

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	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・夏の天候には左右されるが、ボーナスが上がっている企業もあり、エアコンの売上が伸びている。前年よりも早く売れ始めている。
		スーパー (店長)	・競合店出店から1年が経過し、来客数が前年を上回るようになってきている。予算も前年実績に対して計画するため、今後は目標をクリアできるのではないかと見込んでいる。この先3か月以降は現在よりは良くなる。
		コンビニ (経営者)	・6月は平均気温が非常に高くなると言われているため、飲料関係や食料品関係も総体的に上がると思う。
		家電量販店 (営業統括)	・ボーナス商戦に向けて、4Kテレビや高性能エアコンなどに客の注目が高まっている。また、夏のレジャーシーズンが始まり、海外からの客も増加傾向にあり、販売数量、客単価共に上昇することが期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・消費税増税の影響が思いのほか表われておらず、これがなければもっと上がるのではないかと考えている。
		一般レストラン (経営者)	・一般消費者は不景気にはもう飽きてうんざりしているので、アベノミクス効果もあり、良くなるという雰囲気がある。3か月後は今より良くなっていると期待している。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・3か月先は夏のボーナス上昇も多少あり、賃上げによる効果が出てくると期待している。約1割増を見込んでいる。
		商店街 (代表者)	・現在は消費税増税後の落ち込みの時期のようである。消費者がもう少し消費税に慣れてくれば、マインドが上がってアベノミクスへの期待感で消費意欲が今年初旬のような感じになってくる。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・前回の消費税増税時を考えると、6月ごろからは徐々に動きがあったように思う。省エネ効果の高い商品をメインに勧めていこうと考えている。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・当市ではプレミアム付き商品券が始まるので、その効果に期待している。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税後の買い控えから徐々に戻り始める。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・アベノミクス効果で景気が良くなり、消費も拡大していくような気がするので、やや良くなる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商では来月、再来月の案件が出てきて3、4月と良かった。今月は消費税での反動減が若干あったがそれほど大きなものではなく、小さい振れである。来月以降の案件等も決まっており、一般の小売でも来客数が減っておらず、かえって小売の方が良いような感じがしている。大型物件が一段落したが、来月以降の予測がある程度立てられているので、徐々に回復してやや良くなる。
		百貨店 (売場主任)	・企業のボーナス支給が前年よりプラスになると予想される。また、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が一服し、化粧品などで買換え需要が出てくると予想される。
		百貨店 (総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減も4、5月で吸収され、6月で前年同様、7、8月には前年を上回る勢いが来客数、購買動向からうかがえる。この下期からは更に景気が良くなるということも想像に難くない。
百貨店 (広報担当)	・消費税増税によるたばこや実用品の買いだめも底をつき始め、ゆっくりとではあるが消費は回復していく。百貨店のクリアランスは今年も開始が二分され、6月後半には第一弾が始まり衣料品を中心に売上が上向く。更にこのタイミングで支給されるボーナスは景気回復で前年より増加し、高額品の需要回復が期待される。		
百貨店 (広報担当)	・消費税増税の反動減の状況は徐々に改善されつつあるので、夏ごろには例年並みの売上に戻る。		
百貨店 (営業担当)	・夏のボーナス支給予想も出ており、決して消費マインドは下がってはいないはずである。季節も変わりシーズン商材の購買拡大は期待できる。		
百貨店 (販売促進担当)	・夏のボーナス増額など消費への明るい兆しに期待している。		
百貨店 (営業企画担当)	・数か月すれば現状よりは回復する。		
百貨店 (販売管理担当)	・現在、消費税増税に伴う駆け込み需要で購入できなかった夏物衣料を中心に回復の兆しがみえていることから、今まで我慢していた消費者の購買意欲が刺激され、3か月後は現状よりもやや良くなっていると思う。		

百貨店（管理担当）	・今年の春闘ではベースアップ実施の企業が大幅に増え、消費税増税の反動減による一時的な景気の落ち込みも回復しつつある。
百貨店（営業企画担当）	・雇用や所得の底堅さから景気全体は持ち直しに向かうと思われるが、駆け込み需要が大きかった宝飾品、時計などの高額品は、好調だった前年の反動もあり、影響が長引く可能性もある。
百貨店（副店長）	・売場は消費税増税の影響を感じさせない動きを続けており、あとは企画力、イベント力をしっかりと続けて需要を喚起できるかにかかっている。お中元ギフトについては想定がなかなか難しい。
百貨店（計画管理担当）	・消費税増税前の駆け込みで購入した貯蔵品がそろそろなくなるころであり、季節も変わったことから必要にかられて新規に購入するようになってくる。また、消費税増税による値上がり感にも慣れてくるころだと思う。
スーパー（経営者）	・2月は降雪の影響、3月は消費税増税前の駆け込み需要で良かった。4月は前半は悪かったが後半は生鮮が持ち直して何とか前年をクリアした。流れとしては非常に順調にきている。5月に関しては耐久商材はやはり悪いが、生鮮が非常に良く、大分上向きになっている。この傾向はまだ2～3か月続くのではないかと判断している。
コンビニ（経営者）	・これから暑くなるので、人の動きも活発になる。
コンビニ（経営者）	・本部の政策が当たり来客数は増加している。このまま進めていけば、まだ伸びる要素があると考えられ、期待できる。
コンビニ（エリア担当）	・来客数のトレンドに持ち直しがみられるため、やや良くなる。
衣料品専門店（経営者）	・本体表示価格が許されてから割安感が強調でき、客は増税を飲み込み、購買意欲が刺激され景気は良くなる。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が思っていたよりも少なく、今後もこの状態で推移していくことと、ベースアップ分が消費につながるよう期待している。
衣料品専門店（店長）	・ボーナス支給額が過去最高となり、バーゲン需要に伴う来客数増が予想されるため、今まで買い控えていた客が多く来店すると見込んでいる。
家電量販店（統括）	・天候次第で状況は変化する。
家電量販店（経営企画担当）	・今後も前年を大きく割る状況ではないと考えている。消費税増税による反動減の谷は相当小さくなってきている。6月の梅雨入り、気温の寒暖などの季節要因やワールドカップ需要等がどのように影響するか注目している。プラス要因は全産業の夏のボーナス支給額の平均が5.9%増ということである。
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、販売があまり芳しくない。3～5月は前年比で5割減だったが、6月ごろから少しずつ回復してくると見込んでいる。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の販売は2月以降来店も少なく苦戦していたが、ゴールデンウィーク明けから来店客が増えてきている。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・消費税増税による買い控えが一段落するため、やや良くなる。
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府の施策が時機を得ているため、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）	・消費税率8%も定着し、10%への移行前までは売上高も堅調に推移する。
一般レストラン（経営者）	・地元住民が増加し、また、周辺ホテルの外国人観光客が隣接の当地域にまで目立つようになってきている。
旅行代理店（従業員）	・1か月を切ったからの団体旅行申込が増えており、また、料金にこだわらない団体客も増えてきている。
旅行代理店（従業員）	・先の受注が前年比105%くらいで推移している。
タクシー運転手	・国内景気は6月ごろまでは消費税増税で足踏みするが、一時的との見方があり、順調にデフレ脱却に向かっているのでタクシーは梅雨の季節に入り、傘代わりにタクシーを利用する客が増え、周辺ターミナル駅等は忙しくなりそうであり、景気は良い方向に向かう。
タクシー（団体役員）	・消費税8%転嫁後の4月後半の伸び、ゴールデンウィーク後の落ち込みからの回復、政府及び日銀の金融緩和策への期待を考慮すると、短期的には必ず景気は良くなっていく。
通信会社（社員）	・大きな落ち込みの理由が見当たらない。また、キャンペーンなどが予定されており、2、3か月後にはまた伸び率が上がると予想できる。
ゴルフ場（支配人）	・7、8月の夏場に向かっての来場予約が順調である。
ゴルフ場（支配人）	・サラリーマン待望の春闘での賃上げ、ボーナスの増加など希望が持てる。

	パチンコ店（経営者）	・消費税増税後の4月上旬は厳しかったが、現在は元に戻って例年とそれほど変わらない。以前より全体的に良くなっているため、期待も込めてやや良くなる。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問い合わせは少しずつ増えているので売上の的には変わらないが、多少景気が良くなるという希望的な観測をしている。
	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・駆け込み需要の反動減が出るのは2～3か月だと思っているので、8月ぐらいになれば消費税増税による需要の落ち込みも少しは上向くのではないかと考えている。また、経済情勢による株の上昇、下落といったことも今後影響してくる。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費者が消費税増税に慣れてきてくれるのではないかと思う。
	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・期待も込めて2～3か月先は売上増になる。年間目標が前年比5～10%増のため、景気と連動して増加することを期待している。
	設計事務所（経営者）	・大きく上向きになるとは考えにくい。しかし、息の長い基本に関わるようなプロジェクトが具体化してきており、少しずつ上向いていくのではないかと期待している。
	設計事務所（所長）	・今まで民間の仕事はほとんどなかったが、今年になりやっと動いてきた。民間が活性化することは景気につながるの期待している。
	設計事務所（所長）	・新しい話が出てきているのと同時に、遅れている物件がまとまっていけば、多少上向いてくる。
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税後の数か月は消費が落ち込むと言われているが、その後、大企業は景気が回復すると思われる。しかし、中小企業においては依然として不況の中に取り残されており、早急な中小企業向けの景気対策を期待しているところである。また、個人の所得が増えていないため個人消費も増えないと思うが、希望的観測を含めてやや良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・来場者数が戻りつつある。
	住宅販売会社（従業員）	・大幅に良くなるとは思わないが悪くなる要素がなく、緩やかに良くなっていく。当社のアパート販売も順調に契約になっているが、建築コストや人手不足はまだ完全に解消していないので、景気は上向きになる。
変わらない	商店街（代表者）	・店舗前の通行量についても若干少なく、客の状況からあまり良くなる要素はない。客を取り込んでいくことができるかどうかで売上が相当変わってくると思うが、厳しい状況が続くのではないかと考えている。
	商店街（代表者）	・最近の天候は5月だというのに暑すぎる状態が続いており、年配者の動きが悪くなるのが考えられるので大変心配している。
	商店街（代表者）	・消費税増税が浸透し、消費の引き締め意識が増大する反面、当店の菓子製造販売業としては、予想されるエルニーニョ現象による冷夏が消費者の真夏の食の減退を緩和して、販売量の減少を抑えることを予想し、今夏は上がらずとも下がることはないと考えている。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・まとまった注文のある取引先の件数は増えているものの、来客数が減少しているため、消費税の影響がまだ続くのではないかと考える。
	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・当店は低単価商品が多いため、消費税増税の影響もなく変わらず推移している。3月に官庁への納品があったので、それが少ない分少しマイナスになっているが、店売りは横ばいで推移している。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当社はゴム印を取り扱っているが、パソコンの普及でゴム印を製作することが非常に少なくなっている。また、印鑑を使用する機会も昔と比べて少なくなった感じがする。先細りという感じの業種ではないかと考えている。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新茶の後押しもあり個人の売上は良いものの、企業の売上が下降のままなので、全体ではあまり変わらない。
	百貨店（営業担当）	・4月からの消費税8%による影響も最小限にとどまり、衣料、雑貨をはじめ美術、宝飾、時計等の高額品も前年並みに回復している。天候が比較的安定していることが要因の一つであり、景気回復が本格化したとは言えない。
	百貨店（営業担当）	・価格対応でも乱発の影響が顧客の反応は薄い。今後、売れ筋がみつからないと厳しいシーズンになる可能性がある。

百貨店（営業担当）	・消費については全体的に緩やかな回復が続く。一方で8月は国内外の旅行が増えるため、一般消費はそちらに流れる。外国人による需要の取り込みがポイントとなるが、唯一の懸念材料としては、人手不足による機会損失であり、早急に対応すべきと考えている。売上の推移に大きな変動はないと見込んでいるが、インパウンドによる売上増、機会損失による売上減といった、売上を構成する内容の変化は起こると推察する。
百貨店（営業担当）	・消費税増税による反動減はもうしばらく継続する。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は、月を追うごとに薄れていくことが予想されるが、消費に対する慎重な姿勢は続く。
百貨店（店長）	・消費税増税後の動きは17年前に比べると悪くはないが、今後の動きが読めない。
スーパー（経営者）	・大手企業の進出によって売上のパイの奪い合いになっている。
スーパー（店長）	・単価、点数共に横ばいの状況が続いており、好転する気配はまだない。
スーパー（店員）	・日々の購買動向にさほど変化はみられないが、必要な量を必要な時にだけ購入する傾向がみられ、依然として余分な物、必要のない物等は買い控えられている。
スーパー（総務担当）	・今夏のボーナス支給額が上がるということだが、ベースアップを含めた昇給が消費税の税率よりも低いということで、スーパーが販売しているような日常的な物については非常に財布のひもが固いまま推移するように思われる。ただし、天候予見や流行など客の心理に訴えるものがあれば売上は上がると思うが、今のところ前年を3～5%ぐらい割った状況で推移すると見込んでいる。
スーパー（仕入担当）	・消費税増税の影響で顧客の価格に対する目がますます厳しくなっているようであり、価格競争は続き、利益を圧迫すると思う。
コンビニ（経営者）	・現在の状況がいつまで続くかはまだ不明である。天候に恵まれたので良かったという可能性もある。
コンビニ（経営者）	・気温が高くなったので飲料などは売れているが、全体的にみると前年と変わらない。たばこなどは少し落ち込んでいる。
コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税による節約志向は想定より大きくなかったが、今後の動向については、景気回復につながるきっかけも感じられないため変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・収入が増えてくれば消費も活発になるが、物価の値上がり先行しているために生活防衛意識がかなり強く、景気の回復を実感できるのはしばらく先になる。
衣料品専門店（経営者）	・変わらないと回答したが、分からないというのが実際のところである。消費税が上がって1か月ちょっとで、大体の理解は得ているが、本当の需要期である秋口にどのようなことになるのか興味津々である。良い方向には向かっていないということだけは言える。
衣料品専門店（営業担当）	・売上は5月を超えることはないが、それでも売れ筋商品の確保で前年並みの売上を狙うつもりなので、大体横ばいになる。
家電量販店（店員）	・現在と変わらない状況が続くと予測される。また、産業や企業の動きをみる限り、景気は平行線である。
乗用車販売店（経営者）	・既存客の訪問回数やダイレクトメールを増やしているが、まだ効果が出ていない。
乗用車販売店（営業担当）	・必要にかられて購入しようという客の来店はあるが、興味だけでの来店がなくなっている。
乗用車販売店（販売担当）	・現在のよう若干良い状況でここ数か月間は進む。ただし、建設関連の受注残は相当増えていて、これが来年どこまで登録できるか、来年登録できる時まで仕事量があるかどうか、各メーカーとも不安がある。
乗用車販売店（販売担当）	・まだ購買意欲が上がるような国家の対策や新型車などがないので先行きに不安を感じる。
乗用車販売店（総務担当）	・8月まではこの状態が続く可能性があるため、変わらない。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・6月にはお中元などの支出も増えるので、あまり期待できない。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・社会全体で景気が良くなると、巣籠もり、安近短ホビーである家庭用ゲームは、消費が下火になる傾向がある。
高級レストラン（副支配人）	・予約状況の推移から変わらない。
高級レストラン（支配人）	・客と接していてもまだ単価を上げられるだけの勢いが感じられない。景気の良さが飲食業界に及んでくるにはもう少し時間がかかる。

一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は4、5月はほとんどなかったが、これから影響が出てくるのではと心配している。
一般レストラン（スタッフ）	・良いところは良く、あまり良くないところもさほど落ちていない。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響が今後更にどう出てくるのか分からないというのが正直なところである。
旅行代理店（経営者）	・消費税に関係なく2～3か月先までの予約を受注しているので、現状と変わらない。
旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は7、8月ということになるが、その時期は法人団体の減少が常なので、減少分を個人旅行で取らないといけない。今のところなかなか出足が遅いので6月になって7、8月の個人商戦を獲得しないと厳しくなる。また、海外については、中国や韓国などの情勢が悪いところはやはり敬遠されてしまうので、その他で獲得していくことになる。
タクシー運転手	・思ったほど悪くはないが消費税の影響が大きな要因になり、相変わらずマイナスの傾向が続く。
タクシー運転手	・降雨の日がやや多くなり、早い梅雨入りとも言える天候で客の利用が少し良くなっている。梅雨本番となれば、例年同様の利用に期待できる。
タクシー運転手	・良くなる感じがしない。
タクシー運転手	・会社の業種によって景気の差が大きすぎる。もう少し景気が良くなっているという会社が増えてくれないと、タクシーの売上は良くならない。
タクシー（経営者）	・消費税が今後10%に上げることを想定すると、アベノミクスで景気が若干上向いてもそれと相殺されそうな気がする。
通信会社（経営者）	・消費税増税後の落ち込みはあまり感じられない。このままで行きそうである。
通信会社（経営者）	・サービスより価格を優先する傾向は続きそうである。
通信会社（営業担当）	・ここ数か月同じ状況が続いており、消費税増税の影響もほぼなく横ばいである。
通信会社（管理担当）	・ボーナスによる好景気感は現実味を帯びていないし、景気への期待感もさほど実感していない。景気回復の兆しという言葉に、皆が慣れてしまっている感じである。
通信会社（局長）	・夏のボーナス上昇を経て気分的に上向き可能性は否定できないが、それも末端の消費者まで浸透するかは疑問である。また、国際社会の情勢や消費税10%への懸念があり、精神的にはまだ開放的とは言えない。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。消費税増税の影響は思ったより大きくなかった印象はあるが、株価の停滞や世界的な情勢不安からくる閉塞感が払しょくできない。
通信会社（総務担当）	・景気回復の兆しはみられるが消費税増税の影響も少しあり、実質的にはあまり変化がない。
通信会社（経営企画担当）	・現時点で今後の商談の状況の変化があまりない。
観光名所（職員）	・観光地のため、5月のゴールデンウィークはかなりの旅客があった。2～3か月後は夏休みに入り、同じように旅客があると信じている。
ゴルフ場（従業員）	・長年の不況で簡単に見通しを明るくという楽天的な判断はできない。公共工事の発注では労務費の単価をかなり上げており、それが景気回復の対策でもあるのかもしれないが、本当に反映されているのか疑問である。
その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税により4月は来場数が極端に減ったが、そのまま引きずって今月も良くない。今後も好材料が出ない限りは苦しい状況が続く。
その他レジャー施設 （経営企画担当）	・今後の催事開催予約や来館者予約も堅調に推移している。消費税増税の影響は明らかにあったものの、想定範囲内であり、今後も底固く推移するのではないかと思う。
美容室（経営者）	・消費税増税の影響で、少し消費が落ちているように感じる。
その他サービス〔学習塾〕 （経営者）	・5月の入塾希望者数が前年とほぼ同じであるため、変わらない。
設計事務所（職員）	・新年度に入ってから官民共に順調な案件発注状況であるが、景気が良いという感覚はない。
住宅販売会社（従業員）	・現状の受注残も少なくなってきたり、今後の売上に影響が出そうである。また、住宅展示場等での新規客獲得数が前年比20%ほど落ちているため、受注も厳しさを増しそうである。
住宅販売会社（従業員）	・今月は非常に景気が悪かったためこれ以上は悪くならないという状況だが、良くなる要素も見当たらない。集客増を狙ったキャンペーン等の仕掛けをしていく予定だが、すぐに販売増につながるか予想できない。

	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の心理的な影響が大きい上、景気回復の実感が客全般に浸透していない。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現状、消費税増税後の反動減から受注量が落ち込んでいる。需要が回復していく実感はまだない。
やや悪くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・消費税増税時は影響はなかったが、やはり徐々に消費税の重さを感じるようになり、景気が悪くなっていくように感じる。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・大企業では給料やボーナスが上がっているようだが、中小企業や年金受給者は、消費税増税の影響がこれから徐々に出てくるので心配している。
	スーパー（総務担当）	・今後2、3か月の間に食品中心の競合店の出店計画があり、その影響を受ける。
	コンビニ（経営者）	・近隣の工場が閉鎖し、来客数が減少するためやや悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・競合の激化に加え、パート、アルバイトの応募が全くなく、一部店舗に支障が出始めた。さらに時給の大幅アップによる悪循環が起こり、地域全体も先行きが不透明である。
	コンビニ（経営者）	・最近、客の年齢層が大分高くなってきて、一度にいろいろな物を買ひ、しばらくは出歩かないようにする客も結構いる。その影響もあると思うが、当店の周りでも様々な店が辞めており新規で増えるということは今のところない。このような状況は今後も続くと考えている。消費税が上がったにもかかわらず、売上が上がっていない。
	衣料品専門店（経営者）	・4月以降、顧客、フリー客共に来店者が少ない。今後の夏物バーゲンも数字が不安である。冷夏予測もマイナス要因であり、仕入、粗利益の予測ができない。
	衣料品専門店（店長）	・消費税の影響は小さくなってきているが、それ以上に大きなダメージが燃料や電気料金、材料費の高騰である。これらが落ち着けば消費は緩やかに向上すると思うが、いつ落ち着くのか見通しが立たない。
	乗用車販売店（渉外担当）	・受注残が減り、新車登録は前年比10%マイナス、受注も同15%マイナスで推移している。ただし、小型車、ハイブリッド車の人気は高く、やはり経済的な車が圧倒的に支持されている。楽観視はしていないが、総受注はここ数か月で持ち直してくるとみている。
	住関連専門店（営業担当）	・消費税増税による駆け込み需要の反動減、全般的な仕入コスト上昇による収益の圧迫、価格転嫁が進む可能性等を考えると、先行きはやや悪くなる。
	住関連専門店（統括）	・消費税増税で必要以外の物はあまり購入しない傾向にある。厳しい買い控えがまだ続く。
	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の7、8月は真夏の暑い時なので売上が落ちる。そのため2～3か月先の景気はやや悪くなる。
	一般レストラン（経営者）	・建築業の客から、仕事はあるが人がおらず、すべてのコストが上がってきており、やればやるほど赤字になるというような話をよく聞く。お金がなかなか回っていないというのが実態のようで、仕事は来るが需要につながっていない状況なので、しばらく景気は落ち着かない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・現在の受注量が全く伸びていないため、2～3か月先の景気は厳しい。
旅行代理店（従業員）	・無駄な消費をしなくなる。	
タクシー運転手	・消費税増税後3～4か月は流れをみているため動向がよくつかめないとされているので、まだ1～2か月は様子見である。	
通信会社（経営者）	・6月から新メニューへの切り替わり及びチャンネル変更が計画されているものの、すでに客からの問い合わせによるコールセンターの受電率も9割から6割台に低下しており、販売も新メニュー変更の旨を織込むまでしばらく混乱が予想される。	
通信会社（営業担当）	・景気の先行きへの心配から、しばらくは解約数の減少は見込めない。	
通信会社（営業担当）	・消費税増税となり、物価は上昇しているが所得は増えていないため、消費者は買い控えをしているように感じる。	
設計事務所（所長）	・現在、人手不足が深刻な状況である。東日本震災からの復興、東京オリンピック関係の工事が始まるとますます大手施工に景気が引っ張られがちになる。やはり末端まで景気が行き渡るまでにはまだまだ時間がかかる。中央の方に仕事が集まり、地方にはまだ回ってこない。	
悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・新茶が出回り一気に夏の陽気となっているが、消費税増税後、今まで購入していたお茶を買う客が8割くらい、単価を下げて買う客が2割くらいとなっている。また、暑さで来客数、売上共に減少している。

		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、営業努力や企業努力で一時的に接客数が増えても、増え続けることはない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の出店が6月に決まっており、先行きは非常に厳しい。
		設計事務所（経営者）	・耐震診断等に費用が随分費やされているため、予算もなく、学校や行政の建築設計が著しく減っている。また、仕事があっても大手設計事務所が持っていく、地元の設計事務所にはあまり仕事が入ってこない。
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）	・現在は消費税増税の影響でやや悪いが、それが継続するとは思えない。
		食料品製造業（営業統括）	・徐々にではあるが、買上率が上がってきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これからシーズンになることと、新商品の売行きに期待している。
		建設業（経営者）	・受注できるかは別であるが、計画の話がいろいろと出てきている。
		建設業（従業員）	・受注量については若干多くなっていくような様子がみられる。
		建設業（営業担当）	・消費税8%の駆け込みが一段落し、日々資材が高騰している中で、施主側は次への消費税増税を鑑み、計画を進めて早めの発注をしているので受注が増えてきている。
		輸送業（経営者）	・3月の景況感が山だとすれば、4、5月と坂を下りたので、2～3か月後については一応消費税の関係はあるものの、物流が増えてくるのではないかと期待している。
		輸送業（経営者）	・荷主から良くなるという話を聞くたびに我々は期待するが、一週間後にはそのような話も消えたりと、がくんと山から突き落とされるような大変厳しい思いをしている。
		金融業（統括）	・大企業の景気が徐々に中小企業へも回り始めているような雰囲気がある。
		金融業（支店長）	・企業の設備投資は第2四半期から年度後半に向けて徐々に始まるようだが、建築資材、人件費などの建築費高騰により、その影響が懸念される。
		金融業（役員）	・夏以降の受注見通しは各業界とも総じて強気の見通しを立てているようである。設備投資計画の話も増えてきている。
		税理士	・アメリカの景気回復に伴い、日本車などが売れているが、中国は国内情勢が不透明なところがあって、どうなるか分からない。国内においては政治が先導して引っ張っているので明るさがあり、期待している。
		経営コンサルタント	・商店街のサマーセールスの打ち合わせに集まった商店主の話では、主婦の財布の引き締めは長くはなく、サマーセールスへの影響は少ないのではないかとということである。企業の昇給、ベースアップ、賞与の水準が、想定していたより上だったこともあって、ヘルパーが時給を上げないと集まりにくくなっているようである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・次月の受注が活発になってきていることと、取引先などから夏ごろには回復してくるという話がちらほら聞こえるため、やや良くなるものと期待している。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・このまま良くなるのではないかと思います。
		変わらない	
繊維工業（従業員）	・国内生産では消費者に安価で提供するには限界があり、ファストファッションなどの廉価な商品には対抗できない。		
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・我々のような小さな会社では、良いと言っている同業者はなく、どこも苦戦している。		
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・8月までは受注減の状況が続く。		
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は3か月前に比べてやや上向きと回答したが、個人は若干伸びているものの、法人は会社の設立印が6本程度と例年並みであり、法人関係が今一つ伸びていないため変わらない。		
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・顧客から印刷予算削減の理由で更に見積合わせが多くなり、単価が下がる傾向にある。		
出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・夏物及び夏休み向けのポスターやチラシなどの受注が始まっているが、利益率が下がっているため良くなるとは感じられない。		
化学工業（従業員）	・2か月ぐらい前より少しずつ受注が減っているが、中国向け輸出が良好なので横ばい傾向である。また、原材料、輸送費の値上げの話がきており、厳しい状況が続く。		
プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクス効果は全く出てきていないので変わらない。		

プラスチック製品製造業（経営者）	・成長分野である医療容器の新企画立ち上げや受注見込みは明るい要素が多いが、住宅関連部品の受注見込みが下振れしそうな雲行きである。
金属製品製造業（経営者）	・今月も消費税増税による影響はなかったが、景気が上向き感じもない。
金属製品製造業（経営者）	・現在の受注量増の原因が読み切れない。国内向けが増えていますが、なぜ増えているのかがはっきりしない。
一般機械器具製造業（経営者）	・今まではある程度利益の取れる仕事が確保されていたが、そういった仕事は大分減ってきており、新規の仕事は単価がひどく安く、いくらやっても利益が出ないというものが結構ある。ただし、仕事量は増えてきている。
精密機械器具製造業（経営者）	・今後さらに原油、電気料金など経費の価格転嫁ができなくなり、利益を圧迫していくことが予想される。
その他製造業〔靴〕（経営者）	・消費税増税による大きな落ち込みはないので、これがしばらく継続した場合、景気が良くなるのではないかと。また、本当の力が発揮できてくるような気がしている。
建設業（経営者）	・プラスマイナスゼロで変わらない。
建設業（経理担当）	・最近の仕事は受注した後の追加工事が大変少なくなってきたため、客は必要最低限の予算で必要なものだけを求めるため、付加価値を付けることも難しくなってきた。先の不安から余計な支出を抑え、蓄えているようである。
輸送業（経営者）	・売上増の要因も取り立ててなく、また、経費も燃油費をはじめとして全般的に価格が高止まりしており、減少は望み薄の状況である。厳しい環境は当分の間続く。
通信業（経営者）	・国家が膨大な赤字の状態でも歳費を上げるのは疑問である。本当に景気と向き合っているのだろうか。
通信業（広報担当）	・当面はこの状況が続く見通しである。
金融業（従業員）	・消費税増税による影響は明確なものとはなっていないが、ガソリン価格の上昇も続いており、先行きは決して楽観できない。
不動産業（経営者）	・新築物件の状況からすれば仕方ないかもしれないが、古い物件は相変わらず決まらない状況が続いている。
不動産業（従業員）	・需要があるにもかかわらず土地の供給量が少なく、成約件数に変化はあまりない。
不動産業（総務担当）	・オフィスの空室率は改善傾向にあるが、まだ賃料が上昇するには時間がかかる。ただし、フリーレントの期間はやや短くなっている。
広告代理店（経営者）	・消費税増税の影響があまり出ずに済んでいれば、景気上昇の恩恵がそろそろ回ってきてよいだろうという期待頼みの回答である。
広告代理店（従業員）	・前年比で売上の増減はほとんどないので、変わらず推移する。
税理士	・それほど好材料はなく、このままの状況が続く。
経営コンサルタント	・環境が良くなる兆しはみられない。
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・大きな動きはない。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積件数は多少増えてきているが、契約単価は下がっているため、景気が良くなるという感じはない。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像、広告などでは決して景気回復の傾向にはなく、新しいツールもみられない。
やや悪くなる	
出版・印刷・同関連産業（所長）	・クライアントの販促関連も手探りで様子見の状況である。当面は案件そのものが発生しにくいと考えている。
金属製品製造業（経営者）	・今までの製品についても見積価格の検討依頼が来て、利益につながらないほど価格が下がっている。これに懲りずに見積を出して交渉し、仕事を確保するしかないと思う。
電気機械器具製造業（経営者）	・需要が非常に落ち込んでいるので、業界的に当分上向き様子はほとんどない。今後は一段と悪くなっていくような感じを受けている。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・夏の気温状況にもよるが、あまりに暑かったり、冷夏だったりすると前年の数字を割る可能性が高い。
建設業（経営者）	・消費意欲の低下と大規模工事による職人不足で建築単価が上昇し、個人消費をより低下させると感じる。10%への増税も微妙である。
輸送業（総務担当）	・当面は出荷量の大幅減が続く。製品出荷が動き出すのは7月ごろとの情報である。
輸送業（総務担当）	・消費の低迷や原価の上昇などの長期化及び取引先からのコストダウン要請など、先行きに対して明るい材料が見当たらない。

	金融業（支店長）	・消費税増税で品物の価格が上がっており、便乗値上げもみられるので物価は少し上がると思うが、賃金等が追いつかないということであれば、消費は若干落ち込み、景気も少し後退する。
	広告代理店（営業担当）	・あまり変化がないとはいえ、個人的に休日など都内に出てみると、ショッピング施設や街全体に人が少ないような気がする。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要も終わり、4月後半から受注数が伸びなくなってきた。5月は4月後半の状況を維持しているものの、徐々に受注件数が減少してきており、今後は受注数の低下が見込まれる。
	悪くなる	○
	良くなる	○
	やや良くなる	○
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社（社員）	・顧客の人材需要は今後も堅調に推移することが見込まれる。
	人材派遣会社（営業担当）	・大手企業を中心として業績回復感が出てきている。従来、欠員時は残人員で対応する方針をとる企業が多かったが、業務量増加の観点からも欠員補充を行うケースが増えてきている。今後も同様に欠員補充は行うと思われ、派遣人材への要望も増加する。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の増加幅はさほど大きくないが、食品や機械部品の製造工場、建築関連の現場スタッフなどの急募が始め、今後もこの傾向は続く。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が伸びてきている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数だけでなく、新規求職者数も前年同月に比べ増加しているが、在職者の割合が高くなり、事業主都合による離職者の割合が小さくなってきている。一方、新たに求人を提出する事業主も増えており、新規求人数はしばらくは増加傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・正社員求人が3月と比べ30%増加している。特に、食品関係の求人が活発になっている。また、募集しても以前のように人が集まらなくなったという声があちこちで聞こえるようになったことなどから、景気は多少上向いている。
	職業安定所（職員）	・今後も求人数の増加が十分見込まれること、求職者についても引き続き減少傾向が見込まれるということから、先行きはやや良くなる。
	民間職業紹介機関（経営者）	・手堅い動きであり、多少の変動があっても順調な傾向である。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・中企業の経営者と話をしたが、消費税増税後の状況が良くない、購買力が落ちているということではしばらくこの状況が続くのではないかと。景気は良くなるとは思えないという声が多かった。
	人材派遣会社（社員）	・企業からの受注は引き続き堅調に推移しており、人材確保の難しい状況が今後も続きそうである。
	人材派遣会社（社員）	・給与水準に変化がないため変わらない。
	人材派遣会社（支店長）	・景気がこのまま良くなるようであれば転職層も増加し登録者も増えると思われるが、長期的に継続するのか不安なため変わらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増えてはいるが、企業が求めている人材と求職者にギャップがあり、なかなかスタートに至らない。求人開始から採用に至るまでに時間がかかる傾向にある。
	人材派遣会社（支店長）	・求人数でみれば増加傾向であるが、自分自身の給与が上がるかは疑問が残る。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用スケジュールが新しくスタートするが、秋以降、企業の採用戦略に変化があると思われる。企画提案は7月ごろからまだ予測しにくい。
	職業安定所（職員）	・新規求人数を産業別にみるとサービス業が大幅に増加しているが、そのほとんどが派遣及び請負求人になっており、直接雇用は少ない。
	職業安定所（職員）	・消費税増税の影響は思ったほどないと感じられるが、求人条件の改善がみられないと求人数が増えても紹介に結び付かない感じがする。
	民間職業紹介機関（経営者）	・悪くなるような要素は求人、採用上からはみられない。数年前と比べると中期的にも安定感が感じられる。
	民間職業紹介機関（職員）	・一時的な理由で停滞していた企業も採用が活発になることが想定され、全体的には変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲に全く陰りがみえない。
学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の新卒求人に関しては新規募集、採用数増加などの要請はさほど多くはなく、大きな変化はない。	

やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> 業種、業界問わず人材不足が続くものの、一部企業では採用難により求人の募集コスト抑制の動きが生じており、広告収入の減少が懸念される。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	<ul style="list-style-type: none"> 景気が良くなる材料がなく、明るい見通しが立たない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> 2～3か月後の予定は5、6件あるが、例年、減少傾向のためかなりの落ち込みが予想されるので、何とかそうならないように心積もりしている。いろいろ聞いたところによると、需要は縮小気味である。
悪くなる	—	—