

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）	・売上が伸びるような任掛けを考えると、良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・来月は忘年会シーズンであり、1年間のうちで忙しい。アルバイトの人件費なども掛かるが、予約の数を多くこなしていけば、とても良くなる（東京都）。
		タクシー運転手	・12月は年の終わりで忙しくなる気配はあるが、1月を迎えてどうなるかが心配である（東京都）。
		商店街（代表者）	・来街者の動向や、イベントのレスポンスは非常に良い。気候が良く、世の中的に消費マインドを冷やすことが起きなければ、徐々にではあるが良くなる。街に出てくる意欲があるというのは消費のバロメーターにはなる（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・このところ取引先の売上也順調に伸びているので、このまま順調に続くのではないが。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年末に向け、受注が増えることを期待している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・キャッシュレス決済事業者による独自のポイント還元キャンペーンもあり、これが当店の販売促進にもつながり、売上に貢献している。年末に向けてもキャンペーンの継続が決まっている。客はポイント獲得狙いで現金支払をしないため、お金を使った感覚がやや鈍ってきており、売上増加と新規顧客の拡大につながっている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・クリスマス、年末年始需要で来客数増が見込める。2月がうるう年であるプラス分と、東京オリンピック関連需要の高まりがあると予測している（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・年間最大の年末商戦を迎えるなかで、増税の反動も落ち着いてくると予想している。また、米中貿易摩擦も一時休戦の様相を見せるなか、外需企業の輸出も回復基調になり、株価も安定していく。消費マインドにとってはやや明るい材料の方が多い（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・前回の消費税増税時は、前年100%に復調するまで約半年掛かったが、今回は気温低下による防寒衣料の復調や、高額品の売行きが底堅いことから、年明け早々には前年並みに回復すると予想される。また、春先以降も東京オリンピック、パラリンピックの影響により、日本全体が明るいムードになることで、消費につながると期待できる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・年末年始商戦には、消費税増税の影響は薄れていると見込んでいる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響はやや軽減されるが、大きな回復要素は見当たらず、弱い動きが継続する可能性が高い（東京都）。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響も月を追って軽減され、気候も冬らしく安定していくと想定されるなかで、様々な対策で消費を喚起することによって、売上も上がってくるものと期待している。
		コンビニ（経営者）	・年末年始にかけて期待を込めて、少し良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元効果で、年末年始に衣料品が売れる。
		家電量販店（店長）	・円安、企業業績の上方修正に伴う株高、2020年は家電量販店とメーカー各社によるオリンピックイヤーセール強化が消費マインド上昇に寄与し、耐久消費財は順調に推移する（東京都）。
		家電量販店（店長）	・回復基調が出てきたので、季節商材の暖房器具や東京オリンピックに向けた映像関連需要が高まってくる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックに向けて電化製品の購入が期待できる（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・駆け込み購入の反動減の影響もさすがに解消していると見込んでいる。季節の変わり目で回復基調になることを期待している（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・不動産は、新築物件の建築費高騰で、中古物件でもリニューアルをしっかりとしていれば客が付くというのがトレンド感としてある。飲食業は、シルバー世代を中心に外食産業やレジャー産業に支払う費用が増えている。

一般レストラン（経営者）	・クリスマス、正月休みといった家族や友人が集まるシーンで、より身近なレクリエーションとして、旅行や遠出よりも会食等で飲食店が利用される機会が増えるのではないかと、軽減税率の活用でテイクアウトの需要が増すのではないかと期待している。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・年末に向けては忘年会需要があるため、やや持ち直す（東京都）。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・今後、一時的な出費が通過して経費も抑制気味に推移すると予定されていることから、現状と比べて好転が見込まれる（東京都）。
旅行代理店（従業員）	・羽田国際線の発着枠が拡大となり、3月末からの首都圏及び地方からの海外渡航が大幅に伸びる見込みである。増便になることで旅行代金も従来より下がると思われるので、集客に期待している（東京都）。
旅行代理店（総務担当）	・消費税増税の影響はない（東京都）。
タクシー運転手	・今、需要予測システムを高度化するなど大手タクシー会社が提携を拡大し、タクシーのキャッシュレス化が加速している。近い将来現金で支払う利用客が激減する時代が予測される。現金で決済するよりICカード等を利用する方が気軽に乗車できるので、この先景気は良くなる（東京都）。
通信会社（経営者）	・消費税率10%にも慣れ、年末に向かって消費が動き始める（東京都）。
通信会社（経営者）	・いよいよオリンピックイヤーとなり、オリンピック、パラリンピックに向けた機運醸成の高まりに伴い、視聴等に向けた準備を促す告知が多くなり、関連市場に活気が出てくる（東京都）。
通信会社（経営者）	・10月から引き上げられた消費税が浸透すれば、景気も良くなっていく（東京都）。
通信会社（営業担当）	・駆け込み需要に伴う落ち込みが一段落すれば、東京オリンピック映像関連の需要喚起により上向いていく。
通信会社（経営企画担当）	・案件の増加が見込まれる（東京都）。
ゴルフ場（経営者）	・新しい設備投資を行う予定なので、期待感を込めて良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・年度末に向かい、土地購入からの1次取得の客が動くと考えている。また、2か月前に新規にオープンした総合住宅展示場に取り残っていた集客もだんだん平常に戻ってきて、当社の集客数も戻るとみている。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数や話が進展している客などはかなり増えてきているので、今月よりは良くなっていく。
商店街（代表者）	・消費税率が2%引き上げられたことで、10月はかなり影響があったが、11月はまずまずというところである。12月にはどうなるか分からないが、それほど急激に数字が上がっていくとは考えられない。11月並みでいければ御の字ではないか。これから景況感がもう少し上向いてくれれば有り難い。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今までの販売方法では、売上を増やすのはなかなか難しい。他の業種を取り入れるなどして、売上を伸ばす方法を考えざるを得ない。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れから正月にかけて、東京オリンピック前でもあり、テレビに動きがあるのではないかと。ただし、商品が品薄状態であるのが気掛かりである。
一般小売店〔傘〕（店長）	・キャッシュレス還元事業や年末商戦があっても消費者は踊らせず、購買意欲が向上するとは思えない。
一般小売店〔生花〕（店員）	・1～2月は余り良くない月である。花の持ちが良いことと、寒いのため、11月は悪いが、同じくらい悪い季節である。2月は日数が少なく、売上に影響するため景気は悪い。客自身も全体的に余り良い空気ではないように感じている（東京都）。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・年末だからといって販売数が特に増えるとは思えない（東京都）。
百貨店（売場主任）	・これから最繁忙期に入ってくるが、お歳暮ギフト、おせち料理のプロモーションはほぼ前年どおりでいける見込みである。店頭も現状前年を超えており、カテゴリー別にみても全体的に前年を超えているので、このままいけば、大きくは超えないが、前年は確保できるのではないかと。天候が若干心配である（東京都）。

百貨店（総務担当）	・高額品の動きの鈍さから見ても分かるように、消費に対する慎重な姿勢は今後も継続することが予想される。
百貨店（営業担当）	・消費が減少していることから、軽減税率対象の食品についても、回復にはまだ時間が掛かる（東京都）。
百貨店（営業担当）	・消費税増税により、必要な物しか購入しないという消費マインドが強いため、景気回復は緩やかと想定している。2020年の東京オリンピック効果に期待している（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税により大きく落ち込んだ消費マインドを回復させるような好材料が見つからない。消費者の節約意識は高く、この傾向はしばらく続く（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の買い控えについては、想定よりも落ち込みはないものの、すぐに回復するとは思えないことから、現状のままで変わらない。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後に迎えた冬物商戦の動きが良くない。春物商戦に切り替わるまでは、この傾向が続く（東京都）。
百貨店（店長）	・年末年始の大型連休で消費することもあり、百貨店には本来に必要な物を必要なタイミングにしか求めない状況が継続するとみている（東京都）。
百貨店（計画管理担当）	・競合店の撤退により客の流入があり、売上も堅調に推移しているものの、想定どおり消費の冷え込み影響もあり、大きな伸びは当面望めない（東京都）。
百貨店（店長）	・百貨店を利用する層と利用しない層に二極化しているなか、今後も高単価客数が圧倒的に増えることはないと推測できる（東京都）。
スーパー（販売担当）	・客は、広告初日の特売品やポイント何倍の日、タイムセールなどのお得な商品を少しでも安く買おうという意識があり、店舗ごとうまく利用して買い回っている様子がまだ多くみられる（東京都）。
スーパー（経営者）	・この先の見通しは確実には分からないが、やや悪い状態がこのまま続くのではないが、令和初の正月を迎えるということで、年末商戦は気合を入れて臨み、盛り上がりを見せたい。
スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元のおかげで、何とか持ち直している。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響も落ち着いた感じはあるものの、消費者には依然として節約志向が根付いており、価格にシビアな状況は今しばらく続く（東京都）。
スーパー（総務担当）	・今後は、若干回復傾向にあるような客の動きがある一方で、千葉の災害だとか、消費税増税の影響により、買い控えがあるようである。お歳暮等、ギフトの動きが非常に良いが、日々の買物については、まだ財布のひもが固い。クリスマス、おせち料理の予約状況をみても、イベントに対する動きが非常に鈍いということで、実際に売上が伸びることを期待している。
スーパー（総務担当）	・不安と件はない。キャッシュレス決済対応で、お得感がまだ継続している。
スーパー（営業担当）	・世界の貿易摩擦が今後も景気を大きく左右する可能性が十分にある（東京都）。
スーパー（仕入担当）	・消費税増税による消費の冷え込みが月を追って大きくなっていく。
コンビニ（経営者）	・環境の変化がないため、今と変わらない。店が1店閉店したが、伸びは全くない。
コンビニ（経営者）	・少しずつ下降に向かっていく（東京都）。
コンビニ（経営者）	・売上減少が著しくなってきたので、心配である。
コンビニ（経営者）	・前年同様で推移しそうだが、好機到来というにはほど遠い。
コンビニ（商品開発担当）	・天候不順で寒さが遅くなっているため、冬物商材の売上が引き続き伸び悩む（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・低価格商材の売上が、特に年金世代で増えている。安価な物で間に合わせているようで、何だか寂しい。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税になり、落ち着いたところである。今後は年末商戦があるので、どれだけ回復してくるか、また来年になってどうなるかはちょっと読み切れないところがある。一時的にキャッシュレスの手数料が下がっても、恒久的に下がらないと、店はなかなかキャッシュレスにはならない。
衣料品専門店（店長）	・消費税増税や社会保険料負担の増加により、生活防衛が進んでいる。年末年始の需要で、より状況が把握できる（東京都）。

衣料品専門店（役員）	・暖冬の予想であり、客の購買意欲も低い。
家電量販店（店長）	・特需がない。
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。12月一杯は消費税増税の影響があると思われる。来年1月から徐々に良くなるのではないか。
乗用車販売店（経営者）	・新車販売、サービス売上共に前年同様となる。
乗用車販売店（営業担当）	・3月に本決算を迎えるが、まだ買い控えが続きそうな雰囲気がある。
乗用車販売店（販売担当）	・依然として、東京オリンピック絡みで建設、土木は景気が良くなっている。人手不足もあるが、建設に絡む車両、ダンプ、トラック、重機のほか、足場など建設に絡む部材も忙しいという話なので、景気は良い。今後しばらくは変わらないが、来年の夏以降には減少するのではないかと（東京都）。
乗用車販売店（店長）	・販売量や来客数など良くなる要素が少ない。
乗用車販売店（総務担当）	・新車購入に当たり客の動きが鈍っている。サービス、中古車がどれだけ補うかが鍵になる。
乗用車販売店（渉外担当）	・販売増につながる要因が外的にも内的にも見いだせない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量の動きや客の出入りからみて、変わらない。
その他専門店〔貴金属〕（統括）	・客の動向などに少しでも上向きな状況が見えれば景気は良くなると思うが、しばらくは低迷が続く（東京都）。
その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・消費税増税の影響がどこまで続くか予測が難しい。年明けも東京オリンピック直前までは、急激な来客数の伸びは期待できない（東京都）。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油の減少傾向は変わらないが、短期的には大きな変化はない（東京都）。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税のてこ入れ策として実施されたキャッシュレス決済需要を期待したが、利用率において世代間格差があるため、教育資金や住宅ローン等、30～50代のお金が必要な世代には浸透しているものの、節約視点での利用向上となっており、60代以上への利用活性は皆無である（東京都）。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新しいプラットフォームが登場してきているが、先行き不透明である（東京都）。
高級レストラン（営業担当）	・一番の繁忙期である12～1月の忘新年会シーズンの法人関連、宴席予約状況をみると、12月の前年同日比は来客数103%、1月は同106%となっている。客単価予測もほぼ同様で推移している。例年、予約人数が目減りする分を踏まえると、前年同様で変わらない（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	・年明けの法人の予約状況は前年とほぼ同じで、大きな変化はない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・オリンピック前の地域開発の波は、商店街にも波及してきている。旧態からおしゃれな新形態店舗の進出が目立つようになっていく（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税後も変わらず消費が伸び悩む。
一般レストラン（経営者）	・働き方改革により人件費が高騰している。消費者も働く時間が減り収入が減少している。消費税が増税され、世界経済の状況も厳しく、中国との輸入品目のバッティングにより仕入価格が高騰している。それらを合わせて、変わらない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・11～12月の動向を見ないと何とも言えない（東京都）。
一般レストラン（統括）	・既存店の売上は横ばい、若しくは微減で、目に見える大きな落ち込みはないものの、上昇のきっかけもまた見通せない。先行きの不透明感は継続している（東京都）。
旅行代理店（経営者）	・電話等の問合せはあるが、なかなか商売に結び付くような状況ではない。良くなることを望んでいるが、いろいろ災害などが多過ぎるので、困ったものである。
旅行代理店（従業員）	・団体旅行の閑散期に入るが、例年に比べて変化を感じるほどではない。
旅行代理店（営業担当）	・台風被害の影響で低迷する（東京都）。
旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は、2020年のオリンピックイヤーになる。海外の出足も余り良くないと聞いている。良い材料も悪い材料もない（東京都）。

タクシー運転手	・消費増税以降、客はやはり慎重になっている。年末が近づき、これからいろいろ出費が重なることから、今は抑えているようである。来年になれば、東京オリンピックもあるので幾らか動きが出てくると期待している。
タクシー運転手	・好景気に向かっている感じは余りしない。ただし、経済産業省からキャッシュレス決済の5%還元シールをもらい、車に貼った関係で、電子マネー、クレジットカード等、キャッシュレス決済の利用者が増えている。これが今後良い影響があることを願っている（東京都）。
タクシー（団体役員）	・冬季ボーナス、年末を迎え、個人消費に大いに期待したい時期となるが、近年は忘年会等の宴会が減少、又は短時間化の傾向にあるため、今後もタクシー利用の低迷が続くとみている。
通信会社（社員）	・消費増税により、価格改定も受け入れられており、来年度の契約継続の計画も進んでいる（東京都）。
通信会社（営業担当）	・今後も新商品の投入が予定されており、現状が続く。
通信会社（局長）	・ちまたの4Kテレビの購買数は伸びているものの、当社のようなケーブルテレビ事業者との連動になっていないので、しばらくは現状がこのまま続く（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）	・客の動きにここ数か月変化がみられないので、今後も大きな景気の変化はない（東京都）。
通信会社（経理担当）	・年末だからといって、加入割引キャンペーンを実施しても加入者数が増えるようなことはなくなってきている。季節の変わり目で加入者数が減らないことを願っている。
その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・消費増税による景気の冷え込みを懸念していたが、10月に引き続き11月も一般来場者数が増えている（東京都）。
その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・台風や消費増税の影響がありそうである。
その他サービス [保険代理店]（経営者）	・前年と比べてもほとんど変わらず、売上増は期待できない。
設計事務所（経営者）	・業務量は増加傾向にあるが、収入は比例しない。周りの同業者をみてもほぼ同じような状況である。特に景況感が上向き要素は感じられない。
設計事務所（所長）	・全体的に改修工事が多く、設計事務所に頼むような物件は非常に少ない。このままの状態が続くのではないかと（東京都）。
設計事務所（職員）	・消費増税による停滞感がなければ、多少上向きことを期待している（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	・消費者の動向に変化はみられない。
一般小売店 [家電]（経営者）	・仕事の話もなく、仮にリフォームなどの話が当店にあったとしても、台風15号や台風19号の影響で職人等が干渉に行っており、時間的にも進まないという状況である。また、キャッシュレス決済の5%還元も、正直な話、何の役にも立っていない（東京都）。
一般小売店 [印章]（経営者）	・11～12月は年賀状シーズンである。年賀状といっても昔と比べると数量的には10分の1くらいになっているが、多少のプラスアルファがある。年賀状が終わるとまたふだんの月に戻ってしまう。その辺はつらいところだが、致し方ない。今はカメラのプリントショップのような店が勢い良く年賀状を受注している。
一般小売店 [家電]（経営者）	・この先は消費増税の影響が出てくる（東京都）。
一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・官公庁等の予算などは変わらないと思うが、消費税が上がったためか、金額が下がって、商品の数が出ていない。そのため、案件数は多いのだが、単価が下がり続けているように感じる。なかなか難しい。
スーパー（店長）	・変わらないと答えたいところだが、大きな外的要因がないなか、月を追って来客数が減っている。3か月後は今よりも売上が落ちて、更に悪くなるのではないかと。飽くまでも直近の来客数からの予測である。
スーパー（販売促進担当）	・消費増税の影響により入園、入学準備用品等、イベント商材の買上単価に減少傾向が出ている。
コンビニ（経営者）	・同業他社の出店が続く、当社も営業時間の短縮に向けて準備をしているので、2～3か月後の状況が見通しにくくなっている。

コンビニ（経営者）	・コンビニは店舗数、来客数共に飽和状態が続いており、今月、来月辺りは良いかもしれないが、3か月後は前年の売上は取れなくなるのではないかと懸念している。1店当たりの来客数が減っているため、下がっていく。
コンビニ（エリア担当）	・今年は年末年始の休暇が長く、マイナスに働く見込みである（東京都）。
住関連専門店（営業担当）	・10月の消費税率引上げ前に需要の先食いが起こっており、現状ではその反動が見え始めている（東京都）。
住関連専門店（統括）	・今後2～3か月もまだ買い控えが続く、販売量、販売額の伸び悩みが続くのではないかと懸念している。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は1～2月なので、人の動きがなく、全体的に暇になり、景気は現在よりも悪くなる。売上も約2～3割下がる。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税後の最初の年末は、今の予約状況からみると、決して良い方向には向かっていない。昼の客も減っている。今後どうなるかは分からないが、今の政府のままでは良い方向には行かない。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の反動が少しずつ出てくるのではないかと懸念している。
都市型ホテル（スタッフ）	・本来ならば12～1月は繁忙期だが、現在の予約状況は前年同時期に比べてやや落ち込んでおり、2月と合わせると落ち込みが激しくなっている。景気の動向はやや悪い方向に向かっているように感じる。
都市型ホテル（スタッフ）	・現段階で年明けの取り込みは弱い。
旅行代理店（従業員）	・2020年の東京オリンピック時を考慮してか、問合せが少ない（東京都）。
旅行代理店（営業担当）	・前年同期と比較して前受分が減少している。
タクシー運転手	・11～12月にかけては忘年会シーズンに入り、かなりの利用が見込めるが、その先は全く予想がつかない。消費税増税以降、利用が減り、無線本数も減っていると聞いている。これ以上悪くならないと願っている。
通信会社（管理担当）	・消費税増税の影響について、還元施策も一段落するので、更に落ち込む。
通信会社（管理担当）	・OSのサポートが1月で終了するため、ソリューション事業の収益も大型のシステム販売に移行する必要がある。受注から売上が立つまでに数か月を要するため、向こう3か月はやや悪くなるかと懸念している（東京都）。
ゴルフ場（従業員）	・年明け以降は受注量が減る。少子高齢化のほか、温暖化の影響で災害の規模が大きくなってきて、日本各地が被災地となっている。将来を1人1人が真面目に考えなくてはならない。
ゴルフ場（経理担当）	・天候次第ではあるが、雪が降らなければ許容できる一定水準で推移する。10月以降の天候不順と台風被害に加え、大雪で長期クローズとなると経営を維持できないコースも出てくる。
パチンコ店（経営者）	・消費税増税に伴う消費の落ち込みは、前回の増税時よりは少ないものの、依然として景況に対するマインドは厳しく、当面は今のような状態が続くものとみている。
競輪場（職員）	・年末に向けて寒くなり、通年でみても売上が減少している。駐車場の動線脇の工事等も入っており、客の歩く距離が伸びることで客足が遠のく。
その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・イベントの予約は堅調に進行している。景況感が悪くなっているなか、来場者の消費額にどれくらいマイナスの影響が出るかが気になる（東京都）。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数の減少がかなりあるが、周りの同業者を見ても体験入学が長くなる一方で、値上げ等をしているところはない。景気は上向きにはみられない。
設計事務所（所長）	・この先仕事が増える保証はなかなかない。
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る下振れリスクはある。
住宅販売会社（従業員）	・景気は大きく悪くはならないと思うが、低迷しながら推移していく。投資用アパートに関しては立地、駅徒歩距離、利回りなど、富裕層に対して興味を湧く商品を販売していかなければならない。

	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (経営者)	・例年この時期は来年度の仕事の相談が多いのだが、今年は今のところ余りないので、先行きも非常に厳しい。
	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・年度末に向けて注文が増える見込みはない。多少のスポット案件はあっても、全体をカバーするまでには至らない (東京都)。
x	一般小売店 [家具] (経営者)	・景気が悪くなる要素として、災害が多いこと、また、販売形態がすっかり変わってきたことが挙げられる。災害の後の営業の負担が大分重くなるので、景気は悪くなる (東京都)。
x	衣料品専門店 (店長)	・消費税増税が実施され、消費意欲が低下してきている。それに対応するためのプレミアム付商品券などの効果も限定的である。
x	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・競合店が次々とオープンするので、客の取り合いが更に加速する。
x	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	・商品の仕入単価が上がる一方である。経費も掛かっているが、売れず、やりようもない。(東京都)。
x	一般レストラン (経営者)	・銀行の融資も姿勢が厳しくなってきたり、募集すればバイトは来るが、時給が上がってしまっている、なかなか使い切れない。その上、厚生年金など福利厚生の部分で調査が入るなど、中小零細企業は厳しい状況になっていく (東京都)。
x	観光名所 (職員)	・1年の中でもこの11月は特に良い数字を残している。2~3か月後、1年を比べても、ピークとなる今月より良くなる月はない (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)	・受注量が増えているが、人手不足で断ることがある。景気は回復している。
	輸送業 (経理担当)	・オリンピックイヤーを迎え、景気全体が良くなることを願っている。
	税理士	・オリンピックイヤーを翌年に控え、ムードは上がっている。消費税増税後のポイント還元などで増税感は薄れているので、消費に影響はないものとみている。
	食料品製造業 (経営者)	・消費税増税の影響が、客の買い控えが続いている。
	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・法人、個人共に印鑑の注文が少なくなっている一方で、相変わらずゴム印は少し上向きになってきており、問屋への支払も増えてきているので、ならずと変わらない (東京都)。
	化学工業 (従業員)	・年末を迎えるが、国内向けの受注に変化はない。海外向けは、中国向けの受注量が少しずつ増えている。
	金属製品製造業 (経営者)	・日中問題は一進一退で、景気回復の要因が見いだせない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・過去の業績からみて、急に大きな山や谷はないものと考えている。しかし、1~2年先には新製品開発による市場の動きがあるはずである (東京都)。
	その他製造業 [鞆] (経営者)	・得意先でこれからは幾らか良くなるのではないかという見通しを言う人がいたが、根拠がどこにあるのか分からない。
	建設業 (経営者)	・中小零細企業への税制対策と景気対策をもう少し具体的に進めてほしい。
	輸送業 (経営者)	・取扱量の減少が常態化してしまっており、短期間で変化が起きる気配は全くない (東京都)。
	輸送業 (経営者)	・特に変わらない (東京都)。
	輸送業 (総務担当)	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷しており、現状が続く予想である。
	通信業 (広報担当)	・一進一退の傾向がしばらく続く見込みである (東京都)。
	金融業 (統括)	・経済状況には特段問題がないように見える。
	金融業 (支店長)	・貿易面で米中、日韓関係の影響があり、当面景気が良くなる見込みはないため、横ばいで推移する。
	金融業 (総務担当)	・年末の消費は期待できず、小売業やサービス業の売上も低下すると予想している。消費税増税の影響が大きく、今後もまだ現状が続くとみている (東京都)。
	金融業 (役員)	・12月は年末景気の上昇は若干あると思うが、その後は前年並みに推移すると話す取引先が多い。
	不動産業 (経営者)	・築年数が古くなるとなかなか決まらない。新築物件も苦戦していて、1年ほど決まらないのが普通になってきている (東京都)。
不動産業 (総務担当)	・年明け、東京オリンピック前には大規模ビルの開業が続くので、オフィス、店舗共に動きが出ると推測されるが、収益に大きな影響が出ることはない (東京都)。	

	広告代理店（従業員）	・前年度と同程度の受注量で推移している（東京都）。
	税理士	・米国の景気はそこそこ良く、日本も恩恵を受けているが、米中貿易摩擦がどうなるかによって、国内製造業の輸出状況も変わってくる。米国大統領が強気で中国をかなり苦しめている影響で、日本の中国進出企業等が今後も大打撃を受けるなら、景気はどうか分らない（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）	・昨今の災害廃棄物や廃プラスチック問題で、同業他社の受入れ制限や値上げ等があり、当社への問合せ等が若干増えているが、後工程取引先の受入れ制限や値上げ等で影響が出ており、受注量は変わらない。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今がピークなので現状のまま推移する。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・今月は若干の改善がみえるが、この状況が続くのか見通せないため、変化なしと考えている（東京都）。
	化学工業（総務担当）	・消費税増税の影響は直接的には感じないが、景況感に弱気な話を耳にすることが多い。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易問題解決の見通しがはっきりしないうちは、景気は少しずつ悪い方向に行く。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向がみられず、苦戦が続きそうである。
	金属製品製造業（経営者）	・得意先各社から生産計画がないといわれているので、一般の消耗品や修理品などの注文をもらいながら、特殊な仕事にシフトして頑張っていくしかない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、先細りしてきているような感じがする。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響がじわじわと出てきたという声がある（東京都）。
	建設業（経営者）	・来年からは大分冷え込んでくるのではないかと。
	通信業（経営者）	・米中関係の影響で、やや悪くなる。
	広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックまでは、オフィシャルスポンサー以外の各社が宣伝投下を控えてしまっている（東京都）。
	経営コンサルタント	・良くなる材料がない。
	経営コンサルタント	・発注量の減少とともに、単価の引下げ圧力も大きく、中小製造業にとって、死活状況になりつつある。一方、働き方改革という名の人件費上昇圧力は、来年度の大きな経費増要因として、中小企業を更に圧迫することになる（東京都）。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約物件の作業員が辞め、新規募集をしてもなかなか採用できないので、募集費と人件費が高騰している。新規の契約単価は実勢に合わせた金額になってきているので、人さえいれば仕事は受託できる状況にはあるが、とにかく人手が足りない（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・大きな案件の情報や噂を聞かない（東京都）。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・設備投資予算がおおむね予定どおり完了してきているが、下期には新たな投資が見えていない。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明け以降は受注量が減る（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・業界全体が疲弊している。景気の影響もあるが、紙媒体での広告に対し、WEB等の電子媒体への移行が急激に加速していると感じる。
×	金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦を発端に世界経済が減速しているため、今後も良くならない。
×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦、韓国向け輸出管理の見直しによる取引先の輸出減少、消費税増税、台風被害により、前年度に比べて30%近く生産が落ち込む予想である。
×	建設業（経営者）	・少子高齢化、消費税増税、働き方改革による人件費上昇の影響がある。
×	金融業（従業員）	・仕入価格の上昇や取引先からの値下げ要請などにより、利幅の確保が難しくなっている中小企業が増えている。先行きの見通しも明るくないように感じる（東京都）。
雇用関連	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・既に年明け1～3月にかけて、65社くらいの予約をもらっている。具体的に動いているケースもあるので、相当期待している。

(閉鎖系)

	人材派遣会社（営業担当）	・このまま求人数が増加すれば、派遣労働者数も増加すると思われるが、今月は求職者数が減少傾向となっており、このまま求職者が少ない状況が続くと、需給バランスが崩れてしまう可能性も考えられる（東京都）。
	職業安定所（職員）	・人手不足が一層顕著になっているが、新規求職者数が減少しており、雇用の改善が進んでいる（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・当分の間は現状が続く。4月から改正される同一労働同一賃金の対応により賃金上昇が見込まれる一方、取引先への請求にそのまま反映できるか不透明ななか、徐々に収支を悪化させるリスクがあることが懸念される（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・引き続き人材不足で堅調に求人数が推移しそうである。
	人材派遣会社（社員）	・市民レベルに影響があるようなインパクトの強い要因がない（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・新労働者派遣法施行に向けて業務の見直しをしているところが増えている。すぐに影響が出ることはないが、合わせてRPA化を推し進める動きもあり、近い将来に派遣や業務委託の在り方が変化していきそうである（東京都）。
	求人情報誌制作会社（営業）	・年明けに関しては求人数が多くなるため、良くなっている可能性があるが、不透明な部分も多い。
	求人情報誌制作会社（広報担当）	・特に景気が良くなる要素も、悪くなる要素も余り感じられない（東京都）。
	求人情報誌制作会社（所長）	・景気に左右されるが、売上も全く伸びてこない。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比でほぼ変わっていない。新規求人数は前年比で減少してはいるものの、管内の大事業所移転の影響等によるものであり、それを考慮すると、前年並みの数字である。
	民間職業紹介機関（経営者）	・大量採用する業種は例年どおりだが、元気のある新たな企業が見当たらないため、業界的には盛り上がらない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・景気は良いという認識のもと、いつまで続くのか不安を抱きつつ、変わらぬ状況を肯定的に受け入れている（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求職者の条件は比較的高く、求人内容や条件と人材のマッチングが難しい（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・全体的な動きではないものの、一部企業で採用を抑制する動きが今後も続く可能性が高い（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）	・消費税増税の影響というわけではないが、全体的に市場が冷え込んでいる。特に、中国市場が駄目で、良くなる見通しが非常に少ないという経営者の声が多い（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・業績悪化に加え、来年4月からの同一労働同一賃金の施行で、業務の内容や責任が定年前と変わらない定年再雇用者の人件費上昇圧力が発生する。定年前後で業務の内容、責任の変更がなされていない企業も多いことから、均等待遇による影響が懸念される（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・政府方針に照らし合わせた金額に設定すると、地方に行けば行くほど現状と乖離して、派遣料が大幅に上がってしまう。派遣利用企業はこの価格を断固として受け入れないと回答しており、派遣利用にブレーキがかかっている（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・クライアントに対し、派遣社員の同一労働同一賃金に対応した値上げ交渉を進めているが、派遣のコストメリットが薄れるため、直接雇用へ切り替えるなどの動きが出ており、派遣利用の先行きに陰りを感じる（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兆しとなる話はなかなか聞こえず、更に下降すると予測している（東京都）。