

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)	◎	その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染第6波が収束傾向にあることと、3回目のワクチン接種率も50%を超えてきていることから、今夏～秋にかけては規制や制限も掛からず、人流が大幅に回復してくる。一方で、ウクライナ情勢や円安等による業界内でのインフレ化が懸念されるが、全体の消費量が増えてくるため、景気自体は上向いてくると予測する（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種率も50%を超え、飲み薬等が開発されているなかで、徐々にウィズコロナの方向にかじを切ってもらい、最終的には感染症法2類から5類に変更されれば、3か月後くらいには収束という言葉も見えてくるのではないかと。ただし、まだ不安定な状況なので、政府にはより迅速な対応をお願いしたい。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルス感染者数次第だが、減少傾向にあれば間違いなく良くなる。Go To Travelキャンペーンも再開されると信じている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスが落ち着きを見せ、Go To Travelキャンペーンが再開される見込みである（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・各地の県民割などは5月で終わる。その後は、Go To Travelキャンペーンの再開が予想されている。再開された場合は、個人旅行が活発になると確信している。また、陽気も良くなってきているので、客の旅行への期待なり関心が高まり、現在よりは確実に良くなる（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・単純に、これ以上景気が悪くなることはないかと判断した。ゴールデンウィークでの集客が販売量の増加に結び付く。また、新商品のキャンペーンを展開して販売量増加を目指しており、数か月後には再度の販売価格アップが確実なので、受注の前倒しを行うことでも販売量を増加につなげていく予定である。
	○	商店街（代表者）	・今までのやや悪過ぎたので、今後は物や人の動きが少し出てきて、買物、売上などについても多少は改善されるだろうと期待している。その期待に、何とか客が動いてくれると大変有り難い。さもないと、今の状況下ではなかなか商売の継続について不安感が残る。良くなることを期待し、また良くなるように努力をしていきたい。
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・3月末に当店近隣に大型商業施設が開業した。また、小規模ではあるが地域のイベントが開催され始め、週末を中心に来街客が増加傾向となってきている。それに伴い、当店への来店客も増加し始めている。東京都内の新型コロナウイルス感染状況次第ではあるが、2～3月のように感染拡大傾向にならないければ、売上もやや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・外出機会が増えれば購買意欲も上昇する。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・7月に東京盆があり、毎年花がよく売れる（東京都）。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・毎年この時期になると新茶が出るので、期待をしている。何しろ人が出てこないことには売上も上がらないので、早く人の動きが通常に戻ることを祈っている（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・緊急事態宣言による時短営業を行っていた前年と比べると、営業時間も通常に戻り、夕方から閉店までの来客数も増えている。このまま新型コロナウイルス感染者数が増えず、営業条件も変わらないままであれば、平日の来客数の戻りも見込める（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスも少し落ち着いてきており、特に飲食テナントについては、安定的に売上が増えつつある。このままの状況であれば、今後少し良くなる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現在、ゴールデンウィークを迎えるにあたり、ウィズコロナが浸透し、行楽需要が回復傾向にある。今後2～3か月先の夏休み時期も回復傾向が順調に進んでいけば、商況も回復する期待が持てる（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・前年にはなかったゴールデンウィークでの客の動きが今後良くなることが予想される（東京都）。	

○	百貨店（財務担当）	・緊急事態宣言の再発出、まん延防止等重点措置の再適用がないことを前提に、今後の景気は上向くと想定している（東京都）。
○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染者数の縮小傾向を受け、外出機会の増加、旅行などへの支出が増える（東京都）。
○	スーパー（経営者）	・乾燥野菜や、魚の冷凍など、新しい分野の売上を取りに行く準備をしている。
○	スーパー（総務担当）	・ゴールデンウィークなどもあり、値上げへの抵抗もなくなっているのではないか。
○	コンビニ（経営者）	・これから夏場になると、ソフトドリンク、アイスクリームなどの消費が増えるため、客単価、来客数が増える。
○	コンビニ（経営者）	・一進一退をしているような感じだが、また最悪の事態がきそうな気がする。
○	コンビニ（経営者）	・当社はコンビニエンスストアと学習塾をやっているが、学習塾はほとんどがオンラインから対面授業に切り替わり、生徒数も増えてきている。また、コンビニにおいても、夜遅くまで客が来店するようになってきている。やはり新型コロナウイルスの影響が前年、前々年と大きかったということを感じている。これから伸びていくのではないかと。
○	衣料品専門店（経営者）	・県民割等で行楽や旅行が少しずつ増えていくと、外出着の需要が増す。
○	衣料品専門店（店長）	・5月以降、着物事業部においては浴衣需要期に入ることから、花火大会等のイベントが開催されれば業績回復が期待できる（東京都）。
○	家電量販店（店長）	・長期予報どおり、平年より暑い日が続けば、季節商材が売れる。
○	家電量販店（店員）	・今夏は前年と比較しても猛暑が予想されている。既に冷房関連商材の動きも出てきているので、今夏は期待できる。
○	家電量販店（従業員）	・外出する人が増えれば間違いなく景気は回復する。新型コロナウイルスへの不安はあるが、良くなっている。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数が増加傾向にあることから、接客機会は確実に増加してきている。今後、接客した客の数に比例して販売量が増加するものとみている（東京都）。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・Go To Travelキャンペーンの再開も話題に上っており、燃料価格の激変緩和措置についても補助額と期間が9月末までと拡充されたこともあり、7月になれば現状よりは客足も伸びると予想している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が少し良くなるのが条件である。ただし、少し良くなるだけでは会社は良くならない。今月も新型コロナウイルス発生前の売上と比べると50%以下である。せめて80%に戻れば、会社の体制も良くなっているのだから利益を出せる。早く戻らないと、会社がどうなるか分からない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・休日の客単価が伸びている。価格は値上げしているが、関係なく来客数も増えているので、ウィズコロナとして、一定の客の動向に回復傾向がみられる（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスについては確実に落ち着き、徐々に景気が良くなるが、戦争による原価の上がり方によっては、その上昇が鈍くなる可能性がある。
○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況がこのまま推移すればという条件付きで、世間の旅行に対する自粛姿勢が緩やかになり、秋口に一般団体旅行の案件が出るのが予想される。
○	旅行代理店（営業担当）	・今の状態が続けば、更に受注が期待できる（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・ウィズコロナの生活に慣れて、新型コロナウイルスが収束してなくても旅行がしたいという客が確実に増えてきている。
○	タクシー運転手	・ロシアのウクライナ侵攻を受けた資源価格の上昇やマーケットの混乱があるなか、新型コロナウイルスの感染状況は先行き不透明感が強いものの、感染者数がコントロール可能な水準に落ち着いてきたようにも思える。まん延防止等重点措置の再適用は回避される見通しなどから、景気は多少上向く（東京都）。

○	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染者数が増えなければ良いのだが、こればかりは分からない。夜も少し利用が増えてきているので、やや安心している。昼間の病院や会社の送迎も少しずつ増えており、朝、夜と仕事がつながるようになって、少し先が見えるようになってきている。
○	タクシー運転手	・飽くまでもウクライナ情勢がこのまま悪化せず、逆に収束してくれば良くなる。新型コロナウイルスに関しても、世界では規制をどんどん解除しているので、日本もそれに追従していけば、人の流れが生まれてくる。ただし、新型コロナウイルスの感染状況よりも、ウクライナ情勢次第であり、燃料価格の高騰が最も心配である。それが改善されれば大分違ってくるのではないかと（東京都）。
○	タクシー（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数の増加に対して、政府がどのような対策を採るかによる。
○	タクシー（団体役員）	・まん延防止等重点措置が解除され、人流が多少戻ってきているので、新型コロナウイルスが再度感染爆発しなければ、多少は景気が回復するのではないかと。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスが落ち着くことを想定している（東京都）。
○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・ゴルフ練習場としては書き入れ時である。
○	パチンコ店（経営者）	・ようやくウィズコロナを受け入れる社会になってきている。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・コンペや予約の入りが良くなってきている（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・期待も込めてだが、新型コロナウイルスのワクチン接種率が上がり、感染者数が減少して、人出が更に戻るのではないかと（東京都）。
○	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染者数が少しずつ落ち着いてきているなか、来客者数が増えてきている印象がある（東京都）。
○	設計事務所（所長）	・計画中の物件が契約までいくのではないかと考えられるが、物件数としては甚だ寂しい。物価高のなか、そろそろ客も待てないのではないと思うので、良い方向に向かう気がする（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経営者）	・とにかくずっと悪い状態が続いている。客からの話もだんだん途切れてきている。これ以上悪くなるともうどうしようもないということで、変わらないと回答した（東京都）。
□	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・ゴールデンウィーク後、新型コロナウイルスの感染が再び広がるのではないかと懸念している。また、原材料などの値上がりが続く、まだまだコストが上がりそうなので、消費者の購買意欲も落ちるのではないかと。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変われば、街の小売店にも客が戻ってくるかもしれないが、人通りも減っているので期待できない。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	・売上は完全なゼロではないが、来客数は非常に厳しい。客が来てくれる以上は最善を尽くすが、どうなるか分からない。これからまだまだ厳しい状況が続くのではないかと。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	・マスク着用義務の緩和、新型コロナウイルス治療薬の承認などが進まない、回復しない。またもろもろの値上がりが続く、需要も滞る。
□	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・外資系における大型の大口案件が特に決まっていけないということが不安要素としてあるが、小口の案件はそこそこあるので、ある程度現状維持になるとみている。このところ商品価格や原価が上がっており、定価が上がってきているので、今後客が買ってくれるか不安なところはある。ただし、市場において実店舗等が少なくなってきたので、そういう意味では生き残っている店として客が来るということは多分にあるので、現状維持ができるのではないかと。
□	百貨店（総務担当）	・少しずつではあるが、衣料品、靴、かばんなどに動きがみられるようになってきたので、継続を期待したい。
□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢、円安など、消費マインドにマイナス方向に作用するであろう事柄が、先行き不透明なまま継続している。具体的な明るさが見える状態ではない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの3回目のワクチン接種が進展し、感染が比較的落ち着いていることから、個人消費にはプラスの影響が考えられる。一方、国際情勢により物価上昇、円安が進んでおり、日本経済全体にとってマイナス要素が大きくなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・消費の2極化傾向が崩れる材料に乏しく、底堅い富裕層、物価高騰に左右されて不安定な中間層という状況が大きく変わる事態は想定しにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス新規感染者の減少は好材料ではあるが、今後も続く各種の値上げは商品単価や家計への影響の懸念が大きく、先行きは不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、ロシアのウクライナ侵攻、円安、物価上昇など先行きへの不安要素が多く、余り回復は見込めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・まん延防止等重点措置の解除後も、ロシアのウクライナ侵攻や、様々な物の値上げ等に不安を感じるためか、消費に対して積極的な姿勢はみられないことから、景気は大きく変わらない。3年振りとなる規制のないゴールデンウィークとなり、旅行などを楽しむ人が増えることで、消費に対しても積極性が出てきて、良くなる方向に向かうことを期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・政府が新型コロナウイルス対策の方針を変えてくれない限り、何も変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・行政による物価対策やGo Toキャンペーン等の影響はプラスと見るが、一方で、ウクライナ情勢や為替、株価など不安材料もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・客の様子を見てみると、広告初日の価格を出した目玉商品や、ポイント何倍の日、あるいはタイムセールなど、同じ商品なら少しでも安く買い回ろうとしており、店舗の買い回りもみられる。そうした客の買い方はまだ続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・本当はやや悪くなると回答したいが、現状が余り良くないので、変わらないとしている。野菜などは相場が持ち直して上昇しているものの、それ以外の鮮魚、精肉、食品などは、品物が少ないということと、価格上昇が見込まれることなどから、余り良くない。
<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おり、食料品メーカーの値上げも相次いで行われているので、買い控えをする消費者も出てくるなか、現状から上向きになることは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価上昇圧力が更に強まってくれば、それに反比例して販売数量が落ちてくる。こういった現象がしばらく続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・近隣のイベントが再開されないままなので、特に変わりはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・前年比では少し上回っているが、新型コロナウイルス発生前の2019年頃の水準までに回復する見込みは薄い。リモートワークの定着などで購買行動自体が変わってしまっている。また、原材料の値上がりによる価格上昇が来客数の押し下げに響きそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・ウクライナ情勢悪化による影響が、値上げだけでなく、来客数にも少なからず出てきている。また、新型コロナウイルスも収束してはいないため、先行きはまだまだ不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・コンビニは生活に欠かせない場所のため、大きく変動することは余りない。2～3か月先も安定した水準で推移していく。立地がとても重要ではあるが、地域に根差すことができれば、安定して、なくてはならない存在としてこれからもあり続けていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルス感染者数が抑えられ、旅行等の機会が増えれば、衣料品の需要が高まる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・行き過ぎた円安、原材料不足、エネルギー価格の高騰、新型コロナウイルスの影響が、現在の景気に悪影響をもたらしている要因である。一つずつ解決できるかできないか、現時点では大きく改善する要素は見当たらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は今月余り芳しくなかったが、来月から大分在庫する予定になっている。また、販売は、半導体不足によりメーカーで生産がストップしているので、客の購買意欲がやや低下気味だが、2～3か月後には良くなる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・短期的には半導体不足の影響で、中古車販売などの利益が増える。ただし、長期的には、ロシアのウクライナ侵攻による影響で食料品や燃料価格などが上昇し、景気が悪くなるということで、結果としてはほとんど変わらないのではないか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・生産計画はまだ不透明であり、現状が続くと予想している。中古車市場は暴落するとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・出荷の正常化には相当な時間を要する見込みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・良くなると思える情報がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・世界的な半導体不足、中国上海のロックダウン等、厳しい状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・厳しい状況のまま変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから連休が始まると、皆外出するので、商圏が狭くなり、売上が伸びない。薬局なので、客足は減るのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・ロシアのウクライナ侵攻や新型コロナウイルスの影響が果たしてこの先どこまで続くのか、不安である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・昼営業では来客数が伸びているものの、夜営業ではまだまだ少ない。客単価は上がっている。ゴールデンウィーク明けの動向が予測できない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルス感染者数の増減いかんによるところが大きい。新変異株のことを考えると楽観視はできない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今もかなり悪いが、これから良くなることはなかなか望めないのが難しい。客も少しは戻ってきたが、まだまだ以前のようにない。パーティーも以前のように入っていないので、2～3か月先もほとんど変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・長い新型コロナウイルス禍に慣れた現在、同業種全体で売上半減は当たり前の状況である。しかし、新業態でスタートした店舗で、以前より繁盛している店もある（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が収束しないなら、何らか手を打ってほしいと、飲食業、観光業をしている人間の生活は成り立っていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言も何も出ていない状態で、東京都は新型コロナウイルス感染者数が高止まりしたままゴールデンウィークに入り、人が随分動いているようである。再び感染者数が増えとまん延防止等重点措置が再適用されるので、この先どうなるかは新型コロナウイルス次第であり、読めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症以外に物価やエネルギー価格が高騰していることから、飲食への出費を控えることが予想される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・取引先の新型コロナウイルス対応で一部元の状態に戻っていない部分があるが、これは感染状況が落ち着くのを待つしかない。したがって、今の状況が当面は継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・今後Go To Travelキャンペーン再開の検討等、良い案もあるかと思うが、やはりウクライナ情勢や新型コロナウイルスの影響が不透明なため、まだまだ先行きは分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・諸物価の値上がりにより、客の財布のひもが固い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・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	・確かに車と人の動きは良くなっていると思うが、タクシーの売上は全く伸びていない。この状態が一般化してきて、普通になるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・半導体不足のため機器の枯渇状態が続いており、まだ景気は良くならない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・新番組の引き合いは、動画配信アプリなどの活用と連動しており、今までのやり方が通じない。制作に関する制約や、放送のライセンス以外に課金する仕組みを持たないとやっていけないかもしれないというリスクを体感している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・プラス要素がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今後も物価上昇が続く限り、積極的な消費や景気の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・まん延防止等重点措置の解除後、転居の動きが出てきたが、動き自体は大きくなく、前年並みの契約数を維持するものと思われる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・5月はゴールデンウィークがあるが、旅行者が増える一方で、家でテレビを見ない客が増えると思われるため、引き続き加入者数の増加は見込めない（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）	・新年度がスタートしたばかりで、今後の動向がまだ不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・ウクライナ情勢と円相場が不安定なことによる。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が再発出されるかどうかに左右されているところがある。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響により、材料が高騰している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・既に景気が悪い状況が続いており、これ以上の悪化は考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまでは悪いままである。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルスが収束方向に向かわなければ、景気はさほど好転しない。販売量や単価にかかわりなく、新型コロナウイルスや世界情勢の影響が大きいと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規の問合せ件数などが前年よりも少ない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・基本的には年俸制の仕事なので、新規プロジェクトが入らない限りは今のままである。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス禍とロシアのウクライナ侵攻による影響は大きい。公共工事頼みの現況では、現状維持でやむを得ない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスとウクライナ情勢が収束しない限り、景気は良くならない。新型コロナウイルスについては、早く4回目のワクチン接種が進展することと、治療薬が普及することを期待している。また、政府による景気対策にも期待したい。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・来客数や情報数に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・今のところ良くなる見通しはない。若干の客は現状への理解があり、販売利回りが落ちているなかでの購入を検討している。相続対策の客は動くが、投資目的の客には厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・業界全体の景気が上向かないと動きが出てこないのではないかと。早く全体の景気が上向くことを期待している。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・良くなる理由がない。夏の暑さに期待するが、商材事情を考えると不安材料がある。6月頃まで電子レンジは全減である。他の商材も、納期を確認しないと客と話もできない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・米穀、雑穀、食品等を取り扱っているが、価格が上昇しているので、購買に非常に慎重になるのではないかと。物価指標も大変上がっているため、慎重な買物が続く（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻などの影響により物価が高騰している。あるいは、秋頃には値上げするとの情報を聞いている。所得が増えないなかで、消費は守りに入るため、やや悪くなると予想している。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・車で走っていると、今まであった建物を壊し、更地になっているところが目に付く。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・急速な円安の影響で、海外からの輸入商材に影響が出ると考えられる（東京都）。

▲	百貨店（営業担当）	・ウクライナ情勢、急激な円安、新型コロナウイルスの感染状況の影響から、物価の高騰が見込まれるため、良くなる見通しは立てにくい（東京都）。
▲	百貨店（経営企画担当）	・前年は緊急事態宣言後の伸びがみられたが、今年は物価上昇の影響もあり、前年比では厳しい状況になると予想している。食料品について、購買量は余り変わらなかったため、値上げによる売上増加も期待できたが、今回は購買自体を控える傾向にあり、今まで支えてきた食料品の売上減少が全体に与える影響が大きいと推測している（東京都）。
▲	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染防止での外出自粛の影響は大きく感じないものの、ロシアのウクライナ侵攻長期化による情勢不安、各種値上げに伴う生活防衛意識は継続する。
▲	スーパー（店長）	・今後も商材の価格見直しが続くため、買上点数ダウンの傾向が続く。
▲	スーパー（総務担当）	・ガソリンを始めとする光熱費が上がっており、食料品なども値上げが多くなっていることで、今後は買い控えや、余計な物を買わないといった行動がみられるようになってくる。給与、賃金が大幅に上がっていない現状では、売上が厳しくなると予想している。
▲	スーパー（仕入担当）	・物価上昇はまだまだ続き、円安による輸入原価の上昇と物流の遅延により、消費は冷え込んでいく。
▲	スーパー（販売担当）	・物価の上昇やエネルギー価格の高止まりもあり、客の心理は節約ムードが続くと予想している。販売の現場でも、買物リストを見ながら買い回る客が多く、無駄な物は買わないという一面ではないかと感じている。
▲	コンビニ（経営者）	・夜間、深夜帯の来客数が減少したまま改善の見込みがない。目先のセールの繰り返りで、客の購買意欲も上向かない。
▲	コンビニ（経営者）	・様々な物が値上げされる予定であり、消費支出が減る。新型コロナウイルスとウクライナ情勢が早期に落ち着くことを願っている。
▲	衣料品専門店（経営者）	・ウクライナ情勢の影響などもあり、石油を始めとしていろいろな物が値上がりしている。イベントについては、緩みつつあるもののまだまだ規制があり、いまだ商材の動きは鈍い。特に、祭事はまだ制約があるので、やや厳しい状況が続く可能性がある。
▲	衣料品専門店（経営者）	・商材の不足と値上げが顕在化してくるので、商材確保と値上げ幅圧縮の努力をしている。どちらにしても値上げをすることになるので、売上の減少が懸念される（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	・夏商戦を控えており、天候次第で商材の欠品による機会ロスが想定される（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅れの状態はまだまだ続く。客が新車を購入しに来ても、納車まで6か月掛かると説明すると、受注ができない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・輸出先のロシアが戦争をしているため、大きな影響が出ている。生産台数も減産傾向が止まらず、注文が入っても納車ができない。
▲	乗用車販売店（店長）	・納期遅延が解消しない限り難しい。
▲	住関連専門店（営業担当）	・世界的なサプライチェーンの乱れから、住宅設備機器の供給安定化の見通しが立たない。こどもみらい住宅支援事業等の需要喚起策はあるものの、商材がないことによる機会損失の影響は大きい（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス禍がまだまだ続くと思うので、来客数もそれほど伸びないとみている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・賃金も実感するほど上がらず、メディアの「値上げ」情報を耳にすることが多くなり、購買マインドは低下傾向になるのではないかと（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま横ばい又は収束に向かえば、新型コロナウイルス禍で初めての行動制限のないゴールデンウィークを迎え、来客数、販売量が前年比で増加し、好転基調になると予想されるが、ウクライナ情勢の思い掛けない長期化により、仕入原価の高騰もあり、景況としては悪化傾向にある（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・3～4か月後もウクライナ情勢次第である。物が入ってこないのが、経済がうまく回っていかない。消費、景気も決して良くなるらない。新型コロナウイルスが収束に向かっているにもかかわらず、なかなか上向いていかない。

▲	一般レストラン（経営者）	・長期間に及ぶ自粛生活の影響で、夜に飲みに行く客が大分減っている。また、ゴールデンウィークや夏のお盆など、ピーク時にお金を使うのでそれまでは節約するという志向が大分増えてきている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻や新型コロナウイルスの影響を考えると、経済は鈍化する一方な気がしている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・春休みやゴールデンウィーク期間中の人出増加により、若年層の間で新型コロナウイルス感染が急拡大し、家庭内や職場に広がり、まん延防止等重点措置が再適用され、一気に自粛ムードが広がる。さらに、円安が追い打ちを掛け、値上げが相次ぎ、景気は悪化の一途をたどる。
▲	タクシー運転手	・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、物価が高騰し始めている。既に今年早々上がっている物もあるが、その影響がかなり大きく、今後長引くのではないかと心配している。
▲	通信会社（管理担当）	・値上げの影響が続く見込みである。
▲	通信会社（営業担当）	・社会情勢が変化しないと、景気も良くなっていけないように感じる（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・夏には身の回り品の値上がりを実感してくると想定している。そのときに消費者が何を切り捨てるのか、様子見である。
▲	通信会社（経営企画担当）	・仕入れや費用の単価が徐々に上がっているが、売値を上げているわけではないからである（東京都）。
▲	競輪場（職員）	・全く先が読めない状況である。
▲	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが収束してほしい。
▲	設計事務所（経営者）	・設計業を営んでいるが、現在、設計事務所を閉鎖する動きが多少見えている。これ以上待っても新規客の獲得は難しいという考えなのか。当社は行政の指名入札参加を試みているが、行政の仕事も減っており、先が見えない。頑張らなくてはいけないと思っているが、現状は大変厳しい。
▲	設計事務所（職員）	・日本、世界の社会情勢に明るい兆しは見当たらない（東京都）。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・資材等の価格が高騰している。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新型コロナウイルス後の動きとして注文が入り始めている一方で、資材価格の高騰が止まらないため、生産に影響が出ている。そうしたことから、全体として景気の上昇に歯止めが掛かる恐れがある（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先、新型コロナウイルスの感染状況が多少落ち着いてきたとしても、ウクライナ情勢の影響から、とにかく景気が良くなるような要素が何もないので、恐らく現在のようないい状態が続く（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・物価が上昇している。
×	スーパー（経営者）	・商材の値上げが相次いでおり、ますます客の動きや販売量の減少が見込まれる。
×	スーパー（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻終結の見通しがまだ全然立たないことと、それに伴う原材料の値上げや客の不安がある。新型コロナウイルスは少しずつ落ち着いてきているが、円安による先行き不透明感、また、自分を含めて一般サラリーマンの給料が上がらないなかで物価だけが上がっているという状況を踏まえると、3か月先は今よりも景気が悪くなるのではないかと（東京都）。
×	スーパー（ネット宅配担当）	・原油高、円安、穀物の価格高騰など、マイナス要素が多過ぎて今後の見通しが不透明だが、景気自体は悪くなり、より節約志向が強くなる。
×	コンビニ（経営者）	・ウクライナ情勢が影響してくる（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・急激な円安とロシアのウクライナ侵攻により商材の原価が急上昇することが見込まれ、価格転嫁が必要となっている。
×	衣料品専門店（従業員）	・世界情勢が不安定で、商品単価も上がることで、ますます売上が悪くなる。
×	ゴルフ場（経営者）	・スタグフレーションが始まっている。
×	ゴルフ場（従業員）	・経済と新型コロナウイルス感染拡大防止の両立となり、各地ににぎわいが戻ったように報道されるが、まだまだ恐怖を感じて、行動には移せない人が多い。さらに、ロシアのウクライナ侵攻は収束が見えず、円安、物価上昇、車の部品調達や住宅資材の不足がまだまだ続くと思うので、景気悪化は避けられないのではないかと。

	×	ゴルフ場（経理担当）	・円安下での原油、原材料価格の高騰、輸入品を中心とした物流の混乱により、スタグフレーションが更に進行する懸念が強い。業務上不可欠な資材に調達遅れがみられ、必要性が高い設備投資にも着工の遅れが出ている。資材の先行調達や要員確保など、BCPを強く意識した運営が必要である。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・元々不登校の生徒たちのなかには、新型コロナウイルスやウクライナ情勢に関して自分のことのように感じ、来なくなる子も多くいる。今後も生徒は減っていき、景気は悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・材料が値上がりしているなかでは、設計の計画もなかなか思うようには進まない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	金融業（従業員）	・長引く新型コロナウイルス禍において、事業を継続していくために業態転換や機械化促進などに取り組む事業者が以前よりも増えてきている。一方、原材料価格の高騰や急速な円安進行については、これから更に事業への影響が大きくなることを危惧する声が多く聞かれる（東京都）。
	◎	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・新規で受注した仕事以外の仕事も増え、売上増加が見込める。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注件数、売上高などを見ると、景気は回復傾向となっている。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により人の動きがなくなっている状況が解消されつつあるので、もう少し良くなる（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・新型コロナウイルス対策に伴う規制が解除された通常スタイルで物事が動きだしていると感じる。ようやく年間計画どおりに動いており、先を見越した案件の引き合いが増えているので、現状より良くなる。
	○	その他製造業〔靴〕（経営者）	・今まで普通に商いができていたのが新型コロナウイルスの影響でやや悪くなり、それがここにきてやや良くなっている。要するに、新型コロナウイルス発生前に戻っているということである。
	○	金融業（役員）	・新型コロナウイルスの影響、ロシアのウクライナ侵攻等の長期化にもよるが、先行きについては卸売業、サービス業共にやや良化する見通しである。
	○	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にあり、ウクライナ情勢も徐々に好転するのではないかと期待感がある（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が現状のままが増えてこなければ、今まで中止になっていたイベント催事も実施の方向で動き始める。
	○	広告代理店（従業員）	・まん延防止等重点措置が解除された頃から、問合せや相談件数が増えている。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）	・ゴールデンウィーク後に新型コロナウイルス感染者数が増えることが心配である。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今後も受注量は少ない見込みである（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当店は飲食店がある中に立地しているが、新型コロナウイルスが長引くなかで、飲食店からのショップカードや店長の名刺など、印刷関係の仕事が相変わらず低迷し続けている（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・新型コロナウイルス対策のまん延防止等重点措置の解除により、工事が再開され始めたので、商品の荷動きが良くなりそうである。
□	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルス発生前と消費動向がどう変わってしまったのか極めて不透明で、不安感が強い。景気回復を待ち望んでいるが、2～3か月先の期待できる話が聞こえてこない。	
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大防止のための人の移動規制がなくなったが、諸物価が上がっていくなかで、これからが本格的に値上がりしていくときだと思うので、景気の動向は横ばいか少しマイナス気味になるのではないかと。	
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向はみられないが、医療品容器に関しては新型コロナウイルスの影響で滞っていた海外工場が稼働し始めたので、期待している。ただし、確証がないので何ともいえない。	

□	金属製品製造業（経営者）	・一部の得意先が少しずつ動き出しているようなので、幅広く受注活動に力を入れて努力する。
□	金属製品製造業（経営者）	・ロシアとウクライナ問題、原材料の価格アップ、新型コロナウイルスの問題など、解決していないことが多いので先は非常に読みにくい。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスに加えてロシアのウクライナ侵攻が始まり、人の流れが途絶えている。海外での展示会がほとんど中止になり、せつかくの円安でありながら輸出もままならない（東京都）。
□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは、今年度大幅増産をもくろんでいたが、海外での部品調達が安定していないため、生産計画の見直しが必要となっている。今後も当初計画に比し、減産となる可能性が高い。
□	その他製造業 [化粧品]（営業担当）	・為替の影響を大きく受けており、粗利の減少が著しい（東京都）。
□	建設業（従業員）	・ウクライナ情勢による物価上昇がいろいろなところに影響してくる。
□	輸送業（経営者）	・政府の燃料価格へのてこ入れにより、価格高騰に歯止めが掛かることを期待したいが、今の市場を考えると大幅な値下がりには難しい。また、取扱量の増加要因もないため、当面厳しい環境が続くものと推測する（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出量が全くない。今後もこの現状が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・当面は不透明な状況が続く（東京都）。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が減少傾向にあるので、やや良くなるかもしれないが、日々の感染者数は何千人単位で計上されている状況なので変わらない。
□	金融業（総務担当）	・燃料価格の高騰が観光業や運送業に影響しており、売上や利益が減少する可能性がある。新型コロナウイルスもまだ警戒レベルであり、飲食業を始め、関連業種でも売上増加には程遠い（東京都）。
□	不動産業（従業員）	・不動産価格においては下降傾向になく、現状の高価格帯を維持する（東京都）。
□	税理士	・米国の景気は、インフレが進んでいるが、利上げも実施するということで、やや回復してきて良くなっているようである。中国の景気は、上海や北京で新型コロナウイルス感染者数が増えており、弱くなっている。この2つの大国の景気がどのような形で日本に影響してくるかによる。日本の中小企業は相変わらず悪いと思うので、3か月後も変わらない（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）。
□	その他サービス業 [映像制作]（経営者）	・中国上海でのロックダウンの影響やウクライナ情勢、円安の更なる加速が見込まれることから、企業もその対応に必死になっており、広告宣伝、研究費などへの拡大は見込めないため、今の厳しい状況のまま変わらない（東京都）。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・メーカーの工場の減産や稼働停止が予告されているので、今後その影響が出てくる。
▲	精密機械器具製造業（経営者）	・受注量が減ってきている。物資が入らず、生産計画どおりに生産ができず、物価や人件費の高騰が追い打ちを掛けている。中国上海のロックダウンは影響が大きいと予測している。
▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス及びウクライナ情勢の影響で、景気減退がこの先も続く。
▲	建設業（営業担当）	・資材価格は高止まり傾向が続いているので、購買意欲が低下すると予想している。
▲	輸送業（経営者）	・企業の新型コロナウイルス関連無利子融資の返済が始まるが、新型コロナウイルスが収束していないので、業績が戻っていない状態での返済は、企業にとって厳しい。また、ウクライナ情勢、円安、電力不足などの問題があり、先行きは見通せない（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス禍において、何とか時代に合わせた対応が必要だが、皆元気がない（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染のくすぶり、円安、諸物価の高騰など不安要素が多く、しばらくは景気回復のめどが立たない。
▲	経営コンサルタント	・円安などの進展が予想され、経費増加が更に進む。消費者が消費を増やす傾向にあるとは考えにくい。

	▲	税理士	・ロシアのウクライナ侵攻が続き、景気はますます悪くなる。賃金、収入は横ばいのまま物価だけが上昇しているため、景気は好転しない。
	▲	経営コンサルタント	・様々な経費の単価が上がる方向で、大変厳しい環境になりつつある（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻によるエネルギーや原材料の不足、価格上昇が継続し、受注量、利益共に低空飛行が続くことが予想される。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができなければ現状維持だが、欠員が出た場合、募集単価が上がっているので、その分収益を圧迫する（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にあることは良い要素だが、ロシアのウクライナ侵攻、円安の影響共に燃料費や輸入穀物価格に直結しているので、悪く感じる（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・良くなる要素がない。
	×	建設業（経営者）	・価格が高騰し、品物が数か月掛かる状況のため、客は注文を控えるようになっている。
	×	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻、円安の影響により、物価の急激な上昇による買い控えが発生し、各メーカーの宣伝費が少なくなるのではないかと懸念している（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣求人数に関しては今後も増加が継続していく見込みである一方で、派遣社員の不足感を増してきており、求人数に対しての契約数のバランスがより崩れていくことが予想される（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・派遣契約数は3月末終了の件数が増加している。新型コロナウイルス禍において、これまで派遣社員側からの契約終了希望は非常に少なかったが、前月は非常に増加した。新型コロナウイルスの影響も落ち着いてきており、人材が流動化し始めている関係から、数か月先の見通しは景気回復傾向にある（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・当社、周辺企業共に採用数が増えている。新卒採用意欲も高い企業が多いようである。新型コロナウイルスの感染者数は余り減ってはいないが、今のままの状態が続けば、景気は上向いていくのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・予約が徐々に増えている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に求職者の高齢化がみられるが、仕事のやり方もそれに応じて変わってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人者の動きが落ち着いており、新型コロナウイルス特需のようなものも今後は見込めない。製造、物流、事務のオーダーは堅調であり、今後も維持できる見込みである。
	□	人材派遣会社（支店長）	・企業業績がロシアのウクライナ侵攻と円安の影響を受けており、一時的なりソース不足を派遣で対応する一方で、人材紹介のニーズはまだまだ低調である（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・世界情勢等のネガティブな要素はあるものの、日本の製造業でのエンジニア不足はまだ改善されず、今後も好調な状態が継続することが見込まれる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多くなっているものの、まだ景気が良くなるという決め手がない。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・いまだに続いているロシアのウクライナ侵攻により、原油や小麦価格が高騰し、それに伴い物価が上昇するなどのマイナスニュースがある。また、終わらない新型コロナウイルス禍による労働環境への影響、金利の引上げによるローン返済負担の拡大など、不安要素が絶えない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・2～3か月先では、大きく変わることはない。緊急事態宣言の再発出などで経済がストップしない限りは、このままの景気が数か月先まで続く。悪いときに比べると、忙しくなり求人数は増加しているが、それでもまだ人々の消費行動は制限されていると感じる。更に制限がなくなり、消費行動が活発になることで、求人数は上向き、景気が良くなっていると強く実感することができるようになる。

□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べて1.7%減少しており、4か月ぶりに前月を下回ったが、前年比では3.0%増加しており、4か月連続して前年同月を上回っている。前々年同月との比較では16.6%の減少である。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・気候が良くなり、外に出る人が増え、消費が伸びると考えられるが、世界情勢への不安から物価上昇の心配もある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・原油価格の高騰により企業の業績が多少悪化し、採用を見直す企業が出てくる可能性がある。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの景気への影響は大きくなったり小さくなったりすると思うが、ウクライナ情勢が加わるので、やや悪化する（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス需要が収まれば、その分通常の営業ができなかったことのマイナス面が出てくる（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・物価上昇指数及びウクライナ情勢の影響によるものである。
▲	職業安定所（職員）	・ゴールデンウィーク中の人流増加による新型コロナウイルス感染拡大の懸念に加え、ロシアへの経済制裁に伴う諸物価高騰の影響により、経済失速の可能性が高まっている。
▲	職業安定所（職員）	・原材料高、原油高に加えて円安の影響が経営に響いてくるとの声、管内企業から多く聞かれる（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・新型コロナウイルス感染第7波や輸入の関係で落ち込む。