

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	良く なっている	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4月に入り、新学期や新入社員など周辺の人の動きが非常に多くなっている。 ・政府の施策がすべての的を得ているため、景気が良くなっている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	単価の動き	
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・サラリーマン等の来客数が増えてきて、順調に前年をクリアするようになってきている。前年比10～20%のプラスと、景気が多少戻ってきたような感じである。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内団体旅行の予約状況が、前年比130%となっている。前年よりも団体運賃が上がっているにもかかわらず、好調である。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税に伴う販売単価の改正が、スムーズに客に受け入れてもらえたため、増収以上に販売量も微増している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・先月は、消費税増税前の駆け込み消費で高額品が売れたが、今月はLED照明など、小物が売れている。来店客も少し増えている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・3月の初めまでは非常に悪かったが、その後駆け込み需要で多少良くなってきて、4月に入ってからもなんとか好調が続いている。
		百貨店（副店長）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みが想定よりも小さい。客はあまり気にせずに来店している。買いため購入の多かった化粧品や健康食品でも、大きな落ち込みがないまま推移している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・やや良くなっていると答えたが、3か月前が少し悪かったので、それに比べて良くなっているということである。先月よりは少し厳しくなっている。
		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・商品の値上げもあり、単価は上がっているが、販売量の変化はさほどない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・4月の第1週は少し影響を受けたが、思ったより消費税増税の影響は出ていない。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税により、買い控えがあると思われていたが、天候、気温にも後押しされ、春のコート、ジャケットをはじめ、インナーのカットソー、ボトムなど、幅広いアイテムが数多く売れ、前年比110%となり、春のスタートダッシュをきることができた。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・1～2月にかけて飲食業は一番暇な時期なので、3か月前と比べれば、4月はいくらか良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税にもかかわらず、3月に引き続き4月も、客は来店している。特に消費を控えるといった行動もなく、飲食店にはあまり増税の影響は出ていないようである。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税にもかかわらず、季節柄客の気分も良くなっているのか、ここにきて販売量の動きが多くなってきた。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税に伴うタクシー料金改定で利用客が激減すると考えていたが、前回の値上げのときに比べると、あまり心配はいらなかったようである。連休前の週末などはむしろ空車が足りない状況であった。国民全体がアベノミクスへの期待感と連帯感でマッチしているような感じが漂っている。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・通信環境の見直しによって、競合他社間での獲得競争が激化している。全体のパイが増えているかはわからないが、活況への期待はある。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・4月に入り、天候にも恵まれた日が多く、多数の来場者があり、ここ数年で最も多い来場者数となる見込みである。満員以上の来場者がある日もあった。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・取引先が将来のことを見据えた、事業の根幹に影響の出るようなプロジェクトを動かそうとしている様子で、目先の利益だけを考えてはいないようなので、やや良くなっている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新年度になり、3年ほど前から計画していた民間の物件がやっと動き始めて、具体化しそうである。

	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・当社は住宅を主に扱う不動産デベロッパー業と総合建設業であるが、消費税増税前の駆け込み需要は、あまり発生しなかった。4月に入ってからも販売量は伸びておらず、特に景気が良くなっているとは感じられない。一方、建設業においては、公共工事の発注量は非常に増えているが、工事原価が異常に上昇しているため、発注価格と合わず、不調が続いている。発注側の設計価格を見直して欲しい。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・大きくは変わらないが、3月に比べれば良くなっている。契約数も増えている。建築も3月に比べれば工事が進む方向に向かっている。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費税増税により多少の落ち込みがあるが、4月は大した影響がなかった。ただし、全般的に落ち込んでいる。
	一般小売店[文房具](経営者)	販売量の動き	・町内に競合の文房具屋がなくなり、独占的な販売が可能で、入学、進学時に割引セールを実施したこともあり、ノート並びに学習帳が非常に売れ、売上が伸びた。しかし、今後しばらくは売れる物がなくなるので、あまり良くない。
	一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・業種にもよると思うが、やはり消費税増税により3月に買物をしてしまった客が多いと思われる。当店が所属するような点在型商店街だと集計は難しいが、増税で当面は買い控えがあるのではないかと。
	一般小売店[米穀](経営者)	販売量の動き	・気温も高くなり、消費税増税前の買い置きも影響したのではないかと想定される。食料品については、賢い食生活をしていると見受けられる。
	一般小売店[文具](販売企画担当)	販売量の動き	・消費税増税後、急激に落ち込むと予測していたが、かえって昨年よりも上がっている。3月の年度末ほどではないにせよ、ある程度案件もあるので、悪くはなっていない。来客数も減っておらず、単価も下がっていない。
	一般小売店[茶](営業担当)	販売量の動き	・例年実施している新茶の予約客数は昨年並みであったが、1人当たりの買上点数が減り、売上も下がっている。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要により、4月に入り時計、宝飾品をはじめ、化粧品等は厳しい状況である。一方、婦人、紳士ファッション関連については、大きな反動はない。また、4月を通じて、ゴールデンウィーク直前には、比較的売上が復調傾向にあり、残りわずかな期間ではあるが、ゴールデンウィーク需要により、増税の影響はもう少し小さくなりそうである。また、海外、特にアジア系の観光客が最近増えつつある。
	百貨店(店長)	販売量の動き	・消費税増税後は、思っていたより落ち込みが少ないが、もう少し様子を見ないと分からない。
	百貨店(計画管理担当)	お客様の様子	・4月に入り、売上高は前年比2けたのマイナスであるが、この原因が消費税増税による消費マインドの低下なのか、3月に大きく売上を伸ばした反動減なのか、今の時点では判断がつきにくい。
	スーパー(販売担当)	販売量の動き	・消費税増税もあるが、来客数は前年を上回っている状況でも、客の買い方が大変シビアになっていて、トータルとして販売量が前年を超えていかない状況にある。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・2～3か月前は、消費税増税を控えて、客は様子見で買い控えをしているような感じだったが、増税後の今日は、慎重に商品を選んで買い控えをしているので、あまり変わらない。
	スーパー(仕入担当)	お客様の様子	・消費税増税後、買上点数が前年を下回る状況が続いている。週を追うごとに回復しているが、客の商品購買に多少の影響が出ている。
コンビニ(経営者)	来客数の動き	・消費税増税により、どうなることかと思っていたが、4月の売上は前年同月比98%と想像よりも良い数字が出た。単価が20円ほど、3～4%下がったが、客数はほぼ横ばいある。たばこの売上が減ったことによってマイナスとなったが、それがなければプラスで推移している。	
コンビニ(経営者)	単価の動き	・消費税増税前にまとめ買いのあったたばこなどの商品を除き、食品関係の売上は、増税前と比べ、ほぼ同水準で推移しており、大きな変化はない。	
コンビニ(経営者)	お客様の様子	・消費税増税後も前年を超えているが、スタッフの話から先行きには不安を感じている。	

コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税後、4月に入って来客数がまだ戻ってきていないためである。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・前月は駆け込み需要がなく売上が低下し、今月も低下したまま推移している。消費税増税の話題は上っておらず、影響は不明である。また、ゴールデンウィーク用の買物もない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・4月に入って、消費税増税、物価上昇、年金収入の減少など、消費を冷やす要因が目立ち、消費を控える様子がうかがえる。ただし、月末になって天候も安定してきているため、売上は少し戻っているが、余計な買物はしていないようである。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3月に商品券を出して、4月に回収し、イベントも仕掛けるなどの対策を行った。来客数、売上共に95%、3～4月計2けた増であった。また、本体価格の表示にしたので安さの演出ができています。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・4月前半は消費税増税の影響で苦戦したが、中旬以降は持ち直し、緩やかに回復に向かっている。増税のため、1～2割の売上が落ち込むことも覚悟していたが、まずはほっとしている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税による駆け込み需要で、先月は前年比160～170%に伸びた。4月は前年同月比で約8割であり、駆け込み需要の影響が反映された結果となっている。ただし、潜在的需要はまだあるので、後半6～7月以降になれば持ち直すのではないかと考えている。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・やはり、消費税増税の影響が出ている。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税後、同業のおよそ半数は価格据え置き、実質値下げで対応している。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の1月23日までの売上は前年比104.6%、来客数は同99.8%である。今月は25日までで売上が前年比107.7%、客数が同100.0%である。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税により良くなると思ったが、さほど変わっていない。ただし、良い場所は客が入っているが、少し奥まったような場所は客入りが良くない。場所によるが、あまり変わっていない。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の取扱数に大きな変化はないものの、消費税増税により例年の予算では旅行できなくなってくるのが予想されるので、今後に影響が出てくる可能性がある。
タクシー（団体役員）	来客数の動き	・4月は消費税増税の影響で、前年度と比較すると悪くなっているが、3か月前と比較すると同程度である。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・テレビ、インターネット、電話の獲得は堅調だが、キャッシュバックを止めた影響で獲得が予算ぎりぎりの状態であり、関連サービスの販売促進によるケーブルテレビ紹介案件も減少している。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響も見えず、転居時期という季節的要因を除けば例年並みの契約数となっている。
通信会社（局長）	販売量の動き	・量販店などにおいては消費税増税の悪影響も出ている感はあるが、全体的にその影響で景気が衰退しているようにも感じない。現況は様子見で、来月あたりから上下の兆しが出てくるように思える。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の加入動向に関しては特に変化は感じられない。相変わらず高価格のコースへの加入は少ないが、解約についても特に変化を感じていない。
通信会社（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税の駆け込み需要後の消費減少期であるので、基本的には変わらない。
通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・現時点での今後の商談量から、変わらない。
通信会社（管理担当）	お客様の様子	・加入者の増加の傾向は、前年や前月に比べ特に大きな変化はない。
観光名所（職員）	来客数の動き	・前年実績と比べるとさほど変わらないが、正月は来客数が多いため、3か月前と比べると若干減っている。
ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者は、景気ではなく天候に左右されている。
ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・消費税増税後の来客数は特に変化はないものの、リピーター主体で、新規、若者の増加はない。

パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・4月の上旬は少し減ったような気がしたが、現在は以前と比べ、ライバル店を含め朝やピーク時の夜の来客数にさほど変化はない。	
その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	販売量の動き	・来客数及び1人当たりの購入単価がほとんど変わらないので、客数増が見込めないなかで、販売量が増加しない限り増収にはつながらない。	
設計事務所（所長）	お客様の様子	・小さな物件及び改修計画の依頼は多少出てきているが、実際に契約に結び付くかは不明である。	
設計事務所（所長）	単価の動き	・消費税増税により、3月までは駆け込みの注文等が多少増えたかには見えたが、問題は4月以降どうなるかである。今後は、建築資材の高騰や、人件費つまり職人の不足により、仕事が進まなくなる状況も出てくるのではないかと。先行きは予断を許さない状況である。	
設計事務所（職員）	それ以外	・消費税増税後1か月が経過したが、特に変化は感じない。	
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約7割となった。3か月前と比べると多少の販売量の増減はあるものの、景気はやや悪い状況のまま変わらないと判断した。新規の来場者数も減っており、消費税増税の駆け込みによる反動が明らかに出ている。	
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・契約数が伸びない。例年よりずっと悪い。	
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・請負物件は昨年9月末までの契約締結が消費税5%適用期限だったため、9月に駆け込み契約特需があった後は、特に受注量の増減もなく推移している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・消費税増税により、食料品関係、肉屋、魚屋といった業種は1割弱減、雑貨商品は3割減、高級婦人服、時計、眼鏡は大体5割減という状況が、商店街の各店舗に聞いた結果である。
	商店街（代表者）	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要がすごかったので、その反動は間違いなく起きている。ただし、積極的な買い控えというよりはマインドの問題が大きい。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、本当に商品の動きがなくなった。今後どうなっていくのか、非常に不安である。今後商品がどのように出ていくのか、そういった話さえもなくなっている状態である。
	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が終わったので、景気はやや悪くなっている。ただ、当店の客層が、あまり価格に厳しくはないので、そこそこは動いている。パソコンのOSのサービス終了による注文が結構あった。待っている商売ではないので、アクションをかけるといういろいろな仕事に結び付く。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・今月は、イベント会場にて、大きなお茶の売出しがあった。個人向けの販売だが、当会場への来場者数も昨年より2割少なく、お茶の売上も前年比2割減少となった。通常であれば、新茶の時期であり、売上も期待していたが結果は良くなかった。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・化粧品は3月の駆け込み需要の反動で、約30%程度の落ち込みとなっている。店全体でも約10~12%の落ち込みとなっている。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・集客状況が悪い。消費税増税の問題も大きいですが、婦人服はトレンドが出ていないことも集客減の原因だと思われる。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税後、消耗品や食料品の購買客数が減少し、加えて1人当たりの来店回数も減ってきている。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・3月に消費税増税前の駆け込みが顕著であった化粧品、宝飾品等の反動が大きく、客の様子としては、増税直後ということもあり、必要のない物は購入しない動きが強い。
	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・消費税増税があり、買い控えが起きている。増税の食品への影響は衣料品、雑貨と比較して少ない。
	百貨店（販売管理担当）	お客様の様子	・想定内だが、消費税増税前に駆け込み需要が顕著だった化粧品、宝飾、時計などの商品群が反動で苦戦している。また、来客数に大きな落ち込みは見られないが、売上対策で実施しているセール品の売上だけが伸びており、客の購買意欲はいまだに回復していない。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・客は、消費税増税前の駆け込み需要の反動により当面は買い控えをしている様子で、今まで以上に価格にシビアになってきている。

スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・3月の買いだめの影響で、生鮮食料品以外は大きく前年の数字を割っている。店舗計の売上も95%ぐらいで推移している。
コンビニ（店長）	競争相手の様子	・近隣に競合店が新規開店したため、影響を受けている。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税により、先月は衝動買いなどでにぎわっていた。今月は買い控えが生じている。
家電量販店（営業統括）	販売量の動き	・3月末の駆け込み需要の反動から、今月は大型家電を中心に販売数量が小幅に止まったものの、減少した。また、OSのサポート終了に伴って、企業を中心にパソコンの買換えを進める動きは活発だが、商品の供給が間に合わず、客の選択肢が狭まって販売機会を逃す展開となっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が今月から5割減となっている。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数が激減して今月は新車の販売が前月の3分の1程度になった。駆け込み受注の反動が出ている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・必要に迫られての買換えが多く、値引き対応も厳しい。
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・3月には消費税増税前の駆け込み需要があったが、4月分が前倒しになっただけで、4月の売上はその分落ち込んでいる状態である。その結果、伸び率はそれほど良くない。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・やはり消費税増税が影響している。
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・国内の4月は前年同月比90%強にとどまりそうである。海外も目立った動きはない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・消費税増税の悪影響は確かにあるが、思っていたよりも影響が小さい。物販は60%マイナスだが、そのほかはそれほど大きな影響は受けていない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・近隣での大型イベントによる宿泊客数は減少していないが、朝食付きプランの販売が減少し、表示料金の安い素泊まりプランが増えた。そのため、レストランでは朝食の利用客数が前年比で2割減少している。また、平日のランチ利用もサラリーマンやOL及び婦人客の利用が若干減少している。一方、毎年定期の人事異動をする職場の歓送迎会は年々人数の減少はあるものの受注できている。宴会は消費税増税前に得意先招待会を実施した企業等もあり、4月は非常に厳しい。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・消費税増税後ということもあり、特にレストランでは利用控えによる影響が出てきている。販売量で前年比マイナスとなっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外旅行など、消費税はあまり関係のない業種だが、消費税増税を境に客の動きが非常に鈍くなっている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・旅行代金はほぼ据え置きであるが、消費税増税により申込、問い合わせが減少している。
旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・個人の販売の動きが鈍い。例年だとゴールデンウィークの2週間前に駆け込みの申込があるが、今年はそれも少なかった。法人関係についても、新年度が始まったということもあるだろうが、6～7月の仕事の動きが鈍い。どちらも例年と比べて動きが鈍い。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月は、予想通りタクシー業界も消費税増税により落ち込みが厳しくなっている。今後徐々に回復するかどうか注目しているところである。
タクシー運転手	お客様の様子	・1日を通して利用は減っている。消費税増税による影響で深夜の利用者と長距離の客が明らかに減っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税の影響で、残業等でいつも利用している会社の客が減っている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・OSのサポート終了に伴い、パソコンが故障中もしくはあまりインターネットを利用していない客による、この機会に合わせた解約が増加している。
通信会社（社員）	お客様の様子	・加入件数は、好調だった3月の影響で前半は伸びたが、その後伸び悩んでいる。当月は合計でぎりぎり目標数字を達成したが、新規の動きは良くない。

	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期が終わり、新規の契約も減少傾向にある。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税後、収入は変わらないか減少した客が多く、消費意欲が下がっているように感じる。4月から新しい電話のサービスを開始して契約数は増加しているが、これは他社サービスと比較して電話料金が安くなるためであり、客は支出を減少させることを考えているように思う。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で、景気はやや悪くなっている。
	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	来客数の動き	・自動車業界では、消費税増税前の駆け込み需要が発生し、本来であれば4月以降に需要があった客層が、消費税増税前に移っており、4～6月の対象顧客がその分だけ減るという状態になっている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・消費税増税による影響か、受注が大幅に下がっている。売上については昨年9月の駆け込み需要の受注残があるため、受注ほどは落ちていないが、今後は更に響いてくる。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・消費税増税後の注文量の落ち込みが顕著である。
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税により、客の気持ちが非常に閉鎖的かどうか、買物に対して注意深くなっており、消費意欲がかなり落ち込んでいる。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税に伴い、来客数が減少しているため、売上も減少している。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後の買い控えがある。
	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税により、少なからず余波があった。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響である。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・今月は消費税増税の影響が最も強い。3月中の駆け込み需要が想定以上にあり、その反動が大きく表れている。
	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響から、入店、売上共に厳しい状況が続いている。ただし、4月後半は持ち直している兆しもあり、今後の推移を見ていく必要がある。
	百貨店（総務担当）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、主に宝飾品や耐久消費財などの買い控えの影響が大きい。
	百貨店（広報担当）	それ以外	・3か月前は、株価が1万5千円前後で上昇の気配があり、収入面では大手企業を中心とした給与アップのアナウンス効果があり、2か月後の消費税増税に備えた自己防衛策なども重なって、消費マインドは上昇傾向にあった。現在は増税が実施され、客は買いため品の消化をしつつ経済の方向性を様子見している。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税後、歳事期、オケージョン需要は堅調に推移し、主力の衣料品も後半には回復基調にあるが、高額品の影響は依然大きい。
	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・想定されていたことではあるが、宝飾品、特選など的高額品、化粧品、肌着など消耗品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出ている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みで、それなりに入っているが、やはり消費税増税後、買上点数が軒並み減少しており、前年の95%で推移している。必要な物以外は買わないという状況が続いている。価格表示については、本体価格、税込価格というダブル表示を行っているが、見づらい、分かりづらいと言う声があり、不振の要因になっている気がしている。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・3月の消費税増税前の需要の伸びに対して、4月に入ってからの売上、客の買い方の状況は、想定以上に財布のひもが厳しく締められているような気がする。日ごろの買物、もしくはショッピングを楽しむという客数自体は5%ほどの低下だが、売上の的には8割ということで、欲しいものは買い控えて、必要なものしか買わないという状況が続いている。

	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・ 今月は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減がやはりある。ただし、予想よりも下げ幅が少ない状況で推移している。	
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 前月は消費税増税前の駆け込み消費があり、それでもなお、やっと前年を上回ったという状況であった。今月は、駆け込み消費の反動があり、来客数は前年同月比約90%、売上も約90%と、いずれも低下している。	
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 消費税増税の反動により、今月は非常に悪かった。今後は上向くと考えている。	
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 3月の消費税増税前の駆け込み需要による前倒しがあったため、4月の来客数に大きく影響している。	
	家電量販店（統括）	来客数の動き	・ 消費税増税による影響が、想定内で顕著に表われている。夏商戦にて、猛暑が来なければ上期は10%ダウンとなる。	
	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・ 消費税増税後の反動減が顕在化し、客単価が前月に比べて大きく下がっている。来店を促す意味で意識的に価格訴求を行っていることもあるが、それ以上に下がっている。	
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ 当社の販売台数や利益から見ても、かなりの落ち込みがある。来客数も4月前半に比べると増えてはいるが、かなり少ない。	
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・ 消費税増税による前倒し販売の反動で、販売量の激減、サービス入庫の鈍化があり、大幅に悪化している。	
	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・ 4月の消費税増税以降、特に高額品の動きが非常に悪い。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 首相のTPPへのはっきりしない態度等は、中小企業にとってはかなり痛手である。参加するしないではなく、はっきりしないことによって逆に輸入品は高くなっている。	
	設計事務所（経営者）	それ以外	・ 今までは、耐震診断の業務が多くあったが、各行政の学校等において耐震診断は約9割ほど完了し、残りは少なく、意匠的な設計も非常に少なくなっている。そういう中での年度末で、動きとしては最悪の状態である。	
企業動向関連 (南関東)	良く なっている やや良く なっている	○	○	○
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・ 消費税増税前は、個人経営者からの駆け込み需要が多少あった。4月に入りスピードが要求されたが、一方で、仕事の量が増してきた。各企業がお互いに努力している感じである。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 印鑑とかゴム印の販売、並びに名刺印刷などを営業しているが、今月は、祖父母の不用品を作り直したいというリフォームの注文が多い。必要にせまられていない需要も増えてきたと感じている。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・ 職人単価の高騰により、やや良くなっている。	
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・ 繁忙な企業が多いが、社員を増やすまでには至らないようである。物件も見ながら仕事を断っているのが現状である。	
	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ 消費税増税の駆け込み消費が終わり、受注が落ち込むと予想していたが、多少は下がったものの、政府のベースアップの声かけからか、戸建て住宅の話や工場等の新築計画の話が出ており、受注につながっている。	
	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ 土地は買い注文の方が売り注文より多く、中古物件の引き合いが多い。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 当社の信頼が上がったためなのか分からないが、コンペではあるものの、新規相談が沢山来るようになっている。	
	税理士	取引先の様子	・ 消費税増税後も、売上は前年と比べそれほど落ち込んでいない。	
	その他サービス業 [警備]（経営者）	取引先の様子	・ この時期は例年、公共事業の落ち込みが激しいが、今回は例年より落ち込みが少ない。	
	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	競争相手の様子	・ 案件が多く断っている状況だが、単価はまだ上昇していない。	

	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税に伴う駆け込み需要に影響されてか、今年に入ってからマンションにおけるインターネット環境の整備に当たる受注件数が伸びてきている。年度末は特にその傾向が強くなったことから、4月期も影響が残り、前半は好調であった。
変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月同様、商品の動きが良くない。財布のひもが固くなったようである。
	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・浮き沈みしたが、トータルとしてはあまり変わらない。
	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後に注文が落ち込むと思ったが、組合員の受注量の状況を見ると、注文量等は若干影響があったものの大幅な落ち込みはない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・電話、ファックスによる注文や見積りが、3月に比べて激減している。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月は住宅関連部品等の受注が相対的に減少したが、医療品容器や化粧品容器などの成長分野で、新年度に入り新企画が一気に決まりましたので、一時的な落ち込みだと思っている。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・今年度に入ってから、計画の稼働の立ち上がりが遅くなっているようである。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で受注量が下がると考えていたが、当社の受注量は増税前と変わらない。5～6月の取引先からの内示を見ていても下がることはなさそうである。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の業態いわゆる復興関連の対策事業など、景気に活発な影響が出ているところも出てきているが、当業界では景気の先行きははっきり見えない。
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価は上がっているが、利益改善にはなっていない。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・消費税増税前はかなり警戒して、得意先あたりも安い商品等いろいろ工夫していたようだが、増税後しばらくしても増税の話題が出ないところを見ると、変わっていないのではないかと。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規納入先は増加傾向にあり、業務量増加につながるのではないかと期待をしているが、1店舗あたりの業務量が減少を続けているため、大きな変化は見られず、むしろ悪いような印象がある。
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の反動を懸念していたが、受注量はそれほど下がっていない。
	金融業（統括）	取引先の様子	・消費税増税で、どちらかというとい服感があり、景気は上向いても下向いてもいない。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・大企業は売上増減にかかわらず増益決算が増えており、給与もベースアップを導入する動きが出始めており、景気が良くなっている気がする。だが一方、中小企業に同様の動きはない。
	金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・取引先の受注から販売の様子だが、建設業に関しては1～3月とやや受注があつて、まだ向上し続けているということである。小売業に関しては消費税増税後ということで心配された落ち込みもそれほどではなく、全体としてはあまり変わらない。
不動産業（経営者）	競争相手の様子	・駅から徒歩6分、38～50平米の新築1LDKタイプ、賃料87,000～95,000円、共益費3,000円の大手メーカー物件の8戸が空室のままである。当社管理の駅から徒歩5分の1K8室については、4室が先々月から空いていたが、賃料を5,000円下げて35,000円とし、更にオーナーから1か月分の広告を負担してもらい、やっと3室が契約完了となった。この取引における当社の手数料はゼロである。インターネットの時代なので、入居者の更新時にも賃料の調整が必要となり、オーナーにとっては厳しい状況となっている。	
不動産業（総務担当）	取引先の様子	・当社のマンションの販売状況が、消費税増税後更に悪化している。顧客からも販売価格が上がった分の見返りを求めてくるので、対応に苦慮している。	

	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件のオファーがあったが、織り込んでいた別件との差し替えだったりする。当該新規案件も、景気回復の声に踊らされての施策リニューアルだが、受注側にとっては価格維持のまま用事が増える傾向が強い。	
	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による悪影響は、思ったより少ないが、良くなっているとは思わない。	
	税理士	それ以外	・鉄道駅付近を夜いつも歩いているが、商店街にある表通りの飲食店に客が入っていない。店が継続してきたということは、昔はそれなりに客が入っていたと思うが、現在は本当に空いている。	
	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社はまだ見受けられる。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税増税の影響が懸念されたが、それほど影響がなかったという取引先が目立つ。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・商工会議所の職員が消費税増税の反動懸念について商店街の店主たちに聞いた話を総合すると、それほど大きな買い控えはないようだ、とのことである。客層が高齢化しており、今月からの昇給やベースアップへの期待もあるのではないかと。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・機械加工等の製造業では、消費税増税の影響は特になが、低水準の受注が続いている。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に対し、消費税増税の影響は顕著には表れてはいないが、景気が回復してきているとは言えない。例年より10～15%程度低い状態である。	
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干新規の仕事も入っているが、客単価が下がっているため、売上としては変わらない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現段階では消費税増税の影響が出ているが、軽微である。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は官公庁の年度末の仕事も一段落して切替の時期になり、仕事の動きが少なくなっている。また、会社や商店等も活発な動きが見られない。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響、増税前の駆け込み需要の反動減もあり、やや悪くなっている。	
	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・先月末までの忙しさが終わり、駆け込みの反動余波で今月は非常に受注案件が減少している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度になる4月は毎年売上が良くないが、特に今年は消費税増税のためか、スーパー向けの設備機器の売上がほとんどない。	
	建設業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による駆け込み受注が大幅にあったが、今は反動のためか、引き合いもだいぶ減少している。当地区では、これからは急に引き合いが増えるような様子はない。	
	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税により、駆け込み需要が一段落し、4月は販売量も落ち込んでいる。早く回復しないと経済に大きな影響を与えるのではないかと懸念している。	
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の話によると、今月に入って極端に波があるということである。注文が取れたり取れなかったりということが多く、我々の仕事も、今日は4台、5台あるかと思えば、明日は1台もないという状態が続き、大変困っている。	
	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動が見られる。	
	金融業（役員）	取引先の様子	・消費税増税に伴う駆け込み需要の影響から、スーパーやガソリンスタンド等の小売業を中心に業況が悪化している。建設、不動産は増税の影響は少ないものの、中小企業金融円滑化法で持ちこたえてきた企業の一部に事業継続を断念する動きが見られる。	
悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いつも4～5月は落ちるが、例年より落ち方が激しい。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・新年度になり、荷主の出荷量が激減している。荷主からは、しばらくは出荷が少ないとの情報である。	
雇用関連	良くなっている	○	○	○
(南関東)	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣、紹介共に前年よりも依頼が増加している。

	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・各企業とも欠員補充に際して、人材派遣の利用をここ数年凍結していたが、業務繁忙に伴う欠員補充のため、人材派遣を再度利用する企業が増え、求人数の増加につながってきている。
	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・国内、海外の経済状況は短、中期的に安定しており、求人、採用決定の状況も悪くはない。国内外の垣根も低くなってきている感じがするが、海外で仕事のできる人材が求められる。状況に応じた採用の仕方にシフトしてきている。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・どの業種でも特に求人数は増えていない。
	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・4月以降も企業からの求人依頼は減っておらず、依頼に対するマッチングに苦戦している。
	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・客の求人ニーズは高い。
	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社は増益となっているが、社員の給与には全く反映されていない。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求職者は増加傾向にあるが、求人数はここ3か月ほど横ばいである。
	求人情報誌製作 会社(編集者)	採用者数の動き	・企業の新卒採用意欲は高く、内々定が出始めた。しかし、学生の意欲、熱意が感じられず、おとなしい印象であるため、内定を1~2社もらう学生ともえないう学生にはっきりと分かれ始めた。採用継続中であるが、予算をかけ新たな動きをする企業は少ない。
	求人情報誌製作 会社(広報担当)	採用者数の動き	・新卒者の入社があったためか、中途採用の求人数が減っており、また、中途採用の案件も極端に少なくなっているように思える。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・ここ2か月の新規求人数は前年同月比で1けた台の増加率となり、増加傾向も頭打ちになってきている。
	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・4月はハローワークが一番混雑するが、新規求職者が前年同月比で10.9%減少している。通常、景気が良くなってくると転職が活発化してくるが、そのような状況に見えない。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は、パートタイム求人の減少幅が大きかったが、これは消費税増税前の駆け込み需要に対する短期雇用が一段落したためではないかと思われる。一方で、フルタイム求人は微減で、月間有効求人数は引き続き微増を続けており、求人の動向に変化はない。
	民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・新規で入ってくる求人は引き続き前年を10%程度上回っており、消費税増税の影響はあまり感じない。
	民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・求人数は依然として、高止まりしている。
	学校[専修学 校](就職担 当)	求人数の動き	・新卒求人獲得数は前年同月比で微増の状況であり、大きな変化はない。
やや悪く なっている	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・今月は倒産が1社、廃業が2社あり、新規客を42社獲得ができたが、大口が2件あるほかは、ほとんど小さい規模で、前回の消費税増税時に比べると極めて小さい規模となっている。
悪く なっている	—	—	—