

道内景気の動向と消費税率引き上げの影響

1. 道内景気の現状と先行きについて
2. 景気先行きの懸念材料
3. 消費税率引き上げの影響について

平成26年7月23日

北 洋 銀 行

(調査委託先)

株式会社北海道二十一世紀総合研究所

電話 011-231-8681(調査部 斉藤、廣谷)

道内景気の動向と消費税率引き上げの影響

消費税率引き上げの「影響あり」が半数

< 要 約 >

1. 道内景気の現状判断

前年同時期に比べ、景気判断DI(プラス19、「回復とみる企業」-「悪化とみる企業」)は1ポイント低下したものの、前年同時期調査に続いてプラス水準となった。

2. 道内景気の回復時期

道内景気の回復時期は、既に「回復している」とみる企業(31%)を含め「平成26年中」とみる企業(61%)が6割を超えた。

3. 懸念材料(複数回答)

景気先行きの懸念材料は「個人消費の動向」(60%)、「原材料価格の動向(54%)」、「国内景気の動向」(53%)の順となった。「雇用の動向」(31%)は、前年に比べ14ポイント上昇した。

4. 消費税率引き上げの影響

価格転嫁は、75%の企業が「すべて転嫁した」と回答し、前回引き上げ時(平成9年7月調査)を7ポイント上回った。消費税率引き上げの「影響があった」企業は50%、「影響はほとんどなかった」企業は37%となった。

調査要項

■調査の目的と対象

アンケート方式による道内企業の経営動向把握。

■調査方法

調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収。

■調査内容

道内景気の現状と先行きおよび消費税率引き上げの影響について

■判断時点

平成26年7月上旬

■本文中の略称

景気判断DI

「回復しているとした企業の割合」-「悪化しているとした企業の割合」

■地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	453	100.0%	
札幌市	177	39.1	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 央	88	19.4	渡島・檜山の各地域
道 南	38	8.4	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 北	76	16.8	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域
道 東	74	16.3	

■業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	700	453	64.7 %
製 造 業	207	123	59.4
食 料 品	75	42	56.0
木 材 ・ 木 製 品	34	22	64.7
鉄 鋼 ・ 金 属 製 品 ・ 機 械	58	38	65.5
そ の 他 製 造 業	40	21	52.5
非 製 造 業	493	330	66.9
建 設 業	128	91	71.1
卸 売 業	104	68	65.4
小 売 業	93	56	60.2
運 輸 業	50	33	66.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	35	23	65.7
そ の 他 の 非 製 造 業	83	59	71.1

1. 道内景気の現状と先行きについて

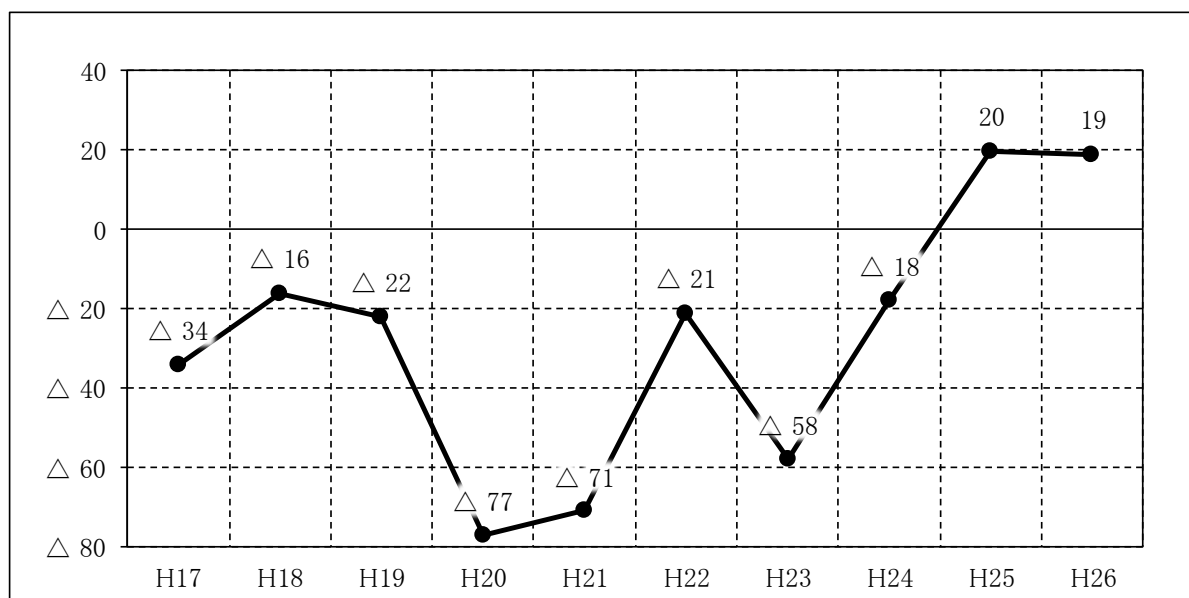
項目	要点
(1) 現状判断	<ul style="list-style-type: none"> ・「回復」とした企業(31%)が「悪化」とした企業(12%)を19ポイント上回る ・景気判断DIは建設業(+39)、鉄鋼・金属製品・機械製造業(+24)などで高い水準
(2) 回復時期	<ul style="list-style-type: none"> ・「平成26年中」とみる企業は小売業(71%)、建設業、卸売業(ともに67%)などで多い ・一方、食料品製造業やホテル・旅館業では慎重感が強い

＜図表1＞道内景気の現状

(単位：%)

(項目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(A) 回復している	31	25	12	27	34	33	33	44	31	24	30	22	35
(急速に回復)	(0)	(1)	(-)	(-)	(2)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
(緩やかに回復)	(31)	(24)	(12)	(27)	(32)	(33)	(33)	(44)	(31)	(24)	(30)	(22)	(35)
(B) 横ばい状態	57	61	66	51	56	67	56	51	56	65	55	69	48
(C) 悪化している	12	14	22	22	10	-	11	5	13	11	15	9	17
(緩やかに悪化)	(11)	(13)	(19)	(18)	(10)	(-)	(10)	(5)	(9)	(11)	(12)	(9)	(17)
(急速に悪化)	(1)	(1)	(3)	(4)	(-)	(-)	(1)	(-)	(4)	(-)	(3)	(-)	(-)
景気判断DI(A)-(C)	19	11	△ 10	5	24	33	22	39	18	13	15	13	18
前年同時期 景気判断DI	20	11	0	24	21	8	23	33	16	17	25	15	22

＜図表2＞景気判断DIの推移



＜図表3＞道内景気の回復時期

(単位：%)

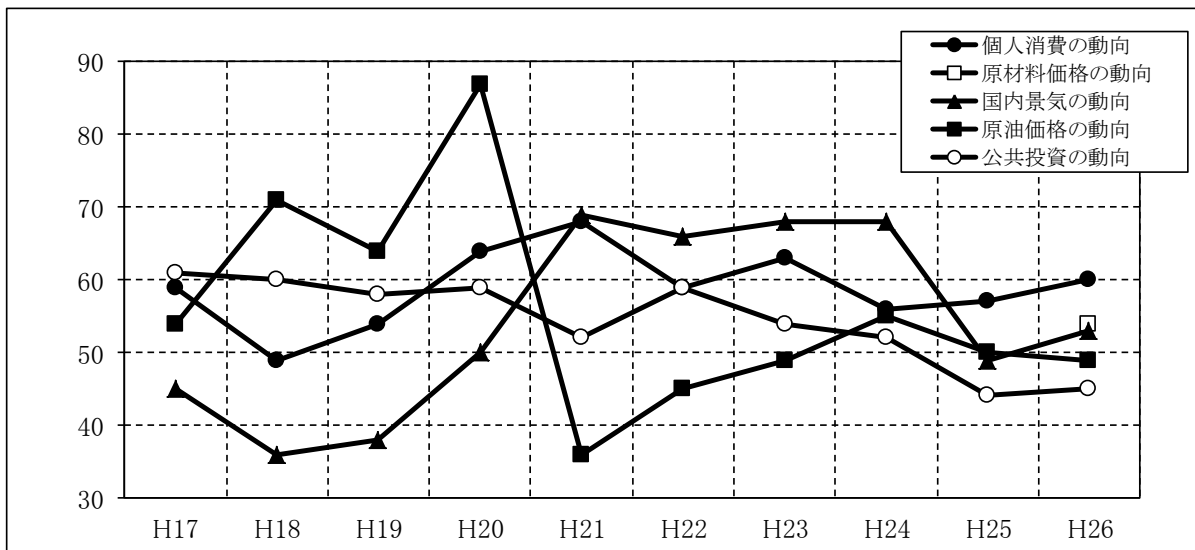
(項目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業							
(A) 平成26年	61	53	45	62	60	48	65	67	67	71	61	45	63
(6月以前)	(31)	(25)	(12)	(27)	(34)	(33)	(33)	(44)	(31)	(24)	(30)	(22)	(35)
(7～9月)	(11)	(8)	(4)	(12)	(11)	(5)	(12)	(13)	(15)	(13)	(15)	(3)	(10)
(10～12月)	(19)	(20)	(29)	(23)	(15)	(10)	(20)	(10)	(21)	(34)	(16)	(20)	(18)
(B) 平成27年	19	24	25	19	29	19	17	15	13	11	25	33	22
(1～3月)	(4)	(3)	(-)	(5)	(3)	(5)	(5)	(4)	(3)	(4)	(4)	(11)	(7)
(4～6月)	(11)	(14)	(17)	(9)	(17)	(9)	(9)	(7)	(5)	(7)	(17)	(17)	(11)
(7～9月)	(3)	(4)	(5)	(-)	(6)	(5)	(3)	(4)	(3)	(-)	(4)	(5)	(4)
(10～12月)	(1)	(3)	(3)	(5)	(3)	(-)	(0)	(-)	(2)	(-)	(-)	(-)	(-)
(C) 平成28年1月以降	20	23	30	19	11	33	18	18	20	18	14	22	15

2. 景気先行きの懸念材料

＜図表4＞景気先行きの懸念材料（上位5項目）の要点

項目	前年比	要 点
(1) 個人消費の動向(60%)	+3	小売業(89%)は16ポイント上昇。食料品製造業(79%)なども高率
(2) 原材料価格の動向(54%)	-	製造業(76%)は全4業種で1位。製造原価率の改善が課題
(3) 国内景気の動向(53%)	+4	食料品製造業(62%)、建設業(60%)で大幅に上昇
(4) 原油価格の動向(49%)	△ 1	運輸業(91%)が突出。燃料費増加に強い懸念がある
(5) 公共投資の動向(45%)	+1	建設業(76%)で1位。鉄鋼・金属製品・機械製造業(54%)は低下するも高率続く

＜図表5＞景気先行きの懸念材料（上位5項目）の推移



※「原材料価格の動向」はH26年調査から項目に追加

<図表6>景気先行きの懸念材料（複数回答）

（単位：％）

（項目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業	非製造業						
							建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業	
(1) 個人消費の動向	① 60 (57)	③ 54 (50)	② 79 (81)	36 (10)	30 (31)	② 67 (54)	① 62 (59)	46 (45)	① 56 (71)	① 89 (73)	② 58 (50)	① 73 (75)	① 67 (53)
(2) 原材料価格の動向(※)	② 54	① 76	① 88	① 55	① 73	① 81	⑤ 46	③ 57	② 46	29	39	③ 64	45
(3) 国内景気の動向	③ 53 (49)	② 55 (46)	③ 62 (46)	③ 46 (33)	② 54 (62)	③ 52 (38)	② 52 (50)	② 60 (46)	③ 44 (50)	② 52 (52)	③ 46 (50)	50 (50)	② 52 (53)
(4) 原油価格の動向	④ 49 (50)	④ 48 (50)	52 (51)	③ 46 (43)	43 (38)	③ 52 (71)	③ 49 (50)	38 (36)	40 (34)	③ 46 (55)	① 91 (86)	② 68 (55)	③ 50 (57)
(5) 公共投資の動向	⑤ 45 (44)	⑤ 37 (33)	21 (17)	41 (19)	② 54 (66)	33 (33)	④ 47 (48)	① 76 (78)	③ 44 (37)	29 (35)	36 (44)	14 (5)	45 (45)
(6) 雇用の動向	31 (17)	28 (16)	38 (24)	23 (5)	30 (17)	10 (8)	32 (18)	39 (21)	25 (10)	29 (15)	36 (19)	18 (10)	36 (26)
(7) TPP(環太平洋経済連携協定)の動向	27 (35)	27 (36)	29 (42)	32 (29)	22 (31)	29 (38)	27 (34)	21 (23)	35 (48)	29 (33)	27 (47)	27 (30)	24 (29)
(8) 物価の動向	25 (35)	25 (37)	29 (49)	14 (29)	19 (24)	43 (38)	25 (35)	28 (32)	22 (40)	25 (32)	6 (17)	32 (50)	31 (43)
(9) 住宅投資の動向	19 (19)	19 (17)	7 (2)	② 50 (48)	16 (17)	14 (17)	18 (19)	29 (31)	24 (23)	9 (12)	12 (11)	5 (-)	14 (17)
(10) 設備投資の動向	19 (19)	16 (16)	10 (5)	5 (10)	30 (24)	19 (29)	20 (20)	30 (29)	24 (23)	13 (13)	12 (14)	9 (5)	14 (17)
(11) 為替の動向	15 (27)	21 (39)	19 (37)	23 (57)	19 (31)	24 (38)	13 (23)	8 (16)	19 (32)	11 (30)	12 (22)	14 (15)	16 (21)
(12) 政局の動向	14 (19)	10 (10)	10 (7)	5 (5)	14 (10)	10 (17)	15 (23)	18 (32)	13 (21)	16 (17)	12 (22)	14 (5)	16 (22)
(13) 低価格化の強まり	14 (18)	15 (15)	17 (15)	5 (5)	14 (14)	24 (25)	14 (19)	9 (17)	18 (21)	9 (23)	9 (6)	36 (25)	17 (21)
(14) 金融機関の融資姿勢	14 (16)	20 (21)	19 (20)	18 (10)	30 (31)	5 (21)	12 (15)	14 (22)	13 (13)	13 (7)	24 (17)	9 (10)	2 (16)
(15) 中国経済の動向	13 (8)	14 (10)	17 (2)	23 (19)	11 (14)	5 (8)	13 (8)	6 (7)	19 (13)	7 (7)	9 (3)	27 (10)	19 (9)
(16) 金利の動向	12 (24)	13 (24)	17 (24)	9 (19)	5 (21)	24 (29)	11 (25)	13 (23)	9 (27)	11 (23)	9 (11)	9 (15)	12 (38)
(17) 株価の動向	9 (14)	8 (13)	7 (10)	5 (5)	8 (14)	14 (25)	10 (14)	8 (17)	10 (7)	11 (22)	3 (11)	- (10)	19 (10)
(18) 欧米経済の動向	5 (5)	5 (9)	5 (7)	5 (24)	5 (7)	5 (-)	6 (4)	4 (5)	9 (3)	4 (3)	3 (6)	- (5)	9 (3)

○内数字は業種内の順位、()内は前年同時期調査、※は前年調査項目なし

3. 消費税率引き上げの影響について

＜図表7＞項目別の要点

項目	要点
(1) 価格転嫁について	「全て転嫁」は製造業(80%)、非製造業(74%)とも前回引き上げ時の水準を上回る
(2) 影響の有無について	「影響あり」は小売業(82%)、卸売業(66%)、ホテル・旅館業(61%)が多い
(3) 影響の期間について	「影響あり」の企業(50%)のうち、8割弱の企業が半年程度で影響が薄れると見込む
(4) 対応策の内容について	「コスト削減」が57%。小売業は「イベント・キャンペーンの実施」(40%)がトップ

＜図表8＞価格転嫁について

(単位：%)

(項目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	非製造業						
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業		建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業	
(1) 引き上げ分すべてをそのまま価格に転嫁	75 (68)	80 (66)	86 (60)	68 (55)	82 (84)	81 (80)	74 (69)	82 (75)	79 (76)	74 (67)	77 (82)	35 (33)	68 (38)	
(2) 引き上げ分のうち一部だけ価格に転嫁	11 (7)	7 (4)	7 (4)	9 (5)	5 (8)	5 (-)	12 (8)	8 (14)	12 (-)	13 (4)	13 (9)	30 (23)	12 (12)	
(3) 商品の種類ごとに価格の転嫁方法を変えた	5 (4)	5 (2)	5 (2)	9 (4)	3 (-)	5 (-)	5 (5)	- (1)	3 (-)	9 (6)	3 (-)	26 (33)	4 (19)	
(4) 価格はそのまま据え置いた	9 (21)	8 (28)	2 (34)	14 (36)	10 (8)	9 (20)	9 (18)	10 (10)	6 (24)	4 (23)	7 (9)	9 (11)	16 (31)	

()内は前回消費税率引き上げ時調査(平成9年7月)の実績

＜図表9＞消費税率引き上げの影響について

(単位：%)

(項目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	非製造業						
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業		建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業	
(1) 影響はあった	50 (51)	40 (43)	55 (48)	50 (54)	18 (41)	38 (13)	54 (54)	31 (49)	66 (62)	82 (60)	39 (50)	61 (45)	51 (43)	
(かなりあった)	9 (12)	7 (9)	10 (8)	14 (18)	- (8)	9 (-)	10 (13)	4 (12)	10 (6)	22 (14)	9 (33)	13 (18)	4 (6)	
(ある程度あった)	41 (39)	33 (34)	45 (40)	36 (36)	18 (33)	29 (13)	44 (41)	27 (37)	56 (56)	60 (46)	30 (17)	48 (27)	47 (37)	
(2) 影響はほとんどなかった	37 (39)	45 (46)	35 (37)	41 (36)	58 (50)	48 (80)	34 (37)	53 (38)	27 (35)	14 (39)	39 (25)	30 (18)	33 (44)	
(3) どちらとも言えない	13 (10)	15 (11)	10 (15)	9 (10)	24 (9)	14 (7)	12 (9)	16 (13)	7 (3)	4 (1)	22 (25)	9 (37)	16 (13)	

()内は前回消費税率引き上げ時調査(平成9年7月)の実績

＜図表 10＞影響の期間（影響ありと回答した企業）

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 4～6月頃まで	53 (44)	49 (25)	52 (28)	46 (25)	43 (-)	50 (67)	54 (50)	28 (36)	72 (63)	68 (56)	38 (67)	50 (40)	38 (14)
（4月頃まで）	12 (8)	13 (9)	8 (14)	9 (-)	15 (-)	25 (33)	11 (8)	14 (6)	11 (4)	18 (8)	- (17)	7 (-)	7 (-)
（5月頃まで）	17 (13)	18 (7)	22 (9)	28 (-)	14 (-)	- (-)	17 (15)	- (15)	35 (23)	16 (18)	7 (17)	14 (-)	10 (-)
（6月頃まで）	24 (23)	18 (9)	22 (5)	9 (25)	14 (-)	25 (34)	26 (27)	14 (15)	26 (36)	34 (30)	31 (33)	29 (40)	21 (14)
(2) 7～9月頃まで	25 (24)	27 (35)	26 (32)	18 (42)	29 (50)	37 (-)	25 (21)	32 (17)	20 (27)	21 (28)	23 (16)	22 (-)	35 (29)
(3) 10～12月頃まで	7 (18)	12 (21)	4 (27)	27 (16)	14 (17)	13 (-)	5 (17)	14 (28)	- (5)	2 (10)	8 (17)	14 (20)	3 (14)
(4) 来年1～3月頃まで	3 (6)	- (7)	- (4)	- (-)	- (17)	- (33)	3 (5)	4 (6)	4 (5)	- (4)	8 (-)	- (20)	7 (14)
(5) 来年4月以降も続く	12 (8)	12 (12)	18 (9)	9 (17)	14 (16)	- (-)	13 (7)	22 (13)	4 (-)	9 (2)	23 (-)	14 (20)	17 (29)

（ ）内は前回消費税率引き上げ時調査（平成9年7月）の実績

＜図表 11＞消費税率引き上げに対する対応策

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 合理化などによるコスト削減	① 57	① 70	① 67	① 63	① 74	① 80	① 52	① 53	① 43	② 33	① 71	① 62	① 73
(2) 従業員の再教育	② 27				③ 19	② 27	② 30	② 35	② 32	② 33	② 24		② 22
(3) 仕入先の見直し	③ 23	② 30	③ 39	-	② 37	② 27	③ 21	③ 32		15	6	② 33	③ 17
(4) 新製品の投入	16	20	② 44	6	4	7	15	7	③ 18	29	-	5	③ 17
(5) イベントやキャンペーンの実施	16	10	14	③ 19	4	-	19	10	11	① 40	6	② 33	15
(6) 販売先の見直し	13	③ 21	25	② 38	11	13	10	5	16	2	③ 18	10	12
(7) 店舗改装やレイアウトの変更	7	3	6	6	-	-	8	3	2	21	6	19	2
(8) 品揃えを増やす	5	3	8	-	-	-	5	-	5	13	6	5	2
(9) 品揃えを減らす	2	2	-	13	-	-	2	2	4	2	-	-	-
(10) その他	8	4	6	-	4	7	9	12	9	6	6	10	10

○内数字は業種内の順位

企業の生の声

1. 道内景気の現状と先行きについて

(1) **水産加工業** 円安に伴う原材料や燃料費の上昇、人手不足による人件費の上昇により厳しい経営が当面続くものと思われる。

(2) **水産加工業** 今後の大きな問題として、少子高齢化の急速な進行が景気に悪影響を及ぼす恐れがあることが挙げられる。

(3) **製材業** 賃金は少し上昇してきているようだが、燃料費などの上昇により一般の消費が抑えられることが懸念される。

(4) **金属製品製造業** 原材料価格は今後も上がる傾向にあると思われる。上昇分を製品価格に転嫁できるかどうかのポイントになる。

(5) **鉄鋼製品製造業** 今後は公共工事が落ち込むことも予想され、仕事があるうちに新しい取引先や販売ルート構築が急務。

(6) **金属製品製造業** 道内の建設や資材関連業者は、東京五輪開催や公共投資の恩恵を受け、業績を伸ばすことができると思われ、その際にはキャッシュフローも大きく改善されることが期待できる。しかし、原材料価格や電気料金等が上昇傾向にあり、製品価格にうまく転嫁できるかが懸念される。

(7) **肥料製造業** 一番は個人消費が伸びることだが、労働者の賃金が上昇するかどうかのポイントであると思う。

(8) **建設業** 国の公共工事予算増額が、大型設備投資意欲を増幅させている。この予算がいつまた縮小されるのか、心配は尽きない。

(9) **建設業** 円安の影響などによる資材価格高騰や人材不足によって、収益面では厳しさを増すものと思われる。一方で国内景気は底堅く、小売業は7月頃から回復してくるだろう。建設業に限っては、来期以降の公共工事の見通しが不透明な現状で、設備投資や給与のベースアップには慎重にならざるを得ない。

(10) **住宅建築業** 今後も原材料価格の上昇や人手不足が続くケースでは、消費税率を10%に引き上げることによる景気へのダメージを懸念している。ただし、中期的には東京五輪開催に向けて、景況感は横ばいから徐々に上向いてくると期待している。

(11) **電気通信工事業** 中小企業においても、企業収益が従業員に配分され、さらに設備投資にも回ることが本格回復に必要。公共工事が順調なうちに収益基盤の改善・構築を図り、いずれ訪れる公共投資の減少に備えるべきだろう。

(12) **業務用製品卸売業** 原油価格上昇や円安の影響で、ほぼすべての原材料価格が上昇している。今後も下落することは無いと思われ、体力のある会社は生き残れると思うが、中には厳しい会社も出てくるだろう。

(13) **食品スーパー** 小売業界の経営環境においては、消費税率引き上げや光熱費の上昇などにより、消費者の節約志向が強まることが懸念される。

(14) **自動車販売店** 自動車販売は特に消費マインドの影響が大きいので、早期に個人消費が回復してくれることを願っている。新卒採用も数年前と比べると売り手市場になっており、質の良い学生の採用が難しい。

(15) **運輸業** ホテル・飲食店やバス会社において人手不足が生じており、今後、需要に対応できない懸念があり、そのことによる観光への影響は注視が必要だろう。

(16) **都市ホテル** 周辺の声から景気回復を実感している人の割合は少ないと感じる。また、円安や消費税増税等の影響により、食料品等も値上がりしており、個人の節約志向は当分続くと思っている。

(17) **廃棄物処理業** 景気動向は業種により大きく差異がある。せつかくの公共投資の増加が、人件費増加や原材料費、燃料価格の上昇で利益に結びついていない。

(18) **飲食店** 個人消費の動向が最大の関心事。お金が回ることが重要で、消費を喚起する政策が望まれる。

2. 消費税率引き上げの影響について

(1) **食料品製造業** 多少の影響は覚悟していた。4月には販促イベント等を実施して、大きな下振れは回避できた。

(2) **水産加工業** 影響を懸念していたが、生鮮食品は買いだめ商品に該当せず、大きな影響は無かった。

(3) **製材業** 今のところ価格転嫁はできており、特に問題は出ていない。次の税率引き上げの時には経営環境は少し厳しくなるのではと懸念している。

(4) **機械器具製造業** 税率引き上げの影響は今のところ出ていないが、今後は取引先からの価格引き下げの要求が出るかもしれない。

(5) **印刷業** 消費税率引き上げは一時的に個人消費を抑制させるものの、必需品等の需要は今後持ち直すものと考えている。

(6) **建設業** 消費税率引き上げによる影響とともに、原材料価格の一層の上昇懸念もあることから、仕入価格の徹底的な見直しなど、コストの削減を図りたい。

(7) **住宅建築業** 今年に入ってから、モデルハウス等への来場者数は昨年と比較すると大きく減少している。4月以降の新規受注も、駆け込み需要の反動減が出ていると感じている。対応策として、政府の住宅取得支援策について社員への教育を徹底し、お客様への啓蒙に努めるようにしている。

(8) **左官工事業** 顧客や仕入先などには消費税率引き上げの影響は特別無かったが、住宅に関する経過措置により、5%と8%の税率が混在しており、経費処理が煩雑だった。

(9) **玩具卸売業** 消費税率引き上げだけでなく、複合的に公的負担が増加していることによる可処分所得の減少の影響がある。中小企業においては、大手企業のような賃上げを行うこと自体が厳しいため、個人消費が上向かない要因と考えられる。

(10) **食料品卸売業** 今回の税率引き上げの影響は3か月程度で薄れると思われるが、来年10月に予定される10%への引き上げが大きなインパクトを持つと考えている

(11) **建材卸売業** 来客減少が予想されたため、社内展示場を改装し、リニューアルイベントを行うなどして集客を図っている。駆け込み購入した商品の使用が一巡すれば、以前同様の購入ペースに戻ると思われる

(12) **眼鏡店** 顧客向けの相談会の実施を増やすなどして、来店客の増加と商品の品揃えの充実を図っている。

(13) **作業用品店** 駆け込み需要の反動はほぼ収まったが、税率引き上げそのものの悪影響はこれから本格化すると考えている。あまり楽観的に先を読まないことが大事であり、ちょっとした工夫で、小さなところで差をつけていく。

(14) **食品スーパー** 3月の駆け込み需要は非食品部門で顕著に表れたが、食品は一定の範囲内であった。一部商品の価格を据え置いたことも功を奏したと思われる。

(15) **観光ホテル** 今後も引き続き消費減少の影響が予想され、客数増加を図るために、広告・ネット販売の強化などの改善が更に必要である。

(16) **廃棄物処理業** 今後の動向として、法人の投資動向には消費税率引き上げの影響は少ないと考えるが、落ち込んだ個人消費がどこまで回復するかは予測が難しい。