

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)		スーパー（経営者）	・乗客数が増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年は選挙が多いので、消費が少し止まっている状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークがピークとなり、初の10連休となるので、大きく期待をしている。
		旅行代理店（販売促進担当）	・ゴールデンウィークの10連休は予約がよく入っている。ゴールデンウィーク以降、個人客だけ見ると、これからの客入りによっては、前年比と全体での数字が唯一懸念材料だが、現状では良くなる判断している（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・引き続き秋口までは堅調に推移するものとみている（東京都）。
		観光名所（職員）	・2～3か月後はゴールデンウィークもあるので、今月よりはかなり良くなるかと期待している（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今後、売上の的には、商品よりも工事やそれに付随する仕事が増えてくる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税再増税前の購入や、季節的な需要などを考えると、良くなるのではないかと。テレビの動きが今一つだが、スポーツイベントがたくさんあるので勤めようと思っている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月下旬から筆箱やノートなど学用品の動きが良く、4月の新学期に向けて良い兆しが見えてきている（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・人が動く時期であり、今年は10連休もあるので、購買意欲が向上するのではないかと。季節商材にも期待したい。
		百貨店（売場主任）	・動員力のある物産展を前年より多く予定しているため、やや良くなる。
		百貨店（総務担当）	・近隣商業施設がリニューアルオープンしたが、大幅な業態変更により、当店にとってもプラスの要素が見込めるため、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・改元や10連休を迎えることを受けて、世の中のお祝いムードが高まったり、行楽を含め人の移動も多くなる。それを受けて消費マインドも上向き見込みである（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド以外の需要の取り込みは厳しい状況であるが、消費税再増税を控え、今後高額品に動きが出てくると予想している。春闘の結果はここ数年のような大きな伸びはみられないものの、着実に増加していることもプラス要因として期待したい（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前的高額品の駆け込み需要がそろそろ出てくる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前の高額消費傾向が、既にみられる（東京都）。
		百貨店（店長）	・インバウンドが多少増えつつあるのと、ベースの店舗売上が戻りつつあることから、やや良くなる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・景気はまだこれからも若干だが良い状態が続く。
		コンビニ（経営者）	・期待を込めてだが、これからいろいろなイベントが多くあるので良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温が高くなるといわれている長期予報どおりなら期待できる。
	衣料品専門店（店長）	・5月の改元に伴うお祝い意識の向上及び消費税再増税の駆け込み需要等により、多少は景気が上向きになるのではないかと（東京都）。	
	家電量販店（店長）	・世界景気減速の報道がある中で、国内消費は、改元、ゴールデンウィーク10連休、消費税再増税前の駆け込み需要、キャッシュレス決済企画など、消費喚起のイベントが市場を盛り上げると期待している（東京都）。	
	乗用車販売店（販売担当）	・建設関連の需要が多少増えてきており、受注量を消化するために人を募集しても人が来ない状況から、景気は穏やかに良くなりつつある。ただし、2020年がピークではないかと（東京都）。	
	乗用車販売店（渉外担当）	・2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向け、経済活動に追い込みが生じる。	

その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・消費税再増税が現実的になるにつれて、少しずつ駆け込み需要が広がっていくことが予想される。また、お祝いムードを醸成する新元号にちなんだキャンペーンやセールが各所で行われることも、景況感へ好影響をもたらす(東京都)。
その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・新元号の関係で、やや良くなる。
一般レストラン(経営者)	・インバウンド需要、新元号、5月のゴールデンウィーク10連休への売上期待があるが、人手不足が心配である(東京都)。
その他飲食〔給食・レストラン〕(役員)	・新規受注先の受託が4月から始まること、冬季休業施設が稼働を始めることなどから、4～6月は年間を通して一番景気の良い時期となる(東京都)。
旅行代理店(従業員)	・業界としては新緑の時期はシーズンである。また、新年度スタートに伴い新規の依頼が入ってくる。
旅行代理店(営業担当)	・前年同期と比較して、4～5月は前受けの旅行申込みが増加している。
旅行代理店(総務担当)	・消費税再増税の予定もあるが、取引先各企業の業績も良いようで、集客増が期待できる(東京都)。
通信会社(経営者)	・ラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック、パラリンピック開催に向けた機運醸成が加速されること、改元に合わせて新サービスを導入できそうなこともあり、客からのリアクション増加が期待できる(東京都)。
通信会社(営業担当)	・4K8K放送に関して徐々に関心が高まっており、回復の兆しが見える。
競輪場(職員)	・大型連休に期待している。連休後のイベントに注力し、他のサービスと差をつけてみたい。
その他レジャー施設〔総合〕(経営企画担当)	・10連休の予約は順調だが、その後の反動減が心配である(東京都)。
設計事務所(所長)	・建築の設計計画が実施へとつながると、期間が長いので、しばらくは良い状態が続く(東京都)。
商店街(代表者)	・来客数が少ない上に、単価も下がっている(東京都)。
商店街(代表者)	・今年の天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位と選挙の影響が大きく反映される。良好な住宅街の住民は海外などに遠出するので、ゴールデンウィーク10連休は当地域にとっては厳しい。商売的には、改元して新元号景気のような空気感が出てくれれば好転する要素は見受けられる。特に、イベントへのレスポンスはかなり良い(東京都)。
一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・引き続き競合店退店の影響で、来客数が増えるのではないかと。
一般小売店〔印章〕(経営者)	・路面店点在型の商店街のため、来客数が良い月、良くない月というものがなく、ほとんどが良くないという非常に寂しい状況で厳しい。
一般小売店〔祭用品〕(経営者)	・核となる施設がない限り、変わらない。
一般小売店〔家電〕(経営者)	・国内外共にホットな情報が入ってこない(東京都)。
一般小売店〔米穀〕(経営者)	・国際イベント等もあり、10年、30年に1度の時代の変化の中にあるにもかかわらず、人の動き、経済の活力が余り感じられない(東京都)。
一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	・余り良くはない状況ではあるが、4～6月の案件が幾つか出ている。既に決まっている案件もあるので、外商は安定的な売上があるのではないかと。店頭においては、特にテクノロジーの進化により、学校で使う文房具の減少及び学童の人数が少なくなっていることも若干あるのではないかと。
一般小売店〔茶〕(営業担当)	・以前から言っているように、我々中小企業は頑張っているのだが、客の購買意欲がなかなか伸びてこない。売出しをやっても以前のようには買ってくれない。社員一同知恵を絞ってあれこれとやってはいるが、今のところ良くないような兆しはない(東京都)。
百貨店(売場主任)	・当社では3月からが上期のスタートなのだが、非常に不透明感がある。改元や消費税再増税もあり、現段階でそこまで悪くはないものの、良い要素もないので、前年並みで推移するのではないかと(東京都)。

百貨店（営業担当）	・インバウンドは継続して伸長すると予想するが、国内需要は期待する項目が見当たらない。また、物価の上昇やゴールデンウィークの10連休など不透明な要素もあり、景況感は変わらない（東京都）。
百貨店（営業担当）	・3月は特選ラグジュアリーのアパレル部門の新作商材が特に好調に推移している。今後はインバウンドの売上回復と皇太子殿下の御即位に向けたお祝いムードの高まりにより、高額品や記念品、ギフト需要の高まりが期待できる（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・前回の消費税増税時の経験を元に、10月の再増税について、駆け込み需要などの影響は直前まで出ないと予想している（東京都）。
百貨店（営業企画担当）	・消費税再増税の影響の出方が不透明である（東京都）。
百貨店（計画管理担当）	・今月は前年に対してやや健闘しているものの、やはり主力の衣料品の動きが不安定である。この状態から脱するような勢いが感じられないので、今の景況感がしばらく続く（東京都）。
スーパー（販売担当）	・客の買い回りを見ていると、広告初日の値ごろ商品やポイント何倍の日、あるいは超目玉が出る時間帯など、お得な店舗、時間帯を利用して買い回る状況が非常に多く見受けられる（東京都）。
スーパー（経営者）	・4～5月にかけて新元号のお祝いムードもあるので多少良くなるかもしれないが、その後はまた冷え込んでくると思うので、変わらない。
スーパー（店長）	・店舗半径500メートル商圏に外的要因がない中で来客数及び点数ダウンが大きな影響を与えている。何が原因で来客数が減っているのかがまだ分かっていない。3か月後も今と変わらず進んでいくことが予測される。
スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、季節催事や長期休暇などで一時的に消費が増えることはあっても、全体的な底上げにまではつながらない。もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。
スーパー（総務担当）	・大体一般の客の心情として、桜の開花と梅雨明け時期には非常に購買意欲が高まるのだが、今年は開花宣言が出るも、その後大きな上向き加減にはない。4月に新元号の発表があるので大きく動きが変わるようにも思われるが、実態としてなかなか売上に結び付くような物が見当たらない。購買意欲は弱いままのように思われる。
スーパー（総務担当）	・現状では来客数は微増となっている。また、単価アップもあるが、点数の伸びが見込めない状況である（東京都）。
スーパー（販売促進担当）	・食品の値上げがマスコミにて大きく取り上げられていることが不安材料である。衣料品は気温次第のため、4月のイベントの仕掛けに期待している。
スーパー（仕入担当）	・ゴールデンウィーク10連休にお金を使うため、消費額の減少が懸念される。
コンビニ（経営者）	・近隣のマンションが完成すると、多少来客数が増える。また、季節の変わり目で、暖かくなってくるとソフトドリンク等が好調になる。
コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアは店舗数が飽和に近づいているので、来客数減になっていく。そうすると、どの店舗も毎年数%ずつ落ちていく。景気は今のところ厳しい。
コンビニ（経営者）	・賃上げが予想を下回っている（東京都）。
コンビニ（エリア担当）	・10連休における来客数増への期待と、連休後は財布のひもが固くなるという両方を想定し、全体的には大きく変わらないのではないか（東京都）。
コンビニ（商品開発担当）	・来客数が増えるきっかけが見つからない（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・値上がりの春であり、消費税再増税がどうなるか。統一地方選挙もある。一般市民は自分の生活に精一杯のため、買物に余裕のない様子がうかがえる。現状に余り変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品業界のメーカー、問屋が規模を縮小している。どのようにして商材を確保するかがこれからの課題である。人手不足の問題について、最低賃金が上昇しているが、扶養控除内で働く主婦が多いので、すぐに時間がオーバーしてしまう。求人広告を出しても応募がない。

衣料品専門店（統括）	・クールビズのスタートにより、重衣料購入客が少なくなり、今後は伸び悩むと予想している。
衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税を前に、多少の駆け込み需要はあるだろうが、大したことはないと思う。個人商店が存続できない世の中になる一方である。
衣料品専門店（役員）	・食料品などの価格高騰のしわ寄せが来ている。
家電量販店（経営企画担当）	・今後の業界の景気は、成り行きの見立てとしては、季節要因も含まれるが総じて厳しい。しかし、今年は消費税増税前の駆け込み需要の発生時期になっても不思議ではないので、予測が難しい（東京都）。
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、販売が余り芳しくない。10月から消費税が上がるということで、駆け込み需要に期待しているが、余り影響はないようである。
乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィークの大型連休で稼働日数が減り、サービス部門の売上が落ちるが、新車販売でカバーできる。
乗用車販売店（店長）	・今と大きく変化する要素が見当たらないので、余り変わらない。
住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業においては、秋の消費税増税を踏まえた駆け込み需要が顕在化しており、特に、高額案件の引き合いが増加している。この流れは今年度前半は続いていくものと思われる（東京都）。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・消費税増税に向けて、各種販促強化をしていく。各社も同じように仕掛けてくるので、仕掛けて前年並みととらえている。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りの動きを見ていると、前回と変わらない。
その他専門店〔貴金属〕（統括）	・5月の10連休中の来客数、接客数の動向が売上に大きく影響する。旅行、サービス関連などに消費が分散する可能性もあるので、景気は良くなりつつも、余り変わらない（東京都）。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・遞減傾向が続くものと思われる（東京都）。
高級レストラン（経営者）	・年度が改まると、元どおり節約傾向になると考えている。
高級レストラン（営業担当）	・法人関連の予約状況は例年同数で推移しているが、改元やゴールデンウィークの大型連休がどのように影響するか、推測が難しい（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	・来年度の法人予約等を見てもほぼ前年並みである（東京都）。
高級レストラン（役員）	・予約状況はほぼ前年並みである。来客数は微増であるが、客単価が下がっている地域がある（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・小型翻訳機を使っている同業者もいる。外国人対応は必須で、個店がどう対処するかがこれからの課題である（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月後も今と余り変わらない。改元があるので多少は動く可能性もあるが、また秋には消費税増税もあるので、景気の先行きはなかなか見通せない。
一般レストラン（経営者）	・今年は春が早く暖かくなっているため、その分前倒しで、花見の客よりもフリーの客が増えている。これから花見のシーズンになり、統一地方選挙が始まると、しばらくの間は客の動きが止まる。したがって、今後良くなるかということとそんなに期待はできない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・今年はゴールデンウィークが10連休ということで、当店も頭を抱えながら定休日を決めた。10連休というのは初めてなので、来客数などもどう変わるのか、予測がつかない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・人口減少の影響で、平日のディナータイムの来客数が減る（東京都）。
一般レストラン（統括）	・株価等に大きな変動要素がなく、良くなる気配はないものの、不透明ながら景気は安定しているように感じる。来月下旬からの大型連休中の客の動向については、ビジネス街店舗へのマイナス影響、駅周辺、観光地店舗でのプラス影響を包含するなかで、読みきれない。慶事を含めた景気への好影響を期待したい（東京都）。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・特に変わる要素が見当たらない（東京都）。

都市型ホテル（スタッフ）	・景気の回復をやや実感しているが、今後統一地方選挙や消費税再増税などを控え、接待自粛や値上げによる節約志向が強まり、景気は停滞の方向へ向かう。
旅行代理店（経営者）	・大手企業の景気はかなり上向いているような動向がみられるが、中小零細企業に関してはとてもそのような状況ではない。客からも給料も上がらないという嘆きの声はかなり多い。
タクシー運転手	・暖かさを感じる季節を迎え、健康志向から徒歩や自転車、バス利用へと切り替える人がいる。10日間と長いゴールデンウィークのために節約して、乗り控えが増えるのではないかと不安である。
タクシー運転手	・3月は年度末ということで人の動きがあったが、働き方改革の影響により夜の残業がなくなったため、終電以降の稼働が伸びるとは思えない（東京都）。
タクシー運転手	・銀座や築地の昼間の人出はかなり多いが、全くタクシーの利用客にはならない。今週からキャッシュレス決済機を導入し、各種電子マネー等を使えるようにしたが、大変な人気で驚いている。3月までに25万円のキャッシュレス決済機を購入したが、業界誌によると、3分の2を国、3分の1を決済事業者が負担して無料にするという記事が新聞に出たそうである。4月以前に導入した者は対象外ということで、驚きと同時に不公平感がある（東京都）。
タクシー（団体役員）	・人手不足の影響か、タクシーの稼働台数が減少しており、結果として1台当たりの営業収入は伸びているが、業界全体ではタクシー利用や売上が減少しており、下降傾向にある。
通信会社（経営者）	・野球が開幕し、多チャンネルの需要が増してくる（東京都）。
通信会社（営業担当）	・競合他社との価格競争は激しさが続いており、今後も同様の傾向が続く。
通信会社（管理担当）	・I Tリテラシーが高い120～30代に対する訴求が不完全となれば、固定通信サービスではなく、大容量のスマホ契約に移ってしまう。
通信会社（局長）	・4Kテレビの売行きは伸長しているようだが、それに連動するケーブルテレビ契約数が想定以上に悪い（東京都）。
通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
通信会社（総務担当）	・現状では消費税対応以外に景気を左右する材料が見当たらない（東京都）。
通信会社（経理担当）	・消費税再増税前の特需はない事業なので、現在と同じ状況が続くと見込んでいる。もし消費税再増税が先送りになっても、影響は少ない。
ゴルフ場（従業員）	・東京オリンピックを来年に控え、それまでは景気は変わらない。問題はその後である。高齢化社会をどのように元気にするか。大変な時代である。
パチンコ店（経営者）	・新台は出ないのだが、店側でいろいろと創意工夫をして、今の客をどうにかつなぎ留められるのではないかと期待している。来客数はとても大事なので、心掛けたい（東京都）。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・客の購買意欲が余り感じられない。
設計事務所（経営者）	・新しい仕事の話は入ってきているが、それが実行されるかどうかは、新年度になり担当者が変わる場合もあるので、4月に入ってみないと分からない。
設計事務所（経営者）	・改元や消費税再増税を控えているが、その影響はほとんどないと見込んでいる。高力ボルトの不足等、資材不足が懸念される。
設計事務所（職員）	・政府の景気判断が下方修正されたが、良くも悪くもない（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	・アパートを購入する客はまだいるように感じる。仕入時に適正価格、立地などをしっかり調査して購入すれば、問題なく販売につながっていく。まだ地価が高いので、慎重に行っていきたい。
商店街（代表者）	・当商店街は会員数が64店舗になるが、その中の大型店が1店舗と、規模的には売場面積が10坪以上の店が2店、退店することになった。そんなこともあり、物の動きが悪いこと、商店街の集客力を高めようとしているが、商店街のパワーが少し落ちている。

一般小売店〔生花〕(店員)	・3月は卒業式、お彼岸、送別があるので、客入りがとても良かったが、3か月先の6月頃は例年の傾向で余り良くない。7月はお盆があるので、かなり上向いてくる。天候にもよるが、花屋は行事によって客が増減する(東京都)。
百貨店(売場主任)	・生活必需品の価格上昇から、確実に洋服などの商品群に対しては厳しい状態である。今後は更にこの傾向が拡大する。
百貨店(販売促進担当)	・当店周辺の商環境は落ち着いたものの、景気はやや悪くなる傾向と思われる。これはここ数年とは違った結果となった春闘や、4月以降の様々な商品の値上げ、10月に控えた消費税再増税関連の報道が増えてきたことなどで、客が消費に対してより慎重になっているからである。また、今年のゴールデンウィークは10連休となり、コト消費である旅行等が好調な受注となっている反動で、モノ消費に対してはやや厳しくなる。
百貨店(販売促進担当)	・来客数は順調だが客単価が低い。今後も消費税再増税に向けた節約や購買価格抑制への影響が懸念される(東京都)。
百貨店(店長)	・将来に向けて不安要素ばかりが増えてきていると多くの消費者が考えているため、ますます支出を抑える傾向が強まるものと考えている。
スーパー(営業担当)	・世界経済、特に米中の景気減速が大きく足を引っ張り始めている。したがって、将来的な不安が更に増している(東京都)。
コンビニ(経営者)	・2月頃から来客数が徐々に減り始めている(東京都)。
コンビニ(経営者)	・商品の値上げを控え、今月は売上が微増しているが、来月以降はじわじわと売上の減少が見込まれ、厳しい状態が続くそうである。
コンビニ(経営者)	・東京オリンピックがあるので、何となく景気が上向きになるように思えるが、実際には人手不足であり、お金がないという感覚なので、やはり悪くなるのではないかと。
衣料品専門店(経営者)	・この時期は学生向け商品が多いのだが、少子化の影響もあり、上の子の物を使うということもあって、新しく購入する物が少なくなっていて、なかなか売れない。この状況が5~6月、夏服の時期まで続くのではないかと。
家電量販店(店長)	・販売量は減少傾向にあるため、商品単価が上がらないと厳しいが、柱になる商品群が出てきていない。初夏が平年より暑ければ期待できる。
乗用車販売店(営業担当)	・毎年のことながら、反動減が起きることが予想される。
乗用車販売店(総務担当)	・消費税再増税までまだ日があるので、客の動きが鈍くなると予想している。サービス車検需要の落ち込みが売上に響いてくる。
住関連専門店(統括)	・今後は消費税再増税、統一地方選挙等が控えているので、今のところは買い控えが続いており、落ち着くまではこれが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)	・消費税再増税がメディアで取り上げられ始め、客の財布のひもが固くなっている気がする(東京都)。
一般レストラン(経営者)	・2~3か月先の5~6月は、3月に比べて人の動きも少なくなり、ケータリングもそれほどではなくなるので、現在の売上よりも少し下がっていく。
一般レストラン(経営者)	・10連休で観光地は良くなるかもしれないが、ビジネス街で商売をしている当店のような飲食店にとっては大変な迷惑である。生鮮食品を扱う業者などは決して10連休などでできず、間に何回も営業日を設けて、かえって流通自体に問題が起きるのではないかとという気がしている。
一般レストラン(経営者)	・世界では、米国の現政権に不安定な要素が多く、欧州は英国のEU離脱問題についての決着が更に延び、経済にも安定感が感じられない状態が続いている。南米、アフリカの政治的混乱、世界的な天候不順と、他にもネガティブなことが多い点も気になる。国内では、少子高齢化による人手不足、働き方改革、軽減税率への不安等々、インフレに持って行きたい政府や日銀の思わくとは反対に、現実にはデフレが続いている。
旅行代理店(従業員)	・ゴールデンウィーク後は反動で買い控えがある(東京都)。

	タクシー運転手	・景気は上昇傾向にあると言われているが、実際には引かれる税金が年々多くなっているため、手取りが増えていない。景気が良くなっているとは感じられない。
	通信会社（管理担当）	・春先は販売増の傾向があるが、ここ半年はその傾向がみられない。
	通信会社（営業担当）	・客の様子を見ていると、低額な料金の商品に走っている傾向が見受けられるので、今後景気が悪くなる可能性がある（東京都）。
	ゴルフ場（従業員）	・これから繁忙期を迎えるが、接客部門の人手不足により受入客数枠を絞らざるを得ないケースも想定される。改元、ゴールデンウィーク10連休は帰省や海外旅行など家族と余暇を過ごす客が多く、予約が埋まっている。同業他社では連休中の客単価を平日に近い水準に設定している。
	パチンコ店（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、欧州の景気後退等の外的要因が国内経済に影響を及ぼし始めている。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・地域性もあるかもしれないが、生徒数が減少し、売上もかなり落ちてきている。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数が増えるような要因がない。
	その他サービス〔電力〕（経営者）	・景気減速の懸念から春闘は余り思わしくない状況であり、電力需要も低迷する可能性がある（東京都）。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今期の売上が前年と比べて減少している。
	設計事務所（所長）	・とにかく仕事量が少ない。これから仕事量が増えていくかという点、非常に疑問である。
	住宅販売会社（従業員）	・多少なりとも消費税増税の反動があると見込んでいる。
	住宅販売会社（従業員）	・賃貸住宅建設請負の受注の落ち込みは深刻で、今後の売上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）	・仕事が決まるまでに大変な時間が掛かっている。このような仕事が形になるのか。新しい仕事の話もまだほとんど来ていない。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・先々の案件はあるが、実需に結び付くかの情報が薄く、計画に組み込めないのが実態である（東京都）。
×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく売上が良くない。客も消費税が10%に上がるということで、困っている。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の動きが鈍っており、ここにきてがくっと動かなくなっている（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・販売形態がインターネットなどに変わってきて、物販店、小売店は非常に厳しい状況にある。来店して商品を見ている客が購買につながるのかが分からない（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・店舗が過剰なため、悪くなる。
×	スーパー（経営者）	・当社の販売商品は軽減税率の対象商品が中心であるため、買い控えが予想される。
×	コンビニ（経営者）	・景気が非常に悪くなっており、来客数、売上が減少している。特に、2月中旬に起きたコンビニオーナーの待遇や契約等についての問題発生以来、来客数、売上が今までにない減少を示している（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・来客数、客単価共に前年同月を割る状態が続いていることから、回復にはまだ時間が掛かると思われる。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・市場の移転は失敗で、新市場のシステムにも問題が多過ぎ、このままでは我々仲買は破綻してしまいそうである（東京都）。
×	ゴルフ場（経営者）	・出生対策と人口対策をしないと、日本の未来がない。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中の貿易摩擦や英国のEU離脱などによる海外経済の減速や、消費税増税で、下振れリスクが高くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が前年比で伸びている状況が1月から連続している。
	金属製品製造業（経営者）	・同業者が少なくなっているようなので、仕事量は変わらないが、値上げのチャンスなので、価格交渉をしたい。
	金融業（役員）	・取引先景況レポートにおける平成31年4～6月期の予想D Iは3.8と、業況はプラス水準を維持する見込みである。

広告代理店（営業担当）	・新元号の発表や、ゴールデンウィークの大型連休、ラグビーワールドカップ、東京オリンピックなど、ネタはいろいろあるので、何かしらの周辺ビジネスの特需がありそうである（東京都）。
経営コンサルタント	・改元、10連休などが良い材料になることを期待する。
その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・まだ受注には結び付かないが、問合せ案件は日々増えている（東京都）。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人客は客単価が上がっており、本数も増えてきているが、法人は横ばいあるいはやや下がっている。法人設立印は2件だけで、いつもより少ないことと、見積りを出すとは大体はまとまるが、2件まとまらなかったものがある。個人客は伸びているが、法人客が下向きのため、先行きは変わらない（東京都）。
化学工業（従業員）	・商品の発送が小口化しており、売上は変わらないものの運送費が増加傾向にある。景気が良くなるとは思えない。
化学工業（総務担当）	・当社は内需主体で、国内で直接消費される用途が多いので、大きな変化はないと推察しているが、米中問題、英国のEU離脱問題が長期化し、輸出環境はますます悪化するのではないかと。消費税増税前の駆け込み需要も今のところみられない。ゴールデンウィークの大型連休による物流の混乱が予測される。
プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後には新年度の予算の執行が始まり、少し動き出すと思うが、特に良くなる要素はないので変わらない。
金属製品製造業（経営者）	・業種によってばらつきはあるが、総じて現状と変わらない。
電気機械器具製造業（経営者）	・価格の安い原発の安全性を早く完璧にして、再稼働してもらいたい。そうでないと日本の製造業が駄目になってしまう（東京都）。
その他製造業〔靴〕（経営者）	・自分の身の回りでは景気が良くなるとか悪くなるという特別な変化は感じられない。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・季節要因でも売上が想定より低い（東京都）。
建設業（経営者）	・特に代わり映えしない。消費税が上がるので、小規模の工事が増えてくるのではないかと。
輸送業（経営者）	・現段階では新年度以降の荷主の動向が見えてきていないため、現状のまま推移していく見込みである（東京都）。
輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量がまだまだ低迷している。運賃交渉によるが、今後も現状が続く予想である。
金融業（従業員）	・人手不足による業況悪化を懸念する中小企業が増えている。外国人を採用しても、重要な業務を任せると不安があるという声も多く、根本的な解決策になっていない例も見受けられる（東京都）。
金融業（支店長）	・米中問題の行く末が不透明で、当面予断を許さない状況である。景気動向は変わらない。
不動産業（経営者）	・新築も空室状態が長く、物件が多過ぎる（東京都）。
不動産業（総務担当）	・テナントの入退去の動きはほとんどなく、景気は安定している。この先もこの傾向は変わらない（東京都）。
税理士	・米中の貿易摩擦において、米国が中国に関税攻撃を仕掛けているが、これによって中国に進出している企業や輸出している企業などが大きな打撃を受けている。この問題が解決すると大きく変わる。消費税が増税されると景気が悪くなるのではないかと（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）。
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率が現状のまま上がっていけば良い方向になるが、4月以降は不透明である。燃料、原材料費の値上げがあるため、先行きは明るいとはいえない。
食料品製造業（経営者）	・キャッシュレス決済が話題になっているが、小さい企業ではなかなかハードルが高く、利益を一層減らしてしまいそうである。そういうところも考えてほしい。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・予定は余り入っていないが、改元でどうなるか分からない（東京都）。
金属製品製造業（経営者）	・各得意先から発行される生産量の見通しが下がっている。
一般機械器具製造業（経営者）	・内示を見ると、今月より若干下がっているようである。

	精密機械器具製造業（経営者）	・4月より購入する資材関係がほとんど値上がりする。販売価格に転嫁するため、取引先に交渉するもなかなか承諾してもらえず、利益の圧迫につながっている。
	建設業（経営者）	・もろもろの消費対策が実施されていない。
	通信業（広報担当）	・一進一退の傾向に変化はみられない（東京都）。
	金融業（統括）	・マインド的に環境が良くなっておらず、冷めている部分があるので、懸念材料が多く、景気が上向くような感じはしない。
	金融業（総務担当）	・消費税増税が控えており、世界経済も不安定なので、消費を控える動きがある。不動産価格の高止まりやガソリン価格の高騰、人手不足もあり、今後の景気はやや減退する（東京都）。
	広告代理店（従業員）	・印刷用紙が大幅に値上がりしているものの、全てを販売価格に転嫁することは困難なため、利益の減少が想定される（東京都）。
	税理士	・世界的な不況をマスコミがあり、選挙イヤーの今年は慎重な動きに徹する企業が多数の様相である。ベースアップもごく少額にとどまり、消費税増税などを考えると、実質減少するとさえ思える。景気には悪い材料である。
	経営コンサルタント	・海外貿易の悪影響が、少しずつ中小企業に浸透しつつある（東京都）。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・不安定な世界情勢に引きずられて、国内での製造などもますます減っていくと思われる。それに関連して、企業の映像を制作している当社としても、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・周囲の人も景気は悪いと言っている（東京都）。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約単価の値上げができないので、厳しい状況は続きそうである（東京都）。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・3月末までの予算消化案件がなくなることから、若干下向きになる。
	× 出版・印刷・同関連産業（所長）	・予想以上の値上がりに対応できていないこと、用紙調達が厳しいことを踏まえると、更に悪化する。
	× プラスチック製品製造業（経営者）	・売上の5割を占めていた化粧品容器の取引先からの発注が在庫過剰で6月まで見込めなくなった。突然のことなので、それに代わる案件は見当たらない。
	× 建設業（経営者）	・消費税増税があるので悪くなる。
	× その他サービス業〔警備〕（経営者）	・5月の大型連休は、売上減になる中小企業にとっては死活問題である。
雇用 関連 (南関東)	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き好調な傾向にある（東京都）。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4～6月にかけても既に30件余り話をもらっているのので、この先もまた相当の盛り上がりがある。
	人材派遣会社（社員）	・2020年4月から施行される同一労働同一賃金に向けた検討が大手企業で開始されている。定年延長、職群別の賃金カーブや手当関連の見直し、退職金の運用などが主な検討事項となっている。原資確保が厳しい状況であるため、アウトソーシング切替えも含めた引き合いが増加傾向にある（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・依然として、韓国、中国市場の先が全く見えず、景気の好転は期待できないという企業が多い（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が改善される見込みがない。
	人材派遣会社（社員）	・消費者の目にも見えるような景気回復の効果的な施策がない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・有期雇用者が減った分、無期雇用者が増えるので変わらない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・人材ニーズは好調な推移だが、登録者確保は引き続き課題である（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）の導入が増えてきている。まだ影響は少ないが、簡単な処理はロボットに任せて、難しい判断が必要な処理を人間がこなすというすみ分けになり、人材に求められるスキルが上がるケースが出てきている（東京都）。

	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が大幅に良くなる要素は余りないが、同時に急激に悪くなる要素も余りない（東京都）。
	職業安定所（職員）	・当面、人手不足の状況は変わらないため、企業の収益が上がるとはいえず、2～3か月では変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は9月から前年比で減少傾向に転じ、前月は若干の増加となったが、直近では前年比で約25%減となっている。大口事業所の管外移転等、個別要因もあったが、全業種で減少している。今後の動向を注視したい。
	民間職業紹介機関（経営者）	・先行きが不透明で様子見が続くのではないかと。業界で明暗が分かれる展開になる（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・長期的には社会構造の変化が必要だが、そういった対応をする中で、効率化は当然として、構造改革の中期的な具体策が必要である（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・まだ先が見えない状況であるが、一部企業では採用数を抑えるという話も出てきている。全体としては人手不足感がある（東京都）。
	学校〔大学〕（就職担当）	・変化する要素がない（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・今月末での派遣契約終了数が契約開始数より多くなっているため、派遣労働者数としては減少する見込みである。また、求人数も若干ではあるが減少傾向にあるため、この先数か月は厳しくなる可能性が高い（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・日本企業の多くが3月決算のため、期明けは当面様子見に走り、予算執行が鈍化することが見込まれる（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・ゴールデンウィークの大型連休で稼働する企業が減り、採用活動と求職者の動きが鈍化する。
	職業安定所（職員）	・製薬業界や家電大手など、一部ではあるが、早期優遇退職制度を利用する企業が増加するなかで、求職者の増加、求人の減少は避けられない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・社会保険料の負担、残業規制など、雇用形態や人事採用計画が短期志向になってきている。今を何とか乗り越えようという視点での雇用が多い（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・改善の兆しが何も見えていないので、良くなるとは感じられない。不景気が先行して悪くなっていく。