

#### 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	百貨店（販売促進担当）	・今後も続いていくセール体制が更に盛り上がり期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・3～4月は歓送迎会や総会などが多いので、良くなる。
観光名所（職員）		・2～3か月後は春を迎えて観光シーズンとなるため、今月よりかなり良い人員になると予想している。	
設計事務所（経営者）		・年単位の契約やプロジェクト単位の契約ではあるが、中期的な時間を必要とするものなので、この2～3か月としては景気が良くなるはずである。	
やや良くなる		商店街（代表者）	・統一地方選挙の結果に大きく左右されるが、今の流れでいくと、景気回復、アベノミクスが受け入れられ、良い方向に向かう。
		商店街（代表者）	・現在ではまだ本業の業績は好転しないまでも、世間全体で株や債券などの収益が増加することで、3月決算以降の企業や末端の中小まで設備投資など、以前より余裕のある経営に転換する企業も増加すると思う。ただし、これが過剰な資金供給となれば、バブル期の再来となってしまうのではと危惧している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・給料が増える傾向にあるので、多少購買力が上がると期待している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・春を迎えて行事やイベントが増えるため、需要が増える。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・国内では春闘の動きも良い方向に向かっており、世界的な経済も若干良い方向に向かっているような気がするので、やや良くなる。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・最近の株価が安定しており、収入も増えているというメディアの紹介もあって、希望も含めて良くなるような気がする。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭においては積極的な集客策を練っているため、来客数が増えている。外商に関しては官公庁の予算がつかつかないか等、いろいろとあったが、提案している物件のほとんどが予算が無事に決定し、今後、受注が見込めるため、劇的に売上が上がるというほどではないが、若干良くなるのではないかと。
		百貨店（総務担当）	・株価の上昇傾向が続いており、また、昨年の消費税増税後の売上の落ち込みもあるため、4月以降の売上は上昇していく。
		百貨店（広報担当）	・前年は消費税増税後の反動減があったため、前年比の売上は4月以降は伸びる。インバウンド消費なども伸びているので、景気は回復基調に向かう。
		百貨店（営業担当）	・ストックの拡大や今まで抑えられてきた購買意識が向上していく。
		百貨店（店長）	・上場企業を筆頭に賃金の上げが多く、株価も堅調に推移していることから、今年は徐々に景気が良くなる期待が持てる。
		スーパー（店長）	・店のリニューアルをして客が変わったねと言われるように模様替えをし、来店頻度を上げてもらおうと様々な販促を打っていかうと思っているので、3か月後については期待も込めてやや良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・2月ごろから少し客が増えてきているため、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響が一巡するため、前年比では改善する。
		衣料品専門店（営業担当）	・春本番で出かける機会も増え、衣料品も売れる時期になる。
		家電量販店（統括）	・小売業が実感できる景気回復は、4月の状況を見てからと言える。現段階では前年比の回復が全体に良い影響を与えるのではないかと。
		家電量販店（経営企画担当）	・企業の労使交渉も労働側とお互い良い感触で妥結すると予想する。足元の状況も大事だが、消費者の行動は非常に賢明で、先行きの不安感が解消していくことで景気回復につながる。
		乗用車販売店（経営者）	・車の整備と販売をしているが、整備は順調に入っているものの、販売は昨年4月から良くない状況が続いていた。それが今月から少しずつ上向いてきている。
		住関連専門店（営業担当）	・株価上昇などの雰囲気的な好感感から、雇用、所得環境の改善などの実感できる好況へ移りつつあると感じている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・花粉症関連の販売に期待したい。4月までは売上を伸ばすことが可能なのでやや良くなる。

その他小売 [雑貨卸] (経営者)	・売上と利益の状況からやや良くなる。	
一般レストラン (経営者)	・2月が一番悪い時なので、これからは少しずつ良くなっていく。毎年のことだが、2～3か月先は今より売上が上がる。	
一般レストラン (経営者)	・寒い時期から多少暖かくなると景気も上向いてくるような気がする。飲食店の方でまだそれほど浸透していないが、株価も上がっているため、やや良くなる。	
一般レストラン (経営者)	・大手企業の賃上げの影響が及んでくることに対する期待から、やや良くなる。	
一般レストラン (スタッフ)	・場所が良い店は売上が上がってきており、もうすぐいろいろなもの動き出す時期なので、良くなることを望むしかない。	
タクシー運転手	・2020年の東京オリンピックに合わせてなのか、都心はもとより周辺各区での道路工事が一層激しくなってきた、交差点を通過するのに信号2回待ちは当たり前である。景気拡大につながるものと見たい。	
タクシー運転手	・客の景況感が良くなっていると感じている。タクシー業界には数か月遅れてくるが、良くなるということ信じたいし、期待もしている。	
通信会社 (経営者)	・賃金の上昇が現実のものとなる。	
通信会社 (経営者)	・給与を上げる企業が増えていきそうである。	
通信会社 (営業担当)	・新しいサービス、付加価値の高いサービスに対する反響が増えつつあり、月額料金の安さのみを求める客の割合は微減傾向にある。	
ゴルフ場 (支配人)	・予約の埋まり方が例年よりも早くなっている。	
パチンコ店 (経営者)	・機械の良し悪しがやはり大きい。この先の4～5月はゴールデンウィークなどがあって、客が期待する面白い機械が出てくる。客単価が低下しているため心配もあるが、今が良くない状況なので、期待も込めて客が足を運んでくれ、もう少し良くなるのではないかと思う。	
その他レジャー施設 (経営企画担当)	・賃金増や株高による消費マインドの上昇が期待される。	
美容室 (経営者)	・卒業、入学、入社シーズンで人が動くため、いくらか良くなる。	
その他サービス [立体 駐車場] (経営者)	・毎日の来客数が少し増えてきており、来客数がすごく少ないという日もなくなってきた。	
その他サービス [保険 代理店] (経営者)	・消費税増税の先延ばしによって商品の購入意欲が落ち着き、計画的に安定した購入計画が立てられる。物価に対する不安が払しょくされ、安心して消費ができる意識が生まれている。	
設計事務所 (経営者)	・官民とも新築設計需要は今後とも減少傾向が続くが、改修設計はそれ以上に増加すると考えている。官庁案件は政策によりある程度コントロールされるが、消費税増税の影響も一段落したような感があるので、民間の伸びに期待している。	
住宅販売会社 (従業員)	・3月は期末ということで景気は良くなる。都内のアパート物件がまだ販売できる。ただし、戸建の仕入が苦戦しているので在庫が少なくなり、今後に影響が出そうである。	
住宅販売会社 (従業員)	・住宅版エコポイント制度の復活により、販売が活気付くことを期待したい。	
変わらない	商店街 (代表者)	・企業の自動努力も最低限必要であることは間違いないが、総体的に物販業が非常に影響を受けている。その影響は今後も続き、このままだと消費税が10%になった時にもっと厳しい状況になる。
商店街 (代表者)	・天候が安定しないことは大変な問題である。近隣にドラッグストアができたこともあり、その影響がここ2～3か月で出てきているので心配である。	
商店街 (代表者)	・原料高があり、また、大企業の景気がこのところ非常に良くてベースアップということだが、高齢者が多い商店街では年金は決して増えていないので、微妙なところである。景気が良くなっていくことは望めないのではないかと思う。	
一般小売店 [家電] (経理担当)	・ケーブルテレビのアナログ放送終了や、移動による消費もあると思うが、あまり大きな期待はできない。	
一般小売店 [文房具] (経営者)	・現在の状況からみて、あまり変わりがないような気がする。特に悪いという点もなく、前年並みではないか。	
一般小売店 [印章] (経営者)	・印章業界は非常に苦戦をしている業界の一つである。当店も御多分にもれず厳しい状況が続いているが、何か企画を立てたりと検討中である。	
一般小売店 [靴・履物] (店長)	・大手や公務員は別として賃金の上がるような様子もなく、景気が良くなる要因はないので、本当は下がるだろうが、希望も込めて変わらないでほしい。	

百貨店（総務担当）	・消費税増税分以上に賃金が上がっておらず、全体的に可処分所得が下がっている。今後もこの状況が続いていくことが予想される。
百貨店（広報担当）	・2月は春節による売上増と大雪が降らなかったという要因から前年並みの売上を確保できそうである。しかし、前年に駆け込み需要のあった3月や消費税増税後の前年比となる4月以降は、昨年から続く反動減をいまだに回復しきれていないため、苦戦が見込まれる。増税後の前年比となるため、表面上の数値では売上、来客数共に実態の増減が隠れる可能性がある。
百貨店（営業担当）	・訪日外国人客の売上が急伸しているが、一般顧客は厳しい状況にある。まだ個人消費の底上げがされていない。
百貨店（営業担当）	・衣料品以外の必需品の値上がりが大きく、不急のものには厳しい。
百貨店（営業担当）	・昨年は消費税増税直後ということもあり、数字上の前年比では大きく伸長することが予想されるが、市況は決して良いとは言えない。高額所得者の消費意欲は増加する一方、ボリュームゾーンはいまだ盛り上がりにかける状況は継続している。全体的な数値の伸長は期待できない。
百貨店（営業担当）	・4月は前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減があったため一旦は回復するが、継続して回復につながるかは疑問である。
百貨店（販売促進担当）	・食品をはじめとする商品の値上げ傾向が続くことや、春闘での賃上げ効果を消費者が自分のものとして実感できるまでには至っていないことなどから、今と変わらない。
百貨店（営業企画担当）	・前年は4月以降に駆け込み需要の反動減があったため、見た目の前年比は上向くが、実質的な消費マインドが回復するかは不透明である。マクロ経済的には回復基調にあるが、景気回復が賃金、雇用という形でエンドユーザーに波及し、消費を押し上げるには今しばらく時間がかかる。株価上昇による資産効果とインバウンド需要だけでは、中間層の落ち込みをすべてカバーするには至らない。
百貨店（副店長）	・引き続きエリア間競争が激化しているため、集客の弱いエリアは景気が良くならない。良いエリアと悪いエリアの差が拡大している。
百貨店（計画管理担当）	・前年度との比較では景気が回復したかのようにみえるが、トレンドとしては現状と変わらない。
スーパー（経営者）	・株価は上がっているが、スーパー業界に反映されるのは半年から1年はかかるので、景気は変わらない。
スーパー（販売担当）	・客は広告初日の目玉商品や曜日ごとのポイント何倍といった特典のある曜日、店などをうまく使い分け、少しでも安く買い回ろうという動きがみられる。
スーパー（経営者）	・一般的には3月が悪く、4月以降良くなるという図式であるが、客の購買意欲が少しずつ上がってきていることを考慮しても変わらない。
スーパー（店長）	・春先にかけて生活働事が多くあり、一時的には良い方向へ向かうかもしれないが、月を通してみれば現状とさほど変わりはなく、依然として厳しい状況は続く。
スーパー（店長）	・来客数は変わりなく動いているが、点数不足で1人当たりの買上単価が下落している。4月から相当量の値上げが予想されるため、客の買い控えや特売商品のみの買上、また、競合他社との買い回りが予想される。
スーパー（総務担当）	・昨年の3月は消費税増税前の売上の伸びがあったので、3～5月のトータルとしては今までと同じような状況で進む。客の実際の給料の上がり幅がそれほど大きくはなく、買物動向としては上向いてるとは言い難い。
スーパー（総務担当）	・前年4月からの消費税増税の影響で業績が悪化し、1年経過するが、それより競合店の出店の影響が大きく、いまだ来客数が戻らず苦戦が続いている。
スーパー（営業担当）	・現在の円安、株高、さらに原油安が継続すれば、経済は好景気に向かうと思われるが、世界経済の状況によって先行きは不透明な部分もある。
スーパー（仕入担当）	・円安の状態が続いており、輸入原料、加工品の値上げが更に続き、値上げによる消費の冷え込みが懸念される。
コンビニ（経営者）	・近隣の建築物の完成まで3～4年かかるので、今と状況が変わらない。
コンビニ（経営者）	・同業他社の出店攻勢が激しく、当店の商圈内に1か月1軒ペースで競合店の開業が続き、先の見通しが立てられない状況である。

コンビニ（経営者）	・近隣の商店街や隣接する通りなどでも新しく飲食店がオープンしており、とてもリーズナブルでチェーン店的な要素の出店が多くなっている。当店のようには食べ物を持ち帰ったり、店内で食べられる店の競合が激しくなり、客の取り合いで余計に厳しくなる。
コンビニ（経営者）	・段々と暖かくなるので来客数も増えてくるが、消費意欲は非常に低いようである。
コンビニ（経営者）	・本部全体を見ても98%前後と苦戦している。4月を過ぎてみないと先行きの判断は難しい。
コンビニ（店長）	・商圈内の店舗が飽和状態の中で、狭いエリアの客にその家の冷蔵庫、台所、更には居間的な存在にしていこうという視点でとらえていくことがこれからは大切だと考えている。
コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税から1年が経過するものの、来客数の改善が見込めるような傾向がない。
衣料品専門店（経営者）	・相変わらず販促面でも大きく打つ手がなく、盛り上がりのムードが出せない。トレンドも昨年と変わらず、仕入れる店も客も商材的に飽きてきている。
衣料品専門店（経営者）	・春の昇給、夏のボーナスがどこまで浸透するか。また、年金世帯の所得が今よりも増えることはないようなので、現状より良くなることはない。
衣料品専門店（経営者）	・昨年3月は消費税増税前の駆け込み需要があり良かった。春物は値上げの話ばかりで厳しい。
衣料品専門店（経営者）	・若干明るい兆しがみられるようだが、物価等も上がっているのので、4月以降、本当に一部だけでなく中小企業含めて給与が順調に上がるのかどうかを見極めたい。変わらないというよりも分からないといったところである。
衣料品専門店（経営者）	・景気の明るさがまだ見えてこない。財布のひもは固く、特に、年配者の節約志向が続いている。
衣料品専門店（店長）	・衣料品は気温や天候に大きく左右されるため、一概には言えないが、年末ごろの落ち込みからは若干改善してきている。ただし、前年をクリアできるようなところまではいかない。
衣料品専門店（統括）	・冬から比べると、徐々に来客数は増加しているが、2～3か月後に急激に大きな動きがあるとは思えない。
家電量販店（店員）	・これからシングル需要があり、期末となるが、消費税増税から1年がたち、景気の動きもみえない部分があるので、変わらないと判断している。
乗用車販売店（経営者）	・近隣の販売店も新車の販売台数があまり伸びずに苦戦している。
乗用車販売店（営業担当）	・今の時期は例年であれば販売数が上がるはずだが、新型車を投入しても盛り上がりが少ない。
乗用車販売店（販売担当）	・建築関連のトラック需要を後押ししていたのは東北地方であったが東北復興が落ち着いてきたため、トラックが出てきている。東北地方については前年を大きく割っており、他の地域については前年より伸びているため、東北の復興需要は今後期待できないものの、関東では今後開かれる東京オリンピックの需要に期待できる。2～3か月後についてはほとんど変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・4月以降の景気は、車業界は弱いので不安である。
乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売は非常に厳しい状況が続く。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・新店舗については売上が確保できているが、既存店舗はかなり伸び悩む状況で、相殺すると変わらない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・可処分所得が増えるわけでもなく、国民の将来に対する不安が払しょくできない中で景気が良くなる要素が見当たらない。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・家庭用コンソールゲーム機としては盛り上がる要素がない。ただし、スマートフォン関連は春以降、発表会続きで盛り上がっていく。
高級レストラン（副支配人）	・新装開店があって法人関連の宴席を中心に予約状況が好調なため、純粋な景気判断をするには難しい。
高級レストラン（仕入担当）	・料理や飲料の単価等をまだ値上げできそうにない。
一般レストラン（経営者）	・今月良かったのは前年が悪かったからである。まだ円安が続き、人手不足が進んで人件費も上がり、客の財布のひもは緩んでこない。しばらく厳しい状況は続きそうである。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の景気動向は非常に不明確である。

都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況を見ても動きが鈍く、4月に統一地方選挙がある影響からか、官公庁や関連企業などの予約が入らず厳しい状況である。他の歓送迎会は動き始めており、レストラン予約も暖かくなれば期待できるが、現段階からすると景気は変わらない。
旅行代理店（経営者）	・問い合わせ等はそこそこあるが、なかなか結論に達していない。
旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行の4～5月の動きが前年同週比で80%と伸び悩んでいる。問い合わせがあっても都内や大阪のホテルがインバウンドで予約が取れず、国内の一般団体旅行の伸びを欠く原因になっている。
旅行代理店（営業担当）	・貸切バスの料金高騰でバス旅行が苦戦している。
旅行代理店（支店長）	・4月に合併があるため、その後の企業の状態がどうなるのか非常に見えづらい。
タクシー運転手	・年度替わりに向けてどう動いたらいいのか見極めが非常に難しいところがあり、慎重になっている。
タクシー運転手	・朝から夕方までのオーダーがここ数か月伸びている。駅、会社、病院、住まいから平均して利用があり、期待できそうである。その反面、週末を除いて深夜の利用がますます悪くなっている。
タクシー（経営者）	・回復にはまだ時間がかかる。
通信会社（経営者）	・大手通信会社の光回線卸しによるセット割引の影響は、2月は軽微である。警戒はするものの、3月以降も大きな解約要因となる雲行きではないため、変わらない。
通信会社（社員）	・ここ数か月順調であり、今後、マイナス要因も大きなプラス要因もないため、変動はないと考えている。
通信会社（営業担当）	・景気が向上していく材料が乏しく、低迷は続いていく。
通信会社（営業担当）	・一般の客に景気が良くなっているという感じは受けないので、もう少し時間がかかる。
通信会社（管理担当）	・通信系のサービスをコマースやインターネットで訴求することの難しさが、アーリーマジョリティへの展開には時間がかかると考えられる。自宅用インターネット回線は1回線であるが、携帯は複数回線ある。自宅固定のインターネットの競争激化はあるものの、携帯回線の競争激化は限定的である。
通信会社（局長）	・4Kテレビなどは安価になり量販店に並んできてはいるが、コンテンツの充実がない中では、まだアーリーアダプター止まりという感がぬぐえない。
通信会社（営業担当）	・今後も食品などの日用品が値上げされる見通しであり、希望的観測を含めて現状維持である。
通信会社（経営企画担当）	・以前より景気は良くなったと感じるが、この先2～3か月は横ばいと考えている。
ゴルフ場（従業員）	・やや悪いという状態で変わらないということである。少子高齢化、いかに景気を回復させるか、今の時代は一層困難である。せめて気持ちだけは前向きにありたい。
ゴルフ場（支配人）	・相変わらず団塊の世代が中心で、年代層の増減が感じられない。
美容室（経営者）	・客の様子から購買意欲がわいていないような気がする。
その他サービス [学習塾]（経営者）	・学年が変わる時期で中学3年生がやめているため、売上は落ち込んでいる。例年と比べて問い合わせの件数も良くないので、今のところ生徒がそれほど増える傾向もない。また、やめていく生徒も多く、授業料の安い方へ移る傾向もある。
設計事務所（所長）	・景気の実感では民間の動きが活発にならないと感じるものではない。4月以降に期待している。
設計事務所（所長）	・新規計画の情報は少ないが、全体的に物件は動いているようなので、変わらない。
設計事務所（職員）	・会社としては受注目標達成に向けた取り組みを強化しているが、年度末から新年度にかけて好景気に向かう根拠が見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークまでは景気は変わらずに推移する。今年に入り、一次取得者の動きが活発になったと感じている。住宅ローン金利の更なる引き下げや住宅エコポイントの復活、優遇税制の延長など良いニュースにより、客の動きが出ている。
住宅販売会社（従業員）	・景気は悪くはないものの、契約数、来場者数共に前月までの勢いはなくなっている。
その他住宅 [住宅資材]（営業）	・客先の動向を見ていると以前と比較して堅調な推移となっているが、もう一歩上向き要素がない状況が続いている。
やや悪くなる	一般小売店 [和菓子]（経営者） ・食料品などの値上がりで消費者の財布のひもが固くなっている。また、季節の行事にかかるお金が年々渋くなっている。

		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・企業だけではなく、最近は大学など様々な場所にコンビニや飲食店が出てきており、お茶やコーヒーはどこでも買えるようになってきている。セルフでの購入が進むとお茶屋はますます厳しさが増す。
		コンビニ（経営者）	・商品の値上げラッシュが続く中、客の財布は景気の良い時と比べて本当に締まっている。
		コンビニ（経営者）	・買い控えということではなく、消費税分の金額を控えて買物をするのが身に付いてしまっている感じであり、その分減っていくのではないかと思うので、景気回復とは言えない。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車の自動車税増税やエコカー減税の見直しなどにより販売量は減少する。
		乗用車販売店（渉外担当）	・4月よりエコカー減税が厳格化し軽自動車の自動車税増税になるため、車種によっては駆け込み需要が期待されているが、来場者数や個人消費が良くはなく、この状態がしばらく続くとみている。ただし、月内受注が前年比マイナス20%で推移する中で、法人需要はまずまずの推移となっている。
		住関連専門店（統括）	・必要ない物を購入することが少なくなってきたし、無駄遣いをしないということが段々と定着してきたような気がする。売上の伸び悩みも続く。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・商材の単価が上がり、売上があっても利益にならない状況が数週間続いている。先行きは楽観視できない。
		一般レストラン（経営者）	・ホームページなどのインターネットの方が商売に少しずつ反映されていることを実感している。
		旅行代理店（従業員）	・2～3か月先の景気もまず難しい。
		タクシー運転手	・まだ良い材料が見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・円安による価格転嫁を上回る賃金上昇が見込めない。
		設計事務所（所長）	・新築物件が非常に少なくなっている。消費税増税等の影響もあると思うが、これから増えることはなかなか難しい状況である。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・昨年4月の消費税増税以後、家計の節約志向が続いている。今月は天候不順もあり、来客数、売上高共に前年より下がってきている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・家具業界は特に悪くなるようであり、まして更なる消費税増税もあるため、非常に厳しい状況が続く。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・2年前にできた競合店の影響が続いている。
		一般レストラン（経営者）	・輸出がメインの企業は良いかもしれないが、輸入食材等の原材料値段が高騰している。他の企業に関しても同じような状況があると思われるので、景気は良くはならない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅事業では消費税増税後、いくら広告を出しても反響がなく、客が全く来ない状況が続いており、総合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状況がいつ改善されるか全く見通しが立っていない。大企業は景気が回復しているが、中小企業においては全く回復していない。政府の方で何か対策を打ってもらえるよう期待している。
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（営業統括）	・少しずつではあるが、高額品の動きが良くなっている。来客数が増えれば更に景気上昇につながる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の外回りの営業はやや上向き程度だが、来店する個人客は、実印や銀行印などは必要に迫られてというよりギフトとしてが多く、注文数も増えてきているので、個人の需要が上向きになってきていると感じている。
		建設業（経営者）	・政治が安定しそうなので期待している。
		建設業（経営者）	・圏央道の新たなインターチェンジが開通し更に延びるので、産業集積に期待がかかる。
		輸送業（経営者）	・新年度向けの商品の出荷により、今後、取扱量の増加が見込めることと、燃料価格が下落しているため、2～3か月後は今よりは状況が良くなる。
		通信業（広報担当）	・前年のOSの更新需要や消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。
		金融業（統括）	・全般的にマインドが上がっているため、良くなる。
		金融業（営業担当）	・全体的にやはり受注の見込みがあるということは良いことである。円安で原材料価格の高騰がどうなるのかという不安材料もあるが、とにかく様々な業種で先の売上が上がるということなので、やや良くなるのではないかと。
		金融業（役員）	・賃上げのニュースが多く聞かれるようになり、消費マインドは確実に上がっている。輸入品の値上げ攻勢はあるものの、全体的に景気は上向いている。

	税理士	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アメリカの景気が戻ってきて日本車が売れており、中国の景気は不透明で分からないが、国内ではアベノミクスはまだ中小企業には来ていないものの、政治がしっかりしている。円安で輸入価格は高くなっているが、国内回帰しているため輸出も増えていき、良くなる方向である。</li> </ul>
変わらない	食料品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般の客はまだ先がみえないため、買い控えが続きそうである。</li> </ul>
	繊維工業（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相変わらず消費者の関心は安価な衣料品にあり、「メイドインジャパン」には目を向けてもらえない。</li> </ul>
	化学工業（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事量は減少しており、年度が替わって東京オリンピックに関連する仕事が増えることを期待していると話す取引先が多い。</li> </ul>
	プラスチック製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・政府は景気浮揚策をいろいろと打っているが、中小企業の設備投資意欲はまだ上がってきているとは言えない。</li> </ul>
	プラスチック製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで好調だった医療容器や化粧品容器の受注量のめどがつかないことと、住宅関連部品の受注も消費税増税の影響がまだ抜けず、見通しは明るいとは言えない。</li> </ul>
	金属製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・このまま仕事量が多くなれば将来良くなると思うが、今は年度末の駆け込み需要で多いのかもしれない。</li> </ul>
	金属製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客からの生産見通しをみている限り、増えそうにない。</li> </ul>
	一般機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事量が全体的に低迷しており、辛うじて出ている仕事も単価が安い。今後、安い単価の仕事は何件か立ち上がるが、決して状況は良くならない。</li> </ul>
	電気機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電力不足が当社の商品の足を引っ張っている。早く何不自由なく電気が使えるようにしてもらいたい。ちょっと電気を消費する商品だとすぐ設計からはじかれてしまう。いくら良い商品でもこれでは売れない。海外に活路を求めているが、零細企業では限界がある。</li> </ul>
	その他製造業〔靴〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・材料がかなり上がってきているが、良くも悪くもなる大きな要素は今のところ見当たらないので、当分変わらない。</li> </ul>
	建設業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・確実に中小企業にも影響を与えるような政策の実行をしてほしい。</li> </ul>
	建設業（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の受注量から変わらない。</li> </ul>
	建設業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・競争入札の案件に関して予算超過が多く、入札結果が不調に終わる案件が増えている。施主側の予算による希望価格と現状の価格との差が大きく、一社での見積交渉になっても合意ができない状況である。</li> </ul>
	建設業（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相談を受ける事業計画で予算組みをすると、材料費や人件費の上昇がまかなえない。予算の上積みは収支上、無理ということで、厳しい事業計画を立てている客が多い。</li> </ul>
	輸送業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景気が一気に上昇気流に乗って右肩上がりになるということは考えにくいので、一進一退を繰り返しながら状況によっては良い展開になる可能性はある。</li> </ul>
	輸送業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・我々の商売は本当に厳しい時である。いくらか日の目を見たかと思えばがくんと頭を打たれ、また良くなったかと思うと燃料価格が値上がりするというで大変苦しんでいる。この先、我々のような零細企業はどうなるのか本当に分からない。</li> </ul>
	輸送業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現時点では新年度から始まる大きな案件はなく、既存取引先が中心のため、変化はみられない。</li> </ul>
	金融業（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都心部等の人気エリアでの不動産取引は活発化している模様だが、郊外で不動産賃貸業を営んでいるような先では空き部屋が埋まらず、賃料の引き下げを検討している経営者もみられ、地域によって業況は大きく異なっているようである。</li> </ul>
	金融業（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株価は上昇しているものの、实体经济はさほど良くなった感じはしない。しばらくこのような状態が続くのではないか。</li> </ul>
	不動産業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二極化が激しくなっている。古い賃貸を埋めるのに苦労している。</li> </ul>
不動産業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1年間も空室だった貸店舗が小洒落た店に変わり、客で一杯である。景気は悪くはないと感じる。</li> </ul>	
不動産業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テナントの退出予定もなく、契約更新時には賃料単価の上昇も見込める状況になってきている。</li> </ul>	
広告代理店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上予定の増減に変化はない。</li> </ul>	
広告代理店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社は大手ではないので、先行きが読めない。</li> </ul>	
社会保険労務士	<ul style="list-style-type: none"> <li>・良くなる要素が見当たらない。</li> </ul>	
税理士	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マスコミが物価の上昇と騒ぐので、消費には勢いがみられない。</li> </ul>	

	経営コンサルタント	・新築マンションの販売を仲介している不動産会社の社長の話では、「人件費など建築コストの上昇で販売価格の上昇傾向は変わらないのではないかと。人気のある都心エリア以外は、売りにくい状況が続くだろう。」とのことである。	
	経営コンサルタント	・大企業の業績はとて良くなっているように聞くと、下請いじめは相変わらずで、製造そのものがほぼ東南アジア等に出てしまい、特色のある中小企業のみがわずかに元気なだけである。	
	その他サービス業 〔ディスプレイ〕（経営者）	・ゴールデンウィークを含む、向こう3か月の動きも鈍いようなので、なかなか良い材料が思い浮かばない。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・活気を取り戻そうとする傾向にはあるが、円安の影響で原材料の値上げも実施される局面になってきており、当面は変わらない状況が続く。	
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・このまま仕事量は変わらない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規の契約金額は依然厳しい中で契約件数は少し上がっているが、最低賃金の上昇を考えると、良くなっている実感がない。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像分野に関しては低迷が続く。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価の上昇により企業や一部の人は潤っているかもしれないが、中国の減速や欧州の様子がみえない。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションのインターネット環境整備が定着してきており、当面は変化がない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・急には変わらないが、悪い方向に向いているとは思えない。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注の減少が見込まれる季節に入るため、秋口まで見込みがない。	
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度の替わり目による年間予算見積を提出しているが、資材高騰分の転嫁はできず、さらに競合との価格競争で前年より金額を下げざるを得ない。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・顧客から印刷予算削減の理由で見積合わせが更に多くなり、単価が一層下がる傾向にある。	
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・価格競争が激しく利益の確保が難しい。景気が良くなる要素が全くない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・我々の業界で倒産に近い状況の関係者が若干増えている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・倒産ではない再生機構などに入る中小企業が増えている。	
	輸送業（総務担当）	・年度末を迎えても出荷量の微減、激減は続く。燃料価格が下げ止まりになり、3月からの燃料価格の値上げ要請が来ている。	
	広告代理店（経営者）	・現在は来期の予算組みの時期だが、予算増という話は一切聞かなくていい。	
悪くなる	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・2015年になっても良い兆候は見られず、昨年は2月から3月にかけて消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年はそれも見込めず、非常に苦しい状況が続いている。	
雇用 関連  (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2～3か月後は年度替わりのため、かなりの伸びが期待できる。例年、数字的にも大きく、現在来ている話からすれば相当の伸びがある。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・仕事は増えており、企業側も人材獲得のために採用基準が緩和傾向にあるため、マッチング率が改善されると考えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・固有の業界に求人が集中しているということではなく、全業種にて求人が見受けられる。労働市場が活性化されており、今後良くなる方向で推移する。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数、求職数共に増加傾向である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用は3月にスタートし、8月の内定ではあるものの、かなりの長期化が予想される。予算を増やして対応せざるを得ない企業も出現すると思われる。
		職業安定所（職員）	・若年層の在職者の求職登録が増加している。より良い労働条件で就職できると期待しているものと思われる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で横ばいとなっているが、内訳をみるとパートタイム求人が減少している一方、フルタイム求人が増加してきている。正社員求人も徐々に増加しているため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人は引き続き増加傾向であり、窓口で今まで東南アジア中心の営業販売をしていたが、アメリカ、ヨーロッパ方面にも拡大するなどの話も聞く。



	民間職業紹介機関（経営者）	・確実に仕事量は増えているようで、短期、派遣など求人ニーズはある。求職者も前向きになっている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者と話をしたが、選挙が終わっても特に経済面で好転する望みはあまりないのではないかとのことである。様々な企業で早期退職制度をまた行うというところが多く、新入社員の採用は今までどおりだが、固定費を削減していきたいというところが多い。
	人材派遣会社（社員）	・求人需要は大企業、中小企業共に増加しており、求人市場環境は改善している。全体的な景況感としては、輸出型企業で円安等の恩恵を受けている以外は、依然として国内の個人消費の改善要因が乏しく、全体的に回復しているが不透明である。
	人材派遣会社（社員）	・慢性的な人材不足の状況が続くことが予想される。
	人材派遣会社（社員）	・一般市民の生活に影響の出るような景気の変動要素が見当たらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加しているが、採用側が求める人材が足りない。主婦や中高年を活用できる工夫が必要である。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が全く増えてこないで、変わらない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気の良さが中小企業にはあまり伝わってきていないように感じられる。また、人手不足を一時的に非正規雇用で補っているため、継続的に景気が良くなる感じはしない。
	職業安定所（職員）	・新規求人のフルタイムは前年同月比0.2%増で横ばいである。パートが同11.7%増と大きく増加しているが、正社員求人は増えていない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・デフレや消費税増税によるメーカーの心配はなくなってきたようだが、期待に対する実感がまだ弱く、着実な生産改善力も弱いため、積極的な求人増にはつながっていない。
	民間職業紹介機関（職員）	・来期計画が固まり、採用を引き続き積極的に行う企業が多い。また、今期利益が出て6月に支給される賞与額によっては更に上向きになる可能性もある。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数に陰りはみえない。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・2016年3月卒業予定者向けの新卒求人が始まっているが、事前の調査より今年度と比較して大幅増員計画などは少数で、おおむね横ばいの状況である。
やや悪くなる	○	○
悪くなる	—	—