

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) | | 商店街（代表者） | ・消費税増税前の駆け込み需要は間違いなく発生する。特に9月の売上はかなり伸びると思われる。当地域は高額商材を扱うところがあるのでなお更である。しかし、10月以降の反動減も相当なものだろうと思われる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（店員） | ・花屋としては、6月は何も行事がない。2か月先の8月は、お盆で客がかなり多い。9月はお彼岸があるので、仏花が大分売れる。そうしたことから良くなるのではないかと（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・消費税増税の影響で良くなる（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・良くなるように準備している。 |
| | | 観光名所（職員） | ・観光地のため、2～3か月後になると夏休みにも入り、今よりは良くなる。9月になると行楽シーズンの走りともなり、旅客が増えたと期待している（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・毎年、7月の初めが1年を通して一番売れる時期なので、天候次第では売れる。また、今年は消費税増税も控えているので、その前に買う客も多いのではないかと。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | ・9月いっぱいまでは今のような調子ではないだろうか。ただ、消費税増税後の5%還元と増税前の購入とどちらが良いのか、消費者も決め兼ねているようである。店の方としてもキャッシュレス化に伴う準備に思案中である。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | ・夏に向けて消費が増える。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要により、一時的に売上が伸びる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔傘〕（店長） | ・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・消費税増税前の駆け込み需要による一時的な回復はみられるが、その後の落ち込みが厳しく、マイナス傾向からの脱却とはならない。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要で、日用品や単価が高い商品カテゴリーは上向くものの、その影響範囲は限定的で、全体の消費マインドを押し上げるには至らない（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・10月の消費税増税を控えて、高額品、耐久消費財については直近需要の高まりを期待している。今後の中国経済には不確定要素があるものの、現在のインバウンド需要は堅調に推移すると見込んでいる。食料品については、直接の増税影響はないものの、限られた財布のなかでは若干減ると見込まれ、全体では、プラスを見込むものの、大きな伸びには至らないと予想している（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要により、高額品については大きな伸びが期待できる（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・ゴールデンウィークの10連休後から夏のクリアランスセールまでは買い控えが顕著だが、消費税増税直前期にはまとめ買い対象品については復調すると見込んでいる（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・季節的な要因だが、これから暑くなると、来客数も幾らか増えるのではないかと期待している。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・梅雨入りが記録開始時より最も遅い今年は、前年以上にエアコン、冷蔵庫の需要増に期待が持てる。さらに、消費税増税前の特需にも期待できる（東京都）。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・消費税増税に伴う駆け込み需要が発生すると予測している。 |
| | | 家電量販店（経営企画担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。増税後、政府の市場活性化プログラムの効果にも期待したい（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・10月の消費税増税に向けて、それまでに納車してほしいという客が非常に増えてきている。納期の掛かる車に関しては7～8月くらいがリミットとなるので、増えるのではないかと。 |
| | 乗用車販売店（販売担当） | ・東京オリンピック需要で建設関係は忙しいようで、人手不足で賃金ベースが上がっている。現場の方からは、仕事量が増えているからといって単価を上げられるかという、なかなか上げられないという話がある。ただ、仕事量が増えてきているので、その意味ではやや良くなる（東京都）。 | |
| | 乗用車販売店（総務担当） | ・これからボーナス月、中間決算月、消費税増税などの影響もあり、かなり需要が増えてくると予想している。 | |

| | |
|-----------------------|---|
| その他専門店 [貴金属] (統括) | ・消費増税前の駆け込み需要による集客が増加すれば、接客数、販売数も増加し、一時的に売上が伸びる可能性が高い(東京都)。 |
| その他専門店 [雑貨] (営業担当) | ・2～3か月後は、消費増税が目前に迫り、特に単価の高い商材への駆け込み需要が広がってくるものとみている(東京都)。 |
| 都市型ホテル(スタッフ) | ・8～9月はレジャー需要が見込めるため、状況は良くなる。ラグビーワールドカップ開催があるが、予約は伸びていない。 |
| 旅行代理店(販売促進担当) | ・8～9月は夏休みシーズンということで、個人旅行の予約が堅調に入っている。また、団体旅行についても、9月の予約状況は悪くないということで、やや良くなる(東京都)。 |
| 旅行代理店(総務担当) | ・見積案件が増加傾向にあることに加え、予算的にも若干増額傾向がみられる(東京都)。 |
| タクシー運転手 | ・東京オリンピック関連工事などで内需が拡大し、景気を刺激している。また、10月からの消費増税前なので、駆け込み需要で大口の買物も多くなる。タクシー業界にも幾らかのおこぼれがありそうなので、一時的に景気は良くなる(東京都)。 |
| 通信会社(経営者) | ・ラグビーワールドカップ開催と東京オリンピック、パラリンピック開催まで1年を切り、高画質映像ニーズの高まりと開催機運醸成による効果、消費増税前の機器買換え需要に期待できる(東京都)。 |
| 通信会社(社員) | ・見込んでいた夏のイベントの仕事が具体化してきている(東京都)。 |
| 通信会社(営業担当) | ・携帯端末割引の撤廃、消費増税前の携帯電話の駆け込み需要に伴い、若干の契約増を見込んでいる。 |
| 通信会社(管理担当) | ・携帯電話は端末代金が月額使用料金から分離されることから、その前に集中して特需が発生する見込みである。その後の買い控えについては、消費増税の関係もあり、何らかの策によって盛り上がると考えている。 |
| 通信会社(総務担当) | ・米中貿易摩擦の動向により景気動向も影響を受けるだろうが、依然として不透明なため、やはり消費増税前の一時的な駆け込み需要が起こる(東京都)。 |
| ゴルフ場(経営者) | ・消費増税前の駆け込み需要でやや良くなる。 |
| 設計事務所(経営者) | ・このまま契約に結び付けば、自身の周りでは景気が良くなる。 |
| 商店街(代表者) | ・10月から消費税が上がることは前々から消費者も分かっており、我々も承知しているが、それに対して増税前に買物をしておこうという状況は余りみられない。かえって売上が思うように取れず、来客数も減っていることを考えると、消費増税が非常に不安である。 |
| 一般小売店 [和菓子] (経営者) | ・年々厳しくなる猛暑や異常気象などがあり、夏に向けて天候次第では売上がどちらかに傾くのではないかと。 |
| 一般小売店 [印章] (経営者) | ・当商店街は点在型で、1つ1つの店が独立した店という感じであり、一体となって何かを仕掛けるということとは不可能で、個店としての仕掛けをしてもやや難しい。集客を図るため、何か良い手はないかと模索してはいるが、なかなか思うような手立てが思い浮かばず、難航している。非常に厳しい。 |
| 一般小売店 [家電] (経営者) | ・消費増税の日までは変わらない(東京都)。 |
| 一般小売店 [米穀] (経営者) | ・10月の消費増税の動きは予想がつかず、何ともいえない(東京都)。 |
| 一般小売店 [文具] (販売企画担当) | ・年度末の案件はある程度出てきているが、今後2～3か月では大口案件が余り出ていない。大口がないだけで、小口はあるので、余り景気としては変わらない。 |
| 一般小売店 [茶] (営業担当) | ・消費増税があるかもしれないからといって、お茶は客が買いためをするような物ではないので、それほど販売数量が伸びると思えない(東京都)。 |
| 百貨店(売場主任) | ・今後もセール、人気物産展を広域の客に告知するために、訴求媒体を前年以上に手配するとともに、在庫確保に努めている。 |
| 百貨店(売場主任) | ・現段階ではお中元にしる、常備品にしる、プラス要件は少ない。前年を維持できるくらいがやっとかと思っている(東京都)。 |
| 百貨店(総務担当) | ・近隣の大型商業施設の改装期間中に、いかに新客を取り込むことができるかが鍵となる。 |

| | |
|--------------|--|
| 百貨店（営業担当） | ・10月の消費税増税に向けた買換え需要などに期待しているが、税率の上げ幅が小さいことや軽減税率の導入により、前回のような駆け込み需要は期待できない（東京都）。 |
| 百貨店（営業担当） | ・ボリューム客層の消費マインドが6月末からのクリアランスセールでどこまで活性化するかが鍵となる。一方で、特選、宝飾品、美術等の高額品は好調を維持しているが、婦人服、婦人雑貨、食品ギフトが苦戦しており、短期間での回復は期待感が薄い（東京都）。 |
| 百貨店（営業担当） | ・消費税増税を控え、国内消費者の買物に対する意識はシビアである。インバウンド売上が微増ではあるが下支えをしている状態で、全体としては現状と変わらないとみている（東京都）。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要で、一時的には売上アップ動向がみられ、その後は落ち着く、若しくは停滞すると予測している。全体としては現状のまま変わらない（東京都）。 |
| 百貨店（店長） | ・当面、現状を大きく反転させる事象は見いだせない。 |
| 百貨店（計画管理担当） | ・食料品は比較的安定しつつあるが、相変わらず主力の衣料品に復調の兆しが見えず、厳しい景況感は続く（東京都）。 |
| 百貨店（店長） | ・株価の動きや、構造を変えなくてはならない時期に来ていることから、ダイナミックな改革には多少時間を要する（東京都）。 |
| スーパー（販売担当） | ・客の様子を見てみると、ポイント何倍であるとか、時間帯での割引セール、広告初日のお買い得、目玉商品など、時間、店、商品などを見て、いろいろな店舗でうまく買い回っている状況がまだ多くみられる（東京都）。 |
| スーパー（経営者） | ・3か月後に消費税増税があるので、普通は駆け込み需要で少々上がるのだが、今回食品は8%のままで、当店の商材はほとんどが8%なので、それほど駆け込み需要も期待できないのではないかとということで、変わらない。その後はやや悪くなると予想しているが、まだ分からない。 |
| スーパー（店長） | ・本来ならば良くなると答えたいが、客は完璧に守りに入っている状況である。我々も特売や安売りをして客を呼び込み、売上を上げる施策をしているが、売場で客同士で年金や貯金の話をしたり、最終的には切り詰めるのは食料品と衣料品しかないなどというような話をしているのを聞くと、3か月後に急に景気が良くなるとか数字が改善するとは思えないため、今と変わらない。 |
| 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、物価上昇も相変わらず続いているので、購買意欲が上昇するにはまだ時間が掛かる（東京都）。 |
| スーパー（総務担当） | ・5月のような大型連休、これからの旧盆等の休みに向けて、客が休日の余暇にお金を使うようになり、日々の必需品購入にはお金が余り回ってこない状況が続くと思われるので、小売業にとってはこの先も厳しい状況が続く。 |
| スーパー（営業担当） | ・米中の貿易摩擦の問題が大きく影響していると思うが、将来にわたる不安感から買い控えが起こり、生活レベルを押し下げている。そうした気運が浸透しているように感じる（東京都）。 |
| スーパー（販売促進担当） | ・消費税増税に対する販促次第である。食品中心に旬、味、鮮度の徹底したPRを実施して対応する。 |
| コンビニ（経営者） | ・7月からキャッシュレス決済の取扱いを始め、波が押し寄せてきているが、今は客の動向が読み切れない。数か月間は大きな変化はないと思われる。 |
| コンビニ（経営者） | ・近隣にライバル店ができていますので、商売上厳しくなっています。 |
| コンビニ（経営者） | ・天候次第で来客数が増える見込みもあるが、前年の猛暑に比べ梅雨が長引きそうなので、良くなる可能性は低いと予想している。 |
| コンビニ（経営者） | ・個店的には来客数、客単価共に落ちているが、同じような地域への出店も続いているので、景気自体が悪いわけではないような気もする。ただし、良くなっているとは思えない。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・前年は天候に恵まれ、売上、来客数共に好調だったが、長期予報では前年ほどの好天とはならないため、今と同じぐらいの動きになるのではないかと（東京都）。 |

| | |
|----------------------|---|
| 衣料品専門店（経営者） | ・変わらないと回答したが、実際のところは分からない。今はどこでも軽減税率やキャッシュレスという言葉が氾濫しているが、中小の物販、小売店に関しては、短期的な還元ではなく、クレジットの手数料を百貨店並みにしてもらわないと困る。大手は1%、零細は5%では勝負にならないので、恒久的に手数料を下げてほしい。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・4月からの第1四半期のトレンドと、10月の消費税増税前の駆け込み需要を差引きすると、落ち込みが多少改善されると期待している（東京都）。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・自動車の整備と販売をやっている。整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。消費税増税前の駆け込み需要があると期待していたが、余り効果は出ていない。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・車購入の案件が増えてこない。消費税増税前の駆け込み需要が思ったより少ない。 |
| 乗用車販売店（渉外担当） | ・販売量が好転する具体的な要素が見当たらない。 |
| 住関連専門店（営業担当） | ・リフォーム業においては、消費税増税に伴う駆け込み需要が顕在化しており、引上げ直前の9月一杯までこの傾向が続くものと思われる（東京都）。 |
| その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・消費税増税までは財布のひもが緩むが、それ以降は厳しくなる。 |
| その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・当店の商品は通年で余り変化がある商品ではないので、変わらない。 |
| その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・今の状況が続けば、公設市場としての当市場は駄目になる（東京都）。 |
| その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | ・引き続き減速傾向が続くと予想するが、市場データで拾いきれないデジタル販売にシフトしている可能性も考えられるため、注視が必要である（東京都）。 |
| 高級レストラン（営業担当） | ・法人関連の宴会予約受注状況は前年同様である（東京都）。 |
| 高級レストラン（仕入担当） | ・先々の法人予約等の状況をもみても前年並みであり、大きな変化は感じられない（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・地域としてはビジネスチャンスが数多くあるが、多様化のスピードが速く、その対応が急がれている（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・3か月後も今と変わらないか、今よりも消費税増税前で景気が冷え込むような気がする。軽減税率等の対応にも手間が掛かる。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・米中、米国とイランの摩擦等、世界が不穏な状況とを感じる人が多いのか、財布のひもが固い。どうしようもない人手不足のために営業時間を短縮しているが、厳しい状況はまだしばらく続く（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・特に景気が上がるような要因も見当たらないことと、参議院選挙が重なったり、いろいろ税金や負担の動きがあるので、しばらくはこのままいく（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・外国人観光客から見ると、当地域には観光資源というのはいらないように思える。日本人がいう明治期の古い建物は、ヨーロッパなどにはたくさんあるので、半端な感じの当地域では、外国人観光客を取っていくのは結構難しいのではないかと。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・天候に左右される。昨夏同様、集中豪雨、スコール、酷暑などの異常気象で減少するのではないかと予測している（東京都）。 |
| 一般レストラン（統括） | ・1か月以内は景気に大きな影響を及ぼす事象は見当たらないため変動はないと思うが、8月以降、消費税増税の影響がどのように出てくるかは予断を許さない（東京都）。 |
| その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・特に変化する要素が見当たらない（東京都）。 |
| その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | ・既存店の売上改善には時間を要するほか、人件費を取り巻く環境にも好転材料が見つからない状況では、現状を維持するのが精一杯である（東京都）。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・来店客の様子から、現状から脱皮することはできないように感じられる。諸物価の上昇等も予測されているし、現に値上がりしている物もある。客の財布のひもはなかなか固いようなので、現状維持のように感じている。 |
| タクシー運転手 | ・10月の消費税増税に向けて、我々は非常に敏感になっている。1割というのは非常に大きいので、やはり消費者も慎重になっており、財布のひもがどんどん固くなってきているので、少々心配である。 |

| | |
|------------------------|--|
| タクシー運転手 | ・夜、特に深夜帯の動きだが、日に日に静かになってきている。夜の活気が全くゼロに近づいてきている（東京都）。 |
| タクシー運転手 | ・暑さにより多少の売上増はあるものの、会社の好況感は余り感じられない。少し前までは昼間でも羽田空港までの利用が最低週1～2回はあったが、今はそれがほとんどない。成田空港へ行く人は全くおらず、年に1～2回である。会社でそこまでの援助はしていないようである（東京都）。 |
| タクシー（団体役員） | ・街中の様子、営業収入は曜日によって大きな差があり、上向き、下向きの判断が難しい。 |
| 通信会社（経営者） | ・個人はお金を持っているが、先行きに漠然とした不安があり、消費には慎重である（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | ・景気の先行きを見極めたいという客が多くなっており、しばらく停滞するものとみられる。 |
| 通信会社（局長） | ・今の状況から、すぐに契約数が回復するとは思えない。唯一の希望は、9月のラグビーワールドカップに向けた、4Kテレビ購入に連動したケーブルテレビ契約数の復調だが、曖昧な要素が強いので、そこまで期待できない（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（経営企画担当） | ・この先3か月の商談予想には余り増減が予想されていない（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | ・東京オリンピック前までは、大きな変動はないとみている（東京都）。 |
| パチンコ店（経営者） | ・米中の貿易摩擦も、G20を終え、予断を許さないが明るい兆しも見えてきている。一方、7月の参議院選挙を控え、全体的には一進一退の状況が続くのではないかと。 |
| 競輪場（職員） | ・投資すれば改善可能かもしれないが、コストが掛かり過ぎて、打開策が見当たらない。 |
| その他レジャー施設〔総合〕（広報担当） | ・催事や宿泊の予約は堅調である。消費税増税が近づいてくるので、その影響が心配である（東京都）。 |
| その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | ・良くなる要素がない。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・現状は良くも悪くもないため、変わらない。 |
| 設計事務所（経営者） | ・消費税増税は確定した感があるが、その影響が大きく出るとは考えにくい。周囲の状況から現状のままがしばらく続きそうである。 |
| 設計事務所（職員） | ・どちらかといえば下り坂ではないかと思うが、総体的には変わらないのではないかと（東京都）。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・金利も変わらず、消費税増税後の優遇税制や政策により、建築時期の違いによる損得は余りないと判断する客も多く、新築、建て替えは変わらずに底堅く推移するのではないかと。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・来場者数や客の動きから、今より特に上向くとは思わない。 |
| その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者） | ・相談等の連絡があれば有り難いが、現状では先行きは分からない。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・4月から値上げをした商品が数多くあることに加え、10月の消費税増税に向けて、新聞やテレビ等の報道が増えるに従って、客の消費意欲は下がる。また、宝飾等の高額品については消費税増税前の駆け込み需要もみられず、景気が良くなるとは思えない。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・来年の東京オリンピックに向けた盛り上がり期待できるが、国際情勢に不安定さがあり、一時的に景気が停滞する可能性が考えられる（東京都）。 |
| スーパー（仕入担当） | ・消費税増税への準備を進めているが、非常に複雑で分かりづらく、増税による消費の冷え込みが懸念される。 |
| コンビニ（経営者） | ・ここしばらくの売上から、やや悪くなると感じる（東京都）。 |
| コンビニ（経営者） | ・店舗の増加で商圏が狭まっているため、毎年少しずつ来客数が減っている。小売業、コンビニという業態だけを考えると、毎年商圏が狭まり、売上が落ちていくのではないかと。 |
| コンビニ（商品開発担当） | ・天候不順と様々な交通規制等から、期待感が薄い（東京都）。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・消費税増税や年金2000万円問題などで不安が大きくなり、消費どころか預金をしなくてはならないような雰囲気漂っている。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・参議院選挙、消費税増税等、明るい兆しが無い。 |

| | |
|-----------------------|---|
| 衣料品専門店（営業担当） | ・年金2000万円問題が中高年の脳裏に刻み付けられ、お金を使わない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・来客数、販売量共に減少傾向である。 |
| 乗用車販売店（店長代行） | ・販売台数の前年割れが続いている（東京都）。 |
| 住関連専門店（統括） | ・消費税が2%上がる予定なので、実行されれば当初年度は消費が落ち込むのではないかと。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・消費税増税についてのマスコミ報道を目にする機会が多くなり、購買マインドの低下が想定される（東京都）。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に伸びると思われるが、増税後の反動の方が大きいように思える。 |
| 高級レストラン（経営者） | ・消費税増税の影響は大きいと思われる。 |
| 高級レストラン（役員） | ・消費税増税が意識されているのか、先々の利用予約が前年同期と比べて減っている（東京都）。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・3か月先というのは結構難しい。7～8月は年間で一番売上が落ちる時期で、今よりも20%くらいは落ちる。9月に少し上昇するが、それでも10%くらいはダウンする。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・国内では、働き方改革による所得の減少が恒常化している。東京オリンピックに向けての盛り上がりも期待に反し、前回の東京オリンピックのときのような意識の上で国民と国全体が開催に向けて盛り上がるようなムードはない。国と企業に任せておけば良いと思っているのか、行政の掛け声だけがむなしく響いているように思えて、期待薄に感じる。また、中国の内政と経済問題も含め、米中貿易戦争の影響が今後顕著に表れてくるのではないかと。中東におけるイラン、シリア、ロシア対米国とイスラエル及び同盟国を巻き込んだ紛争がいつ起きるか分からない状況で、石油の値上がりもネガティブに働きそうである。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・消費税増税によって落ち込む。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊については夏休みなどにより順調に推移すると思うが、レストランなどの料飲部門の先々の予約は平年を下回っており、天候などの影響も懸念材料となっている。 |
| 旅行代理店（営業担当） | ・前年同期と比較して前受けの量が減少している。 |
| タクシー運転手 | ・ここ数か月、バス、電車の利用が増えている。バス停や駅のバス乗り場での列が目立つ。交通費を控えた利用が増えているようで、消費税増税になれば今まで以上にタクシー利用は減る。 |
| 通信会社（管理担当） | ・年金に対する不安が強くなっており、消費行動が一層保守的になっている。 |
| 通信会社（管理担当） | ・ソリューションシステム販売は引き続き堅調に推移するとみているが、個人向けの携帯電話販売は、販売台数の落ち込みがどのくらい影響あるか見通しが見えない状況である（東京都）。 |
| 通信会社（経理担当） | ・事業内容がサブスクリプション、ストックビジネスのため、消費税増税前の駆け込み需要は見込めない。また、新規契約については、買い控えムードなど世間一般の駆け込み需要からの反動減の影響を受ける可能性がある。 |
| ゴルフ場（従業員） | ・人口減少、マイナス金利、年金など、不安ばかりである。景気が良いとは思えないし、先行きへの期待も持てない。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・夏期講習のCMを出しているが、余り良くなく、予約数も生徒数も減少している。今のところ上向きの兆しはない。 |
| その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | ・これからますます買い控えの傾向が増してくる。同業他社による攻勢を警戒している。 |
| 設計事務所（所長） | ・仕事量が非常に少ない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・金融機関の不動産業に対する融資が若干厳しくなっているように感じる。話を聞くと、不動産に対する融資割合が増えたので、抑えるような動きが出てきているようである。そうすると、業界的にも厳しくなり、景気が悪くなる。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・受注量が減少し、収益が落ち込むことが見込まれる。 |

| | | |
|-----------------------------|---|---|
| | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・先行きが不透明という言葉が当てはまる。建築関係でまとまった物件はごく限られ、全体を底上げする環境にはなっていない（東京都）。 |
| × | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・消費税増税があるということで、悲鳴を上げている。本当に困っている。 |
| × | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税に伴う駆け込み需要が見込めない。前年に猛暑で売れたエアコンの出足がやや鈍っているような気がする（東京都）。 |
| × | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・今後、当店のような小売店は景気が良くなる。当店は家具の専門店、修理等もしているので、それなりの営業のやり方があるので、頑張らないといけな（東京都）。 |
| × | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | ・店舗が過剰のため、悪くなる。 |
| × | スーパー（経営者） | ・消費税増税がある。所得が伸びないため、消費にお金が回らない。過疎地域のため、より人口減になっている。 |
| × | 衣料品専門店（店長） | ・来客数が前年比で5～7%の減少が続いているため、急速な回復は見込めない。消費税増税の対策として、税込価格表示への変更を検討しているが、今のままだと増税分を自己負担せざるを得ないと考えると、実際は利益が減ることになる。 |
| × | 衣料品専門店（役員） | ・老後2000万円必要という問題などが影響を与えるのではないかと。 |
| × | 一般レストラン（経営者） | ・夏場は予約の数かなり減るので、今まで良かった売上が大分下がってくる（東京都）。 |
| × | ゴルフ場（従業員） | ・消費税増税に加え、社会問題になりつつある年金2000万円不足の報道が重なり、生活防衛意識が更に強くなると予想される。ゴルフ場のような単価が高いレジャー産業には厳しい状況が当面続く。 |
| × | 設計事務所（所長） | ・今は新規物件の情報がないため、今後の見通しは不明である（東京都）。 |
| × | 住宅販売会社（経営者） | ・米中通商摩擦や英国の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、特に住宅取得対策に期待している。 |
| 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） | ・人の動きが多くなっている。買物へ行くと、レジで必ず並ぶ。仕事の依頼も増えているが、人手が足りない。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・主に個人客になるが、2人の占い師の方からの注文が2件あった。占いの物が売れるということは不景気の裏返しかもしれないが、ひすいや水晶など単価の高い材料で、金額の値引きもなく納品した。客単価の高い物が出るようになってきている（東京都）。 |
| | 通信業（広報担当） | ・目先は若干良くなるものの、一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。 |
| | 金融業（役員） | ・景況レポートにおける7～9月期の来期予想DIはマイナス6.1と、業況はマイナス水準ながらも小幅改善する見込みとなっている。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・消費税増税に伴い、関連印刷物の受注が見込まれる（東京都）。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・ラグビーワールドカップや東京オリンピック、パラリンピックの1年前イベント等の受注が増えている。 |
| | その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者） | ・新規の問合せが増えている（東京都）。 |
| | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・消費税増税前の駆け込み需要があると見込んでいる。 |
| | 食料品製造業（経営者） | ・消費税増税、老後2000万円問題など、プラスの話題が見当たらない。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・8月までは受注予定が余りないが、今以上に悪くはならない（東京都）。 |
| | 化学工業（従業員） | ・国内向けの受注量に大きな変化はない。海外は中国向けが減少傾向の一方で、タイ向けが増加している。 |
| | 化学工業（総務担当） | ・前年のような記録的な暑さや台風、地震などの天災がなく、個人消費が堅調に推移すれば有り難い。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・米中の貿易摩擦問題、参議院選挙での政治の先行きなどいろいろ考えると、景気が良くなる要素がない。不安である。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・米国と中国、米国とイランなどの海外情勢、円高など懸念材料が多くあるため、正直なところ分からない。 | |

| | |
|----------------------|--|
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・東京オリンピックの開催が近いが、我々にはその恩恵が感じられない（東京都）。 |
| その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・現場では4～5月はサロンが好調だったが、6月は、例年梅雨入りしてから出てくるストレートパーマ等のニーズが、今年は余り出ていない。集客、若しくは客の単価等が余り上がっていないという話を聞いている（東京都）。 |
| 輸送業（経営者） | ・年度末になると現在よりやや良くなる（東京都）。 |
| 輸送業（総務担当） | ・引き続き、運賃交渉を行って結果を出したいが、いつになるかわからない。 |
| 不動産業（経営者） | ・賃貸の客は前年と変わらないが、空室に苦しんでいる（東京都）。 |
| 不動産業（総務担当） | ・テナントの業績が思ったより悪くないせいか、入居率が高止まりしており、賃料も若干ではあるが上げられる見通しが立っている（東京都）。 |
| 広告代理店（営業担当） | ・東京オリンピックの経済効果のあるクライアントとそうでないクライアントの差がありそうで、読めない（東京都）。 |
| 税理士 | ・米国が中国に対して貿易戦争を仕掛けており、この影響を受けて日本企業が中国から撤退している。また、日本から中国に進出している企業の対米輸出も減少しており、米中の貿易戦争がどうなるかが大きな鍵である。正常化に向かえば今の景気が続くが、もめればとても大きな景気変動になるのではないかと（東京都）。 |
| 社会保険労務士 | ・良くなる要因が全く見当たらない（東京都）。 |
| 経営コンサルタント | ・消費税増税の影響が懸念される。 |
| 税理士 | ・G20での日本の活躍が期待される。参議院選挙で景気に弾みを付けたいが、それほどの上向きは期待できない。 |
| その他サービス業〔警備〕（経営者） | ・もうしばらく今の状態が続いていく。防犯カメラが犯罪の抑止力となることはマスコミ等で報道されているが、日本では安全をお金で買うという意識がまだまだ薄い。 |
| その他サービス業〔映像制作〕（経営者） | ・10月から始まる消費税増税前の駆け込みでの制作などがない限り、良くなる要因は考えられない（東京都）。 |
| 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・製本、紙加工関連の下請業者から、年々仕事量が減少していると聞いている（東京都）。 |
| プラスチック製品製造業（経営者） | ・前年同時期は破竹の勢いだった化粧品容器の受注に、回復の見込みが全くない。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・受注量の減少が続いており、このままでは持ち直しは期待できない。残業代も減り、景気は悪くなる。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・得意先の計画が決まらず、この先の仕事は少なくなりそうである。2か月後の仕事を、営業に力を入れて確保していくしかない。先行きが心配である。 |
| 一般機械器具製造業（経営者） | ・内示では落ちているので、これから悪くなる。 |
| その他製造業〔鞆〕（経営者） | ・最近では珍しく、近年にはないくらいの不況の形が現に出ている。そういった意味で、今後もしばらくは続くのではないかと気がする。 |
| 建設業（経営者） | ・対外的な貿易問題で国内経済も若干落ちてくる。 |
| 建設業（経営者） | ・今のところ受注は順調だが、計画している案件に企業関係が多いので、先行きが不安定である。 |
| 輸送業（経営者） | ・市場環境の厳しさから、今年は夏季休暇の日数が増加し、稼働日数が減少する。それに加え、例年業務量が減少する8月を迎え、状況は悪化する（東京都）。 |
| 通信業（経営者） | ・米中の貿易戦争の影響でやや悪くなる。 |
| 金融業（従業員） | ・国内の景気停滞に関する話題が増えているように感じられる。取引先の中小企業からも、業況改善の実感もないまま景気が後退していく感があるという話が聞かれるなど、先行きの業況悪化を懸念する声が少ない（東京都）。 |
| 金融業（支店長） | ・米中貿易戦争の影響はまだ計り知れず、しばらくは景気悪化が予想される。 |
| 金融業（総務担当） | ・燃料価格や人手不足による人件費の高騰はまだしばらく続く。10月の消費税増税も心理的に消費に影響があると思われ、建設不動産の売上も徐々に減少するとみている。今後の景気はやや悪くなる（東京都）。 |
| 経営コンサルタント | ・消費税増税の問題もあるが、海外の貿易問題が不透明感を一層増している（東京都）。 |
| その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・取引量の増加に比べて原材料の値上げ率が高いために、利得的には厳しい状況が続くそうである。 |
| その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | ・米中の貿易摩擦、老後の資金問題などのマイナス要素が多い（東京都）。 |

| | | | | |
|-----------------------|---|-----------------|---|---|
| | x | 出版・印刷・同関連産業（所長） | ・ボーナス商戦の動きに期待していたが、大きく動く状況は見えず、更に厳しくなる。 | |
| | x | 精密機械器具製造業（経営者） | ・消費税増税の駆け込み需要はない。秋口から半導体関係が動き出すといわれている。今月に入り3か月間限定の受注があるが、その後は全く見通しが立たないと、大企業の購買上層部も話している。 | |
| | x | 建設業（経営者） | ・消費税増税があるので悪くなる。 | |
| | x | 輸送業（経営者） | ・日中貿易の影響が始めていると感じており、今後は更に深化していく気配が濃厚である（東京都）。 | |
| 雇用 関連 (南関東) | | 人材派遣会社（営業担当） | ・引き続き求人数は拡大傾向にある（東京都）。 | |
| | | 職業安定所（職員） | ・前年と比べて求人数に大きな変化はないが、求職者の新規申込みは前年度比20%減少しており、雇用の改善はされている（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・全体的に状況が見えないという経営者が多い。米中の市場、参議院選挙が終わるまでは現状のままではないかという方が多い（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・人手不足を受けて、引き続き求人数が減ることはない。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・国民レベルでの効果的な施策が見当たらない（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今月の求人数は前年比、3か月前比共に100%を割っている。すぐに影響が出るほどではないものの、経過を注視していく必要がある（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・派遣需要は底堅くあるものの、働き方として派遣でなく正社員を選択する方が若手を中心に増えてきており、派遣事業での成長は先細りを感じる（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・人材確保が難しい状況は変わらないが、若年層にこだわらなければ確保はできる。ただ、長続きしない人も多く、掛けている労力の割には就業数が増えていない（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・現時点では変わらず推移するのではないかと感じているが、リーマンショックのときのように、グローバルなネガティブニュースが流れた瞬間に下降曲線を迎えるのではないかと警戒している（東京都）。 | |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・6月は求職者の動きと採用活動の動きがやや鈍化していたが、今後8月の休みの時期にまた採用関連の動きが鈍化すると予想している。 | |
| | | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・東京オリンピックが終了するまでは、それほど景気が悪くなることはないのではないかと（東京都）。 | |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・米中の貿易摩擦で先が読みにくい展開で、必要な欲しい人材だけの選別採用になる。人材紹介などは潤うかもしれないが、新卒一括採用は厳しい局面を迎えるのではないかと（東京都）。 | |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・景気の下向きを気にしつつも、依然として継続的に採用活動は続いていく（東京都）。 | |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・新卒採用を通年で言うとしても、やはり従来のような形が多い。中途採用条件は経験などにより幅がある（東京都）。 | |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・はっきりとは分からないが、求人数や採用数に影響が出るような状況にはなっていない。また、それが3か月程度で変わる状況も見えない（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） | ・派遣サービスの利用者側への請求単価アップは必須だが、それに応じる企業と応じない企業、様子見の企業に分かれ、綱引きが続く。現在単価アップを容認した企業も、利用人数自体を減らす「絞り込み」を検討している所がほとんどである（東京都）。 |
| | | | 人材派遣会社（営業担当） | ・派遣求人数、新規派遣登録者数が減少傾向にあるため、採用数は減少する可能性が高い。また、派遣契約終了者数は前年とほぼ同水準で推移しているため、今の傾向のままですと派遣労働者数は徐々に減少する可能性が高い（東京都）。 |
| | | | 職業安定所（職員） | ・大手民間企業のボーナスの低下等による影響が考えられる。 |
| | | | 職業安定所（職員） | ・新規求職者数は前年比で大きな変化はみられない。新規求人数は前年比で減少している。管内の大事業所の移転による影響が大きいが、それ以外の求人についてもやや減少傾向にある。 |
| | x | 求人情報誌製作会社（所長） | ・最低賃金の客が増えている。 | |