

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)		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は、定休日以外の営業日はほぼ均等に宴会が入っており、年末も最後の最後まで宴会予約があった。アルバイトが少ないながらも宴会がよく入っている（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・例年のごとく師走は先生も走るほど忙しい時期と言われている暮れ景気で、ふだんの月とは違った忙しさである。週末の金～土曜日は空車タクシーが足りないほどである（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	来客数の動き	・キャッシュレス決済やプレミアム付商品券などを持ち込む客が増え、天候にも恵まれたため、来客数が伸び、売上につながっている。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	販売量の動き	・カレンダー、ダイアリーや年賀状などの季節商材の販売量は年々落ちてきているが、定番品の販売についてはやや上向きである。特に筆記具についてはまとめ買いも多く、客単価が上がってきている（東京都）。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	単価の動き	・店頭部の来客数は若干増えている。客単価もやはり上がっているの、年末商戦で商材がよく売れていた感がある。外資系も案件数が多かったこともあり、今回は良い。
		一般小売店〔茶〕 (営業担当)	販売量の動き	・ギフト利用が多数あり、売上、来客数共に伸びている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・ギフトはほぼ前年並みである。クリスマスは若干曜日回りが厳しかったが、店頭はプラス1.2%ということで、前年はクリアしている。11月も非常に好調で、以前よりは若干、良い形で進んでいる（東京都）。
		百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・10～11月の売上は消費税増税の影響から前年比でマイナスであったが、12月はプラスに転じる見込みである。消費税増税の影響からは回復傾向にある（東京都）。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・徐々に消費税増税の影響も薄れて、前年ベースの売上に回復しつつあるが、商品別ではいまだにばらつきが大きく、不調の衣料、雑貨を、回復した食料品、宝飾、ブランド品などが支える形となっている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・この時期は季節要因で下がるどころだが、3か月前と変わらない。同時に来客数が前年比で3%程度伸びていることから、良くなっていると感じている。
		コンビニ(商品開発担当)	来客数の動き	・10月は消費税増税による買い控えがみられたが、11月以降は通常時に戻ってきている（東京都）。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・前年比で3店舗共に売上がアップしている。前年は数パーセントであったキャッシュレス決済が、5%還元制度により各店共に売上の10%以上を占めている。プレミアム付商品券により、ふだんは買物に慎重な高齢者の来店頻度が増え、売上を伸ばしている。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・若干戻してきたが、テレビとパソコンだけ前年比クリアとなっている。前年比で毎月良くなってきている。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕 (経営者)	販売量の動き	・インフルエンザが11月初めに流行したので、その影響で11～12月は販売量が少し増えている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・12月なので人の動きが激しくなり、忘年会などいろんなイベントもたくさんあるので、3か月前と比べると2～3割売上が増加している。しかし、これは毎年のことなので、今年が特別に良いということではない。いずれにしても12月は売上が良くなっている。
	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・当ホテルはインバウンド客や複数名の予約が取れているが、エリア全体では単価、稼働率が下がっている。個人的には上向きになると思うが、周辺はやや先行きが不安である（東京都）。	
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・4月以降の羽田空港国際線ネットワーク拡大により、利便性が良くなり、利用者が増加傾向にある。爆発的ではないが緩やかに予約が伸びている（東京都）。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・年末は客が多くなる業界なので、12月はとにかく人出が多い印象である（東京都）。	

通信会社（経営者）	販売量の動き	・10月から消費税が増税されたが、販売量は上向いている（東京都）。
ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・会話の中で、忙しいという話をよく聞く。
商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は横ばいである。今年はカレンダーの並びと晴天率が悪いことを考えると、善戦している（東京都）。
一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・例年12月はテレビの最需要期だが、今年はテレビ全体が品薄となり、とてもお勧めできる状況ではない。売れた物の確保がやっとといったところである。防犯カメラやシステム関係などで仕事を回している。
一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当店の今一番の商材は年賀状印刷だが、今はショッピングセンターやカメラショップなど、どこでも年賀状の受付をしているので、旧態依然とした体制では太刀打ちできない。パソコンでも受注できるようになってくると、大変厳しい。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・固定客は来店してくれているが、新規顧客の発掘が難しい。
一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後も余り変わらない（東京都）。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・年末を迎え、文化的な行事の発想が薄れてきたように感じる。客の高齢化も考えられる（東京都）。
一般小売店〔生花〕（店員）	お客様の様子	・花屋を42年間やっているが、クリスマスなどの行事が年々縮小されている気がする。何十年前は客でいっぱいであったが、今は本当にばらばらと来る程度である。仏花は売れるが、クリスマス用の花を購入する客は何人もいない。12月といっても、昔ほど客が来ているわけではないので、どちらともいえない（東京都）。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・年末だからといって特に変わらない。相変わらず、売行きは低調で伸びない。当社ではここ何年もボーナスなど出ていないが、皆辛抱している。これは経営者が悪いのか、世間の景気が悪いのか、その両方かもしれない。それほど悪い（東京都）。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・最繁忙期を迎えて、来客数は微増しているが、客単価は現状で前年を下回っている（東京都）。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・近隣の商業施設が改装中である影響もあり、来客数は前年を超え、婦人服飾雑貨、婦人服、紳士服等が好調に推移しているものの、宝飾品を始めとする高額品の動きが悪く、全体としては前年に届いていない。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・月初から気温が低下し、ようやくコート等の防寒商材に動きがみられ、売上回復の兆しを見せたが、中旬以降、衣料品の動きが鈍化している。クリスマス関連についても購買に慎重で、点数、単価共に前年と比べて減少している（東京都）。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店との価格競争があり、重点商材やナショナルブランド商材の単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年に達しているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりの合計買上金額がなかなか前年まで達しない状況にある（東京都）。
スーパー（店長）	単価の動き	・売上、販売量は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられないどころか、より安価な物へと志向が傾いている（東京都）。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税が増税されたが、随所で割引企画があり、余り負を感じない。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・このところの冷え込みによって季節商材は稼働しているが、単価が上がってきていないため、売上、利益共に横ばいである（東京都）。
スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・点単価と買上点数は伸びているが、来客数と売上が減少している。車の来客台数が減少しているのは、ガソリン価格の値上がりによる商圈の縮小が考えられる。
スーパー（仕入担当）	単価の動き	・消費税が増税になったが、食品スーパーは軽減税率の比率が高く、キャッシュレス5%還元登録店になっているので、キャッシュレス決済比率が15%ほどアップし、客単価も上がっている。

コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が少しずつ減っている（東京都）。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税の問題もあり、客の購買意欲は非常に低い。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・不景気のため、早めにバーゲンセールを行った。客単価は下がったが、来客数が増えたので、売上はたまたま前年をクリアしている。
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・例年に比べて暖冬の影響を受けたクリスマス商戦、年末商戦の重衣料の動きが鈍い。また、消費税増税の影響がまだにあることが一因として挙げられる（東京都）。
衣料品専門店（役員）	単価の動き	・相変わらず客単価が低い。コートなど高額品が売れない。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新車販売では来客数が減少したが、整備の来店が増えているため前年同様である。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の反動減の影響もあったが、今は年末年始に向けての買い控えを感じる。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・年末にかけて建設関係の仕事が急増しているようである。人手不足のため求人依頼が増えてきているように感じる。また、求人内容についても、時給単価、手当がアップしており、現状の景気はやや良い。そういった意味では、来年の東京オリンピックに向けて今の状況が当分続く（東京都）。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・購買動向は特に変化していない。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	販売量の動き	・需要が減少するなかで、原油高による値上げも加わり、販売量が減少している（東京都）。
その他小売 〔ゲーム〕（開発戦略担当）	販売量の動き	・12月は大型タイトルがひしめいた前年と比べて大幅に減少する見込みだが、想定どおりではある（東京都）。
高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・レストランの来客数は前年比96%、宴会の来客数は前年比90%である（東京都）。
高級レストラン（仕入担当）	販売量の動き	・営業店舗ごとにばらつきはあるが、全体としては販売量、単価、来客数いずれもほぼ前年並みである。10月の台風19号の影響で、いちご等の仕入価格高騰を心配したが、前年と変わらない（東京都）。
一般レストラン（経営者）	それ以外	・客の様子を見てみると、キャッシュレス化の波は確実に来ているようである。微増する来客数への対応が急がれる（東京都）。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の9月1～26日までの前年比は、売上99.7%、来客数93.7%である。12月1～24日までの前年比は、売上91.4%、来客数82.7%である（東京都）。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・客単価が少しずつ下がっている。12月は宴会も既に満杯なので、いかにフリー客とランチで稼ぐかで差が出てくる。そういう意味では昼に稼げているので、今月も前年とほぼ横ばいである（東京都）。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月だというのに、忘年会の件数が明らかに減っている。世の中ではクリスマスも余り関係なくなってきたのか、中食等に取られ、もうクリスマスに外食することはないのだからつかという状況である。忘年会もほぼ金曜日のみになっている。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・1人当たりの客単価は上がっているが、メニューの選び方が変わってきている。客1人1人の好みに合ったお金の使い方になっているので、それにどう対応しやすくするかが、最良の売り方になる（東京都）。
一般レストラン（統括）	お客様の様子	・前月同様、今月も例年並みの客の動向である。10月の消費税増税の影響、天候不順による不調からは回復傾向にあるが、景気が明らかに良くなっているというのではなく、飽くまで平行線である。クリスマス時期の祝日減については、客の動きが24日に集中し、21日、22日の土日の盛り上がりを加え、トータルとしては前年並みであった（東京都）。

都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・時代の流れか、企業の忘年会件数は減少傾向にあるが、レストランでの少人数の会食は徐々に増えている。クリスマスも、今年は平日のため、以前に比べると落ち着いているが、それなりに予約は入っている。年末らしい雰囲気だが、販売量的にも景気回復とは感じられない。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・団体旅行の閑散期に入り、販売量が低下しているが、例年と比較して変化は感じない。
旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・年始のツアーの申込みが伸びない(東京都)。
旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・今月は団体は教育旅行を中心に予算も到達しているのが良い。個人旅行に関しては、国内、海外共に予算より20%ほど、前年比でも10%ほど下回っている(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ほぼ変わらない。
旅行代理店(総務担当)	お客様の様子	・客の旅行に掛ける予算額はほぼ横ばいである(東京都)。
タクシー(団体役員)	来客数の動き	・12月は年間を通して一番の繁忙期であり、前月と比べると良くなっている。例年の12月と比べた場合、営業収入は明らかに低下しており、街中の人の気配も少ない。忙しさは週末の金、土曜日に集中しており、平日は低迷している。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・継続して消費税増税の影響が懸念されたが、大きな変動はない。戸建て向け、集合住宅向け営業共に前年と比べてリアクションはあるものの、実績は若干下回っており、ほぼ変わらない(東京都)。
通信会社(社員)	お客様の様子	・来年度の新番組スポンサーの引き合いが出てきている(東京都)。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規契約、コース変更共に、必要最低限の契約内容を選択する傾向は変わらない。
通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・例年、年末年始は動き出しが遅く、現状は変わっていない(東京都)。
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の販売は、基幹業務系ソフトウェアの入替えや、それに伴うパソコンの入替えなど好調ではあるものの、個人向けの携帯電話の販売は、販売台数が伸び悩み、苦戦している(東京都)。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ここ3か月間、販売量にほとんど変化がない。客の変化もない(東京都)。
通信会社(経理担当)	来客数の動き	・客からのテレビ、インターネット接続サービスに加入したいという問合せは少なく、会社側からセールスしないと加入することがほとんどない状況が続いている。
競輪場(職員)	来客数の動き	・業界的には年末になると売上が少しずつ伸びるが、今年は客も増えず、厳しい状況が続いている。
美容室(経営者)	来客数の動き	・暮れを迎えている割には街の中が静か過ぎる。
その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・販売量は3か月前と比較して増えても減ってもいない。したがって、売上も変わらない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べ、プロジェクト数自体は変わっていない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新規案件はない。例年どおり、年度内は今まで受注した案件の業務が主体となる。
設計事務所(所長)	お客様の様子	・今まで同様コンサルタントのみで話が先に進まず、改修設計が多少あるのみである(東京都)。
設計事務所(職員)	それ以外	・特段の変化は感じられない(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と総合建設業である。ここ3~4年は住宅の売行きが非常に悪かったが、10月1日の消費税増税を契機に、住宅取得のための生前贈与が最高3000万円に増えたことに加え、住宅ローン減税も長く延長されたので、その効果が少し出てきたようである。一方、建設業は工事原価が非常に高く、公共工事などでは赤字になってしまうこともあり、落札者が出ず不調になることも度々ある。

	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・契約数に余り変動がない。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・景気は余り変わっていないように感じる。販売の契約数も3か月前と比べて変化はない。金融機関も一時的に厳しくなったが、現状は良くないとはいえ、それほど厳しくは感じない。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・ここ1年以上、受注棟数に変化はみられず、横ばいが続いている。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・最近の傾向として、客の来店比率も悪いが、買上単価が今一つ悪い。点数的にも販売量が減っており、やや心配である。
	一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・景気は良くない。家具業界は非常に苦戦している。来客数も少なく、販売も非常に落ち込んでいる(東京都)。
	一般小売店 [傘](店長)	来客数の動き	・消費者関連事業や行政のプレミアム付商品券などが消費促進につながっておらず、客足が鈍っている。
	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・3か月前は消費税増税前の駆け込み需要があった時期である。そこからすると足元の景気は回復基調ではあるものの、いまだ増税後反動減が一部に残っており、不要な消費は今控えようという購買マインドが根強い(東京都)。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・消費税増税と暖冬の影響で、防寒衣料の売上が前年を下回り、セールを前倒しするものの、反応は鈍い。前月は前年を下回っていたお歳暮ギフトが今月に入り伸びているが、累計では前年を割っている。平日に迎えるクリスマス商戦は、ケーキなどの事前予約は好調だが、分散した前年とは異なり、24~25日に集中したことにより、総売上は減少している(東京都)。
	百貨店(店長)	単価の動き	・購入アイテムに着目したため、単価の動きとした。消費税率アップ直前の駆け込み需要により、高額品が通常の130%程度売れていたが、それらがまだ復調していない(東京都)。
	スーパー(経営者)	競争相手の様子	・競合店が3店舗一気にリニューアルオープンした。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数が減っており、買上単価も前年と比べると約30円ほどダウンしている。来客数減少、単価の低下に伴う売上不振が大きな要因と捉えている。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・12月は、衣料品、住まいの品が大きく前年を割っている。消費税増税の兼ね合いや、比較的旬が暖かかったこと、降雨などの天候与件もあるだろうが、客の買い方に力強さが全く感じられない。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・近くに2店舗ができてもう1年はたったが、その影響がかなり響いている。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・近隣に24時間営業のスーパーが開店したため、売上が25%ダウンしている。従業員不足で時給を大幅にアップしたため、非常に厳しい日々が続いている。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・前年比96%と低迷している。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・客は目的の物がないと、代わりの物を買わずに帰ってしまう。
	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・10月以降、販売量の伸びがトレンドを下回る傾向が続いている。消費税増税の影響が少なからず出ているように感じる(東京都)。
	家電量販店(店長)	お客様の様子	・消費税増税後で渋る客が多い印象である。
	家電量販店(経営企画担当)	販売量の動き	・12月に入って、駆け込み需要の反動減に歯止めが掛かっていない印象を持っている。ただし、前年はキャッシュレス決済のキャンペーン効果が顕在化していたため、単純な比較は難しい。カテゴリ別に見ても、総じて前年を割っており、単価も大きく下がっている状況で、厳しい(東京都)。
	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は、10月に消費税率が上がってから余り芳しくない。
	乗用車販売店(総務担当)	お客様の様子	・客の購入意欲が低下しており、新車販売が大苦戦している。
	住関連専門店(統括)	販売量の動き	・来客数も少ないが、販売件数、成約件数も毎月減少している。

その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・今年の年末は例年よりも財布のひもが固いようである。特に消費税増税前に売れた化粧品などの動きがとて悪い。
その他専門店 [貴金属] (統括)	お客様の様子	・平日の夕方、土日の昼間に当地区を巡回してきたが、例年、人が多く歩みにくい場所も、今年は人が少なく簡単に歩いてしまう。このようなことから接客数、販売数共に少なくなっている。他の地域の繁華街も同様で、全体的にみて景気は悪い(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	・衣料の不振が顕著である。
その他飲食[居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・例年の忘年会シーズンよりも、忘年会需要が減っている。通常予約が多い。街を歩いている人も少ない(東京都)。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・12月はオフシーズンではあるが、競合ホテルの新規オープンが相次ぎ、来客数が例年以上に乏しい。
旅行代理店(経営者)	単価の動き	・今年は台風19号の影響もあると思うが、あちこちで自然災害等が起きており、なかなか復興に力を入れることができず、外に出て遊ぶ、レクリエーションに参加することも大分控えられている。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・更なる費用削減を上げてくる企業が多くなっている(東京都)。
タクシー運転手	お客様の様子	・実車した客から「12月は稼げるか」と聞かれることの多いこの時期、確かに利用はあるが、短距離の客が多いため、売上が伸びない。また、今年は深夜まで飲み歩く客が少なく、ロングの客も少なかった。
タクシー運転手	お客様の様子	・ここにきて、客から景気は決して良くはない、少し悪くなっているという声が聞かれる(東京都)。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・前月までは目標達成率が全てのジャンルで好調だったが、12月に入ってから前年割れが続いている。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要、携帯電話の買換え需要低迷の影響はまだ残っており、今までよりも消費者の動きが鈍っている。
通信会社(局長)	販売量の動き	・ケーブルテレビ契約数において、前年同月比で下降トレンドになっている(東京都)。
通信会社(総務担当)	お客様の様子	・消費税増税を機に、大口契約者等の契約更新時の値下げ要望が増えてきている(東京都)。
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・台風19号による冠水被害を受けて、ゴルフ場は2か月以上のクローズとなった。再開はしたもの、既に厳寒期に入り、さらに、消費税率の引上げで財布のひもが固くなり、思うように来場者が増えてこない。
ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・台風被害から復旧したゴルフ場は多く、来場者数は底堅いが、ビジターの予約の入り方は消費税増税前より鈍くなっている。
パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・消費税増税が消費者の購買意欲をそいでいるように見受けられる。世界的な景気動向や政治情勢も依然として不透明な部分が多く、先行きに明るい兆しが見えにくくなっている。
その他サービス [学習塾] (経営者)	お客様の様子	・客単価が下がっている。
設計事務所(経営者)	それ以外	・消費税率が上がったことで全体的に計画が遅れている。一般住宅を作ろうとしている客も、住宅メーカーとのやり取りが多くなり、個々に設計事務所を訪れることは少なくなっている。選挙や消費税の問題などがあり、新しい仕事の動きがやや鈍っている。
設計事務所(所長)	競争相手の様子	・全体の仕事量が少なくなっている。相変わらず低価格競争が続いていて、徐々に首を絞めているような状況である。
その他住宅[住宅管理・リフォーム] (経営者)	競争相手の様子	・同業者やその会社の従業員などと話したが、やはり仕事が非常に少なくなってきた。相談してくれる客も少なくなっており、来年が少々心配だということである。
その他住宅[住宅資材] (営業)	お客様の様子	・建材需要期に向かうべきタイミングであるが、なかなか注文につながる案件がなく、操業度が低下している業者が多くみられる(東京都)。

	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・10月以降の売上が落ちている。来客数も減っている。
	×	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・都内基幹店の売上は前年比96%、来客数も前年比94%と、引き続き来客数の減少が売上に影響している。免税売上も前年比93%と、ここ数か月はマイナストレンドが継続している。消費税増税後のアイテム別動向では、軽減税率対象の食料品の売上が好調に推移している。特にお歳暮ギフトの売上が前年比103%、おせち料理が110%と、食品全体をけん引している。9月に駆け込み需要のあった特選品、宝飾品、呉服、美術品は前年比90%を下回っており、消費税増税後は反動による苦戦が続いている（東京都）。
	×	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・日並びや祝日の影響も大きいですが、年間で最繁忙期となるクリスマス、年末商戦においても混雑しているのは食品フロアだけで、それ以外のフロアには以前のようなにぎわいが無い（東京都）。
	×	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・宝飾、時計、美術、家具等の高額品については、消費税増税後の反動減の影響が続いている。衣料品を始めとする季節商材も、気温の影響もあり厳しい状況が続いている。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の特需の反動で、想定以上に悪い。前年比10%ダウンで計画を設定したが、それを下回る実績である。もう1つの影響は、前年のキャッシュレス施策の反動減がある。特に、あるキャッシュレス決済サービス利用の100億円キャンペーンで高額商品が売れたため、今年は売れない（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込みで多くの客が前倒して買換えしたと考えられる前年に比べて、来客数と売上が大分悪い（東京都）。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・購買行動に勢いを感じない（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・11月末～年末に掛けては一番の稼ぎ時なのに、消費税増税以来すっかりおかしくなっている。このままでは廃業も考えねばならない（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・忘年会の件数が非常に減っており、単価も下がっているため、売上が良くない。客からボーナスも余り良くなかったという話もよく聞く。とにかく景気は上向いていない。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光地のため、今月は閑散期となる。また、3か月前の秋の繁忙期と比べて、かなり悪くなっている（東京都）。
	×	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65%で悪い。3か月前と比べても明らかに悪くなっている。年末で客も忙しく、じっくりと住宅について検討する時間が取れなかったと思うが、例年以上に厳しい状況である。大手ハウスメーカーの倒産のニュースなどを聞くと、住宅業界は厳しい状況だと思い知らされる。
企業 動向 関連  (南関東)		*	*	*
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税が増税された3か月前よりは良くなっているが、客の財布のひもはまだ固いようである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、軽印刷、名刺印刷をしている。インターネットからの請負もある。今月は取りまとめてくれる個人客があり、1か所で15本の石印材の彫刻の注文があった。非常に珍しい注文で、やや良いが、通常の店頭販売のゴム印は余り変わらないくらいの量である（東京都）。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック関連の施設向けに、設備機器の納入の受注が決まり始めている（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	・主力取引先の本社が10月の台風被害で被災し、当初は来春復旧となっていたが、かなりのスピードで生産設備が復旧したため、逆に特需があり、春先までは増産を見込める。
	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・発注が増大しており、単価の見直しにより粗利が増える（東京都）。	

	税理士	取引先の様子	・冬季ボーナスは前年を多少上回った。年末の売行きは、婦人服はまずまずで消費税増税の影響はさほど感じない。マンションの売行きも堅調である。年末年始の旅行も前年と同様の見込みである。東京オリンピックに向けて景気を上向かせたい。
	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・取引先を回っていると、少し忙しくなってきたようだが、1つ1つのロットが少なく、取引先が設備投資をして内製化しているために、我々には仕事が回ってこない。
	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・想定していたよりも受注量が伸びない（東京都）。
	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	競争相手の様子	・他業者の進出等、幅が狭くなってきている。
	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	取引先の様子	・取引先業者から年末にもらうカレンダーの数が、僅かではあるが前年より増えている。取引業者が今年からカレンダーを配ることにしたようである（東京都）。
	化学工業（総務 担当）	取引先の様子	・3か月前の消費税増税前後から、市況に勢いがいない状態が続いている。
	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・設備関係の仕事がほとんどなくなり、メンテナンス関係の仕事が中心になっている。
	輸送業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・物量の動きが少なく、状況は変わらない。
	輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期になってきたが、当初予定していた物量には達していない。
	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たが、約1年半ぶりに、2か月連続で前年同月比で大幅に伸びている（東京都）。
	金融業（統括）	取引先の様子	・特段大きなマイナス材料もプラス材料もない。
	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、小売業ではキャッシュレス決済の還元が効いており、前月より売上が増加傾向にある。不動産は地価の高止まりがまだあるものの、駅近物件以外は低迷してきている。購入者も価格が下がるまで待っている状況で、売上がやや減少している。運送業は燃料が高騰しており、厳しくなっている。全体的には人手不足により賃金が上昇している。最低賃金が上がった影響で年収制限のあるパートの勤務日数が減少したことで、別のパートを雇用する企業が増え、経費の増加につながっている。総合的には景気は変わらない（東京都）。
	金融業（役員）	取引先の様子	・消費税増税、台風等の自然災害、米国や中国の先行き不透明感、人手不足、最低賃金引き上げの影響により、取引先各事業所の景気が好転していない。
	不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・大手メーカーの賃貸住宅は鉄骨造りで築12年になる。私鉄沿線駅徒歩5分で、当初は賃料9万6000円～10万7000円、管理費2000円、礼金、敷金は各1か月分であったが、退去から6か月ほど反響がなかった。オーナーと相談し、賃料8万9000円～9万9000円に下げ、礼金なしにして、やっと契約の運びとなっている（東京都）。
	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・以前と比べると海外のホテル宿泊客が減っている（東京都）。
	不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・オフィステナントからは景気が悪いという話はほとんど聞かれない。商業テナントからは、人手不足、材料等の高騰により経営が厳しいということを言われ、賃料の値上げ交渉が難航しているが、ゼロ回答はない。客が少ない土日の深夜営業の時間短縮など、経費の削減に向けた工夫をしている（東京都）。
	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りが厳しい会社や、助成金を活用したい会社が、まだ多く見受けられる（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	・ほぼ例年どおりの受注推移である。
	その他サービ ス業〔警備〕（経 営者）	取引先の様子	・現状は公共工事が多く、安定した受注になっている。



	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	・問合せや見積依頼はあるが、具体的な発注にはつながらず、景気の悪い状態が続いている（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・特に変わりなく受注している（東京都）。
	出版・印刷・関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・働き方改革の影響か、年末年始に向けた折込チラシが大幅に減少している。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示の数より実際には落ちており、良くない。
	その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・得意先や材料屋の様子から、幾らか戻ってきているように感じている。後は数字の上でも整ってくればと思っている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望価格で売れない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・計画していた設備投資案件も様子見となっている。
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の中間決算が減収減益となり、同業他社も営業赤字を計上するなど、経営環境は厳しさが増してきている（東京都）。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・自動車関連の金属加工業の売上が減っている。世界的に自動車需要が落ち込んでいるのではないか。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・店舗等では前年より客単価が低いようである。消費税増税の影響などが考えられる。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・下請製造業では、受注減少若しくは更なる価格引下げ圧力が強い。働き方改革など格好の良いスローガンを掲げているが、経済政策は一向にはかばかしくない（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	・年末に向けた商戦期にもかかわらず、受注量が伸び悩んでいる。
	× プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同時期に大増産していた化粧品容器の受注が止まったまま1年が過ぎており、資金繰りがかなり厳しい。
	× 金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比30%ダウンとなっている。当社だけでなく製造業全体が同じように下がっている。
	× 建設業（経営者）	取引先の様子	・全体として景気は下向きのように感じる。
雇用 関連  (南関東)	-	-	-
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣求人数は増加している。既存の取引先だけではなく、新規企業からの求人も増えており、派遣利用企業が増加している。そのため、今月は派遣稼働者数も増えてきているが、求人数に比べて求職者数の増加割合が少なく、需給バランスが崩れていることもあり、若干の景気回復という感じになっている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数はどこも増えていない。求職者数としては、証券や金融関係のリストラ対象者が増えてきている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規商業施設の需要は一段落している。若干の人手不足感はあるものの、おおむね人員体制は充足することができている。ただし、時給は上昇傾向にあり、低賃金では人が集まりにくい状況は変わらない。なお、取引先からは、人材派遣よりも業務全体を委託する請負への要望が高くなっている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の動きは、3か月前と同程度で推移している。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・給与水準、消費動向、所属企業の売上実績等に変化はみられない（東京都）。
	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣の依頼数が鈍化してきている。同一労働同一賃金の影響を受け、直接雇用への切替えを考える企業が増えてきている（東京都）。
	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からの技術者派遣ニーズは下降傾向にある。特に機械設計エンジニアのニーズの低下が目立つ（東京都）。
	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・12月は求人の動きがそこまで変わらなかった部分が大きい。

	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・相変わらず中途採用がうまくいかない、良い人材が確保できないという声を耳にする。景気は悪くなっておらず、良い人材は引く手あまたなのではないか（東京都）。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ハローワークにおける求人受理件数、新規求職申込数共に3か月前、1年前と比べてどちらも減少しており、雇用環境の面からは景気は変わらない（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比、前年比共に100%割れとなっており、各企業の採用に対する慎重な姿勢が強まっている（東京都）。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・同一労働同一賃金による影響で、オーダーが激減している。派遣社員への予算を変更せずに現状を維持しようとする企業が多い。例えば、3名使っていたところを2名で運用する方法の決定である。それに伴い依頼が減っている（東京都）。
	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人数は相変わらず多いが、採用に至る流れが遅くなっている（東京都）。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・一部の大手製造業やコンビニなどコンシューマ向け企業での求人案件が減少している（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12社、廃業が8社、新規が45件の契約をもらったが、うち19件が寸前にキャンセルになった。営業所、支店増設のための募集や、期間限定の募集があったが、現状で間に合うとか縮小という理由である。こういうことは珍しい。同じ12月と比べても低迷した数字となっている。