

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)		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・このところ忘年会と新年会の入りが悪いという傾向があったのだが、今年は12月の忘年会の予約も良かったし、新年会の予約も例年より入っていたので、良くなっている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・気温が高いので客の動きも好調である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、大口の注文が増えたため、客単価が上がり、売上につながっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・年明けから商品はそれなりに動いている。工事の方もPHVの問合せ、見積りが増えている。テレビも品薄状態だが、何とか要望にこたえている。細かい工事や修理は、取扱店が減ったため一見さんからの依頼が多い。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・10月に消費税が上がリ、来客数が非常に少なくなったが、年が明けてから、客に変化が見えてきている。今までは、来店しても何を求めているのかさっぱり分からなかったが、具体的に「こういう物が欲しい」というような要望があり、幾らか良い方向と感じている（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（経営者）	お客様の様子	・販売額、来客数共に大きな変化はみられない。1月中旬には学童用品の動きが良かったが、大きく売上が増加したわけではない。ただし、今月に入ってから文具メーカー各社が新商品を投入してきているので、メーカーまでの景気はやや上向きと考えられる（東京都）。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の10月に比べると、宝飾、時計、ラグジュアリーブランドなどの付加価値の高い商品群への関心は戻ってきている。ただし、衣料品への関心が低調であり、新型コロナウイルス問題でインバウンド売上が伸びず、全体的には消費マインドの力強さには欠ける（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年末から食料品、雑貨類において販売量の増加傾向がみられる。消費税増税の影響もあり前年からは下回っているが、前回の8%への増税時と比較すると、1%ほど改善している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動により大きく落ち込んだ月との比較となるので、若干の回復傾向ではある。しかしながら、追い風を期待した初売り、クリアランスも回復のきっかけとはならず、増税によるマイナス傾向からまだ抜けられない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・12月に続き、10月の消費税増税後の落ち込みからの回復傾向がみられる。国内の高額需要が順調で、来客数、単価共に前年に対し微増の見通しである（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店の閉店でやや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が110%で推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月と比べると来客数自体は落ちているが、全体的な流れとしては、東京オリンピックを控えて少しずつ人の動きが出てきているように感じている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・冬場にもかかわらず気温が高いため、気温関連商材やデザート売行きが好調である。販促キャンペーンによる一時的な集客もできている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・暖冬にもかかわらず、実用衣料品と服飾雑貨が伸び、ジャケットなどの防寒衣料のマイナスをカバーできている。相変わらずプレミアム付商品券とキャッシュレス決済の5%還元が好評である。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・初売りから好調に推移している。主にパソコンが好調で、OSサポート終了関連の買換えが進んだためと思われる。また、映像関連のテレビも好調で、前年割れの販売目標であったが、クリアすることができた上、前年実績もクリアできている。	

家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前は消費税増税の影響が顕著であったが、若干回復傾向にある。大物商材の動きが良くなってきている。
家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・1月に入り、消費税増税後の反動減からの改善がみられる。国内需要、インバウンド需要も前年を超えて推移している。ただし、インバウンドは新型コロナウイルスによる肺炎の感染防止に向けた施策の発動で、一時的に大きく落ち込む（東京都）。
乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・12月より来客数が増えてきているので、3月の決算期に向け販売台数が増えてくる（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	・飲食店は比較的好調である。
高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比+14%と好調である。販促や宣伝の仕方を工夫すれば集客できるという手応えがあり、需要はあると実感できている。
旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・旅行業界的には、客からの依頼件数、人数、予算いずれも増加しているため、景気は上向きと考える（東京都）。
タクシー運転手	それ以外	・年末の忘年会等での消費過多の反動で、例年1月は良くないのだが、アプリ配車やキャッシュレス決済への対応など、サービスも進化してきて、利用客が多少増えてきたようにも見える。景気はやや良い（東京都）。
ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・暖冬により降雪に伴うクローズがなく、ゴルフ場にとっては追い風の月である。ゴルフ場における冬季の重要なリスクは降雪であり、1月は底堅く推移している。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しいプロジェクトがきちんと動いている。
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を達成できたので景気はやや良い。3か月前と比べてもやや良くなっている。年始のキャンペーンや3連休により、来場者数、商談数共に増えたため、販売量の増大につながっている。
商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱は順調である。これは売上全体が伸びているのではなく、経産省のキャッシュレス決済の補助施策のため、現金客が減ってカードに移行してきているだけで、来客数が増えているわけではない。ただし、カード決済額が伸びているので、単価も若干上がっている（東京都）。
一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・来客数が非常に少なくなっている。やはり路面店では限界があるような気がする。テナント集合体の力は大きい。
一般小売店 [家電]（経営者）	販売量の動き	・特に変化はないので変わらない（東京都）。
一般小売店 [文具]（販売企画担当）	お客様の様子	・月初から相当暖かく、天候が良かったこともあり、店頭の来客数が結構多かったが、後半は、やはり少し寒くなり、降雨もあったため、客足が遠のいた。特に月末は、新型コロナウイルスの影響か、人の出が余り良くない。外商は案件が若干少なかったが、その後がまだあるようなので、変わらない。
一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・販売量は伸びず、新規客も増えない（東京都）。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・来客数は前年を超え、食料品、雑貨小物等、一部は堅調に推移しているものの、高額品の動きが鈍く、全体で厳しい状況となっている。
百貨店（広報担当）	来客数の動き	・消費税増税以降、来客数が減少傾向にある。また、新型コロナウイルスの影響でインバウンドが低下している（東京都）。

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月の売上は苦戦している。大きな要因は、店頭でのクリアランスセール不振で、特にアパレルやシューズなどを中心に防寒シーズン商材への購買意欲が低い。初商の福袋も、食料品やレストランなど飲食関連は早期に完売したが、アパレルブランドやファッション雑貨は苦戦していた。100万円を超える高額福袋も前年に比べて振るわず、必要な時期に必要な物だけを購入する傾向が更に強くなっているようである（東京都）。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・都内基幹店の売上は前年比94%で、消費税増税後4か月連続でマイナスとなっている。前回の増税時は前年回復まで約半年間を要したが、今回は暖冬による冬のクリアランス商戦の苦戦、新型コロナウイルス感染問題等の影響もあり、回復までは長引く見込みである。来客数も94%と、春節期間に入り、特にインバウンドが多い化粧品客が減少している（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は10月なので、消費税増税の導入月との比較となる。来客数、販売数量共に前年比で見れば回復している。しかし、暖冬の影響により衣料品を始めとする季節アイテムの不振等、厳しい状況がみられる。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の安売り商品やポイント何倍の曜日、時間帯など、商品をお得に買い回れる時間帯、店舗などを利用して買物をしている気配が多くみられる（東京都）。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数がやや悪いが、その分客単価が上がっている。天候が悪いときは来客数が少なくなり、天候が良い時にまとめ買いをするという傾向が表れている。
スーパー（店長）	単価の動き	・売上と販売量は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。消費者は同じ物ならより安価な物へと志向が傾いている（東京都）。
スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・食品の売上は伸びているが、衣料品、特に子供衣料の落ち込みが大きい。正月の玩具関連は20%減少している。高齢者の来店減少が止まらない。
スーパー（仕入担当）	単価の動き	・消費税増税後、食品の軽減税率とキャッシュレス決済5%還元で客単価が上がり、前年をクリアしているが、買い回り、買いだめにより来客数自体は減っている。軽減税率対象外の酒類は落ち込んでいる。
スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・消費者還元事業による5%還元は大きいと思うが、対象外の大手企業のポイント政策や商品価格などが乱れている。対象企業の売上は堅調と聞いているが、経費はかなり掛かっている様子なので、最終利益に影響する。
コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・年始明けに期待した来客数が戻ってこない。異常気象により買上点数も減っている（東京都）。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力事業である着物、ドレスの販売売上が消費税増税後から前年を割っており、約10%の売上が減少している。先日あった同業者の新年会で確認したところ、他社も一部を除き減少傾向にあるようである（東京都）。
衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・3か月前の消費税増税による来客数ダウンから、1月は初売り、気温低下によって来客数が増加し、好調に推移している。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・白物家電の前年割れが全体に大きく影響している。パソコンはOSのサポート終了により特需があり好調である。さらに、中国の新型コロナウイルスの影響でインバウンドが苦戦している（東京都）。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数と購入商品からみて、正月後の閑散期でも購入意欲のある月である。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電買換えの場合でも、壊れる前より壊れてからの買換えが増えている。壊れてから買換える場合、単価が安くなる傾向にある（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が、販売は余り芳しくない。客の来場は結構あるが、なかなか成約に結び付いていない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車が出て新車販売は好調だが、納期に時間が掛かり、売上がなかなか増えてこない。

乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・ずっと景気は良いと回答しているが、前月より良くなっているということではなく、良い状態がここ数か月間続いているという感じである。トラックや車の需要や、建築関係での人件費の上昇、人手不足などの状況から、やや良いと判断している(東京都)。
乗用車販売店 (総務担当)	来客数の動き	・客の購入意欲が全く感じられない。サービスは暖冬で部用品の売上が激減している。
その他専門店 [貴金属](統括)	単価の動き	・消費税率の引上げ後、平均単価が低下したが、いまだに回復していない。比較的単価の高い自分用の商材の売上が低迷している(東京都)。
その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員)	販売量の動き	・中東の地政学的リスクもあり、原油高が継続し、燃料油の買い控えがある。また、暖冬により灯油の販売減もある(東京都)。
その他小売 [ゲーム](開発戦略担当)	販売量の動き	・ホリデーシーズンは国内、海外共に大型タイトル不在によりソフト市場は前年比8割ほどとなっている(東京都)。
高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・レストラン部門の来客数は前年比96.2%、宴会部門の来客数は前年比100.1%となっている(東京都)。
高級レストラン (仕入担当)	販売量の動き	・店舗ごとに多少ばらつきはあるものの、全体として販売量、単価、来客数、いずれも前年並みである(東京都)。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、客の様子は変わらず、必ず1杯飲む客が減り、領収証を使う客も少ない。電子マネーやクレジットカードを使う客が増えたが、手数料負担が発生するので、店側にとっては決して良いことではない。ボーナスの気配もなかった。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の10月1~28日までの前年比は、売上86.7%、来客数80.2%である。1月1~24日までの前年比は、売上92.9%、来客数82.8%である(東京都)。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・当社には飲食部門と輸入卸部門の2部門があるが、今月は両方とも前年を上回っている。ただし、飲食部門は前年3月に建て替えて増床しているので、2月まではその影響が大きい。輸入卸部門については、前年11~12月の売上が少なかった反動とみているので、国内の景気自体が上向いているとは考えていない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・1月は繁忙月でもあるので、売上は好調で、客単価も上がり、来客数も伸びた。ただ、全てが良いわけではなく、周りを見ると閑散としている飲食店もあり、勝ち負けがはっきりしている(東京都)。
一般レストラン (統括)	お客様の様子	・今月は、大きな天候の影響もなく、安定した客の来店状況で、既存店舗については前年並みの売上を確保している。現時点での景気については、良くも悪くもなっていない(東京都)。
その他飲食[給食・レストラン](役員)	競争相手の様子	・東京オリンピックを控え競合先の動きは活発化している。特にインバウンド向けの対策を考案するなかで、ヴィーガン料理、宗教食、未病食等、食のカテゴリー拡大に向け新たなメニュー作り積極的に取り組む企業が多くなっている(東京都)。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・年明けに近隣コンベンション施設にて大型団体の会議があり、宿泊については稼働が上がり数字を稼ぐことができたが、閑散期であることには変わりがなく、宿泊以外は低調な動きとなっている。年明けも消費税増税の影響が続いている。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・例年と変わらず職場旅行の実施を計画している会社が多い。人手が足りず、若手社員が集まらない、すぐ辞めてしまうという話を聞く。かといって、景気が良いわけでもない。
タクシー運転手	お客様の様子	・年が明けても状況は変わらない。昼間の利用はそれなりにあるが、終電後の仕事が少なく、厳しい状況が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・客から好況感が全く感じられない。新型コロナウイルスを心配する客がだんだん増えてきているが、私自身も、バスの運転手が感染したというので、少々心配している(東京都)。

通信会社（経営者）	お客様の様子	・年末年始の営業は、消費税増税の影響が懸念されたが、大きな変動はない。集合住宅向け営業では、前年より少ない人数でも獲得にほぼ変化がない状況である。戸建て向け営業では、前年比でリアクションにほぼ変化がない（東京都）。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・消費税が増税されたが、売上は落ち込んでいない（東京都）。
通信会社（社員）	お客様の様子	・新規のCM契約や東京パラリンピック関連のイベントが入ってきている（東京都）。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・全体的に客の流れが携帯電話を中心に滞っており、動きが鈍い。
通信会社（局長）	販売量の動き	・前月に引き続きケーブルテレビの契約数の伸長が鈍っており、前年同月比でもマイナスとなっている（東京都）。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最小限の意識が相変わらず強い。
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システム販売は、OSサポート終了によるパソコンの入替え需要があり、収入自体は好調であったものの、物販であるために利益率が悪く、収益面では特需といえるものではなかった。また、個人向けの携帯電話販売は、販売台数が伸びず苦戦している（東京都）。
観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は秋の走りで、客が多く来る。1月は、正月で、お寺がある関係で、10月とほとんど変わらない状況が続いている（東京都）。
その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・3か月前の販売量も、前年比の販売量もほぼ変わらない。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・例年この時期は前年に受注した官庁案件のまとめの時期となる。業務内容も変わらず、収支的にも変化はない。
設計事務所（所長）	お客様の様子	・1月ということもあるのか、ほとんど動きがない（東京都）。
設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界では、国の施策による発注、再開発整備の動きはあるが、一部あるいは限定的であり、景気を左右する状況にはない（東京都）。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量はここ数か月横ばいである。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べて大きな変化はない。販売量に関しても状況は変わらず、良くはないものの動いている。金融機関の対応も10月頃から厳しくなった気がするが、そこから変化はないように感じる。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・関連会社が開催したリフォームフェアを手伝ったが、来場者が引きも切らず、大変活況であった。
商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税率が2%上がり、想定していたほどの大きな落ち込みではないが、影響がないとはいえない。来客数が9月以降やや減っている。回復基調にあるかということ、今のところ横ばいである。
一般小売店 [家電] (経理担当)	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。暖冬のせいもあるが、東京オリンピックでテレビが売れると予想していたところ、4K放送が地上波では見られないなど、盛り上がり欠けており、売れない。
一般小売店 [傘] (店長)	来客数の動き	・来客が少なく、商店街全体が静かである。キャッシュレス決済の5%還元の効果もない。
一般小売店 [茶] (営業担当)	単価の動き	・売上は前年並みだが、ギフトの単価が下がる傾向にある。
百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・1月前半～中盤にかけては非常に好調で、前年を超え、来客数も多かったが、ここにきての長雨と中国の新型コロナウイルスの問題で、この5日間くらい非常に厳しい状況である（東京都）。
百貨店 (売場主任)	単価の動き	・クリアランスの来客数、客単価の低下が全体の売上を押し下げている（東京都）。
百貨店 (店長)	販売量の動き	・今月は雪や冷たい雨があたり、春のような気温となったり、天候の影響が大きいことに加えて、中国発の新型コロナウイルスによるインバウンドや株価への影響も著しく、特に医療、雑貨、化粧品などは不振を極めている。

百貨店（店長）	来客数の動き	・消費税増税や新型コロナウイルスの影響で、日本人、中国人を中心とする外国人客が来店しておらず、見込み値には到達しない。洋服や雑貨が売れない傾向が続いている（東京都）。
スーパー（店長）	来客数の動き	・当店は年配の客が多いのだが、年が明けてからの来客数が前年比95.8%、約1300人が減っている。月を追うごとに客が減っている。年配の客が離反というか、買物に来ていない状況がうかがえる。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、全体としては売上が8%ほど落ちている。特に悪いのが衣料品、寝具類などの季節商材で、10%以上前年を下回っている。暖冬による影響か、来客数が前年を4～5%下回っている上、単価は前年並みとなっており、売上が非常に厳しい。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数が伸びない。必要な物しか買わなくなっている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・暖冬の影響が非常に大きい。特に冬物商材の売行きが悪い。例えば、サラダ商材は売れているが、鍋物商材が全く止まっている。しかも、野菜の価格が安いので、単価が上がってこないことも売上が伸びない大きな要因になっている（東京都）。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商圈内に24時間営業の大型スーパーが開店したことにより、客の動向に変化があり、売上ダウンとアルバイトの大幅時給アップで厳しさが増している。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客が出勤を控えているようである。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・記録的な暖冬で、薄物で間に合わせているため、単価、売上共になかなか上がらない。
衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・暖冬のため、冬物衣料が売れない。セールをしても単価が低く、今月は前年比75%で終わり、ひどい状態である。前年10月に、当店の前、斜め前、左右の店が相次いで閉店し、仮囲いをされた状態で営業している。当店も営業しているのか、閉店しているのかが分からない状態になっている。新たに店が入らない状況が続いている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・既に決算商戦が始まっているが、例年より低迷している。
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数に加え、販売量、販売額も減少している。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	競争相手の様子	・競合他社が増えている上、各社が販促をたくさん仕掛けてくるので、自社で販促をしたとしても売上増加は厳しい。各社共に余り良くない。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・商品の動きが、前年と比べて余り良くない。
その他専門店 [雑貨]（営業担当）	来客数の動き	・仕事始めとなった2週目から非常に客足が鈍く、中～下旬以降も回復してこない。暖冬といわれているが、体感的には寒い日が続いており、外出を控えるなど購買意欲にも少し影響しているようである（東京都）。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・客の来館は増えているものの、買上率が向上しない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べてかなり売上が落ち込んでいる。毎年のことだが、寒さで客足が伸びず、来客数が2～3割落ちている。例年と比べても20%くらい減少している。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ランチタイムなどの一時の客足の流れは感じるが、長続きしない。全体的に、観光客も含めて人の回遊が少ない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客が来る日と来ない日の偏りがかなりある。来る日は普通にきて、いつもどおりお金を使うが、ちょい飲み客が減っているように感じる。新年会や職場の飲み会はそれなりに入っているが、余分な飲み会を控えている感じがする（東京都）。
その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・周辺店舗、自店共に客足が減っている。さらに、客の会話からも景気悪化の要素が増えていると感じる（東京都）。

都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、先々のインバウンド予約の動きが鈍い(東京都)。
旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・旅行計画を立てていた客が、中国での新型コロナウイルスまん延を受け、大勢の人が集まるところにはなるべく行きたくないということで、来店ではなく電話でキャンセルすることが多くなっている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・東京オリンピック関連以外の依頼が薄い(東京都)。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・オーストラリアの森林火災による旅行のキャンセルが目立つ。中国武漢の旅行自体は取扱がないので影響はないが、新型コロナウイルスが長引くと、上海や北京など他の都市への旅行を取りやめる客も出てくるのではないかと(東京都)。
旅行代理店(販売促進担当)	それ以外	・中国発の新型コロナウイルスがこの10日くらいで急速に感染拡大しているため、その影響で旅行が取りやめになったり、旅行マインドが少し落ちてきている。都会の客からもそういう声をよく聞く(東京都)。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・前年同月と比較して販売量が減少している。
タクシー(団体役員)	来客数の動き	・年末はタクシー業界が最も忙しい時期のため、前月に比べれば非常に悪いといえる。過去3か月前と比べても、景気の下向きが継続している。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・今まで順調に推移していた携帯電話の販売数が落ち込んできている。
通信会社(管理担当)	販売量の動き	・低迷トレンドが続いており、回復の兆しは見えてこない。
通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・現契約の予算縮小に伴う減少がみられる(東京都)。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の様子をみると、現状と変わらず今後の景気は悪くなるかと予測している方が多く、商品選び等が以前に比べてかなり慎重になっている。特に、毎月掛かる費用に関しては、かなりシビアになってきている(東京都)。
通信会社(経理担当)	販売量の動き	・1月の加入契約は、通常1200件に対して見込みが1100件に落ち込んでいる。より安価なプランを用意しているが、客の反応は鈍い。
通信会社(総務担当)	お客様の様子	・消費税増税を機に、大口契約者等の契約更新時の値下げ要望が続発している(東京都)。
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・前年の台風19号の影響による冠水被害で2か月余りクローズした。その影響を引きずるとともに、ここ最近の異常気象ともいえる天候不良が影響している。今後も地球温暖化による影響は続き、状況が更に悪化することが懸念される。
パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・正月を挟んだ年末年始の連休明けから客足が遠のいている。
競輪場(職員)	販売量の動き	・前年に比べて10%ほど売上が減少している。人件費及びランニングコスト削減のため、非開催日を増やしたこともあるが、想定よりも落ちている。
美容室(経営者)	来客数の動き	・街中の個人商店がなくなり、何だか街が寂れているような気がする。
設計事務所(経営者)	それ以外	・東京オリンピック、パラリンピックの影響がある。全ての準備が整い、いざこれから競技という段階だが、何か全て終わってしまったようで、これから設計等が増える見込みが見えない。全体の動きがここで頂点になってしまい、更に下降傾向に向かっているのではないかと(東京都)。
設計事務所(所長)	競争相手の様子	・東京オリンピック関連施設の建設が完了すると、大型物件がほぼなくなる。当然、大手の建設業者や設計事務所も小規模物件等に営業範囲を広げてくるので、全体的に仕事量が非常に少なく、景気は良くない。
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。ここ4～5年は住宅の売行きが非常に良くない。前年の消費税増税を機に、住宅取得のための生前贈与が最高3000万円に増え、住宅ローン減税も見直されたので、その効果を期待していたが、余り増えてこない。一方、建設業は、工事原価が高止まりをしているにもかかわらず、公共工事の発注額が低く、入札などで誰も参加せずに、不調になることが度々ある。

	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・例年この時期は客から4月以降の仕事の相談等があるが、今年は非常に少なく、今のところほとんどない。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	お客様の様子	・部分的な動きはあるとしても、全体的に建材の動きは鈍っている（東京都）。
×	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・街に人がおらず、活気がない。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	それ以外	・事情により2週間ほど店を閉めていたので、悪い（東京都）。
×	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの報道が出て以降、来客数の減少がみられる。人が集まる場所へ出かけたくないという用心から、特に国内の客が敏感に反応している。ただでさえ気温が高くコートなどが売れずにいるなかで、小売としてはダブルパンチである（東京都）。
×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・暖冬の影響もあると思うが、冬物衣料が売れ残っている。1月の売上はここ数年で一番悪い。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・市場なのに、品物の評価に関係なく生産者の言い値がまかり通っており、適正価格での取引はできていない（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・正月休みで使ったのか、1月はランチタイムの男性客が減っている。女性客も1人で来る客が圧倒的に増えている。やはり皆に気を遣うのでグループでは食事に出ないのだろうか。
×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・年始は元々動きが悪いが、想定を超えるほど稼働率が低い。近隣にできた競合ホテルの影響が大きい。
×	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は年末に向かう頃で、年末と比べるとどうしても客足が悪くなっている。特に、働き方改革で深夜、終電間際の時間から人の動きが全くなっている（東京都）。
企業動向関連 (南関東)	*	*	*
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末調整の駆け込みと思われる仕事がたくさん動いている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・客が経費削減を熟慮してか動きが鈍いが、新しい案件も出てきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックの影響か、このところ東京エリアでの設備関連機器の受注が好調である（東京都）。
	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前より受注量が増えている。
	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	・東京オリンピック準備等に起因する早急な案件や問合せが多く、若干ではあるが例年より取引量が増えている。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・東京オリンピック開催まで今の状況が続く見込みである。人材不足は相変わらずで、募集してもほとんど応募がない。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・年度末が近づいていることから、予算執行を進めるため、設備投資の話が聞こえてきている。
	食料品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客単価と買上点数が減っている。それに加え、ついで買いも少なくなっているようである。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑や軽印刷、名刺印刷をしている。法人客と個人客があるが、店頭に来客数が変わらない（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	・前年同時期に増産した化粧品容器の受注は低迷したままで推移しているが、医療品容器の受注は順調で、売上自体に大きな変化はない。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・仕事量はやや多くなったが、納期が短く、営業交渉で受けるようにしている。単価も安い、これも営業努力で頑張る。また、新得意先の取引も多くなってきている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望価格でなかなか売れない。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えない。燃料価格の高騰により、思った以上に収益が伸びない。

金融業（統括）	取引先の様子	・正月明けでそれほど大きな動きはないことと、マインド的には、前月とさほど変わらない。
金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、小売業では暖冬の影響で野菜類が高騰傾向にあり、売上が減少している。運送業は燃料価格の高止まりが収益を圧迫している。不動産業では駅近物件は動いているが、駅から遠い物件は動きが鈍くなってきている。各業種共に人手不足により人件費が上がって、影響が出ている。東京オリンピック効果は少しずつ出ており、関連業種では売上が増加している（東京都）。
不動産業（経営者）	競争相手の様子	・近隣駅周辺も一時よりは売買マンションの建設が減少したようである。完成しても即完売が少なくなっている。売買戸建ての数は余り変わらないが、建て売り用地の確保がだんだん難しくなっているようである。300～500万円大幅に下げた広告が目立つ。ローンの引締めはないようだが、賃貸より売買に移行する形がだんだんと減っている（東京都）。
不動産業（総務担当）	取引先の様子	・当社は都心で不動産賃貸業をメインに営んでいるが、変わらず入居率も高く、希望額には届かないもの、おおむね賃料アップに同意をもらっているので、足元の景況感は悪くない（東京都）。
広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前月から特に上向きのトピックスも懸念材料もない。会社の売上も余り変わらない（東京都）。
税理士	それ以外	・夜10～11時過ぎに近隣駅商店街の飲食店に客が入っていない。駅前のチェーン店はネームバリューもあり入っているが、他の店は窓越しに見ても入っていない。別の駅では、つぶれて店名や経営者が変わった店が多い（東京都）。
社会保険労務士	取引先の様子	・助成金の活用を求める会社や、資金繰りの厳しい会社がまだ見受けられる（東京都）。
税理士	取引先の様子	・中東の情勢次第で原油の値上がり懸念されているが、今のところ大きな影響は受けていない。暖冬で冬物衣料の売行きが不振である。冬物野菜の値崩れは心配だが、消費者にとっては有り難いことである。ウィンタースポーツ頼みの業種には痛手の冬となったが、反面、ゴルフ場には好材料である。
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	・受注量としては変わらないが、新規の注文がない（東京都）。
出版・印刷・関連産業（営業担当）	取引先の様子	・印刷資材を仕入れている営業より、前年は年末の需要が例年になく落ち込み、小さな印刷会社が数件廃業したとの話を聞いている（東京都）。
化学工業（総務担当）	取引先の様子	・東京オリンピック、パラリンピック開催期間中の物流混雑を予測して、例年より前倒しの受注があるが、年間需要は弱含みである。
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示が相当落ちてきており、余り良い状況ではない。
精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・年始から挨拶回りに行ったが、業績が良い会社はなく、皆先行きが見えず不安だと話している。
その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・このところずっとそうだが、やや悪い状況が続いている。注文数や内容的に厳しくなっており、材料屋が大分苦戦していることは明らかである。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春以降の案件が少なくなっている。公共工事も少なく予算がつかないようである。
輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品先の閉店が目立つようになってきている。取扱量の減少が大きく、厳しい年明けとなっている（東京都）。
輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料費が高騰するなか、物量が低迷を続けており、経営を圧迫している。
通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の動きが続いている（東京都）。
金融業（支店長）	取引先の様子	・小売業では、前年まで消費を支えた外国人観光客の購買意欲が弱くなり、年明けの売上は芳しくなかったようである。
金融業（役員）	取引先の様子	・観光関連業種は暖冬の影響もあり客足が一時伸びたが、新型コロナウイルスによるインバウンド客の落ち込みが大きく、売上の前年比減が顕在化してきている。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・10月の消費税増税以降、キャッシュレス対策などにかかわらず、前年比で来客数が減少している飲食店がある。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・米中の貿易摩擦問題が影響し、輸出が減少している。中小製造業の受注減に響いている（東京都）。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	それ以外	・最低賃金の上昇と人手不足により、人件費が大幅に上がっている（東京都）。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が低下してきている（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	・3～4月までは受注量が少なく、景気が悪い（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	競争相手の様子	・例年1月は年末の反動もあり仕事量が低調な時期ではあるが、それ以上に低調である。同業者からの営業活動も更に増えているので、他社も同じ傾向にあると思われる。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・じわじわと受注量が減ってきている。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込みや東京オリンピック景気もなくなり、消費マインドが低下している。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・同一労働同一賃金の動きを受けて、直接雇用への切替えが進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・派遣求人において、ここ最近新規で派遣利用をする企業が増えてきている。そのため、若干ではあるが派遣稼働者数、取引社数の増加がみられる。近隣企業においては、特に業界に偏りがあるというわけではなく、全体的に増加傾向にある（東京都）。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3か月前と比べると、新規求職者の申込件数は300人、月間有効求職者数は740人減少している。また、完全失業率も2.2%、完全失業者数も151万人と、雇用改善が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は増えていないが、各業種、特に中堅銀行や信金関係など金融業でリストラが大分多くなっており、求職者数が増えている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・退職者数、採用者数はほぼ同じである。採用が厳しいカテゴリーについては、相変わらず募集が厳しい状況が続いている。一方、企業受付、コールセンター、事務職員については、人の入れ替わりは多いものの、応募もそれなりにきている。販売系については、時給単価の要因もあり、求人数を集めるのに苦労している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の求人状況、業績等に変化はみられない。自身の消費動向にも変化はない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・同一労働同一賃金に伴う派遣料金交渉が比較的順調で、派遣社員の待遇アップにより、新たな依頼に対して人選する際の求人力が高まった企業も出ている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・やや好調な状態をキープしている。中途採用をしたいという企業は相変わらず多く、なかなか採用できないという話もよく耳にする（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新卒採用は3月から本格的にスタートするが、既に内々定を持つ学生が例年より多いように感じる。今後の展開に不安定要素を感じ、早期に決着し、次年度の準備を進めたい意向のようである（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・一般的な職種で求人があり、特に技術、営業、経理等の求人が比較的多い。海外での業務経験者にもコンスタントに求人がある（東京都）。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・製造業を中心に大手企業は採用に慎重になっているが、中小企業の採用意欲はまだ継続している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・4月から施行される同一労働同一賃金による人件費上昇を見据えてか、欠員があっても派遣依頼を控えている企業が見受けられる。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で、10%強の減少トレンドが続いている。前年割れも顕著になってきており、同一労働同一賃金の影響が出始めている(東京都)。
	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣事業では、製造業からのエンジニアの引き合いが減少傾向にあり、景気の悪化がうかがえる(東京都)。
	求人情報誌制作 会社(所長)	採用者数の動き	・募集頻度が減っている。
×	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・12月末～1月にかけて、求人者数の動きがびたりと止まっている(東京都)。
×	求人情報誌制作 会社(営業)	求人数の動き	・紙媒体での求人募集がかなり減ってきている。需要がなくなってきたことが影響していると思われるが、人手不足で採用活動がうまくいかないことも大きな要因である。