

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）	・今年に入って、リベンジ消費の流れは止まらない。コロナ禍の抑圧を解放するように、人が街をかつ歩している。この流れはいつかは平常化するだろうが、今の勢いと政府による新型コロナウイルス感染症の5類移行も含めて、加熱する要素の方が高いことから、景気は良くなる（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	・テナントとの契約条件も、コロナ禍の間に取り交わした賃料減額の覚書を徐々に解消しつつあり、新型コロナウイルス感染症の発生前の収入に戻る見込みである。売上も増えることで歩率家賃が奏功し、店の収益は向上すると推測している（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	・ビジネス客、旅行者、来街者など人流が前年比約4割増加で推移している。また、インバウンドの人流も増え、売上の伸びが顕著である（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行に伴い、消費者の行動が一層活発化するとともに、消費マインドも高まる。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・季節的にも良い時期に入るので期待している。行事や旅行などのイベントも増えてきているので、今以上に売上が伸びる見込みである（東京都）。
	◎	高級レストラン（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することにより、消費マインドが加速度的に上向く。供給面では価格高騰リスクが存在するものの、今後2～3か月は需要面が勝る（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、夏季は大きく良化する。最大需要で取り込む。
	◎	タクシー運転手	・5月8日から、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられる。中国政府が日本への団体旅行制限を緩和し、インバウンドがもっと増加するであろうとみて、景気は良くなる（東京都）。
	◎	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更により、企業の従業員に対する行動制限がなくなることが想定され、法人での会食や団体旅行の復活が予想される。また、インバウンドは順調に回復しているが、2～3か月先には中国本土からの訪日客が一気に増え、インバウンド需要の高まりが期待できる（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に関連する規制が緩和され、コロナ禍で中止になっていたイベントなどが開催される見通しで、販売機会が増え、売上につながるのではないかと。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・全般的な値上げは続いているが、世の中が活動的になってきているように感じる。地場産業の省エネ補助金による設備投資も出てきている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・ゴールデンウィークが過ぎ、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するとまた変わってくる。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今まで我慢していた活動ができるようになってきたので、気持ち的に明るさを感じる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の金利の引下げ次第で株価が上昇するので、期待したい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・数年間外出が規制されていて買い控えをしていた分、夏に向けての新規購入に期待している。
○	一般小売店〔生花〕（店員）	・4月は期待していたほどは売上が余り良くない。気候の影響や、新型コロナウイルス感染症が完全に終息したわけではないためだろうか。入学式関係の花の需要が少しあったくらいで、特別に良かったとまではいえない。3か月先の7～8月はお盆があるので、また墓参りの客が増えるのではないかと期待を込めている（東京都）。	
○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々になくなりつつあることから、新年度向けの営業活動が活発になる（東京都）。	
○	百貨店（売場主任）	・これから気温が上昇するとともに全体的に街に人出も増え、インバウンドはそのまま堅調なことから来店客は更に増加傾向とみている（東京都）。	

○	百貨店（総務担当）	・物価高による消費マインドへのマイナス影響があるものの、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類変更は国内消費にはプラスであり、中国本土からの入国制限緩和もインバウンド需要拡大に寄与する（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	・今後ゴールデンウィークや夏休みなど、外出や人に会う機会が増加するため、関連消費はまだ伸長の余地がある。インバウンドも中国からの入国客数はまだ足元では完全回復に至っておらず、上振れ要素の1つになる（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・今後もインバウンドを含め人流は更に拡大する。また、モチベーション需要の回復は継続すると思われることから、売上は増加傾向と予測している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・これからインバウンド消費の回復が見込める（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伴う行動規制の緩和により、客の購買行動が、必要品を入手することにとどまらず、ショッピング自体を楽しむものに回帰しており、滞在時間や売場回遊が向上してきている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・販売単価が上昇している。来客数も増加している（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	・物価高は継続しているものの、新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行による外出機会の更なる拡大や賃上げ等のプラス要素もあり、今後、景気は段階的に良くなる（東京都）。
○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、外出に対する抵抗感がなくなり、人流の活性化が見込まれる（東京都）。
○	スーパー（店員）	・今年の賃上げも高い水準で、所得も増える。その一部が消費に回り、景気が良くなる（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	・行動制限がなくなっている。
○	コンビニ（経営者）	・これから気温の上昇とともにソフトドリンク、冷たい商材の販売が好調になると思われる。
○	コンビニ（経営者）	・全体的に良くなってきている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響はかなり減っているように見えること、分類が5類に移行することにより、ゴールデンウィークから人出が期待できる。
○	コンビニ（経営者）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、人の動きが更に加速されていく。また、今もそうだが、インバウンドによって海外客が大分多くなっているため、コンビニの来客数も増えていくと期待している。ただし、水道光熱費がかなり上がっているため、利益は出ていない。
○	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、人の動きが更に活発になるのではないかと期待している（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	・希望も込めて、この先は少しずつ良くなっていったらいい。夏は遠出や旅行、海などに出かける人も増える。一方で、光熱費が上がり、家計を圧迫しているとの声も聞かれ、消費活動に対して良い要素も悪い要素も出てきている。しかし、新型コロナウイルス感染症を気にして何もできないというような雰囲気はほとんどなくなり、自由に行きたい場所ややりたいことも増え、イベントなども通常どおりに開催されている。そういった点で良い要素の方が多いため、景気も良くなっていくのではないかと。
○	衣料品専門店（経営者）	・希望的観測もあるが、新型コロナウイルス感染症の影響も大分少なくなり、これからは外に出る機会が増える。それによって、購買意欲あるいはいろいろなにぎわいの中で、景気は少しずつ良くなるのではないかと。
○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍における行動制限が解除され、今年は各地域の花火大会の開催などの行事により、着物事業においては浴衣需要が見込まれる。また、インバウンド需要も見込める（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・景気は消費者心理による影響を多分に受けることから、消費者心理を妨げる要因が減り、かつ楽観視できる状況が勝る局面になってくる。エネルギー価格、電気代、物価が落ち着いてくることなどが好感要因になる（東京都）。

○	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、販売は余り芳しくない。しかしながら、これまでは半導体不足で注文を入れても納車が6か月先になっていたところ、最近は半導体が間に合ってきているようで、3か月後の納車になっている。少しは先が見えたような気がする。
○	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足が少しずつ改善されれば、ラインナップの発表を待っているメーカーの新車発表が多くなり、上向く（東京都）。
○	乗用車販売店（販売担当）	・ディーラーの中には想定以上に賃金のベースアップをしたり、整備士関連で人手不足のために賃金改定をしたりして人を集めているところもある。いろいろな形でこのまま賃金が上がっていけば、景気は徐々に回復するだろうし、そうなってほしいという期待を込めて、やや良くなる（東京都）。
○	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が安定すれば上昇傾向が見える。
○	その他専門店 [雑貨]（営業担当）	・インバウンドの急激な回復が一段落した印象で、前月比の伸び率は緩やかになってきている。ただし、前年比ベースでは依然として好調を維持しており、この傾向はしばらく続きそうである（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、経済が少しずつ活発化してきている。2～3か月先の景気は少しずつ良くなるのではないかと。ただし、私たちの業界も含めてどこもそうだが、人手が足りないようである。人手を補わなければ、経済は良くなっていかない。その辺りが今一番悩んでいるところである。人を探しているところなので、2～3か月先に補充ができていけば、もっと良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰の波は大きく影響しているが、それ以上のインバウンド効果が見えてきている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、状況が良くなってきている。これまで抑制されていたものが、だんだん買物や消費に結び付いていく。
○	一般レストラン（経営者）	・中国からのインバウンドも増えてくると、更に国内の景気も良くなる（東京都）。
○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	・取引先への諸価格の引上げ要請が反応は鈍いながらも改善の方向に進み、価格転嫁の効果が徐々に出てくるものと思われることから、これからは若干の改善を見込んでいる（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、売上は上がっていくと思うが、一方で、水道光熱費が夏に向けてまたかなり高騰するという不安を抱いている。その上、原材料価格の高騰は止まらず、売上は上がっても、採算面で結局は悪化するのではないかとという危惧を抱いている。引き続き、政府には対策を強力にお願いしたい。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策も大分緩和されてきており、客から少し遠くまで足を伸ばしたいという声が多々聞かれるので、やや良くなる見通しである。
○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の次の波が来なければという前提で、今までと比べると世間的に団体旅行も企画しやすい状況が続いている。
○	旅行代理店（従業員）	・海外旅行は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するため、夏場の予約に期待している（東京都）。
○	タクシー運転手	・状況は以前と余り変わりはないが、ロングの利用客が昼夜問わずあり、売上の的には増えている。夜に飲み屋からのオーダーを受けて、店をのぞくと客入りも良く、少しずつだが利用は増えてきている。
○	タクシー運転手	・タクシー会社の労働者不足による稼働率の悪さがあり、供給不足に陥るときがある。今後はインバウンドが増えてくるので、その需要で我々一人一人については良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・あの大変だった新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着いてきたので、希望も込めてタクシーの利用者が増えることを願っている（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	・ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するので、多少は以前の生活に戻るのではないかと。
○	通信会社（経営者）	・日常を取り戻しつつある（東京都）。

<input type="radio"/>	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行は、いろいろな意味で状況を変えてくれるだろう。日本人の意識にプラスに働く（東京都）。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・留学生等、海外からの転入者数が増えてくることが見込まれ、固定通信やモバイル需要が回復してくるのではないかと。
<input type="radio"/>	通信会社（局長）	・不透明な状況が継続しているためである。
<input type="radio"/>	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更により、経済活動の活発化が予想される。ただし、円安などによる原材料の調達コストなどの不安要素もあるため、緩やかな動きとなる（東京都）。
<input type="radio"/>	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和による行動制限の解除が、復活の鍵と考える（東京都）。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することもあり、動きは良くなると感じる。また、3月の動きに解放感があるようにも感じており、企業関連の動向が良くなる分、やや良くなるかと判断している（東京都）。
<input type="radio"/>	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することに伴い、好転する可能性がある（東京都）。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分収束してきたようだが、完全に終息し、ウクライナ情勢などが落ち着けば、景気は回復するかもしれない。我々としては政府の景気対策を期待しているところである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・当店は着物の店だが、着物自体が、おしゃれを楽しむために購入するとか、フォーマルな着物を買ってパーティーや結婚式などに出席するというものから、今は「めったに着ないのだからレンタルで構わない」ということで、ほとんどレンタルにシフトしてしまっている。今は呉服は余り良い商売ではなくなってきて、当店なりに努力はしているものの、なかなか思うように成績が上がらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家電]（経理担当）	・毎年、この時期の売上は天候に左右されやすいので、売上予想も立てにくい。また、商材価格が上がっており、高価格な物は売れないため、売上は伸びない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家具]（経営者）	・今の状態が変わらないまま続いていくのではないかと。とにかく我々の商売は我慢の一字でもってこの先を乗り切っていかなければならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章]（経営者）	・花の咲く時期もどんどん早まってきており、今夏もまた猛暑になるのではないかと。猛暑だと、外を歩いてくるよりは、やはりショッピングセンターなどに車で乗り付け、涼しい買物フロアでショッピングする方がなびいていくと思われるので、路面店の店舗ではなかなか厳しい部分がある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文房具]（経営者）	・例年であれば、新学期が終わりゴールデンウィークを過ぎると来客数が落ちるが、今年に関しては外国人観光客が多いため、売上もさほど落ちないとみている。また、3月からマスクの着用も個人の判断になったことで、外出の気楽さから1～2名での少人数での買物というより、4名以上の集団やファミリーで来店する傾向が強くなり、来客数を押し上げ、売上の増加につながる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・外資部は今後の案件がしっかり決まっているので、上向く。店頭部においては、ビルの建て替えのため仮店舗に移転し、今月28日からオープンするが、そこでの営業がどれだけうまくいくか、オープンしてみないと分からないといった不安要素もあるので、余り変わらないと回答している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶]（営業担当）	・今月から来月にかけては新茶の時期になるが、今のところ注文もぱっとしないので、売上も余り期待が持てない。そのような状況のなか頑張っているが、世の中の人の消費が戻らないことには売れない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、5月は感染拡大で一時的な売上減少が予想される。ただし、外国人観光客の更なる増加もあるので、すぐに現在の水準まで戻る。物価上昇に伴い賃金アップの動きも出てきているが、全体の底上げまでには至らない。急激な伸びは期待できないものの、緩やかに回復していくと予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今後2～3か月先に現状から環境が大きく改善することは見込めないため、厳しい状況は継続する予想である。

<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現状と変わらないのであれば、インバウンドの増加などを考えると、消費による景気の上昇が期待できる。しかし、物価上昇リスクの具体的な緩和策や実質賃金の上昇などが目に見える形で示されなければ、先行きの景気に対する不透明な状態は続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によるマスク着用ルールの見直しや、インバウンドの増加に伴う消費拡大はしばらく継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・行動制限のないゴールデンウィークとなることや、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の5類への移行など、今後の人の動きが変わることで、消費についても良い影響が期待される。一方、モノやサービスの価格上昇も続いており、単価や買上点数の減少もみられ、しばらくはせめぎ合いの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・来客数は増えており業績は回復しつつあるが、物価高により、社員の給与が上がらないことには、景気は上向かない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・好調に推移するであろうカテゴリはあるものの、来客数の割に販売点数や買上客数が同様に伸びておらず、景気全体を押し上げるほどのプラス要素はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・やや悪い状態が今後もずっと続くと思うので、変わらない。値上げで客の買い渋り、買い控えが大分ひどくなっているの、何とか客に買う気を起こさせようといろいろな提案をしている。また、当社独自の事情だが、20年ぶりにポイントカードの切替えを客にお願いしているので、今月は来客数自体は増えている。ただし、全体としては、基調はやや悪い状態が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・景気は低調であるが、最悪期は脱出した感じがする。売上、来客数共に前年比はマイナスであるが、少し戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・単価は上がって良いのだが、来客数と販売量がやや減少しており、微妙なので、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、ゴールデンウィーク期間中の外出は増えるだろうと予測している。そうすると、食品スーパーマーケットでは売上、来客数を望めない。また、夏にかけて出掛ける人が多くなるとみているので、本当は良くなると答えたところだが、今のまま変わらずにいくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げの影響により買上点数に変化は出てきているものの、購買自体に大きな変化はない。ただし、価格に対しての感度の高さは今後も続く心配である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根づいており、値上げの影響も大きく、買い控えや固定客の来店頻度も以前に比べて落ちている。物価の上昇が収まらない限り、同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う制限が緩和されてきており、通常に戻りつつあるが、単価の上昇と販売量並びに来客数減少とでトータルでは相殺される傾向が、今しばらく続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・値上げの波はまだまだ続くので、生活防衛意識が高まり、消費は冷え込んでいく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げが継続する見込みなので、節約志向が高まる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きにより行動範囲が広がることが想定されるが、食品では消費が拡大する反面、その分、衣料品等で減少することが数字に表れており、全体の数値は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行を控え、旅行など外出が増えることから、衣料品、行楽用品はかなり好調であるものの、食品の値上げが多いため、買上点数が落ち、トータルではカバーできていない状況にある。しばらくこの状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・販売量がかなり落ち込んでいるのだが、たまに前年比をクリアする日もあり、平均するとやや減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人流の回復が続いているので、新型コロナウイルス感染症の発生前と同水準の売上が継続する見込みである（東京都）。

□	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきて、行楽や旅行の機会が増えてくれば、衣料品需要も上がると思うので、期待している。
□	衣料品専門店（従業員）	・原材料価格の高騰による影響がまだまだ続くため、全体的な景気は余り大きくは変わらない。
□	家電量販店（店長）	・季節家電は気温に左右される傾向があるが、それ以外の要因として、コロナ禍の間に給付金で家電の購入が多くあったので、その反動がしばらく続く。
□	家電量販店（店長）	・各企業のベースアップにより収入が増えた人もいるが、皆が潤ったわけではない。物価の上昇が落ち着かない限り、状況は変わらない。
□	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給が前年より早くなっているが、受注量は前年並みである。
□	乗用車販売店（営業担当）	・客との話の中でも景気が良くなる話がなく、物価の高騰と賃金の上昇比率が見合っていないと話している。
□	乗用車販売店（総務担当）	・先行きが不透明なため、景気動向は予測不能である。
□	乗用車販売店（営業担当）	・物価上昇はこの先も続くので、景気は変わらないどころか、むしろ悪くなる気もする（東京都）。
□	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界において、こどもエコすまいる支援事業や先進的窓リノベ事業など、国の補助金政策の消費者への認知が進み、該当分野の顕著な受注増加につながっている。予算枠消化でその効果は終わるが、少なくとも8月頃までは継続するものと予測している（東京都）。
□	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店は薬屋なので、薬がやはりうまく動いていない感じがする。
□	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・物価上昇など身近に影響を及ぼすことがある程度落ち着くまでは、景気は余り変わらない（東京都）。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・客の行動は活発化してきているが、物価高の影響か、消費意欲が高まっている実感はない（東京都）。
□	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・街に人は戻っているが、消費に結び付いている気がしない（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	・全体として回復基調は強いが、油断はできない（東京都）。
□	高級レストラン（役員）	・オーダー数のアップにより売上は回復傾向ではあるが、光熱費、仕入原価の上昇が引き続き大きく、また、人手不足も続いており、利益的にはまだ厳しい状況が継続する（東京都）。
□	高級レストラン（仕入担当）	・前年よりは持ち直しているものの、価格高騰による出費抑制は引き続きみられると予想されるため、現状とさほど変わらない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・悪いままで変わらないということで、上向きになることはまずない。何らかの政策を採ってもらわないと、飲食業は皆駄目になるような気がする。
□	一般レストラン（経営者）	・以前よりは宴会の予約が入ってきているが、人員が足りないのので、かなり抑えて営業をしている。空いているフロアなどにも本当は客を入れてあげたいのだが、宴会の予約は今よりも多くは取らないようにしている（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・当社の業態であるレストランと輸入卸業務は季節的要因により7～9月が忙しいので、特に大きな事件が起きない限り、3か月後の景気についてもやや良くなる。ただし、1歩日本を出て外国に行くと、世界は動乱の最中にあるので、いつ何が起きるか分からず、全く予断を許さない。そのようなことから、変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	・ここ2～3か月は売上も良くなっているが、この先については変わらないとみている（東京都）。
□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価高、燃料高の影響があるので、景気が良くなるとは予想しにくい（東京都）。
□	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、来客数は増えているものの、まだ値上げが続いており、商品単価を上げないといけないため、良い部分と悪い部分があり、余り変わらないのではないかと（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	・コロナ明けの活況が落ち着きを見せ始めている。物価上昇もじわりじわりと家計に影響を与え始めており、レジャーサービスを抑える傾向も見え始める（東京都）。

<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇に対する賃金ベースアップがどのくらい影響するか、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・選挙の結果等もほぼ変わっていないので、今後も変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・前月も同じような回答をしたが、世の中の物価が上がり続けており、消費者の意識がそちらの方にいって、なかなか我々の利用客にはなっていない。タクシー利用が増えず、厳しい状況が続いており、今後もこれが続くだろうと予想している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・身の回りで値上げが相次いでいるため、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・モバイルの普及率が向上し、外出機会も同様に上向きになると思われるが、当社としてはサービスの種類がまだ十分ではないので、もうしばらく現状のトレンドのままである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価高が収まらないと、景気は戻らない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・電気代の値上げが4月から先延ばしになったが、値上げ時期になったら人件費を減らして費用を吸収していく。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症について見通せるようにはなったものの、円安、資源高による先行き不透明感が増してきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・顧客獲得の状況が変わらないため、厳しい状況が継続している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・ゴルフにとっては繁忙期であり、集客増加が期待できる。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・ゴールデンウィークを1つの節目として、人々の動きと消費は一時的に活発になると思うが、仕入原価や人件費の上昇に伴い、収益の低下は避けて通れない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・いろいろな施策、マーケティングの修正は、2～3か月で対応できる内容ではないため、客に迷惑を掛けてしまう。厳しい状況は続く。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・政府の景気対策の効果が表れるまでには時間を要することが想定される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・何となく新型コロナウイルス感染症が収束していないような気がする。
<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"/>	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・総体的な売上は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新たな物件の話はあるが、具体的になっているわけではない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・業務量の確保は問題なさそうだが、協力事務所への外注費が増加傾向にある。トータルで見ると景況感是不変わる。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・選挙の影響か、新型コロナウイルス感染症の影響か、不明のまま設計の話が止まっているのであれば、当分前へは進まず、現状がしばらく続くのではないかと。また、建設価格のみではなく、資材、製品の供給がうまく回っていないことも疑問が残る。先が読めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・何とも推測しにくい状況だが、更に悪くなる傾向ではないように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・今月は前年5月以来の販売量となり、やや景気が戻ってきている。近々新商品の発売も予定しているため、景気は良くなるとは思えないが、底堅く現状を維持してくれると考えている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・資料数や来客数に変動がないため。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・この先の不動産の景気は大きく変化するとは思わないが、戸建ての在庫が増え、処分売りをしているところが目立つ。土地仕入れも抑えているようである。ただ、土地の売却価格がまだ下がってきていないので、今後、徐々に下がってくれば、市場も変わってくるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰に伴う物価、単価の上昇に対する国の具体的な施策がない以上、打つ手がない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・全ての商品の仕入価格、販売価格が上がっており、だんだんと引締めに入っていくと感じている。

	▲	百貨店（販売促進担当）	・3月、4月と外出、旅行、イベントなど3年ぶりの買換え需要があり、ファッション領域も好調であったが、ゴールデンウィーク明けからは、購買需要、意欲も一段落するので、5月後半からの停滞を懸念している（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上が減少し、更に時給アップ等が重なり、厳しさが増す一方である。
	▲	コンビニ（経営者）	・海外でも金融不安があり、今後、経済環境の悪化が懸念される。消費者の購買意欲も落ちているようで、売上が減ってきている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は節約の対象となっている。
	▲	衣料品専門店（統括）	・前年同時期が新型コロナウイルス感染症のリベンジ消費にて来客数が大幅アップしている時期のため、今年は苦戦すると予想している。
	▲	住関連専門店（統括）	・まだコロナ禍が収束していないので、販売点数もなかなか伸びない。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今後も値上げの影響が続く。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・4月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えてきており、例年春から夏場にかけて増える時期でもあることから、全般的に予約が減少し利用控えが起きる。特に、年配客は重症化リスクがあるため、レストランでは影響が避けられない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了する予定のため、申込みが減る（東京都）。
	▲	タクシー（経営者）	・物価高の影響がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・商品価格の値上がりは今後も続くと思われるため、大幅に景気が好転する兆しは見えてこない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・暑い時期が例年より長くなると予想している。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価高騰、特にエネルギー価格の高騰により利益が圧迫されている。増税や保険料引上げにより、消費者がどこまで支出を抑えるか不透明である。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・春の集客期の結果が非常に厳しかった。
	▲	設計事務所（所長）	・現状、材料高騰から仕事がなかなか決まっていけないため、新規発注が追い付かない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・原燃料価格の高騰が資材価格高騰へと連鎖し、需要に陰りが見えている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・給料の手取り額が増える以上に物価高が進んでいる。
	×	衣料品専門店（店長）	・度重なる原材料価格の値上げと、ベースアップに伴う人件費の上昇分について、商品価格への転嫁が追い付いていない。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・原油価格高騰により仕切価格は高値で推移すると思われる。現在、国の激変緩和対策事業は9月までとなっているが、終了時の原油価格が高値で推移していた場合、販売価格が上がり、今以上に消費者の買い控えによる販売数量の減少が心配である（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高騰の影響はまだ続く見込みである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・人口減少や防衛力など、日本は表向き景気は良さそうに見えても、将来が見えてこないで、不安だけである。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行などによる経済社会活動の正常化に向けた動きが一段と進むことが予想される一方、海外経済やロシア、ウクライナ情勢などの不透明感は依然として強く、素材、エネルギー価格の高騰や業務要員不足などの長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、強く懸念される。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・塾業界では、生徒が低価格の塾に移動する傾向がみられている。体験がどんどん長くなって、安い方に流れている。景気の良さは余り感じられず、今後は悪くなってくる。
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）	・初めての客から依頼の電話が多くなってきている。中小企業も景気回復傾向を感じる。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・人の動きが非常に活発化しており、イベント等の実施が仕事量に比例して増加傾向にある。

○	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・やや低調だったが、4月下旬にきて会社設立の印鑑の注文がトータルで7本くらいあり、いつもの月より多くなっている。また、当店の周りには飲食店が多く、新型コロナウイルス感染症の影響で停滞していたのだが、新しい店を開く人がぼちぼち出てきて、店の領収書のゴム印などの注文をもらったりしているので、少しだけ明るい方向が見えてきたと現場では感じている(東京都)。
○	化学工業(従業員)	・国内の受注は横ばいであるが、海外向けの受注が増加している。
○	プラスチック製品製造業 (経営者)	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、インバウンドも含めて人の動きが多くなると思うので、若干景気が良くなることを期待している。
○	一般機械器具製造業(経営者)	・僅かにではあるが、取引量が回復しつつあるような内示が各社から示されている。
○	電気機械器具製造業(企画担当)	・想像の域を出ないが、競合他社の事業見通しをベースに考えると、若干ではあるものの、徐々に景気は良い方向に向かうと個人的には考えている。
○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・自動車メーカーは増産体制に入っており、今後もこの状態が当面続くこととみられ、景気は上向き。
○	輸送業(経営者)	・新型コロナウイルス感染症がこのまま収束していけば景気回復のスピードは増すものと思われるが、当社の現況には改善の要因が見当たらないため、厳しい状況が続く(東京都)。
○	金融業(従業員)	・原材料価格や光熱費の高騰が続き、価格転嫁に踏み切る事業者が増えるなか、一部では「値上げを行った結果、顧客が大手に流れてしまった」との声も聞かれるなど、中小企業は以前にも増して苦しい立場に置かれている(東京都)。
○	金融業(従業員)	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に変更されることで、経済活動が活発化する。
○	不動産業(総務担当)	・新規テナントの入居希望の問合せが明らかに増えているが、賃料水準は高くなっていない(東京都)。
□	食料品製造業(経営者)	・値上げによる買い控えがますます進む。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・化粧品容器の受注に増加傾向はみられず、仕入れや物流費の値上げ要求が続き、大きな期待は望めない。
□	電気機械器具製造業(経営者)	・電気を余り使わずに使える商品の開発を急いでいるが、やはりうまくいっていない(東京都)。
□	その他製造業[化粧品] (営業担当)	・物価の上昇に免疫が付き始めたのか、サロンの開業件数が回復傾向にある(東京都)。
□	建設業(経営者)	・業種によって良しあしがあり、全体的にこれからどのようなようになっていくのか分からない。物価が上がっているものの賃金が上がらない状況で、消費がどこまで続くのかについても不透明である。
□	建設業(従業員)	・世界情勢が安定しなければ何とも言えないので、期待は余りできない。
□	輸送業(総務担当)	・荷主の国内出荷量の低迷が続いている。輸出量は全くない。しばらくこの状態が続く予想である。
□	通信業(広報担当)	・反動も落ち着き、当面は今のような増加が続く見込みである(東京都)。
□	金融業(従業員)	・経済の活性化は図られているが、原材料、光熱費の上昇率はそれを超えており、今後、原材料、光熱費の値上がりは抑制されないのであれば、中小企業では収支悪化が予想される。受注単価は上がっていない。
□	不動産業(経営者)	・人件費、電気代、仕入価格の高騰により採算が取れないという話を聞いているので、テナントの撤退が心配である。
□	不動産業(従業員)	・工事費は高騰したままだが、分譲マンションの販売進捗は順調であり、用地取得もできている(東京都)。
□	広告代理店(経営者)	・まだまだ完全には良くならない(東京都)。
□	広告代理店(従業員)	・従来4～6月の第1四半期は立ち上がりが悪い傾向にあり、現状、その傾向を覆す要素が見当たらない(東京都)。
□	税理士	・夜に駅周辺を歩いているが、新型コロナウイルス感染症の影響で、やはり飲食店が少し減ったような気がする。コロナ禍から回復してきて景気が良くなり客が戻ってきているというよりは、そもそも需要が戻ってきているのではないかという感じがする。空き店舗も空いたままかもしれないが、少し戻ってきているような気がする(東京都)。
□	社会保険労務士	・良くなる要因がない(東京都)。

	□	経営コンサルタント	・物価高騰などの影響が引き続き大きいため、余り変わらない。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場も稼働率を上げようと努めているが、5～6月の原材料、資材価格の新たな値上げの実施もあり、先行きには不透明感が残る。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人手不足はすぐには改善できそうにない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今月以上に悪くなると厳しいが、例年5～7月にかけては受注量が減っていく（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・受注量が減少する兆しがある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・見積りは来るものの、納期が先であることが多く、資材価格も変動が大きいため、再見積りのものがある。2度、3度の見積りを迫られて大変である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・戦争やアメリカのインフレの影響がじわじわと出始めてくることを感じる。
	▲	建設業（経営者）	・一般顧客の話がほぼなくなっている。あっても修繕やリフォームである。
	▲	建設業（営業担当）	・物価高騰に歯止めが掛からない状況が継続する。
	▲	輸送業（経営者）	・悪くなる要素はあっても良くなる要素がない（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	・ベースアップもややあるものの、物価高や燃料高騰、電気代の値上げがかなり家計に響いており、消費はやや低迷する。ゴールデンウィークでは観光業、サービス業では売上増加を見込めるものの、一時的であり、今後企業ではゼロゼロ融資返済が始まるのに、景気はやや低迷となると、業種に関係なく倒産や返済の繰延べ等を行う企業が増えると思われ、景気はやや悪くなる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・周辺の居酒屋も飲食店もさみしい営業である。もっと人が動かないと好転は期待できない（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・半年前に仕込んでおく予定である各企業の宣伝予算の刈取りが、コンペでの敗退などで、当社としては余り確保できていないので、やや悪くなる（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症対策の終了を迎えつつあり、現状ではいまだに回復には至らないなか、資金面から売上まで、経営の圧迫要因が続いている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・介護保険料や各種の値上げのために手取りの給与は増えない。実質的にはダウンである。また、今後の明るい話もないので、やや悪くなると予測している（東京都）。
	▲	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・売上の状況から、やや悪くなる（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・好調であった建機関係もエンドメーカーの排出ガス問題で急激な減産になってきており、半導体関係の在庫もだぶつき感が強い。
	×	建設業（経営者）	・一時的に忙しいが、少子化、物価高、人件費高騰のため、先行きには不安しかない。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなってくるにつれて消費が増え、景気が良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ようやく1か月先、2か月先、3か月先の計画がぼつぼつと出てきているので、先行きはやや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は引き続き増加傾向にあるが、一方で求職者数は大きく増加していないことから、将来の景気は現状維持若しくはやや上向く程度とみている（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・国内外問わず旅行者が増加する。賞与が支給され、家電製品等の購入や夏場の飲料物の消費が増えることで、やや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・景気への不安感が減少しているように感じる（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・求人など採用活動が活発になってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・業種により差は出てきそうだが、全体としては人材不足の状況が続くそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・先行きについても、物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の影響等、景気に悪影響を及ぼす事象と、インバウンド、アウトバウンドの回復等、好影響を与える事象が混在して、きつ抗することは変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・状況が変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・民間企業は厳しくなっている傾向はあるものの、パブリック事業は堅調に推移していることから、緩やかな減速が続いていくことが予想される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・人材側のリスクリングが進まなければ、マッチングも進まない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関連の求人が減少しているものの、全体的には特に変わりはない。ロジスティクスセンターでは取扱量が増えている企業が多く、求人数も堅調である。管理社員が不足しているため、アウトソーシングの相談を受けることが増えている。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支店長）	・派遣や紹介依頼のなかで、ITリテラシーのある人材への需要は高く、引き続き受注は好調を維持する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・春から夏に向けてはさほど大きな変化はなく、例年どおりのトレンドとなっている。コロナ禍も落ち着きを見せてきており、人材ニーズも回復傾向にあるものの、まだ新型コロナウイルス感染症の発生前までは回復してきていない。数か月先では余り変わらないが、半年先、秋以降には同水準に戻るのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・自動車業界を中心とした製造業からネガティブな情報はなく、当面現状維持の見通しである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・物価上昇が続く中で、消費喚起はされないとし、景気が良くなるだろうが、実感値は変わらないかとみている。
<input type="checkbox"/>	求人情報製作会社（経営者）	・賃上げによる販管費の増加と、コロナ禍での借入金の元本返済時期が来るなど、中小、零細事業者の資金繰りは厳しくなっている。取引価格に転嫁できず、販管費の負担増加では、景気が良くなるとは思えない。観光などもインバウンドが回復しているとはいえ、人手不足による営業縮小など、サービス産業ももろ手を挙げて回復基調とはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	求人情報誌制作会社（営業）	・採用がうまくいかないため、変わらない。仕事があっても、それをこなす人材がいない。最低賃金は毎年のように上がっていくとしても、他も同じように上がっているため、なかなかうまく採用にはつながらない。良い人材を確保するには、もっと条件を良くしたり、環境に投資をしたりしなければならない。しかし、それほど簡単に環境を変えることはできない。仕事の受注単価は上がらずに人件費だけが上がっていく現状では、企業側も新しい投資や人材確保に力を入れることができない。根本から変えていく必要があるが、もはやどこを変えれば景気が良くなっていくのか。人材確保の観点からはなかなか答えが出ない。
<input type="checkbox"/>	求人情報誌制作会社（所長）	・為替、物価、金利、投資、まだ動向が見えづらい。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・求人数は前年よりも約7%増加し、経済の回復とともに中小企業の採用意欲も高まっていると感じられるが、求職者は物価上昇に対する生活防衛のため、賃金等の条件が良い企業へ流れていくと考えられ、賃上げができない中小企業は人が集まらない事態に追い込まれることが懸念される。
<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・中小企業、特に小規模事業者は賃上げに対応できない。高待遇を求め、中小企業から人材が更に流出する恐れがあり、中小企業は受注量を調整せざるを得ない状況が想定される。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・物価、光熱費等の高騰により、政府等が金融政策をした場合の傾向が見えてこない。