

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	観光名所（職員）	・今月は降雪の影響で大幅減収となっている。今後、これ以上の減収はないと思うので良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕 （経営者担当）	・ここ何年もの間、製品の値上がりがあったにもかかわらず、エアコン、冷蔵庫等の卸値が高くなってきており、販売価格も高水準で推移している。
		一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・時期的に3、4月は文房具類は良く、これ以上落ちるとい うことはないため良くなっていく。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・消費税増税までの残り1か月で少しは消費が進むことを期 待している。また、暖かくなり行事が増えることで需要が多 くなる。
		百貨店（店長）	・消費税増税で落ち込むとは思いますが、給与アップが消費を押し 上げる可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・現在の景気は消費税増税前で若干伸びており、この先も駆け 込み需要でさらに伸びて景気が良くなるのではないかと思 う。
		コンビニ（経営者）	・今月は天候が悪かったが、気温も徐々に上昇してきて、春 から夏に向けては良くなる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要があると言われていたが実際 はそうではなく、3月に期待した分、4月以降は心配であ る。
		乗用車販売店（経営 者）	・消費税増税前の駆け込み受注が増えてるので期待が持て る。メーカーの生産台数が追いつかないために新車の登録が 間に合わない恐れがあるが、3月まではかなりの販売台数が 期待できる。
		その他小売〔雑貨卸〕 （経営者）	・政府の打ち出す経済政策が的確と思われる、景況感はやや良 くなっている。
		一般レストラン（経営 者）	・2月は年間で一番売上の低い月である。特に今月は降雪の 影響で大分売上が減少したので、2～3か月先は今年よりか なり良くなるのではないかと期待している。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・レストランは4月の消費税増税がどれだけ影響するのか全 く不透明である。入学や進学、新社会人等の記念日での家族 客利用はそれほど大きく減少することはないと考えてい る。少人数の歓迎会はこれから予約が入る時期を迎える。企 業主催の宴会は特に大きく変化することはないが、個人の会 費で開催する歓送迎会、同窓会等は単価の安い居酒屋や競合 店舗に流れそうな感じがする。単価を落として対抗処置を取 らざるを得ないので、件数は落ちなくても内容は厳しいもの になる。宿泊は周辺のイベントに左右されるが、イベントに 来るファンの個人消費は大きく落ち込むことはないと考えて いる。
		旅行代理店（従業員）	・今月の販売量は非常に伸びが悪かったので、これ以上悪く ならないということと、前年比では100%を少し切るぐらい で推移しているためやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後の4～5月は今のところ特に4月が厳しい。 5月は幾分問い合わせが増えつつあるので、今月と来月が底 だと思っているので、それに比べればやや良くなる。
		タクシー運転手	・悪くなるという人はほとんどおらず、やや良くなるという 客が多い。
		通信会社（経営者）	・賃上げがかなり行き渡って良くなる。
		通信会社（経営者）	・既存客において高額サービスへの移行数が増加してきてい る。この傾向はしばらく続く。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控え、駆け込み需要が期待できる。
		通信会社（局長）	・映画やレジャーにお金を使う人が明らかに増えた。近距離 の旅行などする人が周りに多くおり、数か月前と明らかに違 う。
		ゴルフ場（支配人）	・3月以降の予約状況は例年以上で順調に推移している。
ゴルフ場（支配人）	・希望的観測も含め、春闘の賃上げ状況や非正規雇用の待 遇改善が顕著になってくれば、全体に明るさも戻り、良くな る。		
設計事務所（経営者）	・客側に新しいプロジェクトの計画が複数上がって来ている ことに関連して、当社に関連の相談が来ている。		
住宅販売会社（経営 者）	・消費税率引き上げ後は数か月消費が落ち込む。その後、大 企業は景気回復するものの、中小企業はなかなか回復できな い。個人消費にも少し不安があるが、希望的観測でやや良 くなる。		
住宅販売会社（従業 員）	・消費税増税でいったん客足が止まるかもしれないが、大き く影響するとは考えていない。緩やかに良くなっていくと思 う。建築の繁忙はまだ続く。		

変わらない

商店街（代表者）	・国内での生産が低迷している石油精製、石油化学関係が周辺に多いためである。
商店街（代表者）	・天候が崩れて東京でも動きが悪く、自動車が止まってしまうということがあった。とにかく何とかしなければならない時に東京が動かないというのは問題である。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費者は商店街等の路面店より大型ショッピングセンター等に買物へ行ってしまう。大型スーパー、大型店舗で購買することが定着してしまうのではないかと懸念している。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・明るさがまだあまりみえてこないことと、客の購買意欲が弱いような気がする。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人レベルでは景気回復傾向が少しずつ感じられるが、企業はお茶などの経費削減がいまだに多く、本当の景気回復はまだのように感じる。
百貨店（営業担当）	・2回の大雪の影響で婦人、紳士衣料の動きが鈍かったが、消費税増税による前倒し需要で美術、宝飾、時計等の高額品の動きが良い。景気より天気と増税前の需要効果による影響が大きい。
百貨店（営業担当）	・消費税増税後は落ち込むのは必至であり、婦人服に関してはかなり厳しい状況である。不要不急な商品の購買は難しい。
百貨店（販売促進担当）	・3月は、消費税増税直前ということで高額品、買い置きが可能な食料品や化粧品の駆け込み需要で一時的に景気は上向くが、4月以降の反動が読み切れない状況である。4、5月の落ち込みは厳しいことが予想される。
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税後の影響が出るため、しばらくは厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・4月以降は少し悪くなるという感じがする。ただし、2月から消費税を含めた本体価格表示にしたので値ごろ感が出ているため、降雪の影響もあるが売上が良い。ただし、2、3月が良くて、4月から買い控えになり変わらない。
スーパー（総務担当）	・3月は間違いなく消費税増税前の駆け込み需要、買いだめ需要で売上が上がると思うが、その後4、5月は落ち込む。ただし、ファッション性の高いものや生鮮食品等についての買いだめはないので、最寄品を中心とした物の買いだめである。スーパーで販売しているような商品に対する実質的な消費は、3～5月はほぼ前年並みで、これまで同様に厳しい状況が続くとみている。
スーパー（仕入担当）	・4月の消費税増税後1～2か月は一気に消費が冷え込み、消費者は1回の買物額を税込額で増税前の金額と合わせるような意識が働き、実質の売上は減ってしまう。
コンビニ（経営者）	・3か月先のことは分からない。消費税増税でどうなるか全く予想がつかない。
コンビニ（経営者）	・消費税が8%になった時の動きが気になる。3月は引き続き良い動きが期待できる。
衣料品専門店（経営者）	・ニュースではアベノミクスで非常に良くなっている話を聞くが、経済効果はどこに出ているのだろうか。年金世代は収入が減っているため買物を大変控えている。また、4月からの消費税増税によって更に消費を抑える傾向にある。
住関連専門店（統括）	・現時点では景気が上向く要素がなく、悪い状態のまま現状維持で進むのではないかと。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・個々の商品については円安を理由に値上げが続いており、利益に結び付かない状況である。
高級レストラン（支配人）	・消費税増税は小額の外出、会合に関してはあまり影響がないのではないかと。したがってこの先あまり変わらない。
一般レストラン（経営者）	・消費税が4月に上がるので一時消費が落ち込み、客も減ってくるような気がするが、営業努力でなんとかしたい。
旅行代理店（経営者）	・消費税増税で今のところ見通しがあまり立っていない。
旅行代理店（経営者）	・消費税増税や建設業、運輸業の繁忙が気になる。
旅行代理店（従業員）	・前年同期比で4～5月の予約は悪くなっているが、直近の団体旅行の申込はまだ入ってきている。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税後も景況感に変化はない。
タクシー運転手	・3月は年度末と消費税増税前ということで若干駆け込み需要があると思う。多少は良くなる要素もあるが、全体的には変わらない。
タクシー運転手	・街に活気を感じない。
タクシー（団体役員）	・景気は上向いていると思うが、3か月先は消費税増税の1か月後なので少し厳しい。
通信会社（経営者）	・消費税増税と経営統合に伴い、4月以降は顧客獲得の下押しが予想される。
通信会社（経営者）	・中国を中心に新興国の先行き景気に不安がある。
通信会社（営業担当）	・消費税が増税されるため消費は落ち込むと思われるが、新サービスを開始するため客の申込は維持される。

	通信会社（営業担当）	・消費税増税を控えてはいるが、大きな金額ではないのでそれほど影響はない。
	通信会社（局長）	・繁忙期なりの伸びはあると想定できるが、景気回復による著しい伸びは期待できない。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税を現実のものとして実感した時に、消費が向上するとは想像できない。現在と変わらないという希望的観測である。
	通信会社（経営企画担当）	・今後の受注予定がまだ変わらない傾向にある。
	ゴルフ場（従業員）	・公共工事が多く行われるようになる半面、国の赤字は膨らむ一方である。長い年月景気が低迷しており、毎回同じ回答だが、簡単に景気回復には至らない。人口に占める高齢者の割合が高くなればなるほど難しくなる。
	パチンコ店（経営者）	・この先、消費税増税があるので、やや悪くなるのではないかとこの先、予感もあるが、客が遊びやすい低玉貸しのコーナーを増やすなど営業努力を行っているので、期待を込めて今と変わらない。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数は今のところ変わらない。3月は一番生徒数が減る時期だが、問い合わせも少なく、また、4月から消費税が上がるため差額の3%を転嫁したが、今のところ辞める生徒はいない。引き続き同じような状態で変わらない。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税で悪くなる。
	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・顧客は消費税増税を覚悟して受け入れると思う。よって4月以降の消費動向は今と変わらず、大きく景気が上昇することも考えられない。
	設計事務所（所長）	・4月からの消費税増税で何か変化があると思うが、良くなる要素は見当たらない。
	設計事務所（職員）	・消費税増税の影響がどのように建築業界に及ぶのか不明である。
	住宅販売会社（従業員）	・建売やリフォームなどの駆け込み受注が3月末で終わるが、注文住宅などの請負部門の販売量は変わらない。木材利用ポイント、現金給付などの後押しもあり、建替え層が底堅く動いている。
	住宅販売会社（従業員）	・契約の先行指標である来場者数が回復していない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・高齢化が進んで若い人が商店街にあまり来ないので、衣料品も先行きが思いやられる。春物の仕入を極端に抑えていかなければならないという話も聞いている。
	商店街（代表者）	・寒い冬、大雪による自然災害的要素と、消費税増税の影響は間違いなく避けられない。
	商店街（代表者）	・4月の消費税増税以降の景気後退が心配される。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税による値上がり等で家計が厳しくなるのではないかとこの先、予感もあるが、客が遊びやすい低玉貸しのコーナーを増やすなど営業努力を行っているので、期待を込めて今と変わらない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・3か月先は消費税が増税されているので景気が悪くなる。ただし、高額品は消費税増税前に買っているの、その後の来客の反応をみたいと思っている。
	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・消費税増税前の特需は間違いなくきていると踏んでおり、その後の4、5月あたりにそのしわ寄せが来るのは間違いない。ただし、客が必要な物、欲しい物は多分にあるので、そういったものへの特化や販売をいかにうまくやっていくかという努力を社内でも行っているの、それほど深刻な影響は受けないのではないかとこの先、予感もあるが、客が遊びやすい低玉貸しのコーナーを増やすなど営業努力を行っているの、その後の来客の反応をみたいと思っている。
	百貨店（売場主任）	・現在、駆け込み需要で動いているので、4、5月は苦戦が予想される。
	百貨店（広報担当）	・4月から実施される消費税増税に対し小売各社がまとめ買い等のセールを打ち、消費者もそれに呼応することが想定される。その結果、3月に一気に駆け込み需要があり、4月からはその反動で売上減が見込まれる。ただし、いまだにアベノミクス効果が継続して所得増も見込まれるので、以前の消費税増税時ほどの落ち込みはないのではないか。
	百貨店（広報担当）	・4月の消費税増税以降、半年ぐらいたと思うが一定の期間、反動減があると想定している。
	百貨店（営業担当）	・食料品が堅調に伸びていることと、社会全体でも賃上げの方向に向かっているの、長期スパンで見れば消費全体は大きく落ち込むことはない。一方で、2、3か月先ということであれば、消費税増税の影響が全くないとは考えにくく、一時的な落ち込みがある。ただし、食料品のシェアが大きい当社においては、その影響は比較的限定的である。

百貨店（営業担当）	・ 4月以降しばらく購買行動を控える客が増えそうである。そのため毎日買わなければならない食料品しか動かない状況が続く。
百貨店（販売管理担当）	・ 消費税率引き上げによる消費意欲の減退が如実にあらわれると考えられる。
百貨店（管理担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動により景気がやや悪くなる。
百貨店（営業企画担当）	・ 4月からの消費税増税の影響や期間は、前回よりも軽微なものと想定されるが、当然マイナス影響が想定される。
スーパー（店長）	・ 消費税増税があり、当然、中だるみがあるので今よりは若干悪くなる。その中で5月に集客に向けた様々なイベントを企画して売上増加を目指していこうと考えている。
スーパー（店長）	・ 生鮮食料品等の日々の食材は変わることはないと思うが、日用雑貨や一部の一般食品等は消費税増税前の特需が見込まれるので、特需後の反動がそれ以上に長引けば厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・ 2、3か月後は消費税増税の反動で大物商品を中心に厳しくなる。また、過去の例でいくと食料品も2、3か月は落ち込むので、今回も厳しくなってくる。
スーパー（店員）	・ 4月1日からの消費税増税で消費は低迷する。逆に2、3月においては駆け込み需要が見込まれるが、4月以降の売上増、利益増は不透明である。また、今月は2週にわたり降雪があったので特需ではないが多少のまとめ買い、ストック買いの結果、前年、前月より売上は増加している。
スーパー（営業担当）	・ 4月からの消費税増税によって一時的ではあるが消費は冷え込む。
スーパー（仕入担当）	・ 4月の消費税増税を控え、調味料や酒、飲料類の売上が伸びることが予測されるが、4月以降の反動も同じように大きく影響する可能性がある。
コンビニ（経営者）	・ 4月からの消費税増税で、来客数、客単価共に下がる。
コンビニ（経営者）	・ 4月の消費税増税が影響して景況感はやや悪くなる。
コンビニ（経営者）	・ 高付加価値商品の売上も消費税増税とともに安価な商品へと取って代わり、全体的に売上が低迷する。
コンビニ（経営者）	・ 消費税増税前に何かしようという人達がお金を使った場合、8%になった時には買い控えが起こる。
コンビニ（エリア担当）	・ 消費税増税に伴う一時的な需要縮小のためやや悪くなる。
コンビニ（商品開発担当）	・ 消費税増税により、日々消費するものについては駆け込み需要は期待できない上に節約志向が高まるため、来客数の減少が予想される。
衣料品専門店（経営者）	・ 4月から消費税が上がるというマイナス点のみで、建築や高級品の一部では前倒しで売れているところもあるようだが、一般的な衣料品ではそのようなことがないので、しばらくは低迷が続く。秋口までに景気が回復すればと願っている。
衣料品専門店（店長）	・ 消費税増税前の客の来店、買物が来月に集中するため、4、5月については来客数の減少が予想され、売上減も考えられる。
衣料品専門店（店長）	・ 手取り収入が改善しない中での4月の消費税増税で、半年～1年は前年を下回ると想定される。
家電量販店（営業統括）	・ 4月の増税以降は間違いなく消費意欲が減退し、駆け込み需要の反動もあって、マイナスになるになる。どのくらいの期間で回復できるかが重要なテーマであり、各企業の工夫しどころだと思っている。
乗用車販売店（経営者）	・ 自動車の整備は順調に入っており、販売は1月から順調にきている。しかしながら来月から消費税増税前の駆け込み需要がなくなるので、減少するのではないかと心配している。
乗用車販売店（経営者）	・ 消費税増税の影響で景気はやや悪くなる。
乗用車販売店（営業担当）	・ 消費税増税に伴い反動減があるので販売に影響がある。
乗用車販売店（販売担当）	・ 前年同月比で1、2月の販売量は160%ぐらいだが、3月は200%近くまで伸びるのではないかと。前倒しで受注、登録をして販売しているので、4月以降については相当落ち込む。ただし、年の後半の9月以降についてはまた持ち直していくと判断して取り組んでいる。
乗用車販売店（販売担当）	・ 客の動向を考えると良くなるとは思えない。
住関連専門店（店長）	・ 4月以降の消費税増税のタイミングで少しずつ景気は下降気味になる。

その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・消費税増税前の特需の反動が気になる。	
その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	・トレンドを好転させる材料がない。	
一般レストラン (経営者)	・消費税率3%、5%時の経験上、8%の影響は否めない。メニューの書き換え1つを取っても、手間や費用がかさむ。	
一般レストラン (スタッフ)	・当店は3店舗あり、場所によって違いはあるが古くから営業しており、良い物を提供している店のためまだ良いが、周辺では廃業する店が多い。テナントや歴史のあまりない新店舗は若い客が多く、あまりお金が使えないためどんどんつぶれている。衣料品店やスーパーなどをみても買物が少なく、これで消費税を増税したら大変である。	
都市型ホテル (スタッフ)	・消費税増税で一時的に景気が冷え込む。	
都市型ホテル (スタッフ)	・消費税増税によりやや悪くなる。	
都市型ホテル (スタッフ)	・消費税増税を控えた駆け込み需要も期待したほどは伸びず、逆に増税後の落ち込みが懸念される。先々の予約も少なく、直近での問い合わせでどれだけ取込めるかが課題である。若干ではあるが増税に伴う値上げを行うため、更に落ち込む可能性が高く、先が見えない状況が続く。景気が回復している実感はない。	
タクシー運転手	・4月からの消費税増税で、買物や外出する機会が少なくなる。	
タクシー運転手	・このところ不安定な天気が続いているので、それなりに売上も維持できている。しかし、消費税増税があるために確実に利用は減る。	
通信会社 (社員)	・3月は引越しなどによる解約が増えるが、その分加入契約も増加する傾向にある。ただし、今年は消費税増税の影響で悪くなる。	
通信会社 (総務担当)	・異常気象による損害が影響し、少し景気が冷え込むのではないかと考える。	
その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・消費税増税を控え、大きな買物は特需があるのかもしれないが、レジャーには回ってこない。増税後は全体の消費が控えられるため、ますます良くない。	
その他レジャー施設 (経営企画担当)	・消費税増税の影響がピークになり、消費が減少している時期のためやや悪くなる。	
美容室 (経営者)	・消費税増税も含めて今から皆が買い控えを始めているような気がする。	
設計事務所 (経営者)	・2月は新しい仕事が少し途絶えている。来客数や指名数が過去に比べて大変押しているように思える。新しい営業展開としてホームページでのPRや人的な営業作戦を取ろうと考えている。	
設計事務所 (所長)	・当事務所のような弱小企業では、昨年の秋から民間の動きが止まったままであるが、公共業務を行っている関係で、なんとか仕事をしている。年間収入は1月の時点で、計画の2割近く減少になっている。	
設計事務所 (所長)	・4月からの消費税増税で大幅に購買意欲がなくなる。増税前の駆け込み需要で景気が良いように思われるが、この景気が長続きするとは思えない。	
住宅販売会社 (従業員)	・消費税増税による買い控えが更に出るよう感じられる。	
住宅販売会社 (従業員)	・雪害により取引先からの資材納入に遅れが生じており、客との約束期限に間に合わないことが危惧される。	
悪くなる	商店街 (代表者)	・今年に入って来客数、買上額等が若干マイナスに動いており、4月から消費税が3%上がるとますますその影響が大きくなるので本当に心配している。
	一般小売店 [茶] (経営者)	・2月は関東地方の大雪で来客数、販売量共に前年同月を下回っており、一層厳しい状況となっている。
	一般小売店 [家電] (経営者)	・先月もそうだが、駆け込み需要等もないし、客の動きが本当に鈍い。電化製品を買うとかいう以前の問題である。地域性もあるのかもしれないが全体的に難しいような気がする。
	一般小売店 [家電] (経理担当)	・消費税が上がるとしばらくは停滞する。
	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	・オーバーストアのため、原材料価格高騰で粗利が下がる。消費税が上がっても10円単位で上げられない駐車料金等の業種もあり、便乗値上げとみられないようにすると結局は粗利が下がる。人件費の高騰、社会保険料等の値上げで売上が伸びずずに経費は上昇する。
	一般小売店 [家電] (経営者)	・4月から消費税が上がるので、その影響で大幅に景気が悪くなる。

	一般小売店〔靴・履物〕(店長)	・大企業や公務員以外は給料は上がらず、むしろ減っているところもあるなかで、消費税が上がれば当然消費は悪化する。特に、年金受給者はその分生活が圧迫されるため、非常に景気が悪くなるのではないかと心配している。	
	百貨店(総務担当)	・消費税増税後の買い控えの影響で悪くなる。	
	百貨店(営業担当)	・現在の好調をけん引している高額品の落ち込みは避けられない。マイナス分を施策でどれだけ埋められるかがポイントとなる。	
	百貨店(副店長)	・消費税増税の影響は確実に出ると思うが、その規模は判断できない。5%以上のマイナスは想定できる。	
	百貨店(計画管理担当)	・消費税増税後の売上の落ち込みは予測がつかない。	
	コンビニ(経営者)	・たばこの駆け込み需要が終わり、その影響が出て1日当たりの来客数と売上、客単価が1~2割落ちていくのではないかと考えている。それに代わる何か新しいものが開発される、あるいは客が欲しいものを上手に仕入れられれば良いが、当店はたばこの構成比が全体の30%近くと大変大きいので、ばん回が難しい。	
	衣料品専門店(経営者)	・当店も客の消費税増税への反応が不安要素である。駆け込み需要のある商材でもなく流れに任せている状態である。4月以降良くなる要素はない。	
	衣料品専門店(経営者)	・3月は駆け込み需要で期待できるが、4、5月は消費税増税があり、しっかり頑張るが大変厳しくなる。	
	衣料品専門店(経営者)	・春物衣料の最盛期に入るが、消費税増税直後ではしばらくは厳しい状態が続く。	
	衣料品専門店(営業担当)	・4月から消費税増税で買い控えが起り、衣料品は慌てて買うということはないので、2~3か月先も悪く、低迷した数字が続く。	
	家電量販店(統括)	・1997年の消費税増税時と同水準の反動が必ず現れる。様々な見方があるが、家電においては需要の先取りをしているだけでパイが増えているとは思えない。	
	家電量販店(経営企画担当)	・消費税増税後の反動減が発生する。ただし、落ち込みを最小限にできるように海外からの旅行者対応、新サービス等でカバーしていく。	
	乗用車販売店(店長)	・今月受注の3分の2以上は4月生産予定の車となり、駆け込み需要に拍車はかからない。一気に冷えてくる。	
	乗用車販売店(渉外担当)	・ハイブリッド車を中心に受注が順調に続いているが、2週連続の悪天候もあり、総数では前年より10%強減少している。登録は前年並で推移しているが、2か月後には消費税増税がスタートし、かなり落ち込むとみている。	
	その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・競合店の出店により来客数が減る見込みである。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・消費税増税で一旦悪くなる。その幅をどのくらいで抑えられるかが課題だと考えている。	
	一般レストラン(経営者)	・今月は大雪の影響を受け、今後は消費税増税の影響が出てくる。景気対策はどうなっているのか。	
	一般レストラン(経営者)	・すでに4月以降の消費税について客からの問い合わせもあり、3月31日までの年度内に買換えの消費など前倒しでお金を使ってしまっているので、増税後はしばらく良くない。	
	都市型ホテル(経営者)	・3月は駆け込み需要が若干みられると思うが、4月以降は消費税増税によってかなり落ち込むのではないかとみている。原材料の高騰等で利幅が大変少なくなっており、先行き真っ暗である。	
	タクシー運転手	・消費税増税に伴ってタクシー運賃も上がりそうなので利用客が減る可能性が大きい。一般企業の春闘で給与賃金が大幅に上がりそうなニュースも伝わってこないし、先行き不安なのでしばらくは景気は悪くなる。	
	その他サービス〔福祉輸送〕(経営者)	・自動車、特に乗用車の総需要は限られている。2、3月に消費税増税前の駆け込み需要で受注量が膨らむということは以前の増税時も経験している。4月以降は反動で相当の受注量が落ちるのではないかと危惧している。	
	その他住宅〔住宅資材〕(営業)	・消費税増税後、反動減で需要が落ち込む。	
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(営業統括)	・少なくとも3月限定で上向きになる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・アベノミクスの効果が出ると思う。消費税増税前の駆け込み需要もありそうである。
		建設業(営業担当)	・昨今顧客からの要望で、アベノミクスによる女性雇用対策から子どもを預けられる保育園事業が増えてきており、今後も増えていくと見込んでいる。

	金融業（従業員）	・景気回復は、まだ中小企業全体には広がっていない。今後は消費税率引き上げによる影響が注目される。	
	金融業（支店長）	・日銀の金融緩和継続の発表もあり、当面の低金利状況は変わらない。消費税増税があるものの、当面の景気回復期待は強い。	
	税理士	・アメリカでは景気が少し戻ってきていることもあり、日本車の売行きが伸びているが、新興国では少し落ちたり不安な面がある。日本国内ではアベノミクスによる円安で企業の業績が良くなってきており、大企業は今後伸びていく。それが中小企業に徐々に回って良くなっていくという希望を持っている。	
	経営コンサルタント	・3月決算の会社では、新年度の経営計画を策定中である。内容を見ると、人件費の賃上げを計画に織り込んだ計画が、前年度より多くなっている。コストベースを押し上げる賃上げは、売上増の見込みが立たないと容易には決断できない。売上増を見込んだ企業が増えてきているということである。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・小さい案件と4月から中規模の新規物件を久しぶりに受注している。	
変わらない	繊維工業（従業員）	・消費税増税に伴う駆け込み受注が起こった場合、中小企業経営者のほとんどが大幅な受注増には対応できないと話している。また、その後の取引中止等が起こることを懸念する発言も聞かれる。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・2月の法人関係は会社の新規設立の印鑑が8本出て、いつもと同じぐらいではあるが、その他の名刺やゴム印は伸びていない。対個人は少しは上がっているかといったところなので、どちらとも言えない。	
	化学工業（従業員）	・4月の消費税増税によって少しは出荷量が増加しそうだが、4月以降はその分落ち込み、トータルではあまり良くなさそうである。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・受注に関してはある程度見通しはついてはいるが、仕入価格の高騰と駆け込み需要の影響がどうなるかで変わってくる。	
	金属製品製造業（経営者）	・新規の引き合いが多くなってきているが、単価が厳しく人件費を含めた経費の増加により利益につながらない。	
	金属製品製造業（経営者）	・新年度に向けての見積件数が多くなっているのが期待したが、価格が厳しいのが現状である。これからは研究開発関係に力を入れて営業活動し、競争相手の少ない仕事にまい進していきたい。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税があるが駆け込みの受注もほとんどなく、このまま推移していくと思うので、景気が良くなるとは見込めない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・価格は依然下降気味である。アベノミクスはどこへ行ってしまったのだろうか。	
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税によって、少なくとも一時的には客足が遠のく。	
	建設業（経営者）	・政策が十分に実行されていない。	
	輸送業（経営者）	・消費税増税後の見通しが不明である。	
	不動産業（経営者）	・厳しい状況がまだ続く。	
	不動産業（総務担当）	・マンションの完成在庫がはける見通しがつきにくい状態が続いている。思い切った値引きしか策はないとも考え始めている。	
	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	・消費税増税後の影響が懸念される。	
	経営コンサルタント	・アベノミクスに期待したいが、現状は変わらない。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・市況は良くなりつつある傾向が見えてきているようだが、消費税増税の影響が見え隠れし、不安である。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今年に入ってからマンションのインターネット環境整備の受注件数が若干伸びてきており、先月同様、当面の間、この傾向が継続する。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響で数字が下がるという予想が多い。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が出てくる。
出版・印刷・同関連産業（経営者）		・消費税8%への増税は確実に影響がある。	
出版・印刷・同関連産業（総務担当）		・年度末需要の終わりと、消費税増税の影響で売上は落ち込む。	
一般機械器具製造業（経営者）		・2か月先の生産見通しまで出ているが良くない。通常3月はまだ忙しいはずだが、悪い状態である。	
電気機械器具製造業（経営者）		・消費税増税の影響なのか、4月以降の受注残の伸びに勢いがいない。	

		その他製造業〔靴〕 (経営者)	・まず出てくる言葉は消費税増税であり、需要が減るのではないかということでもかなり警戒している雰囲気があるので、期待できない。
		建設業(経営者)	・消費税増税後でどれだけ停滞するか様子見の状況である。
		建設業(経理担当)	・消費税増税を踏まえて事業を計画していたところは発注をかけてしまっているため、これから新たな案件は非常に少なくなる。
		輸送業(経営者)	・消費税増税を控えているので、その影響が非常に大きく出るのではないかという観点から、若干、あるいはもっと悪くなるような傾向にある。
		輸送業(経営者)	・消費税が上がるということで我々の商売でも消費税分を値引きしろとの話が出てくるので、大変厳しい状態になる。どうしたらいいのか悩んでいるところである。
		輸送業(経営者)	・4月からの消費税増税で買い控えが強まり、その影響で取扱量の減少が大変懸念される。
		輸送業(総務担当)	・年度末にかけて生産量が少なくなり、出荷量も減少してきている。新年度は消費税増税の影響もあり、出荷量は激減する見込みである。
		輸送業(総務担当)	・消費税増税後のコスト削減を図る動きが取引先にみられ、2～3か月先には取引量が減少する可能性が大きい。
		通信業(広報担当)	・4月以降は消費税増税前の駆け込み需要の反動が若干出る。
		金融業(統括)	・消費税増税前の駆け込み消費の反動もあり、多少落ち込む。
		金融業(支店長)	・4月の消費税増税で、各取引先は受注の減少や不安材料が多いこともあり、そんなに景気が良くなるとは思えないので、変わらない。
		金融業(役員)	・消費税増税の影響により景気は悪くなる。賃上げの動向次第で景気回復のペースは変わるのではないかと思う。
		広告代理店(経営者)	・現時点では運よくほぼ前年同様の発注額をクライアントが予算化しているが、消費税増税は間違いなくダメージになり、売上が良くなるとは到底思えない。
		広告代理店(従業員)	・受注予想は前年比で減少している。
		広告代理店(営業担当)	・消費税増税後の状況が読めない。
		税理士	・消費税増税後は消費が落ち込むのは必至である。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・4月に入ると公共工事が減る。
		その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	・消費税増税後は新規受注がますます減る。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・消費税増税後の反動が怖い。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業(所長)	・3月中旬で一度落ち着く状況が予想される。4月以降は白紙状態で世間の動向を見ながらになるが、当面は悪い状態を打破できない。
		建設業(経営者)	・消費税増税で消費者マインドが下がりそうである。
雇用 関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・年度替わりに向かって来月は少し厳しそうだが、4、5月は相当の増大があるという予定が入ってきているので、かなり期待している。
(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・おう盛な求人ニーズは今後も継続すると見込まれる。
		人材派遣会社(営業担当)	・新聞等でも景気回復感が出てきており、各企業の業績好調に伴い、求人数も増加する。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・決算を終えて追加募集があるのではないかと予想される。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・採用が各社活発のため、やや良くなる。
		職業安定所(職員)	・求人数の増加とともに相変わらず新規求職者数も減少しており、特に事業主都合による離職者数の減少が目立っている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・給与面の条件に目をつぶれば、中高年の求人が多くなってきている。
		民間職業紹介機関(経営者)	・消費税増税で一時的な影響はあるものの、国内での中高年齢者の消費動向が上昇しているように感じられる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・経営者と話をしたが、現在、製造業、小売業共に駆け込み需要で住宅機器、家電等は非常に売上が伸びているが、需要が前倒しになっているだけなので、消費税増税後はその分落ちる。トータルすれば変わらないが、消費税が上がった分、年度当初はきついのではないかという人が多かった。
		人材派遣会社(社員)	・派遣社員の採用が厳しい状況は継続する。
		人材派遣会社(社員)	・景気の変化は年単位でみないと変わらない。
		人材派遣会社(支店長)	・景況感が先々継続するかはみえない。

	人材派遣会社（営業担当）	・ 求人は引き続き増加傾向にあるが、競合があるため採用数と終了数が同程度で推移している。今後、消費税増税による懸念はあるが、すぐに影響は出ない。
	人材派遣会社（支店長）	・ 景気の良い企業、業態とそうではないところがあり、全体的な求人数は当面変わらない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 相変わらず有資格者の求人は堅調である。以前は流通関連や飲食サービスなどの件数が多かったが、このところ動きがない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・ ここ3、4か月の求人数の動きがあまり変わっていない。
	職業安定所（職員）	・ 消費税増税がどう影響するかみえない。
	職業安定所（職員）	・ 4月からの消費税増税の影響が不明で、また、中小企業の賃上げの動きもほとんどみられない状況の中で、前向きな転職への動きが持続するか不明である。
	職業安定所（職員）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動から企業の業績も一時的に停滞し、採用活動も慎重になる。
	職業安定所（職員）	・ 消費税率の引き上げ等の不安材料はあるものの、影響が出てくるのはもう少し先になるのではないかと考えられる。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 消費税増税による影響はなくはないが、企業は織り込み済みで大きな落ち込みになるとは考えにくく、引き続き求人環境は活発といえる。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 求人数、採用数共に勢いが衰える気配がない。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・ 今後の獲得見込み求人数については、前年の事前調査から採用を再開、募集人数増加など、変化のあった企業は少ない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・ 消費税増税で駆け込み需要があった後は、売上が落ち込むのではないかと。
悪くなる	—	—