

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		一般小売店〔生花〕（店員）	・例年3月はお彼岸、卒業式、送別シーズンで、とても忙しい月なので、確実に良くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・前年末の設備投資がうまくいきそうなので、良くなる。
(南関東)		一般小売店〔家具〕（経営者）	・令和になり、何となく客の雰囲気は良くなっている。東京オリンピックが近づいてきて、消費が明るい方向になってきて、商品の購買にもつながってきているのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文具メーカーの新商品発売サイクルが短くなっており、客も定番商品だけでなく新しいものを求めるようになってきている。また、キャッシュレス決済が当店のような客単価の低い店には合っているようで、キャッシュレス決済を利用する客が低価格の商品をついで買いする。結果、レジ客数が若干ではあるが増加傾向にある（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭部門はまだ少し不確定要素が多いが、外商に関しては、2月から大きな案件がずっとある。市の新庁舎ができるので、既に決まっている案件が相当な数ある。これが入ってくると、通常の年度末にプラスアルファで更に良くなる。ただし、店頭部門では、新型コロナウイルスで客が少なくなっているという不安定要素もある。
		百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルス問題が収束し、免税売上が足元の厳しい状況から回復すると想定している。また、オリンピックが近づくにつれ、外需、内需企業共に緩やかながら現在よりは業績が持ち直し、個人消費にも幾分波及する（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・東京オリンピックまで半年となり、開催までの盛り上がりムードが消費マインドにも好影響をもたらすと期待している。消費税増税の影響がない訪日客の消費増にも期待する（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・東京オリンピックに向かい、消費マインドの動きが活性化する（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・国内需要は新年度を迎えることで消費税増税の影響が緩むと予想されるが、インバウンドに回復の見通しが立たない（東京都）。
		百貨店（店長）	・これから2～3か月先は気候が落ち着き、徐々に暖かくなる。新型コロナウイルスが一段落すれば、少しずつ景気や商売も盛り返してくると期待している。
		コンビニ（経営者）	・3～4月は新入学シーズンで、来客数が増える。
		コンビニ（経営者）	・コンビニ全体としては店舗数が減っているなか、当社は現状前年の来客数や売上自体を維持している。店舗数が増えなければ、コンビニ自体はまだある程度生きていけると感じている。東京オリンピックもあり、これから配送や建設等も動くので、今年は良くなるのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスによるインバウンド需要が冷え込む恐れはあるものの、東京オリンピックに向けて需要増が期待できる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・6月まではキャッシュレス決済の5%還元で良い。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピック関連で需要が喚起されれば良くなるか。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックがあるので、大型テレビの売上が見込める。
		家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス対策が長期化すると、インバウンド需要が大きく落ち込む懸念がある。一方、国内需要は新生活需要が旺盛となる期待感がある（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・徐々にではあるが来客数が増えてきており、新車、中古車共に売上が増えてくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度の最重要月であり、新車、中古車、サービスいずれも売上が伸びてくると予想している。
	乗用車販売店（店長代行）	・高齢者のサポカー補助金が始まり、問合せが増えてきているので、今後の販売が見込める（東京都）。	
	乗用車販売店（店長）	・どの業界も決算という形で売り込むことと、客も3月が最も安いと思いついてのことから、例年売上が良くなる。	
	高級レストラン（経営者）	・東京オリンピックから派生する経済効果は大きい。	

一般レストラン（経営者）	・1～2月は客の出足が悪いので、売上が余り良くない。2～3か月先の3～4月は、人の動きがかなり活発になってくる。特に3月は12月に次いで売上の良い月なので、今よりは大幅良くなる。大体1～2月よりも売上が20～30%は良くなるので、期待している。
一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックまでは堅調だと思われる（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・3～4月は今より状況が良くなるため、やや期待できる。
旅行代理店（従業員）	・雪不足、暖冬でスノーシーズンの商材がなかなか売れなかったが、ここにきて寒さが戻り、天候によっては冬物商材が戻るとみている（東京都）。
タクシー運転手	・深夜の客の動きはなくなるが、東京オリンピックに向けて少しは良くなるのではないかと（東京都）。
通信会社（経営者）	・東京オリンピック、パラリンピックイヤーに突入し、有望な選手も出そろってきたので、いよいよ盛り上がりを感じられるようになり、視聴準備で関連業界に活気が出るのが期待できる（東京都）。
ゴルフ場（経理担当）	・東京オリンピックのゴルフ競技の出場権争いが注目される展開を予想する。前年、海外メジャー大会で優勝した女子選手が注目を浴びたが、同選手を含めた他の日本人選手や、日本で人気がある米国人選手の活躍の如何によって、ゴルフに対する機運の高まりが期待される。
設計事務所（経営者）	・2～3か月先だと現在かかっているプロジェクトはまだ動いている段階だろうと思われる。
住宅販売会社（従業員）	・2月の来場数や販売量は減るかもしれないが、ゴールデンウィークまでは客の動きがあると考えている。政策や税制、金利などに特に変化はないが、決算期を迎える競合他社も多く、値引きやキャンペーン展開により何とか販売量を確保していくのではないかと。
住宅販売会社（従業員）	・正月以降の来場者数は、前年より良くなっている。
商店街（代表者）	・商店街に60数店舗あるが、最近退店する店が大分増えている。特に、飲食店が激しく、撤退後もやはり飲食店が入るため、当商店街では飲食店がややオーバーストアで、過当競争になってきている。そのような状況で、地元の商店は非常にやりにくくなってきて、物販は非常に低迷している。
商店街（代表者）	・経産省のキャッシュバック施策は、キャッシュレス決済には寄与していない感じが、消費税増税に対しては一定の効果が上がっている実感がある。このキャッシュバック施策が続いているうちは、クレジットカード決済を中心にまだ大丈夫という雰囲気は漂っている（東京都）。
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がどう出るかが、景気にも影響するのではないかと。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・商品販売は、キャッシュレス決済の5%還元終了、東京オリンピックまでは今のような状態ではないだろうか。工事関係はどちらも職人が不足しているので、問合せもいろいろである。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・当商店街は、路面店点在型に属するが、非常に厳しい状況にある。テナントが集合している大型量販店等が今でも主流だが、今後、今以上に主流になっていく。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・2月は例年客足が遠のく。春まで回復は見込めない。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税後も余り変化はないので、この先も変わらない（東京都）。
一般小売店〔傘〕（店長）	・新入学を控え、人や物が動く時期で、贈答用の需要はあるが、現状からは余り期待できない。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・特に変わりがない（東京都）。
百貨店（売場主任）	・暖かいため、全館非常に厳しく、それに食料品が引っ張られる。また、中国人客を中心とした来客数が大きく減ることで、総体的には厳しくなるとい見通しである（東京都）。
百貨店（売場主任）	・消費税増税後、個人消費に改善要素がみられない（東京都）。
百貨店（総務担当）	・高額品の動きの鈍さは継続しており、消費に対する慎重な姿勢は続くと思われる。

百貨店（営業担当）	・堅実な消費が進むなか、順調に伸びていた免税実績も、ブランド品や化粧品などのまとめ買い減少に加え、中国で発生している新型コロナウイルスによる肺炎の影響により、春節から花見など需要の大きい時期に影響が出ることが予想される（東京都）。
百貨店（営業担当）	・特選宝飾品の高額品の一部に消費税増税後からの回復傾向がみられるものの、全体としては低調に推移している。特にボリューム層である中間層の購買行動がぜい弱である。1月に春節の前倒しもあり、2月以降も苦戦が想定される。今後は早期の新型コロナウイルス問題の収束と、東京オリンピック開催の機運の盛り上がりポイントとなる（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税以降、落ち込んだ国内消費の回復がいまだに鈍い。外国人客による売上は伸びているが、不確定要素が多く、国内消費が戻らないと、なかなか先が見通せない（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・客が価格に対してシビアになっている状況が変わらない上、1月末からの新型コロナウイルスの感染拡大に伴い外出を控えるようになると、景気が更に悪くなることも考えられる。
百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの収束宣言までに半年くらい掛かるのではないかと懸念がある（東京都）。
百貨店（計画管理担当）	・食料品が好調に推移し、業績をけん引している。衣料品、雑貨等については、若干回復の兆しは見えるものの、マイナス幅の改善にとどまっており、回復傾向にあるとは言いきれない。しばらくは今月のような傾向が続く（東京都）。
スーパー（経営者）	・消費税が増税になったものの、キャッシュレス決済の5%還元等の施策もありさほどの落ち込みはないが、かといってそれほど良くもない。今までと同じような状態が今後も続く。
スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元で多少良くなるかと思ったが、客は節約、賢い消費をしており、必要な物しか買わない。この傾向は変わらない。
スーパー（店長）	・株高の恩恵を受けることができるのは一部の投資家だけで、末端にはまるで関係ない。今までと変わらず、消費者には節約志向が根付いており、景気を底上げする政策もないので、まだしばらく同様の状態が続く（東京都）。
スーパー（総務担当）	・変わる見込みがない。
スーパー（営業担当）	・消費税増税の影響は薄れてきているものの、やはり天候によって売上が大きく左右される。したがって、今後の天候が売上の増減を決める非常に大きな要因になってくる（東京都）。
スーパー（販売促進担当）	・食品が伸びているため、衣料品の落ち込みはカバーできている。ただし、キャッシュレス決済のポイント還元制度が6月末に終了した後は悪くなる。
スーパー（仕入担当）	・東京オリンピックで景気は一時的に回復するような気はするが、閉会後の節約志向が懸念される。
コンビニ（経営者）	・季節的には良くなると思うが、国内外の問題が長引くとなかなか難しい。
コンビニ（経営者）	・人手不足もあり、店内体制が整っていないため、不安要素がある。
コンビニ（経営者）	・東京オリンピックにしろ、新型コロナウイルスによる肺炎にしろ、悪い材料のような気がするので、変わらないか、若しくは悪くなるのではないか。
コンビニ（商品開発担当）	・上向きとなる要因が見当たらない（東京都）。
衣料品専門店（店長）	・今年は東京オリンピックイヤーで、本来ならば景気上昇が見込めるが、負担増による可処分所得減少に伴う消費低迷、新型コロナウイルスによる肺炎に伴う景気失速等を差し引くと、ほぼ前年並みとなるところが多い（東京都）。
衣料品専門店（統括）	・来客数の底が見え、回復傾向にあり、現状ではこれ以上悪くなる傾向が見受けられない。
衣料品専門店（役員）	・上向きになる材料が見当たらない。東京オリンピックに衣料品は関係ない。
家電量販店（店長）	・家電量販店は、集客力がどんどん低下する一方で、単価を上げる策やリフォーム需要の確保で不足分を補うが、第3四半期の不足分が大きい（東京都）。

家電量販店（店長）	・新生活需要も、学生が少なくなっているだけでなく、家具家電付き物件もあるため、新規購入が年々少なくなっている（東京都）。
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。客の来場は結構あるが、先行き不安のせいか、成約にはなかなか結び付かない。
乗用車販売店（営業担当）	・今より大幅な台数増が見込めるとは思えない。
乗用車販売店（販売担当）	・東京オリンピックまでは景気が上向きのまま順調に続いていくと判断している。東京オリンピック終了後は相当落ち込むのではないかと言われているため、建築関係でも人員を増やすのではなく、パートやアルバイトで今後についての待遇を考えるという話を聞いている（東京都）。
乗用車販売店（渉外担当）	・販売量が増える確たる要因が今のところない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店の場合、販売量は大体決まってしまうので、残念ながらそれ以上に売れることは余りない。
その他専門店〔貴金属〕（統括）	・消費税率の引上げ前に自家用に必要な物は駆け込みで購入したこと、現在の社会情勢が不透明なことから、不必要に自家用の何かを購入するという状況は見込めない（東京都）。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油の需要減少傾向は変わらない（東京都）。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・キャッシュレス決済以外に景気刺激策がなく、変化は見込めない。さらに、新型コロナウイルスの影響で、今後、外出を控えることも想定される（東京都）。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・春頃に次世代機の情報が出るまでは、市場は停滞する（東京都）。
高級レストラン（営業担当）	・法人を中心とする宴会部門の予約受注状況から、売上は前年同日比で3月は98.5%、4月は107.7%になると予測している（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から、ほぼ前年並みで大きな変化はない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・3か月後、春になって暖くなれば、気候が影響し、多少は客の動きも出て上向くと思うが、決して景気が良くなっているからではない。年金や社会保障問題が解決されない限りは、景気は良くならない。
一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックを前に一般の消費は盛り上がりつつあると思うが、当店の飲食店は、テレビの時間に客が取られてしまう。本来なら入ってくる時間帯に客が帰って、テレビにしがみついてしまうという状況が起きるため、オリンピックがある年は比較的暇になる（東京都）。
一般レストラン（統括）	・今後、一般的には景気は大きな変動もなく、振れ幅の小さい安定的な動きが続くと感じている。しかし、新型コロナウイルスなど国際的な外的要因により、インバウンド需要や国内客の来店状況に影響を及ぼす可能性もあり、先行きは不透明である（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・企業の不祥事が続いたり、新型コロナウイルスなどの影響で宿泊や宴会などにキャンセルが出ている。長期化の恐れもあり不安定な状況が続く。大きなマイナスにはならないまでも、良くなる要素が見当たらない。
旅行代理店（経営者）	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎が収束しない限りは、客は国内移動も控えているようで、とても経済が活性化していく状況にはなっていない。とにかく大変である。
タクシー運転手	・正月も終わり、これから年度変わりに向かっていくが、様子を見ながら生活している様子が見受けられる。2月からタクシー料金が変わる。それも踏まえて皆慎重な動きである。期待したいが、どうなるのかやや不安である。
タクシー運転手	・2月から新料金になり、実質値上げとなるため、多少利用が減る。初乗り740円が500円からのスタートになるので、ちょい乗りの客は増えると思うが、実際のところ先が見えない。
通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス等の影響によりインバウンドに陰りがみえ、しばらくの間、国内販売が停滞する（東京都）。
通信会社（経営者）	・通信事業関連の業種は今後需要が見込まれる（東京都）。
通信会社（社員）	・今年度の計画を達成できる見込みである（東京都）。
通信会社（営業担当）	・今後も大きく回復する材料がなく、今までと同じ状況が続く。

通信会社（営業担当）	・インターネットについてもある程度困り込まれており、個人には大きな動きはないものと思われる。
通信会社（局長）	・繁忙期を迎えるが、引っ越し件数の進捗が悪く、新入居者からの契約数の見込みが前年比でマイナスとなる可能性が高い（東京都）。
通信会社（営業担当）	・良くなると考える材料がない。
通信会社（管理担当）	・年度末に向け、官公庁などの入札でソリューションシステムの需要が期待できるが、落札できるかどうかという点もあり、先行きは不透明である。また、個人向けの携帯電話販売は、3月中旬～4月上旬にかけての卒業、新入社員、新入生新規購入特需が予測されるが、その先は反動があるものとみており、引き続き苦戦が予想される（東京都）。
通信会社（営業担当）	・社会的に大きな出来事がない限り、変わらない（東京都）。
通信会社（経理担当）	・今後2～3か月先にテレビ放送、インターネット通信で特別変化するような材料はない。ストックビジネスのため、大きく上下することも想定しにくい。
通信会社（総務担当）	・消費税増税や米中経済摩擦等の影響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）。
競輪場（職員）	・SNS等の自分たちでも行える無料の広告媒体をフル活用して景気対策を行っているため、下げ止まると考えている。
美容室（経営者）	・商店がなくなり、人通りが徐々になくなってきているような気がする。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・毎月のことだが、良くなる要因が見受けられない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・販売量、顧客数等も増加する要素が見当たらないので、このまま推移し、前年並みの売上程度になる。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・急に景気が変わる気配は特に感じない。
設計事務所（経営者）	・民間案件の受注があれば景況感も変わるが、その気配はない。前年の台風の影響で多少住宅の相談はあるが、積極的に設備投資をする意欲は感じられない。新年度を迎えるまでは、この状況が続くそうである。
設計事務所（職員）	・上向き可能性や兆候はなく、むしろ下方に向かうかもしれない（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	・新築アパートに関しては、今のところ大きく悪くなるとは考えていない。土地の仕入れに関してはまだ高値で動いているように感じる。立地、駅までの距離などしっかりとした計画を立てれば、客の反響はあると思う。大きく景気が良くなるとも思わない。
住宅販売会社（従業員）	・戸建て住宅を販売する者としては、リフォームではなく新築に目を向けてほしいが、マンションも中古市場の方が状況と聞いている。グループ全体では新築の減少をリフォームの増加でカバーしている。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税増税の影響が大きいようで、極端に安い物しか売れなくなっている。
百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスへの対策が明確でないため、先行きが見通せない（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・世界情勢や中国発の新型コロナウイルスの影響を考えると、インバウンドを中心に消費は短期的に弱まる（東京都）。
百貨店（店長）	・近年増加し続けていたインバウンド売上が見込めないこと、消費税増税の影響で高額品や化粧品が売れないことに加え、洋服が売れない傾向が継続するため、やや悪くなる（東京都）。
スーパー（販売担当）	・競合との価格競争などもあり、商品の単価が下がる傾向がまだ止まらない。客の買上点数は前年を上回ってきているが、客1人当たりの買上額が、単価が下がっているせいで伸びない。トータルの上上がなかなか前年に達しない状況が続いている（東京都）。
スーパー（店長）	・本来ならば変わらないと答えたいところだが、年配の客が多く、特に寒い間はなかなか来店頻度が上がらないので、今よりも多少悪くなる可能性がまだあるのではないかと予測している。

スーパー（総務担当）	・中国で発生した新型コロナウイルスによる肺炎が最大の問題で、客が人混みを避けており、店内の滞留時間も短くなることから、1人当たりの買上単価や来客数がますます少なくなっていく。これから東京オリンピックに向けて盛り上がり続けていかなければいけないところ、マイナスムードが客の購買意欲をそいでいき、来客数の減少、購買力の弱体化を招くのではと危惧している。
スーパー（ネット宅配担当）	・消費税増税による収益の悪化は、かなりの業種でみられる。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、消費者にも買物を楽しむ雰囲気がないようである。
衣料品専門店（経営者）	・これから2～3か月はスクール関係の仕事が多いが、少子化が進んでおり、絶対数が減っているため、売上等が減少することが予想される。
衣料品専門店（営業担当）	・何ら景気が上がる要因がない。大手の大量生産に個人商店がかなうはずもなく、赤字経営のため今後の営業をどうするか考えている。
家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスによる心理的恐怖から外出を避ける可能性がある。
住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界において消費税引上げの影響が出始めており、高額案件の引き合いが減少傾向にある。需要喚起策である次世代住宅ポイントの認知度も低くとどまっており、厳しい状況が続く（東京都）。
住関連専門店（統括）	・景気が上向く状況や要素が見当たらず、買い控えが続いている。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は花粉の飛散が少ないと言われているため、春のシーズン品が弱くなる。
その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くか不透明だが、当面は人込みや人だかりへの外出を控えるなど、小売業にも少なからず影響が出そうである。SARSの時の発症から収束までの期間を考えると、向こう半年くらいはこうしたマイナス要素が続くものと思われる（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス報道が間接的に客足に影響している。インパウンドの強い地域なので、なお更のようである（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの悪影響が心配である。中東問題、働き方改革による収入の減少、人手不足による人件費の高騰とサービスの低下などがある。これでは良くなりようがない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・東京オリンピックに向けての期待感があつたが、中国の新型コロナウイルス感染拡大を懸念して、旅行業界、流通業、観光地の景気が一気に冷え込む恐れがある。また、米国とイランに絡む中東の政治的不安定が石油価格の上昇を招き、世界経済にネガティブな影響を与えている。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・客の会話から、やや悪くなる（東京都）。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・1～3月は飲食需要が低迷する期間である。一般的に消費者の動きも悪く、春先に向け、1年間の循環の谷間に当たることから、需要回復への大きな期待は薄い（東京都）。
都市型ホテル（経営者）	・消費税増税等の影響もあり、宴会関係の売上が減少している。単価の下落あるいは参加者数の減少があり、この部門では3～4月の歓送迎会シーズンに影響が出るのではないかと危惧している。
都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス肺炎の影響はかなり出てくる。
都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスが発生し、2～3か月で消失するとは思えないので、インパウンド比率の高い当ホテルでは予約が鈍ることが想定される（東京都）。
旅行代理店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの状況により、海外旅行の中止や延期を中心しつつ、空港や不特定多数が訪れる観光地を敬遠し、国内旅行まで影響が波及するのではないかと危惧している。
旅行代理店（従業員）	・東京オリンピックに人手を取られる（東京都）。
旅行代理店（販売促進担当）	・今年は何といても東京オリンピックイヤーである。その矢先に起こった新型コロナウイルスの影響で、2～3か月後はやや悪くなる。3か月後の4月頃には収束に向かってくれないと、かなりまずい年になる（東京都）。
旅行代理店（営業担当）	・中国を中心に感染が拡大している新型コロナウイルスによる肺炎が、今後2～3か月で日本経済にどのように影響してくるか、先行きに大きな不安を感じる。

	旅行代理店（総務担当）	・客からの依頼件数、人数、予算いずれも増加しているため、景気は上向きと考えていたが、新型コロナウイルスがこの先大きく影響してくる。中国全土への渡航自粛、中国からの訪日旅行の減少等が考えられる。一方、国内旅行は増加傾向にある（東京都）。
	タクシー運転手	・中国で新型コロナウイルスによる肺炎が発症して大変な状況になっている影響で、訪日外国人の減少がみられる。落ち着くまでのしばらくの間は景気に影響するとみて、やや悪くなる（東京都）。
	タクシー運転手	・客の話で、中国の新型コロナウイルスを心配する人がだんだん増えてきている。客が心配しているのは、世界的にまん延すると、東京オリンピックに影響するのではないかということである。現に株価に表れてきているようで、これから景気に影響しなければいいが、という話が多くある。非常に心配である（東京都）。
	タクシー（団体役員）	・県下は2月からタクシー運賃の改正、値上げが実施され、しばらくは利用者数、売上が更に悪くなると見込まれる。今後も景気の下向き傾向が継続する。
	通信会社（経営企画担当）	・新年度に向けた予算獲得と商談増加が期待される（東京都）。
	観光名所（職員）	・2～3か月後は春の走りになるが、例年1月よりは客が出ていない。したがって、観光地としてはまだ閑散期である（東京都）。
	ゴルフ場（従業員）	・今国会で議論されていることは、本来議論されるべき内容以前の問題である。環境問題の解決は困難で、時間が掛かる。自然災害にも耐え得る強い日本を築いていきたいというのが国民の願いだろう。不安ばかりである。
	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルスによる肺炎の世界的な拡大が懸念されるなか、中国を始めとするアジア諸国との物流や商取引の停滞、インバウンドにも陰りが出てくる。
	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・催事の開催予約は堅調だが、ここに来ての新型コロナウイルスのマイナスの影響は、今後避けられない。いつ頃収束するかが不安材料である（東京都）。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・人件費がどんどん上がっているのに、生徒数は変わらないため、だんだん厳しくなっている。
	設計事務所（所長）	・新しい物件の動きがなく、現在管理している物件も終わるため、下向きになる（東京都）。
	設計事務所（所長）	・現状からみて仕事量が非常に少なくなる。各都道府県においても災害等が多く、予算を災害復興等に注ぎ込まざるを得ない。また、建築も、人口減による空き家等の増加があるため、今後は新しく建物を建てるよりも改修で、余った建物をどう使っていくかが課題である。仕事量が増える要素が見つからないため、景気が良くなるとは考えられない。
	住宅販売会社（経営者）	・経済波及効果の大きい住宅が売れないということは、景気は決して良くない。新たな対策を政府にお願いしたい。ともかく、個人消費の拡大につながる対策が必要である。
	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・雨漏り等、緊急な仕事の相談はあるが、それ以外の仕事については、今のところほとんどない。この状況だと、4月以降の仕事が非常に不安である。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・東京オリンピック本番を前にして、具体的な案件が少なくなっている。様子見て、実需が増える見込みは少ない（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・人口は減少傾向なのに、店舗数が過剰である。
×	コンビニ（経営者）	・競合店の増加、アルバイトの大幅時給アップ、客の流れも変わり、改善がみられない。
×	衣料品専門店（店長）	・売上数量の低下、単価の下落傾向が止まらない。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・市場法も改悪されるし、もうお仕舞いである（東京都）。
×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの影響で悪くなる。
×	一般レストラン（経営者）	・当地域ではIRの誘致もまだ決まらず、大型客船は橋をくぐって入って来られない。東京オリンピックで一時的には良くなるのかもしれないが、それまでの間は決して景気が良くなるような材料はない。

	x	一般レストラン（経営者）	・例年2月は降雪の影響で営業ができなくなったり、客足が途絶えることがあるが、3月は歓送迎会などでまた売上が伸びるように努力していきたい（東京都）。
	x	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの問題が収束するまでには、まだしばらく時間が掛かりそうである。
	x	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・新型コロナウイルスの国内でのまん延が非常に懸念される（東京都）。
	x	設計事務所（経営者）	・全てがこれからということではなく、全てが整ってしまったという感じがする。東京オリンピック、パラリンピックの雰囲気は分かるが、これから仕事に携わるとか、やって行こうという前向きな様子が見えない。一番顕著なのは、人の動きで、求人がなかなか決まらず困っている。
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）	・受注量が増えているが、人員不足で受注できないケースが出ている。
		食料品製造業（経営者）	・台風19号の影響により、いろいろ道路事情などに影響が出ているため今は悪いが、それがある程度解消してくるはずなので、元に戻っていく（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・街に新しく人形博物館がオープンする。地区外からの来客が見込めるので、新商品を投入して、売上増を目指す。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末以降、今より多くの受注予定が入っている（東京都）。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春からのイベントに向けて、美容に関する消費意欲が高まると予測している（東京都）。
		建設業（従業員）	・今の受注量が継続すれば、3か月後も景気は良くなる。
		輸送業（経理担当）	・東京オリンピックを迎え、物量が多く動くことを期待している。
		通信業（広報担当）	・一進一退の動きのなかで、目先は若干良くなる見込みである（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・東京オリンピック、パラリンピック関連の事業が増えてきている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・次年度が始まると、当初計画ができていた案件が具体的に動き出す。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今の仕事が終わった後、先の仕事は分からない。見えていない。
		化学工業（従業員）	・良くなる要因も悪くなる要因もなさそうなので、余り変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・中国の新型コロナウイルスの問題がいろいろな方面に波及しており、この先不透明な状況が続くので、良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注は低迷したまま明るい見通しはないが、医療品容器の受注に関しては、東南アジア向けの輸出が決まれば増産の期待もある。
		金属製品製造業（経営者）	・当社を含め、近隣の工場で稼働時間が減少傾向にあり、先行きの景気は変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・新しい仕事に慣れるまで、利益につなげるのは大変である。
		金属製品製造業（経営者）	・建設機械部品、自動車部品等の製造業である。今が底といわれているが、特に根拠があるわけではなく、しばらく今の状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の発売がこの半年ほどで始まるが、受注に結びつくまでには数年掛かる（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・半導体関係の動きがあるが、近々では新型コロナウイルスによる肺炎のため、日本経済にも影響が出てくるのではという不安の方が強い。
		建設業（経営者）	・中小企業、零細企業への景気対策が具体的になかなか実行されていない。
	輸送業（経営者）	・新学期を控え、取扱量の増加に期待したいところではあるが、近年の傾向から、期待外れになりそうである。また、燃料価格が上昇しているため、今後の値動きが気掛かりである（東京都）。	
	輸送業（経営者）	・受注は継続的にある見込みである（東京都）。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷し、輸出量がない。今後も現状が続く予想である。	

金融業（従業員）	・新型コロナウイルス肺炎の流行による訪日客の減少が懸念されるが、東京オリンピックに向けてインバウンド需要の増加を期待する声も多い。ただし、取引先の中小事業者では、訪日客をうまく取り込めず、今後の対応に苦慮しているところも見受けられる（東京都）。
金融業（支店長）	・夏には東京オリンピックを控えており、景気が悪化していくとは考えにくい。今後、外国人観光客に依存した小売ビジネスは厳しくなるのかもしれない。
金融業（総務担当）	・東京オリンピック関連業種以外はさほど売上増加要因はない。キャッシュレス決済のポイント還元期間が終わると、多少消費が落ちると予想している業種が多い。今後は中国の新型コロナウイルスの影響も顕在化し、小売業等の売上にも響きそうである。人手不足解消も考えられないので、全体的に景気が上がる要素がない（東京都）。
不動産業（経営者）	・年が明けて、転勤族や新入社員が動き始め、賃貸市場も活発である。しばらくこの状態が続くように念じているが、古い物件の動きは少ない（東京都）。
不動産業（総務担当）	・現状は所有するビルの空室率はゼロに近く好調であるが、年末には不況業種のテナントが一部退去する予定になっている。ただし、内部テナントからの増床希望も多く、空室率ゼロの状態が続くものと期待している（東京都）。
広告代理店（営業担当）	・変わらないというより、分からない。超暖冬と、新型コロナウイルスの状況次第ではないか（東京都）。
税理士	・米国の景気はまあ良く、中国との貿易、関税問題も緩和されつつある。米中貿易摩擦がどうなるかによって、国内の景気も変わってくる。米国の動きの影響が大きいと思うが、方向性がはっきり見えないので、分からない（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）。
税理士	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎が、日本にどのような影響があるかは未知数である。マスクなどの予防関連商材の売行きは堅調である。中国以外から安全な日本への渡航者が増加すると予想している。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・東京オリンピックに向けた上昇意識と、中国を起因とする経済停滞状況が混在しており、相殺されている。
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状のまま推移する。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・契約金額の値上げ案は出しているが、返事はペンディングである（東京都）。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新会社を設立すると、代表者印という法人登記印の注文が出るのだが、ふだんは4～6本くらいのところ、今月は2本だけである。法人の設立が少なくなってきており、悪い方向に感じる。個人客と店頭客は、以前に比べると客単価が少し下がっており、安価な物を注文する客が多くなってきている（東京都）。
化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンド需要の減速が予想される。
一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示から考えると、落ちている客、変わらない客はあるが、増えている客はないので、余り良くならないのではないかと。
その他製造業〔鞆〕（経営者）	・材料屋等が店をたたんでいるという情報が入っている。そうしたことから、このまま冷え込んでいくのではと不安を感じている。
建設業（経営者）	・前年より案件が激減していて先行き不安である。公共案件も当てにならない。
通信業（経営者）	・中国で発生した新型コロナウイルスの影響により、やや悪くなる。
金融業（統括）	・米中の貿易摩擦が若干落ち着いてくるが、新型コロナウイルスの問題があり、どちらかという、インバウンドの関係でマイナスが発生しそうだという感覚がある。
金融業（役員）	・インバウンド客の落ち込みによる近隣観光事業の売上減少、不動産業者の商品物件販売の減速が目立っており、東京オリンピックによる消費マインド上昇を打ち消してしまう懸念がある。
広告代理店（従業員）	・販売量が減っている（東京都）。
経営コンサルタント	・消費者の節約志向が強くなっている。
経営コンサルタント	・中国の新型コロナウイルスによる肺炎の問題が、経済活動にとって大きな障害になる（東京都）。

	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・世界情勢の不安定さがある。取引先にメーカーが多いため、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスなど、良いイメージの話がない（東京都）。
	× 出版・印刷・同関連産業（所長）	・東京オリンピックの影響が見えないなか、クライアントの来期予算見積りでは、前半は広告を抑える動きが多々見える。年度末の数字すら見送りになるなど、不透明な状況が続く。
	× 建設業（経営者）	・設備投資をする雰囲気がない。
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社（営業担当）	・来期初めにかけても同様に直接雇用化の動きが継続する見込みである（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・法改正による時給アップを見据えた人員削減などの影響はまだ出ていない。法施行後にどのように変化するかはまだ見えていない（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・企業からの派遣需要はこの2～3か月間は継続して増加傾向にある。ただし、秋頃から当地域における休職希望者が減少傾向にあり、毎月、前月比マイナスで推移している。このままだと需給バランスが崩れ、人材の供給ができなくなる可能性があるかと懸念している（東京都）。
	職業安定所（職員）	・求職者数は減少しているが、新規求人数が1270件、月間有効求人数が2500件増加している。人手不足も起きているが、有効求人倍率が2倍台を超えているうちは景気も良くなる（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・働き方改革による勤務時間の規制が新規求人につながっている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・複数の中小企業の経営者と話をしたが、中国市場は新型コロナウイルスによる肺炎の問題もあり期待できない、米国も今一つということで、良くなる要素が何もないという意見が多い（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の影響により、しばらくは派遣求人を控える企業が増えてくることが予想される。
	人材派遣会社（社員）	・市民生活に影響が出るような施策等が見当たらない（東京都）。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・東京オリンピックに関連した建設系のパブルは終わったように感じる。当社や周辺企業には余り東京オリンピックに左右される要素がないので、特に変わらない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・業種によってまちまちである。慢性的な人手不足はあるだろうが、採用予算を増やす企業は限定的である（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・若年、中年層の人材不足がますます深刻になり、中高年層へも求人広がっている。この傾向は顕著になる（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・製造業を中心に大手企業は採用に慎重になっているが、中小企業の採用意欲はまだ継続している状況であり、現時点では判断が難しい（東京都）。
	学校〔大学〕（就職担当）	・若干の落ち着き感はあるが、まだ企業の採用意欲は旺盛である（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・法改正に伴うスタッフ給与の上昇により、求人数の減少が懸念される。派遣先である取引先についてはおおむね理解してもらっているが、請負に関しては今後の交渉ということもあり、不透明な状況である。少なからず、経営に与えるインパクトは発生すると予想している（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・派遣先企業においてRPA化や業務の改廃などを進める動きも進んできており、同一労働同一賃金の流れとともに、厳しい環境が続くものと予想される（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・4月から本施行される同一労働同一賃金によるリストラの動きを見て、派遣労働者が様子見を始めたことで、労働者市場の動きが止まっている。通常の2月の動きが弱くなる分、一気に3月に動き始める（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・同一労働同一賃金への対応を見据えて、中小企業の派遣利用が鈍化する（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・東京オリンピックまでに悪化するか、終わってから悪化するか、いずれにしても今年中に景気後退があり得ると予測される（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金の影響でコストがかさみ、採用意欲が減少する可能性がある。

	求人情報誌制作会社（営業）	・年が明けた1～2月は比較的求人が多い時期に当たるが、今年は例年に比べて景気が良いとはいえない。この状況がすぐに改善される見込みはなく、先行きの景気が良くなるとは思えない。
	求人情報誌制作会社（所長）	・東京オリンピックが終わってから景気が悪くなる傾向が強い。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比でやや増加傾向にあるが、新規求人数は前年比で減少傾向にある。
x	-	-