

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）	それ以外	・例年4月は入学式、入社式、学校の離任式などでの祝い花が売れるが、今年になってやっとそういった場面などで花が売れるようになった。卒業式も通常どおりと聞いている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、何も規制がない状態になったので、客もようやく会社の同僚と何人かでお酒を飲んでみようという気になったようである。少人数のグループで予約し、来店している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、県民割がスタートしたことで、集客が増加している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、人流が活発になっている（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・3月末にまん延防止等重点措置が解除になり、人の動きも出てきて、来客数も増加している。取引先からの発注も徐々に増えている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・客足が少しだが戻っている。
	○	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たが、特別に景気が良くなったとは感じない。多少は品物が動いているが、以前ほどではない。特に、ホテル関係は客が入るのが一番なので、人がどんどん出歩くことを願っている（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの受注量は、新型コロナウイルスの影響下でも余り影響なく確保されている（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・週末を中心に家族連れの来店客が増えており、卒入学、就職祝いの返礼品の動きが活発化している。ケータリングや弁当、オードブルの需要が、今までは数名の要望であったのが、受注点数が倍以上になっている（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感染者数は引き続き高止まりしているものの、重症化リスクの低下などにより、客の行動意識は3か月前と比べて変化している。具体的な行動制限がない状態であり、季節の変わり目ではあるが、紳士、婦人共にファッション関連商材の動きが良くなっている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・3か月前の新型コロナウイルス感染第6波のときよりも、足元の感染状況は幾分落ち着いている。それに伴い来客数も当時よりは回復している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・都内の新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりから減少傾向となり、商業施設への来客数も多くなってきている。アパレル、雑貨、食料品などが伸長している。食料品は、前年に比べて販売客数が減少しているものの、購買単価が上昇している。要因としては、相次ぐ値上げによる単価上昇と、菓子や総菜などの購入比率の上昇である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・郊外店舗の来客数が徐々に増えている。連動して、売上も徐々に増えつつある（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除となり、解除前と比較すると来客数、売上共に少しずつではあるが戻ってきている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前はまん延防止等重点措置の適用中であり、その頃と比べると売上、単価共に前年比で伸長している。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・前月にまん延防止等重点措置が解除されて以降、当月についても販売量が一定程度改善している（東京都）。
○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・食品だけではなく、不振だった衣料品や靴、バッグなどの動きも出てきている（東京都）。	
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて、このゴールデンウィークは2019年に戻ったような、いつもどおりの感じである。来客数も少しずつ伸びており、やはり人が動いていると感じている。	

○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・朝、昼の時間帯でオフィスや繁華街の売上が戻ってきている。新型コロナウイルスの影響からの回復を感じる（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・特に、週末の来客数が増えてきている（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年比5%増加、売上も微増となっており、靴下や肌着等の実用衣料品が特に良くなっている。外出着は低価格商材はよく売れているが、高い物は動きが悪い。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・インターネット販売が特に好調である。旅行などイベントごとが増えているようで、気温の上昇とともに消費者の興味が買物に向かっているようである（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・4月に入り、ドレス事業部のゲストドレスは前年比137%と好調に推移している。背景には、今まで控えていた結婚式等のイベントが回復基調となっていることがある（東京都）。
○	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・旅行や食事会に参加するという客が増えてきている。
○	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・海外でのロックダウンなどもあり、エアコンを購入する客が例年より早く動いている。平日の来客数も増えている。
○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてから来客数が伸び、売上も上がっている。
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が解除され、春らしい陽気になり、来客数、オーダー機会の増加傾向により、売上はやや良いトレンドにある（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	販売量の動き	・売上は改善しているものの、2019年度比ではまだ及ばない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・外食業界においてはどこもそうだと思うが、夜の来客数と平日の来客数が落ちている。遅くまで飲食店に滞在する客の数が減少している。しかし、土日や休日は来客数が増えており、単価も上がっているため、売上も伸びている（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・今までは、個人のフリー客がほぼない状態だったが、4月後半からはフリー客も増え、街の人出も増加している（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	お客様の様子	・取引先の新型コロナウイルス対応も一段落した様子で、アフターコロナの状態が定着してきている。パーティー需要はいまだに元に戻っていないが、それ以外はおおむね新型コロナウイルス発生前の状態に回復したため、当社のアフターコロナ体制とあいまって、利益も確実に出る状態にある（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・現在はまん延防止等重点措置も解除され、やや良くなっている。個人客は徐々に戻ってきているが、法人客の宴会利用が戻ってきていないので、全体としては道半ばの状況である。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前月末にまん延防止等重点措置が解除され、新型コロナウイルス感染者数が高止まりしているなかではあるが、徐々に直近での予約が増え始め、販売量も回復傾向にある。企業での接待や官公庁、学校などの歓送迎会は皆無だが、県民割などの支援が始まり、宿泊やレストランなどへの影響は大きい。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行は、各国に対する感染症危険情報のレベルが下がり、ハワイ挙式を延期していた客から予約が入ってくるようになってきている。長らく止まっていた海外が、まずはハワイからだ、今後は各国への広がりが期待される（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除後、ゴールデンウィークの申込みや一般団体の問合せも増えてきている（東京都）。
○	旅行代理店（販売促進担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、県民割など旅行への補助も出るようになり、国内個人旅行は動きが活発になってきている。特に、近場の客が少し遠出をするような傾向がみられる（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の感染は収まらないが、ウィズコロナの生活習慣が定着したのか、県民割を利用して旅行する来店客が、1～3月と比較して20%ほど増えてきている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス変異株が流行し、収束に向かったと思ったら、新型コロナウイルスオミクロン株なるものが流行し始め、まん延防止等重点措置で世の中の景気が低迷し、日に日に売上が落ちていった。こんな状態でタクシードライバーを続ける意味はあるのかなどと考えた時期もあったが、昨今はサラリーマンもコロナ慣れしてきたのか、都心などでも夜間のにぎわいが戻ってきている。県境からホステスがタクシーを呼んで都心に出勤するようになっている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、徐々に利用が増えてきている。夜の飲み屋街も客入りが良く、無線オーダーの本数も伸び、仕事ができるようになってきている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの規制がなくなり、客は大分動いている。特に、最終電車に乗ってくる客などがかなり増えている。休日前は人の出入りがものすごく増えている（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・週末は多少人流が戻ってきている。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・行動制限がなければ、それなりに来客数が見込める。現に増加しつつある（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・例年、マスターズゴルフが開催される頃になると、ゴルフ練習場は来場者数が増え始める。まん延防止等重点措置が解除され、その他のレジャーに消費者が分散しても、前年からのブームは継続している。
○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・県内におけるまん延防止等重点措置が解除されて1か月余りが過ぎ、飲食店も活気を帯びてきている。特に、最近は深夜まで営業する店舗も増えて、人の流れが活気付いており、その結果、来客数も増えてきている。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	お客様の様子	・来場者数などから判断するとやや良くなっている（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・取引先から新年度の契約をもらえている。年俸にはなるが、前年に比べて増額要請が通っている。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件は相変わらず厳しい状況が続いているが、官庁案件の入札前倒しの影響が大きい。新築工事設計は非常に少ないが、改修工事設計はそれなりに期待できそうである。
○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画中の物件に多少動きが出ているので、良くなってきている。しかし、基本図はまとまってきたものの、あと一歩がなかなか進まない（東京都）。
○	その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・新年度になり、建築市場が動き出してきて、安定した供給力のある企業に注文が集まり始めている（東京都）。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客は、積極的に物を買おうという意識が弱く、大変慎重になっている。来店しても購入決定に時間を掛けて、しっかり他店と比べながら、慎重に買物をしている様子が見受けられる。ただし、以前と比べると、少しは物を買うという行為が増えてきたようにも感じる。
□	一般小売店 [家電]（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて変わらないというか悪い状態がこの2～3年ずっと続いている。半導体の影響で商材が入ってこないこともあり、いまだに待たされている時間が長い（東京都）。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響だと思うが、街中を歩いている人が少ないと感じる。買物客は目的を持って来るので、来客数が非常に少ない。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が徐々に減り、まん延防止等重点措置も解除されたが、まだまだ活気が戻っていない。しばらく時間が掛かりそうである。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文房具〕（経営者）	お客様の様子	・3月下旬に東京都のまん延防止等重点措置が解除され、4月になりようやく飲食店でも客の来店頻度がやや高まってきている。会計伝票等の業務需要商材の販売量も増えてきているが、新学期の学童用品の動きは予想よりも増えず、結果として3か月前とさほど変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数は減ったり増えたりを繰り返して、発生前の水準にはまだまだほど遠い。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・2店舗のうち支店の方を4月末で閉店することになり、閉店セールを1か月間行っていたが、相当物が売れた。客も安ければ買う様子が見受けられる。また、外商の案件もそこそこあったので、ふだんよりは良い。安いので買うという反動を考えると、余り景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年を下回ったものの、衣料品に動きがみられる。高額品の動きを見ると、消費に対して慎重な姿勢がうかがえる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたことで来客数は増えている。また、高額品の販売も比較的好調である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	それ以外	・ウクライナ情勢、急激な円安など不安定な世情があり、新型コロナウイルスの感染状況も依然として不透明なため、景気回復を見通せない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・全ては政府の対応次第なので、何も変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置解除後も回復傾向はみられず、横ばいが続いていたが、4月下旬より厳しい状況となっている。食料品は堅調な推移が続いていたが、ロシアのウクライナ侵攻の影響による電気料金の高騰、ガソリン、食品の相次ぐ値上げにより消費意欲の低下に見舞われ、全体の数値を落としている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響からの回復の兆しは見えるものの、世界情勢不安による消費者心理の冷え込みや、原油高、円安による様々な生活必需品の価格高騰により、個人消費の動向は予断を許さない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合他社との価格競争などがあり、平均単価が下がる傾向にある。客の買上点数は前年を上回っているが、平均単価が落ちている分、客1人当たりの1回の合計買上額がなかなか前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品の値上げが相次ぎ、売上が落ちている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は少し落ちているものの、客単価は上がっている。これは、買上点数が落ちていて、1点単価が上がっているという感じなので、全体的には3か月前と変わらないが、余り良くない状態が続いているという感じである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や買上点数は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。日々必要最低限の食材しか購入していかない様子が見える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、食料品は前年を若干下回っているものの、衣料品、住まいの品は前年を上回っており、トータルでは前年並みの売上となっている。客の購買状況をみると、食材は売上が落ちているが、即食できる弁当などは前年よりも伸びている。また、衣料品については前年よりも売上が増加している。こうした購買状況からみると、客がステイホームから外に出ている様子が見える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品が値上がりしており、余計な物は買わないが、値上げ自体は仕方がないと受け入れている様子である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・加工食品の値上げが徐々に強まってきている。したがって、1人当たりの買上単価、更に1品当たりの単価は上がっているものの、販売数量が伸び悩み、その分相殺されている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・前年と異なり緊急事態宣言下ではないが、まだまだ新型コロナウイルス感染第7波も予測されており、販売量は増えていない。また、ゴールデンウィークを控え、今年は人流の増加が予想され、支出も増えると思われるので、4月中旬までは1人当たりの買上点数は伸びていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・特に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・必要最低限の物以外は買わない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は変わっていないが、値上げした商材が多々あり、販売金額が少し上がってきている。ただし、賃金が上がらないと今後は厳しいと予想している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きがほとんど変わらないことから、身の回りの景気も変わらない。まん延防止等重点措置の適用中と比較しても、それほど来客数の動きが変わらないのは、やはり生活必需品として食品や日用品が並ぶコンビニは、生活に欠かせない場所だからと感じている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価が上がり、購入価格を気にする客が増えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・全体的には価格上昇の流れにあるが、生活必需品として需要の衰えは感じていない。ただし、商材の入荷遅れが慢性化しつつあり、納品ベースの売上計上がされていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・4月に入り、新型コロナウイルスの感染者数は若干減少傾向だが、営業の現場では引き続き感染症対策を施し、いかに安心安全に買物ができるかが重要と考えている。また、円安、ロシアのウクライナ侵攻を起因とする原材料不足等、物価の変動は、消費者の財布のひもを固くする要素と考えている。売上の数字はほぼ前年並みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・自動車の整備は、前月までは順調に入っていたのだが、今月は余り芳しくない。また、販売も半導体不足で生産が2か月遅れとのことで、客の購買意欲が少し低下しているようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・いまだ半導体不足の問題が解決されていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・車の販売台数が増えてきている。特に、半導体不足の影響で新車の納期が遅れていることもあり、どうしても早めに欲しい人たちは中古車を買うということで、中古車価格も上がっている。価格が上がれば、当然粗利も増える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・納期遅延が続いているなか、更なる遅延が発生し、客に納期を案内しても、余りにも先過ぎて結論が出ない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の出荷正常化のめどが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新車は納期が長く掛かるので、希望の納車日に間に合わず、客が中古車に流れてしまう（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除された後も、来客数は増えていない。客単価も上がってこない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・何となく来客数が減っているように感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・来客数は徐々に増加しており、回復傾向にあるが、実売には結び付いていない（東京都）。
<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	・行動制限から解放されて客の動きが活発になっているが、購買意欲は比例していない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響でかなり売上が落ち込んでいたところ、まん延防止等重点措置が解除されてから少しは客が戻ってきている。もう少し様子を見ないと何ともいえないが、以前の売上が悪いときと比べるとプラスマイナスゼロで余り変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・一言でいえば人通りが少ない。オフィス、店舗の空室が目につく(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の1月1～30日までの前年比は、売上99.4%、来客数100.4%である。大変悪かった前年1月の売上との対比である。今月4月1～27日までの前年比は、売上85.1%、来客数89.8%である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	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は解除されたが、夜の客は戻ってきていない。国なり何なりが対策をしてくれないと、飲食店は持たない。本来、ここからの方が経営的にも大変なのではないかと。
<input type="checkbox"/>	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が解除されたと思ったら、今度はロシアのウクライナ侵攻が始まり、それが雰囲気の良い原因かと思っている。政府の新型コロナウイルス対策については、もう少し緩和の方向にかじを切るべきである。物価高になりつつあることも財布のひもを固くしているのではないかと。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・諸物価やガソリン価格等の値上がりの影響があり、客の様子を見てみると、景気は上がっていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新年度になり教育旅行関係には動きがあるが、その他一般の旅行はほとんど動きがなく、売上がほぼない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・海外渡航に関する反応がまだない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・やや良くなっていると感じることもあるが、売上は伸びていない。以前のような勢いもない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・新しい番組制作の依頼が幾つか出てきている。今までなかったゲーム関連業界からの案件で、明るい見通しである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	販売量の動き	・今年は格安スマートフォンブームが落ち着いたこともあり、直販、店頭販売共に契約数が予想を下回っている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・転居数がほぼ前年並みで推移しており、転居に伴うインターネットの契約数も前年並みを維持している。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する傾向は相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・3か月前と余り変化はない。今後、新年度における商談が出てくる可能性を期待している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	単価の動き	・毎月、客単価が10円程度下がりに続く状況は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	お客様の様子	・契約数が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・4月は比較的温暖な気候に恵まれ、前月に引き続きコースは高稼働率で推移している。企業や団体の名を冠したコンペや法人接待需要は徐々に回復しつつあるが、来場客の中心はメンバーであり、コース稼働率が高止まりしても収益性は改善していない。レストランのパーティー需要も改善しておらず、稼働率、客単価共に著しく低迷し、収益性が低下している状況が続いている。これらに加え、水道光熱費、各種資材、食材等の価格が高騰しており、固定費の圧縮に努めているものの、価格転嫁を行わざるを得ない状況に至っている。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・前年比でほとんど変わらない。新型コロナウイルスの影響を直接的に受ける業種ではないので、販売量が変わらないのは、世の中に購買意欲を刺激する雰囲気がまだないためである。

□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・現状はやはり新型コロナウイルスの影響がほとんどである。現在は少し感染者数が減ってきてはいるが、新しい企画にはなかなか踏み切ってもらえない。打合せ中だった客は中止になり、また新しい客を開拓することも、この時期はなかなか難しくなっている。町場の建売住宅などは多少現場が増えてきているようだが、新しく注文を受ける設計業務としては非常に厳しい。
□	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。早くGo To Travelキャンペーンが再開されることを期待している。住宅の売行きも良くなく、工事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	・販売量が伸びていない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず件数は少ないが、相談は受けている。しかし、決定までには数か月が掛かっている。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・3月に比べて、極端に来客数が少ない。インターネットで買物をしている人が多くなったからだと思われる。リサイクル品も自分で出品して自己完結できてしまう。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・ぼつぼつ動いてはいるものの、新型コロナウイルスと中国上海のロックダウンによる影響で納期が見通せない商材が多数ある。いろいろな物の値上げにより、必要な物以外に対して財布のひもが固くなっている。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・生活様式の変化からか、得意先の飲食店での売上が元に戻っていない。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・今月は売上、来客数共に減少している。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きを選んだが、来客数の影響もある。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・やはり値上げの影響で、客が相当買い控えをしている様子がかがえる。年配客は、チラシを持って来店し、見ながら広告の商品を探し、見つけたら買ってすぐ帰るといったような状況が続いており、非常に厳しい（東京都）。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・食料品を中心とした生活全般にかかわる価格改定の影響により、単価は上がっているが、買上点数が伸び悩んでいる。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置、緊急事態宣言等は解除されているが、円安や物価上昇により値上げした商材が数多くあり、販売点数が落ち込み、来店頻度も少なくなっている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・値上げの多いカテゴリーは、明らかに売上が落ちている。また、値上げが進むなか、利益率が低下している。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・全体的に商品の値上げが増えている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・住宅立地はかなり来客数が落ちている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・宅配業者が増加したこと、大型店のセールが続いていることから、来客数、売上共に10%以上の減少が続いている。
▲	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納期が、新型コロナウイルスやウクライナ情勢の影響で遅れてきており、受注も減少している。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーでの生産遅れが響き、新車の売上が立たない。また、ロシアのウクライナ侵攻の影響により、中古車も悪化傾向にある。
▲	乗用車販売店（店長代行）	来客数の動き	・物価の上昇に伴い、高額商材である車の買い控えが進むのではないかと（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数の動きが大分減っているため、販売量も激減している。

	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍、原油価格の高騰により、売上が回復しない(東京都)。
	▲	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	単価の動き	・仕入価格が上がる一方で、利益率が悪くなり、困っている(東京都)。
	▲	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・物価上昇が続いているので、3か月前と比べて消費が落ち込んでいるような気がする。まさか戦争が起こると思わなかったのが、将来的に家計をコントロールするために、財布のひもが固くなっている。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限が掛かっているときは解除後に一応客が戻ってきたが、今は慣れてきてしまって、伸び率が鈍化している(東京都)。
	▲	通信会社(経営者)	販売量の動き	・新年度に入り、商談はあるが、まだ受注数が増加していない(東京都)。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価の上昇が続くなかで、消費をできる限り抑えたいという客からの要望が強く感じられる。
	▲	通信会社(局長)	販売量の動き	・最大の繁忙期であるが、前年比でマイナスとなっており、停滞感が否めない(東京都)。
	▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・社会情勢不安の影響なのか、客の判断が慎重になり、販売量が減り、動きが鈍くなってきている(東京都)。
	▲	競輪場(職員)	お客様の様子	・客入り、購入金額、全てにおいて下がっており、厳しい状況が続いている。やり方を含めて、再度、大幅な事業転換を検討すべきところにきている。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、客の来店頻度が鈍っている。
	▲	設計事務所(所長)	競争相手の様子	・仕事量がそう多くないなかでの競争が激しくなっている。
	▲	設計事務所(職員)	それ以外	・物価高等の影響により、再び民間の動きが停滞しているように感じる(東京都)。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べて景気は良くなっていない。ウッドショックの影響がまだ続いていることに加え、ウクライナ情勢もあり、地価も高い水準でプラス要素が見当たらない。新築売りアパート事業には厳しい状況である。
	×	一般小売店[家具] (経営者)	来客数の動き	・このところ本当に景気が悪い。当店は耐久消費財などを扱う店なので特にそうだと思うが、客が非常に少なくなっている。リフォーム等も手掛けているので、経営は何とかやっているが、かなり景気が悪い(東京都)。
	×	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなかで消費が低下している。
	×	衣料品専門店 (従業員)	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻の影響か、客が落ち着いて買物をする雰囲気ではないように見受けられる。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	それ以外	・自動車は中国上海のロックダウンの影響により部品が入らず、新車の納期が更に遅れることになり、販売しても売上にならないので、かなり厳しい(東京都)。
	×	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・支出の抑制が始まっていると感じている。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・新型コロナウイルス感染者数は大きく増加してはいないが、高止まりしている。ゴールデンウィークが終わると、感染者数は更に増えてしまうのではないかと。ロシアのウクライナ侵攻による経済への影響も大きく、景気が上向くことは期待できない。
	×	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55%となり、3か月前と比べても約40%落ちているので、悪くなっている。前月も悪かったので、前月以上に販売量が落ち込むことはないだろうと思っていたが、更に落ちてしまい、危機的な状況になっている。現場の最前線でもどうすれば良いのか分からない。
企業 動向	◎	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・やはり新型コロナウイルスが落ち着いてきたということである(東京都)。



関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔警備〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・新規で公営競技の仕事を受注し、売上が増加している。
	○	出版・印刷・同関連産業(所長)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークに向けたイベント等が多岐にわたり実施される方向であり、それに付随する販促案件が非常に多く動き出している。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車業界の仕事が退潮したのと同時期に、電気業界関係の仕事が始まっている。
	○	その他製造業〔靴〕(経営者)	取引先の様子	・取引のある材料屋や裁断所からはまだまだだという声を聞いているが、ここにきて得意先の売場では来客数が増えており、景気が徐々に良くなってきて、前に戻っているとのことである。
	○	輸送業(経営者)	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、大学が活動を開始し始め、企業の営業活動もやや活発になってきている(東京都)。
	○	輸送業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたなかでゴールデンウィークを迎える。経済が動き出した影響か、物流量が急増加している。
	○	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が収束しつつあり、宿泊需要も戻りつつある(東京都)。
	○	広告代理店(従業員)	受注量や販売量の動き	・イベント催事が徐々に復活してきている。
	○	広告代理店(従業員)	取引先の様子	・3月21日を期限にまん延防止等重点措置が解除された頃から、受注には至らないまでも問合せや相談件数は明らかに増えている。6～7月の実施で検討という話もあり、社会全体として経済を回していこうという流れに移行しているものと期待している(東京都)。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・値上げのニュースが多く、客が買い控えをしているようである。
	□	出版・印刷・同関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月以外は受注量が少なく、景気が悪い(東京都)。
	□	出版・印刷・同関連産業(経営者)	それ以外	・少しずつだが、受注率が上がってきているように見える。今後の動きがあるよう願うばかりである。
	□	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、軽印刷、名刺やはがき印刷などを行っている。例年の4月に比べて受注が少なかったが、3か月前の1月と比べると変わらない(東京都)。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・一向に回復の気配がない。人流が戻ってきているようではあるが、日常雑貨、イベント用品に回復の兆しが見えない。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料の値上がりで、受注量は大きく変化していない。基本的に景気は余り変わらない。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・化粧品容器の受注が低迷したまま回復の兆しが見られず、苦戦が続いている。
	□	金属製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注量の減少と材料価格の値上がりで、利幅が少なくなっている。
	□	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の受注量は変わらず多い状況が続いている。得意先からの先行きの内示でも、現状が続く見通しである。
	□	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か月前と比べると、原油や希少金属の価格上昇、半導体不足などの影響で、ますます物が入手困難になってきている。現在は企業努力により何とか持ちこたえている。
	□	輸送用機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・海外での新型コロナウイルス禍はまだまだ収束のめどが立っていない。今年度、自動車メーカーは前年の減産分をばん回すことをもくろんでいたが、現在のところ当初計画の減産を余儀なくされている。
□	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・得意先であるハウスメーカーや工務店の動きが滞っているように感じる。	
□	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えない。また、燃料価格の高騰により、収益が伸びない。	
□	金融業(従業員)	取引先の様子	・原材料の高騰が中小企業を苦しめている。新型コロナウイルスの感染状況の良化が見込まれないことから、各業界が苦しんでいる。	

□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響を受けている取引先の様子だが、建売業では半導体部品を使用した湯沸器等が品薄のため工期が遅れており、売上に影響している。飲食業ではまん延防止等重点措置の解除もあり、人出は増加傾向にあるものの、まだ新型コロナウイルス発生前までは戻っていない。運送業では、燃料価格の高騰により利幅が減少している。観光業では、予約客が増えているが、以前と比較してもまだ本調子ではない。求人数は、まん延防止等重点措置の解除により増えている（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・賃貸ビルでは、まん延防止等重点措置が解除され、在宅勤務からオフィス勤務へ少しずつ人が戻っている様子であり、館内人口が増えたせいか、テナント店舗の売上も若干ながら増えつつある。ただし、思っていたよりも戻り方は遅い気がする（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・4月に入り、新型コロナウイルス発生前の年度の売上に近くなってきている（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜10～11時過ぎに近隣駅付近の商店街の飲食店をガラス越しに見ると、客入りが良くなく、大分空席がある。中にはマスクもせずに騒いでいる客もいるが、以前と比べるとどの店も客が少ない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の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）。
□	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	・取引先工場等の稼働率が余り上がっておらず、前年同様、受注量が新型コロナウイルス発生前に比べて20%程度減った状態が続いている。
□	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	・新規契約は時代を反映した単価で成約できるが、既存契約の値上げはいまだに難しい状況である（東京都）。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物がなかなか流通していない。商品が届くのに時間が掛かる。そして、希望どおりの価格で製品が売れない。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料の納入遅れや価格の高騰で受注が減っている。同業他社も同じように見積案件が減っている。
▲	輸送業（経営者）	それ以外	・輸送量の低迷が続くなか、休配日が増え、収入は前年同期を下回っている。一方、3か月前より1リットル当たり4円値上がりしている燃料価格や資材の高騰により、収支が悪化している（東京都）。
▲	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・円安や原材料価格の上昇による影響か、今月は前月までの回復の流れが途切れ、失速している（東京都）。
▲	金融業（役員）	取引先の様子	・原材料、仕入価格の上昇により取引先に多少なりとも影響ありとの回答が約80%となっており、現況としてはやや悪くなっている。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・賃貸業の繁忙期が過ぎたが、学生や若い人の動きが減少したためか、20平米前後のワンルームで2万5000円～5万5000円くらいの物件の決まりが悪くなっている。築年数が30年を越えるとなかなか難しく、特に、畳の部屋は人気がない（東京都）。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・小規模企業、店舗などを中心とする取引先は、原材料、水道光熱費など各種経費の値上がりに加えて、客の財布のひもが固まっている傾向にあり、厳しい状況である。
▲	税理士	取引先の様子	・円安に歯止めが利かず、株価も低迷している。ウクライナに対するロシアの暴挙は許し難く、ある程度の影響は覚悟してでも制裁するべきだと考えている。新型コロナウイルスの感染者数は少なくなっているが、まだまだ好景気への好印象とはいえない。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、材料の値上がりが激しいが、売上単価はそのまま、若しくは値引きが強い。結果として、昇給、賞与は例年より厳しくならざるを得ない（東京都）。

	▲	その他サービス業 [映像制作] (経営者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスに対するまん延防止等重点措置は解除されたが、いまだに大人数での研修会や会合は以前のように行われておらず、その撮影などもない状態である。また、ウクライナ情勢や円安などの影響で、企業も広告宣伝費までは手が回らない様子である (東京都)。
	▲	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	・受注量の減少がみられる。客からも余り良い話は聞かない (東京都)。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体不足が深刻である。従来からの取引先に、ある量の注文を出したら納期が700日掛かるといわれた。日本では仕入れられなくなっているため、現在は中国企業にオフアしているところだが、これもどうなるか分からない (東京都)。
	×	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原材料の高騰、新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻など、経済的な不安定要素が多過ぎる。
雇用 関連 (南関東)	◎	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の引き合いは相変わらず多く、今年に入ってからも最高の稼働率推移を示している。
	◎	求人情報製作会社 (経営者)	求人数の動き	・社員の中途採用やアルバイト、パートなど非正規雇用のオーダーが増えてきている。観光サービスや飲食店の新規出店など、新たな事業が動き始めている影響かもしれない。大手自動車メーカーが新型コロナウイルス発生前の販売台数まで回復というニュースもあり、生産現場での雇用も増えているのではないかと (東京都)。
	◎	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・一部の業界において求人が復活してきている (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前比で10%弱、前年同月比で20%強の増加となっている。人材紹介部門の求人も新型コロナウイルス発生前の水準まで回復しており、堅調に推移している。一方で、再就職支援の引き合いも引き続き入っていることから、K字型での業績が色濃くなっている (東京都)。
	○	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材派遣の依頼は前年同月を上回っている。社員採用を厳選している一方で、人員不足によるリソース不足を派遣で対応するニーズは堅調である (東京都)。
	○	人材派遣会社 (経理担当)	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響も徐々に落ち着き、回復してきている。前月は年度末ということもあり繁忙だったが、今月はその反動で若干落ち着いている。ただし、数か月の動きを見ると求人数、求職者数共に増加傾向がみられる (東京都)。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・今までは短期や期間限定案件が多かったが、長期案件が増加傾向に転じている。新型コロナウイルス発生後には余りなかった傾向なので、景気回復に向かっている可能性がある。
	○	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・求人数の動きからやや良くなっていると感じており、新型コロナウイルス発生前と比較しても変わらない程度まで求人数が伸びることもある。求人数が増えれば、応募者の反響は分散したり少なくなったりする。そうすると人材集めに苦労する企業が多く出てくる。今は正にそのような状態にある。求人数が少ないときはまた違う悩みが出ている。
	○	求人情報誌制作会社 (広報担当)	採用者数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、世の中全体が新型コロナウイルス発生前のような状態に戻りつつあるように感じる。人も多くなり、経済が動き出しているようで、それに伴い、雇用も急激に増加している (東京都)。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・飲食及びサービス業の求人数が増加しており、新型コロナウイルス後を見据えた採用を積極的に進めている状況にある。情報通信業は新型コロナウイルスの影響からいち早く抜け出しており、継続的に求人数を伸ばしている (東京都)。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・求人、求職者の希望条件のマッチング比率が少し高くなってきている (東京都)。
		□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き

□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績や、周囲の消費動向に変化がない（東京都）。
□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・新型コロナウイルスの延長での案件が発生しており、通常の売上予測に対して継続性がなく、先が読めない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は前年並みだが、新規求職者数が減り就職活動の動きが鈍った影響か、紹介件数が大幅に減っており、就職件数も減少に転じている。
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、全てが下降気味である。