

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行以来、明らかに潮目が変わり、飲食業が一気に活気付いている。さすがに夜中までとはならないが、若い世代の団体は結構にぎわっている。イベントのレスポンスもとても良く、早めの盆踊り大会を開催したが、過去最高の人出であった（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・富裕層の消費は底堅く、売上全体を押し上げている。
	◎	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・値上げによる単価上昇が更に進んでいることに加え、販売点数の落ち込みもなくなり、売上が増加している。
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行後、販売量は新型コロナウイルス感染症発生前の水準で推移している。直近では猛暑の影響もあり、飲料やアイスクリームを中心に売上が伸長している。3連休も天候に恵まれ、売上が大幅に伸びている（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前月、前々月の同時期と比較して、訪日客による免税品購入数が上昇している（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・単月の取扱高が前年比200%を超えている（東京都）。
	◎	タクシー運転手	それ以外	・景気は完全に戻っている。月末の金曜日などは、車が足りなくて空車の奪い合いが発生するほどである。運転手不足でタクシー会社の休車が多く、忙しかった。景気は良い（東京都）。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・前月と同様、新型コロナウイルス感染症の影響で辞めた乗務員がいるため乗務員不足で大分忙しい。稼働している台数が少ないことが大きな理由である。それに加えて、今月は暑い日が続いており、利用率が高くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・例年、今の時期はエアコン工事で忙しいが、今年は低価格帯のエアコンの動きも悪く、売上が伸び悩んでいる。それでも容量の大きいエアコンの買換え需要があり、例年より多く売れている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・この暑さのためエアコンが動いている。省エネ対策の補助金もあり、高額機種が動いている。催事も行えるようになってきたので、イベントや祭り関係の電気工事依頼も増えている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増えている。需要も高まりつつある。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・外国人旅行客の来店がコンスタントにあり、文房具のまとめ買いが多いため、客単価を押し上げ、売上増加につながっている。3か月前の4月の新学期シーズンと比較すると売上は落ちるものの、景気としては大分上向いている（東京都）。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・行動が活発になり、客の笑顔から明るさを感じる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、来客数が増えてきて、売上も上がっている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・旅行や外出の機会が増えて、日傘の買換え需要が高まっているため、一般的に来客数が増えている。
○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・改装があるため、来客数が増加し、想定を上回っているものの、目標には届いていない。	
○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前年と比較すると行動制限の解除も浸透し、客の購買行動は、通常に戻りつつある。新型コロナウイルス感染症への対応に追われていた時期のように食料品などの日用品の売上に偏ることはなく、ファッション関連を中心とした、紳士、婦人衣料雑貨の動きが良い（東京都）。	

○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値の物を求める消費者の購買意欲は底堅く、都心店舗を中心に前年プラスで推移している。またアフターコロナで、人々の外出や対面機会の増加を背景とした関連消費も伸長している。特に、気温上昇を受けたUV関連のファッションニーズや、食品ギフトのニーズが高まっている（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は4年ぶりの大規模なセール実施により来客数が増加し、比例して売上も拡大している。加えて、訪日外国人旅行客の来店も伸長しており、大きくプラスとなっている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・来客数の増加が継続し、売上も3か月前との比較でも前年比でも増加している。外出機会の増加に伴い、カジュアル衣料、雑貨、化粧品等が前年比でプラスとなっている。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・高額品が好調である（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内消費については大きな変化はないが、インバウンドが増大し、全体を押し上げている（東京都）。
○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・クリアランスセールに対する客の反応が良く、衣料品が売れている（東京都）。
○	百貨店（店長）	お客様の様子	・物価上昇の影響を受けているカテゴリーもあるが、スポーツジムやゴルフスクールなど趣味関連の入会は増えており、生活必需品以外への関心も高い。
○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・人の動きが活発になり、衣料品、レジャー関連の動向が良い。食品は値上げにより全体の単価が上がっている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月頃から来客数が増えてきている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のプールがオープンし、前年の入場規制が緩和されたことにより来客数が増えている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候が良く、気温も高くなったことで、客が夜遅くまで結構出ており、来客数が4%くらい増加している。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・来店頻度はそこまで増えていないが、買上点数と客単価は増えてきている。休日需要が見込めれば、更なる売上の増加が期待できる（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・街のイベントも大変な盛り上がりで、旅行などの準備品も活発に動いている（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・7月に入り、関東でも梅雨が明けたが、長梅雨となった。猛暑が来襲し、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行後初の夏休みとなり、我々の業界的にはエアコン等の需要が真っ盛りとなる。季節家電は水ものと呼ばれるが、これからの本番である（東京都）。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・7月は需要月であり、新車、サービスが堅調に推移している。ただし、依然として中古車市況の回復にめどが立っていない。
○	その他専門店 [貴金属]（統括）	来客数の動き	・全体的に来客数、特に海外からの客が増加してきている。また、以前のインバウンド需要では少なかった欧米系の客が増加している（東京都）。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・全般的に商材が動いている。
○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・2019年と比べると、7月は売上81.7%、来客数69.7%、客単価117.3%となっている（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	お客様の様子	・予約状況などの問合せが徐々に増えており、秋のイベントシーズンについては大口案件やイベント案件もある（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感染症が収束してから、店も落ち着いて通常営業できるようになっている。ケータリングも徐々に増えてきており、売上がやや良くなっている。
○	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症に伴う制限解除後、同業者3軒の新規出店があった（東京都）。

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・インバウンドの影響で来客数の外国人比率が上がっている店舗が増えてきている。今後もインバウンド需要に対応できれば、景気は良くなっていく(東京都)。
○	その他飲食[居酒屋] (経営者)	単価の動き	・以前と違って、遅い時間の来客数が増えてきている。また、客単価も上がっている(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・関東近郊の避暑地と都内に店舗がある。新型コロナウイルス感染症が収束し、避暑地は観光地のため、大きく伸びている。逆に、都内店舗は暑さのため伸び悩んでいる。新型コロナウイルス感染症収束後の戻りは観光地の方が早いようである(東京都)。
○	その他飲食[給食・レストラン] (役員)	単価の動き	・取引先との交渉により、約4割の店舗で委託料の引上げが実施されたため、今年度の4月から収益が改善している。引き続き残りの取引先とも交渉を継続しており、更に収益改善を図れるものとみている(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援は6月で終了したが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、夏休みに入るということで、引き続き来客数は増えている。また、宴会等についても、6月は株主総会の多い月であり、7月も前半までは回復している。やや持ち直している状況のまま、夏休みに入るのではないかと。
○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行以来、人の動きが活発になり、3か月前と比べれば宿泊、食堂、宴会いずれも販売量自体は増えている。景気が上向いている実感はあるが、人手不足による休業が売上目標達成の足かせになっている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に近づきつつあり、稼働は高くなっている。
○	旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・来客数が大分増えてきている。単価に関しては余り動きはないが、いろいろな客が来て問合せもあるので、大分景気が良くなっているのではないかと。
○	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、時間がたつにつれて旅行マインドも元に戻りつつある。3年ぶり、4年ぶりの旅行案件も増加している。
○	旅行代理店 (営業担当)	競争相手の様子	・他社との競合が非常に多くなっている(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・これから夏本番を迎えるため、例年だと少しでも暑さを避け、タクシーを使って出掛けるはずだが、今年は大変な暑さが続いているためか、昼間は少し利用が少ない。ピーク時間帯がずれているようで、朝方と夕方以降に利用が集中している。全体の利用回数、金額は以前より良くなっているため、期待できる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・今年の猛暑と、新型コロナウイルス感染症の影響が和らいだことで、タクシーの利用者がやや極端に増えている(東京都)。
○	タクシー (経営者)	来客数の動き	・記録的な猛暑の影響がある。
○	タクシー (団体役員)	競争相手の様子	・タクシー業界は、人手不足により全体の稼働率が低下している。乗務回数の増加によって、何とかしのいでいる。
○	通信会社 (社員)	お客様の様子	・夏のイベント復活や告知CMの引き合いが増加している(東京都)。
○	通信会社 (社員)	販売量の動き	・加入件数の純増が続いている。解約は一定数で横ばいが続くものの、新規契約数が伸びている。ライフライン系商品以外のオプション契約も伸びており、嗜好品や娯楽への消費が活発化している(東京都)。
○	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・人の動きや建物着工数は新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないものの、回復傾向にあり、それに伴い契約数も回復傾向にある。
○	通信会社 (管理担当)	お客様の様子	・電子化の法整備が進み、方向性として後押しがあるが、為替相場等に加え、物価上昇による利益への影響など、設備投資等に対してブレーキとなる要素がある(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感染症の5類への分類移行から3か月がたち、人々の動きも活発になっている。依然として、原材料を始めとした諸物価の上昇に伴う収益力の低下は否めない状況だが、売上はやや増加方向に進んでいる。
○	競輪場（職員）	来客数の動き	・キャンペーンを実施すると、100人単位だが増加傾向がみられる。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・来場者数が増加し、企業懇親会の件数も増えてきている。飲食を含め客単価も上昇傾向にある（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	お客様の様子	・来客数がやや良くなっている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行前だったので、それに比べると5類移行後は明らかに来客数が増えている。特に、インバウンドの回復は著しく、売上の増加につながっている（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・当事務所においては行政からの仕事がたくさん取れ、こなし切れないほどの忙しさになっているため非常に良くなっているが、地域全体の景気としては、やはり不景気である。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・大分回復しつつあったが、やはり猛暑の影響で客足が減ってしまった。販売量も少し回復してきていたが、ここに来てまた鈍ってしまった。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・販売数は悪いものの、催事を行ったときの客の反応が以前より少し良くなってきた。幾らか成約も出てきており、悪いながらも、変わらない（東京都）。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・今月は、以前からの案件等の刈取りができたので、その分少し良くなっている。ただし、暑さのせいか、来客数が若干減っているようである。店舗を移転して、まだ認知度が低いことを考慮しても、この暑さで、雰囲気的に良くない。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・身の回りでは何も変わらず、どちらかというと悪くなっている。会社の販売数も上らず、現状維持が精一杯である。営業に回っても売れるわけもない。イベントでも今までのようには売れない（東京都）。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の購入量が戻ってきているが、まだ勢いがあるとはいえない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・クリアランスセールがスタートし、全館の来客数は多くなっている。食品は生鮮、輸入品共に価格改定による値上げが多く、買上点数の伸びはみられない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・外国人観光客の増加に伴い、免税実績は今年に入っても堅調に推移している。サマーギフトについては、近年縮小傾向が続いていたが、今年は前年と比べて若干プラスになっている。食料品を軸に化粧品、雑貨なども前年比で2けたの伸びを示している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているとの報道があるものの、購買意欲には大きな影響はないようである（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全体的な売上は好調に推移している。しかし、中身としては、インバウンド消費が新型コロナウイルス感染症発生前の2019年実績を上回る金額で推移し始めた一方、足元の国内客の消費が鈍化しており、底堅いとはいえない。価格高騰の影響は今後も続くとみられ、楽観視はできない（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・クリアランスセール、お中元のピークに合わせて、来客数が大幅に増加している。売上もラグジュアリーブランドを中心に好調に推移している。お中元商戦はギフトセンター、EC共に前年を上回っている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月は、天候に恵まれ、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、外出機会がやや多くなり、来客数が増えている。ただし、ここに来て猛暑続きで、日中は客が出てこない。プラスマイナスを考慮して、今月に関してはやや良い状態である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制緩和後、外に出掛けることが多くなったものの、思ったほど来客数が増加していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑の影響により飲料を中心とした夏物商材の動きが良いが、値上げの影響により1品単価は上がっても、買上点数が若干落ちてきているため、大きな伸びにはつながっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの影響が大きく、販売数量の前年割れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	来客数の動き	・夏休みに入り、前年と大きく違うところは、イベント、旅行等に消費が回っているため、小売は横ばいになっていることである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商材に続いてサービスも値上げになり、戸惑っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価の上昇は今なお継続しているが、販売量並びに来客数については相反する状況になっており、互いに相殺している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・毎月の値上げが続いていることから1品単価が前年比107%と大幅に上がっており、売上はクリアしているものの、来客数は前年と変わっていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準のほぼ100%まで回復したが、従業員が集まらず、やむなく時給を大幅にアップしたため、結果的に利益が減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きからは特別景気が良くなっている様子は見受けられない。決して悪いわけではなく、平均的なところで落ち着いているといった感じである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・天候に恵まれ、暑さ対策グッズが好調である。おしゃれ着は低価格商材を中心に売れている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業は、花火大会等、各種イベントの再開により、浴衣の売上が2割増しで推移している。特に、SNS効果で、20代の客が増えている。一方、催事による売上は集客が厳しく、計画の8割で終了している。もう一方の主力事業であるドレス事業は、猛暑の影響によりセレモニー商材であるサマーブラックが好調に推移している。ただし、主力のパーティードレスは、計画の15%減少で終わっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・前年同月は新型コロナウイルス感染拡大第7波の影響で行動が抑制され、来客数が減少していた時期で、それに対して、今年は行動制限のない状態で来客数が伸びている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・衣料品は必要のあるふだん使いのものがほとんどで、帰省や旅行用の需要はほとんどない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・今月は暇な日と忙しい日の差が余りにも激しい。天候の影響も大きかったため、売上が余り伸びず、落ち込んでしまっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・繁忙期になっても来客数が余り増えない。物価高に合わせて商品単価も上昇しているが、来客数と販売点数は減少傾向である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、買い控えは感じないが、状況も変わっていない。
<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、販売が前年比で2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	・新車の販売量は前年よりやや減少しているものの、その分サービス部門の売上が増加し、前年並みとなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・個人単位で見ると分からないが、法人全体では販売量の前年割れが続いている。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・車の半導体不足については徐々に改善されて、新車の納期も正常化しつつあるようなので、そこそこ売れているが、やはり物価高、石油高のなか、新車から中古車に移る客も増えてきている。全体的な流れでいえば、新車より値頃感のある中古車に集中し、中古車の価格は少し上がっているが、利益については相当落ち込んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・車両本体価格が値上がりした上、金利が上がっているため、買い控えが発生している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・なかなか景気の回復が遅いように感じている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	単価の動き	・国の燃料油価格激変緩和対策事業の9月末での終了予定に向けて、6月以降、補助額が大幅に減額されていくなかで、価格転嫁が難しい（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	・客の活動は活発化しているが、購買意欲は比例していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・このところの猛暑で、生鮮品の売行きが落ちている。食材の値上げも影響している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・春から変わらず来客数は2019年比で良い結果を示している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	販売量の動き	・3か月前には既に新型コロナウイルス感染症発生前の売上に回復しており、足元でもこの状況は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて客の雰囲気も変わってきてはいるが、コロナ禍でたまっていた分、外に出るようになってきている。外食も多少するようになってきているものの、景気が良くなったかというところ、そうは感じられない。
<input type="checkbox"/>	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30日までの前年比は、売上126.8%、来客数107.5%である。今月7月1日から30日までの前年比は、売上144.8%、来客数125.5%である。前年は、1店舗が新型コロナウイルス感染症の影響と人手不足で休業していた（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・一時期はランチ時間帯に4人とか6人で来店する客が増えたのだが、今はまた1人～2人の客が主になっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月も、前月、前々月と同じように、来客数の良い状態が続いている。暑気払いでの来客数も増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・業界全体では需要過多、供給不足の傾向にある。インバウンドや早期予約で航空座席は既に夏場の供給がなく、間際予約が取れず、販売チャンスを逃す傾向にある。今後も需要過多の傾向のため、早期予約を促すなどして対策をしなければならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	販売量の動き	・前月同様、今月も商談案件はあるが、受注の増加には至っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新規サービスの契約数は増加してきているが、支出を必要最小限に抑えたいという客が多く見受けられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	単価の動き	・通信サービスの契約数は伸長しているものの、ユーザー平均単価が下がっているため、結果的に売上は今までと変わらず横ばいとなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	お客様の様子	・前月と比較しても商談における動きに余り変化はみられない。動きが鈍い状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	単価の動き	・客単価が月10円程度下がる傾向が続いている。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	販売量の動き	・加入件数が増えている反面、解約件数も増えており、プラスマイナスゼロである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	販売量の動き	・戸建て住宅の販売は前年比135%だが、成約に至らないケースが増加している。また、集合住宅の提供は前年比69%と低調であり、状況が好転している感触はない（東京都）。

□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・当初見込んでいたほどの販売量の増加がみられない。新型コロナウイルス感染症の影響が減少し、大きく売上が増加するかに見えたが、やはりまだ影響があるようである。
□	その他サービス [学習塾] (経営者)	お客様の様子	・季節講習の受講率が例年並みである。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・新しい案件もなく、相談自体がない。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・受注状況は横ばいのまま推移している。民間が低調な分を官庁案件でカバーしている状況は変わらない。
□	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・計画は同じような状態がずっと続いているが、なぜか話が前には進まない (東京都)。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率は、インバウンドのお陰で上がってきているものの、客単価がまだ低く、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。また、販売用のホテルも都内に5か所あるが、まだ売れていない。請負工事については、主に公共工事において、原価が上がっているにもかかわらず請負金額は上がっていない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べて、販売が好調に推移している。客の新築アパートの購入意欲が強く、販売に結び付いている。富裕層の動きも良く、金融機関の融資も付きやすい。
▲	一般小売店 [和菓子] (経営者)	来客数の動き	・連日の猛暑続きで、来客数がかなり減っている。
▲	一般小売店 [生花] (店員)	販売量の動き	・外に出している花には、1日に5回も6回も水をやっているが、それでも駄目になってしまう商材が出てくる。客もこの暑さで全く出て来ないため、大変な日々を送っている。切り花の方も、暑さのせいで墓参りの客などが少なくなっており、新型コロナウイルス感染症と猛暑のとダブルパンチで、本当に困っている (東京都)。
▲	一般小売店 [茶] (営業担当)	来客数の動き	・来客数が減少している。ギフトが少なく、売上も減少している。
▲	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・3～4月に売上全体を底上げした免税実績動向も鈍化している。免税売上を除くファッション関連は、ワンピースやカットソーなどの盛夏対応商材に動きがあるものの、全体としては厳しい状況が継続している (東京都)。
▲	スーパー (経営者)	来客数の動き	・値上げに対して、嗜好品類の買い控えが顕著になっている。
▲	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・引き続き来客数は戻っておらず、月末や給料日の前には特に顕著に落ち込む。今までは1人当たりの買上単価が前年を上回っていたが、最近では横ばいのため、トータルの売上が前年を割ってきている。ボーナス後も大きな変化はみられない。
▲	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・この夏場で気温が高過ぎるために、昼間の客が減少している。その分夜に来るかと思いきや、変わらない。全体的には良くない。
▲	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・酷暑となっているが、飲料の伸びが鈍化している。通常の商材でも、安価な商材の方が売れている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・仕入価格が上がっている。
▲	住関連専門店 (統括)	来客数の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症発生前の来客数には届かない。したがって、販売量も減っている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・暑過ぎて、客が買物に出てこられない。
▲	旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・全国旅行支援の効果が頭打ちとなっている (東京都)。
▲	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・買い控えているのか、新規客からの問合せが激減している (東京都)。

	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・連日続く猛暑の影響で、来場者数が3か月前と比べて13%近くも減っている。電気料金の値上げもあり、空調や照明で使用電力量も増えているため、経費面でも経営が圧迫されている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑のため、客の来店頻度が鈍っているような気がする。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・仕事はあるようでないような感じである。人手不足ということもあるが、景気が非常に偏っていて、良くなるとは思えない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が上がり過ぎてしまっている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・一定の建材需要は見込んでいるが、例年より低水準で推移している（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、前年よりは売上が増えているものの、経費の上昇分ほど利益は増えていない。
	×	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当店は路面店で、単独路面店のような感じなので、この1か月ほどは猛暑でほとんど客が歩いておらず、厳しい。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・7月は猛暑の影響も大きく、日中に来場する客が通常の3分の2まで減っている。特にシニア層の減少が大きい。
	×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・都心に近いゴルフ場では、この夏の酷暑で来場者数が激減している。命に関わる暑さであれば、手の打ちようがない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・7月後半は暑さ指数（WBGT）が熱中症危険水準の31に近い値で推移しており、ゴルフ競技中にプレーヤーが熱中症により死亡した報道もあって、高齢者層を中心に酷暑下のプレーを忌避する動きが目立ち、天候の影響による稼働率のボラティリティが高い状況にある。立地上、インバウンドの恩恵は全く享受できていない。
	×	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%となり、3か月前と比べても約30%落ちているため、景気は悪くなっている。付き合いのある不動産業者の話でも、建て売りの販売が進んでいないとのことである。
企業動向関連	◎	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・受注案件の値上げについてクライアントにも理解してもらえる環境ができ、スムーズに進行できている。
(南関東)	○	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、ゴム印の仕事をしている。今月は2件の特需があり、1件は公共交通機関の支社からのゴム印と浸透印のまとまった数の注文である。もう1件は通信販売部門への占い師の人からの注文で、ふだんは個人の実印だが、会社設立の印鑑3本の特需があった。石印材ということで、普通は石印材にしても4～5万円くらいだが、25万円の売上になっている（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きを見ているとやや増加傾向にあり、前年同期と比べても増加している（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーでは部品調達不足も解消し、増産体制に入っているため、良くなっている。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・競合他社も大手企業、協力業者も忙しく、人手が足りない。ただし、潤っているかといわれると難しい。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・計画の止まっていた案件が動き出している。見積案件も徐々に増えつつある。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各イベントが復活して輸送需要が増えている（東京都）。
	○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月は若干悪化したが、今月はこれまでの回復傾向に戻っている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・夏季休暇においては観光、飲食関連の需要が更に増加する。

○	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、サービス業や小売業の売上が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前と同等になっている。飲食業も人出が増えていることから、好調である。ただし、食品の値上げやガソリン価格高騰が家計を圧迫しており、いつまで続くかは不透明である。現状では景気は良い方向に進んでいるが、本調子とはいえない（東京都）。
○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・業種、職種によりムラはあるものの、受注実績、受注残高共に緩やかな増加傾向がみられる。売上増加は材料、労働単価の高騰による価格交渉、単価改善による部分も大きく、必ずしも売上の増加率のみで判断できる状況ではないが、取引先の回答からも中長期的な回復の動きがみられる。
○	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ホテル部門の宿泊予約は順調で、価格も上昇基調である（東京都）。
○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・コロナ禍が終息し、入社率が高まったこともあり、既存テナントからの増床ニーズが高まっている。新型コロナウイルス感染症発生前から空いていた店舗区画も埋まり、景気は良くなっている（東京都）。
○	税理士	取引先の様子	・各地で夏祭りや花火大会が4年ぶりに開催され、それに伴い人も多くなっている。衣料品の売行きや飲食店の予約状況も好調なようである。猛暑により高齢者の外出が減ることは、ある程度景気に影響を与えている。
○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・受注が増えているが、人手不足で売上自体はそれほど伸びていない。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・猛暑のために、来客数が減っている。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・原料や燃料の価格高騰に円安が拍車を掛けている。今後の対処が難しい。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料等が値上がりしてきているなかで、まだ値上げが続くとみられるため、全体的に慎重な動きになる。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・今月は、順調だった医療品容器の受注が、アフターコロナの特需が一服して減少したことと、仕入価格の値上がりで利益が激減している。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品の大口価格に下げ止まり感がある。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・全体的に見て良い業種もあれば、停滞している業種もある。当社においては、最近やや停滞気味である。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えても、燃料費などの高騰が続いているため、変化はない。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入り物量は増えているが、燃料費の高騰等で、苦しい状況は変わらない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期により物量は少ないが、燃料価格は高騰しているため、収益が伸びない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・経済の活性化により、企業などの売上は伸びているものの、原材料の価格高騰により数値の方は決して上向きにはなっていない。
□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇で工事費が上がっているが、不動産販売価格は高値を維持している（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・観光地の取引先飲食店などは、繁忙期に突入している感があるが、日常地域の店舗などは良くも悪くもなっていない。むしろ、体調不良者を含むスタッフ不足により営業に影響の出ている店などもある。制作会社としての仕事の受注量などは変わらないが、慢性的なスタッフ不足を嘆く関係会社は多い（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・悪い状況は続いているものの、4月から6月と比べればまだましである（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・夏の各種イベントが復活し、前年と比べると売上も良い（東京都）。

		税理士	それ以外	・夜、近隣駅まで商店街の飲食店を外からのぞきながら歩いているが、新型コロナウイルス感染症の影響で客入りの悪かった店も、新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで客が戻ってきている。ただし、4割くらいの人はまだマスクをしている状況で、以前は満席の店も多かったが、まだそこまでは客が戻っていない（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りが厳しく廃業する会社があったり、源泉納付が滞っている会社も見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・人出が増えているようにみえるが、小売店からは客の財布のひもが固いと聞いている。
		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	・一部の取引先工場等で稼働率の回復傾向がみられるものの、全体的な受注量はまだ回復してきているとは言い切れず、変動があるので変わらない。
		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	・新規物件の見積件数はほぼ変わらない（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	・受注量は変わらず推移している。人手不足の影響で受注を逃すこともあるが、おおむね変わらない（東京都）。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注状況から、変わらない（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・内示、受注量共に前年と同様だが、一部欧州向けの在庫が残っているという情報がある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引が無くなる取引先はないものの、取引量は減少したままで低空飛行を続けている。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体関係の在庫が減らず、調整が続いているため、3か月前より受注が悪化している。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・観光地や飲食店の混雑は、新型コロナウイルス感染症発生前の好況が戻りつつあるように見えるが、当業界では、輸送量、納品先店舗の減少が続くなか、低廉な運賃と資材価格の高騰で収支が悪化している（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・前月報告した賃貸物件だが、役員会議があったので「駅前の一等地、しかも角地の1階で最も目立つところが1年半も空室だと皆さん不思議に思うのでは」と尋ねたが、大した意見も出なかったようである。30人くらいのオーナーが共有で所有権を持ち、借入れもない物件のため、大手の管理は甘い。我々のような小さな会社だと、すぐそっぽを向かれる（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業では、大手のように大幅な賃上げはできず、限られた範囲内のボーナスしか出せない。材料費等の値上がりも激しく、人材の採用もできない。八方塞がりのなかで事業を続けている。売上は大きく落ちてはいないが、利益が大幅に減少している（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	・例年この時期は景気が悪くなるので、想定内の動きである（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・景気は悪いままではあるが、大口の仕事がないため、小口ながら営業力でつないでいる。
雇用 関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・受注と決定が堅調に伸びている（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・やや良くなっている。ここ最近では、飲食店やサービス業の客がまた求人を出し始めている。これは新型コロナウイルス感染症が落ち着き、観光客の増加や外食などにお金を落とすようになったのが効果として表れているのではないかと。客が少し増えたからといって、すぐに募集を出して人を増やそうとはならない。一定期間、現状の人手で様子を見て、それでもやはり忙しくて人手が必要になり、募集を掛ける。そういった企業、店が増えている。

○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社内で中途採用人数を大幅に増やすことになった。周辺企業やクライアントでも同様の話を聞くことが多い。売手市場になっており、良い人材をなかなか採用できないとも聞いている（東京都）。
○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は前年比で20%以上の伸びが続いている。事業主からも、資源価格の高騰が一服し、人材確保に本腰を入れる余裕ができたという声が多く聞かれる（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・景況は業界による。半導体関連、電子部品、印刷関連は業務量が減ってきているようで、派遣契約の更新がなかったりする。
□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・コロナ禍が一段落し、インバウンドも復活してきているため、景気が回復しつつあるようにみえる。ただし、物価の上昇は止まらないが給与は増えない構図は変わらないため、結局景気は変わらない（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・相変わらずサービス業への求職者がいない（東京都）。
□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・IT、Webなどの専門的経験や知識が必要な職種、若手の営業職の人材紹介ニーズが増えているが、マッチする人材が少ない職種でもあり、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣求人数が前年比で減少している。契約終了者数は抑えられており、総稼働者数は大きな減少とはなっていない。ただし、求人数の減少に伴い、新たな稼働者数も比例して少なくなっているため、当初計画値よりは少ない推移となっている（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車を筆頭に製造業におけるエンジニア不足は継続しており、エンジニア派遣のニーズは高い（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は现阶段で一定量はあるものの、求職者数が少なく、マッチングに苦戦する状況が続いている。求人数が多く、景気が良いようにみえるのだが、実態を伴っていない。
□	求人情報製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・インバウンドは活況だが、観光地の飲食店は人手不足で営業時間を縮小したり、タクシーなどの交通機関も乗務員不足で稼働が落ちたりしており、需要と供給のバランスが悪くなっている。また、この酷暑が消費にも影響し始めている（東京都）。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・運送関係と介護関係の求人がそれなりに入る程度である。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年と比べて正社員が減少する一方で、派遣求人が増加しているが、求人数としては若干減少している。紹介、就職件数は減少気味である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人職種、採用者数等の大きな変化はない。また、求職者数にも大きな変化はみられない（東京都）。
▲	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・高い時給を設定しても求職者数の増加にはつながらない。月単位で見ても、4月以降は求職者数が減少傾向にある。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前比、前年同月比共に10%弱下回っており、全体的なトレンドとしても減少傾向にある。人材紹介の求人数は3か月前比、前年同月比共に10%以上上回っており、中途採用意欲は引き続き高い状況である（東京都）。
▲	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・理由は様々だと考えるが、雇用に後ろ向きの企業が増した感覚である。できない、ではなく、不安で動けない、というような企業があるようである。
×	—	—	—