

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) | | 一般小売店〔生花〕 (店員) | ・6月は何も行事がないが、7～9月はお彼岸、お盆と仏花に関する行事がとて多い。当店は、近くに寺院や墓地があり、花の需要がとて多いので、これからとて多売れと期待している。ただし、花は夏の暑さに弱いので、すぐに駄目になってしまうという問題があり、少し心配もしている（東京都）。 |
| | | スーパー(経営者) | ・良くなるように準備している。 |
| | | 乗用車販売店(店長) | ・新型車が投入されるので、その効果が出てくる。 |
| | | 観光名所(職員) | ・2～3か月後になると、梅雨も明け、夏休みに入るため、今月よりは良くなると期待している（東京都）。 |
| | | ゴルフ場(経営者) | ・サッカーワールドカップの日本の成績が良いため、ポジティブな人が増える。 |
| | | 一般小売店〔家電〕 (経理担当) | ・いつになく早く梅雨が明けて、暑い日が続くそうなので、エアコン、冷蔵庫に期待を持ちたい。ただし、安価な商品の購入が多くなる時期なので、売上の数字については不安がある。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕 (経営者) | ・梅雨が明け、暑くなると商品も動き出す。 |
| | | 一般小売店〔文具〕 (販売企画担当) | ・通年、7～8月といった夏場は閑散期で外商の物件は少ないが、今年は既に結構な案件数が決まっている。単価的には高くないが、そういった意味では良い。 |
| | | 百貨店(総務担当) | ・近隣商業施設の業態変更に伴う新規客の取り込み、固定客化を確実にし、買い回り効果を含めて進めていく。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・買上につなげる対策として、既存店舗の取引先交渉及び改装という手を打つ（東京都）。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・米国対中国、欧州の貿易摩擦は長期化が予想されるが、現時点では景気、物価への影響は限定的である。引き続き内外需共に底堅く推移することで、国内消費は緩やかなペースで増加することが見込まれる。また、訪日外国人客数の増勢は当面持続することから、景気の上昇基調は引き続き維持される（東京都）。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | ・セール、国内の夏休み帰省需要、特に中国人旅行客の多いサマーシーズンなので、インバウンド消費のけん引に期待している（東京都）。 |
| | | 百貨店(店長) | ・前年に比べて天候が良い日が多く、梅雨明けも早い予報が出ていることもあり、夏到来ムードに明るさを感じている。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・夏場になり、ソフトドリンク、アイスクリーム、冷たい麺などの売上が伸びる。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・この異常な天候が落ち着いて、夏空が来れば、やや良くなると期待している。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・今年は梅雨が短く、また気温がかなり高いということで、例年よりも来客数の動き、特に夜の動きが多くなっている。今後3か月も同様の流れになる。ただし、前年同月と比べると同等なのではないか。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・関東地方では6月末に梅雨が明け、毎日暑い日が続いている。このまま好天に恵まれ真夏日が続くようであれば、売上が伸びるのではないかと期待している。これがまた梅雨のような状態に戻ると、売上、来客数は非常に厳しくなる（東京都）。 |
| | | コンビニ(商品開発担当) | ・猛暑の見込みもあり、盛夏の売上に期待している（東京都）。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・6月最終週からの猛暑により、エアコンと冷蔵庫を中心に夏物家電の需要は大きく伸びる（東京都）。 |
| | | 家電量販店(経営企画担当) | ・サッカーワールドカップでの日本の初戦勝利に伴い、想定では厳しいものと考えていたが、にわか決勝トーナメントも視野に入る状況となり、音響、映像商品の販売に弾みが付くものと期待する（東京都）。 |
| | 乗用車販売店(営業担当) | ・半期の決算が近づけば今よりは少し上向く。 | |
| | 乗用車販売店(総務担当) | ・ボーナス、中間決算月を迎えるため、販売量が増えると予想する。 | |
| | 乗用車販売店(渉外担当) | ・単価が高めの新商品の出足が比較的好調であり、当面この傾向が続く。 | |
| | その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当) | ・夏から秋にかけて各社から大型タイトルが発売される。海外を中心に、市場が盛り上がってくる（東京都）。 | |
| | 一般レストラン(経営者) | ・民泊滞在者や観光客は減少したが、新築のホテルは満室状態が続いている（東京都）。 | |

| | |
|------------------------|--|
| その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・来月の予約状況や、ボーナス時期であることから、やや良くなる（東京都）。 |
| その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | ・新規取引先の提示条件が改善していることを踏まえると、景気は当面良化の方向に向かう（東京都）。 |
| 旅行代理店（営業担当） | ・夏の繁忙期は売上の増加が大いに期待できる。 |
| タクシー運転手 | ・2020年の東京オリンピック関連工事が終了すれば、内需拡大で景気は上向く（東京都）。 |
| 通信会社（管理担当） | ・新サービスもあり、若干の持ち直しは期待できる。 |
| ゴルフ場（企画担当） | ・引き続き3か月先の予約日には申込みの連絡が多く、予定数を確実に確保できている。 |
| パチンコ店（経営者） | ・例年6月から7～8月に向けて来客数が伸びる傾向にあるため、期待している。 |
| その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | ・閉店した大型商業施設の立ち退きが完了したので、解体が近日始まると思われる。工事関係者の出入りに期待している。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・来場する客から、今回は消費税が上がるとしているという声を数多く聞く。前回のような駆け込み需要はないと思うが、消費税増税のスケジュールを逆算して、動きが出てくるとみている。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・来場者数や資料請求の件数が増えている。 |
| その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者） | ・今の状態が続いていけば、3か月後は今より更に仕事量が増え、良くなっていく。 |
| 商店街（代表者） | ・最近、商店街を歩いている人を見ると総体数が少し減ってきている感じである。買物袋を持って歩く人もやや減ってきているような気がする。今のところ飲食店の出店がかなり多く目立ってきており、過当競争になっていると思うが、努力すれば客数が伸びる。物販店は客がなかなか入店してもらえない、あるいは買っていないという状況になっている。 |
| 商店街（代表者） | ・最近の天候に問題がある。暑くても寒くても悪く、穏やかな天候が一番だと思う。これからは徐々に難しいことが続くので、考えないといけない（東京都）。 |
| 商店街（代表者） | ・極端に悪くなるとは思えないが、明るい材料もそう多くは見つからない。ただし、イベント等の情報に対する客の反応は良いので、梅雨明けの時期にもよるが、夏らしい夏が来ると、飲食も物販も季節物はきちんと動くという感触がある。あとは世間的なマインドの問題である（東京都）。 |
| 商店街（代表者） | ・商店街が、物販から夜の居酒屋通りに変化してしまいそうな、安易な業態変更が進んでいる（東京都）。 |
| 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | ・梅雨明けしてこれからも、猛暑が続くそうなので、来客数が見込めず、売上が取れないのではないかと。 |
| 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・客の様子を見ると、確かに建設関係の人は景気が良さそうである。しかし、ほとんどの客からは景気の良さを感じない。また、所得の格差を実感する。 |
| 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・修理や塗装、椅子の張り替え等の客が大分増えており、景気は良くなる状況ではない（東京都）。 |
| 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・これから夏に向かうが、路面店は非常に厳しい状況である。通信販売、インターネット販売が主流になっていくのではないかと。 |
| 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・米国大統領の発言などの影響により、景気が良くなるという期待が持てない（東京都）。 |
| 一般小売店〔米穀〕（経営者） | ・小売流通が変化している。短期的に見ても、良くなる理由が見当たらない（東京都）。 |
| 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・夏休みを迎えるため、学用品の売上は一時的に落ちるが、街への集客に好影響な夏のイベントの開催が複数あり、近隣以外からの客の増加が見込め、来客数や購入単価が伸びると予測している（東京都）。 |
| 一般小売店〔傘〕（店長） | ・季節のセールが始まること、インターネットで調べた安い価格に流れることなどから販売単価が低くなり、景気上昇には結び付かない。 |
| 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・客商売は、客の動向に影響される。通常の客はもちろんのこと、スポット客の購買意欲が上がらないと販売額の増加が見込めない。メディアで取り上げてくれることを期待する（東京都）。 |
| 百貨店（売場主任） | ・全体的には今と変わらないのではないかと。かなりの暑さが想定されるし、現状では更にギフト、店頭も含めて突き抜けて上がっていく要素は見当たらない（東京都）。 |

| | |
|--------------|--|
| 百貨店（広報担当） | ・東京オリンピックが近づいてくれば消費マインドも上向いてくるだろうが、足元数か月では景気が大きくアップダウンする要素が見当たらない（東京都）。 |
| 百貨店（営業担当） | ・前月、今月と2か月連続で悪化している状況を踏まえ、今後についても明るい材料は見つからず、厳しい状況は続く予想している。世界情勢も不透明さが出てきているなか、成長の柱であったインバウンド需要についても、今までどおりの伸びを期待することは難しい。貿易政策、原油高、株価など、経済情勢によって、今後大きくぶれる可能性が懸念される（東京都）。 |
| 百貨店（営業担当） | ・今後はクリアランスセールとサマーギフトが柱となるが、盛夏商材の展開期間が年々長くなり、クリアランスセールでの集客効果が徐々に薄くなっている（東京都）。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・高額品と訪日外国人による売上は好調が続いているが、それ以外の商品については、回復する兆しがなかなか見えてこない（東京都）。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・衣料品、雑貨などを中心に好調に推移しているものの、宝飾関連の動きが鈍く、景気は現状のまま変わらない。今後、ボーナス支給後の高額品や夏のセールの動きを見る必要がある。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・小売におけるインバウンド売上は好調に推移しているが、大きな変化はないとみている（東京都）。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・アパレルや雑貨は、低価格志向が継続する見込みで、好調な化粧品も、都心部インバウンドの影響から供給増が見込めない（東京都）。 |
| 百貨店（計画管理担当） | ・売上、来客数が鈍いままで推移しそうである（東京都）。 |
| 百貨店（副店長） | ・天候の影響等で売行きが大きく変化するが、食料品を含め引き続き上下のブレは少ない。先行きに関しては、変わらず不透明な状況である。 |
| スーパー（経営者） | ・世の中の景気が変わらない（東京都）。 |
| スーパー（販売担当） | ・客の買物動向を見ていると、ポイント何倍の日であるとか、広告初日の値ごろ商品、お買い得商品、お買い得な時間帯を利用して、いろいろな店をうまく使い分け、安く買い回る様子がまだ見受けられる（東京都）。 |
| スーパー（経営者） | ・節約志向なのか買い控えが感じられる。天候は前年と同じなので、これから先はそうでもないと思う。客は財布のひもを固くしていると感じるので、いろいろなアクションを起こさないとなかなか売上が増えない。 |
| スーパー（経営者） | ・来客数は減少しているが、客単価は伸びている。 |
| スーパー（店長） | ・本来ならば良いと答えたいが、外的要因がないなかで来客数が減少し、目標の売上が未達の状態である。店は様々な工夫をして集客のために安売りをしているが、それだけではなかなか数字に結びつく結果が出ていない。3か月後も今の状態のまま変わらない。 |
| スーパー（店長） | ・株価の上昇に反して、消費者には依然として節約志向が根付いており、より安い物へと志向が傾いている（東京都）。 |
| スーパー（総務担当） | ・梅雨明けが例年より20日以上も早いということで、衣料品等のシーズン性の高い物の売上は、上旬については期待できるが、トータルでは夏物は前年並みにいけば良いほうではないかと想定している。食料品等、頻度性の高い物については、ボーナス等の支給額も前年よりも上回っている状況なので、大きく変動、上昇はしないだろうが、このままの形で推移する。 |
| スーパー（営業担当） | ・依然として単価が上昇しないことから、まだまだ将来的な不安があり、消費を抑えている状況が続いている（東京都）。 |
| スーパー（販売促進担当） | ・ギフト商戦に突入し、来年秋頃に予定している消費税増税前の駆け込み不動産ギフト需要に期待している。衣料品も、夏物衣料、クリアランスセールでの売り切り期待により、動向改善を狙う。 |
| スーパー（仕入担当） | ・前年は、7月が猛暑となり夏物商材が一気に膨れ上がったため発注量を増やしたが、8月は冷夏で動きが止まり、余らせてしまったので、今年は大幅な仕入量の増加は見込めない。 |
| コンビニ（経営者） | ・天候により多少の変化はあるが、販売額はおおむね順調に推移するものとみている。 |
| コンビニ（経営者） | ・梅雨明けが早く、前年よりも天候に期待できるが、競合店の影響は続く。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・前年と同程度の販促を実施しているものの、来客数の改善につながっておらず、現状と同様の傾向が続く（東京都）。 |

| | |
|----------------------|---|
| コンビニ（商品開発担当） | ・来客数は回復の兆しがなく、今後も回復につながるようなきっかけがない（東京都）。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・消費者の可処分所得の低迷、コト消費のインバウンド需要とECによる需要の伸長により、何とか景気を維持している。中長期的に見れば、来年の改元需要と消費税増税前の駆け込み需要がプラス材料である。一方で、消費税増税が実行に移される10月以降が懸念される（東京都）。 |
| 衣料品専門店（営業担当） | ・景気が上昇する業種と低下する業種がはっきりしてきた感じがする。衣料品はメーカーも含め先の見えないトンネルに入っしまい、今後、どう営業したら良いか考えてしまう状況である。 |
| 衣料品専門店（役員） | ・景気上昇の材料が見当たらない。 |
| 家電量販店（店員） | ・3か月先を見越して、大きく変化が出るのは前年同様で、変わらない（東京都）。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・自動車の整備と販売をしている。整備は順調だが販売は余り芳しくない。来客数は結構あるが、なかなか成約には結び付かない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・これから夏のセールが始まるが、前年並みとみている。 |
| 住関連専門店（営業担当） | ・リフォーム業自体の需要が堅調なことに加え、景気動向や消費税増税等、短期的にプラスに働く要因もあり、しばらくは今のよう状態が続くものとみている（東京都）。 |
| その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・客の動向はいつもと変わらない。 |
| 高級レストラン（経営者） | ・夏が暑いと和食の外食産業が振るわない。 |
| 高級レストラン（仕入担当） | ・先々の予約状況を見ても前年並みであり、大きな変化はみられない（東京都）。 |
| 高級レストラン（役員） | ・予約状況や折り込みチラシ等の販促への反応が今一つである（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・3か月後も決して景気が良くなる雰囲気はない。サラリーマンなどの給与及びボーナスは上がっていない。人手不足で人件費も高騰しているし、材料費も上がっている。サービス業にとっては全く良いことがない。なかなか厳しい状態である。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・米国による世界の貿易問題、相変わらずの人手不足や働き方改革による人件費の高騰、仕入原価の高止まり等、大変厳しい状況が続く（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・サッカーワールドカップ終了後に、特に目新しい経済政策が出る様子もなく、現政権が3期目に入るかどうかということで、消費も様子見になってくる。場合によっては、急に腰折れすることも予想される（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・サッカーワールドカップくらいでは世の中の景気は良くなる。特に今景気が上向くような何かがこの国にあるとは思えない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・当店では今月末からメニュー価格を値上げする。その動向を見れば少し分かるのではないかと（東京都）。 |
| 観光型旅館（スタッフ） | ・ここ数か月ほとんど変化がない（東京都）。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・通常であれば需要が高まるが、現状の予約ベースでは単価が前年を下回っている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・天候が定まらず、それぞれどのようにしたら良いか思案している。なかなかこれと言って先の見通しがつかないので、余り現状と変わらない。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・夏は団体旅行がほぼないため、9月以降の旅行の見積りや手配、打合せが増えてくる。そういった意味では例年のルーティーンであり、景気の上下を実感することはない。 |
| タクシー運転手 | ・とにかく仕事が増えない、手取りが増えないという話がほとんどである。今は横ばいであるが、給料から引かれるものが多く、手取りが増えずに仕事の望みがないので、複数の人が先が読めないという話をしている。 |
| タクシー運転手 | ・梅雨入りしたにしては、利用客が増えていない。駅もさほど流れが良いわけではなく、無線本数も増えてはいない。この状況がいつまで続くのか、不安で仕方がない。 |
| タクシー運転手 | ・働き方改革等で残業がどんどんなくなっている。そのため、深夜帯の仕事が全くなり、良い材料が見当たらない（東京都）。 |
| タクシー運転手 | ・最近の利用客の増加は、どう考えても景気ではなく暑さのせいだと思うので、このまま客が伸びるとは考えにくい。暑さが落ち着けば、売上もまた落ち着くのではないかと（東京都）。 |

| | |
|---------------------------|--|
| タクシー（団体役員） | ・梅雨、猛暑の影響によりタクシー利用が増加する時期である。一方で、8月の長期休暇を控え、経済全般的に節約傾向が強まる時期でもあるので、トータルでは変わらない。 |
| 通信会社（経営者） | ・ボーナスシーズンでもあり、支給額も増加傾向のため、業界的には期待が高まりつつある4K、8Kテレビへの対応等で問合せが増えることに期待したいが、石油を始め、物価が高騰傾向にあるため、ブレーキが掛かりそうである（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | ・大きく好転していく材料が乏しく、しばらくは今のままで推移していく。 |
| 通信会社（営業担当） | ・引き続き固定インターネット離れ、テレビ離れの動きが加速していく可能性があり、より手軽で、安価なサービスに消費者が流れていく傾向がある。 |
| 通信会社（局長） | ・12月の4Kテレビ放送が始まる段階までは、業界におけるこれといった新サービスがないので、しばらくはこのまま推移する（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | ・上向くと期待できる材料が見当たらない。 |
| 通信会社（総務担当） | ・夏季ボーナス、レジャー関係で景気も少しは上向くが、余り変化はない（東京都）。 |
| 通信会社（経営企画担当） | ・現状が良い状態のピークであり、しばらく変化はないとみている（東京都）。 |
| 通信会社（管理担当） | ・個人向けの携帯電話や周辺機器の販売は、夏季商戦期に向かい回復するものとみているが、法人企業向けのソリューション事業は、引き続き横ばいに推移すると予測している（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | ・客の反応を見ても、ほとんど変化はないので、当面変わらない（東京都）。 |
| 通信会社（経理担当） | ・業務システムのソフトウェアに投資したため、事務作業コストの削減が明確に出るかどうかが、状況を見ていきたい。 |
| パチンコ店（経営者） | ・2～3か月先はパチンコで良い機種が出る。スロットは依然として規制が厳しく、新しい機械は出ない。接客サービスも大事だが機械で客が遊戯するため、機械の良しあしも大事である（東京都）。 |
| 競輪場（職員） | ・根本的な対策を練らなければ、回復にはつながらない。 |
| その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当） | ・催事への反応は良好だが、天候次第の部分があるため、変わらない（東京都）。 |
| その他サービス[学習塾]（経営者） | ・ここ数か月の様子を見ても、各塾の無料体験の日数は延びる一方で、単価自体は据え置いている。この業界はやや厳しい。 |
| その他サービス[福祉 輸送]（経営者） | ・世界の経済状況が不安定になっているなか、思い切った投資に動きにくくなっている。ある程度のお金は用意されているが、それを使う動きが余り活発にみられない（東京都）。 |
| その他サービス[保険 代理店]（経営者） | ・取引先の新旧交代により販売商品が変化し、良くも悪くも客単価に増減があると思われるが、大きな変化はない。 |
| 設計事務所（経営者） | ・今のところ、契約をもらったプロジェクト以外の相談がない。 |
| 設計事務所（経営者） | ・官庁案件は前年並みを期待できそうだが、住宅投資は先細りで、その少ないパイも、多くはハウスメーカーに向かうと考えている。いずれにせよ、極端に改善又は悪化する状況ではないので、このまま推移していく。 |
| 設計事務所（所長） | ・零細企業にとって社会情勢が変わらない限り、このままの状況が続くのではないかと（東京都）。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・新築アパートを購入する客への融資体制が変わらなければ、大きな変化はなく、このまま推移していく。商品も立地を大切に購入しないと厳しい。 |
| その他住宅[住宅資 材]（営業） | ・先行きの物件情報に特別なものはなく、例年並みの予測になっている（東京都）。 |
| 百貨店（売場主任） | ・クリアランスが前倒しで6月にスタートしたことと、クリアランス自体の勢いがいないため、7～8月の売上は厳しいと予測している。 |
| 百貨店（営業担当） | ・大手企業のボーナスは良いが、ほとんどの人の賃金は実質マイナス傾向で、今後も更にこの状況が続くと見込んでいる（東京都）。 |
| スーパー（店長） | ・1品単価、客単価共にアップしているが、来客数は減少している。広告、チラシ商品での買物動向の変化が大きな要因となる。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・中間層の購買が伸びてこないうちは、景気も浮上せず、今より良くはならない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・商圏人口はしっかりあるものの、中心顧客であるシニア層は生活防衛のため1円でも安さを求めている。 |

| | | |
|-----------------------------|-----------------------|---|
| | 衣料品専門店（経営者） | ・当地方ではこれから夏祭りが近づくのだが、やや縮小気味なので、祭り関連は少し盛り上がり欠けているように感じる。また、例年8月頃は全体的に落ち込むため、やや悪くなるのではないかと。 |
| | 住関連専門店（統括） | ・今のところ景気回復による好調さも見受けられず、まだしばらくは落ち込みが続くのではないかと。 |
| | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・競合店の出店予定があるため、やや悪くなる。 |
| | その他専門店〔貴金属〕（統括） | ・夏のセールが始まる。消費者のセールへの期待感、単価を下げる要因となる。さらに、百貨店では前回の冬のセールからセール開始日が統一されたが、その市場規模の拡大効果は、単価を更に押し下げる要因となると懸念される（東京都）。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・ゴールデンウィーク明けくらいから、消費マインドが低下傾向にある（東京都）。 |
| | 一般レストラン（経営者） | ・2～3か月先の8月は一番暇な時期なので、今よりも売上が落ち込む。特に、8月はお盆や夏休みなどが重なるので、客足が大分途絶える。ケータリングも夏はほとんどないので、今よりも景気が少し落ちてくる。 |
| | 一般レストラン（経営者） | ・この先夏が暑いようだと、夏向け商材の売上増が見込めるが、そうでないと下降傾向となる。火山の噴火多発による日照不足により多雨、冷害等が起きて、経済に大きな影響を及ぼし、景気が下降傾向になる。また、世界的に政治的な混乱が続いており、心理的不安要因が多いため、気分的に盛り上がりえないことも理由にある。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・現政権も不安定になってきており、先行きが見通せないため、経済的にも停滞するのではないかと。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・相変わらず節約志向が強く、単価が上がらない状況が続いている。先々の予約も前年を下回っている。夏休みにより客室稼働率は上昇するが、単価の下落から販売量が伸び悩み、景気回復の実感が全くないどころか、かえってやや悪い方向に向かっている。 |
| | 旅行代理店（販売促進担当） | ・2～3か月後だと8～9月の夏休みシーズンとなる。現状から判断すると、海外は比較的良いが、国内個人旅行が余り良い伸びを示していないので、やや悪くなる。梅雨も明けたので、これから伸びてくることを期待している（東京都）。 |
| | 通信会社（経営者） | ・住宅地では、空き家等が目につく。消費に微妙な影響を及ぼしている（東京都）。 |
| | ゴルフ場（従業員） | ・ガソリン、光熱水費の値上げなどが著しいが、その分給与が上がっているとは思えない。経済の活性化は図れない。 |
| | 美容室（経営者） | ・早く梅雨が明けて夏が来ることを待っている。 |
| | その他サービス〔電力〕（経営者） | ・電力会社、ガス会社が入り乱れての安値競争になっており、価格を落とさないと受け入れられない状況のため、電力購入先の新電力の収益に影響を与える（東京都）。 |
| | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・今年度に入って、問合せ件数などが明らかに減少傾向にある。 |
| | 設計事務所（所長） | ・現状は仕事量が少ない。 |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・住宅が売れない限り、本当の景気回復にならない。住宅が売れると経済波及効果は大きく、個人消費の回復にもつながるため、住宅対策を期待したい。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・アパート建設の受注はますます厳しさを増しており、今後、売上と粗利の減少を招くことは間違いない。 |
| | × 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・店舗過剰や最低賃金の上昇により経費が増加しているため、悪くなる。 |
| | × 衣料品専門店（店長） | ・販売数量は前年の9割程度となっている。今後は価格訴求に走るしかないが、来客数が増えない現状では、好転する兆しはしばらく見当たらない。 |
| | × その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・現況から市場の移転後も厳しい（東京都）。 |
| | × 一般レストラン（経営者） | ・飲食店は夏は売上が下がってしまうので、暑気払いの宴会などが取れるように告知したりして、何とか売上を上げていきたい（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） | ・雇用状況、景気共に上向きだと感じている。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・旅行者が増えているが、当店は旅行者の注文は余り来ていない。飲食店で働くベトナム人や中国人が増えてきて、そういう方に関連した注文がこれからも増えてきそうなので、やや上向きな見方をしている（東京都）。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・インバウンド効果に衰えはみられず、化粧品容器の増産はしばらく続きそうである。 |

| | |
|-----------------------|---|
| 建設業（経営者） | ・もうしばらくは設備投資が増えるのではないかと。官庁関係は物件が少なくなっている。 |
| 輸送業（経営者） | ・閑散期が7月で終わるので、勝負の月になっていく（東京都）。 |
| 通信業（広報担当） | ・1～2か月の足踏み状態の後に回復するという傾向が続いている（東京都）。 |
| 金融業（役員） | ・景況レポートにおける平成30年7～9月期の来期予想について、全業種のD Iは3.1とプラスに転じ、業況は改善する見込みである。 |
| 税理士 | ・サッカーワールドカップでの決勝トーナメント進出による景気への影響は大きい。東京オリンピックへ向けてインフラの整備は終盤になり、ゼネコンや建設業の景気は上向きである。 ・お盆前まではこのままで推移していく。 |
| その他サービス業〔警備〕（経営者） | ・今の状況を続けるわけにはいかない。受注量拡大に向けて取組中のため、この先の好転に期待する。 |
| その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・今の状況を続けるわけにはいかない。受注量拡大に向けて取組中のため、この先の好転に期待する。 |
| 食料品製造業（経営者） | ・夏場の気温が気になる。猛暑が続くと、客足が減ってしまう。 |
| 出版・印刷・同関連産業（所長） | ・継続的な案件で、クライアントからのコスト削減要請があり厳しいなか、新規案件受注の動きは少なく、現在の良くない状態が継続しそうだ。 |
| 化学工業（従業員） | ・原材料の値上げの打診ばかりで、先行きの受注量は横ばいのため増減はない。 |
| 化学工業（総務担当） | ・当社の需要先には大きな変化はないと思われるが、貿易関税、原油価格、中東や東アジア問題等、国際市況の変化が国内経済にどのような影響をもたらすかわからず、不安定な状況である。 |
| プラスチック製品製造業（経営者） | ・良くなる要因が今のところ見当たらない。それぞれ少し様子見でもあるので、すぐには景気は良くならない。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・業種により良い、悪いの差が大きくなりそうだとの情報が多いが、当社ではその影響は少なそうだ。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・機械加工業は東京オリンピックの景気に乗り切れず、このまま行きそうだ。新しい客先の開拓に力を入れている。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・米国大統領のやり方次第で経済が大きく低迷する可能性がある。 |
| 一般機械器具製造業（経営者） | ・今の内示状態だと、この先2か月は同様に推移する。ただし、取引先の中には、その先の取引先が暇になってきたので仕事を引き上げられたというところがあるので、心配である。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・簡単に出るものではないが、新商品でも出さない限り、売上が好転することはない（東京都）。 |
| その他製造業〔鞆〕（経営者） | ・人によっては変化があると話しているが、今のところそういうこともないので、大きくは変わらない。 |
| その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・四半期の締め月ということもあり、好調な側面が垣間見える。2極化してはいるものの、調子の良いサロンは業績が好調の様子である（東京都）。 |
| 建設業（経営者） | ・中小零細企業に対する景気対策が実行されていない。 |
| 建設業（経理担当） | ・民間の工事依頼、見積依頼の件数は引き続き少ない。今は公共工事に力を注いで、その減少分を補っている状態だが、公共工事の発注も、予算が抑えられている地域がほとんどなので、この先もなかなか当社の景気を上向かせるのは難しい。 |
| 金融業（統括） | ・極端に良い材料がないので、さほど変わらない。 |
| 金融業（従業員） | ・運送業の取引先を中心に、ガソリン価格の上昇を心配している事業者がいるなかで、米国がイランに対する制裁を再開する動きを見せており、更なる価格上昇が利幅の縮小につながると懸念される（東京都）。 |
| 金融業（支店長） | ・企業業績は悪くないが、個人消費が回復する気配がなく、景気は横ばいである。 |
| 金融業（総務担当） | ・株価が不安定で、個人消費の伸びも期待できない。各業種共に人手不足であり、来年度採用も思うように集まらない。燃料費も下がりにくいと思われ、運送業や車を使用する業種では利益圧迫が深刻である。7～8月は夏休みもあり、製造業等の売上が低迷する時期である。したがって、2～3か月前の景気は変わらない（東京都）。 |
| 不動産業（経営者） | ・不動産業界も空室で苦勞している。再開が完了し期待しているが、当駅ビルでも2店舗退店がある（東京都）。 |
| 不動産業（総務担当） | ・大型新築ビルの竣工を控えているが、今のところ既存テナントに動きはない。当面、オフィス賃貸業は安定的に推移する（東京都）。 |

| | | |
|-----------------------|----------------------|---|
| | 広告代理店（従業員） | ・売上、受注見込みが前年とほぼ変わらない（東京都）。 |
| | 税理士 | ・国内の政治経済だけではなく、米国の関税のかけ方、北朝鮮とのやりとり、中国経済などの影響や日朝のやりとりも大きく影響する。国内からは変わらない。（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）。 |
| | 経営コンサルタント | ・消費者の価格に対するシビアな感覚は、より高まっていると聞いている。 |
| | 経営コンサルタント | ・世界、特に中国と米国との関係が大きな懸念材料で、予断を許さない（東京都）。 |
| | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・稼働率が上がってきている取引先工場がある一方で、工場や工程等を閉鎖する取引先も見受けられ、全体の受注量の増加は緩やかである。また、ガソリン等の燃料費や関連する原材料費の高騰が利益を圧迫している。 |
| | その他サービス業〔映像制作〕（経営者） | ・映像事業において、インターネットでの無料動画が大半となり、プロの映像の必要性が少なくなっているという状況は変わらない（東京都）。 |
| | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | ・今後の景気は、米国の貿易戦争の行方次第ではないか（東京都）。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・今後の予定を見ると、受注量が更に減少することが見込まれる（東京都）。 |
| | 精密機械器具製造業（経営者） | ・原油や原材料価格の高騰、人手不足、人件費の上昇により、製造原価が大幅に上昇し、売上が伸びても吸収できなくなっている。 |
| | 輸送業（経営者） | ・取扱商材の売上上昇は望み薄の上、今後の厳しい暑さが売上減に拍車をかけるのではないかと心配している（東京都）。 |
| | 輸送業（総務担当） | ・荷主の国内出荷量は低迷しているが、輸出量は計画を達成している。今後もこの状況は続くと予想している。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・ある特殊なクライアント数社のみが好調なだけで、他のクライアントの宣伝費は低迷しているため、今後の見通しは暗い（東京都）。 |
| | その他非製造業〔商社〕（総務担当） | ・米中関係、米国大統領の政策の動き、それにより円高の方向に進むと思われる（東京都）。 |
| | x 建設業（経営者） | ・やはり消費税増税で止まると思うので、悪くなる。 |
| 雇用 関連 (南関東) | 人材派遣会社（営業担当） | ・年末にかけて、派遣元での無期雇用化が一層進む方向である（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・労働者派遣法、労働契約法の期間抵触日が随時訪れ、求人数、求職者数共に増加すると予想している。 |
| | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・人手不足によって給与が上がっていけば、結果的に景気に影響していくのではないかと（東京都）。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・若い人への求人が増えている（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・金融関係や中小企業の懇談会に同席した。大企業と中小企業の格差が大分はつきりしてきて、中小企業の景気は余り良いとは思えず、今後もこの状況はしばらく変わらないと言う人が多い（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・人材不足の状況が続き、今後も求人が増え続けるとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・短期間で市民レベルに影響が出そうな施策があるのか分からない（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・無期雇用派遣のニーズが高まってきているが、マッチする人材を新たに探すにしても、人材が不足している（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・人材不足が継続している。求人は増えているものの、採用にはなかなかつながらない（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・これ以上の上昇はないと思われるが、当面は下降局面も想像できない（東京都）。 |
| | 求人情報誌製作会社（所長） | ・国内の政治的問題は落ち着きを取り戻しつつあるように感じるが、他国の貿易などの問題に不安を感じており、日本への影響が心配ではある。 |
| | 職業安定所（職員） | ・多くの産業分野で人材不足が続いており、受注する仕事があっても対応できず、収益アップが難しくなっている。当面このような動きに変化はない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求人数が増加し続ける一方、求職者数は減少傾向にある。また、求職者に占める60歳以上の高齢者の割合が増加している。この影響により、就職件数も前年度比より減少している。中小製造業は人手不足が深刻で、将来を担う若年層の確保に苦慮しており、不安の声が聞かれる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・4月から引き続き前年と比べて求人数が増加している。求職者数も微増しており、企業の学卒者の採用意欲も高く、新卒求人数も前年と比べて増加している。 |

| | | |
|---|-----------------|--|
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・2020年採用に向け、インターンシップイベントがスタートしているが、年内の動きはそれほど変化はない（東京都）。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・全般的に求職者不足で給与もそれほど伸びず、状況の変化は期待できない（東京都）。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人企業、同業者の状況を見ても、大きく変化する要素は特に見当たらない（東京都）。 |
| | 学校 [大学]（就職担当） | ・変化する要素がない（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・例年、夏休み時期は、各企業共に派遣求人数が減少する傾向がある。今月は前月に比べて求人数は大幅に減少しているので、来月以降の採用にマイナスの影響が出る可能性が見込まれる（東京都）。 |
| x | - | - |