

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）	・消費税増税の延期により、これからはしばらくの間は消費が膨らむのではないかと考えている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・アベノミクスが信任となり、追加の景気対策がなされ、アメリカの株価が好調なのを受けて東京の株価も良くなると、当地域は良くなる要素が多い。災害や異常気象がなければ少し良くなる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・2～3か月先は選挙も終わって政治が安定してくること、やはり景気を良くしなくてはという機運が出るような感じがするので、これから少し良くなるのではないと思う。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・衆議院選挙で与党が3分の2を占めたので、多少は経済状態も良くなってくる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人客のお茶の売上額だけではなく、オフィスや事業所単位のお茶の売上額も前年同月上回り、全体で少しずつではあるが景気が回復しているように感じる。10月から12月にかけてオフィスの移転が多く、移転後も変わらずお茶の注文があるので、注文は横ばいのままか、少しずつ回復していくような気がする。
		百貨店（広報担当）	・消費は踊り場的な状態にあるが、今後、春のベースアップ等の状況により、消費が上向くことを期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・年明けから始まるセール等、特殊要因により一部状況が好転することが予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・今後の天候予測では寒さが続くとのことであり、春物の動きは足踏みをする可能性もあるが、防寒衣料の継続的な動きもみられるため、消費動向の停滞はないと考えている。
		スーパー（経営者）	・新政権が発足し、株価が上がっていくためやや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・来年より就活市場の客の活発化や、2月の降雪による来客数と売上の減少が改善されると考えている。
		乗用車販売店（総務担当）	・1～3月は最大需要月でもあるため、やや良くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今季は花粉の飛散が多い予想なので、期待している。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・今までのようにハイペースではないかと思う。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・セールの動きをみていると、回復傾向にあるように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・新政権で経済対策を打つようなニュースも出ており、アメリカの景気も若干回復傾向にあるため、株価が上がってくれば当店もそれなりの売上を維持できるのではないかと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・1月は新年会などがあるため、それほど来客数は減らないと見越している。2月は少し下がると思うが、客が付いてきている。
		タクシー運転手	・このところ円安が進んで外国人の観光客が急増しているようなので、来年はタクシー業界も潤って、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・総選挙も終わり、政権が安定してきたので、アベノミクスの効果が出てくる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・12月に入り、売上は若干良くなってきている。選挙によって今後の政府の成長戦略が明示され、政治に安定感が出てきたので、消費が回復してくる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・円安や原油安による企業業績の向上に伴う賃金増の影響が、ようやく出てくるころだと思う。
	設計事務所（経営者）	・今後手がける予定のプロジェクトはあるにはあるが、先方の都合による要素が多い。予定されているプロジェクトが動くとなれば、景気は良くなる方向である。	
	設計事務所（所長）	・民間物件はほとんどないが、行政物件が順調に決まっております、現時点で前年度を上回る状況である。今後も行政業務を積極的に取り組んでいく予定である。	
	設計事務所（所長）	・設計契約が決まり、作業の続行が見込まれる。	
	住宅販売会社（従業員）	・受注も安定して伸びそうであり、来客の層も良くなっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・天気予報では降雨はあまりないということだが、雨が降ると出足が悪くなる。降雨と寒さが商売に影響するが、これから寒くなるのは当たり前なので、注視しながらやっていきたい。
		商店街（代表者）	・石油などの暖房費が多少緩和されることと、政府が様々な方面に経済政策を打っているため、プラスマイナスゼロではないかと商店街の役員とも話している。

商店街（代表者）	・消費者の低価格指向がまだ強く、大手量販店と商店街の格差はなおも広がりつつある。
一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・年末になって消費者に少し動きが出てきたが、年が明けて食料品等の値上がり控えているので、消費はやはり進まないのではないかとみている。
一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・現実的に景気が良くなったと感じられないため、消費者も財布のひもを固くしている。政府の景気対策に期待している。
一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・12月の売上は印刷部門が減少したものの他の部門でカバーできている。1月は印刷がないので、何とか維持できれば以前と変わらない程度には持っているのではないと思う。
一般小売店〔印章〕 （経営者）	・最近の消費者は非常に買物上手になっている。時間のかかるようなところに行くのであれば、妥協してでもパソコン通販などで用を済ませている。伝統的な技術などというものはあまり考えはないようで、非常に残念である。
一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・毎年ではあるが、正月やクリスマスなどのイベントの雰囲気からみて、少し力が弱い。
一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・年末の休みが長いことで多くの来客があり、一過性の特需が若干あったが、今後も同じようにいかはまだ不安要素がある。
百貨店（売場主任）	・実質的な賃金上昇がみえず、消費の回復には時間がかかる。
百貨店（総務担当）	・一部の富裕層や一部の製造業については、やや上り調子ということも聞こえてくるが、全体としてはまだ消費意欲、経済的なインフラは低い水準で上がってきていない。食品などはほぼ100%に近づいてきているが、宝飾品や服飾雑貨、婦人服はまだ追いついていない。今後もこのような状況が続く。
百貨店（総務担当）	・変わる要素がない。ただし、高額品は堅調なことから客の財布のひもを緩めるにはどうしたらいいかをよく考え、商売する必要がある。
百貨店（広報担当）	・百貨店では消費の二極化が進行している。上得意である富裕層は株価上昇による資産効果などを背景に、高額品を含めて積極的な傾向がみられる。反面、大多数の一般の購買層は消費に慎重になり、委縮している。この二つの層が打ち消しあって、マイナス傾向含みではあるが、ほぼ前年並みの売上となっている。この傾向はしばらく続く。
百貨店（営業担当）	・例年に比べて気温の低い日が多いため、コートをはじめ防寒衣料雑貨の動きが良い。政局も安定しており、アベノミクスによる個人消費への好循環を期待したい。
百貨店（営業担当）	・消費税増税が先送りされても相変わらず財布のひもは固い。原油価格の下落等により、光熱費関連の高騰については一息つく感はあるが、原材料の高騰に伴う値上げ等による買い控えは続く。大企業の給与は上がっても、一般企業への波及はしばらく先になる。
百貨店（営業担当）	・総選挙後、内閣が信任されたことで政策、施策が全く変わらず、消費の二極化が継続する。
百貨店（販売促進担当）	・ガソリン価格は下落傾向にあるが、食品をはじめとする商品の値上げが続いている。衆議院選挙によりアベノミクスが継続となるが、それに伴う賃金アップが実際には感じられないことなどから、景気が良くなるとは思えない。
百貨店（店長）	・上場企業など一部は好調のようだが、地方では好況感はない。来年の給与の上昇が決定しないと生活防衛に走るため、変化は期待できない。
百貨店（副店長）	・年末年始とバレンタインに各種プロモーションを集中させるが、前年の消費税増税増税前の駆け込み需要もあり、前年をクリアするのは難しい。
スーパー（販売担当）	・最近の円安傾向も影響しているのか、食料品など少しずつ単価が上がっている分類が多くなってきている中で、客が本当に必要な量、分量しか買わなくなり、付加価値や価値のある商品、プラス1品という買い方がないようである。
スーパー（店長）	・今年は消費税が上がったということもあるが、客の様子から本当に必要な物以外はいくら安くても買わないということがはっきりと分かった1年である。本当は3か月後の景気はもっと良くなって欲しいが、無駄な出費は抑える客の状況から、3か月後についても今と変わらない。
スーパー（店長）	・クリスマスや年末で一時的に上向きになると思うが、必ず反動があるので、まだ厳しい状況は続く。

スーパー（総務担当）	・消費税10%への増税が延期されたということもあり、客の買い方は今までと変わらないと思う。円安で輸入品の原材料価格が上がっている中で、一般消費者の頻度性の高い日用品の買物に関して購買動向の上昇にはなかなかつながらないように思われる。
スーパー（総務担当）	・競合店オープンから3～4か月が経過して春になるが、回復するのは夏以降の大きく季節が変化する時期と考えている。
スーパー（営業担当）	・しばらくは堅調な状況が継続していくが、消費税10%への増税を境に景気が大きく変化していくのではないかと思う。
スーパー（仕入担当）	・年明けも円安が続くと、輸入品の多い食料品は価格上昇の大波が訪れる。
スーパー（仕入担当）	・単純に価格が安い物だけではなく、価値に見合った価格の商品も売れてきている。比率はまだ圧倒的に価格に偏っているが、価値へのシフトに流れつつある状況である。
コンビニ（経営者）	・廃棄覚悟で品ぞろえを強化し、1月の動きに注目していきたい。
コンビニ（エリア担当）	・財布のひもが緩くなるようなニュースが期待できない。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数は回復の傾向もなく、特に改善の傾向につながるような良い話題もないため、引き続き厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・現在のような状況が続き、セール商戦も盛り上がりもなく、厳しさが予想される。
衣料品専門店（経営者）	・客が二極化している、年金生活で切り詰めている客は必要な品物のみで低単価である。アベノミクスが高齢者に来るのはまだ先である。
衣料品専門店（経営者）	・消費者の商品選びや買い方が慎重で、景気が良くなるにはまだ時間がかかる。
家電量販店（店員）	・一部の量販店では顧客離れで店舗を縮小し、インターネット販売がメインになっている。
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、販売が芳しくない。来年3月以降は少し良くなると思う。
乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲がまだ上がってきていないので、新車の売上もあまり期待できない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税延期も先延ばしになり、客の動向が読めなくなっている。
乗用車販売店（渉外担当）	・新型車とハイブリッド車は好調だが、総量は前年比マイナス15%で推移している。この先2～3か月は車検を迎える台数が増加するが、個人消費が相変わらず良くないため、やや悪い状態が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税の見直しが発表されたが、良い方向に進むのか全く分からない。
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税の先延ばしにより、高額品の購買動機など直近の消費マインドはややしぼみ気味とを感じるが、原油価格の値下がり等、消費者へのプラス要因もあり、現状のレベルは維持するのではないかと。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・2015年1月の相続税の税制改正に伴い生前贈与が活発化したり、可処分所得が増加することを期待したい。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・お金の使い方が変化してきたようである。気持ちに余裕がなくなっている。
高級レストラン（副支配人）	・予約状況の推移からの判断である。
高級レストラン（支配人）	・2～3か月では来客数、客単価等、現時点と変わらない。
一般レストラン（経営者）	・同業者間の連携で地域の活性事業をしており客の反応は上々で、少しずつ集客につながっている。
一般レストラン（経営者）	・景気はそれほど向上く感じはないが、徐々に良くなっていく雰囲気はある。ただし、サービス業への影響はまだあまりない。
一般レストラン（経営者）	・案の定、暮れの選挙で売上減である。今後は人手不足のため人件費が高騰し、円安や品物不足で原価が高騰でなかなか希望が持てない。
一般レストラン（スタッフ）	・店には客が入っており、従業員に給料も支払えるが、低位安定で変わらないである。日々の生活では、物価が高いために大した物を買っていないのにお金がすぐになくなってしまふ。
都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約を見ても例年どおりかやや下回っている状況で、閑散期でもあるため今後の伸びも期待できない。新規での動きもほとんどなく、何とか定例案件が確保できている状態である。年明けからの景気上昇へ期待したいが、データを見る限り変わらない。

旅行代理店（経営者）	・来年に関しても今のところ全く予約が入っていないので、景気の落ち込みが末端に響き、業況はあまり良くない。
旅行代理店（従業員）	・国内旅行の予約は比較的順調に伸びてきているが、大型団体や特需的な団体が少ない。また、北海道スキーの予約が今一つ伸びてこない。
旅行代理店（従業員）	・受注は例年どおりのため、上昇する様子は今のところない。
旅行代理店（営業担当）	・商品力が弱い。
旅行代理店（支店長）	・2～3か月後の販売の中心である海外旅行については、円安傾向が続いているので伸び悩みを懸念している。年末の挨拶時でもそういった声がよく聞かれた。国内の個人旅行については動きがあるので、プラスマイナスで変わらないという判断である。
タクシー運転手	・例年同様1～2月はそれなりに利用が見込めるが、明るいニュースもなく、消費税増税延期など、2015年も厳しい年になりそうである。
タクシー運転手	・良くなる材料が今一つみつからない。
タクシー運転手	・景気が良くなっても、各企業のタクシーを含めた交通費などの経費削減を続けていくことは変わらない。例えば、5千円以内の場合はタクシーで、それ以上かかる長距離の社員はビジネスホテルという会社が増えていると同業者同士で話しているため、タクシー業界はまだまだ厳しい。
タクシー（経営者）	・客の様子から変わるような様子はない。
通信会社（経営者）	・タブレット無料キャンペーンでテレビ、インターネット加入を引っ張っている状況である。携帯電話の勧奨は12月に入ってから大変厳しくなっている。
通信会社（社員）	・先行きに不透明感がある。良くなる理由も悪くなる理由も特段ない。良くも悪くもない状況で推移していく。
通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明であり、環境が大きく変化する兆しは感じられない。
通信会社（営業担当）	・実際に一般の客の収入が増加しない限り、消費は増加しない。
通信会社（営業担当）	・付加価値が高いが料金も上がるサービスの需要は一部に限られており、全体をけん引するまでは至らない。
通信会社（管理担当）	・2～3か月では変わらないが、半年～1年あれば状況や勢力図は変わってくると考えている。大手通信会社と携帯電話会社が連携すれば、市場環境が激変する可能性がある。
通信会社（局長）	・やはり消費税増税の影響があるようで、中小零細企業の派遣社員を含めた従業員の給与上昇が顕著にならないと、消費マインド的にちょっと無理してでも買うというような購買意識にはならない。
通信会社（営業担当）	・景気向上への材料が見当たらない。
通信会社（経営企画担当）	・顧客の動向が少し上向いてきており、このまましばらく維持される。
ゴルフ場（従業員）	・長年の景気の低迷で、決して今でも景気が良いというわけではないが、少なくとも底辺からは逃れた。それだけでもすごいことだが、景気回復に向けた取組みは、この先が更に難しい。
ゴルフ場（支配人）	・1～2月は営業日数も少なく、平年並みの予約数である。
ゴルフ場（支配人）	・大方の家庭では収入が増加傾向にはないため、サービス業へ支出が増えるとは考えにくい。
パチンコ店（経営者）	・新装開店で台の入れ替えなどをしても、前ほど客は付かないが、あまりお金を使わない低玉貸しのコーナーには客が増えている。先の状況は厳しく、やや悪くなるとしたいが、期待も込めて現状維持で変わらぬと回答している。
美容室（経営者）	・商店街の生鮮三品である八百屋と魚屋が閉店したため、余計に人の流れが悪くなったようである。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・景気は横ばいである。高収入の家庭の生徒は授業時間数が伸びているが、それ以外は下降気味であるため、景気はまだ戻っていない。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・12月は良くなると期待していたが、街は全く師走らしくならず、デパートでクリスマスの買物をしているような客もいるわけではないので来客数が増えない。新政府の経済対策に期待もできないが、仕方なく期待するだけである。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・来年に対する期待感はあるが、3月ごろには消費意欲は落ち着く。来年度は経済効果がようやく浸透して消費増加が期待できる。
設計事務所（職員）	・建設コストの先行きは相変わらず不透明である。良くも悪くもならない。

	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの復活など政策面での良いニュースもあり、また、新春キャンペーン展開により来客数、販売量共に現状を維持している。2～3か月後も今月と変わらず景気は良いと判断している。
	住宅販売会社（従業員）	・現状が良いため、年明けからもこの状況で推移していくと感じている。年明けの契約予定も入ってきているので、もしかしたら良い方向に展開する可能性もある。金融機関も積極的に動いている。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ある程度の受注は見込める。ただし、円安傾向が続くと輸入原材料価格の高止まりから、新たな仕事を増やそうという意識が薄れる客先が多い。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・クリスマスの人の流れも若干減っており、買物袋をたくさん持って歩く人はあまり見受けられない。買物に非常に慎重になっており、不要な物については手控えているようである。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・12月の総選挙の結果により、将来、消費税が10%になることは確実となった。景気対策が十分ではなく、この先、物価が上昇して景気はもっと悪くなる。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・ホームセンター、家電量販店、100円ショップなどの様々な所で同じようなものを売っており、差別化が難しくなってきた。特色のない地域店は来店客を増やすのが大変である。
	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年明け以降、ますます客足が遠のく。
	百貨店（営業担当）	・円安が一段落したとしても急に上がる気配はなく、影響は大きい。
	百貨店（営業担当）	・円安が一段と進み、外国人による売上が高い伸びを維持し、全体の売上を下支えしている状況の中で、それを除いた国内の売上は、前年の消費税増税前の駆け込み需要があった影響で、更に非常に厳しい状況が続く。
	百貨店（計画管理担当）	・冬物重衣料は前年の駆け込みで購入している客も多く、来年のクリアランスセールも厳しいことが予想される。
	スーパー（経営者）	・前年2～3月は消費税増税前の駆け込み需要があった時期なので、2～3か月後は確実に前年より悪くなる。何か対策を打たなければならない。
	スーパー（店長）	・来客数は横ばいながら1品単価、客単価の上昇によって売上増となっている。また、他社ではポイント、割引、値引き等をメインとした販売提案が多くみられる。必要な物は購入するが、より条件の良い店での購入が見込まれるために競争が激化し、1品単価や客単価の上昇、所得増による恩恵は予想できない。
	コンビニ（経営者）	・客の財布のひもは固い。
	コンビニ（経営者）	・競合が一段と厳しくなる中、間に合わせ的な利用が顕著になり、今後も同様の状況が続く。
	コンビニ（経営者）	・この先、近隣に当店と同じチェーン店が新しく2店オープンする。当店よりも駅から遠いが、駅から離れて買物をする客が本店を通過して行くという動線上にある。品ぞろえが同じで酒、たばこの免許の優位性も段々薄れてきているため、苦戦するのではないかと感じている。
	コンビニ（経営者）	・これから寒い時期に向かうが、客は天候に相当左右されるので、先行きはやや悪くなる。
	衣料品専門店（経営者）	・先々、収入増が見込めない層は、消費を控える工夫をしているため、しばらく景気が良くなるとは思えない。
衣料品専門店（経営者）	・年末になっても買い控えで必要最小限の物しか買わない傾向がある。物価は上がっているものの給料は据え置き、一部の企業ではボーナスが良いようだが、8割程度の人はまだ好況感がないのが現状で、年明けもしばらくこの状況が続く。	
家電量販店（経営企画担当）	・冬季賞与の水準が夏同様5%増の水準で、冬本番となり季節商材、福袋、新生活セール、引続き好調なインバウンドと商品の好不調が浮き彫りとなっている。その需要の変化をいち早く捕まえるよう取組んでいるが、前年のこの時期には消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年の山は越えられない。	
乗用車販売店（販売担当）	・トラック事業全般をみると、前年比ではそれなりの割合を確保しているが、段々落ちてきている。また、ドライバーがいないために、車を買ったが動かせないというようなことがあり、なかなか景気が良くなる。トラック自体は大きく増加していかないのではないかと考えられるので、やや悪くなる。	
住関連専門店（統括）	・消費税増税、10%への再増税を意識し、買い控えが増えてきている。良くなる要素がなく、まだ厳しい状況が続く、低迷する。	

		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・年明けに販売する製品の予約も振るわない。
		一般レストラン(経営者)	・2～3か月後は2～3月だが、2月は1年で一番悪い月なので少し悪くなる。3月に少し盛り返すが、その後どうなるか心配である。
		旅行代理店(従業員)	・近年の円安で海外旅行の客が非常に減っている。先行きの受注状況もそれを示している。
		タクシー運転手	・新年が始まって皆が慎重になる。どうしても1～3月ごろまでは慎重さが影響して変わらないような気がする。
		通信会社(経営者)	・昨年度はOSのサポート終了をきっかけにした加入契約や解約抑止の取組みが好調だったが、今年度は大きなイベントがないことや競合他社の新サービス展開が行われることから、加入契約は現状維持で解約の増加が見込まれる。
		通信会社(管理担当)	・年初は年末のトレンドが継続するため、上昇はあまり期待できない。
		通信会社(総務担当)	・長引く円安が経済に与える悪影響が、給与増の効果を上回るため。
		観光名所(職員)	・2～3月は年間で一番客が来ない閑散期になるので、やや悪くなる。
		美容室(経営者)	・寒さが厳しくなると、客の来店サイクルが鈍るような気がする。
		設計事務所(所長)	・仕事量は決して増えていない。非常に人手不足で職人が足りていない。中央ばかりに景気が集まっており、大手志向はこれからも変わらず、中小は弱るばかりというのが実感である。先行きに景気が良くなるような要素は1つも見当たらない。
		住宅販売会社(従業員)	・新規契約の回復は現在の集客状況ではあまり見込めない。受注残が減少しているので年度決算は厳しくなる。
		住宅販売会社(従業員)	・受注の低迷はそのまま売上、利益の減少に直結する。
	悪くなる	一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・食品の原材料や人件費が高騰し、社会保険料や各税金も上がり、給料を少し上げても手取り額は減ってしまう。
		一般小売店〔靴・履物〕(店長)	・年金生活者や給料が上がらない中小企業の方は、これから物価が上がると、更なる消費税増税も控えているため、景気が悪くなるのではないかと心配している。政策もお金を持っている人たちが優遇されているようなので、非常に心配である。
		百貨店(総務担当)	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で売上が大幅に伸びており、今年はそれを補う材料が見当たらない。
		百貨店(営業企画担当)	・昨年度は年明け以降、消費税増税前の駆け込み需要が高まったため、その反動が避けられない。また、株高だけでは全体的な消費マインドの回復には至らず、更なる消費税増税の先送りもマイナス影響がなくなっただけで、プラス影響とはならない。給与の増加など、消費者が好況感を実感する要素がなければ、本格的な回復基調には乗らない。
		衣料品専門店(店長)	・冬らしい寒さであれば、冬物実用衣料の買上数量が増えるのが普通であるが、今年は消費税増税の影響が消えないためか増えていない。手持ちの衣類を使い回そうという意識が強い。
		家電量販店(統括)	・第4四半期は第3四半期より更に厳しい。実店舗、Webショップ共に前年の消費税増税前の駆け込み特需発生の影響もあり、3月まではこの状況は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・アベノミクスは全く効果を表さないどころか末端に関してはマイナスにしか働いていない。輸出関連の企業などというのは大きいところしかないのではないかと。
		住宅販売会社(経営者)	・今の状況がいつ改善されるか全く見通しが立たない。来年10月の消費税増税は延期されたが、政府の方で何か景気対策、特に、中小企業に対する景気対策を打ってもらえない限りは、この状況が当分続く。
企業 動向 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	建設業(従業員)	・現在の会社の状況では賄いきれないほどの受注量がある。
		食料品製造業(経営者)	・消費税増税の影響が徐々に少なくなっている。選挙が終了して少し期待感のようなものが出ている。
		食料品製造業(経営者)	・街全体でのイベントが開催される予定なので、来客数が増えて売上が上がることを願っている。
		輸送業(経営者)	・アベノミクスへの期待からやや良くなると判断したが、世界的には不安要素も多分にあるので、バランスが必要である。
		輸送業(総務担当)	・新年から年度末までは微増だが今までより出荷量が増える見込みで、燃料価格は年明けも値下がり基調なので、採算はとれる。今までの分を取り戻すまではいかないが、このまま続けばと願っている。
		通信業(広報担当)	・消費税増税の延期もあり、当面は少しずつ回復に向かう。

	金融業（役員）	・来年以降の追加経済対策に期待する声が多い。建設業では人手不足感も一服し、受注活動に勢いが出てきている。
	税理士	・アメリカの景気が良くなってきて日本車が売れているが、中国等では人件費が高騰して日本企業の製品が高くなったりと不透明である。日本国内はアベノミクスが大分引っ張って、少しずつ良くなっていく。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・建築関係の公共事業の受注が多く、警備員不足の状況がしばらく続く。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今後も競合他社との高速インターネット環境整備にかかわる厳しい競争は継続していくと想定されるが、マンションオーナーのインターネット環境整備に向けた意識が若干前向きになってきている。
変わらない	食料品製造業（営業統括）	・生活の中で世間の景気をみると、まだ支出傾向には至っておらず、この先も不透明である。
	繊維工業（従業員）	・アベノミクス効果は輸出産業には味方しても、中小零細企業には全く届いていない。消費者も元の安価な製品を求めており、中小零細企業にとっては景気が上向くことはないか、あっても当分先のことである。
	化学工業（従業員）	・原油価格が下がっても原材料費が下がるわけでもなく、受注が増えそうもない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスで景気が良くなったという実感がまだないので、しばらくは動き出さない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器、医療品容器の受注は増加気味で推移しそうだが、住宅関連部品に勢いがなく、しばらくは横ばい状態が続く。
	金属製品製造業（経営者）	・選挙で年末の仕事も止まりがちだった。来年の経済対策が我々に届くまでには時間がかかるので、先行きは非常に厳しい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・完成品を納品をしないでくれというような客がこれ以上増えないという期待も込めて、これ以上落ちないのではないかと。試作を何点か作ったので、まだ先になるが新しい仕事が立ち上がってくるのではないかとと思うが、3か月先ではまだ立ち上がらない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・いまだに景気回復を実感できないためである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・首相の信任でこれからを期待する声が出ている。営業も引き合いのあった物件が受注になり始めている。良い傾向である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・一部上場企業等の景気は非常に良いが、中小零細企業まで及んでくる見通しは全然ない。底辺にある中小企業の見通しは非常に悪く、新年を迎えるにあたっての方針が決められずに困っている。
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・今までの流れから、これからも同じような状況で推移していく。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・結局、年末まで景気は回復しなかった。2015年は期待も含めて変わらない。
	建設業（営業担当）	・選挙が終わり、大きな変化もなく各企業共に発注が順調に行われているが、建設業界の資材及び人件費の高騰により、受注時に見積りより経費が上がってしまい、事業計画が採算割れを起こしている。施主との協議も難航しており、受注に至らず先送りになるケースが多くなってきている。
	建設業（経理担当）	・東京オリンピックの関係かもしれないが、東京都内の仕事の引き合いが来ている。地元の仕事については、新しい工事案件は少ない。
	輸送業（経営者）	・荷主のところで車を待機していて時間になってもなかなか出荷のOKが出ず、本当に困っている。
	輸送業（経営者）	・例年1～2月は1年の中でも売上が低迷する時である。燃料価格の下落や進行中のリストラ効果等のプラス材料はあるが、大きな変化は望めない。
	輸送業（総務担当）	・年度末に向けて売上増につながる案件が見込めず、今と変わらない。コスト削減の動きが強くなることから、景気はなかなか上向きに転じないのではないかと。
	金融業（統括）	・客のマインドが特に良くなっておらず、また、特に沈んでいるわけでもないからである。
	金融業（従業員）	・一部の小売業では価格の安い商品ばかりが売れ、売上が減少しているとのことである。今回先送りされた消費税増税については、8%への引き上げ時にあまり影響を受けなかった取引先でも、10%への引き上げを懸念しているところが少なくない。
金融業（支店長）	・円安進行により大企業は業績回復しているが、海外から部品を輸入する中小企業の経営は一層厳しさを増している。	

		金融業（営業担当）	・今後も円安がこのまま続くと思うので、現状は打開できない。コストが増えることも考えるとまだ景気は上がってこない。倒産件数が若干増えていることもあり、今後2～3か月も現在の状況が続く。
		不動産業（経営者）	・現在のような空室が多い状況がいつまで続くのだろうか。当社で管理している1Kの物件は、価額を1万円下げ、契約日を大学入試にあわせて来年3月15日からとした。それだけ客も少なくなったということである。
		不動産業（経営者）	・しばらく空室になっているテナント物件は賃料で折り合いがつかない。消費税の3%増税分は大きな負担感がある。ただし、12月に問い合わせが多かったので来年に期待したい。
		不動産業（総務担当）	・オフィスの入居率から判断しても、景気は良い方向に向かっている。今後もこの傾向は変わらない。
		広告代理店（従業員）	・受注や販売予定で増減がみられない。
		社会保険労務士	・残念ながら良くなる要素が見当たらない。
		税理士	・住宅エコポイントや贈与税の減税など、該当者への恩恵は消費に関わるが、一般の消費意欲には回らない。現政権の景気回復策に期待したいが、ばらまきではなく実感できる好景気を望みたい。
		経営コンサルタント	・県内の商店街の会合で、ベーカリーショップの経営者が「仕入先から小麦粉の値上げを通告されたので、商品価格を上げざるを得ないが、客離れが怖い」という話をした。すると、ラーメン店、そば店、洋菓子店、喫茶店などの店主が、当店もそうだと声を上げた。年明け早々、仕入価格の上昇、そして販売価格の値上げが続くのではないかと。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・中小企業対策、地方経済、製造業への活性化策が浸透していくものと期待しているが、具体的な兆しが見えている状態ではない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・原油価格は安くなっているが、円安で材料費は下がらないため、景気が良くなる傾向にはない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の実印や銀行印など印鑑の注文数は横ばいだが、中小企業の法人関係が良くない。間屋への支払いは通常、月15万円ぐらいだが、今月は10万円ぐらいしかなかった。注文が発生してから仕入れるため、法人関係の需要が下り坂になっていると感じている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・受注量は変わらないと予想するが、消費税増税分を転嫁できないまま利益幅が狭まっているため、苦戦を強いられている。
		金属製品製造業（経営者）	・生産見通しが減っている得意先は1社だけでなく大半の会社であるため、3月までの景気は下がっていく。
		広告代理店（経営者）	・頼めば内部留保を出してくれるだろうと思うこと自体、政権が国民目線を分かっている証拠である。長期的には悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・円安の影響や、ここへきて消費税の重みが地味に効いてきていると感じる。景気の起爆剤となるようなニュースもあまり聞かない。
		経営コンサルタント	・3月の年度末に向けて受注が冷える時期でもあり、ここしばらくは更に悪化すると考えられる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価だけが上がっているが、実体経済は下がっている。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・季節的な要因により、収益はダウンする。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・資材の値上げが来年1月末より行われるため、価格競争との狭間でさらに悪化する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・1月より原材料の値上げが全社で始まり、製造原価をさらに圧迫していく。政府主導でコストアップを認めない企業への指導をして欲しい。
		建設業（経営者）	・消費マインドが上がる材料がないため、悪くなる。
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けは様々な計画がすでに30件以上入っている。今年は5件ぐらいが急にストップになってしまったため、計画だけではまだよく分からないが、このまま順調にいけば相当の盛り上がりとなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けた短期的な採用が期待できる。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費意欲があるように感じる。消費の底上げから景気が良くなる。
		職業安定所（職員）	・自動車、部品関連会社で12月末に70名の人員整理の届出を受理したが、全体的に求人は増加傾向であり、人手不足イコール景気は良いと判断する。

変わらない	人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者10人と打ち合わせをしたが、円安で原材料の入手が厳しくなっており、今までの値段では手に入らず、かなり苦勞しているとのことである。ガソリン価格は下がっているが、一般的に選挙結果がどう反映されるのかをみたいと話している。
	人材派遣会社（社員）	・円安による恩恵は一部の輸出関連企業が中心である。中小企業の景況感個人消費の落ち込みなどで、全体的な景気回復には材料が乏しい。
	人材派遣会社（社員）	・3月以降、消費税増税延期の影響などもあり、若干の景気の回復が見込める。
	人材派遣会社（支店長）	・受注が増えて決定も増えているが終了者も多いため、なかなか取引量が増えない。景況感から流動化が強まっている印象である。
	人材派遣会社（支店長）	・求人、求職数の変化はあまりなく、一服感を感じる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・好感感がある業種と不況感を感じる業種が両極端で、全体をならずと大きな変化はない。ただし、庶民の消費が落ち込めば悪くなる方向へ向かうのではない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・良くなる兆しや特にこれといった理由がないため、変わらない。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加しても充足数は相変わらず減少している。
	職業安定所（職員）	・主に国内市場を対象としている中小企業にとって、最近の円安による原材料の高騰の悪影響が払しょくされないためである。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月と比べマイナスとなっているものの、新規求職者の減少傾向も続いているため、月間有効求人倍率は横ばい状態が続くのではない。
	職業安定所（職員）	・今後も大きな景気変動等による大規模な雇用調整がなければあまり変化がなく、求人数は若干の増加も見込まれる。
	職業安定所（職員）	・消費税増税延期に伴い、建設関連の事業では受注が減少している。駆け込み需要を見込んだ生産等が減速しており、駆け込みによる消費増も見込めないことから、短期的に景気が上向く要素が見当たらない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ホワイトカラーの求人は販売職、営業職、現場職の増員の後、本格化する見通しである。現在は欠員補充の求人がほとんどである。
	民間職業紹介機関（経営者）	・今より悪くなる気はしないが、すぐに良くなる感じもしない。基本部分の技術系あるいは営業系は成長戦略として常に期待されている。
	民間職業紹介機関（職員）	・総選挙や円安等の影響もあり、心理面での不安から人材採用に関しての影響がなくなり、大きくは変わらない。
民間職業紹介機関（職員）	・大きく変わることはないと予想しているが、選考の通過率が若干低下傾向にあるため、しばらく注視していきたい。	
学校〔専修学校〕（就職担当）	・事前の採用計画調査内容と比較して、新規採用、募集定員の増員などは目立って多くなってはならず、変化はみられない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気が良くなると実感できる施策が見当たらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・直接雇用での求人が多くなればなるほど人材派遣サービスにおける求人数、求職者は減少する。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が良くなる要素がない。投資家だけ儲かっても一般の人々には影響がない。
悪くなる	○	○