

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	百貨店（副店長）	・4月の売上状況から判断すると、消費税増税の影響は早い時期になくなるのではないかと。ゴールデンウィークの消費喚起次第である。5月に回復基調に入り、6月は平時に戻ると考えている。
		百貨店（計画管理担当）	・消費税増税により一時的に固くなった財布のひももクリアランスセールの際には活性化するのではないかと。現状でもセール品に対する客の反応は良いため、夏物商材のセールが始まれば更に消費が高まると思われる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が的を得ているため、今後も景気は良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・増税の影響が思いのほか表れていない。よって夏場以降また良くなるかと考えている。
	やや良くなる	旅行代理店（従業員）	・4月以降、国内団体旅行の動きが好調である。見積依頼が1日80件近く来ており、対応に苦労している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・消費税増税後1か月を過ぎ、消費も動き出すことから景気はやや良くなる。また、地域振興券にも期待したい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・以前の消費税増税の時と同じように、数か月で景気は若干回復してくる。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響も薄れ、また、増税の効果から社会全体が良い方向に向かえば、少しは消費が上向く。外商など客に提案しているものは特に売上に変化はないが、そこにヒントがあると考え、施策を打ち出して対応していきたい。
		百貨店（総務担当）	・気温の上昇に伴って、駆け込み需要の影響が少なかった夏物衣料品の販売数が増えてくる。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の反動減による販売の落ち込みが発生しているが、これから夏にかけては回復基調に戻っていく。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込みほどの伸びはないものの、その反動によるマイナス分を考慮しても、全体的には徐々に景気の回復感が感じられる。ゴールデンウィークは比較的海外旅行の需要が少ないという事もあり、夏休みは反動で増えると期待している。海外旅行の需要が増えると過去においても、全体的に財布は緩む傾向にあるので、夏休み前の消費動向に期待が持てる。
		百貨店（営業担当）	・夏物購買は必ずあるので、ファッション購入での来店増により他カテゴリーの購買も増える。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税直後の今月との比較となるため、客の商品購入への流れが戻ってくる。
		百貨店（販売管理担当）	・現在でもトレンド性の強い一部のファッションアイテムは前年を上回る実績を残していることや、来客数はほぼ前年並みの水準で推移していることから、2～3か月先には消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減は一段落し、緩やかな回復に向かうと思われる。
		百貨店（店長）	・給与増と、消費税増税後の落ち込みが想定より少ないため、先行きはやや良くなる。
		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る景気の落ち込みが、回復基調に向かう。
百貨店（営業企画担当）	・消費税増税の影響が完全に払しょくされるには時間がかかるかもしれないが、今月のような大きな反動は続かない。今月の駆け込み需要の反動減も、中旬以降和らぎつつあり、宝飾品、特選などの高額品以外の商品は想定よりも早く回復すると思われる。		
スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要において、客によってある程度ストックされた商品が、早々になくなってくるといいうことで、3か月先には通常通りに数字が回復するかと期待している。食品は毎日のことであるという点をしっかりとアピールしながら対応していきたい。		
スーパー（店長）	・今後2～3か月後だと、消費税増税前の買いだめ商品も底をついて、消費がやや回復してくる。		
スーパー（総務担当）	・今の売上状況が底だと思われるが、良くなるとまでは思えない理由としては、買いだめがなかった生鮮食品やファッション性の高い衣料品などが、消費税増税後、想定したよりも売上が上がっていないという点が挙げられる。増税とベアースアップの割合では、やはり増税の方が厳しく感じられるのではないかと。客は、流行り物や必要な物しか買わないのではないかと。ただ、買いだめしたものを使い切れば、3か月後は対象需要も伸びて若干は良くなる。		
スーパー（営業担当）	・消費税増税後の反動が徐々に薄らいでくると思うが、見通しがつかない状況である。		

スーパー（ネット宅配担当）	・4月の前半は消費税増税の影響で悪かったが、3週目以降の業績が良くなっている。今のままで、ある程度推移する。
コンビニ（経営者）	・新入学生、新入社員が非常に多いため、やや良くなると回答した。
コンビニ（経営者）	・消費税増税の反動も徐々に落ち着いて来る。季節的な要因もあるので、これから2～3か月後は良くなる。
コンビニ（経営者）	・特に買い控えはないように見えるが、トータルで販売量などは減っている。
コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の落ち込みからの回復が見込まれるためである。
衣料品専門店（店長）	・消費税増税後の消費の低迷が回復するのと、今までの買い控えの客の来店が期待されるからである。
家電量販店（営業統括）	・3月の駆け込み消費の反動減も4月中には底を打ち、5月以降は回復するとみている。その兆候として新製品を中心に販売数量が伸びてきている。また、訪日外国人客が3月以降急激に増加しており、今後もこの傾向は持続するとみているが、訪日外国人客の消費は、増税の影響を一切受けていないため、プラスアルファの売上効果として貢献すると考えている。
乗用車販売店（販売担当）	・やはり消費税増税の駆け込み需要の影響で4月は落ちている。ただし、受注は結構順調であり、特に東日本大震災による建設関係の車両の需要増で、ダンプカーについては現在受注しても1年後にしか納められず、クレーン車についても納期がかかっており、受注のバックオーダーは相当多く持っている。よって、景気は良くなると判断される。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税が定着し、今後は通常に戻る。
一般レストラン（経営者）	・6月ごろから多少良くなると報道されているように、6、7、8月と徐々に良くなる気がする。
一般レストラン（経営者）	・建築や土木、不動産関係の客の話によると、消費税増税後も引き続き仕事が忙しいということであり、資金的に融通がきく業種が意外と増えてきたように感じる。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による買い控え等も、一段落すると思われるためである。
都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に2～3か月先の予約が前年よりやや良い状況にある。ここ数か月は直近での伸びもあるので、今後は景気が良くなる。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税の影響は当月はあまり見られず、2～3か月後の受注状況が前年同月比105%以上で推移しているため、やや良くなる。
旅行代理店（支店長）	・個人の販売だが、夏休みの個人旅行の販売時期に重なるので、今月よりは良くなる。また、法人も秋にかけての9月以降の提案の時期に入るので、やはり動きが出てくる。
タクシー運転手	・大気汚染PM2.5対策や2020年の東京オリンピックなどにより、東京都知事が中国から招待を受けたことなどで、政府関係も多少緊張が緩和して民間経済取引が活発になるように思うので、景気は上向きになる。
タクシー運転手	・ここ2～3日で、深夜に利用がある会社の動きが良くなりつつあるので、希望も込めた回答とした。
タクシー（団体役員）	・景気は回復基調にあったので、消費税増税の影響が薄ければ、再び回復基調に戻る。
通信会社（経営者）	・消費税の心理的重圧がなくなってくる。
通信会社（局長）	・民間企業のボーナス実額次第では、景気回復感の浸透が一層進むと思われる。それによって、ボーナス商戦が盛り上がるのではないかと予想している。
通信会社（局長）	・消費税増税の影響がどのくらいで一段落するかということと、アベノミクス効果による社員のベースアップも見込まれることから、徐々に開放感が醸成されると思われる。ただし、急激な上昇ではなくあくまでも周りを気にしながらの推移である。
通信会社（管理担当）	・サッカーワールドカップによる景気の向上を期待している。
観光名所（職員）	・観光地のため、4月は新緑で大勢の来客を期待しているが、3か月後は夏休みに入り、子供たちや家族連れ等が多く来ることによりやや良くなる。
ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約状況も満杯に近い状態であり、予約を断る回数も増えてきた。
ゴルフ場（支配人）	・賃金上がり、実質面と精神面で若干なりともゆとりが出てきたり、今まで我慢していたことがあれば、今後手がける意欲が出てくるという期待もある。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・レジャー需要は底堅く推移しており、消費税増税の反動減も一服すると思われる。

	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税前が思ったより良くなかったが、増税後はそれほど来客数が減らず、ほんの数台ではあるが増えてきている。
	設計事務所（経営者）	・景気は上向きになっているようであるが、実際に当社が景気の良さを実感できるようになるのは、まだ時間がかかる。すぐに売上が増加するような契約は結んでいない。
	設計事務所（所長）	・特に民間については何年も恩恵はなかったが、先行きが多少見えてきたことから、動き始めたのではないかと。すでに当社としては目標想定額の45%程度を獲得している。
	設計事務所（所長）	・今までコンサルタントしてきた耐震設計が実を結び、多少上向くかもしれないが、実際の建築設計は不透明である。
	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思われるが、その後は大企業だけが景気回復し、中小企業は不況の中に取り残される。至急中小企業向けの景気対策をお願いしたい。現在は希望的観測でやや良くなるかと考えている。
	住宅販売会社（従業員）	・客の動きはまだ良くなると感じている。アパートに関しても、投資家の動きが活発で供給不足感があるようなので、早く商品化して販売をかけられると良い。今後どんどん良くなっていく。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税の影響が一段落し、住宅、建築関連の需要が回復し、資材の取扱いが増えると思込んでいる。
変わらない	商店街（代表者）	・大企業の戦略はかなり詳細にわたって作戦を練っていると感じるが、中小零細企業については、それなりにはやっているものの、なかなか思うように結果が出ないという状況であり、4月の景気をずっと引っ張ると感じる。
	商店街（代表者）	・2～3か月はおとなしい推移になるように思う。2～3か月たった時点で、世の中の空気感がどうなっているかで大きく消費は変わる。当エリアにおいては買い控えるというような積極的なマイナスはない。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税に伴う消費の落ち込みはまだ続く。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・2～3か月先は夏商戦になるので、季節物も動き出す。
	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・前半戦の入学時期に一通り売れたので、これからは落ち着いてしまい、あまり売上が伸びない。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・消費税増税になると買い控えが起こり、耐久消費材については増税分以上の安さを追求して負担を少なくするという考え方を持っている客が多いのではないかと。客の収入が変わらないなかで、購入する物が高くなっていくことで、単価を下げて補充することになる。よって小売業としては当面は厳しい状況が続く。
	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商系のことについては、来月～再来月でも、物件、案件が潤沢に入ってきている。日々の店売りの部分に関しては、文房具というものは、ある程度必要な物なので、消費税増税後の落ち込みはあまり考えてはおらず、良いままで推移していくのではないかと考えている。スチール家具などは急激に落ち込むかと考えていたが、数か月後の話が出てきているので、店売りとある程度同じような形で推移すると思われる。
	百貨店（売場主任）	・反動減が6月のボーナス支給から改善されてくるのではないかと。そのためにはボーナスを含む賃金の上昇が不可欠である。
	百貨店（総務担当）	・消費税増税によって、全体的な購買意欲というか、マインドが縮小傾向にあるのは間違いない。一般的には6～7月ぐらいで回復するのではないかとされているが、百貨店の特性を踏まえると、3か月では回復せず、むしろ秋以降にずれ込むのではないかと懸念も出ている。
	百貨店（広報担当）	・消費税増税後は1割前後の売上減を見込んでいたが、3月の駆け込み需要が想定以上だったこともあり、予想以上に消費が低迷し、2～3か月のスパンでは消費は回復しない。ただし、現状で株価の下落などはなく、雇用情勢も良好であり、いずれ景気は好転し消費マインドも上昇してくると思われる。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税に伴い、3月の駆け込み購入の反動が4月に表れている。特に、宝飾、時計、アクセサリ、高額婦人服等の婦人系にその傾向が強い。ただし、反動によるマイナスが予想より低く、景気が底堅くなってきていると感じている。
	百貨店（営業担当）	・今後は、現状よりは良くなると思うが、前年比では厳しい状況に変化はない。増税に対する客のシビアな感覚は、高額品の購入が慎重になっていることに見受けられる。
	百貨店（営業企画担当）	・徐々に回復していくと想定するが、まだ増税の影響は残っていると思われる。

スーパー（販売担当）	・消費税増税もあるが、客の買い方が非常にシビアになっていて、本当に必要な物を必要な量だけしか買わない。まだ買い控えをしている状況である。
スーパー（経営者）	・3月は消費税増税前で売上が良かった。4月は3月より良くないものの、それほど落ち込みもなく済んでおり、今後もこの状態が続くと思う。特に、生鮮食品や総菜は日持ちがしないので、そういった商品は非常に良い。耐久商材は非常に悪い。
スーパー（店長）	・商品の安さよりも増税という負のイメージが上回っている様子で、客が消費税増税前よりも慎重に買物をしている状況を見ると、まだ厳しい状況は続く。
スーパー（仕入担当）	・気温の上昇に伴い、水物類等の夏物商材の動きが良くなっているが、値段を見ながら買っているという状況である。
コンビニ（経営者）	・消費税増税による来客数の減少と客単価減少による。これから先も変わらない。
コンビニ（経営者）	・不景気に慣れてしまったせい、少しでも良いことがあると、すぐ景気が良くなったと思いがちになってしまうのが怖い。
コンビニ（経営者）	・まだ消費税増税の影響が不透明なため、景気は変わらない。
コンビニ（経営者）	・気候の変動を除けば、消費税増税の影響は限定的で、現在の売上が今後も維持できそうである。
コンビニ（経営者）	・売上低下及び来客数減少の原因は、一番近くのライバル店にたばこの免許が下り、その影響でたばこの販売、売上が落ちたことである。そのため、3か月後もたばこの販売は元に戻らないと考えており、今月と変わらないと判断している。規制緩和も大事だとは思いますが、いろいろな点で少し歪みが出ている気もする。
コンビニ（経営者）	・5月を過ぎれば、先行きが見えてくる。
コンビニ（商品開発担当）	・食品などは大幅な販売減もないが、販売増に影響するような変化もないため、景気は変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・現状に慣れるまで2～3か月はかかると思うので、この冷え込んだ状況は変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・5月以降は、消費税増税より、商品原価、運賃、電気、ガソリン価格等の値上げの方が、不安である。
衣料品専門店（経営者）	・今の購買力、来客数などの状態から、景気を押し上げるだけの勢いがあまり感じられない。
衣料品専門店（店長）	・3月以前と4月以降で売上の傾向はあまり変わっていない。消費税増税前のまとめ買いは少なく、増税後には予想されるほどの大きな落ち込みは感じられなかったが、税込み表記なのか税抜き表記なのかを気にする客が多く、増税の影響がないとは言えない。
家電量販店（統括）	・5月末までは、販売店側の試行錯誤と消費者心理の掛け合いになる。6月終了時点で消費税増税の影響の度合いが確定すると考えている。
家電量販店（経営企画担当）	・国内景気は踊り場にいると考える。客の動向に注目している。
乗用車販売店（営業担当）	・金額重視の客が多く、薄利少売になってきている。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・景気が良くなるような良い材料がない。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・前年9割程度での縮小が継続し、変わらない。
高級レストラン（支配人）	・2～3か月で客単価が上がり、来客数が増えるとは思えない。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の6～7月の売上は、4月と大して変わらない。来客数の動きもそれほど変わらず、売上も今と同じくらいだと思う。
一般レストラン（経営者）	・年度が変わっても、依然として周辺で建築ラッシュが続く、顧客につながるかは別として潜在人口は増えている。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税後1か月弱になるが、当店では、今のところ思いのほか影響はない。ただし、まだ先は心配である。
一般レストラン（スタッフ）	・売上は上がっていない。材料等がすべて価格が上がってきており、修繕費等もいろいろかかるため、維持していくのがやっつである。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の先の予約件数は前年並みに受注ができています。レストランでは、お祝いや記念日の家族利用の予約は土、日、祝日を中心に受注できており、団体利用も予約の問い合わせがあり、大きく変化していない。宿泊も早割りや直前プランがインターネットに掲載されるのを客が待っている様子もあるが、シルバー世代の予約や、慶弔利用予約はスケジュール優先で料金に関係なく予約が入っている。

旅行代理店（経営者）	・ 通年よりは、ようやく少し上向きになってきたが、さほど変わりはない。
タクシー運転手	・ 消費税増税で、今後3か月間はそのまま様子見状態が続く。
タクシー運転手	・ 現状から、変わる気配や悪くなる気配は感じられない。
通信会社（経営者）	・ 6月から開始となる、ケーブルテレビのサービスメニューの販売に慣れるまで、苦戦が予想される。
通信会社（経営者）	・ 消費税増税の影響はあまり感じられず、OSのサポート終了に伴う一時的な影響と考えている。
通信会社（経営者）	・ 消費税増税の駆け込み需要後で、新規購入、買換え等が鈍化しているためである。
通信会社（営業担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の時期が終わり、買い控えが予想される。
通信会社（営業担当）	・ ここ数か月契約数は横ばいで推移しており、消費税増税後となった今月も横ばいであったことを考えると、しばらく変化はない。
通信会社（営業担当）	・ 一般消費については、消費税増税後しばらくは様子見の流れであるが、特に悪くなる傾向も感じ取れない。
通信会社（総務担当）	・ 景気回復の兆しは見られるが、顕著なものではない。
通信会社（経営企画担当）	・ 現時点での今後の商談量から、先行きも変わらない。
ゴルフ場（従業員）	・ 消費税増税等が生活にどのように影響するか。生活費が増える中で収入が増えなければ、市場が拡大されない。給与が増え、将来の年金に希望が持てなければ、景気は回復しない。
パチンコ店（経営者）	・ 朝は1円パチンコという低玉貸しのサービスを利用する客が多くなり、客の懐は厳しいのかと感じている。ただ、消費税増税がありつつも来客数はそれほど変わっていない。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ ここ数か月の景気は徐々に悪くなっている。消費税増税に合わせて単価を少し上げたが、4月の新規入会は前年より少ない。周辺に大手の塾が進出してきているせいもあるかもしれないが、減少気味である。値上げの影響があるかどうかについては、まだ分からない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ 初夏にかけての購買意欲にそれほど期待が持てないので、現状のままで推移する。
設計事務所（職員）	・ 安さ重視の発注が増えたように感じる。一方、建設コストは上昇しており、価格について受注側と認識の乖離が生じている。
住宅販売会社（従業員）	・ ここ数か月の来場者数や客の様子を見ると販売量の増大につながりそうにない状況である。税制の優遇措置や現金給付制度も客の購入意欲を動かす要因にはなっていない。
住宅販売会社（従業員）	・ 展示場への来場者数が例年よりかなり悪い。
住宅販売会社（従業員）	・ 消費税増税による購買意欲の落ち込みを懸念していたが、さほどの影響は出ていないように感じられる。ただし、今までより良くなる要因は全くない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・ 消費税増税により、多少悪くなっている。現状からみて2～3か月は悪い状態が続く。
商店街（代表者）	・ 消費税増税がどの程度まで客に浸透しているかが結果に出てくると思うが、様子を見ないと分からないのが現状で、半年はだめではないかと覚悟はしている。
商店街（代表者）	・ 昇給も終わり、日常生活費を差し引いて、現実に手元に残る賃金の残高を実感した時に、急激な消費の引き締め、景気減速が起こるのではないかと。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・ 4月の半ばまでは良かったが、最近になって来客数が少なくなっており、今後も消費税増税の影響で落ち込むのではないかと。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・ 消費税増税の影響もあり、1～2か月すると消費が鈍化すると考えている。
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・ 消費税や社会保険、様々な保険関係も増税ということで、特に年金受給者や、給料が上がらない一般の中小企業の従業員は、収入が増えず物価が上がるため、購買意欲がなくなるのが当たり前である。先行きを非常に心配している。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・ お茶屋は、新茶の出来栄にも売上にも左右されるが、個人対象の売出しで、お茶の購入意欲が乏しいと感じている。個人の財布の口が開けられないままでは、高級煎茶を勧めてもなかなか売れない。
スーパー（店員）	・ 3月対比の客数は変わらない。一品単価も3月と変化はない。ただし、客の買上点数は0.5点マイナスになっている。無駄な買物はこれまで以上に控え、必要な物だけを購入する傾向が見られる。

スーパー（仕入担当）	・消費税増税後の税込価格表示はかなり高くなった感があり、月々の消費支出額を増税前と同じ金額に抑えようとして、消費自体が鈍化する。
衣料品専門店（経営者）	・消費が低迷し、新規獲得も難しいため、沈滞ムードで先行きが不透明である。天候も売上を大きく左右する不安要素である。景気拡大のムードが欲しい。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響で2～3か月は低迷する。秋になってどうなるかだが、それまではしばらく低迷が続く。
家電量販店（店員）	・各量販店とも、当面、必要な雑貨以外は伸び悩むと想定される。生き残っていく家電量販店の状況は、より一層厳しくなる。
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、販売は消費税増税により6月ごろまでは不調かと考えている。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の客の購買意欲が出てくるまでには時間がかかる。いろいろな対策を講じた効果が出るまでは厳しい状況が続く。
乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税による反動減がある。来客数、サービス入場にあまり変化はないが、受注量が前年比30%減と顕著に表れている。ただし、ハイブリッド車は相変わらず客の支持を得ているので、ここ2～3か月で落ち込みはなくなるとみている。
乗用車販売店（総務担当）	・客へのアプローチを丁寧にしていかないと、この2～3か月は厳しい状況が続く。
住関連専門店（統括）	・消費税増税による支出は確実に出ていますが、収入の増加は具体的には表れていないので、まだまだ冷え切った状態が続くのではないかと。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税以外にも値上がりするものがあり、消費マインドとしては厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・T P Pへのはっきりした態度がないと、第1次産業だけでなく、当店が関わるような第3次産業に関しても、景気は必ず悪くなる。大企業だけではないので、人々は外食にも行かなくなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式の予約状況が、前年と比べて伸び悩んでおり、夏場から秋にかけての予約が伸びていない。
旅行代理店（従業員）	・貸切バスの料金が従来に比べ大幅に上がるので、旅行自体実施できない団体が増えてくるのではないかとみている。
旅行代理店（営業担当）	・客の反応も前年に比べて悪く、また7月以降貸切バス代金の改定により原価が上がり、その影響が大きくなりそうである。
タクシー運転手	・予想通り4月はかなり落ち込んでいる。たかだか710円が720円になるだけだが、客の様子は厳しく、落ち込みが続くのではないかと考えている。
タクシー運転手	・5月は連休があり、あまり期待はできない。6～7月は梅雨時であり、長雨になるようお願いしたい。消費税増税の影響が何月まで続くか不安である。
タクシー（経営者）	・消費税増税により、これからも客足が遠のくと考えている。また、消費税増税に係る費用が事業主負担になることで、支出を抑える動きもあると思う。
通信会社（経営者）	・前年度の良い時期より、若干落ちてきているように思える。
通信会社（社員）	・消費税増税の影響が2～3か月後はよりはっきり出てくる。
通信会社（営業担当）	・消費税増税と物価の上昇が同時に起こっている中で、収入は横ばいまたは減少しているため、多くの消費者は景気が良くないと感じている。
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・業界内で低価格競争が始まったため、当面脱出できそうにない。
美容室（経営者）	・消費税増税ということで、皆が消費を少し控えているような気がする。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・需要の先食いは、単に4～6月だけの問題だけではなく、そろそろ代替えを考える客が、前年に代替えをするという決断をしているので、業界では、対象台数は前年比で80数%という予測をしており、当面楽観できない景況が続く。

		設計事務所（経営者）	・業務内容が大きく変わってきている。各設計事務所においては、これまで、行政の耐震診断という業務が多かったが、意匠的な大規模改修や増築が大幅に減ってきている。各行政の予算の組み方も変わった。国の施策として耐震診断をやるべきということから、かなりの業務があったが、平成26年度になって、ほとんどの市町村において耐震診断がなくなっている。我々の建築の受注方法も少し考えなくてはならない場面に入ってきている。ホームページの作成等を重要視しながら、時に応じて考えていく必要がある。
		設計事務所（所長）	・建築資材の高騰や、人件費、職人不足から、仕事量が減ってくることも十分予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・ユーザーの買い控えが感じられる。受注残が徐々に少なくなることに、厳しさは増していく。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税により、本当に購買力が少なくなった。駆け込み需要があったのかもしれないが、とにかく先の見通し等が立っていない状態である。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・地域内の店舗が過剰であるため、景気は悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・想定以上の駆け込み消費があった高額品については、反動の影響も長期化すると思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要も1月で終わり、2～4月は新規来店がほとんどない。リーマンショックから5年目、東日本大震災から3年目であり、自動車整備や車検の入庫も少ない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店が2軒決まっているので、悪くなる。
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（経営者）	・現在の状況は、消費税増税による一時的なものだと思うので、少し良くなる。
		食料品製造業（営業統括）	・4月後半は、少しずつではあるが、販売量が増えてきた。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人、個人両方とも上向きになっているのを感じている。法人に関しては、通常、会社設立のものが6～7本だが、4月は12本の受注があった。通常、材料はついで2万円前後のものがほとんどだが、4月は、単価が9万円くらいの象牙を指定した客があり、少し珍しいと感じている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新年度の予算で、新しい仕事が出てくれば良くなるのではないかと期待している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器等の成長分野で新企画の動きが活発になってきたので、様子を見ながら、将来的には設備投資もしようと考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・国の助成金や補助金などの影響で景気が良くなると感じる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の開発と海外への輸出の増強に取り組んでおり、じわじわとその効果が表れるものと期待している。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が、予想以上に大きかった。
		建設業（経営者）	・1年前よりは物件が出ている。見積り依頼も多くなっているようである。
		建設業（営業担当）	・人材不足や物資の値上がりにより、他社を含めて見積りが全体的に2割程度上昇している。しかしながら、設備投資計画を断念するより、実行していく客が多くなってきている。
		金融業（統括）	・消費税増税も一服し、すぐまた景気が上がってくると思われるからである。
		税理士	・アメリカでは日本製品、特に自動車製品が売れているということだが、中国ではバブルが弾けると言われており、そうした海外の状況に応じて日本も変化するところが大きい。日本では、アベノミクスに引張られて、大企業は皆業績が回復しているようだが、中小企業にはその波がまだ来ていないと思う。しかし、景況感は、アベノミクスやオリンピックにも引張られ、少し良くなっていくような感じがある。
		経営コンサルタント	・複数店舗を経営している、ある食品スーパーの新年度収支計画の内容を月別で見ると、消費税増税の反動で、6月ごろまで売上が落ち込むとの予測に基づいた数字を落とし込んでいた。しかし、増税後1か月を経過した現在、回復にそれほど時間がかからないのではないかと経営者は語っている。元への回復より、もう少し強気に見ていいのではないかと、とのことである。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・得意先の様子から、先行きは受注が増えると思われる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・年配客の購買意欲が低くなっている気がする。良くなるにはもう少し時間がかかる。

繊維工業（従業員）	・消費税増税での買い控えや増税前にまとめて注文があった事業者は今後の落ち込みを警戒しているが、全体の衣料品の売上高が少ないため、大きく落ち込むことはない。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今年1～3月ごろまでは、どのような職種も平均して注文があったが、今月はアミューズメント関係以外はほとんど注文がなくなった。現在、建築、建設関連は忙しいようだが、当社では様式等の関係の仕事をしているが、今までの5分の1くらいになってきている。最近はほとんどリース品に替わってきているようである。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年間を通して最も需要の落ち込む時期となる。好況を望める状況にない。
化学工業（従業員）	・ここ2～3か月は建築関連の業者が忙しくなったと聞いているが、その割には関連商材の動きが悪く、今後も増えるとは思えない。
金属製品製造業（経営者）	・計画が実行されれば、大きな変化はない。しかし、下請加工業界は、納期のあるものは海外にシフトし、国内の業者には、短納期、精度の高いものが発注されることとなっている。よって、高精度の機械を設備しないと仕事が取れない状況になっている。
一般機械器具製造業（経営者）	・3か月以上前を見ていると、現状から今後上がってくる様子はない。やはり消費税増税の影響が出ているのではないかと。
電気機械器具製造業（経営者）	・駆け込み需要に対応した一部の業種は景気が良かったかもしれないが、これから先、特別に消費税増税前より景気が良くなる様子はほとんどないので、景気は変わらない。頑張るより仕方がない。
精密機械器具製造業（経営者）	・電気料金、原油、鋼材等の値上がりにより、単価を変更して利益が改善できないければ逆にマイナスである。
その他製造業〔靴〕（経営者）	・あまり大きくは変わらないと思うが、やはり日本の力がついてきているということと、アベノミクスのムードが景気を支えているのではないかと。
建設業（経営者）	・中小企業への景気対策が十分に実施されていない。
建設業（経営者）	・東京五輪や復興需要があるので、状況は変わらない。
建設業（経理担当）	・役所の発注を前倒しで早くしてもらえることが景気に関する一番の期待である。民間だけで投資を期待するのは無理だと思うので、この先も補助金を使うなどしてほしい。
輸送業（経営者）	・日本人は慎重なので、4月に景気が低迷していると実感すると、これから先も心理的に急に良くなるということは考えにくい。
輸送業（経営者）	・良くなってほしいが、我々の商売は現在、全く先が見えないので、本当に悩んでいる。
輸送業（経営者）	・荷主より、料金改定及び新規業務委託の内示があり、徐々にプラス材料が出てきているが、業務量の減少、燃料の高止まり、人手不足による経費の増加等のマイナス材料の負担を考えると、好転には至らない。
通信業（広報担当）	・消費税増税による駆け込み需要の反動が、数か月は続く見込みである。
金融業（従業員）	・建設業、不動産業に比べて、小売業の低迷が目立っている。消費税増税分をすべて価格に転嫁できる企業は限られており、収益面で悪影響となることが懸念される。
金融業（支店長）	・中小企業にベースアップや設備投資の動きが出始めているので、まだ本格回復とは言いがたい。
金融業（支店長）	・どの業種も全般的に言えるが、消費税増税後の様子見が大きく、受注、販売も先が見えず、小売業もどれくらい落ち込むか分からないので、ここ1～2か月は前月と変わらない。
金融業（役員）	・秋口までは様子を見る傾向が強まっている。
不動産業（経営者）	・空室を多く抱え、苦勞している。
不動産業（従業員）	・建売業者の引き合いは相変わらず多く、仕入価格も上昇気味である。
不動産業（総務担当）	・4月下旬になり、消費税増税分の値引き要求をする客が減ってきたため、マンションの販売に関しては、今後、増税の影響は薄れる。
広告代理店（経営者）	・景気回復と聞いてもう長いと、地方での営みにはいまだ全く波及がなく、恐らく今後も波及はないだろうと感じている。
広告代理店（従業員）	・売上の予想は前年比で横ばいとなっている。
社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
経営コンサルタント	・雇用確保が厳しいなど、コスト上昇懸念を感じている取引先が多いので景気は変わらない。
税理士	・今年に入ってからからの景気には消費税増税以外の好条件があるので、それほどの落ち込みはないが、増税前と比べると上向き傾向も期待できない。

		経営コンサルタント	・ここ3か月程度では、変化する要因が見当たらない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引量の先行きの不透明感が根強い上に、原材料や燃料価格の上昇が重くのしかかってくる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税にはあまり左右されないが、映像事業が急に景気が良くなるという要因も考えられないので変わらない。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（所長）	・当面は案件が少ない状況が続くそうである。ボーナス商戦時期までは、我慢しなくてはならない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税のための前倒しの受注が終わり、年度初めの受注も終わる時期であるため、受注量が大幅に減る。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税による影響は避けられない。
		輸送業（総務担当）	・4月は予想よりも大きな落ち込みにはならなかったものの、長期的には消費の低迷や原価の上昇は続くと思われ、経営環境は依然厳しい状況である。上向き要因が見当たらない。
		広告代理店（営業担当）	・サッカーワールドカップに向けての盛り上げ施策について、いろいろとオーダーが入っているが、実際は放映時間等もあり、あまり盛り上がりがないのではないかと思う。また、消費税増税後は、やはり物価がかなり上がっている感が出ているので、一旦落ち着くのではないかと思っている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・ウクライナの問題と中国経済の動向による。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・駆け込み需要も一段落してきたようで、3月末に多くの受注が集まったが、4月後半に入って受注数が伸びなくなってきており、今後は受注数の低下が見込まれる。
悪くなる		輸送業（総務担当）	・荷主から、出荷量の少ない状態は当面続くと言われていいる。運賃の見直しもなかなか実施されず、燃料も高止まりしていることから、更に値上がりする傾向である。
雇用 関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月後の予定獲得件数が10件ぐらいいり、それが全部獲得できれば相当の売上となる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・この先数か月は景気回復感があると思われ、求人数も増加してくる。ただし、採用側が求める条件がより高くなってきている傾向もある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・秋採用に重点を移す企業が出始めた。外国人留学生などに絞った企画が検討されている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・物販関連で、消費税増税後の売上減を夏季にばん回すべくパートなどの補充を検討しており、待ちの姿勢ではなく積極策に出る傾向がうかがえる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・4月は求人数の動きが増えてきたので、景気はやや良くなると感じている。
		職業安定所（職員）	・前年度はパートタイム求人を中心に、求人数全体が増加していたが、ここにきてフルタイム求人が増加し始めた。消費税増税に伴うフルタイム求人数の減少も今のところ見られないため、今後はフルタイム求人が徐々に増加していくと推察する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・募集求人の年齢幅に広がりが見られ、採用数の増加が期待される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後、いろいろな企業の責任者に話を聞いた。自動車、家電等の販売業では、駆け込み需要の反動で売上が落ちている。住宅、建設業では、埼玉、群馬など、北関東に近いエリアで雪害のためかなり修理が発生し、特需になっている。一過性の受注増があったが、今後夏に向かっては、増税の影響もあり、それほど受注は増えない。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きは、全業界で堅調に推移している。求人需要は高水準を維持しているが、反面、件数増による1社当たりの応募者は減少し、企業側の採用難が続いている。これらの状況下で、採用を控える、または広告単価を抑える企業も見られるため、需要の低下を懸念している。
		人材派遣会社（社員）	・今後も求人依頼に対するマッチングに苦戦する状況が続くそうである。
人材派遣会社（社員）		・会社は増益となっているが、社員の給与には全く反映されていない。	
人材派遣会社（支店長）		・業務拡大による増員を予定している企業が増えてきているが、いつまで続くかが不透明である。	
人材派遣会社（営業担当）		・求人数は増えてきているが、求人側と求職側の希望がかい離しており、採用数の増加につながらない。	
人材派遣会社（支店長）		・求人数については、一服感を感じている。消費税やT P Pの動向で求人数は大きく変わるので、現状、予測は困難である。	
求人情報誌製作会社（広報担当）		・景気が良くなる要素が、今のところ何もないからである。	
職業安定所（職員）		・中小企業は、正社員の雇用にはまだ慎重である。	

	職業安定所（職員）	・思った以上に円安の影響による商品価格の上昇が、景気に悪影響を与えている可能性があり、転職するより現職にとどまっていたほうが良いと考えている労働者が多い。
	民間職業紹介機関（経営者）	・国内では経済成長による購買力の増加はそれほど期待できないが、人材面では途上国での経済成長に対応できる体制をとっている企業は多い。
	民間職業紹介機関（職員）	・新規で入ってくる求人は引き続き前年を10%程度上回っており、消費税増税の影響はあまり感じないので先行きも変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数の勢いに陰りは見えない。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の求人公開予定数において、事前調査結果より採用開始、採用人数増員などは、若干見られる程度であり、雇用環境にさほど変化は表れていない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人ニーズに対して、求職者の採用が難しくなっているためである。
悪くなる	—	—