

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〔和菓子〕 (経営者)	・季節の行事や敬老会などの注文が減少したり、また、秋のイベントなども縮小したりしているため、売上確保が難しい。
		コンビニ(経営者)	・コンビニは、接客などを工夫、研究していけば、まだ伸びるのではないかと考えている。
		旅行代理店(従業員)	・国内団体旅行の動きが活発で、週末は当然のことながら、平日にかけても飛行機、宿泊の予約状況が良い。特に、大阪方面はテーマパークの影響もあり、宿泊の予約がほとんど取れない。
		タクシー運転手	・相変わらず道路工事が都内の至る所で行われている。地下鉄駅の耐震工事、水道管の取換え、電気工事等、2020年東京オリンピックの誘致が決定されてからますます多くなってきたので、必ず好景気につながる、景気は良くなる。
		観光名所(職員)	・2～3か月後は秋の紅葉シーズンになる。トップシーズンで断続的に旅客が増えるため、期待している。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・8月にイベントを行ったが、非常に反応が良かった。消費者のマインドが外に向かってきている兆候である。更にイベント攻勢を予定しているが、情報への反応がとても良い。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・見込み客が多くみられるようになったため、今後は少し良くなる。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・冷夏の予想に反して暑い夏が来たが、それも一段落するため、消費者の購買意欲が上がるのではないかと考える。
		百貨店(広報担当)	・10月から外国人旅行者への免税品目が拡大されるため、前年比で2けた以上の免税売上が見込まれる。そこに焦点を合わせ、外国語の話せる販売員の増員や免税カウンターの拡充などを実施している。加えて、既存客も夏以降には消費税増税の影響が更に薄まることを見込まれる。
		百貨店(広報担当)	・消費税増税の反動減の影響が徐々に薄らいでくる。
		百貨店(販売促進担当)	・消費動向はさほど変化がない可能性はあるが、重衣料などの動きに期待もあり、単価上昇で売上高は多少上向きになるのではないかと予測している。
		百貨店(営業企画担当)	・消費税増税後の動きをみていると、景気回復はしているもののその足取りは緩やかで、今後急激に良くなるとは考えづらい。雇用は改善しているものの、賃金増がもっと地方や中小企業にも広がらないと、景気の力強さは戻らない。
		百貨店(副店長)	・正価品の動きが鈍くないため、秋物の立ち上がりとともに集客をかけて動きをつければ、秋以降はプラスに転じるのではないかと考えている。
		百貨店(計画管理担当)	・緩やかな回復基調は保たれている。
		スーパー(店長)	・前年に比べて客がかなり戻ってきているため、3か月後についても今の客が来れば、売上は上がると見込んでいる。ただし、点数が前年をやや下振れしており、特売や安い物をメインにしても、客が必要としない物については買わないため、本来ならば良くなるかと回答したいところだが、やや良くなるとした。
		コンビニ(エリア担当)	・中国の食品偽装問題による風評被害が、時間とともに下火になるためである。
		衣料品専門店(経営者)	・大手企業から少し景気が良くなってきているようなので、実感はまだないが、これから我々のような小さな小売店にまで波及してくることを願っている。
		衣料品専門店(店長)	・消費税増税の影響が底を打っているからである。
		家電量販店(経営企画担当)	・将来の景気回復への基礎的な条件はそろっていると考えるが、ガソリン価格、電気料金の高止まりが続き、消費者も必要なものと必要ではないものを見極めがはっきりとしているので、今後も市場の変化を注意深くみる必要がある。
		家電量販店(統括)	・新製品の発売による需要増が見込める。
乗用車販売店(経営者)	・新型車の投入で来店客が徐々に増えてきている。既存客の台替えも含めて販売量の増加が見込める。		
乗用車販売店(総務担当)	・下期はサービス需要が期待できるため、新車、中古車の販売減を最小限に食い止め、売上増を見込んでいる。		
その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	・政府の様々な経済関係の政策が功を奏しているからである。		
その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	・秋の食材が多く出てくれば、良くなるのではないかと考える。		
一般レストラン(経営者)	・消費税増税の影響によって暇だったが、これからは徐々に回復して戻ってくる。		
一般レストラン(経営者)	・例年、8月は年間で売上が一番落ちるため、2～3か月先の景気は若干良くなり、客足が少し伸びる。		

	一般レストラン（経営者）	・消費者の気分的にも大きなマイナスがなくなったという安心感があるようである。内閣改造があり、景気最優先ということなので、その辺も含めて若干良くなるような気がする。
	旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は秋の旅行シーズンとなり、特に、法人関係がこれから伸びてくるため、今月と比べるとやや良くなる。また、個人も国内の宿泊が伸びると見込んでいる。
	タクシー運転手	・お盆を過ぎて、会社の動きが元に戻ってきた。オフィス街の金融関係を中心とした大規模な建替えを見ると、希望を感じる。
	通信会社（経営者）	・解約者数が減りつつある。
	通信会社（経営者）	・今後も好調な加入が続く見込みである。
	通信会社（社員）	・4月の年度スタートはスロースタートであったが、7月ごろから順調に推移している。マイナスとなる要因も特に見当たらないため、このままの推移を想定している。
	ゴルフ場（支配人）	・引き続き、予約状況は順調である。以前に増して予約の埋まり方が早い。
	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・大手競合センターが値上げを行うので、多少期待できる。
	設計事務所（経営者）	・現在動き出しているプロジェクト以外にいくつか具体的に動き出しそうあり、打ち合わせを行う予定がある。
	住宅販売会社（従業員）	・8月なので契約にはあまり至らなかったが、今後、秋口にかけて良くなっていく。都内のアパート用地の仕入は好調だが、地元の戸建て用地の仕入れに苦戦している。
	住宅販売会社（従業員）	・客の対応が慎重である。
変わらない	商店街（代表者）	・商店街の理事会で聞いたところ、飲食の方はさほど影響がないが、物販の方がなかなか思うような数字が取れず、売上が前年よりも下回っているという意見が多かった。消費税増税の影響をまだ感じている。
	商店街（代表者）	・最近の天気は豪雨など、日本の気候が変わった感じがする。これからも続くと大変なので、何とか普通の状態に戻ってもらいたい。
	商店街（代表者）	・食品関係が非常に良くなっていくのではないかと。飲食は1割ぐらい上がり、民間会社の方もかなり景気が良いと聞いているので、非常に期待している。1割ぐらいは伸びてくるのではないかと思っている。
	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・秋商戦で数々のキャンペーンがあるため、小物商品から4Kテレビまでいろいろと取り組んでいる。ケーブルテレビのデジタル化が来春までなので、そういった需要にも期待している。
	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・天候のせいなのかといろいろ考えているが、原因はさっぱりつかめない。需要が落ち込み、悪い状況である。
	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・今までと変わらない状況が続く。
	一般小売店〔印章〕 （経営者）	・消費税増税を受け入れざるを得ない感じで、8%に慣れてきた。当店のような必需品と言われるものでも増税分を上乗せすることが非常に難しく、来年10%になると非常に厳しい消費になるのではないかと。何とか打破したいが、厳しい環境である。
	一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・良くなる材料も悪くなる材料もなかなかみつからないため、変わらない。
	一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があったこともあり、8月は大口のスチール家具などの案件が例年より少なくなっている。今後、大口の案件が出てくるかもしれないし、そのまま全く出てこないかもしれないので、どちらとも言えない。全く希望がないということではなく、まだ確定ではないが、いくつかの案件はある。
	百貨店（売場主任）	・物価高や正社員の増加が少なく、まだ派遣社員中心の雇用形態であるため、規制緩和などがなければ変わらない。
	百貨店（総務担当）	・給与は若干増えているが、それ以上に物価が高くなっているため、実質賃金下がっている状況の中で、今後の消費税10%への増税で当分は変わらない。プラスマイナスゼロという状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・ゲリラ豪雨など天候不順の影響で、婦人服、紳士服、子ども服、服飾雑貨共に動きが悪い。ただし、食料品は安定している。
	百貨店（営業担当）	・この夏の不振でメーカー、特に、中小のアパレルにおいて、更に商品量を減らす可能性が高い。そのため、売上は上がらない。

百貨店（営業担当）	・人手不足による人件費高騰、原材料費の高騰、天候不順に伴う生鮮品の値上がり等、先行き不透明感による購買意欲の低下が懸念される。来年の消費税増税の判断を行う時期に差し掛かり、マスコミによる景気判断の報道に購買意欲が左右されてしまうことに懸念がある。全体としては、消費税増税後の落ち込みは徐々に解消され、ほぼ横ばいが続く。
百貨店（営業担当）	・実質賃金が増えていない企業が多く、生活商品の需要は大きく増えるとは思えない。
百貨店（営業担当）	・消費税増税による高額品への影響は月ごとに薄らいできてはいるものの、当初想定していたスピードには至っていない。その反面、衣料品などの主力商品は売上を伸ばしつつあり、全体としては大きな変化はない。
百貨店（店長）	・予想より消費税増税の影響が長引いている。秋から回復するかは疑問である。
百貨店（販売管理担当）	・先物買いが顕著である婦人服において、レザーやツイード素材の商品が動き始めるなどの好調要素はあるものの、一方で、最終値下げのセール品でも思うように購入しない客が多いというマイナス要素もあることから、商材の景気は、総合的には現況と変わらない。
スーパー（販売担当）	・客の買物の様子をみていると、広告初日の目玉や日替わり、ポイント何倍の日などの特典の付いた商品、特典の付く日には多く来店するようだが、通常時は買い回りをしているのではないかと思う。
スーパー（経営者）	・単価が上がっているものの来客数が減っているため、その分が相殺されて売上は前年並みとなっている。この状況はまだ続くと思うが、単価が下がると売上も下がる可能性があるため、決して良い状況になるとは思えない。消費税が3%上がり、その影響がこれから出てくるのではないかと思う。
スーパー（店長）	・季節の変わり目でもあり、季節商材は一時的に上向きになることもあるが、全体の底上げまでには至らないため、しばらく同じような状況が続く。
スーパー（総務担当）	・今後の天候予見にもよるが、頻度性の高い商品がまだ動きがない中、客の可処分所得、実質賃金が上がってないという報道もあり、前年同様の商品の販売では売上回復は見込めない。
スーパー（営業担当）	・現在の円安、株高の状況が堅持されれば景気もこのまま堅調に推移するが、世界情勢で円安、株高が崩れるようなことがあれば、相当景気に影響を及ぼしてくる。
スーパー（仕入担当）	・圏央道の開通で当県へのアクセスが良くなり、物流網が構築されると競合他社がどんどん入ってくることが懸念材料である。
スーパー（仕入担当）	・競合各社のチラシ売価が消費税5%時の価格に近付きつつある。競合店は今後も増えるため、価格訴求は今まで以上に強くなる傾向にある。
コンビニ（経営者）	・アベノミクスで大企業が良くなっているようだが、末端まではまだ浸透していない。これからも浸透しないと思う。
コンビニ（経営者）	・近隣に業務スーパーが開店したことやドラッグストアの改装で来客数が減少し、単価が落ちている。
コンビニ（経営者）	・来客数をはじめ、全体的に少し落ちてきているように感じる。
コンビニ（経営者）	・例年、これから先は来客数が少しずつ減っていき、12月に少し良くなるという感じである。客の動き、販売量の推移等でそれほどぶれることはないが、ずっとマイナスで動いており、そのマイナス幅が変わらない。固定客はきちんと来店し、いつものような買い方をしてくれている。
コンビニ（経営者）	・最低賃金の見直しの時期になり、経営の不安はあるが、大きく下がる要素も見当たらないためである。
コンビニ（経営者）	・近隣は高齢者が多いため、消費税増税で差支えており、買物も減っている。
コンビニ（商品開発担当）	・競争店の出店も多く、来客数が大きく減少しており、客数回復につながるような話題も見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税10%の増税見通しや、実質所得が上がらないと消費に回ってこないことから、今と変わらないか、更に落ちる可能性もある。
衣料品専門店（経営者）	・当店では9月に重要な催しがあり、その動向によって今後どうなるかが予測できる。変わらないと回答したが様子見である。
乗用車販売店（経営者）	・市場が冷え込んでいるようである。消費税増税の反動減は確実に出ている。
乗用車販売店（営業担当）	・話はあるが最後の成約には至らないケースがある。

乗用車販売店（販売担当）	・今月は相当落ち込んでおり、これは一時的なものではなく、今まで受注した分が次々と納車されて市場にトラックが回ってきたようである。政府の予算や本当の東日本大震災の復興需要の実施が行われないことには、トラック関連の景気はなかなか良くならない。今後2～3か月については政府から明白な設備の政策が発表されていないため、変わらない。
乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税後、受注量は前年比マイナス20%強で回復していない。来場者は前年並みだがサービスでの来場が多く、新車に関しては経済性の高いハイブリッド車は支持されているものの、総量が伸びていない。今後も不透明だが保有があり、法人需要も良いので個人消費に更に期待したい。
乗用車販売店（販売担当）	・今後の動向次第ではあるが、上向きになるのはかなり難しいと感じている。
住関連専門店（営業担当）	・基調はあまり変わらないが、昨年度下半期は消費税増税を見越した駆け込み需要が起こっているため、前年度との比較では厳しい数字になる。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・年末に向けて販促を前年よりも強化していくためである。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前は賃金上昇の流れもあり、消費が活気付いていたが、浮付いた気分も収まってきて、消費税増税の影響も重なり、消費者の財布のひもが段々固くなってきている。
高級レストラン（副支配人）	・宴会予約は芳しくなく、前年を維持する程度である。
高級レストラン（支配人）	・2～3か月後ではまだ客単価等が上がるとは思えない。
一般レストラン（経営者）	・ホテル群を挟んで繁華街と反対に位置する当店にも、観光客増加の影響が少し出てきたが、全体的には依然として不透明である。
一般レストラン（経営者）	・全体では前年を上回っているが、7店舗中の2店舗が全面改装したため、他の5店舗は前年を割っている。まだ厳しい状況である。
一般レストラン（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の問題も解決しておらず、災害が起こったり、オリンピック開催があったりと先の予想がつかない。基本的にはそう変わるものではない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月に更なる消費税増税があるかによるが、増税前の消費動向がどうなるか不透明である。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約も思うように伸びておらず、月によっては前年を大幅に下回っている。ガソリンをはじめ価格高騰の影響が出ているのか、ランチは前年並みに推移しているが、単価の上がるディナーの販売が低調である。景気が良くなる要素が少なく、変わらない。
旅行代理店（経営者）	・天候不順等も加わり客の出足が鈍ってきたことと、今のところあまり予約等がないため、あまり変わらない。
旅行代理店（従業員）	・9月の販売予測はあまり良くないが、10～11月の販売見込みが前年比で120%を超えているためである。
タクシー運転手	・景気が良くなっているとはあまり感じられない。暑い夏が終わり、涼しい秋になると健康のために歩く人が増え、短距離の客も減る。
タクシー運転手	・良くなる兆しを感じない。
タクシー運転手	・消費税増税の尾をまだ引いており、皆、財布のひもが固い。景気回復まではしばらくかかるのではないだろうか。
通信会社（経営者）	・下期修正予算にて8月から当初予算比116%程度の獲得が必要となり、かなり厳しい状況となる。
通信会社（総務担当）	・大雨による災害の影響等による消費の冷え込みも考えられるが、相対的には変化がない。
通信会社（営業担当）	・契約数からみても堅調に推移しており、引き続き同じような傾向は続く。
通信会社（営業担当）	・生活必需品や光熱費、ガソリン等の値上げ傾向で、悪くなる要素はあっても良くなる材料は乏しい。
通信会社（経営企画担当）	・将来の商談状況から、変わらない。
ゴルフ場（従業員）	・景気回復策を講じることにより、国の借金が増えていく。この流れでは無理があるように思う。
ゴルフ場（支配人）	・現在の経済環境の改善が、それほど進んでいくとは考えにくいためである。
パチンコ店（経営者）	・客数は増えているものの、低玉貸しといってお金をあまり使わない台で客が遊技するため、売上はさほど変わらない。
美容室（経営者）	・特に客の動きに変化はないため、変わらない。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・全体的な景気の回復が遅れていることと、株価の低迷等もあり、自動車の販売量に対するプラス要素がない。例年並みにいけば良いと考えている。

その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ここ半年における顧客の動向は、ほとんど変わらない。景気が良くも悪くも変化がなく、これからも大幅な増収は見込めない。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・7月ごろに景気が上向いて来るような感じがしたが、夏休みなどでお金を使ってしまったのか、入庫台数が増えない。
設計事務所（経営者）	・公的物件における指名はあまり良いものがない。数はあるが規模が小さく、10人の社員を抱える当社としては大変厳しい。そのため、民間に力を入れており、今月になって受注に結びつく物件が4、5件増えてきた。顧客の様子等をみながら更に営業を頑張りたい。全体においては変わらないが、多少なりとも民間で良い方向がみえている。
設計事務所（所長）	・今のままで作業が続くため、しばらくの間は安定している。
設計事務所（所長）	・建築の場合は具体化してから1～2年は変わるものが多い。動きが出たからといってすぐに景気が良くなるものではない。
設計事務所（職員）	・この先、消費税10%前の契約に向けた駆け込みの案件が増えるとは思わず、横ばいではないか。
住宅販売会社（経営者）	・現在の悪い状況がいつ改善されるか全く見通しが立たない。政府が対策を打たない限り、当分の現状が続く。
住宅販売会社（従業員）	・景気がやや良い状況で変わらない。年度末に向けて客の動きが出てくると予想している。そろそろ消費税10%への増税前の駆け込み客が動いてくるのではないか。
住宅販売会社（従業員）	・住宅の販売価格は購買可能額の上限に近付いていると思うため、変わらない。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・大型物件など先行きの明るい話が少ない。価格帯も下降傾向にあり、全体的な売上増も見込めない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・消費税増税、社会保険料の負担増で給与の伸びでは支出の増大をまかないきれず、また、30年前にはなかった家計費に占める携帯電話料金や子どもへの過度な教育、衣食住の費用の増大が、家計の可処分金を確実に減少させているのではないだろうか。以前より生活に余裕がなくなった社会になってしまっている。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・祭礼など夏のイベントも一段落し、消費が落ち込む。
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・年金受給者や給料が上がらない人にとっては、消費税増税で苦しくなるのが目に見えている。株などが上がって資産家は景気が良いのだろうが、全体でどうなるのか分からないし、難しい。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・ここ数か月の暑さにより、冷茶の売上以外は飲料缶やペットボトルに軍配が上がっている。販促営業している自分でさえ、冷たい自動販売機に頼ってしまう次第である。残暑でむし暑い日々が早く去ることを期待している。
スーパー（店長）	・現状では客単価は上昇しているものの、来客数減は依然として変わらない。更なる消費税増税等を見込み、客は欲しい物は買うが、特売などの安い時、ポイント還元時に集中する傾向があり、なかなか通常の商売では難しい。
コンビニ（経営者）	・全くと言っていいほど従業員の応募がなく、今まで経験したことのないような人手不足である。各店共にクレームをつける客が増え、競合店の出店ラッシュもあって一部店舗の閉鎖を考えているところである。
コンビニ（経営者）	・天候に左右される日々が続いているため、不安定である。
衣料品専門店（経営者）	・隣の縫製工場が6月で廃業、繊維問屋の規模の縮小等がここ数か月よく起きてる。仕入価格のインフレ、小売価格のデフレという状況に陥っている。
衣料品専門店（経営者）	・残暑等の天候により秋物商戦が読みにくい。メーカーも秋物商材は品ぞろえが悪く、仕入も難しい。
衣料品専門店（店長）	・気温や天候などの影響を差し引いて売上推移をみると、あきらかに実用品以外の購入数量が減ってきている。価格での訴求力が落ちてきている。
衣料品専門店（営業担当）	・景気が良くなる要素は世の中には1つもない。給料が上がらないのに物価は上がり、主婦の財布のひもはきつくなるばかりである。このような状況で、どうして景気が良くなるのかが分からない。
家電量販店（店員）	・小売業界において生き残りをかけているものの、実際は景気が平衡または上向きかというところではなく、前年と比較し厳しい状況になっている。家電量販店も市場の景気に左右されるため、2～3か月先はやや悪くなると見越している。
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、販売は駆け込み需要の反動減がまだ続いているようで、2～3か月は景気が悪い。

		住関連専門店（統括）	・消費税8%を段々身近に感じてきた雰囲気なので、買い控えがまだ続くのではないかと。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・持ち上がる要素が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新店やリニューアル等で十分な魅力が備わるとレスポンスを発揮するものの長続きはせず、更なる消費税増税等でのマインド低下を考慮すると、現状維持が精一杯である。所得は上がれど支出も上がっているため、体感ベースでは金銭的なゆとりは生まれていない。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明な中、より低価格のサービスへの切替えが進んでいくため、会社全体の収益は悪化する傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・家計の支出が多くなっているため、収入を増やすことが必要である。収入が増えなければ、客は将来の生活に不安を感じて貯蓄するか買い控えをする。現状から収入が増えるとは思えないため、今後の景気はやや悪くなる。
		通信会社（局長）	・法律の改定により、競合他社の卸サービスが普及しだすと当社、当業界にとってはマイナス面が大きくなるため、先行きに不安要素がある。
		通信会社（管理担当）	・早くも次の消費税増税に対する警戒心が一部顧客から出てきている。現時点で予想はできないが、影響はある。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事開催や来場の予約状況は堅調に推移しているが、更なる消費税増税が決定した際の消費マインドへの影響は気になるところである。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数もこの夏期講習では減少している。他の塾も体験の回数を増やすなど、実質的な値下げ競争のような状態なので、今後も厳しい。
		設計事務所（所長）	・仕事量をもっと出てこないと景気が良くならない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量20%減により売上に影響が出てくる。住宅展示場等の集客が落ちているため、受注の回復に期待が持てない。
		住宅販売会社（従業員）	・施工量の減少に加え、相変わらず続いている資材価格高騰、人手不足を吸収できるとは考えられず、粗利は間違いなく減少していく。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・残暑が続いている。消費税増税による買い控えでお茶とりの売上は前年同月を下回っている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため安売りの傾向にある。客はたくさんの店の中から、その日一番得をする店に行く。店側では各種サービスにより利益が圧迫されている上、更に最低賃金の上昇、光熱費の値上がり、社会保険等の負担増により賃金の増加幅よりも控除される金額が多く、結局手取りは少なくなってしまう。競合店も含め、利益を上げ給料を増やすことはしばらくは無理である。
		スーパー（総務担当）	・更なる競合店の出店予定が連続で2社あり、今以上に来店客の減少が想定されるため、業績は悪化する。
		一般レストラン（経営者）	・日本全体の景気が良くなっているという実感が全くない。高所得者は分からないが、一般庶民は外食自体を控えているのではないだろうか。
		一般レストラン（経営者）	・来月の宴会数が今月よりもかなり減っている。
		美容室（経営者）	・高齢化のせいか、街全体が静かになっているような気がする。
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		食品品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が薄れてくる。
		化学工業（従業員）	・国内向けは下げ止まり傾向ではあるものの、中国、タイ向けの受注は上昇傾向にあるため、先行きは良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・こここのところ見積が増えてきていることと、何個か試作品を作ったが、それが量産になってくる兆しがあるため、いくらか良くなっていくのではないかと期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・省エネ商品を中心にかなりの見積を出しているため、それらが今後、受注に結び付く可能性が高い。
		建設業（経営者）	・次の消費税増税までは忙しい。
		建設業（従業員）	・9月以降の受注量が徐々に増えてきているからである。
		建設業（営業担当）	・東京オリンピック開催まで資材、施工費が上昇すると予想される中、少しずつ受注量が増えてきている。人材不足と予算超過の渦中でどのように顧客との合意ができるかがポイントであるため、今後、徐々に景気が良くなっていく。
		輸送業（経営者）	・組合から、10月までに燃料が10円50銭値下がりするという連絡が入ってきた。我々の命をつなぐ答えが出てきたと感じている。
		通信業（広報担当）	・消費税増税の影響が薄れるためである。

	不動産業（総務担当）	・オフィス市場は良くなると思うが、マンション市場は高額物件は売れるものの、相変わらず郊外型のファミリー向けマンションの売行きが伸びないという二極化現象が続いている。ただし、モデルルームの来場者がやや増加傾向にあるので、期待している。
	広告代理店（従業員）	・取引先で新型車の予定があり、そのPR等で予算を掛けそうである。
	広告代理店（従業員）	・新規の受注が発生したためである。
	税理士	・アメリカで日本車、東南アジアでは日本製品が売れているなど、日本の現地法人は業績が良いものの、中国はバブルがいつはじけるかなど不安定なところがある。日本の大企業は海外で利益を得ているため良いが、中小企業まではあまり来ていない。アベノミクスで政治主導になり、引っ張っていくのではないかと思う。
	経営コンサルタント	・土木工事を行う会社社長は、「仕事は順調に増えており、この状況は今後も続くのではないか。ただし、人材の確保が悩みで、これまでと同様のことをやっていると限界があるため、試験的に活用してきた外国人の技能実習生の受入れを本格的に考えようとしている。政府の制度改革にも期待している。」と話している。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・受注残がまだあるため、やや良くなる。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・8月以降、高速インターネット環境整備に関わる受注数が伸びてきており、今後も一定期間はこの傾向が継続する。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・まだ消費者の買い控えが続きそうである。
	食料品製造業（営業統括）	・天候に左右されることが多く、先行きが不透明である。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・先月末には少し明るい話が聞かれたが、8月に入ると夏休み状態になり、9月の仕事の話すら客とできていない。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材高騰の影響が徐々に出てきて、当面は厳しい状況が継続するので、特段良い変化はない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人需要がやや前向きになってきている。需要には直接結び付かないが、問い合わせの電話やメールが結構来ている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの効果は全く出ていない。国内の中小企業の設備投資意欲はまだ進んでおらず、銀行が中小企業にお金を貸さないという話を聞いている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・ここにきて新型の量産が始まったが、まだ利益を生むまでの力強さはなく、今後の見通しは楽観できない。
	金属製品製造業（経営者）	・景気対策の効果は短期的なもので終わってしまうように感じている。
	金属製品製造業（経営者）	・受注量が順調であり、しばらく続きそうである。
	金属製品製造業（経営者）	・当社は下請企業のため、客先次第で仕事が決まる。客先の新規開拓をして仕事量の確保に努めているが、競争が激しく、利益が出ない。これからは研究開発関係の仕事に力を入れて、営業活動をしていく。
	一般機械器具製造業（経営者）	・まだ全体的な回復がみられていないためである。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・大きな変化や特別な事情がないため、大きくは変わらない。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の影響による消費の鈍化は、当業界では少し遅れて顕在化する傾向にある。
	建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策がなかなか実施されていない。
	建設業（経理担当）	・商談は次々と出てくるが、相変わらず予算が少なく、喜んで受注できるような案件がない。
	輸送業（経営者）	・景気対策についての新しい施策が講じられ、良い方向に向かっていけば景気は上向いていくが、現状のレベルでは難しく、変わらない。
	輸送業（総務担当）	・10月以降に新規業務など売上が大きく増加する見込みがないため、上向き要素が見当たらない。
	金融業（統括）	・好材料があまり見当たらない。
	金融業（従業員）	・仕入価格の上昇を販売価格に転嫁しきれていない中小企業が多くみられる。特に、建設業における材料価格の上昇傾向が著しく、人手不足も深刻であり、業況回復の足かせとなる恐れがある。
	金融業（支店長）	・各取引先の今後の受注傾向について聞いたところ、それほど受注の見込みも増えるわけではないということ、小売業等は消費税増税の影響が和らいではいるが、それほど戻っていないということから考えると、まだ時間がかかる。

	金融業（役員）	・大規模災害等の暗い話題が多く、少し給与が増えたとしてもぜいたくをしようという気にならないようである。消費は相変わらず低調である。	
	金融業（支店長）	・投資家は相場の先行きを見極めたいという意向が強く、当面慎重に対応することが予想される。	
	不動産業（経営者）	・新築物件でも苦勞しており、現在も新しく建てる客から相談を受けているが、なかなか良い提案ができない。同じような状況が続く。	
	広告代理店（営業担当）	・年末商戦に向けて、既に広告などのプランニングはおおむね仕込み終わっているため、会社的にも仕事のにも変わらない。	
	税理士	・しばらくは安定した推移を予測している。良い材料もないが悪い材料も見当たらない。	
	経営コンサルタント	・好転する材料がみえない。	
	社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量の回復傾向がみられるが、秋口より原材料や燃料等の値上げがあり、利益圧縮方向に変わりはない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規契約の予定もあるが、解約が決まっている物件もあるため、2～3か月後も変わらない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・特に業界全体での大きな案件の話もないし、例年同様である。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社のような小規模業種では、先行きの下降線は当然のことのように思われる。これまでの淘汰では済まされない状況が予想され、生き残りより新規事業への緩やかなシフトへの方向性を考えざるを得ない。	
	輸送業（経営者）	・取扱量の増加要因が見当たらない一方、燃料価格の高止まり、人手不足が深刻さを増しており、経営への悪影響は避けられない。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出が計画どおりに推移している。国内出荷が増えてこないと採算が取れないが、燃料価格の高値状態が続いているため、経営的には非常に苦しい状況である。燃料価格は下がる気配がなく、先行きの不安材料である。	
	広告代理店（経営者）	・どのクライアントも年間計画どおりに推移しているものの、クライアント自身の実績の改善がみられず、下半期の受注計画が上方修正される可能性は全くないためである。	
悪くなる	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像による広告は減少傾向にあり、原料が高騰しても値上げは考えられないため、やや悪くなる。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・原油や材料、人件費の高騰で企業の収益性を圧迫し始めている。	
	建設業（経営者）	・良くなる要素がないことと、更なる消費税増税のためである。	
雇用 関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月後半から10月にかけての予定、計画が相当来ているため、それが全部入れれば相当の盛り上がりがある。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・受注数は順調に推移しており、登録者数が増えていけば成約が増える見込みが高い。
		人材派遣会社（営業担当）	・労働人口は流動化の流れになり、人の動きはますます盛んになる。求人数は上昇していき、採用数も若干ではあるが右肩上がりに推移するのではないかと思う。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用手法の多様化が進み、インターンシップや内定を辞退せず入社する学生の割合を高めるために、新規に予算をかける企業が増えるのではないか。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業にしても一商店にしても、消費税増税後の慎重な取り組み姿勢から、この秋からは攻めに転換しようとしている機運を感じる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はフルタイム、パートタイム共に増加しており、例年の傾向から10月にかけて求人数は増加が続くことが推察される。一方で、新規求職者の減少幅は小さくなったものの、引き続き減少していく。
		職業安定所（職員）	・建設工事増加に伴う交通誘導警備員、タクシー利用客増加に伴う乗務員募集などの大量求人が目立つようになったためである。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は今後も続き、大量解雇等の求職者の減少が止まるような目立った要因は現在のところ見受けられない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・引き続き、求人に対する採用が厳しい状況が続くそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣から業務委託への切替えを考えている企業が出てきている。採用数に増減はなく、急ぎの話ではないので、差し当たり影響はない。
人材派遣会社（支店長）		・引き続き求人数は前年と比べて高い水準で推移している。	

	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数がここ1～2か月減っており、この状況が9月も変わらないのではないかと思う。
	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・世の中の景気は一般的に良くなっているようだが、身の回りではそれほど実感はない。
	職業安定所(職員)	・製造関係の企業では売上は増加しているものの、原料価格の高騰で収益は減少してきているとのことであり、景気が上向くとは思えない。
	職業安定所(職員)	・求人数が増えても相変わらず非正規求人も多く、賃金の増加が見込まれないためである。
	職業安定所(職員)	・一部に人手不足感が強いが、特に、中小企業の事業主から今後景気が良くなる実感がないと言われるためである。
	民間職業紹介機関(経営者)	・求職者は中期的な観点で求人探しをしており、年齢層も幅が広がっている。企業は海外でも仕事のできる人材を探しているが、適材は少ない。
	民間職業紹介機関(経営者)	・特徴だった新たな動きはみられない。
	民間職業紹介機関(職員)	・求人環境が継続的に順調なため、採用の応募数に苦戦する企業が多くあり、この流れは当面続く。
	民間職業紹介機関(職員)	・企業の求人意欲に衰えは感じられない。
	学校[専修学校](就職担当)	・来年度、倫理憲章の見直しに伴い、採用数確保が難しくなることを予想して、採用数の若干の増員を計画している企業もあるがそれほどの数ではなく、従来の計画どおりの募集企業が多い。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・建設業は2月の雪害がひと通り終了して特需がない。白物家電は耐久消費財のため、消費税増税で売れていない。今後良くなる見通しが少ないという取引先が多い。
	人材派遣会社(社員)	・アベノミクスの実効性の有無がそろそろ判明してくるからである。
悪くなる	—	—