

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（販売促進担当）	単価の動き	・宝飾品など高額商材の売上が好調である。日傘、帽子、サングラス等の暑さ対策アイテムなど日用品の動きも大きい（東京都）。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・3～4月は新型コロナウイルス感染症の影響を強く受け、2019年比でも来客数は6掛け程度であった。3年ぶりの制限のないゴールデンウィークで人流が一定程度回復し、7月になってようやく7掛けまで戻ってきたところで、また新型コロナウイルスの感染拡大の報道等が出始めた途端、自主規制の影響なのか、来客数が明らかに落ち始めている（東京都）。
	◎	乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・新型車効果で未納先ユーザーが増えている。中古車の市況が好調であり、サービス需要も順調に推移している。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は、確実に増えている。来街者数も週末を中心とも増えている。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることで、少し出足が鈍ってきている。イベントに関しても、若者、ヤングファミリー層の参加率は堅調である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・6月は天候も良く暑かったので、エアコンの売上が好調だったが、今月に入って落ちてきている。商材も少しずつ潤沢に入ってくるようになったが、売上には結び付いていない。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は日が進むにつれ悪化しているが、客の消費行動が極端に停滞しているわけではない。コロナ禍当初の食料品を中心とした日用品に売上が偏ることもなく、紳士、婦人共にファッション関連商材が動いている。ブランド価値が高いと思われる商材は引き続き好調である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・外出機会の増加や月後半からの気温上昇に伴い、夏物衣料や服飾雑貨も実需購買が伸長している。一方、帰省など行動制限がないことにより、お中元ギフトは前年を下回っている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が増えつつあり、比例して販売量も増えてきている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・引き続き来客数は前年実績を上回るペースだが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には完全には戻り切っていない（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	単価の動き	・やや良くなっていると答えたが、景気が良くなっているわけではない。まず、中旬は降雨があったが、それ以外は天候が良い。また、土用の丑の日や、県独自のキャッシュレス決済キャンペーンで買上金額の最大20%がポイント還元されることから、客単価が上がっている。来客数は増えていないが、そうしたいろいろな条件が重なり、やや良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年の夏は気温が高く、ソフトドリンク、アイスなどがよく売れている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のイベントが3年ぶりに開催されているので、以前のようにはいかないが、前年比110%と好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数はかなり増えているが、行動制限はされていないので、来客数は前年より伸びていると感じている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・7月中旬の戻り梅雨で客足が落ちていたが、直近では戻ってきている印象である。新型コロナウイルスの感染第7波の状況下であるが、行動制限が行われていないため、前年よりも来客数の動きが良い（東京都）。

○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・世間は夏休みの時期になっており、ふだん購入しないような客の購入が増えている。例えば、小学生の昼食などは通常は給食であるが、夏季はコンビニで購入したりもする。夏休みを過ごしている学生などは、明らかにふだんと違う動きをしている。これは短期的な影響でしかないと思うが、行動制限が緩和されていることで来客数が伸びているとも言えるのではないか。
○	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・地域によると思うが、来客数が伸びていない。しかし、高単価商材の動きは良い。
○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による半導体不足で新車の納期が遅れている状況のなか、それほど大きな値引きをしなくても車が売れている。中古車は逆に価格が上がっており、粗利も相当大きく改善をしているので、これから景気が良くなるのではないかと（東京都）。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・梅雨明けが早く、3か月前からは売上が増加しているものの、長期的には減少傾向は変わらず、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると減少している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数から、徐々に5～15人くらいまでの宴会が入るようになり、単価も以前と同じくらいになってきている。フリー客も以前よりは入るようになってきている（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	お客様の様子	・以前に比べて楽しくお茶をする客が増えてきているので、ほのぼのするような風景ではあるが、少し良くなってきた矢先に、新型コロナウイルスの感染第7波が来て、今後どうなるのか分からず、とても不安である（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・県民割が寄与し、3連休までは稼働率も高く、高単価で推移していた。連休明けから月末までは、新型コロナウイルス感染者数の急増に伴いじり貧となったが、全体を通して3か月前よりは数値としては微増になっている。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏休みになり、販売数は伸びているものの、新型コロナウイルス感染症が第7波でまん延しつつあり、外出自粛が懸念される（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、昼間の利用は今まで同様良い。週末の夜は深夜まで車でタクシーを待っている客を見る。ロングの客も増えている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・利用客が増えている。景気の回復というより猛暑によるものと思われる（東京都）。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・他社の通信障害の影響により、サブ回線としてeSIMの申込みが好調である（東京都）。
○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波がいまだにピークアウトを迎えていない状況だが、政府の行動制限を行わない方針が人々の消費の下支えをしている感がある。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・当社の5月期決算で、利益が出ている。
○	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64%と悪いものの、3か月前と比べると約16%増えているため、景気はやや良くなっている。今月も3か月前も悪かったが、今月は土日祝日の日数が多かったことや、3連休で大掛かりなキャンペーンを行ったため、3か月前よりはやや良くなっている。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・前から決まっていた大きな工事をしているので忙しさはあるが、品不足もあり受注はそこそこである。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・あえて言うのであれば今の気候が原因だと思われる。日中だけでなく夕方也非常に暑く、人が歩いていないので、路面店の当店としては厳しい。
□	一般小売店 [傘]（店長）	それ以外	・来客数が増え、購買意欲も増しているものの、仕入価格の上昇を急激に売価には反映できない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・店舗の来客数は伸びている。新型コロナウイルスの感染拡大で皆余り外出しないため、自宅用に文房具を買う人が結構多いようである。ただし、その分、外商の案件等が徐々に滞ってきている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず販売量が伸びない。世の中ではボーナスが出たなどという話もちろほら聞くが、当社ではそれもなく、ずっと我慢のままである。皆が「潰れないだけでもまし」という気持ちで仕事をしている。景気はここ数年だけでなくずっと悪いままなのではないか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えているが、行動制限が掛かっていないため、来客数の減少はみられず横ばいである。学生は夏休みが始まり、週末は家族連れも多く来店している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する行動制限がなくなった4月頃から景気は緩やかな回復基調にあり、消費者の消費マインドは上向きに推移していた。しかし、足元の7月半ば以降は再び急激な感染者数の増加が連日報道されていることで、景気に一定のブレーキが掛かっている。特に、中高年以上の客層の動きに影響がある。大きな基調は変わらないという意味で、横ばいと判断している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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感染拡大により続けていた自粛生活の反動で、来客数、売上共に回復傾向が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・売上は前年を上回っているものの、前年同時期はまん延防止等重点措置が適用されていた時期であり、楽観視はできない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見てみると、広告初日の目玉商品やタイムサービス、あるいはポイント何倍の日など、同じ商材なら少しでも安く、お得に買い回れる時間帯や店をうまく探しながら買物をしている様子が多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・今のところ一番の要因は来客数であり、前年と比べて95.1%となっている。来店客の買上点数、単価も前年を下回っている。したがって、3か月前の悪い状態のまま、現在に至っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	それ以外	・猛暑の影響により、アイスクリームや飲料等の売上が前年を大きく超えているが、値上げの影響もあり、調味料等の基礎食品類の販売数は伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・客単価については、それぞれの値上げの影響もあり若干上回っているが、それ以上に来客数並びに販売量の落ち込みが目立っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・今年に入り1万円以上の食料品の値上げがあるが、客はより安価な物にシフトしているようで、1品単価は変わっていない。買物頻度が落ちて客単価は上がっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているものの、前年の緊急事態宣言発出時のような行動制限は行われていないため、旅行やお盆の帰省を計画している人が増えているが、直近の新規感染者数の爆発的増加により計画を見直す人も増えてくると想定されるため、先行きは不透明である。それでも3年ぶりの帰省のため、二極化が進むことも予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・上旬は良かったが、中旬以降は来客数が伸びていない。新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に拡大し、また来客数が落ち着いてきている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・現状の夏商戦は季節商材の動きが伸びずに苦戦している。3か月前も現在も、状況としては商品価格が大きく上昇していることがどのように影響していくのかを見極める必要がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・7月に入り、新型コロナウイルス感染症が本格的に第7波に入った感がある。また、前月後半の猛暑から一転し、降雨が長く続いた影響と考えているが、売上が前年を下回り、気温と相関性のある商材の動きが悪い。インフレを実感する景況となり、消費者は生活防衛に走っている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・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。前年度に比べて5割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の受注量は前年並みだが、メーカーからの新車の納期遅れがまだ続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスが感染拡大している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・想像以上に販売量が落ち込み、納車も遅れているために現金化できない状況である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属] (統括)	来客数の動き	・人の流れの増加に伴い来客数は増加しているが、売上はほぼ変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が行動自粛につながり、盛り上がりには欠ける(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が激増しており、影響が出始めている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しているが、一般ニーズは以前と比べて慣れもあるのか控える傾向は弱く、レストラン予約、利用数は上向き傾向にある。一方、法人需要は周囲からの見え方もあり、急きょキャンセルする傾向と今後の企画がステイ状態になってしまい、総体的にはプラスマイナスで横ばいである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べると、初旬は新型コロナウイルスの新規感染者数もなくなりはないまでも少なかったため、客も多少来ていた。ケータリングも少しずつではあるが入っていたので良くなると思っていたのだが、ここにきて新規感染者数が急増し、ほとんど全てキャンセルになってしまっていて、やや悪くなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・一部同業店でみられた行列も一時的なもので、継続性がみられない。回遊客の絶対数減少は否めない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べると、やはり今の東京都の新型コロナウイルスの新規感染者数が4万人前後になっているので、多少は客が減っている。これからどこまで客が減るかは分からないが、今のところは3か月前と変わらない。
<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た後でも、常識のある人は、やはり夜に大人数で飲食店に来てくれることはもうなくなってきている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・回復傾向にあったが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、来客数に影響が出てきている。なかなか上向きにならない現状が続く限り、世間一般の不安感は拭えず、景気回復には向かわない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客を訪問しても、まだまだ新型コロナウイルス感染症の影響があり、なかなかその気になれないし、全国旅行支援も延期されてしまい、家族皆で旅行に行く時間もそんなに取れないと言われている。やはり客もこの足を踏んでいるようである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(販売促進担当)	お客様の様子	・今月半ばから予定されていた全国旅行支援事業が延期になり、県民割、ブロック割が延長となった関係で、夏休みを中心に、国内個人旅行がキャンセルになるケースが散見され、マイナス材料になっている。ただし、行動制限がないので、旅行に行く客はそのまま行ってくれている。また、教育旅行についても、行動制限がないので、民間などの利用についても予定どおり実施されている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・夏の旅行シーズンを迎えて増収に期待していたが、7月上旬から新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に拡大し、旅行の取消しが急増している。前年同時期と比較しても、売上に顕著な伸びはみられない。

<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	それ以外	・今月半ば以降、新型コロナウイルスの新規感染者数が急拡大し始めたが、経済を止める政策が出ていないので、今のところタクシー利用客は激減していない。猛暑日、ゲリラ豪雨など、例年と違う天候なので思わぬ客がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・7月上旬までは新型コロナウイルス感染症は収まっていたが、急激に感染者数が増え、感染第7波と言われ始めてから、人出が急減している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベント再開の兆しが多少あり、司会の依頼などが復活してきている。反面、新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で足踏み状態である。行動制限を行わない方針が出されているが、自制している様子が見受けられる（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、物価高騰を背景に、より安価なサービスを求める傾向が強くなってきている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響で買い控えが見受けられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増もあり、契約数が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	それ以外	・当社も他社もサービスは向上しているもので、契約と解約の推移が平行線をたどっている（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が相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の別系統の急速な広がりにより、来客数に影響が生じている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	お客様の様子	・旅客の増減については変化を感じない。むしろ減少傾向にあるとすら考える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	来客数の動き	・長引く新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残っており、さらに、物価の値上がり甚だしいので、車の購入については手控えている様子がうかがえる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・相談等はあるが、規模が小さく、新規受注できても景気回復とはいかない。しばらく大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・ここきて、また計画中の物件の動きが鈍くなり、このまま様子見の状態が続くのではないかと感じる。また、暑さも響いているようである（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ない状態がずっと続いている。8月以降に、観光業界の回復につながる対策を期待している。また、住宅の売行きも良くなく、工事の請負業も少ないため、良くない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べて全く変化はない。土地の仕入れは高値で動き、販売もちよこちょと売れている程度である。金融機関の査定が厳しくなっているとの情報があり、今まで買っていた客でも自己資金や共同担保を求められるようになっている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	競争相手の様子	・前月同様に、相談は多少来ているものの、決定するまでにはやはり時間が掛かっている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建築需要としては一定の動きはあるが、上向いているとはいえない。資材高騰が落ち着くまでは、このままで推移する可能性がある（東京都）。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた急激に増えていることから、商店街の通行量も少し減っているように感じる。また、来客数が減少気味であり、それに伴い前月よりも商材の動きがやや良くなってきている。
▲	一般小売店[祭用品]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大でイベント等が中止、延期となり、需要が停滞している。

▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・社会的に新型コロナウイルスの感染拡大への不安が広がり、落ち着かない日々が予想される（東京都）。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・5月頃からインバウンド客も少し見受けられ、6月は前年より売上が増加したが、7月に入り再び新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、来客数、売上共に大きくブレーキが掛かってしまっている。新規感染者数から見ても第7波に入った模様で、週末を中心に各種イベントが軒並み中止となり、来街者数が減少することは痛手であり、売上の増加は見込めそうにない（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が減少し、販売量も減っている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・6月後半から新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきており、この頃から来客数が減少したように感じる。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・夏のギフト時期が早まっているのか、今月はギフト需要が減っており、売上も減少している。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響が大きく、輸入商材の販売量が抑えられている（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大のなか、客の消費に陰りがみられる。食料品を中心としたイベント等は順調に推移しているものの、食料品、婦人衣料、生活雑貨等の元売場の落ち込みが激しい。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の急激な拡大もあり、客が外出に慎重になっている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、来客数が減少している。特に、東京都の新規感染者数が1日当たり2万人を超えた辺りから顕著であり、売上にも影響している。
▲	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急拡大により、販売量等が悪化基調である（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加し始め、購買意欲の低下がみられる（東京都）。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による自粛傾向はなく、降雨日が多いなか、来客数に大きな影響は出ていないが、物価高の影響から販売点数は減っており、日用品や食料品の購買に当たっては、厳選して無駄のないように選んでいる傾向がみられる。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価は前年並みを維持しているものの、来客数、買上点数は共に微減である。値上げせざるを得ない商材が多くなってきているので、客がある程度売価に慣れるまでは、回復の見込みは薄い（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・7月は行動制限がないなかで、ステイホームが少なくなってきたので、食料品、特に生鮮産品、肉、魚、野菜を中心とした素材の商材を購入する客が大きく減っている。食料品全体としても来客数が3～4%落ちている。代わりに外に出る医療品、化粧品などの売上は伸びているものの、店全体としての売上は前年を下回っている。単価のアップでカバーできないほど来客数が落ちているということである。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がったため、客は今までと同じ銘柄ではなく、安価な物を探している様子である。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・天候不順で売上が悪い日が多く、全体を押し下げている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・天候と新型コロナウイルス感染症に影響され、猛暑の日中は来客数が極端に減っている。夜間も、特に深夜の客が戻らず、売上が減少したままで推移している。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・本当に必要である食品以外の、少々ぜいたくになるようなスイーツなどは全く売れなくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価は上昇しているが、販売量の増加はみられない。商品の値上げにより、トータルの販売額は前年比で多少増加しているものの、客の購買数量は増加していないため、景気はやや悪くなっている。

▲	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・天候不順、新型コロナウイルスの感染急拡大とともに、来客数も徐々に減ってきている（東京都）。
▲	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・売上面では、新型コロナウイルスの感染第7波が急拡大し、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言再発出の懸念がある。利益面については、コストプッシュによる物価上昇の継続や、円安の進行で取引先から値上げ要請がある。事業継続上、一定額の値上げに応じざるを得ない状況から、利益率の悪化が見込まれる（東京都）。
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・全体的な物価高騰の影響で、買い控えが目立っている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・半導体不足の問題が全く解消されず、納期遅れによりキャンセルが出てしまっている（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・コロナ禍のなかで来客数が減少しており、販売量も減少している。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	競争相手の様子	・物価が上がり、当社の仕入価格も上がっているが、競合他社に値上げの意向が余りないので売価を上げられず、利益が取れない。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・来客数が減っていることと、欲しい物だけしか買わずに余計な物は買わないという傾向がある。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻や新型コロナウイルス感染症、そして円安など、いろいろな出来事が社会不安をあおっているように感じる。これでは生活や消費に対して守りに向かってしまうのも無理はない（東京都）。
▲	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・7月は、2019年比で売上55.8%、来客数46.9%となっており、直近の新型コロナウイルスの新規感染者数の拡大により、前月比で10～20%落ち込んでいる（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の4月1日から27日までの前年比は、売上85.1%、来客数89.8%である。今月7月1日から25日までの前年比は、売上92.5%、来客数78.1%である。今月は1店舗が新型コロナウイルス感染症の関係で7日間休業している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・円安や仕入価格の高騰による値上げの影響がある。世界情勢不安もある。
▲	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が少なく、キャンセルも増えている。それにしても、ほぼ風邪症状の人が大半なのに、ここまであおる意味が分からない。重症者数も死亡者数も少なくなっている今、感染症法の5類相当に引き下げても良いのではないかと（東京都）。
▲	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	単価の動き	・食材の値上げの影響を受け、利益が圧縮されている。廉価な食材への移行を行っているが、光熱費等も値上がりしており、簡単には対応できない。給食事業は取引先の協力がないと完全に元には戻らない状況にある（東京都）。
▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の襲来により、再び新規感染者数が爆発的に増加している。それに伴ってキャンセルが始め、その上、光熱費の高騰、原価の上昇によって収益性が著しく低下しており、非常に厳しい。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3月後半に行動制限が解除されてからは、ゲストの利用も比較的戻りつつあり、それに伴い販売量も徐々に増えていたが、新型コロナウイルスの感染再拡大と同時に延期やキャンセルが相次ぎ、今月中旬以降は売上がかなり厳しい状況になっている。県民割などでの利用は急激に落ち込んではいないが、販売量は減少傾向が続いている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・7月は、3連休までは新型コロナウイルスの新規感染者数も落ちていて売上が向上したが、連休以降は新規感染者数が増え、連動して稼働率が落ちている（東京都）。

▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・昨今の新型コロナウイルスの感染拡大で、9～10月の案件が立ち消えになってしまうケースが頻出している。今後は決定済み案件まで延期等の措置が執られてしまわないか、戦々恐々としている。
▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたため、取消しが多い（東京都）。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に増えてきているため、すぐに客の動きに影響が出ている。今月初旬はさほどでもなく、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りそうな勢いで人の動きがあったのだが、このところの新型コロナウイルスオミクロン株B.A. 5の感染者数増加によって、如実に人の動きがなくなっている（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	来客数の動き	・6月末くらいまでは良かったが、7月中旬からの新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、利用者数が減少している。ただし、下手に経済を止められるよりはよほど良い。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の影響により機器の納品が減少しているため、工事及び保守等で補っているが、売上は増加していない（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・案件数が減っており、新型コロナウイルスの新規感染者数増加に伴って、少し景気が悪くなっている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・生活費の見直しをしている客がどんどん増えており、当社のサービスプランのうち、ライフライン以外のサービスで解約が増加してきている（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	単価の動き	・テレビ番組配信サービスは、単価が2000円未満でないと売れなくなっている。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響もあるかもしれないが、7月は全般的に来客数が落ちている。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・行動制限がないことで、旅行など他のレジャーに客が流れているように感じている。また、梅雨明け前後から急激に暑くなったため、屋外施設は敬遠されているようにも感じる。
▲	競輪場（職員）	単価の動き	・イベントやゲスト等により視聴者数等は増えてきているものの、肝心の売上は微増にとどまっている。むしろ、コストを掛けている分、マイナスに転じている。
▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・客は本当に欲しい物以外は購入しなくなっている気がする（東京都）。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響か、中高年の客の来店頻度がいまだに戻らない。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	単価の動き	・仕入単価が改定され上昇したため、買い控え等により購買量が減少している。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着いてきたと思ったら、また新規感染者数が急激に増えてきている。その影響で、営業面においても、客への訪問ができなくなっている。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの異常なほどの感染状況により、仕事が先延ばしになっているのが現状である。景気はやや悪くなるというか、更に悪くなるのではないか。
▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・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（総務担当）	来客数の動き	・資材等の高騰による原価上昇が利益を圧迫し始めている。
×	一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・連日の猛暑と新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、来客数が減っている。
×	一般小売店 [家具]（経営者）	販売量の動き	・とにかく売上が悪い。客が来ても契約に結び付かない（東京都）。
×	一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	それ以外	・光熱費、人件費及び原材料が高騰している。

	×	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・物価高により、今後の消費を見通すことができない（東京都）。
	×	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況の悪化により、来客数が落ちている。合わせて電気料金、ガソリン、食料品などの値上げが相次いでいる状況下で、客の購買意欲が低下している。7月上旬は衣料品等の動きが良かったものの、中旬以降は厳しくなっている。食料品もサマーギフトを含め、売上が伸びていない（東京都）。
	×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、物価高騰の影響が出てきている。旅行を延期したとか食事を中止したという話をよく聞く。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電の買換えサイクルが、肌感覚では、以前にも増して故障してから買い換える流れが強くなっている。来客数の減少もあるが、購入するまで複数回来店する客が増えており、買物に対してより一層慎重になっている。
	×	家電量販店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言等がなくとも、心理的に後ろ向きになってしまい、7月中旬以降、明らかに景気は後退している（東京都）。
	×	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・部品調達の影響で生産遅延や受注停止などが発生しているため、納期が大幅に遅れ、客も購入に踏み切れないことが増えている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、新車の納期遅れ、来客数の減少が続いている（東京都）。
	×	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で、国からの利用制限は設けられていないものの、客に自粛マインドが働き、キャンセルが多く、悪化している（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加により宴会のキャンセルが続いている。まとまった宴会がほとんどキャンセルになっているので、良くない状況である（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・加入獲得状況が前年比で悪化傾向にある。7月に関しては前月と比較しても顕著である（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・物価上昇の影響が徐々に顕在化してきている。
	×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・猛暑かつ新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、来場者数が減っており、前年を下回っている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・6月下旬に1か月ほど早い梅雨明けを迎え、夏季の閑散期が前倒しとなったが、梅雨明け後の酷暑に加え、集中豪雨などの天候不順により、7月の稼働率は低迷している。新型コロナウイルスの感染第7波による集客への影響は、当初においては限定的であったが、天候不順により、高齢者ほどプレーを忌避する傾向がみられ始めている。
	×	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波で公演中止が発生している（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・5月以降は増加傾向にあり、今月は更に加速する勢いである（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・具体的な理由は明かされていないが、ここ1～2か月、急激に仕事量が増加している取引先がある。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・直近では新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言等を再発出しないため、3～4月よりは良くなっている。今後の見通しは何とも言えない（東京都）。
	○	通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売価格は上昇しているが、仕入価格はそこまで変わらない（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・飲食店の取引先が多く、まん延防止等重点措置を実施していた約3か月前と比べると、お金の動きは感じる。ただし、仕入れ、印刷代などの経費は上がっており、景気の悪化を感じている（東京都）。

○	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・イベントや販促施策も多くなり、宣伝売上も新型コロナウイルス感染症の発生前の水準には達しないものの、増加している（東京都）。
○	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業で、このところ受注量が増加している会社が目立っている。エネルギーや5G通信関連と想定される（東京都）。
○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・円安や物価高が続く一方で、株価がやや上向いている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍でも社会は回っている（東京都）。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・少しずつ受注率が良くなってきたように思えたが、新型コロナウイルスの感染第7波が猛威を振るっている。いつになったら安定という2文字が定着するのだろうか。心配でならない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや動きが悪くなっているように感じる。
□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・受注が少なく、営業活動をしているが、客も大口計画がまだ止まっている状態で、仕事がない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が発生し、新規感染者数が急増している。当社でも社員の何人かがり患して仕事を休んでいる。このような状況では安心して仕事ができない（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	・仕入価格は3か月前に比べ10～20%値上がりしているが、取引先と交渉し、販売価格に60%程度反映することをのんでもらい、改善がみられ始めている。
□	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、海外での部品調達はまだ安定しておらず、当初計画に比し減産を余儀なくされている。下請である当社も工場の稼働停止や減産等の影響を受けている。
□	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・当店の得意先は、かなり頑張って販売しているということで、今のところ数字が極端に落ち込まずに推移しているが、他の業者は相変わらず悪いようである。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ウッドショックが続いている限り、しばらくは変わらない。
□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子、受注量共に変化がない（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期のため、物量は増えていない。燃料費の高騰により収益が伸びない。
□	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の新規感染者数増加の影響が懸念される（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の飲食店2軒をガラス越しにのぞいてみると、1軒は15人ほど座れるコの字型カウンターに2人しか客がいない。もう1軒も同様で、2～3人いる店員の方が多いくらいの入り方である。新型コロナウイルス感染症の影響である（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金等の助成金を活用したい会社がまだまだ見受けられる（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	・新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつある取引先もあるが、その反面、伸び悩んでいるところもある。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・現状、大きな動きはなく、売上も安定している。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月末からの猛暑の影響で来客数が減ってきたところに、新型コロナウイルスの感染第7波が来て、高齢客が来店しなくなっている。
▲	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、ゴム印、名刺印刷などを行っている。店舗を持っているが、古くから納入している得意先の会社もある。店頭に来客数は週ごとに減ってきている。理由としては、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきていることと、今月は天候不順で、戻り梅雨で降雨が続いたと思ったらまた暑くなったりということがあつた（東京都）。

▲	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症対策の行動制限が緩和され、人流が戻ってきたが、当社の売上に関係の深い販売促進グッズ関連では、回復に勢いが無い。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年に新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ医療品容器の受注に回復傾向がみられるが、化粧品容器、その他の製品に関しては、下げ止まったまま上昇する気配がない。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・計画は高いが未達になっていることが多く、思っているほどには景気が良くなっているとは感じられない。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料の高騰や単価の上昇により価格が上がり、取引先が発注を控えている。設備投資案件も様子見の状況である。
▲	輸送業（経営者）	それ以外	・街中の人出が増えてきて、活気を感じるが、自社の状況に変化はなく、燃料価格の高止まりや資材の高騰など、負担の増加を強く感じている（東京都）。
▲	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、輸送コストの高騰も続き、不安材料が多い。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が下向き傾向のときは景気回復が見込まれていたが、新規感染者数のけた違いな増加に伴い、経済状況が悪化してきている。
▲	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建築資材や半導体等の不足により製品等の完成が遅れ、販売の回転が遅くなっているように感じる。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加に比例して売上が減少、経費が高騰し、景気が悪くなっている。運送業では燃料価格の高騰が響き、飲食業は予約のキャンセルが多くなっている。また、食品を筆頭に、原材料の値上げによる価格高騰で利幅が減っている。建設業では住宅機器の輸入価格高騰、半導体不足から仕入れが難しくなっている。人手不足も深刻で、賃金上昇も利益を圧迫している（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生から3年目の夏を迎え、3連休後の今、新規感染者数が急増している。週末も日曜日は天候が良く、駅前の複数の商業施設でも人出が大幅に増えていた。クレーンゲームやカプセルトイの専門店では子供連れの客で大盛況であり、これに加えて話題の回転寿司店も営業中である。消毒は完璧だと思うが、新型コロナウイルスの感染者が発生しないことを念ずるのみである（東京都）。
▲	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・飲食系テナントから、来客数が増えてきたと喜ぶ声が出てきたのもつかの間、新型コロナウイルスの感染第7波の到来で、ため息に変わっている。しばらくは厳しい状況に置かれる（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円安になっている（東京都）。
▲	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染第6波からの緩やかな回復基調から、新規感染者数が再び増加し始め、第7波といわれる爆発的な感染拡大に転じたことから、再び停滞あるいは慎重な判断に後戻りしつつある（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感染拡大が影響し、来客数が減少してきている。
▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波の勢いがすさまじく、感染者と濃厚接触者の発生で、各企業は業務を通常化させるのが困難なのではないか。夏休みに入り、政府や行政からの要請がなくても、自主的に行動を制限する向きがある。
▲	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	・年間作業で定期的に行っている特別清掃の受注が減っている（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	・受注量及び案件数が減っている（東京都）。

	×	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・例年7～8月は受注量が減少する（東京都）。
	×	出版・印刷・同 関連産業（所 長）	それ以外	・全ての資材値上げの影響により、提出していた見積りの 価格変更を伝えると、競合先と比較され失注する流れが非 常に多く発生している。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・当地域では東京からの移住者が増えており、一時は良 かったのだが、土地や住宅が不足している。
	×	建設業（経営 者）	取引先の様子	・設備投資を考えている企業が少な過ぎる。
雇用 関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・同業他社が採用を強化し、10%程度の高い伸びを見せて いる（東京都）。
	○	人材派遣会社 （支店長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢の影響を見 通して、新規採用に対して様子を見ていた企業からの依頼 が徐々に動き出しており、派遣、紹介依頼数共に新型コ ロナウイルス感染症発生前の水準を超えてきている（東京 都）。
	○	人材派遣会社 （経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ続いているが、 求人数、求職者数共に微増傾向となっている。また、派遣 総稼働者数も増加傾向にあり、全体的には少しずつ良く なっている（東京都）。
	○	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	求人数の動き	・前年同様に、転職サイト等に求人掲載しても、なか なか応募がなく、応募者の質が余り良くないという話を、周 辺企業からよく聞く。景気が良くなり、以前よりも条件を 良くしないと人が集まらない状況になってきている（東京 都）。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で約23%増加で推移している。 特に、新型コロナウイルス感染症の影響で求人数減少が長 期化していた飲食、旅行業で大幅に増加している（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、求人数は堅調に推移している。
	□	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・会社の業績は、景気の影響による変化はない。個人とし ては、周囲を含め、新型コロナウイルス感染症対策による 行動制限が緩和されても、消費動向などに変化はみられな い（東京都）。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	周辺企業の様子	・自動車業界では相変わらずエンジニアが不足しており、 派遣の引き合いは多い（東京都）。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況次第だと考えている。人 流が停滞すれば、求人数の拡大にも至らないので、先を読 みにくい。
	□	求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・特別悪いわけではないが、良くもなく好景気とは言い切 れない。求人数は例年に比べれば増えているものの、上向 きと感じるほどではなく、3か月前と比べても変わってい ない。新型コロナウイルスの感染再拡大や円安の影響もあ るかもしれない。サービス、飲食の求人数がここにきて増 えているが、材料費の高騰で値上げが起こり、消費マイ ンドが下がってしまっていることも、好調を素直に実感でき ない要因ではないか。
	□	職業安定所（職 員）	採用者数の動き	・新規求人数は前年度に比べ増加しているが、求職者数は 減っており、活動が鈍化しているのか、紹介、就職数共に 低下している。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・オンライン就活の活用でセミナーへの参加率は高く推移 しており、内定率は既に80%を超えているといわれてい る。しかし、大学間格差があり、秋の就活は学生にとって 厳しいかもしれない（東京都）。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高水準で推移する なか、中長期的に改善が見込みにくく、しばらくは採用も 控えめとなっている（東京都）。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・今年度は観光事業等の求人も活発である（東京都）。
	▲	人材派遣会社 （社員）	雇用形態の様子	・飲食部門を中心に人材依頼が増えているが、賃金が派遣 予定者と一致せず、派遣まで至っていない（東京都）。

▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ 求人数は3か月前比で100%を割っている。前年同月比では100%を超えているものの、鈍化傾向が顕著となっている(東京都)。
▲	求人情報製作会社 (経営者)	求人数の動き	・ 再び増加傾向にある新型コロナウイルス感染症の影響が採用予定人員の変更や停滞につながってきている。特に、中小零細企業において影響を感じる(東京都)。
×	求人情報誌製作会社 (所長)	求人数の動き	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、企業に募集を控える傾向が出てきている。
×	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・ 取引先から連絡があつて行ってみると、倒産や廃業の話で、いつにするか、どういう形にするかということばかりで、求人への依頼であることはほとんどない。