

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)		乗用車販売店（店長） 一般レストラン（経営者）	・ 新型車の発表もあるため、販売台数が増加する。 ・ そろそろ忘年会予約の時期となり、会場を見に来る新規の客が少しずつ増えているので、その客の予約が取れるように頑張っ、売上を伸ばしたい(東京都)。
		商店街（代表者）	・ 10月後半より明るい兆しが出てきているため、このまま好天が続けば、これまでの悪天候の反動もあり、多少良くなるのではないが、特にクレジットカードの動きが悪いため、冬物や年末商戦に向けて天気、気候が安定し、高価格帯の商品が通常通り売れば、良くなる可能性は高い(東京都)。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・ 商品購入に関する相談が徐々に増えてきているので、これから良くなる(東京都)。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・ 数年前と比較して、手帳、年賀関連商品など年末商材の売行きは落ちているが、11月～12月にかけては、通常月に比べ客単価も上がるため、売上が期待できる(東京都)。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・ 来月、再来月あたりに外商部等で大口案件が決まっており、数もあるもので、若干良くなるのではないが。
		百貨店（販売促進担当）	・ 冬のボーナス動向によっては回復を期待できる(東京都)。
		スーパー（経営者）	・ 例年これから年末に向けて良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・ 多くが給料日である25日以降は、買物にも非常に動きがある。
		家電量販店（統括）	・ 気象庁の3か月予想で気温低下が発表されたので、季節商材が好調になることを期待している。
		家電量販店（経営企画担当）	・ 例年この時期は消費者の財布のひもが緩む時期なので期待している(東京都)。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 運送関係並びに道路関係については、年内は今一つだが、将来的には東京オリンピック景気で良くなると見込んでいる。現場に従事する若手などの人材が不足するなか、積極的な人の活用または募集、さらには外国人の技能労働者の雇用という話もある。それらのことから、将来的には景気は上向くのではない(東京都)。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ 10月も月内受注は前年並みだが、新型車発売が順次あり、集客が見込める。また、車検到来車も増加しているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・ ボーナス月、需要月でもあるので、客の動きが活発になる。
		住関連専門店（営業担当）	・ 住宅ストック循環支援事業によるエコリフォーム市場の活性化が期待され、この先半年程度は引き合い、受注件数の増加を見込んでいる(東京都)。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・ 政府の施策が的確に当たっている(東京都)。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・ 11月以降、各社から有力タイトルが出そうため、活性化すると見込んでいる(東京都)。
		一般レストラン（経営者）	・ 2か月先は12月なので売上は多少伸び、恐らく今より10～20%ほど良くなる。3か月先は1月なので売上は落ちる。総合的には、今よりやや景気が良くなる見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・ 景気が上向いて良くなると思っているわけではなく、店内改装等の投資をして、屋号を変えて努力をしたことにより、客が多少増えているような気がする。景気が上向いているという感じではない。
		一般レストラン（経営者）	・ アメリカの大統領選挙が終わり、アメリカの外交政策、経済政策の方向性が明確になる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 東京オリンピックまでは外需、特需があるので、景気は良くなる(東京都)。
	旅行代理店（従業員）	・ 先行受注、見込みは前年同期比で105%のため、やや良くなる(東京都)。	
	旅行代理店（営業担当）	・ 秋冬の新商品販売が始まる(東京都)。	
	旅行代理店（営業担当）	・ 年末年始の旅行需要が見込める(東京都)。	
	タクシー運転手	・ 力強さを欠くものの、緩やかな持ち直し基調である。2017年に入っても、8月に閣議決定された経済対策に伴う公共投資の増加などを背景に、景気回復基調が続く見込みである。ただし、社会保険料負担の増加や、若年層を中心とした将来不安の強まりなどが消費下押しに作用することから、景気回復ペースは緩やかにとどまる見通しとの報道もある(東京都)。	

通信会社（経営者）	・日銀が物価上昇2%についてあまり言わなくなってきているため、膨大な資産を持っているリタイア層が、やや安心して金を使い始めるのではないかと（東京都）。
通信会社（管理担当）	・年末商戦に向かい販売量は増加するが、現在の販売進捗を勘案すると、例年に比べて伸び率は鈍いと予想している。
通信会社（管理担当）	・消費者が、MVNO（SIMフリースマホ等に通信サービスを提供する仮想移動体通信事業者）やスマートテレビなど新しい技術、サービスに手を伸ばし始めていると実感できる。
通信会社（管理担当）	・個人向け携帯電話は年末商戦期ともなり、景気は良くなると思込んでいる。法人向けソリューション案件も、クラウド化への動きが出てきているため、上向きになる（東京都）。
ゴルフ場（経営者）	・希望的観測もあるが、年末に向けて、前年よりも活気がある。
ゴルフ場（企画担当）	・年内の予約は順調である。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・今月から年末に向けて、相次いで新車種が発表されるため、3か月後には受注量が増えると思込んでいる（東京都）。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・年末年始に向かい、良くなってほしい。
設計事務所（経営者）	・新しい案件に関する相談が入ってきている。具体的な契約までには至っていないが、動きが出ているので、この先の仕事の分量は増える可能性がある。
住宅販売会社（従業員）	・前月、前々月より少しずつだが景気は良くなっている。来客数も増えてきており、具体的な商談数も増えているため、2～3か月先の景気は今月と比べやや良くなる。
商店街（代表者）	・商店街を歩く人の数はあまり変わらないように見えるが、買物客の数はかなり減少しており、買物バッグを持って歩く人があまりいない。また、入店率がだいが悪くなってきており、売上も思うようにいっていない。
商店街（代表者）	・天候が落ち着いていることで多少良くなっているが、やや上がっているように感じているだけで、完全に良くなるまでにはなかなか至っていない（東京都）。
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今後も大口の注文が何件か続けて入っているので、売上が期待できる。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・実質所得が上がる見込みがないため、客は無駄な消費はしない傾向にある。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末に向けて、ボーナス商戦や各種売出もあるが、家電製品の伸びは厳しい。分電盤交換なども勤めるつもりである。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気の先行きについて、できればやや良くなる方向に持っていきたいところが、まずは今の状態が続いてくれることを期待している（東京都）。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・古い話になるが、大規模小売店舗法がなくなり、それなりの条件を満たせば大型店も出店できる環境になった。いずれは、商店街より、利便性のいい大型店に客足が向く経済環境になってしまうのではないかと思っていたが、すでにそうなりつつある。さらに、その隙間をインターネット販売等が占めている。淋しい話だが、やはり商店街や商店の役割がなくなってきたのではないかと考えている。
一般小売店〔傘〕（店長）	・しばらくの間は消費者の興味が新しいショッピングモールに向くのではないかと。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・同業他社も多く、競争が激化しており、新規顧客の確保がなかなか難しい。販売量がそれほど増える状況にはない（東京都）。
百貨店（売場主任）	・中間層の購買を押し上げる賃金や株価の上昇などが望めないため、先行きも変わらない。
百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢、購買動向の変化は見込めない。
百貨店（広報担当）	・クリスマス等の好機があり、単価の高い商品に動きが出てきていることから、大きな変化は予想しにくい（東京都）。
百貨店（営業担当）	・気温の低下とともに、衣料品の動きが良くなってきたが、限定的である。美術品、宝飾品等の高額商品が低迷しており、景気は停滞している（東京都）。
百貨店（営業担当）	・来客数はやや戻りつつあるが、客単価の低下も響き、年末から年始にかけて厳しい状況は続く。アパレル関連の取引先によるブランド、商品の絞り込みにより、年末年始のセール商材の確保に不安があり、需要が増えたとしても供給が追いつかない懸念もある（東京都）。
百貨店（営業担当）	・現状は国内消費も横ばいで推移している。前年伸びていたインバウンドについては、前年を上回る商材が見えておらず、今月の中国国慶節期間の売上高も前年確保には至っていない（東京都）。

百貨店（営業担当）	・国際情勢は不安定で、国内経済も全般的に明るい兆しが感じられない(東京都)。
百貨店（販売促進担当）	・気温が低下しても季節商材の動きは鈍いままであり、客は今、持っている物が使えるうちは新しい物を買おうとは思っておらず、買う際にも吟味した上で買っている。こうした状況は今後も続く見込みのため、景気は現状のまま変わらない。
百貨店（計画管理担当）	・年末商戦から年明けのセールにかけて、本来であれば商機として盛り上がる時期である。年末年始の行事については例年どおりの盛り上がりを見せると期待しているが、セールについては期待できそうにない(東京都)。
百貨店（店長）	・日本経済や個人の生活に明るい兆しが明確に見えないと、景気回復は困難ではないか。
百貨店（副店長）	・客の購買行動が極端に悪化しているとは感じないが、衣料品を中心とした節約志向は続く。最繁忙期である年末年始の動向について注視したい。
百貨店（店長）	・食品の価格高騰は落ち着くが、衣料品、生活雑貨の落ち込みはそのまま続くのではないか。
百貨店（営業企画担当）	・衣料品の不振が天候要因と考えることができれば、前年は暖冬であったこともあり、現状からの売上改善を期待できる(東京都)。
スーパー（販売担当）	・客は、店舗ごとのお買い得日やクーポンの倍率、広告初日の目玉商品などの特典を利用して買い回っている。平均的な付加価値の高い商品などをコンスタントに買ってくれる客は、なかなか増えてこない(東京都)。
スーパー（経営者）	・今月と同様に良くない状態が今後も続く。客の動向から良くなる見込みもあまりなく、非常に厳しい状況になるのではないか。
スーパー（経営者）	・良くなる理由が見当たらない。
スーパー（店長）	・現状の流れからみると、例えばボジョレーヌーヴォーの予約商品やクリスマスケーキ、おせちの予約を早期で受けているものの、件数が思うように伸びないなかで、前年実績を超えるのは厳しい。消費がなかなか伸びてこないという状況から考えると、現状のまま推移していくのではないか(東京都)。
スーパー（店長）	・農作物の相場高は年末以降まで続くと予想され、お歳暮商戦や年末商戦等にも影響が出てくる。依然として現状の生活には変化はなく、しばらくは節約志向が続く(東京都)。
スーパー（店長）	・今月は、来客数の増加が売上にも貢献しているが、客単価、1品単価は前月と比べ伸び悩んでおり、一個人の景気としては上昇傾向はみられない。
スーパー（総務担当）	・昨今、衣料品は売れ筋のトレンドが特に見当たらない。青果物は、今月は天候と件も悪く、価格が高騰したため、来客数が減少し、売上額も下回っている。客の購買意欲は非常に消極的であるため、この傾向は今後も続く。
スーパー（営業担当）	・円高、株安がまだ続いており、将来的な不安も払しょくされていない。特に、今後の気温の低下ならびに雨量、天候の安定化が景気動向を大きく左右してくる(東京都)。
スーパー（仕入担当）	・1品単価、客単価自体は下落傾向にあり、低価格帯の商品が売れているので、売上、利益も取りにくい。
スーパー（副店長）	・年末に向かって来客数、客単価が上昇する気配は感じられない。割引企画などへの反応はあるが、通常の営業が厳しく、衣料品や家庭用品、レジャーへの消費意欲が上向くとは思えない。
コンビニ（経営者）	・前年周囲にあった建築現場がなくなり、職人の需要がなくなったため、前年に比べやや落ちる。
コンビニ（経営者）	・客の買物内容が変化し、無駄のない購買行動が定着し、安定期に入っているように見受けられる。
コンビニ（経営者）	・おにぎりや弁当のような商品の価格が、リニューアルをするたびに少しずつ高くなっているが、売上は伸びていない。来客数が若干ながら減少していることもある。両方をならすと、客単価がやや上がり、売上も伸びている。すべての客がその値段で買うわけではなく、見切り品を上手に使いつつ、少しでも安く買物をしている。
コンビニ（経営者）	・本部の全体売上が前月比100.2%と、先行きに不安がある。
コンビニ（経営者）	・ショッピングセンター内にも出店しており、土日は前年並みの来客数があるが、平日は集客が伸びず苦戦している。客は以前よりも更にお金を使わなくなっている。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数が回復するような要因もなく、客単価が上がるような客の変化も見られない(東京都)。

衣料品専門店（経営者）	・良い売れ筋商品がなく、前年より高齢者の買い方がますます厳しくなっている。
衣料品専門店（経営者）	・9月後半から10月は、地震や異常気象などいろいろな自然災害の影響により伸び悩んでいたが、11月以降は、天候が落ち着いてくれば伸びる要素はある。
衣料品専門店（経営者）	・消費に勢いが見られず、生活防衛意識がますます強まっている。
衣料品専門店（統括）	・気温低下による需要の前倒しを考えられる。
家電量販店（店長）	・低価格商品と高付加価値商品の二極化が顕著で、世帯収入のばらつきを感じる。景気の不透明感もあり、高齢者は消費より貯蓄と考えている客が特に多い。
家電量販店（店員）	・市場を活性化させる要因がなければ、景気は上向きにならない(東京都)。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をやっており、整備は順調に入っているが販売はあまり芳しくない。今年いっぱいはいはあまり良くないのではないかと。
乗用車販売店（経営者）	・新型車が好評だったため初期の受注は良かったが、継続して販売量が上がるとは思えない。
乗用車販売店（経営者）	・新車のモデルチェンジ投入などの対策をしないと、来客数がなかなか増えず、販売量が伸びない。
乗用車販売店（営業担当）	・暮れのボーナス商戦に期待したいが、今の状況を見ると期待は薄い。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量は前月と変わらないため、先行きの景気も変わらない。
その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・現在の売上状況から更に良くなる要因が見当たらない。急激な変化がない限り、現状維持となる(東京都)。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・購買意欲が向上する要素もなく、物欲低下がうかがえる。旅行やサービス、食品販売の売上が安定してくるのではないかと(東京都)。
高級レストラン（副支配人）	・一番の繁忙期である忘新年会の受注状況は、ほぼ前年同様に推移している(東京都)。
高級レストラン（仕入担当）	・来客数、販売単価、法人利用件数、いずれも前年並みと見込んでいる(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・2020年の東京オリンピックを焦点としたホテル建設や、民泊を含めた宿泊施設の増加は目立つが、売上は横ばいであり、同業各店への経済効果も不透明である(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・最低賃金の引上げ、人手不足による人件費の上昇、仕入れ原価の高騰等、アベノミクスの効果はない。消費マインドも低下しており、売上が増加する要素がないため、厳しい状況は続く(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・特に理由もなく、また急激に落ち込んでいくという感じでもないが、今月同様にやや悪い状況がしばらく続く(東京都)。
一般レストラン（スタッフ）	・4年後の東京オリンピックに向け動きがあると思ったが、全く動いていない。使えるお金がある人が使っていないということは、景気が良くないということである。世の中の皆が社長ばかりではないし、社長ももうかっている会社ばかりではない。市民の暮らしは良くなっていない。賃上げなどいろいろやっても、結果的に良くなっていない。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・為替動向、米国景気状況等の景気指標が不安定で、方向性が安定していないことから、現状維持と判断せざるを得ない(東京都)。
都市型ホテル（スタッフ）	・年末に向けて予約の動きが活発になる時期だが、伸びは前年同様に緩やかで、直近の動きに期待している。忘年会は、週末はほぼ埋まっているが、年々少人数化が顕著である。平日はまだ空きがあるが、例年通りの動きで良くも悪くもないため、先行きの景気は変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・オフシーズンに入っていくため、需要は低下する見込みである。
都市型ホテル（総務担当）	・今後の予約状況等をみても、改善の兆しは見えない。
旅行代理店（経営者）	・来客数は増えも減りもせず、現状維持がやっとの状況なので、変わらない。
旅行代理店（従業員）	・年末の商品の販売はまだ少ない。
旅行代理店（従業員）	・株安も続いており、地方銀行も苦戦している。明るい材料が見当たらない(東京都)。
旅行代理店（従業員）	・都知事選挙後、ある程度落ち着いたように感じられるが、今年の地震や異常気象、世界的な情勢に対する不安を払しょくするほどではない(東京都)。

旅行代理店（販売促進担当）	・ 2～3か月後は12月、1月だが、12月は団体客が一番動かない時期、1月もこれからというところである。今の情報だと、特に良い材料もなく、また悪い材料もないため、今月と変わらない(東京都)。
旅行代理店（営業担当）	・ 好況になる要素が見当たらない(東京都)。
タクシー運転手	・ 年末に向け、これからの節約しながら正月に備えようという雰囲気が見受けられる。やはり消費者は敏感に将来のことを考えている。
タクシー運転手	・ 良い兆しは全く感じられない(東京都)。
タクシー（団体役員）	・ 年末に向かい、賞与や繁忙期に期待したいが、起爆剤となる材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・ 景気の先行きが不透明なこともあり、今のまま変わらない。
通信会社（営業担当）	・ 営業の施策はやり尽くした感があり、新しい施策を打たなければならぬため、契約数を維持するにはやや時間がかかる(東京都)。
通信会社（営業担当）	・ 付加価値の高いサービスを望む層は限られており、料金の安さが重視される傾向が続く。
通信会社（局長）	・ 夏のリオデジャネイロオリンピック効果による4Kテレビとの連動も空砲に終わり、今回の新型スマートフォン発売効果もなく、今後効果的な商材となる物が見当たらない。しばらくは他社との契約の取り合いが続き、総合的な景気向上は期待できない(東京都)。
通信会社（営業担当）	・ 良くなると思える材料がない。
通信会社（総務担当）	・ 現状では景気回復の好材料は望めない(東京都)。
通信会社（経営企画担当）	・ 現時点では今後の変化が見えない(東京都)。
パチンコ店（経営者）	・ ギャンブル性があり面白い高射幸性遊技機の中心的な機械を、11月後半～12月に撤去しなければならない。その機械が好きで遊んでいた客が引けてしまうのではとの心配はあるが、遊びやすい機械に少しずつ入替えてきているため、大丈夫だろうとの期待も込めて、変わらないとしている(東京都)。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・ いわゆるコト消費志向の恩恵を受けている一方で、個人消費の鈍化が飲食や物販部門に影響しており、この傾向はもうしばらく続く(東京都)。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ 生徒の減少数はここ2～3か月で下げ止まった感があるが、他の塾の人数等を聞いても、上向き傾向は見られないため、横ばいで推移する。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ 目新しい商品がなく、価格競争に走り、客が混乱をしている。売上が前年比で増加するか減少するかは微妙なところである。
その他サービス〔電力〕（経営者）	・ マンション建設は年度末に多く予定されており、予定通りならば予算で見積もっている受注が見込める(東京都)。
設計事務所（経営者）	・ 個人住宅を含む民間の投資意欲がまだ実感できない。人口減少社会では、経済の縮小は避けられない。様々な経済政策により、辛うじて現状維持を保っている。
設計事務所（職員）	・ インパクトのある景気打開策があっても効果は期待薄のため、横ばいが続くのではないかと(東京都)。
住宅販売会社（従業員）	・ 秋口の各種イベント、キャンペーンを仕掛けているものの、集客状況は横ばいである。ユーザーの新築計画の内容も比較的薄い(東京都)。
住宅販売会社（従業員）	・ 資料数や来場数は特に減ってはいないが、増えてもいない。
住宅販売会社（従業員）	・ だんだん寒くなるにつれ、住宅展示場、分譲現地見学会共に来場者が減少する傾向があり、新規情報も減少することが見込まれる。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ 季節変動とは別に、先々の資材注文の話が出てきているが、東京オリンピック関連とも思われ、本注文になるかは不透明である(東京都)。
商店街（代表者）	・ ここ数か月は当地を舞台とした人気漫画の影響で客足が多いが、今後このブームが収束していくと、以前のように厳しくなるのではないかと危惧している(東京都)。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・ 新駅舎が開業するが、地元の大型店舗、老舗レストラン、小売店の閉店により、消費や来客数が低迷するのではと危惧している。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・ 今月からの最低賃金引上げにより、ある取引先ではグループ全体でより安価な商品を一括仕入れすることとなり、長く地元で利用してもらってきたが、今月で取引停止となる。人件費は上昇しているが、購買意欲は感じられない。

百貨店（広報担当）	・都心の巨大専門店ビルや、郊外の大型店舗などの出店予定は相当数ある。アパレル業界の百貨店向け流通在庫の絞り込み傾向も変わらない。頼みのインバウンドも、体験型の消費に需要が移り、高額品の爆買いなど物販は減少している。百貨店を取り巻く環境は厳しさを増すばかりで、セールや組織顧客向けの販売会などを企画し集客に努めているものの、実売、客単価アップにはなかなかつながらない(東京都)。
百貨店（営業担当）	・大きなヒット商品が生まれず、売れ筋商品があっても、すぐにどのメーカーも真似をして差別化ができない。また、興行きを持たないため、売り逃しも大きい(東京都)。
百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦があるため、イベントや鮮消費は一般消費よりもまだ強いことから、やや回復する。セールについても、その時期は気温が一段下がるタイミングなので、多少は消費喚起に繋がるが、先行き懸念は残る(東京都)。
百貨店（販売促進担当）	・今の経済環境では、ボーナス商戦に向けて消費マインドが改善される期待が持てない。お歳暮、クリスマス、年末、初商と商売規模が大きいだけに、影響の大きさが懸念される(東京都)。
コンビニ（経営者）	・来客数、単価共に1割減少している。サラリーマンは買わない(東京都)。
コンビニ（経営者）	・しばらくぶりに初めて来客数が減少している(東京都)。
コンビニ（経営者）	・世界情勢や国内情勢からみて、これから景気が上向きになるとは到底思えない。徐々に悪くなっていくのではないかと。
コンビニ（エリア担当）	・今年のクリスマス商戦の曜日並びは、コンビニにとっては悪く、売上を期待できない(東京都)。
衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目でもあり、商品は見に来て、手持ち品を確認してから買物に来るようで、結局余分な物は買わないことが多い。これが当たり前になってきている。
衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要因が一つもないので、上がるわけがない。個人商店はますます数を減らし、大手チェーン店だけが残るといような世の中が目前に迫っている。
住関連専門店（統括）	・メインの販売品はある程度高額な物が多く、今は量販店の価格帯になかなか勝てない状態である。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・例年、年末商戦は売上指数が非常に高いが、年々平準化していく傾向のため、販促が難しくなっている。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・以前のように値段が上がってもどうしても欲しいという業者は少なくなってきている。高ければ売れないため、仕入れを控えるしかなく、売上は減る。最近はこの悪循環が多発している(東京都)。
高級レストラン（経営者）	・昔ほど企業ユースが多くなく、ファミリーユースにシフトしているなかで、一般ユーザーの客単価、来客数が伸びるとはとても思えない。
一般レストラン（経営者）	・現政権の政策が、どこへ良いように響き、誰の給料が上がっているのか、客の声を聞いても全く分からない。ゼネコン等、ごく一部の企業には、東京オリンピックに関連する建設受注など恩恵があるのかもしれない。
一般レストラン（経営者）	・原価高騰に加え、人件費も負担増になっている。給与のベースアップを図りたいが、売上が伸び悩んでいるため、実施しきれないでいる。他企業からも同様の話をよく聞く(東京都)。
都市型ホテル（スタッフ）	・良くなる要素が見当たらない。
タクシー運転手	・前年同様、12月ごろから忙しくなると思うが、9月～10月の流れを見る限り、さほど期待できそうもない。駅ではタクシー乗り場よりバス乗り場のほうが並んでいる。タクシーとバスどちらを使うかと考えると、料金の安いバスが選ばれるのは分かるような気がする。
タクシー運転手	・各企業の好景気感は感じなくなっているものの、昼間のサラリーマンと、通院などのための高齢者の利用は減っていない。それが今後何か良い影響に与えないかと期待している(東京都)。
通信会社（経営者）	・加入者、未加入者共に他社モバイルを軸とした攻勢がかかっており、獲りにくく解約されやすい環境が続いている(東京都)。
観光名所（職員）	・観光地のため、10月～11月というのは1年を通してトップシーズンとなる。2～3か月後の12月～1月は、今月よりはやや悪くなる(東京都)。
ゴルフ場（従業員）	・高齢化社会がますます進み、日本はどうなっていくのか、不安解消策が見えない。

	ゴルフ場（支配人）	・客の高齢化に伴い、売上への天候の影響が年々顕著になっているため、先行き不透明な状態ではあるものの、やや悪くなる。
	設計事務所（経営者）	・今月は、県の入札指名参加申込の締切があるため、そちらへ業務の時間が取られてしまい、民間へのアプローチ、営業がなかなか難しくなっている。行政の仕事の入札案件も、大変小さく、また細かくなっている。先が見えず若干不安である。
	設計事務所（所長）	・東京オリンピックなどの関連で、全体的に仕事が都心一極集中になっており、地方にまでなかなか回っていないのが現状である。仕事量が減少しているなか、競争意識も激化し、職人等が不足していることもあり、今後の情勢はなかなか見通しがつきにくい。
	住宅販売会社（従業員）	・金融機関の対応にもよるが、急激な改正がない限り悪くはならず、このまま推移していく。まだ同業者と土地仕入でパッシングすることが多く、高値で購入せざるをえない。販売利回りも下がってきている。
	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・現状では客からの相談があまり来ていないため、これから急に仕事が増えるという見込みはない。例年この時期には、年明けからリフォーム等をしようとする客からの相談があるのだが、今年は今のところほとんどない。
×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・待望の秋、お茶をおいしく感じる季節である。来客数は戻ってきているものの、売上は減少が続いている。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・周囲に店舗が過剰なため、悪くなる。
×	衣料品専門店（店長）	・買上点数の減少や購入品のランクダウンにより、客単価の下落が続いている。来客数を増やすしかないのだが、チラシ媒体の減少で急増は望めない。
×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・地元の大型店舗が11月いっぱいまで閉店するので、その後は悪くなる。
×	設計事務所（所長）	・住宅系はハウスメーカーが大半で、賃貸物件及び設備物件への意欲がなく、先行きは不透明である（東京都）。
×	住宅販売会社（経営者）	・大企業の景気はすでに回復しているようだが、中小企業の景気は回復していない。一般サラリーマンは将来に不安があるため、住宅ローンを利用して住宅を買う気持ちが起きていない。中小企業の景気が回復するような対策を早く取らないと、景気は今後ますます悪化していく。
企業 動向 関連 (南関東)	-	-
	食料品製造業（経営者）	・格差はあるが、こだわりや価値のある商品が売れてきている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・会社設立に関しては、住宅クリーニングサービスの会社が2つの子会社を、外車販売のディーラーが子会社を、不動産関連の会社がやはり子会社をとという形で、法人関係が緩やかに上向きになっている。個人客の印鑑発注に関して、1人の客が通常1～2本であったのが4本注文するということがあった。法人並びに個人の来店客に関して景気の上向き感を感じる（東京都）。
	金属製品製造業（経営者）	・主要取引先からの受注は相変わらず芳しくないが、同業他社から仕事が回ってくるようになっており、業種によっては仕事量が増えてきているようである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・季節商材を扱っているため、これから多少売上が増えると期待している（東京都）。
	建設業（営業担当）	・建設コストが上昇しているが、消費税増税の再延期により、早いうちに設備投資をする企業が増えてきている。発注企業の条件は各社各様であるが、請け負う側も仕事が増えているので、選択する余裕ができ始めている。
	広告代理店（従業員）	・取引先が、新製品発売に伴い、年末に向けて宣伝等に予算をかけてくれる見込みである。
	税理士	・アメリカ並びに東南アジアの景気はそこそこ良いが、中国はバブルがはじけそうなので良いのかどうか分からない。それらを受けて、日本の輸出入等は、子会社からの配当などもあり何とか頑張っている。一つにはアベノミクスなど政治の後押しもあるが、東京都知事のけん引も全体的な景気の底上げにつながっていくのではないかと（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・例年、年末に向けて案件が増えてくるので、期待している（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上もやや増加してきているため、見通しは良い方向へ進み始めているのではないかと。
	食料品製造業（営業統括）	・地震などの天災や情勢不安等が重なっており、プラス要因が見当たらない。

繊維工業（従業員）	・ファッション業界だが、最近の度重なる台風や、曇天、雨天の多さに加え、全国的に気温が高かったことにより、秋物衣料に対する消費意欲の減退等から、総じて芳しくない。ここにきてようやく気温が低下し、一部の衣料品に動きがあるものの、依然として厳しい状況にある(東京都)。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月まで受注量は横ばい状態である(東京都)。
化学工業（従業員）	・例年この時期は、取引先から年末に向けての見積発注があるが、今年は少しもない。中国、タイ向けの受注は順調なので、大きくは変わらない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・日本経済は輸出に頼るところも大きいですが、国内だけでなく世界的な景気を見ると、大きく変わる様子はないのではないかと。
金属製品製造業（経営者）	・工事は予定されているが、エンドユーザーの図面寸法が決まらないため先に進まず、受注につながっていない。
金属製品製造業（経営者）	・現在の景気は作られたものであり、本当にモノが必要で生産が増えるという感じではないため、経済全体が良くなっているとは思えない。
一般機械器具製造業（経営者）	・現在、新規受注が何件かある。単価的には非常に問題があるが、取っていかないと絶対量が確保できない。経営的には非常に悪い状態が続く。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・今期の数字が悪化しているため、先行きも変わらない(東京都)。
建設業（経営者）	・政府の中小企業対策が十分でない。
建設業（経営者）	・都内や近辺にだけは動きがあるようだが、それ以外は特に良い感じはない。
建設業（経理担当）	・東京オリンピックを控えているにもかかわらず、都内での建築ラッシュの景気が地方まで波及しておらず、今後も見込みはない。
輸送業（経営者）	・年末年始という一つの区切りの時期を迎えるが、例年のように年末年始で特に荷動きが増えるというような変化は見受けられないので、現状から判断すると期待値は低い。
輸送業（経営者）	・年末年始の特需が失われてしまっており、2～3か月先も好転要因は見当たらない(東京都)。
輸送業（総務担当）	・継続性のある新規案件の獲得は難しく、先行きも厳しい状況が続く。
通信業（広報担当）	・中小企業の利益改善に対するニーズは根強くある(東京都)。
金融業（従業員）	・取引先企業のうち、比較的好調な建設業と、売上が伸び悩んでいる卸売業、小売業との間で、業況格差が広がっている(東京都)。
金融業（支店長）	・取引先との話でも、先行きに明るい兆しが無い。当面、現状が続くのではないかと。
金融業（営業担当）	・消費低迷やガソリン価格の高騰、製造業の受注予定も横ばいであり、各業種における人手不足、賃金上昇等により、一般的に2～3か月先の景気も回復する要素がないため、変わらない(東京都)。
金融業（役員）	・最低賃金の引上げは、小規模事業者の業況に大きく影響する一方、消費マインドに大きな変化はもたらさないのではないかと。
不動産業（経営者）	・来客数が減っている。古い物件は6か月～1年の空室が普通になっており、オーナー苦難の時代である(東京都)。
不動産業（総務担当）	・オフィス、商業テナント共に入居率は高水準で維持しており、当面退去予定先もない。賃料も若干ではあるが値上げできる状況になっている。今後2～3か月の景気も現状と変わらない(東京都)。
広告代理店（従業員）	・受注、販売予測でも前年と同程度である(東京都)。
広告代理店（営業担当）	・冬のボーナス次第だが、管理職や年齢がある程度高い人への支給額は、引き続き抑えられている。当社は、若手への支給率をアップさせており、会社の景気が良くても自分の給料やボーナスには反映されない。その反面、物価は徐々に上がっているため、先行きの景気は変わらない(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	・景気の良さを支える材料が見当たらず、現状を維持するのみで上向きに動くとは思えない。
経営コンサルタント	・商店街の会合では、天候不順による野菜や果実などの値上がりや、野菜などに関係のない他業種にも影響を与えていると店主たちが話していた。主婦は財布を開くこと自体に警戒感を持っているようで、この傾向は長引きそうである。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・製造業の景気動向が依然として不透明であり、現状がしばらく続く。

	その他サービス業〔警備〕(経営者)	・現状のまま推移していく見込みである。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者)	・受注量及び受注単価は変わらないが、最低賃金引上げと人手不足による募集単価の高騰で、コストが上昇する(東京都)。
	その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・年末に向かって季節的な変動はあると思うが、それ以外の変動要素は見当たらない。
	プラスチック製品製造業(経営者)	・年末にかけて、化粧品容器の新企画が決まりそうだが、まだ具現化には至らず、見通しは厳しい。
	その他製造業〔鞆〕(経営者)	・好材料の話題がない。現状は、材料屋にしても得意先にしても、かなり苦戦している。
	金融業(統括)	・良い材料が見当たらないことと、アベノミクスにやや陰りが見えていることから、やや悪くなる。
	経営コンサルタント	・中国経済の影響などもあるが、物価上昇政策が収入にインパクトを与える印象から、消費に圧力をかけているのではないかと。自ら輸出もままならない中小製造業では、消費動向、大手の発注動向に左右され、冷え込んでいる(東京都)。
	その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・取引先の話聞いても、今後2~3か月は全体的に低調で、良くなる要素がない(東京都)。
×	出版・印刷・同関連産業(所長)	・年末の繁忙期に入るが、前年の実績案件が今年はないことが多く、厳しい状況は続く。
×	電気機械器具製造業(経営者)	・世界中の景気が落ち込んでいるため、良くなる可能性が非常に希薄である(東京都)。
×	精密機械器具製造業(経営者)	・景気は踊り場又は混んとしており、不安感が強く、消費へなかなか手が出せない。雇用も一服感がある。
×	建設業(経営者)	・人口が減少していることと、企業に元気がないことから、先行きの景気は悪くなる。
×	輸送業(総務担当)	・年末年始以降に予定されていた得意先の出荷物件が、2年ほど遅れるとの話があったため、来年は厳しい数値になると予想している。
×	広告代理店(経営者)	・価格やサービス要求が一気に強くなったので、単に景気という言葉ではくれない、利益圧縮という事業継続に関わるフェーズに入っている。
雇用 関連 (南関東)	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・12月~1月にかけての募集がすでに40社近く来ており、期間限定あるいは正社員募集について、相当な件数を計画してもらっているため、かなりの盛り上がりがある。客の状況をもみても、年末から年明けにかけて、業績が相当良くなることが見込まれる。
	人材派遣会社(営業担当)	・求人は増えているものの、人材が集まりにくくなっている。年度末に向けては短期的な採用増が見込まれる(東京都)。
	人材派遣会社(営業担当)	・各社共、年末、年度末の繁忙期に向けて、数か月の短期派遣活用の可能性がみられる。また、退職補充に際し、求職者の売手市場に推移しているため、なかなか採用が出来ず、派遣を活用したことがない企業からも依頼が入ってきている。これらのことから、派遣市場はやや良くなると見込んでいる。
	人材派遣会社(営業担当)	・現在は様子見の企業が多い労働契約法、労働者派遣法期間制限の動きも、今期中には決定する企業が多いが、無期化の流れが強い。そのなかでも条件待遇は変わらずに無期雇用とするケースが若干多い(東京都)。
	職業安定所(職員)	・新規求人数の4月~8月は、業種間にばらつきはあるものの、全体では前年比9.2%の増加であり、今後2~3か月先の景気はやや良い。また、管内の雇用保険被保険者資格取得者数は、同10.6%増、月末保険被保険者数は、257,788人で、同1.6%増加している。
	民間職業紹介機関(経営者)	・企業が次年度採用に向け広報活動の予算を増やす傾向にある。多様な採用手法を検討している(東京都)。
	民間職業紹介機関(経営者)	・新規求人ポストを作る会社が出てきている(東京都)。
	人材派遣会社(社員)	・企業経営者十数名と話したが、中国、韓国いずれの市場も良くない、アメリカの大統領選挙後どうなるかが非常に不透明なため、景気の伸びは今のところ期待できないという方が多い(東京都)。
	人材派遣会社(社員)	・企業の求人活動は引き続きおう盛だが、一部大手取引先では、集客難による広告費予算抑制の動きもあり、売上規模としては変わらない見通しである(東京都)。
	人材派遣会社(社員)	・人材不足が解消されることはない。
	人材派遣会社(支店長)	・求人数は横ばいである。

	人材派遣会社（営業担当）	・自動車産業の開発はまだまだ継続の見通しであり、当面エンジニア不足は続く(東京都)。
	人材派遣会社（営業担当）	・依然として人材不足が続き、攻勢を掛けたい企業も本格的な動きを取るに至らない(東京都)。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・細かいことで景気の良さを感じる部分もあるが、大きく景気が上向くような要素は見受けられない(東京都)。
	職業安定所（職員）	・就職者数が増えていない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は引き続き高水準で推移しているが、一部業種において人手不足が続いている。
	職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は依然として強く、新規求人数は横ばいで推移する(東京都)。
	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求人が増えているようには感じられないので、景気が上向いているとは思えない(東京都)。
	民間職業紹介機関（職員）	・転職求人倍率や客の声から、ここ数か月内で大きな変化が起こる可能性は少ない(東京都)。
	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなりそうな理由が見当たらない(東京都)。
	人材派遣会社（社員）	・景気回復につながりそうだと思う施策が見当たらない状態が長く続いているため、徐々に悪化する(東京都)。
	人材派遣会社（支店長）	・派遣3年満了ルールを想定した派遣利用抑制と、直接雇用を推進するという話題が増えてきていることから、派遣ニーズは減少方向に感じる一方、人材紹介ニーズが増えてくる(東京都)。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・来年に向けて、例年この時期は金額の大きい見積が増えるが、今年は例年に比べ大きな案件の見積が少ない。
	職業安定所（職員）	・熊本、鳥取県中部地震や、今夏の天候不順による経済への影響、英国のEU離脱問題等による為替相場の不安定から、先行きはやや悪くなる。
x	-	-