

## 11. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)		-	-
		商店街（代表者）	・10月になれば農産物の動きが安定するとみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業をうまく販促に活かすことで、売上アップが期待できる。また、独自のポイント還元を行うQRコード決済業者なども活用すれば、消費税増税前よりも安く購入できるメリットを消費者に訴えることもできる。次世代住宅ポイント制度も追い風となる。
		家電量販店（店員）	・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。
		旅行代理店（従業員）	・このままの天候が続けば、農作物の順調な収穫が見込めるため、景気が良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・9月にある2度の3連休において、例年以上の輸送量が期待できる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は消費税増税直後の月であり、冬を迎えるに当たって暖房費などへの不安が高まるため、買い控えが強まる懸念され、低調な売上となる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・8月の落ち込みは、30度以上の日が続いた前半の猛暑や台風9号、10号などの影響が大きかったことは確かだが、一昨年から国内観光客が増えていないことから、景気が良くなっているとはいえない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・外国人観光客については、韓国からの観光客が目に見えて減っている。ただし、中国、台湾、タイなどのほかのアジアからの観光客が堅調に増えているため、韓国観光客の落ち込みほど売上は落ちていない。国内客については、9月にラグビーワールドカップが行われるため、その波及効果がプラス要因となる。前年は9月の北海道胆振東部地震で休業した影響もあるため、前年比ではプラスが見込める。ただし、10月の消費税増税後は苦戦が見込まれる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・5～7月は苦戦していたものの、8月に入ってから景気がやや上向いている。ただし、景気がこのまま良くなるか、又は再び落ち込むのか、判断が付かない。
		スーパー（店長）	・10月からの消費税増税が影響し、客は冬支度の必需品は購入しても、不必要な商材は購買を控えるとみられる。今後も客の節約志向は変わらない。
		スーパー（店長）	・大きな変動要因がないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・米中の貿易摩擦、日韓関係の悪化が、国内経済に影響を与えることが懸念されるため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・8月の新車受注もほぼ想定内の水準で推移しており、消費税増税前の顕著な駆け込み需要がみられない一方で、増税後の反動減も抑制されるとみられることから、今後も新車の販売動向に特段の変化はみられない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の景気を変動させるような要因が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	乗用車販売店（従業員）	・今後に向けての明るい話題もないことから、景気は現状と変化のないまま推移する。	
	乗用車販売店（従業員）	・10月から消費税増税が行われるため、8月よりも景気が良くなる材料がない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・9月における2度の3連休の反動や10月からの消費税増税の影響で、高級飲食店の利用はしばらく控えられることになる。外国人観光客もやや伸び悩んでいるため、売上は減少することになる。ただ、前年の9月は北海道胆振東部地震の影響で売上がダウンしていたため、前年比では前年を上回る可能性がある。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・大型スポーツイベントやコンサートイベントなどでの予約は好調だが、外国人観光客の催行中止により、プラス分が相殺されることになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・景気回復に向けての良い材料が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・来客数や客単価の動きに変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・会社の数字が伸びていても、そのことが従業員の実生活にすぐには直結していないため、今後の景気が良くなるという実感が持てない。
		タクシー運転手	・このところ、乗務員不足がますます顕著になっている。高齢で退職する乗務員が増えている一方で、募集を行っても応募者、採用者の人数が減っている。今後、人手不足がますます深刻になり、タクシーの稼働台数も減少することになるため、売上は前年を下回って推移する。
		タクシー運転手	・閑散期に入るため、今後も景気は余り変わらない。一方、地元空港で唯一就航していた国際定期便が韓国仁川線であったことから、観光収入が減少しており、今後の方向転換を期待している。
		タクシー運転手	・4～7月で前年割れが続くなど、大変厳しい状況にあることから、この先の数か月後も横ばい、又は若干落ち込んで推移することになる。
		観光名所（従業員）	・ここ数か月、外国人観光客の団体需要が落ち込んで推移していることがマイナス要因となる。一方、クルーズ船の寄港が多いこと、10月上旬にある中華圏の国慶節の規模が大きく、例年よりも入込が増えそうなのがプラス要因としてある。全体としては例年並みでの推移となる。
		観光名所（職員）	・国内旅行者、外国人観光客共に堅調に推移している。今後、韓国人観光客の動向がどのように影響してくるかはっきりしない部分もあるが、全体的には変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・今年の春から来客数が前年を上回る状況が継続しており、今後しばらくは同じような売上で推移する。
		商店街（代表者）	・消費税増税が目の前に迫ってきたことから、今後の景気は下向くことになる。
		百貨店（売場主任）	・10月からの消費税増税後の客の購買心理が読めない。ただ、景気が今よりも悪くなる、又は変わらないことはあっても、良くなることはない。
		百貨店（販売促進担当）	・国内客による需要が大きく伸びる要素がない中で、外国人観光客の入込数2位の韓国との関係悪化が続くことになれば、訪日客が減ることになり、次第に影響が大きくなっていく。
		百貨店（営業販促担当）	・10月からの消費税増税の影響は必ず出てくる。特に単価の高いアイテムは、増税後の数か月は動きが落ち込むことになる。
		スーパー（店長）	・消費税増税が行われるが、働いている人の給与は増えていないことから、今後の景気はやや悪くなる。株価などの経済指標の動きも非常に悪い。
		スーパー（企画担当）	・足元のお盆商戦も低調に終わり、その内容をみても来客数、客単価共に低調であった。10月からの消費税増税を控えて、駆け込み需要よりも買い控えのムードが強くとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・10月からの消費税増税により、非常に厳しい状況となることが見込まれる。特にキャッシュレス・消費者還元事業の対象事業者と比べて、不利な面が多いことから、当分の間、売上の厳しい状況が続く。
		スーパー（役員）	・9月は消費税増税前の駆け込み需要で消費が盛り上がりみられるが、10月以降はその反動で景気が必ず悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・当地の基幹産業である漁業が活況に転じない限り、厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・消費税増税により客の買い控えが起こるため、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税が行われても、働いている人の給与は上がらないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税により、販売量が減少することになる。ただし、新型車の発売が予定されているため、多少は落ち込みをカバーできると期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後の10～11月は冬を控えた時期であり、消費税増税の影響もあるため、景気は今よりもやや悪くなる。ただ、自動車取得税の廃止と環境性能割の導入により、増税の影響が軽減されるケースもあるため、冬タイヤの交換に合わせて来店した客に対してアピールできる材料もある。
		自動車備品販売店（店長）	・8月はタイヤの売上が大きく伸びたが、あくまでも消費税増税を前にした動きであり、増税後の10月以降は今年のゴールデンウィークのような落ち込みとなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今後の景気については、横ばいであればまずまずであり、恐らくは苦戦することが見込まれる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今後については、消費税増税に伴う買い控えが生じることになる。
		高級レストラン（経営者）	・日韓関係の悪化により、韓国人観光客が激減しており、当店でも韓国人客が減っている。消費税増税後の影響がどうなるか分からない面もあるが、段々と景気は悪くなる。また、米国と中国の関係が悪化していることも、今後に向けての懸念材料である。
		高級レストラン（スタッフ）	・来客数が減少傾向にあることに加えて、10月からの消費税増税の影響もあり、今後の景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・観光需要については、閑散期となるため、現状より減少することになる。また、今期は韓国からの観光客の動向も懸念されるなど、今のところ、今後に向けての良い要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・問合せも含めて、予約状況が減少気味であることから、今後の景気はやや悪くなる。特に外国人観光客関連や国内旅行関連の動きが悪い。
		タクシー運転手	・一時的に駆け込み需要が生じるかもしれないが、10月以降は買い控えが生じることになる。特にタクシーは運賃改定を控えていることもあり、乗り控えが生じることが懸念される。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税を控えて、全体的に客の消費マインドが低下しつつある。また、最近の日韓関係の悪化により、道内の観光産業は少なからず悪影響を受けることになるため、分譲マンション市場においても、購入マインドの悪化は避けられない。その一方で、日韓関係の改善の糸口が見つかれば、全体的にマインドが改善傾向に向かうことになる。
	×	商店街（代表者）	・消費税増税によって景気がかなり冷え込むのではないかと不安である。国の増税対策に期待したい。
	×	商店街（代表者）	・これからシーズンオフに向かう中、10月には消費税増税が行われるため、今後の景気は悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・日韓関係悪化の影響が一部で出てきている。団体客を専門に受け入れているホテルや飲食店では壊滅的な打撃を受けている。全般的にみて、韓国人の消費は、外国人観光客の中では少ない方ではあるものの、百貨店などでマイナスの影響が出ているほか、そのほかの業種でも前年比がマイナス基調に転じるなどの影響が出ていることから、今後の景気は悪くなる。
	×	百貨店（役員）	・9月までの駆け込み需要の反動で、10月の売上は明らかに落ち込むことになる。11月以降の動きはまだ判断が付かない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、今後の景気はやや悪くなる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・現在の状況が厳しいため、消費税増税後はますます厳しくなることが見込まれる。一部の業界では増税前の駆け込み需要により販売量の増加が見込めるが、当業界では余り大きな駆け込み需要は見込めず、増税後の買い控えの影響が強く表れることになる。
	×	衣料品専門店（店長）	・10月以降は客の購買意欲が確実に低下することになる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・韓国との外交問題の長期化や航空路線の減便により、好調であった韓国人観光客が激減している。また、台湾では総統選挙の影響で観光客の動きが悪く、香港も内政混乱の影響で今後の観光客減少が懸念される。消費税増税後の旅行控え、出張控えなども懸念され、今後に向けての悪材料が多い。
	×	タクシー運転手	・消費税増税により、消費者の財布のひもがますます固くなるが見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信会社（企画担当）	・10月からの新規事業者の参入に伴い、契約者の大幅流出が懸念される。既に一部の法人企業が新規事業者に移行するという話も伝わってきている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・駆け込み需要がないまま、10月の消費税増税を迎えることになり、ますますひどい状況になることが見込まれる。
企業 動向 関連  (北海道)		-	-
		食料品製造業（従業員）	・北海道胆振東部地震から1年が経過し、復興記念のような販促が組まれていることが多いため、今後の景気はやや良くなる。
		金属製品製造業（従業員）	・受注残が前年よりもやや多いことから、今後の景気はやや良くなる。市内の戸建て住宅の建築確認申請が前年と比べて6%増加していることもプラスとなる。
		広告代理店（従業員）	・8月30日に新千歳空港国際線の増築エリアがオープンしたことに加えて、9月にラグビーワールドカップが開催されるなど、外国人観光客の増加につながるトピックが続くため、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事の発注が増加していることから、9月以降の受注量は前年を上回ることが見込まれる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・現在、ユーザーの端境期を迎えている中で、一時的に景気が落ち着いた状況にあるが、今後に向けての受注案件などが多くみられることから、景気はやや良くなる。
		家具製造業（経営者）	・消費税増税を前にして、駆け込み需要での受注増はさほど多くないことから、増税後の反動減も限定的なものになる。
		建設業（経営者）	・今後については、工事の最盛期を迎えて、フル稼働の状態となるが、高齢化によって、年々、作業員が減少しているため、職人や作業員の不足が見込まれる。北海道の場合、秋の天候や降雪のタイミングによって工事の進捗よく採算性が大きく左右されることも気掛かりである。
		建設業（役員）	・このまま安定した天候が続けば、工期遅延の恐れもなく、予定どおりの完工高が見込まれる。その一方で、現場管理者の配置が限界に達しており、これ以上工事量を増やせる状況にはない。
		輸送業（支店長）	・人手不足による様々な影響について、好転することが見込めないため、物流業界においては現状維持が精一杯の状況が続く。
		司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要を見込んで、多少の動きが出てくるとみられるが、大きな期待はできない。
		食料品製造業（従業員）	・新しい案件がないことに加えて、消費税増税後の消費の冷え込みによる影響も見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
		建設業（従業員）	・北海道においては東京オリンピック後の景気動向が心配されており、建築業界では来年を谷とみる予想が現実味を帯びてきている。今後については、仕事量や単価がマイナス傾向に転じることになる。
		通信業（営業担当）	・取引先の様子から、下期や来期始めに向けた業績見通しや投資計画について、これまでより慎重な見方が強まっており、下方修正などの動きが散見されるようになってきている。
		金融業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減などから個人消費の落ち込みが懸念される。また、韓国人観光客の減少が観光関連の下押し圧力になるとみられる。公共投資や民間設備投資は引き続き好調に推移することが見込まれるものの、個人消費と観光関連の落ち込みをカバーしきれないため、今後の道内景気はやや悪くなる。
		司法書士	・消費税増税を前にして、古い建物の取壊しが例年よりも僅かに増えているものの、土地や建物の売買、新增改築の動きが少ないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		司法書士	・年内は消費税増税の影響が大きいとみられる。また、米中の貿易摩擦や日韓関係悪化の諸問題も簡単に解決するとは考えにくい。消費税増税による消費者の節約志向の強まりと外国人観光客減少の影響が重なり、今後の景気は落ち込むことになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・今後に向けての明るい材料が見当たらないことから、今後の景気は若干悪くなる。

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
	x	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・取引先の状況が悪く、2～3か月後には下請の業者にも影響が出てくることになる。
雇用 関連 (北海道)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年の同時期に北海道胆振東部地震があり、流通を中心に消費が低迷したが、今のところ、今年は大きな災害もないことから、今後の景気はやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税を目前にして、流通業界などでは利益確保への不安が強まっているが、どの業界においても人材を確保して業績拡大を目指す姿勢にまだ陰りがみえないことから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業では構造的な人手不足が潜在しており、生産性を保つのに精一杯の状況にある。季節要因を考慮したとしても、今後の景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・日韓関係の悪化で韓国人観光客が減っており、関連業界に影響が多少出始めていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・一時的に消費税増税による駆け込み需要やその後の若干の落ち込みが生じるとみられるが、今後の景況感自体は大きく変わらない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は5か月連続で前年を上回り、月間有効求職者は7年9か月連続で前年を下回ったことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・景気に影響を与えるような雇用調整の動きを把握していないため、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継続していることから、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1年11か月ぶりに前年を下回ったが、平成29年7月以降1倍を超えており、業種全体にわたって人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・銀行、信金、商社など、大学生に人気の業界や一部上場企業を除き、10月まではこれまでと同様の採用活動が続くとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地と韓国を結ぶ航空路線の休止が決まったことから、外国人観光客の入込に影響が生じることになる。消費税増税もあり、今後に向けて、ポジティブな要素が少ない。
	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)		スーパー（店長）	・程度の差はあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		コンビニ（経営者）	・天候の影響もあり来客数が増加している。また、客単価、買上点数共に2%上昇しており、この状態は今後も続くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・現在受注している物件は3か月以降に納品になるため、消費税の引上げの影響はない。ただし、現時点ではその後の影響については定かではない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、高額商材は多少の売上増加が見込める。ただし、様々な不安要因があるため、今後の景気動向を注視していきたい。
		高級レストラン（支配人）	・税込み価格で表示しているため、消費税の引上げに伴い本体価格を上げることになる。そのため、来客数さえ前年並みであれば、売上は前年を上回る見込みである。
		通信会社（営業担当）	・既存エリア、新規エリアの拡張工事も始まり、これに合わせて加入者獲得営業も順調に推移している。このため、新規の営業対象者も増えてきており、これまで以上の客の獲得が期待できる。一方で、高齢者の解約者が増えているものの、それ以上に新規の加入者が上回ってきている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待している。
		通信会社（営業担当）	・業界の販売の仕組みが変わったことによる販売量の落ち込みも、底を打ったとみている。

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
		テーマパーク（職員）	・旅行シーズンとなり団体客が増えるため、売上、単価共に好調になる見込みである。
		観光名所（職員）	・予約数は前年同月とほぼ同じ推移となっている。予約のない個人客の伸びが良く、夏休みが終わった後の土日でも、この客層により来客数や単価の状態が非常に良い状態が続いている。景気が良くなっていると実感しており、単価の伸びはしばらく続くとみている。
		設計事務所（経営者）	・当社は9月から新年度になる。民間受注が堅調であることから、業務としては例年並みを維持できるとみている。
		商店街（代表者）	・来客数は順調に推移している。お盆以降は風が冷たくなってきているが、このことが今後の秋物商材、秋物衣料品に対してプラスとなることを期待している。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げまであと1か月となったが、増加率の小ささや増税後のキャッシュレス還元などの施策があることから、消費者の動きは鈍い。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天候に左右されることのない業種といわれているものの、今年は猛暑のため、日中に外出する人が少なくなっている。また、なじみ客に関しては堅調に推移しているが、来客数自体は毎月減少傾向にあるため、全体の来客数を押し上げる施策を考えなければならない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・猛暑で夏物が売れるかといえばそうでもない。また、残暑が続くと予報されているが、このまま秋物～冬物の購入が後る倒しになってしまうと、良くない状況が今後も続くとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ後の反動は、しばらくすれば落ち着く見込みである。ただし、地域経済の景況感及び客の購買動向を踏まえると、今後もまだまだ消費の停滞は続くとみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げからある程度の時間が経過するため、消費動向は回復すると見込んでいる。
		百貨店（買付担当）	・消費税の引上げ前の対策として、衣料品ではコートなどの重衣料を投入予定であるが、今までの客の動きをみても購買意欲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が実感できていない。そのため、増税後のマイナスの影響は前回ほどではないとみているものの、衣料品については買い控えにつながっていくことを懸念している。
		スーパー（経営者）	・一部の商品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生する見込みである。また、9月後半には消耗品などにも特需が起きるとみている。ただし、一時的なものであり、増税後はキャッシュレスのポイント還元もあるため、全体的な消費傾向に変化はないとみている。
		コンビニ（経営者）	・この先は気温も低くなり、10～11月にもなると年末を見越して消費も鈍りがちになる。そのため、悪くても今月並みの売上を確保したい。
		コンビニ（経営者）	・来客数や客単価の先行きが不透明であり、消費税の引上げなど不安要素が増えるばかりである。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は伸びているものの、10月の消費税の引上げで買上点数の減少が見込まれている。
		コンビニ（エリア担当）	・秋～冬に向けて外的環境の変化に期待ができない。消費税の引上げやキャッシュレス還元などの影響はあるものの、来客数の動きに変化はないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げを前に売込みに懸命であるが、値段の交渉で苦慮している。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本番になるが、消費税の引上げの影響がどう出るのか不安である。増税はきっちり同率で上げてほしい。品目やシチュエーションで税率に差が出るため、納得がいかないままの消費税の引上げとなる。
		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ないため、この先も余り変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げに関しては、以前からその前後の対応策を検討し実施しているため、営業実績に大きな差はでないともみている。同業他社もほぼ同様の対応をしている。
		乗用車販売店（従業員）	・新車に関していえば、駆け込み需要が見込めるのは今月までである。現状は来客数に変化がみられず、受注にも変化は見受けられない。

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
		乗用車販売店（本部）	・急激な変化はないとみている。ただし、消費税の引上げ後を危ぶむ法人客の声が急激に大きくなってきているため、予断を許さない状況である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げや軽減税率、キャッシュレスのポイント還元などがどのように9月の売上に影響を及ぼすのか判断しづらい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・防寒着が年々売れなくなってきているが、それに替わる商品がない。インナーが充実してきているが、個人負担のため当店の売上に直接の関わりがないことが痛い。何か防寒対策の商品が当たればいいのだが、今のところ好材料はない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・上向きの推移のまま需要期に入るとみている。秋の需要先である農家では、米などが順調に生育しており、このまま台風などの影響がなければ安定した収穫が見込める。そのため、農家向けの石油製品が順調に動くともみている。
		一般レストラン（経営者）	・秋～冬に掛けて結婚式、結婚パーティの需要が増える時期であるが、今年は非常に少ない状態である。そのため、全体的に低調に推移していくともみている。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みの個人客は例年並みで推移したものの、秋口の団体客の予約状況は今一つである。
		観光型旅館（スタッフ）	・行楽シーズンで繁忙期に入るものの、状況に変化がなく、申込件数は前年比70%で推移している。旅行会社においても復興支援企画などを行っているが、当社への実績はゼロに等しい。復興支援は大変有り難いが、もう少し現地情報などを調べた上で実施してほしい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については8月に大きなピークを迎えているため、秋口の紅葉シーズンまで特に大きな動きはない。ただし、一般宴会については、宴会場のリニューアル効果も含めて来客数をどれくらい獲得できるかに掛かっているが、全体的には前年並みとなる見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況から、景気は余り変わらないとみている。
		旅行代理店（店長）	・まだまだ動きは目立たないものの、秋以降の旅行商品発売と同時に予約件数が伸びてきている。
		競艇場（職員）	・今月は来場促進イベントなどを実施したものの、全く効果がみられていない。そのため、この先も現状維持が精一杯になるとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・土地付きでの受注の見通しが立ち、予約も徐々に入ってきている。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げ後はますます買い控えとなり、消費者はディスカウント店や大型店へ流れてしまう。そのため、来客数が減少するとみている。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が盛り上がりがないなか、増税後の買い控えを心配している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げにより酒の価格が上がるため、ますます売れなくなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げの影響がどのように出るのか不透明である。しかも今回の増税は余りに複雑であり、取扱商品にはいまだに曖昧な商品もある。同業者の中には余りにも複雑すぎるため、これを機に店仕舞いを考えているという声も少なくない。消費者にとっても、消費税の引上げ前に駆け込み需要が出るほど消費マインドが上がるのか疑問である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・隣国の不買運動や訪日観光客の減少など、不安感を助長する出来事が多い。消費拡大には先行きへの安心感が重要であるが、当面は厳しい状況が続くとみている。
		百貨店（企画担当）	・客の動きが鈍いため、景気はやや悪くなるとみている。
		スーパー（店長）	・外的要因による売上増加が続いていたが、現在はその影響はほとんどみられていない。今後は消費税の引上げもあり、以前よりも売上減少につながることを心配している。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げまでは駆け込み需要などが期待できるが、増税後は消費が冷え込むとみている。
		スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ以降は、景気はやや悪くなるとみている。
		スーパー（営業担当）	・消費税の引上げで更に節約志向が高まり、消費者は買物に慎重になるとみている。
		スーパー（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は食料品には大きく影響しない。かえって節約志向が高まり、購入する商品の絞り込みが強まるのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・気温の低下とともに来客数の減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・今月は天候が不安定だった。今後も台風などにより来客数が変動するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・メーカーによる値上げが続いている。サンマなどの不漁や消費税の引上げも重なり、今後はますます消費が低迷する可能性が高い。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、増税後の落ち込みのほうが大きいとみている。消費に關してますます慎重になり、必要なものしか買わない傾向が強まるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により単価の高い商品に動きがある反面、10月の消費税の引上げ以降は、多少なりともその反動が表れるとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要があると期待しているが、その後は再び以前の状態で推移するとみている。
		家電量販店（店長）	・今のところ、消費者は消費税の引上げ前に商品を購入する傾向が強く、増税後の景気対策は余り周知されていないように見受けられる。そのため、増税後は買物をするような消費マインドにならずに、景気は若干冷え込むとみている。
		住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げを控えて、ものがますます売れなくなると危惧している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから消費税の引上げに向けて動きがあるとみているが、消費動向は低調なまま推移する見込みである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・8月の販売量は好調に推移したが、この先はこれまでの前年比を下回る推移に戻るとみている。
		観光型旅館（経営者）	・消費税の引上げで様子見なのか消費に手控え感がみられており、このまま低迷した状態が続くとみている。
		旅行代理店（経営者）	・個人旅行の需要は余り良くない傾向にあり、特に消費税の引上げ後である10～11月は買い控えもみられている。今後の動きに注意が必要である。
		旅行代理店（店長）	・消費税の引上げの影響で、一時的に買い控えが発生するとみている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けからの悪い傾向が続いている。今後も消費税の引上げがあるため、上向く材料が見当たらない。
		タクシー運転手	・8月の売上は地元客ではなく他県からの客によるものである。そのため、今後の景気は地元客の動き次第となる。
		タクシー運転手	・今月初旬は猛暑が続いたが中旬以降は秋めいている。にもかかわらず、商店街、アーケード街を歩いている高齢者や、ショッピングモールの家族連れの来客数が減少している様子がうかがえる。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げが1か月後に迫っており、消費動向が鈍っている。キャッシュレス時代に突入する気配や買い控え、経営側の増収減益が見込まれるため、景気は悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後は需要が落ち込むため、景気は悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに伴い、購買意欲などが低下する可能性がある。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに伴う影響は避けられないとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げにより、買い控えが発生するとみている。
		遊園地（経営者）	・消費税の引上げに伴う価格転嫁を最小限に抑えて、ほぼ据置きとする予定である。それでも家計の財布への影響は避けられないとみている。
		美容室（経営者）	・消費税の引上げから1か月後くらいまでは、誰でも購買意欲が減少して節約志向となるため、景気は落ち込むとみている。ただし、生活している以上はそれが続くことは難しく、その後は徐々に戻っていくとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税引上げ以降は、住宅設備を含むリフォーム工事の問合せが減少する見通しである。
	×	商店街（代表者）	・予約状況からみても2～3か月先はかなり悪くなる見込みである。米中貿易摩擦の影響によりかなり景気は悪くなるのではないかとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・商品力の状況に明るい兆しがみられていない。また、消費税の引上げに伴う影響が予測できないが、相当厳しくなるとみている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス化を控えて、その準備に大忙しである。販売量、来客数、店頭立つ社員の労力的な意味でも不具合が大きすぎるため、小売業は一時的ではあるものの大打撃を受けるのではないかとみている。
	×	スーパー(経営者)	・可処分所得が伸びないなかでの消費税の引上げは大きなインパクトである。そのため、客の節約志向が強まるとみている。
	×	コンビニ(店長)	・10月から消費税の引上げが開始されるが、高齢者はキャッシュレスによるポイント還元システムを余り理解できていないため、消費は冷え込むとみている。また、最低賃金が上昇するが、年金生活者には余り関係がなく、消費は非常に厳しくなるとみている。
	×	コンビニ(店長)	・気温の低下とともに売上も落ちていく。競合店舗の影響も大きい。10月の最低賃金の上昇によって経営は今までにないほど厳しいものになるとみている。
	×	衣料品専門店(店長)	・消費税の引上げ後の展望が余りにも暗い。増税の影響で消費が落ち込むため、店は商品価格を下げると予測される。だから今は購入することを控えるというムードの中の9～10月は、非常に苦しいものになるとみている。少額の商品でも買い控えをされてしまうと、当店のような商品を扱う店舗は、大きな打撃を受けると危惧している。
	×	衣料品専門店(店長)	・消費税の引上げにより、更に買い控えが高まっていくとみている。
	×	家電量販店(従業員)	・消費税の引上げ後は、8～9月の駆け込み需要の反動で大きく落ち込むとみている。その影響がいつまで続くのかは不明であるが、政府にはぜひ景気対策となるようなことをしてほしい。
	×	住関連専門店(経営者)	・消費税の引上げの影響は大きい。客の買い控えが解消されるまで少し時間が掛かるとみえており、しばらくは辛抱することになる。
	×	高級レストラン(経営者)	・少なくとも9月までの予約状況が良くないため、これからばん回できるとは考えにくい。景気自体が非常に悪くなっているように見受けられる。
	×	一般レストラン(経営者)	・消費税の引上げの影響が大きい。仕入価格が高くなるが、小さい店では価格に100%転嫁することはできないため、かなり景気が悪くなるとみている。
	×	一般レストラン(経営者)	・10月からの消費税の引上げに伴い、既に景気の悪いムードになっている。そのため、景気は確実に冷え込むとみている。
	×	一般レストラン(経営者)	・都会では既にいろいろなキャッシュレス決済が使用できるが、田舎では高齢者も多く、今後も現金派は多いままではないか。また、材料費が相当な値上がりをしている、生活必需品に金が掛かるなど、なかなか景気が上向くような要素がない。
	×	観光名所(職員)	・消費税の引上げで節約傾向が高まり、無駄な出費が控えられるため、レジャー産業は特に落ち込むとみている。
	×	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)	・8月時点での客の動きが鈍いため、消費税の引上げ後は、成約棟数、来場組数共に減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・選挙関係の仕事が見込めるため、期待している。
		建設業(従業員)	・夏季休暇前後で出件した公共工事の受注者が確定する時期と重なるため、現時点より景気は上向くとみている。
		司法書士	・消費税の引上げ後に住宅を購入した方が得策だとする買い控えがあるため、10月以降は多少良くなるとみている。
		コピーサービス業(従業員)	・消費税の引上げ後のポイント還元やパソコンの入替えなど、商談が増える環境になるため、期待をしている。
		農林水産業(従業員)	・桃は全般的に品質が良く、晩成種も販売単価が良くなると期待している。
		食料品製造業(経営者)	・消費税の引上げでレストランでの飲食は10%となるため、来客数の減少への影響があるとみている。
		食料品製造業(営業担当)	・新商品の売上で既存商品の落ち込みをカバーしているが、この状態をいつまで維持できるのか不透明であり、厳しい状況に変わりはないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦の影響はあるものの、これ以上悪くなることはないともみている。徐々に回復傾向に移行する見込みであるが、この先2～3か月は現状維持とみている。
		建設業（企画担当）	・消費税の引上げ後は一時的に景気が落ち込むとみている。ただし、受注予定に大きな変動はなく、景気は横ばいで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・明るい見通しはないが、なじみ客との信頼関係の維持に努めるしかない。
		通信業（営業担当）	・この先の景気が上向くような材料がない。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は、当初の見込みの半分となっている。10月以降は更に買い控えが発生することが見込まれる。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告代理店（経営者）	・デジタル媒体への移行が急速に進み、印刷物の量は減少が続くとみている。
		経営コンサルタント	・夏の終わりに暑さがぶり返し、秋物の立ち上がりに水を差すことを心配している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先における消費税の引上げへの思惑から、広告予算の上向きは期待できない。厳しい状況が継続するとみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積依頼件数が微増傾向にあるものの、同業他社との価格競争によるものが目立っている。
		食料品製造業（経営者）	・現在の販売環境からみて、10月の消費税の引上げにより、更に厳しい数字になるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・9月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上が増える見込みであるが、10月以降はその反動で落ち込むとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・公共工事や民間工事の減少、百貨店の閉店や商店街の疲弊、また、賃金が上がらない状態での消費税の引上げにより、今後の景気は悪化するものとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・日韓関係や貿易の問題など、景気の悪化につながる問題が解決されていない。むしろどんどん悪化しているようにみえる。また、10月の消費税の引上げ後の景気の動きも気になるところである。
		輸送業（経営者）	・上半期の売上は前年をやや下回っているが、米中貿易摩擦などの影響により輸出関連取引先の輸出が延期になったことや、製造業の取引先の受注量が減少する計画のため、下半期は更に下回る見込みである。
		金融業（広報担当）	・地政学的要因から、近年好調に推移してきたインバウンド関連のペースダウンは必至となる。消費税の引上げが予定どおりであれば、堅調に推移してきた個人消費も頭打ちが見込まれる。
		広告業協会（役員）	・消費税の引上げ後の様子見で広告出稿を手控える企業が多くなる見込みである。今までの前年比は微減で推移していたが、10月以降の落ち込みがどれほどになるか、見当がつかない。
		広告代理店（経営者）	・米中、日韓の動きの影響。
		公認会計士	・消費税の引上げの影響が出てくるため、小売関係は売上などの減少が更に続くとみている。建設関係は一定の売上、利益を確保するとしても、小売関係の落ち込みをカバーできないため、やはり景気は悪くなるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費税の引上げに伴う生活防衛意識の高まりで、外食などを控える傾向になるとみている。そのため、アルコール飲料もよりお買得感のあるものへとシフトするのではないかと危惧している。
	×	農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより消費税納入額が増えるため、景気は悪くなるとみている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・主要取引先の来年度予定が出てきているが、良くない状況となっている。
	×	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今年に入ってからからの状況からも、良くなるような要素は全くない。中小企業にとっては大変な時代になってきている。
雇用 関連  (東北)		人材派遣会社（社員）	・売上、利益が過去最高となっている。大口の案件が開始すると粗利益が高止まりしながら推移するため、2～3か月先の収益状況にもかなりの期待をしている。
		人材派遣会社（社員）	・景気に対する不安はあるが、人手不足の状況は変わらない。求人数は現時点でまだまだ上昇傾向が続いているため、今後も堅調に推移していくとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・短期的ではあるが、ラグビーワールドカップの開催で景気が上向くとみている。
		人材派遣会社(社員)	・人事や中小企業の経営者の話では、企業の商売環境が良くなる見通しがないため、従業員の数を積極的に増やそうとする企業は余り見受けられない。人手不足の企業は引き続き求人があるとみているが、新しい職種や企業からの求人が生まれるとは考えにくい。
		人材派遣会社(社員)	・人手不足などの状況が改善する材料は多くない。しかし、一方で外国人採用などに目を向け始めている企業が増え始めているなど、多様化による採用難課題の改善は、草の根ベースでも胎動がみられている。
		人材派遣会社(社員)	・同一賃金同一労働の動きもあり、企業は様子見をしている。そのため、この先も大きな変動は見込めない。
		アウトソーシング企業 (社員)	・特に大きな受注もないため、今後2～3か月は変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・地元では市議会選挙もあり、地元商店を中心にこれから動き出すという期待感が多少なりともみられている。ただし、消費税の引上げがブレーキになるという見方もあるため、どの方向に動くかは勝負所である。
		職業安定所(職員)	・求人数の増加につながる工場増設の情報はあるものの、来年の春以降の話である。それ以外に景気の変動に関わる情報もないことから、今後の景気も余り変わらないとみている。
		職業安定所(職員)	・求人数、求職者数共に、前年並みの動きになるとみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足や製造業の受注量減少などの傾向が継続する見込みである。
		職業安定所(職員)	・カーナビ関連企業などにおいて、今後の受注が少なくなる見込みのため、大きな人員整理があるのではないかとみている。現在の世界経済の流れからは、製造業が若干悪化すると見込まれる。
		職業安定所(職員)	・景気が良くなるような話は余り聞こえてこない。
		学校〔専門学校〕	・消費税の引上げが始まれば、当然のごとく買い控えが発生するとみている。
	x	人材派遣会社(社員)	・消費税の引上げが更に景気を悪化させるとみている。

### 3. 北関東(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(- : 回答が存在しない、\* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		旅行代理店(従業員)	・東京オリンピック、パラリンピック関連で良くなる。
		百貨店(役員)	・9月は化粧品等の消費財や宝飾品などの高額品を中心に駆け込み需要が想定される。10～11月は落ち込みも想定されるが、トータルで上向くよう商材や販促の準備を進めている。
		乗用車販売店(販売担当)	・毎年のことだが観光地を控えた立地のため、紅葉の時期が間もなく始まって、ホテル、売店関係の売上が良くなり、当社も恐らく2～3か月先は、いつものとおり良くなる。7～8月が良かったので、恐らくこのまま、極端ではない多少緩やかな右肩上がり販売台数、修理在庫率が上がるとみている。
		都市型ホテル(営業)	・当ホテルの戦略として、きめ細かな宿泊対応や宴会の料理、飲物の提供等を、ホームページの充実強化を図って地域にアピールしていく予定のため、やや良くなる。
		通信会社(経営者)	・多業種に移行展開することで、多少の景気向上は見込める。
		通信会社(局長)	・定額的な支出の見直しが検討されていくと予想している。
		商店街(代表者)	・悪いままだと思うが、9月開催の国体のムードが上がってきているので、期待している。
		一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・10月の消費税の経過がどうなっているか、多分落ち込むのではないかと懸念している。
		百貨店(店長)	・一時的に増税前の駆け込み需要があると予想されるものの、増税後の反動と合わせるとプラスマイナスゼロになるのではないかと懸念している。
		スーパー(商品部担当)	・増税を控え客の動向が気になる。食料品は若干厳しい状況になりそうだが、ここ数か月の来客数、買上点数を見る限り、変わらないのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・秋冬物への棚替えを早くして、今後に臨みたい。おでん、中華まんの出だしは良い。国体イベントが控えているため、団体からの特注が入る予定もある。ただし、人材不足により、人件費が高騰している。
		衣料品専門店（販売担当）	・当店は、状況に応じて着ていく場所を選ぶ商材を扱っている。社会的に総力カジュアル化の流れが、相当長い期間続いており、ニーズが合わなくなってきていることが、悪い方向で影響している。今後、こうした点も含めて考えていかないと厳しい。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・9月の2週続く連休は見込みがないと予想している。年末に向けてはやや動きがあるとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・9～10月初旬は来客数が一旦減るが、10月中旬～11月下旬にかけてピークを迎える。さらに、12月の忘年会や最大ピークとなる年末年始を迎えるので、大きな災害、現在の隣国関係のような政治的な特殊事情がない限り、現在とほぼ変わらない来客数を見込める。
		都市型ホテル（経営者）	・東京オリンピック特需の兆しが見えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず、宿泊は前年の売上を超えて好調である。宴会について、9月は前年並みの見込みだが、10月は大型案件が少なく前年割れの見通しで、11月以降は順調に推移している。上期は前年を若干プラスで終わる予定である。
		都市型ホテル（副支配人）	・国体などの影響で、9～10月はこのまま好調を維持できそうである。宴会についても9月は例年並みだが、10月は大きく伸ばせそうな予約状況である。
		旅行代理店（所長）	・行楽のピークシーズンに入るので、期待したいが、先行予約も含めて厳しい状況下にある。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（総務担当）	・販売方式が今のままならば、向上は見込めない。
		ゴルフ場（総務担当）	・例年開催される大口コンペの予約が減少しており、今後の来場者数は減少見込みとなっている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現状、景気に関する良いニュースはない。東京オリンピック景気も地方には無縁である。進化する車社会で当業界の回復は遠い。
		設計事務所（所長）	・消費税増税前の駆け込みの期待も込めて、今の忙しさが続くともみている。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるものの、増税後は生活防衛意識の向上により、消費の落ち込みは不可避である。
		百貨店（営業担当）	・10月以降は消費税増税後となり、やや悪くなる。国のキャッシュレス政策等もあるが、効果は未知数で、かつ限定的な政策でもあるため、余り期待はできない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税による落ち込みで、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・今後は大きなイベント等が何もないので、多少悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・地元のイベント数が少なく、予約商材等の目玉が2～3か月先には余りない。また、天候も現在より気温が低くなると、客の買い方も違ってくるので、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・3か月後となると、10月の増税がある。我々コンビニの扱う主力商材の多くが、軽減税率が適用されるので、増税自体の影響は少ないとみている。ただし、消費全般で増税となれば、買い控えたり、増税前のまとめ買いの反動もあるので、3か月後は良くないのではないかと。
		コンビニ（店長）	・8月は暑い日が続いたので、それなりに動きはあったが、消費税増税はかなりのマイナス効果となりそうである。
		コンビニ（店長）	・税金が上がるので、やや悪くなる。
		衣料品専門店（統括）	・7～8月の夏祭り、9～10月の秋祭り、これが終わると客の動きはまた静かになる。夏祭りは県外からもそれなりに客が来ていた。これから10月に向けて、秋祭りの来客数、販売量が増えるが、その後は、また心配である。
		家電量販店（営業担当）	・8月は天候が良く、夏物商材の動きが好調である。前年比でエアコン140%、冷蔵庫120%、映像関連商品110%である。今月と比べれば、やや悪くなるが、東京オリンピック1年前となるため、これからの期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税、日米貿易交渉、米国大統領の突然の発言など、心配されるマイナス要因がたくさんあり、3か月先は分らない。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の影響が想定されるため、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
		自動車備品販売店（経営者）	・特に、良くなる理由が見つからない。身の回りは財布のひもがどうにも固く、購買意欲に欠けたムードが漂っている。消費税は大きな影響はないにもかかわらず、我々も客も消費税に対して何となく不安がある。増税後も、同様である。
		住関連専門店（店長）	・2～3か月後は増税後なので、動きは落ちると予想される。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税の駆け込みと反動が予測され、プラスマイナスは、過去の事例よりマイナスの方が大きい。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・天候や貿易問題、消費税についての不安要素が大きくなってきている。また、老後2000万円問題も地方では余り表に出てこないが、相当不安になっているようである。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注が減少している上に、受注残も減少してきている。
		一般レストラン（経営者）	・異常気象の影響で、生鮮野菜の仕入価格が上がっている。一般家庭にも影響があるはずで、外食の頻度が下がると予想している。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・人手不足が顕著になっており、最低賃金の上げを契機に、更なる給与水準の上げが想定される。一方で、消費税率の上げもあり、年度途中での取引条件の見直し、どう進展するかによって今期の業績が左右される。
		旅行代理店（経営者）	・10月以降の商材が出てきているものの、消費税が増税され、販売価格も上昇している。そのため、なかなか新規申込みに至らない。
		タクシー（役員）	・労働者不足で、やや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・テーマパークやレジャー産業は、特に増税の影響を受けやすいことから、来園者及び飲食物販店舗の売上減少が予想される。
		ゴルフ練習場（経営者）	・対中、対韓貿易の影響で、量産品の生産効率が悪くなり、国内需給に影響を及ぼし、やや悪くなる。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、50億円の大台を割るようになってきている。
		設計事務所（所長）	・消費税が上がるので、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税により買い控えの傾向が予想される。景気後退の要因が多い。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏の需要がなくなり、消費税増税前の駆け込みがあるとみているが、それも期待薄である。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・10月からの消費税上げが、大きな要因ではないか。
	×	コンビニ（経営者）	・客との会話で良い話がない。ニュースなどでも良い感じはしない。
	×	衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響は、深刻である。
	×	家電量販店（店長）	・消費税増税前のおおりで、悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済、軽減税率レジへの対応、消防法対応、メニューの改正など、持ち出しが多くなる一方で、増税後の売上増の見込みが立たない。先が読みにくく不安しかないが、活路はあるはずなので見いだしていきたい。
	×	通信会社（経営者）	・今は駆け込み需要で幾らか売上は伸びているものの、景気が良いわけではない。消費者も二極化しており、増税前に値の張る物を買換えられるのは一部で、多くは、家計の出費が今後かさむことを考慮し、出費を抑える傾向にあるようにみえる。
	×	通信会社（営業担当）	・増税後の一時的な消費の停滞が、発生するとみている。
	×	美容室（経営者）	・美容業で売上を増強するにも同業者が多くなり過ぎており、すぐに独立してオーナーになる率が高いため、これから先に明るい材料はない。当店も従業員の定着率が悪く、勤続20年以上の者もいるが、新人は2～3年で移動することが多く、人手不足で売上の伸びは相当悪い。給料を上げることもできず、先行きの不安だけを感じている。
	×	美容室（経営者）	・社員の住民税は、給料を上げれば毎年上がる一方で、給料天引きの徴収方法では雇用主はたまらない。世界経済が悪くなり、他国が減税を選択するなかで、一つ覚悟で増税する我が国には、金融政策でなすすべがない。
企業動向関連		-	-
(北関東)		*	*
		化学工業（経営者）	・好不調の部分が相互補完しながらの状態が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件もあるが、全体的な落ち込みをカバーするまでには至らず、仕事の薄い状態が続く見込みである。

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（経営者）	・受注量からみて、今後も前年比10～15%は落ち込む感じで、全般的にちょっと冷えてきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・ここ2～3か月、受注量、販売量等変わりがないので、この先もこの状況が続き、余り景気は良くならない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・今期の公共工事発注は、市町村関係が前年比20%減と大変厳しく、当社受注も前年比10%減で今後の発注に期待せざるを得ない状況である。ある。また、設計額の10%減でしか受注できず、利益確保が難しい。総合評価のため、地方でも大手の数社が受注し、その他の業者は受注が難しい。今後は、この問題も考えていかないと、業者の存続が難しくなっていく。今回のような大雨災害が起きた際は、大手数社だけでは対応できない。
		輸送業（営業担当）	・増税前で、家電、特に大型テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、また、冬物家電のこたつ、ヒーター、電子カーペット等の輸送が増える予定である。しかし、各業者で増税前に同様の荷動きもあるため、車両用車費等の価格が通常より高くなるとみえており、利益は多少薄くなりそうである。
		経営コンサルタント	・消費税率アップの直後の影響が現れ、特に、消費財関係にとどまらず、製造業等の設備投資にも何らかの影響がある。ただし、今上天皇の皇位継承の儀式が好影響することもあり得る。
		社会保険労務士	・大きなイベントもなく、増税や海外の経済状況を考慮すると、何とか現状維持といったところではないか。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、商談件数、受注量いずれをみても、大きな変化はみられない。
		金属製品製造業（経営者）	・毎年、お中元時期を過ぎると正月近くまでは売上が少なくなる傾向があるので、今年も同様とみている。
		金属製品製造業（経営者）	・9月から昇降機は、20%受注量が減少する。
		建設業（総務担当）	・明るくなるというニュースもなく、とても危機感を覚えている。
		通信業（経営者）	・定期的な仕事が減ってきている。
		不動産業（管理担当）	・人手不足による各部署の欠員補充ができない状態が長く続いている。受託業務の一部削減などの影響が出始めているため、売上、利益共に減少が見込まれる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産動向について、新製品計画が例年より遅れている上に、生産計画の増加が見込まれていない。
	×	広告代理店（営業担当）	・増税による消費低迷は確実である。
雇用 関連  (北関東)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・11月から携帯電話の物流業務がスタートするため、やや良くなる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・求人数が増えるようになってから数年がたち、景気が良かったことによる求人増なのか、求職者がより好みをしていることも含めた慢性的な求人難なのか、分からない状況である。
		人材派遣会社（経営者）	・増税前の購買力は、8～9月にかけて活発になるだろうが、増税後は全般的に極端に影響が出てくる。ただし、従来からの建設、建築関係は、増税があっても、いきなり10月からすぐに影響を受けるといったこともないだろうから、住宅関連の仕事はほぼ横ばいとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ、仕事量は減っている。
		人材派遣会社（社員）	・米中、日韓問題等で、良い話題がほぼない。当地は観光地でインバウンド客が多く、特に、韓国の方が多い。中国、韓国、アジア諸国からの入込が減り、ホテル、売店の稼働に影響するのではないかと。
		人材派遣会社（社員）	・来年4月からの労働者派遣法改正に伴って、派遣先に対して非正規社員の待遇改善のための交渉が本格化し、企業の派遣利用の見直しが懸念されるため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共に前年同月や直近3か月で見てもほとんど変わらないが、窓口では「日韓関係の悪化に伴い先行き不透明」との話を聞くことがあり、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
		職業安定所（職員）	・消費税増税による消費抑制や韓国との関係悪化の影響で、少し景気が落ち込むのではないかと。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の他、中国景気の減速や日中関係の悪化等、景気動向への不安材料が多いため、やや悪くなる。
	x	*	*

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)		一般レストラン（経営者）	・8月は一番売上が落ちる月なので、これから秋に向けては今の悪い状況を打開できる（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は10～11月になるので、団体旅行を主力としている当社では最盛期になる。修学旅行も最も多くなるので、今月と比べると格段に良くなる（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は秋のトップシーズンになる。今月よりも十分に期待できる（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・9月は、10月の消費税増税を前に、高額商材の問合せが増えているので、期待している。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税前の需要を衣料品、ブランド物、化粧品等で見込んでいる。食品は割引企画や秋の味覚中心に強化を検討している。
		コンビニ（経営者）	・現状の売上からみて、下向きよりは上向きである。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・今回、消費税増税前の駆け込み需要に大きな山はできていない。逆に、増税後の反動減の谷も小さいとも考えられる（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・9月以降、年末にかけて、大型タイトルがリリースされる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は10～11月で、人の動きや周年行事などが活発になってくるので、今よりも景気はやや上向きになってくる。一番多いのは学校の周年行事などで、ケータリングがやや多くなってくる。そのため、売上は今よりも15～20%ほど伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響を少なからず受ける。消費税引上げ後は、飲食部門ではテイクアウトの売上が伸びる。プレミアム付商品券の使用が見込めるとの推測からそのように考えるが、米中貿易戦争、英国のEU離脱問題の先行き不安から円高になり、株価は値下がりが起きる可能性もあるので、不安要素も多い。継続的な好景気を実現するには、まだ時間が掛かるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・景気だけの話でなく、人手不足をどう乗り切るかも、企業経営において重要な問題である（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊が引き続き好調なことに加えて、これから忘年会、新年会のシーズンを迎え、その予約状況もある程度好調ということなので、やや良くなるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年はラグビーワールドカップ、来年は東京オリンピックが控えており、インバウンドは数年先まで増加する見込みである。また、日韓関係悪化の影響があり、韓国人は減っている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・秋に入り団体旅行が動き出し、繁忙期に入る。
		タクシー運転手	・配車アプリでタクシー乗車する時代になってきている。事前確定運賃の認可申請開始、マース移動サービスの連携統合の構築に向けた導入等、変革の時期にきているようなので、景気回復を期待して、やや良くなる（東京都）。
	タクシー運転手	・8月は意外に利用があった。10月の消費税増税に向け、インターネット決済、QRコード決済などが使えるタブレット端末機を取り付けている。ポイントや税の還元もあるので、期待したい。	
	通信会社（経営者）	・消費税が10%になる。今までのもやもや感が払拭されて、消費が拡大する（東京都）。	
	通信会社（管理担当）	・年末に向けて、音声認識システムが普及することを期待して、今後の景気回復を見込んでいる。来年は東京オリンピックイヤーであり、早めに4Kテレビの購入が加速し、年末年始商戦において家電製品に特需が生まれると考えている。	

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
		通信会社（経営企画担当）	・今後の案件数は増加傾向にある（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・新規案件として具体的に出てきているわけではないが、打合せだけでなく、研修の仕事も入ってきているので、それが今後の具体的な案件に昇華されると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税にはなるが、住宅税制、政策により、増税分に対しての所得税、住民税の還付や給付金で販売が平準化され、客も慌てずに計画を進めることができる。天候も良くなり、客の動きも出てくる。
		商店街（代表者）	・2～3か月先は消費税増税があるので、良くなることはない。ただし、ラグビーワールドカップの結果や東京オリンピックが近づいてきて、明るい空気が日本中に起これば、意外とマインドは好転するのではないかと。当地域のような富裕層が多い街では、楽しいことを待望している感じが、イベントへのレスポンスからひしひしと伝わってくる（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税後にキャッシュレス決済を予定している客の購入は見込める。そういう客は期間があるのでなかなか予測が付きづらい時期だが、暮れに向けてそれなりの動きがあるのではと期待している。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・9月10日頃から市でプレミアム付商品券の発売がある。今年は総額で41億円くらいだったと思うが、どうなるか。当然、全てが市内の商業活性にはつながらないと思うが、プラスアルファに期待している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今後2～3か月については、10月に消費税率引上げがあるため、9月いっぱいには駆け込み需要、10月以降は買い控えが考えられ、ならせば横ばいとなる。ただし、増税のマイナスイメージが年末まで響かないように、何かしらの販売促進の手段を取っていかないと、落ち込む方向に進んでしまいそうである（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・消費税増税後の反動でやや厳しくなる。2～3か月後は余り良くない状態がそのまま続くのではないかと。
		百貨店（売場主任）	・全体的には、今と余り変わらない。消費税増税前ということで、食料品も若干上につられて数字が出てくるかと思うが、全体的には厳しく、大きく伸展することはない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の9月は高額品の駆け込み需要が期待できるものの、増税後のマイナスをカバーするまでには至らない見込みである。また、インバウンド客の増加を見込めない中では、気温の低下による秋物ファッションの活性化に期待している（東京都）。
		百貨店（店長）	・消費税増税も迫ってきており、高額品を中心に多少の駆け込み需要が見込めるものの、全般的に消費は低調のまま推移するものとみている。
		百貨店（店長）	・インバウンド客が減少し、衣料品の購買額も減少している一方で、高額品は好調であるなど、好不調が様々あることから、特に変わらない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・近隣の競合店舗との価格競争があり、重点単品の平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回ってきているが、単価が下がっている分、客1人当たりの買上額がなかなか前年に届かず、前年割れの傾向がみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・今のやや悪い状態がまだしばらく続く。消費税増税に向けて、客の買い方がシビアになり、より厳しくなるのではないかと。当店もいろいろ手を打たなければいけないと思っているが、政府の方針でキャッシュレスや軽減税率への対応など、いろいろな問題が出てくるので、先がなかなか読めない。それにしっかりと対応していけないと、もしかすると大変なことになるかもしれないので、神経を使いながらやっていきたい。
		スーパー（店長）	・10月の消費税増税が絡んでいるので、3か月後も今のまま推移していくのではないかと。食品スーパーマーケットなので、増税前の売上、需要の増加はさほど大きく見込めない。客の財布のひもが固くなる中で、3か月後も現状のままで変わらない。
		スーパー（営業担当）	・季節商材の稼働がみられるものの、あくまでも一過性でしかない。米中の貿易摩擦の拡大等があり、将来的な不安がまだまだ払拭されそうにないことが懸念材料である（東京都）。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（仕入担当）	・10月からの消費税増税において、食品は軽減税率のため影響を受けないと思われるが、たばこや酒の駆け込み需要による相乗効果は出るものと思われる。
		コンビニ（経営者）	・特に周りの状況に変化はない。近所の工事関係者がどんどんいなくなるため、変わらない。
		コンビニ（経営者）	・環境変化も見当たらず、現状が続くものとみている。
		コンビニ（経営者）	・やや分かりにくい消費税増税の問題がある。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を控え、たばこ等の駆け込み需要が期待できる一方で、増税後の消費の冷え込みに対する還元策にどの程度効果があるのか見えない（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・いよいよ軽減税率が始まる。5%引きで販売して、手数料を約2%支払う。売上の落ち込みが続いている衣料は、厳しい状況になる。特に、年金生活者は一番に衣料品を切り詰めてくる。
		衣料品専門店（店長）	・予測していた消費税増税前の駆け込み需要は、現在までみられていない。増税後の反動も余りないのではないかと（東京都）。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要も大きくは期待できない。客の関心事は基本的に購入品の価格なので、増税前だとしても現段階で大きな動きにはなっていない。そもそも小売業が増税前の安売りをしていない。
		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。客は多く来場してもらえが、なかなか成約に結び付いていない。
		乗用車販売店（販売担当）	・いろいろな客の様子から、国内の建築関係については人手不足で景況は良い。ただし、同じ取引先の輸出部門では、韓国との関係悪化の影響もあり、数量が減っている。特に、電化製品、食品などの輸出が大きく減っている。全体としてはプラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・消費税が上がり、どれだけの影響があるのか見当がつけにくい。現状、駆け込み需要も多いわけではないので、景況が良くなるとは判断しにくい。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に顕著な上向き傾向がみられない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りの友人の話聞いても、景況が良いという話は聞かないので、現状のまま変わらないのではないかと。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・消費税増税の懸念もあるが、軽減税率が適用される食品などの売上については大きな変化はないと予測する。また、政府主導のキャッシュレス決済によるポイント還元策などは一定の効果が見込まれ、悪化は回避できそうである（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税による影響はさほどないものと予想している。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴会予約状況からみて、動きとしては、ほぼ前年同様に推移している（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人予約等の状況をみても前年並みであり、大きな変化はない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。ましてや消費税が10%になるので、余計に消費が冷え込む。今後どうなるのかと不安で仕方がない。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税が上がる。
		一般レストラン（統括）	・現状の安定的な状況から、10月の消費税増税を見越した駆け込み需要などの影響がどのように飲食業に波及するのか見通せない。全体的には先行きの不透明感に変わりはないが、逼迫した状況ではなく、身の回りの景況は安定している（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・特に変化する要素が思い当たらない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による影響が、先々の予約は例年より若干弱含みで、伸び悩んでいる。観光シーズンに突入をするが、今年は動きが少なく、相変わらずの状態が続いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月は通常なら客足が鈍化するが、ラグビーワールドカップの特需が少なからずあると見込んでいる。
		旅行代理店（総務担当）	・この先の客からの依頼件数は変わっていないものの、予算、人数に増加傾向がなく、停滞気味である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・間もなく消費税が10%になろうとしている。客はそれを非常に気にしており、財布のひもが固くなり始めている。かなり厳しい状況になりそうな雰囲気がある。
		タクシー運転手	・深夜帯の客の動きが全くない（東京都）。
		通信会社（経営者）	・消費税の影響も考えられるが、年末商戦に向かい新製品、新サービスの導入に期待が持てる。また、東京オリンピック、パラリンピックに向けた開催機運の上昇にも継続的に期待が持てるため、結果は変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・東京オリンピックやラグビー関連のイベントがあり、景気は良くなると思うが、消費税増税があるので、楽観できない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税後は消費が落ち着く可能性があることに加え、携帯電話割引の法改正が家計の通信料見直しにつながり、契約数も伸び悩むと予想している。
		通信会社（局長）	・4Kテレビの購買は上向きようだが、連動したコンテンツがまだ少ないため、ケーブルテレビサービスとの連動が想定より弱い（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税もあり、良くなると思える材料がない。
		通信会社（営業担当）	・加入者数は6か月間ほぼ変動がないので、この先も変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・消費税増税の影響は、仮に1か月の消費額が20万円だと約3400円分、3か月で1万円、年間で4万円何かに使えなくなる。節約する矛先の業種がどこになるのかで、身の回りの景気が変わってくる。いずれ傾向が見えてくるので、様子見である。
		設計事務所（経営者）	・経済の先行きが非常に見えにくい状況で、官民共に設備投資意欲は低い。業界を取り巻く環境は厳しい。
		設計事務所（所長）	・多少の話は出てきているが、その気配はほとんどなく、現状がこのまま続くのではないかと（東京都）。
		設計事務所（職員）	・状況が変化する要因が見当たらない。大規模再開発などは限定的である。地方の発注状況は小規模なものが多く、好転する兆しは感じられない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数や資料請求の件数は減っていないので、同じような販売量になるとみている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・今年に入って半年以上過ぎた現在でも、状況はほとんど変わっておらず、なかなか厳しい。今後も余り期待は持てない。
		商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げについては、現在でも余り数字が伸びない、あるいは思わしくいっていないという状況からすると、プラスの要因とは全く考えられない。売上が取りづらくなり、客も余り来店してくれなくなるのではないかと心配である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税により消費が少し冷え込むのではないかと。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏を過ぎると需要が落ち込む。消費税増税前の駆け込み需要もある程度は見込める。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税後はある程度のダウンが予想される（東京都）。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費税増税の関係で購買に慎重になり、若干物流の動きが悪くなるように感じる。軽減税率が導入される米穀小売販売は、全体のバランスを見て、購買に慎重になると思われる（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は余り見込めないため、引上げ後の買い控えが心配である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・消費税増税があるからといって、事前にたくさん買ってくれるような品物ではないので、特別に良くなるとは思えない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響は避けられない。
		百貨店（広報担当）	・不安定な世界経済情勢に左右される局面が続くことに加え、一時的ながら消費税増税直後の買い控えが発生し、個人消費も足踏みが続くことが予想される（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
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の一時的な需要の落ち込み、インバウンド需要の伸び悩みが懸念される。一方、食料品については、軽減税率により大きな落ち込みはないと予想しており、現在との比較ではやや悪くなると想定している。今後は東アジアの政情悪化に伴う観光客の減少、貿易摩擦による株安、円高による富裕層の財布の引締めは大きなリスクではあるが、以前のリーマンショックほどのインパクトはないと思われる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、前回の増税時と比べると小さいと思われる。一方、10月以降は、年金受給者など高齢者を中心に、食料品についても儉約意識が進む（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今回の消費税増税に関しては大きな駆け込み需要はみられず、効果は小さい。増税後は今以上に消費にシビアになると予想している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・過去の消費税増税前後の動きから予想すると、反動で消費が落ち込むシミュレーションが読み取れる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・お盆以降、消費税増税に対するマスコミ報道が増えてきており、化粧品等の消耗品や宝飾、時計等の高額品の駆け込み需要も一部見込まれる。消費税増税後は、客の消費に対する厳しさが増すとみられ、景気は悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・国際情勢の不安定さから、海外旅行者の買上の減少が予想される。また、国内消費が好調になる要因が見つからない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・8月は梅雨明け後に一転して猛暑となり、夏物商材の動きが活発化しているが、2～3か月先は消費税増税直後の反動で落ち込みが予想される（東京都）。
		百貨店（店長）	・消費税増税を控えているが、今回は9月の駆け込み需要が大して盛り上がりせず、10月以降は増税の影響だけが残り予測している。政治不安や株価が不安定なこともあり、プラスの要素が全くない（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・懸念材料は、やはり10月以降の衣料品や高額品に対する消費税増税の影響が大きいと予想されることである（東京都）。
		スーパー（経営者）	・消費税増税などにより、客の生活防衛意識が高まっている。具体的には、買上点数の減少等がある。給料日前には1万円札でなく1000円札での買物が増えている。
		スーパー（店長）	・消費税増税を控え、消費者には依然として節約志向が根付いているので、買い控えの時期が長引けば、現状よりも良くなるとは考えにくい（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・休日、連休が増えたことにより、お金をその時に使い、日常の買物については出費を抑える傾向にある。客の総体的な収入がそれほど増えていない中で、行楽にお金を使うため、日頃の頻度性の高い商品の買物はますます節約ムードである。
		スーパー（仕入担当）	・10月からの消費税増税で消費の冷え込みが懸念される。キャッシュレス5%還元を実施するが、早い段階で予算がなくなると予想している。
		コンビニ（経営者）	・国際情勢が良くない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・10月から消費税が10%になるので、やや落ち込むのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・外部環境の変化もなく、期待できる要因がない。
		衣料品専門店（経営者）	・老後の2000万円不足問題の報道に、かなり危機感を感じている人が多い。また、10月から消費税が10%になるため、消費者に自己防衛のため買物をしない雰囲気漂っている。
		衣料品専門店（経営者）	・通常は消費税増税前に需要が増えるのだが、今回はそういう様子が見られない。また、キャッシュレス決済については、大手に比べて一般小売店はカードの手数料が非常に高いため、厳しい。
		衣料品専門店（店長）	・買上点数、客単価共に下がっている上に、消費税率引上げを控えており、消費が回復する兆しが見えない。
		衣料品専門店（営業担当）	・このまま景気が上がらなければ、赤字続きの経営を止めなければならなくなり、店舗の存続はできなくなる。当ショッピングセンターでも9月一杯で閉店する店が5店舗あるが、今後は当店もそこに加わることになるのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期にかなり時間が掛かり、客の購買意欲が減少傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・反動減が天いに予想される。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税で、客の買い控えが予想される。
		乗用車販売店（店長代行）	・ガソリン車の場合、消費税で車両価格が上がっても取得税の変更で安くなる物もあるが、良くなるとは思えない（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税率引上げ前に駆け込み需要があるとみられ、10月を境に売上の落ち込みは避けられない（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・今後、消費税が2%上がることによって、耐久消費財の買い控え等がまだしばらく続くと思われるので、売上の景気的にも多少悪くなるのではないかと。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・2～3か月後は消費税増税の後に当たるため、消費の落ち込みがあると予測しているが、現状を見ると大きな反動減はないものと考えている（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、キャッシュレス決済のポイント還元等により買い控えが発生する（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・世界情勢や日韓関係、米中関係の悪化による経済停滞の懸念があるため、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・地域性もあるのか、大半の店では待つ商売が主流である。好立地になっても今一つ伸び悩んでいる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・世界の経済状況、消費税の増税、相変わらずの人手不足と働き方改革による人件費の高騰、仕入価格の高止まり等、大変厳しい状況が続く（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・今のところ9～10月の宴会予約が少なく、例年よりは若干落ち込みそうである（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・10月から消費税が上がるということで、駆け込みで物を買ったり旅行に行ったりするような傾向があったのだが、それも一段落し、客足がだんだん遠のいてきている。消費税に関しては悪税としか言いようがない。
		旅行代理店（営業担当）	・前受けしている販売量が、前年同月と比較して10%ほど減少している。
		タクシー運転手	・ここへきて客から好況感が感じられない。消費税が上がる予定だが、それもやや心配材料である（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・現在もタクシー業界全体が低迷状態にあり、消費税増税に伴いタクシー運賃の値上げが予定されていることから、景気は悪くなる。
		通信会社（経営者）	・10月から消費税が上がるため、経費を節約するのではないかと（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控えて様子見ムードが高まることが懸念される。
		通信会社（管理担当）	・長期的な下げ傾向が続いている。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税、OSのサポート終了などでの駆け込み需要も、期待したほどには伸びないとみている。携帯電話販売は法人向けが一段落しており、景気はやや悪くなる（東京都）。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は盛り上がりおらず、そのまま10月からしばらくは抑制的な消費動向になる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税増税で買い控えが予想される。
		ゴルフ場（従業員）	・消費税率は上がるものの、軽減税率が導入される。消費税が上がることにより消費者の負担は増える。将来の年金や社会保障の充実につながるのであればやむを得ないと思うが、軽減税率の導入等で、別のところにお金が行くのではないかとという疑問がある。近隣の国との関係悪化で平和に対する不安も増し、国民は一層財布のひもを引き締めるのではないかと。
		ゴルフ場（従業員）	・全英女子オープンゴルフで日本人選手が優勝して国民的ヒロインとして受け止められ、東京オリンピック出場の可能性が出るなど、ゴルフへの機運が盛り上がり、ゴルファーの裾野が広がるポジティブ要因がある。一方、消費税増税による消費マインドの落ち込みも重要なネガティブ要因である。現在発表されている消費税増税後の景気悪化対策の恩恵を受けない業界であり、影響が懸念される。

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
		パチンコ店（経営者）	・10月に消費税増税が実施され、消費動向に影響が出るものと思われる。政府が実施する消費税のポイント還元を期待している。
		競輪場（職員）	・社会情勢をみても、消費税が上がるため、悪くなる。軽減税率も効果は期待できない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・政府は増税対策をポイント還元という形で実施するが、効果は限定的とみている（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・消費税増税によるマイナス影響は避け難い（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・周辺の塾の様子をみても、単価をどんどん下げている。生徒数も減少しているため、景気は良くない。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・ますます買い控えが進み、必要な物以外購入しなくなる。10月以降全てに値上げがあることと、消費税増税がダブルで影響してくる。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・消費税増税で、しばらくは新規顧客の獲得が難しい。
		設計事務所（経営者）	・一番の問題は社員不足、労働力の低下である。新しい求人等も出し、社員の増強を図ってはいるが、なかなか思うようにいかない。人手不足のため、民間の仕事になかなかチャレンジできず、余り良い情報も入ってこない。東京オリンピックや参議院選挙の関係が、思うように前に進んでいない。この先、年内も思うような方向に進まないのではないかと。
		設計事務所（所長）	・今の東京オリンピック景気は、今年の秋頃を境に悪くなるのではないかと。したがって、その後の景気の上昇につながるような国の対策が待たれるところである。
		住宅販売会社（従業員）	・今後の見通しも余り明るい材料はない。高価格帯の物件を減らし、客が購入しやすい価格帯の物件提供をしていく。今売れる物をしっかりと把握して活動していく。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待していたが、そんな動きはみられない。これでは増税後は更に需要が落ち込むと考えざるを得ない。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・東京オリンピック需要も少し落ち着いている。一時的な急ぎの仕事はあると思うが、継続的ではないので、総じて上向き情報が見えていない（東京都）。
	×	一般小売店[家具]（経営者）	・10月から消費税が10%に上がるが、現状で駆け込み需要がないということは、増税されるともっと悪くなるのではないかと（東京都）。
	×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	・人口減少なのに、商業施設が増えては、出店退店の繰り返しになる。
	×	百貨店（総務担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みが懸念される。
	×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税と、それによる駆け込み需要の反動で、売上が大きく減少すると想定している（東京都）。
	×	スーパー（総務担当）	・10月から消費税増税なので、悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・元々コンビニ業界は少しずつ飽和に近づいており、年々来客数、売上と共に店舗自体も減っているのだが、それに加えて今回は消費税増税ということで、かなり落ち込むと予想している。
	×	衣料品専門店（統括）	・今月の販売量の動きは、消費税増税前の駆け込み需要と考えられる。過去の事例からいっても、増税後の景気、売上が伸びるとは思えない。
	×	衣料品専門店（役員）	・消費税増税後の動向が読めない。
	×	家電量販店（店長）	・円高が輸出企業やインバウンド消費に与える影響は大きくなる。さらに、消費税増税後の単価ダウンも予想される（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	・消費税増税後は落ちると予想している。
	×	家電量販店（店長）	・増税の影響は多かれ少なかれ必ず出る。
	×	その他小売[ショッピングセンター]（統括）	・消費税増税後、半年程度は低迷傾向が継続し、世界情勢次第では、更なる悪化が予想される（東京都）。
	×	その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	・市場において、現状の悪さが慢性化している。廃業する店が増えても致し方ない（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・これだけ経済状況が良くない中で、消費税増税が行われるというのは誠に信じ難いものがある。それによって必ず景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新規売上が人手不足で伸び悩み、人件費増に係る要因も多く、将来の景気を回復させるのに多少の時間を要する見込みである（東京都）。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が上がり、消費が冷え込む。
	×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税の影響で悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・米中通商摩擦や英国のEU離脱、韓国との関係悪化など、海外経済の減速や消費税増税で下振れリスクが高くなる。個人消費を増やすために、経済波及効果の大きい住宅取得の後押しになる政策を是非期待したい。
企業 動向 関連  (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の繁忙期に入るため、良くなる（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事量が増え、売上も前年比で増加している。
		輸送業（経営者）	・現在の受注状況から、例年どおり9月以降の繁忙期に向かっていていると思われる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税関連の印刷物受注がある（東京都）。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・9月に入り、徐々にではあるが売上が伸びると見込んでいる。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税のため、客の購買意欲が良くない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・消費税増税を前にして、急きょイベントを実施するなど多少の動きは出てきているが、大きな動きは見えない。現状の低水準のまま推移する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・実印、銀行印の急がない注文に関しては、10月の消費税増税前にという客がぼろぼろと注文に来ているので、9月中はやや上向きと予想している。10月以降は、プレミアム付商品券をもらえる人も限られているので、どうしても必要という注文でなければ、買い控えが考えられる。9～11月くらいで見れば変わらない（東京都）。
		化学工業（従業員）	・国内向けの先行きの受注量に大きな変化はない。中国向けの受注量は減少しているが、タイ向けの受注量が増加している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易問題や日韓関係の問題、英国のEU離脱問題など世界的な問題が国内に影響してきているので、3か月先ではそう大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・前年同時期に増産した化粧品容器の受注にこの先も回復情報がなく、警戒している。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の話や経済情勢からも良くなる要素が見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争、イラン問題、日韓問題、北朝鮮のロケット実験、英国のEU離脱など、国際社会で問題が多く、世界の経済環境は明るくない。それが中小企業にもじわじわと波及するのではないかと（東京都）。
		建設業（経営者）	・零細企業への景気対策が十分に実施されていない。
		建設業（経営者）	・年内はまだ今の状態が続くと思うが、来年からはどうなるか分からない。
		建設業（従業員）	・現在の受注量から考えると、変わらない。
		輸送業（経営者）	・しばらくは受注量が多い状態が続く見込みである。荷主の業種によって濃淡があり、メインの荷主は好調である（東京都）。
	輸送業（経理担当）	・物流業を取り巻く環境は変化しつつあるといわれているが、そのような変化は感じられない。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出量が低迷しており、今後も続く見通しである。	
	通信業（広報担当）	・現状がしばらく継続する（東京都）。	
	金融業（統括）	・東京オリンピック景気もそろそろ終盤になっているので、全般的に変わらず、そのまましばらくは動くのではないかと。	
	不動産業（経営者）	・不動産賃貸の状況も余り変わらない。空室がたくさんある。10月から消費税が増税になり、中には現状維持でいいというオーナーもいるが、全般的にどのようになるのか心配である（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（総務担当）	・消費税増税は気になるところだが、それよりも少し先の、羽田空港の新飛行経路運用開始により、飛行経路直下にある所有ビルで、テナントから騒音苦情が来ないか心配している。場合によっては騒音対策工事、賃料の値下げを検討せざるを得ない状況に追い込まれるのではと不安である（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・9月まで消費税増税前の駆け込み需要があるが、10月以降は停滞しそうである。
		税理士	・米中の貿易戦争の影響がどのように出てくるか。日本企業も中国に輸出したり、中国国内の工場での売上などが減ってくると、日本の景気も悪くなっていくのではないかと。細部ではいろいろあると思うが、大筋ではそこが一番大事などころではないか。そのようなことがあるので、どうなるかわからない（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）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率が例年どおりになり、受注量も落ち着くというプラス要因と、消費税増税の影響で稼働減となるマイナス要因とで相殺され、全体的な景気は変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・経済不安から円高傾向が継続しており、国内における通信系設備投資に積極的になっている客もいるため、当面は今の状況が継続する。
		化学工業（総務担当）	・国際間の諸問題が多くあり、各々の状況次第では身の回りに影響が発生するのではないかと。消費税増税による前倒し需要はみられない。
		金属製品製造業（経営者）	・3か月後の仕事について見積依頼が少ない。目先の仕事で忙しいが、単価が安く、利益が出ないのが現状である。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先から発行される内示情報が減っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・例年に比べて、秋口にかけての内示に盛り上がりが少ないように感じる。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・現に生産調整などを行っているため、景気が良くなるような情報は一切ない。
		通信業（経営者）	・米中、日韓の動きの影響がみられる。
		金融業（従業員）	・人手不足や人件費の上昇を憂慮する中小企業経営者が増えているように感じられる。他方で、外国人労働者の採用については温度差が大きく、人手不足が長引けば、今後の業況改善への足かせとなることが懸念される（東京都）。
		金融業（支店長）	・米中貿易摩擦、日韓貿易問題の影響が計り知れない。10月には消費税増税も控えており、当面の景気は良くない。
		金融業（総務担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要もさほどない。消費者は買い控えをしているのではないかと。今後は増税の影響もあるとみている。企業では最低賃金上昇の影響があり、特に制限パートの時給が上がると勤務日数が減少し、その分パートを増やすことになるようで、余計に経費が掛かる会社もある。全体的に人手不足が続き、人件費が上がる予想のため、企業の利益にも影響する。ガソリンもまだまだ高く、特に運送業等に影響がある。以上のことから、今後の景気はやや悪くなる（東京都）。
		金融業（役員）	・米国の金利引下げによる円高の進行により、自動車業界等の輸出企業を中心に採算悪化が見込まれ、当金庫の取引先である下請企業にも相当のダメージがあるものと思われる。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税の前後で、各社共に広告宣伝費を控えている（東京都）。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が大きい。
		税理士	・日韓の摩擦による不景気への影響は当面続く。米中の貿易摩擦の影響も出てきそうである。
		経営コンサルタント	・内需の喚起ができていないので、輸出の減少が国内製造業に大きく響いていると考えられる（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の時期を迎えて、映像広告費は価格を抑えられるか、又は外注を無くす方向に進む（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争による円高基調に伴い、輸出が伸び悩む。10月の消費税増税により消費マインドが低下する。世界的な株安による金融不安などが挙げられる。
	×	建設業（経営者）	・消費税増税の影響により悪くなる。
	×	輸送業（経営者）	・消費税率の引上げによる買い控えが予想されるため、状況は悪化する（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・株価下落や米中の貿易問題などが山積して、良いイメージがない(東京都)。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社(営業担当)	・同一労働同一賃金までは引き続き募集数、待遇は改善の動きが続く(東京都)。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・9~11月にかけて既に50件以上の計画をもらっているの で、伸びは相当にある。
		人材派遣会社(支店長)	・クライアントの下期の開始に伴って求人数が微増している。今後9~10月にかけても、求人数が増加するとみている。
		人材派遣会社(社員)	・複数の経営者と話したが、韓国、中国、米国、いずれも状況が良くなく、非常に危機感を持っている(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・今後も求人数は変わらず堅調に推移する見込みである。
		人材派遣会社(社員)	・国民レベルに影響が出るような景気回復の施策がない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・2020年4月からの同一労働同一賃金施行に向けて、均衡待遇差をどの程度設けるか、苦慮している派遣先が多い。また、派遣先企業への雇用元切替えも増加し始めている。同法の影響もあり、65歳定年延長も同時に検討が進められているため、これから秋にかけて、どのように進んでいくのかは予断を許さない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・低所得の派遣スタッフの賃金底上げによる景気の向上はあれど、賃上げに伴う派遣人材の削減が同時に起こるため、変わらない(東京都)。
		人材派遣会社(支店長)	・派遣スタッフの確保が継続的な課題となっており、先行きは楽観できない(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・募集をかけても、即戦力になる人材はもろんだが、育てる前提でもなかなか応募がなく、採用につながりにくい(東京都)。
		求人情報誌製作会社(広報担当)	・これから景気が上向く要素が余り感じられない(東京都)。
		求人情報誌製作会社(所長)	・求人広告の量が減っている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・相変わらずということは、良いということで、先行きに慎重になるものの、アクションに変化はない(東京都)。
		民間職業紹介機関(経営者)	・成長企業の求人は職種全般に比較的早い時点で応募者が集まる。勤務地など採用条件が決め手になる(東京都)。
		民間職業紹介機関(職員)	・採用意欲は心理的要素が大きな比重を占めるため、先行きの不透明さは少しずつ出てきているが、まだ明確な要素にはなっていない(東京都)。
		学校〔大学〕(就職担当)	・変化する要素がない(東京都)。
	人材派遣会社(営業担当)	・夏季休暇の影響もあると思うが、今月は求人数、求職者数が非常に少なくなっている。そのため、来月の成約数に影響が出るのが想定され、景気は悪くなる方向に推移する(東京都)。	
	職業安定所(職員)	・人手不足分野の雇用改善が進まない限り、改善は見込めない(東京都)。	
	職業安定所(職員)	・新規求職者数は前年比で大きな変化はみられないが、新規求人数は管内大企業所で移転があったため、前年と単純な比較はできないものの、減少傾向にある。	
	民間職業紹介機関(経営者)	・慢性的に人手が不足している業界や不人気業界を除き、新卒採用の環境は悪化するのではないか。募集枠自体を見直す企業が増えている(東京都)。	
	×	人材派遣会社(営業担当)	・エンジニア派遣の引き合い減少だけではなく、契約終了も増えてきており、明らかな景気の悪化傾向を感じる(東京都)。

### 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)	・新規施設の開業や各種イベントの実施により、引き続き多くの来場客を期待する。
		一般小売店〔家電〕(経営者)	・消費税に関連した商談が、ちらほら出てきている。これからしばらくは続くのではないかと。
		衣料品専門店(経営者)	・冬物の準備で少しは良くなる。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・増税前の駆け込み需要が見込まれるため、やや良くなる。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・当社を頼る客は、葬儀に余り費用をかけない。後を見てくれる人のいない客が多いので、永代供養墓の需要も根強い。これからもこの状況は変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税前に設備投資的な動きは多少あるものの、一般消費者は、カード使用のポイント還元もあるため、駆け込み需要は余り見込めず、先の読めない状況が続く。
		スーパー（経営者）	・季節も落ち着き、例年なら1回100万円ほどのイベントが2～3回はあるのに今年はない。今期は新規にサッカーイベントからコンスタントに仕出注文をもらっている。関連の練習場からも注文を受けている。前年は超えられないが、秋から運動会等もあるので、地域のイベントを確実にこなしたい。
		コンビニ（店長）	・当店で扱う商材はぜいたく品ではないので、消費税の関係がいろいろあるが、普段必要な物を多く取り扱っているので、余り大きく下がることはない。
		一般レストラン（経営者）	・増税前の電子決済の還元施策の刺激で多少は客が増えつつあるが、良くなると見込めるほどではない。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答しているが、悪くなったまま変わらないという意味である。本当に良くない。何か良い方法はないだろうか。
		観光型旅館（経営者）	・近隣の火山噴火報道の影響もあり、秋の予約の伸びが止まっている。引き続き、やや悪い状況が続くとみている。
		通信会社（社員）	・四半期では大きく変わらない。4K放送の普及に伴い、4Kテレビの需要が伸びてくれば、テレビサービスへの関心も高まるのではないかと。
		ゴルフ場（経営者）	・秋の本格的なゴルフシーズンに向け集客活動を実施するが、相変わらず30～40代の来場者が伸びてこない。年配の男女は元気である。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税の増税を控えているが、今のところ予約状況に変化は見られない。静観していきたい。
		設計事務所（経営者）	・対応できていない物件も多くあるため、しばらくは忙しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・新たに購入してスポーツをやるというのは春先で、毎年、秋口になるとスポーツシーズンも終わるため、悪くなる。今年も特別なことがない限り、例年同様にやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・10月からの増税対応に追われる。分かりにくい軽減税率は愚の骨頂、机上の空論の極みで、商売どころではない。
		百貨店（営業担当）	・直接的にはどうか分からないが、日韓、米中問題が起きているので、この先景気が上向き要素は考えにくい。
		スーパー（経営者）	・消費税増税、価格競争、円高による製造業への影響等でやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・徐々に寒くなって物の日持ちが良くなり、販売量も夏に比べて落ちるので、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税が上がるため、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・年間のピークである夏休みが終わったため、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の影響を直接受けることになる。消費行動が抑制され、便乗値上げによって、今以上に消費を控えることにつながる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の反動減が懸念される。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税もあり、景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（経営者）	・当然のことながら、消費税増税がかなり響く。
		一般レストラン（経営者）	・何といても消費税増税が大きい。還元等の動きはあるが、特に、飲食やサービス業関係は、種類によっては大きな影響が出る。資本力のない店にとっては、意地の悪い増税に思えてならない。
		スナック（経営者）	・増税を控えているため、良くなっていくとは思えない。
		スナック（経営者）	・予定どおり、お盆明けは人の流れが若干悪いようである。9月に入ると人事異動が多少あるので、歓送迎会なども少しはあるが、特に大きな団体に動くことも考えにくいので、今後も厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（支配人）	・先の予約状況は余り良くない。また、予約の直前化傾向が強くなり、今後の紅葉シーズンの動きはまだつかめない。
		都市型ホテル（支配人）	・ビジネス客の宿泊予約が遅く、10月以降の予約も鈍い。消費税増税で、他のホテルとの料金比較等の様子見だろうが。宿泊料金の競争が始まる予感がする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先日、知事を含めた県幹部職員の減給が発表されたため、一般市民のマインドが消費を控える傾向になるのではないかと。
		旅行代理店（副支店長）	・米中、日韓問題等が響き、企業業績が悪化傾向であり、インセンティブ旅行、業務渡航が減少してきている。また、諸外国の問題で、旅行者の動きも鈍い。特に9月は、連休もあるが、客の動きや受注が減少している。景気だけの問題ではなく、ゴールデンウィークや夏休みなど大型連休が多く、出費を少し抑えているとも感じられる。
		タクシー運転手	・消費税の関係や将来の年金問題で、財布のひもは固くなりそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘売買は消費税引上げの影響を受けるとみているため、引き続き低調に推移する見通しである。
	×	百貨店（店長）	・増税のマイナスインパクトは大きいのではないかと。増税後はポイント還元、プレミアム付商品券などの対策が実施されるが、キャッシュレス、プレミアム付商品券には所得等の条件があり、効果は見通せない。特に百貨店では、所得を限定した対策の効果は限定的と考えている。
	×	スーパー（経営者）	・消費税増税を控えて消費は厳しくなる。また、老後2000万円問題も、消費に対する影響が大きい。
	×	スーパー（副店長）	・年金問題など税収を増やさなければいけないのは分かるが、10月から消費税が上がることにより、一時的にでも節約傾向が強まると予想される。また、消費税だけに限らず、実際には給料も上がらず、先行き不安感もあり、景気が上向く感じは全くない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・少子高齢化のなかで、なぜ消費税増税をするのか考えられない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・ここ数か月、ある程度の予約状況で推移していたが、ここに来て非常に鈍り始めている。フリー客の動きも悪く、増税に向けて買い控えが先行しているように感じる。前回の増税時には駆け込み需要があったが、今回は予約状況や雰囲気からも感じられず、買い控え感だけがある。好転要因が1つもなく、確実に落ち込む。
	×	通信会社（経営者）	・消費税増税を控え、現在よりも状況は悪くなっていく。
企業 動向 関連  (甲信越)		食料品製造業（営業統括）	・知事を先頭に官民一体となって、国内外の販売促進に注力しており、効果が徐々に出てくるとみている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の試作が入っており、それに伴う新規販売への期待が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・「部品が入りだし、生産が開始される」という話を聞いている。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税が待っているが、主力品の販売に注力し、いろいろな企画を組むことで、落ち込みを最小限に抑えたい。
		建設業（経営者）	・人手不足の状況は変わらず、消費税引上げ後の消費動向は分からないため、不安である。
		金融業（経営企画担当）	・10月に消費税増税すること等を踏まえると、景気は停滞すると考える。しかし、米中貿易摩擦が緩和方向へ向かうようなら、徐々にではあるが景気は上向く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・海外からの受注状況に改善がみられないことに加え、円高となってきていることが懸念される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・11月以降の生産量の確保が難しくなっている。
		金融業（調査担当）	・製造業を中心に、先行き不透明感があり、景況感はやや悪化する。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費税が増税となり、各家庭の節約志向はさらに強まると予想される。
	×	食料品製造業（製造担当）	・消費税増税なども控えており、心理的には相当に追い込まれている。客の財布のひもは固く、安い物へ流れている。ただ安い物では利益確保は厳しく、いずれにしても大変である。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・売上は落ちているし、毎月の資金繰りも大変である。

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	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・9月は展示会等も数多く企画されているが、消費税増税の影響を考え、10月にはほとんどの業者が展示会等のイベントを行わない方向である。今でさえ売上低迷に苦しんでいるので10月の見通しは暗い。株価下落は高額品の売上に影響する。金の高騰は製品価格を押し上げ、利幅を大きく下げている原因になっている。不安要素が多い。
雇用 関連		-	-
(甲信越)		人材派遣会社（営業担当）	・最近はお盆休暇の取り方が変わり、企業によっては連続して休まないためか派遣社員も休みを取らず出勤しており、バイト等の相談が減っている。少しでも貯蓄をし、消費に回ることはないため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・求人広告を掲載しても、問合せがほとんどない事業所も多く、人手不足は変わらない。この状況がこれからも続く。
		職業安定所（職員）	・求人は減少傾向があり、引き続き、一部の製造業では生産出荷量が2～3割減少しているものの、他業種では「好景気が継続している」との報告も寄せられており、全体の6月の有効求人数は、前月より上昇している。同じく6月の有効求人倍率も3か月ぶりに1.43と上昇している。製造業では、先行き不透明感から引き続き採用活動を停止しているものの、現状、企業整備による解雇者の発生も少ないレベルにあることから、今後も変わらずに維持していくと予想している。
		職業安定所（職員）	・消費マインドの低下や、原材料や配送料等の更なる高騰による経営の圧迫など、消費税増税の及ぼす影響に懸念を覚える事業所も多い。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造業では米中貿易摩擦関連から受注が減少している企業が多くなり、影響の少ない企業が減り始めている。
	x	-	-

#### 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		-	-
(東海)		商店街（代表者）	・東京オリンピックに向けて、ますます景気が良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月以降、若干の消費税増税ショックがあるかもしれないが一時的と見込む。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・秋から年末にかけて予算消化が活発な時期に入る。
		百貨店（販売担当）	・ハンディファンのヒットで夏の売上は好調で、盛夏の終わりとともに厳しくはなったが、秋商品も単価は低いものの動きが出始めている。
		スーパー（店長）	・消費税増税により、来客数は上向き見込みである。外食の客層をいかに取り込めるかが鍵である。
		スーパー（総務担当）	・買いやすくなった輸入ワイン等の売上が増えている。
		スーパー（商品管理担当）	・台風次第だが、季節商材が順調に回り、多少良くなる感じがする。
		コンビニ（エリア担当）	・7月の冷夏、8月の台風等、本来の夏らしい動きがなかったことによる影響を脱し、秋以降は、連休等で来客数の動きは徐々に戻りそうな雰囲気がある。
		コンビニ（エリア担当）	・重要カテゴリー商品群の調理パン、調理麺のリニューアルとセット販売に加え、ファーストフードの週末セールと合わせて、季節商材とエリア商品の発売で改善を図る。
		コンビニ（店長）	・店の周囲で再開発が進んでおり、その工事が最盛期になり、需要が見込まれる。近日完成予定のカプセルホテルからどれくらいの来客数を見込めるか不明な点もあるが、景気は良い方向に向かう。
		乗用車販売店（経営者）	・9月以降は猛暑などもなくなり、気候も落ち着いてくるものと思われ、来店が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・前回の消費税増税のときは在庫車が全て売り切れたが、その雰囲気が感じられない。マスコミなどで自動車は増税後でもお買得という報道がされている影響もあるのか、客との話でも、急いだり焦っている様子が余りみえない。正直、不安要素の方が大きいですが、そういう中でも注文数が増えてきているので、期待はしている。

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（営業担当）	・消費税増税後も税制面で需要の落ち込みが少なくなるようになっているので、来客数は現状維持か多少の落ち込みで済むだろう。
		スナック（経営者）	・多少予約が入っているので期待をもっている。
		観光型ホテル（支配人）	・前年の秋には全くといっていいほどに受注できなかった一般宴会の祝賀会が、順調に入ってきており、久しぶりに予算比、前年比共にクリアしていく見込みである。あとは食堂部門の来店客の持ち直しに期待する。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始や春以降の計画の契約話ができれば問題ない。消費税増税に便乗して値段が上がると販売しにくくなるおそれがあるので、心配している。
		テーマパーク（職員）	・前年のような天候不良がなければ、良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・今年の12月末までキャンペーン商品の販売がある。
		美容室（経営者）	・8月の暑くなる前にパーマ、カラーやカットした客が、2～3か月後に来店する。また、正月に向かう行楽シーズンで忙しくなる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・2か月後に企業設備投資のまとまった工事を受注した。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新しいシステムを導入することになり、客足も増加が見込まれるので期待している。
		商店街（代表者）	・消費税引上げに伴い駆け込み需要があるかと想定されるが、それ以前に買い控えがあると考えられ、どちらともいえない。
		商店街（代表者）	・相変わらず客単価が低いまま伸びていない。売上につながらず良い材料も見当たらないため、今期と変わらない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費が増加する気配がない。消費税引上げにより更に景気が悪くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・良くなる材料はない。ショッピングセンターも来客数が落ちているのは明らかで、出掛ければ金を使うので、出掛けないという人が増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現在、高止まりしている感がある。しばらく続くものと見込まれる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・経済は堅調にきているため、消費税が2%上がっても変化しない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		百貨店（売場主任）	・9月は消費税引上げ前ということで、売上が増加するのではないかと見込んでいる。しかし、増税前に靴を大量に購入する客はいないのではないかと売場では話しており、買い控える客も増え、売上は厳しくなる。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、それほど盛り上がっていない。10月以降の落ち込みが不安である。
		百貨店（販売担当）	・来月は消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、10月以降の買い控えも懸念される。
		スーパー（販売担当）	・景気が良くなる材料が見当たらないため、変わらない。
		スーパー（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要とその後の落ち込みでプラスマイナスゼロとなる。競合店の閉店による効果が2～3か月後まで続くかどうかは疑問である。
		コンビニ（本部管理担当）	・9月は消費税増税の直前のため、前年を大きく上回る売上を見込んでいる。10月以降は軽減税率の効果次第である。今後の見通しが立たないため、変わらないと判断する。
		衣料品専門店（売場担当）	・2～3か月後は消費税増税後になるが、前回の増税時と違い軽減税率が適用されることから、大きな消費の落ち込みはないと見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み購入や買換えの様子も余り見られない。大きな変化はなく推移しそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の盛り上がりもなかったため、反動減も限定的とみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・10月の消費税増税前ではあるが、ほとんどの車種は納期が3か月近く掛かっており、増税前には車の登録が間に合わないため、客の動きも鈍化している。ただし、10月には新型車、モデルチェンジ車が控えているので、前年並みは維持できると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・8月はたまたま売上が良かったかもしれないということと、この先につながるものもどれくらいあるか分らず、仕入れも難しいため分からない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税があるものの登録車はハイブリッド車を中心にあり、エコカーに対する施策も開始されるので大きな下振れはないと感じられる。しかし、優遇対策の対象外車種との販売格差が広がり、これまで以上に客の車種選びはシビアになるだろう。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・10月からの消費増税があるため影響があるか分からないが、少し景気は落ち込む。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費増税前の駆け込み需要も今一つで、ポイント還元などでプラスマイナスゼロ感がある。
		一般レストラン（経営者）	・1か月後に消費増税が引上げとなるので、来客数、売上は落ち込むと思われるが、例年並みを目標にしたい。
		都市型ホテル（総支配人）	・秋は例年ハイシーズンであり、今年も宿泊の売上は回復すると思うが、供給が増えているため、日によって稼働率の変動が激しい。
		タクシー運転手	・長い間飲食店は人が少ない状況が続いている。週末であっても人が少ないため、景気は変わらない。
		タクシー運転手	・ここ2～3か月、客の数が変わらない。
		通信会社（サービス担当）	・安い会社へ乗換え、また戻ってくることの繰り返しで、変動が余りないと見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・景気は低迷中であり、当面は続くと思込まれる。
		通信会社（営業担当）	・安価な商品を選ぶ傾向は変わらない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・消費増税の引上げが近づいているが、入園料の引上げは行わないため、景気に対して大きな影響を及ぼさないと想定している。
		ゴルフ場（支配人）	・10～11月はゴルフシーズンに入り、また、入場者予約数も前年同日比で遜色なく入っているが、今年4月以降の低迷ぶりから、今後も強気にはなれない。
		パチンコ店（経営者）	・季節要因で、高温のためエアコンの効いている店舗に客が入り、売上は上がっている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費増税の影響が気になるが、客単価が下落する可能性はあるものの販売件数への影響はないと想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・大きな変化はないように見受けられる。
		商店街（代表者）	・9月は消費増税前ということもあり販売量は伸びると予想するが、それ以降は当然落ちると考えている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費増税により、客からは、日常の外飲食を減らすしかない複数の飲食店店主が聞いている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品店は相手を気遣う気持ちが多い仕事である。消費増税引上げが1か月後であるが、金を使わない方向に企業は動いており、個人も更にそのように動いている。自己投資には少し使うかもしれないが、他人に対してのお返しや贈答等が減少し、増税になると更に悪くなる。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・海外情勢が不安定で、先行きに不透明や不安感がある。
		百貨店（総務担当）	・9月は消費増税の引上げ前の駆け込み需要により、瞬間的な売上増加にはつながると考えているが、それ以降は消費者の節約志向が更に高まり、売上に結びつく要因がなかなか見つからない。さらに、インバウンドの売上もこれまでどおりに期待できない状況である。
		百貨店（企画担当）	・8月後半から消費増税前の購買の動きがみえ始めている。具体的には、紳士では単価が高めのビジネスウェアや雑貨が動き始め、婦人服でも例年より早めに秋物の動きがみられる。9月までは消耗品、高額品を中心に前年以上の動きをみせると見込んでいるが、10月以降の反動がいつまで続くか読めない状況である。特に、昨今の国際情勢に端を発した経済不安が増税とあいまって、景気を引き下げざるを得ない懸念している。
		百貨店（経理担当）	・世界経済の悪化に加えて、日韓の関係悪化に伴い双方で渡航を控える動きがみられるなど、インバウンドの減退が見込まれる。
		百貨店（業績管理担当）	・消費増税後の反動減を見込む。しかし、駆け込み需要が前回ほどはないようなので、落ち込みも軽微と見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・10月に消費税の引上げがあるため、もろもろの物価が上昇し、ますます消費者は節約志向となりスーパー等も売上が減少し、企業も消費者も苦しくなる。我が国の景気は、輸出が世界的にも伸びず、苦戦する。製造業の求人倍率は半年前がピークであり、現在は徐々に低下している。3か月後の景気は決して良くない。
		スーパー（営業企画）	・消費税の引上げが実感されて、消費の防衛心理が進むと予想する。
		スーパー（商品開発担当）	・消費税増税前に消費が増え、増税後には消費を絞ることが予想されるため、売上はさほど変わらないか、やや悪くなる。現状で来客数は前年比100%を切っていることから、やや悪くなるだろう。
		スーパー（経営企画担当）	・良くなる要素がない。
		コンビニ（企画担当）	・インバウンドや輸出関連の雇用は増えず、内需への規制緩和が望まれる。
		コンビニ（店長）	・消費税の引上げ前の需要が全くない。ポイント還元が大きすぎる。市中の小企業の現場と政府の政策とは、かい離しすぎている。
		コンビニ（企画担当）	・消費税引上げの影響を受け、若干売上が低下すると見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が下落している。コンビニの場合、消費税増税の影響はないが、他で影響することにより、コンビニで使う金が減るのではないかと感じている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税となり、買い控えの動きがあると想定される。ただし、今回は政府の対策もあり、前回ほどのマイナスの影響はないように予想される。
		コンビニ（店長）	・ポイント還元制度もあり、消費税増税前の駆け込み需要や増税後の落ち込みがあるのか、全く予想できない状態である。いずれにしても消費の緩やかな低迷は続く。
		コンビニ（店員）	・来客数はお盆までがピークで減少傾向にある。
		コンビニ（商品開発担当）	・10月のたばこ値上げ前の駆け込み需要はあるものの、消費税増税による買い控えはやはり大きいと考える。来客数の増加を図ることが難しいなか、買い控えによる単価の下落は厳しい。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税の影響もあり、購入を控えているという客もいる。
		家電量販店（店員）	・購入の見積りをしている客は皆9月購入予定なので、10月以降の売上は落ち込む。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税率2けたのインパクトは大きい。国際情勢の不安定化で企業業績の悪化も予想され、アベノミクスの終えんを迎えるのであろう。東京オリンピック関連でテレビは売れているが、高単価商品から低価格商品への移行が起こるのではないかと。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税が引上げになるとやはり消費が落ちてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後は財布のひもが固くなるだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・韓国との経済問題がすぐに解決する雰囲気もなく、長引けば長引くほど景気に影響し悪化する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み感が今一つである。新型車種などの明るい材料もなく、2～3か月後は不透明である。
		高級レストラン（経営企画）	・消費税増税とともに節約志向が高まり、一時的に厳しい客足となる。年末年始に向け各社とも販促を強化し回復を図る。
		一般レストラン（スタッフ）	・10月からの消費税引上げによる買い控えが続く。
		その他飲食[仕出し]（経営者）	・何かの出来事で悪くなるのではなく、複合的な要因で徐々にマイナスになっていく。
		その他飲食[ワイン輸入]（経営企画担当）	・消費税増税や国際情勢など、漠然とした不安感を抱いている客が多い。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況が、宿泊客は前年比88～92%、昼食客50%前後、夕食客30%である。宿泊客は県外と地元の客、昼食夕食は地元客だが、夕食客が弱くなっているため、景気は悪くなると見込む。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数からやや悪くなると判断した。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（経営者）	・景気の後退局面にあるのではないかと感じている。
		旅行代理店（経営者）	・旅行業界でいえば、香港や韓国の情勢等不安材料が多いので、全体的に考えるとマイナスと見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・間違いなく消費税の引上げは生活者の懐に響くので、買い控えなど様々な問題が景気を直撃する。クールジャパンの見直しも、日本人自身の起業家を輩出せず、外国人留学生に起業させることは、日本国の富の流出につながるおそれがあり心配である。
		旅行代理店（経営者）	・10月からの消費税増税が心配で、景気は少し悪くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税の引上げ対策で前倒しになった取扱案件が数件あり、本来の多売シーズンである10～11月に影響が出ている。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要は、旅行商品には期待できない。日韓の友好関係悪化や米中貿易問題などでアジアへの海外旅行が激減しており、友好関係が改善されない限り上向きになることはないと思込まれる。
		タクシー運転手	・10月からの消費税引上げの影響や、米国と中国との貿易摩擦が過熱しているため、景気に対する不安材料が多く、心配している。
		テーマパーク（職員）	・先行きも改善がみられない。
		観光名所（案内係）	・ここ数年と同様、天候不順が影響している。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が悪くなっている。
		理美容室（経営者）	・消費税引上げにより、皆が買い控えて景気が悪化する。
		美容室（経営者）	・消費税引上げによって客は一層無駄遣いをしなくなり、最低限のことしかなくなる。
		美容室（経営者）	・当地は人口減少により、特に若い女性が県外に出てしまっている。接客業である美容業にとっては影響が大きい。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税引上げ後の仕事は少なく、営業では厳しい価格を告げられている。現時点でも案件が少ない。
	×	商店街（代表者）	・生活必需品の駆け込み購買が増えるので、当社のような嗜好品の商売は悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・消費税引上げがあるため、10月から景気は確実に悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・消費税増税後は、間違いなく景気が後退する。更にモノが売れなくなると見込まれる。
	×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の冷え込みを予測している。
	×	百貨店（計画担当）	・消費税増税後の買上抑制が心配される。株価低迷による心理的な面での富裕層の買上マインドの低下、円高基調でインバウンド需要の減少も考えられるなど、全体的に需要の悪化要因がそろってきている。
	×	スーパー（店員）	・消費税増税の影響の出方がどうなるか。今はお買得な物を主に買っていく傾向がみられるので、厳しい状況と言わざるを得ない。
	×	スーパー（総務）	・消費税引上げによる買い控えがある。
	×	スーパー（ブロック長）	・食料品は消費税の軽減税率対象とはいえ、9月の駆け込み需要の反動が10月以降に必ず来る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・来客数は例年どおりだが、一見客の財布のひもがますます固くなる。
	×	家電量販店（店員）	・今後は消費税増税の反動で必ず悪くなる。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・7～8月は多少新規客が増加した。これは消費税引上げを見越しての動きであり、年内購入を考えている客は9月までとなり、10月以降景気は厳しくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税引上げに対して、外食費等は落ち込むと予想する。
	×	一般レストラン（経営者）	・依然として将来不安が原因となり、消費マインドが上昇しない。世界情勢も不安定な様子が続いているため、相変わらず景気は悪い方向に進む。
	×	通信会社（企画担当）	・消費税増税に加え、年金不安、韓国との関係悪化からくる企業への影響など、景気低迷は必至だろう。
	×	理容室（経営者）	・景気の話は全く良い話がない。
	×	設計事務所（経営者）	・新たな取引先を見いださない限り、業務不振からの回復は見込めない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税もあり、消費マインドが落ちると考える。

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
	x	住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げによる駆け込みは感じられず、むしろ中堅会社の倒産による下請の連鎖倒産が市場に不安を与えている。また、客の支払での自己資金分など資金繰りさえも確認せずに、大規模なりフォーム工事に着手する会社も出てきた。
企業 動向 関連  (東海)		-	-
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて、客先の業界の設備投資が増えることがやや期待できるため、現在より景気は良くなる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・消費税増税前の買いだめがある。
		建設業（営業担当）	・消費税引上げに伴う仕事も少しは増えており、9～10月は仕事量も増えてくるため、少し景気は上昇する。
		通信業（総務担当）	・2019年ラグビーワールドカップでの日本の活躍に期待する。東京オリンピックも段々と選手が内定して、盛り上がりのきっかけ作りが行われている。
		金融業（従業員）	・建築業に関して、比較的長期にわたる引き合いが入っており、デジタルマネー等の普及に関わる業務が活性化している。
		行政書士	・多少食品等の荷動きは良いが、ドライバー不足の声が相変わらずある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・秋は例年受注量、販売量共に大きく増加する時期であるが、消費税引上げによる不安により、景気は余り変わらない。
		化学工業（総務秘書）	・今後の景気を考えるには消費税増税の影響をどうみるかであるが、延々と先延ばしされたものをようやく実行するだけである。駆け込み需要も余り聞かれず、さほど悪い影響を与えないものとする。切りの良い税率でスッキリする。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いもそれほど多くなく、引き続き低調な状況が続くと考える。
		金属製品製造業（従業員）	・状況は変わらず、引き続き忙しいと思われるが、その先は少し落ち着くのではないかと見込む。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資が好転する兆しもみえず、円高に転じつつあるため、状況が良くなるとは考えられない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量は変わらない見込みである。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・10月からの消費税引上げにより、買いだめがあると思うが、買い控えもその後に起こり、プラスマイナスゼロである。
		輸送業（経営者）	・消費税増税が近いが、大手の消費財流通業からは在庫積み増しへの対応などの要請はきていない。
		輸送業（エリア担当）	・米国と中国の貿易摩擦の行方次第である。
		輸送業（エリア担当）	・発送、到着共に大きな動きはなく、単価も動いていない。
		通信業（法人営業担当）	・消費税増税を前に、複雑な軽減税率の話や経過措置の話ばかりしている社内の様子から、企業だけでなく、個人の財布が潤っていくイメージが湧かない。
		金融業（企画担当）	・個人の動向が様子見であり、個人消費が増えないと景気は良くならない。
		不動産業（経営者）	・今後も例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の景気は今月同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。
	広告代理店（制作担当）	・業種によって動きが鈍くなってくる企業もあり、受注にも影響すると見込まれる。	
	公認会計士	・現状の問題点は、短期的には解決されない。また、米中の貿易摩擦等の影響が深刻になってくる。	
	会計事務所（職員）	・葬儀、婚礼など個人行事がコンパクト化し、いわゆる金を掛けない工夫がされている。消費者の節約に対する意識はますます高まるだろう。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・12月までは製造工程が継続するため、要員の確保が継続して行われる見込みである。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米中貿易摩擦が長引きそうで、なかなか決着しない。大幅な赤字を抱える米国の言い分も分かるが、何とも厄介である。インターネットを利用した産業の浮き沈みは今後も続くと想定されるが、我が国はモノづくり精神を忘れてはならない。	
	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税を控え、市場の冷え込みも心配される。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（営業担当）	・受注量が例年以下であることから、今後の見通しは厳しくなると見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・原料価格の上昇が相変わらず続いている。製品価格の引上げはなかなか進まず、利益が圧迫されている。
		鉄鋼業（経営者）	・9月以降の見積依頼や受注予定などが、客からは聞こえてこない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税の影響が考えられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・貿易立国である我が国は海外の影響を大きく受けるため、今後も景気は低下傾向にある。また、鉄鋼メーカーの値上げも強行に行われる環境であるため、非常に厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車や航空機関連の二次、三次請け工場では、受注量が前年と比較し2～3割程度減っていると聞く。通信機器販売関連では、現在も好調な受注推移を示しているが、こういった環境の変化も徐々に影響してくるのではないかと。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・景気が良くなる要因が考えられない。円高が続くと完成車が輸出しにくくなり、景気が悪くなる。
		建設業（役員）	・消費税増税の影響や大手自動車メーカーの先行きの不透明感があり、地元の一次下請企業にも影響がありそうである。
		輸送業（エリア担当）	・荷主からの話では、今の荷動きは当分続く模様である。
		通信業（法人営業担当）	・米中貿易摩擦による経済発展の減速が悪循環となる。韓国との関係悪化による経済への影響も懸念される。
		不動産業（経営者）	・経済動向をみて慎重になり、買い控えが考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの減少と新聞購読者の解約が、一定のペースで続いている。
		会計事務所（職員）	・消費税の軽減税率の事務処理が相当手間取る。利益に余り関係のないところで事務処理に時間がとられ、対処するために人件費や新しいレジの導入など、費用負担が増える。
		×	輸送用機械器具製造業（経営者）
	×	輸送業（役員）	・米中貿易問題や日韓問題などの影響が、今後更に顕著になってくる。また、天候不良による影響も心配される。政府発表の5年ごとの年金予想は、今後更に消費低迷を促す材料となって来るだろう。国内消費は、しばむ要素があふれている。
	×	輸送業（エリア担当）	・国際政治、経済共に、韓国、中国、米国との不協和音が聞こえ、先行きの景況感にも現れつつある。どことなくポピュリズムに走っている各国の政治には和緩や妥協を感じられず、いがみ合いが経済を大きく揺るがす構造が見て取れる。景気は明らかに悪化していく。
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（営業担当）	・下期に向けての人材確保の動きが、様々な業種で出てきている感がある。特に派遣については、9月契約終了者の穴埋めで大きく動いてくると考える。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・繁忙期となり企業からの人選依頼も増え、受注・成約共に増加が見込まれる。ただし、例年より求職者が安定性を求めて直接雇用を希望する割合が高く、マッチングが課題となる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年にも増してインターンシップの招待や案内が増えてきている。対象も学年を問わないことは無論であるが、特に1日でテーマごとに複数回実施して、同一者に対しても継続したPRの機会を設けている。
		人材派遣会社（経営企画）	・動向を見極め中につき何ともいえない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が好調だったので業況としては変わらないが、来月に関しては例年より予約状況が良い。
		人材派遣会社（営業担当）	・現状のとおり、客の経費精査はより細かくなっているが、景況感として大きな影響が出てくる時期は、2～3か月先ではなく来年度からと見込まれるため、今月と変わらないと考える。
		人材派遣会社（企画統括）	・今後の景気判断につながる特段の材料が見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・当地区の自動車メーカー各社は、輸出車数の推移が下向き傾向にあるが、国内販売においては、消費税増税前の駆け込み需要なのか、生産台数は安定している。
		求人情報製作会社（営業）	・国内外の政治不安による、市況への影響が不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・採用代行会社の動きが少しずつ目立つようになってきているが、企業からすればコストが掛かりすぎるため、まだ採用方法の主流にはなっていない。しばらくはいろいろな方法を探りながら試していくのではないが。
		職業安定所(所長)	・管内企業からは、米中貿易摩擦等の今後の影響について懸念する声も聞こえているが、今のところ直接的な影響については聞いていない。相変わらず人手不足の声はよく聞かれる。
		職業安定所(職員)	・窓口での相談件数は、20代前半から40代半ばは前年同月より減少しているが、前月比では、全ての年代で増加している。ただし、相談者には在職者も含んでいるため、先行きへの不安のため来所したのか、他に条件が良いところがあればと来所したのかは不明確であり、全てが離職に直結するとは限らない。
		職業安定所(次長)	・求人募集の傾向に大きな変動は見受けられず、求人者の採用意欲は強い。
		職業安定所(次長)	・景気変動による事業廃止等について、大きな動きはみられない。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・採用に慎重な姿勢をみせる企業が増加傾向にあり、また、転職希望者が飛躍的に増加することも恐らくないと考えられるため、この2～3か月程度は余り変化がないと想定される。
		人材派遣業(営業担当)	・消費税増税後の買い控えが進むと想定される。
		人材派遣会社(社員)	・同一労働同一賃金の施行を控え、企業が派遣活用を控えている。
		人材派遣会社(営業担当)	・同一労働同一賃金施行に向けて、派遣料金の上昇が懸念されるため、新規の派遣労働契約を、社内調整若しくは直接雇用での採用に切り替える動きが始まっている。
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・東京オリンピック景気が落ち着き、発注減の製造業が増えている。また、先行き不安を抱える企業も多い。
		職業安定所(職員)	・外部環境が不透明で8月に入っても求人が前年より減少しているなかで、人手不足解消のためベトナム人を積極的に採用する動きが出ている。
		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が広がる状況が続いている。短期的には、秋にリニューアルオープン予定の大型ショッピングモールからの求人動向が注目される。
		民間職業紹介機関(支社長)	・海外情勢による。米国、中国や英国などの動きが影響する。
	x	-	-

#### 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)		-	-
		観光型旅館(スタッフ)	・8月以降、予約保有率は前年比91～96%で推移する。7月と比べると少し持ち直しているが、まだ厳しい状況は続く。
		旅行代理店(所長)	・前年は北海道胆振東部地震による予約取消しがあったため前年を上回る見込みであるが、以降は不透明である。
		タクシー運転手	・前年より観光の予約が多く入っている。
		通信会社(営業担当)	・新商品発売の見込みはあるが、端末価格の高騰により思っているほどの販売の伸びは見込めないと考える。
		一般小売店〔精肉〕 (店長)	・今月はお盆休みが長く、間延びした感じになり、お盆後半の集客が取りづらくなった。そこで多少のマイナスが生じ、前年並みの推移となった。来月に関しては期待しているが、特に売上を伸ばす要素がないので、例年並みと考える。
		百貨店(販売促進担当)	・将来への不安が払拭されない限り貯蓄傾向は強くなる一方であり、消費マインドが高まる気配はない。消費税の引上げ後は生活防衛意識が高まり、個人消費の節約志向はますます強くなると考える。
		スーパー(店長)	・消費税の引上げ前で一時的な需要は見込めるが、反動も予想される。外食から内食への流れは未知数である。

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
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もスーパーマーケットでは酒と紙製品ぐらいで、軽減税率と消費税の引上げ後のキャッシュレス還元政策の影響で、10月以降の需要に流れるとみている。
		スーパー（総務担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を除けば変わらないと考える。
		コンビニ（経営者）	・来客数、単価共に大きな変動はみられない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げやキャッシュレスの促進など、不透明要素が多い。
		コンビニ（店舗管理）	・人口減少から来客数の減少は避けられない。人手不足から人件費等の経費増も避けられない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要などは感じられず、客は冷めた見方をしている。
		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いるが、営業からの報告では購入意向が少なく、状況は余り変わらないと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はそれほど感じられず、客の声からも消費税の引上げ後の影響はほとんどないと考える。
		高級レストラン（スタッフ）	・9月は団体旅行による集客が好調だが、その分10～11月の受注が遅れている。
		一般レストラン（店長）	・このところの動きは比較的良かったが、日韓や米中などの影響で決して良い雰囲気ではない。先行きを読み切れないのが実情である。
		観光型旅館（経営者）	・5月の連休以降個人消費が悪い。10月の消費税の引上げに加え、地元企業の業績悪化により毎年行っている大型団体の取消しなど、秋以降の予約状況が厳しい状況である。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス時期も終わり、新商品販売を待っている状況である。今のところ大きく変化する見込みがない。
		通信会社（役員）	・閑散期である8月においても継続して、前年に比べ契約数が増加しているため、今後も良くなるのが期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げの駆け込み需要の反動減が出ている。工事量はあるものの受注が減っており、イベント等で需要を掘り起こし、見込み客を増やして今後の契約客数を増やす。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げや郊外の大型店舗増設等の悪影響が考えられるが、各店舗の地固めをしっかりすることが将来につながる。辛抱しながら固定客の流出を防ぐよう努力が必要である。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げを前に駆け込み需要を期待したいが、そのような雰囲気はみられない。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・消費税の引上げや商品の価格改定により、積極的な商談が期待できない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・引き続き原材料の値上がりが多くあり、その上消費税の引上げも控えており、良くなる要素はない。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ後の消費の冷え込みが心配である。
		百貨店（販売担当）	・消費税の引上げにより一時的に前年を上回ると考えるが、増税だからと先行購入やまとめ買いの動きは紳士服売場の商品ではない。気温低下で秋物商材に期待しているが、本当に必要になるまで来店せず、明日、明後日に必要だから来たという客が多い。それでも客は時間を掛け、吟味して購入する。しかし、秋の旅行需要は活発なのか、衣料品の動きはないが、60代以上の女性中心に旅行バッグには動きがある。
		スーパー（総務担当）	・10月から消費税の引上げがスタートするが、軽減税率のため駆け込み需要は余り見込めない。しかし、消費税の引上げが10月以降の売上に影響しそうである。
		スーパー（店舗管理）	・前回同様、節約志向から来客数に対し買上点数が増加せず苦戦している。今後も上がる見込みはないと考える。
		スーパー（統括）	・食品は軽減税率の対象であるが、消費税のほとんどが10%となるため、家計の節約志向はより強まると考える。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げのためやや悪くなる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの反動は必ずあると考える。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げによる駆け込み需要が出始め、その反動によって冷え込みが見込まれる。
		家電量販店（本部）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が想定したほど出ていない。節約意識が高くなっている。

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
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ後の景気が気になる。
		乗用車販売店（役員）	・日米間の交渉も米国の要請に押し切られた感がある。また、米中間の貿易などの停滞もしばらくこのままの状態進むと考える。
		住関連専門店（役員）	・消費税の引上げ後の動きが余りにも読めない。もちろん消費の落ち込みは十分考えられるが、ポイント還元等の動きもあり、過去数回の消費税の引上げ時の落ち込みよりは反動が少ないようにみえる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げ前までは好調に推移するとみられるが、引上げ後は一定の買い控えが発生するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月からの消費税の引上げがどこまで売上に影響するか懸念している。
		都市型ホテル（役員）	・レストラン部門では10月からの消費税の引上げ、宿泊部門では香港のデモの長期化と韓国との関係冷え込みによる影響が懸念される。一般宴会はコンベンション関係などにより例年と同様の傾向にあるが、全館での景気動向はやや悪くなると考える。
		タクシー運転手	・秋の観光も本格化し、観光客を中心に利用客が増えると思われているが、地元の客は消費税の引上げがあることで、財布のひもが固くなると考える。
		通信会社（職員）	・消費税の引上げの影響は、対応を求められる企業や小売店などの負担が予想以上に大きい。軽減税率対象外の小売であることや、8%の増税時の対応経験から問題ないものと考えていたが変更点が多い。
		通信会社（役員）	・10月の消費税の引上げは家計負担に直結することもあり、通信関係の支出節約による既存契約の解約や見直しに結び付くことを懸念している。
		テーマパーク（役員）	・国内の団体客の予約状況が前年と比較して悪化している。また、10月からの消費税の引上げの影響もあり、やや悪くなると考える。
		競輪場（職員）	・消費税の引上げの実施により、車券の売上が減少するとみている。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・子供向け夏休み特別教室からの本科入会が思わしくない。また、大人の会員では競合店が新規開業した影響が考えられる。
		美容室（経営者）	・人手不足と10月からの消費税の引上げ、それに国際問題が同時に重なって、今後に変な不安を覚えている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げが施行されると、これまで以上に客の買い控えが見込まれる。
	×	商店街（代表者）	・このまま消費税の引上げが実行されるとどうなるのか、全く見当がつかない。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・消費税の引上げの影響は計り知れないと考えている。当社のように外食に携わるところは、いの一に悪影響が出る。
	×	コンビニ（店長）	・ここ1年ほど常に売上面で景気が悪化している。客から以前と比べて仕事が減ったという声を聞き、それに伴い夕方の販売単価も減少している。週末の客の様子から無駄なものはなるべく買わないという動きがみられる。韓国人の客が登山などに来なくなったことも影響するが、韓国人の客の減少による影響は少ないものとみている。
	×	衣料品専門店（店舗運営）	・消費税の引上げの影響はしばらく続くとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・10月になれば消費税の引上げがある。これで景気はただでさえ悪いのに、なお悪くなるという状態である。
	×	一般レストラン（統括）	・10月の消費税の引上げの影響があるとみている。軽減税率の導入やキャッシュレス還元などの制度も消費者には仕組みが理解しにくく、動向の様子見する結果、外食の消費が抑えられると考える。
	×	スナック（経営者）	・国内外の情勢や株価、消費税の引上げなどで、心理的にも相当落ち込む感じがする。
	×	パチンコ店（経理）	・消費税の引上げのため悪くなる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・個人の客が多いが、購買意欲が減少するとみられ、住宅販売も厳しい状態になると考えている。
	×	住宅販売会社（営業）	・良くなる要因が見当たらない。
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連  (北陸)		不動産業（経営者）	・今は法人客からの問合せが少し増えてきていることと、同業者関係の情報に少し飛び交うようになっている。
		食料品製造業（経営企画）	・重要なチャネルである国内コンビニ向け、国外中国向け共に明るい材料が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・消費税の引上げがあることで、駆け込み需要が期待されるとみていたが、なかなか消費や需要に結び付かない。非衣料分野については低位安定している。
		通信業（営業）	・受注見込みの伸びがやや鈍い感じがするが、今のところ減少傾向に転じることはないと考えている。
		金融業（融資担当）	・ホテルの開業効果などで、観光客の更なる増加が予想され、季節的にも観光関連の需要は堅調に推移すると考える。一方で、取引先の話からもメーカーは、米中貿易摩擦の影響が出てくる企業の増加が予想され、景気の下押し要因となる。
		司法書士	・住宅関係の取引は多いが、事業関係では会社解散に関する依頼が多い。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦問題、中東や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。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。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・当社の市場である欧州、北米、国内の全ての市場で設備投資を抑えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・米中貿易摩擦等の影響もあり、円高が進んでいることで、輸出高の押し下げとなっている。鋼材等も値上げ基調であり、企業収益を圧迫している。国内投資の動きに鈍化がみられることもあり、全体として厳しい状況になるようである。
		精密機械器具製造業（役員）	・時期的には新商品開発のために各メーカー共に忙しくなるタイミングだが、外注先ではいつもの年ほどは混んでいないような話を聞く。
		建設業（経営者）	・10月からの消費税の引上げに対して、駆け込み需要の工事受注があるかと考えるが、その後は反動で大幅に受注が減るとみている。
		建設業（役員）	・設備投資に減速感があるような様子であり、消費税の引上げ後の影響も気になることである。
		金融業（融資担当）	・米中貿易摩擦や日韓問題等の政治問題の懸念が増加し、各取引先で今後の見通しを下方修正する数が増えている。
	税理士（所長）	・設備建設関係では、企業が抱える受注残で何とか2～3か月はあるが、その先の見通しが弱いという経営者が多い。10月の消費税の引上げで、食品関係は8%か10%になる。特に飲食店関係では、10%の消費税の引上げを値上げせず自分でかぶり、その分の売上が実質減少となることから、消費税の引上げによるデフレの心配が出てきている。	
	x	-	-
雇用 関連  (北陸)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（役員）	・依然として人材登録者が増えないことから、マッチングに苦労している。
		人材派遣会社（社員）	・現時点では、消費税率の変更対応に伴う開発系の求人数が微増傾向にあるが、対応完了後は落ち着く。しかし、その後も要員減少になることなく、そのまま別案件対応として雇用が続くのではないかと考える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は見込まれるものの、その後の買い控えは前回の増税時と同様だと考える。
	職業安定所（職員）	・7月は製造業の中でも電子部品製造業において大きく減少がみられたが、8月に入り同産業の数社から労働力確保のオーダーがきている。また、引き続き医薬品製造業などの化学工業からの求人の申込みが好調であることから、当面は同水準で移行するのではないかと考えている。しかし、米中や日韓等の国際情勢から、先行きがみえないとする事業所もあり、引き続き注意は必要と考えている。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・建設業の中小企業は高齢化と、求入しても応募者が皆無で、人手不足により事業が回らないと聞く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・人手不足で求人募集をする企業が多い状況に大きな変化はないものの、高い水準で推移してきた新規求人数が減少傾向である。
	x	-	-

### 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (近畿)		*	*
		一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・消費税増税の影響で、1人当たりの外食の利用が減少する。
		百貨店（服飾品担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、8月の段階ではまだ大きくないものの、前回の引上げ時は、直前に高額商材の動きが一気に活発になり、売上を大きくけん引した。今回も同様の動きが予想される。特に、ブライダル関連やラグジュアリー関連の商材は、取引先が前倒しで9月に売り切る姿勢をみせており、需要全体をけん引する可能性が高い。また、増税後の回復も早いと予想され、流行の商材の動きは続くと考えられる。
		百貨店（サービス担当）	・来月からはインバウンド向けの化粧品売場を拡大し、新しいショップや婦人用品の売場も強化するため、集客の増加が期待される。
		スーパー（企画担当）	・10月の消費税増税に対し、消費者の駆け込み需要が出てくるほか、増税後はプレミアム付商品券の利用や、キャッシュレス決済でのポイント還元などで、売上の上昇が見込まれる。この追い風に乗遅れることなく、準備を進めることが重要である。
		コンビニ（経営者）	・運動会やスポーツ関連のイベントが増える時期となる。
		コンビニ（経営者）	・近隣に完成した高層マンションの入居が進み、購買人口が増えてくるほか、ファーストフードを中心とした食品関連や、プレミアム系の高額商品の売上増にも期待できそうである。
		コンビニ（店員）	・まだまだ暑い日が続き、冷たい飲料やアイスが売れる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・冬物スーツやコートなどの問合せが多い。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後の景気対策である、次世代住宅ポイント制度を活用した、リフォームやオール電化を検討する客が増えている。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の影響は必ずあるが、それはどの店も条件は同じである。当社も同様に、客の満足度の高い提案ができれば、さほど影響は受けない。一方、客の満足度に応えられなければ、インターネット販売などにシェアを奪われるといった影響は避けられない。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に加え、増税後はキャッシュレス決済によるポイント還元制度が実施される。また、次世代住宅ポイントやラグビーワールドカップにより、4Kテレビを中心としたテレビやブルーレイなどの販売にも期待がもてる。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、少しずつ末端の消費者にも出てきている。9月は増税直前のまとめ買いで、購買意欲が増すと予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・仕事関係の集まりなどで、ディナーの団体客が増えそうである。
		一般レストラン（経営者）	・酷暑が落ち着くと、一般客が増えるほか、団体客の需要も増えてくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の先行予約が好調であるが、婚礼は消費税増税前の駆け込み需要の反動がやや心配である。ただし、令和元年婚は大きなキーワードとして生きており、年内は期待がもてる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・年末に向けての宴会予約は順調であるが、金額面での相談が増えている。宿泊は、長期滞在の団体客のほか、予約の入りにくい月曜日や金曜日を、シングル利用の団体客で埋めたため、収入増につながると予想している。	
	旅行代理店（役員）	・韓国や香港などへの旅行が、中長距離方面への旅行に変わってきている。	
	タクシー運転手	・秋に向かい、観光客や修学旅行生も9月頃から増えてくるため、売上が伸びる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競艇場（職員）	・相変わらず、電話やインターネットでの投票の売上が好調で、前年度と比べても、かなり上向きな数字を残している。
		住宅販売会社（経営者）	・当面は需要が出てくると考えられるため、良くなる。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による繁忙は、10月まで続きそうである。
		商店街（代表者）	・何年も変わらないため、今後も良くはならない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・外国人観光客の減少と、国内消費の冷え込みによる二重苦である。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・5～7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94.9%で、関東は105.7%、中部は94.1%で、中国は102.1%となり、各地区合計の平均は97.7%であった。今年はゴールデンウィークの10連休や6月のサミットと、不確定要素が幾つかあり、前年とは余り比較できないが、全体としては比較的悪くないと感じる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・10月の消費税増税で買い控えに拍車がかかるため、今の状況と変わらない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなって、景気も良くなり、当社の扱うぜいたく品やし好品の売上が増えることを期待したい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の各種販促により、富裕層の優良客の買上に余り影響はないと予想されるが、高級ブランドの人気商品の入荷が需要を大きく下回りそうなので、売上が伸びにくい傾向は更に強まる。
		スーパー（店員）	・天候の影響で価格が上がりそうである。価格が上がれば、単価の安い、もやしやカット野菜ばかり売れるので、余り期待はできない。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税の前後の動きは織り込み済みで、全体として大きな変化はないと予想している。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は少なからずあるが、ここへきて軽減税率への問合せも増えており、増税前後の店頭での混乱は避けられない。現場の混乱が購買意欲を想定以上にそくことを危惧している。
		スーパー（エリア統括）	・消費税増税前の、紙製品やお酒などの消耗品関係のまとめ買いも限定的で、前回の増税時ほどの需要はない。ただし、スマートフォン決済やポイント還元を実施する企業が、12月商戦までに増え、競争が激しくなる。10月からは、どの企業も若年層を中心に固定客の囲い込みと、新規客の獲得が非常に重要になる。
		コンビニ（経営者）	・国内では消費税率が上がるため、国内客の売上は少し落ちるものの、インバウンド客は季節が良くなれば2割ほど増えるため、全体的には余り変わらない。
		コンビニ（店長）	・あと2か月程度は、このまま推移しそうである。ただし、閉店した近隣のコンビニの後には、またコンビニになるといううわさもあり、今後は不透明である。
		コンビニ（店員）	・今の状態から変化はないと予想され、このまま順調に推移する。
		コンビニ（店員）	・消費税増税に伴う変動により、売上は伸び悩むと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・短期的にみた場合、9月末までは消費税増税の駆け込み需要が期待されるが、10月以降は消費の冷え込みが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・ドライブレコーダーのような商品の需要もそろそろ落ち着き、次に何が売れるかを考えても、何も出てこない。
		乗用車販売店（経営者）	・洗車や車検の予約件数も例年どおりであり、余り変化がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・10月に消費税増税も控えており、ポジティブな要素がないため、好転するとは考えにくい。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・10月には消費税増税が決まっており、早めに購入する客も増えそうである。ただし、増税後の売上を含む動きが心配である。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税増税後も、消費が大きく冷え込むとは思えない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・購買意欲が低いとはいえ、宝飾品に少なからず興味があって来店しているため、この機会を売上にどうつなげるかが重要である。商品などのハード面だけでなく、接客などのソフト面を強化していく必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（企画）	・婚礼宴会の減少を、企業の宴会でカバーしている状況は変わらない。また、宿泊稼働率はアップしているが、客室単価はダウンする傾向にある。
		一般レストラン（店員）	・今月は3世帯での来店も多かったが、今後2～3か月は家族で集まる機会もなさそうであり、年末の忘年会シーズンに期待したい。
		一般レストラン（企画）	・プラス材料が見当たらない一方、マイナス材料としては、韓国からの旅行客の減少による影響が、関西などの西日本に広がっている。また、消費税増税の駆け込み需要が、日常の外食にどのような影響を及ぼすのかも不透明である。日常の消費全体が減少することを心配している。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・余り先のことは分からないが、全てが横ばいのように感じる。
		観光型ホテル（経営者）	・9～10月の先行予約は特に悪くないが、良いともいえない微妙な状況にある。今後、消費税増税の影響がどの程度になるか、注意が必要である。
		観光型旅館（経営者）	・上向きになる要因が見当たらない。
		都市型ホテル（客室担当）	・訪日外国人頼みの部分があり、どうしても世界情勢に左右されやすい。
		都市型ホテル（管理担当）	・東南アジアからの宿泊客の動きは良くなく、国内客の需要も伸びているわけではない。ただし、国内需要は以前と大きな変化はなく、現時点での景気の判断は困難である。
		旅行代理店（支店長）	・ラグビーワールドカップや、2020年の東京オリンピックに向けて、消費マインドは高まるものの、旅行に出掛ける積極的な動機付けにはならず、現状と大きくは変わらない。
		タクシー運転手	・夏休みも終わって暑さも一段落するので、客の動きも落ち着いてくるが、これからは観光シーズンとなるため大きくは変わらない。
		タクシー運転手	・変わる材料が見当たらない。
		タクシー運転手	・ゼネコン関連の営業でハイヤー予約が伸びると期待したが、前月並みとなっている。
		通信会社（社員）	・スマートフォンの冬モデルの発売で販売は増えるが、一過性の動きにすぎない。
		遊園地（経営者）	・消費税増税が消費にどう影響するかが判断できず、見通しが立たない。今月は猛暑や台風といった天候要因に振り回され、業績が全く伸びていない。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税後のエコポイント制度などもあり、増税前の駆け込み需要の目立った動きもない。受注拡大のカンフル剤となる要因もないため、現状維持が精一杯である。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が少なかったほか、増税後の住宅購入サポートの施策もしっかりしているので、増税後の集客については、前回のような落ち込みはなさそうである。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・需要喚起策によって下支えされているものの、景気の不安定な状況から、住宅購入者のマインドは低い状態が続くそうである。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・最も大きな材料としては消費税率が上がることで、正直どのような展開になるかは予想できない。いずれにしても買い控えは起きるため、必要な物以外にお金を使うことはない。どこまで下がるのか、少しは維持できるのかが、今後のテーマである。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税による混乱があるほか、買い控えなど、景気の悪化につながる要素が増える。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・9月にラグビーワールドカップが開催されるなど、良い材料もあるが、余りにも限定的である。当市の人口減少や、インバウンドの減少などの悪い材料が気になる。また、それに輪をかけて消費税増税が実行されるほか、国際関係の悪化も予想される。今後は悪い材料ばかりがそろっている。
		一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税に伴って節約意識が高まり、生活必需品ではない花をかう回数は減る。
		百貨店（売場主任）	・現時点では、消費税増税前の駆け込み需要の動きは鈍い。今後は、増税が消費を抑制する影響の方が、強く出てくることが予想される。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・インバウンドの伸びには従来ほど期待できない。また、消費税増税による購買減や、アパレルメーカーの在庫抑制のほか、ビジネスからカジュアルへの消費構造の変化によるスーツなどの売上減、米中貿易摩擦を中心とした世界情勢の不安により、株価や為替への影響など、様々な厳しい状況が予想される。
		百貨店（売場主任）	・関西圏の売上を支えていたインバウンド需要が、韓国、香港の政治情勢の変化による影響を受けそうである。
		百貨店（企画担当）	・直近の傾向からの回復は難しい。米中貿易摩擦による株価下落での心理的不安や、10月に控えた消費税増税で消費者の購買意欲は減退している。政府による負担軽減策として、プレミアム付商品券やキャッシュレス決済でのポイント還元などが用意されているが、無関係な事業者も多いため、効果はなさそうである。
		百貨店（宣伝担当）	・消費税増税による節約志向に加え、不安定な世界情勢や株安が、売上の主力である富裕層やインバウンド客に与える影響を心配している。
		百貨店（営業推進担当）	・訪日観光客の消費は、訪日客自体の減少が続くほか、代理購入者も円高の影響で購買を控えると予想される。また、国内消費も消費税増税前の駆け込み需要の気配は薄い。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税に備えた駆け込み需要は限定的で、全体への影響は軽微である。一方、米国との貿易交渉によって各国の景気が減速し、日韓関係も先行きも不透明であるなど、消費税増税の悪影響が増幅されることが心配である。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税の影響や世界経済への不安など、マイナスの材料ばかりが目立つ。特に、大型店は負担軽減策も限られ、場合によっては割高感を与えてしまうことも懸念される。価格対応に走ると、客の冷静な購買心理と合わなくなる可能性が高く、こだわりを打ち出した品ぞろえの徹底が重要となる。気温も高めの予想が出ていることから、防寒の一手手前の品ぞろえを含め、丁寧な対応で購買意欲を喚起していく。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税後、年末に近づくまでは消費マインドは上がってこない。海外情勢では、ウォン安による影響で、中国人や日本人観光客による特選輸入雑貨などの需要が、韓国に流れると懸念している。
		百貨店（売場マネージャー）	・世界経済の先行きが不透明な状況にある。また、9月は特選洋品や化粧品などで消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、10月以降はその反動や、消費マインドの低下が予想される。特に、冬物衣料やクリスマス商戦などへの影響が懸念される。
		百貨店（マネージャー）	・10月の消費税増税前の駆け込み需要は、前回ほどは期待できない。むしろ、より一層、選択消費などの節約傾向が強まると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税後の反動減が最大の懸念材料である。秋冬商材の主力であるアウターなど、高額商品の需要が低水準となる可能性がある。婦人服については、消費者の財布のひもは固くなり、手持ちのアイテムを着回すことが予想される。
		百貨店（営業企画）	・米中貿易摩擦の影響で、景気の悪化が深刻となる。
		スーパー（経営者）	・韓国との関係が安定せず、インバウンドの減少による影響が地方にも広がってくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税を前に、一時的な需要は期待されるが、増税後はその反動で低迷する。
		スーパー（店長）	・消費税増税で家計の支出が抑制され、店の売上や買上点数が減少する。
		スーパー（店長）	・前回の消費税増税前と異なり、増税前にもかかわらず、まとめ買いなどの目立った動きがない。その一方で、増税後には更なる低迷が懸念される。
		スーパー（経理担当）	・キャッシュレス決済によるポイント還元や、軽減税率の運用をめぐり、現場に大混乱が起きかねない。価格競争の激化が予想されるほか、そもそも消費税増税による消費の低迷も見込まれる。ポイント還元の対象とならない企業は、各種の負担だけが增加し、プラス要因が全くない。
		スーパー（開発担当）	・10月からの消費税増税により、販売量、単価共に下方修正しなければならない。価格が上がれば、販売量は減るため、今後は消費や景気が良くなるという見通しが立たない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（社員）	・10月の消費税増税を前に、今月辺りから駆け込み需要が増えてくると予想していたが、余り変化がない。増税を前にして、当分は客の節約志向が続く。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税や、それに伴う軽減税率の導入も含めて、消費者の間に混乱が生じることが予想される。また、野菜の値上がりもあり、更に買い控えが進むことが懸念される。
		コンビニ（店長）	・競合店が免許品を扱うため、当店の客が減少する可能性がある。
		コンビニ（店員）	・消費税増税の影響が多少は出てくる。
		コンビニ（店員）	・長期休暇もないため、通常の動きに戻るが、駐車場の回転が良かったため、前年よりも来客数は増える。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の悪影響が出る。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が上がるため、悪くなる。
		家電量販店（店員）	・消費税率が上がった後は、しばらくは買い控えが増えそうである。
		家電量販店（人事担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が少なからずみられるため、増税後は需要が冷え込むと考えられる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要もなく、何となく増税の雰囲気だけが広がっているように感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦での報復関税の動きが続いており、ますます深刻化している。世界経済に及ぼす影響も大きく、日本の株価低迷の要因にもなっている。10月の消費税増税もあり、消費への関心はしばらく低下すると予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後は消費税増税後の販売となるため、客足は少し遠のく。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税による影響は少なからずある。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は余りみられないものの、今後はそれに伴う商談や受注すらなくなるため、年末までの見通しは厳しい状態である。
		住関連専門店（店員）	・10月の消費税増税後は悪化が予想される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費税増税による、一時的な外食の冷え込みを予測している。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後、米中貿易摩擦がますます強くなるため、日本の貿易も影響を受けるほか、10月からの消費税増税もあるので、マイナスに転じる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・9月までは売上は増えるものの、長期的な動きではない。まとめ買いの分だけ、10月からは店内は閑散としそうである。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・受注も落ち着いてくる頃で、次のカタログが発刊されるまでは、売上は落ち込む。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・9月は駆け込み需要で消費が増えそうであるが、10月以降、しばらくは売上が伸びない。
		観光型ホテル（経営者）	・世界の経済問題が余りにも複雑化しており、日本もこの影響を受けざるを得ない。観光業としては、各国の経済状況が良くならない限り、明るい見通しが立たない。
		観光型旅館（経営者）	・旅館業は消費者の心のゆとりにより左右される。消費税増税前は業界が冷え込む。
		都市型ホテル（総務担当）	・9月以降の宿泊の予約客数は、前年に比べて減少している。2～3か月前までは、客室単価は下落していても、先行予約は順調に入っていたが、年後半に向けては厳しい状況となりそうである。
		都市型ホテル（管理担当）	・ホテルの供給過剰の状態が更に進み、厳しい状況が続く。また、消費税増税の影響にも不安が大きい。一時的に9月はプライダルの駆け込み需要がみられるが、増税後の反動が懸念される。
		都市型ホテル（フロント）	・韓国からの訪日客は元々減少傾向にあったため、今月の数字は予想どおりであったが、台湾の団体客も前年を下回っている。東南アジアからの団体、個人客は増加傾向にあるが、台湾の減少がカバーできるほどではない。改装中のレストランが9月末にリニューアルオープンするほか、年内にロビーの改装予定もあるため、それを起爆剤に、少しでも上向きになることを期待している。
		通信会社（経営者）	・消費税増税による消費の落ち込みが懸念される。

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
		通信会社（社員）	・消費税増税によって消費の引締めムードが広がりそうなので、余り期待できない。
		テーマパーク（職員）	・消費税増税に加え、日本銀行の金融政策にも、景気の良くなる要素が見当たらない。
		観光名所（企画担当）	・身の回りの景気に変化はないが、インバウンド客、特に香港や韓国からの客が減少している。これが長期的な動きにならないことを願う。
		その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・9月は人気グループのコンサートの開催で集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月は、企業のイベントなどが主となるため、集客は減少する。
		美容室（店長）	・消費税増税後、客が物を買わなくなることが心配である。
		美容室（店員）	・客との会話から、消費税増税の影響で消費に消極的になりそうな様子がみられる。
		その他サービス [ 学習塾 ]（スタッフ）	・10月の消費税増税に伴う、値上げの影響が出始める。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税による心理的なマイナスの影響で、一時的に景気は後退すると判断している。
	×	一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	・消費税増税対策では、大手企業のような企画は難しく、個々のDM戦略などで確実に販促をしていくことが、勝利の近道である。
	×	一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	・消費税増税後、消費者の買い控えがしばらく続くと懸念している。増税前のバーゲンセールでさえ売行きが悪いのに、増税の数か月後、景気が戻るとはとても思えない。
	×	百貨店（売場主任）	・消費税増税後の買い控えは、前回の例をみても、6か月は影響が続く。
	×	百貨店（企画担当）	・消費税増税を控えて、国内客の売上は減少傾向となっている。また、米中貿易摩擦による先行きの不透明感が払拭されない限り、現状の円高、株安が続くと予想されるため、外国人売上がこの2～3か月で一気に好転するとは思えず、当面は厳しい商況が続く。
	×	百貨店（外商担当）	・消費税増税の直後であり、消費マインドが一番下がる時期となる。さらに、世界的な政情不安で、円高、株安の傾向が強まり、景気が冷え込む。
	×	百貨店（マネージャー）	・9月は消費税増税前の駆け込み需要で、売上の前年比は大きく伸びそうであるが、10月以降はその反動が出る。また、米中貿易摩擦や韓国問題などでインバウンド売上が更に悪化するほか、台風の増加なども予想されるため、先行きは厳しくなりそうである。
	×	スーパー（店長）	・米中貿易摩擦による世界的な株安、消費税増税と、明るい材料が見当たらない。川下の小売業界は、特に節約志向の影響を受けやすい。
	×	コンビニ（経営者）	・最低賃金の上昇や消費税増税など、企業の負担が増える内容が多過ぎるので、いずれ個人にも影響が出る。働き方改革も誰が得をするのかが不明で、マイナスの要素しか感じない。求職者も、あふれた求人募集を自由気ままに選び、自分の要求を全面に出すばかりである。今の雰囲気の中から、発展につながるとは想像できない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が重くのしかかってくる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・主婦層の多くは、洋服の購入を我慢することで、消費税増税やその他の物価上昇に対応しようとするため、今後はますます婦人服が売れなくなっていく。
	×	家電量販店（店員）	・10月は全体的に悪化する傾向となる。消費税率の2%上げで大きなダメージを受けることが予想される。
	×	家電量販店（店員）	・消費税増税の影響で、買い控えが発生すると予想される。
	×	住関連専門店（店長）	・欧州からの輸入品はEPAで関税が掛からないが、消費税率が上がるため、結局は客に価格メリットが還元できない。加えて、増税への対応にコストや時間が掛かっており、業務への悪影響も出始めている。取引先の不満を聞くだけでもひと苦労である。
	×	その他小売 [ インターネット通販 ]（企画担当）	・消費税増税の影響で売上の減少が避けられないほか、日韓関係の悪化が長期化するおそれもあり、先行き不安が広がってくる。
	×	一般レストラン（経営者）	・当店の客には年金生活者が多いので、消費税増税によって節約志向が強まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経 理担当）	・日韓関係の悪化で韓国からの訪日客数が激減し、今後もその傾向は強まりそうである。国内では10月に消費税増税も予定されており、消費の冷え込みが顕著になると予想される。
	×	通信会社（経営者）	・多くの携帯電話の販売代理店が、販売数の減少でとうたの波に襲われる。
	×	競輪場（職員）	・例年の傾向から、悪くなることが予想される。また、韓国との関係悪化で、訪日客の動きに影響が出るなど、世界経済を含めて状況が良いとは思えない。
企業 動向 関連  (近畿)		木材木製品製造業（経 営者）	・今後は新規事業も含め、売上が増加する。
		通信業（管理担当）	・消費税増税に向けてのまとめ買いが出る。
		化学工業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みの動きがもしれないが、この時期には少ない、施設や学校の工事案件が増えている。
		化学工業（企画担当）	・販売量、販売価格共に、低調な状態となっている。秋からは徐々に食品の需要期に入るため、状況は改善される。
		電気機械器具製造業 （営業担当）	・受注が少し増えてきている。
		建設業（経営者）	・年末に掛けて、受注は少しずつであるが増えそうである。
		輸送業（商品管理担 当）	・消費税増税前は、駆け込み需要の客が増える。
		広告代理店（営業担 当）	・秋には、テレビスポットCMも好調になる気配を感じる。
		食料品製造業（従業 員）	・当社の製品は軽減税率の対象であり、消費税増税の影響は少ないと考えられるが、心理的な面も考慮すると、影響はあると予想される。
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品の販売量が減少してきた。消費者の意識に変化が出てきたように感じる。靴下のような安価な商品でも、将来の不安に備えた買い控えの対象になっている。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・客からは増産などの情報がない。
		プラスチック製品製造 業（経営者）	・新聞で報じられているように、国内外に不安定な要素がある。それらの影響を受けやすい業界なので、楽観はできないが、最低限作らなくてはいけない物もある。多品種少量受注で利益が確保できれば、変わらないという予想もできる。
		窯業・土石製品製造業 （経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気が良いように感じるが、当業界は関係がない。
		金属製品製造業（経営 者）	・今後の米中貿易摩擦の行方に左右されるが、現状維持が予想される。
		金属製品製造業（営業 担当）	・余り前向きな話が聞こえてこない。
		一般機械器具製造業 （設計担当）	・消費税率が上がるものの、影響は少ない。
		輸送用機械器具製造業 （役員）	・設備の老朽化により、現行の基準に対応できない設備の更新や改善の依頼は増えつつある。トータルでは横ばい傾向にある。
		その他製造業〔履物〕 （団体職員）	・10月からの消費税率引上げを控えているが、依然として個人消費は低迷したままであり、先行きに不安を感じている。
		建設業（経営者）	・監理技術者や技能労務者の不足、建設資材の高騰により、利益率が更に厳しくなると予想している。
		建設業（経営者）	・10月からの消費税増税の影響は、少なからず出てくる。
		輸送業（営業担当）	・当分は一定の販売量で推移し、大きく変わることはない。
		金融業（営業担当）	・東京オリンピックや大阪万博を控え、受注は増えそうであるが、全体的な動きは鈍いと予想される。
		金融業（副支店長）	・取引先への訪問の際、先行きの受注状況を確認すると、増加傾向になるとの回答がほとんどない。
	金融業〔投資運用業〕 （代表）	・これから年末に掛けて、消費税増税の影響で一時的に消費が冷え込むことになる。ただし、それが景気の悪化を肌で感じるほどの動きになるかといえば、それほどではない。	
	新聞販売店〔広告〕 （店主）	・折込件数が減少したまま、回復の兆しが無い。	
	司法書士	・米中貿易摩擦や消費税増税などの問題はあがるが、2～3か月で極端に変化することはない。	
	その他サービス〔自動 車修理〕（経営者）	・大きくは変わらない。	
	その他非製造業〔機械 器具卸〕（経営者）	・今後も円高ドル安傾向が続くと悪影響が出るため、心配している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・下半期から2020年の春頃までに、LED化は進むと予想されるが、現在の様子では良くなるどころまでは期待できない。
		繊維工業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の兆しがみられない。夏物商戦が終わり、秋物から成人式へと需要が移るが、受注は伸び悩んでいる。
		繊維工業（団体職員）	・今後需要期を迎えるが、消費税増税の影響が懸念される。
		化学工業（管理担当）	・米中貿易摩擦や韓国との関係悪化により、輸出量が減少する。また、円高が進むことで、採算の悪化も予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引全般で景況感が良くない。ここしばらくは、この状況は改善しない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税増税の悪影響が出る。
		輸送業（営業担当）	・売上は横ばいであるが、利益率の低い通販の荷物が増えたため、利益はかなり減っている。
		不動産業（営業担当）	・米中貿易摩擦により、企業の設備投資が減っている。この状態は3か月後も続くと予想され、景気の悪化につながる。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入って、売上の前年比が100%を下回っている。
		経営コンサルタント	・消費税増税を控えて、やや厳しい見通しである。また、小売業に限らず、当地周辺の製造業では、日韓関係の悪化で受注の停滞やキャンセルにつながっているため、先行きは厳しい。
		経営コンサルタント	・消費税増税の影響が出てくる。増税後はどれくらい売上が落ち、それがどの程度続くのか、中小小売業の経営者は皆知りたがっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税後は、ある程度の消費の落ち込みが予測されるものの、軽減税率の導入などもあり、そこまでの影響はない。一方、日韓関係は更に悪化すると予想されるため、一定の影響が出る。
		×	食料品製造業（経理担当）
	×	広告代理店（企画担当）	・世界情勢の不安定化と消費税増税による、日本経済への悪影響は大きい。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後は世界情勢がどうなるかわからず、輸出の動向も不透明である。
雇用 関連 (近畿)		民間職業紹介機関（営業担当）	・年末調整に関する事務作業が発生するなど、時期的に求人数が増えるため、現状よりはやや良くなると予想される。
		人材派遣会社（経営者）	・お盆明けから、全体的に景気が右下がりになりつつある。下半期は例年よりもオーダー数がかかり減っている一方、9月末に契約終了となるスタッフが増えており、マッチングしやすくなっている。派遣社員をうまく使っている企業は、ここは良いタイミングとみて、良い人材を確保している。
		人材派遣会社（営業担当）	・お盆明けから求職者が動き出しており、特に紹介予定派遣や人材紹介など、正社員化関連では人の動きが活発になる。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後は同一労働同一賃金の影響も出始め、派遣社員の活用を再検討する企業も出てくると考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ラグビーワールドカップも、そこまで大きな盛り上がりは期待できない。特に、関西の地元企業による新聞広告の出稿見込みは薄い。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高い水準で推移しているが、国際情勢の緊張で経済が減速する可能性もあり、現状よりも良くなるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・建設や介護といった人手不足分野では求人増が続いているが、製造業では求人募集を見送る動きが続いている。米中貿易摩擦の長期化や、消費税増税を控えているため、この動きはしばらく続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、求職申込者数はここ数か月変わらないため、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税を控え、消費者の財布のひもが固くなる。就職活動では、内定予定者数が確保できた企業もあるため、今後は、企業の採用活動も限定的になってくる。
		人材派遣会社（役員）	・求人数の減少に加えて、今後は消費税増税の影響のほか、日韓関係や米中貿易摩擦などの国際情勢も、先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（支店長）	・消費増税などによって消費が減少するため、一時的に受注が減少すると予想している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人数が縮小均衡に向かう動きは、今後も進んでいくと予想されるが、そういった問題よりも、米中貿易摩擦がますます激しくなることが懸念される。中国だけではなく、世界経済全体が不安定化しており、関西の多くの中小下請製造業が、その影響を受けることは避けられない。この状況が続く限り、景気は徐々に落ち込むことが予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・10月の消費増税が始まると、財布のひもは固くなるが、今回は還元セールもあるため、大きな落ち込みにはならない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業界での慢性的な人手不足は続くが、消費増税前の駆け込み需要による繁忙は一段落する。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は前月と変わらず高い水準にあるなど、企業の採用意欲は高いが、業界内では個人情報の不正利用の問題が出てきており、その影響を受ける。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今のところ消費増税の影響はみられない。駆け込み需要がどれだけあるかが注目されるが、いずれにせよ、年金生活者にとっては厳しい秋を迎える。
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (中国)		観光型ホテル（宿泊担当）	・ホテルの数が増加する。
		テーマパーク（業務担当）	・今後の台風の発生など天候の心配はあるが、コスモスなど秋の花イベントからイルミネーションイベントへつながっていく時期で、来園者の増加に期待が持てる。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の下旬から始まるG3女子レースと3か月後の下旬に開催されるG3企業杯競争で十分な売上が期待できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・問合せの増加に伴い、販売量も増加していく。
		百貨店（営業企画担当）	・改装オープン後の売上拡大とキャッシュレス決済に期待が持てる。
		スーパー（店長）	・ゴールデンウィークと比べると、明らかに単価の動きが良くなっている。今後の消費税の引上げの動きも鑑みると、9月末までは景気は良くなっていく。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要、引上げ後のプレミアム付商品券やキャッシュレス決済ポイント還元で景気回復に期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		家電量販店（販売担当）	・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の好調がしばらく続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出て現車がなかったが、実際に見れて乗れるようになるので良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期に入るため、今月より良くなる見通しである。
		タクシー運転手	・例年どおり9～10月は良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気はやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・インバウンドの動きに不安があるが、過ごしやすい季節となるため客の動きは良くなっていく。
		商店街（代表者）	・買物は必要な物だけ買って、無駄な物は買わない傾向が続く。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス対策や商品券などの消費税の引上げ後の景気浮揚策があるが、国際的な外部環境が良くないため、景気の状態は今月同様に厳しくなる。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げ後に消費低迷の状況に陥るが、キャッシュレス還元等がどのように動くか不明であり、結果的に変わらない。	
	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・猛暑のため、客の動きが少なかったが、涼しくなると多少動きが出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・婦人服の売上が前年を上回るとは何か大きな施策がなければ困難で、一般衣料品に対して非常にシビアな状態が続く。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ後は高額商品を中心に客の購買意欲が一時的に低下し苦戦する。
		百貨店（購買担当）	・アパレル業界で消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あるが、引上げ後に落ち込みもあるため、変わらない。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が予想より鈍く、換金性の高い商品しか動かない。
		百貨店（人事担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が少しずつみられるものの、その後は反動もありトータルでは前年を下回る。
		スーパー（総務担当）	・単価はさほど変わっていないので、気候が良くなれば、期待が持てる。
		スーパー（業務開発担当）	・節約志向の定着で競合店との価格競争になっている。消費税の引上げに際し、電子決済で5%の還元があるが、高齢者が理解し、消費アップにつながるの不安である。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税の引上げ後の動き次第ではあるが、大きくは変わらない。
		家電量販店（店長）	・現在より良くなる要素が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げで消費が冷え込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月に入ればもう少しにぎわうかもしれないが、消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待よりかなり少ない状況のため、大きくは変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・新車販売台数に大幅な増減はなく、特別仕様車の発売効果もごく一部の客に限られる。じっくり時間を掛けて検討する客の購入の契機となるような材料は当面ないので、現状維持となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げもあるが、客の動きは変わらない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光客の財布のひもが固く、なかなか金を使わないため、売上が増加しない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・固定客がいるため、売上が変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・現状の消費の伸びと、消費税の引上げを考えると、年度内は現状維持が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・消費税の引上げ前の購買意欲の高まりが売上にどう反映してくるか今後注視したいところではあるが、景気の回復感が消費者にはなく、引き続き財布のひもは固い。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・大きく数字を左右するコンテンツがない。
		一般レストラン（経営者）	・支払金額が決まっている食べ放題の3コースのうち、一番価格の低いコースの売上が前年比180%と集中している。また、6～7月に2けたの伸びがあった予約が8月は前年を下回っており、消費税の引上げで、外食に使う支出と利用頻度は抑えられる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・消費税の引上げによる買い控えが起きる。
		観光型ホテル（営業担当）	・予約状況をみても景気回復の見込みがない。
		都市型ホテル（企画担当）	・秋の観光シーズンを前にして、貿易に絡む不安定な海外情勢や韓国反日を取り巻く市場の停滞は特に観光業界に大きな打撃を与える。消費税の引上げなどタイミング的にも、消費にブレーキが掛かる。
		都市型ホテル（総支配人）	・トップシーズンを迎え、ラグビーワールドカップ期間中のサポーターの動向にも期待が持てるが、韓国からの入込が期待できず先行きは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・余り良くなる材料もなく、中国や韓国との状況も悪くなる一方で、海外の行先がなくなってきている。旅行日数の問題もあり、今後国内へのシフトが進む。
		旅行代理店（支店長）	・消費税の引上げの風評が懸念され購買意欲は減少するが、プレミアム付商品券など国策もあるので期待が持てる。
		タクシー運転手	・採算が取れない部門を廃止し、乗務員が増加したことで、利用者数は増えるが、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
		タクシー運転手	・4～5か月も同じ状態が続いているので変わらない。
		観光名所（館長）	・毎年、台風や大雨による被害が出ることへの対応をしていないといけませんが、現状は無策にならざるを得ない。イベントの集約化や時間延長対応により、天候が確実に良いときに更に客が来れるよう工夫することが必要である。日韓、米中関係の悪化など国際情勢が予断を許さない状況で国内外の旅行者が減少する可能性が高い。
		ゴルフ場（営業担当）	・10～12月までは繁忙期に入るため、国内需要でカバーできるが、1～3月の閑散期は、韓国からの来場者が多くなるため、見通しが立たない。
		美容室（経営者）	・客はいるが、人員確保が難しく、人員がいない状況が続いている。
		設計事務所（経営者）	・今後の見通しとしては新築や大型の物件に関する問合せも少なく、官からの発注とリフォーム工事の需要が頼りで先行きは不透明である。
		設計事務所（経営者）	・周りの建築関連の企業は現在も人手不足のようで、建築費の高値安定がしばらく続く。また、災害や気候の影響で引き合いが増加してこない。
		設計事務所（経営者）	・消費者の動きも消費税の引上げ後の様子見状態で、来場数の伸びがなく、状況は良くならない。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げが店頭での客との会話の中で話題となっているため、景気は悪化する。
		商店街（代表者）	・デフレ、店舗過剰、少子化、インターネット販売が進展している状況で売上が非常に低迷しており、子供服の需要自体も減少していく。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・7～8月にかけて、会社設立に向けての前向きな注文がなく、これから厳しくなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・なかなか売上が上がる要因がなく、経費を抑えて黒字を確保するしか方法がない状況だが、食品表示の改訂の費用の負担も大きく、苦しい状況が続く。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・消費ムードや季節の影響を受けないオーダーメイド品を取り扱っているが、前年より影響を受けており、売上の底上げを期待して製作した通販サイトも伸び悩んでいる。
		百貨店（経理担当）	・消費税の引上げにより景気は悪くなる。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前に一時的に消費が上向くが、引き続き世界経済が安定せず、消費に悪影響を及ぼすため、やや悪化する。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ前の上振れ、引上げ後の停滞は従来どおりであるが、引上げの影響は避けられない。
		スーパー（店長）	・来客数が半年以上前年比94%前後で推移しているなかで、消費税の引上げで客が生活防衛に入るため、ますます厳しくなる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げで買物点数の減少が更に進み、売上減少幅が広がる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げで景気がやや悪くなる。
		スーパー（販売担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で一時的に販売量が増えるが、引上げ後の不透明感が強い。
		スーパー（販売担当）	・消費税の引上げ後、買い控えが発生する。
		スーパー（管理担当）	・売上が増加しない状況が続く。消費税の引上げ後の軽減税率があるとはいえ価格上昇感はない。
		スーパー（営業システム担当）	・消費税の引上げが響くだけでなく、景気が上向く話題もないので悪くなる。
		スーパー（販売担当）	・消費税の引上げで買い控えをする客が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げで、来客数が変わらなくても、客単価が低下するため、売上が減少する。
		コンビニ（支店長）	・消費税の引上げの影響で景気がやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げの影響で景気がやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げで消費意欲が高まらない。
		衣料品専門店（代表）	・以前の消費税の引上げ後と同じく、消費者が消費税10%に慣れるまで買い控え傾向になる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で苦戦する。対策として10月からプレミアム付商品券が販売されるが、子育て世代や所得の低い人が対象なので家電業界への効果は未知数である。



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（業務担当）	・消費税の引上げにより、売上は伸び悩む。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で若干のアップはあるが、その後反動で落ち込む。
		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の反動で景気がやや悪くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・来客数が大幅に落ち込む。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げで客が買物に対してシビアになる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の制度の変化が一般に浸透していない。企業として防衛施策はとる予定だが、飲食業の賃金上昇価格転嫁に難しさがあり、生産性向上も頭打ちの状態である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ前に多少の駆け込み需要があるが、引上げ後は客が消費を控え、確実に景気が悪くなる。
		一般レストラン（店長）	・消費税の引上げを控え、先行きの不安感は非常に大きい。飲食店は節約の際、優先されやすく、忘年会にも影響が出る。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊や宴会を扱う旅館業にとって、消費税の引上げは客が利用を控える引き金となる。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げの影響が未知数だけでなく、海外情勢の不安定さも懸念材料になる。
		タクシー運転手	・消費税の引上げでやや悪くなる。
		タクシー運転手	・消費税の引上げに対する不安感があり、やや悪くなる。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・消費税の引上げで請求金額が上積みされるので、支払能力の低下が見込まれる。景気感もマクロな動きは地方経済に届くまで時間が掛かるので、短期的には消費税の引上げの影響の方が大きくなる。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げによる生活への影響が目に見えることで、一旦支出の緊縮に入る。
		通信会社（企画担当）	・消費税の引上げ後に営業が活発になることはないので、現状の停滞感をひきずって沈滞するが、底堅い部分もあるので、営業の沈滞は大きくはない。
		観光名所（館長）	・韓国からの旅行者の減少傾向が続く。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・消費税引上げ前の駆け込み需要により、9月は一時的に売上等が上がるが、10月からは引上げに伴って値上げ等もあるので景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・売上が上昇する見込みがない。
		美容室（経営者）	・今の段階で既に引締め傾向にあるので、今後徐々に悪くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げで客の慎重姿勢がより一層強まる。
	×	商店街（理事）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はないが、大型家電など高額な消費が期待できる。ただ、その後はその返済のために、買い控えが起きる。
	×	商店街（代表者）	・消費税の引上げを前に逆に買い控え感が強い。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げ前にもかかわらずセールなどが盛り上がっていない。もう既に財布のひもは固まっている。
	×	スーパー（財務担当）	・野菜の相場安と、消費税増税による節約で、既存店の来客数及び買上点数の前年割れが続く。
	×	家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げで消費が冷え込み、景気が悪くなる。
	×	乗用車販売店（店長）	・新車、サービスのいずれも来客数の落ち込みがひどく、良くなる兆しはない。
	×	通信会社（広報担当）	・このまま消費税の引上げとなると、ほぼ動きは止まる。
	×	テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げで景気は悪くなる。
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・これから秋に掛けて忙しくなってくる。
		繊維工業（監査担当）	・冬物の最盛期になるので、コート、ニット類の冬物衣料の売上が期待できる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・通常生産品の生産量の減少は継続するが、大口案件製造が本格化し多忙な状態となる。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり、来月以降に掛けて賃貸住宅の需要時期となるため、良くなる。
		農林水産業（従業員）	・好転する要因がないため、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
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げが間近に迫り、物価が上昇することで、消費が低迷し、一段と厳しい状況になる。
		食料品製造業（総務担当）	・日中の貿易摩擦や韓国との関係悪化で、海外から輸入を行う企業は厳しい状況が続く。
		化学工業（総務担当）	・日韓関係の悪化による半導体製品への影響に注視する必要があるが、特に変化する要因はない。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注フォーキャスト及びエンド客の動きからいまだ本格回復の気配がない。
		鉄鋼業（総務担当）	・取引先の販売状況が非常に悪く、当面は回復せずに横ばいで推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量の安定が続く。
		建設業（経営者）	・人手不足が続いており、受注量も横ばいで変化しそうにない。
		建設業（総務担当）	・今後1年先までこのような状況が継続する。
		輸送業（総務担当）	・大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・セキュリティ関連、台風シーズンの企業における災害BCP対策など多少引き合いがあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要もそれほどなく、今後も現状維持の状態が続く。
		金融業（貸付担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がやや期待できるものの、著しい景気回復には至らない。
		広告代理店（営業担当）	・現時点で客情報からの受注や販売に関する内容から極端に変動はしない動きで進行する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・今後、2か月は消費税の引上げで不確定な要素が多い。更に世界的な低金利政策により円高傾向に進み、輸出産業を中心に景気はやや悪くなる。日本の金利はゼロ金利でありこれ以上、円安による景気の向上は余り期待できない。
		化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦が国内生産にも徐々に影響を与え始めており、特に自動車部品向けのウエイトが高い輸出型主要取引先の受注量が減少する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の受注量に改善の兆しがなく、韓国との関係悪化の影響も出てくる。
		金属製品製造業（総務担当）	・引き合いが減少しており、厳しくなる。同業他社の受注量も減っているため取り合いとなり、価格面でも競わざるを得ない状況となる。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・消費税の引上げと受注量の減少で景気はやや悪くなる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・主要装置の受注量が減少する。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・秋口から本格化するとみられていた新造船商談だが、円高進行のタイミングが非常に悪く、通貨安に進んだ中韓との競争に大きなディスアドバンテージとなる。
		輸送業（支店長）	・消費税の引上げや業界での新規参入の活発化によるパイの奪い合いもあって、厳しい状況になる。
		輸送業（経理担当）	・米中、日韓関係等懸念材料が多い。現状、直接的な影響は大きく出ていないものの、今後影響を受ける可能性が高い。
		通信業（営業企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要よりも引上げ後の買い控えの影響が大きい。
		金融業（融資企画担当）	・世界景気の減速や円高の進行で、地元完成車メーカーの輸出は減少が続き、系列の地元部品メーカーの受注も減少傾向が続く。
	会計事務所（経営者）	・消費税の引上げや米中貿易摩擦の影響により、しばらくの間消費が低迷する。	
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから景気は悪くなる。
雇用 関連  (中国)		-	-
		*	*
		人材派遣会社（支店長）	・3か月後の求人数の増加は余りなく、前年と比べ減少する。
		職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率が今年1月に2.5倍近くまで上昇し、ここ2年近くほぼ2倍台前半で安定的に推移していることから、雇用面では景気悪化につながる要因は出てこない。
	職業安定所（職業指導担当）	・一般求人の方は引き続き高水準で推移している。これからも高水準で推移し、人手不足の状況が続く。また、新規高卒者の求人状況も前年並みに高く、人手不足の状況が顕著である。	

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
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業からの求人は依然としてあるが、求職学生の多くは既に内定を得ており、求人需要に対する求職者の数が少なくなる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・外国との関係性の影響で、国外からの観光客が減少しているニュースなど景気に良い情報が少なく、変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・中国や韓国の状況等で輸出産業を含め産業全体で雇用にブレーキが掛かる。
		人材派遣会社（支社長）	・派遣に関しての同一労働同一賃金も認知が広がってきており、派遣採用において静観する、あるいは削減したり、直雇用に切り替えたりする動きが出てくる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・日韓関係の悪化に伴い景気がやや悪くなる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用活動をしていても特に新卒採用では辞退が多発し、企業側も継続して採用するマンパワーが捻出できないため採用活動自体を見送る企業が出始めている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は見込めるが、引上げ後は引締めとなり今より良くならない。採用についても、20代～30代前半の第二新卒は依然として売手市場だが、求職者の多くは40代後半～60代が多く、本当に職を求めている年齢に対する求人はかなり少ない。スキルのある中高年の採用を積極的に取り入れないと慢性的な人手不足は変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要のため、消費が高まるが、引上げ後は駆け込み需要の反動や米中貿易摩擦等海外経済の混迷を要因とする悪影響で消費が悪化する。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の高い状態が続き、求人倍率もバブル期並みの高い水準となっているものの、宿泊・飲食サービス業では好調だった外国人観光客の大幅な減少を心配する声も出ており先行きが不透明となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・日韓関係の悪化、米中貿易摩擦、円高傾向化などの不安要素が日を追うごとにエスカレートしており、製造業のみならず旅行業などサービス業、小売業にも影響を及ぼしており、業種の如何問わず景気を押し下げる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・日韓関係の問題が長期化するなか、消費税の引上げ後の動き次第では悪化は避けられない。
	x	-	-

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税や値上げなどもあるので、2～3か月先は少し売上が上昇する。
		旅行代理店（営業担当）	・今年は例年に比べて3連休も多く、紅葉シーズンに向けて需要が増えてくるだろう。
		通信会社（技術）	・年末に向けての特需が増加する見込みである。
		美容室（経営者）	・店舗の改装で新規客が少し増えてきたので、固定客につながることを期待している。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・当店は立地条件が良くなく、酷暑、長雨の影響ももちろんあるが、売上不振の状況に変わりはない。今後も今のところ、改善の見込みはない。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響がどのように出るか現時点では予測できないが、余り大きな影響は受けないのではないか。
		スーパー（企画担当）	・10月の消費税増税前の買いだめ需要が発生するので、一時的には来客数、売上共に増加するが、生鮮食品については買い控えも予測され、全体の伸びに寄与するかは全く不明である。
		コンビニ（店長）	・10月の消費税増税前までは現状を維持し、その後は急減速するだろう。
		コンビニ（商品担当）	・消費税の増税があるので、悪くなる可能性もあるが、コンビニ業界は商品によっては消費税8%の継続も決まったため、余り影響を受けない可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・来月は消費税増税前なので、売上は全体的に良いのではないかと。10月に消費税の引上げが始まって余り変わらないだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・6月以降、7～8月はそれなりに厳しかった。9月は衣替えの季節であり、消費税率が上昇することに伴う駆け込みも期待しているが、現状の数字をみる限りでは横ばい強が良いところであろう。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費税増税前に間に合う車も少ないため、今後も厳しい状況が続くだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の増税で駆け込み需要が発生すると思っただが、販売量、来客数共に増えてこない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の駆け込み需要は余り感じられない。中古車の駆け込み需要を期待している。
		住関連専門店（経営者）	・現在、土地がかなり安くなっており、併せて借入金利が低くなっているため、近隣で分譲住宅などが建っている。今後、住関連商品の需要があるだろう。
		観光型旅館（経営者）	・8月は良かったが、9～10月はどうなるか判断しづらい。例年並みと予測するが、少し良くなっていく可能性もある。韓国との政治的な問題等もあり、外国人が減るのではないかという心配もある。
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況から判断すると、余り良くない。今後、何とかしのいでいけるかどうか、といったところである。
		通信会社（営業部長）	・新規需要が低迷している。買換え需要は好調とはいえないまでも一定数はある。
		通信会社（支店長）	・改正電気通信事業法の施行や新規参入など不透明感があり、状況が見通しづらい状況である。
		設計事務所（所長）	・中心部の建物の建て替えに、外部資本が入ってくることが多くなっている。
		商店街（代表者）	・消費税増税、将来の年金問題、米中の貿易摩擦、日韓の問題等、不安な材料が多く、個人消費や企業消費の冷え込みが顕著になるだろう。
		商店街（事務局長）	・政府が打ち出している消費税増税後の消費下支え策は対象者や恩恵が分かりにくく複雑であるため、すぐには効果は出にくい。時間を追って理解され、効果が出てくることを期待する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・一部の繁盛店とそうでない店の差が大きくなってきている。空き店舗が増えていく不安がある。
		百貨店（販売促進）	・10月は消費税増税の影響を間違いなく受けるだろう。
		百貨店（営業管理担当）	・消費税の引上げ後は苦戦するだろう。来客数が減少するなかでも、消費税増税の影響が比較的少ない食品や富裕層の買上は変わらず推移するだろう。
		スーパー（財務担当）	・消費税の増税や、金融庁が発表した「老後資金が年金だけでは200万円不足する」問題等から、消費者は更に節約志向に入る。
		衣料品専門店（経営者）	・米中や日韓の貿易摩擦が世界経済に良い影響を与えない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・消費税増税が控えるなか、駆け込み需要は余り期待できず、消費者還元政策の実施もあるが、徐々に心理的なところからマイナスの影響が出てくるだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税増税後は主要大型商品の販売台数が少なくなるだろう。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税後の動きが予測しづらい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税もあり、最低限必要なものしか買わないようになっていくだろう。
		一般レストラン（経営者）	・夏休みも終わり、消費税増税を待つばかりとなり、ますます景気は冷え込むだろう。また、消費税の引上げ幅も2%と低く、日用品の駆け込み需要があるとは考えにくい。
		タクシー運転手	・9月は横ばいだが、10月に入って消費税の引上げがあった場合、前回、前々回の消費税の増税時もそうだったが、実車率が悪くなる。飲食の回数も減り、昼間の動きも悪くなるだろう。
		通信会社（営業担当）	・端末価格等の上昇で客の購買意欲が低下する可能性がある。
		競輪競馬（マネージャー）	・円高、株価低迷が続いており景気は良くならない。身近な市場環境も消費税増税が開始されると財布のひもは固くなる。全体的に景気はやや悪くなるだろう。
		美容室（経営者）	・毎年9～11月は客の動きが鈍くなる。9月は7～8月に客が動いた反動で売上が下がる。11月はどうせなら12月にきれいにしたいと考える客が増えるので動かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・消費税の増税が10月1日から実施されるが、制度が複雑すぎて消費者も商店主もどうすれば良いか分からない状況になるだろう。以前と違って、駆け込み需要も余り期待できない。そもそも、高額品は売り切れなくなっているため、かなり売上が下落するだろう。
	×	商店街（代表者）	・ネット社会の進展が加速しているなかで、既存設備の拡大で対応したり、旧態依然としたリーダーの経営感覚で進めていたりしているが、社会構造の劇的刷新、極端に言えば大型店中心に国内の既存店舗を半分に減らすくらいの街づくりの再構築がなければ、地方の小売流通業界の再生はあり得ない時代を迎えている。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税が増税となるのに、景気が良くなるわけがない。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・10月の消費税増税前でも酒類専門店で購入だめという事はなく、消費者はディスカウント店や量販店に流れるだろう。
	×	スーパー（店長）	・消費税増税に伴うポイント発行、あるいは値引きなどで、一層デフレ化が進み、景気は良くなる見込みがない。
	×	コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込みも見込める様な状況でなく、競合激化、買い控えムードが続く、売上は更に減少するだろう。
	×	コンビニ（総務）	・消費税増税が始まり、キャッシュレス決済を実施しても消費の冷え込みは変わらない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・今月の受注が減少しているため、2～3か月先の登録台数は減少する。
企業 動向 関連 (四国)	-	-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・メディカル用品の注文が中国、台湾で決まり、現在、資材を用意しているため、少しずつ売上に寄与してくる。
		食料品製造業（経営者）	・食品は、小売価格が上がらないなか、原材料は上がっているため利益が圧迫されている。物流費も全国的に上がってきており、最終的には製品価格に転嫁せざるを得ないが、その分、販売量は減少する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・英国のEU離脱や米中貿易摩擦、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（経理）	・客からの受注確定量について、これまでとほぼ同程度となっている。また、今後の受注予測も安定的に推移する。
		建設業（経営者）	・今後、大きく景況を左右するような自然災害がない前提で、現状に近い形で今後も推移していくだろう。
		建設業（経営者）	・2～3か月では変わる要素がない。
		輸送業（経営者）	・当面は変わらないが、来年が怖い。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		農林水産業（職員）	・消費税の引上げで、消費者の財布のひもはきつくなるのが予想される。年金問題もあり貯蓄に回す金額は変えず、出費を抑える傾向になるだろう。国際情勢も悪化しており、株価にも期待できず、金利も低いことから先行きの好転は見込めない。
		繊維工業（経営者）	・個人的には消費税増税に賛成であるが、自社のショップでも一部、食品扱いの物があり、8%の軽減税率は全く理解ができない。小売現場の声を無視した法律であり、手間が掛かるだけで消費者もさほどメリットを感じないだろう。一律9～9.5%にでもすればよかった。
		化学工業（所長）	・9月は消費税増税前の駆け込み需要で日用品等の数量が増えそうだが、10月以降の反動の方が大きいだろう。10月以降の受注が若干落ちてきている。
		鉄鋼業（総務部長）	・人手不足解消のめどが立っていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注残は少なくなっているが、ほかの案件の仕事が徐々に増えつつある。
		輸送業（営業）	・10月の消費税増税後においては、駆け込み需要の反動による消費の腰砕けが景気の低迷につながると予想されることから取扱物量の増加は期待できない。働き方改革への対応などから、下半期以降も運賃値上げを計画している運送事業者は多いと見ており、値上げを見送った運賃の安価な業者に出荷が集中するだろう。
	通信業（企画・売上管理）	・期待されていた消費税増税前のプロモーション費用を、各社とも捻出しづらい状況にある。商品によって課税の対象であるものとそうでないものがあり、生活者に判別しづらくなっている状況が逆に動きをとめてしまっている可能性がある。	

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
		金融業（副支店長）	・日韓や米中の問題が地方にも悪影響を及ぼす可能性がある。消費税増税もマイナスに作用しそうな雰囲気がある。
		広告代理店（経営者）	・9月は消費税の引上げ前の販売促進広告を受注しているが、10月以降は消費税の引上げの影響を考慮して販促広告を当面削減させるとの話もあり、やや厳しいだろう。
		公認会計士	・10月からの消費税の引上げに伴う景気の悪化を非常に気にしている。そのため、設備投資等を積極的に行うことができないと回答をする経営者が増えている。
	×	木材木製品製造業（営業部長）	・10月からの住宅着工が減少する見込みであり、受注は減少するだろう。ローン減税、エコポイントなど政府の消費税増税に伴う景気の落ち込み対策は、余り効果を上げていない。
	×	輸送業（経理）	・消費税率が10%となることにより、更なる消費の低迷が懸念される。また、貿易摩擦や外交悪化による国内外の物流が更に低減していくことが懸念される。
雇用 関連  (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業）	・働き方改革が進むなか、ホワイトカラーの定型業務の見直しが進んでいる。その対策としてRPAの導入などが徐々に進み、現場の人材活用の在り方が改善され景気にも良い影響が出てくるだろう。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人倍率は依然として高い。
		求人情報誌（営業）	・人手不足の状況に改善傾向がないため、このまま景気がゆるやかに悪化していく。
		職業安定所（職員）	・不安定な世界経済から、リーマンショック時のような不安感はあるものの、新卒大学生向け就職フェアでは、大学生の参加者が例年に比べ減少しており、大学生の就職はまだまだ好調である。それに比べて新卒大学生を求める事業所は多く、まだまだ人手不足が続いている。
		職業安定所（求人開発）	・7月の有効求人倍率は1.46倍で、前年同月比で減少となったものの、平成28年7月以降、1.3倍以上が続いていて、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。
		民間職業紹介機関（所長）	・企業側の設備投資に対する意欲がますます薄れている。やはり、経済の先行き不透明感を実感しており、なかなか投資意欲が湧いてこないようである。現状の設備で工夫改善し、先行きの可能性が見えてきた段階で、設備投資、若しくは新規事業への参入を考えている経営者が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は、毎月ある程度数があるが、一部の企業等の求人に応募が集中して、人材の確保が難しい企業は多い。
		求人情報誌制作会社（従業員）	・異動時期が落ち着き求人数の減少が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響がある。
	×	人材派遣会社（営業担当）	・来年度の同一労働同一賃金について企業側も懸念し出しており、派遣業界が厳しくなっていく懸念がある。

#### 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)		-	-
		商店街（代表者）	・暑さが弱まると、高齢者も商店街に来るようになるため、来街数も増加し、景気が動く予想している。
		商店街（代表者）	・気候も良くなり、生活もしやすくなるが、消費税引上げが予定されているため、客の購入状況や商店街のレジ対応に慣れない状態が続くことが予想され、多少不安である。
		商店街（代表者）	・9月からキャンペーン関係が増えるため、増加が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・8月も天候不順の影響を受け、衣料品を中心に稼働が鈍っているが、一方、天候が安定すると一定以上の集客があるため、気温の低下とともに秋物商材の稼働が促進されると期待している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏のリキッドコーヒーの需要が一段落している状況である。これから、季節的に大きく左右されるが、若干寒さが増すとホットコーヒーの消費が増加してくる。今後、秋口から年末にかけて、売上が上がると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		居酒屋（経営者）	・消費税引上げ後の国の対策やポイント還元等が、プラスに働くと考えられる。
		観光型ホテル（総務）	・10月にはラグビーワールドカップ開催を控えており、また、秋の観光シーズンに向けて、熊本地震被災から修復中の熊本城の一般公開予定等が、プラス材料になると考えている。
		観光型ホテル（専務）	・今年は、例年になく雨が続き、客の動きが悪い。急に天候が良くなると宿泊予約が増えるなど、天候の影響は大きい。今後は、秋の旅行シーズンに入るため、景気が上向きになると予測している。
		旅行代理店（従業員）	・10月以降の燃油の値下がりに加え、韓国の予約が戻りつつある。
		通信会社（企画担当）	・例年と比較すると、年間の販売がやや遅れている。客は、これから動き出すと考えられる。
		商店街（代表者）	・米中貿易摩擦問題や欧州問題、中東問題により、社会情勢が不安定であるため、景気に影響を与え、客は敏感に反応している。余裕がある人は限られており、良くなる要素はない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ここ数年、売上が上がらない。店をたたむ人も増え、高齢化も進み、現状のような小売店は、数年でなくなるのではないかと懸念している。人口も減少傾向で、景気が上昇するような好材料が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋としては、年末が最後のイベントになるが、送別シーズンや母の日のような売上にはならないと予想している。
		百貨店（企画担当）	・日韓関係悪化が継続すると、訪日外国人の売上低下が継続するおそれがある。
		百貨店（営業担当）	・ポイント交換金券利用による自家需要商品の単価向上が、数量減を補っている。インポートブランド・貴金属・時計・美術等し好性の高い商材は数量、商品単価共に好調であり、紳士婦人衣料雑貨も回復傾向にある。一方、お中元の絞り込みや多様化は継続し、また消費税引上げを控え、特選関連商材やリビングの家電買換え等慎重な購買姿勢は継続している。総じて、必要な商品を厳選した購買意欲が感じられる。
		百貨店（営業担当）	・9月は、消費税引上げの駆け込み需要があると多少期待をしている。ただ、7月から業績を支えていた訪日外国人の需要が非常に落ち込んでおり、国別にみると、中国からの来客数は増えているが、韓国、香港の来客数が売上を押し下げて、20%マイナスに転じている。
		百貨店（プロモーション担当）	・インバウンドの消費は期待しにくい上、10月の消費税引上げを控え先行きは見通しにくい。
		百貨店（売場担当）	・今月の見通しが95.7%であるが、消費税引上げ後は、この水準か、若しくはこの数字より下がる可能性がある。消費者は、財布のひもが固く、食品以外の商品に慎重になっている。今月は天候要因にも左右されているが、来月については予想がつかない。
		スーパー（総務担当）	・消費税引上げや消費税還元事業により、売上増加が期待できるが、競合先との価格競争や客争奪戦は、それ以上に厳しさが増すのではないかと懸念している。
		スーパー（経理担当）	・消費税引上げ前は、10%になる酒、ティッシュペーパー等の紙製品の駆け込み需要はあると考えられるが、それ以外の消費税負担が大きく、また小売店ごとに割戻し等で差があり、お買得感が分かりにくく、必要な食料品でも消費意欲が失せていくのではないかと危惧している。
		コンビニ（経営者）	・10月から消費税引上げになるが、当店で扱っている商品は、多くが軽減税率対象になり、基本的には影響はない。秋以降のイベントや東京オリンピック前のムードを含めて、マイナスにはならないと捉えている。ただ、訪日外国人の減少により、プラスマイナスゼロとなり、当面この状態が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・ホテル宿泊数の状況次第で変わると予想される。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・10月の消費税引上げ前の駆け込み需要が、若干見込まれると予想されるが、これまでの引上げと比較すると客の動きが余りない。天候に左右される冷たい麺や温かい麺等の消費が上向けばこの限りではない。
		家電量販店（店員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要もあるものの、現状では盛り上がりはなく、消費税引上げ後のキャッシュレスのポイント等の相殺で、現状のまま流れていくと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要も、今のところ余りなく、過去のような特需は期待できない。
		家電量販店（従業員）	・消費税引上げ前に少し売上が上がるが、その後には下がると予想される。
		乗用車販売店（代表）	・変わる好材料がない。
		乗用車販売店（総務担当）	・変動要因が見当たらず、現状のまま推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・観光や行楽シーズンであるが、3連休を利用して県外へ旅行をする客もいる。観光地である当地を訪問する客に消費を期待したい。
		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）	・消費税引上げの影響が大きいと考え、変わらない、あるいは状況によっては悪化すると考えている。現状では、駆け込み需要で、宝飾品、呉服等の高単価商品は動き出しているが、トータルすると消費税引上げ後のマイナス影響の方が大きいと考えている。施設として軽減税率の対応も進めているが、消費者や小売にとって、分かり難い部分があり、そこまで大きな効果はないと予想している。
		高級レストラン（支配人）	・この先、現在の予約状況では、横ばいである。
		タクシー運転手	・秋に向けて、ゴルフ等の客が増加することに期待している。
		通信会社（営業担当）	・販売数が増加するための外的要因が、余りない。
		競艇場（職員）	・例年の傾向から、増加が見込めないため、変わらない。
		理容室（経営者）	・今月は、後半の天候が悪く動きが良くない。秋になると涼しくなり、来店日数が伸びていき、売上が上昇する期待がもてない。
		美容室（店長）	・敬老の日の前は、多少客が増加するが、他には変化がない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利も比較的安定的に推移しており、時期を急ぐ背景もなく、状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・年金2000万円問題や消費税引上げは、全年齢層で消費マインドが冷え込む要因となる。また高齢者は、キャッシュレス還元ポイントで、消費の冷え込みを下支えできないと推測する。
		商店街（代表者）	・10月からの消費税引上げの影響により、売上は良くならない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気は下降気味で、先行き不透明である。今後、売上増加につながる見込みはなく、10月に施行される消費税引上げの影響が心配である。
		百貨店（総務担当）	・消費税引上げが、大きくマイナス面に影響すると予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税引上げにより、衣料品や高額品の動きが鈍化することが予測される。
		百貨店（業務担当）	・今回の消費税引上げについては、はっきりしないまま施行される感じが強く、客の気持ちも今一つはっきりしていない。消費税引上げが近づいたら、更に買物に対してシビアな状況になる。
		百貨店（売場担当）	・これまでも消費税引上げ前の駆け込み需要は感じられず、9月も期待できない。逆に10月は落ち込みが予想される。
		スーパー（店長）	・9月には、市内に大型商業施設がオープンする予定であり、また近隣5キロメートル以内に競合店が1店舗できることで、一層厳しくなり、来店客数が足踏み状態になると予想される。天候も涼しくなり、季節商材で対応していく。
		スーパー（店長）	・消費税引上げ後は、購買意欲が減退していく。
		スーパー（統括者）	・消費税引上げが10月に控え、米中貿易摩擦や日韓問題で景気後退要因が多く、個人消費が腰折れる可能性が高くなっている。特に当市では、韓国人旅行者減少の影響が出ており、これに米中の経済問題と消費税引上げがあいまって、消費が大きく後退する可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・10月に最低賃金の改定を控えており、経費の上昇に伴う利益の減少が考えられる。
		コンビニ（経営者）	・8～9月が年間で最も売上の高い月であり、以降のトレンドとして売上高が下降する。
		コンビニ（経営者）	・10月の消費税引上げの影響で、客の財布のひもが厳しくなると予想される。それに伴い、あらゆる商品の値上げで、先行きが見えない状況である。軽減税率以外の具体策を期待している。



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
		コンビニ（エリア担当）	・消費税引上げが施行され、また、キャッシュレス決済還元事業に参加できないため、消費税引上げ対策が不明確なことにより、先行き不安である。
		衣料品専門店（店長）	・九州豪雨や天候不順の影響で、来街者や来店客はほとんどいない。地域人口減少が始まっており、ますます景気が悪くなると考えられる。
		衣料品専門店（店長）	・周りの雰囲気から、余り景気が良くない状況である。
		衣料品専門店（店員）	・11月までは、消費税引上げ後の買い控えが続く。
		家電量販店（店員）	・日韓関係が非常に良くないことで、観光客が減少している。当店では、今月から外国人に人気の加熱式たばこの販売が始まっているが、その人気が見られない。日韓関係が改善しなければ、今後の景気が悪くなると危惧している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・駆け込み需要の反動で減少する。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げの影響を受け、景気はやや悪くなる。
		住関連専門店（経営者）	・記録的な大雨が降り、近隣でも被害が出ている。また、台風シーズンに入り、消費税引上げ前にもかかわらず、景気は低迷すると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況から、良くなる兆しが見えてこない。訪日外国人が増加する傾向もなく、消費税引上げも控えており、今後が不安である。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・2019年4月以降、売上が前年割れ傾向となっており、10月の消費税引上げと軽減税率により、外食よりテイクアウトに消費が流れると考えられる。9月は、一時的に駆け込み需要が出る可能性はあるが、10月はその反動で下がると予測している。
		都市型ホテル（販売担当）	・9月は消費税引上げ前で、客の動きが鈍くなっている。宿泊者の予約も例年より落ち込み、同業者も予約状況が悪い。また、日韓情勢が悪化していることもあり、個人は少々予約があるが、団体客は、8月から予約なしの状態になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・周辺に競合ホテルが更に増えており、韓国との関係悪化が続けば、売上に大きな打撃を受けてしまう。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先が見えない日韓情勢を危惧している。
		タクシー運転手	・今年の天候不順や日韓関係により、訪日外国人が減少しており、今後、当市でかなり影響すると考えられる。
		タクシー運転手	・インバウンドの減少は避けられず、目前に控えた消費税引上げ等不安要素が多く、堅調さを維持するのは難しいと考えられる。
		通信会社（企画担当）	・10月に消費税引上げが予定されているため、10月以降は景気が悪くなると予想される。
		通信会社（企画担当）	・光回線の販売が一巡し、販売量が減少する。
		観光名所（従業員）	・年間でのピーク時に比べると、若干減少傾向ではあるが、旅行シーズンに入るため、高齢客が多くなる。また、紅葉、雲海シーズンにもなり、その問合せ等が増えている。
		ゴルフ場（従業員）	・例年10月から翌年3月までの間は、韓国からのゴルファーが来場するが、今年は報道のとおり、現状としては韓国からの来場者が前年を大幅に割り込むことが予想されるため、県内や県外への営業を強化し、落ち込みを縮小させるよう考えている。
		美容室（経営者）	・秋のおしゃれシーズンになるため、食欲やおしゃれ心が出ることで、夏場より人の動きが活発になり、景気回復になる。一方、今後の日韓関係を心配しており、人の動きが鈍くなることが懸念される。
		美容室（経営者）	・10月から消費税引上げがあり、生活に追われ、来店どころではなくなる。結果、景気は悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税引上げによる利用控えの懸念や更なる人材確保難が、経営を圧迫する可能性がある。
		音楽教室（管理担当）	・受験期に入り、生徒数が減少していく。
		設計事務所（所長）	・世界経済や政治情勢の不安定、不透明さや消費税引上げの影響により、景気が悪くなる方向にある。
		設計事務所（所長）	・新規の仕事が少なく、現況よりも悪くなる。

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
	×	商店街（代表者）	・ 今月は、天候不順もあり、非常に厳しい状況である。9月は消費税引上げの駆け込み需要により、一時的に景気回復するが、10月以降は、駆け込み需要の反動で大きく落ち込み、景気は悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・ 9月の駆け込み需要で、売上増加が多少見込めるが、10月からの消費税引上げにより、年末までの景気は悪くなる。
	×	百貨店（経営企画担当）	・ 8月は、一部台風や豪雨等の影響があったものの、好調に推移している。現状では、消費税引上げ前の駆け込み需要が、高額品等で若干あるものの、前回の引上げ時までではなかった状況である。10月の消費税引上げ以降は、軽減税率対象のカテゴリーを除き、マイナスの影響を受ける見込みである。
	×	スーパー（店長）	・ 現在の営業エリアにおいて、少子高齢化が進んでおり、さらに、10月には消費税引上げもあり、消費者の節約志向は、今までより強くなる。今後、競合店の価格競争等により、ますます環境が厳しくなることが予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・ 消費税引上げが目前に迫っているが、当店は、客単価ビジネスのため、2%引上げがどれほどの影響があるか具体的な数字にはならないが、7月から悪い状況が続いているため、客のマインドに大きく影響している。
	×	コンビニ（店長）	・ 消費税引上げにより、景気は下がる。
	×	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で、瞬間的に景気回復するが、10月以降は、大幅に悪化すると予想されるが、どの程度の悪化で、その対策については、まだ分からない状況である。
	×	家電量販店（店長）	・ 消費税引上げ後の落ち込みと、電気通信事業法改正による影響で、先行きがかなり懸念される。
	×	その他専門店 [書籍]（副店長）	・ 消費税引上げによる消費マインドの低下により、悪くなる。
	×	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（統括者）	・ 日韓の政治状況から、しばらくは改善が難しく、加えて、10月からの消費税引上げも影響するものと推察している。
	×	高級レストラン（経営者）	・ 涼しくなり、フグや秋の食材が出回る季節で予約が増えていくが、まだ9～11月の予約はほとんど入っておらず、景気が良くなるとは考えられない。フグは大きなビジネスチャンスであるため、何かを仕掛け、来店客が増加することに期待している。
	×	スナック（経営者）	・ 消費税引上げの影響で、高額商品の駆け込み需要以外は落ち込む可能性が高い。車や大型家電等高額商品を購入しても、収入は変わらないため、一般消費、特に外食業に打撃を与え、冷え込む状態になる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ 東京オリンピック前の佳境で、工事が東京集中になることで、工員が不足し、単価も上がっている。売値に転化できない上昇分についての対応に苦慮している。今後体力のない企業は非常に厳しくなっていくと予想される。
企業 動向 関連  (九州)		-	-
		農林水産業（経営者）	・ 秋口の運動会や行楽シーズンに向けて、スーパーマーケット関連は期待ができる。大手加工メーカー向けも9～10月は、年末需要の対応で、引き合いが強くなる。外食も人の動きが活発な時期であるため、安定していく。ただ、米中貿易摩擦のあおりを受け、少量ではあるが、輸出もしていることから、ここ2～3か月動きが悪く懸念している。加えて、人手不足が、年末に向けての多忙時期の生産に、大きな問題となる。
		農林水産業（従業者）	・ 市場取引単価としては、これから秋に掛けて高くなる傾向である。しかし、北海道が冷夏の場合、所得向上のために晩秋まで作付けをする可能性がある。産地のカニバリゼーションが起こる危険性もある。
		食料品製造業（経営者）	・ 季節商材のシーズンに入るため、期待している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 消費税引上げ前の駆け込み納品が見込まれる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 取引先の在庫調整がうまくいっているため、10月には、元の状態までに動き出すと予想され、その対策を講じるように指示を受けている。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・9月は低調なものの、10月以降は受注増加が見込める。
		建設業（社員）	・年内は、今の発注が継続することに期待している。第3四半期になると極端に発注が少なくなるため、受注可能な時期に、多くの受注ができるよう一層の努力を考えている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に、人材投資や広告投資を増やそうとする意欲ある企業が増加している。
		経営コンサルタント（社員）	・新しい動きが見え、引き合いもあるため、若干期待できる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・9月中旬に中心市街地での再開発プロジェクトが終わり、若干景気に弾みが付き、プラスになると予想される。9月の後半からラグビーワールドカップや10月には、女子ハンドボールのワールドカップが開催され、イベントがめじろ押しで期待している。
		家具製造業（従業員）	・様々な不安要素が、一気に解決するとは考えられない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・ここ数か月受注量が減少し、いまだに変わらない減産が続いている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・増産を予測していたが、思うようには伸びず、当初の予算台数比較では、横ばい傾向である。
		輸送業（従業員）	・消費税引上げに絡み、日用品等は、一部取扱いが増加するが、10月はその反動で落ち込むため全体的には変わらない。可処分所得が増加しない限りは、景気が良くなることはない。
		輸送業（総務担当）	・客・取引先の状況からは、景気が減速する傾向はみられず、出荷量も落ち込んでいない。人手不足・人件費増加の影響により、しばらく慎重な経営方針は変わらない。
		通信業（職員）	・官庁案件が、今後更に増える可能性は低いが、保守等の受注があれば現状は維持できる見込みである。
		金融業（従業員）	・海外需要の減少で、輸出は伸び悩み傾向にある。一方、公共工事が高水準で推移しており、旅行取扱額も持ち直しているが、人手不足が経営面での制約となっている企業が少ない。
		金融業（調査担当）	・国内は、参議院選挙の結果を受け、消費税引上げの駆け込み需要や東京オリンピック投資といったプラス要因が予想されるが、その反動による景気冷え込みも注意したい。海外では、米国での長短金利逆転や利下げ予測、中国景気減速、欧州各国の首長交代といった景気変動・後退への引き金、懸念材料が顕在化し始めている。日本国内経済が、海外動向に大きく影響を受けることから、内外の動静には、注視が必要である。
		金融業（調査担当）	・当面は、景気回復につながるような材料が見当たらない。消費税引上げ前後の消費動向の変化を懸念する声を聞く。
		不動産業（従業員）	・賃貸マンションの入居率が、横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・大きなトピックがない。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・取引先に旅館業が少ないため影響はないが、韓国との摩擦を懸念している。ビジネスが複雑化しており、思わぬところで取引先に影響が現れることが心配である。固定価格買取制度を活用した太陽光発電事業の話があり、検討している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口に掛けては、例年良くなる傾向にあるが、消費税引上げの影響で、受注は厳しい状況になるのではないかと心配をしている。
		金属製品製造業（事業統括）	・納期延期のみならず、案件の見合せや計画中止となる可能性が大きい。この影響を国内需要で賄いきれない状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の話では、米中貿易摩擦問題の影響で、これから更に受注が目減りする。
		電気機械器具製造業（取締役）	・先手を打つ投資を行うことが必要である。待ちの姿勢は、衰退につながると思っている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・日韓問題、米中貿易摩擦で輸出向け部品は、減産が続いている。本来ならば自動車の自動運転システムやサーバー等も増産していかなければならないが、これもストップしている。
		建設業（従業員）	・現場職員を全て配置しているため、新たな受注に結び付けることができず、今後、一層厳しくなる。
		輸送業（従業員）	・現在の受注状況からは、好材料がない。販売量の多い低価格帯の機能性食品が、伸び悩んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（経理担当）	・消費税引上げが施行された場合、一時的な景気後退が懸念される。
		金融業（営業担当）	・10月の消費税引上げを控え、中小企業に至っては、消費税分を販売価格に転化する準備がはっきりしておらず、一般消費者に関しても、消費が一時期低迷すると予想される。
		金融業（営業）	・自動運転等次世代の技術革新が期待できるが、足元の需要は減少傾向にある。
		広告代理店（役員）	・客のイベントへの協賛姿勢が、徐々に消極的になっている。
		経営コンサルタント（社員）	・高級志向と低価格志向の差が開いている。
	x	繊維工業（営業担当）	・また最低賃金上がるが、工賃は毎年上げてはもらえず、苦しい経営をすることになる。
	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の9月補正の予算化に向けて、事前の見積依頼が少なく、調査、計画策定、建築設計等委託業務の予算計上が、少ないことが予測される。指名競争入札に入った場合も、低価格競争で受注が難しいことが予想され、景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・お歳暮で人員増員の時期になる。また、人の入替え時期や下期へ向けての採用時期でもあるため、若干景気は良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・バスターミナルを核とした中心市街地再開発がいよいよオープンし、10月のラグビーワールドカップ、11月の世界女子ハンドボールと国際的なイベントも続き、訪日外国人による活況が予想される。
		職業安定所（職員）	・サービス、小売業が地域の主要産業であるが、短期的には国際競技の開催が続くことで、インバウンド需要も増加し、当面景気は良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・業界では、同一労働、同一賃金の流れがあり、人材派遣の利用自体もこの先の状況が見えにくい。各派遣会社のみならず、様々な分野での売上増加を見込んでいかなければいけない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・日韓関係の揺れにより、明らかに韓国からの観光客が減少しているため、物販、飲食、食品メーカー等は大きな影響を受けている。9月からラグビーワールドカップが開催されるため、観光客数に期待したい。また消費税引上げは、地元企業が受ける打撃が大きく、雇用の弁も閉まる可能性が強まる。
		職業安定所（職員）	・求人の減少は緩やかな傾向であり、現状と変わらない。ただ、日韓関係の悪化により、観光業への影響等を注視している。
		職業安定所（職員）	・求職者数が増加することで、求人倍率の低下が予想されるが、求人数が求職者数ほどではないが、増加する傾向にある。したがって、景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・前年度採用に苦戦した中小企業の採用充足状況は不明ではあるが、中小企業からの求人も減っている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は、前年比90%台で推移している。例年お盆休み明けに回復傾向になるが、今年度は、お盆休み明けも回復することがなく、伸び悩んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税引上げによる経費削減が見込める。
		人材派遣会社（社員）	・2020年4月施行の改正労働者派遣法に向けた影響が出始め、取引数が減少する可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・好転する要素がなく、案件が減少していくと予想される。
		x	-

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		-	-
		スーパー（販売企画）	・10月から消費税の引上げや軽減税率制度等が実施されるが、当社としては対応策として独自のポイント倍率セール等を予定しているので、やや良くなることに期待している。
		コンビニ（経営者）	・昼食で弁当を買う客が増えて、一緒にデザート類やファーストフードの売上も上昇している。
		百貨店（店舗企画）	・良くなる要素がなく、しばらく低迷が続くと予測している。

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
		スーパー（企画担当）	・増税による買い控えが一段落し、増税前の水準に戻ると考えられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、前月からのセールの流れで始まったが、また新しい商品が入荷している。まだまだプロパーの商品が売れることがなく、売上が上がらない状態が続いている。来月に期待しているが、どうなるかはまだ分からず、景気はまだ予断を許さない状態だとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・10月に入っても暑い日は続き、悪くなることはないと思われる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・消費税増税がどれほど影響するか分からない。増税前の駆け込み需要がそれほどあるとは見込めない。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・現段階の予約状況から推測できる今後2～3か月後の客室稼働率見込みも今月同様、前年を下回る見込みである。
		旅行代理店（マネージャー）	・連休は多くても、なかなか商談がまとまらないケースが多い。
		通信会社（サービス担当）	・10月より携帯業界も料金体系が大幅に変わる予想である。その状況によって大きく変わる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・工事受注は堅調であるが、現場職人が十分足りておらず、工期の遅れが懸念される。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅展示場への来場組数は3か月連続で減少しているが、建築コストが毎年増加していることから、契約受注は変わらず推移している。
		商店街（代表者）	・商店街では近年、靴屋等の物販業の閉店が数件出ている。後に入ってくるのは飲食業と推測される。既に小さい飲食店は相当多くなっており、低単価での競合による客の取り合いで大変厳しい状況下にあるようである。
		コンビニ（代表者）	・インバウンド客の減少が7月頃より目立ってきている。今後も客数減は十分に予測される。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊者数は微増となるであろうが、更に競合が増えるので、厳しい状況になりそうである。特に9月の前年同月比予約状況が悪い。また、働き方改革の影響だと思うが、飲食部門において企業の懇親会が減っている。懇親会が残業になるとみられているので、開催に消極的である。
		通信会社（営業担当）	・9月に新型スマートフォンの発売があり一時的に盛り上がるが10月以降は新規キャリアの参入や解約金の減額などがあって競争が厳しくなり、キャリアを離れる客が増えると思われている。
		観光名所（職員）	・国内の災害が多いので影響が出そうである。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・消費税増税に伴い、観光客の動きが弱くなると予測される。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・10月の消費税増税での飲食消費の落ち込みに大変な危機感を覚えている。前回までは4月だったが、ただでさえ落ち込む10～11月の影響は計り知れない。また、レジ等の軽減税率の対応に追われている。
企業 動向 関連  (沖縄)		-	-
		建設業（経営者）	・具体的な相談に来る客が増えた。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後も横ばいの見通しである。
		輸送業（代表者）	・宮古、石垣はホテルや量販店等の民需や、港湾、道路等の官需も増勢で、特に宮古は陸上自衛隊の隊舎の建設工事に続き弾薬庫工事が発注される見込みで好調が続く。建設資材の碎石不足が懸念される。
		輸送業（経営企画室）	・緩やかに上昇するものとみられるが、昨今の国際情勢等を鑑みる限りでは、横ばいに推移するかとみられる。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促活動は、県外及び海外企業との競争激化や観光産業を中心とした先行き景気への不安などが影響して、拡大する可能性は低いと考えられる。
		食料品製造業（総務）	・消費税増税の実施や米中貿易摩擦、年金問題の話題等、消費を喚起する材料より将来不安の材料の方が大きくなり、消費を控え貯蓄に重きをおく行動傾向になりつつあるのではないかと。
		会計事務所（所長）	・消費税の増税そのものによる負担に加え、軽減税率の煩雑さが経済環境に影響を与える。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・秋にかけて企業の新卒求人が再度活発化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(沖縄)		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・前年同月でも新規求人数が減少していく。
		求人情報誌製作会社 (編集室)	・毎年、9月に積極的に募集を開始する企業が多くなる。毎年10～11月は一服感があり、求人件数が伸び悩む傾向にある。
		職業安定所(職員)	・韓国との関係が、観光関連に少なからず影響が出るとみられる。
		学校[専門学校](就職担当)	・人材不足を解消するために新規求人は経験者優先で、新卒者にとって厳しい就職活動になりそうな気配である。
	x	-	-