

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〔米穀〕 (経営者) | ・希望も入っているが、国会、アベノミクスなどを聞いていて、そろそろ成果が出始めるのではないかと。また、歳末にかけて景気が良くなるという見通しを立てている。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・暮れが近付くと、必然的に買物をする客が多くなるので良くなる。 |
| | | 乗用車販売店 (販売担当) | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるため、購入する人も増えると感じている。 |
| | やや良くなる | 商店街 (代表者) | ・東京オリンピックの件もあり、政治も安定しているのでとても好感触である。イベントなども個店単位でのモチベーションが上がっているのがよく分かる。クレジットカードの取扱高も前年同月より伸びており、良い方向である。 |
| | | 百貨店 (売場主任) | ・来年4月から消費税増税が決定したので、この2、3か月先に関してはクリスマスやボーナス需要で購買量が増え、景気はやや良くなる。 |
| | | 百貨店 (総務担当) | ・消費税増税の4月前までは良くなる。特に3か月後は1～2月なので、景気は今よりも高まっていくのではないかと。高額品を中心に販売量、1人当たりの単価共に来年の3月までは現在よりも良くなる。 |
| | | 百貨店 (総務担当) | ・消費税増税までは景気の回復傾向が続く。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・消費税増税の関係もあり、一時的に伸びるだろう。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、最近のトレンドが若干下がってきているので、その動きと相殺されてしまう。年末年始にかけて、グロスとしては若干伸びていくことを期待しているが、年末の各社賞与次第で、環境は大きく変化する。商品の動きとしては、単価の上昇により売上が伸びると予想されるが、市場の拡大による売上増は厳しい。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・今年の冬は寒くなるとの3か月予報もあり、防寒衣料が活発に動くと思われ、問屋、メーカーからの増産情報を多数入手している。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・消費税率引き上げによる駆け込み需要により、高額品は好調を維持する。 |
| | | 百貨店 (販売管理担当) | ・引き続き高額品は好調に推移すると思われ、消費税増税前の駆け込み需要がより顕著に現れるなどのプラス要素もある。 |
| | | 百貨店 (店長) | ・全体的なムードは悪くない。 |
| | | 百貨店 (管理担当) | ・2020年東京オリンピック開催に向けて景況感が上向いているため期待している。 |
| | | 百貨店 (営業企画担当) | ・宝飾品、特選などの高額品の動きは引き続き堅調である。衣料品の不調は一時的な要素が大きく、賞与増や賃上げの動きにより家計にまで景気回復の実感が広がれば、消費税増税までは良い動きが続く。 |
| | | 百貨店 (副店長) | ・消費税増税前の駆け込み需要は年末に向かって大きくなる。お歳暮やクリスマスは前年より良くなる兆候がある。 |
| | | スーパー (店長) | ・3か月後になると、消費税増税前の駆け込み需要が出てくると思われ、今非常に厳しい衣料品、あるいは住居関連品等の売上が一段と上がってくると思う。食料品は堅調に推移しているため、このままスライドして全体的に売上の底上げがあり、景気が良くなるような気がしている。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・近隣のスーパーがオープンして1年を迎える。直近数か月、客の利用の仕方が変わってきたようで、離れていた客が戻ってきている。 |
| | | 衣料品専門店 (経営者) | ・来年4月の消費税増税までに、駆け込み需要と量より質の高付加価値商品の品ぞろえのため、店内改装をして閉店・開店セールで売上を上げる。 |
| | | 衣料品専門店 (店長) | ・消費税増税前で秋冬物の駆け込み需要があると考えられる。 |
| 家電量販店 (営業統括) | ・ボーナス商戦に向けて、販売金額は増加していくと予測している。白物家電の中でも高級調理家電の動きが良くなってきている。高級IH炊飯器、スロージューサー、掃除ロボットなど高機能で付加価値の高い商品を購入する客が増加している。 | | |
| 家電量販店 (統括) | ・消費税増税前の駆け込み特需と、現在のOSのサポート終了によるパソコン特需という2つの大きな需要に期待が持てる。 | | |

| | |
|----------------------|---|
| 乗用車販売店（経営者） | ・販売の方はあまり芳しくないが、来年4月から消費税が上がるということで、来月あたりから車の販売が伸びることを期待している。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税前の駆け込みの客が増えて販売量の増加が見込まれる。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・全体的に建設関連の車両については動きが良く、価格も高い。ただし、架装メーカーが間に合わないために現状の中古市場はとて値段が上がっており、売り手もいないがなかなか買い手もつかない。いずれにしてもオリンピックを踏まえて建築関係は良くなっていくので、やや景気が良くなるだろう。しかし、平ボディ、ウイングなどの車両は在庫過多の状況なので、全体的な流れは建築が引っ張っている。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・客は消費税8%に対する割高感を感じているようである。ただし、有料サービスの入庫については前年割れが顕著である。そこを相殺しても本当に少ししか景気は良くなるのではないかと。 |
| 乗用車販売店（渉外担当） | ・燃費や維持費を重視した経済性の高いハイブリッド車に人気があり、ハイブリッドの高級車から小型車まで販売量が安定して伸びている。この傾向は続くところとらえており、景気もやや良くなる。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・回復していかないと厳しいためである。 |
| 住関連専門店（店長） | ・一時的ではあるが、消費税増税前の駆け込み需要がある。 |
| その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・消費税増税が控えているので、それまでは現状のままである。 |
| その他小売〔雑貨卸〕（経営者） | ・政府の施策が今のところは的確だからである。 |
| その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・年末ぐらい良くなってもらわねばと思っている。 |
| その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | ・年末商戦となり、新ハードの発売もあるため、市場規模全体は現在よりは当然拡大する。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・企業は業種により好不調がはっきり分かれており、この傾向はしばらく続きそうである。近隣の企業は比較的好調なので、この先はやや明るい見通しである。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・2、3か月先は1年で一番忙しく、売上の伸びる12月があるので今よりは少し景気が良くなる。しかし、1月になると急に落ち込むので、伸びはほんの少しである。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・消費税増税もあるが、2、3か月先は少しずつ良くなっていくような気がするし、そう願っている。また、冬のボーナスがどれだけ良くなるかにもよると思う。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税増税前ということで、駆け込み需要等である程度良くなることは確実だが、4月以降が非常に心配である。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・宴会関係は法人の新規取り込みができたところもあるものの、経費の見直しで中止になる会社もあつたりとまちまちである。宿泊は近隣の大型イベントは今後も予定されており、それに伴う予約は取り込めている。最近はインターネットで安い料金が掲示されるのを待っている傾向が更に鮮明になり、他社の料金を見ながらの神経質な展開になるが、増えると感じている。レストランも忘年会を実施する会社が減少している中、10名前後の問い合わせが入り始めているが、日が集中しており、重なるとすぐに他の店舗に変更してしまう。また、料金も安い方に流れてしまうため厳しい状況はある。特に親しい友人との忘年会、クリスマス向けに高単価の料理の予約も入り始めている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・2020年東京オリンピックの決定、来日外国人観光客の増加など追い風の材料が増えている。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・前年の同時期より忙しくなっているためである。 |
| タクシー運転手 | ・9月の完全失業率がやや改善したという発表や、通信機器会社の好決算など、景気回復の耳寄りなニュースが入る昨今、デフレ脱却に向かって徐々に景気は良くなる。 |
| タクシー運転手 | ・11月後半ごろから徐々に良くなる。12、1月は1年で一番忙しい月で、忘年会、新年会と何かと飲む機会も多くなり、また、東京オリンピックも決まり、暮れは今まで以上に期待が持てそうである。 |
| タクシー（団体役員） | ・年末年始には忘年会、新年会の需要があり、ボーナス、クリスマス商戦で必ず景気は良くなる。 |
| 通信会社（経営者） | ・下期は、入居開始と加入が連動すると考えられ、また、ライバルの携帯電話会社の新型スマートフォン発売開始の影響もないためである。 |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| 通信会社（経営者） | ・ボーナスが昨年より良くなるという期待から、消費が若干上向く。 | |
| 通信会社（経営者） | ・東京オリンピック決定で上向いた雰囲気も落ち着いてしまったので、今後は新たなアベノミクスの成長戦略に期待したい。 | |
| 通信会社（営業担当） | ・低価格化した商品を中心として、全体に持ち直す傾向になっていく。 | |
| 通信会社（営業担当） | ・来年に消費税増税があるが、客は景気は良くなると感じているので、将来の景気は良くなる。 | |
| 通信会社（局長） | ・1年を通じて消費するほどの景気回復感はないが、年末年始や新入居時期の消費意欲は期待できる。 | |
| 通信会社（局長） | ・当社の新サービスの発売と不動産繁忙期と重なることでの時期的要素も含まれるが、確実に契約数は伸びる公算がある。 | |
| 観光名所（職員） | ・今月は特に悪いため、2～3か月後は閑散期に入るものの、若干良くなると期待している。 | |
| ゴルフ場（支配人） | ・日々のコンペの組数は少なくなったが、コンペ自体の数が増えている。 | |
| 美容室（経営者） | ・台風など天候によって変わるかもしれないが、良くなると思う。全体の動きとして来客数が増えている。 | |
| その他サービス [福祉輸送]（経営者） | ・来年4月からの消費税増税、ガソリン代の値上げ、エコカー減税の存続などの問題、また、来年4月以降の車両購入費用が上がってくるのではないかとということも含めて、省エネ車を中心とした需要の盛り上がりが見込める。 | |
| その他サービス [フィットネスクラブ]（マネージャー） | ・消費税増税前はやや上向きを示すと思うが、増税後の落ち込みをかばうまでにはいかない。 | |
| 設計事務所（経営者） | ・当事務所では完全に上向きだと思っている。社員の増強等を図り、現在の行政の仕事、また民間の仕事を一生懸命頑張っている。特にホームページ等により、新しい顧客の獲得に努力している。入札においても他社と比較することなく当社の金額を考えて入札している。年末に対してこれからどうか更に考えていかなければならないが、上向きを信じて頑張っていく。 | |
| 設計事務所（経営者） | ・顧客からの仕事の話は出ている。 | |
| 住宅販売会社（経営者） | ・大企業の業績は回復してきているようであるが、中小企業に関しては、まだ回復の兆しが見えない。中小企業向けの景気対策や個人消費が増えるような対策に期待している。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・消費税増税前の駆け込みの反動がなくなってくる。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・現在の状況を考えると悪くなる要素がなく、どこまで伸ばせるかが重要である。ただし、消費税増税前の駆け込み需要や被災地への派遣で建築の大工が不足しており、工期が遅れているのが懸念される。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・今後、請負物件は工期の点から来年3月末までの引渡しは困難となってくるが、分譲住宅などの売買物件は駆け込み需要が期待できる。 | |
| 変わらない | 商店街（代表者） | ・自動車関連や住宅関連は消費税が来年の4月に上がるということで、前倒しで受注がやや多く発生しているということだが、我々の商売については全くそういったことがなく、逆にそちらの方にお金がいってしまっていて、マイナスの方向にいらっているようである。 |
| 商店街（代表者） | ・毎年11月になると天候が一応安定するが、今年はまだ台風が発生するような状況なので、非常に心配している。急に寒くなっているのも、どのような天候になるのか分からない状態が続いている。 | |
| 商店街（代表者） | ・衣料品関係はスーパーより安い価格の物が売れているような状況であり、利幅が取れない。また、近隣にディスカウント食品スーパーができたため、先行きが非常に思いやられる状況で、3か月先までめどが立たない。 | |
| 商店街（代表者） | ・消費税引き上げの4月までは、それまでの駆け込み需要で景気下支えになるのではないだろうか。 | |
| 一般小売店 [和菓子]（経営者） | ・報道などで景気が上向きになっているとあり、期待感はあるが、まだ不透明な部分があるので、今後もあまり変わらない。 | |
| 一般小売店 [家電]（経理担当） | ・3月までは今のような状態が続く。特に、工事のあるものは工期の点でも気を使うので、商品確保の点でも早めに勧めようと思っている。 | |
| 一般小売店 [文房具]（経営者） | ・店の周りが工事中であり、工事現場の塀などができているので、客はそこを避けて通るようであり、人通りは少ない。 | |

| | |
|------------------------|---|
| 一般小売店 [印章] (経営者) | ・良い方向で変わらない状況を期待している。非常に厳しい状況ではあるが、日差しが少し見えてきた。プレミアム付き商品券の関係もあり、ずっと続くとは思っていないが期待はしている。 |
| 一般小売店 [祭用品] (経営者) | ・天候不順で中止の行事も多いので、期待はできない。 |
| 一般小売店 [文具] (販売企画担当) | ・アベノミクスがあり、また、消費税増税前の駆け込み需要があるのではないかと予想されていたが、今のところない。全くないわけではないが、それほど大きな特需にはまだ成り得ていない。あまり変化がないのではないかと思う。 |
| 百貨店 (総務担当) | ・良くなる要素がない。ただし、固定客の買上は良く、それに支えられており、今後いかに新しい客に来店してもらうかがキーポイントとなる。 |
| 百貨店 (広報担当) | ・来年4月の消費税増税までは、実用品の買いだめや高額品の購入などが続き、前年以上の売上が期待される。また、現政権によるサラリーマンの賃上げ圧力など収入アップの雰囲気も後押しして、しばらくはこの状況が継続される。 |
| 百貨店 (広報担当) | ・今の好調な販売動向が、このまましばらく続くものとみている。 |
| 百貨店 (営業担当) | ・上旬は例年に比べて気温が高く、中旬から下旬にかけては台風の襲来と雨により婦人服、紳士服、子ども服の秋冬物衣料品の動きが悪かった。現状では景気より天気の影響が大きい。また、来春の消費税増税に対する駆け込み需要は、まだ先と思われる。 |
| 百貨店 (販売促進担当) | ・消費に対して慎重な現在の状況が急激に好転することは考えにくく、厳しい状況は今後も続く。 |
| 百貨店 (営業企画担当) | ・消費税増税前の期間は高額品が好調な傾向が続く。 |
| 百貨店 (計画管理担当) | ・客の動向をみても、消費税増税決定を受けての駆け込み需要や、東京オリンピック開催決定などの明るい話題がありながらも、実感として景気が良くなるような兆しは感じ取れない。 |
| スーパー (経営者) | ・今の状態が続くと思うので、2、3か月先もあまり良くない。さらに消費税が増税されるので、その近くになったら駆け込み需要はあるが、その後は反動があるのでどちらにしても客の消費状況は悪くなり、悪い状態がこのまま続く。 |
| スーパー (店長) | ・本来ならば、やや良くなると答えたかったが、今期に入って近隣に競合店が3店舗オープンしたので、オープンしてから1年たたないとなかなか数字の回復は見込めないと思っている。そのため、3か月後の景気については変わらない。 |
| スーパー (店長) | ・原材料の値上げ等で売価に反映せざるを得ない状況で、消費者はより一層価格にシビアになってくる。 |
| スーパー (総務担当) | ・消費税増税が決定したが、当店のようなスーパーでは頻度性の高い物、日々の物を中心に販売しているので、消費税増税に向けての買上動向はまだ先のように思う。景気が良くなっているという話は聞いているが、実際に可処分所得、身の回りの品物を買う自由に使えるお金はなかなか増えていないように思うので、このまま厳しい状況が続く。 |
| スーパー (営業担当) | ・消費税増税に関する景気の状況がまだよく分からない。成長戦略が具体的にどのような形で効果が出るのか、この点が相当大きく関わってくるのではないかと思う。 |
| スーパー (仕入担当) | ・来年4月からの消費税増税の前で今年の年末はボーナス需要で住居関連、家財、自動車、衣料品、旅行、娯楽等への消費が予想され、食品中心のすぐに消費される物への支出は減ることが懸念される。 |
| コンビニ (経営者) | ・近隣にコンビニがまた1店増えて、来客数も多少減っている。 |
| コンビニ (経営者) | ・来店客の年齢層も以前に比べて大分高齢化してきた。そのため、小分けで食べきってしまう物、日持ちのする物の売行きが大変良い。それに反して大袋の商品、賞味期限が短い物はなかなか売れなくなってきている。これからもこのような傾向で小口化、賞味期限が長くなおかつ必要な物、食べきってしまう物、日常的に必要な物が増えていくのではないか。このような変化に対応して本部の方も動いてくれば、このまま行けるのではないかと思う。 |
| コンビニ (経営者) | ・アベノミクスも何となく失速気味だし、様々な重要案件が目白押しになっている。内外の情勢が厳しいので、なかなか難しい。 |
| コンビニ (エリア担当) | ・たばこを含めてダウントレンドに変化がないため、変わらない。 |

| | |
|---------------------|---|
| 衣料品専門店（経営者） | ・天候等の外部要因で客の行動が読めない。また、セール商戦の前倒しも不安要素である。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・二極化がはっきりと進んでおり、一部の収入増の人は目的があればまとめ買いをするが、多くの顧客はまだ変化がなく、日常の物価上昇に対処するため生活防衛が中心となっており、今までとあまり変化がないのではないかと思う。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・若干高級品も売れるが、まだ安定した販売の動きではなく、様々な値上げが出ているので、年末にかけてどうなるのか読み切れない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・最近の天候不順やサラリーマンの給料アップが実感できない状況など、景気の先行きはなかなか読めない。 |
| 衣料品専門店（営業担当） | ・消費税が上がる4月までは、大きい物はもう既に売れていて景気は上がっていると思うが、末端の衣料品は、多少買い急ぎという人が見えると思う。4月以降の3か月は必ずその反動が影響して、30%ぐらいダウンするのはもう目に見えている。 |
| 家電量販店（店員） | ・これから先に関しては4Kテレビまたはタブレットパソコン系が動かない限り、家電量販店が危機に陥る可能性がある。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・消費税の影響がもっとあるかと思っていたが、特に動きがなく期待感が消えてきた。 |
| 住関連専門店（統括） | ・伸びる要素がまだなく、消費税の様々な問題もあるが、ここ2、3か月は今の状態が続く。 |
| 高級レストラン（店長） | ・忘新年会の予約状況も例年と変化がない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・低価格の風潮だが、価格に見合ったものなら美味しい物を食べたいというニーズはある。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・アベノミクスはまだ我々のような小さな飲食業には届きそうにない。 |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・景気自体は良くない。株が上がったと言っているが、株は雇用も生まないし、下落するリスクもある。一般の人の給料はそれほど上がるわけがないので、給料が上がらなければ、当店のよう飲食店は良くならないし、回ってくるのは一番最後である。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・先々の予約は相変わらず動きが鈍く、予想が立て難い状況である。宴会では忘新年会のシーズンとなるが、週末中心で全体的に良い状態ではない。レストランも個人消費が戻ってきておらず、年末イベントも苦戦している。可もなく不可もない不安定な状況が続いている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・2、3か月先の予約はまだ全然入ってきていないので、どうなるのか見当が付かない。やや良くなって欲しいという希望はあるが、あまり変わりはないのではないかと思う。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・申込み、売上実績が前年比8割程度で収まっている。 |
| 通信会社（社員） | ・年末年始は加入促進の時期ではあるが、消費税増税が確定したため、全体の料金が上昇することに対し客の反応がどうなるか不明である。したがって、現在順調にきている加入が大きく上振れることはなく、変動しないと考えている。 |
| 通信会社（営業担当） | ・ここ数か月は1世帯当たりの契約金額が横ばいであり、興味のあるサービスには加入するが、必要のないサービスは解約となる傾向が続いている。 |
| 通信会社（総務担当） | ・消費税増税による一部の駆込み需要は考えられるものの、賃金の上昇は当面ないので、影響はあまりない。 |
| 通信会社（経営企画担当） | ・現在において受注を主と考えると、3か月後の上向き傾向がない。 |
| ゴルフ場（従業員） | ・2、3か月で今の状況が変わるとは思えないが、期待はある。 |
| パチンコ店（経営者） | ・この先年末にかけて徐々に良くなって欲しいが、消費税増税などがあって、何となく遊ぶお金を節約しているような傾向があるため、もしかしたらやや悪くなるかもしれない。しかし、希望を込めて変わらない。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・ここ3か月と比べても生徒数の増減はない。また、有料の特別授業に対してもお金がないということで、追加受講することが少ないため、景気はあまり良くない。生徒の親も非正規労働者等が多くなってきているようである。 |
| その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | ・アベノミクスなどに対して期待していたが、数か月前から少しも良くならない。近隣の商店でも景気が良くならないとぼしている。 |
| その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | ・消費の低迷が続く、売上が引き続き悪くなると思う。顧客の消費意欲が感じられない。 |

| | | |
|------------|---|---|
| | 設計事務所（所長） | ・民間の動きがないと、景気が良くなったという感じはしない。後半もこのような建設環境が続く。 |
| | 設計事務所（職員） | ・消費税増税前の駆け込み案件は落ち着いてきた。建設費は現在も上昇を続けており、オリンピック対応も考えると更に上昇すると想定されるが、景気上昇につながるのか見通せない。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・受注については、消費税増税前の駆け込みの反動は続くと思うが、売上は駆け込みの案件がまだ上がってこないので、景気の状態は変わらない。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・消費税増税前の請負契約の駆け込みも一段落したとはいえ、来年3月までに完成している建売の購入を考える客が動くと思われ。冷静に考えれば税制や政策により増税後もかなりのメリットがあるため、客も焦らずに検討するのではないかと思う。 |
| | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・客を回っていると、年内の仕事量は確保できているという話を聞く。 |
| やや悪くなる | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・最近はお茶が忘れられてしまっているようである。ペットボトルのお茶の時代になってしまっており、若い人は急須を見たことがないという。冬場になればいくらか上向くのではないかと期待している |
| | 一般小売店〔靴・履物〕（店長） | ・客の話を聞いていると、消費税増税のため購買意欲など非常にマイナスになっている。それが徐々に現実になってくるということで、消費が冷え込むのではないかと心配している。 |
| | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・会社のコスト削減に歯止めがかからない現状があり、さらに個人の購買意欲が低迷してくると、お茶屋業界はますます厳しい時代が続きそうである。一部のお茶屋が閉店するといった話も聞く。これから風邪がはやる時期も到来するが、何か一つ追い風になる事項が広まらないと、お茶の良さが今一つ理解されず、コスト削減の対象になってしまうのが残念である。 |
| | スーパー（店員） | ・最大の要因は消費税増税である。また、年金負担、医療負担等が増え、実際の可処分所得は減ると思われる。一番切り詰めやすい食材を販売しているスーパーにおいては、直接的なダメージが予想される。 |
| | コンビニ（経営者） | ・消費税増税がどう関係してくるか不明である。 |
| | コンビニ（経営者） | ・客の購買傾向が激変し、高付加価値商品の売上が増加する一方、低価格商品へのシフトも著しく、先が読み切れない。 |
| | コンビニ（商品開発担当） | ・消費税増税も控えており、節約傾向が続くことが予想される。 |
| | 衣料品専門店（店長） | ・収入が増えない中で増税と輸入品の物価上昇が始まっており、明らかに購買意欲が下がってきている。消費税増税直前には若干の駆け込み購入があると読んでいるが、それを考えても良くなるとは思えない。 |
| | その他専門店〔雑貨〕（従業員） | ・新しい店がオープンしても最初だけは売上が取れるが、徐々に客が少なくなって、回遊しているだけになっている。また、来客数の動き自体もあまり良くない。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・消費税増税も決定し、先行き不透明感からか消費意欲が低迷しているようである。増税前の特需を期待したい。 |
| | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・11月以降、近隣で競合するショッピングセンターの改装、あるいは新規開業が相次ぐためである。 |
| | 一般レストラン（経営者） | ・これから暮れにかけては例年少しずつ売上が上がってくるので、悪くはなっているが少し期待している。ただし、工事関係の人の話を聞くと、消費税8%前の駆け込み需要があつて来年3月まではかなり忙しく、飲みに行っている暇もないとのことである。4月以降で若干懐が豊かになった分が消費に回ればと少しは期待している。 |
| | 旅行代理店（従業員） | ・今月に入り、2、3か月先の問い合わせの電話本数、見積依頼件数共に極端に減ってきている。 |
| 旅行代理店（支店長） | ・2、3か月後は12、1月になる。12月は忘年会の動きがまだあるので、団体の需要を取り込みたいと思って動いている。また、年末年始が非常に長い休みとなるので、海外旅行を中心に長期の客の動きが結構出ている。ただし、1月になると新年会等の需要は少し見込まれるが、今は宿泊を伴わない会食のみの動きが多いため、なかなか旅行業への売上アップにはつながらないが、今月と比べたら将来的にはやや良くなる。 | |

| | | | |
|-----------------------------|----------------|----------------------------|--|
| | | タクシー運転手 | ・ 建築業界や不動産など業種によって多少は良いという話も聞くが、飲食関係があまり良くなく、金曜日にもかかわらず早々と客が帰ってしまう。 |
| | | タクシー運転手 | ・ あと2か月でお正月を迎えるが、既に様々な物の値上がりが始まっていることから、客は減少している。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・ 生活物資の値上がりがみられ、生活を切り詰める傾向が続く。 |
| | | その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人） | ・ 消費税増税が決定してから、来客数が以前にも増して悪くなってきている。今後少なくとも4月までは、増税した時の生活費の負担増への不安から、余暇活動への出費はますます厳しさを増してくるものと思われる。 |
| | | その他レジャー施設 （経営企画担当） | ・ 消費税増税前の駆け込み需要は、耐久消費財や大型レジャーに対するものが大きいため、その反動で自己の身の回りの景気は変わらないか、やや悪くなることが推測される。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・ 消費税が来年4月以降から上がるということで、駆け込みでの仕事はかなり増えていると言われているが、決して楽観を許さない状況である。このまま仕事が増え、景気が良くなるということは、消費税増税後の反動がかなり出るのではないかと予測している。 |
| | 悪くなる | 一般小売店〔家具〕 （経営者） | ・ 消費税が上がるのが決まり、駆け込み需要があるのかと思っていたが、それもあまり期待できないし、消費税が上がればもっと悪くなるような気がする。 |
| | | 一般小売店〔食料雑貨〕 （経営者） | ・ 近隣に新しくできた競合店の影響が大きい。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ 消費者がお金を使いたくないのか、非常に厳しい状況である。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・ 円安による輸入品、食材品の高騰があまりにもひどく、利幅が非常に狭まっている。単価にも転嫁できない状況で、この先消費税増税の問題もあり、お先真っ暗である。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・ 消費税増税に対する反動が出てきて、仕事量は減る方向へ向かう。 |
| 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（営業統括） | ・ 気温が急激に下がっているため、冬商材の動きに期待したい。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（所長） | ・ 来年1月後半から年度末にかけ、多少受注案件が増える見込みなので大きく期待したいが、年度明けの消費税増税からの部分が全く予測できない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・ 個人、法人共に印鑑を必要に迫られてどうしてもという客と、どうでもいけれども作っておこうという客がいるが、今月目立ったのは、象牙の材料を20年以上持っていて、そろそろ作ろうかと個人の客が来たことである。金銭的に余裕がなければ普通はしないことである。また、会社に関しては設立するからではなく、普段使う用にもう少し欲しいとのことで2件の注文があった。若干資金的に余裕があるところを見ることができた。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・ 全体的に受注は増えている。ただし、弱い会社と強い会社のはっきりしており1社9月30日で倒産した。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・ アベノミクスの効果を期待している。オリンピックの誘致など、話題的には明るい。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・ 新製品の販売がますます順調にきている。まとまった受注残も増えてきたように感じる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・ 今までより引き合いが増加し、成約率も上がってきている。この先、いくつかの成約物件が進んでいるので、徐々に良くなってくる。 |
| | | その他製造業〔靴〕 （経営者） | ・ 商談が進みやすくなってきていると感じる。そのため、景気は良くなるのではないかと感じている。 |
| | | その他製造業〔化粧品〕 （営業担当） | ・ 年末や消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・ アベノミクスの成長戦略により、研究施設や企業へのインセンティブ（行政支援）が少しずつ浸透していき、施主側で設備投資を考え始めている。また、行政でも公設保育所を民間移行し、児童の受け入れを拡大し始めている。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・ 政府でも景気のコト入れ、あるいは緩やかなインフレ傾向ということを非常に打ち出しているため、その効果が徐々に出てくるのではないかと感じる。 |
| | | 通信業（経営者） | ・ アベノミクスに期待している。 |
| | | 金融業（統括） | ・ 東京オリンピックも決まり、マインドが大分上がってきている。また、建設関係などは良くなる。 |

| | | |
|-------|----------------------|---|
| | 不動産業（総務担当） | ・マンションは消費税増税前の駆け込み需要が期待されるが、当社が現在販売中の低価格帯のマンションの需要層には住宅ローン減税の方がインパクトがあると思われ、駆け込み需要は一部に限られる。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・取引先で新製品の発売予定があり、それに向けて消費税増税前の駆け込み需要を狙い、宣伝に力を入れてきている。 |
| | 税理士 | ・お歳暮も高額商品が見込まれるなどの報道があり、高級品の売行きが良さそうである。消費者も購買意欲が増すように思う。 |
| | その他サービス業〔警備〕（経営者） | ・これから年末にかけて上向きに推移していく。 |
| | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | ・株価が上がってきているためである。 |
| 変わらない | 食料品製造業（経営者） | ・先日、小売店の集まりがあり話をしたが、これから良くなるという人が1人もいなかったの、このままいくのではないかと思う。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（総務担当） | ・低価格での受注により、薄利での仕事をせざるを得ない状況に変わりはない。 |
| | 化学工業（従業員） | ・毎年年末が近付くと、少しは景気の良い話が出てくるのだが、今年はそのようなことは少しもない。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・医療容器の受注は堅調に推移しそうなので、化粧品容器や住宅関連部品に勢いがつけば、今期の見通しは悪くない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・既存の取引先からの受注量は増える気配はなく、新規の顧客開拓も成果は薄い。自動車関連は良いが、業種間のばらつきが大きい。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・価格が下がった分、新しい客先の開拓により仕事量を確保しているが、利益はあまり変わらない。利益を出すのは非常に難しい状況である。 |
| | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・トラックの方ももう少し上がるかと思うが、リーマンショック以降仕事が半分以下になってしまった。パイが少ないため外国で部品をどんどん作らせれば、半値ぐらいでできるため、こういう時でもまだ在庫調整しているという状況で、当社の方の品物の動きがあまり良くない。変わらないではなくて、分からないというのが本当である。 |
| | 建設業（経営者） | ・消費税の関係が落ち着くと、今より仕事が減少する可能性もある。 |
| | 建設業（経理担当） | ・消費税絡みの工事案件も今がピークのような気がする。この先は計画していた案件が落ち着き、その後は仕事量も落ち着いてくる。 |
| | 輸送業（経営者） | ・過去にあった年末特需は全く姿を消してしまっており、現在のところ好転する材料も特に見当たらず、例月と変わらない動きになる。 |
| | 輸送業（総務担当） | ・スポット的に売上増にはなるものの、継続的に取引量が上向く兆しがなく、現状維持の状況である。 |
| | 通信業（広報担当） | ・アベノミクスへの期待はあるが、しばらくは一進一退の状況が続きそうである。 |
| | 金融業（従業員） | ・建設業や不動産業では、業況回復の気配が感じられる。しかし、その他の業種は依然として厳しい業況が続いており、特に小売業で収益力の低迷が顕著である。政府は企業に賃上げを要請しているが、中小企業には、まだそのような余裕がないのが実情である。 |
| | 金融業（支店長） | ・アメリカの財政問題が解決されないことには不安感は払しょくできないので、当面回復基調とはならないのではないかと。 |
| | 金融業（支店長） | ・東京オリンピックが決定して株も少し上がったので、良くなりそうな気配はあるが、実際に仕事の受注状況、先行きの売上等の見込みをみると、あまり変わってないということと、来年、消費税が上がることへの不安材料もあるので、それほど良くなっていない。 |
| | 金融業（役員） | ・消費税増税等の不安材料はあるが、現状維持は可能だと思う。 |
| | 不動産業（経営者） | ・昨年の春以降同じ状態である。一般的に客数が減っている。 |
| | 不動産業（従業員） | ・消費税増税による負担の関係だと思われるが、3月まではこの状態が続く。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・売上や受注に大きな変化はない。 |
| | 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 | ・良い動きが見当たらない。 |
| | 経営コンサルタント | ・大手の回復傾向などが報道されるが、中小企業の製造業への波及の兆しは、まだ見えない。 |

| | | |
|----------|-----------------------|--|
| | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・先行きに対する懸念が依然として大きく、低迷状態がしばらく続きそうである。 |
| | その他サービス業〔映像制作〕（経営者） | ・今月はまとまって仕事があったが、これから先は今のところどうなるのかよく分からない。 |
| | 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、今後も回復要素が見込まれないことから、当面の間はこの傾向が継続する。 |
| やや悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・景気が良くなる兆候は感じることはあるが、まだ具体的に数字になってきていない。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・前年度と比較して、大きく減少している業種がある。特にTPPを懸念している農業分野は、既に大幅な需要減少を予測しているかのような動きがみられ、由々しい事態と考える。その一方、異なる業種では極少ない数字だが、上向きの部分もみられる。ただし、マイナスを相殺するレベルには及ばない。 |
| | 精密機械器具製造業（経営者） | ・大企業の景況感はやや安、原価低減でプラスになるが、中小企業の二次請けクラスでは利益のさらなる減少があるため、仕入先からコストダウン要求され、ねずみ講と同じである。 |
| | 輸送業（経営者） | ・燃料等が来月からまた6、7円上がるということで大変困っている。組合と相談しても、まだはっきりした値段がないからそれまで待ってくれとのことだが、10円程度は上がるのではないかとということである。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・消費税増税により、市場では物が売れなくなり、物価が上昇し、宣伝費も引き締められるため、影響を受ける。 |
| | 税理士 | ・北米の景気が少し回復してきており、それに伴って日本車を中心に日本製品が売れている。新興国の中国が少し落ちてきているが、なによりも日本経済がアベノミクスで良くなっており、東京オリンピックも開催されるということで、国内の気運が高まっている。 |
| 悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要で忙しくなっているような錯覚をしていたように感じる。3月以降数か月は、反動が来るため景気が冷え込むことをある程度覚悟している。 |
| | 建設業（経営者） | ・消費税増税後は悪くなる。 |
| | 輸送業（総務担当） | ・東北方面の出荷があっても地方からの備車が集まらない。当社の車両で輸送すれば片道運送のため赤字となる。また、アベノミクスの影響で燃料価格が円安で高値になり、経費増となっている。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・取引先の問題で約束されていた発注が取消しになると、その余波が3か月後にも及ぶためである。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | — |
| (南関東) | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） ・企業の採用活動は前年より活発になるのではないかと。来年4月以降の企画提案を求められるケースが出てきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） ・年末に向けての採用が活発化している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） ・消費税増税前の駆け込み需要、冬の賞与アップなど期待どおりに動けば、一時的かもしれないが全体の景気が上向きになる気配を感じる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・3か月後は新しい年ということで動きが活発になるような様々な計画、予想を20社以上から聞いているので、相当期待が持てる。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・今後景気が良くなるという見通しがないという人が多い。明るい希望を描けない。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・市場では消費税増税や金利上昇等の消費、購買への影響を懸念している。企業の動向が不透明で、先が読みにくい。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・求職者確保が難しい状況が続きそうである。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・会社全体として給与を上昇させる見込みがないためである。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・派遣受注環境は厳しく、受注拡大するような明るい話がない。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数は増加傾向にあるが、時給が上がるような動きはない。むしろ時給減額を要請する企業もあり、本当の意味での景気上昇にはまだ時間がかかりそうである。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数は若干増加しているが、求職者数はまだ動きが少ない。そのため、派遣成約数、契約数はさほど増加しておらず、派遣労働者数に変更はない。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・このまま高い水準での求人数が予想される。 |
| | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・求人数の動きは変わらない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・景気の動向が読めないで変わらない。 |

| | | |
|--------|-----------------|--|
| | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率はリーマンショック以前まで戻ってきている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・景気が上向いているという感じが、中小企業にまで波及しているように思えず、最低賃金の改定に伴い、企業側の人件費増を業績向上でカバーするところまでに至っていない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・最近の傾向として、新規求人数のうちパート求人が増加し、フルタイム求人が微減となっている。本格的な雇用情勢の改善には安定した正社員求人の増加が望まれる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・企業の採用意欲は、本格的に景気が良くなると表に出てこない面があるため、しばらく大きな変化はないと思われる。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・内需拡大の期待から、求人意欲は高まってきていたが、求人数の更なる増加はみられず、応募採用率が高まっていない。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・先の見通しは明るくなってきたようだが、採用に関しては慎重であり、人手が足りないというより質の高い人材を求めている。特に海外業務領域では幅広く人材を求めている。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・欧米の政治経済リスクが低まり、国内でも景況感が良くなっており、企業側の採用に対する意識が高くなる傾向は変わらない。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人への勢いに陰りがみえない。 |
| | 学校〔専修学校〕（就職担当） | ・今後の新卒求人募集計画について、年度初めの確認時点より募集再開、採用数増員などの企業は若干で、大きな変化はみられない。 |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・人材業界では、調達のための競争が一層厳しくなっている、費用の増加や効率の低下が予想され、忙しいのに収益が伸びないという状況になると考えられる。 |
| | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・少なくとも同業他社内では、爆発的に利益が良くなる見込みは今のところない。 |
| 悪くなる | — | — |