

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）	・今月の前半は休業していたのでとても悪い状況だったが、12月はクリスマスや贈答品などがあるので、今よりは良くなる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・11月になり、忘年会など集まりの予約が入ってきているので、悪かった10月より良くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・さすがに年末までには台風被害が落ち着くことを願っている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・東京オリンピックに向けて、4Kテレビが期待できる。キャッシュレスのポイント還元も浸透してくるのではないかと。電気自動車の充電工事も好調である。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・客は、現金払をせず、キャッシュレス決済をすることにより消費感覚がややまひしている。また、ポイント獲得のための消費動向があるようで、財布のひもが緩み、通常より買上単価が上がる傾向にある（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・小売部門に関しては、キャッシュレス決済での5%ポイント還元が大きいようで、相当浸透してきている。売上の伸びも徐々に伸びてきている。外商部も今後大きな案件が控えているので、若干上がってくる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税や台風の影響も落ち着き、気候も涼しくなってくるので、例年の形に戻っていくのではないかと。食料品強化の中で、総菜や菓子がけん引してくれれば、何とか10月よりは良くなる（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・今月が底だと考えれば、客の購買意欲も幾分回復していく。
		百貨店（広報担当）	・前回よりも増税幅が小さいこと、軽減税率などの各種施策が存在すること、また年間最大の年末商戦が直近で控えていることから、前回の消費税増税時よりも景気回復のタイミングは早いと思われる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、一時的に消費停滞がみられたが、冬の需要品の動きは悪くない。高額な絵画、宝飾なども動いている。クリスマス、年末消費に期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響と荒天によるダメージから徐々に回復する。今後2～3か月の景気は、今よりは改善する（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響も薄らぎ、令和最初の迎春や、東京オリンピックイヤー突入などの明るいトピックに伴い、消費マインドの向上が期待される（東京都）。
		百貨店（店長）	・消費税増税後の谷の緩やかな持ち直しと、気温の下がり方により、やや良くなる（東京都）。
		百貨店（店長）	・徐々に天候が安定し、消費税増税等の影響も小さくなっていくことを期待している。あわせて、株価が安定、上昇すれば、消費マインドも上がってくる。
		百貨店（店長）	・2～3か月先であれば、今の買い控えムードもなくなる。また、年末～正月、クリアランスと消費が高まる時期でもあるため、通常に戻るのではないかと（東京都）。
		スーパー（経営者）	・キャッシュレス5%ポイント還元の影響で、やや良くなりそうである。
		スーパー（営業担当）	・消費税増税の影響はそれほどないと思われるので、今後天候が安定してくれば、今よりは持ち直す（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響も落ち着くだろうし、年末年始にかけてやや良くなるのではないかと期待している。
		コンビニ（商品開発担当）	・台風の影響の収まり次第だが、回復するものと期待したい（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	・駆け込み需要以外に買い控えもあるため、2～3か月後は来客数が増加すると見込んでいる。
	家電量販店（店長）	・寒さが到来してきて、冬物の暖房機器が主軸になって回復する。	
	家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込みの反動が少し落ち着く。	
	家電量販店（経営企画担当）	・消費税増税の反動減が落ち着き、冬商戦に入るため、市場環境は改善に向かう（東京都）。	
	乗用車販売店（総務担当）	・冬の賞与月を迎えるため、客の動きが活発化すると予想している。また、従来の客のサービス入庫も望める。	

その他専門店 [貴金属] (統括)	・消費増税の反動減からの回復と、必要となる商品を購入したいというタイミングが来れば、消費が伸びてくる(東京都)。
その他専門店 [雑貨] (営業担当)	・11月の駅直結の大型複合施設開業に伴い、来街者の大幅な増加が見込める(東京都)。
その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	・消費増税のあった国内市場は不透明ながら、海外市場は例年どおりのホリデーシーズンとなることに期待している(東京都)。
一般レストラン (経営者)	・2～3か月後は暮れになるので、おのずと売上が伸び、景気は良くなる。ただし、1月になると、寒さで人の動きが鈍くなるので、売上はぐっと落ちる。最初の2か月だけは少し良いが、その後は余り期待できない。
一般レストラン (経営者)	・世界情勢や異常気象も今月よりは良い方向になる。年末年始に向かって消費者の心理も好転してくるだろうし、そうなってほしい(東京都)。
観光型旅館 (スタッフ)	・東京オリンピックがあるのでやや良くなる(東京都)。
旅行代理店 (総務担当)	・法人客の旅行に掛ける予算が増加傾向にあることから、景気は上向きである(東京都)。
タクシー運転手	・国土交通省は10月25日「事前確定運賃」を認可した。配車アプリで事前にルートを決めれば乗車前に運賃が分かるようになるという、乗車前に運賃を確定する新しい料金体系である。また、個人タクシー団体もキャッシュレス決済の導入に踏み切ったことなどから、徐々にタクシー利用客の増加が見込まれる。先行きの景気はやや良くなる(東京都)。
通信会社 (経営者)	・消費税率が10%に上がったことで、腹を据えて消費に向かう計画、覚悟が固まった(東京都)。
通信会社 (経営者)	・消費増税の影響は思ったほど大きくはなく、オリンピックイヤーの幕開けとともに、東京オリンピック、パラリンピックに向けた機運醸成の更なる高まりが予想され、視聴に向けた準備が加速するとみている(東京都)。
通信会社 (営業担当)	・消費増税の影響も落ち着き、今月よりは上向いていくものと見込んでいる。
通信会社 (経営企画担当)	・今後も商談数の増加が見込まれる(東京都)。
観光名所 (職員)	・2～3か月後の1月になると正月の初詣客が増え、やや良くなると期待している(東京都)。
その他サービス [保険代理店] (経営者)	・客が積極的になっており、不況感を感じさせない。東京オリンピックに向かってのこう揚感もあるのかもしれない。
設計事務所 (経営者)	・新しい案件が出てきており、忙しくなりそうな予感がしている。
住宅販売会社 (経営者)	・以前のように、経済波及効果の大きい住宅が売れることを期待している。しかし、米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、韓国との関係悪化など、海外経済の減速により、下振れリスクはある。
住宅販売会社 (従業員)	・例年、12月は客の動きが悪くなるのだが、当社は年末年始にキャンペーンを行うことや、まとまった休暇により商談も進むと予想しているので、今月よりやや良くなる。
一般小売店 [和菓子] (経営者)	・水害による農作物の影響が原材料などに出るのではないかと懸念している。
一般小売店 [家電] (経理担当)	・電気店という枠の中では、これ以上の売上増加は見込めない。いろいろな業種を取り入れていかないと、先が見えない。また、今は過渡期なのでいろいろな新しい業種を探さないと、将来の展望はない。
一般小売店 [印章] (経営者)	・一般的なプレミアム付商品券が11億5000万円のほか、住民税非課税者及び子育て世帯向けの福祉商品券20数億円が発売されているが、当店ではまだ利用頻度が低い。着目されないような商品になってしまったのかと感じている。
一般小売店 [祭用品] (経営者)	・11月は落ち込む時期なので、祭事等の開催に期待する。
一般小売店 [傘] (店長)	・特段景気の良い話はなく、消費増税の影響も落ち着きつつあるので、大きくぶれることなく現状のまま推移するのではないかと。
一般小売店 [茶] (営業担当)	・季節によって特に売れるというわけでもないのですが、年末に向けても期待はできない。消費増税で客の財布のひもも固くなるのではないかと(東京都)。
百貨店 (売場主任)	・天候不良も大きいですが、やはり消費増税により、高額品の売上は確実に減るであろう。厳しい状況は続く。

百貨店（営業担当）	・来客数、売上共に緩やかに回復すると予想している（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・想定以上に消費マインドの落ち込みが大きく、消費税増税の影響はしばらく続く。それを上回る好材料は見つからない（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・おせち受注が好調に推移するなど、一部に良い動きがみられるものの、消費税増税後の買い控えについては、2～3か月では回復するとは思えない。また、被災の心理的要因による買い控えもすぐには解消とは思えないことから、変わらない。
百貨店（計画管理担当）	・競合店の撤退により、今後アイテムによっては売上の上積みが可能だが、現時点では全体を押し上げるには至っていない。やはり消費税増税の影響がマイナスに働いていると推測される（東京都）。
スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争があり、平均単価が下がる傾向にある。1人当たりの買上点数は前年を超えているが、平均単価が下がっている分、買上額の合計客単価がなかなか前年を上回らない状況がまだ続いている（東京都）。
スーパー（経営者）	・10月1日から消費税が上がり、最初はやや影響がみられたが、その後キャッシュレス決済優遇制度の5%割引などをやっていることで、クレジットカードの売上は増えている。近くに電子マネーを扱っている店もあり、それが多少影響しているように感じるが、通して6月まではさほど変わらないのではないかと。
スーパー（店長）	・食料品は軽減税率ということで9月までと変わらないが、消費税率が雑貨類は10%に上がり、毎週火曜日の特売がやはり前年を割っている。トイレトペーパーやティッシュペーパー、洗剤等については買いだめをしているので、そうそうなくならないうらうと考えている。したがって、3か月後も大きく変わらず、今のままでいくのではないかと。
スーパー（店長）	・キャッシュレス決済のポイント還元の効果はみられない。消費者には節約志向が依然として根付いているので、しばらくは現状が続く（東京都）。
スーパー（総務担当）	・今年の夏～秋にかけて起こった災害の影響が非常に大きい。直接の影響はないにしても、近県で災害があったことによって、購買ムードがそれほど上がっていない。特に、11月21日に発売になるボジョレーヌーヴォーやクリスマスケーキなどの予約の出足も悪くなっている。即位礼正殿の儀があったが、それ以上に災害の影響で購買ムードが落ちている。
スーパー（販売促進担当）	・気温低下による衣料品の衣替え需要に期待している。食品は値上げが続き客単価がアップした分、売上も伸びている。
スーパー（仕入担当）	・今後、特に年末に向けて消費税増税による消費の冷え込みが起こってくる。
スーパー（仕入担当）	・消費税増税の影響により、各社共、価格やサービス等の強化を図っている。今後も価格競争が続く可能性がある。
コンビニ（経営者）	・近隣のコンビニが1店閉店したため、多少は良くなるのではないかと。
コンビニ（経営者）	・周囲の状況と最近の動向から、余り変化するとは思えない（東京都）。
コンビニ（経営者）	・購買量が減ってきている。
コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響も落ち着いてくるとは思うが、依然として買い控え傾向は続く。
衣料品専門店（経営者）	・キャッシュレス5%ポイント還元で50歳以下の客が増えていく。高齢者はますます財布のひもが固くなる。
衣料品専門店（役員）	・相変わらずよく売れるのは低価格品ばかりで、中高年者にもファストファッションの風がかなりある。
家電量販店（店長）	・消費税増税による需要の先取りは、年末商戦に大きな影響をもたらす。特に冷蔵庫、洗濯機を中心に利益率の高いカテゴリーの家電は影響が大きいと想定される（東京都）。
家電量販店（店長）	・消費税増税後の年末年始は例年と変わらない。
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、販売は余り芳しくない。今月から消費税が上がり、客の来場も減っている。2～3か月はこの状態が続くのではないかと。
乗用車販売店（営業担当）	・いろいろな理由で新車種等の販売予定日が大幅に延期されている。
乗用車販売店（店長）	・先行きが不透明で、今後良くなりそうな要素が余り感じられない。

乗用車販売店（渉外担当）	・販売増につながる決定的な要因がない。
住関連専門店（統括）	・現在は消費税増税の影響で買い控えが続いているが、今年一杯は今の状態が続くのではないが。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税前に多めに買った商品が、そろそろなくなってくる頃なので、やや回復してくる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・需要減少の大きな流れの中で、景気が良くなる要因が見当たらない（東京都）。
高級レストラン（経営者）	・百貨店閉店に伴う駆け込み需要が終わったので、今後は例年どおりと考えている。
高級レストラン（営業担当）	・法人関連の忘新年会の予約状況について、大型店のみを集計では、首都圏、中部、近畿の6拠点の前年同日予約客数は107%と、前年同様のペースで推移している（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人予約をみても、前年と比べて大きな変化はない。ただし、仕入れに関しては10月の大型台風の影響で野菜等の仕入価格が上がる懸念がある（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税のネガティブな影響と、自然災害の被害の結果、土木建築業は潤うだろうが、被害を受けた産業に関連した業態の活動は停滞するので、全体として経済は下向きになる。
一般レストラン（統括）	・天候等が落ち着いていく中で、実態の景気が回復するかどうかは不透明で、予測が立てられない（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始はトップシーズンだが、予約の動きが例年に比べて悪く、特に宿泊や宴会は、新規ホテル開業などの影響もあり、案件の減少が顕著となっている。唯一クリスマスディナーショーの売行きは好調で、富裕層の動きは変わっていない。
旅行代理店（従業員）	・年末年始は団体旅行が少ないので、身の回りの景気という点では良くはない。ただし、例年の循環のなかでのことである。
旅行代理店（営業担当）	・12～1月の前受分は、前年同期比でほぼ横ばいである。
タクシー運転手	・この地域は自転車が多く、心地よい気候だと自転車や徒歩の人が多くなる。雨が降ると電車からタクシーの利用に変わるので、急に無線の鳴りが良くなるが、台風だと逆に利用が減ってしまう。
タクシー運転手	・10月1日から消費税率が10%になったが、売上への影響はほとんどみられず、前月とほぼ変わらない状況で、予想していたとおりになっている。働き方改革により、大企業を中心に長時間残業する会社員が少なくなり、それに伴ってタクシーの深夜帯の利用率も激減している。それ以外の時間帯は前月と変わらず横ばいである。繁華街は、終電時間を過ぎると道を歩いている人はまばらとなり、寂しい限りである。今年に入ってからこのような状況がずっと続いているので、今後も同じ状況が続く（東京都）。
タクシー運転手	・良くなる材料が見当たらない（東京都）。
タクシー運転手	・良く言えば安定、悪く言えば活気に欠ける状態である（東京都）。
通信会社（社員）	・年末年始のイベントの引き合いが、例年どおり見込める（東京都）。
通信会社（営業担当）	・景気の先行きに不透明感があり、消費意欲の回復にはまだ時間が掛かる。
通信会社（局長）	・年末までは起爆剤となるようなイベントがないので、ケーブルテレビやインターネットの契約数も現状維持の推移となる（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（営業担当）	・消費税が上がり、客はよりシビアになると思うので、余り変化はみられない（東京都）。
通信会社（経理担当）	・インターネットでコンテンツを見ることが一部のみに定着しつつあり、インターネット設備に投資しても、またすぐ設備投資するような状況になりつつある。収支見込みをよく見ていく必要がある。
通信会社（総務担当）	・自然災害の中期的な影響や、米中の経済摩擦が続く現状などから、内外需に対する景気回復の材料が想定しにくい（東京都）。

ゴルフ場（経理担当）	・11月は一定水準の予約がみられるが、12月以降は出足が鈍い。東京オリンピック開催年に当たる2020年に入り、ゴルフ競技への機運が高まることもあり得るが、冬季という時期的な問題と、7月の開催までに時間もあることから、効果が表れるとは考えていない。
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・消費税増税の影響は前回ほど感じないが、皆無ではない。台風19号等、自然災害が続いた月であったが、その事を加味しても、客足が鈍っている（東京都）。
その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・催事部門、宿泊部門共に予約は堅調に推移している（東京都）。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・景気が良くなる要因がないところに、台風の影響がある。
設計事務所（経営者）	・現在手持ちの業務はあと4～5か月程度掛かるので、現状と大きな差はないと考えている。
設計事務所（所長）	・今ほとんど動きがない状況のため、先行きの見通しは立っていない。住宅関係はハウスメーカーがメインであり、建築コストも高止まりが続いている（東京都）。
設計事務所（職員）	・変化する要素が見当たらない（東京都）。
その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・相談件数が減ってきているので、今後も原価を割るような状態になるのではないかと懸念している。
商店街（代表者）	・最近、商店街の中でも退店する店が大分増えてきている。退店後に代わって出てくるのは飲食店ばかりである。飲食店は商店街の中ではそれほど落ち込みが強いわけではないが、物販店は大変厳しい。
商店街（代表者）	・自然災害が世の中に与える影響はかなり大きい。ラグビーワールドカップで盛り上がっている消費熱がかなり冷える。復興の大きな機運を作る経済的政策が必要な気がする（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・客はインターネット等で安いところで買物するようになってきており、何かにつけて見積り等の数字がかなり厳しくなっている。若い世代の人たちは、コミュニケーションがうまく取れないのかもしれないが、とにかくドライである。今まで付き合いがあった客も、そのような付き合いになっている（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税の影響が徐々に出てきそうである（東京都）。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・台風等の自然災害や消費税増税等で、購買力が低下している（東京都）。
百貨店（営業担当）	・インバウンド需要の伸び率鈍化と個人消費の抑制傾向は継続している。また、消費税増税に対するシステム投資やキャッシュレス決済拡大による手数料などの経費上昇により、利益圧迫が想定される（東京都）。
百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響により、売上をけん引してきた高額品が苦戦している。特に美術品や特選宝飾品は、前回の増税時と同様に、回復には数か月は掛かる見込みである。また、気温の低下とともに上昇する婦人、紳士ファッションなどのアパレル部門も、天候不順により、秋物から一気に冬物に移行する兆しがある（東京都）。
スーパー（総務担当）	・消費税増税と、台風や豪雨の影響で、客のマインドは消費モードではなさそうである。
コンビニ（経営者）	・災害の後遺症は消えつつあるが、消費税増税の影響で客単価が大きく下がり、回復には時間が掛かりそうである。
コンビニ（経営者）	・当店周辺でも台風19号の水害があったので、影響はある。
コンビニ（経営者）	・今月は天候の影響もあったが、2～3か月後になると、やはりコンビニ業界は現在オーバーストアになっているので、1店当たりの来客数は少しずつ減っていく。景気はやや下降気味ではないか。
コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響及び台風特需の反動で、販売量が減少しており、その影響は続く見込みである（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税に加え原材料の値上がりと、二重の値上がり要素で今後若干買入れ控えがあるのではないかと。来年1月頃までは我慢の期間である。
衣料品専門店（店長）	・秋の深まりとともに台風等の自然災害は減少するが、消費税増税及び生活物資の値上がり等により、消費者の生活防衛意識が高まり、主力事業である着物、ドレス販売に影響が出る恐れがある（東京都）。

衣料品専門店（営業担当）	・当地域で客の買物への意識が変わるにはかなりの時間が掛かる。難しい営業を強いられる。
乗用車販売店（経営者）	・新車の売上が前年に比べて全然増えてこないで、厳しい状況が続く。
住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業においては、消費税率上げの反動により、引き合い件数の減少傾向がみられる。次世代住宅ポイント制度等の需要喚起策も一般に浸透しておらず、厳しい状況が続く（東京都）。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・前回の消費税増税時は、売上の回復に3か月以上掛かったので、年内の回復は厳しいとみている。
一般レストラン（経営者）	・台風などの影響が時間を経るごとに表に出てきている。被害を受けていない地域でも、景気に影を落としていることは否めない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・3か月後も消費税増税などの影響は大きい。電子マネーやクレジットカード等、キャッシュレス決済の方向性が強まり、余計な手間が増えている。手数料も掛かるので、経営状態は決して良くない。
一般レストラン（経営者）	・内閣改造をしても、経済政策がぱっとせず、むしろ東京オリンピックのうちマラソンの開催地が北海道に変更になったりと、東京自体の消費は盛り上がり欠けてくる（東京都）。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・消費税増税、台風、水害等、良くなる要素がない（東京都）。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・大幅に増えた人件費は固定費であることから、今後も圧迫要因となる。また、下期に入ると上期に比べて売上も漸減することから、当面は低位安定型の収益状況が続くものと予想している（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税が上がり、しばらく買い控えや消費の冷え込みが続く。
旅行代理店（経営者）	・消費税も上がり、台風15号や台風19号、その他豪雨等の災害があちこちに発生している。客は、今までどおりの生活に戻るのも難しく、とてもレジャーに割くような余裕はないという話である。
旅行代理店（販売促進担当）	・これから冬に向かっていくので、販売量は減っていく。2～3か月後は正月以降になるが、現状の入込客数が良くないので、やや悪くなる（東京都）。
タクシー運転手	・今月から消費税が上がった。正月にかけている出費が多くなるという懸念から、やはり客の財布のひもが固くなってきている。客も敏感に感じ取っている様子なので、しばらくの間は上昇は望めない。
タクシー（団体役員）	・年末に向けて上向くことを期待したいが、その材料が見当たらない。しばらくは低迷が続く。
通信会社（経営者）	・消費税増税が浸透するまで景気は回復しないのではないかと（東京都）。
通信会社（管理担当）	・消費税増税の影響はこれから出てくる。
通信会社（管理担当）	・年内はパソコンの入替え需要は続くと思われるが、利益率の高いソリューションシステムの入替え案件にどのように広がっていくかが課題である。また、個人向けのスマートフォン販売も、引き続き苦戦するものとみている（東京都）。
ゴルフ場（従業員）	・温暖化による影響だと思うが、台風の規模が大きくなっている。また、記録的な短時間大雨も各地で起きている。今後治水対策を更に強化していかないと、安定した生活が望めなくなり、景気がますます悪化する懸念がある。自然災害の規模拡大に、対策が追いついていないように感じる。
パチンコ店（経営者）	・消費税増税により、消費者が消費を抑える傾向になっていく。
競輪場（職員）	・良い兆しが全くないので、娯楽業の景気はまだまだ悪くなる。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・広告を打っている割には生徒数がどんどん減少している。地域にもよるが、子供の教育に対して所得による格差が広がっている。
設計事務所（所長）	・仕事量が少なくなっていることは事実で、価格も競争が激しい。
住宅販売会社（従業員）	・毎年のことだが、これから年末にかけては来場者数、受注共に少し減ってくる。

	住宅販売会社（従業員）	・この先3か月は余り大きな変化はなく、良くない方向で推移していく。金融機関がアパートローンに積極的に融資できなくなったのも1つの要因ではないか。サラリーマン投資家は厳しく、富裕層に完全に特化していく。
	住宅販売会社（従業員）	・受注活動ができていないため、売上の減少は必至である。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材の需要期にもかかわらず、例年程度の受注量に届いていない。多くの得意先が先行きが見えなくなっていると話している（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・このところ台風が非常に多く、災害もひどい状況が報道されている。この状態ではもうとても良くなるような方向ではない。客は、来店しても物を買うというムードがない。自己防衛で財布のひもも締まるのではないかと（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・消費税増税の影響で、悪くなる。
×	衣料品専門店（経営者）	・東京オリンピックなどで盛り上がっているようだが、運営の問題でトラブルが生じていることもニュースで報道されている。商売には余り影響がなく、独自のイベントをやっているが、盛り上がりせず苦戦している。
×	衣料品専門店（店長）	・消費税増税が実施されてから、明らかに売上数量が減少している。消費税率が、暗算で計算できる10%になったことで、増税感を身近に感じるようになったのではないかと。
×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気刺激策もなく、消費マインドに大きな変化は期待できない（東京都）。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・正直なところ、このままでは廃業に追い込まれる可能性もある（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・当地域はラグビーワールドカップの予選もあったのだが、ほぼ関係ない。飲食店も、スポーツバーなどは別として、特にラグビー観戦に来た外国人客が、来てくれたりはしていない。東京オリンピックも同様なのではないかと。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・年始はシーズンオフのため期待できない。
企業 動向 関連 (南関東)	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年受注量が増える時期なので良くなる（東京都）。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今の良い状況のまま推移する見込みである。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・消費税増税の影響はみられず、悪い影響はない。
	輸送業（経営者）	・今年も年末に向けて受注増加が見込まれる（東京都）。
	通信業（広報担当）	・一進一退の動きが続いている（東京都）。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業態が変化してくる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税率10%は今後も続くが、カードの客は安くなると宣伝しているものの、今一つである。個人、法人共に前月にあった特需も一段落してしまったので、見通しとしては変わらない（東京都）。
	化学工業（従業員）	・現状からみて、先行き、受注量が大きく変わることはない。ただし、11～12月の中国向けの受注量が減り、その分タイ向けが増加している。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・米国のFRBから金利を下げるという発表があったが、それほど大きな変化はないとみている。3か月後も基本的には大きくは変わらない。
	金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響で、域内大手メーカーがいよいよ設計部隊の派遣社員をカットの方向という話もあり、回復の見通しが立たない。
	金属製品製造業（経営者）	・毎年、年末が近くなると仕事が多く入ってくるのだが、今年はそれも余りないので、営業に力を入れて、仕事を確保していくしかない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・新商品が出て、売行きが良ければ景気も良くなるが、今のところそのような状況にはない（東京都）。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・11月以降は消費税増税の影響も落ち着く（東京都）。
	建設業（従業員）	・2～3か月では結果は出てこない。もう少し長期的に見ていかないと、はっきりしたことは分からない。
	輸送業（経営者）	・年末年始の特需は過去のものとなり、現在の厳しい状況が続くものとみている（東京都）。

	輸送業（経理担当）	・物量等に変化はみられず、今後も景気が上向く材料が見つからない。
	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷と輸出量が低迷しており、今後も増える見込みがない。
	金融業（支店長）	・台風15号及び台風19号による被害は広範囲に及んでおり、復旧にはしばらく時間が掛かる。景気回復はまだまだ先になりそうである。
	不動産業（総務担当）	・テナントの動向からの推測だが、東京オリンピックが終わるまでは、不動産賃貸業者の景況感が変わらない（東京都）。
	広告代理店（従業員）	・前年同期と変わらぬ受注状況で、特に新しい受注等は見当たらない（東京都）。
	広告代理店（営業担当）	・天候不良、自然災害などの影響がある。東京オリンピックを控えて宣伝予算を割り振ってしまっている企業が多いので、追加の注文を受けにくい（東京都）。
	税理士	・米中の貿易戦争により、日本から中国に輸出する又は中国から海外に輸出する日本企業等が大きく影響を受けて、工作機械が作れないなど様々な問題が生じている。これがどうなるかが一番大きいのではないかと。高い関税を掛けていくのであれば、国内の景気もひっくり返るくらい影響を受けるかもしれない（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	・悪いまま変わらない。製造業には消費税関連で直接的なダメージはなさそうである（東京都）。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・消費税増税の影響は今後も少ないと考えているが、原材料の値上がりがあり、景況感としてはもやもやしたまま変わらない状況が続く。
	化学工業（総務担当）	・台風による災害が続いている。県内の被害は甚大であり、景気への影響は避けられないのではないかと。国際情勢も不安定であり、輸出回復は望めない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・2～3か月後には化粧品容器の受注が回復するという情報だが、これまでの推移をみると確信が持てない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、先行きはやや落ちてくるような気がする。同業他社では3～4割落ちているところが多数ある。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・このところ得意先の仕入れが減っており、その状況が続いているので、今後の見通しは立っていない。
	建設業（経営者）	・予定していた案件が中止になったりしている。
	通信業（経営者）	・台風被害の影響により、やや悪くなる。
	金融業（統括）	・経営者のマインドがかなり下がっており、さらに災害関係でマイナス面が大きい。
	金融業（総務担当）	・消費税増税の影響が今後出てきて、売上が減少するところが出てくる（東京都）。
	不動産業（経営者）	・不動産業界も全般的には低調である。大手企業の進出が目覚ましく、中小企業の淘汰につながるような気がする（東京都）。
	経営コンサルタント	・年末に向かっていくものの、昔と違って12月の売上の山が余り大きくない取引先もある。消費税増税の影響もあり、見通しは良くない。
	税理士	・政府が取った消費税増税対策としてのキャッシュレス決済対応は、小売店での導入の遅れが目立ち、高齢者への還元には至っていない。恩恵にあずかれるのはごく一部になる見込みである。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができていない。新規契約も伸び悩んでいる（東京都）。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・米中貿易摩擦は先行きが見通せない状況で、取引先も発注を控えているようである。年末にかけて、景気が上昇する要素はみられない（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末までの消費税増税の影響を踏まえ、抑えた動きになる。
×	金属製品製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦が解決しないと、更に悪くなる。

		精密機械器具製造業（経営者）	・直接取引先は台風19号による被害を免れたが、その先のティア1企業の本社が被災したため、生産調整があるとみて、当初はその影響で悪くなると予測していた。しかし、大手自動車メーカー、建機メーカーの災害復旧隊による支援が始まり、完全復興はできないかもしれないが、浸水した在庫を補うための緊急増産も考えられるとの情報もある。どちらとも判断がつかない。
	x	建設業（経営者）	・消費税増税と災害の影響で悪くなる。
	x	金融業（従業員）	・取引先の小規模製造業者では、1年ほど前から業況が頭打ちとなっているところが目立ってきており、消費税率の引上げによる影響も懸念される（東京都）。
	x	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国、インドその他の指標が落ちてきている。国内では災害の影響がこれから出てくる（東京都）。
	x	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・台風15号や台風19号の影響による受注の減少と、災害対策による支出の増大について、景気回復の傾向に変わるまでには今しばらくの期間が必要である。
雇用 関連		*	*
(南関東)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・災害や消費税増税は景気に良い影響を与えないだろうという話が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・労働人口の減少に対する抜本的な対応策が見当たらないなかで、来年度の同一労働同一賃金に伴い人件費の高騰は続く。一方、取引先への料金改定は難しく、利益率は低下すると予想している。今のところ目立った動きはみられないが、徐々に顕在化してくる。しばらくの間は、業界全体の動きを注視したい（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・これから年末に向けて求人数が増加し、人材不足の状況が続くことが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・市民レベルに景気回復の影響が出るような効果的な施策がない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・同一労働同一賃金に伴う値上げ交渉の影響により、派遣利用そのものを見直す企業が増え、ニーズが一服する。一方、直接雇用や業務委託ニーズは増えてくる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・時給を上げて募集をかけているが、スキル不足等で長続きしないことが多い。人材不足感が深刻になってきている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年、派遣市場は年末に向けて上向きながら推移する。今年も企業からの求人見込みは確認できている。ただし、今月の動きから推測すると、求人数は減少傾向にあり、求職者数も減少していることから、もしかしたら余り良くならない可能性が考えられる。ひとまず変動なしとしている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の変化が一時的なものか長期的か、まだ見通しは不明である（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・欲しい人材がなかなか採用できないという周辺企業が多い。量より質にこだわっている企業が多い気がする（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	・大きな行事がない限り、変わる様子はない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・慎重な採用活動になるのではないかと。学生の方は少し危機感を感じているようで、参加者数は増加している（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・安定した求人が続く（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・技術系の人材教育が必要ではあるが、これには外国人材の受入れに関する政府、国としての大きな政策が必須ではある。当面は企業内での人材教育が必須となる（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・若干の落ち着き感はあるが、企業の採用意欲はまだ旺盛である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・希望退職制度など、合理化施策を実施する企業及び対象人数の割合が、前年から増加傾向にあることに加え、同一労働同一賃金の施行に向けた動きが本格化してきている。派遣業界はより厳しい環境になっていくものと予想している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金への予算管理意識が強まってきており、採用数は減る傾向にある。同時に、契約が終了になる派遣スタッフも増える公算が大きい（東京都）。

	人材派遣会社（支店長）	・2020年4月からの同一労働同一賃金への対応により、派遣労働者のコスト負担の点から、派遣先企業が採用数を削減する動きがみられる。
	職業安定所（職員）	・求人倍率1倍を切る事務職と、10倍を超える人手不足分野の2極化がますます顕著になる（東京都）。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比でやや減少しているが、新規求人数も前年比で減少傾向にある。
	民間職業紹介機関（職員）	・10月から来年3月までの企業の採用計画を確認すると、減少傾向で、慎重になってきている様子が見受けられる（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	・国内製造業において明るい話題がなく、更なる下降が予測される（東京都）。
×	求人情報誌制作会社（営業）	・前年から悪くなっている流れが続いている。求人媒体の問題かもしれないが、簡単に採用できる世の中ではなくなっているし、採用ができない状態が続けば、求人募集自体を出し控える企業も必然的に多くなる。