

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月はお彼岸と卒業式シーズンでかなり売れている。1月と比べて来客数もとても多く、良くなっている（東京都）。
	◎	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・春の暖かい季節になり、行楽シーズンで人出が増えている。地元客に加え、遠方からの客の立ち寄りも増えてくるため、販売量が増えている。冬に比べて客の購買のきっかけになる外出が増える時期のため、やや上向いている。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・開店直後から集客ができており、買上点数も増加している（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・現状では良いものの、これから中東情勢の影響により原油及び石油製品の価格上昇が大きく影響してくる。実際に、食品パッケージやテイクアウト容器などの包材等に関しては、購入量に制限を設ける事業者も出てきている。この先、中東問題が長引けば、包材だけでなく食材の輸入遅延などの原因により、経済の停滞が発生し得る。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて来場者数が6.3%増加している。3月は天候が落ち着いていたこともあり、安定した集客を図ることができている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・年度末のため仕事量が増えている。会社の決算期でもあるため、需要も多い。個人客は、住宅の購入や引っ越しに伴う新規購入や買換えなどがある。暑くなる前にエアコン購入を考えている客も多く、相談が増えている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・年度末ということで商材に多少動きがあり、売上も伸びている。このような動きが続いてくれることを願うものの、なかなかそううまくはいかない。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	それ以外	・文具メーカーの新商品発売サイクルが短くなっており、高単価商材も多く投入されている。これらの商材は店頭でも販売量が多く、客単価を引き上げている（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店舗をリニューアルオープンして、来客数が大変多く、客単価も相当上がっている。文房具や雑貨などの特集が売上に貢献しており、売上も大きく伸びて利益も上がっている。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に伸びている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客の高付加価値消費への意欲が年末より一層高まっており、力強さがうかがえる。特に、宝飾、時計、ラグジュアリーブランドがけん引している。インバウンドの売上は、依然として中国、香港からの訪日客数や売上は戻っていないものの、台湾、韓国などその他の地域からの売上が好調であり、全体では前年を超えるペースで推移している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・苦戦していたインバウンドについても来客数、売上共に前年を上回り、客単価は引き続き高い状態を維持している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・免税売上の減少は底を打った感がある。前年は3月から減少傾向が拡大したため、今年は前年比2けた以上の増加となっている。婦人ファッションや食品も順調に推移し、全体としては3か月の基調を上回ってきている（東京都）。
	○	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・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、販売量は低調気味ではあるものの、来客数は前年に近づいてきている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年度末の決算セールの実施により、新車や中古車の売上が前年よりも増加している。	

<input type="radio"/>	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・年度の決算月であり、新車部門の需要が伸びている。
<input type="radio"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・2月は営業日数が少なかったが、日々の来客数は落ちていなかった。引き続き、3月に入っても伸びている(東京都)。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・運賃改正により今後の客の動向が気になる。週末の利用客は非常に多く、朝から深夜まで仕事ができている。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・1月と比べると3月は利用客が増えている。特に降雨日は配車要請が1日中続く状況である。最近、都心部は渋滞が多く、事故も増えている(東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社(経営者)	販売量の動き	・前月同様に交渉中の案件の受注が増加傾向である(東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・年度末での契約変更、中止もなく、番組スポンサーの継続が順調に進んでいる(東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・年度末ということもあり、案件の刈取り時期である。取扱サービスの更新等は堅調に推移しており、全体としては良化傾向である(東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・全国的な賃上げの影響により、潜在的な購買意欲が上がっている(東京都)。
<input type="radio"/>	その他サービス [葬祭業](経営者)	来客数の動き	・立て続けに依頼が入っている。一過性のものではなく継続して依頼が入ることを期待したい。
<input type="radio"/>	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いるため、ホテルの稼働率も上がっている。一方、建設業は、材料費、人件費共にかなり上がっており、公共工事を含めてスムーズな受注ができない状態になっている。
<input type="checkbox"/>	商店街(代表者)	それ以外	・クレジットカードの取扱高は前年割れ若しくは横ばいで、余り良いとはいえない。国際情勢の不安定化から、消費マインドが低下傾向である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・悪い状態がずっと続いており、変わらない。今は、例えばLEDの補助金申請等について客から相談があるが、申請などがなければ、悪い状態がもっと悪くなっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[家具] (経営者)	来客数の動き	・景気の良くない状態がこのまま続くとみているが、現政権になって将来的な希望は持てる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・たばこの値上げが4月に控えているため、買い控えから売上が厳しいのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[祭用品] (経営者)	来客数の動き	・3月も景気は良くならない。街中は静かで人通りもまばらである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[米穀] (経営者)	販売量の動き	・客の購買意欲が低迷しており、商材を少量で販売するようになっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[眼鏡] (経営者)	来客数の動き	・日どしが強い夏の時期は、そうでない冬より商材が売れる。今年は人件費、仕入コストなどが上がり、冬が良くなく、前年よりマイナスになっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶](営業担当)	販売量の動き	・売上が伸びない。零細企業なので大したことはないが、次こそは売上が伸びていると回答したい(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・卒園、入学、新生活シーズンに伴うパーソナルギフト需要が非常に活発である。加えて、企業による年度末の予算消化を目的とした従業員向けギフト需要も顕著にみられる。比較的単価の高い贈答品については引き続き動きが良い(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・ファッション関係は施策が奏功している。高額品が全体の動きを押し上げ、目標値を達成している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月は、ここ数か月と大きな変化はなく、同様の状況が続いている。紳士、婦人のファッション商材や食料品はおおむね平均的な動きとなっている。一方、高額ブランド品や宝飾品は引き続き好調に推移している。インバウンドによる売上はやや回復気味ではあるものの、大きな変動はみられない。身の回りの景況感としては、悪化しそうでしないという、やや曖昧な雰囲気である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・中東情勢が今のように不安定になる前から、商材単価は野菜もファッション雑貨も上昇傾向にある。来客数や買上客数の推移からみて、景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・国内客は引き続き底堅い消費行動が持続している。一方、インバウンドに関しては、中国からのインバウンド減少はあるものの、売上に対する影響度は縮小している。3月前半は寒い日が続いたが、気温の上昇に伴いファッション商材が動き始め、同時に食料品の動向も堅調になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・前年よりも雨天が少なかったこともあり、今月も売上、来客数共に前年を上回っている。年度末でもあり、自家需要の生活必需品だけでなく、ギフト需要などにも動きがみられる。一方、物価高や中東情勢の変化など先行きの不透明感もあり、全体として景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客、インバウンド共に販売量は3か月前と比べて大きな変化はなく推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・客の購買動向に変化は見受けられない。売上増加は物価上昇によるものであり、買上点数の増加はみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・競合店ができたこともあるが、やや悪い状態がずっと続いており、なかなか上向いてこない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・1品単価の伸びが以前より鈍化している上に、1人当たりの買上点数も緩やかになってきている。来客数自体は大きく落ち込むほどではないものの、全体として買い控えが続いている。ここにきて中東情勢をきっかけに原油調達の問題がクローズアップされており、紙製品等、一部商材の販売が伸びている。
<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	・物価高への不安はあるものの、全体的に賃金が上がったため、安心感もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、販売点数が追いつかず、売上が増えていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3月の来客数は、前年同期比で95%程度である。中東情勢の影響により物価高となり、少しコンビニ離れが起きている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年とほぼ変わらず横ばいだが、来客数は5%ほど減っている。値上げした商材が多く、来客数減少を高単価で補っている状態である。もう少し所得が増えないと今後の景気は上向かない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・春休み中にもかかわらず、来客数が変わらず、売上は落ちている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・値上げが一巡したことや大型キャンペーンが終了したことで、伸び率が鈍化している。値上げの影響により、若年層の客が離れている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・毎月の商材の値上がりによりコンビニの主要カテゴリである米飯類が鈍化傾向にある。このまま値上げが続くと、ますます厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べてそこまで大きな変化はないが、天候が暖かくなってきたことで客の行動が変わってきている。近くの大きな公園での催しや遊びなどが増え、公園に行く客が買物に来ているのが、冬季と大きく違う点である。

□	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・全社としての売上計画はほぼ予定どおりに推移しているが、各種資材等の値上がりによって経費が膨らんでおり、収益は減少している。主要事業部別売上でみると、着物事業については、自社セールが好調に推移し、計画比110%を超えている。ドレス事業については、店外ドレス展示会の実績は計画どおりの100%を確保している（東京都）。
□	衣料品専門店 (役員)	来客数の動き	・相変わらず客足が悪い。春物衣料の売上が伸びない。
□	衣料品専門店 (従業員)	お客様の様子	・客が口にするのは世界情勢のことばかりで、買物をする意思が見受けられない。
□	家電量販店 (店長)	単価の動き	・新生活や年度末決算などで数字上は伸びている。来客数が伸び悩むなか、物価高による値上げで単価が上昇傾向にあることが結果として数字に表れている。
□	家電量販店 (店長)	お客様の様子	・物価高に加え燃料費も上がり、慎重な客が多いようである。しかし、新築入居時のまとめ買いは前月より多い。
□	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・花見シーズンを迎え、インバウンドが増加している。来客数は3か月前と比較してほぼ変化がないものの、前年同月比では増加している（東京都）。
□	家電量販店 (店長)	お客様の様子	・客は必要な物を必要なだけ買う傾向にある（東京都）。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・決算が盛り上がり欠けており、今一つで終わりそうである。
□	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・今年は花粉の飛散量が多いため、花粉症関連の薬の動きがととも良く、全体の数字を押し上げている。
□	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・3月の実績は、売上が前年比108.2%、来客数が前年比104.4%となっており、数字だけみると良い傾向にみえるが、一部の店舗でイレギュラー値があり、その関係で引き上げられている部分がある。物価上昇により客単価は前年比103.7%となっている（東京都）。
□	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・3月も好調に推移しており、景気の減速感はないが、仕入品全般の価格改定が依然として多く、減速につながることを懸念している（東京都）。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前の12月は例年売上が良かったため、かなり伸びていた。それと比べると今は落ちるものの、前年の4月よりはやや良く、多少は良くなっている。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は、12月の忘年会よりは少ないものの歓送迎会の予約が定期的に入っていたことと、週末もいつもどおり大勢の客が行列していたことから、良い（東京都）。
□	その他飲食 [カフェ] (経営者)	お客様の様子	・路面店ではないためインバウンドは少ないが、中国人の来客数は極端に減っている（東京都）。
□	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	単価の動き	・価格転嫁交渉の成果により安定した収益を計上できている。下期に入っても、増減はあるものの、良い状況にある（東京都）。
□	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・1～2月と宿泊部門は低迷していたが、3月は近隣の大型コンベンション施設やスタジアム等で、催事やイベントの開催、スポーツ関係団体等の利用があり、稼働率が上がっている。宴会部門は、各種団体や学校等の歓送迎会などが多く入っている。
□	都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・3か月前と比べてほぼ横ばいで推移している（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減少の影響が大きい。また、原油価格の高騰が影響し、外出を控える傾向もみられる（東京都）。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・物価高の影響により、より低価格なサービスへの切替えを希望する客が増えている。

□	通信会社（局長）	販売量の動き	・当社B to Cサービスは、テレビ、固定電話が引き続き純減傾向ではあるものの、固定インターネット、モバイルは純増傾向である。また、B to BやB to Gサービスは前年を大きく超過しており、売上、利益は、外部環境というより内部の商品開発の影響が大きく寄与している（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省き必要最小限の内容を選択する意識が相変わらず強い。
□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・案件の動きが鈍く、余り変化がみられない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・年度を通じて、インフラ投資の効果について、想定より契約数増加に貢献できていない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・中東情勢の影響もあるが、今後の各種金額を含めて注視している（東京都）。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来客数は横ばいである。
□	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。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	お客様の様子	・中東情勢についての会話は多く聞こえるが、客の動きに大きな変化はない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・映画業界では、ヒットする作品とそうでない作品との2極化が激しくなっているが、業界全体の動員数はそれほど変わらない（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	・中国の訪日渡航自粛の影響により来客数が若干減少しているものの、中国以外の国からのインバウンドは伸びている。単価も高水準を維持できている（東京都）。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	来客数の動き	・前月と比べて特別変化はないが、中東情勢の影響により原油価格が高騰しており、今後の見通しは暗い。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・客は徐々に上昇する売価に慣れてしまい、少々諦め感がうかがえる。
□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・現状は、生活インフラも含め様々な物価が上がってきている。収入と支出のバランスが崩れている影響からか、仕事が余り進んでいかないため、上昇しない。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・あらゆる面で物価上昇の影響が大きい（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年の3月と変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社は新築アパートを販売している。個人客の需要が相変わらず高いが、直近では法人の購入希望も増えてきている。個人、法人を問わず2極化が進んでおり、業績好調の法人も多いようである。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	お客様の様子	・値上げが続き、厳しい状況が続いている。
▲	一般小売店 [書店]（総務担当）	それ以外	・物価の高止まりに加え、世界情勢の悪化によってガソリン代も高騰している。海外、国内共に輸送コストが上昇しており、既に当社の業績に悪影響を及ぼしている（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・3月は高額品の動きが悪化している。2月の中国からのインバウンド減少に伴う影響は、多少持ち直したものの残っている。食料品等の値上げの影響もあり、食料品関連の売上には伸びがみられる一方、食堂や喫茶関連の売上は減少している。月末に実施した上顧客優待イベントでの売上は前年を捉えているものの、全体としては悪化の傾向である（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ラグジュアリー商材等の高級品の売上は順調に推移しているものの、食料品関連の伸びが鈍化してきている（東京都）。

▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・全体としては不振ながら、特定の宝飾、時計など一部の高級雑貨ブランド、ハイブランド特選衣料は客単価、売上共に伸長している。予約制での接客販売をしている一部人気宝飾ブランドでは、3か月先まで予約が埋まっている（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・客が必要最低限の物しか買っていない。価格にシビアで、買い回りも少ない。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・一部の上客を除き、購買量、客単価共に落ちている。周辺自治体で商品券や現金給付の計画があるものの、百貨店で使われるかは分からない（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・売上自体は前年を若干上回る傾向にあるものの、物価高により商品単価が上がっている影響が大きく、客の購買回数や頻度は減少している。直近の世界情勢の変化により、購買に対して客がより慎重になっている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・自動車での来店が減少し、買上点数が落ちている。1品単価も値上げ幅ほどは上がっていない。
▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・買物頻度が下がり、来客数が減少している。青果物の主力野菜の単価が低く、売上が減少している。
▲	スーパー（食品担当）	お客様の様子	・賃金上昇より物価の上昇幅が大きすぎる（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・常連客であっても特価品等にもみ手が伸びている。特に、高齢客の買上動向に顕著に表れている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・休日の来客数が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・単価の高い物は50%近くしか売れなくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月も売上が前年比98%となる見通しである。良くなる気配もなく、中東情勢の影響もあり、不安材料が多い。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・原材料費高騰の影響による値上げがあり、商品単価は伸びているものの、来客数や売上が前年を割る日も出ている（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・来客数の動きが100%を割って厳しいなか、販売量の動きも大分低調である。
▲	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・中東の海峡問題の影響により、原材料価格がますます上昇しており、この先、容器関連を中心に順次納品価格が上がる可能性が大きい（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価上昇の影響によりやや悪くなっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格上昇の懸念があり、自動車の購買意欲が減退している（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	それ以外	・中東情勢の影響により石油が入ってこないことや円安を容認しているような対応で、物価、とりわけガソリン価格が上がっている。4月に春闘はあるが、賃上げの動きがどうなるかを注視している。食料品を始めあらゆる物価が上がっており、もうしばらく景気の悪い状態が続く（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・販売量がかなり限られていることと、ガソリン価格の高騰が今後大きく影響してくるとみている。
▲	その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・販売単価は現状を維持しているが、販売数量が減少傾向にあるため、景気はやや悪くなっている（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	・世界情勢の不安定さから、物価と原油価格の高騰のダブルパンチで、不安が先行している（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	競争相手の様子	・商材の値上がりだけでなく、運送代まで余計に負担しなければならないとなっている（東京都）。
▲	高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・単価の低いメニューを中心に、販売量は前年同期比で減少している。富裕層の消費性向は高いので目立たないが、ボリュームゾーンの間層の消費マインドはやや後退している（東京都）。

▲	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・中東情勢の影響によりガソリン価格が上がっているため、外出を控えているような気がする。当店はロードサイド店のため特に実感している。そうした状況から売上、来客数が減少している。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今年は送別会などが全くない。今はハラスメント防止で上司の誘いを断れるようだが、同期の少人数で集まるくらいの会しかない。
▲	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	来客数の動き	・送別会シーズンだが、前年まで主流だった6～10名程度の団体客が明らかに減っている。また、通常の来店客も減っている(東京都)。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・中国の訪日渡航自粛の影響により来客数が減少している。都内のホテルが空いているため、当地域まで需要が伸びてこない。
▲	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・現内閣になってからはますます諸物価の上昇が著しくなり、客が財布のひもを締めている。単価が余りにも高過ぎるため、二の足を踏んで、高い旅行には行かずに皆でごちそうでも食べられればよいということになってしまっている。
▲	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・円安が続いているため、客は様子見している(東京都)。
▲	旅行代理店(営業担当)	それ以外	・物価上昇により、やや悪くなっている。
▲	旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・燃料価格の高騰により、バスなどの交通機関、宿泊施設の値上がりが考えられる。今後は仕入れ全てが高くなっていくとみている(東京都)。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は年末でタクシー業界は忙しい時期であり、それと比べると落ちるものの、前月よりは良くなっている。かつ降雨日は客の動きが大分変わってくる。一方で、生活習慣の変化により深夜の客は少なくなっている(東京都)。
▲	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・中東情勢もあり、原油価格が安定しないと全ての物価の上昇につながる。
▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高の影響とみられるが、客が以前より価格にシビアになっている(東京都)。
▲	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・原油価格の高騰について世間話をする客が増えている。更なる物価高に備えて節約志向になっている。
▲	観光名所(職員)	来客数の動き	・3か月前の日中関係に加え、現在の中東情勢の影響により、一層不透明になっており、客足にも影響している(東京都)。
▲	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・来場者数が前年同月と比べて3%減少している。
▲	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・中東情勢の収束が見えないなか、石油価格等の上昇による一層の物価上昇が懸念される。
▲	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・中東情勢の影響により経済の先行きが不透明となっているなか、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であるため、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い。
▲	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・事業に掛かる費用について予算以上に支出がかさみ、客が計画の見直し等を行っている。
▲	その他住宅〔住宅資材〕 (営業)	販売量の動き	・建築資材の需要の繁忙期は新年度開始とともに終わるが、繁忙期といえるほどの忙しさは特にはない。この状況が4月以降も続くとみられ、景気が上向いている実感はない(東京都)。
×	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	単価の動き	・客が価格に敏感になっており、悪くなっている。
×	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・ガソリン価格の高騰により、外出を控える傾向にある。
×	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・予想以上に苦戦している。もっと売れてよいはずである。

	×	高級レストラン (役員)	それ以外	・日中関係の影響による中国からのインバウンド減少はあるものの、その他の地域からのインバウンドを含めて、来客数は良い。とはいえ、引き続き仕入価格の高騰、コスト高に加え、中東情勢による不安感の増大により、景況感の悪化が長期化する(東京都)。
	×	その他飲食[カフェ] (経営者)	単価の動き	・食料品全般が値上がりしたことにより、外食する人が減り、客足が落ちてきている。また、オンラインショップなどの客単価、プレゼントなどのまとめ買いも1品単価が落ちている(東京都)。
	×	旅行代理店(従業員)	それ以外	・次年度に向けての団体旅行の問合せが増えてきているが、この時期の動きとしては例年どおりである。ただし、中東情勢の影響により、燃料を含め、今後も物価上昇が進むことが懸念される。その場合、団体旅行自体を中止する判断となることも現実味を帯びてきている。
	×	通信会社(社員)	単価の動き	・中東情勢の影響により物価の上昇に拍車が掛かっている。これまで持ちこたえてきた市中の小売店もいよいよ値上げに踏み切っており、家計を圧迫している(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30%となり、景気は悪い。3か月前と比べても約38%であり、悪くなっている。過去を振り返ってもこれほど販売量が低迷したことはない。当社も今月から販売価格を上げたので、それが原因だと考えている。建築資材や人件費が上昇し、倒産する建設会社のニュースも見掛けるようになってきている。
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	・値上げをしたため売上が落ちることを心配していたが、結果的にはほとんど影響がない(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	・年度末は受注量が増える時期であり、前年同月比では若干減っているものの、前月と比べると景気は良い(東京都)。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先が年初の生産計画を3か月連続で上方修正していることに加え、受注量、受注金額共に増えている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・新年度以降の案件のある取引先が年初より増えてきている印象である。ただし、当社にはほとんど影響はなく、相変わらず厳しい状況は続いている。
	○	不動産業(従業員)	受注量や販売量の動き	・宿泊需要は引き続き堅調である(東京都)。
	○	税理士	取引先の様子	・回答時点では株価や金の価格上昇、春闘の満額回答等、3か月前と比べると良い方向に向かっているようにみえるが、現在の国際情勢により今後の予想は異なってくる。
	○	その他サービス 業[警備](経営者)	受注価格や販売価格の動き	・物価高のなか、4月からの値上げを認めてくれる取引先が増えている。
	○	その他非製造業 [商社](従業員)	受注量や販売量の動き	・受注や契約数の動きからみて、やや良くなる(東京都)。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月はテレビ番組で取り上げられたため、来客数が増え、売上も伸びている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	それ以外	・国際情勢の悪化により紙やインクなどの原材料価格が高騰し、物流コストも上昇している。受注はあるものの、コストの増加が利益を圧迫している。
	□	出版・印刷・同 関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷をしている。インターネット販売もあるが、やはり実店舗での売上の方がまだ多い。3月は年度替わりで例年かなり売上が伸びるが、トータルすると12月、1月の動きと余り変わらない(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	・化粧品容器の受注は低迷したままだが、医療品容器で中東向けの大口案件が舞い込んでいる。

□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多くの取引先が年度末を迎えており、取引量が通常と異なるため、現状からは動向を判断することができない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・A I 関連製品の販売量が過去最高を記録しており、今後当社の景気としては確実に良くなる方向に向かうが、現時点ではまだ大きな変化はない。
□	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・発注側もいろいろな変化があり、発注量を抑えめにしている様子が見受けられる。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格が高止まりし、なかなか流通していないため、業界の景気は減退する。
□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・解体業なので燃料費、資材価格の上昇は痛手である。価格が安定することを願うばかりである。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期で物量が増えており売上は良いものの、燃料価格の変動が大きく、収益が読めない。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前年を下回る状態が続いている（東京都）。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・落ち着きを見せるとみられていた不動産市況は依然活発であり、都内、駅近物件等はかなりの高値で引き合いが続いている。製造業関連はいずれの業種もほぼ横ばいであり、期末に向けた活発さは見受けられない。
□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国際情勢の先行きが不透明であり、物価上昇が想定以上にありそうな不安感があるなか、不動産価格や賃料の上昇傾向はまだ続いている（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・不動産賃貸業はテナントのニーズも旺盛であり、変わらず良い。一方、商業系テナントの中には入居の際のテナント負担工事が高く、見送るケースも出ている（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・上向きか下向きかでいえば、前後の月に鑑みて変わらない。3月は期末ということもあるが、例年突出して良い月である（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ほど客が入っていない。以前はもつとにぎやかだったが、以前から客入りが少ない店はもちろん、多く入っていた店でも入っていない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金の活用をしたい会社が多く見受けられる（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	・今月は問合せが多く、取引量も前年並みとなっている。
□	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	・現在の受注量などは安定している（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	それ以外	・原材料価格の高騰により利益が減少している（東京都）。
▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・中東情勢の影響により、自動車メーカーも減産を余儀なくされており、下請への発注量も減少している。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足と物価上昇により、やや悪くなっている。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・価格の上昇で様子見や中止になる案件が出始めている。原油価格の高騰により材料費が上がっている。また、人件費も上がり、人手不足になっている。
▲	輸送業（経営者）	それ以外	・新年度を前にして、納品先店舗数、納品量共に増える気配がないなか、中東情勢の影響による燃料の供給不安、価格の急騰等で景気が更に減速している（東京都）。
▲	輸送業（経理担当）	それ以外	・荷主との賃上げ交渉が思うようには進まず、燃料代の高騰もあり、不安である。

	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先企業の様子だが、燃料費の高騰により、運送業や部品加工業といった燃料を使う業種の利益率が低下しており、中小企業では人手不足もあるため、廃業するところが増えてきている。建設不動産は先の受注があり、資材価格の高騰も価格転嫁できており、問題はない。小売業では各種値上げが続き、消費者の購買力が落ちている（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により、建築確認が下りるまでの期間が長期化しており、建設業界にとどまらず各種製造業にまで深刻な悪影響を及ぼしている。
	▲	不動産業（経営者）	それ以外	・中東情勢の影響により、原油価格高騰がどこまで物価に影響するかという懸念がある（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	それ以外	・デザイン業界ではA Iツールの普及が急速に進んでおり、従来外注されていた簡易的な制作物については取引先が内製で対応するケースが増えている。その影響もあり、受注件数はやや減少傾向にあり、価格についても引下げを求められる場面が増えている。こうした環境の変化に対応するため、各種A Iツールの導入や学習に時間や費用を掛ける必要が生じており、業界全体として変化への対応を迫られる状況が続いている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の話では、新年度を迎えるに当たり、子供の習い事に関して、通う回数を増やすことを提案しても、以前と比べて応じる親が少なくなっているとのことである。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小機械加工業等では、まだ直接的な重油問題に直面してはいないものの、ガソリンや重油の価格上昇など、ひたひたとコストが圧迫されつつある。発注企業側の生産計画縮小が気掛かりである（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年だと年度末の繁忙期となるが、今は案件数が非常に少ない（東京都）。
	×	建設業（営業担当）	競争相手の様子	・入札案件の応札業者数が例年と比べて多くなっている。今まで応札していない業者の名前が増えたことから、案件数の減少を実感している。
	×	通信業（従業員）	それ以外	・中東情勢の影響により悪くなる（東京都）。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・公共案件にビジネスチャンスがあると考えている（東京都）。
	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年度末を契約約定日と定めている企業が多いが、年度末退職者が一定数いるため、その後任枠の募集又は増員による求人が増加している（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末に向けて各企業共に派遣求人件数が増加してきている。特に業界、地域などでの差は余りなく、いずれも増加している。就業期間に関しては、長期案件だけでなく期間限定の短期案件なども増えている。求人数は増加しているものの、求職者数の増加率が伴っていないため、需給バランスが若干崩れている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼は引き続き堅調である一方、人手不足によりスキルが見合う人材がおらず、成約に至るまでに時間を要するケースが増えてきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人背景が業務量の増加ではなく欠員補充であり、賃上げを求めた人材の流動化による求人という状況は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と同じ水準で推移している。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は継続的に多いものの、求職者数に改善がみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・3か月前と比べて求人数の改善がみられるものの、全体としては横ばいである（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・社内や同業他社で中途採用の案件が常にあることから、景気は良い（東京都）。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は減少傾向にあるものの、企業の省力化への取組もみられ、景気が下向きとはいええない。国内を取り巻く状況を注視する必要がある（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・企業からの求人は常時あるものの、採用条件に合う人がなかなか見つからず、実際の採用率は大体半分以下である（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価が安定しないため、暮らしへの影響が大きい（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズが若干減少傾向にある。全体的な景況悪化が年度末の影響か、現時点では判断できない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新規求人数の減少が続いている。
×	*	*	*