

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	・クレジットカードの取扱高は相変わらず堅調で、前年同月並みが続いている。イベントへのレスポンスも良く、Webの閲覧回数や問合せ数の伸びも続いている。インバウンドも良く、週末を中心に街に来ている外国人が多くなっているというアンケートの結果も出ている（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・インバウンドにより前年同期と比較して来客数、買上客数が大きく伸びている（東京都）。
	◎	乗用車販売店（総務担当）	それ以外	・中古車市況が好調であり、サービスも確実に入庫を獲得している。
	◎	高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・人員の量と質を確保するため、サービス料の引上げを行ったが、抵抗なく客に受け入れられていることから、物価上昇への地ならしができているとみられる（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・例年8月はエアコンの売上が落ちるが、今年はハウジングエアコンの問合せが多く、工事が間に合っていない。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・今夏の暑さでエアコンが動いている。祭りなどのイベント関係も復活してきたので、それに伴う電気工事などの依頼も増えている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・祭事が復活し、客が戻ってきている。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・売上、来客数共に前年より増加しているが、経費も増加しており、利益は多くはない。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・猛暑続きと地震、台風の影響で不安が広がり、食品では米、水のまとめ買いがみられる。夏休み期間中、インバウンドは引き続き好調で、グループでのレストラン利用が増加している。猛暑の影響で秋物の動きは鈍い（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・少し状況が落ち着いたのか、僅かだが来客数が増加傾向にある（東京都）。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・来客数が増えていることと、値上げによる1品単価の上昇により、売上が伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は減少しているが、予約が多いため、売上は多少増加している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数やや増えている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月に続き8月も天候の良い日が続き、日中は来客数が減るものの、朝晩は好調が続いている。売上も前年より若干良い。お盆の時期もそれほど落ち込まずに済んでいる（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・直近はレジャーやイベントが活発で、来客数が伸びている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は前年比110%を計上している。客単価は変わらないものの、来客数が伸びている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・店舗周辺のイベントが前年より多くあることから、来客数、単価共に伸びている。不安定な天候によって雨具の売行きに伴う単価上昇傾向がみられる（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・8月は、当社の主軸である着物事業のうち、新規客のパロメーターとなる浴衣の売上が前年比114%と好調に推移している。もう一方の主軸であるドレス事業においては、ステージドレスの需要が堅調に伸びたことにより全社の売上を底上げしている。懸念事項は、月末の台風の影響により出店先が閉館になること等である（東京都）。	

○	家電量販店（店長）	単価の動き	・販売単価の上昇がみられるようになってきた。僅かではあるが単価が上がり、売上にも良い影響が出ている。以前は値上がりに対して強い抵抗感があったが、最近は仕方ないという感じで受け止めてもらえる雰囲気がある。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の受注が増えており、販売量も増加している。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	単価の動き	・仕入価格の上昇に伴う値上げを数回したこともあるが、客単価が全体的に上昇している。高価格帯の商材の販売が増加している（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	・ショッピングセンター全体では前年並みの売上を確保できている。また、来場者数も実質的に増加している。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今夏は猛暑日が多いが、人々はその暑さに少し慣れたのか、料飲部門の売上、来客数共に7月より増えている。ただし、売上が伸びたといっても、ちょうど7月の減少分がばん回できた程度である。
○	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類に移行して以降、余り変化がみられない。景気は上向きである（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・雇用の募集などをみると、時給が上がっているようである。それに伴い賃上げを希望する従業員も増えている。景気が良いのか、人材不足により賃金を上げるところが増えているのかははっきりしないが、物価が上がり、賃金も上がることで景気も上向いてくるのではないかと（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前々年度、前年度の管理費、単価交渉の成果が実り、原材料価格及び人件費の高騰を価格転嫁で吸収できたため、業績は好調に推移している（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・8月は夏休みということもあり、近隣の大型コンベンション施設でのイベントがかなり戻ってきている。6～7月が底で、8月は宿泊を中心に売上が上がっている。また、宴会物件も8月の割に比較的多く入っている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・夏休みということもあって家族連れの宿泊が多く、猛暑でインドアプールの利用は制限をしなければならない状況となっている。インパウンドの比率も徐々に上昇しており、単価上昇に貢献している。レストランも昼を中心に満席の日も出ており、景気回復をやや実感している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏休み期間ということで、レジャー目的の需要があり、高単価の販売で推移し、記録的な売上となっている。
○	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・子供の夏休みに入っているが、最近はゲリラ豪雨や雷が多く、遠くへ出掛けるよりは近場で家族皆で楽しめるようにと、やや値の張る料理店へ行くなどしている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・まだまだ暑い日が続いている。近距離利用の客も増えている。朝から夕方、終電までの利用は非常に多い一方で、深夜は少ない。いつしか真逆になったようである。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・8月になり猛暑が続いたということもあり、利用客が増えている。この状況が続くと良い（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・例年どおり猛暑の影響で2～3か月前と比べて近距離の客が増えている。場所によってはタクシー待ちの列もある（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・ゲリラ豪雨など急な雨が降ると、一時的に乗客が増える。また、前年11月の料金改定による増収も後押しをしている。
○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・10月以降の案件情報が増えてきている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・夏季休暇中ということもあり、各種需要が伸びている（東京都）。

○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・7～8月にかけて近隣に1万人規模のスポーツ施設がオープンした。この期間に周辺地域でのイベント開催が増え、集客と売上増加に貢献している。
○	競輪場（職員）	来客数の動き	・夏休みイベントは成功し、最大限の集客につながり、数字的にも悪くない。しかし、集客数の割に飲食の数字は伸びておらず、財布のひもは固くなっている。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・他のチェーンや当地区のボウリング場も良い（東京都）。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	お客様の様子	・夜間の稼働が増え、終電を気にせず楽しんでいる客が多くなっている。帰る際にタクシーで移動している光景も多く見受けられる（東京都）。
○	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	販売量の動き	・近隣でイベントがあると、若年層を中心に売上が伸びる。
○	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・5～7月と営業活動からの受注が多く取れ、現在、仕事の進展がうまくいかずに困っているくらいである。社員数が少ないのが欠点かもしれないが、頑張っている。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しい案件が入ってきている。
○	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。インバウンドを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、インバウンドが増えてきているため、これからホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業の方は、材料費などがかなり高騰しており、公共工事を含め、スムーズに受注ができなくなっている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は猛暑と幾つも台風が発生したことで、外出や買物をしようという客の意識がかなり弱くなってしまっている。自然現象なので仕方がないが、早く暑さが落ち着き、台風がもう少し減ってくれると有り難い。そのようなことから、努力はしているものの、なかなか思うようにいっていない。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	販売量の動き	・景気が良いか悪いかでいえば、我々の業界は悪い。ただし、専門店の良さを出していくことによって、客に買ってもらおう努力をしている。今後も悪いままで変わらない（東京都）。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・路面店のため、猛暑で客が足を向けてくれず、来客数が低迷している。
□	一般小売店 [米穀]（経営者）	お客様の様子	・商品の選択についての客の志向が、価格と質とに分かれている（東京都）。
□	一般小売店 [文房具]（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響によって売上が左右された1か月である。インバウンドの来店もこの2～3か月は良かったが、気温が35度前後の日は大幅に落ちてしまい、売上としては横ばいである（東京都）。
□	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	来客数の動き	・夏は来客数も増えて、1年を通じて売上も伸びるが、今年は猛暑もあって来客数が鈍っている。円安の影響で仕入価格が高騰しているが、それを販売価格になかなか転嫁できずにいる。かといって、給料を上げないと社員が給料の高い他社に行ってしまうという恐れもあり、渋々上げたものの、なかなか成果が出ない。正直なところ厳しい。
□	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	お客様の様子	・今月は外商において大きな案件があり、売上が大変伸びる要因になっている。店頭も前年より良い状況になっている。これは、SNSなどでいろいろと仕掛けをした結果で、客も相当来店してくれている。ただし、天候があまりにも暑かったこともあって、それほど大幅に増加はしていない。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・前にも言ったが当社はボーナスもなく売上も良いわけではない。社員もひたすら我慢して働いているが、どこまで辛抱できるか分からない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（総務担当）	販売量の動き	・売上減少に歯止めがかからない。物価高が続いたことで、消費者が支出の見直しを行い、無料サービスで代用できるものにシフトしている。今は無料サービスも多く、わざわざお金を払ってまで書籍を購入しようとする消費者は減っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・6月以降、前年比2けたの伸びを示していたが、8月の南海トラフ地震臨時情報発表や台風7号などの自然災害、猛暑日が続くことにより、来街者及び客の購入行動に影響が出ている。全体的な売上は前年比5ポイント増加となったものの、カテゴリー別でみると食料品関連は今年初めて前年を割っている。高額品は前年を捉えているものの、伸び率は縮小している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月も、訪日外国人による特選ブランドへの購買行動が活発であることに加え、婦人服や食料品などの動きも堅調であり、客の消費行動自体は悪くはない。しかし、月末にかけての悪天候による影響も大きく、足元の不安定さもある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・多くの売上シェアを占める国内客の消費に大きな変化がなく、インバウンドの消費動向にも変化はないが、前期ほどの消費の力強さがなく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドと高額品は相変わらず好調に推移しているが、それ以外は特に変化はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月はイベント開催により来客数が増加している。売上は前年を超えて推移しているものの、来客数、購入点数共に前年を下回っており、客の買物に慎重な姿勢は継続している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・リニューアルをした複合商業施設内の店舗については、アニメやキャラクターグッズなどのインバウンド需要に加え、飲食ニーズが高く、客単価も高い。さらに、店舗のある施設が水族館やイベントで家族連れを吸引し、好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・円高などが為替による影響もあり、インバウンドの販売量は減少基調にある。一方、国内客への販売量は安定的に推移しており、全体では大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・ほぼ前年並みで推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前まではある程度順調にきて、7月はやや落ちたものの、今月はまた盛り返しているため、変わらない。特に、お盆商戦がまずまずだったので、それが数字を押し上げている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・残暑により夏物商材が順調に売れているが、拍車を掛けるように米と水の売行きが伸びている。特に、米は新米への切替えもあり提供数量が減っているが、ニュース等の追い打ちにより、納品されると2～3時間程度で売り切れてしまう。
<input type="checkbox"/>	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ものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・地震、台風による備えた買いだめで消費が回っている。買上点数が大幅に増加している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・依然として商材の単価が上がり続けている。この夏の暑さで季節商材が稼働しているにもかかわらず、トータルでは販売量が伸び悩んでいる。来客数も暑さのために伸び悩んでおり、相殺されている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・地震、台風による備蓄意識の高まりと米の品薄で、来店頻度が増えている。備蓄関連商材の動向が良く、米は納品と同時に売り切れとなる状態である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	来客数の動き	・競合店閉店の影響で、来年までは当店の業績は1割以上伸びる。直近では地震や台風の影響による買いだめ特需があったものの、全社的には横ばいである（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・お盆が終わり、財布のひもが固くなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・猛暑に大雨と天候不順が続いているが、近場で買物する人が増加しており、総菜、中食の売上が増えている。結果的に売上、来客数に変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・買上点数が減り、客単価が20%くらい低下している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・猛暑の影響で、飲料類を中心に高い販売量を誇っている。前年を上回る実績で推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・天候不順や震災への注意喚起などにより、売上が上がるべきところで上がり切れていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はみられない。夏休みの時期ということもあり、ふだんとは少し違うかもしれないが、販売量に大きく影響を与える様子はなく、良くも悪くもないといったところである。世の中の景気は決して良いとはいえない雰囲気だが、普通に生活する分には問題ないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・猛暑のため、日中に人が出てこない。売上も伸びない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・猛暑日が続き、来客数は多いが、買物には慎重な客も多い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・8月に入り、お盆明け以降も猛暑が続くなか、国内消費が前年を割る水準で推移している。消費疲れか、財布のひもが固くなりつつある（東京都）。
<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。客の来場は結構あるものの、なかなか成約してもらえない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価が上昇している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量に大きな差はなく、新型車種も想定以上には達していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・単価の動きを選択したが、新車購入の際のオプションについて、客が少しでも単価を下げようとするためにオプション購入が減っている。新車価格はなかなか上げられないため、オプション単価を少しでも上げて利益を取ろうという算段があったのだが、それがなかなかできない状況であり、景気は良くない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	単価の動き	・猛暑の影響もあるが、商材の値上げ続きで大変厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・8月は2019年と比べて売上109.8%、来客数79.1%、客単価138.9%となっており、来客数の減少分を客単価でカバーしている。客単価の上昇は原材料価格の高騰に伴う値上げによるもので、実質的な利益につながっているものではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	お客様の様子	・例年8月は夏休みもあり、年間でも法人需要が減る時期である。また、全体的には物価高、社会情勢により出費を抑える傾向もある。一方、富裕層や、予算やオケーションのあるクライアントからの受注は、イベント機会の増加により継続傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑にもかかわらず、近隣のホテル、民泊は外国人観光客であふれ返っている。一方、同業各店の来客数の伸びは横ばいである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、インバウンドが多少増えたような気はするが、売上の伸びには余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ランチタイムは皆仕方なく来店するが、夜に動いている人はほぼみられない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は1週間の夏季休業をした。夏休みの影響か家族連れが多く、8月の暑いなかにもかかわらず、来客数は落ちていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客入りには波があり、忙しい日と暇な日がはっきり分かれている（東京都）。

□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・8月は他のレジャーに掛ける費用が多くなることと、家族で出掛ける機会が多くなるため、当店の様な居酒屋は来客数が減る傾向にあり、売上が芳しくない（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年比105%ほどで推移している。天候不順が続き、客が外出を控えている（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・物価高を織り込んだ団体旅行が定着してきている。
□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・商談中の案件が、受注まで時間が掛かり、販売量が増加傾向に至っていないため、変わらない状況にある（東京都）。
□	通信会社（社員）	お客様の様子	・CMの引き合いが、夏枯れの時期との理由でストップしている。極端な暑さが行動に影響するのか、特定の業界に停滞ムードが出ている（東京都）。
□	通信会社（社員）	お客様の様子	・総じて変化がみられない。新商品を投入しても響く層は一定止まりで、良いサービスを選択する動きは限定的である。最低ラインの商品、サービスを継続する層が大半である。パリオリンピック景気を期待したものの、視聴者もスポンサーも盛り上がりには欠け、売上に影響が出るレベルの動きはなかった（東京都）。
□	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビやインターネットの契約実績が、前年同月比やここ数か月の推移トレンドと変わっていない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限のサービスを選択する傾向は変わらない。
□	通信会社（経理担当）	それ以外	・必要だとみると意外とすんなりと購買を決める。その逆もある。
□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・加入者数は引き続き堅調に推移しているものの、解約者数が突然増加している。一過性のものと判断しているが、要注意である（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・新商材である高速通信サービスの新エリアへの投入が待たれる。エリアの展開を待つ間、競合他社との競争で販売量、顧客数維持の難易度が上がっている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・法人ビジネスは堅調だが、個人向けは来客数、売上共に減少している。法人でプラスになる分、個人がマイナスで、結果として変化は少ない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・夏季休暇の影響により、稼働が減少している（東京都）。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・実績が前年とほぼ同じで変わらない（東京都）。
□	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・接客時に時事ネタを話すことが多いが、良くも悪くもない、普通と答える客が多い。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	単価の動き	・来客数、単価共に3か月前と大きな変化はない。ただし、暑さの影響により屋外施設の集客は鈍化している（東京都）。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑のためか、来店頻度が鈍っているような気がする。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・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	・新規案件はないが、長期の継続案件があるため、特に景況の変化はない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築アパートを販売しているが、客の動きに特別変化はみられない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・毎回変わらない回答になってしまうが、状況は変わらず厳しい。
▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・国内客の購買額の伸びが落ちてきたことに加え、昨今の地震の影響もあってか、外国人の来店が少なくなっている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンド需要が若干弱含みになってきて、先行きが不透明になりつつある（東京都）。

▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・台風の影響で人の動きが大きく鈍化している。累計実績でインバウンドを除く一部カテゴリーは前年比マイナスで推移している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・売上は前年並みを確保しているものの、猛暑や台風など天候の影響も大きく、また、地震による心理的な影響もみられ、目標には届いていない。都心店のようなインバウンドや高額品需要の少ない郊外店は厳しい。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・台風の影響がある（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・これまで順調だった富裕層の需要が、直近の円高傾向や株価の乱高下に伴い、下降傾向にある。
▲	百貨店（店長）	お客様の様子	・夏休み期間を通して来客数の横ばい、買上点数の減少が継続しており大きな変化はないが、美容関連のサービステナントは来店頻度が落ちており、食料品等必要な物への支出が優先されている傾向がうかがえる。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・1人当たりの購入点数が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・スイーツなどが値上がりしたため、今までよりかなり販売量が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・株価の乱高下や物価高の影響があり、買上点数、来客数共に前年に追いついていない状況が続いている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前々月、前月共に前年を上回る売上で、景気は良くなるのではないかとみていたが、今月はゲリラ豪雨や台風、猛暑の影響があり、前年を割る予想である。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・8月上旬は前年を大きく超えたが、下旬以降は天候不順で売上、来客数共に落ち込んでいる。そのため、月全体では3%程度の落ち込みになっている。
▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・仕事につながると考えいろいろ取り組んでいるが、想定ほど成果につながっていない。
▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・夏物需要で来客数は伸びているものの、暑さのため重衣料の買上客数が減少している。また、後半の台風により客足が伸びず、来客数に苦戦している。
▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・まだまだ続く猛暑が大きく売上に響いている。日中は来客数が大幅に減少している。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売台数が減ってきている。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・まだまだコロナ禍が続いているため、気を付けている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	競争相手の様子	・物価の上昇が収まらず、生活費は増加する一方である（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年8月は暑さが厳しいため、客入りが少なくなり、店舗の売上も3か月前と比べて減っている。ケータリングはほとんどないため、その分売上がマイナスになり、かなり厳しくなっている。ただし、毎年のことなので、仕方ない。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・元々良くなかったが、今年は例年と比べて台風が多く、予約のキャンセルが多い。航空機が運休となるとキャンセル料が取れないので、売上、利益は減る一方である（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・円安や猛暑の影響で買物の機会が減っている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客がより低価格のサービスプランへの移行を希望するケースが増加している。
▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・当社の場合、競合他社の価格等の兼ね合いで契約者数が減る可能性があるため、物価高にもかかわらず値上げもできない。かつ賃上げをしたので、会社の景気としては良くない（東京都）。

	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフ場にとって、気候変動の影響は大きい。猛暑に続き、台風シーズンもある。被害が従前より甚大であることに加え、線状降水帯という突発的に起こる豪雨被害等、気候変動による影響を6月頃から長期間大きく受けている。
	▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・材料単価が日ごとに値上がりしている。工事費用にも直結するため、簡単な改修工事においても、注文者からなぜそれほど高いのかと聞かれている（東京都）。
	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・飽くまでも感覚的なものだが、活気がない（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90%となり、どちらともいえないが、3か月前と比べると約80%であり、やや悪くなっている。今年のお盆休みは9連休を取る会社も多く、集客や商談のチャンスがあったはずだが、暑過ぎて展示場への来場者数や商談数は非常に低迷した。落ち着いて家を検討できる余裕がなかったのかもしれない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・今は繁忙期ではないとはいえ、例年以下の建築資材需要が続いている（東京都）。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・本当に暑い夏で、切り花も鉢花もすぐに駄目になってしまうので、とても苦勞している。市場に行っても、出荷量が少ない割に仕入れが高く、店に持って帰ってきても売れないので本当に大変である。仕入れる数を少なくするなど、赤字を出さずにやりくりして何とかしのいでいる（東京都）。
	×	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・改装工事に伴うフロア減少に加え、月末の天候不順により来客数が前年と比較して大きく落ち込み、全てのカテゴリーにおいて売上が想定を大きく下回っている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇により車両金額が上がり、金利も上がっているため、来客数が少ない（東京都）。
	×	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・法人利用が高い施設柄、夏季はどうしても利用頻度が下がるため、仕方ない側面がある（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響により来場者数が前年比94%、客単価は96%で推移している。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・今夏の異常な暑さは集客に大きく影響し、3か月前と比べると24%も来場者数が減少しており、非常に苦しい。また、台風の影響で営業できない日があったりと、天候面で2重苦を強いられている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・暑さにより、高齢者層に限らず幅広い年齢層で酷暑下のプレーを忌避する動きが顕著であり、これにゲリラ豪雨が重なり、稼働率は年間で最も低い水準にある。これに加え、夏季は暑さ指数が33を超える場合にゴルフプレーの制限を行っており、プレー中断リスクもあって、集客の余地は乏しい。従前より、物価上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きは増しており、プレー料金が割高となるビジター来場が大きく落ち込み、レストランも高額商品の販売伸び悩みが続いている。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。
企業動向関連	◎	*	*	*
(南関東)	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ建築関係の人手不足を解消する合理化機械の引き合いや受注が増えてきている（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは下請に対しても賃上げを促し、人件費負担増加分はメーカー側で負担するような仕組みを構築しようとしている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドが増加しており、宿泊需要は引き続き堅調である（東京都）。
	○	その他サービス〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件の受注により売上の増加が見込める。交通誘導警備に関しては相変わらず人手不足である。

<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小康状態にあるとみているが、長期的にはもう少し上がっていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注が低迷しており、この先の受注は予測できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減っていることもあるが、原材料費が値上がりしているにもかかわらず、価格転嫁ができていないことも要因である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・関連産業（経営者）	それ以外	・原材料価格の高騰、同業者との競合などの影響で、利益率が悪化している。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は夏休みもあり稼働日数も少なかったため、売上そのものは少なかったが、問合せや受注は相変わらずあるため、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・秋口より取引量が増えるとの話も来ているものの、そういった話は年中行事なので、実際にその時期になってみないと分からない。
<input type="checkbox"/>	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	・電子部品の大口価格は大きな変動なく安定している。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏季休暇がどこも1週間以上と長く、稼働日数が少ないため、受注量が少ない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価が上昇していくが、景気的には停滞気味で若干悪い。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格の高騰、人手不足が影響している。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調にできているものの、利益率は前年より低下する見込みである。材料や単価が上がり、客の予算に合わせるために利益が減少するからである。
<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は若干増えているが、燃料費の高騰が続いているため、厳しい。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経理担当）	それ以外	・物流量は安定しているが、人件費の増加により利益が伸びない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期となり、仕事量が前月より増加し始めている。燃料価格の高騰は引き続きあるものの、売上、利益は前年より伸びている。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前期比で若干上回る状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・とにかく各企業が人手不足に悩まされている。1人確保するために掛かる費用が高額過ぎる。人材紹介会社の手数料の負担があまりにも重くなっているような気がする。
<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	取引先の様子	・信用金庫の取引先の様子だが、小売業では食品等の値上げがまだ続き、商品単価が上がってはいるものの、客単価は上がっていない。客は無駄な物は買わない。地震や台風の影響で、水や米が売れているが一過性のものである。飲食業は新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っているが、人手不足と賃金上昇で利益はさほど上がっていない。運送業は燃料費の高騰と人手不足が深刻で厳しい。不動産業では、ここに来て金利上昇傾向にあるため、住宅ローンを組む客はかなり慎重に購入している。来客数も前年より減ってきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引ウエイトの大きい地元製造業においては、ここしばらく続いた受注減少に底打ち感がみられる。低位安定で決して業績の良い状態ではないものの、じりじりと売上が萎んでいく状況からは脱しつつある。しかし、市中金利の上昇を受け、資金繰り的には各企業より悪化が懸念されるとの意見が多い。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気はなかなか上向かない。（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・テナントの入退去が全くない状況で、景況感も変わっていない。物販店舗の売上も直近3か月はほとんど変わっていない（東京都）。

	□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎの商店街の飲食店について、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて、どの店も満杯になっておらず、全体的に客足がまだ戻っていない（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	・小売業、サービス業でも客が価格にシビアになっている。
	□	税理士	取引先の様子	・円安が少し落ち着いてきたものの、株価は乱高下が続く、落ち着かない。台風10号の影響で夏休み最後の1週間は物流や人流が大幅に滞った。南海トラフ地震臨時情報と重なり、物価も上昇し、米や水の品薄状態が続いている。景気に関しては良くも悪くもなっていない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業については、人件費増加分の価格転嫁ができないため、相変わらず厳しい収益環境にある。受注が増加しても回復にはつながらない（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	・取引先工場等の稼働率には回復がみられるが、価格競争も激しく、受注量が伸び悩んでいる。
	□	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	・今年3月までに一部の値上げ交渉の進捗はあったが、4月以降はペンディング状態になっている（東京都）。
	□	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	それ以外	・飲食店に聞いたところ、良い日と悪い日があり、特に今は大雨や台風などの影響が大きくなっている（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暑さのために来客数が減っている。前年の猛暑より悪くなっている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器のクライアントは新企画の生産開始でモメンタムがみられるが、化粧品容器に関しては受注激減、新企画ゼロで、利益は生まれない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・北米や欧州向けを中心に、受注量が減少している。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・最近、近隣の食堂が続けて2店閉店し、外食の場がなくなってしまう。原材料価格の高騰、後継者不在等で営業継続が難しくなったためと聞いている。商店街の空洞化が進み、にぎわいが失われていくことが気掛かりである（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・値上げが難しく収益性が低下している。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先に飲食店が多いが、今夏は猛暑が続く、客足が遠のいて売上が下がっている。いろいろ呼び込みで対策しても難しい（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・イベント周りの受注件数は増えているものの、旧メディアでの広告発注が減少している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・お盆休みが長かったことが影響し、案件数が激減し、動きも鈍化している。
	×	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、名刺印刷などを行っている。問屋の支払は客からの注文の分だけになるが、通常15万円くらいのところ、6万4000円くらいしかなく、かなり悪い方向になっている。会社の設立は1つの社会の動きであるが、今月は1本しかなく、やはり3か月前と比べると少ない。通常8月は暇だが、前年同月比でみても売上が3分の2くらいに落ちているため、全体的に下向きである（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量というより問合せ自体が減っている。
雇用 関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・募集が多く、紹介手数料をたくさん支払っても人材を確保したいというニーズが増えている（東京都）。
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・穏やかながら、採用者数の伸びがみられる（東京都）。

○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・業務拡大のため、中途採用を当社及び周辺企業で多く行っている。また、新卒採用できなかった分を中途採用で補っているという話もよく耳にする（東京都）。
□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・今夏も観光業界は特にインバウンド消費が好調とのことである。
□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・求人、求職共に余り動きがない（東京都）。
□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・前月に引き続き、派遣依頼は前年を上回る受注数となっているが、他社との競争も激化しており、成約数は伸び悩んでいる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・派遣求人の背景としての事業拡大や繁忙の増員案件がさほどない。
□	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・採用できているかどうかは別として、求人数は増えている（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	求職者数の動き	・景気は悪くはないが良くもない。給与はなかなか増えない。最低賃金が毎年上がるものの、人々の生活は豊かになっているのだろうか。1企業の景気などは、経営努力によって大きく変わってくる。そこに世の中のトレンドや景況が加わって大きく売上が伸び、景気は良くなっているとみることもできるかもしれない。ただし、それは少数派で、世の中の大半の人が良いと実感できなければ、景気はぼんやりと悪いままになる。
□	職業安定所（職員）	それ以外	・窓口の状況として、物価高で生活に影響が出ている分、働いて収入を得たいという年金受給者の利用が増えている。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業績好調との企業の声を聞く一方、物価高や人件費高騰等の理由により不調という声も多く聞かれる。業種で見た場合、前者は情報通信業、後者は製造業や飲食サービス業等からの声が多い（東京都）。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足業界のなかでも零細企業の採用難が続いている。一方、大手製造業では自動化が進み、従業員数が長期的に減少しており、要員確保において2極化がみられる。採用難の零細企業において、対策として設備投資を検討しているところもあるが、原材料高や光熱費の上昇により、設備投資に踏み切れない様子である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人は多職種にわたってあるが、企業の要件を満たす求職者は少ない。そのため、若干必要要件のレベルを下げて採用する企業もある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が減少している。特に中国向けビジネスを展開している企業では、閑散期のためか受注量が減少しているようで、派遣契約が更新されないケースが目立ち始めている。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・身の回りに景気の良い分野と悪い分野の両方があるが、総じて悪い分野の方が身近である（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・インバウンド以外の求人数が減ってきている（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣勤務人数が減少している。今月も派遣求人数が減少しており、当月から勤務を開始する人数も減少している（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・インバウンドは依然として活発ではあるものの高止まりしており、これ以上飛躍的な上昇はないと予測される。物価や材料価格の高騰もあり、賃金は横ばいからマイナス傾向、増加率は縮小傾向にある。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・とにかく悪過ぎる。倒産、廃業がまた増えてきて、年内ももたないところがかかなりの数あり、ほとんど絶望状態である。求人のよく出る大企業や中小企業などで、他の媒体に出ているところを当たって何とかしのいでいる。