

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|--|--|
| 家計 動向 関連 (北海道) | | - | - |
| | | 百貨店（売場主任） | ・前回の消費税増税時は増税の4か月後に前年並みの売上まで回復した。今回も前回と同様の傾向で推移すれば、1月以降、景気が良くなるとみられる。また、外国人観光客の動向については、今年の中国の春節が1月となり、当地の冬の恒例イベントと時期がずれることで来客数が分散され、1～2月にかけて上向くことが期待できる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・キャッシュレス・消費者還元事業が続く限り、現在の景気の良い状況が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・消費税増税から少し時間が経過することで、多少は景気が良くなると期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・例年、北海道においては10～12月の消費が落ち込み、1月からの春先需要で盛り上がることになるが、消費税増税の影響があるため、例年よりも消費が冷え込むことが見込まれる。ただ、新車種などの発売も控えているため、2月以降の回復が目に見えており、今よりも景気は良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・春に向けて新型車の発売が控えていることに加えて、消費税増税の影響が12月で底を打ったとみられることから、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・流氷観光を中心とした冬季観光での集客が期待できる。ただ、消費税増税に伴う個人観光の抑制、前年はあった韓国からの観光チャーター便の運休などが懸念要因として挙げられる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・年度末を控えて駆け込み需要が生じることが見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・通信端末の値引き制限により、実質的な価格が値上がりしたが、そのことに対する客の理解が僅かずつではあるが、広まっていることから、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ここ数か月、大幅ではないが、売上が増加しているため、今後も同じような傾向で推移することになる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・例年と同様に、出控えの時期となるため、地域住民の日用品購入に伴う来街は見込めても、それ以外での来街者が増加することは見込めない。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・どこを探しても景気に影響を与えるような大きな変化は見られないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・12月の芳しくない状況から、短期間では回復しづらいとみられることから、ここ2～3か月はこのままの状況が続く。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・年が明けたことで、消費税増税の影響が少しずつ薄れていくことになる。また、春節の影響で外国人観光客が増え、消費が活発化することが見込まれるため、売上は前年並みに回復することになる。 |
| | | 百貨店（営業販促担当） | ・消費税増税に対する影響は徐々に薄れていくとみられるが、客の節約志向は今後も継続する。特に衣料品の買い方、店の使い分けなどは以前の流れには戻らないとみている。 |
| | スーパー（店長） | ・プレミアム付商品券を利用する客が多いが、全額分を使用した後は通常の買物状態に戻り、余り消費喚起につながっていない。このため、今後、客の節約志向は一層強くなるとみられる。 | |
| | スーパー（店長） | ・景気の変動要因がないため、今後も景気は変わらない。 | |
| | スーパー（役員） | ・現状、売上の推移は悪くないため、今後も景気は変わらない。キャッシュレス・消費者還元事業の影響はそれほど大きくないが、各業態におけるポイント還元やディスカウント率が高くなっていることから、コストが大幅に上がっているとみられ、今後の対応にもよるが、利益面では決して良い状況にはならない。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------|---|
| | | スーパー（役員） | ・キャッシュレス・消費者還元事業により、スーパー各社のポイント付与や割引といった販促が増えているが、効果は余りないようであり、今後も消費税増税の影響が続くことになる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・景気は悪いままで変わらない。雪不足の影響は今後の天候次第であるが、消費税増税の影響で外食は今後も減少傾向となり、商品供給側も影響を受けることになる。特に酒やたばこなどの免許品の減少が大きくなるとみられる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・カジュアル志向が主体となってしまっている現在の流れから、年明けの大きなトレンド発表までは厳しいまま推移する。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・客がお買得な買物の仕方を常に考えていることから、今後も景気は厳しいまま変わらない。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・引き続きキャッシュレス・消費者還元事業の効果が期待できる。また、東京オリンピックを前にしてテレビ需要が高まることも期待できる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・消費税増税前の9月における駆け込み需要の反動が、今後も続くことになる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・先行指標である新車受注は、前月と同様、前年並みの水準を確保していることから、今後も新車販売の堅調な状況が継続する。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・メーカー各社において、新型車の投入が予定されていることから、相乗効果で良い影響が出てくることを期待しているが、客のマインドが上向いてこないため、景気は大きく変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・今後も前年並みの水準で推移することになる。ボーナスの支給額は前年よりも増えているが、税金の負担額も増えているため、家計の可処分所得は変わらない状況にある。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・12月は売上がアップしたものの、来客数が減少していることが大きな問題となっており、今後も楽観できない状況が続く。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・国内客の動向については、消費税増税の影響がじわじわと表れ、外食が減っていくことになり、少しずつ景気が悪くなる。外国人観光客については、当店への影響はないが、韓国人の利用が多かったホテルでは来客数が減少しており、この先、外食産業の景気にも影響してくることが懸念される。飲食店の外国人対応は必要であるが、外交のさじ加減で、これだけの影響が生じるため、景気の読み方に難しい面がある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・建設関連の動向が好調であり、農業関連の動向も例年どおりであることが見込まれるため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・来客数減少の解決策となるような良い材料が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・テナント入居している店舗全体での来客数も期待できないことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・乗務員不足が一向に解消されず、前年と比べても乗務員が大きく減少している。このため、タクシー1台当たりの売上は前年並みで推移しても、会社の売上は大きく減少する状況が続く。 |
| | | タクシー運転手 | ・冬期観光における外国人観光客からの問合せや予約が、直近になって順調に推移していることから、今後も変化なくオーダーが生じることが見込まれる。 |
| | | タクシー運転手 | ・労働力不足が深刻であり、それを補えるようなイノベーションが早急に表れない限り、景気は変わらない。 |
| | | 観光名所（従業員） | ・このまま暖冬傾向が続けば、天候の荒れる日が増えることが懸念されるため、利用乗降客数は停滞したままで推移する。また、消費税増税後の出控えが強まっているのか、国内団体ツアーにおいて、格安パック以外の販売件数が減少していることから、しばらくはこのままの景気動向で推移する。 |
| | | 観光名所（職員） | ・観光の閑散期に入り、来客数はほぼ前年並みでの推移となっていることから、今後も景気は変わらない。ただ、相変わらず外国人観光客の入込に支えられている部分が強いいため、来年以降の韓国などの動向次第である。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | ・今年は特に異常気象が目立っていることから、今後も同様の傾向が続く。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・消費税増税から3か月が経過したが、いまだに回復の兆しがみられないため、今後の動向が懸念される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税の影響が徐々に表れてきている。特に買い回り品の取扱店については、来客数の減少がみられ、客単価も低下していることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客との会話で、景気が良くない方向にあるという声を聞く機会が多いため、年が明けてから、景気の悪さが顕著に表れてくることを懸念している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・外国人観光客の入込は順調だが、消費行動が大きく変化しており、医薬品などの分野の売上は軒並みダウンしている。ただ、消費自体がなくなっているわけではなく、遊興費や飲食費として使っているとの声もあるため、旅行形態の変化を見極める必要が出てきている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・春節が終わると輸出の動きが鈍くなることを見込まれるため、国内需要が本格化する3月後半まで回復が望めない。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・これから3月まで、北海道は冬の観光シーズンを迎え、来道者の大きく増える時期であるが、今年は雪不足の影響で、スキー場がなかなかオープンできなかったり、来客数が少ないといった状況にある。また、外国人観光客についても、韓国便の運休が続いていることで回復に至っていない。3月までの冬タイヤ期間中に便数が急激に増えることはないため、前年のような活況を見込みづらい状況にある。 |
| | | 百貨店（役員） | ・消費税増税の悪影響がいつまで続くのかが見えてこないため、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・キャッシュレス決済の比率は上昇してきているが、客単価はむしろキャッシュレス決済利用者の方が低い傾向にあり、消費拡大に結び付いていない。さらに、消費税増税の影響がじわりと効いてきているのか、客の財布のひもが締まってきている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今のコンビニ業界は、キャッシュレス・消費者還元事業の影響で良くなっているだけであることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | ・小売業として肝心な来客数が、今後は減少することになる。また、消費者にとって、購入の必要、不必要のメリハリが細かくなっており、消費と売上がつながらなくなっている。カー用品店としては、初売り、春先の夏タイヤ交換時期が1～3月の山となるが、ほかの時期が低迷することになる。 |
| | | その他専門店〔造花〕（店長） | ・前年秋から消費税増税の影響による消費の冷え込みが続いているため、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・東京オリンピックまでは、まずまずの景気で推移するとみられるが、キャッシュレス・消費者還元事業が終了した後は消費が落ち込むことを見込まれる。そのため、来年8月以降は、景気もどんどん悪くなっていく。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・今まで現金で行ってきた取引の一部がキャッシュレス決済となり、現金化が遅れることが増えている。それに伴い、これまで発生しなかった経費が掛かるようになり、今後の費用負担の増大が見込まれる。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・国内客及び外国人観光客の集客が不調であり、今後の景気はやや悪くなる。近隣における同業他社の新規参入や民泊がマイナスに作用している。 |
| | | タクシー運転手 | ・例年1～3月は冬本番を迎えて、客単価などの落ち込む時期であるが、現在の景況から、これまでと同様の状況で推移することは期待できない。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後の運賃改定が予定されていることから、乗り控えが少なからず生じることになる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・景気が上向きとなるような要素が全くないため、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・分譲マンションにとって、キャッシュレス・消費者還元事業は余り影響がなく、客にとっては消費税の増税分だけ価格が上昇したようなものである。そのため、所得が伸びていない現状において、今回の増税は市場に少なからず悪い影響を及ぼすことになる。ただ、来年夏の東京オリンピックで、札幌でのマラソンなどの開催が決まったため、それに向けて全体的なマインドが上向くことになれば、多少は景気が上向くことになる。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・シーズンオフであることに加えて、消費税増税の影響が生じているため、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | × | スーパー（店長） | ・景気が良くなる理由が見当たらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|--------------------------|---|
| | x | 観光型ホテル（経営者） | ・3か月先までの予約状況が例年を大きく下回っていることから、今後の景気は下向きことになる。特に今冬は雪不足が大きく報道されており、恒例となる冬のイベントなどの開催に不安があるため、予約が伸びてこない状況にある。 |
| | x | タクシー運転手 | ・消費税増税の影響が潜在化しており、じわじわと消費動向へのマイナス要因となっている。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | | 建設業（経営者） | ・2月からゼロ国債、翌債などによる公共工事、特に土木工事の発注が始まり、受注につながるようになる。建築工事も融雪期を迎えて、引き合いが増えてくることになる。新年度も近いことからマインドも好転する。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 建設業（従業員） | ・役場建て替えなどの公共事業に対する国の補助が手厚くなったため、今後、設計や工事の発注が多くなることが見込まれる。 |
| | | 建設業（役員） | ・次年度繰越しの民間建築工事の新規受注が好調である。ゼロ国債による公共土木工事の入札案件も続くことから、今後の受注動向に期待が持てる。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・東京オリンピックイヤーの幕開けとなり、急ぎょ、札幌での開催が決定した競技の各種準備などもあり、各方面で大きな経済波及効果が生じることになる。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・現在の引き合い状況から、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・景気が良くなるような案件が全く見当たらないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・消費税増税後、軽減税率が適用される食料品についても、消費者の支出が抑えられていると感じられるため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 家具製造業（経営者） | ・東京オリンピックが始まるまでは、今の状況が続く。国民的イベントを前に消費者のマインドも上向きことになる。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・消費税増税による駆け込み受注の反動が出ているとみられ、9月に予想した下半期の受注予想を下方修正せざるを得ない状況にある。 |
| | | 金融業（従業員） | ・これまで道内景気をけん引してきた観光関連は、外国人観光客の増勢鈍化の影響が残る一方で、個人消費は、消費税増税による景気下押し圧力の緩和が見込まれる。公共投資や民間設備投資も引き続き高水準で推移することから、先行きの道内景気は現在と変わらない水準で推移する。 |
| | | 司法書士 | ・例年と同様、冬期には多くを望めないため、今後の景気は低水準のまま推移することになる。 |
| | | 司法書士 | ・消費税増税後の買い控えは前回の増税時ほどではないとの報道があるが、景気回復のための施策がみえてこないことで、消費を必要最低限にしている傾向がうかがえる。このため、景気が回復するとは考えられず、変化のないまま推移する。 |
| | | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | ・公共工事において、災害復旧工事や景気対策に向けた工事が出てくると見込まれるが、大きな伸びは期待できない。また、2月にある恒例の冬のイベントに向けて、観光需要がピークを迎えることになるが、景気を上向かせるほどの大きな効果は期待できない。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | ・定期的な入替え需要はあるものの、先の見通しが不透明なことから、大型の設備投資を控えている業者が多い。 |
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | ・端境期に入り、市場の需要が落ち着いている感があるため、今後2～3か月は現状のままで推移することになる。ただ、その先の仕事状況については予測が難しい。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・長期的にみれば再開案件があるが、まだ先の話であり、短期的な荷動きの改善は見通せない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・当社及び周囲の企業の声として、一定の販売量、単価を維持しているとの声が多いものの、今後の販売計画や投資計画について、自社も含めて慎重な見方をしている企業が多い。 |
| | | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | ・年末の挨拶訪問の際に、訪問先の社長などから、今後の景気が厳しくなりそうな話が増えている。 |
| | x | - | - |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------|--------------|---|---|
| 雇用 関連 (北海道) | | - | - |
| | | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・消費増税の影響が薄らぎ、恒例の冬のイベントや東京オリンピックのマラソン開催などにあわせて、観光サービス業などが積極的に人材を採用することが見込まれる。宿泊業などは多国籍対応が求められるため、外国人採用にも拍車がかかりそうである。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・短期的にみると、東京オリンピックの札幌開催種目が決定したため、特需的な来道者の増加や消費増加を期待できる。ただ、その後の見通しについては不透明な部分がある。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・企業が景気低迷に向かう前に体力強化に取り組んでいるとみられることから、夏までは景気は好調を維持する。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・求人に関する見方と判断は現在と変わらないが、若年労働力不足への対応に向けた各企業の取組が広まってきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・当地では冬期間の雪のイベントが多く、国内外から多くの観光客を集めている。今年も例年並みの入込が見込まれる一方、直行便のある台湾からの観光客が1.2倍に増えている一方で、直行便が減便したタイ、韓国からの観光客が大幅に減少していることが気掛かりである。また、東京オリンピックにおけるマラソン、競歩の札幌開催が決まったことで、札幌から1時間半ほど離れた当地の宿泊施設においても、開催予定日の予約が急増しているとのことであり、その分の好影響が見込める。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・月間有効求人数は9か月連続で前年を上回り、月間有効求職者は8年1か月連続で前年を下回ったことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・景気に影響を与えるような雇用調整の動きを把握していないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・職種全体的に人手不足の状況が継続していることから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・有効求人倍率は2か月連続で前年を上回り、業種全体にわたって人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらない。 |
| | 学校[大学](就職担当) | ・ここ6～7年ほど、4年制大学の新卒者の就職活動は、売り手市場を背景に、非常に低調な動きとなっている。未内定の学生に全くあせりがみられないことも例年と同様である。一方、労働力が必要な業界では新しい労働力が足りておらず、多くの中小企業においては企業活動の低調な状態がしばらく続く。 | |
| | | * | * |
| | x | - | - |

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-------------------------|--|
| 家計 動向 関連 (東北) | | - | - |
| | | 商店街(代表者) | ・来客数と好天に恵まれており、春物衣料の需要が例年よりも早まる見込みである。また、冬物商材のセールが早まり、単価は落ちるが来客数は増えるとみている。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・来客数の落ち込みが底を打ったため、2～3か月後には多少上向いていくと期待している。 |
| | | 乗用車販売店(従業員) | ・来月初売りからスタートし、サポカー補助金や新型車発売などがあるため、期待ができる。 |
| | | 住関連専門店(経営者) | ・キャッシュレス還元によりポイントを貯めようとする消費者が増えているが、キャッシュレスに対応できない当店は余り期待できない。ただし、現在が落ち込んでいるため、3か月先は多少良くなるとみている。 |
| | | その他専門店[靴](従業員) | ・年明けには積雪があるとみている、そこで冬物商材の動きが活発になる見込みである。 |
| | | その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当) | ・年度末に向けて多少上向くと期待している。ただし、動きが遅く例年どおりに忙しくなるかは不透明である。消費税の引上げが影響していることは間違いない。 |
| | | 観光型ホテル(経営者) | ・来年1月5日～3月13日までのふっこう割に期待をしている。 |
| | | 旅行代理店(店長) | ・台風被害への復興支援策により需要が喚起されるとみている。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・例年、春の新生活シーズンは販売量が増える傾向にある。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 観光名所（職員） | ・インバウンド客は台湾からの客が主体である。雪が降り始めると来客数が増えるため、若干の上向きを期待している。また、インバウンド客が求める商品に目星がついたこともあり、雪さえ降ってくれば景気は上向きになるとみている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・毎年1月は来客数が多く、また、年始イベントも開催するため、若干ではあるものの売上が増加する見込みである。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・東京オリンピックの年を迎えて、期待感が一層強まっている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・キャッシュレス5%還元の効果が出てくるとみているものの、ネット利用の買物客が増加していることもあり、地元の景気は変わらないとみている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・商品そのものの動きに変化はなく、人口減少やマーケット縮小の波が一気にきている。根本的には今の動向から変わらないとみている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・キャッシュレス還元があるため、客の買物の動きは余り変わらない。買物の量が増えるということもなく、横ばいで推移するとみている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・年度末はものが動く時期のため、そこまで悪くなるとは考えにくい。ただし、消費動向が天候要因に左右されがちな地域のため、先行きは不透明な部分が多い。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・今後も日本を取り巻く経済情勢に大きな変動はないとみている。少なくとも東京オリンピックまでは現状を維持する見込みである。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費が上向き材料が見当たらないため、一層の販売努力が求められている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税の引上げの影響からは回復しつつあるものの、急激に消費が喚起されるような要因はない。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・春先までは、消費税の引上げ後の消費回復を後押しするものがない。初売りなどは一時的に盛り上がると思うが、根本的には節約志向が継続していくとみている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・東京オリンピックまでは地域のイベントなどが増え、外出する機会も多くなるとみている。そのため、外食、総菜、即食系商材の需要が増えるのではないかと期待している。ただし、可処分所得が伸びておらず、全体としての消費動向に大きな変化はないとみている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・冬の時期は毎年客足が鈍くなる。天候次第となることが不安要因である。 |
| | | スーパー（店長） | ・節約志向が続いており、客単価も減少傾向にある。この状態は今後も続くとみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数、客単価などの数値低下が見込まれている。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・消費税の引上げ後は客の財布のひもが固くなっている。年末年始などの行事のときには金を使うが、その前後は節約をしている。この状況は続くとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数は増加傾向にあるものの、客の動きに大きな変化はみられていない。また、買上点数は1%の増加、買上単価は1.3%の増加と微増であるため、景気判断としても大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・世帯数や周辺店舗の状況に変化は見受けられない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・良くも悪くも景気に変化する要素が少ない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・暖冬で学生用のコートの売上が激減している。このまま冬が終わりそうで心配している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・セールや春物新作展開などにより、高セット率による客単価アップは期待できるものの、購買客数は今月と変わらないとみている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・今後も暖冬傾向は変わらず、寒くなったとしてもセール期の販売となるため、商売としては厳しくなるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・消費税の引上げなどにより購入を控えている様子が見える。この状態は今後も続くとみている。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・春は新生活による売上が見込める。ただし、東京オリンピック前の需要が全く読めない状況であり、現状と余り変わらないとみている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新車、中古車共に、受注量が落ち込むとその後のサービス点検などの対象台数が減少する。また、消費税の引上げの関係か、8～9月頃より受注量が減少している。そのため、景気は現状維持かやや悪くなるとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | その他専門店〔酒〕 (経営者) | ・地方の景気が大きく改善する要素が乏しいため、低迷の状況が続くとみている。都市部での需要に期待したいが販売を拡大できる余地が少なくなっており、厳しいとみている。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当) | ・年明けの気温に左右されるものの、まずまずの需要が見込まれている。同業者の廃業もあって配送業務なども人手不足のため、今続けているところは無難に推移している。ただし、後継者不足が目の前にきているため、安定した労働力を確保できるかどうか今後の課題である。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当) | ・改善の兆しがないため、今月同様の動きが続くとみている。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕(統括) | ・初売りは期待できるが、その後のバーゲンセールに関しては、アパレルの動きがどうなるかによって成果が変わってくる。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・消費税の引上げの影響がかなりある。仕入価格が徐々に高くなっており、景気は余り良くはならないとみている。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・9～10月は台風や消費税の引上げの影響で低迷しており、この状態はしばらく続くとみている。そのため、景気は決して良くない。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | ・景気が好転するような要因が見当たらない。台風被害の影響もまだ残っており、現状と余り変化なく推移するとみている。 |
| | | 旅行代理店(経営者) | ・個人旅行の前年割れは今後も大幅に改善されることはないかとみている。ただし、大型レジャー施設などの入場者数をみても、旅行需要はそれほど落ち込んでいる様子はない。実店舗ではなくWeb店舗に客が流れているのではないかとみている。その対策を考えることによって、今後の判断も変わっていくとみている。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・キャッシュレス決済は一部の消費者に限定されている。今後、マイナンバーカードによるポイント還元が進めば消費も上向くとみているが、当面は現状維持の見込みである。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・年度末は転勤による新規加入者が増加するが、転出者の解約者も増加するため、結果として現状維持となるとみている。ただし、大きな加入促進キャンペーンも開催するため、例年よりは加入者の増加が見込まれている。また、5Gなどの影響により、高品質のインターネットへの移行や新規の加入も若干増える見込みである。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・消費税の引上げ後も客の要望に変化がないため、景気も横ばいで推移するとみている。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・春物商戦を迎えるが、現在の客の様子からは余り期待ができない。 |
| | | 美容室(経営者) | ・買い控えの傾向はしばらく続くとみている。 |
| | | 美容室(経営者) | ・客は2か月の間隔で来店するため、余り状況は変わらないとみている。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・延びていた大型受注がまとまる目星がついている。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕(従業員) | ・消費税の引上げによる買い控えの影響は続くとみている。 |
| | | 商店街(代表者) | ・景気が良くなるような要素がない。 |
| | | 一般小売店〔寝具〕(経営者) | ・今年1年間の消費の動きからは、来年早々に売上を回復させることは難しいとみている。 |
| | | スーパー(店長) | ・ここ数か月、売上が前年を下回る状況が続いている。ただし、競合店舗では売上が前年を上回っているとの情報もあり、競合店舗との差が開いている。 |
| | | スーパー(営業担当) | ・クリスマス商戦の状況からみて、年末商戦の大きな伸びは考えにくい。買物が慎重になり客単価なども上がらないとみている。来客数も大きく伸びる要素は薄く、景気は悪化傾向にある。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・客との会話や購買状況からみると買上点数が少なく、余計な金を使わないという様子がうかがえる。そのため、来客数、客単価共に、前年比が前年を下回っている。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・現在の客単価の増加は一時的なものであり、続かないとみている。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・営業時間の短縮や、キャッシュレスの増加による手数料の増加など、コンビニ業界におけるマイナス面が多い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | コンビニ（エリア担当） | ・最低賃金の上昇や、人手不足による営業時間の短縮、閉店など、小売業にとっては変革の時期である。消費税の引上げや個人消費の低迷など、今後の景気が良くなるような要因も少なく、先行きの見通しは暗いままである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・東京オリンピックも控えて、多少は盛り上がりかみている。ただし、県内では建設業を中心に陰りがみえているため、東京オリンピック後に対する恐怖感がまん延している。そのため、買い控えが更に進んでいくことを懸念している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・消費税の引上げ後、月を追うごとに来客数が減少している。今後も減少に歯止めが利かない状態が続くとみている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税の引上げの影響は少なくなるとみているが、客の動きとして客単価が下がってきている。客の話からは将来に対する不安感が広がっている様子がうかがえる。 |
| | | 乗用車販売店（本部） | ・被災による買換えがほぼ完了してきているため、今後の販売台数には懸念が残る。実店舗の状況をもて、商談数及び見込み客数が前年比90%程度に落ち込んでいる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・受注分は納品できるが、注文家具のため、現場の遅れで計画どおりに動いていない。そのため、景気は多少悪くなるとみている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・消費税の引上げがいまだに影響している。しばらくの間は続くのではないかとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税の引上げが徐々に効いてきており、予約状況からも徐々に財布のひもが固くなっていることがうかがえる。客層の二極化が進んでおり、中間層の客がいなくなっていくことを危惧している。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・先行予約が振るわず申込状況も鈍い。対策として限定プランの販売を開始しているが、どれだけ取り込めるかが問題である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・取り立てて大きなイベントがない。また、大きなイベントができる建物も工事中である。インバウンドについても県が契約していた航空会社が破産しており、厳しい状況が続いている。 |
| | | タクシー運転手 | ・年5日の有給取得義務により、会社から新年度に入る前に消化するよう指導されることになる。仕事よりも家族が大切であるという考え方も増えてきており、マイカーを利用しての外出が増えるのではないかとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・年末年始商戦で安売り合戦が始まり、消費は伸びるものの、在庫一掃セールのため利益の減少が見込まれる。そのため、景気は厳しい状況になるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・消費税の引上げの影響が少しずつ出てきているように見受けられる。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・卒業旅行の客が増えているが、高単価商材の購入は減少している。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・オフシーズンに入るため、団体予約状況が中心となるが、今のところ消費が伸びる要因がなく、弱含みで推移するとみている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・現時点で設計物件が少ないということは、来年度以降の工事発注が少なくなるということに直結する。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・10月の消費税の引上げがかなり影響している。また、前年から企業関係の受注がかなり減少している。業種にかかわらず低迷しているため、景気は悪くなるとみている。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・初売りも期待できないが、もともと景気が伸びにくい2月も悪くなる見込みである。 |
| | × | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・今までは12月の状況で今後の3か月を予想することができたが、今年は非常に悪く、先行きが見通せない状況である。株価は安定しており、一部の人の景気は非常に良いものの、一般人は消費意欲を満たす財力に乏しいため、今後の景気は悪くなるとみている。 |
| | × | スーパー（経営者） | ・支出が増加しているなかで、可処分所得が伸び切れていないため、消費者は節約志向に走らざるを得ない。 |
| | × | コンビニ（経営者） | ・気温が下がり天候も悪くなったことで、特に夜間の来客数が減少しているため、景気は悪くなっていくとみている。 |
| | × | コンビニ（経営者） | ・2～3月はとにかく売上が伸びない時期である。加えて、人件費や光熱費の高騰、除雪代などが大きな負担として押し掛かってくるため、本当に厳しい状況となる。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・春物の立ち上がりの時期となるが、売上につながるのはいくらか後になる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------------|--|
| | × | 衣料品専門店(店長) | ・消費税の引上げは物販に非常に大きく影響している。一度財布のひもが締まると、ボーナスが出て金を使わなくなる。これが回復するには相当の時間が掛かると危惧している。 |
| | × | その他専門店[食品](経営者) | ・冬のボーナスが最高額などと報道されているが、地方はひどい状況であり、このまま春を迎えることになりそうである。 |
| | × | 高級レストラン(経営者) | ・景気が良くなる要因がない。 |
| | × | 一般レストラン(経営者) | ・この先は歓送迎会が控えているため、プライベートの飲食は控え気味となる。また、正月で支出が増えることから、節約志向が更に高まるとみている。 |
| | × | タクシー運転手 | ・今月の実績が目に見えて悪いため、この先の新年会などのイベントにおいても効果は薄いとみている。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | | | |
| | | 食料品製造業(経営者) | ・今後は東京オリンピックの下見などにより人の動きが出てくるとみている。 |
| | | 建設業(従業員) | ・年度末の駆け込みにより、受注量の増加が見込まれる。 |
| | | 広告代理店(経営者) | ・年度末に向けて仕事量が増える見込みであるが、価格や量については期待がもてない。 |
| | | 経営コンサルタント | ・電子部品などの製造業では、米中貿易摩擦の緩和に期待をしている。 |
| | | その他非製造業[飲食料品卸売業](経営者) | ・東京オリンピックを目前に控え、消費マインドが持ち直していくことを期待している。 |
| | | その他企業[企画業](経営者) | ・地域柄から年始需要が期待できる。価格が高めの商品が売れる傾向が強く、贈答品の伸びが見込まれる。 |
| | | 食料品製造業(営業担当) | ・今後2~3か月は新商品の発売もなく、販売量の苦戦は続くともみている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業(経理担当) | ・2~3か月前の受注は横ばいで推移しており、景気は変わらないともみている。 |
| | | 窯業・土石製品製造業(役員) | ・東北地域は冬場になると出荷量が減少する。また、官需、民需共に大型物件がない。 |
| | | 電気機械器具製造業(営業担当) | ・現在の日本の経済状況や政治状況からは、景気が上向きとなる要因が見当たらない。 |
| | | 輸送業(経営者) | ・主要取引先である製造業の減産が、このまま3月まで続く予定である。その他の一般貨物も荷動きが上向いてこない。そのため、この先も悪い状態のまま変わらないともみている。 |
| | | 通信業(営業担当) | ・契約以外の相談にも親身になって対応するなど、客との関係性を強めていくことにより、ビジネスチャンスのきっかけを探していく必要がある。 |
| | | 金融業(営業担当) | ・特に大きな変化要因はない。 |
| | | 金融業(広報担当) | ・年末年始商戦で個人消費は一時的に盛り返すとみている。ただし、設備投資が伸びづらい時期でもあり、明確な回復基調となる材料には乏しい。 |
| | | 広告業協会(役員) | ・消費税の引上げ後に控えられていた広告出稿が、年度末に向けて爆発することを期待している。 |
| | | 司法書士 | ・受託量の前年同月比は横ばいで推移しており、大きな変化はみられていない。 |
| | | その他企業[協同組合](職員) | ・受注案件の微増が今後も期待されるが、同業他社との価格面や納期の競争も激しくなるため、利益面では変わらないともみている。 |
| | | 農林水産業(従業者) | ・農協出荷分のふじりんごの販売単価が、前年よりも10~20%程度安くなっている。 |
| | | 農林水産業(従業者) | ・消費税の引上げにより農業資材の購入費用が上昇しているため、継続的に経営を圧迫していくともみている。 |
| | | 食料品製造業(経営者) | ・消費税の引上げの影響なのか、10月以降の動きが良くない。売上を増やすよりも収益の確保をしっかりとしなければ生き残れない。 |
| | | 電気機械器具製造業(企画担当) | ・クリスマス商戦が終了したことも影響の1つであるが、半導体製品の価格の低下に加えて、受注量も減少傾向にある。そのため、今後の景気は悪くなるとみている。 |
| | | 建設業(企画担当) | ・企業全体の設備投資需要が減少傾向にあることが、同業他社との競争激化の要因の1つではないかとみている。 |
| | | 広告代理店(経営者) | ・受注量の回復の兆しが見えず、前年比90%前後での推移が見込まれている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|----------------------|--|
| | | 公認会計士 | ・小売業及びサービス業の売上前年比、利益減少がなかなか止まらない。建設業、製造業関係は、現状と同水準の売上と利益を確保できる見込みであるが、全体的には若干景気が悪くなるとみている。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | ・来年度の各種カタログの改訂版が届き、ほとんどのメーカーが今年と比較して卸価格で2～5%程価格が上がっている。物流費も値上がりしており、うまく販売価格に転嫁できるか不透明である。 |
| | x | 金属製品製造業（経営者） | ・取引先から更なる減産のニュースが出てきている。 |
| | x | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・取引先の廃業が今まで以上に進んでいる。また、仕入先も中小規模の会社の廃業や倒産が散見されており、その穴埋めができていない。 |
| 雇用 関連 (東北) | | 人材派遣会社（社員） | ・自社社員の時間外労働を削減するため、派遣社員を増員するという需要も増えてきている。年末需要も底堅く、今後2～3か月もやや良い状況は続くともみている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数が堅調に推移しているなど、まだまだプラスの面がみられている。そのため、来期採用計画次第ではあるが、引き続き募集が継続する見込みである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・年末年始の大型連休で宿泊施設の予約は堅調に推移している。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・メーカー、サービス業、卸売関連企業は、再来年の採用に向けてインターンシップなどを行っている。業界に関係なく来年、再来年の採用に力を入れている企業が目立ってきている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・同一労働同一賃金の動きがどうなるかで、今後の動きがみえてくる。 |
| | | アウトソーシング企業（社員） | ・来月以降の受注量に特に大きな変化はみられていない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・初売りに期待をしているが、肝心の地元商店街が縮小の一途をたどっており、駅前の大手流通への流れができてしまっている。街全体で盛り上げられるならいいが、初売りでつまずくとその後の2～3月が厳しい状況になる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人手不足の状況に変化はなく、改善の兆しもみられないことから、景気も変わらないともみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・米中貿易摩擦や日韓問題、消費税の引上げの影響が懸念されるものの、全体的に人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらないともみている。 |
| | | 学校〔専門学校〕 | ・年が明けてもこの不景気感は変わらず、景気は低調に推移するとみている。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・製造業が米中貿易摩擦による受注量減少に備える状況は変わらないともみている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・同一労働同一賃金の施行に伴う2020年4月1日以降の派遣契約締結に対して派遣先からの即答が得られず、不透明な状況が継続している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・水害の影響が続いている。大手製造業では従業員を他県に異動させている工場もあり、周辺事業者への影響が懸念されている。また、それ以外においても人員整理が発生する可能性もある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・県内の事業所では、世代交代で若い人を育てたいという雇用意欲がある。ただし、求人倍率が1倍を超えていてもいまだに非正規が多い。 |
| | x | 人材派遣会社（社員） | ・東京オリンピックの反動や、キャッシュレス還元が終わるタイミングで悪化するとみている。 |

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------------------|----------|------------|-------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (北関東) | | コンビニ（経営者） | ・年末にかけて、おせち等がたくさん売れるので、良くなる。 |
| | | 百貨店（役員） | ・消費税増税の反動から、完全に脱却できるとみている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税増税後の余波がなくなり、東京オリンピック需要があるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・消費税増税の反動も収まり、例年並みの繁忙期になると予想している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|--|
| | | 通信会社（総務担当） | ・新入学で新規需要が見込めるため、やや良くなる。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・公共工事発注が見込まれ、建設業は仕事が増える。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・東京オリンピックの影響で、少しは上向きになるのではないかと。 |
| | | 商店街（代表者） | ・メーカーや問屋から小売店への情報提供や商品展示PR物などの販促品が少なくなり、営業の訪問頻度も減少してきている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・周辺住人は高齢者が多くなっている。消費税増税が余り響かないと思っていたが、少しずつ影響してきていて、買物も控えめである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税増税による生活防衛意識の向上は、しばらく継続するとみている。景況回復の兆しは見当たらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・キャッシュレスポイント還元は、ゆっくりだが浸透してきた感がある。しかし、支払方法の内訳を見ると、今まで現金で払っていた人がクレジット払いに変えただけで、売上自体は拡大していない。つまり、余分な物は買わず、賢く支払う展開になっている。 |
| | | 百貨店（店長） | ・リフレッシュ開業の効果はある程度持続すると思うが、根本的な景況回復等による力強さに支えられているわけではないため、先行きに予断を許さない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・クリスマスや年末の客の動きをみているが、回復するとは思えない。 |
| | | スーパー（商品部担当） | ・キャッシュレス決済利用が伸びているものの、売上には比例していない。ここ数か月の来客数の推移をみる限り、大きく変化する要素は見当たらない。また、温暖化の影響が降雪が少ないことも、多少の不安材料である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・景気等に左右されるが、コンビニは本部のキャンペーン、様々な政策、アプリのおすすめ等を徹底することで、売上の維持は可能ではないか。景気はそれほど良くないかもしれないが、客のニーズにひとつひとつ合わせることで、売上の確保は可能なので、一生懸命やるだけである。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・東京オリンピック後が心配だが、大きく変化はないのではないかと。労働環境改善等の経費が増え、人手不足や賃金上昇に対する不安が大きく、経営継続の負担となっている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客からの話や報道などでも、余り明るい話を聞かない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・近隣にある公共機関の建物が、耐震構造の問題で廃虚と化している等、客の増加は考えられない状況である。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | ・10月の消費税増税で、客が節約志向になっている。また、インターネット等の普及で、買物に出掛けなくても必要な物が買えるため、街に出る人が随分と少なくなっている。今後もこうした状況が続くのではないかと心配している。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | ・50～60代、そのなかでも年金受給世代の方たちが、これから高齢化していくのと同時に、当店のような取扱商品群は、社会からほとんど必要とされなくなるのではないかとという危機感を持っている。その辺も踏まえて今後どうするか、検討中である。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・前年は電子マネーのポイント還元イベントがあり、全体が盛り上がった。その販売量、金額をカバーしきれない。今後も苦戦が予測されるものの、東京オリンピック需要に期待したい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・この地域は大規模小売店を除くと、商業、特にサービス業や飲食店などの落ち込みが大きい。多くの店が先行きを心配しているようである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・毎回同じ回答になってしまうが、2～3か月前に、極端に悪い材料や良い材料があるわけではない。当社は2～3か月前から良い状態でずっと推移しているので、新車、中古車の販売、車検、定期点検の入庫率はさほど変わらず、このまま推移していく。 |
| | | 住関連専門店（仕入担当） | ・消費税増税後の節約志向は継続する。特に生活必需品の単価下落が顕著で、消費者は10%の税負担を実感し始めている。 |
| | | その他専門店〔靴小売業〕（経営者） | ・小売業全体が天候に左右されている。大型台風による消費意欲の減退と世界的な貿易紛争が、地域産業に影響している。物に対する価値観が変化しているため、気持ちが物の消費へ向かわないようである。 |
| | | その他専門店〔燃料〕（従業員） | ・受注残に変化はない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | 一般レストラン（経営者） | ・消費税増税の影響は薄れてくるだろうが、「節約するならばまず外食を減らす」との声を、報道などでも耳にしており、良くなる要素が見当たらない。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務） | ・米中を初めとした国際情勢や、国内の少子高齢化、消費税増税などの影響が懸念されるが、現時点では、心理的な重しとなっている面はあるものの、海外取引の関連先を除いては、直接的な影響が出るまでには至っていないようである。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・台風19号や豚コレラ、地域経済の汚職事件など不確定要素による売上減が約2000万円と、響いている。少しずつ持ち直してはいるが、定例案件以外の受注が伸びておらず、予算を許さない状況である。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・確実に悪くなるという決定的な要因はない。また、良くなる要素も見受けられないので、変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | ・2月中旬頃までは、年間の閑散期を迎えるため、前年並みの売上を維持していけるように最善を尽くしていく。2月下旬からはインパウンドの引き合いも多く、比較的安定した売上が見込めそうである。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・いよいよ東京オリンピック、パラリンピックイヤーに入り、関連する旅行需要は堅調に推移すると思われる反面、一般の旅行需要は冷え込むという意見が多方面から聞こえてくる。 |
| | | タクシー（経営者） | ・夜の動きが悪いので、この先も変わらない。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・年度末に向けても、期待できる要素が一切見えない。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・消費税増税の影響や、来年の第5世代移動通信システムをにらんで、しばらくは動きが少ないとみている。 |
| | | ゴルフ場（総務担当） | ・1～3月はクローズとなるため、前年と変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・税制等の起爆剤になる変更もなく、相変わらず物件の動きは鈍いのではないかと。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・土地は、価格の安い物件には引き合いがあるものの、一般的に売却物件が少なくなったようである。ただし、最近は、空き家住宅が随分と目に付くようになり、値段が折り合えば、買い手が多少は増えてきている感じもしている。 |
| | | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・年末になっても、全くいつもの年末らしさが無い。一番の稼ぎ頭の干し芋も、台風の被害による減産と人手不足による作業の遅れで、販売できない状態である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・2～3か月先には、単価の高い商材は余りない上に、イベント等もないので、やや悪くなる。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・素直に物が欲しいときに買い、お金はほどほど使った方がよいと思う心情を、消費税増税と意味の分からない補助金が、そぎ落としているような今の体制は余り良くない。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・災害で計画以上の出費をしている方が多いと考えられるため、やや悪くなる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・例年の傾向であるが、年末年始で少し消費した分、反動が来る。来夏の東京オリンピックに向けて、貯蓄する傾向も強まると考える。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | ・年末年始の出費等で、動きが鈍くなる予想をしている。 |
| | | スナック（経営者） | ・災害復興が落ち着き、少し客足が出てくるかと期待はしているが、なかなか平日の客の数字は伸びがないのではないかと。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・地元大手企業グループの他社への売却や営業体制、企業関係の変更等があり、良くなる要因が皆無である。 |
| | | 都市型ホテル（営業） | ・当ホテルは、名前等の知名度が上がって地域に浸透し、忘年会の利用は多いが、新年会の利用が極端に少なくなっている。どちらか1つという傾向にあるものと思われるので、来年はスタート早々厳しい状況にある。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・来客数が減少しており、高額商材がなかなか売れない。 |
| | | タクシー運転手 | ・忘年会や新年会の変動で、悪くなる可能性がある。地方では、まだ悪い状況が続く。 |
| | | タクシー（役員） | ・労働者不足でやや悪くなる。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・暮れはいつも忙しいので何とも言えないが、消費税増税の影響はないように感じる。そもそも壊れなければ買換えはないというマインドは今も変わらないので、景気うんぬんという問題でもない。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・台風19号以降、消費税増税の影響や祝日の日並び、悪天候等、様々な要因が重なって来園者数も減少していることから期待が持てない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------------|---|---|
| | | 競輪場（職員） | ・全国発売の記念競輪の売上が、大台の50億円を割り込むようになってきている。 |
| | × | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税の影響で、皆の財布のひもが固くなっている。大企業ではボーナスが増えたというが、中小、零細企業ではかえってマイナスになっている。いい加減にしてほしい。 |
| | × | 観光型ホテル（経営者） | ・東京オリンピック、パラリンピックはあるが、その前には何もない。今年は観光が良くなるとは思えない。過去のオリパラのデータを見ても、当年よりも次年度から観光が伸びているようである。いずれにしても、今後3か月に良くなる材料が見いだせないで、相対的に悪くなる。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・台風19号による水害の影響は、作付不能の田畑が予想以上に多く、消費者購買力減少の懸念があることである。 |
| | × | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・しばらくは低価格競争が続く。自動車整備事業者は売上を改善するための生き残りに必要な、設備投資にお金を回せない状態が続く。1～2月の閑散期を過ぎても、3月の繁忙期は期待できない。 |
| 企業 動向 関連 (北関東) | | 金属製品製造業（経営者） | ・得意先の予定を聞いているが、これから来年に向けて、今よりは受注量が増加するという話を聞いているので、希望を持っている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・3月の期末に向けて、急ぎの案件へ対応しなければならない状況である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・自動車の北米販売が好調で、やや良くなる。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・台風19号の災害復旧工事発注が、本格化してくると思うので、仕事量はかなりあるとみている。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・新年度を控えているため、やや良くなる。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | ・1～3月は納入案件が多く、収益が改善する。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | ・人手不足が出ている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・やや悪くなるかと思ったら、月末に掛けてばたばたと注文が舞い込んでいる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・2～3か月前も今もだが、受注量、販売量、取引先の様子が、良い会社もあれば悪い会社もある。また、新規開拓をすれば、まずまずの会社もあるので、2～3か月前も変わらない。 |
| | | その他製造業〔消防用品〕（営業担当） | ・しばらくはこのまま推移する。 |
| | | 建設業（開発担当） | ・公共工事は現政権のもと順調である。前政権時は政権運営のためとはいえ「コンクリートから人へ」のキャッチフレーズで、悪者扱いされたが、昨今の自然災害を考えれば、建設業は不可欠な業種である。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・年が変わると、新生活商材の白物家電、洗濯機、冷蔵庫等や関連商材の輸送が増えてくる。特に、インターネット通販向けの物量が増える予定である。ただし、現状の原油高が続くと予想されるため、利益は薄くなりそうである。 |
| | | 経営コンサルタント | ・新年度に向けて、東京オリンピックもあり、需要面は期待できる。ただし、秋の台風の影響で設備投資や業務需要が追い付かず、逆に地域の景気の足が引つ張られるとも考えられる。 |
| | | 社会保険労務士 | ・低調な状態が続くなかボーナスも伸びず、政府による補正予算等の景気対策頼みの状況である。 |
| | 食料品製造業（経営者） | ・消費税増税後、すぐには単価が上がりなかったが、ここへ来て、いろいろな商品単価の値上げが始まっている。これからじわじわと景気への悪影響が始まるような気がする。 | |
| | 化学工業（経営者） | ・受注見込みや引き合い等が減少傾向にあり、やや悪くなるのではないかと危惧している。 | |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注が激減してしまっているため、どうにもならなくなっている。全般的に他の業種でも、受注量がかかり減っている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|---------------|----------|----------------|---|
| | x | 不動産業（管理担当） | ・当社は60歳を過ぎた社員を嘱託として再雇用してきたが、高齢化してきている。入替えの再雇用を探しているものの、当社の欲しい人材とかい離があり、なかなか採用に至らない。業務全体も微減なので、今後も苦しい状況が続く予想で、勤続年数の長い従業員にしわ寄せがきている。既存の従業員で回していかななくてはならないので、人繰りが大変になりそうである。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・取引先では年度末までに広告予算を削減する意向が強く、消費税増税の影響による販売不振は、まだしばらくは続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・年末の挨拶に行った同業者たちも皆、受注は芳しくないということである。 |
| 雇用関連 (北関東) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・建設関連は正月からの動きが少し停滞するので、消費に向く。正月用品もおせちを始め、かなり多くの商材が出ており、こういったところから少しは活性化できればという狙いもあると思うので、食品関係は良いのではないかと。衣料は余り動きがないが、正月の福袋などから、多少動きが上向く。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・来年度の法改正を前に、取引先の人件費予算が増えないなか、雇用形態の見直しも含めて慎重な動きが予想される。 |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・自動車部品関連は、生産計画が変わらないため低迷している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・11月の新規求人数は前月に比べ約19%減、前年同月比では17.7%減となっている。事業所からは、「以前に比べ仕事量が落ち着いてきた」との声はあるが、現状に大きな変動はない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動は、来年3月くらいで一段落するという見方もあるが、今後の動向は不透明である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・人手不足企業はいまだに多い一方、求人数は前年と比べて減少している。また、一部休業する事業所もあつたりと、景気が上向きになることはないのではないかと。 |
| | x | - | - |

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|---------------------|----------|-------------------|---|
| 家計動向 関連 (南関東) | | 一般小売店〔生花〕（店員） | ・3月は卒業式、会社を辞める人の送別、お彼岸があり、毎年かなり忙しいので、今月よりは良くなる（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・競合3店舗がリニューアルオープンした今月が底なので、今月と比べると良くなる。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・新しい設備投資をしたので、良くなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今月が悪過ぎたこともあり、これ以上は悪くはならないという楽観的な判断もあるが、例年、年度末に向かって客の動きも出てくるし、住宅ローンの金利が上がるというニュースに、敏感に反応があるのではないかと。 |
| | | 商店街（代表者） | ・希望的観測かもしれないが、干支が一巡すること、新元号の令和が本格的に定着すること、東京オリンピックイヤーが重なる不思議な空気感が、街と客に漂っている。「何かが動くかも」という期待感が、弱いながらも街に伝わってきている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔傘〕（店長） | ・シーズンに向けての受注や予約があり、多少は上向く。 |
| | | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・外商部において、2月から市の新庁舎が新たにできるということで、既に納入する家具等の受注をしている。2～4月に掛けてそういった仕事結構あるので、景気は良くなる。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・いわゆる付加価値が高い商品カテゴリーの動きは足元でも悪くなく、今後緩やかながら上向いていくと思われる。さらに、駆け込み時に買いためた商品カテゴリーの在庫も底を突くので、消費自体は上向いていく。また、米中貿易摩擦の休戦で輸出分野も底を脱し、東京オリンピックが近づくとつれて関連内需も伸び、景気は緩やかに回復していく（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・米中貿易摩擦に一定の道筋がつつあることや、株価の上昇期待、目前に迫った東京オリンピック景気などにより、全体の数字が上がってくるものと考えている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | 百貨店（店長） | ・百貨店においては、消費税率アップによる9月の駆け込み需要の余韻が依然としてある。特に、宝飾品などの高額品や化粧品などが回復基調になく、結果として客単価が下がっている（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・現在どのコンビニチェーンも出店を抑制しており、それにより自社競合しないこともあり、既存店の売上が回復している。今後もこの流れが続いていくと思われるので、3か月後の売上等は前年より良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・キャッシュレス決済の5%還元がある6月までは、良い状況が続く。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・東京オリンピック関連の需要増を見込めれば良くなる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・東京オリンピックイヤーで関連商材の売上増が見込めることと、OSのサポート終了でパソコン関連は買換えが進む（東京都）。 |
| | | 家電量販店（経営企画担当） | ・年明けは需要が回復することを期待する。反動減の影響も解消する（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・自動車業界の本決算に入るので、今よりは販売量の増加が見込める。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・安全装置などサポートカーに対する法案が可決されれば、販売が向上する。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・決算で台数増、在庫増が見込まれ、損益状況が改善する。 |
| | | 乗用車販売店（店長代行） | ・65歳以上へのサポカー補助金が始まるので、販売が増えるのではないかと（東京都）。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（営業担当） | ・消費税増税による影響も少しずつ薄れ、東京オリンピックに向けて機運が高まり、消費者の購買意欲も増してくる（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・東京オリンピック前の駅周辺整備もあり、新しい客層が増え、商圏も広がっている（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・国内では東京オリンピックが近づくにつれて、投資がやや増えて、経済に動きが出てくると思われる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・東京オリンピックに向けて上がっていく（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・旧正月と冬休みがあるので、少なからず状況は良くなる。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・前年同時期と比較して前受けの販売量が増加している。 |
| | | 旅行代理店（総務担当） | ・客からの見積依頼件数が増加している（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・キャッシュレス後進国と言われた日本だが、令和2年6月までの間、対象店舗と同様、タクシー業界でもクレジットカード、デビットカード、電子マネー、スマートフォン等を使って代金を支払うと、5%ポイント還元が受けられる。キャッシュレス決済を導入したことにより、これからますます利用が増え、景気は良くなる（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・2020年は東京オリンピック開催ということで、景気が上向きになる。それにより良くなるのではないかと（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・消費税の新税率にも慣れてくる。今までの税率と余り違わない感覚になり、消費が活発化してくる（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・東京オリンピック、パラリンピックがいよいよカウントダウン状態になり、機運の高まりにより、関連市場に活気が出るのが期待できる（東京都）。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・現在、待ちの状態である消費者が、東京オリンピックをきっかけに、映像関係を中心に動いてくる。 |
| | | 通信会社（経営企画担当） | ・年度末に向かって案件の増加が予想される（東京都）。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・企業や官公庁の年度末にあたり、受注が多くなる。ただし、その先については、東京オリンピックの影響などで受注が減るものと予測している（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設〔総合〕（広報担当） | ・東京オリンピックの影響でイベントの開催が早まり、好影響が予想される（東京都）。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・今後、仕事の内容が変わっていく可能性がある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・年が明けてどうなるかわからないが、景気が良くなる方向に行くのではないかと。金融機関も3月に向けて数字を伸ばしたいと考えると思うので、仕入れ、販売共に順調に推移していく。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 商店街（代表者） | ・商店街の1日の通行客数は平日で大体2万～2万5000人くらいあるが、やや減っているように感じる。買物袋を持っている客も少ない。商店街としてもいろいろ皆に聞いているが、飲食はまあまあだが、物販はやや思わしくないようだという意見が多いので、今後も余り変わらない。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | ・近隣の競合店が2店舗退店したため、売上が伸びている状況がずっと続いている。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・業界的に余り期待できるような話がないが、テレビの入荷状況は落ち着いてくる。4K、東京オリンピックもあるので期待したい。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・世間は低迷している感じを受ける。当店だけではなく、非常に厳しい経済環境となっている。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | ・撤退する店舗も多く、先行きが不安である。 |
| | | 一般小売店〔米穀〕（経営者） | ・3か月後になると、年が変わり、東京オリンピックのムードも出てくると思うが、経済的なマイナス面とプラス面の両方が考えられるので、さほど変わらず、雰囲気だけが良くなる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・ここ1～2年の傾向から、年明けすぐに学童文具がよく動くともみているが、繁忙期と比較するとそれほど販売量は変わらない。ただし、毎年1月に行われている地域のイベント開催による街への集客力が年々上がってきているので、それに伴い当店の来客数も伸びる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・これといった良い話がない。ただひたすら辛抱である。会社が潰れないのがせめてもの救いである（東京都）。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・12月のおせち料理も前年プラス3%ということで、非常に好調である。店頭の商品については、11～12月と何とか前年をクリアできる見込みである。年が明けて潮目がどうなるかはまだ不確かな部分があるので、注視していきたい。今度はバレンタインが大きな商戦になるので、そこに向かってやっていく（東京都）。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税増税による消費減の影響はなお続く。1～2月は天候不順の影響を受けやすいため、来店促進の仕掛けやEC強化をしているが、不透明な部分もある（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・年末のご褒美需要も厳しく、消費税増税以降の回復の見込みはない。都心店の免税実績も、来客数の減少により伸び率が低下し、前年の水準にとどまっておらず、厳しい冬物商戦が続くとみている（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・クリスマスや年末商戦を経ても、消費税増税後の前年同水準までの回復には至っていない。前回の5%から8%への増税時は、前年実績までの回復に6か月掛かったが、同程度の期間が必要になる公算が大きい。初商の福袋と新春クリアランスのスタートダッシュがポイントとなる（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・防寒用品、年末年始といった生活に欠かせない商材の購買はあるものの、それ以外に関しては財布のひもが固く、回復までは時間が掛かると想定している（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減からは回復基調にあるものの、影響はまだ残っており、中間層の消費マインドの落ち込みは今後も継続する（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・食品の動きは良いが、衣料品は不振である。年明けからのセールには一時的に期待できるが、2～3月の消費契機がまだ見いだせない（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・衣料品等は1月のセール売上を見る必要があるが、現状を見ると良くなるとは感じられない。消費税増税の影響がない食品も、おせちの受注は好調に推移したものの、日々の買物に関しては、客は価格にシビアになっている。こうした状況から景気は変わらない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・国内富裕層を中心に、消費税増税の影響から回復の兆しを見せているものの、国際情勢の不安定さによりインバウンド消費の伸びは期待できず、依然として楽観できない状況が続く（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税後の秋冬商戦の厳しさが継続している。春夏商戦に切り替わり、東京オリンピックを含む機運の高まりが見えるまでは、上向くことは難しい（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|---|
| | | スーパー（販売担当） | ・客の様子を見てみると、ポイントが何倍であるとか、広告初日の安売り商品、時間帯でのお買い得品など、お得な店や時間帯などをうまく利用して買い回り、お得な物を買うという買い方が目立っている（東京都）。 |
| | | スーパー（店長） | ・3か月後の景気の見通しは良いと答えたいが、大きな外的要因もないので、今と変わらないままいくのではないかと予測している。 |
| | | スーパー（店長） | ・年末年始は出費がかさむ時期なので、一時的に良い方向に向かうかもしれないが、消費者には節約志向が依然として根付いているので、もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・現状から大きく上向く要素はほとんど考えられない。大きな流行があるとか、可処分所得が増えたという実感が客にあればいいが、なかなか実感がなく状態が続くと思われるので、3か月先についても、大きく数字を伸ばすことは厳しい。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・消費税増税により外食の回数、質は下がっていく。その分、中食が拡大しそうなので、身の回りは変わらない。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・食品が中心のため、消費税増税による影響は限定的と思われるが、世界的な貿易摩擦の影響が景気停滞の大きな要因にもなっていると感じる（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・両サイドに同じコンビニエンスストアがオープンしてから1年たつが、その影響で単価、来客数共に前年を割っている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ここしばらくの来客数の動きをみると、変わらない（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・歳末商戦は低調で、正月も望み薄である。2～3か月先も恐らく変わらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・一見、東京オリンピックで建築などの景気が良くなりそうな気がするが、トータルではやはり景気は良くない気がする。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・前回の消費税増税時も2～3か月は影響が続いた。今回は前回ほどのインパクトはないと感じるものの、少なからず影響はある（東京都）。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・12月は前年のプレミアムフライデーやキャッシュレス決済キャンペーンに比べて目新しい販促がなく、正直なところ変わらない（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・大企業を中心に過去最高の冬季ボーナスと言われているが、実質的に国民全体に与える影響は少ない。残念ながら支出の大部分が生活防衛に回されている（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（役員） | ・消費税増税の影響はそれほど感じないが、景気の低迷感がまだまだある。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・東京オリンピック特需までは、家電の市況が良くなる経済的現象がない（東京都）。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・景気が良くなるきっかけがない。東京オリンピックは景気には影響がなさそうである。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・自動車の整備は順調に入っている。販売は余り芳しくないが、1月以降は少しずつ良くなるのではないかと希望を持っている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・余り大きな変動もなく、前年並みである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・ここ数か月間ずっと同じような内容だが、やはり東京オリンピック景気で良い状態がまだ続いている。全国的に人手不足で、働き手が少ないなか、条件を上げて採用していこうという企業が増えているので、建設、製造分野についてはやや良い状態が続いていくのではないかと（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・販売増につながる環境変化がない。 |
| | | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者） | ・1～2月になるとインフルエンザや風邪がそんなにまん延するとは思えないので、前年と変わらないのではないかと。 |
| | | その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員） | ・需要減少の流れは変わらない（東京都）。 |
| | | その他小売 [ショッピングセンター]（統括） | ・消費を刺激するものがないと厳しいのではないかと。将来不安と消費税増税の影響があるし、キャッシュレス決済の5%還元はタイムラグがあり、実感が得られにくい。節約志向の客には好評である（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当) | ・海外でスタートしたサブスクリプションサービスも、スタートとなり、市場的に大きなトピックとはならないと見込んでいる(東京都)。 |
| | | 高級レストラン(営業担当) | ・法人関連中心の宴会受注状況は、前年同日比100%で推移している(東京都)。 |
| | | 高級レストラン(仕入担当) | ・先々の法人予約状況をもみても、ほぼ前年並みで、大きな変化はない(東京都)。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・3か月前と比べて非常に悪くなっている。3か月前も上向いているとは思えない。高齢化社会なので、年金や消費税の問題で、財布のひもが本当に固くなっている。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・働き方改革で消費者の働く時間が減少し、休日が増えたが、収入も減少しており、財布のひもは固いままである。人手不足による人件費の高騰も相変わらずで、仕入原価の高止まり等、厳しい状況は続く(東京都)。 |
| | | 一般レストラン(統括) | ・今後は消費税増税による大きな影響はないと感じているものの、予断を許さない不安定な状況は続くと思われる。国際経済環境のちょっとした変化や天候の影響により、すぐに下振れするリスクはある(東京都)。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・1月は例年どおりの予約状況で推移しているが、2~3月は伸び悩んでおり、このままでは前年を下回る予想である。年末は何かと物入りなので感じないが、年明けより徐々に消費税増税の影響が出始めるのではないかと。 |
| | | 旅行代理店(経営者) | ・消費税が上がったが、給料は上がらないということで、客はとて外に出てリフレッシュするような気持ちにならないというのが現状のようである。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | ・例年に比べて特段の変化はない。 |
| | | 旅行代理店(販売促進担当) | ・2~3か月後はいよいよ2020年東京オリンピックということで、その分野に関しては良いと聞いているが、他の教育及び一般団体旅行が伸び悩んでいるようなので、相殺して変わらない。個人も思わしくないと聞いている(東京都)。 |
| | | タクシー運転手 | ・10月から消費税が上がり、いよいよ本格的に世の中が動き出したが、まだ慎重なところがある。来年の東京オリンピックが近づく春頃からは動きが出てくると期待を込めて、様子を見ている。 |
| | | タクシー運転手 | ・タクシーの利用客が減っているとしか思えないくらい、売上、回数、無線本数が減っている。確かな利用者は病院送迎の高齢者と、降雨後になぜか多くなる利用者である。来年は令和2年、東京オリンピックイヤーを迎える。明るいニュースとともに景気が良くなるよう願いたいものである。 |
| | | 通信会社(経営者) | ・現在の経済の状況によほどの変化がなければ変わらないのではないかと(東京都)。 |
| | | 通信会社(社員) | ・今年度の計画達成、例年どおりの見込みが見えてきている(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・景気や国際情勢が不透明な状態が継続しているため、大きく好転していくことはない。 |
| | | 通信会社(局長) | ・新サービスを投入しているにもかかわらず、契約数が伸びないことと、前年の繁忙期より入退去情報数がやや減少していることから、現状のトレンドは変わらない(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・景気が上向くと思える材料がない。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・ここ数か月、客の動きや販売量に全く変化がないので、この先も当面景気は変わらない(東京都)。 |
| | | 通信会社(経理担当) | ・世間一般の家計が良くなる要素が見当たらないため、テレビ、インターネット接続サービスに、より多くのお金を掛けることはない。 |
| | | 通信会社(総務担当) | ・自然災害、米中貿易摩擦や消費税増税等の影響が続く現状から、内外需に対する景気回復の材料が想定しにくい(東京都)。 |
| | | パチンコ店(経営者) | ・引き続き現在の低迷状態が続くと思うが、年が明け、近づく東京オリンピックに向けて、良い部分と悪い部分の綱引き状態が続くのではないかと。 |
| | | その他サービス〔立体駐車場〕(経営者) | ・月極駐車場代や時間駐車を節約する客が出てきている。間違いなく消費税の影響である。 |
| | | その他サービス〔保険代理店〕(経営者) | ・自分の身の回りの景気が良くなる要因が見つからない。 |
| | | 設計事務所(経営者) | ・仕事量に変化はなく、年度末に向けて景況感が変わる要素は見当たらない。新規の設備投資も、新年度にならないと期待できない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|--|
| | | 設計事務所（所長） | ・良くなる要素が見当たらない。工事費の問題もあり、今の状態がこのまま続くのではないかと（東京都）。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・建築業界は良い意味で堅調だが、景気を左右するような変化はない（東京都）。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・例年12月は来場者数が少ないが、これから1～3月は受注数が安定してくる。 |
| | | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者） | ・年末は一般的に来年の仕事の話があるが、今のところ相談等がほとんどない。細かい小さな仕事はあるが、非常に心配である。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・これから先も景気が良くなる要素が見当たらないので、このまま悪くなっていく（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税の実感が出てくると、徐々に消費が減る（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・春に近隣商業施設が改装オープン予定であることから、客の流れが変わることが考えられる。 |
| | | 百貨店（店長） | ・全国的に消費税増税後の回復が遅く、マイナス5～10%辺りで推移している。来年は東京オリンピック、パラリンピックのムードが高まるが、消費としてはモノからコト、季節マーケットのダウンサイジング化など、あらゆる部分で苦戦が懸念される。特に、東京オリンピック、パラリンピックは不安材料である（東京都）。 |
| | | 百貨店（計画管理担当） | ・一部店舗の区画工事により、営業面積が減ることから、年明け以降、苦戦を強いられることが予想されている。消費税増税後の傾向として、食品関係は堅調に推移するものの、衣料関係はまだばらつきがあり、全体で見ると低調となるのではないかと（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・キャッシュレス決済の5%還元があるにもかかわらず、販売量が増えない。 |
| | | スーパー（販売促進担当） | ・免許返納又はガソリン価格の値上がりの影響か、高齢の来客数減少が拡大している。影響は子供衣料、玩具に大きく出ている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・消費税増税の不況感により、無駄な物は購入しないという消費者心理が働き、冷え込んでくると予想している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客単価が下がっている。まとめ買いの客が減少しているようである。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・天候次第だが、東京オリンピックムードに流されて、売上増は期待できない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・年末という雰囲気の間屋街、商店街、街の様子をみても感じられない。正月以降もそういう雰囲気が出るかどうか分からない。また、キャッシュレス決済サービスの数が多いが、方式を統一した方が客も店側も助かるのではないかと。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・消費税率引上げ前後に需要の先食いがあったため、引き合い、売上共に徐々に減少傾向にある。次世代住宅ポイントという需要喚起策も、現状では浸透度が低く、売上のカンフル剤にはなり得ていない（東京都）。 |
| | | 住関連専門店（統括） | ・消費税が上がったことはそれほど影響はないが、買い控えがまだまだ続くのではないかと。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（統括） | ・消費税率の引上げ後、駆け込み需要の反動減から回復してこない。商品の購入は一段落している様相である。消費税率の引上げによる影響が一回りするまでは、よほどのことがない限り景気が上向きになるとは思えない（東京都）。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・正月商戦を見る限り、力強さに欠ける。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・今後2～3か月先は今より悪くなる。3月は少し良くなると思うが、2月は年間で一番悪い月であり、人の動きもないので、売上は今より3～4割は落ちる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・和食の料理人が非常に人手不足で、当社でも2人欠員が出てしまい、現在はグループ内で人をやり取りして、月に2～3回の定休日を設けて回している。この状況では、やはり売上を稼ぐにも厳しくなってくる（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・外食産業は消費税増税によって明らかに痛手を受けており、今後は減っていく。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・前向きな要素が見当たらないため、年明けはより景気が冷え込むと予測している（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税が上がると、しばらくは買い控え等で財布のひもが固くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|-----------------------------|----------|----------------------|---|---|
| | | 旅行代理店（従業員） | ・東京オリンピック以降の先行きに不安がある（東京都）。 | |
| | | タクシー運転手 | ・客の様子から判断すると、景気が良くなっているという客の方が少ないようである（東京都）。 | |
| | | タクシー（団体役員） | ・例年に比べ、11～12月は明らかに景気が悪化していると感じる。10月の消費税増税の影響が出ているのか、その他の要因によるものなのかは判断できない。 | |
| | | 通信会社（管理担当） | ・消費税増税以降、落ち込みが加速している。 | |
| | | ゴルフ場（経理担当） | ・近年の異常気象もあり楽観視できない。大雪となると長期間のクローズを余儀なくされ、消費税増税による影響と重なり、経営に暗い影を落とすことになる。固定費回収のために単価を下げて稼働率を上げざるを得なくなり、デフレ傾向となり得る。 | |
| | | 競輪場（職員） | ・工事関係者は売上が良さそうだが、遊びに来る客の大半が口をそろえて売上が悪いと話している。東京オリンピック景気があってもよい業界なので期待はしているが、春頃までは厳しいように感じる。 | |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・生徒数が減少し、各塾の冬期講習の値下げも続いているので、単価がどんどん下がっている。人件費とは逆の反応が出ている。 | |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・前年比で客単価が減少傾向にある。 | |
| | | 設計事務所（経営者） | ・住宅や各企業の建物の設計については、東京オリンピックの影響があり、全てが遅れている。いろんな物価においても消費税の問題があり、遅れている。 | |
| | | 設計事務所（所長） | ・都内に仕事が集中していて、地方にはなかなか良い影響が出ていない。 | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・以前のように、経済波及効果の大きい住宅が本格的に売れることを期待している。しかし、米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、韓国との関係悪化など、海外経済の減速による下振れリスクがある。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・アパート建設の受注は微減が続いており、完工高も微減となる公算が大きい。 | |
| | | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・目立った物件情報がなく、年度末に向けて建築需要が回復することは予想し難い（東京都）。 | |
| | | × | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・消費税増税以降、買い渋っている客が多い。一部の解体業、建設業関係の客は景気が良くボーナスも出ているようだが、他の業種ではボーナスも出していないところが前年より多い。 |
| | | × | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・店舗が過剰になっている。 |
| | | × | コンビニ（経営者） | ・人手不足が続き、ますます時給も上がり、厳しい状況となる。営業時間の短縮に向け、本部と話し合いをしているが、先の見通しが立たない。 |
| | | × | 衣料品専門店（店長） | ・消費税増税後、売上が前年比で10%落ち込み、影響が顕著に出ている。 |
| | | × | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・来春に掛けて新しい商業施設が3つできるので、競争が激化する。 |
| | | × | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・まだまだひどくなるが、打つ手がない（東京都）。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・1月は新年会の予約がまだ入っている方だが、2月は新年会も終わり暇になってしまう。寒い時期なので、温かいメニューなどに力を入れて、何とか今の良い状態を保っていきたい（東京都）。 | |
| | × | 観光名所（職員） | ・2～3か月後は1年のうちで1番の閑散期を迎え、観光地としては大打撃となるため、悪くなる（東京都）。 | |
| | × | ゴルフ場（従業員） | ・消費税増税による購買意欲の低下が著しい。さらに、増税しても国の借金は更に増えている上、少子高齢化である。キャッシュレス決済の還元より、福祉や医療、年金に向けた政策を望む。 | |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員） | ・会社に活気がある。仕事量も増えている。 | |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・地元で2月に新しい施設ができるので、客が増えることを期待している。 | |
| | | 化学工業（総務担当） | ・今後2～3か月は東京オリンピック、パラリンピックの影響から、開催時期の物流の混乱に備えた注文の前倒しが予想される。 | |
| | | 建設業（従業員） | ・見積り件数が増加している。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|--|
| | | 輸送業（経営者） | ・1月以降の人員確保ができたため、売上が増大する（東京都）。 |
| | | その他サービス業〔警備〕（経営者） | ・東京オリンピック前なので、しばらくは今の状態が続く。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・自治体関連で未消化の予算があるらしいので、年度末に向けて受注増が見込まれる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・個人、法人の客の店頭受けは非常に少なくなってきている一方で、インターネット経由はやや上向きで、彫刻注文が15本入っている。店頭受けの個人、法人客が減ってきている流れのなかで、見通しとしては変わらない。また、法人の設立が非常に少なくなってきており、今月も2本と、やや少ない。法人は店頭受けの分しかないので、インターネットは価格競争で負けているのかと思う（東京都）。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・国内向けの受注には大きな変化はないが、海外向けは新規受注が何件かある。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・化粧品容器の受注が少し回復するとの情報が入ってきているが、確かではない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・取引先の情報からも受注増の期待は持てない。米中貿易摩擦の緩和を期待したい。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・新規開発の話がある。研究開発で、すぐには仕事にならないが、これを完成するように努める。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注状況をみると、年度末に向けて、東京オリンピック関連以外の引き合いも来ている（東京都）。 |
| | | その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・年末の売上が前年より良い。景気の良さがやや反映されているのではないかと（東京都）。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・現況が良い方向に向かう要因が見当たらないため、短期間での改善は望み薄である（東京都）。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・今後も物量が増えないこと、輸出もないことから、現状のままで変わらない。 |
| | | 通信業（広報担当） | ・一進一退の動きが当面は続く可能性が高い（東京都）。 |
| | | 金融業（統括） | ・特段大きなプラス材料はないが、全く悪い材料もないので、変わらない。 |
| | | 金融業（従業員） | ・消費税率引上げから約3か月が経過したなかで、キャッシュレス決済による還元制度等で恩恵を受けた企業がある一方、売上、収益が想定より悪化し、今後の見通しが厳しい企業も少なくない（東京都）。 |
| | | 金融業（総務担当） | ・まだまだ人手不足が続いており、人件費の増加や、キャッシュレス決済の補助の期限が切れた場合の消費低迷を考えると、年末商戦はあるものの、景気回復までには至らない（東京都）。 |
| | | 金融業（役員） | ・東京オリンピック、パラリンピックの景気は都市部に集中しており、県南部への波及効果はそれほど期待できない。また、消費税増税の影響、キャッシュレス決済のポイント還元終了、海外先進国の先行き不透明感により、好転期待が薄い。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・新築から10年を過ぎると賃料の値下げが必要だが、ただ賃料を下げて契約できないところもある。年が明けてどのような方向に進むか心配である（東京都）。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・東京オリンピックが終わるまでは、景気が後退するとは思えない。厳しいと言っている商業系テナントも観光客が増えることに期待しているし、材料不足にならないようにストックも始めているようである（東京都）。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・受注量や販売量は前年同時期と変わらない（東京都）。 |
| | | 社会保険労務士 | ・良くなる要因が見当たらない（東京都）。 |
| | | 税理士 | ・米国との関係は以前と変わらないが、韓国との関係が好転する兆しはうれしい。暖冬でウィンタースポーツには痛手であるが、旅行観光業全般への影響は少ない。東京オリンピックに向けて景気回復を期待したい。 |
| | | その他サービス業〔映像制作〕（経営者） | ・年度末に向かっても、特に新しい発注などの予測はなく、低い状態は変わらない（東京都）。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | ・東京オリンピックイヤーでもあるし、3か月後の想像が付きにくい。よく分からない（東京都）。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（所長） | ・毎年2月中旬までは閑散期であることや、東京オリンピックまで広告費を抑える動きが目立つため、当面は悪い状況が続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|-----------------------|----------------------|--|
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・取引先の在庫状態を見ると、追い付いてきているようで、倉庫に物が大分増えてきている。内示より商品の出が悪いのだと思われる。今後、この状態が来月、再来月と続いていくのではないかと。 |
| | | その他製造業〔靴〕（経営者） | ・ここ数か月間やや悪くなってきているという実感があったのだが、ここへきて幾らか戻りつつあるようなので、期待したい。 |
| | | 建設業（経営者） | ・零細企業に対する景気対策を確実に実行してほしい。 |
| | | 建設業（経営者） | ・春先以降の案件がほとんどない。前年に比べると全くである。 |
| | | 金融業（支店長） | ・タイは世界の製造拠点になっているが、タイ国内の自動車関連製造業が悪化しているようである。いずれ日本にも波及してくるので、景気は悪化する。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・東京オリンピック前ということで、大きな広告宣伝的施策はオフィシャルスポンサー企業も終えているので、今年に限っては、年度末の駆け込み発注が見込めない（東京都）。 |
| | | 経営コンサルタント | ・消費税増税の影響は長引く。 |
| | | 経営コンサルタント | ・中国、東南アジアに対する輸出減少が遠因となり、さらには、事業承継ができないことによる廃業もひたひたと押し寄せる。東京オリンピック後の大不景気が予測される（東京都）。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・オゾン層破壊や地球温暖化につながるような化学物質が全廃規制となるなど、製造工場等を取り巻く環境が激しく変わる年となり、廃棄物市場への影響も大きい。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・例年2月は受注量が少ない（東京都）。 |
| | × | 精密機械器具製造業（経営者） | ・特需はあるが、周りの経済状態は非常に悪く、近郊でも閉鎖する企業が多くなってきている。 |
| | × | 建設業（経営者） | ・消費税増税と米中貿易摩擦の影響で悪くなる。 |
| | 雇用 関連 (南関東) | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・年度末に向けて繁忙期になり、派遣需要は短期利用も含めて増加する。ただし、需給バランスが崩れている現状から、やや良くなる程度ではないかと（東京都）。 |
| | | 求人情報誌制作会社（営業） | ・年明けは求人の動きも多くなってくるので、それだけ求職者の動きも増え、景気も多少良くなるのではないかと。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・複数の経営者と話をしたが、海外市場、特に中国、韓国、米国に良くなるような情報がないため、期待薄である（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・4月からの法改正で同一労働同一賃金となり、人材派遣業は人件費の高まりにより収支が厳しくなると予想している。3月までは現契約が継続しているため、特に影響はないと思うが、4月から更新時期を迎えるため、その先の状況については不透明である。派遣料への上乗せも業種によっては難しいと推察される（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・引き続き求人数は堅調に推移し、人材不足の状況が続くそうである。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・身の回りの景気に影響が出そうな事象や施策が見当たらない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・同一労働同一賃金の影響から直接雇用が増え、人材紹介ニーズがますます増えると思われる。一方、人手不足は変わらないため、成約数が比例して増えることは期待できない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・新法の施行に向けて今のところ大きな動きはないが、今後、人数削減等の動きが出てこないか不安である（東京都）。 |
| | | 求人情報誌制作会社（広報担当） | ・景気は悪くはないが、良くなる要素が余り感じられない（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・今後も雇用環境はしばらく変化なく進むと考えられるため、景気の変化はない（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は前年比で見ると減少だが、これは管内の大事業所の移転の影響等によるものと考えられる。それを考慮に入れると、前年と同程度の数字である。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・景気後退の危機感が減少し、現状が続くという感触がある（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------|---|
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・年末年始は採用の動きが鈍いが、来春には戻るとみている（東京都）。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・3月までの今期は大きな変化はないと思われるが、来期以降は更に悪化する可能性がある（東京都）。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・若干の落ち着き感はあるが、企業の採用意欲はまだ旺盛である（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・4月から始まる同一労働同一賃金が、採用にも影響を与え始めている。新法の9条では、その他の事情が削除されており、定年前後で職務内容と人材活用の仕組みが変わらない場合は、均等待遇が求められることになる。そのため、定年延長に踏み切る会社も増加しているが、人件費上昇圧力から派遣の採用は抑制されることが予想される（東京都）。 |
| | × | 人材派遣会社（社員） | ・2020年1～3月までに売上予測は前年比60%で推移する。ここから伸びるとしても、前年をクリアすることはなさそうである（東京都）。 |
| | × | 人材派遣会社（営業担当） | ・製造業における新製品開発の声は余り聞こえてこず、更なるニーズ低下が予想される（東京都）。 |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|---------------------|-------------|---|---|
| 家計動向 関連 (甲信越) | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・当地ではこの時期は土が凍ってしまうため、墓じまいはないが、永代供養墓の相談や依頼が多い。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今、新入学生の注文を取っているが、毎年のように、思った以上に注文数があり、枚数を買ってくれるので、やや良くなっていくのではないかと。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・9月までの駆け込み需要の大きさや、サポカー補助金の効果も見込まれることから、2月以降の新車販売は持ち直すかと予想する。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・新年を迎え自粛機運も薄くなり、消費税増税の悪影響も落ち着くものと思われる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・かなり希望的な見解である。この3か月間がこれからの流れを決めていく。 |
| | | 通信会社（社員） | ・異動や引っ越しが増える年度末に向け、新規契約は増加傾向になる。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・キャッシュレスポイント還元効果も余り関係なく、決済の遅れる会社もあり、販売側には掛けた手間分の見返りが余りない。消費者も消費にはシビアである。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・客の購買意欲は、急には上がらないのではないかと。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・周りでは、製造業の受注が減っているということで、良くなる要素は特にはない。 |
| | | 百貨店（店長） | ・消費税増税の影響は思ったよりも大きく、そこからの回復は遅い。百貨店では元々苦戦している衣料品が、暖冬の影響で、特に厚手の防寒衣料が売れず、前年割れが続いている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・老後を意識した消費行動は続いていく。 |
| | | スーパー（経営者） | ・台風19号で被災した貸店舗を取り壊すことに決めた。税理士に相談したところ、保険金に38%の税金が掛かり、建物があると、課税対象が増えてしまうためである。4月決算で、4月20日までに取り壊し、滅失登記をする予定である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・当店のような小売業にとっては、夏の方が若干売上が良い。これから冬に向かうが、例年と売上は余り変わらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・特に変わらない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・特別なイベント等もなく、例年どおりで変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税増税で全ての資材、材料が値上がりしている。また、働き方改革で休みが増えて連休が多くなる等、景気が良くなる要素がない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税増税、少子高齢化の影響が懸念される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・被災ムードの払拭が遅れている。 |
| | | スナック（経営者） | ・いまだに全く悪いが、落ち込む割合が多少改善したと感じている。前年並みに戻るまでには、時間が掛かる。 |
| | 都市型ホテル（支配人） | ・被災地の宿泊客に、「ふっこう割」等の支援予算を付けてもらったが、ビジネス客は対象外のため、市街地にあるホテルには影響がない。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|------------------------|---|
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・変化する要素、客の雰囲気等から回復する気配が全く感じられない。この悪い状況が、何か月続くか予測がつかず、また、回復する要素が出てくるとも感じられない状況である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税増税後、いまだに法人関係の動きが非常に鈍い。依然として増税の影響があるのではないかと。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | ・しばらくの間、旅行自粛ムードによる景気の下降は避けられない。さらに、各国の貿易摩擦もあり、企業収益に大きく影響が出ている。今後の旅行発生は減少する。 |
| | | タクシー運転手 | ・来年2月1日から初乗運賃がわずかながら上がるので、今まで、前年比100%に届かなかったが、恐らく前年比10%くらいは上乗せになるだろうと期待している。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・相変わらず、競合他社との顧客争奪戦が激しく、厳しい状態が続いている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・スキーヤー、スノーボーダー以外に、雪見のインバウンド需要も、今後の積雪の状況に大きく左右されるため、雪不足を懸念している。 |
| | | その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者） | ・消費税増税で値上げをしたが、全体的には前年と変わらず推移するのではないかと。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・年度末まで予定は入っており、更に増える状況になっている。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・別荘の売却依頼が増加している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・異常気象の連続で先が読めない上に、消費税増税の影響も感じられる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・暖冬予報で、前年と比べて苦戦が予想される。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・消費の冷え込みなのか、単価も思うように上がらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・台風19号の被災地の近くなので、被災関係の需要が若干減ってくるが、地域がすぐに復興し、元に戻るわけではないので、今後は若干悪くなる。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・2か月先の車検等の整備予約状況が、前年同時期と比べて、70%程度しか取れておらず、やや悪くなる。 |
| | | スナック（経営者） | ・例年この時期は団体客がかなり動くが、今年は少し異常で、団体客が少なく小規模な忘年会の予約しか入らなかった。世の中の流れなのか、若者が酒を飲まないのか、今後もどんどん厳しくなる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・冬季はインバウンドの割合が増加傾向になるが、ピークとなる春節が1月のため、2～3月は苦戦が予想される。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・積雪によるクローズの多い隣の県に、集客営業をしている。しかし、周辺コースとの値引き合戦もあり、厳しい冬季営業が予想される。 |
| | x | スナック（経営者） | ・悪くなると回答したが、2～3か月先のことは全く見当がつかない。これ以上本当に悪くならないようにと願っている。 |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | | - | - |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・受注が多少増加している。 |
| | | 食料品製造業（営業統括） | ・ワイン県をうたい、知名人を起用しての行政の後押しはあるものの、今のところ十分な効果はみられていない。また、全体的に酒類の消費動向は、やや下降気味に推移している。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・売上目標達成に関しては苦しい状況が続くのではないかと。周囲からも、良化しているという話は聞こえてこない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・リニア新幹線の駅が地元でできる予定だが、建設業を始め、特段景気が良いという話は伝わってきていないので、変わらない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・東京オリンピック関連商材の試作をしており、商品展開に期待が持てる。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・受注状況、特に、海外の状況に変化が見られないため、変わらない。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・引き続き、製造業では受注は減少傾向にある。非製造業では台風19号の被害は、徐々に改善しつつあるものの、観光面で落ち込んだ宿泊客が、どこまで回復できるのか不透明な状況が続く見通しである。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------|----------|---------------------|---|
| | | 金融業（経営企画担当） | ・観光客はインバウンド需要もあり、予約は堅調に推移している。建設業関連は、公共工事は減少しているが、一部の土木建設業者は、今後の売上を「不変」、「やや増加」と見通している。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・新年になり景気回復を期待したいが、東京オリンピックなどは都心部に集中し、当社のような小売業に好影響はさほど期待できない。それよりも台風災害による自粛ムードが依然として続くことが予想され、消費を引下げている。 |
| | | 食料品製造業（製造担当） | ・輸送費や配送費などの値上げが来ている。4月には食品表示法の変更に伴うフィルムの改版などがあり、経費が掛かるため、非常に厳しくなる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・案件が少ない。周囲の企業でも「生産量が落ちている」と聞いており、やや悪くなる。 |
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・香港のデモの影響で、中国向けの売上が大幅に下落している。また、地金の高騰で、受注品の収益が落ち込んでいる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・客が消費税10%の実感を持ち始めているようである。冬季を迎え、受注ペースも弱くなり、景気動向も分からない。 |
| | x | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・毎月の資金繰りが大変である。 |
| 雇用関連 | | - | - |
| (甲信越) | | 人材派遣会社（営業担当） | ・年度末に向けても、台風19号の被害の件もあり、なかなか変わらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・人手不足ではあるが、景気が横ばいの中、採用を抑える企業が数多く見受けられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・管内の経済情報で芳しいものはなく、良い材料がない。変わらないというより、非常にゆっくりと失速している感がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・当所管内の主要産業である製造業は、受注案件が減少しているものの、3月までの分は確保しており、今年度はしのげるとコメントが多い。また、小売、卸売、サービス業は、消費税増税により、売上が減少しているという声も多いが、総じて倒産件数も少なく、しばらくは景気の後退は滑らかに続くともみている。 |
| | x | - | - |

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|-----------------|---|
| 家計動向関連 | | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・この状態では商売はやっていけないので、良くなることを希望する。 |
| (東海) | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・明るさの続くうちに春を迎える。 |
| | | スーパー（店長） | ・東京オリンピック需要も重なり、客単価も上がる見込みである。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・1～3月に掛けては、いつもながら業界は活気付く。客も3月までは決算月であることを認識しているので、購買意欲が高い。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税後、客の財布のひもは固かったが良い物には購買意欲がみられる。したがって、景気はやや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（営業担当） | ・足元は消費税増税の影響もあると思われるが、年度末用の予算消化による受注増が見込まれる。 |
| | | スーパー（商品開発担当） | ・来客数は11～12月の2か月連続で前年を上回ることができた。客単価もほぼ前年並みまで回復しているため、2～3か月先はやや良くなる。 |
| | | スーパー（支店長） | ・東京オリンピックまでは少し上向きにあると見込まれる。終了以降はかなり冷え込み感が増すかもしれないが、景気が上昇を維持していけることを期待したい。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・週末はインバウンドの買物客が当たり前のように複数名は来店する。チェーン系カフェに入ると、必ず訪日旅行者を見掛けるようになってきた。来年はますます増えると思込まれる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・東京オリンピックの開催年を迎え各種準備対応の人員が動き、海外からの流動客数等の増加が見込まれる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税増税後3か月が過ぎて、12月も多少は回復してきているので、1月以降も徐々に回復していくと見込む。販売台数が落ちているので、販売条件は値引きが拡大していて、客にとってもお買得感が出てきている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税後の影響が少しずつ解消に向かうと思われる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・国レベルの大きな問題が起きない前提ではあるが、特に大きな問題がなければ来年は東京オリンピックでムードが高まり、多少景気は上向く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・問合せやコール等のアクセスはまあまあある。2～3か月後に向かって全般的に順当に動いていくのではないかと見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・増販期に入り新車効果もあり、販売台数は前年並みに推移すると見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・1～3月は繁忙期になることに加え、新商品の発売を控えているため、現在よりは良くなるだろう。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・オリンピックイヤーのプロモーションなどで、お祭りムードの盛り上がりうまく乗れば、消費は全体的に良くなる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・年明けの個人宿泊客の予約は増えてきている。前年が落とし過ぎたとはいえ、宿泊宴会も順調に受注しており、全社的にも現時点で前年並みを確保している。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・国立競技場や日本オリンピックミュージアムの見学ツアー等、東京方面への旅行を希望する企業や団体が増えており、この時期から東京オリンピックの恩恵は多少受けている。ただし、大手スポンサー企業以外の旅行会社は、ツアー企画の権限上、この程度の需要確保で終わりそうである。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・2～3月の旅行の申込みが増加している。卒業旅行やリフレッシュ旅行などタイムリーな旅行も顕著に増加している。大きな自然災害や世界の安全情勢が変わらなければ、良い方向に進んでいく。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン控除期間の3年延長を有効活用する客の来場に、正月は期待できる。 |
| | | その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業） | ・賃貸業界は繁忙期に入るので、契約は伸びると見込んでいる。システム向上による増加も重なり期待できる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・特に変化するような要素がない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・相変わらず、必需品な物以外は売れない状況が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・変わる要素がない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気が悪くなっているのは、消費税増税が原因である。これから2～3か月先は、悪いまま横ばいである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今がかなり良くない状況で、同じように推移する。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・変わらないというより、先行きは分からない。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・無駄な物は買わない人が多くなっている。この状況はまだまだ続くと思込む。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・2～3か月先も変わらないが内容が変わっていく。個人は付き合いの幅を狭くして減っていく一方で、法人関係は売上を伸ばすために贈答をすることで売上が増加する。全体として法人に助けられて売上は維持するが、個人の売上は減少し、3か月先も同じように推移する。 |
| | | 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは、変わらない。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・海外の情勢が非常に読みづらく、今後の行方については非常に不透明である。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・消費税増税後数か月を経過して、マインドとしても影響が薄れつつ、そろそろ消費も戻る状況になるのではないかと想定している。1月中旬頃からのバレンタイン商戦に期待をしたい。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・軽減税率効果もあり食品は前年を超えて推移するが、増税対象商品については、影響は徐々に薄れるものの、消費税増税前の状況に戻るにはもう少し時間が掛かると見込まれる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税の悪影響が拡大すると見込んでいる。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・テナントビルのセールで来客数は多くあるが、売上回復には余りつながらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 百貨店（計画担当） | ・現状の余り良くない買上状況が、しばらく続きそうな様子である。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・人気商品に集中する動きが顕著である。以前より買物に対して厳選している様子がみられる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・良くなる要因がない。 |
| | | スーパー（店員） | ・正月明けからは散財の反動が気になるところだが、節約する雰囲気は感じられず、このまま順調に推移しそうである。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・これから節分、バレンタイン、ひな祭りイベントが続くので、今の好調な状況は変わらないと見込む。 |
| | | スーパー（営業企画） | ・東京オリンピックまでは、一段と消費意欲を引き上げる要因が見当たらない。 |
| | | スーパー（ブロック長） | ・年明けは年間でも売上の低い月であるが、暖冬傾向の長期予報が出ているので、食料品関係にとってはマイナスの要因となる。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・ヒット商品などもなく、しばらく低調な状態が継続する。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数が戻ってくる手応えは感じているが、コンビニに関しては時短営業や食品ロスの削減もあり、売上自体は厳しくなる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・環境の観点から予約獲得商品類の店頭販売を実施しないため、米飯などの売上は前年比では厳しく推移する。しかし、エンターテインメント関連での指定商品の販売でカバーする。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・浮上の材料が乏しい。24時間営業の店舗が減れば、なおさらである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・特に外的環境に変化はないが、来年は東京オリンピックの影響がどのように出てくるのかを慎重に見極めたい。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・来客数の減少が続いているなか、キャッシュレス決済利用率の向上はあるが恩恵を実感できるレベルにはまだない。カウンターのファーストフードなど手軽に購入できる商材の落ち込みが大きく、ついでに一品を購入する様子も見られず、単価が上がらない。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | ・当面、小売業界に逆風が吹くような世間の情勢はなく、売上は安定していくとみている。一方、一部では東京オリンピックの需要は年明けには終幕を迎え一段落するとの話もあり、その影響がどう出るのか注視が必要である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・バーゲン価格とはいえ、高額商品を一目客が買ってくれるとは考えにくい。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・景気が回復あるいは悪化するような要因が考えられない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・購買意欲の勢いを感じない。壊れてからの買換え需要のみが続いていくだろう。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・取り立てて良くなる要因も悪くもなる要因も見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新車種の発売が続いており、それに伴う買換えも目立つが、一過性であって、景気の大きな変動には至らない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・1月より決算セールが始まるが、今までが予想以上に悪いので、現状維持が精一杯と見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・これから年度末商戦に向かう大切な時期となる。新型車両も発売され、客の新車への関心はこれまでよりも高くなると期待している。高齢者への誤作動防止も話題となっており、これから相談件数も伸びてくると期待している。来年の夏は東京オリンピックに話題を奪われることが見込まれるので、これから夏までの期間が、市場維持のために大事である。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・住宅を中心に建築工事全般で新築はやや少なめであるが、リフォーム、耐震工事や中小の改修工事は出ている。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・中東情勢の先行きは心配だが、何ものなればこのまま現状維持が見込まれる。 |
| | | 高級レストラン（経営企画） | ・消費動向は底堅く、年初の春節、東京オリンピック直前のインバウンド需要と年度末需要で支えられる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・売上は少しだけ落ちたが、客は様子を見ている状態である。人件費が増えたため、利益が上がらず厳しい。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・前年比で3%前後の来客数の減少が続いているので、この傾向がこれからも続く見通しである。消費税の増税が先の予約を妨げているかどうかは分からないが、地元経済の停滞感もあり、予約数が停滞気味なのが実状である。理由は分からないが製造業を中心とした出荷の伸び悩みなどが影響している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------------------|--|
| | | 旅行代理店（経営者） | ・客の様子を見ると、余り楽観的なムードがなく、予約状況も余り芳しくない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・既にある程度の予約を年内に取り込み、あとは新年を迎えてみないと分からないので客次第となる。 |
| | | タクシー運転手 | ・長い間になるが、同じように静かな繁華街で変わりがない。 |
| | | タクシー運転手 | ・株式市場は29年ぶりの高水準で終わり、冬のボーナスも建設業界では大変な金額のボーナスが支給され、自動車業界も相変わらず順調なため、まだまだこの調子が来年も続く。 |
| | | タクシー運転手 | ・足元から変わらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・当面、現状維持が続くと見込まれる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・客の様子は忙しいとはいえ穏やかで、景気が悪くなるとは思えない。 |
| | | テーマパーク職員（総務担当） | ・特に、良くなる要因も悪くなる要因も思い当たらない。 |
| | | 観光名所（案内係） | ・東京オリンピック前で、観光地にもそれほど客が来るわけではないため、景気には影響ない。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・12月は暖かい日が続いたためか、2月の入場者予約数は前年同日と比べ好調である。しかし、今後は寒い時期となるので、不安要素もあり景気は変わらないと見込む。 |
| | | その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | ・海外情勢が不透明である。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・来客数は減少するが、来月から一部商品がリニューアルし新しいキャンペーンが始まるため、その購入が見込める。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・大きな変化はないと見込まれる。 |
| | | その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | ・引き続き工場の設備投資やレジャー施設の改修工事を受注している。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・インバウンド需要は堅調に推移する。国内需要は、消費税率引上げに伴う消費マインドの低下や今冬のボーナスにみられる所得水準の悪化が続くことにより、漸減的に推移する。 |
| | | 百貨店（業績管理担当） | ・消費税増税後の消費者のマインドがますます節約志向になり、消費マインドが停滞する。 |
| | | スーパー（総務） | ・衣料品が非常に悪くなると見込まれる。生活用品や食料品は前年並みの数字に落ち着いているため、総合すると景気はやや悪くなる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・酒類を中心に販売量が落ちており、客は購買意欲が湧いていない様子である。暖冬も影響しているようである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ドラッグストアの中ではアルコール価格を据え置いた店もあるようで、価格競争が更に激しくなっている。 |
| | | コンビニ（店員） | ・寒い日が更に続くため、来客数をもっと減ると見込まれる。 |
| | | コンビニ（商品企画担当） | ・キャッシュレス・消費者還元事業の影響は拡大すると見込まれる。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | ・引き続き消費税増税の影響は出ると見込まれる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・今後も影響が続くそうに見受けられる。本来消費税引上げの影響は3か月もすれば少なくなるが、今回は、余りそのようにはみられない。他の小売業者にも確認をしたが、同様の声が得られた。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・暖冬の影響でエアコン、冬物の動きが鈍い。テレビも単価の高い有機ELテレビが売れているが、前年の売上を上回るほどではない。パソコンはOS更新の買換えで売れているが、数字上では前年並みで推移している。ボーナスシーズンでこの有様では、閑散期の2月はひどい数字になりそうである。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・1～3月は自動車業界の決算月となるが、3月は少し盛り上がるかもしれないものの、全体的には少し下降気味になる。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（店員） | ・新年を迎え福袋やお買得商品等の問合せは多いが、しばらくは来客数、単価共に落ち込む。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・景気が良くなる様子が見受けられない。 |
| | | 一般レストラン（従業員） | ・プレミアム付商品券の終了やキャッシュレス決済のキャッシュバックの金額などをみて、支出を抑える傾向にある。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|----------------|----------|----------------------|--|--|
| | | その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | ・消費税増税の影響は、想定よりも大きい。 | |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・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） | ・輸出を中心とする製造業の落ち込みが、ますます拡大して行く。 | |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・1月の宿泊予約は、前年比で弱含みの基調である。レストラン予約は、1月1～2日は良いがその後は低迷している。アルバイトなどが集まらず、サービスができない。 | |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・例年ならば、年明けから受注が始まり売上が増加するが、東京オリンピックが7月より始まるので、そちらに目が向いて旅行商品の受注が伸び悩むと考える。東京オリンピックのブームが過ぎるまで、旅行商品の売上はダウンすると見込んでいる。 | |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・いよいよ人口は県単位でも減少局面に入っている。大手企業も含めて人員削減は加速してくるので、物価の上がりようもなく、ますます低単価志向が強くなる。 | |
| | | 通信会社（企画担当） | ・当地は自動車関連企業が多く、自動車を取り巻く様々な環境変化が消費税増税もあいまって、今の企業業績だけではなく先行きの不透明感につながり沈滞ムードとなっている。政治も含めて、明るい未来を感じられなくなっているのではないかと。 | |
| | | テーマパーク（職員） | ・来年は東京オリンピックなど他の方面での行事が多い。 | |
| | | パチンコ店（経営者） | ・行政当局の規制強化で、業界全体の売上等の減少が続く。 | |
| | | 理美容室（経営者） | ・消費税増税で、いろいろな物の値段が上がり、段々と景気が悪くなる。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・3月くらいになると客も増えてくるが、1～2月はどうしても暇である。パーマも年末までに掛け終わっているので、暇である。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月後は予定等が減る。また、客はどうしても必要な物に優先して金を使う傾向があるので、少し下降気味になる。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・人口が減少し、若い女性は首都圏に流出して、売上が上がらない。 | |
| | | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・来年度の政府予算案をみてもしかりだが、社会保障費の財源は、高齢者人口の増加でひっ迫してくるのは明白である。 | |
| | | 設計事務所（経営者） | ・先行きの状況は全く分からないが、現時点では予定が入っていないので、良くなる気配はない。 | |
| | | 設計事務所（職員） | ・政府の今の状況に目を向けると、景気に関する政策が何も無い。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・同業者の倒産もあり、大きな不安がある。 | |
| | | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | ・見積りを出してもなかなか返事がなく苦戦している。これから先は遅れば遅れるほど予算が上がり、人手や下請の確保も難しくなる。人手不足の状況が続くと、年明けは厳しくなる。 | |
| | | × | 商店街（代表者） | ・消費税増税前に大物家電品は買換えられており、増税後は売行きが悪い。5%の還元も、年配の客には余り浸透していないように見受けられるので、更に落ち込むのではないかと心配している。 |
| | | × | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・年が改まったら閉店したいという相談の話が次々と出ている。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・一般庶民は政府の経済対策等はほとんど気にしていない。身の回りの状況では、収入に合わせて工夫した生活、節約生活に移行している。それでは景気回復につながる原動力にはならない。消費マインドが冷え込んでいる。 | |
| | × | 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から、悪くなると判断する。 | |
| | × | 理美容室（経営者） | ・地方は景気の良い話は出ない。財布のひもは固い。 | |
| 企業動向関連 (東海) | | 通信業（総務担当） | ・国内外に先行き不安材料もなく、国民は余暇のための新製品の購買に集中できると考える。燃料の値上げなどが突然起きれば、一気に気分は冷めてしまうかもしれない。 | |
| | | 金融業（従業員） | ・東京オリンピックのある時期ということも含め、建築設計業などでは活性化しているような状況もみられ、最終段階として業務的には忙しい印象を受ける。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 化学工業（総務秘書） | ・まだ東京オリンピックは始まっていないが、景気が下を向くことはない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・半導体製造関係の客の在庫消化が11月で終わり、受注量が回復してきたが、前年のレベルまで増えるような勢いはなく、受注量は横ばいが見込まれる。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・2～3か月程度はまだ仕事量が多いと見込まれるが、その先となると、仕事量の落ち込みを不安視する声もちらほら出ている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・受注量、販売量共に現状推移が見込まれる。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・少しずつ北米で設備の需要が回復してきたようであるが、まだ動きは小さく、楽観できない状況である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・年度末の3月に掛けて設備投資が期待できる反面、客先業界の規制等に不透明な部分があるため、先行きの見通しが立たない。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・変化する要素が見当たらない。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・米国の景気が悪化すれば影響は避けられないが、現時点では受注が落ち込むとか、在庫が積み上がるといったこともないので、数か月は現状を維持できる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・取引先が先送り、受注に応じた生産になっているため、思うようには回復は見込めないという話を聞く。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・米中貿易摩擦や日韓関係の悪化は、当社のような海外から高速通信機器を輸入してシステム構築する企業にとって懸念材料であるが、現時点においては大きな影響もなく、販売は比較的好調である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・今後の生産数推移をみると、変わらない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・米国と中国との貿易摩擦は収束しないであろうと見込まれ、このままの状況が続く。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・国内物流、輸出入共に低調な一方、人手不足による人件費増加は止まらず利益を圧迫している。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・悪いながらも、しばらくはこのままではないかと見込む。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・米中、日韓の貿易の先行きがみえない。 |
| | | 輸送業（役員） | ・中東情勢が依然として不透明であり、原油価格が上昇傾向にあるなど不安材料が多い。消費税増税の関係は緩やかに回復に向かうが、暖冬の影響は年を越すとばん回は難しい。求人倍率も一時より下がってきている等、景気上昇の兆しがみえない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・発送、到着共に減っている。現在はコストコントロールができておらず、12月の繁忙期が終わるまではコントロールしにくい、それを過ぎれば思い切った動きができるようになるはずである。 |
| | | 通信業（法人営業担当） | ・春に向かうと新しい生活が始まる人が多いため、通信業界は書き入れ時になる。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・個人投資家は、利益確定の売りもあるが一旦様子見で消費に向かっていない。個人投資家以外の個人は給与が上がっている実感がないと消費に向かいづらい。当面、現状の景気が続くと見込まれる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・今後も例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の景気は今年同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・少し価格の下落や引き合い案件の減少はあるものの、大きな変化は感じられない。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・新製品PR等の広告出稿依頼が少し出てきているが、一方でペンディング状態の事例もあるため、ほぼ横ばいの見込みである。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・使える金は増えるわけではない。限られた資金をどの方面に使うかだけである。消費先に選ばれなかった店が淘汰される。 |
| | | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・米国と中国の綱引きにより経済は大きく変動し、全体的にはかなりのマイナス局面が出てくる。当社としては新製品の完成を急がなければならない。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・受注量、販売量の前年割れ状況が長く続いている。回復の兆しがみえない状態である。 |
| | | 食料品製造業（経営企画担当） | ・原料価格は高値で安定し、引き続き収益を圧迫している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|----------------------|--------------|--|--|--|
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・ 来年に入ると消費税増税の影響がじわじわ出てきて、受注量も減少し景気が悪くなる。 | |
| | | 鉄鋼業（経営者） | ・ 1～3月の新規の話が非常に乏しい。建築業界も自動車業界も大きく上向き見通しなどはない。 | |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・ 来年の引き合いの数が減少している。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・ 燃料代等も上昇傾向になっている。 | |
| | | 建設業（役員） | ・ 消費税引上げの影響で資材の値上がりもあり、建築コストがますます上がる。客が分譲価格の高騰についていけないことを懸念する。 | |
| | | 建設業（経営者） | ・ 我が国の政治家の問題や国家公務員の行動をみると、景気が良くなるはずがない。 | |
| | | 通信業（法人営業担当） | ・ カード決済のポイント還元も期限付きで、限定的である。消費税増税でマインドは冷えており、東京オリンピック以降の景気が心配である。 | |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・ 正月へ向けての折込チラシが少ない。年始を休む店も増えているので減っている。 | |
| | | 公認会計士 | ・ 自動車関連産業でのガソリンから電気への構造変化や、国内生産量の成熟化の流れは不可避である。中堅中小企業の事業承継問題は、短期的には解決ができない。 | |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・ 小規模の打診はあるものの大きな規模の案件がないため、外部委託要員の調整が始まると見込まれる。 | |
| | | × | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・ 新規の目玉になるような材料が見つからない状態である。米中貿易摩擦の終結を早期に望む。 |
| | | × | 輸送業（エリア担当） | ・ この景気の悪さは世界貿易紛争、米中貿易摩擦、日韓の政治経済関係の悪化が影響している。それに加えて、我が国の政治に対する不信感、やり場のないむなしさが漂っている。 |
| | | × | 会計事務所（職員） | ・ 消費税増税により、更なる消費の落ち込みが見込まれ、今後良くなる要素も今のところはみられない。 |
| 雇用 関連 (東海) | | - | - | |
| | | - | - | |
| | | 人材派遣会社（経営企画） | ・ 来年3月までの期中は、現状が続く見込みである。 | |
| | | 人材派遣業（営業担当） | ・ 人材不足はまだ解消されず引き続き景気は現状のままと想定する。 | |
| | | 人材派遣会社（企画統括） | ・ 来春の改正労働者派遣法に対する派遣先企業の動向が不透明である。 | |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・ 年度末に向けた自動車生産数の計画が、例年とは異なって余り増えていない。ただし、求人については、一部の業種を除いて若干だが増加傾向にある。 | |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・ 今が余り良くなく、客へのヒアリングでも良くない傾向は続く見込みである。 | |
| | | 職業安定所（所長） | ・ 事業所からは人手不足の声はある。米中貿易摩擦等の雇用への影響について心配する声は聞かれるが、直接の影響は聞いていない状況である。 | |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 窓口での相談件数は前月比、前年同月比で減少しており、今月も11月と同様に減少する可能性もある。ただし、転職には踏み切らず現状の維持を希望しているのではないかと見込まれるため、大きな変化はないものと考える。 | |
| | | 職業安定所（次長） | ・ 人手不足と感じている企業の声が多い状況は変わっていないが、一部の製造業は、先行きを不安視し採用抑制を検討している。 | |
| | | 職業安定所（次長） | ・ 求人数の減少はあるものの、求職者数の増加又は就職者数の減少までには至っていない。 | |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・ 1月中旬～4月に入社を目指す転職希望者の流入が見込まれるが、厳選採用で慎重な姿勢の企業が増えている印象もあり、採用数増加につながるかは不透明である。 | |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | ・ 好転材料も後退材料も顕著には見受けられない。 | |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・ 現時点でも募集している来年3月実施予定の大学内企業説明会において、参加希望企業数が前年と変わりない。 | |
| | 人材派遣会社（社員） | ・ 今月が良かっただけにやや悪くなる。ただし、1月は法人関係の新年会や賀詞交換会での予約状況が例年より良い。 | | |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・ ポジティブな材料が見当たらない。 | | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|--|
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・郊外での派遣受注の落ち込みが大きくなっており、都心部でも採用数は減少している。 |
| | | 職業安定所（次長） | ・求人数が減少するなかで、当地域においては好転する要因が見当たらない。 |
| | × | 人材派遣会社（営業担当） | ・自動車メーカーの主要客より、4月からの予算を10%削減すると通達を受けており、今よりも景気は悪くなる。 |
| | × | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・世の流れの変化に全くついていけておらず、ついていくこともできなくなっている。 |

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 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------------|--|
| 家計 動向 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店員） | ・年度末に向けて、官公庁案件による売上が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新型車の発売が予定されているので、やや良くなるとみている。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・1月以降に新たな東京オリンピック関連の旅行商品の発売情報があるので、期待したい。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・消費税の引上げの影響は一段落したが、良くなる要素はなく、現状が続くそうである。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・暖冬予想のため、紳士、婦人、子供のコートなどの重衣料及び防寒用品は引き続き苦戦すると見込む。 |
| | | スーパー（店長） | ・天候次第だが、その他で大きく変動する要素がない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・政府のポイント還元事業が一旦終了し、景気が悪くなるのを防ぐため次の対策が打ち出されると考える。東京オリンピック以外は大きな変動はないとみている。 |
| | | スーパー（店舗管理） | ・来春は大型店舗の新規出店があり、一段と競争が激化し、買上点数増は見込めない。さらに、来客数への影響もあると考える。 |
| | | コンビニ（店舗管理） | ・好転の材料が見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税の引上げ後であることに加えて、暖冬で売上が大幅に落ち込んでいる。回復の兆しがみえない。 |
| | | 衣料品専門店（店舗運営） | ・ここ数ヶ月の客単価の推移をみると、数か月後も大きな変化はないと考えている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・新生活などの需要も年々下がってきており、消費税の引上げの影響が今期まで続くともみている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・暖冬が予想されており集客を期待しているが、しばらくは厳しい状況が続くそうである。 |
| | | 自動車備品販売店（役員） | ・多少回復への期待感はあるが、クリスマス商戦や年末の客の動きからは、まだまだ厳しい状況が続くそうである。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・過去数回の消費税の引上げ後の落ち込みを経験しているが、今回は回復も遅く、この先良くなる見通しが全く立たない。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・とにかくこれ以上悪くなってほしくないということで、変わらないとする。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・改装効果及び競合店環境が変化しているため、単純比較ができないが、天候の要素を除いて買い控え等は発生していない。今後も同様に推移するとみている。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・団体の新年会の受注は、例年並みのペースで予約が入っている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・年末年始の予約状況は変わらないが、その後の集客に苦戦している。新年会の予約が減少傾向にある。 |
| | | 都市型ホテル（役員） | ・宿泊部門、レストラン部門共に景気動向が悪くなるとみている。宴会部門において各種団体や企業の新年会は例年と同様の傾向にあり、全館での景気動向は若干悪くなると考える。 |
| | | 通信会社（職員） | ・消費税の引上げの対応費用の負担は期末まで影響し、売上増の傾向は相殺といったところである。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・ボーナス商戦にもかかわらず、例年と比べてみても販売量に大きな変化がみられない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・消費税の引上げによる影響が余り出しておらず、この後も大きな変化はなく推移するものとみている。 |
| | | テーマパーク（役員） | ・引き続き先行きの予約状況を見ると、国内客の動きはやや鈍いものの、海外からの客の動きが比較的堅調なことから、全体的には前年並みの来客数の動きで推移するとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|----------------------------------|--|
| | | 美容室（経営者） | ・10月以降、消費税の引上げの影響がほとんどなかったの で、しばらくは現状のままで推移する。 |
| | | 住宅販売会社（営業） | ・良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・キャッシュレスによるポイント還元が終了すれば、景気が 停滞すると思われる。 |
| | | 百貨店（販売促進担 当） | ・個人は先行きの不透明感と消費税の引上げによる節約志向 が増してきている。また、大手企業のお中元やお歳暮ギフト の受取辞退の影響により、法人関連のギフトの見直しが企業 間で強まり、マイナス要素が更に強まる傾向である。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・セール期に入る1月は、12月よりは若干の改善を期待して いるが、2月以降は再度苦戦を見込んでいる。特に客の中心 年代である40～50代の消費マインドの低下が要因である。パ レンタインなどのイベントの影響も受けにくい年代であり、 ギフト需要が低迷していることも要因である。祝日は増加す るが、高単価衣料品の春物商材が先行して売れる見込みはな く、就職など必需品以外の購買行動は少ないとみている。 ヒット商品が見当たらないことも、要因の1つである。 |
| | | コンビニ（エリア担 当） | ・大きな環境変化がない。 |
| | | 一般レストラン（統 括） | ・12～1月は年末年始の需要があり、12月の好調を1月も キープすると思われる。年度末から新年度にかけては、外食以 外に経費が掛かり、株価も現状は下がらずキープしている が、新年度に向けて下がる傾向になるとみている。 |
| | | 観光型旅館（スタッ フ） | ・12月以降の予約保有は、月を追うごとに低下する傾向に なっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッ フ） | ・ホテルの過当競争が更に激化するとみっており、土地があれ ばホテルが建つ状況はホテルバブルを実感する。レストラン も消費税の引上げの影響か、来客数、客単価共に減少しており、 特に客単価は消費税の引上げ前より低い。 |
| | | タクシー運転手 | ・1年前に比べて観光の予約が減っている。 |
| | | 通信会社（役員） | ・放送サービスにおいて、競合他社のサービス開始が予定さ れており、契約獲得数や加入者数の減少を見込んでいる。 |
| | | 競輪場（職員） | ・消費税の引上げの影響や、寒い季節になることから外出を 控える客が多いとみている。 |
| | | その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人) | ・競合店の様子からも、当事業所への新規入会が当面見込め そうにない。 |
| | | 住宅販売会社（従業 員） | ・家づくりをする家族構成は、今までは夫婦2人が夫婦と子 供がいる世帯であったが、現在商談をしている家族構成は、 本人1人で住むという客や、結婚が決まれば家を建てるとい う話が増えており、標準家族の建築は1巡した感がある。家 づくりの来客数は明らかに減っていくと考える。 |
| | | 住宅販売会社（従業 員） | ・消費税の引上げの影響から、景気はやや悪くなるとみている。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・キャッシュレスの促進策でキャッシュレス決済が多く、小 売店は手数料の負担が増え、消費税の引上げの価格アップ等 を合わせると二重苦、三重苦の重荷を背負わされたような感 じである。これでは景気が良くなるとは到底見込めない。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・一時的な理由だが、人気スポットの美術館がメンテナンス のため2月まで休館し、人の流れが完全にストップする。北 陸新幹線開業前の水準に逆戻りするといっても過言ではな い。 |
| | × | スナック（経営者） | ・業種によるが、工場関係などは暇になっているとのこと で、先々悪くなるのではないかと考える。 |
| | × | タクシー運転手 | ・新年会の時期が終わると平常に戻る。また、12月が大変良 かったことから、その反動で悪くなるとみている。 |
| | × | 住宅販売会社（従業 員） | ・消費税の引上げの影響が出てきている。 |
| 企業 動向 関連 (北陸) | | - | - |
| | | * | * |
| | | 食料品製造業（経営企 画） | ・現状より悪くなるとは考えないが、年が明けても引き続き 低空飛行は変わらないとみている。 |
| | | プラスチック製品製造 業（企画担当） | ・米中貿易摩擦、中東や朝鮮半島など海外情勢の不透明感、 運送コストの上昇もあり、当面厳しい状況が続くものと考え る。 |
| | | 金属製品製造業（経営 者） | ・2～3か月先の受注の入り具合をみると変わらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------|----------------|---|--|
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・世界経済の不透明感は依然として強く、海外向けの輸出は伸び悩んでいる。国内の設備投資関連の産業用部品においても、新規の受注案件が計画ほど増えてきていない。 |
| | | 通信業（営業） | ・見込み件数がここ数か月前と変化のない状態で、増える気配が感じられない。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・12月後半から先行きの不透明感が強く、相当悪くなるとみている。 |
| | | 建設業（役員） | ・来年度以降、現状よりも受注動向は厳しくなるとみている。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・2020年3月に迎える今期決算では過去受注分の決算を反映し、売上や利益を維持できる取引先が多い。しかし、米中貿易摩擦等を要因とした製造業の受注減少は継続しており、来期決算予想は厳しい見通しとなる取引先が増加するとみている。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・法人関係の問合せが少ないのに加え、個人客の問合せも少なくなってきたので、2～3か月先になると、少し悪くなると考える。 |
| | | 司法書士 | ・事業承継者が不在であるための会社の解散、閉店等が目立つ。駅周辺であっても閉店後が駐車場となっており、新規の事業につながっていない。 |
| | | 税理士（所長） | ・例年2～3月は非常にものの動きが悪く、厳しい時期になることから、良いとは余り考えられない。また、中小事業者に対して、消費税の引上げ後の申告納税が始まることから、資金収支が少し厳しくなるのではないかと心配している。 |
| | x | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・工作機械業界は、過去数年好調が続いてきたが、米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題などの外的要因が重なり、設備投資が動き出すまで時間が掛かると考える。 |
| | x | 建設業（経営者） | ・民間工事についてもほとんど発注されていないため、来年3月の年度末工事の予定が立たない。 |
| | x | 金融業（融資担当） | ・大手の業況が下降しており、中小の仕入先に対して値下げ圧力を強めている。 |
| x | 新聞販売店〔広告〕（従業員） | ・12月も前年同月比でマイナスである。消費税の引上げ当初の10月から比べると若干上向きになってきている感はある。全体的に紙媒体から他媒体への広告の移行も向かい風になっている面が見受けられ、当面は上昇できないのではと考える。 | |
| 雇用 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・新しい年になり、東京オリンピックの活気や冬を乗り越えた後の高揚感により、勤労意欲が高まるとみている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・大きな雇用の話が余りない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業） | ・各企業の話や話を聞くと、先行きに不安を感じているようである。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・政府には抜本的な経済のこ入れ策がなく、景気の回復を期待できない。民間主導では強者のみが成長し、それ以外は置いてけぼりになっている。圧倒的多数を占める中小以下の事業者が成長しないと、その従業員は積極的な経済活動ができない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・現状ではほとんどの産業で減少傾向であるが、特に建設業、製造業、サービス業において減少の幅が大きい。しかしながら、製造業では5Gの動きなどに対する関心が高く、今後の動きによっては業績が多少回復するのではないかという声を聞いており、しばらく様子を見る必要がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・年末に向け求人数は増加傾向にあるが、正社員の求人は低調なままであり、契約期間のある求人が増加している。求人増加については一時的なものと捉えており、景気が良くなったとはいえない。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・同一労働同一賃金の導入により、新規雇用はしばらく抑制されるのではないかと危惧している。 |

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|--------------|---|---|
| 家計 動向 関連 (近畿) | | 家電量販店（店員） | ・消費税増税の影響がようやく落ち着き、新生活に向けての需要も増えるため、景気は良くなりそうである。 |
| | | 一般小売店〔呉服〕（店員） | ・入園や入学に向けた動きが出てくる。呉服に興味を持つ若い母親が増えており、低額の商品でも、ある程度は販売できそうな期待がある。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・苦戦しているなかでも、婦人衣料は前年並みの売上を確保しているため、消費は徐々に回復することが見込まれる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・富裕層の優良客からは、家具や呉服などの引き合いが増えており、入荷待ちの商材もあるため、高額品の消費は上向きとなる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・世界情勢の先行きが少し明るくなってきたことで、消費税増税後の混乱は消えつつあるように感じる。もともと食品は軽減税率が適用されるため、増税後の消費の落ち込みは予想していなかったが、販売量は前年の水準に戻り、来客数も前年以上に増加している。 |
| | | 百貨店（販促担当） | ・消費税増税の影響が終息すると予想され、冬物商材の動きが鈍い分、春物商材の早期の動きが期待できる。様々な色目の展開を強化することで、消費マインドの向上を図っていく。新生活や春の旅行など、生活シーンを組み合わせた提案を強化し、活性化を進めたい。 |
| | | 百貨店（販売推進担当） | ・海外情勢は不安定であるが、国内需要は12月中旬以降、前年実績を上回る日が増えているので、回復基調にあると期待している。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・消費税増税後、時計や宝飾品、美術品などの高額品がようやく売れてきている。株高や米国の好景気なども影響し、緩やかな回復が予想される。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | ・年明け以降の天候次第ではあるが、災害などがなければ、先行指標に悪影響を及ぼす材料は見当たらない。個人消費については、東京オリンピックなどのイベントに対する期待とともに、上向きに変化すると考えている。 |
| | | スーパー（店員） | ・近隣にオープンしたスーパーは、そこまで繁盛しているわけでもないため、これから盛り返していけば売上も増えてくる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・年末商戦では客単価がアップしている。キャッシュレス決済のポイント還元もあいまって、当社での購入動機が高くなっている。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・消費税増税の影響が徐々に薄れてくる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・キャッシュレス決済によるポイント還元のセール期間中は、食品類を中心に、今の好調な売上が続きそうである。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・年末から年明けにかけて、景気が良くなりそうである。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員） | ・新年となり、東京オリンピックや大阪万博に向けて、海外からの訪問客も徐々に増える可能性があるほか、年始のバーゲンセールでの需要も見込まれる。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（経営者） | ・キャッシュレス決済のポイント還元をうまく利用すれば、売上を維持できると感じる。今年の4月末までは、各商店でスマートフォンでの支払キャンペーンを積極的に実施するため、お買い得感が増し、客単価が上がるため、売上の伸びも期待できる。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宴会の予約率は平年並みであるが、新規での仮予約が好調である。一方、婚礼は上期こそ好調であったが、下期は足踏みしている。宿泊も新規参入の大型チェーンホテルとの競争で苦戦しており、稼働率は下がっている。食堂は、クリスマスの日並びが悪く苦戦したが、年末年始は好調である。 | |
| | 旅行代理店（役員） | ・キャッシュレス決済のポイント還元制度が、徐々に浸透してきている。 | |
| | 競艇場（職員） | ・全国発売のSGやG1競走、女子レースなどの売上が好調で、特にインターネットでの投票が引き続き順調に推移している。 | |
| | 商店街（代表者） | ・売上の回復する気配がない。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|---|
| | | 一般小売店〔時計〕 (経営者) | ・先行きが良くなるという情報や雰囲気は全くなく、年齢を問わず、相変わらず先のみえない状態が続いている。収入や生活の格差がまだまだ大きく、浮ついた話を聞くこともほとんどない。季節が変わっても、生活を守る動きが続く状況に変化はない。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕 (経営者) | ・関西の景気は大阪万博までは維持できるといわれているが、怪しいものである。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当) | ・前受注の動きは、前年と変わらない。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕 (経営企画担当) | ・9～11月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は87.6%で、関東は102.6%、中部は91.7%で、中国は94.4%となり、各地区合計の平均は92.3%となっている。前年9月のプロ野球チームの優勝による特需の反動や、ギフト商戦の不振、消費税増税による落ち込みなどで、全体的に非常に苦戦している。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕 (管理担当) | ・悪い材料がそろっている一方、良い材料が見当たらない。国際情勢も含めて、年が明けて良い材料が出てくれば、またムードも好転するのかもしれない。 |
| | | 一般小売店〔野菜〕 (店長) | ・景気はかなり冷え込んでおり、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕 (営業担当) | ・例年、年明けは売上が悪く、年末にどれだけ販売量が伸びるかに左右される。 |
| | | 百貨店(売場主任) | ・食料品の売上はほぼ前年並みに近づいているが、食品以外では消費税増税の影響が続いており、先行きに不透明感がある。今後も、現状のような推移になると予想される。 |
| | | 百貨店(企画担当) | ・今月から景気は好転しており、大きな国際情勢の変化がなければ、今後2～3か月は今月と同様の動きが続くと予想している。 |
| | | 百貨店(サービス担当) | ・外国人観光客が増えなければ、来月以降も状況は変わらない。国内客向けの食品催事を中心とした部門を強化し、集客を増やしたい。 |
| | | 百貨店(商品担当) | ・消費税増税により、消費全体を抑制する意識があるようで、回復の見込みが立ちにくい。また、米中貿易摩擦で改善が進まない中国景気の影響で、インバウンド市場の回復も進まず、先行きが見通せない状況である。 |
| | | 百貨店(宣伝担当) | ・国内客の財布のひもが固くなっているほか、インバウンド客もまとめ買いがほとんどなくなっている。季節の端境期となる2～3月は、ファッション商材を中心に厳しい動きが予想される。 |
| | | 百貨店(マネージャー) | ・全体的な傾向は変わらず、クリアランス商戦も短期集中型で終わると予測される。今後は、より一層慎重な選択消費が続くであろう。 |
| | | 百貨店(マネージャー) | ・大きな景気対策がないほか、海外には北朝鮮情勢などの不安要素もある。 |
| | | スーパー(経営者) | ・消費税増税後、税率が10%に上がった商品の販売が落ちている。さらに、節約ムードの影響が、軽減税率の対象で8%のままの商品も動きが鈍い。 |
| | | スーパー(店長) | ・店舗での客の動きは淡々としており、台風などの大きな異変がない限り、良くもならず、悪くもならないと感じる。 |
| | | スーパー(店長) | ・この数か月、客の購買動向は変わっていない。節約志向が強まり、プラスアルファの買物は控えめである。 |
| | | スーパー(経理担当) | ・年間の売上のピークとなる年末商戦は、ほぼ例年並みの推移となっている。今後は、暖冬傾向や雨が多いなどの天候要因、消費の節約志向といった悪材料は多いが、大きく底割れすることはないと予想している。 |
| | | スーパー(販売促進担当) | ・消費税増税による買い控え意識が薄らぐことを期待しているが、直近の世界情勢を踏まえると、景気の上昇への期待は薄い。これ以上の景況感の悪化はないかもしれないが、上昇もせず、しばらくは現状での推移が続く。 |
| | | スーパー(管理担当) | ・消費税増税後、キャッシュレス決済による2%のポイント還元指定事業者になれず、苦戦が続いている。 |
| | | スーパー(エリア統括) | ・ドラッグストアや各種専門店、インターネット通販の勢いがまだまだ続き、価格競争もより一層激しくなるため、スーパーや百貨店の苦戦は当面続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|---|
| | | コンビニ（店長） | ・競合店の再オープンにも耐えたので、2～3か月は今の状態を維持できそうである。ただし、来年の後半には閉店したスーパーの敷地に新しいスーパーができるため、その影響が気掛かりである。世の中の景気というよりも、競合の有無に左右される部分大きい。 |
| | | コンビニ（店員） | ・店長が代わり、発注や店作り、シフトの入れ方などが全て消極的で、これが原因で売上が下がってきている。 |
| | | 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・購入する人と購入しない人が、はっきり分かれている。購入する人は高額でも買うが、買わない人は安くても買わない。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・次世代住宅ポイント制度の効果で、今の販売状況が続くと予想される。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・必要な物の購入や、壊れた商品の買換えの動きは横ばいである。一方、新規需要は競合先との差別化を図ることで、維持できると判断している。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・正月までは今と大きく変わらないが、それ以降は不安要素がある。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・年末商戦に期待していたが、消費税増税の影響が残っているほか、節約志向が定着したのか、購買には非常に慎重である。 |
| | | その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | ・3月までは、消費の動きを大きく変えるようなイベントはない。4月以降の東京オリンピック特需に期待している。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・新規客の獲得に向けて、手頃な価格帯の提案や、リピートにつながる提案が求められる。また、なじみ客には希少性の高い商品などの提案が必要である。 |
| | | その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | ・食品は比較的堅調であるのに対し、ファッション商材は消費税増税後の落ち込みから戻っていない。インバウンド需要も回復の兆しがなく、全体としては厳しい状況が続く。 |
| | | 高級レストラン（企画） | ・宿泊の稼働率はアップしているが、客室単価の伸び悩みが続いている。 |
| | | 一般レストラン（企画） | ・土日の営業が全体を押し上げている一方、平日の営業には大きな変化がなく、良くなっているとは言い切れない。 |
| | | 一般レストラン（店員） | ・今月はボーナスの支給で単価が伸びたが、今後は寒くなると外出も減るため、客が減少する。 |
| | | その他飲食〔ファーストフード〕（店員） | ・例年よりも全国的に気温が高く、今後も高いままとなることが予想されるため、景気は変わらない。 |
| | | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | ・今年は暖冬であるが、寒くなる時期にはしっかり寒くならなければ、商品が動かない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・インバウンド客が増えるか否かは、政治の動向に影響されるが、予約状況は良くない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・従来から年明けは動きが鈍い。消費税増税の影響もあるため、要注意である。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・宿泊の2～3か月先の予約状況は、客室数、単価共に前年を下回っている。宴会についても、来年3月の予約が前年を大きく下回っている。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・状況が改善する材料、悪化する材料共に見当たらない。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・台風19号などの自然災害の影響は大きく、客の消費マインドに響いている。災害に備えて、必要以上には支出不い傾向は今後も変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・忘年会や新年会が続くため、多少は人が動くものの、全体としては余り変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・特段の状況の変化はない。 |
| | | タクシー運転手 | ・正月を迎えるが、余り良い方向にはならないと感じる。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・市場が動き出すような、規制緩和が必要である。このままでは、販売代理店や端末メーカーが生き残れない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・年明けから年度末の3月までは、動きが少ない。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・現状は消費税増税の影響が明確に出ているわけではないが、今後も不安材料である点は変わらない。先行きは不透明であり、楽観視できない。 |
| | | その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員） | ・消費税増税の影響が薄れてきただけで、個人消費に力強さは感じられない。 |
| | | その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員） | ・イベントの動き自体は、景気に余り左右されない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------|--|
| | | その他レジャー施設 [球場] (経理担当) | ・ 3月は、プロ野球の公式戦のほか、多くのコンサートや子供向けのイベントが予定されているため、例年並みの集客を期待している。 |
| | | その他サービス [マッサージ] (スタッフ) | ・ オイルマッサージは服を脱ぐため、寒い時期になると来店客が減少する。 |
| | | 住宅販売会社 (経営者) | ・ 当面は建設、土木関係の業種が安定しているため、現状維持での推移となる。 |
| | | 住宅販売会社 (経営者) | ・ 例年 1 ~ 2月は取引が活発ではないため、現状のままで推移し、3月からは多少好転すると予想している。 |
| | | その他住宅 [展示場] (従業員) | ・ 新築住宅については、特に目立った政府の取得支援策もないため、しばらくは客の様子見が続くそうである。 |
| | | その他住宅 [情報誌] (編集者) | ・ 新築住宅の販売市場は、3月末の決算に向けた商戦に突入するが、消費者の需要に大きな変化はなさそうである。 |
| | | その他住宅 [住宅設備] (営業担当) | ・ 好材料でも悪材料でもないが、今年は年末の休みが1週間と長い。また例年の動きとして、年初は仕事のエンジンがかかるまでが遅い。 |
| | | 一般小売店 [衣服] (経営者) | ・ 消費税増税に暖冬と悪材料が多く、事業環境が非常に厳しい。今は1月の気温の低下に期待している。 |
| | | 一般小売店 [衣服] (経営者) | ・ 消費税増税による影響かは分からないが、消費者の購買意欲が落ちているように感じる。そのような状況で、数か月後の景気が良くなるとはとても思えない。正直なところ、これから次第に厳しい状況が訪れるのではないかと懸念している。 |
| | | 百貨店 (売場主任) | ・ 婦人服や紳士服のほか、それに付随する雑貨の動きは従来よりも厳しい。取引先のリストラや売場からの撤退、取引条件の改善要求、商品生産の抑制などの動きも、最近では顕著になっている。このような状況が続けば、今後の売場展開にも大きな影響が出ることは避けられず、現状よりも良くなる期待は持てない。 |
| | | 百貨店 (服飾品担当) | ・ 消費マインドの低下による売上の不振が予測され、回復にはやや時間を要する。1月以降の気候も不透明な部分があるため、厳しい商況が続くそうである。一方、うまく差別化された商材や、コト関連の仕掛けには客の反応があるため、春にかけて消費税増税の影響が低下するとともに、徐々に回復する商材も出てきそうである。 |
| | | 百貨店 (売場マネージャー) | ・ 消費税増税後は国内企業を中心に業績が悪化し、構造改革の一環としてのリストラなども多く、好転するような材料が少ない。また、富裕層以外の消費マインドも、増税や暖冬の影響で低い。 |
| | | 百貨店 (マネージャー) | ・ 今の売上の増加は、ボーナス支給による一過性の動きである。クリアランスセール勢の勢いもそれほど見込めないため、今後は悪化が予想される。 |
| | | スーパー (店長) | ・ クリスマス商戦では、価格の安いインターネット販売に客が流れ、苦戦している。今後も消費税増税後の低迷が続くと予想される。 |
| | | スーパー (店長) | ・ 堅調な企業を含めて、先行してリストラを行う企業が増えている。また、将来への不安から、会社員の世帯を中心に生活防衛意識が高まっている。 |
| | | スーパー (店員) | ・ 例年 1 ~ 2月は暇な時期であり、野菜の相場も安い状態が続いているので、売上も上がらない。 |
| | | スーパー (開発担当) | ・ 消費税増税前に、ある程度は売上が増えたが、増税後は減少している。大手スーパーはキャッシュレス決済のポイント還元率が低く、小さなスーパーは還元率が高くて、商品が少ない。やはり増税は失敗である。 |
| | | スーパー (社員) | ・ 消費喚起に向けて様々な対策を講じているため、当面は売上を維持できそうである。ただし、今年は年末商戦が前年よりもやや苦戦しているため、対策の効果が薄れると、売上もやや不振になると予想される。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・ 景気が改善する要素については、自分の知る範囲では見当たらない。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・ 財布のひもが固く、消費が減っている一方、店の数は変わっていないため、価格競争に陥っている。 |
| | | コンビニ (店員) | ・ 例年12月は忙しく、1月に入ると落ち着く。 |
| | | 家電量販店 (人事担当) | ・ キャッシュレス決済関連のキャンペーンによる、反動減のおそれがある。今後はキャンペーンに頼らない施策が求められる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------------|---|
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・個人消費の動きが予想以上に弱い。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・年末の駆け込み購入でバタバタと売れたが、年明けが不安である。廃業を決めた同業者はこの年末で2件と、厳しい状況は変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税後の反動で、新車、中古車共に売れなくなっている。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・消費税増税後、客の動きが鈍いと感じている。この状況は、しばらく続きそうである。 |
| | | 住関連専門店（店員） | ・良くなる要素がない。 |
| | | その他専門店〔宝石〕（経営者） | ・現状は株価が高騰しており、為替相場や金の価格も安定している。ただし、今後もこの状態が続くかどうかは不透明であり、年明けの動向には要注意である。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・例年どおり、年明けは客足が落ち込むと予想される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・年末年始の休暇が約10日間と長く、来年は東京オリンピックも開催されるため、観戦に行く人を中心に、飲食面では更に財布のひもが固くなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・1～2月の先行予約はやや弱く、まだまだ空室が多い。今後は、個人客の間際予約がどれだけ取り込めるかが鍵となる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・世界情勢は落ち着きそうになく、日本にも影響が出る。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・ホテルの供給過剰により、宿泊は回復が見込めない。宴会は、単月では好調な月もあるが、平均するとやや悪い。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・市内では客室がますます供給過多となる。また、中東情勢の今後の推移など、不安要素が多い。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・市内中心部の競争が厳しいエリアでは、新しいホテルもかなり低価格で販売予定と聞いている。今後、宿泊客の取り合いが始まれば、厳しい状況となることが予想される。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・建築業の市内での業況が、下降傾向となっている。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・消費税増税の影響がはっきりと出てくるのはこれからで、景気が回復するような施策は東京オリンピックまでなさそうである。 |
| | | 観光名所（企画担当） | ・インバウンドについては、韓国からの客の減少がかなり目立ち始めている。国内客についても、消費税増税の影響は分からないが、鈍化傾向にある。 |
| | | 競輪場（職員） | ・前年の傾向から判断すると、今後はやや悪くなる。これを覆す要因が見当たらない。 |
| | | その他サービス〔学習塾〕（スタッフ） | ・消費税増税による影響が続くと予想される。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・商談客の財布のひもが固い。できるだけ費用を抑えたいという意識が強く、景気の下降傾向が感じられる。 |
| | | 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） | ・金融機関の融資姿勢や大企業の業績が悪化気味なので、景気は後退すると予想される。 |
| | × | 一般小売店〔花〕（店員） | ・消費税増税の影響で売上が減少し、予約件数も減っている。明るいニュースがないなか、この先も景気が悪くなると予想される。 |
| | × | 百貨店（企画担当） | ・12月の繁忙期に入っても傾向は変わらない。大型店はキャッシュレス決済のポイント還元がなく、自前の施策では経費が増えるだけである。消費者の間で、百貨店の商品は値段が高いという意識が強いように感じる。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税増税以降、客は何が増税になるか理解していない。キャッシュレス決済で、今までより安く買物ができることも分かっていない。ポイント還元制度が分かりにくいことが、増税の影響に拍車を掛けている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・服は節約して買わなくなっているため、今後はますます悪くなる。 |
| | × | 家電量販店（企画担当） | ・消費の冷え込みが根強く、生涯現役社会を見据えた年金制度の見直し、人口減少の発表も更なる不安材料となっている。 |
| | × | 住関連専門店（店長） | ・為替相場を含む国際情勢、国内経済、社会共に、余りに先行きが不透明過ぎる。先が読めないため、ビジネスの計画や準備がどんどん難しくなっている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|-----------|--|--|
| | × | 一般レストラン（経理担当） | ・大手企業だけが景気回復の恩恵を受けており、中堅、中小企業には全く実感が無い。1人当たりの賃金が増えていないなか、今後はますますデフレ傾向が続くと予想される。政府の見解とのギャップが感じられる。 |
| | × | 都市型ホテル（フロント） | ・まだまだ韓国人客の減少による影響は続く。ただし、東京オリンピックの開催時期は、東京を避けて、関西のツアーを組む海外のエージェントが多数あるため、期待している。 |
| | × | 通信会社（社員） | ・大胆な消費刺激策を講じなければ、地方経済はもっとダメージを受けることが明らかである。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | | * | * |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・しばらくは、今の落ち着いた動きが続く。いわゆる踊り場の状態であり、年明けはこの状況からスタートした後、2～3月から年度末に向けて、やや上向いてくる。 |
| | | 金属製品製造業（開発担当） | ・新商品の開発が進んでいる。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・取引先の在庫調整が進み、1年ほど前から停滞していた製品の受注が復活している。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・受注の増加に伴い、先行きが明るくなっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・今月の後半にはやや上向きの傾向がみられたほか、年明けには消費税増税による影響の緩和も予想されるため、現状よりは良くなりそうである。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・百貨店のお歳暮の取扱いが1社増えたため、今月の売上は良かったが、それ以外は前年並みである。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・これからのプロジェクトにより、関西では景気回復傾向が進む。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・気候が安定しているため、販売量は微増の動きが続いている。今後も大きく変化する要素はないため、安定した動きが予想される。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・消費税増税後、飲食業界ではキャッシュレス決済のポイント還元による効果も余りないため、しばらく景気に変化はない。 |
| | | 繊維工業（団体職員） | ・引き合いなどの需要が感じられない。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・受注量が増えるといった情報が、客からは聞かれない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | ・年度末が近づくとつれて、受注量は微増が続くと予想している。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・毎回、消費税増税後は買い控えが半年以上続く。今回は駆け込み需要がほとんどなかったことから、買い控えの期間が短くなることを期待したいが、現実には10月よりも11月、11月よりも12月と更に悪くなっており、回復は期待できない。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・取引先によると、今後の発注予定は現在と同じような水準となりそうである。ただし、取引先も今後の見込みが立てにくい様子である。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・今の世の中をみていると、景気が良いように感じるが、仕事を通して需要と供給の動きをみると、非常に厳しい状況が続いている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・好調であった自動車部品で、発注の内示が減少している。 |
| | | 一般機械器具製造業（設計担当） | ・上向きの兆しがみえてきた感はあるが、賃金の上昇が僅かである状況は変わらない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（役員） | ・取引先の次年度予算用の見積依頼が減少している。新規の見積依頼が減少し、修理や改善の見積依頼が増えている。 |
| | | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・大手企業を中心に、ボーナスの増加や昇給のニュースが聞かれるが、我々の業界にそのような話はなく、実感もない。 |
| | 建設業（経営者） | ・今後も、現在の好調が続くと予想している。外部要因についても、国の来年度予算や新制度の創設などで、追い風が吹きそうである。 | |
| | 建設業（経営者） | ・年度末の完了工事は、相変わらず監理技術者や技能労働者が不足しており、受注しても工期面で厳しい状況が続いている。 | |
| | 建設業（営業担当） | ・ホテルは高級、大型案件以外は下火になっているが、賃貸オフィス事業や、生産、研究、物流施設への新規の設備投資計画が続いている。一方、人手不足の状況も続いており、受注は増やせないため、このままの状況が続く。 | |
| | 輸送業（営業担当） | ・学習機の準備が始まり、引っ越しシーズンに入るが、少子化や引っ越し時期の分散化で、売上の増加が見込めない。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|---------------------|--|
| | | 輸送業（商品管理担当） | ・消費税増税前に販売量が増えたので、年末年始の販売量が例年よりも減っている。 |
| | | 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・先行きは東京オリンピックの効果で、業績の見通しが明るい企業もあるが、一部に限られる。東京オリンピック後の反動が不安である。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・取引先との会話では、先行きの受注は前期並みとの回答が多い。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・折込件数が増えたものの、年末特有の動きもあり、上向いているとはとれない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・今期末までに、良い状況となる動きはみられない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・紙媒体、Web媒体共に、前年の売上を少し下回る状態が、今年に入ってから続いている。 |
| | | 司法書士 | ・消費税増税の影響は余り感じないが、企業の積極的な動きも感じられない。 |
| | | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・年明けも、それほど忙しくなさそうである。 |
| | | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・年明け以降は、いよいよオリンピックイヤーとなり、ますますインバウンド効果が見込まれる。特に、東京オリンピックの開催期間を避け、春先～初夏にかけて訪日観光客が増えそうである。 |
| | | その他非製造業〔商社〕（営業担当） | ・足元の引き合いへの対応だけで終わるのかどうか、まだ判断しにくい。 |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・自然災害の復旧の遅れに加え、政治に関する様々な問題も出てきており、先行きの見通しが悪い。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・消費者向けの催事に工夫がないため、集客が減少している。今後は商品開発に力を入れていきたい。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・通常の靴下の売行きが悪いため、取引先の戦略が、低価格の靴下を特価品として販売する方向に変わってきている。当社の経営方針とは異なる動きであり、特価品では適正利益の確保が難しいため、頭を痛めている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・現在の受注が少ないため、数か月先はかなり景気が悪くなる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・民主主義と共産主義の対立がひどくなっている上に、独裁的な指導者も増えている。個々の企業の努力も、役に立たないのではないかと懸念している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・かねてからの人材不足に、働き方改革の影響が加わっており、受注があっても断らざるを得ない。従業員は働きたくても働けず、給与も下がるため、景気には悪影響である。 |
| | | 通信業（管理担当） | ・変動要因が見当たらないので、良くなるとは考えにくい。正月の消費でいえば、初売りで動くのは、一部の消費者だけである。 |
| | | 広告代理店（企画担当） | ・消費税増税により、大きな買物を控える傾向が続いている。 |
| | | 経営コンサルタント | ・年末商戦やクリスマス商戦が終わると、小売業では販売促進の工夫や人材育成などに注力する必要が出てくる。 |
| | | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・小口の零細企業が廃業し始めており、今後も廃業の動きが続く見込みであるため、更に悪くなる。 |
| | × | 化学工業（企画担当） | ・食品は年末の最需要期であるにもかかわらず、販売量、価格共に伸びていない。過去にない傾向であり、今後は年が明けて需要が低迷するため、現状よりも悪化する。 |
| | × | 不動産業（営業担当） | ・消費税増税の影響に加え、銀行融資も厳しくなっている。今までは個人客への融資が厳しかったが、法人にも厳しくなり、不動産の検査済書がなければ融資が下りない事例が増えている。これはバブルの崩壊後と似た現象であり、不動産の価値の低下につながり、景気が悪くなってきている。 |
| | × | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・先行きの経済が見通せない。 |
| 雇用 関連 (近畿) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・年度末の駆け込み需要に期待している。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・1～4月の入社を目指す転職希望者の動きが、しばらく活発になる。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・消費者の懐具合が少し良くなっていると感ずるため、先行きに期待している。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・求人の減少傾向が続くと予想される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|--|
| | | 新聞社 [求人広告] (営業担当) | ・ 求人が増える見込みがない。 |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・ 2020年への期待はあるが、関西の地元企業からの新聞出稿の推移をみても、さほど大きな動きはない。 |
| | | 新聞社 [求人広告] (管理担当) | ・ 東京オリンピックの開催年を迎えるが、関西方面での求人増につながるような動きはまだない。むしろ、いまだに不安定な米中貿易摩擦の結果次第で、状況は変わる可能性が高い。1月に予定されている合意がすんなりと進まなければ、株価などが下落し、悪影響が出ることも予想される。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・ 景気が悪くなったとの声が増えている一方、失業者数は歴史的な低水準にあり、人手不足感も高止まりしている。景況感と雇用、失業情勢が一致しない状況は今後も続く。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・ 今年度は新規求人も新規求職も横ばいの状況であるため、2～3か月後も変わらない。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・ 新規求職者数も求人と同様に、月ごとに多少の増減がみられるものの、傾向としての変化は小さい。僅かに減少している程度であり、求人、求職の動きからは、変化の前兆はみられない。 |
| | | 民間職業紹介機関 (職員) | ・ 人手不足の影響で、企業が工事の受注を控える傾向は、今後とも続く予想される。 |
| | | 民間職業紹介機関 (営業担当) | ・ 世の中の景気は若干下向きとの見方もあるが、少子高齢化や働き方改革に伴う人材不足もあり、業界ごとの違いはあるが、新卒学生への需要に大きな変化はないと感じている。 |
| | | 学校 [大学] (就職担当) | ・ 一部の業界や企業は採用活動を縮小しているが、全体的には人手不足が慢性化しているため、当社にも仕事の依頼がある。 |
| | | 人材派遣会社 (営業担当) | ・ 派遣業界は、同一労働同一賃金への対応で、取引先との価格交渉に動いている。この影響で企業側はコストアップとなるため、派遣活用の見直しが進みそうである。 |
| | | 職業安定所 (職員) | ・ 窓口や事業所訪問での企業の話では、やや悪くなっているという意見が多い。今後良くなる要因も見当たらない。特に、急激には悪化しないが、徐々に下降していくという意見が多い。 |
| | | 民間職業紹介機関 (営業担当) | ・ 同一労働同一賃金の問題で、交通費の支給交渉を進めているが、企業はなかなか受け入れてくれず苦戦している。派遣契約の終了が見込まれる企業も多い。 |
| | × | 民間職業紹介機関 (マネージャー) | ・ 様々な指標の悪化ともあいまって、景気の悪化を肌で感じる。 |

9. 中国 (地域別調査機関 : 公益財団法人中国地域創造研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|----------------------|--|
| 家計 動向 関連 (中国) | | 商店街 (代表者) | ・ 危機的な状況が続いているが、今後は良くなる。 |
| | | 商店街 (理事) | ・ 新年を迎えたり、季節が変わったりと環境が変化することで、気分的に景気が上向いていく。 |
| | | 一般小売店 [印章] (経営者) | ・ 年末にいつもよりも年賀状の挨拶用の名刺の注文が多くあったことから、景気はやや良くなる。 |
| | | スーパー (店長) | ・ 冬のボーナスについて、企業ごとの格差は当然ながらあるとしても、全体として景気が上向いている。直近の購入商品の動向でも、高単価、購入数増加の様相が出ており、年末商戦の結果が大きく左右するものの、客単価の上昇と購入点数の上昇は確実なものになる。 |
| | | スーパー (販売担当) | ・ ここ数か月、来客数は好調に推移しており、消費税の引上げの影響はほとんど見受けられない。今後、冬物処分から春商戦を迎えるに当たり天候不順等、特別な外的要因でもない限り、現状より悪くならない。 |
| | | コンビニ (エリア担当) | ・ 年末年始の9連休に期待が持てる。 |
| | | 家電量販店 (販売担当) | ・ 初売りや新生活需要に期待が持てる。 |
| | | 家電量販店 (企画担当) | ・ 消費税の引上げ後、売上は良くないが、2月以降は良くなる。 |
| | | 乗用車販売店 (業務担当) | ・ 1～3月の大增販期を迎えるため、ある程度の販売量の回復が見込める。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | ・ 3か月後は決算期で、来客数が増え、販売台数やサービスの売上も増加する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|--|
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・商品ラインアップがいいので、今後は良くなる。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | ・消費税の引上げの影響が緩和されていく。 |
| | | 観光型ホテル（営業担当） | ・年末年始に来客数の増加が見込めるが、それ以降は例年どおり落ち込みがある。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | ・2か月後の中旬には、G1競走が開催されるため、売上が確保できる。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・問合せも多くこれから販売量が増えていく。 |
| | | 商店街（代表者） | ・商店街の各店は引き続き売上の確保が厳しく、景気の良さを感じていない。また、売上の減少並びにキャッシュレスによる販売で、月2回の入金で仕入先等への支払が難しくなる店舗も多く、商店街の脱退依頼が増えてくる。 |
| | | 一般小売店〔食品〕（経営者） | ・先行きに対する不透明感がなくなる限り、生活防衛が更に強くなっていく。 |
| | | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | ・人の流れもさほど変わっておらず、今後も売上は増加しない。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・消費税の引上げの影響で前年をやや下回る状況がしばらく続く。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要が少なく、消費税の引上げ後も買い控えが強くなっていく。 |
| | | 百貨店（購買担当） | ・来春に大幅な改装を控え、2か月間、2フロアのシャッターが閉まるため、今までどおりの来客数を確保することが難しいが、売り尽くしセールや春物の訴求などで何とか現状を維持する。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・消費税の引上げ後は食品や日用品といった生活必需品は好調を維持しているが、その他、特にぜいたく品や趣味し好の強い高額商品は今後も厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数が半年以上前年の97～98%で推移しており、この状況が続いていく。 |
| | | スーパー（店長） | ・客の購入数量の落ち込みが続き、良くならない。 |
| | | スーパー（店長） | ・特に良くなる要素がない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・行事ごとへの出費が控えられているが、今後は日常も必要以外の購買が控えられる。 |
| | | スーパー（管理担当） | ・上昇傾向を維持したいところだが、依然として節約志向は強く、今後も変わらない。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・年末、年始の晴れの日需要の反動により、正月明け以降は節約で既存店売上の前年割れが続く。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・消費税の引上げ後も景気に変化はなく、今後も変わらない。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらないため、変わらない。 |
| | | スーパー（営業システム担当） | ・予約商品の動きが芳しくなく、ケーキは販売金額で前年を僅かに上回るものの、販売数量が減っている。年末年始の予約も前年を下回っており、客の節制が続く。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・年末年始の大型連休を控え、客の財布のひもが固くなっている。大きなイベントや新たな商品、サービスが必要である。今後、公共工事などが活性化してくるが、景気が良くなるかは未知数である。 |
| | | 衣料品専門店（代表） | ・景気が良くなる要因がない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・暖冬の影響で冬物の動きも鈍く、ボーナス商戦も終わり、東京オリンピック景気に期待するだけである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もなくなり、今後徐々に安定する。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・今後しばらくはパソコンやスマートフォンの落ち込みが予想される。東京オリンピック開催によるテレビ等の映像機器の需要も不透明で、家電業界は景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・年が明けても客の動きは活発にならない。3月の決算を控え、不安要素しかない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新規の客の年末の来場も増加していないので、今の悪い状態が続く。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・何かカンフル剤になるようなことがなければ、今後も今と変わらないが、少しずつ落ちていくだけで、先行きを楽観視できない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|--|
| | | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | ・景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | | その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・年末の売上がばつとしないため、この先も見通しは厳しい。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が落ち着き、東京オリンピック関連需要が期待される一方で、プレミアム付商品券が3月で終了、ポイント還元施策も頭打ちとなり、マンネリ化することから、景気は平行線をたどる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当） | ・消費税の引上げ後、経済的なてこ入れもなく、消費者マインドは低下したままの状態が続いている。一部、株価上昇など好材料のニュースが流れるものの、一般消費者には実感がなく、年末商材の購入もまとめ買いなどの意識が低いことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 高級レストラン（事業戦略担当） | ・良くなるトピックスが出てこない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・忘年会シーズンは終わったが、今後も、送別会、歓迎会、合格祝い会などの需要がある。ただ、職場での利用が減少しているため、売上が懸念される。また、アルコールを提供する宴会よりもノンアルコールの食事が増加する現状があるので、1件当たりの単価が伸びず、前年から売上が変化しない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・地方でのボーナスも例年どおり支給され、人手不足と重なり給与上昇の実感が客に出ているが、景気は変わらない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・大きく伸びることは期待できないが、消費税の引上げの影響も落ち着いてきており、客も戻ってきているので大きな落ち込みも起こらない。 |
| | | スナック（経営者） | ・何十年も景気の低迷が続いている業界で景気回復の要因が見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル（企画担当） | ・前年と比較して、宴会や宿泊の先行受注状況は良くない。受験シーズンや卒業、謝恩会等の需要は前年並みであり、市場環境での特需要素が全くない。個人消費においては、消費税の引上げの余波が継続する。 |
| | | 都市型ホテル（企画担当） | ・浮上する理由がなかなか見当たらない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・元気になる企業も少なく、インターネットでの申込みが多く、旅行業の本質が変わりつつある。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・年度末に向かっていくが、全体的な景況感が決して良くはないので、今と状況は変わらない。 |
| | | タクシー運転手 | ・2月の料金値上げがタクシー業界にどのような影響を及ぼすかよく分からないが、今の良い状態から考えると、今後も急に悪くはならない。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後も余り期待できない。 |
| | | 放送通信サービス（総務経理担当） | ・心配していた消費税の引上げの家計への影響もさほど感じられていないが、現状より景気が良くなる気配も感じられない。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・消費税の引上げという暗い話題もあるが、東京オリンピック・パラリンピックが近づき、4Kや8Kも含めて前向きな感覚が出ている。来年に向け、好転ではないものの、悪くなることはない。 |
| | | 通信会社（経理担当） | ・徐々に良くなっているように感じるが、2～3か月ではそれほど変化はない。 |
| | | 通信会社（工事担当） | ・客の様子を見ると、景気は変わらない。 |
| | | テーマパーク（営業担当） | ・花の少ない時期であり、例年並みの入園者になる。 |
| | | テーマパーク（管理担当） | ・キャッシュレス消費者還元事業により景気は変わらない。 |
| | | 観光名所（館長） | ・予約状況等から例年と変わらない。 |
| | | 観光名所（館長） | ・景気が良くなる要素が見当たらない。来年開催される東京オリンピックが景気にどのような影響を与えるかを注意深く見ていく必要がある。 |
| | | その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者） | ・温浴業界は、冬の時期は利用者が増えるが、食事やリラクゼーションの利用がここ数年減っているため変わらない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・官の建物の長寿命化工事、民間のリフォーム工事等に動きはあるが、新年度以降の工事見通しが立っていないので、今後の景気上昇も見えていない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・来場の客の様子からしてもしばらくは伸びが見られない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|-----------------|--|
| | | 設計事務所（経営者） | ・建築業界で景気が上向き要因は見当たらない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・東京オリンピックのある夏頃までは今の状態が続く。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・コートやブーツなど高単価な季節商材が定価で動かず、ブランドより価格中心の実需商品の動き一辺倒になっており、トレンドとしての動きが店頭で全く見えないことから、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・地方の百貨店は消費動向より業態としての厳しさに直面している。商品群として化粧品のような好調部門はあるものの、全体ではマイナスのトレンドが続く。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・消費税の引上げの影響が大きく、特に婦人衣料の低迷が続いており、今後も回復の見込みが立たない。また、食品、特に生鮮食品の苦戦も続く。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・ここ数ヶ月の状況からみても、今後、買上単価の低下から回復する見込みがない。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | ・消費税の引上げ前は、客が電子マネーに多めにチャージしていたが、最近のチャージ額は当日の買物に必要な3000円、2000円で、それ以上の買物をしておらず、客単価が低下しており、今後も客単価の低下傾向が続く。 |
| | | コンビニ（支店長） | ・時間の経過とともに消費税の引上げの影響が出てくる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費が上向き兆しがない。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・車検該当客への販促で購入意欲の低さをはっきりと感じる。年度末だからという理由だけでは厳しい。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が続く。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・景気が上向き好材料が全く出てこない。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | ・ボーナス支給月の12月でも客の買物に対する行動が慎重なので、今後も景気が良くなる材料が出てこない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ボーナスの支給で一時的に景気は良くなったが、今後は悪くなる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・これから冬本番となるが、山間部は雪が降ると、ふだんより客足が遠のいてくる。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・前年はふっこう割による対策により底上げされたが、それに代わる対策が見込まれず、先行予約も低調なため、やや悪くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・2月に基本料金の値上げが予定されているため、客足が遠のく。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・節約志向が更に強まる。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | ・イルミネーションイベントも終わり、雪の多く降る時期となり、来園者が少なくなる。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | ・閑散期は、国内は単価は下がりつつあるが、人数は確保できている。韓国からの集客が鍵となるため、悪くなる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・消費税の引上げや働き方改革などで収入が減った人もおり、人によっては消費が冷え込む。 |
| | | 美容室（経営者） | ・今後も売上の増加の見込みがない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・客が趣味や娯楽には金を使っているようだが、ファッションやおしゃれへの支出は必要最低限に抑えるので、やや悪くなる。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・店頭の売上が上がらず、売上が前年を下回る日が多くなっており、今後も厳しい。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・客の買い控えが習慣化しており、優良客の来店頻度も減少している。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | × | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・12月以降1～2月は売上額が極端に低くなるので、今期の決算は相当厳しい結果になる。 |
| | × | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・高齢者が多く消費を抑える客が多い。 |
| | × | コンビニ（エリア担当） | ・消費税の引上げ以降、来客数が伸び悩んでいる。コンビニのイートインコーナーを利用すると、消費税率が8%でなく、10%となるため、今後も客がコンビニ以外の所で食事をしたり、コンビニへの来店回数を減らしたりするようになってくる。 |
| 企業動向関連 | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・2～3か月先にいろいろな部品の受注が予定されているため、景気が良くなる。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・賃貸住宅の需要時期に入るため、来店数、成約件数は大幅に増える。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|------------|--|---|
| (中国) | | 繊維工業（監査担当） | ・卸段階の売上増から推測して、実需に向けての商品仕込みが多めになっていると思われる、前売りの増加が期待できる。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・直近の受注見通しより工具鋼は低調のままだが、電子部品関係が一部回復する。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・セキュリティやIoT関連、RPAといったソリューションの期待と検討が増加し、新しい情報通信技術の導入が地方でも実現してくる。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・海外から原料の買い付けを行っているが、貿易摩擦に加え、原料価格の高騰の懸念も出てくる。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・米中貿易摩擦の動きが少し落ち着いてくる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・新規引き合い、新規輸出の決定もしばらくなく現在の生産水準が継続する。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・米中貿易摩擦の影響が長期化しており需要の回復がすぐには見込めない。このような環境下、市中在庫も高位継続で市況の押し下げ要因にもなっており、先行きは不透明である。 |
| | | 非鉄金属製造業（業務担当） | ・電子材料素材や金属加工素材の受注量の回復は見通せない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・国内造船各社が主力とするばら積み船のマーケットでは、新たな環境規制対応の見極め等により、発注の様子見が続いているが、年明け以降の新造船商談再開に期待が持てる。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・今後2～3年先の景気の悪化に備えての営業活動が重要視されてくる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・消費税の引上げの影響は特に感じられないものの、法人ユーザの通信設備への投資は優先度が低く、コスト削減提案などサービスの受入れがある程度堅調に推移する。 |
| | | 金融業（貸付担当） | ・年末需要も一段落し、今後、全体的に企業の取引量に目立った変化はない。 |
| | | 会計事務所（経営者） | ・働き方改革や人手不足を受けて間接業務の受託は増加する。コンサルティング系業務は変動要因が多いが、新年は総じて現状レベルを維持できる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・新年を迎えるが、今後も消費の減退が一段と進み、客が欲しい物を買えない状況が続く。 |
| | | 木材木製品製造業（経理担当） | ・引き続き、新設住宅着工戸数の減少が見込まれ、将来の景気はやや悪くなるが、年度末に向けて、やや持ち直す可能性もある。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・今のところ、取引先の設備投資の再開等の予定はなく、しばらく低迷が続く。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当） | ・主要客からの内示では、対前回内示比で減少が続く。 |
| | | 建設業（経営者） | ・政治家が逮捕されるなど、政権にマイナス要因が今後もっと出てきそうであり、その影響が出てくる。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・主に製造業の客の生産計画が減少し、合わせて受注量も減少傾向が強くなっていく。 |
| | | 輸送業（総務・人事担当） | ・年明け以降受注数量が減少する見通しである。 |
| | | 金融業（融資企画担当） | ・当面、地元完成車メーカーの世界販売の不振が続くとみられるため系列の地元部品メーカーの受注は減少基調を避けられない。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・客情報及び例年の傾向から下降で進行する。 |
| | | × | 化学工業（経営者） |
| | × | 金属製品製造業（総務担当） | ・引き合い件数自体が減少しており、先行きに対し、明るい情報が見当たらない。 |
| | × | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・受注量や販売量の動きから悪くなる。 |
| 雇用 関連 (中国) | | - | - |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・3か月後の3月は学生の卒業時期になるので例年どおりアルバイトやパートの求人が増加し、正社員の求人も最繁忙期になるので増加する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・企業や自治体で春の組織改編、人事異動を控え、求人ニーズが高まってくる時期のため、堅調に推移している求人ニーズが引き上げられる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・同一労働同一賃金が4月に始まるに当たり、各社とも採用を控える動きがあるが、人手不足は続くので、求職者とのアンマッチをいかになくすかが鍵となる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------|--|
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・この時期から次年度の予算組みや人員計画を作る企業が多いが、新卒採用以外のキャリア採用には慎重な傾向がある。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・次年度の採用活動については、非常に厳しくなる、厳しいと答える企業が全体の7割と多く、業界別では小売と金融が特に厳しくなるという予想を立てている。採用人数については、前年並みと答える企業が最も多いが、増やす企業は前年より少ない。採用者の質にはまあまあ満足しているが、採用人数については、引き続き、課題が残る見込みである。 |
| | | 職業安定所（職業指導担当） | ・年が変わることにより景気は上向き傾向になるものの、それに伴う人材不足が懸念される。 |
| | | 職業安定所（事業所担当） | ・引き続き高卒求人が前年同期比で1割以上増加しており、雇用保険適用事業所数、被保険者数も微増傾向で推移していく。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | ・今後2～3か月は変わらないが、それ以降は景気は悪くなる一方である。 |
| | | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | ・求人数の減少はみられるが、売手市場は継続しているため、景気の悪化という状態までには至らない。 |
| | | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・米中貿易摩擦の動向を懸念している。 |
| | | 人材派遣会社（支社長） | ・市況感としては地元完成車メーカー系は一様に採用抑制の動きが強く、求人が減少していく。人材サービス業界としては同一労働同一賃金の対応に営業は時間を割かれ、営業活動が滞り、求人が減少していく。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・米中貿易摩擦や中国経済の減速に伴い、製造業に影響が開始、採用人員にブレーキが掛かる。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・来春の新卒求人数は過去最高となった前年同様の好調な動きとなっているが、一方で、人手不足感が支配的となっており、必要な人材確保が困難なため生産計画への影響を心配する声が少ないからである。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・好調を維持してきた建設業であるが、東北復興関連も一時期に比べ落ち着いてきており、事業所を閉鎖するところも出てきている。その東北から中国地方の10数名規模の建設会社に面接に来た人がいるということを知り、東京オリンピック需要も落ち着くなか、先行き不安を感じる。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・企業の人の話では、今後、景気は少し悪くなる見通しである。 |
| | x | - | - |

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|--------------|---|
| 家計動向関連 (四国) | | 百貨店（販売促進） | ・令和最初の新年を迎え、新しいことへのチャレンジなど前向きな心理、行動に変化していく。 |
| | | 百貨店（営業管理担当） | ・消費税増税後の回復としては想定よりも緩やかではあるが、新年を迎え徐々に来客数、売上共に戻りがみられるだろう。 |
| | | スーパー（店長） | ・東京オリンピックに向けて消費マインドの高揚と東京オリンピック関連商品の販売効果に期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・来年はオリンピックイヤーなので、景気の上昇に期待感がある。 |
| | | 乗用車販売業（営業担当） | ・初売り、決算月と続くので少し良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・新型車の発売もあり、年明けから年度末に最大需要期が来る。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、3か月くらいは需要が落ちるが、将来的には多少なりとも良くなる。最近金利が低く、住宅がかなり建っているため、家具等の需要が増える。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税の影響がまだまだ続く。この12月はかなり暖冬ということもあり、冬物の売上が悪く、バーゲンセール待ちの客がたくさんいる。ただ、1～2月は良くなるような要素はみられない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|--|
| | | 商店街（事務局長） | ・株価はじわじわと上がっており、富裕層にとっては消費税増税のダメージは軽減されている。今後、2万4000円台以上で安定すれば、消費の底上げとなる動きにも期待がもてるようになる。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・冬休みに入った関係で親子連れの客が増えているが、毎年の傾向であり景気が上向いているとはいえない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費税増税の影響は余り大きくないが、どこまで継続するのか予測できない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・年末商戦の商品単価が好調だったことが、逆に1月に影響する可能性があり、年明けに単価の下落傾向がみられる。 |
| | | コンビニ（商品担当） | ・2020年はオリンピックイヤーで、首都圏等では恩恵があるのかもしれないが、四国においては今のところ人が増える要因としては捉えにくく、その他もプラスとなる外的要因が考えられない。 |
| | | コンビニ（総務） | ・キャッシュレス・消費者還元事業の対象ではないスーパーや小売店などでは増税の影響を受け、売上が前年比で減少している。回復を見込める要因はない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税率を引き上げたので、かなり12月は良くないが、来年1～3月にかけては多少良くなるだろう。そこまで消費税増税の影響は引っ張らないと予測している。 |
| | | 衣料品専門店（営業責任者） | ・消費税増税の影響かどうかは分からないが、景気が上向く気配が余りなく、まだ厳しい状況が続くだろう。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・客は慎重に購入している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・客の動きも鈍く、良くなる要素もないため、現状が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・来期以降は販売店の取扱車種が大きく変わるので、予想することは難しい。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | ・しばらくは、現在の状況が続くものとみている。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・宿泊予約は若干前年よりも良い。しかしながら、忘年会、新年会が前年より減少している。 |
| | | 通信会社（営業部長） | ・来客数は多くはないものの一定数は確保できており、大きな落ち込みはないだろう。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・入学卒業などの新生活シーズンに入るが、市場の状況は厳しく上向く要素は見いだしにくい。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・特段、状況等の変化は見込まれない。 |
| | | 競輪競馬（マネージャー） | ・ゼロ金利政策は継続される見通しであり、国際情勢の円滑化や、米中貿易摩擦の解消を受けた世界的な貿易環境の改善による活性化、AIを始めとする第4次産業革命的な産業構造の改革などが起こらない限り景気の向上は望めない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・固定客以外の集客ができていないので、良くはなっていない。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・今は目新しさもあり、キャッシュレス・消費者還元事業で今まで通りの商品を購入してくれているが、今後お買い得感がなくなるとランクを落として安い商品にしていく人が多くなるだろう。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・キャッシュレス・消費者還元事業による5%還元の情報が客に徐々に行き渡り、対象外の店舗では来客数が減少している。当分、対象企業への流れが強まる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・消費者の意識が節約モードに切り替わったと感じている。近隣の商店でもポイント還元率の高いときはにぎわっているが通常時は明らかに来客数が少ない。このままでは消費が完全に冷え込むのではと感じている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税増税の影響が出てきている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・1月はバーゲンセールの子になり、本来は、一律に単価は下落するが、売上そのものは良い月である。しかし、12月の売上と客の入りを見る限り、期待は持ちにくい。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・消費税増税の影響は今年度末までは続く。 |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月先の予想としても、1年間を通した予想としても、売上、来客数共に減少するだろう。消費税増税の影響もあり、厳しくなる。 |
| | | 通信会社（技術） | ・解約数が増加傾向にあり、今後も継続される可能性が高い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|-----------|--|--|
| | | 設計事務所（所長） | ・公共事業に大きな物件が余りなく、民間の設備投資も、以前ほど引き合いがなくなってきた。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・百貨店撤退後の都市機能の再構築や、今後の街づくり対策は全て暗礁に乗り上げている。民間活力による再生策もほとんど理解されないままあらゆる街づくりが身動きできない状況にある。 |
| | × | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・毎年のことだが1～2月は寒いため外食を控えるようで、料飲店への納品が抑えられ、販売量も減るだろう。本当に消費者は購買しなくなった。 |
| | × | コンビニ（店長） | ・消費者は消費意欲がなく、家計の節約感を強く感じる買い方をしており、良くなる気配はない。 |
| | × | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・消費税増税後は売上が全然上昇しない。年末も余り芳しくなく、来年も良くならないだろう。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | | 繊維工業（経営者） | ・今の市場では、我々が製造する生活雑貨商品は高額嗜好商品と違い、必要で魅力があるものしか購入されない傾向にある。以前は、贈答品は返礼ギフトが中心であったため、半返し価格のランクがあったが、今ではお慶び、お祝いギフトにタオルが使われることが増えている。それらの贈答需要に関しては、その制約がないため、タオルの高額ギフトが選ばれている。そのため、全体的に客単価も高くなっており、売上が増えている。また今年は暖冬であり、タオル業界にとっては追い風である。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・海外でフェイスマスクを販売している日本の企業との契約が決まり、フェイスマスクの売上が少しずつ回復すると予想する。 |
| | | 建設業（経営者） | ・年度末にかけて、納期が集中することで売上が向上して景況感は良くなるが、繁忙期においては、景況感よりも品質や納期に意識が集中し、景況感の実感はない。補正予算も期待できるため、全体には良くなると思われるが、それを実感できるのは繁忙期が終わる新年度となる。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・消費税増税後の買い控えも落ち着き、キャッシュレス決済の消費が増加傾向にある。防災関連工事の受注も増加している。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・消費税増税後の影響が少なくなり、年度末の販促広告が多少期待できるので前年より少し良くなるかと予想している。 |
| | | 農林水産業（職員） | ・消費税増税の影響を最も受けやすいのは食料品であり、その中でも成果物というのが過去の実績である。軽減税率もあり農業者は税率の差額が減収になっている。一般消費が回復しない限り好転は見込めない。消費税増税の影響が大きいのは1次産業を含め個人事業者等、弱小事業者である。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・原料高、物流費高騰のため製品原価は上昇するが、販売価格に転嫁できない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・極めて不透明な状況に変化がない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・競合他社を含めトピックはない模様で、客からの受注量についてもこれまでと同程度を見込んでいる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・公共事業次第である。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・米国と中国の関係性が鍵と思うが、進展しないと予想する。 |
| | | 輸送業（営業） | ・3月は、大半の企業の決算時期であることに加え、学生の入学・卒業や新社会人の就職等による消費財の購入や引っ越し等の需要が増えることから取扱物量の増大が期待できるが、年度末繁忙期特有の一時的なものであり景気の向上に直結するものではないとみている。 |
| | | 通信業（総務担当） | ・変動する要素が見つからない。 |
| | | 公認会計士 | ・経営者の方といろいろ話をさせていただくと、消費税増税の動向等を見定めたいという意見が非常に多い。景気に関しては、設備投資等を少し控えている状況である。 |
| | | 木材木製品製造業（営業部長） | ・消費税増税の影響を明らかに受けた形となっている。住宅展示場の来場者数は減少しており、大手住宅メーカーの契約数が明らかに落ち込んでいる。今後もしばらくはこの傾向は継続するとみている。 |
| | 鉄鋼業（総務部長） | ・造船関連、産業用機械設備関連共に受注減少の見込みである。 | |
| | 輸送業（経理） | ・在庫型にシフトするメーカーの動向が懸念されると同時に、燃油費の高騰や働き方改革による人件費の増加、人手不足による物流コストの増加が懸念される。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|----------------|---|
| | | 通信業（企画・売上管理） | ・特に良いトピックスがない。 |
| | x | 化学工業（所長） | ・脱プラスチック、食品ロス、レジ袋有料等、経営環境が厳しくなっており景気が悪くなる。 |
| 雇用 関連 (四国) | | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・異動時期に入り求人数の増加が予想される。 |
| | | 人材派遣会社（営業） | ・今後はキャッシュレス決済、セルフレジ化、ホワイトカラー業務のRPA化など、人材を最小限で稼働させていく傾向になってくる。景気の変化に影響は出そうにないが、血の通ったコミュニケーションビジネスが少しずつ希薄になっていくことが懸念される。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・来年4月までは同じ状況が続くものと考えられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業所と話をするなかでも、変化はない。消費税増税の影響は余り感じず、依然として人手不足は続いている。 |
| | | 職業安定所（求人開発） | ・消費税増税の影響や、日中貿易摩擦等の影響が出始めたという事業所の情報が、前月頃から入ってくるようになり、前月の判断は「やや悪くなる」としていた。その事業所の状況を含めて、今月は想定よりも良い状況で推移している。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・新卒採用もほぼ終盤を向かえているが、今年も満足に新卒者を取れなかった企業が多い。企業によっては、来年の春まで新卒採用を続け、同時に、次年度の新卒採用の準備をするという企業も出てきている。経営者の中には、新卒採用を諦め、中途採用に照準を合わすところも多くなっている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・消費税増税後、景気がやや悪くなると思われたが、キャッシュレス・消費者還元事業の効果もあり、しばらくは、景気の横ばい状態が継続する。 |
| | | 求人情報誌（営業） | ・各企業とも採用意欲は高く、継続して人材募集を行っているが、充足の見込みが立たない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・地方での従来の仕事は減少することは間違いない。各社・各業界とも生き残りの道を模索している。 |
| | x | 人材派遣会社（営業担当） | ・同一労働同一賃金により賃金アップが発生し、企業側の負担も増えるので派遣での求人が少なくなる可能性があり、派遣業は景気が悪化するだろう。 |

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|----------|--------------|--|
| 家計 動向 関連 (九州) | | 商店街（代表者） | ・地元では、IR法の成立等明るい材料もあるため、期待している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・気温が下がらないまま冬物セールが始まっているが、ようやく冬本番の寒さになり、今後はセール品だけではなく、定価商品を含めて冬物の需要が高まることに期待している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・新生活需要にも入り、衣料品や生活用品等の動きが、今よりも良くなることが予測される。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・キャッシュレス化が良いペースで進捗している。客には、1月くらいから5%ポイント還元の実感を得てもらえるのではないかと考えている。また、東京オリンピック景気に伴う世の中の陽気ムード等により、消費が進むと期待感を持っている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・公共工事が増えることにより、来店客数の増加が見込める。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・現状が景気の底であると考えており、2~3か月後には消費税引上げショックも緩み、若干景気が回復するのではないかと期待している。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税引上げの影響も薄まり、10月以降の最低の状況から脱すると見込んでいる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・12月は、令和最初の年末商戦ということで、非常ににぎわいをみせている。令和初の大きな買物や令和初の自分への御褒美等様々な名目で売上があった。また、パソコンは、OSが2020年1月にサポートを終了するため、パソコンの売上が非常に伸びている。この傾向は、令和2年も続くと予想され、やや伸びていくと期待している。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・年末年始で買換えの需要が増加する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------------|--|
| | | 家電量販店（広報・IR担当） | ・駆け込み需要の影響が薄まり、2020年の東京オリンピックに向けて、売上が高まってくると予測している。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・今後3か月は増販期を迎え、新型車も投入されることで前年より来店客数が増え、新車販売台数が伸びると期待している。 |
| | | 住関連専門店（従業員） | ・1月に気温が下がれば、保温性の高い寝具の売行きが増加が見込まれる。 |
| | | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・コーヒー業界では、1年を通して12月が最も売上が上がる月である。1月はお歳暮も落ち着き、消費が落ち込むこともあるが、例年の1人当たりの購入量と比較すると若干増加しており、進物を配る先が増えていると考えられる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・前年に比べ予約状況が良い。キャッシュレス決済の影響により客単価も上がっており、今後も客数及び客単価が上がると見込んでいる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・引き合いの数が増えており、金額もそこそこ大きい依頼が発生している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・業種上、年度末に向け販売量が動く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気が良くなる要因が全く見当たらない。現状が2月まで続き、新学期が始まる3月頃から若干持ち直すのではないかと予想している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・販売量は、11～12月と比較すると落ちていき、実際に良くなる状況にない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税引上げ後の売上高維持対策として、ダイレクトメールや値引きセールを行っているが、余り効果が見られない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・当市では、消費税軽減税率の施策が、全体に浸透せず時間が掛かっている。消費内容にも格差があり、高額商材を購入する人もいるが、徹底的に安く購入をしようとする人が多い。 |
| | | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・東京オリンピックが開催されるが、その効果は、当店が扱っている青果物に対して購買心が上がるような影響もなく、ほかに大きなインパクトもないため、横ばいあるいは、寒さによる高騰により、厳しくなると予想している。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・現在、北九州の水産業界は、ほとんど最低の状態である。これ以上の景気低迷に懸念をしている。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・例年1～3月までは、気候が寒くなることで年間を通しての売上は高いが、今年は客の購入金額が低く、売上は余り期待できない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費税引上げ後の落ち込みが、想定より長引いており現状が継続する。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・交換期限の迫ったカードポイントの交換や還元制度の導入により、カードの新規入会は多く、お買い得感への反応は敏感である。一方、年末に向け自家需要のシーズン雑貨、紳士雑貨・スポーツ関連商品、タオル・ヘルスビューティ・バス、インテリア、食器等自分のための商材購入やし好性の高い舶来ブランドや美術工芸も先買いにより需要は伸びず、商品単価も上がっていない。今後も、購買への慎重な姿勢は継続していく。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・10～12月は、消費税引上げ後全店売上合計が95%を割らずに推移しており、今後も売上前年比95～100%の状態が継続する。衣料品関係が余っているため、この衣料品の売上状態が各店の1月の鍵になる。 |
| | | 百貨店（プロモーション担当） | ・オリンピックイヤーではあるが、地方都市に影響があるのは直近のみと考えている。 |
| | | 百貨店（業務担当） | ・これから先、更に購買意欲が低下することは考えにくいですが、上向きになることも考えられない。消費税引上げに伴い、食品よりもファッション関連商材の動きが鈍く、しばらくは弱い動きが続くと予想される。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | ・消費税引上げ後は、高額品の販売が低迷している。一方、消費税引上げの影響のない食料品や化粧品等の消耗品は堅調であるが、客単価が減少している。クリアランスセール前の買い控えの影響等もあり、購買力低下が続いている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・消費税引上げ後の消費マインドが、更に下がっている。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税引上げ後の消費動向として、必要な物以外は節約傾向にあり、今後もしばらくこの状況が続く。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・消費税引上げ後3か月経ち、ある程度落ち着いている。また、キャッシュレス決済も増加し、生活防衛も感じられる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------------------|--|
| | | スーパー（統括者） | ・個人消費の停滞感とキャッシュレス5%還元対象外の大手企業によるポイント還元セールが多発により、デフレ傾向も出ており、来年夏場まで景気回復は、期待薄である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今後3か月間は、商圈内における特段の変化要因がない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・消費税引上げに対する施策の影響で、客単価が上昇している。しかし、その施策が終了したときに不安である。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・外食業界の受動喫煙防止対策により、内食需要の拡大を期待しているが、余り影響は出ない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・良くなる材料が見当たらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・特殊な企業以外の中小企業では、社会状況が変化しようとしても企業が変わらなければ、生活は厳しくなり、生活レベルは変わっていかない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・これからの2～3か月は余り変化はみられず、今月の悪い状態が続くと予想される。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・前月に引き続き来街者、来店客がほとんどなく、先行きの見通しも悪いため、今月で開業以来70年ののれんを下ろし閉店した。 |
| | | 衣料品専門店（取締役） | ・3月は季節感が始まり、ファッション業界では物が動き始める時期になるが、三寒四温の時期でもあり、微妙である。消費税引上げ後でもあるため、期待はできない。 |
| | | 家電量販店（総務担当） | ・元旦からの初商い店舗も少なくなり、消費税引上げや働き方改革の負の部分の影響が続く。 |
| | | 乗用車販売店（代表） | ・好材料がないため、景気は変わらない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・プレミアム付商品券や地域振興券等の利用が余り進んでおらず、消費に対して消極的になっており、景気の回復感が感じられない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・燃料油の小売価格の見通しは不透明である。2～3月は連休があり、1月下旬から2月上旬に掛け冬のイベントも予定されており、当地への観光客の消費に期待したい。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・年明けはバーゲンセールがスタートするため、暖冬で苦戦していた物販テナントは回復すると予想しているが、景気が良くなるまでは伸びない。また、セール期間に売上が上がったとしても、テナントの利幅が減っているため、状況は良くない。特にファッション系は厳しくなる企業が出るのではと懸念している。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者） | ・消費税引上げの反動は、年明けには回復すると予想しているが、インバウンドの減少や暖冬によるアパレル不振はしばらく継続する。 |
| | | 観光型ホテル（総務） | ・ラグビーワールドカップ等のような大きなイベントが予定されておらず、閉塞感が漂っている。 |
| | | 観光型ホテル（専務） | ・予約が直近化しており、先の見通しが立てにくい。 |
| | | 都市型ホテル（販売担当） | ・3月の動きは例年並みである。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・市場に飽和感がある。 |
| | | 観光名所（従業員） | ・道路凍結等がなければ、現状を保つと予想しており、景気自体の変動はさほどない。 |
| | | 競艇場（職員） | ・前年にも増した好景気が続いている。 |
| | | 理容室（経営者） | ・当地では、造船企業の再編があり厳しい状況である。単身で関西、関東に転勤していた人が、家族で移住する状況も発生しており、その影響を受け来客数が減少し、売上が前年比がダウンしている。1月は今月以上に厳しい状況で、景気回復の見通しが一切ない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・来春暖かくなってくると同時に客の購買意欲も上がってくる。美容業界もおしゃれシーズンになり、新商品も出るため、売上也上がると期待している。しかし、12月の景気が余り良くないため、この状態が続くのではないかと予想している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客は、社会情勢にすごく敏感になっており、先々の収入に対し不安を持っているため、景気は低下する。 |
| | | 商店街（代表者） | ・例年、年が明けると年末年始のしわ寄せで、どこの家庭も多額の出費があるため、景気は余り悪くならないと予想している。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・1～2月は、花の需要があるイベントがないため売上が落ち込むが、3月は卒業式や移動のシーズンになり、花の需要も増え、3月後半には売上が上昇する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|--------------------------|--|
| | | スーパー（店長） | ・消費税軽減税率の影響が若干影響し、衣料品と住関連用品は厳しい状況である。正月用品の動きも鈍く年末年始も期待できず、消費税引上げ後は、かなり厳しい状態であるため懸念している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・消費税引上げ分の客単価や点数、来店頻度の減少が続くと考えられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今後も消費税引上げの影響は大きく、景気回復には程遠い。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・春になり、暖かさが戻ることで、客数が回復する期待はしているものの、余り変わらないと予想される。逆に前年よりも客数が減少し、買上点数も減少していくのではないかと懸念している。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・日韓関係の悪化に改善の兆しがなく、耐えきれなくなっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊施設は、まだ増加する予定である。国内の需要に変化はないものの、海外からの入客が増加しなければ、平日の稼働や単価は更に下がる可能性がある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・日韓問題の影響も薄れ、韓国旅行は戻りつつあるが、春休み時期の問合せ件数や販売量は、前年比を下回っている。 |
| | | タクシー運転手 | ・インバウンド減少の影響が景気に始め、心配である。 |
| | | タクシー運転手 | ・来年は東京オリンピックがあるが、東京開催であるため、当地がどの程度の恩恵を受けるのか不透明である。様々な要因があるが、消費者のマインドが全体的に下がっており危惧している。 |
| | | タクシー運転手 | ・この冬は例年と違い、動きが良くない心配である。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・これから閑散期となる上、韓国の航空便の運休が決定したため、来場者の減少が予想される。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・世界各地の情勢や経済状態が不安定なため、先行き不透明である。地方の小さい企業では、景気の良さは感じられない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・新規の物件が、例年と異なり減少しているため、2～3か月先は景気は、若干悪くなる。 |
| | | 設計事務所（代表） | ・来場が、より少なくなるシーズンに入るため、景気は若干悪くなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今後も展示場来場者数の減少が続き、受注にも影響が出てくる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・将来的には、若干悪くなる。中国、台湾等のインバウンド効果もあったが、韓国からの観光客が極端に減少しており、中国人は、商品購入ではなく文化に触れる観光をしている。当市は、インバウンドによる影響が大きかったが、今後は減少すると予想され、何らかの対策を講じる必要がある。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・特需も終わり、しばらくは消費が減少すると見込まれる。 |
| | × | スーパー（店長） | ・客の購買は、特売に限られている。今は、キャッシュレス還元の恩恵を受けているが、終了すると同時に、更に売上が厳しくなると予想される。 |
| | × | 高級レストラン（経営者） | ・2～3か月の予約状況をみる限り、出足が鈍く、現状より景気は悪くなる。 |
| | × | 高級レストラン（経営者） | ・人手不足の問題や個人の収入も悪くなり、企業も対策がとれず、当店のような小規模企業では、すぐに設備投資の対策を講じることができない。 |
| | × | スナック（経営者） | ・これまで11月は、毎年好成績が続いていたが、今年は全く振るわず、12月も思うようには伸びていない。同業者で繁盛しているのは、安い低単価の店である。特に、企業グループの忘年会利用が、前年の年末に比べ減少している。富裕層をターゲットにしていない業種には、景気上向きは皆無の状況である。 |
| | × | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | ・キャッシュレスポイント還元等の政策による恩恵は受けているが、手数料負担増加や人員確保に対する人件費負担が増加している。売上は伸び悩んでいるにもかかわらず、販売管理費は増加し、前年以上に利益を確保することが難しくなっている。消費税引上げの影響で、更なる低価格競争になっており、デフレが続くのではないかと推測している。 |
| 企業動向関連 | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・自然災害が頻繁に発生するため、ハザードマップ等の需要が高まり、年度末に向け前年度よりも導入が見込まれている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------|-----------|--|--|
| (九州) | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・例年春先は売上が上がっており、2～3か月先も、ふるさと納税も今の状態であれば、前年より受注関係も多くなると期待している。 |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | ・災害対策等も注目されているため、先行きに期待ができません。 |
| | | 農林水産業（経営者） | ・1～2月は、スーパーマーケットや居酒屋では閑散期となり、加工メーカーでもほとんど仕事にならない状況になる。2月は稼働日数が少ない分、売上が落ちていくが、3月は行楽、移動シーズンとなるため、特に居酒屋に期待をしている。畜産物は供給過剰であるため、価格や量が、例年のような状態にならない可能性があるが、東京オリンピックの影響に期待したい。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・キャッシュレスキャンペーンの効果で、若干消費が維持されると考えている。 |
| | | 家具製造業（従業員） | ・家具の小売業界では暖冬も影響し、こたつの売上が過去最低を記録している。ライフスタイルの変化により、こたつや学習機の売上が年々減少しており、製造メーカーも撤退している状況である。そのようななか、価格の安い物以外の売上也落ち込んでおり、利益が出せない小売店が非常に増加している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・米中貿易摩擦の行方が、不透明である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・客が生産量を調整しており、また、外国からの受注量が大幅に減少しており、非常に動きが悪くなっている。受注量が伸びないことが、最大の原因である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・半導体関連以外は引き合いを含め、受注量の変化に大きな期待は見込めそうにない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・主要取引先からの受注が、2～3か月先も大幅改善に期待できない。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・3か月内示では、当初計画より低い水準で推移しており、10月以降この傾向が続いている。 |
| | | 建設業（社員） | ・ゼロ国債、ゼロ県債、ゼロ市債のように多くの繰越工事の発注を期待している。2020年は東京オリンピックが開催されるが、関連工事等はほぼ完了しており、地方の業者には余り恩恵がなさそうである。2020年には発注が減少するのではないかと、懸念している業者が多い。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・良くなる材料もなく、悪くなる材料もない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・2020年4月から中小企業も対象となる時間外の規制により、各社共に今後の方針に悩んでいる。物流業界では、時間外が常態化しているため、荷主へ出荷制限やリードタイムの見直し、貨物再編を考えている。今後、更に配送を含め難しい状態になり、荷動きは低調になる可能性がある。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・東京オリンピックの影響により、消費は下支えされているが、全体としてはやや景気が悪くなっている。人件費の高騰に耐えられない中小企業が業務縮小や廃業に向かうことが予想される。大企業では、既に新卒採用人数を抑える傾向になっており、所得が下がることで消費も減少し、負のスパイラルに落ち込むことが懸念される。 |
| | | 通信業（経理担当） | ・景気動向に影響を与える事柄が特に感じられず、横ばいのままであると予想している。 |
| | | 金融業（従業員） | ・公共工事が高水準で推移しているほか、自動車販売が緩やかに増加している。一方、海外からの観光客は韓国市場が冷え込んでおり、全体として弱含みの展開となっている。 |
| | 金融業（調査担当） | ・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。国内では、消費税の駆け込み需要が前回ほどではなかったとはいえ、消費税引上げによる負の所得効果がどの程度であるかが問題である。また海外では、外需を支える半導体市況の回復動向や米中貿易摩擦状況に加え、債券バブルにみられる金融市場のリスクポイントを見極めたい。 | |
| | 金融業（調査担当） | ・地元企業の多くが2020年の景気は横ばい状態である。企業活動の足かせとなっている慢性的な人手不足も、当面は解消されそうにない。 | |
| | 金融業（営業担当） | ・取引先の中小企業全般では、人手不足や大きな設備投資にかかる借入れが、今後3か月にかけて非常に少ない状況で、現状と変わらない状況が続く。 | |
| | 金融業（営業） | ・人材不足解消に女性や高齢者の活用が間に合わず、これまで以上に外国人登用が必要である。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------|----------|--------------------------|--|
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・先行き不透明で、予測ができない。正月が開け、マインドが良い方向に向かうと状況も変わってくると考えられるが、状況的には厳しいと予想される。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・ホームページのアクセス数や問合せ件数に大きな変化はない。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・消費税引上げの影響があるとは考えにくい、新しい取組には期待できず、活発な動きが出る状況でない。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕（支社長） | ・周りでは、景気の良い話は聞かない。しかし、年末年始に海外旅行に行く人が多くなり、ゆとりが出ている印象を受ける。 |
| | | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・今年度は、地方創生の総合戦略の策定年度であるが、自前で策定する自治体が多い。市町村の12月補正予算でも、コンサルタントへ委託する調査や計画策定、設計等の新規業務は少ないことから、受注業務が少なくなることが予想される。このため景気が悪くなっていく。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・例年、年末年始は、モノが動かずに価格が低下する可能性がある。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・原料の不作により、製造数量が限られ、販売機会を逃すと予想される。 |
| | | 繊維工業（営業担当） | ・最低賃金の上昇と有給により、経営が非常に圧迫されてしまうと予想している。 |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | ・東京オリンピック、パラリンピックを半年後に控え、物流や建設の動きは鈍くなる。関東地区の物流は制限され、建設の動きに調整が入ると予想している。 |
| | | 精密機械器具製造業（従業員） | ・今月も受注量が厳しい状態にある。来年度の計画も思わしくないため、予測が付かない状態である。 |
| | | その他製造業〔産業廃棄物処理業〕 | ・半導体関連は頭打ち状態であり、自動車関連は一部の企業以外は低迷している。増産の話も全くないため、期待はできない。 |
| | | 建設業（従業員） | ・現在、配置員不足により入札に参加できず、しゅん工する現場が3月のみのため、小さい工事の積み重ねにより、どうか現状をしのいでいかなければいけない状況である。 |
| | | 通信業（職員） | ・親会社の受注量が落ち込む見込みで、当社もその影響を受ける状況である。 |
| | | 不動産業（従業員） | ・商業施設物件の売上が、やや下降している。 |
| | | 新聞社〔広告〕（担当者） | ・好材料が見当たらない。 |
| | | 広告代理店（役員） | ・毎年行っているプロモーションの規模縮小や中止が増えてきている。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・消費者が、購入を控えていることに慣れてきている傾向にある。 |
| | x | - | - |
| 雇用関連 | | - | - |
| (九州) | | 人材派遣会社（社員） | ・派遣労働者に対し、4月から待遇改善されるため、求職者の動きが良くなり、稼働率が増加することに期待している。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・4月からの同一労働同一賃金により、スタッフへの交通費支給や賃金も職種により最低賃金が示され、下回っていれば、必ず料金アップをすることになる。派遣会社だけでは対応は難しいため、企業へ料金アップの交渉をしているが、企業側の支出が増えることで、派遣利用を辞める企業も出てくる。新年度に向けて注文は増加するが、契約が終わる企業も出るため横ばい状態である。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・季節のイベントはあるものの、大きなトピックが特になく、しばらくは落ち着いた状態が続く。大きく人の移動がある時期は過ぎ、中心市街地への人も分散している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・税制の改正等があり、消費に期待できるものもあるが、キャッシュレスポイント還元事業等国民全体にまだまだ浸透していないため、浸透することで、景気上向きに良い効果が出ると考えられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求職者が減少し、雇用保険被保険者数は増加していることから、被雇用者数は堅実に増加していると思料される。求人の減少傾向は顕著であるが、ここ数ヶ月の単位では、景気の動向に大きな変化はない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・新卒採用率は前年並みで、既卒も含め人数調整を検討するとして企業も出ている。労働人口の減少に向け、AI利用等企業内の業務体制の見直しが図られることが予想され、新卒採用の長期的な動向については、不明な点が多い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|--|
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数は、10月から前年を割り込む状況が継続している。4月から同一労働同一賃金によるコストが具体化してきたため、コスト増加に対して慎重になっている傾向がある。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・同一労働同一賃金により、派遣料の大幅な値上げとなるため、必要不可欠な人材は継続雇用されるが、社員で代替可能な業務は、派遣が終了するのではないかと考えている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・紙媒体を取り扱っているが、紙媒体離れが進んでおり危惧している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（社員） | ・求人広告の数が、減少傾向にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・周辺で事業所閉鎖の情報も増えており、離職者も増加傾向である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業所からは、人手不足の話が出るが、実際には求人は増加せず、就職件数は減少しており、この状況が止まらない。 |
| | x | - | - |

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------------|----------|--------------------|---|
| 家計動向 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | スーパー（企画担当） | ・SNSなどのWeb施策による集客が見込める。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・公共工事が近隣で行われているので、作業員の来店増加が見込める。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・学生の卒業の時期となり、需要が見込めることから期待はしている。ここでも他社キャリアとの競争に負けまいよう、今の段階から早期アプローチを行っている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・予約状況がやや良くなっている。 |
| | | 百貨店（店舗企画） | ・しばらくは不振が続くと予測している。今後は経費削減による利益確保へ、後ろ向きな業務が多くなるとみられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近隣での道路工事により車の動線が変化する可能性があり、来店客の増加を期待する反面、以前からある店舗への誘客にもつながることが想定でき、大きな変化は期待できない。 |
| | | コンビニ（代表者） | ・増税の影響がじわじわ来ている。また、観光客による県内景気への後押しも落ち着いた感がある。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・今月は暑い気候であること、10月の消費税増税前の駆け込み需要の反動があるのか、客の購買意欲は全く感じられない。景気は非常に悪い状態であり、現時点ではこれからどうなるか予測がつかない。 |
| | | 観光型ホテル（マーケティング担当） | ・現段階の予約状況から推測される今後2～3か月後の客室稼働率も、今月同様に前年実績を下回ることが見込まれる。韓国からの観光客減も若干ながら影響している。 |
| | | その他サービス〔レンタカー〕（営業） | ・那覇空港第2滑走路の運用開始はあるものの、大幅な増便が見込めていないなかで、先行予約状況は前年並みで大きな変動はない。 |
| | | 住宅販売会社（代表取締役） | ・当面の建築工事の受注は見込めるが、金融機関の投資案件に対する融資姿勢が慎重になっており、予断を許さないものとみられる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・商店街では物販業の廃業が相次いでいる。その後空き店舗に入ってくるのは飲食関連で、飽和状態になっている。単価も落ちているようで、同業で足を引っ張り合っているのが見受けられる。 |
| | | 旅行代理店（マネージャー） | ・カード利用が増えたため、利益率が下がっている。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・戸建て住宅建築コスト増と併せて土地価格の上昇も影響し、建築計画の進捗に客が慎重になっている。 |
| | x | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・大手チェーン店の参入で、アルバイトの時給が一時1500円まで上がった。地元店舗はほぼ900円である。また、料理人が全く採用できないためシフトが組めず、店休日を入れて対処している。求人難、人件費の高騰、働き方改革で残業もできず、営業日数も削り、地元客相手では客単価も上げられず、居酒屋という業態自体の限界を感じている。 |
| | x | 観光型ホテル（代表取締役） | ・先々の予約状況も前年に比べて弱い。宿泊施設も、今後も増えることから更に供給過剰が進む。 |
| 企業動向 | | - | - |
| | | * | * |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|-----------------|---|
| 関連 (沖縄) | | 食料品製造業(総務) | ・原料価格は徐々に上昇傾向で製品価格も一部値上げの動きがあり、消費者は特売日での購入等、節約傾向の動きが出てくるとみられる。 |
| | | 建設業(経営者) | ・具体的な商談の案件が少ない。 |
| | | 輸送業(代表者) | ・宮古島、石垣島はホテルや量販店等の民需、港湾や公共建造物の官需共に増勢で、さらに、宮古島は陸上自衛隊関連の建設工事もあり、生コンの出荷は増大している。ただし、海砂は採取船の故障や天候不良等が続き、大幅な生産不足が発生しており、今後が心配される。 |
| | | 会計事務所(所長) | ・消費税増税の影響もあるが、景況に関してはまだ影響の程度が不透明である。 |
| | | 窯業・土石製品製造業(経営者) | ・ここに来て、住宅向け及び賃貸共同住宅の物件が減少傾向にある。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 (沖縄) | | | |
| | | 求人情報誌製作会社(編集室) | ・1年で一番求人数が減る12月と比較すると件数は増加するとみられるが、大型商業施設の求人が一段落したことと、海外観光客数が伸び悩んでいることもあり、ホテル業や飲食業関連で求人数が減少傾向にある。 |
| | | 求人情報誌製作会社(営業担当) | ・飲食関係の求人数が増加してこない。 |
| | | 学校[大学](就職支援担当) | ・求人数があるものの、求職者の動きが鈍い。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・求人数もそろそろ頭打ちとみられる。 |
| | x | - | - |