

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)		スーパー（経営者）	・まだ改善しなければならない課題がたくさんある。
		旅行代理店（営業担当）	・さくらんぼ狩りの商品の申込みが順調である（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税再増税に備えて駆け込み需要が増えるかとみている。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・夏に向けて動き出している。
		一般小売店〔傘〕（店 長）	・消費税再増税前の駆け込み需要と季節商材の購入で、多少は上向 くのではないかとみている。
		一般小売店〔生花〕（店 員）	・改元による多少の期待感がある。実際にふたを開けてみたらどう かというのは分からないが、良くなってほしいと自分自身も含め、 皆が思っている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・秋の営業終了に伴い、セールへの関心が高まっているため、動員 客数、買上点数が前年比で伸びると予測している。
		百貨店（広報担当）	・改元を迎えたことによるお祝いムードが購買意欲の上昇基調を下 支えし、消費税再増税前の駆け込み需要が夏頃から盛り上がって くると予想している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・改元のお祝いムードも落ち着くなか、消費税再増税前の駆け込み 需要に期待したい。一方、再増税見送りやダブル選挙の噂など政情 の不安定さが購買意欲に水を差すことが懸念される。全般的には インバウンド需要に支えられ、少なくとも現在より悪化することはない と推測している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・消費税再増税を控えて、高額品に動きが出ると予想している。一 時的ではあるものの、景気は上向くとみている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・美術品や宝飾品等の高額品は、消費税再増税前の駆け込み需要が 見込まれる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・4～5月のゴールデンウィーク中は好調に推移する。改元がけん 引する消費はあるものの、ゴールデンウィーク後の消費は足踏みが あるとみている。消費税再増税前的高額品の前倒し消費は既にみ られるため、全体としてはやや良くなると期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税までは高額品を中心に消費が伸びると予想している （東京都）。
		百貨店（店長）	・令和時代の到来ということで、多少お祝いムードが出ることと、 長期のゴールデンウィークを楽しむことで、心にゆとりが出ること などが景気の押し上げにつながるものと期待している。
		百貨店（店長）	・Eコマースとのシームレス化を図る戦略を取ることで、双方 を合算すると、地方客による売上などが確保できて、やや良くなる 可能性が出てくる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・これから夏場を迎えると、ソフトドリンク、アイスクリームなど 販売量、単価が上がる商品が増えてくる。
		コンビニ（経営者）	・改元に伴い、お祝いムードが多少出ると期待している。
		家電量販店（店長）	・改元セールによる祝賀ムードで消費は期待できる。また、各社共 に、消費税再増税前の駆け込み需要を先取りする販促策を強化して くため、消費は伸びるとみている。6月の平均気温が前年を上回 るとの予想から、白物、季節家電を中心に売上に期待が持てる（東 京都）。
	家電量販店（経営企画担 当）	・願望の側面が強いが、消費税再増税前の駆け込み需要の発生と、 5月からの改元により、消費環境が好転することを期待する（東京 都）。	
	乗用車販売店（総務担 当）	・6～7月は上期の需要月であり、新車効果で需要が伸びてくる。 中古車はインターネット強化策、サービスは整備以外の商品提案で 客の獲得を図る。	
	その他専門店〔ドラッグ ストア〕（経営者）	・消費税再増税を控えて、駆け込み需要が見込める。	
	その他専門店〔貴金属〕 （統括）	・大型連休による販売量の減少は一過性の現象であること、反対 に、消費税再増税前の駆け込み需要による販売量の増加の可能性も あることから、今後2～3か月の景気は良くなる（東京都）。	
	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・小売各社による改元販促の実施と消費マインドの向上により、や や良くなる（東京都）。	

一般レストラン（経営者）	・心配していた統一地方選挙の影響もそれほどなく、むしろ有権者が余り関心を示さなかった結果、東京オリンピックの方に意識がいつているように感じている。徐々にだが、東京オリンピックに対する期待感が増しているようである。天皇陛下の御退位もかなり影響している（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・良くなる要素としては、改元、ゴールデンウィーク10連休、消費税増税前の駆け込み需要がある。反対に悪くなる要素として、働き方改革による残業の減少で可処分所得が減少し、遊興費やし好品購入に回すお金がなくなる。つまり、ぜいたくができなくなることによる購買力の低下がその先に見える。
一般レストラン（経営者）	・休日も増え、客単価、来客数も伸びている（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約は例年並みに推移しており、改元によるお祝いムードや夏休みなどで、景気はやや良くなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・6月は今の所取り込みが弱く非常に厳しいが、夏季は少年野球の全国大会や各種イベントが多く開催されるので、需要が高まる。
旅行代理店（従業員）	・旅行シーズンに入ることと、新年度になり新規の見積依頼が寄せられている。
旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比べて前受量が多い。
旅行代理店（総務担当）	・統一地方選挙も終わり、組合関係の動きが良くなると予測している（東京都）。
タクシー運転手	・利用者がスマートフォンの配車アプリを使い、乗車予定地と目的地を入力すると、自動計算で運賃が表示され、乗車前に運賃が決まる事前確定運賃の導入に向け、今年前半にも道路運送法に基づく改正がされる。このことでタクシー利用客が増えることが予測されるので、忙しくなる（東京都）。
通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向けた高画質映像ニーズの高まりや、新元号による機運の変化、また、自社的には新サービス導入により、客からの更なるリアクション増加に期待したい（東京都）。
通信会社（管理担当）	・新入居時期の通信サービス変更特需が例年と異なっている。3月のピークが分散され、5月の引っ越しに流れている。例年の特需が緩やかに5月末まで続く傾向を感じ取れる。
通信会社（経営企画担当）	・今後の商談数が増加しているため、やや良くなる（東京都）。
パチンコ店（経営者）	・時代が平成から令和に移行する過程で、消費動向に対してプラスに働く要素が出てきているので、期待している。
その他サービス[福祉輸送]（経営者）	・秋の消費税増税前の駆け込み需要が若干は出てくると思っている。令和という新しい時代と東京オリンピックを控えているということで、一定の経済的な盛り上がりがある（東京都）。
設計事務所（経営者）	・ゴールデンウィーク明けに新しい仕事の話の聞きに行くことになっている。本契約はまだ先になるが、現段階では契約ありきで進んでいる。
住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が過去にないくらい悪いので、今後2～3か月の販売量が普通に戻れば、景気はやや良くなったといえる。ただし、商談中の客が少ないので、良くなるということまではいかない。
商店街（代表者）	・商店街では今、大型店及び大型のチェーン店が各1店舗退店していく状況に陥っている。景気が悪いからこそ退店していくのだと思うので、この先も景気は変わらないか、やや悪くなっていくのではないかと不安に思っている。
商店街（代表者）	・悪くはならないと思うが、良くなるともいい切れない。イベントへの反応はとても良いので、良くなる素地は感じるが、世の中のマインドが消費税増税などで下がっていることが気に掛かる。今は良くなるか悪くなるかの分岐点のような気がする（東京都）。
一般小売店[和菓子]（経営者）	・5～6月はイベントへの出店が多いため、天候によっては売上がつながる。

一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年5月は売上が落ちるので、例年どおりになると予想している。季節の変わり目で、暑ければエアコンが売れるが、今年は連休が長い分、家電製品にはお金を使わないように思われる。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・見積件数は多い。今もらっている見積案件が夏のエアコンの時期と重ならなければ良いと思っている。メーカーは今夏はエアコンが不足するといっているの、どのように対応しようか思案中である。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税までは、特に変わらないとみている（東京都）。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米穀販売なので、販売が過剰に上がるとは思っていない。景気はさほど変わらない（東京都）。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文具の需要期である4月の売上が余り伸びていない。その分、通常は売上の落ち込む5～6月との差は出ない（東京都）。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭、外商共に企業努力で何とか売上、粗利を保持してはいるが、余りぱっとしないのが現状である。特に、今月は休日が多かったり、働き方改革法案の成立によって、物流が完全にストップしてしまっていたり、足かせになるようなことが多々ある。目隠しをされ、後ろ手に組まされて、剣道の試合をさせられているような状況が続いている。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・来月からの新茶の時期に期待するものの、今のところは注文もそれほど多くなく、例年どおりの様子である。当社の製品はそれほど景気には影響されないのだが、最近では外国人観光客の購買意欲に期待したい（東京都）。
百貨店（売場主任）	・全体的には今後も前年ベースでいくとみている。来月からはお中元商戦になっていくが、この2～3年の動きを見ても、大体前年ベースでいっているの、その傾向は変わらないと思っている。菓子、総菜が比較的好調である（東京都）。
百貨店（総務担当）	・好調とまではいかないまでも、現状の流れは維持できると推測される。
百貨店（営業担当）	・前月に引き続き、今月も食料品を中心に商品の値上げが増えており、今後も値上げ対象品は拡大傾向にある。実質消費の減少が懸念される（東京都）。
百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィーク10連休や皇太子殿下の御即位といった明るい話題がある一方で、米国株価低迷の影響による株価の押し下げ要因等があり、積極的な消費行動につながる期待は薄い。特に、天候の影響によるアパレルアイテムの梅春物の苦戦を、夏物でばん回できるかが鍵となる（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の高額品需要に期待していたが、前回の消費税増税時と比較して、消費者の高額品に関する対策意識が低いように感じる（東京都）。
スーパー（販売担当）	・客の動きを見ていると、広告初日の目玉商品や、時間帯でのタイムセール、ポイント何倍の店舗を利用するなど、特典のある時間帯や店舗をうまく使い分けて低価格商材を買い回っている状況がまだ多く見受けられる（東京都）。
スーパー（経営者）	・5月の前半はいろいろな行事、改元に伴う盛り上がりがあるので少しは良いが、その後はまた節約志向で落ち込むのではないかと危惧している。結果として、いつもと変わらず、余り良くない。
スーパー（店長）	・外的要因がないなかで来客数が減っているという異常事態を1日も早く打破しなければいけないのだが、なかなか思うような形で数字として結果に表れていないので、3か月後も今のまま変わらない。
スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、価格に敏感な部分は拭いきれないので、もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。
スーパー（総務担当）	・改元という大きな時代の流れの中で、お祭りムードというか、客の購買意欲を上げるようなムードはあるのだが、今のところ、客の購買力の力強さがみえない中で、瞬間的なものに終わってしまうのである。消費税増税前の需要としては、9月に若干上昇するのではないかと思われるが、全体として厳しい状況は変わらない。

スーパー（営業担当）	・将来への不安感をまだ払拭できずにいる。客の会話の中でも、将来に向けて余りげいたくはできないという声をよく聞く（東京都）。
スーパー（販売促進担当）	・10連休の集客アップがポイントである。気温が上昇すれば衣料品にもチャンスがあるが、厳しい状況が続くとみている。
スーパー（仕入担当）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴い、平成から令和を迎え、改元を祝い、消費が喚起されることを期待する。
コンビニ（経営者）	・客の消費動向に変化なく、著しい天候の変化がない限り、現在の景気が維持される。
コンビニ（経営者）	・環境の変化に対して、本部の支援が遅れているために、厳しい状況はしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・10連休があり、人の動きが活発となるため、景気の上昇が期待できるものの、連休明けの財布のひもの締め具合が厳しい場合は、マイナスとなる可能性もある（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・中間層の買物は点数も多く客単価も上がってきているが、一般の客は価格に厳しくかなりシビアな買い方をしている。秋の消費税再増税が決まったら、また失速するのではないかと心配している。
衣料品専門店（店長）	・改元が控えていることから、数か月はお祝いムードもあり若干は上向くとみている。ただし、原油価格が上昇し、人件費も上がる傾向にあるので、差し引きすると現状維持にはならないか。
衣料品専門店（統括）	・気温が安定しないため、来客数が伸びる見込みがない。
衣料品専門店（役員）	・以前よりも衣料品にお金をかけないという客の声をよく聞く。
家電量販店（店員）	・現状において景気回復の兆しはみえない（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。整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。今月はたまたま市役所の入札で落札したため、販売台数が伸びているだけである。
乗用車販売店（経営者）	・5月の大型連休の影響はあるものの、売上は前年並みになる。
乗用車販売店（営業担当）	・秋にモデルチェンジを控えている車種がいくつかあり、それを見てから判断するというユーザーが多い。
乗用車販売店（店長）	・現在の当社の商品力と市場の動きを考えているが、動向が読みにくい。
乗用車販売店（渉外担当）	・具体的な好転要素が顕在化していない。
住関連専門店（営業担当）	・消費税再増税を踏まえてリフォーム工事の前倒し実施の動きは、夏頃まで続いていくものと予想している（東京都）。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量が変わらないことと、商売柄、季節が変わってもほとんど変わらない。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・現行ハードの成熟期にあり、減少傾向が続くと予想している（東京都）。
高級レストラン（経営者）	・消費税再増税に向けて、大型消費以外は見込めないのではないかと。
高級レストラン（営業担当）	・法人関連の予約や宴会予約は前年並みに推移している（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	・3か月先の法人等の予約状況をもても、ほぼ前年並みである。販売単価を上げられるほどの勢いは感じられない（東京都）。
高級レストラン（役員）	・過去の消費税増税では、増税半年前頃から耐久消費財への支出のためか、来客数、客単価の低下が起こっており、今回も懸念している（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・例年、5～7月は余り良くないので、2～3か月後も今とさほど変わりはない。3月や12月は景気が良いが、現在、売上はほぼ前年並みで、景気が良くなる方向にはいかない。
一般レストラン（経営者）	・新住民の増加は著しいものがあるが、まだ地元に関する情報量が少ないので、何らかの宣伝方法が必要となっている（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・3か月後も余り変わらない。まして消費税再増税の雰囲気が出てくると、財布のひもが更に固くなるような気がする。
一般レストラン（経営者）	・人手不足はますますひどくなっている。仕入原価も高止まりのままである。世界情勢も気になる（東京都）。

一般レストラン（統括）	・大型連休の動向は現時点では判断できないが、改元による祝賀ムードが消費に結び付いていくかどうかも同様である。先行きについて読みにくい状況が続いている（東京都）。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ゴールデンウィーク後は落ち込みが予想される（東京都）。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・委託料等の引下げ、引上げは4月から1年間継続するため、今後に大きな変動はない。ただし、春、夏、秋は取引先の宴会、イベント需要が増加するので、その分売上も増加することが予想される（東京都）。
旅行代理店（経営者）	・10連休の後で、皆それぞれお金を使うことが余りないのではないかと思うので、余り期待できない。
旅行代理店（従業員）	・海外旅行では欧米が好調である一方、大票田であるハワイが苦戦している。比較的簡単なハワイやアジアは今後OTA（オンライントラベルエージェント）に移行していく気配がある（東京都）。
旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後の6～7月は、夏の旅行シーズンに入ってくる。ゴールデンウィーク10連休の反動がどのくらい出るか懸念している。また、東京オリンピックの1年前ということで、団体旅行がどうなるかまだ定かでないので、変わらないと判断している（東京都）。
タクシー運転手	・5月に入ると元号が改まるが、4月は慎重な動きで、来月からどうなるかという不安がある。ゴールデンウィークが控えているが、やはり不安が先に立ち、余り動けないという様子である。
タクシー運転手	・この先梅雨入りしても、前年同様、利用がさほど増えるとは思えない。また、秋には消費税増税があり、当然タクシーの料金も上がる。利用がますます減りそうで、この先は不安材料ばかりである。
タクシー（団体役員）	・特段良くなる材料もなく、タクシー運賃改定を含む消費税増税後の景気動向が心配される。
通信会社（経営者）	・給料はそこそこ上がっているが、消費税増税を控えて購買意欲などが相殺され、プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
通信会社（社員）	・広告、宣伝活動への投資意欲が上がる企画が必要だと感じている（東京都）。
通信会社（営業担当）	・値上がりする商材が増えてきており、余計な消費は控える状況が続いていく。
通信会社（管理担当）	・下げ止まりの兆しはあるものの、トレンドに大きな変化はない。
通信会社（営業担当）	・消費者のニーズは多様化しているものの、サービスは競合他社間でほぼ横並びであり、景気自体は横ばい状態が続く。
通信会社（局長）	・ラグビーワールドカップに伴う4Kテレビ視聴需要の盛り上がりはもう少し先になる見込みなので、秋の当社新サービスの展開までは現状のまま変わらない（東京都）。
通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
通信会社（管理担当）	・法人向けのシステム再構築需要は秋口まで続くものとみているが、個人向けの携帯電話及び周辺機器の販売数量は、前年同期に比べて落ち込んでいる。また、大手キャリアが発表した新料金体系の影響がどのように現れるかも不透明である（東京都）。
通信会社（営業担当）	・景気が良い時は新規獲得等、積極的に取りに行くイメージがあるが、最近の他社等の動きをみていると、新規獲得というよりも、既存客の値上げに動く会社も出てきている（東京都）。
通信会社（経理担当）	・政府が要望した携帯電話料金の値下げに対し、キャリアから提示されたのは、結果として一部の利用者のみ値下げされるようなプランであった。所得はさほど増えていない印象で、家計の固定費が下がらないと、他にはお金が回っていかないのではないかと推測している。
観光名所（職員）	・2～3か月後は梅雨の走りになるが、観光地のため、今月とほとんど変わらない（東京都）。
ゴルフ場（従業員）	・参議院選挙、消費税増税など消費マインドの動向に影響を及ぼすイベントが続く、楽観視できない。反面、ベテラン有名選手のマスターズ復活優勝や、来年の東京オリンピックに向けて、ゴルフへの興味関心が向く動きも考えられる。

競輪場（職員）	・本来であれば、暖かくなり、客の出足も良くなるはずだが、現状では景気回復の兆しがみえない。
その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・予約は堅調だが、天候次第である。消費税再増税前の夏期休暇シーズンに入るので、営業がどう出るか気になるところである（東京都）。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・全般的に景気は良くなりつつあると感じるが、末端の零細企業ではその影響をほとんど感じない。
その他サービス〔電力〕（経営者）	・4～6月は年間で電気使用量が少ない時期に当たる。今までの状況から前年比で横ばいや減少が見込まれる（東京都）。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・春先の集客時期の間合せ件数は前年並みである。
設計事務所（経営者）	・特に良くなる要素や悪くなる要素は感じられない。流れとしては例年どおりの推移となる。
設計事務所（職員）	・どちらかといえば下降傾向と感じるが、相対的には変わらないのではないかと（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数が順調なため、景気は変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・景気が大きく良くなるとは感じていないが、緩やかながらも良くなる。金融機関の融資姿勢に変化がなければ、このまま推移していく。
その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・新年度になれば、ある程度は仕事が来ると思っていたが、新年度がスタートしても今のところまだそのような話はない。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の需要は見込めるが、建築資材の大型案件が限られているなかで、受注を伸ばせる環境ではなくなっている（東京都）。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・販売形態の変化も大きな要因だと思うが、客が本当に商品を探している様子が見えない。何を求めているのか、どうも返答がない。ただ調べているのか、見ているだけなのかという様子である。これからのこういう状況が続いていくのだろうと思っている（東京都）。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・モノに対するこだわりというものがなくなってきている。インターネット販売等で印鑑を作ってしまうのは、危険というほどでもないが、ロボット彫刻では極端にいうと同じものが2本できてしまう。印鑑制度にも問題があると思うが、これでは手彫りの技術がなくなってしまわないか。こだわりというものは商売においても大切だし、これからの大切に維持していくべきだと感じる。
百貨店（売場主任）	・生活必需品の高騰や予定されている消費税再増税による実質賃金の減少により、厳しい状況に変わりはない。ゴールデンウィーク10連休後も更に厳しさが増す。
百貨店（販売促進担当）	・4月から値上がりした物も数多かった上に、ゴールデンウィーク10連休での支出もあり、今後は客の財布のひもが更に固くなるのが予想されるため、景気は悪くなる。
百貨店（計画管理担当）	・秋に競合店が閉店するため、今後大規模な閉店セールを仕掛けることが想定される。当店としても様々な販促を実施して集客に努める予定だが、厳しい商環境に置かれることも想定される（東京都）。
スーパー（経営者）	・客単価が落ちている。1人当たりの買上点数も減少している。
コンビニ（経営者）	・ここ1～2か月の動向から、やや悪くなる（東京都）。
コンビニ（経営者）	・コンビニ業界は店舗数が飽和に近づいているなかで、まだ出店が続いているので、1店舗当たりの商圏が小さくなってきており、毎年徐々に売上が落ちている。そのため、景気も下がっていると考えている。
コンビニ（経営者）	・本部、他社との話合いにより、店と本部側との利益配分がどうなるかに期待をしている。販売に力を注いでいけるかどうかは、そこに掛かっている（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・消費税再増税を前に衣料品は節約の対象になり、年内は厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・学校関係の仕事もあるが、少子化の影響で夏服や水着等の売上は下がると予想している。
衣料品専門店（店長）	・当社の扱う商材は、比較的高額商材が多いため、10月に予定されている消費税再増税の影響が懸念される（東京都）。

	衣料品専門店（営業担当）	・景気が上がる要因が1つもない。物販はインターネット販売などに押され、店舗を構えていても難しい時代が来ている。
	家電量販店（店長）	・このところ商品単価が徐々に下がっており、単価アップと猛暑到来がなければ厳しい状態になると予想される。
	乗用車販売店（店長）	・消費税再増税前の時期となるが、駆け込み需要に対応できるほどの生産能力に欠けるため、厳しいのではないかと。
	住関連専門店（統括）	・現時点では消費税が再増税されるかどうか決定していないので、消費者の買い控えがまだまだ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）	・消費税再増税と可処分所得の増加の実感が得られず、財布のひもが固くなる（東京都）。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・強いプラス要因が見当たらない。消費税再増税直前には駆け込み需要もあるだろうが、これに関しても実施前後で換算すればマイナス要因である。
	一般レストラン（経営者）	・5月も最初から連休があるので、間違いなく前年比での売上は落ちる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が上がることもあり、財布のひもが徐々に固くなるのではないかと。
	旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークで、前年と比べて需要を先食いしている（東京都）。
	タクシー運転手	・終電後、深夜帯の人の動きが全くみられない状況は今後も続いていく（東京都）。
	タクシー運転手	・大手企業の人と中小企業を人の違いを感じる。今回のゴールデンウィーク10連休においても、大手企業では余裕を持って海外旅行等に行く人がいるが、中小企業の人には余裕がなく、手短な旅行になっている。これからはますます格差が広がるのではないかと。タクシー業界は歩合給なので、非常に深刻である（東京都）。
	ゴルフ場（従業員）	・消費税再増税、マイナス金利、人口減少、高齢化社会、将来への不安は尽きない。財布のひもは固くなるばかりである。働き方改革により、権利ばかりが先行してしまうと、効率的な仕事を行うための能力、努力が追いつかず、仕事量、生産量が減少し、景気が低迷してしまうように感じる。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数が減少している。地域性による小中学生の減少もあるかもしれないが、景気的には良くない。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数が増える要素が見当たらない。
	設計事務所（所長）	・現在の仕事が終わった後は、次の仕事の見通しが立っていないため、悪くなるのではないかと（東京都）。
	設計事務所（所長）	・仕事量がこれから増える見通しはない。同業者の状況を見ても同様である。
	住宅販売会社（従業員）	・「3月中に請負契約を締結すれば消費税再増税後の引渡しでも税率8%が適用される」という特例措置も盛り上がりや欠き、受注の厳しさもあいまって、受注残が減少している。
	× 一般小売店〔家電〕（経営者）	・ここ2～3年、良い話をなかなか聞くことができず、客から話をもらっても、価格での勝負が多く、どんどん厳しい状態になっている（東京都）。
	× 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰である。また、基本給が上がっても、増税によって、手取り額が減少してしまう。
	× その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今の状況で消費税が再増税されたら、更にひどくなる（東京都）。
	× 一般レストラン（経営者）	・4月はとても良かったが、この先は梅雨に入り、暑気払いにもまだ早い季節なので、売上は落ちる（東京都）。
	× 設計事務所（経営者）	・統一地方選挙の影響だと思うが、仕事の数量自体が大変少なくなっている。東京オリンピック関係の大手の仕事は多いのだが、我々中小企業は、伸びがみえないというか、閉鎖的になっていると感じる。民間の仕事も基本的な考え方が鈍くなっている。
	× 住宅販売会社（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱などによる海外経済の減速や、消費税再増税などで、景気の下振れリスクが高くなる。
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）	・仕事量が増えているが、人手が足りず苦勞している。個人的には、買物など人の動きが活発になっていると感じている。
	食料品製造業（経営者）	・新元号、令和になり、関連商品の注文が順調に入っている。

不動産業（総務担当）	・旺盛なオフィス需要は当面続くと思われるので、特に都心部において賃貸業を営む当社の将来における景況感の良い（東京都）。
広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピック関連の業務が増えてくる予定である。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・提案中の案件の受注が入ってくる時期であることから、受注量が増大してくる。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今は持ち切れないくらい多くの仕事を抱えて忙しくしているが、改元するからという客が結構いるので、恐らく5月いっぱいまで改元に伴う注文は減ってくるのではないが、5月以降は半年並みの注文に落ち着く見通しである（東京都）。
化学工業（従業員）	・国内向けの受注量はやや減少しているが、海外向けの受注量が増えているので、変わらない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・景気は悪くなっていないというが、業種によって違う。プラスチック業界は、良いところと悪いところがあると思うが、当社は大きな変化は余りない。
金属製品製造業（経営者）	・取引先、近隣の同業者からも、特に悲観的な話題はない。
金属製品製造業（経営者）	・同業者が減ったために見積件数が増えているだけで、仕事量が増えたわけではないので、価格が安いままだと、先行きが心配である。社員募集をしても応募が少なく、人手が足りずに困っている。
電気機械器具製造業（経営者）	・数か月先の受注残も少ないため、更に悪くなる可能性がある（東京都）。
その他製造業〔鞆〕（経営者）	・得意先関係では大きく変わるような情報はないが、材料屋はかなり冷え込んでいるという情報が入っている。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・暖かくなるのが遅かったせいか、2～3月が不調だった分、今月は動きが出ている。この傾向が夏まで続く（東京都）。
建設業（経営者）	・中小企業及び零細企業への景気対策が行き届いていない。
輸送業（経営者）	・現時点で、現況が好転する材料がないため、厳しい状況が続く（東京都）。
輸送業（経営者）	・輸送費の値上げ転換が進んでいない（東京都）。
輸送業（総務担当）	・運賃交渉を行っているので、交渉次第になる。
金融業（従業員）	・建設業、不動産業は引き続き好調な取引先が多いが、製造業などでは頭打ちの気配も感じられる。個人消費が回復しているとの声は少なく、特に中小小売業の業況は厳しい（東京都）。
不動産業（経営者）	・繁忙期も終わったが、賃貸の世界は厳しい（東京都）。
広告代理店（従業員）	・売上予想は前年同期と比較して特に変化はない（東京都）。
広告代理店（営業担当）	・目新しい、新規トピックスが余りない（東京都）。
税理士	・米中貿易摩擦が片付かないと分からない。国内の問題よりも、中国経済などの問題が大きく影響する。消費税は上げるべきではない（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）。
税理士	・10連休中の海外の動向が懸念される。連休明けの為替と株価の動きが大きくないことが望まれる。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年8月までは受注量が減っていく傾向にあり、今年も余り予定が入っていない（東京都）。
出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙そのものがない状況がこの夏以降まで続くという噂があるので、更に悪化することが想定される。
化学工業（総務担当）	・4月は3月末決算後の在庫確保と5月の大型連休の先取りで、荷動きは多い。連休後の運送の混乱と、4月の先取りによる5月の反動減が予想される。
一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示が落ちてきているところもあるが、変わらない取引先もある。自社で加工をしている物が2割落ちているという客もいる。
精密機械器具製造業（経営者）	・米中の貿易戦争や半導体の急激な失速により、設備面の延期が多くなってきている。
建設業（従業員）	・受注は、今と変わらないか、やや減る傾向になりそうである。



	通信業（広報担当）	・今の良い状況が続くのかどうかは、もう少し見極めが必要である（東京都）。
	金融業（統括）	・米中貿易摩擦等のような悪い話が経営者のマインドに大分入ってきている。
	金融業（支店長）	・米中貿易摩擦もあり、景気は少し冷え込むのではないかと。
	金融業（総務担当）	・実質賃金の上昇以上の値上がりや消費税増税が控えているので、小売業での消費自体が落ち込み始めている。全体的に人手不足による賃金上昇で経費が増加している。不動産業は、駅近物件は売れるが、駅から離れると売りにくくなっており、土地の仕入れにも慎重になっている。個人客の融資延滞が若干増えており、生活費が厳しくなっている。今後の消費税増税により、景気は落ち込むことが予想される（東京都）。
	金融業（役員）	・不動産業者の分譲事業において、売却がやや長期化する兆候がみられる。
	経営コンサルタント	・消費税増税が控えているが、駆け込み需要にも余り期待できない。
	経営コンサルタント	・海外の経済情勢が悪化傾向で、中小製造業にもゆっくりとではあるが影響が出始めている。若手人材の減少も大きく響きつつある。魅力ある会社作りが必要だが、売上が低調な中で魅力づくりは、極めて難しい（東京都）。
	その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・長期休暇のため経済が低迷するのではないかと（東京都）。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・大型連休により取引先工場の稼働日数が減少し、受注量も減少する。また、燃料や原材料費の値上がりもあり、利益が落ち込む。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足が更に厳しい状況で、募集費用と人件費は上がっているが、契約金額は現状のままである（東京都）。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・景気悪化が伝えられるなか、東京オリンピック関連以外、良くなる要素が見当たらない（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・客の話の歯切れが悪い（東京都）。
	× プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先の要請で設備投資をしたばかりの化粧品容器の受注はこの先も回復が見込めず、途方に暮れている。中国の電子商取引法改正が原因のようである。
	× 金属製品製造業（経営者）	・当社は部品製造だが、受注量や内示が急にストップしている。当社だけでなく他社も同じ状況の会社が多い。
	× 建設業（経営者）	・消費税増税により悪くなる。
	× その他サービス業〔警備〕（経営者）	・5月の連休が月の3分の1を占めているため、売上が減少する。
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社（営業担当）	・足元の取引先企業からは求人数を多くもらっている。引き続き採用増の傾向が強い（東京都）。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月も含めて6～8月まで既に100件を超える予約が入っているので、相当な増大が見込める。
	人材派遣会社（支店長）	・大型連休のため採用活動が落ち着く企業が増え、求人数が減少しているものの、連休明けから企業の下期に合わせて求人数が増えていくと予想される。
	人材派遣会社（社員）	・海外、特に中国市場等が非常に不透明になっていること、また、国内ではガソリン代がかなり高騰していることから、余り景気に良い影響があるようには思えないという経営者が多い。元号が令和に改まり、どのくらい特需があるのかと話す人が多い（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・今後も求人件数が多く、人材不足の状況が続く。
	人材派遣会社（社員）	・国民レベルに影響が及ぶような効果的な施策がない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移しているものの、長期稼働者数が伸び悩んでいる。今後も採用競争の激化による影響と、派遣先の直接雇用への切替えなどの影響から、長期稼働者数は前年同水準で推移すると予想している（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・夏頃に向けて、派遣各社のスタンスがはっきりする。その差異にもよるが、明暗が分かると同時に、クライアントからの受注にも連動した動きが出ると思われる（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多いが、人手不足感は相変わらずある（東京都）。

	人材派遣会社（営業担当）	・今月は企業からの派遣オーダー数が増加しているが、派遣登録者数は減少している。そのため、需給バランスが保たれず、来月以降も採用数の増加は余り見込めないため、現状に近い推移になるとみている（東京都）。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も余り感じられない（東京都）。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で減少しているものの、大きな事業所の管外移転の影響等が考えられる。また、求職者数は、前年比を各月でみた場合、増加、減少が混在しているが、総じてみると大きな変動はみられない。
	職業安定所（職員）	・採用者が増えているとはいえ、人手不足感はなかなか解消されていないと感じる。産業ごとの有効求人倍率は相当な差が出ている（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求人はあるものの、条件に見合うマッチングができていない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求職者の内容、条件が合致しないケースが多く、採用決定まで時間が掛かる（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・採用抑制の意向は全体的な傾向といえるほどではなく、まだ一部の動きにとどまっているので、大きくは変わらないとみている（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（支店長）	・契約終了者が増えてきているが、人材不足のなか、それを補うだけの成約数を確保することが難しくなっている（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・リーマンショックのような広域的な景況悪化に備えておく必要性を感じている（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・東京オリンピックまでが目安で、新卒採用は手控える動きが出ている。業界によって温度差はあるが、無理に人数を増やさずに、IT活用や働き方の工夫で乗り切ろうという考えが主流になるのではないかと（東京都）。
	x	-