

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	商店街（代表者）	・寒い時期にもかかわらずレスポンスが良かったので、気候が良くなってくると、もっと客の反応が良くなることは想像に難くない。イベントの準備をしているが、問合せやレスポンスは良い数字が出ている。心配なのは、米国大統領の再登板による不確実性である。世の中の消費マインドが冷え込まなければ良い（東京都）。
	◎	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・現在の案件が始まれば確実に向上する。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・2月は最低だったが、3月は卒業式、4月は入学式、入社式と花屋にとっては売れる時期となる。当然、今より良くなるはずである（東京都）。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・乗換えサイクルが近づいている客が多くいるため、販売が増える（東京都）。
	◎	高級レストラン（経理担当）	・社員のリテンションと新規採用のために従業員報酬を継続して上げる施策を投入しており、当面の労働力は確保できていることから、供給体制はおおむね整っている。受注残高の状況から、需要は足元の水準が維持され、対応する供給も整っているため、周辺の景気は上向く（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・3月は年度末ということもあり歓送迎会の予約がかなり入っている。今月はアルバイトが足りず宴会予約を断る日が何日かあった。3月もアルバイト等、人員の確保ができないと宴会をキャンセルすることになるのではないかとこの心配がある（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新年度の行楽シーズンとなるため需要は高まる。既に高単価に設定しており、予約も順調に伸びている。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・春のゴルフシーズンの到来で、気候も安定している時期なので、来場者数が増えることが見込まれる。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・単純に今月の景気がかなり悪かったため、今よりは回復する。建売が全く売れていないが、街並みに緑が映えるゴールデンウィークには販売が進むとみている。また、子育てグリーン住宅支援事業のGX志向型住宅は、子育て世代だけでなく全ての世帯が対象になるため、今まで補助金の対象ではなかった世代の建て替えにかなりニーズがあると見込んでいる。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・暖くなれば外出も増え、イベント、行事も行われるようになる。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・4月の新入学、新学期シーズンに向けて、今以上に学童文具の需要が増える。また、学童文具の購入者は近隣のみならず、やや遠方からの来店も見受けられる。毎月のように文房具の値上がりがあるものの、幸いにも価格転嫁ができていたため、結果として、客単価の上昇につながっている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・希望的観測ではあるが、やや良くなることを期待したい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・春夏の新作展示会では遮光、遮熱の商材が多く、これからの季節に期待ができる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・このあと数か月後の案件、特に外商部の物件が相当数決まっているというのがある。ただし、余りにも良いというほどではない。徐々に伸びているようである。
	○	百貨店（営業担当）	・4月以降のベースアップ、所得増加傾向に期待している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・インバウンドを中心にラグジュアリーの需要は高位安定が続く気配である。また、気温の上昇とともに国内のボリュームファッションや食品需要も更に活性化してくる（東京都）。	
○	百貨店（販売促進担当）	・郊外百貨店のデパ地下等のデイリー商材の売場では、物価高によりスーパー等に客が流れるケースもあり、来客数の増加には至っていないが、コアな百貨店顧客は物価高にも慣れて単価上昇傾向もみられるため、少しずつではあるものの全体的な売上の底上げ傾向が予見される（東京都）。	

○	百貨店（財務担当）	・持続的な賃上げが期待できるなか、国内客の消費が上向く（東京都）。
○	百貨店（店長）	・近隣マンションの入居開始に伴い、新規客の来店が増えるの見込んでいる。
○	スーパー（総務担当）	・賃上げの流れがある。
○	コンビニ（エリア担当）	・春闘の回答が好調なところが多く、賃上げの機運が高まっている。
○	コンビニ（エリア担当）	・新生活での行動範囲において、外食する店舗や相手が定まるまでは、コンビニでの中食需要が高まると期待している。また、春休みになり、土産など高単価商材の売上や、花粉飛散が本格化することでマスクやティッシュなど外出先での急な需要での利用も見込める。
○	コンビニ（商品開発担当）	・今後は好天が続き気温も上がってくるため、行楽重要も増えて、販売量の増加が見込める（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	・良くなってくれないと、どうしようもない。
○	衣料品専門店（店長）	・マーケットの動きが分かる入学、卒業シーズンを控え、SNSによる情報発信強化、PRに努め、3月も計画をクリアできるよう準備中である（東京都）。
○	家電量販店（店長）	・花見シーズンによる訪日旅行客数の伸びは前年を超えてくと予想している（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車販売、サービス部門共に順調に伸びてきている。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今後いろいろな露出が増えることで、新しい客を呼び込んでいける。花粉飛散量のピークが来るため期待が大きい。
○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・客単価の高い外国人観光客が売上全体をけん引しており、前年比5%前後の増収が続いている。この傾向は春から初夏にかけても続いていくものとみている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・例年であれば2月は1年のうちで最も売上の悪い月である。寒さで客足が鈍くなるためである。しかし、今年の2月は結構大きなケータリングが入ったために例年よりも売上がやや良く、来客数も少し増えている。2～3か月先は暖かくなってくるため、3月から5月にかけては少しずつ売上が伸びて、やや良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・企業ごとの優劣はあるものの、おおむね好調のため、景気も上向き傾向にある（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・例年2月は1年で最も売上の悪い月であるが、今月は思いの外良い。ただし、3～4月まで上向きになるかは分からない（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・気温が上がると外出する人が増える。3月の予約は前年より出足が良く、増えている（東京都）。
○	旅行代理店（経営者）	・2～3か月先の仕事をしているため、間もなく春になり、活気が戻ってくるのではないかと期待している。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前もそうだったが、2月が終わると春に向かって人の動きが多少活発化する。ただし、コロナ禍を経て生活習慣が変わり、深夜の行動は昔のように復活するとはなかなか考えられない（東京都）。
○	タクシー運転手	・2～3か月後の4～5月は、例年どおりサラリーマンや一般客の動きがやや良くなる（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・客の様子から、やや良くなる（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・4月以降、新年度から業務開始する契約が増加することを期待している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・年度末の需要が高まる時期のため、店頭販売も期待できる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・暖かくなると客も動く。ゴルフ場の来場者数が良いと聞くため、ゴルフ練習場の来場者数も多くなる見込みである。
○	パチンコ店（経営者）	・インバウンド効果に期待が持て、なおかつ気候的にも徐々に暖かくなり、人の動きが活発になることが予想される。
○	住宅販売会社（経営者）	・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの宿泊料金は月に2%程度上昇しており、ホテル業界はこれからも良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、大手企業のように賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
○	住宅販売会社（従業員）	・契約できそうな物件が増えてきている。

○	住宅販売会社（従業員）	・物価が上がっているため、それ以上に賃金が上昇することを期待している。
□	商店街（代表者）	・当地の百貨店がイベントを開催した影響か、新規客が少しずつ増えており、商店街の雰囲気も大分良くなっている。それが若干だが数字、売上に表れている。今後もまた頑張っていきたい。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・先行きが見通せないため、補助金に関わる仕事、商材を紹介していこうと考えている。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・来客数は多少増えてきてはいるものの、やはり価格が上がっていることもあり、販売にまで結び付くことはなかなか難しい。今後もこの状況が続く（東京都）。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・従来であれば新年度に向けた準備などがあるはずだが、来客数は伸び悩んでいる。また、当店は路面店だが、この寒さから、客は外出を控えてパソコン等でオーダーをしていると考えられる。最近では量販店でも印章業界のテナントは少なくなっており、非常に低迷している。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・当社の製品では強いていえば新茶の時期だが、それも最近では余り関係ないようである。今年もさほど期待はできないかと悲観してしまう（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	・個人消費は引き続き富裕層が中心となってけん引するとみているが、一般消費者は価格を冷静に比較して購入する傾向のまま変わらない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・物価高が続く、今後も高止まりの様相を見せるなか、賃上げに関する報道があり、当面の間は現在の傾向が続く。課題は物価上昇率に届かない賃上げ率であり、実質賃金が上がらない以上、大きな伸びは期待できない。米国政権の交代については今のところ大きな影響はみられないが、中東、ウクライナ情勢によっては、エネルギー価格の高騰に伴って更に物価が上昇する懸念が残っており、予断を許さない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・これからの季節は、新生活、様々なオケージョン等で来客数の増加が見込めるが、売上増加に結び付くかが課題である。
□	百貨店（総務担当）	・現状の食料品を中心とした値上がり傾向が続くと、どこかで消費マインドが冷え込む可能性もある。先行きの不透明感はあるが、景気が上向く兆しはみられない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・米国政権による追加関税等の影響や、相次ぐ値上げなどにより、先行きが不透明である（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	・物価高騰や為替などのマクロ経済環境はここ数か月で顕在化しており、今に始まった変化ではないため、特段向こう数か月で大きな変化が起きる材料がない。当社は識別化されたロイヤルティが高い顧客により売上が支えられており、いわゆるボラティリティの影響を受けにくい構造となっている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・インバウンドは引き続き好調を維持するとみられるが、物価の上昇に伴い国内消費の先行きに不透明感がある（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・価格の上昇が売上や利益に直結するわけではないものの、今は客の感覚が敏感になっている。購買意欲がもう少し戻るにはまだ時間が掛かる（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・生活必需品や食料品を中心とした値上げなど、国内消費に関して注視しなければならない要素もあるが、景気が大きく変動する要素は特に見当たらない（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・野菜や米など日常生活に直結する物の価格が高く、消費に対する客のシビアな感覚は変わらない。賃上げが中小企業まで進み、所得の増加を実感できることで消費への機運が高まることを期待したいが、しばらくは変わらない。
□	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向から、変わらない（東京都）。
□	百貨店（管理担当）	・優待販売などのお得な時期には販売量が伸びるものの、開催時期以外は余り良くならず、消費者の購買意欲が高まっているとは考えられない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・現状のまま変わらない。競合店ができたことによる影響が続いていたが、徐々に回復傾向にある。まだ良くなるところまではいっていないが、競合店の影響がない店は良くなっているため、やや良くなることを期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・米や卵等のコモディティ商材の値上げが収まらないなかで、客の価格への意識は非常に強くなっている。客単価は上がっていくが、購入点数は横ばい若しくは若干の減少傾向が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響で売上は伸びているものの、全体的に販売量の増加がみえてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・販売量、来客数減少の一方で、単価が上昇するという傾向がしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今月の初めに競合店が1店出店してきたため、これから先やや景気が良くなるのか悪くなるのか、見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・値上がり商材が多く、競合のスーパーとの価格差が課題になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・季節を考えると今月よりは売上が伸びるが、前年同期と比べて来客数が伸びておらず、100%を超えていないことから、やはり現状維持よりもやや悪くなっていくとみている。政府は減税などをしようとしているが、国民の暮らし向きは余り変わらず、まだ財布のひもは固いような気がしている。物価も上がっているなか、買上点数が0.5点程度減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来客数の伸びは変わらず、客単価は高止まりの傾向が続いており、この状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・単価の上昇により売上が増加傾向の店舗はあるものの、それによって利益が増加する見込みは薄い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・できるだけ低価格の商材を選ぶような客が増えている。2～3か月先では何も変わらない。手取りが増えて、物をどんどん買えるようになれば、景気も少しずつ良くなっていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・いまだ円安の影響が続いており、仕入価格が上がっていることと、客が随分買物に慎重になっていることがある。これから春に向けて期待感はあるものの、特段良くなる理由も悪くなる理由も思い当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・目的購入ばかりで、ついで買いが低迷しているなか、客単価が上がりにくくなっているため、この先大きく上積みがあるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・食料品や光熱費の値上がりで、衣料品を買う余裕がないようである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・賃金が上がっても可処分所得は増えてこないため、生活防衛意識はまだしばらく継続する。そのなかで無駄遣いを減らしながら必要な物には納得できればお金を出す傾向になり、来客数の減少を高単価商材の販売が増えることでカバーするとみているため、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇に加えて燃料費の高騰もあるため、現状がまだ続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・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。金利の上昇が予想されるため、住宅ローンを抱えている人が車の購入を控えているのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・例年どおり決算後の反動減があるとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・良くも悪くも販売量を左右する要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・食料品価格が上がっており、車に掛ける予算がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・建築、リフォーム市場においては、2025年度も前年と同様の国策補助金事業があり、需要喚起が期待できる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・先が読みにくいだが、変わらないのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在、景気はやや良い状況だが、更に右肩上がりに良くなるものではなく、現状が続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・これといって上昇又は下降する理由は見当たらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	・物価高への対策が行われていない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	・直近の予約状況は前年と同様のペースで推移している。法人関連の宴席の回復基調から明るい兆しがうかがえる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	・春に向かい、季節、オケージョン等、売上の良い時期となるが、引き続き上昇傾向の原価、経費などのコスト高に相殺され、不安定な状況は変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・悪い方向に向かっているままで変わらないということであり、決して良い方向に向かっているという意味ではない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [カフェ] (経営者)	・物価上昇の波は家賃、建築費等に波及している。しかし、賃貸物件の需要は衰えず、周辺住民、新規参入店舗共に増加傾向にある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・諸物価の上昇に対する対応もしっかりできる環境であることは間違いないため、現状は維持できる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (経営者)	・宿泊は近隣の大型コンベンション施設次第というところもあるが、この先も各種催事やイベント開催が多く見込まれるため、現状と変わらない状況で推移するとみている。また、新年度を迎え、歓送迎会などを中心に各種宴会等が多くなると見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・今後は政府からどのような経済対策が具体的に出てくるかにより大きく左右される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	・今年は降雪があり、スキーが活況である。特にインバウンドのスキーが全体を押し上げている。インバウンドは好調のまま推移する (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	・大阪・関西万博開催につき、上期は関西方面の送客を見込んでいるが、ホテル代の高騰に加え、既に供給が減少していることから、早めの予約を促している (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・円相場が混迷している (東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・前年からだが、物価上昇がますますひどくなり、食料品だけでも負担額が大きくなっていると客が話している。物価上昇が収まらないことは我々の商売にとっても痛手である。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	・交渉中の案件及び工事等が増加に至っていないため、景気は変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・慢性的な人材不足と、既存社員のスキルやメンタル面の停滞により、中小企業にとって成長軸がない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	・いまだ先行きが見えないため、政治と経済の両面で将来的に明るい施策等がみえてくれば上向きに転じる可能性はあるが、今のところは変わっていない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・良くなるような材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・賃金が上がらない限り変化はない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	・全般的に値上げが継続しており、世の中の賃上げがどの程度物価に追い付いていくのか、様子見ムードになるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	・物価上昇は続くとみられるため、消費に関するトレンドは変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・通信インフラの光ファイバーへの転換が進んでおらず、競合他社とのサービス劣後を解消できていない。来年度からサービス提供開始予定の工区があるため、開始による若干の回復を期待する (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・今後も米国の方向性によって左右される (東京都)。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (職員)	・旅客が増えたのは一時的なものと考えている。前年度より若干来客数が増えているものの、新型コロナウイルス感染症発生前の実績にはまだ届いていない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・米価や電気、水道、ガス、インターネット等インフラ関係の料金が高騰している。良い材料が何もないので、景気が上向き気配はない。海外向けのサービス等も検討せざるを得ない時代になってきている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・令和の米騒動により、身近でお金の掛かる遊びが減らされるかもしれない (東京都)。

□	その他レジャー施設 [複合文化施設] (財務担当)	・政治不信があるため、変わらない(東京都)。
□	美容室(経営者)	・早く暖かくなり、来店頻度が早まってくれば良くなる。
□	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・周囲の状況に特別変化がないため、横ばいではないかと考える。
□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・来館者数に変動はない。物価上昇に歯止めがかからない状況が続いている(東京都)。
□	設計事務所(経営者)	・全体としては大きなマイナスはないものの、人材が不足しているため、やや足踏み状態である。年度末ということもあり、求人をして頑張っているが、新しい人材の確保は非常に難しくなっている。
□	設計事務所(経営者)	・物価と賃金の上昇バランスが悪く景況感が良くないため、民間案件は今までどおりで、上昇の期待はできない。
□	住宅販売会社(総務担当)	・金利上昇に伴い、金融機関の貸出し条件のハードルが上がっている。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	・ここ2か月は特に来客数が少なく、売上が見込めない。広告も出していないため、以前より問合せも減っている。
▲	一般小売店 [米穀] (経営者)	・消費者物価指数等が上昇しており、値上がりに消費者がなかなか付いていけず、買物に慎重な姿勢が見受けられる(東京都)。
▲	一般小売店 [酒類] (経営者)	・生活に必要な様々な物の値上がりが続く限り、好転するとは考えられない。
▲	一般小売店 [茶] (営業担当)	・仕入価格が上がっており、今後値上げせざるを得なくなるため、買い控えがあるかと心配している。
▲	一般小売店 [書店] (総務担当)	・当社の主要取引先の1つである大学の学生数は、少子化により減少している。新年度予算は、良くても今年度と同等程度であり、減少が見込まれる。また、現在は春闘の交渉が行われているが、要求時点で世間水準以下の内容となっている。会社の業績が芳しくないため、高水準の要求を行ったとしても実現する可能性が低い。4月以降に昇給が実施されたとしても、従業員は景気回復を実感しにくい(東京都)。
▲	百貨店(企画宣伝担当)	・物価高が続くなか、現状では良くなる要素が見当たらない。
▲	スーパー(経営者)	・地方の食品スーパーだが、競合店が現在改装中のため、来客数、売上共に伸びているが、1人当たりの買上点数は減少している。可処分所得が増えないことには、この先は期待できない。エンゲル係数が高くなっていることと、食品価格の上昇があり、かなり厳しい。
▲	スーパー(仕入担当)	・4年も続いている値上げで消費者は価格上昇に慣れてきており、販売点数も落ちなくなっている。現状がこのまま続いていくことが予想され、消費自体は低迷していく。
▲	スーパー(ネット宅配担当)	・値上げが更に進み、節約志向が高まる。特に、既に決まっている水道代の値上げは金額的にも大きいと、影響が出るかもしれない。
▲	スーパー(食品担当)	・2キロメートル先に競合店がオープンするため、やや悪くなる(東京都)。
▲	スーパー(販売担当)	・物価上昇が続いており、野菜も高い。
▲	コンビニ(経営者)	・アルバイトの求人広告には反応がない。時給を大幅に引き上げても応募者がいない。このままだと営業が成り立たない。
▲	コンビニ(経営者)	・近隣には高齢者が多いが、亡くなるなどで来客数が減っている。街道沿いとはいっても立ち寄って買物をしていくほどではなく、駐車場のみ仮眠などで利用されており、直接売上には結び付かない状況にある。
▲	コンビニ(経営者)	・物価上昇に賃上げが追い付かないと考えている。特に当店近辺は中小企業勤めの住民が多く、大手企業のような賃上げは期待できない。今後も賃上げが続くようだと、当店も立ち行かなくなる心配がある。
▲	コンビニ(経営者)	・米国の政策が具体的になってきて、関税を掛けられる物が増えてきそうである。輸出頼みの日本経済も影響を受けるとみている(東京都)。
▲	コンビニ(エリア担当)	・来客数に鈍化傾向がみられるため、3か月後はやや悪くなる。

▲	衣料品専門店（従業員）	・不安要素となっているガソリン価格や食料品の値上がりなどが落ち着かない限り、厳しい状況が続く。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・大手金融業については初任給で30万円を超えるなどの話があるが、中小企業で4月以降それほど賃金上がるかという点に難しい。したがって、物価が上がっても、大手メーカーに勤めている人はそれほど大きな影響はないかもしれないが、全体の80%を占める中小企業に勤める人には影響が大きく、今後も景気は良くならない（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	・新型車がなかなか出ず、客の買換えサイクルが長くなっている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・経済対策を打たないと、内需が冷え込みインバウンド頼みになっていく（東京都）。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・米国の動向の影響が遅れて出てくる。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・米価を筆頭に、依然として仕入価格が上昇し続けており、収まっている印象は受けない。この状態が続けば経済活動の停滞を引き起こし、悪化の兆しが見え隠れする（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・3か月後も物価高が続くが、その割に人件費が伸びない。もっと減税しないと国民生活は豊かにならない。
▲	一般レストラン（経営者）	・米国大統領の動向により世界の政治経済が大きく揺れ動いており、今後も予断を許さない状況が続く。とりわけ米国の輸入関税引上げを含め、保護主義化が世界と国内の輸出企業に影響を与えるため、対応が落ち着くまでは景気が悪化する。
▲	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・消費者にとってもマイナス要因が多く、購買が鈍化している。中小企業もマイナス要因が多く、原料費や流通コスト、利息の上昇、円安による様々な影響がある。このような状況のなか、利益を出すこともままならない。賃上げが重要課題となっており、これが改善されない限り、景気は良くならない。格差社会の広がりについても政府が真剣に考えてほしいと切に願っている（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	・新年度になるタイミングで様々な料金の更なる値上げが予想される。
▲	旅行代理店（営業担当）	・いろいろな物の値上げが続いているため、夏の旅行は低予算になるとみている（東京都）。
▲	タクシー運転手	・しばらく利用が少ない日が続くとみている。物価高に加え賃金が上がらないため、電車やバスの利用に客が流れている。交通費としてタクシー代は高い物になっているのかもしれない。
▲	通信会社（社員）	・年度途中での契約打ち切りによる受注減少をカバーできないまま年度が終了する見込みで、採算が取れるか取れないかの瀬戸際となりそうである（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続く状況では、積極的な支出が見込めない。
▲	通信会社（営業担当）	・実質賃金の上昇は一般家庭ではまだ追いついておらず、購買意欲よりも節約意識の方が大きい（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・仕入れや消耗品価格の上昇に加え、光熱費と燃料費の高騰が更に利益を圧迫する。賃上げ圧力が今後も収まらないことを考えると、より一層業務の効率化を考えなくてはならない。減税や社会保険料の引下げなどで実質的な賃上げを政府に強く望む。
▲	ゴルフ場（従業員）	・国民にとって、減税や社会保険料の負担軽減等は有り難いが、それに伴う国や自治体の歳入減少により将来的にどのような影響が出るか、大変不安である。
▲	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・物価上昇により、マイボウラーの来場頻度減少が考えられる（東京都）。
▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・物価高と政策に不安定さがみられるためである（東京都）。
▲	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・物価上昇が続く一方で、中小企業の賃上げが追いつかないことが想定される。また、金利上昇による住宅ローン等の負担が増え、消費を抑える傾向が懸念される（東京都）。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・物価高がまだ続く。

	▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・新年度に向けた集客がうまくいっていない。
	▲	設計事務所 (職員)	・建設費高騰のあおりを受けて、民間の動きが停滞している (東京都)。
	▲	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・建築資材の生産販売量が減少しているのが現状である。物価上昇による資材費の高騰で単価に転嫁できた場合は売上として減っていないようにみえるが、製造業にとっては厳しい (東京都)。
	×	一般小売店 [家電] (経営者)	・今は突発的に新築などの話がきているが、その後も継続的に話があるかという点、とても不安である (東京都)。
	×	衣料品専門店 (店長)	・価格の上昇が止まらず、買上点数の減少傾向が続いている。
	×	乗用車販売店 (総務担当)	・決算月の後でもあり、売上が一息つく。
	×	通信会社 (管理担当)	・物価上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場 (経理担当)	・素材、エネルギー価格の高止まりで固定費の回収に苦慮する環境は変わらず、利益を創出できるような状況ではない。春闘の状況によっては人件費負担が一層重くなることに加え、物価上昇圧力は継続すると考えている。特に、冬季は暖房需要のため光熱費負担が増えるなか、燃料油価格激変緩和対策補助金を1月に縮小した上に、ガソリン税の暫定税率廃止は先送り、負担増は大きな痛手となっている。景気改善に冷や水を浴びせることは自明であり、「楽しい日本」を語る以前の問題である。
	×	その他サービス [学習塾] (経営者)	・物価高の影響で教育費に回せるお金が少なくなったという親が多くなっている。景気はこの先も悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・業績により、賃上げや決算賞与など、社員への還元がある。
	○	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・2月よりは受注量が増える予定である (東京都)。
	○	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・当店のすぐ裏に飲食店を中心とするにぎわい施設があるが、そこで行われるイベントによって飲食関係の客入りが徐々に増えることが見込まれている。人の流れの拡大によって、4～5月頃にテナントからの注文などがもう少し入ることが予想されるため、上向く (東京都)。
	○	化学工業 (総務担当)	・業界の繁忙期に向かい、受注量が増えてくる。
	○	電気機械器具製造業 (企画担当)	・半導体製品の需要拡大が今後も続くことが予想される。製品開発、原価低減も順調に進んでいることから、景気は少しずつ良い方向に進んでいく。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・自動車業界では、従業員の人件費アップも定着しつつある。物価高の影響はあるものの、景気の好循環を期待できる。
	○	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・物価高が来店周期を延ばす要因となっているが、季節要因で売上は伸びる見込みである (東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・あらゆる業種で人件費の増加が経営課題となっている。賃上げの余力に限られる中小企業では人材確保が難しくなっており、1人当たりの生産性を向上させるための人材育成にも課題が多い。原材料価格の上昇も続いており、地元事業者は厳しい経営環境に置かれている (東京都)。
	○	不動産業 (従業員)	・インバウンドは引き続き増えており、特に中国からの団体旅行が多くなっている。宿泊需要は引き続き増加が見込まれる (東京都)。
	○	その他非製造業 [商社] (従業員)	・受注実績からみてやや良くなる (東京都)。
	□	食料品製造業 (経営者)	・原材料の値上がりが多く、売価を上げざるを得ないため、売上が落ちる心配がある。
	□	化学工業 (従業員)	・価格改定の準備が終わり、2～3か月後に実施する。売上は一時的には上がるものの、その後は落ち込むので、トータルでは変わらない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・2～3か月後は新年度に入り動き出すが、まだ大きな動きにはならないため、基本的には変わらない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・新規案件が具現化すれば一気にV字回復も期待できるが、決め手に欠ける。

□	金属製品製造業（経営者）	・一部の取引先から新製品の受注があるなどポジティブな動きはあるものの、全体的には変わらない。しかし、前月、前々月より若干ではあるものの期待感がある。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・昔開発した商材が今頃になって売れている。やはり新製品を開発し続けていかないと企業は生き残れない（東京都）。
□	建設業（経営者）	・物価が上がり続けているにもかかわらず、賃金は上がらない。店舗や住宅の家賃も上がらないため困っている。
□	建設業（従業員）	・燃料費の高騰がまだ続いている。取引先も値上げを余儀なくされている。仕事量は少し増えてきているが、内容はかなり厳しい。
□	輸送業（経営者）	・新年度にあった特需は過去のものとなってしまい、現況改善の具体案も示されていないため、現状が続く（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は予定より低迷している。輸出量は変わらない。今後もこの状況が続くそうである。
□	金融業（総務担当）	・ガソリン価格の高騰や食品等の値上げ、人件費高騰はまだ続き、賃上げが物価上昇に追いついていないことから、景気はまだ回復しない（東京都）。
□	金融業（営業担当）	・製造業は現状と同程度で推移する見込みである。ある程度の動きが維持されていた不動産についても、駅より遠い物件での価格下落がみられ始め、やや渋い動きがみえつつある。
□	不動産業（経営者）	・賃貸の状況も余り変わらない。都心では賃料の値上げが厳しいようだが、当地はそうでもない（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件は半年ぶりに入居率100%になった。しばらくは現状が続くそうである。
□	不動産業（総務担当）	・今後もテナントの退去は予定されておらず、当面はビル賃貸環境は良い（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・今後の消費税が上がるのか下がるのか気になる（東京都）。
□	税理士	・米中の影響も大きいですが、国内では、大企業は円安の影響も受けて随分利益が出ているものの、中小零細企業はやはり原料価格高騰、人手不足、人件費高騰に対応できずにいるところも多いため、余り変わらない（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・この先も物価上昇が続くとみられ、景気が良くなる材料がない。
□	税理士	・米国大統領の政策が景気に影響するのはもう少し先のことだと考えている。物価の上昇はあるものの、大手企業の初任給引上げは他の賃金も押し上げるであろうことから、良くも悪くも均衡を保ちそうである。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるが、取引先の廃業や工場等の閉鎖がしばしばみられることや値上げ実施の影響がこれから出てくるため、不透明感が強い。
□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の値上げが保留されている（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	・値上げせざるを得ないが、それによって需要が落ちていく（東京都）。
▲	金属製品製造業（経営者）	・米国の関税等による影響がある。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先に予告されている受注量減少のうち、まだ始まっていないものもあり、それらが始まるのが今後2～3か月先である。
▲	精密機械器具製造業（経営者）	・車で来ている従業員の通勤手当が規定を下回っているため改定した。来月は賃金改定で今年はベースアップを検討しているなど、比較すると諸経費全体で15%くらい上がっている。取引先にも交渉しているが、単価改定の反映を拒否されているため、非常に苦しい。
▲	建設業（経営者）	・価格が高騰し、予算額に合わない案件が出始めており、いろいろなところから情報が回ってくるが多くなっている。
▲	輸送業（経営者）	・物価高や米国政権の影響により悪い方に向かっている（東京都）。

	▲	金融業（従業員）	・中小企業と大手企業との賃金格差はますます広がっており、中小企業は人材確保に支障が生じている。格差は今後も広がるとみられるため、政府の対応が必要である。
	▲	広告代理店（従業員）	・売上増加は見込めないが、仕入価格が高騰しており、利益を圧迫し始めている。
	▲	広告代理店（従業員）	・メイン商材の1つにマイナスの要素がある（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・人件費の増加、採用の更なる難しさが大きなインパクトになっている。今までは平均4000円程度の昇給が、9000円に向かう見込みだが、大手企業のような万円単位に及ぶような賃上げはとてできない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の関税次第である（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度明け早々に資材値上げの話が出てきており、営業活動で苦戦を強いられる。
	×	建設業（経営者）	・減税しないため、悪くなる。
	×	建設業（営業担当）	・建築コストの上昇により案件の減少が顕著になってきており、数か月で改善できる要素がない。
	×	広告代理店（営業担当）	・テレビ局のコンプライアンス問題の影響から、しばらく当業界の状況は余り芳しくないとみている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・社会課題解決型の提案が好調である（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・現状の環境に大きな変化はみられず、緩やかな上昇傾向が続く（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・悪いなかでも全くの新規が20件から30件余りあり、年度替わりに伴う動きも今のところ40数件つかめているため、それらの仕事が入ればかなりの数になる。ただし、予定なのでどうなるのか分からず、待つのみである。
	□	人材派遣会社（社員）	・取引先から4月以降に向けて予算を削減するなどの話は出ておらず、求人依頼も同程度で推移することが見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・時給上げが難しいなか、スタッフの確保が難しい状況は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・新年度を迎える企業が多いが、求人数については今年度と変わらない予定の企業が多い。賃金上昇に伴い派遣労働者の時給も上がっているが、採用力向上には至らず、マッチ率も今年度から大きく改善する見込みは薄い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全体的には企業からの求人は年度末まで増加し、3か月後には一旦落ち着くとみられる。派遣総契約数としては、年度明けに若干落ち込む可能性があるもののある程度回復するため、現時点と比較すると微増とみている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人、求職者の状況は変わらないが、景気回復に直結していない。
	□	求人情報製作会社（経営者）	・上向く材料が今のところない。物価高、資材高騰などが当社の取引先の経営をも圧迫している（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・少し先に景気が良くなるような兆しは見受けられない。給与を上げれば求職者が集中するだろうが、一部の人々の給与が上がるだけでは全体の景気の底上げには至らない。全体的に手取りが上げられれば、世の中の景況感も変わってくる。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・現在は余り景気が良くなる要素も悪くなる要素もない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・良しあしに影響するきっかけがみえない。
	□	職業安定所（職員）	・直近の求人数は増加傾向にあるものの、動きは弱く、先行きは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・価格転嫁は途上である。人手不足を懸念材料としている事業所が多い。
	□	職業安定所（職員）	・円安で業績好調の輸出企業でも、原材料費及び人件費の高騰に苦しんでおり、為替レートによっては業績が一気に悪化することを心配する声が複数聞かれる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業からの求人状況は良いが、採用が進まない。求職者は比較的にいるものの、求人企業とのマッチングがうまくいかず、なかなか決まらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇が止まらないため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・4月採用も落ち着き、派遣依頼も減少することが予想される（東京都）。

▲	人材派遣会社（支店長）	・派遣受注は前年を上回っているが、人材の争奪戦が激しく、成約に至らないケースが増えてきている（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・不安要素だらけで、好調な情報はインバウンドのみである。価格転嫁は避けたいが、値上げせざるを得ない状況となっている。先行きの不透明感は根強く、特に製造業に関しては米国の関税次第で対外競争力の低下が懸念されるため、不安である。
▲	職業安定所（職員）	・建設業からは、人件費の増加と残業規制による工期の長期化により業績が悪化しており、この先体力のない会社は存続が難しいという声も届いている。また、製造業においては金利上昇が続いていることから設備投資に消極的になっているとの話も聞く（東京都）。
×	—	—