

#### 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〔米穀〕 (経営者)	・今後の政治の安定とアベノミクスに期待し、同じことを継承し、形にしてもらいたいという希望を込めて良くなっていく。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当） スーパー（経営者） コンビニ（経営者） 家電量販店（経営企画担当） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（販売担当） その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） 一般レストラン（経営者） 一般レストラン（経営者） 一般レストラン（スタッフ） タクシー運転手 通信会社（経営者） 通信会社（経営企画担当） ゴルフ場（支配人） パチンコ店（経営者） その他レジャー施設（経営企画担当）	・必要のないものを購入しない傾向は続いているが、今後はセール等の要因で動きが出る。 ・衆議院議員総選挙があるためである。 ・更なる消費税増税が延期になるため、客の財布は少し緩んでいるのではないかと思う。 ・更なる消費税増税の延期が決定されたため、やや良くなる。 ・自動車の販売はあまり芳しくないが、更なる消費税増税延期の発表があったので、来月あたりから大分良くなる。 ・衆議院議員総選挙が12月にあり、現政権が勝って適切に予算を遂行すれば、来年1～2月以降は期待も込めてやや良くなる。建設関連のトラック需要は一時よりは減ったものの、まだ高値で買取りされているため、東北復興で下請業者も動いてくる。 ・総選挙が焦点になる。経済政策に重点をおいて実行していくのではないかと思う。 ・消費税増税の先送りは一過性だが、来客数は微増している。 ・消費税10%への増税が延期されたことで、財布の緩みが多少出てくる。 ・アベノミクスはまだ中途半端なので、総選挙でまた現政権になれば完結して少し良くなると期待している。 ・年末は動きがあると思うが、年明けが心配である。年末も総選挙の影響が懸念される。 ・ボーナスが期待できる。手持ちのお金も皆持っている。 ・今後の案件情報が増加しているため、やや良くなる。 ・冬の閑散期を割引期間としているため、ある程度の集客を見込んでおり、予約数も確保できている。 ・少し期待も入るが、この先に総選挙があったり、しばらくの間、消費税が8%のままということが決まっているため、今の若干悪い状況からは少し上向くのではないか。 ・年末年始で消費が上向くことを期待している。来客や催事の予約は順調に推移している。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔和菓子〕（経営者） 一般小売店〔家電〕（経理担当） 一般小売店〔文房具〕（経営者） 一般小売店〔家具〕（経営者） 一般小売店〔印章〕（経営者） 一般小売店〔祭用品〕（経営者） 一般小売店〔家電〕（経営者） 一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・12月の忙しくなる時期に今年は総選挙があるので、選挙の状況によって悪くなることも考えられる。様々なことを考えて国が動かなければいけないのに、選挙という一番悪い状況に陥るので、これからが大変である。 ・12月の選挙結果にもよるが、現在の消費マインドからすると好転する兆しは薄いような気がする。 ・消費税10%への増税による買いだめ、前倒し購入の機会が遠のいたため、それに期待していた業種には厳しい。 ・2～3か月前から客の消費の冷え込みがかなり感じられているので、簡単に回復はしないのではないかと思う。 ・暮れに向かって通常は商品の動きがある時期だが、総選挙などもあるため、消費者の気持ちがどう動くかである。 ・文具と事務用品関係の商品がある程度売れて平均的に進んでいるため、売上が安定している。 ・消費税10%への増税が先送りされたことや総選挙の結果にもよるが、景気そのものは良くも悪くもならず、変わらないのではないかと思う。 ・当地域では9月から総額8億円のプレミアム付き商品券を発売したため少々期待していたが、その効果はあまり見受けられない。半額分の商品券は大型店の加盟店でも使用できるため、やはり大型店に集中してしまうのではないかと思う。 ・年末に向け消費が増えると有難いが、消費者はかなり渋っている。 ・衆議院議員総選挙の結果にもよるが、保守政党が大幅に伸びない限りは景気が特別良くなるとは思えない。 ・大きな物件は数多くあるが、まだ決定しない。客は更なる消費税増税が決まってから買おうというような考えもあるのではないか。まだ総選挙前ということもあって、客は物を買おうか迷っている状況が見受けられる。

百貨店（売場主任）	・アベノミクスの成長戦略が軌道に乗るまでは、消費者心理は変わらない状況が続く。
百貨店（総務担当）	・短期間で変わる要素がない。12月は総選挙も控えており、選挙の月は過去の実績からも売上が伸びない。今後も当面は厳しい状況が続くため、対策を講じる必要がある。
百貨店（総務担当）	・総選挙を控え、12月中旬までは回復しないと考えている。
百貨店（広報担当）	・消費税増税による反動減から回復傾向にあるものの、売上は前年と同じぐらいで推移しているため、どちらとも言えない。
百貨店（営業担当）	・婦人服、紳士服、服飾雑貨等のファッション商材は、天候不順の影響もあって低調である。円安、株高による個人消費への好影響は、あまり期待できない。
百貨店（営業担当）	・円安による原材料の高騰に伴い、各商品の値上げはしばらく続く。冬のボーナスに期待したいところではあるが、最近の傾向から将来を考え、無駄な出費を抑えることが予想される。生活必需品の低迷を、高額品やインバウンド需要で補うことは難しく、現在の厳しい状況は変わらない。12月の総選挙の結果次第で、現状路線が否定されると混乱をきたすことが懸念され、さらに悪化することも危ぶまれる。
百貨店（営業担当）	・総選挙が歳暮商戦、冬物最盛期にぶつかり、消費意欲が上がらない中で、良くなる要素も他にない。
百貨店（店長）	・消費税増税の影響が長引いている。
百貨店（経営企画担当）	・消費者の所得が上向きにならない以上、売上が上がる要因は少ない。
百貨店（副店長）	・総選挙を控え、消費熱に微妙なマイナス影響を与えるのではないかと。暖冬という予報でコートなどの冬物衣料が売れなくなるし、平年よりも雨が多いと来客数に影響する。
スーパー（販売担当）	・客は曜日や広告、ポイント何倍といった特典の付いた日や店舗などを上手に買い回り、そういった商品を手に取ってすぐレジに並んでしまう。付加価値の付いた少し良いグレードの商品はなかなか買わない状況が続いている。
スーパー（経営者）	・多少は良くなってきている気もするが、あまり良くもなく悪い状態が続いており、それが今後も続く。
スーパー（店長）	・3か月後の景気については良いと答えたいところだが、今の段階では変わらない。12月に衆議院議員総選挙があるので12月13、14日の土日に緊急号外を入れて集客を図って何とか売上確保に努めていきたいが、現在のトレンドからいくと悪いまま推移していくのではないかと。選挙結果がどうなるか分からないが、客自身が安い物しか買わず、必要以外の物は買わないため、注視して見極めなければならぬので、なかなか厳しい。
スーパー（店長）	・数か月落ち着いていた生鮮食品はこれから相場高になり、年末を控えて出費もかさむ時期と重なるため、催事時期の反応は良いかもしれないが、長い目で見ると厳しい状況は続く。
スーパー（総務担当）	・株価が上がって景気は良いように見えるが、当店のような小売業のスーパーでの需要に関しては、客の実質賃金が上がってないと思う。今年は暖冬予報のため、衣料品や寝具類などは厳しいことが予想され、食料品もそれほど売上が大きく伸びるといふ見込みは立たない状況である。
スーパー（総務担当）	・競合店開店の影響が大きく、2～3か月は今と同じ悪い状況が続く。
スーパー（営業担当）	・12月の総選挙の結果によっても景気が左右されるが、更なる消費税増税が延期されたことにより、当分の間は景気の底支えができるのではないかとと思う。
スーパー（仕入担当）	・更なる消費税増税は18か月見送られたが、消費を喚起する起爆剤とはならない。円安の影響により年明けの輸入商材は更に値上げとなる。
コンビニ（経営者）	・周辺の状況が以前と全然変わっていないため、先行きも変わらない。
コンビニ（経営者）	・年末年始を迎えるためやや良くなると思うが、客の懐具合は寂しいようなので、それほど大きな期待はできそうにない。
コンビニ（経営者）	・単価が落ちてきている。客の買物にもプラス一品がなく、買い控えの傾向がみられる。
コンビニ（経営者）	・就職活動している客が、なかなか決まらず、決まっても本当に行けるのか分からないと話しており、先が分からない状況である。
コンビニ（エリア担当）	・前年と比較しマイナストレンドが継続しており、特に、来客数の改善がみられそうにないため、この傾向が続く。

コンビニ（店長）	・日常生活に関する消費には非常にシビアであるものの、冬ギフトやクリスマス、おせちの予約などは比較的好調である。行事に対する支出は家計の中で占める割合が大きくなっているようである。
コンビニ（商品開発担当）	・客単価は下降していないが来客数減が続いており、今後も増加につながるような話題が少ない。
衣料品専門店（経営者）	・このままずるずると冬物バーゲンに入る。天候や総選挙等の影響が盛り上がりの不安材料となる。
衣料品専門店（経営者）	・実質収入が増えないことには消費が増えることは見込めず、景気の変化は期待できない。買物の様子をみても二極化がはっきりしており、コーディネート商品をそのまま何組も買上する客もいるが、慎重に単品を品定めしている客が最近増えている。
衣料品専門店（経営者）	・所得が上がらないのに物価高や消費税増税で購買力が低い状態がしばらく続く。
衣料品専門店（店長）	・4月以降続く来客数減の状況が3か月間で改善するとは思えない。
衣料品専門店（営業担当）	・店の勢いを継続させ、販売員のモチベーションをもっと向上させれば、急激には下がらないはずである。現在、9か月連続で前年を達成しているが、12か月連続も夢ではない。
家電量販店（統括）	・小売における環境は3月まで非常に厳しい。前年の駆け込み特需の影響をこれから大きく受ける。
乗用車販売店（経営者）	・更なる消費税増税が先送りになったが客の購買意欲にあまり変化がみられず、急激な回復は見込めない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税先送りのせいか、以前と変わらず買い控えが続いている。購入するユーザーは故障などのやむを得ない事情により買換えている。
乗用車販売店（渉外担当）	・受注は新型車効果が大きく、ハイブリッド車は思うように伸びないものの総受注は前年並みに推移している。来客数も新型車効果で増えているが、ひとところのボーナス需要はみられず、予断を許さない状況である。ここ数か月は大きな変化はないとみている。
乗用車販売店（販売担当）	・現状より下がることはないと思うぐらい悪いが、来年3月にエコカー減税が終了するため、先行きもかなり不安である。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の延期により、駆け込み需要が期待できなくなった。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・総選挙の結果次第でまた情勢が変わるかもしれないので、気になっている。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・物価の上昇に加えて人件費も高騰してくれば、会社としては難しい局面もいずれは出てくる。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・春にかけて国内外で話題のゲームソフトが多数発売予定で好調になると考えられるが、その他の商品は軒並み見込みを落とすのではないだろうか。
高級レストラン（副支配人）	・法人関連を中心とした宴会予約の受注状況から判断して変わらない。
高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に前年と比べても上向いているとは感じられず、平行線である。
一般レストラン（経営者）	・現政権が総選挙で大敗すれば急に景気が落ち込む可能性はあるが、大負けも大勝ちもせず、現在のまま政策が進むような感じがする。
都市型ホテル（スタッフ）	・先々の客の動きをみても鈍く、直近で若干動きがあるものの使い控えが顕著になってきている。来年の消費税増税は見送られたが、根本的に景気が停滞しており、是正されなければ現在と変わらない状況が続く。
旅行代理店（経営者）	・3か月先の見通しがなかなかつかず、現況と変わらない。
旅行代理店（経営者）	・国政選挙の影響で変わらない。
旅行代理店（従業員）	・日常的に必要な出費は仕方ないが、旅行などの娯楽費用はどんどん減ってしまうのではないかと思う。
タクシー（経営者）	・消費税増税が延期されたとはいえ、上がることには変わりなく、その増税に収入が追い付いていない。乗務員の給与は全体的には下がる傾向にある。
通信会社（経営者）	・スマートテレビやタブレット視聴による加入増が純増を下支えしている状況であり、インターネットと電話の獲得に陰りが出始めている局が担当エリア8局中2局出てきている。
通信会社（経営者）	・毎月、契約目標を守るのに精一杯な状況は継続する。
通信会社（営業担当）	・景気の見通しが不透明であり、大きく上昇する要因も見当たらない。
通信会社（営業担当）	・所得が増加する要因がないため、しばらく景気は変わらない。
通信会社（営業担当）	・目新しいサービス、コンテンツが出てくるまでは価格重視の傾向が続く。

	通信会社（局長）	・消費増税の影響がまだ消費に対して消極的に働いているようで、当社のような継続的に支払いが生じる商品には慎重な姿勢がうかがえる。
	ゴルフ場（従業員）	・悪くなると回答しないだけ以前より良くなっているが、上向きは実感できず、簡単に期待もできない。
	ゴルフ場（支配人）	・良くなって欲しいという希望はあるが、寒い冬に向かって変化は感じられない。
	美容室（経営者）	・夏以降、消費がかなり落ち込んできている。
	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・このままだと上向きにはならず、良くて現状維持である。何も良い材料が見つからないまま来年度に向かうのではない。
	設計事務所（経営者）	・一つ一つが手間も時間もかかるプロジェクトなので、現在の仕事状況から考えると、良い方向にしているとは思えない。
	設計事務所（職員）	・消費増税は先送りになるようだが、建設設計業界に大きな影響はないと思う。
	住宅販売会社（従業員）	・更なる消費増税が延期となり、駆け込み需要が期待できなくなった。住宅エコポイントの復活など良いニュースもあるが、客はいつから開始になるのかと様子見となってしまっているため、しばらくは変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	・今はやや良いが、来月以降の動きはまだみえてこない。
	住宅販売会社（従業員）	・都内の案件はこれからも順調に推移していくと思われるため、当地域の仕入をなるべく減らして都内中心に業務を展開していければ、良くなっていく。12月は前年も契約が多くできたので、力を入れていきたい。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費増税の反動は弱まってきているが、原材料や燃料価格の上昇で住宅資材全般に値上げが出てきているため、積極的な購入が進んでいかない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・更なる消費増税の時期を1年半遅らせたことからみても、景気が非常に悪くなっていると中小企業は感じている。今後、消費税が8%のままだとしても景気が底を打って持ち上がるような雰囲気は全く感じられない。
	商店街（代表者）	・今年は天候に左右されたため、衣料品関係は冬物の動きが非常に鈍い。競争も厳しいため、客は安い物に走っていくような状況で、売上は2割ぐらい減少している。総選挙の結果にもよるが、厳しい状況が続くのではないかと。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・給料が上がらずに物価が上がっているため、景気が良くなるはずがない。その程度がどのくらいかは総選挙の結果でまた違ってくるので、心配している。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・企業が移転して社員用のお茶のコスト見直しが進んでいる。来客用のお茶に関しては、まだ現状維持の会社が多いようである。
	百貨店（広報担当）	・来年10月に予定されていた消費増税が延期となったため、その影響による売上減は免れたものの、駆け込み需要もなくなり、景気の刺激策が見当たらない。インバウンドは増加しているが、小売業の恩恵は都心の一部店舗に限られ、全般的な波及効果は少ない。客の買物も二極化し、高額品は売れているものの実用品は無駄のない計画的な購買行動となっている。
	百貨店（営業担当）	・これだけ連日のようにマスコミ等でマイナス環境を取り上げられると当然、婦人服などは厳しくなる。円安も含め、メーカーが商品を作らず、売り逃しを含めて厳しい状態は続く。
	百貨店（販売促進担当）	・来客数の落ち込み以上に単価が落ち込んでおり、客が買物により慎重になっている。円安基調による価格の上昇といったマスコミ報道も影響している。また、衆議院議員総選挙によりギフト需要には影響がある。
	百貨店（管理担当）	・4月の消費増税後の景気の落ち込みと10%への再増税への不安から、やや悪くなる。
	百貨店（営業企画担当）	・消費増税や円安による輸入品の値上がりに対して所得の上昇が十分ではなく、消費意欲が弱含みになっている。株高による資産効果を背景とする高額品の消費はあるものの、消費全体に対する効果は限定的であり、中間層、地方まで所得上昇が実感を持って広がっていかない限り、景気は後退する可能性が高い。
	スーパー（店長）	・将来、所得税や保険料が上がり、また、1年半以降に消費増税があるため、生活防衛の動きが感じられる。また、株高ではあるが可処分所得が減少するばかりで、買上点数の減少や来店頻度が低くなっている。
	コンビニ（経営者）	・客の様子から少し後退気味に感じる。

コンビニ（経営者）	・客単価、買上点数共に下降が止まらない。客の財布のひもはますます固くなり、セール頼みの商売が続きそうである。
コンビニ（経営者）	・つい先日、近隣に食品スーパーがオープンした。また、当店と同じチェーン店のコンビニエンスストアが近くにまた開店したため、四方を同じチェーン店に囲まれるようになった。食品スーパーも乱立するようになり、最近是需要と供給のバランスにおいて供給の方が過多になっているような商圏になりつつある。
衣料品専門店（経営者）	・円安、消費税増税、暖冬の影響、また、選挙があると消費が落ちるため、先行きがみえない。
衣料品専門店（経営者）	・アベノミクス効果が発揮されないうちに総選挙となり、余計に消費動向は良くない。また、円安で輸入品が大変高くなっており、小売業にとっては難しい問題が山積している。
家電量販店（店員）	・経済の動きを考えると、購買意欲があっても消費は控え目という状況が続く。
住関連専門店（営業担当）	・円安の進行による原料価格の高騰が製品価格の上昇を招いている。更なる消費税増税が延期となったため、直近の消費マインドの向上も見込めない。
住関連専門店（統括）	・更なる消費税増税が延期になったため、買い控えが極端に出ている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・メディアでも報道されているとおりGDPの数値が悪く、消費意欲は引き続き低迷する。将来へのみえない不安と税金、保険料の負担増が消費意欲を低迷させている大きな要因である。
一般レストラン（経営者）	・1～2月は売上が落ち込む時期であり、特に2月は年間が一番落ち込むので悪くなる。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税は先送りになったものの、暮れの総選挙、円安で仕入価格が上がり、物価は少し上がっても収入は上がりず、消費者の財布のひもはきつくなるばかりである。飲食業にとって厳しい年末年始になりそうである。
旅行代理店（従業員）	・円安の影響で海外への渡航者数が減っているため、旅行参加者が通常より減り、業績が良くならないことが見込まれる。
旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は冬のシーズンに入るので、秋の観光シーズンよりは法人団体、個人共に落ちてくる。また、円安で海外旅行については不安材料があるため、やや悪くなる。
タクシー運転手	・どの方向に向かっているのかが分からない。国も迷っているのだろうが、我々も非常に迷っている。
タクシー運転手	・12月が1年で一番忙しい時期なのに衆議院議員選挙ではあまりにも厳しく、期待できそうにない。ますます財布のひもはきつくなりそうである。
タクシー運転手	・深夜残業でも交通費が出ない会社が随分増えているような感じがするし、会社の飲み会が少なすぎる。昔のようには言わないが、上司や会社の経費で宴会したり、ゴルフの接待などをしてもらわないと全体的に元気が出ない。
タクシー（団体役員）	・例年、年末は繁忙期となるため上昇が見込まれるが、賞与に関し特に明るい報道もなく、選挙時は稼働が落ち込む傾向があるため、総合するとやや悪くなる。
通信会社（社員）	・順調にきていた加入獲得ペースがややスローダウンしつつある。この状況に対応する施策を打たなければやや悪くなる。
通信会社（総務担当）	・消費税増税は回避されたが、円安、異常気象などへの対応や不安で好転の兆しがあまりない。
観光名所（職員）	・2か月後は1月の初詣でシーズンになる。過去の1月はかなり良かったが、信仰心の関係で年々当地への参拝客が減っている。
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・家族での来場が以前にも増して減ってきている。年末の総選挙も控えており、消費が拡大していくとは考えにくい。
美容室（経営者）	・街が段々過疎化になっているせいか、来店率が低くなっているような気がする。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・この3か月ぐらいは生徒数が減少している。塾業界では単価を下げているので競争が激しくなっており、小さな学習塾の景気は一向に良くならない。生徒数の減少が続いている。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今までに何度も良くなると回答してきたが、希望的観測に終わってしまっている。これからも良くなる要素が考えられず、2～3か月後は正月と2月のため、もっと悪くなってしまふ。

		設計事務所（経営者）	・更なる消費税増税が先送りになったことや12月中旬の総選挙で、経済の見通しが見えない。まして建築設計については今ではなく年が明けてからでもといった感じが若干受けられる。ホームページ等で新しい物件について客の建築意欲を高めようと相当頑張っているが、つかめていない。行政の仕事においても指名が少なくなったり、不調になる傾向が多くなり、また、単価が上がったために先がみえない。
		設計事務所（所長）	・例年、この時期は来年具体的に動くための計画物件を行っているところだが、今年はその動きさえない。
		設計事務所（所長）	・新しい情報等が少なく、新規物件の開拓には少々難しい時期ではないかと考えている。
		設計事務所（所長）	・仕事量が非常に少ない上に単価等も下がっているため、競争意欲がなかなか向上していない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注が改善される見込みがないため、受注残が更に減少して売上が落ちる。
		住宅販売会社（従業員）	・事業者側、中でもテナントの出店意欲が減退していると感じられ、受注量の減少に歯止めがかからない。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・将来、消費税が10%になると言われているが、今のこの悪い景気ではとにかく売上也下がる一方で、見通しも立たない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末にかけて売れる商品が見当たらない。大手企業の会社員と公務員の購買意欲はありそうだが、一般消費者の需要はまだ見込めない。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・原材料や人件費の高騰にもかかわらず、給与所得から天引きされる税金と社会保険料等が上がっているため手取り金額は少なくなっており、消費意欲が低下している。デフレ脱却と言っているが、相変わらず安さでの顧客の奪い合いが続いている。
		百貨店（計画管理担当）	・昨年、駆け込み需要で購入した時期にあたるので、消耗品以外はずで持っている新たに買う必要がなく、消費意欲は更に冷え込む。
		コンビニ（経営者）	・先行きはますます厳しくなる。
		衣料品専門店（店長）	・客の節約志向が高まり、気温は下がったものの肌着や寝具などの実需商材は伸び悩んでおり、しばらくはこの状況が続くようである。
		乗用車販売店（経営者）	・更なる消費税増税がなければ新車の購入も先送りする等の声が開聞こえる。消費税が上がればもっと景気は悪くなるだろうが、客の購買意欲が下がっているように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・この時期に総選挙をしたら良くなるものも良くなるはず、悪くなる一方である。現政権が過半数を取ってもその後の選挙までT P Pなどを放ったままでは、経済は良い方向へは向かわない。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の見積件数が極端に減ってきている。受注依頼は来るものの、半数以上が来年4月以降の予約である。
		タクシー運転手	・消費税10%への引き上げを17年4月まで1年半延期し、師走選挙ではタクシー業界の景気はがた落ちである。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅事業においては消費税増税後、客は全く来店せず、広告をいくら出しても反響が全くない。また、総合建設業においては建設費の高騰で採算が取りにくくなっている現状が、いつ改善されるか全く見通しが見えない。来年10月からの消費税増税は延期されたが、政府が何か景気対策を打ってこない限り、当分この状況が続く。
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）	・消費税増税が延期されたことで取引先は大分安どしているようなので、上向くのではないかと。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今年は量産の試作品を何点か確保しており、それが今後立ち上がってくるような気配である。他の物が減らなければ、売上が若干上がってくるのではないかと。
		電気機械器具製造業（経営者）	・総選挙後の景気対策、消費税増税に向けての駆け込み需要など、今後、引き合いや受注が活発になると予想している。
		建設業（経営者）	・年末から年度末へと入るので修繕関係の工事が入り、良くなる。
		輸送業（経営者）	・日銀総裁の発言にもあるように、量的緩和が定期的に行われるような状況になれば、流動性が高まって若干景気が上向きの方向に向くのではないかと。
		輸送業（経営者）	・人手不足は相変わらずで、仕事量が増えている。必然的に販売価格の上昇が見込まれる。
		不動産業（総務担当）	・オフィスの入居率が高水準で続いており、今後解約予定のテナントもなく、安定した収入が当面見込めそうである。

	税理士	・アメリカの景気が戻ってきて日本車の売行きが良いが、中国ではバブルがはじけるなどの問題から、日本の進出企業が人件費の高騰等で撤退している。国内ではアベノミクスにより政治が先導しているため、中小企業も段々良くなって底辺から脱してくるような気がする。
	税理士	・消費税増税が先送りされ、アベノミクスの成功への道筋ができれば景気の上昇は見込まれる。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・値上げがまだ続きそうなので、消費は冷え込んでしまう。
	食料品製造業（営業統括）	・年末に向けて良くなって欲しいという期待感はあるが、総選挙による消費への連動が不透明である。
	繊維工業（従業員）	・アベノミクス景気は中小零細企業やその従業員には厳しく、決して好転しているとは言い難い状況にあり、現状が大きく好転するとは考えにくい。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・会社関係の設立が少ないこともあり、伸び悩んでいる。一方で、個人の需要が少しずつ伸びているため、総合すると変わらない。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・更なる消費税増税が延期になったとはいえ、景気が良くなるという期待感もなく、現状維持が精一杯である。
	化学工業（従業員）	・年末が近付いているが受注量は増えず、年明けセール等の実施を中止するところが増えている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの成果はまだ出てきておらず、金融機関が中小企業に貸出をすれば景気は良くなるが、かなり難しいと思う。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療容器、化粧品容器の受注は見通しが立っているが、住宅関連部品の受注はやや勢いが欠けることと、円安による原料価格の値上げが心配である。
	金属製品製造業（経営者）	・来月の月初めに新しい仕事が入りそうなので、年末は忙しくなる。また、見積件数は多いが、価格競争に負けているようで決まらない。原価を下げる工夫をして仕事を取れるよう頑張っていきたい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・大手は良いかもしれないが、中小企業には実感できるものがない。
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・身の回りの中で特別悪い、良いという話はない。革の値段が急騰するようなことがあればどうしようもないが、そのようなこともないようで、今のところ順調にしている。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・景気の好転がみられない。
	建設業（営業担当）	・12月に国政選挙が行われるが、国民の意識がどう変わっていくかが今後の焦点になる。
	建設業（経理担当）	・年末に向かっても新しい引き合いが出てこない。年明けに期待しているものの、この地域では営繕ばかりで新規投資話が不透明である。
	輸送業（経営者）	・景気が悪いと言うだけでどうにもならず、何を考えても八方塞がり、大変苦しんでいる。
	輸送業（総務担当）	・荷主の出荷は依然として輸出が中心で、国内出荷は低調である。
	通信業（広報担当）	・しばらくは一進一退の動きになる。
	金融業（統括）	・特に良い材料がなく、選挙結果にもよるが、当面は横ばいである。
	金融業（従業員）	・円安の進行や原材料価格の上昇が懸念される一方で、消費税増税による売上高の反動減が続いている。中小企業からはアベノミクス効果を実感しているとの声はほとんど聞かれない。
	金融業（支店長）	・衆議院議員総選挙の行方を見極めたいとの声が多い。当面、投資に消極的な姿勢は変わらない。
	金融業（営業担当）	・円安の影響で原材料が高く、ガソリン価格等の高止まり、また、各企業の受注量がそれほど増えるという見通しが無いため、それほど変わらない。
	金融業（役員）	・更なる消費税増税が先送りされることでしばらくは現状の景気が続くのではないかとの見方が主流となってきている。
	不動産業（経営者）	・このところ物件の契約が進まない状況が続いており、空室対策に必死である。
	不動産業（経営者）	・駅近テナント物件でも賃料を下げなければ決まりにくくなっているが、独立して飲食店を開店する若い人からの引き合いが増えている。
	広告代理店（経営者）	・選挙報道で盛んに言われている地方の低迷が、政権交代後の政策の実態である。それが解消されれば、少なくともどちらとも言えない状態になるはずという消極的な期待を込めての回答である。
	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	・更なる消費税増税が延期になったため、期待している。	

	経営コンサルタント	・小規模建設会社の社長は、「受注は多く忙しいが、常勤者以外の人を確保するのが難しく、対応できていない。しかも、困ったことに確保するための人件費がかなり上がってきており、結果として収益を圧迫している。」と話している。良くなるには時間がかかるのではないかと。	
	経営コンサルタント	・経済対策が中小企業まで浸透できない何かがあるのではないかと。早期の補正予算実施も必要である。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・円安による原材料等の高騰に加え、景気対策低迷の波も加わり、結果的にあまり改善されないように思う。	
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人出不足を解消する手立てがない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件や既存契約も現状維持の傾向にある。心配なのは労働力で、募集を出しても集まりにくくなってきている。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今後も競合他社との高速インターネット環境整備に関わる厳しい競争は継続していくと想定される。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・11月は毎年注文のある季節商材で維持していたが、通常はあまり良くない。	
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年は消費税増税前の駆け込み案件が多少プラスに転じたが、その分の前年比でのマイナスに受注量の減少がさらに追い打ちをかけるかと考える。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いはあるが、話を詰めると予算がないということで成約に至らないことが非常に増えているので、まだ景気は落ち込んでいる。	
	建設業（経営者）	・消費マインドを上げるほどの物がない。	
	輸送業（経営者）	・稼働日数が少ない期間になり、売上の減少と人手不足による外注費の増加等で悪化要因が多くなるため、やや悪くなる。	
	輸送業（総務担当）	・燃料費が下がってきたことは良いことだが、物量の低迷が続く取引では物流コスト削減の動きがあり、業況は厳しい。	
	通信業（経営者）	・アベノミクスの第3の矢がみえない。	
	広告代理店（従業員）	・受注量、販売量共に減少する。今月はスポット的に受注が伸びただけであり、今後は前年と変わらず推移する。	
	広告代理店（営業担当）	・円安が進みすぎて一般消費者にとって日用品、ブランド物などの物価が高くなったためである。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新しいツールも考えにくく、全く明るい材料が見当たらない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・デフレ対策の失敗や中国経済の減速のため、やや悪くなる。	
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年間で現在がピークで他は忍耐を強いられる期間となるため、改善しようと努力はしているが、ままならない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・衆議院議員総選挙で一時的には株高になるが、日本の借金をどのように減らしていくのかを明確にしないと海外からの信認は得られない。円安が加速してインフレ傾向になるが、実勢が伴わない。	
雇用関連	良くなる	○	○
(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・Web系サービスを強化する企業では、サービス強化に伴う営業職や技術者採用のロットニーズが出るなど、人材の集め方次第で成約数の伸びが期待できる。
		人材派遣会社（営業担当）	・取引先の上期の状況をみると比較的好調のようなので、来季に向けて投資が多くなる。一方で、個人消費は消費税が8%になってから買い控えする人も多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手企業の動きが活発になれば、必然的に中堅企業も動き出す。予算の前倒し執行が予想される。
		職業安定所（職員）	・介護関係、新規開設事業が多く、人手不足のため、外国人雇用について検討を始めたとの声も聞こえる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・この時期に総選挙があり、その後どうなるか分からないため、しばらく様子見で変わらないのではないかとという経営者が多い。
		人材派遣会社（社員）	・12月の衆議院議員総選挙の結果によるのではないかと。
		人材派遣会社（営業担当）	・各企業とも正社員、契約社員の採用が積極化し、また、求職者も社員希望者数が増加しているようである。雇用は流動化しているようで、採用コストを抑えて人材採用する動きが出てきている。そのため、人材ビジネスとしては売上が厳しくなっている。
		人材派遣会社（支店長）	・選挙結果によるところも大きいですが、経済成長にかかわる何か新しいことがあるようには思えない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・政情が現状のまま続くとするれば、良くも悪くも大きな変化はない。業務縮小している企業がある一方、中には新規開業のための求人もあり、好不調の温度差が大きい。

	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、パート求人の増加率が26.5%と目立ち、正社員求人はあまり増加していない。
	職業安定所（職員）	・求人者の採用意欲は引き続き高いと思われるが、求職者の減少傾向は続き、また、ミスマッチもあり、求人者側で欲しい人材を確保できない状況が予想される。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が横ばいになる一方で、減少が続いていた新規求職者数は前年同月と比べプラスに転じ、減少に歯止めがかかってきた。
	職業安定所（職員）	・現状では大きな雇用調整等の情報もなく、突発的に何かの要因で変化がない限り、現状のまま推移していく。
	職業安定所（職員）	・先行きについては分からない状況である。
	民間職業紹介機関（経営者）	・採用までに時間がかかる傾向が常態化してきている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・人材採用面では、定期採用も抑えていた4、5年前から改善されてきていることは確かだが、安定して好転しているとは感じられない。
	民間職業紹介機関（職員）	・3月決算企業の来期以降の計画検討段階になってきており、今期だけでなく来期も見据えた際に、一部業界では採用を手控える企業が出始めるかもしれない。
	民間職業紹介機関（職員）	・企業の求人意欲に変化はない。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の採用計画確認状況より、新規採用、採用者の増員、再募集など、若干の増加はみられるが大きな変化はない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改善要因が見当たらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・世論調査や出口調査、投開票などの総選挙特需がなくなる分の仕事は減るが、他は変わらない。今後、総選挙結果を受けての動向が気になる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・11月ぐらいから求人数が減ってきているため、この先も悪くなる。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・大手企業と中小企業で収益の差が広がっていき、ますます二極化していくのではないかと。
悪くなる		○ ○