

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)		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・外商の官公庁及び大手企業の売上が極端に伸びている。ただし、これは相手先がどこも景気が良かったというよりは、当社の提案等が成功したためで、企業努力によるものである。一方、小売に関しては、来客数等は間違いなく増えているものの、単価が下落しており、個人消費もあまり良くない。中小企業は例年、年度末に案件のようなものがあるが、今年度はほとんどない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・仕掛けに対する客の反応が良い。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・自動車販売の最重要月であり、かなり上向いている。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・法人向けのソリューション案件は受注も上向きである。官公庁向けの入札案件も、年度末の需要が増加している。個人向けの携帯電話や周辺機器の販売も、新社会人、新入学といった春の商戦期にあたり、前月に比べ需要が拡大している（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・今月になり、商品を単品ではなくまとめて購入する客が増えている。また、工事を伴う仕事が増えたため、売上単価が上がっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・年度末ということもあり、来客数が多少増えており、販売量も多少伸びている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前月に引き続き化粧品、洋品小物、食品が前年を上回るとともに時計、美術等高額品の動きも良い。しかしながら、気温の乱高下もあり衣料品の動きは鈍く、全体としては力強さに欠ける。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・全体的な景況感は悪いが、店舗が特殊性のある立地のため、来客数が伸びており、それに併せてフリーの地方客による高額購入や通勤服などの春の実需の動きが活発になっている。インバウンドも好調で、特に化粧品が恩恵を受けている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・10月以降、前年割れが続いていた来客数も、2月以降はプラスに転じ、3月に入ってから更に伸びてきている。購入者数も食品や雑貨など消耗品を中心に前年を超えてきており、今後、衣料品や宝飾品等の動きにつながるか注目したい。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・前年に比べて気候も安定していることに加え、株価の上昇等、一部光が差すところもある。本格的ではないものの、気温の上昇とともに、商売は若干上向き傾向になってきている。
		百貨店（計画管理担当）	お客様の様子	・消費税増税の話が出たときに、駆け込み需要の取り込み策として積み立て方式の友の会への入会が大きく伸びた。今月はそれがちょうど満期になるため、積み立てた分で買物をする客が多い（東京都）。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・3月としては前年より気温が低く、売りたいものが売れない状況だったが、単価が良く、売上も前年並みに推移している。後半については、前年は20度超えと暖かい日が続き花見客が多かったが、今年は桜の開花が遅れているため、影響が出ている。
		衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・客に価値が伝わると購入につながり、販売点数が以前に比べるとアップした。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・春物のコート、インナー等の動きが徐々に伸びてきている。コーディネート販売により、なんとか前年比102%で今月は終わりそうである。客の買い方が変化しており、近隣の百貨店が閉店し、人の動きが大きく変わりつつあるなかで、営業を続けていくのはかなり困難となるのではないかと。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・年明け以降、大型、大容量などの商品が売れる傾向が顕著である。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2か月前と比べると、売上は良くなっている。1月は正月休みなどがあるので売上が落ちるが、3月は歓送迎会等の行事があり、来客数も増えるので、1月と比べると3～4割ほど売上が伸びるためである。ただし、これは毎年のことなので、景気が良くなっているかどうかについては疑問である。	

一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の12月1日～26日までの前年比は売上93.6%、来客数91.3%である。3月1日～26日までの前年比は売上105.8%、来客数99.3%である(東京都)。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当店のホームページを見て来店したという新規の客が増えてきている。また、今月は近隣の町のマラソン大会などのイベントの参加者や見物客がこちらに流れてくることが多い(東京都)。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・悪くはないが、いろいろ払うものが増え、利益が少なくなっている。結果的に赤字にはなっていないが、なんとか回っているという状態である。
その他飲食[居酒屋] (経営者)	お客様の様子	・高単価商品の動きが良い。客が価格を気にせず注文することが増えている(東京都)。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3月中旬～下旬にかけて、春休みの影響もあり予想以上に需要が高まっている。
旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・3月は多くの企業が年度末を迎え、法人関係は予定通りの動きである。個人客に明るい動きがあり、特に、国内旅行はパッケージ商品を中心に売れている(東京都)。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・1～2月と比較して販売量が伸びている(東京都)。
タクシー運転手	お客様の様子	・春本番を前にした卒業シーズンで、動きが始まったようである。深夜も多くの酔客による利用が増えている。また、交通系電子マネーの利用者が多い(東京都)。
タクシー運転手	お客様の様子	・ここ数か月は昼間の利用が好調で、無線オーダー、駅の利用共に仕事ができおり、この状況は当分続く。夜、飲み屋からまとまった台数のオーダーがあり、中距離の利用客も増えてきている。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新しく投入したモバイル商品の動きが良く、会社全体として販売数が増加している。
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・以前は、前年実績を追いかけるのも難しかったが、現状は客単価等を変更しなくても、前年同月をクリアできている。
ゴルフ場(企画担当)	競争相手の様子	・今月は近隣地区のゴルフ場20か所から来場者数増加が目立っている。
競輪場(職員)	お客様の様子	・1日50万円ほど車券を購入する高額購入客の来場が増えてきている。
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96%となり、良いとも悪いともいえないが、3か月前と比べるとやや良くなっている。来場者数、商談数も増えており、客の様子、同業他社の様子からも、景気はやや良くなっている。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・原因は特定できないが、ここ2か月くらい戸建住宅の受注量が目に見えて増加してきている。
その他住宅[住宅資材] (営業)	販売量の動き	・建材の需要動向が上向いている。大型案件も徐々に増えているなかで、具体的に動き出す物件も出てきている(東京都)。
商店街(代表者)	来客数の動き	・最近、人の流れが少なくなっていることをはっきり感じる。何が原因かわからないが、この状態はしばらく続くものとみている(東京都)。
商店街(代表者)	販売量の動き	・3月は天候にも恵まれ、売上は下げ止まっているものの、度重なる最低賃金上昇によるパート、アルバイト等の人件費増加が、経営に重くのしかかりつつある(東京都)。
一般小売店[家電] (経理担当)	販売量の動き	・買換え需要のある物については購入してもらえませんが、キャンペーンなどで勤めるものについてはなかなか購入してもらえない。そのようななかでも、細かい工事や安全に関する物は動いている。
一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・通信販売、インターネット販売、大手カタログ販売等が定着しつつある。需要のあるものは通販等でも扱われており、小売店は非常に厳しい。
一般小売店[傘] (店長)	お客様の様子	・新学期を迎えて新しい需要を期待しているが、必要な物だけが動いている状態であり、上向きとは感じられない。
一般小売店[茶] (営業担当)	販売量の動き	・今月は、来客数は減少しているが、ギフト需要があるため、前年売上をクリアしている。

一般小売店 〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・依然として販売量が低調で伸びない。新規受注もなかなか取れず、現状維持が精一杯である。今後、新茶の時期になるので、それに期待している(東京都)。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・リビングフロアの改装が3月中旬に完成し、話題の大型家具、雑貨店がテナントとして入居したものの、全館では食品催事が予算を4%ほど上回った程度で苦戦している。インバウンドは婦人雑貨、化粧品で好調であり、一部の上得意客の高額品需要により売上も前年を超えているものの、主力の婦人衣料の不振はカバーできず、全体で3か月前同様に前年割れが続いている。また、プレミアムフライデーはサラリーマン、OLの日中利用はほとんどなく、対応は図ったものの一部の客に利用された程度で、期待を下回っている(東京都)。
百貨店（広報担当）	単価の動き	・100万円以上的高级時計や宝石、絵画などは、件数ベースで前年を上回る動きを見せていることから、1品単価は上がっているものの、全体として客単価は前年並みか、前年をやや下回って推移している。ホワイトデーなど時節柄の購買は好調ながら、いわゆる中間層のファッション消費は戻ってきたとはいえ、この先も不透明である(東京都)。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・今月は、気温が低いことも大きいですが、春に興味がなく、来客数が少ないことが特に響いている(東京都)。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食料品は堅調に推移しており、婦人アパレル関連は下げ止まっているものの、宝飾貴金属、絵画工芸品等の高額品の動きが悪い。従来の上顧客の高額品に対する購買意欲が低く感じられる。また、来客数も前年に届かず、厳しい状況は変わらない(東京都)。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月前半はホワイトデーや物産展などにより集客がかかり、前年を捉えて推移した。中旬以降は、アパレルに期待するものの天候、気温の後押しもなく、春物の動きが鈍い。インバウンドは、都心店で前月同様に化粧品需要が大きく伸びており、堅調である(東京都)。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品は依然として苦戦している。雑貨関連は衣料品に比べ動きが良い。高額品は宝飾関連が比較的堅調である(東京都)。
百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・催事が好調のため、来客数は前年比プラスで推移しているが、春物の動きは鈍く、春物商戦としては苦戦が続いている(東京都)。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・訪日外国人客の売上は好調であるが、日本人客の売上は前年割れが続いている(東京都)。
百貨店（副店長）	お客様の様子	・身の回り品等の消費動向は堅調に推移しているが、景気が上向いていると感じるほどの強い動きは見受けられない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の買い方を見ていると、特典のある店、お買い得になる曜日、ポイント何倍の店、あるいは時間帯によってのお買い得商品の売出し等、店の特徴をつかんで、少しでも安く買い回りをしようという様子が強く感じられる(東京都)。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。単価は前年より若干良いが、来客数がかかなり悪いので、全体として売上が伸びない。しばらく同じような状況が続いている。また、近くに競合店ができた影響もあり、全般的に良くない。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数及び買上点数は横ばいを維持しているものの、単価の上昇がみられない。安売り商品に集中しているためなのか、通常日と売出し日とで差があり過ぎる(東京都)。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・全体として、前年に比べて4%ほど売上が減少しているが、衣料品や住まいの品は前年並み、または前年を若干超えている。食料品全般は前年を大きく下回っており、主たる婦人衣料や寝具関係の売上も、セールと件等の違いがあるかもしれないが、あまり良くない。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・販売量は前年比で変わらないが、買上単価が落ち込んでいるため、全体の売上が押し下げられている。冬物は一段落したが、春物の動きはまだ感じられない(東京都)。

スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・今月は来客数、売上共に前年割れとなっている。価格を打ち出したチラシを配布して対策しているが、単価が下がった分を数量でカバーしきれない状況である。
スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・気温の上下が大きく、季節商材がタイムリーに売れない。春夏商材の売行きも若干厳しい状況である。
スーパー（副店長）	お客様の様子	・食料品、衣料品、住居用品全体において、消費はすぐに必要な物中心の動きで、高付加価値商品の不振は依然として続いている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・店舗努力の結果、3月は来客数が前年比でプラスとなっている（東京都）。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年に比べ若干増えている。売上もその分やや伸びているが、来客数の増加分ほどには伸びていない。あらゆる商品について、前年よりも少しずつ値上げをしているため、総体的に売上も伸びているが、客単価が劇的に上がったわけではない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・景気は、どちらかかというやや良いくらいである。我々商店街でも、売出しや祭りなどをやりながら景気を良くしようとする努力をしている。今後もそうした多くの客が集まるときに一生懸命販売することにより、全体的に良くなる。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・客は必要な物のみ購入するため、買上点数が減っている。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・高品質なプライベートブランド商品の売上は堅調に伸びているが、ドーナツの売上は激減している。必要なものを少量買う堅実な客が増えている。
コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・学生服の売上が多い3月だが、年々サイクル等が多くなり、学生服の売上は減少傾向にある。売出し等によりどうにか全体では前年並みの売上を確保している。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・客の様子から、目立った衝動買いが見受けられない（東京都）。
家電量販店（統括）	来客数の動き	・インバウンド需要の変化に対応した商品開発に苦戦している。アジアのみならず、グローバルな商品やサービスをオリジナルで開発し、プロモーションを構築する必要がある。
家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・3月も天候要因が若干あり、環境的にはいまだ厳しい状況下である。来客数は前年を上回っており、売上高も前年超えで推移しているものの、客単価は前年割れしている。この低価格志向は今後も続くともっている（東京都）。
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。販売は、前月が良かったため今月も良くなるかと思っていたが、また駄目になっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・決算セールを2月から行ったため、通常の決算期よりも新車販売が減少しているが、整備部門が伸びたため、前年並みとなっている。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客は、景気は全体的に停滞気味だと感じている。宅配便などについては、取扱個数は増えており忙しいが、売上は上がりず利益が少ない。そのようななかで、大手宅配サービス業者も制限をしていると新聞に載っている。実質的な仕事量は増えているものの、全体的な運賃は上がらない。結果としてコストダウンになり、利益が出せないということで、停滞気味になっているのではないかというのが、大体の運送業者の話である（東京都）。
住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・住宅ストック循環支援事業という政府の施策はあるものの、認知度の低さや補助金受給のハードルが高く、大きな効果は感じられない。とはいえ、他に特段のマイナス要素もなく、現状維持の状況である（東京都）。
その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	販売量の動き	・販売量も前回と同様で変わらない。
その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	競争相手の様子	・競合店がますます増えている影響で、売上が芳しくない。

	その他小売 〔ゲーム〕(開 発戦略担当)	販売量の動き	・単月で見れば、今月は新ハードが発売されたものの 品薄状態となり、また大型タイトルの新作が発売され ミリオン達成と良い状況が続いているが、それ以外は ぱっとしない(東京都)。
	その他小売 〔ショッピング センター〕(統 括)	販売量の動き	・ショッピングセンターにおいて、映画は好調だが、 ファッション関係の販売額が伸びていない。
	その他小売 〔ショッピング センター〕(統 括)	お客様の様子	・経済刺激策として、プレミアムフライデーが始まっ たが、大半の企業に時短の傾向はなく、従来利用者へ の特典と化している(東京都)。
	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・この年度末は人事異動が多く、例年に比べて送別会 需要が異常と思えるほど多い。
	高級レストラン (副支配人)	来客数の動き	・法人関連の宴席受注状況は前年並みである(東京 都)。
	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・来客数、販売単価、売上高いずれもほぼ前年並みで ある(東京都)。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は伸びているが、景気が良くなったとは感じ られない。歓送迎会等、時期的なもので売上や来客数 が多少伸びている。
	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・メニューを変更し、一部価格帯を下げたが、今のと ころ客単価は下がっていない(東京都)。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・2～3月前半は民間の動きが悪かった。半ばごろか ら少しずつ持ち直し、送別会の予約も入ってきている が、やはり官公庁の何々部署という会が中心である (東京都)。
	その他飲食〔給 食・レストラ ン〕(役員)	販売量の動き	・取引先の在館人数縮小の動きが活発になっている。 企業として人件費削減等は当然の動きではあるが、成 長期のような能力増強投資的な動きや人員増の動き は、一部の企業を除き全くみられなくなっている。社 員食堂運営の当社にはマイナスでしかない(東京都)。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊、宴会婚礼共に前年並みに推移しているが、レ 스토랑については景気動向の先行き不安から個人 消費が低迷し、3か月前からは若干数字を落としてい る。プレミアムフライデーの影響は皆無で、客からは 何も聞こえてこない。良くも悪くもない状況が続いて いる。
	都市型ホテル (総務担当)	販売量の動き	・ホテル宿泊者数をみると、特に外国人の宿泊が前年 より減少している。
	旅行代理店(経 営者)	単価の動き	・天候不順が続いているために、なかなか単価の高い 客が来店せず、平均並みの客で維持している。
	旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・受注状況は、例年と比べ変化はない。新年度に入る と営業活動が活発になるため、仕事量も増えていく が、例年並みである。
	旅行代理店(営 業担当)	お客様の様子	・取扱顧客の動向において、顕著な変化はみられない (東京都)。
	タクシー運転手	お客様の様子	・3月は決算月ということで多少の動きはあるが、活 発な動きには見えない(東京都)。
	タクシー運転手	お客様の様子	・依然として終電後の利用客が減っているが、昼間 については新料金で1キロ前後の利用客が多少増えてい る。総売上にはあまり影響はないが、何か明るさを感じ ている(東京都)。
	通信会社(社 員)	販売量の動き	・番組やイベントの引き合いは多くない(東京都)。
	通信会社(管理 担当)	販売量の動き	・1年を通じ、生活環境が変わる時期のトレンドが崩 れているように感じている。通信回線を見直す新生活 や異動、進学に伴う特需の波が小さい。企業景気の悪 化から、引越し費用を負担する異動時期をずらすな どの傾向があり、繁忙期の山が小さいのが現状であ る。
	通信会社(局 長)	販売量の動き	・MVNOの販売量は増えているが、元々単価が低い ので、景気が上向きという判断にはならない(東京 都)。
	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・多チャンネルサービス、インターネット、携帯電話、 いずれも格安なサービスへの需要が高くなる傾向 にある。特に、MVNOについては認知度が浸透して きたこともあり、伸び率が高まっている。

通信会社（営業担当）	お客様の様子	・依然として新規加入、コース変更共に下位コースを選択するケースが多い。また、現在の加入内容に無駄な部分はないか、更に安いコースの選択はできないかといった問い合わせも多い。
通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・商談数や受注の増加傾向は変わらない(東京都)。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客が何に注目しているかをみていると、サービス品質というより価格を優先している傾向がある(東京都)。
観光名所（職員）	来客数の動き	・12～3月にかけては、前年実績とほぼ変わらない人員で推移している(東京都)。
ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今年度は、利用者数が前年同期をなかなか上回ることがなかった。特に、平日の高齢者の来場回数が減っている。
パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・来客数については、朝、昼、ピークになる夜、いずれの時間帯も、以前に比べてさほど変動はない(東京都)。
その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）	お客様の様子	・年初めから増額等はあまり見られず、従来どおりの内容で購買しており、消費意欲を感じ取れない。最低限必要な物のみ購入をしている。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今までのプロジェクトは進んでいるが、具体的な新規案件はない。
設計事務所（職員）	それ以外	・一定の案件は出ているが、景気動向に影響を与えていない(東京都)。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。当社が分譲している一般サラリーマン向けの3,000万～5,000万円の住宅は全く売れない。40年以上この仕事をしているが、こんなに売れないことは過去になかった。これは中小企業の給与が全く上がらないにもかかわらず、物価が上昇しているという状況のなかで、消費者が将来住宅ローンを払えなくなってしまうという不安を持っているからである。一方、総合建設業は、公共工事は沢山あるものの、工事原価が上昇しているため、受注価格が見合わず赤字になってしまうようなこともある。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・戸建住宅を中心に、全体的に低調である。賃貸住宅も前年割れが出始めており、安定感が損なわれつつある。ユーザーの慎重さは変わらず、商談に時間がかかっている(東京都)。
その他住宅 [ 住宅管理・リフォーム ]（経営者）	競争相手の様子	・同業者の話では、相談件数も少なくなっており、見積を出してもなかなか決定しないようである。
商店街（代表者）	来客数の動き	・3月前半はまあまあ良かったが、月半ばから後半にかけて来客数が減っており、それに伴い売上も思うように取れていないというのが現状である。
商店街（代表者）	それ以外	・街全体でクレジットカードの取扱高が落ちている。キャッシュレス傾向の世の中でカードの数字が落ちるのは、景気が良くないことの証拠である。小売は厳しい状況である(東京都)。
一般小売店 [ 和菓子 ]（経営者）	販売量の動き	・月半ばから続く寒さや雨、雪の影響で来客数が減り、売上が減少している。
一般小売店 [ 文房具 ]（経営者）	販売量の動き	・3月は文具の繁忙期に入っていく月にもかかわらず、学用品を中心としたまとめ買いがあまりなく、客単価及び売上が前年を割っている。また、春の売出しを行わなかったことが影響したのか、来客数も伸び悩み、前年を大きく下回っている(東京都)。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・客は、必要な物以外は吟味して購買している。好調であった化粧品も吟味して購入するケースが増えている。価格に関して敏感な反応を示している。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・来客数、買い回り共に厳しい。依然として消費に対して慎重な姿勢が継続している。高額品等の動きが鈍い一方、オケージョン消費は堅調に推移している。
百貨店（店長）	来客数の動き	・オケージョンニーズ以外の動きが鈍い。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・単価の高い商品より安い商品にシフトしている(東京都)。

	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数については今現在、前年比で90.1%しかっていない。午前中に加え、夕方から夜間にかけて電車通勤の客が来るのだが、いずれの時間帯も来客数が特に減ったことが、売上低迷の一番の要因となっている（東京都）。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している（東京都）。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候の影響もあると思うが、客の買いっぷりが良くない。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年同期と比べて来客数が少ない。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候に左右される商売だが、全体的に来客数が伸びない。近隣商圏への出店が多く、飽和状態にあるため、来客数が減少傾向である（東京都）。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年と比べ気温が低く、来客数が伸びていない（東京都）。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・寒暖の差が激しく、外出を控える人が多い。春物の動きが悪く、最悪の月である。
	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はある程度あるが、それに販売量、契約件数が比例せず、成約金額も伸び悩んでいる。
	その他専門店【貴金属】（経営企画担当）	お客様の様子	・客の購入数量、単価共に変化はみられないが、日々の客の動向をみると、積極的に購入するという意欲はみられない。購買実数ではほとんど変化がみられないものの、購買に至るまでの接客数などの数値は悪くなっている（東京都）。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夜に出歩く客が週末のみであることから、景気は良い方向には向いていない。
	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・年度替わりの時期だが、前年同月比で売上が1割以上減少している。歓送迎会も簡素化している（東京都）。
	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・申込の絶対数が減少している（東京都）。
	通信会社（経営者）	販売量の動き	・テレビ、インターネットは好調である。特にインターネットの加入は新入居等により増加しているが、解約が予算比1割増で推移しているため、純増は大幅減となっている。電力やモバイル獲得は好調で、予算を上回っている（東京都）。
	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・食料品などの生活必需品は、価格上昇に敏感で、控えめな消費傾向がみられる（東京都）。
	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・年末までは好調だったが、今年に入り前年割れが続いている。
	その他サービス【福祉輸送】（経営者）	来客数の動き	・前年末に比べて、車を見に来る客が減っているように感じる。それに伴い受注量も落ちている（東京都）。
	その他サービス【電力】（経営者）	お客様の様子	・電力小売自由化以降の既設物件への一括受電営業が難しい状況が続いている（東京都）。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・設計の仕事量が非常に少ない。リフォーム相談や住宅の耐震診断等、業務範囲を広げているが、厳しい状況が続いている。
	設計事務所（所長）	お客様の様子	・仕事量としては多少動きがあるが、なかなか前へ進まず、契約に至らないため、入金がほとんどないのが現状である（東京都）。
	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が思ったより少ないというのが現状である。依然として低価格競争が多いというのが実感で、景気の良さは一向に感じない。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・期末の割に販売量が伸びない。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前に比べ、アパートの契約が明らかに減ってきている。客の購入意思はあるようだが、金融機関の審査が厳しくなっているのかもしれない。ただし、情報収集している段階では、まだ融資を抑えている様子はなく、むしろ積極的に行っているとのことであった。
×	一般小売店【食料雑貨】（経営者）	来客数の動き	・商業面積が需要を大きく上回っている。
×	一般小売店【祭用品】（経営者）	販売量の動き	・年明けから新規需要もなく、販売量が大幅に減少している。

	x	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・とにかく何でも値上げになってしまい、物が売れない。また、曜日に関係なく、来客数が少なくなっている(東京都)。
企業 動向 関連  (南関東)		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、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。今月は会社設立の印鑑の受注が13本あった。子会社ができることによる特需である。通常は3本から多くても4本ほどである。また、鉄道会社のレストラン部門からのゴム印の特需など、今月はそうしたことで忙しい(東京都)。
		その他サービス 業〔警備〕（経 営者）	それ以外	・4月から新規業務の受注が決まったため、売上増加が見込める。
		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	・年度末が要因となっているが、官公庁だけではなく、全体的に仕事量が増加している。
		出版・印刷・同 関連産業（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・年度末ということで、急な仕事が入り忙しい。
		出版・印刷・同 関連産業（経 営者）	それ以外	・官庁関係、大手企業の動きが前年2月より良かったため、売上が伸びている。
		化学工業（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・東南アジア向けの輸出が好調だったことが大きい。
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・現在受けている仕事のいくつか、例えば毎月1,000個流れる物が1,100個、1,200個になるなどという形で、受注がやや多くなっている。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・今月は決算月ということもあり、多少は忙しいが、特筆すべきことはない(東京都)。
		建設業（経 営者）	取引先の様子	・年度末ということもあり忙しいとの話をよく聞く。その先がまだはっきりとは分からないが、徐々に良くなっているのではないかと。
		建設業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・建設業界は受注が増えてきている。今後の体制を含め、人手不足を解消していかなければならない。
		金融業（役員）	取引先の様子	・地元産品を使った飲食店や産直センターが好調である。農業、漁業従事者のネットワークが有効に機能し、情報交換をしながら新しい分野への進出を模索している。
		広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・行政の大型催事等を中心に、順調に受注できている。
		経営コンサル タント	取引先の様子	・飲食店等では客の動きがある。
		税理士	取引先の様子	・春の連休の航空券、宿泊施設共に満席に近い状況で、消費プラス旅行への出費も増加している。
		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	・注文件数や取引件数は、例年の年度末実績並みまで回復している。
		その他サービス 業〔ソフト開 発〕（従業員）	受注量や販売量 の動き	・新規顧客からの電話も以前より増えてきている。
		その他非製造業 〔商社〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・3月決算の取引先も多く、駆け込み発注が増加している(東京都)。
		食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・飲み屋など飲食店はなかなか良くない(東京都)。
		食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・季節商材の売上が良くない。昔ながらの風習がなくなっている。
		食料品製造業 （営業統括）	取引先の様子	・他チェーンを見ても、一時期の勢いに陰りが見えている。前年並みをなんとか維持している状況である。
	繊維工業（従 業員）	受注価格や販売 価格の動き	・プレミアムフライデーがスタートしたが、その効果は全く表れていない。衣料品が全く動かず、経営を取り巻く環境は厳しさを増している(東京都)。	
	出版・印刷・同 関連産業（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前の年末と今月の年度末の時期は、受注量が若干増える(東京都)。	
	プラスチック製 品製造業（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・全体的に受注量が減少しているなかで、良い物と悪い物がはっきり分かれてきている。全体としてはやや悪い方向に行っている。	
	プラスチック製 品製造業（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・化粧品及び医療品容器の受注が爆買い沈静化からなかなか回復せず、横ばい状態が続いている。	

金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・相変わらず価格が低迷しており、見積価格が通らず、仕事量が少ない。
その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・最近、材料屋関係において、景気が良い悪いという声は出ておらず、黙々とやっている状況である。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人消費の低迷を強く感じる。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格に変化はない。
建設業（経理担当）	競争相手の様子	・最近、小規模の同業他社の廃業が数社続いている。技術者不足等をお金をつぎ込んで解消しようとするほどは、当地方の景気が良くないためではないか。
輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月は繁忙期のため景気は良いが、前年比では疑問が残る（東京都）。
輸送業（経営者）	取引先の様子	・新年度から取引先の組織が大きく変わり、かなりスリム化される。厳しい経営環境への対策の一環と思われる（東京都）。
輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・有力取引先の物流再構築の影響を受けて、受託業務を断念せざるを得なくなった分、売上の減少は避けられない（東京都）。
輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年度末でスポット案件が増えることを予測していたが、思ったほどなく、売上は伸びていない。
金融業（統括）	取引先の様子	・新たな良い材料はなく、かといってそれほど目立った悪い材料もない。
金融業（支店長）	取引先の様子	・米国の新大統領就任による影響も一巡したものの、様々な政治問題が勃発しており、景気は良くも悪くもない。
不動産業（経営者）	競争相手の様子	・築30年のワンルーム木造2階建てが全室空室となり、オーナーが賃貸を中止している。別の木造2階建ても、前年の春に退去して1年たったが、この周辺の賃貸物件も空室が多いため、入居もなく苦戦している（東京都）。
不動産業（総務担当）	取引先の様子	・主業はビル賃貸業であるが、ここ3か月間はテナントの入退去もなく、安定的に推移している。賃料水準は、若干だが改善傾向にある（東京都）。
社会保険労務士	取引先の様子	・補助金の活用を望む会社が多い（東京都）。
経営コンサルタント	取引先の様子	・大規模開発された住宅地にある量販店が、売上の減少傾向が続き規模を縮小した。来客数に変化はないものの、客単価の減少が続いている。この住宅地は開発から30数年を経ており、居住者の高齢化と家族数の減少が目立っている。付近の大規模開発のほとんどは同じ時期である。今後、高齢化による地域経済への影響は長引くのではないか。
税理士	それ以外	・飲食店の客入りが悪い。そのため、店や経営者も結構変わっていている（東京都）。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足のため、元請け企業がアウトソーシングしてきている。見積依頼や成約件数は増えているが、実際の受注価格はさほど上がっていないので、人件費と募集費が増加している分、良くなっている実感はない（東京都）。
金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・得意先の忙しさも一段落して落ち着いてきている。当社の得意先の中で忙しいのは一部だけで、多くは3か月前と比べて変化がない。
精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格は横ばい、または値下げ要求がある。大手企業が認めたため、鋼材が5月から15円の値上げとなるが、当社の製造原価を約2ポイント上回るので、当社にとっては大きな収益悪化である。親企業に交渉しているものの、現状は認めてもらえていない。
輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主の出荷量が年度末の2月から激減し、3月は計画を大幅に下回っている。ここ10年以上、このようなことはなかった。
金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先企業の売上等について、小売業は減少傾向が続いており、製造業も受注が減少している。建設業は人手不足により人件費が上昇している。不動産業は土地価格の高止まり感があり、仕入に苦戦している（東京都）。
広告代理店（営業担当）	競争相手の様子	・新規相談案件や、コンペ件数、金額には変わりがないが、コンペ敗退が続くなどして獲得を逃している。他の広告代理店が攻勢をかけてきており、当社の競争力が弱くなっている（東京都）。

		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・金属加工業など中小製造業については、受注の冷え込みが大きく、年度末にもかかわらず増加の気配が少ない(東京都)。
		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	・例年、年度末は受注が増える時期だが、今期は全く増えていない(東京都)。
		その他サービス業[ソフト開発](経営者)	受注量や販売量の動き	・案件数が減少している。あるとしてもピンポイントの案件で、受注は困難である(東京都)。
	x	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注量や販売量の動き	・年度末の繁忙期ではあるが、例年に比べ2割近く減少しており、厳しい状況である。
	x	通信業(広報担 当)	受注量や販売量の動き	・今年に入ってからの動きは一進一退である(東京都)。
	x	広告代理店(経 営者)	受注量や販売量の動き	・今年度あった定例案件が来期からなくなることが決まり、その事前準備等がなくなったことから、更に手が空いている。
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣社員の給与上昇が前年を超えており、中途採用数においても前年超えの見込みである(東京都)。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・年度末の繁忙需要など短期間の派遣需要も含め、求人数は前月比で増加傾向にある。そのため、派遣における成約数も増加している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・平成28年2月～平成29年1月の月間有効求人倍率の平均は、1.27倍と前月の年間平均と同じとなっている。新規求人数もわずかではあるが前年比を上回っている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人受付数が伸びている。
		民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・前年に比べ、採用広告のダイレクトメールの数が増えている。就職イベントの開催数も多い(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・特に求人が増えている業種はない。3月になると来年度の採用はほぼ全て決まっているので、求人が特に増える傾向はない(東京都)。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・人材確保のため派遣料金の値上げに応じてくれる企業が前年よりも多い。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・消費生活に変化がみられない(東京都)。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・3月で求人数、求職者共に増えているが、前年度並みである。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業の取引先では、継続的に開発エンジニアが不足しており、開発のアクセルは踏み続けられている(東京都)。
		人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材紹介の受注数は、前年と比べて調子が良い。一方、人材派遣の受注は横ばいで、企業の直接雇用への意欲を感じる(東京都)。
		求人情報誌製作 会社(広報担 当)	求職者数の動き	・当社及び周辺企業で中途採用を行っているが、なかなか採用できないと聞く。人材の流動性が激しくなっている(東京都)。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は3か月前に比べ増加しているものの、前年同月比では減少している(東京都)。
		民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・流通、サービス業の求人数は多いが、製造業の求人は安定しており、景気が良くなっているとは感じない。若年層の労働力が増えているわけではなく、年収もここ10年増加しているようには思えない(東京都)。
		民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・特に変化は感じない(東京都)。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・有効求人数が前年同月比で6か月連続の減少となっている。
	x	-	-	-