

4. 南関東（地域別調査機関：（株）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)	良くなる	一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・良くなるという希望も含めて、新規顧客との出会いがあるので、専門店として少し明るさも出てくるのではないかと考えている。
		コンビニ (経営者)	・今現在、失業者数が多いとは思えないので、販売量の動きに安定性がみられる。どんどん景気が悪くなるということはない。
家電量販店 (営業統括)		・引き続き外国人観光客の増加、年末に向けて4Kテレビの販売増加、消費税増税前の駆け込み消費の前しよう戦が始まり、景気は良くなると予測している。また、住宅販売が順調に推移していることも、来年3月以降の引越に伴う買換え需要と、消費税引き上げ前の駆け込み消費が急増すると考えている。	
家電量販店 (統括)		・消費税増税による特需が期待できる。特に第4四半期の期待は大きい。	
観光名所 (職員)		・2か月後はトップシーズンになり、秋の紅葉で来客数がかなり増えると予想される。それを期待して良くなる。	
やや良くなる		商店街 (代表者)	・イベントを企画しているが、反応が非常に良い。この反応の良さは、消費者のマインドが上がってきている表れのような気がする。
		商店街 (代表者)	・小売業は、近年のデフレや不景気のなか販売価格を上げることができなかった。それにもかかわらず燃料費や材料費は外的要因を理由として否応なく値上がりしている。加えて近年の立て続けの最低賃金の上昇などで、当店のよう小売業は、自らの給与さえもまともに取れなくなっている。来年の消費税増税は、便乗と言われれば悲しいが、小売価格を値上げすることのできる格好の機会となるのではないだろうか。端数を切り上げる者、現状価格に外税8%を取る者。この機会に健全な利益確保ができる環境になって欲しい。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・10月は各種イベントがあるので期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・来年の消費税増税がほぼ決まりそうなので、その経済対策が出てくると、駆け込み需要が期待できそうなので、やや良くなる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商において、いくつか大きな案件が来月に決まっているので、これが実ると思う。そのような関係で、来月以降若干良くなる。
		百貨店 (総務担当)	・このまま衣料品及び食料品が良くなってくれば現在よりはやや良くなる。依然不透明な状況が続いているのも事実であるが、期待感もある。
		百貨店 (営業担当)	・消費税8%が導入されることになれば、増税前の駆け込み需要は確実にくる。来年3月末までは確実に消費は良くなる。
		百貨店 (営業企画担当)	・消費税増税が決定した場合は駆け込み需要が高まり、消費は拡大する。
		百貨店 (店長)	・オリンピック東京開催が決まったことにより、将来への明るさが出てきたためである。
		百貨店 (営業企画担当)	・開店40周年を迎え、特別な商品開発、施策を盛り込んでいるため来店客増の可能性が高い。
		百貨店 (管理担当)	・来年4月の消費税増税を控え、住宅産業他の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店 (副店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が年末から始まるか不明であるが、お歳暮、クリスマスなど旬の提案次第で顧客は動くと思う。
		スーパー (ネット宅配担当)	・今年の年末に関しては、高品質商品の需要が更に高まると考える。
		コンビニ (経営者)	・年末商材の予約が始まったが、例年より動きが早く、すでに予約が入っているので、今後期待できる。
		コンビニ (商品開発担当)	・気温の低下とともに、冬物商材が好調に推移しそうである。
		衣料品専門店 (経営者)	・年間で1番の需要期に入るため、また、天気長期予報も良さそうであり、消費税増税前の駆け込みも影響が出そうなので、今よりは良くなる。
		衣料品専門店 (経営者)	・オリンピックに向けて健康をキーワードにイベントを仕掛けて、売上を作っていく。消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
衣料品専門店 (経営者)	・夏は猛暑のため衣料品の購買力が落ち、景気は良くなかったが、その反動でこれからは景気と気温がプラスに向かい、良くなっていく。		

衣料品専門店（店長）	・市場の景気の回復感から、数年間買い控えていた客の来店が見込めると予想している。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしており、消費税増税が導入されることになれば来年の3月までは販売の方は良くなるが、4月以降は心配である。
乗用車販売店（経営者）	・来客数と成約率共に今後も増加して年内いっぱいはいは好景気が継続する。
乗用車販売店（営業担当）	・やはり消費税を気にする客が多いので、早いうちに決めたいと思ってるいる客も多少はいるようである。
乗用車販売店（販売担当）	・景気に対するマインドは高い。設備投資や、新たな車を購入するというようなことはみえるが、それが結果に結び付いていない。現状動向をみている。設備投資はまだできていないような状況なので、これから本格的な活動の中で車両価格が戻って来るのかなと思っている。
乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー免税、減税の継続、東京モーターショー開催による各社新型車の発売、消費税増税が決定的等々の背景からやや良い状況が続くとみている。安全性、経済性の高い車種に人気があり、ハイブリッド車中心に良い評価が続いている。
乗用車販売店（販売担当）	・現状を考えると消費税増税前の駆け込み需要が期待できると思う。その他エコカー減税も平成27年3月までであるので上向いていく。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・夏恒例のセールが非常に好調だったので、冬のセール時期についても、今回のように好調だと見込んでいる。
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の打ち出す一連の施策が功を奏すると考えている。
高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況は、前年同期を確実に上回っている。東京オリンピックも決まり、東京では少なからずこれによる恩恵もありそうである。
一般レストラン（経営者）	・2、3か月先は暮れになり、今よりは人の動きも激しくなるので売上は上がる。12月は1年で一番忙しい月なので、毎年のことだが11、12月は少し良くなる。世間の景気が良くなる、良くならないにかかわらず、2、3か月先の当店の景気は良くなると思う。
一般レストラン（経営者）	・少しずつ企業自体が良くなって会社での宴会等が増えてきて、売上が多少良くなるような気がする。国の政策やアベノミクス効果が反映されてきているようである。
一般レストラン（経営者）	・オリンピック開催をきっかけに政府も本腰を入れて東日本の復旧や原子力発電所の問題、また、リニアモーターカーの問題に取り組んで、実行予算がこれから打っていかれると思うので、少しずつではあるが良くなるような気がする。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が来年4月に上がるのがほぼ確定してきているので、その前の駆け込み需要で多少良くなる可能性はあると思っている。
都市型ホテル（スタッフ）	・今年後半も周辺施設での大型イベントの予定があり、1つは国際大会のための宿泊客を中心に、また、年が明けてからも大型のイベント計画が続いているので来客増が見込める。
旅行代理店（従業員）	・行楽シーズンを迎えるにあたり、国内団体旅行の受注件数が増えている。また、1件の団体旅行の構成人員も増えてきている。
旅行代理店（従業員）	・販売量が増えているので、このまま増加するのではないかと感じている。
旅行代理店（支店長）	・3か月後の12月は年末の日並びが良い関係で、個人の海外旅行、ヨーロッパ、アメリカを中心に長期での旅行が多いように感じている。また、法人では忘年会の予約や問い合わせが多く、12月の6日～7日間、13日～14日間の旅行が非常に人気であり、団体が増えると期待している。
タクシー運転手	・来月消費税増税の導入が確定すれば、駆け込みで買物する人が増えるとみており、一時的に景気は良くなる。
タクシー（団体役員）	・オリンピック東京開催も決まり、暮れの商戦に向けて各方面で景気刺激を行っているので、11月、12月は必ず良くなると思う。
通信会社（経営者）	・消費税増税が決まればもやもやが晴れ、心理的に安定する。
通信会社（管理担当）	・他事業者との共同施策もあり、販売向上が見込める。
通信会社（営業担当）	・2020年オリンピック東京開催や消費税増税予測で客の消費意欲が出始めているように感じる。
ゴルフ場（支配人）	・10月～12月の予約状況が今年に入り、1番上向いている。
美容室（経営者）	・客は、購買力が出て、財布のひもが緩やかになったように思う。

	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	・近隣の再開発の影響と消費税増税が近付いてきていることから客の需要が盛り上がると、近隣への営業力を強くしている。この結果が出てくるのではないかと考えている。
	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・これほど長く景気の悪い状況が続いているので、そろそろ地方の人にも景気が良いムードが伝わり、好景気が回ってきてくれると思う。
	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・年末の消費行動に期待が持てると同時に、国の施策の効果が出てくると思う。少しは消費者のゆとりと安心感が期待できそうである。
	設計事務所 (経営者)	・今までは悪い悪いという中で動いてきたが、最近は何んとか良くしなければという雰囲気になっているのではないかと。消費税の問題で今のうちにやろうという考え方や、または当社で築いてきたものが着実に芽生えてきているという動きを感じると、これから先が少しでも良くなるような感じがする。現に設計として新しいものが着実に何か芽吹いてきそうな感じがしてならない。仕事は大変忙しくなりつつある。この状況を年末までは確保したい。
	設計事務所 (経営者)	・業務に関する問い合わせが増えてきている。
	住宅販売会社 (経営者)	・ここ2、3か月同じ回答になってしまうが、やや良くなることを期待している、良くなるムードになっている。円安の影響等で自動車産業、輸出関連企業は良いようだが、我々中小企業はまだ不況のなかに残っている。また、建設費が高騰しているため赤字仕事が多く、大企業だけではなく、中小企業向けの景気対策を期待しているところである。
	住宅販売会社 (従業員)	・東京オリンピックが決まり、若干都内での仕入が厳しくなると思うが、景気は良くなると思っている。オリンピック開催の2年くらい前がピークを迎えると思っている。
変わらない	商店街 (代表者)	・来年4月に消費税8%が導入されることになれば、それに反応して長期間工事がかかる住宅のようなものは別として、我々小売業については、それが良い方向にいくかという、駆け込み需要にはあまりつながっていないような感じがしている。それよりも4月以降の売上に影響するのではないかと思っている。
	商店街 (代表者)	・今の状態で総理が消費税を上げるということにやや傾いているようだが、これは大変なことだと感じている。良くなっているという印が何も無いのに、どうしてそういう方向に持っていけるのか、疑問である。
	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要などで大きい買物に回ってしまい、こちらには財布のひもが厳しくなるのではないかとと思う。
	一般小売店 [家電] (経理担当)	・アベノミクス効果も限定的で、当店のよう小売業では今のところ影響はなく、まだ時間がかかる。
	一般小売店 [家電] (経理担当)	・客の気持ちはアベノミクスやオリンピックなどで明るくなっていると思う。必要なもの、お得なもの、省エネ商品を根気よく説明して購入してもらおうつもりである。
	一般小売店 [印章] (経営者)	・当地域ではプレミアム付き商品券が9月1日から発売されたが、当店のよう印章業での利用はまずない。年末を期待をしているのだが、状況としては非常に思わしくない。
	一般小売店 [茶] (営業担当)	・2、3か月先は気温が低い冬が到来しないと、お茶業界の販売量は低迷し続けてしまいそうである。今年の夏が異常に暑かっただけに、寒い冬が長く続いてくれないと、売上は回復しそうにない。
	百貨店 (売場主任)	・ボーナスの伸びが一部のみに限られているため、様子見の人が多からである。
	百貨店 (広報担当)	・物価が上昇傾向の中で、企業収益は改善しているものの個々の賃金アップには必ずしも反映されないような局面もみられ、全体的な消費にはやや不安な面もある。一方、百貨店の主要顧客となる富裕層は、相変わらず株価の上昇などによる資産効果と消費税増税前の高額品購入心理が重なっておう盛な購買意欲をみせてくれるものと考えている。
	百貨店 (広報担当)	・景気動向が販売数量などで良くなっているという状況がこのところあるが、今の状態が横ばいで続くものとみている。
	百貨店 (営業担当)	・暑さも和らぎ、比較的安定した天候で婦人服、紳士服、子ども服の衣料をはじめ、婦人靴、ハンドバッグ、アクセサリ、家具インテリア用品、家庭用品等が前年より伸びている。ただし、消費税増税や不安定な海外情勢もあり、景気の先行きはまだ不透明である。

百貨店（営業担当）	・冬物に変わり、1点単価は上げざるを得ないが、その分数量に影響が出る。最終的に今シーズンの冬物商戦はメーカーが円安により商品を絞っているための品不足もあり、伸びる要素はない。ただし、消費税増税に対する一時的な駆け込み需要は考えられる。
百貨店（営業担当）	・消費税増税について来月正式発表される予定だが、それに付随する減税対策、景気対策に注目したい。現在、富裕層の購買意欲の高まりは感じられるが、一般層はまだままであり、相変わらず財布のひもは固い。来年どようになるか、冬のボーナスはどうか、ある程度方向性が示されない限り、大きく傾向は変わることはない。
百貨店（販売促進担当）	・ここ数か月の客の様子をみても消費に対する慎重な姿勢は変わらず、今後飛躍的に好転するとは思えない。
百貨店（販売管理担当）	・宝飾や時計などの高額品の動向は好調が維持されると思われるが、来年4月からの消費税増税が現実味を帯びてくると、消費意欲は一部刺激されるものの、全体的には引き締めマインドが広がる可能性がある。
百貨店（営業企画担当）	・東京オリンピック開催決定により、株価は堅調に推移している。販売動向も高額品だけではなく一般商品にも明るさが始まっているが、一方で消費税増税が最大の商戦である年末年始の販売動向にどのような影響を与えるかは予断を許さない。
百貨店（計画管理担当）	・消費税増税が決まると一時的に消費が活発になると思われる。
スーパー（経営者）	・3か月先の12月になると良い会社もあると思うが、我々の業界はそれほど変わらないと踏んでいる。給料が各社上がってくれば違ってくるし、ボーナスのこともあるが、今のところは変わらない。
スーパー（店長）	・3か月先の景気は良くなると答えたいが、競合店出店に伴い当店を取り巻く環境は非常に厳しく、来客数が減少している状況である。3か月後もこの厳しい競争環境は続くため、変わらない。
スーパー（店長）	・このまま点数が上向いてくれば期待も見込めるが、意図的に単価を下げて安さを演出している部分もあるため、消費者の購買意欲が更に上昇してこない状況は厳しい。
スーパー（店長）	・今後2、3か月は消費税問題の影響が出てくると思うが、耐久消費財の動きは出る可能性があるものの、消費は非常に堅く、不要不急の商品は売れないと思うので、現在とそう変わらない。
スーパー（総務担当）	・間もなく消費税が8%へ上がるということが発表されると思うが、それに向けて財布のひもが固くなるということも若干あると思うが、現在必要な物を最低限の状況で買っているような状況なので、これ以上下がるということはない。ただし、新しい物やヒット商品等がないなかでは、売上が伸びるといっても考えにくいので、このままの状況で推移すると考えている。
スーパー（営業担当）	・消費税増税直前においては景気が一時的に上向くと思うが、消費税増税後については確実に消費が減っていく。この差がどの程度出るか、今後注視していくべきところである。
スーパー（仕入担当）	・10月1日に消費税増税についての総理からの発表を受けて消費者がどういう行動になっていくか、非常に不透明であり、懸念される。
スーパー（仕入担当）	・単価は下げ止まっているが、来客数と点数が比例して下がっているため、売上面での効果はまだみられない。
コンビニ（経営者）	・近隣の状況も全然変化もないし、隣の宅地の跡地がどうなるかによって変わると思う。
コンビニ（経営者）	・消費税の影響がどの様に推移するか読めない。
コンビニ（経営者）	・当チェーンでは、数年前に良い物は必ず客に受け入れられるというテーマで、高品質で高価格な商品を一時追いかける時期があったが、その時はコンビニは高いものだというイメージが先行して失敗している。今回またチェーンとして良い物は売れるというようなことで高価格商品が目白押しで出てくる。売れるか売れないかによって今後の推移が良いか悪いかということが判断できるのではないかと考えている。大変難しい問題である。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の動向はずっと変わっておらず、競合店の出店トレンドも変わっていないため、おそらく同じ傾向で推移する。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数の回復要因となりそうな話題も少なく、まだ厳しい状況が続くことが予想される。
乗用車販売店（総務担当）	・今後も販売量が多く望めず、経費を抑え現状維持が限度と予測する。

その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・年末は大きな商戦なので、大きな盛り上がりをつくりたい。
その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	・年末に向けての商品相場次第では、悪くなる可能性が高い。
その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	・いよいよ新世代ハードが海外を皮切りに発売となっていくが、ロケットスタートとなる予感はなく、むしろ端境期によくある特色のない商戦となっていく可能性がある。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・9月の不調は主に天候の原因が大きかった。その他の要因では大きなマイナスはないものと思っている。
高級レストラン (店長)	・宴会予約の推移から判断して変わらない。
一般レストラン (経営者)	・当店は再開発地区とホテル群に隣り合わせているが、東京オリンピック開催決定を含めて、中長期的には集客につながると思う。
一般レストラン (経営者)	・我々零細企業にはアベノミクスはよその世界の話のようである。消費税増税や仕入商品の値上がり等、まだ良くなる環境とは感じられない。
一般レストラン (スタッフ)	・当店は老舗のため売上は落ちていないが、来客数自体は減っているため、来店客の単価が良いということである。しかし、売上は上がってないため、先行きは不透明である。
旅行代理店 (経営者)	・客単価はそれほど変わりはないが、問い合わせはあるものの、現状はなかなか進展しないような感じなので、あまり変わらない。
旅行代理店 (従業員)	・前年同期比で先行き見込みが10%ほど落ちているが、最近の間際受注が顕著である。
タクシー運転手	・来年4月の消費税増税がもう話題になってきている。やはり慎重にならざるを得ないといった雰囲気である。
タクシー運転手	・台風や竜巻が多く起こり得るこれから先、異常気象などにより売上が上がるかと思いきやかえって下がっているようである。やや過剰ともいえる天気の情報によって出歩く人が少なくなっているようだ。しかし、営業区域に被害がなかったことをよしとし、ひたすら頑張るしかない。
通信会社 (経営者)	・携帯電話との割引プランによる需要がスマートフォンの新機種販売の競争激化により、期待したほど増えていない。
通信会社 (営業担当)	・ニーズに合ったサービスを提供できれば、単価が上がっても受け入れられるような傾向が続く。
通信会社 (局長)	・劇的に改善する見込みはないが、緩やかに改善するのではないかと期待感はある。しかし、やや良くなるとまでは表現できない。
通信会社 (局長)	・B to B企業は上向きかもしれないが、当社のようなB to C企業は早々にアベノミクス効果は出ないと考えている。個人の収入が増えた段階で魅力的な商品が出てくれば、段階的に上昇するものと思われる。
通信会社 (総務担当)	・東京オリンピック開催が決定したが、公共工事等による景気上昇の効果はまだ先と思われる。
通信会社 (経営企画担当)	・商談状況に動きがなく、公共分野を中心とした上向きの実感はない。
ゴルフ場 (従業員)	・長い期間の景気の低迷、特に50代あたりの近い将来の年金受給減額への不安、消費税増税による生活費の増大など、良い方向になっていくと確信できなければ、景気回復の実感は難しい。
パチンコ店 (経営者)	・店内の改装をして、低玉貸しについては来客数は増えたが、売上はそれほど変わっていない。この先、様々な面で客があまりお金を使わないということもあるので、急にその流れが変わるとは思えないため、今と変わらない。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・母体の仕掛ける販促がことごとくマイナスとなっている状況から、客が消費を抑えている様子がうかがえる。政府の動向含め、販促に関しても抜本的な回復材料はみられない。
その他レジャー施設 (経営企画担当)	・新規催事の開催予約が堅調に推移している。また、宿泊施設の宿泊予約も、インバウンド予約と催事開催に伴う予約が、堅調に推移している。
設計事務所 (所長)	・世間ではアベノミクスで景気が良いと言われているが、上場企業が対象の話で、我々のような地方の小さな企業では全く感じられない。
設計事務所 (職員)	・様子見の状況ではないかと思う。
住宅販売会社 (従業員)	・消費税増税前の駆け込み受注による売上の成果は半年先の見込みになると思う。よって2、3か月先の景気にはあまり影響しない。
その他住宅 [住宅資材] (営業)	・3か月程度であれば、現在の消費税増税前の駆け込み需要が継続すると思われる。

やや悪くなる

商店街（代表者）	・消費税次第である。いつごろ上がるのか分からないが、上がるというような情報なので、客は消費を控えているのが現実であり、売上は低迷していくので、非常に難しい。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・商店街の通りの半分以上が工事現場になっている関係で客の流れが変わり、1、2年では戻らず、工事が終了するまで続くのではないかとと思っている。
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・消費税増税が決まれば、駆け込み需要があるのだろうか。住宅のような高額商品はあるのかもしれないが、当店のようなく早く買わなくてもいいような物に関しては、消費税が上がるといことで消費動向は鈍くなるのではないかと心配している。
コンビニ（経営者）	・来客数が伸び悩んでマイナスになっているが、商品の価格が下がっているため追い付かない。どうしても前年がクリアできない。
コンビニ（経営者）	・客の消費動向が大幅に変化しているようである。プレミアム商品の売上増に対し、一般商品の伸びが大幅に低下している。この傾向は今後も続きそうである。
コンビニ（経営者）	・景気上昇のかけ声は大変大きいですが、大企業向け及びリップサービスだと思う。一般の客は25日過ぎでも千円札が多く1万円札が少ない。財布のひもは相当固いのではないかとと思う。
衣料品専門店（経営者）	・秋が短くて商材展開が難しく、訴求に対して動きが鈍く苦戦が予想される。現状では数字が読めない。
衣料品専門店（経営者）	・オリンピック効果、あるいはアベノミクス効果というのは一部の話であって、まだ末端の方には来ていない。それより先にいるもの物の物価が上がり、給料も先ということで、しばらく小売業界は低迷が続く。一部に良いという話も聞くが、なかなかそういうわけにはいかないと思っている。
衣料品専門店（店長）	・先月あたりまではアベノミクス効果を期待する雰囲気が若干は感じられたが、その気配は薄れてきている。来客数が減少傾向に転じ始めたので、少し悪化するかと懸念している。
衣料品専門店（営業担当）	・景気回復のための政策をきちんとやって欲しい。中小企業などの法人税の引き下げや政府主体の中小企業向けの借入の優遇、低金利法などで、今まで続いてきている商売を助けてもらわないと、どんどん店がなくなっていく、大きな店だけが残るとい味気のない国になってしまうのではないかとと思う。
家電量販店（店員）	・低単価の商品が出回り、さらに価格を下げるとなると家電量販店は3年先に1店もなくなる可能性がある。
住関連専門店（店長）	・消費税増税が必ずしもプラスにはならず、財布のひもが固くなる可能性もある。
住関連専門店（統括）	・販売量も減っているのだが、1件当たりの販売価格、購入価格も減っているのので、下がる要素はまだあり、やや悪い状態が続くのではないかと。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・9月に入り、売上が予算を下回る日が継続している。
都市型ホテル（経営者）	・原価が非常に高騰しており、それを価格に転嫁できない状況が続いている。また、この先消費税も上がるということで、明るい展望が全くみえない。
都市型ホテル（スタッフ）	・10月以降はトップシーズンに入るが、依然として全体的に動きが鈍い状況である。宿泊、宴会は大型団体及び宴席の減少が顕著で、中小規模案件の取り込みを図ってはいるが全体をカバーできていない。忘新年会に期待したいが、年々ホテルでの開催が少なくなっていることや法人利用が完全に戻っていない状況なので先がみえない。
タクシー運転手	・まだ客が増えるような条件が整っていないため、我々タクシー業界まで景気が良くなるというのは当分先のような気がする。
通信会社（営業担当）	・他事業者との価格競争が激しくなっており、契約数も大きな回復は見込めない。
ゴルフ場（支配人）	・個人の所得はなかなか上向かず、その間様々な日常物価が値上がり状況にあるためである。
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・企業の予約は横ばいになってきたものの、依然一般の来場が減少しており、底がみえない状況が続いている。
設計事務所（所長）	・消費税の関係で前倒しになった契約物件が完了すると、その先、新たな物件の動きがない。

		設計事務所（所長）	・東京オリンピックが7年後ということだが、景気が日本全体に広がるかとなると疑問点が多い。建設関係にしても東京中心の仕事が増えるだろうが、これが日本全体に広がるということにはならない。高齢化社会もますます進み、高齢者が増える中で若者が非常に少ないという懸念で、これから良くなる気はなかなかしない。社会的には難しいのではないかと思う。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税が導入された時、及び消費税率がアップされた時のいずれも駆け込み需要の反動減は大きく、今回も同様の事態が危惧される。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・9月に入っても客の慎重な購買行動は継続している。来客数、客単価共に前年を下回っている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・最近の来客数の状況は、まず客が来ない、もしくは来ても販売に結び付かないという大変厳しい状態が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量が増大したが、その反動が必ず出る。3月末までに引き渡しをすれば、まだ消費税は据え置きで良いのだが、すでに施工が追い付いておらず、販売を断わらなければならない状況となっている。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がくると思う。
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・秋は日本酒のシーズンだが、シーズンインが近付いて、前年よりは状況が良いように感じている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年恒例の受注が見込めるためである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・販売量は多くないが、高い物が売れるようになってきて客単価が上がっている。始めは安い物を購入しようとしていたが、やはり考え直して高い物にしてくれというようなことが出たので、個人、法人共に少し上向きになるという見通しを持っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在は、中小零細企業まで仕事量が回ってきていないが、景気が上向き要素はあると感じている。大手が手に負えなくなった仕事があふれてくるまでには、あと半年から1年くらい時間がかかる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2020年オリンピックが東京に決まり、国が明るくなってきたように感じる。スーパーマーケットも今、消費税増税前の駆け込み改修工事で店舗機器の入替えが進んでいる。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・アベノミクスやオリンピック招致の成功、こういったものことから雰囲気は非常に明るくなっており、工事現場がかなり増えてきている。良くなるのではないかという気がする。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が世の中全体で増えそうである。
		建設業（経営者）	・設備投資する企業が増え始めているようである。様々な話も聞きだしているの、受注につながれば良い結果が出るのではないか。
		建設業（営業担当）	・オリンピック東京開催が決まり、今後資材の高騰と人件費が上がっていく。景気回復の兆しはみえているが、人材不足と資材の調達心配される。
		輸送業（経営者）	・景気が良くなる、あるいは悪くなるという現段階での予測は非常に難しいところだと思うが、政府が景気回復ということに言及しているの、期待を込めて良くなる。
		通信業（経営者）	・アベノミクスに期待している。
		金融業（統括）	・オリンピック東京開催も決まり、株価が上がっているので、景気も良くなってくる。
		金融業（支店長）	・東京オリンピック開催決定により、東京都内を中心に施設整備を中心としたインフラ投資が見込まれる。
		金融業（支店長）	・オリンピック東京開催が決定したこと、株価が少し持ち直しているということで、大分消費に良い影響が表れるのではないかと思われるので、各業種でかなり期待はしている。売上等の見込みは若干出始めているような傾向なので、少しは上向き。
		不動産業（総務担当）	・オリンピック誘致も成功し、期待含みであるが、消費者のマインドが上がり、マンションの売行きが好転するムードを感じる。
		広告代理店（営業担当）	・オリンピック東京開催も決まり、各社、前向きな話で事業を進めていくことができそうである。

	税理士	・いつも言っていることだが、北米での日本車の売行きが少しずつ良くなっているが、中国等の新興国ではバブルがはじけると言われており、景気が下がり気味かもしれない。日本ではアベノミクス、それから東京オリンピックが開催されるということで、それらが景気を先導して、皆の景況感が少しずつ良くなっていくのではないかと期待している。
	税理士	・オリンピックへ向けて建設業やスポーツ関連、旅行関連等業績の上向き業種が多くなり、景気の上向きは進むと思うが、実際の賃金アップにつながらない業種もあるため、やや良くなる程度だと思う。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらく工務警備の繁忙期が続くと予想する。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・11月に年間を通したまとまった新規物件が契約できそうである。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・オリンピックによる投資の増加のためである。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・単価の低い商品なので、消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
	繊維工業（従業員）	・当業界は綿を素材としているところから、冬に向かい季候等だけでなく、中国など東南アジア情勢によっても景況が大きく変わってくるので、本当のところは変わらないというよりも分からない。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税前に一時的に受注が増えると思うが、反動でその後の受注が期待できない。
	化学工業（従業員）	・得意先との話で、消費税増税による駆け込み需要で景気が良くなるとは聞くが、具体的な話になるとまだ何もないので、先行きは依然不透明である。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの景気浮揚効果はまだ中小零細まで伝わっていないので、すぐには景気は良くならない。
	金属製品製造業（経営者）	・引き続き月々の受注量は確保できているが、このまま景気が上向くとは思えない。消費税問題が現実視され、先行き不安である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今の状態ではそれほど良くなることはなく、現状維持だと思う。噂では客が不渡手形を出すという連絡が入っており、まだ景気が良くなることはない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・大手の景気の良さによる影響が下の中小零細企業には全然伝わってこない。景気の波及は以前と同じく変わらない。大手の景気の良さの影響が中小零細企業に少しでも伝わってくれないと、経済は良い方向にはいかないと思う。
	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先でもまだ外需頼みで、いつまで継続するのか読めないとのことである。消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、一時的にどこまでストップするのかの上場企業でも読めていない。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックに限らず昔は工場などは3Kと言われたが、今はそれに加え仕事量も少ない。景気も長続きしないので、これでは返済ができなくなり、小さなところはお金を借りることも、機械を買って設備投資することもできない。そうなるとじり貧になってくるので、町工場は難しくなっている。
	建設業（経営者）	・我々中小企業に対しての景気対策が、まだ実施されていないように思う。
	輸送業（経営者）	・先行きの景気といわれても、今の状況ではさっぱり分からない。
	輸送業（経営者）	・10月以降、新規納品先の増加が予定しており、売上の増加を期待したいところではあるが、既存店の売上の落ち込みが大きく、燃料価格の高騰を考えると、好転の予測は立たない。
	輸送業（総務担当）	・良くなる業種があるものの悪くなる業種もあり、相対的には変わらない。
	通信業（広報担当）	・中小企業に波及するまでにはもう少し時間がかかる。
金融業（従業員）	・中小企業ではアベノミクスの効果は感じられないとの声が多い。むしろ、原材料費や仕入価格の上昇による収益環境の悪化が生じている。一部の建設業では受注増となっているようだが、価格競争のため激しい状況である。	
金融業（役員）	・景気の先行きに安心感がないため、しばらくは現状維持で大きな変化は望めない。	
不動産業（経営者）	・9、10月は法人の移動で来店客も増えてきたが、厳しい状況は変わらない。申込が入り、バイク無料、入居者入替えOK等、一通りの条件は飲んであげても、審査の時間が長くなり、キャンセルされる場合もある。お客様の時代の代わり。	

	広告代理店（従業員）	・既存顧客から新しい仕事等は発生していない。また、減少もない。	
	広告代理店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が徐々に感じられる。	
	社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。	
	経営コンサルタント	・包装資材の中小メーカーの下期計画の売上高は非常に控え目な数値である。商品の動きは、当分まだ鈍いという読みのようである。	
	経営コンサルタント	・特別な大量発注、公共工事や建設などが動かない限り、即効性のある経済対策はないのではないか。大手企業が海外取引によって景気が良くなり、それが中小企業に浸透するまで、まだまだ時間がかかりそうである。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・今後も同様な動きがみられることが予想され、厳しい状態が続くと思われる。しかし、アベノミクス効果やオリンピック効果で上向いていくのを期待したい。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・好転する要素がみえない。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末に向け案件数が増える時期になるので、利幅確保が厳しい状況となる。原材料の値上げが一段落つかないことには先行きが不透明である。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・予想通り今月に入り原材料値上げ要求が高まっており、2～3か月後には実行されると思われる。それに加えて取引先によっては値下げ要求もきてしまい、見通しはかなり厳しいことになりそうである。	
	金属製品製造業（経営者）	・客先の設備の老朽化により補修関係の仕事が出てきているので助かっているが、量としては少なめである。金型製作の話が出てきているが、なかなか決定までいかず困っている。	
	建設業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み契約や、耐震基準がクリアできない補助金絡みの改築工事等も今後一段落しそうである。	
	輸送業（総務担当）	・国内出荷も輸出も計画はあるが、確定はしていない。いつから増えるのか不明である。	
	不動産業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が多く、今後需要が減ると思う。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税が導入されることになれば、どのようになるのかが分からないことと、大きな仕事が秋に終わり、その後の予定が全く立っていないので、景気はあまり良くならない。	
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・得意先からの見通し情報が先になればなるほど、金額が減っている。限定した得意先だけでなく、他の得意先も同じ傾向にある。	
	建設業（経営者）	・消費税増税による消費マインドの冷え込みのためである。	
	広告代理店（経営者）	・本来関わる必要がない作業に時間を取られ、営業面にも影響が出ている分は、今月の売上だけでなく、直近の営業的な種まきにも影響しているため、悪くなる。	
雇用 関連 (南関東)	良くなる	－	
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・消費税増税を前に、建設、住宅系からの求人数の増加が見込まれる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人広告を掲載しても、採用につながらない企業が増えていく。広告需要はしばらく高止まりしそうである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・尖閣諸島問題以降、中国企業からの技術職の求人はぱったりなくなった。しかし、T P P参加期待から米国系医療関連企業をはじめとし、日本市場進出へ積極展開を図り、マーケティングや営業職の求人が増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人の増加とともに年収が上がったり、雇用環境が回復することにより、個人消費が増えてくると思う。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・アベノミクスで景気が良くなるという話が出ているが、中堅大手企業の経営者と話をしたが、まだ具体的に景気に反映するような好条件は何もないという人が多かった。まだこの2、3か月は分からない。来年の消費税増税前の駆け込み需要等も一時期あるかもしれないが、実際に受注が増えているわけではないし、全般的には景気が良くなるとは思えない。	
	人材派遣会社（支店長）	・証券、不動産、住宅関連業界では人材のニーズが高まっているが、人材登録が伸びてこないため成約数に結び付かない。	
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数にあまり変化がみられず、しばらくは同じ状況が続く。今後はオリンピック効果を期待したいが、消費税引き上げがどうなるか影響が不安である。	
	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復傾向にあるなか、求人数は増加傾向にあるが求職者数は増加せず、現状とほぼ変わらず推移すると思う。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・実際の予算の割り振りは現時点で現状維持が多い。ただし、年明けに向けて追加企画のための予算を隠して準備している様子なので、来月には具体化するのではないかと。	

	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・公共事業などが進められるだろう先々のことは別として、2、3か月の短期ではそう変化はない。急速に良くなる材料も悪くなる材料も今のところ見当たらない。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数の動きが横ばいのように感じる。
	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・特に景気が良くなる要素がない。福島第一原子力発電所の問題で、景気に悪い影響が出始めている。
	職業安定所(職員)	・求人窓口での景気動向把握は困難である。
	職業安定所(職員)	・有効求人倍率がリーマンショック前までの水準に戻りつつある。
	職業安定所(職員)	・賃金水準にあまり変化がない中で、就職件数の増加が一時的なものである可能性も否定できず、中小企業への波及にはまだ時間がかかるように思える。
	職業安定所(職員)	・新規求人数のうちパート求人は大幅な増加をしているものの、正社員求人は前年同月比で横ばい状態で、本格的な雇用環境の改善には正社員求人の増加が望まれる。
	職業安定所(職員)	・景気を左右するような情報が周辺にない。
	民間職業紹介機関(経営者)	・全般的には企業の業績も安定感が出てきたので、景況感も徐々に良くなると期待される。
	民間職業紹介機関(職員)	・求人数に大きな変動の兆候は感じられない。
	学校[専修学校](就職担当)	・予定外の新規採用募集、採用数の増員などの依頼が目立つことはなく、年度当初の予定通りに募集活動を進めている企業が多数である。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・企業からの人材オーダーは活発であるが、求職者の動きが鈍くなり、結果として募集やマッチング等の調達費用がかさむようになり、伸びが鈍化する可能性が高いと見込まれる。
	新聞社[求人広告](担当者)	・9月が予想外の状況のため、年末に向かって相当厳しい状況が予想される。今後の動きも今のところあまりなさそうであり、先行きは不安である。
悪くなる	—	—