

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)	◎	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・最近では、夜9時以降の2軒目利用の客が増えてきている。1軒目利用の客の客単価も上がっている（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前々年より取り組んできた委託料、食事単価の値上げ交渉が功を奏し、2023年度は大幅に利益が改善した。2024年度に向けた値上げ交渉も前年度に終了しており、大幅な利益改善を見込める（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・観光、ビジネス共に需要が高い。特に、インバウンドの連泊が増加しており、高稼働を継続している。
	◎	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約55%と悪い。ただし、3か月前と比べると約45%増えているため、良くなっている。3か月前が過去最も販売量が低迷した月だったためにこのような結果になっただけで、景気が良くなったという実感はない。新商品の販売予定も見直すこととなり、営業本部でも右往左往している状況である。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・今月もクレジットカードの取扱高は前年同月比110%と堅調である。前年は新型コロナウイルス感染症がまだ5類に移行していなかったことを考えると、10%アップは大きな伸びではなく、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前へと平常化しつつあるといえる（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・買物客の購入金額が増加傾向にあり、来客数は微増でも売上増加につながってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・春の強い風雨による雨傘、急な暑さによる晴雨兼用傘の需要があり、来客数が増えている。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・4月は入学式、歓送迎会の花がかなり出る。3か月前の1～2月は花が動かず、もちも良い時期なので、それと比べると今月はやや良い（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの販売量が順調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数の伸びは前年比で鈍化している。インバウンド実績は前年比で倍以上伸び、売上全体の約10%強と好調である（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客、インバウンドの販売量が共に増加している。特に、国内客は物価高の一服感や賃上げによる消費マインドの改善が販売量を押し上げている（東京都）。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・前年より、1人当たりの買上点数が伸びている。
	○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・当社では来客数は横ばいながらも客単価の上昇が売上を底上げしている。好調な他社は来客数、単価共に上昇している（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりは景気が良くなり、来客数も増えているが、前年と比べるとやや落ちている。ブランド力が弱いのかかもしれないが、客単価は上がっているものの、来客数が前年より減少しており、どちらかという現状維持である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・日販がやや良くなっている（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・婦人アウターが売れている。外出需要がある。
○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・季節性が強い1～2月はどうやっても売れない。その2～3か月前と比べるとやや良くなっている。	

○	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・着物の催事による計画の300%超の実績が会社全体の業績を後押ししている。しかしながら、店舗の日々の売上については、3か月前と変化はない。これから夏にかけて、前年は計画の170%と好調であった浴衣が日々の売上をけん引できるかが業績回復の鍵となる(東京都)。
○	家電量販店(経営企画担当)	単価の動き	・4月に入り、今まで厳しかった国内消費が、新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行した前年5月上回る結果となっている。さらに、その前年も上回っており、順調に回復している。また、インバウンドも好調を維持している。けん引役が単価の動きであるため、今後も注意深く見ていく必要がある(東京都)。
○	その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	来客数の動き	・4月になって気候が良くなり、買物に意欲を燃やすようになってきたのではないかと。
○	高級レストラン (役員)	来客数の動き	・3月は四半期、年度末などで利用機会が増加する時期ではあるが、前年同月比での推移を見ても、上昇基調となっている(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前の1~2月はどうしても飲食業は売上が落ちるので、比べると確かにやや良くなっている。同時に、新型コロナウイルス感染症が終息したことで、ケータリングの仕事もいろいろと出てきており、その点でも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	・人流の増加が顕著である。週末やランチに行列もみられる(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べてやはり気候、気温の変化もあるが、少しは人出が増えてきたようである。また、インバウンドの影響も多少ある。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・来客数が増えている。単価も上がっているため、売上はまだ伸びている(東京都)。
○	その他飲食[カフェ](経営者)	販売量の動き	・前年比では、コーヒー豆製造は200%、オンラインショップは100%、観光地の飲食店110%、都内の飲食店80%となっている。都内飲食店はコロナ禍明けよりも悪い月があり、苦戦している(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して間もなく1年ということで、来客数が大分増えており、宿泊・宴会共にかなり上向いている。特に、近隣の大型コンベンション施設でのイベントが多い。大型テーマパークからの客も非常に多くなっている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新年度に入り、入社式や入学式などのイベントが目白押しで、アフターの食事も多く利用があり、販売量は順調に推移している。春休みということもあり、宿泊も高稼働が続いている。新型コロナウイルス感染症の影響によるキャンセルなどはほぼない。
○	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・今年は暖かい日が続いたり、あちこちで地震などが発生しているが、皆それぞれ計画よりも少々高くてもよいから、近隣でのんびり温泉旅行をしたいということで、単価が大分上がってきている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・前年同期比110%程度で推移している(東京都)。
○	通信会社(社員)	お客様の様子	・年度明けから、小口CMの依頼が入っており、景気が上向いているとみている(東京都)。
○	通信会社(社員)	それ以外	・物価上昇を受けたベースアップが中小企業にまで及んでいる。社内でも、嗜好品や旅行への消費意欲の高まりが会話のなかで増えている。特に、ゴールデンウィークや夏休みの旅行について、円安により国内旅行やぜひたく時間へのシフトが多く聞かれる。国内消費の高まりによる経済好循環が期待される(東京都)。
○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新年度に入り、全体的に前年実績を上回る販売数で進捗している。
○	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・4月は年度当初ということもあり、商談確定が増えている。今後の増加も期待している(東京都)。

○	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・電子帳簿保存法、インボイス制度等のDX化の動きが呼び水となり、実績も堅調に推移している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・勤める商材に対しての客の反応が変わってきている。購買意欲が増加している印象を受けている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年比でプラスで進捗している（東京都）。
○	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・4月は、雨天の日はあるものの比較的天候に恵まれ、稼働率としては3か月前より改善している。前月に続き、物価の上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きも散見され、プレー料金が割高となるビジター来場が落ち込み、レストランも高額商材の販売伸び悩みが続いている状況に変わりはない。水道光熱費、人件費を始め、営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。
○	競輪場（職員）	来客数の動き	・イベントを企画すれば、客を呼べるようにはなっている。通常50名程度のところ、300名ほどに増えている。本来のターゲット層とは少し違うが、にぎわい創出のため、実施し続けることが大事である。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・街全体が通常に戻りつつある（東京都）。
○	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	来客数の動き	・株高の影響で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	・新年度になり、新しい案件が契約に結び付いている。
○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・客からの相談件数がやや増えており、具体的な相談内容が多くなっている（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドも含めた観光用ホテルを扱っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、インバウンドがかなり増えているため、これからはホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業は、材料費などが非常に上がっており、公共工事を含め、スムーズな受注が困難な状態である。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	来客数の動き	・今月前半は、来客数も多く売上は順調だったが、20日以降は来客数が減り、売上が鈍化している。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・高効率給湯器導入促進による家庭部門の省エネルギー推進事業費補助金の影響か、ヒートポンプ給湯器の動きが良いが、その他はエアコンがぼつぼつというところである。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	来客数の動き	・景気は良くないが、最近来客数が増えてきていることは事実である。ただし、外国人客が多く、契約には結び付いていない（東京都）。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・特に目覚ましい売上増加は見込めないが、企業からある程度安定した注文をもらえるようになったので、微増である。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・経費削減の傾向で、買い控え、発注取りやめがみられる。
□	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	お客様の様子	・円安で仕入価格が高くなり、生産性が悪くなっている。来客数も横ばいである。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・新茶の予約について、取引先の点数は減っているが、単価の上昇により、売上は前年並みとなっている。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・販売量は変わらず、新規の受注もない。イベントでの売出しに参加しており、以前と比べれば少し客足が戻ってきているが、売上は伸びていない。客の懐事情がさほど良くないのではないか（東京都）。

□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンド利用は全体の2割以上で、地方からの観光客の需要も増えているが、固定客の需要は横ばいである（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・改装のため、館内の売場面積が縮小するなか、来客数が大きく減少しているものの、高額品の動きが良く、目標の数値を達成している。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・訪日外国人の増加、円安の影響による大都市圏店舗での売上のプラス傾向は続いている。しかし、地方郊外店舗は、客の購買活動が活発であるとはとても言い切れず、足元の景気が全体として良くなっているとはいえない（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客においては高付加価値で独自性ある消費への意欲が依然として高い上に、インバウンドも拡大基調にある。一方で、3か月前と比べて国内客の消費動向に大きな変化はなく、良い基調が継続していると捉えるのが自然である（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・平均気温が上昇し、サングラスや日傘など初夏アイテムが客の関心にマッチし、売上が伸びている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・店舗の顧客特性に合ったイベントや催事を定期的開催したことで、それらが集客装置となり、来客数が増えている。ただし、売上が伸びても、家賃や出店料は既存テナントを含めて特に上がるわけではなく、まだまだ厳しい（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンドが売上をけん引している。国内客の消費もますますで推移している（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・平均気温が低かった3月とは異なり、4月は最高、最低気温共に高かったことで婦人服などに動きがあり、化粧品も好調である。しかし、特に食品を中心に物価上昇の影響もみられ、全体的には変わっていない。
□	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・気温の変化や気象の影響により春物衣料の需要が活性化していない（東京都）。
□	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は前年並みで、売上増加が継続している。また、100円ショップで食品が好調に推移するなど、客が買物をする店を使い分けている。
□	スーパー（店長）	競争相手の様子	・値上げによる売上増加が一段落し、停滞を脱するため、主要商材の価格強化が顕在化している。特売価格も商材によっては値上げ前の売価で販売されており、来客数確保を図っている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上、来客数は前年を超えているものの、全体的な物量の増加には至っていない（東京都）。
□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・買上点数が落ちてきている。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・相変わらず単価は上昇傾向にある。一方で、販売量並びに来客数は減少しており、現在はトータルで相殺されて変わらない状況である（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・やや良くなっている基調のまま、余り変わらない（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・単価が上がっており、必然的に買う数が少ないため、販売数量も減っている。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・4月の商材単価の値上げも一段落したが、ゴールデンウィークを控えて落ち着いた動きが続いている（東京都）。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上については高い水準を維持している。値上げの影響が一巡し、客単価は落ち着いてきているなかで、来客数が大きく戻ってきたため、販売量に寄与している（東京都）。
□	コンビニ（商品開発担当）	単価の動き	・円安の影響もあってか、食材全体が高騰しており、消費マインドも高まらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・物価高により積極的な消費活動が行われていない印象を受けている。販売量も、ふだんと大きな変化はなく、良くも悪くもないといった状況である。6月から減税も実施される予定だが、果たしてそれによってたくさんお金を使おうとなるだろうか。ならないのであれば、出費は抑えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・例年と比べ、販売量、販売単価共に低調である。客に購買意欲がみられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・大企業中心に賃金が上がっているとの報道をみるが、全体では実質賃金との差がまだあり、消費に向かっている実感はない。来店しても購入には至らず、ECサイトや競合他店との比較が相変わらず多く、少しでも安く購入したい消費者心理は変わらないことを実感している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数が伸びない。商材単価が上がっているため、購入に慎重になっている。
<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、販売が余り芳しくない。客の来店はあるものの、将来への不安なのか、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量は前年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・予測していたとおり、決算期の反動減があり、全ての拠点で苦戦している。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・物価が上がるばかりで、国の対策は何もない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・4月に入り、当社でも多くの値上げがあったが、客単価だけでなく販売量も維持している。ただし、降雨が多く、天候が業績に大きく影響している。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・内需については変化がない。インバウンド等、外需の好影響がうかがえる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・売上自体は前年と比べて増えているが、これは主に値上げの影響と考える。モノ自体の動きは、量的には前年と変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・4月の実績は、売上が2019年比89%、前年比95%、来客数は2019年比74%、前年比103%である。利用単価が高いことから、売上構成の多くを占める婚礼事業の苦戦が大きく響いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・個人、法人共に依然として利用が好調で、企業の景況感の上向きを反映している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・数量ベースと金額ベース、法人客と個人客の2軸で大きな変化がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月も歓送迎会の予約がかなり入っており、平日の夜などは来客数が増えている。その分、昼間の客足は少し落ち着いてきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・前年同月は新型コロナウイルス感染症に伴う規制が解除された影響で購買意欲が高まっていたが、今年はそのような要素がない。また、例年と異なり3～4月に降雨が多く、暖かくなるのも遅かったため、来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は確実に増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・例年実施の団体旅行については堅調である。ただし、円安や燃油価格高止まりの影響で旅行費用が増大するため、海外旅行から国内旅行へ変更という案件が出てきている。国内旅行においても、あらゆる費用が上昇している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・当地域は外国人観光客が多く、食べ歩きをしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・病院の送迎から1日が始まり、会社や駅までの送迎などは以前と変わらず仕事ができている。夕方辺りから終電まではバスで帰宅する人が増えているようで、深夜の利用客も減っている。

□	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界では、新たにライドシェアというサービスが始まったが、どのように影響するかを懸念している。今の動きでいくと変わらない、若しくは悪くなる（東京都）。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・特別なことはないが、サラリーマンの動きは良くも悪くもなっておらず、変化がない（東京都）。
□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・今年に入り受注が増加傾向だったが、今月は鈍化傾向である（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・賃上げや仕入価格高騰の影響か、同業者が相次いで値上げしている（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・賃上げた分の給料がまだ実際に支払われていないため、客の様子には表れていない。
□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・販売量は堅調に増加しているが、単価が伸びず、原価、経費が上昇し、利益が出にくい環境にある（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・収支上の業績自体は回復しているものの、客の加入数の純減が継続している。当社の業態から考えると、将来的には客の加入数の回復が必至である（東京都）。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っていない（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	単価の動き	・前年より徐々にではあるが客足が伸びている。ただし、売上だけでみると増収には至らず、横ばい状態が続いている。客単価が若干下がっている。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・季節的な客の動きがみられるだけで、継続的に良くなるとはいえない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・桜シーズンの4月中旬にかけてインバウンドは旺盛であり、単価上昇につながっている。一方、国内客は、物価上昇に対して所得の伸びが限定的であり、余暇消費動向に陰りも見えつつある（東京都）。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来店頻度がいまだに良くなっていない。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・必要以上の物は購入せず、現状維持である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・4月の終わりに受注数が伸びている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べれば大分回復しているが、それでもまだ80%から85%くらいである。やはり、客が買物に非常に慎重になっていることと、単価を気にして買物をしている場面がかなり多く見られる。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	来客数の動き	・酒類というし好品を販売しているため、生活費がかさむなかではどうしても節約対象になってしまい、客の来店頻度が落ちている。
▲	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	販売量の動き	・昔は4月の新入学、新学期になると文房具が売れていたが、最近はペーパーレスの影響か、学校で用意するということもあるからか、店頭で文房具は余り売れなくなっている。また、外商において大きな案件が幾つか決まっているが、例年よりもやや少ない。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年を超える売上を維持するものの、伸び率は鈍化傾向にある。要因としては、販売点数減少の影響が考えられる。外国人旅行客が増加する一方、円安、物価高の影響により国内需要が縮小しており、消費に対する慎重姿勢がみられる（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は花見需要などのズレによりプラス材料があるが、売上は前年を下回っている。ゴールデンウィークの影響だけではなく、節約ムードがより高まっているようである（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	単価の動き	・悪天候が続いたことに加え、気温が低めに推移したため、春物衣料の動きが鈍化しており、客単価の下落につながっている。

▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・客単価はさほど上がっていないが、来客数と買上点数が減少しているため、その分、やや悪い状況が続いている。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・今までも若干減ってはいたが、買上点数が減っても値上げによる客単価の上昇分でカバーできていた。今は、それがカバーできなくらいに1人当たりの買上点数が減っているため、非常に良くない。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・食料品の値上がりは1年続き、前年落ちた買上点数と比較しても向上はみられず、いまだ下降線をたどっている。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークに向け、食料品の値上げに対する節約志向が出ているため、来店頻度が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・状況が変わらないので、現状ではよく分からない。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、売上共に減少している。1駅行くと都内という立地もあり、都内の大型店の袋を持って来店する客が目立つ。また、近隣大型スーパーの安売りが連日のように続き、客の買物動向が大きく変化している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年を超えているが、来客数は前年割れが続いている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ半年間、前年比3%ダウンとなっていて、良くなる兆しがみえない。
▲	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・天候が不順で、春物商材の売行きが悪い。また、日用品の物価上昇に加え、円安により扱っている商材を値上げしており、厳しい状況である。
▲	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・物価が上昇している。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・新車の国内向け生産が遅れ、中古車の仕入価格が上昇している。さらに、円安によって海外からも日本国内で中古車の仕入れをしているために競合となっており、ますます価格が上昇している（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・景気は全体的に下がっている。円安による輸入品高騰、賃金ベースも上がっていないことから、車検に関しても、ワイパーの交換は不要など、できるだけ安く上げてほしいというようなことがある。客自身の景気も徐々に悪くなっているため、自分たちを守るため、少しでも経費を削減したいという動きに出ている（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・最需要月の後で、販売量が著しく低下し、苦戦している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は増えているが、金利上昇を踏まえた駆け込み客であり、この客がいなくなった後は冷え込む（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	競争相手の様子	・全国の総販売数と比べても進捗が遅れている。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでおり、基準までいっていない。
▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	それ以外	・商品原価の上昇を価格に転嫁するため数回値上げをしてきたが、商品原価の上昇に値上げが追いつかず、利益を圧迫している（東京都）。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	単価の動き	・サーモンなど輸入品の単価がじわじわと上がっており、値上げもしにくい状況である（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行ブームの波はあるが、円安の影響で海外旅行は利益率の低い安近短しか動きがない（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの申込みが少ない（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・円安のため、やや悪くなっている（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・とにかく人出がない。週末や天候不順等がなければ客がいらない。

	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・例年であれば、不動産の繁忙期が4月中旬までは続き、転居によってインターネットを主とした転入客のサービス継続が一定数あるが、今年は4月に入りぱったりと転居が減少したことからサービス契約数が減り、結果的に売上が前年比でマイナスになっている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・4月は前年比98%程度の来客数である。賃上げ効果はみられない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・物価やエネルギーコストの上昇などもあり、価格据置きでコロナ禍を堪えてきたが、ついに限界を迎え、4月でやむなく価格改定を行った影響が大きい。3か月前と比較すると、来場者数が16%弱の減少で推移している。前年比では更に悪く、18%減少である。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・平日は高齢者の利用が特に多いが、物価の上昇等による先行き不安からか、利用回数が減っており、来客数に影響している。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇は止まらないが、それに伴う賃上げがない（東京都）。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・2023年度内の業務がほぼ完了し、3か月前と比較すると仕事量は多少減少している。民間の案件は相変わらず少ない。
	▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・円安で材料価格が上がっているため、設計側としても業者の認定が難しくなっている。
	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・具体的な事象というよりも、どちらかといえば、という感覚的なものである（東京都）。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要に活気がなく、資材の荷動きが低迷している。関西万博建設の影響という情報もあるが、それだけではないくらい先行きが見えない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・また景気が悪くなっているような気がする。受注が全く来なくなっており、結構大変である（東京都）。
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	・高額な物が動くようになっている（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	取引先の様子	・販売促進の経費を大きく圧縮している事例が多く、案件自体の中止や部数の減少、サイズの縮小など、コストを抑える動きが加速している。
	○	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、軽印刷、名刺印刷などを行っている。今月は会社の設立印鑑の注文が7本あった。3か月前の1月は1本だけだったので、法人関係の需要が増えてきている（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界情勢を踏まえると、一時的な傾向とみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期は前年比で2けたの増収ができているが、正直なところ何が原因なのか分からない（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体大口価格が上昇傾向であり、半導体関連企業の株価も高値を維持していることから、業績、ベネフィットが上向いている。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は全体的に受注が回復している。また、来月分を前倒しで納入してほしいなどの依頼があり、少し底を打った感がある。
	○	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物量は少しずつ増加傾向にある。荷主との値上げ交渉も、満額ではないものの一部実現できている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの宿泊需要は、インバウンドだけでなく、国内レジャー、ビジネスも含めて、引き続き好調である（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・飲食テナントの売上が、歩合賃料の伸びから見ても明らかに増加しており、景気が良くなっている。ただし、店側の話では、売上の伸びは値上げによるところが大きく、利益は増えていないとのことである（東京都）。

○	税理士	取引先の様子	・円安が34年ぶりの水準まで進み、材料費や仕入価格に影響を受けている産業には厳しい状況が続いているが、輸出入産業は逆に潤っている。金利の上昇が見込まれるなか、円の値動きが大きな影響を与えようである。ゴールデンウィークの状況をみると景気は上向きである。
○	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・一部であるが既存物件の値上げが承認されたので、収益がやや良くなっている (東京都)。
□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前から大量の特別注文が続いている。店頭での売上も続伸している。
□	繊維工業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・ようやく受注に関する問合せが入り始めている (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	・受注量が減っており、景気は悪いままで変わらない (東京都)。
□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	それ以外	・3か月前よりは受注率が上がってきているが、原材料の価格高騰で利益は薄い。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は、販売量はある程度あるものの、受注量が減っている。そのため、動きが良いのか悪いのか、よく分からない部分がある。
□	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、販売は依然として好調である。製造も品質チェック等のため一部稼働停止している工場があるものの、高水準の生産を維持している。
□	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・資材や人件費の高騰などで建設コストが増加している。受注しても利益率がかなり下がり、困惑している。
□	建設業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費の高騰が今でも続いており、大変厳しい。
□	輸送業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・ドライバー不足や賃上げムードの高まりで、收受運賃の値上がりが話題にはなっているが、値上げ実現の壁は高く、現状の厳しさは変わらない (東京都)。
□	通信業 (従業員)	取引先の様子	・前月より大きな変化はみられない (東京都)。
□	通信業 (広報担当)	受注量や販売量の動き	・一進一退の状況が続いている (東京都)。
□	金融業 (総務担当)	取引先の様子	・ゴールデンウィークを前に、観光業や宿泊業は予約が前年以上にあり盛況だが、人手不足もあり、経営的には大変である。小売業では食品を始め値上げもいまだ多く、消費者は少しでも無駄な買物は控えるなどかなり慎重で、売上が増加していない。運送業等は労働環境改善により、労働力が不足しており、経営に影響が出始めている。また、取引先の中小企業をみていると、賃上げはなかなか難しく、高齢者の採用やパートの賃上げ分を社員がカバーする傾向にあり、社員の不満につながっている。全体的には景気は余り変わらない (東京都)。
□	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・物価高や人件費高騰による収益性の悪化が改善されていない取引先が多く、原価負担の増加が企業の収益を圧迫する構図が継続している。特に、飲食関連の廃業、倒産等、業績や資金繰りの悪化が加速している。
□	不動産業 (経営者)	競争相手の様子	・賃貸物件は築年数がたつとなかなか苦労する。1986年築の賃貸マンション2LDK和室、3階建て12室、賃料9万円の部屋も経年とともに7万5000円から8万円になり、私鉄駅徒歩4分の物件も徐々に決まらなくなって5室が空室である。若い人は畳とプロパンガスの物件には見向きもしてくれない。リフォームしようにも1室500万円も掛かるので、方向転換してターゲットを高齢者に絞り、1人暮らしや自宅を売却した高齢夫婦で3室を決めた。あと2室である (東京都)。

	□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇が緩やかになったが、労務費が上がり、建築費も下がらない。新築マンション販売価格は高値を維持しているが、販売進捗は好調である（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・デザイン会社であるが、使用するソフトウェア等の値上がりがあり、原価が上がっている。それに伴い、少し値上げをしたものの、売上はプラスマイナスゼロである（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月中旬から受注の動きが停滞しており、4月に入ってもその傾向が継続している（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年実績と比べると、会社全体を通して売上が良くない（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣駅まで歩く途中、商店街等の飲食店をみると、コロナ禍は明けたものの、どの店の客入りも以前より悪い。まだ戻ってきていないのではないかと（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金や補助金を活用したい会社がまだまだ見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先ごとに若干の差異はあるものの、売上動向などに大きな変化はない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に金属加工業は最も素材的な事業なので、経済変動の影響が遅く出るが、受注状況は低いまま推移している。さらに、コストアップ分の受注単価の値上げも対応されずに利益は圧迫されたままである（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	・突発的な依頼はあるものの、全体的な受注量はコロナ禍と変わらず、やや低迷気味である。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・入札関係の案件も終わり、しばらくは売上に大きな変化はない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・業界団体の会員から話を聞くと、多くが仕事量が少ないと言っている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年初に比べると、当社の受注量は減り、身近な同業他社も落ち着いているか減少状態である。忙しい同業他社は1社だけなので、悪くなっている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共料金、食料品などいろいろな物が値上がりしているが、賃金は上がっていないため、景気が良いとはいえない。ましてや不動産業界においては、全ての物が上がっている割に賃料は全く上がっていないのが現実である。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇、人手不足、働き方改革の影響がある。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・近隣では新型コロナウイルス感染症発生前には売上が戻らない業種が多く、景気の悪さを実感している（東京都）。
	▲	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期となり物量がほとんどなく、落ち着いている。燃料費の高騰が続いているため、収益は3か月前と比べて良くない。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・燃料費、原材料の価格高騰は続いており、4～5月は税金負担も重くのし掛かり、収益を圧迫している。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・物価上昇に実質賃金が追い付かず、皆、生活費を切り詰めている（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	・アフターコロナの医療品容器の受注が一段落して特需がなくなったことと、化粧品容器の受注が回復せず、売上減少に歯止めがかからない。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数の伸び率が引き続き高い（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、前年同月比共に2けたの伸びとなっている。派遣スタッフの交代時期ということもあり、長期派遣契約数も大幅に増加している。長期派遣稼働者数は微増の状況が3か月間続いている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・人手不足感が日増しに強くなっており、需要は強い（東京都）。

○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・年収400万円以下のホワイトカラー職の人材紹介依頼が前年と比べて3～4割伸びている。特に、中堅中小企業からの依頼が多く、採用難のなか若手が不足している背景がある(東京都)。
○	求人情報誌制作会社(営業)	それ以外	・やや良くなっているとみている要因として、応募の数がある。ただし、これは景気に左右されるというよりも、企業ごとの努力や媒体による差といった要素が大きい。仕事はあるが人手が足りないために仕事を受けることができないという声もよく聞く。仕事があっても、それをこなす人手がなければお金は回っていかないし、雇用も生まれない。企業の求人に対して応募数を多く返して採用を生み出すことのできる求人媒体はやや良くなっていると実感することができるのではないかと。
○	求人情報誌制作会社(広報担当)	採用者数の動き	・当社及び同業他社の間で採用予定人数は増えているものの、なかなか採用できていないのが現状である(東京都)。
□	人材派遣会社(社員)	それ以外	・景気の良い部分と悪い部分があるため、結果的に変わらない(東京都)。
□	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・旅行業への求職者が増えてこない(東京都)。
□	人材派遣会社(営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣のニーズは高い。製造業における製品設計はエンジニア不足が継続し、景況の良さがうかがえる(東京都)。
□	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・慢性的な人手不足は続くものの、売手市場も継続しているため、求人と求職者のマッチングが難しい状況が続き、大きくは変わらない。
□	求人情報制作会社(経営者)	求人数の動き	・為替、政治、物価高、少子化、人手不足など、不安材料が多過ぎる(東京都)。
□	求人情報誌制作会社(所長)	周辺企業の様子	・採用人数が減少している。
□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・企業からの求人は相変わらず事務関係から営業、技術系と、比較的営業系や技術系の求人が多いが、それに対する求職者は、企業の求めに見合う適正な人材をなかなか見付けにくい状態にある(東京都)。
□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数は相変わらず多く、採用に苦戦している企業も多々ある(東京都)。
▲	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・年度が替わり、主に退職者補充を理由として、土日、夜間勤務、通勤の利便性が悪い等、求職者から見て労働条件が良くない企業からの求人依頼が増加傾向にある。賃上げも伴い売手市場のため、労働環境や勤務条件の良くない企業からの人離れが加速する懸念がある。
▲	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。
▲	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・新年度になり、年度末の繁忙が一旦落ち着いている。そのため、数か月前と比べて今月は求人件数は少ない傾向で推移している。特に、中旬から動きが鈍ってきている(東京都)。
×	新聞社[求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・結局、今は争奪戦のなかで当社が仕事を勝ち取っているから良くなっているというだけで、従来の顧客を含めた企業はほぼ全てかなり厳しい状況にある。将来の計画や展望もほとんど白紙状態というところが多い。