

11. 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)		*	*
		商店街（代表者）	・当商店街で設置、運営しているフリーWi-Fiの利用者が毎年6～10月頃まで増加傾向にあることから、今年も郊外からの客及び道内外からの観光客の増加が見込まれる。特に区域内においては、飲食、宿泊の関連業種の売上がアップすることが見込める。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・4月はゴールデンウィークを前にして観光客の動きが控えられていることで、前年比で2けたの落ち込みがみられるが、2～3か月後には消費税増税により旅行代金が値上がりする前に旅行しようという消費者意欲が高まるため、景気は若干上向くことになる。ただ、消費税増税後には反動減が生じることが懸念される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・当地では観光客が相当増えてきている。ゴールデンウィークをきっかけに、本格的な観光シーズンがスタートするため、これから観光客が一気に増えてくることになる。また、観光客の増加に伴い事業者に恩恵が生じることで、当地における消費活動が活発になることが期待できる。
		百貨店（売場主任）	・改元に伴う効果に加えて、消費税増税前の駆け込み需要も見込めるため、現在よりも景気は良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・これから夏に向けて様々なイベントが市内各地で開催されるため、今後の景況感は上向きになる。
		百貨店（営業販促担当）	・今後については、ゴールデンウィーク期間中の消費の反動減も一服し、消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。特に高額品を中心とした動きが期待できる。
		スーパー（店長）	・今後については、現店舗のリニューアルオープンに伴う新たな客層の開拓と取り込みにより、売上の増加が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税を前にして客に動きが出てくることが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税に関連した騒動や自動車関連の税金の変更がはっきりしないことなどから、客の動きが余りみられないが、ゴールデンウィーク明けから消費税増税前の駆け込み需要が生じるとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		観光型ホテル（スタッフ）	・国内客、外国人観光客共に個人旅行での利用が堅調なことから、今後についてはやや良くなる。市内でのコンサートイベントも追い風となる。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの10連休をきっかけに観光が活性化することが見込める。また、改元に伴うお祝いムードが醸成されることで、初夏から夏にかけての観光需要に期待が持てる。
	タクシー運転手	・今回の改元は、昭和から平成に代わったときのような自粛ムードではないため、今後、消費税増税を控えて買物に出かける機会が増えることになり、若干景気は良くなる。	
	通信会社（企画担当）	・夏商戦に向けて魅力的な商材、サービスがそろっていることから、客の買い増しも含めた買換え需要が期待できる。	
	観光名所（従業員）	・今後、当地において、地方都市としては大きめの宿泊施設のオープンが相次ぎ、これまでよりも観光面での受入体制が拡充することなどから、景気はやや良くなる。	
	観光名所（職員）	・北海道胆振東部地震の影響から脱却し、堅調な推移がみられていることから、10連休期間中の一層の伸びが期待できる。今後についても、天候次第ではあるが、景気はやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年と比べても遜色ない予約状況となっていることから、今後の景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・長期の大型連休や天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴うお祝いムードがどのように影響するか、期待と不安がある。そのため、今後の景気がどのようになるかは分からない。
		商店街（代表者）	・これからゴールデンウィークに入るが、客がどのような消費行動をするか見当がつかない。ただ、前月と変わらない方向で動くと思われるため、そうなると景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・これからオンシーズンを迎えるが、物流コストの増加に伴い販売量が減少しているため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税を控えて、電化製品や高単価商材の需要は高くなるが、食品については、今後も必要な商材以外は購入しないという節約傾向が変わらない。
		スーパー（店長）	・特に変わ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（企画担当）	・春の食品及び日用雑貨の値上げ、ガソリン価格の上昇に加えて、10月からの消費税増税を控えての消費者心理の冷え込みが心配される。ゴールデンウィークの10連休での支出後の家計の節約ムードも消費にとってマイナスになりそう。
		スーパー（役員）	・当地では1月中旬以降の降雪の影響で現在も残雪が多く、気温もまだ低く、桜の開花時期も遅れそうである。初めての10連休の影響は予想もつかないが、4月の現状をみる限り、パーベキューなどのアウトドア商材の動きが低調であるなど、良い材料がない。今後の消費税増税についても、食品小売業にとっては良い材料にならない。
		スーパー（役員）	・カップラーメンなど、これから食品の値上げが始まるが、今のところ、特に影響が感じられないため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・現状、来客数も販売量も増えているが、一過性の理由によるものとみられるため、今後の見通しは全く分からない。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺で公共工事が多くなっている。役場の工事なども予定されているため、景気はこれから良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・先を見据えた商材の提案を行っても、客の反応が非常に厳しく、財布のひもが固くなっていることがうかがえる。
		家電量販店（店員）	・統一地方選挙が終わったことで、5月以降の景気が良くなることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・これまでと同様に、4月も当社主力の新型車を中心に新車の受注が伸長した。新型車効果は今後一段落するとみられるが、新車需要自体は堅調に推移することが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要と改元に伴う消費者マインドの変化を期待しているが、景気に大きな変化はないとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前であるため、ある程度の駆け込み需要が生じるとみられる。また、6月には新車種が出るため、そこでの盛り返しの動きも期待できる。ただ、急激に景気が良くなることまでは見込みにくい。
		自動車備品販売店（店長）	・車検は増加傾向にあるが、車両販売は前年割れの見込みとなっている。ただ、8～9月には消費税増税前の駆け込み需要が生じることで、4～6月分の落ち込みをばん回できると見込んでいる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・壮年期の客の拡充が急務であるが、低賃金の影響を受けている層でもあるため、今後の先行きは不透明である。
		高級レストラン（スタッフ）	・5月は大型連休期間中の旅行を回避した観光客が増えることで、例年を上回る売上が期待できる。6月以降は予測を立てにくい、大型連休の反動で縮小ムードになることを懸念している。
		観光型ホテル（経営者）	・全体的に外国人観光客、国内客共に団体客の集客が低調だが、10連休では若干の回復がみられた。ただ、2～3か月先の景気は現状とほぼ変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・前年の秋以降、回復傾向を維持している。また、当地全体が当地を舞台にしたドラマのプロモーションに力を入れているため、その効果も期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・来客数が伸びてこないため、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・現状では上向き要素がないため、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・5月は大型連休の影響でタクシーの利用は大きく減ることになる。6月以降は観光シーズンを迎えて恒例のイベントなどが行われるため、大いに期待したいが、乗務員不足がますます深刻になってきていることで稼働率の悪い状況が続き、売上減少が続く。
		タクシー運転手	・今後については期待が持てない。例年、この時期になると観光客の予約などが入ってくるようになるが、今年は動きが全くみられず、観光客の動きが予想できない。今後も厳しい状況が続くことを懸念している。
		美容室（経営者）	・来客数、売上共に余り大きな変動がない状態で推移している。そのため、今後も大きな変化が起こるような雰囲気はない。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンション市場にとって、ゴールデンウィークの10連休による経済効果は期待できない。また、その後の市場の動きも余り期待できない。金利自体は低位安定の状態にあるが、消費税が上がるのか、そのままなのか問題となってくる。消費税がそのままであれば、買い控えをする客が増え、市場は停滞気味になる。
		商店街（代表者）	・3か月後の7月まで青果物の取扱量が潤沢なままで推移しないとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		百貨店（役員）	・販売の中心となる商材の単価が今よりも低下することが見込まれる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の特需は一時的には発生するとみられるが、増税分以上に所得が増えるわけでもなく、結果として使える金額は減ってしまうため、景気に影響を与えることになる。
		スーパー（企画担当）	・地域格差がより鮮明になってきている。東京オリンピックや大阪万博の影響が格差をより一層拡大させるのではないかと心配している。
		コンビニ（エリア担当）	・4月になり、カップ麺などの価格をふだんのセール価格より低く設定した際に想定以上の販売量となったことから、客は今まで以上に価格に敏感になっていることがうかがえる。今後も値上げが予定されている商材があることから、客が買い控えたり、より価格の安い店や商材に移行することで、動きが悪くなるが見込まれる。売上確保のために利益を削り、安い価格を打ち出しても景気は良い方向へは進まない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	・原油価格が上昇傾向にあり、急騰の恐れもあることから、今後の景気はやや悪くなる。
		スナック（経営者）	・10連休で客がお金を使ってしまったことで、5月は暇になることが見込まれる。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィーク期間中の観光関係や外国人観光客関係の予約状況が悪い。その後の問合せや予約の状況も良くない。ゴールデンウィーク後の客の利用減少に危機感を覚えている。
		タクシー運転手	・大型連休に伴う需要低迷が懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は今後も期待できない。政府の消費税増税対策の施策が多く打ち出されているため、客の様子見をしている状況にある。
	×	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク期間中に客がお金を使いすぎること、ゴールデンウィーク明けから月末まで最悪な消費動向が見込まれる。これまでに10日間もの休みの経験もないことから、過去にない最悪な5月となることを懸念している。
	×	コンビニ（エリア担当）	・4月については、統一地方選挙などがあることで景気は上向きとなるが、5月に入り改元の影響が薄れると通常の状態に戻るとみられるため、景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・消費税増税は駆け込み需要を誘発するが、タクシー需要には当てはまらない。客はタクシーより安価な代替交通機関を探すことになるため、今後の景気は悪くなる。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北海道)		建設業（経営者）	・今後、土木、建築共に受注が進み、工事に着手することになる。繰越工事もあるため、稼働率はかなり高くなる。その一方で、週休2日制や時間外労働の上限規制など、働き方改革の影響がどのような形で出てくるか現状ではまだ読めない部分もある。
		建設業（役員）	・新年度スタート時の順調な受注状況から、出来高が好調に推移することが見込まれる。
		輸送業（営業担当）	・本州送りの北海道産生乳が増加傾向にある。また、本州内で建築部材などのトレーラーの荷動きも活発であり、景気の良い状態がしばらく続きそうである。
		金融業（従業員）	・個人消費は10連休に伴う消費増加の反動や今春の賃上げの鈍化から大きな伸びは見込みにくいものの、引き続き底堅く推移する。今後、予算執行に伴う公共投資の伸びが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〔建設機械リース〕（営業担当）	・災害復旧工事、民間建設、都市部の再開発、北海道新幹線の札幌延伸関連工事などの需要が高まっていることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・5月以降の公共工事が増加見込みとなっていることから、今後の景気はやや良くなる。また、一時低調であった宿泊施設の単価回復がみられることで観光関連の回復も見込まれる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税対策の設備投資、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。商材にもよるが、納期の関係からこの2～3か月が発注のぎりぎりのタイミングとなるため、今後の景気は良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・販売量の増加につながるような案件が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		家具製造業（経営者）	・改元に伴う祝賀ムードとは裏腹に、国内外では景気の後退局面が表面化しつつあり、地方都市においても重たい空気が漂っている。
		金属製品製造業（従業員）	・今年は統一地方選挙があり、首長が変わった自治体が多いため、計画どおりの予算執行が行われるか分からない。また、夏に参議院選挙が行われるため、発注が遅れる可能性もある。
		建設業（従業員）	・道央圏の大手建築鉄構製作業者は首都圏向けの需要などで年内の仕事が埋まっているが、地方業者は秋口までの仕事しか見えていない。
		通信業（営業担当）	・現在はやや良い状況にあるが、今後については、中国の景況感の減速や国内における2020年以降の景況感の減速予測などから、企業活動全般が慎重になり、横ばい傾向が続く。
		司法書士	・取引先の状況を見ると、例年よりも動きが悪い。今後の状況次第でもあるが、2～3か月後の景気は余り変化がないまま推移する。
		司法書士	・7月の参議院選挙に向けて、政府が景気対策に力を入れてくることを期待しているが、一般市民が所得の増加を実感できるような状態になるまでは時間が掛かるため、今後の景気は余り変わらない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・ゴールデンウィーク明けの物流の動向が不透明なため、商材を潤沢に用意できるかが鍵になる。ただ、建設関連を主体に仕事量は確保できるため、状況は大きく変化しない。
		食料品製造業（従業員）	・現在、キャベツ、タマネギ、牛肉、ゴマ油などの原材料の値上げ要請が何件かみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・資材不足のため、受注に影響が出ており、今後の景気はやや悪くなる。
	輸送業（支店長）	・人手不足によって多忙の感はあるが、物流業者としての受注量は昨秋よりもやや減少傾向にある。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・そろそろ米中の貿易問題や英国のEU離脱問題などの影響が出始めるのではないかと懸念している。	
	x	-	-
雇用 関連		求人情報誌製作会社（編集者）	・観光シーズンに入るため、10連休以降、多少は景気が持ち直すことになる。

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
(北海道)		人材派遣会社(社員)	・北海道は雪解けを迎えて企業活動が活発になる。それに伴い求人数も増加することになる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求職者と採用者数の動きが同化してきている。特に若年者の労働力不足が深刻な状況になりつつある。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・北海道の本格的な観光シーズンに入るため、それなりの経済効果は見込めるが、モノ消費からコト消費に変わってきていることもあり、以前の爆買いのような効果はみられない。消費税増税なども今後どのような影響が出てくるか不透明である。全体的にプラスに働きそうな明るい話題がない。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・4月から仕入れ原価が上昇し、利益が圧迫されている業界があり、10月の消費税増税とともに、経費上昇がじわじわと経営に打撃を与えそうである。また、繁忙感があり、売上も悪くないが、利益が残らないという企業も多い。
		新聞社[求人広告](担当者)	・現在は北海道ふっこう割の活用などにより、サービス業関連が好調であるが、北海道ふっこう割が終了した際には、サービス業を中心に多少数字が落ち込むことになる。
		職業安定所(職員)	・月間有効求人数は7か月ぶりに前年を上回り、月間有効求職者は7年5か月連続で前年を下回った。
		職業安定所(職員)	・人手不足分野の建設業や福祉関連は希望求職者が少ないことから、ほかの産業と比べて求人更新割合が高く、有効求人倍率の高止まりが続いている。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は1年5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。
		学校[大学](就職担当)	・消費税増税が近づくとつれ、一般市民も企業も無理、無駄な支出を一層控えている。夏頃まではこの傾向が続く。
		職業安定所(職員)	・今後については、消費税増税の影響が懸念される。
	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)		乗用車販売店(本部)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響もあり、新車、中古車共に販売量は好調に推移する見込みである。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・多少天候不順であるものの、ゴールデンウィークは好調に推移しており、令和のスタートにおいて消費に期待がもてる状況である。今後は夏に向けて更に景気が上向くとみている。
		商店街(代表者)	・商店街で展開しているチャレンジショップは1年間の限定営業である。そのため店舗の入替えに伴い空き店舗が発生するが、2月以降は全店舗が埋まっている。今後は新店舗が商売に慣れていくため、夏場に向けて大いに期待している。
		一般小売店[酒](経営者)	・観光シーズンとなるため、観光客の需要に期待をしている。
		百貨店(営業担当)	・全体的な消費の動きは変わらないものの、2~3か月後は消費税の引上げ前の駆け込み需要が顕在化する可能性が高く、現在よりも活発な消費が見込める。
		コンビニ(経営者)	・気温の上昇とともに来客数が増えるとみている。
		コンビニ(経営者)	・暖かくなるため、来客数が増加するとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・改元への祝賀ムードによる消費拡大を期待している。
		コンビニ(エリア担当)	・ブランド統一による効果や、キャッシュレス化を含めたデジタル戦略による効果が期待できる。
		コンビニ(エリア担当)	・改元により全体的な個人消費が増加する可能性は高い。ただし、今後の消費税の引上げがどのように消費に影響されるのか不安が残る。
		コンビニ(店長)	・改元は慶事として盛り上がっている。景気が落ち込むような要因は見当たらず、客の財布のひもが固いという様子もないため、景気はやや良くなるとみている。
		コンビニ(店長)	・夏は年間で最大の稼ぎ時となる。厳しい冬を迎える前に稼いでおきたい。
		コンビニ(店長)	・気温が上がると、客の動きが活発になるとみている。
	衣料品専門店(経営者)	・この先は春夏物が本番を迎える。天候が良くなれば、来客数も増えると期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・景気の低迷はある程度の底を打っている。消費税の引上げ前の駆け込み需要により、10月までは多少景気が上向くとみている。
		乗用車販売店(従業員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		通信会社(営業担当)	・人気メニューに加入できるサービスエリアの拡大も始まり、新規加入者に加えて、既加入者からの追加サービスへの申込みも見込まれる。そのため、全体加入数の増加が期待できる。
		通信会社(営業担当)	・一時的ではあるものの、消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。
		通信会社(営業担当)	・料金体系の変更に対する客の関心度は高い。そのため、来月からの販売に期待をしている。
		テーマパーク(職員)	・夏休みシーズンのため、イベント開催により集客が見込まれる。土産品などを購入する客が増える見込みである。
		観光名所(職員)	・ゴールデンウィークは順調な滑り出しとなっている。また、連休後もインパウンド客を中心に予約が増えており、景気は今後も良くなるとみている。
		その他住宅[リフォーム](従業員)	・リフォームや器具交換の問合せが増えてきているなど、早めに工事をしたい傾向がうかがえる。
		一般小売店[書籍](経営者)	・スマートフォンなどのニュースソースの広がりにより、世界経済や国内経済などの動きによっては消費マインドが落ち込む可能性がある。そのため、消費の動きに好調さは見込めないとみている。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・改元となって新しい年の気分ではあるが、景気が良くなるという材料が何もなかったため、この悪い状況は変わらないとみている。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・景気は悪くなく、客単価も前年を上回っている。ただし、来客数が減少しているため、全体的には横ばいで推移するとみている。
		一般小売店[寝具](経営者)	・今年はまだ消費の動きをつかめていない。
		百貨店(売場主任)	・改元のお祝いムードも一段落し、当社を取り巻く商圈において景気を刺激する材料は特に見当たらない。夏物セールのスタート時期は例年より早まることが予想されるが、盛り上がる期間も短くなっているため、その後の値頃感のある商品の確保が重要である。
		百貨店(営業担当)	・景気そのものが上向く大きな要因は見当たらないが、今後はモノを買う時代からコトを体験する傾向が強まっていくとみている。このことをどのように商売につなげていくかが大切である。
		百貨店(買付担当)	・天候に左右される動向は今後も大きく変わらないとみている。
		スーパー(経営者)	・5月は、改元による祝賀ムードによる消費拡大を期待したいが、消費税の引上げに伴う対応準備もあるため、売上対策がやや後手に回ってしまうことを危惧している。ただし、特に大きな消費拡大要因があるわけではないため、全体的に消費の傾向は変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・異動や転居の動きも一段落しており、競合店舗を含む店舗の来客数も落ち着いている。この状況はしばらく続くとみている。
		スーパー(店長)	・改元のお祝いムードによる消費拡大に多少の期待ができるとみている。
		スーパー(企画担当)	・消費税の引上げ前であり、客は必要なものを必要な分だけ購入している。同じ商品であれば1円でも安く購入したがるなど、この状態は消費税の引上げまで続くとみている。
		スーパー(営業担当)	・同業者や異業種が入り乱れての競争は激化する一方であり、既存店の業績が良くなる可能性は低い。
		スーパー(営業担当)	・ゴールデンウィークの10連休は、食品スーパーにとってはマイナス要素が大きい。また、商品の値上げにより消費が慎重な動きになることと、消費税の引上げにおいても、食品の購入金額の減少が見込まれている。
		コンビニ(経営者)	・前年に比べて全ての面で上回っているが、来客数や客単価の増減の動きをみる限り、ここ数か月と比べても余り大きな変化はないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・人口が減少している状況に変化はない。
		衣料品専門店（経営者）	・ゴールデンウィークの影響で売上が減少した分、改元や消費税の引上げ前の売上確保に努める予定である。
		衣料品専門店（店長）	・梅雨が遅れて夏が短くなるという予報が出ている。そのため、夏物に向けた消費者の購入モチベーションが鈍くなるか、短くなることが見込まれる。
		衣料品専門店（店長）	・競合店の出店と、他業態からのクールビズ進出により、集客は更に苦戦する見込みである。
		衣料品専門店（総務担当）	・月によって、来客数、単価、買上点数などの不振が続いており、消費者の購買意欲は低下しているように見受けられる。そのため、この先の景気が良くなるとは考えにくい。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数ヶ月の来客数の動きに変化がないため、この先も動きは少ないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・受注生産による売上となるため、このままでは2～3か月先には受注量はゼロになってしまう。そのため、先手をうって半年～1年先の受注活動をしている。
		住関連専門店（経営者）	・改元に伴う経済効果がみられるとの報道があるが、当店ではその効果は実感できず、売上に大きな変化はないとみている。
		住関連専門店（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークで観光地は忙しくなるとみているが、商店街には人がこないのではないかと危惧している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・ゴールデンウィークの10連休によってどのような影響があるのか想像もつかない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・気温が前年並みで推移すれば、販売量も前年並みに落ち着くとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・大きな変動要因がない。改元も影響がないとみている。
		高級レストラン（経営者）	・劇的に良くなることはないが、悪くもないため、現状維持が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・現在が好調でありこれ以上良くなることは難しい。そのため、現状維持が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが固い状態が続くとみている。他の飲食店の話を聞いても勢いを失っている様子であり、レストラン離れが進んでいることがうかがえる。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークの影響で来客数が減少するとみている。その後も余り良い要素がないため、景気が良くなるとは考えにくい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現時点では景気の先行きについて何ともいえない。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークという山はあるものの、好転するような要素がないため、全体的には例年並みに推移するとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・6月以降の申込件数が、例年と比較して少ない状態である。これからではあるものの、現時点において見通しが立っていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年も新卒者が極端に少なく、購買層も伸びていないため、今後も状況は変わらないとみている。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元により、景気浮揚感が持続するとみている。
		タクシー運転手	・4月中旬から改元に向けた動きがあるかと期待したが、それほどではなく、ゴールデンウィークに向けて客は消費を控えている。
		タクシー運転手	・10連休となるゴールデンウィークは、海外旅行やふだん気軽に行くことができない遠隔地に旅行に出掛けることが見込まれる。そのため、旅行費用がかさみ、消費者の財布のひもは固いまま推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・令和という新しい元号に期待している景況感であり、消費と投資が若干増える見込みである。ただし、それほどの変化はないとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前までは、景気の下向き傾向が継続するとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因に乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークで支出がかさむため、その後の消費の動きに余り変化はないとみている。
		遊園地（経営者）	・各種商品の値上がり、選挙や消費税の引上げを控えて、消費の動きは不透明である。
		競艇場（職員）	・最近の客の動きに変化はない。なじみ客が多く新規客も一回限りとなっている。なじみ客だけでは売上にそれほど変化はないとみている。
		美容室（経営者）	・美容室業界では景気が極端に動くことはない。半年～1年前の影響が徐々に出てくるものである。そのため、今月の水準を維持していくとみている。
		設計事務所（経営者）	・民間からの引き合いも順調であり、業務も計画どおりに進めている。そのため、数か月先も安定的に運営ができるとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲用の土地の購入予定が伸びているため、それに伴い受注も先送りとなっている。
		商店街（代表者）	・大型店舗の閉店により、商店街への来客数の減少が懸念される。また、5月から改元となり新しい時代の幕開けとなるが、10月からの消費税の引上げは、消費意欲の減退や企業の収益減少につながりかねないとみている。
		商店街（代表者）	・動きのないまま長い休みに入るため、景気の回復は見込めないとみている。
		商店街（代表者）	・物販店が売れていない。Eコマース系にとられている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の物価が上がってきている。それに応じた収入の増加がなければ家計の収支バランスが崩れ、必要性の低い出費から削られていく。当店の取扱品は生活必需品ではないため、今後はかなり厳しくなるとみている。
		百貨店（経営者）	・5月以降は、ゴールデンウィークでの旅行も含めたコト消費の影響や、地域での運動会などの行事も活発になるため、百貨店でのモノ消費はしばらく冷え込むとみている。
		スーパー（店長）	・商品の値上げが続いており、客もその価格に慣れてきてはいるものの、仕方なく買っている様子がうかがえる。価格に左右される状況は今後も続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・人手不足による給与上昇、コンビニ出店過多による売上低下により、景気はますます悪くなる見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げへの不透明感により、景気の下向き傾向は今以上に厳しくなるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・業界内の優劣がますます顕在化するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・今年に入り、新車ユーザーの中古車への乗換えも増えている。新車の減税額変更や消費税の引上げなどによる買い渋りで、動きが一旦止まる可能性がある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィーク明けの反動に加え、夏頃に数社が値上げをすとの情報が入ってきている。そのため、消費税の引上げ直前以外は動きが悪くなるとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の動きが全く読めない。夏の売上には空調服がどう動くかが鍵になるとみているが、西では空調服が好調であるものの、東北ではまだ実績がほとんどないに等しい。天候や気温も関係してくるため、難しいのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークがどのような影響を与えるのか不安である。
		観光型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィークの影響により、個人の動きは鈍るとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約状況が芳しくない。
		旅行代理店（経営者）	・需要がゴールデンウィークに集中しており、6月以降の予約が非常に鈍くなっている。このことが、夏休みで最盛期となる7～8月にどのような影響を与えるのか不安である。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィーク後の予約が今一つ伸び悩んでいる。申込みや問合せも極端に減っている。
		タクシー運転手	・10連休となるゴールデンウィークにより、乗客数や単価の動きにどのような影響があるか不安である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ゴールデンウィークの休業により、30%ほどの売上減少を見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・消費税の引上げが近づくにつれて、消費の動きもどんどん悪くなっていくとみている。この状態が好転するような要因が全く見当たらない。
	×	スーパー（経営者）	・可処分所得が増えないなか、様々な値上げが続いている。さらに、10月には消費税の引上げが控えている。
	×	通信会社（営業担当）	・業界内において販売に関する根本的な見直しがあるため、その影響で6月以降は販売量が大きく減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)		食料品製造業（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となるため、旅行客の増加による土産物や飲食の売上増加を期待できる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・改元による好影響を期待している。
		輸送業（経営者）	・主要荷主の新製品の製造が予定よりも遅れているが、5月中旬ごろから順調になると期待している。
		金融業（広報担当）	・インバウンドは好調が続く見通しである。原油を始めとした原材料の価格高騰の懸念はあるものの、ボーナス時期には消費税引上げ前の駆け込み需要も見込まれる。
		広告代理店（経営者） その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・選挙や消費税の引上げに伴う案件が増えるともみている。 ・安売りなどはなく通常価格での営業をしているが、受注量も、アイテム数も増加傾向にある。
		農林水産業（従業者）	・今のところ霜などによる果樹被害もなく、順調な滑り出しとなっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の在庫調整にもう少し時間が掛かる見通しである。
		建設業（従業者）	・公共工事の発注見通しでは、上半期中盤以降の受注量は増加傾向と見込まれている。そのため、現時点と大きな変化はないとみている。
		通信業（営業担当）	・契約更新に伴う他社へ契約切替傾向は、今後も強まるとみている。
		通信業（営業担当）	・通信料と端末代金の完全分離プランが明確になるまで、様子見の客が多い。
		金融業（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因は見当たらない。
		広告業協会（役員）	・東京オリンピック関連の案件が複数見受けられるものの、全体を押し上げるほどのボリュームはなく、横ばいの状況が続く見込みである。
		経営コンサルタント	・消費税の引上げに対する先行きが明確になるまで、前向きな消費は期待できない。
		司法書士	・3月決算が終了し、ゴールデンウィークを目前に控えて一息ついているように見受けられる。しかし、連休後は再び需要が高まるとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・改元となって初めての月となるが、得意先の性質と当方の業務内容から、その効果は残念ながら全くない見通しである。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種や業態によりばらつきが顕在化してきている。数か月先まで受注を抱えているところもあれば、そうでもない企業もある。ただし、全体的には現状維持が続く見込みである。
		農林水産業（従業者）	・燃料価格の高値は今後も続くとみている。
		食料品製造業（経営者）	・消費者は金を使うときと使わないときの線引きが明確であり、財布のひもが固くなってきている。
		食料品製造業（営業担当）	・今月の販売量は前年を大幅に上回ったが、あくまでもスポット的な要因である。そのため、今後は若干落ち込んでいくとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・チラシ印刷用紙のメーカーが生産を縮小しており、印刷用紙不足の影響が出始めている。また、価格も10～20%値上げされているため、今後は紙ベースによる広告は減少していくとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・業界の需要見込みも前年度に比較して減少となっている。また、資材や運搬費の上昇が見込まれている。	
	金属製品製造業（経営者）	・国内において消費税の引上げによる影響が出ることを懸念している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（企画担当）	・東京オリンピック開催後も、首都圏内の大規模再開発計画などに絡む大型プロジェクト案件は複数あるが、実現する計画は少ないのではないかとみている。また、大阪万博についても、短期的には工事量が増加する要因となるが、一過性のものである。全国的にみて先行き不透明感が増し、企業の設備投資も落ち込むのではないかとみている。
		通信業（営業担当）	・最近の景気には、政治の影響がみられていない。
		公認会計士	・建設関係は何とか利益を計上している会社が多いが、サービス業、小売業関係は落ち込みが続いており、改善の見通しが立たない。全体としてはやや悪くなるとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税の引上げを前に商談の増加を見込んでいたが、大きな変化はみられていない。また、パソコンOSのサポート終了に伴う買換え話も進んでおらず、期待外れとなっている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・この先、祝賀ムードは一旦落ち着くとみている。
	x	*	*
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・新年度である4月開始稼働者の動きが、第1四半期に大きく影響する。そのため、2～3か月先の景気は堅調に推移するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・登録者数が増えていることもあり、企業側の募集案件の獲得を積極的に行っている。その結果、今までは採用に至らなかった属性の企業においても採用が決まることもある。この傾向は今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・働き方改革などにより、派遣ニーズは今後も見込まれる。大手企業や地場優良企業などへの接触機会を増やせるかが重要となる。
		アウトソーシング企業（社員）	・仕事量が確実に増えている。この状況は今後も続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・現在就職活動をしている大学4年生において、かなりの数の学生が内定をもらっている。積極的に人材を採用する企業の姿勢が、内定出しの早さに表れている。
		人材派遣会社（社員）	・新卒、中途採用共に採用難であり、業績拡大が困難な状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きには地域によって差が出ている。変化のない地域もあれば、引き続き動きのある地域もある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10連休となるゴールデンウィークで百貨店などの消費は活発になりそうであるが、工場の稼働を休止する自動車関連などの生産活動は停滞するとみている。
		職業安定所（職員）	・製造業、医療福祉、小売業からの求人は減少しているが、建設業からの求人は増加している。有効求人倍率が1.7倍と高くなっているものの、求職者とのミスマッチもあり、景気の変化は期待できないとみている。
		学校〔専門学校〕	・景気が良くなるような要素は特には見当たらない。むしろ、商品価格の値上がりにより景気の悪化が見込まれるのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここにきて消費税の引上げがらみで衆議院、参議院のダブル選挙の可能性が騒がれている。選挙の時期は地方経済が止まってしまうため、景気が上向き可能性は乏しいとみている。
		職業安定所（職員）	・事業所への訪問や、求人者の来所時における聞き取りにおいて、建設業、製造業は今後の景況を不安視している様子が見える。
		職業安定所（職員）	・人員整理、雇用調整などの相談や動きがみられている。求職者側からの相談や企業側からの相談も発生している。
		その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足は続いているものの、製造業では先行きへの不安から、求人を控える動きが出てきている。
	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
----	----------	-------	----------------

分野	景気の先行き判断	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)	・行楽のシーズンに向かうことと、気温が上昇し、ドリンク等の売上が上がるとみており、良くなる。
		家電量販店(店長)	・消費税増税と東京オリンピック需要で、良くなる。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・消費税増税前までは、リニューアル効果が続くものと推測している。
		百貨店(役員)	・改元景気で消費動向が上向くと想定している。
		コンビニ(経営者)	・大型連休が来るので来客数が増え、売上は多少は伸びる。
		衣料品専門店(統括)	・そろそろ当店で扱っている祭礼商材が動く時期になってきている。しかし現状は、なかなか客が街に出てこない。大型10連休に入ったが、通常とほとんど変わらない現状である。当店の商材は、これから夏～秋にかけて動いてくるのではないかと期待している。
		自動車備品販売店(経営者)	・余り良くない状態が続いているので、客の消費も今よりは少し購買意欲が高まるのではないかと、ずっと節約しているので、財布のひもが緩んでくるだろうと期待している。
		住関連専門店(仕入担当)	・改元のタイミングで大きなセールを予定しており、祝賀ムードの演出で、やや持ち直すと想定している。
		その他飲食[給食・レストラン](総務)	・先行きを不安視する見方もあるなかで、消費者の節約志向が更に強まり、飲食関連の業績が落ち込むことも懸念される。国内の賃金状況や連休等の休日要因、国際情勢が、大きく悪化することが回避されるようであれば、結果として、やや良くなっていくものとみている。
		旅行代理店(所長)	・世界遺産登録20周年となる今年は、大型観光キャンペーンと共に、ライトアップ企画なども行っており、伸びを期待している。
		通信会社(経営者)	・多少でも、都内の仕事をもらえるように動いた結果、この先の売上につながる仕事が見えてきている。しかし、地方の現状は変わらない。
		通信会社(営業担当)	・観光業や飲食業は消費が増える傾向にあるが、一部サービス業では、客が出費を抑えるため、一時的な販売数低下が予想される。
		テーマパーク(職員)	・超大型の10連休に向けて、観光業界全体が盛り上がり、期待できそうである。
		設計事務所(所長)	・夏頃までは公共工事の継続や発注が、見込まれている。
		商店街(代表者)	・大型連休と新元号のお祝いムードは上昇するものの、商店街への入込客は厳しい状況が続くそうである。
		一般小売店[精肉](経営者)	・新元号の令和に改まっても、一般への影響は余りないとみている。このままの状態、しばらくは続くのではないかと。
		百貨店(営業担当)	・衣料品の不振続きで、大きな変化は期待できない。6月にはお中元商戦も始まるが、年々ダウントレンドのイベントとなっており、こちらも売上向上には余り寄与しない。今後、数か月先も状況は変わらない。
		百貨店(店長)	・大型連休や改元などに期待感はあるものの、生活に直結する影響変化は少ない。
		スーパー(商品部担当)	・10連休や新元号による特需が一部のみられるにしろ、大きな変化があるとは思えない。例年とは異なる天候が食材等どのような変化をもたらすのか不安である。現状の客単価、来客数を考えると、前年実績を維持できれば御の字という状況は、変わらない。
		コンビニ(経営者)	・900メートル手前の同業他社のリニューアルオープンで落ちた売上が、やや回復中である。企業城下町で、工場前の立地のため、企業景気に左右される。来客数の減少は、朝、昼、夕と仕事をする方中心に減っているようである。
	乗用車販売店(経営者)	・当地域の自動車産業は、リコールなどの問題で減産していたが、ここに来て、ようやく元の生産台数に戻りつつある。消費税増税を実行するか否かが、景気の大きな分かれ目になる。	
	乗用車販売店(販売担当)	・販売ではミニ展示会などを行っているが、これといった来客数の伸びがない。恐らく今後2～3か月先も、イベント等を行っても、それほど良くなることはなく、このままの低水準で推移していくのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・今年的大型連休が、どのような感じなのか分かりにくい。新商材もなく変わらない。一部の店では客の反応が良い物も出てきたが、これも一部の動きであり、全体の底上げにはなっていない。
		都市型ホテル（経営者）	・良くなる要因がみえてこない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10連休中、宿泊は堅調に売上が伸びているが、宴会はほとんど受注がない。働き方改革の影響もあり、サービススタッフは年休消化となりそうである。ゴールデンウィーク以降は宿泊、宴会共に受注できているが、前年と同程度である。
		都市型ホテル（営業担当）	・3か月後は、消費税増税なども控えているので、景気が良くなっていくという見方はできない。ただ、極端に下がるという要素もないので、変わらない。若干、期待も込めて、維持してほしいところである。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況からみて、しばらくはこの好調が続くそうである。ただし、ゴールデンウィーク明けから6月上旬にかけてどの程度の稼働と売上を維持できるかで、左右されそうである。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが変わらない。この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・年度末で契約が増えつつあったが、今後の見込みは横ばいである。
		ゴルフ場（総務担当）	・5～7月の予約数が伸び悩んでいるが、天候次第である。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、ほぼ前年度並みに推移している。
		設計事務所（所長）	・令和元年スタート、消費税増税前だが、業界的に特段変わりはないと予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税はほぼ確定しているので、買い控えは継続すると予想される。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・うそだらけの統計調査が出て、客も完全に冷え切った状態である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・3～4月から、当店の周りで倒産、閉店が既に5件発生している。決して良い状態とはいえない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税による消費マインドの低下は不可避である。今回は、キャッシュレス消費還元事業の実施が予定されており、消費税増税前後には駆け込み需要を含めて、一時は消費拡大を期待できるが、その後は減速すると予想する。
		コンビニ（店長）	・4月に行われたイベントは天候に恵まれたせいか、今までになく客の出足が良く、その影響を受けて4月の業績も上向いている。現状、2～3か月後は余り期待できない状況にある。
		家電量販店（営業担当）	・パソコンのOSソフトサポート終了前に、買換えが進んできており、前年比150%で推移しているものの、パソコン以外の商品は厳しい状況である。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注が減少している。今後の受注残も減少している。
		一般レストラン（経営者）	・前年からの実績を踏まえ、来客数の減少は今後も続くかと予想する。10連休中は人出が戻るかもしれないが、連休明けの落ち込みが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・10連休が終わり、動きは鈍くなる。夏は暑さで動かず、物価上昇も影響してくる。消費税増税前の駆け込み需要があるかどうかは未知数である。
		都市型ホテル（営業）	・宿泊については、近くに新しいホテルが6月オープン予定で厳しい状況にある。宴会も物価高騰に伴い各種商材が上昇しているなかで、現状価格プラス消費税となっている。また、夏休み等の関係でも、厳しくなると予想している。
		旅行代理店（経営者）	・前年と比べてパッケージ旅行の料金が上昇しているが、安い商材を求めて、客のWebへの流出が続いている。
		タクシー運転手	・いつものことだが、お酒を飲む機会が減っているようで、タクシーの利用客は増えそうにない。
		通信会社（総務担当）	・多忙にはなっても販売は伸びない予測である。
		通信会社（局長）	・一時は落ち着いていたガソリン価格が再び高騰している。ゆっくりではあるが、企業の収益を圧迫し景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・車検、修理、点検といった自動車整備や、板金塗装などの車体整備共に僅かずつだが、受注の先細りが予想される。客の車に対する認識が変わってきていることが原因である。 「車は故障しない物、少しくらいの傷や不具合は、さほど気にしない、保険でまかなえないなら直さない」という傾向である。
	×	コンビニ（経営者）	・消費税増税を控えているということもあるし、米国大統領の中国に対する貿易関税の件などのニュースもあるので、世の中全体が、何となく買い控えたり、先行き不透明感で悪くなるのではないかと。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・当店で扱う商材のターゲット客自体が、年々年を取っていく。その後の世代につながるような商品群とはかなりかけ離れた雰囲気がある。次世代へのつながりが見えないため、日に日に来客数が減り続けているのではないかと推測している。このままいけば、必ず終わりが来るのではないかとさえ感じている。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・車の販売と修理をしているが、だんだん景気が悪くなってきている。良くなる要素が1つもない。新型車が出ても売れないし、修理についても、今はリコールがあるので、リコールで少しは稼げるが、それがなかったら悲惨である。
	×	タクシー（役員）	・乗務員不足である。
	×	通信会社（経営者）	・この状況で消費税増税では、一層デフレが進むのではないかと。
	×	美容室（経営者）	・当店は消費税分を値上げしただけで、実質20年間据置き価格のままである。一般家庭の「賃金に対する物価値上げ許容度」の数値が、依然としてマイナス圏（デフレマインド）ではやむを得まい。
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・3本柱の事業全てが少しずつ伸びている。
		化学工業（経営者）	・今後3か月の主力製品受注が好調で、やや良くなると考えている。ただし、受注が伸びない製品もあるので、落ち込むようなアクシデントがないことを祈っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車向け増産対応の新規ラインも立ち上がり、売上は伸びる。建設機械やロボットに関しても堅調に推移する見込みである。
		経営コンサルタント	・令和への改元に伴う、新商品開発やイベント等の企画、販売活動上の工夫に対する変化は、当地ではまだそれほどではない。しかし、そうしたことも徐々に進み、盛り上がるのではないかと。
		金属製品製造業（経営者）	・ここ2～3か月の間は、売上がとても多くなっている。そのため、利益も珍しく増加している。これが続くと良い。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量が多い状態で、変わらず推移する予定である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量、販売量、取引先、競争相手の様子等、いずれも余り変わらない。2～3か月先まではちょっと分からないが、今のまますの状況が続く。
		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）	・今月で平成が終わり令和になる。建設業は高齢化が進んでいる。魅力ある業種にならないと若者の採用が厳しくなる。令和を迎えるにあたり考えていきたいと思う。当社は今期、前年比10%増の受注がある。
		輸送業（営業担当）	・改元となり令和になるが、特にこれといった材料がなく、夏場商材のエアコン、扇風機等が例年並みに出る予定である。ただし、人材不足等により、運賃の高騰も避けられない状況である。
		通信業（経営者）	・とりあえず、3か月先の仕事までは確保できている。
		司法書士	・中央の流れが押し寄せてくるようなことがない限り、余り変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数、受注量共に、特段変化はみられない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今後の売上の安定については、先が読めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社は輸出向け製品は一切作っていないが、全般的に景気が冷えてきて、国内需要が大きく落ち込んだ感がある。受注量もかなり減ってきている。
		建設業（総務担当）	・良くなるという話が余り聞こえてこないので、危機感を抱いている。
		不動産業（管理担当）	・人件費や資機材の値上げが続いており、今後も経費増が見込まれる。5月の連休中の管理、清掃業務も、今年は一斉休業するところが多く、例年より売上の減少が確実である。
		広告代理店（営業担当）	・消費税再増税に向けて、お金の節約傾向が強い。不況への入口になる。
		社会保険労務士	・貿易摩擦による輸出企業の減産や、原油価格の高騰などで夏のボーナスに影響が出そうである。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・当社の通信機器や取引先の生産動向に陰りがあり、他の取引先営業開拓に時間が掛かる。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・今年2月くらいから、住宅の増改築、補修等も出てきている。新年度に入ってゴールデンウィークに向けて買い控えもみられるが、いよいよ10日間の大型連休に入るの、販売等に力を入れているようである。幾分客単価が上がって上向くとみられる。
		人材派遣会社（経営者）	・特別忙しいところ、暇なところはないが、売上は少しずつ減っている。
		人材派遣会社（社員）	・当社の顧客である宿泊施設関係は、前年同月と稼働がそれほど変わらないところと、大分減ってきているところがある。先行きは今と余り変わらないのではないと思うが、景気の動向などをみていると、やや悪くなるような気もしている。観光地で外国人の誘客がまだ維持できているため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は3か月前から1.97～2.26倍で推移しており、事業所の採用意欲の高い状態が続いている。
		職業安定所（職員）	・人材確保が一段落した企業も相当数あり、人員過剰とならぬよう、例年の採用数に戻す企業もある。
		職業安定所（職員）	・製造業を始めとする受注増も、とりあえず落ち着いてきた様子である。また、働き方改革の影響なのか、社外に対してよりも、社内の体制整備や福利厚生などの強化に取り組んでいる企業が以前よりも増えている印象である。
		人材派遣会社（社員）	・求人はあっても紹介できる人材が不足している状況は、解消されていない。また、労働者派遣法改正によるコストアップの影響もあり、厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（管理担当）	・中国輸出用の自動車部品生産業への派遣、請負先の計画が減少しているため、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)		スーパー（経営者）	・まだ改善しなければならぬ課題がたくさんある。
		旅行代理店（営業担当）	・さくらんぼ狩りの商品の申込みが順調である（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税再増税に備えて駆け込み需要が増えるかとみている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏に向けて動き出している。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・消費税再増税前の駆け込み需要と季節商材の購入で、多少は上向くのではないかと。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・改元による多少の期待感がある。実際にふたを開けてみたらどうかというのは分からないが、良くなつてほしいと自分自身も含め、皆が思っている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・秋の営業終了に伴い、セールへの関心が高まっているため、動員客数、買上点数が前年比で伸びると予測している。
		百貨店（広報担当）	・改元を迎えたことによるお祝いムードが購買意欲の上昇基調を下支えし、消費税再増税前の駆け込み需要が夏頃から盛り上がり上がってくると予想している（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）	・改元のお祝いムードも落ち着くなか、消費税再増税前の駆け込み需要に期待したい。一方、再増税見送りやダブル選挙の噂など政情の不安定さが購買意欲に水を差すことが懸念される。全般的にはインバウンド需要に支えられ、少なくとも現在より悪化することはないと推測している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税再増税を控えて、高額品に動きが出ると予想している。一時的ではあるものの、景気は上向くとみている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・美術品や宝飾品等の高額品は、消費税再増税前の駆け込み需要が見込まれる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・4～5月のゴールデンウィーク中は好調に推移する。改元がけん引する消費はあるものの、ゴールデンウィーク後の消費は足踏みがあるとみている。消費税再増税前的高額品の前倒し消費は既にみられるため、全体としてはやや良くなると期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税までは高額品を中心に消費が伸びると予想している（東京都）。
		百貨店（店長）	・令和時代の到来ということで、多少お祝いムードが出ることと、長期のゴールデンウィークを楽しむことで、心にゆとりが出ることなどが景気の押し上げにつながるものと期待している。
		百貨店（店長）	・Eコマースとのシームレス化を図る戦略を取ることとなり、双方を合算すると、地方客による売上などが確保できて、やや良くなる可能性が出てくる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・これから夏場を迎えると、ソフトドリンク、アイスクリームなど販売量、単価が上がる商品が増えてくる。
		コンビニ（経営者）	・改元に伴い、お祝いムードが多少出ると期待している。
		家電量販店（店長）	・改元セールによる祝賀ムードで消費は期待できる。また、各社共に、消費税再増税前の駆け込み需要を先取りする販促策を強化してくるため、消費は伸びるとみている。6月の平均気温が前年を上回るとの予想から、白物、季節家電を中心に売上に期待が持てる（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・願望の側面が強いが、消費税再増税前の駆け込み需要の発生と、5月からの改元により、消費環境が好転することを期待する（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・6～7月は上期の需要月であり、新車効果で需要が伸びてくる。中古車はインターネット強化策、サービスは整備以外の商品提案で客の獲得を図る。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税再増税を控えて、駆け込み需要が見込める。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・大型連休による販売量の減少は一過性の現象であること、反対に、消費税再増税前の駆け込み需要による販売量の増加の可能性もあることから、今後2～3か月の景気は良くなる（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・小売各社による改元販促の実施と消費マインドの向上により、やや良くなる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・心配していた統一地方選挙の影響もそれほどなく、むしろ有権者が余り関心を示さなかった結果、東京オリンピックの方に意識がいつているように感じている。徐々にだが、東京オリンピックに対する期待感が増しているようである。天皇陛下の御退位もかなり影響している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素としては、改元、ゴールデンウィーク10連休、消費税再増税前の駆け込み需要がある。反対に悪くなる要素として、働き方改革による残業の減少で可処分所得が減少し、遊興費やし好品購入に回すお金がなくなる。つまり、ぜいたくができなくなることによる購買力の低下がその先に見える。
		一般レストラン（経営者）	・休日も増え、客単価、来客数も伸びている（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約は例年並みに推移しており、改元によるお祝いムードや夏休みなどで、景気はやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月は今の所取り込みが弱く非常に厳しいが、夏季は少年野球の全国大会や各種イベントが多く開催されるので、需要が高まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・旅行シーズンに入ることと、新年度になり新規の見積依頼が寄せられている。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比べて前受量が多い。
		旅行代理店（総務担当）	・統一地方選挙も終わり、組合関係の動きが良くなると予測している（東京都）。
		タクシー運転手	・利用者がスマートフォンの配車アプリを使い、乗車予定地と目的地を入力すると、自動計算で運賃が表示され、乗車前に運賃が決まる事前確定運賃の導入に向け、今年前半にも道路運送法に基づく改正がされる。このことでタクシー利用客が増えることが予測されるので、忙しくなる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向けた高画質映像ニーズの高まりや、新元号による機運の変化、また、自社的には新サービス導入により、客からの更なるリアクション増加に期待したい（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・新入居時期の通信サービス変更特需が例年と異なっている。3月のピークが分散され、5月の引越しに流れている。例年の特需が緩やかに5月末まで続く傾向を感じ取れる。
		通信会社（経営企画担当）	・今後の商談数が増加しているため、やや良くなる（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・時代が平成から令和に移行する過程で、消費動向に対してプラスに働く要素が出てきているので、期待している。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・秋の消費税増税前の駆け込み需要が若干は出てくると思っている。令和という新しい時代と東京オリンピックを控えているということで、一定の経済的な盛り上がりがある（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・ゴールデンウィーク明けに新しい仕事の話の話を聞きに行くことになっている。本契約はまだ先になるが、現段階では契約ありきで進んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が過去にないくらい悪いので、今後2～3か月の販売量が普通に戻れば、景気はやや良くなったといえる。ただし、商談中の客が少ないので、良くなるということまではいかない。
		商店街（代表者）	・商店街では今、大型店及び大型のチェーン店が各1店舗退店していく状況に陥っている。景気が悪いからこそ退店していくのだと思うので、この先も景気は変わらないか、やや悪くなっていくのではないかと不安に思っている。
		商店街（代表者）	・悪くはならないと思うが、良くなるともいい切れない。イベントへの反応はとても良いので、良くなる素地は感じるが、世の中のマインドが消費税増税などで下がっていることが気に掛かる。今は良くなるか悪くなるかの分岐点のような気がする（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・5～6月はイベントへの出店が多いため、天候によっては売上につながる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年5月は売上が落ちるので、例年どおりになると予想している。季節の変わり目で、暑ければエアコンが売れるが、今年は連休が長い分、家電製品にはお金を使わないように思われる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・見積件数は多い。今もらっている見積案件が夏のエアコンの時期と重ならなければ良いと思っている。メーカーは今夏はエアコンが不足するといっているのので、どのように対応しようか思案中である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税までは、特に変わらないとみている（東京都）。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米穀販売なので、販売が過剰に上がるとは思っていない。景気はさほど変わらない（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文具の需要期である4月の売上が余り伸びていない。その分、通常は売上の落ち込む5～6月との差は出ない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・店頭、外商共に企業努力で何とか売上、粗利を保持してはいるが、余りぱっとしないのが現状である。特に、今月は休日が多かったり、働き方改革法案の成立によって、物流が完全にストップしてしまっていたり、足かせになるようなことが多々ある。目隠しをされ、後ろ手に組まされて、剣道の試合をさせられているような状況が続いている。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・来月からの新茶の時期に期待するものの、今のところは注文もそれほど多くなく、例年どおりの様子である。当社の製品はそれほど景気には影響されないのだが、最近では外国人観光客の購買意欲に期待したい(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・全体的には今後も前年ペースでいくとみている。来月からはお中元商戦になっていくが、この2~3年の動きを見ても、大体前年ペースでいっているのも、その傾向は変わらないと思っている。菓子、総菜が比較的好調である(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・好調とまではいかないまでも、現状の流れは維持できると推測される。
		百貨店(営業担当)	・前月に引き続き、今月も食料品を中心に商品の値上げが増えており、今後も値上げ対象品は拡大傾向にある。実質消費の減少が懸念される(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・ゴールデンウィーク10連休や皇太子殿下の御即位といった明るい話題がある一方で、米国株価低迷の影響による株価の押し下げ要因等があり、積極的な消費行動につながる期待は薄い。特に、天候の影響によるアパレルアイテムの梅春物の苦戦を、夏物ではん回できるかが鍵となる(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税増税前の高額品需要に期待していたが、前回の消費税増税時と比較して、消費者の高額品に関する対策意識が低いように感じる(東京都)。
		スーパー(販売担当)	・客の動きを見てみると、広告初日の目玉商品や、時間帯でのタイムセール、ポイント何倍の店舗を利用するなど、特典のある時間帯や店舗をうまく使い分けて低価格格材を買い回っている状況がまだ多く見受けられる(東京都)。
		スーパー(経営者)	・5月の前半はいろいろな行事、改元に伴う盛り上がりがあるので少しは良いが、その後はまた節約志向で落ち込むのではないかと危惧している。結果として、いつもと変わらず、余り良くない。
		スーパー(店長)	・外的要因がないなかで来客数が減っているという異常事態を1日も早く打破しなければいけないのだが、なかなか思うような形で数字として結果に表れていないので、3か月後も今のまま変わらない。
		スーパー(店長)	・消費者には節約志向が依然として根付いており、価格に敏感な部分は拭いきれないので、もうしばらくは同様の状態が続く(東京都)。
		スーパー(総務担当)	・改元という大きな時代の流れの中で、お祭りムードというか、客の購買意欲を上げるようなムードはあるのだが、今のところ、客の購買力の力強さがみえない中で、瞬間的なものに終わってしまいそうである。消費税増税前の需要としては、9月に若干上昇するのではないかとと思われるが、全体として厳しい状況は変わらない。
		スーパー(営業担当)	・将来への不安感をまだ払拭できずにいる。客の会話の中でも、将来に向けて余りぜいたくはできないという声をよく聞く(東京都)。
		スーパー(販売促進担当)	・10連休の集客アップがポイントである。気温が上昇すれば衣料品にもチャンスがあるが、厳しい状況が続くとみている。
		スーパー(仕入担当)	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴い、平成から令和を迎え、改元を祝い、消費が喚起されることを期待する。
		コンビニ(経営者)	・客の消費動向に変化なく、著しい天候の変化がない限り、現在の景気が維持される。
		コンビニ(経営者)	・環境の変化に対して、本部の支援が遅れているために、厳しい状況はしばらく続く。
		コンビニ(エリア担当)	・10連休があり、人の動きが活発となるため、景気の上昇が期待できるものの、連休明けの財布のひもの締め具合が厳しい場合は、マイナスとなる可能性もある(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
		衣料品専門店（経営者）	・中間層の買物は点数も多く客単価も上がってきているが、一般の客は価格に厳しくかなりシビアな買い方をしている。秋の消費税増税が決まったら、また失速するのではないかと心配している。
		衣料品専門店（店長）	・改元が控えていることから、数か月はお祝いムードもあり若干は上向くとみている。ただし、原油価格が上昇し、人件費も上がる傾向にあるので、差し引きすると現状維持になるのではないかと。
		衣料品専門店（統括）	・気温が安定しないため、来客数が伸びる見込みがない。
		衣料品専門店（役員）	・以前よりも衣料品にお金をかけないという客の声をよく聞く。
		家電量販店（店員）	・現状において景気回復の兆しはみえない（東京都）。
		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。今月はたまたま役所の入札で落札したため、販売台数が伸びているだけである。
		乗用車販売店（経営者）	・5月の大型連休の影響はあるものの、売上は前年並みになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・秋にモデルチェンジを控えている車種がいくつかあり、それを見てから判断するというユーザーが多い。
		乗用車販売店（店長）	・現在の当社の商品力と市場の動きを考えているが、動向が読みにくい。
		乗用車販売店（渉外担当）	・具体的な好転要素が顕在化していない。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税を踏まえたりフォーム工事の前倒し実施の動きは、夏頃まで続いていくものと予想している（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量が変わらないことと、商売柄、季節が変わってもほとんど変わらない。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・現行ハードの成熟期にあり、減少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）	・消費税増税に向けて、大型消費以外は見込めないのではないかと。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連の予約や宴会予約は前年並みに推移している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・3か月先の法人等の予約状況をもみても、ほぼ前年並みである。販売単価を上げられるほどの勢いは感じられない（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・過去の消費税増税では、増税半年前頃から耐久消費財への支出のためか、来客数、客単価の低下が起こっており、今回も懸念している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・例年、5～7月は余り良くないので、2～3か月後も今とさほど変わりはない。3月や12月は景気が良いが、現在は売上はほぼ前年並みで、景気が良くなる方向にはいかない。
		一般レストラン（経営者）	・新住民の増加は著しいものがあるが、まだ地元に関する情報量が少ないので、何らかの宣伝方法が必要となっている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も余り変わらない。まして消費税増税の雰囲気が出てくると、財布のひもが更に固くなるような気がする。
		一般レストラン（経営者）	・人手不足はますますひどくなっている。仕入原価も高止まりのままである。世界情勢も気になる（東京都）。
		一般レストラン（統括）	・大型連休の動向は現時点では判断できないが、改元による祝賀ムードが消費に結び付いていくかどうかと同様である。先行きについて読みにくい状況が続いている（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ゴールデンウィーク後は落ち込みが予想される（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・委託料等の引下げ、引上げは4月から1年間継続するため、今後に大きな変動はない。ただし、春、夏、秋は取引先の宴会、イベント需要が増加するので、その分売上も増加することが予想される（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・10連休の後で、皆それぞれお金を使うことが余りないのではないかとと思うので、余り期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行では欧米が好調である一方、大票田であるハワイが苦戦している。比較的簡単なハワイやアジアは今後OTA（オンライントラベルエージェント）に移行していく気配がある（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後の6～7月は、夏の旅行シーズンに入ってくる。ゴールデンウィーク10連休の反動がどのくらい出るか懸念している。また、東京オリンピックの1年前ということで、団体旅行がどうなるかまだ定かでないので、変わらないと判断している（東京都）。
		タクシー運転手	・5月に入ると元号が改まるが、4月は慎重な動きで、来月からどうなるかという不安がある。ゴールデンウィークが控えているが、やはり不安が先に立ち、余り動けないという様子である。
		タクシー運転手	・この先梅雨入りしても、前年同様、利用がさほど増えるとは思えない。また、秋には消費税増税があり、当然タクシーの料金も上がる。利用がますます減りそうで、この先は不安材料ばかりである。
		タクシー（団体役員）	・特段良くなる材料もなく、タクシー運賃改定を含む消費税増税後の景気動向が心配される。
		通信会社（経営者）	・給料はそこそこ上がっているが、消費税増税を控えて購買意欲などが相殺され、プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・広告、宣伝活動への投資意欲が上がる企画が必要だと感じている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・値上がりする商材が増えてきており、余計な消費は控える状況が続いていく。
		通信会社（管理担当）	・下げ止まりの兆しはあるものの、トレンドに大きな変化はない。
		通信会社（営業担当）	・消費者のニーズは多様化しているものの、サービスは競合他社間でほぼ横並びであり、景気自体は横ばい状態が続く。
		通信会社（局長）	・ラグビーワールドカップに伴う4Kテレビ視聴需要の盛り上がりはもう少し先になる見込みなので、秋の当社新サービスの展開までは現状のままで変わらない（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（管理担当）	・法人向けのシステム再構築需要は秋口まで続くものとみているが、個人向けの携帯電話及び周辺機器の販売数量は、前年同期に比べて落ち込んでいる。また、大手キャリアが発表した新料金体系の影響がどのように現れるかも不透明である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・景気が良い時は新規獲得等、積極的に取りに行くイメージがあるが、最近の他社等の動きをみていると、新規獲得というよりも、既存客の値上げに動く会社も出てきている（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・政府が要望した携帯電話料金の値下げに対し、キャリアから提示されたのは、結果として一部の利用者のみ値下げされるようなプランであった。所得はさほど増えていない印象で、家計の固定費が下がらないと、他にはお金が回っていないのではないかと推測している。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は梅雨の走りになるが、観光地のため、今月とほとんど変わらない（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・参議院選挙、消費税増税など消費マインドの動向に影響を及ぼすイベントが続く、楽観視できない。反面、ベテラン有名選手のマスターズ復活優勝や、来年の東京オリンピックに向けて、ゴルフへの興味関心が向く動きも考えられる。
		競輪場（職員）	・本来であれば、暖かくなり、客の出足も良くなるはずだが、現状では景気回復の兆しがみえない。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・予約は堅調だが、天候次第である。消費税増税前の夏期休暇シーズンに入るので、営業がどう出るか気になるところである（東京都）。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・全般的に景気は良くなりつつあると感じるが、末端の零細企業ではその影響をほとんど感じない。
		その他サービス[電力]（経営者）	・4～6月は年間で電気使用量が少ない時期に当たる。今までの状況から前年比で横ばいが減少が見込まれる（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・春先の集客時期の問合せ件数は前年並みである。
		設計事務所（経営者）	・特に良くなる要素や悪くなる要素は感じられない。流れとしては例年どおりの推移となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（職員）	・どちらかといえば下降傾向とを感じるが、相対的には変わらないのではないかと（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が順調なため、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・景気が大きく良くなるとは感じていないが、緩やかながらも良くなる。金融機関の融資姿勢に変化がなければ、このまま推移していく。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・新年度になれば、ある程度は仕事が来ると思っていたが、新年度がスタートしても今のところまだそのような話は無い。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の需要は見込めるが、建築資材の大型案件が限られているなかで、受注を伸ばせる環境ではなくなっている（東京都）。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・販売形態の変化も大きな要因だと思うが、客が本当に商品を求めている様子が見えない。何を求めているのか、どうも返答がない。ただ調べているのか、見ているだけなのかという様子である。これからもこういう状況が続いていくのだろうと思っている（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・モノに対するこだわりというものがなくなってきている。インターネット販売等で印鑑を作ってしまうのは、危険というほどでもないが、ロボット彫刻では極端にいうと同じものが2本できてしまう。印鑑制度にも問題があると思うが、これでは手彫りの技術がなくなってしまうのではないかと。こだわりというものは商売においても大切だし、これからも大切に維持していくべきだと感じる。
		百貨店（売場主任）	・生活必需品の高騰や予定されている消費税増税による実質賃金の減少により、厳しい状況に変わりはない。ゴールデンウィーク10連休後も更に厳しさが増す。
		百貨店（販売促進担当）	・4月から値上がりした物も数多かった上に、ゴールデンウィーク10連休での支出もあり、今後は客の財布のひもが更に固くなるのが予想されるため、景気は悪くなる。
		百貨店（計画管理担当）	・秋に競合店が閉店するため、今後大規模な閉店セールを仕掛けることが想定される。本店としても様々な販促を実施して集客に努める予定だが、厳しい商環境に置かれることも想定される（東京都）。
		スーパー（経営者）	・客単価が落ちている。1人当たりの買上点数も減少している。
		コンビニ（経営者）	・ここ1～2か月の動向から、やや悪くなる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・コンビニ業界は店舗数が飽和に近づいているなかで、まだ出店が続いているので、1店舗当たりの商圏が小さくなってきており、毎年徐々に売上が落ちている。そのため、景気も下がっていると考えている。
		コンビニ（経営者）	・本部、他社との話し合いにより、店と本部側との利益配分がどうなるかに期待をしている。販売に力を注いでいけるかどうかは、そこに掛かっている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税を前に衣料品は節約の対象になり、年内は厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・学校関係の仕事もあるが、少子化の影響で夏服や水着等の売上は下がると予想している。
		衣料品専門店（店長）	・当社の扱う商材は、比較的高額商材が多いため、10月に予定されている消費税増税の影響が懸念される（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気が上がる要因が1つもない。物販はインターネット販売などに押され、店舗を構えていても難しい時代が来ている。
		家電量販店（店長）	・このところ商品単価が徐々に下がっており、単価アップと猛暑到来がなければ厳しい状態になると予想される。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の時期となるが、駆け込み需要に対応できるほどの生産能力に欠けるため、厳しいのではないかと。
		住関連専門店（統括）	・現時点では消費税が再増税されるかどうか決定していないので、消費者の買い控えがまだまだ続くのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税と可処分所得の増加の実感が得られず、財布のひもが固くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・強いプラス要因が見当たらない。消費税再増税直前には駆け込み需要もあるだろうが、これに関しても実施前後トータルで換算すればマイナス要因である。
		一般レストラン（経営者）	・5月も最初から連休があるので、間違いなく前年比での売上は落ちる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が上がることもあり、財布のひもが徐々に固くなるのではないかと。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークで、前年と比べて需要を先食いしている（東京都）。
		タクシー運転手	・終電後、深夜帯の人の動きが全くみられない状況は今後も続いていく（東京都）。
		タクシー運転手	・大手企業の人と中小企業を人の違いを感じる。今回のゴールデンウィーク10連休においても、大手企業では余裕を持って海外旅行等に行く人がいるが、中小企業の人には余裕がなく、手短な旅行になっている。これからはますます格差が広がるのではないかと。タクシー業界は歩合給なので、非常に深刻である（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・消費税再増税、マイナス金利、人口減少、高齢化社会、将来への不安は尽きない。財布のひもは固くなるばかりである。働き方改革により、権利ばかりが先行してしまうと、効率的な仕事を行うための能力、努力が追いつかず、仕事量、生産量が減少し、景気が低迷してしまうように感じる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数が減少している。地域性による小中学生の減少もあるかもしれないが、景気的には良くない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数が増える要素が見当たらない。
		設計事務所（所長）	・現在の仕事が終わった後は、次の仕事の見通しが立っていないため、悪くなるのではないかと（東京都）。
		設計事務所（所長）	・仕事量が増える見通しはない。同業者の状況を見ても同様である。
		住宅販売会社（従業員）	・「3月中に請負契約を締結すれば消費税再増税後の引渡しでも税率8%が適用される」という特例措置も盛り上げりを欠き、受注の厳しさもあいまって、受注残が減少している。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ここ2～3年、良い話をなかなか聞くことができず、客から話をもらっても、価格での勝負が多く、どんどん厳しい状態になっている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰である。また、基本給が上がっても、増税によって、手取り額が減少してしまう。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今の状況で消費税が再増税されたら、更にひどくなる（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・4月はとても良かったが、この先は梅雨に入り、暑気払いにもまだ早い季節なので、売上は落ちる（東京都）。
	×	設計事務所（経営者）	・統一地方選挙の影響だと思うが、仕事の数量自体が大変少なくなっている。東京オリンピック関係の大手の仕事は多いようだが、我々中小企業は、伸びがみえないというか、閉鎖的になっていると感じる。民間の仕事も基本的な考え方が鈍くなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱などによる海外経済の減速や、消費税再増税などで、景気の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）	・仕事量が増えているが、人手が足りず苦勞している。個人的には、買物など人の動きが活発になっていると感じている。
		食料品製造業（経営者）	・新元号、令和になり、関連商品の注文が順調に入っている。
		不動産業（総務担当）	・旺盛なオフィス需要は当面続くとと思われるので、特に都心部において賃貸業を営む当社の将来における景況感が良い（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピック関連の業務が増えてくる予定である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・提案中の案件の受注が入ってくる時期であることから、受注量が増大してくる。

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
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今は持ち切れないくらい多くの仕事を抱えて忙しくしているが、改元するからという客が結構いるので、恐らく5月いっぱいまで改元に伴う注文は減ってくるのではないかと。5月以降は平年並みの注文に落ち着く見通しである（東京都）。
		化学工業（従業員）	・国内向けの受注量はやや減少しているが、海外向けの受注量が増えているので、変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・景気は悪くなっていないというが、業種によって違う。プラスチック業界は、良いところと悪いところがあると思うが、当社は大きな変化は余りない。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先、近隣の同業者からも、特に悲観的な話題はない。
		金属製品製造業（経営者）	・同業者が減ったために見積件数が増えているだけで、仕事量が増えたわけではないので、価格が安いままだと、先行きが心配である。社員募集をしても応募が少なく、人手が足りずに困っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・数か月先の受注残も少ないため、更に悪くなる可能性がある（東京都）。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・得意先関係では大きく変わるような情報はないが、材料屋はかなり冷え込んでいるという情報が入っている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・暖かくなるのが遅かったせいか、2～3月が不調だった分、今月は動きが出ている。この傾向が夏まで続く（東京都）。
		建設業（経営者）	・中小企業及び零細企業への景気対策が行き届いていない。
		輸送業（経営者）	・現時点で、現況が好転する材料がないため、厳しい状況が続く（東京都）。
		輸送業（経営者）	・輸送費の値上げ転換が進んでいない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・運賃交渉を行っているので、交渉次第になる。
		金融業（従業員）	・建設業、不動産業は引き続き好調な取引先が多いが、製造業などでは頭打ちの気配も感じられる。個人消費が回復しているとの声は少なく、特に中小小売業の業況は厳しい（東京都）。
		不動産業（経営者）	・繁忙期も終わったが、賃貸の世界は厳しい（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・売上予想は前年同期と比較して特に変化はない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・目新しい、新規トピックスが余りない（東京都）。
		税理士	・米中貿易摩擦が片付かないと分からない。国内の問題よりも、中国経済などの問題が大きく影響する。消費税は上げるべきではない（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）。
		税理士	・10連休中の海外の動向が懸念される。連休明けの為替と株価の動きが大きくないことが望まれる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年8月までは受注量が減っていく傾向にあり、今年も余り予定が入っていない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙そのものがない状況がこの夏以降まで続くというので、更に悪化することが想定される。
		化学工業（総務担当）	・4月は3月末決算後の在庫確保と5月の大型連休の先取りで、荷動きは多い。連休後の運送の混乱と、4月の先取りによる5月の反動減が予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示が落ちてきているところもあるが、変わらない取引先もある。自社で加工をしている物が2割落ちているという客もいる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・米中の貿易戦争や半導体の急激な失速により、設備面の延期が多くなってきている。
		建設業（従業員）	・受注は、今と変わらないか、やや減る傾向になりそうである。
		通信業（広報担当）	・今の良い状況が続くのかどうかは、もう少し見極めが必要である（東京都）。
		金融業（統括）	・米中貿易摩擦等のような悪い話が経営者のマインドに大分入ってきている。
		金融業（支店長）	・米中貿易摩擦もあり、景気は少し冷え込むのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（総務担当）	・実質賃金の上昇以上の値上がりや消費税再増税が控えているので、小売業での消費自体が落ち込み始めている。全体的に人手不足による賃金上昇で経費が増加している。不動産業は、駅近物件は売れるが、駅から離れると売りにくくなっており、土地の仕入れにも慎重になっている。個人客の融資延滞が若干増えており、生活費が厳しくなっている。今後の消費税再増税により、景気は落ち込むことが予想される（東京都）。
		金融業（役員）	・不動産業者の分譲事業において、売却がやや長期化する兆候がみられる。
		経営コンサルタント	・消費税再増税が控えているが、駆け込み需要にも余り期待できない。
		経営コンサルタント	・海外の経済情勢が悪化傾向で、中小製造業にもゆっくりりではあるが影響が出始めている。若手人材の減少も大きく響きつつある。魅力ある会社作りが必要だが、売上が低調な中での魅力づくりは、極めて難しい（東京都）。
		その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	・長期休暇のため経済が低迷するのではないかと（東京都）。
		その他サービス業[廃棄物処理]（経営者）	・大型連休により取引先工場の稼働日数が減少し、受注量も減少する。また、燃料や原材料費の値上がりもあり、利益が落ち込む。
		その他サービス業[ビルメンテナンス]（経営者）	・人手不足が更に厳しい状況で、募集費用と人件費は上がっているが、契約金額は現状のままである（東京都）。
		その他サービス業[映像制作]（経営者）	・景気悪化が伝えられるなか、東京オリンピック関連以外、良くなる要素が見当たらない（東京都）。
		その他サービス業[ソフト開発]（経営者）	・客の話の歯切れが悪い（東京都）。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先の要請で設備投資をしたばかりの化粧品容器の受注はこの先も回復が見込めず、途方に暮れている。中国の電子商取引法改正が原因のようである。
	×	金属製品製造業（経営者）	・当社は部品製造だが、受注量や内示が急にストップしている。当社だけでなく他社も同じ状況の会社が多い。
	×	建設業（経営者）	・消費税再増税により悪くなる。
	×	その他サービス業[警備]（経営者）	・5月の連休が月の3分の1を占めているため、売上が減少する。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・足元の取引先企業からは求人数を多くもっている。引き続き採用増の傾向が強い（東京都）。
		新聞社[求人広告]（担当者）	・5月も含めて6～8月まで既に100件を超える予約が入っているため、相当な増大が見込める。
		人材派遣会社（支店長）	・大型連休のため採用活動が落ち着く企業が増え、求人数が減少しているものの、連休明けから企業の下期に合わせて求人数が増えていくと予想される。
		人材派遣会社（社員）	・海外、特に中国市場等が非常に不透明になっていること、また、国内ではガソリン代がかなり高騰していることから、余り景気に良い影響があるようには思えないという経営者が多い。元号が令和に改まり、どのくらい特需があるのかと話す人が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・今後も求人件数が多く、人材不足の状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・国民レベルに影響が及ぶような効果的な施策がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移しているものの、長期稼働者数が伸び悩んでいる。今後も採用競争の激化による影響と、派遣先の直接雇用への切替えなどの影響から、長期稼働者数は前年同水準で推移すると予想している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・夏頃に向けて、派遣各社のスタンスがはっきりする。その差異にもよるが、明暗が分かると同時に、クライアントからの受注にも連動した動きが出ると思われる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多いが、人手不足感は相変わらずある（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・今月は企業からの派遣オーダー数が増加しているが、派遣登録者数は減少している。そのため、需給バランスが保たれず、来月以降も採用数の増加は余り見込めないため、現状に近い推移になるとみている（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
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も余り感じられない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で減少しているものの、大きな事業所の管外移転の影響等が考えられる。また、求職者数は、前年比を各月でみた場合、増加、減少が混在しているが、総じてみると大きな変動はみられない。
		職業安定所（職員）	・採用者が増えているとはいえ、人手不足感はなかなか解消されていないと感じる。産業ごとの有効求人倍率は相当な差が出ている（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人はあるものの、条件に見合うマッチングができていない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求職者の内容、条件が合致しないケースが多く、採用決定まで時間が掛かる（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用抑制の意向は全体的な傾向といえるほどではなく、まだ一部の動きにとどまっているので、大きくは変わらないとみている（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（支店長）	・契約終了者が増えてきているが、人材不足のなか、それを補うだけの成約数を確保することが難しくなっている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・リーマンショックのような広域的な景況悪化に備えておく必要性を感じている（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・東京オリンピックまでが目安で、新卒採用は手控える動きが出ている。業界によって温度差はあるが、無理に人数を増やさないで、IT活用や働き方の工夫で乗り切ろうという考えが主流になるのではないかと（東京都）。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)		スナック（経営者）	・客に明るさが見られる。改元効果なのかは分からないが良い雰囲気はしばらくは続きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの効果と消費税増税直前の駆け込み需要が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・改元と消費税増税前のセールによって、お祭りの集客で短期的な効果が見込める。
		一般レストラン（経営者）	・改元と、消費税増税前という動機での購入が影響し、やや良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・台湾からの来客は落ち着いたのか減少気味だが、タイ、インドネシアからの来客が増え、インバウンドの国籍が変わりつつある。この先の予約も比較的好調である。
		観光型旅館（経営者）	・今年の夏～秋は、需要につながるような特に大きなイベントなどは予定していないが、初夏～秋にかけて、県外からの需要増が、地元客の減少を補って、売上の維持が期待できるため、現状よりは良くなると考えている。
		都市型ホテル（支配人）	・平成から令和へのお祭りムードに始まり、何かと明るい話題が多く、活気が出てきたような気がする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況は順調に推移している。10連休に伴い、個人予約は順調に推移し、法人関係が落ち込んで動きが鈍かったが、連休が近づくとつれ、また新元号が発表されてからは動きが出てきている。フリー利用も大きく減少する要因がないので、少しずつ安定し、良い方向へ進む。
		ゴルフ場（経営者）	・大型連休は季節も良くなり、予約は順調である。年配者は遠方への移動を控え、家族とのハイキング的な活動を予定している。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・暖かくなってきたので、冬のように葬儀件数はない。ただし、高齢者は大勢いるので、今までのパターンどおりではない。
		商店街（代表者）	・この2～3か月をみると、多少金回りが良くなっている感じがする。
	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後半も期待が持てるが、その後は反動減になると思われる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税再増税関連の消費動向がみえてこない。施策次第のところがあり、再増税までは買い控えの様子も見受けられる。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・夏物商材は特に天候に左右されるので、今の時点では何ともいえない。
		百貨店(営業担当)	・現状、客の様子からしても、良くなる要素はないので、若干悪くなるか、現状維持かとみている。
		百貨店(売場担当)	・10連休のゴールデンウィークではあるが、山が読みにくい上に、気温の変動も大きく、百貨店への来店が期待できない。今後の初夏物やセールの動き、動員に期待する。
		スーパー(経営者)	・改元、10連休に期待するものの、行楽地はプラスでも他の地域はマイナスで増減相殺するのではない。
		スーパー(経営者)	・良くなってももらいたいが、当社は4月21日までで、前年比売上が14%減、来客数は同1%減である。来客数は1月7%減、2月4%減、3月2%減、4月1%減と、よく言えば、来客数が回復してきたと言っていいのかもしれない。前年は、5月からは前年比プラスになっていたもので、5月が楽しみである。ゴールデンウィークも、毎日何かしらイベントの仕事が入っている。5月2日が一番忙しく、3か所で大きなイベントが重なっている。
		コンビニ(店長)	・2~3か月後に暑くなれば、若干それに応じて売上も上がると思うが、景気の状態は特別変わっていない。
		衣料品専門店(経営者)	・まだ商店街の活性化が進んでいないというのが現状で、購買力が弱い。
		家電量販店(店長)	・人口減で、来客数の減少は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・地域でのイベント等で県外客に期待するも、その後に期待が持てない。
		スナック(経営者)	・悪いまま変わらない。現政権も狂っているのではないかと考えて、残り人のせいにはしたくないが、良くなる要素が1つも見つからない。
		スナック(経営者)	・前月、今月と想定していたよりも売上がかなり良くないので、今後も余り期待はできない。これから納涼会シーズンなどに入るの、多少は期待しつつも現状維持というところである。
		タクシー運転手	・ここ1年間を振り返ってみても、前年を上回ったことは1度もない。今月も95%で終わる予定である。
		設計事務所(経営者)	・まだ手をつけられていない物件も多数あるため、変わらない。
		住宅販売会社(経営者)	・別荘に対して、ファミリー層や若年層の関心が向かなくなり、利用者数が減少している。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税再増税に向けて直前の買いだめなど、経済効果は幾分あるが、再増税以降のことを考えると明るい状況には思えない。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税再増税が、悪い方向へ向かうきっかけになることを心配している。
		一般レストラン(経営者)	・消費税再増税に伴う動向が気になる。駆け込み需要は余り見込めない税率の高さなので、経済の動きは鈍くなるのではない。キャッシュレス化への対応もハードルが高い。
		旅行代理店(副支店長)	・中国、米国の情勢次第では企業業績が悪化し、旅行業に大きく影響が出そうである。現在でも、旅行の先延ばしや実施保留の企業が増加している。このまま海外情勢が変わらない場合には、景気悪化は免れないと懸念する。
		×	百貨店(店長)
	×	スーパー(経営者)	・4月からの各商材の値上げの影響が、消費減退に出そうである。
	×	衣料品専門店(経営者)	・不動産などの大きな買物と比べて、我々小売店は景気が良くない。消費税再増税とはもってのほかである。
	×	通信会社(経営者)	・競合他社との客の奪い合いがますます激しくなっている。この状態がしばらくは続きそうである。
企業 動向 関連		電気機械器具製造業 (営業担当)	・今までの受注が徐々に生産増に寄与し始めている。

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
(甲信越)		新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・改元や10月に控える消費税再増税前の駆け込み需要を狙った小売店の販売競争もあり、受注が増えるともっている。
		食料品製造業(製造担当)	・業界全体で販売価格の上昇が見受けられない。とにかく販売量を増やすか、製造原価の価格転嫁をしなければならないが、依然として厳しい状況で、変わらない。
		食料品製造業(営業統括)	・EUやチリ、オーストラリアからの関税引下げの影響が国産ワインの売行きにどの程度関係してくるか、もう少し見守る必要がある。
		食料品製造業(総務担当)	・7月には当社の繁忙期が始まり、例年良くなる。見込みでも期待できる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・当面は受注見込みがあるので、変わらない。
		建設業(経営者)	・受注量はある程度確保できると思うが、人手不足、資材の値上がり心配である。
		金融業(調査担当)	・米中貿易摩擦の影響が予想される一方で、改元による景況感の改善が期待される。
		金融業(経営企画担当)	・消費者が必要以上に消費を抑えている感があり、景気浮揚は感じられない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・今後の受注予測がマイナス傾向にある。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕(経営者)	・3月決算の企業業績低迷からか、4月に入っても仕入意欲がない。
	x	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・毎月の資金繰りがとても大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		-	-
		人材派遣会社(営業担当)	・給与が上がらないので消費に回らず、景気後退は免れない。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・景気の先行きが不透明のため、今後、募集に対して慎重になってくる企業も出てくる。
		職業安定所(職員)	・有効求職者が7月から増加に転じており、景気の改善傾向は緩やかながら鈍化していると判断する。ただし、パートを含む全数の有効求人倍率は高水準である。
		職業安定所(職員)	・3か月前よりはやや悪くなっている印象であるが、依然として堅調な業種もある。今後2~3か月で状況が変わるとは思えない。
		*	*
	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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・ゴールデンウィークの10連休もあり、休日の活用が良い方へと向かう。
		商店街(代表者)	・東京オリンピックが行われるので、ますます良くなると思う。
		一般小売店〔結納品〕 (経営者)	・新しい元号となり、少しは良くなることを期待する。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・改元後の参拝者の増加に期待している。
		百貨店(総務担当)	・10連休による消費への反動が気に掛かるころではあるが、消費税の引上げを前にした駆け込みで高額品への需要が高くなっていることや海外インバウンドも好調であり、引き続き売上をけん引するものと想定している。
		百貨店(販売促進担当)	・消費税の引上げ前のプロモーションを展開するので、駆け込み需要で売上が増大すると見込む。
		百貨店(販売担当)	・夏物が天候の影響で動き出していないこともあり、10連休に向けた期待は大きい。
		百貨店(業績管理担当)	・消費税引上げ前の駆け込み需要による高額品の販売が見込まれる。
		百貨店(計画担当)	・今後、改元の祝賀ムードや消費税引上げ前の駆け込み需要が増えることが予想される。
		スーパー(店長)	・改元により、お祝い事が少しばかり増えている。また、消費税の引上げを前に金の回り方は良くなる。

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
		スーパー（総務担当）	・客の様子やアンケートでは、ゴールデンウィーク中も意外と遠方への旅行は少なく、内食傾向が強いので、売上が期待できる。
		スーパー（支店長）	・春も過ぎ、人の動きが激しくなるこの時期に、行楽などで消費が増えることを期待したい。消費税の動向は気になる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年も暑くなる予報が出ているが、加えてゴールデンウィーク後の出控えも一段落して、再び需要が高くなりそうである。また、インバウンド需要で公共交通機関の利用者も多くなりそうで、上向き基調と考える。
		コンビニ（エリア担当）	・夏季売場への早期対応で、ファーストフードの新商品とキャンペーンに合わせて、冷やし麺のリニューアルを実施する。さらに、キャンペーンも実施予定である。
		家電量販店（店員）	・消費税の引上げ前に買っておこうということで、夏場の混雑時を避けてのエアコン、冷蔵庫の問合せや購入が出てきている。
		家電量販店（店員）	・令和時代の期待を込めて良くなることを願いたい。心配なのは今後の世界情勢がどのように変化するかで、先行きは率直にいったって読めない状況をはらんでいる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来客数は厳しいが、消費税引上げ前のエアコン、パソコンの買換え需要が堅調に見込まれる。天候にもよるが、前年の猛暑の話はよく聞くので、エアコンの買換えや買い増しは今年も続く。
		乗用車販売店（経営者）	・7月にメイン車種のフルモデルチェンジが予定されているので期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げ前の駆け込み受注や新型車種の発表もあり、当分は前年以上の販売台数が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・改元や東京オリンピックに向けて、変化や明るい話題が多いので、とりあえず少し景気が上向くのではないかと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要が本格化してくると思われる、車検証が令和元年となる記念の年に自動車を登録したいという客が増えてきているので、意外ではあるが、改元効果が出てきていることを実感できる雰囲気である。ガソリンの価格が若干上がってきているのは不安材料であるが、工場への在庫数も前年並みであることを考えると、この先が楽しみに感じられる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・ここ数か月は、希望をもって新たな時代の流れを感じ、上向きな雰囲気が続く。
		観光型ホテル（支配人）	・2～3か月後は、月ずれによる大型物件の受注という要素もあるが、他にも受注物件があり、特に宿泊宴会が前年同期比で100%を超える見込みが固く、やや良くなるといえる。
		旅行代理店（経営者）	・消費税引上げの前の駆け込み需要が増える。
		旅行代理店（経営者）	・平成も終わり、令和という新しい時代のスタートで、これから景気も少しは良くなると思う。
		旅行代理店（経営者）	・元号も改まり、新しい時代の幕開けに向けて旅行商品も夏休みのツアーとジョイントしているので、消費者も計画しやすい。ただし、天候に左右される時期なので出発するまでは心配なところがある。
		旅行代理店（経営者）	・秋のラグビーワールドカップが、どの程度、旅行の受注に影響するのかが未知数ではあるが、このままの状況を保てると感じている。
		旅行代理店（営業担当）	・前年は、猛暑による旅行の中止や延期があったほどの異常気象であった。今年は天候不順との予報が出ているので、計画の立てづらいシーズンとなりそうだが、消費税引上げ前の駆け込み需要で上向きになると見込んでいる。
		通信会社（企画担当）	・改元をきっかけとする新商品や新サービスの展開によるお祭りムードが、数か月は続くと思われる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休やチューリップの開花時期で客が増える。
		ゴルフ場（支配人）	・この先6～7月は梅雨に入り天候に左右されるが、6月の予約数は前年と比べ遜色がないので、今月よりはやや良くなる。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・若干は前年の自然災害の影響が残っているものの、線路保守や踏切整備も広範囲に実施されており、安全性や快適さにつながってきている。

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
		美容室（経営者）	・これから暑くなってきて、パーマを掛けたりカットをする客が増えてくる。
		美顔美容室（経営者）	・今月から7月末までのキャンペーンが始まっているので、新規客が増える。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要を期待したいところである。
		商店街（代表者）	・依然として、販売箇所によって売上が一向に上がらない。一部の新店舗だけで売上が伸びているが、従来の店舗の売上がいまだに上がらない。
		商店街（代表者）	・相変わらず客単価が伸びてきていない。自家用の商品も出ていない。
		商店街（代表者）	・時代は変わっても消費活動が変わるとは思えない。消費税の引上げ前の駆け込み需要も期待はできず、さほど変わらないものと思われる。
		商店街（代表者）	・会社関係の消費税引上げ前の駆け込み需要は増えていくが、個人の消費は節約志向が強くなっていくので、相殺すると余り変わらないと思う。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げを控え、夏物商材、特にエアコンの動きに注目しているが、前年のように猛暑が続けばそれなりに需要があると思うが、他の商品、特にテレビなどのAV機器の動きには期待できない。
		商店街（代表者）	・個人の来客数は連休や天候によって左右されやすいので、法人の来客数が安定的に増えるまでは景気上昇は見込めないと思う。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地元駅前が開発で駅前商店がこれから3～4年なくなり、工事の車両でにぎわうことになり客の不便さが目に浮かんでくる。近くにあるアウトレット施設は大にぎわいであり、さらに、その隣には大型ショッピングセンターの工事が進んでいる。当地域は景気の落ち込む最悪のストーリーとなる予感がする。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先は消費税がまだ8%である。10%になる前のこれから3か月間は、駆け込み需要で個人消費が伸びる。しかし、財布のひもが固いところもあるので、伸びているところもあればへこんでいるところもある。したがって、3か月先は変わらない状況で、消費税引上げ前の駆け込み需要があるため何とか伸びているところもあり、バランスとしては、プラスまでいかないけれども、現状と変わらない状況が続くような感じがする。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・依然、購買意欲は低いままと思われる。
		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）	・政局も海外情勢も、いずれも不透明で先が見通せない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度予算が動き出し取引が活発になり、一定の受注量が続くと考えられる。
		百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上は2月以降順調に伸びているが、婦人、紳士共にファッションは引き続き動きが鈍いままである。この先も好転する要素は見当たらず、厳しい状況が続くと思われる。
		百貨店（経理担当）	・消費税引上げを控え、高額品を中心に消費が活発化しそうであるが、先行きは不透明である。
		百貨店（販売担当）	・消費税引上げを見据えた購入は始まるが、良くも悪くもない状況であると予想される。
		スーパー（経営者）	・新元号になってからの参拝客に期待している。
		スーパー（ブロック長）	・10連休のゴールデンウィーク終了後は消費が少し落ちるようになると思う。食料品関係はまだまだ値上がりする商品があり、ガソリンの価格も上がっている。相場安だった野菜価格も上がっている。春からの天候も、平年並みではない状況が続いている。
		スーパー（販売担当）	・店長が問題解決のためのミーティングを定期的で開催してくれることになった。売上の前年超えを維持できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（商品開発担当）	・乗客数もやや回復傾向にあり、前年の99%まで上がってきた。客単価に関しても前年101.4%と上がってきてはいるが、乗客数が前年を超えない限りは良くなるとはいえないと感じる。
		スーパー（経営企画担当）	・特に要素がない。
		スーパー（商品管理担当）	・ガソリンの価格高騰が予見されるので、消費者にも買い控えがありそうである。
		スーパー（総務）	・相変わらず客の財布のひもは固い。景気が変動するような要因が見当たらない。令和に変わろうとしている今も、売上、客単価、乗客数には変動がないのが大きな要因だと思う。
		コンビニ（企画担当）	・景気とは別に、年々気温上昇が続くと思われるので、関連商品は大幅に需要が伸びるのではないかと見込まれる。
		コンビニ（企画担当）	・均一的に良くなることは考えにくい。気候など外部要因により変動する可能性はある。
		コンビニ（店長）	・客の高齢化で売上減が続く。新規客の獲得ができない。
		コンビニ（エリア担当）	・中長期的には24時間営業の撤廃や対応のためのリストラなど、先行きには不安材料が多いが、短期的にはさほど変わりはない。
		コンビニ（エリア担当）	・足元では乗客数も売上も何とか前年より若干増えているが、いろいろなキャンペーンなどの施策を打って、その結果何とか維持しているというイメージなので、こういった販促施策がなくなると前年よりも厳しくなるかもしれない。トータルとしては、良くも悪くもならずにはばらくは推移するのではないかと感じている。
		コンビニ（商品開発担当）	・乗客数の減少が続いており単価でカバーする流れが相変わらずである。短期で回復するようには感じられない。
		コンビニ（店員）	・暑くなると乗客数が減る。
		コンビニ（本部管理担当）	・4月の売上は前年同月比で好調なため、先々にも期待したくなるが、ゴールデンウィークの10連休が終わり消費の冷え込みや消費税引上げを懸念している。また、前年の夏季シーズンは記録的な暑さでコンビニには追い風だったため、仮に今年は梅雨が長引けば、前年比の売上は伸び悩み、小売業界のマインドも下降傾向になる可能性がある。先々の状況は不安定なため、全体としては変わらないと見込む。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールのと時期といってもなじみ客頼みになる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・動きはあるが、伸びていくような力強さはない。
		衣料品専門店（売場担当）	・改元効果により一時的に消費者の購買意欲は増加するかもしれないが、それが景気回復につながるとは思えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・4月になっているいろいろな物が値上げとなり、出費が増えていて消費が落ちてくるのではないかと見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・企業業績の今期見通しにおいてもやや慎重な見方が多く、個人消費についても先が見通せない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・改元や東京オリンピック等、景気を刺激する材料はあるものの、消費につながるような高揚感はいずれ見受けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・10連休のゴールデンウィーク後、客の財布のひもは固くなる。これから夏のボーナス時期に向かって新型車両の商談を中心に客にアピールしていく必要がある。改元を機に、客との話も何となく明るい話題が多く、販売環境が少しでも改善していくことを期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・今月が少し悪かったからといって、たまたまということもある。全体の流れとしては、今までと基調は変わらない。もっと全体でみれば良い感じではないかとも思うので、特別先行きが不安という感じではなく、景気の動向は変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・フルモデルチェンジの新型車両が発表になるにもかかわらず、新規契約の客の来店がかなり少ないので、今後も厳しい状況が続くと見込まれる。
		住関連専門店（営業担当）	・客の様子見気分が強いので変わらない。消費税の引上げや景気の動向について、不透明感があると思われる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・特に景気を左右する要因が見当たらないが、ゴールデンウィークが終わってみてどうなるかは興味がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営企画）	・大型ゴールデンウィークの10連休は、後半に予約が多く入っているが、ゴールデンウィーク中のいろいろな消費で、当面は節約志向が続くと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ前なので見通しが立てにくい。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税引上げまでは堅調な消費が続きそうである。客との会話でも、消費税引上げ後は財布のひもを固くするという内容が多い。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては前年の予約状況に比べて5～8%良くなっているため、比較的良くなる傾向が続き、先行きも良くなる状況が続くという形で変わらない。景気回復支援策があるわけではないが、団体旅行が見直されてきたり、あるいは個人旅行で行楽に出掛ける人も増えてきているようで、やや明るい材料がみえてきたようにも思われる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から横ばいが見込まれる。
		タクシー運転手	・何か月も街中の飲食店街の人出が少ないまま変わっていない。少ないなりに横ばいできているので、まだ変わらないと思う。
		タクシー運転手	・ここ最近はずばり変動がない。
		タクシー運転手	・ガソリンの価格が上がっているし、ニュースなどでも中国向けの携帯向け部品などは非常に注文が減っているなど良くない話題が多く聞かれるので、先行きには心配がある。
		通信会社（営業担当）	・目玉となる商材がない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・ゴールデンウィークの10連休による集客を見越していたが、天候により簡単に左右されてしまう。先行きは不透明に感じる。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外の情勢が不透明である。
		美容室（経営者）	・客の話を聞いていると、出掛けるとか消費するなど、余り金を使ったりする行動は少ないように感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・横ばい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・年度末の消費税に関連した動きが落ち着き、販売量は停滞している。ゴールデンウィークの来場客は、6月頃からの商談になると思われる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・長期のゴールデンウィークがあり、新規入居が大幅に減少する見込みなので、現状維持のために新規開拓を検討中である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ふだんの外での飲食は、消費税の引上げを控えています。減る流れが続くと考えられる。
		百貨店（売場主任）	・自社カードの優待とかポイントアップとか、店としてはいろいろ行っているが、集客はあっても購入客は少ない。給料日でもそれほど購買意欲のある客はなかったため、少しずつ売上が厳しくなる状態がこれからも続くのではないかと思う。
		百貨店（経理担当）	・今回の消費税増税は前回のような駆け込み需要は発生せず、むしろ耐久消費財の買い控えや、一般消費財の低価格志向が強まることによって、景気は悪化する。
		スーパー（経営者）	・中国等の景気が底を打ちつつあり、原材料を運ぶ貨物コンテナも活発になってきている。物の動きが活発になることは良いことであり、米国、中国共に景気が良くなることは我が国にとってもプラスで、その方向に進んでいると思う。10月から消費税率が10%になり高額商品の駆け込み需要が増えるが、今は景気がまだまだ良くないため、売上への貢献度が少なく7月の景気も良くないという印象は受けにくい。
		スーパー（店員）	・ゴールデンウィークの10連休は多くの家庭が外食すると思うので、一般のスーパーにはマイナス要因となる。ガソリンの価格の高騰による価格転嫁も考えられ、消費は減少する。
		コンビニ（店長）	・消費税引上げを控えて、これからは買い控え等によって、売上、来客数や単価等に影響が出てくるので、先行きは消極的、悲観的にみている。
		コンビニ（店長）	・花見や改元といったイベントに対する需要も段々と少なくなってきた。今後も同じような傾向と思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・過去にない10連休で、終わった後の状況は読みにくいが、連休後はしばらく金を使わない風潮になるのではないかとと思われる。ただ、徐々に消費税アップの話が客から出始めているので、その前に買換えを検討する客は、少しずつ出てくるのではと思う。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・今年はゴールデンウィークが10連休の企業も多かったので、レジャー代などに流れたこともあり、2～3か月先は反動がありそうで、財布のひもも固くなりそうなので、売上は少し落ち込むのではないかと懸念している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比マイナス0.4%、来客数は前年比0.1%のプラスである。
		一般レストラン（経営者）	・物価が徐々に上がっていくとともに、外食への出費が少なくなると思う。
		一般レストラン（従業員）	・連休後、消費税引上げ前と重なり、しばらくは駄目である。
		都市型ホテル（経営者）	・景気の先行きに不安がある。
		都市型ホテル（総支配人）	・春の好況は特需によるものである。ゴールデンウィーク明け以降は、どのホテルも予約客の取り込みは厳しい。
		都市型ホテル（営業担当）	・中国の景気後退で製造業の客からの予約に影響が出てくる。
		旅行代理店（経営者）	・4月に入り、徐々に食料品などの値上げが浸透して購買量が減っている。より低価格な商品を商うスーパーや喫茶店などの客が増加している。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークしか旅行に行けない客が集中しているだけで、ゴールデンウィーク後は旅行申込みが減少すると推測する。物価上昇が続くと財布のひもが固くなり、余暇に回る金は少なくなり、旅行観光関連の景気は停滞すると思われる。
		通信会社（サービス担当）	・どの家庭でも既に光回線を導入されているので、新サービスや提供エリアの拡大等がなければ、新たな客を増やすのは難しい。
		通信会社（営業担当）	・当面、減少傾向が続くと考えている。
		テーマパーク（職員）	・東京オリンピックに向けて、客の方面変更が多い。
		パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制強化により業界全体が下降している。
		理美容室（経営者）	・客との話で、いろいろな物が値上がりするのに給料が上がらないという話だった。
		住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピック需要や大阪万博の需要は、地方にはないように思われ、消耗品ではない住宅に金を回すほどのゆとりは感じられない。200万円ほどのリフォームを借入れさせてまで行わせる大手リフォーム会社があり、客は不信感を募らせている。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・見積り依頼は増えているが、利益の出る仕事が少ない。この先まだまだ厳しいと思う。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・連休も影響しているのか、元請など客の動きが停滞している。
	×	一般レストラン（経営者）	・国内の経済対策だけではどうにもならない。国際情勢は余りにも良い方向には向かっておらず、混乱期を迎えている。世界の経済システムも、投機に走りやすく生産性や実態のある経済活動にはつながらないと思われる。
	×	スナック（経営者）	・景気が良くなる状況は見込めないと考えている。
	×	理美容室（経営者）	・景気が良くなるとは思わない。客の財布のひもが固く余分な出費をしない。
	×	設計事務所（経営者）	・主要取引企業が吸収合併されれば、案件数は確実に減少する。
	×	住宅販売会社（経営者）	・地域によって上がり気味のところもあるし、下がるところもあるので、実際にどうなるかは分からない。
企業動向関連		-	-
(東海)		食料品製造業（営業担当）	・飲料業界において、夏場は最盛期である。天候にも左右されるが、例年どおりなら伸びていく時期である。
		化学工業（営業担当）	・電材需要が回復するかは不透明であるが、ナフサの価格が下がったことによりプラスチック原料価格もダウンし、収益は良くなる方向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界にはお盆商戦に向けての投資や消費税引上げ前の設備投資が期待できるので、ある程度の出荷が見込まれ、良くなるのではないかと思う。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・元号が改まって少し変化があるかもしれない。
		通信業（総務担当）	・ゴールデンウィークの10連休は、全国に消費をもたらす。また、10月の消費税引上げが確実ならば、駆け込みムードが湧いてくるはずである。
		通信業（法人営業担当）	・ラグビーのワールドカップや、フットサルなどの世界大会の開催や誘致に向けて、期待先行ながら民間景気は上向きになる。集客につながるような先行投資は、提案数、受注数共に増えている。
		金融業（従業員）	・足元の動向とさほど違いはないが、やはり東京オリンピックの影響だと思うが、建築業、フィンテック、ITやAIといった業種に関しては、比較的例年よりも忙しいといっている従業員が多い。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・客先の派遣要員確保の困難は、秋口まで続くと思込まれる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・コストアップ要因が増え、先行きはますます不透明な状況が予測される。生産性向上の動きを加速させていくことに尽きる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・消費税の引上げによる影響も今は余りなく、現在の景気がこのまま続くものと思われる。
		化学工業（総務秘書）	・景気が後退する特段のトピックがない。後退する局面は、与党で総裁が代わった後に訪れる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規引き合いは結構あるが、採用されても余り売上金額の見込めないものが多く、従来の商品も売上が増えそうな情報がない。
		金属製品製造業（従業員）	・この忙しい状況はしばらく続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米市場では設備投資が上向きになる要因はなく、欧州やアジア市場でも投資に消極的な話が多く、北米市場の落ち込みを補うことができない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量が安定推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・全体的に減速傾向である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関係、工作機器関係共に、先がみえないという客が多い。今後の円相場等の動向によっても変動があると思うが、受注等に鑑みても、ここしばらく2～3か月は景気が上向くような状況がみえない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・通信業界の設備投資意欲は高いが、一般家庭に高速インターネットや新4K・8K衛星放送を普及させるためには、消費税の引上げが足かせになるのではとの懸念がある。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・今の状況や環境が大きく変わるかという点、2～3か月以内には変わらないと思われる。
		建設業（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もなく、特別市場には好材料がない。
		輸送業（経営者）	・人手不足解消の見込みがない。荷主からはこれ以上の値上げは難しいといわれている。
		輸送業（エリア担当）	・適正な単価交渉は業界全体で進んでおり、客も理解を示している。社内でも交渉が進む仕組みを導入し、その変更・運用が定着してきた。引き続き、個別の適正単価交渉が進む。
		輸送業（エリア担当）	・燃料単価も若干上がっているが、荷物の動きが今のところは順調である。
		輸送業（エリア担当）	・4月の3～4週目の荷物量の増加は、10連休前を見越した取引の活発化によるものであって、将来への景気回復の兆しとはいえない。連休明けの荷物の量も再び多くなるとは思うが、これも一時的な流れであって、やはり10連休の影響にすぎないとみている。
		通信業（法人営業担当）	・消費税の引上げまでは、政策等により何とか現状維持ができるのではないかと。急激な上昇・下降は考えにくく、政治の安定もあり、現状を維持していくような感じがする。

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
		金融業（企画担当）	・相場が良くなってこない個人投資家は動きづらい。個人投資家以外の個人も給与が上がってきた実感がないと動きづらい。当面は現状の景気が続くと思われる。
		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予想されていることもあり、当面の景気は、今月同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。
		広告代理店（制作担当）	・取引先への大型提案が予算等の問題でなかなか決まらない状態の中、改元でどのくらい企業側の動きがあるのか期待したい。
		公認会計士	・客先の中小企業が抱える諸問題の解決には、少し時間が掛かる。
		会計事務所（職員）	・変化をもたらすような要因がない。現状維持のまま進むのではないかと思われる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替水準は非常に安定した状態と感じる。4月は大変忙しかったので開発が余り進まなかったが、段々と厳しい時期が近づいているように感じているので、開発を早く完了したいと思っている。
		鉄鋼業（経営者）	・ゴールデンウィークは10連休の人が多く営業日も少ないため、5月に向上する見込みがない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、今後は悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・まだしばらくはガソリンの価格の上昇が続くと思われる。
		輸送業（役員）	・消費税引上げを前にやや高額な物がこれまでより消費されるが、引上げ率が小さいため、以前のような買いためや買い控えは顕著ではないようである。業界としては、軽油やガソリンの値上げが、じわじわと影響しそうである。
		不動産業（経営者）	・今後も今の状況は改善されず、人材不足による収益構造の悪化が業績を圧迫する。
		会計事務所（職員）	・消費税引上げ前に販売単価を上げないと消費者に悪影響を与えかねないので、消費の動きが鈍くないこの時期から、値上げを検討する会社が多くなってきている。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の減少と折込広告の減少が続くと想定している。
雇用 関連 (東海)		人材派遣業（営業担当）	・改元需要により、一時的に消費が増加することが見込まれる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・海外輸出向けのSUV車種においては、今後も生産体制が多忙と見込まれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・6月のボーナス支給後の転職に向けて、ゴールデンウィーク明けから転職活動者の数字も伸びてくることが想定される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・来年度、近隣の自治体に大規模な大学病院が開設予定であり、同時に看護学部の実習先でもあるため、数年にわたる大幅な採用計画があると聞いている。
		人材派遣会社（企画統括）	・求人企業の人手不足の状況は、当面続くものと考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月の求人件数は増加したが、それ以上に3月の契約終了が多かったため、契約数は減少傾向である。大型連休以降の求人を注視していかないと2～3か月先は不透明な状況である。
		求人情報製作会社（営業）	・国内の景気は停滞感がある。自動車等の輸出関連企業の国内生産が、中国の消費低迷などの影響で低調である。それに伴い、人員の余剰感が出ており、求人ニーズも停滞している。国内の景気や市場は海外情勢に影響されるので、上昇する材料が現在は乏しい。
		職業安定所（所長）	・中小零細企業の人手不足は深刻化している。
		職業安定所（所長）	・景気の変動を左右する特段の要素が見当たらない。
		職業安定所（次長）	・求人に大きな動きはみられないが、特に中小零細企業においては継続して人手不足が深刻化している。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・コンスタントに一定数の求職者があり変動はないが、今後、夏に向けて求人状況が少し落ち着き、大きく動くのは半年後が目安となる見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分やや悪くなる。予約状況も例年よりは良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連企業の顧客担当者から今後の予算確保のための協力を依頼されるなど、先行きの予算確保に対して困っている状態を目にしているため、2～3か月先の景気はやや悪くなると見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・正社員求人数が、徐々に落ち着いてきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人の冷え込みは、業績が芳しくないからである。今後も明るい兆しはみえない。
		職業安定所（職員）	・外部環境や消費税引上げなど不透明感があり、求人を控える動きが続いている。
		職業安定所（次長）	・米中貿易摩擦の影響から、製造業を中心に様子見が広がっており、懸念される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・大手メーカーの一部で中途採用の求人がストップし始めている。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・もはや新聞広告を使って人材を募集する企業はなくなったのではないかとさえ感じている。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)		家電量販店（店長）	・消費税の引上げについて過去2回の状況を考えると、前年比150%以上の売上が見込める。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・改元関連の商品需要がしばらく続きそうである。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・前代未聞の10連休でどれだけのにぎわいになるか想像もつかない。しかし、一部では連休中は忙しいだろうが、終わってしまったえばその反動で静かになるのではないかと懸念する向きもある。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げまでは、富裕層を中心に高級輸入腕時計や絵画などの高額商品は好調に推移していくと見込んでいる。
		コンビニ（店舗管理）	・改元により、閉塞感が多少緩和するのではと期待する。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げもあり、来客数は少ないものの購買意欲のある客の来店が多く、客単価が上がってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げの影響で駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィーク後も集客企画等を検討しており、期待している。
		住関連専門店（役員）	・消費税の引上げを見越した需要や、3月までに契約した住宅の完成見込みもあり、若干良くなる。
		通信会社（役員）	・半年後に控えたラグビーワールドカップは4K品質での生中継が行われることもあり、4Kテレビへの関心が高まるとともに、有料テレビ契約の増加につながることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新料金プランの提供に伴う端末価格の実質値上げを見据えて、駆け込み需要があるとみている。
		商店街（代表者）	・近隣に全国チェーンのホテルが開店し、地方ではあるがインバウンドの旅行者が増加している。インバウンドに対応している店舗は売上を伸ばしているが、そういった品ぞろえをしている店舗は少なく、ほとんどの店舗が売上に結び付いていない。
		商店街（代表者）	・売上は好調だが、好調なのはインバウンド需要で、日本人の需要は減少しているように見える。安定的な日本人の需要が増えることを期待したい。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ずっと続いてた肉ブームが少し落ち着きをみせてきており、推移としては横ばいが続く。
	百貨店（販売促進担当）	・新元号発表によるお祝いムードの中で特別な需要を期待しているが、特に目立った動きはない。統一地方選挙で政治への不安感が強まり、消費マインドの改善は依然として厳しい。	
	スーパー（店長）	・単価の動きから一部で景気好転の兆しがあるが、北陸新幹線延伸前の期間限定の要素であり、継続的なものではないとみている。	

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
		スーパー（店長）	・乗客数が維持できれば商品の回転が良くなる。鮮度が保てる上、新規商品の導入頻度なども増えることで、客から支持される。ただし、商品の値上げが毎月のようにある状況で油断はできない。
		スーパー（総務担当）	・改元時にセールはするものの、大きな影響はないと考える。また、社内では10月1日の消費税の引上げの対応に追われているが、食品スーパーなので、客の動向に影響が出るのは9月に入ってからと考える。
		スーパー（統括）	・改元のお祝いセールなどを実施するが、短期的な取組でしかない。消費税の引上げもみえてきているなかで、今後の購買意欲をかき立てるようなことはなかなか起きないと思う。
		コンビニ（経営者）	・前年と季節商材の動きが変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げに向けて、駆け込み需要は増加するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲はなかなか上がらないが、客の反応を見ながら、きめ細かく販促を手がけていくしかない。
		衣料品専門店（店舗運営）	・例年は夏のセールで単価の落ち込みがみられるが、今期は新作を後から入荷して物量を確保し、購買点数を伸ばすことで売上を確保できると考える。
		乗用車販売店（役員）	・好景気が続いているが、中国を始め景気不安も懸念され、先行きに不透明感がある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・長年景気が良くなっていないことから、変わるはずがないという感じである。令和に少し期待しているが、元号が改まったところで景気は良くならない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在、店舗の入れ替わり時期のため、一概に比較ができないが、乗客数に影響があるシネマ等の動きに引きずられ、苦戦する時期もある。しかし、買上単価については大きく変動していないため、乗客数に大きな影響がなければ前年並みに推移すると考える。
		スナック（経営者）	・3か月先頃には参議院選挙の話もあり、また不安定な状態が見込まれる。
		観光型旅館（スタッフ）	・4月以降の予約状況は、8月まで前年予約保有率の72～94%で推移している。
		旅行代理店（支店長）	・旅行の実施状況は、企業により差がある。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークの反動で観光客が多少減ったとしても、天候が良いので週末を中心に4月並みに推移するとみている。
		タクシー運転手	・5月は大きなイベントもなく、観光客も4月より少ない感じである。
		通信会社（職員）	・低水準で変わらない。売上に付加できない業務でも人件費は伸びている状況である。
		通信会社（営業担当）	・新入学の時期が落ち着き、平穏を取り戻している。販売量は前年と変わらず推移している。
		通信会社（役員）	・長期休暇の影響で客への訪問件数や契約数が減少し、営業面で厳しい状況を想定している。
		テーマパーク（役員）	・ゴールデンウィークの10連休は好調に推移する予定であるが、その後の利用予約が大変鈍く、全体としては現状と変わらない状況が続くものとみている。
		競輪場（職員）	・2～3か月の売上単価に大きな変化はみられない。
		美容室（経営者）	・消費税の引上げ前の9月まではこのまま順調な売上が続くだろうが、10月以降は不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費や法人の設備投資は、9月までは継続すると見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・10月からの消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待しているが、反応がありそうな実感はない。
		住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・政治的に不安材料がある。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・紙関係の値上がりの影響が非常に大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・乗客数の減少や購入商品単価に若干の低下傾向がある。ワイシャツやスーツといった男性物のビジネスアイテムの購入減少に加え、バッグや靴などの革小物アイテムが大幅に悪化している。過去より景気の影響が少ないといわれているが、数か月前まで好調だった女性化粧品の購入額も減少している。さらに、女性物や装身具も若干減少してきている。
		スーパー（総務担当）	・5月の10連休でそれなりの出費が発生し、連休後は節約するため、消費が落ち込むと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリンなど物価の上昇が頻繁になってきている。
		自動車備品販売店（役員）	・大型連休後の反動は例年以上にあると感じる。特に大型商品は連休前に購入するケースが多く、買上単価減少の危機感がある。改元による需要喚起も期待は薄い。
		高級レストラン（スタッフ）	・5月の連休後の団体旅行による受注が例年の80%ほどしかなく、厳しい状況である。
		一般レストラン（店長）	・連休明けより観光スポットの橋の架け替え工事が始まり、観光客の減少を想定している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊についてはホテルの供給過剰で厳しい状況が続く。ラグビーワールドカップに期待しているが、当初の宿泊予約がキャンセルになってきている。
		旅行代理店（所長）	・ゴールデンウィーク明けで財布のひもが固くなるのに加え、来年の東京オリンピックの入場券の受付開始などがあり、旅行控えが懸念される。
		パチンコ店（経理）	・新たに競合店が新規オープンしたため、来客数が減るとみている。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・新年度で人件費も上乗せになるが、それに見合った売上が伸びそうにない。
	x	-	-
企業 動向 関連 (北陸)		化学工業（総務担当）	・売上や受注の増加を見込んでいる。
		建設業（経営者）	・年度替わりということで、例年5月は公共事業の発注量が少ないが、今年は国土強じん化への対応もあり、より早く公共事業の発注があるのではないかと考える。
		繊維工業（経営者）	・繊維業界はアジア地域に生産基地がある。海外の商品とすみ分けを明確にした商品を開発し、生産を計画していかなければいけない。先行きは苦戦気味である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・通商問題や海外情勢の不透明感、また、人件費や運送コストの上昇が懸念材料となるおそれもあるが、当面は引き続き堅調に推移するものと考え。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内企業の設備投資等に伴う需要は、以前ほどの勢いはなく落ち着いてきているようである。一方で消費税の引上げ前の駆け込み需要が今後どれだけ伸びてくるか期待しているが、中国経済の不透明感とその伸びを押し下げたのではないかと不安は残る。
		精密機械器具製造業（役員）	・消費税の引上げへの駆け込み需要がどこまであるかは分からないが、改元の動きもあり、当面はこのまま推移するとみている。
		建設業（役員）	・しばらくは変わらない様子だが、消費税の引上げもあり、先行受注等のピークは過ぎた感がある。
		通信業（営業）	・翌月以降の受注件数が前年同様の水準であることから、今のところ減少傾向に転じるとは考えにくい。
		不動産業（経営者）	・法人からの問合せや情報を余り聞かない。
		司法書士	・北陸新幹線延伸工事により駅周辺はいろいろ計画が進んでいるが、郊外の建物の取壊しや土地売出しの話が多い。
		食料品製造業（経営企画）	・更なる原材料価格の上昇が見込まれる上、他のコストアップ要因もめじろ押しで、慢性的な人手不足も解消されず、経営は圧迫されるばかりである。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況を見て、やや悪くなるとみている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州の政治混迷の影響で設備投資への意欲が落ちている。
	金融業（融資担当）	・再開発施設への商業店舗の出店意欲が薄れ、なかなか決まらないとのことである。消費者の購買意欲低下が原因だと考える。	

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
		金融業（融資担当）	・製造業では、人手不足による人件費の上昇のほか、資材価格の上昇もあり全体的にコストアップしている。価格転嫁が可能な製品を扱っている企業以外は、利益率が悪化していると感じる。取引先からのヒアリングでは今後もこの傾向は続くと思われ、景気を下押しすると考える。
		税理士（所長）	・現状の見通しが厳しく、先行きに非常に不安を持っていることが、負のサイクルになっているようである。特に5月は、10連休で生産活動が鈍ることに加えて、公共工事関係も非常に低調になってきている。いろいろな面でマイナスの作用が出てくる気配を感じている。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前年4月は大幅に売上が落ち込んだにもかかわらず、前年を割ってしまっている。業種問わず売上が下降線をたどり、回復の糸口がみえない状況である。
雇用 関連 (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・一足飛びに良くなることはないだろうが、求職者のニーズに求人側も柔軟に応えるよう調整し、働く人間が多くなることで景気上昇につながると考える。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・令和時代になり、消費者の消費行動に何らかの良い影響があると企業は考えているようである。
		人材派遣会社（役員）	・依然として登録者数が伸びない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・今月の新規求人数の減少に対する理由は明らかで、生産調整といった声も聞かれなかったため、当面は現状維持という思いがある。一方で、最近の窓口の状況からみると、今までとは若干違う動きもみられ、今後注意してみていく必要がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・景気の動向に変化を与えるような要因に心当たりがない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・商品やサービスの宣伝回数や範囲が減ることで広告のリーチが減り、売上が伸びない。消費が縮小し、経済が冷え込む。
		職業安定所（職員）	・前年と比べて、求職者の動きに勢いが無い。消費税の引上げ等の関係もあり、やや悪くなるのではないかと考えている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・人材派遣は派遣元での直接採用も増え、売上減少が続いている。	
	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)		コンビニ（経営者）	・夏に向けてイベントが増える。
		家電量販店（人事担当）	・改元に向けてのイベントやセールのほか、10月の消費税増税に向けての駆け込み需要、各種のスポーツイベントなど、様々なイベントが重なることで、需要が高まりそうである。
		百貨店（売場主任）	・改元するタイミングであり、しばらく景況感は良くなりそうである。また、晩夏から初秋に掛けて、消費税増税前の駆け込み需要の動きも顕著になる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要として、いつか買おうと考えている、ブランド宝飾品などの購入は増える。
		百貨店（マネージャー）	・今後、気温は前年並みに上昇し、春物、初夏物が売れるため、ボリューム層による売上が伸びる。高額品についても、株価はしばらく2万2千円台を維持しそうであるほか、消費税増税前の駆け込み需要も増えるため、このまま順調に推移していく。
		百貨店（販促担当）	・秋に控える消費税増税に向けて、高額品や重衣料のほか、定番商品の購入が期待される。良い物や長く使える物を明示しつつ、購買意欲を喚起することが重要となる。ただし、先行購入は出にくく、生活防衛意識も高まることから、打ち出す商品を見極め、増税前の消費の取り込みを強化したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（宣伝担当）	・気温の上昇により、夏物商材の動きが良くなってきたほか、直近の連休効果もプラスである。また、消費税増税前の駆け込み需要を見込んだ施策を、夏に向けて計画しているため、今後の売上の増加を期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・改元に伴う前向きな消費に期待する部分もあるが、10月に迫った消費税増税の影響で、高額商材の購買に勢いが出る。特に、プライダ関連のジュエリーなどは活発に動く予想される。また、消耗品の要素が大きいコスメ関連は、前回の消費税率引上げ時にも、3か月前ほどから徐々に駆け込み需要がみられたことから、今回も同様の動きがあると予想され、これらの影響で客の購買意欲も高まりそうである。
		百貨店（外商担当）	・美術品や家具、宝飾品などの高額商品については、消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		百貨店（特選品担当）	・今の傾向に加え、2～3か月後は消費税増税前の駆け込み需要のほか、リニューアルオープンに向けた販促なども予定しているため、少しは良くなっていく。
		スーパー（経営者）	・令和が始まるに際しての祝賀ムードと、各社の販促による効果により、一時的に上向くと考えられる。その後、消費税増税前の駆け込み需要につながると予想されるが、増税後は再び落ち込みそうである。
		スーパー（店長）	・外国人観光客が増えており、東京オリンピックや大阪万博の効果で、今後更に増える可能性がある。これに国内客の増加も加われば、良くなることが期待される。
		スーパー（店員）	・創業祭が続くほか、飲料や酒の動きが良くなることも予想されるため、今よりも良くなりそうである。
		スーパー（企画担当）	・食品スーパーではゴールデンウィークが売上の追い風となる。天皇陛下の御退位、皇太子殿下の御即位などの祝賀関連も含めて、対応していく。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードやコーヒーの売上の増加傾向はまだ続いている。単価の高い商品へと消費がシフトしている傾向もあいまって、客単価の上昇が今後も期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のタワーマンションの入居が6月から本格的に始まり、人口も増えてくる。時期的に、飲料水や冷やし麺も売れ始める。
		コンビニ（店長）	・5月末で近くのスーパーが閉店するので、客が多少は当店にも流れてくる。現在の一番の不安材料は、人手不足と人件費の高騰である。
		衣料品専門店（店長）	・改元による、景気への好影響のほか、消費税増税前の駆け込み需要などに期待している。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、夏物商戦に合わせて増加し、消費が喚起されると予想している。
		家電量販店（企画担当）	・キャッシュレス決済に伴う各社の動きがよい競争となり、消費の拡大につながる。また、家電はエコポイント制度での購入分が買換えの時期に入るため、消費の拡大につながると期待される。
		乗用車販売店（販売担当）	・ボーナス商戦や新商品効果に期待できる。
		その他専門店 [食品]（経営者）	・インバウンドの集客が見込める場所に、店舗をオープンする予定である。今後は小売部門を強化していく。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・大型のゴールデンウィークでは、ふだんは来られない客にも来店してもらえる気がする。ただし、天候が悪いようなので、その点が気になる。
		その他小売 [インターネット通販]（経営者）	・10連休中には令和元年のイベントが多いため、購買意欲が高まる。
		その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・商品を入替えるほか、季節も変わるため、良くなることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・夏季休暇でのインバウンドの訪日や、学生などの来店で、繁華街での集客はまだまだ伸びる可能性が高い。ただし、急に気温が上がると、来客数は減る傾向があるため、注意が必要である。
		その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・消費税率が上がるため、駆け込み需要がしばらく続く。周囲でも駆け込みでの購入の話が聞かれたため、しばらくは今の状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門の予約率は前年並みであるが、定価を上げた影響で売上が増える傾向にある。一方、宿泊部門では単価、稼働率共に下がっており、今後は価格を見直していくが、前年比での動きは厳しい状況である。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊、宴会共に、2～3か月後の予約は前年を上回るペースで入っている。
		旅行代理店（役員）	・国内旅行については、消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
		タクシー運転手	・気候も良くなってきたため、外出の機会が増えるのに伴い、繁華街でも徐々に乗客が増えていく。
		通信会社（経営者）	・取引先の様子では、インフラ関連やホテルの建設関連は、しばらく活況の見込みである。
		通信会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要で、テレビやスマートフォンの買換えが予想されているため、それに連動して加入の申込みが増えることを期待している。
		通信会社（企画担当）	・改元による、景気の基調の改善を期待している。
		競艇場（職員）	・全国的に売上が伸びている。特に電話投票が好調で、2年前の秋頃からの伸びには、目を見張るものがある。今後もしばらくは、このまま推移しそうである。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・年度替わりでの退会者が少なく、無料体験もあるため、新規入会者の増加に期待している。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・大型連休の影響で仕事が溜まる一方である。必然的に時間外、休日出勤が増えるため、給与面での改善で景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・買上客数、単価共に悪化しており、大きく変わることは期待できない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の実施が不透明になっており、増税前の駆け込み需要の動きが予想できない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・客と長年接していると、高齢化の波を感じる。うまく客の世代交代ができればよいが、100円均一ショップなどが身近な世代とは価値観の違いを感じる。財布の余裕があれば変わると感じるが、そう簡単ではなく、先行きの厳しさはまだ続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・目立った好材料はなく、インバウンドの動きも読めないため、低空飛行の状況が予想される。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・以前から感じていることであるが、食に関する消費動向は、ものすごく変化している。生活費に占める食費の割合は変わらないとしても、中食や外食の比率が高くなることで、生鮮品の購入コストはかなり抑えられているのではないかと感じる。また、相次ぐ食品の値上がりも消費動向に変化を与えていると感じる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年は大型連休があったので、連休後は夏に向けて買い控えが出そうである。これから始まる梅雨や猛暑を考えると、販売量、来客数共に減るのではないかと心配である。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・世間一般の状況をみていると、今のところは景気の良くなる気配がない。大型店は別として、小型店舗は難しい。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・浴衣のシーズンになるため、少し動きが出てくるが、単価が低いために、訪問着よりも多くの数量を販売する必要がある。最近では浴衣を見に来る客も少ないため、期待はできない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・4月末からの大型連休後の消費が心配である。
		百貨店（売場主任）	・日本人客が減少し、夕方からの外国人客の来店が増えている。消費税増税による消費の冷え込みも予想されるが、海外の富裕層をみていると、国内客の購買力の弱さが目立つ。
		百貨店（売場主任）	・インバウンド需要は不安定になると予想していたが、大きな変化はみられず、順調に推移している。一方、国内客の需要は厳しくなると予想される。気になるのは、従来の百貨店の主要な取引先が厳しくなっており、商品の生産量の調整や、人件費の抑制、取引条件の変更を求めてくる取引先が目立つことである。今後はこれらの要因が、売上の減少につながるおそれがある。
		百貨店（売場主任）	・やはり入店数が今一つ回復しない。近隣に新店舗がオープンし、競争が激しくなっていることもあり、消耗戦となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・国内客の売上は、季節商材の不振による影響が弱まったほか、消費税増税前の先行購入により、現状よりも好転しそうである。一方、外国人売上の動きは、前年からの増加傾向の一巡で、やや鈍化しそうであり、全体の傾向も現状並みの動きが続くと考えている。
		百貨店（営業担当）	・当店がターゲットとする、40～50代の食品関連の消費意欲は旺盛であるが、経済の低迷といった報道や消費税増税の影響で、一時的に消費が冷え込む可能性はある。ただし、それも一時的な動きと考えており、消費税増税の影響も前回よりも小さくて済む。
		百貨店（サービス担当）	・新しい元号になり、景気を刺激するような催しもあるため、今後も状況は大きく変わらない。新しい催しも増えているため、集客力の高まることが期待される。
		百貨店（商品担当）	・米中貿易摩擦や中国経済の減速といったマイナス材料と、消費税増税前の駆け込み需要といったプラス材料があり、全体的には一進一退の動きが予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税前の需要もあり、国内客の売上は堅調に推移する。
		百貨店（営業企画）	・消費税増税のインパクトは前回よりも弱そうであるが、米中貿易摩擦の影響が、企業業績も芳しくない。景気の転換期を迎えようとしているなか、消費者は更に慎重になる。
		スーパー（店長）	・世界情勢や国内景気の先行き不安、可処分所得の減少、消費税増税など、買い控えにつながる要素が多くみられる。
		スーパー（店長）	・政策的に良くなる材料はないが、特に悪くなる要因も見当たらない。消費税増税前の特需については、直前まで見込めない。
		スーパー（店員）	・連休でお金を使った後は、また節約傾向が強まる。ただし、梅雨に入ると雨量次第で野菜の価格も上がるため、余り変わらない。
		スーパー（企画担当）	・外部環境に大きな変化はない。
		スーパー（経理担当）	・ゴールデンウィークはスーパーでの需要に大きな変化はなかったが、レジャーや旅行の支出をカバーするため、あるいは消費税増税を見据えた対応として、節約志向が強まる可能性がある。
		スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、一部の商品に限定される。むしろ、増税後の販売減が懸念される。
		スーパー（開発担当）	・原油や小麦価格の高騰で商品が値上げされ、客の購入量も徐々に減っている。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税の実施については不透明で、駆け込み需要がそれほどあるとも考えにくい。
		コンビニ（店員）	・順調な来客状況であり、ホテル、民泊も周囲でかなり増えているため、しばらく大きな変化はない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額スーツやジャケットのオーダーが順調に入ってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響への懸念もあるが、しばらくは落ち着いた状況が続くと考えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・高級車に買い控えが発生していると感じる。
		住関連専門店（店員）	・半年前と状況は変わっていない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温の寒暖差が大きな日もあるが、総じて4月下旬は暖かい日が続いており、医薬品の動きが悪い。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税に向けての購買も、高額、少額を問わず、実用品の購入が優先されそうである。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・物が余っている状況に大きな変化はない。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・今秋の消費税増税の実施が、より現実味を帯びてくるが、基本的には既定路線となっているため、今後数ヶ月に大きな影響は出ない。
		高級レストラン（スタッフ）	・しばらくは今の状態が続くと予想される。
		高級レストラン（企画）	・インバウンドを中心とした宿泊需要は堅調なものの、法人宴会や婚礼宴会の受注状況が芳しくない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（企画）	・4月の乗客数は少し悪化傾向にあるが、客単価も少し低下しており、ゴールデンウィーク以降は改元による経済効果に期待が集まる。10月の消費税増税については、軽減税率やポイント還元への対応で、投資負担や人的負担も増えるため、景気はやや悪くなる懸念もある。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・各種の値上げによる悪影響はみられないが、消費税の引上げに向けて、景気が上向きイメージはない。
		観光型ホテル（経営者）	・5月も連休の予約が全体を引き上げているが、連休以降はまだまだ空室もあるので、いかに間際予約を取り込めるかが課題である。
		観光型ホテル（経営者）	・季節変動の大きいシーズンに入る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はインバウンドの先行予約が好調である。一方、6月下旬のG20サミットの影響で、期間中の宴会の取消しが数件発生している。
		都市型ホテル（管理担当）	・受注状況や客単価などに、改善する要素が見当たらない。
		都市型ホテル（客室担当）	・G20サミットでの特需は見込めるが、それ以外は価格競争の様相を呈している。
		旅行代理店（支店長）	・G20サミットや皇太子殿下の御即位、ラグビーワールドカップなど、大きなイベントが目白押しであるが、それが客の旅行マインドの上昇にはつながっていない。
		タクシー運転手	・長い連休で出費も増えるため、その影響でタクシーを利用する客は減少する。
		テーマパーク（職員）	・衆議院議員の補欠選挙に与党が負けたことで、消費税増税の是非が現実的な議論となりつつある。消費税は低所得者から税金を集め、低所得者向けの施策に使うという、理解しにくい面もあるため、本格的に見直してほしい。
		観光名所（企画担当）	・ここ数か月は、状況に変化もなく安定している。ただし、インバウンドの動きで大きく変わるため、引き続き国内客の集客策を検討し、実施していく。
		遊園地（経営者）	・4月以降は様々な商品やサービスで値上げが進むため、生活必需品ではない、レジャーへの消費の見通しは不安定である。
		競輪場（職員）	・例年であれば良くなっていくが、原油価格の上昇や物価の上昇傾向も進むなかで、良くなるとは思えない。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・消費税の引上げを控えて、一時的に消費は上向きだが、その後は冷え込む。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の試合が予定されているほか、家族向けのイベントや、人気グループのコンサートも開催されるため、多くの来場者を予想している。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・関西は自然災害の影響で、解体や建築工事が立て込んでいる。今、注文住宅の契約をしても、消費税増税の期限の9月末には間に合わないため、駆け込み需要は期待できない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・4月以降の住宅市場での消費者の動きは、前年比でも弱くなっている。低価格物件の動きは更に鈍い状況であるが、中間層向けの物件については動きが上向いている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。例年5月は連休疲れで市場も落ち込んでくるため、ヒット商材を探さなければならない。
		百貨店（企画担当）	・中国経済の減速による景気の後退が報道されると、消費者心理が冷え込む。
		百貨店（マネージャー）	・10連休、改元といったビッグイベントに際しても、購買意欲が伸びない。今後、消費税増税が目前に迫ることを考えると、景気の改善は見込みにくい。また、6月に迫ったG20サミットの実施による関西の物流や交通への影響を考えると、引き続き厳しい状況が続く。
		百貨店（売場マネージャー）	・貿易問題や消費税増税のほか、直近の企業業績の減速といった不安要素が大きくなることで、多くの客の間では先行きの不透明感が更に高まっており、積極的な消費行動が期待できない。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税を控えて、更に節約志向による選択消費が強まることで、より厳しい状況になる。

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
		百貨店（営業推進担当）	・改元に伴う連休後には、反動減の動きが発生すると予想される。
		スーパー（店長）	・最近ではチラシの配布エリアを広げているが、前年の来客数を維持できていない。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の高騰が続けば、遠方からの車による来客が減る。さらに、ガソリンへの出費が増える分、それ以外の出費を抑える動きにもつながる。
		スーパー（社員）	・今年に入って、特に食品部門では多くの店舗で販売単価の低下が続いている。客が価格に対してより敏感になっているほか、購入量を減らしていることが要因であり、今後もなかなか消費は上向かない。
		コンビニ（店員）	・今後は大型連休もなく、通常の動きに戻る。
		乗用車販売店（経営者）	・春闘での賃上げ幅は前年を下回り、社会保険料負担も増えているため、消費者は少しでも節約しようと心がけている。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の予約や新車販売の予約数が、例年よりも減少している。
		住関連専門店（店長）	・客との会話から、消費税増税がどうなるか不透明であるため、前倒しで購入を検討する客が多いことに気付く。駆け込み需要を予測して在庫などの十分な準備はしてきたが、品薄状態となっており、今後は欠品による売り逃しの懸念も出てきている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・日米間の貿易面での摩擦が、この2～3か月の間に、具体的な形で出てくると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・納税の時期となり、ますます財布のひもは固くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・景気の良くなる材料が見当たらない。
		観光型旅館（団体役員）	・10連休後の消費の減少が気掛かりである。
		都市型ホテル（管理担当）	・既に始まっている食品や飲料の値上げラッシュ、光熱費の値上がり、消費税増税といった不安要素が多く、先の読みにくい状況が続いている。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークの需要の反動で、第2四半期の立ち上がりは弱いと感じる。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークもあり、タクシーの利用率は極端に下がる見込みである。ただし、元号が改まることもあり、予想外に良くなれば有り難い。
		通信会社（社員）	・通信会社による新料金プランへの変更により、端末価格が上がる可能性が高い。それに伴い、端末を購入するユーザーは減る見込みである。
		住宅販売会社（経営者）	・世帯数の減少による影響が続くと予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・土地の公示価格は上昇しているが、実際には既に下降局面にあると感じている。
		住宅販売会社（総務担当）	・人件費、原材料費の上昇に伴い、原価率の維持が困難となっているが、価格を改定すれば受注量に影響が出る。
		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や、中小企業の売上は良くない。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税を前に、悪影響が出る。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・日用品の値上がりが続き、客の節約志向が高まっている。予約件数、単価共に悪化している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・気温が相当上がらない限り、夏物は動かない。
	×	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク後の動きは例年鈍くなるが、気温がどれだけ高くなるかでエアコン関係の修理需要は変化する。今のところ、先行きは見通せない。
	×	乗用車販売店（経営者）	・対外的には、落ち着くと予想されていた米中通商交渉の進展が、再び関税の問題で後退し、世界的な景気低迷につながりそうである。国内的には、ゴールデンウィークの影響で売上が激減することになるため、今後の景気はかなり悪くなる。
	×	観光型旅館（経営者）	・6月以降の予約の入込が悪い。地方選挙があった影響か、改元の影響かは分からないが、動きが悪い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の柱が、今年の後半から半分動き出すため、増益の予定である。
		通信業（管理担当）	・G20大阪サミットの盛り上がりで、景気は上向くと予想される。
(近畿)		食料品製造業（営業担当）	・気温の上昇で飲料水の売上は伸びてくるが、大型のペットボトル飲料は値上げするため、余り変わらない。
		化学工業（経営者）	・様々な新規の問合せも増えているので、今後景気は少し上向きそうである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・付随的な仕事を取り込む中で、仕事の内容が変化している。一時しのぎではなく、新たな柱になり得る可能性もあるが、しばらくは数字に表れないかもしれない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・各方面で令和元年に絡めたキャンペーンが実施される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少し増えてきている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・新設備に関する、仕様書作成のための問合せが多い。今後の設備計画に結び付きそうな気配が感じられる。
		建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は特に感じられず、この流れは今後もしばらく続く。
		金融業（営業担当）	・製造業では、機械に対する設備投資の動きがみられる。新規事業や新製品の受注生産の好調な推移が主な要因である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・改元を機に、申込みによる購読が増えた。折込収入も良いとはいえないが、前年を上回っている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新元号がいよいよ始まることもあり、しばらくは祝賀ムードが期待できる。ただし、生活必需品ではなく、不動産や旅行会社、プライダル関連など、業界は限られそうである。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後は夏の製品が販売できる可能性が高い。例年、夏季になると売上が増えて忙しくなる。
		食料品製造業（従業員）	・大型連休中の得意先の売上次第で、今後の売上の推移も変わる。ただし、大きく変化することはない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・特に、増産、減産の情報がない。
		化学工業（企画担当）	・食品に対する消費の傾向が変化しており、従来品ぞろえでは利益が出にくくなっている。
		化学工業（管理担当）	・1～3月の落ち込みからは回復しているが、良い状態とはいえない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・客観的にみると、新聞で全面的カラー刷り広告が増えているなど、景気は良くなっていると感じる。
		金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はなく、特殊な製品の注文が増える傾向にある。
		金属製品製造業（営業担当）	・現状が改善するまでには、もう少し時間を要する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・全体的に景気は少し悪く、数か月先も余り変わらないと感じる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今月はゴールデンウィークの仕事で忙しいが、その先の予定はない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・皇太子殿下の御即位による10連休で、当社を含む製造業への影響は読めず、不安要素となっている。その反面、個人消費の増加には期待している。
		建設業（経営者）	・今後も監理技術者や技能労務者不足は続く。一部の建設資材の納期遅れや品不足も解決できていないため、場合によっては入札に参加できない案件もある。
	輸送業（商品管理担当）	・今年は4～5月に繁忙期を迎えるはずの家具の販売が低迷しているため、6～7月に良くなる見込みはない。	
	輸送業（営業担当）	・家具が必要のない家が増えているため、今後も余り変わらない。	
	輸送業（営業担当）	・前年よりも荷物量は増えているが、利益の少ない大手通販の比率が高くなり過ぎている。近年の運送業界の課題が、今年は解決できればよいが、不透明である。	
	金融業（副支店長）	・取引先との会話でも、受注状況に大きな変化はない。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・2～3か月先になると、消費税増税前の駆け込み需要で、一時的には景気が良くなったと感じるかもしれないが、その後が心配される。	

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
		不動産業（営業担当）	・当市からの事務所の撤退が続いており、今後も続きそうである。
		広告代理店（企画担当）	・改元効果に対する期待が先行しており、実際の景気が回復しているようには感じない。
		広告代理店（営業担当）	・良い要素も、悪い要素も含めて、しばらくは広告業界に強いインパクトを与える材料はない。
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の動きも、今のところは感じられない。今のような状態が当分の間続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・連休明けは少し慌ただしくなると予想されるが、その後が続かない。
		食料品製造業（経理担当）	・消費税増税の実施が徐々に迫ってきている。相変わらず軽減税率の詳細ははっきりせず、戸惑っている。
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品の動きに変化はないが、低額商品の売行きが良くない。
		繊維工業（団体職員）	・タオル業界だけでなく、他の業界も良くないと聞いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・市況の先行きには不安があるものの、海外取引を拡大する余地は大いにある。ただし、景気の動向の判断については、下降傾向となることが見込まれる。
		建設業（経営者）	・新築案件は消費税増税前の駆け込み需要が落ち着く。小規模のリフォーム工事は、まだ動きがあるかもしれないが、売上としては少ない。
		広告代理店（営業担当）	・問合せはあるが、受注につながっていない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後も新製品が出せないままだと、当社からの代理店離れが進むと予想される。
		×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）
雇用 関連 (近畿)		-	-
		職業安定所（職員）	・新元号のスタートに伴い、企業活動が活発化する可能性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の駆け込み需要があり、9月末までは景気は少し上向き。
		人材派遣会社（経営者）	・世間は景気に対して弱気になっているように感じるが、まだまだ関西では強い動きがみられる。今年の3月末に派遣契約が終了したスタッフが市場に出てきたため、スタッフの確保が容易になってきている。ゴールデンウィーク明けはスタッフの取り合いになりそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年どおり、7月採用に向けた動きが徐々に始まる。
		人材派遣会社（営業担当）	・短期的な変化を含め、景気に影響が出るような大きな動きはなさそうである。
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・前月と同じく、求人数の少ない状態が続いている。今後は上向きとなる材料もない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ゴールデンウィークの10連休による効果については、一過性の部分が大きいと期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告の求人数に変化はなく、景気の先行きも現状と大きな変化はないと考えられる。米中間の貿易摩擦が続いているほか、米朝会談の行方は不透明である。また、英国のEU離脱問題の先行きもはっきりとせず、欧州の情勢も不安定である。この傾向はしばらく続くとみられ、状況次第で景気はどちらにも動く可能性がある。
		職業安定所（職員）	・大量離職の話は聞いていないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・大企業を中心に希望退職の募集案件が出てきているが、求職者の減少傾向に変化はない。最近では求人の伸びが鈍化しているものの、求職者が減り続けている間は、有効求人倍率も高水準で推移すると予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・公共工事が減少する4月は、建設業の仕事も急激に減少する。この影響で、建設業が主な就労先となる日雇い労働の求人数も、例年は3月に比べて大幅に減少する。ただし、今年は状況が異なり、人手不足の影響で大阪北部地震や台風21号関連の復旧工事が先延ばしとなっているため、例年よりも日雇い求人の減少率が小さい。

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
		民間職業紹介機関（営業担当）	・世界的にも景気が減速しているなか、ここ数年続いていた大手企業の大量採用が終わると予想される。その一方、依然として流通や小売系のほか、中小企業の人材不足は続く。全体としては、3か月前に比べて、やや悪い状況が続くそうである。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に変化する要素が見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・10連休での消費の行方に注目したい。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・企業や求職者の状況から、悪くなっている様子はみられるが、業況に影響が出るまでには2～3か月のタイムラグがある。企業による採用数は、景気の運行指数と相関があるので、やや遅れて出てくる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的な影響もあり、求人数が減少するほか、求職者も減ってくると予想される。
	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)		家電量販店（店長）	・消費税の引上げに向けた動きが更に活発になっており、販売する側も引上げ直前に売上が集中して混乱することを避けるために、早めの購入を促す施策を仕掛ける予定である。
		商店街（代表者）	・夏のボーナスシーズンと消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あり、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これからゴールデンウィークに入るのので人の動きもあることに加え、バーゲンセールと売出しも企画しているので前月より良くなる。
		スーパー（店長）	・気温の上昇により外へ出る回数が増えるとともに、新元号となりお祝いムードが高まる。
		スーパー（販売担当）	・ゴールデンウィーク10連休は過去になかったことであり、この先どんな影響が出るか全く想像がつかないし、判断の材料も持ち得ない。そのため、この先数か月の推移も含めて景気は悪くないとしか言えない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店がリニューアルのために閉店して好調だった前年4月と比較し、今年の4月は若干売上が伸びない状況であるが、来月からは来客数、売上共に前年並み程度になり、今後は少しずつ良くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・5月以降、観光シーズンや改元などで期待が持てる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・地元プロ野球チームの人気の継続、スーパーマーケットの時短営業、QRコード決済システムの導入浸透などが来客数の押し上げにつながる。
		家電量販店（企画担当）	・10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要でやや良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・消費税の引上げ前の駆け込みと夏商戦に期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・良いものを求める客が増え、価格が上昇しても購入するようになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入で販売量が多少増加し、消費税の引上げ前の駆け込み受注も多少出てくる。
		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に期待が持てる。
		自動車備品販売店（経営者）	・令和元年となり各業界が様々なイベントを行うため、客の購買意欲が更に出てくる。
		一般レストラン（店長）	・当月は例年になく改元前と連休前の一時的な状況にあり、連休明けの5月にも影響はあるが、それ以降は元に戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・5月1日から改元され、宿泊など様々な場面で意欲が向上し景気はやや良くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・ゴールデンウィークの10連休を始めホーランエンヤなどのイベントなどにより観光客数が伸びる。
		旅行代理店（経営者）	・東京オリンピックへの期待が集まり、いろいろ市場が良くなる方向に動く。
		タクシー運転手	・観光シーズンに入るとともに芸術祭が開催されて観光客が増加するため、景気はやや向上する。

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
		テーマパーク（営業担当）	・改元効果と開園20周年によるメディアへの露出の増加で、客の動きが活発になる。
		観光名所（館長）	・東京オリンピックや大阪万博への期待で景気が向上する。
		設計事務所（経営者）	・駆け込み受注のストックがあるため、僅かに上昇する。
		住宅販売会社（営業担当）	・受注につながる引き合いがある。
		商店街（代表者）	・客の購入度合いや購入量をみても、少しのものを長く使用する傾向が見受けられるため、景気は現状より良くなることはない。
		商店街（理事）	・良くなる要因も悪くなる要因もなく、景気は余り変わらないままで上下する。
		商店街（代表者）	・客は必要な物以外は絶対に買わない意志を持っており、売上がとても厳しい状態が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新元号へ切替えるためのゴム印などの注文は、4月中までにほとんどが終わり、5月以降は落ち着いてくる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・来客数、売上共に横ばいで推移する。
		百貨店（経理担当）	・現状が急激に良くなる要素はなく、10連休や改元などによる需要や消費税の引上げ前の駆け込み需要などでどれだけ上向くのか不確定な部分が多い。
		百貨店（営業担当）	・新たな施策を取り入れても、前年並みか前年比5%低下となる同じような状況がここ数年続いており、それが継続する。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が始まる時期となるが、景気が回復する要因はない。
		百貨店（購買担当）	・来月には元号が改まるのでいろいろな仕掛けをしているが、客の反応は余り芳しくなく、洋服も夏物だから買うとか、消費税の引上げ前だから買うなどの声もまだ聞こえず、先々消費税の引上げが実施されれば状況は一層厳しくなるおそれがある。その前に売上が計上しておきたい気持ちだけで焦り、空回りしている現状であり、今後もかなり厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・海外ブランドの供給は安定しているが、国内の間屋や生産メーカーの廃業が止まらず、既存の流通の仕組みが成り立たなくなっていく。結果的に不採算店の撤退が止まらず、売上は縮小化していく。
		スーパー（店長）	・現状の来客数で推移し、ゴールデンウィーク10連休の恩恵は受けない。
		スーパー（店長）	・同業者のスーパーマーケット以外にドラッグストアが相次いで出店してきている状況の中で、来客数は前年の98%前後で推移しており、それがずっと続く。
		スーパー（店長）	・値上げ等で客の価格に対する意識は強く財布のひもは固いため、特売を実施すればポイント施策で単発的には売上の上昇もあるものの、総じて横ばいが続く。
		スーパー（総務担当）	・売上が上向く要因が見当たらない。
		スーパー（業務開発担当）	・5月の連休では、地元外への旅行へ出掛ける人が多く、連休中や連休明けの需要が見込めない。
		スーパー（財務担当）	・10連休明け以降の節約により売上が減少する。
		スーパー（販売担当）	・景気が良くなる具体的な材料は今のところない。
		スーパー（管理担当）	・来客数、客単価、物量の動きは鈍く、景気は余り良ならず変化がないままで推移する。
		スーパー（営業システム担当）	・お祝いムードにより消費は伸びるが、その後の景気は冷え込む。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げで景気が後退する。
		衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因がない。
		家電量販店（店長）	・期待される消費税の引上げ前の駆け込み需要にも余り動きは見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだ消費税の引上げの話題が客から出ていないので、現状が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期セールを終了に伴い客足が減少しており、ゴールデンウィーク中も来客数や販売量は少ない見通しである。
		乗用車販売店（店長）	・ここから大幅に悪化することはないが、来客数が減少しているため、景気が大きく良くなることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（店長）	・商品力はあるがマイナーチェンジ等のきっかけが少なく、新規客への広告宣伝に「新」の語句を付して訴求できない状況は厳しく、客に対しては地道な販売活動が中心となる。
		乗用車販売店（業務担当）	・現時点で消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響はなく、今後も大きな変化はない。
		住関連専門店（営業担当）	・景気の先行きは、月末から10連休の間にかけて最大のイベントであるファニチャーメッセの結果次第である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気変動の要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口の減少があることに加え、景気が良くなる要因がない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・改装後1年が経過するが、アウトレットモールに隣接しているため、ゴールデンウィーク10連休は観光での需要が見込まれる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・改元のお祝いムードは高まっていくが、景気を良くする機運は高まらず、客の財布のひもは固いままで推移する。ゴールデンウィークなど時節に合わせた仕掛けを打ち出しながら、状況を見守る。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークの10連休と改元による盛り上がりはあるが、人員の補強がままならない状態が続くとともに、働き方改革の影響でシフトの組み替えが必要となり、営業日数や営業時間を短縮することも現実味を帯びてくるため、経営的に苦境の続く状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・生活防衛のための買いだめが起こりつつあるため、外食利用機会の減少が懸念される。また、更に進むキャッシュレス決済に客の戸惑いも大きく、高齢者等の利用の減少が懸念される。
		スナック（経営者）	・来月は連休が影響して売上が相当落ち込み、今後にも期待が持てない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・海水浴などのレジャー客が減少する。
		都市型ホテル（企画担当）	・改元に伴って景気は好転するが、海外情勢による原油価格の影響等が要因のガソリン価格の値上げや消費税の引上げ前の値上げなど、消費者に与える不安材料があり、景気への期待感は薄い。
		タクシー運転手	・5月は元号が改まり祝賀行事等があるので、全般的には良くなるが、6月は全般的に夜の動きが良くなるか、悪くなるか分からない状況が毎年続いているため、今年も同様の状況となる。
		タクシー運転手	・人が多いので売上数字に結び付かなければならないにもかかわらず、前年より悪化しているため現状が継続する。
		通信会社（総務担当）	・改元はあるものの地域の通信環境に大きな変動がないため変わらない。
		通信会社（総務担当）	・光サービスを告知するたびに新規の申込みがあり、当面はこの状況が継続する。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から現状が続く。
		通信会社（経理担当）	・身の回りでも景気の良くなる話は余り聞かない。
		ゴルフ場（営業担当）	・現在の予約状況は例年並みであるが、夏に向けて入場者は下降気味になる。
		設計事務所（経営者）	・改元により消費が活発化する期待感が漂うが、即座に建築工事に金が回り、工事計画が発生してくる状況はないので、今後もしばらく変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・実際に消費税の引上げとなる10月までは、大きな景気変動はない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・新しい展開を模索しなければならないが、結果がすぐには出てこないため、しばらくは前年比を割る状況が続くため、頼りになるのは海外での売上となる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・食品関係では消費税の引上げ前の商況は9月のみ動き、その前の期間にはさほどの変化は起こらない。
		百貨店（外商担当）	・客の購買心理が向上するようなプラス要因が全くない。
		百貨店（外商担当）	・来客数が若干減少し客単価や一品単価もここ数か月は減少傾向にあるため、消費税の引上げが決定すれば良い要素がない。

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
		百貨店（営業企画担当）	・リニューアルを前に催事会場含め閉鎖する売場が増加する。
		スーパー（店長）	・10連休のゴールデンウィークに向け、行楽関連の需要が再上昇している。し好品等や右寄りの商品の販売点数も増加していることや、改元特需等から直近1か月の景気は良くなるが、2～3か月後は新元号等の特需による反動で中だるみになる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車が発売されても売上は前年比73%なので、これからますます厳しくなる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・新元号で一時は盛り上がるが、その後消費税の引上げの懸念があるため、当面売上は増加しない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・改元により気持ちは多少変化するが、景気には何も変わることがない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・夏期の予約ペースが上がらない。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けは、必ず来客数が落ち込む傾向にある。
		都市型ホテル（企画担当）	・10連休後の個人消費の落ち込みが懸念される。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークに旅行需要が集中する分、夏休み需要に反動がきており現時点での申込状況が良くない。
		通信会社（企画担当）	・ボーナス支給時期に当たるが、消費税の引上げ前の駆け込みはまだ少なく、年度替わりの新規契約や更新より動きは少ない見込みである。
		通信会社（営業担当）	・車社会の地方では、原油価格の高騰が家計を直撃し、さらに、消費税の引上げが具体的に見えてくる段階で状況は悪化する。
		テーマパーク（業務担当）	・梅雨の時期は例年来園者数が少なく、多くの利用者が見込めない。
		観光名所（館長）	・連休後の反動が懸念される。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後には今月の中旬に開催した全国発売と同等の規模のレースの実施がない。
		美容室（経営者）	・春から物価なども上がり、客の給料や小遣いの上昇は見込めないで、少し節約志向に動く。
		美容室（経営者）	・何らかの形で客の流れが変わらなければ、今後は余り良い状況が望めない。
		美容室（経営者）	・仕事はあるが人がいないなど、他業種でもよく聞くような問題があり、景気回復傾向は見られない。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げにより出費が控えられる。
	×	コンビニ（支店長）	・コンビニの24時間営業継続の可否が問題になっており、今後の見通しは良くない。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げがあるため買い控えがますます進行し、客は最低限必要な物にしか金を使わなくなる。
	×	通信会社（広報担当）	・客は価格でしか動かないので、景気は悪くなっていく。
企業動向関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・輸送用機械器具の製造業を行っているが、現在いろいろな新車が立ち上がっているため引き続き忙しい。
(中国)		繊維工業（監査担当）	・夏物シーズンになっているが、例年冬物と同じ傾向で推移するので、売上は上向きになる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税の引上げ前の大きな駆け込み需要は期待できないが、実施される10月までにやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・例年の傾向もあるが、客からの情報では夏の販売促進施策に関する話題もあるため、景気は上向きに推移する。
		農林水産業（従業員）	・好転する要因がない。
		食料品製造業（総務担当）	・この春から製品の値上げを行い、出荷量もやや増加してきているが、物流費の高騰や最近の製造に関わる資材等の高騰から、今後の見通しが立たない状況である。
		化学工業（総務担当）	・特に変化する要素が見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・連休後の在庫調整もあるが、現在水準の生産が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・直近の受注状況、流通在庫の状況からすぐの回復は見込めない。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税の引上げ前でもあることから自動車や住宅の需要が堅調なので、足元の活動水準を維持する。

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
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は好調を維持している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・新造船市場の回復時期は今年後半以降との見方が強まり、短期の回復は見込めない。
		建設業（経営者）	・業種によっては下降気味だが、当社の営業範囲では平成30年7月豪雨災害の本格復旧工事が動き出していることから、全体的には現状を維持する。
		輸送業（総務担当）	・特段変化はない。
		輸送業（支店長）	・ネット関係の荷主は良好だが、個人からの発送、特に直営店持ち込みと取扱店は低迷している。単価も余り良くない状況が続いており、今後はなかなか人が集まらないなかで、今後の体制をいかに構築するかとの問題もあるため、何とも言えない状況が継続する。
		通信業（営業企画担当）	・取引先との話から、大型連休は海外旅行や買物などよりも、近距離の国内旅行や家庭で過ごすなど、例年と比べて余暇では出費を抑える傾向になりそうである。
		金融業（貸付担当）	・ボーナス水準が高くなるとはいえない。
		金融業（融資企画担当）	・為替も安定しており、地元完成車メーカーの輸出は当面堅調に推移し、系列の地元部品メーカーの受注も高水準を維持できる。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり賃貸住宅の需要も落ち着いているので、今月以降しばらくは同じ状態が続く。
		会計事務所（経営者）	・ガソリン単価の高騰や消費税の引上げの懸念があるものの、夏場までは現状を維持する。
		食料品製造業（経営者）	・客の購買意欲が低迷しており、消費税の引上げが生活負担増になるため、総じて儉約ムードになり、必要以外の物は一切手に取らない状況が続く。
		化学工業（経営者）	・引き続き米中の貿易摩擦の影響により中国の景気後退色が強く、その影響が欧州、アジア先進国の景気に波及し、特に輸出ウエイトの高い主要取引先が様子見の生産調整となっているため、受注量の減少が見込まれる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料の受注量や販売量が低下する。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界の得意先の会合で、受注が決まりにくくなっているとの話が出ている。営業担当に確認すると商談件数が減少しており、先行きは厳しくなる。
		建設業（総務担当）	・予定物件は大型プロジェクトの比率が高く、その中止や延期が景気に大きく影響することもあり、景気は今後悪化するよりも不安要素の方が大きくなる。とはいえ、受注を獲得するにも技術職員の空きがないジレンマが続く。
		輸送業（経理担当）	・これまで堅調であった荷動きが鈍化しており、今後失速しそうな雰囲気がある。
	通信業（営業担当）	・改元による一時的な伸びはあるが特定の業種に限られる一方で、イラン禁輸による原油価格高騰、米中の関税引上げなどの要因が、今後中小企業にも影響する。	
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪化する。
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	・米中摩擦や北朝鮮関連の懸念はある一方、電気、電子分野では新たな業務領域への転換を図る企業も多くみられる。また働き方改革関連法案の施行による求人受注等もあり、人材ビジネス業界は回復基調をたどる。
		職業安定所（職業指導担当）	・求人倍率は1倍を大きく超えており、人手不足感が根強いものの、事業所も賃金を上げる等働き方改革が徐々に浸透しつつある状況である。
		民間職業紹介機関（職員）	・某食品メーカーが順調に業績を伸ばし工場増設を計画しているが、業績拡大の要因は人手不足である。大手小売店へ商品を供給しているが、人手不足のため小売店内で食材を加工できる人がいないことから、自社製造を断念し某食品メーカーに頼らざるを得ない状況が継続する模様である。
		人材派遣会社（社員）	・季節変動要因以外では10月の消費税の引上げの影響で人件費の引締めが出始めるものの、市場は引き続き求職者が有利な状況となるのでマッチングに注力する。

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
		人材派遣会社（支店長）	・景気が回復したり良くなったりする要因が見当たらず、春から新生活を始めたが、職場に合わず転職を考える人が出る時期なので様子見の状況となる。
		人材派遣会社（支社長）	・求職者の動きは活発化しているが、求人数は減少傾向である。正社員の求人も減っており、企業の採用マインドに大きな変化は起こらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・夏のボーナス支給時期を迎えるに当たり、各企業や団体での退職とその補充ニーズが発生し、求人難の状況が緩和されることなく継続する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・建機、レンタル業界は需要が伸び続け景気も良いが、流通、販売、介護業界などは景気が良いとはいえ人手不足が続くなど、業界により景気の良さの差が大きくなる。学生の就職観も変化し、楽しく働きたいのがトップで、安定志向は根強いが大手志向は若干減少するとともに、自分のやりたい仕事ができる会社を望む反面、転職が多くノルマがきつい会社は敬遠されることから、積極果敢な学生は減少し草食系の学生が増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位や改元などで一時的な活況はあるが、秋には消費税の引上げが控えており、経済活動の停滞が懸念される。
		職業安定所（事業所担当）	・離職者の増加も見られず、企業側から人手不足の話聞くことは引き続き多いものの、景気悪化につながる情報は聞かれないことから、しばらくは現状を維持する。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・現在売り手市場となっている就職活動は、若者の人数が少ないことに起因しているため、景気と直接関係ないため景気は変わらない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業の採用活動が本格化してくるが、マッチングの問題もあり、採用予定数を確保できない企業も多く出る。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の強い状況が続き、一般求人の求人倍率もバブル期並みの高い水準となっているものの、このところ上昇幅がかなり縮小していることから、今後の求人倍率は下降傾向に転じる可能性がある。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・一般社員の給与などが上がらないまま、10月に消費税の引上げを控え、雇用もミスマッチがみられるなど、政治的な部分も含め全く機能していかない。

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

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)		衣料品専門店（経営者）	・乗客数は少ないが、来た客は、割と高額商品でもすぐに買っていく。消費税の引上げまでは、ある程度、現状が続いて景気は良いだろう。消費税の引上げ後は、どうなるかわからない。
		スナック（経営者）	・3～4月は歓送迎会が多いシーズンであるが、当店は個人の客が多く、団体が動く時期の乗客数は減少する傾向にある。その後も、ゴールデンウィークに入るため乗客数は減るが、連休後はなじみ客が個人で飲むことが増えるため、6月頃から売上は少しずつ増加する。
		商店街（代表者）	・ナショナルチェーンのドラッグストアが商店街内に、当県で初めてオープンし、かなりの集客力がある。そのため、来街客も増えている。また、商店街周辺にマンションの建設も進んでおり、コンパクトシティとして、人口の増加も望める状態になっている。
		百貨店（営業統括担当）	・ゴールデンウィークの大型連休や、国際芸術祭の影響で乗客数は増加するだろう。元号も改まり、消費税の引上げ前の駆け込み需要拡大は期待できるが、衣料品のマイナストrendなど客の動向は不透明である。
		百貨店（販売促進）	・今後、消費税の引上げに対する関心が高まり、ある程度、購入意欲が刺激されるだろう。クルーズ船や、直行便の拡大で、観光客の需要が継続、拡大する可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ半年は好調に推移しており、今後も継続していくだろう。ただし、5月の連休後の売上は、一時的に大きく減少すると懸念している。6～7月になると、バーゲンセールも始まるので、今年の前半は好調に推移するだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税の引上げ前の需要が見込める。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込みを見込んでおり、良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込みが多少は発生する。
		住関連専門店（経営者）	・金利が安いので、住宅がかなりのスピードで建っている。住宅が建てば、そこに入れる家具等の需要が出てくるだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・少し物価が上昇しそうなので、それに備えて客の動きは少し良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・大型連休や消費税の引上げ前の特需等、一時的には景気は回復するが、飲食業にはほとんど影響がないだろう。
		タクシー運転手	・6～7月は、季節的に梅雨に入る。また、異動等が完了して人がやっと落ち着く時期なので、人の動きが少し活発化する。
		通信会社（営業担当）	・新商品や新サービスの導入に伴い乗客数は増加するだろう。
		通信会社（技術）	・販売量の好調を維持できている。
		美容室（経営者）	・暑くなってくるので乗客数が増える。
		商店街（事務局長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きが一部で始まるが、政府の下支え対策はあるものの、消費税の引上げ後は反動で売上の減少が起こることから、一時的に売上は上がるものの、景気が良いとはいえない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・客の価格訴求の傾向が強く、当分この傾向が続くだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・母の日、父の日商品も年々インターネットで予約する人が増えてきた。便利な反面、店舗で追加の余分買いをする人が減ってくる。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げにはまだ早く、特に思い当たる変動要素はない。
		百貨店（営業推進）	・百貨店は人口動態の変化に大きく左右されるが、その部分は変化がない。
		スーパー（店長）	・客の減少に歯止めを掛けるための有効な対策が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・引き続き、値上げを背景に比較購買は継続すると見られ、小型店の対応を進めないと厳しい状況が継続する。
		コンビニ（店長）	・景気は悪くはならないと感じているが、良くなるとも考えられない。ゴールデンウィークを直前に控え、先週から客が節約している様子である。今後更にメリハリのある購買行動になるだろう。
		コンビニ（総務）	・身の回りの景気は、今後も変わらずが、消費税の引上げの影響が出れば悪化するだろう。
		衣料品専門店（営業責任者）	・気温の変化が大きく、季節商材が安定的に売れにくくなっている。夏に向けて気温が安定してくればいいが、単価は下がってくるので難しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・今後のガソリン価格の変動が気掛りである。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期も終了し、新型車の発売もないため、現状維持が続く。
		観光型旅館（経営者）	・当温泉地では、各旅館の新築、改築や、温泉本館の補修工事を行っている。また、当市の魅力づくり等にも取り組んでいるが、その効果はまだしばらく期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況が余り芳しくない。また、デフレ基調から脱していないことが一番の心配材料で、今後はデフレ脱却できるかどうか大きな分岐点となる。
		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）	・レジャー産業の多様化、株価低迷による経済的影響がマイナス効果となっており、当面好転する兆しが見られない。
		設計事務所（所長）	・相変わらず、市内中心部でのマンション建設が活発に行われている。
		商店街（代表者）	・流通業界はまさに第2、第3の流通革命の時代に入った。正確に近未来の予測をすることは困難で、更に人口減少が進み、高齢化は本格的に加速する。悪例である大店法改正は全国にシャッター街や買物難民をつくった。近い未来に令和の大改革が起こり少子高齢社会に対応する大再編成が行われないう限り、地方はほとんど過疎化する。
		商店街（代表者）	・実質賃金は上がっておらず、地方都市においては景気の上昇を感じないままに消費税の引上げが控えている。客の消費行動が堅調に推移しても、客単価は減少傾向にあるため、売上は減少傾向になるだろう。
		スーパー（財務担当）	・10連休と新元号の祝賀ムードの反動が大きいだろう。
		スーパー（人事）	・消費が落ち着くだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・原油価格高騰の影響が出てくるだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・次の新型車発表の予定もなく、消費税の引上げがどうなるか様子見の状況である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・連休の反動で、節約志向が強くなる。
		通信会社（営業部長）	・客の価格志向が強くなっている。
	×	スーパー（店長）	・7月頃に、競合先の新たな店舗が開店することになっている。ますます競合が厳しくなり、単価は上昇せず、デフレ傾向になり、全体としては景気は上昇しない。
	×	コンビニ（店長）	・競合は激化し、地場産業の景況感の改善もなく、更なる悪化が懸念される。
企業 動向 関連 (四国)		輸送業（経理）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、9月末まで客の出荷量・取引量は増加する。
		食料品製造業（経営者）	・6月から製品の値上げを実施することにより、若干利益率が改善する。
		繊維工業（経営者）	・将来的に受注が減少すると予測し、1～3月にかけて積極的な営業販売促進を掛けたこと、カタログを刷新し、視覚的な商品紹介を試みたことなどにより受注が増加している。小売店店頭での消費は旺盛である。
		木材木製品製造業（営業部長）	・ハウスメーカーの受注残状況は前期より約30%増加している。消費税の引上げの駆け込みがあり、今年上期の受注は好調に推移する。
		通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げがある10月までは消費需要が上がり、スポンサーの広告が増えるだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（副支店長）	・10連休でサービス、小売業等は改善する。改元関連で以降も景気への好影響がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新市場向けの商品が更に売上高の積み上げに貢献するが、5月は連休で休みが多く、単月としてはそれほど良くならない。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注、販売量は安定しているが、販売価格は低迷を続けており、今後も大きな上昇は見込めない。
		一般機械製造業（経理）	・引き続き不透明な状況が懸念される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・バイオマス発電は、既存の燃料に頼れないため、新しいバイオマス燃料を開発した。これが軌道に乗れば、少しは業績も上昇してくるだろう。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量並びに受注予測情報において、製品別の変動はあるものの、総量については大きな変動が認められない。また、得意先の様子や市場のトピックに関しても、特段の気になる要因はない。
		建設業（経営者）	・19年度の公共事業予算も増加しており、また業務発注や納期の平準化に取り組んでいることもあって、年間を通じて計画的な事業展開がやりやすいように改善されてきている。よって、地域の景況は、これからの発注量並びに地元企業がどのくらい受注できるかにかかっている。事業が増えても大手企業ばかりが受注するようでは地域経済は改善されない。
		建設業（経営者）	・今後の公共工事の発注状況にかかっている。
		輸送業（経営者）	・良くも悪くもなく変化がない。
		輸送業（営業）	・労働力不足を受け、運転職や作業職の求人を継続しているが、有効求人倍率が低下するなかにあっても、ほとんど応募がなく、雇用できない深刻な状況が続いている。また、燃料価格の値上げが止まらず依然として高止まり傾向にあることから予断を許さない。
		通信業（総務担当）	・変動する原因が見つからない。
		広告代理店（経営者）	・一部の得意先は広告費の増加を見込むが、多くの得意先は新聞広告・新聞折込等の紙媒体の広告が減少傾向であり、全体としては余り変わらない。
		公認会計士	・経営者は10月からの消費税の引上げに警戒感を持っており、消費者の動向が非常に気になるという話をしてきた。設備投資についても、若干控え目になっている。
		農林水産業（職員）	・青果物は例年大型連休明けに値下がりするが、今年は10連休であり、連休明けの相場に不安が高まる。消費者は行楽等で出費が多く、一方、荷物は連休明けに集中するため、例年以上の厳しい販売環境となるだろう。また、燃油や日製品の値上げも、生産、消費への影響が大きい。
		化学工業（所長）	・今春は食品、生活雑貨の値上げが続いたが、その原因である原油が更に上昇しており、影響が心配である。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(四国)		職業安定所（求人開発）	・3月の有効求人倍率は1.64倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はなく、企業整備の情報も余り新規で入ってこなくなった。しばらく同じような状況が続くだろう。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後の景気は、不透明な要素が多いので判断が困難である。しかし、新卒学生の就職に関しては、学生が有利な状況が継続するだろう。
		人材派遣会社（営業）	・人材派遣、人材紹介の求人は、賃金を引き上げた案件も増加傾向にあるが、登録スタッフの数はそれに反比例して減少傾向にある。また、登録希望者のスキルも求人ニーズとのミスマッチがあり、なかなか成約につながらない現状である。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者がますます少なくなっており、企業によっては、外国人労働者の活用が目立っている。
		求人情報誌（営業）	・求人数は大きく変わらず、人手不足が続いている。人手不足で、業務縮小を余儀なくされる企業もあり、この状態が続けば景気は悪化するだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (従業員)	・ 求人募集を出しても人材をなかなか確保できないため、それまで広告掲載に使っていたコストを給与アップなど現在勤務している従業員に使用することで人材の流出を抑えようとする企業が増えてきた。
		民間職業紹介機関(所長)	・ 先日の地方選挙の影響で、建設、土木関係の工事の進捗が遅れている。実際、家に不具合が出たが、選挙が終わるまで修理は待つてほしいと建設業者から返事があったケースもある。このような状態が他の業種にも影響を及ぼしているだろう。

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

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)		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・母の日を迎え、来店客数が増加する。
		スーパー(店長)	・一時的ではあるが、消費税引上げ前のまとめ買いによる影響はあると考えられる。
		観光名所(従業員)	・大型連休を迎えるに当たり、問合せなどが非常に多く、天候に恵まれれば各地で大混雑が予想され、売上は伸びている。
		商店街(代表者)	・改元による消費喚起に期待している。
		商店街(代表者)	・改元により歓迎ムードがあり、若干消費が上向くのではないかと期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・これからウナギが商材として動いてくる。多少値上がり傾向ではあるが、期待している。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・高額単価の商材を購入する固定客が、徐々に付き始めている。
		百貨店(営業担当)	・気温の上昇に伴って、販売量の動きが上向いている。大型連休以降の消費疲れが懸念される一方で、前年の天候不順やサッカーワールドカップ等の影響で前年比は横ばいで、堅調に推移することが予想される。
		百貨店(売場担当)	・10連休や改元、消費税引上げ前の買換え、ラグビーワールドカップによる観光客の増加等により、売上が上昇している。
		百貨店(経営企画担当)	・現在も店舗改装を行っており、また、消費税引上げ前の駆け込み需要も期待され、引き続き好調に推移する。
		百貨店(プロモーション担当)	・ゴールデンウィークと改元に伴い一時的に景気は上向くが、その反動で財布のひもが締まる可能性がある。
		スーパー(総務担当)	・ここにきて改元や大型連休によるお祝い、消費拡大のムードは感じられるようになっている。今後、消費税軽減税率施行前の駆け込み需要や政府が進めるポイント還元等を駆使したキャッシュレス社会の確立の機運が更に高まれば、消費拡大のチャンスはあると予想している。
		家電量販店(店長)	・消費税引上げがあることで、瞬間的には確実に上向く。ただ、その後の反動もあり、一時的な効果にしかない。
		家電量販店(店員)	・改元もあり、新しいものを求める機運がある。自分への御褒美として、少し値が張る商品を購入する客が多い。
		家電量販店(広報・IR担当)	・消費税引上げ前の需要で、ある程度の伸びは期待できる。
		乗用車販売店(総務担当)	・10月には消費税引上げが実施されるが、それまでは駆け込み需要が発生すると予想される。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・これから夏場に掛けて、飲料水の需要が多くなり、コーヒー需要も増加する。通常の豆の販売より液体物が良く購入される。お中元シーズンも控えており、売上は例年どおり、若しくは、若干増加すると予想している。
	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)	・ゴールデンウィークが10連休ということから商機が大きく、また、このタイミングで施設のクレジットカードがスタートすることや映画も充実していることから、全体的に売上動向が拡大すると予想している。今年度、好調のヘルス・ビューティ関連のサービステナントも継続して2けた伸長しており、今後2～3か月は景気がやや良くなっていく。	
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・大型連休での売上を期待している。それ以降は、改元のイベントが開催されるために景気は持ち直し、売上の落ち込みも少ないと予想される。	
	観光型ホテル(総務)	・宴会や店舗の予約状況は、やや改善の傾向がみえる。改元により、新しい時代が始まるという高揚感が流れており、新元号にちなんだ企画商品等が景気を後押しすると期待している。	
	都市型ホテル(販売担当)	・韓国経済の不景気により、今後宿泊客は減少する傾向ではあるが、中国、台湾、タイ等の客は増加している。特にタイ等は、今後上向いていく。	

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
		タクシー運転手	・改元があり、大型連休の客の動向が読みづらいものの、ホテル、民泊等の宿泊施設も大幅に増加し、元号ゆかりの地でもあるため、観光客が増加する。
		通信会社（企画担当）	・競争は厳しくなっており、引き合いは増加している。
		競艇場（職員）	・業界全体が上向きのまま推移している。
		商店街（代表者）	・必要な物だけを購入する状況は変わらず、この状況は今後も継続する。
		商店街（代表者）	・変わらず、苦戦が続くと予想される。
		商店街（代表者）	・初夏物商材に動きがみられるが、秋の消費税引上げを前に消費は鈍い。特に高額商材の動きは悪く、安価な商材の購入が多く、売上が上がらない状態である。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税引上げ前にまとめ買いをする客も多少はいるが、少額であるため、売上は余り変わらない。
		百貨店（企画担当）	・消費税引上げの影響を除き、景気を左右する要素が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げの影響に関心はあるが、改元のお祝いムードに期待している。また第1四半期は統一地方選挙の影響もあったが、これから少し回復する。
		百貨店（営業担当）	・婦人フォーマルでは、クルーズ船対応のカラーフォーマルが好調になっており、紳士衣料雑貨催事や舶来ブランドや貴金属、美術工芸に関して好調である。一方、自家需要商品は依然堅調である。大型物産催事、自社クレジット催事での来店促進をしているが、し好品と自家需要中心の慎重な購買姿勢が依然継続している。
		百貨店（業務担当）	・10連休もあり旅行や外出での出費が多くなるため、しばらくは買物を控える客が多いことで、消費は停滞すると考えられる。
		百貨店（売場担当）	・業態間による売上格差の拡大が続いている。また、観光客の減少傾向が気掛かりである。
		スーパー（店長）	・晴れの日行事、イベント、ギフトなどの展開は年々早まっているが、今後も夏の催事などの告知を早めに始めることで、客数の増加につなげたいと考えている。青果の相場も比較的落ち着いている。
		スーパー（経理担当）	・4月は30度近くになる日もあり、今後、猛暑が到来すると食品の消費にも悪影響を及ぼすことが懸念される。
		スーパー（統括者）	・商品の値上げも小売現場で吸収せざるを得ない状況になりつつあり、消費税引上げを控え財布のひもは、更に固くなる。
		コンビニ（経営者）	・変化する材料が見当たらないが、大型連休で遊興費が掛かった影響で、連休明けに売上が低迷するのではと危惧している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・大型連休の後に買い控えがあるが、消費税引上げ前の購入により客が若干増加し、前年並みの売上になると予想している。
		衣料品専門店（店長）	・当地では、まだ災害復興の途にあり、来街者の動きがほとんどない。
		衣料品専門店（店長）	・改元があるが、売上にその影響が出ない。2～3か月後も変化はないと予想している。
		衣料品専門店（取締役）	・消費税引上げの是非に関する議論があるが、引上げをしなくとも景気が上向きになるとは思わない。所得が向上するような施策も乏しく、民間が企業努力しなければならない。
		衣料品専門店（総務担当）	・現在の状況は底であり、これ以上悪くはならないと予想している。
		家電量販店（店員）	・この業界は天候に左右されるため、3か月後の景気は見当がつかない。ただ、この冬は暖冬であったため、ボーナス支給により若干上向き傾向はあるものの、景気は停滞する。
		家電量販店（総務担当）	・改元セールを始めたが、まだ消費の掘り起こしにはつながらない。消費税引上げ前の特需までは、しばらくこの状況が続く。
		乗用車販売店（代表）	・好材料がなく、景気は伸び悩む。
		住関連専門店（経営者）	・客は購買意欲はあるものの、ネットでの下調べ、他店との比較など、決定に時間が掛かる。ガソリン等の値上げが始まり、消費は低迷する。

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
		その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・競争は続くと思っている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・4～6月は、燃料油等の販売量について、特に特殊要因を考慮せず、前年並みを予想している。10連休については、当地を訪れる観光客増加に期待したい。
		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）	・10連休、商品値上げ等変動要因はあるが、大きく振れることはない。
		観光型ホテル（専務）	・良くなる要因が見当たらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約が順調に入り、景気の先行きに不安な点がない。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約は、前年より若干増加が続いている。天候による影響を考慮すると誤差の範囲の増加であるため、現状と変わらない。
		美容室（経営者）	・春のおしゃれシーズンが過ぎ、景気の回復も見込めず、ネット販売の普及に歯止めが掛からないため、良くない状態がだらだらと続く。
		理容室（経営者）	・市内にある工場の配置転換により、人口流出が進み、サービスを利用する客が減少している。
		美容室（店長）	・これから先は暑くなるため、カットの客は多くなるが、景気は余り左右されない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・業界において、10月まではサービス需要量が増加するとともに、消費税引上げの影響も大きな変化はないと考えられる。人材確保は厳しさを増しており、確保状況によっては悪化していく。
		設計事務所（所長）	・今月は変わらないため、2～3か月先も状況に変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークや改元、G20などの行事が相次ぐため、営業を行いつらい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税引上げに伴う住宅取得対応により、今の状況は継続していく。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当地の気温が高くなり、県外産の入荷増により、青果物の価格が高くなる。また、消費者の食欲も抑えられる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアが多く、懸念している。
		コンビニ（経営者）	・商品の値上げが相次ぎ、客はより安いスーパーマーケットやドラッグストアを利用しており、今後売上が伸びる要素が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・データ管理システム業界は、フランチャイズ加盟者の働き方改革の問題により、少なからず客数へ影響すると予測している。
		コンビニ（店長）	・世界経済の動きが良くない。
		高級レストラン（経営者）	・当地を題材とした大河ドラマの放映が終わり、売上が減少している。これから各種イベントを開催する予定もあるが、まだ先の話である。県民所得は上がっていないが、インバウンド客の増加に支えられている側面もある。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークに集中した予約の反動と6月からの原油の値上げが影響し、夏の需要に水を差すことが、大いに懸念される。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークで金を使いすぎ、連休明けは金の利用が減ると思われる。
		タクシー運転手	・各業種での人材不足が改善する状況でなく、仕事があっても受注できず、売上を伸ばせない企業がこの先増加すると考えられる。解決する選択肢が全くない状態で、今後の景気は減速する。
		通信会社（企画担当）	・季節要因に加え、光回線のエリア拡大もないため、景気は上向かない。
		音楽教室（管理担当）	・保護者の考え次第であるため、先行き不安である。
		設計事務所（所長）	・世界情勢や世界経済の先行きが不透明なことや、日本国内の各種問題の解決策が曖昧なことが要因で、先行き不透明となり、景気を押し下げていく。
		設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が、どの程度あるか不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・10連休や改元等で、各家庭でイベントが続き、商店街への来店も減少し、売上が伸びないのではないかと心配している。
	×	商店街（代表者）	・例年ゴールデンウィーク後は、売上が減少する。
	×	スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、客の節約志向が続いている。また他店との値引き競争が激化すると思われる。
	×	スーパー（店長）	・消費税引上げでは、軽減税率が適用されるとはいえ買い控えの傾向がしばらく続く。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・来客数が低下しているため、この先の売上も落ち込むと予想している。
	×	高級レストラン（経営者）	・5月の10連休明けからの株主総会の予約状況も鈍く、厳しい状態である。年々食事の人数や規模が小さくなっているが、今年は改元もあるということで、動きが読めない。景気が悪くなるのではないかと危惧している。
	×	スナック（経営者）	・歓迎会シーズンにもかかわらず、客数が伸びない。連休も企業が休みとなるため、飲食店は悪影響を受け、連休中の旅行やレジャー等により出費がかさみ、休み明けも外食を控えることが予想される。個人経営の飲食店にとって10連休は深刻である。
企業 動向 関連 (九州)		農林水産業（経営者）	・原料の大量生産は夏には落ち着き、生産部門では安定してくる。販売では、冷凍食品メーカー向けについては、供給過剰から確保は厳しい状況であるが、鶏肉の原料価格の値下げで対応を図りたい。居酒屋、スーパーマーケット関連は、6月は梅雨で期待できない分、5月の行楽シーズンに期待したい。7月以降は、暑い夏が予想され、ビールの消費に合わせた焼き鳥等の需要に期待している。
		家具製造業（従業員）	・訪日外国人の確実な増加により、ホテル建設は増え続けている。2020年以降オープンのホテル案件も増えており、ホテル向けコントラクト家具はしばらく順調に増加する見込みである。
		鉄鋼業（経営者）	・ゴールデンウィーク10連休の影響もあり市場は閑散としており、新規の見積依頼や契約は非常に少ない状態である。完全に休暇モードで、連休明けのマーケット復活に期待している。選挙前の悪影響を懸念している。
		金属製品製造業（事業統括）	・建築工事の遅れは業界全体に及んでおり、一部には東京オリンピック・パラリンピック以降も続くと思われ、今後の見通しは見えない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降も上方修正の傾向にある。
		電気機械器具製造業（取締役）	・不安視された中国の経済状況も持ち直し、製造原価見直しの実施により、新ビジネスの獲得も視野に入れている。
		建設業（従業員）	・見積案件の中でも、受注に結び付きそうな物件も見受けられる。受注に向けて、一層企業努力をすれば、若干景気は良くなる。
		建設業（社員）	・官公庁の発注方法が平準化されれば、多くの発注があると予想されるが、民間工事の小さな工事でも受注を検討している。状況次第ではあるが、今後を期待している。
		通信業（経理担当）	・改元に関連する業務がある間は、一時的とはいえ特需が見込める。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルの入居率が高水準で安定している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページからの問合せ件数が増加している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当面は、自治体内での企画検討時期に当たり、受注の動きは見込めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの対米国や中国に対する貿易摩擦問題が解決しなければ、株は上昇しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・5月連休の影響が懸念されるが、現在のところ半導体業界及び他の業界において、これ以上受注の落ち込みはないように見受けられる。連休明けの受注状況に不安がある。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数から見て、更に増産されることはないが、高い生産台数を維持しており、横ばい傾向が続く。
	輸送業（従業員）	・健康食品の輸出は、規制もあり先行き不透明である。内需も競合が多く単価が低下しており、低価格の製品の受注が増加している。	

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
		輸送業（従業員）	・特に好転する要因はない。
		金融業（従業員）	・大型連休に伴う旅行取扱額の増加が見込まれるほか、土木関連では、災害復旧関連工事等もあり、高水準で推移している。一方、人手不足から経営面での障害が生じている。
		金融業（調査担当）	・大型連休や改元に伴う景気押し上げが期待されているが、その効果の持続性を不安視する声を聞く。設備投資については、計画や構想段階のものが少なくなく、当面は様子うかがう状況が続く。
		金融業（営業担当）	・10連休に入り、小売業など個人消費に関連する業種は好調であるが、今後はその反動も見受けられ、警戒感を示す企業も多い。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・大きなトピックがないため、変わらない。
		広告代理店（従業員）	・現在新年度商戦最中である。年間でも受注量が多い月であるにもかかわらず、今月の受注枚数は前年比95%とさえない実績となっており、今後に向けた好材料もない。今月の好調業種は家電販売や理容エステ、求人チラシ等であるが、メインの客のスーパーマーケット、家具、ドラッグストア等チラシが依然不調傾向にあり、厳しい状況が続いている。
		経営コンサルタント（社員）	・日常業務に追われ、新しい活動は生まれそうにないが、営業活動を活発にしなければ景気回復に期待できない。
		経営コンサルタント（社員）	・買い控えがみられる。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・賃金アップよりも働き方改革による休日が多く、弊社でも今年度の休日が、120日以上ある。余り景気の良い話は聞かれない。
		農林水産業（従業者）	・今後は、全国の産地から出荷が行われるため、販売単価は減少傾向に向かう。出荷の主役となる桃・ぶどう・梨といった果実の出荷量や販売単価、北海道の夏秋野菜の動向に注目が集まっている。
		化学工業（総務担当）	・売価が低下傾向にある。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの受注量や委託品の製造が激減している。受注変動が大きく、この先まだ見通しが見つからない状況である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・明らかに減量生産に修正されている。今後も回復の見通しはない。
		輸送業（総務担当）	・連休後は、物量が落ち着くことが予測される。しかしながら、人件費は高止まりしたままなので、物流業者はかなり苦勞することが目に見えており、更に働き方改革が追い打ちを掛けている。
		通信業（職員）	・会社全体で公共工事の受注見込みが立たず、受注量が落ち込むと予測される。
		金融業（営業）	・改元があり気分的には盛り上がりがあるが、継続的な実需を伴っていない。今後、景気が拡大する要因がない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・大型連休があり、4月後半は盛り上がった状態である。この状態が落ち着いた2～3か月先には、厳しい局面になる。
		× 繊維工業（営業担当）	・運賃や資材は、かなり厳しい値上げを要求しており、景気は低迷している。
		× その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・他県の市町村予算も確認したが、コンサルタントへの委託業務が前年度より少ない状況にある。入札の指名に入っても、ダンピングが横行しているため、受注業者が偏り、他の業者が受注できないことが予想される。このため、今後、景気が悪くなると予想される。
	雇用 関連 (九州)		-
		人材派遣会社（社員）	・お中元時期になるので、既に期間限定の注文を受けている。人数についても例年と変わらない人員である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元の影響によりお祝いムードもあり、秋の消費税引上げまでは、訪日外国人から内需の必要性も出ているため、徐々に良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・夏に向け、多少企業側にも動きが出てくるが、登録者数の伸び悩み、正規雇用へのエントリー、県外での転職等が少し目立っている。
	人材派遣会社（社員）	・夏場に向け、求人数は減少するが、状況は例年どおりとなり、好転する要素はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・物価が徐々に上がっている。特に当地は訪日外国人対策で売値を上げている。夏以降、消費税上げや地元中小企業の景気が心配である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県ではスポーツの世界大会が予定されており、秋から本番となるため、しばらくはこの状態が続くと考えられる。
		職業安定所（職員）	・求人数増加の鈍化と、求職者数の若干の増加傾向が、しばらく継続すると考えられる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・各企業の採用者数は前年とそれほど変化は見られないが、中小企業の求人倍率も改善がみられている。
		人材派遣会社（社員）	・営業活動量を前年比1.4倍増加させているが、前年比において求人数の減少傾向が変わらず続いている。
		職業安定所（職員）	・人手不足を要因とする企業のコスト高と働き方改革に対するコスト高による事業所の利益低下を懸念している。
		職業安定所（職員）	・求人の申込件数に頭打ちの状態が続いているが、求人条件を変更して人材を確保しようとする企業が多くない。
	x	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		-	-
		スーパー（販売企画）	・6月には競合店の新規出店から1年が経過するので、前年比は回復すると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・飲物が売れてくる。また夏場は観光客が増加してくるので売上の増加が期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・観光シーズンが到来し、例年どおり上向いてくるかとみられる。
		旅行代理店（マネージャー）	・毎月何本か団体、グループ旅行を受注しているので取扱高は増加傾向である。
		通信会社（営業担当）	・政府から指摘のあった料金プランの変更が6月からとなり、5月後半からは予約の客も含め通常の倍以上の来店があると見込んでいる。新製品の発売もあり市場も活気付くので好結果が期待できる。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・夏季の大型イベントや増税前の駆け込み需要が見込める。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場組数の増加や、商談客の様子からも景気は良くなるとみられる。
		百貨店（店舗企画）	・引き続き、リモデル効果、インバウンド効果が続く予測している。
		スーパー（企画担当）	・国内観光客が増え、土産をスーパーで購入する機会が増えていることなど、堅調な要因が考えられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、月末から始まるゴールデンウィークに向けて金を使わないようにしているのか、客に購買意欲が感じられない。この時期はどうしても物販が弱くなるようだ。景気はまだ良い状況ではないとみられる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・超大型連休の影響で一時的にやや販売量が上がってはいるが、飽くまで一時的なものとみられる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率は、今月同様に前年実績を大きく下回る見込みである。
		観光名所（職員）	・予約状況から判断している。
		住宅販売会社（代表取締役）	・手持ち工事や契約済みの案件があり、当面は安定した売上が見込める。
	商店街（代表者）	・商店街では飲食店が多くなってきており、物販店は商店街の外の大型店に客を引っ張られているようである。このままだと飲食業の同業者が増えて、足の引っ張り合いとなり単価も落とさないと売れなくなっていくので、余り良い状況ではない。	
	コンビニ（代表者）	・ゴールデンウィークに観光客が集中し、6～7月の県内日本人観光客数は微減すると予測する。	
	観光型ホテル（代表取締役）	・今後もホテル、宿泊施設が増える。入域客数の伸びよりも増加率が高い。競争激化することで、価格競争にならないか心配である。また、人材を確保することが厳しい。人件費も高騰してきているので、経営としては厳しい状況になる。	

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
		通信会社（サービス担当）	・ 今後は新規参入、販売方法改正などもあり苦戦が予想される。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 最も深刻な悩みは、アルバイト、調理技術者が全く採用できないことである。逆に倍近い給与で引き抜きにあつて、シフトが組めず、店休日を入れても店が回らない状態になっている。客の入店規制を掛けてどうにか対応しているが、機会損失が大きい。
企業動向 関連 (沖縄)		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 民間工事向けの引き合い予定が期待できる。
		輸送業（代表者）	・ 先島地区はホテルや量販店等の民需や、港湾、道路等の官需も増勢である。特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も本格化している。基地建設の優先により、出荷が減らされていた先島向け砕石も、メーカーの供給体制が改善されつつある。
		輸送業（経営企画室）	・ 大型連休や、新規総合スーパー店舗やコンビニエンスストア等の出店があるため、2～3か月は沖縄県内の消費が上昇するのではないかと考えられる。
		建設業（経営者）	・ 前月は消費税増税前の駆け込み契約が殺到したので、しばらくは新規客の契約への進捗状況は見込みがない。
		広告代理店（営業担当）	・ 令和フィーバーで景気は上向きだと感じているが、県内企業の販促予算をみると、消費税の引上げ後のリスク回避を想定していることから、広告販促予算が大きく伸長するとは考えにくい。
		食料品製造業（総務）	・ 初のゴールデンウィーク10連休効果も一服し、反動で消費が落ち込むのではないかと。またアフリカ豚コレラの影響で豚肉の原料価格が徐々に上がってきており、今年後半に向けて非常に気になる。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・ 2020年卒学生の就職活動が活発化している。県内学生が本格始動している。
		人材派遣会社（総務担当）	・ 求人数は多いが求職者が増えず、人手不足から対応できない企業がある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 求人数が減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・ 毎年3～4月である程度人材確保した企業は6～7月は求人控える傾向にあるが、今年は6月に大型商業施設のオープンを控えているため求人意欲が高まる可能性もあり、正直なところ、先が読めない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 慢性的な人材不足の影響が懸念され、定着率が気になる。また、人材確保のために無理をする企業が出てきそう、等々考えられる。
	x	-	-