

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)	◎	一般小売店〔生花〕(店員)	・花屋にとってお盆とお彼岸は売上のかなりのウエイトを占める。今年は母の日が余り良くなかったので、7～8月のお盆、9月のお彼岸に期待をしている。必ず今月よりは売上は良くなる（東京都）。
	◎	百貨店（店長）	・いよいよ東京都でも都民割がスタートすることになり、インバウンド受入れ等のニュースもあることから、期待したい（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕(営業担当)	・Go To Travelキャンペーンといった経済政策の再開や、外国人旅行者受入規制の段階的解除などにより、夏以降は消費が活性化される（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスが落ち着き、人の動きが活発化している。さらに、インバウンド受入れ制限の段階的な解除が功を奏して上向きになる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・いろいろと策を考えながら商売をしているが、なかなか思うようにいっていない。ただし、そのなかで、少しずつ前とは雰囲気が変わってきたように感じてはいる。客の来店頻度も徐々にではあるが、上がっているように感じる。そうしたことを踏まえて、今後商売も何とか回復軌道に乗せていきたい。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が再拡大しない限り、順調に回復基調が続く。ただし、ロシアの問題や材料費の高騰、商材によっては品薄というチャンスロスリスクも抱えている。それらをクリアできれば、やや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕(経営者)	・新型コロナウイルス感染者数が減少し、夏に向かってもっとイベントや行事が復活することを期待している。
	○	一般小売店〔文房具〕(経営者)	・全ては今後の新型コロナウイルス感染者数に左右されると思うが、このまま感染者数が減少傾向で進んだならば、地域イベントも活発に開催される予定なので、少しは景気が回復するのではないか（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕(店長)	・街のイベントが復活して、気持ちが前向きになるにつれて、購買意欲も湧くのではないかと期待している。
	○	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・観光客、訪日外国人もどんどん入ってくるようなので、少しは良くなる。人が動けばホテルなどからも注文が増えるとささやかな期待をしている（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数次第ではあるが、父の日、お中元商戦が本格化するに当たり、現在は来客数が伸長していることから、このまま帰省土産の頃まで安定していることを期待したい（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるものの、オフィスへの出社や人と会う傾向は高まっていくと予測する。関連して当社のコア分野であるハレの日消費にとっては追い風である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・今後も売上は右肩上がりだと考えているが、懸念されるのは物価上昇である。様々な商材の値上げが相次いでいるものの、賃上げ率は低水準のため、個人消費がどこまで回復するか不安である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・3月までは厳しかったが、4月はまぎまぎのスタートを切った。恐れていたゴールデンウィーク期間中の新型コロナウイルス再流行もそれほどでもなかったため、来客数は増えつつある。加えて、新型コロナウイルス禍での規制が徐々に緩和されることから、商業一般は今後徐々に良くなるのではないかと（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィーク以降、人出が戻るとともに商況が上向いてきている。夏休みに向けてこの傾向が順調に進めば、商況の更なる改善に期待が持てる（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・客の動きや客単価の上昇からの判断である（東京都）。	
○	百貨店（管理担当）	・懸念されたゴールデンウィークの人出増加に伴う新型コロナウイルスの感染拡大も見られず、マスク着用の緩和など、徐々に戻りつつある日常の動きに合わせて、消費も拡大していく（東京都）。	

○	コンビニ（経営者）	・マスク着用の制限も緩和されてきて、近隣のイベントにも期待が持てる。
○	コンビニ（経営者）	・土日はかなり人が多く出ているうえ、来月から外国人観光客が増えることもプラス要因になる。新型コロナウイルスの影響が大分減ってきているようなので、来客数が増え、売上も伸びていくのではないかと感じている。
○	コンビニ（エリア担当）	・人流の増加がこのまま続いてくれば売上が回復しそうである（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	・近くに観光地があるので、その観点から見れば人出はここ数か月で増加傾向にある。観光客のコンビニ利用は多いわけではないが、消費が多くなっていると考えれば、地域の客の客単価が上がってきてても不思議ではない。希望も含めて、数か月先には少しずつ景気が良くなってきていると良いかと思っている。
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス収束後の楽しさは、多少の価格上昇を超えていきそうである（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスによる制限が解除され、マーケットに活気がみられるようになってきている。一方で、中国上海のロックダウンによる影響で商品の入荷が遅れ、営業店等への商品供給の遅れを懸念している。また、円安による仕入コスト高、ロシアのウクライナ侵攻によるエネルギー価格やその他原材料費の上昇が、利益面での懸念材料となりつつある（東京都）。
○	家電量販店（従業員）	・旅行など外出する人が増えているため、新型コロナウイルス発生前の状況に少しずつ戻っていく。
○	住関連専門店（営業担当）	・ゴールデンウィーク後に新型コロナウイルス感染再拡大の兆しがみられないこと、こどもみらい住宅支援事業が思いのほか消費者に浸透しており、リフォーム業界への追い風になることが見込まれる（東京都）。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・アフターコロナの動きもあり、燃料油需要は増加する（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・日々の報道、情報などによる、新型コロナウイルス感染者数の増減トレンドや、入国規制等様々な制限の緩和に対する今後の国や都の方向性により、このままいけば改善されていく（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・来客数は余り変わらず、そこそこ売上も良いが、3か月先は恐らくケータリングが今よりも増えてくると思うので、また少し良くなる。パーティーやテイクアウトも含めて外売りの方が多くなってきているので、少しずつ良くなっていく。
○	一般レストラン（経営者）	・老舗の閉店が紙面ににぎわしているが、営業の取組方次第という感もある。旧業態の長所短所を踏まえることが肝心である（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、現状のような推移で感染が減っていけば、また徐々に経済も回復してくる。そうすれば多少客の増加も見込める。新型コロナウイルス次第である。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス関連の規制がほとんど解除されても、規制に慣れた客はなかなか戻ってこない。円安やロシアのウクライナ侵攻の影響による仕入れや経費全般の高騰は、会社にとって大変厳しい。それでも新型コロナウイルス感染者数の減少、インバウンドの規制緩和等もあるので、今よりは良くなってくれないと、会社もどうなるか分からない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・もう少し世の中が外食しても良い、大人数で出かけても良いという雰囲気にならないと飲食業は良くならないと思うが、今よりは良くなるのではないかと。
○	一般レストラン（経営者）	・景気回復には時間が掛かると思うが、外国人観光客が元のように来るようになれば違ってくる（東京都）。

○	その他飲食 [カフェ] (経営者)	・飲食業は新型コロナウイルスの感染状況と並行しており、終息若しくは落ち着いている場合は良くなる。新型コロナウイルスがまん延した理由の1つとして真っ先に飲食店が挙げられ、今もなお、どこの店舗でも経営への影響が続いている。席数を減らし、シートやガードを作り、楽しい飲食という感じではない。マスクを外すという話がちらほら出てきているが、飲食店に課せられている条件をまず解除してほしい。その上でマスクを外すという順番を選択してほしい。そうでなければ、感染が再拡大した際、また飲食店が被害を受け、業界全体が疲弊する。飲食店の未来のためにも良くなることを願うばかりである(東京都)。
○	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・新型コロナウイルスの影響が徐々に軽減しており、大人数でのパーティー需要も少しずつ戻ってくると思われるため、景気回復が一段と進むものと推測する(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	・宴会部門における法人需要が回復すれば良くなると思うが、やはり1つ不安材料としては原材料の高騰がある。加えて、水道光熱費の高騰が夏場に掛けて重くのし掛かってくるのではないかと。早くそれ以上に売上が上がるような政策を政府から発信してほしい。
○	都市型ホテル (スタッフ)	・徐々に良くなることは確かだと思うが、新型コロナウイルスの感染症上の分類がもう少し下げられるとか、あるいはマスク着用の緩和についてもう少し強いメッセージが出るということがあれば更に良くなっていく。
○	都市型ホテル (スタッフ)	・現在の新型コロナウイルス感染状況が続き、ウィズコロナが進めば、ホテル全体の利用も伸び、県民割などが後押しとなり、販売も上向きとなる。ただし、海外からの外国人受入れを進めれば感染再拡大の恐れもあり、安心はできない。
○	都市型ホテル (スタッフ)	・ゴールデンウィーク明けでも新型コロナウイルス感染者数が増加していないことから、更に収束が進んでいくと信じている。まだ不明だが、Go To Travelキャンペーンが再開すれば、見通しは更に明るいものとなる。
○	旅行代理店 (従業員)	・お盆休みや夏休みは海外渡航制限が緩和され、旅行客が増えると予想している(東京都)。
○	旅行代理店 (販売促進担当)	・まずは6月10日から、いよいよインバウンドの受入れが始まるという発表があったので、2~3か月後は海外インバウンドの売上が間違いなく伸びるとみている。加えて、国内も夏休み等の旅行シーズンを迎えるので、個人旅行を中心に、より多くの客が国内旅行に行くと思うので、やや良くなる(東京都)。
○	旅行代理店 (営業担当)	・気候が良くなり、県民割を利用した国内旅行申込みが増加し、6月には訪日外国人観光客の受入れが本格化するため、景気が上向くと期待できる。
○	タクシー運転手	・近々外国人観光客の受入れ試行というニュースが流れてきたが、タクシー業界としても早々に再開を望むところである。国内旅行についてのGo To Travelキャンペーンも同じく再開を望みたい(東京都)。
○	タクシー運転手	・5月頃から徐々に利用数が伸びている。中距離、ロングの客も少しあり、確実に客が増えてきている。昼は平均して利用があるので、あとは夜の客が増えることを期待したい。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が減れば、徐々に人の流れが良くなり、景気が上向いてくる。懸念材料は、ロシアのウクライナ侵攻がどこまで続くかということであり、これがなければかなり景気は回復するのではないかと(東京都)。
○	タクシー運転手	・緩やかではあるものの、サラリーマンの客が増えている。期待も込めて、少し良くなるのではないかと(東京都)。
○	通信会社 (経営者)	・家庭、個人共にお金を使わない期間があった。新型コロナウイルスへの心配も徐々に薄れてきたので、今後は消費に向けて動き出す(東京都)。
○	通信会社 (経営企画担当)	・案件増加に伴い、技術者就業の増加に期待している(東京都)。
○	通信会社 (局長)	・ウクライナ情勢が安定しない。
○	通信会社 (管理担当)	・新型コロナウイルス感染症による行動制限の緩和など、経済活動活性化の方向へ推移しており、今後もその流れが強化されていくものとみている(東京都)。

<input type="radio"/>	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症に対する社会の認識が変わり、ウィズコロナの生活様式になれば、新型コロナウイルス発生前のような状況になると信じている（東京都）。
<input type="radio"/>	パチンコ店（経営者）	・各地でイベント再開や自粛等が緩和され始め、6月からは海外からのツアー観光客受入れが再開され、ウィズコロナに向けた国の緩和政策が着々と進むことが予想される。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・企業から予約の問合せなどが増えている（東京都）。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・今後の新型コロナウイルスの状況次第ではあるものの、来客数に着実に回復しており、先の催事などの予約も堅調である（東京都）。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・ロシアとウクライナが停戦し、世界経済が元に戻る（東京都）。
<input type="radio"/>	その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・新型コロナウイルスやロシアのウクライナ侵攻の影響で、新車販売は各メーカー共に大分遅れており、かつ先延ばしにしているのので、なかなか人気を呼ぶような車種が現れない。景況が上向き、またメーカーからの新型車の発表等があれば、少しずつ受注も増える（東京都）。
<input type="radio"/>	その他サービス [学習塾]（経営者）	・新型コロナウイルス禍のマインドも和らいできており、夏の集客に向けていろいろと行動計画を練りやすい環境になってきている。
<input type="radio"/>	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い、徐々に来客数が増えてきている（東京都）。
<input type="radio"/>	設計事務所（経営者）	・営業をしていることもあり、行政からの指名がかなり増えてきている。今月末現在、こなしきれないくらいの仕事を受注できており、少しずつ良い方向に向かっていくように感じる。民間の仕事も、営業している業務が少しでも決まるように頑張りたい。
<input type="radio"/>	その他住宅 [住宅資材]（営業）	・大型案件の実需が数字として上がってくる見込みで、ある程度は景気が上向くと予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・ウクライナ情勢が長期化しそうなので、コスト高がまだまだ続きそうである。消費も冷え込んでしまうのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章]（経営者）	・非常に厳しいという一言に尽きるのだが、客の動きが少ないように感じている。最低限の買物には来てくれるが、プラスアルファがなかなかなく、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [米穀]（経営者）	・食料品は全般的に値上げの方向に向かっていく。物流経費の増加等があり、商材価格が値上がりしているため、なお更慎重になる。全体の物価指数も上がると、財布のひもが締まる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	・良くなってほしいと願っている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・今後、大きな案件はまだ余り見えてきていない。小型の案件は既に数も分かっているが、大口案件の見込みが立っていないことから、今後の見通しがつかない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [書店]（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は少しずつなくなってくるが、円安の影響で販売量が抑えられる傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢は継続すると予想している。
<input type="checkbox"/>	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、景気に対して悪影響を与えると思われる要因については、時間が経過するなかでの停滞感があり、危機意識の薄れも感じる。いずれにしても先行きが不透明なまま継続している。いつどうなるか分からない状態であり、今後の景気に対して具体的な明るさが見えてくるとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・個人消費にとって、新型コロナウイルス感染予防対策の緩和というプラス要素がある一方、エネルギーや食料品などの価格上昇というマイナス影響もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・このまま回復に向かうことを期待しているが、円安、物価上昇、ロシアのウクライナ侵攻など不安要素が多く、先行き不透明感がまだ残っている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・来客数は天候に左右されるため、梅雨シーズンの来客数に懸念がある。ただし、消費マインドは上向きにあり、ボーナス需要に期待できる。新型コロナウイルス禍での出入国の規制緩和により、インバウンド回復の兆しも見え始めている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・ウクライナ情勢や燃料費、食品等、生活に密着した物の値上げに対する不安から、消費に消極的になると見込まれるため、景気は大きくは変わらない。夏に向けて、外出機会の増加とそれに伴う消費の回復に期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・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）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・ウクライナ情勢の影響による原油高や食料品の値上げ、中国の新型コロナウイルス感染対策による工場閉鎖などによって商品供給が滞るなど、厳しい状況下で、大きな回復は見込めないものの、外国人観光客の受入れも徐々に拡大するなど、経済にとって明るい話題も見受けられるようになってきている。品不足による価格上昇は全体の売上を押し上げるものではないため、景気自体は余り変わらないと推察する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルス禍における自粛の反動、ペントアップ効果等が今後も期待されるが、原油高、原材料費高騰による物価高の個人消費への影響も懸念される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・ゴールデンウィーク同様、行動制限のない夏となれば、外出に向けた需要が増えると考えられるが、値上げ等のマイナス要件は今後も継続するため、現状から大きく回復するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・客の動きを見ていると、ポイント何倍であるとか、広告初日の目玉品、価格を打ち出した安価な商品など、同じ物なら少しでも安く買おうという様子は今も変わらず、多くの客に見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・やや悪くなるのではないかという気もするが、今が悪いので、変わらない。原材料の値上げ、資源価格の高騰でいろいろな経費が上がっている。客の家計にも響いており、買い控えが起きると思うので、悪い状態が続くのではないか。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状から考えると、悪い状態がそのまま3か月後も続いていくのではないか。特定の商材でほとんど売れていない物もある。客はチラシを片手に安価な物をピックアップして買物かごに入れている。買上点数も単価も低迷するなか、当店で買物を済ませたら恐らくまた近隣スーパーに行くような状況が今度も続くのではないかと予測されるため、3か月後も今と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も値上げが続くものと思われるため、1品単価についてはこの先も上昇傾向にあるが、買い控え等が起きる可能性も考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価はこれからも上がり続けることが予想される。さらに、内食化傾向がどんどん少なくなり、販売量の動きが止まる可能性が出てくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・周りの状況に変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今月末～来月にかけて商品価格が上がるが、実際に買う側から見ると、給料が上がっていないので購買力は落ちる。そのため、景気は悪くなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着き、売上也戻りつつあるが、今後値上げされる商材が多いため、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・ひとまず現状が続くと思われるし、そう思いたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・ブロック割より、Go To Travelキャンペーンの再開を期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・いろいろな動きが出てきて、良い方向にはある。しかしながら、原材料など様々な物の価格が上がっており、購買意欲が低下する可能性もある。この先どうなるかまだ分からないため、変わらないという判断にしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・そろそろ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きそうではあるが、まだ客には不安感があるように見受けられる。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着く局面、ロシアのウクライナ侵攻の終結が見えてくれば明るさが出てくると考えられるが、逆の局面も考えられるので、予想しにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は前年度比で5割減少と、余り芳しくない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が追いつくのはいつになるのか、まだまだ見通しが立たない状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・販売できても納期遅延のため現金化できず、改善がみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻の影響で、やや悪い状態が続いている。全体的に出張や旅行などでの人の移動も過去と比べるとまだまだ足りない。ウクライナ情勢の影響で食料品などの価格が上がっているものの、賃金は上がらないままなので、2～3か月後も景気はやや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）	・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（営業担当）	・良くなるような情報はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足は解消の見込みがないようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから景気が良くなりそうな気配が身の周りではしていないので、現状のままで変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・多くの企業で商材の値上げが行われており、当社も値上げを検討している。値上げにより単価が上昇しても、販売数量が減少すると予測されるため、全体としては変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・所得倍増等、景気の良い話は、ウクライナ情勢に関する報道によってかき消され、所得増の実感もないため、良くて平行線ではないか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・次から次へと起こる難問に、政府はもっと長期的な視点で対策を採ってほしい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・夏休みを控え旅行等、個人単位の経済活動は活発になるだろうが、レストラン、レセプション等、夏の利用頻度が落ちるため、景気は上向きにはならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気が回復しそうな雰囲気はあるのだが、資源価格の高騰や、これから始まる参議院議員選挙の影響で接待等禁止の動きも出てくるので、総じて横ばいくらいになるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・これから暑くなるが、飲食店は例年2月と8月には売上が下がるので、それに向かって何かまた独自の集客アイデアを練っていきたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・国際的には、ロシアのウクライナ侵攻の行方が分からないこと、中国経済がリスクをはらんでいることがある。米国のインフレ対応策が世界に及ぼす影響等、景気回復を阻む要素があり、いつどのよう形で影響が現れてくるか分からない。国内においては、参議院議員選挙の結果がどのように影響するか分からない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・特に国からの追加支援があるわけではないので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価が上昇しているにもかかわらず、給料は据置きで、新たな景気対策がないなかで、良くなる要素は見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスが終息したわけではないので、客も、なかなか2～3か月先のことは考えがまとまらないとのことである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が漸減していき、マスクを外せるようにならない限り、業界の景気が良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・円安が続いており、旅行のために取っておいたお金を生活費に回すようになるのではないかと（東京都）。

<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・やはりまだ新型コロナウイルスの影響が尾を引いており、一段落したとは思っていない。これからも夏場、夏休みにかけて、不安はそのまま残っている。もう少し様子を見なければいけない。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・多少の期待はあるが、余り望めない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・通信機器等が以前のように正常に納品されるようにならない限り、当面景気は良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は少なくなっていくと思うが、全体的な物価上昇の消費に対する悪影響が懸念され、先行きの見通しは厳しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・底打ち感が続いている。しばらくは現状のままが続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・転居など住民の移動自体はそこまで回復しておらず、人の動きが活発になっているとまではいえない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・電気料金の高騰で、当社の割安な新電力の伸長は期待できるが、娯楽性の高いケーブルテレビは節約対象になる可能性があるため、しばらくトレンドは変わらない（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（経理担当）	・契約者数を増やして売上を前月並みにするため、割引することで獲得数を増やしている。その結果、客単価が下がり続けることになり、売上を大きく増やしていくことが難しいサイクルになっている。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・販売チャンネルが1つなので根本的に厳しいことは分かっている。今後の販路拡大を検討したい。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・まずウクライナ情勢の影響による景気の見通しが立たないことには、事が進まない。
<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終息するまでは良くならない。
<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の影響がまだまだ続くので、一足飛びでの景気回復は期待できない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・今のところ新しい案件はないので、現在と変わらない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・現在手掛けている業務は長期にわたるスパンのため、しばらくは今の状況が続くとみている。民間からの新規受注は難しい。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・木材、鉄骨を含め他の品物も高値が続き、また納期物件も未定である。このままの状況が続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢もあるが、やはり新型コロナウイルスが収束しない限り、景気は良くならない。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）	・情報数などに大きな変更はないため、変化がない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・現段階では景気回復の兆しは見えてきていない。土地及び資材の高騰により利益が圧迫されているので、しっかり定価で販売を行い、今の状況が改善されるまで粘り強く営業を進めていく。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・経済全体が活発になっていかなければ、建設の方には仕事が回ってこない。そうした余裕がないのではないかと。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・前年は天候の影響で夏にエアコンが売れなかったが、今年は状況が異なり、家電製品の材料不足のため商材が不足し、価格も高騰しているため、売上が良くなるとは思えない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・夏商戦に向けて、エアコン、冷蔵庫の入荷がないのは致命的である。それ以外にもない物が多い。工事などで活動はしているが、困ったものである。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・所得が上がらないなか、光熱費を始め様々な価格が上昇している。それらを省いた中での消費はなかなか厳しい。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今月、商店街では小型スーパーの生鮮産品を扱っている店が閉店したため、人の流れが変わることが予想される。
<input checked="" type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は一時の低迷を脱しつつあるものの、物価上昇、円安などは、景気に対して確実にマイナスに働く（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・景気が本格的に上向きには中間層の消費意欲が重要と考えるが、最近の物価高が冷や水と成り兼ねない。

▲	スーパー（経営者）	・更なる値上げに客がどれだけ付いてこられるかが不安である。
▲	スーパー（経営者）	・商品単価はやや上がっているが、販売量、売上共に減少している。この傾向はまだ続く。
▲	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が、これから数か月にわたり食品メーカー各社が値上げを行うため、売価に転嫁せざるを得ない状況になる。そのため、より一層シビアな状況になると予想している（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が2年続いたなかで、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なくなり、今まで我慢していた旅行などのコト消費に対する客の要望、要求が高まっている。ただし、賃金がそれほど上がっていないなかで、コトに掛けるお金が増えるということは、食品、衣料品、住まいの品というモノに掛けるお金が少なくなるということなので、小売業としては非常に厳しい状況になっていく。
▲	スーパー（総務担当）	・全てが値上がりしているものの、給料は増えていない。
▲	スーパー（仕入担当）	・円安、原材料の品薄、値上げは続き、将来への不安から貯蓄にお金が回り、消費はますます冷え込む。
▲	スーパー（販売担当）	・物価高、ウクライナ情勢の先行き不透明感、新型コロナウイルス収束の見通しが見えないことなどにより、消費に積極的にはなれない社会環境である。
▲	コンビニ（経営者）	・値上げの影響がこれから出てくる（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・大手スーパーの特売が毎日続き、コンビニは先行きが不透明で、改善の見込みがない。
▲	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスは落ち着いてきているが、今度は物価高などが衣料品需要に影響してくる。
▲	家電量販店（店長）	・家電商品でいえば、故障での買換えはあるが、半導体不足や中国上海でのロックダウンの影響で売れ筋商品の在庫がなく、買い控えや仕方なく安価な物に流れてしまう可能性が考えられる。
▲	家電量販店（店長）	・マスコミの報道にあるとおり、値上げがあらゆる商材に及びつつあることで、消費者の買い控えや節約志向が顕著になっていく可能性がある。状況次第で給付金や減税の措置に期待したい（東京都）。
▲	家電量販店（店員）	・部品不足による白物家電の品薄状態が続くことが見込まれる。
▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスはまだ収束には向かっていない。したがって、どれだけ共生していくかということが鍵になるのではないかと。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・人が動くことでお金は流れるが、日用品への使い道は減る可能性がある。
▲	高級レストラン（営業担当）	・6～8月は、年間を通じて当社が一番苦戦する第2四半期である。他社、他業界も軒並み値上げを断行しているが、当社も例に漏れず7月1日に実施予定である。マイナス要因も多いことから、厳しい状況になると予測している（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・前年に契約を打ち切った客に回復の様子がない（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・MNPを利用した乗換え契約増加の流れは落ち着くものとみている。同制度を利用して契約したユーザーは、再度他社に切り替える可能性も高いことから、良いとはいえない（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・このまま仕入値ばかりが上がるようであれば、業績が悪化していく可能性がある（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響により資源が高騰している。また、新型コロナウイルスの影響により半導体等の部品が不足し、製品の納入が遅れている。さらに、金利上昇の懸念もあり、良くなる材料が見当たらない（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	・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、支出増加への影響が一層強まることが予想される（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・猛暑予報が出ていることと、ウィズコロナも定着して、夏休みに行楽地に行く客が前年より増加するのではないかと予想している。

	▲	ゴルフ場（経営者）	・賃上げを伴わない物価上昇により、日常的なレジャーに割く金額が減少する。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・原材料高騰や商品値上げのニュースが毎日のように流れていることもあり、消費者は消極的になってきているように感じる。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・光熱費、食品、生活必需品の価格上昇を実感している（東京都）。
	▲	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（所長）	・材料費高騰等の影響から、仕事が非常に決まりにくくなっている。
	▲	設計事務所（職員）	・良くなる要素が見当たらない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・この先も、品物が入ってこない、流通が止まってしまう状態が続く気がしている。正常化するには1～2年掛かるということなどもいわれているので、それまでどのように商売していけばいいのか、とても不安である（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・悪くなる要素が多いため、この先の景気は良くはならない。まず物価が上がってきており、インフレ傾向になるということで、これからは少々厳しい時代になるのではないかと（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・全てが不安定なため、先行きは悪くなる。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・電気やガスなどの大幅値上げが利益を大きく圧迫する。また、更なる値上げも進むなか、節約志向の高まりや価格競争の激化などが想定され、売上よりも利益の確保が難しくなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻による商品資材の原価高騰により、今までのような価格政策が採れなくなり、商品価格の上昇が避けられない。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染防止策を緩和すると、また感染拡大が起こる。その繰り返しはしばらく続く。さらに、ロシアのウクライナ侵攻の影響はまだまだ広がり、景気回復は簡単には望めない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・原材料、資源エネルギー価格の高騰、物流の混乱に円安要因が加わり、物価上昇圧力を一段と加速させることが懸念される。資材の先行確保が必要な上、必要緊急性が高い設備投資も完工のめどが立たず、BCPに影響を及ぼす状況にある。慢性的な労働力不足に加え、新型コロナウイルス感染者は自主隔離を強いられ、代替要員の確保も含め、人材不足によるサービス水準低下と一部の機会損失も発生しており、その影響は看過できない水準にある。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・在籍している生徒でも、週3回から2回に減らすなど安価なコースにシフトしていき、外部からもほとんど生徒が入ってこないため、景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・今月は建築費値上げ前の駆け込み需要で販売量が増大したが、来月からは販売量の減少が避けられないため、悪くなる。非常に危機感がある。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	金融業（従業員）	・製造業の一部事業者からは「仕入先から3割前後の大幅な値上げを要請された」との声が聞かれるなど、原材料価格の高騰に関しては依然厳しい状況が続いている。一方、小売業やサービス業では、外国人観光客の入国再開に向け、売上増加に期待を寄せる事業者が多いようである（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・電話での仕事依頼が入ってくるようになり、人材不足で対応できない状況である。中小企業にも景気上昇の気配がある。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは今期大幅増産を見込んでいたが、中国上海におけるロックダウンの影響で、減産を余儀なくされている。ただし、自動車の売行きは好調で、ロックダウンが解除されれば増産に向けて動き始める。
	○	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスが収束方向に向かっていることと、天然資源の高騰により、日常生活関連製品の値上げが進む（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・政府がウィズコロナの方針を転換し、マスク着用義務を緩和するなど明確な方向性が出てきているため、国民も惑うことなく経済活動の活性化に前向きに取り組むことができるようになり、景気は良くなる。

<input type="radio"/>	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にあり、夏季休暇の旅行需要等が増加する。
<input type="radio"/>	不動産業（従業員）	・新型コロナウイルスが収まりつつあり、ホテル等の宿泊需要が増えている（東京都）。
<input type="radio"/>	不動産業（総務担当）	・物価上昇が懸念される場所ではあるが、海外からの観光客受入れも始まり、国内も活気付くと想定されるので、今よりも良くなるのではないかと（東京都）。
<input type="radio"/>	広告代理店（従業員）	・経済を回していこうという動きが継続、拡大していくことで徐々に景気回復につながっていくものと期待している（東京都）。
<input type="radio"/>	広告代理店（営業担当）	・エンターテインメントのイベントが増えてきたので、前年と比べるとグッズ販売やイベント制作の売上が多くなるのではないかと期待している（東京都）。
<input type="radio"/>	税理士	・事業復活支援金の申請状況を見ると、前年11月～今年3月までの売上が3年前以降より減少している事業者が相当数存在するが、これからは徐々に上向きに推移するような気配がある。
<input type="radio"/>	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・行動制限緩和の方向性は今後もしばらく続くと思われるが、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、その傾向は緩やかと考える。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・8月までは受注が余りない予定なので、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・最近インターネット経由での注文も受けているが、ある1日を例に取ってみると、店のレジスターの売上が1000円しかないのにもかかわらず、同じ日のインターネットの受注ですぐに決済はないものの、5万円を売り上げたという日もある。販売チャネルが変わってきていると感じており、今までのような店頭販売は減るものの、インターネットでの売上で相殺して変わらないという見通しを立てている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・海外から原材料及び部品が入ってこないため、製品が製造できず、納期も遅延している。今後の見通しも立っていない。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在の原材料費高騰から考えると、良くなる理由はないが、来月からインバウンド需要が増えるため、全体としては横ばいになる。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・政府によるマスク着用義務解除の指示が出れば、口紅等の化粧品容器の受注にも回復の期待が持てる。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・取引先の仕事も少しずつ動き出しているため、材料の値上がり分を上乗せして見積りし、営業に努力して受注につなげたい。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・更なる仕入価格の上昇と品不足が予測されるが、受注は好調であり、受注残も増えている。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔靴〕（経営者）	・新型コロナウイルスも不安だけではなく、安心も加わってきている。ロシアのウクライナ侵攻の影響で物価が上がっているが、気持ちだけは幾らか明るくなっているのではないかと個人的には思っている。極めて抽象的だが、何といても新型コロナウイルスが落ち着くことが重要である。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス禍から回復し、人々の動きは活発化しているが、サロンは元々そこまで冷え込みがみられなかったため、値上げなどの動向の方が影響を受ける（東京都）。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・景気対策の実効性が不透明で、具体的にどの分野に対して何をしているかがはっきりしない。全体的には新型コロナウイルスが収束すれば良くなると思うが、2～3か月後ではそれほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・今月に入り燃料価格が値下がりし始めたが、値下がり幅は小さく、状況打破には至っていない。取扱量の増加要因もなく、現状改善の兆しは見えてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷し、輸出量は全くない。今後も現状が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	通信業（経営者）	・東日本大震災時と同様、2～3か月ではまだ変化はないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・半導体不足が徐々に解消され、今月の回復の動きが当面続く（東京都）。

	□	不動産業（経営者）	・まん延防止等重点措置の解除後、飲食店の客入りはかなり戻りつつある。諸物価の高騰などの不安要素はあるものの、当テナントビルにもにぎわいが戻ってくるものとみている。
	□	不動産業（従業員）	・物価上昇等で工事費が上がってはいるが、2～3か月後であれば不動産販売価格に変化はないと考えている（東京都）。
	□	税理士	・米中、東南アジア等の景気に関して、新型コロナウイルスの影響は少なくなってきたが、やはりウクライナ情勢の影響による燃料費高騰、小麦等の食料の不足等により、悪い状態のまま変わらない（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〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率回復が見込めず、当社の受注量も変わらず低空飛行が続きそうである。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくこのままで推移していく。
	□	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・全体的な景気は少し良くなると思うが、広告や映像制作の分野では、まだ低迷状態が続く（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・今は急激に動き出しているので良くなっているが、しばらくすると落ち着いてくると思うので、現状を維持することはできない（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・値上げのニュースが多く、財布のひもは固くなる。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・仕入原価の値上がり分を提示すると受注に至らず、厳しい状況が目立っている。
	▲	化学工業（総務担当）	・個人消費は拡大していくと思うが、価格改定により、より安価な他材料に切り替えられる心配がある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・今、仕事量が維持されているのは、取引先が受注回復に備えてストックを持つためなので、どこかで受注量が大幅に減ることが見込まれる。
	▲	金融業（総務担当）	・まだ新型コロナウイルスの収束には程遠いことと、食品等の値上げが徐々に効いてきて、消費自体を下げてしまうのではないかと。在宅勤務はメリットがあるものの、残業代や飲み会の減少により、飲食業にとってはまだ厳しい状況が続く。今後もロシアのウクライナ侵攻の影響が出てくると思うので、先行きは余り良くない（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス禍のなかでどのように変革していくかは、それぞれの会社の自助努力しかない。とにかく感染の収束を祈るのみである（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・円安と原油価格上昇の影響がある（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・原材料高などで利益圧迫の様相が強い。
	▲	経営コンサルタント	・材料、エネルギー価格がどこまで上昇するか、相当の危機感がある（東京都）。
	▲	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、人件費の高騰で厳しくなってくる（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・少子高齢化や政情不安により悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・設備投資を控える企業が多くなり、案件もなくなっている。
	×	建設業（営業担当）	・資材高騰及び資材納期未定の状況が継続しており、金額に大きく影響しているので、発注者が手控えの状態になっている。当面、改善の兆しもないと感じている。
	×	輸送業（経営者）	・受注量は増えない（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・銀行の統廃合により、近隣エリアで多くの銀行跡地が空いてきている。今後のオフィス料金に対して下げ圧力となるのではないかと（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経理担当）	・現状の新型コロナウイルス感染状況であれば、引き続き回復傾向に向かう。ただし、回復傾向ではあるものの、新型コロナウイルス発生前の景気になるまでにはもう少し期間が必要である（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・空港関連企業の復活が加速してくると思うので、この先1年で求人が増えて、景気回復傾向になるのではないかと推測している。

○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き、外出や旅行など人の動きが活発になるに連れて、景気が上向いてきている。それに伴い求人数が増え、景気が良くなってきていることが感じられる（東京都）。
○	職業安定所（職員）	・求人数は好調に推移しているが、原材料高、原油高によるインフレが顕在化しており、景気全体の動向としては大きく回復することはないのではないか（東京都）。
○	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなってほしい（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況がこのまま続きそうである。
□	人材派遣会社（社員）	・海外情勢の影響により、原材料の高騰や部品調達の問題など、経営へのダメージが大きくなっている。価格転嫁できない企業の経営状況が急速に悪化しており、人員調整等の相談が増加してきている。全体として求人は増加傾向であるが、業界により格差が大きくなってきている（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・派遣、委託請負業務に限らず、契約期間が長期化する傾向にある（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・特に大きく求人数を増やす要因はないが、現状と同程度の求人数は維持できるのではないかと予想している。
□	人材派遣会社（支店長）	・官公庁から新型コロナウイルスワクチン、デジタル化、助成金関連などの受託業務があるため、当面の業績見通しは明るい、民間の人材需要が乏しく、見通しは不透明である（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・メーカーからのスタッフ、エンジニアのニーズは中長期的なものが多いことから、今後も開発のアクセラが踏まれることが予想される（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・連休は一時的に消費が増え、良くなってきていると思うが、景気には波もあるので夏頃はどうかであろうか。旅行や観光に行く人たちが増えてくれば上向き、求人も増えてくる。求人数は7～8月辺りに少し落ち着く傾向があるが、9月は多くなる時期でもあるので、夏にたくさん消費してもらい、9月に求人数が大きく上向くことを期待したい。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・注文の予約や計画の話と同じかそれ以上に倒産や廃業の話も多い。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で2.2%増加しており、前年比では1.5%の増加と、5か月連続で前年同月を上回っているものの、上げ幅は3か月連続で縮小している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・今年の就職内定率が前年を下回っている。重厚長大の企業が積極的に採用を復活するとは思えない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・確固とした改善要因はないが、諸状況は比較的安定しており、大きな変化は見当たらない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・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）。
▲	職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢等の影響で、資源や穀物価格の上昇が続くことが見込まれ、景気の先行きは楽観できない状況にある。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・回復につながるようなことが起きていない。