

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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新聞やテレビでみる全国のニュースと比べても、当地の観光は明らかに伸びており、経済も良くなっている。特に東南アジアからの観光客は明治時代への憧れが強く、当地の文化に明治時代の雰囲気を感じていると感じている。これらのことから、今後も当地の景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は来街客のピークを迎える時期となるため、天候などで悪い影響が生じない限り、飲食を中心とした多くの業種で売上を伸ばすことが期待できる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・5月は今年のゴールデンウィークが10連休となった特殊要因の影響で、ここ最近の流れとは全く異なり、大きなショックを受けるほどの景気の悪さであった。今後については、こうした特殊要因もなくなるため、これまでと同様の状態に回復することになる。
		百貨店（営業販促担当）	・月末の気温上昇に伴い、帽子、日傘、カットソー、UV商品などのシーズンアイテムに動きが出てきている。今後も商品展開の前倒し、それに伴う催事の開催が後押しとなり、実需の伸びが期待できる。消費税増税前の駆け込み需要も夏から始まることになる。
		スーパー（役員）	・5月の景気がやや良かったことから、このまま景気が良くなることを期待している。ただし、今後、天候要因や消費税増税前の駆け込み需要がどのような業態に影響してくるか不透明な部分もある。食品スーパーにおいては、現状の景気の良さが下期までは続かないことも懸念される。
		スーパー（役員）	・10月の消費税増税が近づくとつれ、客が増税前の購入を考えるようになり、消費が活発になることが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候次第ではあるが、夏場の天候が前年より良いと予想されているため、景気はやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・国内客の個人旅行、特に夏休みのファミリー予約が好調に推移している。7月の大型コンサートイベントもプラスとなる。
		旅行代理店（従業員）	・7～8月は観光の繁忙期となる。前年の航空需要は9月の北海道胆振東部地震で大きな影響があったが、今年2～3月には回復し、4月以降は前年を上回る傾向が続いている。現状では、特に悪い要素も見当たらないため、今後の観光需要は好調に推移する。
		旅行代理店（従業員）	・当地を舞台にしたドラマの効果により、例年以上の人の流れが生じると期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・客に動きが始めており、新規受注が微増していることから、今後についても期待できる。
		観光名所（従業員）	・今年に入ってから、修学旅行生の土産利用について、来客数と客単価が上向きとなっている。以前は買物できる店舗を指定する学校が多かったが、今年は景気回復を背景に、制約がほとんどなくなっており、今後もこの傾向が続く。
		美容室（経営者）	・今年の春頃から食事や旅行などの話題を客から聞く機会が以前よりも増えていることから、今後、売上が増加するような雰囲気がある。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・現在の予約状況から、今後も好調に推移することになる。
		商店街（代表者）	・客の反応が多様であり、今後の景気がどうなるかわからない。
	商店街（代表者）	・これからオンシーズンへと向かうが、今年についてはゴールデンウィークが10連休という長期連休となったことの影響がどのように出てくるか不透明な部分がある。	
	商店街（代表者）	・今年7月に参議院選挙が行われるため、再度、影響を受けることになる。一方、外国人観光客については、大きな影響もなく、順調に推移することが見込まれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・5月の気温が例年にならぬほど高いことから、7～8月の青果物の育成に影響が生じることを懸念している。強風の影響も懸念される。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が動き出すのは7月頃になるとみられ、それまでは現状のままで推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化するの9月になるとみられ、それまでは外国人観光客頼みの状況が続く。
		百貨店（役員）	・競合店閉店の影響がまだにはっきりとしていないことから、今後の景気がどうなるか分からない。
		スーパー（店長）	・景気が変動するような要因が見当たらないため、今後の景気は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・地方では全くといって良いほど、景気の良さを感じない。最近の政府の景気判断は首都圏だけを対象としているのではないかと感じるほどである。以前は身近の景況感とマスコミの報道などで見かける景況感がある程度一致していたが、最近の政府の景気判断は外国のこのように聞こえている。
		コンビニ（エリア担当）	・公共事業が増えてこない限り、景気は今後も変わらない。
		家電量販店（店員）	・6月以降も好天に恵まれれば、景気は良くなると期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車効果が縮小しているものの、新車受注は予想の範囲内に収まっているなど、当社を取り巻く販売環境に特段の変化がみられないことから、現在の傾向が当面続く。
		乗用車販売店（経営者）	・景気を押し上げるような要素が見当たらないため、今後も大きな変化はないまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・9月中の車両登録が最後のリミットになるが、それまでは消費税増税前の駆け込み需要が続く。また、新型車の発売も予定されていることから、今後も現在の販売台数を維持できる。その後の販売量は落ち込むとみられるが、それまでは順調に推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・今後については、夏のボーナスがあるものの、消費税増税を控えていることから貯金に回されることになり、景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・10月からの消費税増税前の駆け込み需要は今年の1～2月がピークであり、それ以降は現在まで落ち着いた状況が続いていることから、今後2～3か月先も景気は変わらない。
		自動車備品販売店（店長）	・5月のゴールデンウィーク以降、客単価が低下傾向にある。客単価が回復する兆しがみられないため、今後も景気は変わらない。消費税増税の影響も読めない部分がある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・前例のない10連休、例年にならぬほどの気温の高さなどの影響が今後も尾を引くことになる。高齢者にとって、こたえる変化が多すぎるため、若年、中年の客を取り込むことができない限り、景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・5月は旅行代金が高額となるゴールデンウィーク期間前後の旅行を避けた客による利用が増えるという特殊要因があったが、6月以降の観光シーズンについては、観光客による利用が増えるのかどうか分からない面がある。また、年内に予定されている消費税増税や食品の値上げなどが、観光や飲食の景気にどのように影響してくるのかも予想がつかない。
		高級レストラン（スタッフ）	・軽減税率の導入に実感がなく、今後、消費税増税が間近に迫った際に、消費が落ち込むのか、駆け込み需要で消費が上向くのか、先行きが不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・好材料が見付からないため、今後も景気は変わらない。
		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。
		タクシー運転手	・6月は本格的な観光シーズンを迎える時期であり、恒例の大型イベントなどもあるため、タクシーの利用は増える。ただ、タクシー1台当たりの売上は増えるとみられるが、乗務員不足がますます深刻になってきていることから、会社としての売上は前年を下回る状況が続く。
		タクシー運転手	・夏期に入り、例年並みの需要で推移するとみられるため、今後については余り期待できない。
		タクシー運転手	・現在の当地の景気動向について、上向くような兆しがみられない。全国的に地域による格差がみられていることから、今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・外国人観光客の入込が安定していること、天候に恵まれていることなどから、4月以降好調を維持している。今後、観光の最盛期を迎えることから、景気が一層上向くことを期待している。
		スーパー（店長）	・10月の消費税増税に向けて、家電などの高単価商材は前倒して購入する機会が増えると見込まれるが、必需品以外の商材やし好品などは節約志向が強まることになり、厳しさが増すことになる。
		スーパー（店長）	・景気が回復する理由も心配もみられない。特に地方都市になればなるほど、その傾向が強いことから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・10月に予定されている消費税増税への不安感から、消費者の足元の買物行動は従来と比べて慎重さが増している。
		コンビニ（エリア担当）	・当地の基幹産業の1つである漁業の動きが全体的に良くないため、先行きがどうなるか分からない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税を控えていることもあり、景気が良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・先物に対する客の要望が極端に少なく、購買意欲が低下していることがうかがえる。
		乗用車販売店（従業員）	・ここにきて販売量に陰りがみえ始めていることから、先行きに不安がある。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・客の購買意欲が低下しているため、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・今後、消費税増税が予定されていることから、客の買い控えが懸念される。また、消費税増税に伴い、多くの商材で値上げが予定されているため、今後の景気はやや悪くなる。
		スナック（経営者）	・景気の悪かった5月と比べれば、6月以降の景気は良くなるとみられるが、余り大きな期待は持てない。
		タクシー運転手	・外国人観光客を始めとした観光客関係について、この先の問合せ件数や予約件数が前年よりも減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・現在、消費税増税を控えて運賃改正を申請しており、今後の運賃の値上げに伴う乗り控えが見込まれる。米国と中国の貿易摩擦もマイナスの影響が生じる懸念があるため、今後の景気が上向くことは期待できない。
		通信会社（企画担当）	・今後については、通信端末の値上がりに伴う買い控えが懸念される。
		美容室（経営者）	・消費税増税を控えているため、前向きに考えることは困難である。
		住宅販売会社（経営者）	・参議院選挙を控えて、消費税増税がどうなるか不透明な現状から、現在、客の多くは様子見している。客は選挙結果とそれに伴う政策をよく見極めた上で、住宅などの購入を決めることになるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・10月の消費税増税に対する不安から、客が消費を控えている様子がうかがえる。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・4月の統一地方選挙の際に、航空機の利用客の動きが落ち込んだことから、7月の参議院選挙の際も多少は客の動きが鈍くなる。また、消費税増税が徐々に近づいてくることから、消費者としては生活防衛のために財布のひもを締めることになる。特に観光は生活に必要なものではないため、過去の傾向から消費を削られる対象になりがちであり、観光需要が落ち込むことで当店の売上も低迷することになる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・夏の繁忙期の予約状況が良くない。10連休の反動もあるとみられるが、道内客、国内客、外国人観光客のいずれも予約の問合せが少ない。
	×	美容室（経営者）	・これから暖房にかかる費用が減ってくるが、燃料価格が上昇傾向にあることから、今後の景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・株式市場が低迷していること、消費税増税前の駆け込み需要が期待できないことから、今後の景気は悪くなる。消費税増税後は一層経済が悪化するのではないかと懸念している。
企業 動向 関連		建設業（従業員）	・今後については、新年度発注建築工事のうち、く体工事がフル稼働することになる。ただし、それに伴い現場労務者の確保が困難になることが懸念される。
(北海道)		家具製造業（経営者）	・東京オリンピックに向けた需要が増えつつあることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、米国と中国の貿易摩擦などの外的マイナス要因も多いことから、都市部、地方部共に足踏み状態となる懸念もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・今後については、工事の最盛期を迎え、土木、建築共に受注が積み上がり、それに伴い施工の稼働率も上がることになる。
		建設業（役員）	・年度計画を達成可能な受注量を確保できるめどが立ちつつあることから、今後については、工事の進行に伴い出来高が順調に積み上がることになる。
		金融業（従業員）	・10連休での消費増加の反動減が見込まれるものの、今年も賃上げを実施する予定の企業が多いことに加えて、消費税増税前の駆け込み需要も期待できるため、個人消費は引き続き底堅く推移する。また、今後、予算執行に伴い公共投資も伸びが見込まれる。これらのことから、今後の道内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）	・今後については、北海道胆振東部地震の震災復旧工事、札幌やニセコなどの地区で民間建設工事が活発に推移すると見込まれることから景気はやや良くなる。また、道内の宿泊施設について、地域によるばらつきがあるものの、宿泊料金が上昇傾向にあることから、観光需要も上向いている。
		食料品製造業（従業員）	・景気が良くなるような案件が特に見当たらない。
		金属製品製造業（従業員）	・資材の価格高騰、人材不足などの動きが現場にも影響し始めている。
		輸送業（支店長）	・夏頃までは具体的な受注見込みがあるが、その先の動向が不透明である。
		通信業（営業担当）	・現状の景況感はやや良く、今後の案件数、業績見込みも比較的堅調に推移している。今以上に景況感を向上させるには材料不足であるが、下向き傾向に陥ることは考え難く、今後も横ばいでの推移が見込まれる。
		司法書士	・10月に消費税増税が控えているため、建物の建築や中古物件の売買の駆け込み需要が多少は生じることになる。ただし、地方都市の人口が少しずつ減少していることから、仕事量自体も減少するとみられ、起爆剤となる材料がない限り、景気が上向くことまでは考え難い。
		司法書士	・7月に参議院選挙が行われるため、選挙の際に景気回復に向けた経済政策が打ち出されることを期待している。ただ、短期間でそうした政策を打ち出すことは難しい面がある。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・近隣で大きな事業が行われるという話はないが、いずれの業種も安定的に推移しているため、今後も景気は変わらない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・今後については、不安要素もあるが、一定の加工量が見込めることから、現状維持で推移する。
		食料品製造業（従業員）	・ゴマ油、牛肉、豚肉、タマネギなど、原材料の値上げ要請があることから、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・今後しばらくは派遣ニーズ、求人ニーズが堅調に推移する。就業者の増加は企業の活力になり、消費の好循環にも寄与することになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイト、パート、派遣などの非正規求人が増えていることから、先行きに対する企業の防衛意識が強まっていることがうかがえる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・参議院選挙が終わり、景気などの先行きが見えるようになるまで、様子見ムードが続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後については、外国人観光客が増えていること、消費税増税前の駆け込み需要が見込めるなどのプラス要因もあるが、企業が採用ニーズとコストのバランスを重視していることから、景気の先行きが不透明と考えていることがうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・流通業の売上の伸びが鈍化しており、今後の売上増加に期待が持てない。また、観光関連産業においても今後の大幅な伸びが見込めない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は2か月連続で前年を上回ったものの、月間有効求職者は7年6か月連続で前年を下回った。
		職業安定所（職員）	・景気に影響を与えるような雇用調整の動きもみられないことから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・人手不足分野の建設業、社会福祉、介護関係において、技術的・専門的職業の有効求人倍率の高止まりが続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1年6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が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・道内企業の新卒採用担当者の動きをみても、前年や一昨年の同時期と比べて大きな変化がみられないため、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税を目前に控えて、様子見する企業が増えることになる。また、間接的な影響ではあるが、米中の関係悪化の影響により、減産する企業が出てくることを懸念している。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)		コンビニ（店長）	・夏は1年で最も売上の高い時期となる。さらに、ねぶた祭りや他の祭りなどのイベントもあり、稼ぎ時となる。後は天候に恵まれることを願うのみである。
		商店街（代表者）	・天候が良い日が続いており、商店街のイベントにも多くの人が集まる見込みである。不安要素としては、店舗の減少により物販の勢いが鈍いことだが、その分飲食の店舗が増えているため、好調に推移するとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店の業種は、天候が良いとつられて売上也増える傾向にある。暑すぎても良くないが、今後2～3か月は良い状態になるとみている。
		百貨店（営業担当）	・2～3か月後は、消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生すると見込んでおり、消費は活発になるとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税の引上げ時期が迫るにつれて、駆け込み需要など、多少はプラスに働くとみている。また、例年よりも高い気温が続いており、夏物消費を後押しすることを期待している。
		コンビニ（経営者）	・梅雨が短くなり7～8月が暑くなれば景気は良くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・この先の2～3か月は、ゴールデンウィークのような長期の休みがないため、良くなっていくとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数の増加を見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・夏に向けて来客数が増加するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・夏に向けて来客数が増える見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・このままの天候が続けば、今年の夏商戦に期待がもてる。東北地方は来客数が減少しているため、新商品開発なども含めて底上げを図りたい。
		衣料品専門店（店長）	・今はまだ消費税の引上げの実施が不透明であり、駆け込み需要といった消費の拡大に結び付くようなイメージがない。諸刃の剣ではあるものの、消費税の引上げが確定すれば、少しずつ駆け込み需要の動きが出てくるとみている。
		家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は必ずあると期待しており、景気は一時的に盛り上がるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・この先は消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。また、新型車発表に向けた動きもあり、景気はやや良くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・天候次第ではあるものの、今月が悪すぎただけに、これ以上は悪くならないとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・改元により問合せや来客数が増えている。特に低迷していたブライダル関係が一気に増えてきている。消費税の引上げ前の駆け込み需要もあるが、新元号に期待する客の心理もあるとみている。
		旅行代理店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生するとみている。
		通信会社（営業担当）	・本年度に実施するポイント還元施策により、客のキャッシュレス化への関心度が高まってきている。
		テーマパーク（職員）	・夏休みシーズンとなり来客数が増えることとみえており、買上率や単価の上昇を見込んでいる。
		観光名所（職員）	・ゴールデンウィークの後押しもあったが、予約状況も大変好調である。それに伴い販売量も活発に動く見込まれるため、今後も現在の良い状態が続くとみている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・繁忙期前に設置するエアコンの問合せと、消費税の引上げ前のリフォーム工事の問合せが増える見通しである。	
	商店街（代表者）	・周囲の開発事業も滞ったままであり、景気は停滞したままである。	

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
		一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・地方の消費に関しては、マーケットの劣化や供給過剰の雰囲気プラスして景気への不安があるため、消費マインドは相変わらず低下している。米国大統領の訪問における近い将来に対する経済対策などにもよるが、全体的には現在の状況が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・この先の2～3か月は選挙のニュースが入り始めており、繁華街は静かになる見込みである。そのため、売上の悪い状態が変わらず続くとみている。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・地元名産のシーズンを迎えて、県外からの観光客が多く見込まれる。しかし、地元消費者の購買意欲が高まるとは考えにくく、景気が良くなるような要素は見当たらない。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・原材料の価格が上がっており、商品自体の価格の値上げも認めない。今年の猛暑の影響がどう出るか相変わらず予想できない状況である。
		百貨店(売場主任)	・ある程度の消費税の引上げ前の駆け込み需要は見込めるものの、統一地方選挙の動向や地方経済の停滞感をみると、景気回復にはまだまだ時間が掛かるとみている。
		百貨店(買付担当)	・月末は一気に真夏のような天候となったため、季節商材が動いている。今後も天候や気温次第であるとみている。
		スーパー(経営者)	・6月も地方の消費喚起につながるような要因が見当たらない。米中貿易摩擦、中東の原油価格の推移、EU各国の動向などで国内輸出業界に悪影響が出ないことを願っている。ただし、仮に悪化しても地方の消費にすぐには表れないため、地方の景気に余り変化はないとみている。
		スーパー(店長)	・ここしばらくは売上、来客数共に微増傾向のまま推移するとみている。
		スーパー(店長)	・買上点数に改善の兆しがみられないため、販売量の増加による客単価の回復は期待できない。
		スーパー(店長)	・6月から値上げとなる商品が多数あり、市場の状況としては大変厳しいものがあるが、当社としては6月より更なる販売促進策を計画している。業績アップを見込んでいるものの、商品の値上げなどの影響もあるため、現状維持で推移する可能性もある。
		スーパー(企画担当)	・客は必要なものをできるだけ安い店で買う傾向があり、店側としても何かアクションを起こさないと見向きもされない状況である。消費税の引上げが実行されるかどうかにも掛かっているが、客の購買意欲はしばらく低調に推移するとみている。
		スーパー(営業担当)	・改元に伴う一時的な消費拡大はあったものの、インスタント食品、加工食品などの値上げが相次いでおり、消費者は1円でも安く購入しようと苦心している。10月の消費税の引上げを控えて、この傾向は今後も続くとみている。
		スーパー(営業担当)	・5月上旬は天皇陛下の御即位でごちそう関係の動きが良かったものの、瞬間的な動きであり、ゴールデンウィーク終了後は通常に戻っている。そのため、売上は前年並みで推移しており、この状態は今後も続くとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・競合環境の激化や24時間営業見直しの影響により、消費拡大の一方で来客数減少の影響もある。この先も現状のまま良くなるとは考えにくい状況である。
		衣料品専門店(経営者)	・7月からサマーセールに入るが、セール期間中の売上は年々減少している。販売量は変わらずに単価が下がるという傾向が続いているため、この先も厳しい状況は変わらないとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・今年の夏も猛暑が予想されるため、暑さ対策の商品を模索中である。また、お中元商戦も早期受注に対して割引や送料無料などで対応している。
		衣料品専門店(店長)	・間近に消費者の財布のひもが緩むような一大イベントがあれば別であるが、今の段階ではこの状況から大きく変わることは考えにくい。
		衣料品専門店(店長)	・市場のパイは変わらないが、競合店の新規出店で客が分散するため、影響は続くとみている。
		衣料品専門店(総務担当)	・ここ1年の客の動きをみても、前年割れの状態が続いている。そのため、景気が上昇するとは考えにくい。
		乗用車販売店(従業員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が増えているが、まだそれほど焦っている客はいないため、現状維持で推移するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月で変化がないため、この先に大きな変化が出る とは考えにくい。
		乗用車販売店（本部）	・納期の長い車種もあるため、販売量の増加傾向もそろそろ 頭打ちとなることが見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・お盆が近づいて例年どおり小物仏具の売上が見込まれるた め、景気は良くなるとみている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要と改元需要に期待をして いるものの、景気に大きな変化はないとみている。
		その他専門店〔白衣・ ユニフォーム〕（営業 担当）	・早く暑くなったことで、夏物の動きが活発になる見込みで ある。ただし、夏物は早い者勝ちであり、在庫がなくなつた ら終わりとなる。そのため、前年の状況と余り変わらないと みている。
		その他専門店〔ガソリ ンスタンド〕（営業担 当）	・今年の夏は冷夏との予報である。販売量の減少が見込まれ るため、今月の悪い状況が続くとみている。
		その他小売〔ショッピ ングセンター〕（統 括）	・社会情勢、米中貿易摩擦などの不透明感はあるものの、当 面は現状維持で推移するとみている。
		高級レストラン（支配 人）	・ゴールデンウィーク後に来客数が大分落ち込んでおり、い まだに回復していない。2～3か月後の予約状況は例年と比 較して余り変化はないが、それ以上を見込むことができてい ない。
		一般レストラン（経営 者）	・来客数の減少傾向は今に始まったものではなく、ここ数年 間は似たような状況が続いている。2～3か月先において も、レストランという業種に関しては同様の傾向が続くとみ ている。
		観光型ホテル（経営 者）	・この先に大きなイベントや大会がなく、予約の動きは今月 と同じで余り良くない状況である。
		タクシー運転手	・3か月先は、地元のタクシー業界では魔の8月といわれて いるほど、収入が減る月となる。例年タクシー利用が多い3 ～4月でも今年は前年と比較して約10万円のマイナスとなっ ていることから、先行きも余り良くならないとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気に大きな影響を及ぼすような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・6月以降、サービスエリア全体への幹線整備工事について は、対応する工事業者が確保できたため計画どおりの工事の めどが立っている。ただし、客家屋の工事を担当する業者が 依然として不足しており、客の待機が続いている。そのた め、今後の工事業者の対応次第では一気に新規客の獲得が望 めると見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・客の要望に対して、変化が見込める要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・来客数は増えているが、今後は端末価格が高くなるため、 景気は余り変わらないとみている。
		遊園地（経営者）	・物価上昇や消費の不振などの懸念はあるものの、休日の曜 日配列に期待をしたい。
		競艇場（職員）	・これといった来客数を増やすための活動をしていないた め、余り変わらないとみている。ただし、7月は大きなイ ベントがあるため来客数は増える見込みである。ただし、売上 につながるかどうかは未定である。
		美容室（経営者）	・ここ数か月の来客数の動きからは、この先も急激に変化す るとは考えにくい。消費税の引上げ前ということもあり、3 か月先までは現在の状況が続くとみている。
		設計事務所（経営者）	・現在は来年度以降の受注に向けた運営をしている。突然の 失速や上向くような要素がないため、景気は変わらないとみ ている。
		住宅販売会社（経営 者）	・受注量は増加しているものの、各単価が減少しているた め、利益額は余り変わらない。
		商店街（代表者）	・商店街の商業複合施設の閉店などに伴い、10店舗あった商 店街の空き店舗のうち、6店舗に入居が決まっている。大型 店の閉店による影響が懸念されるものの、商店街内の空き店 舗に移動してもらうことで、被害を最小限に食い止める取組 をしている。
		商店街（代表者）	・飲食店街の来客数が極端に減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・米中貿易摩擦に伴って株式市場には動揺と停滞感がみられている。実際、中国経済に悲観的な先行きを示す指標が出ているという。世界経済が停滞すれば、世界的な安売り競争が加速するのではないかと。日本も高品質な輸出産業に頼るだけでなく、構造改革すべき余地が国内にまだ多く残っている。改革に伴う痛みという意味で、今後の景気は厳しいとみている。
		百貨店(企画担当)	・消費税の引上げを間近に控えて、節約意識によりますます消費抑制につながるという懸念がある。
		コンビニ(経営者)	・客単価が上昇しないことには景気は良くなる。今は来客数が堅調であっても、競合店の多い街なかでは将来への不安材料となっている。
		コンビニ(経営者)	・来客数の前年割れにより、厳しい状況が続くとみている。
		コンビニ(店長)	・コンビニ全体として過渡期にきており、店舗数が減少し始めている。周辺でも閉店する店舗が多く、今後は予断を許さない状況である。また、最低賃金の上昇がかなり響いており、業績が悪い店が大半になってきている。
		衣料品専門店(経営者)	・このまま、なし崩し的に夏物セールに入ること、客の購買意欲は薄れるとみている。また、消費税の引上げについては、駆け込み需要よりも、その後の不安による買い控えが強まるのではないかとみている。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げの実施が不透明であり、客の買物の仕方にも、必要なものには金を掛けるものの、単価を気にしている様子がうかがえる。東京オリンピック需要に関して、期待していたオーディオ機器関係やテレビなどの需要がさほど伸びていない。世界情勢や国内の景気動向に、客もやや不安感を抱えて財布のひもを固くしている様子である。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税の引上げやガソリン価格の高止まりの影響を懸念している。
		住関連専門店(経営者)	・受注活動をしてはなかなか物件数が増えず、さらに、その中から成約することが厳しい状況である。そのため、今後2～3か月は現在の受注残を除いて受注量は増加する傾向にない。また、東京オリンピック需要も今年一杯で終了するため、新たな物件は増えないとみている。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・消費税の引上げ前に値上げの動きが出てきている。どの程度の影響があるかは未知数だが、プラスにはならないとみている。
		その他専門店〔靴〕 (従業員)	・冷夏の予報が当たった場合に、夏用の季節商材が売れなくなることを危惧している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・単価の値上がりと同様よりも高い気温のため、石油製品の需要が停滞している。石油業界の寡占化が進み、価格硬直性が高まるとともに仕入価格の高止まりが続くため、今後も需要回復は難しいとみている。
		高級レストラン(経営者)	・米中貿易摩擦などが終わらない限り、消費マインドが向上することはなく、景気が良くなるような要因も見当たらない。
		一般レストラン(経営者)	・改元となり株価が少し下がっている。米中貿易摩擦もあり、景気は多少悪くなるというイメージがある。
		一般レストラン(経営者)	・消費税の引上げが業界的に大きな問題となっている。さらに、材料などの仕入価格も少しずつ上がってきているため、このままでは景気は悪くなっていくとみている。
		一般レストラン(経営者)	・競争相手が多いため需要と供給のバランスが悪く、売上はあっても実利が少ないという会社が増え続けた結果、体力をそがれて倒産してしまう企業も出てくるのではないかと。また、人口に対して高齢者が多い社会において、少子化が進む現状では税金は上がる一方である。AI技術が進むなか、税金で賄っている公務的な部署を削減しない限り、少子化社会では税金を上げなければ間に合わない。その結果、ほとんどの人は使える金がなくなるため、景気が良くなるはずがない。
		観光型旅館(経営者)	・消費税の引上げなどマイナスの要因が多く、客の行動パターンもめりはりがきつくなっている。結果として景気はやや悪くなるとみている。
		観光型旅館(スタッフ)	・とにかく予約申込状況が振るわない状況である。6月で前年比30%減、7月に至っては60%減で進捗している。新しいプランの販売も行っているが、反応は今一つである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・来月以降の予約状況が芳しくない。

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
		旅行代理店（経営者）	・これから夏休みの需要が入ってくるが、例年よりもその動きが弱い。前年同期においても100%を上回ることがなく、ものによっては前年比90%前半～80%後半で動いている商品もある。先行きが読めないため、景気はやや悪くなっていくのではないかとみている。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークの反動なのか、個人旅行、団体旅行共に予約の伸びが今一つ悪い。
		タクシー運転手	・アフターファイブの客の動きがみられていない。繁華街においては来客数も少ない様子であり、そのことが営業成績に影響して売上も悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	・G20において韓国との貿易調整は厳しいとみている。知り合いが韓国と事業開発を行っているが、国の問題で新たな取引が制限されている。この影響は拡大するのではないかと危惧している。ここ数か月先の輸入や輸出がアンバランスになるため、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・米中貿易摩擦と消費税の引上げの影響を受けて、景気は悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げがあるため、売上が減少するとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・6月後半からは国政選挙が予定されており、経済活動は鈍化するとみている。
	x	商店街（代表者）	・6月から先の予約がかなり少なくなってきている。米中貿易摩擦の渦中にあり、これから景気はかなり悪くなるのではないかと危惧している。
	x	スーパー（経営者）	・10月から実施される消費税の引上げが、客の消費マインドを低迷させるとみている。
	x	通信会社（営業担当）	・販売方法の変更に伴い、販売量の減少を懸念している。
企業 動向 関連 (東北)		建設業（従業員）	・今後は官庁案件の受注者が確定してくるため、景気が若干上向き可能性がある。
		輸送業（経営者）	・物量の増加が見込まれており、予定どおりに動くことを期待している。
		通信業（営業担当）	・10月の消費税の引上げに向けた駆け込み需要があり、9月までは受注が増える見込みである。
		広告業協会（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に向けた告知が活発になる時期のため、広告業界でも期待する声が見られている。しかし、その後の反動も懸念されている。
		広告代理店（経営者）	・各選挙に向けて動き出している。今月が最低の状態であるため、期待している。
		公認会計士	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれている。短期間であるものの、建設業、小売業などの景気が回復するとみている。
		農林水産業（従業者）	・今のところ果物全般は順調に生育している。そのため、例年並みの期待ができるとみている。
		食料品製造業（経営者）	・7月は参議院選挙、8月は市議会選挙があるため、お中元の動きが気に掛かる。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げに対する節約意識が景気のブレーキとなっている。
		食料品製造業（営業担当）	・既存製品の販売量の落ち込みが止まり、新商品の販売状況も上向いてきている。販売量が前年同月を上回るなど、現在のやや良い状況が続くとみている。
		通信業（営業担当）	・通信業界に対する厳しい反応はしばらく続くとみている。辛抱強く誠意ある対応でフォローしていくしかない。
		通信業（営業担当）	・経済が好景気となるきっかけがない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・アベノミクスの恩恵が到達しきっていない地方経済界において、米中貿易摩擦やイラン情勢緊迫化の負の影響ははばりアルタイムに到達してしまう。
		経営コンサルタント	・景気が好転する要因は見当たらないため、しばらくはこの状態が続くとみている。
		司法書士	・現時点で消費税の引上げに向けた動きは余りみられていない、そのため、景気の好況又は不況感の実感できない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・様々な商品を扱っているが、どのジャンルでも売上が減少している。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費税の引上げを控えて消費マインドが上がらず、節約、倹約意識がついて回るとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・米中貿易摩擦がいきなり地方経済に影響を及ぼすとは考えにくいですが、取引先の上層部において何となくそのことを懸念する気配がつかえる。発注抑制につながりかねないと危惧している。
		農林水産業（従業者）	・前年の作柄の影響で種もみの状態が悪く、育苗に悪影響が出ている。そのため、収穫量にも少なからず影響が出るとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・印刷用紙の値上げや不足により、印刷を取りやめてWeb広告へと切り替えるケースが増える見込みであり、印刷業は売上が落ち込みそうである。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・大型のプロジェクトが終息している地区が多く、新規物件の動きは低調である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦の影響が出てくるため、業績悪化は避けられないとみている。
		広告代理店（経営者）	・広告発注量の微減状態や、首都圏スポンサーにおける東北エリアへの広告出稿の減少傾向は、今後も続くともみている。
		コピーサービス業（従業者）	・消費税の引上げの動きについては、様子見の雰囲気がある、また、配送費の有料化を開始したため、客の一部が他社へ流れるのではないかと不安も大きい。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注案件、受注量は業種によりばらつきがみられるものの、総じて減衰傾向にある。
	x	金属製品製造業（経営者）	・カメラ業界は例年この時期から増産傾向になるが、今年は逆に減産のニュースが聞こえ始めている。そのため景気は大きな後退局面を迎えるのではないかとみている。
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・4月からは、規模は小さいながらも新期請負案件を開始している。そのため、今後2～3か月先の景況感はまあまあ良い兆しがみえている。
		人材派遣会社（社員）	・来春卒業の大学生を募集する企業の求人総数は、前年同時期と比べてもそれほど変わらないが、逆に多いくらいである。まだまだ企業は積極的に人を増やそうとしている。
		人材派遣会社（社員）	・登録者の動きがゴールデンウィーク明けより活発になってきている。また、今後はボーナスをもらってからの転職、という流れに乗っての採用数の増加が見込める。
		アウトソーシング企業（社員）	・仕事が増えているため、今後もこの調子で良くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・アルバイトの採用も困難性が高く、夏商戦への悪影響を懸念する声も出始めている。
		人材派遣会社（社員）	・今年に入ってから人の動きは、3～4月の繁忙期以外は異常に落ち着いている。そのため、6～7月も大きな変化はないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業を中心に、中国経済減速の余波による影響を懸念している。
		職業安定所（職員）	・今後の景況に対して、製造業などでは米中貿易摩擦への不安感を抱いている事業所が見受けられる。ただし、若者労働者の不足により、人手不足感は継続している。
		職業安定所（職員）	・新規事業所などから雇用拡大に結び付くような情報はなく、特徴的な動きも見受けられないことから、この先も景気の動きに変化はないとみている。
		職業安定所（職員）	・管内で100人を超える規模の人員整理が予定されているが、200人近い希望退職者が6月末で退職となる。しかし、事前に求職活動を行う動きはごく僅かであり、今後の求職活動に困難さがみられてない。退職後に失業給付関連の受付が増える見込みであるが、これは一時的な動きであるとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、求職者数共に前年同月比が減少しているものの、新規求人倍率の前年同月比は横ばいとなっている。中規模の人員整理が予定されており、有効求職者数は一時的に増加するとみているが、早期の再就職も見込まれており、有効求人倍率に大きな変化はないとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・米中貿易摩擦の影響は早期解決のめどが立っていない。海外の影響がない業種が生産人員の確保にどれだけ反応できるかが鍵となる。
		学校〔専門学校〕	・10月に予定されている消費税の引上げの影響は未知数であり、現段階では様子見の傾向が続くとみている。
	その他雇用の動向を把握できる者	・製造業における先行き不安は継続するとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・米中貿易摩擦が続いているなか、現状維持で推移するとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏場に掛けて選挙モードとなるため、経済的には足踏み状態になるとみている。その後も不透明であり、投資も控え目となるなど、景気浮揚ムードにはなっていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米中貿易摩擦により、世界経済の悪化が見込まれる。
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)		百貨店（役員）	・化粧品や高額品について、消費税再増税前の駆け込み需要が想定される。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は夏休みに入り、気温の上昇とともに、来客数やドリンク等の販売が増えることもあり、良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇に伴い、ソフトドリンク、アイスなどが売れる。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税の影響で良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・夏休みに向けて、他の商業施設にまねのできないオリジナルイベントを多数準備している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏場はエアコン需要があるので、売上は若干上がると思うが、その後は心配である。
		百貨店（営業担当）	・店としてお得なイベントなどを行うと、客の反応が極端に良くなる反面、イベントの前後は極端な不振に陥り、月トータルで、前年を下回る結果が続いている。節約志向はますます強まっているが、3か月先になると消費税再増税も視野に入る頃となるので、少しずつ駆け込み需要が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・競合店が閉店したということで、今後少しは良くなるだろうとみている。
		衣料品専門店（統括）	・やや良くなると期待を持って回答している。例年なら、そろそろ客が動き出す時期だが、今年に入って、今までと大きく違い、景気の悪さが身に染みている。今後は祭礼の時期になるので、これから期待ができるかと思っている。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社は観光地を控えている物産店やホテル関係がユーザーなので、今後6～9月辺りまでは例年どおり、多少は良くなる。
		都市型ホテル（営業）	・暑い夏になると思われるので、暑気払い等の宴会や夏に向けての企画があり、今後の伸びが期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・販売量が増えており、夏休みも控えているため、更に増加の見込みである。
		通信会社（経営者）	・9～10月に行われる国体に注目し、期待も込めてやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・消費税再増税次第だが、戸建て、マンションの購入者を中心に、再増税前に物件の駆け込み購入が増える可能性がある。
		通信会社（局長）	・当県では9月から国体が始まるため、経済は活発になる。
		商店街（代表者）	・商店街の中央に新築の肉屋が、近々オープンする、最近では少ない新規開店に、商店街では大いに期待している。
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・天候の影響が一番である。今年も前年並みに客が動くのではないかとみている。消費税再増税が景気を下げる主因のような感じもしている。	
	百貨店（店長）	・改元などのお祝いムードはあるものの、消費に影響しているものは少ないと感じている。米国の対中施策など、予断を許さない状況である。	
	スーパー（商品部担当）	・外的要因の変化もなく、現状維持が続きそうである。景気上昇の要因が見当たらない。	
	コンビニ（経営者）	・今後、売上、来客数が増えるとは思わないので、変わらない。	
	コンビニ（経営者）	・売上は横ばいである。しかし、経費上昇が利益を圧迫しており、苦しいところがある。特に、人件費の高騰や人員不足の上に、有給休暇の扱いに苦慮している。	

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
		コンビニ（店長）	・5月下旬に今年に限った比較的天きなイベントが、すぐ近くで行われた。残念ながら、来客数増には余り寄与していない。近隣の商業力が落ち、月ごとに地盤沈下が感じられる。せめて横ばいを期待している。
		衣料品専門店（販売担当）	・年金支給の偶数月の合間に、取り置きや予約をしていく客がいる。今後も年金支給月には、若干現金が動くが、それ以外の期間はほとんど客が来ないので悪い。本当に万策尽き、かなり厳しい。
		自動車備品販売店（経営者）	・良くなる、悪くなると感じられるものが、特にない。
		住関連専門店（店長）	・消費税再増税特需前で、少々変動はあるが、一時的なものと感じる。
		住関連専門店（仕入担当）	・一進一退を続けながら、個人消費の閉塞感は拭えない。特に、生活関連商材への余計な消費、支出はしない。食品類の値上げ傾向が続くなか、節約志向は継続する。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・新しい需要が生まれるような商品群が依然としてないの
		一般レストラン（経営者）	・で、今までと同様、低水準のまま停滞している。 ・良くなる要因がみえない。もし消費税再増税が見送られたら、一時的な景気回復がみられるかもしれない。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食業務の外部委託は増加傾向が続いている。一方で、人手不足は深刻となっており、安易に受託しにくくなっている。人材獲得並びに定着率向上と人件費等の上昇に対するコスト吸収力の向上が、重要になってきている。
		都市型ホテル（経営者）	・景気が上向き要因がない。
		都市型ホテル（営業担当）	・2～3か月後は、数値的には今よりは上がってくると考えられるが、景気という点でみると、今のところは上向き根拠は見当たらない。
		都市型ホテル（副支配人）	・国体を控えているため、それまでは安定した売上が見込めそうである。8月の大規模イベントにも、かなり期待している。
		タクシー運転手	・良くなる要素がない。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪いので、この先も変わらない。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの反動により、来客数の動きが弱いと感じる。
		競輪場（職員）	・1年で一番大きい記念競輪の売上が、ほぼ前年並みであったことと、他場の売上も同様に推移している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地方の景気改善は、当面見込めない。
		設計事務所（所長）	・今年度初めからの仕事が継続している。新規受注があれば、やや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税再増税の前の駆け込み需要に期待したいが、その後の反動減や増税による消費マインドの低下は不可避であり、景況の悪化が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・首相と米国大統領の会談の中で、「8月には両国の皆さんに話ができる」とのコメントがあった。その内容が、農産物等と自動車とのパートナーだったら、大変なことである。また、消費税再増税が実施されたら、商品価格が大きいだけにつらい。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・現在の受注状況からは減少し、受注残も減少傾向が続く。
		一般レストラン（経営者）	・暑さや夏休みなど毎年8月は閑散期に入るが、それを覆す良い材料が見当たらない。米中貿易摩擦の影響や物価上昇などの影響がないとは言い切れない。
		スナック（経営者）	・平日の集客が減っているが、来月もそのような動きになるのではないかと予測している。
		観光型ホテル（経営者）	・8月初旬までは、来客数は例年を下回り、以降は戻ると予想している。前年同時期の先行予約数を見ると、6～7月は非常に厳しく、一部例外はあるにしても、地方のリゾートや温泉地は、大体同じような来客数の推移をしているのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は6～8月も好調に推移している。宴会受注は6月は大型宴会が、前年の半分と非常に厳しい。7月は学会の受注等もあり好調である。8月は工事の関係で営業できない日があるため、厳しい。
		旅行代理店（経営者）	・高額商材が敬遠されている上に、来店客のインターネットへの流出が止まらない。

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（所長）	・株価下落や世界情勢の先行き不安などが影響して、消費の鈍化が進むと思われる。また、猛暑になるとどうなるかという不安要素もある。
		タクシー（役員）	・慢性的な人手不足である。
		通信会社（総務担当）	・来月から端末の実質販売価格が大幅に上がる。2～3か月先は新商品が出そろうって販売が増える時期だが、例年のように売れなくなると予想される。
		ゴルフ場（総務担当）	・6月以降の予約は、前年比マイナスとなっている。前年実績3,226名に対して予約は2,298名となっている。客が梅雨時期の天候を敬遠して、予約を入れていない。7～8月は例年どおりの予約状況で、やや低迷している。
		美容室（経営者）	・最低賃金は1,000円が妥当などと上場企業のトップが声高に言うのはいかがなものか。目標インフレ率が未達な状況で、零細企業にとっては死活問題である。
		設計事務所（所長）	・消費税増税の影響で、建築需要が減る。
	×	家電量販店（営業担当）	・これから販売が増える時期のための在庫投資でも、仕入量が少ない。特に、季節商材の動きが悪い。
	×	通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込みらしき注文はややみられるが、増税後のことを考えると不安である。
	×	美容室（経営者）	・美容業は働く人の手作業で成り立つが、この半年間で3名が退職した。同業者が多いなか、条件だけで動く若い人が多く、当店では勤続年数が高い先輩だけが残っていく。先行きに不安材料だけで、経営に力が入らない。働き方改革も大企業と小企業とでは同じようにはいかない。店を閉めることも頭がよぎる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・良くなる要因が全く見つからない。年末が怖いくらいである。
企業 動向 関連 (北関東)		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、受注量等から、収益は改善すると思われる。
		化学工業（経営者）	・瞬間的な忙しさなのか多少の継続なのかが不透明で、現状とそれほど変わらないのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今月は令和への改元があったので、多少それに関連したような感じで、景気は良い。ただし、この先はどうか少し不安で、分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・急激な増減産の情報はないものの、既存の仕事の売上は徐々に減る傾向にある。ただし、新規品の立ち上げも予定しており、減少分をカバーできる見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の動向に、新機種等の計画がみられない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・得意先が13社くらいあるので、2～3か月前から今後も繁忙はばらばらで、この先も変わらない。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・3か月後は、太陽光発電事業では台風シーズンなどで、売上は落ちる。ただし、他の主力部門が伸びる予定なので、今と変わらない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・梅雨に入り、除湿器等の関連商材の輸送量は増える予定だが、その後は天候次第で状況は変わる。夏物家電、エアコン、扇風機などの物量は、前年並みの輸送依頼となる見込みである。
		司法書士	・当地のような田舎には影響が出てくるのが遅れているのかわからないが、余り変わらずにこのままいくのではないかと。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税がボディブローのように効いてじわじわと悪くなるのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今後の売上は、不確かである。
		金属製品製造業（経営者）	・季節的な要因もあると思うが、2～3か月先の仕事は少なくなる予定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量がかなり落ちてきて、多少、人余り的な状況である。先行きが厳しい状況は続く。
		建設業（総務担当）	・海外情勢が不安定で、投資を控える動きも出てきているとの話を聞く。余り良くなるとは考えられない。
		通信業（経営者）	・悪くなることはあっても、良くなる状況はなさそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（管理担当）	・資機材の値上がりや人件費の上昇分を、取引先に転嫁しようと値上げ交渉を試みているものの、更なる引下げ圧力が強く、売上増は見込めない。利益が減少する見込みである。
		広告代理店（営業担当）	・消費税再増税による大不況の再来におびえている。
		社会保険労務士	・外部要因による景況感の悪化やボーナスの伸び悩みなどで、個人消費が悪化しそうである。
	×	金属製品製造業（経営者）	・8～9月の昇降機の生産台数が落ちる。エレベーターは微増だが、エスカレーターは4割減である。
	×	建設業（開発担当）	・新年度がスタートしたが、前年、前々年と比べても30%以上の減少と大変厳しい。当社売上では、前期受注分なので、今のところ、前年比10%増である。今後の公共工事発注分を注視していきたい。
雇用 関連		-	-
(北関東)		人材派遣会社（経営者）	・公共事業等や一般住宅等の増改築は、人手不足による影響もあって、求人数は活発さを見せている。工事関係の職人も人手不足で、それに伴う関連製品の販売等の営業職も人手不足である。機械関係の製造ライン等は、在庫調整等で動きが幾分緩み、暇なようである。暑さがどこまで安定するか分からない。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ、忙しい会社が全くなく、非常に寂しい。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの受注はあるものの、人材確保の状況が改善する見通しは立たないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は、直近3か月1.77～2.00倍で推移しており、前年同期と変わらない。来年3月卒業予定者の採用検討事業所を対象に、求人受理説明会を行ったが参加事業所数は、前年並みである。採用数についてのアンケートでも、前年並みを予定している、との回答が多くみられる。
		職業安定所（職員）	・10連休の影響で、サービス業を中心に売上増となった企業もあるが、連休中の在庫確保などで受注増となり、一時的に残業が増えたものの、連休明けは稼働日数も少なく売上等が伸び悩んだ企業もある。秋には消費税再増税も予定されているため、景気が上向きとは感じられない。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連部品の生産計画が減少しているため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・米中関係の悪化等、世界経済の先行き不透明感が今後増してくるとみている。
		×	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		百貨店（総務担当）	・消費税再増税前の消費拡大が期待でき、一時的には好転が予想される。
		スーパー（経営者）	・SNSによる集客の反応が上がってきている。お金をかけずに宣伝できる土台ができてきている。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税再増税前の駆け込み需要で良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今は家電製品の販売ルートが多岐にわたり、引越し業者でも販売しているので、試行錯誤しながらやっていくしかない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏に向けて受注が増える。また、新元号元年なので、まだこれから新調する注文があると思われる。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・新しい利用客の増加により、購入が増える予想される。
		百貨店（広報担当）	・資産価値が高い物、消耗品を中心に、夏頃から消費税再増税前の駆け込み需要が盛り上がり予想している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税が予定どおりに実施されれば、駆け込み需要により一時的に売上が伸びる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前の駆け込み需要が見え始めている（東京都）。
		百貨店（店長）	・春夏商戦が大きく動かなかったため、6月以降はセールを含めて多少上振れする可能性がある。また、8月以降は消費税再増税前の駆け込み需要があるとみている（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
		スーパー（総務担当）	・消費税再増税前の駆け込み需要があるので、高額品や保存のきくものはまとめ買いがある。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税次第である。10%への再増税実施決定ならば衣料品、住居品の前倒しの駆け込み需要への期待が大きい。
		コンビニ（経営者）	・今の時期よりも夏場の方が来客数、客単価共に上がるため、良くなる。
		コンビニ（経営者）	・これからサラリーマンの夏のボーナス支給があるので、購買力が増すとみている。
		コンビニ（経営者）	・季節的な要因もあるが、消費税再増税前の駆け込み需要も多少期待できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・気温が一気に上がってきており、夏物商材の動きが活発になる（東京都）。
		家電量販店（店長）	・6月に入り、政府が消費税再増税の正式発表をすれば、駆け込み需要が発生する。さらに、猛暑によりエアコン、冷蔵庫の売行きが好調に推移する（東京都）。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税のため、以前のように駆け込み需要が発生すると思われる。そのため、前期の締めである9月は良い結果が期待できる。
		家電量販店（経営企画担当）	・今年10月に予定されている消費税再増税前の駆け込み需要は、今のところ発生していないが、この時期から夏のボーナス商戦の需要が出てくる（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナス月及び秋の消費税再増税などで、客の動きが活発化していくと予想している。
		乗用車販売店（店長代行）	・消費税再増税前の前倒し購入に期待が持てる（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・景気動向指数の悪化や米中貿易摩擦などの影響は、個人消費にはまだ降りかかっていない。売場レベルでは、暑さ対策の新商品などが前年以上に大きく展開されており、購買意欲の喚起が期待される（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税再増税前に駆け込み需要があり、それが影響して一時的に購買力が高まるとみている。今後の米中貿易戦争の行方が気になるところである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏季は野球の全国大会やイベントが多いため、期待できる。
		旅行代理店（販売促進担当）	・7～8月は、5月の連休の反動があるかと思っただ、個人旅行の予約状況は好調に推移している。団体旅行が問題になるが、今のところ悪い数字は出ていないので、今月よりは良くなる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同時期と比較して前受けの販売量が増加している。
		タクシー運転手	・5月に入って早くも夏日が続くようになっている。今夏は地球温暖化による高温の日が続くとみられ、移動にタクシーを利用することにもつながるので、多少売上増を期待している。そうしたことから、景気は一時的に良くなる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピック開催が近くなり、いよいよ高画質映像ニーズの高まりが期待できる。また、新サービス導入の予定もあり、客からのリアクション増加に期待が持てる（東京都）。
		通信会社（社員）	・夏に向けて、消費の増加が見込めるのではないかと（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・スポーツイベントに向けたテレビ視聴に興味を持ち始めている様子が、客との会話の中から感じられる。非常に関心が高い客も多くいる。
		通信会社（経営企画担当）	・案件の増加予想があるため、期待している（東京都）。
		通信会社（総務担当）	・現状では特段の景気変動要因は見当たらないが、過去の消費税再増税前の傾向からすれば、今後は駆け込み需要が起こると考えられる（東京都）。
		その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・興行が好調に推移しており、今後の成績にも期待が持てる（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・高級有料老人ホームに関するプロジェクトについて、継続してコンサルティングができるならば、当社を含め、少し余裕が出てきたということではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・当商店街の構成は3分の2がチェーン店で占められているが、その中で、最近撤退が目立つようになってきている。特に、売場面積の大きい店の撤退が増えている。駅から一番近い商店街だが、それでもなかなか難しい状況になってきている。
		商店街（代表者）	・世の中のマインドが冷えてきている。その影響は当地域でも感じられる。ただし、イベントへのレスポンスはとて高く、正しく販促などを行えば消費は落ちないというサインのように思える。どれだけ積極的にイベントなどを打っていくかが課題である（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・夏に向けて年々暑さが厳しくなっており、消費税増税前に消費の冷え込みがあるのではないかと。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・消費税増税までは今のような状態が続くのではないかと。もちろん夏の暑さも関係するが、LED照明もよく動いている。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・今月は家を買換えた客がたまたまタイミング良く買ってくれたが、これが続くことはないと思うので、現状のまま変わらない（東京都）。
		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（東京都）。
		一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・米穀販売では、余計に買ったり贈答品などの想定もないので、変わらない（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・梅雨時期の天候や気温が売上に影響することが多々あるが、今年は新学期の文具需要期が終わっても、新商品を中心に商材がよく動いているので、大きく落ち込むことはない（東京都）。
		一般小売店〔生花〕 （店員）	・5月は母の日があるが、昔と違ってそれほど客は多くない。これから6～8月に掛けてはお盆があるので、仏花の方が売れるかもしれない。感覚的には売上は同じくらいではないかと（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・夏のクリアランスセール前には買い控えが想定されるものの、前年より訴求を拡大しており、来客数の増加が見込める。
		百貨店（売場主任）	・全体的に前年並みで推移していくとみている。お中元ギフトがどのように動いていくのかが1つの鍵になってくる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・夏の参議院、衆議院同日選挙という噂もある中で、消費税増税が論点とされ、ますます先行きが見えない状況である。インバウンド需要を除き、消費者は様子見ということもあり、今の状況が大きく変化することはない。9月以降、いよいよ増税間近になると、購買意欲は増すものと期待しているが、食料品等の軽減税率採用により大きなインパクトを与えることはできず、このまま前年比でほぼ横ばいの状況が続くと予想している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・これからお中元ギフトや夏バーゲンなどの売上規模が大きいが、ここ数年の状況から伸びは期待できない。今後はボーナス需要や消費税増税前の買換え需要などに期待するが、一時的なもので、景気の上昇にはつながらない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・米中の貿易摩擦の行方が不透明で、円高、株安基調が継続する短期での景気復調は期待できない。第2四半期後半では消費税増税前の駆け込み需要が想定されるが、直近では猛暑の影響や、ECによる顧客流出が続くアパレル部門の苦戦が当面の間継続する（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税による消費マインド低下は不可避であり、インバウンド売上の改善も見込めない。増税前の駆け込み需要も2014年の増税時ほど効果はないと推測している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・米中関係等の不安要素もあるが、改元やラグビーワールドカップ開催等のプラス要因もあるため、大きくマイナスになることはない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税直前の前倒し消費に期待するが、現実的な暑さの中で、衣料品類の前倒しはさほどないとみている（東京都）。
		百貨店（店長）	・マスコミを中心に、危機感をあおるニュースが全体を覆ってきていることから、簡単に景気の好転や消費の持ち直しにはつながらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店長）	・外国人客の売上による好景気に加え、日本人客の百貨店需要が復調しなければ、中期的な景気向上についての判断がつきにくい（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、平均単価が下がっている。客1人当たりの買上点数は前年比100%を超えているが、平均単価が下がっている分、買上額が前年になかなか届かない状況がまだ多くみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・依然としてやや悪い状態がこのまま続く。令和のお祝いムードもなかなか盛り上がらなかったことに加え、降雨も非常に痛手で、その来客数減少分を他の日でなかなか回復できなかったことが大きい。また、10連休後は節約志向になっているようなので、この先もさほど期待できない。
		スーパー（店長）	・5月に入って暑い日が続いているが、当店に来てくれるのは年配客が多いので、3か月後も恐らく今と変わらない。ただし、余りにも異常気象、高温が続くようだと、今以上に来客数が減る危険性もあるので、やや悪くなるのではないかと危惧している。天候、気温次第ではあるが、年配客は熱中症等の対策をしていかなければいけないので、来店頻度、来客数は今と変わらないか、減少するとみている。
		スーパー（営業担当）	・米中の貿易摩擦を始めとする社会情勢が影響して、将来に対する不安が払拭されないまま今日に至っている。この状況が今しばらく続く（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・前年は6月以降の猛暑の影響により、夏物商材の売上が大きく伸びたが、今年はその反動を受ける可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・買物動向に変化はなく、落ち着いているので、安定した売上が続いていくものと見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・外部的変化がなく、回復の見通しが立たない。
		コンビニ（経営者）	・人件費が上がると思うので、経営が行き詰まってくる。景気も悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・新商品の売行きが好調であり、売上維持が期待できる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・7月の選挙、秋の消費税再増税予定などで、消費者はもやもやした気分のようなのである。
		衣料品専門店（店長）	・消費税再増税前の駆け込み需要を期待したいところではあるが、社会保険料負担増や可処分所得の伸びが低いこと等により、消費者が将来不安への備えを優先すると考え、変わらないと判断している（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・クールビズも始まるため、重衣料、スーツを含めた袖物の客の回復が見込めない。
		衣料品専門店（営業担当）	・主婦層の購買力は相変わらず低迷している。無駄な買物はしない、前年の物を着るといった傾向が強い。10月の消費税再増税を考えると、物販は確実に売れなくなり、厳しい時代がやってくる。
		衣料品専門店（役員）	・ますますファストファッション衣料品の低価格化になりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いておらず、前月よりも2割減となっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・建築、車共に売上も良く、建築については受注も結構あるようである。2020年の東京オリンピックの期間までは現状のそこそこ良い状況が継続するが、これ以上は良くならないのではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・最近の動向からみて、今より大幅に良くなる要素は思い当たらない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費者の購買意欲を喚起する材料が乏しい。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税再増税を前に、主に外壁塗装、フルリフォーム等の高額なリフォーム工事の前倒しが顕在化しており、2か月程度先までオーダーが埋まりつつある。9月一杯はフル稼働の状況になる（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・今年は消費税再増税がある見込みだが、正式に決定していないこともあり、買い控えがまだしばらく続くのではないかと。
		その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	・販売量や来客数は毎月同じよう変わらない。来月良くなってくると良い。
		その他専門店【貴金属】（統括）	・現在の不安定な政治、経済の状況から、先行きが見えてくる7月以降までは、現状のまま変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・これから気温が上昇し、食料品の需要は落ち込む(東京都)。
		その他小売〔ゲーム〕(開発戦略担当)	・しばらくは通減傾向が続く見通しである(東京都)。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・米中関係含めて不確定要素が多い。
		高級レストラン(営業担当)	・法人を中心とした宴会予約の推移は、ほぼ前年同様に推移しているが、全体的な傾向として、例年利用の宴席は年々規模縮小の傾向がみられる(東京都)。
		高級レストラン(仕入担当)	・先々の法人の予約状況は、ほぼ前年並みである。今後の世界情勢が気になるが、夏まではこの状態が続く(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・10連休前後は使い控えなのか、一時的に来客数、売上が減少したが、今後の予約状況は前年同期並みに戻りつつある(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・新規出店した店舗で繁盛店が出てきている。工夫次第で伸び率を上げられる地域になっている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・消費税増税等が予定されているので、それに向けて使い控えがあり、3か月後も変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・金融機関の金融引締めというニュースがあるが、付き合いの中で感じているところは、さほど引締めはなく、貸したいところには貸し込みたいというような姿勢が見受けられる。また、米国大統領もそれほど圧力を掛けてこないのではないかという印象を持ったので、しばらくの間は横ばいが続く(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・今後ラグビーワールドカップや東京オリンピックなどで規制されると、街としては客がいなくなるのではないかと心配している。
		一般レストラン(経営者)	・景気は過去から見れば良くなっているが、一方で閉店する店舗も多い。空き物件の情報が手に入ることも多くなっている(東京都)。
		一般レストラン(統括)	・改元、大型のゴールデンウィークも終わったが、大きな景気変動はない。事業者は、秋の消費税増税準備に奔走しなければならない状態ではあるが、一般消費者の動向は先が読めない。先行きは不透明な状態が続いている(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・年金の引下げ等、悪材料もあるが、最低賃金引上げもあり、プラスマイナスゼロといった印象である(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・新元号になり景気回復を期待したいところだが、ゴールデンウィーク後のレストラン利用などの動きが鈍く、先々の予約も例年に比べて少ない。特に、法人利用が停滞気味で、景気回復には至っていない。この状態が続くとみている。
		旅行代理店(従業員)	・団体旅行の繁忙期は今月、来月となり、それ以降は動きが落ち着く。例年と比べて大きな変化はない。
		タクシー運転手	・いよいよ令和元年がスタートしたが、やはり先行きがよく見えていないことと、10月からの消費税増税についても不安が大きくなってきているので、うかつに出費はできないという様子が見受けられる。
		タクシー運転手	・間もなく梅雨入りするので、少しは利用が増えると思うが、先が読めない。前年の30度超えの暑さが5月中旬過ぎ頃から続いている。今年も暑い日が続けば、タクシーの中は少し涼しい空間なので、利用が増えて良くなる。
		タクシー運転手	・良くなる材料が見当たらない(東京都)。
		タクシー運転手	・最近売上がやや良くなっているが、暑さのためである。サラリーマン客が中心だが、景気が良くなっているという話は余り聞かない。米中の貿易摩擦を皆がかなり気にしているようである(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・上昇傾向となる要因が見当たらず、良くて現状維持かと思われる。
		通信会社(経営者)	・貿易環境は若干悪化すると思うが、中高年含めて、お金を持っているので、国内消費や景気にはさほど影響しない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要について一定量は見込めるものの、全般的に消費を抑える傾向は今後も継続する。
		通信会社(営業担当)	・同じ市場を価格攻勢で他社と奪い合う状況は、今後もしばらく続くことが予想される。市場拡大ができない限り、大幅な伸びは見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（局長）	・4Kテレビの購買量は着実に増えているようだが、サービスの連動がそれに伴っておらず、ラグビーワールドカップのような特別なイベントを起爆剤とするしかないような状況である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（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。個人向けの携帯電話等は、販売数量が前年同時期を下回っており、トータルすると横ばいで推移する（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・値上げた同業他社の動向を見ながら、世の中の景気を判断していきたい（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・10月の消費税再増税前の4か月で世の中がどう動くのか注視していく。
		競輪場（職員）	・暖かくなるので客の出足は良くなるが、単価は余り上がらない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・良くなる要素がないので悪いまま変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・売上や顧客数が増加する要素が見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・民間の設備投資意欲は低調と感じている。住宅はハウスメーカーによる設計、施工が主流で、苦戦している。厳しい状況がもう少し続きそうである。
		設計事務所（職員）	・消費税再増税前の駆け込み契約といった話も前回ほど聞かれず、大きな変化はないと思われる（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・ここ2か月の景気が非常に悪かったため、これ以上は悪くならないだろうという楽観的な考えもあるが、来場数、商談数、客の様子、他社の様子を見ても、景気が良くなりそうな兆しが何もない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数や資料請求件数にはさほど増減がないので、現状のまま推移する。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・以前見積書を出して決めた仕事がいまだ具体的なになっていないことに加え、その後の仕事の相談等も激減している。なかなか先行きが見えず、今後は非常に厳しくなる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の受注は見込めるが、期待できる大口物件がない（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・売る商材がだんだんなくなってきている。例えば、米中の貿易摩擦の影響を思い切り受けて古紙がなくなってきている。官公庁等の客は古紙を欲しがっているのだが、売る古紙がない。これは他のところも同様で、古紙がないため売れずに困っている。また、パソコン等でも部品がないために、納めたくても納められない状況が出てきている。原材料の高騰によりいろいろ値上げをしてきていいるので、その分売り損じが多いのかも知れない。
		百貨店（売場主任）	・実質賃金が減っている中、地方百貨店は非常に厳しい状況である。今後消費税が上がると更に厳しさを増す。
		百貨店（販売促進担当）	・食料品を中心に4月から値上げた商材が数多くあることや、10月に控える消費税再増税に向けて、客の消費に対する意識はより厳しいものとなる。
		百貨店（計画管理担当）	・秋に近隣の競合店が閉店するため、今後は大々的に閉店セールが行われることから、先行きは不透明である。商圏が狭いことから、一時的とはいえ客を奪われる可能性が高い（東京都）。
		スーパー（経営者）	・1人当たりの買上点数が減少しており、その傾向が強まっている。
		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、日々必要最低限の食材しか購入しない。生活における余裕がまだまだ感じ取れないため、もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・10月の消費税再増税に向け、消費者の財布のひもがますます固くなる。
		コンビニ（経営者）	・来客数や販売量の動向から、やや悪くなると感じている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアを複数店舗経営しているが、他店が近くにできて、店舗数も毎年のように増えているなかで、コンビニ全体としての売上は伸びているかもしれないが、1店1店の売上は落ちてきている。景気も悪くなってきているように感じている。

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（経営者）	・衣料品業界をみていると、不思議だと感じる。勝ち組がおらず、全てが負け組である。お金を使うのが食、住、衣の順番になっている。食品などでは堂々と値上げをしているのに、衣料品は下がる一方である。厳しい状況が続いていく。
		衣料品専門店（経営者）	・当店はスクール用品も扱っているが、少子化の影響が出ていることに加え、百貨店が同様の商品を扱うようになったので、大変厳しい状況になっている。こうした傾向が当面続くと思うので、しばらくは低迷するのではないかと。
		家電量販店（店長）	・来客数が前年度比で徐々に下がってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数が前年よりも落ちてきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・夏休みを迎えるので、買い控えが始まる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・猛暑になると、前年同様に客足が鈍るため、非常に心配している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税まであと4か月となり、現実味を帯びてきて、購買マインドに更にブレーキが掛かる状況が継続するのではないかと（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・例年7～9月の売上が年間で一番落ち込む。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は7～8月になる。2月と8月は我々にとって一番暇な時期なので、客の動きも余りなく、ケータリングもほとんどない。そのため、2～3か月先の景気は少し悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・米中の貿易摩擦や外交問題による世界経済の悪化により、仕入原価が高騰している。また、働き方改革の影響による深刻な人手不足により、人件費の高騰、営業時間の短縮、サービスの低下等、大変厳しい状況になってきている（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・人件費負担の増加が経営の重荷になりつつある。特に業界のような労働集約型の事業では、合理化もままならないなかで、直近の業績に多大な負荷がかかっている（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・もう既にいろいろな物が値上がりしているのと、その先の消費税増税があるので、皆の財布のひもが固くなるのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	・天候不順もあるかもしれないが、選挙の有無や消費税増税などに関する予想も出ているので、客の財布の中にお金がなかなか入ってこないというのが現状である。景気は更に悪くなると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・羽田空港発着枠の増加、各航空会社のハワイ線の増便に伴う供給過多により、今後は値崩れが懸念される（東京都）。
		旅行代理店（総務担当）	・予算は取っているものの、使用額が抑え気味である。米中貿易戦争に関する報道の影響を強く感じる。客との話題にも出てくるようになってきている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もあるが、それ以上にベースの消費が落ち込んでいる。
		観光名所（職員）	・観光地のため、ゴールデンウィークという大型連休のある5月は、人員が伸びた。2～3か月後は梅雨の走りともなり、若干人員が落ちる（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・定年を過ぎて働くにしても、同一労働同一賃金が日本ではまだ浸透していない。年金はもらえず、給料も減り、お金の使わなくなるので、景気回復の好循環が生まれない。
		パチンコ店（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク明けは消費が落ち込むことに加え、天候不順や梅雨入りにより客足が遠のくのではと懸念している。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ数か月は来客数が少なくなり、売上も落ちているので、景気回復は見込めない。問合せの数も減っている。地域性もあるかもしれない。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・米中の貿易摩擦に起因する全体的な景気後退の雰囲気、客の間にも若干広がっているような気がする。6月のサミットを通じて良い方向にならない場合は、景気が後退するのではないかとという形での不安が多い（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・消費税増税が近づいてきているため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・現在の仕事は変わらないが、次の仕事へのステップの見通しが不明である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・県内、市内の状況を見ても、地方は全体的に仕事量がなく、中央に偏っているというのが現状である。
		住宅販売会社（従業員）	・各金融機関で不動産に対する融資を抑える傾向が少しずつ感じ取れるようになってきている。選別融資を行っている銀行もあるので、今後の動向を注視していきたい。この件が今後の景気に大きく影響してくると感じている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注の落ち込みが回復せず、売上、粗利の減少に直結していく。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税があるということで、駆け込み需要があると思ったが、動きはみられない。前回の増税時は半年～1年くらい前から徐々に動きがあったのだが、今回はまるでない。また、今年は確かに暑いのだが、エアコンの声掛かりが前年の猛暑に比べてやや少ないような気がする（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰なため悪くなる。
	×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・昨日も異常気象のような猛暑であった。独立店舗でもそこそこクーラーを効かせているが、やはり客は涼しさを求めて大きなショッピングセンターに足が向いてしまうのではないかと。これからまた異常気象的な猛暑になるので、来客数が減るのではないかと危惧している。
	×	衣料品専門店（店長）	・今月は前年並みの動向を示しているが、消費税増税を意識した駆け込みの印象があり、それ以外では決して良い状況とはいえない。
	×	一般レストラン（経営者）	・2～3か月前先の夏の暑い盛りは売上がどうしても減る時期である。今月からデビットカードの取扱いを始めたが、デビットカードで支払いをする客がかなりいる。売上のうち何%かがカード会社の方に行ってしまうので、この先消費税が10%に上がる時にも、値上げをしないとかなり厳しい状況になる（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	・消費税増税、景気減速の影響が懸念される。客単価が高いレジャー産業という業態のため、増税の影響は大きい。米中貿易摩擦、株価の動向、参議院選挙などネガティブに動く要素も多く、楽観視できない。
	×	設計事務所（経営者）	・新しい物件の話がほとんど消えてしまい、なかなか仕事に結び付けることができない。行政からの指名においても、低価格の競合他社に仕事を取られる状況が目立ち、全体的に先が見えない。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題などによる海外経済の減速や消費税増税で下振れリスクが高い。個人消費の増える対策、特に住宅取得の対策が必要である。	
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）	・買物へ行っても人が多くなったと感じる。仕事は人手不足が深刻化している。案件が増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係では、新会社設立の注文が4件あった。通常月よりもやや多く、当店周辺は飲食店や夜の店があるが、このころなかった新規出店が今月は3店舗あり、その注文をもらっている。そのようなことから、これから少しずつ上向きになっていくのではないかと（東京都）。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今月の販売不振の反動もあり、この先の受注は増えてきている。米中の貿易戦争がこの先どうなるのが心配である（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税に関連する印刷物の受注等で多少良くなる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップ、東京オリンピック、パラリンピックの1年前イベント等の受注が増えている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・現在弾込めしている案件の受注時期となるので、受注量の向上が見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・取引先に連絡するにも、まず材料などの値上げの話からしなくてはならないので、非常に話がしにくい。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙調達、用紙価格の高騰が影響し、前年より規模を縮小するなどの動きがある。折込チラシより部数を減らし、ポスティングやDMに移行する傾向が強いので、売上額が減少する。
	化学工業（従業員）	・受注量からみて、取り立てて良くなるとは思えないが、減少もせず、悪くなるとも思えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦や参議院選挙のことなどがあり、全体的には様子見が強いようである。よって、余り大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦は長引くと思われる、半導体、精密部品加工などの下請企業としては気掛かりである。
		金属製品製造業（経営者）	・現在の受注状況は落ちてはいないが、先行きに不安がある。景気の後退次第では急な減産もあり得る。
		建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策が進んでいない。
		輸送業（経営者）	・取扱量の減少が続く中、対応策が見いだせず、しばらくは現況が続くものと思われるが、燃料価格が上昇を続けており、大変気掛かりである（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・運賃交渉の結果次第だが、現在は閑散期のため、3か月先の見通しは変わらない。
		通信業（広報担当）	・先行き不透明で、一進一退の動きが継続する（東京都）。
		金融業（従業員）	・一部の不動産業者からは、物件需要が落ち着いてきているとの声が聞かれる。建築材料費の上昇が建物価格に影響を与えているとの見方もあり、増収減益となる事業者も出てきている（東京都）。
		金融業（役員）	・米中貿易摩擦の影響が不透明なことに加え、今年10月の消費税増税前の駆け込み需要も余り期待できないため、景気は大きく変わらない。
		不動産業（経営者）	・5月になり賃貸の客足が減っている。空室もたくさんある。10月の消費税増税が心配である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・年内は、賃貸オフィスは空室ゼロの状況が続くと見込まれる。平成バブルがはじけた後では最も安定していると感じる（東京都）。
		税理士	・米国の対中政策により貿易戦争のような形になっており、中国から輸出できない。中国から海外に向けて輸出している日本企業や、日本から中国に向けて部品などを輸出している企業などが大きな影響を受ける。世界的なレベルで起きていることなので、先行きはよく分からない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が全く見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・消費税増税を控えているが、駆け込み需要は余り期待できない。
		税理士	・消費税増税が現実化することが決定的になれば、駆け込みでの消費拡大は間違いない。マンションなどの売行きもピークに達するのではないかと。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今の状態がしばらく続く。
		食料品製造業（経営者）	・当社の商材は夏場の高温時に売れなくなるため、この先の天候が心配である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年8月までは受注量が少ないため、やや悪くなる（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・前年のように天災が多発することなく、個人消費が堅調に推移してほしい。しかし、明らかに輸出、設備投資が減退して景気は後退基調にあるので、それに沿った的確な政策の実行を望んでいる。特に、大都市部で高止まりしている不動産価格の反動を危惧している。
		金属製品製造業（経営者）	・営業活動により、仕事の確保に努めるしかない。社員の効率化もしているため、若い社員の確保と、教育に力を入れるよう頑張っていく。これからは業界での生き残りをかけて、社内組織改革をしていかなければならない。今までの考え方でなく、新しい経営方針を打ち出していく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、落ちているような気がするが、閑古鳥が鳴くほどではない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・周りの状況は余り芳しくないが、これといった良い話もないので、現状のまま推移していく。
		建設業（経営者）	・景気も落ち着いてきた感じがする。製造業も受注が減っていると聞いている。
		輸送業（経営者）	・特に良くなる要素が見当たらない（東京都）。
		通信業（経営者）	・米中の貿易戦争の影響により、やや悪くなる。
		金融業（統括）	・景気はそれほど変化がないかもしれないが、経営者のマインドが大分下がっているように思えるので、今後それが出てくるような感じがする。
		金融業（支店長）	・世界の消費の何割かを占める中国での消費減退の影響は、これから徐々に出てくる。

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
		金融業（総務担当）	・ガソリン価格の高騰もまだしばらく続く。商品の値上がりの影響が主婦層にも表れてきている。不動産業では、駅近等、条件の良い物件は売れているが、それ以外は停滞気味になってきている。人件費では時給が上がっているため、企業の利益にも影響がある。今後海外の関税等もじわじわと影響する。全体的に良い材料が不足しているため、やや景気は悪くなる（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・各社の下期～来期の宣伝予算に、米中の貿易戦争の影響が反映されると予想している。今年もまた災害被害などが出てきそうである（東京都）。
		経営コンサルタント	・米中の貿易摩擦、日米関係についてももはや猶予がならない状況が近づいている。そのための米国大統領の訪日であったと想像される（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引量は現状維持の見込みであるが、燃料や原材料の値上げが実施される予定なので、利益が圧迫される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足が改善される目途が立たない中、5日間の有給休暇取得の影響で、少しずつコスト増加が出始めている（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・国内外の動向が不安定なため、企業が広告費、映像関係の外注を控える傾向にあるので、良くなる方向性がみえない（東京都）。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・前年絶好調だった化粧品容器の受注に回復の兆しがみえず、頭を抱えている。同業他社も同じ状況のようである。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争、英国のEU離脱問題、日米関税問題、働き方改革と悪い外的要因が多いため、後退感が強く、大企業も鈍化している。
	×	建設業（経営者）	・消費税増税の影響により悪くなる。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後、米中の貿易戦争の影響がボディーブローのように効いてくる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・この度の同一労働同一賃金の動きもにらみ、直接雇用化が継続する見込みである（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏に必要な業種の会社を攻めて、既に7件くらい予約をもらっている。今まで正社員募集がストップしていて復活という会社が5～6件あるので、その分がかなりプラスになっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・参議院選挙があるので、短期的な特需が期待できる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・米中いずれも経済がどうなるか分からないということで、輸出企業、中国に進出している企業が非常に心配している。そのため景気は余り良くならないのではないかと取引先が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足が急に解決することはないので、このまま売り手市場が続く。ただし、事務処理のRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）化が進んできており、近い将来幾つかの業種では引き合いが全くなることが予想される。その代わりに、他の業務が増えるとの予測もある（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・人手不足と思われる企業は多く、派遣や人材紹介での依頼数も前年を上回っているものの、人材難の状況が変わらないため、結果として成約数が思うように伸びてこない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・働き方改革推進に伴う残業の抑制、業務効率化のための派遣社員登用が増えている一方で、社会保険料の増加や残業時間の抑制によって、派遣スタッフの収入に大きな変化はない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・今のところ、大きく良くなる要素も悪くなる要素も感じられない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・客の景気が良くなっているという話を聞かない。
		職業安定所（職員）	・求人求職の動きに影響を及ぼすような要因は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・3か月前と比べると、求人数が減少、有効求職者数が増加している中で、就職者数は増加している。前年同月とは逆になっている。今後もこの範囲内で推移していく（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で減少しているが、これは管内の大事業所移転の影響等が考えられる。また、新規求職者数も前年比で減少傾向となっている。人手不足の職種においては、引き続き人材不足が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・景気が良くなる要因や気配は全く感じられない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・季節性もあるのか、夏に向けて求人状況は堅調である（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・米中の関税問題などがあるが、将来的にも大きな変化はない（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・景気が下方修正されたので、消費生活にも影響が出るかもしれない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は年計表ベースでも数%増加と、右肩上がりとなっている。しかしながら、採用並びに雇用維持競争がこれまで以上に激化していることから、新規採用数が伸び悩んでいる。2019年7月には同一労働同一賃金に対する動きも出てくるため、厳しい状況はしばらく続くものとみている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、求職者数共に減少傾向にあり、次月以降の成約数に大きく影響が出てきそうである。全体的な動きとして、当月求人、当月成約というより、求人月の翌月以降に成約するケースが多いため、このまま求人数が少ない状況だと、成約数に影響する（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・周辺企業の様子から、ポジティブ、ネガティブのバランスを見る限り、ネガティブ先行と感じる（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・まだ何ともいえないが、これまでのような採用意欲旺盛の状況が続くかは分からない（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)		遊園地（職員）	・今後も、料金施策の効果やイベントなどによる集客施策の実施により、多くの客の来園を引き続き期待する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・前年の猛暑があったため、特に今年は夏物商材等の需要が見込める。
		スーパー（経営者）	・近隣の酒屋が閉店し、7月末に地域の夏祭りの生ビール販売等を頼まれる予定で、売上は増える。10月の消費税増税等でレジの更新などがあるため、これを機に閉店した酒屋が3軒ある。いずれも、年齢も70過ぎで後継ぎもいないとのことである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要により、新車販売が増加するとみている。
		スナック（経営者）	・令和になってから、そこそこ上向いてきているように思う。このまま続いて欲しいという期待も込めて、やや良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・今まで多かった台湾からの旅客が今年は減少傾向であるが、アジア圏の旅行者全体でみると伸びている。これがいつまで続くか不透明ではあるものの、この先も外国人観光客からの予約は概ね好調である。
		観光型旅館（経営者）	・例年夏は、客の入込みが安定しているため、平年並みに戻ると予想している。
		都市型ホテル（支配人）	・今年の中京圏の催事が、会場都合によりシフトしているため、ビジネス客に加えて週末ごとのコンサートやイベント参加の客が増えている。また、来年に迫った東京オリンピックにも同様の状況が予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は変わらず、順調に推移している。フリー客も大きく減少する要因が見当たらないので、落ち込みが大きくなることなく安定して進捗するのではないかと。しかし、大きな選挙が実施されると、毎回大きく落ち込むので、懸念材料ではある。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・相変わらず、相談は多い。特に、後を見てくれる人がいないということで、永代供養墓の相談や仏壇処分も多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・6～7月は大きなイベントもなく期待できないが、その後の夏休みに期待したい。しかし、財布のひもは固く締まっている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・前年の猛暑があったため、エアコンの売上増は見込まれる。取付業者が学校関係や公共事業に取られてしまい、商材は売れても取付が間に合わない状況となりそうである。企業からは消費税再増税に絡んで、注文をもらっているが、学校関係の納品に伴って、個人店への納期に時間が掛かっている。
		百貨店（営業担当）	・現状だと、良くなるような兆し、雰囲気はない。変わらないかやや悪くなる傾向にあるのではないかと。
		スーパー（経営者）	・連休時の支出増の反動減を警戒している。
		スーパー（副店長）	・大型連休の影響で、5月はスタートが例年より少し良かったものの、4月からの累計で判断すると、とても良いとはいえない。東京オリンピック等の明るい話題もあるが、消費税再増税や年金受給年齢の引上げなど、将来的には不安要素が強く、景気が良くなる要素は少ない。
		コンビニ（店長）	・2～3か月後には消費税再増税関連の話が出てくるが、当店の場合は消え物を中心なので、特別変わるような状況ではない。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税前の需要に期待しているが、今のところは動きがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・良くも悪くもなる要素が見当たらない。ただし、7月は参議院議員選挙があるので、若干客足が落ちるのではないかと多少心配している。
		タクシー運転手	・今月は長い連休があった割には、久しぶりに前年比100%に届きそうである。
		ゴルフ場（経営者）	・前年の予約数はクリアしている。地方選挙がひと段落し、レストランでも年配者の楽し気な顔つきや会話が、目立っている。
		設計事務所（経営者）	・3か月先まで、依頼は多く入っている。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘価格の下落傾向が進んでおり、値ごろ感が出てきているものの、売買件数は横ばいである。
		商店街（代表者）	・いろいろな資源の物価が上昇し、運賃が高くなっているため、この先やや悪くなる。当店のよう小売店は、なかなか価格を上げるわけにはいかないため、今後、良くなることはなく、悪くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックなどによる一瞬の輝きはあるものの、経済基盤の強化とはなっていないため、継続的な成長となるかは疑問が残る。
		自動車備品販売店（経営者）	・株価の下落により、「投資株式は塩漬け」との声を聞くようになってきている。
		一般レストラン（経営者）	・普段は儉約する等、消費者マインドは厳しい方向にある。
		一般レストラン（経営者）	・消費税再増税までは、建設関連や自動車関連などはまずまずである。ただし、その分、日常の消費、サービス業に対する消費は控える傾向になる。
		一般レストラン（経営者）	・予想される異常気象の影響が懸念される。店の15周年の告知アピールをする予定だが、効果は薄い気配である。
		スナック（経営者）	・毎日厳しい状況が続いているが、この先もまた、お盆休みなどの休みがあるので、かなり厳しい日が続く。
		旅行代理店（副支店長）	・米国と中国との関係悪化や参議院議員選挙などがあり、旅行の減少や規模縮小などが目立ってきている。夏休みの動きや秋口の受注も非常に悪い。特に、企業団体は前年比で60%ほどと落ち込んでいる。企業も様子見の感じだが確実に受注は減っている。
		ゴルフ場（経営者）	・生産年齢人口の減少、消費税再増税、働き方改革のトリプルパンチに耐えられるのか大変不安である。働き方は選択出来るようにしてもらいたい。さもないと、アントレプレナーシップを有する人材の育成に支障が出る。起業家的イノベーターが育たなければ、経済縮小の一因となる。頑張る人は沢山頑張って良い社会にしてもらいたい。少なくとも私はそうやって経営者になっている。
	x	百貨店（店長）	・令和改元等の一時的な効果はあったが、それも冷めている。消費税再増税も控えており、客の購買行動も慎重になっている。実際に10月が近づくと、消費に対する逆風も強まるのではないかと。

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
	×	スーパー（経営者）	・求人採用はますます厳しくなり、どの業種でも人材確保に悲鳴を上げている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今はクールビズで、夏に向けての需要があるものの、真夏になると品物は動かない。
	×	スナック（経営者）	・良くなる傾向が1つも見当たらない。これからは、強弱がはっきりするようになるのではないかと。現総理が何を考えているか分からないが、もう少し庶民に顔を向けてほしい。
	×	通信会社（経営者）	・競合他社との争奪戦が激しくなっており、しばらくこの状況は続きそうである。
	×	通信会社（営業担当）	・当地の凍霜害の被害は日を迫うごとに拡大しており、今後が見通せない状況にある。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注、生産共に、順調に推移している。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費税増税がどうなるか不明だが、駆け込み需要を狙った、小売店の販売競争により、受注量が増える。
		食料品製造業（総務担当）	・販売量が見込めない上に、原材料の値上げや販売単価の下落等、良化を予想させる材料が見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの受注や輸出需要の状況が、上向く傾向にはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・案件がそれほど多くないため、変わらない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費税増税が、本格的に身近に感じられるようになれば、多少動きが出るかもしれない。
		建設業（経営者）	・景気は上向いていると思うが、今後は人手不足や技術者確保が問題となる。
		金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦や日米通商交渉の行方など、先行き不透明感が増している。
		金融業（経営企画担当）	・現在公表されている各国の景気指標等を考慮すると、停滞期はしばらく続く。
		食料品製造業（製造担当）	・販売点数が若干落ち込んでおり、悪くなる。
		食料品製造業（営業統括）	・一部のワインは国際ワインコンクールで入賞しているものの、全体的にみると海外ワインに押され、苦戦が強いられる。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが本当に大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・収入減や消費税増税問題等、購買意欲が湧かないため、景気は上向かない。
		職業安定所（職員）	・ハローワークの窓口では引き続き、人手不足で求人募集を行う企業は多い。先行き不透明と心配する声も一部あるものの、景気が後退したとの話題はなく、また、従業員の解雇等の動きもない。
		職業安定所（職員）	・短期的にみるとやや悪くなっているようには感じるが、2～3か月先の景気は、やや悪くなるといえるほどには動かないのではないかと。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・求人は続いているものの、今後、採用人数は今までとは違って、多少減ってくるとみている。
	×	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業では、米中貿易摩擦の影響が出始めた企業や不安視する企業が増え、総じてやや悪くなりつつあるが、大きな変化はまだ先のようなのである。

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)		家電量販店（店員）	・消費税引上げの影響は、3%から5%、5%から8%、今回の8%から10%へと、税率が高くなるほど大きく売上が伸びる。しかし、10月以降の反動減も想定されるので、販促面を強化するか、下期は販管費の削減に取り組むかを考える必要がある。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦と同じ時期に新型車が発売される。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要も出てきており、今後が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・多少、予約があるので、期待も込めて今月よりは良くなる。
		商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づいてきて、景気が良くなってきたと感じる。
		商店街（代表者）	・消費税引上げ前の駆け込み需要が多少なりともあると思う。現時点ではまだ動きはみられない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・10連休で物が売れなかった分、3か月後ぐらいには多少は上向くと思うので、期待している。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・夏に向けて予算消化が活発になり、受注量の増加が見込まれる。
		百貨店（企画担当）	・消費税の引上げを前に高額品や化粧品などの消耗品に対する購買意欲が高まる。衣料品に関しても秋冬物の先買い意識が高まると予測している。反面、現状は非常に好調なインバウンドの売上や地域製造業の業績などの先行きが不透明な点と、猛暑や大型台風上陸など夏場の異常気象により、主要客である高齢者層の来店減を懸念している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増加していくと見込まれる。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（計画担当）	・底堅い富裕層の買上状況やインバウンド需要の好調に加え、一部で消費税増税前の駆け込み需要が出始めており、9月までは消費の盛り上がり期待できる。
		コンビニ（企画担当）	・規制緩和も進まず、夏のボーナスも横ばい、政治も経済もよく分からない状況であるが、猛暑だけは確実さを増し、関連商品のニーズ増大と新たな商品の創出で、国内の景気に限っては良くなると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨入りが例年より遅くなり、気温上昇による関連商品の改善とスピードくじやエンターテインメント関連での来客数増を期待する。さらに、デザートを中心に大型商品の発売を予定している。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・5月後半で夏日が続いているため、引き続きエアコンが売れる。消費税の引上げや東京オリンピックを控え、夏のボーナス商戦でテレビも期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・東京オリンピックが近づいてきているので、景気が上向ってきている。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要で、一時的な動きとして景気が少し良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要はこれから本格化すると思われる。実際、来店客の話を聞いていると、消費税の話がよく聞かれるようになったので、9月一杯までは自動車、カー用品の購入や車検、点検などを前倒しで受ける客も考えられるので、期待をしている。
		乗用車販売店（従業員）	・全体の動きは悪くないので、先につながりそうな期待はある。価格的には厳しく、現状の売行きは余り良くないが、全く駄目ということではなく、少し今が踊り場で、ここから良くなりそうな印象を受ける。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車や特別仕様車の発売などが控えているので、受注台数の落ち込みはないと思われる。
		一般レストラン（従業員）	・消費税の引上げ前で消費が増える。
		旅行代理店（経営者）	・改元で明るい報道が増えてきたような気がするので、東京オリンピックに向け景気は上がっていくような気がする。
		旅行代理店（経営者）	・元号も改まって特に悪い材料もないので、景気も少しは良くなると思う。
		旅行代理店（営業担当）	・東京オリンピック、大阪万博ぐらいまでは、旅行ムードは上向きと考える。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・短期的のみでない客の動きから、今後期待できそうである。
		美顔美容室（経営者）	・8月からキャンペーン販売が始まるので、売上のアップにつながる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税引上げの判断次第だが、駆け込み需要が少なからず見込めるのではないかとと思われる。増税後の冷え込みは覚悟している。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・システム移行が順調に進んでいるので、客への対応もスムーズになりつつあり、かなり効率が上がってきている。

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
		商店街（代表者）	・客の購買意欲は、ゴールデンウィークをみるとあると思われるが、消費税が引上げられることによって、金を使わない傾向がみられ、余り変わらないように思われる。
		商店街（代表者）	・来客数そのものは余り変化がないが、必要な物以外を買わない傾向がずっと続いている。
		商店街（代表者）	・節約志向は強いが、消費税引上げ前の駆け込みはあると思う。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げを控え、耐久消費財の販売増を期待しているが、今のところ消費税絡みの買換え需要は発生していない。客も慌てて消費税の引上げ前に、という意識が余りないようである。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・諸外国の為替、貿易、政治等の問題が多いが、そのバランスの上での景況感是不変。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現状は悪くない状態で今後もその状態が続くと考えている。消費税の引上げがどう影響するかは分からない。駆け込み需要は余りないと思われる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・最近では飲食店、居酒屋共に客がいないといっている。原因は分からないが、客は本当に余分な金を持っていない感じがする。当地方の不景気さの表れかもしれない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・売上が変わらない状況が3か月先も続く。部門別に分けると、個人・家庭の贈答品傾向は、付き合いの幅を狭くしているので、今後3か月先も売上は鈍化していく。しかし、法人客は、売上を上げようといういろいろな施策も出てきているので、法人先の営業については、少し上がっていく。店全体とすれば3か月先も個人が伸びず法人が伸びて、バランスは変わらない状況になると感じられる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・余分な物は買わない客が増えているように見受けられる。依然として財布のひもは固く、現状維持が見込まれる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・4月以降のシャンパン、ワイン及びソフトドリンクの売上から、飲食店の経営状況の悪化が進んでいる。
		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）	・米中の貿易摩擦や英国のEU離脱等、海外要因が非常に不安定である。それに加え、イラン問題等、海外要因の動きによってこれからは大きく変わらなう。
		百貨店（総務担当）	・選挙前になると消費が弱くなる傾向があり、マイナスの要素もあるが、今年の夏のボーナスは、消費税増税前の駆け込み需要等一定程度の消費も想定され、プラスの要素もあるため、プラスマイナスゼロベースを想定している。
		百貨店（販売担当）	・母の日などのイベントは前年より良かった。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス、消費税引上げ前の販促プロモーションで集客は期待できる。ただし、現状を上回るほどの景気の好転はないと見込まれる。
		スーパー（店長）	・安価な物の購買率は維持されそうである。消費税の引上げを控えており、スーパーでの買物は絞る気味になり、逆に大きな買物は増えるようである。
		スーパー（支店長）	・米中の貿易摩擦や原料値上げに伴う商品価格の上昇など、消費者にとって買い控えざるを得ない状況になりつつあり、当然、消費の鈍化が懸念される。
		スーパー（ブロック長）	・最近の局地的大雨や高温などの天候不順、株価の低迷、商品の値上げ、ガソリンの値上がりなど、良い材料が見当たらない。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数は前年比100%をキープしているが、販売額が上がっていない。3か月後も今の状態と余り変わらないと思われる。
		スーパー（経営企画担当）	・期待するものがない。
		スーパー（商品管理担当）	・気温変化によるが、大きく変動する要因がない。
		スーパー（総務）	・改元で売出しを行ったが、売上は以前と変わらず伸びず、前年並みとなっているため、今後の傾向も変わらないと見込む。
		スーパー（販売担当）	・たまたま今月はイベントが多くあったので来客数もあったが、これから先はどうなるか分からない。
		コンビニ（企画担当）	・猛暑になると飲料は伸びることが予想されるが、景気が良くなる要因はない。

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
		コンビニ（店長）	・気温上昇による飲料の販売量アップに期待したいが、暑すぎると逆に消費が落ちるので、天候次第ということで変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今年も猛暑の影響で、それなりの伸びはあるかもしれないが、景気の回復といえるレベルではないと考える。また、猛暑による出控えも少し懸念されるため、変わらないと見込む。
		コンビニ（本部管理担当）	・直近4～5月の前年比売上は好調であるが、要因は明確で、今年しかない特需であるゴールデンウィーク10連休の影響が大きい。6月以降も客の動向や客単価が好調を維持できれば、景気は上向きと判断できる。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールだからといって品ぞろえをしても売れる時代ではないので、今ある商品を丁寧に売っていくつもりである。
		衣料品専門店（売場担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要がある程度想定されるが、飽くまでも一時的なものであり、景気と比例しているとは思えない。
		家電量販店（店員）	・スマートフォンによるバーコード決済でお買得なキャッシュバックキャンペーンがあるが、ほとんど利用がなく、消費税増税前の駆け込み需要も限定的な気がする。
		乗用車販売店（営業担当）	・相変わらずのガソリンの価格の高騰やいろいろな物の値上げで、消費意欲が落ちている気がする。米国と中国の貿易摩擦も我が国に影響してくるのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・米中の貿易摩擦の影響が為替も円高気味で、企業業績も見通しにくい。個人消費も慎重になりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・特に変わる要素はない。
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数は前年並みが見込めるが、納期が掛かる車種が多いため、販売しても売上に結び付かない。消費税の引上げ前の駆け込み需要も多少は見込めるが、納期が掛かりすぎて客に伝わりにくくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・話題となる新型車両の発売を機会として、店頭で足を運んでくれる客が増え、さらに、夏のボーナス時期を迎えるので新車販売市場が少しでも活気付くよう期待する。しかし、買わなければならない必要な物と、そうではない物の線引きが厳しく、なかなか客の財布のひもは固いと感じる。
		乗用車販売店（販売担当）	・フルモデルチェンジの商品が一杯出ているにもかかわらず、販売量は伸び悩んでいる。値引きができないという原因もあるが、厳しい状況が続くのではないかと思う。
		住関連専門店（営業担当）	・新築現場に対する客の状況が、余り前向きになっていない。反対に、リフォームや大規模改修等、金を掛けずに小規模での工事は多くなっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・特に悪くなるような要因が思い当たらない。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・2～3か月後は、夏休みの期間に入っていくのでレジャー代に流れたりするため、余り良くはならない。景気的には悪くなるのではないかと心配している。
		高級レストラン（経営企画）	・現状の景況感を引きずり節約傾向が続き、前年より来客数の減少が見込まれる。一方で、利用時の客単価は若干であるが上昇傾向である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ前で買い控えがかなりあると思われる。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税の引上げまでは、特段消費マインドが変わる気配は感じられない。消費税引上げの影響がどの程度あるのかは読めない。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては、前年比で5～8%の伸びがみられるが、地元経済を反映する昼食、夕食は、80～90%という形で前年を上回る数字になっていないので、地域経済が活性化していないと思われる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きも変わらないと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・子供の夏休みのスケジュールの段取りが決まってくると、第2弾の受付が集中するが、今年の台風など天候の影響でどう変わるか最後まで分からない。しかし、秋以降も休日が多いので、連休の受付は期待している。

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
		旅行代理店（経営者）	・東京オリンピックのチケット申込みが本格化し、秋にはラグビーワールドカップが始まるので、客の目がそちらの方に向いてしまうと考える。
		タクシー運転手	・長い間、繁華街の人出が少ない。以前だと、今週の週末はよく人が出たとか多少は変化がみられたが、今月の週末は良くなく、先が良くなるような変化がみられない。まだ、この状態が続くのではないかとと思われる。
		タクシー運転手	・米国と中国の貿易摩擦の影響で、この地域でも、特に車関係の部品メーカーの工場などでは、売上がかなり落ちているとか注文が減っているという話を頻りに聞く。いろいろな面で早く円満解決しないと、自身の仕事にも影響が出てくる。
		通信会社（企画担当）	・行政区の区割りに対する住民投票も白黒がはっきりせず、改元特需もさほど大きくはなく、自動車不正問題の影響も見受けられ、地域全体が停滞気味のように感じる。
		通信会社（営業担当）	・経費削減の相談は今後も増え続ける。
		通信会社（サービス担当）	・7月から、コラボレーションモデル間の移行ができるようになるため、既存客の解約は減るように思われる。
		テーマパーク職員（総務担当）	・景気が良くなる要因が思い当たらない。また、悪くなる要因についても同様である。
		観光名所（案内係）	・台風がこのところ発生していないが、夏に向かって天候がどうなるかにかかっている。
		ゴルフ場（支配人）	・7～8月の入場者予約数は少し低調なゴルフ場が多い。一部のゴルフ場に集中している感もあるが、前年よりやや少ないと感じる。2～3か月先は特に良くなるとは言いがたく、今のままの景気で推移すると思われる。
		美容室（経営者）	・今から暑くなってくると、やはり少し客足が遠のく。
		美容室（経営者）	・消費税がこれから上がるので、余り金を使わないようにしている客が多い。
		住宅販売会社（経営者）	・これから取引が増えてくると、減税の住宅が多くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・大きな影響はないと思われる。横ばい状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・5月の来場者のしわ寄せがくるため伸び悩むと考えられるが、本来なら住宅は既に消費税増税対策が間に合わないが、他の物の購入に釣られてマイナス分くらいの来場がありそうなので、プラスマイナスゼロと見込む。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・企業の社宅新築工事や工場の改装工事、個人のリフォーム工事などの問合せが堅調にある。
		商店街（代表者）	・連休明けからの状況に鑑みると悪くなる。連休明けの来客数、販売量及び客単価など全ての面において前年を下回っている。
		百貨店（売場主任）	・いろいろなイベント等を行っているが、なかなか客の購買を促すことができない。これからでは6月末になるとクリアランスセールが近づいてきて買い控える客が多いので、定価ではなかなか売れず、セール待ちとなる。セールになっても、それほど大量に買う客がいないので、メーカーとしても在庫だけが残るイメージでそれほど靴を作らなくなり、紳士靴の販売は厳しい。
		百貨店（経理担当）	・今夏のボーナスは企業の業績悪化に伴い前年水準を割り込むことが予想され、レジャーや娯楽など消費が減少すると考える。
		スーパー（経営者）	・先進国及び中国の輸出入が減少し、各国とも景気の減速が進み外需の低迷がはっきりしている。米国の貿易赤字は、我が国が中国に次いで大きいと、輸出も徐々に減り影響が出てくる。米中の貿易摩擦は中国だけに限らずアジア等の中進国にも輸出減として影響する。我が国の景気にはマイナス要因となり、8月頃の景気は余り良くなく景気の悪化は当分続くと思われる。
		スーパー（店員）	・5月下旬にこの地方では高温注意情報が発令された。日中30度を超える日は昼間の客足がびたりと止まる。この先の予報も暑い天候が続くとの見通しなので、売上も鈍ると思われる。
		スーパー（販売担当）	・今までEDLP（エブリデイロープライス）の店だったが、来月から一部の商品を値上げする。値上げするのは主力品も多いので、売上は下がるのではないかと見込む。
		スーパー（営業企画）	・消費税の引上げの動向にもよるが、増税に向けて生活防衛的な消費マインドが強まると思われる。

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
		コンビニ（エリア担当）	・前年の猛暑に比べ今年は平年並みの暑さになることや、消費税の引上げに対するマインドの冷え込みなどが危惧される。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げも見据えて、財布のひもは固くなる。これまでもそういった傾向があり、以前よりも単価の高い商品は動きが悪くなっている。セール品等や安価な商品への反応は良いので、何とか低価格帯の商品で販売を増やしていきたいと考えている。
		コンビニ（店長）	・当店は宝くじも販売しているが、販売額は徐々に減少している。夢をみる支出に対しても、余裕がなくなってきたように感じる。
		コンビニ（商品開発担当）	・お膝元の大手自動車メーカー関連の仕事が減っている影響が出てきており、この流れは続くと考える。
		コンビニ（店員）	・夏休みに入ると帰省で来客数が減るように思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・車の買換えを控えたり、半年点検や1年点検を取りやめるケースが目立ってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・客足が悪いなか、しばらく目立った新商品もなくジリ貧が続く見通しである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比3.3%のマイナス、来客数も同じく4.2%のマイナスである。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・地政学的な要因と将来的な不安要素などで、ポジティブよりもネガティブな心理がますます働いていく感じを受ける。
		観光型ホテル（支配人）	・前年は2～3か月先に台風などの風災害に見舞われた結果多大な減収になったので、それよりは良くなると思うが、宿泊予約が前年同期比で3割強の減となっており、現時点ではかなり厳しい見込みである。
		都市型ホテル（経営者）	・米中の貿易摩擦は大きな課題である。
		都市型ホテル（総支配人）	・ホテルは、インバウンドの伸びより新規出店の伸びが大きく競争が激化する。一方でアルバイト、正社員とも採用ができず、コスト増となる。
		旅行代理店（営業担当）	・6月から食品関係中心に物品の値上げが発表され、家計の負担が高くなる。余暇に回す金を減らし、備蓄に充てる家庭が多くなると思われるので、旅行需要は間違いなく悪くなる。10月の消費税引上げが見直されれば、違ってくると思われる。
		タクシー運転手	・地方のタクシーなので高齢者の客が少なくなっていく。
		通信会社（営業担当）	・今後も、継続的に減少が続くと思われる。
		テーマパーク（職員）	・他の地方でのイベントも多く、客が分散している。
		パチンコ店（経営者）	・規制によって、収益性の高い機種が排除されるようになる。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が悪くなりそうである。
		理美容室（経営者）	・客との話から、物価も段々と上がって、段々と景気が悪くなっていくのではないかと思われる。
		設計事務所（職員）	・景気の良くなる要因が全くない。為替なども景気が良くなる動きが全くみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・外壁の塗装など経年劣化に伴う補修工事はあるものの、大規模な増改築はなくなってきている。文化財保護法による開発事業者負担の発掘調査費で、土地の売却にも困っている地主もある。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込みの仕事も増えてはいるが、最低限の発注しかない。施主に余裕のなさがうかがえる。
	×	スーパー（総務担当）	・母の日のセールも盛り上がりせず、6月の父の日の予約数も良くない。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	・客と話していても、必要な商品以外は選ばず、購買意欲が下がっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・飲食店では、酒類の仕入値が徐々に上がっている。ガソリンの価格も徐々に上昇している。秋に向けて消費税引上げに対して、外食費等を控える人がとても多くなると思う。
	×	一般レストラン（経営者）	・飲食業を営んでいるが、長年続いた古い同業者が4～5月にどんどん店を閉めている。個人がなかなか商売を営める環境ではなくってきているような気がする。
	×	理容室（経営者）	・地方では景気の良い話は出ないし、そもそもない。
	×	設計事務所（経営者）	・確実に悪くなる。現時点でも案件がない。

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
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		食料品製造業（営業担当）	・夏季は業界全体で販売数が伸びるため、現状よりは伸びる時期となる。
		化学工業（営業担当）	・電材需要が7月頃より回復する見込みである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・遊休設備の活用にも限りがあるので、老朽設備更新の引き合いが入ってくるはずである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界でのお盆商戦前の設備投資、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待できるため、当社の製品もある程度出のではないかと期待する。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・10月の消費税の引上げに向けて、これからいろいろな買物をする人が増える。
		通信業（総務担当）	・10月からの消費税引上げにより、車ディーラーからも前倒し購入の声が聞こえてくる。小売では、消費税2%還元政策によりキャッシュレス対応レジの導入や電子マネーの立ち上げなど小規模ながら景気への刺激になっていく。
		通信業（法人営業担当）	・企業からのコンサルティング要望が増えてきた。漠然とはしているが、次の一手を打ちたい、あるいは打てそうな状況がうかがえる。
		金融業（従業員）	・特に建築業はバブルのような状況が続いているということ、やや良くなると見込むが、業種によっては比較的ばらつきがある。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費税の引上げを控え、消費の動向にも明るい材料は見当たらない。
		化学工業（総務秘書）	・米中の覇権争いにみられるように政治と経済の結び付きが強くなり、先行きが不透明な不安はあるが、直ちに景気に影響が表れるものではなく、特段の景気変動要因が見受けられない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・米国と中国による関税合戦の影響で生産を控える客がいる一方、既に底を打って回復傾向にあるという客もあり、全体としては余り変わらないと思われる。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも横ばいで、引き続き良くない傾向が続くと考える。
		金属製品製造業（従業員）	・忙しいが、残業や原材料の高止まりで収益に直結しないところが悩ましい。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量共に変わらない見込みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・費用増加への対応や反省が今後に生かされるかどうか課題である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・工作機器関係等の客先からも、今後については投資が非常に困難であるとか、現状維持あるいは減少傾向になるのではないかといった話を聞く。鉄鋼の価格が上昇するという話もあるため、先行きは変わらないか、やや悪くなるのではないかと思われる。
		建設業（役員）	・大手自動車メーカー系企業の客が多いなか、今のところ特に優位な環境ではない。消費税の引上げに対しての焦りも感じられない。
		建設業（経営者）	・大企業は別として、一般の庶民の景気は良くならない。すごく悪くもないが、良くなるとは全然思えない。
		輸送業（エリア担当）	・単価は安定しているが、発送、到着共に減り始めている。
	輸送業（エリア担当）	・米中の貿易摩擦が懸念されている。我が国への影響がどれだけのものかということだが、これは対外的な問題である。国内輸送産業への影響については、既に国内の生産体制は海外に移転しているので、国内での物量の変化には影響しないと思われる。	
	通信業（法人営業担当）	・消費税アップも織り込み済みの観がある。景気が落ち込んでいるという政府見解については、地方の感覚は少しずつでるので、足元では変化は感じられない。	
	金融業（企画担当）	・為替、株価が良い方向に動き含み益が出てこない個人投資家は動けず、消費に向かいづらい。個人投資家以外の個人も給料が上がってこない消費に向かいづらく、当面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）	・夏季商戦に向けての企画提案も、今年は予算等の面で余り期待できそうにない。	

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	
		公認会計士	・中堅中小企業の生産性向上や事業承継等の課題は解決に時間が掛かると思われる。これらを支援する機関が少ない。	
		行政書士	・貨物の動きが、良くもないし悪くもない。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・5月は開発が大いに進み、全体のプログラムが完了した。これから良い方向に改良していく段階になった。景気の先行きは、大きく変化はしないと考えている。現状の為替水準であれば十分やっていける。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・夏季は、受注量、販売量共に大幅に落ち込む傾向があり、取引先からも良い情報がなく、景気は少し悪くなる。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・通信放送業界の設備投資意欲は高く、高速インターネットや新4K・8K衛星放送の普及が望まれるが、秋口の消費税の引上げ以降、一般消費者の消費マインドにどう影響するのか、非常に心配である。	
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・米中間の貿易摩擦の影響が出そうである。	
		輸送業（経営者）	・米中貿易摩擦への懸念、中国の景気低迷により、日中間の輸出入が減少すると見込まれる。	
		輸送業（エリア担当）	・消費税の引上げの影響と東京オリンピック後は受注量が減りそうである。	
		輸送業（エリア担当）	・輸出入の量は減ると見込む。	
		輸送業（役員）	・米中の貿易問題やEUの政情不安など国際情勢が、今後中小企業も含む全国産業に大きなマイナスとなる。また、原油価格の高止まりが物流業界の他にも影響し、徐々にマイカーの運転自粛や旅行業などにも響いて車の販売も減る。さらに、人手不足でも採用ができない弱い業界や中小企業などは徐々に深刻な影響が表れる。	
		不動産業（経営者）	・不動産の買い控えの様子がうかがえる。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・改元などのイベントがあっても、折込チラシが増えてこない。	
		会計事務所（職員）	・これまで受注が好調だった会社も、少し先の見通しが悪くなっていると聞いている。飲食店、美容院やクリーニング店等の一般消費者を客とする店も、来客数や客単価が横ばいか減少しているので、やや悪くなる。	
		会計事務所（職員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要はまだみられないが、商品等の値上げが目立ってきている。消費者の財布のひもは固くなってきている。	
			その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・業界として需要と供給のバランスではあるが、客の開発要員の希望は目覚ましく増えているわけではないので、採用が増えても投入できる先がいずれ飽和する可能性がある。
		×	鉄鋼業（経営者）	・今後に向けての見積りや引き合いが非常に少ない。例年であれば夏以降の話も出てきているのが、今年はそういった先の案件がほぼゼロである。
	×	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米中貿易摩擦の影響がもっとひどく出てくると思う。産業界にとっても影響が出てくるし、もし少しでも円高になれば、我々の業界への影響はもっと悪い方向で出る。	
雇用 関連 (東海)		-	-	
		人材派遣会社（営業担当）	・各社で新入社員研修などが終わり今年度の人員計画が変動し始める時期と推察している。今後は中途採用や派遣利用などを視野に増員を見込み、景気はやや良くなると期待している。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・国家試験合格率の影響もあつてか、前年にはなかった法人や県外からの求人が増えている状況で、医療職の有資格者の採用は増加すると思われる。	
		人材派遣業（営業担当）	・原油高、米国の関税引上げなど、日本に不利な条件が継続している。	
		人材派遣会社（社員）	・現状の予約状況は例年と変わらない。	
		人材派遣会社（企画統括）	・人手不足は深刻化しており、解消に向けた特段の材料が見当たらない。	
		求人情報製作会社（営業）	・米中貿易摩擦他、外部要因で国内市場に停滞感が残る。不透明感から、景気が上向きとなる材料が乏しい。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・急速な変化は見受けられない。	
	職業安定所（所長）	・米中関係で不安要素はあるものの、企業からは継続して人手不足の声をよく聞く。		

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
		職業安定所（所長）	・新年度以降、新規求人数は減少しているが、7月から開始される新規高卒者の採用に向けた求人提出を希望する企業は前年同様に多く、全体的には大きな変動はないものと考えられる。
		職業安定所（職員）	・地域産業である繊維産業は依然として変わらず厳しい状況であるが、大型ショッピングモールの出店もあり、全体的には変わらないのではないかとと思われる。
		職業安定所（職員）	・先行きの見通しが不透明である。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数が春先に比べると徐々に減少傾向にある。今後、夏の長期休暇の時期には求人の動きが例年停滞するため、上昇を見込める要因が見当たらない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・米国との貿易交渉が影響を与える可能性がある。
		人材派遣会社（経営企画）	・米中貿易摩擦の影響を含め、やや需要面の弱まりを感じさせる話がちらほら聞かれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・AIやRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）等の導入により、オペレーション業務の人材不足に対処していく方針の企業が着実に増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	・新卒エンジニアの配属ペースが前年より鈍化していることと、次の業務が決まっていない経験者エンジニアの配属ペースも数か月前より鈍化していることから、全社のエンジニア稼働率は若干低下する可能性があり、2～3か月後の景気もやや悪くなるのではという懸念がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人件数が減少傾向にあり、株価や世界情勢に関するニュースも良くない。
		職業安定所（次長）	・中小企業から、受注減傾向にあり先行きを不安視する声が複数聞かれた。
		職業安定所（次長）	・世界経済の情勢の不透明感から、製造業を中心に様子見感が広がっていることが懸念される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・転職希望者の動向は堅調に推移しているが、企業の採用基準の高まりなども含めて採用者数の減少が想定される。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・効果のないものを企業に勤めると、その広告会社が仕事を失うことにつながるため、新聞の求人広告は敬遠されるようになってきた。

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)		百貨店（営業担当）	・8月の閉店に向けて、6～8月は前年比150～200%の売上を見込んでいる。
		衣料品専門店（店舗運営）	・店舗の出退店を予定しているため、販売促進による売上増が期待できる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・各種キャッシュレス対応のキャンペーンが盛んになり、消費意欲は増加していくと考える。
		乗用車販売店（従業員）	・イベント等で集客を見込んでいる。
		住関連専門店（役員）	・例年5～7月は閑散期に入り厳しい状況が続く期間ではあるが、今年に関しては消費税の引上げという特殊と件があり、耐久消費財では駆け込み需要が見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・10連休前後の団体旅行が例年より15%ほど減少していた分、6～7月の受注は好調に推移している。
		通信会社（役員）	・東京オリンピックの入場チケットの受付開始が話題に出ている。中継映像が4K品質で行われるなどの話題と合わせて関心が高まり、テレビ契約の獲得増に結び付くことを期待している。
		通信会社（役員）	・新規契約数がここ数か月好調に推移しており、更に営業スタッフの増員により、契約増が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの影響もあり、今月同様引き続き客が活発化すると考えられる。
		商店街（代表者）	・先行き不透明である。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・新築や改築によるじゅう器入れ替えの商談はあるが、要求される価格が厳しく適正な利益確保が難しくなっている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・現状と大きく変わる要素が何もない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の7～9月は、富裕層を中心に高級輸入時計や絵画などの企画を例年以上に投入する予定にしており、高額商品は好調に推移していきと見込んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の引上げが間近に迫っているが、現状では駆け込み需要などの特別な動きはみられない。中国経済減速での景気判断引下げの影響もあり、客の買物行動は相変わらず慎重である。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前には一時的な需要増を見込んでいるが、反動の方が怖い。
		スーパー（店長）	・今後大きく伸びる要素が特にならない。前年に対し伸びている来客数を維持したい。
		スーパー（総務担当）	・人手不足が続いている状況は変わらず、消費税の引上げ前の9月は駆け込み需要が望めるものの、景気は横ばいとみている。
		スーパー（統括）	・消費税の引上げに向けて消費行動がより二極化すると考える。
		コンビニ（経営者）	・販売量、単価共に例年並みである。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲は低く、生活防衛意識が強いことが感じられる。
		乗用車販売店（経営者）	・地方都市では4月の昇給も余り多くなく、可処分所得は増えていない状況が続いていると考えるので変わらない。
		自動車備品販売店（役員）	・販売は中古車、新車共に順調に推移しているが、用品販売は依然として単価も下がっている。あおり運転問題でドライブレコーダーのみ問合せがあり、上位機種販売につながっている状況だが、全体的には厳しい状況を見込んでいる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかく景気が良くなるという見込みが全くない。今のままの状態が進んでいくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・店舗入替えが発生しているため、一概にいえない状況ではあるが、来店客の買い控え等は発生していないため、大きく来客数が変わることがなければ、これまでどおり推移すると考える。
		スナック（経営者）	・国内外の情勢や株の下落、選挙などが噂されるなか、光がみえてこない。
		観光型旅館（経営者）	・6月以降はインパウンドの団体は少なくなるが、大浴場を新規に設備投資したことによる集客が見込める。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門はインパウンドが堅調に推移している。レストラン部門は定休日を設けたことにより若干減少している。宴会部門は例年と同様の傾向にあり、全館での景気動向は変わらないと考える。
		旅行代理店（所長）	・来年の東京オリンピックを控え、年内は大きなイベントもなく大きな動きは見込めない。
		タクシー運転手	・観光客は今後順調に増えると見込んでいる。これから野外でのイベントもあり、このままの状態でも推移するとみている。
		タクシー運転手	・6月の観光の予約が、予定よりもやや少なめになっている。
		通信会社（営業担当）	・前年と比較しても販売量に大きな変化はみられない。
		競輪場（職員）	・販売単価や客の様子に大きな変化は見受けられない。
		美容室（経営者）	・国際的な不安定要素はあるが、消費税の引上げまでは、国内の消費はこのまま維持される雰囲気である。
		住宅販売会社（従業員）	・熟慮して契約を延ばしていたユーザーも、消費税の引上げ前に工事をしたいとリフォーム受注の予定が増えている。9月完工までの受注は、まだまだ増えると見込んでいるので、工事体制をしっかりと確保し、受注に力を入れていきたい。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォームを含めた受注の伸びは望めるが、職人を含めた人手不足のため業務に支障が出ている。
		住宅販売会社（営業）	・改善につながる要因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・金を使わないという雰囲気が強く、これからも消費が上向き気配はしない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ゴールデンウィークは順調に推移し前年より良かったのだが、それ以降の来客数や商品の購買点数が余り良くなく、10連休での使い過ぎを、それ以降で引き締めている感じがしている。これがボーナス支給の頃まで続くのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・衣料品や雑貨関連は、消費税の引上げを控えてまとめ買いや先行購入も期待したいが、現状の状況をみると買わない、若しくは低価格の物で済んでしまう感じがする。価格にも敏感で、定価品の購入はギフトなどで、自家需要品は特に男性物に関しては、お買得品に傾注している。今まで以上に吟味しながら、セール品の購入が増加している。
		スーパー（総務担当）	・各種加工食品の価格が上昇している。さらに、トイレットペーパー等が2割近く値上がりしている。
		スーパー（店舗管理）	・消費税の引上げもあり、駆け込み需要が大物買いになると見込まれ、その反動で食品への節約が発生するのではないかと考える。
		コンビニ（店舗管理）	・5月の好材料は一過性のものである。年金システムにも不安があり、明るい未来がみえない感じが増すばかりである。
		乗用車販売店（役員）	・中国経済の減速や通商問題の動向など、海外経済の不確実性や金融資本市場の変動による影響が懸念される。
		一般レストラン（店長）	・米中関係など外的要因による景気の雰囲気悪化が不安である。また、店舗前の橋の架け替え工事で観光客の流れが分断され、それによる影響は想定できない。
		一般レストラン（統括）	・5月のゴールデンウィークの大型10連休と比較すると、今後の動向としては、参議院選挙などの結果次第だが、10月の消費税の引上げに向けて、徐々に消費者の財布のひもが固くなり、消費が減る傾向になると考える。その場合、外食の頻度を減らす、単価を下げる傾向になるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・いよいよ消費税の引上げが近づいてきているが、駆け込み需要の気配はない。消費税が上がって個人消費が良くなるとは考えられない。
		通信会社（職員）	・これまで以上に特典キャンペーンへの反応が鈍い。
		テーマパーク（役員）	・前年同月比でみると、先行の予約状況が国内の団体客を中心に鈍く、全体としてやや悪くなるとみている。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・商圏内の新しい住宅地に、24時間対応トレーニングジムがまたオープンする予定である。
	×	コンビニ（店長）	・現状の悪化は、当店というより地域の店舗全体にイえる話である。しかし、当店においてだけでいえば、レベルの低下は最小限にとどめられていると考えている。本部の情報によると、地域全体の売上が前年を割り、苦戦していることから、大きな方針転換がなければ売上を含むコンビニ業界全体の景気は下向くものとみている。
	×	観光型旅館（スタッフ）	・5月以降の予約状況は前年との比較で6月の93%を除き、85~70%である。今後は企画募集や体験型商品等で集客を図る。
	×	通信会社（営業担当）	・来客数はある程度見込めるが、端末代金が高くなるため客の機種購入サイクルは伸びると考えられることから、販売数が落ち込み全体的に利益減となる見込みである。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		建設業（経営者）	・政府が国土強じん化や防災、減災のために予算をつけ、地元においても今年度の公共事業予算が増えたので、その執行に拍車が掛かる。
		繊維工業（経営者）	・今騒がれている米中貿易摩擦が、前に進まないとい非常に難しい状況ではないかと考える。海外の動き1つだとみている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦や中東、朝鮮など海外情勢の不透明感、原油高による材料費や運送コストの上昇が懸念材料となりつつあるが、この上期前半までは消費税の引上げ前の駆け込み需要等プラス要因も継続し、当面は堅調に推移するものと考えられる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・米中貿易摩擦による影響は、足元の受注状況ではほとんど感じられない。状況次第では北米及び中国市場の景気後退等により、輸出量に影響が出てくる可能性がある。
		精密機械器具製造業（役員）	・値上げや消費税の引上げの話があるなか、客により好不調のばらつきはあるものの、全体としてはこのまま、若しくは多少下がり勾配の気配を感じる。
		通信業（営業）	・受注が安定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（融資担当）	・米中貿易摩擦の影響は長期化が予想され、今まで好調を維持してきた取引先メーカーの売上にブレーキが掛かった状態も長引く可能性が出てきている。一方で、高額消費や観光関連消費を中心に、消費者の財布のひもはまだそれほど締まっていないとみている。
		不動産業（経営者）	・特別多くの話があるわけではないが、法人関係の話も少しずつ出てきている。
		司法書士	・事業用資金の融資でもほぼ借換え案件で、新規事業関連のものがない。
		食料品製造業（経営企画）	・主たるコストアップ要因である原材料価格の上昇はこの先も続く。企業内努力だけでは到底カバーできない状況にあり、販売価格の引上げなくして良くなることはないと考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注状況から、やや悪くなるとみている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦など海外経済の先行きが不透明なので、設備投資は抑えられる傾向にある。
		金融業（融資担当）	・消費税の引上げが迫り、家計をかなり引き締めている様子である。酒類も安い価格の品が中心で、高額商品の売行きが悪いとのことである。
		税理士（所長）	・特に住宅関係では、消費税の引上げということで駆け込みがあるかと思っていたが、それほどではなかったという話である。3月には若干受注があったが、4月以降はさっぱりであるということである。一般家電販売店でも、個人の消費が非常に厳しいという話である。いろいろなものが値上がり傾向にあるという報道もされており、個人の財布のひもが固くなっているのではないかと考える。また、中国向けの設備投資を行う企業についても、3か月までしか予定が決まっていないということで、見通しの暗さを話す経営者が多い。
	x	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・5月も前年同月の売上を割っている。かれこれ2年以上この傾向にあり、いまだ下げ止まりにならない。5月のゴールデンウィーク間の売上が、10連休のためか前年の8割方であったのが響いている。
雇用関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・派遣登録者数が増えず、マッチングに苦慮している。
		人材派遣会社（社員）	・諸々の理由により発生した離職者の穴を、条件が一致した求職者が埋める傾向が続くだけではないかと推測する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・雇用が増える話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方都市の求人は大半を中小企業が占めるが、依然として従業員が足りていない。特にトラックドライバーや商業施設の人手不足が深刻なため、消費者への十分なサービスが困難なままである。
		職業安定所（職員）	・労働力確保の難しさを訴える企業は引き続き多く、現状では採用計画の見直しや手控えの声は聞かれない。求人窓口の状況を見る限り、食料品製造業や医薬品、健康食品製造業、及びこれに関する印刷パッケージの製造に関連する企業が引き続き好調といえる。一方で、電子部品関連の業種においては、求人上目立った動きはないものの、一部の企業では様子見しているところもあり、今後の動きに注意していきたい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、新規求職者数に多少の増減がみられるものの、まだ大きな変化はみられない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・消費税の引上げが近づくと、駆け込み消費は今のところまだ増えていない。模様眺めの感が強い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・米中貿易摩擦による先行き不安が報道されている。一方で国内では、時間外労働規制などの生産性低下しかもたらさないような場当たりの政策が横行している。
	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		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、10月までは良くなる。
		家電量販店（人事担当）	・梅雨に入ると、気温の上昇とともに、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の需要が伸びてくる。

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
(近畿)		タクシー運転手	・6月の首長選挙など、政治絡みの動きがあるほか、6月初旬からの梅雨入りで、利用率は少し高まると予想している。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・主要な取引先である、ホテルからの受注予約が多い。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・通常、6～7月はお中元商戦で売上増が見込める月であるが、天候にかなり左右されるため、なるべく空梅雨を期待したい。
		百貨店(売場主任)	・消費税増税前の駆け込み需要がかなり見込まれる。高額品のみならず、化粧品などの消耗品の購買量も増加する。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要は、高級ブランド品を中心に引き合いが増える。
		百貨店(販促担当)	・いよいよ消費税増税の直前となり、少なからず駆け込み需要が出てくるため、前年比では伸びる。前年は猛暑もあり、夏場の集客に苦戦したが、今夏はそこまで暑くない見込みであり、悪い要素は少ない。ただし、消費者は慎重であり、駆け込み需要も必要な物に限られ、予想ほどは伸びない可能性もあるため、提案力が重要となる。
		スーパー(店長)	・例年並みに気温が上がれば、消費も増える傾向となる。特に、猛暑はつらいが、景気にはプラスに作用する。
		スーパー(店員)	・夏休み前後は子供たちが家で過ごすことが増えるので、家での食事が増える。また、暑さで飲料やアイスクリームなどの需要が高まるため、今よりも売上は伸びる。
		スーパー(企画担当)	・年末を除けば、夏は年間で一番売上が伸びる時期であり、6月からは生鮮品を強化するほか、目玉商品の価格を下げる。一般の食品でも、集客用として夏に需要が増える商品を強化する。薄利でも販売点数を増やすことで利益を確保し、前年比でプラスを目指す。
		スーパー(販売促進担当)	・10月の消費税増税を前に、駆け込み需要のほか、キャッシュレス推進に向けたクレジットカード会社などによる、導入促進キャンペーンが予想され、消費意欲が高まりそうである。政府のキャッシュレス推進のためのポイント還元についても、客からの問合せが増えており、関心の高さを感ずる一方、具体的な内容は、店舗、消費者共に不透明な部分が多く、増税前後での混乱が懸念される。
		コンビニ(経営者)	・ファーストフードやコーヒー類の好調はまだ続きそうである。日用品や青果類の売上増も期待できるため、客単価の上昇が見込まれる。
		コンビニ(経営者)	・お中元の予約が始まる。
		家電量販店(経営者)	・消費税増税の直前には、販売量の増加が期待される。
		家電量販店(店員)	・家電量販店としては、エアコンや冷蔵庫の需要が高まるため、景気は良くなる。また、消費税増税前の駆け込み需要にも期待できる。
		家電量販店(企画担当)	・ボーナス商戦以降、消費税増税やキャッシュレス決済によるポイント還元などが、消費者の間に浸透することで、消費の拡大が見込まれる。
		その他小売〔インターネット通販〕(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要を見込んで、秋冬物を早期に入荷し、増税前に販売する。
		その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・消費税率が上がるまでに購入しようと考えている人が増えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊部門の単価は横ばい傾向であるものの、宴会は受注件数で前年を上回っている。レストランについても団体客の利用が好調であり、今の状況が続けば前年を上回りそうである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊の動向が読めなくなっており、今までのような強気の価格戦略が通じなくなっている。
		都市型ホテル(客室担当)	・7～8月はホテル近郊でのコンサートもあり、予約状況は前年を上回っている。
	旅行代理店(店長)	・令和への改元といった様々な変化があり、明るい兆しもあると思われるが、世界情勢についてはどう変化していくか予想できない。	
	旅行代理店(役員)	・先行予約が定着しており、夏休みのファミリー客の旅行需要は大きく伸びそうである。	
	タクシー運転手	・これから気温が高くなるにつれて、近距離での利用が見込まれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・東京オリンピックに向けたムードの高まりにより、4Kテレビなどへの買換え需要が加速しつつある。この波にうまく乗ることができれば、サービスへの加入申込みの増加が見込まれる。
		通信会社（企画担当）	・改元やG20大阪サミット、東京オリンピックと、イベントによる効果が続く。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走、女子レースなどの売上が好調である。特に、インターネット投票と電話投票の伸びが顕著である。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・今回こそ消費税増税が本当に実施される場合、駆け込み需要が発生する可能性は大いにある。ただし、増税前に全てのニーズに応えるのは、人員の関係で無理である。
		商店街（代表者）	・客足の引きが早いほか、客単価が下がる傾向も、何年もの間続いている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・参議院選挙などで多少の特需も見込めるが、引き続き消費税増税に向けて、財布のひもは固くなっていく。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今の客の様子を見てみると、消費がモノよりもサービスに向かっている。個人営業の物販店がひっそりと閉店しているのをみると、個人店舗を取り巻く環境の厳しさを感じる。景気が良いとか、良くなるという予想は、今のところ立たない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税増税に伴い、生活必需品の売上は伸びるかもしれないが、消耗品の売上が抑えられるため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・6月はG20大阪サミットなどで都心部の動きは鈍くなるが、郊外での動きは増えるなど、新たなビジネスチャンスは発生する。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・2～4月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は100.5%で、関東は112.4%、中部は99.3%で、中国は105.5%であり、各地区合計の平均は103.7%となった。全体的にはバレンタイン商戦や新商品の販売が好調であったため、前年を超える店舗が多い。
		百貨店（売場主任）	・駐車場の利用台数や来客数の微減傾向は、相変わらず続いている。その一方、外国人旅行者が一段と目立っているため、国際関係の変化に応じて、売上が大きく左右される状態は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・インバウンド需要の低下を見込んでいたものの、現状は影響がなく、安定している。ただし、百貨店の取引先の間では、商品の生産に対する姿勢が更に厳しさを増している。特に、アパレル、ファッション雑貨の取引先は、商品の減産や効率化を進める傾向にあり、地方や郊外店は更に商品がそろわなくなるため、売上の減少につながる。
		百貨店（企画担当）	・前年の6～8月は、地震や大雨、台風による休業や営業時間の短縮で、機会損失が発生した。今年度は自然災害の影響がなければ、国内客の売上の好転が見込まれる。その一方、足元の株安、円高の基調が続けば、外商客やインバウンド売上の減少につながることも予想される。全体としては両者の影響が相殺され、現状の傾向が続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・食品が中心のため、売上が大きく左右されることはないが、GDP成長率や日米貿易交渉、G20大阪サミット、参議院選挙などでの、景気後退をイメージさせる報道がマイナスに働く可能性はある。
		百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果で、来客数や売上が増える傾向は変わらない。マイナス材料としては、参議院選挙や消費税増税がどうなるかであるが、全体の傾向は変わらない。
		百貨店（商品担当）	・米中貿易摩擦での報復関税による悪影響が避けられない。また、今月の米国大統領による来日、来月のG20大阪サミット、参議院選挙、秋の消費税増税とつながるなかで、消費は足元の不安定な動きが続くことから、景気の先行きには懐疑的な見方となっている。
		百貨店（販売推進担当）	・富裕層の購買行動は株価に連動しており、現状の国際情勢を考えると、良くなるとは考えにくい。
		百貨店（営業企画）	・米中貿易摩擦は終息せず、国内景気も悪化の兆候が目立つ。消費税増税を控えた個人消費の更なる落ち込みなど、ネガティブな材料が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（特選品担当）	・インバウンドに余り良い材料はないが、国内客に関しては、消費税増税前の駆け込み需要が予想される。総合すると、余り変わらないように感じられる。
		百貨店（宣伝担当）	・気温の上昇に伴い、一部の季節商材は好調であるが、世界経済の見通しが不透明ななかで、消費税増税も控えている。現状は、消費マインドが盛り上がる要素は見当たらない。
		スーパー（店長）	・消費税増税前で大型家電や生活必需品の購入が増える一方、不要な物は買わないといった流れも発生する。
		スーパー（店長）	・天候不順のほか、10月の消費税増税などへの不安が高まっており、今後は消費の減少につながる可能性がある。
		スーパー（店長）	・原価の高騰で商品の価格が上がるほか、消費税増税を控えた動きも出てくる。
		スーパー（店員）	・漬物関連の野菜が終わると、種類が減り、フルーツもスイカぐらいしかないため、余り売上には期待できない。
		スーパー（企画）	・消費税増税が近づくなか、所得が改善している実感はない。
		スーパー（開発担当）	・物価がどんどん上がり、生活用品の値上げもあるなど、良くなる要素がない。10月の消費税増税に向けた駆け込み需要は出てくるが、その後は冷え込む。
		スーパー（社員）	・今春は気温の高い日が続いたため、夏物商材の動きが良い。このまま夏に向けて消費が活発になることを期待したいが、客の中には、秋の消費税増税を控えて消費を抑える動きも見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・今夏は暑くなる予報が出ているため、飲料水やアイスクリームなど冷たい物がよく売れそうである。
		コンビニ（店長）	・今後、新たな電子マネーの支払がレジで使用可能となり、客の利便性は向上するが、売上にどのような影響が出るかは、今のところ分からない。
		コンビニ（店員）	・特に変わらず、売上や来客数はしばらく順調に推移する。
		コンビニ（店員）	・当店は住宅地にあるが、近隣の住宅での工事が多く、現場で作業をしている人たちの来店により、売上が伸びている。
		コンビニ（店員）	・景気が良くなる兆しはなく、現状維持が予想される。
		衣料品専門店（店長）	・月末にG20大阪サミットを控え、物流面での停滞に関する情報が出てきている。それに加えて、消費税増税にも不透明な部分があるが、下向きにはならず、全体としては変わらない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズに関係なく、意識の高い客にはスーツやネクタイが売れている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要には余り動きがみられず、販売台数が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もそれほど見込めず、例年並みの動きが予想される。
		その他専門店【食品】（経営者）	・消費税率の引上げの有無が気になる。参議院選挙の時期によっても、状況は変わる。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	・人口は減少する一方、高齢者は増加していく。健康産業は好調に見えるが、直接病院に行く高齢者も多い。健康食品や高額な商品の購入は、ディスカウント期間中に購入するという賢明な行動もみられる。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	・夏に向けたボーナス商戦に期待している。必要最低限の商品だけでなく、プラスアルファの商品にまで手を伸ばしてもらい、売り逃がしは避けたい。夏に購入が増える商品である、美白商品やクールダウン商品などの品ぞろえを増やしておきたい。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	・定年の引上げなどで、中高年の客の雇用機会や収入に変化はあるが、年金受給時期の引上げのイメージが強いため、宝飾品の購買意欲などに影響するかどうかは分からない。
		その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	・会社全体の販売計画に前年比での増減はなく、大きな特殊要因もない。
		その他小売【インターネット通販】（企画担当）	・消費税増税の実施が次第に現実味を帯びてきた。今後は駆け込み需要にも期待したいが、米中貿易摩擦などが消費にマイナスとなり、不安定な状況になることが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・恐らく大きくは変わらない。
		高級レストラン（企画）	・企業宴会の受注には、前年よりも勢いはあるが、夏の宿泊需要の伸びは鈍化している。
		一般レストラン（経営者）	・G20大阪サミットの影響や、予想される猛暑の影響がどうなるかといった不安要素が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（企画）	・大きくは変わらないが、今まで良かった客単価にやや陰りが出てきている。10月の消費税増税や米中貿易摩擦の影響といったマイナス材料もあり、今後が心配される。
		一般レストラン（店員）	・ゴールデンウィークの終了後は、来客数がかなり減少しており、割引券やチラシの効果もみられない。何をすればよいのか、今のところ分からない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・G20大阪サミットが6月に開催され、交通規制が掛かる。大阪は国際会議に慣れていないため、混乱が予想される。
		観光型旅館（経営者）	・見通しは悪いままで、インターネット予約は動かず、新聞広告にも動きがない。
		都市型ホテル（総務担当）	・2～3か月後の宿泊予約は、前年を上回る動きであるが、米中貿易摩擦などの国際情勢の変化により、インバウンドの動きがどう変わるかは不透明である。
		都市型ホテル（管理担当）	・為替レートの変化がどのような影響を及ぼすかは不透明である。
		タクシー運転手	・大阪万博関連で、ゼネコンを始めとする大きな動きを予想していたが、それほど動いていない。
		観光名所（企画担当）	・今年の夏の気候が気になるが、状況は変わらないと予想している。
		遊園地（経営者）	・今月の後半は、大型連休の反動で来客数、売上共に伸び悩んだ。個人の所得はこれまでと変わらないため、消費する時期がシフトしただけのように感じる。レジャー消費が潤うほど、景気の回復が個人に及んでいる実感はない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の公式戦のほか、人気グループのコンサートなどが予定されている。夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・退会数に見合う程度は入会があり、一時的には忙しくなるが、中学生の動きは定期テストの結果に左右されるなど、先行きは不透明である。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待されるが、その先が心配である。
		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）	・消費は少しずつ下降傾向となる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・米中貿易摩擦の行方に左右される。短期的なリスクが下がり、株高などの動きが出てくれば、上向き可能性はある。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏は衣料品の動きが鈍くなる時期であるが、秋には消費税増税が控えているので、今夏は更に売行きが落ちると心配している。最近の消費者の様子を見ると、消費に対して前向きではない。秋から消費税率が上がる場合、従来であれば駆け込み需要が期待されるが、今回はそれもなさそうである。ここ最近、消費者の買物に対する意識が、今まで以上にシビアであると感じる。
		百貨店（企画担当）	・米中貿易摩擦などによる、日本経済への直接、間接の影響が出てくる。小売業界では、消費者の不安心理によって売上が左右されるケースが多い。
		百貨店（外商担当）	・国際的な政情不安が影響し、個人客の消費マインドを下げる要因になる。消費税増税前の駆け込み需要も、まだ予測がつかない。
		百貨店（営業推進担当）	・株価や為替の変動が日本経済にマイナスに働いている。個人消費でも心理がネガティブになることで、貯蓄性向が高まる可能性が高い。前年の11月から年明けに掛けても、同様の動きを経験している。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税が目前となり、住宅や自動車、宝飾品などの高額品に対する購買意欲は高まりそうだが、我々の扱う衣料品は後回しになると予想される。また、冷夏の予報も出ているため、夏物衣料の訴求については厳しい状況となる。
		百貨店（マネージャー）	・本格的に消費税増税を意識した買物が出てくる。高額品のほか、軽減税率などの情報を見極めた動きになるため、全体的には慎重になり、節約や倹約志向が強まる。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税や株価の低迷、米中貿易摩擦の影響といった不安材料が多く、消費マインドの低下が予想される。また、6月以降の食料品の値上げも多いため、家計が更に圧迫される。

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
		スーパー（経営者）	・各社によるディスカウントの動きが強まっている。
		スーパー（経営者）	・前年は6～8月に豪雨災害や酷暑が続き、それに伴う防災関連の特需、仮需が発生した。また、これらによる産地の被害で、生鮮商品の相場が高騰し、売上が大きく押し上げられた。今年は様々な催事を計画し、売上を伸ばす努力はするが、景気の現状や先行きの見通しも含めて、明るい兆候は見いだしにくい。
		スーパー（店長）	・人口の減少で供給過多の状態にある。過度な価格競争による疲弊が心配される。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税が近づくとつれて、節約ムードが高まりつつある。増税後のポイント還元に向けた中小スーパーの動きもあって、激しい消耗戦が懸念される。
		スーパー（管理担当）	・前年の猛暑需要が大きかったため、今年はその反動を防ぐ目的で、各社は価格以外での販促を強化すると予想される。一方、消費税増税前の駆け込み需要は業種で明暗が分かれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税に備えて、節約志向が強まりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・客の動きが鈍過ぎる。購買意欲が低く、必要最低限の買物も渋っていると感じる。今後がますます不安になってきている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・これから夏の参議院選挙に向けて、消費税率を10%に上げるかどうかの問題も出てくる。また、貿易問題や株価などの様々な問題もあるため、今よりも景気は少し落ち込む。
		一般レストラン（経理担当）	・6月には大阪でG20サミットが開催されるが、広範囲の交通規制や大がかりな警備が予想され、物流への直接的な影響が心配される。さらに、7月には参議院選挙が予定されており、企業宴会が激減すると予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・米中貿易摩擦の影響が出てくる。消費税増税もあり、今後には期待がもてない。
		都市型ホテル（管理担当）	・依然として、市内におけるホテルの供給過多の状態は続いているほか、最近の食料品などに対する値上げラッシュの影響も気になる。
		旅行代理店（支店長）	・消費税増税の話題が増えれば増えるほど、客がお金を使わなくなる。駆け込み需要は一部でみられるが、それ以上に家計を引き締める傾向にある。
		タクシー運転手	・市内では暑さも増しており、出歩く人が少なくなる。
		通信会社（経営者）	・米中貿易摩擦が懸念材料である。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税が実施されると、必ず買い控えが起き、消費が停滞する。デフレ方向にかじが切られると、経済は再び暗黒時代になってしまう。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・中国経済の減速や消費税率の引上げが、景気の後退を加速させる要因となる。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価高騰が一段落し、どちらかといえば下降気味になるなど、調整段階に入ったことがよく分かる。消費者もそれを敏感に感じている。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンション価格が高騰し、予算とのギャップから契約につながらない状況が続いているため、販売不振の物件は今後増加する。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想よりも大きく、回復には時間を要する。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築住宅に対する、消費税増税の経過措置が3月で終了したこともあり、住宅展示場への来場数は減少傾向にある。
	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・大型店舗も小型化を目指しつつあるため、従来の個人店舗はますます厳しくなる。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向が強まっていると感じる。今後も節約志向が高まり、客単価は低下することが予想される。
	×	百貨店（売場主任）	・米中貿易摩擦の影響もあり、株価が低迷気味である。当社の上位客による高額品の購入にも、大きな影響が予想される。
	×	百貨店（マネージャー）	・関税問題で米中関係が悪化すれば、株価が下落し、比較的好調な高額品の動きにも影響が出てくる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・様々なサービスで、人手不足による物価上昇が進んでおり、ますます財布のひもは固くなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦により株価も見通せず、日本企業にも大きな影響が出始めている。6月のG20大阪サミットで米中による歩み寄りがなく、交渉が決裂すれば、景気は更に悪化し、10月の消費税増税も実施できるかどうか分からない。しばらくは不安材料ばかりであり、景気は良くならない。
	x	住関連専門店（店長）	・実績として、選挙の時期には必ず消費者の購買が鈍り、売上が停滞する。また、当社は輸入を行っているが、最近是为替レートが不安定で先が読みにくい。仕入れのタイミングによって、原価に大きな影響の出るリスクが高まっている。
	x	一般レストラン（経営者）	・お盆に9連休があるので、また厳しくなりそうである。
	x	通信会社（社員）	・新しい販売方式になれば、端末の販売数が減少する見込みである。端末の需要が減り、通信会社の収益が減れば、メーカーの製造量が落ち、販売代理店ももうからない。
	x	競輪場（職員）	・物価が上昇しており、消費税増税も控えている一方、実質的な賃金が余り伸びていないため、厳しくなると予想される。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・近い将来に、今の事業が更に成長する見通しである。新たな事業も始まるため、増収増益となる。
		食料品製造業（営業担当）	・前年の災害のような影響がない限り、飲料水の売上は伸びると予想される。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・消費税率の引上げの情報が広まるにつれて、印刷物の発注も増える。
		化学工業（経営者）	・東京オリンピックを含む、大口案件の引き合いが幾つも入ってきているため、景気は上向く。
		建設業（経営者）	・受注残があるほか、新たな受注も出てきているため、少しずつであるが良くなっていく。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦で活気付くため、当面は景気が良くなると考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは今の状況が続くそうである。
		食料品製造業（従業員）	・学校も夏休みに入り、当社の調味料の需要は多少伸びるが、猛暑の影響で外出を控えることも考えられるため、どちらともいえない。
		繊維工業（総務担当）	・生産量の減少よりも需要の減少が速く、在庫が増えつつある。
		化学工業（企画担当）	・夏季の食品需要が低迷する時期になる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・現状維持を期待しているが、中国市場への輸出が厳しいなか、代替策のために走り回っているのが現状である。
		金属製品製造業（営業担当）	・インバウンドや東京オリンピックに関連した建築需要が期待できる一方、米中貿易摩擦による景気全般への悪影響も懸念される。取引先の間にも、設備投資や在庫の増加に慎重な姿勢がみられる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税増税に向け、駆け込み需要が活発になってくるが、これをもって景気の好転とはいえない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いは少し増えているが、全体的に受注量が少ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず仕事が少ない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費は依然として低迷しており、靴メーカーへの発注量が増えず、苦戦が続いている。
		建設業（経営者）	・東京オリンピック関連の工事も一段落し、発注量も減少気味である。消費税増税前の駆け込み受注も、かつてほどの件数ではない。
		輸送業（商品管理担当）	・例年6月は売上が増えないため、今年も変わらない。
		輸送業（営業担当）	・部品生産を中国の工場から国内生産に移行する動きがある。計画ではもっと増やすと聞いている。
		金融業（副支店長）	・取引先との会話では、今後の受注の増加についての話題がほとんどない。
	金融業（営業担当）	・今後の参議院選挙の動向により、変化も予想される。大阪は万博だけでなく、統合型リゾートの誘致構想もあり、将来的な期待は大きい。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少し、上向く兆しが無い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（企画担当）	・消費増税については、はっきりと実施が明言されていないため、還元セールに踏み切るかどうかを悩んでいる。消費者としても、増税に備えて購入すべきかを判断しにくく、まだ動かないと予想される。
		司法書士	・米中貿易摩擦もあって心配であるが、現状が維持できればよい。
		経営コンサルタント	・今の人手不足を反映し、働き方改革や生産性のアップなどが求められる状況にある。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変化する要素がなければ、状況は変わらない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・夏物商材が動く季節であるため、気温の変化によって変わるが、平年並みであれば例年と同じような動きになる。
		食料品製造業（経理担当）	・一般的に停滞モードになってきている。
		繊維工業（総務担当）	・国内で製造した靴下については、原材料価格の上昇で利益が減少している。また、輸入品についても、仕入れコストの上昇で利益の減少が考えられる。
		化学工業（管理担当）	・米中貿易摩擦の先行きが不明なため、取引先の受注予想は悲観的である。
		金属製品製造業（経営者）	・米中間の関税問題で、中国向けの出荷が減少傾向となる製品が多く、先行きが不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・小規模の引き合いの動きが良くないため、先行きは景気が悪くなる気がする。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・見積案件の2～3か月の保留に加え、仕様の見直しや縮小が増えている。
		建設業（経営者）	・働き方改革によって人件費が高騰し、その影響でメーカーの値上げが続いている。ただでさえ利益率が低調な上に、更に厳しくなる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・米中貿易摩擦の影響があるほか、本当に消費増税が実施された場合の不安感から、消費は控えられる。
		不動産業（営業担当）	・当市から企業の撤退が続いており、今後も続くと予想されるため、経済情勢はますます悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・4月頃から、受注や売上が下り坂になっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・韓国との冷え切った関係に加え、米国からの貿易不均衡是正への新たな要求もあり、日本の諸外国との関係がますます重要となる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・LED照明の需要は頭打ち感があり、差別化できる製品の開発が急がれる。市場のスピードについていけなければ、非常に厳しい状況となる見込みである。
	×	繊維工業（団体職員）	・前年と比較しても、受注量は大幅に減少している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・街角景気の判断は、マスコミのニュースに左右されてはいけないが、これほど新聞やテレビから目を離せない状況は、過去にも余り経験がない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界情勢の現状を踏まえると、プラスになる要因が全くない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・米中貿易摩擦の状況次第であるが、まだしばらくは好調が続くであろう。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・大阪万博に向けて、動いている企業も多い。
		人材派遣会社（経営者）	・中国経済の先行きが不透明なため、好転するとは思えない。
		人材派遣会社（経営者）	・新聞やテレビなどの報道では、世間は多少弱気になっているが、関西ではいろいろな業種でまだまだ堅調であり、企業は本来の派遣の利用に戻ってきている。将来は様々な変化が考えられるが、人材の確保や正社員の使い分けが上手な企業は勝ち組になる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が減っているほか、4月に比べて求職者の動きも鈍い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10連休の盛り上がりは終わり、今後は大きな話題もないため、このままの推移が続く。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・構造的に人手不足である業界では、求人数は常に多い。一方、景気の変化を受けやすい下請企業などの新聞求人数に、今後の景気を左右するような変化は見受けられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人数が減少し続けており、前月頃には底打ちしたと感じたが、回復の兆しが見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・海外経済の影響を受けて、求人募集をひとまず見送っている事業所も見受けられる。ただし、製造業の求人は2か月連続でマイナスとなったものの、減少幅は前月よりも縮小し、人手不足の声も依然として強いことから、求人数は高水準を維持する。
		職業安定所（職員）	・求職者数は微減であるが、2か月先の面接会に参加する事業所からは、人手不足という声が上がっている。
		職業安定所（職員）	・新元号のスタートに伴い、企業の経済活動が活発化する期待よりも、米中貿易摩擦による影響や、中国の大手IT企業の問題の方が大きい。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業の人手不足は深刻な状況である。工事の受注が増加しても、対応するための従業員が確保できないため、今後も状況は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・10月の消費税増税前の駆け込み需要は、まだ始まっていないと感じる。前年と比べても、内定報告数が少し少ない。
		人材派遣会社（役員）	・5月の不振は大型連休の影響もあるが、月末に向けた盛り上がりにも欠けており、先行きが不安である。
		人材派遣会社（営業担当）	・良くなる要素がなかなかない。取引先企業は業務の精査や効率化を進めており、派遣人数が減る話も出てきている。
		職業安定所（職員）	・中国経済が悪化傾向にあり、韓国経済も悪化している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・季節的な動きもあり、求人数、求職者共に減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・一部を除き、大手企業の採用数が減っている一方、人手不足の業界は不人気業界であり、学生の受験が少ない。人を取らない企業と取れない企業が二極化するなか、学生の内定状況も二極化しており、結果として当業界の景気もやや悪くなると予想している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税を控えているため、何ともいえない。
	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)		コンビニ（エリア担当）	・地元プロ野球チームが好調なことが好影響を及ぼす。
		家電量販店（店長）	・前年は平成30年7月豪雨災害の影響で来客数が減少し、商品が全く売れなかったため、今年はその反動で大幅に上振れする。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		住宅販売会社（営業担当）	・現時点で少しずつ引き合い案件が伸びており、2か月後には多くの受注が見込まれる。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要でやや良くなる。
		百貨店（売場担当）	・10月に予定されている消費税の引上げ前に駆け込み需要が高まる時期となるため、高額品や化粧品などを中心に一時的に景気は良くなる。
		スーパー（店長）	・大型連休時期は景気が一時は良かったが、連休明けに反動で落ち込んでいる。今年は例年にならぬ状況なので来月以降はひとまず平常に戻る。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・生活関連商材の販売が好調ななか、スーパーの営業時間短縮や競合店の鈍化もあり、来客数はしばらく緩やかに改善していく。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は必ずあるので、景気は良くなる。ただし、過去の駆け込み需要を学習している消費者が、引上げ後のセールを予想しているため、期待するほど良くはない。
		家電量販店（販売担当）	・夏本番でのエアコン需要、決算販売、消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が今後少しずつ現れる。
		乗用車販売店（統括）	・新型軽自動車の販売が好調に推移する。
		乗用車販売店（営業担当）	・10月の消費税の引上げ前には多少の駆け込み受注に期待が持てる。
	乗用車販売店（営業担当）	・現状では生産の遅れなどで売上に結び付いていない部分があるが、今後は良くなる。	

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
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で来客数が増えてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げまでに大きな買物をしておきたい客が増加する。
		自動車備品販売店（経営者）	・良いムードがこのまま続けば、消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込めるので、景気は良くなる。
		一般レストラン（店長）	・現状悪化の原因は大型連休明けで消費者の財布のひもが固くなっていることにあるが、予約は好調で県外からの客も増えているので、今後は徐々に回復していく。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・集客効果のあるイベントが近隣で開催されるため良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休みシーズンに向けて徐々に先行予約が順調になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏場は気候が良くなり、夏休みに入れば温泉のあるリゾート施設として、来客数の増加に期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・引き続き宿泊は好調を維持し、気温の上昇とともに外食の機会が増える。
		旅行代理店（経営者）	・中国、韓国には期待が持てないが、米国の対応次第では景気回復に期待が持てる。
		通信会社（工事担当）	・客の増加が継続する。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休み期間に入り多くの来場者が見込める。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		観光名所（館長）	・東京オリンピックや大阪万博に向けてインバウンド消費が継続する。米国や中国の橋渡し役などで日本の存在価値が国際的に増していけば独自路線で景況は活発になる。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の7月初旬と中旬に開催するレースでの売上が見込める。
		商店街（代表者）	・催事を行っても人出はあるが商店の売上には結び付いていない現状からも景気は良くならない。
		商店街（理事）	・ある程度の消費は必要であるが、値上げに対する客の防衛本能も働くので状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・客は必要な物だけ購入する傾向が強いため、売上の確保が非常に難しくなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の価格高騰で各メーカーの値上げが相次ぎ、今後商品への価格転嫁の方向になり更に消費の減退感につながりかねない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・周辺の景気は現状水準が継続する。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・ふだんは人の流れが少なく、日祝日に人出があっても飲食店や大きな店舗に流れる状況が続く。
		百貨店（経理担当）	・景気が少しでも上向くとの実感はなく、前年並みの売上を維持できるかどうかの状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・化粧品やハイグレードの特選ブランドなどは好調であるが、少し高めのブランドは厳しく、一般ブランドは更に厳しくなる。
		百貨店（購買担当）	・食料品や衣料品関係が厳しいなか、美術品や高額な宝石などを購入する客は堅調に推移している。一方で、10月の消費税の引上げ前に、かなりの仕掛けをすることとしているものの、客に駆け込み購入の動きは今のところみられず、今後日用品の販売動向がどうなるかは全く見当がつかない。
		百貨店（売場担当）	・店頭での動きは落ち着いてきたものの、国内メーカーや納入先からの供給が更に少なくなってくる。
		百貨店（外商担当）	・今後消費税の引上げを控えたなかで、高額商品の動きに期待が持てるが、先行きの不透明感の方が強く、前回の引上げの時と同じような消費動向になると楽観視はできない。
		スーパー（店長）	・高齢化が進んでいる当県では、人口の減少や競合店の増加を踏まえると、今后来客数が減少することに変わりはない。
		スーパー（店長）	・気温にも左右されるが、来客数の減少が続いて売上増加は望めない。
		スーパー（店長）	・6月は梅雨入り時期であるとともにボーナス支給前でもあるため景気に変動はない。
		スーパー（総務担当）	・気候に影響される商品があるので、気温が上がると購買にも影響が及ぶ。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業システム担当）	・10月に消費税の引上げがあるが、食品は軽減税率適用のため買いだめは余りない。
		スーパー（管理担当）	・景気の上向き感はなく、消費者の財布のひもは固いままとなる。
		コンビニ（エリア担当）	・今購入の中心となっている工事作業員は短期的な客であるため、今後は店独自の品ぞろえと商品販売に取り組みないと厳しくなる。
		衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらず、今後消費税の引上げがあると消費は更に冷え込む。
		家電量販店（店長）	・元号が改まってもお祝いムードがなく、消費税の引上げ前の駆け込み需要には余り期待が持てない雰囲気である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上の伸びは見込めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害の影響が今年どう現れるか予測不能である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・経済情勢などに不安材料があってもすぐに変化は起こらないが、好材料もないので楽観視はできない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・ゴールデンウィーク10連休の影響で予約のペースが上昇しない。
		一般レストラン（経営者）	・今後も消費者の節約傾向に変化がなく、特にファミリー層での外食は減少傾向となる。
		スナック（経営者）	・平成30年7月豪雨災害の影響が今年もまだ続いており、3か月後もこの業界は良くならない。
		都市型ホテル（企画担当）	・米中貿易摩擦に伴い日本への影響は避けられない状況で、宿泊、宴会などの先行受注は前年を上回っているが、大型の宴会が減少しており、高単価を見込める宴席も多くはない。個人需要が高まる時期なので、平成30年7月豪雨災害でのマイナスからは回復する。
		都市型ホテル（総支配人）	・米中貿易摩擦やユーロ問題など国際情勢の先行き不透明感により景気後退が不安視される。
		タクシー運転手	・タクシー利用は景気が良くなったら増えるものではなく、天候などの影響が大きいので、景気とは余り関係がない。会社が一度経費を削減したら、増加することはないので、今後景気は良くならない。
		タクシー運転手	・景気が良くなる要因が余りない。
		タクシー運転手	・今月のような状況はないが、今後にも期待は持てない。
		タクシー運転手	・厳しい暑さのためにタクシーを利用する人が増えている一方で、農繁期で夜の利用がかなり悪くなっているため、変わらない。
		通信会社（営業担当）	・客に月々の支出を抑える傾向があり、当社サービスにも性能より安さを求める傾向が強まっている。
		通信会社（総務担当）	・通信業界の設備投資は中長期的な期間で計画が策定されるため、今後2～3か月の景気に変動はない。
		通信会社（経理担当）	・ここ数か月間変化していないため、この状況が継続する。
		ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフコンペの予約件数は引き続き取れているが、組数が減少している。特に今年は暑くなるのが早かった影響で、7～8月は暑さを警戒して年配者が様子見をするため減少する。
		美容室（経営者）	・すぐに景気が良くなる見通しはないので、さほど変化がないまま悪い傾向が続く。
		設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前の税率適用となる3月末までの住宅注文に間に合わなかった客が一定数いるため、景気が大きく落ち込むことはないが、大きく押し上げる数にもならない。
		設計事務所（経営者）	・官民共に新築物件の発注が少なくなっており、これからは古い建物を大切に使う長寿命化工事が増加するが、全体的に地方での動きは芳しくない。
		住宅販売会社（従業員）	・10月からの消費税の引上げを控えているため、まだまだ慎重な動きである。
		商店街（代表者）	・今の客はより良い物をよりタイムリーにより安く買うことを念頭に置いているため、購入に非常に厳しい姿勢が継続する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・個人の注文はほどほどにあるが、会社設立などの印鑑が少なく、余り前向きな状況にならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・受注生産商品を扱うため季節による売上への影響はないが、連休が多くなったり、急な気候の変動や暑さが続いたりすると消費ムードが低下して売上が減少するため、先行きも良くならない。
		百貨店（外商担当）	・選挙を控えているためギフト需要が不透明であり、猛暑が予想されるため客足も鈍くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・改装で閉鎖する売場が拡大する。
		スーパー（店長）	・この5月の猛暑、平成30年7月豪雨時と同様の災害の恐れ、10月の消費税の引上げと不安要素がいくつもあり、今後の先行きは不安の一語に尽きる。瞬間的な売上の回復はあっても特需であり、根本的な景気回復を示唆するものとはならない。
		スーパー（販売担当）	・ここ数か月の来客数と客単価の推移から判断し、先行きは厳しくなる。また、個人需要に限らず法人を始め町内会や子供会などの団体からの注文も減少傾向にあり、景気は後退する。
		スーパー（業務開発担当）	・新規出店のディスカウントストアとの競争激化で既存他社とも価格のたたき合いとなり非常に厳しい状況が続く。
		スーパー（財務担当）	・今後もメーカーの値上げが続く、消費者の節約により買上点数が減少する。
		スーパー（販売担当）	・一旦悪い方向に傾き始めたら継続する傾向があるので、この状態が続く。
		コンビニ（支店長）	・コンビニの24時間営業の可否が話題となっており、業界全体のイメージ悪化が続く。
		乗用車販売店（店長）	・新型車デビューの予定がなく、サービス客も減少しているため景気が大きく動くことはない。
		乗用車販売店（店長）	・ボーナス商戦で慌ただしくなる時期を迎えるが、話題になる商品も登場しないため広告訴求効果は期待が持てない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・10月の消費税の引上げや選挙の影響で景気は良くならない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げと米国と中国の貿易摩擦の影響を受ける不安がある。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・消費税の引上げへの不安から売場に余り活気がないため、売上也次第に低下してくる。
		一般レストラン（経営者）	・繁盛期に入るが、6月の販売価格の値上げや10月の消費税の引上げの影響で節約モードになり、外食を控える客が拡大する。メニューのリニューアルで7月に一部料金の値上げを実施するが、特に販売数の多いビールの値上げが売上面でマイナスにつながる。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィーク期間に旅行需要が流れたため、同じピーク期である夏休みに受注が増加しない。また、選挙や消費税の引上げが旅行需要に影響する懸念がある。
		タクシー運転手	・これからしばらくは大型連休の反動が来る。
		通信会社（企画担当）	・消費税の引上げの最終結論はまだ出ていないが、駆け込み需要による売上増加よりも、中国系携帯電話メーカー排除による消費への影響が大きく、優良低価格製品の選択肢がなくなることから、いずれ端末全体が値上げされる結果となる。
		テーマパーク（営業担当）	・猛暑の影響により屋外施設には厳しい状況がここ数年続いており、入園者数が減少する。
		観光名所（館長）	・連休の反動により消費が抑えられる。
		美容室（経営者）	・働き方改革等の動きで生産性が低下してきており、休日の増加と人件費の圧迫が今後の課題である。
		美容室（経営者）	・来客数や売上が急に増加する状況は今のところなく、これからは落ち込む一方である。
		設計事務所（経営者）	・新規の案件が少なくなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げが近づくと消費刺激の政策が見えてこない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・毎月来客数が減少し続ける。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げが目前に迫り、客は出費に非常に厳しくなってきているので、今後の景気は悪化する。
	×	通信会社（広報担当）	・引き続き客は安い物にしか反応しない。
企業 動向 関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが順調で2～3か月は忙しい状況が続くため景気は良くなる。
		繊維工業（監査担当）	・気候に助けられ今の時期の高気温が売上に結び付く。

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
(中国)		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの月間内示数量は、今月より1割以上増加する。
		広告代理店（営業担当）	・受注が上向きになるとの情報が多いため、景気はやや良くなる。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・原料を海外から輸入しているが、米国と中国の貿易摩擦の悪化から何らかの影響を受ける。
		木材木製品製造業（経理担当）	・国内輸出事業者は米中の貿易摩擦の影響もあり景気はやや悪くなるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響もあり、今後2～3か月は住宅業界に変化はなく、引上げ後はやや減少傾向となる。
		化学工業（総務担当）	・特に変化する要素は見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新たな引き合いが順調で現在の生産水準が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・流通在庫や直近の受注見通しから判断すると、回復には向かわない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・米中貿易摩擦により、既に一部の中国発コンテナ輸送物量に影響が出ており、当社への影響は限定的だが、今後に向けて決して好材料ではない。
		建設業（経営者）	・短期的にみて受注量が大きく変化しそうにない。
		建設業（総務担当）	・少なくとも今後1年間は現状が継続する。
		輸送業（総務担当）	・大きな変動要素は見受けられない。
		輸送業（支店長）	・経営のグローバル化や国内労働需給の逼迫により、先が見通せない状況である。年齢別人口の推移をみても、今後の企業成長に向けて先行きが不透明な状況で、ビジネス環境の変化が見通しにくい状況である。
		金融業（貸付担当）	・原材料費、輸送費、物価等が上昇しており、消費者が買い控えをする。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期ではないため、今月と余り変わらない。
		会計事務所（経営者）	・人手不足による失注リスクや時給上昇をアウトソーシングへの業務移管や定型的なデスクワークをソフトウェア型のロボットが代行して自動化するRPAによる合理化対策でしのげる。ただし、消費税の引上げまでは現状維持となるものの、引上げ後は消費が停滞する。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げに伴うシステム変更と経費の負担が大きくなり、消費動向も節約に向かっているため、当面この状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・当面需要の変化はないが、在庫調整局面が続くので客の活動に勢いがいない状況が続く。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・製品受注量の減少に歯止めが掛かったとはいえ、米中貿易摩擦の影響が出てくる。
	金属製品製造業（総務担当）	・今月は鉄相場価格が下落傾向にあり、短期的な採算ではプラスに働くが、先行きが悪くなることの兆候として受け止めており、今後の受注見込みを年初より下方修正している。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・米中の貿易摩擦と円高の影響により、取引先等の設備投資が減少傾向にあり、今年度中は景気が下向きで推移する。	
	輸送業（経理担当）	・国際情勢の影響で今後も国際関連荷物の動きは鈍化し、国内もその影響を受けて荷動きが悪くなっていく。	
	通信業（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響が中小企業や消費者にじわじわと及んでくる。	
	通信業（営業企画担当）	・組織整備、施設設備対策、消費税の引上げなど制度対策等の計画外のものに対する優先度が高まっており、情報通信に関する設備投資や新規技術導入の検討が遅れている。	
	金融業（融資企画担当）	・地元の完成車メーカーの世界販売は、中国での不振など伸び悩みが目立っており、今後の系列自動車部品メーカーの受注は多少の低下が避けられない。	
	×	化学工業（経営者）	・引き続き米中貿易摩擦の影響により、主要取引先の減産が多方面でより一層表面化され全体的な国内景気の押し下げ要因となる。
雇用関連			
(中国)		求人情報誌製作会社（経営者）	・5月は一旦求人数が落ち着いているが、今後はお盆時期に求人控えるものの、短期を含め夏に向けた求人が増加するため、5月よりは良くなる。

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
		職業安定所（職業指導担当）	・求人数は依然として高水準で、企業は人手不足感が強い状況である。その影響から企業も働き方改革による営業時間の短縮等人手不足の対応を始めている。
		人材派遣会社（社員）	・現状は人手不足の状況が続くが、求職者が希望する仕事でないため、雇用業界の景気は上向かず変わらない。なお、米中貿易摩擦や米国の対日自動車関税の引上げによっては、各関連産業がダメージを受ける可能性がある。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・景気の先行きに不透明感があるものの、一定数の求人数を維持する。
		人材派遣会社（支社長）	・良くなる要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・若年層の不足感が変わらない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・インターンシップや合同企業説明会に、地元より現在在学中の学校エリアで参加する学生の割合が高く、その理由の大半に地元で志望する企業がないことややりたい仕事がないことが挙げられる。県内大学進学者が関東など県外に就職する比率は年々上昇しており、東京一極集中は大学だけでなく就職でも進んでいく。
		職業安定所（事業所担当）	・企業側から景気悪化につながる情報が引き続き聞かれないことに加え、新たな商業施設の開店も控えていることから、しばらくは現状を維持する。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用の絞り込みはあるものの、地元自動車メーカーの海外工場設立に伴う北米進出に向けた動きがあるため、採用の絞り込みが一概に景気低迷によるものとは言い難い状況が続く。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・6月から新卒を対象とした選考活動が公式に解禁となるが、既に多くの企業が選考活動を開始しているため、その活動が今よりも特段活発になるわけではない。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・学生の採用状況が引き続き好調に推移する見通しであるが、その要因は人口の減少にあり、景気とは直接の関係がない。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は増えるが、求職者数と比例しておらず高い有効求人倍率となる。求職者が正規雇用に偏り、非正規求人とのマッチングが進まない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足に伴う賃金上昇が企業の収益を圧迫している。個人消費はまだ底堅いものの、米中の貿易摩擦の悪影響が企業に僅かながら波及しつつある。
		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、上昇幅がこのところかなり縮まっ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）	・10月の消費税の引上げが不安要素となるとともに、人手不足の解消は進展しない。
	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)		-	-
		商店街（代表者）	・平成7年に閉館した旧百貨店跡に地元銀行が営業本部を移転させ、百貨店とほぼ同規模の地下1、地上4階のビルが年内に完成する。銀行業務は建物の4割で行い、残りは文化サロン、展示会場など公共空間にして商店街の活性化につなげ、地元地域との連帯感を前面に押し出した新たな地銀の実験店舗としてスタートする。
		百貨店（営業管理担当）	・7月のクリアランスセール開催に向けて、来客数は増加を予想する。また消費税の引上げ前の駆け込み需要が本格化し、高額品を中心に稼働するだろう。
		コンビニ（店長）	・買上点数や客単価が増加する。消費税の引上げまでの限定的な話だが、現状のデータでは景気は良い。
		衣料品専門店（経営者）	・10月の消費税の引上げまでは、景気は割と良いだろう。販売量の動き、客単価の動きなどを見てみると、3～4年前のような悪い感じは、今のところしない。

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
		衣料品専門店（経営者）	・大型連休は相当良かった。いよいよ雨の季節に入るが、最終週にはバーゲンセールが始まるので、ある程度の売上が期待できる。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込みが発生し、今よりは良くなるだろう。
		住関連専門店（経営者）	・今、借入金利が非常に安いので、近辺に住宅が建っている。それに関連して、今後の業績は伸びるだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・少し物価が値上がり傾向にあるため、店のほうは対応に追われている。
		スナック（経営者）	・観光シーズンも終わって地元の方が動くので少しずつ来店も増えてくる。
		タクシー運転手	・前年比の状況からやや良くなると判断した。また、梅雨明けで人の移動等が多くなる。今回の10連休が経済的に負担となって自分の飲食の機会が少なくなったという声もあった。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売と新料金プラン導入で来客数も増加傾向にある。
		美容室（経営者）	・暑くなってくるので来客数が増える。
		商店街（代表者）	・商店街では、夏までのイベントがめじろ押しで、来街客、観光客も増えるだろう。また天候にもよるが、大変暑い日が続くと夏物も良く出る。ただ、選挙や消費税の引上げが、消費者マインドを下落させることを懸念している。
		商店街（事務局長）	・消費税の引上げ確定の場合は駆け込み需要が高額品を中心に発生し、9月末まで売上は伸びるものの、増税後の反動減は避けられない。今年も暑い夏が予想され、季節商材は堅調に推移するだろうが、全体的には消費者の財布のひもは固いままとなるだろう。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来客数、販売量共に代り映えなく、低調である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・少しずつだが春頃から人の動きが良くなっている。目的のないちょっと買いの人が来店するようになっており、景気が良くなることを期待している。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるかもしれないが、今後の見通しは分からない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・酒類は少しでも安い店で購入という動きがどんどん広がっている。酒類専門店ではどんなに努力しても太刀打ちできない。
		百貨店（販売促進）	・インバウンドのマイナス傾向は止まらない。一方で消費税の引上げ前には購買意欲が多少高まってくることと、前年の異常気象による減少分からのプラス要素はある。
		スーパー（店長）	・今のところ景気や業績が良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（企画担当）	・6月以降更に値上げが発生するため、客の買い回りが更に増える。
		スーパー（人事）	・地方の人口が減少していくことは間違いないので、来客数以外に販売数量などの減少もみられるが、高単価なものを買うことで1品単価は上がる。それでプラスマイナスゼロになるだろう。しかし、消費税の引上げでどういう動向になるか分からない。
		コンビニ（総務）	・消費税の引上げを控え何も変わらない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・消費税の引上げもあり客の景気に対するイメージが悪くなっているため、良くなる雰囲気がない。
		乗用車販売店（従業員）	・今後1～2か月間、消費税の引上げ前の新車受注状況は現状と余り変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の動きも余り見られず、現状維持が続く。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる理由がない。
		観光型旅館（経営者）	・当地も全体的には観光に相当力を入れているので、当地全体の観光客は徐々に増えてきているが、効果が出るのはもう少し時間が掛かるだろう。
		都市型ホテル（経営者）	・前年は平成30年7月豪雨の影響を受けて、宿泊客の減少、宴会のキャンセルがあったが、そういったものは今年はないとみている。前年比では良くなるかもしれないが、景気は余り良くならないだろう。
		旅行代理店（営業担当）	・この1か月の様子を見ているが、余り受注が上がってこない。
		通信会社（技術）	・季節的に転宅等の時期ではなくなるため、大きな動きはなくなる。

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	
		通信会社（支店長）	・当面の変動要素は見当たらない。	
		商店街（代表者）	・米中の貿易摩擦による感覚的影響や消費税の引上げによる客の消費傾向が減少に向って行く。	
		スーパー（財務担当）	・メーカーの値上げで、販売数量が落ちる。	
		乗用車販売店（従業員）	・販売が伸びる条件が何もなく、消費税の引上げが決まらな いと動きがない。	
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込みがないまま、消費税の引上げ が行われると、落ち込みだけが確実に来るだろう。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税の引上げ次第だが、引上げられるようであれば、節 約姿勢が強まる。	
		タクシー運転手	・夏が来て、お遍路がほぼなくなるので、例年どおり悪くなる。 夏がどっと暑くなれば、それなりに乗車してもらえるため暑い夏になってほしい。	
		通信会社（営業部長）	・当社販売商品の料金が上昇傾向にあるため、客の購入意欲 は減少していく。	
		競輪競馬（マネージャー）	・最近の株価低迷やゼロ金利が続いていることから、賃金の 上昇は望めず、財布のひもは依然として固い。特に若い世代 の娯楽人気は低下しているため当面景気上昇は見込めない。	
		美容室（経営者）	・3～4月の卒業、入学シーズンとゴールデンウィークで客 が動いた分、6～8月は客が動かなくなる。	
		設計事務所（所長）	・設備投資の物件で、規模の縮小や時期の延期が、何件も出 てきている。	
		×	スーパー（店長）	・人口減少に加えて、客に喜んでもらえる商品が、青果市場 や水産市場などに入荷しない。人口減少と合わせて、商品、 商材不足により、景気は上昇しない。
		×	コンビニ（店長）	・今年の5月は、ゴールデンウィークの影響で観光客が例年 になく多く、これで前年並みになったのであれば、6月以降 また前年比を割っていく。
	×	衣料品専門店（経営者）	・原油価格高騰と米中の貿易摩擦による景気の不透明感が影 響する。	
企業 動向 関連 (四国)		-	-	
		化学工業（所長）	・消費税の引上げまでは駆け込み需要が期待できる。その後 は不安である。	
		鉄鋼業（総務部長）	・受注、販売価格の面でやや上昇するだろう。	
		通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待し、各社の広告が 増加するだろう。	
		繊維工業（経営者）	・小売店店頭での売行きは前年並みである。全国的に地方の 中心都市への人口集中があり、中核都市の小売店は好調であ るが、それ以外の地方都市の状況は厳しい。	
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・新規の受注もすぐには回復せず、今期も残り3か月、受 注、売上共に落ち込むだろう。	
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・米中の貿易摩擦等もあり、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）	・以前なら、営業や会社の努力で進展してきたが、今の状況 はなかなか効果が出ない。経済はかなり落ち込んでいる。	
		電気機械器具製造業 （経理）	・市場動向は安定的に推移するが、受注量並びに受注予測情 報についても大きな変動は見られない。また、得意先や市場 におけるトピックも生じていない。	
		建設業（経営者）	・第2四半期の発注量次第であり、現時点では何ともいえな い。公共事業予算は対前年度比増加しているので、大きく悪 くなることはないだろうが、過去にもあったように、事業の 内容次第では、業界にとって厳しい年となることも否定でき ない。	
		建設業（経営者）	・今後、2～3か月で、この状況は変わらないだろう。	
		輸送業（経営者）	・景気先行きの不安から慎重な意見が多い。	
		輸送業（営業）	・夏場の消費は気候に左右される場合が多く、天候が安定し ていれば消費拡大が見込まれ、商業小口貨物についても取扱 い物量の増加が期待できる。一方で取扱い物量が減少する夏 場は運賃値上げを推進する時期でもあり、荷主との交渉結果 次第によっては下半期の業績が大きく左右される。	
	通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。		
	広告代理店（経営者）	・一部の得意先で6月以降のレギュラー広告契約が増えた が、期待していた消費税の引上げ前の広告費増加の依頼は現 段階では少ない。したがって、全体としては余り変わらない 。		

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
		農林水産業（職員）	・春の天候は例年に比べよく、全国的に農産物の生育は良好である。今後も安定的な市場入荷が続くが、量販店の利益優先販売の動きもあり、供給過剰のような現象の発生が懸念される。
		食料品製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦の影響で資材のコスト、他原材料の仕入価格に影響が出てきており、それが長期化する。
		木材木製品製造業（営業部長）	・4月より大手ハウスメーカーの受注速報が減少している。
		建設業（総務）	・人手不足による生産量の減少が生じる。
		輸送業（経理）	・対中国向けの輸出量の減少が懸念され、在庫リスクの回避による需給調整を実施する企業が増える。ただ、消費税の引上げ前の駆け込み需要もあるため、国内企業間の輸送量は通常よりも一時的に増加するため、10月までは若干の景気後退にとどまる。
		金融業（副支店長）	・米中の貿易摩擦の影響等によるマイナス面と、消費税の引上げ前の駆け込み需要等のプラス面があるが、全体的にはマイナスの影響が大きい。
		公認会計士	・経営者の方と話をすると、設備投資にやや消極的な意見が多くなっている。また、不動産の売却依頼が市内では増えている。一方、ホテル等については、いまだに景気は上向きで、非常に判断が難しい。
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（営業）	・10月の消費税の引上げ前で、消費意欲が高まる。企業等の雇用形態も正規雇用に条件を改善して求人確保する動きが出てくることで、雇用環境も人材不足がやや改善される。
		職業安定所（職員）	・景気に停滞感がある。今月は改元等もあいまって長い連休となり景気が良いと感じたが、2～3か月後については以前からの停滞感が続くだろう。
		職業安定所（求人開発）	・4月の有効求人倍率は1.49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、企業整備の情報が入ってくるものの、大規模ではないため、しばらく同じような状況が続く。
		民間職業紹介機関（所長）	・各企業に、採用時期を早める、通年採用を採用する、説明会の回数を増やす等、新卒採用を見直そうという動きがある。しかしながら、どの方法が有効であるかは、企業側も見極めるのは難しいようだ。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学への求人数及び内々定者数は前年よりも順調に推移しているが、景気の判断は困難である。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響もあり、企業が人件費を抑える傾向にある。
		求人情報誌（営業）	・大きな打開策がないまま採用難はまだ続く。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・最低賃金の上昇により、新たな人材の募集よりも既存スタッフの福利厚生等に金を掛ける企業が増えてきた。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業界としては、少なくなっているパイを取り合うため、競争がますます進んでいる。
	x	人材派遣会社（営業担当）	・電子部品を扱う企業などで契約打ち切りが目立ち、世界経済との関連を痛感する。

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)		観光名所（従業員）	・夏季休暇時期に入ると、全国各地で異常気象発生の影響により、当地方面へ癒やしや涼しさを求め、来客数が多くなると予想される。
		商店街（代表者）	・ラグビーワールドカップの開催や10月から消費税引上げが実行されれば、駆け込み需要があると予想されるため、現在の状況より良くなる。しかし、その反動で以後は非常に厳しくなる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・高単価の商品が、これからも売れ続ける。
		百貨店（営業担当）	・前年は気候が不安定で、厳しい夏だったこともあり、今年はある程度持ち直すかと期待している。また、秋の再開発施設の開業による来街者の増加にも期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税引上げに伴い、駆け込み需要が期待されるため、高額品が好調になることが見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前までは、高額品や家具、家電等の買換え需要が見込めるため、入店客数等も伸びる。ただし、猛暑が続くことで影響が出る可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・夏のボーナスにも影響される面はあるが、基本的には消費税引上げ前の駆け込み需要や、ポイント還元等キャッシュレス推進政策により、客単価が上昇する可能性がある。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの駆け込み需要があると予測している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増えると考えられる。
		乗用車販売店（総務担当）	・10月に迫った消費税引上げにより、駆け込み需要が発生すると予想される。新車販売は7～9月にかけて好調に推移する。
		スナック（経営者）	・10連休から受けた影響で数字が落ち込んでいたが、5月末から来客数に回復が見られ、若干売上が良くなっている。
		都市型ホテル（販売担当）	・宿泊に関しては、このまま好調を維持できる。
		旅行代理店（企画）	・夏の受注ピーク期を迎えるため、若干良くなる。
		通信会社（企画担当）	・例年官公庁の引き合いや公募が増え、取引が多くなる時期ではあるが、今年度は民間からの引き合いも多く、受注見込みが増加している。Web等の制作についても、制作前段階からの相談が多く、需要が高まっていることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新施策や新制度が7月から始まるため、その効果に期待をしたい。
		通信会社（業務担当）	・同業の撤退がここ数年で多く見受けられ、業界全体で考えると縮小傾向にある。しかし、競合が少なくなったことで、逆に他社が気づかないような隙間業界に変化していくと推測している。
		商店街（代表者）	・好材料も不安材料もないため、現状維持となる。
		商店街（代表者）	・当店は、高齢のなじみ客が多いため、年金は上がらず控除金額が多くなり、必要最低限の物のみの購入になっている。また、物価上昇が最近顕著になっていることも影響される。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要因がない。10月からの5%還元により、富裕層ほど買い控える原因になり、消費税引上げ前に消費上昇は難しい。
		商店街（代表者）	・横ばいが続くと予想している。
		商店街（代表者）	・高額商品を購入する客が減少しており、厳しい商況が継続する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これからの商材といえばウナギであるが、今年は値上がりが見込まれ危惧している。天候が暑くなるとスタミナを付けるために、ウナギの需要が増えることに期待したい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋としては、梅雨から夏に掛けてのイベントがないが、個人的なイベントをすることで、売上を上げていく。
		百貨店（総務担当）	・消費税引上げに備え、消費意識の落ち込みが考えられる。
		百貨店（企画担当）	・節約志向傾向にあり、衣料品やリビング用品等の売上が伸び悩んでいる状態で、今後の景気に上向き気配がない。
		百貨店（売場担当）	・4月以外は全店舗合計100%を超えている状況であるが、若干注視する必要がある。来月物産展が催されるが、大型物産催事で、特に食品中心の催事の売上が悪く、最近の特徴になっている。衣料品や食料品は店舗によって、かなり差が出ている。今後は、天候が気になるところである。
		百貨店（プロモーション担当）	・大型連休明けで、財布のひもは締まりがちと予想される。
		百貨店（業務担当）	・消費税引上げを前に、身近な支出を抑える客が多い。これまでは、新商品を見に来店する客が多かったが、今年は特に少なくなっている。
		スーパー（店長）	・東京オリンピック特需はあるものの、消費税引上げはそれに歯止めを掛ける可能性がある。
		スーパー（経理担当）	・5月は、今後の猛暑を予想させるような暑い日が続く、食品に対する消費意欲が減退しないか不安である。
		スーパー（統括者）	・米中貿易摩擦の余波で、景気後退の雰囲気はかなり出ている。政府が考えている最低賃金の大幅アップ、正社員のボーナス、昇給にも影響が避けられなくなりつつある。消費税引上げも控えており、景気が良くなる兆しはみられない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店が大きく響いており、数年にわたり来客数が減少している。その分を補っているのが、客単価を上げる販売の工夫で、結果的にはほぼ前年同様の売上が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当・店長）	・近隣の競合店が、7月にオープンするまでは、乗客数は伸び、売上も高くなるが、その分を差し引くと前年並みの客数と売上である。早めに梅雨を迎えると客足が鈍ることもあるため、晴れ間に客数を逃さないように、品ぞろえをして売上を伸ばしていく。
		衣料品専門店（店長）	・災害復旧の半ばにあるため、来街者がほとんどなく伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・景気そのものは変わらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・当店を取り巻く景気は底打ち状態で、今後横ばいが続くと予想している。
		家電量販店（店長）	・消費税上げの影響で一時的には上がるものの、その後は継続する要素がない。
		家電量販店（総務担当）	・消費税上げ前の特需に期待しているが、再々延期やダブル選挙等の噂で、需要の掘り起こしに結び付かない。
		乗用車販売店（代表）	・景気回復のための好材料がないため、変わる状態ではない。
		住関連専門店（経営者）	・参議院選挙が近づいており、衆議院解散の報道もあるが、選挙がある時期は景気が良くない。また、置き家具業界は、新築住宅用家具でも作り付けが多くなり、げた箱等を家具屋で購入する客は減っている。年々取り扱う商品は減少している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7～8月は、お中元シーズンということもあり、店舗でのコーヒー豆の販売量や進物の需要もあり、比較的例年どおりの動きになり、若干良くなると推測している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今後の燃料油の仕入価格の動向は予想がつかないが、今年は早く暑くなっていることで、エアコンディショナー等の使用頻度が高くなっている。暑さが継続しながら梅雨になると燃料油の使用が多くなるため、販売量の増加に期待している。
		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ほどのプラス与件はないものの、今後2～3か月は映画業界の作品内容が良く、シネマコンプレックスが入店しているショッピングセンターでは、まずまずの売上になると予想している。一方で、物販業種が苦戦し、サービス業種が好調という構図に変わりはなく、その点は大きな課題である。また、客は、消費税上げに関心があり、その対策が今後の景気に直結すると考えている。
		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〕（統括者）	・10月の消費税上げによる影響はあるが、米中貿易摩擦以外の影響は、まだ先と考えられる。
		高級レストラン（支配人）	・暑くなることにより、来店客数が減少するのではないかと心配している。
		一般レストラン（経営者）	・急激な落ち込みはないが、客から景気の良い話を聞くことはない。訪日外国人の利用も客単価が下がっている状況であるため、上向きになることは考えにくい。
		観光型ホテル（専務）	・先の景気が全く見通せない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・多数のイベント予定があり、週末は込み合うと予想されるが、平日の動きは読めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約の取り込みは順調であるが、伸びに期待できない。
		タクシー運転手	・当地においては、国内外観光客の増加が続いており、催物も堅調で、タクシー利用も増加している。一方では、地元市民のタクシー利用が低調気味で、多少不安要素も抱えている。
		タクシー運転手	・県外の客が例年より減少している。
		通信会社（企画担当）	・現状が数か月続く見込みである。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況が、前年と同水準で推移している。
		美容室（経営者）	・消費税上げ前は、現状と変わらないと予想されるが、引上げ後は、もっと悪い状態になる。
		美容室（店長）	・暑くなるとカットの客が多くなるが、大きい変化はみられない。
		音楽教室（管理担当）	・これからの時期は、習い事を始める人が少ないが、秋口には期待できる。
		設計事務所（所長）	・今月の景気状況から、2～3か月先も変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注に関しては、横ばい状態が続いており、景気状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・住宅販売をしていると周辺の客の景気に左右されるが、今のところ堅調に推移している。全体としてのマンション価格が上がっており、それに合わせた金額にすると客の需要が減少し、価格や仕様の企画に懸念をしている状況である。
		商店街（代表者）	・改元の影響は余り受けていないが、10連休により商品の売上は厳しく、最低限の物しか購入しない節制傾向で、売上が上がらないのが現状である。
		商店街（代表者）	・安価な商材を求める客が多く、売上が上がらない。10月の消費税引上げを前に、一層節約志向は続くと予想される。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当県の気温が上がることで、県外野菜が中心になり、輸送コストにより野菜の値段が上昇する。それに加えて、北海道や東北などの野菜産地が雨の影響を受け、今後厳しい状況が続くと想定している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年、梅雨時期に入ると人の動きも鈍くなり、梅雨明けからは暑さで売上は伸びないことから、前年のような猛暑になれば、売上の期待はできない。
		百貨店（営業担当）	・売上伸長率や商品単価が回復傾向にあり、紳士雑貨及び婦人雑貨、リビング用品等の自家需要が依然堅調で、嗜好性の高い舶来ブランドや貴金属、美術工芸も依然好調であるが、一方、化粧品では慎重な姿勢が見える。父の日やお中元商材の早期展開やお中元ギフトセンター開設での来店機会は増加するが、選挙の影響も無視できない。
		百貨店（経営企画担当）	・一部富裕層の購買力は、引き続き堅調であるが、全体的な個人消費は相変わらず低迷している。例年でない天候変動により衣料品販売が安定せず、全体としては下降傾向にある。
		スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、先行き不透明感から消費者の節約志向は今より強くなる。その中で、競合他社との競争が激化し、売上が非常に厳しくなることが予想される。
		スーパー（店長）	・ここ3か月の来店客数は前年並みで推移している。前年を上回るよう販売等の工夫を考えている。
		コンビニ（経営者）	・客が増えず、売上も停滞している。
		コンビニ（経営者）	・牛乳を含め多くの商品の値上げの影響で、客足が鈍くなり、3か月後の景気は大きく下がる。さらに、消費税引上げも重なり、財布のひもは一層厳しくなると考えられる。
		家電量販店（店員）	・長いゴールデンウィークが影響し、客は購入する店舗を決めることができずに販売が難しかった。来客数も非常に少なく、今後もしばらくこの現象が続くと予想される。
		高級レストラン（経営者）	・当店は繁華街に位置するが、街中に出る人が減少し閉店する店もある。再開発で商店ができるが、まだまだ景気は悪い。
		高級レストラン（経営者）	・来月の予約状況では、5月より多いため若干良くなる。6月は、株主総会後の食事会があるが、人数減少や食事会がなくなる等が原因で、以前と比較すると減少しており、厳しい状況が続いている。
		観光型ホテル（総務）	・宿泊客の予約状況も伸び悩み、それに伴いホテルの宴会場予約数が減少している。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークに旅行した人は、夏の旅行を控える傾向があり、ここ数週間の集客が伸び悩んでいる。
		競艇場（職員）	・例年この時期は悪くなる傾向にある。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税引上げ後の下期に向け、利用や購入控えが想定され、かつ、採用コストや社会保険料率の増加に伴うコスト増加により、経営環境が若干厳しくなる。
		設計事務所（所長）	・世界の政治や経済情勢が不安定であり、不測の事態に備えるために消費に回さないことも考えられ、今後が不透明で危惧している。
		設計事務所（代表）	・消費税引上げ後は、買い控えになるのではないかと懸念している。
	×	百貨店（営業担当）	・国内やグローバルで見ても、現在、好材料が見当たらない。米中貿易摩擦の解決に不安があり、新興国を含め、日本経済に与える影響は非常に大きい。その影響は、遅効して顕在化してくると予想され、また、今まで訪日外国人の売上は良好であったが、5月に入り伸びが鈍化している。
	×	タクシー運転手	・個人の消費動向をみると、財布のひもをかなり締めている。日本や世界の経済状況に好材料がなく、東京オリンピック・パラリンピックが開催される東京以外の地方都市では、かなり影響が出ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (九州)		農林水産業（従業者）	・野菜に対する需要が高まることから、市況が持ち直す可能性に期待している。
		建設業（従業者）	・見積物件は少ないが、受注できそうな案件があり、若干良くなる。
		建設業（社員）	・官公庁の発注予定も発表されたが、前年度より発注件数は明らかに減少している。しかし、前年度よりは発注時期が早く、上半期で80%の発注を予定しており、しっかり受注できるように対応していく。
		通信業（職員）	・官公庁工事の受注が落ち込んでいるが、7月頃から回復する見込みである。
		不動産業（従業者）	・商業施設の売上が好調に推移している。
		農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りで消費に余り期待できないが、7～8月は、居酒屋中心にビールの消費に合った商材に期待ができる。スーパーマーケット関連でも夏メニューの提案や冷凍食品の中小企業メーカー向けにも徐々に引き合いが出ているため、売上上昇が見込める。一方、米中貿易摩擦のあおりで、中国輸出が従来のように流れず危惧している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注予定量等の状況からでは、今後も景気は横ばいである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦が影響しており、当社も含め各ユーザーは対策の打ちようがなく、しばらくこの状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先等の状況から、この先も景気が大きく変わることはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の資材部でも需要は堅調であるが、米中貿易摩擦等外部要因で大きく影響を受けるため見当がつかない。
		電気機械器具製造業（取締役）	・一部業種において、米中貿易摩擦の影響により受注の減少傾向はあるものの、全体的には当面変わらないと予想している。
		輸送業（従業者）	・受注増加になる要因が見当たらない。
		輸送業（従業者）	・米中貿易摩擦の影響を受けている会社は、取扱量の回復が見込めず厳しい状況である。パルプや古紙の価格が上昇していることもあり、紙メーカーの値上げがあり、消費者の購買意欲は低い状況である。
		金融業（従業者）	・旅行取扱額が国内客・外国人客共増加しているほか、公共工事が土木関連中心に高水準で推移している。一方、海外需要の減少で輸出が弱含み傾向にある。また、人手不足が経営面でネックになっている。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取巻く環境はここ1年大きな変化はない。今後、G20サミット日本開催、参議院選挙、消費税上げとトピックが続く。海外では、中国経済の減退、米国長短金利逆転からくる米国景気の減速、欧州首長の在任懸念、円高進行等懸念材料が顕在化しつつあり、景気変動局面が近づいていることに注視している。
		金融業（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響を悲観して、中小企業の経営者は、警戒感を増している。ここ3か月は参議院選挙があり、衆議院解散の報道もあるなか、現状のまま足踏み状態になると考えられる。
		金融業（営業）	・米中貿易摩擦の行方が重要である。現状の景気が続くと考えるが、長引くようであれば、更に悪くなる可能性もある。
		金融業（調査担当）	・当面は急激な景気の変動はないが、全国の経済指標に弱さがみられ、景気の高まりを実感できないまま、地元経済が失速するのではないかと懸念が高まっている。
		広告代理店（従業者）	・今月の新聞折込チラシの受注枚数は、前年比98%とほぼ横ばいである。大型連休の悪影響は大きく、百貨店、スーパーマーケット、ショッピングセンター等小売量販店を中心に不調が続いているが、一方、今月好調な業種は、自動車関連やマンション販売で、消費税上げ前の動きが出ている。
		経営コンサルタント（社員）	・新規開拓の目玉となるような特筆すべき事項がないので、余り期待できない。
	経営コンサルタント（社員）	・5月の大型連休明けから売上が低迷し、回復は長引いている。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページのアクセス数や問合せ件数には変化がない。	
	その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・取引先では、10月からの消費税上げに対する反応が薄く、個人でも、大きな買物をするという状況にはなっていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（経営者）	・季節的に端境期になるため、販売の減少が見込まれる。
		家具製造業（従業員）	・訪日外国人は、3か月前までは明確に伸びる予想が圧倒的であったが、ここにきて緩やかな伸びは続くものの大幅な伸びは期待できない。したがって、訪日外国人の伸びを見越したホテル等の新たな投資も少し鈍くなっている。先の見通しの悪さから短期での投資回収に走り、潰しが利くホテル案件が出ている。
		化学工業（総務担当）	・米中貿易摩擦による影響の広がりを懸念している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の受注関係は厳しいものがある。以前は、夏場になると企画商品が出ていたが、今ではその需要がほとんどない。今後はネット商品に力を入れなければ、現状のままでは衰退していく一方である。
		金属製品製造業（事業統括）	・中国経済と米中貿易摩擦の落としどころ次第ではあるが、景気が良くなる材料が見当たらない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・中国市場の影響により製品の受注量が悪く、これから先の見通しもつかず、かなり打撃を受けている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示数からでも、オプション部品の装着率が当初の計画を下回り、今後売上が減少方向に推移する見通しである。
		輸送業（総務担当）	・これまでの物量増加や人手不足、値上げから、落ち着いた気配がある。今後、消費税上げによる消費の減退、最低賃金上昇による採用の抑制等を見据え、流れが変わる可能性がある。
		通信業（経理担当）	・消費税上げの状況や参議院選挙あるいは衆議院解散の議論等、政治に振り回される期間となるため危惧している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・中国の携帯電話会社関連の影響を危惧している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・政治や消費税上げを控え、今後が不透明であるため、弱気で考えている経営者が多く、景気は良くならない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村に営業回りして6月の補正予算の動きを把握しているが、調査や計画策定の業務追加の予算措置を予定している市町村は少なく、入札にダンピングで対応できない業者は、受注が難しいため、経営的に苦しい状況になるおそれがある。
	×	繊維工業（営業担当）	・報道から、最低賃金が20円以上も上がるため、経営を圧迫することが考えられる。
	×	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中貿易摩擦が、かなり大きく足を引っ張っている。生産が激減している企業が多数あり、どこもラインがストップしている状況である。
雇用関連		-	-
(九州)		人材派遣会社（社員）	・参議院選挙等が予定されており、付随業務にて一時的に仕事の発注が増加する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋の世界的スポーツイベントの地元開催に向け、動きに盛り上がりが見られる。また、中心市街地の再開発に伴う求人等も本格化し、景気にプラスとなる要因は多い。
		人材派遣会社（社員）	・サービス業以外の職種では、求人数が横ばい、若しくは減少傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・6月は求人数が若干少なくなる時期である。お中元シーズンの求人は既に受けており、稼働者は多くなる時期である。
		人材派遣会社（社員）	・中心地の受注はここ数か月伸び悩んでいる。登録者の少ない地方からは、問合せが複数件あるが、成約まで速やかに結び付かない傾向があり、市場にとっての好感触がない状況である。
		人材派遣会社（社員）	・求人需要については、一段落している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元や大型連休までは期待感もあったが、現実是不変である。
		職業安定所（職員）	・サービス業では、雇用の流動性の高まりから賃金相場の上昇も見込まれ、景気は良くなるが、建設業や電子部品製造業等では、需要の減少から求人募集が手控えられており、地域経済全体としては、サービス業に人材がシフトするだけで、大きな景気の変動はない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・米中貿易摩擦関係の影響による九州企業の景気減退について、企業側から示されることはない。今後の労働人口減少等をにらみ、前年度の採用者数未充足分の求人活動が継続的に行われる。

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
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用問題も二極化の傾向である。待遇改善等、積極的に行っている企業には人は集まっており、改善ができない企業は人が離れる傾向にある。特に福岡はホテル等が新設されている状況で、そのような施設待遇は高くなっている。
		職業安定所（職員）	・求職者減少より求人数の減少幅が大きい。求人倍率も高止まりから減少傾向を示している。
		職業安定所（職員）	・人手不足による人件費等の上昇で、収益の悪化を耐える企業が多いことが懸念される。
	x	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		-	-
		スーパー（企画担当）	・ECサイトを中心にWebマーケティングを活用した販路拡大が見込める。
		コンビニ（経営者）	・観光客が増加する。また、気温の上昇に伴い飲料品関係の売上が増加してくる。
		その他サービス[レンタカー]（営業）	・夏季の繁忙期間や消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（店舗企画）	・改装効果は続くと思われるが、近郊に大型小売店舗がオープンするため、警戒している。
		コンビニ（代表者）	・6～7月はゴールデンウィークの反動で多少の苦戦が予想されるが、夏休みには観光客が盛り返し、現景気の安定は続く判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は前半がゴールデンウィークということもあり、客の出も多かったが、売上にはつながっていない現状である。後半は例月と同じような状況が続いており、景気はまだ判断はできない。
		その他専門店[書籍]（店長）	・夏の繁忙期を迎えるが、販売量が例年と比べ大きく変わる見込みは今のところない。
		旅行代理店（マネージャー）	・例年並みの需要は見込めるが、大幅に伸びる要素はない。
		通信会社（サービス担当）	・全体的には変わらないと思われるが、体力のある店舗は伸びて、ない店舗は落ちていくとみている。
		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、当面の売上は確保できている。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅請負契約も駆け込み需要の反動で減少するとみられたが、住宅展示場への来場者数含め減少することなく推移している。
		商店街（代表者）	・商店街エリアには現在飲食店が増えており、やや夜の街化している。昼間の物販関係が大変苦戦しているようである。閉店した空き店舗には、次に飲食店関連が入ってきて、絶対数が増えているので単価競争や客の奪い合いをしているように見える。
		一般小売店[菓子]（企画）	・取引先の店舗が、スタッフの人材不足で閉店や休業していることがある。しばらくは少し売上が落ち込む予想である。
		観光型ホテル（代表取締役）	・競争は更に激化する。雇用も維持できない。新規採用が難しい。また、働き方改革で、残業させられないこと、休みを取らせないといけないことなどで営業日や時間を減らし、売上が減る。値段を上げればと考えるが、新規参入会社はコストが安くても運営できる仕組みで挑んでくる。長年営んできた中小企業の仕組みでは競争が厳しい。
	x	その他飲食[居酒屋]（経営者）	・人手が必要な大型の総合居酒屋では、この極端な人手不足の中で働き方改革の順守をしていくためには、極力無人化を進め、好調なインバウンドへの対応を押し進めるためにも、外国人の就労がやりやすくなるように早急に進めてもらいたい。
	x	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する今後2～3か月後の客室稼働率は、今月より前年同月実績を更に下回る見込みである。沖縄県全体の入域観光客数は好調だが、競合ホテルが増加し、客室稼働率が思うようには伸びない状況である。
企業動向 関連		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・民間工事向けが好調に進行する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(沖縄)		輸送業(経営企画室)	・沖縄初進出業態の立て続けのオープンにより、個人消費が一時的に増加するのではないかと予測される。
		建設業(経営者)	・3月の消費税駆け込み受注の後、ばったりと新規の相談、モデルハウスへの来場が止まっている。
		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、特に宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事も本格化してピークとなっている。基地建設優先により出荷が減らされている砕石も、材料確保の不安を抱えており、基地建設のための積出で岸壁が混雑して先島向け出荷の弊害となっている。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の販促活動は、新規の商業施設やホテル開業に伴い拡大傾向にあるものの、その他の業種が景気の先行きへの不安を抱いていることから全体としては変わらないとみている。
		会計事務所(所長)	・消費税増税の実施はやはり動向に大きな影響を与え得る。
	x	-	-
雇用 関連		学校[大学](就職支援担当)	・新卒学生の就職活動が活発化している。
		-	-
(沖縄)		求人情報誌製作会社(編集室)	・大型商業施設の合同求人特集も5月で一段落した。本来は夏に向かうにつれて求人件数は減少する傾向にあるが、人材を確保していない大型商業施設の店舗からの求人依頼があるとみられる。
		学校[専門学校](就職担当)	・人材不足が求人数増加を引き上げている要因でもある。先行きの景気の流れが気になる。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・前年は新規求人数が5月より6月で減少している。
	x	-	-