

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	家電量販店（経営企画担当）	・消費増税後の反動減の影響は、ほぼ消えたとみている。
		一般レストラン（経営者）	・客の雰囲気が大変良くなってきて、単価も段々と上昇し、来客数も増えてきている。堅実な値段のもの、しっかりしたものを売っていけば、客にも認めてもらえるということである。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は9～10月で祭日が多く、観光地のため旅客が増えると期待している。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・梅雨明けは遅かったものの、結構な暑さで売上に影響してくるものと期待している。
		百貨店（総務担当）	・夏のセールは比較的好調だったことから、秋冬物の販売時期には顧客の購買意欲が更に向上すると考えられる。
		百貨店（広報担当）	・景気の先行きは不安定であるが、表面上は株価や金価格が上昇気配で安定し、百貨店の顧客は資産効果で購買意欲は継続するものと考えられる。また、雇用も業種でばらつきはあるものの順調で、社会的にもこのまま景気が上昇傾向になる要因がそろっている。
		百貨店（広報担当）	・消費増税の反動減は一部商品にみられるが、売れている商品の1品当たりの単価は前年を上回っており、売上もおおむね前年を超えてきていることから、先行きはやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・天候予見も影響するが、消費マインドは維持されているため、秋商戦には期待している。
		百貨店（店長）	・小売に関しては予想より厳しい推移だが、秋にかけては全体の商況は悪くないため、期待が持てる。
		百貨店（営業企画担当）	・当初の想定より時間はかかっているものの、消費動向は回復基調にあり、賃金、雇用情勢も改善に向かっている。ただし、その足取りは力強いものではないため、海外情勢や国内の政治情勢の変化で株価や景気が影響を受ける懸念が残る。
		百貨店（副店長）	・夏の天候にもよるが、ジャストシーズンの商品が動いていけば、クリアランス、催事と連動して売上を上げていくのではないかと。
		百貨店（計画管理担当）	・4月以降、徐々に戻りつつあるため、緩やかな回復基調が続く。
		スーパー（店長）	・若干希望的な観測もあるが、競合店等の大きな要因はないため、前年並みの予算を立てている。何とかいろいろな知恵を出しながら頑張っており、3か月後は前年実績、予算共にクリアしなければならないと考えているので、今よりはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・世の中のムード的なものがあり、アベノミクスの成長戦略が評価されるのか疑問はあるが、やや良くなる。
		家電量販店（統括）	・秋の新製品が市場をけん引するであろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・下半期に向けて新型車種の攻勢があるため、期待を込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今まで建築関連のトラックは異常な高値だったが、ここに来て多少落ち着き、正常な値段になりつつある。それでもまだダンプカー、ミキサー車、クレーン車の需要は高く、価格も乱高下しているが、ある程度正常な値段で継続していくと思うので、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費増税後、ハイブリッド車は引き続き好評だが、受注総量が前年15%減と思うように伸びていない。ボーナス需要も思ったほどではないものの、来場者は増加傾向にあるため、今後は期待も込めてやや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・今後、回復傾向にないと年度業績に支障をきたすため、何としても回復してもらいたい。
		住関連専門店（営業担当）	・ボーナスの増加やデフレ脱却の兆しが報道される等、まだ実感できるほどではないが景況感、消費マインドは今後、徐々に上向いていく。
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・上昇のテンポがやや鈍ると思う。		
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・秋になれば商品も増え、また違ってくると思う。		
旅行代理店（従業員）	・予約状況はまだ前年の半分であるが、国内の大型団体旅行が前年に比べ増えている。		
タクシー運転手	・6年後の東京オリンピックに合わせてか、都内では至る所で道路工事が行われている。ガソリン、物価の高騰は物ともせず、今後景気は良くなるとのメディアの情報に流され消費する。		

タクシー運転手	・梅雨明け早々に暑い日が続き、近くで悪いと言ってタクシーに乗り込む客が増えている。暑さしのぎに良いのかもしれない。これから花火大会、祭り、暑気払いなどの機会が多くなり、タクシーの利用も増える。	
タクシー運転手	・大手と中小企業の客の様子だが、悪くなっていると答える客がほとんどいなくなったため、今後に期待している。	
通信会社（経営者）	・景気は気分である。シニアはお金を持っており、使いたくて仕方ない人も大勢いて、我慢ができずに使おうという気分を抑えられなくなってきた。	
通信会社（管理担当）	・スマートフォン教室からタブレット教室が主流になってきている。利用世代の増加を好意的にとらえ、やや良くなるとみている。	
通信会社（総務担当）	・夏季レジャーやお盆効果で少し景気が上向く。	
ゴルフ場（支配人）	・夏が終わる9月からの予約数が順調に推移している。今年の来場者数は前年の15%増を見込んでいる。	
ゴルフ場（支配人）	・第1四半期の様子から、来客数の増加傾向が顕著で夏場を中心に同じ傾向が続く。	
パチンコ店（経営者）	・4～5月ぐらいの消費税増税の影響から落ち着いてきており、客の足がこちらに向くようになってきた。徐々に客数も増えてきているので、2～3か月先は期待も込めてやや良くなる。	
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・東日本大震災時から3年がたち、当時、新車登録された車の車検整備の需要がようやく上向いてくるのではないかと。また、秋以降、いくつかの新車の発表によって業界の景気も若干上向くと考えている。	
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・上半期の売上は消費税増税の影響で期待できなかったが、9～10月については大分落ち着いた状況になり、消費意欲に期待が持てる。下半期は総合的に経済が上向き傾向になると考えている。	
設計事務所（経営者）	・顧客のプロジェクトの多くがゆっくりとした時間のかかるもののため、すぐに身の回りの景気に結び付くとは考えにくい。利益に直結するものではないことを計画しているということは、先々のことを考えられているということではないだろうか。	
設計事務所（所長）	・徐々にではあるが新しい計画が成約へと向かっている感がある。	
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後は数か月消費が落ち込むと言われており、その後、大企業は景気が回復すると思う。しかし、我々中小企業においては依然、不況の中に取り残されてしまっている。中小企業向けの景気対策を期待しているところである。また、個人の所得も増えていないので、その対策も必要である。希望的観測を含めてやや良くなる。	
住宅販売会社（従業員）	・今より悪くなることはないという楽観的な考えと、来年の消費税増税前の駆け込み需要がそろそろ期待できるのではないかと、やや良くなる。	
住宅販売会社（従業員）	・当分、景気の落ち込みはなく、都内の売りアパートは今後も順調に販売していけると考えている。次の消費税増税のタイミングまでは良くなる。	
変わらない	商店街（代表者）	・5～6月よりはいくらか回復してきているといいながら、やはり消費税が3%上がった影響がまだあるのは否めない。もう少し回復してくれると有り難いが、なかなか思うようにいかない。
商店街（代表者）	・最近の天候は大分昔と変わってきており、35度以上の日が続くようになると、非常に人の出が悪くなる。これからは売上を上げるのが大変である。	
商店街（代表者）	・消費税増税やガソリンなどが非常に上がっているということで、変動をどうみていくか非常に難しい判断で、そう変わらないのではないかと。思う。	
商店街（代表者）	・梅雨に雨が多く降り、当商店街は屋外型のため影響があった。天候にもよるが、からっと暑い夏が来たら梅雨の分をばん回するのかもしれない。今のところ全体的には消費はおとなしい。	
商店街（代表者）	・アベノミクスが掲げる経済成長好循環が、末端の商店街に波及してこない。	
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費者も必要なものは購入するが、ガソリンや食料品などが値上がりしているため、ぜいたく品や急ぎではないものは購入しないのではないだろうか。	
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・道路工事の計画線に入っているため近隣の店が壊され、商店街周辺は空き店舗ばかりになってしまっている。人の流れが変わっているようで、良くなるということはない。	

一般小売店 [家具] (経営者)	・消費税が8%になって景気が少し悪くなるのかと思ったが、段々と消費税に対して慣れてきたようである。ただし、景気が良くなってはいかないので、現状維持であれば良いと思っている。
一般小売店 [印章] (経営者)	・売上向上は第一目標だが、印材やケース等の値上がりが非常に多くなってきており、それを小売価格に反映することが難しく、悩んでいる。利益を非常に圧縮されつつある。
一般小売店 [米穀] (経営者)	・良くなって欲しいという希望と最近、中国の食品問題が話題になっているが、責任を持って専門店が販売をしていけば、客はついてくるような感じを持っている。
一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・適度な夏の暑さで来客数が極端に減るといような猛暑でもなく、良い状況である。ただし、秋口にどうなるかよく分からない。少し前は消費税増税での変化があったが、現在は落ち着いており、景気が良い状況が持続していく。
百貨店 (売場主任)	・中間層に賃金上昇の恩恵が行き渡るまで、やや時間がかかると思う。規制緩和などの進展次第である。
百貨店 (総務担当)	・かなり好業績を収めている業種もあるが、全般的にはまだ業績回復できないところも多く、前年を上回るようなペースになるには、まだ全体の環境が整っていない。物価は上がってきたが、個人の所得がなかなか上がっておらず、このまま同じような状況が続く。
百貨店 (総務担当)	・現状から考えると当店で消費が良くなる具体的な要素はなく、今後も同じように推移する。
百貨店 (営業担当)	・梅雨明けが遅れたことと夕方のゲリラ豪雨の影響もあり、婦人服、服飾雑貨を中心に低調である。夏本番となる8月に夏物衣料、服飾雑貨の動向に期待したい。
百貨店 (営業担当)	・良くなる兆しは見られない。価格競争はまだ行われており、取引先は在庫を持たない傾向が強くなり、売れるものしか作らず、あえて挑戦や無理はしないメーカーが多くなっている。そのため、商品数の減少を招き、確実に売上は上がらない構図になっている。
百貨店 (営業担当)	・天候による商品動向の波はあるものの、全体的には緩やかな回復基調にある。街中では特に、外国人観光客が増加を実感できるほどあふれかえっている。東アジア系というより東南アジア、ヨーロッパ系が中心とみられる。8～9月は猛暑で外出を控える傾向があるが、過ごしやすくなる秋口からはアパレルをはじめ、堅調に推移する。
百貨店 (営業担当)	・消費行動が上向く条件はまだはっきり見えていない。少子化対策等では、子育てが終わっている団塊世代のミセス層には魅力がない。景気刺激策の更なる強化がなければ変わらない。
百貨店 (営業担当)	・消費税増税によるマイナス影響は、これまでの状況をみていると落ち幅は小さいものの戻すスピードが鈍く、回復まではまだ時間を要する。
百貨店 (販売促進担当)	・現在の厳しい状況は、数か月続いていく。
百貨店 (販売管理担当)	・クリアランス時期には消費税増税の影響は払しょくできると想定していたが、いまだに大きな影響を受けており、高額品だけでなく、日用品や最寄品についても回復する兆しがみられない。
スーパー (経営者)	・小売業の場合、この暑さでは消費が鈍るため、年末ごろには良くなる。
スーパー (販売担当)	・広告の商品や日替わりの安い商品などを買い回り、価値のある商品、単価の高い商品などはあまり買わずに必要な最低限の物だけですぐレジに並んでしまうという状況が多くみられる。
スーパー (店長)	・日々の購買動向にさほど変化はみられないが、必要最低限の買物で済ませる状況は続いており、好転する気配はみられない。
スーパー (総務担当)	・頻度性の高い物の売上があまり伸びておらず、食料品についても生鮮関係、更に乾物、調味料などの生活必需品も伸びていないというような状況である。収入の増加というようなニュースが流れている割には、スーパーでは客の購買意欲がみられていない。今後もこの状況が続く。
スーパー (営業担当)	・当分の間は回復基調で好調な状況は継続される。しかし、世界的な情勢で円高、株安に振れてくると、将来への不満の高まりから景気が落ち込むことが予想される。
スーパー (仕入担当)	・消費税増税後、4月が大きく落ち込み、5～6月と回復してきたが7月が来客数減となっているため、8～9月も同じように推移すると思う。

スーパー（仕入担当）	・秋以降、競合店の出店が続き、オーバーストアの状況になることが予想されるため、価格志向が強まり、販売価格の見直しが必要になると思う。
コンビニ（経営者）	・近隣に業務スーパーがオープンしたため、来客数、単価共に割れている。しばらくはこのまま続く。
コンビニ（経営者）	・どちらに向くかまだ不透明なためである。
コンビニ（経営者）	・プライベートブランド商品、コンビニカフェ等の高付加価値商品の伸びは今後も続くと思われるが、超人手不足の解消のめどが立たず、時間給を大幅に上昇しても人手不足解消に至らないため、一部店舗の閉鎖を模索中である。
コンビニ（経営者）	・前年と比べると下がっているが、今年の流れから判断して変わらないと回答した。来客数、単価共に若干下がっており、下げ幅が急に大きくなるということはないが、この傾向はまだ続く。上がるという予想はどうしてもできない。
コンビニ（経営者）	・夏が平年並みの暑さになり一安心も、単価からみると不安はある。9月まで暑さが残れば客の動きに期待できる。
コンビニ（エリア担当）	・来客数トレンドに大きな変化がみられないためである。
コンビニ（店長）	・コンビニが周辺に集中し、また、大型スーパーの出店もあり、厳しい状況である。
コンビニ（商品開発担当）	・高単価商品の動きが少し良くなってきたが、来客数減は依然として続いている。
衣料品専門店（経営者）	・昇給、ボーナスなどの話もなかなか聞こえず、帰省、旅行などの外出を自粛している様子で、景気回復はまだ先のようなのである。
衣料品専門店（経営者）	・原材料等の値上がりで秋物の値上げの話が大変多く来ているため、不安材料が多い。
衣料品専門店（経営者）	・石油や様々な原材料が上がり、消費動向がどうなるかというのは9、10月にならないと分からない。若干、品物の流れは良いが、値段が上がるとどうなるのか心配である。
衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の値上がりや消費税増税により、衣料品の購買意欲が落ちているように感じる。
乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調で良くなっているが、販売は先月まであまり良くなかったものの、今月は良くなっている。しかし、来月も良くなるとは限らない。
乗用車販売店（経営者）	・新車を購入しようとしている客の動きがまだ悪く、なかなか成約に結び付かない。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発売になっても販売量が増えることがないように感じる。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・良くなる要素がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税によって、消費者がお金の使い方を厳しく選別しているのかもしれない。
高級レストラン（副支配人）	・秋以降の宴席予約状況もあまり芳しくない。法人名での宴席予約でも、最終的には個人の財布から費用が捻出されており、会社からの支出の割合は低い。
高級レストラン（支配人）	・料理単価等、1人当たりの単価を上げても大丈夫なほどの勢いがまだ感じられない。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先はあまり変わらないと思うが、10月ごろになるので少しは売上が良くなる。景気もとても良くなってきたという感じはしない。客の使う金額も1～2年前とあまり変わっていない。
一般レストラン（経営者）	・このところオリンピック関連の講演や催しが行われているが、周りの反応は今一つである。
一般レストラン（経営者）	・思ったほど消費税増税の影響は少なかった。飲食店7店舗を経営しているが、3店舗は前年を大きく上回っており、2店舗は変わらず、残りの2店舗は大きくマイナスで、まだ厳しい状況である。
一般レストラン（経営者）	・円安でガソリンや様々な輸入物が高い感じがする。仕入商品も高止まりのまま変わらず、景気が良くなったという実感はあまりない。一生懸命働いていても利益が少ない。
一般レストラン（スタッフ）	・オリンピックで建築関係が進んだとしても、さほど良くはなく、貿易赤字でどうやって回していくのだろうか。悪くはないが、良くもなっていない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月に消費税が更に上がるまでは変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約を見ても動きが鈍く、特に10月は前年と比べて落ち込みが激しい。消費税増税に加え、原材料の高騰などマイナス要因が多く、景気が良くなる気配も感じられない。観光シーズンを迎え、直近の動きに期待したい。
旅行代理店（経営者）	・現状維持が精一杯である。

旅行代理店（従業員）	・前年比での見込み及び進捗が思わしくなく、売上は93%である。
旅行代理店（支店長）	・2か月後の9月は非常に厳しい動きになっているものの、3か月後の10月の出足はやや良いため、両方を考え合わせると変わらない。
タクシー運転手	・今のところ変化が感じられないためである。
タクシー（経営者）	・燃料の高騰や保険料の値上げなどの外的要因を警戒し、消費は抑えられる。
タクシー（団体役員）	・梅雨明け後の猛暑により、今後利用客増が多少期待できるものの、夏休みを控え、出費が抑えられる。
通信会社（経営者）	・獲得は好調が続いているが、営業マンおよび訪問系の客サービスの人員確保がかなり難しくなっている。
通信会社（経営者）	・相変わらず客の料金に対する目が厳しい。
通信会社（社員）	・良くなる要因もないが、悪くなる理由も想定されていないため、現状のまま推移する。
通信会社（営業担当）	・同業他社との競合が激しくなっており、状況に大きな変化はみられない。
通信会社（営業担当）	・客から所得が増えているような話を聞かないため、しばらくは景気は横ばいのように思う。
通信会社（営業担当）	・新聞折込等を実施しても大幅にレスポンスが増えているわけではなく、今後も横ばい状況は続く。
通信会社（局長）	・4Kテレビの普及がトリガーとなると思っているが、配信元の仕様面等が決まっていないこともあり、当分の間、普及までには至らない。
通信会社（営業担当）	・景気回復につながる材料が見当たらない。日々の暮らしの中で、物価の上昇傾向を感じる場面が多くなり、意識的に消費を引き締める傾向となっているのではないかと。
ゴルフ場（従業員）	・景気が上昇する国の政策がみえておらず、実感もない。
美容室（経営者）	・消費がすごく落ち込んでいる。安い方へと客が流れている。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・近隣にマンションの計画が数件持ち上がったたり、空き店舗の契約が決まった話などが出てきているため、今後2～3か月先ではまだ景気は持ち直さないとと思うが、来年には良くなる。
設計事務所（職員）	・大型案件が少ない一方、中小規模案件が多い傾向も変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数が伸びていない。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・依然として住宅関連の資材の受注低迷が続いているため、明るい材料はない。
やや悪くなる	
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・厳しい暑さがまだ続きそうで、ガソリンや食料品などの値上がりで、消費が冷え込むのではないかとと思う。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・連日の暑さでエアコンの売上が良いものの、AV機器関係の売上が悪い。秋口からの売上が心配である。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・7月ほどの景気は見込めない。
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・当店の客は年金受給者の割合が多いため、じわじわ効いてくるのではないかと心配している。客の業種によって大分景況感が違ってくるが、悪くならないことを願っている。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・夏のむし暑い時期が続くとお茶の販売量は低下傾向が続くが、夏場の冷たい麦茶だけでなく、水だし煎茶ティーバックなどの注文も少しずつ増えているものの、ペットボトルの手軽さには歯が立たない。
スーパー（経営者）	・2月ごろから大分良くなってきたが、今月は落ち込みが出てきた。この傾向が続くのではないかと思っているため、景気の上振れがあれば良いが、このままでは下降気味である。
スーパー（店長）	・来客数は横ばいながら、客単価上昇に伴う売上確保はできている。今後、生活防衛が進み、割引日、ポイント日、還元日などに購買行動が集中していくと思う。平日の来客数は横ばいか減少傾向である。
コンビニ（経営者）	・天候に左右されやすく、景気が良い時は天候に関係なく売れたが、駄目な時はとてつもなく駄目になる。
コンビニ（経営者）	・7月のようにいつまでも高気温が続くとは思えないが、相乗効果で全体的にアップする。
衣料品専門店（経営者）	・現状の猛暑だとセールが苦戦し、晩夏初秋物の対策が不安である。予想以上に財布のひもが固く、更に行楽に費やす分、衣料に回る予算がみえない。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなってきているという報道があるが、給料などの収入が上がってこない状況でガソリン価格や材料費が早くも上昇しているため、実際には売上が減少してきている。

		衣料品専門店（営業担当）	・8月も猛暑が続き、9月は残暑が続くため、人が出なくなり、秋物が売れるわけでもなく、夏物も夏枯れしていくため、売上はかなり厳しくなる。
		家電量販店（店員）	・消費者が必要な物は問題なく動くが、家電量販店全体としてみると販売量は減少していく。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税が家庭内で浸透しきっていない模様で、買い控えから脱却することができないのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・一番気になるのは競合店だが、秋に決定される消費税の動向により、多少の影響が出ると思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・更なる消費税増税や税制改革に伴う負担増が消費マインドの足かせとなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・夏場で売上が下がり、秋に負担がかかってくる。秋が最悪の状況になると思う。
		タクシー運転手	・所得が上がっていないため、消費が滞ってくる。所得が上がらないと回らないところが多いのではないかと。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・2～3か月先は夏季の反動によって落ち込む時期にあり、原油価格や原材料費の高騰が景気全体に及ぼす影響も懸念される。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・こここのところ夏期講習も以前と比べ少なくなってきた。問い合わせの数も減っているため、大手等が進出しているせいかもしれないが、ここ3か月ぐらいは下降線をたどっている。上り坂になる傾向はみられない。
		設計事務所（経営者）	・行政の仕事が診断業務から大規模改修に移り変わり、仕事の取り合いが顕著にみられている。一般的な増改築も単価が非常に上がり、資材の高騰が目につく。近隣の工務店及び設計事務所においても仕事が激減している。この先についても想像がつかず、仕事が多いところと少ないところの二極化が進んでいる。オリンピックの景気に影響されている感じがする。営業が非常に難しい時期になっている。
		設計事務所（所長）	・設計はびたりと止まってしまっている状況だが、それが続くこと先行きが非常に厳しく、大変なことになるのではないかと。
		設計事務所（所長）	・単価の状況がつかめず、厳しい状況になっている。景気は良くなる方向ではなく、近い将来悪くなる。大企業ばかり良く、中小企業は悪い方向にいつている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注が落ちているため、受注残が減少している。このままでは売上に影響が出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量の増加がみられない中、建築資材や労務費の上昇により粗利が減少しており、利益確保が困難になってきている。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・7月の猛暑と消費税増税による買い控えで、お茶とのかのりの売上が前年を下回っている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、客の奪い合いでデフレから脱却できない。
		スーパー（総務担当）	・競合店がオープンして1週間以内だが、直近で更に1店舗オープン計画があり、今後の見通しも厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・バス代が新料金制度へ移行し、高騰が予想されている。予算のない団体旅行は今後、行われぬ可能性が高い。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（経営者）	・国の施策もあり、次の消費税増税前までは設備投資が盛んになることが考えられる。
(南関東)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税後の反動減から回復する。
		食料品製造業（経営者）	・建設関係の客の来店頻度が段々高くなってきている。会社関係の需要が増えていきそうなので、良くなっていく。
		食料品製造業（営業統括）	・今年は冷夏が予測されていたが猛暑が続く見込みになり、飲料を中心とした売上、来客数増に期待する。
		繊維工業（従業員）	・今までとは違って、少しはオリジナル商品も手にとって見てもらえるようになってきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・6～7月と続けて悪かったものの、7月末になり、話が少し出てきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の季節的な状況により、やや良くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・受注は好調でしばらくは続きそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品が軌道に乗り始めたことや、秋から冬にかけての暖房シーズンに入り、当社の商品も引き合いが増えてきている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響が長引いていることに加えて、猛暑による暑さで外出機会が減っている。
		建設業（経営者）	・全般に忙しく動いている。先の話もよく聞くようになってきている。

建設業（従業員）	・受注量から2か月ぐらい先は景気が良くなっている。	
建設業（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要で仕事量が増え、4月より当社も含め各企業の給与支給額も増えていると聞いている。景気回復の兆しがみえてきていると感じている。	
輸送業（経営者）	・百貨店への売上は今のところまだそれほど高くはないが、これから上がってくると思うので、景気はやや上向く。	
通信業（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要やOSサポート終了に伴う更新需要の反動減による影響が徐々に薄れていく。	
金融業（統括）	・徐々に景気回復の傾向が出てきており、今後もそのような傾向でいく。それほど大きな伸びはないため、若干上がると思っている。	
金融業（支店長）	・消費が戻ってきたということが一番大きく、様々な業種の売上も伸びるため、景気がやや戻ると思う。	
金融業（役員）	・小規模企業事業者や地方都市にまでアベノミクスの効果を訴える方法は、確実に人々の心を前向きにさせつつある。	
不動産業（従業員）	・商業用賃貸物件の問い合わせも多く、駅周辺の空き店舗がなくなっている。今後も続くと思われる。	
税理士	・上場企業等がリーマンショック前の利益に戻ったと新聞等でみるが、それが中小企業まで全然来ていない。一つにはアジアなど海外に外注して、日本の中小企業にきていないということもあると思う。アベノミクス効果で政治から変わっていくような気配があるので、その動向を見守りたい。	
税理士	・消費税増税前の買い置きもなくなり、消費に拍車がかかる見込みである。	
経営コンサルタント	・市内企業のアンケート調査を行った団体職員の話では、今年約半数の企業が賃上げをしており、上げ幅を拡大している企業が、ここ5年で最高であったという。そして、各企業とも人事戦略の位置付けを上げている。こうした動きは、経済界全体に広がっていくのではないかと。消費の面にもその影響は出てくるのではないか。	
経営コンサルタント	・中小企業向けの景気促進施策、補助金などの効果が出てきそうである。	
変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は事務関係のゴム印の間屋への支払が多かったものの、会社設立の印鑑が通常8本ぐらいのところ5本と少なく、まだ樂觀できないため、見通しは変わらない。
化学工業（従業員）	・ガソリン、軽油の価格上昇により運送費の値上げがあり、経費は増加しているが受注量は相変わらず横ばいで、景気が良くなるとは思えない。	
プラスチック製品製造業（経営者）	・当社の受注は減っても増えてもいないが、同業他社で廃業する会社が出てきているので、先々の見通しは良くない。	
プラスチック製品製造業（経営者）	・医療容器や化粧品容器の受注は2～3か月先まで確保しているため、消費税増税の影響で落ち込んだ住宅関連部品の受注が回復してくれば利益アップにつながる。	
金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興関係とオリンピック向け関連の合理化設備の話があり、仕事が決まれば3～4年ぐらいは良い方向に向かうのではないと思う。	
一般機械器具製造業（経営者）	・新しい受注も何件か来ているが、見積を出しても安くないと取れず、皆単価が安い。赤字になってしまうような状況のため、あまり良くない。	
電気機械器具製造業（経営者）	・中小零細企業がアベノミクスの影響をほとんど受けていない。ボーナスを払えるようなところはほとんどない。	
その他製造業〔靴〕（経営者）	・日本は底力が強いので、何かがあっても大きく良くなったり悪くなったりということはない。	
建設業（経営者）	・中小企業に対しての対策は明解になっておらず、実施されていない。アベノミクスでは無理だと思う。	
建設業（経営者）	・消費税が10%になるかによって大きく違ってくる。	
輸送業（経営者）	・そうあってもらいたいという気持ちで変わらないと回答したが、良くなるかどうかは分からない。	
輸送業（経営者）	・燃料価格の高騰や人手不足への対応等の経費は減少の兆しがみえず、現況が長期化する感が強く、経営の先行きに大変懸念している。	
金融業（従業員）	・消費税増税による影響は限定的であり、多くの企業においては緩やかな業況回復が続く見込みである。ただし、仕入、原材料価格の上昇傾向が続いており、収益を圧迫する要因となる懸念される。	
金融業（支店長）	・新たな設備投資もあるがキャッシュフロー範囲内の投資であり、現預金を取り崩して充当しているケースが多い。銀行借入も伸び悩んでおり、もう一段の景気回復までは至っていない。	
不動産業（経営者）	・現在と同じような状況が続く。古い物件をたくさん抱え、苦勞している。	

		不動産業（総務担当）	・相変わらず郊外型のファミリー向けマンションの売行きは悪く、完成して半年経過しても2割ほど残っている。売切るには思い切った値引きが必要と考え始めている。
		広告代理店（経営者）	・今月の状況が、しばらくは続きそうである。
		社会保険労務士	・良くなるという要素が全く見当たらない。
		経営コンサルタント	・原材料の値上がりが懸念される。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先である国内製造工場などが活気付く方向性がまだみえない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・8月はお盆休みに入るのでひと段落すると思う。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材等の原価高騰と比例した売価設定を行えば良いが、現実には厳しい。どこかのタイミングで切り出さないといけないと感じている。
		建設業（経理担当）	・現在稼働している現場が完了した後の新しい工事受注が不透明な状況で、先行きはあまり良くなさそうである。
		輸送業（経営者）	・経費負担が増えているので、今後も厳しい。
		輸送業（総務担当）	・国内出荷が計画未達のままで、8月下旬ごろから動く見込みだが、微増で推移しそうである。燃料価格の高騰がこのまま続けば、経営環境は苦しくなる。
		輸送業（総務担当）	・取引先より物流コストの見直しの話があり、また、固定費増や燃料費の高騰等先行きが不安である。
		広告代理店（従業員）	・他社へ移動の仕事が目立っているためである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・現場の作業員を募集をしてもなかなか応募がなく、人手不足が深刻化しているようなので、この先、募集等の費用が増えてくる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋口にかけて例年の事業がなくなるなど、良い方向性ではない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済や地政学的な問題が山積みなため、やや悪くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・6月以降、受注数が伸びなくなってきており、今後も受注件数が徐々に伸びていくような見込みはない。
悪くなる		精密機械器具製造業（経営者）	・原油価格、電気料金の高騰と材料価格の上昇により利益がマイナスとなる状況が今後も予想される。製造業は販売価格になかなか転嫁できず、資金繰りの悪化も予想している。
雇 用 関 連  (南 関 東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明け以降の9～10月にかけて新規事業展開の計画が約20社あるので、それが入れれば相当の盛り上がりがある。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用は大学3年生の3月スタートという新システムに企業、学生共どこまで順応できるのか。混乱が予想されるが、その分、マーケットは活性化するとも考えられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・消費税増税後の消費動向、企業動向が落ち着いてきた感がある。8月は別として、9月以降から本格的な業務拡張や売上増対策の求人が増えるのではないかと思う。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の多くが望んでいる正社員求人が前年同月に比べ増加しており、この傾向は続くと思察している。
		職業安定所（職員）	・大手運送会社が11月に大型食品冷蔵倉庫を稼働させるため、かなり多くの求人募集をする。また、産業用機械器具製造会社では大半を輸出しているが、為替レートが安定しているため、引き続き好調を維持できそうだと聞いている。
		職業安定所（職員）	・今後も更なる求人の増加が見込まれる。現時点では大型倒産等の情報もないので、この先も求職者の減少傾向は継続する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・主要職種の人材要望は根強く、成長領域では人材不足が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・入社する人数の予測を考えても、企業の採用意欲がおう盛な状況に大きな変化はない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業とサービス業の経営者と話をしたが、どちらもそれほど景気が良くなるとは思っていない。アベノミクスで若干取引が増えたりしているが、今後、継続的につながるかどうかということは全く不透明であるということである。
		人材派遣会社（社員）	・派遣、紹介共に企業からの依頼は今後も見込まれるが、人材不足でマッチングが難しい状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・顧客の人材ニーズは堅調なためである。
		人材派遣会社（社員）	・景気の変動は年単位だと思うため、変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・受注は前年より2けたパーセント増えているものの、登録数が少なく、前年と比べても3割超ダウンという月もあり、厳しい。

人材派遣会社（営業担当）	・消費増税の影響はなく、むしろ求人数は増えている。しかし、採用側が求めるスキルが高い傾向があり、逆に求職者側は仕事を選ぶ傾向があるため、結果として派遣での採用数は思うように伸びていない。採用側が未経験者でも受け入れて育てる等、意識を変えなければ、しばらくはこの状況は継続しそうである。	
人材派遣会社（営業担当）	・人材市場の動きがはじめており、求人数は増加傾向にある。ただし、このままの状況が続くと、半年後には更に求職者の確保が困難になり採用数に影響が出て、人材市場の景気は若干厳しくなるのではないかと思う。	
人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職者数共に高い水準ではあるものの、横ばいのためである。	
求人情報誌制作会社（営業担当）	・求人数が減っており、8月も同じ傾向になる。	
求人情報誌制作会社（広報担当）	・良くなる要素があまり感じられない。	
職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、増加率をみると最近1年で最も小さい。	
職業安定所（職員）	・求人への応募がないために賃金の見直しをする求人も出てきてはいるが、まだ景気が良くなっているとの実感は得られていないようである。	
民間職業紹介機関（経営者）	・充足採用にとどまっており、増員の話は聞かない。	
民間職業紹介機関（職員）	・求人数は依然高止まりであり、採用基準も広がってきている。	
学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の求人公開計画より新規募集、増員計画などの要請が少なく、さほど変化はみられない。	
やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—