

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)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・7月のお盆と比べると、9月のお彼岸は全国的な行事なので、客が多い。7月の東京盆は東京の方だけなので、仏花の需要に差が出る。毎年のことだが、9月のお彼岸は1週間と長いので、売れるときに売らなくてはという気持ちである。天候に左右されるため、実際どうなるかは分からないが、7月よりは9月の方が売上が良くなる（東京都）。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・すごい勢いで種まきをしている。
	◎	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は今年よりは涼しくなって客入りも良くなり、ケーキタリングも増えて、売上が増加する。現時点でも9月、10月のケーキタリング予約がかなり入っているため、今年よりも良くなる。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格転嫁交渉が着実に進捗していることに加え、新規獲得、パーティー需要の復活等が進んでいることから、好況が確実に予測される（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・これから8月に向けて更に暑くなれば、利用客も多くなるため安心である。9月に入り、夏休みにお金を使った後に乗ってもらえるかが心配だが、前年を振り返ると9月はまだ暑いいため、多少は動くともっている（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・この暑さのせいだとみられるが、今年は業務用エアコンがよく売れている。
	○	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・2～3か月先は気温も安定し、人が外で活発に行動する（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・これだけ酷暑が続くと景気にも影響が出てしまう。ただし、夏から秋に向けて近隣で行われているイベントが新型コロナウイルス感染症発生前の開催方法に戻っているため、来街者数や当店の来客数が大きく落ち込むことはなく、景気はやや上向きになる（東京都）。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・秋口まで猛暑が続けば日傘、台風が来れば雨傘の需要が継続しそうである。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭販売は客単価が上がっていることもあり、順調に伸びている。外商は、競合に敗れて大きな案件が流れてしまったが、まだほかに大きな案件が幾つかあるため、多少は良くなるのではないかと。
	○	百貨店（総務担当）	・店舗の改装が終わり、大型店舗がオープンし、来客数の大幅な増加が見込める。館内の買い回り促進を含めて売上拡大も期待できる。
	○	百貨店（財務担当）	・インバウンドが落ち込まないことを前提に、賃金上昇に伴う国内客の消費マインドの改善が景気を押し上げると想定している（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・最低賃金が上がりそうである。
	○	コンビニ（エリア担当）	・円相場が戻りつつある。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・好天が続く予報とともにパリオリンピックが始まり、自宅用の買物需要が増えてくることが見込まれる（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・訪日外国人旅行者数の勢いが収まる理由はないため、今後もインバウンド需要が伸びると見込んでいる（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・賃上げ、定額減税の効果が物価上昇を上回り、景気に対するプラス効果を維持、継続できるか注目している（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表があり、販売量の増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・円安傾向は今後もしばらく続くとみられ、外国人の土産購入を中心に売上は微増していく（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・物価の傾向や米国を始めとする世界情勢など、景況は引き続き厳しいとみられるが、2～3か月先の秋口は、オケージョン等のイベントの機会が増える時期になり、売上や案件数などにやや期待できる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・やや良い状態のまま進んでいくような気配がある（東京都）。	

<input type="radio"/>	その他飲食 [カフェ] (経営者)	・売上は伸びているものの、原料費の高騰、円安の影響で利益が出ないのが現状である。円相場だけでも120円台くらいになってくれるとかなり違ってくる (東京都)。
<input type="radio"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・微増だが団体客が多いことから良化するとみている。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	・昼間の利用は非常に良く、午前中は病院の送迎がほとんどで、仕事のつながりが良い。会社、駅の利用も良く、夜7時頃まで仕事が続いている。暑い日がまだまだ続くので、涼しいタクシーを利用するだろう。相変わらず深夜の利用は少ない。
<input type="radio"/>	通信会社 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなってくる。人々が活動的になる (東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社 (営業担当)	・米国大統領選挙の行方次第のため、先行きは不透明である (東京都)。
<input type="radio"/>	通信会社 (営業担当)	・販売マーケットの拡大、商品の刷新を行っている。将来的には従来とは異なる成長フェーズに入る (東京都)。
<input type="radio"/>	ゴルフ場 (経営者)	・暑さが落ち着き、旅行熱も一段落すると予想している。
<input type="radio"/>	ゴルフ場 (経営者)	・気温が下がり、ちょうど良い気候になれば来場者数は増えてくるものと推測されるが、物価の上昇、人件費の高騰により経営的に苦しい状況であることには変わりがない。
<input type="radio"/>	ゴルフ場 (経理担当)	・3か月後はトップシーズンでもあり、天候によるマイナス要因は限定的とみられるが、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らず、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。今後も人件費の増加に加え、物価上昇圧力が続くものとみており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場] (従業員)	・秋頃からの予約問合せが入り始めている。前年同期にはなかったことである (東京都)。
<input type="radio"/>	設計事務所 (経営者)	・長らく提案し続けてきた案件ができるのであれば、景気が良くなる方向に行く可能性がある。
<input type="radio"/>	住宅販売会社 (経営者)	・国内ホテルの宿泊料金が月に2%程度上昇しつつあり、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。
<input type="radio"/>	住宅販売会社 (従業員)	・株高、賃金上昇の影響により、徐々にだが景気が良くなっていくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・最近、35度以上の猛暑日が毎日のように続いていることで、人出にかなり影響が出ており、商売の方でも思うような数字が取れていない。天候がもう少し落ち着いてくれば、また商売も頑張らなければと考えるが、なかなか今はそのような状況ではない。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきている。今年の猛暑がどのくらい続くかにもよるが、若干マイナス要素がある。それがなければ、今のリベンジ景気はしばらく良い状態をキープしそうである (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家具] (経営者)	・これから先の景気だが、まず良くなる見込みはない。8月に入ってもパリオリンピックが続くし、高校野球もある。選挙の年でもあり、景気が上向き要素はない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章] (経営者)	・この先も残暑が長引くのではないかと予測している。路面の独立店舗で、近くにアーケード街のようなものもないため、客が足を向けてくれることがなかなか難しい。厳しい状況がずっと続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・需要と供給が追いつかず、販売したくても在庫がない状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・正直なところ、このまま円安が続き、仕入価格、人件費が上がれば、値上げしなくてはならない。厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担当)	・世間ではボーナスが支給されたというニュースを耳にするが、当社の社員は一向にピンとこない。ここ10年もらったことがないためである (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [書店] (営業担当)	・円安の影響による買い控えが今後も続く (東京都)。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・夏休みに入り全国からの来客数増加などを期待したいが、昨今の商材値上げなどの影響もあり、客の多くは冷静な購買行動になっているため、余り大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・前年と同様、8月の新型コロナウイルスの感染状況が懸念材料である。連日気温が高く熱中症の危険があるということで、外出を控える傾向が徐々に強くなっているが、しばらくはこの状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・訪日外国人が急速に減少することは考えにくい、肝心の一般消費者の消費行動が継続的に上向き、景気が良くなるという環境ではないとみている。景気の上向き感、今後の経済環境の良化次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・国内客、インバウンド共に向こう数か月で現状の高い水準からもう一段上がっていくような材料、逆に減退していく材料、どちらも見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・インバウンドの好調はまだ継続するとみられるが、それ以外に景気を左右する材料は見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・セールはそれほど好調でもなく、店頭の9割は秋の新作や一部冬物を並べている。定価でも気に入った物を買おうという心理はあるように見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・インバウンド実績の構成が全体の2けたで、月を追うごとに拡大している。引き続きインバウンドは好調に推移するであろうが、インバウンドを除いた実績の伸び悩みが不安要素である。特に、食品関連の売上が鈍化している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・けん引するのはインバウンドである。当店はしばらく改装が続き売場が縮小するため、売上を作るのが難しい立場だが、競合店、街全体の集客状況は変わらないと予測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・しばらくは物価上昇の影響が続く上、8月は猛暑による外出自粛も加わることで、しばらく景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・4月以降、物価高による家計節約傾向は継続しており、ハレの日以外の平時の消費に対する財布のひもは固い。秋物商戦においても、近年の気候からみて、残暑により秋物への衣替えが活発化することは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・円安の影響により変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・季節や時期に合った商材を提案しながらも、目新しさがなければならぬが、展開する商材に客がどのように反応するのか、現段階では分からない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・前年にも増して気温が高く、購買意欲の減退が予想される。秋物の需要も年々減少している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・秋に向けて行楽ニーズへの期待はあるが、暑さの継続が予測されるなか、供給する商材と客のニーズがマッチするかが不透明である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・店舗により良しあしの温度差があり、前年は自治体のキャッシュレスキャンペーンの恩恵にあずかったという事情もある。競合店が近くにいるため、今後は厳しくなる。いろいろな与件があるものの、基調的には変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・生活必需品の価格上昇はいまだ続いている。所得の増加幅との差が縮まらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・現状ではやや増えているが、これ以上良くなるとは考えられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・一部の商材については秋以降にも値上げが予定されているため、売上への影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げの影響で売上は伸びているものの、消費者には節約志向が依然として根付いている。価格に敏感な状況が続いている間は同様の状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の上昇がまだ続くとみられるが、一方で、販売数並びに来客数は落ち込んだままとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・来月のお盆休みは9連休となる場所が多いが、円安のため海外旅行は控え、食料品、光熱費等の値上げにより節約志向が高まっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・近隣にマンション建設や新規テナント入店など好与件がある（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・定額減税効果が薄れてくる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今は夏場でソフトドリンクやアイスクリームが売れているが、3か月先は気候も落ち着いて変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価が上昇している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・最近、低価格の商材が増えてきたので、客の認知度が高まれば、多少来客数の増加に期待を持てるが、今のところ厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・売上は前年を上回る予定だが、要因が定額減税だとしたら、年末頃には効果がなくなる。そのため、3か月程度は変わらない状況が望ましい。今後は最低賃金の上昇が予定されており、人件費が増加する。その収支を上回る販売量の増加を期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・夏場の若干の好調が秋口まで続きそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・8月以降も高温傾向が続く予報であることから、今の売上トレンドが継続しそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・物価に見合った給与水準になり、原油価格高騰が落ち着かないと、現状のままで変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・高温が続くことで飲料や冷凍食品などの売上が伸び、売上につながるものが想定される。ただし、余りに高温となると、在宅勤務の推奨など、客の流動そのものが減少する恐れもあることから、良くなるとはいいい切れない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・景気自体が良くなっているわけではないので、飽くまで夏休み中の一時的な客の動きで今後も続くわけではないと考えている。世の中の景気が良くなれば根本的な販売量も増えてくる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・年金生活者の生活防衛意識は強く、安さを求めている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・特に、地球温暖化による気候変動が主力事業に与える影響が大きい。また、物価上昇が今後も続くことが予測され、消費者の生活防衛意識は依然として高く、財布のひもが固い状態が続くものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・食料品、光熱費の値上げが続くようなので、まだまだ衣料品には厳しいようである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・米国の経済状況にも左右されるとみられるが、大統領選挙など大きなイベントがあるため、株式市場や為替などネガティブな情報が先行すると消費活動に影響が出る。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇がまだ続いているため、現状のまま変わらない。
<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、販売は余り芳しくない。例年なら7月は夏のボーナス支給で台数が伸びるのだが、余り伸びていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半期決算を迎えるが、主力車種が微妙である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・異常な円安により輸入価格が相当上がってきていることもあり、国内の景気自体はそれほど良くない。外国人観光客が結構来ているためサービス業は多少潤うだろうが、全体的な流れのなかではほとんど変わらない。今後、円安から円高になって輸入製品が安価になるなどの動きがあれば良くなるが、現状では良くなるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷体制に依然として不透明な要素がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業）	・販売できる車種が限られてしまっており、偏った販売活動になっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・住宅省エネ2024キャンペーン事業の需要喚起効果は当面継続するものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月から最低賃金が上がるため、少し購買に回るとよい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・景気が良いような感じもするが、商材が余り動いていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・商材の単価を上げると販売量が減少する。その結果、全体的な売上は増加も減少もしないという傾向はしばらく続くと思われるため、2～3か月後の景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・猛暑が秋の商材の入荷にも影響するのではないかと（東京都）。

<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・猛暑のなかショッピングセンターに足を運ぶ回数が減ることが予想されるが、それは前年も同じである。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	・当面は、客単価は上昇しているものの来客数の回復には至っていない状況がしばらく継続するものとみている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	・3か月後の予約分はおおむね一杯となっている。新型コロナウイルス感染症の第11波が懸念材料だが、その行方は分からないため、変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・猛暑の影響はインバウンドには余り関係ないようである。近隣のほとんどのホテル、民泊は相変わらず外国人観光客であふれている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・景気が良くなるような経済対策もなく、ただ光熱費を何%下げられるくらいで、3か月後も今と変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・材料価格が上がっているので、秋頃から宴会の料理なども全体的に値上げをしていく予定である。それにより客がどう動くか、今のまま来店してくれるか、他店へ行ってしまうのか、こちらも手探りだが、経営的には値段を上げていくしかない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋] (経営者)	・夏休みに入り、人の動きが活発になることが予想される (東京都)。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (経営者)	・この夏休みに宿泊部門がどのくらいまで回復するかだが、今のところ回復状況は余り芳しくない。近隣大型コンベンション施設でのイベントの縮小傾向が続いていることが影響している。9月以降は新しいイベントなども入ってきているようなので、期待したい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・戦争の状況、原材料費の値上げがいつまで続くのか、人件費がどこまで上昇するのかなどにより大きく変わってくるので、この先はなかなか見通しにくい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・先々の予約にばらつきが目立ち、繁忙期である11月の動きがかなり厳しい状況ではあるものの、その他の月は比較的順調に受注できているため、プラスマイナスゼロというイメージである。新型コロナウイルス感染症の拡大が気になるが、可もなく不可もない状態が継続する。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・現状、いろいろな物が値上がりしており、客も考えているような状態である。客が安心して生活できるような様子にはみえないため、現状維持が精一杯ではないか。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	・円安が続いており、1人当たりの商品単価が低下傾向にある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	・旅行に行きたいという需要はあるものの、物価高により費用面から抑制傾向がみられる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・円高に進まない限りは、基本的に良くならない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・物価上昇により、生活重視となり、高額商品の売上は伸びなさそうである (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	・機器の受注及び工事等が増加傾向にないため、この先2~3か月先も身の回りの景気は変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・引き合いが続いているが、採算ベースまでにはもう少し必要である。次の四半期まで気を抜かず営業活動の継続が必要となる。予断を許さない状況である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・景気の好転が望めないなか、消費を抑える傾向がしばらく続くともみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	・応募して入社する派遣社員がいても、育成に時間が掛かるため、しばらくは厳しい状況のまま変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	・案件増加の兆しが不透明である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・世の中の販売価格等が変わらない限り、景気に変化はない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	・客は関心があることや遊び以外は、何か買う時に熟慮して財布のひもが固くなるため、賃金と同様に遊ぶ時間が増えないと景気は早々に変化しない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・市場や提供商品など営業環境に変化がなく、芳しくない状況は続くとも認識している。新サービスのエリア追加を待っている (東京都)。

□	通信会社（管理担当）	・ B t o Cの手数料条件改定による変更点もあり、その影響を加味しても、状況に大きな変化はないものとみている（東京都）。
□	観光名所（職員）	・ ずっと横ばいで推移しており、減少も増加もなく、急激に増加するとは考えられない（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	・ 周辺地域でのイベント効果に期待しつつも、猛暑のなかでの人の動きに予測が付き、足踏み状態が続いていく。
□	競輪場（職員）	・ 遊びとしての質を、来場する客よりもインターネットでの客に集中しなければならないところがある。好調な企画を打っていても、肝心のインターネット側を使いやすいものに変更しなければ、状況は変わらない。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・ 新型コロナウイルス感染症の第11波と言われ始めていることが不安材料である（東京都）。
□	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・ 米国大統領選挙の行方が不透明である（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・ 株安や為替変動による景気への一時的な影響は考えられるが、引き続き外国人観光客の動きは活発であり、景気に左右されやすいレジャー関連消費への影響は限定的とみている（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が完全に終息するまでは景気は良くならない。
□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・ 円安、個人消費の伸び悩みなどプラスの材料が乏しい（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・ 今、非常に困っていることは、過去最高の受注数ではあるものの、その仕事をこなす社員がいないことである。そのために、客に納品の関係で大変な迷惑を掛けている。仕事が増えているが、対応できないことが非常にマイナスになっている。
□	設計事務所（経営者）	・ 受注状況に変化はない。民間に期待は持てないため、当分現状のまままで推移する見込みである。
□	住宅販売会社（従業員）	・ 客の来場はかなり減っているものの、展示場から別の情報ルートでの拡大を積極的に進めている。新商品の発売も控えているため、景気は悪いなりに底堅く推移するのではないかと。
□	住宅販売会社（従業員）	・ 今後の受注は横ばいとみている。
▲	一般小売店 [家電]（経理担当）	・ 今の忙しさは猛暑によるところが大きいと、秋口には収まる。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・ 良くなる要素が見当たらない。
▲	百貨店（総務担当）	・ 新型コロナウイルス感染症の5類移行による反動が一巡したこともあり、国内客の売上の伸びが食品中心に落ち着いてきている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・ 為替の影響により、輸入食材の値上げは今後も継続することが予想される。また、国内についても人件費増加による価格への転嫁が続く（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・ インバウンドは、足元では弱含みの兆候が出てきており、円高反転リスクも懸念されるなか、国内消費の回復が見通せないことから、現状よりもやや悪くなるとみている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・ 当社は食品スーパーである。競合店ができたこともあるが、長きにわたり来客数が減少し、1人当たりの買上点数も減っている。商品単価は上がっているが、売上は減少している。販売経費は増加しており、営業赤字の状態である。過疎地域でもあり、可処分所得が増えないことには、この傾向は変わらない。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・ 9月以降の大幅な値上げが決まっており、節約志向は更に高まる。
▲	コンビニ（経営者）	・ 現在のような天候不順が続くと、来客数の減少を止められない。ましてや時給の大幅アップが予定されているなか、経営環境の悪化は避けられそうにない。

▲	コンビニ（経営者）	・夏が過ぎて、夏の売れ筋商品が売れなくなり、それに替わる物が売れるという予測がつかないくらい、他の商材が売れていない。
▲	コンビニ（経営者）	・店舗は、基本的には余りインバウンドと関係のない住宅地若しくはロードサイドにある。このあたりは、まだ来客数が戻らないというよりは、物価が上がっているなかで賃金が上がっていないため、来店頻度が下がっているのではないかと。店としても苦しい状況である。
▲	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で、繊維関連産業では原材料価格が上がっている。いろいろな商材で、コロナ禍で静かであったものが正常化しつつあるが、急には戻らないため、納期等が遅れ、価格も上がっており、非常に困っている。加えて、職人の廃業や転職により、特に縫製の人手が不足しているため、今後どうなるのか注視している。
▲	衣料品専門店（統括）	・暑さが続き、秋物需要に影響があるとみている。
▲	衣料品専門店（従業員）	・ここ最近、新型コロナウイルスの新規感染者数が多くなっていることに加え、今年も猛暑が続くと予想されるため、景気に悪い影響があるとみている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・お盆休みも入るため、世の中のスピードが減速する（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・新型車効果が薄れたこともあり、客の購入意欲が低下している。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	・高値水準が続く限り、買い控えが続くとみている（東京都）。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・賃金上昇が物価上昇に追い付かず、家計が厳しくなっている（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・個人利用は法人利用に対して芳しくない。依然として商材の値上がりが続いており、物価上昇のあおりを受けて動きが鈍いことがうかがえる。明るい材料に乏しく、景気の後退が予想される（東京都）。
▲	タクシー運転手	・物価の上昇はとどまるところを知らない。新型コロナウイルス感染症があちこちでまた増えてきており、検査や治療薬の自己負担もある。世の中に良いことがほとんどないため、かなり厳しくなる。
▲	タクシー運転手	・今の利用客の増加は暑さに起因しているため、2～3か月先に暑さが落ち着くと、売上も落ち着く。肝心の景気が良くなっているという実感は余りない（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・気温が下がれば、乗客がタクシーに乗らなくなる。1番の稼ぎ時にはライドシェアがおり、乗客の取り合いになる。
▲	通信会社（経営者）	・受注額をなかなか上げてもらえない。
▲	通信会社（社員）	・円安に陰りがあり、米国大統領選挙に翻弄される株式市場など不確定要素が大きい。勤労者の夏休み消費が落ち着き、消費は縮小傾向に向かうのではないかと（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・原価が高騰しており、値上げしたいところであるが、売上は横ばいで、他社も価格を据え置いていることから、利益の減少傾向は続く（東京都）。
▲	その他サービス [学習塾]（経営者）	・夏期講習を申し込まない生徒に聞くと、物価上昇により教育費を少し削らなければいけないという話が多数出ているため、悪くなる。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・想像以上の景気が期待できない。
▲	その他サービス [学習塾]（経営者）	・来客数などから少しずつ回復している感があるが、人手不足など他の要因も含めて依然として難しい状況である。
▲	設計事務所（所長）	・仕事はあるものの、物価高でなかなか決まらない状況である。
▲	設計事務所（職員）	・社会的背景が好転しない限り、徐々に悪くなる（東京都）。
▲	その他住宅 [住宅資材]（営業）	・例年であれば下期の建材需要期に向けた物件情報が出てくる時期であるが、そういった話が乏しい（東京都）。
×	一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	・円安が進み170円台になった際には、信用金庫などの預金が封鎖されるのではないかと不安である。
×	衣料品専門店（店長）	・物流コストや人件費が急上昇した分を価格に転嫁したいところだが、スムーズに進んでいない。

	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいで推移する。
	×	ゴルフ場（経営者）	・最低賃金の引上げを控えており、賃金上昇圧力も強まるため、更なる利益圧迫が見込まれる。中小零細企業では人材不足に拍車が掛かることは必至であり、景気が良くなるイメージが全くない。
	×	ゴルフ場（従業員）	・夏から秋にかけて、猛暑だけでなく、特に河川敷ゴルフ場は台風による冠水被害のリスクを背負う。気候変動により台風の規模が大きくなり、甚大な被害が懸念される。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・今後求められる省エネ商材や工事を大幅に省力化できる合理化機器の発売を予定している（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・7月の昇給が前年よりも良く、受注件数も多くなっている。
	◎	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注の動きからみて良くなる（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・秋はイベント等が多くあり、人出も多くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年10月から受注量が増えるので、今よりは良くなる（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・足元の受注量は落ちているが、この先は回復すると見込んでいる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・複数の取引先から受注量の増加見通しを開いているため、やや良くなると考えているが、飽くまでも希望的観測であり、実際のところは何ともいえない。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体の大口価格が徐々に上昇しており、受注量も順調に伸びる見通しのため、景気への影響も出てくると予想している。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在の受注状況等に鑑みると、当面、自動車メーカーは高水準での生産が続くものと予想されるため、景気は良くなる。
	○	建設業（従業員）	・やや良くなるという回答は、飽くまでも希望である。円安も少しは落ち着いたとみられるが、物価の上昇はまだこれからも続くとみており、先行きが不安なことには変わりはない。いつまで続くのか最も不安なことである。
	○	金融業（営業担当）	・受注推移等、今後の先行きについては、ある程度の復調を見込んでいる企業が多い。しかし、一時の材料コスト、人件費の高騰の流れから収益性が落ちている企業も多く、厳しい資金繰りに言及する経営者も多いため、楽観視できない状況が続く。
	○	税理士	・株価が高値で安定し、円安に一定のめどが付けば、景気は上向きを維持できる。米国大統領選挙で日本に不利な発言などが出てくると怪しい。天候不順による産業への悪影響は懸念材料である。
	□	食料品製造業（経営者）	・落ち着いた状態になっているが、この先どうなるかはよく分からない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の納入の仕事は、スタンプのゴム印は長い目でみると下り坂だが、今回は会社設立印の注文が6本あった。通常は2～3本くらいなので、法人の会社設立関係はやや上向きだが、ゴム印は見向きもされないの、相殺されて変わらないという見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・国内外の受注量に大きな変化はなく、安定している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料等、値上げの方向はやや落ち着いてきているが、まだ値上げは続くとみているため、景気が良くなるかどうかははっきり分からない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器は新型コロナウイルス終息後に新企画が動き出しており順調だが、化粧品容器に関しては全く上昇気配がない。化粧品に勢いがつけば一気に利益が出ると見込んでいる。	
□	金属製品製造業（経営者）	・国内は、業績に見合わない賃上げにより、中小企業の業績が下がるかとみている。世界経済は、米国や欧州向けの輸出が減っているため、生産数が伸びてこない。	
□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・猛暑、新型コロナウイルス感染症の拡大により来店頻度が低下している（東京都）。	
□	建設業（経営者）	・物価はどんどん上がっていくが、賃金が余り上がらない。このままの状態だと、景気は大して良くはならず、逆に大きく悪くなったかもしれない。	

<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・売上減少、経費増加の要因がみえてこないため、現状が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出は全くない。今後もこの状態が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・当面変わらない見通しだが、下振れリスクがある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・小売業やサービス業など価格転嫁が比較的難しい業種のなかでも、イベント関連の受注が増えて売上増加を見込んでいるとか円安によるインバウンド需要によって商店街に活気が戻ってきた、といった前向きな声が多くなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・中小企業は円安による資材高騰に苦しめられているが、売値、卸値は全く上がっていないため、厳しい状況が続いており、従業員の賃金やボーナスを上げることができずにいる。従業員は物価高の影響をまともに受けるなかで賃金が上がらず、苦しい生活が続いている。そうしたことから、今のところ経済の上昇は見込めない。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・実質賃金が低下し、消費行動を控えるとみている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・暑さとともに新型コロナウイルスの新規感染者数も増えている。負けないように頑張りたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・駅近のテナントビルでも空室が目立っている。当ビルでも引き合いが少なく、この状況が続きそうで気掛かりである。新たに起業するための環境が良くないとの見方が多い。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・空室率の改善により営業収入は増えるものの、資材価格の高騰、人手不足、人件費アップはこの先も続くともみられ、建物の維持管理費の上昇は避けられないため、身の回りの景気は現状維持である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・社員を募集しても、なかなか集まらない。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・状況を改善しようという試みはそれなりにあるが、好転しないのはまだ不足しているということかもしれない。いずれにしても、当社を取り巻く環境の改善に期待するような他力本願ではいけないことは確かである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	・会計事務所なので中小企業の立場をみているが、飲食店、製造業などは原材料高、人手不足、最低賃金の上昇などにより、全般的に景気が悪い。やはり、中国やアジア等の安価な製品が入ってきて、大手小売業や飲食店等も含めて皆やや厳しくなっている（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	・物価高の傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・良い材料がない。下請の取引価格の見直しが政府等から指示されているが、現実的には効果はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・工場稼働率等が回復しつつある取引先もあるものの、廃業、移転、統合等の動向も目立ってきており、不透明な状態は変わらず続く予想している。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の動向に影響を受けやすいため、米国大統領選挙までは大きく動かないのではないかと（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年より数回の値上げでクライアントも疲弊しており、交渉で理解を得ることが厳しい。他社との見積合せ等により受注に至らないケースも見受けられる。
<input checked="" type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・良くも悪くもないのではないかと。製造原価における原材料費の価格転嫁はできてきているものの、最低賃金、電力などの固定費が認められない。また、支払期日の60日ルールが11月より始まるが、罰則規定がないため取引先に守ってもらえずに、先に当社が支払えばキャッシュフローが悪化することが予測される。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・金利が上がりがち、返済が苦しくなってくる場所もあるのではないかと。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・現状の打合せ物件数と3か月前の物件数を比較してみると、現状の方が少ない。要因としては、資材価格の高騰による設備投資の減少が影響していると考えられるため、資材価格の高騰が継続している現状を踏まれば、3か月後はやや悪くなる。

	▲	金融業（総務担当）	・原材料、燃料費の高騰の影響があり、ここにきて最低賃金上げは良いのだが、所得制限者は労働時間が減るだけで収入は変わらない。また、事業者にとっては経費の増加につながる。消費者は値上げラッシュにより買い控え傾向にある。今後も燃料費の高騰や円安、更なる値上げが続き、賃金上昇分では賄い切れないことを考えると、消費は減少傾向になる。取引先の融資延滞も増加傾向にあることから、景気はやや悪化に向かう（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・クライアントからの大型プロモーションの宣伝受注が少ない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金が上がる分、利益を圧迫する（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・短期的にはそれなりに受注量はあるが、秋以降の案件が例年以上に少ない。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・例年秋以降は派遣市場において求人数、求職者数の増加が見込まれる時期となるため、特殊要因がない場合は例年どおり求人数、求職者数が増加する。現時点で派遣市場の動きが変動するような特殊要因は発生していない（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・特に不安になる要素がなければ、少しずつ良くなっていくのではないかと（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・改善の見込みが立たない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・慢性的に供給力が不足している（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・夏休みに向けてイベント関連のスタッフ求人が増加しているが、求人数は例年と変わらない。倉庫内作業員、フォークリフト人員についても例年並みである。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数、採用者数等の推移より、全体としてはおおむね横ばいの推移が見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・社員の残業時間削減策や休暇対策として、派遣社員の短期活用も増えており、業績は堅調に推移する見込みである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業ではエンジニア不足が継続しており、当面ニーズの低下は見込まれないため、現状維持とみている（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・景気対策に打つ手がなく、政府は最低賃金の更なる引上げを予定しており、ますます大手企業と中小零細企業との労務環境格差が増す。中小零細企業の労働賃金が上がらなければ、消費など内需が活発になることはない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・労働人口が増えていない状況では、いかに効率よく仕事をAIに置き換えていくかがとても重要である。採用ができない業種は本当に大変である。媒体というよりも、その仕事でその作業量や条件は適正なのか。それらを冷静に考えるとおのずと答えは出る。採用ができなくて景気が向上しないというならば、それなりの対策を講じる必要がある。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・何かが変化したということもなく、兆しや前触れがない。
	□	職業安定所（職員）	・7月の新規求人数は前月と比べて増加傾向にあるものの、持ち直しの動きには弱さがみられる。
	□	職業安定所（職員）	・物価高により生活が苦しくなっているとの話が求職者から多く聞かれる。物価の上昇に収入が追いついていない。
	□	職業安定所（職員）	・直近の動きでは求職者数、求人数共に前年同期と比較して横ばい傾向であり、企業等からの声にも先行きに大きな変動の兆候はみられないため、当面は現状のまま変わらない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・賃金は上昇しているものの、物価上昇がそれを上回っている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業業績は全般的に悪くはないが、求人に対する条件が厳しく、なかなかうまく求職者とマッチングしない（東京都）。
▲	人材派遣会社（経営者）	・人材を確保するためには、賃金上げのみならず、同時に労働環境を改善したり、悪いイメージを払拭することも必要である。こうした対策を講じない企業は人手不足で企業経営にも影響が及ぶ。	
▲	人材派遣会社（社員）	・景気の良い分野と悪い分野のうち、自分により身近なのは悪い分野の方である（東京都）。	

	▲	職業安定所（職員）	・電気、ガス、ガソリン、食材等の価格上昇が止まらない。賃金も上がらない。輸入系企業の倒産、閉鎖など、マイナス要因しか聞こえてこず、プラス要因がない。
	×	—	—