

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)	◎	＊	＊	＊
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・寒い日が続いていましたが、月末は急激に暖かくなり、今は来客数が若干増えてきている。そうしたことから、今後は良くなるのではないかと。
	○	スーパー（総務担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの症状が重症化しにくいことが分かり、人が外に出始めている。近くに競合店もオープンしている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルス禍は続いているが、頭打ちが見えてきたことにより、客足だけでなく販売量も増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数が増えている。比較的波が少ない業種かと思うが、好天などでファミリー層の来客数が増えている。
	○	家電量販店（従業員）	単価の動き	・来客数は伸びていないが、高単価商材は安定して売れている。洗濯機はドラム式、冷蔵庫は大型が好調である。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売に関しては増加傾向にあるものの、半導体不足で納車できない状況が続いているため、売上が上がらない。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・給食、外食を業としているが、喫食数が新型コロナウイルス発生前に比べると若干低下したものの安定してきており、それに沿った業務体制も整ったことから、利益も出始めている（東京都）。
	○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスオミクロン株がまん延して、1日当たり2万人を超す感染者が出て、まん延防止等重点措置が適用され、夜のタクシー需要が再び落ち込んでいる。しかし、自分を含めた個人タクシーは、昨今電子決済とアプリ配車を導入したことが利用客に浸透してきているようで、多少息づいている（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・客の会話の内容が、新型コロナウイルスから景気や桜の開花など明るい内容に変わってきていることから、上向きになっているように感じる。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月は当社の決算月でもあり、販売量は目標数字の約100%を達成したが、かなり苦しい内容となっている。そのため、景気はどちらともいえない。3か月前と比べるとやや良くなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・月初は少しずつでも上向きになるのではないかと期待感を持っていたが、新型コロナウイルスの影響で、後半は客の出が本当に良くなってきており、来客数も少し減ってきている。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、業態によっては販売量の動きが止まったままになっている（東京都）。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・商店街でイベントを行っても集客が芳しくない。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	お客様の様子	・来客数が少なく、単価も低い。いろいろ考えてみたが、これはやはり新型コロナウイルスと寒さのためではないか。今必死で頑張っているところである（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・前年比では来客数、売上共に伸びているが、平常時の値には戻っていない。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の適用中なので、相変わらず販売数は伸びない。何とか現状維持で頑張っているが、仕事は暇である。こんな状況では営業にも回れない（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東京の新型コロナウイルス感染者数増加に伴い来客数の落ち込みがあったが、高齢者を中心に3回目のワクチン接種後の来店率が上がり、週末は家族連れの客層が戻ってきている。延期していた結婚式を春に行う客も多くなり、引き出物菓子や御礼品などの相談件数が若干伸びている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株による感染は拡大しているものの、食料品を中心とした日用品に対する客の購買行動は落ち着いているように感じる。しかし、外出需要の中心となる婦人服関連の動きは鈍く、日常には戻っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月好調だった食料品でも、売上は減少しており苦戦している。要因は新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数増加と降雪の影響による来客数、購買客数の減少である。また、今月も値上げ対象品が更に拡大しており、必要な商材を見極めて購入する傾向が見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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やポイント何倍の日、タイムサービスなど、特典のある時間、曜日などをうまく使って、少しでも安く買物をしようという様子が多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・1月と比べると多少売上は良いが、余り変わらない。来客数が減っている分、客単価や買上点数が若干増えている。トータルでは1月よりも2%くらい増えているものの、良い数字ではないので、余り良くない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数や買上点数、単価が軒並み前年を下回っている。客が安くて良い物だけを買ひ、余計な物は買わないことが一番の要因ではないか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低い日が続き、鍋物商材等の動きが良かったことと、新型コロナウイルス禍による内食需要もあってインスタントラーメン等のインスタント食品の売行きも良い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、買上点数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。より安価な物へと志向がシフトしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数がまだまだ多いため、来客数はそれほど伸びていない。食料品に関しては前年を5～6%オーバーしている。衣料品、住まいの品に関しては、前年を上回ってはいるものの、前年比では大きく落ちたままである。衣料品、住まいの品のゾーン売上を食料品の売上でカバーできていないので、全体として数値的に若干厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・良かったり、悪かったりで、かなり変化がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数も客単価も3か月前と比べて余り変わっていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により外出を自粛しているため、春物衣料が売れない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・物価が上昇している。当社でも値上げをして販売しているが、無理な価格で競争を仕掛けてくる会社もあり、思い切った全面的な値上げにかじを切ることはできない。しかし、値上げした商材については売上が減ることもなく販売できていることから、景気が悪いわけではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・3回目のワクチン接種が進み、もう少し来客数が増えると思っていたが、新型コロナウイルスの影響で人出が少ない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の影響や天候による来客数の落ち込みが売上にも影響している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・2月に入り、新型コロナウイルスオミクロン株の影響でまん延防止等重点措置の適用が継続する状況下、前年比で販売量が微減している。大きく行動制限が掛かっている状況ではないものの、家族を守るための行動となっており、この状況が今後も続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の納期がまた延びてしまい、客に迷惑を掛けてしまっている。まだしばらくはこの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年の実績と比べても変わりはない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で外出が減っている。車検はそれとは関係なく時期が来れば実施するので、台数的には大きく落ちてはいないようだが、やはり距離を走らないため、部品の交換件数が減っている。それが結果的に売上に響いており、利益がやや落ちている。そうしたなかで、車検代についても、部品交換件数の減少から安くなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (総務担当)	それ以外	・半導体不足の影響が長引き、メーカーの生産が整備できていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・毎年決算期は通常月と比較すると販売量が増えるが、例年と比較するとそこまで増えていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・販売量は新型コロナウイルス発生前と比較して減少しているが、その減少した状態が続いているため、良くも悪くもなく、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	お客様の様子	・商品単価の値上げや、相変わらず新型コロナウイルスの影響が続いていることで、販売量は横ばいである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	それ以外	・周辺地域でテナントの入るビルが立て続けに建築されているが、完成後は空室が目立っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の11月1～28日までの前年比は、売上76.6%、来客数76.45%である。今月2月1～26日までの前年比は84.7%である。ただし、前年の前年比は売上38.7%、来客数36.9%である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東京はまん延防止等重点措置の適用中で、大人数では集まれないので、少人数の客がちょこちょこ来ているが、やはり3か月前とは比べてさほど変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響が大きく出ている。まん延防止等重点措置も適用されているので仕方ないことだが、外食を控える人が多く、一体いつまで続くのか。感染はしたくないが、商売もこのまま不安定なのかという不安がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株が感染拡大しているので、なかなか客が足を運んでくれるような状況ではない。本当に困ったものである。早く終息してもらいたい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行が難しいなか、せめて国内旅行のGo To Travelキャンペーンを再開してほしい。再開されない限り、旅行業界の経営状況は好転しない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響で商品造成が難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・続いていた契約の打ち切りが、今月はなくなっている。追加の引き合いもあり、一安心である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・MNOの値下げ等の影響もあり、MVNOでの格安スマホの契約者数増加の動きも落ち着いてきている。また、契約が取れても端末転売が目的のためか、短期解約が増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	単価の動き	・固定インターネット、携帯電話を軸とした競合他社との競争が激化しており、単価の安いサービスに流れる傾向が加速している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識が相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・商談の状況に余り変化がなく、足踏み状態である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・当社の場合、対面営業が中心のため、まん延防止等重点措置の影響でアポイントが取れにくいと思っていたが、客の様子をみていると余り影響はなく、通常どおりの営業ができています（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	販売量の動き	・契約数が増えるきっかけが少ない。値段かタイミングが合えば、何とか契約を成立させたい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	それ以外	・ウクライナ情勢が不透明である。

□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・関東地方においては、2月は降雪はあったものの影響は限定的で、稼働率は堅調に推移している。一方、まん延防止等重点措置の適用下であり、レストランの運営は深刻な単価下落の状況にある。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が高止まりしており、まん延防止等重点措置が延長されるなか、集客は低い水準で推移している。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	お客様の様子	・学生の来場は増えているが、肝心の企業コンペが戻ってこない（東京都）。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・全顧客1人当たりの単価が3か月前と比べてほとんど変わらない。販売量も変わらない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ひとえに新型コロナウイルスの影響である。新規客を待つとしても大変で、客に電話を掛けるわけにもいかないし、こちらが訪問することもできないという状態が、ここ半年間続いている。少しずつでも新型コロナウイルスの感染者数が減ってきていることは歓迎すべきだが、1日でも早く良くなってほしい。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今のところ前月と全く変わり映えない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用の延長により、客とのコミュニケーションが取れず、動きが全くない（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。早くGo To Travelが再開されることを期待している。住宅の売行きも良くなく、工事請負業も少ないため、良くない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍が始まって以来、受注量に大きな増減のない状況が続いている。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要の繁忙期であるが、例年並みである。特別好調なユーザーもいるが、限定的である（東京都）。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・まん延防止等重点措置の適用のなか、ギフトの売行きが落ち込んでおり、客単価が下がっている。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・2月になって極端に客が減っている。しかし、以前に比べると、ただ見に来ているというより買いたい商品を探しているようである。また、新型コロナウイルスと寒さのために外出を控えていることもある。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	お客様の様子	・補助金を伴う業務用のパッケージエアコンの交換や、マンションの防犯カメラの取付けといった依頼はあるが、一般ユーザーからの注文は白物家電、それほど大きくないテレビなどである。いろいろな物の値上げの影響ではないか。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・非常に厳しい状況のなかで、北京オリンピックが開催されたが、大した変化はない。つい最近始まったロシアのウクライナ侵攻は直接日本には関係ないと思うが、客が余り街中を歩いている感じがする。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・東京都のまん延防止等重点措置が延長されてから、会計伝票等の業務用品を購入してくれていた飲食店の客の足が遠のいてしまっている。また、近隣小中学校が新型コロナウイルスによる学級閉鎖でリモート授業になったことから、学童用品の売上も減少している（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の適用が延長になり、飲食店への酒の配達が細っている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・1月以降の新型コロナウイルスオミクロン株感染者数の増加に伴い、来客数が激減している。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・例年に比べて年度末にかけての受注量が停滞し、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動制限が長引くなかでの影響が出ている（東京都）。

▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響から、来客数が大幅に落ち込み、気温低下が続くなかで春物衣料が動かず、厳しい状況が続いている。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大によって、来客数が減少している（東京都）。
▲	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・年末と比較すると新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大が顕著になり、外出自粛のマインドが高まっている。高付加価値商材を求める消費の堅調さは変わらないものの、ある程度の来客数が前提となる一般の中間層顧客の購買の勢いは確実に落ちてきている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、年明け以降、都心店舗の来客数が減少している（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、先行きが不透明である。明らかに客の購買動向が鈍っている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・年末にかけては回復傾向にあったが、前月後半からの新型コロナウイルス感染第6波により、状況は悪化に転じている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・1月中旬までは来客数が回復し、売上も伸長していたものの、新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数増加により1月21日からまん延防止等重点措置が適用され、更に3月6日まで延長となったことが影響し、来客数、売上共に減少している。
▲	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・1月中旬から新型コロナウイルス感染者数が急増したことに伴い、厳しい状況が続いている。現在、感染者数は減少傾向にあるが、高齢者、子供の感染者数は高止まりしており、外出制限が継続している。来街者、来店者の増加を見込めない状況となっている（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・必需品以外の購買が少ない。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により来客数が落ち込んだが、若干持ち直しの傾向がみられる。食料品は引き続き好調だが、衣料品は厳しい（東京都）。
▲	スーパー（営業担当）	単価の動き	・来客数は横ばいながら、必要最低限の買物のみであるため、販売量だけでなく買上単価が落ち込んできている（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の適用により、在宅率がまた上がり、客単価が5%ほど上がっている。特に、節分の恵方巻の動向は2けたの伸長となった。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間、深夜時間帯の来客数が減少している。さらに、アルバイトが集まらず、厳しい状況が続いている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・イベントの中止により来客数が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・土日の天候が良いとまあまあだが、トータルで1か月分の数字を出すと前年を割っている。来客数、単価、買上点数いずれも減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用の影響で、来客数が減っている。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、まん延防止等重点措置が適用されたことで、回復基調にあった夕方～夜間の繁華街の売上が鈍化している。外出を控えたことで郊外店舗の売上も鈍化傾向にある（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・来客数がやや減っている。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・製造メーカーでの生産遅れによって、一部の商材で入荷遅れが増えている（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・外出することに対する不安感が感じ取れる。
▲	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの収束が見えてくるまでは現状のまま変わらない（東京都）。

▲	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・新規客がなかなか来なくなった(東京都)。
▲	住関連専門店 (統括)	来客数の動き	・来客数は通常に比べて半分以下に落ち込んでいる。それに伴い、売上もやはり半分以下に落ち込んでいる。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・大きな販促を仕掛けているが、以前に比べて購買点数が減っている。財布のひもが更に固くなっている。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響に加え、原油価格の高騰に伴う販売量減少が継続している(東京都)。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動自粛に加え、各種値上げの報道により、購買マインドが低下傾向にあるのではないかと(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で時短営業になっているので、客が少なくなっている。夜はほとんど客が来ない状態が続いているので、当分の間は景気が悪く、売上が落ちていく。少々心配である。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・やはり新型コロナウイルスオミクロン株の感染力が強いことから、3か月前と比べて来客数が減っている。前年12月は大分戻ってきていたが、まん延防止等重点措置の適用等で客が減っている。
▲	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・当社は大変暇なので営業を全部止めているが、開店、営業している他社の話を聞くと、とにかく前年よりもひどい状況である(東京都)。
▲	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・地方におけるまん延防止等重点措置の適用の影響で、購買が停滞している(東京都)。
▲	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用中のため申込みが少なく、催行ができていない(東京都)。
▲	旅行代理店(販売促進担当)	お客様の様子	・教育旅行は、まん延防止等重点措置が適用されてから中止や延期、又は縮小となっているので、販売も含めて減っている。ただし、学校によっては形を変えて実行するところもあるので、何とか持っているという感じである。その他の国内旅行は個人はぼつぼつと動きがあるが、やはり団体については動きがなく、海外旅行に至っては全くない(東京都)。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・一番肝心なサラリーマン客の減少が続いている。リモート営業のためだということは分かっているが、売上は厳しい(東京都)。
▲	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、人出がない。
▲	通信会社(経営者)	お客様の様子	・2月の客からの問合せ件数は、戸建ては前月より上昇傾向、集合住宅では前月比横ばい、前年比約半減と、前月と変わらない状況である。新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による影響で、営業人員不足や訪問拒否、営業キャンセルの発生が引き続き増加傾向にあり、影響が出始めている(東京都)。
▲	通信会社(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴いまん延防止等重点措置が適用されており、商談が減少傾向にある(東京都)。
▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・今月に入って急速に日々の契約数が減少している。新型コロナウイルス感染者数の増加や各種商材の値上げの影響で、前年と比べても大きく割り込む状況が続いている。
▲	通信会社(局長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染第6波の影響で訪問営業に対する拒絶反応が出ていることにより、オンラインセールスを中心とした営業にシフトしており、契約ボリュームが足りない(東京都)。
▲	観光名所(職員)	来客数の動き	・来客数の増加がみられない(東京都)。
▲	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の流行による外出控えを少し感じている。若干ではあるものの、来客数も前年と比べて落ちている。

▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用の影響もあり、来客数は半数以下に減っている。入場料半額キャンペーンなどで何とか想定数は維持できているが、厳しい入場者数を更新し続けている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、全体的に来店頻度が鈍っている気がする。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件は非常に厳しい状況が続いている。新型コロナウイルス禍の閉塞感が払拭されない限り、展望が見えてこない。
▲	設計事務所（所長）	販売量の動き	・仕事量が激減している。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・大きな変化はないものの、土木、建築共に受注が伸び悩んでいる（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量が少し落ちている。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今年に入ってからだ、土地の仕入れ及びアパートの販売契約が非常に少なく、情報も余り入ってきていない。地価も高止まりしており、景気が悪くなっている。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きい。話が具体化するまでに非常に時間が掛かる。
×	商店街（代表者）	それ以外	・例年2月は商売が枯れる時期だが、今回は新型コロナウイルスオミクロン株や東京の気温低下などが重なり、いつにも増して厳しい。クレジットカードの取扱高、来街者共に減少している（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・2月は確かに良くない月だが、今年に入って売上ゼロという日が何日かある。非常に悪くなっている（東京都）。
×	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大はやや収まりつつあるが、飲食店は不況で、行事等が中止になり、需要がない。
×	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用により来客数が減少している（東京都）。
×	百貨店（店長）	来客数の動き	・12月は2年ぶりの帰省マーケットや冬物商戦に盛り上がりがあった上に、新型コロナウイルス禍におけるイエナカ需要によるおせちマーケットなども大きく膨らんだが、1～2月は新型コロナウイルスオミクロン株の台頭により来客数が大きく減少している（東京都）。
×	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に収束のめどが立たないなか、販売量が悪化している（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍によるまん延防止等重点措置の延長に伴い、ECの売上は好調だが、店舗での対面販売については売上が3割程度減少している（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	・新型コロナウイルスオミクロン株の影響により客足が減少している。飲食店の予約キャンセル頻発等、一部業種の悪化は深刻である。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用による自粛要請に伴い、短縮営業及び休業等の対応を進めている。売上の柱である法人関連の宴席は皆無となり、個人客のレストラン利用も低調が続いている（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店だが、まん延防止等重点措置が適用されているので、今は夜の営業はしていない。今後もし解除されても、急に客が戻ってくることはない。
×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる外出減少に加え、物価高により、客の財布のひもが更に固くなっている（東京都）。

	×	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・12月までは良かったのだが、1月は悪くなり、2月は更に悪くなっている。飲食は減る一方である。何をすれば良くなるのか、全く分からなくなっている。新型コロナウイルス感染者数が減れば客が増え、感染者数が増えれば客が減るという状況である（東京都）。
	×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用された上、3月6日まで延長になり、どん底の状態にまた戻ってしまっている。2年に及ぶ新型コロナウイルス禍でこのような状況が続いており、お先真っ暗である。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・1月中旬から新型コロナウイルス感染者数が増え続け、まん延防止等重点措置が適用されてからは宿泊、レストランのキャンセルや延期が増え、予約自体がほとんどなくなり、厳しい状況となっている。宴会も、3か月前は対策を講じながらの開催があったが、ほぼキャンセルとなり、予約も止まってしまっている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大によりまん延防止等重点措置が適用され、団体宿泊が軒並みキャンセルとなったため、稼働が著しく低下している。
	×	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・年末は多少盛り返したものの、年始からは全面的に旅行予約がキャンセルとなり、ゴールデンウィークを含め、新規予約が入ってこない。この2年で最もひどいという感覚である。
	×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染拡大により、2～3月は案件がなくなっている。
	×	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が延長され、1日の感染者数が高止まりしている状況のなか、客の来店が目に見えて減少しており、前年の同時期と比較して4割ほど減少している。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・最近は昼の利用も少なくなっている。確実に利用があるのは病院の送迎である。駅のプールがタクシーの列であふれており、かなり待つことになる。新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が減り、まん延防止等重点措置が解除されるのを待つしかない。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況はピークではあるものの、なかなか極端に減らず、横ばいのため、どうしても人の流れが止まっている。特に、夜はほとんど動きがない。とにかく感染者数が減らないことには、なかなか元に戻らない（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・ガソリン、ガス、灯油などの値上げ、原材料価格の値上げが経営を圧迫している。また、食材や消耗品の値上げに伴い、客の消費金額の減少が始まっている。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染者数は高止まりしており、減少とは言い難い。失業者数が増え、出生数、婚姻数も減少している。景気は悪くなっているとしかいえない。
	×	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株のまん延により、当社の事業所も一定期間閉鎖したりしている。また、PCR検査で陽性になった客が来店を控えるといったことも多々起きているので、大変な影響を受けている（東京都）。
	×	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用の影響を受けている（東京都）。
企業動向関連	◎	その他サービス〔ディスプレイ〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せ案件が増えてきており、少しずつ現場に動きが出てきている（東京都）。
(南関東)	○	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、名刺印刷などを行っている。外売りと店受けの両方がある。今月は小さな特需があり、1回の納品で10万円を超える仕事があった。新会社の設立で、薬品の販売会社である。新型コロナウイルスの影響を余り受けずに営業しているようである（東京都）。

○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先からの受注が増えている。
○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月よりは鈍化したものの、改善傾向が続いている（東京都）。
○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の収束に伴い、ホテル利用が増えつつある（東京都）。
○	その他サービス業【警備】（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が高止まりしており、PCR検査場や公営競技の感染対策のための警備人員増で人手不足になっており、売上が伸びている。
○	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	・案件及び受注量が増えている（東京都）。
□	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置の延長により進行中のイベント数件が中止となり、案件が急きょストップしたことで大きく数字が減少している。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだままの口紅容器の受注には回復傾向が全くみられないが、医療品容器の受注は海外工場が稼働し、僅かではあるが受注に至るようになってきている。
□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大が続いているため、先行き不透明で、仕事も回復が遅れている。仕事の確保が大変である。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は現在の忙しさを維持しながら、来期の計画は5%アップを予定している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干の持ち直しはあるものの、現状では大きな変化にはなっていない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の販売状況は例年とほとんど変わらない水準で推移している。安定しているといえば聞こえは良いが、新しい技術や新製品が生まれていないということでもある（東京都）。
□	精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原油高、金属材料高、新型コロナウイルス禍による急激な増減産による生産調整などで安定した生産ができず、製造原価、販管費共にアップしており、収益が減少している。
□	その他製造業【靴】（経営者）	取引先の様子	・得意先が何とか仕事を作ろうと大変頑張ってくれていることが手に取るように分かり、その努力に敬服している。新型コロナウイルスの影響で大変厳しいが、得意先と一緒に頑張っている。
□	輸送業（経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況、燃料価格の高騰、人手不足と不安要素ばかりで、経営状況は停滞している。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸びない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・軽油や重油の価格高騰のあおりを受けている企業が非常に多く、中小企業は価格の転嫁ができずに、特に大きな影響を受けている。飲食業は補助金でそれなりに潤い、プラスになっているところが散見される。
□	金融業（役員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染がいまだ収束に向かわず、関連業種では厳しい経営環境が継続している。
□	税理士	それ以外	・夜に駅周辺の飲食店を外からのぞくと、本当に客入りが少ない。駅までの途中に24時間やっている安価なコンビニのような店があったが、昨日歩いていたら、閉店の貼り紙があった。消費が大分落ちているのではないか。大手総合スーパー系列の小規模店舗などもたくさんできているので、その影響もあるかもしれない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金など、助成金を活用したい会社がまだ見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小の金属加工製造業では相変わらず最悪の状態が続いている。さらに、材料価格の上昇なども悪影響し、昇給の時期ではあるものの、まともに昇給もままならない（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	・前年同様の受注量、動きであり、変わらない。

□	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	・来年度から始まる小学校でのデジタル教材の制作など、教育関係の仕事は少しずつ動いているが、外部での撮影などは中止、延期が多く、相変わらず受注の少ない状態が続いている（東京都）。
▲	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前年の暮れから正月にかけては販売量が増えてきていたが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染者数が増えてから、来客数が減ってしまっている。
▲	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・例年2月は受注が少なく、今年もいつもどおり少ない（東京都）。
▲	化学工業（総務 担当）	それ以外	・個人消費が回復せず、需要が低迷しているなか、原材料費が値上がりし、収益が圧迫されている。今年に入り原材料費は更に高騰している。
▲	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、エネルギー、資源価格が高騰している。今後、世界経済の行く末は不透明である。
▲	輸送業（経営 者）	それ以外	・受注量の低迷が続くなか、燃料価格は上昇の一途をたどっている。前年同期と比べて25%以上、半年前と比べて10%以上値上がりしており、収支の悪化が進んでいる（東京都）。
▲	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、飲食業や小売業の売上が再び減少している。燃料価格高騰の影響で、運送業や流通業の利益が低下し、運送費の値上げをする企業が出ており、あらゆる業態に影響が出ている。値上げが続いていることから消費も低迷している。新型コロナウイルスの影響で半導体関係の調達も遅れており、住宅や電機部品関係が打撃を受けている（東京都）。
▲	不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・付近の商売仲間の営業状況が芳しくないようである。針きゅう医院では、常時来院していた年配の患者が激減し、賃料を払うと採算が合わなくなってきている。理容室は、たまたま自分が行った日曜日は来客数ゼロだったようである。こちらも常連の年配客が激減している。弁当店は売上が激減し、続けていけなくなり、5月に閉店し、店舗を売却するとのことである。3軒とも当地域で50年以上続けてきた老舗である。新型コロナウイルスの影響は大きい（東京都）。
▲	不動産業（経営 者）	それ以外	・飲食業を営んでいるテナントから解約の申出があった。新型コロナウイルスに感染収束の見通しが立たず、廃業するとのことである。
▲	不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・明らかに新型コロナウイルス感染第6波の影響で客が減り、売上也落ち込んでいることから、飲食テナントのなかで閉店、退去に追い込まれる店が出てきている。後継テナントの誘致は難航、既存テナントからは賃料減額の継続要請が続いており、確実に足元の景気は悪くなっている（東京都）。
▲	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の適用により、人出が減少し、営業時間短縮の影響を受けている。
▲	税理士	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の延長が決まり、飲食店やアパレル等では客足が伸びず、低迷している。新型コロナウイルスオミクロン株の流行により、保育園から学校全てに休園休校が多く、濃厚接触者に該当した人の動きが止まっている。補助金対象者はまだ救われるが、飲食店への卸業者や自営業の濃厚接触者への補助はなく、悲惨である。
×	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・まん延防止等重点措置が解除されないと、なかなか売上が伸びない（東京都）。
×	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る価格競争等で、受注率が減少している。
×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・物を希望どおりの価格で売ったり貸したりできない。
×	建設業（経営 者）	競争相手の様子	・建設関連の案件が減り競争が激化していることと、原材料費が高騰している。

	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が激減している。材料費の高騰もあり、予定していた案件が中止になった。引き合いのあった案件も大手企業が金額を下げてきたため、駄目になっている。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末は転勤や入学、卒業などの引っ越しや、様々な学校行事などで受注をこなさきれないくらい忙しい時期だが、リモートワークの普及、行事の中止などで受注が激減している（東京都）。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置の適用と延長により受注後のキャンセルや延期が複数発生している（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・前期を超える求人があり、人手不足感がある（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で10%強、前年比で20%強の伸びを示しており、堅調に推移している。求人数の回復に伴い、派遣社員側からの契約満了も増えてきており、長期稼働者数が一部伸び悩み始めている（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスは収束しておらず、発生前に比べるとまだ景気は悪い状態だが、微増傾向にて回復している。求人数、求職者数、成約数いずれも微増しており、やや良くなっている。また、派遣社員からの契約終了要望が減少しているため、派遣総労働者数としては増加している（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニアの派遣ニーズは毎月良くなってきており、製造業の景況は上向きだと感じる。
	○	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・前年10～12月の第3四半期から取り扱う求人件数が増えた。内容的に、新規出店や新規事業拡大など、アフターコロナを見据えた動きが出てきている感がある。ただし、年明けからのまん延防止等重点措置の適用などの影響はこれから表れてくる（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数の動きからやや上向きである。しかし、前年の求人数と比べて横ばいになってきている週もあるので、完全に上向きとはいえない。調子の良い業種、悪い業種などがはっきりしているため、今後更なる景気対策の上、求人数が増加することを願っている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求職者数の高止まりの状況は変わらないが、一方で新規求人数が大幅に増加し、就職者数も3か月連続で前年同月を上回っている。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・飲食、宿泊、情報通信業を中心に新規求人数が増加している。また、各業界の採用数も増加している（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績も、自身を含めた周囲の消費動向も変化がない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス関連の需要に依存している。新規の需要開拓に振り向けるリソースがなかなかない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・大手企業は長引く新型コロナウイルス禍で採用を控えるところもあるが、慢性的に人手不足の中堅中小企業では業種により採用意欲が高く、派遣依頼が堅調である（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置により、企業の採用意欲と求職者の就職意欲が低下しているため、今後の経済活動の回復傾向によって大きく変動がある。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社、同業他社共に、中途、新卒の採用予定人数は多い。新型コロナウイルス禍、ロシアのウクライナ侵攻等不安材料はあるが、これ以上ひどいことにならないければ、今のままの景気が続くのではないかと（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新型コロナウイルス禍ではあるが、企業は前年より早いペースで始動している。3月を迎え、就活イベントへの参加企業も多い（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人件数は相変わらず多いが、特に海外案件についてはなかなか条件が合わず、企業には必要要件の見直しを依頼するケースが多くなっている（東京都）。	

□	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・採用や求人の動きは好調だが、新型コロナウイルス感染者数の増加により消費が上向きにならない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と比較して求人数が減少している。
▲	求人情報誌製作 会社(所長)	求人数の動き	・応募が減っている。新型コロナウイルスの影響が大きく、厳しい。
×	新聞社 [求人広 告] (担当者)	求人数の動き	・全てがキャンセルになっている。