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〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較して、売上は20%、来客数は30%程度増加している（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3月は卒業式、送別、お彼岸と花を贈る機会がとても多いため、例年同様に3か月前よりは来客数が大きく増え、販売量もとても良い（東京都）。
	◎	高級レストラン（経理担当）	競争相手の様子	・建築コストが高騰し続けており、投資回収に合理性を見いだすのが困難ななか、近隣施設では計画どおり建設や新規投資が行われている。周辺の投資環境は良くなっている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年に入って1月は余り良くなかったが、3月になり徐々に来客数が増えている（東京都）。
	◎	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・当社だけをみると、とても良くなっている。しかし、周囲の飲食店は皆口をそろえて悪くなっているという。米や日用品が値上がりし、外食を控えている様子が見受けられる（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・売上単価の上昇に加え、1～2月は休日が多く、給食ではパートを多用しているため、人件費が低下して収益が大幅に改善している（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110%となり、やや良い。また、3か月前と比べると1.5倍以上となっており、良くなっている。決算月のキャンペーン展開を行っている競合他社も多く、子育てグリーン住宅支援事業による政策面での後押しもあり、客が動いている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高が、週末を中心にとても良く、来街者数も、若い人を中心ににぎわいを見せている。桜が咲いていないのにもかかわらず桜祭りを開催しているが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも多くの人が来ている。冬が寒かったので、今春は上向き傾向である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・今月は購入の見込み客ではなく実際に購入する客が多く、売上も前月より伸びている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前までは非常に来客数が少なく、販売も難しく売れていなかったが、このところ来客数も多少増え、成約に結び付くようになってきている。良いとまではいかないが、多少変化がみられる（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭部は、近くに競合するディスカウントストアなどができたにもかかわらず、多くの客が来店しており、単価もある程度保っている。全体的に若干落ちているものの、それでも健闘している。外商部に関しては多くの案件、特に官公庁案件をたくさん受注していることが大きな飛躍の要因になっている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り販売客数が前年を上回っていることに加え、価格上昇の影響により売上が伸長している。インバウンドは継続して伸びている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	単価の動き	・野菜と果物の相場が高いことと、米が非常に売れていることが全体の単価を押し上げて、買上点数の減少分をカバーしている。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・買上点数こそ回復していないが、購買頻度が微増している。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・野菜の価格が下がり、買いやすくなってきている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数が101.5%と、暖かくなって上向いている。
○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3か月前と比較して売上自体は上向いている。	
○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は変わっておらず、客が買い控えをしている様子は見受けられない（東京都）。	

○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・気温の上下はあるが、人出が確実に増えてきており、来客数だけではなく買上点数の増加にもつながっている（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・問合せが増えてきている。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ドレス事業におけるブランド別新商品の売行きが計画比105%と好調に推移している。着物事業については、集客セールが計画比120%と好調である。主力2事業がけん引し、年度計画の水準に達しつつある（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売が好調で、前年の販売台数を大きく上回っている。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・公定歩合の引上げにより4月から金利が引き上がることに伴い、低金利の商材が売れている。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・3月は自動車業界にとって最需要月で新車、中古車、サービス、金融共に売上が伸びている。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・暖かくなってきたため、活気が出てきて集客が多少上がっている。
○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・売上の最も少ない3か月前と比べれば断然良くなっている。来客数も3月の方が3～4割増えており、それだけ売上につながっている。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・春休みに入り、近隣の大型コンベンション施設でのイベントが非常に増えている。人気テーマパークの客もたくさん来ており、宿泊の稼働状況は非常に良い。また、歓送迎会を中心に宴会予約もたくさん入っており、3か月前よりもやや良くなっている。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今冬のスキーシーズンは降雪に恵まれ、スキー客が販売量をけん引した（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・3月に入り一気に需要が増えている。午前中はほぼ病院の送迎で、駅では会社訪問での送迎があり、うまく仕事がつながっている。夜間の飲み屋からのオーダーは少ないが、長距離の客がいて助かっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べると、サラリーマンの需要が増えている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・家族連れで来て申し込むパターンが増えている。このような客は解約率が低く、優良な客である（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件数、受注数が少しずつ戻ってきている（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・前年比では売上が5%くらい伸びている。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前の年末と比較すると、来場者数は1%増加とほぼ横ばいである。1～2月と寒い時期の集客が厳しかったので、ようやく回復したところである。
○	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・気候が良くなってきた。
○	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・経済に対する政治の動きが鈍い。このままで良いわけではないので、もう少ししっかりしてほしい。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規案件が幾つか入ってきている。
○	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。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、かなりインバウンドが増えてきているため、これからホテルの稼働率もかなり上がってくる。一方、建設業では、資材価格や人件費の高騰により、公共工事を含め、スムーズな受注ができなくなっている。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3月期末のため、契約が多くなっている。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・相変わらず富裕層の新築1棟アパート購入意欲はあるように見受けられる。また、インバウンド向けホテルはハイシーズンということもあり、好調である。
□	一般小売店[家電]（経理担当）	販売量の動き	・年度末で仕事はそれなりにあるが、販売の方は静かである。スイッチ交換、コンセント工事などの細かい仕事は忙しい。

☐	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・変わらない。
☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・年度末のため法人関係の納品物が僅かながら増えている。その反面、個人消費が非常に良くない。総じて低い状態の前年並みである。
☐	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・需要が減っている。受注が例年より少ない。
☐	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年よりも少なく、売上も微減している。仕入価格の高騰、人件費の増加でやや厳しい。
☐	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・新入学を迎えるが、動きが鈍い。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・目立った大口のギフト需要がなく、売上は減少しているが、来客数は前年並みである。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新規受注がなく苦戦している。これからの時期にこれでは先行きが心配である。何とか受注を増やさなくてはと頑張っているものの、競合他社も多く、なかなか獲得できない。そのため、景気が良いとはいえない（東京都）。
☐	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・食品は4月の値上がりアイテムに反応があり、事前にローリングストックとして購入する客も多い。シビアに価格をみている様子がうかがえる。インバウンドは引き続き売上の2割ほどを占めており、平日、週末を問わず来客数が多いが、値引きアイテムを夕方に購入しに来るなど買い方に変化がみられる（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・季節商材であるファッション関連の動きは良いが、訪日外国人による売上の伸びは落ち着いてきている。値上がり傾向の影響か、食料品の動きが活発ではない。全体的に、景気は停滞傾向にあるとみている（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・一部高額品の動きがあったものの、天候不順に伴い春物衣料の動きが悪いためファッションが苦戦しており、全体で想定に届いていない。
☐	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客、インバウンドを問わず、高付加価値消費への高いニーズは変わらない。一方で物価高の影響もあるのか、一般の食品などは力強さに欠ける。また、低温が続いた影響で、春物ファッションのニーズが本格化するまでにはまだ時間が掛かる（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3月に入り、売上の伸びがやや落ち着いた感がある。食品物販や飲食店は好調ではあるものの、ファッションの売行きが伸び悩んでいることが原因の1つである（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は降雨日数が多く、気温の変化が大きかったこともあり、来客数が伸び悩んでいる。アパレルでは春物衣料の動きが鈍い上にオケーションニーズも動いておらず、雑貨も同様の傾向である。食品は価格高騰による買い控えが顕著である。
☐	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客、インバウンド販売量共に大きな変化はないまま推移している（東京都）。
☐	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・気温が上がらず、雪も降るなど天候が不安定ななか、春物衣料の動きが鈍い。
☐	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・来客数が若干減っており、購買額や買上点数も少なくなっている（東京都）。
☐	スーパー（店長）	それ以外	・値上げの影響があるなか、米は他店と価格を見比べながら購入を決めている。他の商材については仕方なく購入しているような状況である。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上、来客数は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。

☐	スーパー（営業担当）	単価の動き	・生活防衛意識がまだ強い。販売量、来客数は依然として前年を下回っているものの、単価の上昇傾向が継続しており、単価の上昇分が販売量、来客数の減少分を若干上回っているため、売上が伸びている。しかし、特売の構成割合が増えているため、利益率はやや低下傾向である（東京都）。
☐	スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・野菜の相場高が継続し、米も前年度の倍の価格ではあるが、買いだめも含めて数量が伸びている。酒も4月から値上げされるため、買いだめ需要がある。
☐	スーパー（食品担当）	単価の動き	・来客数は微増にとどまっているが、単価が上がっているため、売上が増加している（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・平日の来客数が減っている。
☐	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今年に入り、売上は前年を僅かながら上回っている。客単価も多少は上がっているが、景気が良くなっている実感はない。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年3～4月の新年度は人の入替えにより新しい客が増える。気候も穏やかで客足が伸びるため、売上も若干期待できる。しかし、落ち着いてくると物価高などの影響により消費が伸び悩み、結果として余り変わらない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・キャンペーンが奏功したことと、値上げも影響して、売上が好調に推移している（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は3か月前と同様に好調に推移している。商品単価が上がり続けているなか、販売量は変わっていない。
☐	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・物価上昇の影響により、単品の単価は上がっているものの、複数購入の買い控えがあるようで、買上点数が減少傾向にある（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数に大きな変動はない。景気に特段の変化はないが、春休みに入り、子供や学生などが外出することが増える。外出機会が多くなれば一時的に来客数が増え、販売量が伸びる可能性がある。
☐	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・月初めは気温が低く、春物の出足が悪かった。中旬以降暖かくなり来客数は増えたものの、依然として客単価が低い。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前月同様、来客数に大きな変化がなく、この先も厳しいと予想している。新生活のシーズンだが、前年より問合せが少ない。
☐	家電量販店（店長）	単価の動き	・訪日旅行客の来店が増えているが、為替の動きに反応して高単価商材が前年同月比で低下している（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。客の来場は結構あるものの、なかなか成約に結び付いていない。
☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の購買意欲は3か月前と変わっていない（東京都）。
☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数が減っている（東京都）。
☐	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・客は価格に非常に敏感で、景気が悪くなり、いろいろな物価が上がっているため、整備料等を相当値切ってくる。全体的な整備でも、トータルの金額から更に引いてくれなどと、価格に対して客が厳しくチェックしているため、景気は良くない（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	・花粉がかなり飛んでいるため、売上、利益はカバーできているが、来客数が芳しくない。
☐	その他専門店 [貴金属]（統括）	単価の動き	・以前からの値上げにより購買単価が上昇し、売上は改善している。景気は良い状態ではあるものの、3か月前と比較した場合、大きな変化はない（東京都）。
☐	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	単価の動き	・仕入価格が高騰しているが、それ以上に品薄で商材を十分にそろえられないことが困る（東京都）。
☐	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・3月実績は前年比で売上93.7%、来客数85.1%、客単価110.1%である（東京都）。

☐	高級レストラン (役員)	それ以外	・前月に引き続き、来客数、予約数、売上も良い状況だが、仕入原価、経費のコストアップにより利益的には厳しいままで、変わらない(東京都)。
☐	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・大手法人利用が主なので、利用は好調に推移している(東京都)。
☐	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・輸入卸販売部門は、季節要因と展示会出展の効果がみられる。料飲部門は、季節要因とメディアの取材による露出の増加が考えられる。
☐	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・値上げラッシュへの抵抗感が出始めているかもしれない(東京都)。
☐	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3月の販売量は、前半はまあまあだったが、後半になって若干上向いている(東京都)。
☐	その他飲食[カフェ] (経営者)	販売量の動き	・インターネット販売を始めたところ、地元に限らない販路拡大につながっている(東京都)。
☐	その他飲食[居酒屋] (経営者)	お客様の様子	・来客数は以前より増えているものの、1人当たりの注文数の減少や、日本酒でより安価な銘柄を注文する客が増えるなど、少しでも飲食費を安く済ませようとする傾向が高まっている(東京都)。
☐	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・年末と比べるとほぼ変わらない動きに戻っている。
☐	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・物価の上昇が続いているのに、一向に賃金が上がらないため大変である。
☐	旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・全体的に単価が上がってこない(東京都)。
☐	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は忙しかったが、それ以上になることはないため、今月は余り変わらない(東京都)。
☐	通信会社(経営者)	販売量の動き	・例年、年度末は機器の受注及び工事等が増加傾向にあったが、今年は機器等の値上がりにより増加にはなっていない(東京都)。
☐	通信会社(社員)	お客様の様子	・小規模ながら引き合いが複数あり、見通しは明るい(東京都)。
☐	通信会社(局長)	販売量の動き	・繁忙期のため前月比では伸長しているものの、前年同月比では未達であることから、繁忙期がなだらかになっているとみられる。一概に景気が上下しているような感覚はない(東京都)。
☐	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に家計における無駄をできるだけ排除し、必要最低限の内容を選択する傾向は相変わらず強い。
☐	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・4月にどのくらい賃金が上がるか不透明であるため、買物は様子見ムードである。
☐	通信会社(経営企画担当)	販売量の動き	・単価の低い商材に流れており、期待したほど利益が出ていない(東京都)。
☐	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・インフラ更新として光ファイバー化される新規エリアが5月から営業可能となるが、それまでは状況が好転する可能性のある要素が少ない(東京都)。
☐	通信会社(管理担当)	来客数の動き	・B to B ビジネスに関しては好調であるものの、B to C ではオンライン窓口化の影響も大きく、来客数の減少がマイナス要因となり、大きな変化はない(東京都)。
☐	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・期末ということもあり、小売等は様々なセール等を行っているが、それほど景気回復の兆しはみえない(東京都)。
☐	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・賃上げや政府の景気対策で景気マインドは上がっていくと予測されるが、実質賃金は引き続きマイナス傾向であり、プラスマイナスゼロである。
☐	その他レジャー施設[ボウリング場] (従業員)	お客様の様子	・大きな変化がみられない。客単価も変わらない(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	・依然として物価の上昇傾向が続いているが、客の動向は堅調であり、値上げに対する稼働の低迷等はみられない(東京都)。

□	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	それ以外	・今期から機械のメンテナンス費用が増加する。
□	設計事務所(経営者)	販売量の動き	・業務量はほぼ横ばいである。個々の案件により利益率にばらつきはあるものの、トータルではほぼ変化はない。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・来店比率が若干悪くなっており、買い控えも発生している。客は買物に対して非常に慎重になっており、できるだけ単価の低い物に注意を払っている。
▲	一般小売店[酒類](経営者)	お客様の様子	・公共料金、ガソリン価格、食材などの値上げが続いており、客の財布のひもが固い。
▲	一般小売店[書店](総務担当)	お客様の様子	・2024年度は円安の期間が長かったために経費がかさみ、例年と比べて年度最終月に予算が残らなかった。売上を上げることが難しい(東京都)。
▲	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・辛うじて前年は維持しているものの、全てのカテゴリにおいて伸び率が鈍化している。賃上げに関する報道が多くみられる一方で4月からの食料品全般の値上げ、米価の高止まり、電気、ガス、ガソリン代などの補助金終了、物価高報道の過熱により消費マインドが冷え込んでいる(東京都)。
▲	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・春節と花見シーズンの端境期で外国人客の来店が減少しており、インバウンドの伸びが鈍化している(東京都)。
▲	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・今月に入って外国人の来客数、売上が共に厳しい状況が続いている。特に、韓国からの客が大幅に減少しており、売上にも大きなマイナスの影響となっている(東京都)。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・月前半は低温の影響もあり、国内売上は低調に推移した。中旬以降は気温の上昇に伴って復調することを期待していたものの、これまでのような動きには戻らず、動きが芳しくない。インバウンドも同様の動きを見せており、潮目が変わったように捉えている(東京都)。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・3か月前には前年比50%以上伸びていた免税売上が、今月は微増まで落ち込んでいる。その影響もあり、全体をけん引していたラグジュアリー売上は前年並みまで鈍化している。国内需要も、気温が上がらず春物衣料が停滞している(東京都)。
▲	スーパー(ネット宅配担当)	販売量の動き	・野菜の価格高騰や各種食品の値上げの影響で、販売点数が落ちてきている。
▲	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・同一商圈内にまたしても同じ看板のコンビニがオープンした。その上、アルバイトの時給アップ、社員のベースアップで利益がほぼ出ない。
▲	コンビニ(経営者)	単価の動き	・花見の季節になったので少しは人出が増えるかと見込んでいたが、先週末は多少良かったものの今週は前年を割っている。客単価が非常に低い。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・当社が運営しているコンビニのブランドバリューもあるかもしれないが、少し暖かくなってきたにもかかわらず来客数が伸びていない。加えて、4月からの値上がりの影響で、余り無駄遣いをしない様子が見受けられる。
▲	衣料品専門店(従業員)	販売量の動き	・今年に入ってからもまだ横ばいが続いている。物価高が当面続くとみられるため、余計な物は買わない流れが出てきている。
▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・複数回来店して購入に至るケースが増えている。物価高や実質賃金の低迷が消費に影響している。同じ物を買うなら少しでも安く購入したいという消費者心理になっており、単にサービスが良いとか店員が親切だからというだけでは、購入する決定打にはならない。競合店を見てから決める消費者が増えている。
▲	乗用車販売店(営業)	お客様の様子	・以前よりも、客から、今はお金がないから車の購入は厳しいという声を聞くようになった。

▲	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	お客様の様子	・購買意欲に関して、外国人客には勢いを感じるが、国内客からは全く感じられない(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の外出に掛ける費用及び頻度が減っている。提供メニューの仕入価格がどんどん上がり、経営的にもうまくいかない。物価の上昇に伴って減税や賃上げ等を進めてもらわないと、生活及び消費がなかなか活性化されない。至急の景気対策を打ってほしい。
▲	旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・毎年実施している団体旅行案件において、物価上昇の影響により旅行費用が増大したために中止となる団体が発生している。
▲	通信会社(社 員)	お客様の様子	・基幹サービスは微減が続いており、新商材についても販売の動きが鈍い。スポーツの開幕など、この時期ならではの関連コンテンツにも、売上をけん引するほどのインパクトはない(東京都)。
▲	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・物価上昇の影響で、客がより経済的負担の少ない料金プランを選択するケースが増えている。
▲	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・仕入価格がまだ値上がりし続けている。一方で、販売価格はなかなか値上げできないため、利益が減っている(東京都)。
▲	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・前年比では大きく実績をショートしている。これは特定の地域に限ったことではなく、全体への影響である(東京都)。
▲	競輪場(職員)	お客様の様子	・無料イベントの参加は増加傾向にあるが、500円の有料イベントには参加しにくいようである。例えば、同じ建て付けでプレゼント付きの謎解きイベントを行うと、参加率は8割ほど下がり、なかなかコスト消費も厳しい状況である。ストーリーを作り、タレントを呼んだイベントでは集客率が急に上がるので、何らかのストーリーが重要と考えている。
▲	その他レジャー 施設[映画] (営業担当)	来客数の動き	・物価上昇が止まらず、それに賃金上昇が追い付いていないため、短期的に消費に消極的になっている(東京都)。
▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・仕入価格の上昇による販売単価上昇が客の購買意欲を低下させ、関連の売上が伸びない。
▲	設計事務所(職 員)	販売量の動き	・当社の主力部門である橋りょう設計部門の売上が伸びない(東京都)。
▲	その他住宅[住 宅資材](営 業)	販売量の動き	・新年度を前にして建築業界にも一服感があり、建材需要に伸びがみられない(東京都)。
×	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・新車販売をしているが、金利上昇や車両価格の値上がりで、客の来店や相談は少ない。一方で、購入予算が抑えられる中古車が好調である(東京都)。
×	通信会社(管理 担当)	販売量の動き	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
×	ゴルフ場(経営 者)	来客数の動き	・来客数が前年同月比で5%減少している。降雪や強風の影響もあるが、暖かい土日でも前年を割っている。
×	ゴルフ場(従業 員)	来客数の動き	・物価の上昇は止まらず、中小零細企業で働く人や年金生活者には厳しい状況が続いている。平日のゴルフ場は高齢者が多く、来場回数が減っているため、平日の利用者が増えていない。

	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・3月は降雪によるクローズが3日あり、稼働率低下の一因となった。来場者の中心が会員であることと、寒い日が多いなどの季節要因もあり、平日の稼働状況は著しく低迷している。例年であれば、3月に入ると一定のビジター来場があるが、今年の落ち込みは近年みられない水準であり、物価上昇、実質賃金低下から生活防衛を意識する動きはかなり強い。止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、固定費の回収も容易ではない。特に、3月であっても暖房需要のため光熱費の負担が増えるなか、燃料油価格激変緩和対策補助金の縮小が大きな痛手となっている。「楽しい日本」からは到底かけ離れた状況にある。
企業動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末ということもあり、今月は受注量が増えている（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	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は売上、受注共に良い数字だが、これは年度末の影響である。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末に向かって、突発ではあるものの受注量が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・このところ再開発物件が増えてきて、当社製の省力化機器が採用されるようになってきている。工期の短縮と人手不足に対応した空調関連機器である（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・A I 関連製品の受注拡大が継続しており、景気としても少しずつではあるが良くなっている。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注が持ち直しており、新規案件も増えてきている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量は増えているものの、相変わらず燃料費の高騰が続いているため、いまだに大変厳しい状況が続いている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドは引き続き堅調であり、宿泊需要は拡大が見込まれる（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	<ul style="list-style-type: none"> ・入札もほぼ終わり、売上見込みが確定している。前年度よりやや増える予定である。
	○	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	<ul style="list-style-type: none"> ・順調に受注できている（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注実績からみて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	<ul style="list-style-type: none"> ・変わらないと回答したが、安定しているわけではなく、先が読めない状況である（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・国内では一般消費者の財布のひもは今なお固く、小売市場全般としては決して明るいとはいえない。ニット製造業にとっても、依然として厳しい経営状況が続いている（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・米国による日本経済への打撃が中小企業にまで影響するとすると怖い。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・印鑑やゴム印、名刺印刷の仕事をしている。店頭のほか、インターネットで若干販売している。ゴム印は少なくなっているが、印鑑の方は会社設立が少し増えてきているため、総合的には変わらない（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	<ul style="list-style-type: none"> ・化粧品容器、医療品容器共に受注の低迷が続き、回復がみられない。海外生産中の金型移管という話もあるが、まだ具体的になっていない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・米国政権の関税政策の動向により先を見通しにくいいため、受注量が増えてこない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・米国大統領の自動車への追加関税の影響が不透明である。国内の自動車生産にも大きな影響を及ぼす可能性が否定できない。

☐	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価が上昇しているが、まだ民間ではそこまでの予算が付いておらず、落札できない。
☐	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・賃上げ実施の機運の高まり、上昇が続く物価に対応する原資となる運賃の値上げを荷主と交渉中であるが、回答に時間が掛かっており、厳しい状況に変わりはない（東京都）。
☐	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷動きは変わらない。車両価格や燃料代が高騰し、値上げ効果も薄いなかであるが、ベースアップを実施している（東京都）。
☐	輸送業（経理担当）	それ以外	・燃料費や人件費の高騰が続き、収益が薄いことに加え、車両の入替え時期を迎え、更に厳しい状況である。
☐	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期で物量は平年並みだが、燃料価格の高騰は続いており、収益が伸びていない。
☐	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・成約件数は前年同期割れの状況が続いている（東京都）。
☐	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・賃貸の動きは余り変わらない。ここ数年、来店客が減少している。インターネットの時代となり、物件によっては20件以上の問合せがあり、全てメールでやり取りする客の対応は大変である。物件を見ないで申込みを受け付ける業者もあるようだが、当社では行っていない。1週間先に内見するからそれまで待つてほしいという客など困ったものである（東京都）。
☐	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・人件費や物価の上昇が続いている。不動産取引価格も高値を維持している（東京都）。
☐	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸においては保守管理費、清掃費、修繕費等が物価、人件費の高騰により値上げ要請ラッシュが続いており、受け入れざるを得ない状況にある。一方で、賃料についても入居希望テナントの交渉のなかで上昇基調にあるなど、価格転嫁は進んでいるが、インフレも気に掛かる（東京都）。
☐	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・クライアントには飲食店や小売店が多いが、インパウンドに波がある。平均すると来客数などは変わらないようにもみえるが、利用額は減少傾向にあるようである（東京都）。
☐	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇で仕入価格は上がっているが、それを受注額になかなか反映できていないため、利益が増えていかない。
☐	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・期末の駆け込み需要が薄い（東京都）。
☐	税理士	それ以外	・帰り道に近隣駅までの商店街を歩きながら飲食店を外から見ると、特に飲み屋などで客入りが、新型コロナウイルス感染症発生前までは回復していない。客が入ってはいるものの、あふれるほどではなく、これで経営していけるのかという状況にみえる（東京都）。
☐	税理士	取引先の様子	・米国大統領の関税政策に敏感に反応して株価が低迷し、日本銀行の金利も据置きとなり、円安の状態は変わっていない。大企業の賃上げは驚くほどだが、中小企業の賃上げはもう少し先になるとみている。物価の上昇は激しいが、減税で乗り切れるとは考えられない。
☐	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
☐	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先から、物価高によって消費者に買い控えの傾向があるように見受けられるとの話を聞いている。
☐	税理士	取引先の様子	・米国大統領の関税政策に敏感に反応して株価が低迷し、日本銀行の金利も据置きとなり、円安の状態は変わっていない。大企業の賃上げは驚くほどだが、中小企業の賃上げはもう少し先になるとみている。物価の上昇は激しいが、減税で乗り切れるとは考えられない。
☐	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	・問合せが増えてきており、取引量も例年の年度末以上に増えている。ただし、外注費等の値上がりもあり、利益は回復していない。

	□	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	・値上げ交渉の進展はない(東京都)。
	▲	食料品製造業 (経営者)	競争相手の様子	・原材料、包装資材の高騰に伴って値上げしたが、客の買い控えが発生している。
	▲	出版・印刷・関連産業 (所長)	受注価格や販売価格の動き	・年度末の繁忙期だが、案件自体が非常に少なく、前年の数字を大幅に下回っている。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・現状、僅かに減少した程度だが、3月一杯で取引が終了するものもあり、取引量の更なる減少が予想される。
	▲	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・いろいろな物が値上がりしているが、給与所得が上がっていないので、これから少しずつ消費が落ちてきて景気が低迷する。
	▲	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・良いといっても人手不足からくる忙しさである。
	▲	輸送業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・価格に敏感で、販売価格が安価な方に引き合いがある(東京都)。
	▲	金融業 (従業員)	取引先の様子	・資材や燃料費、人件費が高騰しているが、中小企業にとっては価格転嫁は難しく、赤字が続いている。
	▲	金融業 (総務担当)	取引先の様子	・取引先の様子で、不動産は建売の売行きが少し低迷してきている。価格は高止まりしており、いまだに資材高騰が続いている。建設業も、材料価格の高騰や人手不足が特に顕著になってきて工期が長期化している分、利益の減少につながっている。飲食業はやや持ち直しているが、時給を上げないとアルバイトの人手を確保できない。運送業では、燃料費の高騰と物流の2024年問題により長時間労働ができないにもかかわらず、人手の確保が難しいため、利幅が落ち込んでいる。小売業は各種商材の値上げや米価高騰もあり、消費者が必要な物以外を買い控えている(東京都)。
	▲	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・当エリアの主要産業となる鋳物、機械製造業について、ここ数か月で明らかに動きが悪くなっている。元請メーカー等も現状では好転の見込みはないとのことであり、しばらくは低水準での受注が予想される。
	▲	広告代理店 (営業担当)	それ以外	・グループ会社の不祥事が売上に響いている(東京都)。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小の金属加工業、塗料製造業、自動車部品加工業いずれも受注は横ばいだが、多くの経費の増加、人件費の上昇圧力があり、厳しい対応を迫られている(東京都)。
	×	通信業 (従業員)	それ以外	・株価の下落や、政府が外交にばかり力を入れて内政が進まないこと、財務省デモの発生などから考えると、悪くなっている(東京都)。
雇用関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・請負案件を中心とした外国人雇用の需要が堅調である(東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・全業種で人材募集依頼が増加している。それに対して求職者数は大幅には増加していないため、供給が追いつかない状況が続いている(東京都)。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・年度末で繁忙期ということもあり、人材の動きが活発化している。社員の後任での派遣需要や、各企業の年度末の駆け込み需要などでの人材活用が増加している。来年度に向けた動きも出てきており、求職者数も増加している。ただし、マッチングにおいては、企業側の求めるスキルレベルが高まっているため、なかなか成約しにくくなっている(東京都)。
	○	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・求人の動きからみると、景気はやや良くなっている印象を受ける。ただし、これは人手不足が解消されないためにやむを得ず求人募集をするケースなどもたくさんあるからで、景気が良くて増員するケースは意外と少ないかもしれない。それでも人材がいれば仕事があるという声もよく聞くので、その点では前向きな求人募集といえる。

○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・周辺では採用を強化する企業が多いように見受けられる。人員さえ増やせば事業が展開できるというのは、景気が良い証拠である（東京都）。
□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・慢性的な人手不足と後継者不足が重なり、今後は業務の縮小に着手せざるを得ない小規模企業が増えている。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と同様、堅調に推移している。
□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3月末での退職希望者が多く、逆に4月からの求職者数は募集人数より少ない（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・これまでは穏やかな増加がみられたが、今月は横ばいに転じている（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業でのエンジニア不足が続いており、エンジニア派遣の事業では継続的に引き合いがあり、景気の良さがみられる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・求人数は多いものの、欠員補充も多くあるため、売上拡大につながっているわけではない。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新規求人数は前年同月比で微減している。建設業の事業所からは、業績は堅調なもの、原材料、人件費等のコストが増加しているなかで、受注契約は数年前のままであり、原材料費上昇分を反映するための価格交渉を元請にお願いしているが、応じてくれないケースもあり、利益が少なくなっているとの声も聞かれる。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料及び社会保険料を含む人件費の高騰に対して、中小企業では十分に価格転嫁ができていないという話を複数聞いている。また、特に若年層において転職に対する抵抗感が薄れており、中小企業では職場定着による技能の継承と向上に課題を感じており、採用難とあいまって事業拡大の足かせとなっている。景気拡大にも悪影響がある。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・幅広い業種から多くの求人が出ているが、条件、特に年齢面でなかなか見合う人がおらず、採用決定数は余り上がっていない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に歯止めがかからず、賃上げが追いついていない（東京都）。
▲	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・年度末の契約更新に伴い、派遣スタッフ側の都合による契約終了が多数発生している。後任枠を受注してもマッチする人材が見つからない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・3月末付けでの大量離職者が出ている企業がかなり増えている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・景気が良いので求人を出す事業者は多くない。反対に、欠員募集や求人を出しても応募がないため、求人を更新するケースは多い。管内の出版業からは、ユーザーの紙離れ、読書習慣の希薄化により本業の業績が厳しいために廃業するケースや不動産業に鞍替えする動きも見られる。製造業では、銀行の金利上昇により、予定していた環境に配慮した機械設備の刷新などが中止となるなど、設備投資を控える動きがみられる（東京都）。
×	求人情報製作会社（経営者）	それ以外	・資金繰りが急激に悪化してきている。コロナ禍での借入れの返済が厳しく、賃金を引き上げるなどとんでもないことである（東京都）。