

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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〔家電〕 (経理担当)	・建設関係の仕事が増えたため、電気工事や設備関係の仕事も増えてきている。
		その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	・売上高と利益の点から、良くなる(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・企業も年度初めの慌ただしさが一段落し、個人消費も夏季商戦期に入るため、今よりは良くなる(東京都)。
		ゴルフ場(経営者)	・設備投資をしてそろそろ周知される時期が来るため、良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・5月は総会等の時期のため、少しは消費が多くなる。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・今後、アベノミクスの仕上げと東京オリンピックの準備などがあるので、全体的に少し押し上げてくれるだろうという期待を込めての回答である(東京都)。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・来客数は地域で行われるイベントに影響して多少の増減はあるものの、客単価は直近の3か月で増加傾向にある(東京都)。
		百貨店(店長)	・暑い夏との長期予報もあり、アパレルの回復に拍車がかかる。
		スーパー(経営者)	・店の雰囲気明るいため、人が集まっている。
		スーパー(店長)	・2月に改装があったので、3か月先は今より良くなると思っている。ただ、この地域は学生が多いため、夏休みになると学生が実家に戻ってしまい、来客数全体が少なくなる懸念もあるが、今まではやや良くなるという期待を込めて回答している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・ゴールデンウィークに入り、非常に来客数が多く、これからは、客の購買力が増すため、やや良くなる。
		コンビニ(経営者)	・例年のことだが、気温が上昇してくると、来客数もやや増えてくるので、多少は良くなる。
		コンビニ(経営者)	・毎年の事だが、気温の上昇とともに出かける機会は増えるため、小売業の売上は上がる。ただ、前年と比べてどうかというと、今の景気では厳しいと考える。
		住関連専門店(営業担当)	・消費税率再引上げを見込んだ大型工事の引き合いが堅調である。当社では外壁、屋根塗装の受注が伸びている(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・外国人観光客の増加は、個店の意識変革につながっている(東京都)。
		タクシー運転手	・5月に予定されている伊勢志摩サミットを前に、安倍総理は「中国の景気減速への懸念、原油価格の低下など世界経済の不透明さが増している」と語り、サミットの最大のテーマとなるようである。中国人民元のレート問題、中国国内の消費拡大などで中国が社会的、経済的に安定することが世界経済にとって不可欠である。世界が共通認識を持ち、各国とも前向きのため、景気は徐々に良くなる(東京都)。
		通信会社(経営者)	・家計にお金はあるので、何かのきっかけで動き出すだろう(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・電力小売全面自由化について、初動の後は静観が続いている。能動的な獲得ができる会社では、景気の好循環の恩恵を受けられるだろう。
		通信会社(経営企画担当)	・案件数の増加が予想される(東京都)。
		ゴルフ場(支配人)	・ゴールデンウィーク中の来場者数はそれほどでもないが、その後の予約数は順調に推移している。
その他サービス〔立体駐車場〕(経営者)	・隣接する駐車場が、3月で業績不振のため閉店し、わずかだがその駐車場の客の利用がある。また、大型店が11月いっぱい閉店するため、閉店売り出しを打ち始めており、やや良くなる。		
設計事務所(経営者)	・行政案件はやはり、新規入札が少なく、先が見えない。しかし、今まで培ってきた民間案件が芽吹いてきている。社員の仕事の向上を考えて行かなくてはいけないと考えている。現状を少しでも長く、継続するように頑張っていきたい。		
設計事務所(経営者)	・希望的観測も含めてではあるが、現在もらっている話がすべて実現すると、今よりも良くなる。		
設計事務所(経営者)	・かなり期待を込めている。年度当初の慌ただしさも一段落し、官庁案件も予算が付いた案件から徐々に発注されると考えており、それに連れて民間案件も少しずつではあるが、明るい兆しが見えてきそうである。		

変わらない

商店街（代表者）	・7月の参議院選挙は確定しているが、選挙がスタートするとどうしても景況感が悪くなるのはいつものことである。さらに衆議院の解散は流れたようであるが、依然として分からないので、どちらにしても7月に向かっての景況感は良くなることは全くないだろう。
商店街（代表者）	・熊本地震の影響が減少し、世間は参議院選モードとなるが、中間層の消費マインドに向上する気運がみられない(東京都)。
一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・暑くなればエアコンの動きも良くなるが、家電全体は静かである。今のところは、量販店やインターネットでは、できないものや困りごとなどの依頼が多くなっている。
一般小売店〔家具〕 （経営者）	・今後2～3か月先の景気は変わらないだろうと感じている(東京都)。
一般小売店〔印章〕 （経営者）	・当店のような業種では、新年度に入ったら普通、動きがあるが、とてもそういう状況ではなく、非常に残念である。
一般小売店〔家電〕 （経営者）	・熊本地震の影響で、土木と建築以外はあまり振るわない(東京都)。
一般小売店〔傘〕（店長）	・天候に左右されるため、楽観できない。
一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・外商部門等の物件、案件等が途切れている。あまり良くも悪くもなく、案件数はあるものの、この先とても良くなるという状況ではない。また、全くないというわけでもないのので、そんなに悪くもならない。あまり変わらないのではないか。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・季節的に多少は忙しくなっても、新規客が増えないと売上増にはつながらない(東京都)。
百貨店（売場主任）	・賃金の上昇が見込めないため、物価上昇に追い付いていない。消費税も上げるのか延期するのか見通しが立たない。
百貨店（広報担当）	・継続するマイナス金利や、来年4月に予定される10%への消費税増税の延期の有無がはっきりしないこと、そして熊本地震の発生による将来への不安など、消費の足を引っ張る要因ばかりが多く、プラス要因が見当たらない。不要不急の商材が多数を占める百貨店では、ここ数か月で消費行動が上向きに大きく変化することは難しい(東京都)。
百貨店（営業担当）	・天候不順、熊本地震等の影響もあり、衣料をはじめとして全般的に動きが悪い。また、訪日観光客の買上は減少傾向にある。全般的に景気はあまり良くないようである(東京都)。
百貨店（営業担当）	・世界経済の不安、熊本地震の影響による国内景気への影響、円高株安など、いろいろと不安要素が大きく、先が読みにくい。高額品の多い商材を抱えており、マイナスの影響は避けられない見通しである。今後しばらくは厳しい状況が続く(東京都)。
百貨店（営業担当）	・今一つ景気回復の実感がつかめず、その上、株価や円相場が不安定で、しばらくは生活防衛意識が消費マインドを上回る状態が続く(東京都)。
百貨店（計画管理担当）	・景気が回復するような明るい話題がなく、内需拡大の兆しは見られず、インバウンドに頼るほかない(東京都)。
百貨店（店長）	・直近での購買につながる良い変化は期待しにくい。
百貨店（副店長）	・今後の景気動向に、大きな変化はない。消費者は、必要なものに対する需要はあるものの、様子見的な行動を取るのではないか。
スーパー（経営者）	・選挙によっては、一時的に変わると思う(東京都)。
スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、客の買上点数は前年を上回っているものの、平均単価が下がっているため、合計すると客1人当たりの買上金額は、なかなか前年実績に届かない状況で、売上の前年割れが続いている(東京都)。
スーパー（経営者）	・ずっと同じ状態が続いており、基本的には変わらない。ただ競争が激化し、人口が徐々に減っている状況で、売上自体が前年並みよりやや悪いぐらいである。本来は良い方に行かないといけないが、我々の努力不足で、なかなかそこまで上げきれない。
スーパー（店長）	・行楽シーズンを控えており、観光やレジャーで出費がかさんだ分だけ日常生活はシビアにならざるを得ないので、当分同じ様な状況は続く(東京都)。
スーパー（営業担当）	・中国経済さらには新興国経済の減速、そうした世界経済の状況に加え、日本国内も先行きに対する不安材料が、いろいろそろっており、将来的な不安が払しょくされていないことが、景気に大きく作用しているのではないか(東京都)。
スーパー（仕入担当）	・株安、円高傾向は続いており、熊本震災が起き、節約志向は加速していくと思われる。
コンビニ（経営者）	・もう一つ、力強さが感じられない(東京都)。

コンビニ（経営者）	・消費税再増税までは、特段の変化が起きる要因もなく、現状が続く。
コンビニ（経営者）	・店頭商品等の多くが前年に比べて若干値上がりしているため、来客数が少ないものの、前年比ではある程度の落ち幅で収まっている。来客数を増やさないことには、売上を伸ばすことができないが、来客数を増やすためにはもう少し本部が商品価格を考えて政策を取らないとなかなか難しい。
コンビニ（経営者）	・競合店の出店が相次ぎ、また、スタッフ不足による勤務シフトの確保も難しくなっている。売場管理、本部政策への取組などの対応の遅れが気になる。
コンビニ（エリア担当）	・天候が好調に推移し、九州地方では特需的な売れ方をしており、販売量の高い水準を維持すると考えられる(東京都)。
衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利の導入、株安円高の影響など、このところ急激に変わっているが、どのような影響が出るか不透明である。消費者は節約ムードに慣れてきているが、何かプラス材料はないか。
衣料品専門店（経営者）	・全商品が値上がりしており、いかに販売量を増やすかが問題である。
衣料品専門店（経営者）	・客の話から、食料品などの生活必需品以外の買物は極力控えるとか、先のことを考えると今までのようには買物できないといった不安な様子が見られる。
家電量販店（店員）	・景気は相変わらず横ばいである(東京都)。
家電量販店（統括）	・来客数の減少傾向をくい止める策が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売業だが、整備は順調に入っているものの、販売はあまり芳しくない。消費税が5%から8%に上がった影響があるものと思われる。
乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィークは、車の販売には影響しない。整備部門は多少減るものの、その後にはばん回できると思う。
乗用車販売店（営業担当）	・これからゴールデンウィークに入るため、車の買換えなどは後回しになる。
乗用車販売店（販売担当）	・熊本地震の影響で、九州地区は一部でいろいろな物資輸送を通して良くなるのではないかと知っている客もいるが、関東地区は今後も変わらないのではないかと。当初、アベノミクスで景気が良くなるのではないかと考えていたが、なかなかうまくいっていない。ただし、参議院選以降は多少良くなるのではないかと、夏以降は多少期待をしているというのが、業界の判断である。また、将来的に全長25メートルの大型トレーラーなどの規制が緩和されれば、一層効率が良くなって利益が上がるのではないかと客が話している(東京都)。
乗用車販売店（渉外担当）	・個人消費が伸びず販売量が減少している。法人需要も思ったほどは良くない状況が続いている。しばらくは変わらずに推移する。
乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題など、自動車業界に対し不安が大きくなっている。
乗用車販売店（総務担当）	・先行きは不透明であり、上期は厳しい状況が続く。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・ダイレクトメールや葉書などで販売促進をしているも、やはり売出しなどをした時だけ客は来店するが、その他はどれも今一つ良くない。
その他専門店〔貴金属〕（経営企画担当）	・客単価はやや低下傾向であるが、2～3か月先の販売量、客単価に影響を与える要素は、特にない(東京都)。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特段の景気刺激策もなく、来春の消費税再増税マインドだけが残存している(東京都)。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新型ゲーム機の噂が出始めたものの、詳細が不明なためユーザーの反応もまだまだである(東京都)。
高級レストラン（副支配人）	・法人を中心とした宴会予約の受注状況から、変わらない(東京都)。
高級レストラン（仕入担当）	・新年度を迎え、食材の値上げに合わせ商品を値上げしたいが、全般的に上げられるほどの勢いが感じられない(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は、7～8月なので、飲食業界ではにっばちと言って売上の期待できない時期である。8月は一番良くない日が続くので、売上は前年並みとみている。
一般レストラン（経営者）	・決して上向いて良くなるというような状態ではないので、現状のまま推移していく。
一般レストラン（経営者）	・世界経済の低迷から日本経済も影響を受けているようで、マイナス金利の問題や輸出関連企業の低迷、熊本地震などで消費者の気持ちの落ち込み、消費税再増税関連のニュース等、景気の良くなる情報があまりない(東京都)。

一般レストラン（経営者）	・熊本地震の復興の意味で、各店で義援金を集めたり、キャンペーンをしていて、その効果が少し上がっている。衆参同時選挙がなくなりそうなので、少し落ち着いて消費に回ると思う(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・給与が増えても税金等の増加により、サラリーマンの手取りは増えない。なかなか消費にはつながらない(東京都)。
一般レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークになると観光客が当地にも来て、動きがあるので、さほど良くはならないが、前よりは動きが出てきている。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・景気回復の要因が見当たらない(東京都)。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・株価、為替、企業の毀損状況を踏まえると将来の景気回復には相当な時間を要すると判断する(東京都)。
都市型ホテル（スタッフ）	・通常5月は繁忙期であるが、団体等の予約数が乏しく、この先の見通しは悪い。
都市型ホテル（総務担当）	・今以上に良くなるというよりは現状維持か、場合によっては、世界情勢や景気動向等によって悪化する懸念もある。
旅行代理店（経営者）	・熊本地震の収束が見えていないので、客はなんとなく二の足を踏んでいるような状況である。
旅行代理店（従業員）	・商品価格が上がっている。
旅行代理店（営業担当）	・スキーバス事故の影響が残っている(東京都)。
旅行代理店（販売促進担当）	・熊本地震の影響がどれくらいあるかまだはっきり分からないので、答えようがないというのが正直なところである。変わらないと回答したが、分からない。海外旅行が頼りになると思うが、良い材料はあまり聞いていないので、国内旅行の熊本地震による被害と影響がどれくらいになるかによって決まると思っている(東京都)。
旅行代理店（営業担当）	・好景気となる条件が見通せない(東京都)。
タクシー運転手	・4月に入り新年度がスタートしたが、まだどこに向かうか、向かっているのか分からない状態の客が大半で、様子を見ているようである。
タクシー運転手	・春先の気温が心地良いのか、歩きが増えているようで、朝から無線の鳴りが悪い。6月に入れば梅雨に入り、少しは利用が増えると思うものの、なんとも言えない。
通信会社（経営者）	・夏にリオデジャネイロオリンピックはあるものの、今一つ盛り上がり欠けているため、現状維持とみている(東京都)。
通信会社（営業担当）	・景気の大きな回復までには、まだ時間がかかる。
通信会社（営業担当）	・客はテレビ、インターネット、電話サービスの3点セット割引にメリットを感じており、契約件数は増加している。ただし、他社も同様のセット割引で競合しているため、契約件数は今月と変わらない(東京都)。
通信会社（営業担当）	・転居シーズンという季節要因により契約数は増えたものの、内訳は安いサービスの比率が高くなっており、しばらくこの傾向は続くものと思われる。
通信会社（局長）	・熊本地震の影響もあると思うが、消費マインドに高揚感はなく、夏のリオデジャネイロオリンピック、パラリンピックでどこまで景気を刺激するかは不透明である(東京都)。
ゴルフ場（従業員）	・大きな変化を期待できるものはない。熊本地震の地域の早期復興を願うのみである。
ゴルフ場（支配人）	・日常の支出は、ほぼ固定の金額で動いているため、客の来場回数は天候に左右されるが、3か月平均では今後も変わらない。
パチンコ店（経営者）	・伊勢志摩サミットの関係があり、今から5月までちょうど1か月間くらい、台の入替えができず、新台が入らないため、厳しい。その間は、接客その他営業の仕方などを工夫して、今より売上を落とさないようにと期待を込めて、変わらないとしている(東京都)。
その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・熊本地震の影響、T P P や夏に予想される参議院選、その他いろいろな要素がまだ、どう動くか分からないなかで、将来の見通しが非常に立てにくくなっている(東京都)。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・客数が増加する要素はなく、販売量の増加も期待できない。前年比マイナスにならないように地道に努力する以外に今のところ打つ手はない。
その他サービス〔電力〕（経営者）	・政府の予想とは違い物価指数は下がっており、消費者の財布のひもが固い状況は続きそうである(東京都)。
設計事務所（職員）	・消費税増税の動向にもよるが、9月末までの契約に向けた駆け込み需要がどの程度あるか不明である(東京都)。

	住宅販売会社（従業員）	・消費税の動向をうかがっているユーザーはそれなりにいるが、具体的な消費動向はあまり感じない。集客状況は前年並みだが、具体的に計画を持っている客は少ない(東京都)。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税は上がらないだろうという雰囲気があり、駆け込み需要につながっていない。ただし、熊本地震の影響で耐震に不安を感じている方の動きは出てくると思われる。ゴールデンウィークに業界全体でキャンペーン展開を行っているので、そこで集客した客の動きが2～3か月後に出てくる。
	住宅販売会社（従業員）	・今後大きく景気が良くなるとは思わないが、金融機関は積極的に動いている。景気はこのまま好調に推移していく。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・最近の九州の様子をみていると、このように長い間地震が続くと、景気が良くなるという考え方が持てない。なるべく早く熊本地震が収まるようにならないと日本は大変である(東京都)。
	商店街（代表者）	・景気を引っ張っていた輸出産業と大企業の閉塞感、熊本地震が相まって良くなる材料が乏しいというか、悪くなる材料が多い状況である。消費税増税延期など、世の中のマインドが明るくなるような政策なり話題が欲しい(東京都)。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・熊本地震の影響で、消費は少し自粛されるのではないかと。
	百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢は、今後も続くかと予想する。
	百貨店（営業担当）	・生活防衛と今後の不安が浸透している。やはり価格対応商品に客の関心があり、婦人服にとって、この状況は何もしなければ前年並みから10%は落ちるトレンドである(東京都)。
	百貨店（営業担当）	・安定していた高齢者による需要や中国人観光客の買上実績も鈍化傾向にあるため(東京都)。
	百貨店（営業企画担当）	・年明け以降、国内消費マインドに回復の兆しはあまり感じられず、数値としても前年を下回っている。さらに熊本地震が消費の自粛ムードに拍車をかけた格好になっているとも考えられる。消費税増税延期が噂されるなかで、来年の消費税増税が予定通り実施となった場合、現状では駆け込み需要もあまり期待できないのではないかと(東京都)。
	スーパー（店長）	・現状、1品単価、来客数、客単価等も横ばいで推移しているが、ポイント還元時に集中する傾向にある。ポイント還元や、広告の安い時に客が集中する。平日の買物は、必要な物を必要な分だけ、なるべく低単価な物を購入するため、将来的にプラスになる可能性はかなり低い。
	スーパー（総務担当）	・株価の上昇はかつてはあったが、ここに来て、株価はあまり上がっていないことと、今年のベースアップが想定よりも低かったことで、中間所得層よりも下の客の財布のひもが固くなっているように見受けられる。個人消費も頻度性の高い商品などの買い控えが、今後も続くかと予想する。
	コンビニ（経営者）	・近隣のマンション工事が今月で終わったため、来客数、売上が共に減少している。
	コンビニ（経営者）	・3か月先に、急に客がお金を使い出すということは考えられない(東京都)。
	コンビニ（経営者）	・関東圏にも断層があり、将来地震が来るのではないかと少し人々が動揺しているため、買い控えているような気がする。
	コンビニ（経営者）	・周辺環境は変わらず、固定客も高齢化しており、購買力が非常に低下している。そのため、客単価の低い状況が続き、売上に反映をしないのがこの周辺の状況である。先々の景気はあまり良くなるとは考えられない(東京都)。
	コンビニ（商品開発担当）	・熊本地震の影響もあり、一部では復興需要があるものの、全体的には外出を控えるなど、消費に対して消極的になることが予想される(東京都)。
	衣料品専門店（経営者）	・熊本地震のせいかどうか分からないが、必要最低限の買物以外は、あまりしない傾向である。自粛をしているのか分からないが、何か新しい刺激がないと、上向きにならないような気がする。
	衣料品専門店（店長）	・単価を下げても動きが悪く、販売量の下落傾向が出ているため。
	衣料品専門店（営業担当）	・来年4月からの消費税増税など、客の買物に対する気分が全然乗らないという状況の1年となっている。
家電量販店（経営企画担当）	・熊本地震の影響もあり、さらに景気は厳しくなる(東京都)。	
住関連専門店（統括）	・いまだ景気回復の要素が、消費者になかなか伝わらず、またその可能性も低く、低迷状態がしばらくは続く。	
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・景気よりも競合店の出店の方が影響を受けるため、対策をしっかりと打つ必要がある。	

高級レストラン（経営者）	・企業コース、ファミリーコース共に上向きになる要素がない。東日本大震災後は当地も輪番制の計画停電などの影響が若干あり、にぎわいを作るうということ以外食費用も伸びていた。熊本地震の影響はメディアでしか感じられず、当地の生活者の足元は変わらない。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は、毎年予約数が少なくなるので、各店でイベントなどを行い、来客数を増やしたい(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・熊本地震の影響で、農業、観光業のダメージが大きく、九州地域の経済が停滞する。一旦復興が始まれば、地域の景気は上向き、良くなると予想するが、それまではマイナスの影響の方が大きいと考えている。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約の動きが鈍く、例年を下回っている。選挙などもあり不安要素が多いため、景気はやや悪い方向へ向かっている。
旅行代理店（従業員）	・先行きの数値がここに来て、熊本地震による取消し等が増え、前年比90%台に収まりつつある(東京都)。
タクシー運転手	・例年通り4月28日の連休前の繁華街の動きは好調であったが、世の中全体としては非常に低調ムードになっている感じがする(東京都)。
タクシー（団体役員）	・街全体に上向き兆しがみえない。消費税増税、選挙関連が確定すれば、何らかの動きが出てくるかもしれない。
通信会社（営業担当）	・プラスに働く材料がない。熊本地震の影響も含め、心理的にもマイナス要素が大きいと感じる。
通信会社（総務担当）	・購買力の向上など、景気回復の兆しがみえない(東京都)。
観光名所（職員）	・当地は観光地のため、2～3か月後は梅雨に入り来客数がかなり減ってきて、やや悪くなる(東京都)。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・熊本地震の影響で、海外からの観光客の減少が予測される(東京都)。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・この3か月、基本的に各塾とも無料体験の日数を増やしているため、売上は落ちてきている。塾同士の囲い込みが激しさを増しているため、今後も景気は後退する。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏季講習時期などに向けた話のなかで、客の反応が悪いと感じることがある。
設計事務所（所長）	・現在の作業のサイクルが切れるが、次のステップの計画等も少ない(東京都)。
設計事務所（所長）	・今回の熊本地震でも、特に住宅の耐震補強工事の必要性がある対象者はほとんどが高齢者である。高齢者は自分が長年住んでいた家を、いじりたくないという先入観があるのと同時に、それなりの資金が必要になるということで、足踏みする。耐震補強改修といってもなかなか仕事に結び付かない。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数減少は、客の購買意欲低下を反映しており、今後、成約件数の減少は避けられない。
その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・この時期にほとんど相談がないということは、先行きもかなり厳しい状況になるのではないかと感じる。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・先行きの物件見通しが上向き情報は、少なくなっている(東京都)。
悪くなる	
一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年も美味しい新茶の季節がやってきた。緑茶を是非たくさん飲んで欲しい。
一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストア状態のため、悪くなる。
百貨店（販売促進担当）	・今までは、国内の消費マインドの低下を外国人客による消費でカバーできていたが、それが一段落してしまった状況で、国内消費を呼び起こす要因が見つからない(東京都)。
百貨店（販売促進担当）	・株価低迷、マイナス金利といった消費を控えさせる傾向に加え、熊本地震がさらにマイナスに働くと感じている。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・選挙、熊本地震など不安材料が多すぎる(東京都)。
一般レストラン（経営者）	・熊本地震があったため、ゴールデンウィーク等があってもトータルの数字的には観光地は落ち込み、全国に波及してしまふ。今後、政府が東日本大震災時のような現場の意見にそぐわない復興支援をすると、景気が良くなることはない。
都市型ホテル（スタッフ）	・アベノミクスの失敗はもう明確になってきているので、いろいろな動きが、引締めに入ってくるのではないかと。
タクシー運転手	・良い材料が見当たらない(東京都)。
住宅販売会社（経営者）	・大企業の景気は回復しているようだが、中小企業の景気が良くなり中間層の所得が増えない限り、住宅は売れず、景気も回復しない。先進国のように住宅に関しては、消費税を免税にしても良いのではないかと。住宅が売れると経済波及効果も大きい。公共工事は、工事原価の見直しをしないと、防災工事もなかなか進まない。

		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税がはっきりしないので、受注の伸びが望めない。
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	-	-
		輸送業（経営者）	・日銀のマイナス金利政策に表れるように、借入金に対する負担が非常に軽くなってくると思うので、その点動きやすくなると思う。
		税理士	・復興財源を作るためにも、景気の上向きに政府も尽力するだろうし、それに期待している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・取引先の動きから、若干の増加が見込まれる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事量が減ったわけではないため、今後を期待したい。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・いろいろ動きはあるものの、それがどの程度実際に動くか読めない部分がある(東京都)。
		食料品製造業（経営者）	・良いところと悪いところがはっきりして、格差が出ている。良い方に行けるよう努力している。
		食料品製造業（営業統括）	・熊本地震の復旧が落ち着かない限り、当面の間はなんとも言えない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・2～3か月先の事前注文はまだもらっておらず、1か月先であっても事前注文はないというような現状である。時々、問い合わせはあるが、こういうものを注文したいというような話もまだ来ていない(東京都)。
		化学工業（従業員）	・今後の受注量について、取引先からどちらの反応もなく、全く先行きが見えてこない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・中小企業の倒産件数等は、7%くらい減少しているようだが、今後、景気が良くなるという兆候はみられないので、3か月先もまだ景気は変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・大型案件の見積が来るようになってきているので、これが決まるようになれば良くなると思うが、価格が安く、利益を出すためには、合理化や努力がまだ必要である。
		金属製品製造業（経営者）	・景気悪化も下げ止まったように感じている。もう少したってみないと何とも言えないが、今の景気が底であって欲しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・社内3か月内示を見ても、この先に増える要素はない。そして新規の仕事が増える予定もない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自助努力で業績を上げようと努力しているが、国内市場では様々な場面で縮小傾向にあることが感触として伝わってくる(東京都)。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・取引先や材料屋が愚痴をこぼす様子がないので、今のところ順調である。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・取引先のサロンでは、客の来店周期の長期化など、集客に苦慮している声が依然として多い(東京都)。
		建設業（経営者）	・消費税が再増税されるかが鍵である。状況的には延期を望むが、財政のことを考えると増税か。
		建設業（営業担当）	・依然、建設単価は高止まりで、東日本大震災から始まった地震の影響もあり、人手不足が一層進んでいる。需要と供給のバランスが取れず、景気にさほど変化はみられない。
		建設業（経理担当）	・年度が改まっても、公共工事を含めて工事案件全体が少なく、先行きは不透明である。
		輸送業（経営者）	・新たに受注した業務もあるが、中止になった業務もあり、現状と変わらないとみている(東京都)。
		輸送業（総務担当）	・取引先の業務効率化とコストの見直しにより、取引が終了になることとなり、厳しい状況は続く。また、人手不足や人件費の上昇などの影響もあり、状況は変わらない。
		通信業（広報担当）	・当面は、現在の状況が継続する見通しである(東京都)。
		金融業（統括）	・景気に対する好材料があまり見当たらない。また、マイナス金利政策は、景気にプラスにはみえない部分がある。
		金融業（従業員）	・多くの取引先で業況が停滞しているようである。前年同時期と比較すると、原材料、燃料価格は共に低い水準にあるものの、売上や利ざやの確保に苦しんでいる取引先が少なくない(東京都)。
		金融業（支店長）	・熊本地震で甚大なる被害が出ている。インフラの回復が優先であり、経済の回復はまだまだ先である。当面は現在の状態が続く。
		不動産業（経営者）	・繁忙期が過ぎて4月は客も減っている。大手企業の社宅解約が増えている。賃貸市場は不安である(東京都)。
		不動産業（経営者）	・これから気候も良くなり街のイベントも多く、入出も見込めるものの、例年以上の盛り上がりを予測できる要素はない。

	不動産業（総務担当）	・現在満室稼働中のビルに空室が発生する見通しのなか、テナント営業を強化しているが、情報も少なく客の反応も鈍くなっている。新築ビルで苦戦しているところは、賃料の大幅値引きをしているようで、こちらの足元も探られている。踏ん張りどころである(東京都)。
	広告代理店（従業員）	・受注量や販売量の見込みは前年と変わらない(東京都)。
	広告代理店（従業員）	・熊本地震の影響で車の納期が遅くなり、その分売上に反映されるものはなさそうである。
	税理士	・いつもは、やや良くなるのではないかと希望的観測を入れているが、特に国内ではアベノミクスが効いてくるのではないかと思っていたが、変わってきたような感じがする。アメリカの好景気の影響を受けて日本も良かったが、中国経済がどうなるか分からない。国内でも、アベノミクスが景気を引っ張っているような気がしていたが、全部が全部うまくいってはいないし、雲行きが怪しくなってきた気がする。で、少し良くない状況が続くかもしれない(東京都)。
	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない(東京都)。
	経営コンサルタント	・中小企業は、現在のような経営状況がしばらく続くのではないかと。今後、人件費比率の上昇が心配される。時節柄、同業他社や地域の昇給レベルを気にする中小企業経営者は多い。人手不足で募集してもなかなか応募がないため、社員、パートに退社されることを恐れているようである。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・連休明けに徐々に増えると予測している。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先でも新しい映像制作の話はなく、レギュラーの仕事を持続するだけのようである(東京都)。
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・まだ案件予測をできる状況ではないが、毎月レギュラーで動いている案件も競合の参入等による価格見直しが多々発生しているので、ますます厳しい状況が続く。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・大手電機メーカーのリストラ策により、上得意であった取引先が4月一杯で廃業となり、非常に厳しい状況がしばらく続く。
	建設業（経営者）	・アベノミクスが不完全な状態に終わっているようである。
	建設業（経営者）	・熊本地震の影響で、やや悪くなる。
	金融業（営業担当）	・株価低迷やマイナス金利による消費低迷が続き、消費の拡大や受注増加の要因が見当たらないため、今後も景気低迷が続く(東京都)。
	金融業（役員）	・小売は年明けからますます低迷している状況にあり、先の見通しが立たないという経営者が多い。
	広告代理店（営業担当）	・今年度は夏以降の企画話が少なく、現時点で少ないということは、出遅れている気がする。また、熊本地震の影響が夏あたりに出てきそうである。宣伝費等を九州地区の流通や店舗、工場復旧費用として取られてしまうのではないかと(東京都)。
	経営コンサルタント	・熊本地震などが不安材料となって、消費に対する心理的な影響を及ぼす懸念がある。
	経営コンサルタント	・中国経済の冷え込み、国内の内需拡大の見込みが低いことから、徐々に悪くなっていくのではないかと。金融政策のみでは無理がある。熊本地震も大きく響く可能性がある(東京都)。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働状況悪化が続いており、状況に変化がみられない。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・成約する受注価格は現行のままだが、人手不足のため募集費と募集単価が上がっており、トータルで考えるとやや悪くなる(東京都)。	
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・銀行の景気が悪くなるので、やや悪くなる(東京都)。	
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・季節的に当社にとっては閑散期に入るため、様々な工夫でこの時期を乗り切るよう図ることとなる(東京都)。
	電気機械器具製造業（経営者）	・現在の景気が非常に下り坂で、一部を除き展望がない。このまま行くと、参議院選が終わり、新年度予算が活発に動かなければ格段に景気が悪くなる(東京都)。
	精密機械器具製造業（経営者）	・依然、受注状況は前年に比べてマイナスであり、今後、熊本地震の影響が懸念される。
	輸送業（総務担当）	・鉄鋼メーカー、住宅建材メーカー共に、新年度の生産、出荷共、主要取引先荷主は、前年を大幅に下回っており、今後についても不透明である。
	広告代理店（経営者）	・本格的に、会社存続の危機に向き合い始めた感覚がある。他社業務を奪うには限界があり、新規の仕事を見出さないと、3か月後どころの話ではなくなっている。

雇用 関連 (南関東)	良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・新年度からの長期採用が、一旦落ち着いている。今後は、参議院選の特需が期待できる(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・4月採用数に達しない企業がまだあり、引き続き求職数は落ち込む気配がない(東京都)。
		新聞社[求人広告](担当者)	・例年になく5~7月に関して、募集計画、予定があり、既に40社以上から話をもらっている。これが全部入れば、相当の盛り上がりとなるので、頑張りたい。
	やや良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・補助金による一時的な景気回復は見込まれるものの、その後は停滞するとみている(東京都)。
		求人情報誌製作会社(営業担当)	・6~7月は年間でも求人採用数が増える時期である。企業が募集を出したくなるような提案次第でやや良くなる。
		学校[大学](就職担当)	・6月に企業の新卒求人が解禁されるため、やや良くなる(東京都)。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・新年度になり経営者の方と話をしたが、市場、中国の状況など、特に好転する状況にはないという声が多い。さらにここきて、熊本地震によりいろいろな面で支障が出ているのをみると、良くなる望み、見込がないという経営者が多い(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・企業の採用意欲は引き続き堅調に推移すると思われるが、人材不足の状況は変わらない。
		人材派遣会社(社員)	・景気回復となる施策が見当たらない(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・製造業は、常にエンジニア不足であり、しばらくは現状維持が見込まれる(東京都)。
	職業安定所(職員)	・特に良くなりそうな要素はない。	
	職業安定所(職員)	・企業の採用意欲は高いものの、新規求職申込者数、月間有効求職者は減少傾向が続いており、採用数は前年同月に比べ減少している(東京都)。	
	職業安定所(職員)	・前年度との比較では、事業主都合による退職者の求職割合が減少しており、在職中の正社員転換希望者が増加しているように感じるものの、大きな動きはない。	
	民間職業紹介機関(経営者)	・紹介コンサルタントの定着によって安定した活動を続けており、同業社間で話題となっている(東京都)。	
	民間職業紹介機関(経営者)	・東南アジアでの生産、販売は悪くないようだが、拠点化している企業が多く、国内での生産、販売増に結び付かず、国内の要員増にはならないため、新規市場開拓が必須と思われる。その一方で、企業は研究開発部門の要員強化を進めており、技術要員の求人は常にある(東京都)。	
	民間職業紹介機関(職員)	・新卒採用はピークを迎えるが、その状況次第で採用がうまくいかなかった企業は、中途採用の意向が強くなる(東京都)。	
やや悪くなる	人材派遣会社(支店長)	・地方の人材不足は深刻で、派遣成約数が伸び悩んでいる(東京都)。	
	人材派遣会社(営業担当)	・4月は求人数、求職者数が若干落ち着いてきている。その上、5月はゴールデンウィークもあり、さらに動きは鈍化するとみている。また、新卒採用等の代替による派遣就労人材が減少する可能性もあり、4月に比べて若干悪くなるのではないかと。	
	人材派遣会社(支店長)	・通常4月は、派遣求人数でみると上昇するものだが、今期はその傾向がほぼ見られない。そのことに鑑みると2~3か月後はあまり期待できない。	
	求人情報誌製作会社(広報担当)	・景気の良くなる要素が感じられない。取引先についても大手以外はあまり状況が良くないという話を聞く(東京都)。	
	民間職業紹介機関(経営者)	・次年度採用は予算的に絞られるのではないかと。次年度企画の問い合わせが少ないようである(東京都)。	
悪くなる	-	-	-