

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	良く なっている やや良く なっている	○	○	○
		商店街（代表者）	販売量の動き	・下町の商店街では客足が依然少ないが、春になって暖かくなったため、やや良くなっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・売上と来客数から、若干だが良くなりつつある。ほぼ前年と同じくらいの売上が上がってくるようになったため、やや良くなっている。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・東京スカイツリー、東京ソラマチの開業が近づき、事前の販売促進活動もあって、小売業全体が活気付いている。また、株価も日経平均1万円越えて安定しつつあり、客の購買心理が上向いている。前年は東日本大震災があったため単純比較はできないが、現在は前年比130%以上で売上が推移している。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けた前年比では大きくプラスで推移し、目標に対してもプラスとなっている。紳士、婦人、食品と各部門とも好調で、特選品の売上前年比、目標達成率が高くなっている。
		百貨店（販売管理担当）	お客様の様子	・今まで放射能の影響等で苦戦していた食料品において、いまだ牛肉等は完全回復していないものの、ひな祭りやホワイトデーといった家族や友人との絆をキーワードとしたモチベーション需要が回復基調にあり、客の買上動向や需要が堅調であるため、やや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・総菜を含め、食卓を豊かにするという思いが感じられる商材の売上が伸び、客単価、買上点数共に上昇してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節的な要因もあると思うが、客数が若干増えている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・一般ビジネスマンの動きが例年になく活発化している。
		家電量販店（営業統括）	販売量の動き	・単価の下落が販売数量の伸びを打ち消している状況が続いているものの、3月末に東北地域でアナログ放送が終了するのを受けて、東北エリアでのテレビ販売が好調に販売数量を伸ばしている。単価が低く、全体の業績を上げるまでに至っていないが、スマートフォン本体と付随するアクセサリの販売数は引き続き増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響で激しい落ち込みだったが、今年は景気が回復して前々年以上の販売量である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は3月が一番忙しい月であり、順調に来ている。また、販売もエコカー減税の影響で前年比2割増となり、順調である。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・前々年比からは若干ショートしているものの、3月需要期とあって登録は順調で、前年の東日本大震災時と比べて150%の勢いで推移し、景気回復の兆しが見られる。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・車両については低公害車ということでのエコカー補助金が決定し、その影響でトラックは前年同月比2、3割増と大きく増えているが、外部的な要因で動いているということであり、本当に景気が良くて販売量が増えていると言うにはまだ疑問の余地がある。ただし、修理については今まで設備投資、修理を抑えていたために一般修理の入庫台数が増えているため、景気はやや良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会の時期ということを除いても、昨年の東日本大震災の反動、盛り返しによって、客の動きや販売量の増大などが少し出てきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月は人の動きが激しくなるので、3か月前よりは景気が良く、3か月前比で2割くらいは良くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会部門は間際になって人数減少があって集客が増えず、法人の宴会は厳しい状況だが、レストランでは単価や商品内容の見直しで個人消費分がわずかに増え、全体では増加傾向にある。また、宿泊部門も近隣でイベントが多く開催された関係で、客数が増加している。

旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・国内団体旅行の問い合わせは多いとは言えないものの、ある一定の水準では推移している。東北方面への団体旅行の問い合わせが多く、問い合わせ電話の本数も増えてきている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・3月に入り、特に会社からの無線オーダーが前月より多く感じられる。会社への訪問客、機械のメンテナンス業者などの利用もあり、終電後はかなり悪いものの、1日を通して平均して客の動きが良くなっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災から1年がたち、ようやく今月は若干明るさが見えている。法人の乗務員が足りないこともあるかもしれないが、景気が上向いているような実感がある。	
タクシー運転手	来客数の動き	・都心の夜間の空車待機列は相変わらず数百メートル続いているが、早く前進する動きを感じる。春めいて来たせいか、多少利用客が多くなったようである。今月は少々落ち着いている円安と株価の影響もあるようで、遠距離チケット客もちらほら混じっている。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・低迷していた多チャンネルサービスの契約数に持ち直しの兆しが見える。	
通信会社（局長）	販売量の動き	・当社が関係する携帯と固定通信の融合による割引サービスが好調である。家電製品が不調のなか、スマートフォン関連の携帯電話だけが脚光を浴びて元気が良い。金額の大きいキャッシュバックも、該当商品、サービスへの期待感から企業が投資している様子が感じられる。	
通信会社（支店長）	販売量の動き	・高額なキャッシュバックで各社の競争は激化しているが、卒業、入学シーズンを迎えて学割の需要とその家族の巻き取りで大きく実績を伸ばしている。	
ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・まだ寒い日が続いていたが、今月半ばから会員、ゲスト共に来場数及び収益が急に増えてきている。	
その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	来客数の動き	・母体のリニューアルに伴う客数増もあるが、1月ごろと比較して無目的の立ち寄り客が多く来店しており、目的外での消費をしている客を見かけることが増えてきている。	
その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で遅れていた受注済み車の納入が現在進んでおり、前年を大きく上回る登録台数を3月は記録している。そういった意味では、3か月前に比べて受注量は売上高の面で非常に大きくなっている。また、年末に発表されたエコカーが非常に人気で、当面の間はこのエコカーを中心とした受注で、大分受注量が上がると見られる。	
その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・年度末の雰囲気の中における一過性の購買意欲の上昇を感じるため、やや良くなっている。	
設計事務所（所長）	お客様の様子	・長い時間止まっていた案件がようやく動き出して契約に至ったため、契約金の収入がある。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・昨年を除く例年3月の契約数に比べると全く足りていないが、3か月前と比べれば良くなっている。他社の状況を聞くなかでは悪くないとの話が多いが、地区によってかなり状況が違うようである。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約内容及び契約数が少しずつ伸びている。	
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・多少は春めいてきたため衣料関係が多少良くなっている状況にはあるが、空き店舗がやはり埋まらない。3軒ほどあったうちの1軒に学習塾が入ってくるような状態である。商売をしている側としては集客性がないため、はなはだ困っている状況である。
商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の天候が良くないため、客の出足が非常に悪くなっている。少し暖かくなってこない今の状態が続くのではないかと心配している。	
商店街（代表者）	それ以外	・悪くなっているはいないが、少なくとも良くなっているはいない。寒過ぎた冬から少し抜け出しつつあることと、株価が若干良くなっているため、クレジットカード取扱の中心である近郊の富裕層は、少しずつ財布のひもを開き出しそうな気配はある。	
一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・3月になっても寒い日が続き、お彼岸も雨などが降って客足が鈍かったため、売上が良くない。	

一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・商品単価は下がっているが、新築などで一式まとめて買う客が多かったため、売上はあまり落ち込んでいない。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・前年は東日本大震災等の影響で大変良くなかったため、前年比では良いが、決して良いわけではなく、変わらない。
一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の議論、電気料金の値上げと、環境は決して良くない。本来しなくてはいけない復興事業もあり、政府は欲張りのような感じがする。もう少し1つに絞って、市民の、国民の賛同を得ながら進めるべきである。
一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・新しい商品を勧めてみても、ほとんどの客の反応は良くない。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・昨年と比べるとやむを得ないのだろうが、大幅減である。当店の取扱商材は必需品ばかりだけに、非常時は極端に動く。陽気が良くなって活動するようになり、お米が売れることを期待している。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・前年並みの来客数だが、自家需要が主でギフト需要は引き続き少なく、売上が12%落ちている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は東日本大震災の反動で前年比は参考にならないが、前々年比では若干のマイナスである。天候不順の影響と価格関心の定着により、客単価上昇につながっていない。
百貨店（総務担当）	それ以外	・高級雑貨商材に動きが見られたものの、気温を含めた天候に恵まれず、スプリングコート等の春物衣料の動きが鈍く、衣料品が苦戦している。
百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が芳しくない。それに伴って食料品の売上減が顕著になっている。特に夕方の来店が悪く、集客について策を講じる必要がある。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・3月になってもなかなか気温が上がらない状況で、春物衣料は不振であるため、来客の買上単価も低迷している。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年の東日本大震災の影響もあって前年比では3月に入ってから伸びているものの、前々年比やいわゆる10年比較では伸びている数字は出ていない。来客数は減っており、多少の単価増で維持している状況である。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・広告等の日替わりサービスは盛況だが、他の商品などは依然厳しい状況である。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年の東日本大震災の影響で実績上の前年比は25%増だが、前々年比ではここ2～3か月と同様に大きな変化は見られない。前年は食料品以外では大きく落ち込んだが、食料品は比較的影響が少なかった。今年はその反動を鑑み、衣料品の持ち直しを期待したが、動きは鈍い。一方で、食料品は前々年比4%増であり、堅調な動きを見せている。 카테고리ごとの好不調が見られる。
百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・昨年の東日本大震災の影響でプチギフト系のニーズはあるものの、ヤングキャラクターの婦人服領域で単価が低下し、セット購買に至っていない状況である。また、寒気の影響か、婦人雑貨領域の定価品の品ぞろえとニーズのギャップで冬の売れ残り品に偏重傾向があり、実績が伸びない結果となっている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・良い時もあるが雨など天気が悪い日が多いため、少し悪くなってきている状況である。前年比ではあまり良くないというより非常に悪いが、前月、前々月比では同じような状態である。
スーパー（店長）	単価の動き	・以前と比べて単価の下降傾向はかなり落ち着いてきたものの、前年割れは依然として続いている。少しでも安くといった状況は拭い切れていない様子で、通常時と特売時の売上の格差もかなり出てきている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・単価や販売量の動きもあるが、必要な物だけを必要な分だけ購入している。また、ここにきて産地のこだわりが非常に目立ってきている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・特に客の様子から、例えば茨城産のお米を特売に掛けて売った場合と、茨城産以外のいわゆる西方面、熊本など九州等のお米を販売した場合は、九州方面のお米のほうが売れる。放射能の問題など安心、安全の部分で、客は不安が多少なりともあるようである。

スーパー（営業担当）	単価の動き	・単価が相変わらず低迷を続けているが、販売量がやや持ち直してきており、その分ではほぼ同じ状況である。
スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・前年度は東日本大震災の発生した月で仕入が安定せず、非常食を中心に異常な販売が生じたり、計画停電によって店舗の営業もばらばらになり、異常値であった。今年は気温が非常に低く、消費自体が喚起されていない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は見た感じ前よりも多いかと思っただが、実際に確認するとあまり多くなく、変わらない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年3月には東日本大震災という大変不幸な出来事があったが、コンビニにとっては置いてある物が何でも売れてしまう、売り場から売物が無くなってしまいう、売る物がまた入荷しない、それほど売れてしまう大変な追い風だった。その数字の前年と比べると、今年はやはり平年に戻っている。
コンビニ（商品開発担当）	単価の動き	・目的買いのみで、衝動買いがあまり見られない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3か月前の12月と比べて景気が良い悪いの判断はできない。売上、客数、販売量、すべてにおいて年間を通じて一番の月と最下位の3月を比較できない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3月の気温は低めで春物の動きは少し遅れているように感じられるが、それでも前年比で見ると売上は結構良い。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の議論、年金問題、地震予測の報道、北朝鮮問題など、生活に安らぎと希望を与えるニュースが少なく、また、3月の異常気象で外出を控える様子が見られる。旅行などの話は聞くが暖かくなってからということで、なかなか春の洋服が動かない。3か月前と比較して、客数、売上とも多少下がっている。
家電量販店（店員）	単価の動き	・電化製品の単価下落、テレビの売行きなどから、明らかに各企業において厳しさが突き詰められている。
家電量販店（統括）	単価の動き	・単価は前年比80%前後が続くなか、客数で補うには125%の集客が必要であるが、現実問題として非常に厳しい。
乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・相変わらず軽自動車、スモールカー中心の販売となり、高額な単価が見込めない。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・新生活を始める時期で家具が売れるはずだが、来客数があまり伸びず、なかなか売上が思うように伸びない。
その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	販売量の動き	・低温傾向が継続して冬物重衣料の動きが良く、在庫も確保されていたため、売上が確保できている。
高級レストラン（店長）	来客数の動き	・昨年の東日本大震災直後を除き、ここ数年と予約状況は変わらない。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・3月11日を過ぎて、急激ではないが企業の会合受注もやや戻りつつある。個人的利用の同窓会や県人会などは、少し前に比べると活発になってきている。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の12月の前年比は売上97.37%、客数98.2%であり、今月は売上119.9%、客数117.8%である。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2、3か月前と比べて伸びている部分もあるが、変わらない状況である。東日本大震災から1年が過ぎたこともあって客の気持ちの晴れ具合を多少感じている。客数は、多少は増えているというより横ばいの状態である。
一般レストラン（店長）	来客数の動き	・1週間のうち良い日と悪い日をはっきりしており、良い日は満席になるが、悪い日は全く来ない。この繰り返しであり、5日あれば2日は良くて3日は駄目という感じで推移している。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・売上は落ちているが、それほど落ちていない。前年は東日本大震災があり電車が止まったりなどして悪かったため、それと比べると良くなっているが、普通この時期にある送迎会や歓迎会等が少ししかなく、さほど景気が上がっているとは思えない。当店は50年と長くやっていて常連客がいるため他店よりは悪くないが、結局、悪い状況でそれほど変わっていない。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災もあった前年はデータとして不十分なため、前々年比では婚礼の受注が5%遅れている。
都市型ホテル（統括）	競争相手の様子	・当社の動向では上向いているように思うが、周りを見ると回復基調にはまだ遠い状況である。

旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・今年は天候も定まらず、豪雪もあって客の出足が悪く、なかなか難しい状況である。	
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・今月からスカイツリーの個人の販売も始まったため、その関係を含めてスカイツリー人気で団体及び個人は非常に伸びているが、各企業は年度末ということもあって動きが鈍く、その他の会や団体の動きも悪く、思っていたほどの売上が上がっていない。	
タクシー（団体役員）	お客様の様子	・今月は契約企業や一般利用客の送別会等により多少需要があったものの、1か月を通してみると3か月前と変わらない。	
通信会社（経営者）	販売量の動き	・インターネット、電話は堅調に推移しているが、テレビが再び計画割れで、なかなか復調してこない。	
通信会社（局長）	お客様の様子	・ケーブルテレビサービスの契約数は伸びているが、単価は下がる傾向となっているため、客が掛ける費用面は伸びているようには感じられない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客から契約内容の見直しや解約についての問い合わせが相変わらず多い。見直しの理由について、生活が苦しいためと具体的に言う客も結構いる。	
通信会社（管理担当）	競争相手の様子	・南関東を中心に競合の攻勢が激化してきている。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・マンションの売行きが悪く、顧客見込数が減少している。顧客のインターネット利用は低価格商品になっており、価格に対してシビアである。	
通信会社（管理担当）	販売量の動き	・2月の加入数を純増数で割った販売量は下降しているが、例年3～4月は増加に転じる時期なので、それを含めて微増にとどまっており、変わらない。	
観光名所（職員）	来客数の動き	・観光地のため、3月は一番少ない時期であり、3か月前、2か月前と比べてほとんど変わらない。	
パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・当店も競合店も客足が伸びない。昼もあまり良くないが、夕方のピーク時に来店するサラリーマン客が減っている。また、1週間に来る頻度も落ちているようである。	
設計事務所（所長）	競争相手の様子	・年度末のためか、一段落している状態である。	
設計事務所（職員）	それ以外	・いろいろな局面で特に変化は感じられない。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・年度末の3月とあって通常月より契約も売上も多くはなっているが、景気が回復しているというほどの伸びはない。前年は東日本大震災の関係があったため、比較にはならない。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2～3月は新年度を新居で迎えようということで分譲住宅の契約が増加する期間だが、放射線量が高いという報道の影響か、今年度はそのような顧客が例年に比べて少ない。	
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60%であり、例年と比べると年度末にしては販売量が上がらず、苦戦している。取引業者に聞いても状況は一緒で、例年より非常に厳しい販売量とのことである。景気はやや悪いものの、3か月前と比べると販売量はそれほど変わっていない。	
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・例年だと建材関係の動きが2、3月は大きいですが、今年は少し悪い。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街内の通行量はあるが、店の中に入って来る客数はかなり少なくなっている。また、買物をするというより、いろいろな分からないことを相談しに来る客が多いようで、売上は大分弱っている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・3月に入って物が非常に売れなくなっている。内装関係、工事関係は従来どおり需要があるようだが、景気そのものは悪い。
	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・3月に入っても春らしい動きが全く見られない。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	単価の動き	・単価の動きは3か月前よりやや悪くなっており、客はますます、非常に低価格志向になっている。特に靴などの場合、靴とも言えない千円くらいの本当に安い物を探している。以前は客が良ければ2、3千円くらいまでは買ったが、もう低価格に慣れているようで、探してなければ買わないといった傾向がますますひどくなっている。

一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・文具事務用品関係の当業界では年度末需要が結構ある。企業や役所などの残予算だが、こういった物の単価が極端に落ちている。物件数はそこそこあるが、単価が大変下がっており、1案件に対する金額が相当下がっている。また、店頭での販売単価も下がっている。	
一般小売店〔茶〕（営業担当）	競争相手の様子	・煎茶やコーヒーなどの1回当たりの注文個数がどんどん小さくなってきている。例年、寒い季節は売上が増えるのだが、今年は極めて注文数が減ってきている。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・今月は気温が低く、また週末の雨がずっと続いて春物衣料の動きが非常に悪かったため、悪くなっている。	
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今年は単純に前年の東日本大震災以降と比較できないが、前年に7割程度落ち込んだ衣料が1割くらいしか回復していない。また、食品などについては前年の9掛けぐらいの売上しかない。客数が伸びていないなかで単価が下がっているため、非常に厳しい状況になっている。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客数の減少傾向が見られるため、やや悪くなっている。	
コンビニ（店長）	競争相手の様子	・11月に1店、3月に2店と合計3店、近くに競合店が出店したため、やや悪くなっている。	
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・昨年より寒く、来客数が大きく減っている。商店街全体でも来街者が減り、全体的に苦戦している。顧客に関する訴求に対する来店比率が悪く、まだ春物は要らないようである。	
衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・通常は3月5日くらいからスプリングコートやボトム、インナーなどすべての単品が上がってくるが、今年は買い方が違う。東日本大震災のあった前年と比べても仕方がないが、前年比は155%、前々年比は70%と、出口のない不景気のトンネルを抜けている感じである。消費税が増税となれば、更に財布のひもを強く結ぶ客が増える。	
乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・前月同様、エコカー補助金による効果で受注の拡大やマッチ率の改善は3月の前半は進んでいる。しかし彼岸入り以降、客足も急に止まり、非常に厳しい状況である。	
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・土曜、日曜にかかわらず来客数は少なく、それに伴って販売量も大分減っている。	
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・前年同時期に東日本大震災によるバブル景気があったため、今月の売上は前年比90%がやっとである。ただし、前年売れた物は日用品や食品だったため、売上の前年に比べて利益はそこまで落ち込んでいない。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年は集中する歓送迎会の予約が極端に少ない。	
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・この時期は歓送迎会などの実施が多くなるが、例年と比べて動きが鈍く、件数確保が難しい状況である。景気の影響で、小規模案件についてはレストランや居酒屋に流れているようである。	
通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注率が低い。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・経済的事情による、主力商材であるデジタル多チャンネルサービスの解約が増加している。	
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前はこれ以上悪くなりようがないと思ったが、微妙に客数が減っている。	
設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量の減少とは逆に、業者数は毎年のように非常に多くなっているのが現状である。不況による倒産等でその会社にいた人が独立をし、どんどん会社数が増えている。特に規制緩和から簡単に法人等が立ち上がるため、ますます会社が簡単にでき、非常に悪循環である。	
悪くなっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・3か月前は暮れなので、そこと比べれば仕方がないとは思いますが、例年と比べても商品の動きは少ないようである。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・近くに大きな競合店がオープンし、土日の集客が悪くなっている。

	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・当社のような末端からすると、デフレスパイラルの状態にもかかわらず消費税増税まっしぐらという状況は、到底考えられない。大手マスメディア、テレビ、新聞等のマイナスのアナウンス効果や少子高齢化等を上げれば、先はあまり良くなり、これで消費税が上がったら、ますます消費の低迷が起こる。
	衣料品専門店（営業担当）	単価の動き	・3月に入っても寒いので、春物が全然売れていない。
	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・取引先で事業の縮小、撤退が増えてきており、非常に困っている。
	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・新卒でも就職難、さらに若い世代、働き盛りといわれる中年、あらゆる層の失業者がかなりいることを実感しているため、悪くなっている。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・政府は景気回復について何の手も打たずに、消費税を上げることばかり考えているようである。このような状況では当分日本経済は立ち直らずに、将来についての不安が募るばかりである。そのため、不動産売買も建設工事も低迷状態が続き、すべての価格が下がっており、デフレ経済から脱却できないでいる。
企業動向関連	良くなっている	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き ・新しい施設警備の仕事が4月より受注できたため、良くなっている。
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・客単価は低いままだが、客数が増えてきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き ・今月は年度末関連の受注が多く、例年に近い業績になっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き ・昨年は東日本大震災の影響で年度末の様相が一変したが、今年は景気そのものが目に見えて好転しているようには思えないものの、いつにも増して繁忙感が強く感じられる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き ・今月は1つの得意先から大きいゴム印の注文が30個あった。これだけで10万円ほどと、非常な特需である。通常1か月で10万円あれば多いほうなのだが、1口でこれだけの注文が出ている。業関係のチェーン店からのイラストのゴム印等と、どうしても必要な物ではない注文が出たため、少し上向きの法人が他にもあるようだと言っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・前年の東日本大震災で凍り付いた受注が少しずつ溶けてきている。まだ本調子ではないが、今月の売上は前年比約20%増になりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・引き合いはやや多くなってきており、成約率も通常より上がってきているため、少し明るい状況が見え始めている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き ・数か月前より前年比が回復してきている。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き ・建設資材が上がり始めている。また、東日本大震災の復興のため職人が不足しており、人件費も上がり始めている。
		輸送業（経営者）	競争相手の様子 ・消費税増税の議論が出ているが、それを感じてか、建築確認の申請が非常に多くなっているとのことで、なかなかスムーズに許可が下りない。そういった関係から、少し明るくなってきている。
		金融業（支店長）	取引先の様子 ・欧州の信用不安が遠のき、円安が進行し、国内景気の回復期待から株価上昇もあり、投資家も資金運用に前向きになっている。
		金融業（役員）	取引先の様子 ・為替相場や株式市場の状況から、製造業を中心に受注状況が改善している。建設業も復興需要の本格化が見込まれ、先行きに明るさが出てきている。不動産は依然として海岸地区の動きが悪いが、駅近くの再開発マンション等による需要拡大が見込まれる。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き ・新年度を迎えることもあり、住宅用地の取得希望や賃貸住宅の物件も引き合いが割と強くなっている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子 ・受注案件が増えているようである。

変わらない

繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前より好転しているが、製品単価の値引きを要請されている所が多く、収益面から見ると、ニット業界としての景気は好転しているとはいえない状況にある。
プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年並みで、特に変わりはない。
金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・年度末での短納期のものが多い。忙しい思いはしているが価格が安く、定期受注にはつながらない。
精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この3か月間、上がり下がりが大変激しい。
輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社に入っている業者の油屋や工具屋は当社とは反対で、1、2月はまあまあで3月になったら一気に落ち、仕事量が少なくなったという話である。今は電気関係や車など業種によって、少しばらつきが出ているようであり、まだ良くはなっていない。
その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・ここ数か月ずっと同じような状態が続いている。確かに景気が悪いとか売行きが落ちたと得意先等も言っているが、ずっと同じくらいの仕事量を保っているため、相当な努力をしているようである。当社の得意先もベテランの経験者なので、その点も大きいかもしれない。
建設業（経営者）	それ以外	・基本的に先行き不安がある状況は変わらない。
建設業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・発注者の予算が厳しく、受注単価が同じなのに外注単価はじりじりと上がり気味で、思うような採算の取れる工事が無い。廃業してしまった会社も大分出てきているため、例年の年度末より人手不足感もあり、受注単価に反映できない原価上昇が出てきている。
輸送業（経営者）	取引先の様子	・今月は今までにないような仕事量があったが、取引先の話ではこの仕事は今月一杯で、4月からはまた元に戻って厳しい状況が続くとのことであり、変わらない。
輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新規業務の引き合いが増えてきているが、そのすべてが交渉にならないほど価格が大変安い。荷主側の物流費削減が厳しさを増している影響のようである。
通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月は伸び率が若干低下したが、それ以降は持ち直している。
金融業（統括）	取引先の様子	・取引先の資金ニーズが低調である。また、円高は一服して落ち着いているが、原油関係が上がっていることで不安材料があるため、変わらない。
金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・好転の希望的観測は増幅してきているが、実際に受注量等に大きな変化は生じていない。
金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の客の財務内容を見ると、やはり悪化傾向にある。受注も伸びておらず、円高の関係もあって製造業は仕事が海外に流れているということが如実に表れている。総合すると、2、3か月前と同じような形で悪い。
広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・クライアント各社の来年度の予算は変わっていない。むしろ更に広告宣伝費が減る所が多いが、新規クライアントとの取引も増えそうであるため、差し引きゼロで変わらない状況である。
経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食関係の機械に関する部品や、自動車、建設機械関係の部品の機械加工については、まずまずの売上を上げているが、東日本大震災後に止まった状況の取り直し景況とも言える。
経営コンサルタント	取引先の様子	・今月末で決算期を迎える企業が多いが、決算予測の発表内容が良くない。特に大企業の業績悪化の報道は、生活者の消費に大きく影響する。中小の小売業経営者たちの話は共通しており、先の不安感が消費を慎重にさせ、生活資金の多少よりもこうした心理的要素が大きいのが特徴ではないか、とのことである。
社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見られる。
経営コンサルタント	取引先の様子	・例年に増して寒かったことにより、外出の手控えなどで影響が出ている店舗がある。
税理士	取引先の様子	・ガソリン値上がりや電力の今後の供給状況が見えない。政府の動きも不透明である。これ以上の不況は避けたいが、良い材料が見当たらない。
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	・年度末にかけて駆け込みで問い合わせが何件かあったが受注には至らず、景気が上向きになっているとは思えない。

		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格競争が激しく、単価が安くなっている。仕事量が売上につながっていない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の受注量は少し増えたが、既存契約の減額があるため、最終的には変わらない。単価も安くなっているため、現状維持が精一杯である。
		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	・年度末であるにもかかわらず、マンションへのインターネット環境整備関連の受注件数が伸びない。
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	・昨年の東日本大震災後には特需的な案件が多数発生していたが、今年に限ってはその数字を穴埋めできるだけのものが動いておらず、かなり厳しい状況となっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の営業から、年度末(3月)以降納めの仕事量が昨年より減っていると聞いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療容器、住宅関連部品の受注は比較的順調だが、毎年3月になると入る夏場へ向けての網戸部品の受注は、まだ在庫がはけていないようで、今年は注文が来ていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高の関係で、月産4万個作っていた物が現地調達ということでアメリカへ行ってしまい、あまり良い状況ではない。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・新規物件の入札では、民間も含めて参加業者数が増えている。また、金額についても赤字覚悟の金額でないと落札できない。非常に危険な状況で、創業以来の仕事の無さとも聞く。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・繁忙期の3月でも、長引く景気低迷で空室が増加し、賃料の下落も続いている。礼金敷金も減少傾向で、学生の数も減っているようである。2時間ほどであれば自宅から通う学生も増えたようである。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新規テナントの入居もあるが、退去するテナントも後を絶たず、一進一退の状況が続いている。ただし、賃料水準はテナントの入れ替わりによって確実に低下するので、業績の悪化につながっている。
		税理士	取引先の様子	・取引先の中古書籍、CD、ゲーム等を売っている店は、2店舗のうち1店舗は早くに閉店し、残りの1店舗は大変な赤字になってきている。以前は中古の物を扱っている所は良かったのだが、こういった物まで売上が急落してきているということから、景気は悪くなっている。
悪くなっている		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各得意先の受注額は増えないと言うより減っている。ある得意先では定時割れの仕事量のため、当社のような協力企業へコストダウン要請をしてきている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主の出荷計画は、当初計画を大幅に下回り、修正計画をも下回っている。例年、年度末は繁忙を極め、年間出荷量の帳尻を合わせてきたが、今年は全く違っている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は売上が前年比で激減している。今年度は東日本大震災後という未経験の環境下で、クライアントはぎりぎりのなか、多方面の調整をしながら広告活動をしてきたが、それがこの年度末でガス欠したように感じる。また、その空気を察知した媒体社は期末需要を早々と諦め、縮小が大勢の来期予算の獲得に例年以上に注力し、当社もその渦と共に過ごし、あっという間の1か月間であった。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月退職者の補充や短期、単発の派遣依頼が増えている。また、近隣にオープンするアウトレットでの販売職の求人が増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新規の外注の引き合いが増えている。
		求人情報誌制作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・以前、利用してくれていた広告主が戻りつつある。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の2月の新規求人倍率、有効求人倍率は共に前月を上回り、引き続き右肩上がりの状態である。特に有効求人倍率は1倍を突破し、これは平成23年度では初であり、22年度を見ても1倍を突破した月はない。東日本大震災後を底として、着実に求人倍率は上昇を続けている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エコカー減税の延長もあって低燃費車、ハイブリッド車を中心に販売が好調なことから、自動車関連、製造業の受注が増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・フルタイム、パートタイム共に新規求人数が増加している。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・当社のクライアントは製造メーカーが多く、以前から海外進出の動きはあったが、最近では東南アジアを主としてその傾向が強くなっている。中途採用面では人事、経理、営業、技術などの領域で語学ができる海外経験者を望んでいるが、語学のできる適任者がなかなかおらず、苦勞している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・欠員補充などだけでなく、組織拡大などの攻めの求人も増えてきている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・例年3月は、4月からの新年度に備えて採用者数が多くなる傾向にあるが、欧米や東日本大震災の復興といった外的環境の改善を見越して、企業側の心理的な改善も見られ、求人、採用数共に増えてきている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・目立った求人の増加は、どの業種においても見られない。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は数か月前に比べて若干増加傾向にあるが、雇用景気が回復傾向にあるという程度である。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・今月は新年度に向けての引越し関連会社や新店舗オープンに伴う電話業務の求人数が多く、求人は順調ではあるが、既存契約の終了が開始を上回っている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・新卒採用は本番を迎えているが、刈り取り中で次への新たな動きは無い。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・今月は美容、理容関連のスタッフ募集が多く見られるが、春に向けて人の動きが出始めたのか、あるいは事業拡大のための増員なのかは定かではない。全体の求人数には大きな変化はない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・今月は3社倒産、2社廃業で、その中の1社がかなり大口の客だったために相当痛い打撃だったが、他にしている所から大口の1件が入ってきたため、差し引きゼロになっている。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人獲得数は前年同月比でほぼ横ばいである。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・社会福祉法人の幼稚園、保育園の求人は例年9、10月になってから届くが、2年ほど前から企業立の保育園からの求人票はこの時期、3月から届いており、年々早くなっている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・大型の派遣や委託の依頼が一部にはあるが、自由化業務抵触による取引終了数が多く、良くなっているはいない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・取引先等で、経費削減のため賃料の安いビルに引越したり、1人当たりの席の面積が半分以下になるという話もあり、やや悪くなっている。
悪くなっている	—	—	—