

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)	◎	乗用車販売店（総務担当）	・半導体不足は解消されていないものの、中古車、サービス販売でカバーする。新車については、日本市場でもEVへのシフトが予想される。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症に対する対策が緩和されると信じ、人流は増加してくる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着きを見せ、全国旅行支援、Go To Travelキャンペーンの再開が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・館内の一部リニューアルオープンを予定しており、秋の行楽などライフスタイルをもって、トラベル、食品などに期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症については、行動制限がなくなり来客数が安定してきているが、一方で今年は猛暑により客が来店を控えるケースが増えている。台風の数によるが、秋以降の方が売上の安定が見込める（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・今回の新型コロナウイルスオミクロン株の別系統は、海外の事例を見ても短期間に感染爆発が起こるものの、収束も早めだと予測している（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・ここ数年の傾向では、新型コロナウイルスの新規新規感染者数が落ち着き、過ごしやすい気候になるにつれて、外出の気運が高まるのではないかと感じている（東京都）。
	○	スーパー（店長）	・今月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数がまたじわじわと増え続けている。3か月先もこのまま新規感染者数が増えれば、地域の客も自粛で余り出かけたり外食したりせずに近所のスーパーで買物してくれるのではないかと感じている。新型コロナウイルスの新規感染者数が急拡大しているなかでは、そのように予測している（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、来客数は増えている。今後も、前年と比べると良くなっていくと思うが、また行動制限が行われれば、同じように不景気になっていくのではないかと感じている。ただし、かなり原価が上がり、コストが上昇しているため、利益が取りにくい時代になってきたと感じている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・1か月先の天気予報で高温が予想されており、行動制限も掛からない見込みのため、前年と比較して来客数の増加を期待できる（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症がピークアウトし、早く訪日客の受入れを拡大してほしい（東京都）。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・やはり半導体不足の影響が相当ある。新車については相当納期が掛かるため、前受注ということで大幅な値引きがない。中古車についても、新車がなかなか手に入らないので中古車を買うという形で購買力が上がってきて、価格が相当高騰している。20%以上値上がりしている車もあり、当然それに伴って粗利も上がっている。そうしたことから、今後については徐々に良くなるのではないかと感じている（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・政府の施策である「こどもみらい住宅支援事業」の浸透による需要喚起や、新型コロナウイルス感染症対策において、原則行動制限なしへととじを切ることによる経済活動の活性化が見込まれる（東京都）。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・3か月後になると季節も変わってくるので、それなりに消費が増えてくる。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の再拡大が懸念されるが、このまま行動を制限することなく経済活動が継続されれば、景気は緩やかながら更に良くなっていく（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数によるところが大きい。楽観視すれば、やがては減少するであろう。これまでの波から、近い時期をピークとすれば、秋以降は新規感染者数は減少に転ずると予想できる（東京都）。	
○	一般レストラン（経営者）	・ここにきて、新型コロナウイルスの感染が再拡大している。また、仕入コストも値上がりが続いている。3か月後は新型コロナウイルス感染症の収束と仕入コストの値下がり期待するしかない。当社もそろそろ倒産の準備に入らなければいけない状態になりつつある。新型コロナウイルス感染症に負けたくない（東京都）。	

○	一般レストラン（経営者）	・円安は変わらないと思うが、値上げが一巡して市場が落ち着いてくる。
○	一般レストラン（経営者）	・政府や行政は経済活動との両立を狙っているが、市場はなかなか反応しない。やや良くなると回答したが、希望的観測である（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・現在、来客数は国内線も国際線も多くなっており、夏休みも多くの客の利用が見込まれているが、新型コロナウイルス感染症の急速なリバウンド、国内でサル痘の感染が認められたことから、確実な回復は依然として分からない（東京都）。
○	旅行代理店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大がどうなるかによって大きく変わってくるが、2～3か月後であれば全国旅行支援が開始されていると思うので、プラス材料になる。また、行動制限がなければ、教育旅行を中心に国内旅行が順調に推移する。秋の旅行シーズンにもなるので、やや良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・確実に良くなっている。無線本数、駅での利用、会社からのオーダーも増えてきている。夜は飲み屋からのオーダーはまだ少ないが、駅での利用が良いので、新型コロナウイルスの新規感染者数増加を抑えることができれば良い。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が減少し、平常に戻りつつある（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・前月より契約件数は微増が続いている。ただし、前年度に比べると依然として低調である（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波によりブレーキが掛かっているため、4回目のワクチン接種などにより感染状況が落ち着いたら、緩やかに改善する（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波も収束するとみている。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、日々新規感染者数が爆発的に増えているので、慎重な行動を求められることになり、自主的な外出自粛が予想される。しかし、過去2年間を見ても、ゴルフ業界は遠方への外出が控えられるのと反比例して伸びてきた業界なので、今回の感染拡大のなかでも、同様の状況になることを想定している。
○	パチンコ店（経営者）	・8月上旬にも新型コロナウイルスの感染第7波のピークアウトが予想されるので、その後は経済活動が活発化する。
○	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拡大が懸念材料だが、前年も同時期は新規感染者数が余り多くなかったため、同様の状況になれば来場者数の増加が見込める（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・ある時期から新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着いてくる（東京都）。
○	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・新型コロナウイルスの感染第7波がきているが、重症化しないとの認識によるためか、来客数には余り変化はみられない（東京都）。
○	住宅販売会社（従業員）	・資料請求の件数が増えている。
□	商店街（代表者）	・商店街の通行量が少なくなり、販売量が減っていることから、売上がなかなか思うように回復軌道に乗っていないのが現状である。コロナ禍も3年目に入ったので、会社としてはずっと赤字になっている。何としてもここで頑張らなければならないと思うのだが、ここにきての急激な感染拡大によってそれが阻まれてしまっており、今後の商売が非常に厳しくなっている。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第7波がどこでピークアウトするかによるが、人の動きが止まる気配はないので、近場のレジャー、アミューズメント、買物のスイーツスポットである当地域は良い状態をキープするのではないかと（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、来客数が少なくなっている。宣伝方法も、インターネットを中心に行わないと、なかなか集客できない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当店は、アーケードの店舗ではなくて、点在型商店街の1店舗であり、当店の商材で集客することは非常に困難である。これからも華々しい景気回復は見込めない。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減るものの、イベント事業が再開する見込みも不明なので、変わらない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [米穀] (経営者)	・社会不安があるので、安定した軌道に乗らない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文房具] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の今までの傾向からすると、ピーク後2～3か月で新規感染者数も下降線をたどると思われる。3か月後の秋口には行楽シーズンに入ることや、各種イベントの再開などにより来街者も戻ってくると推測され、当店の売上や来客数もやや回復するのではないかと (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [傘] (店長)	・期待はしているが、不透明感が拭えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・外商の案件数は結構あるが、単価が下がっており、大体あるような超大型案件が先行きには余り見えていないことが不安である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [書店] (営業担当)	・例年は、秋学期用の受注と、年末から年度末にかけての受注増加が見込まれるが、今年は為替の影響で縮小する可能性が大いにある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・来客数は横ばいだが、日配品を中心に価格が上昇しており、購買点数に影響がみられる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルスの感染再拡大が続いているなか、客の消費への姿勢も継続してしまうことが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・コロナ禍、ウクライナ情勢、円安等、景気に影響を与える様々な要因については、どれも具体的な明るい先行きは見えていないが、停滞慣れのなかで、消費に動きが出ている様子が続いている。要因の成り行き次第では、上昇にも下降にも振れる可能性がある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が今より落ち着く一方で、エネルギーや食料品の価格高騰に加え、円安も続くと思われるため、消費に対してはしばらく慎重な判断になる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (広報担当)	・現状の足踏みは新型コロナウイルス新規感染者数の推移によるものである。高付加価値商材への消費意欲は依然として底堅いとみているが、現状の感染第7波のピークアウト時期が正確に読めない以上、先行きは不透明と言わざるを得ない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・4月から徐々に来客数、販売量、単価が上がり、19年度の実績に近づきつつある。担当は郊外店が多く、新型コロナウイルス感染症の影響は小さいと思われるが、飲食テナントを中心とした取引先がこれまでの新型コロナウイルス感染症の影響から脱却しきれていない状態にあるため、感染第7波の状況次第である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・政府が新型コロナウイルス感染症対策の考え方を変えない限り、変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (経営企画担当)	・新型コロナウイルスの感染状況は8月上旬がピークとなる一方、収束には時間が掛かるとの報道もあり、当面は厳しい状況が続く。インバウンド需要も当面は見込めそうにない。ウクライナ情勢に伴うエネルギー関連のひっ迫、料金値上げなど、明るい情報がなく、前年ほどの影響はないものの、売上は伸び悩むと予想している (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画宣伝担当)	・新型コロナウイルスの感染第7波の状況と物価高の動向は、予断を許さない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (店長)	・今後も様々な値上げが想定されており、日常の必需品を多く扱う当店において、大きく改善する要素は少ない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきているが、客はもう買いためはしなくなり、どちらかというと買い渋りをしている。いろいろな物の値上げが続いているので、必要な物以外は買わず、できるだけ安価な物を買う意識が高くなっている。今もそんなに良くないが、この先も良くなる見込みはないので、現状が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・今後も続くであろう食品の値上げによる販売への影響が憂慮される。
<input type="checkbox"/>	スーパー (営業担当)	・内食化傾向もなくなってきたり、現状からみて、客単価は若干上がってきて、販売量も上がるが、来客数は下がるという傾向はしばらく続くのではないかと (東京都)。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・物価の高止まりとガソリンを始めとするエネルギー価格の上昇により、必要最低限の買物の家庭が増えると同時に、買物頻度の低下も顕著になってきている。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今年の夏は非常に気温が高く、客がソフトドリンクやアイスを買う回数が増える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・ここに来て、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきている。世間がどこまで気にしているかにもよるが、少しでも自粛ムードになるようなら、景気の伸びも今一步という感じになる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルス感染症もそうだが、物価高騰の影響が大きい。衣料品より食費、高熱費が優先される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・必需品の売上は継続するとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、直近で回復する兆しが見えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波に対し、「行動制限は実施しない」とする政府の対策の結果次第である。夏休み期間中の感染の波を大きく抑えることができれば好転すると思うが、逆の局面もあり得る。また、エネルギー価格の高騰を抑え込めないと、経済が停滞期に入る可能性もある。今の段階では結論付けられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・現在の新型コロナウイルスの感染状況をみると、景気の回復にはまだまだ時間が掛かりそうである。各メーカーの品薄状況はかなり回復しているので、今後に期待したい。
<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、販売は余り芳しくない。車の生産ラインで部品の供給が思うようにいかず、注文しても納車までに半年以上掛かるので、客が新車に買い換えることを敬遠しているようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売の売上減少分をサービス部門でカバーしている状態はこれからも続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が拡大しており、先行きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産正常化には時間を要する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少は現状では見込めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・このまま人の流れが抑制されなければ、売上も徐々に増加する可能性はあるものの、現状を見る限り、余り変化はないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料価格の激変緩和措置が9月末で終了予定となっているので、その後の対応次第であり、現段階では全く不明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・何度となく襲ってきて、収束の見えない新型コロナウイルス感染症に失望を感じる人も多く、全てが保守的になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・変わらないというより、分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・今回の新型コロナウイルスの感染再拡大で、客の行動がより慎重になっている。個人需要は低空飛行ながら緩やかな回復が期待できるものの、法人関連の需要は非常に厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・現状、政治的には経済を止めない方向に思えるが、今週の新型コロナウイルスの感染急拡大と、8月の夏休みもあり、今後の感染状況により、再度緊急事態宣言などを発せざるを得なくなる可能性も考えられる。それにより景況感は左右される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・長期にわたる新型コロナウイルス感染症によるダメージは計り知れないが、外食習慣の大きな変化もあり、売上回復には大きなこ入れが必要である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・変わらないというより、分からない。新型コロナウイルスの感染状況が客の動きや経済動向に影響し、売上や来客数が変わってくるので、3か月後どうなるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・現状が続くと予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・少し良くなると言いたいところではあるが、原材料費や資材価格の上昇、原油高、円安により値上げをせざるを得ない。しかしながら消費は落ち込むばかりで、最低賃金の上昇は経営者としてはかなり厳しい。プラス要因が増えてこないと景気が良くなるという言葉は出にくい（東京都）。

<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束がいつになるのか不透明な状況のなか、非常に不安定な日々を過ごしている。政府には早急に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類を2類から5類に変えてもらいたい。そうしなければ、法人の利用が全く見通せず、我々サービス業、ホテル業は持たない。法人需要が回復しなければ、都市型ホテルはやっていけない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束しないと、客もなかなか旅行をする気分になれないようだし、来店客もほぼないのが現状である。そのため、これから先のことは見通せていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・前年に比べ夏休みの予約は戻ってきているが、全国旅行支援の延期、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、期待していたほど伸びていない。先の予約が入っても、感染状況次第で今後キャンセルになる可能性もあり、喜んではいけない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大、サル痘流行の恐れ、物価高、円安等、旅行業界には逆風が吹いているので、2～3か月後の景気については予測不能と言わざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今月に入って新型コロナウイルスの新規感染者数が大分増えてきている。地元の人、来月の夏休みが明けた後の新規感染者数増加をかなり警戒しており、慎重な動きをしているように見受けられる。やや気掛かりである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・飽くまで新型コロナウイルスの新規感染者数の動向による。このまましばらく増え続ければ客の動きがなくなり、やや悪くなるどころかかなり悪くなる。逆に、新規感染者数が急速に減っていけば、また徐々に人が動き出し、経済活動をしていくので、回復して良くなっていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今の暑さによる一時的な客の増加が涼しくなるとどうなるかということと、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、人々は余りにしなくなっているのがやや心配でもある。仕事に関しては、車が増えて少し営業しにくくなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、はっきり分からない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・現状が続いていく限り、景気は良くはならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・他社の通信障害の影響により、引き続き例年よりは良くなる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で気持ちが沈みがちであり、以前のような巣籠りによるインターネットサービスの需要増加は見込めないものの、気分転換でのテレビサービスが伸長する可能性もあるため、プラスとマイナスの両面があり、トータルでは変わらない（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（経営企画担当）	・今後も現状が少し続く見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、特に状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・いまだに回復の兆しが見えない。新型コロナウイルス感染症対策はずっと続くので、インターネットに力を入れるべきだと考えている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が終息してほしい。
<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感染症が終息するまでは悪いままである。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・前期と比べると良くなっているが、当社の契約形態は年間契約なので、1つ1つの案件での当社が受けるイメージが、売上などに反映されない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・当分の間、厳しい状況が続く。今ある仕事を大切にすすめていくつもりである。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・現在、新型コロナウイルスの新規感染者数がまた急増しており、ウクライナ情勢も解決していない。今後、4回目のワクチン接種が進展し、治療薬が普及することに加えて、景気対策も期待している。

□	住宅販売会社（従業員）	・景気が良くなる感じはまるでない。客の来場も非常に少なく、資料請求などの反響も少ない。7月の3連休は大掛かりなキャンペーンを行ったが、来場お礼の景品目当ての客が多く、実際の商談には結び付かなかった。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・これから建材の需要期になるが、その一方で、資材高騰の影響で購入意欲の伸びが鈍化する傾向も見えるため、景気良化の実感を得難い（東京都）。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策としての行動制限は行われていないものの、新規感染者数の増加に加え、9月以降に公共料金や原材料の値上げが予定されているので、まだまだ厳しいのではないかと。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・周囲の状況を見ても良くなる理由が見当たらない。品不足もどこまで改善するか不明であり、一般ユーザーも、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かなければ、よほど困っている物でない限り、購入を先延ばしにするのではないかと。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・商品価格が今後上昇するため、購買意欲が減少する。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波に入り、営業が伸びる気配はない。売出しをしても過去のような売上にはならないものの、継続して売出しを行っている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・8月以降も引き続き食品の値上げが目白押しの状況に加え、円安の影響や原油高による包装資材代、動力燃料費等の高騰が続いており、経費の更なる上昇も想定され、厳しくなると予想している（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・現下の新型コロナウイルスの感染第7波に対し、どのような動きになるかは不透明であるが、新規感染者数が今までにないほど大規模なため、これまでの良い傾向に少し歯止めが掛かると予想する（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・現状は、自粛生活の反動で一時的に回復がみられるものの、物価上昇や新型コロナウイルスの感染再拡大など、不安要素は消えていない（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加に伴う外出自粛に加え、春先から続く物価上昇により消費に対する意識は厳しく、しばらくはこの傾向が続く。
▲	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しなければ、今後も更なる景気悪化リスクがある（東京都）。
▲	スーパー（販売担当）	・輸送コストの増大や原材料の値上げなどで商品単価が上がる傾向がみられる。この先もこの傾向が続くようだと、客が買い控えし、売上も伸びていかない状況になる（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・現在は販売価格を多少上げたが、この先も仕入価格に準じてかなり高騰しそうである。また、光熱費、配送費なども上がっており、かなり苦しくなっている。
▲	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、経済全体の成長も先行きが不透明ななか、このままインフレが続くようであれば、思わしくない状態がまだまだ続く（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・秋以降も、食料品にとどまらず住まいの品等々についても値上げが発表されている。また、実質賃金が上がっていないというマスコミ報道も含めて、客の財布のひもが固くなっていくのではないかと。行動制限がないなかでは、総合スーパーの来客数もそれほど増える見込みがないため、売上は厳しくなる。
▲	スーパー（総務担当）	・物価の高騰が止まらない。最低賃金がどのくらい上がるか注目している。
▲	スーパー（仕入担当）	・原材料高、原材料不足、遅延、人員不足、円安、ウクライナ情勢等、懸念材料が多く、インフレで消費者物価が上昇し、消費はますます冷え込んでいく。
▲	コンビニ（経営者）	・現在のまま高温の日々が続くようであれば、来客数の増加は見込めず、夜間、深夜の来客数減少と重なり、厳しい状況が続くようである。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最悪になっており、今後が不安である。
▲	コンビニ（経営者）	・今は店内商材のまだ数%なのだが、この先どんどん値上がりしていく。そうすると、やはり客が買う物も少なくなるし、節約してお金を使うようになるので、余り良くなるとは思えない。

▲	コンビニ（経営者）	・光熱費も値上がりしているため、今後は更に厳しくなる。賃金の上昇が議論されているが、中小企業では上げるのは難しいと思われる、今後も景気の上昇は見込めない。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・今より改善する要件は見つかっていないが、悪化する要件は幾つかそろっている（東京都）。
▲	衣料品専門店（経営者）	・仕入先の値上げの話が増えている。来店客にも旅行等の心が浮き立つ会話がなく、新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢等の話題ばかりである。
▲	衣料品専門店（経営者）	・ようやく催事も復活してきていたのだが、ここにきて新型コロナウイルスの感染第7波が急拡大し、客の動きも悪くなってきている。今後の秋の集客イベントも実施してよいのかどうか分からない。もしできなくなると、非常に厳しい状態になる。
▲	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束が見えない。また、物価上昇の継続で消費者心理が生活防衛に傾くことが予想される（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍がますますひどくなり、陽性患者も増えていることから、外出自粛をする人が増えているので、販売量も減っていく。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・物価が上がり、今後の仕入価格上昇と、10月から始まる月20時間以上勤務する従業員の社会保険適応により、ますます利益確保が難しくなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束していれば、3か月後は恐らくかなり景気が良くなってくる。大きなケータリングも少し入っているの、レストランの客も戻ってくる。しかし、現在のまん延から3か月先のことは全然分からない。このままの感染状況が続いていけば、先行きは暗い。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株の別系統が連休明けより急激に感染拡大しており、当店でも既に100名を超える宴会のキャンセルが出ている。このまま感染が拡大するようであれば、しばらくの間は宴会予約が入らず、また以前に逆戻りして厳しい状況になる（東京都）。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・ウクライナ情勢の悪化で各種経費が高騰しており、対応に迫られている。当面はこの状態が続くと推測している（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトし減少傾向となればゲストの利用も徐々に戻ってくるが、一度キャンセルとなった大型案件はリカバリーできず時間を要するため、売上の的にも厳しい。先行きが不透明なために見込みが立てられず、人員不足も大きな問題となっている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が今後徐々に増えてきて、観光促進のキャンペーン等が始まらない（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続ければ、旅行の申込みは減る（東京都）。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスオミクロン株の別系統の発生により、新規感染者数が急拡大しており、経済に影響が出ることが懸念される。景気は良くなる（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・CMの依頼が少し増えてきているが、小規模であり、打ち切られた契約をカバーするほどの注文は期待できない（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・食料品などの価格高騰が個人の消費意欲改善の重しになっており、大きな回復はまだ先である。
▲	通信会社（管理担当）	・現時点で好材料が見つからない。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が収まらなければ、転居件数が伸び悩み、転居に伴うインターネット、携帯電話等の契約がなかなか伸びなくなる。
▲	通信会社（営業担当）	・物価高が落ち着かない限り、景気は悪くなっていく（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・電気代や食料品等の値上がりだが、どのように景気に影響を及ぼすのか様子見である。人によって何であるかは異なるが、何かを買わなくなってくると想定している。
▲	通信会社（管理担当）	・現状の景気悪化による客の支出抑制に加え、新型コロナウイルスの感染第7波による営業活動への影響が懸念される（東京都）。
▲	観光名所（職員）	・旅客数が減少傾向にある（東京都）。
▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・景気が良くなると思える材料がない（東京都）。

▲	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	・半導体及びサプライチェーンの問題が大きく影を落としており、自動車メーカーからの配車の遅れが甚だしい。受注しても、納期がかなり長くなっているため、これが積み重なっていくと、サプライチェーンの改善は更に遅れる (東京都)。
▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・今後はますます単価が上昇し、売上が減少する。それに伴い景気も悪化していく。
▲	設計事務所 (経営者)	・当事務所の営業展開としては、来客を待つ、若しくは郵便等をもたらした客のところへ訪問して設計業務を受注するというものだが、新型コロナウイルス感染症の影響でそういう営業が一切できなくなっていることが、悪化の要因である。また、今は新規求人ができなくなっており、求人においても先が見えなくなっているため、困っている。
▲	設計事務所 (所長)	・新型コロナウイルス感染症の影響や物価、商品供給等に落ち着きを感じられないので、良くなっていくとは思えない (東京都)。
▲	設計事務所 (所長)	・新型コロナウイルスの異常なほどの感染拡大やロシアのウクライナ侵攻など、非常に不安定な社会情勢により、材料費が高騰してしまっている。したがって、計画等が延び延びとなっており、景気はなかなか良くなるどころか、悪くなるのではないかと懸念している。
▲	設計事務所 (職員)	・良くなる傾向はみられない。ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染症の影響などによるエネルギー問題、生産性に係る問題が解決してほしい (東京都)。
▲	住宅販売会社 (従業員)	・今後も土地や建築費が落ちることは予想できない。加えて、金利上昇の懸念がある。労働賃金が上がらず、賃料も上げられないため、新築売りアパートの販売利回りは下がっていく。
▲	住宅販売会社 (総務担当)	・資材調達が正常に戻らない限り、改善は見通せない。
▲	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (経営者)	・相談から決まるまでに時間が掛かっており、なかなか仕事が回っていかないため、先行きはやや厳しくなるのではないかと懸念している。
×	一般小売店 [家具] (経営者)	・物価が上がり、材料費も上がっている。その上、新型コロナウイルス感染症がまた再拡大し、第7波が猛威を振っているため、景気が良くなる見通しは立たない。先行きは悪くなる (東京都)。
×	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	・経費の上昇分を値上げすると、客が離れてしまう。
×	スーパー (ネット宅配担当)	・原油高や円安などの影響による電気やガス料金の高騰が、更に値上げへの拍車を掛けている。値上げについてはいまだに先を見通せないなか、生活防衛意識が高まる。
×	コンビニ (経営者)	・物価の上昇がもう少し進みそうである (東京都)。
×	衣料品専門店 (店長)	・仕入価格の上昇が続き、販売価格に転嫁させざるを得ないため、買い控えの傾向が顕著に出ている。
×	衣料品専門店 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染が再拡大しつつあることと、光熱費や食品の値上げが本格化するとみられ、それに伴って生活防衛として買い控えなどが見込まれる。
×	家電量販店 (店長)	・物価高で、エネルギーだけでなく食品など様々な物が値上がりしている。例外なく家電製品にも徐々に値上げの波が来ている。所得が上がらないなか、家電に掛ける予算は削減されてしまい、欲しい機能が付いている高付加価値商材から予算内に収まる商材にシフトして、客単価が下落すれば、来客数が減り単価も下がり、売上に大きなマイナスになることが危惧される。
×	乗用車販売店 (店長)	・部品調達が解消しない限り上向きにならない。
×	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)。
×	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・コロナ禍が収束するかどうかによる。
×	一般レストラン (経営者)	・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のに、何も手を打たず、規制もしない。しかし、皆常識があるので、必要以上の人数で外食をしたり遊びに行ったりはしなくなっている。政府が何らかの手を打ってくれないと、良くならない。

	×	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り大きく変動があるとみている。この先も家族の会食等の予約は入るものの、会社での集まりなどは全く入っておらず、8月の宴会予約表も空欄が目立つので、このままだと悪くなる一方である（東京都）。
	×	旅行代理店（従業員）	・今後も新型コロナウイルスの感染拡大が続き、そのたびに医療ひっ迫に陥るとすれば、見通しが立たない。
	×	ゴルフ場（経営者）	・スタグフレーションに陥っていると考えられる。
	×	ゴルフ場（従業員）	・猛威を振るう新型コロナウイルス感染症に対して、行動制限が行われていない。8月に入りお盆の帰省の時期を迎え、新規感染者数が更に増えるのではないかと懸念。経済を止めないことが、景気回復につながると思えない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・7月の集中豪雨によりコース設備の一部に被害があり、復旧に多くの費用と要員を投入せざるを得なくなっている。これに加え、資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収にも苦慮しており、夏季閑散期にあつて厳しい損益状況に置かれている。新型コロナウイルスの感染第7波以前の状況を踏まえ、レストランの滞在時間や限定メニューなどの規制を緩和する方向にかじを切ったが、第7波の影響により、規制強化再検討の懸念があり、レストランの収益回復までには相当の距離が残されている。第7波以前に回復傾向にあった企業団体名を冠するコンペにもキャンセルの動きがはじめており、今後も厳しい状況が予想される。
	×	その他サービス [学習塾]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまた広がっており、1か月間休塾する生徒が多くなってきているため、授業料が入ってこないことが多く、良くない。
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）	・中小企業からの仕事の依頼が増えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・8月を過ぎれば少し受注量が増加する予定である（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の仕事量増加の流れはまだ少し続くとの内示がある。ただし、急増した理由が分からないので、どこまでこの流れが続くのかは不透明である。
	○	通信業（経営者）	・IT業界はこれからも盛り上がっていく（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスのこれまでの感染拡大と一時収束の流れから、3か月後には感染第7波も収束に転じていると予測している（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・現状が続く（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染再拡大により、秋からのイベントが中止になっている。
	□	化学工業（従業員）	・原材料、輸送費等の値上げがほぼ出そろい、これから自社製品も値上げの準備に入る。どう考えても良くなると思えない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器の受注は回復しそうだが、化粧品容器その他の製品に関しては期待できそうもない。さらに、材料値上げの要求が著しく、取引先に転嫁しようにも全く受け入れてくれない。挙げ句の果てに、他社で生産するからと金型を引き上げられた。
	□	金属製品製造業（経営者）	・新しい得意先を開拓し、企業訪問により自社のPR活動を行い、仕事の確保につなげたい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に半導体不足、ロシアのウクライナ侵攻など、世の中が明るくなるようなニュースがない。我々のビジネスも、人が行っていることなので、当分は明るい兆しが見えない（東京都）。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体の品薄状態が徐々に回復しているのか、電子部品等の大口価格が徐々に低下傾向に戻ってきている。しかし、これは新型コロナウイルス感染症発生前と同様の現象で、事業や景気への影響は大きくない。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・物価高は止まらず、販売価格への転嫁を求めなければならない。ただし、円安の恩恵で受注量が5～10%上昇しているので、打ち消されていくのではないかと懸念。
□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの海外での部品調達が安定していない主な要因は半導体不足と聞いている。新型コロナウイルス感染症の影響と思われるが、いつになったら正常な状態に戻るのか、見通しが立っていないのが現状である。当面、このままの状態が続くのではないかと懸念。	

□	その他製造業〔靴〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだあるので、業界の雰囲気は上向きにならない。
□	建設業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症とウクライナ情勢が落ち着かない限り、しばらく現状が続く。
□	輸送業（経営者）	・単価の安い仕事しか問合せがない（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、輸出量は全くない。今後も現状が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・中小企業のDX推進の機運が高まっており、しばらく増加傾向が続く見込みである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・小売業やサービス業の事業者からは、新型コロナウイルスの新規感染者数急増の影響として、売上減少への懸念よりも、従業員が出勤できず営業に支障を来すことを危惧する声が多く聞かれる。従前から中小企業における人手不足は課題であり、機械化促進などにより業務効率化に取り組む事業者もあるが、急な感染拡大への対応には苦慮しているようである（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に対する政策の大きな変更はないと思われるので、飲食業、不動産業が入居するテナントビルでは、入居率に変動はない。
□	不動産業（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動向次第である（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着けば、景気は回復する。ただし、店舗テナントでは、人手不足なので客足が伸びない土日を臨時休業にしたいという店も増えている。この状況は今後2～3か月では変わらない（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・当社の事業には円安の影響は少ない（東京都）。
□	税理士	・今は新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、飲食店の客入りが非常に悪くなっている。今後も新規感染者数が増えていくと、数か月前の状態に再び戻りそうである。燃料高などもあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で景気は冷えていくのではないかと（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）。
□	税理士	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着き、また経済を回す機会が訪れるのを待つしかないと思われるが、一定数がり患することで集団免疫を得られ、通常に戻る日を待ちたい。
□	経営コンサルタント	・特定の製造業については増産体制だが、自動車関係や半導体絡みの企業は厳しい（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・全体的に取扱量は回復基調にあるが、資材等の値上げもあるため、当社を取り巻く環境は変わらないものと予想される。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくは現状のままで推移していく。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・来客数が少なくなってきた。また、古くからの得意先企業からの注文や品物についての問合せなどの電話も少なくなってきた（東京都）。
▲	化学工業（総務担当）	・原材料費の高騰が続き、価格に転嫁せざるを得ないが、安価な品への置き換えが心配である。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・せっかく新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたのに、また広がり始めている。ピークアウトするまでは、しばらく全体的に景気は悪くなるのではないかと。
▲	金属製品製造業（経営者）	・エネルギー価格の高騰で仕入価格が上がるなかで、実力の伴わない最低賃金上昇などがあり、景気が上向きとは考えにくい。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大による来客数の減少、先行き不透明感が影響する（東京都）。
▲	建設業（経営者）	・案件の情報が少なくなり、あっても相見積りになり、価格競争になっている。
▲	建設業（営業担当）	・資材価格の高騰が落ち着かず、納期が未定の商材も多数あるため、今後も現状より悪くなる。
▲	輸送業（経営者）	・輸送量の低迷が続くなかでの新型コロナウイルスの感染再拡大は、戻りかけた景気の足を引っ張るものと思われ、経営環境は厳しさを増すのではないかと危惧している（東京都）。

	▲	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、急激に良くなるとは考えにくい。当社の客の業界である飲食や旅行業界も少し明るい兆しが見えていたが、今は日々キャンセルが入り、売上が落ちてきている。当面の見通しは暗い（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向は全くみられず、おのずと経済も鈍化している。
	▲	金融業（従業員）	・賃金が上がらない状況が続いている。また、仕入原価の高騰により粗利幅がとれず、攻めの経営判断がしにくくなっている。
	▲	金融業（総務担当）	・あらゆる物の値上げが続き、ここに来て新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい、せっかく膨らんできた景気も一気に萎んでしまう。燃料価格の高騰や最低賃金アップ、人手不足や外食控への傾向から先行きが見通せず、景気は下向きになる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対して、政府による行動制限が行われないので、各自で感染しないように工夫することが大切である。夏休みに入り、お盆を迎える。新規感染者数がこれ以上増えないことを願うばかりである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症が収束しても、物価高の影響は増大する。
	▲	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ペンディングになっているなか、原価の人件費は上がっている（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症のまん延に伴い人出が減れば、世の中全体の消費が落ち込むが、一過性のことである（東京都）。
	▲	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大している。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・今後値上げが更に加速する流れと聞いているので、うかつに見積りを提出することすら難しく、先が読めない状況が続く。
	×	建設業（経営者）	・業種及び地域によると思うが、当地域においては需要に対して供給が満たされていない。これからも上がっていかないのではないかと思うので、全体的には悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響による先行き不安に加え、原材料価格の高騰、国の方向性の曖昧さがある。
	×	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。また、取引先の従業員の離職率が悪化している（東京都）。
	×	広告代理店（営業担当）	・ここに至る新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に加え、海外からの資源調達遅れや、大規模イベントが一部中止になるなど、ネガティブ要素が多くなっている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・引き続き人材不足感から、全体として需要が多い状態を維持するが、今後は業界ごとのはっきりとした浮き沈みにより分かれていく（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・現在のままの推移が見込めるのであれば、引き続き派遣市場において求人、求職者、派遣稼働者数は増加する。ただし、この数週間で新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しており、それがどこまで影響するか不明なため、不安定要素となる可能性も考えられる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波やサル痘などの感染拡大がなければ、景気は良くなるのではないかと（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、経済を止めない工夫もしている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続くことが見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症対策による行動制限などが緩和されたとしても、給与水準が上がらないため、景気も変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・特に大きなオーダーはなく、現状維持と予測している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、関連オーダーの動きはなさそうである。
	□	人材派遣会社（支店長）	・企業からの派遣、人材紹介依頼数は増えているが、これまで採用を控えていた一時的な反動と捉えている。長期的には雇用調整のしやすい派遣依頼は堅調に推移するものの、人材紹介の依頼数は足踏みするとみている（東京都）。

□	人材派遣会社（営業担当）	・EVを始めまだ開発テーマは多く、当面ニーズが減る様子はない（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・1か月前までは良くなると考えていたが、新型コロナウイルスの急激な感染拡大により、様子見の状態だと感じている。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・先行きが見通せない。全国旅行支援などの施策も延期され、新型コロナウイルス感染症の影響で旅行のキャンセルが5割以上になるかもしれないとの報道もある。感染第7波が消費者のマインドを下げていて、景気が良くなるような話題がない。前々年や前年に比べれば、今年は近所の祭りや花火大会が開催される模様であり、少しずつつふだんの日常を取り戻しつつある。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・これ以上悪くならないことを願うばかりである。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月比で4%減少しているが、前年比では7.9%増加しており、7か月連続して前年同月を上回っている。新規求職者数が前年比21.9%と大きく増加したので、有効求人倍率が0.08ポイント低下している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業は人数調整を前提に採用枠に余裕を持たせており、決して好調とはいえない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・しばらくは現状が続く（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・夏の旅行シーズンに入ったが、新型コロナウイルスの感染拡大により、人材依頼がストップする可能性がある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・求人数の鈍化に引きずられて、長期派遣の就業開始数も減少してきている。急激な悪化はないものの、年計表のトレンドも100%になるなど、厳しくなっている（東京都）。
▲	求人情報製作会社（経営者）	・変わらぬ円安や株価低迷、ロシアのウクライナ侵攻の影響による原材料費の高騰と、ここきての新型コロナウイルスの感染再拡大と、良くなる兆しが全く見えない。せめて、税負担の軽減や生活水準の下支えなど、分かりやすい施策や対策を講じないと、庶民の消費行動や生活安定への行動に結び付かないのではないかと（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・物価上昇と爆発的な新型コロナウイルスの新規感染者数増加の影響により、先が見えない状態、若しくは悪い状態になる。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大が止まらない状況に加え、更に感染力を増した新型コロナウイルスオミクロン株の別系統が新たに出現しており、新規感染者数が爆発的に増加する懸念がある。物価上昇が続いている状況下では、再び人流抑制による経済活動の縮小を余儀なくされる可能性が高い。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスオミクロン株の別系統による新規新規感染者数の急激な増加がマイナス要因となっている。また、原材料高が製造業、卸売、小売業の業績悪化に強く作用しており、長期的に景気悪化の懸念が強い（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・更に悪くなると予測した理由は、夏休み中の行動の影響が大きく、新型コロナウイルスの感染拡大が起きると予測しているからである。