

4. 南関東（地域別調査機関：（株）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)	良くなる	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・非常に暑かったために人出が少なくなったことや、豪雨のせいで今は悪かったので、これから天候が落ち着けば良くなるのではないかと考えている。
	やや良くなる	一般小売店〔印章〕 (経営者)	・当地域で9月1日にプレミアム付き商品券が発売される。9月1日に約6億円、28日に1億円、プレミアムが付いて合計で8億円分の商品券が出るので、期待している。
		百貨店（販売管理担当）	・セール品に欠品が目立ってきたこともあるが、例年になく婦人服を中心に秋物の動きが好調であることと、売上のシェアは小さいものの、宝飾品や時計などの高額品の動きが引き続き堅調である。
		スーパー（ネット宅配担当）	・美味しい商品への要望が強くなってきている。価格だけでは客に喜んでもらえない。
		家電量販店（営業統括）	・9月から11月にかけて、新製品や新作ゲームの発売が続く、堅調に販売が増加していくと予想している。10月は中国の国慶節の連休もあり、訪日外国人の増加もプラス要因として大きいと考えている。
		家電量販店（統括）	・消費税増税の発表があれば、11月ごろより耐久消費財を中心に動き出すと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車は消費税増税前に駆け込み受注が出てくると思われ、メーカーのテレビコマーシャルの本数も増え、来店客が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月より新型車種の投入が続々とあるため、期待を込めて上向く。
		乗用車販売店（販売担当）	・先月はやや良くなるという判断をしたが、少し伸びたり伸びなかったりで分からない状況である。全体の流れとしては、アベノミクスを含めて景気は良くなるという方向に感じているが、やはり国の借金などの問題を考えると、今後についてはまだ不安定である。これからはもっと様子を確認しながら様々な方策を検討していきたい。
		その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	・急上昇だったスピードが、やや鈍ってくると思うからである。
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・年末商戦をにらんで、大型タイトルが投入されることから現在よりは上向くはずである。ただし、前年比で下げ止まることはない。
		高級レストラン（支配人）	・前年に比べて、秋から年末の受注の動き出しが早く、売上も前年比プラスの予想である。ここにきて法人の予約も増えてきており、やや明るい見通しになってきている。
		一般レストラン（経営者）	・8月が一番落ち込んでいたので、これから9、10、11月と涼しくなってくる間に客の出足は回復してきて2、3か月先の景気は良くなる。8月は1年で一番売上の低い月であるため、今よりも良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・秋に来年の消費税が上がるかどうか決まるが、その動向次第で変わる。今の状況のままでいけば、3か月後は今よりも多少は良くなる。冬のボーナスも良くなるような雰囲気があるので、客の財布のひもも緩くなるのではないかと期待を込めている。
		旅行代理店（経営者）	・昨年はあまり動きのなかった客からの問い合わせや予約が大分入ってきたので、3か月後は徐々に良い方向になっていくような感じがしている。
		旅行代理店（従業員）	・行楽シーズンを迎え、連日、国内団体旅行の見積件数が増え、また、受注依頼が多数入ってきている。飛行機もホテルもすでに予約できない日程が増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	・秋は旅行シーズンのためである。
		旅行代理店（営業担当）	・今後も富士山関連の商品の申込が順調な傾向が続きそうである。
		旅行代理店（支店長）	・9月になり、秋のシーズンに突入していく。今年は10、11月に客からの依頼が集中しているので、今月と比べると良くなる。
		タクシー運転手	・2020年の東京オリンピックの誘致が決定されると、準備工事が始まるので内需拡大になり景気が良くなる。
	タクシー運転手	・確実に景気は良くなっている。実車中の車内でも、商談がうまくいった、営業を兼ねた出張も多くなったなどと忙しそうなお話を耳にする。私自身もやる気が出る。	
	タクシー運転手	・夏休みが終わって季節が変わり、行楽シーズンを迎えるため、客数が増えるのではないかと考えている。	
	タクシー（団体役員）	・消費税率変更前の駆け込みで、必要なものを早めに購入しようとする動きで国内景気は良くなる。消費税増税後は日本の信頼度が増し、海外投資家から日本のマーケットへの資金流入が見込めるため、株価等の上昇が期待される。	

通信会社（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要が起こるからである。
通信会社（営業担当）	・販売戦略の見直しにより、契約件数が持ち直す傾向にある。
通信会社（営業担当）	・消費者は将来的に景気が良くなり所得が増えると考えているようである。
通信会社（局長）	・景気回復のニュースを頻繁にみることで、期待感から消費する行動が表れていると感じられる。安いものに飛びつくのと違い、生活を充実させる商品に消費する気運があるようである。
観光名所（職員）	・2、3か月後になると、秋の紅葉シーズンで毎年多くの来客がある。富士山の世界遺産登録により、富士山へかなりの客が行ってしまうので、少々不安ではあるが期待している。
ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の予約状況が、そこそこの来場枠を埋めている。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事の開催予約が堅調に推移している。また、消費増税が恐らく決定している時期であり、駆け込み需要が始まることも推測している。
美容室（経営者）	・周りが非常によくやっているし、今年は暑いので各店共に順調に伸びているようである。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・来年4月の消費増税はまだ確定していないし、その具体的な内容も決まっていないが、上がると決定すれば、それまでの一時的な駆け込み需要がくると思う。車の受注も3月に間に合うように若干の盛り上がりを見せてくるのではないかと期待している。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今月は顧客数の増加はなくても売上は前年比1%ほど増加した。よって、10月以降景気が良くなると期待している。
設計事務所（経営者）	・現在依頼がきている計画が動き出すと思われるためである。
住宅販売会社（経営者）	・ここ2、3か月同じ回答になってしまうが、やや良くなることを期待している。円安の影響で自動車産業などの輸出関連企業は良いようだが、我々中小企業はまだ不況の中にいる。また、建設費が高騰しているため、赤字の仕事が非常に増えている。大企業だけではなく、中小企業向けの景気対策にも期待している。
住宅販売会社（従業員）	・消費増税次第だと思うが、受注残が前年より増えている関係で売上は伸びてくる。
住宅販売会社（従業員）	・まだ消費増税前の駆け込みで客が動きそうな気配がある。住宅ローン金利も下がり、木材利用ポイント制度などの後押しもあり、景気はやや良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・2月から進めていたアパート事業が順調に推移しており、3か月先くらいには具体的な数字になって表れてくるので見通しは明るい。並行して戸建ても推移すれば、かなり良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・いよいよ焦点の9月を迎えるに際し、消費増税前の駆け込み需要に期待したい。
変わらない	
商店街（代表者）	・アベノミクスや参議院議員選挙で、その後どうなるかということであったが、参議院議員選挙が終わったからといって景気の状態が良くなったとは思わない。逆に少し低調になりつつあるというような気がしている。一部の企業だけが利益が出る、あるいは売上が上がるということではなくて、中小零細企業にも何らかの方法で景気の流れが変わるようだと有難い。
商店街（代表者）	・今年のように天候が不順で、暑い日が続いて雨が降らないという状態では、通常の売上に戻ることは非常に難しい。普通の天候に戻ってもらわないと、これからの売上も良くなるとは考えられない。
商店街（代表者）	・ともかく客が財布のひもを締めているというような状況で、ガソリン関連の価格が上がっている状況で、小売店になかなか客が回ってこないのが実状であり、今後どうしたらいいのか模索中である。
商店街（代表者）	・世の中の動向が一番気になる。消費増税問題や株価、外交問題など、これまでの流れが急に悪くなる要因もたくさんはらんでいるので楽観できない。
商店街（代表者）	・既に商店街や街の中小の小売店では、本当に最低の線で日々暮らしている。家賃や地代収入などで日々の生活に困らない店主のみが単に店を開いているような社会になりつつある。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費増税の決定にもよると思うが、増税が決まれば駆け込みの消費がある。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費増税が導入されることになれば、来年の4月までは今の状態が続く。

一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・法人客の物件、案件が数か月前に比べてそれほど活発でもないような感じである。消費税が増税するか否かの状況によって、法人客に関しては変わってくるのではないかと見定めていないということもあり、良いのか悪いのか分からないというのが正直なところである。ただし、現状は若干良くなっているため、この現状維持で変わらない。
一般小売店〔茶〕(営業担当)	・先行きは不安だが、高速道路のパーキングエリアの売店では一時期、1つのソフトクリームを分けて食べているカップルもいたが、今月は1人1個購入している。お金を使うことにためらいがない感じがしている。
百貨店(売場主任)	・まだ景気回復というところまではいかない。給料がまだ上がってきていないことと、消費税がどうなるか不安であることからである。
百貨店(総務担当)	・来年4月に消費税増税が導入されることになれば、消費税増税に対応した購買が増すと一般的に予想されているが、今年に入ってからの傾向をみると、富裕層に限られた動きで、まだ全体の動きにはなっていない。これから暮れに向けて、飛躍的に景気が良くなるというような予見はなかなか難しい。
百貨店(総務担当)	・消費税増税の状況によるが、来年増税となれば駆け込み需要もあるが、2、3か月では変わらない。
百貨店(総務担当)	・消費税増税、為替や原油高の影響で消費は上向かない。
百貨店(広報担当)	・NISAなど、若干の景気浮上策はあるものの、当面はその他の追加施策の見込みはない。加えて、異常気象による集中豪雨や原油価格の高騰、福島第一原子力発電所の事故などによる電気料金の値上げなど不安材料は多い。その一方で来年に予定されている消費税増税までは急激に景気を冷やす材料も見当たらず、この数か月先までは若干の増減はあっても現状の消費の傾向が続くと思われる。
百貨店(広報担当)	・消費環境に明るさはみえるものの、社会情勢などの不安要素もあるため、変わらない。
百貨店(営業担当)	・例年以上に猛暑日が続く、夏物衣料全般、日傘、帽子、サングラス等の商品の動きは良い。宝飾品、時計、美術等の高額商品も引き続き好調に推移している。ただし、シリア情勢をはじめとした国際情勢の影響もあり、景気の先行きは未だ不透明ではある。
百貨店(営業担当)	・今後、秋冬物に移り、セーターやコートへとアイテムが変わっていくが、価格が維持できず、苦戦が予想され、現状と大きくは変わらない。
百貨店(営業担当)	・過ごしやすい天候になるにつれ、来客数も戻りがあると期待している。また、商品単価の値上げにより、食料品関連については伸びが期待される。秋から冬にかけての衣料品の動きは、重衣料の出足が遅れると考えられるので、全体として大きな伸びは期待できない。今後、消費全体の底上げについては、冬のボーナス額にも左右される要素が大きく、先行きの不透明感は続く。
百貨店(営業担当)	・オリンピック招致や消費税増税への決断がかなり影響を与えそうなことから不透明感が強く、総じて大きな変化はない。
百貨店(販売促進担当)	・消費税増税の決定後に一部高額品の駆け込み需要の動きが出始めると考えているが、一般消費者は引き続き消費に慎重な姿勢は崩さない。
百貨店(店長)	・良くなるのか、悪くなるのかのちょうど中間にあるのかもわからない。どちらかに動く前という感じである。
百貨店(営業企画担当)	・資産効果により好調が続く高額品だけではなく、所得の増加により衣料品やリビング用品などの売上増加につながるのか、現時点では不透明である。消費税増税の判断時期が近付いており、その決定内容が消費行動に与える影響も現時点では読みきれない。
百貨店(副店長)	・秋物商戦が始まる中で、食品などのデイリー品がどこまで伸びるかが勝負である。食料品と雑貨の伸びがポイントであるが、同じ企画では集客できないのが現状である。電力などの経費増があり、販売促進費などの削減努力をしなければいけない。
百貨店(計画管理担当)	・2～3か月先の景気というより、消費が一時的に活発になるか否かは消費税の動向による。増税が決まれば前倒しで消費が活発になり、小売業としてはマインドとは別に景気が一時的に良くなることが期待される。
スーパー(経営者)	・1点単価は上がっているが、来客数が減っており、相殺されてずっと変わらない状態が続くのではないかと。来客数が多少上向いてくると、景気が良くなってくるとも言えるが、なかなかそこまではまだ見通せない。

スーパー（店長）	・本来ならばやや良くなると回答したかったが、現段階ではチラシをまいたり、集客をかけても客足が伸び悩んでいるという環境である。3か月後の景気についても現段階と変わらない推移予測している。地域の祭りがあるが、祭りがあったからといって来店客が増えるかというところでもないので、少し厳しい。
スーパー（店長）	・消費を後押しするほどの政策もなく、国民全体の底上げがされていないので、まだまだ厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・11月になると、消費税増税導入も決着がついていると思う。その中で客の購買意欲は下がっていているのではないかと考えると、今と同じようにあまり良い状態ではない月になる。
スーパー（店員）	・来客数はわずかながら伸びているが、客単価等は伸び悩んでいる。高額商品等はポイント還元時には売れるが、通常は価格訴求型の客が多い。
スーパー（総務担当）	・景気が良くなっているという話を聞いていても、身の回りの商品売っているスーパーの売上としては、実際に可処分所得が増えないので食品などの購入額はそれほど変わらない。また、原油価格が上がることによるガソリンなど光熱費の上昇、消費税増税も含め、今後の動向は不透明だが、今と同じように若干下回ったまま推移すると思う。
スーパー（営業担当）	・ブラジル、トルコ、インドネシア等の新興国の経済がおかしくなってきた影響で、社会経済に影を落とすのではないかと心配している。
スーパー（仕入担当）	・円安、海外の人件費高騰、中国、インド等の東南アジアの輸入増大による輸入品の価格の高騰で、値上げが更に加速し、消費自体の冷え込みが懸念される。
スーパー（仕入担当）	・価格ではなく価値で買う客も増えており、商品の品ぞろえも価格一辺倒ではなくなってきたが、まだ多くの客は価格に敏感であり、売上に大きく影響していない。
コンビニ（経営者）	・隣の社宅が閉鎖され、その閉鎖後、開発の見込みがないため、今のところ変わらない。
コンビニ（経営者）	・客の買物動向が劇的に変わり始めており、ファーストフード中心に来客数の増加を図ることができた店舗のみが生き残れる状況になっており、この傾向はますます加速しそうである。
コンビニ（経営者）	・毎年7月に向かって1月から売上が上がり、来客数が増え、7月をピークに8月からは徐々に売上、来客数共に減っていく。ここ数か月の様子をみると、この動きは以前と変わっていない。しかし、ピークの山が若干低くなり、低いまままで同じように落ちている。どこかで右肩上がりの山になるということがないため、このままの状態が続くのではないかと予想している。
コンビニ（経営者）	・近隣にできた競合店の問題があるが、当店では自信を持っており、現在と変わらないか、やや上向き状態とみている。
コンビニ（経営者）	・パートスタッフの話聞いても、明るい近未来に期待が持てない。
コンビニ（エリア担当）	・アベノミクスの影響で高単価商品の売行きが良くなる一方、たばこ顧客が想定以上に落ち込んでいるため、しばらくは横ばいで推移する。
コンビニ（商品開発担当）	・身の回りの消費については節約傾向が続いており、来客数もすぐには上昇することが期待できないため、今後も厳しい状況が続くことが予想される。
衣料品専門店（経営者）	・売上が期待できるシーズンに入るが、現在、消費税増税の話題が先行しているため、今から防衛している様子がよく分かり、価格に対しても厳しい目で見ている。また、収入増の見込めない層は先行き不安のため、消費増は期待できない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税が未定なことが、かえって不安材料になっている。決定すれば多少の駆け込み需要も見込める。
衣料品専門店（経営者）	・所得が増えないのに物価だけが上がり、この状態で消費税が上がれば、これからの生活はどうなるのかといった多くの声が聞こえてくる。
衣料品専門店（営業担当）	・1年を通じて一番売上が増加する10月がやってくるが、今年の秋冬物は不安である。仕入原価の高騰により、前年の売値を確保するためには利幅が減り、値上げをすれば売れないことは手に取るように分かる。戦い方を変える時がきている。
家電量販店（店員）	・表向きでは景気は回復傾向であるが、家電量販店からすると、良くなる、悪くなるもない。今後の販売量を含め、顧客ニーズに対応した商品が出ない限り、厳しい。

乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、整備の方は順調に売上が伸びているが、販売の方はあまり芳しくない。今年は消費税の関係で、販売については客が様子見の状態になっている。
乗用車販売店（渉外担当）	・今後の消費税動向により自動車税の取扱も検討されている中、楽観視はできないがしばらくやや良い状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・今の改善策では景気改善ができていないので、今後上がる見込みはない。
住関連専門店（統括）	・現状はまだ厳しい。具体的な景気回復のものが見当たらず、低迷したまま変わらない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・医薬品のインターネット販売の行方、消費税の行方により、かなり変わってくる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ここ最近、来春からの消費税増税検討のニュースが流れる中、増税決定であれば駆け込み消費により、売上伸長が見込まれるが、その後は冷え込む。増税見送りであれば、今の消費トレンドが継続され、特段の変化は見込めない。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・景気が良くなったのではなく、衣食住のうちの衣食にお金を使わなくなっている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・8月の好調は、主に気候要因が大きかったと考えている。その他の要因では、大きな上向きの要因があまり見当たらない。
高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移からの判断だが、現状、前年と同等、もしくはは下降傾向にある。
一般レストラン（経営者）	・地域的にマスコミ取材等の多い店があるが、一過性の忙しさで、その継続はなかなか難しく、消費者の財布は余程特色がないと開かない。
一般レストラン（経営者）	・先月、下げ止まりかと思ったのだが、残念ながら今月は前年比で思った以上のマイナスである。厳しい状況はまだ続きそうである。
一般レストラン（経営者）	・当店は接待に利用するような店のため、なかなか厳しい状況だが、同じグループで安い居酒屋を経営しており、そちらの消費は意外と堅調に推移しているので、暮れに向かっては若干持ち直して横ばいぐらいになる感じである。
一般レストラン（スタッフ）	・変わらないと回答したが、落ちてもないが上がってもいない。修理など様々な必要経費が出てきているので、現状としては良くはないが、売上自体は落ちていない。
旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の販売予測、受注状況をみても前年度を下回っている。ただし、案件数は前年より約10%多く見込まれるため、全体としては変わらない。
タクシー運転手	・今後も現在とあまり変わらない感じがする。明るくなる状況にはないと思うので、現状維持が精一杯である。
タクシー運転手	・来年4月からの消費税増税の話題がそろそろ出てきている。これが実施されると、更に客が減るといった雰囲気になってきている。
通信会社（経営者）	・9月にスマートフォンの新機種販売が予定され、割引プランによるテレビ、インターネット、固定電話サービスへの相乗効果が考えられるが、現状は不透明である。
通信会社（社員）	・消費税増税の影響がちらほら聞こえてきている。加入については好調を維持できる見込みだが、家計に直接影響のある消費税増税はサービスの解約につながる可能性があるため、変わらないとした。
通信会社（管理担当）	・新サービスの追加等、消費行動を喚起する動きは予定していないので、現状維持と予想している。
通信会社（営業担当）	・ここ数か月、契約数は横ばいであり、需要喚起を行う施策を打たないと契約数は上向いていかない。
通信会社（局長）	・将来的な明るさは見えつつも日々の現実的な生活面においてははまだ変わっておらず、消費税増税、原発、TPPに先行きの不透明さを感じている中では、まだマイナミックには低調が続く。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。現状維持はむしろ楽観的であるとさえ思える。
通信会社（総務担当）	・個人所得の増加は考えにくいので、消費税増税の動向によっては、実質的に景気は冷え込むものと考えているが、まだ時期尚早である。
通信会社（経営企画担当）	・客からの受注、売上共に上向きな変化はみられず、客によっては減っている状況もみられる。
ゴルフ場（従業員）	・国が発注する工事は増えていると思う。しかし、その分国民1人当たりの借金は増え、さらに年金受給時期は遠ざかるばかりである。国民の不安は増す一方で、財布のひもはさらに固くなっている。景気は良くなるとはとて言えない。

	ゴルフ場（支配人）	・ゴルフ人口の増加が見込めず、ますます業界内での競争が激化し、悪くはなっても今より良くなることは考えにくい。期待を込めてこれ以上変わらないでほしい。
	パチンコ店（経営者）	・今月は暑さのおかげで少し良くなっている。9月に低玉貸しとって1発1円で安く遊べる機械を増台する。結構人気があるので、来客数がもう少し増えるのではないかと期待している。また、それが定着すると考えて、2、3か月先は今と変わらない。
	その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 （店長）	・現状、来客数、売上共に落ちきった感で推移しており、微増の状況である。ただし、大きな変動ではなく、週単位で見ると安定した推移はしていない。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ6か月ぐらいは、生徒数の増加は一向にみられない。景気が回復してくるとはまだ思えない。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2学期からの入塾希望者数が、前年同月比マイナス10%程度である。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・現在の客の感じからすると、景気が悪いままで変わらない。消費税増税前の駆け込み需要も感じられないし、消費税を上げるのはもっと後にして欲しい。
	設計事務所（経営者）	・現在、消費税がどうなるのかということで、建築及び設計としては客も考えているような状況と考える。当社では、新しい仕事を取るために、設計のPR、ホームページからの呼びかけ、また、近隣への耐震診断のPRをし、少しずつではあるが、仕事が見えているという状況である。しかし、この先どのように動いていくかという、さほど動きがなく、あまり変わらないと感じている。
	設計事務所（所長）	・先月までは良くなるような状況であったが、実態としてはそれほど良くなってきていない。今後の景気については多少の不安を感じているため、なかなか先が見えないということを含めて、景気が良くなることに期待するほかない。
	設計事務所（職員）	・依然として建設工事に係る状況は、発注側にとって厳しい条件が多いが、新たに地方都市再生の補助金が検討されるなど、発注案件の増加に結び付く政策に期待したい。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・2、3か月は同じような状況が続く。
やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・8月は高温が続いているので、来客数、売上共に前年割れの状況である。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・まだ暑さが続きそうであり、電気料金の値上げや、暑さによる電気使用量の大幅増により、家計が厳しいのではないかと思う。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・売れる商材がないため、売上が上がらない。量販店の展示品も、家電製品より住宅関連の展示が多くなっている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先は、消費税の問題もあり、景気が良くなるようには思えない。
	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・イベントも一段落し、落ち込むことが予想される。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・来月の終わりごろまで気温の高い日が続くとメディアで報道しているので、単価の安い、冷たい麦茶等の商品比率の継続を考えると、今後数か月の当業界の景気回復はまだ先の話になってきそうである。その反面、これから冬場になるが昨年より寒い日が多く続けば、お茶の売行きにも希望が差し込む。
	百貨店（営業担当）	・来年4月に消費税増税が実施されると、回復基調に水を差す。
	コンビニ（経営者）	・安いたばこ、いわゆる旧3級品と呼ばれる製品等に、大幅に流れている。ベスト10に2品がただ安いということだけで上位に入っている。これがたばこの売上を下げている。
	コンビニ（経営者）	・円安による燃料価格の上昇、また、消費税が上がるというようなこともあって、先行きは非常に厳しい。上昇して欲しいが、その時期が終わらないと少し厳しい。
	コンビニ（商品開発担当）	・シリア問題等の情勢不安が原油高を招き、さらに円高にも影響し、最終的に消費を鈍化させるのではとの懸念がある。
	衣料品専門店（経営者）	・天候が予測しにくく、商材展開が難しい。このままずっと残暑が厳しいと秋物の苦戦が予想され、売上が低迷する。秋がだんだんと短くなり、現在では季節商材展開が大きなリスクとなっている。
	衣料品専門店（経営者）	・原材料が上がっており、値段を抑えるのが厳しくなってくる。さらに消費税増税がこのまま進めば、景気が良いところは一部にあると思うが、一般の小売業は厳しくなる。
	衣料品専門店（店長）	・消費税増税導入が決定されれば、導入時期を間近に控えることとなるためか、あるいは収入が増えていないためなのか、暑い夏にもかかわらず動きが良くない。消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、現状は思わしくない。

	都市型ホテル（スタッフ）	・今後、消費税が増税されると、消費マインドが冷え込んでくる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・先の宴会予約数は前年同時期に比べて1割ほど少なく、単価も上昇するどころか下落するものばかりである。また、レストランは還暦祝い、喜寿、両家の顔合わせ等の家族の記念日での土日、祝日の予約が伸びない。その一方、バーはボトル販売等含めて平日の夜の利用が増加している。宿泊は近隣でのイベントによる個人利用に左右される場面が多くあり、ビジネス客が大きく動いているとは思えない。この先もイベントが予定されており、イベントスケジュールが発表されれば予約が増えると考えている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に先々の予約は低調で、ここ数か月の動きからみて直近での動きも期待できない。大型団体の動きが鈍く、繁忙期に入るが例年の販売量を確保するのは難しい状況であり、厳しい状態が続く。	
	通信会社（経営者）	・株式市場の低迷や、アメリカの金融引締め、消費税増税など、将来の不安要素がある。	
	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・猛暑の影響か、プール等の夏レジャーに人が流れ、来場者が減っている。	
	美容室（経営者）	・周りの商店が徐々に減って、製造業しか残っていないような気がする。	
	設計事務所（所長）	・消費税増税後の見通しはなく、現在受注している急ぎの物件もきちっとした設計ではないので、単品と考えられる。	
	設計事務所（所長）	・企業の投資意欲がまだまだである。土地ないし建物等の着工件数が増えなければいけない。消費税増税前に駆け込みで住宅等を建てておくとか、購入しようとかいうことで、今の状況はあくまでも消費税ありきになっている。今後、安定的にいくには、消費税が上がった場合でも、それなりの対策が取られていかなければ景気は継続的には上がっていかない。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税率5%の経過措置が適用される9月が終わったら、急激に契約数が減ると思われる。また、既に展示場への来場者数は、場所によっては大きく減ってきている。	
	悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・商業面積が増え続けるためである。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・政府が景気が多少良くなっているようなことを言っているが、皆、実感はないのではないかと。給料が上がっていないと言う人も根本的に景気が悪いということだから、消費税の件もあり、ますます物価が上がって景気が悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・新しい販路が決まり、売上が上昇すると思うのだが、既存の売上が伸びるかは難しそうであり、利益まで上がるかは分からない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・定期物の受注を見込んでいるためである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・例年同じことだが、8月は夏休みが8日間あるので、どうしても停滞する。これから秋口どのように変わっていくか、アベノミクスがあったり、消費税の問題もあるが、上向かなければ何をやっても駄目である。メーカーの方は消費税と加工代がはっきり分離しているため、仮に消費税が上がってもやってけると思っている。これから秋口にかけて大いに期待したい。
		建設業（従業員）	・消費税増税前の駆け込みで注文がそこそこあり、切れ間なく工事があるので、少し良くなるのではないかと。
		建設業（営業担当）	・消費税増税の情報や風評により、駆け込みでの設備投資案件が増えており、積算が間に合わない状況である。また、工事の職人不足もあり、現在仕事が請け負えない状況が続いている。
		建設業（経理担当）	・今までは案件が少ない中、予算が合わず断っていたが、最近では先方からの引き合いが多くなっている。なかなか予算は厳しいが、事業計画を実行に移しかけている案件が多くなったようである。
		金融業（統括）	・社会全般に景気が良くなりそうな傾向がある。
		不動産業（総務担当）	・空室率が改善していけば、おのずと賃料も上がっていくだろうという淡い期待感からである。
		税理士	・北米の日本製品が伸びている一方で、中国等の景気が少し落ち込んできている。また、日本国内の政治がアベノミクスで引っ張られている。もし東京にオリンピックが招致されることになったら、それに引っ張られて少し良くなっていくと思う。
		税理士	・自分のための消費を控えるような材料はないので、景気は上向く。

	経営コンサルタント	・市内に数か所の貸しビルを持つオーナーの話では、ビルのほとんどはオフィス用であるが、このところ空室の数が減ってきているという。契約者のほとんどは、スペース拡大、拠点増などの前向きの移転であり、明るい展望が描けるようになってきているのではないかと。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・一般工務警備もこのまま推移していく予定なので、売上は上がる。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋から冬に向けて新規の見積がいくつかきており、受注の可能性が高いので、ようやく新しい仕事を始められるような傾向である。
変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係と個人客への商売をしているが、会社関係は相変わらず下がっており、名刺の注文も少ない。その一方で個人客の実印や銀行印など、リフォームで祖父、祖母が使っていた物を作ってみようという注文が出てきているので、個人需要は上がってきていると感じている。ただし、法人の方は横ばいか下り坂なので、合わせて変わらないという見通しである。
	化学工業（従業員）	・今後、需要拡大につながる具体的な要素が全くなく、先行きの見通しが立たない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・まだアベノミクスの影響が全く出てきておらず、すぐに景気は良くならない。
	金属製品製造業（経営者）	・受注量は徐々に増えている。今後も期待できそうだが価格面は相変わらず厳しく、原材料などの値上がり負担増となっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現在、取引先の何社かは景気がいくらか戻ってきているというようなことを言っているが、3分の2ぐらいの取引先は戻ってきていないという状況である。それをみると、当社に良い影響があるとはとても思えないので、現状のまま変わらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・何もしないと変わらない。他力本願ではなく、自助努力によりこの難局を切り開いていかなければならない。新商品の開発、輸出の増進などを考えている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・消費税問題が中途半端になっており、中小企業以下の従業員の経済状況も決して良くはなっていないので、当分景気は良くなるとは考えられない。
	精密機械器具製造業（経営者）	・一時の底の状態は脱したが、大きな改善がみられていない。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・身の回りでは急激に景気が良くなるというような情報はなく、今のままで推移していくのではないのかと感じている。悪くなるという材料も特にない。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春先は景気回復への期待感もあったが、夏場の暑さの影響で客の来店が遠のき、業界全体が停滞気味なのではないかと。
	建設業（経営者）	・一服感があり小康状態である。消費税や木造サッシの問題があり困っている。
	輸送業（経営者）	・消費税増税は非常に議論の分かれるところなので、将来の景気についてはさほど期待できない。逆に景気が悪くなるということも考えられる。
	輸送業（経営者）	・どの得意先も夏期休暇が終わったので、せめて少しは良くなってもらいたい。
	通信業（広報担当）	・中小企業はIT投資には依然慎重で、しばらくは弱含みで推移する。
	金融業（従業員）	・アベノミクスの効果を実感している中小企業は少なく、景気回復の裾野が広がるには、まだ時間を要すると思う。今後は消費税増税による影響が懸念される。
	金融業（支店長）	・現政権の成長戦略への期待から、ここまで回復してきた。来年度に消費税増税も控えており、今後の回復はさらに次の一手がなければ厳しい。
	金融業（支店長）	・取引先の社長の話では、ここ2、3か月先の見通しが立っていないとのことである。特に製造業、小売業は良くなっていない。また、不動産関連は9月以降どうなるかということで、少し不安になっていることと、消費税が上がるかどうかによっても、また景気が上がったたり下がったりすると思うので、2、3か月先はそんなに変わらない。
	金融業（役員）	・国内外の動向は景気の腰を折る可能性が高いものが多く、正直どう転ぶか分からない。一部には、今後の成長が見込める分野への参入、起業の兆しも見え始めている。
	不動産業（経営者）	・5月ごろ、地価が上がったようだと言っていたが、その気配も感じなくなった。
	広告代理店（従業員）	・特に変化は感じられないような受注予定や販売額となっている。ただし、円安が進み、製品材料で使うポリエチレンの価格上昇が心配である。

		広告代理店（従業員）	・ガソリン価格が高騰して、取引先の自動車販売店にも影響が出ている。その中でエコカーの新車が発売され、プラスマイナスゼロである。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要がある一方で、エネルギー問題、外国為替相場などが不安定である。オリンピック東京招致の結果も気になるところである。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・まだ実体経済に好影響をもたらす材料がない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境整備の受注件数が少しずつ落ちてきており、今後変化する要素が見込まれないことから、当面の間、この傾向が継続する。
	やや悪くなる	食品品製造業（経営者）	・様々な商品の値上げが始まっていて、それが消費に影響を落としている気がする。
		繊維工業（従業員）	・ニット業界の景況は、依然として現状維持の状況で上向いていない。秋口にかけて売上が減少する傾向にあり、現在のままであれば、業況は更に落ち込むことも予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・各顧客とも新企画がぼちぼち決まりだしてはいるが、力強さに欠け、消費税増税もあって一進一退を繰り返そうである。
		金属製品製造業（経営者）	・もし消費税が上がれば経営が苦しくなるだけで、ものづくりの仕事は日本では難しくなってくるのではないかと。得意先と共に研究開発や試作の仕事に力点を置いて協力し、企業経営に活力を見出すしかないと思っている。純然たる下請では、日本では非常に難しくなっている。
		建設業（経営者）	・中小企業向けの政策が全然実施されていない。
		輸送業（経営者）	・現在、景気が好転する材料が見当たらず、早いペースで値上がりが続いている燃料価格の先行きに注視している。現状が継続されれば、景況感は更に悪化する。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注価格の値下げ競争に加え、原材料の値上げが実質9月より実施されるため、さらなる利益圧迫が予想される。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・燃料、電気代、資材等の値上げが今秋に大きく動くと思しているため、利益の確保が難しくなる。
		金属製品製造業（経営者）	・現在受注が増え、建設機械排出ガス規制や消費税増税前の駆け込み特需で忙しくなっているが、当社に限らず同じような企業が多くある。年内までで年明けには景気は下降すると感じている。
		建設業（経営者）	・消費税増税の時期が悪い。もう少し景気の底入れをしてからが良いのではないかと。思う。
		輸送業（総務担当）	・このまま国内出荷が低迷し、荷主が輸出中心に生産を増やせば、年末、年度末の繁忙は期待できない。
		広告代理店（経営者）	・当社の顧客は、消費税増税前の駆け込み特需は期待できない業種ばかりなので、3か月後に売上が好転する要素が見当たらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・世界情勢に良い情報がない。
雇用関連	良くなる		○
	やや良くなる		○
(南関東)		人材派遣会社（社員）	・年末に向けて短期的な求人増が見込める。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は高い水準で安定しそうである。個人的には、長期金利が下がることは非常に助かる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・就職内定率がやや高くなっている。中堅企業は採用を継続する可能性が高い。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人広告に対するレスポンスが遅くなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は減少傾向にあり、新規求人数は増加傾向が続いている。今後もこの傾向は続き、雇用失業情勢は緩やかに改善する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の責任者や人事担当者などの感触では、国内販売の短期的な改善はみられないが、海外拠点の短、中期的な成長には期待している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者にヒアリングをしたが、ガソリン等の燃料費も高止まりしており、経済政策も今一つみえてこない。円高に戻ることはないにしても、若干円が高くなってきている。秋に向けて経営環境が良くなることは期待できないという人が多い。
		人材派遣会社（社員）	・大幅な変化が出る傾向は特にみられない。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼は増えても登録者数が増えず、マッチした人材を紹介できない状態は今後も続きそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・期待していたほど参議院選挙結果の影響がない。もう少し時間が必要かもしれない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加に伴い、求める人材のスペックも高くなっており、求人数と就労者数が比例して伸びているわけではないため、景気はあまり良くなっていかない。

	人材派遣会社（営業担当）	・雇用形態の無期化、給与の改善がないと景気は浮揚しない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・この時期の求人は毎年少なく、傾向としては例年どおりの動きである。秋に向けて新規、補充の案件が多少増えるのではないかと期待しているが、今のところその兆しはみられない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きにむらがあり、良い週、悪い週と、1週間単位でも変わっている。
	職業安定所（職員）	・景気の動向がつかめないためである。
	職業安定所（職員）	・求人数は増えているが、ミスマッチの状況は続いている。
	職業安定所（職員）	・景気の先行きが明確に良くなるという実感がない中で、雇用面はあまり変わらない。
	職業安定所（職員）	・派遣、請負求人の割合が全体の3分の1程度を占めている状況が続いており、今後においても、直接雇用の増加に結び付く情報が特にならない。また、消費税増税に向けた動きについての影響も懸念されるためである。
	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の求人意欲が高止まっているが、採用数が増えていない。
	民間職業紹介機関（職員）	・内需は好調で求人意欲が衰える気配はないものの、外需が新興国やアメリカの状況次第という部分もあり、みえないので、相殺されて変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・近々の求人数推移から、大きな変化は起きないと判断している。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の新規求人公開、再募集、採用人員数増など、事前の予定から変化はほとんどない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気回復への期待感により、景気が良くなると期待された時期は過ぎ、不安要素の方が注目されてくるのではないかと。
悪くなる	—	—