

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)	◎	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も収束に向かいつつあるなか、客の動向が活発になっている。加えて、今後のインバウンド需要にも期待できるため、一時的に景気は良くなる。一方、製造分野におけるコロナ禍での製造抑制対応が、今後どのように影響するかは不透明であり、注視すべきだと考えている（東京都）。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・生活面での新型コロナウイルス感染症対策の緩和を受けて、イベント参加など外出機会の増大に伴う必要な商材の購入、サービス両面での期待ができる（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・全体に占める外国人旅行者の客層比率がいよいよ7割を超えてきており、今後も更なるインバウンド消費の拡大が見込まれる（東京都）。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価高騰がどこまで続くか、それに見合うほど賃金が上昇するか、という課題はある。しかし、一方で、新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、外国人観光客も多くなり、コロナ禍の反動による上昇が前述の課題を上回っている。この動きが半年程度は続くともみている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、全国旅行支援なども継続が決まっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、街や商店街という単位では更に追い風になる。年齢層が高い世代もお墨付きをもらえ、ますます動く気配を感じる。インバウンドもかなり目にするようになり、追い風が強くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今月になって、客が途切れず来店するようになってきている。一気に来店されるより、余裕を持って対応できるので助かっている。また、家電だけでなく、その他の仕事の問合せも増えてきている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・コロナ禍により学童用品や身の回り品は近隣店舗で購入する傾向になってきていたため、今春も新学期スタートから2週間の間に大きな欠品などを起こさない限り、売上は伸びるのではないかと。ただし、前年の春頃から文具メーカー各社の価格改定があったため、値上げ率以上の売上を確保しなければ、好調とはいえない（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく増えなければ、この先、徐々に回復するのではないかと期待している。ただし、米国の株価が上がれば、もっと上向きになる。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・外出機会が増える季節に向かうこともあり、上向きになる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・この先、4～6月、8月と大きな案件がずっと続く。民間に加え、官公庁の案件もある。ある程度大きな仕事が続いており、民間にそれだけ案件があるということは、全体的に景気は上向きになっているといえるのではないかと。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制が緩和されるなかで、新年度向けの受注増加が期待される（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症対策による行動規制もなくなったことで、人の集まるイベントが活況となり、購買意欲の向上もみられる。物価高と、これから値上がりする商材が多いことを懸念している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、マスク着用機会の減少や、人と会う機会の増加など生活に変化が出てきている。それに伴い、新たな需要が出てきている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・高付加価値消費が鈍化する要素は見当たらない。むしろ、新型コロナウイルス感染症収束に合わせて消費マインドは上振れしてくると予想している。中国からのインバウンド需要も緩やかに増加してくる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・衣料品や雑貨などは引き続き高水準で伸びる。労働力不足や燃料費の値上げなどの影響は大きく、楽観視はできない（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・各出店テナントが2023年度に出店拡大計画を置いている。そのため、テナント入替えなどが活性化することで、来客数が増え、結果として景気が良くなると予測している（東京都）。	

○	百貨店（販売促進担当）	・マスク着用ルール見直しもあり、新型コロナウイルス感染症の影響が軽減され、アパレルも含め復調が本格化してきている。5月の新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行が進めば、ここ数年のリバウンドも含め、更なる復調を見込める（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・10月までは前年にインバウンドの数字が乗っていないため、前年より好調に推移する予定である（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、外出機会が拡大することにより、消費が更に上向くと想定している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	・物価上昇は不安定要素だが、来客数の上昇の方が上回るとみている。
○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の基準緩和に合わせ、人々の意識も変わってくる（東京都）。
○	スーパー（店員）	・賃上げ等により、その分が消費に回ると見込んでいる。全ての面において、上昇に向かっていていると感じている（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	・値上げに慣れつつある。賃金が上がる。
○	コンビニ（経営者）	・基本的に、夏場はソフトドリンクやアイスなど冷たい商材が数多く売れるため、やや良くなる。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の終息次第である（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩やかになり、いろんなイベントが開催される見通しである。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行され、少しずつ人が動いてきて、景気も良くなっていくだろうと考えるが、やはり光熱費や人件費の上昇で、我々コンビニエンスストアの経営はかなり厳しくなっているというのが現状である。
○	コンビニ（商品開発担当）	・ゴールデンウィーク、新型コロナウイルス感染症の5類への移行、引下げにより、客足の更なる増加に期待したい（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、人の動きが活発になり、外出着等の要望も増える。
○	衣料品専門店（店長）	・インバウンド需要や国内消費が進むこと、企業の賃金上昇、政府のエネルギー施策による負担軽減、マーケットの回復、官民一体的な施策等により、徐々に良くなる（東京都）。
○	家電量販店（店長）	・物価の上昇は気になるが、商材の供給が安定してくれば、売上も増える。夏に向けて来客数が伸びる。
○	家電量販店（店長）	・夏に向け、完全な脱マスクによる各種消費の回復が連鎖してほしい（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況もスローダウンし、感染症の分類が2類相当から5類へ移行することに伴い、ウィズコロナも次の段階に進む。景気は消費者の購買心理による部分が大きいので、先行きの見通しは明るい（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・サービス部門が好調であり、新車販売部門も増加するとみている。
○	住関連専門店（営業担当）	・「住宅省エネ2023キャンペーン」の周知が進み、補助金を利用したリフォームはこの先数か月でピークを迎える（東京都）。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は増加傾向にある。今後も接客数、決定率の上昇が見込まれ、景気は徐々に良くなる（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルス感染症の収束状況と、新年度のスタートで、社会の経済活動が活発化していく（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・諸外国の金融不安はあるものの、直接的な影響は少ないと考えている。所得が増え、消費マインドが上向きになることが予想されるため、景気はやや良くなる（東京都）。
○	高級レストラン（経理担当）	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することにより、客足は更に上向くとみている。ただし、3月に既にマスク着用に対する政府方針が見直されたことにより、5類への引下げ効果が一部前倒しされているようにみられるため、「やや良くなる」と判断している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・3か月先の4～6月の梅雨時だが、新型コロナウイルス感染症も完全に終息し、日常生活も新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に多少は戻っていると期待している。

○	一般レストラン（経営者）	・マスク着用は個人の判断、新型コロナウイルス感染症の分類も5月からインフルエンザと同等の5類に移行するので、客足は少しずつが増えてくる。ただし、利益が出るまでには相当時間が掛かると思うので、それまで当社が持つかの勝負になる。また、原価率の上昇の影響も大きい（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・当分は今のやや良い状況が続く（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・5月の新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行に向けて、ますます外出する人が増える（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・水道光熱費、原材料費の値上がりに伴う取引先への単価交渉は着実に進んでいる。反映が遅れる取引先もあるものの、総じて利益改善は進むものと想定している（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への移行に向けて、徐々に客足が回復してきている。このまま収束を願うばかりだが、一方で、水道光熱費や原価の高騰がますます激しさを増してきている。せっかく売上が増加しても収支状況は改善されないのでは立ちゆかなくなるので、政府には引き続きこの辺の対策を強化してもらいたい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5月8日に5類に移行すると、徐々にマスクも外す人も多くなり、通常の経済活動に戻るペースがもう少し上がって、良くなっていくのではないかとみている。ただし、日本人の慎重な気質から、右肩上がりの角度は低くするとみている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・4～5月は更に需要が獲得できる。団体客を含め、予約が増加傾向にある。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が6月末まで延長されることと、訪日外国人が増えてきていることから、景気は良くなる（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、今まで海外旅行を控えてきた層が動き始めている。数年間止まっていた海外旅行の復活に期待している（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・賃金ベースアップ、新型コロナウイルス感染症の収束を受けて、消費活動が上向きになる。
○	タクシー運転手	・春闘で企業は賃金引上げがあったようである。小売業では値上げが集中しているものの、新型コロナウイルス感染症から解放された様相がみられるので、消費が回復し、景気は良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・昼間の仕事が少し増えてきている。駅の利用も良く、無線とタクシー配車アプリからの利用もあり、コンスタントに仕事ができている。規制緩和の影響もあり、少しずつ良くなる。
○	タクシー運転手	・外国人観光客、インバウンドの増加が多少見込まれる。その影響により、経済が少し回復しているものの、もろ手をあげて喜ぶような状況ではない（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなる（東京都）。
○	通信会社（社員）	・旅行や外食、メイク用品への客足の戻りが著しい。商業施設や飲食店の行列、渋滞が目立ってきている。花火大会など夏以降の大型イベント再開が発表され、街の活力が戻りつつある（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・新年度になり、年度予算確定により案件は増加する。一方、人手不足における人材確保が課題となる（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏頃までは安定するものと推測している。客の活動も、ウィズコロナも含め新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に回復が見込まれる。そのため、これに合わせた営業活動も積極的に取り組めると予測している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することに伴い、経済活動の復調が期待できる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・屋外型のレジャー施設としては、暖かい日が多くなり施設の来場者数は増えるものの、4～6月にかけて更なる物価の上昇が懸念されることから、売上自体の伸びは微増にとどまるものとみている。
○	パチンコ店（経営者）	・国の令和5年度予算が一般会計で過去最高の114兆3812億円で可決され、地方交付税の増額や新型コロナウイルス感染症、物価高対策が打ち出されており、徐々にではあるが景気が上向いてくる。

<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・業界全体の動きが良い (東京都)。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [総合] (広報担当)	・催事の予約が堅調に推移しており、来場者数の増加を見込める (東京都)。
<input type="radio"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・見通しがやや良い方向になりつつあるので、客の購買意欲も増すという期待が持てそうである。景気も徐々に安定する。
<input type="radio"/>	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ移行され、マスク着用ルール以外も緩和されることにより、徐々に景気が上向きになる (東京都)。
<input type="radio"/>	設計事務所 (経営者)	・以前から計画に関わっていた案件が新年度に動き出す予定なので、現況よりは上向く。
<input type="radio"/>	設計事務所 (所長)	・建設費の高騰、人手不足の問題は相変わらずであり、生活物価も値上がりして先が見えないが、建築の話はきているため、多少上向いてくれるのではないかと期待している (東京都)。
<input type="radio"/>	住宅販売会社 (経営者)	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、景気は良くならない。政府には観光業や景気に対する対策をお願いしたい。
<input type="radio"/>	住宅販売会社 (従業員)	・もう注文建築の受注を増大させるのは厳しいのかもしれないが、建売や建築条件付売地を増やしているので、分譲部門を合わせて、販売量増大を計画している。ゴールデンウィークで集客した客を成約に結び付けられれば、今よりはやや良くなる。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・最近、商店街の理事会で、街の状況を聞いたところ、飲食関係は大体戻っている、少し良くなりつつあるという話が多かったが、一方で、物販店はなかなか新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻ることが難しく、大体7~8割、良くても85%程度の売上にどまっているということであった。当店は物販店なので全く同じ状況である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・物価がまだまだ高騰している。新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、新規感染者数が今後どのように推移するかにより、売上が変わるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家電] (経理担当)	・賃上げの効果はそれほど見込めないが、新型コロナウイルス感染症対策に伴う規制がかなり緩くなったので、ある程度その分の効果はあるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家具] (経営者)	・この先もいろいろな意味で価格が上がるし、客の懐具合も良くないので、悪い状態が今後も続く。我慢してやっていかないといけない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するまでは、急激に良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担当)	・いろいろな物が値上がりしており、客の購買意欲もそれほど上がるとは思えないので、現状維持ができれば良いと悲観的になっている。新型コロナウイルス感染症が終息したら、少しは良い方向に向かうことを願っている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・前年の新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、今後の伸びについて注目する時期となる。物価上昇に伴い、大企業を始めとする賃金のベースアップの機運が高まる一方、中小企業における賃上げは不透明であるため、一気に景気が良くなるとは考えにくい。外国人観光客増加による売上増加は見込める。また、物価上昇が落ち着けば全体の伸びも期待できる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・来客数の減少傾向は今後も続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・今後、ますます新型コロナウイルス感染症に関する障害は除かれていく。しかし、実際の経済活動の中では、物価上昇リスク等の懸念材料への具体的な解決策が示されておらず、消費者がより安心して消費活動を行えるかどうかは、依然として不透明である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和に伴い、客の関心に変化がみられる。ゴールデンウィークを目前に控え、外出や集まりへの需要等も活性化し、好調を維持できる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・交通機関や旅行会社のCMが増えてきて、旅行需要などの回復が期待される。多くの企業の春闘では賃金アップが報じられている。一方、3~4月も価格改定が予定されている物があり、しばらく景気は変わらない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・これまでに比べると上向き感はあるものの、いろいろな物やサービスの価格が上がっているなかで販売点数を見ると、無駄な出費は控えたい様子がうかがえる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・変わらないと答えたが、2～3か月先も少し悪くなるかもしれない。そうならないように、しっかり販売促進をしたい。2月は28日しかないこともあり、非常に悪かったが、3月はひな祭りやお彼岸など様々な行事があることに加え、何といてもWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）があったので、客もふだんより少し余計に買物をしてくれた。月後半は週末の雨が響いてまた厳しくなっているので、最終的な着地が心配であるが、2月よりは少しは良いのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・3か月ほど前から来客数、販売量共に大体同じような良くない状況がずっと続いており、それがほぼ一定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束してきているものの、競合店の出店の影響がある。来客数が減少しており、客単価は上がっているものの、買上点数、販売量が少ない状況が続いており、それが解消されない。今後の見通しもやや厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今月から新しい期がスタートしたが、前年割れの予算に対し、予算未達、粗利未達が続いている。したがって、3か月後についても、本来なら良いと答えたのだが、今のまま変わらず推移していくのではないかと予測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げがいまだに続いているなかで、少しでも食費を抑えようという動きが明確に出ている。ただし、全てがその傾向というわけではなく、価格に関係なく従来どおりの買物を続けている客もいるので、購買の2極化傾向は続く。
<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いる。値上げの影響で買上点数が伸びず、固定客の来店頻度も落ち込んでいるので、当面は同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価はまだまだ上がる状況にある。したがって、生活防衛意識から、消費は頭打ちになるのではないかと。その流れが継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・行楽や旅行等、外向きの需要は増加するが、光熱費やエネルギー価格の上昇等を勘案すると、家計内支出は伸びるのではなく使う分野の構成が変わるだけで、全体の支出は変わらないと思われるため、景気は良くなる見込みはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・光熱費の高騰もあり、消費の減少が懸念されるが、コロナ禍から通常生活に戻り、企業の賃上げ効果に期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人出の回復が継続すると思うので、新型コロナウイルス感染症の発生前を上回る状態が継続しそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先は今とそこまで変わっていないと予想している。長期休暇の際には需要が増えるが、根本的な増加にはつながっていない。電気料金が上がっており、今後も上がっていく不安などを考えても、財布のひもは自然と固くなるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・良い意味でいうと、人の流れが良くなり、経済、お金も回る。悪い意味でいうと、まだまだ物価が高止まりしているなか、中小企業等の賃金はさほど上がらないので、生活面でお金の余裕がない。そうしたことから、プラス面とマイナス面で相殺されて、変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・やはり食料品、光熱費等の値上げが一番影響するのが衣料品需要である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電購入よりも旅行やレジャーなどコト消費の優先順位が上がっており、しばらくは本当に必要な家電以外の購入は控え目になると予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・海外情勢などに鑑みて、良くなるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今月はたまたま年度末ということもあり、自動車の整備、販売共に順調だったが、来月以降がまた心配である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・4月下旬辺りからの値上げ発表があり、どちらに転じるか不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車とその周辺部品の生産正常化にはまだ時間を要する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・良くなる情報がない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・値上げの流れはあるものの、今まで減った分の補填であるため、自動車購入には影響がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的に良くなってくると販売量も増えてくるのではないかと期待している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・大きくは変わらないが、省エネ車の増加に伴い燃料油需要は少しずつ減少していく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・経済的不安をあおるようなニュースが多く、良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・回復の兆しは感じられるものの、来月以降の法人、団体予約状況から判断して、先行きは依然として不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、今は客がたくさん来店し、かなり忙しいが、2～3か月先は正直なところよく分からない。新型コロナウイルス感染症が終息したら行ってみたかったレストランに集中して来る、そして慣れてきたらまた別の店に行く、という感じかもしれない。2～3か月先がどうなるか、これから注視していないといけない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・近隣の再開発事業が一部完了し、人流の変化を感じるが、直接客足の増加にはつながっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約状況はこのまま良い方向にいくと思うが、従業員不足でやや苦しんでおり、テーブル数を抑えて予約を取っている。今いる従業員数ではこなすきれないので、今後も少々セーブしながら予約を取っていききたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・原材料費やコーヒー豆の高騰が止まらない。原価が上がっても商品の値上げになかなか着手できない。光熱費、資材費、流通費と次々に値上がり、利益幅は縮小する一方で、賃金アップもできない。新型コロナウイルス感染症がやっと終息して、これからというところだが、先行き不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況により大きく左右されるが、5月に分類が5類へ移行することに伴い、ホテル全体の販売量についてはやや上向くものの、全面的な回復はまだ先となるので、景気は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・マスク着用は各自の判断となったが、皆外す勇気がないようで、現状では何とも言い難い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・旅行業界は今までのコロナ禍で絶えず翻弄されてきている。新型コロナウイルス感染症が終息するまでは、2～3か月先すら見通すことはできない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・どちらの要素も見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・景気が安定してきている感じがする。特別良くはなっていないものの、不景気も感じない。新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に近づいている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・物価高が進行して足かせとなる。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・タクシー利用客が増えなければ、売上の根本的な増加には余りつながらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・機器は順調に納品できる状況に回復したが、この先景気が良くなるとはまだ思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・現在は、前年から今年度にかけてスポンサーが離れていった状況ほどではなく、落ち着いている感じだが、復調傾向にはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・短期解約抑止策がないことから、厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・ここ数か月、固定インターネット回線の販売数は前年並みで推移しており、引き続き同様の状況が続くものとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・電気代や食材の高騰で財布のひもが固くなっているため、単価の低い商材を選ぶ傾向になっているなか、通信費も正にその影響を受けることが想定される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・物価高の情勢が一段落しないと、高価格帯の販売は難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・値上げラッシュが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・現状でも十分に景気が悪い（東京都）。

□	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、発生前の状況に戻るまでは悪いままである。
□	設計事務所（経営者）	・周りの動きを見ても、どう動いて良いのか分からない。いろいろなイベントがあるが、方向が見受けられない。今でも客を訪ねてもなかなか思うように時間を取ってもらえないのは、やはりこれからの仕事の考え方がはっきりしていないのもあるのではないかと。行政の反応も今一つである。
□	設計事務所（職員）	・更に悪化するとは思っていないが、明るい材料もない（東京都）。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当地域のプレミアム付商品券は5月まで使用可能だが、やはりほとんどが使い終わっているようで、最近では商品券を見なくなっている。当店で使用された商品券は数万円程度で終了になっている。商環境としては最悪といっても良いくらいの状況になっている。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・様々な費用、経費、例えば物流経費、人件費等々の値上がりが見込まれているので、商品に上乘せされると、客の財布のひもが非常に固くなると予想している（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・し好品を扱っているため、厳しい状態にある。
▲	一般小売店〔生花〕（店員）	・3月は卒業式、送別、お彼岸全てが重なっており、母の日よりも需要が多い、年間で一番の繁忙期である。今が圧倒的に良いので、それと比べると、2～3か月後はやや悪くなる（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・賃金の上昇よりも生活費増加のスピードの方が上回っている。
▲	スーパー（仕入担当）	・物価の優等生である鶏卵が過去にないほど相場高となっており、食料品全体の価格が上がり、消費が冷え込んでいく。
▲	スーパー（食品担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、アパレル系の販売量は見込めるが、4月にも食料品の値上げが予定されているため、全体の消費は落ち込む（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	・いろいろな食品や電気代等の価格が上がっていることから、衣料品に回すお金が減ってきているようである。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・物価、光熱費が上昇しており、食料品なども値上がりしているのので、どうしても車は買えないという状況になる。ただし、春闘で、中小企業の60%以上が賃上げをすると回答しているようなので、それによってどうなるかである。現状のままで賃金ベースが上がらなければ、景気はやや悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・供給制限や3年前の新型コロナウイルス感染症発生によりサービス車検需要が激減、中古市況の悪化が予測され、厳しい環境となる。
▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響と、物価高騰の影響で当分景気は良くならない。
▲	一般レストラン（経営者）	・マスク着用ルールを含めた新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、米国がそうであったように、衝動的な好景気とでもいえるべき現象が起きているのではないかと。したがって、現在米欧で金融不安が起きていることを考えると、いずれその影響が日本にも及んだ場合には、やはりこれは衝動的な好景気であったという結果になるかもしれない。
▲	タクシー運転手	・値上がりしている物が非常に多く、客から聞かされるのは毎月の生活が苦しいという話がほとんどである。値上がりの一方で給料の手取りは増えず、ギャップで苦しいという点である。
▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が景気にマイナス影響を与えるようになるのはこれからである。
▲	通信会社（営業担当）	・客の景気が良くなる限り、当社の売上は減る一方である（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・電気代など生活の固定費が上がっているため、客の節約意識は変わらない。
▲	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息し、日常生活も通常に戻り、旅行や外食の動きがますます盛んになると予想している。
▲	競輪場（職員）	・お金を回す、銀行より投資できるようなイメージで公営競技を考える方もいるが、全体的には衣食住が優先になるため、景気の悪化がすぐに業界に波及する。

	▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症は収束してきているが、物価高のために塾を辞める選択肢をする生徒が多く出てきている。周りの景気は悪くなっている。
	▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・最近の値上げの波により価格転嫁せざるを得ない状況で、先行きに不安がある。
	▲	設計事務所 (経営者)	・アドバイザーとして関わっている新規事業プロジェクトが、今までと同じ条件での契約となった。新規事業でまだ利益が出ていないので、アドバイザー料は変更できないとのことである。理屈は分かるが、もう何年も同じ条件なので、そろそろ上げてほしい。
	▲	設計事務所 (所長)	・材料価格等が高騰していることにより、建築工事もなかなか決まりにくい状況である。これから更に厳しくなる。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・戸建て業者が在庫増加で仕入れを抑えているが、まだ売主の高値売りが続いている。金融機関の投資家への事業性ローンも若干厳しくなっている。富裕層や相続対策に対してはそうでもないが、今後も景気が良くなるとは感じない。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	・物価上昇率に賃金上昇率が追いついておらず、消費が冷え込んでいる。
	▲	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・新年度に切り替わるタイミングで注文が増えることにより、資材高騰の影響による買い控えが顕著になってきて、新たな需要が目減りしている (東京都)。
	×	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	・消費者のデフレ傾向が続いているため、経費が上がっても価格に反映できない。
	×	百貨店 (販売促進担当)	・物価高の影響がある (東京都)。
	×	スーパー (ネット宅配担当)	・4月以降の更なる値上げやエネルギー価格の高止まり、さらには物流コストや人件費の増加など、コスト増加の与件が多い。
	×	コンビニ (経営者)	・人手不足が一段と深刻になり、やむなく大幅な時給アップと手当の支給で経営が成り立たなくなりつつある。
	×	衣料品専門店 (店長)	・早急に経費増加に対する補助を政策で打ち出さない限り、中小の取引先が立ちゆかなくなる。
	×	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・賃金改定は頭が痛い。上場企業のような賃上げの満額回答は全く見込めない。
	×	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・景気対策の効果を実感できない方が大半であり、消費を動かすターゲットへの経済対策の実施が重要である (東京都)。
	×	一般レストラン (経営者)	・これからも会社の飲み会等が行われなくなると、飲食店にとっては相当厳しくなるのではないかと。政府は余りそのような中小企業を気にしていないのかもしれないが、大変なことになる。
	×	通信会社 (管理担当)	・物価上昇が引き続き影響している。
	×	ゴルフ場 (経営者)	・電気料金、修繕費等の高騰が大きな負担となっている。電気料金は3年前の2倍以上になっている。修理部材なども新型コロナウイルス感染症の発生前に比べて2～3割上昇しており、利益を圧迫している。値上げが難しいなかで賃上げもしているため、今期は利益がほとんど出なくなる恐れがある。
	×	ゴルフ場 (従業員)	・人生100年時代といわれているなかで、もちろん少子化対策も重要ではあるが、60歳以降の人生をどう生きるか、どのような社会にすれば良いか、両面から対策を講じる必要がある。定年が60歳から65歳に延長されるが、役職定年は60歳である。それで本当に良いのだろうか。モチベーションが上がらず、下がったとしてもその給料分の仕事をしているのか。日本の未来、総合的な政策が見えてこない。
	×	ゴルフ場 (経理担当)	・ゴルフブームもあり旺盛なプレー意欲を持つゴルファーに下支えされ、底堅い動きが予想される一方、現下の原材料、資源エネルギー価格の高騰がレジャー控えにつながる動きも懸念され、楽観視できない。物価高に加え、人手不足が深刻化することで、物価上昇圧力が一段と加速する懸念が強く、景気回復の足かせとなることは避けられない。
	×	住宅販売会社 (従業員)	・4月から値上がりがある。
企業動向	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・引き合いが多くなってきている。

関連 (南関東)	<input type="radio"/>	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・個人の印鑑受注は低いところで推移しており変わらないが、法人関係は上向きになってきている。今月受注した会社設立印9本のうち2本は薬局で、時代の流れと関係ない部分かもしれないが、医療関係はこのまま伸びていくのかと感じている（東京都）。
	<input type="radio"/>	化学工業（総務担当）	・これからは個人消費やインバウンド需要の回復が期待できそうである。中国向け需要の回復を期待している。
	<input type="radio"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・新規の受注予定があるので、多少の改善はあるものと予想している。
	<input type="radio"/>	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・当面、自動車メーカーの増産は続くとみられ、業界全体では回復基調にある。
	<input type="radio"/>	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の終息による経済回復効果がある（東京都）。
	<input type="radio"/>	建設業（経営者）	・給料が上がっていないので、その辺が改善されないと難しい。家賃等の住宅費用は衣食住のなかで一番お金が掛かるものなので、給料が上がらないと、なかなか家賃を上げる状況にならない。
	<input type="radio"/>	建設業（従業員）	・今の物価高騰に歯止めが掛からないうちは景気は良くならない。今後、景気が良くなることを期待している。
	<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・行動制限の緩和などにより、飲食業者を中心に「新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで売上が回復してきた」との声が聞かれるなか、「求人募集をしてもなかなか人が集まらない」と悩む事業者は多く、人手不足への対応は急務となっている（東京都）。
	<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・原材料、エネルギー価格の高騰は心配だが、経済の活性化が期待できる。
	<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ引き下げられることにより、経済活動が戻ってくる。
	<input type="radio"/>	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、インバウンド需要の回復、賃上げ、歓送迎会の復活など明るい話題が増え、ビル内にも活気が戻っている（東京都）。
	<input type="radio"/>	広告代理店（営業担当）	・マスク着用ルールが見直され、声出し応援が解禁になり、エンタメ業界などで夏のイベントが前年より多くなる（東京都）。
	<input type="radio"/>	税理士	・新型コロナウイルス感染症も収束してきて、人が戻ってきて、景気も動き出す。まだ9割以上の方がマスクをしているので、一気に新型コロナウイルス感染症の発生前の状態には戻っていかないと思うが、徐々に良くなっていく。それに応じて景気も動いて良くなる（東京都）。
	<input type="radio"/>	税理士	・海外旅行の予約は堅調である。大手企業の賃上げに、好調な中小企業は追随する模様である。物価の上昇が景気に好影響を与えることを願っている。
	<input type="radio"/>	その他サービス業 [警備] (経営者)	・売上に大きな変化はなく推移していく。
	<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・原材料、包装資材等の値上げが重くのし掛かってきている。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・原料、運送費の値上げは落ち着いてきているが、先行きの受注が良くなる兆しはない。
	<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業 (経営者)	・4月以降、また諸物価の値上がりが見込まれている。新年度の予算等が決まったが、今後景気が良くなる兆候は余り見えてこない。
	<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業 (経営者)	・医療品容器の新企画が立ち上がれば増益も見込めるが、具現化する時期はまだ読めない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・新製品に期待しているが、開発がやや遅れている。早く市場に出して売上に貢献したい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・悪い状況が続いており、新年度以降の改善策も見えてきていないため、大きな変化はない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・燃料高に加えて、人件費も高騰している。物流業界の2024年問題への取組も必要である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・繁忙期のため荷主の国内出荷量は予定どおりである。ただし、輸出货量は全くない。来月も現状が続く見通しである。
	<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・当面は現状が続くものの、値上げの影響がいずれ顕在化する可能性がある（東京都）。

	□	金融業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられることから、観光業は好調であるが、食品を始めあらゆる物が値上がりし、消費がやや低調になっている。賃金が上がるところもあるものの、その分、中小企業では負担が大きい。人件費高騰が企業の利益を圧迫することから、消費者への負担もある。全体的には余り景気が回復しているとはいえない（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・経済活動が正常化しつつあり、売上が増加傾向になる企業が増えてきているが、材料費高騰に加え、電気料金の値上げ等、原価率の上昇が大きく、収益に結び付いていない。また、今後は人件費の上昇も加わり、収益を更に圧迫する可能性がある。
	□	不動産業（従業員）	・販売進捗は計画どおりであり、今後も現状維持と予測している（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・すぐには景気は変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・イベントは増えてきており、仕込みの物価は上がっているものの、イベント全体の予算はなかなか増えていかない。
	□	広告代理店（従業員）	・コロナ禍から前年同月比で受注量に回復の兆しがみられる取引先も出てきているものの、当社全体の景気に反映されるのは今少し先になる見通しである（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	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなっているが、その他の好転する要因が見当たらない。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月、再来月と仕入れや外注の値上げが続いており、受注状況が不透明である。しばらくは不安定な状態が続く見込みである。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるものの現場によっては価格改定をしてもらえるようになってきている。ただし、まだ件数は足りていない（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・4月の案件引き合いが少なく、現状の見通しは厳しい。資材関連や配送コストの更なる値上げも要請されており、厳しくなる。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・電話の件数も減って静かで、営業でも良い話が出てこないようである。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・世界経済は先行き不透明である。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の受注量減少と在庫調整がしばらく続く可能性があり、景気はやや悪くなる。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先の在庫リードタイムが100日以上になってきており、各社が発注制限をしてきているので、今月より更に受注額が下がると予想している。
	▲	建設業（経営者）	・材料単価が上がり、全体の単価が上昇しているため、事業予算に合わない。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も少しずつ落ち着いてきている。マスク着用の考え方が見直されたこともあり、景気が好転することを祈っている（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・原材料費、諸物価の値上がり、人件費の負担増、金融不安などで消費者の節約志向が強まり、採算が合わず、廃業する店舗が多くなり、空きテナントが更に増えるのではないかと気掛かりである。
	▲	経営コンサルタント	・大手企業では大幅な昇給ができるが、下請への支払を大幅に上げてくれることはない。したがって、下請企業はますます採用面でも不利になり、国内企業の大多数を占める中小企業は、より悪化する兆しが見えている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の金融危機を懸念する顧客や同業他社が多く、今後の動向は不透明である（東京都）。
	▲	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・会社の業績から判断している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・4月を過ぎると受注量が減る（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・先行きに不安しかないなかで、増税を口にする政府が良くない。
	×	建設業（営業担当）	・受注件数が減っており、価格も高止まりしているため、今後も悪化が継続する。
雇用関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	・求人引き合いは引き続き堅調である（東京都）。

(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関連の案件需要が清算され、より人的資本活用に焦点を当てた課題解決型の提案活動が活発化する。それに伴う受注の増加が見込める（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、マーケットが大分活発になってきている。求人傾向から良くなっていると思うが、労働者側も仕事を選ぶ傾向が強いので、就職率は微増程度かもしれない。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も薄れ、人出や消費が回復しつつあるように見える。それにつれて、各企業の採用も増えており、雇用も増加しているように感じる。また、コロナ禍が終わってもリモートワークが続けられるような企業への転職が進む傾向にあり、より人材が流動的になっている（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ようやく廃業も倒産もゼロという状況になり、今後の予定もちらほら出てくるようになってきている。徐々には良くなってきている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数、充足数共に伸びている。新規求職者数の減少も小幅になってきており、雇用状況は当面改善するものとみている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後も同程度の求人数が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・悪化する分野、改善する分野が混在し、総括すると変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者不足の状況に改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・4月は人材紹介の成立数が増加するものの、派遣は3月末契約終了と4月契約開始との相殺で、大きな変化はない。例年どおりの傾向で、その他は特に動きがない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・3月決算の企業が多いことから、2～3月は新たな投資が抑えられる傾向にあるが、4月以降は盛り返す（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前年よりも回復しているものの、エネルギー価格や物価上昇が更に続けば企業の採用意欲をそぐ可能性もあり、物価等の動向を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で5.7%、前年比では0.4%減少しており、15か月ぶりに前年同月を下回っている。新規求人数も10か月ぶりに前年同月を下回っており、有効求人倍率は前月比0.1ポイントと大幅に下がり、1.26倍である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・急激な市場回復はないが、徐々に改善していく（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の求人数が4か月連続で前年同月を割っている一方で、正社員等の要員調整に関する相談依頼が前年と比較して増加傾向にある。原材料価格の上昇を価格転嫁できない企業では、2023年度中に実施に踏み切る可能性が非常に高くなっている。個別退職勧奨や早期退職優遇制度の導入企業も増加していくことが予想される（東京都）。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・原料不足や原料高に伴い、派遣取引先の中小企業の収支が悪化し、会社を清算する取引先が複数発生するなど、今後の景況に不安を感じる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（経理担当）	・例年3月末で年度が一区切りとなるため、数か月先は派遣労働者数も多少落ち着き、総稼働者数の動きは今より若干減少する。新型コロナウイルス感染症の発生前も同様の推移のため、この先数か月は、動きが一旦落ち着くとみている（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（営業）	・採用が思うようにいかないことがやはり要因の1つである。それとは別に、新型コロナウイルス感染症が収束しつつあるなかで物価が上がり、物が手に入らなくなっている。経済活動を再開させようとした矢先に、新型コロナウイルス感染症の発生前のようにうまく経済活動、商売が進まないケースが出ている。これでは景気が良くなるどころか悪くなる可能性も大いにある。光熱費の上昇は消費活動を消極的にし、企業の求人活動にも影響を及ぼしている。
	×	職業安定所（職員）	・エネルギー価格や物価が高騰している。