

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)	◎	衣料品専門店（経営者）	・ビジネス交流会に積極的に参加している。
	◎	一般レストラン（経営者）	・3か月後は夏季ボーナス等も支給されるだろうし、企業も今年は賃上げを一生懸命しているため、多少は消費動向が良くなり売上も伸びてくる。ただし、物価や住宅ローンの金利等が上がってくると、はっきり良くなるとは言い切れなくなる。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格が下方硬直性をもつことから、1度上がった利益は簡単には落ちずに継続する。底固めに加えて、コロナ禍で自粛されていたパーティー需要が前年度より徐々に回復してきていることから、景気は良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今夏も暑さが厳しそうなので、エアコン需要はある程度はありとみている。ただし、今も品薄状態のため、商材確保が問題である。後は、補助金絡みの物件が決まってくればと期待している。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・当店へのインバウンドの来客数も増加傾向にある。国内文具メーカーの商材をSNSを通じて知った上で、当店でその商材を買い求める外国人客が目立つ。円安が影響してまとめ買いも多く、日によっては売上の半分が外国人客によるものとなる場合もある。景気の動向は今後のインバウンドの来店状況にもよるが、全体的な客単価の上昇は景気が上向いてきていることが要因と捉えている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・余り変わらないとみているが、希望的観測で、良くなってほしい。米国の大統領選挙がある年は毎回株価が上がっているようなので、その恩恵にあずかりたい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・季節商材に期待している。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・高単価商材でも市場価値のある物であれば、店頭において相当売れる。外商の方は、徐々に物件、案件数が多くなっている。その分、とう汰されていることもあるが、案件数が増えてきているのは大きい。
	○	スーパー（総務担当）	・6月の給与で4万円の減税があるので、少しは消費に回る。
	○	スーパー（販売担当）	・世間の情勢を考えると良くなっていく。
	○	コンビニ（経営者）	・これから6～8月にかけて気温も上昇し、ソフトドリンク、アイスなど客が欲する物の売行きが伸びる。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数はやや増加傾向にある（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・夏は夜間まで人出が多く、イベントも増える時期になり、ソフトドリンク、ビールなどがよく売れる。お盆以外の夏場はおおむね来客数が良好となる（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・公園の近くにある店舗は、夏は他の季節に比べて来客が集中し、売上も伸びる。他の店舗には余りない傾向である。店舗の特徴として、プールの時期は特に動きが大きくなる。そうでない店舗にとっては特に売上が大きく変わる要素はないので、同じ景気が続くのではないか。
	○	家電量販店（店長）	・今後も訪日旅行者による需要は継続すると見込んでいる（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・今後の景気動向は、物価上昇を上回る客単価の動きをキープできるか次第である（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の受注が増えており、登録台数も増加している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス月である6～7月で客の購入意欲が高まり、売上が伸びてくる。
○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・外国人観光客による土産物の購買が依然として好調である。円安が続く限り、売上も伸び続けると予測している（東京都）。	
○	高級レストラン（役員）	・客からの予約や問合せなどが上向きつつあり、販売量、売上共に増加傾向である。経営、採算的には、原価高や人手不足などの傾向は変わらないものの、売上としては上向き傾向にある（東京都）。	

○	一般レストラン（経営者）	・3か月後の景気は少しずつだが良くなる。今までは新型コロナウイルス感染症の影響でなかなかパーティーやケータリングはなかったが、3月頃から少しずつ入り始めて、4月、5月とケータリングが増えてきている。よほどのことがない限りケータリングはずっとあると思うので、少しずつ良くなっていく。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・原材料費の高騰が厳しい状況が続いている。何もかもが値上がりしているので、売上は伸びているものの、利益が上がっていない可能性が高く、生産性向上が課題になっている。賃上げができてくると景気は良くなる（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・夏季は団体需要も増えるので期待したい。
○	旅行代理店（経営者）	・諸物価が上昇しているなかでも、格安で提供している店等を探して、多少なりとも余裕ができるようになるとみている。客は、多少予算オーバーしても構わないから家族皆で有意義に過ごしたいと話している。
○	タクシー運転手	・これからどんどん暑くなる。昼夜かなり暑い予想のため、かなりタクシー利用が増えそうな気配がある（東京都）。
○	タクシー運転手	・今年も暑くなる見通しである。例年、タクシーの利用者が増えるため、今年も夏場に向かって客が増えるのではないかと（東京都）。
○	通信会社（社員）	・インバウンドが続く限り、都心や観光地の景気は上向いていく。観光客向けのジャボニズムが、映え目当ての若年層に受けて消費を伸ばしている（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・客の様子から、今後、案件増加の兆しが見込まれる（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・ボーナス月でもあるので、回復を期待している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・業務削減及び獲得トレンドの良化による（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・値上げの影響による来場者数の減少がどこまで続くか、なかなか先は見えないが、徐々に回復傾向にあるため、現状よりは良くなる。
○	競輪場（職員）	・現状の良さをどれだけ継続、維持することができるかが重要である。ネクストステップの半年は企画が目白押しである。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・大型の予約や飲食を伴う予約の問合せが増えてきている（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・円安による国内客の海外旅行の手控えと、インバウンドの好調により、夏休みは国内旅行がより一層盛り上がる（東京都）。
○	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・定額減税に伴う個人消費の伸びに期待している（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなど、いろいろなことがあったが、各々の会社が頑張っている。何とかしなくてはいけないというなかで、今まで培ってきた営業力など足元を見直して、少しずつ上向いている。
○	住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの稼働率及び宿泊料金は上昇しつつあり、ホテル業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
○	住宅販売会社（従業員）	・資料請求件数に変動がない。
○	住宅販売会社（従業員）	・大手企業はもちろんだが、当社のような中小企業の賃金も上昇傾向にある。物価も上がってはいるが、賃上げにより消費が増えていけば、現在より景気は上向きになるのではないかと。
□	商店街（代表者）	・客が買物に非常に慎重になっていることは間違いないが、それ以上に、諸物価が上がっていることもあり、着物はぜいたく品とみなされている。なくてはならない物ではないため、できれば節約したい様子が見受けられる。もう少し景気が良くなってくると有り難い。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・緩やかな微増が続いている。ただし、その伸びにコロナ禍からの回復期より勢いがみられなくなっている。世の中の景気マインドが落ちてきたのかもしれない。イベントの参加者数は増えているものの、夜の引けが早かったりする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・これからは天候次第のところもあるが、前年も猛暑なのにエアコンが売れなかったのも、予想が付きにくい。早々に安売りをしているが、期待はできない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先もほぼ変わらない。物を売るのは非常に難しい時代になってきている。内装関係もしているため、仕事は何とか維持していくことはできるが、景気そのものはこれからも変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・今はほとんどの会社にパソコンが導入されており、当社の扱っているゴム印等の消費量は非常に少なくなっている。これからますますパソコン等のシェアが広がることで、ゴム印等の需要は減り、徐々に衰退していく商材である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・需要に対して供給が追いつかないため、すぐに良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費者物価指数、諸物価が上昇傾向である。これから夏に向けて電気料金も気になるところである。消費者の堅実な動きがみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（店員）	・3か月後の8月は旧盆になるので、仏花が売れる。5月の母の日は余り芳しくなかったが、それよりは多少売れるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・販売量、来客数共にまだすぐに良くなるような状況ではない。円安も影響している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・インバウンドの売上に占める割合は全体の2割と変わらず堅調である。団体より個人需要が多いことも、今後も変わらないとみている。円安で価格が上がり過ぎて仕入れを中断している輸入品なども多く、円安がこのまま続くと更に展開できないアイテムが増えていくとみており、売上に影響が出ることを懸念している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・インバウンドについては堅調に推移するものの、国内に目を向けると円安、原材料費の値上げ等により商材価格が値上がりする一方、賃金上昇が追い付いておらず、将来に備えて節約志向が強まっている。特に、電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金の終了は家計に更に大きな影響を及ぼすため、当面、この傾向が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・改装工事が秋頃まで続くため、現状が継続する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今後、特別な事情がない限り、訪日外国人による消費活動はある程度期待ができる。しかし、国内の一般消費者の動向については、引き続き物品の値上がりなどにより予断を許さない状況であることに変わりはない。楽観的な見通しでの判断は難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今後、円安が更に進むことにより物価上昇が賃上げ率よりも高まれば景気悪化の懸念があるが、現時点では不確定な要素が多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・インバウンド消費の力強さは健在だが、現在より一段基調を押し上げるほどの影響力はない。また、国内消費は特段上がる要素も下がる要素もない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・値上がりの影響により国内客の消費が落ち込む一方で、円安によりインバウンド消費がそれを上回って伸びている。この状況はまだしばらく継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・あらゆる品目が値上がりしているため、コスト増加による負担が大きくなっている。夏休みに向けて買物方法や出費の更なる見直しを考える客が増えそうなので、来店頻度、購入点数の減少が予想される。当分は外国人観光客の購買拡大に期待する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・円安が続く限り、外国人客で好調な現状が継続する。現在は、例年より中国人客が来ていないが、こちらはすぐに増えるとは言えない状況である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・今後、物価や光熱費の上昇などが想定されていることから、客の消費意欲にも影響し、景気はしばらくは変わらない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新年度以降、物価上昇の影響で景気の潮目が明らかに変わっている。レジャーやハレの日には出費するが、その前後は強く引き締めるメリハリ消費が顕著である。夏休みに向けて、レジャー費は使っても日常消費は引締め傾向となることが予想される。月を通してインバウンド以外の日常消費は前年並みにとどまることが見込まれる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・賃金上昇による効果が今後加速すると想定する一方、円安による輸入物価の上昇が景気を押し下げる可能性がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・今夏も暑くなる予報が出ている。高齢客の多い当店では、暑さで外出を見合わせる客が多くなることが見込まれる。インターネット販売に対応できる客は少ないため、減収になる可能性がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・アパレル、雑貨は暑い夏に対応した品ぞろえが計画されており、ニーズにこたえられるとみているが、食料品に関しては天候や値上げに左右されるため不透明であり、上向くとまでは期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・今月前半は割と良かったが、後半になって鈍化している。来月もそれ程は良くはないのではないか。また、競合店が出店してくるなど、6月以降いろいろな予定が増えているので、当社としては先行きはそれほど良くない。全体的には現状よりやや落ちるのではないか。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・可処分所得が増えていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・良くも悪くもならず、こう着状態である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・競合店が増えているとともに、今まで異業種とされていたドラッグストア等も生鮮品を手掛けてきていることもあり、加工食品を中心とした価格競争が発生している。商材によっては値上げ前の特売価格で販売するなど、異業種も巻き込んだ価格競争が続く。
<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付いており、値上げの影響で単価は上昇しているものの、購買意欲が上向いているわけではないので、当面の間は同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向、販売量並びに来客数の下降傾向は変わらないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・円安はまだまだ続きそうで、輸入品を中心に原材料価格が上がり、それにつられて国産品の値上がりも続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・光熱費の値上げ、金利上昇により景気、消費は横ばいとなる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・スタッフの声からも、厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・やはり商品単価の上昇が売上が伸びない最たる理由ではないか。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・価格の高止まり、出社や観光等での外出の継続が見込めるため、現状と同じ水準で推移するのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・円安が続いており、まだまだ先行きが不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・客は年金生活の高齢者が多いため、節約志向が続く。衣料品は低価格商材の競争が激化する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・これから忙しくなる時期だが、円安の影響で輸入価格が上がって全てが値上がりしているなかで、商材の値上げはなかなかできない。また、職人が辞めたり廃業したりしているために、加工品の納期が遅れており、できないものも増えてきている。そうしたことから、今後どうなるのかやや不安である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・人気キャラクターとのコラボ浴衣は好調に推移するとみているが、ドレス事業のステージフェアが、計画に対し90%ともう一歩の状況であり、全体では現状と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・諸物価の上昇が衣料品需要の低下に大きく影響している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終わり、エネルギー関連の価格上昇や、関連した値上げラッシュが想定されるなか、景気が良くなる未来が想像できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・まだまだ物価上昇が続き、この先も回復の期待はできない。

<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、販売が余り芳しくない。客の来場は結構あるものの、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・3か月では変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・このまま新型車との相乗効果を期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・円安の影響で輸入物価が大幅に上がっている。海外に行ったときに、円換算すると物が高くみえると客が話している。やはり、円安を何とか改善すること、賃金が上がること、ロシアとウクライナの戦争などが終わらないことには、今後も悪い状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に減少傾向がみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・世間一般で値上がりが続いており、当社の商売でも値上がり傾向が出ているため、消費が増えない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・定額減税など景気にプラス要素となる政策も実施されるが、物価上昇などのマイナス要素もあるため、2～3か月では変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・国内の大多数を占める中小零細企業においては、賃上げの実現、あるいは上げ幅が非常に厳しい状況のなか、働く従業員の可処分所得は今と変わらないと予測できる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・例年、売上作りに苦戦する夏場の閑散期をどのように乗り切るかがポイントで、これが年間の数字を左右してくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・資源価格の高騰や為替相場などにより、法人の業績見直しについて楽観できないことから、法人客の需要は、減少に転じるまではいかないものの、伸びることは想定できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・円安などの影響で観光客の増加が止まらない。街のにぎわいも衰える気配がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・原材料費の上昇分をどこまで価格転嫁できるか不安である。全てがインバウンド効果で対応できるものではないので、今後も価格の高騰が続くようなら、来客数の減少も想定する必要がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・レストランなので、ゴールデンウィーク中は忙しかったが、今は中だるみである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・会社負担での宴会は増えている一方、フリーの客は減っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・前年は新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、客が一気に戻ってきて、全国旅行支援もまだ残っていた状況であったが、今年はそれがなくともあり、売上は横ばいではないか。夏の猛暑も予想されるが、6月からは電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了すると報道されている。そのため、水道光熱費負担が大幅に増えるのではないかと危惧している。政府には状況を見ながらその対策を是非お願いしたい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・この先の宴会予約の動きがかなり悪いため、少し悪い流れが続く。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・円安の影響で食材、水道光熱費、人件費など全てが上がっており、販売価格を見直さざるを得ない状況が続いている。全ての客が許容してくれているわけではないので、ベースとなる売上は確保できても、それ以上は利用控えなどによりプラスにはなっていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・円安等も含めて先行き不透明なところが非常に気になる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・昔と違って、夜から深夜の仕事が少なくなってきており、昼間に利用が集中している。それでいて、売上は良いため、運転手としては楽である。夜は、客が飲み屋に足を運ぶのを待つしかないが、飲み屋に活気がない。

□	通信会社（経営者）	・機器の納品、工事等が増加傾向になっていないため、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
□	通信会社（社員）	・周年記念行事など、イベントが期待できる状況が続いている。明るさはあるものの、自信は持てない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・景気を大きく好転させる材料が乏しいので、しばらくは現状が続く。
□	通信会社（営業担当）	・円安等が改善されない限り、変わらない（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・値上げのニュースの際に、報道する側が景気の悪そうな人の意見を多めにクローズアップすると、全体が暗くなる。メディアは影響力がある。
□	通信会社（管理担当）	・顧客数の減少はしばらく継続するとみている。新たなインフラ商材へのシフトのために新設エリアへの取組を行っているが、インフラ投資には時間が掛かるため即効性は低い。長期的な展望を持った対応が求められている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・円安等の影響が今後も続く可能性があり、現状維持と予想している（東京都）。
□	観光名所（職員）	・来客数について現状維持が数か月続いている（東京都）。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・変化をもたらすような要因がみられない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・現状でも景気は十分に悪く、短期間にこれ以上悪化するとは考えにくい（東京都）。
□	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発生前に戻らないと、景気は良くなるらない。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・現状を打破できない。
□	設計事務所（経営者）	・官庁案件の入札が始まったので、ほぼ例年並みに推移するとみている。民間案件には余り期待できない。
□	設計事務所（職員）	・急激に悪くなる傾向ではないとみているが、建築業界の慢性的な課題が解決する見込みもなく、社会情勢にも明るい話題はない（東京都）。
□	住宅販売会社（総務担当）	・実質賃金が上昇しないことから、住宅取得への刺激がみられない。金利上昇局面も不安要素である。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・近々電気料金が上昇することで、ますます消費が落ち込んでいくのではないかと。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響が引き続きあり、輸入商材を中心に販売量が伸びないとみている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・インバウンド需要は引き続き好調であることが予測されるが、エネルギーや原材料コストの上昇による各種値上りの影響からか、比較的堅調であった母の日などのハレの日需要が食料品を中心に非常に苦戦したことなどからも、今後の国内消費は鈍化していく（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・インバウンドは引き続き前年実績の倍以上で堅調に推移する。一方で、国内消費は物価高、円安、金利上昇などの影響から購買意欲が低下し、入出や購入点数の減少、客単価の低下が続く（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向や、世の中の情勢から、やや悪くなる（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	・競合店出店の影響を半年くらいは受ける。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・エネルギー価格の上昇とともに、為替の影響による値上げが増える。
▲	コンビニ（経営者）	・売上等に変化はないが、アルバイトの時給を大幅に上げているため、利益はほぼゼロという状態が今後も続いていく。
▲	コンビニ（経営者）	・観光地等の店舗ではインバウンド等で売上が伸びる可能性があるが、既存の住宅街やオフィス街、ロードサイドに立地する店舗においては、やはり来客数が増えていかない現状を変えていかないといけない。それにはやはり可処分所得が上がっていくことが先決である。
▲	コンビニ（経営者）	・6月は定額減税もあり、販売量アップを見込みたいが、客からは、減税分は貯蓄に回すという声が多い。したがって、この先も厳しい状況が続く。
▲	衣料品専門店（従業員）	・今後も値上げが続くと予想され、消費者の生活防衛意識はますます強くなり、悪化傾向が続く。

▲	住関連専門店（営業担当）	・秋口には国の補助金施策である住宅省エネ2024キャンペーンの予算消化、打切りが視野に入り、従前のような需要喚起効果を失っていくことが予想される（東京都）。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年も酷暑といわれているため、来客数が少なくなるのではないかと。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・エネルギーコストや物価の上昇に賃金上昇が追い付かず、貯蓄を切り崩すなど、個人消費に影響が出ている（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年も猛暑の影響が心配である（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・コロナ禍による行動様式が変わり、前年度のような反動による利用はむしろ少なくなると予想している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・輸出関連企業の景気が良いという話はこの界隈いでも聞くが、そのような人はごく僅かであり、その他の国内向け商売をしている人はかなり厳しくなっている。そうした客を迎える外食産業は特に厳しい。
▲	一般レストラン（経営者）	・大企業は円安の恩恵を受けていて良いのだろうが、円安が中小企業の材料仕入れに与える影響は大きい。材料費ばかりでなく、燃料費、その他経費も上昇傾向にあり、コストがますます増えていくなか、値上げが追い付かず、粗利益が極端に減少している。そのような状況では賃金を上げたくても上げられない経営者が多い。僅かな賃上げでは物価上昇にすぐに打ち消されてしまう。減税も、一方ではステルス増税があるために効果がみられず、先行きは暗い。
▲	観光型旅館（スタッフ）	・円安が続いている（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇により費用が増大しているものの、客の予算は例年と変わらないことが多い。物価上昇を受け入れられず、実施にこぎ着けられない案件が出てくるのではないかと危惧している。
▲	タクシー運転手	・前年2月から続いている物価上昇が賃金上昇をはるかに上回っているため、少しぐらいの仕事の頑張りでは追い付かない。客からも、値上がり収まらないと生活が安定しないという意見が多く聞かれる。
▲	タクシー（団体役員）	・稼働台数が充足している。
▲	通信会社（局長）	・食料品を含めた値上がり傾向に対して、購買意欲は鈍化気味である。サブスクリプション消費に該当する当社のような多チャンネル、インターネット、モバイルのサービス、特にテレビ関連のサブスクリプション契約を見直す機会になっており、結果として解約超過傾向が顕著になってくる（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・サービス価格の値上げができず、契約数の伸びも芳しくないなか、物価上昇による原価の値上がりや下請法等の影響による委託費等の値上げにより、利益確保が難しくなっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・材料価格の高騰は続いているのに、客の買い控えが止まらない。
▲	ゴルフ場（従業員）	・百貨店へ行ってもレストランはにぎわっているが、その他の衣類、雑貨等の売場は空いている。物価の上昇と給与のバランスが取れていない。また、中小企業にとって、難しいながらも賃上げの対応をせざるを得ない状況だが、経営は厳しい。
▲	パチンコ店（経営者）	・電力・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が5月一杯で終了することや、今後、長期金利の上昇が予想されることから、企業の収益悪化が懸念される。全体的な景気マインドはマイナス要因から低迷するのではないかと。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・授業料を値上げしたが、親の収入が追い付いていないようで、辞めていく生徒が多くなっている。これから先も教育費が削られるような気がするため、悪くなっていく。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・客の様子や客単価から、支出を最低限にしたい様子がうかがえる。
▲	設計事務所（所長）	・材料等の高騰により非常に不安定である。また、人手も足りない。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 今月は24か月ぶりに販売量の目標数字を達成できたが、この状況が続くとは考えられないほど、最近では自信や元気をなくしているというのが本音である。新商品を販売する予定であったが、価格が上がるため、営業の現場から販売は厳しいという意見が多く上がり、新商品の見直しをしている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ 建築資材の動向から、繁忙期ではないが一定の需要はみえているが、例年以下の見込みしかないので、先々は落ち込むという予想である（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・ 原価が上がっているなか、安売り競争が止まらない。
	×	スーパー（経営者）	・ 食品スーパーでは、客の実質所得が減少するなか、商材の値上げなどにより販売量、来店頻度が減り、競争が激しくなっているのが現状である。一方で販売経費は増えており、この先、ますます悪くなることが予想される。
	×	衣料品専門店（店長）	・ 価格の上昇に賃金が追い付かず、実質賃金がマイナスになっているため、消費控えが顕著に出ている。さらに、電気料金の負担増加が報道されている。
	×	乗用車販売店（営業）	・ 車の販売量が減っている。
	×	一般レストラン（経営者）	・ 今まで来ていた客の事業所が反対側の出口の方に移転したこともあり、このところランチのピーク時の来客数が大分落ち着いてきている（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	・ バス乗務員の勤務時間、走行距離規制に加え、旅行代金の上昇により、値ごろな商品造成が難しくなっている（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・ 物価の上昇が続いている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・ 猛暑予報が出ているため、前年比では来場者数、売上共に5%減少を見込んでいる。また、消耗品価格が上昇し続けており、電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金の終了も考えると、利益は減少する。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・ 素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。今夏も猛暑になる見通しであり、熱中症予防のためにラウンド制限などの措置を講じる必要も考えられる。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向には終わりがみえず、今後も人件費増加に加え物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
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）	・ 引き合い案件が増えてきている。昇給も前年より良い。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ 開発に成功した人手不足解消につながる省力機器の販売が奏功すれば、今後は良くなるはずである（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・ 半導体製品開発も順調に進捗しており、今後の景気も少しずつ良い方向に向かう。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・ 自動車メーカーから従業員の賃上げに積極的に取り組んでほしいとの要請がある。その分は自動車メーカーが補填する旨の申入れもきている。国が推奨する賃上げに向けて、好循環が生まれ始めている。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・ 天候が安定し、猛暑にならなければ、やや良くなる（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・ 原材料価格は依然として高水準にある。多くの企業がコスト削減に注力するなか、一部の企業からは、利益率の高い特殊部品の受注獲得に努めた、自社独自の技術開発に注力している、といった製品のクオリティーや技術力で対応しているという話も聞いている（東京都）。
	○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・ 少しずつではあるが、契約金額の値上げが承認されるようになってきている（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・ 落ち着きつつある（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ 例年のことだが、8月頃まではずっと景気が悪い（東京都）。



<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・給与明細に定額減税額を明記しなければならないということで、法人関係からは帳面に押すためのゴム印の注文が少し出始めている。若干増える見込みはあるものの、得意先の数からすると非常に少ない。個人の印鑑やゴム印の注文が増える見込みが現状ではないため、結果的に変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	化学工業(従業員)	・円安の影響による原材料、輸送費の値上げが止まらない。また、受注量が増える見込みはない。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業 (経営者)	・業種によって差が大きく出ているような話も聞いており、新年度に入ったので動きが悪くはならないだろうが、本当に良くなるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業(経営者)	・経費が上がってきているため、僅かな景気回復では相殺される可能性がある。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業(経営者)	・来月、再来月の受注状況は2か月前と同様である。半導体関係の取引先の過剰在庫は減らない。自動車関係の受注量は、メーカーの生産体制が認定取消しやリコールなどにより変動するため、更に予測が難しくなっており、非常に不安である。
<input type="checkbox"/>	建設業(経営者)	・物価が上がっているにもかかわらず賃金が上がらず、消費意欲が落ちている。なかなか経済は回復しない。
<input type="checkbox"/>	建設業(従業員)	・円安がいつまで続くか、不安は大きい。やはり政府がもっと国民に寄り添って、多方面から考えてほしい。税金の無駄遣いが多すぎる点についてもどうにかしてほしい。
<input type="checkbox"/>	輸送業(経営者)	・新規案件は高単価で受注できるようになったが、既存案件の値上げは難しい(東京都)。
<input type="checkbox"/>	輸送業(総務担当)	・閑散期のため、荷主の国内出荷量が低迷している。今後もこの状態が2か月ほど続く予想である。
<input type="checkbox"/>	金融業(総務担当)	・ガソリン価格が今後も下がらない。スーパーでの各種価格が上がっている実感があり、中小企業では思うように賃上げが進んでいないことを考えると、やはり日常の食料品等の買い控えや節約が進むとみられ、消費低迷も見込まれる。一部観光業やサービス業は新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻ってきているが、全体的には今後の景気は変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	金融業(営業担当)	・不動産関連の業者からは、不動産価格の下落による市況の悪化を懸念する声を聞くが、その他の業種からは向こう数か月程度は現状並みで推移する見込みとの回答が多い。製造業では、メーカー側から増産等の依頼がある取引先も出てきているが、具体的な話はなく、当面は現状維持となる見通しである。
<input type="checkbox"/>	不動産業(経営者)	・賃貸の状況も余り変わらない。地道に活動していく(東京都)。
<input type="checkbox"/>	不動産業(経営者)	・飲食業テナントの話によると、諸物価の上昇により客足が鈍化傾向である。
<input type="checkbox"/>	不動産業(総務担当)	・テナントから解約予告も出されていないので、当面は現状維持が続く(東京都)。
<input type="checkbox"/>	広告代理店(従業員)	・仕事量は増えてきているが、コロナ禍で退職者が多く出ている。業務も戻ってきているが、求人を出しても応募がなく、業務をこれ以上増やすのは難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	広告代理店(従業員)	・当社が取り組んでいる主力商材の転換、利益構造改革の進捗度合いから、変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	広告代理店(営業担当)	・当社だけの問題かもしれないが、大型予算のついた案件が獲得できていない。3か月では厳しいのではないかと(東京都)。
<input type="checkbox"/>	税理士	・米国、中国の景気に大きく左右される。国内では、大企業は円安の影響でかなりの利益を出しているところも多いが、中小企業については、材料高、燃料価格の高騰、人手不足などが重なっており、製造業、建設業、小売業、飲食業など皆良くないままである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・今後も物価上昇の懸念がある。
<input type="checkbox"/>	税理士	・現状維持は見込めるものの、金利の上昇傾向など不安材料もあり、定額減税が実質終了すると消費への影響は見込めず、景気の上向きは望めない。

	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・問合せの多さに対しては、働き方改革を進めつつ、業務効率化に努めなければ、さばき切れない。ただし、取引先工場の廃業や移転も目立ってきており、先行きは不透明である。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・急に警備員増員の見込みもないので、現状のまま推移していく。
	□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・会社の業績からみて、変わらない（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・今夏も猛暑になると予想されているため、心配である。また、原材料の餅米、小豆が品薄になっていることも気になる。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・物価上昇のおおりで販売促進に関わる経費がとても圧縮されていることや、紙媒体からWeb媒体へ移行することで経費を抑える傾向が見受けられる。
	▲	化学工業（総務担当）	・春先のピークを過ぎて、受注が減り始めている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向がみられないことと、医療品もアフターコロナの特需が一段落してしまい、目先の仕事が全くない。医療品容器の新企画が早めに立ち上がれば取り返せると見込んでいる。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・一部の同業他社は年末に大型案件が控えているが、多くの同業他社は日銭稼ぎでしのいでいる。
	▲	建設業（経営者）	・インフレ傾向に受注価格が追いつかない。
	▲	建設業（経営者）	・物価上昇に伴い価格が上がり、予算が合わない案件が多くなりそうである。
	▲	建設業（営業担当）	・公共工事、民間工事共に物件数の減少がみられ、計画段階で予算が見合わずに終了してしまう物件が多い。
	▲	輸送業（経営者）	・この先も納品先店舗の減少が予測されているために、今後の収支悪化が懸念される（東京都）。
	▲	通信業（広報担当）	・中小企業の経営環境は悪くなる可能性が高い（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・物価の上昇に対し賃金の上昇幅が小さく、購買力が低下している。
	▲	経営コンサルタント	・政治不信の傾向が続いており、景気に悪影響が出そうである。中小企業向けの施策も不十分なまま推移しており、厳しい環境が続く（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・このままでは収入減少により消費が縮小する（東京都）。
	×	—	—
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・前年比120%超で成約している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・人材派遣、人材紹介共に求人数は回復傾向にあり、今後も継続が予想される。再就職支援事業も活況となっており、景気は回復するとみている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・現状から夏明けまで派遣求人数の推移は横ばいとみている。ただし、派遣就業者数という切り口の事業全体としては、毎月増加傾向で推移するため、上向きである（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・利上げから物価の下落まではある程度時間が掛かるため、数か月では景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・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）	・求職者数が急激に改善する見込みがない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材の供給力不足は否めない。年度が切り替わる時期でもないと、人材は流動化しない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・これまで派遣でもらっていた求人について業務委託化の打診を受けることが多くなっている。業務量の変化はないため、どちらの場合でも必要人数の規模感是不変だが、コスト削減を目的としている場合、結果的に必要人数の縮小につながる可能性がある。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材派遣の需要は業界問わず底堅い見通しだが、企業が求めている人材が少ないため、マッチしないことが多い（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車製造業ではまだ開発テーマが多く、また、エンジニア不足が継続しているため、エンジニア派遣の引き合いは継続すると予測している（東京都）。

<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・物価が上がっていくものの、賃金はなかなか追いつかない状況が続く限り、改善方向には向かわず、変わらない。
<input type="checkbox"/>	求人情報製作会社（経営者）	・明るい材料が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	求人情報誌制作会社（営業）	・求人数自体は増加傾向にあるとみられるが、時期によっては落ち着く。これから夏に向かうにつれて、外作業の仕事はどうしても大変になるため、気候が穏やかな時期と比べて求人のマインドが下がっても仕方ない。その代わり、9月以降はまた求人数増加の波が来る。
<input type="checkbox"/>	求人情報誌制作会社（広報担当）	・周辺企業の様子を聞く限り、どこの企業でも中途採用等での人材確保が行われている。今と変わらず景気の良い状態が続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・新規求人数は横ばいで推移している。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・製造業の企業から、原材料、電気代の値上がりでコストが上がっているが、取引先が応じないために価格転嫁がうまく進んでいないという情報を複数聞いている。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・事業所によって好不況いずれの話も耳にすることから、一律での判断は難しい。働き方改革関連法や改正労働基準法の影響は、少なくとも半年程度見てみないと分からないとの回答も多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・経営者からは、コロナ禍により発生した在庫調整のめどが立ったという話を聞いている。同時に、大手家電メーカーの人員整理、大手自動車メーカーによる下請企業に対する圧力等、経営環境の悪化を心配する話も聞いている。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（経営者）	・ここ2年くらい販売状況が良いということで、企業からの求人が、営業系、管理系、技術系の職種も含めて全般的に増えている。ただし、それに対する求職者がなかなか見つからないことが問題である（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	求人情報誌制作会社（所長）	・物価上昇が止まらず、逆に拍車が掛かっている。
<input checked="" type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・食料品、ガソリン、電気料金等の高騰が改善されないと、景気は上がらない。
<input type="checkbox"/>	—	—