

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)	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年同月を既に超えている。訪日旅行者数も今後増加する見込みである（東京都）。
	◎	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後1年が経過し、足元の売上は客単価がけん引する動きとなっており、国内、インバウンドの需要も好調をキープしている（東京都）。
	◎	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・新型車の発売前にもかかわらず予想以上の予約をもらっているため、販売量が上向いてくる（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前年度に行った手数料、単価改定交渉が奏功して、4月から転嫁後の価格で一部が動き出したことから、利益が急速に改善している。価格転嫁は前年度の3割、今回の4割と合わせ、全取引先の7割において実現している。今年度も残り3割の取引先にアプローチを行う計画である（東京都）。
	◎	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・実績が前年を超えている（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110%となり、やや良い。3か月前と比べても約180%と良くなっている。ここ数年、住宅展示場や資料請求からの成約率が非常に悪かったが、不動産紹介窓口などからの紹介案件数と成約率が非常に良くなってきており、今月の販売量は24か月ぶりに目標数字を達成できている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・新学期シーズンが終了し、学童用品の動きがやや鈍くなっているが、比較的高額な筆記具の売行きが良い。1人当たりの購入点数も多く、客単価が上昇している（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	お客様の様子	・円安や原材料費高騰による商材の値上がり有一段落し、客にも新価格が浸透してきたため、納得して購入してもらえている。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・前年4月に、店舗建て替えのために仮店舗に移転した。5月も前年比でみていくと、徐々に客が定着してきているようで、来客数が増えていることがまず大きい。来客数だけでなく、客単価も間違いなく上がっている。物価高ということで全てが値上がりしているなかでも、珍しい文房具などは結構売れてきている。もしかしたら、それだけ賃金も上がってきたのではないかな。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・特に大都市圏店舗において、国内客の高付加価値消費が底堅いことに加えて、3か月前と比較してインバウンドの消費の力強さが増している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・ショッピングセンター運営や出店開発を担当しているが、当社の主力業態である百貨店の外国人比率は300%以上で伸びており、かつ高額の時計やジュエリー、ハイファッションなどを購入していくため、国内客の購買額が前年を少し割っても、全体で見ると好調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・物価上昇に一服感がみられるなか、賃金上昇による消費マインドの改善が一定程度景気を押し上げている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今年のゴールデンウィークは近場に出掛ける人が多かったようで、来客数も多く、こどもの日、母の日も非常に良かった。良い方向につながっているのではないかな。
	○	スーパー（食品担当）	競争相手の様子	・賃上げもあり、自社、競合も含めて消費が伸びている（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・衣替えシーズンに入っている。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売の売上が増加している。サービス部門も増えている。	
○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型車の投入による効果である。	

○	高級レストラン (役員)	来客数の動き	・客からの予約や問合せなどが上向き傾向のため、動きとしてやや良くなっている(東京都)。
○	高級レストラン (経理担当)	それ以外	・法人客から懇親会や表彰式など多様な目的での予約引き合いがあるものの、既に成立した予約で一杯で対応できない場面が散見される(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前の2月は売上がかなり落ち込んでいたが、その頃と比べるとやや良くなっている。客の出足も余り良くなかったが、今は少し動き出して、売上もやや増えている。
○	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・外国人観光客の増加で、週末ばかりでなく平日も人であふれている店がある(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・原材料価格の高騰はまだ今後も続きそうとの情報があるなか、高騰分をどこまで価格転嫁できるのか不安である。来客数が減少していきそうな雰囲気もある(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・観光地の店舗はシーズンでもあり150%、都内店舗は120%、オンラインショップは90%、卸業務は180%と全体的に上向きである。高価格帯のコーヒーも売れている(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感染症の分類が5類に移行して1年が経過し、コロナ禍は過去のものになりつつある。したがって、客は増えているが、原価の高騰が非常に切実な問題になっている。その辺の状況を注視しながら営業している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが寄与して潤っている。観光やイベント需要が高い。
○	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客からは、近場で家族皆で過ごせるような時間を作りたいということと、能登半島地震の被災地が1日も早く復興するよう、予算内で多少なりとも北陸の応援ができたという話を聞いている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの利用者が、特に都心部のオフィス街において増えている(東京都)。
○	通信会社(社員)	お客様の様子	・物の売行きが好調である。観光施設も軒並み集客数を伸ばしている。インバウンドのSNSにけん引され、20代から40代女性の購買意欲が高まっている。人気店では1時間程度の待ち時間は日常の風景になっている。社内でも話題になることが多く、若い世代は終業後にグループでグルメや体験施設へ足を運んでいる(東京都)。
○	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・お金を使える人は、必要以上には加入しないが、必要なサービスであれば早めに決断して、ある程度は消費している。
○	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べると来場者数自体はほぼ100%と横ばいではあるものの、4月に値上げをした影響で前月からは減少している。しかし、売上は前年同月比で100%、3か月前と比較しても105%と数字は悪くない。
○	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・5月はゴルフシーズンということもあり、稼働率は3か月前より改善している。前月に続き、物価の上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きが散見され、プレー料金が割高となるビジター来場は落ち込み、レストランも高額メニューの販売の伸び悩みが続いている状況に変わりはない。水道光熱費、人件費を始め営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。
○	競輪場(職員)	販売量の動き	・企画コンテンツが当たり、売上、登録者共に過去最高の伸びを見せている。景気の良い話は聞かないが、実質的に4倍ほど売上が伸びている。この勢いを大事にして、いろいろな企画を更に広げて盛り上げたい。消費支出も増加傾向にある。
○	その他レジャー施設[ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・予約やコンペが増えてきている(東京都)。

○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・行政への入札関係のアプローチやそのための種まき、民間企業に対しての設計応援などの営業を頑張っている。最近の2か月間はやや平たんであったが、今月に入り、今までの営業の成果で少し上向いている。
○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドも含めた観光用ホテルを扱っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、インバウンドがかなり増えてきているため、これからはホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業の方は、材料費などが非常に上がっており、公共工事を含め、スムーズに受注できない状況である。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社アパート購入の客に関して、2棟目、3棟目を購入する客が増えている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街を歩く人の動きが今一つ思わしくない。また、来店する客が、他店といろいろ比較検討した上で、かなり慎重に買物をしている様子が見受けられる。
□	商店街（代表者）	それ以外	・緩やかな回復基調が継続している。クレジットカードの取扱高の増加傾向は続いている。イベントのレスポンスも良い。ただし、一時期のコロナ禍からの回復による特需は一巡したようで、伸び率が鈍化している（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ等の動きは良くなったが、売上はそれほど伸びていない。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・販売の方は、来客数がかなり少なく、売れない状況で非常に悪い。内装工事関係の仕事が多少あるので、良いということはないが、内装で賄っている（東京都）。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・35店舗ほど支店がある信用金庫の仕事を受注しており、新入社員が入った時期には動きがあったが、波が引くように注文が少なくなっている。こういう経験は余りないので、こういうものなのかという感覚である。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・正直なところ、余り変わらない。コロナ禍が明けて、観光ビジネスが盛り上がりつつも、販売業はそれほど変化がない。下がっていないのが救いである。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・前年と同様の売上となっている。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・現状維持が精一杯で、新規の販売先がなかなか増えない。人の動きは以前と比べて増えているものの、物価が上がり、商材の販売価格に即時に反映できない状態である。販売数も増えていない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	単価の動き	・売上全体の2割をインバウンドが占める状況は変わらない。富裕層には、高額品ブランドの値上がり前に購入する駆け込み需要もみられている。一般客では、食料品の段階的な値上げに対して、購入を見送るといった様子も見受けられる（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・大幅改装に伴い工事のため、来客数が大きく落ち込んでいる。売場が大幅に縮小している食料品が想定以上に苦戦しているものの、美術、宝飾等の高額品の動きは良く、全体で想定を上回っている。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・大都市圏での訪日外国人の増加、円安の影響による高級ブランド品を中心とした売上の伸びが非常に大きくなっている。一方で、食料品を中心とした日用品等の売上推移は平行線である。売上は伸長しているものの、社会全体で景気が良くなっているとは考えられない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・最大10連休となったゴールデンウィークの影響で新規客の来店が増え、来客数が大幅に増加した。インバウンドは相変わらず好調に推移している（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・中国をメインに依然としてインバウンドは活況を呈している。円安を背景に、宝飾、時計などの高額品を中心に売上が拡大しており、新型コロナウイルス感染症発生前のインバウンド売上を大幅に超えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・5月はゴールデンウィークも含めて気温が安定していたこともあり、衣料品や雑貨が堅調である。しかし、物価上昇の影響が食品を中心にみられ、景気は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・客は、旅行、教育、住宅など必要なことへの投資は惜しまないが、様々な物の値上げが続くなか、収入が増えている実感がないため、日常の買物はかなりシビアになっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・食料品の購買頻度は変わらず低調で、物価上昇ほどバスケット単価は上がっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・全体的に単価が上がるなか、生鮮品を中心とした見切り商材の購入者が増えている。値下げ率が高い方がより売れるが、低単価の日配品やパンなど、商材によっては値引きが少額であっても購入する客が多い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・単価は相変わらず上昇傾向にある一方、販売量並びに来客数は下降傾向にあり、相殺されている状況は現在も変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・食料品を中心に値上げがまだまだ続いており、月を通しての来店頻度が落ちている。ゴールデンウィークは、遠距離の旅行に出掛けた人は少なく、県内にとどまる人が多かったようで、買物客が多く、客単価も上がった。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年と比べて来客数は増えているが、客単価が低下している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候等に左右される面が大きいいため、どちらともいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、客単価共にほぼ変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年を割っており、回復のめどが立たない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商材がどんどん値上がりしているのか、買い控えというか、物を大切に使うのか、購入回数が減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・春先から良くなってきており、その状況が続いている。この時期までは気候も良く、外出する人が増える。夏の猛暑の前までは良い状態のまま変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの間、期間後も共に前年を上回る販売量を維持している。1～2月ほどの伸び率はないものの、高い状態が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・天候不順が続いており、来客数が伸び悩んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	単価の動き	・物価高がどうしても影響を与えている。3か月前との比較では特別変化はない。来客数が大幅に増加することはないが、大きく減少することもない。景気は据置きである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月に続き婦人アウターの外出着の売上は良いが、実用衣料品の売上は良くない。我慢できる物は節約志向である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・浴衣販売について、前年はコロナ禍であった前々年と比べて売上が1.7倍であった。今年は花火大会等の各種イベントも再開することで一層の売上増加を期待していたが、4月は前年を上回ったものの5月は横ばいである。そのなかで、人気キャラクターとのコラボ浴衣は好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・例年、5月上旬は母の日があり売上が伸びるが、今年は販売量、単価共に平年より悪い。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (販売促進担 当)	単価の動き	・販売量は増えているが、コストが上がっているため、利益は変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店 長)	お客様の様子	・賃上げの実感がなく、消費に向かっていない。電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了するとのアナウンスがあるように、賃金上昇分を物価上昇が全て吸収してしまい、不安感が払拭されないなか、家電の買換えサイクルは伸びている。言い換えれば、壊れるまで使う家庭が増えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店 長)	お客様の様子	・来客数に大きな変化がない。商品購入に慎重な客が多い。
<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、販売が余り芳しくない。客の来場はあるものの、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・思ったより販売量が伸びていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属](統 括)	販売量の動き	・ここ数か月、販売量に大きな変化はなく、景気は良くなっているとも悪くなっているとも言い難い(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	・特段大きな変化はみられないが、物価上昇に伴い節約志向が高まっていることを実感している(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	・政府から、これといった景気対策が出てくる様子がない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・5月度の各店の実績は、2019年比では売上99.7%、来客数81.7%となっている。来客数が確保できていない分を原材料価格の高騰等でやむを得ず値上げした分でカバーしている格好である。本質的な売上回復には至っておらず、現状維持である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の様子は3か月前とそれほど変わらない。決して景気が良くなったという実感はないが、かといってそこまで消費が冷え込んでいる様子も見受けられない。物価は上がっているが、まだまだ日本は裕福なのかもしれない。もう少し所得が増えないと、完全に良くなっているとはいいい切れない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日は大きな宴会がかなり入っており、週末も行楽客でにぎわい、今月も良い状況である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他飲食[居 酒屋](経営 者)	来客数の動き	・会社経費の宴会が増えている。1グループの人数も、以前は2人から4人であったが、8人から10人グループが増えている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・前年、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行して以来、引き合いもほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ戻りつつあったが、今年に入ってから販売量も完全に戻っている。ゴールデンウィークはコスト高の影響で販売価格も上昇しており期待以上の結果には至らなかったが、単価上昇が図れたため、引き続き目標を達成できている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・旅行需要はみられるが、訪日観光客増加の影響でホテルや航空券が値上がりしているため、控えている人も見受けられる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営 業担当)	お客様の様子	・訪日外国人が買物ではなく観光を重視するようになっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までは以前同様に利用があり、コンスタントに仕事ができている。夕方から終電までは少し利用が減ってきて、深夜は非常に少なくなる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・客の様子について、週始めはかなり少ないが、あとは余り変わりはない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー(団体 役員)	来客数の動き	・タクシー業界は、今年に入ってから乗務員が充足して稼働台数も増加しているが、乗客は相変わらず少ない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営 者)	販売量の動き	・商談中の案件が受注までに時間が掛かるようになっているため、この先の景気は変わらない(東京都)。

□	通信会社（社員）	お客様の様子	・小口CMの依頼が複数入っているが、成約に至らない状況が続いている。見通しは暗くはないが様子見である（東京都）。
□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・3か月前と比較して大きな変化はみられない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客が物価の上昇に慣れてきているようで、価格を受け入れるようになっている（東京都）。
□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・転居に伴う新規契約や解約が落ち着くなか、サービス価格を据置き、実需への訴求を目指すものの、契約数の伸びは芳しくない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・顧客の減少が継続している。緩やかに悪い状態が継続しているという意味で、変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・ボーナス月の前なので、来月に期待する（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明け後、集客数が落ちてきている。
□	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	・コロナ禍は明けたが、値上げが頻発しており、収益は厳しい（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・首都圏では引き続きインバウンドが旺盛である。宿泊、飲食、物販のいずれも単価が上がっているが、来客数はさほど落ちていない（東京都）。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、必要以上の物は購入しない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・業務量に多少の変化はあるものの、ほぼ想定内である。
▲	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・消費者の購買意欲が下がっている。買換え需要はあるものの、買増し需要はエアコンだけのようである。事業者向けの省エネ補助金が始まったので、期待している。
▲	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・消費の動きが鈍い。夏季イベントや行事の準備が進んでいないのではないかと。価格改変による買い控えや品薄により購入できずにいる客も見受けられる。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	来客数の動き	・実質賃金の低下と光熱費や食材などの高騰により、客の財布のひもが固くなっている。
▲	一般小売店 [書店]（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの販売が落ち着き、平常期の販売量を予測していたが、円安が続き、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	・前月同様、前年実績には到達するものの伸び率は鈍化しており、食料品は前年未達となっている。新型コロナウイルス感染症の5類移行以降、初めての制約のない大型連休ということで、旅行や外出による内食の減少、天候不順に伴う生鮮品の急激な値上げに伴い財布のひもを締める傾向があった。一方で、服飾雑貨、特に化粧品の動きが復調し、高額品も動いたことより、全体の売上は前月と同水準で推移している（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	単価の動き	・物価上昇が賃上げを上回れば、景気悪化の懸念がある（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月はゴールデンウィークと母の日のイベントにより集客数、売上共に好調であったが、それ以降は来客数の減少が続く、前年を割る日も多く、来客数、購入点数共に減少している。ゴールデンウィークでの出費の反動による引締めの影響が続いている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の土日の人出は前年を大きく超えたものの、期間中の平日及びゴールデンウィーク明けの最初の土日は前年を下回っている。また、取引件数も前年を下回っている（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・ロープライスの競合店が出店し、客を取られている。客の価格に対する意識は想定以上に高い。また、売上数量も落ちている。

▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・安定していた食品の売上も、このところ良くない状況が続いている。洋菓子、総菜の販売が伸び悩んでいる（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・相次ぐ値上げで1品単価は上がっているものの、1人当たりの買上点数が減っている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・来客数と販売点数の伸びが大きい。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニだが、これだけ商品の売価が上がっているにもかかわらず、来客数が減っている分、売上は前年比98%程度となっている。このことから、やはり景気が悪いといわざるを得ない。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・5月度の売上も前年比3%減少している。前月に続き、安価な商材が売れている。
▲	衣料品専門店（従業員）	単価の動き	・全般的に値上げ傾向が落ち着かず、客単価及び売上の減少傾向が続いている。必要以上の消費を避けているのではないかと。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・円安により海外バイヤーとの競合で中古車の国内相場が高くなっている。新車も国内の割り当てが少ないようである（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・景気は徐々に悪くなっている。燃料代や電気代が上がり、生鮮食料品も天候の影響で高く、輸入品も当然値上がりする一方、想像より賃金が上がっていないため、新車購入は控えざるを得ないと客が話している（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の動きが安定せず受注が減少している。中古車は市況回復により単価が上がっている。サービスは需要が減っている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・人気車種の新型車が出たが、いろいろ含めて100万円近く値上がりしており、そもそも購入できる客が少ない（東京都）。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・来客数はそこまで減っていないが、買上点数が減っている。余計な物は買わない傾向が強い。
▲	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・前年度はコロナ禍明けの反動が目立ったが、現在は利用頻度が落ちてきている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・飲食店だが、夜の人の流れがほとんどない。夜に外で食事をする人の数が絶対的に減っている。
▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行において、あらゆる費用が上昇しているために、オーダーされる予算では実施が困難である。また、コロナ禍の間に昼食施設も多数閉業したため、コース組成も困難を極めている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、高価格帯のサービスからより低価格のサービスへの変更を希望する客が増加している。
▲	通信会社（局長）	販売量の動き	・4月の繁忙期も早々に終わり、5月になってからもインターネットやモバイルの契約数の鈍化がみられる。前年同月比でもマイナス傾向で、消費行動も全体的に鈍化している（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・円安の影響で買い控えが起こりつつある。原材料価格の高騰により、光熱費、物流コストが上昇し、客の動きに影を落としている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来場者数が前年比98%程度、特に、土日祝日は97%と低調である。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフをしない理由が増えつつある。物価の上昇により財布のひもが固くなり、5月だというのに真夏日で熱中症にならないよう外でのスポーツは控えられている。特に高齢者への影響は大きい。
▲	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・コロナ禍明けの解放感も一段落したようである（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	それ以外	・仕事の話はあっても、材料等の高騰により話がなかなか進まない。

	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・民間の建設市場は明らかに停滞している（東京都）。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材の荷動きとしては、大型案件が少ない状況で好景気とはいえない期間が続いている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・キーテナントである総合スーパーの集客不足がある。
	×	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・全国と比べて販売台数が減っている。
	×	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・旅行代金が上がったため、申込みが減っている（東京都）。
企業動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・高額な商材が動くようになっている（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	それ以外	・仕事量が増加しており、平均単価も僅かに上昇している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物流の2024年問題に対応するため、人手不足を解消する省力機器の開発に取り組んでいる。機器開発に成功し、初号機の販売がうまくいっている（東京都）。
	○	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	・半導体の大口価格が堅調に推移している。業績も良い影響を受けており、我々の景気としても良くなっている。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて約20%受注が増加している。リピート品が増えたわけではなく、会社が少量多品種の営業にかじを切ったためである。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーからはほぼ年度計画どおりの発注が続いている。このまま高水準の生産が続く見込みである。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンド需要は引き続き好調であり、宿泊料金、稼働率は更なる上昇が見込まれる（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・定額減税が6月から実際に始まり、少し手取りが増えるため、消費への影響はありそうである。インバウンドの影響も大きく、高額商材や食品、旅行への需要が期待できる。上半期の業績によっては夏季ボーナスの増額も見込める。
	○	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	・元請企業数社から既存の契約金額の値上げが承認された（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらない売上が続いているため、良くなっている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き受注量が少なく、景気が悪い（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	・今月は売上は少ないものの、受注量が増えている。本当に良くなっているのかどうかは、しばらく様子を見ないと分からない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物がなかなか売れない。高止まりで購入意欲がそがれているようである。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・計画していた案件が予算超過で中止となり、計画自体が白紙になった。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費が上昇しており、厳しい。円安の影響もあるかとみているが、もう少し景気が良くなることを望んでいる。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品先店舗数が減少し続けており、収入の減少が生じている一方、燃料価格の高止まりを始め、諸物価の上昇により収支のバランスが悪化している（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注案件が増えているが、長年受注していた案件の終了もある（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	それ以外	・物流の2024年問題があり、拘束時間等を減らすために人員を増やしたが、物量が増えないなか、当たり前だが1人当たりの給与が減少傾向にあり、不安である。



□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在、閑散期で物量が減っているなか、燃料費の高騰は続いている。したがって、収益も伸び悩んでいる。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・横ばいで推移しているが、今後は下方リスクが顕在化する可能性がある（東京都）。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・観光業では、ゴールデンウィークの影響で人出が増えたことと、インバウンドもあり、売上がかなり増加している。小売業では、消費者の動向は、食品を中心に値上げの実感が顕著で、必要品以外は買い控え傾向にある。運送業では、人手不足と燃料費の高騰があり、経営的に厳しい。建設業では、資材高騰や品薄もあり、売上が低調である。全体的に景気は変わらない（東京都）。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上実績は若干の増加がみられるものの、価格転嫁による受注価格上昇の範ちゅうとみられ、受注、販売等の総量自体はここ数か月大きな増加はみられない。原材料価格の高騰が落ち着きを見せていることから、利益率の悪化によりやく歯止めがかかってきたように見受けられる。
□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・駅3分、平成4年築、鉄筋コンクリート造7階建て住宅兼店舗で、新築当時から営業していた医者が、高齢で後継者もなく閉院した。早速募集を行い、同業種の希望者を待っていたが、来るのは美容院ばかりで、あとはエステがあったのみである。最近では男性でも美容院に行くようなので、需要は多い。オーナーの了解を得て10件ほどの美容院から決めたが、近隣にもたくさん店舗があるので、成功を祈っている（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新規のみならず既存テナントからの増床ニーズもあり、満室稼働に近い状態になりつつある。しかし、賃貸条件には相変わらずシビアで、賃料を上げられない状況が続いている（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきており、案件数は増えているものの、仕入価格が高騰しているのに、受注額の値上げはなかなか難しいため、以前同様の利益を確保できない。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎年の傾向ながら、期初から第1四半期は低調である（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに、近隣駅まで商店街を通して歩きながら、飲食店や居酒屋などをガラス越しにのぞくが、新型コロナウイルス感染症発生前の客入りまでは全く戻っていない。それほど飲みに来ていないのか、飲食店の状況は良くない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだ助成金や補助金を活用したい会社が見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売、サービス業の取引先の価格に対する意識が以前に増して厳しくなっている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工業においては、仕入価格の高騰、電気代その他の経費の増加、取引先の値上げのできない環境など、前年度と余り変わらない（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	・問合せもあり、経済活動が活発になっているようではあるが、人手不足で対応できず、仕事をさばき切れていない。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・入札案件が落ち着き、交通誘導警備の受注案件が増えているが、警備員の不足により想定以上に売上につながらない。
▲	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2024年秋冬の受注状況は厳しいとみており、7月からの商品企画も見込みより少ない状況である（東京都）。
▲	出版・印刷・関連連産業（経営者）	それ以外	・競争激化や仕入価格の上昇などもあり、受注率も低下気味である。

	▲	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、名刺印刷などをしている。今月は、同じ会社から会社設立印の注文が3本あった。また、主に個人客から印鑑リフォームの注文を受けているが、受注金額は2月と比べて約6割と、少し下り坂になっている（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	・医療品容器の受注は順調だが、化粧品容器に関しては、コロナ以降、全く回復傾向がみられない。
	▲	建設業（経営 者）	競争相手の様子	・物価上昇、人件費高騰、職人不足による将来不安が強い。
	▲	その他サービス 業 [ソフト開 発]（経営者）	それ以外	・物価上昇に収入が追い付かないと皆が話している。賃金上昇より社会保険料の控除の方が大きい（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	・営業実績からみて、やや悪くなっている（東京都）。
	×	出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注量や販売量 の動き	・夏季イベント案件等の受注量がかなり減少している。
	×	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・得意先の上半期の発注予定が延期になっている。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・引き続き募集が堅調である（東京都）。
	○	求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・求人数が増えている。業種により求人の出し方は変わってくるが、人が集まらない求人も含め、求人数自体は増えている印象である。新型コロナウイルス感染症の影響もすっかりなくなり、飲食店の求人も増加している。ただし、人手不足もあいまって求人を継続して出し続けている可能性もある。どこまでが好景気の影響かは分からない部分もあるが、消費が増えてくれば多種多様な仕事が動き、求人数の増加につながることは間違いない。
	○	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・高校の進路担当者と直接会うことができる新卒採用のための説明会が例年よりも盛況で、企業の採用に向けた意欲を強く感じている。
	○	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・全般的な職種で求人が増えているが、条件に合った求職者が見つからないことが問題である（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と同程度で堅調に推移している。
	□	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・景気の上向き部分と下向き部分が混在しており、結局余り変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・旅行会社への求職者が増えてこない（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95%、前年同月比で108%となっている。前月同様、回復傾向が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・採用意欲は引き続き活発であり、受注も好調である（東京都）。
	□	人材派遣会社 （支店長）	それ以外	・人材派遣、人材紹介共に前年同月比で5%程度受注が伸びており、前月に引き続き堅調である。ただし、マッチする人材が少ないため、成約数は伸びてこない（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、引き続きエンジニア不足による派遣ニーズが高い（東京都）。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・求人の動きは継続して高い水準で推移するとみているが、実態として求人と求職者のマッチングが難しい状況が続いていくことが想定される。
	□	求人情報誌制作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・当社及び同業他社の様子を聞くと、どの企業も人材不足、人手不足で、常に中途採用をしているような状況が続いている。以前と同様に景気の良い状態が続いている（東京都）。

▲	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・3か月前は年度末需要があり、短期間を含めた派遣求人数が多く推移していたが、新年度に入り一旦落ち着きを見せている。例年どおりの推移となつてはいるが、直近と比べると減少している。ただし、全体的には前年と比べて若干増加している(東京都)。
▲	求人情報製作会社 (経営者)	求人数の動き	・電気やガス、水道料金などの値上げ、人件費の高騰、円安による原材料価格の高騰、地価や賃貸相場の高騰など、特に中小零細の事業者にとって、採用を増やしていく状況が増えている(東京都)。
▲	求人情報誌製作会社 (所長)	求人数の動き	・採用人数の減少、求人広告の年間掲載数の減少に加え、助成金情報を求める話題が活発になっている。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・建設業や製造業からの求人数が数か月連続で減少している(東京都)。
▲	学校[大学] (就職担当)	採用者数の動き	・新卒採用に苦慮している企業が多く見受けられる(東京都)。
×	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・経営者から、人材不足、円安による原材料費及び電気代等の高騰、半導体不足、外国企業との競争激化等による経営環境の悪化の話をよく聞く。