

1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		-	-	-
		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気はやや良いが、台風の影響で青果物の相場が高く、輸出の動きが鈍いことが気掛かりである。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税率が上がったが、キャッシュレス・消費者還元事業により、キャッシュレスの利用が増えたため、売上への影響はみられなかった。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後にキャッシュレス・消費者還元事業がスタートし、来客数が好調に推移している。今まで来店していなかった客が来店するようになっている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果が生じている。客のチャージ入金額も増えている。
		観光名所（従業員）	お客様の様子	・消費税増税による出控え、買い控えの動きはほとんどみられない。当社では、消費税増税とあわせて料金改定を実行しており、中には事実上の値上げとなったサービスもあるが、客からの苦情、不満の声は出でず、客離れの動きも感じられない。一方、本州で発生した台風被害や水害の影響で、旅行先を当地に振り替える観光客も増加している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・10月の当地は比較的晴れた日が多く、前年のような停電や交通機関の運休もなかったことから、一昨年並みの売上に回復している。また、固定客確保に向けた対策を行ったこともあり、売上は前年比124.2%、一昨年比109.1%となった。一方、観光客からは、古い町並みが残っている当地はアジアでの人気が高いという話を聞く。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・9月中旬～下旬にかけて、消費税増税前の駆け込み需要があり、前年を大きく上回る売上がみられたが、10月に入ってからは、その反動で前年を下回る売上となっている。ただし、9～10月の2か月で考えると、客の動きは8月以前と余り変わっていない。
		百貨店（役員）	競争相手の様子	・競争相手の様子を見ると、会社によって状況が余りにも異なっており、景気が良いのか悪いのか、判断が付かない。
		百貨店（営業販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税後、来客数の減少幅以上に買上点数が減少しており、衣料品を中心に買い控えがみられる。また、買物がイベント時に集中し、それ以外の平常時の売上が厳しい状況となっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が横ばいで推移している一方、客単価がアップしている。ただ、客単価については、消費税増税への対策でキャッシュレス・消費者還元事業が行われていることが影響しているだけとみられる。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果もあり、消費税増税の影響はごく僅かにとどまっており、横ばいで推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車種が出そろってきたものの、なかなか販売量が伸びてこない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は3か月前とほぼ変わらず、やや低迷している状態で推移している。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・消費税増税後に車両、タイヤの販売量が落ち込むことを予測していたが、予測以上の落ち込みとなっている。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格が安定して推移している。消費税増税の影響もみられない。	
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・地元客と観光客が半々程度になる季節となり、消費税増税の影響で来客数が落ち込むことを心配していたが、週末の集客が順調であったほか、祝祭日の来客数も増えた。中には、連日来店する観光客もみられた。来客数は前年を17%上回った。現場スタッフも気を引き締めて対応している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・10月は特段のイベントなどはなかったが、観光客の利用が堅調で例年並みの売上となった。月前半は消費税増税の直後ということもあり、客足が遠のいたが、後半になるにつれて回復した。ただ、客足が良いのはランチだけで、ディナーは閑散としている。知り合いの飲食店では、消費税増税後の売上が悪かったようで、11月の閑散期をどうにか乗り越えようと四苦八苦している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・基幹産業である農業の収穫が順調なことから、売上も好調になることが見込まれる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比較すると、8月は若干の悪化傾向で推移している。当業界は季節要因にも左右されるが、景気回復の動きがみられないことが一番の問題である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響を懸念していたが、売上、来客数共に安定して推移している。前回の増税時と比較しても、ほとんど影響がみられなかった。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・10月から消費税率が引き上げられたが、売上、来客数共に余り変化がみられない。客の様子をみても、増税に対する抵抗感をそれほど持たずに当店を利用している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が少なかった分、増税の前後でモデルルームへの来客数に大きな変化はみられない。今のところ、客の様子にも大きな変化はみられない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の反応が非常に悪くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税の影響とは判断できないが、当商店街への来街者数は9月に引き続き少ないまま推移している。人気店については、観光客も含めて来客数が比較的多いが、そのほかの店舗については来客数が目に見えて少ないなど、店舗ごとの偏りがみられる。来街者数は、例年と比べても全体的に少なく、売上の減少している店舗が多いとみられる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・10月からの消費税増税を前にして、当商店街では大きな駆け込み需要はみられなかった。増税後も最初の1週間は大幅な減少がみられたが、その後は通常どおりの売上に戻りつつある。さすがに高額商材については、需要回復の動きはみられないが、前回の増税時のような大きな混乱はなさそうである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・日韓関係の悪化や香港のデモといった問題が観光面でのマイナス要因となっており、韓国や香港からの観光客が落ち込んでいる。国内観光客が微増しているほか、中国人観光客が伸びているものの、落ち込み分の売上をカバーしきれっていない状況にある。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税後は、特選商品や時計、宝飾、絵画などの高額商材を中心に大きく前年割れしている。今後もしばらくの間はこのような状態が続く。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税に伴い、食品は軽減税率が適用されているが、衣料品や住居用品は対象外となっているため、衣料品や住居用品の売行きが悪い。客は本当に必要な商材しか購入していないため、3か月前と比較すると、確実に景気が悪くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響により、景気はやや悪くなっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がみられる。今回の増税幅は2%だが、客の収入が増えていないため、結果としてボディーローのようにじわじわと影響が生じている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・10月からの消費税増税を前にして大きな駆け込み需要はみられなかったものの、10月に入ってから、日用品、酒類が大幅に落ち込んでいる。また、キャッシュレス・消費者還元事業の影響なのか、現在のところ、来客数が前年から3～4%落ち込んでいる。ただ、前年の北海道胆振東部地震の影響により、数値では読めない部分もある。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、来客数が前年の75%にとどまっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税率が引き上げられたことに加えて、部品供給の問題で新型車の生産体制に遅れがみられることから、3～4か月前と比べると景気は確実に悪くなっている。
		その他専門店 [医薬品](経営者)	販売量の動き	・10月は消費税増税の直後という特別な要因があるため、景気はやや悪くなっている。ただ、落ち込みは想定内の水準にとどまっている。一方、キャッシュレス・消費者還元事業の影響なのか、店舗によって売上の動向にばらつきがみられる。
		高級レストラン (経営者)	それ以外	・客との話の中で、景気が悪い、節約をしなければといった声を聞くことが増えているため、景気はやや悪くなっている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・台風災害への配慮から、様々な方面で過剰なまでの自粛の動きがみられている。旅行や会食などを取りやめる動きも出ている。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・観光目的の韓国人の宿泊客数が前年を大きく下回ったため、低調に推移した。競合施設の新設が当地で相次いでいることもマイナスに作用した。
		旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・観光需要のオフシーズンを迎えたため、流水観光の時期までは停滞傾向となる。ただし、現状の航空路線はビジネス需要が活発に動いており、込み合っている便が多い。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・2020年3月までの営業成績の伸びが鈍化している。消費税増税の影響もあり、顧客の財布のひもが固くなっている。また、香港デモなどの海外情勢不安や自然災害が続いていることで、客の間に旅行自粛モードがみられるようになってきている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・10月に入ってから、夜間の酔客による売上が激減している。各種の国際的なスポーツ大会が開催されていることで、家庭でテレビ観戦している人が増えているためとみられる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・国内旅行者による予約が減少している。外国人観光客については、アジア圏の客による予約が減少している。これらのことから、景気はやや悪くなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・消費税増税の影響による消費の冷え込みが徐々にみられるようになってきている。また、経営面では、今まで現金収入が主であったが、今回のキャッシュレス決済の推進により、短期的に資金がショートする心配がある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税の影響がじわじわと出てきている。当社では客の半数以上を高齢者が占めているため、キャッシュレス・消費者還元事業の活用の仕方を知らない客が多く、客の利用頻度が低下してきている。
		通信会社(企画担当)	来客数の動き	・9月末に販売開始された人気端末の販売量が落ち着いてきたことで、通信端末の販売方式が変更された影響が顕著に表れている。平均して例年の4割程度しか店舗に来店しない状況に陥っている。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・消費税増税により、客の消費傾向が変わってきている。
		その他サービスの動向を把握できる者[フェリー](従業員)	来客数の動き	・台風の影響で輸送量が顕著に減少している。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・住宅建築では駆け込み需要はほとんどみられなかったが、自動車などで若干の駆け込み需要がみられたことで、10月以降、反動が生じており、当業界にとっても非常に厳しい状況となっている。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・10月からの消費税増税の影響がみられた。特に最初の1週間は来客数が20%以上減少し、嗜好性の高い商材の売上が激減した。
	×	一般小売店 [酒](経営者)	お客様の様子	・日韓関係の影響などから、外国人観光客の入込が落ち込んでいることに加えて、消費税増税の影響もあり、街の活気が失われている。
	×	スーパー(役員)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ていることに加えて、キャッシュレス・消費者還元事業の対象事業者ではないことから、売上不振が続いている。
	×	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・消費税増税の影響が確実に表れている。増税が衣替えの時期と重なったため、購入を見送る客が多くみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・消費税増税後、客が買上金額を気にしながら買物している。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・受注台数、新車登録台数共に、大きく落ち込んでいる。消費税増税前に大きな駆け込み需要がみられなかった割に、増税後の落ち込みが大きく、買い控えの動きが強くみられる。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・消費税増税が影響しているのかは分からないが、景気は悪くなっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・9月まではタクシー1台当たりの売上が前年を3～5%上回って推移していたが、10月は前年並みにとどまった。また、乗務員不足でタクシーの稼働台数が減っているため、会社の売上は前年を10%下回るなど、大幅な減収となった。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・近隣店舗の閉店などにより、商店街の空き店舗の数が増えており、景気は悪くなっている。報道されているような景気の良い状態は地方には当てはまらない。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-	-
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・景気はやや良くなっている。ただ、働き方改革の影響もあり、建設関係各社の保有する労務量が飽和状態にあり、適正利益率の確保という観点から、新規着工工事の見積単価が下がってこない状況にある。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み時期に入り、各現場の進捗状況は順調に推移している。受注済みの工事で年度計画の達成は確実であり、年度内の追加工事の受注状況によっては一層の上積みも可能である。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上について、しばらく前年並みの状況が続いていたが、10月は10%近くアップしている。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事の工期遅れや資材の調達遅れ、それらに伴う仕事の入れ替わりなどがあったが、想定していたほどの落ち込みとはならなかった。今後についても、需要に対して徐々に供給が進むことで、売上につながる事が期待できる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、売上の悪い状況が続いている。
		司法書士	取引先の様子	・不動産取引業者や建築会社の動向から、例年と比較して大きな変動はみられない。3か月前と比べても、特に上向いているとはいえない。
		司法書士	取引先の様子	・建物の新築や売買などの不動産取引において、10月以前に契約を済ませたものが多数あるため、景気動向は横ばいで推移している。一方、消費税増税、台風や大雨による災害など、景気を落ち込ませるような事象が数多く発生しており、消費者心理にマイナスに作用している。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・働き方改革を進めるなかで、企業の設備投資が非常に増えてきている。ただ、従業員への還元までには至っていない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量の飽和状態が続いている。人手不足の状況にも特に変化がみられない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建設業界では従事者が減少傾向にあり、仕事があっても対応できない状況となっている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・景気は横ばいで推移している。景気が下向いている印象はないが、人手不足が深刻になっている。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、消費税増税の影響が表れている。ただ、業種によってばらつきがあり、一概に景気が悪くなっているとはいえない。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月は消費税増税前の駆け込み需要の反動が多少出しており、前月と比べて受注量が減少している。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州における台風被害の影響で、北海道からの生乳の輸送量が増えているものの、紙・パルプ、飲料関連の荷動きが相変わらず鈍く、例年と比べて全体的な輸送量が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先全般において、消費税増税の影響を見極めようとしている雰囲気が高く、規模の大きい投資や機材購入を控える動きがみられる。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・公共投資が増加している一方で、個人消費において消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられる。また、前年に大幅な増加がみられた韓国人観光客が減少していることで、観光関連に下押し圧力がみられる。これらのことから、道内景気は3か月前に比べてやや悪くなっている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の販売量は前年比マイナス1%となった。3か月前の7月の販売量は前年比プラス4%であったため、景気は悪くなっている。
雇用関連 (北海道)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・採用難ということもあるが、3か月前と比べると、10月の求人数は3倍まで増加している。企業の業績が横ばい又はやや下向きであれば、求人差し控えるため、このように求人が増加していることから、企業の業績が堅調に推移していることがうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・公共工事が順調に発注されていること、旅行関連の企業の売上が前年を上回っていることから、雇用環境はやや良くなっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・新規開業に伴う求人が少ない。また、派遣やパートなど、非正規の求人が占める割合が高くなってきている。一方、求職者の動きは低調に推移している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年と比べて、各業界の求人が消極的になっている。観光関連ではホテルの求人がやや減少した。人手不足が続く介護や建設業も求人が減少している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・首都圏の同業大手の求人はおおむね前年を上回って推移しているが、増加幅が2けた台から1けた台に鈍化しており、これまでの好調さがみられなくなっている。一方、地方では1けた台のマイナスで推移しているところが多く、地域経済の陰りが一部でみられ始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の有効求人倍率は1.19倍と前年を0.07ポイント上回り、9年7か月連続で前年を上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が減少し、有効求職者数が前年並みとなったことで、有効求人倍率が1倍を下回った。有効求人数の減少は、求人の更新時期のずれや募集人数の精査などにより新規求人数が減少したことによるもので、人手不足の状況に大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の有効求人倍率は前年と同様の1.19倍となり、引き続き高い水準で推移している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・例年、9～10月を中心とする秋は、1年を通じて春先に次いで求職者の動きが出やすい時期であるが、今年はそこまで大きな求職者の動きがみられない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・日韓関係の影響を受けて、休業などの雇用調整を検討している事業所がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・道内企業の新卒求人活動はほぼ終了している。一方、生命保険、外食、運送、福祉などは、学生からのニーズが高くないことから、従来どおり通年の採用活動が続くことになる。ただし、企業と学生の動きが合っていないため、2月頃までは現状と同様の状態で推移することになる。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東北)		-	-	-
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・消費税の引上げに対するポイント還元などの策が奏功しており、販売量が増加している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げによる影響を懸念していたが、それほど影響もなく推移している。また、9月までの暑さが完全に抜けて、水中心のドリンクから様々な種類の飲料に動きが分散したため、単価が若干上昇している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (本部)	お客様の様子	・台風19号の影響で冠水被害のあった地域では一定の特需が発生している。個人、法人共に動きが加速しているものの、被災していない地域は平常どおりのため、全体を大きく押し上げるには至っていない。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・2～3か月前と比較して、販売量が若干回復している。
		旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・度重なる台風や水害により相当数の国内旅行、海外旅行のキャンセルが発生しているが、何とか前年比95%で推移している。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・新規加入者数は微増であるが、解約者数が減少傾向にあるため、テレビ、インターネット、電話など全てのサービスで純増となっている。特にインターネットの解約者が減り、電話の加入者は順調に伸びているなど、僅かではあるが景気の緩やかな改善がみられている。
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あったが、増税後もキャッシュレス還元などの施策があるため、大きな反動減はみられていない。
		一般小売店[書 籍](経営者)	販売量の動き	・月刊誌、観光ガイド誌、コミックなど、単品の販売動向により売上が変わっているため、全体的な景気の上向きは実感できていない。
		一般小売店[医 薬品](経営 者)	お客様の様子	・客の様子からも景気に関して余り変化はみられていない。ただし、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により、売上は落ち込んでいる。
		一般小売店[寝 具](経営者)	販売量の動き	・相変わらず商品の動きが鈍いものの、消費税の引上げによる影響は余りみられていない。
		一般小売店[カ メラ](店長)	販売量の動き	・消費税の引上げに伴い、低額商材の動きが鈍い状態が続いている。また、高額商材の売行きにも減少傾向がみられている。
		百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う反動減は当然ながら、ファッション関連、化粧品、リビング商材なども想定を下回る推移となっている。台風の影響を考慮しても、消費が上向いているという実感はない。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・消費税の引上げ直後は駆け込み需要の反動減があったものの、中旬以降の消費は回復している。
		スーパー(経営 者)	単価の動き	・10月は平均1品単価、来客数共に前年割れとなっている。消費税の引上げの影響で前半に酒類や消耗雑貨の一部に買い控えが出たものの、一部地域では台風災害対策品に特需がみられている。国のキャッシュレス・消費者還元事業もあり、中旬以降は持ち直しつつあったが、全体としては変わらない状況である。
		スーパー(経営 者)	販売量の動き	・消費税の引上げに伴い、キャッシュレス決済を選択する客が急増している。一方、キャッシュレス・消費者還元事業の対象ではない企業のポイントや価格の施策が一段と激化している。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、来客数及び客単価が低下している。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・建設業と農家が主な客層である。今のところは横ばいであるが、農家に台風被害が出ていることが心配である。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・今月は週末の天候に恵まれず、売上の厳しい状況が続いている。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・キャッシュレスのポイント還元効果は薄く、休日が増えた分、来客数の減少傾向が顕著にみられている。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・台風や水害のニュースで世相が暗く、企業全体が沈んでいる。個人の客も消費税の引上げ前に比べて買物に慎重な様子を見せている。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・消費税の引上げによる影響というより、高めに推移している気温や台風などの自然現象により、消費者の購入モチベーションが上がっていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税の引上げにより、商談件数が余り増えていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・様子見の状態なのか、余り客の動きがみられていない。
		その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で購買意欲が落ちている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・台風の復興需要で販売量は順調に推移しているが、景気が回復している実感はない。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・今年の7月から非常に悪い状態が続いている。10月は多少持ち直してきているものの、天候不順もあり、来客数はなかなか増えていない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ数か月は低空飛行状態が続いており、良くなるような雰囲気もない。同業他社も同様であり、来客数、売上、単価が落ちているという話である。
		観光型旅館 (スタッフ)	販売量の動き	・山形県沖地震の影響はなくなったものの、引き続き総売上が前年比20%減少で推移している。特に高額商材が売れない状況である。
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客の購買意欲に変化はみられていない。
		観光名所 (職員)	来客数の動き	・夏から来客数の減少が止まらない。行楽シーズンの天候がそれなりに良いにもかかわらず、入込が悪い状態である。
		競艇場 (職員)	来客数の動き	・なじみ客の来場だけが目立ち、新規客の来場がほとんどない状態である。
		その他サービス [自動車整備業] (経営者)	販売量の動き	・来客数も販売量も好調のまま推移しており、消費税の引上げによる影響は余りみられていない。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げ後から客の動きが鈍く、計画受注を下回っている。
		その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備器具は消費税の引上げ前に受注した商品の販売が多い。リフォームは増改築といった大型工事が増えている。
		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)	来客数の動き	・この3か月間において来客数の推移に大きな変化はない。新規と2回目以降のどちらの来客数も減少している。
		商店街 (代表者)	販売量の動き	・消費税の引上げと値上げによって割高感が大きくなり、消費者は量販店や100円ショップなどに流れている。
		一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げで販売価格も上がったため、販売量が減少している。
		一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・消費マインドが落ち込み、全体の販売量の動きも日を追うごとに鈍くなっている。キャッシュレスに伴うポイント還元なども実施しているが、交通ICカードの所持率が低い地方で普及するにはかなりの時間が掛かる。特に高齢者には抵抗感が強く、キャッシュレス社会に対応できないなら買物を我慢するしかないという声も聞こえている。
		一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響か、10月に入ってから来客数が20%近く落ち込んでいる。
		百貨店 (経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げによる売上への影響は少しずつ減少してきている。ただし、食品の購買動向に増税前ほどの勢いはなく、むしろ節約志向がみられている。また、高額商材については回復の兆しはみられていない。
		スーパー (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う反動減が月初に若干みられたものの、客単価は前月よりも回復傾向にある。ただし、来客数は前年比95.1%と前月の96%を下回っているなど、キャッシュレス還元ができる店舗に客が流れている可能性がある。
		スーパー (店長)	販売量の動き	・消費税の引上げ後は売上の前年比が98.9%となるなど消費は確実に低迷している。
		スーパー (営業担当)	販売量の動き	・前年比において来客数97.7%、売上98.9%と前年を下回っている。買上点数は102.8%と伸長しているため、買物に慎重になり価格に敏感に反応している客の様子がうかがえる。また、酒、たばこ、雑貨などの消費税の引上げ前の駆け込み需要もマイナス要因となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は、各社共に来客数の増加策としてポイント付与率の増加を打ち出している。そのため、来客数はポイント加算の多い日に集中し、ポイント販促のない日は低単価品に需要が集中するため、利益を圧縮する要因になっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、一部の客から買い控えがみられている。より価格の安い店舗に流れている可能性もあるが、明確な判断はできない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は酒類、日用品類の販売が鈍く、前年比で5ポイント減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月は残暑も少なく天候不順が続いたことで売上、来客数が伸びない状態であった。10月も台風や水害など行楽客が増えにくく、厳しい状況となっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温とともに来客数が落ちてきていることもあるが、競合店が増えた影響も大きい。過当競争の中でやっていけるのか先が見えず不安である。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・消費税の引上げや週末の台風などの影響に伴い、来客数は前年比80%、客単価は前年比90%の状態である。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・想定よりは少なかったものの、消費税の引上げによる影響が出ている。ラグビーワールドカップでの日本の活躍により、テレビなど多少上向いた商品もあるが、全体的には増税の影響により減少している。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が大きく、この影響が今月のみならず年内まで続くのではないかと懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・9月から徐々に新規の来客数が減少している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ直後のため、売上は非常に悪い状態となっている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減や、台風19号の影響により、販売量の減少が著しい状態である。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・消費税引上げの影響は想定どおりであったが、台風による被害が大きく、全体的に消費マインドの低下がみられている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げを機にメニューを見直して若干の値上げをしている。人件費の高騰もあり値上げせざるを得なかったのだが、来客数が減少している。富裕層の客は割り切って来店しており、アルコールを楽しむながらランチをする様子も目に付くが、全体としての景気は下降している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後もそれなりに推移していたが、月後半からの台風被害の影響もあり、来客数はやや減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・どの業種も同じであるが、消費税の引上げによる悪影響が出ている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減で景気が下降ムードとなっていることを、タクシー利用者の声から実感している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税が引上げとなった最初の月である。初旬に買い控えがみられたものの、中旬以降はキャッシュレス決済などが認識され始め、従来どおりの消費の動きとなっている。ただし、実質賃金が減少傾向にあるため、景気はやや悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・米中貿易摩擦以降、特に製造業で減益の企業が増えてきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税の引上げで、受注量が減少している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は、駆け込み需要の反動減で来客数が減少している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・台風や大雨などの災害により団体客のキャンセルが増えている。東日本大震災の後のように被害の報道がされているため、出掛ける気にならないという雰囲気漂っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・年配客が多いため、美容室を利用する人が段々と少なくなってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁からの発注案件が減っており、受注が見込めない月となっている。さらに、落札金額の低下に伴い売上は圧縮傾向にある。台風19号の水害に伴う関連物件の調査、設計、工事が来年3月までと提示されているようだが、人手不足や発注金額の低下が見込まれることから、収益性が低く多くの対応を求められる業務が増加するとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げとともにキャッシュレスの動きが活発化している。若者はキャッシュレス決済が多く、どうしても客単価が下がってしまう。また、台風や大雨などで2回も警戒警報が発令され、街なかに人の姿がなくなり、非常に悪い状況となっている。
	×	百貨店（買付担当）	単価の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減も大きいですが、駆け込みが少なかった衣料品においても予想以上の買い控えが発生している。秋物の実売期のため、一部のなじみ客からのまとめ買いはあったものの、セール品や均一価格などの低単価商材を中心に稼働しており、かなりの苦戦となっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げにより消費マインドが低下している。また、キャッシュレスに伴うポイント還元により客は買い回りに慎重になっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・なかなか寒くならなかったことで秋物の動きが悪く、洋服の売上につながっていない。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げにより客足が鈍っている。9月にそれほど大きな駆け込み需要がなかったにもかかわらず10月にこれだけ落ち込むと、非常に大きな打撃となる。
	×	住関連専門店（経営者）	それ以外	・消費税の引上げもあるが、当店は台風19号による雨漏りなどの被害で、10日間ほど休店している。そのため、売上や景気どころではない状態である。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響による売上不振が目立っている。また、台風被害などのマイナス要因も多く、今月は期待できない状態である。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響なのか今月に入ってから動きが非常に鈍く、10月の売上において最低記録となっている。増税前の9月でも多少良かった程度であるため、今後の回復に不安が残る。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・来客数の前年比が減少している。また、仕入価格の値上がりなどもあり、厳しい状態である。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の話からは消費税の引上げに伴う影響は大きい様子であり、売上も落ち込んでいる。国のキャッシュレス・消費者還元事業は、ほぼ無意味である。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月初旬までは横ばいで推移していたが、台風19号によるキャンセルが相次いだことで景気は悪くなっている。
	×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・台風15号の影響で首都圏方面の旅行が大量にキャンセルされている。また、その次の台風19号では被害も発生しており、大幅な売上減となっている。
	×	タクシー運転手	競争相手の様子	・消費税の引上げによる悪影響と、台風19号やその次の週の大雨で、乗客数が大幅に減少している。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・9月に消費税の引上げ前の駆け込み需要があったこともあり、10月の販売量は前年同月比70%で推移している。
	×	遊園地（経営者）	来客数の動き	・今月は週末ごとに台風や悪天候にたたられている。地元の台風被害もあり前年比は大きく減少している。キャッシュレスのポイント還元やプレミアム付商品券は予想より反応があるが、消費税の引上げによる影響をカバーするには至っていない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・前年並みで推移していた来客数が、今月は10%近く減少している。
企業動向関連		-	-	-
(東北)		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・収穫した果物の品質が良く、例年よりも販売単価が10～20%上昇している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・選挙関係の仕事が増えているが、他の仕事が静かである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・携帯電話を中心とした携帯機器向け半導体製品については、価格及び受注量の推移に大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・日常生活で消費税の引上げの影響が余り見受けられず、景気の下向きや上向きの実感はない。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・改修工事などの受注量に大きな変化がなく、消費税の引上げによる影響もみられていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・台風被害の対応についての相談が多くなっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・市況が回復傾向にあるなか、個人投資家は利益確定の動きをみせている。消費税の引上げによる影響は特にみられていない。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断すると、小売業関係は消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上、利益共に若干増加している。建設業関係も一定の売上と利益を確保しており、3か月前と比較してもそれほどの落ち込みはない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に発生した消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により苦戦している。食品のため軽減税率の対象ではあるものの、土産物は厳しい状態である。また、台風の影響もあり、売上は前年を大幅に下回っている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風の影響で新幹線などの交通網がまひして観光客が減少したため、土産物が売れていない。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、販売量が減少している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要で10%ほどの売上があったが、今月はその反動減により、3か月前と比較して5～10%売上が落ちている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・地域間格差はあるものの、東北全体として官需、民需共に落ち込んでいる。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・公共工事の失注などにより、3か月前と比較して景気が低下している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に受注量が減少しており、それに伴い売上も減少している。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・お盆商戦が収束して個人消費に一服感がみられている。また、原油価格の高止まり傾向が家計に影響を与えている。ただし、台風の影響による野菜の価格帯の変動は今のところみられていない。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げによる消費の減速が懸念されている。さらに、台風被害の影響により広告出稿を控える企業もあり、全体的にマイナス傾向にある。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品カタログがデジタル化されており、印刷物としての発注量が激減している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・台風被害により、多くの地域の生活基盤が棄損されている。それに伴い、経済活動も停滞している。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・メインのIT機器の案件が伸び悩んでおり、非常に厳しい状況である。オフィスの移転案件も事務所の空き物件が少なく、引き合いも少ない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、取引先の流通業において消費税の引上げの影響が大きく、その余波が当社への受注量の減少につながっており、前年比25%の減少となっている。
	×	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げの影響で、農業資材が値上がりし、利益を圧迫している。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・減産している。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・景気の悪さに加えて台風の被害も大きく、取引先では非常に売上が悪い様子である。同様に当社の状況も悪くなっている。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風被害が消費に影響を及ぼしている。
雇用 関連 (東北)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・台風19号の影響は様々な業種に影響を及ぼしており、損害保険会社や小売業、物流会社から大口の人材需要が発生している。東北全体でも数百名規模となる見込みであり、当社でも人選対応に追われている。そのため、結果として通常の秋季より数倍の活況を呈しているものの、飽くまで短期的な動きである。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・個人登録は堅調に推移している。新卒採用の苦戦から今年も中途採用に流れてきている会社も多く、成約数が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・相変わらず求人を続けている企業が多い。建設業、建設資材会社、小売業、外食産業、機械製造業など、中途採用も視野に入れながら採用活動を行っている。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・同一労働、同一賃金により人件費の増加の可能性が高いため、来年度に向けた活発な動きはみられていない。
		アウトソーシング企業（社員）	求人数の動き	・求人希望が増えるなど、今までなかったことが起きているため、景気が悪くなっているのではないかとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ラグビーワールドカップによる経済効果を期待していたが、台風で開催が中止されたことが響いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加しているものの、前年同月比は減少している。また、大量求人が少なくなっていることから、景気は余り変わっていないとみている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業で求人数が減少するなど、景気のピークは過ぎたように見受けられる。ただし、有効求人倍率は依然として高く、人手不足は続いている。
		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・前年度同様に新規学卒者向けの求人数は増加している。一方、小売業や製造業で先行きが不透明として様子見をする企業が増加している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・多少回復していた求人数も、台風19号や大雨の影響を受けて伸びが止まっている。特にサービス業や流通業は対応に追われている様子である。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業などにおいて、業績などを理由とした人員削減が確認されている。高卒求人においては、製造業などにおいて求人数の削減が散見されている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・なかには最近仕事が増えているものの、ある程度の時期までという事業所もある。
	×	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・消費税の引上げに伴い、景気は間違いなく悪化している。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北関東)		-	-	-
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニなので、災害が続くと、特に台風19号の時には、かなり来店数、客単価が上がった。その後も売上の的には好調を維持し続けている。災害を1つのきっかけに、やはりコンビニの便利さを多少再確認してもらえたのではないかと考えている。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・台風19号の被害が甚大なため、復旧に必要な物資の動きが増えている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は雨天の日が多く、人出が少ない。各地の体育祭や年1回の祭典も雨にたたられて、地域に活気が出ていない。消費税増税も少し影響しているのではないかと。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・増税後だが思いのほか悪くない。前月好調だった化粧品やアクセサリーは不振だが、その他には大きな落ち込みがない。キャッシュレス還元もスタートしているが、認知不足は否めず、知らない人が多い。
		スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・観光地の店舗以外は前年と比べて変動がなく、若干客単価の良い状況が、増税後も変動なく推移しており、変わらないとしたが、台風や災害による買いだめの影響も否めない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は1日当たり40人減で前年比95%。客単価は1日当たり20円増、同102%である。日商は、1日当たり1万3000円減、同97.5%で推移している。10月は天候が悪く、売上が伸び悩んでいる。また、祝賀行事などで、工場のお休みが多かったことも影響している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・台風19号や大雨などの災害があったために、来客数、販売数に影響が出ている。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・当店の客は年金受給者がかなり多い。今月は年金支給月だったが、前々月には幾らか出てきた客が、今月はどこに行ってしまったのだろうかというくらい、本当に客の流れがない。このままだと、かなり厳しい。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の余波はさほど感じないが、単価の低い商材が中心になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・前月、前々月と比べて、中古車、新車の販売量が順調に推移している。車検整備、板金、一般修理関係も順調に入庫している。当社はやや良い状態で推移している。
		自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・当地域は人口が減少傾向で、若者が余りいない。消費税増税は、消費にやや消極的な影響を与えている。身の回りに、良くなる話が余りない。ただ、若干、株価などが上がってきていて、少し期待ができそうである。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・客単価は余り動かなくなってきた。天候が悪く、客足が思うほど伸びていない。
		都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が多少はあるかとみていたが、大きく減少という状況にはない。
		都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・台風19号の影響で団体予約のキャンセルが出たが、宿泊は保険会社の予約で穴埋めができています。しかし、料飲部門は直に影響を受けてしまい、ディナーや宴会等で見込んでいた分が、マイナスとなってしまっている。
		都市型ホテル (営業)	来客数の動き	・宿泊はやや落ち着いており、インターネット予約の金額ダウン等も持ち直しつつある。宴会も落ち着きつつあるが、台風19号の影響等で、地元大手企業の部品供給が一時ストップし、休業せざるを得なくなるなど、先行きは不透明で厳しい状況にある。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・雨の日が多かったので昼の動きが良く、増税分2%を含めても、前年同月と比べて6%の増収である。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・消費税増税に伴い、地方の景気は更に低迷を極めていいる。当業界のみならず、ユーザーである小売、物販、飲食等の全ての業種が厳しい。
		通信会社(局長)	販売量の動き	・消費税増税となったが、大きな変化はない。クレジットカードでの契約希望が増えている。当社自体は、キャッシュレス決済でのポイント還元は実施していないものの、客は他用途を含めた全体で、ポイント還元に関心になっていると感じる。
		ゴルフ場(総務担当)	来客数の動き	・前年を上回ったのは5月のみで変化がない。台風予報の影響で、来場者キャンセルが発生してしまったが、台風によるコースや施設等への被害はなかった。来客数の動きは、天気予報や天候に左右されやすい。
		競輪場(職員)	お客様の様子	・入場者数、購入単価共に、ほぼ変化がみられない。
		設計事務所(所長)	競争相手の様子	・消費税増税前の駆け込み需要は期待したほどではなく、むしろ様子見の施主が多かったようである。
		設計事務所(所長)	競争相手の様子	・増税後極端に景気が下がった様子はない。ただし、先日の台風の影響が景気にどう出るかは不透明である。
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・不動産の動きは余りぱっとしないが、店舗等の引き合いが、ちらほら増えてきた感じがする。飲食店関係が多く、事務所関係は余りない。不動産も良い物件には客がすぐ飛び付くが、少し郊外だとほとんど引き合いがない。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・消費税増税直前1週間から増税後の現在まで、来客数が大きく減り、回復の兆しがみえない。また、悪天候の日が続き、外出の機会が少なく、大雨に対する不安の話題がよくでる。
		一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・増税が効いて、やや悪くなっている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・消費税増税に伴う消費マインドの悪化に対し、様々な集客策を講じたものの、想定より状況が悪い。特に、台風を始めとした天候不順の影響が大きい。
		百貨店(役員)	販売量の動き	・増税前の駆け込み需要が想定より大きく、その反動を受けている。
		百貨店(店長)	来客数の動き	・消費税増税で月初の来客が低迷したことに加え、台風19号の影響で1日半の休業を余儀なくされたことを除外しても、来客数が前年より5%程度下降している。
		コンビニ(経営者)	それ以外	・今月は台風19号の影響で、来客数、観光客の大幅な減少で、売上も減少している。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今月は、「警戒レベル5」といった台風19号の災害があり、来客数が激減したため、悪い。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・毎日の商材入荷量が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前に家電商材全般が好調に推移したため、やや悪くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・当地域の自動車メーカーは、順調に稼働し始めたと思ったら、今度は先日の大雨による水害等で、下請企業が浸水のため部品を納入できない状態となり、約1週間、生産がストップしてしまった。また、消費税増税などで街の雰囲気は覇気を感じられない。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・消費税増税のタイミングと台風19号による災害で、現況がどういう状態なのかは、判別しにくい。増税の反動減が台風の影響で、一瞬消えている。
		その他専門店【靴小売業】（経営者）	お客様の様子	・台風15号や19号の大雨災害情報が、テレビから連日放送され消費マインドは縮小してきている。消費税増税関連では9月末に少し恩恵があったものの、クレジット決済による5%還元は、高齢者にまで影響を及ぼしているようで、今月は慎重に消費をしているように感じられる。
		一般レストラン【居酒屋】（経営者）	来客数の動き	・台風19号による風評被害で、やや悪くなっている。
		その他飲食【給食・レストラン】（総務）	お客様の様子	・路面店や施設内飲食店の空き店舗、空き予定区画や空きスペース等の飲食転用について、出店検討を依頼されるケースが増えている。増える空きスペースを飲食で埋めていこうとする傾向が強まっているようである。代謝を促す側面はあるものの、先の見通しから、退店検討する店舗も増えている。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・台風19号により障がい者国体が開催されず、団体に押さえていた部屋が大量にキャンセルされた。規定上、当日と翌日分しか補償されない。天災だからこそ補償をちゃんとしてもらえていない。大損害である。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・やはり、台風15号、19号の影響が大きい。現在、交通網も復活はしているものの、例年ほどの来訪はみられない。1番のピーク時期の上、週末の襲来が大きく影響している。
		通信会社（社員）	それ以外	・台風災害等の対応に追われている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・前年同月と比べて減少が止まらない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・台風19号の襲来が秋の3連休を直撃し、前年を大幅に下回っている。また、甚大な被害が県内外の広範囲に渡って発生したことにより、その後の入場者も減少している。
		その他サービス【自動車整備業】（経営者）	それ以外	・今月12日未明からの台風19号の被害は、大風と洪水のダブルパンチを受けている。低迷していたなかで、操業を停止せざるを得ず、売上、来客数共に、大幅に減少している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・6月以降、販売量の動きが鈍くなっている。消費税増税後は、動きがあるかと思われたものの、いまだに動きは鈍い。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・消費税増税の影響で悪くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・増税の影響に加え台風などの天候不良、休日が多い等、悪い材料がそろってしまっている。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・台風19号や大雨災害が起きて、予約キャンセル等が増えており、12月までの予約も随分少なくなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・当地区は流しのタクシーがなく、電話を受けてから迎えに行くが、依頼の電話数が半分以上減っている。自家用車の送迎が多く、駅から乗車する人数もかなり減っている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・毎週のように台風の影響があり、客の来店が少ない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・結婚式や旅行シーズンなのに例年とは違い、客の動きが鈍い。地味婚といわれて久しいが、以前よりも招待客の規模が縮小し、冠婚葬祭全てで同様に感じる。
企業動向関連		-	-	-
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・稼働期に入り、順調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(北関東)		輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・北米向け自動車輸出は93か月連続で続いていた前年超えが途絶えた。要因は、8月の好調の反動による9月月初の在庫不足である。在庫さえ整えば、まだ販売が伸びる勢いはある。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・油圧建機業界やロボット業界等に関して、この秋から回復するとの楽観的見込みがあったが、低迷が続いている。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・10月に入って消費税増税があったので、多少受注が減るかと思っていたが、前年並みぐらいで推移をしている。今のところ、増税による生産の落ち込みはない。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・この数か月、取引先や競争相手等の様子は余り変わらない。まずまずの売上である。
		建設業(開発担当)	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占めている建設業である。現政権誕生後公共工事は順調に推移している。今回の台風19号や大雨を経験すると、公共工事は国土の安全を考えた場合、大変重要で、当社も社会貢献の一員になっていると思いを新たにしている。今期公共工事は前年比9%増、当社も前期比10%増の受注と順調である。ただし、10年以上前の建設業不況の影響で、小規模建設業は大変厳しい状況にあることに変わりはない。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・台風19号や大雨災害により、延長コードリールやカセットコンロ発電機などの輸送量が目立って増えている。消費税増税前の家電関係の詰め込みもあり、前年より10%ほど物量が落ちており、全体的には前年並みの物量である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・住宅関連などは別として、消費税率引上げ前後の個人消費に、特別大きな変化はみられない。企業の設備投資も大きな変化はうかがえない。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・地域人口の減少が、ポディーブローのように効いているようで、なかなか浮上の糸口がない。
		その他サービス業[情報サービス](経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もなく、特段の変化は見られない。
		化学工業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・一部に好調な部門もあるものの、価格が安く、総じて芳しくないため、やや悪くなっている。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・昇降機部品の受注は7月がピークで、8月は30%減、9月は20%増、10月は横ばいである。
		建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・台風による災害復旧に人員が取られていて、通常業務が進まず、受注も少ない。
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・台風19号や大雨水害の影響で、退出が出たり、建屋修復の必要がある。現在、工事等の見通しが立たないため、悪化している。
		不動産業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・取引先から「取引の見直しにより管理業務の一部を削減したい」との話があり、今月から管理委託業務がなくなった先があり、売上が減少している。
		広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・広告主である住宅、特に、地元工務店や自動車ディーラーの販売数がかなり悪い。休日の集客イベント動員状況も前年同時期より1割程度落ちているようである。消費税増税前の駆け込みも少なかったため、厳しい状況である。
		社会保険労務士	取引先の様子	・退職後しばらくしても再就職が決まらないためか、離職票が欲しいという人が増えているような気がする。
	×	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・上期同様、取引先からの受注が低迷している。
雇用関連 (北関東)		-	-	-
		-	-	-
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数の直近3か月や前年同月期をみても、変わらない。有効求人倍率も1.5倍台と高い状況が続いている。有効求職者数も有効求人人数同様の傾向である。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・今月からの消費税増税に加え、台風19号の被害を受けた企業もある。今後、景気が悪化する可能性の高い要因は複数ある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・食品製造等の募集傾向は活発だが、他の機械関係、機械器具、自動車部品、電子等の募集はほとんどない。物流関係は依然として活発だが、介護関係、看護職は人手不足が深刻である。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・しばらく人が少ない状況で、仕事は少しあるが、働く人がほとんどいない。困っている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・長期の依頼が減少傾向である。
		人材派遣会社 (管理担当)	周辺企業の様子	・自動車関連の部品製造企業への派遣、請負の生産計画が減少したため、やや悪くなっている。
		職業安定所(職員)	それ以外	・消費税増税の影響に加え、台風19号で被災した事業所もあり、全体的には悪くなった印象である。
	x	*	*	*

4. 南関東(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		*	*	*
		一般小売店[文房具] (経営者)	お客様の様子	・消費税増税後は買い控え傾向になると思われたが、キャッシュレス決済によるポイント還元が良い影響となり、税抜き金額で比較して売上はやや増加している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・コンビニが1店閉店したため、やや良くなっている。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べれば若干良くなっているが、台風が何回か来て、売上がかなりダウンしてしまったので、景気が良くなったのか悪くなったのか、どちらともいえないような状況である。台風が来なければ、前年比2割アップくらいにはなったと思う。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・消費税増税による客足への影響は余り感じられないが、天候不順と休日の多さから、ばらつきがある(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・台風の影響で仕事が激減したが、ようやく元に戻りつつある(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・前年同期比で販売量が増加している。
		旅行代理店(総務担当)	単価の動き	・旅行における予算の増額がみられる。現地で使用する飲食代も増えている(東京都)。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・消費税増税の影響が懸念されたが、戸建て向けの営業は前年とほぼ変化がなく、集合住宅向けの営業はリアクションも含めてやや増加傾向となっている(東京都)。
		通信会社(社員)	お客様の様子	・秋のイベントが入ってきている(東京都)。
		通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・今月は商談数が増加している(東京都)。
		通信会社(管理担当)	販売量の動き	・法人企業向けソリューションシステムの販売は、OSのサポート終了の駆け込みがあり、パソコンの入替需要は堅調だが、単体での販売のため利益率が低い。個人消費者向けのスマートフォン販売は、販売台数が伸び悩み、非常に苦戦している(東京都)。
		その他サービス[保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・客に商品内容のグレードを高めに推奨しても、さほど違和感を抱いていない様子で、初めから興味を示している。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約84%となり、やや悪い。ただし、3か月前に比べるとやや良くなっている。今月は台風の影響もあり、天候の悪い日が多く、具体的な商談が伸びてしまったことが影響している。
		一般小売店[和菓子] (経営者)	販売量の動き	・消費税増税の影響は余り感じられないが、台風や大雨の影響で売上がやや落ちている。
		一般小売店[家電] (経理担当)	来客数の動き	・今月に入り、消費税増税の影響もあるのか、来客数が少ない。冷蔵庫の故障などで買換えはあるが、大型家電はなかなか売れない。小型家電の金額の張らない物は消費税の端数をサービスしたりして、来客数を増やす努力をしている。
		一般小売店[傘] (店長)	来客数の動き	・消費税増税後、買い控えがあるかと思っていたが、変わっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店 [茶] (営業担当)	来客数の動き	・大口のギフト需要により売上は前年並みとなっているが、来客数が減少している。
		一般小売店 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・販売量は伸びを欠き、新規の客もなかなか取れない。現状を維持するのが精一杯である。通常の客はもちろん、出店販売についても来客数が減っているのか、売上が伸びていない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・10月について、食料品は関東を中心に台風の影響を受けた。特に総菜、生鮮は翌日に更に買うというわけにはいかないもので、その分が厳しかった。現状、全体的にはマイナス7%となっており、非常に厳しい(東京都)。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・富裕層の購買力は引き続き堅調である一方、中間層以下の客の消費マインドは、消費税増税前の駆け込み需要の反動減で低調である。ただし、回復基調の中にはあり、少し長い目で顧客動向を注視していく必要がある(東京都)。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・9月は化粧品、宝飾時計等で消費税増税前の駆け込み需要があった店舗も多かったため、10月は買い控えムードがいまだに継続している(東京都)。
		スーパー(販売担当)	お客様の様子	・客は、広告初日の安い目玉商品、ポイント何倍の日、あるいは時間帯での割引セールなど、お買い得な商品、時間帯、日付をうまく使って買物をしている状況が多い(東京都)。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・台風19号が来て、1日休業せざるを得なくなり、来客数がかなり減少したが、その分、客単価が上がり、何とかそこそこの数字は出せた。しかし、その後また台風のような大雨があったりして、天候に大きく左右されている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・売上は台風の影響などで芳しくないが、客単価が戻ってきている。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・単価を下げ続けているにもかかわらず、販売量の増加が一向にみられない(東京都)。
		スーパー(販売促進担当)	来客数の動き	・台風の影響で食品は売上が伸びたものの、衣料品又は化粧品の売上減少が大きい。消費税増税の影響も大きく、買上点数も2割減少している。
		スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・今月12日に台風19号が当県に上陸したため、全店休業とした。営業日は1日少ないが、キャッシュレス5%ポイント還元の効果で来客数が増え、前年度の売上を超えている。
		スーパー(仕入担当)	販売量の動き	・台風19号の影響により一時的に売上が伸びたが、また元に戻っている。消費税増税の影響も懸念されたが、酒類等の落ち込みだけにとどまっている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数は前年と比べて余り変わらない(東京都)。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・前月と比べて下り坂になっているので、非常に心配である。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・消費税増税の影響や天候不順があり、消費意欲は低い。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・客は本当に必要な物のみ買っているように見受けられる。
		コンビニ(商品開発担当)	お客様の様子	・月初は順調に推移していたが、途中から台風の影響で客足が鈍化してしまい、売上にも大きく影響している(東京都)。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・消費税増税後の1週間は売上が半減、台風で休業が1日、大雨の影響で2日間は休業状態であった。クレジットカードとプレミアム付商品券が売上の20%で、前年は4%だったが、全体の売上は前月比15%ダウンである。しかしこれは、キャッシュレス5%ポイント還元とプレミアム付商品券があればこそその売上であり、なければ35%ダウンという考えられないような悪夢だったと思われる。
		衣料品専門店(統括)	来客数の動き	・前月の消費税増税前の駆け込み需要により、今月は反動が来ている。
		衣料品専門店(役員)	販売量の動き	・消費税増税の影響はそれほど感じないが、2度の台風や気温の高さで秋冬物衣料の動きが鈍く、下旬になってやっと売れ始めている。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか成約に結び付いていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車の販売台数は減少しているが、整備部門でその分を補っている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・10月から消費税が上がったので、販売がやや落ち込んでいる。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・消費税増税前の仮需要に対する反動と台風の影響が大きく、今年7月の長雨による需要減から立ち直れていない（東京都）。
		その他小売 [ゲーム]（開発戦略担当）	販売量の動き	・大きなタイトルの発売はなかったが、旧作が健闘し底堅い月となっている。ほぼ前年どおりとなる見通しである（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・地域的な要素があるが、百貨店の閉店に伴い、近隣の商業は駆け込み需要の恩恵を受けている。
		高級レストラン（仕入担当）	販売量の動き	・営業店舗ごとにばらつきはあるが、全体としては販売量、単価、来客数、売上いずれもほぼ前年並みである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は台風などで降雨が多く、売上がかなり落ちている。台風で電車も運休してしまうため、周りの店もほとんど休業にしていた。天候にかなり左右された月であった（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・台風や大雨による自然災害の影響で客足が伸びない日が多かった。10月後半にもかかわらず、温暖化の影響が、台風がまだ日本に来ている。景気とは直接関係ないかもしれないが、雰囲気的に影響を受ける（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・行楽シーズンではあるものの、来客数の動きは夏季と差がない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客の発言から、業務量が多い割に人手が足りないとの印象を受けている。ただし、それに伴う景気の上昇などは感じない。
		旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・全体的な方向性としては変わらないが、10月の旅行シーズンの書き入れ時にもかかわらず、今月は悪い。特に、台風の影響で個人旅行が中止になった影響も大きい。全体で見ると、団体、個人、海外共に前年を割っているため、その点から単月では悪いと判断している（東京都）。
		タクシー運転手	それ以外	・消費税増税、温暖化がもたらす台風襲来、即位礼正殿の儀などの影響によりタクシー利用客が減り、売上が伸びていない（東京都）。
		タクシー運転手	来客数の動き	・終電の前後から人の動きがなくなり、街に活気がない（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・特に変化はない。消費税増税に関しても、特に話題にもならない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に、必要最低限のプランを選択する傾向は変わらない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客はシビアな考え方をされていて、数か月前と比べて動きに変化はなく、景気が良くなってきたとは感じられない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・インターネット接続サービスに関して、他社との競争があり、当社の利用料やサービス内容に不満がなくても、大手キャリアへの契約乗換え時のキャッシュバック及びポイント付与、まとめ請求書の利便性等、一部分で当社が劣勢な状況にいる。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・今月は台風や大雨の影響で旅客数がかかり落ちている。3か月前と比べても、7月の梅雨明け前と同様に人数が少なくなっている（東京都）。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・もらっている仕事は、何も変わっていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今月から消費税が増税されたが、業務への影響はみられない。仕事そのものが半年～1年と長期にわたるケースが多いので、特に変化は感じられない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・相談事は多いが、実際の動きはほとんどない（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界においては、上下方向共に顕著な傾向は見受けられない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・当社は不動産デベロッパーと総合建設業である。ここ3～4年は住宅の売行きが非常に悪かったが、10月1日の消費税増税を契機に、住宅取得のための生前贈与が最高3000万円に増えたことに加え、住宅ローン減税も長く延長されたので、売行きが良くなることを期待している。一方、建設業は工事原価が非常に高く、公共工事などでは赤字になってしまうため、落札者が出ず不調になることもある。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・受注量は例年並みのため、変わらない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕(経営者)	単価の動き	・仕事の相談が少なくなったことにより、全体的に金額を下げざるを得ないような状況になっている。これから非常に厳しくなるのではないかと。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・今月から消費税が上がったが、増税前の9月もさほど駆け込み需要は感じられず、通常どおりだった。今月に入ってから、やはり不安があるのか、客が買い控えをし、買物に対して慎重になっている。
		商店街(代表者)	それ以外	・やはり消費税増税の影響がある。もちろん台風19号の影響もある。季節の良い時期の災害は、当地域には響く。イベントと台風19号が重なったが、台風通過後、イベントが半分中止というなかでもたくさんの客が来て、消費意欲のようなものはあると感じられた(東京都)。
		一般小売店〔家電〕(経営者)	販売量の動き	・消費税増税に伴い、売上が上がるかと思っただが上がりず、増税の影響で、売上自体は下がっている(東京都)。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・3か月前はエアコンシーズンなので、それと比べるとやや悪くなっている。消費税増税後ではあるが、著しく売上が悪いわけではない。キャッシュレスのポイント還元については、当店の客にはまだ余り理解されていないように思える。顧客でない方からはカードは使えるかなどの問合せがある。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・10月1日からプレミアム付商品券が発売されているが、なかなか思うような数字を上げられていない。福祉商品券というものが約30億円弱販売されたそうだが、販売量はまだ3割未満とも聞いている。消費は低迷しているのではないかと。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	販売量の動き	・客が消費税増税前に購入を済ませたため、増税後は伸び悩んでいる。
		一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	お客様の様子	・今月は、店頭小売に関しては天候不順、2度の台風、その他にも降雨が多く、店を開けられなかった日もあり、売上が減少している。ただし、キャッシュレスのポイント還元をやっていることもあり、1日当たりの売上はそれほど落ち込んではいない。それどころか、月後半に関しては、キャッシュレス決済が多くなり、若干伸びているところもある。外商に関しては、やはり営業日数が少なかったことによる売上の低下が目立っている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・消費税増税や天候不良の影響があるものの、厳しい状況に変化はない。来客数減が響いている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月は消費税増税の影響で、月初からの来客数減少に加え、客単価の大幅な下落により、売上が大きくマイナスに傾いている。週末の台風上陸によりマイナスが更に拡大し、駆け込み需要後の反動減と消費抑制で、軽減税率対象の食料品も前年を下回っている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・即位礼正殿の儀やラグビーワールドカップ日本代表チームの躍進等明るい話題があったが、台風19号や千葉県豪雨のニュース等の影響で、来客数は前年比87%と、消費税増税のマイナスをヘッジすることができなかった(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・10月は消費税増税の影響と、週末に荒天が続いたことから、売上が前年を大きく割っている。後半は気温が下がり、冬物の動きに期待したが、売上回復の動きは余りみられない(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（店長）	販売量の動き	・消費税増税のスタート月で、当初は想定より影響は小さいのではと思っていたが、度重なる台風による主に水害が消費マインドに大きく影響し、現状では想定以上のマイナスになっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・周りに競合店がオープンしたとか、何か新しい物ができたということは一切ないにもかかわらず、今月に入っても来客数が前年比で1800人ほど減少している。点数、単価は前年をクリアしているが、来客数のマイナス分が数字に大きく影響している。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は台風等の天候与件に非常に大きな影響を受けており、特に台風19号が上陸した土曜日は1日全館休業となった。軽減税率対象の食料品は前年並みだが、10%対象となった衣料品、住まいの品は、2～3割減と大きく売上を落としている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・今月は消費税増税の影響もあると思うが、台風を含めた降雨日が非常に多く、大きな影響を受けている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・大型台風や大雨の影響で、商品の入荷がなく、営業もやむなく夜間閉店に追い込まれ、一時売上が大幅にダウンした。10月は非常に厳しい月となっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月に入り、客単価が2%落ち込んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は天候の影響もあり、来客数が前年比で2割程度減っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税前には若干の駆け込みがみられたものの、反動で販売量が少し落ちている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税により、客は本当に必要な物しか買わなくなっている。また、台風15号や台風19号による激甚災害で、直接ではないが心理的に落ち込んでおり、買物に消極的である。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・消費税増税及び台風等の自然災害による影響で、店頭の売上が前年に比べ20%落ち込んでいる。EC販売による売上は前年並みとなっているものの、今年度に入って最も落ち込みが激しい（東京都）。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響でやや悪くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車は反動減は大して関係ないと思われていたが、マスコミ等のイメージで買い控えのユーザーが多く出ている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・10月1日より消費税が上がった影響もあるが、来客数、販売件数、販売額いずれも伸び悩んでいる。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・9月度までのレストランの来客数は前年比97.3%となっている。当月に関しては台風等の影響が大きく、キャンセル、日延べが目立っている。特に、甚大な被害を受けた地区に関しては影響が長引いており、宴会利用はもちろん、レストラン利用でもフリーの来客数が下降傾向にある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、台風の影響が大きく、大分冷え込んでいる気がする。季節物や消費税増税の影響もある。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の7月1～29日までの前年比は、売上96.9%、来客数88.7%である。10月1～28日までの前年比は、売上86.7%、来客数80.2%である。今月は台風の影響で全店1日休業し、翌日も営業時間を短縮した（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月に入り消費税が上がった。飲食店の売上、単価は余り変わらないが、客が増税前の駆け込み需要で大きな買物をしたため、1か月に使えるお金の限度額を超えているようで、それが外食に回っていないようである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・最大の理由は、台風、大雨、洪水などの自然災害による停電、交通まひ、物流の停止等による営業機会の喪失である。今後、生鮮3品の値上がりは避けられないと思うが、加えて消費税増税の影響も出始めると考えると、状況は楽観できない。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・消費税増税後の動きが定まらないなか、関東地方は台風19号の直撃などがあり、一時的な客の動きは実態、感覚共にここ数年のうちで相当に悪い（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	それ以外	・今年度は、今後の事業拡大をにらんで新店舗のための要員採用を大幅に増やしたほか、最低賃金の引上げ、ボーナスの増額等、人件費が大幅に増加し、収益を圧迫している。その他、遊休資産の整理等の臨時費用が更に収益圧迫を助長している（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・9～10月にかけて相次いで襲った台風の影響で、宿泊、宴会等のキャンセルが出て、今月は前月に続いてやや悪い状態になっている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・台風等の災害によりキャンセルが発生し、来客数、売上共に減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ラグビーワールドカップ開催の影響もあり宿泊は好調だが、台風による婚礼のキャンセルや、台風や天候不順の影響でレストランや宴会の落ち込みが激しい。消費税増税も重なり、繁忙期ではあるものの厳しい状況が続いている。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・親戚が台風15号や台風19号による豪雨等の災害に遭うなど非常に大変な状況で、そちらに向かう客が多い。当店にはなかなか足が向かない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・元々香港等、アジア情勢により海外旅行は数を落としていたが、台風19号の影響で国内旅行、海外旅行共に前年を割っている。オーストラリアでは、人気だったエアーズロックへの登頂が10月26日から禁止となるので、今後のオーストラリア旅行は苦戦する見通しである（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・ちょうど良い気候になり、歩く人が多く、利用者が少ないように感じる。また、台風の規模などが事前に報道されるので、外出する人が少なくなっている。消費税増税もかなり影響しているため、もうしばらく今の状況が続く。
		タクシー（団体役員）	来客数の動き	・消費税増税の影響か、下降傾向に感じられる。当地域では大きなイベントが開催され、一部地域は特定日に限りにぎわっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・消費税率の引上げにより、買い控え傾向にある（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・主力商品であるデジタル多チャンネルサービスの販売数が落ち込んできている。新サービスを投入しているが、落ち込んだ数量をカバーできていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の直後であること、法改正に伴う携帯電話の乗換え需要が鈍化したことに加え、台風等の悪天候が大きく影響し、契約数が低迷している。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・ラグビーワールドカップを契機に、4Kテレビが売れるとともに、連動して高画質なケーブルテレビの視聴契約が伸びることを期待していたが、逆に前年よりも契約数が減少している（東京都）。
		通信会社（総務担当）	それ以外	・台風による諸被害や消費税増税の実施に伴い、一時的に消費動向が抑制的になっている（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	それ以外	・台風19号の大雨により、河川敷にある当ゴルフ場は最大級の冠水被害を受け、再開の見通しが立っていない。各地にも被害があり、深刻な状況である。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税に伴い、消費者動向がやや鈍っているように見受けられる。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・大口客が数名来場しなくなった。消費税増税の影響も多少あると思われる。台風の影響も大きく、食堂は窓が割れたりして、1週間程度営業を取りやめる事態になった。売場の影響もあるが、売上も前年度比でも約2割減となっている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・最低賃金が上がっているが、相変わらずダンピングするような業者が増えている。我々の仕事は設計料をもう少し上げなければいけないのに、下げてしまっている。それだけ仕事量が少ないということである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前に比べてアパート販売の契約数が落ちてきている。客の反響はあるようだが、実際に融資に結び付けて契約するまでには至っていない。景気は若干下向きに推移している。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・2つの台風と大雨の被害が甚大で、引渡し済みの建物の点検、復旧に膨大な時間を取られ、受注に向けた業務まで手が回っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他住宅〔住宅資材〕(営業)	お客様の様子	・定期的な注引量が減少傾向にある。得意先に聞いても、今までは残業してこなしていたものが、定時内での操業となっているところが多くなっている(東京都)。
	×	一般小売店〔家具〕(経営者)	来客数の動き	・10月も非常に悪い。客が来ない。ここへきて台風が非常に多く、被害もひどいので、客は物を買うというムードが全然ないのではないかと(東京都)。
	×	一般小売店〔生花〕(店員)	お客様の様子	・過労により9～10月にかけて入院しており、その間店も休業していた。そのため、客が少なく、単価も下がっている(東京都)。
	×	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・月初は消費税増税後の買い控えがあり、その後は大型台風により店舗休業を余儀なくされ、厳しい状況が続いた。月半ばから幾分上向いたものの、月を通じて厳しい結果となっている。
	×	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・前月の駆け込み需要が想定以上の結果であったため、今月は2014年の消費税増税時以上に悪化している。現時点でも復調の兆しが見えない(東京都)。
	×	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・大型台風上陸の影響も大きい、それを除いても厳しい状況となっている。前月に駆け込み需要があった宝飾、高額品の落ち込みが大きく、影響のほとんどなかった部門も苦戦が続いている。消費税増税の影響は非常に大きい(東京都)。
	×	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要増の反動に加え、前月に続いている台風による営業時間の短縮、臨時休業等が影響し、大きくマイナスとなっている。また、店舗の所在地には大きな被害はなかったものの、県内各地で甚大な被害があり、消費者の心理的な影響が大きく、買い控えにつながっている。
	×	百貨店(店長)	来客数の動き	・来客数、買上率、客単価全てにおいて消費税増税の反動が出ている。意外にも、時計カテゴリーは9月に前年の2倍売れたのにもかかわらず、10月に入ってもほぼ前年並みに売れている(東京都)。
	×	衣料品専門店(営業担当)	販売量の動き	・大雨の影響で営業日数が減った。客には衣料品を買う意欲がなく、前年比70%台と悲惨な営業成績である。消費税増税も加わり、先が見えない日々が続いている。
	×	家電量販店(店長)	来客数の動き	・今月は、白物家電を中心に消費税増税後の反動が出ている。想定どおりではあるが予想を超える落ち込みである。さらに、インバウンド需要の変化により家電、舶来時計、高級エステ商品の需要が減少している。中国人の購買力は他国に勝るものがあるが、求める物が年々変化している。家電量販店の対応力が問われている(東京都)。
	×	家電量販店(店長)	販売量の動き	・今月は消費税増税後の反動と、度重なる台風上陸による被害で、売上は前年比85%と厳しい結果となっている。
	×	家電量販店(店長)	来客数の動き	・前月の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、来客数が落ちている。
	×	家電量販店(経営企画担当)	販売量の動き	・10月は消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が出ているが、ほぼ想定どおりである。インバウンドにおいては、数値のラップは国内需要とほぼ変わらない値で推移しているが、これは想定外である。台風15号や台風19号があって、環境が厳しいなか、防災関連商品は前年を超えて推移している(東京都)。
	×	乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・消費税増税後の買い渋りの影響と、災害等で活動も少なくなり、販売も過去にないほど減少している。
	×	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・来客数が減少し、購買意欲も薄く感じられる。サービスは消費税増税前の駆け込みの反動で入庫数が減っている。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	来客数の動き	・消費税増税と台風被害で売上、来客数共に非常に悪い。
	×	その他専門店〔貴金属〕(統括)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減もあるが、現時点で必要ではない商品は購入しないという客が増加している(東京都)。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	お客様の様子	・消費税増税や自然災害等、将来不安だけが先行しており、消費マインドが低下している(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	それ以外	・1～5番全てが当てはまる。新市場は消費税増税と台風災害で最悪の状況となっている（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税によって昼の客が明らかに減っている。特に、男性客が減っているように感じる。当店は増税分しか上乘せしていないが、ポイント等はやっていない。
	×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入ってから一気に売上が減少している。飲食店街である近隣も、とても静かである（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・台風15号の影響で、来場していない常連客が多い。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・10月は天候不順による来場者数の減少に加え、台風の影響による施設設備の復旧のために、閉鎖を余儀なくされている。雨が降ると会員がプレーを避ける傾向が強く、影響を受けやすい。消費税増税による落ち込みは、従前の懸念ほどは表れていない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・早く天候が安定してほしい。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の動きが活発になり、受注増になっている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上が前年より増えている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・良くはなっているが、例年同時期と比べると動きは鈍い（東京都）。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格の値上げをしたが、客は引いておらず、戻ってきている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷などの仕事をしている。10月1日から消費税が10%になり、当店の取扱商品は全部10%である。個人客はやはり買い控えがあり、法人客も必要な物だけという買い方で、総じて変わらない（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に特に大きな動きはなく、新しい仕事の話も余り進展していない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・得意先から大きな工事の予定はないと言われた。新規の取引先からの仕事が少しずつ入ってくるが、続くかどうかは分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・倉庫に入りきれないくらいの材料があったが、入りきるようになってきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備関連の仕事をしている関係で、急に景気が良くなったり悪くなったりはしない。良くなる時も、悪くなる時も、時間を掛けて少しずつカーブしてゆく（東京都）。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・9月に上期決算、消費税増税対策として、販売量が増えた反動で、今月は売上が減少している（東京都）。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が希望価格で販売できない。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・計画案件が少なくなってきた。様子見のところもあるのではないかと。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量が減少し続けるなか、最低賃金の上昇や車両価格の高騰等、経営環境は厳しさを増してきている（東京都）。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えていないこと、燃料価格が高騰してきたことから、収益が伸びていない。
		金融業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・10月1日から消費税が上がった。各業種の売上等の動きをみると、小売業ではキャッシュバック等があり、今のところ売上が落ち込んではいない。不動産業は地価の高止まりで、駅近物件は動いているものの、遠方の物件は停滞気味で、売上がやや落ちている。運送業では人手不足と燃料高騰により利益が少なくなっている。家電関係は駆け込み需要の影響が少し出ている。全体的には景気はさほど変わらない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・百貨店の閉店により急に静かな町になった。百貨店が入居していた商業施設のうち、約3分の1は地元商店街が専門店として頑張っているが、通り抜けの通路もなくなり、寂しい限りである。その後の入居の発表もなく、今の状態が続くと、町としては良くない（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・都心5区で営業している賃貸業者からは、景気が悪いという話は聞かれない。空室率もゼロに近く、賃貸料も順調に入ってきている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に駅周辺の商店街の飲食店をのぞくが、客が余り入っていない。入っているのは駅前の居酒屋チェーン店などである。別の駅は店の代替わりが多く、経営者や店名が変わっている（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・助成金の活用を目指す会社が多く見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工等の中小製造業では、売上横ばいが良いところで、下がったままという事業者もあり、大変厳しい経営環境が続いている（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の悪影響が予想を下回り、取引量の減少は少ないが、例年同期比では若干悪い。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税、台風が原因ではなく、毎月流れていた仕事でも、量が少なくなってきて、オンデマンドに取って代わられてきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・消費税増税前の駆け込みもなく、製造業にとっては単なる税率引上げでしかない。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・比較的堅調であった内需においても勢いがなくなっている。販売促進に掛ける経費の削減が加速しているように感じる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・前年同時期に大量生産していた化粧品容器の受注に回復の気配がみられない。客の情報ではそろそろ発注があるはずだが、いまだにゼロである。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・前月よりも売上が3%減少している。前年比でも6%減少しており、駆け込み需要も終わって落ちてきている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・このところ得意先では仕入れに対する発注が大分減っており、それが続いているようである。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月から伸びが大幅に縮小している（東京都）。
		金融業（統括）	取引先の様子	・災害の被害があり、全体的に経営者のマインドが下がっているように感じる。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・消費税増税の影響はさほどないが、台風15号及び台風19号による暴風雨、大雨、洪水等の自然災害による景気閉塞感はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税率引上げの影響が出ている。
		税理士	取引先の様子	・台風19号等の影響が大きい。当地域でも多くの被害があったようで、復興への道のりは厳しい。景気対策よりも復興への対策に移行するとみている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・既存の受注金額は変わらないが、最低賃金の上昇でコスト増になっている（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響なのか、新規の動きが全くない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	競争相手の様子	・消費税増税前の9月と比べると、予想以上に動きが停滞し、前年実績を大幅に下回っている。同業他社も同じ状況と聞いている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比べ、明らかに受注量が減っている。海外向け、国内向けを問わず販売が鈍く、生産量を調整せざるを得ない状態である。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・災害と消費税増税で思うように仕事が進まない。受注活動も停滞している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・台風15号や台風19号の影響による受注の減少と、災害対策による支出の増大が影響している。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・派遣求人件数が若干減少しているが、採用数は前月比で増加している。また、今月は契約終了数も少ないため、派遣労働者数は増加しており、この数か月間では派遣労働市場は良くなっている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が大分増えているが、求人数が増えている業種は特にない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・開業に伴う新規スタッフの採用については堅調な一方で、従来の販売系を中心とした採用については、エントリー及びマッチングが厳しい。最低賃金の上昇に伴い、時給単価も上昇傾向にあり、求人単価と募集単価の折り合いがつかず、業種によっては人が集まりにくい状況が続いている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と同程度となっている。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・自分自身も含めて、周囲の消費動向等に変化がみられない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数としては3か月前比、前年同月比共に同水準となっている。一方で、採用者数は、3か月前比で10%強増加しているものの、前年同月を割っており、採用環境の厳しい状況は続いている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・採用意欲が低下してきている。同一労働同一賃金の影響が大きくなってきている（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣、紹介共に受注は堅調だが、登録人材不足もあり、成約数は伸び悩んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・現状の採用数に変化はないが、求人数に若干下降傾向がみられる（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	採用者数の動き	・求人数も採用者数も減っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・既に次年度採用に向けたインターンシップイベントが活発に開かれているが、参加者数は前年と変わらない。むしろ、企業の顔ぶれは大手企業より中堅が多く、盛り上がり欠けているように感じる。手控え傾向で推移するのではないかと（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・全般的には、求人数が求職者数を上回る状況が長らく続いているが、技術職ではマッチした求人は不足している。この状態は基本的には今後も続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業では、1Q、2Qの実績から景気の下降局面がうかがえる。予算圧縮、新規プロジェクトの凍結など、明らかに景気は悪化傾向にある（東京都）。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求職者数が減ってきているなかで、有効求職者数が微増し、採用数が減少している。良く言えば、じっくり仕事を探している求職者が増えている。悪く言えば、希望職種がないということで、人手不足分野の悪化が懸念される（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・製造業、金融業を中心に、採用意欲が減退してきている。明確に数値に表れるまでには至っていないが、全体的には前年同期比でも落ちてきている（東京都）。
	×	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数がどんどん減ってきている。特に紙媒体からの採用が難しくなっている。清掃、警備、職人などの業種の採用が特に厳しい。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)		スーパー（副店長）	販売量の動き	・本来の景気とは関係ないが、台風19号の被災地に店があり、客のまとめ買いで単価が上がったことと、避難所がすぐ近くにあること、また、近隣のスーパー2店舗が浸水して営業できなかったため、来客数が増えている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・葬儀や墓じまい、永代供養墓や1人暮らしの高齢者についてなど、依頼や相談がとても多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・台風19号被災による競合店の閉鎖の影響で、やや良くなっている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・台風19号の記録的大雨で川が氾濫し、多くの犠牲と浸水被害が発生している。大半の一般客のキャンセルに対して、復興支援、保険会社の被害の実態調査などの特需が起きている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・当店は学校指定の体育衣料を扱っているので、消費税増税だからといって、増税前に買っておくということではなく、ほとんど変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税関連での商材の動きは、想像していたよりは少なく、特に目立ってはいない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税が上がって、多少影響があるかと思っていたが、余りない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候の影響が大きい。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税が上がって若干影響が出てきたと思ったが、今回の台風19号の被災で、来客数が増えて売上も若干上がっているため、差引きゼロか若干プラスになる。余り変わってはいない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・以前は、休日になると買物などの人出が見込めていた。今は、必要な買物は単日で済んでしまう。決して景気が回復したとは思えないが、日常に連休が増えたからレジャーに掛ける費用の割合は高いようである。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売は消費税増税月のためか、様子見といった感じを受ける。車検、一般整備は前年並みの推移である。増税前の日用品大量購入に加え、台風19号の影響もあり、車業界だけでなく、他業界にも何らかの影響が出るのではないかと。
		タクシー運転手	単価の動き	・消費税2%分だけ料金が上がったが、多少売上が落ちているようである。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・インターネットの新規契約は、変わらないかやや上向きである。ただし、テレビサービスの動きが鈍い。ラグビーワールドカップなど注目されるコンテンツがないと、劇的な変化は生まれにくい。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・大雨のため当ゴルフ場へのアクセスが不良、天候不順によるクローズやキャンセルが多かった。ゴルフ場自身もゴルフどころではない気分の日々が続いている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、依頼数は多く、仕事が間に合っていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税だからということではないようである。災害報道や天候不順も、気持ちの上で出足を止めているのかもしれない。とにかく街への人出は本当に少ない。日中でも通りに誰もいない時間帯が多い。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・増税前の駆け込み需要が多少あり、消化できなかった仕事があるので、仕事量自体は変わらないものの、増税後の売上は良くない。多少の冷え込みは出てきているが、季節商材の動きも鈍い。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・消費税増税、キャッシュレスポイント還元の混乱があるものの、台風19号や豪雨に対する備蓄で、表面上は堅調である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて売上は20%減、来客数も10%減となっている。台風19号の影響で、当店の貸店舗5軒と病院に出店している売店が被災した。3日間、泥の撤去とごみの搬出をしたが、現地で作業をしないとこの惨事が実感できない。近所にある200人ぐらいが避難している避難所に、先日バナナを1ケース寄附した。避難者に話を聞くと「自宅のリフォームで半年は避難生活になる」とのことである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税のあおりも受けていると思うが、来客数は伸びず、8～9月とは対照的な動きとなっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・増税前の特需による反動で、集客が落ちている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税引上げ後の反動が見られ、車両販売やサービス入庫台数が減っている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・10月に入って車両販売や高額商材等の販売が悪くなっている。2%の増税がきっかけになっているようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・10月からの消費税増税や台風19号による災害もあり、売上が前年比70%程度に落ち込み、販売量は減ったまま戻らない状況である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月に入って消費税増税や台風19号の被害で、予約のキャンセル、自粛ムードが高まり、予想以上の不景気に陥っている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・台風19号の被災地にある。いつも以上に道路は渋滞気味である。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・台風19号の水害により、家やテレビ等の家電製品まで被害に遭い、契約の保留が出てきている。今後どの程度影響が出るかは予想がつかない。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・月前半は消費税増税の影響が低調に始まったが、台風19号の後は鉄道、高速道路の不通があり、壊滅的な状態である。
	×	百貨店（店長）	販売量の動き	・増税前の駆け込みがさほど大きくなく、増税後の影響も比例して大きくないのではないかと少し期待していたが、想像以上に客の買い控えは大きい。そこへ台風19号があり、直接的な影響は1日だけだったが、大きな被害を受けた地域もあるため、ムードは悪い。消費にも影響が出ており、大きく売上を落としている。
	×	スーパー（経営者）	それ以外	・10月は消費税増税、台風19号や水害などの影響で、消費者マインドは急激に落ちている。また、台風19号の被害で中央道、JR中央線、国道20号の不通が発生したため、県経済への影響が大きい。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・消費税が増税して冷え込んでいたところに、台風19号の被害が出て、県庁や市役所の職員の飲み会が軒並みキャンセルになっている。本当に大変なことになっている。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・全ての項目に着目しているので、選択肢全てを避けたいところで、本当に景気が悪い。原因が分かれば何とかしたいが、分からないので、困惑している。
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・秋の最繁忙日となる3連休は台風19号の影響で、ほぼ客がいなかった状況だった。また、その後の交通機関の乱れや報道により予約のキャンセルが続いている。この地域の各宿泊施設の経営者とも話をしているが、どこも大幅に売上が落ちている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税の影響を大きく受けている。明らかに、施行後の来客数が落ち込んでいる。それ以外にも、台風19号の直接的な被害はなかったものの、間接的にキャンセルが発生しており、影響は大きい。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・台風19号の影響で、当日のキャンセルがかなりあり、売上が400万円マイナスとなっている。
	×	旅行代理店（副支店長）	来客数の動き	・米韓中の貿易摩擦の影響が出ており、輸出入企業では、旅行の中止や延期が発生しており、客の動きが止まっている。また、台風19号の発生に伴い、企業も農家も甚大な被害が出ているため、旅行どころではない。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・当地は台風19号の被害はなかったが、交通機関の不通によるツアーキャンセル、一般、個人旅行の取り止めにより、来客数は大きく減少している。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・台風19号の影響によるクローズとゴルフプレーの自粛が続いている。前年の年間入場者数の約5%がキャンセルとなっており、大打撃である。
企業 動向 関連 (甲信越)		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在は良い方だが、増税後は受注が減少傾向にあり、今後の景気動向が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・以前、受注量が少ないと聞いていた取引先数件が、現在では受注が増えているため、やや良くなっている。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・商材の受注点数が減っている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比で僅かに上回っているものの、計画比では依然として遅れが生じている状況である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の季節商材受注はあるものの、既存の店頭商材受注は低迷している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は米中貿易摩擦の影響で、新規受注が減少している企業がある一方、国内自動車関連の受注残がある企業もあり、横ばいである。非製造業は製造業の影響を受け、設備投資の先送りなどで、建設、機械器具卸、貨物等関連産業で動きが弱い。一方、消費関連は一部で駆け込み需要がみられた。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要により一服感があり、今後の需要が見込めない。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・台風19号や大雨の影響により、鉄道や高速道路が不通となった。来県者が大幅に減少したため、来場者数、売上共に激減している。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月に入ってから、店舗は消費税増税の影響で客足が伸びない。9月末の1週間の駆け込み需要もあったためか、積極的な動きが見られない。台風19号や週末の大雨にたたられ、展示会も集客、売上共に大幅減である。また、台風19号の影響で高速道路の閉鎖や電車の不通により、出張計画が立たず売上は大幅減となっている。
	×	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・台風19号により、県内では北部を中心に被害を受けている。折込チラシを出稿していた小売店が被災し、折込チラシが中止となっている。また、各種イベントも自粛傾向となり、景気は格段に悪くなっている。
雇用関連		-	-	-
		-	-	-
		*	*	*
(甲信越)		求人情報誌制作会社（経営者）	周辺企業の様子	・周辺企業で台風19号の被害を受けたところもあり、近隣の交通網の乱れと同時に消費税増税による消費の低迷も重なり、求人に対しては様子見のようである。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・中国向けの出荷の落ち込みで、製造業求人は減少している一方で、サービス、運輸、建設業等の採用意欲は相変わらず高く、求人は高いレベルをキープしている。全体を通しては求人数は少しずつ減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の新規求人数が連続して低下している。米中貿易摩擦や日韓関係の悪化等の影響が少ないと思われていた食品製造も減少傾向にある。食品製造は軽減税率の関係で、駆け込み需要は余りないが、消費マインドの低下のあおりを受けているのではないかと。
	×	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・雇用条件が安定しないなか甚大な水害があり、秋の収穫祭イベントが中止となっている。被害の影響が大きく、当社も含め各企業共、商談が進まず、方向が見えない状況である。今まで以上に丁寧な対応が望まれる。
	×	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・台風19号の浸水被害で、管内事業所に被害が出ている。直接の被害で「工場が稼働できない、事業が行えない、部品が調達できない」という話を聞いている。観光業からは、「観光客が減っている」との間接的な被害の話も出ており、景気は悪くなっている。

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連		-	-	-
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・10月に入った直後は消費税上げの影響で大きく売上が落ち込んだが、後半になって食品を中心に売上が持ち直しつつある。
(東海)		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税上げの影響はあるが、予想よりも売上があった。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・景気や収入は良くなっているわけではないが、客の消費動向は下がっていない。食品持ち帰り時の据置きとキャッシュレス還元が下支えしている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏の初めは気温低下の影響などで販売数、来客数共に減少したが、秋になっても暖かいこともあり、来客数は例年より多い。ただし、台風19号の被害などで、10月だけみると天候災害に苦戦する部分もある。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊客は、海外からのビジネス客が多い。ただし、供給が増えて売上は前年比マイナスである。忘年会の問合せは比較的順調だが、レストラン利用は低単価の客が多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（営業担当）	それ以外	・消費税増税に伴う軽減税率の影響で、QRコード支払やクレジット支払による買物が増えている。業種によりその恩恵の差異はあるが、生活必需品の購入の際はお買得感があり、ふだんより買物をしている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・やはり明るいイベントがあると客の反応も良い。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・解約も多いが、純増率が上がっている。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月からのキャンペーンで今月もセット商品の売上があったことや、別の商品のキャンペーンが始まったため、販売数が増えている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・住宅賃貸業の第2の繁忙期である10月でもあり、3か月前よりもやや上向いている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が特になかったことで、増税後の売上に落ち込みはみられない。ただし低水準であることに変わりない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・消費税増税の影響は、今はそれほどないがこれから徐々に影響する。包装資材等の食品周りの単価は上昇している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・10月は例年客の少ない月ではあるが、やはり少なかった。特に火～木曜は来客数が少なく売上も落ちた。消費税上げが微妙に影響しているようにも見受けられる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の影響で、例年より前倒して販売量が増えた。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響はやはり大きく、特に高額品の動きは良くなかった。後半になると新作の投入もあり徐々に購入意欲は高まり始めたが、厳しい状況である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・災害が相次ぐなか、もう少し客足が遠のくかと思込んでいたが、天候不良の日以外はそのようなことがない。悪くなっているようには見受けられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の動きに特に変化はない。周りの飲食店も客足は戻ってきている模様である。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・消費税が増税されたが、アルコールを除く食品は8%のままなので、客の動向は変わらない。生花も扱っており、花は10%になったが仏花などは順調に売れているので、景気は横ばいである。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上高、粗利率共に予算を達成し続けている。ハロウィーンの菓子も、良い調子で売れている。
		スーパー（商品管理担当）	販売量の動き	・販売量の変化はなく、ふだんと変わらない。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響を余り受けることはなく、前月と同様の状態である。しかし、台風19号による休業が発生した分の影響は多少受けている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税のマイナス影響は思いの外ないが、毎週末の天候不順が影響している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店は繁華街の立地であるため、夜の客が増えれば景気が良くなると判断している。夜の客が低迷しているため、景気は良くなっているとはいえない。
		衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・消費税増税後ということもあり、反動減を不安視していたが、それほどの大きな影響は見受けられず、これまでとさほど変化はない。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はあるものの、家電は壊れたら買換える。客の購入の仕方、価格や選び方などには、何ら変化を感じない。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・消費税増税の影響は余りないようだが、価格を抑えたい客はまだ多い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両価格は、ハイブリッド車が客の関心の中心となりどんどん高くなってきている。今回新発売の新型車種も、今までのイメージからすると高価格となっている。客との話の中で、乗りたい車の価格上昇についていけないとの声もある。購買力の二極化が見受けられる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年同月比で受注台数が少し増えている。
		住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・新築戸建て住宅、新築マンション共に横ばいである。ただし、リフォーム工事や大規模改修工事等は、来年にかけても現場、見積りが多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔書籍〕(店員)	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、単価の高い商品の動きが悪い。台風19号の影響による営業時間短縮があり、前年の売上を3%ほど下回った。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・ほぼ売上は変わらなかった。少し買い控えている印象があった。
		一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・消費税増税となっても、余り気にしていない様子である。
		その他飲食〔仕出し〕(経営者)	単価の動き	・消費税の軽減税率やキャッシュレス特典などの措置により、今のところ生活での増税感は薄く、消費の落ち込みも見られない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響がどの程度あるか警戒していたが、政府の還元策もあり、販売量への影響はなかった。
		観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・全社的には3か月前とほぼ同じような結果となっている。一般宴会で団体の新規予約が数件あり増収となるが、館内外の食堂部門がすこぶる振るわず、前年並みの実績がやっとである。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・今月も当地域ではさほど台風や豪雨の影響もなく、客は旅行を実施している。今年は連休が多いので、年末年始の新規の問合せが滞っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・街中に人が少ない状態が続いており、飲食店経営者と話をしても、暇だという声しか聞かない。
		テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・台風19号の影響による悪天候が、週末の集客状況に大きな影響を与えた。天候の良い日は、目標の集客数に達する日も多いので、景気自体が下向いているとは言い難い。
		観光名所(案内係)	お客様の様子	・街を見ても客が少ない。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月も、台風による雨が多く入場者数が伸びない。これから月末は天候に恵まれそうなので、少し入場者は増えると見込まれるが、現時点では景気は余り良くない。
		パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・単価や来客数が変わらない。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え観光列車の増客に期待したいところだが、夏季とさほど変わらない状況である。
		その他サービス〔介護サービス〕(職員)	販売量の動き	・介護保険制度下で営業しているため、販売量が極端に変動したということはない。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・人材不足等があるが、大きな変化はない。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・今月に入って来客数そのものが減少傾向である。したがって、販売量や売上につながっていない状況である。
		一般小売店〔結納品〕(経営者)	販売量の動き	・消費税引上げから、個人消費は冷え込んでいる。
		一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・10月に入り売上は良くない。消費税増税前の8~9月は売上が上昇傾向にあったが、10月は苦戦し伸び悩んでいる。消費税引上げが重圧となり、法人も個人も財布のひもが固く、状況は3か月前と比べてマイナス傾向となっている。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込みが想定以上であり、増税後の落ち込み幅も大きい。衣料品や時計・宝飾売場等は客が少ない状況が続いており、売上への影響が懸念される。
		百貨店(経理担当)	お客様の様子	・行楽シーズンにもかかわらず、台風や豪雨などの天候不順によって、レジャー需要が大きく縮小した。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が予想以上に出ている。特に宝飾品等の高級雑貨の落ち込みが激しい。
		百貨店(販売担当)	販売量の動き	・ハロウィーン商戦は、菓子のような低単価商品まで不振である。仮装グッズは今年は初めから取り扱わなかった。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・中小飲食店では、消費税引上げ後、来客数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税が10%になって最初の月であるが、企業は経費削減に努め、売上減少に伴う利益減少の隙間を埋める努力をしている。輸出が減少している企業は、前年ほど利益は上がり苦勞している。消費者は台風19号以来支出が増え、財布のひもが固くなっている。全体の景気としては、企業も個人も余り良くなく、消費も厳しくなり10月の景気は良くない。
		スーパー（ブロック長）	競争相手の様子	・消費税増税後のキャッシュレス還元対象の企業に対抗する、非対象企業の販促強化策やポイント販促により、競争が激しさを増している。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・消費税増税後、来客数、客単価共に低下している。特に1品単価が前年より悪化しており、僅かではあるが低価格商品に移行している様子が見られる。
		スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響を受けてか、売上は前年比95%と苦戦している。3か月前と比べ5%下がっており、やや悪い結果になった。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響は思ったよりはなかった。いろいろなキャッシュレス還元制度もあるが余り関係ない。しかし、カウンターで作るファーストフードの販売が、前年と比べて厳しくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年比の来客数は前月より4%悪化し、消費税の影響とみられる。しかし、客単価の改善がみられ、前年比の売上は何とか前月並みを維持している。また、秋の販促策の効果で、新商品の菓子、加工食品や日用品の動きが良く、4~10%改善した。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこの販売量をみると消費税増税の影響は余り感じないが、来客数が減少しており、やはり節約志向があるように見受けられる。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・想定内ではあるが消費税増税により売上が落ち込んでいる。売上は前年比98.5%である。原因が明確なので小売業界にとってネガティブな雰囲気はない。年末に向けての消費マインド向上に期待する。
		衣料品専門店（販売企画担当）	単価の動き	・消費税増税後は、値段を一段と下げないと売れない厳しい状況である。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動減で、土日の売上が減っている。前回の8%への増税のときほどではないが1割ほどの売上減である。駆け込みに関係する売上変動を除けば、新規で大物を買う客が少ない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税引上げ後、販売台数が明らかに落ちている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が一服し、販売量は前年と比べて8割ほどとなり、予想以上に落ち込んでいる。自動車の場合、消費税増税後も他の税金の優遇があるため、トータルの価格は変わらないが、増税ムードにのまれてしまった感がある。ファミリー層を中心とした来客数も減っており、ある程度は覚悟していたが、かなり厳しい状況である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きや問合せの動きが少し鈍い。悪いというほどではなく、少し鈍化している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・9月末に消費税引上げ前の駆け込み需要があった反動で、10月は厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車によっては、消費税増税前より増税後の方が安く買えるという情報も流れていたため、駆け込み需要もほとんどなく、かといって増税後に購買意欲が上がったかというところでもない。ジリ貧状態が続いている。
		その他専門店【雑貨】（店員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
		その他小売【ショッピングセンター】（経理担当）	販売量の動き	・売上高は前年比12.2%プラス、来客数は前年比マイナス0.8%である。9月の売上増加は、消費税引上げ前の一時的なものであり、10月はその反動が起きている。
		高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・消費税増税、軽減税率対応がスタートし、客の節約傾向とともに、今月は台風19号などの自然災害の影響が、一部の地域で出ている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は消費税引上げがあり、出だしに客足が止まった。天候不順もあり厳しい1か月となった。ここからの反動に期待したい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・特に今月はラグビーワールドカップや野球の日本シリーズがゴールデンタイムにあり、客が来なかった。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・昼食夕食は主に地元の客が主体となるが、需要が伸び悩んでいることから、3か月前より来客数が減少傾向にある。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約のタイムラグが大きくなっている。
		都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・製造業を中心に、今まで開催していた宴会がなくなってきた。消費税の影響よりも、企業が今までと違う催物にシフトしており、ホテルでの懇親会よりもセミナーなどへ変わってきているようである。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・ラグビーワールドカップの影響か、消費税引上げの影響か、販売不振が続いている。
		旅行代理店（経営者）	それ以外	・ターミナル駅前のレストラン街では、昼時は今まで待ち時間が長いことが多かったが、客が減っているので待つ必要がなくなった。夜も混雑しなくなっている。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・改元のお祝いムードもあり、前年比で上期は好調だったが、落ち着いた感がある。取扱規模は平年並みで、そこに香港のデモや北陸新幹線の被災が影響した客があり、その分マイナスという状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月は非常に雨の日が多く、台風19号の影響もあり金曜日や土曜日は電車が止まるのではいかと客が早く帰宅した。台風被害も様々な地域で大きな被害がため、自粛ムードになっている。全体的に客が自粛ムードになっているのが大きな問題である。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・月次の新規契約件数が減ってきており、解約件数は高い水準のままである。客単価も確実に下がってきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・安価なプランへ移行する申込みは増えているようだが、新規申込みはほとんどなくなってきた。
		テーマパーク（職員）	お客様の様子	・台風の影響などで観光客が減っている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・客との会話では、消費税引上げにより、いろいろな物の値段が上昇し、景気が悪化しているようだ。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・天候が悪い日も多かったため、全体的に来客数が例年より少なかった。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・以前の状態と比べると、案件数の伸びが全くない。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・打合せの内容を聞いていると、景気の良くなるような話は聞かない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・天候不順のため様々な仕事が入り忙しいが、人手が足りず業者が選べずコストがかさみ、利益率の悪い仕事ばかり増えている。前年比で仕事は115%、利益は90%である。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税引上げとなり、年金生活の客は、年齢的な理由も含め耐久消費財である家電製品の購入には消極的になっている。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・メーカーや他の業種も、消費税引上げにより販売数が非常に良くないと言っている。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・10月の消費税増税後、飲食店への客の来店がなくなったと表現できるほど悪い。10月になり閉店する店もあり、閉店の相談を毎日のように受ける。飲食店からは、酒等は要らないから客を連れてきてほしいといわれる。
	×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・消費税引上げ後の土日は来客数もあり、ある程度の売上があったが、平日は閑散とした。来店客の年齢層が少し上がり、60代後半から70～80代が多く、買物というよりは散歩で見に来たようで売上は大幅に減少した。土日も来客数はそこそこあるが、見ているだけの下見の客が多い。
	×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、前半を中心に苦戦しているが、後半は戻り感も見受けられる。
	×	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・台風19号による臨時休業及び消費税増税の駆け込み需要の反動により、売上は苦戦している。災害による消費マインドの落ち込みもあり、前回の増税時より反動減が大きい見込みである。
	×	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・大手自動車メーカー系での期間工切りや残業圧縮の影響が出ており、来客数が低下している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税引上げの影響は感じていないが、災害の被害が連日報道されている昨今は、直接被害がない人も自重している動きがある。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、やはり、来客数、単価共に前年を下回る状況になっている。販促を強化しても、この状態は変わらないと見込まれる。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響に台風被害による消費マインドの低下が加わり、新車販売が大幅に落ち込んでいる。
	×	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数も少なく、天候不良などもあり、全体的に販売台数は伸び悩んだ。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、10月からの増税後に車を買う客が大幅に減少している。消費税増税の一方で自動車税の減税や環境性能割の軽減があり税金が多少安くなっているが、認知されていない。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税引上げの影響により完全に売上が減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・消費税増税に伴い、客の出費が外食に向いていないようである。販売量が減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・給料が出た直後は人の動きが多少あるが、ふだんの来客数が減少している。収入に関する要因が一番大きい。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・今年の10月は台風や大雨が多かった。パーマを掛けるのに雨の日は客足が悪い。
	×	理容室（経営者）	お客様の様子	・消費税引上げとは関係なく、客の回転が悪い。
	×	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・広告を出してもなかなか客が来ず、来店があっても所得が少なくローンが組めない場合が多い。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新築住宅の購入意欲も減っており、リフォームも一巡してきて受注額も減ってきている。大手ハウスメーカーからも同様と聞いている。
	企業 動向 関連 (東海)	-	-	-
		行政書士	受注量や販売量の動き	・生コン業者は、仕事が入り忙しいと言っている。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・予想どおり消費税増税の景気への影響はほとんどなかった。経済ニュースの大きなトピックではないが、即位礼正殿の儀やラグビーワールドカップの盛り上がりは、全国的に景気に好ましいムードであった。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が横ばいで、さほど良くない。台風による水害のため、出荷を控えている地域がある。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・こなしきれないほどの受注量が続く方向は変わらない。地域性や季節性ではなく、供給側が減っているように見受けられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界そのものが全体的に動きが悪く、監督官庁による規制等で設備投資が鈍っている。先行き不安による様子見で、当社製品の販売量も減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月ほど前から受注量、販売量共に横ばい状態が継続している。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・消費税引上げにより買い控えが起きると見込んだが、意外とそうでもなかった。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると売上は5%減っているが、その程度は誤差の範囲と考えているため、3か月前から大きな動きはない。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・定期的な仕事等が元請から出ていないため、仕事してもらえていない状況が2～3か月続いている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もほとんど感じられず、ここ数か月大きな物量変動がない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因以外の変動要因がない。
		通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月は、多くの会社で中間決算後の下半期スタート月だったにもかかわらず、受注もなければ見積依頼もない。小学校の運動会や各種イベントなど、世間のビジネスマンも家族イベントに忙しい月だったのかもしれない。
	通信業（総務担当）	取引先の様子	・客先の企業では、物流費削減のために輸送業務や倉庫業務の運用改善に取り組んでいる。その解決策として、システム構築や設備改善への投資による受注を取り込んでいるが、企業経営者は、今後の景気停滞若しくは後退への準備をしていることになる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品を作っている工場でも、現在は、忙しい部署と暇な部署がある。建築業も含め全体的にみると、業種等によりばらつきが大きいため、どちらともいえない。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・為替も株価も大きな動きはなく、個人投資家は様子見となっている。個人投資家以外の個人も、収入が増えた実感はないとの声が多い。ただし、消費税増税についての影響は余り聞かれない。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴天が多いこともあり好調に推移し、消費税増税でも料金の見直しをしていないためか、売上は前年同期を上回っている。駐輪場は低額で利用できることもあり、必要な出費を惜しむほど景気は悪くない。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きな変動はみられない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・受注量や売上は3か月前に比べてほぼ同じだが、客からは、よりコストダウンを求められている。
		公認会計士	それ以外	・客先の中堅・中小企業の業績は非常に厳しい。従業員の給与水準は向上しておらず、廃業等を検討している企業が増加している。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税が増税となったが、取引先では極端な買い控えはない。また、設備投資の予定もほとんどなく変わらない状況が続いている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・現状の受注案件を消化するのに手一杯で、新たな案件を受けることができない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・競合先においても生産のスローダウンが起こっている。半日で仕事が終わることもあるようだ。近くのパート用の駐車場も車が少なく、明らかに景気は下降している。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・原料価格高騰やエネルギーコストの上昇が予想以上に大きく、マイナスの影響を与えている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年より減少傾向にある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げや台風、豪雨等の影響により、受注量、販売量が減少し、景気はやや悪い。
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・取引先の製造品目の変化や世代交代のサイクルが短くなっている。立ち上がりからピークを迎える期間が短く、すぐ次の試作に入るため、当社でも素早い対応が求められるので、なかなか利益が出にくい。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車製造用設備では、引き合いや受注がないだけではなく、有力だった引き合いも、次々に投資中止となって消えてしまった。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で落ちている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・車関係、航空機分野の工作機械や部品製造関係の企業から、受注が前年より大きく減っていると聞いた。また、派遣会社からは、製造業向けの派遣社員の削減が急激に行われており、同一労働同一賃金の要望もあって中小の派遣会社では事業を続けられないのでは、との話を聞いた。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げの影響が、来場者数、成約数共に計画に届かない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は減っているが、人材不足のため忙しさは相変わらずである。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動や台風19号の影響により荷物の量が減っているが、一時的な状況と見込まれる。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・消費税引上げによる買い控えや消費税増税前の駆け込み需要の思いの外の低さ、中国経済の成長率の鈍化等で、景気回復はみられない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・規模の小さい事業所は好調だが、大企業の子会社は既に受注が減少するなど、景気後退の心配がしている。小規模事業所へは少し遅れて影響が出るのが常なので、これから悪くなっていくのではないかと。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量、受注量共に季節要因をみれば他の月よりも圧倒的に増える時期だが、他の月並みになっている。例年よりも10%くらい落ち込んでいる。
	×	輸送業（役員）	受注量や販売量の動き	・予想はされていたが、消費税上げが主要因と見込まれる一般消費雑貨関係の荷動きが低調であり、全体の輸送物量が前年を数%下回っている。
	×	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、荷物の取扱量は前年同月を下回っており、景気の後退感が、数か月間じわじわと押し寄せている。景気低迷の下降線が、そのまま維持されている。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞折込チラシの受注量が、前月に比べても15%ほど落ちている。
雇用関連		-	-	-
(東海)		人材派遣業（営業担当）	求人数の動き	・外国人労働者、外国人技能実習生へのニーズも高まり、積極的な採用活動が見受けられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の利用が上向きになっている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・3か月前は求人募集ストップの動きがあったが、前月より募集再開の動きがあり、自動車生産においては、徐々に良くなる動きがみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・ここ数か月、主要客である製造業での来年度の予算削減情報を耳にしていたため、景気は悪くなると考える。ただし、今月において予算削減の影響を受けているわけではないので、3か月前から景気には変化はない。
		人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・売り市場が続いており、採用が決まらずに同じ求人案件が継続して残っている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・世界的な貿易不況の影響か、製造業の非正規雇用の求人が明らかに減ってきている。
		職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年同月より8%強増加しているが、内訳は、定年退職者及び自己都合退職者の増加で、事業主都合退職者は減少している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人が14か月ぶりに増加となった一方で、事業主都合の離職者が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の求人数は、前年同月と比較すると僅かに減少しているが、前月との比較では増加している。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・有効求人倍率は依然として高水準で推移しており、企業の採用意欲は高く、景気の大きな変動は見受けられない。
		職業安定所（次長）	求人数の動き	・製造業を中心として、求人数は全般的に減少傾向にある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・大手メーカーの求人減など、業績の見通しの厳しさから発注が減少した企業が見受けられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・景気動向の変化により、選考段階で慎重な姿勢をみせる企業が増加している。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業の中でもばらつきはあるが、開発圧縮や残業規制などコスト抑制の動きが目立つ。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣の求人数、求職数共に前年を上回っているが、地域差が顕著で、都市部に仕事が多いため、求職者が郊外から都市部へ就業希望場所を拡大若しくは移動する傾向がみられる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新卒者の採用が、大卒、高卒共に予定数にいかないまままで終了する企業が多い。また、高卒対象の合同企業ガイダンスへの参加希望が、前年に比べて大幅に減っている。	
	職業安定所（次長）	求職者数の動き	・求人数は製造業中心に減少傾向にあり、さらに、求職者も業績不振による解雇者が目立ち始めている。	
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同一労働同一賃金の施行を控え、企業側に派遣活用の抑制が見受けられる。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連		-	-	-
(北陸)		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税の引上げに対する景気対策のキャッシュレス決済によるポイント還元の効果大きい。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・衣料品等の来客数は減っている。軽減税率等があるため、食品売場は変わらず推移すると考える。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・台風19号による大雨で多くの北陸新幹線が水没しているニュースを見たときは大変な衝撃を受けた。復旧にどれだけ時間が掛かり、流通はどうなるのかと心配したが、2週間を待たず暫定タイヤで奇跡的に復旧した。この2週間は正に北陸新幹線開業前に戻った状況だったが、いかに北陸新幹線に依存しているかを思い知った。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税の引上げと食品の軽減税率が実施され、酒などは月前半の販売量が減ったものの復調基調である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が変わらない。
		コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・前年は国体特需があり、売上は前年比で大きく下回るものの、一昨年比でみれば微減である。消費税の引上げでの落ち込みは特に目立っていない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ショッピングセンターの増床リニューアルが2件続いている。オープン当初は来客数が大幅に伸びているが、結果的に売上増は長く続いている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・消費税率が10%になったものに関しては、売上が減っている。極端に減っている感じではなく、ある程度減っている感じである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・リニューアルを実施したことにより単純比較ができないが、消費税の引上げによりこれまで伸びていた来客数が一旦落ち着いている。また、競合環境にも変化が出ており、その影響の度合いで状況が変わるとみている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・当店を含め周辺も閉店時間が早くなっており、客足が鈍くなってきて、変わらず低空飛行である。また、台風19号の影響で北陸新幹線がしばらく止まったことにより、人や流通などが回らなくなって活気がない。製造業関係も落ち込んできているとの話を聞く。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は96%、宿泊人数は92%、宿泊単価は108%である。大型インバウンド案件や2名1室の割合が増えて宿泊単価は上昇しており、宿泊売上は前年を上回っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・台風19号の大雨による北陸新幹線の運休で、観光の仕事がかなりキャンセルになり影響を受けた。一方で、仕事関係の客は何とか当地に来ようとしている印象を受ける。
		通信会社（職員）	来客数の動き	・台風19号によるイベント中止の影響があった。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	来客数の動き	・運動に一番良い季節になってきているが、新規入会が止まってしまっている。通常の会員募集にほとんど反応してこない。ネットでの体験申込みが辛うじてあるくらいである。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があった影響で、10月の第1～2週までは売上、来客数共に前年を5%ほど下回っていたが、月中から盛り返し、今月の最終予想では売上、来客数共に前年比で5%程度伸びる見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・日常生活の支出も抑え気味とみられるなか、住宅業界でもローコスト系の商品を選ぶ客とそうでない客がはっきりしており、安価な商品を選ぶ人が多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税の引上げで客の動きが鈍くなるかと予想していたが、今のところ変化はみられない。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来場者数の低迷が続いていることに加え、購入動機が弱い客の動きが主流になってきている印象を受ける。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・郊外の大型ショッピングセンター拡張の影響があると思うが、入込客は減少している。ただし、イベント実施時の入込客は相変わらず多い。回遊性を求めている客のニーズに合った商品や店舗が何かを真剣に考えなければならない。
		一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・売上、利益共に前年比減で厳しく、客からの引き合いも非常に少ない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響は大きく、客の買い控えなどもあり、販売量は大きく落ち込んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響や、郊外大型店の増床リニューアルの影響がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の9月最終の3日間における駆け込み需要は、お祭りのように特に好調に推移した。10月に入っての影響は、予測を大幅に下回る苦戦が続く。さらに、気温や台風など災害の影響で消費マインドが低下している。必需品以外の購入は皆無に近い。また、優待品などの低単価品やお買得品の購入はあるものの、定価品の購入は少ない。政府主導のポイント還元策の対応がない当店にとって、日用品の購入は特に影響がある。肌着や靴下などがより影響を受けている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の需要増の反動は限定的だが、当店ではキャッシュレス決済によるポイント還元の実施がなく、来客数の落ち込みがみられる。
		スーパー（店舗管理）	単価の動き	・来客数が低迷しているが、客単価の減少が目立ち、消費税の引上げによる消費者心理の冷え込みが見受けられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売、サービス共に厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後の反動という感じではなく、全ての物について購入が慎重になっている。今必要なもののみ購入している。
		自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・想像以上に消費税の引上げ後の反動が集客に影響している。月初の週末は平日並み、台風の影響も重なり厳しい状況となった。特に高額商材の動きは悪い。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・自然災害の影響で、予約のキャンセルがある。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・10月の売上は台風19号の影響で、実質キャンセルは600名で1200万円である。その後の北陸新幹線不通によるキャンセル、被災によるキャンセル等を含めると約2000万円減少している。
		都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・10月からの消費税の引上げと、台風19号による宿泊、宴会関係のキャンセルや規模縮小などにより、来客数の動きは悪くなっている。
		旅行代理店（所長）	お客様の様子	・消費税の引上げや台風のため旅行控えが目につく。北陸新幹線の不通によるものが多く、復旧開通後に期待している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・台風19号の影響で北陸新幹線が不通になったことから、観光客やビジネス客が来なくなった。そのため金沢駅を中心に客が減り、売上が激減している。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの新規契約数の推移をみると、今年度初めから徐々に低下傾向にある。10月の消費税の引上げで、家計の引締めが進んでいるのではないかと考える。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げに伴い来客数が減り、販売量も減っているように見える。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・前年同月比では、放送、通信サービス共に増加しているが、3か月前と比較すると若干契約数が減少している。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・10月は台風を中心とした自然災害や、北陸新幹線の一部不通等の影響、また、消費税の引上げの影響もあるのか、全体として国内の個人客や団体客の動きが大きく鈍っている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・イベントの来場者数や問合せ数は明らかに減ってはいるが、省エネポイントや住宅ローン控除の拡大を意識し、検討する客が増えてきた。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要も終わり、10月初旬は恐ろしいほど街中に人がいなかった。デパートではスタッフの方が多いような状態で、大変不安を感じる。
	×	商店街（代表者）	単価の動き	・今月は台風や台風による北陸新幹線不通の影響が非常に強く、売上が大幅にダウンした。来客数は思いのほか減らなかったが、単価が大幅にダウンしている。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月は後半に消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、最終的に前回増税時並みの伸びを確保したが、10月はその反動で消費心理の冷え込みがみられ、前年を割り込んで推移している。後半は持ち直してきており、前年実績を超える日も出てきた。最終的には前回増税後の2014年4月並みの前年比マイナスで着地の見込みである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数、売上金額共に1割程度減少している。朝と昼の売上の影響はさほどないが、仕事帰りで、一番単価の高い時間帯である夕方以降の売上の減少が大きい。消費税の引上げ対策の軽減税率はややこしい。キャッシュレス決済も、以前からキャッシュレスで会計している客の利用は相変わらずで、現金で支払う客は、キャッシュレスに興味を持たず、現金支払が中心である。対策が空回りしているように見える。
	×	衣料品専門店(経営者)	それ以外	・県内と市内で、2件の大型ショッピングセンターの大幅増床を伴うリニューアルにより、中心部の来客数が減少している。
	×	家電量販店(店長)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要からの反動がある。
	×	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・10月に入り、販売が極端に落ちてきた。今までにない変化である。他社の状況を聞くと、同様の状況だった。消費税の引上げの影響は大変大きい。
	×	住関連専門店(役員)	販売量の動き	・消費税の引上げ後の影響が大きい。
	×	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・台風19号の影響で北陸新幹線が2週間運休したことにより、来客数は例年に対して85%まで大きく落としている。秋の観光シーズンと重なったことも大きい。
	×	一般レストラン(統括)	単価の動き	・消費税の引上げで、来客数、販売数共に減少している。他社の値引きの販売促進などの様子を見ると、消費者は必要なものほど、より安いものを吟味して選んでいる傾向がある。その結果、外食も必要以上の量を求めず、単価を抑えて食している傾向である。
	×	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・北陸新幹線不通により、修学旅行を含む宿泊、宴会、レストランのキャンセルが出た。その上、消費税の引上げによる節約志向の高まりを強く感じる。価格転嫁ではなく値下げをしているが、販売量は全く戻らない。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・建設業では、当社も他社も公共事業の受注は順調に進んでいる。
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者の半数は仕事が忙しいという話である。
		食料品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・低空飛行は変わらない。積極的に販促を仕掛けてようやく前年を維持できるかといったレベルである。
		繊維工業(経営者)	取引先の様子	・用途によるが、衣料関連は特に悪い。資材、雑品関係については、稼働状況がそれなりに良いという状況である。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・毎月の受注は順調に推移している。
		精密機械器具製造業(役員)	取引先の様子	・全体量として余り変化はないが、どちらかという中～低価格帯商品の比率が高まっている感じがする。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・資金需要は低下しており、これから冬の時期に関する季節資金需要もまばらで、前年と同水準若しくは下回る水準で推移すると見込まれる。
		司法書士	取引先の様子	・新規事業の用地売買が複数あったが、建物取壊しの後、更地にするだけ、若しくは駐車場にするという案件も多い。
		税理士(所長)	取引先の様子	・今の景気が少しみえづらくなった。設備投資関係の先行きの見通しが悪いが、現段階では受注残がある。また、従業員等の残業が減ったことから、給料が減っている傾向がみえ、個人消費が非常に不安である。キャッシュレス決済のポイント還元などの兼ね合いで、衣料関係などが結構売れているということである。非常に不安を抱えながらであるが、それほど悪くはないと考える。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・受注状況は、分野によっては米中貿易摩擦の影響を受け、減少に転じているものがある。また、原材料費や物流費の高騰も影響を及ぼしつつある。加えて、台風などによる通行止めも各地で発生し、物流に影響があり、受注量の減少も招いている。
		一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・欧米市場、国内市場共に前年同月比で受注量が落ちている。
		通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・受注額が7月以降、4か月連続で前年同月を下回り、減少傾向に歯止めが掛からない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・小売店や百貨店からは、消費税の引上げによる買い控えは今のところ限定的との意見が多かった。一方で、北陸新幹線運休の影響が大きく、観光需要期の来客数の減少で、当てにしていた収益が頭打ちとなった小売業や飲食店、サービス業が多い。
	x	*	*	*
雇用 関連		-	-	-
		-	-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・依然として人材派遣システムへの求職者が増えない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・1回当たりの掲載件数がほとんど変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・実感として消費税の引上げが正社員の給与にじわじわと影響している。ポイントサービスを利用できる消費者以外は、買物時に消費税の引上げを実感しているのではないかと考える。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の有効求人倍率は1.98倍と、前年同月比で0.09ポイントの減少となっている。新規求人数は前年同月比4.2%と、僅かながら増加している。結果としては横ばい状態である。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・職業紹介も派遣も求人数が少ない。求職者も短時間勤務希望者などはいるが、フルタイム勤務を希望する登録者の数が少ない状況が続いている。
	x	-	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連		-	-	-
(近畿)		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税による減速を懸念していたが、それほどでもなく過ぎている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンド客が少し戻ってきており、卸売も堅調である。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・キャッシュレス決済の導入で、若い客が増えたと感じる。毎日の買物だと断然お買得であり、鍋野菜や果物の売行きも良くなっている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・消費税増税に伴う、キャッシュレス決済によるポイント還元で、当社は対象企業に認定されている。認定を受けられない同業他社との差は大きく、売上の増加に寄与している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・キャッシュレス決済のポイント還元の影響か、特に食品の売上がかなり好調で、客単価の押し上げにつながっている。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・丁寧な接客に注力するほか、スピードのあるアプローチを意識することで、他社の売場との差別化ができてきている。結局、客はどこかの店で買うため、対応の早さが結果につながったと感じている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が始まったが、予想したほど影響はなかった。一方、日ごとの気温差が大きく、インフルエンザ対策での除菌製品や手洗い製品、うがい薬やマスクの売行きは良い。
		旅行代理店（店長）	お客様の様子	・ラグビーワールドカップの効果で、海外から多くの観光客が訪れ、市場全体が盛り上がっている。国内客による海外旅行への関心も高まり、料金は関係ないという客も増えている。客の期待も高く、雰囲気は明るくなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引先の受注状況に、大きな変化はない。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9296円で、3か月前の8905円よりも上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・9月と6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9月が78.7%で、6月が97.2%、関東は9月が98.9%で、6月が96.3%、中部は9月が109.6%で、6月が92.0%、中国は9月が85.1%で、6月が113.7%となり、各地区合計の平均は9月が89.3%で、6月が98.4%となった。9月以降も京阪神地区は不調で、中国地区も前年のプロ野球チームの優勝による特需の反動で、今年是不調である。一方、関東、中部は比較的安定しており、地区によって差がある。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・災害続きで、販売量の増加など、なかなか数字につながらない状況である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響が和らいできたほか、台風19号などの被害で国際情勢の不透明感のイメージが弱くなり、不況感が少し和らいたのか、客の消費意欲が少し戻ったような売上となっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数は前年を上回り、販売量もほぼ前年を上回っている。消費税増税の影響は、化粧品などで落ち込みはあるものの、極端に大きくはない。食料品などの軽減税率による影響も、客はそれほど敏感になっていない。気温は高めであるが、衣料品も堅調な動きである。
		百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・9月下旬の消費税増税前の駆け込み消費は予想以上であり、宝飾品や高級バッグなどの高額品に加え、防寒衣料の購入前倒しや、化粧品などの消費財に至るまで、購入が増えた。このため、増税後の反動も想定以上となっている。従来は、前回の増税時とは消費者の動きが異なると考えていたが、結果は前回とほぼ変わらない。さらに、天候要因や災害などによる消費マインドの低下、営業機会の逸失も起きている。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動や、気温の高止まりで、酒や日用雑貨を始め、季節衣料、鍋物商材の動きが鈍い。ラグビーワールドカップでの日本代表の頑張りもあったが、食品に波及するまでは至っていない。台風被害などの報道を目の当たりにして、備蓄品や乾電池などの特需も生まれたが、全体を押し上げるには程遠い。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要はほとんどなかったが、増税後も売上は芳しくない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・特に来客数や買上単価などに変化はなく、その他の状況にも変化はみられない。天候に大きく左右された1か月となっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が、雑貨品を中心に若干残っているが、大きな影響はない。一方、軽減税率に関する混乱は余りみられないが、キャッシュレス決済のポイント還元については、運用をめぐる混乱がみられる。中小企業やコンビニを中心に適用されているが、今のところ売上に大きな影響はみられない。
		スーパー（社員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、食品主体の当社では一部の商品にとどまったため、今月に入っての落ち込みも大きくない。ただし、客の買物がやや少なくなったように感じる。
		スーパー（エリア統括）	来客数の動き	・消費税増税後の買い控えが、予想した以上に長く続いている。また、雨が多くて気温も高いため、秋冬商材の動きが非常に鈍い。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税による影響が出ている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・相次ぐ競合店の閉店で、来客数と販売量が増えている。ここ5か月は前年比110%前後で安定しており、特に消費税増税の影響もなさそうである。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・消費税増税の影響も余り感じられず、売上、来客数共に、大きな変化はみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ(店員)	販売量の動き	・前回と変わらず、来客数も落ちることはなく、店内は日々忙しい。外国人客のなかには、夜にホテルで過ごすために、コンビニでスナック菓子や酒、ホット商品、唐揚げや肉まん、おでんなどをまとめ買いする人が多い。今は、以前とは比べものにならないくらい、日中も外国人の客が増えている。支払の種類も増え、小銭の受渡しで手間取ることが減ったため、買物もしやすくなっている。
		家電量販店(店員)	お客様の様子	・消費税増税前に駆け込み需要があったため、今月の来客数の減少は想定内である。トータルで考えても、状況は変わらない。
		家電量販店(店員)	来客数の動き	・家電では消費税増税前の買換えが多かったため、その影響で来客数が減少している。
		住関連専門店(店長)	販売量の動き	・消費税増税や景気の先行き不安で売上は減っているが、取扱商品がたまたま近年のトレンドに合っているため、偶然にもカバーできている。ただし、結局のところは、利益が伸びていない。
		その他専門店[宝石](経営者)	お客様の様子	・10月から消費税率が10%になったが、特に変化はない。
		その他専門店[宝飾品](販売担当)	販売量の動き	・日用品や消耗品のように、消費税増税による買いだめや買い控えの影響が出ることはないため、販売量、売上の大きな変化はない。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・かなり忙しかった日の翌日は、非常に暇であったりと、客の動向が読めない月となっている。
		一般レストラン(企画)	来客数の動き	・10月初旬は消費税増税の影響もなく、来客数は前年を上回っていたが、中旬以降は台風19号や天候不順の影響を受け、4%程度減っている。月後半は天候要因だけでなく、やや営業自体が低調な状態となっている。
		その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	販売量の動き	・大きな変化はない。
		観光型ホテル(経営者)	販売量の動き	・10月は3連休の台風19号によるキャンセルが響き、計画をかなり下回る結果となった。キャンセルさえなければ、ほぼ計画どおりの販売量となったはずである。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・消費税増税や日韓問題、台風19号による悪影響を心配したが、来客数に大きな影響は出ていない。
		都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・消費税増税の影響を懸念していたが、目に見えるような影響は感じられない。レストランや宴会プランも実質値上げになっているが、受け入れられている。インパウンドでは、韓国からの客は減少しているが、その代わりに単価の高い東南アジアや中国からの取り込みが進み、収入は増えている。
		都市型ホテル(フロント)	販売量の動き	・稼働率が90%を下回る日も多く、低単価での販売が増えている。レストランをリニューアルしたが、来客数が伸びず、ディナー客の増加にもつながっていない。
		都市型ホテル(客室担当)	単価の動き	・東京オリンピックや大阪万博に向けて、新規ホテルが開業している。宿泊施設が供給過多になり、値崩れを起こしている。
		都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・宿泊については、前年のような台風による落ち込みがないため、予約は前年を若干上回っているが、客室単価の下落傾向は続いている。レストランについては、消費税増税による利用客の減少が若干みられる。一方、宴会については、今月は堅調に推移している。
		旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・台風の影響などで観光地がダメージを受け、客の旅行マインドは下がっている。また、ラグビーワールドカップの盛り上がりで、消費の対象が家庭やその近隣に向かい、旅行に向いていない。さらに、消費税増税の影響も、じわじわと財布のひもの固さにつながっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今までのように、手を挙げてタクシーを止める客が減っているほか、クレジットカード払いの客が多い。
		タクシー運転手	お客様の様子	・過ごしやすい季節になり、流し営業での客の乗車機会は若干減ったが、営業収入に大きな差はない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・ラグビーワールドカップが当市で4試合開催されたため、海外客が多く訪れ、客足が伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	単価の動き	・消費税増税の影響は7～10日間で収まり、想定内であったが、衣料品の動きが鈍い。
		美容室（店員）	来客数の動き	・来客数は少し増えている。秋になって髪の手入れをやる客が多く、ヘアカラーを中心にトリートメントの注文が増え、単価が上がっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・今期は公共事業が多く、住宅需要は土木関連の事業者などが支えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税の影響がある店と、影響のない店がある。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・台風19号の直撃によって営業日数が減少したため、来客数が減少している。また、訪日客の減少による影響もある。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税直後の今月初めは、落ち込みを少し心配したが、大きな変化はなく安心した。しかし、月中旬に発生した台風19号の被害状況により、来客数がどんどん減少した。当然ながら物を買う雰囲気ではなく、数字は一気に落ちた。日本全国のどこで発生するか分からない災害が続き、中旬以降は暗い雰囲気となっている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・10月は消費税増税の月で、台風19号も上陸したため、細かい理由にははっきりしないが、販売量は前年に比べて全体的に落ち込んでいる。台風19号の影響で営業できない店舗があり、宅配便などでも商品を届けられない状況はいまだに解消されていない。せっかくのラグビーワールドカップの開催による好影響も、全てかき消すようなムードがある。また、消費税増税による節約で、高単価の牛肉の動きも悪い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は販売量が落ちている。例年10月以降は冬物衣料の動きが増えるが、増税の影響なのか、今年は売行きが良くない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を下回る見込みである。月前半の天候不順による影響も大きい。消費税増税の影響が少ない食品関連も厳しい状況である。また、インバウンド需要も減少している。国内客が商品の購入を抑制する動きは予想以上に大きく、全アイテムで不調となっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・前月末の改装による効果もあって、売上全体は前年比で微減にとどまりそうだが、前月に消費税増税前の駆け込み特需があった反動で、国内客の売上はマイナスとなっている。また、インバウンドに関しても5%減っている点が気掛かりである。前年9月に関西国際空港が閉鎖した後、10月に売上が拡大した反動か、あるいは現状の中国経済の景況感を反映したのか、注視する必要がある。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・台風の影響はあったものの、テレビや雑誌などで節約志向をあおっていることもあり、消費税増税後の入店客数は減っているほか、買上金額も減っている。今回、増税の対象とならなかった食品の売上も、前年を下回っている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良客のうち、ほんの一部の客だけは、冬物の高額衣料品などを前年と同じように購入している。ただし消費税増税の影響か、全体的には高額品の消費は極端に落ち込んでいる。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は消費税増税や台風などの影響で、来客数は前年比で2～3%減少している。売上も前月は駆け込み需要によって増えたが、今月は14%減となっている。
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・月初から消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、来客数が減少している。税率の上がない食料品も、店全体の集客が減った影響で売上が苦戦した。中旬以降も雨の日が多く、衣料品を中心になかなか改善が進まない。期待していたインバウンドも、国内客と同じような動きがみられ、プラスにはつなげていない。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・10月に入り、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が続いている。特に海外の高級ブランド品や宝飾品といった、高額品の落ち込みが大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内消費では、消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想よりも厳しい。特に、婦人の服飾雑貨といったボリューム商品の販売減や、食品部門の選択消費の動きが顕著である。これは、当社がキャッシュレス決済のポイント還元の対象から外れた影響もある。また、インバウンドも海外情勢の変化により、増加傾向から一転して前年比で21.0%減となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想以上に大きい。また、駆け込み需要が少なかった衣料品までが苦戦している。入店客数以上に販売量や客単価の悪化が目立つが、災害なども多発し、消費マインドが低下している感はある。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・10月に入り、インバウンド客の動きは堅調であるが、国内客の入店は明らかに減った。さらに、価格を気にしたり、次の優待会を待つといった声も増えている。当初の予想よりも、消費税増税の影響が大きいと感じている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の消費の戻りが遅い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税以降、食品の動きは徐々に戻りつつあるが、食品以外は厳しく、今後の動きも不透明である。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・特売の日でも、にぎわいが感じられない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前にまとめ買いを行ったため、しばらくは買物を控えると、客自身が意識している。また、どの店に行っても同じ商品で目新しい物がなく、今購入しなくてもよいと感じている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・日ごとの寒暖の差が激しいために、季節商材の肉まんやおでんの売上が、思ったほど伸びていない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・平日の昼間の来客数は変わらないが、休日が少なくなっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前月には消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいたが、思ったほど伸びなかった。10月に入り、反動減はそれほどないとの予想に反し、売上は伸びていない。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後は買物を若干控える傾向にあり、客の動きが鈍い。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の落ち込みが大き過ぎる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・10月から消費税率が10%に上がったことで、買い控えなどが起き、自動車販売の引き合いがなくなっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が出ると予想していたが、当社が販売する輸入車に関しては、余り出ていない。販売台数は減っているが、別の要因が考えられる。
		乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数が減り、高価格帯の商品の売行きも悪い。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新規の来店客が明らかに減っている。今の車を乗換えず、車検を選択する人も増えている。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・今月に入り、来客数や売上が一気に減少した。前月までの買いだめ分もあり、広告やクーポンなどが全く効かなかった気がする。特に、単価の高い化粧品は軒並みひどく落ち込んだが、必要な日用品は普通に購入されていると感じる。
		高級レストラン（企画）	単価の動き	・競合施設との競争もあり、客室の販売単価のほか、レストランの客単価もダウンしてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・国慶節やラグビーワールドカップ、3連休、即位礼正殿の儀など、集客が見込める材料はあったが、予想に反し、特にディナータイムの来客数がかなり落ち込んだ。消費税増税の影響は、懸念されていたものの、ランチタイムへの影響は余りない。キャッシュレス決済によるポイント還元については、導入したくても申請後の処理が遅れているようで、その辺りの事情は消費者に伝わっていないと感じる。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・異常気象や台風により、大きな打撃を受けているなかでの消費税増税となった。消費意欲の低迷が顕著であり、増税への対応に各企業も戸惑っている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・自然災害によって新幹線が動かなかったこともあり、キャンセルが増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・消費税増税の影響で、プライダルの直近の予約に動きが全くなく、苦戦を強いられている。また、レストランも増税の影響を受けている。客室には増税の影響は余りなかったが、台風によるキャンセルや、ホテルの供給過多による客室単価の低迷に悩まされている。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・アジアからのインバウンドの宿泊者数は、依然として低迷したままであり、それを補う受注が少ない。
		旅行代理店(役員)	販売量の動き	・キャッシュレス決済によるポイント還元や、プレミアム付商品券などの消費税増税への対策で、消費の拡大が想定されていたが、様子見の客が多い。ラグビーワールドカップの盛り上がりもあり、旅行需要は伸び悩んでいる。
		通信会社(社員)	お客様の様子	・消費税増税に伴い、新たなサービスへの加入を控える兆しが出始めている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税増税の影響が徐々に出てきているように感じる。
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・市内中心部の地価は下降気味で、取引も低調である。売れ残りの物件が増えている。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は限定的といわれているが、当社では約1か月分の受注が増えたため、その反動で悪くなっている。
		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)	それ以外	・大企業の業績が下振れしている。
		その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・台風の影響もあり、今月の住宅展示場への来場者数は、前年比で1割減となっている。
		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・消費税増税や3連休での台風19号の影響で、不動産市場の動きは想定以上に落ち込んでいる。広告への反響、販売センターへの来場数共に、大きく減少している。
		その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・消費税増税の影響で、部品交換の見積りの成約件数が減少している。
	×	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・レストランや個人店舗では、消費税増税と同時に値上げをしている店がある。客足が遠のいているようで、余り良い傾向ではない。
	×	一般小売店[呉服](店員)	来客数の動き	・来客数、販売量共に少なくなっている。単価もかなり低下しており、店内で立ち回って買物をする客が減っている。当店の商品は高額品であるため、消費税増税の影響も出ている。
	×	一般小売店[花](店員)	来客数の動き	・消費税増税の影響で、買い控えにつながっている。
	×	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月は前年比で15%減と予想していたが、食料品を除き、満遍なく予想以上に悪い。台風などの悪天候も加わって、25%減と落ち込んでいる。
	×	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・10月に入り、生鮮食品を中心に一気に買い控えが起きた。特に、1週目は売上が前年比で10%以上減る日が続き、消費税増税の影響が感じられた。また、10月26日までの入店客数も5.6%減となり、衣料品や身の回り品を中心に影響が出ている。
	×	百貨店(マネージャー)	単価の動き	・気温がなかなか下がらず、コートなどの秋冬物の衣料品が前年比で57%減と厳しく、単価が上がらない。インバウンドも28.7%減と厳しい状況が続いている。
	×	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・消費税増税が始まり、必要な物しか買わない動きが強まっていたところに、台風19号による関東への大きな被害もあり、来客数が前年を割り込んでいる。また、インバウンド売上は、都市型店舗でも免税売上の動きが鈍く、前年を下回っている。米中貿易摩擦はやや落ち着いているが、経済成長が鈍化し、訪日客の消費がモノからコトへ変化していることも響いている。
	×	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や、台風の影響、気温の高止まりにより、来客数、販売量共に少ない。
	×	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・本当に今必要な商品しか買わない。また、洋服などは前年に買った物を着回しているように感じる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は、9月末に少し出ただけであるが、10月以降の消費の落ち込みは激しい。台風の準備などで一時的に需要が発生し、増税の影響が薄れると予想されたが、日用品や衣料品に対する購入意欲の落ち込みが激しく、前年比で10%程度落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の対策である、キャッシュレス決済によるポイント還元制度が分かりにくく、購買意欲がそがれている。高齢者はキャッシュレスという言葉自体を理解していない。高齢者に理解してもらうためには、クレジットカードでの買物は、請求時に5%値引きされるなどと表現するべきである。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は雨が多かったため、来客数が少なかった。客は節約を進めているようで、自分の服は買い控えていると感じる。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ており、前年の7割しか売れていない。
	×	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、前年比での来客数の減少が大きい。来店客は、テレビでは4Kチューナー内蔵、冷蔵庫は500リットル以上など、上位機種を購入する傾向にある。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税が始まった10月1日から1週間は、近隣の店舗や商店街、大型スーパーの人通りが減った。キャッシュレス決済のポイント還元制度をいち早く導入したが、高齢者には不人気で、制度の理解が得られず、利用も少ない。増税の後に台風19号や天候不順も重なり、全く景気が良くなるらない。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高級ホテルは入込に大きな変化はないが、低価格のホテルは動きが悪い。台風19号による3連休でのキャンセルも響いている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税による値上げや、自然災害などの影響が出ている。
	×	通信会社（経営者）	来客数の動き	・完全な官制不況である。電気通信事業法の改正によって誰が得をしたのか、さっぱり分からない。
企業動向関連 (近畿)		-	-	-
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月にしては気温が高く、飲料水の売上が少し良くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・世間の景気は、主に政治に関わる部分は悪くなっている。ただし、企業は景気が悪くなれば対応策を講じるようで、外部からの引き合いは大いに増えている。当社も業績を上げるべく、工夫を重ねている。
		広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・消費税増税後に落ち込むことが予想されたが、気温が下がったこともあり、思ったほど売上は落ちていない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税増税に伴い、キャッシュレス決済でのポイント還元が実施されている。消費者を相手にする小売業では、若い世代を中心に、ポイントに敏感に反応する客がみられる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税や台風19号で、販売量に大きな影響が出ると予想したが、食品に対しては軽減税率もあり、大きな影響はなかったように感じる。台風の影響は今後出るかもしれないが、関西ということもあり、今のところ大きな影響はない。
		食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・食品に限れば、消費税増税の影響は小さいと感じる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・1日当たりの生産量はほぼ前年並みであるが、稼働日数の減少で、全体では2～3%減っている。今は当地タオルの一番の需要期であるが、全体的には低調である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後も大きな落ち込みはないが、受注量は少ない。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・8月は韓国向けの特需があったが、9月以降は通常の販売数量に戻っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多品種少量生産にシフトしたため、急激な落ち込みはなくなっている。ただし、生産に必要な数量しか発注がないため、急激に注文が増えることもない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の景気は良くなかったが、今後もこの状態が続くようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が減少している。
		輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・海外の自動車関連会社からの、搬送機の受注量が増えている。ただし、国内の自動車関連会社への輸送機の受注が減っており、トータルでは相殺されている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始に向けての受注も、通常と変わらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調に推移しているほか、大型案件などの問合せもある。こちらの対応能力次第となるが、この状況はしばらく続きそうである。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客の平均予算が減ってきたように感じる。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・官庁関係の価格競争は相変わらず厳しいが、監理技術者や技能労務者不足で、入札に参加できない企業もある。今後も人手不足の問題は続くと思われる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税前に売れた分、今月はかなり売上が落ち込んでいる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価は好調で大企業の業績も良好なため、景気は上向きと考えたいが、中小零細企業には好景気を実感する機会がない。景気が上向けば上向くほど、好不調の差が鮮明になる。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず横ばいの状態が続いているように感じる。前回の東京オリンピック開催の前年度も、受注が減少したという取引先もあり、気を引き締めている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・消費税増税が実施されたが、取引先との会話では、以前よりも良くなっているとの回答はほとんどなく、変わらないとの回答が多い。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、前年の売上を下回っている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はない。
		繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・本社ビルの売却など、資金繰りのための動きが出始めている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で受注が前倒しとなった案件もあり、増税後は受注が若干減少している。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期に入って初めて、売上が前年を下回っている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響で、中国向け部品の受注減少が目立ってきている。
		金属製品製造業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で、家電製品の荷動きが鈍化している。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税により、不動産の動き、特に賃貸関連が悪くなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビのスポットCMの出稿状況が、例年ほど芳しくない。
		経営コンサルタント	それ以外	・どの業種も例外なく、消費税増税前に比べると落ち込んでいる。増税要因以外でも、最近の大きな災害による事業や商売への影響が重なっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、駅ナカ店舗でも、スーパーやドラッグストアといった日用品を扱う大型店舗は売上を大きく落としている。この影響は月中旬まで続いている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・設備投資に関する見積りは、今後少なくなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、消費税増税の影響は特になく、水俣条約に伴う問合せもない。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・工場設備に関しても、本来であれば年末に向けた更新案件が増える時期であるが、今の時点では動く気配が全くない。
雇用関連		-	-	-
		*	*	*

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(近畿)		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・今月に入り、一段と景気が悪くなっている。特に、人材派遣業界の動きはかなり鈍い。消費税増税の影響が出ていると考えられるが、特に心理的な面での影響が強く、企業は様子見の動きとなっている。
		新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人は縮小均衡の状況であるが、これから年末に向けて若干増加する時期となる。今月の時点では、景気を左右するような動きはみられない。また、米中貿易摩擦による中小製造業の求人への影響も、新聞求人への依存度がもともと低いため、大きな変化はない。
		新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみても、ここ3か月は特に変化の兆しもなく、前年並みで推移している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者の新規登録が減少したほか、新規求人件数も前年に比べてやや減ったため、求人倍率は前年を少し下回っている。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・大企業を中心に希望退職の募集案件が増えたほか、管内の企業が破産したことで300人近い解雇が発生したが、求職者の増加にはつなげていない。人手不足感が根強く、再就職先がすぐに決まる求職者も多い。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・今年度上半期の新規求人数は、前年比で0.5%減とほぼ横ばいであり、求職者数は6.9%減と、以前からの傾向に大きな変化はない。一方、企業の採用動向は様子見の状態にある。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	それ以外	・新卒採用に関する人材サービスでは、新卒紹介事業に対する企業のニーズはあるものの、学生の取り合いになって売上が伸びない。また、就職イベント事業では、学生が集まらないため、企業の出展が伸びず、売上は伸びていない。人手不足で企業のニーズはあるが、業界の景気が良いとはいえない状態が続いている。
		学校[大学] (就職担当)	それ以外	・消費税増税による消費者の変化はないように感じる。かつてのような買いだめはみられなかったほか、コンビニやスーパーでも、客の動きに余り変化はみられない。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数が前年比でマイナスの状態が続いている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣の求人件数が微減となっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・災害対策関連での、高時給で短期の派遣案件には一定数の応募があるが、通常の派遣への応募が伸びない。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・派遣の決定までに時間が掛かっている。
		新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・落ち込み状態であった求人数に、回復の動きがみられない。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者が増加傾向にあり、特に前年比では増加が目立っている。
		民間職業紹介機関 (マネージャー)	採用者数の動き	・人材業界全体で、前年比での実績がかなり悪化傾向にある。
		学校[大学] (就職担当)	求職者数の動き	・人員削減に関する報道があるほか、業界によっては採用状況が悪化したり、業績が悪化する企業も出てきている。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		-	-	-
		スーパー（業務 開発担当）	販売量の動き	・政府のキャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券等の影響があるのかもしれないが、今のところ販売点数や金額が前年を上回っている。
		コンビニ（エリア 担当）	来客数の動き	・来客数は回復しているが、単価が上がらない。
	コンビニ（副地 域ブロック長）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が心配されたが、キャッシュレス・消費者還元事業などがあり、食品類の販売点数は減少していない。コンビニ業界でも新しい決済方法を利用する客が増加している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手 テーマパーク (業務担当)	販売量の動き 来客数の動き	・前年と比べ、売上がやや増加している。 ・3連休の台風接近もあったが、コスモス開花状況も良く、テレビなどで多く取り上げられたこともあり、連休明けの平日も比較的多くの人が来園している。
		観光名所(館長)	来客数の動き	・当地域は台風19号の影響が少なく、即位礼正殿の儀による祝日がプラス要因となり入場者が増加している。消費税の引上げの影響が現時点で余りなく、天候による悪影響が少ないことがプラス要因になっている。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、客が落ち着いており、来客数は多くないが、意識の高い客が増加している。
		住宅販売会社(営業担当)	来客数の動き	・新規の問合せが増加傾向にある。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・今月に入り、再び客が買い控えをするようになってきている。
		一般小売店[洋裁附属品](経営者)	来客数の動き	・季節が良くなり、イベントも幾つかあったので、来客数が多少増加している。
		一般小売店[印章](経営者)	お客様の様子	・今月は法人関係は動きがあるが、個人客の注文が少なく、また、ポイント還元は高額商品ではプラスとなるが、日用品の販売ではプラスとなっていない。
		百貨店(売場担当)	来客数の動き	・消費税の引上げがあったが、中旬に開催した消費税の引上げの影響の少ない物産展が好調で、来客数も前年を超えている。
		スーパー(総務担当)	販売量の動き	・依然として、前年と比べ来客数が減少、客単価が横ばいの状態が続いている。ただ、軽減税率が適用される商品が大半のため、消費税の引上げの影響は余りみられない。
		スーパー(販売担当)	販売量の動き	・現時点では消費税の引上げの影響が出ていない。
		スーパー(販売担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、9月の売上が前年比110%、来客数が前年比114%と増加したため、その反動が心配されたが、今のところ大きな影響もなく順調に推移している。当店の平均客単価は2500~3000円であり、客も消費税の引上げによる負担を余り気にしていない。
		コンビニ(支店長)	競争相手の様子	・コンビニ業界は人手不足等の影響で時短化が進み、新規出店も少なくなっており、客のコンビニに対するイメージが悪化している。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げ後も特に買い控えは進んでいない。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	販売量の動き	・消費税の引上げ後の売上が減少している。
		家電量販店(販売担当)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動はあるが、利益は前年を上回っている。
		乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・消費税の引上げ後、販売台数が前年の70%と予想以上に落ち込みがひどく、新型車発表の効果も出ていない。
		自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げ後も心配していたほどの落ち込みはない。
		その他専門店[土産物](経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ以降、来客数が1割ほど減っている。プレミアム付商品券の使用はあるが売上自体は減少しており、このままでは厳しいのでキャッシュレス決済の導入を決めている。
		その他専門店[和菓子](経営者)	来客数の動き	・大きな変化は見当たらない。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・客が消費税の引上げを織り込み済みのこととして捉えており、来客数も余り減少していない。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・景気は良くなってはいないし、上向いている様子もない。
		観光型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・毎週末の台風によるキャンセルが目立ち、思った以上に来客数が伸びていない。
		観光型ホテル(支配人)	来客数の動き	・消費税の引上げがあったが、来客数は前年と変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・台風や消費税の引上げの影響などで9月まではやや景況感の悪化がみられたが、G20の開催地に伴う特需でホテルとしては一時的な増収となっている。しかし駅の改良工事や新規ホテルの開業など市場環境は厳しい状況にあり、特に婚礼や祝賀会などの個人的イベントが減少している。
		旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・台風の都度、変更やキャンセルがあり、慌ただし い。
		旅行代理店(支 店長)	販売量の動き	・旅行業界では事前に旅行代金が確定し、消費税の引 上げ前の駆け込み需要の反動がほとんどないため、売 上は減少していないが、増加もしていない。
		タクシー運転手	単価の動き	・消費税の引上げ後、カード払いやiD払いの問合せ が多く、対応をしていない当社はかなりの客を逃がし ている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜の乗車は少ないが、朝昼は変わらない。
		通信会社(総務 担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ後も新規加入件数は好調である。
		通信会社(経理 担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ後、客が消費を抑える傾向にある。
		通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業の関係でキャッ シュレスが進んでいくと思われるが、10月以降特に格 安スマートフォン販売の際にキャッシュレスに関する 問合せ、引き合い、購買の動きが少ない。
		放送通信サー ビス(総務経理担 当)	お客様の様子	・客の延滞率は横ばいである。
		テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・軽減税率等の影響はあるが、景気は変わらない。
		観光名所(館 長)	来客数の動き	・消費税の引上げによる来客数の減少もなく、今のと ころ変化は感じられないが、韓国からの旅行者数は大 幅に減少している。
		ゴルフ場(営業 担当)	来客数の動き	・予約数は例年と変わりなく、韓国からの来場が減少 し、国内が伸びている。
		設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はなく、引上げ後 の客からの引き合いにも変化がない。
		設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・消費税の引上げ後の住宅取得に対しては、次世代住 宅ポイント制度等で消費者への支援策が手厚く用意さ れているが、それでも様子見の状態動きは鈍い。
		商店街(理事)	お客様の様子	・消費税の引上げや台風等の災害の影響もあって、客 が買物に対しても慎重になっている。
		商店街(代表 者)	単価の動き	・子供服はいらないという感じがあり、危機的状況に 陥っている。
		一般小売店[食 品](経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で総額では値上げになってい るため、消費意欲は減退している。キャッシュレス還 元については利用が進んでいる。
		一般小売店 [茶](経営 者)	販売量の動き	・食品を扱っているため消費税の引上げの影響は受け ていないが、今月に入って、一段と売上が厳しくなっ ている。
		百貨店(経理担 当)	販売量の動き	・消費税の引上げもあり、ほとんどの部門の売上が前 年割れとなっており、来客数も前年を下回っている。
		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・消費税の引上げ直後はかなり厳しい状況であった が、月末が近づくとつれて、次第に回復している。
		百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動でアクセサ リーや化粧品の動きが鈍い。手袋や帽子などシーズン 雑貨とトラベル関連の商品の動きはやや良い。
		百貨店(営業企 画担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり売上 は低迷し、自社クレジットのみのキャッシュレス決済 も余り効果が出ていない。また、例年10月は好天が続 くが、今年は天候の悪い状況が続く、悪影響を与えて いる。
		百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・200万円以上の美術品等は売れているが、販売量は 前年を下回っている。
		百貨店(外商担 当)	お客様の様子	・消費税の引上げで客の購買意欲が冷え切っている。
		百貨店(購買担 当)	お客様の様子	・消費税の引上げ後、想定以上に来客数や売上が落ち 込んでいる。紳士服、婦人服、子供服といった衣料品 関係は、本来であれば秋物が最盛期に入っているところ であるが、全く客が来ない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、客の購入点数が明らかに減少している。無駄なものは買わないという傾向が強く、広告商品や特売商品などの低単価な商品だけを購入する客が多く、景気が悪いときの商品動向となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げのため、客の購買数量が明らかに落ちている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数は前年を下回り、客の消費も落ち込んでいる。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数だけでなく、客単価も低下している。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響は大きく、軽減税率が適用されているとはいえ、消費税の引上げ前に比べ、節約志向は強くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ後も食品は軽減税率で税率が8%のままだが、全ての商品の税率が10%と思っている客も多く、食品、雑貨、たばこなどを含め、全体的に売上が厳しい状況になっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・どこに行っても展示会の売上が悪い。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、キャッシュレス・消費者還元事業の関係で、カードの申込みが増加している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・前年の販売量と比較すると、軽四輪車は新型車効果で前年比110%、登録車は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で前年比80%となっており、全体では前年比90%と厳しくなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響かどうかは不明だが、販売台数は前年を下回っている。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・土日も平日と変わらず、来客数が少ない。
		その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げで客が落ち着いており、買物に慎重である。
		その他小売【ショッピングセンター】（支配人）	販売量の動き	・消費税の引上げ前に好調だった商品カテゴリーの動きが高額品を中心に鈍くなっている。
		その他小売【ショッピングセンター】（管理担当）	お客様の様子	・アウトドア関係の商材の売上は比較的良好だが、服飾衣料を中心とした物販は来客数が増加しても売上が伸びていない。イベントなどの集客は一時的に混雑があるが、客が引くのも早く、客の財布のひもは固い。
		高級レストラン（事業戦略担当）	販売量の動き	・台風の被害地域の予約数が大幅に落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年配者や専業主婦がメイン客層となるランチタイムの来客数が前年の90%を割り込んでいる。また、仲間同士の飲み会や食事がメインの平日の来客数は、21時までは前年並みだが、21時以降は前年の70%まで落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・カードを使い慣れている客には、キャッシュレス・消費者還元事業はプラスになる。ただ、現金を持たなくなっている客が増えているものの、まだ、カードの利用に慣れてない客が多い。
		その他飲食【サービスエリア内レストラン】（店長）	お客様の様子	・1ランク下の商品を購入する客が多い。
		都市型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響かどうかは分からないが、全体的に売上が伸び悩んでいる。
		都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・大会、学会、観光のトップシーズンを迎えたがインパウンドの動きが鈍化し伸び悩んでいる。国内も台風の影響によるキャンセルと出控えが見受けられる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げで料金が上がったことに加え、台風等によるイベントの中止もあったため、乗車が落ち込んでいる。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・消費税の引上げにより景気はやや悪くなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・月々の支払について緊縮する傾向がみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・週末を中心にした天候不良、大型台風による甚大な被害のため客の動きは鈍い。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・西日の問題で、安全確保のため、発売時間を短縮してレースを行っていることもあり、売上が減少している。
		美容室（経営者）	それ以外	・過去にない求人難である。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、来客数は減少し、売上単価も低下している。商店街の中には前年に比べて売上が3割減少している店舗もある。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・自然災害等で観光客数が減少し、地元客の生活用品以外の消費も減少していたが、消費税の引上げ後、状況は更に悪化している。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が大きく来客数が減少している。
	×	一般小売店〔靴〕（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後の売上の減少を見込み、新商品開発とネット販売に注力してきたが、売上は予測よりも悪くなっている。
	×	百貨店（人事担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、買い控えがみられる。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ半年以上来客数が前年の97%前後で推移していたが、消費税の引上げで今月は前年の94%まで落ち込んでいる。一方、客単価は前年の102%となっているため、売上は前年の95%となっている。
	×	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の一部の商品の駆け込み需要の反動もあり、買上点数及び来客数は前年割れとなり、既存店売上も前年を大幅に下回っている。
	×	家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、売上は前年比85%と、前年を大幅に下回っており、特に冷蔵庫、洗濯機、エアコンの落ち込みが大きくなっている。
	×	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・来客数が減少し、それ以上に販売量も減少しているため、売上が悪化している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、新車販売も車検での来客数も激減している。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・来客数が明らかに減少している。天候の影響も多少あるが、一番の要因は消費税の引上げによる買い控えである。
	×	通信会社（広報担当）	それ以外	・客が商品の良しあしよりは価格で決める傾向がある。
	×	美容室（経営者）	競争相手の様子	・自分だけでなく、他の同業者も売上が落ち込んでいる。
	×	美容室（経営者）	販売量の動き	・秋に向けて商品の入替えを行ったが、客の反応は今一つで、興味は示してもらえませんが、購入にはつなげていない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品の受注量や販売量は落ち気味ではあるが、現時点では良い状況である。
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・売上は、卸、小売共に前年と比べ、5～7%増加している。実需時期が近くなってきたこともあるが、小売では消費税の引上げ前の引取りが多くなっている。一部の商品群では、9月末納期指定の受注が相次ぎ、前年と比べ、売上が2けた増加している商品もある。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要による販売増がある。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、安値が続いており、しけの日でも高値ならいらぬというような客が多いため、物量も動きが鈍い。
		食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・製造業については変化がなく、製品を輸送するトラックの数も変化していない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要や反動減もなく横ばいで推移している。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注は落ち込んだままである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・台風15号、19号等により被害を受けた取引先もあるが、現時点では当社への影響が把握できていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資機材の価格上昇、納期に時間が掛かる、人件費の上昇などマイナス面はあるものの、物件数があるために利益率の高い好条件の物件を選択できている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の受注量等に大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税の引上げの影響もなく前年並みの販売額で推移している。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・情報系設備投資は前年度と比べ横ばい状態である。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ後のマイナス影響はみられない。業種単位で悪化しているものを除き、個々の企業努力やポイント還元施策によって状況を維持している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風や大雨などの自然災害が多く、日常生活に活気が感じられない。消費税の引上げ後の受注も一段と厳しくなり、計画を大幅に下回っている。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・米中貿易摩擦の影響で、主力商品である苛性ソーダの中国向け輸出が低調であり、製品在庫が増加傾向にある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・生産量が落ち込み、残業体制不要の職場が発生している。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・輸入材など値下げした材料が入ってきており、国内市況が下落傾向となっているため、取引先各社は従来価格で販売できず、苦戦している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今月は受注量が激減し、特需案件を除くと生産能力の半分程度しかなく、受注環境の厳しさが一層強まっている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・主要客からの受注量は当月中においても下方修正されている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・手持ち工事量の安全圏とされる2年を割り込む造船所が出ており、マーケットの回復を待たざるを得ない状況が続いている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・特に個人の取扱数量で、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が顕著に出ている。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元の完成車メーカーの世界販売が新型車を含めて伸び悩み、生産台数が徐々に減少しているため、地元の系列部品メーカーの受注は低下基調をたどっている。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・水産物の確保が国内、海外共に低調で関連企業に影響を及ぼしている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数は、前月に比べると悪くなっているが、2～3か月前と比べると余り変わっていない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が若干減少傾向にあり、客情報からも少し控え目の内容で進行している。
	x	-	-	-
雇用 関連 (中国)		-	-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・一部業界で求人の動きが弱くなっているが、全体的に人材不足感は継続している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・県内の製造業、小売業、サービス業いずれも求人件数が引き続き堅調である。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・今年の大卒の新卒採用はほぼ終了し、次年度の採用計画を立てる時期となっている。広島県内の企業の大半は採用人数がほぼ前年並みである。早期化するスケジュールに対し、インターンシップの開催や業界研究会への参加を検討する企業がメーカーを中心に目立つほど増えている。3月1日の広報解禁日を前に、いかに学生に認知してもらえるかが採用成功の鍵となっているように見受けられる。広島県の企業多くは開催時期を8～9月よりも、就職活動直前の1～2月にしている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、建設業で技術者や作業員のこれからの繁忙期に向けての求人提出が各社からあり、前年同月比で6割増となったが、この業界の人手不足感が顕著に現れた結果となっている。求人全体では横ばいで推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・一部の製造業では米中の貿易摩擦等の影響で生産調整を行っている状況だが、全体的にみると前年同月に比べ新規求人数は増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・企業の成長過程における管理部門強化のため中間管理職など有識者を採用ケースが増えてきている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・求人数の動きが芳しくない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・求人はあるが、求職者数が少ない。就職希望者はほぼ全員が内定を得ている。
		人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・例年、9～10月にかけて求職者が増える傾向にあるが、今年は前年と比べても少なく求職者の動きが停滞している。定着率が高いという見方もできるが、求人数と求職者数の対比からも求職者の減少がみられる。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・自動車関連の業務量低下や消費税の引上げに伴う小売業の売上低下など不調要因はあるが、好調要因はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・当県の有効求人倍率は全国2位の水準であるが、企業の求人数はややマイナス傾向にあり、先行きは不透明である。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人が2か月連続して前年を下回っており、その中でも宿泊業、飲食サービス業からの新規求人の減少が目立っている。短期間では判断しづらいが、飲食サービス業等の募集活動に若干の変化がみられる。
		職業安定所（職業指導担当）	周辺企業の様子	・事業所の閉鎖等の相談が依然と比較し徐々に増加している。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	求人数の動き	・次年度からは大手企業でも求人数を絞り始める企業が出てくる。
	×	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・10月の求人数が減少している。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連		-	-	-
(四国)		-	-	-
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の駆け込み需要はほとんどなかった。また、反動減も余りなかった。
		百貨店（営業管理担当）	販売量の動き	・消費税増税後の反動から高額品や化粧品などを中心に前年を下回って推移している。また、比較的影響が少ないと予想された食品も前年割れとなり、全体的に消費の冷え込みがみられる。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・コンビニは軽減税率の対象品が売れ筋商品なので消費税増税の影響は軽微である。また、キャッシュレス決済はポイント還元があるため前年より5%伸びている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・前年同月は、たばこの値上げの影響で来店客数と客単価が下落していたため、今月は売上が前年同月を上回っている。しかし、景気が良くなっているとは考えられない。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が非常に大きく取り上げられ、小売業などは大変な変化が起こっている。観光業も客の意識が変わっているが、小売業とは少し異なっている。当店の客の動きは余り変わっていないが、業界全体としては当地への入込は少し減っている。これは他の戦略もあるので、増税の影響だけではない。
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で売上は少し落ち込むと予測をしていたが、余り落ち込まなかった。ただ、客の様子は、消費税増税より、増税に合わせて物価が上昇したという反応が強い。便乗値上げではなく、元々物価が上昇傾向にあったものを、増税に併せて実施したようだ。全体的に物価が上昇したことで、今後は買い渋る動きが出る可能性がある。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響もあるのか、来客数が増加せず、なかなか受注に結び付かない。しかし、間際の受注拡大に期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・秋は、本来ならお遍路さんが増えて忙しい時期だが、今年はお遍路さんが少なく、売上、水揚げは増加していない。
		通信会社（技術）	販売量の動き	・当社サービスの新規加入数と解約数がほぼ同数である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響は余りない。
		設計事務所（所長）	それ以外	・いろいろな業界団体や各種団体、企業のゴルフコンペが非常に多い。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・消費税増税後、キャッシュレス決済のポイント還元を上手く活用できている店舗以外は、大資本企業も含めほとんどの店舗で多かれ少なかれ売上は減少している。高額品やブランド品においては9月に駆け込み需要もあり、反動減は覚悟をしていたが、いつまで低調が続くのか先が見通せず不安でならない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税に加え、豪雨災害等で消費者の消費意欲が鈍化しており前年比の販売量を下回っている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・キャッシュレス決済のポイント還元が10月から始まり、月初めはキャッシュレス決済を初めて使ってみようという客が来店したため、来客数が多かったが、10月後半からは来客数が大幅に減少した。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・前月の消費税増税前の駆け込みの反動か、今月は客の動きが悪い。
		百貨店（販売促進）	販売量の動き	・10月の消費税増税の影響が大きい。9月に大きくプラスとなったカテゴリーを中心に今月はマイナスとなっている。
		スーパー（店長）	それ以外	・消費税増税が10月にあってから、特に消耗品等の先買いできるものは月初から販売量がマイナスとなった。最近は徐々に回復しているが、全体ではまだ戻りが不十分である。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税前の買いだめなどの影響や、中小事業者対策のポイント還元策など、大手が対応できない制度が原因で来客数が減少している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月、消費税増税後に意外と売上が減少してないのは、キャッシュレス決済のポイント還元のお陰かもしれない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、10月は来客数が極端に少ない。9月は駆け込みかどうかは分からないが、意外と良かったが、今月は出足が低調である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は消費税が10%になり、中旬は台風19号の余波で相当な雨も降ったため、全体的に消費動向が悪い。特に10日頃までは消費税増税の影響で昨対が厳しかった。その後は、やや低い程度で推移している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あったものの、それほど盛り上がりはなかった。しかし10月に入って消費税増税の影響からか受注が芳しくない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・来客数がとても少なく、売上も伸びていない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入り週末の観光客が増えた。それは有り難いことであるが、観光客が増えたことで、地元の人が週末の予約を取りづらくなっている。当店は地元の常連をメインに営業しているため、週末の来客数が減り、業績はやや悪くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比べて、単価も水揚げも低下している。管理職をしている客の声として、「部下を誘っても、以前のようについてこない。急に言われても困るといわれる。コミュニケーションの取り方、及び飲みニケーションの在り方が変わってきた」ということを、聞くことが多くなっている。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・消費税増税前に少し駆け込み需要があったが、10月はそれ以上のマイナスが発生しており、回復の兆しがみえない。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要の反動がみられる。
		競輪競馬（マネージャー）	来客数の動き	・来客数の推移は少し増加傾向にあるが、売上収入は1割弱の減少が続いている。全体的には経済の低迷によって、利用者の財布のひもが固くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響は余り感じないが、毎年10～11月は客が動かない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・36年前、地元デパートを閉店に追い込み、旧来の中心市街地に壊滅的打撃を与えた県外資本のデパートが、逆に来年、撤退することが決まった。大店法の廃止の弊害と街づくり三法の無機能ぶりを象徴する出来事が次々と地方都市に起きつつある。ネット社会を前提に郊外型店舗を無条件に許可する制度を再検討すべき時に来た。
	×	商店街（代表者）	それ以外	・消費税増税の影響が出ることは、ある程度は予想していたが、予想以上に消費者のマインドが低下している。キャッシュレス決済によるポイント還元も、上旬は大したことはなかったが、中旬頃からキャッシュレス決済の支払率が増加しており、現場でも店頭でも煩雑な作業に追われている。
	×	一般小売店〔乾物〕（店員）	販売量の動き	・消費税増税後に景気が良くなるわけがない。また、当店が入っているデパートの撤退が決まったので、将来についても全く分からない状況である。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税後、消費者の財布のひもが更に固くなったようで、家庭用も飲食店への納品も売上数が減少した。
	×	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて、10%以上落ち込んでいる。売上はそれ以上に落ちており、消費税増税の影響が強く出ている。
	×	スーパー（財務担当）	単価の動き	・消費税増税後、客単価が低下している。
	×	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前月の消費税増税に対する駆け込み需要はそれほど大きくはなかったが、今月はそれ以上のマイナスで推移している。前年比で78%で推移しており、予想以上に厳しい。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税の影響で買い控えが生じている。
	×	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・消費税増税に伴い来客数が減っている。
	×	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で契約数は大幅に減少している。自動車は購入時ではなく、登録月の税制が適応されるが、9月までは購入時の税制が適応されると思っていた客もあり、来客はあったが、それもなくなった。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の新車受注状況は、前年比70%以下で推移している。
企業 動向 関連 (四国)		*	*	*
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・フェイスマスクの売行きが良く、特に国内企業を通して中国に輸出している分の売上が良かった。キッチンペーパーの売行きも安さ勝負のところはあるが、注文が多かった。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・消費税増税後に決算期を迎える取引先は、増税前の駆け込み需要で内容が改善している。また、試算表でも、9月が改善している会社が多い。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後は、小売店の店頭での売上は全国的に厳しい。当社は企業別注などもあり、10月は前年比ではほぼ同じくらいの売上を保っているが、市況は良くない。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・今月の受注は消費税増税の次月なので落ち込みを予想していたが順調に推移した。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・9月は消費税増税前の駆け込み需要が日用品分野でみられた。10月は反動があるのではないかと危惧していたが、特に影響はない。前年並みに推移している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きに大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー施設の建設受注は、注文の数がずっと減りつつあり、今は低いところで安定している。営業も頑張っているが、やはり件数は少ない。
		電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・製品出荷量は3か月前と比べほぼ同程度の数量で推移している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事共に、先が読めない状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上半期は、公共事業が見通しどおり発注されたことで、受注量並びに売上も見込みどおりの展開になっている。自治体の災害、減災、メンテナンス関連の業務についての発注もされており、全体的に悪くはないが、良いとまでもいえない。ただし、企業間で格差が生じていることは確かである。
		輸送業（営業）	取引先の様子	・小口積み合わせ貨物の運送で業務提携する複数の他県同業者より、連絡運輸中継料金の値上げに関する強い要請がきており、一部提携先については値上げ要請を受け入れた。慢性化する労働力不足や働き方改革への取組を背景に経営コストが上昇している状況はどこも同じで、規制緩和後以来の過当競争を受け、荷主向けの値上げ交渉が難航するなか、同業者の間でもその原資を求める傾向が顕著となってきた。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・造船以外の産業用機械関連の受注案件が減少している。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・単純に消費税が上がっただけでなく、マインドがかなり悪い。人手不足及び働き方改革の影響だろう。ただ、企業がとうとう汰されれば、結果的に良くなるかも知れない。
		輸送業（経理）	取引先の様子	・国内物流は台風、水害等の顕著な影響はないが、客の動向に影を落としている。海外貿易による物流の動向は前月同様に推移しているが、客によっては下向きになっている。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、各社の広告宣伝費への予算投下が慎重になっている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、販売促進広告は予想以上に削減されている。
		公認会計士	取引先の様子	・今月の客の決算書、試算表等を分析すると、前年比で、余り変化がない。消費税増税の影響などは、これから現れるが、今のところは、前年と同じ程度である。
	x	-	-	-
雇用関連		-	-	-
(四国)		-	-	-
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・消費税増税に伴い、消費意欲が低下すると思えたが、駆け込み消費の影響は余り極端に出ていない。ただし、求人数については相変わらず人手不足であり、求人雑誌の反応も弱いので、派遣会社へ問合せは多い。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣の依頼数が横ばいで推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前年に比べ減少傾向にあるものの、なかなか充足せず、依然として介護や建設分野では人手不足感がある。
		職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・管内の企業整備の情報が9月に大幅に増加したが、10月は通常に戻り、8月以前の状況に戻っている。11月の状況を注視したい。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・就職活動では内定式も終わり、一部の公務員等の結果発表を除きほぼ終了しつつあるが、企業等からまだ就職活動中の学生がいるかどうかの問合せはある。
		求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・完全失業率はかなり低く推移しているが、どの業種も人手不足のため、解決策が見いだせずにいる。人手不足による売上減などが起こっており、景気はやや悪化している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・民間各社が広報予算を年々絞ってきており厳しい状況が続いている。
		民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・大手百貨店の閉鎖が決まり、様々な業界で動揺が広がっている。地場企業も多くが取引をしており、売上に占める百貨店の割合が高い企業も多く、閉店後に売上をどのように埋めていくかに頭を悩ませている。まさに企業の死活問題に発展していく可能性もある。県、市等の対策が急がれるところである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・消費税増税の影響もあり、全般的に求人数が減少している。求職者数も少なく派遣就労になかなか結び付かない。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)		-	-	-
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・2か月先の年末は、正月用飾りが出る時期で、来客も徐々に増えるため、期待をしている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税引上げにより、食料品にも消費抑制が起きると予想していたが、むしろ前年比では増加している。残暑の終了で秋らしくなり、青果、牛肉等の価格も落ち着いており、食料品は、今のところ消費税引上げの影響を感じない。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・主食だけでなく、デザート等の購入も増加している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比較して、最近の客の動向として、まとめ買いの傾向がある。客単価が上がり、売上も上がっている。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・10月の消費税引上げで、9月に駆け込み需要はあったものの、今月の売上は、前年を5%ほど上回っている。低価格の食品スーパーマーケットでの売上は上向き傾向で、消費税引上げによる低価格を求める動きは強くなっている。キャッシュレスポイント還元について、導入の混乱は継続しているが、反響は多い。
		観光型ホテル（総務）	競争相手の様子	・九州地区でラグビーワールドカップの試合が開催されたことに伴い、アジア以外の外国人客が増加している。一般飲食店やパブリックビューイングを行うファンゾーン等がにぎわい、平日、週末を問わず中心市街地に人が多い。
		都市型ホテル（販売担当）	単価の動き	・9月の売上、宿泊稼働率は、計画や前年比を下回っていたが、10～11月の売上は、前年比を既に超えている。インバウンドは良くないが、国内の客の動向が良い状態である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・訪日外国人の観光客減少が続いているが、ラグビーワールドカップ等により、多くの外国人が当地を訪れ、街全体に活気がある。また、若者のタクシーアプリ利用が増加しており、売上も伸びている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・土日祝日ばかりでなく、平日も前年より予約状況が順調に推移している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数もやや減少し、そのうえ店内滞留時間が短くなり、買上点数が減りつつある。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税引上げの影響で、売上減少が懸念されていたが、予想ほど落ち込みはない。高齢客が多い店舗では、カード決済利用者が少なく、現金支払が多い。2%負担増になっているものの、市町村のプレミアム付商品券等の政策が多少効果があり、売上に変動はない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・気温が例年と比べて暖かいことにより、売上が上がらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客数が、前年比の110%、売上は108%で推移している。9月から競合店が1店舗閉鎖しており、当店の売上は良い状況であるが、会社全体では、客数は96.6%、売上は98%となり、消費税引上げ後の買い控えがみられる。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税引上げの駆け込み需要後、前半は大きく落ち込んだが、中旬以降は、徐々に来店客数が戻りつつある。しかし、衣料品は、気温が高いことが影響し、依然として低調である。	
	スーパー（統括者）	お客様の様子	・消費税引上げが実施され、対象でない食料品には、ほとんど駆け込み需要は発生していない。当社は5%消費者還元対象企業であるが、客の財布のひもが固くなっており、売上増加にはつながっていない。	
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・消費税引上げの影響が大きく、客数、客単価共に低下している。特に客単価の下げ幅が大きく、前年を下回っている。ポイント還元の影響で、キャッシュレスが多くなっているが、全体的には厳しい状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月から消費税引上げが施行されたが、コンビニエンスストアの売上は、食品の占める割合が圧倒的に多いため、消費動向にそれほどの変化は見られない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税引上げ前後で、売上には余り変化がない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・気候に左右されるカップ麺やパスタ等の客の購買意欲が、例年より減少している。今後の気温次第では、温める商品が売れていくが、今月の動向は、例年と変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・消費税引上げ前に、物の動きが若干あったが、景気とは関係がないと考えている。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税引上げの影響を心配していたが、客足、売上共に前年と変わらず推移している。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は前月に比べ、中旬にやや高くなったが、現在は下落傾向である。10月は3連休や祭りイベントがあり、他県からの誘客に期待していたが、3連休は天候に恵まれず、燃料油等の販売量は前年並みである。
		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）	販売量の動き	・当月は、消費税引上げ後の売上不振を予測していたものの、マイナスの影響は1週間だけで、毎週徐々に売上を回復している。まだ、10月は締めていないが、最終前年比100%を見込んでいる。消費税引上げ対策であるプレミアム付商品券やキャッシュレスポイント還元は、消費者にとって分かり難く、効果があったとはいえない。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・ランチタイムは安定した来客数であるが、ディナータイムの集客が苦戦している。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ラグビー等一過性のイベントばかりに行政は金を掛けており、長期的な目線での景気上昇になる政策は全くない。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・観光シーズンに入り、客足は伸びている。地域内に閉館したり、個人向けに改築する旅館があり、その影響で団体の予約が増加している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今年の雨は異常のため、タクシー利用は倍になっている。しかし、晴れの日の利用は少ない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・引き合い数は、ほぼ横ばいで、内容や費用も特に変わらない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量の増減に影響のあるイベントがない。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・今月は、個人客より団体・ツアー客が非常に多くなっている。クルーズ船で来場している客も多い。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・大雨等の災害の影響もあり、不景気の流れになっている。秋の消費対策が必要である。おしゃれ産業も景気が今一つ乗れていないのが現状で、景気が回復していない。
		美容室（店長）	お客様の様子	・来客数が減少すると予想していたが、意外にも客に理解があり、消費税10%が受け入れられている。客数には変化がなく、客単価が上がっている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税引上げの悪影響もなく、来客数や販売の動きは変わらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・10月から2%の消費税引上げが施行されているが、対面販売である商店街は、百貨店やスーパーマーケットよりも駆け込み需要の影響が小さいと考えられる。客に高齢層が多いため、売上は変わらない。
		一般小売店 [茶]（販売・事務）	来客数の動き	・今月から消費税が引き上げられたが、当店の商品は軽減税率対象であるため、現状と金額が変わらないが、例年と比較し、来客数は減少している。全商品が消費税引上げ対象と勘違いしている消費者もいる。キャッシュレス決済も導入したが、来店される客は、高齢者が多いため、ほとんど現金支払になっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税引上げが実施され、高額な商品を販売しているテナントでは、駆け込み需要が多かったが、10月の売上にその反動が顕著にみられる。一般テナントは、前回の8%への引上げ時より影響は少ない。ただし、全体の買い控えや客単価の下落から、消費意欲の減退が感じられ、特に衣料品の苦戦が顕著である。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・想定どおり消費税引上げの影響がみられる。月末にかけて、駆け込み需要の反動も若干解消されつつあるが、年内は影響が残ると予想している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・毎週の台風接近、降灰、消費税上げの影響で、土日祝日の来店客数が低下し、また友の会口座振込みの満会率や引換特設会場への来場者数が減少している。消費税上げ後に自社クレジット催事と大催事を連動開催したが、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は、反動で売上・伸長率共に減少している。ただ、中旬以降はダイレクトメール催事と大催事、友の会満会の相乗効果で、平日の来店率が改善している。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税上げ後でもあるため、明らかに客の購買意欲は低い。駆け込み需要もあったが、しばらくは、買物に対する慎重さが継続する。
		百貨店（プロモーション担当）	販売量の動き	・政治問題の影響で、韓国からのインバウンドが引き続き大きく減少しており、化粧品やぜいたく品で影響が出ている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・軽減税率やキャッシュレスポイント還元事業の内容が、今一つ消費者に伝わっていない。消費税上げの影響により消費マインドが低下し、財布のひもが固くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・祝日の増加や天候不順、韓国人の減少も影響し、ビジネス街で人の動きが鈍い状態が継続している。ただし、消費税上げ前と比較して、客単価は減少しておらず、キャッシュレスポイント還元による買上点数の微増も見受けられる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税上げの影響について、小さな店舗での少額の購入では顕著には出ていない。景気よりも天候不順の影響が大きく、来客数の減少が発生し売上が悪くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税上げに伴うキャッシュレスポイント還元事業の不参加には、大きな影響はない。しかし、前年のたばこ値上げの反動での落ち込みに比べ、客数の前年比が想定より上がっていない。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・前月の消費税上げ前の駆け込み需要による反動が出ている。しかし、前年のたばこ値上げ後の低迷から、今年度は好調に推移している。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・想定内ではあるが、消費税上げの駆け込み需要の反動により、売上が前年割れしている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（企画担当）	来客数の動き	・消費税上げ後の買い控えに加え、特に韓国のインバウンド需要の落ち込みが大きい。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・天候の影響により、新幹線や航空機の利用が悪くなり、当県の来訪が余りない。また、消費税上げの対応が分からず、料金もすぐに入らないため困っている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年との比較では、確実に集客数が減っており、客単価も下がっている。プレミアム付商品券に期待していたが、利用は少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・変わらない韓国の情勢と、施設数の急激な増加のありを受けている。既に価格競争も激化しており、来客数の減少を単価で補う動きもみえている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・日韓問題後、キャンセルは収まっているが、例年並みの予約件数に戻っていない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税上げにより、若干消費に影響が出ている。ラグビーワールドカップやプロ野球日本シリーズに助けられ、やや良くなっているものの、本来の景気の強さではないため、厳しい状態である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・10月から消費税が10%になり、来客がない。
		その他サービスの動向を把握できる者 [フィットネスクラブ]（営業）	来客数の動き	・消費税上げや韓国観光客減少の影響が若干出始めている。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・材料費や人件費は上昇しているが、仕事に対する対価はそれに伴って上がっていない。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・消費税上げの影響により、景気が若干悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・オーナーからの紹介件数も消費税引上げの影響で減少傾向にあり、展示場来場者数含め客の動きは緩やかになっている。
	×	商店街(代表者)	お客様の様子	・想像以上に消費税引上げ前の駆け込み需要があった反動で、かなり落ち込んでいる。客の購買意欲は低く、単価も下がっている。来街客数や販売量も減少し、厳しい状況である。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費税10%の影響により、来客数が激減している。
	×	一般小売店[鮮魚] (店員)	お客様の様子	・来月に同業者がまた1人廃業する。当市の鮮魚小売は大変苦戦しており、漁獲量が上がりず魚が少ないため、漁師も廃業している。深刻な状態で、今後を危惧している。
	×	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・天候や消費税引上げの駆け込み需要の反動で、売上が大幅に落ちており、苦慮している。食料品に対する影響度は小さいが、それ以外の衣料品、日用雑貨、高額品の落ち込みが非常に大きい。加えて、訪日外国人も厳しい状況になっている。
	×	百貨店(経営企画担当)	単価の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動で売上が減少している。3か月前と比較すると、客単価が大幅に低下している。
	×	百貨店(売場担当)	競争相手の様子	・消費税引上げ後となった今月の見通しは91%で、3か月前から4.7%下落している。今月は気温が高く、各店共に衣料品の動きが良くない。食品は当店が96.3%、他店でも93.5%と悪い状況の中でも90%以上を維持している。
	×	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・9月末の数日間は、高額品を中心に消費税引上げ前の駆け込み需要があったが、10月はその反動により、軽減税率の食品以外で、大きく減少している。唯一、ラグビーワールドカップ関連グッズのみが好調である。
	×	スーパー(店長)	販売量の動き	・今月に入り、消費税引上げの影響が出ている。単価も下がり、客数も減少するなかで、特に衣料品関係は、かなり厳しい状況になっている。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・当店はホテル立地にあり、韓国旅行客減少が大きな原因で、売上が落ちている。今後の情勢により、客の動向に変化が出てくる。
	×	衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・現在の客の動きが悪い状態は、消費税引上げの影響による可能性がある。
	×	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・依然として、来街者、来店客共にほとんどない。
	×	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・消費税引上げの影響で、客数、客単価共に減少している。
	×	衣料品専門店(総務担当)	販売量の動き	・10月の消費税引上げにより、販売数量が非常に減少している。
	×	家電量販店(店長)	お客様の様子	・前月の消費税引上げ前の駆け込み需要が想定を上回るものだったため、その後の冷え込みも想定以上となっている。さらに、電気通信事業法改正の影響で携帯電話買換えの客が激減し、非常に厳しい状況となっている。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・消費税引上げに伴い、売上の数字は悪くなっている。この状態が一時的であるかどうかまだ判断できないが、現状の景気は悪い状況である。
	×	家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・消費税引上げ前の特需の反動が大きく、当社だけでなく、業界全体が前年比60~70%で推移している。
	×	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・確実に販売量が減少している。
	×	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・今月は新車、中古車共に販売台数が大幅に落ち込んでいる。消費税引上げの駆け込み需要はほとんどなかったが、消費税引上げ後の買い控えは、強烈的な逆風となっている。
	×	その他小売の動向を把握できる者[ショッピングセンター] (統括者)	販売量の動き	・韓国人観光客減少によるインバウンド売上減少と天候変動は、アパレル業界に与える影響がとても大きい。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・当市では、ラグビーワールドカップが10月に5試合開催され、県内外からの多くが来訪している。ただ当店のような割烹料亭にはその影響はなく、世の中の動きと景気が一致していないのが現状である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (九州)		*	*	*
		農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・関東・東北地方の災害により、野菜の単価が上昇している。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・新規受注見込み先や米中貿易摩擦の影響による中国関連の減少を補う既存取引先からの引き合い等から、キーワードは車載関連の取引に行き着く。しばらくは、この傾向が継続される。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・10月からの消費税上げで、景気後退を予想していたが、ラグビーワールドカップや大型複合商業施設のオープンで、人の動きが活発である。数字としては、まだ分からないが、良い状況である。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の売上は、何とか計画どおりに落ち着きそうであるが、例年と比較すると、行楽や運動会の需要が、期待したほど伸びていない。スーパーマーケットや量販店、居酒屋等の外食も前年と比較すると余り伸びず、引き合いも弱い。消費税上げの影響だと考えられる。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上や今後の物件情報共に、消費税上げ後の影響はない。しかしながら、景気そのものは小売やコントラクト物件共に上昇基調ではない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・地元、福岡、東京でイベントを行い、売上はまずまずであったが、産地全体としては、受注がなく活気がない。以前の景気に戻ることは難しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の受注量は、米中貿易摩擦が原因で、2～3か月前から横ばいである。客も在庫調整等を行い、動きを取っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注状況としては、前月とほぼ変化はない。業界によっては、多少の違いはあるものの、受注予定が先送りになり、急に仕事の空白状態が発生し、困っている状況である。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・景気が良い状況は変わらないが、年度末に向けて減少している。7～8月の災害発生の影響により、当初の残り発注分で、いまだに発注されていない物件が多数あり、早期の発注を期待している。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税上げの影響で、10月の取扱が大幅に減少すると危惧していたが、9月に大幅な増加がなかったことで、10月は、大きな落ち込みはない。ただし、これから年末に向けて在庫が増加する傾向にあり、メーカーもできるだけ在庫過多を避けている。メーカーによっては、欠品商品が発生しており、倉庫での取扱が大きく伸びていない。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・食料工業品関係では、災害の影響で野菜が高騰し、荷動きが悪くなる傾向になっている。それ以外は、特に変化がない状況である。
		通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税上げの影響による駆け込み需要がみられた。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・労働需給が引締まっていることから、雇用者所得は緩やかな増加傾向にあり、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直している。住宅販売も、分譲中心に比較的高水準で推移している。
		金融業（調査担当）	それ以外	・融資残高の伸長率は、プラスで推移している。内訳は、大企業向けがやや減少したものの、中堅企業、中小企業向けは横ばいである。また、融資利回りは、漸減傾向が続いている。総じて地方企業の資金需要は、引き続き一定の水準を堅持しており、3か月前に比べて大きな変化はないと捉えている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・小売業の取引先で、キャッシュレスポイント還元等があり、消費税上げ後の大きな売上に影響はない。また住宅メーカーでも、現状では消費税上げの後の売上減少はみられない。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・取引先の様子に変化はみられない。人手不足の状況は続いており、新卒、中途を問わず人材確保に苦戦している企業が少なくない。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	取引先の様子	・デジタルサイネージ関係の取引先では、東京の景気は良いとの反応であるが、福岡を含む西日本エリアは良くない。	
	広告代理店（役員）	取引先の様子	・消費税上げに関する客の発言量が低下し、不安感も一旦収まっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況を聞いても、変化がある状態ではない。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・10月の定例会議での意見では、新しい動きが見られないと判断している。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・取引先の業績は前年並みで、悪い兆しは見受けられないが、倒産する企業も出ているため、油断ができない状況である。ある経営者は、生命保険の全損処理ができなくなったため、本業の設備投資を行い、償却を取る等、種々検討している。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村からの調査、計画策定の委託業務は、見積依頼があるが、前年と同様な業務を同金額で提出すると高いと指摘される場合が多い。財源不足を理由にするケースが多く、予算化された場合、予算より安くしないと受注できないため、売上が減少する。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・前年末をピークに、受注や引き合いは、徐々に減少している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・中国・韓国共に減少傾向が続いているため、依然として生産が上がってこない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・表示に関する法律が厳しくなり、健康食品全体の市場が低迷し、特に高額製品の売行きが落ちている。一方、男性化粧品は好調に推移し、発毛剤、フェイスケア等、高額製品の定期購入も増加している。しかしながら、市場が小規模であり、今後の市場拡大に期待している。
		金融業（営業）	取引先の様子	・製造業は、米中貿易摩擦に端を発し、需要減少により受注は減少している。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・消費税上げと韓国客の激減により、売上は前年比20%減少で推移している。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・下請企業にとって、最低賃金アップの影響で、多くのものが値上げになり、ダブルで苦しい資金繰りになっている。非常に危惧している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先は、短期的な受注減少が予想され、先行きは極めて不透明である。
雇用関連 (九州)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・中心市街地再開発オープンに伴う人の移動は現在も活発で、近辺商店街へのシャワー効果も続いている。ラグビーワールドカップほどではないが、世界女子ハンドボール大会もありインバウンド効果も多少は好影響を与えようとする。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人との問合せや、登録希望者数に変化がない。下期に入った10月は落ち着いており、状況は変わらない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・婚礼が激減しており、売上に影響が出ている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・相変わらず、新規求人数の動きは鈍いため、好転する兆しがなく、状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は、引き続き高水準で推移している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・求人受件数は、前年比で減少している。景気動向による求人数の減少ではなく、就職活動を継続している学生が少ないと考えた企業の動向、及び既卒採用へと移行したことによると捉えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の求人数が激減している。中心地の事務案件、直接雇用切替の紹介予定派遣等の受注が全く動いていない状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・採用難により、求人手法の多様化が広がっている。人手不足で仕事が受注できない状況も多く、最近では、外国人研修生の採用を耳にするようになってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・当市では、数か月前まで、街中で韓国人観光客を見掛けていたが、今では、ほとんど見掛けなくなっている。これまで、消費を支えていたが、今後は心配である。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・離職者数は、特に大きな変化がないものの、雇用保険失業給付の申請者が増加傾向であり、再就職先が決まらないまま離職しているケースも増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規の求人数が減少し続けている。新規求職者も減少しているが、減少幅は求人の方が大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・2か月連続で、求人数が前年比10%以上減少している。新規求職者は、前年より増加しており、有効求人倍率は、4か月連続で前年比を下回っている。管内の主な3産業のうち、2産業で、求人数の前年比が2か月連続減少している。
	x	-	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数が増加し、客単価も上がっている。
		住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・住宅展示場への来場組数が前月比50%増と5か月ぶりに増加、前年同月比でも同様に7%増と、来場組数が増加している。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・客室稼働率は、前年同月実績を下回る状況が3か月前と変わらず、なかなか回復しない状況である。正直なところ、今年に入り客室稼働率が前年実績を上回った月がない。
		住宅販売会社（代表取締役）	販売量の動き	・個人住宅、投資建築案件などバランス良く工事受注できている。
		百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・免税売上の減少傾向に加え、消費税増税の影響もあり、衣料品を中心に過去にない厳しい状況となっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・やや悪くなっている。まだ消費税増税の影響があるのか、客も慎重に購入しているとみられる。
		旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・台風、大雨などが続き旅行や出張等が相次いでキャンセルとなり、売上自体がかなり落ちている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・国内災害や、韓国、香港の状況の影響がある。
	x	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街では近年、単価が落ちており商売が偏ってきている。物販店は売れなくなり、代わりに出店した飲食店が多くなるにつれて、客の奪い合いで単価が落ちている感がある。消費税増税の影響も多々あるのではないかと。
	x	スーパー（販売企画）	来客数の動き	・今月は消費税増税の駆け込み需要の反動でやや悪くなっていると考えられる。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・10月は年間で一番数字が落ちる月で、なおかつ消費税増税で例年より地元客の動きが鈍い。また、週末はいろいろなイベントが各地であり、早い時間の入客が落ちている。
	x	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・連休の台風の影響、韓国入域客数、中国人観光客の消費等の具合が悪い。ホテルの数も増えたことで、客の取り合いになって厳しい状況になっている。
企業動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共向け出荷は前年比減、民間は前年比増、全体では横ばいとなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・契約が全く止まっている。
		輸送業（経営企画室）	取引先の様子	・国内小売大手である取引先の海外店舗への出荷が増大している。香港や韓国等、現地の情勢や外交問題もあるが、影響が出ていない部分での景気に関しては、変わらず好調な様子である。
		食料品製造業（総務）	取引先の様子	・食料品は制度として消費税増税の影響はないが、消費行動が慎重になっているのか、売上が振るわないとの取引先の情報がある。
	x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		*	*	*
		人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・求職者数が減少している。
		求人情報誌製作会社（編集室）	求人数の動き	・10月の週平均求人件数は701件で、3か月前の783件と比較すると82件減少している。また、前年同月比でも96件減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年のこの時期には、2次募集3次募集と追加の求人があったが、今年は求人情報がびたりと止まっている。来年度の就職市場が変化しそうな心配がある。
	x	-	-	-