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）	◎	コンビニ（経営者）	・当店はサラリーマン客が大勢来店する。年末商戦ということで力を入れて販売しており、非常に購入客が多くなっているので、先々の景気も良くなる。
	◎	衣料品専門店（統括）	・入学、入社などの新生活用品の購入に伴う客の来店増加が見込める。
	◎	乗用車販売店（総務担当）	・最大需要月、決算月を迎えるため、各社キャンペーンを打ち出すと予想している。ここで競争を勝ち抜いた会社は大幅な増益となる。
	◎	その他小売［雑貨卸］（経営者）	・政府の打ち出す政策が的確である（東京都）。
	◎	通信会社（管理担当）	・年度末、年度初めに向かって追い込みでソリューション案件の受注が見込めることと、個人向けの携帯電話やその周辺機器の販売も、春の商戦期にあたり景気は良くなるものとみている（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪かったため、今月と比べれば景気は良くなる。年始からの新春キャンペーン展開による集客に期待している。また、新しいコンテンツへの取組により集客増、販売増を狙っている。
	○	商店街（代表者）	・よほど寒い冬にならない限り、好調を維持する。イベントや商業的な仕掛けへのレスポンスが非常に良い（東京都）。
	○	一般小売店［家電］（経理担当）	・同じ商材でも、高額商材を買う客と値段だけで選ぶ客といるが、少しずつ商品の性能などを重視して買う客が増えてきている。
	○	百貨店（売場主任）	・12月末の買い控え傾向からの反発で、１月のクリアランスセール前倒しで売上がプラスに転じると予測されるため、商況が改善される。
	○	百貨店（総務担当）	・多くの領域で前年を上回るようになり、顧客心理の変化を感じる。
	○	百貨店（営業担当）	・国際情勢、特に北朝鮮問題の先行きは見通せないが、国内情勢だけを見れば、薄日が差してきていると感じている（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・近隣競合が苦戦しているなか、デイリー客の生鮮グロッサリーが９～12月まで各月で前年をクリアしており、安定している。ファッションなど目的用途の高いカテゴリも上がり始めている。
	○	スーパー（販売促進担当）	・イベント回数を増やす計画により、集客アップを見込んでいる。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・よほどの波乱要因がない前提で、今のトレンドがキープされる。ただし、来年度の税制改革により影響を受ける可能性があるので、消費動向を注意深く見ていく必要がある（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新年の初売りで、新型車発売の効果が期待できる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・３月に本決算があるため、２月頃から客足が増え、注文も増加すると予想される。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・人材募集の広告が多く、平均倍率が今までに比べて上がってきており、景気は良くなっている。ただし、業種によっては人が入らず、倒産又は廃業する企業も出てくるのではないか（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・大企業中心ではあるが、企業業績や株価が引き続き堅調なこともあり、それらにけん引され、景況感や消費マインドも好転しつつあるのではないか（東京都）。
	○	その他専門店［貴金属］（統括）	・客の様子を見ると、今まで我慢してきた物やサービスへの消費についても、購入を検討する動きがみられる（東京都）。
	○	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・好調な企業業績を受け、ボーナスの手取り増額により消費増につながるとみているが、全体に広がるものではないので、上昇圧力は大きくない。
	○	一般レストラン（経営者）	・地域的に穴場としてのマスコミ取材が増えている。その時流に乗ればビジネスチャンスが生まれる（東京都）。
	○	その他飲食［給食・レストラン］（役員）	・取引先の福利厚生に対する考え方が多少なりとも緩んできている状況がうかがえる。これも取引先の業績が比較的好調であり、将来的なめどが付いたことの表れと判断している（東京都）。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・オリンピックがあるため、やや良くなる（東京都）。

○	旅行代理店（販売促進担当）	・２月に韓国で平昌オリンピックが開催される。当社はその請負の指定旅行会社になっているので、その取扱は十分に期待をしている。また、新年度の始まりに当たり、受注見込みは前年並みとなっているので、プラス材料を加味してやや良くなる（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・２～３月に旅行需要の増加が期待できる。
○	タクシー運転手	・成長ペースが鈍化するものの、国内民需は底堅く推移する。個人消費も、雇用所得環境の改善や株価の上昇などに伴う消費者マインドの持ち直しが下支えに作用する。世界的な設備投資意欲の改善などを背景に、輸出の増加基調が続く。内外需共に底堅く推移し、１％程度とみられる潜在成長率を上回る成長が続く見通しである（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新年になると賃上げの話題が多くなる。前年を上回るという期待が大いに膨らみ、消費も活発化する（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・年末から正月を迎え、新年度への動きが活発になる時期である。前評判としては今一つだが、２月９日からの冬季オリンピックに期待したい（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・案件数が増加傾向にある（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・昔の客の懐かしい顔をよく見掛けるようになっている。
○	ゴルフ場（企画担当）	・引き続き予約が埋まるのが早くなっており、順調である。
○	パチンコ店（経営者）	・同業、他業種を含め、期待を込めたコメントが多々聞こえてきている。
○	その他レジャー施設［総合］（経営企画担当）	・賃上げによる諸費の底上げに期待する（東京都）。
○	その他サービス［福祉輸送］（経営者）	・受注量が増加しており、今までよりも受注残が膨らんできているので、２～３か月掛かる納期を考えると、年度末に向けて販売量も増える（東京都）。
○	その他サービス［保険代理店］（経営者）	・来年は新商品を中心に勧めて行きたい。業界として平成30年１月に大幅な商品改定があり、そこでの増収を期待したい。
○	その他サービス［電力］（経営者）	・12月の首都圏マンション新規発売戸数は、前月比、前年同月比共に増加傾向にあり、消費税再増税前の駆け込み需要を想定したマンション建設が進む可能性がある（東京都）。
○	住宅販売会社（従業員）	・期末に向けて受注数は伸びていく。来場者数から考えても、多少良くなる。
○	その他住宅［住宅資材］（営業）	・今年は大きな動きが少なく、余り仕事量の波もないが、年明けからの検討案件で実需に結び付く情報が出てきているので、期待している（東京都）。
□	商店街（代表者）	・客が買物に対して非常に慎重になっており、お金を余り出したがらない感覚が強くなっているようである。景気の状況からいくと２極化しているわけだが、良いものを買いたい客はほんの一握りで、どちらかというと少しでも安く買いたい客が最近特に増えている。
□	商店街（代表者）	・最近は人出が少ないということに尽きる。理由ははっきり分からないが、天候は良い割に寒いことが原因の１つにある。少し暖かくならないと難しい（東京都）。
□	一般小売店［和菓子］（経営者）	・新しい取引先から１月の注文も好調に入っているので、売上を確保できる。
□	一般小売店［家電］（経理担当）	・景気は良いようだが、一般消費者や商売人は実感がないので、しばらくはこのままではないか。商いは飽きないという昔からの言葉どおり、こつこつ頑張るより仕方ない。
□	一般小売店［家具］（経営者）	・この先の景気は、余り良くはならず、今のままで変わらない（東京都）。
□	一般小売店［印章］（経営者）	・当店は、地域点在型の商店街の路面店に立地しているため、周りのアーケードで結ばれている商店街とは違い、それぞれの店の持ち味が重要視される。印章、軽印刷等は、需要が非常に少なくなっており、非常に厳しい環境下に置かれている。
□	一般小売店［祭用品］（経営者）	・駅周辺から外に向かわせる施設、環境を整備しなければ変わらない。
□	一般小売店［家電］（経営者）	・この先、特に期待できるような政策がほとんどないので、余り変わらない（東京都）。
□	一般小売店［米穀］（経営者）	・12月をピークに、明るい材料が見当たらない（東京都）。
□	一般小売店［傘］（店長）	・大型商業施設に押され、商店街の人通りがまばらで、景気の良い話が聞こえてこない。

	□	一般小売店［文具］（販売企画担当）	・景気は上向きだと思うが、２～３か月後に大きな案件がそこそこあるので、外商はまずまずの状況である。店頭は、企業努力もあり来客数が増加しているが、今後は通販等の巻き返しがあることを考慮すると、悪くはないが、現状と余り変わらない。
	□	一般小売店［茶］（営業担当）	・当社の商品は季節や時期でさほど変わらないので、新茶の時期にどれだけ売れるかを期待するくらいである。何かブームを起こせたらいいと思っている（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	・今後の世界情勢にもよるが、年明けはまず今と大きくは変わらないのではないか（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・消費に対する慎重な姿勢は継続する。
	□	百貨店（広報担当）	・初売り、セールは大きな商機だが、現在好調な商材について、メーカーの総生産数が前年並みのため、引き続き確保できるか読めない部分がある（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・気温の低い日が続き、冬物衣料品やマフラー、ストール、手袋等の防寒雑貨、羽毛布団、保湿化粧品等の動きが良い（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・商品単価は継続して上昇しているが、購買件数や買い回りは伸びておらず、依然として必要最小限の購買にとどまっている（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・宝飾品やラグジュアリーブランドが好調に推移していることで、来客数が減っても客単価が上がり、前年売上をクリアできている状況が続いている。この傾向はしばらく継続すると思われるが、宝飾品やラグジュアリーブランドの免税を除く売上が鈍ってきており、今後の懸念材料となっている（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・現況の好調が続くと予想しているが、右肩上がりではなく、堅調な推移となる（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・地方百貨店の閉店が続いており、県内でも春に２店舗の閉店が決まっている。一方、駅ビルなどの新規出店も計画されており、競合する商品が多く出てくることが予想される。このようなプラスとマイナスの面があるため、大きくは変わらない。また、今年の春闘による賃上げも大きく期待できないことから、良くなるとは予想できない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・年始に向けて、景気が変わる要素が見当たらない。現在は悪くなく、年始についてもある程度の消費意欲が期待できる（東京都）。
	□	百貨店（管理担当）	・有効求人倍率、失業率は改善しているが、消費の現場では景気回復を実感できない。
	□	百貨店（計画管理担当）	・春先にしっかり気温が上がり、季節の移ろいを感じるような気候になれば、百貨店ブランドのアパレルもよく売れる（東京都）。
	□	百貨店（店長）	・株や為替はいいポジションにあるが、肝心の給与等、所得については大きな上昇は期待できないため、売上の大きな伸びは期待できない。
	□	百貨店（副店長）	・ここ数か月の売上状況に鑑みると、各月前年を上回る状況が続いており、景気は上向き傾向にある。しかし、現場での感覚は、先行きの不安定要素などもあり、実感が伴わない状況が続いている。
	□	百貨店（営業企画担当）	・好調さがどこまで持続できるかを判断する決め手に欠くため、慎重な見方をしている（東京都）。
	□	スーパー（販売担当）	・客の様子をみていると、広告初日の目玉商品や、ポイント何倍の日、クーポン何倍の日など、店ごとの特典を使いながらうまく買い回り、常に安い商品を買っている傾向がまだある（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	・１～２月は売上が落ちるが、前年比では伸びていく。
	□	スーパー（経営者）	・世間は多少良くなっているのかもしれないが、当店に関しては、競合がどんどん激しくなっているので、やや悪い状態でずっと変わらない。
	□	スーパー（経営者）	・人件費が上がっている。可処分所得が増えている。
	□	スーパー（店長）	・当店周辺での競合店出店や改装オープン等により、客の奪い合いになっている。来客数をいかに増やしていくかが１つのポイントになるが、現在行なっていることが最大限生かされていないのが現状である。この先もやることは今と同じなので、３か月後も変わらない（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・年末年始を迎え出費が増える時期だが、消費者には相変わらず節約意識が根付いているので、しばらくは同様の状態が続く（東京都）。

□	スーパー（総務担当）	・客の購買力はまだ活発とは言えないが、消費動向がモノからコトに変わっており、客の生活様式に合わせた小売販売店の売り方の変更、新規商品の導入により、売上が上向く可能性は残っている。旧態依然の売上の大きい商品については、購買力、売上の大幅な上昇は見込めないと思われる。
□	スーパー（営業担当）	・社会情勢、天候の安定が、今後の景気の決め手になってくる（東京都）。
□	スーパー（営業担当）	・商品価格が下落傾向にあるため、景気的には今後も変わらない。
□	スーパー（仕入担当）	・年明けは、青果物の収量、相場が安定せず、水産物は漁獲量が安定する見込みがない。食肉の相場も高止まりをしており、消費の冷え込みが懸念される。
□	コンビニ（経営者）	・近隣に大きな工事現場があるが、中に食堂や売店があるため、今とそれほど変わらない。
□	コンビニ（経営者）	・不安材料が多い（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	・年末は残り少なく、正月商戦も望み薄である。暖かくなるまでは、景気回復、客の増加は望めない。
□	コンビニ（経営者）	・今の状況はしばらく変わらない。
□	コンビニ（エリア担当）	・コンビニでの消費を控える傾向が続いているため、客の来店誘引につながる施策を増やし、トレンドを変えようとしているが、大きな改善はいまだみられない（東京都）。
□	コンビニ（商品開発担当）	・今後も来客数が回復する見込みはない（東京都）。
□	衣料品専門店（経営者）	・東京オリンピック景気で建築関係は人手不足のようだが、一部の地域、業種に偏っているように見える。全体に波及するには、まだ時間が掛かるのではないか。
□	衣料品専門店（経営者）	・天候が追い風になり、売上に貢献しているが、メーカーの防寒衣料の在庫に底が見えてきている。在庫があれば売れるのだが、海外商材が多く、追加ができないため、春物衣料にシフトしている。
□	衣料品専門店（店長）	・消費者の可処分所得の伸びが鈍いため、当店が扱っている衣料品消費にはしばらく時間を要する（東京都）。
□	家電量販店（店長）	・景況感が変化するようなヒット商品や話題性のある商品が見当たらない。
□	家電量販店（店員）	・先行きも全体的な景気は変わらない（東京都）。
□	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。12月はボーナスが出たはずなのだが、いつもと変わらない。
□	乗用車販売店（渉外担当）	・前年と比べて販売量は微増だが、来場者がやや少なく、余り変わらない。
□	乗用車販売店（店長）	・以前施行された減税など、目新しいことがないと景気回復にはつながらない。
□	その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・当店は医薬品販売なので、１月は12月に買った商品が残っていたりなどで、販売量が減る。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・防衛費の予算等の拡大が、財政健全化の後退要素となり、いつまた増税されるか、生活不安が先行することに変わりはない（東京都）。
□	その他小売［生鮮魚介卸売］（営業）	・現在の仕入値高騰のままでは好転は期待できない（東京都）。
□	その他小売［ゲーム］（開発戦略担当）	・年明けも大型有力タイトルの発売が続くため、引き続き好調を維持する（東京都）。
□	高級レストラン（副支配人）	・法人関連の予約状況から判断している（東京都）。
□	高級レストラン（仕入担当）	・年始から春先にかけての予約状況を見ても、ほぼ前年と変わらない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・３か月後も今と変わらない。材料価格も高くなっているため、これから景気が良くなるとは思えない。バブルとまでは言わないが、そういう勢いを感じられるような景気を期待している。株価も上がっているが、一般庶民には景気が良いという実感は余りない。
□	一般レストラン（経営者）	・景気は変わらないが、人手不足、仕入原価の高騰等、会社経営としてはどんどん悪くなっており、厳しい状況が続く（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなったら大変なことなので、変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	・新年会の予約も例年どおりで、単価の動きもいつもと同じである。忘年会の状況を見ても、余り景気が良いとは思えない（東京都）。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・北朝鮮の問題もあるが、特に今後景気が良くなるような要因が見当たらない。

□	都市型ホテル（スタッフ）	・予約は正月を中心に好調だが、２～３か月先の動きが鈍い。元々２月は閑散期ではあるが、周辺でのイベントもほとんどなく、動きは見込めない。個人消費は、相変わらず節約志向が続いており、先の景気は変わらない。
□	都市型ホテル（総務担当）	・この先の予約状況を見る限り、楽観視できる状況ではない。人件費等、諸経費の値上がりがみられる。
□	旅行代理店（従業員）	・申込状況が当面今月と変わらないため、先行きの見込みは良くなく、変わらない（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	・ボーナスが上がった分は貯蓄に回っているのではないか（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	・学生の卒業旅行の動きが例年に比べて良い。学生の売手市場で、内定が早かったためだとみている（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	・市場が全体的に冷えている（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	・年度末に向かって、経費削減等の理由により伸長が望めない（東京都）。
□	タクシー運転手	・12月は確かに利用が多いが、他の月は夜の利用が少なく、昼間の利用だけでは売上が上がらない状況が長く続いている。年が明けてもこの状況はまだしばらく続く。
□	タクシー運転手	・報道その他による好景気感を感じたいが、タクシー業界においては、運転手により差はあるが、サラリーマン客の昼間と夜間、特に深夜の利用客が激減している。宴会があっても、昔と違ってタクシーで帰るようなことはなく、電車があるうちに帰る客が大半である（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・先行きが不透明なこともあり、より低価格なものを求める傾向が続いていく。
□	通信会社（営業担当）	・大手携帯会社が通信環境の囲い込みを進めているため、当社の契約件数はしばらく横ばいが続く。
□	通信会社（管理担当）	・新生活の特需をきっかけに、顧客基盤の奪い合いが始まる直前なので、２～３か月先は変わらない。
□	通信会社（局長）	・業界的にはインターネット中心のサービス展開になってきており、インターネット関連の新サービスが出ないと契約数も増えない（東京都）。
□	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）	・物価は微妙に上昇しているが、景気を左右する要素は見込めない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・客の様子をみると、値下げなど何か大きなことがない限り、変動はない（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・販売量は減少傾向で、利益目標を達成するためコスト削減が求められている。取引先では受注減、単価ダウンで薄利な取引となる。お金の循環が改善するとは考えにくい。
□	ゴルフ場（従業員）	・２～３か月では特に変わらない。
□	その他サービス［学習塾］（経営者）	・やや下げ止まった感はあるが、周りの学習塾をみても、人件費ばかりが高騰し、授業料等は変わっていない。体験の日数も増えてきているので、実質的な景気は変わっていない。３か月後も今の状況が続く。
□	その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・前年11月に大型商業施設が閉店し景気が悪くなってから、もうこれ以上悪くならないように思えたが、なぜか悪くなっている。
□	その他サービス［学習塾］（経営者）	・良くなってほしいという期待感は強くあるが、現況から変わる要素がない。
□	設計事務所（経営者）	・現在の政治は何となく平たんに動いている感じがする。そういうなかで、建築の動きがいまだはっきりせず、当社としても客の予定に沿って動いてはいるものの、なかなか決定に至らない。社員を３名増やし、新年に向かって客の対応を考えているが、思ったより動きがない。
□	設計事務所（経営者）	・今は大きな新しい動きがない。
□	設計事務所（経営者）	・新規受注のお陰でしばらくは忙しいと思うが、周囲を見渡すと、特に景気浮揚の実感はないので、仕事があれば良しと考えている。
□	設計事務所（所長）	・現在の状況から判断して、これ以上悪くなるとは考えられないが、良くなる材料も見当たらない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・変わらないと回答してはいるが、将来的に大きく上向くようなことはないのではないか（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・現状から大きく変わることはない。客の動きや仲介業者からの情報でも、特に変わった話はない。適正価格で仕入れられれば、このまま推移していく。
▲	商店街（代表者）	・客の消費マインドは冷え込んでおり、末端の中小零細企業の経営はより厳しくなってきている（東京都）。
▲	一般小売店［文房具］（経営者）	・１～２月は文具の閑散期のため、やや悪くなる（東京都）。

▲	一般小売店［生花］（店員）	・12月はクリスマスやお歳暮、年始で花の需要があり、客もたくさん来るが、１～２月は花が長持ちするし、例年客が少ないので、やや悪くなる（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・婦人服に関してはますますデフレ傾向が続く。来客数減を客単価アップでカバーしたいが、一部の高額品が動くのみで、全体としては厳しい（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・中間層の需要の伸び悩みが懸念される。インバウンド需要、高額品の動きはみられるものの、ボリュームゾーンである中間層の購買が盛り上がりに欠ける。現在の景気が一過性のものに支えられている状況に鑑みると、今後の伸びは期待できず、厳しい状況が続く（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・北朝鮮問題の影響によりやや悪くなる（東京都）。
▲	スーパー（店長）	・今月、多少数字は改善されたが、内訳としては来客数は微増で、客単価アップによる成績となっている。客の動向は、冬至、クリスマス、年末にかけて食生活の多様化がみられる。個々に食べるものが違い、際物商材の販売量は変わらないが、量目としては減少傾向にある。
▲	コンビニ（経営者）	・競合店がますます増えているため、いつまで経営を続けられるか不透明である。
▲	コンビニ（経営者）	・当業界は12月にピークを迎え、１～３月にはその反動が出る。２月は受験シーズン、当店は事業立地のため、３月は職場の異動あるいは退職などがやや関係してくる。人の入れ替わりや、人が増えるか増えないかなど、客の動向に注目している。例年２～３月は徐々に上昇していきながらも、一番底になっている。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニを数店舗運営しているが、全体的にどの店も前年に比べ来客数が伸びていない。毎年のようにコンビニが増え、商圏が狭くなり、売上が伸びなくなってきている。
▲	衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要因は一つもない。
▲	家電量販店（店長）	・新入学、新年度の需要は前年並みとみているが、需要を喚起するような商品の発売がない（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・消費を促進する要素がないため、冷え切った状態がまだしばらく続くのではないか。
▲	その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・春先も、余分な買物はしない傾向は続くのではないか。また、花粉の飛び方が例年よりも少ない予想なので、花粉関連商材が厳しくなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・活き魚の納品業者と話す機会があったが、注文が減るというよりは、店自体がなくなっていくケースが多く、かなり入替えが激しいようである（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・輸出業及び外国に進出している企業は好調のようだが、国内産業の景気は良くない。良くない部分よりも好調な部分だけが強調されているように感じる。また、インターネット通販の急成長により、流通業、個人商店の売上も減少しているが、そこへ働き方改革の影響による可処分所得の減少も加わり、今後は更に悪化する。
▲	その他飲食［居酒屋］（経営者）	・12月は年末景気なので、年明けはどうしても客の動きは鈍くなる（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・オフシーズンとなるが、春節時期の需要が若干見込めるため、やや悪くなる程度と見込んでいる。
▲	旅行代理店（経営者）	・正月の家族旅行は徐々に増えているように感じるが、正月の後は、今のところ予約の客もないので、やや悪くなるのではないか。
▲	旅行代理店（従業員）	・旅行業としては閑散期に入るため、新規開拓や春以降に向けての準備に業務を振り分けることになる。
▲	タクシー運転手	・今は様々な不安が目の前にある。世界からの重圧や国内の治安の問題があり、不安が先に立って、余り思い切ってお金を使えないようである。
▲	タクシー（団体役員）	・12月の状況から、景気の好転は見込めない。
▲	観光名所（職員）	・２～３か月先の２～３月は、年間を通して最も実績が悪い時期であるため、今月よりは悪くなる（東京都）。
▲	パチンコ店（経営者）	・客はやはり新しい、面白い機械を期待して来店することが多い。接客やその他のことでは努力をしているが、面白い新台が入らないと、客足がやや遠のき、先々は若干厳しくなる（東京都）。
▲	競輪場（職員）	・広告の手法をいろいろ検討してきたものの、思った以上の効果が出ていないため、人口減なども含めて、年明けはもう少し厳しくなるとみている。既存客ではなく、新規客の層を作っていかないと成り立たなくなる。

	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅が売れると経済波及効果は非常に大きい。客が長期の住宅ローンを組むことに不安を持っている状況が改善されない限り、本当の景気回復にならない。国にはぜひ住宅対策を考えてほしい。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・大型案件の引き合いが減少しているため、売上、粗利共にボリュームが稼げない。
	▲	その他住宅［住宅管理・リフォーム］（経営者）	・秋以降の動き、年末にほとんど相談がないことを考えると、この仕事は決めるまでに時間が掛かることから、厳しい状況になるのではないか。
	×	一般小売店［食料雑貨］（経営者）	・個人の税金が増え、手取り額が減少している。また、最低賃金の上昇もある。
	×	衣料品専門店（店長）	・単価の低下が続き、明らかにデフレ傾向となっている。実用品の比重が上昇し、ファッション衣料に回すゆとりがないようである。
	×	一般レストラン（経営者）	・12月は年間で最も売上が良いが、２～３か月先の２～３月、特に２月は年間で最も悪い月なので、売上は一番下まで落ちていく。３月は多少人の動きがあるので良くなるが、２月は期待できないため、今月よりは悪くなる。
	×	タクシー運転手	・年末でさえこの状況なので、年が明けると、夜の人の動きがもっとなくなる。残業問題でかなり厳しくなっているので、夜遅くまで仕事をする人が減り、夜に出歩く人がいなくなるので、悪くなる（東京都）。
企業動向関連 (南関東)	◎	その他サービス業［ソフト開発］（従業員）	・人の動きや買物の仕方などを見ていて、活気が出てきていると感じる。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・年度末に向けて、受注量、販売量共に増えていくが、４月以降の動きについての見通しは、まだはっきりしていない。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・インバウンド効果もあり、化粧品容器の販売が好調のようなので、受注増加を期待している。
	○	金属製品製造業（経営者）	・半導体関連部品加工の発注元より、来年もこの忙しさが継続しそうだと聞いている。新年から設備、増員を検討できる雰囲気になりそうである。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・このところずっと良くなかったため、人員を絞り気味にしていた。仕事が増えているので増産したいが、人手が足りない状況が発生している。何人か入れて、来年にかけても、更に何人か入れる予定なので、売上につながってくる。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子から、受注量の増加が更に続きそうである。また、徐々にではあるが、取引先も利益改善に応じてくれるようになってきている。
	○	その他製造業［化粧品］（営業担当）	・景気の回復感が徐々に、現場から聞こえてきている（東京都）。
	○	建設業（経営者）	・東京オリンピックまではこのまま良くなるのではないか。
	○	金融業（統括）	・年度末に向けて、まだ資金ニーズも出るし、設備投資も増えると見込んでいる。
	○	金融業（支店長）	・上場企業の業績は好調で、企業の設備投資意欲が出てくれば、景気は更に良くなる。
	○	金融業（役員）	・米国の法人税減税の影響で、国内においても輸出企業を中心に業績の上振れが見込まれ、株価の更なる上昇が期待できる。また、当地は自動車関連企業が多いため、増産による景気拡大が見込まれる。
	○	税理士	・グローバル化の時代のため、米国、中国、東南アジアの経済の影響も受ける。米国は景気がそこそこ良いが、中国はバブルが弾けるのか分からない。北朝鮮問題もあり、これらが全て影響してくる。国内は政権が安定しているので、やや良い方向に向かっていくのではないか（東京都）。
	○	経営コンサルタント	・中小企業にも仕事が回ってきているが、単価が低いことが問題である。政府が従業員の賃上げを推奨するのは良いが、中小企業への発注価格に対する配慮についても、大きく取り上げてほしい（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・小売業の景気は決して良くなっていない。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・メインの問屋へは注文を受けてから支払をしており、見込みで仕入れることはない。いつもは15万円程度の支払が、今月は16万円ほどで、通常と変わらない。個人の年賀状印刷は以前からなくなっているが、法人の注文が非常に少ないように見受けられる（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・１～２月の海外向けは順調に受注している。国内は、原料の値上げの話はあるが、受注量が増えるという話はない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・12月中旬から年度末までの仕事の話が出ている。新年からは年度末まで忙しくなる予定であるが、受注価格の値上げは余りできず困っている。

	□	電気機械器具製造業（経営者）	・商品の成熟期を迎えたが市場が増えず、新商品の開発をするか、海外のマーケットに進出しないと、国内営業だけでは売上は増加しない（東京都）。
	□	その他製造業［鞄］（経営者）	・得意先の状況も元に戻り、しばらくこのまま続くと予想している。
	□	建設業（経理担当）	・駅前通りはシャッターを下ろしている店が多くなり、活気がない。若者たちは大型ショッピングモールをただ歩いている。近所で物が買えないようでは、身近な景気は良くなりそうにない。
	□	輸送業（総務担当）	・年度末に向けても人件費の上昇や人手不足、燃料費の高騰など、業況改善は見込めない。
	□	通信業（広報担当）	・当面は一進一退の状況が続く（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・小規模な製造業の取引先でも、取扱製品の工夫や海外展開等により、業況が好調な事業者が増えてきている。ただし、一部の経営者からは、原材料価格の上昇や国内大手製造業者の不祥事による影響を懸念する声も聞かれる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・製造業の先行き受注量も減少する見込みである。運送業においては燃料の高騰により利幅が縮小する。サービス業、建設業では人手不足が深刻で、労務費が上がっている状況である。全体的に上昇する要因が見当たらないことから景気は変わらない（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・新築物件が続々と建つが、古い物件は決まらず、空室が増えるばかりである（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・所有ビルがほぼ満室という現況は、当面変わらないとみている。今後２～３か月先も同じような景況感で推移する（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・売上予定では前年比の増減は変わらず、新規売上の予定もない（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・世界情勢などは、数か月前に比べて変動が少なくなってきている。一方で、期末に関しては良い話が余りない（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	・好調は維持されるだろうが、今まで以上に良くなるかどうかは不透明である。寒い冬が予想されるので、家電製品や衣類は好調と思われるが、旅行業などは痛手となるのではないか。
	□	その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	・厳しい単価競争が続いていくと思うので、独自戦略等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［警備］（経営者）	・３月までは今の状態が続く。
	□	その他サービス業［ビルメンテナンス］（経営者）	・新規案件もあるが、人件費の高騰や募集費用の増加もあり、全体的には変わりはない（東京都）。
	□	その他サービス業［ソフト開発］（経営者）	・例年であれば来年度予算が決まるのだが、良い話は余り聞こえてこない（東京都）。
	□	その他サービス業［情報サービス］（従業員）	・年度末が近付き、受注量はこのまま維持できるとみている。
	▲	輸送業（経営者）	・人手不足による経費の増加が常態化するなか、燃料価格の上昇が止まらず、今後も値上がり傾向にあるとの予測があり、１年のなかで売上が落ち込む１～３月の業績の悪化が大変懸念される（東京都）。
	▲	輸送業（総務担当）	・年度末は時間指定が増える見込みなので、求車が困難になりそうである。労働時間の関係で、自社トラックでは対応に苦慮する。時間指定納入を減らしてもらえるように荷主メーカーに交渉をしている。
	▲	経営コンサルタント	・外交関係など不安要素がある。
	▲	その他サービス業［映像制作］（経営者）	・年度末に向かって駆け込み受注の予想もなく、受注量、価格共に上がる見込みは全くない（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年１～３月は景気が悪くなる（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・出版物、音楽関連、映像関連のクライアントの業績が軒並み悪化しており、そのあおりを食っている。
雇用関連 （南関東）	◎	新聞社［求人広告］（担当者）	・今のところまだ予定だが、年明け１月と３月の募集計画で既に予約をもらっているところが30社近くある。食品や工業製品などの製造業、製薬会社の営業の募集など、大体出そろっている。金額的にも、予定どおり全部入れば、例年の２倍ほどになる。
	◎	民間職業紹介機関（経営者）	・1980年代後半のバブル期に似ている。実用価値をはるかに超える価格への支出に、鈍感になっているようである。求人年俸提示にもバブル感がにじんでいる（東京都）。

	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・雇用が増えれば景気もやや良くなっていくのではないか（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・人手不足は当分続きそうなので、求人は今後も増加していく。
	○	職業安定所（職員）	・北朝鮮等、世界情勢にもよるが、現状では依然として求人数は緩やかに増加しているので、景気はやや良くなるのではないか。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・2019年採用までは、企業の求人意欲は高めで推移する（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・複数の中小企業の経営者が、暮れになっても将来良くなることは余り期待できないと話している。大企業は良いかもしれないが、中小企業はそれほど良くないようである（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業が人材確保に苦戦する状況は今後も継続する。
	□	人材派遣会社（社員）	・効果的な施策が見当たらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材紹介の依頼が増えてきても、マッチする人材の不足は更に加速すると思われるため、業績は伸び悩む（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多いが、人材が足りていない。時給を上げなければ応募はないが、企業からは同じ料金しか請求できない。採用数は増えているものの、利益を削っているため、全体的な収益は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新規取引先が積極的に派遣社員を活用しているということではなく、既存取引先の派遣社員後任案件や、退職補充等での活用が多いため、当地域の全体的な派遣就業数が増加しているとは思えない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・求職者数はここ数か月横ばいである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・少なくとも今後１年間はエンジニア不足の状態のまま変わらない見通しである（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・良い方向に向いていると思うが、緩やかすぎて変化を感じ取れない。
	□	職業安定所（職員）	・企業の求人意欲は旺盛で、今後も新規求人数は横ばいで推移するとみている（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・当面２～３か月では、良くも悪くも大きく変化する要因が見当たらないため、変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ポジションによっては、企業が希望する質の人材を探すのは、相変わらず難しいことが多い。少子高齢化がますます進むなかでは、国際化も含め、大きな課題である（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新卒、中途採用共に人材ニーズは強く、この状況が数か月で変わる兆しは見えない（東京都）。
	□	学校［大学］（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
	▲	－	－
	×	－	－