

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		*	*
		商店街（代表者）	・消費税増税後となるが、プレミアム付商品券を利用する客が増加することで、結果的に前年以上の売上が期待できる。
		商店街（代表者）	・年末にはかなりの需要が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・新たな宿泊施設を建設する動きが出ているため、今後への期待が持てる。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業により、売上アップを見込める。
		商店街（代表者）	・外国人観光客については、韓国人の大幅な減少傾向がみられるが、元々消費額が少ないため、韓国人観光客を専門に受け入れていた特定の施設を除けば、大きな影響はみられない。7月以降、全体的に観光客の入込が落ち込んでいたことから動向を心配していたが、9月に入り改善の兆しがうかがえる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・外国人観光客による売上は前年と比べて10%程度減少している。その一方で、伸びないと思っていた日本人観光客による売上が増加している。ただ、日本人観光客の増えている要因が国内景気とどう関連しているのか、いまだに分からない。また、どの企業も社員を募集しても集まらないため、大変な思いをしている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後2～3か月の売上については、消費税増税が足を引っ張る要因となるため、厳しいものがある。ただ、そうした影響は一過性のものとみられるため、基調的には余り変わらない。
		百貨店（役員）	・10月になると、消費税増税の影響が出てくるのは間違いないが、それ以降の年末年始にかけての流れがどうなるかがまだ分からない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要後となるため、消費は落ち込むことが見込まれる。ただ、食品関係については、軽減税率が適用されること、キャッシュレス・消費者還元事業があることなどから、現状と同様の景気を維持することが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税を10月に控えて、新車登録は計画どおりに増加したが、10月以降の受注動向が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後であり、景気が好転する材料に乏しい。ただ、新型車の投入も予定されているため、これ以上の悪化はないとみられる。
		自動車備品販売店（店長）	・前年の北海道胆振東部地震時の買い控え分が今年の購入につながっている。ドライブレコーダーについては、年内一杯は好調に推移するとみられるが、タイヤや乗用車については、10月以降、9月の駆け込み需要の反動が出てくるため、厳しくなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・これから閑散期に入るため、客足は自然と減少していくが、今年は消費税増税の影響がじわじわと出てくるのが懸念される。レストランでの増税額は高が知れているかもしれないが、増税前に大きな買物をした人は外食の機会を控えることになり、今後しばらくは景気が変わらないまま推移する。
	観光型ホテル（経営者）	・冬季の観光シーズンに向けて、韓国人観光客が回復する見通しが立たない。また、香港のデモの影響に加えて、台湾や中国における景気悪化の懸念などから、全体的に外国人観光客の予約が伸びていない状況にある。	
	旅行代理店（従業員）	・来客数に変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。	
	タクシー運転手	・乗務員不足が解消されないため、今後数か月は、これまでと同じようにタクシーの稼働が落ち込み、売上が前年を下回る状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・国内観光客や外国人観光客の予約状況は、この先も減少傾向にある。一方、イベント関係での客の利用が期待できるため、今後の景気は全体的には変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・現状からは、今後の景気回復が見込めない。この先についても、横ばいで推移するか、落ち込むことになる。特に秋から冬にかけては、元々需要が落ち込む時期でもあるため、大いに心配している。
		観光名所（従業員）	・消費税増税後の外出控えが生じることは否めない。一方、当地ではホテルのオープンが続いており、宿泊数のキャパが大きくなるといったプラス要因がある。今後については、プラス要因とマイナス要因が相殺することで景気は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・10月には、消費税増税の影響がある程度生じるとみられるが、それ以降は余り大きな影響は生じないと見込んでいる。
		美容室（経営者）	・10月から消費税が増税されるが、客の反応やこれまでの動きから、当業界ではそれほど影響が生じないとみられる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅と自動車については、消費税増税を前にした駆け込み需要がなかったため、今後も景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス・消費者還元事業などの消費税増税対策はあるが、一時的な対策である。その一方で、2%分の増税はずっと続くため、今後はデフレが続くことになる。所得が増えてこない限り、消費は回復しない。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が本格的に出てくるのは、2～3か月後とみられるが、現状ではどのような影響が出てくるのか想像できない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の数か月は、駆け込み需要の反動から、販売量は落ち込むことになる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後に消費が一旦冷え込むことを見込まれ、しばらくはこの傾向が続く。
		百貨店（営業販促担当）	・消費税増税後は非食品関連において、駆け込み需要の反動が出てくる。高額商材を中心に客の節約傾向が一段と進むことになる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の販売量が伸びているため、反動による落ち込みが懸念される。また、客が家計支出を一段と抑えることも懸念される。
		スーパー（店長）	・消費税増税を前に、既に関心している客が多いとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・景気が回復するような気配やきっかけが見当たらないため、今後の景気も引き続きダウントレンドで推移する。
		スーパー（企画担当）	・世界的な貿易不安も消費者の危機感をあおっている。東京オリンピック効果も開催日までの前景気で終わる上、地方への恩恵も全くないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税後の実質的な税率が5種類あること、軽減税率が分かりづらいことなどから、消費者が混乱しており、今後の消費が控えられ懸念がある。
		スーパー（役員）	・10月からの消費税増税の影響が出てくる。売上の動向も心配だが、中小・小規模事業者におけるキャッシュレス・消費者還元事業や大手事業者独自のポイント還元対策などの影響でポイントデフレが起こり、各社で経費上昇が起こることが懸念される。景気面では良い方向に向かわないとみられる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の買い込みの反動で、酒、日用品を中心に商材が売れなくなる。また、当社はキャッシュレス・消費者還元事業の対象とはならないため、恩恵もない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税率引上げの影響で、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・当地の基幹産業である漁業において、回復の兆しがみえてこないため、今後の景気はやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税率が引き上げられるため、今後の景気はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・今夏の猛暑に伴う夏物家電のヒットや消費税増税前の駆け込み需要の反動が、どのタイミングで表れるのか、予想が付かない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が出てもなかなか景気が上向いてこないため、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・今後については、基幹車種の新型が出ることから、消費税増税後の冷え込みを多少はカバーできる。ただ、北海道という土地柄、これからの時期はタイヤ交換がメインとなり、乗用車の販売は春先からの需要となるため、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後で出費が増える分、客は何かで節約しなければならないと考えるようになるため、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・新車、中古車共、今後しばらくは需要が停滞する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・サウジアラビアでの石油施設爆破に伴う原油価格の高騰に加えて、消費税増税の影響が懸念される。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・消費税増税による買い控えが生じることになる。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税を前にした駆け込み需要が終わり、今後の消費は落ち込むことになる。人件費高騰の影響も懸念される。今後については、当店も含めて苦しい経営状況の続く事業者が多くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税の影響により、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、消費税増税の影響により、消費動向の鈍化が見込まれる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・11月のコンサートイベントでの予約こそ堅調であるが、10月からの消費税率引上げ、民泊や格安ホテルの新築などのマイナス要因があるため、今後の景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・例年、10月以降は旅行需要の閑散期であり、今年は10月からの消費税増税の影響もあるため、旅行などの娯楽需要の伸びが見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・韓国人観光客の減少に加えて、前年の北海道ふっこう割の反動減、消費税率の引上げの影響により交流人口の減少が見込まれる。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響でタクシーの乗り控えが生じるが見込まれる。
		観光名所（職員）	・外国人観光客の動きに陰りがみられ、前年並みの来場者数となった。また、日韓関係の悪化や香港情勢などの影響により、今後、ますます来場者数が減少することが懸念される。
		美容室（経営者）	・全国的な災害、消費税増税などの影響で、消費者が前向きな気持ちになれないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・元々、季節変動が大きく、今後については、例年どおりに輸送量が減少することが見込まれる。
	×	衣料品専門店（店長）	・消費税増税により、今後の消費は間違いなく落ち込むことになる。
	×	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税に伴い、一般医薬品の税率が10%に引き上げられることで、今後の景気は悪くなる。国家予算を脅かす医療費を抑えるためにも一般医薬品の増税はやめてほしい。健康保険対策にも逆行している。
	×	タクシー運転手	・消費税増税の影響が生じることは確実であり、今後の消費マインドの低下は避けられない。
	×	タクシー運転手	・運賃改定による乗り控えが生じることで、年末まではタクシーの稼働率が前年を下回ることになる。また、最近是人件費の高騰により、設備投資まで手が回らない状況になってきている。
	×	通信会社（企画担当）	・今後については、新料金プランの導入により通信料金が下がる上、端末販売の大幅な落ち込みも見込まれることから、景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・現在、分譲マンション市場においては現金買いの客が主流であり、住宅ローン減税などが手厚くなったとしても、多くの客には余り関係がない。客にとって、今回の消費税増税は負担増につながるだけであり、分譲マンションの売行きが悪くなることは確実である。
企業動向関連		食料品製造業（従業員）	・一時的な影響かもしれないが、大口の案件が決まったことから、今後については、少しは景気が良くなる。

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
(北海道)		食料品製造業（従業員）	・前回の消費税増税時は、増税後に売上の落ち込みがみられたが、今回は、食料品に軽減税率が適用されるため、余り影響がないとみられる。
		建設業（経営者）	・工事の最盛期を迎え、今後もフル稼働の状態が続く。今後の受注については、年度内で完了する工事の発注のピークが過ぎており、来期への繰越工事が主体となる。消費税増税対策や国土強じん化に係る補正予算がどの程度の規模になるかが来期に向けての重要な要素となる。
		建設業（役員）	・年度内の工事量はほぼ確定しており、予定どおりの完工高が積み上がる見通しにある。
		通信業（営業担当）	・現状、景気はやや良い状態にあるが、消費税増税や海外を中心とした景気の減速感などもあり、道内企業の活動は様子見が増えることになる。現状の景気を一層向上させる材料が見当たらないことから、今後も景気は変わらないまま推移する。
		司法書士	・取引先の不動産業者や建築業者において、大きな変化はみられない。そのため、今後の景気については、人口減少と比例して、緩やかな下降線をたどりながら推移することになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・今後については、現在と同様の状況がしばらく続くことになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・この先については、予測数値が計画よりも落ち込んでいるなど、余り景気の良くない雰囲気がかげえる。ベース商材やスポット案件などの受注減、市場における機械設備などの長納期化などの動きから、今後については厳しさが増すことが懸念される。
		家具製造業（経営者）	・今後については、消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ることになる。
		建設業（従業員）	・これから冬に向けて、新規着工するような建築工事が少なくなっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		輸送業（支店長）	・鉄鋼、建材類の荷動きが横ばいからやや下降気味にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
		金融業（従業員）	・今後については、消費税増税前の駆け込み需要の反動などから、個人消費の落ち込みが懸念される。また、国内観光客、外国人観光客の勢いが鈍化しており、これまで道内景気をけん引してきた観光関連への影響も懸念される。公共投資や民間設備投資は今後も増加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ず、道内景気はやや悪くなる。
		広告代理店（従業員）	・9月は多くのプラス要因があったが、今後については、今月を上回るほどの要因が見込めない。
		司法書士	・10月からの消費税増税による影響が生じる。また、日韓関係悪化の影響もあり、個人消費の落ち込みが懸念される。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・米中の貿易摩擦、日韓関係の悪化による具体的な影響が生じることを懸念している。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費税増税により、今後の設備投資の減少が懸念されるほか、米国産牛肉の輸入関税が段階的に引き上げられることの影響も懸念される。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・基幹産業の農業において、作物の生育が堅調に推移していることから、農家を中心に今後の消費活動が活発になることが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税が流通業を含めたサービス業にどのような影響を与えるのかを見極める必要があるが、概して企業の拡大基調は継続するとみられる。経営者のマインドが低下しない限り、景気は現状を維持する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・紙媒体による求人広告は減少傾向にある。一方、SNSなどのWebを活用したツールが有効になりつつあり、労働力の需給バランスを維持するなど、景気の下支えにつながっている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数が6か月連続で前年を上回り、月間有効求職者が7年10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。

分野	景気の先行き判断	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）	・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ことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・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が引き続き高止まりしている。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。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は2か月連続で前年を下回ったが、平成29年7月以降、1倍を超えている。業種全体にわたって人手不足の状況が継続していることから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・北海道において、韓国人観光客は中国人に次いで2番目に多いため、今後、観光関連を中心に、韓国人観光客減少の影響がもう少し出てくるとみられる。求人募集を見合わせる企業も増えてきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税の影響で、消費を中心に経済活動全般がやや下向きで推移する雰囲気がうかがえる。ただ、これから年末に向かう時期でもあるため、多少は盛り上がりが出てくることを期待している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・10月以降、消費税増税直前の駆け込み需要の反動が生じることが懸念される。また、当地では、例年11月頃から雪が積もるため、農業、建設業を中心に動きが鈍くなる業界が多いこともマイナスである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税後に消費者の購買意欲が落ちていくことが見込まれる。また、来春入社の新卒採用にも購買意欲の落ち込みを見越した動きがうかがえる。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げに伴う軽減税率導入とキャッシュレス還元は、食品を主に取り扱い、かつ、多数の支払方法が可能なコンビニにおいて、追い風になるとみている。
		住関連専門店（経営者）	・以前に受注した商品が納品となるため、売上や販売量が増加する見込みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス化によるポイント還元や、プレミアム付商品券などの政策の効果を期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・団体客の動きが良く、平日の稼動についても前年よりも良い状態が続くとみている。
		旅行代理店（店長）	・国内及び海外の個人旅行の予約状況はほぼ前年並みである。国内の団体旅行が堅調であるため、おおむね好調に推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて新規のサービスエリアが次々と開局するため、テレビサービス、電話サービスを中心に増加するとみている。インターネットサービスは競合他社との競争が激しいため横ばいであるが、トータルでは純増が見込まれている。
		テーマパーク（職員）	・旅行シーズンのため、団体客の来客数が増えることで、売上及び単価の上昇を見込んでいる。
		商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げを非常に危惧しているが、客の間では余り話題になっておらず、テレビなどのニュースで流れている程度である。現在の様子からは客の購買動向は順調に推移するとみており、秋冬物に対するの衣料品の需要の増加を期待している。
		商店街（代表者）	・当商店街の固定客は生活必需品の購入が多いため、消費税の引上げ後も消費の動きに大きな変化はないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客が冬物商材に興味を持つには早すぎるため、消費税の引上げの影響が出るかもしれないと危惧している。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げに伴う買い控えが落ち着き、消費行動が回復してくるとみている。
		スーパー（経営者）	・消費税の引上げへの対応策の効果が期待できるため、10月の買い控えは少ないのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・小売業の中小店舗はキャッシュレス化に伴うポイント還元という恩恵を受けるが、競合店も増えるため、オーバーストア状態が続くとみている。

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
		スーパー（店長）	・消費税の引上げの前の駆け込み需要は、本当にぎりぎりまで発生しなかった。今後、増税がどのように影響するのか、客の購買行動がどのように変わっていくのが見定めていきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス化によるポイント還元などへの期待はあるものの、店舗における客の動きに変化はみられていない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げに伴う消費の冷え込みが心配である。現在も来客数の落ち込みを客単価でカバーしているが、買い控えが発生した場合、客単価も減少するおそれがある。
		コンビニ（店長）	・12月は季節商材やイベント、セールが多く、売上、利益共に非常に高くなる時期である。ただし、最近は予約も店頭販売も難しい時代になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・防寒衣料の売込みに注力している。また、異なる税率の処理やクレジットの還元をマニュアル化して対処する予定である。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が必要な季節となるが、今度はセール待ちの時期になってしまう。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるなど景気は一見良さそうではあるが、10月以降の消費者の動きを見極めないと判断できない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が余りみられなかったため、増税後の反動減も少ないとみている。ただし、新車の効果もないため、販売量は伸び悩むとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新車販売において消費税の引上げ前の駆け込み需要は見受けられない。また、中古車販売は多少の駆け込み需要があったものの、微増ともいえない台数である。サービス売上は1か月前や半年前などの販売台数が関係するため、この後の爆発的な売上は見込めない状況である。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げ後のキャッシュレスポイント付与やプレミアム付商品券の効果と、増税の影響がどのように推移するのか見通しが立てられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢が流動的で原油価格の動きが不安定なことなど、冬の需要期に向けての不安要因が若干増加している。また、韓国との経済交流がうまくいっていないため、需要期の製品輸入がスムーズにいくかどうか不安である。
		高級レストラン（支配人）	・当店で税込み表示をしている。消費税の引上げ分の増加と、買い控えによる売上減少とで、結果として余り変わらないのではないかとみている。
		タクシー運転手	・モバイルで注文を受けるアプリが導入されて、一部では良い方向に動いているため、今後の動きに期待をしている。
		タクシー運転手	・お盆帰省客の土産物の購入量は年々減少しているが、今年は前年にもまして少なかった様子である。今後は消費税の引上げもあり、消費者は余り買物をしなくなるため、金が回らなくなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が、景気に多少の影響を与えるとみている。
		観光名所（職員）	・消費税の引上げに伴いどう動くのかまだ分からないが、大幅な来客数の減少は考えにくいほどに現在の来客数は安定している。そのため、景気は今と余り変わらないとみている。
		競艇場（職員）	・状況はここ最近で一番悪い。これより悪くなることは考えにくいものの、良くなるという兆しもない。来場促進イベントで客を招き入れることが今後の課題である。
		住宅販売会社（経営者）	・小規模の受注が中心のため、受注額が伸びない状況が続くとみている。
		商店街（代表者）	・年末に向けての期待はあるものの、消費税の引上げに対するとまどいもあり、売上にはつながらないとみている。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げにより、景気はやや悪くなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げで、嗜好品である酒は売れなくなるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良いわけではないため、今の好調が続くとは考えにくい。今回増加した分は消費税の引上げ後に落ち込むとみている。

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〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げがどれだけの影響を及ぼすのか分からないが、8%と10%の商品が混在する当店では、2つの税率に対応するためのシステム改修費が大きな負担になっている。また、客に分かりやすくスムーズに対応できるための対策も講じなければならない。中小企業にとっては本当に苦しく正念場となる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数が減少傾向のなか、8～9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上が伸びている。そのため、10月以降は反動で下向きになり、さらに、増税による節約志向の強化から、厳しい状況になるとみている。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が一段落するとみている。ただし、インバウンド需要は今年より縮小する見込みである。
		百貨店（買付担当）	・必需品以外の衣料品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要が少なかった。10月に多少の反動減があっても、その後の気温が順調に下がればアウターなどの単価の高い商品が動き始めるため、それほど景気悪化にはつながらないとみている。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で消費が冷え込むとみている。
		スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動により、10月からはマイナスになるとみている。
		スーパー（営業担当）	・10月の消費税の引上げに伴う反動により来客数が落ち込み、全体的な売上不振につながる可能性がある。
		スーパー（営業担当）	・消費税の引上げによる影響を懸念している。当店ではキャッシュレス決済のポイント還元がないため、販売促進策を工夫しないと来客数の減少が不安である。
		コンビニ（経営者）	・消費税の引上げによる買い控えの影響がどれくらい出るか不安である。
		コンビニ（経営者）	・消費税の引上げに伴い、買い控えが起きるとみている。
		コンビニ（店長）	・消費税の引上げにより、若干の買い控えが発生するとみている。
		衣料品専門店（店長）	・10月からの消費税の引上げにより、客は買物に対して更に慎重になるとみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げ後のため、消費者の購買意欲が減少するとみている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が出てくるとみている。今後、東京オリンピックの需要が伸びてくるとみているが、増税の影響のほうが大きいのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（本部）	・消費税の引上げに間に合わない車種への影響が既に始めていることから、反動減は当然あるものとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が持ち直す要因に乏しく、むしろ軽減税率の混乱などのマイナス要因が大きい。該当する取扱商品はほとんどないものの、納入先の客の影響は大きいとみている。このような形の負担軽減策は今からでもやめてほしい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税の引上げ後は、買い控えや購入の先送りなどによりものが動かず、景気は余り良くならないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・不安定な中東情勢のため仕入価格が上昇している。今後の販売価格が上昇することにより、これまで以上に販売量の減少が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げは、家計を圧迫するだけでなく、企業においても原材料の価格高騰などの影響がある。そのため、全体的に景気は下向きになるとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・7～8月の夏休みと9月の個人客の来客数は比較的好調であったが、これから先の秋の団体旅行シーズンと、12月の忘年会の予約が今一つ伸び悩んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税の引上げや、キャッシュレス化などの複雑な内容になじむまで、消費は停滞気味に推移するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月は婚礼が前年を大きく下回っている。11月には取り返しているものの、全体的には低調な動きとなっている。閉店した店舗からの客の流入を見込んでいるが、大きな好転材料ではなく、厳しいスタートになるとみている。
		旅行代理店（経営者）	・この先に大きなイベントは予定されていない。また、消費税の引上げに伴い交通機関の運賃も改定となるため、旅行を手控える客が増えるのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店(店長)	・消費税の引上げにより買い控えが発生するとみている。
		通信会社(営業担当)	・10月からの消費税の引上げで購買意欲が下がり、ここ2~3か月の国内市場は厳しいものになる見込みである。さらに、所得も横ばいの推移のため、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が一段落するため、各企業の売上が落ち込み、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げの影響が出てくることが見込まれる。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げの反動で景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げによりコスト削減の圧力が強まり、買い控えが増える」とみている。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げによる買い控えが起こるとみている。
		通信会社(営業担当)	・消費税の引上げがあるため、景気はやや悪くなるとみている。
		遊園地(経営者)	・料金を基本的に据え置いて増税分を自社で吸収している。5%ポイント還元とプレミアム付商品券に若干期待しているものの、見通しはそれほど明るくない。
		美容室(経営者)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減がどのように影響するのか不透明である。少なくとも今月よりも良くなるような要因はない。
		美容室(経営者)	・消費者は美容室に金を掛けないように工夫をしている様子が見える。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・消費税の引上げ後の停滞や、中東の情勢不安による原油価格高騰の影響が心配である。
		設計事務所(経営者)	・4月が期首の同業者は上期が終わるタイミングであるが、受注状況が低迷しているという話が多く聞かれている。客層の差別化が図られている企業は影響を受けにくいようであるが、画一的な客層の同業者からは危機感が伝わってくる。
		その他住宅[リフォーム](従業員)	・消費税の引上げ後は無駄な出費を抑える節約傾向が続くとみている。
		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)	・消費税の引上げにより、10月から来客数や成約数が減少すると見込んでいる。ただし、今後の増税対策の動きもあるため、10~12月までの成約数や来客数を注意深くみる必要がある。
	×	商店街(代表者)	・10月の消費税の引上げを前に既に来客数が激しく減少しているため、来月の予約はほとんど動きが止まるとみている。この状態が長引くことを懸念しており、要注意の状態である。
	×	一般小売店[書籍](経営者)	・前回の消費税の引上げ後も相当の消費マインドの落ち込みがみられており、全体の販売量の動きが鈍くなった。今回は国がいろいろな手を打っているが、地方は消費に対するモチベーションが弱いとみている。景気は相当落ち込むとみている。
	×	一般小売店[医薬品](経営者)	・キャッシュレス化の準備は終わっており、キャッシュレスの客も増えている。ただし、10月からは消費税の引上げによる買い控えが増える見込みであり、年内は非常に景気が悪くなるとみている。
	×	百貨店(経営者)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減は11月まで続くとみている。12月のクリスマス商戦で多少の持ち直しを期待しているものの、全体としての景気は余り期待できない。
	×	スーパー(店長)	・現在、消費税の引上げ前の駆け込み需要の恩恵を受けている。そのため、10月はこの反動減が出てくるとみている。
	×	コンビニ(経営者)	・建設業関係や農家の客が主体であり、そこが良くないと小売店まで金が回ってこない。建設業は仕事が例年よりも途切れがちであり、農家も天候に左右されて収入が不安定であるため心配である。
	×	衣料品専門店(経営者)	・消費に対するシビアな状況が続いているなか、今回の消費税の引上げでマインドはますます冷え込むとみている。
	×	衣料品専門店(店長)	・消費税の引上げ後は消費の落ち込みが顕著となり、その状態は年末年始まで続くとみている。
	×	家電量販店(従業員)	・売上の落ち込みは10月が特にひどいとみているが、11~12月も前年と比べると低い状態で推移する見込みである。1月の初売りも前年を下回るのではないかと不安である。
	×	住関連専門店(経営者)	・キャッシュレスに伴うポイント還元が10月から始まるが、当店は高齢者を対象としているため、しばらくは消費税の引上げによる買い控えが発生し、景気は低迷するとみている。
	×	住関連専門店(経営者)	・消費税の引上げ後のため、景気は悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他専門店〔食品〕 (経営者)	・秋の観光シーズンに向けて上向きになることを期待したいが、他の地域では台風などの被害も多く、余裕を持って観光するということが期待できない状況である。
	×	一般レストラン(経営者)	・消費税の引上げにより、レストランの来客数が減少し、テイクアウトなどに移るのではないかと、予約に関してもかなり寂しい状態が見受けられており、この先しばらくは来客数の減少は避けられないとみている。
	×	一般レストラン(経営者)	・10月の消費税の引上げの問題が大きい。小さな和食店や小売店は価格に転嫁できない状態であり、全体的に不景気になるとみている。
	×	一般レストラン(経営者)	・消費税の引上げもあり、景気が良くなる要素が見当たらない。年末は忘年会シーズンであるが、現在の客の様子をみても景気は悪くなるとみている。
	×	通信会社(営業担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により、来客数、販売量共に減少するとみている。
	×	観光名所(職員)	・消費税の引上げにより買い控えが発生する見込みである。また、報道各社では増税対策として宅食を薦めており、外食離れが更に加速するとみている。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・クリスマス商戦前に大手携帯機器メーカーの新製品が発売となる。そのため、半導体メーカーとしては徐々に景気が良い方向へ向かうと期待している。
		建設業(従業員)	・年末に向けて公共工事の発注状況が進捗する見通しである。また、原子力を中心にエネルギー関連企業の設備投資も一定数見込まれている。
		食料品製造業(経営者)	・消費税の引上げは飲食業にとってプラスではないため、しばらくは様子見となる。
		出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・客である飲食店や建設業関係者の話からは、景気が下向きになるような雰囲気である。
		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)	・取引先からの明るい話題は少なく、契約の引き留めに苦慮している。
		通信業(営業担当)	・この先の景気が良くなるような要因が見当たらない。
		金融業(営業担当)	・特に大きな変化要因はない。
		広告業協会(役員)	・消費税の引上げ後初の年末商戦に突入する時期であり、各企業の消費動向の分析が今後の広告出稿に影響を与える。軽減税率、ポイント還元などの施策がスムーズに浸透することになれば、増税直後に広告出稿を控えた企業も回復するのではとみている。
		コピーサービス業(従業員)	・来年1月にOSのサポートが終了するパソコンの買換えに対する商談が増えてきている。ただし、品薄感もあるため需要に上手く対応できるか不安である。
		その他企業〔企画業〕 (経営者)	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス購入のポイント還元やバーゲンセールなどは期間限定が多く、その後の反動に戦々恐々としている。
		その他企業〔協同組合〕 (職員)	・受注案件や受注量などにおいて、急激な変化が起きる要因は見当たらない。
		農林水産業(従業者)	・10月から消費税の引上げとなり、購買力が減少して果物全般の購入が例年よりも期待できない。そのため、販売量が減少するとみている。
		食料品製造業(経営者)	・消費税の引上げの影響で、土産物やギフトは厳しくなる見込みである。
		食料品製造業(営業担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動による販売量の落ち込みが懸念される。
		出版・印刷・同関連産業 (経理担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で落ち込み、売上が減少して景気が悪くなるとみている。
		窯業・土石製品製造業 (役員)	・震災復興工事のピークが過ぎたことにより、需要は減少傾向となっている。加えて、官民需要の増加要因が見当たらないため、先行きは極めて不透明である。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・消費税の引上げ直後は大きな買物をしなくなるため、景気は若干落ち込むのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・主要取引先である製造業が前年11月から17%の減産を続けているが、10月は更に10%を上乗せする予定である。11月以降の上乗せ分はまだ決まっていなものの、17%の減産は引き続き実施されるとのことである。その他の当社取扱品においても、景気動向は良いとはいえない。
		輸送業（営業担当）	・消費税の引上げの影響により、景気はやや悪くなるとみている。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げ後はしばらく苦戦する見込みである。
		金融業（広報担当）	・消費税の引上げにより消費者の購買意欲は少なからず減少するとみている。また、工業品輸出関連業種に対する米中貿易摩擦の影響、日韓関係悪化によるインバウンド減速の懸念もある。
		広告代理店（経営者）	・今月の好調は消費税の引上げ前の駆け込み需要のため、今後も景気が良くなるとは考えにくい。
		広告代理店（経営者）	・東京オリンピックによる首都圏への需要の集中、その後の大阪万博へのシフトにより、東北全体の経済活動が停滞するおそれが大きい。
		経営コンサルタント	・消費税の引上げ後に景気が失速することを懸念している。
		司法書士	・不動産取引に関して消費税の引上げ前の駆け込み需要的な依頼があったものの、全体的には低調である。このような状態は増税後も続くとみている。
		公認会計士	・消費税の引上げにより消費者の買い控えが進むことで、小売業関係は現在よりも業績悪化が見込まれる。建設関係が現状を維持できても、景気は全体的に少し悪化するのではないかとみている。
		×	農林水産業（従業者）
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先からは来年に向けて更なる減産のニュースがある。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・当店では軽減税率対象の商品の取扱いが多いが、10月以降は更に増税対象商品の取扱いをやめることにしている。それでも以前のような売上や利益を見込めないため、不景気になるとみている。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・9月から外資系大手生保の事務センターへ40名の大型派遣が開始されており、この先2～3か月の稼働数と業績を下支えする見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・多種多様な業界の企業からの募集が増えている。そのため、今後も急な求人数の落ち込みは考えにくい。
		人材派遣会社（社員）	・何とか中途採用で即戦力を採用したいという企業が多く、9月に開催した採用力強化関連のセミナーに積極的に参加している。このことから、数か月は今の景気の良い状況が続く見通しである。
		人材派遣会社（社員）	・来年までは大きな変化もなく推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・人手不足分野である、建設業、介護看護に加えて、保安警備などの求人倍率は高い。ただし、製造業、小売業からの求人が減少傾向にあり、改善の兆しがみえないことから、景気は変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高止まりしているものの、経済の不透明感による減速もみられるため、現状より良くなるとは考えにくい。
		その他雇用の動向を把握できる者	・最も雇用者数の多い製造業において、今後の受注に関する先行きへの不安が高まっている。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金対応による変化の不透明感がある。
		人材派遣会社（社員）	・米中貿易摩擦の影響などにより、製造業の期間従業員や製造業に対する派遣社員の要望が減退するなど、景気悪化の影響がみられている。
		アウトソーシング企業（社員）	・消費税の引上げに余り関係のない職種であるが、受注量が減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元の中小企業に対するヒアリングでも、消費税の引上げ前の駆け込み需要はそれほどみられていない。また、増税後の景気の先行きが不透明であるため、景気回復の兆しがみえない状態が今後も続くとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ後の買い控えを懸念している。
	職業安定所（職員）	・景気が良いときは全体の業種から求人があるが、今は製造業からの求人が出ていない。採用を控えている感がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔専門学校〕	・消費税の引上げにより買い控えなどが発生するため、景気はやや悪くなるとみている。
	x	人材派遣会社（社員）	・今後、同一労働同一賃金問題や、中国や韓国との輸出入の不安定さから、景気は悪化するとみている。

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)		乗用車販売店（販売担当）	・当社は新車、中古車、輸入、国産車問わず販売しているので、販売量は自然増だが、車両販売は順調である。当社が属している整備振興会支部の仲間が何軒か廃業したので、修理が流れてきている影響もあると思うが、修理、車検関係も順調である。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に向かい、単価の高い予約商材等の売上が増えると予想している。ただし、消費税増税による買い控えが起こる可能性もある。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社の場合、来月出る新型車の効果が2～3か月はあるので、良くなる。リコール対応もまだしばらくはあり、この収入もかなりあるので、少しは良くなる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・10月の予約問合せが多いので、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・学会や婚礼を前年よりも多く受注できており、年末に向けての下支えとなっている。宴会は10月を除き、前年比104%と順調に推移している。レストランもまだ不安定ではあるものの、来客数が前年比102%とランチに人が戻ってきた感がある。
		都市型ホテル（営業）	・宴会が特に悪かったが、新たに当社ホームページに宴会欄を設け、宴会だけで検索できるように強化を図っている。また、社員の意識付けを図るべく、営業以外の社員も含め一斉営業を行った。このような努力が成果として表れると信じている。
		旅行代理店（所長）	・秋の観光シーズンに入るので、現状よりは良くなると想定している。これ以上、台風等の自然要因に影響されると困るので、そうならないことを望んでいる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・客は高額な耐久消費財等を買ってしまっている。10月の消費税増税が影響し、落ち込むのではないかと懸念している。
		百貨店（営業担当）	・駆け込み需要を余り感じられなかったが、その反動も小さいとみている。キャッシュレスによる還元キャンペーンも告知しているが、効果は未知数である。対象が限定された施策であり、対象者にも今一つ伝わっていないようである。今後、数か月は余り変わらないのではないかと。
		百貨店（店長）	・消費税増税の反動の影響は小さいとみているが、一時的な落ち込みは否めない。今回の増税による駆け込み分のプラスと2か月ほどの間のマイナスでイーブンとなるのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・過去の増税時とは比較にならないが、多少の買い控えが予想される。また、最低賃金の上昇と働き方改革などプラス要素はあるが、大きな変化はない。
		コンビニ（経営者）	・現在の景気は非常に低迷していて、今後良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・目先のトレンドを売る職種ではなく、品質の良さで客の対応をしている婦人服屋のため、残念ながら顧客に高齢者が多い分、慎重になっている。本当に今必要かどうかを判断して動いているので、なかなか良くなる要素は見いだせない。
		住関連専門店（店長）	・最低賃金の改定により店舗の利益が圧迫され、消費税増税後の買い控えによる売上減も予想される。軽減税率などの対策もあるが、消費が落ち込むことは避けられない。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・小売販売は今後の季節物の動向にかかっているが、天候に左右されるのでよく分からないというのが、本当のところである。メーカーは在庫リスクを持たなくなり、また、問屋の廃業も続き、小売側の予測が難しくなっている。
	都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税もあって、若干下落傾向かと思うが、それほど大きい、特別な影響はないのではないかと。	
	都市型ホテル（副支配人）	・国体閉会後の11～12月は、宿泊は落ち込む予想だが、その分を料飲の宴会獲得で補いたい。好調が続いている現状を維持できるようにしたい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・前回の消費税増税と比べて、10月以降の消費の冷え込みはないとみている。
		通信会社（総務担当）	・モデルチェンジが一定数の取り換え需要を喚起するため、一時的に減少に歯止めがかかると予測する。
		通信会社（局長）	・10月からの消費税率変更後も、大きな市場の変化はない。
		テーマパーク（職員）	・休日ごとに天候不順となるので、来園者数が増加するとは思えない。
		ゴルフ場（総務担当）	・大口コンペの開催予定の集中日は、予約が土日祝日に重なることもあるため、断る場合もある。また、日が短くなっていくため、夕方の日没時刻を考え、後半に予約を入れられないため、平準化策が必要である。
		競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、ほぼ同額で推移している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・客と世間話をする機会が多く、顧客層も若年～老年まで幅広く対応するなかで、消費の考え方や冬のボーナス予想が夏と変わらない。
		設計事務所（所長）	・相変わらず、人手不足が続いているため忙しく感じるが、売上は上がっていない。
		商店街（代表者）	・消費税増税後の消費は、買いだめ分があるため、落ち込む心配はある。一方で、年金支給日を待つ客がみられる。
		百貨店（営業担当）	・軽減税率の導入があるものの、消費税増税によるマインドの悪化は不可避で、更なる景況悪化が見込まれる。
		百貨店（役員）	・消費税増税の反動が想定されるものの、前回増税時よりは影響が軽微であると試算している。
		コンビニ（経営者）	・10月からの消費税増税に対する不安感が大きく、消費マインドが下がっている。また、10月から最低賃金が引き上げられるが、増税で相殺されてしまうのではないかと不安である。
		コンビニ（店長）	・消費税増税に関して、軽減税率や各種緩和策が講じられるが、心理的には右肩下がりになる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の余波で、やや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税で消費マインドが下がり、必要不可欠な物しか購入しない状況になっていく。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りの購買意欲や来客の動き、客の将来にわたる展望などに目を見張る物がない。消費税増税に関わる全体をネガティブに受け止めていると、客からじかに感じている。
		住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税前の駆け込みと反動、キャッシュレスに対する還元策、それに対応するセールが予測され、デフレに振れる可能性が高いため、やや悪くなる。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残が減少傾向で、前年と比べても減少している。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店なので、消費税増税の影響が出る。客からの問合せも受けており、消費者が気にしていると強く感じる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・人材不足や人件費上昇が更に進むとみており、労働集約型の企業では、景気動向よりも収益確保や業績拡大の一番の重しとなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きが不透明で読めない。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税で販売価格が上昇しており、旅行商材の買い控えがあるようである。
		タクシー運転手	・10月から消費税は上がり、タクシーの基本料金も10円値上げとなるが、他の商品の増税の影響で、利用客が減少する。
		設計事務所（所長）	・消費税増税後の買い控えなどで、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・工事も落ち着き、街なかでも工事中物件が非常に少ない。金融機関等の情報を整理すると、年明けにはかなり落ち込む予想もある。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に伴う買い控えが起こるとみているので、売上は減少する。
	×	コンビニ（経営者）	・消費税増税分の、買い控えなどが考えられる。
	×	家電量販店（営業担当）	・毎回増税後の反動があるので、大きく落ち込む。前回増税時には前年比60%まで落ち込み、今回も同様だと考えると半年は回復できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は避けられない。さらに、生鮮食品の価格も上がっている。キャッシュレス決済の消費者還元制度がどこまで浸透するかも不透明である。良くなる条件が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信会社（経営者）	・駆け込み需要はあるが、人手不足等で9月中に納入できない案件もある。その場合、増税分の2%は値引きせざるを得ない。いろいろな業種で、増税分は事実上値引きするという話を聞かすが、これでは一層デフレが進む結果になりかねない。軽減税率も、もっとシンプルにしないと、後々、ひずみが出てくることは必至である。
	×	美容室（経営者）	・私見だが、購買力はすっかりなくなっている。他業種を含め全体の景気も悪くなっていく。見せかけと裏側の真実のギャップを感じている。消費税増税で消費はすっかり冷え込む。
	×	美容室（経営者）	・景気が悪いなか失業するのは、低賃金の特別な職業スキルを持たない人々である。最低賃金の上げは、最も助けなければならない人々を苦しめる。人と社会がより豊かになるには、企業が一層、自由に活動できる規制緩和や減税が必要であって、最低賃金の上げなどの偽善的で単純な方法ではない。
企業 動向 関連 (北関東)		*	*
		化学工業（経営者）	・受注が伸びる可能性のある引き合い情報もあり、期待を含めて、やや良くなるのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・特段変わらないが、季節的要因で多少変化があるのではないかと。
		金属製品製造業（経営者）	・景気は変わらないが、安定している状況なので、これからも頑張りたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前年と比べれば落ちているが、10～12月にかけては前年並みかそれ以上の受注見込みで、少し前と比べれば良くなっている。ただし、それ以降の消費税増税の影響がどうなるかは分からない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注、販売、取引先の様子共に、9～10月と好調のまま余り変わらない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・前政権時は公共工事は悪者扱いされていたが、現政権誕生後は順調に推移しており、今期もここへ来て前年比20%増の発注がある。ただし、現在、公共工事は設計額では受注できないため、受注しても利益計上はその分マイナスになっている。発注は総合評価方式なので、地方でも大手数社がほとんど受注してしまい、中小建設業者は受注ができない。これでは建設業者は減少し、災害発生時に対応できない状況になりかねない。行政もそのあたりを考えないと、将来、問題が生じる可能性がある。
		建設業（総務担当）	・人員不足で新規受注は難しいため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前の荷動きで、増税月に入り、多少荷物は落ちそうだが、全体的には例年並みの輸送量を確保できそうである。
		司法書士	・特段、将来についての相談や発注がないので、変わらないのではないかと。少しずつ下がっている状況は変わらない。
		社会保険労務士	・現状から冬のボーナスは余り期待できず、良くて夏と同じくらいだと思われる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量から見ても、余り変化はないとみている。
		食料品製造業（経営者）	・10月から軽減税率があっても、じわじわと商品価格の値上げもあるので、徐々に景気が悪くなっていくのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が出てくる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・新規に立ち上がるアイテムもあるが、全体的な落ち込みを補うことができず、売上は低迷する見込みである。	
	不動産業（管理担当）	・既存の取引先には、人件費や資材の値上がり分の上乗せが厳しい。右肩下がりの売上から回復を目指して活動しているが、年間契約などの長期業務受託がなかなか取れない。スポット業務を増やしてカバーしていきたいが、こちらも受注はできて金額がやや安くなるなど、安定した売上増につながる見込みは少ない。	
	広告代理店（営業担当）	・消費税増税による売上減少を見越して、広告宣伝予算をかなり削っているケースが多い。前年同時期の2割ほど予算を削られており、商戦の消極化が予想される。	

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
		経営コンサルタント	・消費税率の引上げが現実のものとなり、直後の影響として、消費、生産財共に、需要が落ち込むとみられる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・昇降機の受注は7月がピークで8～9月は下がり、10～11月に少し持ち直すが、12月以降は下降傾向とみている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・現状、主要取引先の新機種等の計画が進んでいない。
	×	通信業（経営者）	・消費税増税が影響してくる。軽減税率やキャッシュレスポイント還元などの混乱等、増税目的が果たせるのか。消費者の不安感が増し、消費が停滞するとみている。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・取引先、周辺企業が消費税増税後に忙しくなると言っているため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きが加速する来年までは、現状維持の企業が多いと考える。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・ここ数年、求人数は多い。しかし、景気と直結しているとは思えない。消費税増税を含め、今後企業がどのような求人活動をしていくか、注視する必要がある。
		人材派遣会社（経営者）	・10月からの消費税増税で、買い控えもかなり出てくると思うが、最小限の購買はあるだろう。年末に向けて、特に、食品製造等で募集が活発なところもあるので、製造業全般に徐々に募集は増えていくだろうが、景気はやや悪くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・現状、仕事が少なく売上に困っている。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は直前3か月で2.17～2.41倍と高い状態が続いている。8月の新規求人数は減少したが、求職者の動きが少ないと見込んだことや、米中、日韓関係の悪化により仕事量が減少した等の理由で手控えたためと思われる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響が多少はあるとみており、消費抑制や減産等により、今よりはやや下降気味となる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税が秒読み段階となり、求人側の採用意欲が下がっている。景気が上向く材料が見当たらない。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		スーパー（経営者）	・SNSの活用で客が増えている。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は観光のトップシーズンとなるため、今月よりは良くなる（東京都）。
		商店街（代表者）	・台風被害による建築資材の品薄状態が続いている。建築資材の店舗、工務店、瓦店、リフォーム店の動きが、今後3～6か月は続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近、店じまいをする同業者が何軒か出てきているので、そこに期待をかける。もう1つは、プレミアム付商品券がまた発売されており、10月1日から使用開始になるので、期待を込めている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・消費税増税後の1か月程度は売上が落ち込むだろうが、キャッシュレス決済に対するポイント還元やプレミアム付商品券の販売などがあり、これらが消費喚起、売上増加の要因となる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・消費税増税の影響もあるが、キャッシュレス決済の5%還元で、多少良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元で盛り上がる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・ホリデーシーズンにかけて盛り上がりすると予想している（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・消費税増税の影響があると考えていたが、今後の予約数も前年より多い。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月後は現在より少しは良くなる。10～11月はケータリングが結構多く入っているため、少しは活発になってくる。11月は前回よりも1割くらい売上が増す。
		一般レストラン（経営者）	・来月は予約数が増えているので、今月よりも売上が伸びる。しかし、消費税増税に伴って値上げをしているので、どう動くのか未知の世界である（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・ミステリーツアーが好調である（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	・例年の動きで、10月は多少良くなるのだが、また連休が増えているので心配である。期待を込めての回答である（東京都）。
		通信会社（経営者）	・消費税増税も終わり、すっきりした気持ちで買物ができる（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は限定的である。過去の経験から、消費税増税後のセールなどが予定されており、むしろそれを狙っているケースもみられる。業種を問わず、電子マネー利用とのセット割引策が出始めている。
		通信会社（経営企画担当）	・案件数が増加しているため、やや良くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・台風後に動きが出ているため、その影響がサービス業界に降りてくる。
		設計事務所（経営者）	・今、相談を受けている案件が、契約に結び付く可能性が出てきている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・キャッシュレス決済のポイント還元事業が始まる。客はどの時点で購入するのが得なのかはよく分からないのだが、期間内はそれなりなのではないか。業者としても勧め方が難しかったが、これからは今がお得という形で勧めようと思っている。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭部門においてはキャッシュレス決済の5%ポイント還元もあり、プレミアム付商品券も使えるようになっている。ただし、政府がやっている、例えば地図アプリで当社のそうした情報が分かるというような対策は余りにもひどく、情報が間違っていることなどが多すぎる。本当にこれでやっていけるのかどうか、疑問が残る。外商の案件は若干あるが、それほど多くはない。不確定要素が非常に多い。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・これから年末に向けても余り変わらない。当社としては新規客の増加が最大の課題である。営業に力を入れて頑張りたいと、皆で話し合っている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税におどらず堅実な消費傾向がみられており、その傾向が継続すると予想される（東京都）。
		百貨店（店長）	・前回のような消費税増税のための買い控えは見受けられないが、10月以降も日本人による買上は増えないと推測される。今後の外国人客増加による売上増に期待している（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・販売側が売上を伸ばすために付加価値のある高単価商品を仕掛けても、客はなかなか買ってくれず、広告初日の特売品やタイムサービス品などの低価格商品を買って回っている状況がまだ多くみられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・10月1日から消費税が上がる。食料品が中心なので、それほど影響はないと思うが、客の節約志向もあるので、買い控えがあるのではないかと。内食などにも積極的に取り組み、何とか売上を伸ばしたいとは思っているものの、なかなか厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税後も以前と同様の価格競争が繰り広げられ、消費を促すような販促を競合各社が打ってくると思うが、消費者には節約志向が根付いているので、現状がしばらく続く（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税後の売上ダウンは否めないものの、軽減税率により、食料品についての落ち込みは防げる分、多少なりとも持ちこたえられる可能性はあるのではないかと（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・周辺に特に大きな変動はないため、変わらない。来年6月にはスーパーがまた1店出店するため下がる。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響は計り知れないが、コンビニにとっては大きな変化はないだろう。
		コンビニ（経営者）	・10月からの消費税増税に伴い、コンビニのキャッシュレス決済のポイント2%還元があり、客の動向が変わることに期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の落ち込みの影響がどの程度あるか見えない（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・多少の駆け込み需要はあるものの、消費税増税前と変わらない見込みである（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・消費税増税後はしばらくは買い控えが起きる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要と増税後の冷え込みとが相殺され、可もなく不可もない景気状況になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・10月以降も整備部門は好調を維持できるが、販売部門がやや落ちる。
		乗用車販売店（営業担当）	・反動減も予測されるが、環境対策車であれば大きな変わりはないと分かっているユーザーがいるため、例年並みではないか。
		乗用車販売店（販売担当）	・現状の人材不足は変わらない。今後については、賃金の上昇、待遇改善などが増えていく。2020年の東京オリンピック以降の不安もあるが、この先2～3か月後については、景気は良い方向で変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売増につながる環境が整わないため、変わらない。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要や、ラグビーワールドカップによる特需を見込んでいたが、雑貨系商材の売上は思ったより伸びておらず、影響は少ない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・中東問題の影響による原油価格の高騰は直ちには解消されないとと思われるため、消費者の買い控えが予想される（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・法人の宴席予約状況の推移から判断して、変わらない（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人予約等をもみても、前年と比べて大きな変化はない。ただし、仕入れに関しては、台風の影響で野菜等の仕入単価が上がる懸念がある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税については、店内飲食が10%と税率がアップする一方、テイクアウトは8%のままなので、対策としてテイクアウトにも力を注いでいる。そのため、そう大きな変動はないとみている。また、飲食についてはカード使用の際のポイント還元、プレミアム付商品券もあるので、しばらくの間は影響緩和があるものと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響をどの程度受けるか、不安材料はある（東京都）。
		一般レストラン（統括）	・消費税の税率設定が複雑化しており、増税が飲食業界にどう影響を及ぼすのかが不透明である。食にかかわる部分では、今後も大きな変動はないのではないかと（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・県内や九州地方で起こった台風15号による被害等の影響により、客は遊びに行くどころではなく、生活を早く再建するために一生懸命なので、とても景気が良くなるとは思えない。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行は秋が繁忙期であり、その意味では良くなるが、例年に比べて変化は感じない。
		旅行代理店（販売促進担当）	・10月からの消費税増税により、旅行はやや敬遠されるが、年末に向けて個人を中心に動きがあるため、それほど変わらないのではないかと（東京都）。
		タクシー運転手	・消費税増税まであと1週間となっている。軽減税率などのこともかなり不安である。客は余計な出費はしないという雰囲気は明白で、非常に困惑している。景気の見通しは、年末に向けてこのままいくとみている。
		タクシー運転手	・10月から消費税増税の関係で初乗りが10円高くなる。それに対する客の反応は10月になってみて分かるので、今のところは大きな変化がない（東京都）。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の影響で動きは鈍くなると考えられるものの、年末商戦に向かい、10月より開始したサービス改善の効果に期待が持てる。また、2020年の東京オリンピック、パラリンピックに向けた開催機運の上昇により、視聴準備にも期待が持てるため、プラスマイナスで結果変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・日韓関係などの不安要素が影響している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控え、新たな消費を抑える傾向が強くなっていく。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要後の落ち込みはほぼない見込みである。携帯電話を軸とする競合他社との囲い込み合戦は少し落ち着くものと思われる。
		通信会社（局長）	・特に好調になり得る要因がないことを考えると、2～3か月先も現状のまま推移するものと思われる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。希望的観測を込めて、変わらないとしている。
		通信会社（営業担当）	・客と話していると、どの業界も上向きではないので、当面は変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経理担当）	・消費税増税後のキャッシュレス決済のポイント付与目的に物を買った人は、11～12月に支払いサイクルがくるので、当社の利用料金を滞納する人が増えないか、様子見している。
		その他レジャー施設 〔総合〕（広報担当）	・宿泊部門は堅調で、催事部門もほぼ満稼働である。小売部門等には消費税増税の影響がありそうである（東京都）。
		その他サービス〔立体 駐車場〕（経営者）	・良くなる材料がない。
		その他サービス〔保険 代理店〕（経営者）	・消費税増税もさほど影響がなく推移し、年内大きな動きは期待できない。来客数はやや減りかけている。
		設計事務所（経営者）	・現在手持ちの業務を淡々と進めているが、今後も大きな変化はなく、現状のままで推移しそうである。
		設計事務所（所長）	・工事費はいまだに高止まりしており、分譲等の地価も高い。改修工事の話は出ているが、見通しが立たず、現状が続く（東京都）。
		設計事務所（職員）	・大きく変化するような動向はない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、年末や年度末に向かって具体的な商談数が増えてくるが、消費税増税後の次世代住宅ポイントや、住まいの給付金などの支援策により、消費税増税を待っていたかのように客の動きが良くなっている。景気はこの先もやや良い状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・現状から大きく変化しそうな様子はない。アパート販売なので、立地、駅までの距離、利回りを意識して仕入れを行っていかないと、状況の変化に対応できなくなるので、情報収集はしっかり行うようにしている。
		商店街（代表者）	・消費税増税による消費の冷え込みが一時的に発生する。そのマインドや空気感がどれだけ続くのかが問題である。キャッシュレス決済の政策は、登録などかなり手間が多く、どれだけ効果があるのか疑問である。発想は良いのだが、末端まで届く細やかさに欠ける（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・10月からの消費税増税で、消費が少し冷え込むのではないかと。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・9月の反動で、10月の消費税増税後の売上は期待できない。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・消費税増税後は冷え込みが予想される。
		一般小売店〔傘〕（店 長）	・現在の駆け込み購入が一段落すると、反動で落ち込むのではないかと。
		百貨店（売場主任）	・食料品に対する消費税増税の影響はそこまで大きくないかもしれないが、やはり入店する客が減ると、それに引っ張られるので、若干厳しくなるのではないかと（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税による買い控えに対しいろいろ対策は講じているものの、増税後の客の動向が読みきれない。
		百貨店（広報担当）	・年内一杯は消費税増税後の反動減の影響が残るとみている。また、インバウンド需要も鈍化していることや、米中貿易摩擦などの長期化が見込まれ、上昇する材料に乏しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税直後の10～11月は落ち込むと思われるが、12月は落ち込み幅がやや落ち着くと予想している。ギフト関連の低迷は近年の傾向であるが、一方で、自家需要については堅調な動きを見せている。消費者の意識も変わり、財布のひもが緩んでくる時期と推測している。全体としては、現在の特需と比較するとやや悪くなる程度と見込んでいる。唯一の大きな懸念は経済全体の動きであり、株価等が大きく変動するなど将来が見えない状況が続くと、更に悪くなるリスクをはらんでいる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により伸長しているのが化粧品、宝飾品、寝装関連などのため、この反動減の影響は大きい。インバウンド需要も大きなプラス要因と期待できない（東京都）。
		百貨店（販売促進担 当）	・消費税増税による消費マインドの低下は今後も続く（東京都）。
		百貨店（販売促進担 当）	・消費税増税後、一時的に消費が停滞すると予測している（東京都）。
		百貨店（販売促進担 当）	・9月は消費税増税に対するマスコミ報道が増え、中旬以降は化粧品等の消耗品や宝飾、時計等の駆け込み需要が伸長した。10月の消費税増税後については、客の消費に対する厳しさが増し、景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の買い控え、国際情勢の不安定さを考慮すると、今後数か月は厳しい状況になると予想される（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	・前回の消費税増税時ほどではないにせよ、今月は化粧品や寝具など高額品を中心に駆け込み需要の影響がみられる。ただし、その反動は間違いなくあると見込んでいる（東京都）。
		スーパー（店長）	・客の様子や来客数、単価の動きを見ても一向に良くなる要素がないなかで、3か月後は今よりもやや悪くなる方向に行くのではないかと。客の買い方や、競合店にピーク時間に行っても客がいない状況から判断した。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の先行的な買物の反動により、来月1日からは買い控えが見えてくる。また、アンケート、店頭の声等から、食料品を中心に、毎日の生活を切り詰めていくというような回答もみられることから、これからますます厳しくなっていくのではないかと。
		スーパー（販売促進担当）	・食料品の売上変化はないと考えるが、消費税増税前の駆け込み需要の反動が、衣料、住居品に出る。
		スーパー（仕入担当）	・消費税増税により、消費が一時的に冷え込む可能性が高い。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税もあるので、余り良くならない。
		コンビニ（経営者）	・災害やイベント、国の政治問題などにお金が掛かるようになっていくので、景気はやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・来月から消費税が上がるということで、景気はやや縮んでいくのではないかと。また、コンビニがかなり飽和状態にあるなかで、毎年売上も落ちているので、少しずつマーケットが小さくなっていくと考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・来月から消費税増税になるが、当業界では駆け込み需要がないことと、今後しばらく買い控えが起こる可能性が高いことから、やや悪くなる。キャッシュレス決済は良いが、政府には恒久的に手数料を安くする方法を取ってほしい。
		衣料品専門店（店長）	・当社の扱う商材は付加価値の高い商品であるため、消費税増税の影響を多少なりとも受けることを懸念している（東京都）。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税が上がり、売上が伸びる要素は1つもない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の特需の反動がある。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で売り越した分、反動で下がると予想している。
		家電量販店（経営企画担当）	・10月以降の消費税率の引上げに伴い、駆け込み需要の反動減が想定される。一方、政府の消費下支え施策のプレミアム付商品券等が有効に機能することも期待している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調に入っているが、販売が芳しくない。来月から消費税が上がるため、販売量が大幅減少すると思われる。
		乗用車販売店（店長）	・新車販売の起爆剤がないので、販売量の増加は期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税により、客の買い控えの恐れがあり、売上減が予想される。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税による動きが予測しにくいですが、客との話の中で買い控えが出るような予感がする。
		乗用車販売店（店長代行）	・消費税増税により車両価格がアップするが、その分減税があり、ガソリン車だとさほど変わらなくなる。しかし、客がそれを認識していない。9月の決算月より売れるとは思えない（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・9月末現在は消費税率の引上げ前の駆け込み需要がピークとなっている。10月以降はある程度の反動減があるものと予測している（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税があるので、買い控え、無駄に衝動買いをしない、確実に必要な物だけしか買わないという流れができていく。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税が上がるということで、やや商品が動いているが、来月になるとダウンするのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が考えられる。しかし、客も商品ごとに増税前に購入する物、増税後も良い物と、考えて購入していることから、大きく落ち込むことはない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税の実感から少しずつ影響してくるのではないかと（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月の売上の好調さは駆け込み需要によるもので、10月は反動減が見えている。本質的には横ばいか下がり傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税による値上がりが目立ち、既に節約モードが出ている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・当店は余り関係ないと思っているが、外食を控えるとか、内食にするという報道にあおられて外食が減るのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・中東情勢、米中貿易問題等による世界経済への悪影響がある。働き方改革等による人手不足が相変わらず続いており、人件費が高騰している。仕入価格も高止まりしている。10月からは消費税増税があり、消費者の財布のひもは固くなるばかりである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税もさることながら、米中貿易摩擦や日韓の貿易問題なども考えると、今後ますます悪くなる気がする。ただし、東京オリンピックまでは底割れという状況ではなく、徐々に売上が悪くなっていく（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税のほか、宅配料金など値上げ要因が多く、消費が冷え込むと思われる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税に伴う駆け込み需要は皆無である。過去の例から、増税後はレストランを中心に使い控えが予想されるため、景気は後退していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末までは繁忙期ではないため、見込みは低い。
		旅行代理店（営業担当）	・10月からの消費税増税の影響なのか、前受けの販売量が前年同時期と比較して減少している。
		旅行代理店（総務担当）	・海外出張件数が減少してきていることに加え、国内出張も控える企業が増えている（東京都）。
		タクシー運転手	・10月から消費税が10%になる。節約ムードのニュースがいろいろな方面から聞こえてくる。タクシー業界も多分に漏れず10%になる。世の中が落ち着くまでに少々時間が掛かると思うので、景気はやや悪くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・目に見えて悪くなる。消費税増税を前にして、良くなるはずがない。消費税増税が景気に影響せず利用してくれるのは、車椅子やつえをついたお年寄りや、タクシーが通院の足代わりになっている。聞けば、病院代よりタクシー代の方が高いとこぼしている。
		タクシー（団体役員）	・景気回復を見込める要素が見当たらないなか、消費税増税もあり、景気は一段と低下する。
		通信会社（経営者）	・消費税増税に慣れるまでにしばらく時間が掛かる（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・働き方改革、消費税増税の効果もこの先は期待できず、反動減があるものとみている（東京都）。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税になり、現状では景気回復への好材料は望めない（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・昔は、60歳まで働いて、老後は年金で暮らせば良いという時代だった。少子高齢化で、これからの日本はどうなっていくのか、目指すものは何か、明確なビジョンが見えてこない、景気も回復しようがない。
		パチンコ店（経営者）	・10月からの消費税増税による影響が顕在化してくる。
		競輪場（職員）	・当地域では台風、災害の影響があり、それと消費税増税で財布のひもは緩まないと予測できる。秋はスポーツイベントも多いが、行楽気分が盛り上がるには数年掛かりそうである。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・景気の底堅さは感じるものの、10月からの消費税増税による消費の冷え込みは免れない（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数がどんどん減っているため、授業料を上げられない。消費税増税もあり、値上げできない状況になっている。どの塾も価格転嫁できずにいるところが多いようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・年度末に向かって、大きな新車の発表等がないので、消費の盛り上がりは小さい（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・前年の集客期との対比から、やや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・年金問題がはっきり解決しない段階だが、客に今何とかしなくてはいけないという考え方が表れてきたようである。7～8月に比べて、9月末～10月にかけては、少しずつ客の考えが、建設をしないといけない、今直さなければいけないということで、動いているような気がする。
		設計事務所（所長）	・新築物件が少ない。地方の地価が上がっているというが、それは一等地の話であって、末端まではなかなか回っていないというのが実状である。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が例年に比べて減っている。
		住宅販売会社（従業員）	・4月以降、受注の落ち込みが続いており、前年同期比で手持工事高が減少しているため、売上の増大は見込めない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・客からの質問や相談等がほとんどなくなってきている。このままだと先行きが非常に不安である。景気が良くなるには時間が掛かる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税後の先行きが見えないなかで、大きな建築関連需要は見込めていない（東京都）。
	×	商店街（代表者）	・今月は消費税増税前の月でありながら、売上が今一つ思うようにいっていない。10月から消費税が上がることを考えると、このままだと売上がかなり落ちるのではないかと心配している。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先、景気は悪くなる。客の様子を見てみると、耐久消費財を買うような余裕がないように見受けられる。どんどん悪くなる（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰なため、悪くなる。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税後は多少なりとも売上が落ち込む（東京都）。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	・消費税が10%に上がり、負担増になるので、消費が落ちるのではないかと（東京都）。
	×	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、10月以降はこれまで売上げ引込だった高額品の冷え込みが予測される。最悪の場合、半年間程度は消費が冷え込むと懸念されており、2020年東京オリンピック、パラリンピックの盛り上がりまで長引く可能性もある（東京都）。
	×	百貨店（営業担当）	・9月の消費税増税前の駆け込み効果が予想以上で、コートやスーツなどの冬物衣料が前倒しになっている。10月以降の反動減の影響は想定以上となる見込みである（東京都）。
	×	百貨店（店長）	・消費税増税の影響はあるが、前回ほどは9月に前年比で増加していないので、10月以降そこまで落ち込まないかとみている（東京都）。
	×	百貨店（店長）	・消費税増税後は一転して先行き不透明感が増すことで、跳ね上がった反動で大きく落ち込む可能性もかなり高いのではないかと。
	×	スーパー（総務担当）	・消費税増税のため消費を我慢する。消費税増税前に買い置きしているため、買物の必要がない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税、年金収入の減少、自然災害の増加などにより、消費に対する気持ちが萎縮している。20年続いているデフレを何とかできないかということが一番の課題ではないかと。
	×	衣料品専門店（店長）	・高価格帯の商材が動かず、低価格帯の商材中心にシフトしてきているため、今後も値下がり傾向が強まる。
	×	衣料品専門店（統括）	・以前と同様に、消費税増税による消費の冷え込みにより、来客数が減少する。
	×	家電量販店（店長）	・消費税増税の影響が必ず出る。特に、10月は2割ダウンを予想している（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	・今回の消費税増税前の駆け込み需要で先に売れているだけで、数か月は反動減がある。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税、最低賃金引上げ、調剤用医薬品の価格引下げにより、利益は非常に圧迫されると予想している。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世界景気、消費税増税など、良くなる要素がない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経営者）	・10月からの消費税増税は、外食産業にとっては決してプラスにはならない。値上げはしなければならないと思うが、それによって集客が減る。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税率が上がって、しばらく消費が冷え込む。
	×	通信会社（管理担当）	・より一層買い控えが進む。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・消費税増税による来客数の落ち込みは確実に発生する。軽減税率、中小小売店のポイント還元、低所得者向けプレミアム付商品券など、政府が打ち出している経済対策の享受を受けられない業態であり、効果は期待できない。
	×	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政策を期待したい。
企業 動向 関連 (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年受注量が増える時期なので、良くなる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は新規会社設立印が3本しかなく、例年並みかやや少ないくらいの本数だが、来月以降は個人客が伸びると予測している。なぜなら、キャッシュレス決済であれば消費者還元5%となるからである。カード会社からの開始文はまだ来ていないが、当店では独自にホームページに案内を載せ、キャッシュレス決済の場合は5%値引きで対応していきたい。消費税が8%から10%になっても、キャッシュレス決済5%還元なので伸びていくのではないかと（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・年度目標達成のめどが付いた。今期も黒字確定である。仕事量も増えている。
		金融業（役員）	・景況レポートにおける全業種の2019年10～12月期の予想DIはプラス3.9と、業況はマイナス水準ながらも改善する見込みとなっている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・受注はこのまま増えていく。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税でどうなるか見当がつかない。取扱品は軽減税率適用対象のため、売上への影響は少ないと思うが、利益は心配なところもある。
		化学工業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がないので、大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	・近隣の同業者からの話でも、良くなる様子は感じられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の出来の良しあしで売上が伸びたり、減ったりするので、景気は外的要因に加え、社内的要因に大きく左右される（東京都）。
		建設業（経営者）	・消費税が上がったとしても、物が売れないという危機感から値下げをと思うので、物価は上がりも下がりもしない。
		輸送業（経営者）	・同年同様の売上を見込める（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷している。今後も現状が続くようである。
		金融業（支店長）	・消費税増税の影響が不明だが、米中、日韓の貿易問題もあり、当面景気が良くなる見通しはない。
		不動産業（経営者）	・店舗を新規オープンする客がいるが、障害者関係の施設で、都又は市の補助金をもらう事業がこのところ増えている。空き店舗も増えている。10月から消費税が上がるので、心配である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・オフィスは満室にもかかわらず、空きが出たら教えてほしいという入居待ちの状態になっている。このような状況は、バブル経済崩壊後初めてのケースである。今後も当面この状況は変わらない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・毎年固定で入る受注以外の新規売上は見込めないため、変わらない（東京都）。
		税理士	・米中の貿易戦争の展開によって、国内の景気も大きく変わる。対中輸出の減少、中東の原油問題などの海外情勢により景気が大きく変動する。どう展開していくのか分からない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・大きく悪くなると思えず、現在の低調が続く（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・消費税増税の影響が少しは出てくるものの、大きな影響は出ないと想定している。
		食料品製造業(経営者)	・消費税増税の影響が出てくる(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業(所長)	・9月に動きがあった分、10月に入ると急に鈍くなる。
		化学工業(総務担当)	・消費税増税後の個人消費減少は避けられないのではないかと。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・8～9月に駆け込み需要がなかったということは、10月以降消費税増税があっても、そう良くなる方向には行かない。むしろ、若干悪くなるのではないかと。
		金属製品製造業(経営者)	・仕事量が少なく、納期も短くなっている。12月以降の受注は少なく、今後も仕事量は余り期待できない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・韓国や中国に輸出しているような客は、大分落ちてきているようである。他のところに波及しなければ良いと思っているが、自動車関係でも中国関係は減るのではないかと。
		精密機械器具製造業(経営者)	・当社の受注状況は安定しているが、地区の商工会議所、県内の同レベルの会社の状況を聞くと、受注の落ち込みが激しく、悪化の一途をたどっている。
		その他製造業〔靴〕(経営者)	・ハンドバッグ協会の雰囲気は、決して良くはない。しばらくこれが続くような気がする。
		その他製造業〔化粧品〕(営業担当)	・消費税増税後の反動減でやや悪くなる(東京都)。
		建設業(経営者)	・消費税増税は仕方ないが、景気は間違いなく落ちる。
		金融業(統括)	・消費税引上げの影響がある。
		金融業(総務担当)	・10月の消費税増税で、小売業は軽減税率の問題で商売がしにくいという話があり、増税後は消費が落ち込むと予想している。ここで最低賃金も上昇すると、特に製造業や制限パートの勤務時間が減少して、その分企業負担が大きくなり、利益減少の要因となる。建設、不動産業の受注は減少する見込みである。全体的に消費は低迷して各企業の売上が減少し、景気は下がる予想である(東京都)。
		広告代理店(従業員)	・消費税増税前には若干需要があったので、その反動が少し出てきそうである。
		広告代理店(営業担当)	・消費税増税、天候の影響などから厳しくなる(東京都)。
		経営コンサルタント	・飲食店やサービス業では消費税増税の影響が懸念される。
		税理士	・原油価格の高騰は否めず、消費税増税による一時的な消費減はあると思われる。長い夏のせいで秋冬物の衣料品の売行きはまだこれからになるようである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、依頼が減る。また、原材料費の値上げも実施され、受注量、利益共に圧縮、減少傾向が予想される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者)	・人手不足が更に深刻になる。最低賃金の上昇もあり、募集単価が上昇している。既存契約の値上げ、逆ざやになっている現場の解約ができない状況なので、全体としてやや悪くなる(東京都)。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・通常なら来年の仕事の受注が始まる頃だが、話がない(東京都)。
	×	プラスチック製品製造業(経営者)	・生産調整されている化粧品容器の受注に回復傾向がみられない。年内は在庫がはけないとの情報も入っている。
	×	金属製品製造業(経営者)	・米中問題、日韓問題、英国のEU離脱問題などが解決しなければ、世界経済は更に冷え込むと懸念している。
	×	建設業(経営者)	・消費税増税により、購買意欲が低下する。
	×	輸送業(経営者)	・消費税増税の影響による景気の落ち込みが感じられるなか、生活必需品でない当社の輸送商品の取扱量は更に減少し、厳しい状況になると予想している(東京都)。
	×	通信業(広報担当)	・一進一退の動きが続いており、変化はない(東京都)。
	×	金融業(従業員)	・取引先の中小企業からは、消費税率引上げ前の駆け込み需要が以前よりも小さいとの声がよく聞かれており、小売業、製造業など幅広い業種で業況が厳しくなるとの見方が多い(東京都)。
	×	金融業(融資担当)	・台風15号により県内の地場産業は甚大な被害を受け、既に廃業や事業継続を断念している先も多数見受けられる。これから2～3か月先はその影響が更に顕在化するものと思われる、県内経済は停滞する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の影響が出て、受注量が減ると予想している（東京都）。
雇用 関連		人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金が控えており、派遣から直接雇用への切替えが加速する（東京都）。
(南関東)		*	*
		人材派遣会社（社員）	・米中の貿易問題の影響があり、しばらく良くなるとは思えない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足が改善される見込みはなく、今の状況が続くそうである。
		人材派遣会社（社員）	・良くなるような施策が見当たらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・来年3月の決算を迎えた後で、企業によっては外部人材の採用数を調整してくると思われるため、先行きは不透明である（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人に対する応募が多少増加傾向にあるが、余り改善にはつながっていない（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・身の回りで景気が良くなる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）	・12月まで下降気味になるため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求職者に焦りが無い。いつでも職は見つかると思いを感ずる（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	・ここから大きく採用数抑制まですぐに進むとは思えないが、消費税増税や貿易問題などを含め、良くなる可能性よりも厳しくなる可能性の方が高い（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・若干の落ち着いた感はあるが、企業の採用意欲はまだ旺盛である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金が施行される2020年4月以降、派遣先における派遣料金の上昇に加え、定年再雇用者を含む有期雇用労働者の人件費上昇、委託先における均等均衡問題による業務委託料の上昇など、コストプッシュ圧力が相当に発生することが見込まれることから、厳しくなっていく（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・同一労働同一賃金への対応策を具体的に進める企業がこれから増えると思われ、コスト増による採用抑制が懸念される（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・ここ数か月、企業からの派遣求人が減少している。新規派遣登録者も減少しているため、需給バランスは余り崩れていないが、低いところで推移しているため、この地域の派遣採用数は良くて現状維持という状況である（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・求人数がやや減ってきていることから、3か月先の景気が上向くとは思えない。
		職業安定所（職員）	・雇用保険受給者の増加は、再就職先が決まっていない退職者が増えているためと考えられる。再就職先を見つけてからの転職ではないと、雇用環境は悪化に向かうと考えられる（東京都）。
		職業安定所（職員）	・前年と比べ、新規求職者数に大きな動きはみられないが、新規求人数は減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・2021年卒向けのインターンシップイベントがスタートしているが、超優良企業群の参加は少ない。大量採用組が今後危機感を持っているのではないかと（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中米関係のみならず、不安要因が多く、景気への影響はある（東京都）。
	×	人材派遣会社（営業担当）	・最終的には持ち直すことも考えられるが、現在営業的に見えている風景は、下降傾向に見える（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)		一般レストラン（経営者）	・当店は5%還元事業対象店になっており、また、地元の祭りがあるので、増加を見込みたい。
		観光型旅館（経営者）	・キャッシュレスポイントなどの施策があるためか、9月よりも10～11月の予約が堅調である。
		ゴルフ場（経営者）	・秋のゴルフシーズンを迎え、天候も安定している。現状の予約は順調に伸びている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・季節の変わり目がやってくる。これから冬にかけては、葬儀の依頼も増える。

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
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・駆け込み需要分の消費は冷え込むと思われるが、カード購入客がどのような動きをするのかが不透明である。また、キャッシュレスの申請が間に合わず、10月1日から活用できない現状もある。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税率が上がってもポイント還元関係で、余り落ち込みはないのではないか。
		スーパー(経営者)	・キャッシュレス決済への対応で、今まではクレジットのみの決済が、電子マネーでもできるようになった途端に、電子マネー決済が増えている。ただし、10月1日からの消費者還元5%については、一部の電子マネーで、まだ審査待ちである。今月末から、車で20分の病院の売店に弁当、パン等を納品予定で、1日1万円前後の売上を予定している。配達は近所の社会福祉法人に頼み、人件費が1割、もうけ1割の計算である。
		スーパー(店長)	・消費税増税直後の買い控えはあるだろうが、その後はまた、消費は拡大してくるだろう。軽減税率にも慣れてくるのではないか。
		コンビニ(店長)	・当店の場合、駆け込み需要が余りないので、2~3か月先も、さほど今とは変わってこない。
		衣料品専門店(経営者)	・昔とは違い、年末年始の需要が見込めない。
		スナック(経営者)	・年末になるまでは、団場で動くケースがなかなかないので、この先2か月くらいは、厳しい状況が続く。
		通信会社(社員)	・消費税増税の影響はない業種のため、今後数か月は現在と同じような動きで推移する。
		ゴルフ場(経営者)	・消費税増税の影響も少なく、ゴルフ場の予約は好調である。
		設計事務所(経営者)	・下請に外注する物件も多く、間に合っていない。
		商店街(代表者)	・例年、10月を過ぎると、販売がシーズン中の半分ほどに落ちてしまうが、毎年のことなので、特別変わらない。
		百貨店(営業担当)	・今月は消費税増税前の駆け込みで、売上がかなり増えている。この先2~3か月後は、前回の増税ほどではないが反動があると思うので、若干落ち込む。
		百貨店(売場担当)	・消費税増税後は2%といえども、一定期間買い控えが続く。連日メディアが騒ぎ過ぎることで、消費者側も買いだめしたり、控えたりと本来の買い方を失くなる。
		スーパー(経営者)	・駆け込みの反動減に、価格競争が加わる。一層、消費者の混乱が起きるのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・消費税率が上がると、やや動きが鈍るというか、販売量が落ちるような気がする。
		コンビニ(経営者)	・10月から消費税が10%になるため、悪くなる。
		コンビニ(経営者)	・消費税増税の影響で、やや悪くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税後の停滞した経済が、どこまで、どの程度で回復するのか。時間を要する。
		乗用車販売店(経営者)	・既に今月の売上にならない受注は減っている。消費税増税後の反動減が予想される。
		自動車備品販売店(従業員)	・消費税増税前の反動が出て、来客数、売上が落ち込むと想定される。
		高級レストラン(経営者)	・消費税増税による景気の悪化は、避けられそうにない。
		一般レストラン(経営者)	・軽減税率、キャッシュレス還元などが展開されるが、増税という言葉の方が大きな影響を与えるような気がする。
		観光型ホテル(支配人)	・来客数、売上共に、今年度は各月で前年割れしている。店内で飲食させる施設の多い当社は、消費税増税による影響も気になるところである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・9月の反動が10月に来る。消費税増税前の9月に利用した企業は10月の利用を控えるとみており、増税の影響が気になるところである。
		旅行代理店(副支店長)	・消費税増税に伴い、9月中の企業の受注などが集中しているが、9月の旅行は減少している。増税で先行きが不透明なことから、秋以降の動きが鈍い。年末年始を含んだ通年で長期の休みが多かったため、企業の出費がかさみ、個人消費も落ち込んでいる。
		タクシー運転手	・消費税が10%上がった影響で、多少動きが悪くなる。
		通信会社(経営者)	・消費税増税の影響がどのくらい出てくるのかは不明だが、良い方向に行くとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・別荘の販売価格が下落傾向にあり、高額な別荘が売れにくくなってきている。
	×	商店街（代表者）	・2%増税とはいえ影響が大きくなるのではないか。軽減税率、消費者還元等、混乱必至で、どうなるのか。
	×	百貨店（店長）	・消費税増税の影響は読めないが、現状の悪さをみると、程度の差こそあれ確実に悪影響があるのではないかと。百貨店の主力顧客である高齢者には、政府のポイント還元策も分かりにくく、メリットを享受できない人も多いのかと思われる。また、我々中小企業側には、今回の軽減税率への対応設備投資も大きな負担である。
	×	スーパー（経営者）	・消費税増税後は、更に悪化する。
	×	スーパー（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で、酒や日用品の売上が伸び、全体を押し上げている。買い込んだ分、しばらくは買い控えが起こるので、厳しくなる。
	×	家電量販店（店長）	・消費税増税後の売上減が予測される。
	×	スナック（経営者）	・来月からの消費税増税に伴い、今まで税金分を価格転嫁せずに頑張っていた幾つかのメニューを値上げすることにしたので、短期的にはかなり落ち込むとみている。
	×	スナック（経営者）	・10月にならなければ分からないが、現状、暇なところに、消費税が上がるとどうなるか本当に心配である。仕入先からは待たなして消費税を取られるが、客にはなかなか説明しにくいような気がする。
	×	都市型ホテル（支配人）	・ラグビーワールドカップや開催まで1年を切った東京オリンピックに沸く東京周辺と違い、大型商業施設の撤退など、当地域には明るい話題がない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・5年前の増税時と同じ流れになるとみている。そこに軽減税率等が加わり、多くの人がどうなるかと動きを止めるのではないかと。既に、先の予約受注の動きが落ち込んできている。消費マインドは大きく低下し、フリー客が落ち込み、悪い方向へ進む。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		金融業（経営企画担当）	・米中、日韓問題は依然として平行線だが、日米貿易交渉も落ち着いたことから、年内の経済状況は安定し、日経平均株価も上昇するとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・業界では低価格化が進行しているが、肩を並べるのは難しい。前述した主力商材に傾注した政策を取ることで、バランスを取っていききたい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年の受注に加えて新商材の受注もあるので、期待はするものの、動向は予測できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先から、「動き出してはいるが、そこまで流通は良くない」との話を聞いている。
		建設業（経営者）	・受注工事があるので変わらないが、その後は分からない。
		新聞販売店【広告】（総務担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要は少なく、取引先等も増税後の買い控えを気にしている。外食業は複数税率となるが、税込同一価格で実質値下げになるなど、景気が上向くとは考えにくい。
		食料品製造業（製造担当）	・消費税増税や最低賃金の引上げなど、売上が落ち込むなかでの経費増加は会社にダメージを与える。増税による景気悪化が懸念される。
		食料品製造業（営業統括）	・消費税増税に加え、台風や秋の長雨による国産原料の収穫減の影響で、今後の商品への影響が考えられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要の回復がみられない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注は、徐々に回復してきているが、目標には届いていない。
		その他製造業【宝石・貴金属】（経営者）	・10月は、ほとんどの会社が様子見状態で、どうなるか想像できない。消費者還元事業とセールがどのように結び付くか検討中というところが多い。
		金融業（調査担当）	・消費税増税の影響は前回よりも小さいとみられるが、消費者のマインドは抑制される。また、製造業でも米中貿易摩擦の影響から下押しの動きが続くとみられる。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことだが資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税等の不安要素が多いため、購買意欲は湧かず景気回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・業種による景況感の変動の情報は求人側から入っておらず、停滞感を残しつつ、現状維持が続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・10月から増税となり景気低迷が予測されるため、企業は数か月間は現体制の人員で対処し、今後の景気動向を見ながら求人募集を考えるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・緩やかな回復局面が停滞し始めているなかで、消費税増税が追い討ちをかけるのではないかと。
		民間職業紹介機関（経営者）	・米中貿易摩擦や日韓問題等、将来不安が続き、慎重な企業行動が顕著で、厳しさが増してきている。
	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)		美容室（経営者）	・2～3か月先、正月が近づくと忙しくなる。正月間近は客足が悪くなる。
		商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づき、景気が良くなる。消費税上げは影響しない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・台風豪雨等の自然現象を除き、上向きの傾向は続く。
		スーパー（総務担当）	・正月用のおせち料理の引き合い件数は、前年よりも多い。
		コンビニ（エリア担当）	・11月の連休や、年末に向けての来店頻度の増加などを受けて、現状よりは売上、来客数の回復が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・現在問題になっている韓国の問題や災害等の外的要因の問題がなければ、ここから東京オリンピックに向かって盛り上がり、景気は良い方向に向かっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車においては、消費税引上げ後の税制の変更で安くなる物や、当社では秋に新型車の予定もあり、今より少し明るい材料があるので期待する。
		スナック（経営者）	・多少予約もあり、年末に向けて期待している。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始や春休みの計画を立てる時期になるので良くなる。祝日なども多くあるので、旅の計画を立てやすい。
		タクシー運転手	・消費税引上げの影響がしばらくはあるかもしれないが、2～3か月後はボーナスシーズンもあるため、11月後半から12月には景気が良くなると楽観している。
		商店街（代表者）	・10月の消費税引上げ後どのように景気変化していくか、取引業者といろいろ話しても、依然として不透明である。
		商店街（代表者）	・相変わらず必要な物以外は買わない状況が続いている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・今でも景気が低迷しているところに、消費税引上げは厳しい。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は余りないため、増税後も大して変わらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどで景気は変わらない。
		一般小売店〔文房具〕（店員）	・消費税が引上げになると、先行きも景気は厳しい。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年末に向けた予算消化が進んで受注量も推移する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・海外情勢が非常に不安定で、先行きが読めない。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税後の落ち込みが懸念される。新作の投入はあるが、それだけでカバーできるか不安がある。
		スーパー（販売担当）	・近隣にドラッグストアができる12月までは、今の状況が続く。
	スーパー（総務）	・消費税引上げ前の駆け込み需要を期待していたが、大きな動きはなかった。10月以降も消費の大きな変動はない。	
	コンビニ（企画担当）	・消費マインドの消費税増税後の圧迫意識は少ないように見受けられる。それよりも貿易問題の先行きによっては、やや悪くなる。	
	コンビニ（エリア担当）	・10月からのキャンペーンの取組と消費税増税の影響度合いを合わせると、売上への影響は大きく変わらない。	
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税はあるが、影響は軽微と見込まれる。	
	コンビニ（店長）	・来客数が増えるような状況がほとんど考えられないので、前年同期と変わらない推移となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（売場担当）	・消費増税の影響による消費減は、前回増税時に比べると少ないが、一方で景気回復の兆しとなるような事案も見つからない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費増税引上げ前の駆け込みもほとんどみられない。したがって、増税後の落ち込みもほとんどない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費増税の影響は2～3か月もすれば落ち着く。景気の変化は余りない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税後の雰囲気は未知数であるが、取得税の廃止や自動車税の減税もあり、大きな落ち込みはないようだが。今年は東京で自動車関連大型イベントもあり、客との話題にもよく出てくる。しばらくは今の勢いが続くようだ。
		乗用車販売店（従業員）	・特に悪い要素も良い要素もなく、判断材料がなく難しい。しかし、決して状態は悪くないため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車両の発表があり、年末にかけて増販時期も迎える。客の車への関心が高まれば店頭で足を運んでくれると期待したい。車両価格の上昇もあるので、各社が提案している新しい買い方が、どれくらい客に受け入れられるか期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税引上げ後も大きな落ち込みはなさそうである。既に増税後の受注残もあり、客も排気量によっては増税後の方がお買得感があることを知っていた。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、リフォーム工事並びに一般の民間物件等の動きが年内一杯はあり、多少の売上増加が見込める。その後については、新築住宅、新築マンション共に、やや厳しくなると見込む。
		その他専門店〔書籍〕（店員）	・消費増税後は、来客数、客単価共に多少下がることが見込まれるが、影響は少ないと想定している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・日米貿易協定も一段落し米中関係も現状維持で、中東の懸念はあるものの、年内はこのままできそうである。消費増税の影響も余りないのではないかと。
		高級レストラン（経営企画）	・節約傾向は続くと思われるが、秋のイベント、忘年会等の年末に向けて各社の販促が下支えする。
		一般レストラン（従業員）	・消費増税後のキャッシュバックなどにより、しばらくは横ばいが見込まれる。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・賃金の伸びがあり、当面は現状の販売計画を見直す予定はない。消費増税の影響を皆が様子見しているように見受けられる。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先に関しても、宿泊に関しては横ばいである。昼食、夕食に関しては前年の90%前後で推移しており、地元需要の伸び悩み、停滞が見受けられる。何年ぶりの消費増税引上げで、商品がどのように動くのか大変注目される。ただし、団体向けに関しては法人客なので、予約数の推移にはさほど影響が出ていない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数より判断する。
		都市型ホテル（営業担当）	・予約は半年以上前に入っているため、販売量は落ちないと見込むが、単価については消費増税の関係で不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・レジャーシーズンになるので、見通しとしては、この先2か月は景気が良くなると見込む。
		タクシー運転手	・飲食店の経営者からも暇だという声しか聞かない。この状態がまだ続く。
		タクシー運転手	・ここ最近、ほとんど変化がない。
		通信会社（サービス担当）	・ほとんどの客は既に契約していて、新規申込みは少なくなる。電力系やケーブル会社と既設客を取り合う形での販売がメインになってきている。
		通信会社（営業担当）	・当面、減少傾向は続く。
		テーマパーク職員（総務担当）	・入園料等は10月からも変更しないため、消費増税の影響は、それほど受けないと想定している。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の11月は、各ゴルフ場共に入場者予約数が前年同日の予約数を超えている。ゴルフシーズンでもあり、このまま良い方向で推移すると見込む。
		パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制が一巡した。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・観光列車、ラッピング列車やジオラマでの鉄道模型運行など、話題性を狙った営業活動は行われているものの、目に見えて収益に結びつくほどの効果は生み出していない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費増税後の販売量への影響がどのくらいあるか未知数である。

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
		住宅販売会社（従業員）	・下向き傾向がみられる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・10月は受注減となりそうだが、11月以降は数社の企業から設備投資工事の受注がある。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・不動産賃貸業の閑散期に突入するに当たって、入居数が減少するおそれがあるが、その代わり修繕工事等が伸びるので現状維持を見込む。
		商店街（代表者）	・消費税が引上げとなる。
		商店街（代表者）	・良くなる要因が見当たらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税が引上げとなり、しばらく景気は落ち込むとみられる。良くなることは、まずない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・3か月先の宴会シーズンも落ち込むが、企業利用の減少は少ないので、今月ほどは悪くならない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・この先2～3か月を考えると、消費税が引上げとなり物価も上昇するので、個人客は贈答品の購入を控えたり、付き合いを狭くする。法人客も無駄遣いをしなくなる。個人、法人共に消費が落ち込むので、景気はやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前にまとめ買いする客はいない。少し値段の高い10万円くらいの靴を購入する客が多少いる。増税前に焦って購入するような客はおらず、新作のブーツ等を見ているだけの客が多い。自社カードのイベント等も行っているが、売上は前年割れの厳しい状況が続いている。
		百貨店（総務担当）	・想定以上に駆け込み需要が大きかったため、消費税増税後の落ち込みが、細く長く影響を及ぼす。また、インバウンドも大きな伸びを期待できない状況であり、下半期はかなり苦戦するものと想定する。
		百貨店（経理担当）	・消費税増税、軽減税率導入により、景気は必ず悪化すると見込まれるが、どれほど落ち込むかは想像がつかない。
		百貨店（経理担当）	・世界経済の後退に伴う企業業績の悪化が冬のボーナスに影響を及ぼすおそれがあるほか、消費税引上げが、家計の緩やかな緊縮を招くと考える。
		スーパー（経営者）	・景気の下降がまだまだ続き、12月も家庭の所得は増えず消費に使う金は少なくなる。近くのスーパーでも、客は商品を慎重に吟味して必要最小限の商品しか購入せず、売上減少に歯止めが掛からない。輸出用の工作機械をみても、輸出が前年比30%減少し、景気の足を引っ張っており、先行きも景気も良くならない。
		スーパー（店長）	・ポイント還元の効果もあるだろうが、買い控えが起こると見込んでいる。
		スーパー（店員）	・消費税引上げが間近に迫っても、これといって買いためずる様子は見受けない。これでは10月になってからどうなるか予想がつかない。
		スーパー（商品管理担当）	・消費税が引上げとなり販売に影響が出てくる。キャッシュレスは高齢者にはなじみが薄く、実際に使用はしていない。現金での購買である。政府の思惑どおりには動いていないと実感するので、若者中心の客が多い店舗以外は景気が良くならない。
		スーパー（販売担当）	・買いための反動でこの先は購入が減るので、先行きはやや悪くなる。
		スーパー（営業企画）	・消費税引上げが実感として感じられるようになり、消費防衛心理が働く。
		スーパー（商品開発担当）	・来客数は前年比101%と増えているが、客単価、1品単価が下がり、売上も減っている。この状況は今後も続くと予想され、景気は現状よりもやや悪くなる。
		スーパー（経営企画担当）	・買いためた分が消費されるまでは、販売量が少ないままで推移していく。
		スーパー（ブロック長）	・消費税増税を迎え消費行動は慎重さを増し、豚コレラ、暖冬予想、米中問題、日韓問題など、好調要因が見当たらない。
		スーパー（支店長）	・消費税引上げに向けての駆け込み需要は今はあるが、増税後の反動が懸念される。消費はかなり抑えられてしまうであろう。
		コンビニ（店長）	・消費税のアップによって消費は落ち込みそうだ。小規模店では、キャッシュレスに対応しきれず、軽減税率の複雑化に伴い煩わしさのみ増えている。
		コンビニ（企画担当）	・駅ナカのコンビニはキャッシュレス還元制度の対象外となるため、値引きを期待する客が他店へ流れる可能性がある。

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
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響をしばらくは受ける。ただし、今回は軽減税率やキャッシュレスの還元があるので、前回の引上げほどは響かない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要とポイント還元とのバランスが全く判断できず、先行きの見通しは難しい。
		コンビニ（本部管理担当）	・来月の消費税増税後は、キャッシュレス還元対応等の対策があっても消費は落ち込むと予想する。しばらくは小売業界にとって厳しい先行きとなる。この状況は必然で想定内の事象だが、利益が目減りする現実、経営者にとってマイナスマインドとなるので、悪循環にならないようダメージは最小限に抑えたい。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税引上げ後は厳しいと見込む。軽減税率やキャッシュレス決済による還元で、どの程度落ち込みがカバーできるか不透明である。
		衣料品専門店（経営者）	・単価が高くなるため、売れば大きいですが、客も慎重になっている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税後が不安だと皆言っている。恐らくしばらくは買い控えがあるだろう。
		家電量販店（店員）	・基本ソフトの更新終了に伴う買換えでパソコンは好調だが、冷蔵庫や洗濯機の駆け込み需要の反動減が、それ以上にありそうだ。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税引上げ前の駆け込みの反動は間違いなくある。特に白物が売れなくなるだろう。年末はテレビの買換え、年初は基本ソフトの更新終了に伴うパソコンの買換えが期待できるが、半年ほどは反動が出るのではないかと。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税が引上げとなることにより、心理的には消費意欲の低下があると見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税となり、ますます消費には消極的になる。
		乗用車販売店（従業員）	・販売が見込める要素がない。改良等があってもどの車も納期が掛かりすぎて客の購買意欲が減少している。正直、販売が活性化する要素がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出ているにもかかわらず、販売量もそれほど伸びておらず、消費税増税前の駆け込み需要も予想より少ない。増税後は販売量も少し落ち込む。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で1.1%マイナス、来客数は前年比2.3%マイナスとなっている。
		一般レストラン（経営者）	・消費税が引上げとなるので少し下がると思う。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・消費税率10%の影響がありそうである。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴い、全ての面で購買意欲が落ち込むのではないかと。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税引上げの影響がある。
		都市型ホテル（総支配人）	・競合相手が急増し続けるなか、頼みのインバウンドの増加率は低下傾向で供給過多気味である。消費税増税分は値引きもやむなしだが、仕入価格は2%の上昇で厳しい。
		旅行代理店（経営者）	・ラグビーワールドカップが始まり、こういったイベントが始まると開催期間中は販売が鈍り、加えて消費税の引上げがある。
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税により、モノ消費の落ち込みが続く。
		旅行代理店（経営者）	・10月からの消費税引上げに消費者が慣れるまで、半年くらい掛かると見込まれるので、景気が少し悪くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税について、団体旅行の客には意識する動きはみられないが、個人旅行としては、生活費との兼ね合いで多少様子見の時期となる。
		旅行代理店（営業担当）	・10～11月の連休の旅行申込みは、余り芳しくない。海外旅行も、韓国、香港、中国など近場のアジア方面は減少が続いており、燃油価格の高騰も予測され、好調のハワイ、シンガポール方面の旅行も、旅行代金や燃油サーチャージの値上がりにより減ってくる見込みである。
		通信会社（企画担当）	・消費税引上げ後の節約志向の高まりや、インバウンドや輸出の減少による影響が広まってくるものと予想する。
		通信会社（営業担当）	・高齢層では、余計な費用を掛けない傾向が続いていて、解約も目立ってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・観光の客が動いていない。
		観光名所（案内係）	・消費税増税に伴う還元ポイントの制度が高齢者にはよく分からない。もう少し分かりやすい制度を考えてほしい。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が悪い。
		美顔美容室（経営者）	・消費税の引上げで9月の購入が多かったため、10月以降の購入が控えられる。
		美容室（経営者）	・消費税引上げにより、前倒しで来店する客もいるため、その点を考えると来客数、売上が減少し、景気が悪くなる。
		美容室（経営者）	・消費税引上げにより客の流れが変わる。
		設計事務所（職員）	・消費税増税があり、買い控えが増える。
		住宅販売会社（経営者）	・10月にならないと分からないが、消費税引上げが生活費に影響し、住宅ローンにのし掛かり住宅販売が悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率10%の影響が、気持ちとして少し出ると予想する。年末まで低調に推移すると見込む。
		住宅販売会社（従業員）	・新築は相変わらず少なく、リフォームも一段落感が強く、メンテナンス程度の仕事が多くなってきた。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・10月も仕事はあるが消費税増税前のやり残しで、人件費がかさみ厳しい状態が続く。
	×	商店街（代表者）	・消費税引上げでも駆け込み消費をしなかった消費者が、今後消費に向かうとも考えられず、景気は落ち込む。
	×	商店街（代表者）	・消費税増税で消費活動は更に停滞する。しばらくは厳しい状況が続く。
	×	百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が前回より少ないといわれているが、高額品や化粧品などは明らかに増税をきっかけとした購買が見受けられ、前年と比較して1割以上売上が伸びている。その反面、10月以降は同程度の売上減少が見込まれる。
	×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の冷え込みが多少ある。
	×	百貨店（業績管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による。
	×	百貨店（計画担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動により、需要減少が予想される。
	×	家電量販店（店員）	・今後、消費税引上げによる影響は間違いなく現れる。来客数は、8～9月以前の状況よりも更に悪化し、売上に対する影響も大きくなると予測される。
	×	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の動きは当然ながら悪くなるものと見込まれる。
	×	一般レストラン（経営者）	・一般庶民、特に給与所得者は実質賃金が上がっていない。消費税増税に関しては、消費の冷え込みは確実である。
	×	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税による影響は、様々な施策によってぼやけている傾向があり、2～3か月後くらいから現れると見込む。世界のリスク要因が1つでも現実化したときに、連鎖する可能性がある。
	×	観光型ホテル（支配人）	・10月の一般宴会は、祝賀会を数件受注することができて前年を超える見込みだが、2か月後は、一般宴会で恒常的にあった大型宴会の不開催が確定し、他部門では穴埋めできるものではないため大打撃を受けることとなる。
	×	通信会社（営業担当）	・電気通信事業法の改正により、販売数量が減少する懸念がある。
×	理美容室（経営者）	・消費税引上げにより、段々と景気が冷え込んでいく。	
×	理容室（経営者）	・消費税引上げにより、財布のひもが固くなる。	
×	設計事務所（経営者）	・全く良い情報がない。	
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		化学工業（営業担当）	・ナフサ価格が下がり、プラスチック原料の価格も下がる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・同業他社との話の中では、現状は景気が良くないが底を打った感がある、との声が多い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて業界で設備投資が期待できるのではないかといいことと、当社の新商品が出るため景気はやや良くなる。
	通信業（総務担当）	・ラグビーワールドカップ、東京オリンピックというワールドワイドなイベントに酔うことで、景気につながる皆の心を明るくしてくれることに尽きる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済は大幅なスローダウンに入っている。銅、鉄等の基本資材が大きく下がっているため、すぐに上昇に向かうとは考えにくい。一度底に入ってから、先行きの上昇が見込まれる。当社としては、新製品の更なる充実を図る。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・冬場は1年のうちで一番受注量、販売量が多い季節だが、消費税引上げ、米中貿易摩擦、日韓関係悪化等により、景気は余り変わらない。
		化学工業（総務秘書）	・特段悪くなる理由がない。消費税の影響がどのように現れるかは注視する必要がある。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも低調で、引き続き良くない状況が続くと考える。
		金属製品製造業（従業員）	・まだしばらくは忙しい状況が続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米での自動車部品製造設備の入替え需要が高まっているが、まだ、新規設備発注をするという情報が入ってきていない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量が現状維持の見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・9～10月の秋口になればと希望をもっていたが、年内あるいは年度末まで現状を維持できるかという話に変わってきている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・米中経済関係の影響を考えると、高速通信関連で海外からの技術を活用して製品やシステムを販売する業態にとっては不安感が大きくなるばかりであるが、現時点では、輸入量の減少や技術力提供にさしたる変化もないので、この先の業績に大きく影響することは考えにくい。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・思っていたほど円高には向かわず107～108円で安定しており、今のまま業績は推移する。
		建設業（経営者）	・景気が良くなる理由、材料が見当たらない。
		輸送業（エリア担当）	・日米の関税問題、英国のEU離脱で先行き不透明なので、良い条件がない。
		輸送業（エリア担当）	・大量に新規採用した社員が一時的には戦力になっていないため、目先の収支は悪化している。しかし、次第にコストコントロールが進み、改善される。
		金融業（従業員）	・建築業に関しては、今までと同様に比較的景気が良い状態が続くが、自動車産業は横ばいのため、数か月先はどちらともいえない。
		金融業（企画担当）	・株価や為替に大きな変化があれば、個人投資家も動くが、当面は様子見が続くそうである。個人投資家以外の個人も、消費税引上げ後は早期には消費に向かいづらく、当面現状の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・今後も、例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の景気は今年同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。
		不動産業（経営者）	・受注量や価格を変動させる要因は見当たらない。
		広告代理店（制作担当）	・今秋予定のイベント等も、消費税引上げによる影響はなさそうだが、売上の期待は見込めそうにない。
		行政書士	・消費税の引上げにより1～2か月は暇になるという業者がある。
		公認会計士	・中堅中小企業を取り巻く環境は、短期的には変わらない。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費税引上げ後の買い控え、消費マインドには冷え込みが予測される。
		食料品製造業（営業担当）	・受注量が前年実績よりも減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税の影響で落ち込む。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、景況は悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・消費税増税の影響で、景気低迷が続く。
		建設業（役員）	・当エリアの中心企業である大手自動車メーカー系企業で先行き不透明感が出ていて、住宅購入の自粛や不透明感がある。消費税引上げで一部贈与による購入客の動きはあるが、一般の客の動きは鈍い。
		輸送業（経営者）	・中国を中心に輸出入の減少に歯止めが掛からない。前年比で2割減に近づいている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・9月が多少上向きなのは荷主の上半期決算によるものが多かったからだろう。10月からは、また6月頃の状態になるのではないかと。
		輸送業（役員）	・石油価格の上昇予想など、物流業界も不安要素が多く、景気が良くなる材料が見当たらない。
		輸送業（エリア担当）	・日米、日韓、日中の貿易摩擦、不協和音が払拭しきれておらず、この先どうなるのかという不安感がある。先行きの見通しが立たないところで、経済もそれを反映している。この状況が続くと、ますます景気が落ち込んでいく。
		通信業（法人営業担当）	・消費税増税で、企業だけでなく個人消費も落ちる。
		通信業（法人営業担当）	・現状の要因のほか、米中の対立による世界経済成長の鈍化、英国のEU離脱による我が国の経済への悪影響、サウジアラビアの原油施設攻撃による原油高、ロシアや中国等による世界戦略構想の悪弊等、成長路線が見渡せず後退面ばかりが目立つ状況である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税引上げに伴い折込チラシの支払金額と印刷金額が上がるため、大手のチラシではなく小ロットの個人商店などのチラシが減ると見込まれる。
		会計事務所（職員）	・消費税率が5%から8%へ引き上げられた際の経済減退が、再び起こりそうである。政府の弱者対策も規模的には軟弱で効果は薄い。
		会計事務所（職員）	・最低賃金の改定で、扶養範囲内で収めようとしているパート主婦は、勤務時間を減らすようになる。求人を出してもなかなか応募はなく、ぎりぎりの人数で仕事を回している小さい会社は、仕事を断らざるを得ない。景気は縮小する。
	x	鉄鋼業（経営者）	・東京オリンピックなどの大型物件が収束しており、世界情勢が不安定な中で先行きの設備なども話が出ていない。
	x	輸送用機械器具製造業（経営者）	・東京オリンピック後まではこのまま下落すると見込まれる。その後の自動運転や5Gの盛り上がりにも期待したい。種はあるけど、種がまだ発芽してない様子である。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・忘年会等の予約状況は好調で、やや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・多くの企業で上半期が終わり、次は来期に向けての採用計画を進める時期となる。人手不足が続くなかで、採用枠・予算を増やし派遣や中途採用の動きが出てくると見込んでいる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・求人募集再開の動きがみられ、下期の生産目標に向けた体制への上向きな動きがある。
		人材派遣会社（経営企画）	・動向が読めない。
		職業安定所（所長）	・管内事業所からは、米中貿易摩擦等による製造業への影響を懸念する声を聞くことはあるが、雇用への直接的な影響については聞かれない。
		職業安定所（次長）	・日中貿易摩擦や日韓関係悪化の影響による受注減を懸念する中小企業の声を聞くものの、労働市場には大きな動きは見受けられない。
		職業安定所（次長）	・求人求職の状況からは、業種により差はあるものの、全体的にはおおむね横ばいで推移しているものと見受けられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人においては、大手企業と中小企業の採用数には大きな開きがあり、大手企業の採用数の減少を中小企業でカバーするのは難しい。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・特に行政職員の採用で、2020年卒業者を対象とした医療職の二次、三次募集の案内がいまだに届いている。
		人材派遣業（営業担当）	・人材不足感はず変わらず継続するものの、先行き不安から買い控えなどが起こり、やや後退すると見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税引上げと同一労働同一賃金の施行により、派遣活用を各社が控える傾向がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・予算削減は避けられなくなっており、3か月後には影響が出始めていると考える。エンジニアの稼働率が低下し、身の回りの景気は現状よりもやや悪くなっている。
		人材派遣会社（企画統括）	・消費税引上げ後の不透明感が色濃く、不安材料となっている。
	人材派遣会社（営業担当）	・工作機械の受注額が減っている。	
	人材派遣会社（営業担当）	・大手企業ほど、同一労働同一賃金に向けたコスト上昇対策として、人員の抑制を検討している。	

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・東京オリンピックの需要が落ち着き、先行き不安の企業が 増えている。
		職業安定所(職員)	・現状のままであれば、製造業を中心に中小零細事業所の事 業縮小、倒産が引き続き起こる可能性がある。
		職業安定所(職員)	・新規求人に関し動きが続いており、雇用調整助成金の相談 をする事業所も出てきている。
		職業安定所(次長)	・米中貿易摩擦、消費税引上げ、原油高、日韓関係等、経済 を取り巻く状況は不安定要素が多いことから、求人の伸びが 期待できず、景気の後退が懸念される。
		民間職業紹介機関(窓 口担当)	・現時点での求職者・求人数の推移は前月より右肩上がり であるが、ここがピークとなり、年末に向けて少し下降して いくことが予想される。相変わらず正社員・直接雇用希望の求 職者が多く、案件とのマッチングは変わらず厳しい状況であ る。
		民間職業紹介機関(営 業担当)	・工作機械・装置・F A産業などの景況感をみると、設備投 資の抑制が強まるなか、採用に投資をする企業は下降局面を 今後迎えることも想定される。
	×	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・企業が採用に掛ける費用は高騰しているにもかかわらず、 新聞社にはそれに対応する能力がない。

7. 北陸(地域別調査機関:一般財団法人北陸経済研究所)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)		-	-
		商店街(代表者)	・9月に入り、高額商材も少しずつ動き始めている。とはい え消費税の引上げ前の駆け込み需要かどうか判断できない。 外国人観光客も国慶節で増え始めているので、期待してい る。
		衣料品専門店(店舗運 営)	・消費税の引上げ後は出費を抑える反動で、クリスマスや年 末年始に向けて購買意欲が高まると考える。
		観光型旅館(スタッ フ)	・月間仕入数は前年並みを確保し、予約状況も少しずつ上向 きである。予約保有率は前年比で8月は89%、9月以降3か 月は91~97%で推移している。
		一般小売店〔精肉〕 (店長)	・9月は例年並みの推移で動いた。10月からの消費税の引上 げで、食品は軽減税率なので税率は変わらない。他のものが 高くなることで、さほど影響はないのではないかと考え る。
		百貨店(売場主任)	・2014年4月の消費税の引上げ時並みの駆け込み需要には程 遠かった。軽減税率などの施策があり、前回より冷静な人が 多く消費意欲が上がらなかったことが要因と考える。した がって、楽観視はできないが、駆け込み需要が小規模であ れば消費税の引上げ後の落ち込みも小さいのではないかと考 える。
		スーパー(総務担当)	・消費税の引上げが10%となるビールや雑貨など、駆け込み 需要があった商品群は10月初旬は落ち込むとみている。しか し、他は特に変化はないと考える。
		コンビニ(経営者)	・季節商材の売上が変わらない。
		コンビニ(エリア担 当)	・10月以降の消費税の引上げの影響が不透明である。食品に ついては問題ないが、雑貨等の軽減税率対象外商品には影響 があると考える。
		衣料品専門店(経営 者)	・10月の消費税の引上げがあり、消費者は慎重に買物をして いるようである。
		住関連専門店(役員)	・消費税の引上げ後は、消費マインドの低下が広がると考え るが、ポイント還元などの政策を含め、仕掛け方によっては 余り大きな落ち込みはないと考える。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・あくまでも希望的なものだが、現在が最低と考えており、 変わらないと答えた。とにかく来月から不安が一杯である。
		スナック(経営者)	・国内外の状況から、この悪い状態が継続していく気配であ る。
		観光型旅館(経営者)	・地元企業の大型団体の忘年会が業績悪化のため中止になっ たり、10月以降の集客にも苦戦している。また、カニのシー ズンを迎えてカニの仕入価格の上昇が見込まれる。
		旅行代理店(所長)	・東京オリンピック観戦ツアーの発売が始まったが、抽選予 約のため好景気は感じられない。また、消費税の引上げによ る影響が出る可能性もあり、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
		タクシー運転手	・これから一段と節約傾向が強まり、利用客が減る傾向だと考える。
		通信会社（職員）	・イベントの集客数が伸びてこない。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売され来客数は増加しているが、完全予約商品のため販売に至っていない。しばらくこの状況が続くそうである。
		通信会社（役員）	・現在、底辺近くにある新規契約件数は、消費税の引上げ月を超えれば回復してくるのではないかと考えている。
		通信会社（営業担当）	・今と同じ状況がしばらく継続すると考える。
		通信会社（役員）	・販売においては放送、通信共に悪化要因が少なく、引き続き堅調に推移するものと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・今後は消費税の引上げと同時にエコポイントや、住宅ローン減税の拡充があるので、その内容が客に浸透するまではこの状態が続くと考える。内容が徐々に浸透するとともに、販売量も回復していくとみている。
		住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が浮かばない。
		商店街（代表者）	・たかが2%、されど2%である。多少の売上の落ち込みは覚悟しておかなければならない。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げ後しばらくは節約が続くと考えるが、キャッシュレス決済の還元ポイントへの反応が別の動きとしてあるように見える。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	・業界の閑散期と消費税の引上げによる買い控えが重なり、期待要素が薄い。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・消費税の引上げの影響は大きく、販売量は当面落ちるだろう。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の引上げ後の影響で高額品の動きが鈍化し、まとめ買いの反動で化粧品や婦人衣料が影響を受ける。
		百貨店（販売担当）	・まとめた購入がやや多く、定番品を中心に消費税の引上げ後の反動を見込んでいる。さらに、心理的な状況を鑑みると悪化する方向だと考える。ただ、前年は暖冬で大幅に苦戦したコートやダウンが、今年は例年並みの気温であれば拡大する可能性があり、11月以降は期待が持てる。
		スーパー（店長）	・軽減税率や、キャッシュレス決済のポイント還元があるとはいえ、消費税の引上げの影響で買い控えはあるとみている。
		スーパー（総務担当）	・10月からキャッシュレス対応のいろいろなポイント還元セールがスタートするが、客にとって非常に分かりづらいため、消費が伸びるとは考えづらい。
		スーパー（店舗管理）	・消費税の引上げを控え、軽減税率により影響は少ないと考えるが、消費税の引上げ後のドラッグストアやホームセンター等の販促強化があるとみており、それが必ず影響してくると考える。
		スーパー（統括）	・スーパーは軽減税率対象品目をメインに販売しているが、消費者の生活において購入するもののほとんどが標準税率であり、節約志向が強まればおのずと食費にも強く現れる。そのためキャッシュレス決済のポイント還元策を含め、来客数確保のための競争環境が厳しくなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げがある。
		コンビニ（店舗管理）	・消費税の引上げにより、売上は微減となる。
		衣料品専門店（経営者）	・やはり消費税の引上げの影響はあると考える。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げとなれば、個人客の買い控えが見込まれるので、しばらく販売は悪くなると考える。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ後は更に厳しくなるとみている。
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ後、更に消費の落ち込みが進むとみられる。また、海外要因等により経済全体が守りに入る局面が見込まれる。
		自動車備品販売店（役員）	・消費税の引上げ後の、キャッシュレス決済のポイント還元指定外企業のため恩恵は受けられず、厳しい状況になると考える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げに伴う反動が出るのに加え、周辺の競争環境に変化が発生するので、10月以降についてはやや停滞するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		高級レストラン（スタッフ）	・好調な9月の反動が消費税の引上げの影響か、夜の地元客の受注は例年並みだが、昼の県外団体旅行による会食が例年の75%しかなく、大苦戦となっている。	
		一般レストラン（店長）	・消費税の引上げの影響もあり、明るい展望がない。	
		一般レストラン（統括）	・消費税の引上げ後、外食産業は真っ先に支出を抑える対象になるが、駆け込み需要の少なさや軽減税率の導入、キャッシュレス決済のポイント還元事業などにより、前回の消費税の引上げほどの景気悪化や落ち込みはないとみている。	
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は、インバウンド関係では香港の逃亡犯条例や日韓の関係悪化による影響、レストラン部門では10月からの消費税の引上げによる個人消費の落ち込みの影響が懸念される。一般宴会部門はコンベンション関係が若干弱く、景気動向はやや悪くなっている。	
		タクシー運転手	・観光の予約の上積みが少ない。	
		テーマパーク（役員）	・先行きの国内の団体旅行をみても予約が鈍ってきている。また、香港からの客を中心に海外からの客も鈍くなっている。全体としては、やや悪くなる方向にあると考える。	
		競輪場（職員）	・10月からの消費税の引上げの影響が少なからずあると考える。	
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] （総支配人）	・更に年内には、近隣に競合店の出店が3店舗決まっており、今以上に新規会員獲得が難しくなるとみている。	
		美容室（経営者）	・ここ数か月、余りに国際情勢が悪い方向に向かっており、心情的に景気も悪くなると考える。	
		住宅販売会社（従業員）	・数多くの政策によって駆け込み需要の反動は少ないとみているが、個人消費の減少により厳しい状況になると考える。	
		住宅販売会社（従業員）	・10月から消費税の引上げが施行されると客の様子も変化し、動きが鈍くなると考える。	
		×	一般小売店 [鮮魚] （役員）	・まず第1に消費税の引上げがある。破壊的な景気停滞を招くと考える。次に対外的な中国や韓国との問題で、中国相手の企業は悲鳴を上げており、韓国からの訪日客を当て込んでいたホテルなどは散々な状況である。さらに、根底にあるのは、老後資金2000万円不足の大問題である。今後、景気が良くなるとは考えられない。
		×	コンビニ（店長）	・消費税の引上げによる駆け込み需要がなく、増税後の買い控えが発生する可能性が極めて高いことから、今までにない景気の悪化が考えられる。消費税が5%から8%に変わった際も厳しい買い控えがあったが、近年の景気の下落状況は当時の比ではない。前年比からも大変苦戦している状況に加え、最低賃金上昇による経費の増加もある。コンビニエンストア事業者はとてでもないが経営できない状況になりつつある。
		×	家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要からの反動が出ると考える。
	×	家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の買いだめで、主要商品だけでなく最寄品も含めて消費税の引上げ前に購入するための来店が多い。プレミアム付商品券も今回は購入条件が厳しく、以前のような効果が期待できない。	
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税の引上げによる生活防衛意識の高まりを、予約状況や日々の売上内容から感じる。価格転嫁できないどころか、値引き販売を計画せざるを得ない状況である。	
	×	パチンコ店（経理）	・消費税の引上げによる景気の冷え込みがあるとみている。	
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	
		不動産業（経営者）	・物件関係の照会が多くなってきている。特に個人の客からの問合せが増えてきている感じがする。	
		税理士（所長）	・10月からのキャッシュレス決済のポイント還元セールは、各販売会社もいろいろな形で手を出している。こうした劇的な変化に伴う消費の増加はあるとみている。景気自体をどこでみるかによるが、売上高や収益は上がるのではないかと考える。ただ、ポイント還元等で企業が体力をすり減らす状況、消費税の引上げ分を会社がかぶる状況があり、利益は厳しく長期的には不安が大きい。	
		食料品製造業（経営企画）	・一般的な食品のため、消費税の引上げによる影響は少ないだろうと考えるが、かといってプラス要因も見当たらないのが実情である。	

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
		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変わらない。
		金融業（融資担当）	・ 消費税の引上げ前の駆け込み需要が限定的であったことから、消費税の引上げ後の需要減少も限定的と楽観的に考えている取引先が多い。ただし、一部の小売店は消費意欲が回復しない状況のまま、年末商戦に突入する可能性があることを懸念している。
		金融業（融資担当）	・ 取引先で信用保証協会の保証付融資の案件が増えている。信用保証協会の審査応諾にも時間が掛かるようになっており、問合せや審査件数は増えている様子である。
		司法書士	・ 住宅用土地の購入や建物の新築案件の依頼が続いている一方、事業関係の取引は少ない。
		繊維工業（経営者）	・ 10月から先については、少し持ち直しの傾向がみえる。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・ 米中貿易摩擦や中東、朝鮮など海外情勢の不透明感、材料費や運送コストの上昇が懸念材料となってきている。また、消費税の引上げ後は反動減も予想され、当面厳しい状況が続くものとする。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 欧州市場は国際見本市が終わり、受注が伸びると期待している。しかし、景気が不安定ななか、設備投資意欲が高まるか不安である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ 世界経済の動きに加え、国内は消費税の引上げの動きもあり、全体的に消費や投資の抑制を感じる。以前に比べると産業用分野においては国内受注が低調になってきており、厳しい状況に向かっているようである。
		精密機械器具製造業（役員）	・ 当社は輸出比率が比較的高いため、関税問題や為替動向に対しての不安定要素がある。国内市場全体においても特に活性化に向かう要素は少ない状況である。
		建設業（経営者）	・ 10月1日からの消費税の引上げで工事原価が上がるが、民間ではそれを価格に転嫁するのは難しくなるだろうと考える。
		建設業（役員）	・ 設備投資の抑制基調から、世界及び国内経済において低迷、先細り感が想定される。
		通信業（営業）	・ 主要商材の受注件数の伸びが鈍い。減少傾向に転じ始めているのか、少し気掛かりである。
		x	新聞販売店〔広告〕（従業員）
雇用 関連 (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・ 契約の更新や期間限定の作業が各部門に発生することが考えられる。また、税率改定の対応や2020年に向けた各種求人が増加することにより、景気が上向きになると見込んでいる。
		人材派遣会社（役員）	・ 人材登録者が増えないことからマッチングができず、非常に苦労している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ 大きな雇用につながる話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人数に対し応募数が満たず、継続的に求人が必要になっている。採用が進めば景気が上昇するが、現状は横ばいである。
		職業安定所（職員）	・ 悪いと言い切るまでの状態ではないが、若干不安な要素がみられる。求人の減少について、まとまった数を申し込む事業所の求人数は申込時期のタイミングもあり、今のところ大きな動きはみられないが、細かな数を申し込む事業所が今月はかなり減少しているのが気になる。親会社と子会社という関係があるので、今後の動きに注意したい。
		職業安定所（職員）	・ 8月は減少傾向だった求人数が、9月に入り再び増加した。一部の製造業で人員整理があり、不安要素はあるものの、大きな変動はないと考える。
		民間職業紹介機関（経営者）	・ 消費税の引上げを目の前にして買いためなどが少ないように感じる。増税に対して諦めた感じや、慣れた感じがする。
	新聞社〔求人広告〕（営業）	・ 消費税の引上げにより、各業種から総じて見通しが悪いとの声を聞く。	

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
	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〔鮮魚〕 (営業担当)	・インバウンド需要では、上海や香港からの観光客が少し戻りつつある。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・天候が良くなり、当社製品の販売が、観光地や道の駅などで増えることを期待している。
		スーパー(企画担当)	・10月から消費税増税となるが、食品スーパーでは軽減税率の対応商品が多いほか、当店はキャッシュレス決済によるポイント還元の対象となっている。今後は買物で利用してもらえる頻度が高くなると予想している。
		コンビニ(経営者)	・コンビニでは、消費税増税の影響はそれほど大きくならない。今後もファーストフード類や生活雑貨の売上の増加傾向は続きそうと、客単価の更なる上昇が期待できる。
		家電量販店(経営者)	・次世代住宅ポイント制度やキャッシュレス決済のポイント還元制度により、リフォームやオール電化の需要が喚起される。
		家電量販店(店員)	・競合先との接客力の違いが出始めている。量販店で競合が多いからこそ、接客の違いが差別化につながることを体感できている。
		一般レストラン(経営者)	・中国の国慶節やラグビーワールドカップなどの影響で訪日外国人客が増えるため、期待できる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・低価格型ホテルの参入により、客室単価は大きく低下しているが、料金のコントロールによって稼働率は何とか維持できている。宴会についても、消費税増税に伴う値上げで利用減を懸念していたが、早めの告知により、定例宴会を中心に順調である。一方、ホテル業界の動きとしては、軽減税率の導入に伴うシステムの入替えに、かなり費用が掛かっている。
		都市型ホテル(フロント)	・東南アジアからの旅行客が、秋の紅葉シーズンやウィンターシーズンに増えると予想され、問合せも増加している。ただし、単価を落としての受注も多いのが実態である。
		旅行代理店(役員)	・プレミアム付商品券や、キャッシュレス決済のポイント還元事業などが導入されるため、需要の増加に直結する。
		競艇場(職員)	・全国的に電話投票とインターネット投票の売上が好調に推移している。また、女子のレースの売上も、安定的に上向き傾向が続いている。
		住宅販売会社(経営者)	・これから期待される次世代住宅ポイント制度などで、客は動いてくる。
		一般小売店〔事務用品〕(経営者)	・東京オリンピック景気といってもまだまだである。ラグビーワールドカップも、終わればすぐに忘れられてしまい、景気の底上げにはなかなかつながらない。その一方、消費税増税の影響が徐々に出てくる。
		一般小売店〔菓子〕(経営企画担当)	・今年6～8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は88.2%で、関東は105.1%、中部は95.7%で、中国は95.5%となり、各地区の平均は93.6%となった。今年は6月のG20大阪サミット、8月のお盆の10連休といった不振要素があり、前年との比較も余り参考にならないが、全体としては非常に苦戦している。
		一般小売店〔野菜〕(店長)	・今の状況から変わる雰囲気は全くない。これ以上は悪くならないかもしれないが、良くなる雰囲気でもない。物の値段も高値で推移しており、やりにくくなっている。
		百貨店(サービス担当)	・10月からの消費税増税と軽減税率の導入で、先行きに不透明感はあるものの、消費全体の動きは変わらない。インバウンド効果のほか、売場の改装効果も出るため、実績としては変わらない。
		百貨店(販促担当)	・消費税増税による悪影響が多少なりとも懸念されるが、心理的な部分が大きく、ボーナスや社会情勢の安定により、短期間で落ち着くと予想される。販売面でも、単純な価格訴求ではなく、価値による訴求で購買意欲の向上を図る。

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（服飾品担当）	・10月からの消費税増税による反動減はあるが、インバウンド消費は伸びる。最終的には国内客が2%の増税をどう判断するかは左右されるが、店内では消費税増税に対する悲観的な意見は特に目立っておらず、8%への引上げ時に比べて回復は早くなると感じる。
		百貨店（営業企画）	・10月以降の消費税増税による落ち込みが懸念材料である。
		スーパー（経営者）	・チラシの折込や特売商品によって消費者が動いている状況であり、節約ムードは変わっていない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は予想したほど出ず、反動減による落ち込みは少ないが、小売業のキャッシュレス決済によるポイント還元では、各社のキャンペーンによる値引き合戦がいよいよ激しくなる。また、働き方改革の影響で、これまで以上に人手不足感が強まるなか、最低賃金も10月から上がる。イラン問題などで光熱費も上昇傾向にあり、利益が減ることから、非常に厳しい決算が見込まれる。
		スーパー（店長）	・人口の動きも大きくは変わらないため、現在の状況が続く。
		スーパー（店員）	・単価の高い物もないため、余り変わらない。
		コンビニ（店長）	・2～3か月では大きな環境変化はない。来客数が増えているので、消費税増税の影響にも耐えられそうな感覚がある。
		コンビニ（店員）	・消費税増税に対する、消費者の意識の変化は余り感じられず、全体的に大きな変動はないと予想される。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は予想を下回ったため、増税後の冷え込みも余りない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・今月の動きは、消費税増税前の駆け込み需要であると感じる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税を前に、一部の商品で駆け込み需要があったため、10月は紙類や高単価な健康食品などに反動が出る。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・消費税増税の影響が心配されるが、大きな影響はないと予想される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税のタイミングを重要視しない消費者は、増税後も買い控えず、自分のタイミングで気に入った物を買う。単価が手頃な商品を買う客は増税を意識するが、増税による値上げ額が大きな高額品を買う客は、今後も意識をせずに買う。商品のラインアップや販売形態は様々で、一概にはいえないが、周囲はそのような傾向にあるため、急には良くも悪くもならない。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末を控えた時期であり、今と大きくは変わらない。
		高級レストラン（企画）	・宿泊について、高単価の客室は先行予約が好調であるが、1泊で1万2000円以下の低単価の客室では、予約が伸び悩んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・先行きが読めない。ただし、当店はスマートフォンでの特定のキャッシュレス決済につき、5%のポイント還元を行う。今はキャッシュレス決済の利用者は少ないが、今後増えれば、客足も増えるかもしれない。
		一般レストラン（企画）	・7月に比べて良くなっているとはいえ、10月の消費税増税のほか、日韓関係の悪化によるインバウンド利用の減少などの懸念材料も多く、引き続き良くなるとは判断できない。
		観光型ホテル（経営者）	・10～11月の先行予約の状況は前年よりも良くない。これから間際予約をどれだけ取れるかに左右される。
		観光型旅館（経営者）	・価格に敏感なため、料金を少し安くすると、格段に動きが良くなりそうである。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税はマイナス要素であるが、旅行需要への悪影響は少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税後の動きが不透明である。9月末にレストランを全面改装し、全体的に料金アップを進めているが、客の動向はまだ分からない。宴会も、増税を期に低価格帯が値上げとなるため、苦戦するかもしれない。宿泊料金は据え置きであるが、増税分で200円以上の上乗せとなるため、利用者の負担は増える。
		都市型ホテル（客室担当）	・紅葉シーズンでイベントもあり、期待したいところであるが、ホテルはどう考えても供給過剰である。
		都市型ホテル（管理担当）	・宿泊はアジアからのインバウンドの予約状況に左右されるが、宴会などの受注状況は必ずしも悪くはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（店長）	・消費税増税や台風による影響のほか、香港や韓国の問題などもあるが、客の収入そのものは良くなる気がする。ただし、政府の対策による効果はまだ不透明であり、環境が整っていないため、動きはない。
		旅行代理店（支店長）	・今年は年末年始の日並びも良く、旅行需要が伸びることを期待しているが、現状の客の様子を見ると、旅行にお金を使う姿勢は感じられない。家族や友人で、自宅や行きつけのレストランで食事を楽しみ、残りは貯蓄するといった声が増えている。
		タクシー運転手	・秋になって京都への入込が増えるが、中国系のクレジットカードを利用できる車が増え、対応が追いつかない。
		タクシー運転手	・景気を刺激する材料に乏しい。ラグビーワールドカップも、試合会場周辺であれば盛り上がっている。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベント関連の仕事については、景気に余り左右されない。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球シーズンは終了するが、11～12月は人気グループによる多くのコンサートが開催されるため、例年どおりの集客を期待している。
		美容室（店員）	・年末となるが、今年も例年どおりの忙しさになる。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・消費税増税後の政府による住宅取得支援策が充実しているため、新築住宅については、増税の影響は余り受けない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・消費税増税前の駆け込み需要が少ないこともあり、10月以降の景気の悪化も少ないと感じる。
		一般小売店 [花] (経営者)	・消費税増税の影響が少なからず出てくる。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・消費税率の2%上昇が、毎日の生活にどの程度影響するのか、悪いイメージしかない。客との話では、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元は、余り理解されていない。全体としては、財布の中身を自分で把握できないことが怖いという意見が多く、先行きは厳しくなりそうである。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税増税が始まるなか、良くなる要素はない。キャッシュレス決済のポイント還元で、どこまでアピールできるかが、秋冬商戦の全てとあってよい。ポイント還元制度には大きな期待をしている。
		一般小売店 [珈琲] (経営者)	・消費税増税の影響が多少は発生する。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・10月から消費税増税が実施され、消費者の出費は増える。特に、外食への影響は大きくなることが予想され、年末を前に厳しい環境が続く。人件費の上昇が企業の収益の圧迫につながり、正社員のボーナスなどに悪影響が出ることになりそうである。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要があったため、増税後は少し落ち込むと予想される。駆け込み需要にしても、嬉しいほどの勢いがあったわけでないため、増税後の落ち込みを考えると不安である。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の反動が予測される。また、ファッション関連は気温の影響に大きく左右されるが、昨年の秋冬、今年の春夏と、気温のズレで不振となっており、それに代わる商品が見当たらないほか、取引先の生産抑制も顕著になっている。世界情勢も不安定なため、景気が良くなる要素に欠ける。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税後の約3か月は、消費意欲の減退による売上減が続く。ただし、当店の現状は、売上全体に占める外国人の構成比が30%を超えており、前回の増税時と比べると減収の影響は少なくなると予想している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響は少し出るものの、富裕層の優良客のうち、更に上位客の購入はまだ期待できる。ただし、富裕層の優良客でも大部分の客は、海外情勢や社会の雰囲気の変化により、物への消費は落ち込む。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の開始後は、世界情勢が不安定な中で社会不安も高まり、景気を後押しするような良いニュースもないため、消費が上向き要素はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業推進担当）	・消費税増税後の消費の冷え込みは、前回ほどではなくても、相当なインパクトがあると予想される。また、国際情勢の変化による円高などの動きで、訪日観光客の入込に対する影響も続く。増税の影響が一段落した後も、国内の消費者は今後のリスクに対する不安から、消費を抑制する傾向が続くと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・特に駆け込み需要が多いアイテムは、消費税増税後の10月以降、12月までは反動が出ると予想される。また、気温にも左右されるが、冬物衣料品の動向にも不安要素が多い。
		百貨店（商品担当）	・米中貿易摩擦の激化による世界経済の減速や、日韓関係の悪化による景気への悪影響など、厳しい環境が続く。国内でも、消費税増税による内需の冷え込みが懸念され、全体的に現在よりも厳しい状況が予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・令和最初の年越しとなり、新年を迎えるに当たって、いかに需要を喚起できるかが鍵となる。
		百貨店（外商担当）	・百貨店は消費税増税のポイント還元策の適用外であるため、駆け込み需要の反動減の影響が、前回ほどではないにせよ、ある程度は続く予想される。
		百貨店（宣伝担当）	・10月は冬物衣料の実売期となるが、単価の高い商品が中心となるため、消費税増税の直後は買い控えの動きが出ると予想している。クレジットカード対応などの対策に集中しているが、前回の増税時と同様に、数か月の売上の落ち込みを想定している。
		百貨店（マネージャー）	・一時的な消費の落ち込みは出てくる。また、消費のシーン別の二極化が更に進むほか、購買や所有よりも、レンタルなどのランニングコストを考えた消費に変わっていくことが予想される。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税の後には、消費者の財布のひもが固くなり、生活必需品ではない婦人服は、買い控えの傾向が強まる。ただし、高付加価値商品は引き続き支持される見込みで、防寒機能とファッション性を備えたダウンコートなどは、一定の需要を見込んでいる。
		スーパー（店長）	・10月からの消費税増税による混乱などを考えると、消費者の動きも鈍くなると予想している。
		スーパー（店長）	・消費税増税後は、消費者の財布のひもは固くなる。特に、生活必需品以外の購入は慎重になる。
		スーパー（経理担当）	・今後は、消費税増税の駆け込み需要の反動減や、節約ムードの高まり、ポイント還元対象外の商品の売行き悪化、セールの激化、軽減税率による混乱などが予想される。最大の商戦である年末にまで、影響が残る懸念が大きい。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税前に駆け込み需要が出た商品は、実用品などに限られるが、10月以降は買い控えが予測される。し好品などは増税前から販売が伸びておらず、10月の消費マインドは相当厳しくなる。キャッシュレス決済によるポイント還元や軽減税率についても、制度が複雑すぎて、消費者による理解が進んでいない。
		スーパー（開発担当）	・来月の消費税増税を控え、販売量がかなり悪化している。客の買い控えも多く、景気が良くなる要因がない。中東情勢の不安定化で原油価格の高騰も考えられるため、今後は厳しい状況が続く。
		スーパー（エリア統括）	・消費税増税後、しばらくは日用品を中心に厳しくなる。当社もキャッシュレス決済を導入したが、利用客はまだ少なく、浸透には時間が掛かる見込みである。当面はポイント還元のある企業が優位とみられ、30～40代の買い回り客が増えそうである。
		スーパー（社員）	・消費税増税が控えていることを考えると、既に節約モードに入っている客の消費については、一層冷え込むことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・韓国や中国からのインバウンド客の減少や、消費税増税により、売上が減る可能性がある。いかに欧米からの客が増えるか、その他のアジアからの客がどれだけ増えるかに掛かっている。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の実施後は、事前のまとめ買いの反動が出る。
		コンビニ（店長）	・消費税増税の影響で、たばこなどのし好品の販売が減る。
		コンビニ（店員）	・近隣ではイベントなども特になく、例年どおりの落ち着いた動きが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店員）	・自分自身も含め、多くの客は消費税増税の影響をしばらくみながら、買物をするという話をしている。冬頃までは少し買物を控えるといった意見が多いと感じる。
		コンビニ（店員）	・消費税増税後は、客足が減りそうである。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が10%になれば、購入者が減るおそれがある。
		家電量販店（店員）	・消費税増税後は、しばらく落ち込む見込みである。
		家電量販店（営業担当）	・やはり今後は、消費税増税の影響が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税に伴って導入される、軽減税率やキャッシュレス決済によるポイント還元制度が複雑すぎるほか、対象店舗も少ないため、消費意欲は減退する。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が10%に上がるため、景気は悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後は、駆け込み需要の反動がどこまで出るかが懸念される。
		乗用車販売店（営業企画）	・現状が例年よりも良いため、消費税増税後は期待薄である。
		住関連専門店（店員）	・9月は消費税増税前ということもあって良かったが、10月からは悪化する。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・しばらくは買い控えの動きが増える。直前は前年の3倍に購入が増えているようで、今後は小売店が値引きなどを迫られると予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、来客数が減少する。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税に加え、人手不足や物流費の高騰もあって、物価の上昇基調が続くと予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・消費税増税前にまとめ買いをした客が多いため、受注量は減少する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・当店は飲食店であるが、消費税率は変わらないため、影響は少ないが、増税となる物はまとめ買いされており、来月以降の景気はやや悪くなる。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費税増税の影響で買い控えの発生も予想され、とにかく雰囲気が良くない。
		都市型ホテル（管理担当）	・これから秋の行楽シーズンを迎えるが、ホテルの供給過多や消費税増税の影響、原油価格の上昇など、不安要素ばかりである。
		都市型ホテル（総務担当）	・今後2～3か月の宿泊予約の状況は、前年に比べて少ない。特に、12月の予約状況は前年を大きく下回っている。また、宴会も同様に、12月の予約は前年を大きく下回っている。
		タクシー運転手	・10月から消費税率が10%となった場合、運賃も値上げとなるため、乗車機会の減少につながる懸念がある。
		通信会社（経営者）	・消費税増税による受注の減少が懸念される。
		通信会社（社員）	・10月から電気通信事業法が改正となり、利益提供額が決められる。販売時の値引きが自由にできなくなるため、更に販売は厳しくなる。新販売方式ではキャリアの料金プランが分離プランに変わるが、大幅に通信料が下がることはなく、恩恵はヘビーユーザーに限られる。先行きは暗く、企業や代理店にとっては厳しい法改正となる。
		通信会社（企画担当）	・ゲームセンターの料金は、消費税増税分の値上げが難しい。キャッシュレス決済の更なる普及に期待している。
		テーマパーク（職員）	・長期的な視点で見れば、消費税増税の影響は必ず出る。
		観光名所（企画担当）	・インバウンド客の動きは、8月まではほぼ変化がなかったが、9月以降はアジア情勢の影響が徐々に出てくると予想している。
		遊園地（経営者）	・消費税増税による景気浮揚策は、いずれもレジャー消費の増加にはつながらない。台風などの自然災害や増税により、消費意欲は低下することが予想される。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロママッサージでは服を脱ぐので、暖かい時期は来客数が増えるが、寒くなると減ってくる。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税の影響は否めない。何も手を打たなければ、生徒の獲得は難しいと予想される。

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
		住宅販売会社（従業員）	・しゅん工時点で完売するマンションは少なく、完成在庫が増加している。集客も少ないことから、競争は激しく、市況は厳しさを増すことが予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅については、消費税増税前の動きはほぼ一巡している。駆け込み需要もなく、やや落ち込み気味である。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・景気に減速感があるほか、消費マインドなどの雰囲気も良くない。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・消費税増税の影響がしばらく続く。
	×	商店街（代表者）	・消費税増税後は更に心配である。
	×	一般小売店〔呉服〕（店員）	・必要な商品の購入は駆け込み需要で増えたが、趣味で購入する客は少なかった。老後の資金に2000万円が必要という意識が頭のどこかにあり、買い控えしている。消費税率が上がると同時に、買い控えが始まると予想している。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・理由は不明であるが、来客数が減っている。消費税増税を前に節約志向も高まっているため、この先も売上は悪化が予想される。
	×	百貨店（売場主任）	・消費税増税後、少なくとも年内一杯は買い控えが続くと予想している。
	×	百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響が予想よりも大きくなりそうで、先行きの不確実性が高まっている。
	×	百貨店（企画担当）	・8月までの様子に加えて、10月から消費税増税が始まるため、消費者の購買意欲はますます低下する。さらに、当社はキャッシュレス決済のポイント還元の対象外であるため、政府の施策による恩恵は全くない。自助努力で販促費を投入せざるを得ず、確実に会社の利益は減少する。
	×	百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減に加え、米中、日韓間の貿易問題で景気が悪化する傾向が出ており、景気は悪化する。
	×	スーパー（店長）	・消費税増税がきっかけとなり、将来に対する不安が高まるため、消費者心理の購買低下が顕著になる。
	×	スーパー（店員）	・当店から徒歩1～2分の場所に大手スーパーが開店するため、客は全てそちらに流れると予想される。
	×	スーパー（企画担当）	・消費税増税後の需要減に加えて、これまでの前年割れの傾向を考えると、厳しい状況が予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・良い材料が見当たらない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税だけではなく、様々な費用が重くのし掛かっている。例えば、キャッシュレス決済のポイント還元でも、実質的に2%の手数料が取られる。多くの小売業者の負担は、増税分を含めて最低でも4%に達し、賃金の上昇やその他の手間によるコストを考えると、10%相当の負担増になっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・女性は服の購入を節約しているため、ますます婦人服業界は悪くなっている。廃業する店も増えているなど、個人消費を伸ばす対策を講じない限り、良くならない。
	×	家電量販店（店員）	・10月からは、消費税増税の影響で来客数は減少する。販売価格も2%上がるため、価格以外でのサービスが必要である。
	×	家電量販店（店員）	・白物家電のモデルチェンジが終わり、消費税増税関連の需要もなくなるため、一気に販売量が落ちる。
	×	家電量販店（企画担当）	・今回の消費税増税前の駆け込み需要は、年末商戦の消費の前倒しと感じる。2009年に実施された家電エコポイントのような、買換え需要の喚起が必要である。
	×	家電量販店（人事担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、数か月は厳しい状況が続くと考えられる。
	×	乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦や香港問題など、世界経済がいつ混乱するか分からない不安定なかで、株価が低迷している。10月からは消費税率が10%に上がるため、消費もかなり冷え込むと予想される。よほどの金融緩和でもなければ、景気はかなり悪くなる。
	×	住関連専門店（店長）	・今夏は消費税増税前の駆け込み需要とみられる受注増があったため、その反動による落ち込みは覚悟しなければならない。増税の直後、世間に節約志向が広がるのは前回も経験している。接客の都度、客からの増税への不満を聞くのは、業務のモチベーションの低下にもつながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料がない。政府には、国民の声をもう一度見直してもらいたい。
	×	一般レストラン（店員）	・飲食店は消費税率が8%から10%になるため、需要が減る傾向となる。
	×	通信会社（社員）	・消費税増税を実施しておいて、景気刺激策も何もあったものではない。政府はしっかりとした経済政策をもって動いているのか、心配である。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・今は、米中貿易摩擦や日韓問題で売上が低迷している取引先が多いが、今後は大きな事業が動き出しているため、良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・食品は軽減税率の対象であり、秋口から年末にかけては新製品も発売されるので、少しはプラスとなる。ただし、消費者は安い商品を求める傾向にある。
		化学工業（企画担当）	・夏季の食品需要の低迷期を終えて、需要の拡大期に入るため、一時的に回復すると予想される。
		金属製品製造業（開発担当）	・開発している物が売れば良くなっていくが、まだ開発段階のため分からない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増え、受注も増えてきている。
		建設業（経営者）	・現状の問合せ件数などから予想すると、今後も徐々に受注は増えていく。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する要素は、取引先の間にはみられない。
		化学工業（経営者）	・良い話も悪い話も聞こえてこず、しばらくは様子見の状態が続く。
		化学工業（管理担当）	・米中間の貿易摩擦、日韓問題などで、先行きが読めない状況が続いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・プラス要素は少ないが、消費に直接つながった業界ではないため、現状維持での推移が予測される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる材料がない。消費税増税の影響が出ると予想されるため、今後は様子を見たい。
		金属製品製造業（経営者）	・10～12月の受注の内示に大きな変化はなく、年内は現状維持で推移しそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・既に景況は低調であるが、今後もこの傾向は続く。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・案件ごとの売上や利益額が小さいため、収益の大きな改善は難しいと感じる。ただし、大型案件の情報も少しずつ出始めているため、一部の企業は大きく改善が進みそうである。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・10月からの消費税増税を控え、個人消費が低迷したままであり、今後の増税の影響が懸念される。
		建設業（経営者）	・技能労働者や監理技術者の不足が今後も続く。職種によっては、技能労働者の高齢化による不安もある。
		建設業（営業担当）	・大阪市内ではホテルの建設計画は落ち着きつつあるが、オフィス需要が増えている。引き続き、建築作業員や資材不足の状況で、建築コストは高止まりしている。
		金融業（営業担当）	・大阪万博や東京オリンピックなどの良い材料はあるが、うまく回っていないのかもしれない。今後の動向は、やや不透明だと感じる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・韓国人観光客が減って売上が落ちたとの声が増えている。そもそも観光業などの商売は、様々な外的要因で売上が左右されることは避けられない。韓国人客をあてにせず、成長を目指す必要がある。
		金融業（副支店長）	・消費税増税による影響で、景気の先行きは不透明であるが、当社の取引先の受注状況に変化はなく、横ばいと判断している。
	広告代理店（営業担当）	・しばらくはプラス、マイナス共に大きな材料が見当たらない。	
	広告代理店（営業担当）	・年後半になり、前年の売上を下回ってきている。	
	司法書士	・景気の好材料がない今、現状維持できればよい。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・当業界は、消費税増税前の駆け込み需要は余り関係がない。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後、来年度の予算取りに向けた引き合いが増えてこなければ、横ばいのままとなる。	
	食料品製造業（営業担当）	・10月からは、消費税増税に伴って飲食業界の売上が減少する見込みのため、自然と飲料水の売上も減少傾向となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（総務担当）	・消費税増税の影響がどう出るのが不透明である。現状は催事での経費が回収できない場合も多く、今後も利益減の状態が続くであろう。ラグビーワールドカップなどの影響で宿泊代の高騰が続いていることも、コストの上昇要因である。
		繊維工業（団体職員）	・消費税増税による影響が懸念される。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・消費税関連の案件も次第に落ち着くため、現在の受注量に比べると、若干減少すると予想される。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今月の駆け込み需要をみると、消費税増税後はその反動が出る。
		建設業（経営者）	・10月からの消費税増税の影響を心配している。
		輸送業（商品管理担当）	・消費税増税により、しばらくは買物が控えられる。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がほとんどないまま、増税後には買い控えが出ると予想され、多くのメーカーでは生産調整の指示が出ている。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前に前倒して売れた分、今後は売行きが悪くなる。
		広告代理店（企画担当）	・今後も世界情勢が安定せず、消費税増税の影響で買い控えも増えると予想される。
		経営コンサルタント	・小売業に関しては、買い控えが発生する。キャッシュレス決済のポイント還元といった消費喚起策は打たれているが、中小小売店ではキャッシュレス決済への対応が進んでおらず、消費の悪化を止めるほどの効果はない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の影響は少なからずあるものの、8%から2ポイントの増税による影響は軽微と予想される。ただし、国が行う各種対策の中途半端さや難解さが、消費者の購買意欲を損なわせる不安が大きい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・先の見積りが少なくなっているため、今後は受注も減ってくる。
	×	食料品製造業（経理担当）	・豪雨の被害の救済も非常に遅れているなど、明るい材料が見当たらない。
	×	繊維工業（総務担当）	・価格破壊と呼ばれた時期に逆戻りしたような状況が続いている。低価格品しか売れないが、消費税増税を控えた一時的な動きかどうかの判断が難しい。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・売上が落ち込んでいく一方、鋼材価格の値上げが強行されたため、収益が大幅に悪化する。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・多くの自然災害も景気に影響しているが、世界情勢の不安定化や日本と近隣諸国との対立により、全体としてマイナス方向に進んでいる。近い将来、その影響が必ず経済にも出てくる。
	×	通信業（管理担当）	・消費税増税による影響が出る。
	×	不動産業（営業担当）	・企業の撤退が続いているほか、来月から消費税率が上がることで、買い控えが起きる。既に高級時計や薄型の4Kテレビはかなり売れており、在庫がない状態である。来月以降は駆け込み需要の反動が出るため、景気が悪化する。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税増税後は様子見による買い控えが起きて、消費は落ちる。
	×	経営コンサルタント	・どのような業態であっても、消費税増税前の駆け込み需要はあり、増税後は買い控えが出るため、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税の影響で景気が減退する。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		アウトソーシング企業（管理担当）	・単発の仕事が少しずつ入ってきており、例年の仕事も決まりつつあるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・中国や韓国向けの輸出が減少しているためか、オーダー件数が減っている。この時期から年末に向けて、オーダーが出てくる時期となるが、今年はまだ件数が少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月のスパンでは変化はなさそうである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税があり、消費は落ち込むと予想されるが、それ以上に落ち込むことは少なそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦に向けて、特に大きな動きがない。消費税増税が影響しているのかもしれない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率や求人数は高水準を保っているが、このところは横ばい傾向となっている。人手不足感は高止まりしており、今後しばらくは横ばいで推移するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人件数、求職者の動きから判断すると、今後も状況に変化はない。
		職業安定所（職員）	・雇用、失業情勢に特に目立った変動要素はないため、当面は景気に変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税の影響で求人減が予想されたが、求人事業所からの聞き取りでは、建設業の下請企業への影響は限定的との回答が多い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・景気が良いというよりも、少子高齢化や働き方改革による人手不足が続いている。AIによる業務の大幅な効率化や、景気の悪化による経済活動の縮小など、環境の変化がなければ、今の状態が続くと考えられる。なお、同業他社による個人情報流出問題は、業界全体の評価には大きな影響が出ているが、景気に対する影響はほとんどない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・本来ならば、年末に向けて求人数が増える傾向となるが、同一労働同一賃金の問題もあり、派遣需要が減ってきていると感じる。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・製造業の動向次第で、一気に状況が変わる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・取引先の担当者からの意見では、今後も大きくは変わらない。
		人材派遣会社（役員）	・求人数の前年割れの傾向に加え、米中貿易摩擦や日韓問題、消費税増税の影響が、景気にマイナスに働くと予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・日韓問題、米中貿易摩擦が落ち着くまでは、しばらく時間が掛かりそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・10月の消費税増税が、家計や景気にどのような影響を及ぼすのかが気になる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・歴史的遺産が多い関西は、インバウンドの増加による観光効果が景気を支えている側面がある。それに伴い、日韓関係の冷え込みによる韓国人観光客の減少が、この先の関西景気に影を落とすことが予想される。ただし、韓国以外からの観光客数は伸びているため、大きな悪化にはならない。
		職業安定所（職員）	・米中貿易摩擦の影響が、中小零細企業にも広がりがつつある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・市場は厳しい状況であり、来年度の採用スケジュールも未定であるため、不安感がある。
	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)		テーマパーク（業務担当）	・年間イベントの中で、最も多くの来園者が見込めるイルミネーションイベントの開催時期で良くなる。
		商店街（理事）	・消費税の引上げに対する国の対応策に消費者がなじんでくると、売上が落ち込まず、安定してくる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・少し涼しくなって、出掛けるには良い季節になるため、来客数も増加する。
		百貨店（営業企画担当）	・前年の大型物産展の実績を確保できるかが問題だが、リニューアルによる客層の拡大効果と自社クレジットのみではあるが、キャッシュレス2%引き等で消費税の引上げ後の落ち込みは余りない。
		百貨店（購買担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が予想以上に大きく、化粧品などは前年を大幅に上回っている。今後、来客数や購買単価が減少することが懸念されるが、衣料品は気温に左右されるので、気温が下がれば、状況は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末が近づき、決算期に入るので、客の購買意欲が高まっている。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・実際に予約が増えているため、やや良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・秋、冬と旅館業はトップシーズンのため、景気の上向きが期待できる。
		テーマパーク（営業担当）	・消費税の引上げやインバウンドの動きの影響などの不安要素はあるが、秋の行楽シーズンに入ることに加え、秋、冬のイベントに力を入れており、客の動きが活発になる。
			設計事務所（経営者）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・必要な物を購入する客が増加しているが、消費税の引上げ後は買い控えが出てくる。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げ対策の補助に向けて、クレジットでの支払が増えてきている。クレジット支払は払った感覚が薄く、使いすぎを心配されている客もいるので、景気は変わらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げ後の状況は、キャッシュレス還元事業の推進状況によるが、なかなか加盟店登録がスムーズに進んでおらず、消費税の引上げに間に合わない状況である。
		百貨店（営業担当）	・地方の百貨店が生き残るには特別な施策を講じないと厳しい。特に婦人服は全国的に厳しく、ここ数年クリアランスが盛り上がっていない。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ後の買い控えは前回の例を見ても数か月は続くので当面は厳しい。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前も買上客数が上向いておらず、引上げ後はさらに落ち込む。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げという特殊要因を除けば、数か月前から大きな変動はない。ただ、来月以降のポイント還元が今一つ浸透しておらず、先行きは不透明である。
		スーパー（総務担当）	・食品は、消費税の引上げの影響がないので、横ばい状態が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・消費税の引上げ前に5%還元店舗に登録できたが、実際の所は10月に入ってみないと分からない。キャッシュレスの割合が増え定着すると、手持ち現金の不足や手数料の負担増が心配である。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げによる動きによるが、変わらない。
		衣料品専門店（代表）	・消費税の引上げ後、しばらくは来客数が減るが、次第に客も消費税の引上げに慣れ、例年並みの売上に戻る。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がほとんどなく、決算の盛り上がりもない。ワイドショーなどで車は消費税の引上げ後に買った方がいいと放送していたので、その影響も考えられるが、逆に引上げ後の落ち込みが抑えられることが期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・商品の大幅な刷新もなく、従来の商品で販売を続けていくため、変わらない。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税の引上げの影響で、しばらくは低迷が続く。
		乗用車販売店（店長）	・新車、サービスいずれも来客数が少なく、特に平日の落ち込みがひどいため、今後も変わらない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・キャッシュレス決済の導入で上向きになることを期待しているが、それだけでは弱い。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・増加する要素がないため、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げに伴い、客の価格に対する評価が厳しくなり、注文数の減少で客単価の前年割れが発生する。夜遅くまで飲食するという傾向がなくなっているため、忘年会や新年会は、件数が前年並みであっても費用が安く済む時間帯に開催される。
		一般レストラン（店長）	・消費税の引上げの影響がどう出るかは分からないが、当店ででも原材料費の値上げに伴う価格変更で一部の商品が値上げとなるため、少なからず客足に影響が出る。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・消費税の引上げがあるため、景気は変わらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・ゴールデンウィーク以降から、宿泊・宴会、レストラン共に利用客が伸び悩んでいる。消費税の引上げ前の駆け込み需要もほとんどなく、更に引上げ後の落ち込みも懸念される。近年、台風などの自然災害による減収の影響を受けることが多かったが、それが土日などの集客期にあたることが多い。情報のスピード化により消費者も敏感に反応している。
		都市型ホテル（総支配人）	・例年、トップシーズンを迎えるが予約状況は前年並みで推移している。消費税の引上げを迎え、実際の伸びは不透明である。
		都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げの影響が読み切れないが、近隣駅エリア商業施設の新規オープンなど、ポジティブな材料もある。
		旅行代理店（経営者）	・余り良くなる要素がなく、韓国や中国など海外の客が減少しているため、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
		タクシー運転手	・今後も客の動きが悪い状態が続く。
		タクシー運転手	・客から消費税の引上げの話を聞くこともなく変わらない。
		通信会社（販売企画担当）	・消費税の引上げもあるため、変わらない。
		通信会社（企画担当）	・年末年始に掛けては、提供サービスやメニューの追加、更新、見直しの予定がなく、消費税の引上げ対策以外に客の動きに期待できる要素が今のところない。
		観光名所（館長）	・大きなプラス要因がないため個別の誘客政策をしなければ期待はできない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる要因がなく、商店街の来客数も減少しているので、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・前年の自然災害による住宅の復旧工事について動きが出てきてはいるが、建築全般でみるとコストアップ、施工者年齢アップ、人手不足感があり、仕事のスピード感がなくなってくる。
		設計事務所（経営者）	・小規模な事務所では、余り新規需要を見込めない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ後しばらくは変わらない。
		住宅販売会社（営業担当）	・来年度の引渡物件になってくるため余り変わりはない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費税の引上げで販売価格も上昇するが、実質利益は横ばいか低下する。今回のキャッシュレス・消費者還元事業は、店が手数料を支払うことから、明らかに利益を圧迫する。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・業界に1つも明るいニュースがなく、やや悪くなる。
		百貨店（経理担当）	・消費税の引上げの影響で売上が落ち込む。
		百貨店（広報担当）	・消費税の引上げをきっかけに消費者の商品選別がより厳しくなる。
		百貨店（人事担当）	・消費税の引上げ後の買い控えが進み、衣料品の買上基調も徐々に下がってくる。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げの影響は、過去の例からも必ず出てくる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の買いだめで、特に非食品と酒類の販売数が圧倒的に増えているが、その反動で今後大幅な落ち込みが出てくる。ただ、食品など軽減税率対象の商品は、そこまで大きな影響がないので、全体ではやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げに対しキャッシュレス5%還元やプレミアム付商品券など国の政策があるが、客の関心が低いため、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げで生活防衛が進み、財布のひもが固くなる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が今後数か月にわたって出てくるため、売上は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げで買い控えが出てくる。
		スーパー（販売担当）	・客の言動から、消費税の引上げ後の買い控えはかなり大きなものになる。特に、決済方法としてカード、電子マネー等を利用しない客にとっては、引上げ後のメリットがないばかりか不公平感も強く、購買意欲を鈍らせる結果となる。
		スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要因が出てこない。
		スーパー（管理担当）	・消費税の引上げでは軽減税率導入によって混乱を招くおそれが大きく、キャッシュレス事業も分かりにくいという意見が多い。当初は追い風になると思ったが、分かりにくいために、消費の低迷が懸念される。
		スーパー（営業システム担当）	・買い控え等が進み、年末商戦にも余り期待できない。
		スーパー（販売担当）	・消費税の引上げで買い控えが出てくる。
		スーパー（財務担当）	・消費税の引上げで、軽減税率の適用はあるものの、節約が進み、既存店売上の前年割れが続く。
		コンビニ（エリア担当）	・家電製品等と違い、コンビニでは消費税の引上げ前の駆け込み需要は特にならない。今回のたばこの価格の値上げも10円、20円と僅かで、消費税の引上げ前の予約もほとんどない。消費税の引上げによる価格の上昇で、数か月は厳しい状況が続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税の引上げで、買い控えや節約思考の客が増える。2%の還元があるが、いかにしてキャッシュレス決済化を推進していくかが鍵となる。
		コンビニ（支店長）	・消費税の引上げでやや悪くなる。

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
		衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げによる買い控えが出てくる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の購買意欲が高まらない。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響が多かれ少なかれ必ず出てくるため、やや悪くなる。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げで来客数が減少する。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の効果と消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で販売量が落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げの影響でしばらくは落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ後に売上台数が減少する。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税の引上げ前でも販売が低迷しているため、今後も売上は増加しない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税の引上げが消費を減少させる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げ後に景気が良くなる要素は出てこない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動に加え、最大ピークとなる12月に、祝日であった天皇誕生日がなくなり、クリスマス前後の3連休が消滅したことで、やや厳しくなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・消費税の引上げに加え石油価格の高騰も予想され、景気が良くなる材料が少ない。今後、一般家庭の負担は上がり、一時的な緩和施策だけでは長期的な不安を解消できない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・消費税の引上げで買い控えが出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ後の価格判別がかなり煩雑で、現場での客からの問合せも増加している。周知されるまで、しばらく客の節約が進む。
		観光型ホテル（支配人）	・消費税の引上げで施設の利用料金も上昇するため、引上げ後しばらくは悪くなる。
		旅行代理店（支店長）	・消費税の引上げにより全体的に停滞感が漂い、当面は上向かない。
		通信会社（工事担当）	・消費税の引上げでやや悪くなる。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・消費税の引上げで一般家庭の資金繰りが圧迫される。
		通信会社（営業担当）	・極端な悪化はないが、消費税の引上げ後、家計が落ち着くまでは、様々な場面で買い控えが続く。
		通信会社（経理担当）	・消費税の引上げで契約を増やしたり、商品を購入したりする客は増加しない。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げでやや悪くなる。
		観光名所（館長）	・消費税の引上げに伴い旅行者が減少する。
		ゴルフ場（営業担当）	・例年であれば、10月以降、韓国からの利用者が増えるが、今年は予約が少ないため、先行きが不透明である。
		競艇場（企画営業担当）	・西日対策でレースの進行時間を短縮するため、売上が減少する。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・キャッシュレスの還元事業がスムーズにいけば少しは変わってくるかもしれないが、消費税の引上げで一時的に消費が減る。
		美容室（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で美容室以外で消費活動を行ったため、多少は客が減少する。
		美容室（経営者）	・客の収入が増加しない一方で、出費の方が増加するため、家計の引締め傾向が強くなる。
	×	商店街（代表者）	・消費税の引上げの影響が大きく、悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・消費税の引上げに伴う軽減税率導入で、売手側も買手側も不安感が余りにも大きく、買い控えが進む。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・人手不足によりタクシーが深夜営業を取りやめるなど、地域経済が地盤沈下する。
	×	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売上が大幅に落ち込むため、2～3か月では回復しない。
	×	家電量販店（販売担当）	・消費税の引上げ後に来客数がかなり落ち込む。
	×	家電量販店（企画担当）	・今月は消費税の引上げ前の駆け込み需要で商品が売れているが、3か月後はこの反動で、来客数も減少し、商品も売れなくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ後に市況は冷え込む。
	×	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が出てくる。
	×	タクシー運転手	・消費税の引上げ後はタクシー利用もかなり落ち込む。貿易摩擦もあり、景気が冷え込みつつあるので、悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・良いものをそれなりの値段でというよりはとにかく安ければそれで良いという状況のため、悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	-	-	-
	-	-	-
		農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・世界で起きている貿易摩擦が解消しないので、先行き不透明である。また、原油価格の上昇で物流費が高騰するという不安材料が出てくる。
		化学工業（総務担当）	・特に変化する要素がない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産に陰りがみられる部門の早期回復の可能性は低い。他部門の受注次第で減産幅が大きくなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・在庫調整が完了するまでまだ数か月掛かる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の素材受注量の減少はほぼ底打ち感があるため、変わらない。
		建設業（経営者）	・受注量は横ばいか若干上向き方向にあるが、人手不足から原価が上昇しているため収益は横ばいで変わらない。
		建設業（総務担当）	・しばらくはこの状態に変化はない。
		輸送業（支店長）	・全体では減少傾向にあるが、新規荷主やWeb関係が好調なため、変わらない。
		輸送業（経理担当）	・9月がこの状況であれば、大きな反動はなく、今後も状況は大きく変化しない。
		通信業（営業企画担当）	・客との雑談の中で消費税の引上げ後の買い控えに関する話題は少なく、仕組みに関する話題が多い。
		金融業（貸付担当）	・駆け込み需要が一服し、消費は鈍化する。
		金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売の低迷が当面続き、系列の地元部品メーカーの受注は現状程度で推移する。
		広告代理店（営業担当）	・年末にかけての客情報で極端に受注が出る案件が余り出てこない。
		会計事務所（経営者）	・消費税の引上げの影響や休日の増加による稼働日数の減少、人手不足を懸念するものの、日韓及び米中摩擦がこれ以上悪化しなければ緩やかな上向きの景況感を維持する。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げ前のシステム変更も含め、今後の消費者の動向に懸念がある。
		繊維工業（監査担当）	・現時点での先物受注状況が、前期比減となっており、在庫も前期比増となっているので、荷動きはやや落ちる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動に加え、住宅減税政策もあるものの、新設住宅着工戸数も減少するため、景気はやや悪くなる。
		化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響による受注量の減少基調は、先行きが不透明であり、当面継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車関係部品で受注量が減少する。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界で厳しい状況が続くため、やや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示量は減量傾向が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国際マーケットの本格回復がなく、国内向け受注が重要性を増す可能性があるが、それも力強さに欠ける。
		輸送業（総務担当）	・消費税の引上げ後の影響が多少でも出てくる。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げに伴う通信機器更改はやや上向きであるが、消費税の引上げ後の一時的な買い控えが懸念される。
	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要は、例年どおり、年内一杯までは落ち着く。	
	×	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。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦のあおりや日韓関係の悪化の影響もあり、半導体業界の見通しが立たず、半導体製造装置の受注も減少している。新規受注もなかなか取れないため、まだまだ先行きは厳しい状況が続く。
雇用 関連	-	-	-
	-	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(中国)		人材派遣会社(社員)	・日米貿易協定で自動車の追加関税回避の報道はあるが、米中、日韓、米韓の貿易関係は引き続き悪いため、景気は変わらない。
		人材派遣会社(支店長)	・下期に掛けて次年度に向けた予算組みや計画を立てる企業が増えるが、県内で景気の良い話を聞くこともなく、悪くなるのを防ぐことはあっても良くなる要素は見当たらない。
		人材派遣会社(経営企画担当)	・国際問題が長期化する可能性があり、景気回復の見通しが立たない。
		求人情報誌製作会社(経営者)	・例年であれば年末は求人数が増加するが、今年は消費税の引上げがあり、不透明感があるため、変わらない。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・求人については引き続き堅調な状況が続く。
		求人情報誌製作会社(広告担当)	・従業員の年齢構成や将来の業績の見直し、働き方改革などが企業の採用予定数決定の大きな要因となっている。採用環境は更に悪くなる傾向にあり、採用対象を広げて採用人数を確保する動きも出ている。大卒にこだわらず、専門学校卒、短大卒、高校卒、第二新卒も積極的に検討し、業種によっては深刻な採用難に対し、外国人採用も視野に入れ、検討する企業が増えてくる。
		職業安定所(事業所担当)	・新卒求人では、大学等求人から従業員確保につながりやすい高卒求人へシフトする動きがあり、高卒求人数も前年同期比で1割強増加していることから、すぐに景気悪化につながる要因は見受けられない。
		職業安定所(職業指導担当)	・今後の動きとして消費税の引上げ等があるものの、求人、求職状況は、人手不足の状況が当面続く。
		民間職業紹介機関(職員)	・日韓関係の冷え込みでインバウンドに影響はみられるが、ラグビーワールドカップが一般的なスポーツ大会と異なり広範囲かつ長期間にわたり開催されることから、外国人の宿泊、移動などに期待がもてる。実際に肌感覚として新幹線に乗車する外国人が急に増えている。
		学校[短期大学](進路指導担当)	・一般企業への就職を希望した学生はほぼ内定を得ている。絶対的な求職者不足の状況は続く。
		新聞社[求人広告](担当者)	・米中貿易摩擦、対韓国問題、イラン問題など不透明な海外情勢に加え、消費税の引上げなど悪影響を及ぼす要因が多々存在するためやや悪くなる。
		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・サービス業では今後の外国人客の入込を心配する声も増えており先行きが不透明となっている。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・消費税の引上げに伴い先行きの不透明感があり、人手不足も解消されていないため、悪くなる。
	学校[大学](就職支援担当)	・消費税の引上げによる買い控えでやや悪くなる。	
	x	人材派遣会社(支社長)	・派遣業界でいえば同一労働同一賃金への対応が本格化してくる。客やスタッフへの説明や料金交渉などで営業時間は満足に取れず、値上げができない客に関しては利益減となる。

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
(四国)		*	*
	家計動向関連	乗用車販売業(営業担当)	・消費税増税で落ち込んだが、新型車が発売されるため少し良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・年末に向けて出費せざるを得ない時期になるため、消費は上向く。
		タクシー運転手	・11~12月は、1年間を通して、11月は「やや良い」、12月は「良い」月にあたるため期待をしている。9月の異動等の歓送迎会が終了した後は、忘年会等の利用があるだろう。
		競輪競馬(マネージャー)	・3か月先はクリスマスや年末年始と消費が上昇する時期に当たり、各種催しや歳末セール、注目カードのレース等が行われる。入場者や利用者が増加し、消費の増大、売上高の上昇が見込まれるため景気は上昇する。
		美容室(経営者)	・年末に向けて、来客数が増えることに期待している。
		一般小売店[文具店](経営者)	・残暑の影響もあり、1日の来客数が低迷している。さらに、客の価格訴求も強く売上に寄与しない傾向が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・このままいくと駆け込み需要の反動で景気は減速していきそうだが、キャッシュレス決済による5%の還元等があるため、どうなるか分からない。
		コンビニ（店長）	・商品価格が少しずつ上がっているが購買力に落ち込みを感じない。節約志向も感じない。
		衣料品専門店（経営者）	・今月までは割と動きは良い。しかし、来月、消費税率の引上げがあるため、先行きはどうか分からない。売上が下がることはないと思うが、2～3か月から半年程度は、上昇するのは難しいだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・ニュース等により、客は安全運転サポート機能付き車両やあおり運転対策用のドライブレコーダーに関心が高い。商品を後付けするか、装備付きの車両に買換えするか検討する客が多くなっている。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税後のマスコミ報道次第だが、将来への不安をおおるような記事が多くなると消費意欲の減退によって景気が悪化する。
		観光型旅館（経営者）	・旅行業も一般の産業も大変厳しい状況で、消費税増税の影響もある。当地では、旅館の改築や温泉本館の工事など将来の見通しを立てた営業を行っているし、旅館も努力しているので、何とかやっていけると思うが、状況は簡単には変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行業は先行受注であるが、特に、12月の海外受注が少ない。
		タクシー運転手	・10月からの消費税増税に伴い、タクシー料金も増税分だけ値上げになるが、その影響がどう出るかは分からない。今年はお遍路さんも少ないため、10～11月もそれほど期待できない。
		通信会社（営業部長）	・客の買換えサイクルが長くなっていることが不安材料ではあるが、一定の買換えは続いているので大きな変化はない。
		通信会社（技術）	・年末年始の時期にはなるが、販売量は現状と変わらない。
		通信会社（支店長）	・電気通信事業法改正や消費税増税の影響等は考えられるものの、スマートフォンへの買換え需要等が引き続き見込まれる。
		美容室（経営者）	・10月からの消費税増税の影響がどうなるのか分からない。客の話を聞いていると最初は動かないだろう。
		商店街（事務局長）	・消費税増税前に駆け込み需要のあった一部の高級品は反動減で厳しくならざるを得ない。また、消費者がキャッシュレス決済によるポイント還元を期待して増税前に駆け込まなかった商品に前向きな購買が出るものの、既にポイント還元事業に登録できている店は限られており、消費者の期待には応え切れないこともあり得る。
		商店街（代表者）	・経済成長の基盤であった中国や東南アジアの環境は不安定さを増すだろう。その中でネットショップが拡大する速度は増し、実店舗業界の衰退はいつまでも続く。地方経済の景気など好転するはずがない。
		商店街（代表者）	・消費税増税後の処理の混乱が、なかなか収まりそうにない。消費者マインドがかなり冷えて、年末年始の売上にかかなり悪影響を及ぼすだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・キャッシュレス決済を導入し国に申請もしたが、客が現金以外の支払方法を使ってくれるか不安なところがある。現金でしか買物できないという年配の客も多いので買い控え感が強くなってくる。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は余り感じられず、買い控えだけが発生すると、景気は悪くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響がある。
		百貨店（営業管理担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みによる売上や来客の減少が懸念される。加えて海外動向の悪化からの消費者心理の冷え込みも懸念されるが影響の度合いは予測し難い。
		百貨店（販売促進）	・消費税増税後の反動が予測される。
		スーパー（店長）	・消費税増税により、消費者の節約志向が増長する。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税後のキャッシュレス決済への補助が中小に限ることになるため大手への客の流れ込みは期待できない。総じて増税対象商品については買い控えが発生する。
		コンビニ（総務）	・消費税増税でポイント還元の施策はあるが一時的なものなので、消費の冷え込みはより一層厳しくなる。

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
		衣料品専門店（経営者）	・ここ2～3か月はやや下降気味である上に、更に消費税の増税が重なるため、これから2～3か月の間は相当厳しいだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・サウジアラビアの石油基地が攻撃を受けたことによる原油価格高騰や消費税増税など不安材料が多い。
		衣料品専門店（営業責任者）	・キャッシュレス決済による還元が受けられる店舗もあるので売上がどう推移するかまだ分からないが、対象外の店舗は消費意欲の減速を直接受けて非常に厳しくなるだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、前倒しで売上が上がっているため、10月以降については前年割れが予測される。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要も余り感じられないまま、買い控えにより市場が冷え込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	・前月と今月は10月から消費税が増税されることに伴い、高額な耐久消費財の需要があったが、その反動で、それ以降の売上は少し落ちるだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・9月末までは消費税の増税を見越してよく売れているが、2～3か月先は少し売れなくなる。
		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、必要最小限のものしか買わなくなるだろう。
		都市型ホテル（経営者）	・今のところ影響は出ていないものの、若干、消費税増税前の物価高になっており、これによる買い控えが出てきている。今後、消費税増税がかなり悪い方向に向いていくのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税や端末価格の上昇等で客の購買意欲が低下する可能性がある。
		設計事務所（所長）	・建築中のマンションの売行きが、以前よりは少し落ちてきた。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げがあるため、景気が良くなるわけがない。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税増税前にニュースなどで消費者の買いためが話題になっていた。それだけ買い置きがあれば、消費税増税後の購入は少ないだろう。今後の消費者の動向が気になる。
	×	スーパー（財務担当）	・消費税増税により、節約志向が更に強まる。
	×	スーパー（人事）	・軽減税率を踏まえて、買物がよりシビアになる。
	×	コンビニ（店長）	・客の購買意欲の乏しさには、手の打ちようもなく、10月の消費税増税後が非常に心配である。
	×	家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で消費の前倒しが発生しており、反動が予想される。
	×	乗用車販売店（従業員）	・年度が替わるか、新型車が発売されるかしないと上向かない。
企業動向関連 (四国)		*	*
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの受注量が増え、製造が追いついていない。キッチンペーパーの需要は今後も拡大するだろう。フェイスマスクは新規取引先ができ販路拡大が期待できる。
		建設業（経営者）	・今後も発注が増える期待がある。
		食料品製造業（経営者）	・原料高による販売価格の上昇や、消費税増税等による買い控えの影響が大きくなる。
		繊維工業（経営者）	・10月以降、消費税増税の反動はあるが、小売店店頭動きはさほど悪くはないだろう。ラグビーワールドカップや東京オリンピックに向け、様々なイベントがあり、市場がにぎわっていることが消費を押し上げている。
		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）	・客からの受注量並びに受注予測情報から、現在の出荷量と大きな変動が見られない。また、変動を予測させる市場のトピックも認められない。
		建設業（経営者）	・年末以降は繁忙期に入るため、売上額が上がってくるが、働き方改革、労基法改正への対応のため、例年どおりの超勤で仕事を進めることは困難である。これからは売上や利益よりも働き方改革が優先されるため、景気動向に気配りできないような環境にある。「生産性の向上」はすぐに達成できないため、「変わらない」が目標である。

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
		輸送業（営業）	・駆け込み需要の動きが全般的に小さかったことから、消費税増税の反動による消費の低迷は前回の増税時と比較すると小幅なものになると見込まれる。年末の繁忙期に向けての消費の拡大を期待する。
		通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後の買い控えを予想し、販促費を削減する客もいるが、全体としては余り変わらないだろう。
		農林水産業（職員）	・消費税の引上げは個人消費を鈍化させる要因である。現に原材料の値上がりも含まれるが、日販品は便乗値上げと言わざるを得ないほど値上げしている商品も多い。また、消費ムードに影響する国内、国際情勢も悪い話ばかりマスコミで取り上げられており、個人消費は確実に落ち込む。
		化学工業（所長）	・食品分野は軽減税率もあり横ばいと想定している。日用品、農業用は消費税増税後の反動がありそうだ。
		鉄鋼業（総務部長）	・人手不足の補充ができていない状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・工場の設置や建設、メンテナンスの仕事は何とか現状維持でやっている。当社の主業である大型再生可能エネルギー設備設置の仕事の受注は大変困難な状態である。コスト的に合わない。
		輸送業（経営者）	・悪くなっていく。早く全業種で外国人の就業を可能にしてほしい。
		輸送業（経理）	・消費税増税に伴う買い控えによって、国内物流の冷え込みが懸念される。また、更なる日韓貿易等の輸出入の縮小が発生して物流の鈍化や悪化が懸念される。
		通信業（企画・売上管理）	・消費税増税後は一般的に財布のひもが固く、各広告主も慎重になっている。
		金融業（副支店長）	・消費税増税前のセール等も思ったほどでなく、駆け込み需要も余りなかった。また、増税後の買い控えや、国際情勢が不安定なことから、外国人観光客の減少も発生する。
		公認会計士	・各企業の社長と話をするに消費税増税について、非常に悲観的な考えの方が多い。設備投資にしても「控えている」と回答する人がほとんどである。
		x	-
雇用 関連		-	-
(四国)		職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年度に比べ増加傾向にあるが、求人数も増加傾向にあるにもかかわらず就職者数は前年度並である。先行きの不安から、これまで働いていなかった層が安定所で求人状況を把握しにきている。
		職業安定所（求人開発）	・8月の有効求人倍率は1.51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倍以上が続いており、大きな変動はない。また、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やや悪い状況が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税後の動きにより、景気に変化がみられるかもしれないが、求人に関しては一部の企業等に集中しており、学生の応募がない企業も多々ある。
		人材派遣会社（営業担当）	・米中貿易摩擦のために景気の見通しは悪い。全ての業種で需要はあるものの、大きな増員は全くない。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後、人員削減が増加する傾向にあるため、再就職支援サービス等の利用が増えてきている。
		求人情報誌（営業）	・企業側の採用ニーズは増えているが、求職者の数は減っており、人材の採用がますます難しくなってくる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向け求人数の減少が予想される。
		民間職業紹介機関（所長）	・金属加工メーカー、機械部品製造メーカーは、東南アジアを商圏としているところも多くあるが、米中貿易摩擦に代表されるように、それぞれの国の方針により商圏を縮小せざるを得ない状況になってきている。今後の状況次第では、工場縮小など会社としての生き残り策を見据えなければならない企業もある。

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

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・正月の花やアレンジフラワー等のギフトが伸びるため、見通しが立っていく。
		観光型ホテル（専務）	・当地では、閉店した旅館や団体を取らなくなった同業者もあり、当館の団体予約が増加している。
		競艇場（職員）	・年末に近づくにつれ、販売量が伸びる傾向にある。
		商店街（代表者）	・消費税引上げによる景気の落ち込み方が想定できないが、9月以降に企業のイベントやキャンペーンがあり、広報物作成が増加し、それに伴い、恩恵を受けることに期待している。
		商店街（代表者）	・これから売上が伸びる時期になり、販売量や来店数が増加することから、多少上向き傾向になることに期待をしている。
		一般小売店〔青果〕 （店長）	・涼しくなり、地元の野菜も増え、全体的な相場が上がり、鍋物の野菜の需要が増え、販売がしやすくなる。しかし、台風の影響がどの程度あるかが心配である。
		百貨店（営業担当）	・大型商業施設の開業により、集客が分散している。一方、来街者が増加していると見られ、競合店の影響によるマイナスは、一時的な現象と考えている。今後、天候が落ち着いてくれば、来街者が増加傾向になり、好影響をもたらすと期待をしている。
		スーパー（店長）	・近隣の競合店が9月で閉店するため、10月から来店客数や売上が5%上昇すると推測している。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月と1月に新型車が投入されるため、需要期と新型車効果が重なり、新車販売の増加が期待できる。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕 （経理）	・消費税引上げの対応策は、キャッシュレスポイント還元や市町村の商品券での還元等の対策により、ここ数か月の消費は増えると考えている。一方、大手企業は、消費税引上げ分を値引きする対策を講じ、還元制度終了後に、中小企業との店頭価格に差が生じる可能性がある。消費者には良いが、競合した場合は、2%の粗利益が減益となり、各社の対応次第で状況が変化していく。
		観光型ホテル（総務）	・秋の行楽シーズンを迎え、宿泊予約も順調で、レストラン利用客の伸びも見込める。ラグビーワールドカップに続き、女子ハンドボール世界選手権大会が開催され、国内外からの観戦客が大勢訪れることに期待している。
		美容室（経営者）	・不安なことが多いが、12月は、1年で一番忙しい月になることに期待している。
		設計事務所（代表）	・消費税引上げ後の落ち込みが、心配である。
		商店街（代表者）	・消費税引上げが実施されるため、百貨店やスーパーマーケット、コンビニエンスストアでは売上が切磋琢磨しているが、商店街では、現状維持を目標に話し合っている。
		一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	・今年は異常なほどイカが少ない。水温の上昇が原因であるが、マグロが多く、イカが少ない状況である。需要には、マグロだけでなく、他の魚も必要であるため、現状のままでは、将来を大変危惧している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末に向けて来店客数が増える時期で、売上也徐々に上がる。
		百貨店（企画担当）	・消費税引上げ後の政府の消費喚起策が奏功するかは、不透明である。百貨店はポイント還元対象でないため、駆け込み需要の反動減少がどの程度になり、どのタイミングで持ち直すのかを注視していきたい。
		百貨店（プロモーション担当）	・年末にクリスマス商戦を控えているが、消費税引上げの影響で重衣料や宝飾品の動きが鈍るおそれがある。
		コンビニ（経営者）	・消費税引上げは実施されるが、当店の実質的な主力構成は、軽減税率対象の食品になっているため、キャッシュレス2%還元の政策があり、消費税引上げ前と同様な状況が継続すると捉えている。
		コンビニ（経営者）	・環境は簡単に変わらないため、景気の流れは変わらない。
	コンビニ（経営者）	・消費税引上げが悪影響を及ぼすのではないかと、あるいは、政府の対策が功を奏するのか、先行きが不透明なため、判断ができない状態である。	

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
		コンビニ（エリア担当・店長）	・客層としては、たばこ購入が顕著に現れるが、消費税引上げ前の買いだめもなく、10月からの客数の減少もないと推測され、客単価も10～11月は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新商品が出ないことや消費税引上げ等により、しばらくは買い控えがあると考えられる。
		乗用車販売店（代表）	・変わるための好材料がない。
		住関連専門店（経営者）	・10月からの消費税引上げに対しては、優遇策が図られており、大きな消費の落ち込みはないと予想される。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから寒い季節になっていく。コーヒー業界においての需要に、年末のセールとお歳暮商戦も加わり、今後の展開としては、前年と同じ売上の推移をする。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・消費税引上げ後の10月以降、燃料油の販売は、価格も落ち着き、9月以前と比較しても販売量は変わらないと予想している。カーケア商材の販売は、9月までに購入している客もあり、やや前年よりも減少すると予想している。秋の行楽シーズンに入り、自動車等による当地への旅行での消費に期待している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今後2～3か月の動向としては、消費税引上げ後の影響次第と考えているが、キャッシュレスや軽減税率の実施もあり、大きなマイナス影響はないと予想している。また、施設としても、買物券販売、プレミアム付商品券の連動等、消費税引上げ対策を強化している。
		高級レストラン（支配人）	・来月の予約が、余り思わしくない状況である。
		一般レストラン（経営者）	・予約状況からでも、好転する兆しが見えない。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気が大きく変わるような政策がない。
		都市型ホテル（販売担当）	・日本人の利用が、秋シーズンに多いため、どうにか売上を保っているが、日韓情勢が回復しないことには、売上をプラスにできない。
		旅行代理店（従業員）	・前月からの予約状況は、伸び悩んでいる。年末の9連休に期待したいが、消費税引上げの影響が懸念される。
		タクシー運転手	・雨が多いため、ゴルフや野球等の行事に影響し、タクシー利用が少なくなる。
		タクシー運転手	・消費税引上げによるタクシー料金の値上げや訪日外国人の減少があるものの、イベントの充実やホテル数の大幅な増加、加えて、タクシーアプリも増加しているため、ある程度の現状は、維持できると見込んでいる。
		通信会社（企画担当）	・3か月先の営業動向に、目立った動きは見られない。
		通信会社（営業担当）	・10月は、業種的に関係する法律の改正があり、それがマイナス方向に作用しかねないと懸念している。
		通信会社（企画担当）	・例年の季節変動を除けば、市場が動く要因がない。
		理容室（経営者）	・今月は、台風の影響で、2週続きの悪天候により、来店客数の動きが非常に悪い。2～3か月先は、涼しくなり、来店間隔が広がる。来客客数が減少し、売上の落ち込みが大きくなっていく。
		美容室（経営者）	・年末は、景気回復を期待しているが、業界の景気回復が感じられない。消費税引上げが影響しており、身の回りの景気が上昇しなければ、おしゃれ産業の景気も回復できず、年末年始は、横ばいが続く状況である。他の新しい景気対策に期待している。
		美容室（店長）	・消費税引上げの影響で、客の反応や客数等に影響が出ることが不安である。
		住宅販売会社（従業員）	・同業他社の競合も激しくなっているが、商談件数は維持しており、今後の景気状況は、変わらず推移していく。
		住宅販売会社（従業員）	・今月は、客の来場が余り伸びず、3か月後に成約に至る材料がないため苦慮しており、販売促進を掛けていこうとしている。
		商店街（代表者）	・消費税引上げの影響により、買い控えを生じることが懸念される。
		商店街（代表者）	・消費税引上げ対策のプレミアム付商品券発行やキャッシュレスポイント還元により、消費の落ち込みを下支えしようとしているが、余り効果に期待できない。多くの高齢者は、カード等を持っておらず、キャッシュレスポイント還元について、システムへの理解が難しく効果がない。事業者に対する周知が、かなり遅れている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・消費税引上げが10月から実施されることで、当初は、消費が落ちることは必然である。
		商店街（代表者）	・来月からの消費税引上げにより、売上は非常に厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げを意識し、慎重な購入をしている。季節要因の高い家電や目的買いの子供服及び婦人雑貨も好調で、インポートブランド各社・貴金属・舶来時計・眼鏡や美術等し好性の高い商材も好調に推移している。しかし、購入時の慎重な購買姿勢は継続し、消費税引上げ実施後の購買意欲は、減退の気配がある。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げにより、消費の減退を予想される。しかし、その影響の効果は、前回消費税引上げ時の6割程度で、落ち込みもその程度である。プレミアム付商品券の受注状況は、極めて好調である。一方、訪日外国人は、8月までは前年とほぼ同額であったが、9月に入ってから、大きくマイナスになっている。今まで、訪日外国人が景気を支えていたが、今後の状況は不透明である。
		百貨店（販売促進担当）	・当初の予定より、消費税引上げの駆け込み需要が多かったため、今後は、少し購買意欲が減少すると予測される。
		百貨店（業務担当）	・消費税引上げ後、多くの客が、食料品以外の買物を絞って購入することを考えている。しばらくは買い控えが起こりそうである。
		百貨店（売場担当）	・キャッシュレス5%還元は対象外であり、プレミアム付商品券の発行もどの程度影響するかが不透明である。今後は、消費税引上げの影響や景気上昇が実感できないことによる消費マインドの低下が、売上に影響していくことを懸念している。
		スーパー（総務担当）	・競合先の動向では、大手企業やディスカウントストア等の価格値引き競争が、かなりエスカレートしており、今後は、更に厳しい状況を覚悟せざるを得ない。
		スーパー（経理担当）	・食品スーパーマーケットのポイント還元対象店舗の線引きが曖昧である。また、規模の大きな会社が減資して承認されるなど差別化、区別化され、対象でない会社は特に深刻な問題になる。
		スーパー（統括者）	・消費税引上げによる各種調査で、食費を一番に見直す回答が多い。韓国、中国旅行者も減少し、九州地域では大きな影響が出始めている。年末にかけて九州の景気は下降傾向になる可能性が高い。
		コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレスポイント還元事業の効果が不透明である。
		コンビニ（店長）	・消費税引上げの影響により、若干悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税引上げの影響は、余りないと思えるが、客の心理に悪影響が出ないかが心配である。
		家電量販店（店員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要は、最終日がすごい状態であった。今後は、一気に客が減少するのではないかと危惧している。
		家電量販店（従業員）	・消費税引上げ前の駆け込み購入等が増えているが、消費税引上げ後は、一気に減ると考えられる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・駆け込み需要の反動で、売上減少が予想される。
		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）	・現在の日韓情勢が続くと考えられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気は変わらないが、当市の宿泊施設の売上は、前年に比べ大きく減少する。
		通信会社（企画担当）	・消費税引上げの影響があると考えられる。
		観光名所（従業員）	・ツアーシーズンであるが、韓国の客が激減している。中国や台湾、香港の客は、年々増加傾向ではあるが、厳しい状態である。
		ゴルフ場（従業員）	・これまでは順調であった予約が、最近伸び悩んでいる。日韓問題の影響もあるが、一時的であるか、判断が難しい状況である。
		サービスの動向を把握できる者	・消費税引上げ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
		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）	・消費税引上げにより、短期的な利用控えの発生が懸念される。
		設計事務所（所長）	・2～3か月先は、現在の手持ちの分が少ないため、若干悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・今月は、消費税引上げ前の駆け込み需要で、来客数や売上が非常に良くなっているが、その反動で10月以降は、大変厳しい状況になる。
	×	一般小売店〔精肉〕（店員）	・消費税引上げにより、外食する人が減れば、当社の販売先である飲食店からも、必然的に注引量が減少すると予想される。
	×	百貨店（売場担当）	・3か月後は、消費税引上げの反動で、全店合計95%前後で推移すると予想される。気温にも影響され、9月は気温が高く、衣料品関係が悪く、12月も暖冬であれば、それが影響してくる。前回の2014年の消費税引上げとは状況が違いため、注視する必要がある。
	×	百貨店（経営企画担当）	・9月は、消費税引上げ前の駆け込み需要により、前年を大きく上回って推移しているが、10月以降は、前回の消費税引上げ時と同様に反動減少が見込まれる。
	×	スーパー（店長）	・消費税引上げ後の反動で、景気が悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・消費税引上げに伴い、消費者の購買マインドが、更に大きく下がることが予想される。競合店も販売促進を考えているなかで、売上を伸ばしていくことは難しい。
	×	コンビニ（経営者）	・消費税引上げ後の消費者心理として、新税率に慣れるまでは、日常の買物でも割高に感じて、買い控え傾向になる。
	×	コンビニ（経営者）	・10月からの消費税引上げの影響が不透明で、軽減税率やポイント還元等の減税対策も、現在予測できず、非常に不安で厳しい状況が続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・韓国からの客が減少し、近隣にドラッグストアがオープンしたため、危惧している。
	×	衣料品専門店（店長）	・来街者、来客共に減少の上、消費税引上げの影響により、客の購買意欲がますます悪くなる。
	×	衣料品専門店（総務担当）	・消費税引上げの駆け込み需要がなかったとはいえ、実際に消費税引上げが10月に実施されると、消費の部分において、景気は悪くなり、半年はこの状態が続く。
	×	家電量販店（店長）	・消費税引上げ前の想定を上回る需要の後は、大きな冷え込みがあると懸念している。それに加えて、電気通信事業者法改正に伴う冷え込みも予想され、しばらく低迷する。
	×	家電量販店（店員）	・家電は、耐久消費財のため、消費税引上げ前に前倒しとして需要があったことで、今後の見通しとしては、非常に悪い状態が続く。
	×	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先も、今月と変わらない状況である。10～11月は、忘年会シーズンになり、12月は、1年の中でも繁忙期である。8～9月の落ち込みを取り戻せるように、取り組んでいかなければいけない。消費税引上げの影響が不透明であるが、景気回復に期待している。
	×	スナック（経営者）	・富裕層以外の収入が変わらない庶民層は、外食頻度を減らし、家計を維持していくしかない。本来なら年末にかけて外食需要は上がるが、今年は期待できない状況で、消費税引上げの影響が必ず出ると予想している。
	×	旅行代理店（企画）	・情勢不安定が長期化する可能性がある。
	×	タクシー運転手	・今年は、気候変動による災害の多発や消費税引上げ等消費者にとっては、良い材料がなく先行きがかなり不透明である。
	×	設計事務所（所長）	・世界経済や政治の状況が先行き不透明になっており、加えて、消費税引上げが悪影響を及ぼすのではないかと懸念している。
企業動向関連		*	*
(九州)		食料品製造業（経営者）	・原料も十分に確保でき、販売も見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口には、商品の受注関係も現在より良くなると期待しているが、消費税引上げの影響が不透明なため、懸念している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客との打合せの中で、秋口から在庫調整もあり、徐々に動き始めると連絡を受け、準備をしている状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（役員）	・年末にかけて、商戦の動きとともに、客のキャンペーン実施も増える可能性が大きい。しかし、消費税の影響がどこまで響くかは未知数である。
		農林水産業（経営者）	・とり肉や鶏卵相場は、関東地区の大型台風の影響で、養鶏場等に大きな被害が出ており、供給の減少で相場が高くなっている。一時的ではあるが、続いていた低相場が終わり、工場生産も落ち着いてくる。販売では、10～11月は冷凍食品加工メーカーの年末年始需要により、引き合いが強い時期であるが、現状は、まだ動きが鈍い。消費税引上げによる消費に与える影響が心配であるが、外食やスーパーマーケットは、行楽シーズンで期待をしている。
		家具製造業（従業員）	・景気停滞感が漂っているなか、好転する材料が全くない。当社の受注状況も例年ペースで推移している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・現時点での受注数量から判断すると、状況は変わらない。
		電気機械器具製造業（取締役）	・米中貿易摩擦による影響は、底を打っている情報もあるが、中小企業へは、遅れて悪影響を及ぼされているかのように、いまだ底打ち感がない状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・期首予算数に対して、全体的に減少傾向ではあるが、当月生産数に対しては、3か月内示計画数でみると横ばい傾向である。
		建設業（社員）	・年度末までは、上昇傾向である。官公庁が、上半期までに発注できなかった分を繰越工事として発注することを期待している。
		輸送業（従業員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要はみられず、10月以降の消費落ち込みは避けられない状況である。
		通信業（職員）	・案件の引き合いは続いており、受注量も堅調に推移すると予想される。
		通信業（経理担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要は少なく、その後の値引きや還元セール等を見定めている状況である。
		金融業（従業員）	・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、海外需要の減少で輸出は弱含み傾向にある。こうしたなか、人手不足の影響により、経営面での制約が出ている先が少なくない。
		金融業（調査担当）	・消費税引上げ後もポイント還元や軽減税率が奏効し、消費が落ち込んだ場合でも、一時的であるという見方が多い。米中貿易摩擦の先行き不透明感や海外経済の減速が取り沙汰されるなか、地元においても、景気の底上げにつながる好材料が見当たらない。
		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）	・好材料が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
		経営コンサルタント（社員）	・消費税引上げの影響もあり、活発な動きは起こらないと予想される。
		化学工業（総務担当）	・良くなる材料がないが、急激に悪化することもない。
		金属製品製造業（事業統括）	・米中貿易摩擦、日韓関係、中東の石油動向等、新たな投資は、海外では厳しい。国内では、深刻な人手不足による工事工程の狂いにより、製品納期管理が難しい状況である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産量の低迷が続いている。中国市場関連の問題で、受注量が激減している。これからの生産高が不透明な状態である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中貿易摩擦や韓国との問題も悪化し、生産も落ち込んでいる。見通しが全く見えない状況である。
		輸送業（従業員）	・強調材料はない。
		金融業（営業担当）	・日韓関係の悪化により、観光客が減少し、サービス業、観光業、小売業の売上が、今後も低迷する。また、10月からの消費税引上げが施行され、2～3か月先の景気は、中小企業や一般消費者に関わるところは、悪化していく。
		金融業（営業）	・製造業の受注状況は余り芳しくない。現状は下降気味であるが、今後も横ばい、若しくは悪くなると予想される。米中貿易摩擦や消費税引上げ等マイナス材料が多い。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・消費税引上げが実施されるために、買い控え等の影響が出てくる。飲食店等は来店客数を増やすために、対策を立てなければいけない。身近な店舗では、キャッシュレス対応が大幅に増加している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	食料品製造業（経営者）	・食品調味料を扱っているが、主な購買層である高齢者・年金受給生活者は、節約のために購入に慎重で、売上減少は続いていく。
	×	繊維工業（営業担当）	・賃金分の工賃は上がり、現状より悪くなる。応募者はあるものの、面接までしても辞退される状況で、今後を危惧している。経験をしてもらい、活力を取り戻すことを望んでいる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・10～11月の受注予定が大幅に減るため、景気が悪くなる。
	×	建設業（従業員）	・現場代理人の不足により、受注困難な状況が続くと予想され、景気は悪くなる。
	×	輸送業（総務担当）	・ドライバー不足による配送料金の値上げや労働力不足による人件費高騰、加えて最低賃金の上昇が、収益を圧迫している。仕事量が多いほど赤字状態になり、景気が良くなる好材料がどこにも見当たらない。
	×	経営コンサルタント（社員）	・今後も減少が予想される。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の調査や計画策定の委託業務は、当初予算や6月補正では予算化が少ない。したがって、9月に入って入札等の動きが少なく、受注する機会が減少していることから景気が悪くなる可能性がある。
雇用関連	-	-	-
(九州)	-	-	-
		人材派遣会社（社員）	・新規注文が増えている一方で、契約終了により後任を入れず、業務の見直しや残った人数で進めていく企業も増えている。
		人材派遣会社（社員）	・働き方改革関連法の施行に伴い、企業は派遣採用の様子をうかがう状況で、派遣スタッフ側も年末年始の動きを控えると考えられるため、景況感は余り変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金に対する準備が、本格化してくる。
		人材派遣会社（社員）	・案件が少ない状況が続いていく。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・全体の求人数は、減少傾向にある。特に飲食や小売、食品メーカーは、韓国旅行者の激減の影響を免れない。また、消費税引上げに伴う軽減税率やカード決済によるポイント還元等複雑な仕組みに、消費者や地元商店等は、困惑しているのが実情である。
		職業安定所（職員）	・地域的に韓国からのインバウンド需要は大きくないため、宿泊業等への影響は、最小限にとどまっている。再開発商業施設のオープンに伴い、新規の需要が喚起され、消費税引上げによるマイナスの影響は、相殺されると考えている。
		職業安定所（職員）	・求人数の横ばい状態や求職者減少を背景に、人手不足感が企業に強い危機感を生んでいる。当分の間は、変動がないものと思料するが、この動向は、今後十分に注視していく。
		職業安定所（職員）	・前月の求人数は大きく減少したが、そのほとんどが前月、又は後の月に求人を提出されている。求人が前年度を受け継いで、大きく減少する事態となっていない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・9月の今年度卒業予定者に対する採用活動は、前年度同時期及び前月と比較しても活発ではない。
		人材派遣会社（社員）	・消費税引上げにより、発注を控えていく傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中心市街地再開発の開業効果も一段落し、ラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権大会等のスポーツイベントが閉幕する。消費税引上げと共にあわせて、消費行動やインバウンドを含めた人の動きも落ち着くと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月から消費税引上げが実施されるが、軽減税率も導入され、今後の動向が見えない。2%という数字が、前回の3%の消費税引上げと比較して心理的に与える影響は分からないが、いずれにしても景気にプラスになるとは考えられない。
	×	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向		-	-
		スーパー（企画担当）	・年末になると増税の影響も一段落すると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (沖縄)		コンビニ(経営者)	・売れ筋商品は品ぞろえを多くしているため、売上高や客単価が上昇している。
		百貨店(店舗企画)	・現状よりは消費税増税の影響も落ち着きをみせると考えられるが、年末商戦に向けた新規競合店とのパイの奪い合いが予想される。足元の売上回復の予測が見えない。
		衣料品専門店(経営者)	・今月も前月同様に、セールと秋物が混ざった状態である。まだ暑い時期なので、秋物の販売がまだ難しく、セールも売れにくい状態である。景気は良くなる気配がまだ見えていない。
		衣料品専門店(経営者)	・例年に倣えば大きな変化はないとみられるが、政治的な問題や台風の発生数などで変化があるかもしれない。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	・現段階の予約状況から推測される今後2~3か月後の客室稼働率は、今月同様に前年実績を下回る見込みである。10月以降の団体旅行受注も今年は少なく、厳しい状況が続いている。
		住宅販売会社(代表取締役)	・建築現場の職人不足が続いており、工期遅れが多い。工期延長を行っても再度工期遅れがあり工事発注者へ迷惑をかけている。
		住宅販売会社(営業担当)	・住宅展示場への来場組数は4か月連続で減少しているが、住宅の受注件数は、前年同月比120%と増加している。
		一般小売店[鞆・袋物](経営者)	・国際情勢の影響でインバウンドの数もかなり落ち込んでおり、消費税増税の影響も出てくると予想している。
		その他専門店[書籍](店長)	・販売量が、この夏にオープンした巨大モールの影響か、ジワリと落ちてきている。
		観光型ホテル(代表取締役)	・韓国観光客は減少したままで、先行きが見えない。
		旅行代理店(マネージャー)	・消費税増税前でも駆け込み需要が少なかったため、消費税10%が気にならなくなるまでだとはみているが、需要回復には時間がかかりそうである。
		通信会社(営業担当)	・消費税増税や電気通信事業法改正の影響により販売が冷え込むと予想している。
		観光名所(職員)	・国内の自然災害や、韓国情勢の影響で来客者が減少する。
		その他サービス[レンタカー](営業)	・先行きの受注数が伸び悩んでおり、消費税増税の影響が懸念される。
	×	商店街(代表者)	・周囲の建物は老朽化により、立ち退き及び空き店舗が増えつつある。空いた後には全てではなくとも飲食関連が多く入ってきて、物販業が少なくなっており、街の形態も変わりつつあり、先読みができない状態である。同業種は多くなることで価格競争があり、現時点では良くなるのは難しいのではないかと話が多く聞かれる。
	×	その他飲食[居酒屋](経営者)	・10~11月は売上が落ちる月で、その上に消費税増税で財布のひもが固くなるのが予想される。また、極度の採用難が続いており、調理人は全く採用できず、仕込みのパートまでも時給を上げてでも採れず、既存のスタッフへの負担が大きくなっている。裏ではし烈な引き抜き合いが起っており、いつスタッフが引き抜かれるかと戦々恐々としているのが現状である。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		建設業(経営者)	・可能性の高い、真面目に住宅建築に取り組む客からの相談が増えている。
		輸送業(代表者)	・宮古、石垣はホテルや量販店等の民需及び港湾、道路の官需共に増勢で、さらに、宮古の陸上自衛隊関連の建設工事は隊舎に続いて弾薬庫工事も始まる見込みである。砕石の材料不足に加え、台風の影響で採取不足の海砂の不足も深刻となっている。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・現在出荷中の民間工事の物件が今月で終了予定であり、その先が見えない。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の広告販促活動は、テレビ、ラジオ、新聞などのマス広告が微減状態にあることから、全体として自粛傾向にあると感じている。一部の県内企業からは、競争環境が厳しくなり減収になる可能性を示唆する声がある。
		食料品製造業(総務)	・これからの3か月は年末商戦を迎えるので今月よりは確実に売上は良くなるが、前年同期での比較で考えると、消費税増税実施後の落ち込みや当社における値上商品の落ち込みが予想される。
		輸送業(経営企画室)	・消費税増税前の駆け込み需要のある9月の景気に対し、若干の落ち込みがあるのではないかと考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	-	-
雇用 関連		-	-
		-	-
(沖縄)		人材派遣会社(総務担当)	・消費税増税前の商品購入も少ないように見受けられる。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・新規求人数が減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社(編集室)	・11~12月の求人件数は、9月と比較すると毎年減少傾向にある。
		職業安定所(職員)	・消費税の増税、韓国からの観光者数の減少など景気が一時的にやや悪化する要素がある。
		学校[専門学校](就職担当)	・10月から始まる消費税増税がもたらす暮らしへの影響、また企業の採用活動、社会動向の変化など予測ができない不安がある。
		学校[大学](就職支援担当)	・消費税増税の影響がある。
	x	-	-