

#### 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	コンビニ（経営者）	・コンビニのため、消費者ニーズをいつも考えている。当店の客が大勢来てもらえるように、いろいろと知恵を絞り、買いやすいように商品陳列や品ぞろえをして販売に奮闘している。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の12月になれば、忘年会などの予約が入るため、前年並みには期待できないが、今よりは少し良くなる。
観光名所（職員）		・2か月後は1年の中でもトップシーズンを迎える。今月よりかなりの旅客が来ると期待している。	
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税の影響が薄れてくる。
百貨店（広報担当）		・インバウンド需要が前年比2けた増の勢いで拡大しており、円安傾向と10月の免税品目拡大効果で、今後は更なる拡大が想定される。また、一般の客もセールなどでの衝動的な購買は減少傾向にあるが、価値を認めたものは高額でも購入する傾向にあり、全体の売上は前年を維持している。	
百貨店（広報担当）		・消費税増税の反動減からはほぼ回復してきていることと、商品の1品当たりの単価が上昇していることから、先行きはやや良くなる。	
百貨店（販売促進担当）		・おせち、お歳暮、クリスマスなど消費機会が多く控えている時期でもあり、希望的観測も込めてやや上向きになる。	
百貨店（計画管理担当）		・年末商戦でクリスマスやおせちなどハレの商材が盛り上がることで、一気に景気回復の波が来るのではないかと期待を込めている。	
スーパー（経営者）		・消費税増税の影響が落ち着くためである。	
スーパー（総務担当）		・消費税増税後の落ち込みが6月ぐらいまでで終わり、7月以降は伸びると予想されていたが、8月までは非常に厳しかった。9月は回復が見込まれてきた。12月に向けて、プロ野球のセールや様々な行事、イベントがあるため、4～8月ごろに比べたら、客の買い方はかなり回復してくる。	
衣料品専門店（経営者）		・消費税増税の影響は薄らぎ、少し明るさがみえてきたため、これから最盛期に向かうので購買意欲に期待している。	
衣料品専門店（営業担当）		・来月の10月は1年で一番売れる月のため、その後も継続して好調だと思う。客の様子から今年の秋冬物の購買力が感じ取れる。	
家電量販店（店員）		・2～3か月先は現状と変わるところはないため、よほど変わらない限りは上がりも下がりもしない状況が続く。	
家電量販店（経営企画担当）		・為替が安定し、天候不順等の影響が最小限という前提で、賃金アップの好循環が都市部だけではなく、地方にも行き渡る時間も考えると楽観シナリオで良いと考えている。	
乗用車販売店（経営者）		・新型車の投入やCMの効果で販売量の増加が見込まれる。年末に向けても期待できる。	
乗用車販売店（渉外担当）		・毎年、受注量が多い9月にしては前年比マイナス15%と悪く、特に、個人消費や来場者が低迷している。10月は新型車発売と車検母体量も多く、新車の検討機会が増えるため、楽観視はしないが新車販売はやや良くなるとみている。	
乗用車販売店（総務担当）		・10%への消費税増税前の駆け込み需要が前倒しすると予想しているためである。	
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）		・政府の打ち出す政策が的を得ているからである。	
一般レストラン（経営者）		・天候異変や突発事故はあるものの、周辺開発による人口増加が営業にやや良い影響を及ぼしているように感じる。	
一般レストラン（経営者）		・消費税増税の影響もなくなりつつあり、消費者も新しい消費税率に慣れてきているようである。法人が良くなれば、接待費及び個人の消費などで経済的にも良くなっていく。	
一般レストラン（経営者）		・年末に向かって良くなっていかなくては困る。更なる消費税増税が心配である。	
一般レストラン（経営者）		・12月は忘年会の予約が入るため、今よりも景気が良くなるかと信じている。	
都市型ホテル（スタッフ）		・来年度に消費税が10%になると思われるためである。	
旅行代理店（経営者）	・希望的観測でやや良くなる。		
旅行代理店（従業員）	・3か月先の販売予測が前年比120%のためである。		
旅行代理店（従業員）	・秋は団体旅行のピークのため、1年で一番受注が多くなる。		
旅行代理店（営業担当）	・商品造成がうまくいっている。		

	旅行代理店（支店長）	・2～3か月先は11～12月になり、11月は特に予算が大き く、法人の団体旅行を中心に動く月である。ただし、円安が 進んでおり、11月は海外旅行の団体が非常に多くなっている ため、収益面では若干不安である。国内旅行については紅葉 シーズンで1泊の社員旅行を中心に増えてはいるが、1泊か ら日帰り旅行へシフトしている感がある。
	通信会社（経営者）	・消費税増税の影響も薄れる。
	通信会社（経営者）	・現在は加入が好調であり、今後も引き続き好調さは継続し そうである。
	その他サービス〔立体 駐車場〕（経営者）	・近隣にマンションやオフィスビルの建築が予定されてきた ことと、年末で買物客が少しは増えるためである。
	設計事務所（経営者）	・プロジェクトが少しずつ進んでおり、それに伴って当事務 所への発注につながるためである。
	住宅販売会社（従業 員）	・来場者数が上向きになってきている。
	住宅販売会社（従業 員）	・夏を過ぎ、10～11月は例年良い傾向にあるため、景気は良 くなる。県内の戸建用地はなかなか仕入できないが、都内の アパート用地は順調に進んでおり、現在は来季の販売在庫に 向けて仕込み中である。販売も都内の方が活発である。
変わらない	商店街（代表者）	・最近の天候不順によってとにかく来客が減っている。悪く ても平均的などころにまで戻り、何とか天候も回復してほし い。
	商店街（代表者）	・客は価格に非常に敏感になっている。肉屋では特徴を出そ うと一生懸命努力しているが、グラム当たり1割ぐらい値段 が違うため、どうしても安い物を求めてスーパーへ流れてし まう。あまり良くなる状況にはない。
	商店街（代表者）	・クレジットカードの取扱高だけをみると、少し良いような 印象があるものの、世の中全体のマインドが低下しているた め、飲食などの低い価格帯で苦戦が続いている。ぜいたく品 や物販は意外と好調である。
	商店街（代表者）	・次の消費税増税の決定が確実になるまでは、変化はない。
	一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・水害などの天災により、消費者の購買意欲が落ちているよ うな気がする。
	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・売れる主力商品がなく、生活家電も年配者には今一つ受け 入れられていない。
	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・世の中が、購入意欲をなくすような風潮になっている。た だし、テレビの購入は回復傾向にあるため、年末にかけて期 待している。LED照明が大分安価になったので購入する家 庭も増えると見込んでいる。
	一般小売店〔印章〕 （経営者）	・商店街という環境では客を迎え入れる体制が整っていない ため、非常に消極的な意見だが、徐々に衰退していくのでは ないかと感じる。
	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・10月のイベントや祭事に期待したい。
	一般小売店〔茶〕（営 業担当）	・お茶の気候になってきたため、ギフト需要で売上が伸びて いる。
	一般小売店〔茶〕（営 業担当）	・企業は福利厚生費を削ってでもお茶にかけるコストを減ら す一方だが、個人同志でお金を集めてお茶を購入しようとす る事務所も増えてきており、自費でお茶を飲もうという客は 少し高いティーバックや上煎茶を購入する傾向が増えてきて いる。
	百貨店（売場主任）	・行き過ぎた円安や原材料の高騰により製品の値上げが発生 しているが、賃金はそれ以上に増える傾向にないためであ る。
	百貨店（総務担当）	・ファンダメンタルズの部分では決して良くはなっておら ず、給料が若干上向きになっているところが多いものの、そ 他の費用がもっと高くなっているため、景気が良くなるこ という実感はあまりない。また、来年10月の消費税増税の判断 がこの暮れに行われるが、それによってもかなり景況感が変 わってくる。
	百貨店（総務担当）	・大きな良化の兆しはなく、特に、客が消費に向ける要素に 乏しく、厳しい状況が続く。これで消費税増税が決まれば、 ますます厳しい状況になる。
	百貨店（営業担当）	・残暑がほとんどなく秋らしい天候が続く、台風の来襲も例 年に比べて少ないこともあり、婦人服、紳士服、子ども服の 衣料関連をはじめ、服飾雑貨、宝飾時計、食料品等、一般的 に動きが良い。
	百貨店（営業担当）	・マスコミ等で消費税10%への増税に対する不安、懸念の露 出が多くなってきており、客の声にも表れ始めている。
百貨店（営業担当）	・高額品は前倒し消費から本格的な回復に入っておらず、12 月に来年からの更なる消費税増税が決定されれば、今後につ いては決して楽観視はできない。	

百貨店（販売促進担当）	・消費に慎重な傾向は、今後も続くことが予想される。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は減少してきているものの、家計に影響する各種の値上がりを考慮すると変わらない。
百貨店（店長）	・消費税増税後の影響が大きかった化粧品などが今月からかなり回復傾向にある。気温も例年より低く、衣料品が好調に推移しているものの、食品は売上減が継続している。
百貨店（営業企画担当）	・今月は天候要因による需要前倒しの要素もあるため、このまま好調が続くかどうかは不透明である。むしろ、年末から年明けにかけて前年の駆け込み需要の反動減を考慮すると、やや悪化する懸念もある。
百貨店（副店長）	・秋物の動きは堅調ではあるものの、お歳暮を含む年末商戦は弱含みである。集客策を集中して行い、前年を維持したい。
スーパー（販売担当）	・客の買い方をみていると、広告商品の目玉、価格を出した商品、日替わりなどの商品を買回った後にすぐにレジに並んでしまい、その他の買物を控えているような傾向が多くみられる。
スーパー（経営者）	・今月は天気があまり良くないことと、8月よりも曜日まわりが悪いため、8月より若干落ちているが、基本的には同じなので変わらない。微妙に悪い方へ振れているような感じもしている。
スーパー（店長）	・本来ならば良いと答えたいが、最近、客は値段を安くしても必要ではない物を買わない傾向がみられる。消費税増税後はそれほど反動減はなかったが、落ちてきた現況から3か月先を考えると、このままの状況で年内はいつってしまうのではないかと。努力はしているが、厳しい状況である。
スーパー（店長）	・農産物の高止まり相場や原材料の高騰による値上げ等、消費者にとってはマイナス要素が多くあるため、しばらく現在の様な状況が続く。
スーパー（店長）	・消費税増税、各商品の値上げに伴って、取引数は大きく減少している。客が必要な物を必要な分だけ購入する傾向が拡大しており、余分に購入したり、特別安かったとしても衝動買いは減少傾向にある。
スーパー（総務担当）	・消費税増税以降、月別の来客数がほぼ一定であり、今後大きく変化する予件もない。
スーパー（営業担当）	・世界情勢の変化による円高、円安、更には株高、株安の状況によって相当景気は変わってくると思う。特に、将来における不安がまだ払しょくされていないことが懸念材料である。
スーパー（仕入担当）	・円安の影響で年明けには輸入商品の仕入価格が上昇し、売価も上げざるを得なくなりそうである。
スーパー（仕入担当）	・競合が増えていくなかで価格志向がより強くなり、無駄な廉価販売が増えてくる。結果として慢性的な価格競争につながってしまう。
コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアが店内改装で食料品を半分以上に拡大し、価格も抑えている。また、業務スーパーがオープンしたためである。
コンビニ（経営者）	・客の動向から少し悪くなりそうな感じもあるが、ほぼ変わらない。
コンビニ（経営者）	・客の財布のひもが結構固く、消費税増税後、多少落ち込んでいる。これから増えるかもしれないが、確たる見通しが立たない。
コンビニ（経営者）	・毎週土曜日に野菜市を行っているが、買上点数が8月より少なく、10月の最低賃金の上昇による人件費の膨らみに不安がある。
コンビニ（経営者）	・身の回りで景気を左右するようなことがない。
コンビニ（エリア担当）	・プラス材料があまりないように感じる。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数が上昇、下降するような大きな話題もなく、厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・客の反応が悪いため、このままだと不安定である。声に出さないが消費税増税、景気等の不安要素が売上に影響を与えそうである。
衣料品専門店（経営者）	・来年から消費税10%への増税が決まっているような雰囲気なので、客は金額を決めて買物をしている様子があり、余分な買物はしていない。
衣料品専門店（経営者）	・年間客数が少しずつ減少している。先行きが不安である。
家電量販店（統括）	・急激な円安は企業に悪影響をもたらす。コストに跳ね返り、悪循環となるのではないだろうか。

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、販売があまり芳しくない。消費税増税前の駆け込み需要が終わった時点から、ずっと悪い状態が続いている。12月までは悪いと思う。
乗用車販売店（営業担当）	・9月の決算期だというのに来店はもちろんのこと、単価も落ちている。
乗用車販売店（販売担当）	・景気が良いのは一部の大手企業だけで、中小企業の末端にまで回ってこない。特に、トラック関係は中小企業が多く、末端の方になるため、当初の予定と違ってきており、ユーザもあまり景気が良くないという話をしている。また、仕事量も減ってきており、運送単価の値下がりも出てきているため、一時と比べると、景気はまた落ち込んできている。この状況がまだ続くのではないかと。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税10%議論がマスコミに取り上げられ始め、消費マインドにブレーキがかかりそうである。年金を老後に幾ら蓄えておけばよいか、社会保障が不安定で将来が不安のため、迷走状態にあるのではないかと。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・良くなる材料がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状は非常に微妙なバランスの上に成り立っている。将来的に大きな変革の要素はない。判断は非常に難しいところである。
高級レストラン（副支配人）	・宴会予約の推移から変わらない。
高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に現在、特に上向いているわけではなく、2～3か月の短期で上向くとは思えず、また、極端に悪くなるとも思えない。
一般レストラン（スタッフ）	・2～3か月前から変わっていない。それ以前から悪かったが、さほど悪くはなっておらず、その状態から変わっていない。街の様子も変わらず、店舗の場所にもよるが良い材料はそれほどない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来年10月からの消費税10%が決定すると動きが停滞するのではないかとと思う。
タクシー運転手	・夏休みが終わって冬休みや年末に向かっているところだが、不景気のため客は年末対策で財布のひもが固く、我々にとっては暇な日々が続く。
タクシー運転手	・良くなる気配がない。
タクシー運転手	・会社の残業が全体として増えておらず、接待も特別増えている感じがしない。
タクシー（団体役員）	・例年、9～11月の期間は特に上向きの要因が見当たらないため、現状維持と考えられる。
通信会社（経営者）	・下期に入り予算が上方修正され、獲得は3サービスとも厳しくなる。また、顧客単価の低減が始まっており、売上、利益共に圧迫する要因になる。
通信会社（社員）	・良くなる理由も悪くなる理由も特にない。ただし、消費税増税が確定になった場合、解約への影響が懸念される。
通信会社（営業担当）	・契約数が昨年の実績を下回る状況が続いており、回復の兆しが見られない。
通信会社（管理担当）	・下期は上昇傾向に転じるが、その手ごたえが例年に比べて少ない。
通信会社（営業担当）	・消費税10%への増税の決定次第で消費マインドに影響がある。しばらくは変わらない。
通信会社（営業担当）	・最近の傾向から、しばらくは安価なサービスへの需要が高いまま推移する。
通信会社（局長）	・本格的な4Kテレビのコンテンツの充実がなされない中では現状維持がいいところである。
通信会社（営業担当）	・年末へ向けて景気上昇を予想させる材料がない。
通信会社（総務担当）	・夏期特需が終わり、年末特需まではあまり変化がないと思う。
通信会社（経営企画担当）	・現在の顧客との商談における先の予定を考えると、変わらない。
ゴルフ場（従業員）	・来場者数が若干増えたとはいえ、これから売上が伸びることへの期待より、またいつ低迷期に戻るかという不安の方が大きい。
ゴルフ場（支配人）	・年内の予約は前年を上回っているが、1月以降の予約は例年並みである。
ゴルフ場（支配人）	・客の動きからも今後、良くなる動きは感じられず、平行線のままである。

パチンコ店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、客が若干減っているが、低玉貸しといって、あまりお金を使わないパチンコやスロットマシンはそれなりに入っている。消費税増税も含めて客の財布は厳しく、レジャーに使うお金が減っているのではないかという感じがする。この先は今のまま上がることはなく、下がるかもしれないが、希望も含めて現状維持と回答した。</li> </ul>
その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税後の景気の底冷えが顕著化している。</li> </ul>
美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税の影響で、様々なものの買い渋りが出ているようである。</li> </ul>
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上は横ばいである。この時期は入試前の中学3年生が入ってくるため、景気とは関係なく多少売上が上がるが、変わらないということはそれほど良くなっておらず、今後も著しく良くなる傾向はない。</li> </ul>
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業種によって好況、不況が大きく出しており、全般的には大企業、中小企業等で大きく変わっている。コストプッシュに弱い中小企業の経営が年末に向かって、どのような状況になるのか予想がつかず、良くも悪くもなり得る。</li> </ul>
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状維持の感が否めない。3か月前と比較しても今月は顧客数、売上額共に横ばいで、現状のままで行けば2～3か月後も見込み客や売上の増加は見込めない。顧客の新たな購買意欲も感じられない。</li> </ul>
設計事務所（所長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税の影響により、今後どのようになるか多少不安はある。民間が動かなければ、実感として良くなったとは言えない。</li> </ul>
設計事務所（所長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続物件の作業が続くため、変わらない。</li> </ul>
設計事務所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税10%の判断が12月に迫る中、年度内契約に向けた駆け込み需要はあるが、景況観に影響はないように思う。</li> </ul>
住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景気がやや良い状況で変わらない。新築分譲は厳しい状況だが、建替えの二次取得層とリフォーム客が動いている。まだ消費税10%前の駆け込み需要とは思えないが、例年並みに年度末に向かって動きが出てきている。</li> </ul>
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の受注量低迷から脱するような明るい情報が少ない。</li> </ul>
やや悪くなる	
一般小売店〔家具〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税前の駆け込み需要での購買が一巡したようで、まず客が店に入っていない。今後もこの状況が続くと思うため、景気は悪くなる。</li> </ul>
一般小売店〔米穀〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米価が下落しているために、販売価格は下がっていく。客の購買意欲もそう強くない。客は、スーパー、量販店の価格競争に左右される。</li> </ul>
一般小売店〔靴・履物〕（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中小企業の給料は上がらず、年金生活者にとって消費税増税は値上げである。また、石油等も含めて物価も上昇しているため、非常に苦しい。景気が悪くなってきているのではないかと心配している。</li> </ul>
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・先月同様、外商部の法人関係の売上において百万円以下の案件は数あるが、百万円以上の大口の案件がなくなってきているため、あまり良くない。企業が設備投資に消極的になっているような感じがある。店舗での小売りが良好でも、外商の落ち込みにより全般的に悪い。今後も案件がなかなか出てこないことが不安要素として挙げられ、下向きである。</li> </ul>
百貨店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・円安で商品価格が上がる。その少しの値上げが婦人服消費に大きく影響することは間違いない。</li> </ul>
百貨店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月の好調の原因は、昨年との季節感のずれによるものである。秋冬物の高単価商品が早めに動くことにより、前年との比較で売上、購買単価が上昇している。食料品は、グロスサリ一関連の売上が好調であるが、販売価格の上昇によるもので、購買客数は依然として前年に届かない状況であり、楽観はできない。年末商戦にかけてはボーナス支給によるインパクトが強く、現在の市況を鑑みると、若干厳しくなる。</li> </ul>
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・天候に左右され、何とも判断しがたい状況である。</li> </ul>
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アルバイト、パートの応募がなく、異常とも言える人手不足で店を回すのがやっとである。競合増加と相まって苦しい状況が続いている。</li> </ul>
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者には消費税増税がかなり影響している。</li> </ul>
衣料品専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・変わらないように思えるが、急な円安による輸入品等の値上げがあるため、消費が抑えられる可能性がある。年末まではあまり良くないのではないかと考えている。</li> </ul>
衣料品専門店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税増税後の売上復調を夏ごろと予測していたが、増税の影響が予想以上に大きく感じる。単価が安いだけでは客は反応しない。燃料や電気料金、材料費が確実に上昇するため、下降する。</li> </ul>

	乗用車販売店（販売担当）	・先行きの景気に不安を感じる。	
	住関連専門店（統括）	・景気が回復する要素が今のところは何もなく、買い控えや必要な物以外は購入しないという動きが大分増えてきており、これからも増えていくと思う。	
	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・円安などで輸入関連商品の値上げが懸念される。	
	一般レストラン（経営者）	・急激な円安で仕入が高くなっているような状況で、消費者の心理的にもこれから高くなるのではないかと防衛本能が働いているような気がする。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・年末に向け忘年会などの予約も入ってきてはいるが、例年に比べ動きが鈍く、直近での動きに期待したいが競合も多く、厳しい状況が予想される。ゲストからも景気が悪いのでとの話が多く、来年の消費税増税の有無も関係するが、このまま景気回復は見込めそうもない。	
	旅行代理店（経営者）	・問い合わせの件数も大分少なくなってきており、乗客数も大分少なくなってきている。なかなか思うようにいかない。	
	旅行代理店（従業員）	・見積依頼は来るものの、予約までには至らない。また、予約が入っても例年の団体客であり、新規客が少ない。	
	タクシー運転手	・秋は台風が多く発生して早めの帰宅があったり、また、季節的に良い日もあり、少しくらいの距離であれば歩く人が多くなるため、当然、利用は減る。	
	タクシー（経営者）	・消費税増税に対する警戒心が強く、潤っている大企業が経費を使うかどうかは不透明である。知り合いの多くは中小企業だが、景気が悪くなっていると言っているため、今後、財布のひもは固くなると考えている。	
	通信会社（管理担当）	・基本料のみならず従量分の価格破壊が進んでおり、依然として厳しい。インターネット回線を利用した通信サービスの品質が向上するにつれて、より便利で安価な商品の提供につながり、消費者にとってはプラスでも、業界としての見通しは厳しい。	
	その他レジャー施設（経営企画担当）	・来場者数は今後も堅調に推移すると思うが、物価高等により消費マインドの改善が限定的であることが消費単価の動向から感じ取れる。今後も、劇的にマインドが改善する要素は見当たらない。	
	設計事務所（所長）	・消費税8%から10%への増税が決定すると、相当な負担になる。景気が良いような話も出ているが、業種によって相当左右されている。当社のような建築設計、建設関係は人手不足で非常に苦戦している。後継者もいないという中で、景気が良いところは一極集中になっていく。	
	住宅販売会社（従業員）	・受注については住宅展示場等の集客減が続いており、前年割れが続くようである。売上についても受注残が更に減少傾向のため、より厳しさを増しそうである。	
	住宅販売会社（従業員）	・受注の減少はそのまま今後の売上減少につながるため、収益悪化は避けられない。	
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年の夏は日照不足で農作物の出来が良くないと言われていたため、景気も良くなる。売上、乗客数共に前年を下回っている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・私鉄工事の関係で駅前広場ができるという計画があるため、この2～3年は景気は悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。経営努力、営業努力で前年を上回ることは大変難しい。
		一般レストラン（経営者）	・T P Pの問題などを含め、今のままの政権でいくと何も変わらない。景気は決して上向きではなく、かなり悪くなる。消費税の10%への増税によりとどめを刺される気がする。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅事業においては消費税増税後、ここ2～30年の中でこれほど乗客数が激減したことはない。建設業では建設費の高騰で採算が取りづらくなっている現実が、いつ改善されるか全く見通しが立っていない。政府が何か対策を打たない限り、当分この状況が続く、景気はどんどん悪化していく。
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）	・秋の新商品の動きに期待している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・事前情報では受注見込みの業務が発生しているためである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は変わらないと感じていたが、最近、法人の設立時の印鑑が1本だけではなく3本セットの注文で、しかも、材料がつけではなく、1ランク上の黒い水牛であったりする。ゴム印関係も増えてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・何点が試作品を製作したため、それが量産で立ち上がってくるのではないかと。やや良くなっていくという見通しを立てている。

	建設業（営業担当）	・消費税増税の影響が一段落し、今まで控えてきた顧客が設備投資を始め、特に、リニューアル関連など内装や設備を改修する工事が増えてきている。
	輸送業（経営者）	・現状の景気からみて、将来的には上昇していかなければ日本の経済はもちこたえることができない。ただし、円安傾向が続いているため、為替の問題で業種によっては非常に潤うところが出てくるのではないかと思います。
	輸送業（営業担当）	・主力取引先の1社からの受注が増えそうであり、期待している。
	通信業（広報担当）	・消費税増税の影響等が薄れてくる。
	金融業（支店長）	・個人投資家の動きは活発化しており、当面この動きは続く。
	不動産業（総務担当）	・今後2～3か月先も景気が落ち込むような要因は今のところ見当たらないため、今月よりは良くなる。
	広告代理店（従業員）	・継続性はないが、スポット的な受注が出てきている。
	税理士	・アメリカの景気も少し良くなってきて、日本製品や日本車が売れている。中国では様々な問題があって失速するかもしれないので懸念がある。日本ではアベノミクスが引っ張って大企業は景気が良くなってきている。しかし、それが中小企業まで下りてきていない。大企業では海外の下請けを使っており、日本の中小企業に来るかどうか不透明であるが、アベノミクスで底上げしていることは確かなので、中小企業まで来て少し良くなっていく。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・これからも値上げ交渉で単価を上げていく方針である。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・まだ所得が上がったという実感はないが、出費は確実に上昇しており、あまりお金を使う気にならない。一方、新聞などで景気が良い話はたくさん聞くので、いずれは良い方向に行く。
	食料品製造業（経営者）	・今から消費税10%と言われているので、財布のひもは固いままだと思う。
	繊維工業（従業員）	・ニット製品の輸入比率が96%を超えている。消費者ニーズが低価格帯の商品にあるため、国内製品の伸び率が低迷している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・スポット商品ばかりで先々の見通しができない。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末に向けての動きが多少あると思うが、現状のように大きく変化があるとは考えにくい。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・消費税増税分の値上げが進めにくい状況にあり、更に増税となると、今後の見通しは厳しい。
	化学工業（従業員）	・秋口から年末の荷動きの傾向を営業に確認しても、受注が増加するような話もない。横ばいの状況が続くそうである。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・景気が上向きなのはごく一部の建設関係のみであって、他は全然良くなる気配が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）	・成長分野である医療容器や化粧品容器関連で新企画の立ち上がりや相談案件も増え、力強く感じられるようになってきたため、設備投資に踏み切るにはしばらく様子見という状況である。
	金属製品製造業（経営者）	・原材料、副資材等の値上がり気がなるが、受注動向は順調であり、しばらくは続きそうである。
	金属製品製造業（経営者）	・オリンピック関係で建設業界やインフラ関係で仕事が出てきているようである。人手不足のために設備の合理化を考えているため、少しは良くなる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・大手企業のみ良くなっているのかもしれないが、中小企業にはまだ還元されていない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・次なる商品の開発を急いでいるが、実際売れるかどうかは分からない。当面、それに賭けて準備を急いでいる。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・現在、特別景気が悪い、良いという声は出ていないので、このまま推移していくのではないのか。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税がきっかけとなった感があるが、売上が回復しないというサロンが多い。客の来店周期が低下し、売上単価が下がっているという話を聞く。
	建設業（経営者）	・中小企業向けの地域対策が十分ではない。
	建設業（経営者）	・年明けの受注に向け、営業合戦がし烈になりそうである。下請企業でも来年が心配である。
	建設業（経理担当）	・消費税増税でも以前より事業計画を立てていた物件は次々と発注してきそうである。ただし、予算は1年から1年半前のため、現在の物価まで金額を上げての発注を望みたいところだが、なかなかその差が埋まりそうにない。
	輸送業（経営者）	・何としてでも良くなってもらいたいという願いを込めての回答である。

		輸送業（総務担当）	・国内出荷量は今後増えても微増で、計画を大幅に下回っている。燃料価格の高値安定、高速道路料金の割引が大幅に減った状況でも運賃の値上げができないのが実態であり、厳しい経営環境である。
		輸送業（総務担当）	・年末に向けて新規案件が出ているものの、短期的で売上、利益を大きく伸ばすものではない。また、燃料費高騰などでコスト増や人手不足感があり、先行き不安は続きそうである。
		金融業（従業員）	・取引先の全業種において業況改善の動きが鈍っているようである。特に、不動産業では安定的に取引を確保している企業と商品物件の入手に悩まされている企業との間で差が出てきており、今後の業況悪化が懸念される。
		金融業（支店長）	・取引先の受注状況をヒアリングすると、まだ安定的に受注が増えているとは言いきれず、今後も現状の売上等が続くため、変わらない。
		金融業（役員）	・建設、輸出関連、観光業等、景気を底上げしてくれそうな業界に期待したいが、消費者は円安による物価上昇を心配し、大きな買物を控える傾向にある。
		不動産業（経営者）	・新築同様、古い物件はそれ以上に苦戦している。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		税理士	・それほど好材料はなく、現状維持できれば良い。
		経営コンサルタント	・同じ中小企業でも業種によって業績の差が大きくなっている。建設業の社長の話では、仕事は次々に来るが人手が確保できず、無念の思いで断っているという。その一方で主婦の財布のひもが一向に緩まないと嘆いている。こうした状況はしばらく続くのではないかと。
		経営コンサルタント	・国内製造に対する大手の意図的な活動とそれを支える国の施策、消費者の動向がないと良くなる条件がそろわない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・今後も同様の動きがみられることが予想され、厳しい状況が続くが、アベノミクス効果やオリンピック効果で上向いていくことを期待したい。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・見積案件はあるが、成約につながっていない。解約物件もないため、2～3か月先も現状維持だと思う。気になるのは人手不足で、募集をしてもなかなか人が集まらず、募集費用が上がってきている。
		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いる。今月は先月よりは伸びてはいないが一定の受注件数を維持できており、今後もしばらくはこの傾向が続く。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・自動車排出ガス規制が終了した後の需要減が考えられるため、来年の消費税増税前までは需要の先行となり、規制終了と増税後の反動減を考えると来年度下期は不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在の経済状況が特別良くなる方向に向いておらず、はっきりと日常の取引上に出ている。
		輸送業（経営者）	・これから年末に向かったの3か月は取扱量の増加時期となる。しかし、現在までの取扱量の推移をみると、期待どおりにはいかない。
		輸送業（経営者）	・下期に期待したいところであるが、先行き不透明である。
		広告代理店（経営者）	・景気は当地域にはまだ回って来ていないし、最初から来ないことが決まっていたのではないかとこの思いもある。
		広告代理店（営業担当）	・世の中の物価がじわりじわりと上がっている。消費税増税前後にブランド品が値上がりし、さらにここへきて、各ブランドでまた値上げしている。さすがに少しは影響してくると思う。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・消費税増税の問題や現在の円安傾向などが続くようであれば、今後も材料費や輸送費などが高くなるため、良くない傾向にある。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国の経済が減速していきそういため、やや悪くなる。
	悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・大企業がこれ以上のコストダウン要請をすると中小企業は存亡の危機である。实体经济は為替益で景気が良いと判断して報道するため、悪循環である。大企業からの手形支払いを変更しないと中小企業の運転資金が回らず、設備投資意欲を損なわれる。
		建設業（経営者）	・ここで消費税が10%に上がると、やはり経済は止まると思う。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけて23社から様々な事業計画を聞いており、それが全部入れば相当の盛り上がりがある。
(南関東)	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・今後、求人件数は景気回復に伴い増加してくる。労働市場全体は活性化して景気回復感があるが、派遣ビジネスのみをみると、派遣労働者が正社員求人へ応募する等で労働者の減少感が出てくると思われる。

	求人情報誌製作会社 (編集者)	・新卒、中途、外国人採用で提案を求められることが増えてきている。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・大型ショッピングモールのオープンをはじめ、既存専門店のリニューアルなど、今秋は地域に活況をもたらす動きがある。
	職業安定所 (職員)	・正社員の新規求人数が前年同月比で今年度最も増加している。
	職業安定所 (職員)	・夏休みが終わると同時に新規求人が前年より大幅に増加しているためである。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・景況感が良好と感じるのは一部の大手企業である。中小企業の業績は目に見えて良いとは言い難い。
	人材派遣会社 (社員)	・求人数などから景気が若干減速してきている印象を受け、この状況が2～3か月先に改善されるような材料が見当たらない。
	人材派遣会社 (社員)	・景気が良くなるような施策は打っていないためである。
	人材派遣会社 (支店長)	・求職者数が増えず、仕事はあってもなかなかマッチングしない。
	人材派遣会社 (営業担当)	・抵触日を迎えて契約終了になり、次の就業先で仕事内容や環境が合わずに辞めてしまうケースが目立つ。今後、法改正になった時に同様のケースが増えることが懸念される。
	人材派遣会社 (支店長)	・求人数がここ3か月横ばいのためである。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・7～9月は求人数の動きが増加も減少もしていないため、当分は変わらない。
	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・身の回りで景気が良くなる要素があまり感じられない。
	職業安定所 (職員)	・管内の企業が雇用調整を予定しており、今後の不安定要因となっている。
	職業安定所 (職員)	・パートタイム求人は引き続き伸びているものの、フルタイム求人が前年同期比でマイナスに転じており、この状況はしばらく続く。
	職業安定所 (職員)	・新規求職者数の減少は今後も続くと思われるが、経済状況の変化によっては急激に変化することも考えられる。
	職業安定所 (職員)	・求人数は前年同月比で増加傾向を続けているが、増加率が縮小している。増加率の高い産業は労働者派遣業と常に人手不足の状況にある医療、福祉であり、景気が上向いているとの判断材料が乏しい。
	民間職業紹介機関 (経営者)	・インフレ懸念が強く、人件費の固定化を避ける傾向は続く。正社員採用要件は厳しい。
	民間職業紹介機関 (経営者)	・期待していたような安定した成長には不安がある。
	民間職業紹介機関 (職員)	・不動産や建設業界では、媒体の費用対効果が落ちてきており、応募者が集まらないため、採用のニーズはあるが、掲載費用を抑える会社も出てきている。建設コスト増、人件費増でコスト削減による利益創出の話は出ているが、全体の状況としては大きな変化はない。
	民間職業紹介機関 (職員)	・求人数、採用者数共に堅調な状態が続いている。
学校 [専修学校] (就職担当)	・事前調査の採用募集予定より、新規採用、追加募集などは微増であり、大きく雇用が拡大している様子はみられない。	
やや悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・様々な企業の経営者と話をしたが、今後、一過性で良くなるのは、戦争が始まっているため、ロケット砲弾やミサイルのシャシーを作っているところではないか、他は円安でやや悪くなると心配する経営者が多かった。
悪くなる	—	—