

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕(店員)	来客数の動き	・東京は新盆なので、7月は花が売れたが、9月のお彼岸は全国規模なので、販売量も多く、かなり忙しかった(東京都)。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・涼しくなってきた、来客数が増えている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・今はボーナス時期ではなく、通常の景気に戻っているので、今後に期待している。悪い方向には行っていない。
		その他飲食〔給食・レストラン〕(役員)	お客様の様子	・新規受注が順調である。食堂の新規見直し等、福利厚生に意を払う取引先の動きがうかがえる(東京都)。
		通信会社(管理担当)	販売量の動き	・法人向けの電話交換機、サーバなどの情報通信インフラの受注が好調である。また、個人向け携帯電話及び周辺機器の販売も、夏商戦の反動で落ち込みはあるが、新機種発売の影響で盛り返しつつある(東京都)。
		一般小売店〔和菓子〕(経営者)	販売量の動き	・敬老のお祝いは前年より注文件数が増えた。また、9月に十五夜があり、行事が増えたため、売上につながっている。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	来客数の動き	・今年は秋の祭事が盛んで、受注が多い。
		百貨店(広報担当)	単価の動き	・高額品の動きは引き続き堅調に推移している(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	単価の動き	・今月も台風等、天候の影響を受けているものの、客単価、商品単価共に伸長している。特に、衣料品を中心に定価品が伸びており、売上をけん引していることから、やや良くなっている。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・今月の状況としては、来客数は3～4%前年を下回っているものの、客単価、1人当たりの買上単価が3～4%伸びているため、辛うじて前年をクリアしている。今まで前年を割っていた状況からすると、やや改善傾向にある。ただし、衣類、住まいの品に関しては前年を下回っており、食品がけん引する状況になっている。
		スーパー(販売促進担当)	単価の動き	・1人当たりの買上単価は食品中心に上がってきているが、衣料品の夏物処分は天候不順、台風等にて消化遅れが出ている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・買上点数が増えている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・9月はたばこが値上がりする分売上が伸びている。10月はその分の売上減少が見込まれる(東京都)。
		コンビニ(商品開発担当)	来客数の動き	・来客数、売上共に前年を回復しつつある(東京都)。
		衣料品専門店(営業担当)	販売量の動き	・消費者の買い方がかなり変わってきており、必要な物だけを買ひ、しかも価格の安い物ばかりを選んでいる。高単価商材が売れないため、前年比85%という状況である。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・自動車の整備と販売をしている。整備は以前から順調である。販売は余り芳しくなかったものの、今月は順調になってきている。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・決算の影響が大きいようで、来客数に比例して購入も増えている。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・車、建築、どの客を回っても人手不足のようである。需要が増えてきていることに加え、従事者が少ないこともあり、全体的に人手不足で忙しいということである。残業時間についてもいろいろと問題にされているが、仕事が増えてきていると聞いているので、景気は上向いている(東京都)。
		乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・決算月であり、販売量や客の動向にも顕著に表れている。
		乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・決算月で販売、サービスの需要が伸びている。
	高級レストラン(役員)	来客数の動き	・暑さが和らぎ、外出しやすくなったという客の声が多い(東京都)。	

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べると、9月は来客数も多少回復し、やや良くなっている。8月はかなり悪かったが、9月はケータリングの件数も増えて、いくらか順調に進んでいる。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・値上げして4か月経ったが、客単価はまだ伸びている。しかし、来客数は1年前と比べて100%程度であるため、来客数増まではいっていない(東京都)。
その他飲食[居酒屋] (経営者)	お客様の様子	・当店の売上は伸びている。また、周囲の店の客入りや、飲食店街の人通りも多い(東京都)。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・インバウンドの増加により単価の向上につながっている(東京都)。
旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・視察旅行等の案件が増加傾向にある。また、日程、日数も長くなる傾向にある(東京都)。
タクシー運転手	それ以外	・9月に入っても猛暑が続き、台風の影響などで、前年同月に比べて営業収入が多いローカル駅などは、連日タクシー待ちの列ができています(東京都)。
タクシー運転手	お客様の様子	・最近、病院への送迎が多くなっている。聞けば、バス停まで歩くのが大変、また、電車に乗るのに、階段、エスカレーターの昇り降りが大変、タクシーだと家の玄関まで来てくれて、病院の前まで行ってくれるのが助かるとの声を多く耳にする。
ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・気温の安定とともに、来場者も増えてきている。
商店街(代表者)	販売量の動き	・8~9月にかけて一番感じるのは、来客数が少なくなったことである。販売量も契約までなかなか結び付かないところがあり、売上確保に苦心している。
商店街(代表者)	それ以外	・クレジットカードの取扱高が、ここ1年ほどずっと前年同月を割っている。大幅にはないが、3%減などで微減が続いている。天候の影響もあるが、どうやら景況感は今一つ良くないというのが正直なところである(東京都)。
一般小売店[家電] (経理担当)	販売量の動き	・客は買物に慎重になっている。LED照明のキャンペーンを行っており、良い品物で、かなりお買い得になっているのだが、気持ちはあってもなかなか手が出ないという客が半数くらいである。
一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・来客数は非常に少ない。最近はインターネット通販に押され、全体的に低迷しているのではないかと感じる。
一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・猛暑の夏が終わり、エアコン需要が一段落したが、テレビなどの他の商材の需要が余り伸びてこないの、悪くなりかけている(東京都)。
一般小売店[文房具] (経営者)	販売量の動き	・新学期となり、学童用品を中心に販売は好調であるが、一般事務用品の販売量が伸びず、トータルでは横ばいとなっている(東京都)。
一般小売店[茶] (営業担当)	販売量の動き	・相変わらず販売量が伸びず、新規客も増えていない。競争相手も多数あり、売り込みになかなか食い込めず苦戦している。かといって、販売価格を下げることは踏み切れない(東京都)。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・全体的には台風の影響もあり、食料品は影響を受けている。今月下旬にリニューアルオープンし、今は非常に好調に推移しているため、来月は若干期待できるが、現状ではほぼ前年をやや割るくらいのペースで進んでいる(東京都)。
百貨店(総務担当)	お客様の様子	・月を通じた天候不順、月末の台風の影響もあり、来客数が前年比で減少している。食料品等は堅調に推移しているものの、高額品の動きが鈍く、全体として苦戦している。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数が減っている。依然として客の価格への関心は高く、百貨店は厳しい状況にある(東京都)。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・継続して消費をリードしているのは美術、宝飾品、時計など、富裕層による高額品とインバウンド需要である。けん引している訪日外国人は、最近の北海道胆振東部地震や台風の影響から、比較的影響の少ない首都圏でも減少しているなど、不安材料が多い(東京都)。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・9月の都内基幹店の既存ベースでは、天候不順や台風、残暑等の影響があるなかでも、来客数が前年比103.2%と引き続き好調を維持している。また、インバウンドの免税売上実績も前年比103.4%と安定的に続伸している(東京都)。

百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・訪日外国人客による売上の伸びは前月あたりから鈍化し、以前のように大幅に売上を伸ばし、全体をけん引するような勢いがなくなっている（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・直近で、景況感に大きな変化は感じられない。インバウンド、富裕層の影響の大きい高単価商材の動きも変わらない（東京都）。
百貨店（副店長）	お客様の様子	・9月は台風や降雨日の多さ、気温の上下変動幅の大きさなどによる影響が大きく、婦人衣料を中心とした衣料関連商材への客の購買動向が非常に厳しく、好況感は感じられない。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・9月については、月初に台風21号や北海道胆振東部地震の影響など特殊要素が多く、実態が見えない状況となっている。ただし、徐々に以前の状態に回復する傾向がみられることは安心材料かもしれない（東京都）。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合他社との価格競争もあり、平均単価が下がる傾向にある。客は、点数は前年以上に買ってくれているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりの買上額が、なかなか前年まで達していない状況が見受けられる（東京都）。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・9月に入り大分過ごしやすくなり、買物日和になってきたが、中旬以降天候が悪く、降雨も結構あり、売上がなかなか伸びない。売上が前年に追い付かないのは、来客数が減少していることが大きい。
スーパー（店長）	単価の動き	・単価を下げないと販売量の増加がみられないので、現状の単価を維持するのが困難な状況になりつつある（東京都）。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・買上単価がようやく持ち直してきたものの、販売量がやや落ち込んでいるために、全体的に相殺されてしまっている（東京都）。
スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・今月は北海道胆振東部地震の影響で、牛乳、ヨーグルト、チーズ等の乳製品が品不足となっている。青果物は相場高で単価が上昇したままである。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・客は、必要以外の物は絶対に買わない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3連休が2回あったことと、たばこ増税による駆け込み需要により、売上は前年より好調である。来客数は改善していないものの、単価上昇により売上は増加している。この傾向は半年ほど変わっていない（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月も傾向に変化はなく、前年比の確保に苦戦している。特に、秋物ファッション衣料が悪い。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・当社の扱う商品のうち比較的単価が手頃な物については、売上が堅調に推移している。しかし、呉服、毛皮等の高額品は、低調である（東京都）。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑による夏物商材の好調が前年比アップに寄与している店舗が多い一方、来客数が前年を割っている店舗も散見される。それらの店舗は、客単価アップに支えられている状況である。インバウンド需要については、災害の影響で低迷するが、中国の国慶節に伴って回復すると見込んでいる（東京都）。
家電量販店（店員）	競争相手の様子	・競合他店を見ても市場が激しくなく、インターネット通信販売が景気への刺激になっている。実店舗は大きな動きが見えない（東京都）。
家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・9月の販売動向は、酷暑が終わり、客入りは増加傾向にある。しかし、北海道胆振東部地震、台風21号の影響で、該当地域のインバウンド需要はかなりマイナス影響を受けている。国内の消費需給は堅調で、前年の数字はクリアするものの、力強さは感じられない。首都圏の販売実績は、前年比108%、首都圏以外は100%のラップで推移している（東京都）。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・半期の決算月の割には、台風などの影響もあり、余り来客数が増えていない。
乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・販売量に顕著な変化がみられない。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・気候変化が激しく、季節商材の取扱に苦慮している。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	お客様の様子	・販売がやや不足している。

その他専門店 〔貴金属〕(統括)	来客数の動き	・季節の変わり目で、取扱商品も入れ替えているが、売上につながる来客数の増加は余りみられない(東京都)。
その他小売 〔ショッピングセンター〕(統括)	販売量の動き	・景気というより、酷暑の影響で必要に駆られて購入している感がある(東京都)。
その他小売 〔ゲーム〕(開発戦略担当)	販売量の動き	・「変わらない」と回答しているが、良い水準で変わらないという意味である。数年前と比べれば悪いが、ここ最近では好調が続いている(東京都)。
高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・レストラン利用及び法人関連の宴席共に、来客数は前年同様に推移している(東京都)。
高級レストラン (仕入担当)	単価の動き	・販売単価、来客数、売上、いずれも前年同期とほぼ変わらない(東京都)。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・近隣にタワーマンションが建設されたが、オーナーの半数は投資目的の外国人のため、人の回遊が増えない(東京都)。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、景気が上向いているとは決して思えない。客自体も飲む機会が減っているようである。また、注文数や宴会なども少なくなっているような気がする。加えて、高齢者が増えており、現役サラリーマン等の使う金額も減っている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・8月の売上ダウンの要因が天候不順によるキャンセルだったのに比べて、今月はその客が少し戻っているような感じがする。通常3連休は売上が良くないのだが、今回は天候が良くなかったせいで、逆に来店する客が増え、前月の減少分をカバーしている(東京都)。
観光型旅館(スタッフ)	お客様の様子	・前月と特に変わらない(東京都)。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・8月は過去最高の販売室数を記録したが、9月は連休もまばらになり、動きとしては物足りない。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・大きく変わるほどの動きはみられない(東京都)。
タクシー運転手	お客様の様子	・連休が多いことに加え、夜の人の流れが全然ない(東京都)。
タクシー(団体役員)	来客数の動き	・平成30年度に前年比でプラスとなったのは5月のみである。6～8月は3か月連続で前年を割っている。特に企業の利用が減少しており、一般の経済指標に反して、末端まで景気回復しているとはまだいえない。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・客からのリアクションは相変わらず減少傾向にあるものの、こちらからのアプローチによる営業がやや持ち直してきているため、大きな変化はない(東京都)。
通信会社(営業担当)	単価の動き	・安価なサービスで契約する割合が増えており、付加価値よりも価格差での競争となっている。
通信会社(局長)	販売量の動き	・ケーブルテレビ及びインターネット契約数が前年とほぼ変わらず、大きな変化はない(東京都)。
通信会社(総務担当)	お客様の様子	・北海道胆振東部地震や異常気象等の影響で生鮮食料品等がいまだに高騰しており、その反動で他の消費が若干落ち込んでいる(東京都)。
通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・商談内容に余り変化がみられない(東京都)。
通信会社(経理担当)	単価の動き	・客単価が10円未満で毎月下がり続けている。提供するサービスの種類を増やして売上が増加するよう努めている。
観光名所(職員)	来客数の動き	・3か月前は梅雨の走りとなり、観光地としてはさほど人員が伸びない。しかしながら、9月も週末にかけての天候不良により、それほど変わらない(東京都)。
ゴルフ場(従業員)	それ以外	・前政権から現政権に変わり、公共工事が大量に発注され、景気は上向きになったとは思いますが、それから約6年が経ち、それだけでは身の回りの景気回復までには至っていない。
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・ゴルフ人口の逡減がみられるなか、安定的な来場者数で推移している。8月の来場者数は猛暑や台風の影響で減少したが、一時的な要因と考えている。
パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・客の入れ替わりがあったが、来客数は変わっていない。パチンコは新しい機械が出てきているが、人気は今一つである。スロットは、全く新しい機械が出てきていないので、厳しい状況になっている(東京都)。

その他サービス [保険代理店] (経営者)	来客数の動き	・ほとんどが既存客のため、来客数にさほど変化はないが、保証もない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、仕事内容や数が一切変わっていない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・民間の受注量は低水準のまま推移している。民間が低調な分を官庁案件でしのいでいるのが現状である。
設計事務所(所長)	お客様の様子	・計画物件の話が多少出てきているが、ほとんど話のみで前へは進まない(東京都)。
設計事務所(職員)	それ以外	・景気動向を左右する事象が見当たらない(東京都)。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。ここ2~3年住宅の売行きがかなり落ち込んでいる。それは国の政策にも原因があり、住宅取得のための生前贈与が、以前は3,500万円までであったが、現在では1,000万円である。住宅ローン減税も少なくなり、ローン金利が低くても住宅を取得するのが困難になっている。加えて、物価の上昇にもかかわらず、中小企業の給料が上がっていないため、ローンを組むのに将来不安が出ている。一方、請負工事では、公共工事はたくさんあるものの、発注価格が低く、赤字や不調になってしまっている。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約数は3か月前と同じような流れになっている。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・特に状況の変化はみられない。
その他住宅[住宅資材](営業)	販売量の動き	・建築資材関連でスポット案件はあるものの、全体を押し上げるまでには至っていない(東京都)。
一般小売店 [傘](店長)	来客数の動き	・目的のある人しか来店しない。酷暑、残暑で日中出歩く人が少ない。
一般小売店[文具](販売企画担当)	来客数の動き	・店頭売りは、降雨や暴風雨など天候不順が多かったために、来客数が極端に減っている。外商の大口案件も、北海道胆振東部地震や台風21号の影響で、関西国際空港や北海道などの案件受注が減っている。災害にまつわる理由で売上が極端に減るといことが多々ある。
一般小売店 [茶](営業担当)	販売量の動き	・今月は前年1日だった定休日を4日にし、イベントを組んだが、台風の影響もあり、休日分を取り戻すこともできず、来客数、売上共に減少している。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・9月は、客単価は前年並みを維持しているものの、悪天候の日が多かったことが来客数に大きく影響し、販売数量が減少、結果としてどのカテゴリーも売上目標を達成できず、売上は前年未達となっている。リビングの高額品の動きが鈍く、特に厳しい状況である。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・隣接する施設が休業しているため、来客数が落ち込み、売上が厳しくなっている。衣料品及び家庭用品は前年と比べて2けた減少している。インバウンドについては、取引先の販売施策の影響もあり、化粧品のもとめ買いがないため、大きく落ち込んでいる。一方、食料品はほぼ横ばいと健闘している。商品単価は下がっており、来客数減、単価減という二重苦に陥っている。富裕層の購買動向に大きな変化はなく、高級時計やブランド品については前年をとらえている(東京都)。
百貨店(店長)	販売量の動き	・天候不順による影響が大きい。米中の関税の問題など、国際関係も不安が募っている。株価の上昇や円安などプラスのポイントもあるものの、不透明感がより広がった1か月になったと考えている。
スーパー(経営者)	それ以外	・北海道胆振東部地震の影響により、商材が潤沢に供給されなくなっている(東京都)。
スーパー(店長)	来客数の動き	・3か月前と比べて、売上達成数の推移が2~3%に下がっている。それに比例して来客数も減少している。来客数全体が減少傾向のなかで、比例して売上も落ちていっている。
コンビニ(経営者)	来客数の動き	・天候の影響もあるが、来客数が減っている(東京都)。
コンビニ(経営者)	来客数の動き	・夏の猛暑から、台風その他の天候に左右されることも多かったが、客の購買意欲もやや低下している。

	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前の気温が高い時期と比べると、今現在は若干来客数が減少してきている。特に、夜間の売上、来客数が落ちている。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・台風、平成30年7月豪雨、北海道胆振東部地震等の影響により、野菜、ガソリンなど生活に直結する物の値上がりが目立ってきている。不安材料が増えているため、消費者心理が冷え込んでいる。
	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・景気が良さそうなのは一部の法人で、個人客の消費は伸びていない。また、高額商品が売れにくくなっている。
	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数、販売量共に今のところ伸び悩んでいる。
	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・来客数、売上共に前年を割っている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・月の前半は30度以上の暑い日が続き、後半は台風を含め雨天が多かったため、今月は来客自体がかなり少ない。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は3連休が2週続いたので、家族連れや少人数の宴会が何件か同じ日に重なったりしたが、企業の大口の宴会予約は余り入らなかった（東京都）。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊及びレストランは夏休みも終わり落ち着いているが、それなりに売上はキープできている。宴会については、月中の間合せがほとんどなく、3か月前と比べてかなり少ない。周辺のホテルも同様で、災害続きでの自粛や延期などが考えられ、厳しい状況となっている。
	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・今月は異常気象による台風の接近や、北海道胆振東部地震などの発生で、客はそれぞれボランティアに出掛けたり、義援金を送ったりしているような状況なので、商売はやや悪くなっている。
	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・夏の暑さの影響で旅行の申込みが落ち込み、現在も下降気味である（東京都）。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が減少している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・猛暑も落ち着き、本来の客の動きに戻っている。朝以外は、タクシーの景気を良くする動きが感じられない（東京都）。
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・売上の主力である複数のチャンネルサービスが競合する同種サービスの影響により、契約数が減少してきている。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前月より客が金額に対してシビアになってきている。慎重になっているので、なかなか当社の売上は伸びていかない（東京都）。
	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・来客数が天候や曜日によって増減する。
	競輪場（職員）	お客様の様子	・土日でも来場する客の年齢層が高くなってきている。場内に余り活気がない。
	その他サービス【電力】（経営者）	お客様の様子	・9月の首都圏マンション販売状況は、前年同月比28.5%と低調である（東京都）。
	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・競争相手の様子を見てみると、今は新築物件が少なく、ほとんどが改修、設計である。先行きは厳しい状況になると予測している。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約78%となり、3か月前と比べると15%落ちている。住宅展示場への来場者数が非常に減ってきており、景気はやや悪くなっている。ただ、インターネットで新規住宅情報サイトへの掲載を始め、ホームページの反響は増えている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて良くはなっていない。9月は契約数が増えたが、一時的な感じがする。ただ、ニュースなどで報道されているシェアハウス問題の影響は、売りアパートに関しては余り感じない。
	その他住宅【住宅管理・リフォーム】（経営者）	お客様の様子	・前月も同様であったが、5月頃に来た話も具体的に進まず、時間が非常に掛かり、いまだにそのままの状態である。
x	一般小売店【茶】（経営者）	それ以外	・9月のお彼岸が過ぎても日中暑い日が続いているので、人通りが全くなく、売上も良くない。

	x	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・内装関係の仕事もあるからやっていけるが、店頭売りは客がまず来ないので、非常に悪い。客が来店しても、販売にはなかなか結び付かない現状がある（東京都）。
	x	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・競合店が増え続けている。
	x	衣料品専門店（店長）	それ以外	・石油価格の上昇により物流費、こん包資材等の上昇は避けられないが、価格に反映することができない。
	x	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・9月に入っても気温が下がらず、秋物衣料が不振である。
	x	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・連休が続き天候不順もあり、売行きは良くない（東京都）。
	x	旅行代理店（販売促進担当）	それ以外	・9月は北海道胆振東部地震の影響で約2億円の国内旅行の取扱いがなくなっている関係もあり、国内旅行全体の数字が落ち込んでいる。修学旅行など北海道に向けた団体もあり、その影響がかなり出て、今月は厳しくなっている（東京都）。
	x	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	競争相手の様子	・競合店の出店により、客が流動化している（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）	受注量や販売量の動き	・引き合いが多くなっているが、人員不足のため断っている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷等の仕事をしている。店頭に来店する個人客と法人関係がある。今月は会社設立用印鑑の注文が3社あり、二重丸の法人登記印が5本、普通は1社で1本しか作らないが、2本作る会社があったためである。具体的には、電機メーカー、外車ディーラー、中堅建設会社の子会社、また、同じ名前だが更に使用したいという追加注文である。ゴム印より印鑑の注文が多くなっている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・当社の業績に大きな変化はないが、ようやく酷暑が収まり、安定して生産できるようになっている。台風や北海道胆振東部地震の影響、並びに潜在的な人手不足から、物流サービスを従来どおりには受けられない。インバウンド需要は相変わらず堅調である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・単月だけでは景気の動向は分からないが、9月としては受注、販売量共に、やや良くなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政治が安定しているので、非常にありがたい。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・計画案件がここに来て、複数動き出している。異業種も全般に仕事はあるようで、人手不足の話をよく聞く。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2か月ほど先の受注まで決まっている。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると良いが、一進一退の動きが継続している（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・猛暑、台風と自然災害の夏が過ぎ、急に秋めいてきたため、秋冬物衣料の売行きに期待ができる。夏場のエアコン需要は好景気を反映している。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の問合せが増加し、それに伴い受注も伸びている（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気回復の波が来ているようで、取引先工場等の稼働率上昇がみられ、受注量が回復してきている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暑さも収まり、敬老会などの特注も例年より増えている。しかし、通常の来客数がやや減っている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・高齢になり廃業する仲間も多くなり、引継ぎの仕事をもらうが、家内工業的な仕事が多く、単価が安すぎて請けても採算が合わない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの注文が想定していた量より少ない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・客が自社で作成できたり、デジタルサイネージ等を利用するようになってきている。こうした傾向により、受注量も減少してきている。

出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注量や販売 量の動き	・月末にかけて続く連休のタイミングでの受注案件が やや増えてきている。継続性はないものの、ここ数か 月のなかでは良い状況を感じている。
出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売 量の動き	・受注件数、受注金額共に前年6～8月の目標を達成 し、5%程増加しているが、利益は前年並みである （東京都）。
プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売 量の動き	・相変わらずインバウンド効果で、化粧品容器の受注 は高水準のまま推移している。医療品容器にも大きな 変化はない。
金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・納期が短く、価格競争で受注価格が上がらず、利益 に結び付かない。ただ忙しいだけである。
金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売 量の動き	・建設機械の部品を製造しているが、受注量が増える 傾向が強く、減少することは考えにくい。
一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売 量の動き	・今までコンスタントに出ていた物のなかで、やや数 が減っている物もあるため、心配である。
精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売 量の動き	・夏季休暇が多くあったので、今月の月産数は前月よ り増えているが、1日当たりの生産数は減少してい る。
その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・得意先の様子は今までどおりで変わりはないが、私 と同じ立場の同業者は、店をたたむようで、格差があ るような気がする。
建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・思ったような販売価格で物が売れない。
建設業（経理担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・協力業者の1つがまた廃業した。見積単価が合わない 仕事まで受注するか、仕事量が減少するかという、 他社との受注競争についていけず、廃業に至ったよう である。仕事量はそこそこあるが、発注単価が厳しい ため、受注する我々は更に厳しい状態が続いている。
輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期に向かって物量は増えるが、燃料価格の高騰 や天候の影響により、収益が伸び悩んでいる。
金融業（統括）	取引先の様子	・台風や北海道胆振東部地震など、いろんなことが あったが、現状では特に悪い影響も良い影響も出てい ない。資金ニーズについても変わらない。
金融業（支店 長）	取引先の様子	・建設業界は東京オリンピックを控え好調が継続して いるが、それ以外の業界は横ばいである。
金融業（総務担 当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、製造業の受注状況は変わらない ものの、原材料の価格がやや上昇している。小売業 は、暑さが過ぎ、来客数も回復している。建設不動産 業は依然として売上が好調だが、仕入価格が高止まり している。運送業は、燃料価格の高騰や人手不足によ り、利益がやや減少傾向である。総体的に景気は変わ らない（東京都）。
金融業（役員）	取引先の様子	・IT産業等の業況は活発に推移し、資金需要の旺盛 な企業がある一方、不動産業については金融機関の貸 出姿勢の変化もあり、収益物件を中心に、一時に比べ 取引が減少傾向にある。結果として消費は大きく盛り 上がり、景気に大きな変化はないように見える。
不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・駅前のビルがオープンしてから1年で花屋と理髪店 が退店し、1階で2店舗募集している。当社が営業し ている駅ビルも3店舗が募集している状況である（東 京都）。
不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・主力の賃貸ビル事業は、テナントの退去の動きもみ られず、相変わらず好調を維持している（東京都）。
広告代理店（営 業担当）	それ以外	・当社の昇給は7月だが、全然上がらなかった。街 中、特に都心部の店を除くと、商品価格がとても高騰 しているが、それを買っている人がいるのを目の当た りにする。しかも、外国人ではなく日本人客であり、 貧富の差が大きくなっていると感じる。景気が良いと ころは良く、悪く変わらないところは変わらない。当 社は後者なのではないかと感じている（東京都）。
社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金を活用したい会社や、資金繰りの 厳しい会社がまだ見受けられる（東京都）。
経営コンサル タ	取引先の様子	・8月までの暑さも一段落したものの、客の出足など に鈍さを感じている店舗が多い。
経営コンサル タ	取引先の様子	・特に変わりなく推移している（東京都）。
その他サービ ス業〔警備〕（経 営者）	取引先の様子	・ここにきて、受注が落ち着いてきている感じがす る。

	その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	取引先の様子	・予算配分が前年並みの取引先が多く、下半期のスタートも変わらない(東京都)。	
	その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・通信環境整備に対する設備投資はなかなか増えず、今月も低調なまま終わっている。	
	食品品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費意欲の減退を感じる(東京都)。	
	輸送業(経営者)	それ以外	・職場周辺の中華料理店、ラーメン店、洋菓子店、コンビニエンスストアが軒並み閉店したり、レストラン等でも空席が目立つことが多く、街に活気が感じられない(東京都)。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・見積案件及び契約案件が減少している(東京都)。	
	その他サービス業〔映像制作〕(経営者)	取引先の様子	・例年9月に行われていた会議撮影も、今年には行なわれないことになった。外注費を削る方向に向かっているとされる(東京都)。	
	x	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き ・東京オリンピックで建設業界は忙しいはずだが、当社には恩恵がない。特定のところに偏っている(東京都)。	
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社(営業担当)	それ以外	・求人条件が良くなっており、特に給与面で上昇がみられる(東京都)。	
	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・派遣社員の無期雇用転換の駆け込みで、転籍希望者が増えており、引き続き求人者の活発な動きがある(東京都)。	
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者の減少傾向が続いている。前年と比べて、人員整理による解雇者は多くない。	
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・3か月前と比べると、新規求人数が6.6%増、前年同月と比べても8.6%増となっている。また、有効求職者数も3.6%減、前年同月比12.4%減と、雇用情勢は着実に改善している(東京都)。	
	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・前年に比べ、この時期に採用を継続している企業が多い(東京都)。	
	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・全般的に特に求人数の増えている業種はない。通常この時期は自動車メーカーが季節雇用をするが、今年はそれもない(東京都)。	
	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・人材不足の状況が続いており、求人はあるが売上には結び付いていない。	
	人材派遣会社(社員)	それ以外	・自分自身を含め、周囲の消費動向などに変化はみられない(東京都)。	
	人材派遣会社(支店長)	それ以外	・人材紹介、紹介予定派遣といった直接雇用の依頼が堅調であるものの、ニーズにマッチした人材が少ないため、需要は多いが成約数が比例しない(東京都)。	
	人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	・ここ数か月は余り大きな変動はなく、ほぼ一定の採用数となっている。3か月前と余り変わらない推移だが、前年度水準より10%程度低い採用数で推移しており、雇用マッチングがなかなかできていない状況が続いている(東京都)。	
	人材派遣会社(営業担当)	周辺企業の様子	・製造業は継続的にエンジニア不足である。この状況は長らく続いている(東京都)。	
	求人情報誌製作会社(広報担当)	採用者数の動き	・社内、周辺企業共に新卒及び中途採用の予定人数を増やしているが、なかなか採用に至っていない(東京都)。	
	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・求人は幅広い職種で行っているが、生産能力に対して70~80%程度で、販売、生産は上向いているようには思えない(東京都)。	
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・企業の2020年新卒の採用意欲が旺盛である。インターンシップ案件も順調に伸びており、中途採用も業界を問わず求人意欲は旺盛である(東京都)。	
		人材派遣会社(社員)	採用者数の動き	・派遣求人数は3か月前と比べて10%強、前年同月比でも堅調に上回り推移している。一方で、労働契約法における無期転換権のクーリング期間確保による影響と、求人求職の需給バランスの悪化により、採用者数は3か月前比、前年同月比共に下回る状況となっている(東京都)。
		求人情報誌製作会社(所長)	求人数の動き	・9月に入ってから、求人数が正社員、パート、アルバイト共に減少傾向にあるように感じている。
	x	-	-	