

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〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・同業店が高齢により閉店するなど、当地域では俗にいうはんこ屋が非常に少なくなっている。その影響で、当店の売上は多少良くなっている。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	それ以外	・今月は卒業、卒園、送別、お彼岸とあり、花屋としては大繁忙期で、3か月前とは雲泥の差である。ただし、これは例年どおりで、予想されていたことである（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日は歓送迎会で大人数の宴会予約が入り忙しい。週末は団体よりも家族連れや1人2人での席予約だけの電話がかなりあり、それほど大きな宴会は入らなかったが、来客数が多くなっている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・単価を上げてても来客数は減っていない。前年比でも、新型コロナウイルス感染症発生前との比較でも、来客数、客単価共に上がっているのので、ベースが上向いている（東京都）。
	◎	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	単価の動き	・社会全体の物価上昇、株価上昇、大手企業の賃上げにより、良くなっている。元々当店の販売価格は高めのラインだったが、周りが上がってきて販売しやすくなっている。インバウンドも増えてきているので、良くなっていく（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・暖冬が懸念されたが、3月に降雪があり、スキー場が好調になっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・当店は呉服屋であり、着物レンタルを行っている。今月は卒業式シーズンで、着物とはかまレンタルの客がかなり多く来場しており、今のところその影響で店には活気がある。数字も幾らか良くなっている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は、相変わらず堅調である。イベントでの客の動向は、新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないものの、それなりにレスポンスが良い（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・新学期が近づいたことでファミリーでの来店が目立つようになり、学童用品を中心にまとめ買いが多くなっている。客単価も前月と比較して15%程度向上し、売上も2割近く増加している。インバウンドの来街者数は増加傾向にあり、当店でもレジ客数の2～3割がインバウンドとなっている。文具メーカーも新商品の投入が多くなってきており、それらの商材が当店の売上につながっている（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの販売量の増加が順調に進んでいる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・企業パーティー、新卒入園など人の集まるイベントが活況で、それに伴う景品、菓子などの注文数が、数百点ずつの単位で入るなど、回復している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・店内の状況の変化から、施策が奏功し、来客数の回復がみられ、各部門で目標数値を達成することができている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・天候の影響で今月は来客数が伸び悩んでいる。売上はインバウンド需要と客単価の上昇により前年を超えている。食料品は値上げにより購買点数の減少が続いており、不安材料となっている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドの来客数、売上が大きく伸長している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・物価と賃金が上昇する好循環への転換が進みつつあるなか、特に、中間層を中心とした消費マインドの改善が販売量を一定程度押し上げている（東京都）。
○	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・来客数の伸びを販売点数が上回る状況が続いている。	

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・段々と暖かくなっているという季節要因もあり、夜の来客数も少しずつ増えている。物価の上昇により買上点数が減っており、前年比ではやや落ちているものの、2～3か月前と比べると良くなっている。
○	コンビニ（店長）	単価の動き	・買上点数は減っているものの、客単価は下がっていない（東京都）。
○	家電量販店（店長）	単価の動き	・新生活需要が想定より良い。買換え需要では台数が伸び悩むなか、単価が上がっているのが良い要因と考えられる。
○	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・3月に入り、日本銀行の金利政策の変更があり、販売単価も上昇するなか、前年を超える水準をキープできている。それにインバウンドのプラスが加わる状況で、好循環の構図がみえている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3月の決算セールでのテレビCMや折込チラシの効果が出て、前年よりも新車の販売量が増加している。
○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・円安、原油価格高騰のなか、先行きは決して良くはないが、各ディーラーでは今まで以上に高い賃上げが予定されている。また、新車についてもバックオーダーが伸びている。そうしたことから、今後については少しずつ景気が良くなるのではないかと（東京都）。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・最大需要月であり、新車、サービス、中古車、バリューと計画を上回ることができている。
○	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・今後は金利が上がる予想なので、今のうちに買っておくという需要がある（東京都）。
○	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・値上げの実施後、販売数量が減少すると想定していたが、販売量、販売単価共に僅かながら増加している（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	・賃上げのニュースが飛び交うなかで、物価上昇とのバランスが取れていないため、好景気の実感は味わえていない（東京都）。
○	高級レストラン（経理担当）	お客様の様子	・1件当たりの参加者数が増えており、業種も多様になっている。また、婚礼宴会の列席者も地域から多く参加するなど、首都圏のみならず地域経済の改善がみられる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・毎年、1～2月は閑散期だが、3月は人の移動が激しいため、一気に忙しくなり、売上が伸びる。新型コロナウイルス感染症が収束し、ケータリングも増えてきたので、景気は上向いている。ただし、人手が足りないため、その辺りが難しい。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・例年3月は動きが良く、今年も同様に動きが良くなっている（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・予約も多くなっており、夜9時以降の2軒目利用も増えていることから、景気は回復基調にある（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前年に引き続き委託手数料、食事単価等への価格転嫁交渉を行っている。収益力が向上していることが改善の主要因である（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・春休みに入り、近隣の大型コンベンション施設でのイベントが非常に増えている。さらに、人気テーマパークの客まで流れてきており、宿泊は回復している実感がある。宴会関係についても、小規模な送別会等が多く予算までは届かないが、大分にぎやかになっている。
○	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感染症やインフルエンザの影響は多少あったものの、婚礼や宴会などの大人数での会合でもふだんどおりに開催があり、キャンセルなどは皆無である。春休みに入り、宿泊の稼働も高水準で推移しており、完全ではないものの新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあり、販売量もやや下回る程度にまで回復している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・春休み需要により稼働及び単価が上がっている。

○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・北陸新幹線が開通したので、北陸方面に行きたいという客がたくさん来店しているが、北陸応援割のクーポンをなかなか取得できないため、近場で家族皆で有意義に過ごしたいという客も徐々に増えている。
○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・外国人観光客の購入金額は、国内客と比べて多い（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・前年まではコロナ禍で花見や歓送迎会を控えていたが、今年は期待できそうである。昼間の利用は以前同様に良いのだが、終電後はまだ利用が少ないことが気になる。
○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから交渉中の案件が増加傾向にある（東京都）。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・年度末のためか、受注の動きが止まっている（東京都）。
○	通信会社（社員）	それ以外	・引き続き業績が改善している。特別配当のほか、初めてベースアップとして社員に対する還元を発表となった（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期に入り、前年度を上回る契約数で推移している。
○	通信会社（局長）	販売量の動き	・前年同月比でサービス全体も解約数も良化している（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・新年度に向けて、案件の動きが出てきている（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・ソリューション販売が堅調であり、店舗販売も回復基調にある（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・株価の動き等からも、やや状況が変化しているとみている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売チャネルにより差はあるが、全体的に前年を上回る進捗となっている（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べ来場者数が10%ほど増えている。屋外型施設にとって冬の寒さは大きく影響するが、今年は暖冬だった影響もあり、ネガティブな要因を軽減できたのは大きい。
○	競輪場（職員）	来客数の動き	・集客イベントにおいて、予算を使用した分だけ集客できるようになってきて、新型コロナウイルス感染症発生前の感覚によく戻ったというイメージである。デジタル化やオンラインでのサービスも普及し、スマートフォン対応が当たり前になってきたのも良い傾向である。
○	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・ホテルや飲食等において、引き続き単価は上振れ傾向にあり、多少の値上げは許容される雰囲気がある（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内に販売するためのホテルを5棟保有しており、3年半くらい全く売れなかったが、前年に2棟を販売できた。インバウンドもかなり戻ってきており、今後に期待している。建設業は原価が高止まりしており、スムーズに受注につながらない。民間工事、公共工事共に同じ状況である。
○	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82%となり景気はやや悪いが、3か月前と比べると約126%と、やや良くなっている。社内の組織が変わり、新体制でのスタートで気持ち的に力が入った月となり、9か月ぶりに目標数字の8割をクリアできた。とはいえ、景気が回復したとはいえない。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・祭り関係の電気工事が立て込んでいる。年度末なのでそれに伴う注文もあり、一般ユーザーよりも企業関係の仕事が多くなっている。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	販売量の動き	・3月に入り、年度末ということもあって多少来客数が増え、成約にもつながっている。ただし、良くなっているというほどではない（東京都）。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・春になり行事が増えているが、売上、来店には結び付かない。中心市街地に人通りがない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・来客数がなかなか増えないため、売上も伸びない。大企業は軒並み賃上げをしているが、当社は売上が伸びず、社員の賃金を上げられる売上は確保できていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・小売部門の単価は余り変わっていないが、外商部の物件の単価、1案件の価格が大変下がっている。何百万円、1000万円以上の大型物件がほとんどなくなり、小さな案件が数多くある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・商店街内の同業者が廃業したため、当店としては来客数、売上共に伸びている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数は戻ってきてはいるが、売出しをしても財布のひもが固く、売上がなかなか伸びず、どちらかというと落ちている。ふだんの納品も、新規の受注がなかなか取れず、会社としても景気が良いとはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年3月は新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、売上が伸びた月である。それと比較すると若干伸びが鈍化しているものの、見直しに対しては、来街者数の増加もあり堅調に推移している。なお、物価高の影響がみられ、購買単価が上昇する一方、買上点数の減少傾向がみられるため、当面は注視が必要である。円安の影響で外国人旅行者の購買意欲が高まる一方、国内の消費意欲が下がるといった2極化の可能性も考えられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月も、訪日外国人による高級ブランド商材に対する購買意欲は非常に高く、売上の底上げに貢献している。リビング商材や食料品関連商材などの日用品の動きも良く、安定的に良い売上推移となっており、良い意味での横ばいである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値な消費へのニーズは底堅く、勢いは衰えていない。一方で、右肩上がりに景気が拡大している様子はなく、こだわり消費への堅調な支出が継続している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンドは活況を呈している。国内消費も堅調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は傾向として大きな変化はなく、前年比5%前後の増加で推移している。実績も同様で、インバウンドがけん引し、前年比2けたの増加が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・気温の上昇、春らしさの高まりに伴って、春物や新生活アイテムの需要が旺盛である。ハンドバッグや財布は新調や買換え需要で好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・客単価は上がっているが、その分、来客数が減っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・特に目立った要素はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は前年をやや上回るペースだが、買上点数は減少傾向であり、商材の単価上昇分で売上が伸びている。客は買う物を厳選している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	単価の動き	・やはり単価が上がっているのが大きな要因である。来客数はやや減少し、買上点数も少し減っているが、それ以上に客単価が上がっているため、何とか数字は良くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・売上は好調だが、来客数、買上点数共に減少しており、購買意欲はいまだに減退傾向である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・相変わらず来客数並びに販売量が伸びないため、現状維持である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・天候不順が続き、冬物商材の売行きが良い反面、春夏商材のロスが増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月から最寄り駅までのバスが減便されてしまい、地域にマイナスの空気が流れている。

□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・商材の単価はまだ上がり続けているが、来客数、販売数の減少により相殺され、プラスマイナスゼロとなっている（東京都）。
□	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・買物頻度が少なくなり、来客数が減少しているが、値上げによる1品単価の上昇により、売上はクリアしている。ひな祭りは日曜日であったため、関連商材を中心に好調であった。
□	スーパー（食品担当）	競争相手の様子	・販売額は伸びているが、単価上昇の効果が大きい。消費者はディスカウントストアに流れており、景況感は良くない（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・価格が上がっているため、客が商材を選ぶ基準が変わっており、同じ店内で全部選ぶのではなく、ある商材はこちらのコンビニ、また、別の商材はあちらのスーパーなどというように、購入する店を選んでいるとみられる。一見して売れているようでも、トータルでは前年を割っている商材の方が多いため、やはり景気は余り良くない。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今月は2月より寒く、天候が余り良くなかったため、客の気分が盛り上がらなかった。財布のひもが固い客と、多少気前よく購入する客とが半々である（東京都）。
□	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・販売金額は単価の上昇により伸びているが、販売数は前年を割る日も見受けられるようになっている（東京都）。
□	コンビニ（従業員）	単価の動き	・物価の上昇が少なからず影響している。1つ1つの上昇分は少しでも、日用品全体では数多く、毎日のこととなると節約という考えが頭をよぎるはずである。来客数が変わらなかったとしても、単価は少しずつ変化している。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・実用衣料品は前年並みの売上を確保できている。外出着は寒さのために春物衣料の出だしが悪い。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・マーケットは、卒業、入学需要が落ち着き、今後、着物事業は浴衣需要の取り込み、ドレス事業はパーティー需要の回復に伴うドレス訴求となるが、新たな客層である富裕層やインバウンド需要の取り込みが遅れている（東京都）。
□	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・3月中旬から気温の低い日が続き、春物衣料の動きが鈍っている。相変わらず客の購買意欲は低い。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・年明けから来客数に大きな変化がない。物価高が続いているため、しばらく変わらない。
□	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。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・天候不順で例年よりも花粉飛散量が少ないため、来客数が少なく、売上はかなり影響している。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きは前月と変わらないか、やや少なくなっている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・現時点では、燃料油価格激変緩和対策事業が4月末で終了する見込みであり、ゴールデンウィークには小売価格の大幅な上昇が見込まれるため、消費者動向が気になるところである（東京都）。
□	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・商材の単価は変わらず値上がり傾向にあり、客も無駄な仕入れ、購入を避ける傾向がある（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	・3月に入って売上は前年をやや超えているが、これは単価上昇によるところが大きい。

<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・3月単月では、来客数は2019年比84.7%、前年比115.3%である。売上は2019年比104.3%、前年比120.8%である。来客数の減少分を客単価で維持している状態である。ただし、その客単価も原材料の価格高騰などを受けた値上げによるもので、本質的な解決には至っていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	来客数の動き	・3か月前の11月は、秋のイベントシーズン、年末に向けて好調だったので、それと比較すると横ばいではあるが、季節要因もあるため、トレンドが悪いわけではない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・この数か月、法人利用が依然として好調で、経済の好循環の兆しがみえる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・閉店後に、外国人経営者が新規開店するケースが増えている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の様子は余り変わらないが、決して景気が良くなっているようには見受けられない。観光地でもあるため、多少の客はいるが、来客数や単価が上がり、景気が良くなっているという実感はない。それより物価高の影響の方が大きいような気がする。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・円安が続くと、結果として景気が悪くなる気がする(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・旅行代金の上昇により申込件数が減っている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・2月以降、3月のこの時期になって客がやや増えている。都心のサラリーマンや外国人、旅行者だとみているが、利用客が増えている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・数か月前から、低額プランへの加入が増えてきていたが、客の選ぶプランは変わっていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	単価の動き	・様々なオプションサービスの解約が客単価を下げる原因になっている。必要最小限の契約内容になる傾向が続いている。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	販売量の動き	・契約数が伸びても、同じように解約数もあり、なかなか右肩上がりにはならない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・今月は年度末の繁忙期のため上向いているが、総体的には、景気は変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・3月は数日の降雪のほかに降雨の日もあり、前月に続き季節要因による減収を余儀なくされている。物価上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きも散見され、プレー料金が割高となるビジターの来場が落ち込み、レストランも高額メニューの販売の伸び悩みが続いている。3月から料金体系が春料金になっており、天候の要因から費用対効果が低いと考えるとプレーを忌避する動きも見られる。水道光熱費、人件費を始めとする営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設「ボウリング場」(従業員)	お客様の様子	・大きな差はみられない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	美容室(経営者)	来客数の動き	・来店頻度がいまだ鈍いような気がする。
<input type="checkbox"/>	その他サービス「保険代理店」(経営者)	販売量の動き	・消費意欲がさほどなく、代わり映えない。売上が全く上がらない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・現在、営業は行政を70%、民間を30%にしている。主として行政に営業を掛けており、過去3か月間非常に好成績であったため、その連続で行政の売上、契約数がかなり伸びている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・契約を結んだプロジェクトはあるが、かなり前から相談を受けていたもので、完全な新規案件は入ってきていない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・3か月前と比較して、業務量、景況感共に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・3月で期末だが、受注が伸びていない。

□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要期が例年より前倒しで終了したとみている。年間を通した平準化とも捉えられるが、期待した荷動きには届かず、落ち着いた年度末となっている（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・客から、物価の上昇に所得が追い付いておらず厳しいという声を多く聞いている。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は降雨日数が多かったことから来客数が伸びず、また、平均気温が低く、春物衣料の動きが鈍い。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で3%程度減少しているものの、客単価の上昇により売上が前年をクリアしている。頻度品中心の動きで、特に平日の買物動向では、余計な物は買わずに、メモ等を見ながら必要な物だけを買っている様子が多く見受けられる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候不順の影響もあり、売上が少し落ち着いてきている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・またしても同業他社の店舗がオープンし、新規店に客が流れ、一時的だとは思いますが売上が20%ダウンしている。アルバイトの時給アップと重なり、厳しさが更に増している。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上4%、来客数5%ダウンの状況が続いている。安価な商材の方が売れる傾向にある。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が一巡して、前年比ベースでの伸び率が小さくなっている。3月後半は気温低下や天候不順もあり、以前ほど高い数字が出なくなっている（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・物価上昇の影響で洋服を見に来る客が少ない。また、天候不順も重なり、来客数が減少している。
▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・通常の3月と違い、商談件数が減少している。自動車の買取り相談も少ない。これは新車の供給不足により乗換えが少ないためだとみている（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算が終わり、先行きが不透明である。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数が大きく減っている。当然ながら、販売量、売上共に減っている。コロナ禍は明けたが、まだまだ影響は続いているようである。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・天候の影響が非常に大きい。また、助成金や行政発行の金券等がない分、前年と比べて伸びがない。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前の年末は例年以上に忙しかったので、それと比べると悪くなっている。これから春を迎え、暖かくなってくれば、良くなっていくのではないかと（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・前年同月比で来客数が99%となっている。思ったより寒い日や降雨日が多く、天候の要因が大きい。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・立地条件が良いことから、気軽に利用できるゴルフ場として若者から高齢者まで幅広く利用されている。しかし、特に高齢の客が多いなかで、物価の上昇等により節約志向が強いためか、以前と比べ利用が減少している。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・資材等の高騰で、計画を進めようという客の意向がなかなか伝わってこない。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・民間は、特定の案件以外は発注件数、発注規模共に勢いが少ない（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・来客数、売上共に前年より減少している。3月は年度末で仕入れが増える時期だが、値段を安くしても売れない。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・キーテナントの総合スーパーの業績が悪く、来客数が減少している。
×	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・全国総販売数と比べて、販売台数が少ない。

	×	タクシー（団体役員）	競争相手の様子	・4月から日本版ライドシェアが始まると、タクシーと自家用車での旅客運送が混在し、先が見えない状況になっていく。タクシー稼働台数不足という根拠がはっきりしていないが、不足している実感はない。
	×	その他サービス 〔立体駐車場〕 （経営者）	来客数の動き	・3～4月の異動時期に合わせて来客数の増減があるが、減少の方が上回っている。今になってコロナ禍の影響が出てきているような気がする。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響や当社の技術的な欠点が顕著に表れて、例年と比べ受注量が20%減少したが、今期は新型コロナウイルス感染症も落ち着き、技術的改善を行ったことから補うことができています（東京都）。
	◎	その他非製造業 〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・最近、受注量が増えている（東京都）。
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・インバウンドが増えてきている（東京都）。
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・ひな祭りに関連した街をあげてのイベントがあり、例年の1.5倍の人出があったため、売上も2倍近くに伸びている。
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で受注量が増えているものの、売上は余り伸びていない（東京都）。
	○	出版・印刷・同 関連産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などの仕事をしている。店頭受けと法人への納入の仕事がある。今月は個人の客単価が上がってきている。今までは1万円未満が多かったが、今月は1万円を超える本数がかなり出ている（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・電子部品の価格が下落することなく維持され、かつA I 関連等の新規事業が立ち上がりつつある。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、受注量は前月、今月共に同程度である。仕入価格も高止まりしていることから、3か月前が底だったようである。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは自然災害、不適切検査など様々な要因により若干の稼働停止はあるものの、依然として販売は高水準であり、好調を継続している。
	○	輸送業（経理担当）	それ以外	・広告を出して少しずつ人員を確保でき、人手不足が解消されつつある。
	○	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・価格、稼働率から宿泊需要は堅調である（東京都）。
	○	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	・新規取引先からの問合せが増えてきており、取引量も新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・4月以降の引き合いについては読めない（東京都）。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	それ以外	・メーカー側の価格高騰により、厳しさが増している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は少し下がったものの、持ち直してきている。しかし、強い動きではなく、一過性ともみられる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価がどんどん上がっている割に賃金が上がらないため、景気は停滞している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・株価は上がっているものの、物価上昇、人手不足、人件費高騰と良い話題がない。
	□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・受注量は順調に進んでいるが利益率が低迷している。同業他社も仕事量は一杯になってきている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費は今までと変わらずかなり高騰しており、厳しい状態が続いている。
	□	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・地区内で同業者の廃業が増加している。ドライバー不足、輸送量の減少が要因と聞いている。結果として、業界組織の弱体化が加速しており、輸送力不足が懸念される（東京都）。

<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期で物量は少し増えたが、燃料価格の高騰は続いており、想定以上に収益が伸びない。
<input type="checkbox"/>	通信業（従業員）	取引先の様子	・取引先の財務状況に悪化傾向がみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前年並みの水準で一進一退の状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	取引先の様子	・最近の株価上昇、賃上げ等は景気回復の要因にはなるが、信用金庫の取引先は中小企業が主であり、賃金を上げるまでは厳しい状況がほとんどで、食品等の値上がりが増えるなか、いまだ購入等を節約している。観光業など、インバウンドの恩恵を受けている一部の業種は好調である。不動産業は、土地の仕入価格が上がっており、厳しくなっている。運送業は相変わらず燃料の価格高騰により厳しい。建設業も原材料の価格高騰で利幅が取りにくい。総合的には景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期末の繁忙期を迎え、どの業界においても一定の業績を維持しているように見受けられる。しかし、景気の好転といったような勢いはみられず、足元の景況はいまだに弱い。特に、物価上昇による価格転嫁に出遅れた企業の業績悪化は顕著であり、ゼロゼロ融資の元金据置き終了に伴う負担増加が、体力の弱い企業の資金繰りをひっ迫させているケースがまみられるなど、予断を許さない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・敷金、礼金なしの新築物件で木造2階建て8室、駅から徒歩15分、設備充実、宅配ボックス、インターネット無料が広告料200%で出され、しかも貸主が不動産業者とは驚きである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	それ以外	・管理受託業務の年度末決算に当たり、特に共用部分の水道光熱費が想定していた金額を上回らなかったため、前年度と比較して管理費収支がかなり改善されている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・デザイン業で、取引先に飲食店が多いため、インバウンドの回復で売上が伸びる店もあれば、人手不足で売上が悪く未収金の回収が見込めない店もあり、プラスマイナスゼロである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・当社の大口取引先の自動車販売会社では納車が遅れているため、宣伝PR等を控え始めている。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	それ以外	・数字だけを見れば前月までと比べてやや良いが、3月は当社も取引先も年度末という事情もあり、以前ほどではないものの期末需要によるものが含まれている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	それ以外	・いつも夜に近隣駅まで歩いているが、途中の飲食店を窓からのぞくと、新型コロナウイルス感染症発生前にぎわいまで、まだ全く戻っていない。新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドも戻ってきているなかで、心配になる店も結構ある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金や補助金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・客の消費意欲は余り高まっていない様子がある。
<input type="checkbox"/>	税理士	取引先の様子	・日本銀行による金利引き上げの発表と、大手企業の賃上げの報告で景気の上向きが実証されているが、中小企業の業績はそれほど上向いているわけではない。住宅ローンの金利が上昇すれば打撃は大きい。マイナス金利が良いわけではないので、本来の姿に戻ったとみている。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に金属加工業では、売上は横ばいのまま、経費の上昇傾向が止まらず、引き続き厳しい経営環境に置かれている（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・次年度の予算が大幅に減少している案件が複数あり、実績を下回る話ばかり出ている。

	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	それ以外	・電機、弱電関係で半導体が少し動き出した結果、逆に今までたくさんあった受注残、注文がなくなって非常に動きが悪くなっているという話を聞いている。プラスチック関係の原油もじわじわと価格が上がっており、円安も絡んで、今後の見通しは余り良くない。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、医療品容器の特需が終了したこと、化粧品容器の受注に勢いがみられず、利益を生み出せない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度内の発注が落ち着いてきている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題の影響を時間差で受けている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・原材料の価格高騰がすさまじく、中小企業の収益が悪化している。
	▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・入札案件が思うように受注できていない。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・円安の影響で物価が上昇しているのに、賃金が付いてこない。インバウンド向けビジネスは良いようだが、それ以外はひどい状況である（東京都）。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・完全に不景気に陥っている。受注が弱い。客が値下げ交渉をしてくる。相見積りも増えている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣から直接雇用への転換件数が前年を超えている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・この数か月、派遣求人数は低迷が続いていたが、若干増加傾向になっている。ただし、求職者が少ないためにマッチングに苦労している。その影響もあり、求人数は若干増加傾向にはあるものの、成約数は同様の伸び率とまではなっていない（東京都）。
	○	求人情報製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・新規出店や新規事業の話をよく聞くようになっている（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年度末ということもあるのか、予想以上に注文が入り、かなりの件数になっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で7%ほど増加している。情報サービス業や旅客運送業などの人手不足分野からの募集が旺盛で、就職数も伸びている。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・サービス、小売、飲食業を中心に採用者数は増加傾向にある。新規求人数は前年比で増加しているものの、小幅の増加にとどまっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・例年であれば、年度末は求職者の応募が活発になる時期だが、大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気の良い業界、悪い業界があり、結果的に身の回りの景気は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・旅行業界への就業を希望する人材が継続的に不足している（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前比129%と回復傾向にあり、派遣契約の成約数も同113%と回復基調にある。長期稼働者数も3か月前比で100%、前年同月比103%となっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・有期雇用者の価格交渉が進まない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣受注は堅調だが、公的機関、学校、病院等から提示される料金は、高騰しつつある派遣時給相場とのかい離が大きく、依頼をもらっても、なかなか人材を紹介できなくなっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズは相変わらず高い状態にあり、景況の変化はみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数、求職者数は増加傾向にあるものの、採用数がなかなか増えない現状がある。どこの会社も、採用基準をある程度高く設定しているためとみられる。また、求職者側も売り市場の傾向にあるためえり好み傾向となり、採用数が増えていかない。

□	求人情報誌制作会社（営業）	採用者数の動き	・人材不足であり、採用しようとする企業が増えている。減るときはあつという間だが、採用するときには研修や指導に費やす労力が必要である。その採用したスタッフもいつ辞めるか分からない。採用といっても、増員なのか欠員補充なのかで意味合いは大きく変わる。景気が良くなるためには増員採用でなければならないのではないか。
□	求人情報誌制作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・年度末ということもあいまって、周辺企業での中途採用が多くなっており、転職者も増えている。より良い条件のところに転職していく人が多いのは、景気が良い証拠ではないか（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（所長）	周辺企業の様子	・エンドユーザーへの価格設定が上昇している。
□	職業安定所（職員）	それ以外	・好材料と不安材料がきつ抗している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・幅広い企業からかなりの求人があるが、なかなか求職者の条件が合わず、採用までたどり着かないのが現状である（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比較して、新規求人数がやや減少している。
×	—	—	—