

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)		一般レストラン（経営者）	・8月は一番売上が落ちる月なので、これから秋に向けては今の悪い状況を打開できる（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は10～11月になるので、団体旅行を主力としている当社では最盛期になる。修学旅行も最も多くなるので、今月と比べると格段に良くなる（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は秋のトップシーズンになる。今月よりも十分に期待できる（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・9月は、10月の消費税増税を前に、高額商材の問合せが増えてるので、期待している。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税増税前の需要を衣料品、ブランド物、化粧品等で見込んでいる。食品は割引企画や秋の味覚中心に強化を検討している。
		コンビニ（経営者）	・現状の売上からみて、下向きよりは上向きである。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・今回、消費税増税前の駆け込み需要に大きな山はできていない。逆に、増税後の反動減の谷も小さいとも考えられる（東京都）。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・9月以降、年末にかけて、大型タイトルがリリースされる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は10～11月で、人の動きや周年行事などが活発になってくるので、今よりも景気はやや上向きになってくる。一番多いのは学校の周年行事などで、ケータリングがやや多くなってくる。そのため、売上は今月よりも15～20%ほど伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響を少なからず受ける。消費税引上げ後は、飲食部門ではテイクアウトの売上が伸びる。プレミアム付商品券の使用が見込めるとの推測からそのように考えるが、米中貿易戦争、英国のEU離脱問題の先行き不安から円高になり、株価は値下がりが見られる可能性もあるので、不安要素も多い。継続的な好景気を実現するには、まだ時間が掛かるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・景気だけの話でなく、人手不足をどう乗り切るかも、企業経営において重要な問題である（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊が引き続き好調なことに加えて、これから忘年会、新年会のシーズンを迎え、その予約状況もある程度好調ということなので、やや良くなるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年はラグビーワールドカップ、来年は東京オリンピックが控えており、インバウンドは数年先まで増加する見込みである。また、日韓関係悪化の影響があり、韓国人は減っている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・秋に入り団体旅行が動き出し、繁忙期に入る。
		タクシー運転手	・配車アプリでタクシー乗車する時代になってきている。事前確定運賃の認可申請開始、マース移動サービスの連携統合の構築に向けた導入等、変革の時期にきているようなので、景気回復を期待して、やや良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・8月は意外に利用があった。10月の消費税増税に向け、インターネット決済、QRコード決済などが使えるタブレット端末機を取り付けている。ポイントや税の還元もあるようなので、期待したい。
		通信会社（経営者）	・消費税が10%になる。今までのもやもや感が払拭されて、消費が拡大する（東京都）。
	通信会社（管理担当）	・年末に向けて、音声認識システムが普及することを期待して、今後の景気回復を見込んでいる。来年は東京オリンピックイヤーであり、早めに4Kテレビの購入が加速し、年末年始商戦において家電製品に特需が生まれると考えている。	
	通信会社（経営企画担当）	・今後の案件数は増加傾向にある（東京都）。	
	設計事務所（経営者）	・新規案件として具体的に出てきているわけではないが、打合せだけでなく、研修の仕事も入ってきているので、それが今後の具体的な案件に昇華されると思われる。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税にはなるが、住宅税制、政策により、増税分に対しての所得税、住民税の還付や給付金で販売が平準化され、客も慌てずに計画を進めることができる。天候も良くなり、客の動きも出てくる。	

商店街（代表者）	・ 2～3か月先は消費税増税があるので、良くなることはない。ただし、ラグビーワールドカップの結果や東京オリンピックが近づいてきて、明るい空気が日本中に起これば、意外とマインドは好転するのではないか。当地域のような富裕層が多い街では、楽しいことを待望している感じが、イベントへのレスポンスからひしひしと伝わってくる（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・ 消費税増税後にキャッシュレス決済を予定している客の購入は見込める。そういう客は期間があるのでなかなか予測がつきづらい時期だが、暮れに向けてそれなりの動きがあるのではと期待している。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 9月10日頃から市でプレミアム付商品券の発売がある。今年は総額で41億円くらいだったと思うが、どうなるか。当然、全てが市内の商業活性にはつながらないと思うが、プラスアルファに期待している。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・ 今後2～3か月については、10月に消費税率引上げがあるため、9月いっぱいには駆け込み需要、10月以降は買い控えが考えられ、ならば横ばいとなる。ただし、増税のマイナスイメージが年末まで響かないように、何かしらの販売促進の手段を取っていかないと、落ち込む方向に進んでしまいそうである（東京都）。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・ 消費税増税後の反動でやや厳しくなる。2～3か月後は余り良くない状態がそのまま続くのではないかと。
百貨店（売場主任）	・ 全体的には、今と余り変わらない。消費税増税前ということで、食料品も若干上につられて数字が出てくるかと思うが、全体的には厳しく、大きく伸展することはない（東京都）。
百貨店（営業担当）	・ 消費税増税前の9月は高額品の駆け込み需要が期待できるものの、増税後のマイナスをカバーするまでには至らない見込みである。また、インバウンド客の増加を見込めない中では、気温の低下による秋物ファッションの活性化に期待している（東京都）。
百貨店（店長）	・ 消費税増税も迫ってきており、高額品を中心に多少の駆け込み需要が見込めるものの、一般的に消費は低調のまま推移するものとみている。
百貨店（店長）	・ インバウンド客が減少し、衣料品の購買額も減少している一方で、高額品は好調であるなど、好不調が様々あることから、特に変わらない（東京都）。
スーパー（販売担当）	・ 近隣の競合店舗との価格競争があり、重点単品の平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回ってきているが、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に届かず、前年割れの傾向がみられる（東京都）。
スーパー（経営者）	・ 今のやや悪い状態がまだしばらく続く。消費税増税に向けて、客の買い方がシビアになり、より厳しくなるのではないかと。当店もいろいろ手を打たなければいけないと思っているが、政府の方針でキャッシュレスや軽減税率への対応など、いろいろな問題が出てくるので、先がなかなか読めない。それにしっかりと対応していかないと、もしかすると大変なことになるかもしれないので、神経を使いながらやっていきたい。
スーパー（店長）	・ 10月の消費税増税が絡んでいるので、3か月後も今のままで推移していくのではないかと。食品スーパーマーケットなので、増税前の売上、需要の増加はさほど大きく見込めない。客の財布のひもが固くなる中で、3か月後も現状のままで変わらない。
スーパー（営業担当）	・ 季節商材の稼働がみられるものの、あくまでも一過性でしかない。米中の貿易摩擦の拡大等があり、将来的な不安がまだまだ払拭されそうにないことが懸念材料である（東京都）。
スーパー（仕入担当）	・ 10月からの消費税増税において、食品は軽減税率のため影響を受けないと思われるが、たばこや酒の駆け込み需要による相乗効果は出るものと思われる。
コンビニ（経営者）	・ 特に周りの状況に変化はない。近所の工事関係者がどんどんいなくなるため、変わらない。
コンビニ（経営者）	・ 環境変化も見当たらず、現状が続くものとみている。
コンビニ（経営者）	・ やや分かりにくい消費税増税の問題がある。
コンビニ（エリア担当）	・ 消費税増税を控え、たばこ等の駆け込み需要が期待できる一方で、増税後の消費の冷え込みに対する還元策にどの程度効果があるのか見えない（東京都）。

衣料品専門店（経営者）	・いよいよ軽減税率が始まる。5%引きで販売して、手数料を約2%支払う。売上の落ち込みが続いている衣料は、厳しい状況になる。特に、年金生活者は一番に衣料品を切り詰めてくる。
衣料品専門店（店長）	・予測していた消費税増税前の駆け込み需要は、現在までみられていない。増税後の反動も余りないのではないかと（東京都）。
家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要も大きくは期待できない。客の関心事は基本的に購入品の価格なので、増税前だとしても現段階で大きな動きにはなっていない。そもそも小売業が増税前の安売りをしていない。
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、販売が余り芳しくない。客は多く来場してもらえらるが、なかなか成約に結び付いていない。
乗用車販売店（販売担当）	・いろいろな客の様子から、国内の建築関係については人手不足で景況は良い。ただし、同じ取引先の輸出部門では、韓国との関係悪化の影響もあり、数量が減っている。特に、電化製品、食品などの輸出が大きく減っている。全体としてはプラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
乗用車販売店（店長）	・消費税が上がリ、どれだけの影響があるのか見当がつけにくい。現状、駆け込み需要も多いわけではないので、景気が良くなるとは判断しにくい。
乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に顕著な上向き傾向がみられない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りの友人の話を聞いても、景気が良いという話は聞かないので、現状のまま変わらないのではないかと。
その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・消費税増税の懸念もあるが、軽減税率が適用される食品などの売上については大きな変化はないと予測する。また、政府主導のキャッシュレス決済によるポイント還元策などは一定の効果が見込まれ、悪化は回避できそうである（東京都）。
高級レストラン（経営者）	・消費税増税による影響はさほどないものと予想している。
高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴会予約状況からみて、動きとしては、ほぼ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）	・先々の法人予約等の状況をみても前年並みであり、大きな変化はない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。ましてや消費税が10%になるので、余計に消費が冷え込む。今後どうなるのかと不安で仕方がない。
一般レストラン（スタッフ）	・消費税が上がる。
一般レストラン（統括）	・現状の安定的な状況から、10月の消費税増税を見越した駆け込み需要などの影響がどのように飲食業に波及するのか見通せない。全体的には先行きの不透明感に変わりはないが、逼迫した状況ではなく、身の回りの景気は安定している（東京都）。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・特に変化する要素が思い当たらない（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税による影響か、先々の予約は例年より若干弱含みで、伸び悩んでいる。観光シーズンに突入をするが、今年は動きが少なく、相変わらずの状態が続いている。
都市型ホテル（スタッフ）	・10月は通常なら客足が鈍化するが、ラグビーワールドカップの需要が少なからずあると見込んでいる。
旅行代理店（総務担当）	・この先の客からの依頼件数は変わっていないものの、予算、人数に増加傾向がなく、停滞気味である（東京都）。
タクシー運転手	・間もなく消費税が10%になろうとしている。客はそれを非常に気にしており、財布のひもが固くなり始めている。かなり厳しい状況になりそうな雰囲気がある。
タクシー運転手	・深夜帯の客の動きが全くない（東京都）。
通信会社（経営者）	・消費税の影響も考えられるが、年末商戦に向かい新製品、新サービスの導入に期待が持てる。また、東京オリンピック、パラリンピックに向けた開催機運の上昇にも継続的に期待が持てるため、結果は変わらない（東京都）。
通信会社（社員）	・東京オリンピックやラグビー関連のイベントがあり、景気は良くなると思うが、消費税増税があるので、楽観できない（東京都）。

通信会社（営業担当）	・消費増税後は消費が落ち着く可能性があることに加え、携帯電話割引の法改正が家計の通信料見直しにつながり、契約数も伸び悩むと予想している。
通信会社（局長）	・4Kテレビの購買は上向きようだが、連動したコンテンツがまだ少ないため、ケーブルテレビサービスとの連動が想定より弱い（東京都）。
通信会社（営業担当）	・消費増税もあり、良くなると思える材料がない。
通信会社（営業担当）	・加入者数は6か月間ほぼ変動がないので、この先も変わらない（東京都）。
通信会社（経理担当）	・消費増税の影響は、仮に1か月の消費額が20万円だと約3400円分、3か月で1万円、年間で4万円何かに使えなくなる。節約する優先の業種がどこになるのかで、身の回りの景気が変わってくる。いずれ傾向が見えてくるので、様子見である。
設計事務所（経営者）	・経済の先行きが非常に見えにくい状況で、官民共に設備投資意欲は低い。業界を取り巻く環境は厳しい。
設計事務所（所長）	・多少の話は出てきているが、その気配はほとんどなく、現状がこのまま続くのではないかと（東京都）。
設計事務所（職員）	・状況が変化する要因が見当たらない。大規模再開発などは限定的である。地方の発注状況は小規模なものが多く、好転する兆しは感じられない（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数や資料請求の件数は減っていないので、同じような販売量になるとみている。
その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・今年に入って半年以上過ぎた現在でも、状況はほとんど変わっておらず、なかなか厳しい。今後も余り期待は持てない。
商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げについては、現在でも余り数字が伸びない、あるいは思わしくいっていないという状況からすると、プラスの要因とは全く考えられない。売上が取りづらくなり、客も余り来店してくれなくなるのではないかと心配である。
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費増税により消費が少し冷え込むのではないかと。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏を過ぎると需要が落ち込む。消費増税前の駆け込み需要もある程度は見込める。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費増税後はある程度のダウンが予想される（東京都）。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費増税の関係で購買に慎重になり、若干物流の動きが悪くなるように感じる。軽減税率が導入される米穀小売販売は、全体のバランスを見て、購買に慎重になると思われる（東京都）。
一般小売店〔傘〕（店長）	・消費増税前の駆け込み需要は余り見込めないため、引上げ後の買い控えが心配である。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・消費増税があるからといって、事前にたくさん買ってくれるような品物ではないので、特別に良くなるとは思えない（東京都）。
百貨店（売場主任）	・消費増税の影響は避けられない。
百貨店（広報担当）	・不安定な世界経済情勢に左右される局面が続くことに加え、一時的ながら消費増税直後の買い控えが発生し、個人消費も足踏みが続くことが予想される（東京都）。
百貨店（営業担当）	・消費増税後の一時的な需要の落ち込み、インバウンド需要の伸び悩みが懸念される。一方、食料品については、軽減税率により大きな落ち込みはないと予想しており、現在との比較ではやや悪くなると想定している。今後は東アジアの政情悪化に伴う観光客の減少、貿易摩擦による株安、円高による富裕層の財布の引締めは大きなリスクではあるが、以前のリーマンショックほどのインパクトはないと思われる（東京都）。
百貨店（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要は、前回の増税時と比べると小さいと思われる。一方、10月以降は、年金受給者など高齢者を中心に、食料品についても節約意識が進む（東京都）。
百貨店（営業担当）	・今回の消費増税に関しては大きな駆け込み需要はみられず、効果は小さい。増税後は今以上に消費にシビアになると予想している（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・過去の消費増税前後の動きから予想すると、反動で消費が落ち込むシミュレーションが読み取れる（東京都）。

百貨店（販売促進担当）	・お盆以降、消費税増税に対するマスコミ報道が増えてきており、化粧品等の消耗品や宝飾、時計等の高額品の駆け込み需要も一部見込まれる。消費税増税後は、客の消費に対する厳しさが増すとみられ、景気は悪くなる。
百貨店（販売促進担当）	・国際情勢の不安定さから、海外旅行客の買上の減少が予想される。また、国内消費が好調になる要因が見つからない（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・8月は梅雨明け後に一転して猛暑となり、夏物商材の動きが活発化しているが、2～3か月先は消費税増税直後の反動で落ち込みが予想される（東京都）。
百貨店（店長）	・消費税増税を控えているが、今回は9月の駆け込み需要が大して盛り上がりせず、10月以降は増税の影響だけが残ると予測している。政治不安や株価が不安定なこともあり、プラスの要素が全くない（東京都）。
百貨店（計画管理担当）	・懸念材料は、やはり10月以降の衣料品や高額品に対する消費税増税の影響が大きいと予想されることである（東京都）。
スーパー（経営者）	・消費税増税などにより、客の生活防衛意識が高まっている。具体的には、買上点数の減少等がある。給料日前には1万円札でなく1000円札での買物が増えている。
スーパー（店長）	・消費税増税を控え、消費者には依然として節約志向が根付いているので、買い控えの時期が長引けば、現状よりも良くなるとは考えにくい（東京都）。
スーパー（総務担当）	・休日、連休が増えたことにより、お金をその時に使い、日常の買物については出費を抑える傾向にある。客の総体的な収入がそれほど増えていない中で、行楽にお金を使うため、日頃の頻度性の高い商品の買物はますます節約ムードである。
スーパー（仕入担当）	・10月からの消費税増税で消費の冷え込みが懸念される。キャッシュレス5%還元を実施するが、早い段階で予算がなくなると予想している。
コンビニ（経営者）	・国際情勢が良くない（東京都）。
コンビニ（経営者）	・10月から消費税が10%になるので、やや落ち込むのではないかと。
コンビニ（経営者）	・外部環境の変化もなく、期待できる要因がない。
衣料品専門店（経営者）	・老後の2000万円不足問題の報道に、かなり危機感を感じている人が多い。また、10月から消費税が10%になるため、消費者に自己防衛のため買物をしない雰囲気が漂っている。
衣料品専門店（経営者）	・通常は消費税増税前に需要が増えるのだが、今回はそういう様子がみられない。また、キャッシュレス決済については、大手に比べて一般小売店はカードの手数料が非常に高いため、厳しい。
衣料品専門店（店長）	・買上点数、客単価共に下がっている上に、消費税率引上げを控えており、消費が回復する兆しが見えない。
衣料品専門店（営業担当）	・このまま景気が上がらなければ、赤字続きの経営を止めなければならなくなり、店舗の存続はできなくなる。当ショッピングセンターでも9月一杯で閉店する店が5店舗あるが、今後は当店もそこに加わることになるのではないかと懸念している。
乗用車販売店（経営者）	・新車の納期にかなり時間が掛かり、客の購買意欲が減少傾向にある。
乗用車販売店（営業担当）	・反動減が大いに予想される。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税で、客の買い控えが予想される。
乗用車販売店（店長代行）	・ガソリン車の場合、消費税で車両価格が上がっても取得税の変更で安くなる物もあるが、良くなるとは思えない（東京都）。
住関連専門店（営業担当）	・消費税率引上げ前に駆け込み需要があるとみられ、10月を境に売上の落ち込みは避けられない（東京都）。
住関連専門店（統括）	・今後、消費税が2%上がることによって、耐久消費財の買い控え等がまだしばらく続くと思われるので、売上の落ち込みも景気的にも少々悪くなるのではないかと。
その他専門店 [貴金属] (統括)	・2～3か月後は消費税増税の後に当たるため、消費の落ち込みがあると予測しているが、現状を見ると大きな反動減はないものと考えている（東京都）。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・消費増税、キャッシュレス決済のポイント還元等により買い控えが発生する (東京都)。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・世界情勢や日韓関係、米中関係の悪化による経済停滞の懸念があるため、やや悪くなる。
一般レストラン (経営者)	・地域性もあるのか、大半の店では待つ商売が主流である。好立地になっても今一つ伸び悩んでいる (東京都)。
一般レストラン (経営者)	・世界の経済状況、消費増税、相変わらずの人手不足と働き方改革による人件費の高騰、仕入価格の高止まり等、大変厳しい状況が続く (東京都)。
一般レストラン (経営者)	・今のところ9～10月の宴会予約が少なく、例年よりは若干落ち込みそうである (東京都)。
旅行代理店 (経営者)	・10月から消費増税が上がるということで、駆け込みで物を買ったり旅行に行ったりする傾向があったのだが、それも一段落し、客足がだんだん遠のいてきている。消費増税に関しては悪税としか言いようがない。
旅行代理店 (営業担当)	・前受けしている販売量が、前年同月と比較して10%ほど減少している。
タクシー運転手	・ここへきて客から好況感が感じられない。消費増税が上がる予定だが、それもやや心配材料である (東京都)。
タクシー (団体役員)	・現在もタクシー業界全体が低迷状態にあり、消費増税に伴いタクシー運賃の値上げが予定されていることから、景気は悪くなる。
通信会社 (経営者)	・10月から消費増税が上がるため、経費を節約するのではないか (東京都)。
通信会社 (営業担当)	・消費増税を控えて様子見ムードが高まる懸念される。
通信会社 (管理担当)	・長期的な下げ傾向が続いている。
通信会社 (管理担当)	・消費増税、OSのサポート終了などでの駆け込み需要も、期待したほどには伸びないとみている。携帯電話販売は法人向けが一段落しており、景気はやや悪くなる (東京都)。
通信会社 (総務担当)	・消費増税前の駆け込み需要は盛り上がりおらず、そのまま10月からはばらくは抑制的な消費動向になる (東京都)。
ゴルフ場 (経営者)	・消費増税で買い控えが予想される。
ゴルフ場 (従業員)	・消費税率は上がるものの、軽減税率が導入される。消費増税により消費者の負担は増える。将来の年金や社会保障の充実につながるのであればやむを得ないと思うが、軽減税率の導入等で、別のところにお金が流れるのではないかと疑問がある。近隣の国との関係悪化で平和に対する不安も増し、国民は一層財布のひもを引き締めるのではないかと懸念される。
ゴルフ場 (従業員)	・全英女子オープンゴルフで日本人選手が優勝して国民的英雄として受け止められ、東京オリンピック出場の可能性が出るなど、ゴルフへの機運が盛り上がり、ゴルファーの裾野が広がるポジティブ要因がある。一方、消費増税による消費マインドの落ち込みも重要なネガティブ要因である。現在発表されている消費増税後の景気悪化対策の恩恵を享受できない業界であり、影響が懸念される。
パチンコ店 (経営者)	・10月に消費増税が実施され、消費動向に影響が出るものと思われる。政府が実施する消費増税のポイント還元を期待している。
競輪場 (職員)	・社会情勢をみても、消費増税が上がるため、悪くなる。軽減税率も効果は期待できない。
その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・政府は増税対策をポイント還元という形で実施するが、効果は限定的とみている (東京都)。
その他レジャー施設 [総合] (広報担当)	・消費増税によるマイナス影響は避け難い (東京都)。
その他サービス [学習塾] (経営者)	・周辺の塾の様子を見ても、単価をどんどん下げている。生徒数も減少しているので、景気は良くない。
その他サービス [保険代理店] (経営者)	・ますます買い控えが進み、必要な物以外購買しなくなる。10月以降全てに値上げがあることと、消費増税がダブルで影響してくる。
その他サービス [学習塾] (経営者)	・消費増税で、しばらくは新規顧客の獲得が難しい。

	設計事務所（経営者）	・一番の問題は社員不足、労働力の低下である。新しい求人等も出し、社員の増強を図ってはいるが、なかなか思うようにいかない。人手不足のため、民間の仕事になかなかチャレンジできず、余り良い情報も入ってこない。東京オリンピックや参議院選挙の関係が、思うように前に進んでいない。この先、年内も思うような方向に進まないのではないかと。
	設計事務所（所長）	・今の東京オリンピック景気は、今年の秋頃を境に悪くなるのではないかと。したがって、その後の景気の上昇につながるような国の対策が待たれるところである。
	住宅販売会社（従業員）	・今後の見通しも余り明るい材料はない。高価格帯の物件を減らし、客が購入しやすい価格帯の物件提供をしていく。今売れる物をしっかりと把握して活動していく。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込みに期待していたが、そんな動きはみられない。これでは増税後は更に需要が落ち込むと考えざるを得ない。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・東京オリンピック需要も少し落ち着いている。一時的な急ぎの仕事はあると思うが、継続的ではないので、総じて上向き情報が見えていない（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・10月から消費税が10%上がるが、現状で駆け込み需要がないということは、増税されるともっと悪くなるのではないかと（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・人口減少なのに、商業施設が増えては、出店退店の繰り返しになる。
×	百貨店（総務担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みが懸念される。
×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税と、それによる駆け込み需要の反動で、売上が大きく減少すると想定している（東京都）。
×	スーパー（総務担当）	・10月から消費税増税なので、悪くなる。
×	コンビニ（経営者）	・元々コンビニ業界は少しずつ飽和に近づいており、年々来客数、売上と共に店舗自体も減っているのだが、それに加えて今回は消費税増税ということで、かなり落ち込むと予想している。
×	衣料品専門店（統括）	・今月の販売量の動きは、消費税増税前の駆け込み需要と考えられる。過去の事例からいっても、増税後の景気、売上が伸びるとは思えない。
×	衣料品専門店（役員）	・消費税増税後の動向が読めない。
×	家電量販店（店長）	・円高が輸出企業やインバウンド消費に与える影響は大きくなる。さらに、消費税増税後の単価ダウンも予想される（東京都）。
×	家電量販店（店長）	・消費税増税後は落ちると予想している。
×	家電量販店（店長）	・増税の影響は多かれ少なかれ必ず出る。
×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税後、半年程度は低迷傾向が継続し、世界情勢次第では、更なる悪化が予想される（東京都）。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・市場において、現状の悪さが慢性化している。廃業する店が増えても致し方ない（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・これだけ経済状況が良くない中で、消費税増税が行われるというのは誠に信じ難いものがある。それによって必ず景気は悪くなる。
×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新規売上が人手不足で伸び悩み、人件費増に係る要因も多く、将来の景気を回復させるのに多少の時間を要する見込みである（東京都）。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が上がり、消費が冷え込む。
×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・消費税増税の影響で悪くなる。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中通商摩擦や英国のEU離脱、韓国との関係悪化など、海外経済の減速や消費税増税で下振れリスクが高くなる。個人消費を増やすために、経済波及効果の大きい住宅取得の後押しになる政策を是非期待したい。
企業 動向 関連 (南関東)	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の繁忙期に入るため、良くなる（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事量が増え、売上も前年比で増加している。
	輸送業（経営者）	・現在の受注状況から、例年どおり9月以降の繁忙期に向かっているとされる（東京都）。
	広告代理店（従業員）	・消費税増税関連の印刷物受注がある（東京都）。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・9月に入り、徐々にではあるが売上が伸びると見込んでいる。

食料品製造業（経営者）	・消費増税のため、客の購買意欲が良くない。
出版・印刷・同関連産業（所長）	・消費増税を前にして、急きょイベントを実施するなど多少の動きは出てきているが、大きな動きは見えない。現状の低水準のまま推移する。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・実印、銀行印の急がない注文に関しては、10月の消費増税前にという客がぼろぼろと注文に来ているので、9月中はやや上向きと予想している。10月以降は、プレミアム付商品券をもらえる人も限られているので、どうしても必要という注文でなければ、買い控えが考えられる。9～11月くらいで見れば変わらない（東京都）。
化学工業（従業員）	・国内向けの先行きの受注量に大きな変化はない。中国向けの受注量は減少しているが、タイ向けの受注量が増加している。
プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易問題や日韓関係の問題、英国のEU離脱問題など世界的な問題が国内に影響してきているので、3か月先ではそう大きな変化はない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・前年同時期に増産した化粧品容器の受注にこの先も回復情報がなく、警戒している。
金属製品製造業（経営者）	・取引先の話や経済情勢からも良くなる要素が見当たらない。
電気機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争、イラン問題、日韓問題、北朝鮮のロケット実験、英国のEU離脱など、国際社会で問題が多く、世界の経済環境は明るくない。それが中小企業にもじわじわと波及するのではないかと（東京都）。
建設業（経営者）	・零細企業への景気対策が十分に実施されていない。
建設業（経営者）	・年内はまだ今の状態が続くと思うが、来年からはどうなるかわからない。
建設業（従業員）	・現在の受注量から考えると、変わらない。
輸送業（経営者）	・しばらくは受注量が多い状態が続く見込みである。荷主の業種によって濃淡があり、メインの荷主は好調である（東京都）。
輸送業（経理担当）	・物流業を取り巻く環境は変化しつつあるといわれているが、そのような変化は感じられない。
輸送業（総務担当）	・荷主の輸出量が低迷しており、今後も続く見通しである。
通信業（広報担当）	・現状がしばらく継続する（東京都）。
金融業（統括）	・東京オリンピック景気もそろそろ終盤になっているので、全般的に変わらず、そのまましばらくは動くのではないかと。
不動産業（経営者）	・不動産賃貸の状況も余り変わらない。空室がたくさんある。10月から消費税が増税になり、中には現状維持でいいというオーナーもいるが、全般的にどのようなようになるのか心配である（東京都）。
不動産業（総務担当）	・消費増税は気になるところだが、それよりも少し先の、羽田空港の新飛行経路運用開始により、飛行経路直下にある所有ビルで、テナントから騒音苦情が来ないかと心配している。場合によっては騒音対策工事、賃料の値下げを検討せざるを得ない状況に追い込まれるのではと不安である（東京都）。
広告代理店（従業員）	・9月まで消費増税前の駆け込み需要があるが、10月以降は停滞しそうだ。
税理士	・米中の貿易戦争の影響がどのように出てくるか。日本企業も中国に輸出したり、中国国内の工場での売上などが減ってくると、日本の景気も悪くなっていくのではないかと。細部ではいろいろあると思うが、大筋ではそこが一番大事なところではないかと。そのようなことがあるので、どうなるかわからない（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）。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率が例年どおりになり、受注量も落ち着くというプラス要因と、消費増税の影響で稼働減となるマイナス要因とで相殺され、全体的な景気は変わらない。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・経済不安から円高傾向が継続しており、国内における通信系設備投資に積極的になっている客もいるため、当面は今の状況が継続する。
化学工業（総務担当）	・国際間の諸問題が多くあり、各々の状況次第では身の回りに影響が発生するのではないかと。消費増税による前倒し需要はみられない。
金属製品製造業（経営者）	・3か月後の仕事について見積依頼が少ない。目先の仕事で忙しいが、単価が安く、利益が出ないのが現状である。

	金属製品製造業（経営者）	・得意先から発行される内示情報が減っている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・例年に比べて、秋口にかけての内示に盛り上がりが少ないように感じる。
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・現に生産調整などを行っているので、景気が良くなるような情報は一切ない。
	通信業（経営者）	・米中、日韓の動きの影響がみられる。
	金融業（従業員）	・人手不足や人件費の上昇を憂慮する中小企業経営者が増えているように感じられる。他方で、外国人労働者の採用については温度差が大きく、人手不足が長引けば、今後の業況改善への足かせとなることが懸念される（東京都）。
	金融業（支店長）	・米中貿易摩擦、日韓貿易問題の影響が計り知れない。10月には消費税増税も控えており、当面の景気は良くない。
	金融業（総務担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要もさほどない。消費者は買い控えをしているのではないか。今後は増税の影響もあるとみている。企業では最低賃金上昇の影響があり、特に制限パートの時給が上がると勤務日数が減少し、その分パートを増やすことになるように、余計に経費が掛かる会社もある。全体的に人手不足が続き、人件費が上がる予想のため、企業の利益にも影響する。ガソリンもまだまだ高く、特に運送業等に影響がある。以上のことから、今後の景気はやや悪くなる（東京都）。
	金融業（役員）	・米国の金利引下げによる円高の進行により、自動車業界等の輸出企業を中心に採算悪化が見込まれ、当金庫の取引先である下請企業にも相当のダメージがあるものと思われる。
	広告代理店（営業担当）	・消費税増税の前後で、各社共に広告宣伝費を控えている（東京都）。
	経営コンサルタント	・消費税増税の影響が大きい。
	税理士	・日韓の摩擦による不景気への影響は当面続く。米中の貿易摩擦の影響も出てきそうである。
	経営コンサルタント	・内需の喚起ができていないので、輸出の減少が国内製造業に大きく響いていると考えられる（東京都）。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の時期を迎えて、映像広告費は価格を抑えられるか、又は外注を無くす方向に進む（東京都）。
	× 精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争による円高基調に伴い、輸出が伸び悩む。10月の消費税増税により消費マインドが低下する。世界的な株安による金融不安などが挙げられる。
	× 建設業（経営者）	・消費税増税の影響により悪くなる。
	× 輸送業（経営者）	・消費税率の引上げによる買い控えが予想されるため、状況は悪化する（東京都）。
	× その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価下落や米中の貿易問題などが山積していて、良いイメージがない（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金までは引き続き募集数、待遇は改善の動きが続く（東京都）。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9～11月にかけて既に50件以上の計画をもらっているため、伸びは相当にある。
	人材派遣会社（支店長）	・クライアントの下期の開始に伴って求人数が増えている。今後9～10月にかけても、求人数が増加するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・複数の経営者と話したが、韓国、中国、米国、いずれも状況が良くなく、非常に危機感を持っている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・今後も求人数は変わらず堅調に推移する見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・国民レベルに影響が出るような景気回復の施策がない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・2020年4月からの同一労働同一賃金施行に向けて、均衡待遇差をどの程度設けるか、苦慮している派遣先が多い。また、派遣先企業への雇用元切替えも増加し始めている。同法の影響もあり、65歳定年延長も同時に検討が進められているため、これから秋にかけて、どのように進んでいくのかは予断を許さない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・低所得の派遣スタッフの賃金底上げによる景気の向上はあれど、賃上げに伴う派遣人材の削減が同時に起こるため、変わらない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・派遣スタッフの確保が継続的な課題となっており、先行きは楽観できない（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・募集をかけても、即戦力になる人材はもろんだが、育てる前提でもなかなか応募がなく、採用につながりにくい（東京都）。

	求人情報誌製作会社（広報担当）	・これから景気が上向き要素が余り感じられない（東京都）。
	求人情報誌製作会社（所長）	・求人広告の量が減っている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・相変わらずということは、良いということで、先行きに慎重になるものの、アクションに変化はない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・成長企業の求人は職種全般に比較的早い時点で応募者が集まる。勤務地など採用条件が決め手になる（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・採用意欲は心理的要素が大きな比重を占めるため、先行きの不透明さは少しずつ出てきているが、まだ明確な要素にはなっていない（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）	・夏季休暇の影響もあると思うが、今月は求人数、求職者数が非常に少なくなっている。そのため、来月の成約数に影響が出ることが想定され、景気は悪くなる方向に推移する（東京都）。
	職業安定所（職員）	・人手不足分野の雇用改善が進まない限り、改善は見込めない（東京都）。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で大きな変化はみられないが、新規求人数は管内大企業所で移転があったため、前年と単純な比較はできないものの、減少傾向にある。
	民間職業紹介機関（経営者）	・慢性的に人手が不足している業界や不人気業界を除き、新卒採用の環境は悪化するのではないかと。募集枠自体を見直す企業が増えている（東京都）。
x	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア派遣の引き合い減少だけでなく、契約終了も増えてきており、明らかな景気の悪化傾向を感じる（東京都）。