

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)	良くなる	スーパー（経営者） その他小売〔雑貨卸〕 （経営者）	・良くなるための準備をしている。 ・売上と利益の面からの判断である。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕 （経理担当） 一般小売店〔文房具〕 （経営者） 一般小売店〔文具〕 （販売企画担当） 百貨店（販売促進担当） スーパー（店長） コンビニ（経営者） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（統括） 家電量販店（統括） 乗用車販売店（販売担当） 乗用車販売店（店長） 乗用車販売店（総務担当） 住関連専門店（営業担当） 都市型ホテル（支配人） 旅行代理店（従業員） 旅行代理店（従業員） 旅行代理店（営業担当） タクシー運転手 通信会社（経営者）	・実質賃金が増加傾向にあるため、良くなる。 ・ダイアリーや年賀はがきなどの年末商材の販売量はやや減少したものの、定番商品の販売量や売上の動きが良かったため、結果として前年より売上増となっている。 ・ちょうど2～3か月後は年度末を迎える。文房具は、年度末の時期に余ったお金で、一気に事務用品等を買うということが結構多くある。次の年度末には、消費税は8%から10%になるため、その前に計画的に買えるものは、早目に買っておこうという流れもあり、この後は徐々に駆け込み需要に入ってくるのではないかと。 ・エルニーニョ現象の反動で、暖冬から一気に冷え込む気候予測や、春節でのインバウンド効果も見込めるため、一時的な動きかもしれないが、けん引材料にはなる。 ・年明けに改装等を考えている。新しくなる売場に客も期待して来客数が伸びると思うため、期待値を込めて、今よりはやや良くなる。 ・当店のある商店街は、客を呼び寄せるため工夫をしている。イルミネーションなどを付けたりして、集客に非常に熱心である。 ・今月は来客数は前年より多いものの、暖かい日が多く、防寒アウターや肌着、靴下の動きは悪い。客の動きは良いため、寒さが来れば売れる。 ・就職活動、進学、入社などの特定マーケットの動きは活発化し、年々増え続けている。 ・気温次第であるものの、1～3月は企業業績と連動し、株価上昇による消費増へ期待が持てるかとみている。7月の参議院選挙までが、2016年のポイントとなるのではないかと。 ・トラックに関する部分で言えば、原油安により、燃料の軽油が安くなるなかで、稼働が増えるのではないかと。また、以前から言われているオリンピック関連で、将来的に景気は良くなるという判断をしているものの、ここ数か月間は、ほとんど変わらない。まだ期待感だけだが、2016年度については、業界全体では需要が伸びて、景気は良くなるのではないかとみている業者は多い。 ・決算月を迎え良くなっていると思うが、上昇する要素はあまりみられない。 ・年度決算月でもあり、客の動きが活発化するため、現状よりは良い方向になる。 ・リフォーム業界では、消費税増税による前倒し需要を踏まえ、メーカー、販売共に、取り込み施策を活発化し需要を刺激していくと見込まれる。 ・円安による海外からの宿泊客増加により、国内客の東京都内での宿泊が、空室状況や宿泊単価の関係で利用しにくくなっている。そうした客が、当ホテルへ流れてくる傾向にある。 ・現在、団体旅行の受注件数は前年比80%台で停滞しているが、直前の見積がまだ発生していることから、予約受注が期待できるとみている。 ・春に向けての販売が始まっており、客の問い合わせも増えてきている。 ・引き続き、旅行申込が好調となる予定である。 ・2015年の後半以降、中国の景気減速がクローズアップされ、今後の中国経済がどのように変わっていくか注目される。底堅さが見込まれる企業収益は、雇用所得環境の改善を後押しし、食料価格も円安の一巡により上昇ペースが鈍化することから、消費者マインドの悪化は避けられる見込みである。また、2016年度にかけても個人消費の回復基調は維持される見通し、といったニュースを見ると景気はやや良くなるのではないかと感じる。 ・政治が落ち着いてきていることや、今後より一層、経済政策に力を入れるだろうという期待が、消費にプラスとなってくる。

	<p>通信会社（経営企画担当）</p> <p>ゴルフ場（支配人）</p> <p>その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）</p> <p>設計事務所（経営者）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・新年度に向けた案件動向から、やや良くなる。</p> <p>・現在の状況が続けば、良くなっていく傾向にはあると思うが、天候、物価上昇など不確定要素も多く、あまり確信は持てない。</p> <p>・多くなっている受注残が徐々に登録になっていく。2～3か月後には新車がメーカーから来て、登録となり、売上となるため、売上、利益共にそれなりに出てくる。</p> <p>・現在入ってきているプロジェクトが動き出せば、景気は良くなるのではないかと。</p> <p>・資料請求数が増えているため、良くなるとみている。</p>
変わらない	<p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔和菓子〕（経営者）</p> <p>一般小売店〔家電〕（経理担当）</p> <p>一般小売店〔祭用品〕（経営者）</p> <p>一般小売店〔家電〕（経営者）</p> <p>一般小売店〔米穀〕（経営者）</p> <p>百貨店（売場主任）</p> <p>百貨店（総務担当）</p> <p>百貨店（広報担当）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>百貨店（計画管理担当）</p> <p>百貨店（営業企画担当）</p>	<p>・当店としても景況感は今一つ良くなく、売上も前年には少し届かない。商店街で聞いても、飲食はまあまあだが、物販で良いところはあまり見受けられず、悪いところの方が多い。</p> <p>・最近の様子から見ても、大型店の出店は避けられない状態が続く。今後もこの状況は続くと考えられ、売上が変わらないという状態をなんとか持続していきたいと思っている。良い話はあまりない。</p> <p>・冬の天候、気候が大きく影響する。スーパーエルニーニョ現象は雨が多くなるため、悪い方に影響しそうな気がする。クリスマスの良い流れとスーパーエルニーニョの影響がお互いに打ち消す形となり、変わらないとしている。</p> <p>・消費税増税で食料品、外食などが除外されたことにより、身の回りの増税による購入増加が見込めなくなってしまった。</p> <p>・年明けの仕事始めが早いので、お年賀の需要が減少するのではないかと。</p> <p>・暮れだというのに、テレビの動きも良くない。この先も今と同じような状態ではないかと。欲しい物のベストテンに家電製品が入っていないことは驚きである。</p> <p>・年明けは例年消費が滞る。</p> <p>・残念ながら、政治経済共に、明るい兆しのニュースがないため、ここ数か月は、変わらない。</p> <p>・景気が良くなるとか悪くなるというよりも、それぞれの考え方をしっかり持つべきだと思う。景気が良い方向の立場に立てば良いし、悪い方向では悪くなる。多様性に富んだ社会なので、集中するようなどころに打ち出せば良くなるし、悪いところにいれば悪いままである。</p> <p>・この冬は暖冬が続くため、セール期間になり一部に回復の兆しが出て、長続きしないのではないかと。円安傾向も続くため、原材料の高騰による商品単価の値上がりや響き、客の購入はより欲しい物だけに集中するのでは、とみている。</p> <p>・一時的に上昇することはあっても、継続的な景気回復をもたらす材料が見当たらない。</p> <p>・現在の消費は、好調なインバウンド需要の反面、国内客による消費はやや力強さに欠けており、この傾向はしばらく続くものとみている。</p> <p>・暖冬の影響で、防寒衣料、雑貨の動きが悪い。反面、外国人観光客の買上が好調である。また、宝飾等の高額品の動きも良い。全般的に個人消費の動きは悪く、景気の底上げには至っていない。</p> <p>・国内需要は相変わらず厳しいが、化粧品をはじめとするインバウンド需要の高まりにより、全体ではほぼ前年並みという状況に大きな変化はない。一方、インターネット販売に関しては、業界内において統合、再編等の進捗が予想され、物流、商品確保も含めて環境は大きく変わるとみるが、しばらくは大きな影響はない。ただし、対応を誤ると、大きな差が生じるため、引き続き注視が必要である。</p> <p>・都心店を中心としたインバウンド効果、富裕層における高額品消費はあるものの、中間層の消費意識が上がらない。季節商材のクリアランスがメインの数か月間は変化はない。</p> <p>・この秋冬トレンドの春夏物への乗せ換えが2～3月あたりに出回り、消費を押し上げるとみているが、一方でインバウンドの伸びがどこまであるのか、不安要素ではある。</p> <p>・経済状況に関する明るい話題がない。</p> <p>・季節が変わっても、消費を上向かせるような新たな人気商材が出てくるか、分からない。</p>

百貨店（副店長）	・衣料品を中心としたセール商材は確保されており、年明けの消費動向は期待している。しかし、売上は天候等に左右される不安定な状況が続くのではないかとみている。
百貨店（店長）	・アパレルはプレセールも鈍化傾向であり、価格ではなく本来に必要なものしか購買につながらない。
スーパー（販売担当）	・客の買物の仕方を見ていると、広告初日の価格強調の商品や、ポイント何倍サービスのある店など、特典のある店、曜日、時間帯などを上手に使い分けているようである。付加価値のある高単価の商品を、それに合わせて買っていくという様子はあまりみられない。
スーパー（経営者）	・やや良くなると回答したかったが、やや悪い状態のまま変わっていない。ただし、今月はまだこれから最大の山場があるので、もう少し持ち直すのではないかと期待している。2～3か月先もやや悪い状態が変わらずに続くという判断である。
スーパー（店長）	・単価、点数共に増加傾向ではないため、しばらく同じような状態が続く。
スーパー（総務担当）	・今後は、売上の大きな部分である、米やパンなどの身の回りの消費は横ばいに進むとみている。ただし、衣料品に関しては、天候与件に大きく左右されるため、今後寒さが厳しくなり、少しでも衣料品の売上が上がることを期待している。また、客がより商品を買ってくれるような企画をすることで、バレンタインや入園入学、新年度に向けての準備用品の動きが、下向きになることはないと思われる。
スーパー（営業担当）	・アメリカの金利引き上げによって、新興国に与える影響度合いがどうなっていくか、またそれにより世界の景気がどうなるか、さらには、円安、株高基調がこれから先も続いていくのか、やはりそういった周りの景気により、先行きは変わってくる。
スーパー（仕入担当）	・消費は2極化しており、ぜいたく品の消費は上がっているようだが、生活必需品は節約意識が働いているように思える。
スーパー（仕入担当）	・買上点数が少なく、単価の高い状況が続いているため、価値と価格のバランスを加味した商品の提案を行っていく。
コンビニ（経営者）	・周囲に大きな工事現場が2か所あるため、工事関係者の来客数が増えている。
コンビニ（経営者）	・今年の年末年始は、曜日の関係で、例年に比べて休みが短い。当店にとっては、客が来店する機会が多いということである。そのようなスタートをしていけるのだが、先行きどのような社会情勢になるか不安要素が多くあり、明るい材料はなかなか見えてこない。試行錯誤しながら頑張っていくが、社会不安が取り除かれることが1番重要である。
コンビニ（経営者）	・競合店との競争に明け暮れているが、やや持ち直しているため、2～3か月後には、平常に戻るとみている。
コンビニ（エリア担当）	・販売量の動きをみても、変化する要素はなく、今の状態を維持すると考えている。
コンビニ（商品開発担当）	・客は、必要なもの以外の支出を控えているように感じる。また、来客数の減少を改善する見込みも立てられない状況である。
衣料品専門店（経営者）	・暖冬意識が高く、無駄な買物は避ける傾向が強い。
衣料品専門店（経営者）	・高齢の消費者は限られた生活費でやりくりしているため、よほど必要な物でない限り、買物を控えている。特に、年金受給者は厳しい様子が見受けられる。
家電量販店（店員）	・毎回同じになるが、市場の動きは飽和状態であり、量販店としては当分の間は厳しくなる。
家電量販店（経営企画担当）	・需要期にこのような消費動向で目玉商材も見当たらないため、消費者の儉約思考が続く可能性が高い。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調に入っているが、販売は消費税増税時の駆け込み需要後はあまり芳しくない。来年も前半は同じような形だとみている。
乗用車販売店（営業担当）	・例年であれば3月は決算もあり期待をするが、目玉車も乏しく期待はできない。
乗用車販売店（渉外担当）	・新型車は順調だが、販売総数は前年並みに推移している。12月の来客数はまずまずであり、来年以降期待はしているが、景気は変わらないとみている。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・春は花粉症など季節指数が高いため、期待できる。4月の診療報酬改定により、薬価の引き下げが決定しており、それを補う施策が必要である。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・景気の先行きがよくみえず、客の動向も良くないと思う。

その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・減税等の景気が上向く動機もないので変わらない。どちらかと言うと、軽減税率の話題がメディアに取り上げられ、税負担増のインパクト先行による景気悪化が懸念される。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・例年、年明けから3月くらいまでは良くない。
その他小売〔ゲーム〕(開発戦略担当)	・国内の状況は、引き続き悪い。
その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・改装セールで一時的に売上が増えているが、それ以外の要因では、プラス要素はそれほどないと考えている。暖冬によるレディースファッションの不振は、全国的なものという認識を持っている。
高級レストラン(副支配人)	・法人関連の宴席予約状況から判断している。
高級レストラン(仕入担当)	・食材値上げはまだ続くともっているが、それに合わせて販売単価を上げられるほどの勢いはまだない。
一般レストラン(経営者)	・2~3か月後の景気はあまり変わらない。飲食業は1~2月の寒い時期は客足が止まり、売上は普通の月の2~3割減になってしまう。3月になれば少し持ち直すものの、1~2月はそのような状況である。
一般レストラン(経営者)	・先の消費税増税の不明瞭さやマイナンバー等の煩雑化で、オリンピックなどのイベント関連の好況は、一部業種のみで、その影響は外食にまで及んでいない。街の変化が気になった1年である。
一般レストラン(経営者)	・2~3か月先も、消費税増税の話題が増え、景気が上向くような感じはなかなか受けられない気がする。今と同様に、現状維持が続き、良くも悪くもない状態で推移していくのではないかと。
一般レストラン(経営者)	・年々、忘年会より新年会は数が少なくなっているものの、客の様子からも、まだ仕事の需要があり、今後も売上が見込めるので、そういう意味ではあまり消費は沈んでいかないような気がする。
一般レストラン(経営者)	・特に景気が良くなるような要因は見当たらない。
一般レストラン(スタッフ)	・当店はまだ、変わらない状況なので恵まれている方だが、近隣の新しい店は、店舗を借りて内装をして、持ちこたえられず、すぐにつぶれ、内装業者だけが動いているような感じである。今日も周りを見てきたが、食物の動きが少し上がったと言うが、クリスマスと正月が来て、上らなければ仕方ないという感じである。街自体も、あまり盛り上がりおらず、結局東京だけではないのかと思う。
都市型ホテル(スタッフ)	・消費税増税やTPP問題、仕入原価の上昇など様々なことがあるが、しばらくはこのままの状況でいくのではないかと。
都市型ホテル(総務担当)	・現状のまま推移するとみている。
旅行代理店(経営者)	・今は客の流れがツアー旅行に向かってしまっている。また、暖冬のせいもあるかどうかは定かではないが、団体旅行の客数も減少している。
タクシー運転手	・今年ももう年末になったが、タクシー業界も来年が不安なため、やはりまだ慎重なところが大きい。いろいろと迷っているところもあるし、来年に賭けているところもある。
タクシー運転手	・飲み会そのものが減っているようで、夜の利用が少ない。昼間の利用は伸びている。数年前と全く逆であり、当然売上は伸びない。来年もしばらくこの状況は続く。
タクシー運転手	・新年に客足が継続するかは、かなり疑問である。
タクシー運転手	・客からは景気が良くなっているという発言はあまり聞かないが、12月の忘年会時期において、例年より12月18、22、25日は利用客が多く、その3日間は、深夜のタクシーがほとんどない状態であった。
タクシー(経営者)	・年末ですらこの状況なので、年が明けても回復する材料はない。
通信会社(社員)	・今年は順調に毎月数字を獲得してきているため、そのまま維持できれば、良い状況のまま推移するのではないかと。悪くなる要因は特にない。
通信会社(営業担当)	・消費に対する警戒感が出てきているので、余計な出費は抑えようという傾向が強まる。
通信会社(管理担当)	・春先までは現状の推移が続き、春先から上昇に転じるのが例年のトレンドである。
通信会社(営業担当)	・客の収入は増えておらず、月額利用料金を比較して安いということが、加入件数の増えている大きな理由である。

通信会社（営業担当）	・ここ数か月は、有料多チャンネル契約数も横ばいの状況が続いている。
通信会社（局長）	・1月からの電力サービスの予約開始を契機に、市場が活性化することを期待している。ただし、まだ分かりにくいところが多くあるため、しばらくは横ばいと予想される。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
通信会社（総務担当）	・年末年始特需も落ち着き、当面は景気を好転させる要素が見込めない。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事予約や宿泊予約など、例年並みの動きがある。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・周りの消費動向は改善が見られず、生徒の親も物価上昇についていけないため、塾の価格を上げるまでには至らず、生徒数も減少している。景気はまだ下の方までは良くない。今後も低迷が続く。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・年末年始は来客数が増えると思っていたが、年末になってもデパートなどへの買物客が増えていないためか、来客数が少なく、年が明けても来客数は増えないと思う。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・2～3か月ぐらいで景気が良くなるとは思わない。少なくとも我々が景気の向上を実感できるのはもう少し先の来年度ではないかと考えている。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問い合わせの件数などは例年通りに推移しており、景気の変化は感じない。
設計事務所（経営者）	・来年に向けて期待感は大いだが、明るい要素は見当たらない。公共工事頼みだと新年度の入札時期まで厳しい時期が続くため、なんとか民間業務の受注でしのいでいくのが実情である。
設計事務所（職員）	・建設業界の工事コストの高騰は、オリンピック直前まで続くと思われており、下落傾向の兆しが出るまでは発注を控えるという傾向が強まるとの見方が多い。
住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場の来場者数は前年割れしているが、年明けからは消費税再増税前の駆け込み客が増える可能性がある。ただし、前回ほどの期待はできないかもしれない。
住宅販売会社（従業員）	・明らかに消費税再増税前の駆け込みが出てきたと思われる。同業他社の話でも概ね好調とのことで、このまま景気が良い状態が続くと判断している。
住宅販売会社（従業員）	・新規情報の減少から受注の伸び悩みが見込まれており、前年同期並みの実績を上げられるか、危ぶまれる。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定量の受注は見込めるとしても、今後につながる新規性の高い案件はなかなか出てこない。
やや悪くなる	
一般小売店〔茶〕（経営者）	・暮れの売上に伸びがなく、下がる一方である。お歳暮、年賀の品はお互い様で済ませてしまうようである。今年は市のプレミアム付商品券が発売され、販売促進に大いに役立った。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気は、年明けにはおそらく悪くなるのではないかと。客の購買には余裕がなく、非常に厳しいというのが現実なので、悪くなるような気がする。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・プレミアム付商品券は一時的なものであり、当分必要な耐久消費財は、商品券で買物をしたため、これから3～4か月はその分落ちるのではないかと。一時の景気にはプラスかもしれないが、やはり長期的に見るとプレミアム付商品券の効果には疑問がある。
百貨店（総務担当）	・必要最低限のものを購入する傾向は、依然続くと予想される。
百貨店（広報担当）	・しばらくは、外気温が例年の冬季並みに低下しない傾向が続くようである。仮に低下しても既に冬物はクリアランスの時期となっており、定価での販売はほぼ見込めそうにない。また、この動きの中で既にプライベートブランドの春物を早目に売り出す動きも見られ、春物も例年の実売期前に実需をくってしまう可能性が出てきている。
百貨店（営業担当）	・ごく少数の高額所得者の需要はあるものの、中間所得層の購買に関しては非常に厳しいとしか言えない。メーカーもこの秋冬にかけて商品が売れず、春物商品を控えることが予想される。商品がないと間違いなく売上は落ちる。負のスパイラルである。
百貨店（販売促進担当）	・期待された賞与支給日以降も、購買に関して慎重になっている客が多いと感じられている。天候要因が大きいものの、コート等の防寒商材に動きが見られないことや、近隣店舗のリニューアルオープン効果も限定的であると感じられ、今後の景気についても悪化傾向とみている。

百貨店（店長）	・消費行動を考える上で、個人の環境においては先行きの不透明さも解消されないため、なかなか消費マインドの改善につながらない。むしろまた逆戻りで、悪化してしまうのではないか。
スーパー（経営者）	・地域の中小企業工場等の業績が悪化しているため、やや悪くなる。
スーパー（店長）	・高齢化に伴い核家族化が進み、客の購買量が著しく減っている。高単価なものを購入しているものの、基本的な量が大きく減少としているのが現状であり、これからも加速するとみている。
コンビニ（経営者）	・3か月後に突然変わるとは思えない。
コンビニ（経営者）	・これといって良い材料が見当たらない。
コンビニ（経営者）	・大型店の出店や、コンビニエンスストアの大量出店がさらに加速する。客の奪い合いが続き、売上の回復は全く見込めない状況である。
コンビニ（経営者）	・客は自分が欲しいものだけを買う傾向にある。スポット商品やイベント商品の動きが悪く、今後の催事に関しても期待できない。
コンビニ（経営者）	・3か月先も状況は何も変わらないと感じており、より一層景気が回復しないと客の財布のひもは緩まない。
衣料品専門店（経営者）	・まだ世間では、アベノミクスの効果が表れず、来年に向かっててもあまり良い傾向にないと思っている。周辺の商店も活気づいていない。
衣料品専門店（経営者）	・今はボーナス時期のため、クリスマスやお正月の需要が高まっているが、景気は決して良くはなく、非常に厳しい状態が続いている。
衣料品専門店（店長）	・客単価が下がり始めており、例年よりも早い時期に処分セールを開始しているため、更に単価が下がると予想している。
衣料品専門店（営業担当）	・本当に大変な時期が来たという実感が出てきている。個人商店はなくなり、大手だけが生き残る時代である。そんな時代が目前なのに、消費税増税である。頭が痛い世の中となっている。
乗用車販売店（経営者）	・新車が予想以上に売れなくなってきている。軽自動車の落ち込みが特に大きい。
住関連専門店（統括）	・例年だと12月はある程度の来客数も販売量もあるが、今年はそのような動きがなく、販売量が伸び悩んでいる。
高級レストラン（経営者）	・今月は飲食店の売上が1番多い月のため、今後2か月で今より上がる可能性は低い。しかしながら、これまでもオリンピックのある年は売上を伸ばしているため、1～2月も悪くはないと考えている。
一般レストラン（経営者）	・今月は天候に恵まれて良かったものの、人手不足による人件費の高騰や、仕入原価も依然上がっているため、厳しい状況はまだ続きそうである。
一般レストラン（経営者）	・12月から来年の1月にかけて、大型店が駅の反対側に、立て続けに開店するため、客が流れて、こちら側の人の流れは少なくなると予想している。
一般レストラン（経営者）	・テロと難民の問題を抱えるユーロ圏の経済的負担と苦難、ユーロ圏における経済偏重、中国経済の減速と領土問題、ロシアにおけるウクライナ問題、中東の混乱と闘争などの問題に関して、アメリカがリーダーシップを取っていない。FRBの金利アップのペースが市場の期待通りではなかったことは、アメリカの政治と経済に多くの不確定要素が潜んでいるからなのか。市場がこのように考えれば、円高ドル安の状況になっていき、日本の多くの企業にとっては不利益な状況となる。
都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始については、ある程度売上見込みが立ち順調だが、それ以降の動きが鈍く、前年を下回っており厳しい状況である。周辺のイベントも少ないため、大幅な改善は難しい。
都市型ホテル（スタッフ）	・観光需要としてはシーズンオフとなる。
旅行代理店（従業員）	・前年同期に比べ80%で推移しているため、やや悪くなる。
旅行代理店（従業員）	・ISの問題などで、海外旅行を控えようとする人が増えている。
旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は、旅行業では厳しい月に入り、今後の予定に大きなイベントもないため、やや悪くなる。
タクシー（団体役員）	・ここ数年の傾向で、年末に比べて年初の落ち込みが大きい。12月の下向き動向から判断すると、2～3か月後の情勢が不安である。

		通信会社（経営者）	・MVNOもスロースタートなため、販売面でトーンダウンしており、全体的な景気の印象もやや悪くなりそうである。
		通信会社（経営者）	・電力自由化により異業種が参入してきて、競争がさらに激しくなることが予想される。
		パチンコ店（経営者）	・客は機械で遊ぶため、やはり機械との兼ね合いが大きい が、今は、あまり良い機械が出ていない。また、しばらく前に新聞紙面をにぎわせた、許可の台と違った機械が出回っていることでメーカーが厳しい状況になっているため、今の時期はあまり良い機械が出ないと思う。大変厳しい状況である。
		設計事務所（所長）	・継続作業が終わってくる上に、新規物件の情報もない。また、情報はあっても土地は高く、計画上無理な物件が多く、新規契約は難しい。
		設計事務所（所長）	・今の経営の実感としては、地方まで景気が良いと言われて いるものの、末端まではその景気は行き届いていない。仕事 量が全体的に少ない。
	悪くなる	一般小売店〔食料雑 貨〕（経営者）	・競合店の影響で、悪くなる。
		百貨店（販売促進担 当）	・免税売上は、今年度前半同様の伸びを期待できなくなっ てきている。所得増をあまり実感できない国内中間層の需要低 迷も続いている。今後の外国人客の売上動向によっては非常 に厳しい状況になる恐れがある。
		観光名所（職員）	・2～3か月後になると、こちらは観光地のために1番の開 散期に入る。今月も実績より半分以下の人員となってしまう。
		美容室（経営者）	・だんだん個人の商売が、悪くなるような気がする。
		設計事務所（所長）	・今までは民間の来年の仕事は年内に決まっており、春早々 に実行となっていたが、今年はそのような物件が1つもな い。
		住宅販売会社（経営 者）	・中小企業の景気が良くなって中間層の所得が増えない限 り、景気は良くなるに上り、住宅も売れない。住宅に関し ては、消費税を免税にしても良いのではないかと。住宅が売れ ることによる経済波及効果はかなりある。公共工事は、工事 原価の見直しをしてもらわないと、防災工事など耐震補強工 事も進まない状況にある。
企業 動向 関連  (南関東)	良くなる やや良くなる	-	-
		電気機械器具製造業 （経営者）	・商品開発の効果がでてきており、営業活動によっては今後 更なる受注増が期待できる。
		建設業（経営者）	・受注は好調であり、来期分の受注が6割程度見えてきてい る。
		建設業（営業担当）	・設備投資については景気回復の兆しや、消費税増税に 伴って各企業共に検討しており、見積価格も上がっている。 そうしたなか、施主側も価格競争だけでなく信頼の置ける企 業への発注をしている。今後も徐々に景気の上昇が考えられ る。
		輸送業（経営者）	・資金の量的緩和を続けるという発言があったが、実行とな れば若干でも足踏み状態から上に上がって行けるチャンスが できるのではないかと。
		金融業（統括）	・年度末に向かい、新たな資金ニーズが発生する。
		金融業（役員）	・補助金等、国の施策の効果により、若干景気は良くなる。
		税理士	・アメリカの景気が良くなっている一方で中国が失速してい る。日本の政治はアベノミクスがけん引し、そこから良くな ってきているかと思っていたが、中小企業まではまだ浸透し ていない。大企業はボーナスも増えて良くなっているよう なので、希望的観測でこれから少しは良くなるのではないかと 期待している。
		税理士	・暖冬が続いても、その時々衣類の売上は見込み、家電も 必要な物の購入は堅調である。株価の高値安定や為替の恩恵 は、まだしばらくは大企業の業績を伸ばす良い材料である。
		その他サービス業〔警 備〕（経営者）	・単価上昇によって人材を確保しようとする動きがある。警 備員の地位を高めて行かないと、将来的な警備業の発展が著 しく困難になる。少しでも労働改善できるように企業努力し たい。
		その他サービス業〔ソ フト開発〕（従業員）	・引き合い案件があるため、人員が確保できれば良くなる。
	変わらない	食料品製造業（営業統 括）	・今後寒さが増してくると、さすがに売上も寒くなる可能性 がある。
		出版・印刷・同関連産 業（営業担当）	・法人の注文はやや上向きだが、実印や銀行印といった個人 の注文が横ばいかやや少ない状況である。通常、12月は多い はずだが、例年と比べて少ない。

化学工業（従業員）	・建築関連は忙しいと言われているが、建築向けの製品の動きは、現状も先行きも良くない。	
金属製品製造業（経営者）	・今受けている仕事の納期が1月末である。その仕事が終わった後については、大口の見積を出しており、それが決まれば忙しくなる。その他小口の仕事は、営業で頑張るしかない。先行きは非常に不透明である。	
金属製品製造業（経営者）	・今まで景気を引っ張っていた中国をはじめとした国々の景気が悪く、この状況はまだしばらく続くともっている。これ以上悪くならないでほしいという希望的観測もあり、変わらないとしている。	
一般機械器具製造業（経営者）	・来月の予定はもらっているものの、どの取引先も今月同様低迷しており、来月良くなる感じはない。例年今ごろは忙しく、29日に大掃除をしているが、今年は仕事がそんなになく、26日から休むことにした。	
その他製造業〔靴〕（経営者）	・状況としては大きく変わる理由はないため、このまま行くのではないかと。ただし、格差が出てきていることは間違いない。	
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・景況感の改善がみられず、客単価や客の来店周期の長期化は今後も続くとも予想されるため、変わらない。	
建設業（経理担当）	・当社も従業員の給与増額を削ったものの、受注量の減少、利益率の縮小で、これを取り戻すのが大変である。都内の景気が当地にまで及んでくるのを待つしかないのだろうか。大手の利益を下請の方に回して欲しい。	
輸送業（経営者）	・話を聞いていても、良くなったり悪くなったりで、実際に現場に行くと、荷物が少なくなってしまうことがあり、大変苦しんでいる。	
輸送業（総務担当）	・年度末に向けて徐々に良くなる業種があるものの、例年と比べて売上を押し上げる案件はない。また、価格競争や人手不足、人件費の上昇など経営環境は厳しい状況が続くとみている。	
通信業（広報担当）	・日本経済の緩やかな回復と同様の傾向が続く。	
金融業（従業員）	・取引先の全業種で業況の改善が見られない状態が続いている。ただし、マイナンバー関連の書類を保管するための格納箱、ファイルなどの受注が伸びているとの声が、一部の企業からは聞かれる。	
金融業（支店長）	・中国経済が減速しているなか、米国の利上げもあり、景気の先行きも不透明と言わざるを得ない。	
金融業（営業担当）	・売上、受注等の先行きに見通しはついておらず、現状が続くと思われる。建設業は好調なものの、賃金等の高騰による利幅の減少が見込まれる。プレミアム付商品券の利用期間が終了し、小売業の売上は減少の見込である。	
不動産業（経営者）	・5月から厳しい状態の物件について、どのような建築主かは知らないが、オーナー負担が大きく、当社であればこのような仕事は引き受けられない。	
不動産業（総務担当）	・今後も当面、主力のビルの満室稼働が続くものとみている。ただし、賃貸料の値上げは容易ではなく、賃借人のガードは固い。会社の業態によっても景況感は異なるようである。	
広告代理店（従業員）	・受注量、販売量共に前年よりやや悪い状態で推移している。	
広告代理店（営業担当）	・来年度もやはり大手代理店でほぼ、宣伝施策は固められているため、通常見込める数字は非常に少ない。	
経営コンサルタント	・市内の小規模建設会社の代表者は、「仕事は順調に増加傾向にある。かなり先まで見通せており、安心している。ただし、人手がなく、賃上げもしているが、人材確保に時間がかかる。海外研修生の活用も限界である。将来への懸念があるとしたら、人ではないか。」と話している。	
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・中小企業、地方経済、製造業の活性化を期待しているが、具体的な兆しが見えている状態ではない。やはり独自戦略を考えていかなければならないと痛感している。	
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像業界では好況感はなく、今後も良くなる要素はないように思われる。	
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションのインターネット環境整備に関連する受注量に変化が見られず、今後大きく変わる要因もないため、微増、微減といった状況が続いていく。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・1月は閑散期のため例年案件は少ないが、今年はさらに輪をかけて受注量が少なく、危機感を感じている。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・ひたすら安さを求められる状況に変化の兆しは見られない。

		精密機械器具製造業（経営者）	・当社は、産業界全般の業種に納入実績がある。その8割がマイナス要因である。また、国産自動車メーカーが前期に税引き後2兆円の黒字を出しているにもかかわらず、来年度より値引き交渉をすると発表しているため、やや悪くなる。
		建設業（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要が言われるが、単価上昇もあるため、それほど楽観はできない。さらに、その後の落ち込みが心配である。
		輸送業（経営者）	・決算を控え、取引先の経費削減策が厳しさを増し、当社の経営に影響を落とすのではないかと懸念される。
		輸送業（総務担当）	・年末から年度末にかけては通常、鉄鋼関係は増加するが、今年は微減である。住宅関係は各社共に慢性的に微減であり、配送運賃も低下傾向である。
		不動産業（経営者）	・商店街にあるテナントの話によれば、最近新装開店した大型店の影響で客足はさっぱりで、パートの人件費がかさんで大変だということである。
		広告代理店（経営者）	・作業を増やしての微増だと、今後の手詰まりは明白で、自分の首を絞めていることはわかるが、そうしないと日々の売上を確保できない状態である。
		経営コンサルタント	・景気の底上げのために、補正予算などが組まれているものの、ものづくり中心の日本経済のシステム不全が進行するだけの現状では、大企業の投資も、目先のことにのみになり、海外が中心で、国内生産は冷えたまま進むとしか思えない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足のため、新規募集をするパートの時給単価を上げざるを得ない。また、応募が少ないため、募集費が高騰している。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新規事業は見込めるものもあるが、相対的に例年より減少している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大手電機メーカーの大幅なリストラ策により、当社売上の5割を占める事業部が、3月いっぱい閉鎖されることになり、途方に暮れている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界全体が低調に推移しているため、年が明けても見通しが付くような引き合いはなく、現在以上に悪くなると推測する。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・原油の値下がりに伴う、株価下落により、悪くなる。
雇用 関連  (南関東)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・採用傾向も活発である。取引先企業の新卒採用も前年を超えて採用している見込み。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・3月に向けて派遣や紹介の需要期となるため、受注数の上昇が期待される。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数に比例して採用数も増えている。しばらくはこの好況が継続しそうである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・世論全体が明るい感じである。
		職業安定所（職員）	・雇用保険の受給者実人員は、1,929人で、前年比マイナス6.3%と減少傾向で推移している。また、月間有効求職者数は7,417人で、前月比4.2%の減少である。前月に比べ、在職者の割合が増加し、実失業者数の減少がみられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が、8月以降前年に比べて30%超えが続いている。
		職業安定所（職員）	・求人が増えており、相変わらず人手不足感が強い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・金融、製造業ほか5～6社の中堅、中小企業との会話では、中国市場の不透明な状況がいつまで続くのかを懸念する方が非常に多く、ガソリン価格が下がってきていることは良いことだが、それで景気が良くなるということまでとはいかないと話す人が多かった。
		人材派遣会社（社員）	・採用に苦戦する状況が継続しそうである。
		人材派遣会社（社員）	・短期の景気変動に影響のありそうな要因は、見当たらない。
人材派遣会社（営業担当）		・求人需要は増加傾向にあるものの、それに比例して採用条件も厳しくなってきたように感じる。そのため、需要はあるが供給は伴わず、結果として、数か月後の景気にプラスマイナスはさほどないのではないかと。	
人材派遣会社（支店長）		・求人、求職数共に、ここ2～3か月変わらない。	
人材派遣会社（営業担当）		・第4四半期に向けたエンジニア派遣の引き合いも相変わらず多く、当面は今の状態で推移するようである。	
求人情報誌製作会社（営業担当）		・年内に年明けの求人広告を発行しているが、募集をしたいという企業数が全く変わらない。毎年1月の売上は上がるが、今のところ、募集を考えている客の求人数が全く増えないため、変わらない。	

	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・特に悪い条件もないが、それと同様、景気が良くなる要素も感じられない。
	職業安定所(職員)	・新規求人数は前年同月比で2か月ぶりに減少したものの、有効求人数では増加を維持している。
	職業安定所(職員)	・月例経済報告によれば、雇用情勢は改善している、とある。しかし、新聞報道にもあるように非正規雇用の割合が4割近くを占めており、就業者数が増加しても収入が大幅に増えるわけではなく、追加的な消費支出に結び付かない可能性が高く、現状の消費水準が続くと思われる。
	民間職業紹介機関(経営者)	・新卒採用局面ではいろいろな動きがあるが、景気全体が良くなるわけではない。
	民間職業紹介機関(経営者)	・アベノミクス効果は強くは感じられない。根本的な改革が必須である。
	民間職業紹介機関(職員)	・円安が少し進んでいるものの、原油安による資源安が続いており、引き続き採用意欲は強いと考えられるため、大きな変化はない。
やや悪くなる	新聞社[求人広告] (担当者)	・年明けの1~2月にかけての途中計画の話をもらっているものが12社ある。規模がかなり大きく、今までにないものである。
悪くなる	-	-