

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） | 来客数の動き | ・来客数が増えている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・5月は各種団体の総会が入っており、かなりの大人数の総会もあったので、今月はとても良い（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・改元の影響でゴールデンウィークが10連休となり、動きが非常に良い。イベントも各所で実施されており、人の動きは活発である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・5月はゴールデンウィークの10連休があり、天候も良く、売上が前年比280%を記録している（東京都）。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・観光地なので、2か月前は閑散期、5月になるとゴールデンウィークがあり、2～3か月前よりは十分に旅客数が多くなっている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 来客数の動き | ・暑くなってきたためエアコンの販売が好調である。天候次第なので何ともいえないが、今年は消費税増税も控えているので、早めに購入してもらうように客に伝えている。エアコンは例年6～7月がピークになるので、これから売上が増える。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・暑さや消費税増税前の駆け込み購入などで商品は動いている。設備関係の要望も出てきている。 |
| | | 一般小売店〔傘〕（店長） | 来客数の動き | ・日傘推奨の報道を受け、今までの利用者以外の客層の来店が増えている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・気温が上がり、初夏向けの雑貨や洋品が動き始めている。動員施策にも反応があり、販売数が伸びている。また、高額商材も動いており、順調に推移している。 |
| | | 百貨店（広報担当） | お客様の様子 | ・米中貿易摩擦の影響で、中国からのインバウンド客の消費マインドが低調である。また、製造業を中心とした一部国内企業の業績にもマイナス影響を及ぼし、国内消費にもブレーキが掛かっている。ただし、3か月前と比較すると状況は上向きで、購買力の高い客のマインドは改善している（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・都心部の大型店舗では、インバウンドによる売上が復調してきている（東京都）。 |
| | | スーパー（販売促進担当） | 単価の動き | ・5月に入ってからの急激な気温上昇により、衣料品の客単価が10%アップし、食品も2%アップと好調に推移している。集客数は前年並みである。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・毎年、ゴールデンウィーク明けは財布のひもが固くなり売上が落ちるが、今年は、10連休という長期休暇があったにもかかわらず、売上は前年を上回っている（東京都）。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・客単価とともに前年比売上が目標をクリアしている（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・10連休の前半は店も街も閑散としていた。連休明け早めに仕掛けた高額商材の割引セールで売上は前年をクリアしたが、6月需要の先食いのため、来月は大変である。 |
| | | 衣料品専門店（営業担当） | 販売量の動き | ・今月は5か月ぶりに前年をクリアすることができた。比較する前年売上が前年比80%の達成率で、それに対しての100%ということなので、素直には喜べないが、天候にも恵まれ、旅行などに行く客のコーディネート買いが多少あり、売上が取れている。 |
| | | 家電量販店（経営企画担当） | 販売量の動き | ・5月は天皇陛下の御即位、改元の祝賀需要、ゴールデンウィーク10連休、また季節外れの猛暑もあり、国内消費が堅調な動きとなっている。一方、インバウンド需要はゴールデンウィーク時期を避けているのか、来客数、客単価共に大きく落ち込んでいる。堅調な国内需要の売れ筋は、ノートPC、タブレット端末、季節家電のエアコン、白物家電の冷蔵庫、洗濯機が好調に推移している（東京都）。 |
| | 乗用車販売店（店長代行） | 来客数の動き | ・5月はゴールデンウィークがあったにもかかわらず、来客数が4月より増えている（東京都）。 | |

| | | |
|--------------------------|--------|--|
| その他専門店 〔雑貨〕(営業 担当) | 単価の動き | ・この時期は気温の上昇とともに外出機会が増えていくので 想定どおりだが、前年と比較すると、1人当たりの購入点数 が僅かながら増えている(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月は1年で一番悪い月なので、それと比べると 少し良くなっている。販売量はケータリングのお陰でやや 増えているものの、店内の売上はさほど変わらず、逆にやや 落ちているので、景気が上向きになっているとは思えない。 |
| その他飲食〔居 酒屋〕(経営 者) | お客様の様子 | ・経費増大のため商品の値上げをしているが、注文にちゅう ちよする様子はない。客1人当たりの注文数、客単価も増え ている(東京都)。 |
| 旅行代理店(営 業担当) | 販売量の動き | ・前年同時期と比較して販売量が増加している。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・タクシーの利用客は降雨や暑さ、寒さによって大分変化す るが、このところの猛暑で昼間の客、特にサラリーマンの乗 降客が一時的に増えている(東京都)。 |
| 通信会社(管理 担当) | お客様の様子 | ・ラグビーワールドカップ、東京オリンピックに向けて4K テレビが好調である。日本人はより高精細な画質を求める傾 向にあり、店頭テレビの4Kシェアを考えると、今後に期待 できる。 |
| 通信会社(経営 企画担当) | お客様の様子 | ・案件数が増加し、やや良くなっている(東京都)。 |
| 設計事務所(経 営者) | お客様の様子 | ・高級有料老人ホームの基本性能について、プロジェクトに 関わる機会をもらった。外観の化粧に関する問合せでなく、 基本性能についての問合せである。取引先に余裕がないと、 できることではない。 |
| 商店街(代表 者) | それ以外 | ・クレジットカードの取扱高は、前年同月比でぎりぎりブラ スである。10連休はイベントへの反応が良かった。ふだんの ゴールデンウィークは、当地域周辺の高級住宅街に住民がい なくなっかなり苦戦するのに、今回は10日間休みが並んだ にもかかわらず、良かった。これは当地域の人は海外に行っ たが、東京にはたくさん人が来たということなのかもしれない (東京都)。 |
| 一般小売店〔和 菓子〕(経営 者) | 販売量の動き | ・ゴールデンウィークの売上は良かったのだが、10連休の影 響か、後半になって来客数、売上がかなり減っている。その 後は連日の夏日で更に来客数が減少し、売上につながらな かった。 |
| 一般小売店〔家 具〕(経営者) | 販売量の動き | ・家を買換えた客があり、多少需要があったが、景気の良し あしの問題ではなく、たまたま商品が動いたということであ 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。以前からほとんど変わ らない数字だが、厳しい。独立店舗なので、暑くなると更に 少なくなる。 |
| 一般小売店〔祭 用品〕(経営 者) | 来客数の動き | ・元号が令和に改まり、その関係の受注が若干あったが、 思ったほどではない。 |
| 一般小売店〔文 房具〕(経営 者) | お客様の様子 | ・例年ゴールデンウィークは来街者が多いが、当店のよう な物販の小売店ではなかなか売上に繋がらない。今年は10連 休ということで心配していたが、売上、来客数共に大きく落 ち込むことはなかった(東京都)。 |
| 一般小売店〔生 花〕(店員) | 販売量の動き | ・3月は卒業式、謝恩会、送別会、お彼岸と、例年どおりに 客が多かった。5月に入り、行事としては母の日があるが、 昔と違って余りお金を掛けない人が多いのではないかと感じ ている(東京都)。 |
| 一般小売店 〔茶〕(営業担 当) | 来客数の動き | ・お茶祭りイベント期間の売上は前年より伸びたものの、下 旬から来客数が減り、売上が減少してしまっている。 |
| 一般小売店 〔茶〕(営業担 当) | 販売量の動き | ・以前と変わらず、販売量が伸びず、現状を維持するので精 一杯である。新茶の時期も特に目立った進展はなく、今まで どおりである。これでは今年も夏のボーナスは期待できな い。一体どこが景気が良いのか。お金儲けをしない公務員だ けであろう、いいのは。ちゃんとボーナスもでているし(東 京都)。 |

| | | |
|-------------|--------|---|
| 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・全体的にはほぼ前年並みで、良くも悪くもなく、何とか健闘している。品番別の特徴は特に大きくなく、郊外店、大型店共に大体前年並みとなっている。お中元ギフトの立ち上がりと物産展が堅調に推移している（東京都）。 |
| 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・客の動向として、堅調な部門もあるものの、ゴールデンウィーク明けから消費に対して慎重な動きがある。 |
| 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・カテゴリーごとの好不調があるものの、店舗全体ではほぼ横ばいである。ブランド品、化粧品を中心とするインバウンド需要は堅調に伸びている反面、婦人服を中心とするアパレル関連は厳しい状況となっている。経済環境の先行きが不透明ななか、絵画、宝飾品、時計などの動きに波がある。ゴールデンウィークに外出した客が多かった影響か、食料品の売上が前年比較で落ち込みを見せている（東京都）。 |
| 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・改元を挟み10連休となったゴールデンウィーク期間は、改元にちなんだ各種イベントで来客数が増加したが、購買はごちそうメニューや和洋酒など食品が中心であった。連休明けは来客数が減少しており、連休の消費反動が大きい（東京都）。 |
| 百貨店（販売促進担当） | 単価の動き | ・高額品やインバウンド消費を中心に好調を維持できている。前年クリアの傾向は変わらない（東京都）。 |
| 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が伸び続けていた前年に比べて、この1月以降は振るわない。ゴールデンウィークは相当動員があったが、5月を締めると前年1月以降のぎりぎり前年並みから一歩も先に進んでいない（東京都）。 |
| スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・客の様子を見てみると、広告初日の目玉商品、ポイント何倍の日、あるいは時間帯でのサービスタイムなど店ごとの特典をうまく利用して買い回っている状況が多くみられる（東京都）。 |
| スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・令和のお祝いムードと10連休に期待していたが、例年とさほど変わらず、期待ほどではなかった。それ以外に降雨もあり、厳しい状況であった。 |
| スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・買上点数が変わっていない。ぜいたくはしないが、新商品や話題の商品など、必要であれば安くなくても買う意欲がある。 |
| スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・単価の伸びがない。販売数、来客数は共に前年を維持しているものの、買上単価の落ち込みによって、全体の売上が下がっている（東京都）。 |
| スーパー（仕入担当） | 単価の動き | ・ゴールデンウィーク期間は来客数減少で客単価アップとなり前年を超えたが、ゴールデンウィーク明けより来客数アップ、客単価はダウンとなり、1か月トータルでは厳しい月となっている。 |
| スーパー（仕入担当） | 販売量の動き | ・連休の影響により、初～中旬にかけては売上が伸び悩んだが、天候の影響により飲料、アイス、涼味麺等、夏物商材の動きが良くなってきている。 |
| コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・家で食べるのでであろう総菜、冷凍食品の売上が大幅に伸び、10連休に落ち込んだ売上が通常に戻り、安定した状況が続いている。 |
| コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・天候のせいもあるが、ほぼ横ばいで余り良くない。 |
| 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・ゴールデンウィーク期間中、前年の同期間で比べると、売上は12%程度落ち込んだものの、当社の宝石、着物、ドレスの各事業のイベントで、前年実績まで回復することができている（東京都）。 |
| 衣料品専門店（統括） | 来客数の動き | ・気温が高いため、スーツを中心とする重衣料の客の減少が大きく影響している。 |
| 衣料品専門店（役員） | お客様の様子 | ・中高年層の中にも品質より価格、1～2シーズン着たら捨てるという客が増えている。低価格の海外製品の需要が多い。 |
| 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・ゴールデンウィーク期間中は、販売戦略が当たり、来客数が前年を超えたが、後半はその反動で減少し、平均して前年比95%前後の着地となっている。一方、客単価は店舗によっては2けた以上の伸びがみられる（東京都）。 |

| | | |
|---------------------------|--------|---|
| 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・決算期と比べると多少下降気味にも思えるが、稼働日数が少ないことを考えると、悪くなっているとも思えない。 |
| 乗用車販売店 (販売担当) | お客様の様子 | ・新車の受注、特にワンボックスカーの発注が増えてきている。これは来年の東京オリンピックを見据えて、家族で移動するため、4～5人乗りよりも6～8人乗りでオリンピックを鑑賞したいということで、客がそう話している(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 | ・今月は前月と余り変わらない。 |
| その他小売 [ショッピングセンター](統括) | 来客数の動き | ・天候与件もあると思うが、前年より休日数が多いにもかかわらず、期待したほどの反響はなかった(東京都)。 |
| その他小売 [ゲーム](開発戦略担当) | 販売量の動き | ・例年5月は旧作中心の動きだが、際立って良くも悪くもない。国内市場におけるゴールデンウィークの10連休、改元の影響は余り感じられない(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 | ・3～4月の館内改装が功を奏し、売上は全体的に増加している。ただし、世間一般的に上向いているかという点、疑問である。 |
| 高級レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・1～2月は前年比マイナス、3月は前年比プラス、4～5月は前年同様の売上となっている。 |
| 高級レストラン (営業担当) | 来客数の動き | ・レストラン、宴会利用を合算した来客数の推移は、前年比で96%前後である。その分、客単価の上昇が約1%あり、売上としては何とか前年を確保している(東京都)。 |
| 高級レストラン (仕入担当) | 単価の動き | ・10連休を終えたが、全店でみると単価、売上高いずれもほぼ前年並みである(東京都)。 |
| 高級レストラン (役員) | 来客数の動き | ・10連休は間延びしたような感じで、トータルでは前年同期並みである(東京都)。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・メニュー改革の影響もあり、売上は微増しているが、繁忙時間が限られていて、一気に空席になることがある(東京都)。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・3か月前と比べて来客数も余り変わらず、景気が良くなっているようには感じない。昼、夜、ランチタイムの来客数も増えていない。やはりサラリーマンが良くなると、景気が良くなっている感じは受けない。 |
| 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前の2月1～24日までの前年比は、売上88.2%、来客数89.5%である。今月5月1～29日までの前年比は、売上108.7%、来客数100.5%である。2月は1店舗全面改装で休業していた。5月1日から価格を値上げした店舗が2店ある(東京都)。 |
| 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・ここ2か月くらい伸びる傾向にあったが、今月は足踏み状態である。かといって、売上が下がっているわけではなく、事実上横ばいなので、客数が増えているというよりは、単価が若干上がっているような気がする(東京都)。 |
| 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・客単価が少しずつ伸びており、特に休日の客単価の伸びが顕著である(東京都)。 |
| 一般レストラン (統括) | お客様の様子 | ・5月度の前半、ゴールデンウィーク期間はレジャー型施設の売上が順調に推移した。ゴールデンウィーク直後の反動、中だるみ時期はあったものの、後半は前年並みの推移となっており、トータルとしては身の回りの景気に大きな上下の動きは感じられない(東京都)。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・ゴールデンウィークの宿泊は満室が続いたが、宴会は数件でレストランも失速し、トータルでは例年並みの数字で終わっている。定例案件の確保はできたものの、新規の問合せが少なく、やはり統一地方選挙の影響からか、企業の接待利用などが伸び悩んでいる。 |
| 旅行代理店(従業員) | お客様の様子 | ・例年旅行を実施している団体客からの受注は順調に推移している。 |

| | | |
|-----------------------------|--------|---|
| 旅行代理店（販売促進担当） | 販売量の動き | ・今月は10連休の関係もあり、個人旅行を中心に自社企画等の企画が売れ、前年比も含めて20%以上のアップであったが、逆に国内の団体旅行が低調だったので、横ばいという結果になっている。海外も、個人旅行は良かったが、同じく団体旅行が低調となっている（東京都）。 |
| 旅行代理店（総務担当） | お客様の様子 | ・増加傾向であった招待旅行の集客人数が頭打ちとなり、横ばいである。その予算に関しても、客からは抑え気味の発言が出始めてきている（東京都）。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークの影響もあり、利用が少ないように感じる。平均しているのは病院の送り迎いで、夜は相変わらず利用の少ない日が続いている。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・深夜1時過ぎの客の動きがない（東京都）。 |
| 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・客からのリアクションによる営業は、前年と比べて増加傾向にある。こちらからのアプローチによるアクション営業は、手法により増減があるが、傾向としては変化がみられない（東京都）。 |
| 通信会社（社員） | お客様の様子 | ・積極的な投資の話が出てこない（東京都）。 |
| 通信会社（営業担当） | 単価の動き | ・契約数には若干の伸びがあるものの、安価なサービスに流れる傾向は続いており、1人当たりの売上は下降傾向にある。同じ市場を競合他社と奪い合っている。 |
| 通信会社（局長） | 販売量の動き | ・ケーブルテレビ及びインターネットの契約数が前年同月比で落ち込んでいる。ゴールデンウィーク10連休の影響かもしれないが、連休後の契約数も余り変わらないことから、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 | ・必要最低限の契約内容を選択する傾向は、新規加入、コース変更共に変わっていない。 |
| 通信会社（営業担当） | 単価の動き | ・業界の景気は上向きではない。値上げをする会社が出てきており、値上げ後の動向をみると、目立って解約等もないようなので、景気としては何ともいえない状況である（東京都）。 |
| 通信会社（経理担当） | 単価の動き | ・放送、情報通信は、景気の影響を受けにくい、なるべく安くということで、客単価が下がり続ける傾向が変わらない。 |
| 通信会社（総務担当） | 単価の動き | ・日用品等に少しずつ値上げの動きが出てきているが、現時点でその影響はまだ僅かである（東京都）。 |
| その他サービス [保険代理店] (経営者) | 販売量の動き | ・販売量、単価共に3か月前と変わらず、前年と比べても変わらない。 |
| 設計事務所（所長） | お客様の様子 | ・継続的な業種ゆえ、特に変化はない（東京都）。 |
| 設計事務所（職員） | それ以外 | ・業界の発注件数、自社の売上、今後の発注見込み等から大きな変化はみられない（東京都）。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・消費税増税の反動もなく、比較的順調に受注が推移している。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・3か月前と比べて販売契約数からみると大きく変化していない。客の動きも変化はなく、購入客も属性の良い客がメインになっている。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・建設業に不信感を抱かせるような企業の発表や報道が続いたこともあり、客の決断が鈍くなっている。 |
| その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者) | お客様の様子 | ・ちょうど10か月ほど前に見積書を出して決まった仕事で、客の都合でいまだ具体的なになっていない。非常に厳しい状況が続いているからではないかと思っている。 |
| 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・最近、来客数が若干減っていることに加え、客が購買に非常に慎重になっている。できるだけリーズナブルな物で間に合うのであればそうしたいという雰囲気を感じられる。振袖等の売上についても同様の状況がある。 |
| 一般小売店[文具](販売企画担当) | それ以外 | ・5月は長い連休中に大きな案件が幾つかあり、良くなるかと思っていたが、その他の部分が余り振るわなかった。来客数が伸び悩んでいること、物件数が少ないこともあり、良くない。今後の大きな案件が余り出てきていないことをやや不安視している。 |

| | | | |
|--|--------------------------|--------|---|
| | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・消費税増税や生活必需品の値上がりなどに対する防衛本能が出ている。百貨店の洋服等については、かなりシビアな目で見ている。 |
| | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・首都圏店舗の来客数は前年比95.7%と、改装工事による売場クローズの影響も一部あるものの、これまでけん引してきたインバウンド客の売上も98.8%と前年を割っている。特に婦人服、紳士服のアパレル部門とリビング用品が苦戦している（東京都）。 |
| | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・大型連休は来客数が分散され、微増にとどまっている。今まで売上の下支えとなっていたインバウンド関連も、連休中は来客数、売上共に悪化し、鈍化傾向である（東京都）。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・中間層のマーケットが回復せず、今まで売上をけん引していた高額品や外国人客による売上に陰りが見えてきている（東京都）。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークの10連休は前年までとは比較が難しいものの、休日増が売上に繋がってはいない。旅行等のコト体験についてはお金が回っているが、モノ消費については厳しい結果となっている。その後も、気温の上昇に伴い、シーズン商材には動きが見えるものの、全体では消費者の財布のひもは固いと感じる。 |
| | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数が月を追うごとに減っている。今月の来客数は前年比93.1%で、1日100人程度の来客数が減っている。客単価、買上点数は前年をクリアしているものの、来客数の減少が売上低迷の大きな要因として挙げられる。 |
| | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・来客数、販売量は横ばい状態が続いているが、一向に単価の上昇がみられない。価格の打ち出しには敏感に反応するものの、余計に購入する余裕が感じ取れない（東京都）。 |
| | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・営業時間や期限切れ食品の廃棄問題で、本部の対応の遅れが問題化され、報道で騒がれている影響もある。近隣の幹線道路が開通して車の流れが変わったため、影響を受けている。 |
| | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークが長かったとはいえ、前年並みの来客数が取れていないことから、景気はまだ戻ってきていないのかなという感じがする。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・衣料品の購買意欲が感じられない。厳しい状況が続いている。 |
| | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・今月は、前半は厳しかったが、後半の気温上昇や猛暑が追い風となり、ようやく前年をクリアする見込みが付いた。冷蔵庫とエアコン、家事家電の洗濯機が販売を支えている。 |
| | 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している。整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか成約に結び付いていない。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・大型連休後、来客数が以前よりもかなり減ってきている。 |
| | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車販売の伸び悩み、サービス需要の低下で、売上は計画に対して大きく未達となっている。 |
| | 乗用車販売店（店長） | 来客数の動き | ・10連休中にお金を使い、財布のひもが固くなっているようで、来客数も少なくなったように感じる。 |
| | 住関連専門店（統括） | 販売量の動き | ・来客数も少ないが、それ以上に成約件数が少なく、販売額、数共に落ち込んでいる。 |
| | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者） | 来客数の動き | ・以前に比べて価格に反応する客が増えている。 |
| | その他専門店 [貴金属]（統括） | 来客数の動き | ・一部店舗では少ない接客機会を捉え、購買決定につなげて売上を確保している。しかし、全体的には、来店促進施策の効果も小さく、来客数、接客機会の減少から売上の確保が難しく、景気はやや悪くなっている（東京都）。 |

| | | | |
|---|---------------------|---------|---|
| | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | それ以外 | ・人を取り巻く環境の悪化が重荷となっている。最低賃金の引上げ、人手不足に伴う従業員獲得競争の中での人件費の高騰と、募集費の漸増等が、ここきて利益圧迫の要因になってきている。一方で、現従業員の人事制度見直しも必要のため、人件費が特に急増している（東京都）。 |
| | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークが終わり、財布の中もなかなか満たされないという客の状況もあり、何となく景気は下向きになっているように感じる。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・都内ではチケット客が皆無に近い昨今、唯一霞が関の官庁街だけがチケット客として貴重な客だったが、最近は深夜帰宅していた人が終電前に帰るようで、官庁街に空車タクシーが並ばなくなっている。ちまたでも自宅に近い駅からの利用客は多いが、短距離で売上が伸びない。世の中の景気は今一つ良くないようである（東京都）。 |
| | タクシー（団体役員） | 来客数の動き | ・10連休中の個人利用は若干の上向きかと思われたが、連休後の落ち込みが非常に大きい。 |
| | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・価格の高いサービスからより低価格のサービスへの変更を希望する客が増えている。 |
| | 通信会社（管理担当） | 販売量の動き | ・ここ半年の低下傾向に変化はない。 |
| | 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横ばいである。個人向け携帯電話販売は下向きであったものの、法人向けの携帯電話販売が好調で、全体的には上向きになっている（東京都）。 |
| | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・景気が良いとゴルフをする人も自然に多くなる。多様な集客により何とか維持しているが、景気の良さは感じない。平日は高齢者が多いが、10年前のプレーヤーは10歳年齢が上がり、ゴルフの回数が減ったり、できなくなる人も多い。減った分、新しい高齢者が同じようにゴルフをするかといえば、そうでもない。 |
| | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・5月は繁忙期にもかかわらず、10連休中はゴルフ以外のレジャーに目が向いていたためか、来場数は低調であった。連休後も前年同月比で低調傾向は変わらず、法人接待需要も落ち込んでいる。 |
| | パチンコ店（経営者） | 来客数の動き | ・4月末、5月初めを挟んだ10連休中は結構なにぎわいを見せたものの、連休明けの落ち込み等により、後半はいつもどおりからやや下降気味に推移している。 |
| | 競輪場（職員） | お客様の様子 | ・客と話していても景気の悪い話しか出てこない。客入りは悪くないが、単価は落ちる一方である。 |
| | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・街中がだんだん静かになってきているような気がする。 |
| | その他サービス〔福祉輸送〕（経営者） | 来客数の動き | ・株価の下落等があり、客の話の中に今後の景気を不安視する言葉が多く聞かれる。来客数も少しずつ減っている感じがする（東京都）。 |
| | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・民間の仕事量が少ないため、設計料が厳しい状況になっている。外注費用を抑えるため、労働時間は増加傾向にあるが、利益率は低いままである。 |
| | 設計事務所（所長） | 競争相手の様子 | ・最近、競争相手の動向を見ていると、今までエントリーしなかった仕事にも視野を広げてきていて、非常に仕事がないということが表れている。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・今月の販売量は、前月よりは回復したものの、目標数字には到達しなかった。3か月前に比べてもやや悪いため、景気はやや悪くなっている。ゴールデンウィークの10連休中に改元に伴うキャンペーン展開を行ったにもかかわらず、来場数が伸びず、商談数も低迷している。 |
| | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | 販売量の動き | ・全体的に目立つ案件が少なく、例年に満たない状況が続いている（東京都）。 |
| x | 百貨店（店長） | 販売量の動き | ・4月は平均気温が低く、春物衣料が動かなかった。5月に入り、長いゴールデンウィークの支出優先順位において、百貨店は順位が低く、更に米中貿易摩擦や株価の低迷、消費税増税など消費を取り巻く環境が非常に厳しいため、特にこれまで好調に推移していた衣料や化粧品を中心に、買い控えの影響が大きく出た月となっている。 |

| | | | | |
|-------------------------|---|---------------------------|------------------|--|
| | × | 乗用車販売店 (店長) | 販売量の動き | ・決算月が終了し、10月の消費税再増税があるのに、来客数や販売量の減少が目立っている。 |
| | × | その他小売〔生 鮮魚介卸売〕 (営業) | 販売量の動き | ・ゴールデンウィークの10連休による余波がかなりある。使えるお金は決まっているので、娯楽費が優先されると、生活費が落ち込むのは致し方ないのかもしれない(東京都)。 |
| | × | 一般レストラン (経営者) | それ以外 | ・ビジネス街の飲食店なので、10連休は通常あるはずのランチ客が10日間来なかったようなもので、本当に困った。 |
| | × | 設計事務所(経 営者) | それ以外 | ・一般客の設計依頼の動きが全く途絶えてしまっている。当社は行政からの指名の仕事も約70%引き受けているが、指名件数が減り、また指名されても設計事務所間の競争が非常に厳しく、低価格で取得する仕事が多くなっている。全体的に仕事が減り、更に厳しくなった感じがする。 |
| | × | 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だが、ここ2~3年住宅の売行きが非常に悪い。47年間この仕事をしているが、このように住宅が売れないことはなかった。政策が住宅取得に向いていないからではないだろうか。個人消費の中では住宅取得が一番大きく、経済波及効果もある。建設業では工事原価が非常に高く、公共工事では赤字になってしまうこともあり、入札不調になる工事がかなり出てきている。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | * | * | * |
| | | 出版・印刷・同 関連産業(経営 者) | それ以外 | ・同業他社との競争激化により、売上が減少傾向にある。 |
| | | 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、ゴム印、名刺印刷の仕事をしており、店頭売りで外販とがある。リフォームといって印鑑を彫り直す注文をインターネットで全国的に受けているが、今月は通常月の2倍くらいの売上がある。印鑑リフォームは必要に迫られて作るものではなく、祖父母が使っていた形見の物を作り直すというものになるが、その注文客が多い(東京都)。 |
| | | 広告代理店(従 業員) | 受注価格や販売 価格の動き | ・前年度までの同じ業務、イベント等で、当社の取扱額が増えてきている。 |
| | | 税理士 | 取引先の様子 | ・超大型連休中は米中関係の悪化による株価の低迷や円安の懸念があり、静観の10日間であった。日給月給の労働者の収入は単純に減少し、景気に影響を与えている。米国大統領の訪日を受け、日米関係は悪化しておらず、景気に与える影響はない。米中関係の改善を期待している。 |
| | | 食料品製造業 (経営者) | 受注価格や販売 価格の動き | ・5月1日だけは令和関連の商材がよく売れたが、ゴールデンウィーク後は客単価が下がっている。気温も高く、この先が心配である。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業(所 長) | 取引先の様子 | ・ゴールデンウィーク明けということもあり、動きが非常に鈍化していると感じる。次月のボーナス時期に向けた案件も少しずつ動き出しているが、今月は厳しい。 |
| | | プラスチック製 品製造業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・いろいろ引き合いがあるが、実際に受注につながるものは少なく、動きとしてはまだ変わらない。 |
| | | プラスチック製 品製造業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・中国の電子商取引法の改正により、突然止まった化粧品容器の受注に回復がみられず、非常に厳しい状況が続いている。 |
| | | 建設業(経営 者) | 受注価格や販売 価格の動き | ・希望価格で物が売れない。 |
| | | 建設業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・全体的には下向きのような気がする。計画案件が進みそうでなかなか進まない。 |
| | | 輸送業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・新年度に入り、取扱量の増加を期待していたが、業務量は横ばいのまま推移しており、改善の兆しが見えない(東京都)。 |
| | | 輸送業(経理担 当) | それ以外 | ・前年と比べて収益が落ち込んだ状況が続いている。 |
| | | 輸送業(総務担 当) | 取引先の様子 | ・運賃交渉を継続しているが、すぐに数値に出てくる状況ではない。 |
| | | 金融業(統括) | 取引先の様子 | ・受注関係は特段大きな差異はないが、マインド的に不透明な部分が出ているのは懸念材料である。 |

| | | |
|-------------------|--------------|--|
| 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・駅前ビル1階の輸入食品店が今月で閉店となり、1階だけで3店舗が空いた。他の2店舗の空室期間はそろそろ1年で、ビルの営業に大きな痛手である。来月の総会で平成30年度の成果が発表されるが、心配である。同ビル北側の私鉄高架下にあった喫茶室とパスタ屋も閉店した。再開発が完成し、既存の道路が閉鎖した影響だろうか。4月に報告した賃貸物件も空室のままのようである（東京都）。 |
| 不動産業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・不動産取引は3か月前と比べて引き続き高水準である（東京都）。 |
| 不動産業（総務担当） | 取引先の様子 | ・今年に入って、当社所有の2棟のビルは満室で空きがない状況が続いている。賃料も若干であるが上昇しており、変わらず好調である（東京都）。 |
| 広告代理店（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・大きな新規取引先は増えていないが、会社としての売上は維持できている（東京都）。 |
| 税理士 | それ以外 | ・夜に近隣駅周辺を歩いて商店街等の飲食店を外からのぞくと、チェーン店には客が入っているが、それ以外の店は客が入っていない。代替わりしたり、潰れて違う店になっていたりもする（東京都）。 |
| 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・返済不要の補助金や助成金を活用したいという会社が多く見受けられる。また、資金繰りが厳しい会社がある（東京都）。 |
| 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・客が価格に敏感になっているという話を聞いている。 |
| 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・機械加工、金属加工の中小企業では、受注が厳しい状態に変わりはない。自動車関係の下請企業は、親会社からの発注減予告で、大変厳しい環境に近づいている（東京都）。 |
| その他サービス業〔警備〕（経営者） | 取引先の様子 | ・5月の連休後、公共事業が少し落ち着きを見せている。しばらくこのまま推移するとみている。 |
| 出版・印刷・関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年より受注量が減っている（東京都）。 |
| 出版・印刷・関連産業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注件数、金額共に前年2～4月の目標を達成し、6%ほど増加しているが、利益は目標に対して未達である。印刷用紙の仕入価格の値上がり分を販売価格に転嫁できないことが影響している（東京都）。 |
| 化学工業（総務担当） | 取引先の様子 | ・当社の受注自体は内需主体で特に変動はないが、取引先の話では、輸出、輸入共に低迷しているとの声強い。 |
| 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・同業者が少なくなっているというが、今までのような仕事は数が少なくなっているようである。大きい案件もなくなっている。 |
| 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・もともとやりきれないほど仕事があったが、追い付いてきている。 |
| その他製造業〔鞆〕（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の状況、注文の出し具合、あるいは材料屋の話から判断すると、切羽詰まっているわけではないが、余り良い状態ではない。 |
| 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・引き合いが少なくなっている。 |
| 通信業（広報担当） | 受注量や販売量の動き | ・前年12月以来の前年同月比減少となっている（東京都）。 |
| 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・米中貿易問題の影響が出始めている。中国国内での消費に陰りが出ており、半導体に関係する企業は慎重になっている。 |
| 金融業（総務担当） | 取引先の様子 | ・小売業では、10連休で消費した分、節約する傾向がみられ、また、食品関係の値上がりもあり、売上は減少傾向にある。ガソリン価格も高止まりしており、消費者や特に運送業に影響が出ている。建設関係は、賃貸物件の不正融資問題が大きく影響し、受注が減少している。また、融資に関しても慎重になる金融機関が増えてきており、売上も減少している。家電は5月に入ってから気温の上昇を受けて、エアコンの販売が好調となっているところもある。全体的に景気はやや下向きと思われる（東京都）。 |

| | | | |
|-----------------------|-------------------------|------------|---|
| | 金融業（役員） | 取引先の様子 | ・飲食業、サービス業における倒産が増加傾向にある。また、不動産分譲事業においては、売却までの期間がやや長期化している。 |
| | 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 | ・日々の取引量としては変動はないが、例年のない大型連休の影響で取引先の工場稼働率が落ち込み、月単位での取引量は減少している。 |
| | 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 | ・新規物件の見積依頼件数が減っている。既存の契約単価の値上げ交渉が進展しない状況下で、人手不足の影響により人件費が上がっている（東京都）。 |
| | 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 | ・図書館向けのDVDの発注が全くなかった（東京都）。 |
| | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子 | ・予算が付かなくなり案件が減っている（東京都）。 |
| | 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 | ・前年度末と比較すると、受注量は低いままであり、前月からの伸びがない。 |
| | × 出版・印刷・関連産業（経営者） | 取引先の様子 | ・電話もFAXも少ない上に、こちらから連絡しても仕事になるような話がない。 |
| | × 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・大型連休があったこともあり、稼働日数が少ないためか、販売が振るわない。その上、業界が米中貿易戦争の影響を少なからず受けているのではないかとと思われる（東京都）。 |
| | × 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月比で20%減少している。自動車、建機関係部品にも陰りがみられる。 |
| | × 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注が良くなる要素が見当たらない（東京都）。 |
| 雇用 関連 (南関東) | 人材派遣会社（営業担当） | 採用者数の動き | ・前年度は派遣先での直接雇用となったスタッフが前期比で200%であった。属人化しているポジションによって、直接雇用化が進む傾向にある（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・もはや営業活動の必要はなく、次々に引き合いが入る状態が続いている。対応しきれない受注に対して、人材を出せなくなってきた（東京都）。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・今月は倒産が6社、廃業が小さいところも含めて4社、新規が43社あり、そのうち大口が2社である。既存の大口ユーザーの3社ほどが減少したが、その分を補う形で少しアップしている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・大企業の早期退職者がかなり増えている関係で、求職者が増えているが、求人数は変わっていない（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数は多く、人材不足の状況が続いている。慢性的な人材不足を背景に、採用条件を緩和する企業が増えてきている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・会社への応募者の状況や周囲の消費動向に特に変化がみられない（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | それ以外 | ・採用難に合わせて派遣単価を上げてもらえる中小企業の成約件数は堅調に推移している。一方、単価の見直しが難しい大手企業は人選苦戦と、二極化してきている。人材依頼のボリュームゾーンは大手企業のため、悩ましい状態が続いている（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | 採用者数の動き | ・今月の成約数は、前月とさほど変わらない数値になっているが、客からの求人数は減少傾向にある。また、求職者数が大幅に減っている（東京都）。 |
| | 求人情報誌製作会社（広報担当） | 採用者数の動き | ・採用人数は余り変わっていないので、景気が安定して良い状態が続いているのではないかと（東京都）。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は5か月連続で前年同月比で減少しており、新規求職者の減少幅が縮小している。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は1万9千～2万1千件で推移しており、余り大きな変動はない（東京都）。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | 採用者数の動き | ・2021年向けのインターンシップイベントが開催され、学生が積極的に参加している。景気の先行きに少し不安を感じ取っているのかもしれない（東京都）。 |

| | | | |
|---|---------------|---------|---|
| | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・売上、生産はプラスマイナス10%程度で比較的安定しているが、営業、経理などの領域では海外経験者の需要が高い。この傾向は多くの日系企業で同様である（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・新規採用者数と契約満了者数が逆転してしまっていることにより、長期派遣労働者数が年計表ベースで前年比5%強の減少となっている（東京都）。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・エンジニアの派遣業界において、機械設計エンジニアのニーズが下降線を描いている。これが短期的な兆候かそれとも長期的な兆候かは現時点では計れず、若干警戒している（東京都）。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | 求職者数の動き | ・米中貿易摩擦の影響により、一部製造業で企業側の採用ニーズが見通せなくなっている。心理的影響が出ているのか、採用に慎重になっている可能性がある（東京都）。 |
| x | - | - | - |