

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)	◎	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症からのリカバリー傾向は引き続き強く出るであろう空気を感じる。それは、イベント開催熱をみれば明らかである。この先、新型コロナウイルス感染再拡大や異常気象などのマイナス要因が出れば別だが、順調に推移すれば回復基調は続く（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・9月はお彼岸があるので、もともと花がよく売れる時期である。全国的にお彼岸なので、良くなる（東京都）。
	◎	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、クリアランス、お中元ギフトと、繁忙期を迎えて少しずつではあるが外国からの富裕層の戻りがみられるなか、更なるインバウンドの上乗せが期待できる（東京都）。
	◎	コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けが例年より早く、猛暑傾向にあるので、飲料を中心とした売上の伸びが期待できそうである。全体的な値上げがあると、コンビニだけ高いということもなくなるので、相対的に選ばれやすくなるのではないかと（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かいつつあるなか、海外からのインバウンド客の解禁、あるいは屋外でのマスク着用緩和など、いろいろな面で緩和が進むにつれて回復していくと確信している。あとは宴会が戻ってくれば、秋以降は新型コロナウイルス感染症の収束という形で完全に戻ってくるものと期待している。
	◎	旅行代理店（従業員）	・夏の旅行シーズンであり、かつ全国旅行支援が始まる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・国内線に限らず、国際線においても、海外への渡航緩和により、外国籍の客の来航が増加している（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品でも、エアコンなどの設置工事が必要な物は、インターネットではなく実店舗で購入したいという客もいるので、これから売れていくのではないかと。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏本番を迎え、イベント等が復活している。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・日本人、外国人を問わず、緩やかではあるものの観光客が増加傾向にあり、やや単価の高い商材の購入やまとめ買いなどが増えてきている。近隣のイベントで3年ぶりに開催されるものもあり、来街者及び当店への来客数増加に期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・数年間自粛していたため必要としなかった日傘などの新規購入が期待できる。
	○	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第という条件付にはなるが、今後しばらくは社会活動の正常化に向けた動きにブレーキが掛かる要素が見当たらない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィーク前後からの回復基調が依然として継続しており、夏場の実需も期待できる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンド復活の兆しがみられる。新型コロナウイルスの感染状況が気になるところだが、安定していれば、大きな伸びを期待できる。一部ラグジュアリーブランドで値上がり前の駆け込み需要もみられたが、値上がり後の反動は少ないのではないかと。また、外出、帰省、旅行などでの購買が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・レストラン街の混雑などを見ても、来客数の水準は新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。加えて、メーカーの生産回復に伴い、購入価格帯の向上につながれば、更なる改善が見込める（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・物価高が止まらないなか、それに対応する政策が不明確である。
	○	コンビニ（経営者）	・梅雨明けが早く、気温も上昇しているため、ソフトドリンクや冷たい物の販売が伸びる。
	○	コンビニ（経営者）	・猛暑という予報も出ており、2年ぶりに近隣のプールも営業する予定なので、期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・前年よりも1か月くらい早く梅雨明けしたということだが、我々小売業にとっては、天候はかなり影響する。加えて、新型コロナウイルスの感染状況が収まっている。これで客がかなり動いているので、これから良くなる。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・梅雨明けが早くなりそうで、暑い期間が長い分だけ期待が持てるが、一方で水不足が心配である（東京都）。

○	コンビニ（従業員）	・今年の夏は、前年も開催されなかった祭りが行われる。多くの人でにぎわう祭りは来客数の動きに大きく影響する。街中にあるコンビニでは、祭りの途中で飲物や食べ物を買うことも増える。大きなイベントが売上に影響を及ぼすため、今年の夏は前年よりも来客数の増加に期待できる。
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も気にならなくなった。県民割等で動きが活発になる。衣料品はまだまだデフレ傾向が続いている。
○	衣料品専門店（経営者）	・不確定要素は多いが、身の回りのイベントなどが広がり、今まで買い控えしていた分、新たな買物につながる事が考えられる。消費者が解放感から財布のひもを緩めることに期待している（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	・これからバーゲンセールが始まることで、買い控えをしていた消費者の購入が見込まれる（東京都）。
○	家電量販店（店長）	・インバウンドの回復を願っている（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・夏のボーナス支給額の上昇、ウィズコロナの定着、ロシアのウクライナ侵攻のこう着状態による消費者心理の改善、少しずつインバウンド需要が回復することで、業界需要が好転することを期待している（東京都）。
○	家電量販店（従業員）	・マスクはまだ完全に外せないが、出かける人は増えているので、今後に期待したい。
○	乗用車販売店（経営者）	・ある程度状況把握ができてきているので、生活ペースの基準等が定まっている。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・全国旅行支援などもあり、8～9月と更に景気好転を予測している（東京都）。
○	高級レストラン（営業担当）	・新型コロナウイルス禍を踏まえ、これまで「会食なし」、「会食のみ」であった個人利用が、徐々にではあるが「会食あり」に変わっている。今後、ある程度は法人需要の回復も見込める（東京都）。
○	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減少による消費マインドの向上、全国旅行支援等の後押しもあり、改善する半面、物価の高騰で余暇関連の伸び率が鈍いことも考えられるため、総合的には若干の回復にとどまるのではないかと（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は、今の売上加えて、少しずつケータリングも入ってくると思うので、今よりは少し良くなる。大きいパーティーが何件か入ってきているので、1～2割程度は伸びるのではないかと。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況にもよるが、夏に向けて徐々に客がお金を使えるようになってきているので、今より新規感染者数が増えなければ、やや良くなる可能性が高い（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・今のペースでいけば良くなることを期待したいが、円安により不景気になる可能性を考えると、必ずしも良くなるとは言えない。
○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰の要因が単純にロシアのウクライナ侵攻の影響であれば、どこかのタイミングで不景気に転落しないか不安である（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況により大きく変動することは間違いない。このままの状態が続けば良くなるが、円安による輸入品、ガソリン価格の高騰に伴う流通の価格上昇も気になり、どのように変化していくのか不安材料はある。当社はコーヒー豆製造もしているため、価格の高止まりが分からない。値上げもしたばかりで、原料の高騰はかなり厳しい状況ではある。少し良くなると回答したものの、正直分からない（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・今後の新型コロナウイルス感染状況と政府の対応、感染症法上の分類の変更、あとはマスク着用についての政府からの指示、そういったものがもう少し明確に出てくれば、必ず良くなっていく。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・世間がウィズコロナの傾向にあるため、新型コロナウイルス感染者数が大幅に増えなければ、例年並みとはいかないまでも、売上は良くなる。今までが悪過ぎたので、景気が良くならなければ、業界全体の厳しい状況は改善されない。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染者数が収束することは考えにくい、このままいけば夏季の客足は現状より増加する。

○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス禍以降は新規受注、新型コロナウイルス感染症のまん延、旅行中止、というサイクルから抜け出せなかった。しかし、徐々に実施案件も発生し、安定してきている。新型コロナウイルスの感染状況が現状のままで推移していけばという条件付だが、秋に向けて景気が良くなっていくことを期待する。
○	旅行代理店（販売促進担当）	・国内の個人旅行は、全国旅行支援が始まるので、8月以降は伸びると予想している。9月は教育旅行の予約も順調に入っている。インバウンドも本格的にツアーが入ってくるので、加味しての判断である（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・9月頃にはGo To Travelキャンペーンが再開されるということなので、前年同時期と比較すれば、急激に売上が伸びるだろうと期待している。
○	タクシー運転手	・年末までには、海外からの入国者数、インバウンド需要の回復が見込まれるので、多少良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・降雨がやや少ないようで、本来の梅雨の忙しさではないが、それなりに仕事はできている。週末は非常に忙しく、ロングの客もあり、やっと本来の仕事に戻ってきている。
○	タクシー運転手	・飽くまで、物価の上昇がどこまで影響するかによるが、少なくとも新型コロナウイルス感染症の影響はなくなってきて、人の動き、流れが大きくみられるので、期待したい（東京都）。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス禍からやや元に戻りつつある。この仕事は景気によって客が増減するが、今は急激な気温上昇により客がかなり増えている。涼しくなる秋口から、本当の景気が分かる（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	・ウクライナ情勢の影響で、今後の燃料費高騰などの不安要素もあるが、多少持ち直している。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も収束に向かい、自粛生活から解放され、商店街、街中に繰り出す機会が増えて、消費を押し上げる（東京都）。
○	通信会社（社員）	・他事業者の要因により、申込件数が若干良くなる（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・案件の動きが活性化することを期待している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着いていることと、それに伴う経済の活性化などにより、新たなビジネスも生まれてきていることから、徐々に良くなる方向へ推移する（東京都）。
○	観光名所（職員）	・来客数の増加率から判断している（東京都）。
○	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数の下げ止まりやウクライナ情勢、円安の影響を受け諸物価が上がってきており、まだ先行きに対する不透明感が拭えないが、参議院議員選挙後の政府の景気対策に期待する意味も込め、良くなっていく。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・予約の入り方、学生の動向、街中の様子、近辺の渋滞など全てを見て総合的に判断している（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染者数がなかなか減らないのが心配だが、今の傾向から見て、来場者数は増えていくと予測している（東京都）。
○	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が終結すれば、やや良くなる（東京都）。
○	その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・いまだに自動車のサプライチェーンの問題は改善されていないが、これから徐々に行われる各メーカーの新車発表次第である（東京都）。
○	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・マスク着用の緩和や、政府の景気対策から、徐々に上向きに転じると予想している（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・民間の設計業務は、様子見で、余り増えないような感じがする。客への訪問回数を増やしたり、連絡を取ったりなどしているが、早晚良くなる雰囲気はない。行政の指名入札などは多少プラスになっているので、社員共々頑張っていきたい。

○	住宅販売会社（従業員）	・今月から、ウッドショック、アイアンショックに伴う販売価格の値上げを行ったが、価格を抑えた新商品を発売することが決まった。その新商品による販売量の増加と、販売量が悪過ぎた今日よりは回復するだろうと見込んでいる。
○	住宅販売会社（従業員）	・商談数が少し増えている。
○	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築関係では、今年に入って資材価格の高騰が続いているが、物件を延期や中止にはできないことから、エンドユーザーに価格転嫁する形が常態化して受注していく予定で、仕事量を確保できる見込みである（東京都）。
□	商店街（代表者）	・商店街を歩いている客は、前よりは少し増えている。ただし、店の前を歩く人のうち、店内に入って買物をする客の数が少なく、少しは良くなっているとはいえ、まだまだである。新型コロナウイルスの感染者数がまた若干増えてきているが、今後落ち着いた段階で、人の動きがもっと良くなれば、売上も少し改善してくるのではないかと期待している。
□	商店街（代表者）	・商店街ににぎわいが戻りつつある。8月の祭りは規模を縮小し、各種の規制をクリアして開催するので、苦勞が報われると良い。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・以前から決まっていた工事があるが、その他は、商材の手配が間に合うかどうかの問題である。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気は悪い状況のまま変わらない。ボーナスなどがやや多くなるというニュースもあるが、景気に結び付くことはない。この状況が続くのではないかと（東京都）。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・7月1日から、プレミアム付商品券が再度発売される。期待はしているものの、いつも肩透かしで終わっているのが残念である。7月1日から応募受付、12月1日から使用可能ということなので、多少なりとも期待を持って進んでいきたい。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・ウクライナ情勢の影響で燃料価格が高騰しており、食料品等の値上げも見えているので、消費購買が慎重になる（東京都）。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・良くなってほしいと願っているが、なかなか厳しい。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・これから文具だけでなく、スチール家具、その他の商材についても値上げの予告が多くある。そのため、売上は一時的には上がる。ただし、客によっては、値上げをしたことによる買い控えも起きるのではないかと予想される。そうしたことから、最終的には変わらないのではないかと。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・販売量が伸びていないので、今年のボーナスは期待できない（東京都）。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・しばらくは円安の影響が続き、輸入商材の販売量が抑えられる（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・厳しい暑さが予想され、消費に対する慎重な姿勢が継続することが予想される。
□	百貨店（総務担当）	・景気に悪影響を与えると考えられる様々な要因について、はっきりとした明るい方向性が見えないなかでは、何となく良くなっている程度で、明らかな上昇傾向は感じられない。今後の成り行き次第では、良くも悪くも、どちらにでも転じてしまうことはあり得る（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は収束しておらず、また、海外情勢により物価高が進んでいる。この先、消費に対して慎重な行動をとることが予想される（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・値上げ品目が増え続ける状況で、生活者も購買には慎重であり、継続して売上が伸長するかについては不安である（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・テナントとの家賃などの契約内容で業績が決まる。出店している小規模のテナントは、新型コロナウイルス禍で相当傷んでおり、契約終了時にもなかなか条件交渉をすることが難しい状況にあるため、結果としてメジャーではない小～中型の店舗は厳しい状況にある（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・中国はゼロコロナ政策を継続しており、インバウンド需要が新型コロナウイルス発生前まで回復するには、まだ時間が掛かる（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・ウクライナ情勢に伴う輸出入制限等による円安、原油高の影響により、一般消費者の財布のひもは固くなりそうである。食料品の値上げについても、購入回数を控えるなど、食料品に対する支出は限られていることから、大きく伸びることはないと推測しており、しばらくは厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・県民割などの効果で更に人流が増加する一方で、お金の使い方として、海外旅行など一部に違う需要が出てくると思われる。全体としては、世界情勢や円安、インフレなど様々な影響から、購買自体を控える動向も懸念される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・物価の上昇や先行き不安などがあり、一旦は回復がみられた消費行動も、再び縮小し始めているようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・各種値上げの動きは継続しており、消費者は引き締めるところと使うところにメリハリをつけている。夏の需要が落ち着いた後は、秋の行楽シーズンを踏まえても、現状から更に大きく改善することは難しいとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻や円安が落ち着くまでは変わらない。もう企業の努力うんぬんではない気がする。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・1品単価は上がっているが、その分買上点数が落ちているため、じりじりと悪くなっているような感じがしている。いろいろな物の値上がりが続いていることで、どうしても客が買い控え、節約志向になっていて、非常に難しい状況である。粗利を上げて経費やロス削減をしっかりとやっていくしかない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の買い方を見ていると、疲れてしまうのではないかと感じる。客の購買動機が価格の安い店となると、3か月後は今よりも悪くなると予想されるが、今の段階では近所のスーパーを見て安い物を買うという様子なので、3か月後も恐らく今と変わらない形で推移するのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商材の値上げがまだ続くため、売行きへの影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・内食化傾向も落ち着いてきており、周囲の社会情勢から、単価の上昇が更に続いていくとみている。それに合わせて販売量並びに来客数の落ち込みも続く予想である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・価格上昇は今後も続く見通しであり、メディアでは物価上昇は収まる気配がないと連日報道されている。また、将来の年金受給額も物価変動で下がっているため、危機感を持っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コンビニにとって大切な夜間、深夜の売上増加は全く見込めないため、現状維持が精一杯である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・現状を踏まえると、今後も生活必需品を中心に消費は落ちない。ただし、し好性の高い商材に関しては景気に影響されやすいので、景気次第である（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、販売が余り芳しくない。客の購買意欲はあるものの、半導体不足で生産が間に合わず、新車を注文しても納期が半年くらい掛かるため、購買意欲がなくなっているような気がする。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の売上の減少分をサービス部門で補う状態が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・客の反応が悪く、購買意欲が感じられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアのウクライナ侵攻が終結し、食料、燃料などの価格が下がってこない、やはり企業やユーザーはお金に対してシビアになってきて、なかなか物を買ってくれない、若しくは単価に対して注文を付けて少しでも安く買おうと交渉する様子が見受けられる。したがって、ここ2～3か月については、今のやや悪い状態のまま変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・納期遅延が解消しないとうまくいかない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・現状が続くことが予想される。また、サービス需要も悪化する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産体制正常化のめどが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・これといって影響があるような出来事がない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足と新型コロナウイルス感染症の影響がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・猛暑でかつ電力不足なので、夏物商材が例年以上に動く可能性がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店では、大体一定して同じ商材を1年中売っているため、販売量は年中ほぼ変わらず、普通に出ている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・全国旅行支援などにより、国内の人流は更に大きく回復し、旅行やサービス業などは復調の兆しだが、雑貨や食品を取り扱う業界においては、値上げの影響から実質的には横ばいが続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・夏のボーナス支給も景気の良い話も聞こえているが、恩恵は一部の方なのか、期待はできない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・この先、天候不順の影響などが懸念され、良くなる要素は見いだせない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・予約数が増えない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・現状としては回復基調にあるが、直近の新型コロナウイルス感染者数の増加傾向と、円安、ウクライナ情勢、エネルギー関連などによる物価上昇もあり、この夏で消費者の消費傾向がどうなるかは不透明である。相殺すると、現状維持程度になる可能性もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・テイクアウト部門の数は少し伸びているが、イートインに関しては、新型コロナウイルス発生前の来客数にはいまだ及ばない（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対策の規制がほとんど解除されても、客の戻りはまだまだ厳しい。また、円安やロシアのウクライナ侵攻による仕入コストや経費全般の高騰で、より一層厳しくなっている。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がより進み、早く営業利益が出るようにならないと、会社が持たない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・同業者の都内の飲食店でも、きちんとした客を取っている店は、やはり夜の客が戻ってきていないところがまだ多いようである。一見さんや単価の安い客を取っている地域や店などには、それなりに客が戻ってきているだろうが、そういう少々怪しい店だけでは、飲食業界は成り立っていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・特に国からの対策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）	・新型コロナウイルス感染防止の規制が解除されたことにより、来客数は増えてきているが、インフレによる値上げの影響が心配されるため、プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・外食部門に限ると、新型コロナウイルス発生前に戻るためには感染状況がもう少し落ち着く必要がある。したがって、これから3か月程度は急激な変化はないものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・円安でホテル等の地上費の原価に影響が出ており、旅行代金も高めに設定せざるを得ない。せっかく2年ぶりの海外旅行再開なのに円安となり、タイミングが悪い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が充実すれば、需要が増える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が減少しきっていないことから、やはりまだ不安が大きい。これからお盆休みに入り、行動が自由になると、再び感染者数が増えてくるかもしれないので、慎重に動いて、様子を見ながらの生活になりそうである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・通信機器の枯渇状態が解消されない限り、当面現状が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・転居に伴う人の動きが新型コロナウイルス発生前まで急激に回復する見込みは薄く、現状がニューノーマルとなる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・新電力会社の倒産、サービス停止が相次ぐなか、当社のメリットはあるが、若年層を中心としたテレビ離れの傾向は顕著であり、トータルグロスには余り変わらない（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全くない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・売れないわけではないが、利益率が低下しているため、景気は何ともいえない。

□	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終息するまでは悪いままが続く。これ以上悪くなりようがない。
□	設計事務所 (経営者)	・来月辺りで終わる案件があるが、その代わりに入ってくる案件は今のところない。
□	設計事務所 (経営者)	・民間、官庁共に新規受注は厳しい状況が続くと思うので、しばらくはこのまま推移する。
□	住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が収束し、ロシアのウクライナ侵攻が終結しない限りは、景気は良くならない。早く落ち着くことを願っている。円安もかなり続いている。政府には景気対策を期待している。
□	住宅販売会社 (従業員)	・このまま地価及び資材価格の高騰が続くと厳しくなりそうである。そのなかで、工夫をして賃料を上げられる物件を検討していく予定である。今後も景気は大きく変化しない。
□	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (経営者)	・仕事の性質上、決定するまでに時間が掛かるため、すぐには回復しない。
▲	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・この先まだまだ値上げが続くことと、新型コロナウイルスの感染者数が再び増加に転じていることがやや懸念される。
▲	一般小売店 [酒類] (経営者)	・状況が変わらないため、好転への期待が持てない。
▲	百貨店 (販売促進担当)	・ウクライナ情勢に端を発した燃料費、食品等の値上げが拡大しており、さらに、電力不足等、今後に対して不安を感じる事柄が多くなっていることから、消費には消極的になるとみられ、景気はやや悪くなる。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことにより、外出機会の増加に伴う消費の回復に期待したいが、猛暑予想の夏に向けて不安も感じる。
▲	百貨店 (財務担当)	・物価上昇等が徐々に消費にマイナス影響となる懸念がある (東京都)。
▲	スーパー (販売担当)	・ガソリン価格の高止まりや、電気代、ガス代の値上げなどに加え、売場に出ている商材の多くがこれから値上げされていく。客は値上げに対してシビアな買い方や買い控えをすると予想されるので、やや悪くなっていくのではないかと (東京都)。
▲	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、円安や原油高による商材の値上げの影響がかなり大きく家計にのし掛かるので、より一層節約志向にシフトしていく (東京都)。
▲	スーパー (総務担当)	・新型コロナウイルス感染者数は下げ止まり、インフルエンザの流行も見込まれている。また、大多数の商材が値上げになるが、実質賃金が上がっているという感覚がないなかでの値上げとなり、客の買い控えがあるのではないかと。新型コロナウイルスの感染状況が収束していないとはいえ、県民割等を含めたコスト消費が増えているので、モノ消費はなかなか大きく伸びない。小売業としては厳しい。
▲	スーパー (総務担当)	・物価も電気料金も上がっている。
▲	スーパー (仕入担当)	・ウクライナ情勢、新型コロナウイルス感染症の問題、円安と懸念材料が多く、生活不安から消費はますます冷え込んでいく。
▲	コンビニ (経営者)	・物価の高騰で経費が増加する (東京都)。
▲	コンビニ (経営者)	・来客数に加えて売上も、いろいろな商品群、特に食品系でかなり落ちている。
▲	コンビニ (経営者)	・商材の値上げにより、売上が減少傾向にある。売上は夏季が一番伸びるため、猛暑が続けば持ち直すのではないかと期待している。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・原材料の値上げが厳しい。繊維関連の仕事だが、輸入糸の価格が上がっており、当然販売価格も上がるので、そういう意味で今後どうなるか不安がある。イベントが増えてきて、人の流れが出てきているが、まだ安心というわけにはいかないのと、その辺りを総合的に判断すると、やや悪くなる。
▲	衣料品専門店 (統括)	・夏物需要が終わり、衣料品業界としては閑散期に入る。
▲	衣料品専門店 (役員)	・物価高の影響を一番受けるのは衣料品関係である。ロシアのウクライナ侵攻が終わるまでは厳しそうである。
▲	家電量販店 (店長)	・物価高の影響が目を追うごとに出てくる。消費者は今までより優先順位を考えてお金を使うようになり、景気が良くなる環境ではない。

▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス禍でまだまだ客を動員できないので、今しばらくこの状態が続くのではないだろうか。
▲	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・このまま物価上昇だけが続くと、消費全体が落ち込み、景気は徐々に悪くなる（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・3か月後もウクライナ情勢等や円安等、社会情勢の影響で、まだまだ値上げは続く。所得を上げないといけないのだが、アルバイト等の扶養の限度額130万円などを撤廃するか、200万円、300万円に上げないと、一向に良くなる気がしない。その辺は政府の考え次第である。
▲	一般レストラン（経営者）	・今月はかなり予約が入ったので良かったが、7～8月の予約表を見ると、暑さもあり、今月よりも数が少なくなると見込んでいる（東京都）。
▲	旅行代理店（経営者）	・遠くへ出かける客からぼつぼつ声が掛かっている。家族でそろってどこかへ出掛けて、日帰り温泉でも入ってこようかなという話になっているので、多少は良くなってきているが、まだまだ企画のみや、日帰り旅行等のみである。
▲	旅行代理店（従業員）	・物価上昇に伴い、旅行を控えるような動きになるのではないかと（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	・原油高に端を発する値上げラッシュが続き、その影響が出る。
▲	通信会社（社員）	・前年度はイベント事業の復活もあり、明るい兆しがあった。今年度はそれを上回る様子がない（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・物価高騰や円安に対して効果的な対応策を見つけれないままでは、景気は大きく失速していく可能性が高い。
▲	通信会社（営業担当）	・当面、物価の高騰が続くと予想されるので、娯楽要素の多いものが削減対象となり、当社の景気も厳しくなっていく（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・物価高傾向により、客の支出が減る傾向になるのではないかと危惧している（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	・インフラの稼働に必要な電気料金など維持費用の高騰、半導体供給の乱れに伴う宅内設置機器の調達への影響が懸念される。加えて、これまで減少してきた新型コロナウイルス感染者数が増加に転じていることも、客との接点の減少につながると考えられ、景気は悪化基調と判断する（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・通常どおりの生活に戻り始めているので、ゴルフ以外のレジャーに人が分散することもあり、来場者数、売上共にやや減少する。また、今年の夏は猛暑が予想されていることから、屋外のレジャーは足が遠のくのではないかと。
▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・景気が良くなる要素が出てきそうにない（東京都）。
▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が早く収束してほしい。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏期講習も外部生の入りが非常に少なく、料金を重ねて聞く親はとて多いので、これから悪くなる。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・いまだに新型コロナウイルス禍にあり、購買意欲に乏しい。世の中に不安感や疑念がある。
▲	設計事務所（所長）	・ここに来て、また建設資材価格の値上がりが見られるため、全く先の単価が読めず、また資材調達の不安もあり、先が見通せない。景気が上がる気配は感じられない（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症に続き、ロシアのウクライナ侵攻により、先行きが非常に不透明な状況が続いていることから、物価高騰と同時に仕事量も激減するのではないかと懸念でいっぱいである。
▲	設計事務所（職員）	・景気が上向く傾向や動きが出てくる可能性は小さい（東京都）。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・資材価格高騰の影響が顕著に表れる。
×	商店街（代表者）	・原因が分からない。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いているせいもあるが、客の購買意欲というか、設備投資などの話も今は止まっている状態である。品物が入ってこないことにはということもあるのかもしれない（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・人件費、原材料費、水道光熱費等の高騰に対し、価格競争があるために相応分の値上げができない小売店の業績は悪くなり、携わっている従業員の給料も上がらなくなる。

	×	スーパー（経営者）	・加工食品だけでなく、生鮮食品の仕入価格も上がっている。当社の製造商品はまだ値上げしていないが、売行きは良くない。この先値上げしたら、どうなるか分からない。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・円安の影響で仕入原価の高騰が更に進んでいる。また、電気やガスなどのコスト上昇もあり、経費が大幅に増えている。価格への転嫁を急ぎ対応するが、今後かなり消費が冷え込むのではないかと懸念している。
	×	衣料品専門店（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻による素材不足、中国上海のロックダウンの影響で物資の手配が難しくなっており、必然的に物価上昇による買い控えが顕著に起きている。
	×	衣料品専門店（従業員）	・世界情勢の悪化や円安等による材料価格の高騰に伴い、製品価格が上がり、それがますます転嫁できなくなるため、非常に困難な状態になる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により買い控えが増加する。
	×	ゴルフ場（経営者）	・海外との金利差から円安が進み、今後も物価が高騰し続ける。
	×	ゴルフ場（従業員）	・賃上げと最低賃金の引上げは全体的には正比例ではない。企業全体として人件費は増やせず、最低賃金が上がるとしたら、企業内の賃金バランスが崩れ、景気回復にはつながらない。新型コロナウイルス感染症、物価の上昇、電力不足、地球温暖化など、景気回復の兆しが見えない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・円安下での原材料や資源エネルギー価格の高騰により、固定費が膨張している。特に、メンテナンス上必要な肥料薬剤の多くは輸入品である上、素材価格高により調達価格が高騰し、納期に遅れもみられる。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避と考えられる。近年の猛暑により散布肥料薬剤や光熱費負担が増加する上に、夏期の来場者数減少期を迎え、収益性は極めて厳しい状況に置かれることが予想される。設備の維持管理上で必要な設備投資にも着工遅れがみられ、既に2022年内の着工が困難な案件も見受けられ、BCPに影響を及ぼしている。
	×	競輪場（職員）	・事業自体の検討が必要になっている。10月からの下期に向けて運用を検討中である。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量が増えている。6月にボーナスが支給され、7月の昇給も決定している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・現在、手持ちの受注残が若干増えてきている。したがって、2～3か月先は今よりもやや良くなる（東京都）。
	○	建設業（従業員）	・取引先の様子で、物件が決まりつつあるという感じがする。
	○	輸送業（経営者）	・荷主の新たな配送網が7月から始動し、現状の改善が見込まれるため、少しではあるが、状況が好転する可能性がある（東京都）。
	○	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かう（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・今後は夏季休暇があり、遠方への外出機会から消費が増える。しかし、電力供給量の低下等により規制が厳しくなると、景気が停滞することもあり得る。
	○	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いていることにより、人流も増えているので、今後は店舗の売上が増えていきそうな手ごたえを感じている（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・外国人観光客の受入れで、少し物が動くのではないかと（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・8～10月にかけて輸送費の値上げ要請が来ており、良くなる要因が見つからない。
	□	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症や諸物価の上昇の影響が出てくと思うが、基本的には今後それほど大きく変わることはない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・仕事が動き出したようなので、大口狙いの営業に力を入れるよう努力する。大企業は新規事業が動き出したとのことなので、期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・国際的な物の流れ、資材の供給状況を含む世界情勢を見ると、楽観視できない要素が多いので、取引量の改善は一時的なもののみている。

□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・日本国内の新型コロナウイルス感染症の影響はかなり落ち着きつつあるものの、海外ではいまだに余波が残っている。自動車メーカーは海外での部品調達が安定しないと、年度当初の計画まで生産を伸ばすことは困難である。まだ景気回復には程遠い。
□	輸送業 (総務担当)	・荷主の国内出荷は低迷し続けている。また、輸出力は全くない。今後も現状が続くと予想している。
□	通信業 (広報担当)	・新型コロナウイルス禍や半導体不足の影響も徐々に薄れ、当面は回復の動きが続くと見込んでいる (東京都)。
□	金融業 (従業員)	・長引く原材料価格高騰への対策として、一部の事業者では、仕入先と価格交渉を行うことで収益への影響を抑えようと努力をしているようである。一方、最近の急速な円安進行については、どこまで影響が出るのか見通しが立たず、不安に感じるという声が多く聞かれる (東京都)。
□	不動産業 (経営者)	・在宅ワークの定着が進み、新築、賃貸に限らず間取りの広い物件への要望はしばらく続く。
□	不動産業 (従業員)	・引き続き不動産価格は高値をキープすると予想している (東京都)。
□	広告代理店 (従業員)	・良いか悪いかでいえば、良いとはいえない。新型コロナウイルス禍からの回復基調に陰りが見えるのは、ウクライナ情勢、値上げラッシュ、円安などが影響している (東京都)。
□	税理士	・米中の景気に日本は大きく左右される。現在の国内は、やはりウクライナ情勢、食糧危機、エネルギー危機、円安の影響から物価高になっており、先行きも変わらない。ウクライナ情勢の影響によるエネルギー危機等が解消されないと、状況は変わらないのではないかと。景気は余り良くない方向にいつている (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)。
□	その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者)	・工場稼働率が回復しつつある取引先もある一方で、廃業等に踏み切るところもあり、変わらない状態が続くものと予想される。
□	その他サービス業 [警備] (経営者)	・このまま数か月は変わらない。
□	その他サービス業 [映像制作] (経営者)	・簡易な撮影などが普及したため、ビジネス形態が変化し、今の状況は変わりそうにない (東京都)。
▲	食料品製造業 (経営者)	・原材料、包装資材の値上げが止まらず、悪影響しかない。
▲	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・資材の値上げが段階的に行われそうで、終わりが見えない。理解してくれるクライアントとそうでないところがあり、対応に苦慮している。
▲	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・外売りといても、FAXなりメールで注文をもらって、そのまま郵便で送るという形であるが、やや落ちてきているような感覚である。梅雨であったこと、新型コロナウイルス禍ということ、ここにかけての気温上昇で客が外出を控えていることから、店頭での現金取引は激減している。これからも暑さは続くので、店売りが非常に厳しくなるとの見通しを立てており、やや悪くなると予想している (東京都)。
▲	化学工業 (総務担当)	・原材料費の高騰が続き、販売価格に転嫁したいが、値上げにより需要家が安価な材料へと動くことが心配である。
▲	プラスチック製品製造業 (経営者)	・医療品容器の受注は落ち着いてきているが、化粧品容器の受注は上昇機運が見られない。さらに、材料の値上げが続き、経営環境は厳しい。
▲	金属製品製造業 (経営者)	・ロシアのウクライナ侵攻などの不安要因があるなかで、世界的に景気が下がっていく。
▲	その他製造業 [靴] (経営者)	・周囲に話を聞いても、また、社会的にも、景気が良くなるような話は飛び込んでこない。良くなる理由が今のところ見つからない。
▲	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・物価上昇により消費者の購買意欲が低下している (東京都)。
▲	建設業 (経営者)	・いろいろな段階における景気対策がうまく連携されておらず、余りすぐに景気が良くなることは考えられない。
▲	金融業 (従業員)	・ウクライナ情勢を発端とするエネルギー環境の変化や円安の影響により、物価が上昇している。物価の上昇は想像以上に国民生活に大きな影響を与え、実生活に重くのし掛かっており、景気の後退が懸念される。

		金融業（総務担当）	・食品等の値上げや、ガソリン価格の高騰が徐々に消費者に影響してきており、小売業やサービス業の売上にも影響が出てくると思われる。新型コロナウイルス感染者数が増加傾向にあるので、今後、飲食業等にも影響が出てくるのではないかと。不動産業では、資材の高騰や設備機器の品不足により販売価格が上がり、販売に影響が出てくる。全体的にはやや景気は悪くなる（東京都）。
		不動産業（経営者）	・月末になって、新型コロナウイルスの感染者数が、若干ではあるものの増えてきているようである。インフルエンザも発生し、学級閉鎖のところも出てきている。会合等も少しずつ増えてきているが、感染者数が増えないことを祈っている（東京都）。
		▲	広告代理店（経営者）
		▲	広告代理店（従業員）
		▲	経営コンサルタント
		▲	税理士
		▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）
		▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）
		▲	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）
		×	出版・印刷・同関連産業（経営者）
		×	精密機械器具製造業（経営者）
		×	建設業（経営者）
		×	建設業（経営者）
		×	建設業（営業担当）
		×	経営コンサルタント
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き求職者数の増加を見込んでいる（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は大分落ち着いてきている。各企業共に派遣求人数が増加傾向にあり、求人数、求職者数共に増加するとみている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・県内の国際空港を例にとると、観光、エアライン系の求人者が徐々に戻りつつある。夏以降来春にかけて、少しずつ減便していた路線も戻る傾向にあるとのことである。それゆえ消費意欲も高まり、景気回復傾向にシフトしていくのではないかと。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・現在の人出の多さ、消費の多さが2～3か月先の景気を表していることもある。今は人出が大分戻ってきて、以前よりも経済が回ってきている。このまま求人数が多くなることは、景気の上向きを表す。少し先の景気が良くなることを願いながら、今を頑張るという気持ちが大切ではないかと。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・企業の採用者数が増え、賃金が上がっていけば、消費が増えて景気も良くなっていくのではないかと（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・円安の状況が気にはなるが、企業の求人はこれまでと変わらず採用を控えることはないかとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・緩やかになってきてはいるものの、求人数や派遣社員の長期就業者数は依然として堅調であるため、今後もこのトレンドは継続する（東京都）。

□	人材派遣会社（社員）	・需給のひっ迫に耐えきれず、なし崩し的な採用が年末に向けて加速する（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・求人動向に変化がなく、3か月先においても大きな案件が入る見込みがない。
□	人材派遣会社（支店長）	・急激な円安、原油高などにより企業業績に悪影響が出始めており、人材需要も低下する懸念が強い（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車産業においては、まだEV化やDX推進は道半ばであり、今後も継続すると予測している（東京都）。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明けの計画や予約は結構もらっているが、倒産、廃業が止まらないので、プラスマイナスゼロでほとんど変わらない。
□	職業安定所（職員）	・求人数が若干増加傾向にあり、景気は上向きかと思いつつ、ここ最近では、新型コロナウイルス感染者数が前週に比べて増え続けているため、先が読めない状態となっている。
□	職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢等の影響で物価上昇が続けば景気が減退する可能性があり、予断を許さない。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月と比べて1.2%減少しているが、前年比では11.4%増加しており、6か月連続して前年同月を上回っている。前々年同月と比べると6.4%の減少であり、下げ幅は2か月前と比べて約10ポイント改善している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業には採用予定数に達しなくても良いといった楽観論がある。新型コロナウイルス禍、ウクライナ情勢に加え、円安の加速により、採用枠は縮小するかもしれない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の業績拡大が期待できるような顕著な改善は期待できそうもない（東京都）。
▲	求人情報制作会社（経営者）	・円安や株価の影響が徐々に始めている。中小零細企業は、原価の高騰を販売価格になかなか上乗せできない現状がある。そのため、賃金アップが進まず、消費も減退し、事業者の販管費コストも絞り気味になるのではないかと（東京都）。
▲	求人情報誌制作会社（所長）	・物価が上がり、政治がどのような対策を採るかによって、変わってくる。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はやや改善されたものの、円安、原材料高が企業の経済活動に負の影響を強めている。一部では採用活動を見合わせる動きも始まっている（東京都）。
×	*	*