

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）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行からは、たがが外れたように人の往来が増え、イベントへの反応も大きくなっている。イベントを開催すると新型コロナウイルス感染症発生前の1.5倍は来場がある。クレジットの売上も新型コロナウイルス感染症発生前にまで回復しており、特に、飲食店の戻り方が顕著である（東京都）。
	◎	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・7月末から県独自のキャッシュレス決済キャンペーンがスタートし、客単価が大幅にアップしている。
	◎	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・夏季休暇の時期でもあり、外出する人もいれば、ゆっくり自宅で過ごす人も多い。ふだんよりも来客数が多く、景気の良さを感じている。新型コロナウイルス感染症に伴う規制が前年より緩和されたことも大きな要因である。
	◎	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・猛暑により夏物需要が落ちず、来客数、売上の増加につながっている。
	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来店レジ客数、売上共に3か月前の数値を上回っている（東京都）。
	◎	家電量販店（店員）	単価の動き	・県独自のキャッシュレス決済キャンペーンが始まったため、良くなっている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は、新型コロナウイルス感染症の5類移行後初めての夏休みで、家族連れを中心に国内旅行が活発に動いている。また、近隣コンベンション施設にて大型の世界大会などもあり、インバウンドも好調に推移している。レストランも回復傾向だが、人手不足により休業を取らざるを得ない状況が続いており、売上に影響が出ている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・8月単月で129%と好調に推移している（東京都）。
	◎	タクシー運転手	それ以外	・8月は猛暑でタクシー需要に供給が追いつかない。タクシー車両の供給不足が続いており、それに伴いライドシェア問題が持ち上がっている。今は忙しい悲鳴である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・今年は残暑が厳しいために8月になってもエアコンの販売が好調である。なおかつ安い普及型よりも電気代の安い上位機種の方が売れている。台数は少ないものの、コンスタントに売れている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・今年に入ってからずっと来客数が少なかったが、6月中旬を過ぎた辺りから少しずつ客が来店するようになってきている。景気が良くなっているが、幾らか来客数が増えてきている（東京都）。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・客の消費意欲が上がっている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・祭りの人出は、新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	単価の動き	・例年8月は売上の落ちる月ではあるが、今年に関しては前月より売上が増加している。また、レジ通過客数は1割強の増加にとどまっているが、客単価が2割程度増加しているため、総売上としては増加傾向にある（東京都）。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・マスクをしている人が減少し、客の行動が活発になっている。
○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・メガネは、1年で8月が最も売れる時期である。新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないが、ここ数年の来客数、売上より伸びてきている。	
○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・前月のお中元ギフトは減少したが、今月は暑中見舞いや残暑見舞いのギフト需要があり、売上が増加している。	

○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・夏休み期間で、家族連れ、海外からの団体客も多く来店しており、来客数、買上点数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度を超える動きになっている。特に、円安のため、海外からの観光客は高級ブランドを自分用に何点か購入している（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・外国人旅行者の増加により、免税売上が化粧品を中心に大きく伸長している。また、食料品は値上げによる価格の上昇に加え、来街者数の増加により堅調に推移している（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・猛暑ではあるものの、客の購買行動は堅調である。前年と比較して、紳士、婦人共にファッション関連商材の動きが良い。それに訪日外国人の増加に伴う売上が加わり、全体として売上は良い傾向である（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・夏休みということもあり、外出や対面の機会が増加しており、それに伴う関連消費が引き続き上向きに推移している。特に、高付加価値な提案について、買物自体に体験としての価値を見いだす動きやインバウンド需要が下支えしている（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は降雨が少なく、記録的な猛暑が続くなか、来客数が大きく伸長しており、前年比2けたの伸びを示している。夏季休暇による人流も活発であり、それに伴い土産需要が好調である。生活必需性の高い商材を中心に値上がり相次いでおり、買上点数の減少などの支出抑制は継続してみられる（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・この20数か月、来客数は前年を超え続けている。その結果として売上も連動し、新型コロナウイルス感染症発生前に届く月も出てきている（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・7月後半から、8月のお盆を含めた帰省客及び家族連れでの国内旅行増加の影響により、来客数の伸びが顕著になっている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが増えてきている（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上が拡大し、景気を押し上げている（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数は確実に増加している。
○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・食品だけでなく、衣料品のセールや身の回り品も売れている（東京都）。
○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・今回良くなった理由はひとえに天候に恵まれたからである。暑さと、お盆商戦に台風が重なる心配はあったが、台風の進路がそれのため非常に動きが良かった。ただし、天候なので一過性のものかもしれない。県独自のキャッシュレス決済キャンペーンがまた始まったことも好調要因である。
○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・県独自のキャッシュレス決済キャンペーンがあるから、今のうちに買っておこうという雰囲気大きい。
○	スーパー（営業担当）	単価の動き	・猛暑のため夏物商材の売行きが好調である。今まで単価上昇に伴う販売量の減少、来客数の減少で相殺されていた部分が、夏物商材の好調により、販売量が少し回復傾向になっている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・販売量が少し増えている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候に恵まれ、近隣のプールからの客が前年比120%となっている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・これだけの猛暑のなかで、コンビニへの来店頻度が上がっている。ただし、商品の値上げ幅より売上が伸びている感じではないというのが現状である。
○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・確実に人流が活発になってきており、特に週末は動きが更に高まっている。人流に伴う売上増加も数値に表れている（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・8月に入ってからの猛暑による季節商材等、耐久消費財の売行きや、地域、期間限定のキャンペーンの効果が大きくけん引している。また、インバウンド需要も順調に推移しており、物価高などの負の影響等、消費者の節約志向を上回る結果で推移している（東京都）。

○	高級レストラン (役員)	お客様の様子	・秋に向け、イベントシーズンになり、予約数が徐々に増加し、規模も拡大しており、売上に期待できる(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5類に移行してから客の安心感が増して、3か月前と比べて出歩くようになっていいる。まず観光などから大分盛んになっている。
○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・客単価は高位安定している。来客数は落ちていないので、売上も高水準で推移している(東京都)。
○	その他飲食[居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・予約数、来客数共に増えている(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・観光地の店舗では、新型コロナウイルス感染症の収束で前年より来客数が増え、戻りが早い、都心の店舗は戻りが鈍い。状況としては良い方向に向かっている(東京都)。
○	その他飲食[給食・レストラン] (役員)	単価の動き	・給食事業については、取引先の協力で、4月以降、委託費、食事単価が引き上がったことから、この3か月の収益は前年比で大幅に改善している(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・夏休みを迎え、近隣の大規模コンベンション施設での大規模ライブ、フェスなどが予定どおり開催されたこともあり、宿泊は新型コロナウイルス感染症発生前に近い状態まで戻ってきている。総体的には、宴会等は夏なので入っていないが、回復傾向はみられる。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・夏季の旅行シーズンなので5月と比べればやや良くなっているが、新型コロナウイルス感染症発生前ほどの動きにはなっていない。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・暑い日が続いていることで、昼間の利用が良い。アプリ配車の利用も増えており、1日を通して利用が増えている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・このところの法人タクシーの乗務員減少、個人タクシーの台数減少に加えて、今夏は異常なほど暑い日が続いているため、利用者も多くなり、特に忙しい(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・リモートワークがやや減少し、会社のタクシー利用が増えている。また、猛暑の影響で近距離の利用客が大分増えている(東京都)。
○	タクシー(経営者)	来客数の動き	・例年より暑いことが追い風となっている。
○	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・タクシーの稼働台数が減っているため、乗客の総数は増えていないが、車両の供給不足により現在の稼働車両の運送収入は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
○	通信会社(社員)	それ以外	・旅行や遊興費などの嗜好消費が旺盛になっている。オプション契約の伸びがみられる。休暇中の旅行先は、近隣から海外や遠方への長期滞在が増加している。飲食店の在客時間も深夜に及んでいる(東京都)。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・暑い日が続いたこともあり、家で過ごす時間が増え、インターネット環境をより高速なプランに切り替える客が例年より増えている。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・電子化の動きが堅調であるため、法人向けは上向いている(東京都)。
○	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・2か月前と比べると3%ほど来場者数が伸びているが、異常な暑さのため、夏休みでの増加は思ったほどではない。
○	競輪場(職員)	お客様の様子	・夏の期間にイベントを行ったところ、通常の3倍ほど集客が増加した。また、企画のターゲットを変更し、飲食を大人向け、縁日を子供向けと振り切ったことが功を奏したとみている。
○	その他レジャー施設[総合] (経営企画担当)	来客数の動き	・法人団体の宴席や宿泊旅行等が3か月前と比較して確実に上向いている。また、インバウンドの動きも引き続き好調である(東京都)。

○	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75%となり、やや悪い。ただし、3か月前と比べると約118%とやや良くなっている。当社の半期決算ということでキャンペーン展開を行ったが、販売は苦戦している。夏季休暇があったにもかかわらず集客、商談数も目標を達成することができていない。
○	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べれば新築アパートの売行きも良く、景気は良くなっているが、8月は夏休みということもあり、問合せや反響が少なく、若干落ち込んでいる。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・最近の暑さの影響がかなり出ている。商店街の歩行者数も若干減っているように感じるし、店に入ってくる客も、暑さのためか若干少なくなっている。
□	一般小売店〔和菓子〕(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が緩和されて初めてのお盆で、帰省土産は順調に売れたが、連日の猛暑で来客数が激減し、トータルすると余り良くない。
□	一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・暑さの割にはエアコンの動きは静かである。他の商品の動きもそこそこある。祭り関係の電気工事や、省エネ型給湯器の工事などが多い。
□	一般小売店〔傘〕(店長)	お客様の様子	・客は必要な物を必要なときに購入するスタンスなので、セールをしても飛び付かない。
□	一般小売店〔生花〕(店員)	それ以外	・3か月前の6月頃は、母の日も終わり、お盆やお彼岸でもなく、ちょうど谷間の時期である。8月はお盆があったが、東京は7月盆の方が多少売行きが良く、飛び抜けて8月が良かったということもないため、変わらない(東京都)。
□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・相変わらず販売数が伸びず、新規受注も増えずに苦戦している。決して営業努力を怠っていないのだが、世の中にさほど良いことがないのが要因の1つかもしれない。当社の取扱商材はどちらかというと夏向きではなく、寒い時期の方が良いのではないかと(東京都)。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・インバウンドは堅調であるものの、国内客の消費が鈍化しており、景気が上向いているとは言い難い状況が続いている(東京都)。
□	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・前年比で売上は伸長しているものの、猛暑や台風、ゲリラ豪雨など、天候による影響を受けている。何より物価上昇の影響が大きくなり、特に、食品は影響が大きい。
□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・相変わらず来客数の回復が思わしくない。したがって、全体の売上も伸びない(東京都)。
□	スーパー(店長)	それ以外	・お盆を過ぎても暑い日が続いているため、飲料やアイス等の夏物商材の売行きが好調を維持している。値上げの影響もあるため、賞味期限間近や品質劣化による見切り品の購入を目的に来店する客が、開店時を中心に増えている。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は前年並みを維持している。一方、値上げの影響もあり客単価は上がっているものの、買上点数は前年割れが続いている(東京都)。
□	スーパー(店員)	お客様の様子	・気候の変化、気温の上昇等により、売れ筋に変化はあるものの、全体的な売上は横ばいである(東京都)。
□	スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・今月も1品単価の上昇により前年を超えているが、来客数はやっと前年を上回るという状態である。買上点数も減っており、節約志向が続いている。
□	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・営業的には、猛暑、新型コロナウイルス感染症の5類移行、外出機会の増加と、販売のチャンスは多数あり、来客数も増加している。ただし、商品価格の上昇や来店におけるガソリン代を考慮すると、先行きは不透明である。
□	スーパー(食品担当)	来客数の動き	・食料品は値上げにより単価が上昇している。衣料品などは前年のコロナ禍の反動により販売額が上がっているが、ガソリン価格の高騰から来店頻度は減少傾向にある(東京都)。
□	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・来客数及び売上が前年を大きく割っている。

□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・盛夏期の売上の伸びが新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。お盆時期は台風の影響で客足が遠のいたものの、全体としては前年比で高い水準を維持している（東京都）。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業における浴衣需要が一段落し、ドレス事業、和装カジュアル事業の秋商戦に移行しつつある。しかし、全国的な残暑により秋物の動きが鈍く、夏物セールと着物事業の顧客招待展示会で前年売上を確保している（東京都）。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・夏休みやお盆で帰省する人が増え、地域柄、若い世帯が多いため、帰省して戻ってくる数より出ていく数が多く、来客数が想定より減っている。また、夏の催しの影響か、週末でも極端に来客数が少ない日がある。
□	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、繁忙期の忙しさは少なかった。値上がりも続いているため、現状がまだ続く。
□	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。客の来客はあるものの、なかなか成約に結び付いていない。
□	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・連日の猛暑の影響で新車購入の来客数は減少しているが、整備部門の来客数は増えているため、前年並みである。
□	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新車の売行きが落ちていることと、整備代を減らしたいのか整備に関する注文が減っていることがある。ガソリン代や諸物価が上昇しており、客としてはどうしても削れるものから削っていきたいということで、車検も基本的な点検項目だけで良いというような依頼が多い（東京都）。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	それ以外	・7月末から始まった県独自のキャッシュレス決済キャンペーンが非常に好調で、新規客が増えている。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・販売量がやや少なく、動きが余り芳しくない。
□	その他専門店 [貴金属]（統括）	お客様の様子	・海外からの一般客が増加し、店舗はにぎわいを見せているが、実際の購入にはつながっていない（東京都）。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・原油価格の上昇によって、今後も元売りからの仕切価格が上がってくることが予想される。その分のコスト転嫁がスムーズにできるのか、消費者は買い控えをするのではないかという懸念がある（東京都）。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価の上昇については実感があるものの、賃金上昇は追い付いていない（東京都）。
□	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・毎日暑いため、客の買い控えが続いており、売上が伸びない（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・8月単月の実績は、前年比170.6%、2019年比87.6%となっている。前月までの2019年比は70%台であった。新型コロナウイルス感染症発生前から年間を通じて2月、8月は閑散期に当たる（東京都）。
□	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・春から景気は高止まり感がある。一方、商材の価格改定はガソリンを始めこれまで同様に続いており、これが経済活動を鈍化させる要因にならないか、一抹の不安はある（東京都）。
□	高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・夏場で販売量が落ち込んでいるが、過年度との比較においては、3か月前との傾向は大きく変わっていない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客の増加が依然として続いている。裏通りの同業各店にも外国人客が目立つようになっている（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の5月1日から29日までの前年比は、売上111.9%、来客数96.7%である。今月8月1日から29日までの前年比は、売上98.8%、来客数92.1%である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店では8月は売上が減少することが多いが、今年は猛暑のなか、ランチでも客がかなり来店している。週末も家族連れが予約を取って来店することが多い(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食業部門については売上が伸びているが、これは業態がインド料理店で、暑さで食欲が鈍るものの、スパイシーな料理は需要が増える傾向にあるためではないかと考えている。食品輸入業については、円安が原因で値上げした影響が出ているのか、ほぼ横ばいである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・質問や問合せが余りなくなっている。物価高のために皆二の足を踏んでいる状態である。
<input type="checkbox"/>	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影響による案件の延期や中止はほぼなくなっている。例年の案件も徐々に戻ってきており、今後の推移を注視している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・客との商談から、変わらないと感じる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	販売量の動き	・少しずつ受注数が増加しているものの、機器等の値上がりにより利益は変わっていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・イベントが復活し、司会の引き合いが増加しているが小規模で、金額が以前のレベルにはなっていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・端末をフックにした契約は伸びてはいるが、短期での解約が多い(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・住民移動が前年同月比で横ばいであること、お盆の時期に外出する人が増え不在が多かったこともあり、固定インターネットの契約数は若干の増加にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	販売量の動き	・インターネットやモバイルの契約数は増加しているものの、CATVや固定電話は鈍化しており、純増ベースではほとんど変わらない傾向にある(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・案件、商談数共に余り変化はみられない。商談数の増加を期待している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・3か月前と比べると、加入希望の問合せが半分減っている。景気に左右されてなのかは分からないが、人の反応が鈍化してきている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	販売量の動き	・前年度に比べて収入実績が減少している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・人の動きが活発になる一方、温暖化や気候変動により外出を控える向きもある。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設[ボウリング場](従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行時の勢いはなく、前年とは違い、客の滞在時間は長くなり、来客数も多いものの、3か月前から変化はない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	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もしれないが、高齢の客の来店頻度がいまだに鈍っている。
<input type="checkbox"/>	その他サービス[保険代理店](経営者)	お客様の様子	・全般的に変化はないが、景気の上向き感がややみられる。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	単価の動き	・当事務所としては今までにないほどの件数の受注をもたらしているため良いが、周りの景気は決して良くなっているとは思えない。物価の上昇により全体の単価が上がってしまっており、周辺の景気はまだ非常に悪いままである。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・仕事量の変化はない。当分の間この状況が続く。
<input type="checkbox"/>	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、インバウンドの回復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、販売用のホテルが都内に5か所あるが、まだ1棟しか売れていない。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が上がっていない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・受注はここ数か月横ばいである。

▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・長期にわたっての暑さで路面を歩いている客が少ない。独立店舗のため、残念な状況である。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・暑さによる客の行動の変化、消費者物価指数の上昇、エネルギー価格の高騰などにより、客の動きが鈍っている（東京都）。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭においては、今月は猛暑が続いていたことや、台風等による極端な降雨などがあり、来客数が確実に減り、来客時間にも変化がある。外商の方は、このところ新型コロナウイルス感染症が相当まん延しているようで、相手の担当者が感染して休んでいたりして、物件案件の打合せ等がなかなか進まず、遅れている状況にある。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・夏季の閑散期に入っているため、受注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	・猛暑日が続く、このところ好調に推移していた来客数が前年並みに落ちてしまったこともあり、全館の売上が想定を下回っている。特に、衣料品、高額品が不調である。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・来客数や売上自体は伸長しているものの、夏需要の落ちつきと秋需要前というタイミング、様々な物の値上げによる買上点数の減少などから、前向きな購買意欲はみられない。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量共に減少傾向である。
▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・川を挟んで1駅で東京都という立地で、客も大半が都内勤務、都内通学者である。社員、アルバイトも好条件を求めて都内へ行ってしまい、人件費が増大し、売上は減少している。地理的に耐え難い厳しさが押し寄せている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商材の値上げがあり、売上は横ばいとなっているが、販売数は減少している。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・残暑が厳しく、秋物衣料の立ち上がりが遅れている。来客数も少ない。
▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・連日の猛暑で来客数が少ない。まだ暑さが続くようで、秋物衣料へ移行できない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算が始まろうとしているが、全ての物の値上げに伴い、買い渋りが発生している。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・稼働が少ないこともあるが、販売、サービス共に受注量が減少している。
▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・車の販売価格の相場も下がり、客の購入意欲も低下している。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いてきたが、物価とガソリン代が結構上がっているため、なかなか景気が良くならない。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月はやはり暑さが大変厳しく、来店客も少なくなっている。ケータリング、パーティーなどの仕事は、夏は暑くてほとんどないため、3か月前と比べると大体20%売上が落ちている。8月は売上が大体10から20%悪くなるが、毎年のことであり、大変だが仕方がない。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・料金比較ができる客は、自分自身で取った予約の料金と比較して安いプランを選択している。
▲	通信会社（経理担当）	単価の動き	・客単価が毎月10円程度下がり続けており、下げ止まる底がみえない。
▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	販売量の動き	・原材料費や公共料金の値上げが影響している（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・進むのか、やめるのか、行ったり来たりで先の見通しがほとんど立たない（東京都）。
▲	設計事務所（職員）	販売量の動き	・土木、建築共に毎月の受注量が前年を下回っており、単年度見込みで前年度実績の達成が困難となっている（東京都）。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・前年並みの建築資材需要が続いている一方で、目立った大型案件は少なく、期待値までは程遠い印象を受ける（東京都）。

	×	衣料品専門店 (店長)	それ以外	・ガソリン代の高騰により、配送費が急上昇している。
	×	衣料品専門店 (従業員)	来客数の動き	・8月は猛暑の影響が非常に大きく、日中はほとんど客が歩いておらず、来客数は3分の1まで減っている。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・外食産業はただでさえ皆が家に帰ってしまい客が少なくなっているのに、この暑さで外で食事をしようという人がなおさら減っている。
	×	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・猛暑の影響により前年比10%ほど来場者数が減少している。また、お盆時期の来場者数も同4%減少している。
	×	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・長引く猛暑でゴルフは厳しい。今年が特別に暑いのではなく、日本の夏はますます厳しくなり、夏の来場者数の減少傾向はこの先も続く。
	×	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・8月は暑さ指数が熱中症危険水準の31を超える日が続く、特に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っている。少雨の影響もあってコースメンテナンスの作業工数が増加する状況下で、新型コロナウイルス感染症に感染したことにより就業できない従業員が多く発生し、元より要員不足のなか、更に負荷が掛かる状況になっている。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注量や販売量 の動き	・例年8月は閑散期ではあるが、今年は受注案件が増えており、良い傾向である。
	○	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、名刺印刷の仕事をしている。今月は、印鑑ではなくラバースタンプのゴム印だが、10月1日のインボイス制度に伴う登録番号のゴム印の駆け込み注文がある。9月一杯くらいまでだと思うが、店頭での受注が上向いている(東京都)。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・取引量の推移も大きいですが、ロシアによるウクライナ侵攻の影響での各種値上げを取引先が受入れたことも大きい。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・今年になってから販売が急落している。主力の国内スーパーマーケット向け設備機器の落ち込みが大きい(東京都)。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車メーカーの生産は、当初の年度計画を上回るペースでの生産が続いている。
	○	建設業(経営 者)	取引先の様子	・どこも人手不足で困っている。
	○	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・イベントが回復してきている一方で、ガソリン価格が高騰している(東京都)。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・ホテル需要は引き続き好調であり、先の予約も順調に入っている(東京都)。
	○	不動産業(総務 担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、入居テナントの出勤率が高まり、来館者数も増加傾向にある。ビルに活気が戻り、店舗の売上も新型コロナウイルス感染症発生前の90%近くまで回復している(東京都)。
	○	広告代理店(営 業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・クライアントによって差が大きくなっているが、好調な企業では宣伝費が上がっており、逆に、厳しいところは下がっている(東京都)。
	○	税理士	取引先の様子	・夏祭りなどの催物が復活し、お盆の人流も新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、お金の動きも堅調である。外国人の姿も多くみられ、インバウンドも期待できる。
	○	その他サービス 業【警備】(経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・人手不足で仕事がこなせない、募集しても応募がない。
	□	食品品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・落ち着いてきている。そういう意味では平常に戻っている(東京都)。
	□	食品品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・祭りやイベント等の売上は良いが、暑さの影響もあるのか通常の店舗の売上は前年並みである。
	□	繊維工業(従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・食品やエネルギー等の生活必需品は即値上げできるが、製造業の単価はなかなか上げられない(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	・受注量が少なく、景気は悪いままで変わらない（東京 都）。
□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注、売上共に大きな変化はないが、不安要素はいろ ろあるので、今後は問題が出てくる。
□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、医療品容器の 受注に回復傾向がみられる。化粧品容器に関しては、話は あるが具現化するにはまだハードルが高そうである。
□	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・今月は、営業努力の結果、仕事量が多くなったが、続く にはまだ頼りない。一層の努力が必要である。
□	精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・依然として3か月前の売上程度で変わらない。車や建設 機械がけん引していると新聞記事などでは目にするが、車 については実感がない。
□	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・全体的に取引が停滞している。
□	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注はほぼ予定どおりにできているが、材料費やコスト が増加しているため、価格が上がり、利益率が下がってい る。
□	建設業（従業 員）	受注価格や販売 価格の動き	・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（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えないことと、燃料価格の高騰によ り、収益が伸びない。
□	金融業（従業 員）	取引先の様子	・原材料や原油価格の高騰が続いているが、中小企業は価 格転嫁できておらず、収益が厳しい。
□	金融業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・台風や猛暑等、天候の影響もあり、景気は余り上向きに はなっていない。
□	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類となったことか ら、インバウンドもあり観光業は売上を伸ばしている。運 送業は、燃料価格の高騰と人手不足により、収益が減少し ている。不動産業では、土地の仕入価格が上がっているた め仕入れを慎重に考え、売上は横ばいとなっている。小売 業では、いろいろな物が値上がりし、品数は減少している ものの売上は横ばいである。全体としては景気は余り変わ らない（東京都）。
□	金融業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、しばらく は商店街に活気が戻った感があったものの、一巡した様子 で、売上や来客数等で見れば、新型コロナウイルス感染症 発生前には戻っていない。業種によって業績復調のペース は違うが、不動産以外の業種については、原価高騰の影響 もあり、回復ペースは鈍い。
□	広告代理店（経 営者）	取引先の様子	・大きな変化はみられない（東京都）。
□	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・前月にやや復調の気配を見せたものの、今月はまた後退 している（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅までの間の商店街にある飲食店をのぞくと、 客がさほど入っていない。店にもよるが全体的な傾向とし て新型コロナウイルス感染症が落ち着いて大分戻ってきて はいるものの、まだ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（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金や補助金を活用したい会社が多く見受けられる （東京都）。
□	経営コンサル タント	取引先の様子	・観光関係者より、来客数は増加しているものの、物価高 などの影響が財布のひもが固いという話を聞いている。
□	経営コンサル タント	取引先の様子	・景気が厳しい状況に変わりはない（東京都）。
□	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	・人手不足が深刻で、募集をしても応募がなく、人材確保 が難しいために、なかなか新規契約を受託できない（東京 都）。
▲	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・官公庁入札における競合他社との競争激化、印刷需要の 低迷などで売上が減少している。
▲	金属製品製造業 （経営者）	それ以外	・中国経済の落ち込みの影響を受ける。

	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量の増加を望める状況にはなく、少量が通常となるなか、納品先店舗の閉店も増えてきている。厳しい環境下で、抜本的な改変に迫られている（東京都）。
	▲	輸送業（経理担当）	それ以外	・燃料費、人件費が高騰するなか、荷主との賃上げ交渉がこの先進むかどうか、不安である。
	▲	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は微増微減の繰り返しで、一進一退である（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・私鉄沿線徒歩3分にある1階が事務所、2～3階がワンルームの物件が、今年始めに転勤で空室となり、更に2室が7～8月と続けて空き、募集しているものの入居が決まらない。この物件に限らずワンルームの入居率は悪くなっている。フリーレントや敷金礼金なし、広告料支払等、条件を工夫して頑張っているが、状況は厳しい（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	・取引先工場等の稼働率が低迷していることから、当社の稼働状況も悪くなり、受注量が伸び悩んでいる。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・以前と比べて、在宅勤務のためか、仕事量が減っているためか、客のアポイントがめっきり減っている（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	・会社の業績からの判断である（東京都）。
	×	—	—	—
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が新型コロナウイルス感染症の発生直後から4倍に増加しており、人手不足がうかがえる（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・これまで不調だった自動車部品関係の業種でも、徐々に求人が増えつつある。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求職者数の動き	・8月は夏季休暇やお盆などの影響もあり、求人数が減少している。企業側からすると、求人活動を少し休憩する時期なのかもしれない。企業も長い休みに入ることもあり、受付や面接などが行えないため求人募集をストップする。ただし、それでも応募数は一定数あり、求職者も、ふだんより少ないとはいえ活動している様子はうかがえる。仕事を探している身からすれば、夏季休暇などは余り関係ないのかもしれない。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・インバウンドの増加を背景に、飲食、宿泊サービス業、卸売、小売業を中心に、新規求人数が前年比で大幅な増加を続けている（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・人材を確保できない期間が長期化しており、採用の見通しも立たないため、採用以外での対策を講じざるを得なくなり、採用活動を中止する求人企業が増えつつある。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・インバウンド回復等のプラス要因、円安等のマイナス要因が相殺し、変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が増えてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・登録人材の不足による機会損失がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材派遣依頼数は前年同月比プラス5%と引き続き堅調である一方、マッチする人材も引き続き不足のため、成約数は微増である（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業からの派遣求人数が減少傾向にあり、想定している件数に満たない状況となっている。ただし、契約終了率が若干鈍化していることもあり、大幅な減少とはなっていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車製造業ではエンジニア不足が継続しており、景況の悪化は見取れない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・常に求人がある状態ではあるが、業界、業種に偏りがある。全業種が景気が良いとは限らない。
	□	求人情報制作会社（経営者）	求人数の動き	・人材不足、人手不足が騒がれているが、求人件数は実質横ばいである。募集コストがかさみ、時間短縮や営業日数削減などの営業形態の改革や、DXなどのITによる業務改革、人手不足をシステムで補う動きが見受けられる（東京都）。

□	求人情報誌製作会社（広報担当）	求職者数の動き	・周辺企業及び当社での求職者数や採用数、社内での転職者数が増えている。これからもこの傾向は続くのではないかと（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（所長）	周辺企業の様子	・営業をする上でいろいろ聞いても、大きな変化は感じない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年と比べて若干増加している。前月比では、情報処理技術者や営業職の求人数が増加している一方、サービス業が大きく減少するなど求人数の伸びは一概ではなく、景気が上向いている実感は薄い。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・景気、企業業績改善に大きな変化は余りみられない。消費意欲は少しずつ改善すると思うが、時間が掛かる（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・関東地区の派遣求人数は、3か月前比ではほぼ同水準だが、前年比では20%強落ち込んでいる。各企業のコスト削減圧力が強まっている（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人数全体でみると前年同期比で若干増加傾向にあるが、新規求職登録者数は横ばいであり、就職者数はマイナスになっている。
×	—	—	—