業の生産は一定ラインから急激に落ちる。他のスタッフに負荷がかかり、連鎖的に退職する可能性もある。各企業で人材確保の対策を練らないと、経営の継続が厳しくなる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税前の契約期限が3月末のため、それ以降の需要が不安である。
	×	都市型ホテル（経営者）	・良くなる要因が全く見当たらない。当地域に東京オリンピック景気の恩恵は予想できない。
	×	通信会社（経営者）	・前年と比較しても明らかに業績が悪くなっている。過疎化、高齢化が進む地方で、現状、地域密着型業種の企業が業績を伸ばすのは至難の業である。地方創生も口ばかりで、出てくるデータは都合よく改ざんされたものでは、国民は納得できない。当調査がそのようなことがないことを祈るばかりである。
	×	通信会社（経営者）	・このまま旧態依然としていては、年度末に向かって中小企業は踏ん張り切れない。地方では別事業への転換が必要である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税が決まって、予想どおりの買い控えが既に始まっている。少しの間はこれが続く。

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
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕(経営者)	・受注予測から、生産が間に合わなくなることを心配している。
		建設業(総務担当)	・補正予算もあるので、上向いてくるのではないかと。
		通信業(経営者)	・少しずつではあるが、受注量が増えている。
		不動産業(経営者)	・新年度への切替えが近づくにつれ、多少景気は良くなる可能性がある。
		化学工業(経営者)	・この先の受注が確定している製品と、見通しの立てにくい製品があり、まだら模様の状況が続く。
		窯業・土石製品製造業(総務担当)	・売上に人手不足の影響が出そうである。
		金属製品製造業(経営者)	・今後、景気が良くなるかどうかは不明である。先は分からないので、いつも気を付けて、仕事に励んでいる。
		金属製品製造業(経営者)	・例年4～5月は、売上が低迷する。
		一般機械器具製造業(経営者)	・米中貿易戦争も大きな改善には向かわず、その環境のなかで、各業界が好不調に分かれる傾向である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・新年度の状況によるが、今のところ3月まではみえている。4月以降、新しく計画を立て、そこで伸びるかどうかわかると思うので、しっかり注視していきたい。
		電気機械器具製造業(経営者)	・3月までは取引先の動向に変化がなく、現状維持が続く。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・2月は例年仕事が少なくなる。2～3か月先は少し分からないが、余り良くないままで、変わらない。
		その他製造業〔消防用品〕(営業担当)	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業(開発担当)	・現政権誕生後、公共工事は順調で、今期の公共工事は前年比18%増、当社も前期比10%増と安定している。ただし、売上は平成5年頃に比べて3分の1である。現状、建設業は求人難で人員確保が難しいため、この状況が良いのかもかもしれない。人材確保が今後も難しい業種で、これが今一番の課題である。
		輸送業(営業担当)	・今後は、新社会人、学生などの引っ越し依頼や新生活商材、インテリア等の輸送が前年並みに入る予定である。しかし、3月末に向かって、ドライバー不足のなか、車両の確保も厳しくなり、引っ越しや商品輸送も大変になると予想している。
		経営コンサルタント	・個人消費、設備投資などを誘発する全体的な需要拡大の兆しが見えない状況は、変わっていない。ただ、人手不足感のみがまん延している。そのため、生産性向上の必要性が一層高まっている。しかし、これらを突き動かす景気刺激の材料は、地域的な広がりでも見当たらない。
		司法書士	・先行きに、まとまった仕事の予約が来ていないので、余り大きな変化はない。
		社会保険労務士	・大手輸出企業の業績が悪化しなければ、このままの景気が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合いが活発であり、今後も収益の改善が見込まれる。
		不動産業(管理担当)	・別の管理会社の協力会社として業務の一部下請をしていた取引先から、業務全般を直接受注したいとの話があり、来年度からの開始がほぼ決定している。その取引先からの売上は増加する見込みの一方で、長年、管理業務委託していた取引先の所有者が変わり、そちらの受注が引き続きもらえるか交渉中で、継続できたとしても受注額を下げられる方向にある。その他にも業務見直しによる引下げ要請が多く、それらを加味すると全体としてはやや減少する見込みである。
	広告代理店(営業担当)	・消費税増税に対する不安感が強く、大きな消費を控える傾向が強い。	
	x	-	-
雇用 関連 (北関東)		職業安定所(職員)	・製造業を中心に、依然として求人事業所は多いが、今までのように急激にというよりは、やや良くなるという程度である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（経営者）	・先行きは変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・専門性を持つ即戦力以外は、派遣募集で人員補充したい企業側と、さほどスキルはないが正社員を希望する求職者側のミスマッチは埋まらず、直近で大きく状況が改善する見込みはない。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率、有効求人倍率の3か月平均は、新規求人倍率が2.33倍、有効求人倍率は1.63倍となっており、前年比でみても、変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、直近3か月で最も高い2.51倍となり、平成30年7月以降、5か月連続2倍以上で推移したまま大きな変動はなく、依然として高倍率を維持している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人はあるものの、求職者から選ばれにくい職種が多い。また、そうした業種を選んだ場合の採用率は、高いように感じる。求人難からの賃金コストの上昇により、企業努力も大変な状況である。
		人材派遣会社（経営者）	・積雪が多いところでは、これから更に増えるだろうし、乾燥やインフルエンザのまん延等で、多少の出控えもあるようで、生鮮食料品等の伸びが鈍る。灯油等の動きは活発で、暖房器具等も含めて目立っているが、生産は冬真っただ中の状況から厳しく、伸びは期待できない。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連企業の生産調整が続くため、やや悪くなる。
	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か月先の3月は卒業式、お彼岸、退職シーズンになるので、需要が多く忙しい時期になりそうである（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・競合店の撤退により、良くなる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春が近づくことで観光需要が高まるので、状況は良くなっていく。
		通信会社（管理担当）	・働き方改革、改元、消費税増税を契機としたシステムの再構築などの影響の他、ネットワークサーバーやPCでメーカーサポート終了の製品が続いて生じることもあり、引き続き景気は良いと判断している（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税を考えた消費があるようで、リフォームなど金額の大きな案件の相談が増えている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・新入学時期の4月が近づくにつれ、今月以上に学童用品を中心に動きが良くなる。また、文具メーカーの新商品も多く発売され、販売サイクルも早まってきており、消費者の購買意欲をかき立て、売上の増加が見込まれる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が、ある程度期待される（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・改元前後に当たり、平成最後、新元号最初の記念としてのモノコト消費が活性化すると予想している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・新年度以降は、消費税増税前の買換え需要や、改元に伴うモチベーションにより、改善が見込まれる（東京都）。
		百貨店（店長）	・今後のリニューアルで、魅力のある商材が増えることで、3月末からは来客数や売上が伸びると予想される（東京都）。
		スーパー（ネット宅配担当）	・各分野で値上げがあり、結果的には売上増の要因になる。
		コンビニ（経営者）	・3か月後は気温が上昇し、新学期ということもあるので、来客数も多少増える。
		コンビニ（経営者）	・期待を込めてだが、季節的に暖かくなってくるので、幾らか良くなる。
	コンビニ（エリア担当）	・5月に改元と10連休を控え、来客数増が期待できる（東京都）。	
	衣料品専門店（統括）	・新入学、新社会人、新生活に向けた客の需要が今後高まってくる。	

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
		家電量販店（経営企画担当）	・季節も冬から春へと移行し、新生活マーケットの需要をどこまでつかめるか。インバウンドも中国、台湾の力強さが戻ってきたらと期待している（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	・2020年の東京オリンピックに向けて、緩やかに景気の良さが継続していく。建設関連は人手不足の中で、賃金ベースを相当上げて募集をしている。やはり人手を増やすために、様々な条件を加えている（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・各税金関連で変化があるので、ユーザーの購買意欲が上昇している。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度の決算月であり、各社共に需要が大きいいため、販売量が見込める。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー減税が適用される3月までは良いと思うが、その反動がどうなるか、また、消費税増税の影響がどこまであるのか予測がつきにくい。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がある程度顕在化する。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的に暖かくなってきたら、客の回遊性が出てくるような気がする。
		高級レストラン（仕入担当）	・旗艦店である本店のリニューアルオープンの効果が出つつあり、先々の予約状況を見ても期待が持てる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3～4月は、人の動きが活発になってくるので、今よりも2～3割は売上が伸びる。例年3月は人の出入りが激しいので、12月に次いで売上が良い月である。
		一般レストラン（経営者）	・4月には入学式、歓送迎会等がある。気候も暖かくなるので、景気とは結び付かないが、多少は良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックまでは継続して良くなる（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・例年正月明けは来客数が減る傾向にあるが、客単価は上がっているため、今後、売上が伸びると予想している（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・3月末の契約更新時期を迎え、早期に給食業者の入替えを行う取引先も多く、大きな伸びは期待できない。4月は新規取引先の立ち上がり相次ぐため、売上が伸びると予想される。特に、4月開始の新規先が順調に取れている状況に裏打ちされており、期待ができる（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・2月は日数も少なく、寒さの影響もあり低調である。3～4月は年度末、年度始めで、歓送迎会や大型施設のイベントも大分入ってくるため、上向きになる予定である。
		旅行代理店（従業員）	・今回のゴールデンウィークの状況から、夏休み、年末年始の予約も早期に動く予想される（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・東京オリンピックの種目別の価格表が発表された。当社も販売を担当している旅行会社の1つであり、4月以降になるが、チケットを含んだ商品の販売も始まるので、良い影響がある（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・前受けの旅行が前年と比較して好調である。
		タクシー運転手	・このところの株安に伴う逆資産効果のほか、天候要因も下押し圧力となっているものの、雇用、所得環境の改善が続くことから、個人消費の緩やかな回復基調は変わらない。生鮮食品価格の落ち着きや、原油価格の下落に伴うエネルギー価格の低下などが見込まれるため、個人消費は所得増に見合った伸びに回復する（東京都）。
		通信会社（経営者）	・スポーツやライブ中継等、生放送でのテレビ視聴はまだ需要があり、高度BS4K放送の認知度の高まりとラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピックに向けてコンテンツの充実が進むことが予想される。録画機能付視聴端末も今後普及することにより、客からのリアクション増加が予想される（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・携帯電話の新機種と異なり、日本人は美しい映像を好むことがよく分かる。月額利用料は気にするが、預貯金からの払出し1回で済む高額なテレビ購入は、余りちゅうちょしていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・4月の天皇陛下の御退位、皇太子殿下の御即位、5月1日の改元、10月1日の消費税増税前の駆け込み需要ということで、消費に対するマインドは少し盛り上がり期待している（東京都）。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣のマンションができ上がり、住民も増えて、少しずつ良くなる。
		設計事務所（経営者）	・これから2～3か月は収入がありそうである。
		設計事務所（所長）	・消費税増税問題や地方選挙等があり、それに基づき具現化してくる計画物件が、表面化してきている（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の絡みで、3月まではまだ良くなる。
		商店街（代表者）	・消費税が10月から上がると思うが、客は今、消費税が上がるから早めに買うという意識が全くなく、買物を自粛していると思えてならない。消費税が上がると更に消費に対して控えめになってしまうのではないかと、心配である。
		商店街（代表者）	・統一地方選挙と世界情勢が気になる。消費税増税がいよいよ近づいてきているが、春に選挙があり、米国、欧州の政治などに不安要素をたくさん抱えている状況では、マインドが上向くとか株価がプラスに動くイメージは余りない。動きが出る時期ではあるので、良い方向に転がれば、もしかすると好転の可能性もある（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客に高齢者が多いので、少しの間使えればいいという客が多く、工事が発生する商品以外では、大きな売上につながらない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・このところずっと景気は良くないが、これから先も今の状態が続く（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・当駅近隣に新しい商店もないわけではないが、閉店や撤退が多数あり、ゴースタウンになってしまうのではと危惧している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・米中の貿易摩擦が懸念されている上に、今後期待されるような情報が余りないので、難しい（東京都）。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・時代減少と気温が上がって少し人が動いて、悪いところと良いところとがあり、プラスマイナスゼロである（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・とりわけて景気が良くなる材料はなく、必要があれば購入するスタイルは変わらない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・年度末にかけて、外商ではある程度物件は決まっているが、それほど急激に伸びるほど多くはない。景気は良くも悪くもなく横ばいという感じである。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・ここ数年はボーナスなど出ない状況で、従業員も諦めている。何とか販売量を確保して、せめて現状を保ちたいと全員頑張っているが、世の中の多様化や、必要な物以外を買わない節約ムードの中では、販売数を伸ばしていくのは簡単ではない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・2月もパレタインや物産展等、動員の掛かる催事の連打と、前年比で訴求部数増が見込めるため、天候が大きく崩れなければ、来客数増で推移するとみている。
		百貨店（売場主任）	・全体的にインバウンドがやや厳しくなっており、食料品においても若干苦戦をしているものの、他の品番に比べるとまだ健闘しており、前年を若干超えるか超えないくらいである。今後については予断を許さないが、消費税が上がるまでは購買は一旦増えていくとみている。当地域は東京オリンピックも控えているので、楽観視はできないが、少しずつは良くなっていくのではないかと（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・インバウンド売上のマイナストレンドが継続する。また、米中貿易摩擦が早期に収束を見ない限りは、円高傾向が強まって国内企業の経済活動が足踏みし、株価も乱高下するなど不安定になる。結果として、消費マインドも横ばいのまま推移すると予想している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・景気の先行きが不透明感を増すなか、高額品の動きが厳しいと予想している。秋に消費税増税を控え、購買意欲の高まりに期待するものの、大きな伸びは期待できない。増税対策もマスコミにより大きく報道されているが、今回は従来のような消費過熱は抑えられるのではないかと。経済状況が安定し、先行きが見えてくると一気に過熱することもあるので、予測は難しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今まで業績をリードしている富裕層とインバウンドの伸び率が鈍化している（東京都）。
		百貨店（店長）	・改元の頃までは、今のムードを変える明るい材料が見出せない。
		百貨店（副店長）	・前年の後半以降、全国的にみるとインバウンドの下振れや株価の動向など、将来に対する不透明な状況が続く、景気の上昇気配は現時点では感じられない。4月以降の慶事に合わせて、消費者意識の変化に伴う景気の上昇に期待したい。
		百貨店（計画管理担当）	・前年は降雪により売上にマイナスの影響が出たが、今年は降雪がまだないにもかかわらず前年の確保に苦戦していることに鑑みると、引き続き楽観視できる状況ではない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、商品単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回っているが、客1人当たりの買上額がトータルするとなかなか前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
		スーパー（経営者）	・今のやや悪い状態がこのまま続くと思うが、今年は改元があるため、ある程度お祝いムードが出て、消費が喚起されると期待を込めている。ラグビーワールドカップ等も取り入れて何とか売上アップにつなげたい。
		スーパー（経営者）	・今月が悪いので、そのまま行きそうである。販売量、単価共に上昇する兆しがない。
		スーパー（店長）	・店では様々な努力を重ねながら安売り等をしているが、客の反応がない。3か月後の景気は今と変わらずに推移していく。
		スーパー（店長）	・景気回復のための政策もなく、消費者には節約志向が依然として根付いており、今しばらくはこの状態が続いていく（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・世の中では景気回復の流れとなっているが、実際に可処分所得として客が自由に使える分は、なかなかないように感じられる。インバウンドも下向きになっているので、特に大きなイベント、与件等がない限りは、大きな売上、又は良くなる状況は想定できない。
		スーパー（総務担当）	・販売点数、客単価等には大きな変化はないが、競合他社の出店により来客数減が見込まれる。特に、ドラッグストア出店は大きな影響がある（東京都）。
		スーパー（販売促進担当）	・2月は入園、入学準備、節分、恵方巻、バレンタインなど、イベントの多い月である。仕掛けの拡大による集客アップを狙うが、課題は例年との変化である。
		コンビニ（経営者）	・天候次第で来客数が大きく変動するので、今後の状況が読み切れない。
		コンビニ（経営者）	・今後の政策などに期待できるような情報がない。
		衣料品専門店（経営者）	・新入学児童向け販売の季節である。小学校は変わらないが、中学校の受注は前年よりも良い。競争はあるものの、首都圏にあり児童数は変わらないのでありがたい。
		衣料品専門店（店長）	・長期的には、少子化による社会保険料の負担増、消費税増税等で景気は低迷する。景気回復には、IT、IoT、AI促進等による生産性の向上が不可欠である。短期的には、改元、東京オリンピック等の購買心理の向上要素があり、消費税増税に対しても景気は横ばいで推移するのではないかと（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要因が1つもない。消費税増税でまた3～4か月間売上に響く状況が起こりうる。赤字の営業が続いているので、やめなければいけないと56年間の商売を考えさせられる時代である。
		衣料品専門店（役員）	・衣料品の購入は必要な物、実用品だけという風潮である。

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
		家電量販店（店長）	・世界経済のリスク要因が消費者マインドに不安を抱かせている。インバウンドは中国の関税検査強化による高額品の需要がますます低下する（東京都）。
		家電量販店（店長）	・今後は移動マーケットの入進学、新社会人、転職などの需要が期待できるが、少子化の影響やコスト削減のあおりで転勤が減少することなどで、前年実績をクリアできるか若干の不安がある。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。来客数は結構あるが、なかなか契約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	・3月決算の売しまでは現在の好調が続く。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業においては消費税増税に伴う駆け込み需要、次世代住宅ポイントなどの政府施策による需要喚起の要因があり、今後も堅調に推移するものとみている（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・皇太子殿下御即位などの行事が多いため、景気が少し持ち直すと思ひ、準備している。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・外部要因の期待もあるが、急激な変化は考えにくい（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新ハード景気が一段落したため、下降傾向が続くと予想している（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴席予約の推移をみると、例年の利用客を中心に、ほぼ前年同様の状況である（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・2～3月の予約状況は前年比でほぼ横ばいである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に対する情報の細かな発信や、新元号発布以降の景気対策など、小さな不安が大きな景気後退を生みかねない。そのいろいろ開示が今のところない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・4月に行われる統一地方選挙の影響で、接待や飲食が極めて絞られると予想している。その反面、元号が変わるので、人々の心の中にも少しお金を使いたくなるような動きがあるのではないかと。そうしたことから、しばらくは横ばいが続く（東京都）。
		一般レストラン（スタッフ）	・良くなる理由がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年明けから少しずつ景気が回復している感はあるが、統一地方選挙や皇室行事などの影響により、利用頻度の減少が懸念される。また、消費税増税やあらゆるコストの増加による値上げが相次ぎ、先行き不安から買い控えが起こり、景気回復の動きを鈍くする。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月先は、客からの問合せも半減しているため、現状と余り変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・次年度に向けての営業活動となるが、現状は景気の波を感じる状況にない。
		旅行代理店（総務担当）	・旅行参加人員は3か月前とほぼ同数になっている（東京都）。
		タクシー運転手	・正月も終わりこれから新年度に入るが、春には改元があることと、10月から消費税増税があり、客は足踏み状態で、慎重な動きが見られる。
		タクシー運転手	・ここ2～3年、周囲の交通機関で、小型バスの新規参入によりタクシーの利用が少なくなっている地域がある。住宅地内にバス停を設けてバスが巡回するため、利用者の多くがバスへと流れている。
		タクシー運転手	・客の様子だが、良くなっているという人は非常に少ない。特に、働き方改革で、大企業のサラリーマンは労働時間は減っているが仕事量は変わらない、という難しい状態になっているようである。タクシーは季節的に良くない。3月くらいから多少良くなることを期待している（東京都）。
		通信会社（経営者）	・足元の販売量など低迷が続いているが、改元への期待感も出てくる（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
		通信会社（営業担当）	・景気の見通しが不透明になってきており、消費はより慎重になる。
		通信会社（営業担当）	・若年層の固定回線、テレビ離れは加速しており、厳しい状況は続く。
		通信会社（局長）	・4Kテレビの売行きは徐々に上向いているものの、それに連動する4K対応コンテンツがまだ不十分なこともあり、当社のサービスに結び付く要素が少ない（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）	・消費税増税次第で経済、景気の悪化が懸念されるが、現状ではまだ大きな変動にはつながらない（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・現状のまま横ばいである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の動きを見てみると、社会的に大きな出来事がない限り、当面景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・個人消費が活発になる材料が特に思い浮かばない。4月に行われる携帯電話料金の値下げがどの程度になるのか、状況を注視していく。
		ゴルフ場（従業員）	・現在のところ春先の予約状況は堅調であり、入会希望者も想定水準を保っているが、当社の客単価はレジャー産業としては高価であり、消費税増税が視野に入った消費マインドの低下がどの辺りから現れるか警戒している。
		パチンコ店（経営者）	・この先良い機械が出るのはゴールデンウィーク頃になってしまうため、2～3か月先は厳しい状況で変わらない。スロットの規制はそのままだが、パチンコの良い機械が出ないので、どうしても機械の有無によるプラスマイナスがある（東京都）。
		美容室（経営者）	・早く暖かくなってもらいたい。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・人件費は月ごとに少しずつ上がっているが、生徒数は横ばいで変わらない。まだ景気が良くなるとは思えない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・特に変化は感じられない。
		設計事務所（経営者）	・今年は改元があり、消費税増税など大きな節目となるが、現在の景気状況は変わらない。政府は景気対策にいろいろ手を尽くしているようだが、小手先だけで抜本的な変化は期待できない。
		設計事務所（職員）	・変化する要素が見当たらない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・前年末に決まった与党税制改正大綱により、消費税増税後の住宅ローン減税及び、すまい給付金の拡充が伝えられている。駆け込みの必要はないというニュースにより、客も様子見をしており、景気はやや悪いままで変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・金融機関が収益向け融資を絞らない限り、大きな変化はない。資産形成のみならず、相続対策で購入する客も多いので、現状のまま推移していく。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税を見据えた駆け込み需要はまだまだ発生しておらず、住宅取得を支援する政策の決定が待たれる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・本来の繁忙期ほどの仕事量はなく、先行きが不透明である（東京都）。
		商店街（代表者）	・修理期間が終われば、平常に戻る。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・原材料や包装資材、運送費用の値上がりなどで商品価格を上げなければならないので、売上が少し落ちてしまうのではないかと懸念している。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・今後、キャッシュレス決済等で買物ができる状況が進んでいくと、印鑑を使ってのお金の出し入れがなくなってくる。ますます印章業は、不必要な業種になってしまうのではないかと懸念している。
		百貨店（売場主任）	・食品の値上げ等が生活防衛に大きく関与してくる。
		百貨店（総務担当）	・来月に近隣商業施設が大幅リニューアルオープンするにあたり、当店が受けるダメージを考慮すると、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・現状の株価低迷による中間富裕層の消費マインドの冷え込みと、米中貿易摩擦、中国の規制強化によるインバウンドの買上苦戦等の要因が解消される兆しが不透明なかでは、短期間での消費回復は期待薄である（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・クリアランス期間中であっても客の購買動向は慎重かつ消極的である。この傾向は今後も継続していく（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・年が明けてから、客の消費に対する意識が消極的になってきていると感じる。富裕層も年末からの株価下落の影響が、金、地金の売上が伸張しており、消費よりも資産の確保に意識が向いているように感じる。
		百貨店（販売促進担当）	・米国、中国を中心に世界情勢の不安がインバウンドの売上に大きく影響する（東京都）。
		百貨店（営業企画担当）	・訪日外国人消費が回復しなければ確実に悪化する。消費税再増税の影響も不透明なため、マイナスイメージを拭えない（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・貿易摩擦、消費税再増税共に将来に向けての不安感がなかなか払拭できず、景気に悪影響を及ぼしている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・ゴールデンウィークに備えて貯蓄をしていく家庭が多くなり、消費自体が落ち込む。
		コンビニ（経営者）	・少しずつ低下しているように感じる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・コンビニを幾つか営んでいるが、毎年、毎月少しずつ客数が落ちている。今月は天候が良いにもかかわらず、前年より落ちている。店舗数が増えているということもあるが、消費税が上がるということで、客が財布のひもを少しずつ絞っているのかなと感じている。
		衣料品専門店（経営者）	・好景気のニュースを聞いても実感は全くない。手取り収入の減少により、家計のやりくり、消費税再増税前の引締めが現実化してきている。
		衣料品専門店（経営者）	・当店のスクール用品部門はやはり少子化の影響で数が伸びない。政府はキャッシュレスというが、カードの場合、手数料が普通の小売店だと4～5%、大手だと1%ということでその差が気になり、どうしても厳しい状況にある。大手と一般小売店になるべく差がないような政策をとってほしい。
		衣料品専門店（店長）	・単価が大きく下落してきているため、更に悪くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月の税制改革により、買い控えが予想される。
		住関連専門店（統括）	・消費税10%が現実味を帯びて、身近に感じている。今も買い控えがあるが、これ以上にもっと買い控えが増える。景気はまだまだ良くならず、もう少し悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・メディアを介して世界経済の減速懸念を、耳にする機会が増えてきている。消費税再増税の影響も控えており、消費は冷え込んでいくのではないかと（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因が見えない。夜に街を歩く人の数が、絶対的に減っている。
		一般レストラン（経営者）	・引き続きヨーロッパの政治経済の不調和と、米国の現政権の分断政策が続く。その影響下では世界経済が順調とは考えにくい。アジアにおいては、中国と韓国政権が相変わらず反日感情をあおっているため、域内の経済が活性化しにくい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の宴会等の動きが鈍く、良くないので、やや悪いと判断している。
		タクシー（団体役員）	・当面向上向く要素が見当たらず、1月の状況から判断すると更なる下降が心配される。
		通信会社（管理担当）	・3月までは低下傾向とみている。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は一番の閑散期を迎える。初詣客でにぎわう1月と比べるとやや悪くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・株価が乱高下している。
		ゴルフ場（従業員）	・サラリーマンは、昇給はするものの、年金保険料の上昇などにより手取り額が変わらない傾向にあるようである。大企業は潤っても、個人消費にはなかなか反映されないままで、景気の好循環が生まれない。
		パチンコ店（経営者）	・戦後最長の景気拡大との報道があるが、その伸び率は低く、実感はない。
		競輪場（職員）	・インターネット売上は伸びるが、実売の売上に関しては余り伸びる傾向が見えない。
		その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・春先の予約関連の動きが少々鈍い（東京都）。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今のままでは、何とか推奨しても客の増加や売上の増収が期待できない。

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
		その他サービス〔電力〕（経営者）	・今冬は暖冬傾向が続くそうなので、電気使用量の増加は望めない（東京都）。
		設計事務所（所長）	・これから先、仕事が増える状況が、今のところなかなか見いだせない。全般的に仕事量が少ない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・近年、これだけ仕事の相談等がないのは初めてのことであり、このようなことを考えると、先行きが良くなるとは思えない。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰なため、悪くなる。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・毎年1～3月までは良くないが、今年はかなり厳しい。廃業する業者のうわさもある（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・米中関係による世界経済の悪化、相変わらずの人手不足、仕入原価の高騰、消費税増税や不適切統計問題等、日本の政治への不安感などから、消費者の財布のひもは固くなるばかりである（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・2月は歓送迎会もなく、何の集まりも催さない月なので、新年会の後から予約数が激減している（東京都）。
	×	タクシー運転手	・働き方改革の影響で夜の残業等がなくなり、夜の客の動きがなくなってきているのが、ますます顕著になる（東京都）。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中通商摩擦や英国のEU離脱問題などの海外経済の減速、消費税増税で景気は下振れリスクが高くなる。	
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・勤務先の受注量が増えている。決算ボーナスもあり、購買意欲も増える。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末、年度初めは今より受注量が増えるかと予測している（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・来店客で、韓国や中国の客が増えてきている。中国人客はどちらかというと金回りが良く、マンションの経営者になり、大きい表札を注文したりしている。日本人より外国人に自分で経営する人が増えてきているところを見ると、景気は少し上向きだと予測をしている（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後は改元があり、特需が期待できるため若干良くなるかもしれない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末年始の繁忙期を終え、少し落ち着いている。期末までは客足がやや落ちると予測している（東京都）。
		建設業（従業員）	・得意先からの見積依頼が増えている。
		輸送業（総務担当）	・繁忙期になり、物量も上向いているので、収益も伸びる。
		通信業（広報担当）	・今期は悪化したあと数か月の緩やかな回復というパターンを繰り返しており、この傾向はしばらく続く（東京都）。
		金融業（役員）	・10月の消費税増税前に駆け込み需要が期待できる。
		広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップ、東京オリンピック、東京パラリンピック関連の業務が増えてきそうである。
		広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックや改元の周辺事業や広告受注が見込めそうである（東京都）。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・このまま良い流れで推移していく。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仲間内や資材屋の紹介で話をもらったが、単価が全く合わず断っている。せめて、当社の見積の70～80%くらいだったら受けるかもしれないが、半値以下の話ではなかなか受けることができない。
		化学工業（従業員）	・受注の状況により国内向けは大きく変わらず、海外向けも順調に推移しそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・よく分からないが実感として、客先から発注見通しの修正が多い。しばらく続くのではないが。
		金属製品製造業（経営者）	・仕事量があるので価格を安く受注すると、赤字になる。初心者ができ技術者の養成となるような仕事があれば、3～5年で後継者を育てることができる。安い仕事でも決まらずに、頭を痛めている。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・そんなに大きく状況が変わるような話は入っていない。ただ、全体的に業界が沈んでいるので、このまま続くのではないか。	
	建設業（経営者）	・中小企業対策が具体的に浸透していない。	
	建設業（経営者）	・消費税増税の関係で案件が増えている。同じくサッシが4月から値上がりするため、受注が増えている。	

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
		建設業（経理担当）	・当社の営業圏では景気が良いという話が余り耳に入っていない。都内やその近隣地域と当地域との間に、景気の波を遮るような防波堤ができてきているような感じである。
		輸送業（経営者）	・4月以降の取扱量の増加に期待したいところではあるが、前年割れが続く取扱量の減少に歯止めが掛からないため、現状の厳しさは変わらない（東京都）。
		輸送業（経営者）	・人手不足により案件を取り切れない（東京都）。
		金融業（統括）	・特に大きな状況の変化はみられず、先々大きくプラスにもマイナスにも振れそうにない。それ以上先についてはまだ見えていない。
		金融業（従業員）	・建設業など、従来から好調に推移している業種でも、原材料価格の上昇等によりなかなか利益を増やせないとの声が聞かれており、今後、更なる業況改善への足かせになることが懸念される（東京都）。
		金融業（支店長）	・日中貿易問題の影響は日本にも大きな影響を及ぼしており、企業は慎重な姿勢を示している。当面の景気は横ばいである。
		不動産業（経営者）	・長い賃貸の不況が続いており、1月も終わりだが今のところ見通しがいい（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・商業テナントに比べて、オフィステナントの増床ニーズは多く、この先もしばらくこの傾向は変わらない（東京都）。
		税理士	・国内の景気は、米国の対中政策など米中関係で輸出入が大きく変わったりするので、どうなるか分からない。政治は現政権が長期政権となり安定しているが、こちらも米中関係が大きく影響してくるので、まだ分からない（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	・良い材料がない。
		税理士	・選挙イヤーの今年は手堅い政治と経済の動きになるであろう。与党の大敗はない予想だが、野党の力不足で景気的大幅な上向きは望めず、横ばい状態が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・特に変動する要素はみられないため、当面は好調な状況が継続する。
		食料品製造業（経営者）	・値上げがまだ続きそうだし、小豆の価格も上がり続けているので、利益を上げにくくなっている。
		化学工業（総務担当）	・中国経済の停滞、米国の行方、英国のEU離脱問題等々、不安材料が多く顕在化するなか、株価の低迷が予測される。平成の次の時代、そして東京オリンピックに向けて、個人消費が堅調であることを願うばかりである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響で、工作機械メーカーの対応や、好調だった化粧品容器の受注に陰りが見え始めている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示の状態だと、例年より少なめになってきている。当月になってみないと分からないが、やや不安が残る。
		電気機械器具製造業（経営者）	・人手不足の問題が尾を引く（東京都）。
		建設業（経営者）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
		通信業（経営者）	・米国と中国の貿易収支の問題である。
		金融業（総務担当）	・秋に消費税増税があることにより、消費が少し抑えられている。家電等のヒット商品も余りなく、家電業は低迷する。ゴールデンウィークの10連休で少し消費が期待できるが、元号が変わることで、どの企業も費用がかかるので、利益に影響する。世界情勢もまだ不安もあり、今後の景気はやや悪くなる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・商材ごん包に使用する段ボールの値上げ依頼が来ている。印刷関連の用紙の値上げも予定されている。商材の値上げは厳しいため、収益の減少になると予想される（東京都）。
		経営コンサルタント	・中国の景気後退による大手製造業の輸出減少が、中小製造業に響く（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場で、いよいよ中国経済減速の影響による稼働率低下が見え始めており、先行きはやや悪くなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足が深刻で、利益を削って多少募集単価を上げても、作業員を募集できない状況が続いている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・米中関係や国内の動向を見ても、景気が良くなる要素が見当たらない（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年明けからの資材調達、用紙やインクの値上がりが大きく影響してきていることと、用紙がないという状況が響き、案件が流れてしまうことが多々発生しているため、ますます環境が厳しくなる。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦による減産、原材料価格の高止まり、仕入価格の相次ぐ値上がり、最低賃金の上昇、人材確保による経費増大、消費税再増税による駆け込み後の減産などマイナス要因が多すぎるため、経済は悪くなると予想している。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米中の貿易摩擦と中国の景気減速、英国のEU離脱問題の日本への影響により、悪くなる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金の動きを受けて、交通費支給など待遇改善が進む（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感は相変わらず深刻だが、年度末に向けて人の動きが出てくることと、増員するポジションも期待できる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けて企業も繁忙時期に入るため、派遣労働者数は増加する。ただし、業務繁忙による増員で新規ポジションに派遣を利用するというより、現在いる社員や派遣社員の交代要員での採用が多いため、派遣市場の観点から見れば若干良くなるが、労働市場としては余り変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・年度の切替わりに合わせて採用活動を行う企業が多く、1～4月の間は求人数、求職者数共に増えることが予想される。
		職業安定所（職員）	・求職者が減少しており、完全失業者数も102か月連続の減少となっていることから、雇用環境は改善している（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足は継続しており、採用の広報予算は増える。ダイレクトメールが目につくようになっていく（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・複数の中小企業の経営者と話をしたが、中国市場、米国市場共に余り好転が見られない。ここ2～3か月は現状と変わらないという話が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は引き続き堅調に推移する見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・市民レベルに好影響が出るような施策がない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法と労働契約法による期間制限の影響から、派遣労働者を無期雇用化する場合、中小派遣会社の体力では対応できなくなるケースが出るため、結果的にニーズが増えると思われる（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・現状は業績が良い企業が多い。少なくとも東京オリンピック開催まではこのままの景気が続くのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・失業して相談に来る人がやや増えてきている。また、企業も人材を確保するために人件費を増やすほど利益を上げていないので、ますます多くの企業で人手不足感は強まっていく。当面2～3か月ではこの状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・管内の新規求人数は前年比で4か月連続して減少しているが、有効求職者数の減少傾向も継続しているため、求人倍率に大きな変化はみられず、人手不足が深刻な状況に変わりはない。
		職業安定所（職員）	・求人数は大幅な減少、求職者数も変わらず減少している。若者の相談がずっと減っており、今後もこの傾向は続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内では10月の消費税再増税、諸外国の不安定感はあるが、すぐに影響があるとは思えない（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・米中の貿易摩擦の影響など不安要素はあるが、今のところは大きな変化はありそうにない（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）	・派遣先への直接雇用化や期間満了による終了者が前年10%強と増加傾向にある。一方で、求人数と新規派遣契約の締結数は前年比で横ばいになっており、今後も身の回りの景気はやや悪化していく見込みである（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
		人材派遣会社（社員）	・採用コストが大きく変化するため、年度切替え時の企業予算の確保が終われば、再び採用意欲が向上すると思われるが、採用の対象となる人材のレベルは一変するとみている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・明確な情報はないものの、長期化している現在の好景気にそろそろ陰りが出てくるのではといった話が商談中に出るようになってきている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・現状でもまだ先々に関しての明るい兆しが見えないので、緩やかに悪い方向に下降していく。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国際政治問題や消費税増税が気になり、頭打ち状態である。いつでも引けるよう対応している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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 (甲信越)		衣料品専門店（経営者）	・いくら景気が悪くても、春夏物の準備が始まれば、客は動く。
		遊園地（職員）	・料金施策の効果による集客や、イベントなどの集客施策の実施により、引き続き多くの来園客を期待する。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・高原状態がしばらく続く。季節の変わり目は葬儀が増えるというジグザグは、もはや高齢者が多いからか関係なくなってきたようである。
		商店街（代表者）	・当店のようないくつかの小売店には余り響かないが、大手企業は業績が良いということで、下請にもその余波が幾らかでも来るのではないかと期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これから春に向けて、催事、キャンペーン等が計画されているので期待している。
		コンビニ（経営者）	・2月は節分の恵方巻やバレンタイン、3月のひな祭り、4月には花祭りと、これから徐々に春らしい季節になるとともに、皆の気持ちも明るくなってくるなかで、来客も増えることを期待している。
		コンビニ（店長）	・確かな理由は分からないが、今月は来客数が大分減っている。ここまで少なくなることは、2～3か月先には恐らくないと思うので、今が最悪の状態、若干は良くなるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントによる効果と消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を控え、平成20年以前購入の長期保有自動車の買換えが増えている。
		スナック（経営者）	・今月も新年会は余り見られず、売上の的にも期待していたような数字ではない。今後2～3か月は異動の時期になるので、歓送迎会など飲みに出る機会も若干増えるのではないかと少しは期待している。
		都市型ホテル（支配人）	・今年は前年以上の回数で大きなコンサートが予定されており、宿泊の問合せも多い。やはり人気アーティストの地方での集客力と経済効果は大きい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月からフリー利用が回復傾向で、継続して順調に推移している。予約状況も前年比でプラスで推移しているので、このままの流れであれば、確実に良くなる。しかし、初めてのことから、ゴールデンウィークの10連休付近の予約の動きが余り感じられず、受注としては低いことが懸念材料でもある。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年度末、新生活等の準備で、商品の動きや業務は増加するが、必要なところにお金が回るだけで、先行きの判断は難しい。
		百貨店（営業担当）	・日々の客の様子をみていると、これから良くなるというか、変わっていくという雰囲気は感じられない。現状と変わらず、消費に対してそれほど積極的ではなく、厳しい目で見て買物をしていくということである。
		百貨店（売場担当）	・客の春物への感心はまだ低い。一方、フリー客の冬物セールへの感心はまだあるものの、オンラインショップとの比較検討などで、上手に買い分けしている。百貨店の強みであるオケージョン強化で仕掛け、新規客の獲得を狙う。
	スーパー（経営者）	・輸出関連の機械や電子関係の工場では、先行き不安で警戒していると聞いている。	
	スーパー（経営者）	・3月末までは、来客数がどうなるか分からない。4月からは店舗の前面道路が開通するので、来客数は30%増加を予想する。2月の売上は前年並み、3月は20日以降にイベントが複数あり、かなり忙しくなるとみて、40%増を予想している。	
	家電量販店（店長）	・特別な景気回復材料がない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・中国の経済停滞に加え、英国のEU離脱問題の余波を想定した製造業の減速の話が増えている。加えて、円ドル為替の変動も企業消費の慎重さを増幅している。皇太子殿下の御即位は慶事と捉えられており、個人消費の減速感を感じられない。
		一般レストラン（経営者）	・大きなイベントなど、期待できそうな要因は見当たらない。
		観光型ホテル（支配人）	・ビジネス客や特需の大型団体客はあるものの、一般客の予約はそれほどでもない。県内を訪れるインバウンド客は好調に伸びているが、特定の観光地に偏っており、当地への来訪はほとんどない。
		観光型旅館（経営者）	・最近の傾向としては、春の需要は安定しており、当県内で大きなイベントなどもないことから、変わらない。ただ、春は桜の開花時期や天候、気温などによって、売上が大きく変化する。特に、最近では、直近の気象状況をみてインターネット経由で予約されるため、予想がしにくい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在、良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素も見当たらない。当地の天候が良いことで、少し上向きに近づき、前年よりは人の流れが出てくるかと思っている。
		旅行代理店（副支店長）	・消費税再増税前までは駆け込み需要等により、一時的に需要は増加するが、その後の増加は見込めない。米国と中国の情勢によっては企業売上に影響を及ぼす。その結果、旅行需要は減少し、全体的には変化が見られない。
		タクシー運転手	・ようやく当県でも、初乗り運賃の変更が始まった。料金の変更申請が始まる。
		通信会社（経営者）	・4K8K放送は、話題も関心も少ない状態が続いていて、全く盛り上がらない。
		ゴルフ場（経営者）	・雨や雪が少なく乾燥した日が続くため、芝の生育に不安を感じている。また、高齢者のアルバイト化が進むスタッフの、指導、教育を強化している。
		商店街（代表者）	・統一地方選挙、4～5月にかけての大型連休があるため、春先の観光に影響があるように思われる。
		百貨店（店長）	・不振であった衣料品は冬物在庫を残しており、一時的には冬物クリアランスセールの上につながっている。また、今年は皇太子殿下の御即位、消費税再増税等のイベントが控えており、消費がどのようになるのか予測がつかない。客の消費動向は慎重である。
		スーパー（副店長）	・春の訪れとともに景気も上向いてほしいが、10月からの消費税再増税の影響で、節約傾向が一層強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・人口が増加しているわけではないので、売上は飛躍的には増えない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税再増税を控え、駆け込み需要の見込める業種もあると思うが、サービス業は見込めそうになく、逆に買い控えられそうである。典型的な地方の落ち込みをたどっている。何に手を打てばよいのか模索が続いている。
		スナック（経営者）	・先の予約の動きが悪い。イベントもあるものの、マンネリ化していて飽きられている。余り良い話は聞かせてこない。
		美容室（経営者）	・この時期は確定申告等があり、雑務が多く忙しいため、来客数は減少する。
		設計事務所（経営者）	・3月で完了する物件が多く、それ以降の依頼はまだ少ない。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘価格の低下が示す通り、高所得者の別荘購入が減少傾向にある。
	×	スーパー（経営者）	・既存店舗の前年割れが続いている。消費動向については期待できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・この時期、雪もなく寒さを感じない割に、人の動きが全くない。このままでは、この先2～3か月は良くなるどころか更に落ち込むことが予想される。
	×	スナック（経営者）	・飲食業だが、狭く人口が少ないところに、競争相手がものすごく多いので、良くなる要素が一つも見つからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	ゴルフ場（経営者）	・中小企業や地方都市では、景気上昇を実感していないのが実情である。そうした状況にもかかわらず、働き方改革関連法案の施行や消費税増税が予定されており、戦々恐々としている。地方創生も、国からのお金が東京のコンサルタントに還流されるだけで、さしたる経済効果も認められない状況である。この国はどこへ向かおうとしているのか。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		食料品製造業（総務担当）	・1月は12月の反動もあって売上に苦慮している。今が谷なので徐々に売上は回復していく。
		電気機械器具製造業（経営者）	・試作案件や引き合いがあるため、やや良くなる。
		建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要を少し感じられることや、年度末の需要に期待している。
		金融業（経営企画担当）	・宿泊業者や観光業といった観光関連業種は、インバウンド需要により、前年より予約状況も良く、売上は堅調に推移しており、今後の売上見通しも「やや増加」としている。建設業、建築業関連では、公共工事は減少しているものの、一部の土木建設業者は、今後の売上を「不変」、「やや増加」としている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・旅行需要が上向きようで、5月の大型連休だけではなく、海外需要も増えている。危機リスクの低減もあるようである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品開発の話が入っており、時間は掛かりそうだが、動向に期待をしている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・資材の値上げに加え、為替変動もあって輸出の採算が悪化している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・生産の落ち込みが懸念されていたが、受注も増加してきており、多少明るさがみえてきている。
		食料品製造業（営業統括）	・日本とEUの経済連携協定が2月1日より発効する。ワイン関税が即時撤廃されるため、スタンダードワインで1本当たり94円、スパークリングワインで137円の関税がなくなる。既に大手各社は値下げ予告をしており、国産ワインに与える影響は相当大きいものと予想される。
		金融業（調査担当）	・引き続き、製造業で米中貿易摩擦の影響が懸念され、非製造業の関連業種にまで影響が広がれば、景気を下押しするとみている。
	×	食料品製造業（製造担当）	・人口は減少しているのに、新規にスーパーが開店する。地域間の競争が激しくなって価格競争が始まり、お互いに体力を奪われ、厳しい状況になる。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仕事量も減っており、毎月の資金繰りが本当に大変である。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・前年9月から中国向けの売上が2割近く減少している。3月に海外で行われる宝飾展へ向けて、緊張感が高まっている。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・パートを含む全数の新規求人は、12月末現在、前年同月比で14か月連続で増加中である。有効求人は、更に28か月連続で増加している。同様にパートを含む全数の有効求職者は、12月末現在、前年同月比で3か月ぶりに増加しているが、有効求職者は67か月連続で減少中にある。景気はやや良い状況にあり、しばらくは継続する。
		人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップが期待できないため、相変わらず購買意欲が湧かずにいる方が多い。今年の5月や年末年始の休日は、時間給で働く派遣労働者は収入減となるため、今からアルバイトについての相談が多い。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・今後も人手不足が続くため、パートやアルバイトの時給を高くして募集をするが、業種によっては応募がほとんどなく、深刻である。
		職業安定所（職員）	・売上が好調な企業は多いが、原材料価格の上昇と人手不足が幅広い業種に影響を与え、採算面の悪化も懸念される。
		職業安定所（職員）	・製造業から「景気は悪いわけではないが、前年ほどの受注の伸びはない。」といった声も聞かれ、ここ数か月、求人数に大きな変動も見られないことから、受注、雇用共に一服感がある。しばらくは現状が続く。

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
		*	*
	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）	・東京オリンピックが近づいてくるので、景気が良くなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・新しい商品が出る予定はないものの、足元は上向きな雰囲気、市場が一番活気付く時期でもあり、期待している。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会など宴会需要が増えてくる。
		旅行代理店（経営者）	・新年度に入ると、皇太子殿下の御即位があり、気分的に景気の上昇に寄与する。
		通信会社（営業担当）	・業界は今後、年度の売上が最も伸びる時期になる。
		美容室（経営者）	・1～2月は暇になり、3～4月になると徐々に客が増える。
		商店街（代表者）	・従来の店舗の販売量は変わらないが、新規出店が1店あり、そのために売上が上がるように思われる。若干、客の購買意欲もみられるようになっている。
		商店街（代表者）	・そろそろ消費税引上げ前の駆け込み需要が始まる。暖かくなるのも良いことである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来訪客に明るさを感じられる。元気がある。
		百貨店（販売促進担当）	・現在は増税発言などで景況感が悪化しているが、3か月後は駆け込み購買が始まり、一時的に良くなると見込んでいる。
		百貨店（経営企画担当）	・1月後半からスタートしたバレンタイン商戦は好調であり、2月もその動きは続くものと思われる。気温が高い傾向が続いており、売上の前倒しという側面にもなるが、春物衣料品が好調にスタートすると想定している。
		スーパー（総務担当）	・寒くなってきているので、肉では豚肉中心に、鍋物食材や関連する生鮮食品の販売量が伸びてきている。
		スーパー（販売担当）	・競合店に流れていた客が戻りつつあると感じる。
		スーパー（経営企画担当）	・新たな納品先が決まり、店舗販売以外での売上が増える見込みである。
		コンビニ（企画担当）	・東京オリンピックやスポーツイベントを控え、消費税の引上げ前でもあり、夏場に向けて盛り上げを期待する。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が春に向かうのと、改元等によるゴールデンウィークの連休に向けて、人出が伸長する流れに期待もてる。
		コンビニ（店員）	・卒業シーズンで子供が春休みに入るため、手軽に昼食を済ませる人が増えると思われる。
		コンビニ（本部管理担当）	・今年は消費税の増税が控えており、小売業に関して大きな変化がある。これまでの経験から、増税前は売上が一時的に上昇するので、増税までの期間は加盟店の売上にも一定の期待感はある。
		家電量販店（店員）	・消費税の引上げを前にした買換えが出てきている。今後このパターンが増えてきそうである。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み購入や東京オリンピックに向けての買換えで、テレビとパソコンが今後も売れる。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げ前の最後の決算期になるので、駆け込み需要が期待される。ガソリン価格が安くなってきたこともあり、客は遠出をしているのか、メンテナンスに掛ける金額も上がってきている。少し良い兆しを感じられるようになってきたので、期待している。	
	乗用車販売店（販売担当）	・間もなくフルモデルチェンジの新型車両3車種がデビューするので、来客数と販売量が増える見込まれる。	
	乗用車販売店（営業担当）	・年度末に向けて拡販時期に入り、店としての営業利益目標を達成できる見込みである。	
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・昭和から平成と今回の改元とは違い、消費マインドは上昇するよう思われる。ただし、中国の景気がマイナスに働かなければよいが。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・新しい元号が発表されるなど、新たな時代に希望的観測を少しは見いだす。
		都市型ホテル(総支配人)	・春に向け季節的な期待感がある。
		旅行代理店(経営者)	・3月の年度末に向けて少しずつ動きが出てきていると感じるが、地方選挙もあるので例年より厳しい気もする。
		旅行代理店(経営者)	・入試でギリギリしている時期も終わり、4月以降の職場環境や学校行事などが決まれば、旅の計画は立てやすくなるので良くなると思う。社員旅行の今年度の予定なども問合せが増えている。
		旅行代理店(営業担当)	・日並びの良いお盆休みの商品の販売時期になるので、ゴールデンウィークに続き、高額な商品の多売が期待できる。
		美顔美容室(経営者)	・2月から新しいキャンペーンや新作商品の販売が始まり、販売量がアップする。
		美容室(経営者)	・卒業式などイベントが少し増えるので、今よりは少し良い状況になる。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税増税後の優遇措置が明確になり、先送りの必要がなくなるため、来場数や契約に向けての来客が増えると思われる。
		その他住宅〔室内装飾業〕(従業員)	・正月休みの気分もやっとなくなり、今月20日過ぎからは住宅・企業設備投資など受注が増えてきている。年度末にかけての企業の設備投資関係の受注が増えている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業)	・新システムの導入準備が進行中で、それが正式稼働すれば業況が上向きになるのではと期待する。
		商店街(代表者)	・必要な物以外は購入しない状況が続いており、販売量や売上の増加につながらない。
		商店街(代表者)	・消費税増税前の需要がある程度は期待できるが、4K放送もテレビの買換え促進には余りつながっていないので、トータルでは変わらないのではないかと感じている。
		商店街(代表者)	・身の回りの景気は非常に悪い。取引業者や関係者等からも良い話は全くといっていいほどない。さらに、悪くなることはあっても、3か月程度で景気が良くなる要素は全くない。
		商店街(代表者)	・商品値上げの影響が分からないので、変わらないとしかいえない。
		一般小売店〔結納品〕 (経営者)	・年が明けて少しは良くなった気がするが、個人消費の底上げはなかなか難しいと思う。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・景気の減速が報じられるなか、購買力が伸びる要因が見つからない。格差もずっと続くと思われる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今後良くなりそうな情報がない。かといって悪くなるという情報もなく、肌感覚で余り大きな変化はなさそうと思われる。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・世の中に景気が回復したという実感がない。相変わらず当地方の景気は非常に悪い。大規模ターミナル駅周辺地区の発展で、客が取られてしまっていると思われる。2月に入るとアレルギー性鼻炎が流行しそうで、かなり期待しているがどうであろうか。他の業界の店長と情報交換をすると、何と暇なんだろうと言っている。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・贈答品や企業の景品を扱う業者は、3月に向かって大手を含む企業や官公庁には予算消化があり、売上は3月末まで伸びていくと思う。一方、個人客をみると、財布のひもは厳しく付き合いの幅を狭くしているのので、個人向けは、次のお中元まで伸び悩むと思う。したがって、法人客は伸びて個人客が減るといった客の様子から3か月先も変わらず、残念だが現状維持である。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・5月の連休に備えて日常の消費は控えるという声が客からは聞かえると話す飲食店の店主が、複数出ている。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・今までも、変わるという期待があったが何となくそのまま流れている感じがしており、平成が終わる時代、どうなるか分からない。
		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)	・現状では先行きが不透明なため、どちらともいえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・引き続き緩やかに年度末まで受注が続いていくと思われる。
		百貨店(企画担当)	・中国人旅行者は、来客数は安定的に増えているものの購買単価が下がっており、売上増をけん引していたインバウンドの売上が頭打ちとなっている。国内消費者についても、主力の衣料品、雑貨を中心に売上が前年を下回っており、上昇の気配はみられない。
		百貨店(販売担当)	・バレンタイン商戦は前年よりも出足は良いが、前年が悪すぎたということもある。
		百貨店(業績管理担当)	・近隣競合店は改装して集客、売上を伸ばしているが、当店は改装もなく、新鮮さや客を引きつける材料に乏しい。
		百貨店(販売担当)	・販促施策は続くので、悪くなる要素は余りない。インバウンドは2月の春節に期待できるが、その後はどうなるかは分からない。
		スーパー(経営者)	・4月頃も一般大衆の消費は余り良くないと思う。国内消費を上げるため、あらゆる公共投資を積極的に進めている。国際的にも米国を除く各国の景気は良くなく、輸出産業は伸びていないということで生産量を調整していると思う。一部の産業は生産調整の必要が出るが、全体的にはまだまだ人手は足りないと思う。景気には少々弱さはあるが、公共投資が良くなるため、景気は少々下がってもそれほど悪くはならないと思う。消費は相変わらず弱いため、景気全体は余り良くない。
		スーパー(店員)	・人件費の高騰が響いている。時給を上げなければ募集しても集まらない。これといった特需も見込めず、しばらくは平行線のままだと思う。
		スーパー(販売担当)	・良くなる材料がみえてこないため、どうなるか分からない。
		スーパー(総務)	・天候は非常に良いが、客単価が上がっても来客数が前年より1割ほど下がっており、低迷している。
		スーパー(商品開発担当)	・来客数は2か月連続で前年100%を達成し、現在も良い数値で推移している。売上も多少は伸びる可能性はあるが、大きく伸長する可能性は低く、現状と余り変わらないのではないかとと思われる。
		スーパー(ブロック長)	・この冬は前年と違って雪など天候の影響もないのに売上不振である。無駄な出費を抑えるように、客は価格に敏感になっていると感じる。
		スーパー(商品管理担当)	・気温はこのような状態が続くと思われるので、バーゲンセールを早めに実施して、対策を打っても前年とほぼ同じと見込まれる。
		コンビニ(企画担当)	・将来的な不安はあるが、目先に大きな負の要因がないため、安定した状態が継続すると思われる。
		コンビニ(エリア担当)	・エンターテインメントとのタイアップキャンペーンと地域商品の発売などで右下がり傾向の状況に対応し、現状を維持する。
		コンビニ(エリア担当)	・客の反応は良くなってきているが、ドラッグストアなどが脅威になってきている。
		コンビニ(店長)	・店舗のある地域では、再開発に伴う工事需要等があると思われるが、当店には特にその恩恵はないように思う。春先にかけて、そういう需要が当店の売上に反映してくれたらという期待はあるが、うまくいかないように思う。
		衣料品専門店(売場担当)	・現時点で、景気回復が見込まれる要素がない。
		乗用車販売店(営業担当)	・消費税の増税を前に駆け込み需要が考えられるが、株価の下落や欧州、中国など世界的な景気減速感が強いいため、現状維持という感じである。
		乗用車販売店(経営者)	・3月までは決算時期なので、足元の状態が続くものと思われる。
		乗用車販売店(経営者)	・人手不足感があり雇用情勢は堅調に推移しそうだが、米中の貿易問題や英国のEU離脱問題等もあり、やや慎重にならざるを得ない。
		乗用車販売店(経営者)	・貿易交渉や株価の動向等の不安定要素が多く、楽観視はできない。

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
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・劇的に良くなることはないかもしれないが、悪くなる要素もなく、少し良い状況で変わらないという感じがする。
		乗用車販売店（従業員）	・販売増が見込める要素は少なく、人気車等も納車までの納期が掛かるため客が迷ってしまう傾向もみられる。決算大イベントで客の購入意欲を刺激するが、近年はなかなか効果もみられない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから年度末決算期を迎え、なかなか厳しい販売環境ではあるが、客の購買意欲の高まりを期待したい。各社でこれから広告活動も大きく展開されるだろうから、客に強い関心をもってもらえることを期待したい。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、マンション、その他一般住宅についても、消費税引上げ前にしようか後にしようかと客が様子見となっている。リフォーム、耐震工事等については増加しているので、全体的には横ばいである。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・書籍離れが進み、特に良くなる要素がなく余り変わらない。
		高級レストラン（経営企画）	・期末、春を迎え、歓送迎会や春の慶事は引き続き需要は多い。一方、節約傾向も強まると思われる。
		一般レストラン（経営者）	・例年、選挙がある時期は売上が落ちるので、例年並みの売上を維持するよう営業していきたい。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・もう少し暖かくなってくればと期待する。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなっている実感が全くない。
		一般レストラン（従業員）	・気候が良くなるので甲手の利用も少なくなる。
		スナック（経営者）	・年が明けて消費税の増税を見越し、今までになく大変厳しくなる。先が読めない時代に入ったと客が話している。
		観光型ホテル（経営者）	・県外からの宿泊事業は弱含みであるが、昼食、夕食に関しては前年比10%以上伸びている。地元の景気は回復してはいないが、比較的仕事が取れているということで地元需要がある。県外からの宿泊事業の伸び悩みは、これから2～3か月の予約状況からも分かる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいと判断した。
		旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・景気の状態から各々の個人の消費行動において無駄遣いしない方向に動きつつある。
		旅行代理店（営業担当）	・ウインタースポーツ関連の旅行も伸び悩み、温泉旅行や海外旅行もパッとしない。韓国旅行は減少傾向に歯止めが掛からず、減る一方である。燃油価格が少し落ち着き、ゴールデンウィーク10連休の客の取り込みも行っているが、鈍化している。
		タクシー運転手	・何か月も前から、夜11～12時になると繁華街には静けさがあり、飲食店街は人もまばらで遊びに来ている人が増えない。このような状態がまだ続きそうである。
		タクシー運転手	・国会が始まり厚生労働省の統計の問題や、カナダと中国との問題、米中貿易摩擦、英国のEU離脱問題等、我が国にとって不安材料が多い。消費税引上げの問題では、やや消費者の財布のひもが固くなる雰囲気がある。ガソリン価格はやや下がっているが、イランの石油問題が米国大統領の影響によりどうなるか分からない。不安材料が一杯なので、なかなか厳しい。
		タクシー運転手	・節約の時代なので良くなるわけがない。
		通信会社（サービス担当）	・料金改定やキャンペーンなど、客にとって魅力的なサービスがないと、既存客の維持や新規獲得は難しい。
		通信会社（営業担当）	・無駄な出費を抑えるために通信費が見直されてきており、この傾向は続くと思われる。
		テーマパーク職員（総務担当）	・好転すると感じさせる要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・特に中国など海外情勢が不透明である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・小康状態であり、介護保険制度の改正がサービス事業者にとって良い方向に向かわなければ、企業努力をしていくしかない。
		設計事務所（経営者）	・現在の計画案件が実施設計に発展するかが問題である。全部が実施には至らないことは過去の経験から分かっているので、余り期待はできない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税のタイミングまで変化は余りないと思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピックも大阪万博も、地方の住宅建築への需要とは全く関係ないと思われる。
		百貨店（売場主任）	・冬は寒くて屋外を歩きたくないの、百貨店の中を歩いて昼に何か食べたり、買物をして帰ろうとする客が多い。夕方になると購買意欲のある客もいるが、売上は伸びない。チョコレート等のイベントを行っているが、客は目当ての物を買うだけで帰るので、靴の売上はとても厳しい。
		百貨店（経理担当）	・企業業績の悪化が雇用・所得環境の悪化をもたらすことによって、法人客とともに個人客の減少が生じ始めるのではないかと考える。
		百貨店（計画担当）	・景気を含めて先行きの見通しが不透明になってきており、買上げへの意欲が減少してきていると感じる。
		スーパー（店長）	・消費税増税もあり、今後はもっと買物にシビアになると思う。逆に晴れの日等ここぞという時には更にしっかりと金を使うようになり、通常の買い回りに影響をすることは間違いないと感じる。
		スーパー（支店長）	・季節も寒さが厳しくインフルエンザも流行するなか、来客数が減り単価も芳しくない。外交問題も懸念されるため先行き不透明感がある。企業の収益が賃金に還元されず、好景気が感じられない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年までは、仮に通常の値段の商品は動きが悪くてもセール商品は比較的よく売れたが、1月は、セールや施策を打っても客の反応が非常に悪かった。それに加えて、おにぎりや弁当など通常の商品も前年より売れないことが増えてきたので、先行きには不安を感じている。
		コンビニ（店長）	・従来型の火をつけるたばこでは、低価格のたばこの売上が伸びている。節約志向が強い。
		コンビニ（商品開発担当）	・セール品若しくは安価商品の販売が顕著であり、財布のひもが固く、無駄に物を購入しない流れは続くと思込まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・客の体調で来店回数が左右されている。毎年花粉が飛び交う春は外出を控える人が多い。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・例年1月はそれほど良くはないが、それにしても悪かった。2月が良くなるとは、客と話していても同業他社と話していても思えない。
		乗用車販売店（従業員）	・国内の自動車販売量は、今は消費税増税前の特需があるが、2～3か月たつと一旦落ち着いて景気が少し悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上は前年比で2.2%マイナス、来客数は前年比1.1%のマイナスとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・ニュースでは消費税増税が確実な方向で現実となりつつある。一般給与所得者にとっては不安が残り、飲食業界にとっては、これからの景気動向についてのマイナス要因として受け止めている。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税増税を控え、買いだめするのではなく、むしろ無駄を省こうと思っているとの声が多い。
		タクシー運転手	・外交面での国の対応や消費税の引上げで、政府への不信を口にする客が多い。
		通信会社（企画担当）	・春の選挙に向けて、政治家は動き出しているが、その場しのぎではなく、個人消費の停滞や少子高齢化など、様々な課題に真摯に向き合い、明るい未来を目指す姿勢が必要と思われる。
		通信会社（営業担当）	・今後も、販売量の減少が続くと考えている。
		テーマパーク（職員）	・インバウンドが減ってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先以降の入場者予約数はそれぞれ前年並みに入っており、通常どおりに推移すると思われる。しかし、今月が好調なので、今よりは少し悪くなると見込まれる。
		パチンコ店（経営者）	・客先の業界全体に監督官庁の規制強化による客離れが浸透している。
		理美容室（経営者）	・客とは、給料が増えることはなく物価だけ上がって、段々景気が悪くなっていくのではないかと話している。
		美容室（経営者）	・当市ではどんどん人口が減っていることが大きい。
		設計事務所（職員）	・今後、米国を含む景気の状態が良くなさそうなので、世界的に景気が悪くなる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・2か月先まで仕事は入っているが、人件費、材料費が上がっており、利益率の悪い仕事が増えている。まだ厳しい状況が続いている。
	×	観光型ホテル（支配人）	・来月は前年同月に一見の大型宴会が数件あり、今年もそれに替わり前年以上に受注できているが、2か月先は祝賀会を含めた大型一般宴会が全くないこともあって、現時点で前年同期比25%の減収となっているため悪くなる。
	×	理容室（経営者）	・景気の良い話は出ない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建物の請負契約は4月までに契約しないと消費税が10%の扱いになるので、4月までは良いがその後が不安である。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先で年度末に向けての設備投資やゴールデンウィーク前の展開が良くなるという期待から、やや良くなる。
		通信業（総務担当）	・国内の人手不足は、見方を変えれば景気が良いことを意味しているため、この先は良くなると考えられる。
		金融業（従業員）	・様々な分野において、東京オリンピックに向けて徐々に上向いてきている印象で、全体的に活力等もあり、若干景気の方も回復し始めているように感じる。
		行政書士	・年度替わりの時期に入り、建設関係の荷動きが忙しそうである。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・消費税増税により、少し景気が上向きになる。ただし、米国と中国の動向次第では、大きく変化する可能性がある。新製品の完成を早くする必要があると考えている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・3月の決算期を迎え、受注量、販売量共に期待がもてるが、安定した動きで推移する。
		化学工業（人事担当）	・米中貿易摩擦、英国のEU離脱問題、中東情勢等外部要因の今後の動向次第で良くも悪くもなるため、判断が難しい。
		化学工業（総務秘書）	・今後、景気に大きな影響を及ぼすものには米中貿易摩擦と消費税の引上げがあるが、我が国のやんわりとした好景気には、余り影響がないかもしれない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規成約案件が多くなっているので、しばらくは足元の繁忙状況が続くものと思われる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、引き続き変わらないものと考えている。
		金属製品製造業（従業員）	・やや小規模で後継者のいない同業者の廃業もあり、仕事が集中する傾向にはある。余り売価アップの気配がないのが懸念である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・中国市場の減速が北米の自動車産業の設備投資にもブレーキを掛けており、他に明るい材料も見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量が堅調に推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・影響がありそうな要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米中関係や英国のEU離脱の影響など海外において懸念はあるが、国内については当面は堅調に推移しそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年始等で今後の見通しについて取引先の話や、年度末に向けて受注は横ばいが続きそうという話が多く、先にも上昇の気配がみえない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・しばらくこのような状況が変わらない。
		輸送用機械器具製造業（製造担当）	・前年の動きと変わらないように思える。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・生産計画から横ばいと感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（役員）	・足元が良い動きなので現状以上は期待できない。消費税の増税に関しても、理由とするような動きは聞かず、増税後の減税対策もあり、駆け込み需要には期待できない。
		輸送業（エリア担当）	・高単価が続いており、荷物量を減らそうとしてもなかなか減らない。
		輸送業（エリア担当）	・燃料の軽油が前年より10円50銭上がっている。荷動きはまずまずであるが、このままで変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・海外の政治的、経済的案件があるので、先が読めない。特に為替や株価によって国際航空貨物は影響を受ける。
		輸送業（エリア担当）	・これから年度末に向かって仕事が増えてくる季節になるが、繁忙期の3月を前に平年より上乗せとなる仕事量の増加は今のところないため、景気は横ばいである。
		通信業（法人営業担当）	・売りたいが売れないという現実が長く続くと、売手側に売れないことが当たり前という甘えが出る。この甘えを払拭するのは時間が掛かり、簡単には業績が向上かない。
		通信業（法人営業担当）	・現状の要因に加えて、消費者マインドが冷めている。近所の飲食店では年末年始の売上が前年比10%弱落ちている。米中貿易摩擦の我が国への悪影響、消費税引上げへの心理的圧力がある一方、企業の人手不足感や大学卒業者の内定率の上昇等良い面もみられるが、景気回復につながる画期的な判断材料は見当たらない。当面は、東京オリンピックに向けて何とかなるであろうという感覚なのか。
		金融業（企画担当）	・景気回復に一服感があり、個人投資家の様子見は続く。個人投資家以外は給与が上がっている実感がないと消費に向かわない。当面現状の景気が続くとみられる。
		不動産業（経営者）	・今後も例年同様に晴天の日が多くなるという予報もあり、当面の景気は今年同様に良い状態が継続し、売上は前年同期比100%以上で推移するとみている。
		不動産業（経営者）	・今後も急激な変化はみられない。
		広告代理店（制作担当）	・客の企業側からは春に向けて広告予算を増やす、という声は余り聞かれないため、現状維持の状態が続くと思われる。
		公認会計士	・中堅中小企業の業績回復には時間が掛かる。地域金融機関の指導機能が不足しており、会計事務所を含めて業績回復のアドバイスができる会社等が少ない。
		会計事務所（職員）	・為替に左右され、世界情勢にも簡単に左右される昨今では守りの体制が主流となり、動きのある会社はみられなくなっている。
		会計事務所（職員）	・消費税増税を前に大きな設備投資を計画している会社もあるが少数派である。余り大きな設備投資は控えているところが多い。
		食料品製造業（経営企画担当）	・原材料価格の高騰などで明るい要素が見当たらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・景気が良くなるような材料、話が特にない。景気は現状維持か下がる。
		化学工業（営業担当）	・現状の要因に加えて、ダンボールメーカー等が値上げを打ち出している。主に運賃面の値上げが見込まれる。
		鉄鋼業（経営者）	・年度末に向けて利益確保のため消極的な話が多い。客の受注の先行きも、上向いている話がない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米国と中国の貿易摩擦がしばらく続くので、貿易量が縮小し経済が低迷する。
		建設業（経営者）	・ここ何年かの国家公務員の様子からは、国が良くなるように感じられない。景気が良くなる要因が全く考えられない。
		輸送業（経営者）	・物流業界を離れる人が増えるなかで、応募者はない。残業時間削減の努力を続けるなかで、同業の外注業者も能力不足のため新規の仕事を受けるのは難しい。
		輸送業（役員）	・業界としては石油価格の安定化は歓迎されるが、一方で中国経済の減速により、自動車関連を始め中小企業も含めた製造業に与える影響が懸念され荷動きが鈍ることが見込まれる。また、荷主からの適正運賃の収受にも影響しないか、懸念している。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・2月は営業支援的活動が中心となり、売上貢献はできない可能性がある。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の減少が回復するような兆しがない。

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
雇用 関連 (東海)		人材派遣業（営業担当）	・外国人雇用の強化に向けた法改正もあり、人材確保が若干進展しそうな気配がある。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きが活発になる。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末から年度初めにかけて求職者の動きは例年盛んになる。そのため、派遣人材については入れ替わりのピークを迎えると考えられる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・国内外で新型車種の販売実績が好調なメーカーは年度末に向けて忙しく、雇用者数増の動きもあるが、採用決定に至るには厳しい状況が続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・4月1日入社を目指して活動する人が一番活況を帯びる時期となる。
		人材派遣会社（経営企画）	・個別企業には需要の浮き沈みはあるが、おしなべて現状維持である。
		人材派遣会社（営業担当）	・株価下落や米中貿易摩擦等による景気悪化の懸念は残るものの、足元では周辺企業の予算立てに影響が出ているという話は聞こえていないため、2～3か月先の景気も変わらないと見込んでいる。
		人材派遣会社（企画統括）	・年度替わりで求人ニーズが高まるものの、求職者とのミスマッチが当面続くものと思われる。
		求人情報製作会社（営業）	・海外情勢の不安による国内景気への影響が不透明である。海外要因による国内市場の停滞を懸念する。
		職業安定所（所長）	・大きな求人数の変化がない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の減少が続いており、有効求人倍率は高水準を維持している。
		職業安定所（次長）	・人手不足の解消に向けて、企業の働き方改革の取組が必要であるが、中小零細企業については、当面の労働力の確保もままならず、仕事はあるものの要員不足が阻害しているとの声が多く聞かれる。
		職業安定所（次長）	・新規求人数は横ばい状態であり、大きな変化はない。ただし、米中貿易摩擦の影響が企業の生産意欲の低下につながる可能性が考えられるので、今後注視が必要である。
		民間職業紹介機関（支社長）	・面接の通過率も余り変わらないため、求人企業の採用意欲は高いままである。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求職者数は増加している一方で、働き方としてフルタイムを希望しない主婦層も多く、企業のニーズに合わず就業に結び付かないケースもある。企業への逆提案型での成約も増加してきている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・3月開催の学内採用説明会においては、収容力の都合による制限で出展希望を断った法人からは、採用資料のみでも案内してほしいという依頼が多く、採用意欲がうかがえる。
		人材派遣会社（社員）	・今月が好調だったのでやや悪くなりそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣先では欠員補充以外に派遣社員の採用を認めないケースが散見される。また、社員の希望退職を募るケースが徐々に増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数に加え、中国の経済成長率も思わしくないため、我が国の経済にも徐々に影響を及ぼすと思われる。
		×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）

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)		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・春の旅行シーズンを迎えるので期待している。気は早いですがゴールデンウィークの10連休はどのようになるか予測もつかない。消費はそれほど多くはないが、学生の卒業旅行も毎年順調に推移している。
		スーパー（店長）	・国体は終わったが、北陸新幹線開業が近づいており、景気は良くなるとみている。
		スーパー（店長）	・冬物から春物へとシフトしていくなかで、客単価を上げることができれば売上が改善できると考える。ただ、来客数次第ではまだまだ油断はできない。

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
		衣料品専門店(店舗運営)	・冬物への関心が低い分、春夏商材の活発な動きが見込める。
		家電量販店(店長)	・前年の猛暑の記憶もあり、早期にエアコンを購入する人が多いと考える。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げに対して意識が高まってきたようで、消費税の引上げの秋までに買換えを検討している客の下見が増えている。
		乗用車販売店(従業員)	・大きなイベントなども控えており、期待はしている。
		一般レストラン(統括)	・平成最後のイベントやゴールデンウィークの10連休、円安株高傾向など、今年の春は何かと人が動き、消費が活発になり、外食する機会が増えることを期待している。
		旅行代理店(支店長)	・販売量の増加を見込んでいる。
		タクシー運転手	・新年度に入り人々が活発に行動することから、期待できる。
		通信会社(営業担当)	・今後2～3か月先の景気は、新入学の時期を迎えるにあたり例年販売量が増加し、期待がもてる。
		通信会社(役員)	・新BS4K放送への関心が今後更に拡大していくとみており、簡易な視聴ツールである当社や当業界のサービスの契約が今後とも増えていくことを期待している。
		通信会社(営業担当)	・このまま学生需要が4月くらいまでは続くともており、例年どおりだと販売数も伸びてくる。
		通信会社(役員)	・主に通信サービスの商戦期を迎えるため、契約数の増加がある程度期待できる。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税の引上げの影響で駆け込み需要が増えている。
		住宅販売会社(従業員)	・今年10月予定の消費税の引上げによる駆け込み需要とみられるが、展示場の来場者数や会社に問合せの客が増加したため、良くなるとみている。
		商店街(代表者)	・消費税の引上げ後の救済策が複雑化してきている。消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、盛り上がりには欠ける展開になりそうである。
		一般小売店[精肉](店長)	・過去3か月間、ほぼ前年並みで推移していることから、この先もずっとそのまま行くのではないかと、肉のブームということで少しずつ上がってきていたが、それがどこまで続くのかが問題であると考えている。
		一般小売店[事務用品](店員)	・官公庁の需要期と働き方改革に関連する案件はあるが、短期的な見込みが少なく、余り期待できない。
		一般小売店[書籍](従業員)	・新学期セールのピークを迎えるが、紙関係ほかいろいろな商材で値上がりがあり良くはならず、現状と変わらないと考える。
		百貨店(売場主任)	・紳士及び婦人アパレルの低迷は春以降も続くと考えている。
		百貨店(販売促進担当)	・新たな年を迎え、平成最後のお祝いムードが高まるなか、消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、全体的に慎重な動きである。消費税の引上げや少子高齢化など将来への不安が払拭されず、先行きは全く不透明である。
		百貨店(営業企画)	・前年に比べ降雪の影響は少なかったが、前月のボーナスやクリスマス商戦、今月のクリアランスセールと盛り上がりには欠けていたため、今後この状況が好転へと向かうことはなかなか難しい。
		スーパー(総務担当)	・募集しても申込みがなく人手不足の状況は続いているものの、売上に大きな変動要素はなく景気も変わらないとみている。
		スーパー(店舗管理)	・現状では客足は上がっているが、春物商材に変わったとしても、購買動機が上がるとは見込めない。
		スーパー(統括)	・消費税の引上げや、ゴールデンウィークの10連休に向け、食費の節約志向は高まるとみている。
		コンビニ(店舗管理)	・好転材料が見当たらない。
		家電量販店(本部)	・消費税の引上げによる需要を期待したい一方で、暖冬に伴い暖房器具の販売が低迷している。
		乗用車販売店(経営者)	・業界他社との集まりでも、全体としての販売量は余り増えていない状況が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（役員）	・今年春タイヤ商戦が早まる予想が出ており、消費税の引上げ前の買換え交換を強く訴求しているが反応は低く、駆け込み需要は期待できない。
		住関連専門店（役員）	・消費税の引上げを前に積極的な消費を期待したり、様々な仕掛けで動きを作りたいが、選挙なども控えて税率改正がはっきりしないことや、4度目の消費税の引上げで消費者の買い方に大きな変化も想定されることが懸念材料として残る。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなる傾向は全くみえない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・専門店の入替え時期となるため一概に比較しづらいが、衣料品売上の下げ止まりがこのまま続けば、現状維持が続くと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・30名を超える送別会や歓迎会の受注に関しては例年並みで推移している。
		一般レストラン（店長）	・経済環境を考えると不安もあるが、前年からの流れでは変わらないとみている。
		スナック（経営者）	・先々春には選挙があり、国内外的にも問題ありで、来店を控えている感じもする。
		観光型旅館（経営者）	・2月の先行予約は悪かったが、1月中旬以降は予約が伸びている。2～3月と順調に売上を伸ばせると見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客は価格に敏感で値上げができない。加えて4月から宿泊税が導入され、10月からは消費税の引上げがあり、客の動きにマイナス要因しかなく、厳しい環境が続くと考える。
		都市型ホテル（役員）	・前年は豪雪により、全館非常に厳しい状況にあったが、今期は宴会部門において新年会や慶事などにより改善傾向にある。ただ、レストラン部門は足元が良い割に思ったほど来客数が伸びていない。今後の景気動向は変わらないと考える。
		旅行代理店（所長）	・ゴールデンウィークの10連休や春休みの問合せに関して、さほど動きがない。
		タクシー運転手	・夜の繁華街はそれほど忙しくないが、まずまずの需要が出ている。
		競輪場（職員）	・売上などはほとんど変わりなく推移しているとみられ、例年並みと考える。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・2～3月は雪の影響を受けるが、体験獲得に力を入れていけば、現状維持だけはできそうである。
		美容室（経営者）	・国内外共に不安定な要素が満杯であるが、少なくとも消費税の引上げまではこのまま推移していく。
		住宅販売会社（従業員）	・ユーザーは一定数いるので、コンスタントに契約が進めば例年以上の年間売上は達成できる状況にある。ただし、消費税の引上げ後の方がトータルとして支払額が少なくなる人も出てくる可能性があるため、まだ確実に売上が増えるかどうかは何ともいえない状況である。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税の引上げを見据え、将来の先行き不安もあり消費は鈍化すると考える。
		スーパー（総務担当）	・今年3～4月にアイスクリームと牛乳の値上げが予定されている。どちらの商品も食品スーパーでは売上構成が高い商品のため、売上減も見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・現状、売上は維持できているが内容が余り良くなく、食系やファーストフードなどコンビニ商材で一番主力のものが前年を割っている。辛うじて雑誌やたばこで売上を維持しているような状態である。この傾向はしばらく続いており、状態としては余り良くなく、今後は利益等が良くなくなっていくのではと考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・一部値上げ商品や今後の消費税の引上げへの不安感がある。
		衣料品専門店（経営者）	・客のファッション衣料に対する関心が低く、また、人手不足もあって現場は大変苦戦している。
		通信会社（職員）	・規制緩和による競争激化を見込んでいる。
		住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げに対する支援策が、思いの外、手厚いものとなったため、消費税の引上げ前の買い控えが起こっ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
	x	観光型旅館（スタッフ）	・前年比で予約保有は、1月が83%、2月が66%、3月が91%と悪化している。前年は大型の団体受注が同期間にあったが、今期はその分をカバーしきれていない。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内に関しては、ものづくり補助金の効果があり、受注は伸びると見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内の設備投資を背景に、産業機械用部品などの受注が堅調に推移している。
		精密機械器具製造業（役員）	・生産受注に関してはここ数年にないくらい込み合ってきている状況で、一部、生産キャパシティの不足で遅れが生じているものも出てきている。
		建設業（経営者）	・年度末に向けて、工事がかなり多く発注されるだろうと見込んでいる。
		輸送業（総務担当）	・一部には、客からの値上げ要請に伴う価格転嫁に苦慮しているとの声がある。働き方改革に対応できないとの声が強くなるものの、足元の受注状況などから短期的にはやや良くなると考える。
		不動産業（経営者）	・法人客も個人客も、2か月ほど先の問合せが少しあるという情報が見受けられる。
		司法書士	・現在、相談を受けたり進めている案件でも高額取引や事業資産の購入が多い。
		税理士（所長）	・今の状況から良くなると予想している経営者は少ない。むしろ悲観的な気持ちが強いのだが、何とか変わらずにというのが取引先の経営者の希望に近い。経営者からの意見としては、人手不足で生産量を増やす自信がないというところが一番大きく、経営者がネガティブになっていることが気になるところである。
		食料品製造業（経営企画）	・必要な労働力が確保できない状況は変わらない上、原材料価格の上昇も予測されており、収益を圧迫する要因ばかりが重なってきている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・足元の当面の見通しは引き続き堅調と考えるが、通商問題や海外情勢の不透明感が懸念材料となるおそれがある。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在の受注残の状況と、今の景況感を警戒して、新規製品の発注が先延ばし傾向にある。
		建設業（役員）	・受注動向についてもピークは過ぎた感じである。
		通信業（営業）	・どの商材も受注件数が減少に転じ始めている。一時的なもので大幅な落ち込みはないとみるが少し気掛かりである。
		金融業（融資担当）	・原油価格が落ち着いているが、人手不足で物流費が上昇している。
	金融業（融資担当）	・工作機械メーカーなどの輸出企業からは、米中貿易摩擦の影響が少しずつ出てきていると報告を受けており、今後更に影響が広がる可能性が出てきている。また、内需企業からは、運賃や人件費上昇分の価格転嫁を進める旨の報告も多数あり、消費を冷やす可能性もある。	
	x	金属製品製造業（経営者）	・当社の客が、取引先から注文をキャンセルされている。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・繁忙期の12月ほどではないが、1月も前年同月比を下回っている。紙の値段の高騰が、ここ最近の落ち込みの一因になっているのは否めない。
雇用 関連 (北陸)		-	-
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・改元や皇太子殿下の御即位で慶祝な雰囲気が高まり、消費が活性化することを期待している。
		人材派遣会社（役員）	・人材の募集をかけても適材者が集まらず、マッチングに苦労している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げや世界情勢への不安がまだ直接の影響は出ていないが、その先は分からない。
	職業安定所（職員）	・一時期の求人申込みの勢いからは多少弱含みの印象を受けている。しかし、2～3か月前の新規求人数の動きを点検したところ、前年の求人の申込みの時期とずれているというタイミング的な要素も見受けられることから、将来の景気については、現状ではそれほど大きく変わらないのではないかと考える。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関(経営者)	・中小建設業界によると、人手不足が常態化して、納期に間に合わない急ぎの発注は断っていると聞いている。製造業でもなるべく納期に余裕をもらうよう、営業しているとのことである。
		学校[大学](就職担当)	・求人に関しては売手市場が続くと考えるが、企業にとっても人手不足が続くので、生産性の面で景気の拡大に結び付くかは疑問である。
		-	-
	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 (近畿)		家電量販店(店員)	・既に消費税の引上げが意識され、買換え商品の選定に来店する客も出てきている。
		一般小売店[珈琲](経営者)	・季節要因も含めて期待したい。
		一般小売店[呉服](店員)	・これから春にかけて、入園や入学、卒園、卒業などで新たな商品を購入してくれることを期待している。
		百貨店(売場主任)	・店の周辺施設の改装工事などで、客の流れが制限されているが、春にかけて順次オープンしていくので、入店客数が増えてくる。
		百貨店(営業担当)	・高額な海外高級ブランドの時計や、新築に伴う家具や高級食器などの引き合いがあり、先の見通しは明るい。また、高級ブランドの宝飾品の購入価格も上がってきている。
		百貨店(販促担当)	・秋の消費税の引上げへの機運が高まってくる時期で、一時的に購買の増加が期待できる。特に、定番品の良い物を中心に展開を強化することで、前年を上回る動きになりそうである。株価も持ち直せば、高額品の動きにも期待できる。
		スーパー(経営者)	・新元号が4月1日に発表されるほか、皇位継承、ゴールデンウィークの10連休など、明るい話題に事欠かない。この話題に即した仕掛けを企画することで、需要を喚起できる。ただし、世界的に景気減速感があるなか、英国によるEUからの合意なき離脱や、米中通商協議の不調などが起きないことが前提である。
		スーパー(店員)	・例年1月は余り売上が良くない。春先は気候も良くなるため、今後は上向いてくる。
		コンビニ(経営者)	・インバウンド客が増えているので、自動翻訳機を導入して売上の増加を図る。
		コンビニ(経営者)	・近隣でタワーマンションが完成し、間もなく入居が始まるため、来客数の増加が期待できる。これまで近隣住民による来客はそれほど多くないエリアであったが、今後は増えていくことで、客単価の上昇にも期待できる。
		コンビニ(店員)	・例年、暖かくなると来客数が増え、売上も伸びる。
		衣料品専門店(店長)	・よく報道されているように、平成最後の特需が見込まれる。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・オーダースーツの単価が上がっているほか、複数着の一括注文が増加している。
		家電量販店(経営者)	・消費税の引上げ前の販売増加が期待できるほか、4Kテレビへの買換えが促進され、販売量の増加が見込まれる。
		家電量販店(店員)	・決算セールを控えているほか、消費税の引上げの影響でしばらくは買い控えが増えるものの、先行して購入する消費者をターゲットに販売を促進すれば、景気は上向く見込みである。
		家電量販店(企画担当)	・消費税率の引上げ前の駆け込み需要については、政府が対策を講じているとはいえ、耐久消費財を中心に販売が増えると予想される。
	家電量販店(人事担当)	・決算キャンペーンや単身需要により、販売の増加が期待できる。	
	乗用車販売店(営業企画)	・希望も含めて、先行きはやや良くなる。	
	乗用車販売店(営業担当)	・決算期に向けて、客の反応も変わってきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・予想以上に客は動いており、このままの勢いを維持したい。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・春先に向けて化粧品各社の新商品の予約が始まり、好調に予約数が増えている。健康管理に関する商品も、客に勧めると意外に買ってもらえるので、プラスアルファの売上も見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春までの予約をみると、会社の送別会といった団体客の予約が複数入っている。
		一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックのチケット販売や全仏オープンテニス、サッカーなどのスポーツ関連で、景気はかなり動きそうである。また、G20サミットなどで大阪の経済にも動きが出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・当店は桜街道の近くなので人通りが増える。市のキャンペーンにも参加するため、来客数も増えると予想される。
		一般レストラン（店員）	・春になると卒業式や入学式などの行事があるため、お祝いの機会が増え、少し良くなる傾向となる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税の引上げが予定されているため、今後2～3か月は来客数が増え、商品の購入も増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・第3四半期は予想していたよりも収入面で伸び悩んだ。1月からは前年比で微増ながらも、客足は鈍く、利用人数が減っている。宴会は件数の増加によって収入増につながっているが、前年比では微減のため、直近の予約の増加に期待している。
		旅行代理店（支店長）	・皇太子殿下の御即位に伴うゴールデンウィークの10連休が、そろそろ身近な話となる。駆け込み需要も含めて、この機会しか10連休はないといった雰囲気が出てくる。
		旅行代理店（役員）	・消費税の引上げ前の需要や、平成最後の旅行、東京オリンピック前の東京旅行など、様々な意味合いでの旅行の動きが予想される。
		通信会社（社員）	・インターネットサービスの需要は安定しているが、テレビの4K対応がどんどん加速していけば、売上アップにつながると期待している。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走や女子レースなどでの売上が順調である。特に、電話投票の売上の伸びが顕著であり、しばらくは好調が続く見込みである。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・価格の引上げが目立つようになってきたが、消費税の引上げまでは駆け込み需要で消費は増えるが、その先は落ち込む。
		住宅販売会社（総務担当）	・台風の被害に対する修復が進まない中で、建て替えを検討している客が増えている。消費税の引上げも影響していると感じている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税の引上げに対する経過措置の関係で、今年の3月までは、住宅展示場への来場者は増加しそうである。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・メンテナンス関連の訪問の遅れを取り戻すため、休日返上での出勤が多くなり、給与が増える。
		商店街（代表者）	・今の状況は長期にわたっているため、急に変わることは期待できない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・防寒衣料はより早く処分するなど、早期に冬物を切上げ、春物衣料の展開を進める予定で動き始めている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内客の消費が悪過ぎるが、春節のインバウンドの動きは少し良くなるのが期待されるため、国内客の悪化はカバーできる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・消費者の購買行動が変化している。どこで買うのか、いつ買うのか、どの金額の商品を選ぶのかが、消費者の意志でどんどん変化しているように感じる。次は恵方巻きで、巻き寿司に関する物以外は売れないというほど、極端な消費行動になることが予想される。今では肉屋でも巻きずしを作っている状況である。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・社会情勢が大きく変わらないのであれば、景気は消費税の引上げまで、それほど大きく変わらない。消費者の様子を見ても、景気に対して大きな期待感を持っておらず、その反対に大きな失望感を持っている様子もない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・個人店舗は厳しい状態のままで、改善されていない。大型店舗ばかりが目立っており、個人店舗は今後も厳しい状況が続く。
		百貨店(売場主任)	・消費税の引上げが決定すれば、駆け込み需要が出てくるが、実質的な景況感の改善までは見込めない。
		百貨店(売場主任)	・これまで売上を支えてきたインバウンド需要の動きが不透明である。国内は元号が変わったり、ゴールデンウィークの大型連休などでチャンスはあるものの、株価や貿易問題など、経済情勢も不透明感が増しており、客の購買を大きく向上させるまでには至らない。
		百貨店(企画担当)	・暖冬によるセールの不振の影響は、今月に限定されるため、来月以降は改善に向かう見通しである。ただし、インバウンド売上は今月と同様に代理購買者による売上減少がかなり見込まれるため、今月と同じような売上の不振が続くそうである。
		百貨店(営業担当)	・当社の大阪の店舗では、国際情勢への不安から、富裕層の消費の一部が鈍化している。一方、日常の買物が中心となる、郊外の店舗にまでは影響は及んでおらず、依然として来客数、買上客数共に増加傾向が続いているため、消費税の引上げの前後までは大きな変化はない。
		百貨店(服飾品担当)	・インバウンドが徐々に回復傾向にあるものの、前年末の増加率には戻らない。また、気温もこのままの状況が続くそうであり、冬物商戦は苦戦が予想される。一方、バレンタインなどのモチベーション需要にはまだ勢いがあり、新たな商材に早期の動きがあれば回復も可能となるが、フランスでのデモによって主要ブランドの売上が落ち込み、その影響で商材の動きにやや遅れが出ているため、本格的な回復は春まで掛かりそうである。
		百貨店(サービス担当)	・今月からインバウンド効果が終息しつつあるため、前年の実績を上回ることが難しい状況が続く。また、化粧品もヒット商品がなく、売上は前年比で大幅なマイナスとなっている。一方、バレンタイン商戦はほぼ前年並みの推移となる。
		百貨店(外商担当)	・春の新商材の入荷や新ブランドの導入により、客の購買意欲が高まるほか、高額品には消費税の引上げ前の購入を検討する客も出てくる。
		百貨店(営業企画)	・世界的な景気の減速が顕著になってきた。好調に推移してきた企業業績や輸出、為替への影響が懸念される。消費税の引上げも控え、消費マインドの低下も心配である。
		百貨店(マネージャー)	・一時的に沈静化しているが、依然として海外情勢は不透明な面が多く、先行きが見通せない。国内でも消費を刺激するほどのイベントは少なく、消費の盛り上がる要素が少ない。
		スーパー(経営者)	・業界は完全にオーバーストアの状況になっており、消費者も良いところ取りで店を利用しているため、活性化は難しい。
		スーパー(店長)	・店を取り巻く環境や、競合店の増減には大きな変化がない。
		スーパー(店長)	・新元号の施行やゴールデンウィークの10連休、ラグビーワールドカップの開催など、消費税の引上げまでに国内には明るい材料がある一方、海外情勢では米中貿易摩擦の推移が景気に及ぼす影響は大きく、予断が許されない。
		スーパー(企画担当)	・来客数の前年比に変化がなく、厳しい状況が続くそうである。
		スーパー(経理担当)	・消費マインドが大きく崩れることはなさそうだが、盛り上がる要素も当面見当たらない。一方、消費税の引上げに向けて、節約意識は強まっていくことが予想される。
		スーパー(管理担当)	・これから賃上げ交渉が始まるが、ここ数十年、ベースアップの要求は実現していない。
		コンビニ(店員)	・この先も大きな変化はなさそうである。
		コンビニ(店員)	・今後も大きな変動はないと予想される。
		コンビニ(店員)	・当店は駅前にあり、立地条件で比較的恵まれているほか、目の前にホテルもオープンしたため、来客数は更に伸びる。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税の引上げに向けた駆け込み需要にも、期待はできない。

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
		乗用車販売店（経営者）	・車検や新車の予約が例年ほど伸びていないので、今後も状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けた車の買換えの話は、なかなか客から上がってこない。また、魅力的な車もない。
		乗用車販売店（営業担当）	・モデルチェンジの予定もなく、来店のきっかけになる情報もないため、現状維持となる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・統一地方選挙や新元号の施行を経て、社会に動きが出てくるものの、消費は伸び悩む。特に、ゴールデンウィークに向けて、買い控えなどが起きると予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・近隣に売場面積の広い競合店舗が出店し、売上に影響が出ている。また、中国からの観光客の購入に課税されるようになったため、1品当たりの販売数量が減り、インバウンド売上に影響が出ている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ぜいたく品には属するが、新生活に向けた時計などの実用品すら振るわない状態が予想される。宝飾品はそれ以上に購買意欲の増加が見込めない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費者の物余りの傾向に変わりはない。景気変動に大きなインパクトを与える材料もない。平成から新元号へ変わるくらいしか、先行きにインパクトはない。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・目的買いやまとめ買いが中心となり、衝動買いが減少している。
		高級レストラン（企画）	・宿泊の予約受注は回復しつつあるが、稼働率を重視して販売単価を下げた結果であり、予断を許さない。
		一般レストラン（企画）	・来客数の前年比は、ディナータイムは戻ってきているが、ランチタイムはまだまだ戻っていない。外食全体も厳しいと聞いており、良くなるような気配は感じられない。ただし、売上の前年比は100%を上回っており、大きな変化はみられない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・需給が飽和状態にあるため、なかなか難しい。
		観光型旅館（経営者）	・大きな変化が余りない。
		都市型ホテル（管理担当）	・依然として、国内需要の動きが不透明である。
		都市型ホテル（客室担当）	・自然災害や国際情勢の悪化などで訪日外国人が減少しない限り、現状のような推移となる。
		都市型ホテル（管理担当）	・今後の京都市内における新規ホテルのオープンで、需要と供給のバランスの動向が不透明であり、見通しが立ちにくい状況にある。
		タクシー運転手	・大阪万博の決定後、企業関係のハイヤー予約などの増加を期待していたが、いまだに本格的な企業の動きはみられない。
		タクシー運転手	・今後、市内では節分の祭事のほか、神社や仏閣の行事があるため、少しは雰囲気が変わる。
		観光名所（企画担当）	・インバウンドに何か変化がない限りは、ほぼ現状どおりと考えている。
		遊園地（経営者）	・天候が比較的安定し、来客数は堅調に推移しているが、売上や客単価の伸びは余りなく、購買意欲はいまだに慎重なままである。現状、更なる改善のための材料は見当たらず、先行きは依然として不透明である。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦があるほか、人気グループなどのコンサートも開催されるため、多数の来場者数を見込んでいる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・大阪万博の決定などによる、関西でのマインドの高まりには期待したいが、今のところは特に顕在化する物はない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・前月から無料体験の広告を出しているが、入会が悪く、入会は余り期待できない。
		住宅販売会社（経営者）	・工事件数は多少増えそうであるが、建築原価も上がってきているので、利益率は変わらない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税の引上げの10月に向けて、駆け込み需要を期待したいが、現状はその兆しがほぼみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・今から春先にかけて、卒業や入学などの大きな行事があり、異例の10連休も予定されているなど、出費のかさむイベントが目白押しである。一方、収入面には安定感がないことから、時計の販売は芳しくない状況となる。
		一般小売店〔花〕(店員)	・定期的な予約は入ってきているが、例年に比べて件数は少ないため、売上は伸びにくい。
		百貨店(売場主任)	・米中貿易摩擦や隣国との関係悪化によるものか、インバウンド消費が少なくなっており、化粧品や宝飾品の売上が減少し始めている。今後、消費者マインドにも影響が出れば、景気はやや悪化すると予想される。
		百貨店(企画担当)	・国際情勢の変化や株価の下落など、消費者心理としてはマイナス材料ばかりが目につく。今後も今のような状態が続くと予想される。
		百貨店(営業担当)	・富裕層向けの高額品市場は、株安の影響を多少なりとも受けており、先行きは不透明である。また、中国の電子商取引法の施行、元安に振れた為替の影響により、インバウンド売上の伸び悩みも続きそうである。
		百貨店(売場マネージャー)	・米中貿易戦争による影響が日本経済にも出始めており、今後の経済情勢は不透明である。
		百貨店(宣伝担当)	・改元や大阪万博などのお祝いムードによる、国内の中間層の復調に期待していたが、初売りも盛り上がりには欠けており、今後の好材料が見当たらない。
		百貨店(マネージャー)	・今後を見渡しても米国と中国の貿易摩擦による景気減速や、消費税の引上げに対する不安心理など、不確実性が高まる懸念のなか、好転するとは思えない。
		百貨店(販売推進担当)	・世界的な経済情勢や天候要因、改元、消費税の引上げなど、プラスとマイナスの材料があり、判断が困難である。明るい要素を見出して、販売活動を行いたい。
		百貨店(マネージャー)	・消費税の引上げ前の先取りを狙った、外商客向けの高額品の催事が展開されるため、売上はやや戻ると予想される。ただし、株価の不安定化といったマイナス材料がある限り、全体的にはやや悪くなる。
		百貨店(商品担当)	・米国や欧州の不安定な政情を注視していたが、中国のEC法による免税売上の減速は想定を超え、改元需要や消費税の引上げ前の特需といった上昇要因に水を差す懸念がある。ヒット商材などの起爆剤が出てこなければ、厳しくなりそうである。
		スーパー(店長)	・現状も非常に厳しいが、更に2月には競合店の出店が予定されており、一段と来客数に影響が出ると予想される。
		スーパー(店長)	・海外の不安要素や、消費税の引上げ関連の報道など、消費に慎重にならざるを得ない材料が多い。
		スーパー(企画担当)	・暖冬が続いていることもあるが、競合店の出店も間近に控え、マイナス要因が増えている。直近では節分を控えているが、2月3日は日曜日であり、スーパーマーケットとしては曜日回りが悪いいため、前年を上回ることはない。
		スーパー(開発担当)	・物価は上昇しているが、賃金は上がっておらず、いずれ景気はどんどん悪くなる。
		スーパー(社員)	・客の節約意識が高まっているようで、これまでと同じようなイベントや販促、チラシの配布だけでは、なかなか来店につながらなくなっている。しばらくは辛抱の時期になりそうである。
		コンビニ(店長)	・今年に入り、景気自体は変化していないものの、人件費の上昇や求人難がますます厳しくなっているため、売上の変化以前に、経営が困難になりつつある。
		乗用車販売店(経営者)	・前年からの米中貿易戦争により、世界経済もそれに引っ張られるように低迷している。個々の企業業績は悪くないものの、株価が低迷しており、消費を刺激する材料もないため、しばらく景気は回復しない。
		その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・株価が2万円前後か、更に低下するようになると、客の購買意欲に大きな悪影響が出る。今後、宝飾品ビジネスは上向いてくると予想されるが、全般的には消費意欲に影響されるため、その点が心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税の引上げに向けた動きが本格化する一方で、人件費や物流費の上昇により、食料品などの値上げが進むため、消費者の生活防衛意識がより高まることが予想される。
		一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料が見当たらない。東京オリンピックの需要といっても、出てくるのは関東に限られる。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税の引上げへの警戒心によるものか、消費が先細りしつつあると感じる。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3月の先行予約も、動きが余り良くない。個人客は間際にならないければ判断できないが、団体客の動きが良くない。
		観光型ホテル（経営者）	・世界の経済状況が悪くなっているため、日本にも影響が出てくる。また、消費税の引上げの問題もあり、明るい話題がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月からの消費税の引上げに備えて、予算を引き締めるといふ客の声が増えている。
		都市型ホテル（総務担当）	・関西国際空港への訪日外国人の入国数の伸びが鈍化しているほか、多数の新規ホテルの開業による客室単価の下落もあり、2～3か月後の宿泊予約数や収入の見込みは、前年を下回っている。
		タクシー運転手	・景気の上向き要素が、今のところは見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・韓国からの観光客が減少している。
		テーマパーク（職員）	・前回の消費税の引上げ時と同じように、今回も増税が確定すると、必ず年単位での消費の低迷が始まる。報道されているような増税対策で、本当に何か解決されるとは誰も信じておらず、長い低迷に向かっていくことになる。
		競輪場（職員）	・例年やや悪くなる傾向にあり、これを覆すような材料が見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・地価の上昇をけん引してきたホテルや宿泊関連が、土地を厳しく選別し始めており、以前ほど実需の取引きがみられなくなっている。全体的に来客数も上限に近づいていると感じられる。
		住宅販売会社（従業員）	・3月末のしゅん工物件の未契約分が加わることで、マンションの完成在庫が増える見込みであり、水面下での値引き幅が大きくなる。
		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）	・金融機関の融資姿勢が厳しくなってきたほか、不動産の取引価格が高騰気味で、価格の下落も予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・統一地方選挙や参議院選挙があるため、売上は厳しい状況となる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールの際には売れなければ、2～3月の定価販売の時期には厳しくなる。客は買い控えを進めているように感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・世界的に社会情勢が不安定な時期が長期化している。仕入れ計画や、予算、営業計画も立てにくく、ビジネス上のリスクが目立っている。
企業動向関連 (近畿)		輸送業（営業担当）	・1年前の値上げで荷物量は大幅に減っていたが、他社の値上げもあり、企業からの荷物がかなり増えている。
		木材木製品製造業（経営者）	・現状は今までと大きな変化はないが、新年度には新規事業が計画されており、増収増益になりそうである。
		化学工業（経営者）	・中型、大型の案件が多いため、今後は少し良くなる。
		化学工業（企画担当）	・クリスマスや大型の年末年始休暇が続いた影響で、例年よりも季節商材や食品の消費が大きく落ち込んだ。年も明け、消費の低迷期ではあるが、例年の傾向に戻ると予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・一旦冷え込んだ感はあるが、取引先とのやり取りでは少し上向きそうである。5月の連休前の作り込みも予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3月の仕事はある程度入ってきているが、その先は分からない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注が増えつつあり、新学期も始まるため、今後は良くなると期待している。
		建設業（経営者）	・今月にみられた動きは、これからも徐々に増えていきそうである。前年の台風21号によって電柱が倒壊した例もあり、無電柱化への意識が高まってきている。
		建設業（経営者）	・例年、年末年始は営業、受注共に低調となるため、2～3か月先は上向きと予想される。

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
		建設業（営業担当）	・大阪万博や統合リゾート関連で具体的な計画はないが、関西企業の設備投資の話題がよく出てくる。
		輸送業（商品管理担当）	・例年3月は引っ越しなどで家具の売上がピークになるため、忙しくなる。
		金融業（営業担当）	・大阪万博の決定による影響に期待している。
		広告代理店（企画担当）	・元号が変わるほか、長期休暇となるゴールデンウィークでの需要増への期待の声が出ている。
		経営コンサルタント	・春にかけて新任の管理者やリーダーの育成が更に重要性を増す。採用した社員の受入れや教育も、欠かせない重要なテーマである。これから春先にかけては、今までよりも忙しくなる。
		食料品製造業（従業員）	・業務用は前年並みで推移するものの、一般商品は量販店の再編もあって当社には悪影響が出てくると考えられる。当然ながら、価格競争も激しくなる。
		食料品製造業（営業担当）	・気温が上昇する春先までは、飲料水の購入の動きはしばらく変わらない。
		繊維工業（総務担当）	・今年は消費税率10%への増税の年であり、10月までは駆け込み需要などで現状維持の予想であるが、増税後は悪化していく。
		繊維工業（団体職員）	・現状では、需要の増える気配が余り感じられない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは変化についての情報がない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・戦後最長の6年2か月の景気拡張が続いていると報じられているが、その実感はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の製品は納期が長いので、この数か月は売上に変化はない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今のところは、受注量の増加も見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・末端の市場が米中間の貿易戦争による影響を避けることができれば、周囲の景気は上向く。ただし、影響を受ければ悲惨な結果となる。最近は経済ニュースに高い関心をもっているが、先行きについては、変わらないというよりも分からない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良い材料が見当たらず、引き合いも減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・新生活需要は見込まれるが、例年どおりの傾向であり、景気が良くなるとはいい難い。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・日本経済はプラス成長が続き、戦後最長の景気拡大期に並んだ後、更新するといわれている。ただし、個人消費については依然として低迷したままであり、10月には消費税率の引上げが予定されている。更なる消費の減退が危惧される場所である。
		建設業（経営者）	・東京オリンピック関連の事業は終盤でも、東京一極集中の傾向は続いている。今後大型プロジェクトに陰りが出てくれば、地方の建設業は先行き不透明となり、冬の時代を迎えそうである。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・米中貿易戦争や韓国の過激な動きといった地政学的リスクが、景気の頭打ちにつながる可能性がある。消費税の引上げ前の駆け込み需要との相殺により、どうなるかが気掛かりである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・以前から読者は減少気味であるほか、折込件数も低迷しており、上向く兆しがみられない。
		広告代理店（営業担当）	・現時点では、期初の広告出稿も活発な動きがみられない。
		広告代理店（営業担当）	・紙媒体、Web媒体共に、広告の売上前年比が毎月100%前後で推移している。
		司法書士	・2～3か月で変化を起こすような要因が見当たらないので、今後も変わらない。
		経営コンサルタント	・大阪万博や堺市の世界遺産認定などの機会を取り込もうとする動きが増え、商品化の取組など、次第に形が生まれつつあるが、まだ売上に結びつくまでには時間が掛かる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きな変化はなさそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・韓国との関係の悪化が心配される。今後、場合によっては経済制裁も考えられ、韓国側も報復措置に出るおそれがあり、インバウンド依存の関西にとっては痛手となる可能性がある。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げされた製品が、単価の上がった状態で購入されるのは、恐らく2～3か月後となる。値上げの分だけ売上が上がるため、少しは良くなる。
		食料品製造業（経理担当）	・大手企業の業績悪化のニュースが増え、リーマンショックの再来ではないかと感じる。雰囲気が非常に悪い。
		繊維工業（総務担当）	・消費者向けの販売会にメーカーが参加しなければ、売上が確保できない状況である。人手や交通費、宿泊費などの経費がかさみ、利益が圧迫されている。売上は前年比で10%減、利益は15%減であり、来月からの販売会の開催も不透明である。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みが減少傾向にある。
		金属製品製造業（経営者）	・米中間の輸入関税問題により、2～3か月後の受注が減少に転じる可能性が大きい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・今期の比較的好調なうちに設備投資を行い、来期からは控えるとの声がある。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・6月頃からの受注見込みはあるが、2～3か月先の案件は減少傾向である。
		輸送業（営業担当）	・引越し難民が今年も増えそうで、販売のピークが分散されるため、やや悪くなる。
		通信業（管理担当）	・良くなる要素がないため、当面は低迷すると予想される。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・単発の個別物件ではなく、やはりコンスタントに流れる製品を販売できなければ、厳しい状況は脱却できない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の経済展望がはっきりしない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けた特需が出てくる。
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足が続くなか、幅広い年齢層が活躍できる土壌ができつつある。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・年明けは仕事が減る時期であるが、順調に仕事が入っているので、今後しばらくは期待できる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・春採用に向けて各社からの案件数が増えるほか、採用率引上げのために、各社が新たな取組を行う時期でもある。
		人材派遣会社（経営者）	・関西には、高速道路やインフラ関連の整備のほか、2025年の大阪万博開催という目玉イベントもあり、長い右肩上がりのトレンドに再び入った。雰囲氣的な部分もかなりあるので、先行きへの警戒は必要であるが、しばらくは人手不足感の強い状況が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・人気案件は限られており、求職者の希望と求人条件がマッチしないケースが多い。求人企業による条件の緩和も困難である。
		人材派遣会社（役員）	・同一労働同一賃金は来年の4月からであるが、人手不足のなか、人材の確保や維持のために、処遇や手当ての見直しを検討する動きが続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の状況を見ると、年度末での大きなプラスもなく、このままの推移が続くと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪万博の決定などで、良いムードは漂っているが、まだまだ先の話であり、ここ数か月で大きく動くような兆候はみられない。
		職業安定所（職員）	・直近は新規求人数が減少に転じたが、人手不足は続いているため、一時的な動きと考えられる。ただし、滋賀や京都といった製造拠点が集積している地域で、製造業の求人が減少したため、今後も減少が続くかどうかを注視している。
		職業安定所（職員）	・人手不足の影響が大きく、受注に対応できない事業所も多いと聞いている。また、今までは雇用していなかったが、外国人を雇用したいという事業所が増えている。外国人の求職者数が少ないことから、大幅な人材確保にはつなげていないが、4月の在留資格の制度改正に注目している企業が増えている。

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
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少傾向にあるものの、依然として求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、人手不足の分野である建設業や運輸業、福祉関連では求人が多いものの、希望する求職者は少ないため、この傾向は当分続きそうである。
		職業安定所（職員）	・大量の離職などの情報はなく、求職者の動きに大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、人材確保に対する有効な手段が見当たらず、新たな現場や仕事を増やすことが難しい。企業の信頼にかかわるため、人手が確保できる範囲内で対応せざるを得ないという声が、事業所から寄せられている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足は続いているが、企業の採用経費は増える傾向がなく、むしろ減らされていると感じるため、これ以上良くなることは考えにくい。ただし、採用がなくなるほど、世の中の景気が悪くなるとも考えられないので、状況としては変わらない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・世界情勢などの不安要因もあるため、このまま良い状況が続くかどうかは分からない。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・まだ全体として、悪くなる気配までは感じられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて求人数は増える見込みであるが、労働者派遣法の改正による派遣終了や交代も目立つため、引き続き人選には苦勞しそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は伸びているものの、企業の担当者の話からは、好景気の終わりがみえてきている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・例年、年明け以降は求人数が先細りとなる傾向が強い。また、米中間の貿易摩擦も一気には解決せず、長期化する可能性が高い。特に輸出大手の下請企業が多い関西では、マイナスの影響を大きく受けると予想される。
	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)		競艇場（企画営業担当）	・4月中旬に全国発売のG1レースがあるので収益が確保できる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オーダーメイド商品は価格帯が高く、景気や消費ムードに左右されやすいが、低価格帯のオーダーメイド商品を提案することで売上の波の解消を図ることができる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・暖かくなれば来客数は増加してくる。
		百貨店（営業企画担当）	・大型改装前と平成最後を冠としたセールを開催する。
		スーパー（店長）	・地元にある大手企業の好景気と改元の祝賀ムードに景気が後押しされる。
		コンビニ（エリア担当）	・当市では大手コンビニエンスストアの開店が続いており、当店の景気が良くなる状況ではないが、前年2月にオープンした近くの競合店の影響で減少していた来客数が若干回復しつつある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・年度末に向け公共工事が増加するとともに、地元プロ野球チームの話題もムードを高め、前年同等の来客数が見込まれる。
		コンビニ（支店長）	・改元時期であるゴールデンウィーク辺りは売上が好調に推移する。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が増加する時期になり、消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込めるので景気は上向く。
		家電量販店（販売担当）	・決算時期になるので販売量の増加に期待が持てる。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の年間最大増販月に期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・初売りから決算への流れと、エコカー減税や消費税の引上げを見据えて客が動き出す。
		乗用車販売店（営業担当）	・注目の新型車が発売され、販売量が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・3月末までは決算期なので来客数は増加し、新車の動きも良くなって売上は上昇する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の風評被害がかなり薄れてくる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・本年だけの特需ではあるが、大型団体客の利用が決定している。
		一般レストラン（店長）	・これから花見シーズンを迎え、増加傾向にあるインバウンドの更なる需要が見込める。また、近隣のホテル開発も進み、客室稼働率にも余裕が出てくれば旅行者が増加し、現状の好景気がしばらくは続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・受験、卒入学、異動、転居など、人の移動が活発な季節になり、晴れの日も増えるので、それぞれの社会行事、学校行事、地域行事に対応した販売促進を細かく打つことで売上は増加するとともに、4～5月は改元のプラス効果に期待が持てる。しかし、人材の入替わりの端境期でもあるので、人材確保のための人件費の上昇で経営的には苦戦が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春の観光シーズンの予約と歓送迎会の予約が好調なので、現状より景気は良くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・転勤、入学、歓送迎会などの需要が増え、人が動く時期になるので来客数は増加する。宿泊のインバウンド団体も桜シーズンに向けて先行受注は前年並みにあり、個人客も増加する。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊予約の見込み数が好調に推移しており、特にインバウンドが全体をけん引する。
		旅行代理店（経営者）	・韓国、中国、アメリカなどの海外動向に振り回されて景気も悪化していたが、地方では都会にはない安全で良い商品を安く販売する戦略が功を奏し、旅行業にも徐々に良い結果が出始める。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークでの旅行需要に期待が持てるため、これから商品を投入して需要を喚起する。
		タクシー運転手	・3～4月は異動の時期なので、歓送迎会が増えて夜の動きは活発になる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		通信会社（販売企画担当）	・消費税の引上げ前の需要が高まる。
		テーマパーク（業務担当）	・冬の閑散期が過ぎ、春のイベントが始まるので来園者数が増加する。
		テーマパーク（営業担当）	・春の行楽シーズンに入ることに加え、改元による祝賀ムードにより客の動きが良くなる。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前の需要が高まり、平成30年7月豪雨の復興事業が本格的に動き出す。
		住宅販売会社（営業担当）	・引き合いがあるため、年度が替わった頃に対応すべき案件が増えてくる可能性がある。
		商店街（代表者）	・世界情勢、特に米国と中国の貿易戦争で振り回されて景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・客は最低限度の購入に抑えるなど、余分な出費を控えており、景気が上向きになることはない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業の動きはあるが、中小企業の動きは少なく、全体的な販売量は横ばいである。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げを控え、消費者の節約志向は依然として強く、消費は活発にならない。
		百貨店（経理担当）	・好調な部門が少ない状況は続く。
		百貨店（営業担当）	・百貨店のあり方や求められるものがここ数年で大きく変化しており、新たに求められるものにチャレンジし変化していかなければ生き残れない。
		百貨店（売場担当）	・商圈来客数が減少しており、店としての魅力を上げる必要がある。
		百貨店（購買担当）	・2月末と5月末に閉店する近隣の百貨店が閉店セールを予定しており、当店の経営状態が上向くことは難しい。アパレル業界からは流行となる商品が出ていないので、厳しい状況は続く。
		百貨店（売場担当）	・衣料品、雑貨共に防寒アイテムの動きが悪く、新製品の入荷が遅れ、店頭の鮮度維持が難しい。
		百貨店（人事担当）	・衣料品全体の低迷が続いており、回復要素もない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（外商担当）	・改元や消費税の引上げが予定されており、経済や消費の先行きに不透明感が強く、景気は良くならない。
		スーパー（店長）	・年始に比べ3か月後の需要は高まるが、客の利用がイベント集客型の大型ショッピングモールにシフトしていることから、スーパーでは来客数の劇的な回復は見込めない。また、店舗での買上点数は減少傾向にあるため、劇的に良くなることもない。
		スーパー（店長）	・10月の消費税の引上げ前までは景気に変化はなく、客は必要な商品だけを購入し、財布のひもは固いままである。
		スーパー（総務担当）	・穏やかな気候なので価格が安定するが、客の買上点数が減少しているのが不安要因となる。
		スーパー（管理担当）	・イベント時には来客数の回復があるものの、過ぎれば元に戻る繰り返しが続く。
		スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない一方、前年は雪が降って気温が低下したが、今年は例年よりも気温が高く雪も少ないため、来客数は前年より多くなる。
		スーパー（財務担当）	・入学、就職シーズンになれば臨時の出費があるので、ふだんの生活を節約するため既存店売上の前年割れが続く。
		スーパー（営業システム担当）	・気温が高いので鍋商材やカイロなどの冬物商材が苦戦しているが、天候次第で状況は変わる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増減を繰り返す。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの1～2か月前にならないと、売上のピークは来ない。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は予想されるが、まだ先の話である。
		乗用車販売店（店長）	・新車の来客数は増えていないが、サービスの来客数は安定しているので、急激に減少することはない。
		乗用車販売店（店長）	・サービス入庫中心の来店で新規商談が乏しい。広告宣伝効果はあるが、今月の状態から判断して販売目標は高いハードルになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・初売り終了後は、納入が終了していない予約待ちの客数が減少している。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれるが、不確定な要素が多い。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少、地域間競争、ネットとの競争、地域経済の沈滞で景気が上向くことはない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・春休みにかけてバス旅行の団体客から問合せが増加して好調を持続する。ただし、人手不足で繁忙期を迎えるため苦慮する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・10月の消費税の引上げまで客の様子に変化はないが、節約志向になる懸念がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新生活用品の需要が高まる時期になるが、客は最近節分やパレンタインなどのイベントへの参加意識が薄く、例年並みの動向となる。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		スナック（経営者）	・当業界の景気は低迷したままで推移する。
		観光型ホテル（営業担当）	・例年2月はオフ期で来客数の増加は難しい。
		都市型ホテル（総支配人）	・先行予約は例年並みで推移している。平成最後を冠としたイベント効果が見込まれるものの、米中の貿易摩擦やユーロ圏の減速など世界経済の不安定要素もあって先行きは不透明である。
		タクシー運転手	・現在は寒いので人の動きが悪い一方、当市では更地が増える状況にあり、今後は街全体で金の動きが出てくる。
		タクシー運転手	・景気が良くなる状況ではなく、低い乗車率が伸びることもない。
		通信会社（総務担当）	・引き続き光電話サービスの申込みが見込める。
		通信会社（営業担当）	・景気の浮き沈みのどちらになるのか特段の要因はないため現状が続く。
		通信会社（企画担当）	・今年度中にももの購入を抑制する状況が緩和する要因がないため、客の動向が好転する見込みもない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（総務担当）	・通信業界では人が流動する異動シーズンは一時的に工事等が多忙となるが、従来の利用実態が変化するだけなので景気としては変わらない。
		通信会社（経理担当）	・消費税が引上げられるので、客は引き続き消費を控える。
		テーマパーク（管理担当）	・地方での消費は横ばいであり、市場も好転する環境にはない。
		観光名所（館長）	・景気が良くなる材料がない。
		ゴルフ場（営業担当）	・ゴールデンウィークに期待が持てる。
		美容室（経営者）	・2～3か月で客の金の使い方が変化したり、来店頻度が高まったりすることはない。
		美容室（経営者）	・宣伝をすれば来客数は増加するが、宣伝費が出せない。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げに対して客の反応が鈍く、住宅ローン減税期間の3年延長と比較している状況で、まだ客の動きは活発にならない。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ対策の住宅ローン減税などが発表されたので、落ち着くまでしばらく様子見が続く。
		商店街（理事）	・景気が良くなる要因がなく、春に統一地方選挙もあるので客の消費行動は鈍る。
		商店街（代表者）	・オーバーストア、少子化、デフレ、インターネット販売と競合しており、ベビー子供服業界の先行きが思わしくないことに加えて、慎重に購入する客の姿勢が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・経済全体が縮小しており、当商店街では閉店するところがあっても、その後に入ってくることはない。人口も減少して景気が良くなる要素はなく、ローカル商店街は厳しい状況が続いて不安だけが先走る。
		百貨店（広報担当）	・消費税の引上げの影響が懸念される。
		百貨店（外商担当）	・年末の当社店舗の閉店に伴い、明らかに近隣の人通りが減少していることに加え、対面するスーパーも来月末閉店するため、年配客が買物をする場所がなくなることが大変懸念される。
		スーパー（店長）	・ディスカウントストアなど競合店のオープンで競争が激しくなり、来客数の減少は続く。
		スーパー（店長）	・来客数の減少傾向が続き、売上の減少も更に拡大する可能性が大きい。
		スーパー（業務開発担当）	・加工食品の値上げが相次いでおり、食品に対する客の節約志向は強まることに加え、地場の弱電下請メーカーからは生産調整の話があるため、それに拍車がかかる。
		スーパー（販売担当）	・今後2～3か月は年間で最も売上げ率の高い新生活商戦を迎えるが、近年の少子化などで市場自体が縮小傾向にあるため景気は悪化する。また、他社との価格競争も激しく景気の向上を実感するには程遠い状況となる。
		衣料品専門店（経営者）	・地方の景気はなかなか良くならない。
		家電量販店（店長）	・来店する客層が少しずつ変化しており、20～30歳代の若いファミリー層が他のエリアに流出し減少しているので景気は悪くなっていく。
		家電量販店（店長）	・来客数が減少し、客単価が低下する状況は継続する。
		乗用車販売店（統括）	・3月の新型車発売まで販売量に変化はない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方が良くなるためには、官と民が一体となってもっと本気で地方を活性化しなければならない。
		一般レストラン（経営者）	・客の節約志向は変わらず、店舗での人手不足によるサービス低下も起こり経営はますます厳しくなる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・製品の値上がりがある。
		通信会社（広報担当）	・客は必要なものすら節約する傾向にあり、景気が良くなる話はない。
		観光名所（館長）	・日本経済の中長期的な成長ビジョンが明確ではなく、世界情勢の不透明さも加わって混とんとしてくる。誇りと名誉を持ち前向きに暮らせる政策と環境の土台づくりが重要である。
		美容室（経営者）	・人手不足の深刻化による顧客満足度の低下が大いに影響してくる。

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
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込みがあっても、その後の需要の反動減は少なからず見込まれる。
	×	商店街（代表者）	・客の慎重な購入姿勢は継続し、売上が増加することはない。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・人手不足の割に労働条件が向上するわけでもなく、地域に金が流れていない。消費税の引上げが控えているが、国の消費活性化策がない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・春闘での賃上げ、最低賃金の高騰、休日増加等で、店舗の稼働率や1人当たりの生産性が低下し、粗利は減少して人件費は高騰するなど経費の増大が経営を圧迫しているため、人材確保を含めて中小企業は今後更に厳しくなる。
企業 動向 関連 (中国)	×	住関連専門店（営業担当）	・新築の客からの注文がハウスメーカーと建材店のグループに取られ、売上の柱になるものがなくなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の地元自動車メーカーで新車の立ち上がりと量産があるので景気は上向き。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期になるので、来客数、成約件数共に増加する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・英国のEU離脱や米国と中国の経済摩擦を始めとし、不確定で不安定な状況が続いている。それらにはサプライチェーンが関係しており、今後も不透明な状況が続く。
		繊維工業（監査担当）	・売上変動の要因が見当たらないので、ほぼ前年並みの動向になる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・海外の不安定な景気動向と消費税の引上げ前の駆け込み需要があいまって、景気は小康状況が続き、結果として変わらない。
		化学工業（総務担当）	・販売量に変化はない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型連休が控えており、その期間の前倒し納入などもあるため、生産量は高水準で推移する。
		鉄鋼業（総務担当）	・前年11月以降、受注量が減少傾向で今後の見通しも良くはないが、現状程度の受注量で推移する見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・鋼材需要は高位継続となるが、人手不足や働き方改革などで、これ以上の需要の高まりはない。また、諸物価の上昇や貿易摩擦の影響によるマーケットの冷え込みなど収益悪化のリスクもある。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の想定受注量に余り変化はない。
		金属製品製造業（総務担当）	・見通しに関する良い情報、悪い情報共になく、当面現状の厳しい状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・大きなプロジェクトはあるものの、そのほとんどを海外メーカーが受注しており、日本メーカーが主戦場としている商品では大型案件が乏しい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後2～3か月先とそれ以降も主要客からの内示量は高い水準を保っている。
		建設業（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害の復旧工事が具体的に動くなど、公共工事を含めて仕事量は十分にある。
		輸送業（経理担当）	・輸出入を含む荷動きはある程度の数量が見込まれるとともに、もっと良くするには雇用環境の改善が必要であるが、それは見込めないため変わらない。
		輸送業（総務担当）	・客の受注予想、設備投資等大きな変化はない。
		通信業（営業企画担当）	・客との会話の中で、不動産や車の購入等の話題がほとんどなく、身の回りの電子機器や電化製品の買換えに関する話題が多い。
		通信業（営業担当）	・景気低迷における消費増税に関しても政府は一貫して上げようとして、野党と論戦で国会審議もままならない状況でもあり、小手先のポイント還元など国民目線とかい離している状況から景気回復はない。
	金融業（貸付担当）	・改元を控え消費は活発になるが、賃金が上向きことはない。	
	広告代理店（営業担当）	・進学や就職等につながる各事業体からの受注が増えるが、余り変動はない。	
	食料品製造業（経営者）	・原材料費の値上がりで3月から商品の値上げを予定しており、先行きが不安定な状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦が世界景気の先導役となっていた中国の景気後退に徐々に影響し、取引先が生産計画を下方修正する動きが出てくる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・市場動向の悪化で受注量が減少する。
		建設業（経営者）	・経済政策の信頼性が話題となって、景気が失速傾向になる。
		金融業（融資企画担当）	・米中貿易戦争の影響などから世界経済はしばらく減速が続き、完成車メーカーの自動車販売量が減少し、地元自動車部品メーカーの受注量は伸び悩みが避けられない。
		会計事務所（経営者）	・消費税の上げが近づくにつれ景況感が悪化する。また、客の運送事業者が支払う高速道路利用金額の総額が低下しており、物流量が減少していく懸念がある。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（支店長）	・4月入社の転職を希望する人が多く、今後も求職者の動きは活発に推移する。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・3～4月は求人数が最も増加する時期であり、正社員求人は高い水準で継続し、アルバイトやパートの求人も飲食業、卸売業、サービス業を中心に伸びる。また、定期的に物流ドライバーの求人数も2月から増え始める。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位、改元で新時代を迎えるにあたり、地域経済も上昇基調となる。米中貿易摩擦など、海外経済への危惧はあるものの、それ以上に域内の設備投資意欲や個人消費は底堅い状況となる。
		民間職業紹介機関（職員）	・既存社員のみでの課題解決が困難な場合、外部から問題解決のできる人材を採用するケースが見受けられる。従来は人件費の問題で既存社員の知恵に頼り、余剰人員を抱えることを避けてきたが、現状打破と業績拡大を目指して積極的な採用活動が継続する。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業の広報活動が3月から正式に開始することになり、採用活動も活発化する。
		人材派遣会社（社員）	・米中摩擦、株価低下等、輸出産業にマイナス要因が出てくる可能性があるが、景気にすぐには反映されず、引き続き人手不足感が続く。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・1人当たりの採用コストが増加しているが、売手市場なので採用人数には比例していない。人が採れないので予算を増やす企業が多く、半分の企業が採用予算を増加し、減らす企業はない。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の高い状態が続き、来春の新高卒者の求人倍率が2倍超と好調なほか、一般求人の求人倍率もバブル期並みの高い水準が続く。
		職業安定所（事業所担当）	・大型廃業等の情報は一切聞かれず、大型商業施設の再出店の動きが複数ある。業種に関係なく企業の採用活動は引き続き活発である。
		職業安定所（職業指導担当）	・サービス業、介護医療、建設業等、産業全般で人手不足感がある状況は変わらない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・人手不足の打開策がなく、手を打っても即効性はない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・現在の就職環境の好調さは、若い人の不足から来ているので景気の動きとは関係ない。
		人材派遣会社（支社長）	・改正労働者派遣法に盛り込まれた雇用安定措置対象者は、派遣先での直接雇用が増え、純粋な派遣社員の人数は減少傾向である。また、派遣の立場を継続して無期雇用に切り替えることをせず派遣社員をやめるスタッフも多く、当社の月々の稼働人数は減少しているため、有期雇用でビジネスの拡大も難しくなる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・電子部品関連の低調を受け、周辺産業への影響が懸念される。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(- : 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)		通信会社(技術)	・年度末の引っ越しシーズンに入るため、販売量に大きな動きがあるだろう。
		スーパー(店長)	・前年末より実施している、ポイントセール等の来客数対策の効果が現れてきている。
		コンビニ(店長)	・今後しばらくは近隣での工事が続き、来客が増えるだろう。
		衣料品専門店(経営者)	・今年10月からの消費税の引上げが要因となり、単価の高い物は割と動きは良いが、景気が良いのも10月までだろう。
		衣料品専門店(経営者)	・2月は1年で最も売行きが悪い月だが、前年も悪いため少々の売上増加で終わるだろう。気温が上昇すれば、初春物がそこそこ動くため、売上は気温の上昇待ちとなるだろう。
		家電量販店(副店長)	・消費税の引上げ前の需要と10年前のエコポイント商品の買換え需要がある。
		乗用車販売業(営業担当)	・2~3月は決算イベントが控えているため、好調に推移する。
		乗用車販売店(従業員)	・決算期に入り、受注・商品販売が共に良くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・2月は一番大きなイベントがあり販売台数も上がる。
		乗用車販売店(役員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少はあるだろう。
		住関連専門店(経営者)	・近辺に分譲住宅がかなり建っているため、関連商品の需要があるだろう。
		その他専門店[酒](経営者)	・春になると、花見などの行楽シーズンとなるため、少しは売上が増加するだろう。
		観光型旅館(経営者)	・台湾の直行便が7月から開通することが決まり、良くなる。また、四国内の競争の中で、新幹線問題等もあるが、松山が四国の中心という感じではなくなっている。これから松山が四国にとって大事な一流都市となるよう、外国人も増えるような戦略をとっていく。
		旅行代理店(営業担当)	・春休み、そしてゴールデンウィークの状況が非常に良く、客が動き出している。
		タクシー運転手	・3~4月は、異動及び新入学がある月で、人の動きが多い。
		タクシー運転手	・春が来て歓送迎会が始まる。お遍路さんも少しずつ増え、3~4月は少しずつ良くなっていく。
		通信会社(営業部長)	・来月下旬から4月まで新生活シーズンの需要期で販売増となるだろう。
		美容室(経営者)	・3月に卒業、入学シーズンになるので動きが良くなる。
		美容室(経営者)	・新年度を迎える時期なので忙しくなる。
		商店街(代表者)	・新規ドラッグストアのオープンも控え、いろいろな部分で店舗の新陳代謝が加速している。また飲食を中心に、新しい魅力的な店も出ているが、そこそこのレベルで推移していくだろう。
		商店街(事務局長)	・街はインバウンド効果もあり、通行量も多くにぎわいはあるが、実売が伴っていない。また、前年末から高級宝飾品の動きに明らかな陰りが見え始めている。株値の低迷や経済の先行き不安から、今のところ堅調な高級衣料、雑貨、化粧品等の購買に飛び火しないことを祈っている。
		一般小売店[文具店](経営者)	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		一般小売店[生花](経営者)	・繁華街の中心部だけでも、もう少し人通りが欲しいが、目的のある人しか通っていないため、消費者が増えるとは考えにくい。歩行者の年齢層がゆっくり上がってきている。
		一般小売店[乾物](店員)	・特になし。
		百貨店(営業統括担当)	・冬物のセールから春物へと客の関心はシフトするが、慎重な買い方は変わらないだろう。
		百貨店(販売促進)	・春節に向けてインバウンド施策の強化が必要である。
		スーパー(店長)	・特に景気が良くなる兆候、傾向はない。
	スーパー(企画担当)	・気候が安定し、青果物などが安定してきたので生鮮品の価格は安定するだろう。加工品については値上げがあるため、買い回りが引き続き発生する。	

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
		コンビニ（総務）	・今秋の消費税の引上げを控えているため、今後も状況は変わらない。
		コンビニ（商品担当）	・外的要因も大きな変化はなく、中長期天候予報でも平年とほぼ変わらない予報なので大きく変わる事はないだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・現状、特に悪くなる要素がない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・セールの割引率を大きくしてでも在庫を処分しなければならぬため、採算は悪化する懸念がある。春先の商品の動き出し次第でもあるが、景気が好転することはないだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格も今のところは安定しており、変わらないだろう。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・10連休があり、旅行業界等では売上を期待できるが、消費する金額が増えないと小売業界は減少するしかなく、小売業界は余り期待できない。
		通信会社（支店長）	・当面の変動要素は、見当たらない。
		競輪競馬（マネージャー）	・米国を始めとする国際情勢の不安定により、株価は下落傾向にあり企業業績の向上は期待感が薄い。それに伴い賃金の水準は横ばい推移が予想され、消費意欲の伸び悩みが予想される。
		設計事務所（所長）	・相変わらず、企業の設備投資や事務所ビルの建て替え等の話が幾つかあり、特に東予地方でそういう話が多くある。
		商店街（代表者）	・金利政策も限界で、現政権の安定性も揺らいできた。特に我々地方都市は数か月先の予測さえ難し状況で、ポジティブな予測は意味をなさない。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げが近づいてきており、最近では客動向が予測しづらく消費者の金の使い方が堅実になっている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・家庭でし好品にける金が減少しており、その中でも価格競争の激しい酒類業界の小売店は厳しいものがある。
		スーパー（財務担当）	・節約志向はますます強まり、業態を超えた競争もますます激化する。
		都市型ホテル（経営者）	・13府県ふっこう周遊割があっても現状維持の状況であり、これが期限切れになると客数は減ってくるだろう。パンケットについても、レストランについても、従来どおりで、余り景況感がない。
	×	コンビニ（店長）	・そろそろ、下げ止まりしてほしいところであるが改善の気配なく、また地元の景気状況では、改善の期待は薄い。
企業 動向 関連 (四国)		*	*
		木材木製品製造業（営業部長）	・消費税の引上げの影響は思ったより少ないが、若干、受注量は増加するだろう。
		化学工業（所長）	・今年は改元に合わせてゴールデンウィークが10連休となり、それに伴って前倒しの受注が増加していく。さらに、消費税の引上げによる仮需要の発生もあり、秋頃までは日用品、衣料品分野が伸びる。なお、それ以降については反動が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気は今からはしっかりしてくるだろう。今、安定した受注が入っている。
		金融業（副支店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で、一時的に景気が好転するだろう。
		繊維工業（経営者）	・東京オリンピックを控えた今がこの状況であり、これから消費税の引上げ、東京オリンピック後の落ち込みを考えると、将来的には厳しい状況にある。景気浮揚が考えにくい状況では、我々は魅力的な商品、サービスを生み出し、市場に提供し続けるしかない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今のような景気の傾向はある程度続くだろう。すぐには良くならないので、経費の切り詰めを考えなくてはならない。
		鉄鋼業（総務部長）	・主力造船関連は順調に推移するだろう。その他は余り変化はない。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先から受けている注文及び先行き情報に関し、おおむね安定的に推移している。市場においても、変動を予想させるトピックは見られない。
		建設業（経営者）	・年度末から年度当初にかけては、手持ち仕事量が減少し、売上が増加する時期で、このまま変わらない状態が続く。補正予算次第では上振れの可能性があるが、現時点では、不明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・これから2～3か月、引き続き受注できそうな物件が非常に少ない。
		輸送業（支店長）	・景気の変動が国際的な政治経済の動向に連動しやすくなってきており、米中間の動向に対する懸念が多く報道されるなか、国際経済や国内経済の動きに影響を落としている。
		通信業（総務担当）	・景気が変動する要素が見つからない。
		通信業（企画・売上管理）	・国内の自動車メーカーや、消費税の引上げを見据えた戸建て住宅系のCM出稿が年度内に増える可能性があるが、全業種で考えた場合に今より良くなるとはいえない。
		広告代理店（経営者）	・既存得意先の新規出店予定がある一方、小売流通関係の競争は厳しく、一部の得意先から新年度予算の削減の話がある。
		食料品製造業（経営者）	・原材料仕入価格、資材単価、物流費が上昇してきているが、小売価格が上がらない。競合との価格競争が激しいなか、販売価格に転嫁できず利益が圧迫されるだろう。
		輸送業（経営者）	・簡易課税制度や人手不足への対応策が業界的に上手くできない。
		輸送業（営業）	・4月には調味料、5月には飲料水の値上げが発表されており、消費期限の長いものについては値上げ前の駆け込み需要を見込んだ物流の増加が予想されることから、輸配送に関わる車両の不足が危惧される。また、4月末～5月は10連休になるが、その間の物流対策について、荷主、物流事業者共にいまだ方向性が定まっておらず、車両不足による物流の停滞や混乱が危惧される。
	公認会計士	・経営者は10月からの消費税の引上げを非常に気にしている。また、豪雨災害の影響がまだかなり広がっており、景気の先行きについて非常に不安を覚えている人が増えているため、若干、景気は落ち込むだろう。	
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業）	・求人数は更に増加し、パートや派遣という有期雇用ではなく、直接雇用が増えていく傾向にある。年度の替わり目ということで、労働者の入替わり等、消費者の購買ニーズが高まり景氣的にやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増えてきており、就労者数や派遣登録者の就労率が増えている。また賃金も増加している。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数が増加するだろう。
		求人情報誌（営業）	・引き続きの求人難にこれと行った解決策がないまま進むだろう。各企業の自助努力によってしばらくはしのぐが、中途採用、新卒採用とも引き続き厳しいことが予想されるため、人材不足が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・建設、住宅関連は景気が良いが、それ以外は厳しい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向になり、有効求人倍率は依然高い水準で推移しているが、特に状況が変化する要素が見当たらない。
		職業安定所（求人開発）	・最近増えていた企業の合併についても、比較的、小規模な案件が少し出てくる程度に落ち着いたので、前月よりは、若干良くなる。
		民間職業紹介機関（所長）	・介護施設の外国人実習生の採用については、施設により、温度差があり、EPAを利用して、積極的に受入れている施設がある一方、外国人受入れに消極的な施設も多くある。言葉の壁、実習期間を考慮し、受入れを最初から考えていない施設もある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・4年生の就職活動については、4月から続いてきた内定者数の伸びが止まっている。これは企業で働くことに不向きな学生が残っているためであり、景気動向との関連性は低い。求人は相変わらず多いものの、適する人材は今シーズン既におおむね枯渇している。
		人材派遣会社（営業担当）	・製造業から職を失い人材が流出してくるだろう。
		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
----	----------	-------	----------------

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 (九州)		-	-
		商店街(代表者)	・2月は1年の中で最も客の出足が鈍る時期なので、その分は既に確保している。
		商店街(代表者)	・年度末にかけて繁忙期になる。その後、統一地方選挙が4月にあるため、それに伴ってやや忙しくなるのではないかと推測される。
		商店街(代表者)	・平成が終わる記念品として購入するという購買意欲が出ることに期待したい。
		一般小売店[生花] (経営者)	・春の卒業シーズンに向けて、部活動で別れの花束を渡すための注文が増えたお陰で、2か月前と比較すると売上が増えている。
		一般小売店[茶](販売・事務)	・ここ数年は大きな景気向上につながる要因もないため、売上は低迷が続いている。春に向かい若干売上が伸びることに期待している。
		百貨店(販売促進担当)	・売場のリニューアルに伴い、来店客数が増えると見込まれる。
		百貨店(売場担当)	・改元もあり、ライフスタイルにも変化を求め、新しいことにチャレンジする気運が高まる。
		家電量販店(店員)	・この冬は暖冬傾向が続いており、現在谷の状態になっている。この2~3か月先は、3~4月ということで、シングル需要もあることを考えると現状より良くなる。
		家電量販店(従業員)	・寒くなり暖房の需要が増える。
		乗用車販売店(総務担当)	・年度末商戦に入っていく。今回は、新型車効果が期待できるので、例年以上の売上、利益を確保していく。
		高級レストラン(支配人)	・3か月先の予約も既にあり、先の間合せ等も受けている。
		一般レストラン(経営者)	・キャンプシーズンに加えて、中国の春節で来店数が増える見込みである。
		観光型ホテル(専務)	・連休に向けて予約が増えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先予約も順調に入っており、しばらくは好調に推移する。
		旅行代理店(従業員)	・3月はアジアを中心とした学生旅行の予約が入り、4月は10連休前半の動きが活発である。国内は春休みの動きが徐々に始めている。
		旅行代理店(企画)	・ゴールデンウィークが大型連休になるため、例年に比べると申込動向は前年比で大きく上回っている。
		通信会社(企画担当)	・ラグビーワールドカップ等の国際大会に向けて訪日外国人対応の動きが活発で、見込み、受注ベース共に引き合いが多い。
		通信会社(企画担当)	・光回線の販売エリア拡大が予定されており、新規受注の底上げが期待できる。
		通信会社(営業担当)	・転居シーズンに突入し、自社商材の販売が活気付く時期である。
	観光名所(従業員)	・春休み等を利用し、思い出作りの一環として来園する学生等が多くなる。また、春季大祭等のイベントが増えるので、それを目的とした来訪が増加する。	
	競艇場(職員)	・業界全体の売上が底上げされている。	
	美容室(経営者)	・3~4月は、美容業界は上向きになる。春になると客のファッションが軽やかになり、ヘアスタイルも変わってくる。忙しくなる時期は、四季の移り変わりに影響され、おしゃれ産業は春を待っている状態である。今後、若干動きが良くなっていく。	
	美容室(店長)	・卒業、入学、結婚式等着物を着る機会が増えるため、着付けの予約も入り売上也若干良くなる。	
	商店街(代表者)	・例年3~4月は売上増が見込めるが、商環境は厳しいことから、変わらず商況は低迷する。	
	商店街(代表者)	・良くなる要因が全くない。気候が暖かくなると人の動きもあるが、購買意欲の向上はなく、必需品のみの購入が続いている。	
	商店街(代表者)	・個人消費が回復する要素がない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・仲卸が1軒廃業した影響で、残された客が他の仲卸に移っている。そのため、客の奪い合いになるが、少しでも活力を取り戻し今後の経営につなげていく。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・変動の要因が見当たらない。
		百貨店(営業担当)	・セールでは商品単価が減少し、数量の伸びで売上を補えなかったが、正規価格商材は商品単価が上がっている。自家需要商材のゴルフ、スポーツ用品や紳士衣料品、紳士婦人肌着、バッグ、化粧品は好調を維持しており、また、リビング用品寝具、バス、インテリア、食器等自分のための商材や、し好性の高い舶来ブランド、毛皮、貴金属、美術工芸は依然好調である。家庭での生活を充実する意欲と慎重な購買姿勢は変わらず、正規価格の回復で今後も期待できる。
		百貨店(営業担当)	・近年の傾向であるセールの平準化が進行し、今月は若干前年比基調を落としているものの、入館客数はさほど落ち込んではいない。今後の気温の変化次第では復調してくる可能性はある。ただし、客足の郊外分散化傾向は感じている。
		百貨店(経営企画担当)	・依然として個人消費に伸びはないが、今年10月に予定されている消費税の引上げの影響により、短期的には駆け込み需要による売上増加が見込まれる。
		百貨店(売場担当)	・百貨店の苦戦が続いているが、若い層を狙った店舗は好調である。全体でファミリーをターゲットにした店舗の苦戦が、ここ3~4か月続いている。ただし、合計すると売上は順調で、この状況が継続すると予測される。百貨店では、雑貨や化粧品はけん引しており2けた増だが、宝飾貴金属は悪くなっている。天候には注視しなければいけない。
		百貨店(業務担当)	・これからしばらくは、商品の処分期が続き、季節の移り変わりによる端境期となる。例年以上に客の購買意欲を引き出すような要素がないため、春先まで状況は変わらない。
		スーパー(総務担当)	・ディスカウントストアやドラッグストアが競合する店舗の売上項目が、マイナスに転じている。その他の店舗では、催事や企画に伴うハレの日等の売上は前年超えもあるが、平時は引き続き厳しい状況が続いている。この状況を大きく打開するには、思い切った対策が必要ではあるが、様々な面でコストが掛かり、慎重にならざるを得ない現実がある。
		スーパー(経理担当)	・暖冬の影響だけが原因ではないと思われるので、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー(統括者)	・中国や米国の成長鈍化の恐れが出てきており、国内経済もその影響は避けられず、ベースアップやボーナス額アップも期待できない。
		コンビニ(経営者)	・富裕層は、コンビニエンスストアの利用が少ないため景気の話をするのではないが、その他の客からは景気が良い話題は出てこない。先行きに不安を持つ客が多い。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・2月には近隣でマラソンのイベントがあり、以前はそれによる集客が期待できたが、現在はマラソンの応援等で人はいるものの、来店して購入する客が減少しており、今後も買い控えは続いていく。花見シーズンも天候によるが、期待できない。
		衣料品専門店(店長)	・来街者がほとんどない状態が続いており、危惧している。
		衣料品専門店(店長)	・客の様子からも、景気そのものにも変化はない。
		衣料品専門店(総務担当)	・現状を見ている限り、今後この状況が改善されるとは考えられない。
		衣料品専門店(取締役)	・随分前から財布のひもが固く、購入に対して金の使い道に変化が起きている。景気が良くなる状態は、金が回ることだが、物販としては今後も厳しい中で、企業努力をすることになる。
		家電量販店(店長)	・プラスになる要因として、東京オリンピックによる4Kテレビ需要及び消費税の引上げの需要が見込めるが、まだ先になるため状況としては変わらない。
		家電量販店(店員)	・テレビや冷蔵庫、洗濯機は好調であるが、パソコン、携帯が伸び悩んでいる。以前は特に中国人がスマートフォンを購入していたが、不買運動の影響なのか外国人が購入するケースが減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・春の移動マーケットに期待しているが、需要動向変化の影響が読めない。
		家電量販店（広報・IR担当）	・テレビ等好調に推移している商材もあるが、市場が縮小している状況にあり、爆発的に伸びる商材は見あたらず、大きな伸びは期待できない。
		乗用車販売店（販売担当）	・客の決断に時間が掛かる状況がしばらく続く予想され、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（代表）	・先行き不透明で、変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・今月も地元資材業者の倒産や廃業のニュースがあった。春からの仕入価格の値上げもあり、地方での景気回復感はない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・来店客数及び客単価は、前年とほぼ変わらない状態である。来月になり寒さも増してくると若干減少傾向にあると予測している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は値下げの傾向が継続しており、仕入価格の値上げがないことに期待したい。2月の3連休及び3～4月の異動シーズンの燃料油需要やカーケア商品の販売も上向いていくと予想している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・サービス業種が好調なので、物販業種のマイナスがなければ景気動向も良くなっていくと考えている。気温やEC問題で物販業種の苦戦は継続していくと予想している。またショッピングセンター界界的にも2月からは閑散期になるため、景気が良くなっていくような材料は少ない。3月末からの連休需要、春物需要拡大に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・客の節約志向が高まっているため、売上増加に期待できない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・暖冬の影響はなくなるが、訪日外国人の客単価は減少傾向で、今後も変化がないと予想される。
		高級レストラン（経営者）	・1月は大河ドラマが終わり、来客数も減少し、売上の数字は減少傾向で推移している。上昇する気配はなく、予約も余りない。今後の景気が不安である。
		スナック（経営者）	・1月に入り天候は穏やかで、夜の外出がしやすい状況ではあるが、平日の集客は良くない。前年比では、やや売上が減少している。好況感を感じられない。
		都市型ホテル（販売担当）	・ホテル宴会場のリニューアル工事が行われるため、売上が上がらない状況になると予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・週末やイベント時は好調だが、何も無い週末と平日休日は今後の動きを注視する必要がある。
		タクシー運転手	・訪日外国人の増加に伴う、急激なホテルや民泊の増加等で受入体制が整いつつあり、堅調さは維持される。
		タクシー運転手	・今年は、天候が良くインフルエンザが流行したことで、人の動きが悪くタクシー利用が減っている。
		タクシー運転手	・慢性的な人手不足が年々深刻になっている。マスコミで流れる景気情報より、かなり悪化をしている。
		通信会社（業務担当）	・繁忙期により販売量は増えるが、代理店手数料が下がる傾向にあるため、景気が上向くとは考えられない。
		ゴルフ場（従業員）	・県外、国外客を含め予約は堅調に推移すると予想されるが、国際情勢の不安定な状況もあり、慎重な予約確認が必要である。
		美容室（経営者）	・熊本地震以降倒産件数が増え、良い話を聞くことがない。景気回復に期待をしたい。
		理容室（経営者）	・当県では、企業の合併や統合で、他市に単身赴任している人が多く、その影響が12月に出ている。1～2月は営業日数も短くサービス業が全体的に良くならない状況である。
		設計事務所（所長）	・結果は2～3か月先になるため、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの低金利が続いており、消費税の引上げ時期を前後して一定の住宅ニーズは続いていく。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークや消費税の引上げが控えており、人の動きがあれば景気も上がるが、消費税の引上げに対する減税補助等が決まっていなため、買い控えによる景気の低迷が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（代表）	・接客の感触では、収入が上がらない中で、住宅を建築する際にコストを抑える傾向にある。主婦が働いている家庭では若干の余裕があるが、主人1人の収入の場合は、2～3か月先も状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・政府の見解では、景気が回復し賃金も上がっていると報道されているが、小売業や小規模小売業は依然苦しい状況であり、消費者の購買意欲は上がっていないのが現状である。
		商店街（代表者）	・毎年のことだが、2～3か月先は卒園、入学、就職等様々な行事が重なり出費が多いので、先行きは厳しい。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く見つからない。現在の悪い景気が継続するか、更に悪くなると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・株価が不安定になり、インバウンド鈍化等で、国内富裕層と訪日外国人客の動きに勢いがなくなっている。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げで一時的に活況を呈すが、その後の反動が心配である。
		スーパー（店長）	・競合店も近辺にできており、ここ2か月は競合店対策で厳しい状況が懸念される。消費動向も厳しく晴れの日の行事対策で売上を重ねていくことになるが、今後は期待できない。来店客数は減少するため、日頃の品ぞろえで購入点数に着眼し、客単価を上げる対策を考えている。
		コンビニ（経営者）	・消費税の引上げを前にして、客の景気動向は、低単価商品の購入により下降すると考えられ、今後も厳しい状況が続くことが懸念される。
		コンビニ（店長）	・各種経済予想が悪化している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・競合他社も含め、既存店の売上高前年比が芳しくない。
		高級レストラン（経営者）	・2月の予約状況は純く不安である。売上が上昇するような手段を考えなければいけない。
		観光ホテル（総務）	・熊本地震は、4月で3年が経過しており、復興景気力の強さが感じられなくなっている。
		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）	・人材確保がかなり厳しい状況で、今後も、一層人材確保が困難となることが想定される。
		音楽教室（管理担当）	・転勤や受験シーズンのため、客の動向が期待できない。
		設計事務所（所長）	・世界状況・世界経済が先行き不透明である。また、支出は増加するが収入は上がらない。
		設計事務所（代表）	・消費税の引上げ後の需要にメリットがあると考えられるため、買い控えが起きると予想している。
	×	スーパー（店長）	・消費税の引上げ等今後の先行き不安感、まだ依然として根強く、消費者の購買意欲は減退している。それに加え、競合店の出店や価格競争で業績が上向き条件が見当たらない。
企業動向関連			
(九州)		農林水産業（従業者）	・これから稼ぎ時のため、景気が良くなることに期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末予算消化が見込まれているため、やや良くなる。
		金属製品製造業（事業統括）	・地域によって異なるが、特に東京地区、九州地区は好調になると予想される。
		金融業（営業担当）	・消費者の動きは徐々に良くなる。消費は単価が高い商品について購入する気配があり、そこにターゲットを向けている動きがあり、やや良くなる。
		金融業（営業）	・株価の低迷等景気の雰囲気が悪いことや、中国関連の需要減少はあるものの、米中貿易摩擦が緩和の方向に動けば、引き続き景気は底堅く推移すると考えられる。
		不動産業（従業員）	・商業施設の来客数が好調に推移しており、今後も継続する。
		農林水産業（経営者）	・2月は稼働日数が少ないこともあり期待できない。3～4月は行楽シーズンであり、人の移動で消費が伸びてくると予想されるが、前年と比較すると価格は厳しくなる。居酒屋やスーパーマーケット関連は、加工品が中心となるため、余り影響されないが、加えて2～3月はメニューの変更時期でもあり、ある程度期待できる。

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
		家具製造業（従業員）	・明るい材料が全くないなか、これから2～3か月先が良くなる要因は全く見当たらない。今後の状況を注視していく。
		化学工業（総務担当）	・為替や関税の動きが下振れ要因である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は祝い事の受注が多い月であったが、現在はそういう状況が見受けられない。受注を確保することが難しい状態である。ネット販売は以前よりも良くなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の発注先として引き合いはあるが、正式受注に達しておらず、状況を見送っている。景気の現状維持か下降に転じるかは、先行き不透明である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦がユーザーに影響を与えている。担当者によると1～2月ははっきりしないが、3月以降には、若干の動きが出てくると予想している。
		電気機械器具製造業（取締役）	・先行き動向が不透明である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの要求で3月までは増産要求計画を受け取ったが、その先は見通しが立っていない状態である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・景気が良いため、現時点でも生産台数が多く、引き続き高水準で推移する。
		輸送業（従業員）	・3月は決算月なので増加するが、今年のゴールデンウィークは10連休ということもあり、物流動向が全く読めない。荷主も同業他社の動きを探っている状況である。
		輸送業（従業員）	・受注数は堅調である。しかしながら安価な製品が増加傾向にあり、今後の動向に注目している。
		輸送業（総務担当）	・米中間の貿易摩擦等が経済に悪影響を及ぼしているが、相変わらず倉庫需要は続いており、特に変化はない。
		通信業（職員）	・年度末までの受注予測ができており、現状からの大幅な変化はない。
		金融業（従業員）	・災害復旧関連工事等もあり、公共投資が高水準で推移している。また、企業の求人意欲は旺盛で、雇用者所得は増加傾向にあるが、人手不足が広範囲の業種で経営面のネックとなっている。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。2019年は皇太子殿下の御即位、G20サミット日本開催、消費税の引上げ、参議院選挙といったトピックが続く。米国利上げ停止が見込まれ、欧州ではけん引役のフランス、ドイツの首長在位の行方や英国のEU離脱問題、米中貿易摩擦等世界景気を揺るがす大きな要因が散見され、上下変動がある局面とみている。
		金融業（得意先担当）	・業種によって大きくばらつきがあり、明るい材料がない中で、当面現状が続いていく。
		広告代理店（従業員）	・年末、年始商戦も終わり、前年比92%と特に変化はない。相変わらず百貨店等流通小売やパチンコ等の娯楽が不調であるが、家電量販店、ホームセンター等の業種が比較的好調で今後に希望が持てる。全体的には今後大きな変化はなく、横ばい状態である。
		経営コンサルタント（社員）	・これから3月に向けて税務関係が忙しくなるため、新しい動きは控えている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・人の動きがまだ少ない。来店客数の減少もみられる。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・2021年3月までは比較的仕事も多く、業績が安定する取引先が多い。取引先の課題は、人材難と働き方改革である。自動車の自動運転も一部の地域では始まっており、世の中に変化が出てくる。
		食料品製造業（経営者）	・季節的に端境期になるため、生産、受注共に減少していく。
		繊維工業（営業担当）	・消費税の引上げも影響してくるため、中小企業は板挟みの状態である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中関係や日韓問題で韓国からの企業撤退の動きが増せば、まだまだ減産の可能性が出てくると考えられる。
		建設業（従業員）	・見積案件はあるが、なかなか受注に結び付かない。外壁改修等の短期工事を取れるようにしていく。

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
		金融業（調査担当）	・世界経済の減速懸念や米中貿易摩擦の影響が、徐々に日本の景気にも重しとなってきている。戦後最長とされる景気回復も地元では実感に乏しく、先行きを懸念している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・当面の受注確保は困難な状況にある。
	×	建設業（社員）	・3月までの官公庁の発注量に、同業者の中でも非常に危惧している業者が多い。手持ち工事が完了して作業員が空いている業者もあるため、早期の発注を期待したい。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの委託業務の発注は、年度末が近くなるとほとんどなくなるため、このままでは受注金額はかなり減少することになる。仮に発注があっても競争が激しく、利益が出るような金額での応札は難しい。このため、景気は悪化すると予測される。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・新年度に向けての求人等が更に動く気配がある。景気としての感触は良いが、人選のマッチングから成約につながるまでに時間が掛かり、売上自体に直結していない。
		人材派遣会社（社員）	・年度末の需要が増える。既に注文依頼を受けている企業もあり、年度末の注文に関して、短期間のみ限定増員はできている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・進学シーズンを迎え、学生アルバイト、主婦パートが一番活発に動くシーズンに入る。また、春休みや受験シーズンを迎え人の動きも活発になる。
		職業安定所（職員）	・年度末に向けて飲食関係では繁忙状態が継続する。また、新年度に向けて、例年以上に新卒者を確保した企業は、IT化により商品販売戦略を見直し、更なる業績アップを目指している。
		人材派遣会社（社員）	・客の動きは変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の期間抵触日3年を迎える派遣社員の代替需要があると予想しているが、新規での引き合いは少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元に伴う大型連休等の影響は分からないが、全体的には活発な消費が続くと考えるため、好調さを維持する。
		職業安定所（職員）	・求人が底堅いことから、求人への応募者や就職者増加に期待したいが、新規求職者は減少傾向である。このところ、女性のフルタイム希望者が前年比、前月比共減少したことが理由で、全体でも減少している。ただし、新年になり、窓口相談者が増え、活気が始めている。
		職業安定所（職員）	・求人数に若干の減少傾向がみられるも、それ以上に求職者数の減少幅が大きい。企業にとって人手不足は、今後も経営上の大きな課題として続いていく。
		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。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・人手不足で、現在も求人活動を継続している企業もある。しかし、採用予定者数の充足が思わしくないため、次年度の採用に切り替えるという企業もある。現時点での2020年卒業求人の受理件数は前年よりも少ない状態である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げが10月になるような気配である。駆け込み需要もあるが、消費自体をシビアに考える人が多くなる。
	×	-	-

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)		*	*
		スーパー（企画担当）	・元号が変わる節目の月に当たり、消費が見込める。
		コンビニ（経営者）	・来客数が増えてきて客単価が上がっている。
		衣料品専門店（経営者）	・寒さも少し和らいでくるので良くなるとみられる。
		観光型ホテル（代表取締役）	・12～1月と宿泊者数は減っているが、2～3月は先々の予約状況を見ると例年並みである。スポーツキャンプ関係者や旅行者、周遊旅行観光客の利用が多い月でもある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（マネージャー）	・春休みや、その先のゴールデンウィークなどの問合せも増えてきているので、少し良くなるのではないかと期待している。
		通信会社（営業担当）	・3月の学生を対象とした商戦期に入るので現在の好調な波を維持できれば良い結果が期待できる。しっかりと消費者のニーズを捉えることができれば可能と考えている。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の建築相談が、来場組数含め増えてきている。
		コンビニ（代表者）	・安定して推移すると考えるが、ゴールデンウィーク10連休に関しては国内旅行客の減少が予想され、現在のような伸長は難しいと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月の年始めのセールは、例年になく暑い状況が続いた影響か、売上アップにつながっていない。月を徹して売上が上がらない状態が続いており、対処のしようがなく悩みどころである。
		その他専門店 [書籍]（店長）	・春の繁忙期に向け慌ただしくなっていくが、販売量が例年と比べ大きく変わる要因は特に見当たらない。
		通信会社（サービス担当）	・景気はさほど良いとは感じられない。ユーザーも金をかけるところと絞るところを選択し、堅実に消費していくとみている。厳しい業界は相変わらず厳しいと感じている。
		その他サービス [レンタカー]（営業）	・先行きの予約状況は、平均すると前年並みで、大きな変化はない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築相談件数は安定しているが、設計士や現場代理人並びに下請業者に限りがあり、大きく工事高を伸ばすのは難しい。むしろ現場によっては、契約工期の遅れにより、客から苦情を頂いている。
		百貨店（店舗企画）	・前年まで楽観的に先行きをみていたが、インパウンドの売上ダウンによる中国客の動きが今後どのような影響を及ぼすのか不安となっている。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・スタッフが少ない中で、営業効率を上げて、客満足度と単価を上げる方向に動いているが、現実はまだ前に進んでいない。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率は、前年同月実績を下回る見込みである。沖縄県の入域観光客数は依然好調ではあるものの、予約状況の伸びは弱い傾向は続いている。
		x	商店街（代表者）
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		建設業（経営者）	・消費税の引上げを前に、新規の引き合い件数が増加している。
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島のホテルや量販店等の民需や、陸上自衛隊関連の工事等の官需も増勢だが、基地建設の突貫工事により骨材の生産が追い付かず、離島向けの出荷が抑制されている。しかしながら、今後の骨材生産会社の対応が期待されることである。
		輸送業（経営企画室）	・消費税の引上げにおける直前年度末ということで、全体的に市場の購買意欲が上がるのではないかと推測される。また、県内大手総合スーパーの新店、新規コンビニエンスストアの進出などの要因から一部地域における賃金の上昇があり、景気向上につながるのではないかと予測される。
		食料品製造業（総務）	・米中貿易摩擦の影響、英国のEU離脱問題等、消費者心理に安心感がなく節約志向に向かいがちな雰囲気ではないか。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特に大きな変動はなく、横ばいの見通しである。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促活動は、テレビ、新聞、ラジオの主要メディアの出稿状況からみて、僅かながら減少傾向にあり、新規参入したホテル、IT企業などの県外企業の新たな需要に期待している。
		会計事務所（所長）	・事業者など消費、遊興費などの支出が抑制されているようにみられる。
	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
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		学校[専門学校](就職担当)	・新規求人が増え、選択肢が広がっている。
		人材派遣会社(総務担当)	・求人数は年度末の繁忙期に向けて例年同様増加していくが、季節要因の範囲にとどまるとみられる。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・これから春に向け求人数が増加すると予測する。
		求人情報誌製作会社(編集室)	・毎年3月は1年を通して最も求人件数が多い月になっているので、1月と同程度か若干増加すると予想している。4月は新人社員の入社もあり、求人は若干減ると思われる。
		学校[大学](就職担当)	・求人解禁を3月に控え、企業側からは早くも積極採用の動きがみられる。次年度も就職状況は好調を維持するものとみられる。
		-	-
	x	-	-