

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・繁華街や事務所周りの店を中心に、来客数が増えている。在宅勤務から出社に切り替えている人が増えているようである。また、飲み会が増えて、繁華街の店舗の売上が前年と比べて伸びている（東京都）。
	◎	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に注意しながらも、普通の生活になってきている。家族旅行やイベントも復活し、需要も旺盛になってきている。梅雨が短く、暑くなってきているので、夏物の需要が力強くなっており、既に品不足の夏物商材もある。マスクについては、先が見えてきたので切上げ態勢に入っているが、いまだに売れ続けている。暑くてもマスクを外す雰囲気にはなっていないようである（東京都）。
	◎	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・行動制限の緩和から、会社に行く際のビジネス用品や、フォーマル需要の高まりによってフォーマル用品を求める客が増えている。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、今まで少人数であった宴会予約に、かなり大勢での団体予約が何件か入り、とても店が活気付いている。ドリンクの単価を少し上げたが、客から特に値上がりしたことについても指摘されず、かなり「飲みたい」という気持ちも伝わってくる（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月にまん延防止等重点措置が解除になってから、ようやく客が戻ってきている。ただし、法人関係の宴会は戻りが鈍く、会議あるいは弁当程度という形になっている。そちらが戻ってくれば本格的な回復になると思うが、今はちょうど過渡期と認識している。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は、まず国内の個人旅行が順調に推移しており、秋に向けての予約も入っている。また、教育旅行についても、修学旅行を中心に順調に進んでおり、秋以降に向けた販売も進んでいる。インバウンドも6月から再開し、徐々にではあるが販売が進んでいる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・物価が少しずつ高くなっているが、新型コロナウイルス禍の頃に比べて、客が表に出てきているように感じる。その影響で、以前よりは良くなっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止の外出抑制が随分と薄れ、街には人がたくさん出てきている。イベントへの関心が高く、開催してほしいという熱意も強く伝わってきている。購買行動も含めて、新型コロナウイルスのリバウンド消費が確実にきている感じはある。クレジットカードの取扱高も好調である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・毎年この時期はエアコンが売れているが、今年は特に、猛暑と半導体不足で新製品が入らない状態で、商材の確保が難しくなっている。また、猛暑で工事が集中しているので、工事件数をこなすのも大変である。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・異常な暑さのせいでエアコン、冷蔵庫の問合せが増えているが、商材がなかなかない。前から手配してあった物で何とか回しているが、客の要望どおりにはいかないこともある。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	お客様の様子	・梅雨に入っているにもかかわらず、天候に恵まれているので、週末を中心に来街者が増加している。当店への来客数及び売上も、微増ではあるが前月及び前年同月を上回っている。特に、6月になって外国人観光客の来店が増えてきているため、土産需要の文房具のまとめ買いが目立ってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・状況が落ち着き、旅行や出社を予定している客の購入が増えている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い、来客数が新型コロナウイルス発生前を上回る状況にまで改善している。クリアランス前のプレセールも、高額ブランド品を中心に全体をけん引している（東京都）。

○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス発生前の水準には及ばないものの、客の消費行動はある程度の落ち着きを取り戻しているように感じる。特に、遅れていた都心店の回復基調が顕著になっている。引き続き、ブランド関連のファッション商材の動きは良い（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・外出抑制という雰囲気が弱くなっているため、来客数が増加するとともに、外出機会の増加に伴う衣料品等の購入が増えている（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることや、緊急事態宣言などの行動制限がかかっていないことから、人流回復、社会活動の正常化に向けた動きと、それに関連した個人消費の回復傾向が見受けられる（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今まで実施してきた新型コロナウイルス対策の規制緩和により、外国人客の来店や人流が活発になっている。また、値上げ前の駆け込み需要なども影響し、売上が向上している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・担当する都心部の店舗においては、新型コロナウイルス禍以降、まだ来客数が戻ってきていない。郊外の店舗では徐々に来客数が戻ってきており、業績も戻りつつある（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・客の消費動向は回復傾向にある。儀礼ギフトの動きも活況であり、この2年の新型コロナウイルス禍で減少した売上は回復している。来客数も増加しており、特にお中元を求めるギフトセンターで、その傾向が顕著に表れている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少に伴い、来客数は増加傾向にあり、宝飾品等の高額品が好調に推移している。お中元商戦はほぼ前年並みに推移している（東京都）。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・人流の改善とともに来客数が増加している。ただし、必要な物だけの購入、今まで新型コロナウイルス禍で購入できなかった物を買うなど、理由が明確でない購買にはつながりにくい。また、富裕層には資産保全の考え方から特選品、絵画、金などが好調である（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着き、前月同様、今月についても、ペントアップ需要、自粛の反動消費が継続している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数が伸びていることに加え、高額品の動きが好調である。
○	百貨店（店長）	お客様の様子	・季節の変化もあり、夏に向けた商材を扱うテナントや理美容に関しては、比較的堅調に推移している。前年に単籠り需要のあった食品関連は、値上げの与件もありやや苦戦しているが、来客数の増加で買上点数や単価のダウンをカバーしている。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月は梅雨明けが早く、気温も上昇したため、客単価が上がっている。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨が明けて、気温が高くなり、ファーストフードが好調である（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなり、人の動きが多くなり、単価も上がっている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・確かに燃料高、物価高にはなっているが、やはり新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきていることから、来客数が増えてきている。人が動いており、特に、気温が上がった今週などはかなりの人出がある。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・買物頻度が確実に増えてきている（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きが増加している。コンビニの商材は生活必需品のため、そこまで大きな波があるわけではない。景気が下がっても上がっても、生活に必要な物はそろえなければいけない。ただし、景気が上向いてくれば、いつもの買物にプラスもう1品、2品と購入していく客も増えてくる。薄利多売の商売では、その積み重ねが大きな利益につながる。

○	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・人の動きが活発になっている、暑さも後押しして、婦人アウターが久しぶりに前年比を大きく超えている。
○	家電量販店(店長)	単価の動き	・商材が値上がり傾向にあるなかでも、生活必需品を中心に購入意欲の高さが目立っている。中国上海のロックダウン解除により商品供給にめどが立ってきているものの、品薄感も継続中である(東京都)。
○	乗用車販売店 (経営者)	競争相手の様子	・競争相手によって来客数にばらつきがある。
○	その他専門店 [雑貨](営業担当)	来客数の動き	・修学旅行生や外国人観光客といった客層の来店が2年ぶりに戻り始めており、6月単月では全体の約20%のシェアを占め、来客数の底上げにつながっている(東京都)。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員)	販売量の動き	・補助金により販売価格は落ち着いており、天候が良かったこともあり、燃料油、油外商品共に全般的に良くなっている(東京都)。
○	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・当月実績値は2019年比で約50%となっている。主にレストランの個人需要で構成されており、レストラン単体での比率は70%である。売上の柱である法人需要の宴会部門は40%である(東京都)。
○	高級レストラン (役員)	お客様の様子	・高価格帯のレストランは予約が多く、休日のみならず平日夜の予約も満席になっている。イベント的にも、秋に向けての問合せや予約が微増傾向にある(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の3月1～29日までの前年比は、売上84.2%、来客数83.1%である。今月6月1～26日までの前年比は、売上135.4%、来客数125.6%である。前年は5店舗中3店舗のみの営業であった(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・今まで新型コロナウイルス感染症を恐れていた客が、大分外に出て来店するようになっており、これから宴会の予約を入れるというような話も出るようになってきている(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止のための制限が一応緩和されたので、ランチ客は複数名で来店するようになったが、飲食店はランチだけでは食べていけない。まだ夜に集まってお酒を飲もうという雰囲気にはならないので、ここからは国が何らかの対策を講じてくれないと、飲食店は皆なくなってしまう。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除後、すぐには戻らなかったが、徐々に回復している。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日、休日共に夜9時以降の来客数の戻りが遅れており、回復には時間が掛かるとみている。一方、新型コロナウイルス禍で始まったデリバリー需要は、緊急事態宣言等が終了した現在も利用客数が伸びており、デリバリー形式での飲食は定着してきていると感じる。仕入食材、商材共に値上げが加速しており、どこまで現在の価格で対応できるか不安要素もあるので、一概に上向きとはいえない(東京都)。
○	その他飲食[居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止の規制が解除され、公共や大手企業の客が増えている。また、領収書を切る客も増え、会社として飲食が可能になっていると感じる(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染対策としてのまん延防止等重点措置が解除され、飲食する客が増えてきている。アジアからの訪日客も増えてきている。ママ友や商談利用なども増えているようだが、以前に戻ってはいない。もう戻らないと思わないといけないと自覚している(東京都)。
○	その他飲食[給食・レストラン] (役員)	お客様の様子	・外食部門に限ってみると、売上は新型コロナウイルス発生前の80%にまで戻っており、客の動きも同様である。ただし、多人数の宴会等はほとんど行われていないのが特徴的である(東京都)。

○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着いているため、婚礼や宴会の開催も徐々に増えているが、規模は縮小傾向にあり、例年の販売量と比べると半分以下となっている。宿泊、レストランは県民割などにより好調に推移しているため、全体的には売上が伸びてきている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前と比べると、県民割需要が寄与して来客数が増加している。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることから、販売量が伸びている(東京都)。
○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍以降、ほぼ途絶していた一般団体旅行で、僅かではあるものの見積依頼の案件が出てきている。客の様子を見ると、新たな変異株が発生するまでは、少しずつでも元に戻るフェーズに入っている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・海外旅行については少しずつ予約が入ってきているものの、新型コロナウイルス発生前に比べると、まだまだ需要は戻ってきていない(東京都)。
○	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・申込みが増えてきている(東京都)。
○	旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数は依然として減少していないが、都民割や県民割が実施され、来客数が増加しているため、前年同期比で70%ほど増収している。
○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数が減少してきているニュースもあり、街に活気が出てきて、タクシー利用者も徐々に戻ってきている。ただし、夜は終電前に帰宅する習慣が身につけているせいか、ロング客は少ない(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・少しずつ利用客が増えてきており、昼間は以前同様に無線の鳴りも良く、終電までは仕事ができている。週末に限るが、終電後、車で客が並んでいる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・明らかに客が増えているが、景気が上向いているためか、それとも今の急激な暑さのためか。どちらも当てはまると思うが、どちらかという暑さが影響しているような気がする(東京都)。
○	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数も安定しているため、週末などには多少人が出てきている。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・他事業者の要因により、申込数が増加している(東京都)。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄くなってきており、転居に伴う人の動きが徐々に戻りつつある。それによりインターネットの販売数も増えつつある。
○	通信会社(管理担当)	来客数の動き	・店舗への来客数や案件の発生状況から、やや良い方向へ推移している(東京都)。
○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・イベントの再開や県民割等により、少しずつ人の動きが回復しつつある。
○	設計事務所(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響で仕事が途絶えていたが、ここにきて幾らか客先へ訪問することができるようになってきている。しかし、まだ本格的な動きはなく、様子をうかがっているようである。民間の設計業務はそのような状況だが、行政の指名入札などはややプラスに感じる。
○	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・受注量が若干上向いている。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・景気全体としては、前よりは幾らか良くなってきたという感じはある。ただし、来客数は前期と大して変わらないのだが、販売量の動きが若干鈍い。以前よりは少し改善しつつあると思うが、まだまだ新型コロナウイルス発生前の状況には程遠い。
□	一般小売店[家具](経営者)	販売量の動き	・来客数が少なく、販売量も少ない、売りにくいという状況で、非常に悪い。景気が悪いままで変わっていない(東京都)。
□	一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・印章業界全体にいえることだが、印鑑に対する需要は底ではないだろうかというくらい、需要がない。残念だが、非常に厳しい業種である。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・民間には少し回復の兆しが見えるが、行政が尻込みしているため、右へならえ状態になっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上共に横ばいで、新型コロナウイルス発生前に戻るには、まだ時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・店頭については、2か月前に店舗の見直しをして、1店舗減らした結果、客が1つの店に集中することによって、ある程度売上が上がっている。また、外商の方も、客の訪問回数を増やすことによって、何とかある程度の実績を出している。ただし、まだまだ予断を許さない状況である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・ギフト需要があり、売上は伸びているが、来客数は減少している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて少しは良くなるかと思っていたが、変わらない。売出しをしても、客の購買意欲は新型コロナウイルス発生前と比べて良くなっていない。通常の営業も相変わらずで、販売量が伸びていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・売上は、前年比では変化は少なく、3か月前と比べても大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、外出機会が増え、徐々に回復傾向にあったが、今月に入り若干足踏み状態となっている。お中元ギフトの早期受注期間であるものの、滑り出しは厳しい。外出機会の増加に伴い、衣料品、化粧品がでてきたものの、まだ回復したとは言い難い。一方、時計、宝飾、ブランド品については好調であり、客の二極化が広がっているようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数がまた増加し始めているが、外出需要は減っていないようである。ただし、物を買うよりは、交通や宿泊、飲食店での消費にお金が回っているような気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の目玉商品やタイムサービスで価格を下げた販売する商品、あるいはポイント何倍の日、時間帯など、同じ物なら少しでも安くお得に買い回ろうとする買物の様子が大変多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前月と同様、やや悪い状態がずっと続いており、変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑の影響により、飲料やアイス等、夏物商材の動きが急激に伸びている。また、総菜など調理の手間が掛からない商材の動きも良い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているため、必要な物しか買わなくなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は上がっているものの、それ以上に販売量の落ち込みが目立っている。さらに、内食化傾向が少なくなってきたこと、来客数も前年を割り込んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・店頭の通行量、昼の来客数は増加しているが、夜間、特に深夜の来客数は減少したままである。依然として客単価が伸びず、回復傾向がみられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・バーゲンの前なので消費者の買い控え傾向はあるものの、想定の上は確保できている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・旅行や食事会に行くという客も増えてきているが、それでも商品単価は上がらず、安価な物が中心である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇と先行き不安により、特にし好品、テレビ、パソコン等への関心が薄く、生活必需品に流れている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・6月に入り、行動制限のないウィズコロナに移行している。一方で、ロシアのウクライナ侵攻を受けた物価上昇及び中国上海のロックダウンの影響により、製品輸出が停滞しており、それに伴う物不足の影響が現場にも表れている。売上数字のラップは前年を僅かに下回っており、善戦と考えている。また、インバウンドの数字に良い動きがある（東京都）。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染対策としての自粛が緩和されたが、急激な来客数の増加はない。
<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。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車の供給がまだ遅延しており、受注できて納期が6か月くらい掛かる状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	それ以外	・半導体不足による生産遅延により、売上が立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産体制正常化のめどが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・半導体や部品不足の状態が解消されないと、良くなると思えない（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	・当店の販売量は大体変わらない。
<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	・メディアによる物価高騰のニュースが消費者心理を慎重にさせ、購買意欲が低下している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、客足が戻ったかという点、新型コロナウイルス発生前ほどでもなく、むしろ今度は物価の高騰に足を引っ張られている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は持続化給付金のようなものがあり、客も結構それを使ってくれたので、売上にも大分貢献してもらっていた。今はそうしたものがなく、ふだんどおりの営業で、まだケータリングも余り出ていないので、若干悪いくらいで、余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数に関しては微増である。近隣のホテルでは僅かながら外国人観光客の姿を見かける（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、新型コロナウイルスの感染状況は大分収束しているものの、今度は円安の影響で物価がどんどん上がっているため、消費が伸び悩んでいる。材料等の値上がりもまだ続いているので、メニューの単価を上げているが、今度は客の所得の方が追い付いてこないのではないかと。この先も一向に景気が良くなるような気がしない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客は取りあえず電話には対応してくれるが、なかなか契約までにはこぎ着けられない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・海外への渡航やインバウンド事業が、まだ本格的に稼働できていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・依然として、受注案件では、半導体不足のために機器納品の先行きが見通せない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・年度が替わり、少し引き合いがあったものの、受注は低調のままである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、より低価格のインターネットサービスへの乗換えを希望する客が増えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	競争相手の様子	・テレビやインターネットサービスの契約は鈍化しているものの、電力やモバイルの契約は伸長していることから、他社への切替えと当社への切替えが、サービスによって偏ってきている（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という意識は相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件の動きが余りなく、変わらない様子がうかがえる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	単価の動き	・安価な契約プランは売れているが、利益率は低い。利益確保のためのコスト削減で、人員削減にも影響が出てきている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	お客様の様子	・前月と比較して、実績の変更はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・例年と比べて客の様子が良い悪いのどちらかに振れているとはいえない（東京都）。

□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・梅雨入りしてからも降雨日が少なく、旺盛なゴルフプレー意欲に下支えされ、来場者数は高水準を維持している。近年ではゴルフ会員権を取得するゴルファーも多く、会員制ゴルフ場においてはアクティブメンバー率が高くなっており、来場者の中心がメンバーとなる傾向が強くなり、収益性が低い状況が継続している。新型コロナウイルス禍でのレストラン運営上の規制も徐々に緩和され、平時に戻る環境が整いつつあるが、直ちに結果に表れてはいない。
□	競輪場（職員）	販売量の動き	・依然として販売数については厳しいままである。運用変更等の検討が必要である。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・若い人の来店頻度は大分戻ってきているものの、中高年がまだ戻っていない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・もらっている案件の数は変わらない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・4月からの新年度以降、仕事量はほぼ横ばいが続いている。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画中の物件に多少の進捗がみられる（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。7月以降、観光業が回復することを期待している。また、住宅の売行きも良くなく、工事の請負業も少ないため、良くない。
□	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67%となり、悪い。3か月前と比べると約105%ではあるが、景気は悪いままで変わらない。前月は値上げ前の駆け込み需要で販売量が増えたが、今月は反動で非常に悪くなっている。値上げによる競合負けが非常に多い。
□	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・展示場来場者数が横ばいである。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・仕事の相談は来ているが、具体的になるまでにどうしても時間が掛かっている。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要としては、一部現場が動き始めて上向しているものの、部材価格の高騰が続き、購入動向に歯止めが掛かる傾向もあるため、肌感覚としては良くなってはいない（東京都）。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・いろいろな物の値上げが続き、消費が落ち込んでいる。また、月末になり、例年にない梅雨明けの早さと猛暑続きで、やはり来客数が減少している。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・収入が上がらないなか、光熱費を始め物価が上昇しているため、消費意欲に影響している。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・平常期に入り受注量が落ち着いてきたこともあるが、急激な円安の進行が影響し、販売量が抑えられている（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・月初から来客数が厳しく、27日には史上最速で梅雨明けし、猛暑日が続くなど、月を通じて厳しい状況が続いている。特に、衣料品の動きが悪く、単品での購入が多く、まとめ販売ができなかった。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数、単価は前年並みを維持しているものの、来客数の微減が続いている。以前と比べて客の来店頻度が減ってきている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、食品が前年を4～5%下回っている。衣料、住まいの品に関しては若干上回っているが、トータルでは前年を3～4%下回っている。また、ガソリンを含めた値上げや、新型コロナウイルス感染者数が下げ止まっていることから、客の購買動機となるものがない。例年より若干早く梅雨入りし、早々に明けたにもかかわらず、大きな売上を見込めていない。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・食品の値上げが第3波、第4波と続き、コスト削減で売価を維持してきたが、値上げ品目が1万点を超え、値上げ幅も10～15%と高く、店頭売価を上げざるを得なくなっている。

▲	スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・月前半は天候不順による利用客数減少が大きく響いた。外食などへの回帰も考えられ、比較的好調な総菜部門もやや厳しい状況である。
▲	スーパー（販売担当）	単価の動き	・生活必需品や電気、ガス等のエネルギー価格上昇により、生活防衛のために少しでも価格の安い商品を買う傾向が強まっている。1人当たりの買上点数、買上単価も横ばいか下落が続いている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・暑さのために水系の飲料が多少出るが、それ以外は全く売れなくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・コンビニでも値上げとなった商材が多く、客が買い控えをしている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が見受けられる。家電製品は、本当に必要な商品でないと購入していかない。故障による買換えやエアコン等は必要に迫られてから購入する客が多い。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて販売数が伸び悩んでいる。
▲	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・円安の影響で、ユーザーも価格にシビアになり、相当値引きを交渉してくるようになってきている。したがって、景気は良くない。今後、ウクライナ戦争が終わり、食料、燃料などの価格が安定して円安が落ち着けば、多少良くなるのではないかと期待しているが、当分は現状のままである（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	競争相手の様子	・自動車製造においては半導体不足が顕著であり、納期に時間が掛かっている（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・現在の来客数は以前と比べて半分以上に落ちている。したがって、販売量も半分以上に減少している。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・薬局の患者数がかなり減っている。受診を控えることが当たり前になっているようである。
▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・値上がりという言葉が世の中に広がり、購買について少し考えて行動する客が増加してきている様子がうかがえる（東京都）。
▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3～5月にかけて増え続けていた来客数が、6月は減少している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・昨今、物価の高騰で生活費の見直しをしている家庭が増えてきているように感じる。結果として当社のケーブルテレビサービスは娯楽の要素があるので削る対象となり、解約数が増えてきている（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による顧客獲得機会の減少により、獲得見込みが予算を割り込んでいる。また、インフラの稼働に必要な電気料金などの維持費高騰も影響している（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・前年のゴルフブームは一段落してきている感じがする。旅行など他のレジャーが復活してきているので、相対的に来場者数が減ってきている。
▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・無駄な物にお金を使わない。また、商品の選別がより厳しくなっている印象を受ける（東京都）。
▲	その他サービス [福祉輸送]（経営者）	来客数の動き	・物価が非常に高騰しており、客の消費意欲が冷え込んでいる（東京都）。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・顧客当たりの購入価格が徐々に減少している。商品の優劣ではなく、金額の多寡で判断している。
▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症から続いて、ロシアのウクライナ侵攻の影響で材料費が高騰しているために、設計費が上がってしまい、なかなか前に進まないというのが現状である。1つの仕事が2年間くらい掛かるので、非常に厳しい。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・あらゆる物価高の影響により、市場の動きが不活発になっていると感じる（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・引き続き地価が高騰していることと、建築資材の高騰がネックになっている。アパート販売の利回りが下がってきているので、客の動きが鈍くなっている。金融機関も融資に対して若干厳しい対応をしてきている。

	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・ここ数年で一番悪い。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いており、この暑さで多少は話があるものの、どうなるかよく分からない。また、商材に関して、ある物とない物がはっきりしてきており、手配に苦労している（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・オーバーストアの状態である。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の3～4月は、卒業式、入学式、お彼岸があり、花が売れる時期である。比べて6月は余り良くない月なので、ぐっと下がっている（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・値上げからの買い控えか、売上が落ち込んでいる。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・開店から2時間くらいは、年配客がチラシを持って、特売の安い物だけ購入していく。いわゆるバーゲンハンターだが、ここ最近は年配のバーゲンハンターが非常に多く見受けられる（東京都）。
	×	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・納期遅延などが大きく、客に提案しにくくなっている。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・シニア層を中心に、レジャーへの支出を控える動きが出てきている。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・円安や物価上昇の影響は大きいですが、賃上げは行われないう。景気は悪くなっているとしかいえない。
	×	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響を受けて以来、回復していない（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月から回復の勢いが強まっている（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	・原材料など全ての物が値上がり傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染状況が一応収束し始め、やや動き出している。
	○	建設業（従業員）	取引先の様子	・2か月ほど前から見積りを出していた仕事が決まりつつある。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事柄、直接、間接を問わず依頼が増加傾向にある。3か月前に動いていなかった業界からも依頼が入るようになってきている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・今までは緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が、発出され、解除され、また発出される繰り返しだったが、継続的にそれらの再発出がなく、一般消費者が安心して消費ができるような環境やマインドが整ってきているように感じる。景気は上向いてきている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍が収まりつつあり、ホテル需要も増えてきている（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・問合せ案件が増えてきている（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月後半の猛暑で人が出てこない。特段の行事もなく、来客数が減っている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいる化粧品容器の受注に回復傾向がみられず、下げ止まったままである。さらに、材料値上げの要求額が増ってきている。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕事が動き出し、受注量も多くなってきているが、案件が小口化し、大口案件が少ないので、売上が伸びず大変である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪化するといわれていた取引先の取引量がそこまで悪くならず、新規の取引も若干増加したので、以前と同じか僅かに改善している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ、売上は前年と比べて良くも悪くもない状態が続いている。当社は輸出もしている。海外の展示会などが始まれば、そちらに参加したいと思っている（東京都）。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、自動車メーカーは海外での部品調達がいまだに安定しておらず、当初計画に対して大幅な減産を余儀なくされている。

□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料費、人件費等の経費が増加しているため、収益が伸びてこない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期で物量が減少していること、燃料価格の高騰が続いていることから、収益が下がっている。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着いてきており、外出や買物をする機会が増えているが、原油価格や物価高の影響で景気は低下しているように感じる。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除により、飲食業では客がやや増えているが、人件費の高騰に加え、まだ新型コロナウイルス発生前の人出には程遠く、厳しい。建設業では、半導体不足や材料の高騰により利幅が減少し、工期自体も長期化している。運送業やサービス業では燃料価格の高騰が響いている。観光業はやや人出があり、持ち直し傾向である。全体では現状維持である（東京都）。
□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格は高値を維持しているが、販売自体も好調である（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィステナントからの縮小移転や賃料減額の話はなくなってきたが、店舗系テナントからは、売上減少による賃料減額要請が続いており、足元の景気は変わらない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・良いか悪いかでいえば、良いとはいえない。新型コロナウイルス禍からの回復基調に陰りが見えるのは、ウクライナ情勢、値上げラッシュ、円安などの影響である（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街を通り窓越しにのぞいてみると、飲食店はやはり新型コロナウイルス感染症の影響があるようで、客入りが悪い。客が入っている店も一部にあるが、どの店の客入りもまだ弱い（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ雇用調整助成金を活用したい事業所が見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人出が戻ってきているものの、財布のひもが固い様子が見受けられる。
□	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	・一部の取引先工場等で稼働率の回復傾向がみられ、受注量も回復してきている。ただし、取引先によっては、廃業のための片付け依頼による受注増もある。
□	その他サービス業【警備】（経営者）	受注量や販売量の動き	・2号警備の交通誘導に関しては、仕事量は変わらずに推移している。
□	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	・新規の契約単価は実勢を反映したものだが、既存契約は現行のまま値上げができていない（東京都）。
□	その他サービス業【ソフト開発】（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・若干の協会社から単価アップの依頼があったが、例年より少なく感じられる。自社からの単価アップ依頼は難しい（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	・今月は受注量が少し増えたが、利益率の低いものが多い（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・ウクライナ情勢による影響などが大きく、紙等の価格高騰で受注率も低迷しつつある。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入コストの値上がりの影響し、継続案件等でも、競合他社との見積比較等で受注できない案件が出てきている。
▲	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、名刺印刷をしている。店売りや、法人相手の外売りがあつた。通常、月3～4本は会社設立印の注文があるのだが、今回は1本だけで、しかも民間の株式会社設立ではなく、スポーツ団体の一般社団法人設立であった。民間の会社が動いていないように感じている（東京都）。
▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費は回復してきたが、消費動向の変化か、なかなか需要が回復できない。当社の場合は販促物に変化があったためかと危惧している。

	▲	その他製造業 〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・材料屋や裁断屋などの関係者に話を聞くと、材料がそろわないなどの事由で景気が動かないと話している人が多い。当社得意先は、ぼちぼち動いてきている。
	▲	建設業（経営者）	それ以外	・商材の値上げ、物不足により、我々中小零細企業はなかなか仕事がしにくくなっているの、建設業界は大変になる。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量が低量で安定してしまっている状況下、都心部の中規模店の閉鎖が相次ぎ、3か月前より悪化している（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・最近、都心の業者が管理している賃貸物件は、まだ居住中の物件と空室の物件でも内見なしで申込みを受け付けているようである。1番手から3番手くらいまでは受け付けているようだが、キャンセルも多いのではないかと見ないで決めるのはトラブルの原因にもなると思うが、これからの時代の流れだろうか（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格の上昇や、自治体による観光事業への助成金の削減等がある（東京都）。
	▲	税理士	取引先の様子	・円安が予想を超えている。加えて、物価が上がり、公共料金も上昇しているところに、電力不足が重なってしまっている。海外からの観光客相手の一部業種については景気回復が見込めるものの、他業種までは広まらないだろうとみている。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍は続いているが、ウクライナ情勢の影響が、様々な形で中小製造業の環境を悪化させている（東京都）。
	▲	その他サービス業 〔情報サービス〕（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・半導体不足の影響で、需要があっても物が売れない状況になりつつある。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前から比べて営業利益率が平均5ポイント下がっている。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・先行き不安と原材料費の高騰で、設備投資意欲が低下している。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料高騰で価格が上がり、設備投資を控えている。
	×	その他サービス業 〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・リモートの普及などにより、新型コロナウイルス発生前の状況に戻る様子がない（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数の動きが求職者数を大きく上回っており、人手不足感が顕著である（東京都）。
	○	人材派遣会社 (経理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだあるものの、求人数、求職者数共に増加傾向にある。ただし、求人数は増加傾向とはいえ、まだ新型コロナウイルス発生前より少ない水準のため、派遣スタッフ本人からの契約終了希望は少なく、派遣労働者数は増加傾向にある（東京都）。
	○	求人情報製作会社 (経営者)	求人数の動き	・新卒の就職内定率が上がっている。新規開店や新サービスの提供開始などに伴う採用数が増加している（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社 (営業)	求人数の動き	・求人数が前年よりも増加しているため、景気の上昇を感じる。イベントが通常どおりに開催されるようになり、人出が大きく増えていることが、景気の上向きにつながっている。前々年や前年には出ていなかった飲食店の求人などが増加しており、全体的に求人数を底上げしている。
	○	求人情報誌製作会社 (広報担当)	採用者数の動き	・勤務先及び周辺企業共に採用者数を増やしている。新卒採用も増やす見込みの企業が多い。アフターコロナなのか、ウィズコロナなのかよく分からないが、今のうちに採用活動をしよという企業が多いようである（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・高齢層の求職申込みが増加している。背景には、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染拡大に歯止めが掛かっていることがある。高齢層が本格的に就職活動を開始している感があり、就職数も改善傾向にある。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と変わらず求人数は多く、人材不足の状況が続いている。

□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で100%を下回っているが、前年同月比では100%を上回る水準を継続している。全体のトレンドとして伸び率は鈍化しているものの、好調を維持している(東京都)。
□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・需要はあるものの、人材が足りていない。また、人材育成も進んでいない(東京都)。
□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・インバウンド需要に依存している企業、原料不足により製品が製造できなくなってきた企業では、当面の経費節減により人材採用を一時的にストップするところもある。新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢が企業業績に影響を及ぼし始めている(東京都)。
□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・自動車メーカーからの派遣、委託ニーズは多く、景気の良さが感じられる(東京都)。
□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、人流が戻ってきている気はするものの、求人数はまだ新型コロナウイルス発生前には戻ってきていない。
□	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・新規求人数は前年度を大きく上回っているものの、採用の伸びが鈍化している。求職者数も伸びているが、応募、紹介数は鈍化しており、採用活動の停滞がうかがわれる(東京都)。
□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・学生の就職活動ではインターンシップ参加希望が依然として高いが、受皿の企業には、それほど熱心さは感じられない。より多くの学生を集めたいだけで、プログラム内容に新しさを感じられない(東京都)。
□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・売上、収益共に微増状態で、期待できるような改善はみられない(東京都)。
▲	—	—	—
×	求人情報誌製作会社(所長)	求人数の動き	・ボーナスが上がるというニュースが流れているが、中小企業ではそのような話はない。仕事量が減っているとか、人材を増やすまでに至らないなどの話が大半である。
×	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・取引先の3分の2は中小企業だが、倒産、廃業が非常に増えている。