

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		-	-
		商店街（代表者）	・青果物の収穫期を迎えるため、今後についてはやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・アジアを始めとした外国人観光客に助けられている面が強いが、日本人客も少しずつ増加していることから、今後についてはやや良くなる。7月の売上が前年比98.4%となったのは、気温の低い日が続いたことが影響したためとみられる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・本格的な夏の観光シーズンを迎えることから、今後、少しずつ景気が上向いてくる。また、日韓関係も政治の問題なので、今後2～3か月中には両国の関係が改善することを期待している。そういう状況が改善されれば、民の方もムードとしてはすぐに回復して活発な交流となり、インパウンドの回復にもなるのではないかと期待しており、若干プラスに転じてゆくと考えている。
		百貨店（営業販促担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で高額品に動きが出てくることになる。また、秋冬商材について、衣料品メーカーが早期展開する動きがみられることから、前倒しの需要も見込める。
		スーパー（役員）	・お盆明け以降、10月の消費税増税に向けたセールが活発になり、一時的に消費が盛り上がるのが期待できる。
		家電量販店（店員）	・今後も暑さが続くことで、夏物家電の需要が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響で買い控えの客が増えることが懸念されるものの、減税対策の周知を行うことで、前年並みでの推移が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・今年は夏季の需要低下がみられるが、9月には需要が回復し、落ち込み分をカバーできると期待している。また、前年9月は関西国際空港の台風被害や北海道胆振東部地震の影響で観光需要が大きく減少したため、その反動増も期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・8月以降は外国人観光客も含めて、利用客の増加が期待できる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィークの大型連休が終わってからは、売上に勢いがみられない。6～7月と同じような状況が続いているため、今後数か月は同じような状態で推移する。
		百貨店（売場主任）	・8～9月にかけて消費税増税前の駆け込み需要が生じることを期待しているが、10月以降は消費マインドの低下により、売上の落ち込みが懸念される。
		百貨店（販売促進担当）	・道内の景況感が上向いていないことから、外国人観光客の活発な購買力と相殺される状況が今後も続き、現状と余り変化はないまま推移する。
		スーパー（店長）	・景気が上向いていないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・北海道においては東京オリンピックの影響も悪い方にしか表れていない。労働力が東京へと向いていることで、一層の人手不足を招いている。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業を販促としてうまく活用できれば、消費税増税による落ち込みはさほど生じないと期待している。
	乗用車販売店（経営者）	・新車受注において、消費税増税前の駆け込み需要がみられないことから、今後も同様の状況が続く。	
	乗用車販売店（経営者）	・年末にかけて新商材の発売が予定されているため、少しは上向きに転じることを期待している。ただ、業界環境の変化もあり、大きく景気が上向くことまでは期待できない。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・処方せん事業が健闘しているものの、一般薬の販売量の落ち込みが大きいことから、今後も景気は変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・現時点において、観光客は例年並みの利用がみられる。一方、地元客は、今年のゴールデンウィークやお盆休みが長期間となっていることで、飲食店控えの傾向がうかがえる。この先の消費税増税の影響も見通しにくいことから、今後の景気は変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・景気が良くなる要素が見当たらないため、今後も変わらない。
		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。
		旅行代理店（従業員）	・明るい話題も暗い話題も特にないことから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・2年ほど前から乗務員不足の影響で、タクシーの台数を5%減車しているが、それでも稼働率が低下している。タクシー1台当たりの売上は前年比プラスとなっているが、会社の売上は前年比で大幅なマイナスが続いており、今後もこの状況は変わらない。
		タクシー運転手	・今後の外国人観光客や観光関係者による予約状況や問合せが減少傾向にある。一般法人からの予約は入ってきているが、全体としてはこの先も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・消費税増税が現実のものとなりそうだが、業界においては駆け込み需要を見込めないため、今後も景気は変わらない。
		通信会社（企画担当）	・電子決済サービスによる需要掘り起こしの動きが落ち着いてきたため、今後も景気は変わらない。
		観光名所（従業員）	・クルーズ船の寄港シーズンが終了し、外国人観光客の団体旅行復調の動きが落ち着くとみられることから、今後については例年どおりの傾向で推移する。
		観光名所（職員）	・外国人観光客による恩恵もあり、前年実績を上回る来客数を維持している。日韓関係の悪化など懸念材料も出てきており、今後の動向を注視している。
		美容室（経営者）	・売上がここ数か月連続で前年を3～5%程度上回って推移していることから、今後も同じような状況が続く。
		商店街（代表者）	・消費税増税が間近に迫り、現実の問題として身近に感じられるようになってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・今後については、当地においてハロウィーンなどのイベントが行われるが、他都市と比べるとやや盛り上がり欠ける面がみられる。また、観光客も減少傾向で推移する時期となる。このため、例年以上に来街者が増加することが見込めない。
		商店街（代表者）	・韓国からの観光客が大幅に減少しており、宿泊施設、バスや鉄道などの交通機関、観光施設、韓国人を当てにした飲食店などで大幅な減少がみられる。ただし、そのほかの物販消費については、元々韓国人の消費額が少ないことに加えて、タイ人やマレーシア人などによる消費が依然として好調なことから、影響はないとみられる。
		スーパー（店長）	・10月の消費税増税により、消費が確実に低迷することになる。
		スーパー（店長）	・9月には消費税増税前の駆け込み需要が生じるとみられるが、10月以降はその反動が出ることになる。ただし、前年は9月6日に発生した北海道胆振東部地震による影響があったため、前年比ではそれほど影響が生じない可能性もある。
		スーパー（企画担当）	・来客数の伸び悩みが続いており、消費者の買い控えが来店頻度の低下として表れていることが懸念される。消費税増税に向けた駆け込み需要も余り期待できず、むしろ10月以降の価格競争の激化が見込まれるため、経営環境は厳しさを増すことになる。
		スーパー（役員）	・7月における来客数の推移をみると、後半になるにつれて徐々に落ち込んでいる。今後の老後生活への不安や消費税増税が、消費者の儉約、節約志向を強めているとみられる。店頭での買物の仕方にも変化がみられることから、今後の景気は若干下向くことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・観光業に影響が出てくることが見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・当地の主力産業である漁業の先行きが不透明なため、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・消費税増税やそれに伴う値上げなどの影響で、消費者の買い控えが既に始まっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・今年は残暑が厳しいと予想されていること、消費税増税を控えていることなどから、今後の景気はやや悪くなる。消費税増税前は一時的に数値が上向くとみられるが、当業界より単価の高い商材を扱っている業界が盛況となる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後の消費の冷え込みが心配である。
		乗用車販売店（従業員）	・例年、北海道では冬に向けてのタイヤ交換が始まる10月末頃から、販売台数が落ち込む傾向がある。特に今年は消費税増税があるため、10月以降の落ち込みが大きくなる懸念がある。
		乗用車販売店（従業員）	・既に消費税増税前の駆け込み需要が一段落しているとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・タイヤメーカーや車内用品などの値上げにより、客の購入意欲が低下していることから、消費税増税前の駆け込み需要についても余り期待できない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税の影響により、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・日韓の様々な問題の影響で、韓国人の旅行控え、日本製品の不買運動が起こっていることから、これまで観光で潤っていたところは、これから景気がどんどん悪くなる。また、消費税増税によりマイナスの影響が上乗せされることになるため、今後の景気は一層悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、消費税増税の影響が生じて、景気はやや悪くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・国内客、外国人観光客共に予約受注が鈍化傾向にある。市内における過当競争と近隣国との外交あつれきが要因とみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・一部エリアにおいて、日韓関係の不振、台湾の航空会社におけるストライキの影響などにより、秋以降の外国人観光客の動きに対する懸念が出ている。また、消費税増税の影響も予想が付かない。
		タクシー運転手	・現状から、この先も悪い状況が続くとみられるため、景気は今よりもやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税は当店にとって影響が大きいことから、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・日韓関係の悪化により、韓国人観光客が明らかに減少しており、道内の観光産業は少なからずダメージを受けることになる。それに伴い消費マインドも低下することが見込まれる。その結果として、分譲マンション市場においても、一定のマイナス効果が生じることになる。
	×	商店街（代表者）	・消費税増税が実施されれば、前回の増税時のように確実に景気が悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・今後については、シーズンオフとなることに加えて、消費税増税の影響も出てくることから、景気は悪くなる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を前にした駆け込み需要が発生するとみられるが、一時的な影響であり、増税以降は景気が悪化することになる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・当業界に限れば、消費税増税前の駆け込み需要が生じていない上、増税後は買い控えが強まることになる。前回の増税時も同様の動きがみられたため、今後の景気は悪くなる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・道内空港における韓国便の休止が決定し、今後の韓国人観光客の減少が見込まれることに加えて、外国人観光客市場全体の伸びも鈍化していることから、先行きが懸念される。さらに、消費税増税を控えて国内旅行客の動きが鈍く、この先3か月間は旅行需要の一層の悪化が見込まれる。最低賃金の大幅な引上げもあり、収益の悪化は避けられない状況にある。
	×	タクシー運転手	・春先の天候不順による農作物への影響が懸念されているなか、農業関係の減収が現実味を帯びてきていることから、地域の景気後退は避けられない。
	×	タクシー運転手	・消費税増税により、消費が一層落ち込むことが見込まれる。それに伴いタクシーの利用頻度も落ち込むことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がみられない。このまま増税が行われれば、ますます景気が悪くなり、悪循環が起こりそうなムードがある。
企業 動向 関連 (北海道)		金属製品製造業（従業員）	・見積件数が増えてきた。特に住宅関係の受注が好調なため、秋頃には受注量が増加するとみられる。
		建設業（経営者）	・これから工事の最盛期を迎え、フル稼働の状態になる。ただし、高齢化で辞める作業員が年々増えている一方で、その補充が進んでいない。働き方改革や待遇改善を進めるなど、若手の入職対策をしなければ、数年後には人手不足で厳しい状況になる。
		建設業（従業員）	・今期着工した工事が佳境を迎える時期となるため、今後の景気はやや良くなる。ただし、労務者不足が懸念される。
		建設業（役員）	・上半期はフル稼働状態が続くことから、今後も好調に推移する。現在は年度後半に向けて、利益確保できる工事案件の受注活動に注力している。
		通信業（営業担当）	・ユーザー層の設備投資サイクルの影響もあり、案件が増加している。さらに、質の向上や規模拡大の動きもみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税を前にして、駆け込みでの設備投資が生じることを期待している。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・今期前半の受注案件のお陰でゆとりのある行動が取れるため、受注案件やベース商材において一層の積み上げが期待できる。
		食料品製造業（従業員）	・良くなる兆しがないため、今後も景気は変わらない。
		家具製造業（経営者）	・東京オリンピック関連での需要が旺盛な一方で、一般家庭用家具販売が低調であり、小売店、百貨店からの受注も今一つである。そのため、今後も景気は変わらない。
		輸送業（支店長）	・国内物流においては、明らかに前年よりも受注量が少ない。秋に向けて目玉となるような案件もみられないことから、今後も景気は変わらない。
		司法書士	・現在の状況から、今後の景気については厳しいものがある。ただし、経済状況の変化により、他企業の業績が向上することになれば、不動産関連の景気も上昇傾向に転じることになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・今後の売上は若干伸びると予測しているが、韓国問題の影響で観光関連の景気が下振れするリスクがある。
		食料品製造業（従業員）	・原油価格、人件費、物流費を理由とする値上げ依頼が多くなってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動などから、増税後の個人消費の落ち込みが懸念される。今後、公共投資の伸びや、観光の堅調な推移が見込まれるものの、個人消費の落ち込みをカバーしきれず、道内景気はやや悪くなる。
		司法書士	・土地や建物の売買、新築物件が例年と比較して少ないなか、10月の消費税増税により、一層の減少が見込まれる。
	司法書士	・米中貿易摩擦、韓国問題、イラン問題など、今後に向けての懸案事項が多数あり、国内の景気対策に集中できないことが懸念される。10月の消費税増税の影響が表れる時期でもあるため、今後の景気は後退又は停滞することになる。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・業界全体的に受注状況が芳しくない。取引先の設備投資が積極的ではなくなっている。	
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光客の入込が好調である。また、地域の基幹産業である農業では、天候に恵まれたことで豊作が見込まれている。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・求人が増えている間は企業の業績が低迷することはないとみられる。ただし、人件費倒れにならないよう、経営者の力量が問われる時期に入ってきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・若年労働者の絶対的な不足状況に変わりはないことから、今後も求人の需給バランスに大きな変化はないとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税や日韓問題に伴う韓国人観光客減少の影響など、堅調ムードに水を差す要素が多いため。

分野	景気の先行き判断	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）	・消費税増税前の駆け込み需要は生じそうだが、企業における設備の入替えや運営面などを含めて考えると、景気に大きな変化はないとみられる。むしろ、増税がマイナス方向に影響しそうな懸念もある。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が4か月連続で前年を上回り、月間有効求職者が7年8か月連続で前年を下回っていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・景気に影響を与えるような雇用情勢の動きがみられないことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・人手不足分野の建設業や介護関係において、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ことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年と同率となったが、1年7か月連続で前年以上の水準を維持していることから、業種全体にわたって人手不足の状況にあり、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・コンビニや大型ドラッグストア、観光業などでは上向き傾向が続いているが、自動車や住宅における消費の変動が少ないことから、全体的には現在とほぼ変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地における本格的な観光シーズンが終了するため、観光業界の動きは落ち着いていくことになる。さらに、前年は北海道ふっこう割による需要が多かったことから、今年は前年よりも厳しい見込みとなる。消費税増税による消費マインドの落ち込みも影響しそうなため、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		-	-
		商店街（代表者）	・地元の祭りからお盆の時期にかけて観光客や帰省客が多くなり、街なかでの消費につながるとみている。お盆が過ぎても、秋の風により秋物の動きが早く動くことを期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・秋に向けての消費の盛り上がりには期待しており、消費税の引上げ前の駆け込み需要についても期待ができる部分がある。ただし、その後の景気に対する不安材料について、消費者がどのように感じているのかが全くみえない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・7～8月は人がよく動き、金も動くが店頭に来客する機会も増えるため、景気は良くなるとみている。また、9月末までは消費税の引上げ前の駆け込み需要があるため、少しは上乗せができる見込みである。
		百貨店（営業担当）	・3か月後は消費税の引上げから1か月が経過している。前回の動向からも購買行動は回復していく見込みである。その頃には冬物需要のピークを迎えて目的買いが増加しているため、景気は良くなっていくとみている。
		スーパー（店長）	・梅雨明けになれば、雨や低温の影響が少なくなることから、6～7月ほどの売上不振にはならないとみている。
		コンビニ（経営者）	・気温が上昇して来客数が増えている。この先も良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・軽減税率はコンビニにとって追い風となるとみている。また、キャッシュレスでのポイント還元も売上拡大につながる見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・地元の祭りにおいて土産物や祭用品による売上を確保し、秋物については消費税の引上げ前に売上を確保するために各企業に売り込みをしている。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物が動く時期となるため、景気は多少良くなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生するため、前倒しでものが売れる見込みである。
	乗用車販売店（従業員）	・売上未計上である車の在庫と、決算セールなどの売出し、新型車発表が重なり、売上は一時的に良くなる見込みである。	
	住関連専門店（経営者）	・秋口以降の受注量が確保できているため、今月よりは良くなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今月の低迷が著しいため、今後は天候回復と猛暑により、販売量が改善することを期待している。
		高級レストラン（支配人）	・当店で税込み表示をしており、消費税の引上げを機に単価を上げて新しい価格設定をするつもりである。そのため、来客数が前年並みであれば、売上は増加する見込みである。ただし、消費税の引上げによる買い控えが心配である。
		観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況については今月よりは良いものの、大きなイベントや大会などがなく、厳しいことには変わりはない。夏休みも、予約はお盆時期の最大9連休に集中しており、前後にやや空きがある状態である。
		旅行代理店（店長）	・消費税の引上げ直前で、一時的に購買意欲が高まることが見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・新規サービスエリア開局のめどが立ち、新たな加入者の獲得もみえてきている。今後は、解約者の防止策をいかに展開していくかであり、それにより純増数に大きな伸びが期待できる。初期費用の軽減やセットサービスメニューの内容次第では、競合他社にも打ち勝っていると期待している。
		通信会社（営業担当）	・駅前の建築工事や、ラグビーワールドカップの開催に合わせて、来客数の増加が見込める。
		通信会社（営業担当）	・端末販売方法変更に伴う販売量減少のピークは過ぎ、今後は改善していくとみている。
		通信会社（営業担当）	・お盆の時期となるため、来客数が増えると思われている。
		競艇場（職員）	・大きな来場促進イベントがあるため、若干でも来客数は増加するとみている。さらに、大口客の来客があれば売上の増加も見込める。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、9月までは好調に推移するとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税の引上げ前に工事を完了したいリフォームの受付が増えている。住設機器は梅雨明けの気温上昇に伴い、急いで設置したい受付が増える見通しである。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス5%還元などの施策が予定されていることから、消費税の引上げ前の駆け込み需要については、消費動向に大きな影響はないとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げや年金の問題などにより消費マインドは非常に低下している。その影響は飲食店などにも出ており、停滞している状態が続いている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・相変わらず先がみえず、このまま停滞状況が続くとみている。
		百貨店（売場主任）	・9月に消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれるものの、10月以降に反動減がどこまで表れるかは不透明である。この先も生活防衛意識は続くと思っており、景気が上向くとは考えにくい。
		百貨店（買付担当）	・肌着などの必需品は動いているものの、衣料品は節約傾向が特に厳しい状況となっている。このままでは、消費税の引上げ前の駆け込み需要が高まるかは不透明である。
		百貨店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は多少増えると思われているものの、客の声からは前回の増税時ほどの動機の強さはみられていない。むしろ、買い控えに働くのではないかと懸念している。
		スーパー（経営者）	・梅雨明けからの猛暑が始まっており、8月は夏物の動きが良くなっていくと期待している。消費の傾向は変わらないとみているが、東アジアなどの海外の不穏な動きが国内経済に影響して身近な消費に悪影響が出ないことを願っている。
		スーパー（店長）	・当店で若干の売上増加がみられるものの、景気がどうこうとまではいえない。少しでも今の状況が続くことを期待している。
		スーパー（店長）	・ようやく気温が30度を超える日が続いているが、低温で不振であった7月当初と状況は変わっていない。今後も同様に推移するとみている。
		スーパー（企画担当）	・消費税の引上げを前に客の買い控えが続いている。10月まではこの状況が続くとみている。
		スーパー（営業担当）	・お盆商材の売上増加を期待しているものの、猛暑による内食率低下が懸念されており、必要な商材しか買わないという傾向が強まるのではないかと。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要は、耐久消費財に集中して日用品の消費については節約志向になるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・今月はセールやキャンペーンが多く、乗客数や売上が伸びている。ただし、その前後の期間は動きが悪く客単価は今年の2～4月の水準まで戻っていない。そのため、セール期間を除けば全体として横ばい状態であり、今後も余り変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・周辺人口や周辺就業人口に大きな変化は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・梅雨明け後は気温が上昇する見込みであるが、乗客数は変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・外的環境に変化はない。この先も天候の影響で乗客数は上下することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げの影響を受けての消費の冷え込みが懸念される。ITの促進のためにポイント還元を中小企業に行う予定であるが、高齢者には受け入れにくいとみられており、消費の冷え込みへの歯止めにはならないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・前年と比較して夏物商戦が短期決戦となることが見込まれる。消費税の引上げ前の駆け込み需要も不透明なだけに、秋物商材の立ち上がりが鍵となる。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の購買意欲が高まっていないため、余り変わらないとみている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。ただし、増税後のポイント還元などの政策がどのように影響するのか不透明なため、客の購買動向も慎重になるとみている。今のところ、プラスとなるような要因は見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客による消費税の引上げ前の駆け込み需要が余りみられていないため、今後も特に変化はないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとすれば、今の段階で客の動きに変化が出るはずである。現在の動きが鈍いということは、駆け込み需要もなく、2～3か月先の景気も変わらないということである。
		乗用車販売店（本部）	・ここにきて、サービス実績が大きく下落している。買換えが進んでいる影響もあり、直近でも在庫台数及び収益の下落があったが、今月は更に悪い状況である。車両は好調であるものの、サービスの不調がしばらく続く見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げ前に、ある程度の駆け込み需要を期待している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要や、その後の買い控えが見込まれており、全体的には余り変化がないとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・地方では東京オリンピック景気には程遠い状態である。さらに、ヒト、モノの動きが読めないため、景気が良くなる材料も見当たらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・天候が不安定なため、今後の見込みは不透明であるが、現在と同様に前年並みで推移するとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春に持ち直しの動きをみせた衣料品が、ここにきて冷夏の影響で今一つ勢いがなくなっている。この状態が今後の秋物商戦にも影響していくのではないかと危惧している。
		観光型旅館（スタッフ）	・山形県沖地震の風評被害による客の様子見が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・上半期は婚礼が上向きであったものの、ここにきて乗客数が伸びていない。6～7月は減少傾向にあり、今後の予約獲得も厳しい状況である。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けから夏の動きが鈍い状況が続いている。また、秋以降の状況も特段改善しておらず、現状維持の状況が続いている。
		通信会社（営業担当）	・長い梅雨や猛暑のなか、自然災害の影響により1次産業の生産量の減少が懸念されるが、輸入に頼る市場に対する米国の関税が気に掛かる。通信業界においても同様に、韓国との摩擦の解消がみえないため、先行きは不透明である。
		通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で一時的にもの売れると見込めるものの、総じて好況感はない。
		テーマパーク（職員）	・夏休みが終了し、2～3か月後の乗客数や売上は減少するとみている。

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
		観光名所（職員）	・インバウンド中心の団体客は落ち込んでいるが、夏休みに入り予約なしの個人客の動きは前年よりも良くなっている。特に家族連れのお客が多く、土産物の購入意欲もあるため、もう少しで団体客の落ち込みをカバーできそうになっている。この先については、特に明るい兆しはないものの、これ以上落ち込むような兆しもみえない。
		美容室（経営者）	・客単価はずっと前年並みで推移しているため、今後急に上がることはないと考えている。
		設計事務所（経営者）	・3年先の仕事の受注を目標に経営を進めている。経営は横ばいであるものの、不安感はない。しかし、震災後の復興が一段落した現状において、各社のスタンスで大きな差が発生してきているように見受けられる。
		住宅販売会社（経営者）	・秋に向けて宅地分譲の予定があるものの、直近の見通しとしては現状維持となっている。
		商店街（代表者）	・客は消費税の引上げに関する話題ばかりである。
		商店街（代表者）	・消費低迷の中での消費税の引上げで、景気はやや悪くなるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品全般が値上がりしているところに、当店取扱いの主力商品も値上がりしている。さらに、消費税の引上げを控えて消費者心理も悪化していくとみている。
		百貨店（企画担当）	・今月の急激な売上減少が気掛かりである。
		スーパー（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により9月の消費拡大は期待できるものの、増税後の落ち込みの方が大きく、全体的な景気は悪化傾向になるとみている。特に増税後は消費にかなり慎重となり、無駄な買物はしないという節約傾向が強まるとみている。
		コンビニ（経営者）	・建設業の仕事量減少、天候不順による作物の収穫量減少による農家の収入減が響き、2～3か月後の景気はやや悪くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・景気はやや悪い状況は、この先もしばらく続く見込みである。
		コンビニ（店長）	・最低賃金と地方の時給はイコールとなっている実態を政府は分かっておらず、本来は需要と供給のバランスによって決まる時給を政府が決めてしまっている。ここにきて更に最低賃金が上がるということで、リストラをせざるを得ない状況となっている。深刻な問題になりつつあり、消費マインドは更に冷え込んでいくとみている。
		コンビニ（店長）	・気温の低下とともに来客数も減少していく。さらに、近隣に競合店舗が増えたため、徐々に売上も減少していくとみている。過当競争で大変である。
		衣料品専門店（経営者）	・年金2000万円問題や消費税の引上げなど、消費行動を押し上げるような要素が全く見当たらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・10月の消費税の引上げによる買い控えがあるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げや、日々身の回りで流れてくるニュースがマイナスイメージのものばかりのため、消費動向がかなり慎重になってきている。今後もその傾向が顕著になると心配している。
		一般レストラン（経営者）	・当店は内陸部にあるが、夏休みなどにより客の流れは海のある地域に向かっていくため、その影響は大きい。
		観光型旅館（経営者）	・お盆などの予約状況は好調であるが、消費税の引上げを目前に控えて、相変わらず手控え感がみられている。良いときと悪いときの差が大きく、平均しても伸び悩むという状況がしばらくは続くかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・天候不順の影響がレストランの売上が厳しい。法人利用の会合も、来月以降の予約の動きが前年に比べて厳しい状況となっている。
		旅行代理店（経営者）	・消費税の引上げによる影響について、団体旅行はそれほどではないものの、個人旅行については懸念がある。一番の売れ筋である首都圏の大型レジャー施設でも入場者数が思わしくないとのことであり、このまま個人消費が冷え込み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）	・8月までは旅行予約者数が前年を上回っているものの、9月は国内、海外旅行共に、伸びが今一つである。
		タクシー運転手	・令和になってから客の動きが非常に悪くなっている。参議院選挙後も活発になるかと思いきや好転しておらず、先行きは暗いという印象を持っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるものの、その後は購入意欲が冷え込むため、景気は悪くなっていくとみている。
		通信会社（営業担当）	・この先は消費税の引上げとなるため、消費者の買い控えが見込まれる。
		遊園地（経営者）	・消費税の引上げに対して、その前後で家計消費がどのように動いていくかを注視せざるを得ない。
	×	商店街（代表者）	・8～9月の予約数が極端に少なく、景気はかなり悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げが控えており、ものがますます売れなくなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街では居酒屋だけは何とか混んでいるものの、その他の飲食店は客が数か月来ないとすぐにシャッターを降ろしてしまう。また、10月には消費税の引上げがあるため、消費者は一層財布のひもを固くするのではないかとみている。
	×	スーパー（経営者）	・10月からの消費税の引上げによって大きく買い控えが進むとみている。軽減税率やポイント還元などの政策はあるが、なかなか浸透しておらず、消費マインドはかなり低下するとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・参議院選挙が終わって消費税の引上げがほぼ確定となっており、客からはネガティブな様子が見える。この先も駆け込み需要のようなポジティブな消費動向はみられず、低調な商況が続くとみている。
	×	家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があったとしても、増税後の反動減がカバーできるとは考えにくい。平均しても景気は大きく落ち込むとみている。
	×	住関連専門店（経営者）	・10月の消費税の引上げによる影響は避けられず、買い控えにより売上が大幅に落ち込むとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げによる影響はかなり大きいとみている。打てる手は打っており、今年中は様子見となるが、年明け以降は対応した行動を起こす必要がある。
	×	高級レストラン（経営者）	・予約状況が悪く、良くなる要素がない。また、今後は消費税の引上げを控えて買い控えが増えると思われている。
	×	一般レストラン（経営者）	・自分たちの業態はかなり落ち込んでいる。さらに、材料の値上がりや消費税の引上げもあるため、消費がかなり鈍り、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）	・消費税の引上げに伴い、消費は確実に鈍るとみている。
	×	タクシー運転手	・大手企業の取締役や、経営が良好な中小企業の社長などの会話からは、先行きの景気は余り良くないように見受けられる。
	×	その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社）	・新築住宅の購入によるメリットがない。また、希望の多いエリアの宅地供給数の不足や、価格の高騰から、景気は悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		通信業（営業担当）	・この先9月までは、消費税の引上げ前の駆け込み需要として、受注が増える見込みである。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・県議会選挙などの需要を見込んでいる。
		建設業（従業員）	・現在対応中の案件も含め、近々出件見込みの大型公共工事の結果が出てくる時期となるが、一定の受注は確保できる見込みである。
		金融業（広報担当）	・海外直行航空便の増便や、大型観光船の寄港増加などから、当地における夏祭り～紅葉の時期までのインバウンド需要が例年以上となることが期待されている。その取り込みが地元経済にインパクトを与え得るとみている。
		農林水産業（従業者）	・果物全般が順調に生育しているため、前年並みの価格を期待している。
		食料品製造業（経営者）	・10月の消費税の引上げもあり、個人消費は厳しくなるとみている。
		食料品製造業（経営者）	・旅行客が増加するような要素が見当たらない。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税の引上げの影響が未知数だが、新商品の投入などにより現状を維持できるのではないかと見込んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・今後2～3か月の受注状況に大きな変動はなく、景気は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（役員）	・地域間格差があるものの、東北全体としては前年同期比で出荷が減少している。復興需要の減少と大型物件の工事が少ないことが原因である。
		輸送業（経営者）	・取引先である製造業の減産はしばらく続く見込みである。また、同じ取引先において新規事業が2つあるが、1つは5月から稼働しているものの、まだ順調に生産できていない。もう1つの本格稼働は11月からになる。
		通信業（営業担当）	・採算を無視しての入札対応には限界があるとみている。
		通信業（営業担当）	・政治の影響はない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告業協会（役員）	・新規イベントや新設の商業施設開業の計画もなく広告的素材に乏しいため、売上の上積みが続く厳しい状況が続くとみている。また、消費税の引上げ後の消費減速がどの程度のものになるのか予測が難しく、広告出稿の様子見する企業が増える可能性がある。
		広告代理店（経営者）	・市議会、県議会の議員選挙が続くが、地方の冷え込みに変わりはなく、非常に厳しい状況である。
		経営コンサルタント	・地元では参議院選挙に続いて市議会選挙を控えている。そのため、消費活動が抑制されがちとなっている。
		司法書士	・地元の法務局における登記申請件数は前年の水準とほぼ変化がなく、事務所の売上も例年並みの推移である。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているものの、現段階ではその動きは不透明である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・相談から契約までに長い時間を要する客が多く、当社への影響を懸念している。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・景気が良くなる材料はないが、急激に悪くなる材料も見当たらない。ただし、徐々にではあるものの仕事量が減少している状況である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・引き続き、中国の取引先に対する販売量減少の影響があり、周囲の景気としてはやや悪くなる見通しである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・日韓関係の悪化などの政治的問題が、今後の経済に少しずつ影響し、景気悪化につながるのではないかと危惧している。
		建設業（企画担当）	・10月の消費税の引上げにより、一時的に消費が落ち込むとみている。
		広告代理店（経営者）	・夏の天候不順による消費の低迷と、10月の消費税の引上げを控えて、景気はやや低迷するとみている。
		公認会計士	・建設関係は現状維持としても、小売業関係に業績の回復がみられないため、今後2～3か月の景気については悪くなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・10月の消費税の引上げにより、納入税額が増えるため、景気は悪くなるとみている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・販売シェアの大きい大手企業が更に減産するというニュースが入っている。
	×	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地元は水産関係が多く、震災前の半分まで回復することも大変な企業が多い。そのようななか、働き方改革に合わせて手取りが非常に低くなっているため、購買力が弱く、ものが買えないという話をよく聞いている。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・派遣社員の総稼働者数や日商ベースなどの指標が、順調に前年を上回る形で推移している。下期にかけても堅調に推移することができるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は高止まり状態が続いており、引き続き堅調に推移すると見込んでいる。
		アウトソーシング企業（社員）	・受注が増えてきている。この先の景気も良くなることを期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大型イベントの開催など、限定的ではあるが上向く材料がある。
		人材派遣会社（社員）	・特に物流、建設、介護、水産加工などの業種では、採用不振が業績にふたをしている。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きによる影響が業界にどう表れるのかがみえないため、特に大きな変化はない見込みである。ただし、次年度の予算組みが発生する下期には動きが出てくるとみている。
		職業安定所（職員）	・サービス業、建設業からの求人は増加傾向にあるものの、製造業では減少していることから、景気は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・職業相談は在職中の人が多い。希望に合うところがあった場合に転職を考えるとというケースが多く、ひっ迫した様子はみられてない。離職者も定年などを除けば自発的離職者が多く、雇用環境は安定しているとみている。
		学校〔専門学校〕	・良くもなく悪くもないという混とんとした時期が続くとみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・企業の景況感が悪化している。
		人材派遣会社（社員）	・建設業、建設資材会社が、地元の案件が少なくなっていることで首都圏へ仕事を取りに行き始めている。このひと月でそのような話がちらほら出てきているため、東北の景気が下向いてきている印象を受ける。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要については、今のところ盛り上がりはみられていない。また、参議院選挙の結果が示すように農業や被災地復興地域の置き去り感が鮮明になっており、地元の景気にもそれが表れている。この傾向はしばらく続くとみている。
		職業安定所（職員）	・下請となる自動車関連事業所において、国外工場の現地調達率を高めるために受注量を減少したことを理由として、新規高卒の募集が取消しとなった事案が発生している。製造業などにおいて、世界経済の動きを不安視している様子が見える。
		職業安定所（職員）	・派遣社員の問題は解消されていく見込みであるが、パート雇用が増えては余り意味がない。
	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)		都市型ホテル（副支配人）	・9～10月は国体開催やインバウンド客の予約が多く入っており、売上は間違いなく伸びる。
		百貨店（営業担当）	・国が予定しているキャッシュレス決済や軽減税率などにより、クレジットカードの所有の有無や消費税増税前後のいずれが得かは、各消費者の判断に左右されるところが大きく、不透明な部分は多い。ただし、食品や化粧品などの消耗品はやや回復傾向にあり、トータルでは消費税増税が近づくとつれて、やや良くなる。
		百貨店（役員）	・9月までは高額品や消耗品を中心に、増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・今月末にイベントがあるので、幾らか売上は増える。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税によって、一時的に駆け込み需要が増すのではないかと。
		衣料品専門店（統括）	・今年は梅雨がなかなか明けず、心配していた。これから夏祭りに向けて、客が大きく動く時期になる。最近、祭り用品を扱う店がだんだんと少なくなり、客が困っている。いろいろと探して、当店に来店する客も増えたため、販売に結び付くのではないかと。これから秋までは祭りである程度の客を確保できると期待をして、商売に向かっていきたい。
		家電量販店（店長）	・増税の影響や東京オリンピック需要で、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・8月に入れば、夏休みやお盆休み等もあるので、かなりの数の県外客が観光地を目指してやってくる。9～10月は紅葉の時期で、黙っていても観光客が増える。当社は観光地を控えているので、8～10月は多少上向きになる。
		住関連専門店（店長）	・梅雨明けが遅れた反動が予想される上に、増税前需要が考えられるため、やや良くなる。
		住関連専門店（仕入担当）	・遅れていた夏物の動きは、梅雨明けとともに活発化し、増税前の駆け込み需要も少しずつ顕在化してくる。
	都市型ホテル（営業）	・今後の厳しい状況のなか、社員全員が危機感を持ち、全社員営業やその一環として一斉営業を実施する。売上確保に向けて意思統一することにより、良くしていきたい。	
	通信会社（経営者）	・地域での売上を諦め、中央や海外との取引へシフトしている。数か月以内には売上につなげたい。	
	通信会社（営業担当）	・9月末の消費税増税までの限定的な駆け込み需要は期待できる。	

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
		商店街（代表者）	・消費税増税の駆け込み需要や消費税率引上げ前にプレミアム付き商品券を発行することになっているが、終了後の反動減に不安がある。
		百貨店（店長）	・参議院議員選挙が終わったものの、生活に変化を求める動きは少ないと感じる。東京オリンピック、パラリンピックまで1年を切ったが、景気への好影響を感じることも少ない。
		スーパー（商品部担当）	・天候不順による農作物などへの影響、消費税増税を控えた時期という懸念はあるが、ここ数か月の来客数や客単価に変化はないため、期待も込めて、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・今月の売上は前年比97%なので、大きく割れることはない。しかし、消費税増税により、客のマインド低下が不安材料である。コンビニを取り巻く環境悪化、人材不足、最低賃金の上昇等が、懸念材料である。
		コンビニ（店長）	・梅雨明けが遅く、上～中旬と低温で降雨も多く、夏祭りの人出も最悪の状態である。参議院議員選挙もマイナスに影響している。2～3か月後は消費税増税もあるので、少しは良くなるだろうが、余り期待はできない。
		衣料品専門店（販売担当）	・当店のような衣料品関係の業界では、暇な2月と8月というのは定番で、社会現象くらいの感じである。今年も残暑が厳しいとすれば、この先を考えても、今と同様に、どん底の悪さが続いていく。
		自動車備品販売店（経営者）	・客の様子をみると、何か新しい物、変わった物に踏み込む思い切りの良さを感じられない。ちゅうちょしているような感じで、話の進み具合もスピード感がない。
		一般レストラン（経営者）	・日照不足から野菜の仕入単価が上がっている。米価の懸念も増幅している。これは一般消費者も同じなので、景気が上向くとは思えない。
		都市型ホテル（経営者）	・景気回復の動きがみえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月は設備投資に伴う工事が入っているため、5日間宴会場が稼働できず、売上は減る見通しである。9～10月も大型宴会の受注に苦戦している。宿泊は前年、目標共にクリアしており、相変わらず好調である。レストランも1か月ぶりに前年、目標を共に超える見通しである。
		旅行代理店（経営者）	・10月以降のパッケージツアー料金設定ができていない商材が多く、現時点では良くなる兆しは見当たらない。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も全体的に動きが変わらないので、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・回線の品質や速度よりも、安い利用料を選ぶ人が増えている。
		通信会社（総務担当）	・急減していた販売数が、収束してきて毎月ほぼ同じになっている。
		通信会社（局長）	・客の傾向自体には変化が少ないと感じる。
		テーマパーク（職員）	・夏らしい天候にならないと、来園者数が安定しない。
		ゴルフ場（総務担当）	・8月の見込みは3153名で、前年同月比マイナス53名と、今後の営業努力で補完可能である。ただし、天候に左右されやすいため、計画どおりにならないものである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ボーナス時期を迎えても商談数は横ばいで、安さを求める客が増えている。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピック景気も落ち着きつつあり、増税前の様子見の感じである。
		商店街（代表者）	・天候不順で、やや悪くなる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・消費税増税が決定すると購買力が落ち込むのではないかと懸念している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要には期待したいが、その後の消費マインドの低下は不可避であり、更なる景況悪化が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・今後直近2か月は消費税増税前の駆け込みで、消費は上向くが、10月以降は下向きが予想される。
		コンビニ（経営者）	・例年どおり、7～8月は高温やイベント等で、来客数は増えるが、2～3か月先はイベントや高温、夏休み等がなくなり、来客数が見込めないで、やや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税が心配である。商材価格が大きいだけに、おいそれと駆け込み需要とはならない上、増税になれば購入意欲が半減してしまう。車が駄目になったときに考えようということになるのではないか。

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
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の老後資金問題や消費税増税への不安をあおっているようで、消費につながっていかない。客は、本当に必要な物への最低限の購買へと向かっている。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注が減少しているため、受注残も減少している。
		一般レストラン（経営者）	・増税後、客が節約モードに入ると我々飲食店にとっては厳しくなりそうである。
		スナック（経営者）	・翌日にお酒が残ることを危惧する客が増え、平日の客入りが減っているため、悪くなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・国際情勢の不透明感が、受託企業の業績にも大きく影響するようになり、値上げ交渉等が進みにくくなっている。また、レストラン事業でも消費者心理に波及し、財布のひもが更に固くなると懸念される。
		都市型ホテル（営業担当）	・まだ、具体的には、かもしれないという段階だが、消費税の関係で、景気は良い方向に向かうというよりは、多少、警戒し、若干下がるのではないかとみている。ホテルについても、そうした影響は受けるのではないかと。
		旅行代理店（所長）	・秋の行楽シーズンに入る時期だが、消費税率改定による駆け込み需要は、旅行ではなく物品の購買に流れると想定される。
		タクシー（役員）	・人手不足が深刻に影響し、やや悪くなる。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、徐々に減少している。
		住宅販売会社（経営者）	・年末に向け、景気回復の要因が見当たらないので、悪化傾向は変えられない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・地方が不景気なのに増税などしたら悪くなるのは目に見えている。何を考えているのか。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・10月から消費税が増税されるので、そうしたことを考えると、悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響は深刻である。
	×	乗用車販売店（統括）	・消費税増税のため、悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・やはり増税前の駆け込み需要か、金額が張る商材の注文が増えてきている。必要な物なら2%といえども、安く買いたいというデフレマインドの根強さが感じられる。しかし、世界経済に陰りが見え始め、各国が利下げをし始めているこのタイミングで、日本だけ増税とは間が悪い。
	×	美容室（経営者）	・美容室では高価格メニューが人気で、例年並みの売上を保ってはいるものの、カット客が5割を占める理容室の落ち込みがひどい。今夏は、冷やしシャンプールのPOPやディスプレイが寒々しい。
企業 動向 関連 (北関東)		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・太陽光発電の年間発電量はほとんど変わらないため、良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規量産アイテムの増産予定があり、秋口からロボット分野や油圧機器分野で、仕事が戻ってくるとの情報もある。この夏の低迷よりは上向き見込みである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先が数社あるが、今のところ半分くらいで受注量等が落ちて余り良くない。7～8月はお盆休みも10日間あるので若干落ちるが、9月からはやや良くなるのではないかと。
		化学工業（経営者）	・夏が過ぎれば、生産活動や荷動きが活発になると期待しているが、確定的な要素はなく、変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・主力取引先の昇降機の生産台数が8～9月は減少するものの、10～11月には元に戻るため、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と考える。
		輸送業（営業担当）	・7月に遅れた夏物家電、エアコン等は、出荷増となる見込みである。また、増税前には大型テレビや白物家電などの輸送も増えそうである。全体的には天候不順による青果物などの不作もあり、輸送が一部落ち込みそうなので、前年並みの輸送確保となりそうである。
		通信業（経営者）	・変わる要素がない。
		経営コンサルタント	・改元にちなんだ新たな需要は、ほとんどみえない。新しい製品や商材などの供給もなく、販売動向に特段大きな変化は見込めない。
		司法書士	・現在、仕事の相談が来ている。今までだと、少しずつ落ちていたが、多少上向きで、本当に上向きところまではいかないという状況である。来月は全く変わらないレベルで進むのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		社会保険労務士	・最低賃金が大きく上昇すると、現状、最低賃金で雇用している事業所は厳しい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・今回の消費税増税に伴う駆け込み需要は余りなく、変化はない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・当面は現状維持である。
		金属製品製造業（経営者）	・夏場に向かい、受注量が少なくなる予定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・駆け込み需要が見込めない。消費税が10%になるからと既に関心を買控えを始めているのか。当社は住宅設備や医療器関係なので、駆け込み需要を期待していたが、少し厳しい状況である。
		建設業（開発担当）	・現政権誕生後公共工事は順調であり、大変有り難いことである。今回参議院選挙があったが、結果与党の安定政権である。ただ今では長期政権の負の部分がかかり如実に表れているが、結果与党の圧勝である。個人的には問題であると思う。日本の将来が心配である。今期当社は受注額が前年比15%減と大変厳しい。何せ公共工事は総合評価なので大手業者が全ての点数で高得点になる。そのため地方でも大手数社が受注する、小規模企業は受注が厳しくなり、どんどんじり貧になっている。今後ますます心配の状況である。
		建設業（総務担当）	・今後も、発注があるという話は余り聞こえてこないで、少々不安である。
		不動産業（管理担当）	・既に物資の値上げなどでコストは上昇しているが、消費税増税時にすぐには転嫁できない費用もある。また、求人募集を出してもなかなか採用できないため、求人費用が発生する期間が長くなっており、更なる費用増になる。
	×	食料品製造業（経営者）	・軽減税率を導入しても、消費税増税は確実に全体の消費行動を冷やし、景気全体をゆっくりと悪化させる。建築業の東京オリンピック特需もそろそろ終了するので、景気全体が更に悪化するのではないか。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・現在、主要取引先で具体的な新規開発品が見当たらない。
	×	広告代理店（営業担当）	・増税による売上減が、様々な業界で起きるとみている。
雇用関連		-	-
(北関東)		人材派遣会社（管理担当）	・食品関連の派遣が増えるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・夏休み期間中は、子供を中心にレジャー用品、衣料、食料品等、若干値上がりした物もあるが、購買は伸びていく。これも消費税が上がるか上がらないかの秋口までの状態である。お中元商戦もギフト品は結構伸びているような人の動きがみられた。住宅増改築等の建築関係、製造業は落ち着いているようで、10月までは安定基調で伸びていく。
		人材派遣会社（社員）	・日韓、米中等の摩擦があり、特に、韓国は旅行者数が大分減ってきており、キャンセルも多い。私どもの客である宿泊施設等、観光産業に少なからず影響はあるのではないか。それとは別に人材不足もある。
		人材派遣会社（社員）	・依然として、紹介する人材の不足状況が続く見込みで、変わらない。
		職業安定所（職員）	・留学生の受入れ等を行い、人手不足の解消をしている事業所もあり、人材不足感は続いている。
		職業安定所（職員）	・事業所からの休業情報もあるが、前年に比べて、求人件数が伸び悩んでいることや、以前と比べて、受注に追いつかないという声も少なくなってきたようである。もしかしたら、ピークは過ぎてしまったのではないか。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・高校生の求人職種の偏りは例年どおりである。人手不足の業界は、今後も求人を出し続けるが、就職希望者がいない。前年度同様、求人はあっても就職できない生徒が出てくるのではないか。
		職業安定所（職員）	・米中貿易摩擦や日韓関係の悪化、消費税増税に伴う消費の低迷等、明るい材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	人材派遣会社（経営者）	・大口の仕事の作業員が要らなくなり、困っている。

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)		一般小売店〔傘〕（店長）	・消費税増税前に購入を考えている客からの問合せが増えているため、売上が期待できる。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・9月はお彼岸があるので、今月よりははるかに売上が良い。いくら不景気といっても、先祖だけは大切にしているようで、墓参りの客がとても多いので、良くなる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・スタッフ1人1人が成長するので、良くなる。
		家電量販店（店長）	・梅雨が明け、本格的な夏が到来する。長期予報では向こう3か月は例年より気温が上昇する。これにより、低迷していたエアコンを中心に冷蔵庫など夏物商材が好調に推移する。さらに、消費税増税前の駆け込み効果がプラスされる（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後になると、秋の行楽シーズンとなる。今月よりは十分旅客数が増えると期待している（東京都）。
		商店街（代表者）	・7月の天候不良による低調の反動があるとみている。また、消費税増税前の駆け込み需要も必ずある。天候の大きな乱れがなければ、上向く材料がそろっている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・来年は東京オリンピックがあるので、建設関係の仕事は景気が良い。エアコンを始め、電気製品の注文が増えている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・ここ2か月の客の購買動向は落ち込む傾向にある。しかし、夏のイベントによる来街者の増加が見込めることと、軽減税率制度導入前の駆け込み需要がある程度見込まれるため、この先は一時的ではあるがやや回復する（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商部の案件等が大変集中していて、年度末かと思うくらい人手が足りない。恐らく9月までに納品をしなければならぬような物もあるのではないかと。ただし、10月の消費税増税後の反動減が、特に役所関係であるとみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税に向けて9月に駆け込み需要が期待できるが、その後10月以降は落ち込みと儉約志向が続くと想定している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品や必需品については、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。ただし、それ以上の反動減が予測される（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の見込みはあるが、景気全体を捉えた場合、伸び悩むと予測している（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・今までの天候不順から一転して、梅雨明けと同時に季節商材が一気に稼働すると思うが、世界的な景況、特に米中貿易摩擦による景気の押し下げが今後どのように影響してくるかが懸念される（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・天候が良くなり、暑くなれば客の動きも良くなる。今夏は今まで非常に天候が悪かったので、今後の天候に期待している。
		コンビニ（経営者）	・今月は低温の長梅雨の影響で、売上、来客数共に10ポイント程度落ちている。それと比べれば2～3か月先は、もう少し天候も回復して、売上、来客数共に上がってくるのではないかと。コンビニなので、天候にかなりの影響を受けている。
		コンビニ（商品開発担当）	・冷夏に比例して秋冬の需要に期待している。ただし、消費税増税後は不安である（東京都）。
		家電量販店（店長）	・9月の消費税増税による駆け込み需要があれば、前年比130%程度は見込めそうである。
	家電量販店（経営企画担当）	・今月の異常な梅雨寒が終われば、例年の動きに近づくので、底を脱してくる。また、消費税増税の2か月前になるので、さすがに駆け込みも発生するものと期待している（東京都）。	
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税や決算が重なるので、少しは期待が持てる。	
	乗用車販売店（総務担当）	・上期の最需要月なので、幾らか売上が伸びると予想される。	
	一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックまでは上がるように思うが、3か月後は消費税増税の影響を受けることが予測される（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税アップ前の駆け込み需要が多少見込める。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年よりもインバウンドの数が増え、単価、稼働共に上がっている（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後の9～10月は旅行業では一番の繁忙期に当たる。それに加え、東京オリンピック、パラリンピックに向けた販売が始まるので、世間の浮揚感、個人客の動きが見込まれるため、今月より良くなる（東京都）。
		旅行代理店（総務担当）	・参議院選挙も終わり、組合関係も動き出すと予測している。したがって、今よりは良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・タクシー業界では、今秋に向けて、アプリ配車やキャッシュレス決済の導入などを進めているので、タクシー利用が容易になる。9月にはラグビーワールドカップが開催されるので、利用客が増えると見込んでおり、景気は一時的に良くなる（東京都）。
		通信会社（経営者）	・2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催まで1年を切り、連日マスコミの扱いも多くなり、ようやく開催機運の上昇が感じられるようになってきている。そのため、スポーツこそ高画質映像とのニーズの高まりが期待でき、営業チャンスの拡大につながる（東京都）。
		通信会社（社員）	・ラグビーワールドカップ関連の引き合いが出てきている（東京都）。
		通信会社（局長）	・ラグビーワールドカップが9月に控えていることから、4Kテレビの購入が上向きになると思われる。それと連動して、当社サービスもテレビを中心に上向くとみている（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・2020年の東京オリンピックに向けて、スポーツを楽しむ傾向が増してきている（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪かったため、2～3か月先はこれ以上悪くはないだろうと単純に判断している。政策や税制、金利など、劇的に景気が良くなる要素はないが、天候が落ち着いて、展示場への来場者数が増え、集客数や商談数も増えて、販売量も比例してやや良くなる。
		商店街（代表者）	・10月1日から消費税が上がるが、駆け込み需要はほとんどみられない。来客数もやや減少気味であることから、景気回復は今のところ大変難しいのではないかと。
		一般小売店 [家電] （経理担当）	・普通なら消費税増税前の駆け込み需要があるのだが、今回は5%のポイント還元もあり、いつ購入するのが得なのか、業者にも消費者にも分かりにくい状態である。各種カード会社との契約も7月中にとのことなので、説明会に行ったりで忙しい。
		一般小売店 [印章] （経営者）	・地域でプレミアム付き商品券の申込みが開始されたが、どのように変わるか。当店の商材は印鑑であり、今はインターネットでも安く販売されていることや、若者は口ポット彫刻でもなんでも登録できれば良いというようにこだわりがないので、単価が低く、非常に厳しい。
		一般小売店 [祭用品] （経営者）	・しばらくは続きそうである。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・消費税増税前までは変わらない（東京都）。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	・夏場を迎えても、どちらかというと閑散期で、販売増は期待できない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・引き続き毎週、媒体に対し訴求を増やしていること、また、来場粗品や頒布品、イベント等で動員施策を組んでおり、動員増が見込めるため、前年を上回る推移を見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・今回は消費税増税前の駆け込み需要、反動影響の波が小さいと予想している。消費税増税による家庭への影響、将来への不安等から、しばらくは節約、買い控え等、現在のような消費動向が継続するものとみている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・これまでは国際情勢や経済状況等にかかわらず、安定した売上が確保できており、施設としては好調に推移していける見込みである。富裕層の上位では、大きな景気の後退はないと考えている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店長）	・先行きの不透明感は、なかなか解消されないと考えている。また、10月からの消費税増税もメンタルに与える影響は大きい。
		百貨店（店長）	・中国人の購入額が減る傾向は、中国の施策に加え、元安もあいまって継続する。また、百貨店を取り巻く低価格帯の競合店の成長から、景気が良くなる要因は少ない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・客の様子をみていると、広告商材、ポイント何倍の日、時間帯サービス対応の商材等を実施している店舗を、時間を上手に使い回って、安く買物をしようという傾向が依然としてみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・今月が非常に悪いので、今以上に悪くできないし、ならないと思うので、変わらないとしている。今月の悪さの要因は天候不良が一番大きいですが、それ以外に年金2000万円問題等による客の買い控えが結構あるのではないかと感じている。この先また消費税増税前でやや消費が伸びるかもしれないが、今の余り良くない状況がまだ当分は続く。
		スーパー（店長）	・食品スーパーなので、10月の消費税増税に対する駆け込み需要は見込めないというのが前提である。したがって、3か月後も買いたため要因などもなく、今のままで推移していくと予測している。
		スーパー（店長）	・株価は高値で推移しているものの、消費者には節約志向が依然として根付いており、必要以上に支出をすることにシビアになっている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・特に良くなる与件がないので、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・今年は梅雨明けが遅く、8月になって暑くなったとしても、前年を上回ることはできない。
		コンビニ（経営者）	・変わらないと感じる（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨明け後に売上の回復がどの程度見込めるか分からないが、夏季商戦での回復に期待している（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税の駆け込み需要に期待したいが、現在の売上から判断して、ほぼ変わらない（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・10月の消費税増税がほぼ決まったが、駆け込み需要があるのか、このまま買い控えになるのか、読めない。
		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。10月からの消費税増税前の駆け込み需要に期待しているが、余り変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車登録ができない分、整備部門でカバーして前年並みになる。
		乗用車販売店（販売担当）	・どこまで影響を受けるか分からないが、韓国向け輸出管理の見直しについて心配している取引先がある。特に、車関係の輸出、車に関わるパーツや部品を輸出しているところについては、多少不安を感じている。そのため、今後の景気は良くなるというよりは、現状と変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税前の駆け込みについて目立つものはない。増税後は様子見の状況が続くとみている。
		住関連専門店（営業担当）	・次世代住宅ポイントの認知度が進めば、制度を利用したリフォーム工事の増加が見込まれ、消費税率の引上げによる落ち込みをある程度カバーしていくものと予測する（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税までは需要が伸びると思うが、その後は厳しくなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店の商品の販売量は、大体毎月同じような感じで推移しているので、変わらない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・消費税増税を控えての駆け込み需要が予想されるが、反動減もあるため、トータルとしては変化はないものと考えている（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・参議院選挙の結果を受け、いよいよ消費税増税が決定的となるなか、少しずつ駆け込み需要も広がってくるものと思われる。特に、化粧品など身の回りに関する消耗品はまとめ買いが期待できる（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・消費税増税の影響で売上は回復しない。また、キャッシュレス推進に伴い、カード手数料負担の増加は収益悪化の一因となる。更にキャッシュレスポイント還元により、灯油、洗車、カーアクセサリーの売上の還元率が2%であるガソリンスタンドから、還元率の高い専門店等に移る可能性が高い（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・10月以降ホリデーシーズンに向けた大型タイトルが発売されるため、盛り上がってくると見込んでいる(東京都)。
		高級レストラン(経営者)	・当店は飲食店なので、消費税増税前の駆け込み需要は見込めない。
		高級レストラン(営業担当)	・直近数か月の法人関連の宴会予約状況が前年並みであることから、変わらない(東京都)。
		高級レストラン(仕入担当)	・先々の法人予約等の状況も前年並みであり、大きな変化はない。ただし、長雨の影響で日照時間が短く、野菜等の仕入れ環境が厳しくなる懸念がある(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・今年のラグビーワールドカップ、来年の東京オリンピック、パラリンピックは2大イベントだが、ラグビーのほうは宣伝が低調で、商売に取り込みにくい状況である(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・梅雨が明けてしまうとまた天候が良くなり、夏は行楽地に客が取られてしまう。極端に売上が上がるということではなく、今月から横ばいか、若干下がるくらいで推移するとみている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・消費税率アップ前の駆け込み消費があると考えるが、日韓関係の悪化、米中貿易戦争、円高への懸念等、ネガティブな要因が海外に多く、それらの問題が解決に向かっていているというよりは逆に悪化しているように感じており、将来に不安がある。
		一般レストラン(統括)	・10月以降の消費税増税による影響は見通せない。現時点での足元景気は変化はなく横ばいと感じているが、先行きの不透明感も同様に変化していない(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・景気が良くなる要素が思い当たらない(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・秋シーズンも需要が高いため、同等の稼働となる。
		旅行代理店(従業員)	・夏以降の団体旅行の受注状況は、例年と比べて大きな変化はない。
		旅行代理店(営業担当)	・前年同様、暑過ぎて申込み数が伸びない(東京都)。
		タクシー運転手	・今はちょうど夏休みを控えているということから、10月から消費税がアップするということから、非常に緊張した動きに見える。客は無駄遣いはできないと節約モードに入っている。
		タクシー運転手	・昼の客の動きは結構良さそうだが、夜、終電が終わると全く人の動きがなくなっている。この動きは変わらない(東京都)。
		タクシー(団体役員)	・夏の暑い時期を迎え、タクシー利用の増加する時期ではあるが、夏季長期休暇もあり、全体としてはやや悪くなる。
		通信会社(経営者)	・消費税率引上げについて、世間やマスコミで報道されているほど、実際の消費には影響しない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・消費税増税前の携帯電話を軸とした客の囲い込み合戦は激しさを増し、引き続き一進一退の状況が続く。
		通信会社(管理担当)	・すぐに大きくは変わらないが、音声認識が若い世代や高齢者層に普及すれば、技術主導の景気回復への兆しは見え始める。
		通信会社(営業担当)	・良くなると思える材料が、見当たらない。
		通信会社(経理担当)	・光インターネット通信で、他事業者が当社の加入者に対して「会社が倒産するからサービスを切替えた方が良い」などと不可解なセールス営業をしているが、変なセールスに対してはコールセンターに確認の電話が入っており、サービス切替えの解約数は減少している。
		ゴルフ場(従業員)	・東京オリンピックが終わるまでは変わらない。東京オリンピックが終わると、日本は厳しい状況に陥るのではないかと不安である。少子高齢化における社会の好循環は期待できない。解決策が見えないからである。
		その他サービス〔立体駐車場〕(経営者)	・ここ数か月、状況は変わっていない。
		設計事務所(経営者)	・具体化されたプロジェクトを始め、幾つか受けた仕事は年間契約をしているので、この1年ほどは安定収入となる。今のところ、他の仕事の話は来ていない。
		設計事務所(経営者)	・老後資金問題や海外の貿易摩擦など、マイナス要素が多く上昇気流は見えないが、大きく落ち込むとも考えにくい。しばらくは厳しさは変わらず、現状のまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・今月に入ってから動きがないため、8月もやはり動きは全くないと考えられる。工事費は高止まりしており、地価も高く、動きがないため、こしばらくは動きがないとみている（東京都）。
		設計事務所（職員）	・消費税増税に伴う駆け込み需要もさほどなく、大きくは変わらない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・金融機関に調査しているが、大きく融資を絞るような体制は取らないとのことなので、今後も大きな変化はないと感じている。ただし、先々にどんな変化があるか分からないので、情報収集は欠かさず行っていこうと考えている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今年も猛暑が続くそうなおと、消費税増税の駆け込み需要の影響で、当店で消費は落ち込むのではないかとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の駆け込み需要は想定しているが、それ以上に10月以降の落ち込みが激しいと見込んでいる。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税直前の一部カテゴリーにおける駆け込み消費こそ見込まれるものの、増税直後の一定期間は消費マインドの冷え込みがあると予想される。ただし、前回の増税時ほどのインパクトはない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・日韓関係の悪化によりインバウンド需要の動向に懸念がある。また、増税後の買い控えが起こる時期であり、経済政策の結果次第では大きく落ち込む心配がある。商業施設の開業があるため、来街者の増加は期待できるものの、購買単価の下落による売上減少について想定せざるを得ない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・梅雨明け後の酷暑による外出控えに加え、米中貿易摩擦による先行き不透明感や、日韓関係の悪化等によるマイナスと件の影響で、来客数の更なる減少が懸念される（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後は高額品を中心に一時的に動きが鈍化し、苦戦が予想される（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・現時点でも消費の冷え込みが感じられるなかで、消費税増税が実施されるとかなり消費に影響する恐れがあるのではないかと。特に、主力の衣料品の購買意欲の鈍化につながるものが想定される（東京都）。
		スーパー（経営者）	・消費税増税と、老後200万円不足問題で、より生活防衛意識が高まっているように感じる。
		スーパー（総務担当）	・今後に向けては旧盆、夏休みの需要の後に9月は消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。ただ、10月に消費税が上がったときの落ち込みと相殺するとやや悪くなるのではないかと。消費税の軽減税率の商品等もまだ混乱をきたしているため読み切れない。
		スーパー（販売促進担当）	・7月度の売上不振により、夏物衣料の在庫が過剰となっているため、大幅な値下げが発生すると予想している。急激な暑さで来客数も減少する。
		スーパー（仕入担当）	・10月の消費税増税に向け、旧盆、夏休みと食料品消費支出の月指数が高い8月は、節約志向が高まる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・梅雨が明けても買い控えの流れがあるようで、期待できる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・10月の消費税増税を控え、駆け込み需要が多少あると思うが、日常的には消費抑制の機運が強く、明るい材料が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の消費税増税による駆け込み需要は期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域の夏祭りは終わったが、例年に比べて天候が悪かったため、客足が少なくなった。インターネットで祭りグッズ等を買う客が増えたのも原因ではないか。今後は消費税増税、キャッシュレス対応だが、大手の手数料が1%、小売店が4~5%では、非常に厳しい。一般小売店については手数料サービスを短期間ではなく恒久的に下げてもらわないと、大手とはなかなか勝負にならない。
		衣料品専門店（営業担当）	・当店は高額衣料品ではなく庶民的な衣料品の商売で、単価もそれほど高くないため、消費税増税前の駆け込み需要もなく、本当に死活問題となっている。当ショッピングセンターも56周年を迎えることになるが、増税を前に、55年間やってきた仲間の5店舗が閉店するという状況になっている。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税後は反動がより大きくなるように感じるので、不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（店長）	・消費税が上がると買い控えが出てくる。
		乗用車販売店（店長代行）	・消費税増税前でも販売台数に変化がない（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・消費税の増税はいつからなのかという明確な表示もないまま進んでおり、消費者も買い控えが続いている。また、日韓関係がやや悪化している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税でやや悪くなる。
		高級レストラン（役員）	・利用予約の入り方、足元のフリー客の来客数共に減少している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の9～10月は、前年、前々年であれば、7～8月よりも売上がやや増えてくる頃だが、今年は消費税増税もあるので、分からない。それほど売上が良くなっていくとは思えない。客は財布のひもをしっかりと締めている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税が10%になることで消費は控えめになる。また、単価も上がっているような印象が強くなり、消費は冷え込む。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税、世界情勢、働き方改革による人手不足、仕入原価の高騰、異常気象等、これからの先行きは大変厳しい（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・主力事業分野である社員食堂の運営受託等、カフェテリア事業については、マーケット需要に対し受託競争が激化しており、人件費等のコストが増大しているにもかかわらず、受託料又は食事提供価格が抑制推移している。当面はこの傾向が続くそうである（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休み明けの9月以降の予約状況は、全般的に前年に比べて少なく、特に宴会については大型案件を中心に取り込みが図れていない。ラグビーワールドカップの開催もあるが、宿泊や宴会についても余り恩恵がなく、個人の節約志向が更に強まる。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比較して前受け量が減少している。
		タクシー運転手	・消費税増税前にタクシー料金も値上げを検討しているようで、今後は利用を控える客が増えると思う。深夜の利用の少ない日が今まで以上に多くなるような予感がする。
		タクシー運転手	・客との会話で、好況感を感じない。長梅雨でいろいろなことがうまく回っていないようで、梅雨が明けて本当の景気が分かるのではないかと。客も、長梅雨でゴルフの回数が減り、夜の飲食も減ったと話している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控えて、様子見傾向が強くなってきて、消費が低迷する。
		通信会社（管理担当）	・前年からの低迷トレンドが解消していない。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税、OSのサポート終了を迎えるが、特需まではならないとみている。携帯電話も法人向けの販売が一段落しつつあるため、景気はやや悪くなる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・生活費削減に動いている客が増えてきているので、景気が悪くなる前触れだと感じている（東京都）。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税が今年の注目ポイントであり、9月までは増税前の一時的な駆け込み需要増、10月からはしばらく抑制的な消費動向になる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税増税の影響により、やや悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・10月の消費税増税を控え、駆け込み需要があるものの、過去の増税時に比べると、さほど勢いが感じられない。むしろ増税以降の消費の落ち込みが懸念される。
		競輪場（職員）	・消費税率引上げに向けてそろそろ意識が高まり、遊ぶお金を控えるとみている。
		その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・消費税増税の影響は避けられない（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・子供が減っている地域性だからかもしれないが、全体的に料金の安い塾に流れている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・10月の消費税増税の前に若干の駆け込み需要はあると思うが、その他の減税等も重なって、購入価格が消費税増税と共に大きく増える様子は余りないので、それだけの盛り上がりは10月以降に続くかについては、それほど期待できない（東京都）。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・恐らく今のやや悪いままで推移していく。客の様子から売上が増加する要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規の問合せ件数が減少傾向にある。
		設計事務所（経営者）	・新しい年の令和について期待があったが、東京オリンピック景気、その先がみえないような感じがしている。求人においても社員が集まらず、若い社員がどこを目指しているのかが見え隠れしている。
		設計事務所（所長）	・先行きも、仕事量は非常に厳しい。全体的に良いようで悪い。新築物件が少なくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量が漸減しており、売上、粗利の減少に直結する。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・仕事の話があつてから、実際動き出すのに非常に時間が掛かっているため、今後も本格的に動き出すまでは相当時間が掛かると思っている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の主たる客に一服感が見えてきている。2019年度後半の見通しには悪い情報が集まっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・梅雨明けが遅くなったのでエアコン等の季節商材の出が悪くなっているというもあるが、2～3か月後という消費増税がある。だからといって現状からは消費増税を見込んで売上が上がるとは考えられず、消費税が上がったらなお更消費は冷え込むような気がする（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・2～3か月先の10月には消費税増税になるということで、本来ならば消費税増税前に客が増えなければならないが、それがないので、これから先もかなり悪くなる（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰のため、悪くなる。
	×	百貨店（総務担当）	・消費税増税後の反動が、如実に現れることが予想される。
	×	百貨店（販売促進担当）	・異例の10連休となったゴールデンウィーク以降、客の財布のひもが固くなっている。今後、消費税増税に対するマスコミ報道等が増えるにつれ、その傾向が更に強くなる。また、都心店とは異なり、駆け込み需要が見込まれる宝飾や時計等の高額商材についても、目立つ動きはみられず、今後の景気は悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・キャッシュレス決済の不正アクセス問題の解決やアプリの正常化が遅れると、今以上に売上や来客数に変化が生じ、減少に歯止めがかからなくなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・明らかに、消費税増税に対する生活防衛意識が出ている。まとめ買いなどが少なくなり、必要な物だけを選んだ少量購入が増えている。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・10月以降は消費税増税の影響を実感して、消費が更に冷え込むのではないかと（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・鮮魚は売手市場になってきている。この値段で買えないのなら、海外に幾らでも良い客がいるんだ、という考え方は内需をますます悪くしていく（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・現状、消費税は多分上がることになると思うので、そうなると飲食業のような大きな買物ではないところは、逆に良くなるか悪くなるかわからない。周りの住宅や自動車販売は、消費税増税前に若干良くなると思うが、それが給料に響くのかどうかも分からないので、飲食業としては決して良くなることはない。
	×	一般レストラン（経営者）	・8月はお盆で休みを取っている客も多く、店でも従業員を休ませるために定休日やお盆休みを取ることにしているので、稼働日が少なくなる。短期集中で、祭りなどの日に合わせてアルバイトの人数を多くして、人出のあるときに稼ぎ、売上を上げて乗り切りたい（東京都）。
	×	旅行代理店（経営者）	・大手企業に勤めている客がいるが、人員削減によって自分自身が首を切られてしまうか分からないという不安を抱えている。10月からの消費税増税は決定的だと思われるので、皆ますます生活が苦しい。
	×	ゴルフ場（従業員）	・単価の高いサービス業は消費税増税による影響を受けやすい。物品と異なり、増税前のまとめ買いなどの駆け込み需要も期待できない。東京オリンピックまで1年を切り、従前より懸念されてきたオリンピック後の景気動向に焦点が向かえば、ネガティブ要因が更に意識され購買意欲低下、ひいては、日々の来客数や、会員制ゴルフ場においては会員の確保に影響を及ぼすことが懸念される。

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
	x	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、海外経済の減速や消費税増税による下振れリスクが高くなる危険がある。是非、個人消費が増える対策、特に住宅取得への対策を打ってみたい。
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）	・売上が伸び、仕事量も増えている。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税前で商品が動くことを期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・9月以降は予定が入っているため、やや良くなる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・納入している法人関係、店頭の実印などの個人客共に少しずつ上向いているように感じている。全国的にWebで印鑑リフォームの注文を受けているが、差し迫って実印を作るという個人客よりも、資金的に余裕があるから印鑑リフォームをやってみようかなというような客が多い。そういった仕事が増えている（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・半導体のバルブ関係の部品加工を行っているが、約1年半止まっていた物が4か月間の発注があった。ただし、大手取引先からそれ以降は分らないと言われている。
		広告代理店（従業員）	・消費税対応に関連する印刷物の受注は複数あるが、一時的な売上増と考えている（東京都）。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・夏～秋にかけての問合せが増えてきている。業界の動きは活発なようである（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・東京オリンピック、パラリンピックに関係する需要が増加するため、やや良くなる。
		食料品製造業（経営者）	・現在引き合いが少々ある状況が、このまま継続する（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・材料屋などに聞いても物が全く動かない。資材屋に話を聞くと消耗品が少なく悪いということである。
		化学工業（従業員）	・得意先から消費税増税による駆け込み需要の有無をさぐっているが、どうもなさそうな感触なので、大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	・業界に力強さが戻るには時間が掛かりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の開発を終えるのに年内一杯掛かるため、来年にならないとその効果がみえない。それまでは隠忍自重の生活が続く（東京都）。
		建設業（経営者）	・中小企業への対策が余り実感できない。
		輸送業（経営者）	・良くも悪くもない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量、輸出量が低迷している。今後も現状が続く予想である。
		不動産業（経営者）	・長年の付き合いは何だったのだろうかと思うほど、大手問屋は中小業者には冷たい。（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・所有ビルの満室稼働状況は、もうしばらく続く見通しであり、当社自体の景気は良いと感じている（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・消費税が上がる前の9月までは若干良いと思うが、10月以降は反動減があり、平均すると変わらないのではないかと。
		税理士	・中国が米国との貿易戦争で締め付けられており、日本も製造業を始めとして、対中輸出や、中国進出企業の対米輸出が大きな影響を受けている。今後は締め付けがもっと厳しくなるのか、どういう展開になるか分からない（東京都）。
	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。	
	税理士	・10月の消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、ポイント制度などの影響で、大物家電以外にはさほどの影響はなさそうである。長引いた梅雨の影響でレジャー産業やアパレル業界には影響があったが、8月には回復するのではないかと。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料等の値上げも落ち着いてきており、取引先工場等の稼働率も安定する見込みのため、景気は変わらない。	
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・労働条件などを改善する方向だが、すぐに募集、応募、採用とはいかない。外国人等の採用も選択肢にあるが、警備という性質上、習慣が違うので、外国人採用に関しては厳しいものがある。	
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・例年、お盆時期は閑散期で動きが鈍い。消費税増税前の9月前半までは、今の状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（総務担当）	・消費税増税を控えた仮需に大きな波がなく、消費マインドが落ちているように感じる。長梅雨の影響で、一般消費が更に落ちるのではないかと。一方、工事、運送での人手不足は深刻なままで、コスト増、納期遅れとなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・10月以降は消費税増税でやはり多少なりとも品物の動きが悪くなり、景気は落ち込む。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器の得意先の動きは活発だが、化粧品容器に関しては良い情報が全く入ってこない。
		金属製品製造業（経営者）	・営業活動で新規の取引先の見積りをするが、納期が短く対応に苦慮している。新規設備などを考えながら効率良く仕事をすることを考えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先社内が幾らか暇になってきているので、必ず順番が来てしまう。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・消費税増税等もあり、そのなかで買い押さえをすることが今後も続くのではないかと。
		建設業（経営者）	・東京オリンピック関係の工事のめどが立ってくると、少しずつ落ちてくるのではないかと。職人の数が足りず、現場では苦勞している。
		輸送業（経営者）	・輸送している一部商品の取扱が8月以降中止となるため、更なる業量の減少が見込まれ、状況が悪化する（東京都）。
		通信業（広報担当）	・一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。
		金融業（統括）	・消費税の引上げもあり、マインド的に下がっていく影響がある。
		金融業（従業員）	・取引先の不動産業者から、東京オリンピックまでに所有物件を売却したいとの話が出ている。先々の景気減速を見越して計画を立てている事業者も見受けられる（東京都）。
		金融業（支店長）	・米中貿易摩擦に加え、日韓貿易問題もあり、景気は当面低下するのではないかと。
		金融業（総務担当）	・今後秋に向けて消費税が上がるので、消費低迷により景気が悪くなる。また、どの業種も人手不足による人件費高騰から利幅への影響が続く。運送業では今後も燃料費の高止まりが続く予想で、影響を受ける。個人では、収入が余り増加していないなかで税金が上がるので、より一層、節約による消費低迷が予想される（東京都）。
		金融業（役員）	・10月の消費税増税による小売業への影響と、米中貿易摩擦の長期化によるIT関連業者への影響が、マイナス面で顕在化してくる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税のタイミングと、オリンピックイヤーにつき、宣伝費は抑えられるのではないかと。東京オリンピックに向けての宣伝費等は既に仕込み、使用が終わっているため、毎年ある追加予算的なものは見込めない気がする（東京都）。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が懸念される。キャッシュレス、消費者還元事業も限定的で、消費拡大には至らないように思われる。
		経営コンサルタント	・中国市場の低迷が大きく響くと想定される（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足の影響で、欠員現場や休みの対応は、本社側の担当者が早出や残業をして何とか対応している状況なので、募集費や人件費のコスト増となっている（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦、英国のEU離脱問題など先行きに不安がある上に、国内の東京オリンピック需要も、1年前となり製造業としては落ち着いてきたように感じる。
	×	建設業（経営者）	・消費税増税の影響により悪くなる。
	×	通信業（経営者）	・米中貿易摩擦や韓国が国際法を遵守しないため。
	×	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・10月の消費税増税の影響で受注が減るとみている（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・案件の減少が大きく、悪くなる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・既に9～11月にかけても27件あり、大規模な予定ももっているため、売上も2～2.5倍に伸びそうである。正社員募集の復活など、ユーザーからも動きがあり、新規の獲得も期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・中国、米国共に市場の伸びが期待できない。将来の見通しが立たないため、景気はしばらく現状のまま続くのではないかと。という人が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・各企業が人材確保に苦戦する状況は変わりそうにない。
		人材派遣会社（社員）	・国民レベルに好影響が出るような施策がない（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
		人材派遣会社（支店長）	・採用難や高騰する人件費対策からも、人を増やすのではなく業務効率化により生産性を高めるといった企業は増えていく。単に人材ニーズが増えるというよりも、より高度なスキルを持った少ない人材の奪い合いが想定され、成約数を伸ばすのは厳しい状況となりつつある（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・例年、企業の下期のタイミングでは組織変更によって求人数が増加する傾向にあるものの、労働者派遣法等の法関連の対応により、派遣社員の登用ではなく直接雇用での採用を行う企業も増えているため、変わらない見込みである。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・現状から、変化する要素が余り感じられない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・採用の需給バランスにおいて、企業サイドは少し景気の悪化を予測している気配があるが、学生自身はまだ先行きを楽観視している傾向にある。認識のギャップを感じる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・経営者に焦りを感じない。まだ良い状況が続くと思っているのか、明るい（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国際的な不安要因はいろいろあるが、短期的には影響は出ないとみている（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・業績悪化に伴う再就職支援への引き合いが前年を上回って増加していることから、派遣社員の活用はこれまで以上に厳しくなると予想している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・総体的な外部人材へのコスト上限は決まっており、コストを増やしたくない企業側は、コスト上昇イコール選別を前提としている。人数を削りつつ、パフォーマンスを上げることで費用捻出を抑えたい意向が強い。このままでは、派遣利用に消極的になる企業が増える可能性が高い（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・今月は参議院選挙の特需でやや上向いた分の採用が減っている。今後、消費税が上がることによる影響が出てくることが予想される（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・全体的に減少傾向にあるが、その中でも新規派遣登録希望者の減少が大きくなってきており、秋以降のマッチングに影響が出る可能性がある。派遣求人をもらったとしてもマッチングができず、全体の派遣労働者数は減少、良くても現状維持とみている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・商談中のネガティブな情報が多くなりつつあり、景気の悪化が見え隠れしている（東京都）。
		職業安定所（職員）	・業種によっては、雇用が進んでいないことで受注を増やすことができないなど、景気が良くなる方向にっていないように感じる（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で大幅な減少となっている。これは管内の大事業所の移転による影響が大きいと、それ以外の求人についても減少傾向にあると考えられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・今後は採用マーケットに陰りが出てくる可能性が高いとみている。周辺企業も前年同期比での伸びが止まりつつあり、企業側も採用に慎重になる可能性がある（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	・収入が増えないので悪くなる。

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）	・新規施設の開業や、コンサート、コラボイベント等の実施により、引き続き多くの客の来場を期待する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・暑さが戻り、また、消費税関連で、客の消費意欲が上がってくるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物の準備が始まれば、多少なりとも客足が増える。
		家電量販店（店長）	・増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		観光型ホテル（支配人）	・観光事業は天候に大きく左右される。今年は梅雨らしい梅雨だったが、今夏は猛暑の長期予報も出ているので、避暑需要に期待している。8月の予約は間際になって伸びてきている。

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
		観光型旅館（経営者）	・夏に天候不順だったため、秋には天候が安定してくると期待している。天候不順で7月の旅行計画を延期しているような方たちが、秋に動くのではないかと考えているので、現状よりも回復する。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・墓じまいや永代供養墓などは順調である。後を見てくれる人がいないとか、離婚して入るお墓がない等、生前予約をしたいという人が今月は何人もいる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・増税前で、販売側には何かとリスクが伴うものの、消費者側には利点もあり、売上の予測がつかない。
		百貨店（営業担当）	・日韓、米中問題等、直接的にはすぐに影響はないと思うが、いずれにしても良くなる要素はない。変わらないか、悪い方向に行くのかということである。
		百貨店（売場担当）	・新規客は増加することなく、既存客だけでは頭打ちである。推進しているSNSからの発信も、今一つ効果が上がっていると感じられない。
		スーパー（経営者）	・1～6月まで半年間売上は前年比を上回ってきたので、とても疲れている。7月の売上は前年比100%だが、来客数は前年比84%である。前年は8～11月まで常にコンサートイベントがあったが、今年はないので残念である。弁当の注文は入っている。引き続きイベントの仕事などもこなして、少しでも売上を前年比100%に近付けたい。
		コンビニ（経営者）	・特別動きが変わらないので、売上も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後は東京オリンピック景気などプラス要素も考えられるが、人口は減少しているため、大きな消費行動につながるとは考えにくい。
		一般レストラン（経営者）	・地元新聞の分析では、「県内景況感が5期ぶりにマイナス60%となっている。」とのことだが、記事どおりの状況である。
		設計事務所（経営者）	・予定物件が多く対応しきれず、まだしばらくは忙しい状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘購入の成約率が、低調な状況が続いている。
		商店街（代表者）	・スポーツ店は毎年同じだが、お盆休みから冬のスポーツの時期になるまでに秋の運動会がある。昔に比べ運動会もだんだんと規模が小さくなり、それに伴って子どもたちの衣料、靴等の販売も落ちるのではないかと。
		商店街（代表者）	・天候が回復し、大型の夏休みに期待はするが、必ず来る反動が期待感をしばめてしまう。景況感は梅雨明けしない。
		スーパー（経営者）	・選挙で増税、年金制度も焦点になった。生活防衛意識が強まる。
		スーパー（店長）	・増税に対する不安が大きいようである。
		コンビニ（経営者）	・消費税が10%になるため、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響が、多少あると考えられる。
		コンビニ（店長）	・当店は消え物を扱っているので2～3か月後の増税の影響はないと思っていたが、若干、客の緊張感があるようで、買い控えとまでは言わないが、買上点数がやや減っているような気がする。余り良くないのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・増税後の反動減もしくは買い控えは避けられないのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・増税は全ての足かせになる。キャッシュレス化、消費者還元策も消費の拡大にはつながらない。
		スナック（経営者）	・ボーナスが出てからの来客が少し良くなった。ただし、毎年のことだが、お盆休みを過ぎると売上がぐんと落ちるので、今後も厳しい状況が続いていくのではないかと。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税の増税を控えてなのか、夏休みの宿泊予約が前年と比べて鈍い。また、通常は早めに入るビジネス客の予約も、直前傾向で先行きが見通せない。
		旅行代理店（副支店長）	・夏～秋の旅行受注が少なく、前年と比べても60%と、企業などのインセンティブの旅行や団体旅行の足踏みが続いている。特に、中小企業では受注が減速しており、夏以降の繁忙期に大きな影響が出そうである。
		タクシー運転手	・乗務員が不足しており、特に、夜間には客の要求に応えられない場合がある。高齢者が多いため、新人の入社数より、退職者数の方が多い。また、体調不良による病欠も多くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	百貨店（店長）	・今夏は梅雨明けの遅れもあり、衣料品を中心に非常に厳しい。この後には消費税増税が控えているが、今までの経験ではある程度駆け込み需要があったが、現状の景気動向からみると、駆け込みも余りないのではないか。そのくらい売上は厳しい。地方百貨店の客は高齢者が非常に多い。政府の消費税対策のポイント還元は百貨店、高齢者にとってはメリットが少ないのではないか。
	x	スーパー（経営者）	・消費税増税を迎えるに当たって、消費者心理は一層冷え込んでくる。
	x	スーパー（副店長）	・参議院議員選挙も終わり、10月からの増税が現実となっている。しばらくは買い控えが続く、少なくとも10月からの3か月間ぐらいは、節約志向が強まる。
	x	コンビニ（経営者）	・毎年7～8月が売上のピークになる上、消費税増税の影響も重なり、景気は悪くなる。
	x	スナック（経営者）	・増税を控えているので、どんどん悪くなる。
	x	スナック（経営者）	・良くなる要素が1つも見当たらない。政治の世界も自分たちの保守だけで、消費者にはほとんど向いていないような気がしている。
	x	都市型ホテル（スタッフ）	・前月から、10月以降の予約状況が鈍くなり、更に悪化へ進んでいる。増税、最低賃金上昇、軽減税率の懸念、それらが10月以降であることが影響している。また、輸送費、原価高騰による値上げもあり、非常に落ち込むことが想定される。多くの取引先で、様子見の動きがある。
	x	通信会社（経営者）	・年金問題や消費税増税を控え、節約志向が一層強くなると、更に厳しい状況が続くそうである。
企業 動向 関連 (甲信越)	-	-	-
		食料品製造業（製造担当）	・倒産した老舗企業はかなりのシェアがあったため、地域の取引先では、仕入先変更が多々ある。それなりの価格で納品できるので、多少は良くなる。結局、このように淘汰されないと、現状のスーパーでは伸びしろがないので、売上は伸びない。価格で取られた客は戻るが、安値では店が継続できないことを客が理解できたかどうかは定かではない。
		建設業（経営者）	・年内の手持ち工事は一杯だが、来年は増税後の反動が心配である。
		金融業（経営企画担当）	・米中問題は依然として平行線だが、両国にとっても時間をかけることはマイナスである。早期解決となれば、年内にも日経平均株価は上昇する。
		食料品製造業（営業統括）	・国産ワインコンクールで、一部メーカーの製品は引き合いがあるものの、全体的には低価格な輸入ワインに押され、相変わらず厳しい状況にある。
		食料品製造業（総務担当）	・売上は低調に推移しており、この流れはしばらく続く。商品低価格化の流れ、人員不足、原材料の高騰等、明るい材料がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・厳しい状況のまま、先行きが読めない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状は順調に推移しているものの、米中貿易摩擦問題や消費税増税等の影響が、この先は懸念される。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・今や店頭販売の不振から、展示会等で売上を上げるしかない。8～9月と催事の企画をしているが、消費税増税まであと2か月と迫り、増税前のセールが効果的か、増税後のキャッシュレス消費者還元セールが良いのか、決めかねている。
		金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦の影響による先行き不透明感が、製造業を中心に続く見通しで、関連する非製造業でも慎重な見方が広がりそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要の回復が見込めない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・先行き不安による企業の経費削減傾向が強まり、広告出稿の減少や一般消費者の家計節約意識の高まりで、販売減につながると予想される。
x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。	
雇用 関連 (甲信越)	-	-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス支給時期だが、前年より少なく購買意欲が湧かない。先行きが不透明でという相談が多い。年金2000万円問題も打合せに出るくらいである。

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
		求人情報誌製作会社（経営者）	・人手不足の介護、飲食、サービス業などは採用が少なく、厳しい状況が続いている。そのなかでどうにか現体制でできる範囲で、対応をしている。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が3月から減少傾向にある。製造業からは、輸出等も含めた生産量が2～3割減少していると聞いている。ただし、有効求人倍率は依然として高水準にはあるものの、徐々に下降線をたどっている。今後は、現況よりやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・米中貿易摩擦や韓国とのあつれきや、7月までの長雨、冷夏の影響、消費税増税の懸念等、不安要素が大きい。堅調といわれる個人消費を向上させる材料に乏しい。
	x	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)		商店街（代表者）	・次第に景気が良くなっていく。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・この勢いは本物とを感じる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要で、高額品販売が増加する見込みである。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を見込む。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・例年の秋の受注量増が見込まれる。
		百貨店（総務担当）	・前年のような猛暑とはならないと想定しているが、夏物商材の動きと合わせ、消費税の引上げ前の秋物商材、時計、宝飾や海外ブランドなどの駆け込み需要に期待している。
		スーパー（経営者）	・行楽シーズンに入り、来客数の増加を期待している。
		スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の導入、キャッシュレス化によるポイント還元など、使う人にはメリットのある施策はあるので、多少は回復するのではと考える。
		スーパー（商品管理担当）	・梅雨が明け夏物が売れ、本来の販売量が回復する。
		スーパー（支店長）	・いろいろな国際問題等があるなかで、最大の関心は消費税の増税だろう。現状は夏のボーナス時期でもあり消費は活性化しており、増税前に駆け込みで消費増が期待されるが、増税後の買い控えによる冷え込みが頭の痛いところである。
		スーパー（総務）	・梅雨明けにより、景気が回復すると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・エンターテインメントキャンペーンが好調に発達し、対象商品群が4%ほど改善されている。季節要因が改善されれば、更に改善が進む。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けが遅れた分、今回のマイナスを取り返せる来客数の動きが期待できる。
		コンビニ（本部管理担当）	・前年同期が猛暑で小売業界は好調であったが、今年は梅雨が長引き低調となっている。この状況が前年の売上と大きな離れを発生させている。一方、10月までは消費税増税の特需で、売上増加の可能性がある。現時点で小売業界は低調であるが、今後10月までは売上回復を見込んでいる。
		衣料品専門店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、高額商品の購入が増える見込まれる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前までに買いたいという下見客は一定数あるので、販売は増える見込みである。
	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・7月はエアコンの販売が振るわなかったが、梅雨明けも宣言され、8月はエアコンの販売が期待できる。エアコンは気候に左右されるが、テレビ・パソコン等は東京オリンピックやパソコンOSのサポート終了を控え、消費税の引上げ前の買換えが起きており、9月まではこの流れは変わらない。	
	乗用車販売店（従業員）	・引き続き、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待されるので、楽しみではあるが、増税後の対策にも力を入れていかないといけないので、非常に多忙感がある。	
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要があるのは確かで、前年よりも販売台数は伸びている。	
	旅行代理店（経営者）	・客からの受注の様子から、徐々に動きが出ているように感じる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・客の様子が明るい。
		美顔美容室（経営者）	・8月からのキャンペーンや、秋冬物の新色が出るため販売しやすくなり、売上につながる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・自動車メーカー系企業の設備投資の予定がある。
		商店街（代表者）	・ここまで消費税増税前の駆け込み需要が全くといっていいほどない。このまま期待できそうになく、景気の状態は変わらないだろう。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げを前にして販売量は伸びると思われるが、客の購買意欲は依然として低い。
		商店街（代表者）	・消費税が引き上げられるので、また悪い状況が続く。
		商店街（代表者）	・とにかく財布のひもが固い。秋に向けてこの傾向は続くのではと見受けられる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気低迷がこのまま続いていく。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・消費税の増税があり8～9月の消費は増加するかもしれないが、10月はその反動で減少する。贈答品店は年末に向けて消費が増加するため、3か月後の景気は現状と変わらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・海外情勢が不安定で先行きが見通せない。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税を控え、今後の消費動向は読みづらくなっている。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が少しずつ増加し始めるが、客の反応はまだ薄い。販促施策があり集客は見込めるが、大きく好転することはなく、現状維持ではないかと見込まれる。
		百貨店（計画担当）	・天候にかかわる部分が大きいと、基本的な与件は変わらず消費税増税前は推移していくと見込んでいる。インバウンド客も主力の中国人の状況には特に変化はない。
		スーパー（経営者）	・10月からの消費税増税に伴い、消費者は節約志向になる。消費は伸びず、下請企業は親会社のしわ寄せにより稼働率が下がり、そこで働く従業員も苦しくなっていく。
		スーパー（販売担当）	・今のところ景気が良くなる材料がそろっていないため、現時点では分からない。
		スーパー（販売担当）	・消費税が引上げとなる前の駆け込み需要があるが、上がった後の落ち込みを考えると、プラスマイナスゼロだと考える。
		コンビニ（店長）	・消費税の増税前で商品の動きが鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により景気が悪化するとみていたが、キャッシュレス消費者還元事業やプレミアム付商品券等の施策により、当面悪化することはない。
		コンビニ（店員）	・残暑で今は売れていない夏の商品が売れるだろう。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年の気温高による好景気との差は明確であり、また、消費税増税を前に買い控えが予想され、景気が上向くとは感じられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月まではこのままいくと思うが、消費税増税後は景気が落ち込むと思う。
		乗用車販売店（経営者）	・買い控えの傾向は相変わらずで、消費税引上げ前の駆け込み需要の雰囲気も、今のところは感じられない。
		乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦、イラン情勢、日韓問題と長期化しそうな問題が多く、心理的に国内景気も盛り上がり欠けるだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み受注もほとんどなく、前年並みを維持するのも厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・何か大きなことが起きなければ、可もなく不可もなくという状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・元々、ボーナス時期だからと売れる商品ではないが、前年比でも6～7月は下回っている。8月は夏季休暇もあり、回復は難しい。
		住関連専門店（営業担当）	・戸建て住宅、分譲マンション共に伸びがない。反面、消費税増税前の多少は駆け込み的な需要とみられるリフォームとか民間会社の増改装工事など、これから秋口に掛けての見積りが多くなっている。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・単価の高い商材等は、消費税増税前の駆け込みがあるのではないかと期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込みで消費が増えるところもあるが、外食や飲酒に関する支出は減っていく。
		観光型ホテル（支配人）	・一般宴会は前年並みに受注してはいるものの、宿泊者数が今月も含めてここ数か月前年割れをしており、この先の予約状況も芳しくなく、減収の大きな一因となっている。
		都市型ホテル（総支配人）	・秋は繁忙期で売上増加への期待は大きいですが、予約状況は前年より悪い。人材確保がますます難しく、レストランのアルバイトは時給1200円で若干の問合せがある程度である。宿泊の供給先も多く、宿泊客の出張費の上昇も見込めないことから、10月以降も消費税2%の上乗せは実質的に難しい。
		旅行代理店（経営者）	・客の様子を見ても旅行費用への財布のひもは固く、金額を上げる傾向がない。予算内でいかに充実させつつ料金を絞るかに関心があり、厳しい状況は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・2020年の東京オリンピックの入場券販売も始まり、客の動きとしては活発であるが、当選していざ行こうとしても、宿泊が確保できるのかどうかの不安もあり、停滞している感がある。
		旅行代理店（営業担当）	・現在受注していたり問合せを受けている秋季案件には、特殊な需要はみられない。東京オリンピックのチケットが当選したが宿泊は取れるか、という相談が相次いでいる。
		旅行代理店（営業担当）	・新規の団体旅行は伸び悩み、停滞している。消費税増税前のキャンペーンや増税後の施策を考え、客にアプローチをしているがレスポンスは今一つで、静観状態である。劇的な景気の上昇下降はないように感じる。
		タクシー運転手	・ここ2～3年、街中の動きは変わらない。飲食店経営者からは、景気が良くなってきた、先が明るくなってきた等の声がないため、このような状態が続く。
		通信会社（営業担当）	・固定費用を削減する傾向はこれからも続く。
		通信会社（営業担当）	・やや悪い状況が当面続く。
		テーマパーク職員（総務担当）	・消費税増税による影響がすぐには出ないだろう。
		ゴルフ場（支配人）	・これから2～3か月先はゴルフシーズンに入るが、今月の入場者が少ないためか、9～10月の予約数が前年に比べ良くない。少し悪い状況のままで推移し、余り良くならないと思う。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が不透明である。
		美容室（経営者）	・7月に比べると8月は暑くて客足も鈍るが、10月頃には回復して今くらいの売上に戻る。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税の影響が大きいので、向こう2～3か月の判断は難しい。レンタル単価は10月1日を境に改定料金へ移行するため、駆け込みニーズの影響はないが、販売や介護リフォームにおいては若干忙しくなるかと思込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税を含め、大きな変化はないだろう。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・入居率を維持できれば問題ないが、9～10月は退去数も例年多くなるので、入居数が増加できれば維持が可能となる。
		商店街（代表者）	・客単価が上昇せず、販売量、売上高につながらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・購買意欲も落ち、物価もじわじわと上がっている。景気が良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税の増税で日常的な外食を控えるという流れを変えることができない。
		百貨店（売場主任）	・7月下旬からセールは最終段階であるが、客の様子を見ると、今欲しい物があるわけではないので、安くても買わないという人が多い。消費税の引上げを前に、買い控えがみられる。商品価格も改定となるため、今履いている靴を長く使おうという人が増え、売上は厳しくなる。
		百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上の伸び率が鈍化していることと、所得中間層を対象とした商品が動かないことが要因となる。東京オリンピックに向けての景気上昇が消費税増税をカバーすると思っていたが、インバウンドの売上は中国経済の鈍化を始めとした国際問題が、国内売上は年金問題が影響して、予想以上の厳しさが見込まれる。
		百貨店（経理担当）	・米中貿易摩擦の長期化に加えて、中東情勢やEU離脱問題が顕在化することによって、世界経済の更なる悪化を招く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店員）	・天候の日照不足による影響がこれから徐々に価格に影響してくる。消費税の増税と重なるので、悪い方向にいく気がしてならない。
		スーパー（総務担当）	・お中元の予約販売数が良くない。
		スーパー（ブロック長）	・今後の天候の回復を願うが、既に夏物商材への影響は大きい。お盆休み明けからは消費税増税を控えて一段と節約モードが高まると予想する。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数が前年比97%と厳しい状況で、月を追うごとに悪くなっている。このまま来客数が前年を割り続ければ、売上もやや悪くなる。
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は一部商品に限られると考えられる。それ以外は出費を抑える傾向になり、売上減少になると考える。
		コンビニ（企画担当）	・消費税引上げの影響を少なからず受けることが想定されるため、やや悪くなる。
		コンビニ（企画担当）	・景気が悪くなるわけではなく、消費の業態間の使い分けが進む。大きな食品ロスや、プラスチックゴミ、無料の各時間的サービス提供等、見直す課題やコスト要因も一杯ある。ただし、実行すれば不便さが増し、支持されるかどうかであるが、話題になっている今なら良い機会である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年たばこが値上がりして客単価が上がっていたが、一回りする。消費税増税の影響を考えると悲観的になる。
		コンビニ（店長）	・消費税の引上げに伴い、客の消費心理が悪くなっていく。
		コンビニ（店長）	・消費が低迷しているなか、中規模のコンビニチェーンではオリジナル商品が少なく、どこでも売れるナショナルブランドとは価格差があり、スーパー、ドラッグストアには太刀打ちできない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客と話しても、繊維製品への財布のひもはますます固くなっている。
		家電量販店（店員）	・売上が今後見込めるのは、この2か月間だけではないだろうか。10月以降の景気が良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（経営者）	・今後はお盆休みで、動きが止まってきそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・このまま良くなるという根拠がなく、一時的な動きのようにも感じるので、変わらないというよりはやや悪くなるくらいに見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ時期を迎え、客からも、いろいろなところで支払が増えるので車まで予算が回らないといわれる。実際どれくらい支出が増えたかを実感しなければ、商談に乗ってはくれないように感じられる。
		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0.5%のプラス、来客数は前年比0.9%のプラスで、共に久しぶりにプラスに転じたが、いずれも前年比1%未満の増加であり、腰の入った回復ではなく一時的なプラスと見込む。
		高級レストラン（経営企画）	・消費税の引上げを控え節約傾向となるが、販促などの強化により、横ばいから微減にとどめたい。
		一般レストラン（経営者）	・秋には消費税が引上げとなるので、少し売上は落ちる。
		一般レストラン（従業員）	・外食を控えるようになる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税の増税がいよいよ迫ってくる。買い増しより今回は買い控えの傾向になる。将来不安でますます金を使わなくなる。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税増税による消費マインドの低下は避けられない。既に消費者の意識は、節約志向を強めている。
		観光型ホテル（経営者）	・9～10月は前年よりもかなり悪くなっている。9月に関しては前年の80%しか予約が入っていない。消費税の引上げで、法人客はその準備に追われていたり、消費意欲が減退しているのか、やや悪くなる傾向が目に見えて現れている。消費税増税に対する慣れが出てくるまでは、増税の影響は緩和されない。政府の抜本的な対策がないと、景気の下支えにはならないと懸念する。
		都市型ホテル（従業員）	・予約状況が増加していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・消費税の増税でますます財布のひもが固くなる。水道光熱費等、削減できない消費を賄うために食費の抑制や、家電、洋服などの買い控えは今後も続く。既に夜の酒場でも低価格化が進み始めている。
		タクシー運転手	・参議院選挙も終わり、10月からの消費税上げがどれくらい影響するかは分からないが、大手企業の人員削減や中国市場での不振という話題もあり、先行きは景気が少し悪くなると思う。
		通信会社（企画担当）	・業界では初期費用無料が当たり前になっているため、消費税増税前の駆け込み需要が期待できない。増税を控えて、節約志向が更に強くなっていくのではないかと。
		通信会社（サービス担当）	・既存客にとって得になるようなサービスがないと、他社への乗換えが増え、解約が増加していく。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体の利用者が減っている。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、景気も余り良くならないし、段々と生活が厳しくなっていくように感じる。
		美容室（経営者）	・消費税の引上げが頭にあり、客は無駄な金を使わない。
		美容室（経営者）	・当地は、若い女性が大学を卒業すると就職で県外に出て人口減少となっている。先行きは更に厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・お盆の来場に掛かってくるが、その客は2～3か月後の契約になる。一旦はかなり冷え込むと見込まれる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・梅雨で仕事が遅れているだけで仕事が増えたわけではないため、この先景気が良くなるような雰囲気はない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・秋には消費税が10%に引き上げられるので、なじみ客以外は目的がなければ来店してもらえない状態になる。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げがある。
	×	一般レストラン（経営者）	・5月の10連休以降は全く状況が変わっている。消費マインドは完全に落ちている。これから日韓問題や中東情勢など世界の動きが非常に過熱するようになる。それに対応できる政策が全くみられない。さらに、消費税が10月から引き上げられるということで、一般市民にとっては精神的にも負担が大きくなるように思われる。
	×	スナック（経営者）	・消費税の引上げも近づき、他人事ではないが、客の財布のひもはますます固くなり100%期待できない。
	×	観光名所（案内係）	・良くなる理由が見つからない。
	×	理美容室（経営者）	・景気の良い話は全くない。また、老後資金の2000万円が響いている。
	×	設計事務所（経営者）	・案件が激減しているなか、先が全くみえていない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・消費税引上げの関係で単価の高い不動産は先行き不透明である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の着工が減り、リフォームも一巡してくると、地方の小さな工務店の存続は更に深刻化しているように感じる。かといって、打開策も見当たらない。
企業 動向 関連 (東海)		建設業（役員）	・当エリアでは当社を含め3社が大規模物件を供給する。通常の3倍の供給数が出るので、市場の活性化になり客が動くと思われる。ただし、競合激化となるであろう。
		金融業（従業員）	・全体的に大きな動きがなく、景気は悪くはないというイメージである。建築関係の営業マン等から具体的な話を聞くと、仕事量が多く、この先数か月をみても忙しくてなかなか休みが取れないということである。
		不動産業（経営者）	・今後は例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の売上は良い状態となり、前年同期100%以上で推移するとみている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・年内はパソコンOSのサポート終了案件が継続して発生する。
		食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量をみても例年どおりとなっており、気温に左右されるが、予測がしづらい状況である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・米中貿易摩擦や消費税増税の影響で全般的には落ち込むが、秋の需要期とあいまって業況は余り変わらない。
		化学工業（営業担当）	・現在の受注状況及び客の将来計画において増量の見込みがない。
		化学工業（総務秘書）	・景気に強い影響を与えるトピックがない。取りあえず東京オリンピックまでは大きな落ち込みは考えにくいので、特別な事態が起こらない限り1年間は安定しているのではないかと。

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
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも増えておらず、引き続き低調に推移するものと考えている。
		金属製品製造業（従業員）	・工場の対応能力を上回る仕事量がある状況はしばらく続きそうである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・主力市場である北米で自動車製造が活発ではないため、しばらくこの状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売見込みを維持する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・国内では東京オリンピックに向け需要が拡大するだろうが、米中貿易摩擦の影響はまだ排除できないので、見通しを立てにくい。全体として中立の状態が今しばらくは続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・設備投資意欲は高いが、受注量はピークを迎えつつある。今後、極端な減速があるかという点、今はそうは感じられない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・景気が上向く材料も下降する材料も特にならない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税の引上げがあるが、駆け込み需要は余りなさそうであり、今のままで推移するのではないかと見込む。
		建設業（営業担当）	・消費税増税に伴い現在仕事が急増しており、その反面、3か月後は価格面から新しい仕事は落ち着き、現状の仕事が中心になる。
		輸送業（経営者）	・消費税増税を前に在庫の積み増しをしている荷主は多いが、具体的な販売計画が聞こえてこない。
		輸送業（エリア担当）	・到着数は若干減少しているが、単価は維持しているために収支は悪くない。
		輸送業（エリア担当）	・荷主の話では、余り変わらないようなので、同じペースである。
		通信業（法人営業担当）	・大企業は利益が上がっているというが、その大企業も海外向けビジネスの動向の良しあしによる。国内での小さなマーケットで右往左往する中小企業がとうたされ、大企業も海外投資を横目に見ながらビジネスをするようになってしまっている。骨抜き経営に対しては、将来的な成長や起死回生の一発など期待できない。
		通信業（法人営業担当）	・経済が上向いているほどの実感はない。政治の安定によるリーダーシップで、経済を引っ張っていく力強さが求められる。
		金融業（企画担当）	・利下げ等何かイベントがないと株価も為替も大きく動かないと思われる。個人の投資家や投資家以外の様子見は続くと思われる。
		広告代理店（制作担当）	・客が秋の商戦に向けて広告予算を増やすという話はなく、横ばい状態が続く。
		行政書士	・貨物に変化がない。
		公認会計士	・中堅中小企業の事業承継等は少しずつ進んでいるが、まだまだ緒に就いたばかりで、承継後の成否がどの程度かは不明である。少子高齢化と低生産性に対して、政府は明確な指針を示せていない。
		会計事務所（職員）	・例年、7月中旬から8月のお盆にかけて繁忙になるが、今年は繁忙期がなくてお盆休暇になりそうである。ただし、海外を含め旅行者は増える見通しである。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国経済は株価も高く好調のようだが、我が国の経済は好調には見受けられない。設備投資についても抑え気味に感じられる。為替相場が円高に向かい、何とも不気味に感じられる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費税の引上げもいよいよ目前に迫り、消費マインドの低下は日用品にも影響してくると見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・客との話の中では、中国や韓国向けの電子部品関係の受注量が大幅に減っており、減産体制に入っていると聞いているので、今後は受注量の減少が予想される。
		鉄鋼業（経営者）	・季節要因もなく、東京オリンピック需要もそろそろ打ち止め感があり、先行きに明るい材料がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・足元は時期的に良いだけで、長期的には余り良くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国向け等の輸出も復活せず、鉄鋼メーカーからの下期値上げ交渉が始まっており、価格面での競争力等に支障を来すため、景気は若干落ち込むことが見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・政策の動向をうかがうため、買い控えになると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・米中の貿易摩擦が顕著になる動向が懸念され、我が国にも影響が出始めている。また、米国大統領がWTOを非難し、世界経済秩序が混乱する兆しを見せている。東京オリンピックの効果も落ち着いており、世界の中での日本として景気を考えると、先行きに明るい要素は見当たらない。
		輸送業（役員）	・消費税のアップも当初の予定どおりに実施されそうではあるが、予想していたような駆け込み需要が乏しく、むしろ買い控えになりそうだ。一時的に下落に転じた石油価格も、中東の政情不安から高値にとどまる気配があり楽観視できない状況であり、今後の景気動向に水を差す様相である。
		輸送業（エリア担当）	・米中貿易問題や日韓政治問題の影響が貿易に出ている。
		通信業（総務担当）	・人々が感じる景気は世の中の雰囲気そのものなので、日銀短観の中小企業指標のポイント減などのニュースを聞くと、やはり世の中の景気は悪くなっていると感じてしまう。物流での荷動きは堅調であるが、やはり上昇傾向は感じられない。逆に悪化を予想している。
		不動産業（経営者）	・東京オリンピック後は停滞する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・8月以降折込チラシが多くなるようなことがない。消費税の増税前だが住宅関係のチラシなどが増えていることもない。
		会計事務所（職員）	・年金不足2000万円の話もあるし、消費税の増税も近い。ガソリンも高止まりしているし、消費税の引上げ後の物価も様子見ということで、消費は控えられののではないかと見込まれる。
	x	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税のアップは必ず景気を押し下げるので、下がり具合を注視している。
雇用 関連 (東海)		人材派遣業（営業担当）	・消費税増税を前に、駆け込み需要が増加することが見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・下期に向けての人材確保のため、各社、派遣・臨時社員にかかわらず採用意欲が高まってくると考える。既に派遣の依頼は増えてきており、在職者も転職時機をうかがっている状況である。
		*	*
		人材派遣会社（経営企画）	・今の傾向がしばらくは継続する見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・この先の予約状況は余り良くなく、例年に比べても良くないままである。
		人材派遣会社（企画統括）	・消費税の引上げが景気変化の特段の材料になるとは考えにくい。
		人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が思い当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は前年を上回っているが、年間での求職者の流動性が停滞期に入るため、9月までは状況の大きな変化はない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・例年この時期は下期に向けた人材募集を行うが、その動きがなく、通常募集の人員数で推移している。
		職業安定所（所長）	・企業からは継続的に、人手不足や来春新卒の採用活動に苦戦しているという声をよく聞く。
		職業安定所（職員）	・世界経済の動きが不透明だが、不動産業界からは、中古マンションの売行きが好調との声があった。
		職業安定所（職員）	・前年と比較して20～49歳の窓口相談件数が激減している。60歳以上についても多少の増加にとどまっており、以前のような、景気の良いときに転職するという風潮はみられない。
		職業安定所（次長）	・大きく景気が変動する動向は見受けられないが、業界により消費税の引上げ前の駆け込み需要と引上げ後の受注減が懸念される。
		職業安定所（次長）	・一般求人、新規学校卒業者対象求人共に求人数に大幅な減少は見受けられず、引き続き企業からの採用意欲は高い傾向が継続している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・米中貿易摩擦を発端とした景気の動きをみると、大手企業での減益などの影響もあり、採用に慎重になり始めている企業もあるが、中小企業での採用決定においては、まだそこまでの影響は出ておらず、案件の人选依頼も継続的に発生している。	
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・通常は秋からの需要が多い業界ではあるが、直接雇用による求人募集も多く、見込みよりも下回る可能性がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・当地ではピークを過ぎた採用試験だが、関東地区の採用意欲は高く、現時点で前年以上の求人募集に関する資料が届いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・足元で客からの引き合い残件数が減少していることに加え、主要客での予算縮小に向けた動きも耳に届いている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人への動きが悪く、設備投資の動きが鈍い。
		職業安定所（次長）	・世界の経済情勢の不透明感から、製造業を中心に様子見感の広がりが懸念される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・面接合格率がやや低下してきている。特に製造業の動きが鈍い。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人材採用方法に新規アイデアを出せない人材ビジネス企業は退場しかない。新聞広告の求人は、もう細々としても残れない。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)		-	-
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に向けて、仕掛けた商談が受注につながり、販売量が増加する。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の買いだめ需要が発生するとみている。
		コンビニ（経営者）	・季節商材の売行きが例年より良い。
		コンビニ（エリア担当）	・盛夏とキャッシュレス対応の拡大でやや良くなるとみている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が出始めているのと、やっと季節商材が動き始めたため良くなってきている。また、消費税の引上げ前の住宅購入による新規家電購入が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待して良くなると考える。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門はインバウンドが減少傾向にあるが、コンベンション関係の増加により堅調に推移すると考える。レストラン部門は、定休日による売上ロスがあるが、大きくは変わらない。一般宴会は大型コンベンション、慶事などの予約状況によると考えており、全館での景気動向はやや良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・9月に新機種が発売される予定があるので、販売数の増加が少し見込める。
		通信会社（営業担当）	・10月以降に新商品の発表があれば、販売台数に影響するとみている。
		通信会社（役員）	・ここ数か月契約数が好調に推移している。2～3か月先は通信サービスが例年好調な時期でもあり、マイナス要素が少ない。
		商店街（代表者）	・駐車券の利用は例年と比べ25%ダウンしている。通行量もダウンしているようである。一過性のものかどうかは分からないが、近隣の大型ショッピングモールが秋に増築開店する影響を想像するに、危機感を持たざるを得ない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・デイリー商品はほぼ前年並み、若しくは少し弱いくらいで推移しているが、お中元ギフトでの落ち込みが大きく、今月は非常に落とす形となっている。要因が何か分からないが、参議院選挙等もあり、影響があったか考える。来月以降はデイリー商品だけでみていかなければならないので、前年並み辺りで推移すると考える。
		百貨店（売場主任）	・老後資金2000万円問題で消費者の財布のひもはより一層固くなった。消費税の引上げ前の駆け込み需要は小売側からみれば期待する部分はあるが、軽減税率などの施策により前回の消費税の引上げ時に比べ衝動買いは少ないと考える。
		百貨店（販売促進担当）	・参議院選挙での与党の圧勝で市場は落ち着き感を取り戻しつつあるが、年金問題を含め将来への不安は払拭される気配がない。消費税の引上げ後は、個人消費の節約志向はますます強くなると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・消費税の引上げが決定しているが、客の購買動向は変化がない。高額商品などには一部動きが出ているようだが、一般商品、雑貨、衣料品など先行購入の兆しはみえず、大きな変化はないと考える。
		スーパー（総務担当）	・10月からの消費税の引上げにおいて軽減税率があるため、食品の売上増加はほぼ見込めない。消費税の引上げによる景気の変動は少ない。
		スーパー（総務担当）	・会社としては軽減税率を含む消費税の引上げの対応に追われているなか、客のスーパーでの動向に大きな変動はないと考える。8%から10%に税率が変わる雑貨類の駆け込み需要が推測される程度である。
		スーパー（統括）	・10月の消費税の引上げにより、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元制度などの施策がどう消費行動に影響が出るか、見込みが立てづらい。
		コンビニ（店舗管理）	・消費税の引上げで消費マインドは更に冷え込む。
		衣料品専門店（経営者）	・もうそろそろ底打ち感が出てきたかと思っていたところ、景気の先行き感は見通せず、天候は不安定で、客は慎重である。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売され期待はしているが、厳しい状況が続くそうである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・3か月先には、今のままの状況であれば消費税の引上げがある。軽減税率というややこしい制度が始まり、その制度で大変な目にあう。苦勞しても売上が上がらない状態が続くのではないかと考える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・リニューアルに向けた専門店の入れ替わりが発生しており一概にはいえないが、梅雨が明けて気温が上がる見込みのため、衣料品が動いてくる。消費税の引上げ前の駆け込み需要も含めて今月のような苦戦はないと考える。
		スナック（経営者）	・客からは、消費税の引上げでなかなか来られなくなるとの声を聞く。また、海外における関係悪化も不安材料である。
		観光型旅館（経営者）	・夏休み期間の予約状況が例年よりも悪く、9月以降も好転する兆しが見えない。10月の消費税の引上げの影響もあり心配である。
		タクシー運転手	・今後秋口にかけて、今以上に観光客が増えると考え。週末を中心に繁華街の人出は変わらないとみている。
		タクシー運転手	・暑くなったこの時期でも夜の繁華街の人出が、平年より少ないようである。
		通信会社（職員）	・東京オリンピックを控えて新機器がラインナップされてきているものの、客側には様子見感が強く、買換えまでは至っていない。
		住宅販売会社（従業員）	・工事量がある程度あり、今からの契約では来年になってしまふ。客としてはもう少し検討しても建てる時期は変わらないこともあり、検討期間が今まで以上に長くなっている。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げに向けての買いだめというよりは、買い控えが懸念される。キャッシュレス決済のポイント還元制度への個店対応は申請受理に時間が掛かっているようで、10月までに間に合うのか不安である。
		商店街（代表者）	・前年に比べると爆買いをする中国人の来店は、減少すると考える。外国人観光客の数自体は増えていくと考えるが、どこまで購買につながるか予想できない状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・消費税の引上げ後は間違いなく消費は冷え込むと考える。特に外食関係は皆身構えている。さらに、老後2000万円問題が大きく報道され、なおさら出費を控える要因になっている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・紙製品を中心とした値上がりが続くため、良くならない。
		百貨店（営業企画）	・10月の消費税の引上げにより、必要なもの以外は買い控えが発生すると考える。
		スーパー（店舗管理）	・消費税の引上げに伴う節約部分が少なからず食品へ浸透してくると考える。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げがある。
		乗用車販売店（役員）	・米中関係の不透明さ及び10月の消費税の引上げの悪影響により、景気が冷え込んでいくと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・消費税の引上げ後の反動減が消費全体に影響し、季節商材の販売にも波及するのではと不安な状況である。

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
		住関連専門店（役員）	・消費税の引上げ後の消費者への還元制度があるとはいえ、消費税の引上げ直後は消費マインドが落ち込むことが避けられないと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税の引上げや老後の2000万円の資金など財布のひもが固くなる報道が多いことが気になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今のところ、消費税の引上げ前の駆け込み需要は、前回の5%から8%になったときよりはるかに少ない。
		旅行代理店（所長）	・今後も東京オリンピック入場券の二次発売や旅行会社の企画商品が発売され始めること、韓国との問題による景気の減速で今年の旅行自体は低調さが続きそうである。
		通信会社（役員）	・10月に控えた消費税の引上げの影響を心配している。当社のサービスは家計における必需品とはいえ、節約志向による解約が増えるのではないかと考えている。
		テーマパーク（役員）	・向こう2～3か月の団体客の予約状況を見ると、国内客や海外からのインバウンド客共に前年より悪くなっている。国内においては、消費税の引上げの影響も懸念されるところである。
		競輪場（職員）	・消費税の引上げの影響で、売上や客単価のマイナスが懸念される。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・8月に大人向け教室の大型競合店がオープンするため、6月よりスタートさせたプログラムの集客減を懸念している。
		美容室（経営者）	・10月からの消費税の引上げ時のキャッシュレス対応に伴うポイント還元の受入れ準備が遅れていて不安である。
		住宅販売会社（従業員）	・10月から消費税の引上げが開始するに当たり、再度冷え込むとみている。
		住宅販売会社（営業）	・消費税の引上げにより客の購買意欲が減退する可能性がある。
	×	コンビニ（店長）	・最低賃金の上昇が経営の圧迫となり、人手不足からくる求人費の増加も重なり、大変厳しい状況がしばらく続く。気候の変化から7月はとても悪かったが、8月には盛り返してもらえるものと考えている。売上が前年と同程度であり、明確な打開策がない状況である。
	×	衣料品専門店（店舗運営）	・消費税の引上げによって生活必需品以外の売上減が見込まれる。
	×	一般レストラン（統括）	・10月の消費税の引上げにより、外食産業は悪くなるとみている。
	×	観光型旅館（スタッフ）	・前年比で予約状況は7～9月までは80～88%、10月以降は少し改善し92～97%で推移している。
	×	パチンコ店（経理）	・消費税の引上げがあり、消費動向が鈍る。
	×	住宅販売会社（従業員）	・リフォームの受注高は消費増の引上げの影響が小さそうだが、新築部門で影響が出そうである。
企業 動向 関連 (北陸)		一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内においては、消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響があり、物流関連の受注が堅調に伸びてきている。
		建設業（経営者）	・今後発注される工事物件がみえており、受注の機会が増えると予想され、気持ち的にも余裕がある。
		食料品製造業（経営企画）	・現状より更に悪化するとまでは考えていないが、受注や販売面及びコスト面においても状況が改善される見通しは立っていない。
		繊維工業（経営者）	・繊維の場合は全体をみると、悪い部門とまあまあ健闘している部門がある。その大きなところは資材分野で先行きの動きが非常に良いという状況である。相変わらず婦人衣料が悪いという状況は変わらないと考える。
		精密機械器具製造業 (役員)	・米中や日韓、英国のEU離脱問題、国内の消費税の引上げ等の不安要素に異常気象の問題も加わり、景気回復へのイメージが余りつかない状況である。
		通信業（営業）	・現時点での8月以降の受注見込みも前年並みの状況を維持している。
		不動産業（経営者）	・周囲の情報では、個人の動きは少しあるが、法人の話が少ないという不安がある。
		司法書士	・建築関係の会社は好調なようであるが、一方で会社の解散もまた多い。
		プラスチック製品製造業 (企画担当)	・米中貿易問題や中東、朝鮮半島など海外情勢の不透明感、材料費や運送コストの上昇が懸念材料となってきている。また、消費税の引上げ後は駆け込み需要の反動減も予想され、当面厳しい状況が続くものと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、やや悪くなるとみている。
		建設業（役員）	・直近又は今後の受注動向から先細り感がある。
		金融業（融資担当）	・米中貿易摩擦などを背景に、製造業全般の失速が思ったよりも大きいと感じる。前月辺りから潮目が変わったと話す企業が増え、その逆風が徐々に現実化している印象を受ける。今まで好調だった企業の業績悪化によって、地域における消費に影響を与える可能性もある。
		金融業（融資担当）	・取引先からのヒアリングでは、受注状況及び受注見込みが減少する企業は大半を占めている。
		税理士（所長）	・建設業や機械製造業での受注関係、あるいは量産型のところでも、元請の需要が非常に厳しいということで、特に国内向けの仕事が減っているのが目立っている。設備投資にブレーキが掛かっていないか心配である。働き方改革で残業代が減っていることから、個人消費が減るのではないかという不安もある。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦や中国経済の停滞などによる先行き不透明感が影響している。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・7月の売上は前年同月比で落ち幅が6月を上回った。最初は参議院選挙期間中の影響と思っていたが、終了後も売上の上昇がみられない。まだまだ回復の兆しは見受けられない状況である。
雇用関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（社員）	・賃金の見直しを実現すれば、労働者の勤労意欲が高まることが期待されるとともに、雇用側の勤務形態も多様化し、労働者数も増加するのではないかと考える。
		人材派遣会社（役員）	・依然として人材派遣登録者が増えないため、マッチングに苦しんでいる。有期雇用契約への関心がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話が余りない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が動いていない現状と、消費税の引上げ後の冷え込みが見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国際社会における我が国の立場は良くも悪くもない状態である。内需拡大の起爆剤としての東京オリンピック効果は首都圏に限定される。地方都市の景況感是不変である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数においては、引き続き一定の求人数を確保しているところであり、労働力確保に向けての相談も日々窓口で多々受けているため、当面大きな変動はないと考える。しかしながら、企業においては将来に向け、機械化やAI化を進めるような声もある。また、スマートフォンやパソコンに関わる電子部品製造業の一部において先行きが不透明との声も出ていることから、引き続き企業の動きには注意していく必要があると考える。
		職業安定所（職員）	・ゴールデンウィークで若干下がっていた求人倍率は6月以降回復しており、人手不足で求人募集をする企業が多い状況である。景気の不透明感はあるものの、当面はこのままの状況が続くとみている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足の状況が変わらないのと、消費税の引上げ後の消費動向の低迷や、米中貿易摩擦の影響による輸出減が、景気停滞への引き金になりそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・景気が変わる要素が見付けられない。また、消費税の引上げの影響について評価できない。
		*	*
	×	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連		家電量販店（店員）	・今後は暑さがピークとなり、消費税増税前の買換えも増えるため、景気は上向く。
(近畿)		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・お盆商戦への期待のほか、消費税増税の前には高額品やしよ品などを前倒しで購入する動きも出る。消費者の購買意欲が高まり、売上増に貢献する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・国内客については、消費税増税前の駆け込み需要で、9月末にかけての売上増が予想される。外国人売上についても、6月から続く円高傾向はやや円安に動くこととみえており、売上の増加率は現状よりも好転しそうである。
		百貨店（宣伝担当）	・9月までは消費税増税前の駆け込み需要で、消耗品や秋冬商材の先買いを見込んでいる。取引先も生産の増加や、商材確保に動いており、売上増を期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、余り目立たない状況であるが、過去の推移をみると、2か月前から活性化し、残り2週間でピークを迎えると予想される。また、各社も増税前に、購入を後押しする商材を用意しており、特に高額商材では、秋冬商戦前の2か月で売り切るとの取引先も多い。
		スーパー（店長）	・お祭りやイベントなどの行事に左右されることなく、来店がみられるなど、今の状況には安定感が感じられる。
		スーパー（販売促進担当）	・7月は、消費税増税に向けた駆け込み需要が予測したほどみられなかったが、8月は酷暑となり、気温が上向くことで、客足は戻ってくると予想している。また、高単価の商品から徐々に駆け込み需要も出てくることで、売上は増加する。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンを新しく入れ替え、2台から3台に増やしたため、売上は前年比で30%増えると予想している。
		コンビニ（経営者）	・時期的に秋祭りが続くため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・生活用品の売上の増加傾向は、まだまだ続きそうである。食品類を中心に、高単価商品へのシフトも続くことが予想され、客単価の上昇も期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・10月から始まる消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前ということで、駆け込み需要が期待できそうである。
		家電量販店（店員）	・決算と消費税増税前の駆け込み需要が重なり、販売量は増えると予想される。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税による駆け込み需要だけではなく、ラグビーワールドカップの開催による4Kチューナー内蔵テレビの需要や、次世代住宅ポイントを活用したリフォーム需要に期待できる。
		家電量販店（人事担当）	・本格的に暑くなれば、売上はやや持ち直すと考えられる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・お盆休みが長い分、外食関係の伸びが期待できる。
		高級レストラン（スタッフ）	・涼しくなって気候が安定すれば、客足が増える。
		一般レストラン（経営者）	・夏休みは観光客が増加見込みであるほか、アジアの国慶節により、景気は上向くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会は先行予約が良く、今月と同じく新規の団体利用が散見される。宿泊は不透明であるが、インバウンドの先行予約が好調である。
		旅行代理店（店長）	・前月と同じ状況で先が見通せず、客の勢いがいい。ただし、現状は生活が厳しいわけではないため、夏の繁忙期に動きが出てくることで、少しは前を向けると期待している。
		旅行代理店（役員）	・消費税増税に伴うポイント還元制度などの施策により、来客数が増えると予想される。
		タクシー運転手	・夏休みに入って人通りもかなり増え、交通手段として利用されているほか、インバウンド客の案内も増えてきている。
		タクシー運転手	・ボーナスが入り、少しの間は上向くが、お盆前には再び客足が鈍くなる。
		通信会社（企画担当）	・お盆シーズンで、アミューズメント施設などは書き入れ時となる。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG競走やG1競走の売上が好調であり、特に電話投票の伸びが著しい。一般競走も同様で、売上は増加傾向にある。
		商店街（代表者）	・消費マインドは変わらない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今年はゴールデンウィークが余りにも特別であったため、夏休みは厳しいとの予想であったが、今のところはそのとおりになっている。また、京都や大阪に比べると、外国人観光客も少ない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月に取引先の新規開店が予定されているが、韓国観光客による不買運動の影響で、プラスマイナスゼロとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔菓子〕 (経営企画担当)	・4～6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94.5%、関東は107.6%、中部は98.7%、中国は110.8%となり、各地区の平均は99.8%であった。今年はゴールデンウィークの10連休、6月のG20大阪サミットなどの不確定要素が幾つかあり、前年との比較は難しいが、全体としてはそれほど悪くない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今後は国際的にも難しい状況が続く。
		一般小売店〔花〕(店員)	・予約数は前年と大きな変化がなく、前年と同様の売上が見込める。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・給料が上がらないのか、ぜいたく品と考えているのか、着物や帯の販売量が減ってきている。今どうしても必要かどうかを考えて、買い控えているようである。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税を前に消費は少し上向くものの、年金問題が解決するわけでもなく、世界情勢による不安も続くなど、景気の上向く要因がない。プレミアム付商品券も、前回に比べて対象者も限定的であり、消費全体を刺激する効果はない。
		百貨店(営業推進担当)	・前回の消費税増税時には、3か月前には一定の駆け込み需要がみられたものの、今回はその動きが感じられない。8～9月になって需要が加速するとは考えにくく、今後の景気、特に個人消費に関しては、活発化するとは予想できない。
		百貨店(サービス担当)	・インバウンドをターゲットに化粧品売場を増床し、新しいショップも来月以降にオープンする予定のため、現在の実績は維持できる。
		百貨店(商品担当)	・参議院選挙前に話題となった年金に関する不安や、米国の保護主義による影響、韓国との経済問題とマイナス材料が多い。また、消費税増税に向けての駆け込み需要も限定的で、消費へのプラス効果は多くを望めないなど、全体的には弱含みの見通しである。
		スーパー(経営者)	・天候不順や冷夏の影響で、夏物商材の動きが悪い。これから回復したとしても、期間が短く、取り戻せない。
		スーパー(経営者)	・10月の消費税増税に向けて、ポイント還元事業者ではない企業が、増税前の特売を仕掛けてくる。働き方改革で人手不足が深刻化し、秋の最低賃金の引上げも予定されるなか、消費マインドの落ち込みに加え、同業者の特売や経費の増加が利益を食い潰すことが予想される。
		スーパー(店員)	・天候に大きく左右されるため、暑過ぎる日が続くと、野菜や果物の入荷がどうなるかわからない。価格も下がらなければ、売れずに残ってしまう。
		スーパー(エリア統括)	・消費税増税前の1か月間は、過去の事例では特売がみられたが、今回は軽減税率に加え、キャッシュレス決済によるポイント還元も用意されている。ドラッグストアの低価格品や食品関連では大きな需要は期待できないため、10月からの増税後の反動減も、従来のような大きな落ち込みはないと予想している。
		コンビニ(経営者)	・給与が低くても、客はその状況で楽しんでいる。自分の好きなことから満足感を得ている様子であるため、今後も大きな変化はない。
		コンビニ(店長)	・現状は何も変化がない。
		コンビニ(店長)	・しばらくの間は、現在の動きが維持できそうである。閉店した近隣2店舗の今後の計画は、まだ分かっていない。
		コンビニ(店員)	・10月からの消費税増税に備え、軽減税率に対応したレジに入れ替えた。コンビニでは増税前のまとめ買いはそれほど多くなく、必要な物を買っていくため、大きな影響は出ていない。
		コンビニ(店員)	・特に変化なく、今後も伸びていく。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・必要なスーツやシャツのほか、欲しい物であれば高額でも購入がみられる。
		家電量販店(店員)	・消費税増税や年金などの様々な報道があるが、必要な物は購入せざるを得ないので、この数か月で変化を感じることはない。
		乗用車販売店(経営者)	・改善する材料も、悪化する材料もない。
		乗用車販売店(経営者)	・ボーナスや消費税増税など、消費を促す材料はそろっているが、客足は鈍い。全く販路がなく、短期間に方針を2度転換した業者もいる。

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
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・7月上旬の売上が芳しくなかったため、売上確保のために早めにセールを実施したが、特典が少なく、割引の低い物は効果が出ず、費用のみが負担となっている。客の取り込み方法を検討する必要がある。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・8～9月は、消費税増税の前倒し需要が一時的に増えるが、影響は軽微である。
		高級レストラン（企画）	・供給過多による単価の低下懸念はあるものの、中高額品の売行きは堅調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	・市のイベントに参加するため、店の知名度が上がる。今後の来客数の増加につながるが、消費税増税前は外食の機会が控え目になりそうである。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・一気に暑くなってきたため、客の動きはすぐに鈍くなる。ただし、お盆に台風などの影響がなければ、プラス材料になる。
		観光型旅館（経営者）	・先の動きは、価格帯によって異なるように見受けられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・11月後半から12月にかけての忘年会も、例年どおり受注できている。会費を集めての宴会については、消費税増税を気にしながらの予約となっている。宿泊は、低価格ホテルの参入で稼働を重視した販売になるため、大きな収入増にはつながらにくい。
		都市型ホテル（客室担当）	・秋には大型ホテルの開業を控えており、どう考えても供給過剰となる。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊については、8月の予約客数は前年を上回っているが、9月以降は前年を下回っている。一方、宴会部門では、10～12月の予約が前年を大きく上回っているが、これは今年3月までに10月以降の宴会場の予約を確定させた場合、消費税率が8%となる措置を利用した動きである。
		都市型ホテル（管理担当）	・受注の伸びる要素が見当たらない。東南アジアからの団体客の減少を、個人客の確保でしのいでいる状況に、大きな変化はみられない。
		旅行代理店（支店長）	・10月22日の皇室行事に伴う、国民の休日は余り知られておらず、旅行需要に結び付きにくい。また、ラグビーワールドカップが始まれば、自宅での観戦が増えるため、現状から大きな変化はない。
		タクシー運転手	・ゼネコンや一般企業によるハイヤー予約などは、順調に推移している。
		タクシー運転手	・京都市内でも気温が35～36度となっているが、ほとんど乗ってもらえない。
		通信会社（社員）	・現時点で販売が上向く要素が見当たらない。携帯電話市場への新規参入に対する、キャリアの対抗策に期待したいところである。
		観光名所（企画担当）	・現状、国内客は前年並みであり、韓国からの客は減少しているが、他のアジアからの客が増えているため、インバウンドの客数は変わっていない。ただし、今後はインバウンド客の動向が心配される。
		遊園地（経営者）	・消費税増税や、日韓関係の悪化によるインバウンドの減速などで、先行きは不透明である。プラスに転じる要素が見当たらない。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球の公式戦が6試合開催されるほか、人気グループのコンサートもあるので、前年並みの来場者を見込んでいる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・10月以降は、やや高額なアトラクションや商品の動きに心配な点もある。
		美容室（店員）	・ヘアカラーのオーダーが落ち着くため、通常のメニューに戻るが、トリートメントの比率が上がる。
		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、気温が下がり始めると来客数が減るが、10月頃はまたそれほど減少しない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要もなく、通常と変わらないペースである。今のところは増税後の動きが予想できない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの販売状況は、エリアごとの需給バランスや客の物件選別の動きに応じて、好不調の差が開いている。今後も全体的に良くなるとは考えられない。
		住宅販売会社（総務担当）	・大きな落ち込みはないが、消費税増税前の大きな駆け込み需要はなく、景気が良くなる兆しも感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・消費増税を控えているが、住宅購入については、増税を見据えた対策が充実しているため、今よりも悪くはならない。
		その他住宅〔住宅設備〕 （営業担当）	・現状、更に好転する材料は見当たらないが、点検業務に関しては、好調のまま現状維持できそうである。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・足元の景況感には大きな変化が感じられない。消費増税についても、市場としては受入れ可能な環境にある。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・客の動きとしては、消費増税などの話が増え始めるのが怖い。8月は耐えるのみである。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・来月からは身の回り品の値上げが決まっており、家計は少なからず圧迫される。年配客の話では、外出すると交通費や外食費が掛かるため、なるべく家の近所から出ないそうである。余分にお金を使わずに生活しようとする姿勢であり、生活としては厳しい状態が続いている。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・数か月後には消費増税が控えている。今回の増税は、駆け込み需要が期待できる雰囲気ではなく、周囲の商店の様子や消費者の声から判断すると、増税後には景気が悪くなる懸念が大きい。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドは低迷しているが、韓国からの旅行客の減少により、更に低迷することが予想される。
		百貨店（売場主任）	・消費増税前は、駆け込み需要を含めて消費は伸びるが、増税後の落ち込みがどこまで続くかは不透明である。米国と中国、日本と韓国との貿易、経済問題を含め、世界情勢は不安定である。このような状況で、実質所得が増える見込みはないほか、心理的な変化も影響し、景気や消費が回復する材料は乏しい。
		百貨店（売場主任）	・前年の9月も、台風の影響で非常に苦戦を強いられた。今年も冷夏から始まり、8～9月の台風シーズンが心配される。
		百貨店（企画担当）	・現在の消費の動きは、8月も続くと思込まれる。9月は消費増税前の駆け込み需要が見込まれるが、10月の増税以降は、売上は大きく下落すると予想される。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げ幅は2%と小さいため、駆け込み需要での高額品の購入では期待できない。一方、増税後の買い控えは、半月間は続くと思込まれる。
		百貨店（外商担当）	・消費税率が5%から8%に上がったときほどではないが、増税前の9月には高額商品の駆け込み需要は出てくる。それに伴い、翌月の10月には反動減もあり、景気を押し下げると考えられる。
		百貨店（マネージャー）	・好調な高額品は、10月の消費増税前の駆け込み需要が本格化するため、底上げが期待できる。ただし、台風などの天候不順が予想され、百貨店売上の大きな割合を占めるファッション関連は今後も厳しく、全体の足を引っ張ると思われる。
		百貨店（販促担当）	・前年の猛暑や今年の低い気温の影響で、夏物に対する消費意欲が高まる見込みは薄く、消費増税前の節約意識も重なり、苦戦が予想される。また、10月以降は増税の影響で更に節約意識が高まる。オケージョン消費や、コトと絡めた販売など、消費が楽しいと感じる提案が重要となる。
		百貨店（販売推進担当）	・消費増税が実施されれば、消費動向はかなり厳しくなる。軽減税率が適用される食料品のイベントや、富裕層に対する時計などのインポート商材、インバウンド向けの化粧品などの強化で、少しでも影響を軽減したい。
		百貨店（売場マネージャー）	・米中貿易摩擦や日韓関係の悪化、英国のEU離脱問題など、経済環境の悪化は避けられない。また、消費増税前の駆け込み需要が見込まれるものの、増税後の消費悪化は避けられない。
		百貨店（マネージャー）	・10月の消費増税により、消費の二極化傾向が更に進む。消費者の階層化のほか、消費の分野や場面の二極化など、選択消費の傾向が進むことで、小売やサービス業は厳しい局面を迎える。
		百貨店（マネージャー）	・7月だけをみると好調であるが、実際には5～6月に買い控えた客の売上が集中した感が強い。月後半から仕掛けた定価品の販売も力強さに欠けており、セールへの一極集中傾向が強いので、8月以降の商戦にも不安が残る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・消費税増税後は、増税前の駆け込み需要の影響が11月までは残る。12月商戦でも、高単価品やぜいたく品の買い控えが起きそうである。
		スーパー（店長）	・直近の8～9月は一時的に景気が上向くものの、10月以降は失速する。消費税増税による駆け込み需要の影響で、買い回り品がどの程度落ち込むかは予測不能である。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は少なく、増税後は更に消費が減ることになる。
		スーパー（店員）	・秋頃は特にイベントもなく、売上の増加が見込めない。
		スーパー（企画担当）	・日用品などの価格の安い物は、9月に消費税増税前の駆け込み需要があるものの、総じて厳しい状態は続く。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税を前に、節約ムードが高まる。さらに、ポイント還元制度や軽減税率の仕組みは非常に分かりにくく、これによる混乱が、消費の減少に拍車を掛ける懸念が大きい。
		スーパー（開発担当）	・10月からの消費税率の引上げを前に、一時的に売上は増えるが、その後は減少する。足元では、食品関係の値上げが続く一方、客単価は下がっている。
		スーパー（社員）	・競合店が増えるなか、イベントやチラシでの売上確保を進めているが、なかなか来客数は増えない。消費全体が増えていないため、今後も他店との客の奪い合いが続くと予想される。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税の影響は確実に出るほか、軽減税率に対応するための設備投資の負担も無視できない。
		コンビニ（店員）	・暑い季節は繁忙期であり、秋になると少し落ち着く。
		コンビニ（店員）	・全体的に動きが良くなる要因もなく、やや厳しい状態が続かないか、心配である。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後の冷え込みが若干あり、販売量が減ると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・参議院選挙が終わり、国民は新しい政権の体制を見極めようとするほか、消費税増税もあり、経済に対しても様子見の状態になる。韓国や諸外国との問題も出てきたため、しばらく景気マインドは良くならない。
		乗用車販売店（経営者）	・例年よりも車の販売台数が伸びず、車検やその他の整備も、在庫の予約が少ない。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税による影響は限定的とはいえ、ある程度の落ち込みは避けられない。
		住関連専門店（店員）	・消費税増税の影響で購買意欲が下がる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・これから行われる日米貿易交渉において、米国からの様々な要求によって不利な状況に追い込まれると、景気に大きな影響が出る。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税に備えた購入では、貴金属や宝飾品は優先されない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料を気にしたり、少しでも安い物を探す客が増えている。しばらくはこの状況が続くそうである。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・食品価格の値上げや、天候不順による野菜価格の高騰など、消費へのマイナス材料が目立つ。消費税増税前の駆け込み需要にも期待できない。
		一般レストラン（店員）	・ボーナスシーズンであるが、例年と比べてかなり単価が下がっているため、今後の単価や来客数の改善は見込めない。
		一般レストラン（経理担当）	・景気が良くなりそうな材料がない。東京オリンピックに向けた盛り上がりも今一つである。
		一般レストラン（企画）	・天候不順の影響はあるが、予想外に落ち込みが大きい。年金の2000万円問題や、10月の消費税増税など、将来的な不安によって消費マインドが低下している。
		観光型ホテル（経営者）	・8月の先行予約も非常に動きが悪い。9～10月はまだ何ともいえないが、消費税増税を控え、レジャーに対して節約モードになっている。
		都市型ホテル（管理担当）	・ホテルの需要と供給のバランスが悪化したまま、良くなるとは考えにくい。また、韓国からの宿泊者は全体の0.8%と大きくないため、現在は直接的な影響がみられないが、問題が長引くようであれば、間接的な影響を受けると予想される。
		都市型ホテル（フロント）	・まだまだホテルの供給が増える。特に、大阪の中心部に1000室もある大型ホテルが秋にオープンを控えており、戦々恐々である。
		通信会社（経営者）	・消費税増税後の動向が気掛かりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・消費税増税が近づいているので、これから必ず消費の低迷期に入る。増税への対策についても、期間限定の内容が多く、消費を拡大するための根本的な対策がないと感じる。
		競輪場（職員）	・消費税率が10%に上がる不安があるほか、世界の政治や経済も安定しているとはいえ、良くなる要素が乏しい。
		美容室（店長）	・消費税増税の悪影響が心配される。
		美容室（店員）	・消費税増税の話が客との会話でよく出るため、2～3か月先には動きが鈍り、消費に対して様子見となる人が増えそうである。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・前月に続き、夏の特別学習での生徒の獲得が余り見込めず、退会の人数が上回りそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の影響が落ち着くまでは、景気は上向かない。
		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）	・先日の企業の決算発表では、減益の企業も多かったことなどから、今後は心理的な要因で消費は減少すると感じる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税による悪影響が出る。
	×	百貨店（売場主任）	・日韓関係の状況を見ると、インバウンド売上は更に減少し、消費税増税前の駆け込み需要を打ち消す形となる。また、10月以降は更なる悪化が予想される。
	×	スーパー（企画）	・消費税増税後の1か月は、大きく冷え込むことになる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・近隣の商業施設の賃貸料が低下し、低価格の商品を販売する店舗が増えている。この2～3か月で、タピオカミルクティーの店が4～5店舗閉店する予定である。単価は数百円である。また、330円の食パンを売る店舗は長蛇の列で、連日完売となっているが、その隣の850円のラーメン店はほとんど客が入っていない。デフレ傾向が酷くなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今年は参議院選挙があった影響で、7月の落ち込みが大きいが、これからますます落ち込んでいく。
	×	住関連専門店（店長）	・前回の8%への消費税増税時に比べると、消費者の意識が今頃になってようやく高まっており、慌てている客が多い。現在の案件の多さはそれに起因する部分が多く、今後は消費税増税に伴う客の混乱と、受注の落ち込みが懸念される。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・通常の事業内容に加えて、新たな事業が3か月後に2件ほど始まるため、売上、利益共に拡大する。
		食料品製造業（従業員）	・一気に良くなるわけではないが、お盆が明けると、食品は秋冬商材になる。新製品も加わることで、多少は売上もプラスに転じる。ただし、その後の消費税増税がどのように影響するかが心配である。
		食料品製造業（営業担当）	・梅雨が明け、残暑が続く予報となっているため、飲料水の売上は少し良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・消費税率の改定に伴い、印刷物の発注が増えると予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えてきたため、受注増が期待できる。
		建設業（経営者）	・今止まっている案件などが出てくるため、それに伴い、発注量も増えることが予想される。
		金融業（営業担当）	・案件の話は多いが、成約にはなかなか結び付かない。
		広告代理店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		経営コンサルタント	・季節的な変動もあり、秋口に掛けては少し落ち着いた状況となる。消費税増税が直前に迫っていることから、楽観的な見通しかもしれない。
		繊維工業（総務担当）	・お盆休み以降は、消費税増税前の駆け込み需要が始まるが、その後の反動を考えると、新商品などでの他社との差別化が必要となる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する要因が見当たらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・不安を上げればキリがないが、ここまで現状維持できているため、雰囲気としては今のままで推移していく。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税率の2%引上げで景気が上向くとは考えられず、それによって景気は悪くなる。
		金属製品製造業（営業担当）	・一進一退の状況が予想される。
	一般機械器具製造業（経営者）	・景況は低調となっており、今後もこの傾向は続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（設計担当）	・周囲では消費税増税によって悪化するとの声が多いが、事前に分かっていることであり、大きな心配はない。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・10月以降は、自動車向けの動向次第である。9月の日米交渉に左右されるが、現状は不透明と感じる。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業では好景気が続いているようだが、中小零細企業はその恩恵を感じることができず、苦勞しているところが多い。その上、10月からは消費税率の引上げが予定されており、不安が大きくなっている。
		建設業（経営者）	・監理技術者や技能労務者、一部の建設資材の不足は解消されず、工事が確保できても先行きは不透明である。
		輸送業（商品管理担当）	・お中元の時期にもかかわらず、販売量が低迷しているため、今後2～3か月先も良くなるとは思えない。
		輸送業（営業担当）	・お中元売上の前年比での減少は、予想以上に大きかったが、前年に運賃の値上げを行ったため、利益は横ばいである。
		金融業（副支店長）	・今後2～3か月の受注状況をヒアリングしても、景気の良い話は少ない。現状を維持するのも容易ではないとの回答が多い。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・2～3か月程度では、まだ周囲に景気の変化を感じることもないが、その後は心配である。韓国向け輸出管理の見直しも、日本への悪影響は軽微とはいえ、影響が直撃する業種もある。ただし、これに臆することなく日本政府は実行してほしい。多くの国民が支持する対策を粛々と実行し、政府の立場を更に高めることにより、景気の安定にもつながる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前であるが、広告に積極的な客も少なく、駆け込み需要もなさそうである。
		司法書士	・事件数、案件共に少なく、好転しそうな要因も見当たらない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・また大型連休があるため、業務が回らなくなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・まずまずの動きであり、今後も変化はなく、例年どおりと予想される。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・これからは、来年度予算の案件獲得に向けた活動になる。
		食料品製造業（経理担当）	・参議院選挙の結果による動きもなく、消費税率の引上げは、複雑な計算もあって消費者には負担であるため、今後も良くならない。
		化学工業（経営者）	・新規案件の間合せが減っており、各営業担当から上がってくる先行きの見通しも、軒並み悪くなっている。
		化学工業（管理担当）	・今後の取引先の状況を調べたところ、先行きの不透明感から、景気が良くなるとの回答はほとんどない。
		金属製品製造業（経営者）	・今後の発注の内示状況によると、米中貿易摩擦による出荷量の減少が顕著に出てくる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・近隣でも不動産価格は高止まりしているが、不動産向けの銀行融資には消極的な反応がみられる。現状は工場用地にも例をみないほどの価格が提示されており、一気に価格崩壊が起きないことを願っている。現在の価格で工場拡大を行った後に、景気後退が起きれば、信用不安を引き起こしかねない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想されるものの、増税後の買い控えの方が深刻になりそうである。
		建設業（経営者）	・消費税増税の影響が、ある程度出てくると予想している。
		輸送業（営業担当）	・今後は売上が増えるようなイベントもないので、悪くなる。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦が終わり、参議院選挙も終わったため、良くなる要素がない。夏休みにどれだけ消費が増えるかが鍵である。
		不動産業（営業担当）	・当地域からの企業の撤退は今後も続くため、将来の景気に悪影響を及ぼす。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・インターネット広告を重視する企業が増えており、折込広告が減少したまま、回復の兆しがない。
		広告代理店（営業担当）	・売上の前年比が100%を下回っている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・日韓問題の影響はまだみられないが、今後は韓国人旅行者の減少が予想される。人気のテーマパークや行楽地、神社仏閣への来客にも影響が出そうである。

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
	×	繊維工業（団体職員）	・消費税増税を控え、一般的には駆け込み需要が予想されるが、全くその気配はない。
	×	繊維工業（総務担当）	・販売量の減少だけではなく、利益率も低下しつつある。
	×	化学工業（企画担当）	・慢性化している食品需要の低迷に加え、夏季の需要低迷期に入る。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・自助努力に励んでいるが、世界的な政情不安には、個々の企業では対応できない。一部の権力者を除けば、無力であることを感じさせられる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題などがあり、先行きは不透明である。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・9月からの秋採用の求人募集が始まる。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・保留となっている新規の仕事が入れば、やや良くなっていく。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京オリンピックまで1年を切るなど、前向きなトピックも多い。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税を前に、駆け込みで工事が行われているため、求人の増加が見込まれる。また、建設業界における慢性的な人手不足により、採用条件の引上げも期待される。
		人材派遣会社（経営者）	・景気がスローダウンしてきており、9月末に向けて契約延長をしない会社がかかり出ると予想される。懸念材料が増え始めるなか、下期からどのような動きとなるのかを注視したい。
		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き、この2～3か月の景気に大きな変化はない。ただし、来年4月に控えている同一労働同一賃金の導入には、大きな影響を受けそうである。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・今のところ、新聞求人によりの景気を左右するような動きはみられない。ただし、貿易をめぐる日韓関係の悪化は長期化する様相をみせており、インバウンドにも少なからず悪影響が出そうである。韓国からの観光客が減ることで、関西の景気が冷え込む可能性はある。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高止まりしているものの、経済の不透明感による減速もみられるため、現状よりも良くなるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・景況感が悪化したとの企業の声が増えているが、人手不足感は高止まりしている。景況感に比べて、雇用情勢の悪化は限定的とみられる。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干減少気味であるが、求職者も減ってきている。ただし、求人倍率は高い水準であるため、人手不足感は強い。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・2～3か月では変わらないように感じるが、急に減速する可能性も否定できない、微妙な時期だと感じている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3か月後には秋のインターンシップが始まるため、景気は今月と同じ状態が続く。なお、更に良くなるとは言いが切れない理由は、採用活動の早期化によって、4年生になると動いている学生が減るため、その分がマイナスとなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わる要素がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・天候も良くないため、暗い気持ちになりがちである。
		人材派遣会社（役員）	・求人数の減少傾向に加え、消費税増税が控えている。
		人材派遣会社（支店長）	・案件の信ぴょう性が低く、決定率が落ちてきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税が近づき、消費全体が減っていると感じる。
	職業安定所（職員）	・求人数などに余り変化はないが、企業の感触としては良くなる見込みがなく、下降傾向にあるとの意見が多い。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・この時期は求人数、求職者共に減少傾向となる。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・今後の日韓情勢を勘案すると、景気は後退することになりそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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)		一般小売店〔靴〕（経営者）	・7～8月は例年売上が下がるが、9、10月～年末に向けて売上が回復していく。
		百貨店（外商担当）	・現状ではほとんど影響はみられないが、今後消費税の引上げ前の駆け込み購入が加速する。
		百貨店（営業企画担当）	・改装効果での売上増とキャッシュレス消費者還元による自社クレジットのポイント還元による効果が出現する。
		スーパー（販売担当）	・高単価商材の鈍化に伴い、客単価が下がる傾向にある点が懸念材料の1つになっているが、これから先消費税の引上げ前の駆け込み需要で、短期的には景気が上向いてくる。
		家電量販店（店長）	・10月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できるし、それ以降はプレミアム付商品券の効果が出てくる。
		家電量販店（販売担当）	・期末であることや、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（統括）	・新型軽自動車の販売が好調を維持する。
		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により上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の投入や消費税の引上げ前の駆け込み受注の関係で来客数が多少増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の登録が可能になるため上向く。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、10月までは上向きに推移していく。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休み、お盆休みと先行予約が順調であるため、やや良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・梅雨が明け、夏休みも本番に入るので、川や山での遊びを目的とした客が訪れたり、近隣からの宿泊客が増加したりするとともに、レストランの利用客も増加する。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行では、韓国の異常な状況で韓国や中国への旅行はないが、その他の地区が徐々に良くなる。
		タクシー運転手	・夜の利用は日によって良い悪いがあるが、これからますます暑くなり、イベントも増えてくるので、全般的にはかなり利用が多くなる。
		通信会社（総務担当）	・新サービスを展開する予定で、契約数が増加する。
		テーマパーク（営業担当）	・秋の行楽シーズンに向けて客の動きが活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・秋は春のゴールデンウィーク、冬のイルミネーションのイベントの次に来園者が多い時期で、台風等天候の心配はあるが、連休も続くため、多くの来園者が期待できる。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げ前なので良くなる。
		観光名所（館長）	・天候による影響は大きいですが、東京オリンピックまで1年を切りインバウンド効果が堅調で、日本人客も城ブームが底辺で広がって幅広い年齢層が訪問する。
	その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・繁盛期になるため良くなる。	
	設計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨から1年がたち、仮設住宅から元の地域へ戻るための動きが出だしたところで、住まいの建築相談がこれから始まる。	
	住宅販売会社（営業担当）	・現在も問合せが多く、この先も問合せが増える。	
	商店街（理事）	・消費税の引上げ幅が2%と前回より小さく、駆け込み需要よりも先行き不安が働くため、購買意欲は変わらない。	
	商店街（代表者）	・買物に対してとてもシビアで、幾ら安くても必要でない物は買わないし、大型店のポイントが高い日に必要な物を買うという客の姿勢は変わらない。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近是新会社設立用の印鑑やゴム印の注文が少なく、これから夏場に掛けても動きが少ない状況が続く。	

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
		一般小売店〔食品〕 （経営者）	・消費税の引上げ前ではあるが、食品スーパーにおいては、商品が軽減税率の対象になっており、消費の動向に大きな変化はない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕 （経営者）	・これからが暑さも本番なので、しばらくは今の状況が続く。
		百貨店（経理担当）	・10月以降は消費税の引上げの影響で前年の売上を維持することが厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げ前に多少前年より売上が伸びるが、10月以降は買い控えの傾向が出てくる。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げを控えているが、前回の引上げのときのような大幅な伸長や下降はなく、いずれにしても厳しい状況が継続する。
		百貨店（購買担当）	・消費税の引上げ幅が2%だと余り影響がないという見方が多く、特別な仕掛けを行う取引先も少ないが、客の方にも特別な動きがみられないため、変わらない。
		百貨店（売場担当）	・現時点で消費税の引上げ前の駆け込みの動きはみられず、夏物の回復を待つ状況で、冬物展示会でも専門店からの発注が事前に入らないなど、全てが直近にならないと動かない状況が続いている。
		百貨店（人事担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要も前回ほどにはならない。
		スーパー（店長）	・贈答という部分では顕著な景気の悪化がみられるが、家庭内支出においては大きな変化がみられないこともあり直近での景気動向は変わらない。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あるが、景気の上昇はない。
		スーパー（総務担当）	・今年も猛暑の傾向にあり、生鮮品の値上がり心配ではあるが、景気はさほど変わらない。
		スーパー（販売担当）	・来客数も販売量も変わらない。
		スーパー（販売担当）	・現在より良くなる要因が出てこない。
		スーパー（管理担当）	・来客数の減少傾向が続いており、改善の兆しがない。
		スーパー（業務開発担当）	・夏季商材は気温が高くなってれば例年並みの動きが出てきそうだが、競合との価格競争と客の節約志向で相変わらず厳しい状況が続く。
		スーパー（営業システム担当）	・梅雨明けからすぐに気温が上昇し、残暑も厳しくなるとの予報が出ているため飲料やアイス、冷感グッズの売行きが良くなる。お盆を控えているが長いゴールデンウィークの影響もあり、それほど売上は上昇しない。
		コンビニ（エリア担当）	・スタッフの不足でメンテナンスが下がり、売上が低下するが、店舗付近で結構工事があり、来客数も前年並みを維持するため、変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・地元プロ野球チームの調子が上がらず、景気が上向かない。
		コンビニ（支店長）	・春先からのコンビニエンスストアの24時間営業に関する報道によるイメージの悪化が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げの影響もあり、景気が良くなる要素がみえてこない。
		衣料品専門店（代表）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上は増えるが、引上げ後にその反動が来る。
		家電量販店（店長）	・何かきっかけがないと今後も客が余分な出費を控える。
		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しばらくは持続する。
		乗用車販売店（店長）	・消費税の引上げ前の買換えに期待したいが、現在の客の購入意欲を考えると厳しい状況が続く。
		その他専門店〔和菓子〕 （経営者）	・大きく変化する要素がない。
		その他専門店〔土産物〕 （経営者）	・お中元商戦でもなかなか苦戦しており一向に良くなる兆しが見られず、働き方改革のため有休を取得する従業員が多く人件費など経費の面でも厳しさが続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 （管理担当）	・景気が良くなる材料が余りなく、引き続き情勢不安が残っているため、大きく変わらない。目的買いやコト消費の傾向は今後も続いていくが、財布のひもが固い状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・7月上旬に食事のメニューを変更し、一部商品の値上げを実施する一方で、ハーフサイズやクォーターサイズを採用し、買上点数の増加を図った。また、曜日によるメインターゲットを明確にし、飲み客と食事客を区別し、平日の来客数の回復を目指しているが、すぐには効果が出ないため、変わらない。
		一般レストラン（店長）	・客単価自体は大きく落ち込む事なく推移するが、10月の増税がどのように影響するかが不透明で、増税分を価格に転嫁する予定だが、来客数の伸びが落ち込むので大きな伸びはない。
		スナック（経営者）	・ここ何年も地方の景気は良くなっていない。今後2～3か月先に景気は良くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・夏季の集客時期に入り、ある程度回復するが、駅の商業施設の工事が長期にわたる影響は避けられない。行政の消費活性化施策も実施されるが、ボーナス後も身の回りの消費は回復してこない。
		旅行代理店（支店長）	・国策としてプレミアム付商品券事業があるものの、消費税の引上げの影響がかなりあるため、変わらない。
		タクシー運転手	・8月辺りまではボーナスが支給される会社があるが、夜の街の動きは変わらない。
		タクシー運転手	・消費税の引上げなどいろいろな問題があり、状況は変化しない。
		通信会社（販売企画担当）	・総務省主導の電気通信事業法改正により、購買サイクルは長くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の動きは変わらない。
		通信会社（経理担当）	・景気の悪い話を余り聞かず、今後も変わらない。
		競艇場（企画営業担当）	・今後2～3か月で今月と同等の売上が見込まれるレースが開催される。
		美容室（経営者）	・商店街に人が流入する動きがなく、来客数も増加しない。
		設計事務所（経営者）	・客が慌てる様子もなく、このまま推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げを控え、慎重な動きの客が多く、消費税の引上げ以降、生活が落ち着いてからでないと良くならない。
		商店街（代表者）	・今後、消費税の引上げのニュースもあり店頭でも話題にあがるため、景気は今以上に悪くなる。
		商店街（代表者）	・店舗過剰、デフレ、少子化、インターネット販売が進むなか、ウエイトの低いベビー服、子供服はますます厳しくなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・地元の経済は相変わらず低調で、人口減少の影響が出てくる。
		百貨店（広報担当）	・消費税の引上げで消費者の購買意欲が下がる。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げで最終的には厳しくなる。
		スーパー（店長）	・来客数が徐々に減少するなかで、消費税の引上げもあるため、客がなおさら生活防衛に入る。
		スーパー（店長）	・必要などきに必要だけ購入するという意識が強くなりトレンドは悪くなる。
		スーパー（財務担当）	・消費税の引上げにより、今以上に節約するようになり、買上点数の減少が続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税の引上げでの混乱と世の中の買い控えの風潮が進む。電子マネー決済の還元が認知されると回復が期待できるが浸透に時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・10月からの消費税の引上げでますます厳しくなる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げで景気がやや悪くなる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税の引上げは購買意欲を低下させ、消費に影響する。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・10月からの消費税の引上げで消費を抑制する気持ちが働き、やや悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で瞬間的に上昇するものの、引上げ後は心理的にも買い控えが発生し、年内は若干厳しくなる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・予約ペースが前年に比べ上がってこない。
		一般レストラン（経営者）	・時期的に消費税の引上げ前後となり、買い控えが発生する。また、軽減税率やポイント還元等周知がなされていないので、消費傾向が減退する。
		一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが支給され、一時的に景気が良くなっているが、消費税の引上げで景気が一段と悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（総支配人）	・米子発着の香港便、ソウル便の定期便低迷や出雲発着の金浦空港チャーター便の運行中断の延長など先行きが不透明なため悪化する。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げに向けた直営レストランの価格変更に伴い来客数が減少し、アジア、特に香港、台湾や国内宿泊利用客の動きが鈍くなる。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が具体化する時期で、軽減税率は複雑すぎて理解が追い付かず、当面は緊縮財政を始める家庭が増える。
		通信会社（企画担当）	・客の多くが消費税の引上げを否定的に受け取っており、消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるが、定額制サービスでは家計引締めのため、料金の低いコースが選択される。
		観光名所（館長）	・韓国からの旅行者減少により、来館数が減少する。
		ゴルフ場（営業担当）	・例年であれば韓国からの予約が増えてくる時期だが今年は低調で、消費税の引上げが実施される10月以降は動きが悪くなる。
		美容室（経営者）	・人材難や働き方改革で稼働時間の制限が生まれ、技術職である美容の分野では厳しい現状が続く。
		美容室（経営者）	・節約が当たり前の状況になり、景気も悪い方向に進む。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げ前後の景気刺激策が告知不足で小売店に対するポイント還元手続きの周知徹底ができていないため悪くなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の9月末までは商品が売れるが、10月以降売れなくなる。
	×	乗用車販売店（店長）	・毎年8月は新車、サービスいずれも苦戦しており、今のところ消費税の引上げ前の駆け込み需要がほばない状況なので、今よりも落ち込む。
	×	通信会社（広報担当）	・価格の低廉化、ともすれば無料ということばかりが横行しており、景気回復どころか利益も出ない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も新車の登場で繁忙期が続く。
		繊維工業（監査担当）	・9月から秋物商戦が始まるので、現状と比較すると、動きは活発になる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・10月の消費税の引上げを前にしてやや良くなる。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり、来月は余り変わらないが、2か月後は、賃貸住宅の需要が増える。
		農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・物流費が高騰したままで推移し、コストが上昇している。また、貿易摩擦が激化している状況で、サプライチェーンの視点から考えると、この先も予断を許さない。
		化学工業（総務担当）	・特に変化する要素が見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・特定分野で生産量が増加し、多忙感はあるが、全ての分野ではなく、この状態が数か月継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注に回復傾向がみられない。
		鉄鋼業（総務担当）	・通商問題のリスクが解決しないと現状の低調な活動水準が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での素材供給は当面低調に推移する。
		金属製品製造業（総務担当）	・今後、注視すべきは米中関係でその動向によって影響はあるが、3か月先までは受注に大幅な変動はなく、現状が継続する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが変わらない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・海外も含め、足元は発注される船種が極めて限られており、業界全体に活気が生まれにくい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は低い水準ではないが、日当たり数量が並のまま変わらない。
		建設業（経営者）	・受注量もあり人手不足が続いているので、今の状況が大きく変わらない。
		建設業（総務担当）	・資材が高騰し納期に時間が掛かる状況だが、物件数が多いため、工期に余裕があり、利益率の高い物件をある程度選択できる状況が続く。
		輸送業（総務担当）	・客の動向等が変わらない。
		輸送業（支店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込めず、労働環境改善の投資が収支に影響し、利益が厳しい状況で、人の採用がそのまま経費の上昇につながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業企画担当）	・消費税の引上げの影響で1年前に比べ個人消費の話題が減少してくる。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げに伴う駆け込み特需や、参議院選挙も景気に関する争点もなく安定政権であることから景気へのテコ入れを期待したい。
		金融業（貸付担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるが、実質賃金は減少しており、消費はさほど活発にならない。
		広告代理店（営業担当）	・客情報及び前年度の状況から極端に変化することはない。
		会計事務所（経営者）	・生産性向上や業務の外注化を進める意欲が底堅く、消費税の引上げや米中の貿易摩擦等によるマイナス影響を減殺するとともに、東京オリンピックが与える心理的好要因もプラスに働く。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げに伴い、消費者の購買意欲が低下し、財布のひもが固くなる。
		化学工業（経営者）	・米中の貿易摩擦の影響が輸出型の取引先の受注量に顕著に現れており、当面は生産調整により乗り切るため、悪くなる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中国、韓国の問題や金融不安の懸念もあり、各取引先の設備投資が延期されている状況で、中国、韓国向けの売上割合が大きいことから、先行きが不透明で良くなる見通しが立たない。
		輸送業（経理担当）	・国際情勢の動向次第であるが、国際関連貨物の荷動きが鈍化し、国内の荷動きも悪くなる。
		金融業（融資企画担当）	・当面、地元完成車メーカーの世界販売の伸び悩みが続き、地元自動車部品メーカーの受注も緩やかに減少傾向が続く。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		-	-
		民間職業紹介機関（職員）	・梅雨明けによる本格的な夏への移行や夏季大型連休などにより、心理的に停滞していた消費が上向き、夏季商材の購入につながる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・しばらくは夏の短期の求人数やお盆のUIターンの求人数が増加するが、3か月後はそうした求人も落ち着き、現状に近い状況に落ち着く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・2020年卒や来期の2021年卒の新卒採用動向は堅調で、中途採用の求人数も変わらない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用や中途採用を検討している企業で有料サイトを利用している企業は前年比20%増、広島県の有効求人倍率も年々上昇しているが、採用の多くは建設業とその関連、製造業、特に車とその関連、サービス、インフラ、小売業がけん引してきた。ただ、今後は全体的に採用に落ち着いた感じが出始めたこと、今後の業績の見通しから採用に慎重になり始めた企業が多くなったことにより、現状から変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・非製造業分野は堅調に推移しているが、中国経済減速の影響が製造業に出始めており、深刻な人手不足も絡み、不透明感が続く。
		職業安定所（職業指導担当）	・人手不足の状況が顕著で新規高卒求人の状況も前年並みの高水準で推移しているため、ほとんどの産業の中小企業で人手不足感が強い状況が続く。
		職業安定所（事業所担当）	・雇用保険適用事業所数、被保険者数ともに微増で推移しており、雇用面で見ると安定していることから、しばらくは現状を維持する。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒を対象とした一般企業の採用活動が終わりを迎えるが、求職者数が減少するなか、深刻な人手不足が景気の上昇を妨げる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税の引上げや極東アジアの景気の低迷により、企業が採用を見送るケースが増える。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦の影響で製造業を中心に採用意欲が停滞し始めている。
		人材派遣会社（支社長）	・来年度施行の同一労働同一賃金に際し、人の雇用に関するコストが確実にアップするため、サービス料金の値上げは避けられず、人材会社利用の抑止につながる。
		人材派遣会社（支店長）	・製造分野での採用減少がモノづくりから流通、販売といった流れに悪影響を与える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の強い状態が続き、一般求人の求人倍率もパブル期並みの高い水準となっているが、上昇幅が頭打ちとなっていることから、今後の求人倍率は下降傾向に転じる可能性が高い。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・現時点ではマイナス要因が大きくなる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・企業の利益や売上の減少で景気が悪くなる。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		-	-
		百貨店（販売促進）	・8～9月は消費税の引上げの意識が高まり、消費者の購買意欲の後押しとなる可能性が高い。10月は苦戦するだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・10月に消費税の引上げがあるまでは景気は上向くのではないかと。消費税の引上げをしてからの動きは、少し様子を見てからとなるだろう。
		家電量販店（店員）	・消費税の引上げ前の駆け込み購入が増える。
		家電量販店（副店長）	・残暑が長引けばエアコン、冷蔵庫の売上拡大と、消費税の引上げに伴う前倒し需要が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売や消費税の引上げによって販売は上向くだろう。
		住関連専門店（経営者）	・今、住宅ローン金利が非常に低くなっており、分譲住宅等が建っているため、数か月先には、住関連商品の需要が増えるだろう。
		一般レストラン（経営者）	・梅雨が終わり、本格的な夏となり出掛ける回数が増えることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・8月は昔はお盆休みだけだったが、今は夏休みとして10連休という人もおり、8月は売上が伸びる傾向にあるため、少し期待できる。長期的に見てどうかは言えないが、当地は様々な面で良くなるように環境をどんどん整えているので、今よりは良くなっていくだろう。
		旅行代理店（営業担当）	・10月から年内は3連休が沢山あり、年末年始の大型休暇にも大きな期待をしている。
		タクシー運転手	・8月は当地の祭りがあり、また夏休み期間であるため、景気がやや良くなる。また、10月の消費税の引上げを控え、9月は購買意欲が少し増し、気候の良い秋になることもあるため、やや良くなるだろう。
		タクシー運転手	・秋が来て9月からお遍路のシーズンに入るので、今よりは売上が少しは良くなる。街はそれほど余り変わらないだろう。お遍路の仕事がメインなので、お遍路の仕事が増えると良くなる。
		通信会社（営業担当）	・業界全体の販売方法の見直しや新たな事業者参入による活性化が期待できる。
		商店街（事務局長）	・高額品に一部、消費税引上げの駆け込み需要の動きがみられるものの、多くの消費者は消費税の引上げに向けて生活防衛の色合いが強く、無駄な支出は抑え、一段と財布のひもは固くなるだろう。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・梅雨が長引いたせい、例年より更に客足が遠のいていいる。さらに、客の価格訴求が一段と強まる気配も有り、しばらくこの状況が続くだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・猛暑続きで動きはゆっくりしているが、企業の予約注文は平年並みに入ってきている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税の引上げを前に、消費者の財布のひもが固く、他店と価格を比較して購入しているため本当に商売が難しくなっている。
		百貨店（営業管理担当）	・消費税の引上げの駆け込み需要がいよいよ本格化するものの、その影響は予想しづらい。また消費税の引上げ後は一時的に消費の落ち込みが発生するが、比較的影響を受けにくい食品などを中心に徐々に回復するだろう。
		スーパー（企画担当）	・今後、消費税の引上げへ向けての買いだめなどで少しでも安い販売店への買い回りが強くなる。競合激化による来客数の減少は継続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・現状は消費税引上げ前の建設業の需要増加によって好調であるが、需要の先取り後は冷え込むだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在はお中元時期ということで売れている。2～3か月先には、当地の秋祭りでお酒も売れるので、変わらない。
		スナック（経営者）	・当地の祭りが8月にあり、関係者は余り飲みに出なくなる。9月は小さい連休が続き、客は旅行などで出費が多くなるため、出てくるのを控える傾向にある。
		都市型ホテル（経営者）	・今の予約状況はそう芳しくない。これ以上、伸びないのではないか。
		通信会社（営業部長）	・客の購買意欲は慎重なままだろう。
		通信会社（支店長）	・特段、状況の変化はない。
		美容室（経営者）	・店舗の改装などプラス面もあるが、人手不足というマイナス面もある。
		設計事務所（所長）	・空き家が増えているにもかかわらず、戸建ての新築住宅や、宅地分譲が各地で見られる。
		商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げで、かなり冷え込むだろう。制度が少し複雑で、店側はかなり混乱する。10%、8%、ポイントの還元、プレミアム付商品券などがかなり煩雑になるだろう。そのため、マインドが低下する。
		商店街（代表者）	・流通業界では大型化した設備投資はとうたされる時代に入る。むしろ30年スパンの中で古き良き時代の対面販売が形を変えて見直される可能性が出てくるかもしれない。街は文化、観光、地域環境、ネットへの対応等、高い質を要求されるだろうが街づくりの成功例ができれば市街地の復権も不可能でない。
		商店街（代表者）	・今年の10月に消費税の引上げが実行されることで、消費の減少が少なからず起こるだろう。また、現在の日韓関係の解決が長引くと韓国からの観光客が減少する。
		百貨店（企画担当）	・消費税の引上げの影響は、確実に景気にマイナスである。
		スーパー（店長）	・10月の消費税の引上げの影響で消費者の節約志向が更に強まる。
		スーパー（統括担当）	・消費税の引上げが行われるので、消費意欲が低下する。
		衣料品専門店（経営者）	・7月は長雨の影響もあり、これまでにはないような厳しさだった。8月はいよいよ夏物の最終月であり、お盆の15日くらいから急速に落ちてくる。秋物についてはまだ少し早いので、8月も厳しいだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・日韓貿易戦争による影響のため。
		衣料品専門店（営業責任者）	・消費税の引上げの影響緩和対策も打ち出されているが、イメージが先行して厳しくなる。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費税の引上げで落ち込むだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ後のプレミアム付商品券、及びキャッシュレス支払に伴うポイント還元等の状況を見た上で再度購入を検討する客もいる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要も余り感じられず、今後は買い控えが懸念される。
		通信会社（技術）	・販売量の動きが停滞する時期になっており、解約件数の増加が目立つことから悪化するだろう。
		競輪競馬（マネージャー）	・今後の運営において、入場者を呼び込むビッグレース等の増収増益が見込める予定がなく、また人気上昇の傾向が見えないため横ばいからやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・毎年9～10月は客が動かないので売上が極端に下がる。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げがあるのに、景気が良くなるわけがない。
	×	スーパー（店長）	・今後も競合店やドラッグストアの進出が続き、デフレ傾向に歯止めが掛からず、景気が上昇することはないだろう。
	×	スーパー（財務担当）	・消費税の引上げによる家計負担の増大が影響する。また、キャッシュレス決済による5%のポイント付与ができる企業に客が流れる。
	×	コンビニ（店長）	・7月の時点で状況は悪いので、消費税の引上げをすると更に消費は悪化するだろう。
	×	コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、消費税の引上げを控えて消費の冷え込みが予想されるため、今後はより悪化するだろう。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (四国)		パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・今後も受注を維持できるだろう。従来より、10～20%くらいは上昇してくる。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注価格、販売価格共に若干上昇している。
		金融業（副支店長）	・今後必然的に消費税の引上げに向けたシステム更改需要が発生する。また消費税の引上げ前のセール増加や、東京オリンピックに向けた気運の高まり等もあり、お祭りムードになるだろう。
		食料品製造業（経営者）	・引き続き、原材料、資材の値上分を製品価格に転嫁できず、利益が圧迫されるだろう。また、気温上昇により小売店での消費に影響が出るだろう。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・英国のEU離脱問題や米中貿易摩擦、点在する地政学的リスク等もあり、極めて不透明な状況が続いている。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・再生可能エネルギーの発電所建設は、今までの営業の残りがあるので、何とか持ちこたえている。それ以外の新しい仕事にも着手しているが、まだそれが経営に寄与する状況にはなっていない。
		電気機械器具製造業 （経理）	・客から得ている受注量について、モデル別には多少の増減があるものの、総量としてはおおむね安定傾向にある。あわせて、客から提示されている発注見通し情報においても、大きな変動はない。
		建設業（経営者）	・働き方改革に取り組んでおり、従来のやり方による売上や利益の向上は見込めない。大手との競争性が高まるので、多くは望めないものの、受注が大きく落ち込まないと見通せることから、景況感も悪くなることはない。
		建設業（経営者）	・現状と変わる要素が余り見当たらない。
		輸送業（経営者）	・東京オリンピックまではこのまま推移するだろう。
		輸送業（営業）	・9月は消費税の引上げを目前にした駆け込み需要による消費者の購買意欲向上が期待できる一方で、消費税の引上げ後の10月以降においては景気の腰折れが発生することから、先行きは極めて不透明であり景気の予測は難しい。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要などを期待したいが、今年は梅雨明けが遅く冷夏ということもあり、例年、この時期に広告の多い飲料が控え目である。
		広告代理店（経営者）	・消費税の引上げ前の販売促進広告は多少期待できるが、消費税の引上げ後の落ち込みを予測して、一部の客から既に10月の販促広告費削減の連絡があり、全体としては余り変わらないだろう。
		公認会計士	・設備投資に対して積極的に考えている経営者は少ない。「先行きを見たい」、「10月からの消費税の引上げ後の動向を見定めたい」という意見が非常に多い。
		農林水産業（職員）	・消費税の引上げの影響が心配である。青果物は軽減税率が予定されているが、一方で手数料は標準税率である。この差は多方面に影響することが見込まれており、生産者は販売時の税との差により税負担が増すことになる。一次産業の従事者数は減少しているとはいえ、我が国全体の消費に与える影響は大きいだろう。
		繊維工業（経営者）	・これから繁忙期ではない秋に向かい、大幅な回復は期待できない。また地方の小売店は、地方都市の景況が厳しく、余り良い話が聞かれない。
		木材木製品製造業（営業部長）	・消費税の引上げを見込んで3月末までに、住宅契約の駆け込み需要が多少あった影響から、4月からの住宅契約数が落ち込んでおり、下期からの受注は減少する。
		化学工業（所長）	・消費税引上げの影響を懸念している。
		輸送業（経理）	・10月の消費税の引上げ前は、駆け込み需要に伴い輸送量は増加するが、引上げ後はその反動で買い控えにより輸送量は減少する。国際情勢の影響による燃油費の高騰も懸念されるなか、業績への暗影が危ぶまれる。
	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に伴い、購買意欲も上がり景気は上向くが、人材不足の続く企業はこの夏を乗り切ることができるか不安な経営者もいる。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・異動時期に入り求人数が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌（営業）	・人材不足への解決策がなく、どの企業も不足したまま運営していかざるを得ないため、売上等に響いてくる。大きく悪化することはないが、低調なまま変わらないだろう。
		職業安定所（職員）	・採用者数は多くなってきているが、正社員での採用者は横ばいである。最低賃金の見直しが予定されているが、都市とそれ以外の地域ではまだまだ格差が存在し、景気がすぐに良くなることはないだろう。
		職業安定所（求人開発）	・6月の有効求人倍率は1.46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、企業整備の情報は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だろう。
		学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業では、人材の確保が難しい状況が継続している。
		人材派遣会社（営業担当）	・製造業の落ち込みが目立つ。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響がある。
		民間職業紹介機関（所長）	・最近、ハローワークの就職セミナーの参加者が激減している。企業担当者は、今後、就職セミナーに参加しないという声をよく聞く。ネット社会においては、就職活動をネット上で行う場合も多く、何らかの対策を考えないと企業の採用活動も、ますます苦戦していくだろう。
	×	人材派遣会社（営業担当）	・来年の同一労働同一賃金の問題、貿易摩擦問題などで派遣のメリットが薄れてきており先行きが不安である。

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)		乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げにより、商品の価格は上がるが、ニュース等の報道により、客は自動車に対して安全性を心配する傾向が強くなっているため、今後、来店客数は増加すると予想している。
		観光名所（従業員）	・今月に入り、前年度実績数より訪日外国人の客が非常に多くなっており、来月以降もその現象が続く可能性がある。
		商店街（代表者）	・8月は景気が良くなるというより、消費税引上げの駆け込み需要であり、景気が良くなるわけではない。10月以降は落ち込む可能性がある。
		商店街（代表者）	・10月には、消費税引上げが予定されているため、駆け込み需要に期待している。
		百貨店（営業担当）	・紳士・婦人服に比べ、自家需要商材のゴルフ関連の紳士雑貨やアクセサリーやバック、化粧品、シーズン商材等の婦人雑貨は依然好調である。仏壇仏具も好調で、し好性の高い舶来ブランド衣料や雑貨、美術工芸も堅調に継続している。お中元ギフトセンターの来場も回復し、夏休み子供催事や帰省での3世代来場効果が期待できるが、慎重な購買姿勢はまだ続いている。
		百貨店（営業担当）	・長い梅雨の影響で、前年より夏物処分セール動きが鈍かったが、天候が安定してくれば徐々に客も増加すると見込んでいる。また、9月の物件開業に伴う来街者増加も、街全体の景気底上げになると考えている。
		百貨店（プロモーション担当）	・国内消費に関しては、10月の消費税引上げ前に高額品等の駆け込み需要が期待される。一方、その後に揺り戻しも想定されるため、楽観は一切できない。
		スーパー（経理担当）	・今月は、特殊な要因が多く、消費動向に活気がないが、消費税引上げまでは、多少回復基調になる。
		衣料品専門店（店員）	・消費税引上げ前の冬物商材の駆け込み需要に期待したい。
		家電量販店（店員）	・梅雨明けと同時にエアコンディショナーの販売量が増えている。また、消費税引上げ前ということもあり4Kのテレビの動きが良くなり、8月の駆け込み需要に期待をしている。10月に入ると、需要は落ち込むのではないかと危惧している。
	家電量販店（店員）	・梅雨明けしてから持ち直している。消費税引上げ前の駆け込み需要で、購買意欲が若干増してくると考えている。消費税引上げが大きな好材料にはならないため、やや良くなる程度である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・需要を掘り起こす消費税引上げやラグビーワールドカップ等のイベントに期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの駆け込み需要が、多少影響すると予測している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増加する。
		観光型ホテル（総務）	・9月には、中心市街地に宴会場やホテル、マンション等を備えた大型施設が開業することで、人の動向が活発になり、購買意欲も高まると考えられる。街全体の高揚感で、景気を底上げすると期待している。
		都市型ホテル（販売担当）	・8月は、花火大会や祭りが多いため、売上は良くなるが、9月には、消費税が10%になる前のシステム変更等により、ビジネス客の伸びが悪く、売上も低迷する。
		旅行代理店（従業員）	・秋以降の商品の予約に動きが見られ、燃油の値下がり期待感がある。
		通信会社（企画担当）	・不確定であった見込みが、今後3か月先までに確実に動き出している。自治体の選挙後の動きも寄与している。
		商店街（代表者）	・年金生活者は、収入は増えず、控除される金額が多いため、収入の減少になっている。さらに、消費税引上げもあり、景気上昇になる状況ではない。
		商店街（代表者）	・10月には消費税10%の引上げが予定されている。2～3か月先の気候が良くなる頃は、食欲が増し始め、消費税引上げ前の駆け込み需要があると考えられることにより、売上に期待したい。
		商店街（代表者）	・消費税引上げ前であるが、消費マインドは低い。特に高齢者には、年金不安や物価上昇、医療費負担の増加等で、購買意欲を刺激する要素はない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・好材料が見当たらず、本来ならばサバの時期であるが、海水温上昇の影響により、漁獲量がここ数年減少している。魚の分布にも大きな影響を与えており、今後これを回避できる状況になることに期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・特に好材料がないため、変わらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・お盆等のイベントを終え、9月は、10月の消費税引上げ前で、他店のオープンが増えると考えられるが、景気は横ばいだと予想している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・お中元とお盆の贈答品の売上は、若干伸びるが、消費税引上げ前の駆け込み需要は少なく、売上は変わらないと予想している。
		百貨店（企画担当）	・消費税引上げ前の需要が見込まれるが、前回の引上げは、3%であったこともあり、前回ほどの需要はない。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前は、若干駆け込み要素も考えられるが、その後は、心理的要素もあり厳しくなると予想される。
		百貨店（経営企画担当）	・7月は、天候不順により客足が伸びず、現在回復傾向である。天候の影響を大きく受ける業種であることに加え、消費税引上げによる影響も想定され、先行きの見通しが判断し難い状況になっている。
		百貨店（業務担当）	・客の買物意識が低下しており、消費は更に減速する。消費税引上げが迫っており、駆け込み需要はあるものの、通期での売上減少が懸念される。
		スーパー（店長）	・天候不順に影響され、今年は冷夏により厳しい状況になると懸念している。特に青果や野菜の相場が高くなっている。ギフトは、前年より売れており、夏場のギフト需要が多くなれば、数字も上昇してくる。
		スーパー（統括者）	・食料品は、消費税引上げ前の影響がほとんどなく、消費税引上げにより、個人消費全体での買い控えが発生するのは避けられない。
		コンビニ（経営者）	・状況が変わらないため、伸び悩んでいる。
		コンビニ（経営者）	・消費に対する慎重さは継続するものの、皇室やラグビーワールドカップ等のイベントによる盛り上がりもあり、トータルで横ばいの見込みである。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・チェーン店の電子マネーが、上手く軌道に乗ることが景気を上げる条件であるが、今後の客数増加は期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・一昨年の災害の影響が抜けず、来街者がほとんどない。したがって、来客もないため、足踏み状態である。
		衣料品専門店（店長）	・特に変化はなく、この状態が継続する。
		衣料品専門店（取締役）	・3か月後に景気回復の好材料はなく、むしろ消費税引上げが実施される予定のため、先行き不透明で危惧している。

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
		乗用車販売店（代表）	・変わる気配がない。
		乗用車販売店（総務担当）	・10月の消費税引上げ前の駆け込み需要で、8～9月にかけ中古車販売が伸びることに期待している。
		住関連専門店（経営者）	・雨不足や台風等による天候不順で、各地で災害が発生している。夏から秋に掛けて、台風の影響が景気を左右している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏のコーヒー業界では、ホットコーヒーより冷たい液体物の消費が増加する。それに伴い、お中元の1人当たりの購入単価も上がる傾向であるが、6～7月の動向をみると2～3か月先も同じ動きが続くと予想している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は、やや変動する傾向で推移するが、購入動向には変化はない。これから、お盆休みや9月の大型連休が控えており、人の移動による需要に期待したい。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・施設単独の好調状況から、やや良くなってくと予想したが、消費税引上げの影響があるため変わらない。以前の消費税引上げ時の状況を考えると、消費税引上げ前の駆け込み需要で、高単価商品を中心に売上拡大するが、その後に買い控えが発生し、景気は変わらないと予想している。軽減税率に期待する声も多いが、分かり難く、当社としても判断に迷っている。
		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）	・韓国問題は、長期化する可能性がある。
		高級レストラン（支配人）	・猛暑の影響と夏休みにより、来店客数が伸びない。
		タクシー運転手	・今年は、例年になく暑すぎるため、週末の夜の利用が増加すると考えられる。
		通信会社（業務担当）	・業界では、通信サービスだけの売上が見込めなくなっているため、新電力や水等他商材販売を増やしていく流れになりつつあり、時代に合わせた経営を模索している。
		通信会社（営業担当）	・改善策を考えているが、その効果は不透明である。
		競艇場（職員）	・上昇要因が見当たらない。
		美容室（経営者）	・景気回復が行われておらず、社会情勢がマイナスに向かっている。秋口になり、景気が上昇していくことに期待したい。
		美容室（店長）	・美容室が軒並み増加している影響で、客が他店へ移動しており、売上が減少している。
		設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が、まだ見通せない。
		商店街（代表者）	・残暑厳しい9月末までは、高齢者が多い中心商店街の来街者は減り、売上も一段と減少することが懸念される。
		商店街（代表者）	・消費動向が鈍くなり、来街者からは良い情報がない。現在の状況が続くとテナントの撤退が増加すると危惧している。
		百貨店（営業担当）	・今までの傾向では、衣料品が厳しい状況であったが、食品は底堅く推移をし、催事は顕著な動きであった。しかし、最近の催事では、買い控えがあり、また、食品に関しては、前年を割り込み陰りが見えており、将来的に非常に厳しくなる兆候である。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要の影響で、高額品等の動きが鈍くなると予測される。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げにより、売上は前年比の4店合計95.3%を下回ると予想している。特に影響を受けるのは、50歳以上をターゲットにしている当店であると考えられるが、他店でもファミリー層や若年層をターゲットにしている店舗は若干下がっていく。食料品は影響がないが、衣料品や身の回り品、雑貨は、10月にはかなり落ちていくと危惧している。
		スーパー（店長）	・消費税引上げ前により、一時的に物の動きは良くなるが、その後の消費動向は鈍化する。
		スーパー（総務担当）	・客は、消費税引上げ前に駆け込み需要ではなく、買い控えをしている。ただし、キャッシュレス決済の普及や消費税ポイント還元等の国策がうまく回れば、景気を押し上げる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・日韓関係の更なる悪化が懸念され、観光客の減少は現時点でも表れており、更なる減少が予測される。
		コンビニ（経営者）	・消費税引上げが控えているため、一時的には、影響を受けると予想される。
		コンビニ（店長）	・消費税引上げが実施される予定のため、若干悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		家電量販店（店長）	・10月以降は、確実に消費税引上げによる冷え込みが発生する。	
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・消費税引上げ前の駆け込み需要で、若干売上増加が見込めそうであるが、その後反動で買い控えが発生し、結果的には悪くなると予想している。	
		一般レストラン（経営者）	・安価な客層は、特別な日以外に外食しない傾向があるため、今後の営業が不安である。	
		スナック（経営者）	・梅雨ではあるが、雨も少なく、外出しやすい状況にもかかわらず来客が伸びない。ボーナス後の週末でも売上が伸びず、前年を割り込んだ。8月のお盆休みは大型連休となるため、5月の連休のときのように苦戦が予想される。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・日韓関係が変わらない限り、宿泊のペースとなっていた韓国マーケットの冷え込みは変わらず、しばらくは前年割れが続く。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況も芳しくなく、客の奪い合いが激しくなっている。	
		タクシー運転手	・中国、韓国からの訪日外国人の減少や消費税引上げ前等不安要素が多く、現状確保は難しいと予想される。	
		タクシー運転手	・今年はかなり酷暑と7月の豪雨の影響等が重なり、良い方向に向かっていない。	
		通信会社（企画担当）	・販売底上げの弾みになるものがない。	
		ゴルフ場（従業員）	・今年も猛暑が続くと思われ、海外の情勢も不安要素が多く、消費税引上げの影響等、景気悪化の要因が多いことにより、今後は前年より厳しい状況が予想される。	
		住宅販売会社（従業員）	・大雨が伴った長梅雨とこの猛暑が、展示を見に来る客の購買意欲にどのように影響するか心配である。一方で、ネット関係は良くなると予想している。	
		住宅販売会社（従業員）	・直近の客の動きが減少傾向で、受注共に景気状況はやや悪くなっていく。	
		×	商店街（代表者）	・小売業は、天候や情勢に大きく左右され、その上、消費税も10%に引き上げられる。その影響により、消費者の足が重くなるのは必至である。
		×	一般小売店〔青果〕（店長）	・長雨や猛暑が続いている上に、台風があり、今年は天候にかなり影響を受けている。8～9月は厳しい状況が続くと予想される。
		×	スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、消費者の節約志向は一段と高まっている。消費税引上げ前の特需も、特に期待できず、10月以降の状況に関しては、非常に危惧している。
		×	コンビニ（経営者）	・消費税引上げにより、客の財布のひもは固くなる。軽減税率対策が、どこまで消費を押し上げられるか先行き不透明で、厳しい状況が長く続く。
		×	コンビニ（エリア担当）	・消費税引上げ前による影響が懸念材料である。キャッシュレス決済還元事業の影響や事業への参加についても先行き不透明である。
		×	衣料品専門店（総務担当）	・9月は消費税引上げ前の駆け込み需要により、売上は回復するが、10月には、消費税引上げの影響を受け、大きく売上低下になると見込んでいる。
		×	高級レストラン（経営者）	・今後の予約状況は、動きが鈍い。客には、景気が好転するような明るい話題がなく、先行き厳しいと予想される。
		×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・消費税引上げにより、飲食店の売上は下がると見込んでおり、そのまま酒の销售量減少に影響されるため、身の回りの景気悪化につながっていく。
	×	理容室（経営者）	・お盆前までは忙しいが、その後は来店サイクルが伸びることから、12月になるまでは期待できない。	
	×	美容室（経営者）	・10月には消費税引上げがあり、経営の死活問題になる。	
	×	設計事務所（所長）	・世界の政治経済の状況が不透明の上に、国内では消費税引上げの影響で悪くなる。	
	×	設計事務所（所長）	・今月は、公共機関の受注が多くあるが、3か月後には、この手持ちの受注が減少し、状況は悪くなる。	
企業 動向 関連 (九州)		建設業（社員）	・災害復旧の工事も発注され、官公庁の入札等も厳選しながら参加している状況である。年度末まで継続することに期待したい。	
		食料品製造業（経営者）	・秋以降の季節商材で販売・製造共に回復の期待をしている。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予定受注量より、若干良くなる見込みである。	

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
		電気機械器具製造業（取締役）	・半導体不況の影響を抑えてきたため、若干良くなる。
		通信業（職員）	・見積りの引き合いがあり、数件の受注が見込める。
		農林水産業（経営者）	・南九州で梅雨明けがあり、7～8月にビール消費に合わせた商品需要に期待をしたいが、全般的に売上不振となっており、供給過剰と春先からの値上げも影響し、スーパーマーケット関係は、期待できない。一方、外食産業は、天候次第では、計画どおりの数字が上がると見込んでいる。大手加工メーカー納品は、豚肉の高騰により、とり肉への期待感があり、秋口の変化に期待したい。
		家具製造業（従業員）	・小売家具は、構造的な関係から毎年減少しているが、ホテル等の家具需要は2021年度分の予定も入っており、2020年東京オリンピック後も伸びることが予想される。小売のマイナスをホテル家具需要で補っている状況となっている。
		化学工業（総務担当）	・米中貿易問題の改善の見通しが不透明である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・問屋、小売店、百貨店、量販店の通常のルートがほとんど動いておらず、需要がない状態である。また、10月の消費税引上げもあり、慎重になっていると危惧している。しかし、ネット販売が、前年より徐々に伸びている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客担当者の打合せでは、この輸出問題でつかみきれないところがあり、その影響により体制が変化している。確実な情報を聞くことができない状態が続き、懸念している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・9月以降の受注に関しては、不透明である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・上期に入り、数量的には変わらないが、受注量の激減が続いており、回復する気配がない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・オプション品の装着率がかなり低く推移しているものの、全体の車両生産量は、横ばいで安定している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・情勢は、すぐに解決できる問題ではないため、簡単に景気が戻りそうにない。
		輸送業（従業員）	・消費税引上げ前の影響で、一時的に取扱が増加する予想はあるが、反動で10月以降は減少の可能性がある。通期として考えると、景気は良くなっていない。
		輸送業（総務担当）	・物流業界は、全く何も変わっていない。景気の良い話も特に聞くことがなく、足踏み状態である。
		通信業（経理担当）	・消費税引上げの可否判断が待たれるものの、駆け込み需要等、特別な動きの気配がない。
		金融業（従業員）	・海外需要の減少により、輸出は弱含み傾向にあるが、公共工事は高水準で推移しており、また、旅行取扱額では、国内客・外国人客とも増加している。一方、多くの企業は、人手不足から経営面で障害が生じている。
		金融業（営業担当）	・参議院選挙で与党が勝利した結果、消費税引上げがかなり高い確率で見込める状況であり、今後2～3か月は、状況を見据えた購入になり、景気が大きく好転するとは考えられない。
		金融業（調査担当）	・業種によっては、大規模リニューアル等明るい話題はあるが、全般的に景気回復を力強くけん引する材料が見当たらない。日韓問題や米中貿易摩擦の長期化は、地方においても景気の先行き不透明感を助長させている。
		金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。今後、消費税引上げや東京オリンピックとトピックが続くが、一方、海外では中国経済の減退、米国長短金利逆転やFRB利下げ、欧州の首長交代、円高進行など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状況である。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が、横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数、問合せ件数に大きな変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・特に新しい営業活動の予定がなく受け身であることから、目立つような動きは期待できない。
		経営コンサルタント（社員）	・訪日外国人が、落ち着き始めている。
		その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・法人向け営業のため、消費税引上げの影響はほとんどない。2年先までの経営状況を把握している安定した企業が多い。

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
		その他サービス業〔コンサルティング〕（代表取締役）	・6月の補正予算の発注が7月に行われ、指名競争入札やプロポーザル方式で委託業者を選定しているが、これまで受注できている業者は限定されている。今年度の市町村におけるコンサルタントへの委託業務の発注は少なく、今後受注できる業者は限定される。このため、景気が悪くなることが予想される。
		金属製品製造業（事業統括）	・国内需要は横ばいであるが、中国向けについては、先が見えない。
		建設業（従業員）	・見積案件も少なく、人員配置不足のために受注ができず、景気はやや悪くなる。
		輸送業（従業員）	・主力の低価格製品の受注数が減少傾向にある。
		金融業（営業）	・製造業は、前年比で減産傾向が続いており、今後の中国景気の一層減速や消費税問題等、マイナス要因が多くなり、景気は悪化する。
		広告代理店（役員）	・随意契約が減少し、価格優先の競合案件が増加している。
	x	繊維工業（営業担当）	・賃金が上がることで、悪い状況になっており、今後を危惧している。
雇用 関連 (九州)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・世界的スポーツイベントの事前盛り上げや中心部の大型再開発も秋のオープンに向け、佳境に入る。訪日外国人も含め、当市では、景気高揚の機運が生まれると考えられる。
		人材派遣会社（社員）	・下期の契約更新で、若干の入替はあるものの、増員まではいかない。企業は、働き方改革や改正労働者派遣法により、今後の派遣料金等について、不安を持っている。
		人材派遣会社（社員）	・季節的に一部業界での特需的な募集が発生する可能性もある。他にも法律関係に伴う人の動きや募集等で動きがある。
		人材派遣会社（社員）	・消費税引上げ前の飛び込み受注も余り見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税引上げの影響は予想できないが、景況感は良くないため、求人の雇用調整弁は閉められると考えられる。一方、韓国からの旅行客は少なくなっているものの、ラグビーワールドカップによるインバウンド効果は期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・8月は夏休みに入り、一定の消費はあることで、景気は変わらないが、消費税引上げ以降は、先行き不安もあり、景気は落ちていく。
		職業安定所（職員）	・消費税引上げの影響が、企業活動や消費行動に影響を与えるため、採用を手控える動きが出る可能性もあるが、人手不足が深刻であることから、大きな影響はないと予想している。
		職業安定所（職員）	・求人数は減少しているが、求職者数も減少しているため、景気下降局面とは考えられないが、一部の産業では、人材不足が深刻化しており、地場景気の下振要因となることが懸念される。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・日韓関係の影響を受けている企業もあるが、それが採用関係や景気減退による採用人数の抑制に直接影響を受けてはいないと考えている。
		人材派遣会社（社員）	・2020年4月改正の労働者派遣法の対応に追われ、通常の営業活動に支障が出る。
		職業安定所（職員）	・前年比で、求人が減少傾向になり、求職者が増加傾向である。
	x	人材派遣会社（社員）	・人材需要が上向き要因が見当たらない。

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)		衣料品専門店（経営者）	・今が少し悪いので、これから上がってくれるかとみている。
		スーパー（販売企画）	・2か月先は消費税の引上げ前で駆け込み需要が期待できるので景気は良くなるとみられるが、3か月先は増税月となり景気は悪くなるとみている。しかし、キャッシュレス使用による5%還元効果も少し期待できるので、大きく落ち込むことはない予想する。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードやサラダ等の売上が上昇しているので良くなるとみられる。
		百貨店（店舗企画）	・免税売上の傾向は変わらないと考えられるので、全体的にダウンすると予測される。また、新規大型商業施設の影響も徐々に受けるものとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
x		コンビニ（代表者）	・観光による県経済の安定は今後も継続すると判断する。全業種で人手不足が現在の最大の課題である。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、近隣の郊外の大型商業施設がオープンしたこともあり、客の流れが少し変わった感がある。しかし、客の購買意欲は相変わらず、余り良くは感じられない。このままでは、余り来月も期待できない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・販売量が大きく増減する要因は特に見当たらない。増税前の売上増は当業種ではさほど期待できないようにみられる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現在の予約状況から推測される今後2～3か月の客室稼働率も今月同様に前年実績を下回る見込みである。新規の大型ホテルが開業したこと等、競合ホテルが増えたことにより、なかなか前年実績を上回ることが難しい状況が続く。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築工事の受注は順調だが、下請業者の職人不足に懸念があり予定どおりに工事が進捗するか不安である。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場組数は前月比、前年同月比共に減少したが、2世帯住宅の相談件数は前月比6%増と増えている。
		商店街（代表者）	・最近では立ち飲み対応の小さい飲食店が多くなっている。物販業はギリギリの状態になって、代わりに飲食店が商店街のあちこちにできており、客の奪い合いが起きているとみられる。物販業は大変危機感を抱いている。
		一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）	・客は買物に関しては慎重になっているし、インバウンド客も減る傾向にある。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税による消費低迷が見込まれる。
		旅行代理店（マネージャー）	・消費税が上がることが確定した場合、消費行動としては旅行は後回しになるのもっと悪くなりそうである。
		通信会社（営業担当）	・9月は増税前の駆け込み需要が予想され多少の伸びは期待できるが、10月以降は新規キャリアの参入や電気通信事業法の改正により販売が厳しくなるとともに、他キャリアへの流出が増えると予想される。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は芳しくなく、消費税増税による観光需要の落ち込みが懸念される。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・今まで経験したことのない厳しい求人難、天井知らずの人員費の上昇、働き方改革による時短やいろいろな優遇処置、消費税増税、来年の健康増進法の改正で飲食店の全面禁煙など、またコンビニ、ファーストフードまでが競合店となったことにより、飲食業界の再編が進むと予想される。	
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・学校改築工事などの公共工事がやや上向き予定である。
		輸送業（経営企画室）	・コンビニ新規企業の参入による一時的な消費の増加が見込まれる。一方、昨今の国際問題により観光産業へ少しばかりの影響があることは否めず、微増ということになるだろうと考えられる。
		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ピークとなっている。基地建設優先で製品出荷が厳しい砕石は、積出港も混雑していて先島向け出荷への重荷となっている。
		広告代理店（営業担当）	・大型商業施設やリゾートホテル等のオープンで県内市場は活況が続いているものの、県内市場向けの販促活動は、既存企業が厳しい競争環境に置かれていることで停滞気味である。
		会計事務所（所長）	・景気を大きく変動させるような事象が見受けられない。
		食料品製造業（総務）	・アフリカ豚コレラの影響で豚原料を始め豚肉使用の加工品や缶詰類の価格上昇傾向がみられ、全般的に値上げの動きがあり、今後消費活動にどう影響するかが不安である。
		建設業（経営者）	・まだまだ引き合いが低調な状況で、具体的な商談には進まない。
x		-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・これから新規求職者数が更に減少していく。
		求人情報誌製作会社（編集室）	・毎年8月は若干、求人情報誌が減少傾向になるが、9月は来期スタートの企業も多く、若干上昇するとみられるが、7月の件数と比較すると余り変わらない。

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
		職業安定所（職員）	・求人数が増加しており、非正規雇用を正規雇用に変えて求人を出す企業も若干ながら増えていると感じられることから、企業の人材不足は進んでいるとみられるが、2～3か月の短期的に大きな変化はないと予想される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の採用の在り方が変化しつつある。これから数か月は求人数が更に減少する気配がする。
	x	-	-