

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)	◎	家電量販店（店長）	・2024年の訪日客数は増加傾向の予測であり、直近の販売量にも落ち込みがない（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンに入り、周辺でのイベントも活発になるため、稼働が上昇してくる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・インバウンドが好調に推移することが見込まれる（東京都）。
	◎	通信会社（営業担当）	・インバウンドがしばらくは安定しそうである（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・最近、来客数が増え、店にも大分活気が出てきたように感じている。そうした現状を少しでも継続して、今までのマイナス分をカバーし、プラスの状況に転じていけるように、しっかりと営業したい。
	○	商店街（代表者）	・急激な上昇はないものの、好調基調は続いていく。商業イベントを通じて、小売側にも消費者側にも、新型コロナウイルス感染症発生前にあったやる気が出ている（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・市内で純粋な印章業を営んでいる店舗が高齢のために閉店していき、中には困っている客もいるようで、当店を探して訪ねてくる客もぼつぼつ見受けられる。そうした状況もあり、これからは少しではあるが良い方向に向かうのではないかと。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・暖かくなり、春本番を迎えれば、もう少し人が出てくる。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・4月の新学期需要と、国内外の観光客のゴールデンウィークの来街者数増加が見込まれ、その結果、現在より景気は向上するとみている（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・梅雨や日ざしが強くなると、季節商材である晴雨兼用傘や日傘が動き始める。
	○	百貨店（売場主任）	・株価上昇により消費マインドが高まっており、ミドル、シニアの富裕層は引き続き好調に推移するとみている。また、若年の富裕層も最近増えている。春以降、新規ショップのオープンも続くので、期待している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・春闘で賃上げが進んでいる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・インバウンドの需要は継続して増加する。賃上げやインフレ手当支給などの情報もあるが、効果が上がるまでは時間が掛かる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・コロナ禍により確かにライフスタイルは変わったが、その変化に伴う必要品の需要が、物価高を乗り越え顕在化している。梅雨から夏に向けた準備品需要についても改善傾向は継続する（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の数字の傾向から、やや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・ベースアップなど賃金上昇の効果が消費全体を押し上げる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・各業界において賃上げの報道が多く、消費活動に若干反映される（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・減税や補助手当の給付で、一時的にも生活にゆとりを得ることで、長い節約生活からのリバウンドに期待する。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げの影響が更に拡大し、単価上昇による売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・前月、今月共に天候の悪化で来客数が減少している。3か月後は夏場に入るため、来客数と単価が上がる。
○	コンビニ（経営者）	・2～3か月後はゴールデンウィーク明け頃になるが、気温が上がり人も動くので、売上は今よりも良くなる。ただし、前年比では変わらないか、下回る可能性が高いのではないかと。物価の上昇により買上点数が減ることがかなり危惧される。	
○	コンビニ（経営者）	・賃金を上げる企業が増えてきている（東京都）。	
○	コンビニ（商品開発担当）	・ベースアップに期待したい（東京都）。	

○	衣料品専門店（店長）	・株価上昇に伴う富裕層の消費意欲の高まり、円安に伴うインバウンドを背景に、有名ブランドとタイアップした開発商品、特に浴衣関係が売上増加に寄与するものとみている（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・3か月先について、3月時点の好調をキープする可能性がある程度あり、悪循環の可能性は少ないとみている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車の受注件数が前年よりも増えてきており、納期も若干早まってきている。
○	乗用車販売店（販売担当）	・賃上げについても前年より相当良くなっており、車の需要も増えてきていることから、全体的に明るい兆しがみえてきている。戦争や円安など悪い影響もあるだろうが、少しずつ良くなるのではないかと期待している（東京都）。
○	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業における補助金効果が現れており、引き合いが増加している。補助金効果は夏頃まで続くとみており、売上も堅調に推移するものと期待している（東京都）。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・良い季節になるため、人の動きが出る。それに伴い購買量も増えていくのではないかと。
○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・円安の影響から外国人観光客の入店が多く、レジ客層比率を見ても依然として90%を超えている。外国人観光客は国内客と比べて客単価と購買点数が高いのが特徴的であり、今後もこの傾向は続いていくものとみている（東京都）。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・株価上昇を受け、経済的に良くなる方向にいく（東京都）。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・少なくとも大企業の賃上げは、それなりの上昇率になっている。中小企業がどこまで賃上げできるかによって高揚感が変わってくる。
○	高級レストラン（役員）	・3～4月と気候も良く、イベントオケージョン、外出機会が増加し、売上を期待できる（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・全体から見れば所得の増加はいまだ途上にあるが、大企業を軸に増加がみられるため、個人消費が増え、徐々に経済の好循環により活性化する（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・安定的に円安が続いているため、大企業、輸出企業の業績が良くなり、経済に良い影響を与える。
○	一般レストラン（経営者）	・値上げに追い付いていない客もいるかもしれないが、値上げとセールを繰り返し、どの企業も全体的に上がっていく。賃金ベースも上がっており、社会保険料や税金なども上がるため、可処分所得が増えるようにならないと、継続的な景気回復には時間が掛かる。金利も徐々に上がってきており、借入利息も高くなっている。設備投資の場合、その分、負担が増えることになる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・株価の動向や、他社、大手企業の動向を見ると、良くなる（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格転嫁交渉の成果が4月から表れるので、今月よりも改善する（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行から間もなく1年を迎える。株価の上昇など、雰囲気的には非常に明るい新年度を迎えられそうである。ただし、客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで100%戻ってくるかという点、まだそういう状況ではなく、8割5分から9割程度の回復で、あと一歩というところである。
○	旅行代理店（経営者）	・これから先のことを考えると、幼稚園や保育園、学校も始まるため、その前に休みが取れた日に家族皆で出掛けようという話が出ているため、徐々に良くなっていく。
○	旅行代理店（営業担当）	・寒さから解放されて良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・今年は今までとは少し違い、コロナ禍に関して報道が控えめで、人の動きがやや多くなっている。これから徐々ににぎわいも戻る。卒業、進学、入社と行事が続く、飲み会も増え、タクシーの利用者が増えることを期待している。
○	タクシー運転手	・新年度になり人の動きが多少出てくる。ただし、日本型ライドシェアのスタートによりどのような影響が出てくるのか、懸念材料にはなっている（東京都）。

<input type="radio"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れていき、これまでの反動が出る（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（経営者）	・機材及び工事代金等の値上げが浸透していけば、この先の景気は良くなっていく（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（社員）	・今年は打切りの契約もなく、継続のスポンサーも変更なく推移する見込みなので、見通しは明るい（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（社員）	・インバウンドの伸びが著しく、飲食や物販が好況であることが見て取れる。当業界に直接の恩恵はないものの、客の環境が改善していることが、解約や滞納の減少として表れている（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（経営企画担当）	・4月以降、新規案件が新年度予算で出てくる兆しがある（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（管理担当）	・電子帳簿保存法やインボイス制度などの導入が間接的に呼び水になっている。店舗についても、窓口業務等の活用の動きもあり、緩やかだが回復基調にある（東京都）。
<input type="radio"/>	パチンコ店（経営者）	・インバウンド効果や、それに誘発された人の動きが引き続き活発になることで、消費が拡大することが予想される。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・能登半島地震の影響がほぼなくなってきている（東京都）。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・大企業を中心に賃上げが積極的に行われていることや、円安傾向が続いており、引き続きインバウンドを中心に堅調に推移することが想定される（東京都）。
<input type="radio"/>	設計事務所（経営者）	・従前から話のあった契約済みの新規案件のほか、相談が継続している案件はあるが、今のところ契約できるかは分からない。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、観光用ホテル業界も良くなりつつあるが、中小企業はまだ厳しい環境にあり、賃金を上げることができない。政府には中小企業のための景気対策をお願いしたい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・4月から電気代やガス代、様々な商品の値上がりなどがあるので、客の購買に影響するのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・電気料金を始めとして、まだまだ値上げが続いているため、消費者感覚では必要な物以外は買物をしないのではないかと。賃金は上がっているようだが、生活全般にプラスになるまでには難しい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先も、現状のまま変わらない。いろいろな販売ツールがあるが、当店は専門店であり、地元で必要とされる店になることが生き残る術である。親切な専門店の良さを出してやっていくが、景気が良くなるということはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・食料品を扱う専門店だが、別段好材料もなく、財布のひももまだ緩んでいない。客の収入が増えて豊かになれば消費にも回ってくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・株価が上がっても、消費につながらなくては意味がない。期待してはいるが、2～3か月先も余り変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・商材の価格は確実に上がっているので、本来は売上也伸びなければならないが、大手企業や官公庁からの値下げ要求が激しく、特に、輸送費などは余り直視していない様子で、下請いじめを受けている。売上が増えたとしても、利益はさほど変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・これから新茶の時期になるため、売上増加を期待してはいるが、それほど伸びるとは考えられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けまでは新年度向けの販売増加が続くことが見込まれる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・大企業を始めとして、中小企業でも賃金上昇の報道が増える一方で、消費行動の活性化には少タイムラグがあるようである。5月以降、燃料油価格激変緩和対策事業が終了するため、一般消費者はまだ慎重な動きが続くのではないかと。また、賃上げについて繰り返す報道されることは、中小企業や個人事業者にとってはまだまだ収入が増えていないことの裏返しであるように見える（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・訪日外国人による売上の押上げ効果がいつまで続くのかは予測ができない。国内の経済情勢の先行きも不透明であり、一般的な売上の大きな伸びが見込めないなかでは、見通し判断は非常に難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・インバウンドの動向は伸びる要素があるが、先行きは不透明である。また、国内客の消費も社会全体の賃上げムードで堅調に推移するとみているが、大都市圏と地方との実感の格差はなお大きく、全体的に景気を劇的に押し上げる材料には乏しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・下期はこれまでの最高益、最大の来客数を達成した。突然そうなったわけではなく、徐々に数字を伸ばしていった感覚である。飲食店がけん引し、ファッションが弱いという構図は変わらないが、商材のバランスを変え、ファッションの代わりになるカテゴリーを成長させなければ、現在の好況を維持できなくなるため、やや危惧している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・現状が大きく変化する兆しは見当たらないが、円安株高がどこまで続くのかということと、金利政策変更の影響を注視する必要がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・日本銀行のマイナス金利政策解除が企業や家計にどのような影響を与えるか不明確な部分はあるものの、しばらくは現状のまま変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・春闘での賃上げが大企業から中小企業へと進み、消費への機運が更に高まることを期待したいが、4月以降、食品や生活必需品で多くの値上げも予定されていることから、そのせめぎ合いで景気はしばらくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・春闘の回答は期待以上であり、近隣のマンション販売も順調とのことだが、日常生活において目に見えて良くなる兆しは特にない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・このところ単価が高い反面、買上点数、来客数が伸び悩む状態が続いているが、最終的には少しずつ上がっているため、まだしばらくこの状態が続くのではないかと。2月後半から3月に入って降雨が多く、なかなか厳しい日もあったが、それ以外の日で何とかカバーして、良い状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・下げ止まってきてはいるが上昇しないという状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・前年から続いていた値上げが一段落し、デイリー商材を中心に徐々に販売価格の値下げが行われている。値上げ前の価格まで戻っているわけではないが、商材によっては意識的に値下げする物も出てくる。
<input type="checkbox"/>	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、値上げの影響で売上は良い状態が続いているが、景気が上向いている実感はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・地域のバスの減便により、マイナスの空気が流れている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の上昇、販売数及び来客数の減少という状況はしばらく変わらないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・為替が円安のままで、輸入品の価格が高止まりしているため、消費自体に変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・株価は上がっているが实体经济への波及にはまだ時間が掛かる。消費者まで回ってこないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・景気という観点では変わらないが、貯蓄に回す分を減らし、消費が活発化していく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・この先も来客数が増える要素が少なく、厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・就職などがかなり良くなっているとはいうが、それは一部であり、全体では余り良くないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・天候や気温が平年並みであれば、今までと同程度の売上、来客数の伸びが期待できそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・景気が良くなる材料がない。むしろ悪くなるおそれがある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・この先に物価高を支援するような大きな動きがないと変わらない。減税も数か月、1年近くを掛けて行うようでは大きな効果は得られず、それによりどんどんお金を使っていこうとはならない。日々の生活に余り余裕がなければなおさらである。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・来客数はあるので、外出需要があり、暖かい日が続くようになれば良くなる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・春になって景気が良くなると思うが、相変わらずの円安で輸入品が高くなり、諸物価も上がっているため、景気動向にどう影響するのはよく分からない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・4月以降も紙製品や食料品の値上げの話があり、景気の高揚感はない。衣料品関係は厳しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・実質賃金の改善により消費活動にプラスになることを期待しているが、すぐに良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・株価は上昇しているが、景気回復の実感がない。日用品の価格が下がらないと、まだまだこの状況は続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・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かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・フルモデルチェンジする車種もあるが、値上がりするため、けん制しているとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・大手自動車メーカーの不正問題による出荷停止が解消されてきた一方で、長納期化は解消しておらず、消費マインドが上がるか否かを慎重に見極める必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・販売単価、販売数量共にやや良い状態が続くと見込んでおり、現状から余り変化はないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価と賃金の上昇の勢いが勝った方が景気を左右する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今は欲しい物だけを無駄なくという方向に消費が動いている気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・宴会関連の予約状況は、前年のコロナ禍からの回復景気と比較すると低調な印象を受ける（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・路面店は余り変化は見受けられないが、路地裏、ビル上階などで新規出店が目立つ（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も決して景気が良くなるような期待はできない。株価が上がっているため、投資をしている人は裕福だとみているが、一般の労働者は決してそうではない。大手企業はベースアップが大きいですが、中小企業や現場作業員は全く賃金が上がらないため、貧富の差が広がっている気がする。物価も上がり過ぎているため、何とかしてもらいたい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約表をみる限り、来月は今月より予約数が少ないが、新入生、新入社員が入って落ち着いた月後半くらいに予約が入ってくるとみており、良い状態でいくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・景気自体は回復基調にあるとみられるが、年度末や新年度で出費が増え、飲食店等へのレジャー出費は減るものと予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・良くなっていく要因はあるものの、物流の2024年問題の影響は大きい。運賃が上がることで、原料や資材価格が更に高騰することが考えられるが、いまだ価格に転嫁できない状況もある。良い面と悪い面があるが、気持ち的には良くなってほしい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・国内及び海外情勢、戦争の行方によって、この先の景況は大きく変わる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・海外旅行が動いてきてほしいが、地上費の高騰により、以前と比べて旅費がかなり高くなってしまおう。加えて円安で消費者が買い控えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・物価の上昇で日々の生活にかなり負担が掛かっており、今後の生活が不安だという声が多い。この先これ以上の落ち込みがないことを願うばかりである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・コロナ禍の不況はなくなりつつある。この先はやや上向きになることを期待している。しかし、羽田空港、成田空港などのロングの客は全くなくなった。成田空港には今年になって1回も行っていない。近距離の客は依然として好調である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇は今後も継続していく見込みであり、より安価なサービスを選択する客が多いため、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・世の中には賃上げをする企業が増えているようだが、客と話す限り、余りそのような話は聞かないため、変わらない（東京都）。

□	通信会社（経理担当）	・一部の大手企業では賃上げが報道されているが、広く賃上げされないという声もある。数か月では全体的な変化は起きない。
□	通信会社（経営企画担当）	・一部では値上げの動きがあるが、通信業界は依然として値下げの方向にあり、利益確保が難しくなっている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・景気の変化は小さいが、当社自身は営業方針を変更するため、業績への効果を注視したい（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・おおよそ前年を超過する進捗が見込める（東京都）。
□	観光名所（職員）	・来客数の戻りがみられない（東京都）。
□	ゴルフ場（経営者）	・コロナ禍明けから減少していた売上も、前月頃から下げ止まってきている。コロナ禍明けで盛り上がった旅行ブームも落ち着いたようであり、しばらくは現状のトレンドが続くと予想している。
□	ゴルフ場（経営者）	・3か月先は、関東では梅雨なので、雨天の来場者数減少がどこまで影響するか不明であるが、ゴルフシーズンではあるため、現状とほぼ変わらない来場者数を期待できる。
□	競輪場（職員）	・公営競技という枠のなかで実施する上で、体制や決められたことに対して根本的な部分の改善ができないと、回復は厳しい。時間が必要である。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・大きな要因があるとは考えにくい（東京都）。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・このままで、変化は期待できない。
□	その他サービス [学習塾]（経営者）	・客の様子から、教育に回すお金の優先順位はいまだ低い状況がうかがえる。
□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・物価の上昇はしばらく続くことが予想されるが、個人消費は追い付いていない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・民間は厳しい状況が続くが、官庁案件は例年どおりの受注があるとみている。ただし、競争入札なので不確定要素が多く、楽観はできない。
□	設計事務所（職員）	・極端な傾向はみられないが、じわじわと下方傾向にある（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・今月は新体制ということもあり、大幅値引きで競合他社に勝てた契約もあった。今後は大幅値引きをやめる予定なので苦戦するとみているが、分譲住宅の在庫を価格改定して処分することで、販売量の現状維持ができるのではないかと。
□	住宅販売会社（従業員）	・情報数に変化がない。
□	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰を含めた価格上昇分を販売価格に転嫁できず、工夫にも限界がある。税制優遇等の拡大で、消費者への刺激も必要である。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・大手企業では賃上げを行うということだが、多くの消費者は実質賃金が下がっているため、今後も厳しい状況が続く。
▲	百貨店（総務担当）	・大幅改装に向け店内の状況が大きく変化することから、来客数の減少が見込まれ、苦戦が予想される。
▲	百貨店（営業担当）	・駅周辺再開発の影響か、3月に入ってから土日の来客数が前年を割っている。駅の人流は増加傾向にある（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・一般的に消費マインドは現状と変わらないと予測しているものの、当店固有の事情ながら、売場や取扱商材の範囲が大幅に縮小する予定があり、客離れを懸念している（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・競合店ができたこともあるが、来客数、販売額共に減少している。客単価は変わっていないものの、1品単価が上がった分だけ1人当たりの買上点数が減少している。可処分所得が増えないことには、この傾向は続く。
▲	コンビニ（経営者）	・天候不順が続くそうなので、やや悪くなる（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・値上げが続き、ディスカウント店への客の流れが加速する。売上以上に利益の大幅減少が続く見込みである。
▲	コンビニ（経営者）	・近隣では中小企業に勤めている客が多く、賃金上昇も見込めない。当店も我慢が続く見通しで、景気が良くなる兆しはみえない。

▲	衣料品専門店（従業員）	・まだまだ円安の影響があり、今後もいろいろな商材の値上がりが予想されていることから、支出を抑える意識が強くなる。
▲	衣料品専門店（販売促進担当）	・コストが高騰している（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇と、購入を検討する時間が長期化していることが影響している。
▲	乗用車販売店（経営者）	・国内自動車メーカーからの供給減少が考えられる。新車の納期に時間が掛かり過ぎ、乗換えの活性が悪い（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・ユーザーの景気次第ではあるが、売上、利益共に鈍化するものと予想している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・金利が高くなると、車をローンで購入する客の返済額も増えるので、買い控えが起きると予想している（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	・販売価格が高くなり、販売台数が減ってきている。
▲	住関連専門店（統括）	・まだしばらく景気は良くならない。コロナ禍は明けたとみているが、まだまだ元には戻っていない。早く戻ってくると助かる。
▲	高級レストラン（経理担当）	・金利上昇により、投資が控えられる懸念がある（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・3か月後の景気だが、今の時期が最も良いので、比べると売上は2割くらいは下がっていく。これは毎年のことなので仕方ないことだが、3月の方が忙しく2～3か月先の売上は今より下がっていく。人手が足りてケータリングも順調にこなしていけば売上は上がるとみられるが、人手が足りないのもそれなかなか難しい。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して以来、全体的に順調に販売量が回復してきているが、食材や人件費、水道光熱費など全てにおいて原材料費が高騰している。そのため、売上はあるものの、利幅が縮小しており、値上げせざるを得ない状況で、先々の予約にも影響が出始めている。
▲	旅行代理店（営業担当）	・バスの運行が以前より難しくなる（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・これ以上の円安は、当社にとって余り良いものではない（東京都）。
▲	通信会社（局長）	・繁忙期対策の結果で良くみえているが、実力値からすると長くは続かないとみられるため、今後の春商戦は厳しくなると予想している（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	・メディアを通じて、企業の大幅な賃上げが報道されている。中小企業や小規模な法人ではなかなか大幅な賃上げは難しく、更なる人手不足にもつながり、経営が困難となる。
▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・ここ半年で来客数が大幅に減少している。この状況はまだ続くともみている。
▲	設計事務所（経営者）	・社会の空気が非常に悪くなっている。真面目な者が損をするようでは、真に良い物をとということではなく、契約だけ取ればよいという考え方になってしまう。もっと真剣に社会を良くしようという意気込みを持つ行政を願いたい。
▲	設計事務所（所長）	・これから先、資材等の価格が下がる見通しが立たないため、なかなか計画が進まないというのが実情である。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新年度を迎え、建材に関する予算も増えてくるとみているが、まとまった量の案件は少なく、景気の浮揚はみられない（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・商材の仕入価格が上がっており、売価も当然上がっているため、客が買い控えをしている。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・諸経費の上昇分を価格に反映できていない。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	・花屋は売れる時期と売れない時期がある。3月はとても売れたが、前後2～3か月の1月や5月はそうでもない時期である。5月は母の日があるが、最近は余り売れないので、今月と比べると悪くなる（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・物流コストが今月より更に上昇することになったが、価格転嫁が順調に進まないため、利益を切り詰めざるを得ない。
×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年度の調剤報酬改定における減額が大きく、かなりの減収となる見込みである。

	×	タクシー（団体役員）	・自家用車を活用する日本版ライドシェアが始まれば、当然乗客はライドシェアを利用することになる。現状乗客がいないところ、客を取られてしまうことが予想される。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経営者）	・仕入単価、消費財購入価格、人件費が毎月増加している。販売価格を更に引き上げないと利益が減少する一方だが、値上げによる客離れも心配である。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。要員確保のため、春闘の結果を踏まえ、定期昇給とベースアップで約5%の賃上げを決定したが、こうした人件費負担も大きいなかで、価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向には終わりがみえず、今後も人件費の増加に加えて物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
	×	その他サービス [学習塾]（経営者）	・新年度だが、授業料の安い塾に生徒が流れる傾向があり、生徒数も単価の安い塾への移動があるため、景気は悪くなる。
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）	・紹介案件が増えてきている。昇給も前年より良くなる予定である。
	◎	その他非製造業 [商社]（従業員）	・受注実績より、良くなる（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・通常、会社設立は登記をしても1本の注文がほとんどだが、今月は1つの会社で3本の注文があり、客単価がかなり上がっている。正方形の角印はゴム製が多いが、木製の柘植でという指定であった。法人の印鑑受注に加え、本数は多くないが個人の実印や銀行印の受注も客単価が上がってきており、この先も同様の傾向が見込まれる（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・大企業の賃上げが好調に進んでいる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引が始まる予定である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・技術的改良とカタログの改定により訴求力が改善されている。工場の新設による作業環境の改善に期待している（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I等の新規事業の伸長が継続し、景気も良い方向に向かう。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは現在も高水準の生産を継続しており、今後も景気は良くなる。
	○	建設業（従業員）	・景気が良くなる方向に向かってもらいたいが、国民が真面目に働いていても、最近の政治情勢をみると、先行きが心配である。景気が良くなるのも悪くなるのも、やはり国の代表者の心意気である。
	○	金融業（従業員）	・原材料価格や人件費の高騰に加えて、業種によっては残業時間規制の影響を懸念する声も多い。地元の運送事業者からは、取引先が協力的で価格転嫁は順調だが、今後はそれだけではなく効率化などをより進めなければならない、と危機感を持つ声を聞いている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・物価は上昇しているものの、賃金増加の効果も見込まれる。
	○	不動産業（総務担当）	・管理業務では共益費が上げられないため、この先のエネルギー価格の安定を期待したい。テナント側も人件費高騰による清掃単価の若干のアップには理解を示してくれており、この先2～3か月は変わらず良い（東京都）。
	○	税理士	・大手企業の賃金が上がっている事実を受けて、公務員のベースアップも期待される。中小企業の景気の上昇にも期待したいが、物流の2024年問題が顕在化し、運賃その他の値上げやサービスの低下が懸念される。一方、株価は高値安定が続きそうで期待を持てる。インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前以上なので期待している。
○	その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・一部の得意先ではあるが、既存物件の契約金額の値上げが決まっている（東京都）。	
	□	食料品製造業（経営者）	・前年の秋に取れた原材料が不作で品不足になり、じわじわ価格が上昇してきているため、この先は少々心配である。

<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・輸出の受注量に増減はない。また、国内の受注動向も大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・どれも先の見通しは余り良くない。このまま円安が進み、原材料価格もまだまだ上がるとみられ、この先もしばらく余り良くならない。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・大きく変化する予測は出てきていない。受注量増大は希薄である。
<input type="checkbox"/>	その他製造業 [化粧品]（営業担当）	・物価高によりサロンへの客足が鈍くなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・大手企業はベースアップしているが、零細企業ではとても価格転嫁はできず、給料も上がらない。今のまま物価だけが上がって給料がなかなか上がらない状況が続けば、この先もしばらく景気は大して良くならない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・2024年問題で残業時間の規制や賃上げ等で経費が圧縮され、利益率が下がる。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・業界内から良くなっているという声は聞こえてこない。厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出は全くない。この状況が今後も続きそうである。
<input type="checkbox"/>	通信業（従業員）	・政府による具体的な対策がみえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・当面、状況は変わらない見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	・燃料や原材料の価格高騰、食品等の値上がりがいまだ続いているが、それに伴って賃金が上がってこないため、まだ景気は回復傾向とはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・前年まで特に好調を維持していた不動産業だが、ここきて郊外不動産の売行きが悪くなっているようである。現状では販売価格に大きな変動はみられないが、この状況が続くようであれば、価格下落に起因する不動産市況の急速な冷え込みが懸念される。他業界においても先を見通せる受注を確保している企業は僅かであり、先行きの不透明感は払拭できない。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・賃貸の動きは余り良くない。繁忙期も過ぎたので、古い物件は苦勞の種である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・不動産価格の高騰、金利の上昇により取引件数の減少が続く。
<input type="checkbox"/>	不動産業（従業員）	・工事費が高騰し続けているが、分譲マンションの価格、賃貸マンションの賃料は高値を維持したままであり、販売も順調である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・根本的な問題は解決していない。加えて、期初の4～6月は例年停滞する傾向があり、この間に改善の兆しがみえるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・前年が良かったので、今年は横ばいではないか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	・国内景気は米国、中国の景気に影響される。国内だけを見ると、周囲には中小企業が多いが、原材料高、人手不足の影響が大きい。大企業は円安による恩恵を受けて値上げなどでもできるだろうが、中小企業はなかなかできないため難しい。変わらないか、悪くなる可能性もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・賃金の上昇傾向もみられるが、物価上昇で相殺されることとなり、消費意欲が高まる方向にはいきにくい。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・大手企業では賃上げが大々的に実施されるようだが、中小企業はその体力のないところが大勢である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	・新規の間合せ等が増えてきている反面、既存取引先の廃業等の案内もあり、トータルとしては変わらない。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	・極限まで無駄を排除する傾向があり、余裕のない案件が増加する。
<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・新年度の新規案件が余りない。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・年度が替わり、多少は受注が増加してくるとみられるが、一時的な増加であって、金利上昇などの影響を受けてそれ以上に減少していくと予想している。

		金融業（従業員）	・原材料価格がすさまじい勢いで高騰している。価格転嫁ができる中小企業は当然行っているが、そうした企業ばかりではない。価格転嫁ができていない中小企業も多くあり、更なる資材、燃料の価格高騰により厳しくなり、倒産するところも増えるとみている。また、深刻な人材不足に対して、大企業では賃金を上げることで対応できているが、中小企業はそうはいかず、人材不足がますます深刻化し、業況が厳しくなることが予想される。
	▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・入札以外で受注をすべく営業をしているが、すぐに売上増加とまではいかない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・2～3か月先は例年受注量が減る時期となる（東京都）。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・アフターコロナの特需が一巡し、既存の受注には勢いが無い。新企画もあるが、具現化するまでには時間が掛かりそうなので、しばらく苦戦が続く。
	×	輸送業（経営者）	・良くなる要素がない。日経平均株価は実体経済に比例していない（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安が進み、物価がますます上がり、消費の冷え込みが一段と厳しくなる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・営業全体で、人事担当者からの増員計画の話が多い（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・増産見込みの製造業のクライアントや、新規の物流倉庫の立ち上げなどが控えているからである。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣登録者の確保で苦戦が続いているが、求人数は3か月連続で回復しており、併せて派遣契約の成約数も回復基調にある。また、再就職支援においては大型案件の受託により、今後大幅な増加が見込まれている（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・周辺企業で賃金が上がっているところもあり、それが全てに行き渡れば、景気が良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・インバウンドが復活し、自動車部品製造業の業績は安定しているものの、燃料費、原材料費高騰の影響は小さくない。
	□	人材派遣会社（経営者）	・春以降も様々な分野で値上げラッシュが予想されるため、歴史的な賃上げも物価の上昇に追い付かない。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気の良い業界、悪い業界とあるため、結果的に身の回りの景気も変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数が大きく変わる要因は想定できない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・需要と供給のバランスに変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・労働市場における賃金上昇に伴い、派遣単価の引上げを承諾してくれた企業が多かったが、求人数に影響してくるかは分からない。単価が上がる分、求人数を抑えられる恐れもある。景気回復基調と判断して拡大していくのかは、現時点では定まっていない。
	□	人材派遣会社（支店長）	・高騰しつつある時給に見合う請求料金で柔軟に対応してくれる企業がある一方、柔軟に対応したくてもできない企業も多い。派遣依頼数的には景気は悪くないが、良くなる予想もできない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・今後、製造業が低迷する要因もなく、今のエンジニア派遣ニーズの高い状態が続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・採用数の伸び悩み傾向から横ばいと予想している。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・日本銀行の金融政策などによる金利上昇などの景気動向の影響がどう出るか分からない。また、人手不足は中小企業にとってより深刻な状況であり、企業間格差が進行していく（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・景気が良くなるような要素は余り見当たらない。採用したい企業が増えたとしても、採用できるかどうかはまた別の話である。求職者はもちろん少しでも条件の良いところに就職したいはずで、そうなると、条件の良いところには人が来ない。条件に関しては、企業側の努力でどうにかなるものなのか、保育士や介護士のように国を挙げて給与を見直していかなければならないのかがとても重要な課題である。
□	求人情報誌製作会社（所長）	・エンドユーザーへの価格設定上昇が、原価のひっ迫からくる設定なのか、外国人観光客を見据えた動きなのか、まだみえない。	

□	職業安定所（職員）	・好材料としてはインバウンドの増加、日経平均株価の最高値更新があり、悪い材料としては賃金上昇が一部の大企業のみにとどまることがある。ほかにも、円安、燃料材料の価格高騰、半導体不足、物価上昇、電気代高騰等、相反する要素があるため、先が見えてこない。
□	職業安定所（職員）	・旅客運送業などは人手不足から採用に意欲的だが、製造業は円安による原材料費高騰で人手不足を補う余裕のない企業もあり、雇用情勢の先行きは不透明である。
□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少に転じている。新規求人の伸びも鈍化していることから、今後の採用者数は横ばいになるとみている（東京都）。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数が低調であり、先行きも不透明である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・現在、企業からの求人数は安定して高いレベルにある。なかなか求職者との条件が合わないケースが多いが、ほぼ確定している。しばらく現状が続く（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・各社のベースアップが今後の新卒採用にどう影響するのか注視する必要がある（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・派遣市場においては、年度末に向けて景気は上昇していくが、新年度に入ると若干落ち込む傾向がある。年度末での期間更新の区切りが多く、契約終了数も増加するためである。例年同様、新年度を迎えるタイミングで総稼働者数は減少するとみている（東京都）。
×	—	—