

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〔生花〕（店員）	来客数の動き	・3月なので、お彼岸の花の需要がとて多く、卒業式の祝い花の注文もあった。31日までは会社の送別の花の注文が続く（東京都）。
	◎	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食業界ではまん延防止等重点措置が解除される直前から来客数が増え、今も増え続けている。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてからは、やはり以前の店の雰囲気に戻ったように感じる。3月前半も時短営業はしていたがアルコールは出せたので、緊急事態宣言中に比べれば、まあ客が入った方である（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、前年同期比200%超えて推移している（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高が回復傾向にある。また、暖かくなってきたことと、新型コロナウイルス感染者数がピークアウトしたことから、来街者数が明らかに増えてきている（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・3月に入り、買物に来る客が増えてきている。新生活に向けて、人の移動が増えたため、来客数が増えている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	お客様の様子	・年度末で需要があり、若干ではあるが上向いている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・3月になって法人客からの注文が増加してきている。また、まん延防止等重点措置が解除され、飲食店の客の来店が増加している（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・微増だが客足が戻りつつある。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・当社は店舗が2軒と外商部があり、そのうち1店舗が大変悪く3割減少しているものの、それを埋めるようにもう1店舗に客が集中していることから、売上的には変わらない。外商部は、今月は官公庁の需要と上場会社のスチール家具などの案件が多かったため、3か月前に比べると良い。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で年度末用の受注が減少しているが、まん延防止等重点措置が解除され、新年度向けの受注量が通常に戻っている（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、子連れや家族連れの来店客も戻ってきている。3～4月は人事異動や卒入園の時期のため、和洋菓子ギフト需要が伸長している。新型コロナウイルス禍のなか、各自工夫しており、前年に比べ少人数の会食での弁当注文の動きも活発化している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍も2年以上が経過しているが、直近の客の消費行動は、目的意識が高く、必要な物に関しては堅調である。「新たな日常」が「ふだんの日常」となっており、数年前と比較することができない状態のなかで、売上などを数か月前と比べると、やや持ち直している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除以降、客の行動が活発になっているように感じる（東京都）。
	○	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除とともに来街者数が戻りつつあり、消費についても良くなっている。前年の緊急事態宣言解除後の回復状況とは異なるが、衣料品、化粧品等、徐々に動きが出てきたことは期待できる。食料品の値上がりも続き、影響が懸念されたが、ほぼ前年並みを維持しており、物価上昇と販売量減少がバランスを取っている状況が見受けられる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、販売量が若干増加している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・気温が上昇していることに加え、まん延防止等重点措置が解除されたことで、来客数が多くなっている。ただし、過去の同時期に比べると、本格的な回復とまではいえない。	

○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、春休みになり、皆が出かけようとしている。花見シーズンも始まり、外食する傾向にある。外出機会が増えて洋服を買う人も増えているようである。前月末には競合店もオープンしている。
○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ガソリン価格の高値安定、食品関連の相次ぐ値上げ等、消費や生活者心理に与える負の影響が大きい事案が多いが、まん延防止等重点措置の解除、気温上昇による花見や行楽への期待感があり、一時期の最悪な景況感、消費者心理よりは回復していると感じる。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、人の動きが活発になってきている。解除後は、僅かではあるが、売上が前年を上回ってきている。
○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて、夕方～夜間や週末の売上が戻ってきている（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除後から確実に来客数が増えてきており、1人当たりの来店頻度も増えている（東京都）。
○	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染対策のまん延防止等重点措置の適用に伴い、ショッピングセンターなどの大型商業施設から郊外の店舗に客が流れた。
○	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除になり、多少は販売量が増えてきている。旅行や行楽用の需要が少しずつ出てきている。
○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除や新型コロナウイルスの3回目のワクチン接種が進んでいる影響か、買物を楽しんでいるように見受けられる。社会活動が戻ってきている感じがする。
○	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・前月に比べて来客数が増え、引っ越しシーズンも重なり、まとめ買いが多い。平日の来客数も伸びている。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・決算月のため販売、サービス共に大きく伸びている。また、中古車市場がいまだに活発化しており、貢献している。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・以前に比べて来客数が著しく増えたという感じはしないが、徐々に戻ってきている。また、若干多めにお金を使ってもらえている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3月は、まん延防止等重点措置の適用中は前年比で売上が下がっていたが、解除されてからは大分戻ってきている。ただし、30日現在、前年比ではまだ今年の方が落ちている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、気候も暖かくなっていることもあり、街の人流が増えるとともに、消費量も増えている（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・新幹線や飛行機などの人数が増えてきている。22日以降は顕著である。繁華街には人がいるように感じるが、全体的には変わらず、飲食は厳しい状況である。家族、カップルでの食事は多いものの、ママ友、友人同士、同僚などの食事はいまだに戻っていない。新型コロナウイルスが終息しない限り戻らないとみている（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	それ以外	・新型コロナウイルス後の事業環境への対応策が奏功し、効果が徐々に顕現してきている。不良営業店の撤退、人件費削減、インターネットへの大幅移行のほか、各種経費の削減等により収益は新型コロナウイルス発生前の水準以上に改善している（東京都）。
○	タクシー（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置さえ解除されれば、状況は改善する。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・3月の客からの問合せ件数は、戸建てでは前月比で上昇傾向、集合住宅では横ばいである。前年比では戸建てが約半減と、前月からダウンしている。新型コロナウイルスの影響は残るものの、営業員不足や営業キャンセルの発生は減少傾向で、獲得に大きく影響を受けることはなくなっている（東京都）。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・新しい番組の引き合いが続いて出てきている（東京都）。

○	通信会社（社員）	販売量の動き	・繁忙期であることと、値下げにより契約数が増えてきている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・値上げする商材が増えていくなかで、客がより安価な物を選択するケースが増加している。価格を抑えることのできるサービスには敏感に反応する人が多い。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、暖かい日が続くようになり、外へ出る人が多くなってきている。ゴルフはこれからがシーズンインのため、良い流れだと感じる。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官庁案件の入札前倒しにより受注できた案件がある。利益率は決して良くないが、ぜいたくは言われていない。今までの低調さから一息ついた感じがある。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注がやや改善している。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・前年と比較すると、発注先の製油所や化学工場からの注文が3割程度落ちている。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたものの、お彼岸の連休の頃から降雨や降雪などで寒さが厳しくなり、来客数が減少している。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・一般ユーザーからの注文は余り良くないが、年度末のためか、業者などからの物件が多くなっている。全体で見ると変わらないのではないかと。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなかで、不急の外出はしない人が多いようで、とても人通りが少ない。需要はあるのだろうが、非常に低迷しているように感じる。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置は解除されたが、特に来客数が増加したようには感じられない。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数は増えているが、単価が下がり、ギフト需要もなく、売上が減少している。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響が続いており、販売数の伸びもなく、現状を何とかつないでいるような感じで、少しも良いことはない。当然、販売の新規契約などもなく、会社が何とかやっているという状況である（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・来客数は堅調に推移している。気温の上昇とともに婦人、紳士衣料も堅調に推移しているものの、高額品等の動きが鈍化し、全体として厳しい状況が続いている。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月も来客数は前年比で増加、客単価は低下している。また、原油価格上昇による物流費の値上げや、新型コロナウイルスの影響による国内外での商品流通量の減少により価格上昇が続いており、生活者はより必要な物を厳選して買物をしている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・特に都心店舗を中心に、来客数、売上が伸びない（東京都）。
□	百貨店（店長）	単価の動き	・前年と比べて来客数は伸びているが、客単価が下がっている。日々話題になっている「値上げ」というキーワードに敏感に反応している様子である。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、ポイント何倍の日であるとか、タイムセール、広告初日の目玉商品など、少しでも安く買い回れる店舗や時間帯などをしっかり選んで買物をしている状況がよく見受けられる（東京都）。
□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・厳密にいうと少しずつ良くなっているが、まだ水面下の状態なので、3か月前と変わらない。
□	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合各社において、ディスカウントタイプ店舗の出店が相次いでいる。値上げ基調のなか、従来の価格を更に下回る価格での販売が増え、一時的に客が流れている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は維持しているものの、販売数の伸びがみられない。必要最低限の食材しか購入しない様子が見える（東京都）。

□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・店全体の売上としては前年をやや上回っているが、売上の分母の大きい食料品が、来客数、客単価共に前年を下回っており、売上が減少している。ステイホームから若干客が外に出てくるようになったことで、おしゃれ着等の売上は伸びているものの、前年まで需要のあったステイホームの日用品関係を含めた売上が前年を下回っている。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は全般的に上がってきてはいるが、逆に、買上単価は低下しつつある。来客数は横ばいだが、安価な商材を選ぶ傾向にあるのではないかと（東京都）。
□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・今月はまん延防止等重点措置が適用されており、21日に解除されてからもすぐには人の動きに変化はない。買物頻度が下がり、1回の買上点数が増え、客単価が上がっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・変化が激しく、どちらともいえない（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置適用の影響で近隣のイベントが縮小している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたとはいえ、来客数的にはまだまだ上がってきていないという感触である。
□	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比較して、景気は特別大きく変わってはいない。コンビニは時短的な影響もなく、以前から新型コロナウイルスの影響を大きく受けているわけではなかった。業績が上向きには、世の中の消費が大きく伸びるような動きが必要である。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・春になり、ファッション物が動き始めているが、全体的にはまだまだである（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が縮小する一方、ロシアのウクライナ侵攻による資源高騰などの外的リスク、円安加速によるインフレが更に加速している。その影響で国内消費は停滞傾向にあり、当社が扱う呉服を含む高付加価値商材は、特に影響を受けている（東京都）。
□	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・3月に入り、新型コロナウイルスの感染拡大が縮小傾向にある。まん延防止等重点措置の解除もあり、国内景気には好材料ではあるものの、ロシアのウクライナ侵攻が始まり約1か月が経過し、世界経済に影を落としている。足元の売上は前年とほぼ同水準にある（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、販売が余り芳しくない。前々月と比べて5割減少している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の登録台数が減少しているが、サービス部門が伸びている。
□	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・現状についてはどちらともいえず、将来的にも変わらない。新型コロナウイルスの影響で一旦悪くなったが、まん延防止等重点措置の解除により人が結構出てきて、車関係のショーなども開催されてくるようになった。今後販売を拡大していけるのではないかと考えていたが、ウクライナ情勢の影響で原油が不足しているなかで、結果的に新型コロナウイルスの影響で悪くなったものが、ウクライナ情勢の影響で元に戻らない状況になっている（東京都）。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・納期遅延により早期買換えが多く、通常の3月の販売台数になっていない。
□	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産が正常化しておらず、売上の見込みが立たない。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、来客数が少しは戻ってきているが、客単価は上がっていない。余計な物は買わないようである。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きは本当に前月と変わらない。景気はどれも余り良くないような気がする。
□	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・販売量は減少も増加もすることなく、低調なまま推移している（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	・業種の違いにより好不調がある。販促活動が実を結び、 売上を押し上げている。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前は12月なので、新型コロナウイルス禍ではあつたがそれなりに売上があつた。今月も人の動きが結構あるので、12月並みの売上がある。これで景気が良くなっていくかは疑問だが、今のところ大幅な落ち込みはなさそうである。ただし、来月からは人の動きも止まるので、また少し下がっていく。
□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の12月1～26日の前年比は、売上87.8%、来客数87.1%である。今月3月1～29日の前年比は、売上84.2%、来客数83.1%である。12月も今月も、5店舗中2店舗のみの営業であつた(東京都)。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されるタイミングが遅かつた気がする。これでは年度末の夜の宴会予約はほぼ取れそうにない。企業によってはいまだに大人数での会食を避けるように言われているなかでのまん延防止等重点措置の解除は、一体何の意味があるのか全く分からない。
□	その他飲食[居 酒屋] (経営 者)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されても、飲みに行くことがはばかられる雰囲気があり、まだまだ街中には人出が少ない。当店も来客数が少ない日が多く、完全に良い状態とはいえない(東京都)。
□	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ようやくまん延防止等重点措置が解除になり、幾らか客が戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染者数の減少が鈍化しているため、様子見の客が多く、法人の宴会等はまだまだほとんど戻っていない。非常に不安定ななかで4月を迎えることになる。
□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、徐々に販売量も回復傾向にあるものの、レストランを中心に少人数での利用がほとんどであり、件数はあるが大きな売上とはなっていない。解除に伴い一時的には売上も上がるが、継続が難しく、厳しい状況が続いている。
□	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスのまん延防止等重点措置が解除されたが、なかなか客がこちらまで足を運んでくれるような状態ではない。
□	旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・ウクライナ情勢により、訪日、海外渡航に影響が出ている(東京都)。
□	旅行代理店(販 売促進担当)	販売量の動き	・今月21日でまん延防止等重点措置は解除されたが、流れはさほど変わっていない。卒業旅行を中心に国内需要があつたが、それらを加味しても3か月前と余り変わらない(東京都)。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてから、少しは人の流れが出てきたが、それまでは人の動きがなく、最悪の状態であつた(東京都)。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの利用は元に戻っていないが、その他一般の客の利用がやや良くなっている。高齢者の病院の送迎や大型スーパー帰りの客などの利用がある(東京都)。
□	タクシー(団体 役員)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたが、夜間の人出がない。先日の地震の影響か、帰宅時間が早くなっているように感じる。
□	通信会社(経営 者)	販売量の動き	・依然として半導体不足の影響はあるものの、年度末のため納品が増加している(東京都)。
□	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・競合他社との価格競争が激しくなっており、より低料金のサービスに流れる傾向が続いている。
□	通信会社(管理 担当)	販売量の動き	・モバイル、電力サービスの切替需要が例年以上に少なく感じる。格安スマートフォンを始め、廉価版サービスが出そろった感があり、動きが非常に鈍い。価格据置きで付加価値を付けないと競合他社との勝負に勝てない状況で、各社共に伸び悩んでいる。
□	通信会社(局 長)	販売量の動き	・いまだに新型コロナウイルスの影響があり、訪問営業に対する客の嫌悪感が拭えないことと、企業の異動時期のずれ込みもあり、契約数の伸長が平時の繁忙期までは盛り上がっていない(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、必要最低限の意識を強く感じる。

□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・テレビ及びインターネット接続サービスの平均単価が毎月10円未満で下がっていたが、直近は月10円以上下がっている。とにかく値段で優位性がないと加入してもらえない。
□	通信会社（局長）	単価の動き	・ウクライナ情勢が不透明である。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数に明らかな増減は感じられない（東京都）。
□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・3月のうち3週間がまん延防止等重点措置の適用下であったが、季節的要因からもコースは高稼働率で推移した。一方、来場者数の多くを会員が占め、企業名を冠したコンペや法人接待需要の減退によりビジターの来場は限定的である上、新型コロナウイルス感染対策によりレストランの営業形態に制限を設けざるを得ず、稼働率、客単価共に著しく低迷し、収益性が低下している状況が続いている。新型コロナウイルス感染者数が周期関数的に増減を繰り返しているなかで、まん延防止等重点措置が感染者数増加に歯止めを掛ける効果があるかは不明であり、いたずらに経済損失が膨らむ状況が解除されたことは歓迎すべき事象である。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・県内のまん延防止等重点措置は解除されたものの、依然として新型コロナウイルス感染者数は高止まりしている。また、ウクライナ情勢や中国上海のロックダウン報道などによるサプライチェーン不安、原油高、円安等々、国内経済に与える不安要素や物価高への懸念が消費者動向に影響し始めている。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・販売量の増減はさほどない。全体の売上にも変わりがない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画中の物件は前に進まず、新しい計画の話もほとんどない。現況のコンサルタントのみの仕事だけである（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キャンペーン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	・客の様子に目立った変化はなく、受注量にも変動はみられない。
□	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建築資材の繁忙期としては例年並みで推移している（東京都）。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近の客の様子だが、新型コロナウイルスが落ち着きつつあったが、またこの数日で感染が少しずつ増えてきているなかで、やはり客は外出に抵抗感があるようである。そのためか、来客数が減っており、売上にも影響している。
▲	一般小売店[酒類]（経営者）	お客様の様子	・客の様子から先行きの不安を感じている。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で、外出を慎重にする人が増えている（東京都）。
▲	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・3か月前の12月は新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いている時期で、来客数も回復基調にあるとともに中間層も含めた消費マインドが堅調であった。現在は新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大の影響で、その頃と比べて状況がやや悪くなっている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除に伴い年末年始の個人消費は回復傾向にあったが、新型コロナウイルスオミクロン株の流行により再度低迷が続いている（東京都）。

▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の陽性者数増加により1月21日から適用されたまん延防止等重点措置が、3月21日まで延長となったことが影響している。前年3月は、21日までの緊急事態宣言の解除後、来客数、売上共に伸長したが、今年はまん延防止等重点措置の解除後も感染者数が多いことが影響してか、来客数が伸びず、売上にも影響している。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染への不安や天候不順などにより、買物客の出足が鈍い（東京都）。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・値上げが相次いでおり、値上げしたカテゴリーは明らかに動きが良くない。また、畜産や水産の動きも良くない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大型店のセールが続いているためか、売上が3か月前に比べて10%減少している。深夜帯の来客数も戻らず、厳しい状況が続いている。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・天候の影響により、週末の売上、販売点数、全てが少なくなっている。
▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・必需品の需要は堅調だが、価格改定で値上げする商材が大幅に発生しており、客にも買い控えが発生してきている（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期なのに全く活気がみられない。
▲	乗用車販売店（店長代行）	来客数の動き	・例年3月は決算期である程度は売れるが、今年の3月は来客数及び販売台数の減少が大きい（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・新車の納期が長期化し、売上が上がらない（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、来客数が大分減っているため、販売量も少なくなっている。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	単価の動き	・まん延防止等重点措置は解除されたが、インフレ懸念で仕入値が上がり、利幅が取れなくなっている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除後、来客数の伸びを期待していたが、変化は余り感じない。特に夜の来客数は低迷したままである（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べて食材の物価も上がっており、仕入れが厳しくなっている。消費者も生活費等が厳しくなっているので、客単価も下がってきている気がする。
▲	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、気候が春めいて桜の開花が始まり、街ににぎやかさが戻りつつあるが、依然として新型コロナウイルスは収束には程遠い。加えて、ロシアのウクライナ侵攻や北朝鮮によるミサイル発射等、社会的不安が増しているため、人々の消費意欲も低く、前年同時期と比べても来客数及び売上に顕著な伸びはみられない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されたが、すぐに利用が増えるわけでもなく、いまだに客は少ない。昼間の病院の送迎は以前と変わりなく利用がある。夕方～深夜は今なお利用が少ない。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注案件が先延ばしされるケースが多々発生しているため、予定した工数の清算が遅れている。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・最近までは低額プランが売れていたが、低額プランすら売れなくなってきた（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、家族や友達と出かけることが多くなったのか、週末の来場者数が減少している。同じ理由で、若い年代が多く来ていた夜間の来場者数も減少している。
▲	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・日用品や消費財の値上げが消費の鈍化要因となっている。

▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客入りが鈍化している。インタビューでさえもプレスコントロールをして、本来やるべきことさえできていない。集客施設のチケットは正直売れない。半導体の流通が悪化している影響で、壊れた機材を新たに購入するとしても納期が半年後という物もあり、「できない」ということが起きている。マーケティングの見直しを進めてはいるが、打ち手やターゲット変更を検討しなければならない時期に来ていると感じる。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響だと思うが、来店頻度がまだ戻ってこない。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルスの感染状況次第である。一応まん延防止等重点措置が解除されたものの、まだ設計を依頼されている予約客から答えが返ってきていない。その会社自体が非常に悪くなっていることもあるので、なかなか営業の実績に上げることができない。新型コロナウイルスが収束しないとなかなか思うような方向にはいかない。
▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・仕事量がこれからそう増えるようには考えられない。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・まん延防止等重点措置は解除されたものの、世界情勢不安もあり、社会に元気がない（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて景気は悪くなってきている。用地仕入れも地価の高止まり及び情報の減少などで競合他社との価格競争になっており、薄利の現場が増えてきている。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・この難局を切り抜けようと思っており、このところは小規模な業務でしのいでいる。新型コロナウイルスの早期の収束を期待している。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・まだ商材が入ってこないため、納期がどんどん遅れており、客から集金ができない。そうした悪循環が続いている（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・今月も非常に悪い。来客数が少なく、販売量もかなり減っている。やはり懐具合が良くないように見受けられる（東京都）。
×	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・政府が新型コロナウイルス対策を見直してくれない限り、何も変わらない（東京都）。
×	百貨店（店長）	来客数の動き	・3か月前の前年12月は、2年ぶりに防寒衣料など非食品カテゴリーの高単価商材に動きがある一方で、帰省マーケットでも土産などが一気に回復し、イエナカ需要が継続するなか、おせちなども伸び、食カテゴリーも好調に推移した。それと比較すると現在の動きは悪いが、2月よりは好転してきている（東京都）。
×	スーパー（店長）	来客数の動き	・今月に入って来客数の減少が顕著である。買上点数も前年比で1割強減少している。また、単価についても前年比98.9%ということで、来客数の減少分を買上点数、単価で補うことができず、非常につらい状況である（東京都）。
×	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よる外出自粛に伴う販売不振に加え、原油高に伴う燃料価格高騰による買い控えがみられる（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	・値上げに関する情報やエネルギーコストの上昇、世界情勢不安等、将来展望に不安しかない（東京都）。
×	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が解除されたとはいえ、飲食店にとっては壊滅的な状況である。急回復は期待できず、当面厳しい状況が続く。令和元年時の数値を基準とすると、来客数は4割である（東京都）。
×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年末と比べると圧倒的に悪い。まん延防止等重点措置の延長に伴い、客足が鈍化している。本来なら春休み需要で非常ににぎわうのだが、厳しい状況が続いている。

	×	タクシー運転手	それ以外	・東京都は3月7～21日まで新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置の適用を延長した。新型コロナウイルスオミクロン株は感染力が強く、都内全域で感染が拡大するリスクがある。効果的に措置を実施するため、都内全域を対象区域としたことから、飲食店、関連産業が停滞し、タクシー業界にも多大な影響があった。景気は悪いまま推移している（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・物価が上昇しているものの、給与は上がらず、新型コロナウイルス感染者数も再び増えつつある。景気は悪くなっているとしかいえない。
	×	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64%となり、悪い。3か月前と比べても約74%で、悪くなっている。前月が当社の決算月ということもあり、販売の前倒しをしてしまったこと、3月の人事異動により多少の混乱があったという事情もあるが、明らかに景気が悪くなっていると感じる。
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	・まん延防止等重点措置が解除されたことからである（東京都）。
	◎	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・今月は改善の動きが加速している（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	・4月から新しい公共事業を受注するので、売上が増加する。
	○	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解除に向けた動きが活発化している。イベント等の告知案件が非常に多く動いている。
	○	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している。法人向けの納品と店頭受けがある。今月は、大手鉄道会社から木製角正方形の注文で1回に17本という特需があった。今はどの客もゴム製ののだが、単価の高い木製の注文をもらっている（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	・今月の売上は、予想より大きく伸びている。年度末ということが要因の一つだと思うが、いろいろ物価が上がっていく前の駆け込み需要もあったのだろうと考えている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの予約件数が増加している（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ2年は新型コロナウイルス禍で中止となっていた毎年恒例のイベント催事を、今年は開催する方向で動き出している。
	○	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が解除されたこと、少し遡って解除されるであろう見込みが出てきたことによるものと思われる。したがって、3月上旬は悪いが、下旬はやや良くなっている（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	・年末と同じくらいの受注量だが、1～2月と比べるとやや良い（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・ウィズコロナと共に、周辺環境も目まぐるしく変化している。当業界も変化していかないと、景気は下向きになるしかない。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染第6波による個人消費低迷が続いており、相変わらず受注が減少している。
	□	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の影響が尾を引いており、仕事量が減っている。取引先で新規工事の予定が立たない。4月以降もっと悪くなるようである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・回復し始めたかと思ったら、自動車メーカーのデータ改ざん問題やウクライナ情勢による材料不足など、1週間ごとに状況が変わるため先が読めないが、良い状況ではないことは確かである。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人々の心が明るくならないと商売も経済も良くならない。新型コロナウイルスもまん延防止等重点措置は解除されたが、り患率はまだ高止まりしている。ロシアのウクライナ侵攻は今後どうなるのか分からない。輸出が心配である（東京都）。	

□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは、東北地方での大地震、アジア圏での新型コロナウイルス感染拡大の影響で、まだ部品調達が安定していないようである。当初計画していた4月以降の大幅増産も難しくなっている。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を受ける以前と比べて物流量の低迷が続くなか、燃料価格の上昇もあり、収益が低下している。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えなかったこと、燃料価格が高騰したことにより、収益が思った以上に伸び悩んでいる。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・建設業でいえば、資材の高騰がかなり影響している。他の産業においても、原油価格の高騰がかなり企業に悪影響を及ぼし、利益を食いつぶしている。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の主な業種で、不動産業では、住宅機器類が半導体不足による工期遅れが出ていて、その分経費が増加しているところがある。運送業では、燃料価格の高騰により利幅が減少している。新型コロナウイルスの影響は今でもあり、特に飲食業がまだ低迷している。一方、まん延防止等重点措置の解除により、旅行業や宿泊施設では予約が増加傾向にある（東京都）。
□	不動産業（経営者）	それ以外	・飲食業のテナントが撤退したが、割と早く次のテナントが決まり、入居率としては変わらない。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年比で僅かに上がっているが、昨今の働き方改革による人員増で、1人当たりの稼ぎとしては変わらない状況が続いている（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金を活用したい会社や資金繰りが厳しい会社はまだ見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除などにより人出が増えているようで、飲食店も店によっては客足が戻っている。ただし、店舗ごとの差が大きいように見える。
□	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	・新型コロナウイルス発生前に戻りつつある取引先もあるが、まだまだである。
□	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	・既存の契約に変更はないが、新規の見積案件が幾らか減っている（東京都）。
□	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	取引先の様子	・世界的な政治、経済の不安定さが影響し、取引先でも不安の声が多く聞かれ、新しい仕事の発注が控えられている（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料、包装資材の値上げが続き、販売価格に転嫁しなければならぬ。この先買い控えが起きて、景気は冷え込むと思われる。
▲	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、口紅容器の受注には全く回復の兆しがみられない。
▲	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・周りの同業者からも悪いという言葉が幾らか聞かれなくなってきた。得意先も同様で、特にまん延防止等重点措置が解除されたときはそうしたムードがあった。しかし、まだまだ本当の景気回復というところまでは至っていない。
▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・都心部の中規模な納品先が相次ぎ閉店しており、長期化する新型コロナウイルス禍の影響かと、今後を危惧している（東京都）。
▲	金融業（役員）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除されたものの、いまだに客足は伸びず、さらに、ウクライナ情勢に端を発する資源高騰リスクも見込まれることから、事業者マインドとしてはやや悪くなっている。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・本年2月半ばに完成した、最寄り駅まで徒歩8分の鉄骨造1DK2階建ての8室は、住宅情報誌に掲載して2月中に申込みが完了したが、残念ながら何室か残っている。設備のいろいろ付いた1DKで募集時期も良かったと思うが、お手上げである（東京都）。

	▲	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスも収束に向かっているが、感染者数の減少ペースが遅いので客足が伸びず、店舗系テナントからの賃料減額要請が続いている。オフィステナントからは、テレワークの定着により賃借スペースを縮小したいという要望が増えるなど、景気の良い話は聞こえてこない（東京都）。
	▲	税理士	それ以外	・夜に近隣駅の商店街を通っているが、まん延防止等重点措置が解除されたものの、店内を見ると客が入っていない。入っていても早い時間帯だけで、今は2次会などには行かないのではないかと（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、機械加工業では受注の減少が続いており、昇給もままならない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・まん延防止等重点措置が解除されたが、繁華街に行っても人はまばらで、まだまだ新型コロナウイルスの影響が長引いている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・年度末になり、客側の設備投資に関するニーズが出てきているが、もろもろの影響から物品が入ってこない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・他社でも取引先による生産調整が月間に何度もあり、生産の平準化ができなかったり、雇用離れも始まったりと、経営を圧迫している。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が思ったとおりの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	・法人の設備投資意欲が低い。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍、ウクライナ情勢、材料高騰などの影響で計画が止まっている。設備投資も控えられており、見積案件も激減している。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年度まではそれなりに物量があったが、今年度は前年度の半分程度まで落ち込んでいる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・前期、前々期を超える募集件数がある一方、人材はひっ迫している（東京都）。
	◎	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア派遣の需要は月を追うごとに高まっており、製造業の好調さを感じる。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年度末ということもあってか、求人は3か月前よりも増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が元に戻りつつある。人材の供給さえできれば、成長できる市場に戻ってきている（東京都）。
	○	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・前年は採用活動が停滞していた分、事業者の採用に掛ける費用が大きく動き出している感がある。ただし、いまだに残る新型コロナウイルスの感染リスクやウクライナ情勢の影響による様々な物価の値上げなどから、景気は完全回復とまではいえない（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数がやや増加傾向にある。求人数は景気に直結するところがあるので、世の中の消費が増えてきていると感じる。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置の解除により規制が緩和され、人も回復してきて、イベント等も開催できるようになり、運営等もしやすくなっている。景気は回復していくのではないかと（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・サービス業、情報通信業、飲食業を中心に新規求人が増加しており、採用者数も堅調に増加している。前年の緊急事態宣言期間中と異なり、求職者は新型コロナウイルスを警戒しつつも、求職活動を活発に行っているように見受けられる（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・新卒求職者の動きが早く、採用市場も活発である（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績や周囲の消費動向に変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で101%、前年同月比で107%と堅調に推移している。求人数の上昇トレンドが続いていることから、3か月前と変わらず回復傾向にある（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が求人数に影響を与えないようになってきている。

□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・今年に入り、人材派遣の成果が前年同月を超えている。ただし、年度末に向けて欠員や一時的な繁忙に対応する背景から依頼されているケースも多く、継続的に堅調な成果を出していけるかは不透明である（東京都）。
□	人材派遣会社 (経理担当)	それ以外	・求人数、求職者数の状況は前月とさほど変わらず推移している。そのため、この数か月で考えると、特に変動はない（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が解除され、経済も回復していくと思うが、現段階ではまだどちらともいえない。
□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は前年度に比べて増加しているが、求職者の動きが鈍く、紹介、就職件数共に伸びていない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・就活イベントへの学生の参加数は前年と変わらないが、出展企業の顔ぶれが変化してきている。流通、IT、食品系が多くみられ、中堅メーカーも散見されている（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人は依然として多く、特に海外勤務要員はなかなか決まりにくい。特に、技術系は、年齢などの要件を幅広く対象としているが、応募者を集めるのが困難である（東京都）。
▲	—	—	—
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・求人件数が減っている。