

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〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・商業施設が新たにオープンしたため、3か月前と比べると良くなっている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・婚礼披露宴の代金は挙式1か月前の見積額を前受けしているが、挙式当日の付帯売上が多くなっており、1件当たりの単価は3か月前と比べて約10%増加している（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	お客様の様子	・客からいろいろな依頼が入っている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・都市部を中心とした国内客の消費意欲は年明けから強さをキープしている。特に宝飾、時計、ラグジュアリーブランドなど、高付加価値商材への関心が高い。一方で、免税売上全体では日中関係を起点に前年割れが続いているものの、中国以外の諸外国からの来日、消費が増加傾向にある。特に足元の2月後半ではその傾向が強い（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は週末に降雪の影響を受けた週があったものの、全体としては好調に推移している。高額品では金の価格上昇が続き、金製品の催事が好評である。また、食品を中心に生活必需品が動いている。反面、アパレルのビジネス需要など、今あるものでとりあえず事足りる物に対しては、財布のひもが固い。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドは日中関係の影響により減少しているが、今後の経済対策等への期待感から国内客の販売量は増加している（東京都）。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・館内の買い回り需要が活発となり、単品での買物だけでなく複数店舗での利用が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年よりも予約が若干多いため、客単価が上がって多少は良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・オリンピック観戦のために自宅で食事する人も多いようである。週末の売上は若干上向いている。政権が安定し、安心感も広がっている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・寒さが和らいで、近くにある公園で活動する人が増えてきている。それに伴い週末、祝日にふだんよりも多くの家族連れやスポーツを楽しむ人が来店している。季節の変わり目で景気が良くなっている。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・年末と比べてやや良くなっている。今は特に寒い時期なので、温かい食べ物、飲料がよく売れる。これから少しずつ天候が暖かくなってくると、行楽に向かう途中など、出掛け先で立ち寄ってくれることも多くなりそうである。家族分の食べ物、飲料を購入するため、単価も上がる。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・高単価商材の動きが良い。来客数は伸びていないものの、夏に向けて期待したい。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が前年をかなり上回っている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・稼働日数が少ないなか、周りの雰囲気は良くなっているため、販売量が増えている。
	○	高級レストラン（店長）	それ以外	・近隣の飲食店、ベンチャー等の経営者の日常的な消費の仕方をみていると、以前より交際費に使う金額が増えている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数だけでなく、値上げの有無に関係なく注文個数が増加していることにより、客単価が上昇傾向にある。週末の天候にも恵まれている（東京都）。	
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・新規出店する店舗が、他地域で成功している店の支店というパターンがこのところ増えている（東京都）。	

○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・客足が増えており、客単価も上がってはいるものの、客層が以前とは変わってきている。個人事業主や経費として領収書を切れる会社員は増えている一方、個人的に来店する会社員は減っている。ふらりと飲みに出る層が減っていることがうかがえる（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月はロングの客もあり、全体的に需要がある。会社からのオーダーも以前より増えているため、売上がやや増えている。ただし、夜から深夜にかけての利用はやや少ない。
○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・交渉中の案件の受注及び工事関係が増加傾向である（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・バックオフィス系の商材、サービスの更新もあり、開催するイベントの集客、新規案件の獲得など堅調な動きとなっている（東京都）。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光客の購買力が少し上がっている（東京都）。
○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候が良く、順調に客が来場している。
○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・衆議院選挙が終わり、積極財政や賃金上昇の期待感が膨らみ、徐々にではあるものの売上、集客共に上向きつつある。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・ジュニアや学生、団体予約が相変わらず良い（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・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、インバウンドがかなり増えてきているため、ホテルの稼働率はますます上がっている。一方、建設業では、材料費がかなり高騰しており、公共工事を含め、スムーズな受注ができない状態である。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年より受注が多い。
□	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高をみると、年末は良かったものの1～2月は寒かったため動きが鈍くなっている。世の中の消費マインドが冷え込んでいる（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品ではようやくテレビが動き出した。地上デジタル化の際に購入した物の買換えである。当時から見ると単価がかなり下がっているため、液晶を見比べてもらった上で4Kテレビを勧めている。その他には、省エネ補助金絡みや小さな電気工事などがある。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・家具という耐久消費財を扱っているが、来客数が非常に少なく、なかなか売れない。最近では外国人客も来店しているが、成約まで結び付かない（東京都）。
□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	お客様の様子	・前年末と比較すると、来客数及び売上は横ばいである。2月は年末のようなダイヤリーやギフトなどの高単価商材の販売が伸び悩む時期であり、売上が落ち込むことは想定内である（東京都）。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・降水量が少なく、傘を使うことがほとんどないため、来客数が少ない。
□	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・3か月前の11月はクリスマス前で、花が長持ちする時期である。2月は昔から余り売れない時期だといわれているが、近年は、飛ぶように売れるわけではないものの、例年の2月より幾らか上向いている。ただし、実際に売上に結び付いているかは分からない（東京都）。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	お客様の様子	・月後半は天候が暖くなり、客の外出が多く見受けられた。当店も来客数、売上が増えている。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・通常の得意先からの注文はあるものの、数量が増えない。新規客からの注文は少なく、売上がなかなか伸びない。何とか新規客を増やそうと皆で頑張っているものの、実績が付いてこない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（総務担当）	販売量の動き	・3か月前より業績が悪化する見込みだったが、意外と持ちこたえている。しかし、消費の冷え込み傾向が継続しているため、楽観視はできない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・国内客の売上と購買単価が堅調である。高額消費層の活動が強く、売上に寄与している。春は支出が増える時期だが、価格改定による値上げが続き、慎重にギフトを選ぶ客も多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・インバウンドの購買行動に大きな変化はみられないものの、引き続き高額ブランド品や宝飾品は好調に推移している。一方で、紳士、婦人共にファッション商材は頭打ちの状態にある。食料品を中心とした日用品の動きも平均的であり、身の回りの景気については、やや下振れ気味の横ばいが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	単価の動き	・中国からのインバウンド減少により売上が落ちているが、国内富裕層やその他諸外国からのインバウンドの売上でカバーされている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	単価の動き	・中国からのインバウンド減少の影響により来客数は減少傾向が続いているものの、ラグジュアリーブランドや宝飾、時計等の高額品は好調に推移しており、客単価は上昇傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は前半に降雪の影響があったが、売上は前年を上回っている。バレンタインデーなどのイベント効果もあり、食料品がけん引し、中国の訪日渡航自粛の影響による化粧品や貴金属の落ち込みをカバーしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	単価の動き	・担当する近隣型の中小規模ショッピングセンターにおいては、価格訴求のテナントの入居が増えている。結果として、客単価が年々下がっており、来客数を増やす施策が必要だと痛感している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・比較的堅調な国内客の動向、中国からのインバウンド減少の影響があるインバウンド全体の動向共に、ここ数か月の動きについては、特に大きな変化は見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ラグジュアリー商材を中心とした免税売上は、前年比では3か月前のマイナス8%からマイナス30%近くまで悪化している。婦人、紳士ファッションや食品などの国内需要は伸びているものの、全体としてはほぼ前年並みで推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	単価の動き	・直近の食品の1品単価は103%であり、消費者物価指数と比較すると単価の上昇幅が抑えられている。消費者の節約志向が強い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	それ以外	・全体的な価格上昇のなかで、少しでも安く買うために日替わり品や目玉商品への購買意識が以前より高まってきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価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）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がり過ぎて、安価なプライベートブランド商材の売上が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・食品全般の価格が依然として高く、単価の上昇傾向が継続している。反面、販売量は低調気味だが、来客数は前年に近づいてきている。価格を気にせず手を出す物と、価格を見比べて買う物と両極端になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・1品単価の上昇は落ち着いてきたものの、来客数が増えないと売上は増加しない。野菜は前年と比べ相場安となっているため、売上が前年を割っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・販売数の微減傾向が続いている。1品単価は上昇しているものの、売上が伸びていない。販売状況を見る限り、客の節約志向が高まっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・物価上昇から特売品など安価な物は単品で売れるが、店全体としての売上は伸びず、前年並みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数は減少しているものの、客単価の上昇により、売上はほぼ同じ水準で推移している。

□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は3か月前との比較で100%のため、変わらない。
□	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・一度は上向きに見えたが、単価は上がっているものの来客数は減っており、結果としてほとんど変わらない（東京都）。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業は、顧客中心の店外展示会の売上が計画をクリアしているものの、日々の新規客へのアプローチは足りていない。ドレス事業は、顧客中心のステージドレス展示会の売上は計画をクリアし、卒業式、謝恩会のフォーマルドレスが月末に向けて好調に推移している（東京都）。
□	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・毎年2月は売上が落ちるが、今年は特に悪い。
□	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・客の買い控えがよくみられる。来客数は前年比で約80%程度であり、全体の売上も同様に減少している。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電製品の買換え需要はあるものの、複数店舗を比較してから購入に至るケースが顕著にみられる。また、単体購入が多く、ついで買いが少ない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年同月と比較して実績は好調だが、3か月前と比べると販売量、来客数共に横ばいである（東京都）。
□	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・米国の関税政策や世界情勢の影響に伴い円安となっているため、輸入品が高くなり、食料品も相当値上がりしている。車両販売や車検においても、極力安く済ませるため、ふだんなら値切らないようなことでも値切ってくる。景気の悪い状態はまだ続く（東京都）。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の需要が伸び悩んでおり、収益を悪化させている。
□	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	単価の動き	・前年から、商材の原価高騰に対応するために値上げを進めた結果、客の購入数量は減少しているものの、それを上回る販売額を維持することができている（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	・年始商戦も人の動きはあるものの購買行動には直結せず、財布のひもが固い（東京都）。
□	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・物価が依然として上昇し続けている。例年どおり、業界的に春までは売上が伸び悩む（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・2月の実績は、売上が前年比96.2%、来客数が前年比89.1%となっている（東京都）。
□	高級レストラン（役員）	それ以外	・インバウンドや富裕層の客の予約、来店状況は良いものの、仕入高、コスト高、人手不足などは変わらず、利益的には厳しい部分もあり、景況感としては引き続き変わらず、まだ好転の兆しがみえない（東京都）。
□	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・前年の利用を上回り、景気の減速感は見受けられない。一方で、仕入商材の値上がり通達が連日来ており、落ち着く気配は全くない。経済活動の好循環にはまだ至っていない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、3か月前と比べて確かに物価は上がっているものの、そこまで影響はない。当店は高齢層の客が多いため、影響は大きくない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は1年を通して最も売上が悪いため、平均して変わらない（東京都）。
□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・季節変動要因が大きいため正確には計りかねるが、もしかしたら客足がやや落ちているのかもしれない（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・中国からのインバウンドが減り、販売量が横ばいとなっている（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・冬季は団体旅行のシーズンではないため、変化はみられない。
□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・客が旅行代金を自分で調べて確認している。

<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベントでの追加注文があり、売上計画の超過達成が見込める。商店会の追加投資のおかげである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	単価の動き	・物価高が続いている。世界情勢も、米国の関税政策の問題などが落ち着く気配はない。円安、原材料価格の高騰が常態となり、景気が上向き要素がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビと固定電話サービスは純減トレンドとなっているが、インターネット及びモバイルの契約数は増えている。結果的に、全体の売上としては、予算は未達ではあるものの、前年同月比では伸長しており、景気によって大きく変化があるかは不明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省き、必要最小限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・景気が余り良くないと、客が動こうとしないため、当社の契約者数も増えていかない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・予算オーバーなのでもう少し考えるといって、検討した結果、断る客が多い。複雑な料金プラン、よくある最初だけが安いキャンペーンでは、客側がじっくり考えて断ってくる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・通信サービスの高度化を行い、競合との劣後状況の解消はできつつあるが、獲得客数は減少している。解約数が獲得数を上回っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現状では大きな変化は見受けられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月は降雪によるクローズが数日あった上に、寒波の影響により稼働率が低迷している。プレーフィーが高額なビジター需要の低迷は特に著しく、物価上昇及び実質賃金低下を背景に、生活防衛を意識した高額レジャー支出抑制の動向が定着している。来場者の中心が会員のため、収益の確保は困難である。物価上昇により営業費用は累増の一途をたどり、到底利益を創出できる状況になく、事業継続に係る問題となっている。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	それ以外	・一時的に事業を休止しているため、変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	お客様の様子	・大きな変化があるような動きはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	来客数の動き	・春節時期における中国の訪日渡航自粛の影響を懸念していたが、欧米や東南アジアからの集客が堅調であり、中国からのインバウンドの落ち込みを十分にカバーできている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店]（経営者）	来客数の動き	・客の購買意欲が落ち着いてきている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	それ以外	・受注状況は依然として伸びてこないが、平行線とみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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93%となり、景気はどちらともいえない。3か月前と比べるとやや落ち込んでいるが、それほど変わらない。当社は注文住宅と建売分譲を扱っているが、建売分譲の完成物件の価格を下げた販売増加を狙ったものの、結果としては建売分譲は伸びたが注文住宅の販売が伸びていない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社が取り扱っている1棟収益アパートについて、富裕層の客を対象としているが、成約件数や問合せ件数などから、客の購入ニーズは相変わらず高い。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・4月に向けた分譲住宅の購入については、例年と比較して動きがない。賃貸住宅の家賃高騰への対応というよりも、物価対策による買い控えの方が意識が強い。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近の客の様子は、消費に対してやや消極的である。来客数も若干減っており、慎重に買物している。

▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・例年2月は売上が悪いが、今年は値上がり等の影響で買い控えが増えている。また、他店へも客が流れている。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲がやや低迷している（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・状況は変わらず、先が見えない。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・夏場は通常レンズとサングラスの2本を買ってもらえることがあるが、冬の寒い時期は通常レンズだけの販売となるため、夏場と比べて本数、売上共に落ちる。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・外商部は、物量はそれなりにこなしているものの、単価の高い大口案件がやや少なかったこともあり、売上が落ちている。店頭部は、例年は2月末にセールを行っているが、今年は移転準備等のため行わなかったこともあり、余り振るわなかった。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・時計、宝飾品の動きは堅調に推移しているものの、食料品や服飾雑貨の動きが芳しくなく、特に服飾雑貨、化粧品に関しては15ポイントも悪化しており、全体の数字を押し下げている。2月に春節を迎えている中国からのインバウンドが減少し、来客数、購買額共に大幅に落ち込んでいることが大きな要因である（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・週末の降雪の影響を受け、客足が低迷している。例年であれば、悪天候の翌日は反動があるはずだが、今年はそうした動きがみられない。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・食品の販売量が落ちてきている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・今月は週末の降雪の影響が週明けに出たが、なかなかそこからばん回できなかった。ふだんもそれほど良くないため、やや厳しい。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比96%と低迷している。
▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣の他店が閉店したからといって客が増えるとか売上が伸びるということとはなかった。歩いて10分足らずの場所に開店した競合店がオープン記念イベントを3～4日間開催して、そろそろ1週間になるが、かなり売上が落ちている。車の客は競合店を利用するであろうし、全ての客が戻ってくるとは考えられない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月は1年間で最も売れない月になるため、景気は良くない。同時に、この半年から1年、物価上昇によって、例えばおにぎり1個が限りなく200円に近づいており、コンビニ離れが進んでいる。ドラッグストアとの垣根もなくなってきていることから、来客数が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2月は売上が前年比で2%減少しそうである。当店の努力不足もあるだろうが、弁当等も高額になってきて、客がスーパーやドラッグストアに流れ、コンビニ離れが進んでいるとみている。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今年実施した販売促進では前年ほどの売上が取れておらず、伸び率が鈍化傾向にある。また、7月に値上げしたおにぎりの離反傾向がじわじわと効いてきており、販売量を押し下げる要因となっている（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・幾つかの担当店舗の近隣に競合店がオープンしたことで、来客数が前年比でじわじわと落ちている。2月は降雨も少なかったため、より厳しくなっている。また、周辺イベントも少なく、厳しさに輪を掛けている（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・既存店の来客数減少が顕著である。物価高で、今までコンビニで気軽に購入していた物をドラッグストア等で購入する客が増えている。
▲	衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・衆議院選挙の実施や気温の低い日が続いていたことから、春物の需要が盛り上がりせず、来客数の減少につながっている。

▲	乗用車販売店 (営業)	販売量の動き	・販売車種が安定せず、販売量もばらばらである。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・販売促進が続いているため、販売促進のない日は来客数の落ち込みが大きい。
▲	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	販売量の動き	・毎年実施している集客行事を今年は行っていないため、その影響がある。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べたら、売上がやや悪くなっているが、これは例年のことである。飲食業では2月は人の動きがないため、1年間で最も売上が落ちる。今年は3か月前の11月と比べて約10~15%落ちている。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・繁華街で飲食店を営んでいるが、ランチは客が来るものの、夜は昔と比べて来店人数も組数も激減している。仕事終わりの時間帯も、最寄り駅周辺には人が歩いていない。世の中の景気が悪すぎるのか、飲みに来る人もかなり減っている。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・2月は宴会予約数が例月よりも少ない。ただし、週末のフリー客数が落ちていない(東京都)。
▲	その他飲食[カフェ] (経営者)	販売量の動き	・食料品の高騰により、し好品を控える傾向がある。レストランなどの卸でも、食材が高騰しているため、コーヒーは安価な物に変更するという企業がある。そのようななか、原材料価格の高騰から販売価格を下げることはできないため、高価格帯のコーヒーを販売するための努力が不可欠だと考えている(東京都)。
▲	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・元々2月は閑散期だが、3か月前と比べると近隣の大型コンベンション施設での催事、イベント、ライブ等が減少しており、それに伴ってホテルの稼働が下がっていることに加え、中国からのインバウンド激減の影響が出始めている。日中関係による影響が長引くと、更に深刻な状況になると懸念している。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・中国からのインバウンドが激減したことにより、都内のホテルが空いたことで、需要が都内に流れてしまっている。
▲	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・物価の上昇で皆大変苦労している。花粉シーズンになり、出歩くことを控えているようで、景気は余り良くない。
▲	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・円安の影響を受けてやや悪くなっている(東京都)。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・通常2月は暇だが、特に夜の人の動きが極端に悪い。夜10時頃から人が減ってきて、深夜は本当にいなくなる(東京都)。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・売上はほとんど変化がないが、3か月前と比べると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	・夜間の人出が相変わらずない。郊外などでは、自社無線で呼ばれていたのがアプリ等に移行している。アプリを導入しないと営業ができなくなってしまうのではないかと心配である。
▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・サービスの解約や料金の見直しを検討する客が増加している。
▲	通信会社(経営企画担当)	販売量の動き	・年度末に向かって業務終了となる案件が多く発生している(東京都)。
▲	観光名所(職員)	来客数の動き	・記録的な大雪や衆議院選挙の影響により、地方からの客が減少傾向であることや、春節の時期等の短期的な影響、止まらない物価高、日中関係、米国の関税政策の行方等、先行き不透明な状況が続いていることが重なっている(東京都)。
▲	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・土日祝に降雪、寒波、強風が重なり、来場者数が減少した。売上も前年比では2%減少している。

	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・平日利用が多い高齢客の利用が減っている。土日の利用はまあまあ順調であるものの、前年と比べ減少傾向にある。加えて物価上昇等で経費が膨らみ、想定ほどには利益が出ていない。さらに、気候変動により夏は暑く冬は寒く、気候のちょうどよい時期が短いことから、景気の回復は期待できない。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	来客数の動き	・インフルエンザの感染予防で、ボウリング大会への参加を自粛する会員が増えている（東京都）。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・定年退職や異動などで契約している客が減っている。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・新しい国会の方向性がみえず、これで良いのか今一つ分からない。経済面もそういった内容があるとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との意見交換で、時代に合わせた見積を提示しても案件が決まらないという話が出ている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材の需要期ではあるが、まとまった案件が少なく、例年以下である（東京都）。
	×	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・先日、問屋の社長と印章業界について話をしたが、やはり今はインターネット通販が主流になり、客は技術や内容にこだわりがなく、ただ単に印鑑登録ができればよいと考えている。一部の商材は外国で彫刻しているという噂もある。印鑑を安価で作るとなると、技術面でのこだわりを一切なくすしかない。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・時期的に2月はどうしようもない。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・商談等の機会が大幅に減少している（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来場者数が72.4%と壊滅的な数字である。降雪の影響もあり、集客に苦しんでいる。施設改修工事を夜間に進めていることもあり、営業時間を短縮している影響も出ている。
	×	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	競争相手の様子	・本来は忙しい時期だが、仕事が全く入ってこない。他社も同様である。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が急に増えてきている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先地域は首都圏が顕著に多い（東京都）。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの情報として、半導体関係部品の受注が少しずつ回復してきている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・米国の関税政策の影響は落ち着きを取り戻し、自動車メーカーの生産も安定している。3月末に向けて増産要請がある。
	○	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期のため、多少の物量増加と燃料価格の値下げにより、前月より収益は伸びている。
	○	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・米国の関税政策による影響で低迷していた地元製造業の受注推移がここに来てやや持ち直していると経営陣より聞いている。低調だった秋口の受注と比べて、多い企業では1～2割程度受注量が増えた先もあり、関税問題には一段落したムードが浸透している。
	○	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・賃貸市場の家賃上昇が続いている（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国からのインバウンドは減ってきているが、その他の各国からのインバウンドは引き続き堅調である（東京都）。

<input type="radio"/>	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店では、新業態の開発や新店舗出店に向けた準備が進んでおり、前向きな動きがみられる。具体的には、ロゴの作成、メニュー構成の見直しやブランド再構築に関する相談、物件取得後のデザイン計画などが増えている。既存店舗の売上が急回復しているわけではないものの、中長期を見据えた投資判断が動き始めており、3か月前と比較すると景況感はやや改善している（東京都）。
<input type="radio"/>	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・入札案件の受注が増えたことにより、売上が上がっている。
<input type="radio"/>	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	・受注量及び受注案件が増加している（東京都）。
<input type="radio"/>	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注実績の動きからみて、やや良くなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とにかく淡々と動いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・クーポン券を発行したことで来客数が伸び、売上も110%程度で推移している。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存店の数量は、首都圏では前年比で若干増加しているが、地方では若干減少している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・業界的にはOEMがほとんどであり、受注が減ると必然的に売上の減少につながる。一部の若手経営者は、単価を上げにくい状況を改善しようと新たな挑戦や改革を試みているものの、内部の体質改善は遅々として進みにくいとの報告もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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、名刺印刷の仕事で店頭注文とインターネット販売をしている。今月は良くなった部分と悪くなった部分がある。全国から印鑑リフォームの注文を受けているが、本数が少なく2万4000円程度しか売上がなかった。一方、来月の訪日予定に合わせて外国から事前に受けた注文があり、印鑑5本で3万6000円ほどになっている。ふだんはそれほどまでの注文はないため、相殺すると変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状、年末年始に取引先から説明のあった受注予測どおりの展開となっており、一定の受注量が維持されている。
<input type="checkbox"/>	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	・半導体製品を代表とする電子部品価格は高値安定しており、良い状態で景氣的に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が高止まりしていて、なかなか流通していない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設業は良いが、他の産業は悪いと聞いている。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量はこのところ停滞してきている。計画の話はあるものの、目先の案件は余りない。
<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・解体業界では燃料費、資材価格が安定せず高止まりが続いている。人手不足と労務費の上昇が深刻である。現在、コストを抑える対策、見積りなどを模索している最中である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・必ずしも車両が不足しているわけではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物流量は変わらず、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	取引先の様子	・建設業は数年先まで仕事が入っており、原材料の値上げも価格転嫁ができています。製造業は、先細りから廃業を考える取引先が増えており、引き継ぐ先を探す企業が増えている。運送業は人手不足が顕著であり、その分を料金に転嫁している。小売業は食品等の値上げが収まらず、消費者の買い控えを招いている（東京都）。

	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・不動産賃貸は賃料も上昇しニーズもあるため、変わらず景況感の良い。一方、新規テナントでは、テナント負担の入居工事費が想定以上に高く困惑されるケースが増えている（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・俗にいう二八が当てはまらない年もあるが、この2年は特に低調である（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで商店街の飲食店を外からのぞきながら歩いているが、新型コロナウイルス感染症発生前は満員だった店でも、現在は流行っているように見えても7～8割の客入りである（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	・価格に敏感になっている客が多い一方で、経費の増加、金利上昇など利益圧迫が強まっている。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小機械加工業では、相変わらず取引先への価格転嫁が難しいところがある。様々なコストの増加で利益が圧迫されていることは変わらないものの、受注はある程度堅調に推移している（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先が役員数の削減、早期退職者の募集を発表した。長期化している販売不振が更に続くことへの取組強化の一環とみられる（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・建築基準法が改正になった影響で、建築確認が下りるまでの期間が長期化しており、建設業界、各種製造業まで深刻な悪影響を及ぼしている。政府の対策が望まれる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・物価が高いため、やや悪くなっている（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	・物が動かない。数字としては、コロナ禍くらいに戻っている感覚である。
	×	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月は受注量が少なく、景気が悪い（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・印刷需要の減少に加え、同業他社、異業種との競争激化などで受注率が低下している。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年2月は受注案件が少ない時期ではあるものの、例年以上に動きが鈍い（東京都）。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・中国の訪日渡航自粛の影響か、化粧品容器の受注が減少傾向にある。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件自体が減っている。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年2～3月は年間で最も依頼数が多い時期になる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末に向けて各企業共に繁忙期対応や退職者補充なども含め、人材採用の動きが活発になってくる。今年も例年同様、業界、業種に特に偏りはなく、求人数の増加がみられる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・新政権の経済政策への期待感に加え、時節柄、新規採用案件に伸びがある。雇用枠が増えている感触がある（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社や周辺企業で中途採用が多く行われており、転職していく者も多い。人材の流動化に伴い、各人の給与も上がっていくとみられることから、景気は良くなっていく（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・企業は新卒や中途の新規採用者の4月入社を控えており、時期的に依頼数が減少する月でもあるが、例年と変わらない派遣依頼を受注できている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人の背景として欠員補充が多いため、求人数はあるものの、景気回復というより人材流動が活性化している印象を受けている。

□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・求人数は引き続き同程度で推移しているが、求人背景が業務量の増加や事業拡大というよりも、退職や欠員に対する補充ができずにその分の求人が残っている企業が多い。
□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・4月からの就業に関して、例年のような求職者の動きがみられない(東京都)。
□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・3か月前との比較では大きな変動はなく、景気は変わらない(東京都)。
□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・自動車メーカーを始め、メーカーからのエンジニア派遣ニーズは相変わらず多く、需要がある(東京都)。
□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数は減少傾向にあるが、企業は人手不足を設備投資やAI活用で補っている(東京都)。
□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・企業からの求人数は比較的多くあるが、採用数は少ない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・物価の上昇に賃金水準が追いついていない(東京都)。
▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求職者数は増加傾向である一方、求人数が減少傾向にあり、有効求人倍率が低下気味である。人員整理の相談も続いている。
×	*	*	*