

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)	◎	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・3か月前の新型コロナウイルスオミクロン株がまん延していた頃と比較すると、社会的な行動制限が緩和された影響もあり、公私問わず外に出かけるシーンが増え、関連する消費が足元で盛り上がりを見せている。特に、富裕層の消費には力強さがある（東京都）。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・1～2月は行政の自粛要請が継続中であったため、5月は3年ぶりに制約のないゴールデンウィークであったことから人流が増加し、状況も改善している。ゴールデンウィーク期間中、特に良かったのは特選品、時計、弁当、総菜である。不振カテゴリーであるファッションも久しぶりに悪くなかった（東京都）。
	◎	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てから、やはり週末などは飲みに来る客でにぎわっているが、平日夜の会社等の集まりは8人以下など、少人数の宴会が少し入るだけで、まだ大人数の宴会は入ってきていない。戻るにはまだ時間が掛かるのではないかと（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの客の取り込みは新型コロナウイルス発生前をほうふつとさせるものだった。スポーツの世界大会開催にかかわる特需期間もあり、5月は良い成果を上げられている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量が前年同期比で200%を上回る日もあり、1か月で見ても30%増加している（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月はゴールデンウィークもあり、個人の国内旅行を中心に順調に販売が進んでいる。また、緊急事態宣言等が解除されているので、修学旅行も計画どおりに進んでおり、その売上も前年に比べれば大変伸びている。以上のことから非常に良くなっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・人が街に出てくる機会が圧倒的に増えており、ゴールデンウィークのイベントも、遠方から客が来るようになっている。クレジットカードの取扱高も少しずつ回復している（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・5月に入って若干動き出した気配があり、2年間なかった受注が入っている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	お客様の様子	・少しずつ客足が戻ってきている。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の2月は卒業式、入学式の前であり、ふだんでも売行きが良くない。それと比べると、5月は母の日や野菜の植付けのシーズンなので、やや良くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・今月はトップシーズンでもあり、売上は前年より良くなっている。しかし、来客数が減少しているので、今後が心配である。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・気温上昇と新型コロナウイルス感染者数の減少により、週末には家族連れが多く見受けられる。レストラン街での規制も緩和されたことにより、昼食時には行列が復活している。また、食品の値上げを控え、日配品のまとめ買いもみられる（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が漸減し、行動制限が緩和されるなかで、日常生活の行動範囲も広がり、来客数が増加している。売上もファッション関連商材を中心に伸びており、3か月前と比べると景気は良化している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染状況の改善に伴い、来店状況も改善してきている（東京都）。

○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東京都は3月22日より「リバウンド警戒期間」とされており、5月22日に解除された。一部店舗では依然として短縮営業を実施しているが、売上は伸びている。通勤者も徐々に増加しており、人流は回復傾向にある。ゴールデンウィークは長期休暇を取りやすい日並びで、まん延防止等重点措置が解除された直後でもあり、来客数が大幅に増加した（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の出口が見えつつあるなか、来客数や買上点数、金額などは一定程度改善している。特に、ゴールデンウィークの好調さが際立っている（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にも落ち着きが見られ、4回目のワクチン接種もスタートし、制限緩和に向けた検討が進み始めたなか、人の動きも活発になってきている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・まん延防止等重点措置期間中であつた3か月前との比較では、前年比での売上が増加していることから良くなつてはいるものの、新型コロナウイルス発生前の状況には戻っていない。
○	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言再発出による休業影響もあり、前年同月比でみると販売量が大きく伸長している。まん延防止等重点措置解除後の来街者数増加に伴い、売上も徐々に回復傾向にある。食料品は若干厳しいものの、衣料品、時計、宝飾品等の高額品の動きが出てきており、収益も回復している（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・行動規制のないゴールデンウィークを中心に人流が回復しており、販売量についても上向き基調にある（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・外出する人が多くなり、来客数が伸びている。ただし、購買力のある富裕層を対象とした商材の動きだけは良いものの、中間層の消費意欲は必ずしも戻ってきているとはいえない。
○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク頃から、靴や衣料品など最近動きの悪かったカテゴリーが売れてきている。新型コロナウイルス禍で食料品しか売れなかった巣籠り需要から、外出をきっかけとした消費に軸足が移ってきている（東京都）。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・値上がりや社会情勢等の不安要素はあるが、来客数は2けたで伸長している。新型コロナウイルス感染状況の落ち着きや季節の変化から、外向きの関心が高まっている。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べると、気温上昇によりソフトドリンクなどの飲料が売れている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のイベントが増えてきて、来客数も増えてきている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニエンスストアを複数店舗経営しているが、やはり夜8時以降の来客数が増えてきた印象がある。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・5月は天候不順であつたが、売上が僅かに前年を上回っている。
○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年や前々年に比べると、ゴールデンウィークでの売上が伸びたことや、ゴールデンウィーク後も通常に出社している人が増えたことで、前年を上回る傾向が続いている（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・見込みどおりのセール成果が出てきている（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・旅行やイベントなどが増えてきているように感じる。気温も上昇して需要が広がっている（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ドレス事業は、4月に続き5月も婚礼等で使用するゲストドレスが伸長していることに加え、演奏家を使用するステージドレスも前年比2.5倍程度と好調に推移し、新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。着物事業においては、浴衣需要が徐々に回復基調にある（東京都）。

○	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・外出する人の増加に伴い来客数も増えており、特に土日の客は多くなっている。中国上海のロックダウンの影響で欠品が多いエアコンの動きが早い。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークもあり、ガソリンの販売量は増えたが、軽油や灯油は減少している（東京都）。
○	高級レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数が微増し、客単価も上がっている。ドリンクが出るようになってきた。
○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・5月度の売上は、2019年比で60%である。ゴールデンウィークを境に、一時の厳しい状況からは回復傾向にはある。ただし、その内訳は個人利用が中心であり、法人利用は依然として各社で様々な規制が設けられていることが多い（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	それ以外	・今夏、今秋の予約、イベント、ケータリングなどの問合せが増えており、回復基調にあるように感じる（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・個人単位でのレストラン利用は着実に増えているが、法人利用は新型コロナウイルス発生前と比べると依然として少ない。根底には「集うことは良くない」と、ネガティブなマインドがあることがうかがえる（東京都）。
○	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者数が随分減ってきて、消費者が外に出るようにもなったので、来客数は多少増えている。表情をうかがっても、マスクを外している客も大分増えてきて、少しずつ来客数、売上共に良くなっている。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月1～26日までの前年比は売上84.7%、来客数84.7%である。今月5月1～28日までの前年比は、売上120.8%、来客数120.9%である。ただし、新型コロナウイルス発生前の前年同月比では、売上48%である。規制緩和になり、協力金や支援金等がなく、客も新型コロナウイルスに慣れて外食しなくなっている。この時期が一番苦しい（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・リバウンド警戒期間が解除され、マスクの使用制限も多少緩んだことから、来客数が多少増え、以前よりも少し高価な物を注文して楽しい時間を過ごして帰る客が多くなっている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・やや良くなっているといっても、新型コロナウイルス感染対策で規制が掛かっていた時期に比べてというだけの話である。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・休日の来客数は新型コロナウイルス発生前の状況に戻っているが、平日は夜の時間帯の引けが早く、生活スタイルの変化を実感している。特に、夜9時以降の来客数の回復については、かなり時間が掛かるとみている（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	お客様の様子	・今までは家族か1人での来店が多かったが、友人同士、商談での来店客が増えている（東京都）。
○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	来客数の動き	・在宅勤務等の影響で、一時は食堂の利用者数が落ち込んでいたが、徐々に回復基調に転じ、今は比較的安定した動きになってきている。ただし、パーティー需要だけは低位安定の状況が続いている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全体的には新型コロナウイルス収束の方向に向かってはいるものの、まだ警戒感があり、宴会部門における法人利用が戻ってきておらず、非常に足を引っ張っている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3月のまん延防止等重点措置解除以降、徐々にではあるが土日祝日及びランチを中心に個人客が戻り始め、販売量も増加傾向にある。企業は大手を中心に会食についての慎重な姿勢を崩しておらず、本格的な景気の回復までには至っていないが、良い流れになってきている。

○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行も少しずつ販売を再開し、ハワイ方面の予約が入ってきている。その他の方面は、この後動いてくる見込みである。海外旅行にとってはこのタイミングでの円安は痛手だが、一方で訪日旅行には追い風となるため、期待している（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・果物狩りのツアーが順調に入っている（東京都）。
○	タクシー運転手	それ以外	・まん延防止等重点措置が解除され、年度も替わって新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたように見える。タクシー需要も回復してきたようで、都心の夜間の酔客も、ようやくまたに出没してきている。ローカルも同じように人出が増えてきており、景気は上向いている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けに思っていたより利用があり、驚いている。まるで新型コロナウイルスが収束したかのように昼、夜と利用客があり、徐々に仕事が回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感染者数が減っているわけではないのだが、世界中で規制が緩和されていることで、国内にもその流れが大分出ている。週の初めはそれほどでもないのだが、週末にかけてはかなり人出がある（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの利用客がやや増えている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客へのアプローチの際、新型コロナウイルス起因の拒否感や薄れつつあるように感じられる。営業活動自体も新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。
○	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・案件獲得数の増加がみられるものの、四半期における終了案件もあるため、微妙なところである（東京都）。
○	通信会社（局長）	販売量の動き	・在宅勤務者も継続しているため、インターネット回線の需要がある。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・DX化の浸透により、関心は高まっているものの、新型コロナウイルスの感染拡大や半導体不足、ロシアのウクライナ侵攻による予測不能な状況の影響などで、取組には温度差がある（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・規制がない久しぶりのゴールデンウィークは、各日まんべんなく来場があった。テレビでは旅行者が多いとの報道があり、郊外型の当店舗では来客数が落ちると想定していたものの、それほどの落ち込みはなかった。
○	パチンコ店（経営者）	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収まっていないが、ウィズコロナ、ポストコロナに社会全体が向かいつつある。ゴールデンウィークを契機に、人々の動きが活発になっている。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・3年ぶりのゴールデンウィークは動きが良かった（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、今までは仕事の情報が入ってこなかったが、今月に入って行政からの指名が大変多くなっており、仕事はかなりプラス方向に向かっている。ただし、民間の仕事ではまだまだフリー客との打合せができない状態なので、これが少しでも前向きに進んでくれたら良い。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・契約を更新してもらった案件と、新たに契約を結んだ案件がある。

○	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106%を達成し、3か月前と比べても約6%増加しており、やや良くなっている。ウッドショック、アイアンショックにより、大手住宅メーカー各社が相次いで建築費の値上げを発表しており、当社も来月から値上げせざるを得ない状況である。前月、前々月と景気は非常に悪い状況であったが、今まで検討していた客からの建築費値上げ前の駆け込み需要で販売が増えている。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・商店街の人通りはかなり増えてきたように感じるが、来客数は余り増えていない。販売量も大体今までどおりである。もう少し何とかしたいと思っているが、なかなか思うようにいっていないというのが現実である。
□	一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・最近、特に食品が目立つが、値上がりの話を耳にする。そうすると、やはり買物を控える人も相当多くなるのではないかと。当店の商材は買い控えには該当しないかもしれないが、非常に厳しい環境であることは事実である。
□	一般小売店〔文房具〕(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数がゴールデンウィーク明けに増加するのではないかと言われていたため、感染を警戒してか、5月中旬以降の来客数は若干ではあるが減少傾向にある。全般的に今月の来街者数は3か月前とは比較にならないほど増加してはいるが、入店するより感染リスクの低い「街歩き」と「短時間での買物」が中心になっているような気がしている(東京都)。
□	一般小売店〔眼鏡〕(経営者)	販売量の動き	・来客数は以前より増えてきた感があるが、売上が良くなったと思えるほどではない。
□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・例年のことだが、新茶の時期とはいえ、それほど注文が増えたわけでもなく、いつもどおりの注文を何とか確保している状況なので、特に景気が良くなったとは思わない。今後人出が増え、イベントができて、人が動くことでお茶が売れることを期待している(東京都)。
□	一般小売店〔書店〕(営業担当)	販売量の動き	・新年度向けの販売が落ち着いてきたため、販売量も抑えられている(東京都)。
□	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・天候不順で中旬は厳しい状況であったが、前年比で来客数、売上共に増加している。ただし、高額品の動きは鈍く、目標値に大きくマイナスしている。
□	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・全ては政府のコロナ対応次第である。日本は全てが遅過ぎる(東京都)。
□	スーパー(販売担当)	単価の動き	・競合店との価格競争などで、平均単価が前年より下がっている。客の買上点数自体は前年を上回っているものの、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルの買上額がなかなか前年に到達しない状況が続いている(東京都)。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・以前に比べて、値下げ商材を積極的に購入する客が増えてきている。特に、加工食品は賞味期限が近い商材であっても抵抗なく購入している。また、客によってはデイリー商品等は賞味期限が短い商材を選んで購入している場合もある。
□	スーパー(店長)	単価の動き	・来客数、買上点数は前年並みを維持しているものの、客単価の上昇がみられない。日々低価格で必要最低限の食材しか購入していない様子である(東京都)。
□	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・衣料品、食品、住まいの品、トータルでは前年並みだが、内訳は、衣料品、住まいの品が前年を上回っている一方、食料品は3~4%悪くなっている。特に、肉、果物、野菜、魚の生鮮製品の落ち込みが大きくなっており、前年に比べて客が外に出て家での食事が少なくなっていることがうかがえる。ただし、簡便メニューについては売上が伸びている。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・良くも悪くも、景気に余り左右されないところがコンビニの強みでもある。来客数はここ数か月で大きく変わっているわけではない。人出が極端に変わる都内の店舗とは違い、都市部から離れたコンビニは地域住民が中心の客層になるため、生活必需品を購入することになる。そのため、数か月前と比較しても景気自体に大きな変化を感じるほどの動きは今のところない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・肌着、靴下、雑貨などは前年比をクリアしているが、アウター等は悪い。食品の値上げのしわ寄せがきており、余分な支出を抑えている感じがする。そのなかでも、介護施設の面会制限解除により、リハビリパンツ、前開き肌着、ラクラク靴下等の動きが良い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・5月に入り、ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染症等々の影響を受ける状況下、客の動向は前年の同時期を超える動きもある、一方、レジ精算の単価は逆に前年を下回っており、結果として、売上は前年を若干下回っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売では相変わらず納期が遅れており、受注できても登録できない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べても差がない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・ウクライナの戦争及び新型コロナウイルスの影響による半導体不足のなかで、新車を発注しても納期が随分と遅延し、客がキャンセルしてしまうこともある。また、新車が入ってこないの、中古車市場も高くなっている。そうしたことから、車がなかなか売れず、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産正常化の兆しが見えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・ボーナス商戦にもかかわらず、前年を割っている。半導体、部品不足が解消しないとなかなか上向きにはならないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・中国上海のロックダウンの影響で車の納期が遅れているが、ナビゲーションも大幅に遅れていて、納車ができない（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	・来客数は増えず、販売量も余り増加しないので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・平日に通勤、休日に外出する人が徐々に増えてきているものの、販売量の動きに大きな変化はみられない（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	・新型コロナウイルス感染リスクが軽減され、客足にも活気があふれているが、購買マインドは向上していないように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の3月は結構忙しい時期である。これから先ケータリングが少しずつ増えてくれば少しは良くなるが、今のところまだ始まっていないので、3か月前と比べると余り良くない。
<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、日常がやや戻ってきたように感じられるが、新型コロナウイルス発生前には戻っていない。総体客数の半減は変わらないが、従業員を減らし、テイクアウト過重で新しい業態とした感触は良好である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・4月に飲食店への規制が解かれ、一時的に景気が上昇したかのように見受けられたが、その後、来客数が伸び悩んでいる。全体的に外食する人口が減っているように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客にいろいろと電話をかけているが、新型コロナウイルスが完全に終息したわけではないので、まだもう少し考えさせてほしいと言われている。

<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の問合せが数件出てきている。しかし、この先の新型コロナウイルスの感染者数が少しでも増加した場合は頓挫することになる点は変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・インバウンドの受入れを再開し始めたので、その動きがいつ出るかによる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・前年同時期と比較すると販売量は2割ほど伸びているが、新型コロナウイルス発生前とは比較にもならない低成長である。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・人流が新型コロナウイルス発生前までには回復していない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・前月に引き続き、新規契約の客が出ています。ただし、残念ながら大口契約の切り分けをカバーできていないため、回復基調とは言えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビの契約数は余り伸ばしていないが、インターネットと電力、モバイルは上向きになっている。ただし、ARPUの伸長は鈍化しているので、利益は横ばいである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	単価の動き	・いろいろな物の仕入値が上がっているにもかかわらず、客に対して値上げはしにくく、利益が少なくなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・来客数に大幅な変動はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（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、一度は減少した来客数も5月に入り回復傾向にある。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・ゴルフが新型コロナウイルス禍においても感染リスクの少ないスポーツとして定着し、5月という季節的要因もあって、稼働率が高い状況が続いており、会員権価格も上昇を続けている。一方、水道光熱費や諸資材の高騰は利益の圧迫要因であり、直ちに価格転嫁し難いこともあって利益の確保が難しい状況が続いている。企業名を冠したコンペや接待需要も回復しつつあるが、新型コロナウイルス発生前に戻ったとまでは到底評価できない。レストランなどで感染予防のため運営の自主規制を設けていることも、併せて収益圧迫要因である。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	来客数の動き	・客の動向としては、先行きをいろいろと考えている様子がみられる。そういった意味で、状況はまだなかなか好転していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	来客数の動き	・紹介の客がやや少なくなっているが、既存の客が支えているので、景気が悪いとまではいえない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件は当分厳しさが続くが、官庁案件は例年並みの受注が見込める。新型コロナウイルス禍で軸足を官庁に移したので、仕事量はほぼ横ばい状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・現在進行中の物件も、材料及び納品が決まらず、なかなか前へは進まない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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、外国人観光客が来てくれることを期待している。工事請負業務も少ないため、良くない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量はこちら数か月大きな動きはない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べて大きな景気の変化は感じない。土地不足、地価の高騰は続いており、ウッドショックの影響も依然として感じている。土地代、資材高騰による厳しい状況は変わらない。

□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず相談が非常に少なくなっていると同時に、決まるまでに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少しずつ大型案件などが目に付くようにはなっているが、実際の注文に結びつくまでには期間が必要で、大きく伸びるのははまだ先である（東京都）。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・理由が分からないが、落ち込むばかりである。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除になり、人出が増えて、国内旅行などに出掛ける人が多くなり、巣籠り需要が減少したため、ゴールデンウィークの売上は伸び悩んだ。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。例年5月は売上が一旦落ちるが、今年は特に減っている。天候が不安定なためエアコンが売れていないことが原因である。また、新聞を取っている人が減っているために新聞広告を減らしたことも一因ではないか。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・様々な物の価格が上がっており、来客数が減少している。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・前月に支店を閉じた際、1か月にわたる閉店セールをしたため、その売上は良かったが、今月は反動で、営業を継続している本店の売上が前年よりは伸びているものの、予定値までは達していない。特に、来客数が減ってはいないまでも伸び悩んでいる。また、外商も、ちょうど物件と物件のはざ間で大型物件がなかったことから、期待値には届いていない。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・物価高に付いていけない感じがする。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークにお金を使ったためかもしれないが、客が節約志向になっているようで、来客数が減っている。加えて、値上げによる買い控えや、今年は少し降雨が多いことなども影響している。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・外食や外出をするようになったが、値上がりしているため、スーパーでの買物はシビアである。
▲	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は103%と上がっているものの、それ以上に販売量、販売口数の減少が大きく、現状は非常に厳しい（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・食品の値上がりや品薄が何段階も繰り返され、必要な物のみの購入となっている。来店頻度も減っており、一度に次回までの分をまとめて購入するという生活パターンで、天候が悪くなると極端に来客数が減少してしまう。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・各企業から商品値上げの発表が続いており、消費者としては生活防衛のために節約せざるを得ない状況に追い込まれている。さらに、ウクライナ情勢や新型コロナウイルスなどの先行き不透明感もあり、とても消費拡大には向かいにくい。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量が減ってきている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間の来客数が大幅に減少したまま改善していない。特に、深夜帯はほぼゼロに近く、住宅街に立地するコンビニの厳しさを感じている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・1本買ったらもう1本プレゼントというようなプラスアルファのセールをやっても、売れていない。
▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・月前半は良かったが、中盤以降、来客数、売上共にさえない。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・今年前半まで堅調に推移してきた大型の付加価値商材の売上に陰りが見えてきている（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・半導体不足により生産遅延が大きく発生している。解消する見込みも立ちにくいので、客が二の足を踏んでいるケースも見受けられる。



▲	乗用車販売店 (営業担当)	それ以外	・自動車販売は半導体不足、中国上海のロックダウンの影響を受けており、車種によっては1年待ちになる。客に供給できないので全体の販売台数が落ち込んでいる(東京都)。
▲	住関連専門店 (統括)	来客数の動き	・来客数は、新型コロナウイルスの影響により半減している。まだまだ以前のような来客数の流れにはなっていない。
▲	その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	販売量の動き	・今回は例年に比べて購買点数や単価が全く上がらない。ゴールデンウィークの行楽によって、日用品などに対してはふだん以上にシビアになっている可能性がある。
▲	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	単価の動き	・仕入値や経費の値上がりで厳しくなっている(東京都)。
▲	一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・物価の高騰なども原因にあるのではないかと。
▲	通信会社(経営者)	販売量の動き	・受注案件について、半導体不足のため納品できない状況が続いている(東京都)。
▲	通信会社(社員)	競争相手の様子	・5月については、同業他社で0円プランがなくなることで、MNPを利用した乗換え契約が増えている(東京都)。
▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・必要最低限のサービスを選択する客が多くなっており、契約数が伸び悩んでいる。
▲	通信会社(経理担当)	単価の動き	・解約は平均より客単価が高く、加入は平均より客単価が低いので、契約者数を維持しても売上が減っていく。一定数の契約者数を増やすことで売上が前月並みになるという状況である。
▲	通信会社(管理担当)	それ以外	・顧客獲得は年度末から盛り返しているものの、電力費用の上昇や半導体不足によるサプライチェーンの乱れから、支出の増加への影響が強くなっている(東京都)。
▲	競輪場(職員)	販売量の動き	・売上は悪いままで厳しい状況が続いている。6月から映像番組の編成を大きく変えていくので、これからの流れに注目したい。まずは視聴率を上げていくことで購入してもらえるよう努力する。
▲	その他レジャー施設[複合文化施設](財務担当)	単価の動き	・水道光熱費が上昇している(東京都)。
▲	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、来店頻度が鈍っているような気がする。
▲	設計事務所(所長)	お客様の様子	・材料費が非常に上がっている。これからも仕事量が減る。
▲	設計事務所(職員)	それ以外	・会社の受注状況に顕著な変化はないが、市場動向の停滞を感じる(東京都)。
×	一般小売店[家電](経営者)	販売量の動き	・夏商戦のスタートに伴い、エアコンについて問屋などから今後入荷の見込みがない商品が出てくるといわれている。つまり、どんどん売りたいくても、売れる商材がなくなっていくことかと、つくづく不安になっている(東京都)。
×	一般小売店[家電](経理担当)	それ以外	・先に予約しておいた物も多少はあるが、中国上海のロックダウンと半導体不足の影響により、商品入荷の見込みが立たない。
×	一般小売店[家具](経営者)	来客数の動き	・景気は非常に悪い。来客数が少なく、販売もかなり厳しい。物価が上がってきているので、やはり景気が悪くなる兆候なのではないかと(東京都)。
×	一般小売店[食料雑貨](経営者)	お客様の様子	・消費意欲が低下している。
×	スーパー(店長)	来客数の動き	・今まで来客数はそれほど大きく落ち込んでいなかったが、今月に入り1日平均で150名程度減少している。その分、買上点数、単価が上がってくれば良いが、来客数ダウンに加えて買上点数、単価ダウンが大きく売上に影響しており、これが一番の原因かと考えている(東京都)。

	×	スーパー（ネット宅配担当）	それ以外	・天候不順で降雨が多く、店頭売上の落ち込みが大きい。また、電気やガスなどの料金値上げが大きく響き、経費が増加している。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少を肌で感じる。家電だけでなく様々な物が値上がりするなか、本当に必要な物しか買わなくなっている。来店が大幅に減ることで衝動買いが少なくなっているようである。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・前年同期に比べて、1人当たりの単価が10%低下している。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・久しぶりに東京に行ったところ、ターミナル駅周辺の複合商業施設内の数店舗が閉店していた。思った以上に、新型コロナウイルス感染拡大の影響があると改めて実感している。
	×	美容室（経営者）	単価の動き	・物価上昇や世界情勢、円安の影響がある。
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	・飲食業が動き出したということである（東京都）。
	◎	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが落ち着き始め、少しずつ景気が回復傾向にあるが、ウクライナ情勢等を含め、見通しは立っていない（東京都）。
	◎	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月の減速から一転、今月は回復の動きが顕著である（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・減産の知らせを受けていた取引先からの受注量が、知らされていたほどには減っていない。聞くと、「受注が回復したときに備えて、ストックを大量に作っているから」との理由である。
	○	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・行動制限の緩和により物流量が増えつつあるが、燃料費や輸送コストが増加しており、先行きは不安である。
	○	通信業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響はあるものの、少しずつ活動量が増えている気がする（東京都）。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除により経済が少しずつ回りつつあり、それに伴い業況も徐々に回復してきている。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は天候が良好であったことから、観光関連や飲食店等の消費量が増加している。
	○	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まりつつあり、宿泊需要が増えている（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化により世界経済が混乱しているが、身の周りの景気は館内人口の増加、商業店舗のにぎわい状況を見ると、新型コロナウイルス感染者数減少の影響が大きく、確実に上向いていると感じる（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスとの付き合い方も徐々に分かってきて、旅行や食事会が再開されている。り患しないことは重要だが、経済をこれ以上止めない方策を講じることに努めないと、ウクライナ情勢の影響による物資の値上がりに対応できなくなる。
	○	その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止に伴う行動制限が緩和方向にあり、周辺の街を含めて人流が戻ってきている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も受注量が少なく、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・原材料費の高騰が続いており、価格を上げての対応となるため、受注率が低下している。
□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止に伴う行動制限が弱まり、人流が回復してきたが、日常雑貨向けの受注回復がみられない。新型コロナウイルスの影響で消費動向が変わってしまったようである。一方、原材料価格の高騰が続いており、価格転嫁を図っているが、十分な転嫁は難しい。	

□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に大きな変化はない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で低迷している化粧品容器の受注に回復傾向がみられない。また、海外工場のロックダウンの影響で止まっていた医療品容器の受注にも大きな変化はみられない。
□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・仕事量は少なくなっているが、材料価格の値上がり分の上乗せを努力して交渉し、受注できるようになってきている。
□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは、中国上海でのロックダウンの影響が大きく、部品調達が安定しておらず、当初の予想から減産を余儀なくされている。
□	その他製造業 [靴]（経営者）	取引先の様子	・しばらく前までは「やや悪い」と回答していたが、このところどちらともいえず「変わらない」。ぼつぼつとでも仕事が入ってきているし、新型コロナウイルスも落ち着いてきている。安心はできないが、かといって忙しいわけでもないという状態である。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・業種的に悪くなっている。全体的にも消費が落ち込んでいることを考えれば景気は悪い。公共料金は上がっているのに、我々民間の料金が上がらないというのは大変である。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量の減少が常態化しているなか、大型連休による稼働日の減少の影響を受け、売上が落ち込んでいる（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸びない。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、建設業、不動産業では半導体不足により住宅器具が手に入りやすく、またウクライナ情勢の影響で木材等の価格高騰もあり、建築自体を控えるところも出てきている。運送業は燃料価格の高騰で利幅が減っている。小売業は徐々に客が増えて、売上也伸びていたが、各企業の値上げによる影響が出るのではないかと。観光業はゴールデンウィーク辺りから持ち直しており、良い兆しがある。まだ新型コロナウイルス感染者が多く発生しているので、予断を許さない状況である（東京都）。
□	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・不動産売買の進捗が前月同様に好調である（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍からウィズコロナへの移行、つまり経済を回していこうという動きが感じられ、その兆しも見えるものの、景気の好転にはまだ程遠い（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・そもそも、コンペでの当社の獲得率が下がっているため、売上貢献が鈍くなっている（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や居酒屋を見ると、まん延防止等重点措置が解除されて少し客が入っているが、まだ全然席が埋まっていない。新型コロナウイルス発生前はどの店も満席だったのに、7～8割程度で、人の動きがやや鈍いようである（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申請したい会社が多く見受けられる（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影響は薄らいできたものの、客の動きは鈍く、財布のひもが固い様子である。
□	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	・景気の復調がみられず、取引先工場等の稼働状況も相変わらず悪く、受注量が少ない状態が続いている。
□	その他サービス業 [警備]（経営者）	取引先の様子	・4月からの新規案件以降は、これといって新規受注がない。
□	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	・新規物件では、人手不足を反映した高い時間単価で成約するケースが増えてきたが、既存案件の時間単価は変わらず安価のままである（東京都）。

	□	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	・新型コロナウイルス感染者数は減少傾向だが、映像制作の受注やイベントでの撮影などはまだ余り戻っていない (東京都)。
	▲	食品品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けは売上、来客数共に減少している。天候の寒暖差も影響しているようである。
	▲	出版・印刷・同関連産業 (所長)	受注価格や販売価格の動き	・案件の引き合いは増えているが、仕入コストが上昇し、受注確定にまで至らない。
	▲	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、名刺印刷などの仕事をしている。外売りと店頭受けの両方がある。例年ゴールデンウィーク明けは売上が落ちるのだが、今年は例年になく落ちている。法人については今まで特需があったのだが、今はそれもなく、個人の来店客も少なくなっている (東京都)。
	▲	精密機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・全ての仕入価格が上昇しており、この先更に上昇機運にあるため、価格転嫁のタイミングが難しい。
	▲	不動産業 (経営者)	競争相手の様子	・当社が営業している駅前の開発ビル1階店舗では、長い間空いていた4店舗のうち3店舗がやっと決まったと思ったら、2店舗も空き、現在3店舗が空いている。空いた2店舗は地元では老舗なので驚いている。そのうちの1店舗は区分所有で売却の意向だが、開発ビルは管理会社が一括管理のため、勝手に賃料を決められない (東京都)。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に機械加工、金属加工業について、材料の値上がり激しい。受注面では半導体不足が要因で発注が止まっているケースも多い。一方で、ウクライナ情勢の影響もあり、エネルギー確保の観点から太陽光発電の生産が増加しているとみえ、関連部品の発注が急増している (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	・受注量が減少している (東京都)。
	×	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料費の高騰と先行き不透明感から設備投資への意欲が低減している。
	×	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・材料費の高騰が止まらず、先が見えない。品物も納期がいつになるのか分からず、時間が掛かっているようである。
	×	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が激減している (東京都)。
雇用 関連 (南関東)	◎	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・インバウンド事業再開に向けた採用数が増えている (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による影響に落ち着き感が出てきており、求人、求職数共に数か月の推移で上向き加減となってきた。引き続きにはなるが、派遣社員からの契約終了も少ないままで推移しているため、派遣総労働者数は増加傾向にある (東京都)。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・空港の求人が5月に入り動き始めた感じがある。夏のフライトに向けて、グランドスタッフを増員したりしている傾向がある。
	○	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・3か月前でも人出は増えつつあると感じていたが、その頃と比べてもやや良くなっている。ゴールデンウィークも街はにぎわい、人出がかなり多かったように感じた。世の中の消費活動が多くなってきているのではないかと。消費が増えればおのずと企業は忙しくなり、マンパワーが必要となる。特に、飲食店の求人が増えていると実感ができるのは喜ばしいことである。消費が増えたとして、それに比例し求人が増えるのには多少の時差があるかと思う。数か月前の消費拡大が今につながっているのだと思われる。
	○	求人情報誌制作会社 (広報担当)	採用者数の動き	・各社共に採用人数が増えてきているが、採用にかなり苦戦しているようである。求職者にしてみれば完全に売手市場である (東京都)。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にある。特に卸売、小売、飲食の伸びが大きい。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、インバウンド受入れ再開を見越した人員確保が進んでいる（東京都）。
○	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・幅広い業種で採用者数がやや改善している。大きな改善期待は難しいが、この状態が続くとみている（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と変わらず、企業からの求人が多い。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前を割り込んでいるものの、前年同月比20%強の伸びを示しており、堅調に推移している。人材派遣事業に加えて、人材紹介事業についても新型コロナウイルス発生前の水準にほぼ戻っている（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・派遣事業が振るわない代わりに、委託、請負案件が増えてきている（東京都）。
□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材派遣依頼数は前年を上回って好調に推移しており、それに比例して成約数も増えている。一方、人材紹介は前年並みと、派遣と比較すると低調である。景気動向を見据えてか、雇用リスクのない人材需要傾向となっている（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・メーカーからのスタッフ、エンジニアのニーズは多くあり、製造業の景気の良さがうかがえる（東京都）。
□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・まん延防止等重点措置の解除で新規求人数が増加しているが、新規求職者数は減少傾向にあり、就職者数が連動していない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・現状の採用活動は企業、学生共に順調に推移しているが、実際の内定、本採用につながるかは、ウクライナ情勢の影響もあり不透明だと人事担当者から聞いている（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスとロシアのウクライナ侵攻の影響により、景気が悪化している（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・求人を行うほど仕事が増えていない。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・最悪の状態が続いている。