

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)		百貨店（総務担当）	・消費税再増税前の消費拡大が期待でき、一時的には好転が予想される。
		スーパー（経営者）	・SNSによる集客の反応が上がってきている。お金をかけずに宣伝できる土台ができてきている。
		ゴルフ場（経営者）	・消費税再増税前の駆け込み需要で良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今は家電製品の販売ルートが多岐にわたり、引っ越し業者でも販売しているので、試行錯誤しながらやっていくしかない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏に向けて受注が増える。また、新元号元年なので、まだこれから新調する注文があると思われる。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・新しい利用客の増加により、購入が増える予想される。
		百貨店（広報担当）	・資産価値が高い物、消耗品を中心に、夏頃から消費税再増税前の駆け込み需要が盛り上がり予想している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税が予定どおりに実施されれば、駆け込み需要により一時的に売上が伸びる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税前の駆け込み需要が見え始めている（東京都）。
		百貨店（店長）	・春夏商戦が大きく動かなかったため、6月以降はセールを含めて多少上振れする可能性がある。また、8月以降は消費税再増税前の駆け込み需要があるとみている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・消費税再増税前の駆け込み需要があるので、高額品や保存のきくものはまとめ買いがある。
		スーパー（販売促進担当）	・消費税次第である。10%への再増税実施決定ならば衣料品、住居品の前倒しの駆け込み需要への期待が大きい。
		コンビニ（経営者）	・今の時期よりも夏場の方が来客数、客単価共に上がるため、良くなる。
		コンビニ（経営者）	・これからサラリーマンの夏のボーナス支給があるので、購買力が増すとみている。
		コンビニ（経営者）	・季節的な要因もあるが、消費税再増税前の駆け込み需要も多少期待できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・気温が一気に上がってきており、夏物商材の動きが活発になる（東京都）。
		家電量販店（店長）	・6月に入り、政府が消費税再増税の正式発表をすれば、駆け込み需要が発生する。さらに、猛暑によりエアコン、冷蔵庫の売行きが好調に推移する（東京都）。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税のため、以前のように駆け込み需要が発生すると思われる。そのため、前期の締めである9月は良い結果が期待できる。
		家電量販店（経営企画担当）	・今年10月に予定されている消費税再増税前の駆け込み需要は、今のところ発生していないが、この時期から夏のボーナス商戦の需要が出てくる（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナス月及び秋の消費税再増税などで、客の動きが活発化していくと予想している。
	乗用車販売店（店長代行）	・消費税再増税前の前倒し購入に期待が持てる（東京都）。	
	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・景気動向指数の悪化や米中貿易摩擦などの影響は、個人消費にはまだ降りかかっていない。売場レベルでは、暑さ対策の新商品などが前年以上に大きく展開されており、購買意欲の喚起が期待される（東京都）。	
	一般レストラン（経営者）	・消費税再増税前に駆け込み需要があり、それが影響して一時的に購買力が高まるとみている。今後の米中貿易戦争の行方が気になるところである。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・夏季は野球の全国大会やイベントが多いため、期待できる。	
	旅行代理店（販売促進担当）	・7～8月は、5月の連休の反動があるかと思っただ、個人旅行の予約状況は好調に推移している。団体旅行が問題になるが、今のところ悪い数字は出ていないので、今月よりは良くなる（東京都）。	
	旅行代理店（営業担当）	・前年同時期と比較して前受けの販売量が増加している。	

タクシー運転手	・5月に入って早くも夏日が続くようになっている。今夏は地球温暖化による高温の日が続くとみられ、移動にタクシーを利用することにもつながるので、多少売上増を期待している。そうしたことから、景気は一時的に良くなる（東京都）。
通信会社（経営者）	・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピック開催が近くなり、いよいよ高画質映像ニーズの高まりが期待できる。また、新サービス導入の予定もあり、客からのリアクション増加に期待が持てる（東京都）。
通信会社（社員）	・夏に向けて、消費の増加が見込めるのではないかと（東京都）。
通信会社（管理担当）	・スポーツイベントに向けたテレビ視聴に興味を持ち始めている様子が、客との会話の中から感じられる。非常に関心が高い客も多々いる。
通信会社（経営企画担当）	・案件の増加予想があるため、期待している（東京都）。
通信会社（総務担当）	・現状では特段の景気変動要因は見当たらないが、過去の消費税再増税前の傾向からすれば、今後は駆け込み需要が起こると考えられる（東京都）。
その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・興行が好調に推移しており、今後の成績にも期待が持てる（東京都）。
設計事務所（経営者）	・高級有料老人ホームに関するプロジェクトについて、継続してコンサルティングができるならば、当社を含め、少し余裕が出てきたということではないか。
商店街（代表者）	・当商店街の構成は3分の2がチェーン店で占められているが、その中で、最近撤退が目立つようになってきている。特に、売場面積の大きい店の撤退が増えている。駅から一番近い商店街だが、それでもなかなか難しい状況になってきている。
商店街（代表者）	・世の中のマインドが冷えてきている。その影響は当地域でも感じられる。ただし、イベントへのレスポンスはとても高く、正しく販促などを行えば消費は落ちないというサインのように思える。どれだけ積極的にイベントなどを打っていくかが課題である（東京都）。
一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・夏に向けて年々暑さが厳しくなっており、消費税再増税前に消費の冷え込みがあるのではないかと。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・消費税再増税まではこのような状態が続くのではないかと。もちろん夏の暑さも関係するが、LED照明もよく動いている。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・今月は家を買換えた客がたまたまタイミング良く買ってくれたが、これが続くことはないと思うので、現状のまま変わらない（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税再増税までは特に変わらない（東京都）。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米穀販売では、余計に買ったり贈答品などの想定もないので、変わらない（東京都）。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・梅雨時期の天候や気温が売上に影響することが多々あるが、今年は新学期の文具需要期が終わっても、新商品を中心に商材がよく動いているので、大きく落ち込むことはない（東京都）。
一般小売店〔生花〕（店員）	・5月は母の日があるが、昔と違ってそれほど客は多くない。これから6～8月に掛けてはお盆があるので、仏花の方が売れるかもしれない。感覚的には売上は同じくらいではないかと（東京都）。
百貨店（売場主任）	・夏のクリアランスセール前には買い控えが想定されるものの、前年より訴求を拡大しており、来客数の増加が見込める。
百貨店（売場主任）	・全体的に前年並みで推移していくとみている。お中元ギフトがどのように動いていくのかが1つの鍵になってくる（東京都）。
百貨店（営業担当）	・夏の参議院、衆議院同日選挙という噂もある中で、消費税再増税が論点とされ、ますます先行きが見えない状況である。インバウンド需要を除き、消費者は様子見ということもあり、今の状況が大きく変化することはない。9月以降、いよいよ再増税間近になると、購買意欲は増すものと期待しているが、食料品等の軽減税率採用により大きなインパクトを与えることはできず、このまま前年比でほぼ横ばいの状況が続くと予想している（東京都）。

百貨店（営業担当）	・これからお中元ギフトや夏バーゲンなどの売上規模が大きいですが、ここ数年の状況から伸びは期待できない。今後はボーナス需要や消費税再増税前の買換え需要などに期待するが、一時的なもので、景気の上昇にはつながらない（東京都）。
百貨店（営業担当）	・米中の貿易摩擦の行方が不透明で、円高、株安基調が継続する短期での景気復調は期待できない。第2四半期後半では消費税再増税前の駆け込み需要が想定されるが、直近では猛暑の影響や、ECによる顧客流出が続くアパレル部門の苦戦が当面の間継続する（東京都）。
百貨店（営業担当）	・消費税再増税による消費マインド低下は不可避であり、インバウンド売上の改善も見込めない。増税前の駆け込み需要も2014年の増税時ほど効果はないと推測している（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・米中関係等の不安要素もあるが、改元やラグビーワールドカップ開催等のプラス要因もあるため、大きくマイナスになることはない（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	・消費税再増税直前の前倒し消費に期待するが、現実的な暑さの中で、衣料品類の前倒しはさほどないとみている（東京都）。
百貨店（店長）	・マスコミを中心に、危機感をあおるニュースが全体を覆ってきていることから、簡単に景気的好転や消費の持ち直しにはつながらない。
百貨店（店長）	・外国人客の売上による好景気に加え、日本人客の百貨店需要が復調しなければ、中期的な景気向上についての判断がつきにくい（東京都）。
スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、平均単価が下がっている。客1人当たりの買上点数は前年比100%を超えているが、平均単価が下がっている分、買上額が前年になかなか届かない状況がまだ多くみられる（東京都）。
スーパー（経営者）	・依然としてやや悪い状態がこのまま続く。令和のお祝いムードもなかなか盛り上がりなかったことに加え、降雨も非常に痛手で、その来客数減少分を他の日でなかなか回復できなかったことが大きい。また、10連休後は節約志向になっているようなので、この先もさほど期待できない。
スーパー（店長）	・5月に入って暑い日が続いているが、当店に来てくれるのは年配客が多いので、3か月後も恐らく今と変わらない。ただし、余りにも異常気象、高温が続くようだと、今以上に来客数が減る危険性もあるので、やや悪くなるのではないかと危惧している。天候、気温次第ではあるが、年配客は熱中症等の対策をしていかなければいけないので、来店頻度、来客数は今と変わらないか、減少するとみている。
スーパー（営業担当）	・米中の貿易摩擦を始めとする社会情勢が影響して、将来に対する不安が払拭されないまま今日に至っている。この状況が今しばらく続く（東京都）。
スーパー（仕入担当）	・前年は6月以降の猛暑の影響により、夏物商材の売上が大きく伸びたが、今年はその反動を受ける可能性がある。
コンビニ（経営者）	・買物動向に変化はなく、落ち着いているので、安定した売上が続いていくものと見込んでいる。
コンビニ（経営者）	・外部的変化がなく、回復の見通しが立たない。
コンビニ（経営者）	・人件費が上がると思うので、経営が行き詰まってくる。景気も悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・新商品の売行きが好調であり、売上維持が期待できる（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	・7月の選挙、秋の消費税再増税予定などで、消費者はもやもやした気分のようなのである。
衣料品専門店（店長）	・消費税再増税前の駆け込み需要を期待したいところではあるが、社会保険料負担増や可処分所得の伸びが低いこと等により、消費者が将来不安への備えを優先すると考え、変わらないと判断している（東京都）。
衣料品専門店（統括）	・クールビズも始まるため、重衣料、スーツを含めた袖物の客の回復が見込めない。
衣料品専門店（営業担当）	・主婦層の購買力は相変わらず低迷している。無駄な買物はしない、前年の物を着るといった傾向が強い。10月の消費税再増税を考えると、物販は確実に売れなくなり、厳しい時代がやってくる。
衣料品専門店（役員）	・ますますファストファッション衣料品の低価格化になりそうである。

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、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いておらず、前月よりも2割減となっている。
乗用車販売店（販売担当）	・建築、車共に売上も良く、建築については受注も結構あるようである。2020年の東京オリンピックの期間までは現状のそこそ良い状況が継続するが、これ以上は良くならないのではないかと（東京都）。
乗用車販売店（店長）	・最近の動向からみて、今より大幅に良くなる要素は思い当たらない。
乗用車販売店（渉外担当）	・消費者の購買意欲を喚起する材料が乏しい。
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税を前に、主に外壁塗装、フルリフォーム等の高額なリフォーム工事の前倒しが顕在化しており、2か月程度先までオーダーが埋まりつつある。9月一杯はフル稼働の状況になる（東京都）。
住関連専門店（統括）	・今年は消費税増税がある見込みだが、正式に決定していないこともあり、買い控えがまだしばらく続くのではないかと。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量や来客数は毎月同じよう変わらない。来月良くなってくれれば良い。
その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在の不安定な政治、経済の状況から、先行きが見えてくる7月以降までは、現状のまま変わらない（東京都）。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・これから気温が上昇し、食料品の需要は落ち込む（東京都）。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・しばらくは通減傾向が続く見通しである（東京都）。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・米中関係含めて不確定要素が多い。
高級レストラン（営業担当）	・法人を中心とした宴会予約の推移は、ほぼ前年同様に推移しているが、全体的な傾向として、例年利用の宴席は年々規模縮小の傾向がみられる（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	・先々の法人の予約状況は、ほぼ前年並みである。今後の世界情勢が気になるが、夏まではこの状態が続く（東京都）。
高級レストラン（役員）	・10連休前後は使い控えなのか、一時的に来客数、売上が減少したが、今後の予約状況は前年同期並みに戻りつつある（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・新規出店した店舗が繁盛店が出てきている。工夫次第で伸び率を上げられる地域になっている（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税等が予定されているので、それに向けて使い控えがあり、3か月後も変わらない。
一般レストラン（経営者）	・金融機関の金融引締めというニュースがあるが、付き合いの中で感じているところは、さほど引締めはなく、貸したいところには貸し込みたいというような姿勢が見受けられる。また、米国大統領もそれほどの圧力を掛けてこないのではないかと印象を持ったので、しばらくの間は横ばいが続く（東京都）。
一般レストラン（経営者）	・今後ラグビーワールドカップや東京オリンピックなどで規制されると、街としては客がいなくなるのではないかと心配している。
一般レストラン（経営者）	・景気は過去から見れば良くなっているが、一方で閉店する店舗も多い。空き物件の情報が手に入ることも多くなっている（東京都）。
一般レストラン（統括）	・改元、大型のゴールデンウィークも終わったが、大きな景気変動はない。事業者は、秋の消費税増税準備に奔走しなければならない状態ではあるが、一般消費者の動向は先が読めない。先行きは不透明な状態が続いている（東京都）。
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・年金の引下げ等、悪材料もあるが、最低賃金引き上げもあり、プラスマイナスゼロといった印象である（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・新元号になり景気回復を期待したいところだが、ゴールデンウィーク後のレストラン利用などの動きが鈍く、先々の予約も例年に比べて少ない。特に、法人利用が停滞気味で、景気回復には至っていない。この状態が続くとみている。
旅行代理店（従業員）	・団体旅行の繁忙期は今月、来月となり、それ以降は動きが落ち着く。例年と比べて大きな変化はない。

タクシー運転手	・いよいよ令和元年がスタートしたが、やはり先行きがよく見えていないことと、10月からの消費税増税についても不安が大きくなってきているので、うかつに出費はできないという様子が見受けられる。
タクシー運転手	・間もなく梅雨入りするので、少しは利用が増えると思うが、先が読めない。前年の30度超えの暑さが5月中旬過ぎ頃から続いている。今年も暑い日が続けば、タクシーの中は少し涼しい空間なので、利用が増えて良くなる。
タクシー運転手	・良くなる材料が見当たらない(東京都)。
タクシー運転手	・最近売上がやや良くなっているが、暑さのためである。サラリーマン客が中心だが、景気が良くなっているという話は余り聞かない。米中の貿易摩擦を皆がかなり気にしているようである(東京都)。
タクシー(団体役員)	・上昇傾向となる要因が見当たらず、良くても現状維持かと思われる。
通信会社(経営者)	・貿易環境は若干悪化すると思うが、中高年含めて、お金を持っているので、国内消費や景気にはさほど影響しない(東京都)。
通信会社(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要について一定量は見込めるものの、全般的に消費を抑える傾向は今後も継続する。
通信会社(営業担当)	・同じ市場を価格攻勢で他社と奪い合う状況は、今後もしばらく続くことが予想される。市場拡大ができない限り、大幅な伸びは見込めない。
通信会社(局長)	・4Kテレビの購買量は着実に増えているようだが、サービスの連動がそれに伴っておらず、ラグビーワールドカップのような特別なイベントを起爆剤とするしかないような状況である(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(管理担当)	・法人向けのシステム再構築需要は秋口まで続くものとみている。個人向けの携帯電話等は、販売数量が前年同時期を下回っており、トータルすると横ばいで推移する(東京都)。
通信会社(営業担当)	・値上げした同業他社の動向を見ながら、世の中の景気を判断していきたい(東京都)。
通信会社(経理担当)	・10月の消費税増税前の4か月で世の中がどう動くのか注視していく。
競輪場(職員)	・暖かくなるので客の出足は良くなるが、単価は余り上がらない。
その他サービス[立体駐車場](経営者)	・良くなる要素がないので悪いまま変わらない。
その他サービス[保険代理店](経営者)	・売上や顧客数が増加する要素が見当たらない。
設計事務所(経営者)	・民間の設備投資意欲は低調と感じている。住宅はハウスメーカーによる設計、施工が主流で、苦戦している。厳しい状況がもう少し続きそうである。
設計事務所(職員)	・消費税増税前の駆け込み契約といった話も前回ほど聞かれず、大きな変化はないと思われる(東京都)。
住宅販売会社(従業員)	・ここ2か月の景気が非常に悪かったため、これ以上は悪くならないだろうという楽観的な考えもあるが、来場数、商談数、客の様子、他社の様子を見ても、景気が良くなりそうな兆しが何もない。
住宅販売会社(従業員)	・来場者数や資料請求件数にはさほど増減がないので、現状のまま推移する。
その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者)	・以前見積書を出して決めた仕事がいまだ具体的になっていないことに加え、その後の仕事の相談等も激減している。なかなか先行きが見えず、今後は非常に厳しくなる。
その他住宅[住宅資材](営業)	・一定の受注は見込めるが、期待できる大口物件がない(東京都)。
一般小売店[文具](販売企画担当)	・売る商材がだんだんなくなってきている。例えば、米中の貿易摩擦の影響を思い切り受けて古紙がなくなってきている。官公庁等の客は古紙を欲しがっているのだが、売る古紙がない。これは他のところも同様で、古紙がないため売れずに困っている。また、パソコン等でも部品がないために、納めたくても納められない状況が出てきている。原材料の高騰によりいろいろ値上げをしてきているので、その分売り損じが多いのかもしれない。
百貨店(売場主任)	・実質賃金が減っている中、地方百貨店は非常に厳しい状況である。今後消費税が上がると更に厳しさを増す。

百貨店（販売促進担当）	・食料品を中心に4月から値上げした商材が数多くあることや、10月に控える消費税増税に向けて、客の消費に対する意識はより厳しいものとなる。
百貨店（計画管理担当）	・秋に近隣の競合店が閉店するため、今後は大々的に閉店セールが行われることから、先行きは不透明である。商圈が狭いことから、一時的とはいえ客を奪われる可能性が高い（東京都）。
スーパー（経営者）	・1人当たりの買上点数が減少しており、その傾向が強まっている。
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、日々必要最低限の食材しか購入しない。生活における余裕がまだまだ感じ取れないため、もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。
スーパー（仕入担当）	・10月の消費税増税に向け、消費者の財布のひもがますます固くなる。
コンビニ（経営者）	・来客数や販売量の動向から、やや悪くなると感じている（東京都）。
コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアを複数店舗経営しているが、他店が近くに来て、店舗数も毎年のように増えているなかで、コンビニ全体としての売上は伸びているかもしれないが、1店1店の売上は落ちてきている。景気も悪くなってきているように感じている。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品業界をみていると、不思議だと感じる。勝ち組がおらず、全てが負け組である。お金を使うのが食、住、衣の順番になっている。食品などでは堂々と値上げをしているのに、衣料品は下がる一方である。厳しい状況が続いていく。
衣料品専門店（経営者）	・当店はスクール用品も扱っているが、少子化の影響が出ていることに加え、百貨店が同様の商品を扱うようになったので、大変厳しい状況になっている。こうした傾向が当面続くと思うので、しばらくは低迷するのではないかと。
家電量販店（店長）	・来客数が前年度比で徐々に下がってきている。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数が前年よりも落ちてきている。
乗用車販売店（営業担当）	・夏休みを迎えるので、買い控えが始まる。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・猛暑になると、前年同様に客足が鈍るため、非常に心配している。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税まであと4か月となり、現実味を帯びてきて、購買マインドに更にブレーキが掛かる状況が継続するのではないかと（東京都）。
高級レストラン（経営者）	・例年7～9月の売上が年間で一番落ち込む。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は7～8月になる。2月と8月は我々にとって一番暇な時期なので、客の動きも余りなく、ケータリングもほとんどない。そのため、2～3か月先の景気は少し悪くなる。
一般レストラン（経営者）	・米中の貿易摩擦や外交問題による世界経済の悪化により、仕入原価が高騰している。また、働き方改革の影響による深刻な人手不足により、人件費の高騰、営業時間の短縮、サービスの低下等、大変厳しい状況になってきている（東京都）。
その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・人件費負担の増加が経営の重荷になりつつある。特に当業界のような労働集約型の事業では、合理化もままならないなかで、直近の業績に多大な負荷がかかっている（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	・もう既にいろいろな物が値上がりしているのと、その先の消費税増税があるので、皆の財布のひもが固くなるのではないかと。
旅行代理店（経営者）	・天候不順もあるかもしれないが、選挙の有無や消費税増税などに関する予想も出ているので、客の財布の中にお金がなかなか入ってこないというのが現状である。景気は更に悪くなると予想している。
旅行代理店（従業員）	・羽田空港発着枠の増加、各航空会社のハワイ線の増便に伴う供給過多により、今後は値崩れが懸念される（東京都）。
旅行代理店（総務担当）	・予算は取っているものの、使用額が抑え気味である。米中貿易競争に関する報道の影響を強く感じる。客との話題にも出てくるようになってきている（東京都）。
通信会社（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要もあるが、それ以上にベースの消費が落ち込んでいる。

	観光名所（職員）	・観光地のため、ゴールデンウィークという大型連休のある5月は、人員が伸びた。2～3か月後は梅雨の走りともなり、若干人員が落ちる（東京都）。
	ゴルフ場（従業員）	・定年を過ぎて働くにしても、同一労働同一賃金が日本ではまだ浸透していない。年金はもらえず、給料も減り、お金を使わなくなるので、景気回復の好循環が生まれにくい。
	パチンコ店（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク明けは消費が落ち込むことに加え、天候不順や梅雨入りにより客足が遠のくのではと懸念している。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ数か月は来客数が少なくなり、売上も落ちているので、景気の回復は見込めない。問合せの数も減っている。地域性もあるかもしれない。
	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・米中の貿易摩擦に起因する全体的な景気後退の雰囲気、客の間にも若干広がっているような気がする。6月のサミットを通じて良い方向にならない場合は、景気が後退するのではないかとという形での不安が多い（東京都）。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・消費税増税が近づいてきているため、やや悪くなる。
	設計事務所（所長）	・現在の仕事は変わらないが、次の仕事へのステップの見通しが不明である（東京都）。
	設計事務所（所長）	・県内、市内の状況を見ても、地方は全体的に仕事量がなく、中央に偏っているというのが現状である。
	住宅販売会社（従業員）	・各金融機関で不動産に対する融資を抑える傾向が少しずつ感じ取れるようになってきている。選別融資を行っている銀行もあるので、今後の動向を注視していきたい。この件が今後の景気に大きく影響してくると感じている。
	住宅販売会社（従業員）	・受注の落ち込みが回復せず、売上、粗利の減少に直結していく。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税があるということで、駆け込み需要があると思ったが、動きはみられない。前回の増税時は半年～1年くらい前から徐々に動きがあったのだが、今回はまるでない。また、今年は確かに暑いのだが、エアコンの声掛かりが前年の猛暑に比べてやや少ないような気がする（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。
×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・昨日も異常気象のような猛暑であった。独立店舗でもそこそこクーラーを効かせているが、やはり客は涼しさを求めて大きなショッピングセンターに足が向いてしまうのではないかと危惧している。
×	衣料品専門店（店長）	・今月は前年並みの動向を示しているが、消費税増税を意識した駆け込みの印象があり、それ以外では決して良い状況とはいえない。
×	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の夏の暑い盛りは売上がどうしても減る時期である。今月からデビットカードの取扱いを始めたが、デビットカードで支払いをする客がかなりいる。売上のうち何%かがカード会社の方に行ってしまうので、この先消費税が10%に上がる時にも、値上げをしないとかなり厳しい状況になる（東京都）。
×	ゴルフ場（従業員）	・消費税増税、景気減速の影響が懸念される。客単価が高いレジャー産業という業態のため、増税の影響は大きい。米中貿易摩擦、株価の動向、参議院選挙などネガティブに動く要素も多く、楽観視できない。
×	設計事務所（経営者）	・新しい物件の話がほとんど消えてしまい、なかなか仕事に結び付けることができない。行政からの指名においても、低価格の競合他社に仕事を取られる状況が目立ち、全体的に先が見えない。
×	住宅販売会社（経営者）	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題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い。個人消費の増える対策、特に住宅取得の対策が必要である。
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）	・買物へ行っても人が多くなったと感じる。仕事は人手不足が深刻化している。案件が増えている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係では、新会社設立の注文が4件あった。通常月よりもやや多く、当店周辺は飲食店や夜の店があるが、このところなかった新規出店が今月は3店舗あり、その注文をもらっている。そのようなことから、これから少しずつ上向きになっていくのではないかと（東京都）。

電気機械器具製造業（経営者）	・今月の販売不振の反動もあり、この先の受注は増えてきている。米中の貿易戦争がこの先どうなるのが心配である（東京都）。
広告代理店（従業員）	・消費税再増税に関連する印刷物の受注等で多少良くなる（東京都）。
広告代理店（従業員）	・ラグビーワールドカップ、東京オリンピック、パラリンピックの1年前イベント等の受注が増えてきている。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・現在弾込めしている案件の受注時期となるので、受注量の向上が見込まれる。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・取引先に連絡するにも、まず材料などの値上げの話からしなくてはならないので、非常に話がしにくい。
出版・印刷・同関連産業（所長）	・用紙調達、用紙価格の高騰が影響し、前年より規模を縮小するなどの動きがある。折込チラシより部数を減らし、ポスティングやDMに移行する傾向が強いため、売上額が減少する。
化学工業（従業員）	・受注量からみて、取り立てて良くなるとは思えないが、減少もせず、悪くなるとも思えない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・米中の貿易摩擦や参議院選挙のことがあり、全体的には様子見が強いようである。よって、余り大きな変化はない。
金属製品製造業（経営者）	・米中貿易摩擦は長引くと思われる、半導体、精密部品加工などの下請企業としては気掛かりである。
金属製品製造業（経営者）	・現在の受注状況は落ちてはいないが、先行きに不安がある。景気の後退次第では急な減産もあり得る。
建設業（経営者）	・中小企業に対する景気対策が進んでいない。
輸送業（経営者）	・取扱量の減少が続く中、対応策が見いだせず、しばらくは現況が続くものと思われるが、燃料価格が上昇を続けており、大変気掛かりである（東京都）。
輸送業（総務担当）	・運賃交渉の結果次第だが、現在は閑散期のため、3か月先の見通しは変わらない。
通信業（広報担当）	・先行き不透明で、一進一退の動きが継続する（東京都）。
金融業（従業員）	・一部の不動産業者からは、物件需要が落ちてきているとの声が聞かれる。建築材料費の上昇が建物価格に影響を与えているとの見方もあり、増収減益となる事業者も出てきている（東京都）。
金融業（役員）	・米中貿易摩擦の影響が不透明なことに加え、今年10月の消費税再増税前の駆け込み需要も余り期待できないため、景気は大きく変わらない。
不動産業（経営者）	・5月になり賃貸の客足が減っている。空室もたくさんある。10月の消費税再増税が心配である（東京都）。
不動産業（総務担当）	・年内は、賃貸オフィスは空室ゼロの状況が続くと見込まれる。平成バブルがはじけた後では最も安定していると感じる（東京都）。
税理士	・米国の対中政策により貿易戦争のような形になっており、中国から輸出できない。中国から海外に向けて輸出している日本企業や、日本から中国に向けて部品などを輸出している企業などが大きな影響を受ける。世界的なレベルで起きていることなので、先行きはよく分からない（東京都）。
社会保険労務士	・良くなる要因が全く見当たらない（東京都）。
経営コンサルタント	・消費税再増税を控えているが、駆け込み需要は余り期待できない。
税理士	・消費税再増税が現実化することが決定的になれば、駆け込みでの消費拡大は間違いない。マンションなどの売行きもピークに達するのではないかと。
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・今の状態がしばらく続く。
食料品製造業（経営者）	・当社の商材は夏場の高温時に売れなくなるため、この先の天候が心配である。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年8月までは受注量が少ないため、やや悪くなる（東京都）。
化学工業（総務担当）	・前年のように天災が多発することなく、個人消費が堅調に推移してほしい。しかし、明らかに輸出、設備投資が減退して景気は後退基調にあるので、それに沿った的確な政策の実行を望んでいる。特に、大都市部で高止まりしている不動産価格の反動を危惧している。



	金属製品製造業（経営者）	・営業活動により、仕事の確保に努めるしかない。社員の効率化もしているのに、若い社員の確保と、教育に力を入れるよう頑張っていく。これからは業界での生き残りをかけて、社内組織改革をしていかなければならない。今までの考え方でなく、新しい経営方針を打ち出していく。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、落ちているような気がするが、閑古鳥が鳴くほどではない。	
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・周りの状況は余り芳しくないが、これといった良い話もないので、現状のまま推移していく。	
	建設業（経営者）	・景気も落ち着いてきた感じがする。製造業も受注が減っていると聞いている。	
	輸送業（経営者）	・特に良くなる要素が見当たらない（東京都）。	
	通信業（経営者）	・米中の貿易戦争の影響により、やや悪くなる。	
	金融業（統括）	・景気はそれほど変化がないかもしれないが、経営者のマインドが大分下がっているように思えるので、今後それが出てくるような感じがする。	
	金融業（支店長）	・世界の消費の何割かを占める中国での消費減退の影響は、これから徐々に出てくる。	
	金融業（総務担当）	・ガソリン価格の高騰もまだしばらく続く。商品の値上がりの影響が主婦層にも表れてきている。不動産業では、駅近等、条件の良い物件は売れているが、それ以外は停滞気味になってきている。人件費では時給が上がっているのに、企業の利益にも影響がある。今後海外の関税等もじわじわと影響する。全体的に良い材料が不足しているのに、やや景気は悪くなる（東京都）。	
	広告代理店（営業担当）	・各社の下期～来期の宣伝予算に、米中の貿易戦争の影響が反映されると予想している。今年もまた災害被害などが出てきそうである（東京都）。	
	経営コンサルタント	・米中の貿易摩擦、日米関係についてももはや猶予がならない状況が近づいている。そのための米国大統領の訪日であったと想像される（東京都）。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引量は現状維持の見込みであるが、燃料や原材料の値上げが実施される予定なので、利益が圧迫される。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・人手不足が改善される目途が立たない中、5日間の有給休暇取得の影響で、少しずつコスト増加がはじまっている（東京都）。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・国内外の動向が不安定なため、企業が広告費、映像関係の外注を控える傾向にあるので、良くなる方向性がみえない（東京都）。	
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・前年絶好調だった化粧品容器の受注に回復の兆しがみえず、頭を抱えている。同業他社も同じ状況のようである。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・米中貿易戦争、英国のEU離脱問題、日米関税問題、働き方改革と悪い外的要因が多いため、後退感が強く、大企業も鈍化している。
	×	建設業（経営者）	・消費税増税の影響により悪くなる。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後、米中の貿易戦争の影響がポディーブローのように効いてくる（東京都）。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・この度の同一労働同一賃金の動きもにらみ、直接雇用化が継続する見込みである（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏に必要な業種の会社を攻めて、既に7件くらい予約をもらっている。今まで正社員募集がストップして復活という会社が5～6件あるので、その分がかなりプラスになっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・参議院選挙があるので、短期的な特需が期待できる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・米中いずれも経済がどうなるかわからないということで、輸出企業、中国に進出している企業が非常に心配している。そのため景気は余り良くならないのではないかという取引先が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足が急に解決することはないので、このまま売り手市場が続く。ただし、事務処理のRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）化が進んできており、近い将来幾つかの業種では引き合いが全くなることが予想される。その代わりに、他の業務が増えるとの予測もある（東京都）。

	人材派遣会社（支店長）	・人手不足と思われる企業は多く、派遣や人材紹介での依頼数も前年を上回っているものの、人材難の状況が変わらないため、結果として成約数が思うように伸びてこない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	・働き方改革推進に伴う残業の抑制、業務効率化のための派遣社員登用が増えている一方で、社会保険料の増加や残業時間の抑制によって、派遣スタッフの収入に大きな変化はない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・今のところ、大きく良くなる要素も悪くなる要素も感じられない（東京都）。
	求人情報誌製作会社（所長）	・客の景気が良くなっているという話を聞かない。
	職業安定所（職員）	・求人求職の動きに影響を及ぼすような要因は見当たらない。
	職業安定所（職員）	・3か月前と比べると、求人数が減少、有効求職者数が増加している中で、就職者数は増加している。前年同月とは逆になっている。今後もこの範囲内で推移していく（東京都）。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で減少しているが、これは管内の大事業所移転の影響等が考えられる。また、新規求職者数も前年比で減少傾向となっている。人手不足の職種においては、引き続き人材不足が続いている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・景気が良くなる要因や気配は全く感じられない（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・季節性もあるのか、夏に向けて求人状況は堅調である（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	・米中の関税問題などがあるが、将来的にも大きな変化はない（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（社員）	・景気が下方修正されたので、消費生活にも影響が出るかもしれない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	・求人数は年計表ベースでも数%増加と、右肩上がりとなっている。しかしながら、採用並びに雇用維持競争がこれまで以上に激化していることから、新規採用数が伸び悩んでいる。2019年7月には同一労働同一賃金に対する動きも出てくるため、厳しい状況はしばらく続くものとみている（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数、求職者数共に減少傾向にあり、次月以降の成約数に大きく影響が出てきそうである。全体的な動きとして、当月求人、当月成約というより、求人月の翌月以降に成約するケースが多いため、このまま求人数が少ない状況だと、成約数に影響する（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	・周辺企業の様子から、ポジティブ、ネガティブのバランスを見る限り、ネガティブ先行と感じる（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	・まだ何ともいえないが、これまでのような採用意欲旺盛の状況が続くかは分からない（東京都）。
	x	-