

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)		スーパー（経営者）	お客様の様子	・良い車、良い服で買物する客が増えている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	販売量の動き	・来客数と利益が良くなっている（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価、売上共に増加基調で、町全体を見ても、人通りが増え、景気が良くなっていると感じる（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は、まず個人はゴールデンウィークがあり、ゴールデンウィーク明けから修学旅行がシーズンを迎えている。特に、今年度は中学校からの受注が好調で、それがけん引し、良い数字になっている。また、法人関係も前年同時期と比べて数字が良く、販売量も良い（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・今年はゴールデンウィークが長く、天候にも恵まれたため、イベントの売上がかなり良く、今月の売上に繋がっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・新しい物を買うというより、壊れて買換える客が大半である。ただし、店舗などの業務用の仕事も徐々に増えてきて忙しくなっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・4～5月は来客数が今までより増加しており、それに伴い成約率も多少上がっている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・今月は天候も比較的安定しており、日傘、帽子等の夏物アイテムが好調である。ゴールデンウィークは企画が当たり来客数が増え、母の日も前年より展開期間が長かったため好調に推移した。しかしながら、久しぶりに前年を上回った前月と比べて、婦人雑貨、食品以外の伸びが鈍く、前年に届くか微妙な状況である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれ、ファミリー向けのイベントや物産展により、来客数は大幅に伸びた。また、今年は母の日が暦上で最も遅いため、ゴールデンウィークとは別の塊が作れた。インバウンドも継続して化粧品がけん引し、好調を維持している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年比でプラスになってきている。売上も、前年並みを確保できる雑貨類が増えてきている（東京都）。
		百貨店（計画管理担当）	お客様の様子	・宝飾催事や高額の時計などが好調である（東京都）。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・現在の経済環境は、数々の不安材料があるものの、株価も上昇しており、働き方改革も進んでいることなどに加えて、季節も良く、天候も安定しているということから、購買意欲が出てきたものととらえている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・5月は比較的天候の良い日が続き、衣料品の動きが良い。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・陽気が良くなり、来客数が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比106%で推移している。商品が新しくなる、あるいはリニューアルされるたびに価格が徐々に上がり、それに伴い客単価も上昇している。来客数の増加が売上全体を押し上げ、ここ2～3か月それが続いている。当店は見切り販売をしており、お得に商品を買ってもらうだけでなく、それプラス何かを購入してもらうことで、来客数が増え、商品の総売上も増加していると推測している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ最近天候も良く、暖かくなってきているので、来客数も非常に多くなっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今なお消費性向は弱いですが、季節とともに来客数は若干増えている。	
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気はよく分からないが、気温の変化により来客数が伸びている（東京都）。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの衣料品の売上は例年同様良くなかったが、その後の気温上昇により、春物衣料から夏物衣料が活発に動き、前年の売上に到達している。	
	家電量販店（店長）	単価の動き	・冷蔵庫、洗濯機、エアコンなどの耐久消費財は、省エネ性を重視した高単価商材の動きが良くなっている。	

家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・レジ通過客数が、前年、3か月前と比較して好調に推移しており、売上高も同じ傾向を示している。また、客単価をみても、節約志向に変化が出ていると感じている（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	・ショッピングセンター内にはいろいろな業種があるが、紳士服、呉服を除いて、ほとんどの業種で前年比微増となっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の2月は、客の出足も悪いし、ケータリングもなく、来客数もある程度限られているので、年間を通して一番売上が悪い。それに比べると5月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	・一般的に来客数が増えてきている。また、宴会予約等も増えてきており、前年の改装効果が徐々に現れてきている。ただし、景気に結び付くかは少々疑問である。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・例年ゴールデンウィーク明けは消費疲れで売上が減少するが、今年の5月は前年比で1～2%程度のマイナスで推移しており、ゴールデンウィーク明けも来客数が減少していない。単価も少し良くなっている（東京都）。
観光型旅館（スタッフ）	お客様の様子	・利用客に就職活動中の大学生が多くいるが、話を聞いていると、面接に交通費を出す企業が増え、以前より内定をもらいやすくなっているようである。採用企業の景気が良いのではないかと（東京都）。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの動きが良好であった。それ以降は若干弱いが、平均的に良い。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人、団体共に旅行需要が増加している。
タクシー運転手	お客様の様子	・連休明けにははまらずの利用があった。20日ごろから2～3日暑い日が続き、急にタクシーを使う人が増えている。夜から深夜にかけても中距離の客が増えている。長距離の客が欲しい。
タクシー運転手	来客数の動き	・例年、ゴールデンウィーク後の売上は減少傾向になる。今年は第2週は売上が悪かったが、それ以降は持ち直している。今後も注意深く見ていきたい（東京都）。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・モバイルの契約が順調に推移している。低価格のインターネットサービスも前年に比べ増加している。
通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・競合他社の営業が3か月前に比べると活発である。大手キャリアに関しては、携帯電話だけでなく、固定電話、固定インターネット回線のトリプル加入を目指している動きがあり、囲い込みに動いているようである（東京都）。
観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は2月の閑散時期である。5月はゴールデンウィーク等が入るため繁忙期となる。前年実績と比べると、やや悪くなっている（東京都）。
ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・自営業の客の来場が減っている。電話してみると、最近忙しいとの声をよく聞く。
ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・この2か月ほどは、予約客も前年を若干上回る状態で推移している。
その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・人気のある車種のマイナーチェンジがあったが、しばらく経っているため、受注が上向きになっている（東京都）。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・戸建や共同住宅などの居住用も土地有効活用案件も、共に受注量が増加してきている。
商店街（代表者）	お客様の様子	・最近の客の様子は、非常に慎重になっている。また、できれば節約をしたいという気持ちが強く、価格の高いAと安いBがあった場合、納得できる範囲内であればBを選ぶという傾向がある。そのため、売上がなかなか思うように増えてこない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・今年に入り、来客数が徐々に減少しており、元に戻る事がなかなか難しい状態が続いているため、売上自体も減少していくという悪循環が続いている（東京都）。
商店街（代表者）	それ以外	・南関東の指標は少し回復しているようだが、この街も下げ止まった感じがある。長らくクレジットカードの取扱高が前年を大きく割っていたが、下げ幅が止まったようである。ただし、手堅いとはとてもいえない（東京都）。

商店街（代表者）	販売量の動き	・当商店街では依然として売上が低迷しているものの、最近パートやアルバイトなどの求人がより難しくなっており、世間はそんなに景気が良いのかといぶかしんでいる（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・キャンペーン商品などを勤めてもなかなか購入してもらえないが、工事や修理など身の回りの困りごとなどについての相談はよくあり、仕事になっている。
一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・現在、市内でプレミアム付商品券が発売されており、市場には約10億円分が出回っている。前年は30億円ほど発売されたが、今年は10億円分と3分の1である。2～3日前までで約6億円分が回収されたそうだが、今のところ当店における使用はゼロであり、非常に厳しい状況である。
一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・悪くはないが、伸びている感じがせず、停滞している。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・上旬のイベントは来客数、売上共に大きく伸びたが、下旬に入り、売上の減少傾向が続いている。最終的に前年並みに落ち着く見込みである。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新茶が出る時期となり、どんどん出荷していく見込みだが、例年と変わらない推移で、特にこれといった増加はない（東京都）。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は前年並みを維持しているが、1人当たりの買上金額が減少している。特に50代以下、買上金額が中間グループのカテゴリーが厳しい。これは、客が購入物により買物をする場を多様なチャネルから選別しており、インターネットやアウトレット、大型ショッピングセンターも含め、競合が多様化していることが一因と考えられる。逆に、シニア層は客単価が比較的安定している。また、4月後半からの母の日ギフトが前年よりも厳しく、モノではないコト、集い、イベントにシフトしていることも客単価下落の原因の一つである。特に、母の日ギフトで単価の高い婦人服が厳しく、単価の低い雑貨中心に動いている。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・婦人衣料はやや前年割れとなっているものの、これまでのような極端な落ち込みは見せていない。また、春先から回復してきた化粧雑貨を中心としたインバウンド需要の活況が下支えしていることもあり、店舗の全体的な売上は前年並みとなっている。購買の中身は相変わらずで、来客数は増えて客単価が低下するというこれまでの傾向が継続している。今後もこの状況が極端に変化することは考えにくい（東京都）。
百貨店（総務担当）	来客数の動き	・店内改装に伴い、来客数は増加しているものの、買い回りにつながらず、売上全体を押し上げるまでには至っていない。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・下振れ傾向は変わらない（東京都）。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・引き続き婦人アパレル関連の動きが厳しい。取引先もブランド廃止やショップ改廃等により前年をとらえることは難しく、回復の兆しも見えない。一方、服飾雑貨、子供洋品は前年推移にまで復調しており、回復の兆しが見える。食料品関連は横ばいである（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・地域によっては、新規開業により街としての動員が増加し、それに伴い店舗の来客数も増加傾向にあるが、全体としては大きな変動はない（東京都）。
百貨店（副店長）	お客様の様子	・営業施策による客の消費金額の増減は大きいですが、日常の景気は良くも悪くもない。よりお買い得な物、よりサービスの良い時など、客の消費に対する行動はシビアである。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・ここ数か月間は前年を上回っているものの、主に訪日外国人客の販売が押し上げている状況は変わらない。日本人、特に中間層の回復は力強さを感じない（東京都）。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・高単価商品が売れなくなっている（東京都）。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・近隣の競合との価格競争があり、主力分類の平均単価が低下傾向にある。客は前年並みの点数は購入するが、平均単価が低下している分、客1人当たりのトータルの買上金額が、なかなか前年を上回らない状況である（東京都）。

スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数及び買上点数は前年並みを維持しているものの、単価が下がった分、売上は微減の状態が続いている。価格最優先の志向が根付いている（東京都）。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・販売量は伸びつつあるが、その分買上単価が落ち込み始め、トータルするとほぼ同じという状況である（東京都）。
スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは後半の連休が長く好調であったが、ゴールデンウィーク後は買物を控える傾向にあり、来客数が1ポイント強割っている。
スーパー（仕入担当）	単価の動き	・競合店対策として上位品目を中心に値下げを実施しているため、買上点数は増えているが、売上の伸びが今一つである。客も余計な商品を買うということが少なくなっている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は大きく変わらないが、売上が減少している（東京都）。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売れ筋が大きく変化し、冷凍食品やプライベートブランドの高級ラインの総菜、フライヤーでの製造商品は売上が増加しているが、ドーナツの売上がほとんどゼロに近く、ナショナルブランド商品の売上も大幅ダウンである。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・暑くなってきたので、1人1品という感じで水だけ、アイスだけという客が増えている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ショッピングセンターの中に入っているコンビニだが、来客数は前月と変わっていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候による変動はあるものの、月間平均の来客数の動きはほぼ変わらず推移している（東京都）。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・値下げした春物を価格訴求コーナー、夏物を提案コーナーへそれぞれ展開した結果、反応は良かったものの来客数は伸びず、前年割れとなっている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・郊外店の来客数減少、都市型店舗への集中により、地方の既存店が苦戦しており、この状態は更に拡大するとみている。郊外既存店の対策が急務となる（東京都）。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・ここしばらくは市場が落ち着いており、大きな動きがない（東京都）。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備と販売をやっている。整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。新型車が出て、客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いていない。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は新車購入の客が少なかったが、連休後は通常どおりの来客数である。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客の話によると、景気動向は良いのか悪いのかよく分からない。建築、車関係は結構忙しいが、食品関係はあまり良くないようである。そのようなことから、現状としてはどちらとも言えないと判断している（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	・大きなサイズがあまり売れなくなっている。
その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・前月と同様の動きで変わらない。
その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・売上は前年比で順調に推移するも、天候が影響しているとみられる。もう少し、景気に左右される需要なのかを見極めたい（東京都）。
その他小売 [ゲーム]（開発戦略担当）	販売量の動き	・新型ゲーム機がけん引し、ゴールデンウィークはハード市場が活況だったが、ソフト市場は前年割れしている。ゴールデンウィーク後は大きく落ち込み、5月トータルでは前年を大幅に割り込む見通しである（東京都）。
高級レストラン（副支配人）	来客数の動き	・法人関連の予約状況からみて、あまり変わらない（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	単価の動き	・料飲単価、売上、来客数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）	それ以外	・イベント等の活性化事業も行っているが、収益につながるのは一時的である（東京都）。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月1日～24日までの前年比は、売上105.5%、来客数105.8%である。5月1日～26日までの前年比は、売上99.1%、来客数96.2%である（東京都）。

一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・県庁、支庁舎等がある地域だが、ここ数か月の間、飲食店等の閉店がかなり目立っている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は暑い日も、涼しい日もあり、客の動きが全く分からない。忙しい時は多くの来客があるが、人の流れが少ない時はほとんど来ないというような1か月である(東京都)。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・食材の仕入原価が上昇していることから、一部値上げた商品があるが、販売数は減らない。このような状況から、単価が上がっても購入動機は下がらないか検証中である(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、良くなっていてもそれだけ経費もかかるので、さほど大きく良くはならない。周りを見ても今一つである。東京オリンピックが開催されたら良くなるのだろうか。
その他飲食[給食・レストラン] (役員)	お客様の様子	・単価をやや高めに設定した特別メニュー等を投入した時の客の反応は、両端に分かれている。個人の景気も好悪相半ばしている(東京都)。
都市型ホテル (総務担当)	販売量の動き	・確実に良くなっていると思える材料は見当たらない。売上はそこそこ良いが、人件費等の経費が確実に増加しており、良くなっているとは判断できない。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・販売量の動きは、前月、2~3か月前とほとんど変わらず、今月は良いと思ったが、キャンセルが相次いだり、新規の予約がなかったりして、あまり芳しくない。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・年度が替わり、今年度の受注や見積の動きが活発ではあるが、例年に比べて大きな変化はない。
旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・旅客数の動向は、前年と比べて顕著な変化はみられない(東京都)。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・加入者特典のため、商店等加盟店の更新と新規獲得を実施中だが、更新はOKでも新規獲得が難しい状況である(東京都)。
通信会社(営業担当)	単価の動き	・ここ数か月はより安価なサービスが好まれる傾向が続いており、最近では格安携帯の販売比率も上がってきている。
通信会社(局長)	販売量の動き	・ケーブルテレビやインターネット契約数は横ばいである。逆に、他社切替えによる解約が大きく伸長しており、業界内での客の乗換えはあるものの、絶対数が伸びているわけではないので、景気が良いとはいえない(東京都)。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に下位コースの選択が多い。少しでも無駄を省こうという意識が感じられる。
通信会社(総務担当)	お客様の様子	・ガソリン価格がやや上昇しているが、日用品の購買状況を見てみると、消費に控えめな様子がみられるが、相対的には変わらない(東京都)。
通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・商談数、売上共に大きな変化はない(東京都)。
通信会社(管理担当)	販売量の動き	・ソリューション事業では年度末の駆け込み需要の反動も一服し、落ち込みはなくなったが、かといって上向いているわけでもなく、落ち着いている(東京都)。
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・新年度に入り順調に推移しており、前年度を上回っている。営業努力もしているが、天候に恵まれたことが一番の要因であり、景気が良くなっているとは言えない。
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は例年より客足が少なかったが、中旬以降持ち直している。
パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・来客数は、朝の開店時、夕方のピーク時共にさほど変化はない(東京都)。
競輪場(職員)	販売量の動き	・毎日の売上の平均値を出すと、前年度比で1~3%ほど伸びている。ゴールデンウィーク後の土日あたりから、上向いていた数字の動きが止まり、今は前年度とほぼ変わらない数値を保っている。
その他サービス[保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・半年ほど前から売上、客単価の増加がみられない。3か月前と比べてもあまり変わらない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新規の仕事の相談はなく、以前から受注している案件を仕上げている状態である。
設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・官庁案件の入札件数が増えてきているが、ダンピングまがいの低価格で応札する事務所がある。根拠のない価格競争に巻き込まれると、体力を消耗するばかりである。現状維持が精一杯である。

設計事務所（所長）	お客様の様子	・継続的な業務のため資金的には平行線であるが、新規物件へのつながりはほとんどない（東京都）。
設計事務所（職員）	それ以外	・どちらともいえない（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。消費税増税以降、住宅が全く売れない。45年住宅分譲をしているが、今ほど売れないことはない。その理由は、中小企業の給与がほとんど上がらないまま物価だけが上昇しており、将来に不安を持っているためである。また、国が住宅取得に関して積極的な政策を取っていないこともある。一方、総合建設業では工事原価が異常に上昇しているため、公共工事等は多くあるものの赤字になってしまい、不調が多く出ている。
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・情報量がずっと横ばいである。良くも悪くもない。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前に比べて、各月とも波はあるものの、平均すると変わらず良い状態で推移している。客の様子も、アパート購入意思は変わらずある様子だが、金融機関の融資が若干厳しくなったようである。
その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・相談件数も少なく、2月ごろに出した見積もいまだに決まらない状態である。同業者と話したが、同じようなことを言っている。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・一部において、資材の注文量に上昇傾向がみられるが、同時に落ち込むものもあるため、総量では大きな変動はみられない（東京都）。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・天候にも恵まれ、人出もそこそこあるが、売上、来客数共に落ちてきている（東京都）。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・店頭の個人客、B to Cの部分は、商品の売行き、販売量からみて徐々に減ってきている。B to Bの部分も、企業、役所共に大きな案件が徐々に減ってきている。
百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数以上に売上が前年より伸びている状況を2か月も継続できているが、直近傾向の強い当店では、暑さの厳しくなるであろう時期には、今のトレンドでは推移できないとみている（東京都）。
百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数が前年を上回る傾向は2月から続いているものの、購入単価、1品単価共に前年を下回っており、売上につながっていない。食料品、化粧品といった消耗品は好調に推移しているが、衣料品や宝飾品の動きが鈍い。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークが長く、例年に比べて不振である。天候も暑すぎたり、ピンポイントで雨が降ったりで影響している。当社の事情としては、1店舗改装でしばらく休んでいたため、そのあたりも影響し、全体にやや悪い状況である。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・5月は、前年に比べて1割ほど売上が落ちている。来客数も約1割減というなかで、今までにないくらい食料品の来客数が落ち込んでいる。売上も、母の日のフラワーギフトを除くほとんどの食料品、特に、生鮮関係、魚関係の落ち込みが大きくなっている。衣料品や住まいの品などは食料品に比べて落ち込みは少ない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4か月連続で前年比プラスになっており、来月もプラスで推移する見込みである。来客数は減っているものの、1万円もする加熱式たばこなどは、あればどんどん売れるので、そういったもので何とか売上が取れている（東京都）。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの後半から前年比95%で推移しており、その後も厳しい状況が続いている。
衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・売れるべき春物の需要が低く、前年に比べて販売量の動きに低下傾向が見受けられる。
衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・近隣の老舗デパートやファッションビルが閉店し、街に活気がなくなっている。前年を達成することが難しいなか、今月は前年比95%と、当ショッピングセンター内の衣料品部門ではまだ良いほうである。しかし、当ショッピングセンターも店の入替えが目立ち、客の、必要な物をいかに安く買うかという意識が見受けられる。

	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・販売状況も来客数も減少しており、収益も下がっている。
	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・新車、中古車、サービスとも需要の落ち込みが激しく、厳しい状態が続いている。
	住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・来客数がさほど伸びておらず、それに伴い、販売量、販売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)	競争相手の様子	・何かしらの手当てをしている会社は、全体的に順調に推移している。しかし、業界内、競合他社をみると、順調という声は少ない(東京都)。
	高級レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前との比較では売上は伸びている。2月は一番売上が落ち込む月であると同時に営業日数が少ない。売上の日平均で2月と5月を比較すると、5月が若干上回っているが、人件費等の原価も上がっているため、単純な売上比較ではなく、利益率という観点から、やや悪くなっていると回答している。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全体的にゴールデンウィークは前年並みに推移したが、連休明けからは、宿泊及び宴会の落ち込みが例年に比べ激しい。レストランは、天候が良かったこともあり、週末を中心に順調に売上を伸ばしているが、法人利用の減少から平日は厳しい状況となっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・前半はゴールデンウィークで外に出る人が多かったので、タクシー利用客が少なかった。後半は好天にも恵まれ暑い日が続いたので、いつもの深夜族が増え、前半の悪さを多少カバーできている(東京都)。
	タクシー運転手	来客数の動き	・終電が終わってしばらくすると、利用客が全くいなくなる。人通りもなくなっている(東京都)。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客の残業が非常に減っている。大手企業も電車のある時間帯には電気が付いているのだが、11時くらいになると電気が消えて、皆電車で帰ってしまう(東京都)。
	その他サービス [電力](経営 者)	お客様の様子	・マンション建設が控えられ、その結果一括受電の件数も減っている(東京都)。
	その他サービス [学習塾](経営 者)	お客様の様子	・客単価などが下落している。
	設計事務所(経営 者)	それ以外	・最近、建築に対する設計注文が少なくなっているように見受けられる。行政では4月から新しく仕事が指名されるが、当初の指名というものが非常に少なくなっている。民間もまだ先が見えない状況で、方向性が定まらない。
	設計事務所(所 長)	競争相手の様子	・ここ数か月、仕事量が非常に減っている。競争の結果、やはり仕事の絶対量が足りないということであり、景気は決して良くない。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標の約63%と悪く、3か月前と比べると、やや悪くなっている。ゴールデンウィークのキャンペーン展開やイベントなどで集客に力を入れたのだが、社内の設計や見積担当の連休も重なり、販売量が落ち込んでいる。
x	一般小売店[食 料雑貨](経営 者)	来客数の動き	・前年に開店した大型ショッピングモールの影響が大きい。
x	一般小売店[祭 用品](経営 者)	来客数の動き	・大型店舗が撤退し、人々の買物の手段、流れが他に行っている。
x	スーパー(店 長)	競争相手の様子	・5月中旬、隣駅に競合店が出店した。ディスカウント店のため、地域の相場を崩す大幅な安売りをし、近くのスーパーが触発されて、価格競争になっている。競合店、ディスカウント店が1店舗でただけで、今まで来ていた客がそちらに流れてしまっている。予算的にも、前年の売上も非常に厳しい状態で推移しそうである(東京都)。
x	その他小売[生 鮮魚介卸売] (営業)	販売量の動き	・アニサキス報道の影響が、価格が安くても全く売れない(東京都)。
x	タクシー(団体 役員)	来客数の動き	・例年ゴールデンウィーク後は客足が減少するが、今年は特にひどい。
企業 動向 関連	-	-	-
	プラスチック製 品製造業(経営 者)	取引先の様子	・これまで保留状態だった医療品容器、化粧品容器の新規案件が、今月に入り立て続けに決まり始めている。

(南関東)	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外向けの受注量が増えてきている。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・大手建設業は本当に人手不足になっている。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・いろいろな団体の集まりの中で異業種に話を聞くと、景気は比較的良くなっているとの答えが多い。
	建設業（従業員）	取引先の様子	・得意先のハウスメーカーの契約件数が増えているという話を聞いている。
	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新年度に入り、取引先各社の新規設備投資が始まっている。徐々にではあるが、新規案件が増えてきている。
	金融業（役員）	取引先の様子	・取引先において、以前に比べて増加運転資金の需要が増えてきている。
	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・都心の業務施設系の不動産取得競争は過熱している。また、完成後の来客数、売上も予想以上である（東京都）。
	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・取引先で新型車発売に向けて、広告宣伝費の予算が増えてきている。
	税理士	取引先の様子	・3か月前に比べて、飲食店の客入りや衣料品の売行きが良いようである。
	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	・年度末と年度初めの官公庁を主体とした通信系整備業務が一段落し、全体的に仕事量が減少してきている。
	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	・売上が伸びてきている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暑くなるのが早く、季節商材の売れ筋が変わってきている。客のニーズに対応できていない。
	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・新商品などに対して数日は動きが活発になるが、長続きしないため、トータルではあまり変わっていない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前の予測より落ちなかったが、増えてもない（東京都）。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・競合他社もあるため、安値受注が多く、利益幅が低迷している。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響もあり、スタートが非常に悪い状況で進捗している。受注量も伸び悩んでいる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注件数、売上共に前年同月の目標を3か月間達成できている（東京都）。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の新年度の計画が始まりそうだが、価格検討で手間取っており、発注に至っていない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在は新規案件が立ち上がる前なので、売上にはまだ良い影響がない。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月々の売上を見ていると、ほぼ前年度の数字をたどっている。これを打破するには売れる新商品を開発するしかないが、なかなか難しい（東京都）。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・得意先も大きな変化もなく、増減のあまりない状況のなかで進んでいる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が定価で売れない。
	建設業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・都内は大型物件の建設ラッシュで圧倒されるが、都心から50キロも離れている当地域は静まり返っている。高速道路のインターチェンジ付近での流通倉庫建設等しか大型案件は見受けられない。建設物価が急激に上昇した悪影響を直接受けてしまう地域のため、回復の兆しがない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は従来のような連休前の取扱量の増加はなく、平凡に推移している。稼働日数の減少と相まって、売上が減少し、厳しい月となっている（東京都）。
輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、ホームページ経由での問い合わせが増え、新規業務も決まっているものの、全般的には配送物量が減少しており、売上が前年を下回っている。	
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	・株価は上昇しているが、国内景気が良くなっているという感覚はない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・当行の取引先の様子を見ると、倒産件数、融資延滞は横ばいで変わらない。不動産賃貸物件融資は相変わらず伸びており、建て売り物件は商品がやや減少傾向である。小売業は売上が若干減少気味である。製造業は先行きの受注は変わらず、設備投資をするほど増えていない。各業種とも人手確保のため新卒採用、求人を増やしている（東京都）。	
	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・駅4分の2階建て物件は3室が空室である。当社で管理している1K物件8室のうち、前年春に2室退去したが案内もなく、厳しい状況である（東京都）。	
	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・この3か月はオフィステナントの退去もなく、高水準の入居率で推移している。契約更新時には、数パーセントではあるが賃料の値上げにも応じてもらっている（東京都）。	
	税理士	それ以外	・商店街を通っても、夜9時～11時ごろの飲食店の客入りが悪い（東京都）。	
	社会保険労務士	取引先の様子	・厚生労働省管轄だけではなく、東京都関連の助成金なども申請する事業主がいる（東京都）。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店等では来客数が増えているようである。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・複数の商店街店主の話によると、既に中小企業でも賃上げが実施されているのに、買物内容に変化が表れておらず、日々の売上も上向きになってきていないようである。主婦たちは、先々への不安から、財布に入れる金額はそのままに、増えた分を貯蓄に回す傾向が強いのではないかとみている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工及び機械加工の中小製造業は、受注の増減のない踊り場であり、売上、利益共に厳しい。昇給について政府の声掛けがあるが、実現できないケースが多い（東京都）。	
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・公共事業も落ち着いており、新規案件が少ない。	
	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	・底値安定の様子である（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	・受注量は若干増加しているが、単価が上がらない（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	・例年であれば、連休明けの10日ごろから忙しくなってくるのだが、今年は様子が違い、暇な日が続いている。	
	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、ゴム印、名刺印刷などの仕事を、店請けと法人関係の納品でやっている。今月は、会社設立に関する登記印の注文が3本でやや低迷している。また、問屋からの先行仕入はなく、需要が発生したときに発注しているが、通常は平均15万円ほどある支払が、今月は10万円弱である。例年5月のゴールデンウィーク明けは若干落ちるが、例年に比べても落ちているというのが実感である（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	・例年、年度始めの4～5月は動きが悪いが、今年は前年にも増して動きが悪くなっている。	
	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・11月ごろから受注量が毎月3～5ポイントずつ上昇していたが、前月より10ポイント低下である。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・主要荷主の出荷量が激減しているなか、人件費やその他の経費が上昇傾向にあり、厳しい経営状況が当分続く見込みである。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期に入り、前年度にあった継続案件の一部がなくなっている。	
	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	・受注量の減少が顕著である。取引先工場等の稼働率が上がっていない様子である。	
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・なぜかよく分からないが、物の動きが鈍く、受注量が非常に少なくなっている。
雇用 関連  (南関東)	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業採用数が達しないため、条件面の見直しや、職業紹介だけでなく派遣からの直接雇用等、既存サービスの活用以外の提案が受け入れられやすくなっている（東京都）。	

	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・中途採用の募集人数が、自社及び周辺企業で多くなっているが、応募者をなかなか集められず、採用が難しくなっていると聞く（東京都）。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で減少傾向にあった新規求人数が、4月は22.6%と大幅に増加している。
	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・2018年の新卒採用は後半戦に突入し、内々定を持つ学生が半数近くいるが、既に2019年の新卒採用企画も動き始めている。採用数を前年より増やす企業が、インターンシップイベントへ積極的に参画している（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・どの業種も特に目立った求人数の増加はない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・3か月前と同様に、求人が多く人手不足感が強い。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・消費生活に変化が見られない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼は前年同月よりも増えているが、人材不足感は変わらず、成約数が伸びてこない（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣希望の新規登録者は若干増加しているが、企業が求めている経験値を満たしている人材が少なく、なかなかマッチングできず、時間を要している。企業側も思うように採用ができていないため、案件が長期化してきている。今月の求人件数はやや減少気味だが、従来からの求人残でのマッチングが成果となり、ほぼ前月並みの成約数となっている。
	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア派遣業界は、常にエンジニア不足である。製造業全体の堅調感が強い（東京都）。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で増加しているものの、3か月前と比べると増加割合は縮小している（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・サービス業のみならず製造業など幅広い職種に求人、採用が安定的にあるが、身の回りの景気向上はあまり感じない（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・求人数、採用数共に意欲旺盛で、大きな変化はない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人数の動きが横ばい、もしくは下降してきている。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・前年と比較して、募集量が大幅に減少している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・日本国内の工場生産を止めて、中国、東南アジアに移した取引先が3社ある。また、1年を通して300人規模のパート募集が必要だったところが、完全オートメーション化して募集なくなり、その分を含めて相当の落ち込みがある。
x	-	-	-