

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〔文房具〕 （経営者）	・今年に入ってから売上は2けた伸びており、文具店の繁忙期である4月からゴールデンウィークを過ぎても来客数は落ちていない。週末に行われる地域のイベントも活発に開催されており、今後の景気の不安材料は梅雨に入ってからからの天候だけである（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・現状の2～3か月先の予約数等を考えると、良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・7～8月は既に高単価での予約で埋まってきているため、期待している。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・ここ2～3か月の来客数、売上共に底打ち感がある。天候が悪くなりすぎなければ、減税、米相場など行政の動きも良くなりそうなので、身の回りの景気は良くなる。
	○	一般小売店〔家電〕（経 理担当）	・電気店の場合、6～7月は特に天候に左右されやすい。今年の予報では暑くなるのが早いようなので、6月以降エアコンなどが売れるとみている。エアコンに関しては、高くても省エネになる物と安価な物とが売れる。
	○	一般小売店〔家電〕（経 理担当）	・今夏も暑くなりそうで、各種補助金も出てきているので期待している。商財の確保が気掛かりである。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・6月以降は需要が増えて良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経 営者）	・夏場まではよく売れるため、この調子で売上が伸びることを期待している。
	○	一般小売店〔傘〕（店 長）	・男性用の遮光遮熱効果のある晴雨兼用傘が浸透してきており、問合せが増えている。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数、購買客数は伸びており、消費に関する需要は引き続き伸びる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・家計の節約志向も一段落し、高齢客の来店頻度と若年層の新規来店に増加傾向がみられる（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・定期昇給の安定的な増加と夏のボーナスによって給与の手取り額が増えているため、客単価の上昇が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・イベント開催の時期に入り、人出が増えるため、来客数、売上共に増加が見込まれる。イベントの客は単価を余り気にしない傾向もあり、期待ができる。通常の客は、値上げにより客単価は上がっているものの買上点数が不調である。
	○	衣料品専門店（店長）	・これからの浴衣需要に備え、評判の高いアニメとのコラボ商材を投入し、けん引を期待したい。また、新作ステージドレスフェアのスタートは計画比91%ともう一歩のところだが、集客及びPR強化で巻き返しを図る予定である（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・市況予測でも訪日旅行者は今後も増加する見込みのため、来客数も増えるとみている（東京都）。
	○	その他専門店〔ドラッグ ストア〕（経営者）	・灼熱の夏が来ると夏物商材の売行きが変わるので、夏に期待している。
	○	高級レストラン（経 理担 当）	・事業の特性上、予約は3か月から1年前に客から受ける。3か月先の予約は現在よりも30%程度多いため、やや良くなる（東京都）。
	○	一般レストラン（経 営 者）	・品質を重視して、客への提供レベルを落とすことなく、しっかりと商材を提供できれば、景気に左右されることはない（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	・好調なインバウンドにより現在の好況が維持される見込みである（東京都）。
	○	タクシー運転手	・この先、梅雨入りして雨が降るとタクシーの動きが良くなるため、期待したい。今夏もかなり暑くなる予報のため、利用者は間違いなく増える。
	○	タクシー運転手	・夏がかなり暑くなっているため、前年の夏を考えると利用客がかなり増えるのではないかとみている。この調子でいけば更に良くなる予想だが、米国の関税政策が我々の生活にどのように影響するか分からないところもある。期待を込めて、やや良くなる（東京都）。

○	タクシー運転手	・例年どおりであれば2～3か月後は猛暑で客が増える。売上は余り変わらないものの、近距離利用の客が増えて忙しくなる（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、新たな購入客層が出現しつつある（東京都）。
○	通信会社（社員）	・前月に引き続き、商店街のイベントなど、小規模だが案件が増えている（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・案件の動きが少しずつ進展していく見込みである（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・B to Bは堅調に推移する。B to Cについても政府の働きかけで米などの物価上昇への一部でこ入れが行われ、若干物価が落ち着くことと消費意欲の改善が見込まれる（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・6月以降に特に大きなイベントがあるわけではないため、大きくは変わらないとみている。ボーナス支給によりやや影響があるかどうかである（東京都）。
○	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・6月に近隣でスーパーがオープンするため、利用が増えることを期待したい。
○	設計事務所（経営者）	・ただ待っているだけではなく、どんどん動かなくてはいけないということをこの半年間で考え、やらねばならぬという気持ちで頑張っている。そのため契約もどんどん増えて、現在は社員数が足りないくらいである。
○	設計事務所（経営者）	・幾つか案件があり、その中には具体的に動き出しそうなものがある。
○	設計事務所（経営者）	・物価については、葉物野菜の相場が下がってきて、米も安価なものが流通するようになる見通しができたため、消費が拡大し、景気はやや良くなっていく。
○	住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの宿泊料金が上昇しつつあり、特に都内では月に2％程度上昇しているため、ホテル部門は良くなる。一方、建設業は、資材価格の高騰により我々中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、なかなか従業員の賃金を上げることができない。
○	住宅販売会社（従業員）	・個人投資家や相続税対策でのアパート購入需要は、問合せなどからみて継続する。さらに、法人の土地活用の動きが増えている。
□	商店街（代表者）	・今後も余り良くならないという判断から、フリーに使えるお金がある程度手元に持っておきたいという客の心理がうかがえる。そのため、買物について慎重にならざるを得ない。
□	商店街（代表者）	・基調は、なだらかな右肩上がりだとみているが、世界経済の不確実性とマインドの変化はなかなか不安含みである。また、気温や気候の影響も大きく、中長期の気象予報で、前年ほどは暑くならないといわれていることはプラス要因である（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今の悪い状態がこのまま続いていくような気がして仕方ない。売上自体も底を突き始めている（東京都）。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気は現状のままで変わらない。来客数は以前と比べれば幾らか増えているものの、なかなか成約には結び付かない。何とか現状維持で頑張っている（東京都）。
□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・半年後には大きく変わるが、3か月先では変化はない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・印章店なので文房具に属すが、印鑑の技術にこだわること自体が古いのかもしれない。ロボット彫刻がまん延しており、非常に安価に設定されているため、技術にこだわった販売方法では厳しい。販売方法等を考えていかないと、将来は先細りするばかりである。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・今のところ賃金が上がる見通しが立たないため、やはり2極化している。富裕層は良いが、賃金の底上げがないと、経済は大きく良い方向には転換しない（東京都）。
□	一般小売店〔生花〕（店員）	・8月は暑さで花の需要がほとんどなくなる季節である。5月の母の日と同様に8月のお盆も売行きが悪いと予想されることから、変わらない（東京都）。
□	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・今後2～3か月先では業績に大きな影響を与える要因はない（東京都）。

☐	百貨店（売場主任）	・インバウンドはさほど変わらないとみられるが、主力の購買層では原材料価格の高騰や為替の影響により買い控えがあるとみている（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・直近の備蓄米放出により、食料品の動きが出てくることは好ましいが、一過性にすぎず、価格は高止まりすると予想している。あらゆる物価の上昇は継続する一方で、経済の先行きが見通せないなかでの消費行動は鈍化するとみている。売上は一定程度の伸びはあるものの、購買数の減少、メリハリをつけた消費行動により、結果として現状と変わらないと推察される（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・現状の消費に対する慎重な姿勢は継続することが予想される。
☐	百貨店（総務担当）	・米に代表されるように、食料品関連の値上げが続いており、一般的な消費者の行動が、生活必需品中心となる傾向が強くなっている。経済情勢の先行きも不透明で、この先景気が良くなるという雰囲気はない（東京都）。
☐	百貨店（広報担当）	・内需の個人消費に直接的な影響は発生しないものの、米国の関税引上げを起点として、先行きの不透明感が一定程度消費マインドにマイナスに働くと予想している。一方で、高付加価値消費に対する国内需要の底堅さを揺るがすほどのインパクトはなく、全体的には現状の基調から大きく変化はしない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・首都圏の百貨店では、外国人客の来店及び購買が減っている状況にあるが、郊外型の店舗の状況は今後も余り変化はないとみている（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・大阪・関西万博の開催により、インバウンドの来客数は増えているものの、購買状況、特に購買単価下落の傾向は今後も続くとみている（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・6月からの値上げ品目が増え、消費が鈍化すると予測している（東京都）。
☐	百貨店（企画宣伝担当）	・米価を始めとした食料品の高騰が収まらないなか、消費マインドへの影響が懸念される。
☐	百貨店（管理担当）	・今夏も暑くなる予報が出ている。外出を控えたり、衣料品も手持ちの物で済ます動きが増えるともみている（東京都）。
☐	百貨店（店長）	・近隣でマンション建設が進んでおり、新規の客が来店してくれるチャンスがある。
☐	スーパー（経営者）	・強力な競合店が近隣にできたので、影響を受けている。やや良くなると回答したいところだが、現状のまま変わらない。米不足の解消も不透明で、余り良くならないのではないかとみている。
☐	スーパー（経営者）	・当社はスーパーマーケットだが、何しろ客はお金がない。可処分所得が増えないことには、現状のやや悪い状態がずっと続くのではないかとみている。
☐	スーパー（店長）	・米価の動向もあるが、値上げがいまだ続いていることもあり、買上点数自体は減少傾向になっていく可能性がある。
☐	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、値上げの影響も大きく、日々必要最低限の買物しかしないのが現状である。物価の上昇と所得のバランスが取れるようになるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	・物価の上昇が止まらない。
☐	スーパー（営業担当）	・販売量、来客数の減少、単価の上昇傾向がしばらく続く（東京都）。
☐	スーパー（食品担当）	・しばらくは競合店の状況を注視し、カテゴリでの特売を実施するなど、影響を最小限にとどめるように努める（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	・値上げが続くため、変わらない。
☐	コンビニ（経営者）	・これから夏に向けて、来客数、冷たい商材の販売増加が見込まれる。
☐	コンビニ（経営者）	・天候が大幅に悪化しない限り、現状を維持できるとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・新たな値上げによる買い控えが心配である。

☐	コンビニ（経営者）	・コンビニなので米を買うことは余りないが、全体的に米価が高く、2年前の2倍になっているため、来店客も購入する際にはできるだけ買上点数を減らしたりしており、客単価は低下傾向になっている。米価や物価に関するニュースが毎日流れているため、消費行動も弱くなっている。
☐	コンビニ（エリア担当）	・売上は好調なペースが続いており、大型の販売促進等で維持される見込みである。主力商材の値上げもあるため、動向を注視したい（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・夏季は売上が増加傾向になるものの、物価上昇による来客数、買上点数の減少が懸念されるため、上向きとはならない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・直近2～3か月でトレンドが変わっていないため、この先2～3か月も横ばいとみている。
☐	コンビニ（商品開発担当）	・米価が大幅に下がらない限り、客の消費マインドが改善してこない（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	・景気自体は余り変わっていない。2～3か月先も大きく変動する要素はない。夏季はドリンクが多く売れる。その反面、暑い時期に買われにくい商材は減ってしまう。まだ米が高いが、コンビニをうまく利用して、ちょっとしたぜいたくをしてもらいたい。
☐	衣料品専門店（統括）	・今期に入って2か月連続で来客数が前年を下回っている。この状況が即改善されることは余り考えにくい。
☐	衣料品専門店（役員）	・やはり食料品等の価格上昇が止まらないと、衣料品業界は厳しい。
☐	家電量販店（店長）	・物価上昇がまだ収まらないため、現状のままである。
☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調だが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるものの、なかなか契約に結び付かない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・来客数及び売上也前年並みになる見込みである。
☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカーが新車ディーラー以外の自動車販売会社に卸したがないため、販売機会が減っている（東京都）。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車が秋口以降に出るまでは変わらない（東京都）。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・基本的な生活にまつわる物が全て値上がりしている。それに加え、米国の関税政策の影響で今後どうなるかという不安があるため、現状のままだと景気は変わらない。ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻と戦争が続いていることの影響もある。そうしたなかで、減税なり消費税の廃止なりを行わないことには、消費は上向かないため、景気は変わらない（東京都）。
☐	乗用車販売店（総務担当）	・業界全体が先行き不透明な状況が続く。
☐	乗用車販売店（渉外担当）	・すう勢が変化する要因が見当たらない。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・車はし好品になってきているため、食料品などその他の物価が下がらない限り変わらない（東京都）。
☐	住関連専門店（営業担当）	・今年度のリフォーム関連の国策補助金事業の認定要件が、前年以前と比べてハードルが上がったため、需要喚起効果が薄い。今後についても補助金効果は余り期待できないとみている（東京都）。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・集客力のある大型店に客を取られてしまい、なかなか当店に来てもらえず、大分苦戦している。いろいろ考えてはいるもののうまくいかない。もう少し考えてみる。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・米価高騰等により生活費が圧迫されて家計はゆとりを失い、将来不安から消費の鈍化傾向が続くとみている（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賃上げが進んでいるものの、物価高の影響もあり、業種によっての好不調が顕著になる。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今後の天候も不安材料である（東京都）。
☐	高級レストラン（営業担当）	・宴会関連の受注状況から、全体として宴会規模の縮小化が顕著である（東京都）。

☐	一般レストラン（経営者）	・今も特段に良いわけではないが、暇な時期より多少は良くなっている。コロナ禍が明けて大分たつが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも売上は多くなっている。ケータリングも順調に入ってきている。できる範囲のことはしているので、以前よりは良いものの、景気は余り変わらない。これから伸びることは考えにくいため、今のやり方で何とか維持していければと考えている。
☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後は、米国の関税政策等の影響があり、物価が安くなるとか円安から円高になっていく兆しは見受けられない。今より悪化するとみている。
☐	一般レストラン（経営者）	・景気動向は今のところ様子見である（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・ここ数年、インターネット環境を整備した新業種、新形態の店が増加している。各店、新規客の獲得に成功している（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・当社に関しては、新商品が売れているためそこまで悪くなることはないが、米価が上がった辺りから客足が落ちている。ゴールデンウィークも前年より悪く、卸先の外食産業や小売店にも影響が出ている。その上、コーヒー豆の価格が大幅に値上がりしており、コーヒー店も閉めるところが増えている。このようなことからマイナス要因が多く、先行きは不透明である（東京都）。
☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新たに大きな経済政策が打ち出されない限りは、現状は変わらない（東京都）。
☐	都市型ホテル（経営者）	・売上は現状の好調を維持するとみているが、これから夏場に差し掛かり、水道光熱費の上昇が不安要因である。米価を始めた仕入価格の高騰がずっと続いており、売上は変わらなくても収支バランスが悪化することを危惧している。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・米国の動き方等で貿易関係は相当影響を受けると考えられ、それが県内の各企業にも波及し始めるかもしれない。その動きを見定めてからでないと、景気動向は分からない。
☐	旅行代理店（経営者）	・米問題では備蓄米を放出するという話になっており、一時的には良いことだが、将来的にはどうなのか分からない。今現在皆が大変な思いをしているので、少しでも楽になればと考えている。
☐	旅行代理店（従業員）	・物価上昇は仕方ないと受け入れて旅行費用の上積み可能な団体と、不可能な団体が出てくると想定している。
☐	旅行代理店（営業担当）	・一般的なことになるが、全体として、売上等の増加に結び付くような要因が見当たらない（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	・米騒動、物価高が収まらないと、レジャーにお金を回せない（東京都）。
☐	タクシー運転手	・物価の上昇が続いており、特に今は米を始めとして食料品の値上がりが一向に収まる気配がない。これが落ち着かないと、我々の商売はなかなか上向きにならないので心配である。もう少し様子をみなければいけない。
☐	タクシー（団体役員）	・良くなる要素が考えられない。
☐	通信会社（営業担当）	・低価格志向がより強まるとみられるため、今後数か月間もサービスの見直しや解約が増加していく。
☐	通信会社（局長）	・世界の通信事業環境が新たな局面にはなっておらず、しばらくは現状のトレンドが続くと予想される（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・良くなるような材料がない。
☐	通信会社（営業担当）	・仕入価格と人件費の高騰が止まらない限り、変わらない（東京都）。
☐	通信会社（経理担当）	・原油相場は下がっているのに、なぜかガソリン代は下がらない。
☐	通信会社（管理担当）	・自社の通信インフラの光ファイバー化が完了し、5月から提供が可能となったが、競合他社に対して劣後であった状況がようやく解消されたにすぎず、厳しい状況は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・前年並みのペースのため、変わらない（東京都）。
☐	観光名所（職員）	・前年同期と変わらない水準のため、今年も同じと考えている（東京都）。
☐	競輪場（職員）	・変動する要素が特にない。

□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・米騒動次第で趣味等への出費が変化するとみている（東京都）。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・物価高などマイナス面も多そうだが、現状は影響が出ていないようにみえる（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・米国の関税政策の影響が若干和らぎ、株価も戻しているためである（東京都）。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒の家庭から、講習費用など塾に係る費用を抑えたいという意向が強くある。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・米価を始めた物価上昇や所得など、景気が上向く要素がない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・世界的な社会背景、止まらない物価高など先行きが見通せない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利が据置きとなり、それほど急激には金利は上がらないだろうという雰囲気である客が多い。子育てグリーン住宅支援事業の後押しもあり、マイホーム購入希望の客が増えているが、現実的に考えて駅近物件よりも市街化調整区域の安価な土地の購入に踏み切る客が増えている。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化がない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・賃上げを上回る物価の上昇が依然として続いているなか、今後改善していく兆しがみられない。
▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・仕入先メーカーの価格改定に伴い、当社も8月に改定を実施する予定である。様々な物やサービスが値上げされるなかで、客の選択肢に残れるか不安である（東京都）。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・世間の物価上昇に対して、賃金ベースが上がっていないという現実がある。食費はどうしても必要なため、食料品の価格が上がっている分、嗜好品である文房具などの出費は相当減らされる。そのようなこともあり、店頭販売はなかなか厳しい。景気は後退すると判断せざるを得ない。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・売上が伸びず、新規の客も獲得できないなか、何とか現状を維持してはいるものの、どこまで持ちこたえられるか分からない。そのような状況のため、先行きは期待できない（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	・米国の関税政策の影響がまだ不透明であることや、国内産業において早期退職や工場撤退等のニュースが続いており、消費者心理へのマイナスの影響が続く（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・原材料価格や物流費の高騰を受け、食品やサービス、電気、ガスなど幅広い分野で値上げの動きが広がっているなかで、消費の拡大は余り期待できない（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・ラグジュアリー商材の購買減少等によるインバウンドの客単価下落は回復する気配がない。また、国内需要も物価高などの影響を受け、生活必需品以外の買い控え傾向が続く（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・4月にも増して米不足の報道が続いたこと、米国の関税政策に対して良い見通しが立たないことから、客は消費に対して更なる不安を感じているため、景気が良くなるとは考えられない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向から、やや悪くなる（東京都）。
▲	百貨店（財務担当）	・継続的な賃上げがあっても、世界的な関税政策等の影響による物価高が個人消費にマイナスの影響を及ぼすと想定している（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・原材料価格の高騰により販売単価が上昇している。中小零細企業では賃上げが難しい（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	・物価の上昇に賃上げが追い付かないため、消費はますます萎んでいく。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・今後は更に値上げが進み、節約志向がますます高まる。
▲	コンビニ（経営者）	・近隣住民には高齢者が多く、体調が悪くなるなどで来店客自体が少なくなっている。また、来店しても本当に必要な物のみの購入で済ませている。

▲	コンビニ（経営者）	・安価なスーパー等に客が流れており、客を呼び込む新たな施策を打ち出さないと厳しい。
▲	コンビニ（経営者）	・米価の高止まりが続き、政府が放出した安価な備蓄米は大手スーパー等に並ぶが、当店のような小さな店までは回ってこない可能性が高く、コンビニの客離れが起きる懸念がある。必要な物しか買わない傾向は更に強まるとみている（東京都）。
▲	衣料品専門店（経営者）	・相変わらず原材料が高騰している。夏祭り関係では、コロナ禍で離職した職人が戻ってこないため、仕立て上がりの品がなかなかできず、いろいろな面で商材が足りずに困っている。また、地域の花火大会も中止になり、夏のイベント関連消費が若干落ち込むのではないかと危惧している。
▲	衣料品専門店（従業員）	・この先も不安定な状況が見込まれる。物価高で景気の先行きもなかなか読めないため、客は消費に慎重になっている。
▲	家電量販店（店長）	・米国の関税政策が大きな話題となっているが、物価上昇に賃上げが追い付かず、生活コストが上昇し、消費活動が活発になる未来がみえない。消費者が安心して消費できる心理状態にならないと経済がプラスにならない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・金利の引上げや諸物価の上昇による負のスパイラルが収まらない。
▲	乗用車販売店（営業）	・現状を考えると、この先変わるような兆しは余りない。
▲	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・今後も慎重に購入する客は増加していくとみられ、現在の販売数量の減少傾向が続き、3か月後の景気はやや悪くなる（東京都）。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油に対して政府が補助金を出すものの、客の買い控え意識は続くのではないかと考えている（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	・米国の関税政策、株価不安定により、インバウンドを含む来客数や売上の増加があっても、利益的に厳しい状況が続く（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・米国の関税政策の動きが良い方向になることは難しいと捉えているため、景気は悪化する（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・米だけでなく全ての食材が値上がりしているため、飲食店は相当に厳しい。それを全て価格に転嫁してしまうと客は来なくなるし、そうかといって放っておくと原価だけが上がってしまう。政府は米以外についても対策を打ってほしい。
▲	一般レストラン（経営者）	・4～5月は歓送迎会や総会などいろいろ開催されたが、6月以降は宴会の動きが大分落ち着いてくるとみている。1年を通して毎週土日が忙しいのは変わらないので、週末は頑張っていきたい（東京都）。
▲	通信会社（経営者）	・この先2～3か月の景気は現状からみて良くならない（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・政治経済の不透明感から明るい兆しがみえない。夏休みの計画が始まり、久しぶりに海外渡航が増えそうな兆候があり、内需の引締めが国内経済を鈍化させそうである（東京都）。
▲	観光名所（職員）	・ゴールデンウィーク中の入場者数が前年を下回っている。特に、国内客の減少が目立っている。日取りの違いはあるが、米を始めとした物価上昇、米国の関税政策、インバウンドによる占有や宿泊費高騰に伴うホテルの取りにくさ、都内から大阪・関西万博への人の流れ等、要因は幾つかあるかとみられるが、消費マインド自体が落ち込んでいる（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇がレジャー支出への足かせとなっている。ガソリンなどのエネルギー価格、衣食住に関する物価が安定しないことには、レジャー支出は抑えられる傾向にある。
▲	ゴルフ場（経営者）	・今夏の暑さがどう影響するか未知数ではあるが、今のところの予報をみる限りでは、前年よりも酷暑予想のため、来場者数の減少は避けられないとみている。暑さ対策を考えているものの、そもそも屋外に出るには厳しい条件がそろい過ぎているため、集客に苦戦すると考えている。
▲	パチンコ店（経営者）	・現時点では米国の関税政策という外的な要因が直接影響を及ぼしている状況ではないものの、先行きの景気後退への不安が今後の消費者の動向に影響してくることを懸念している。

	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・幅広い分野での値上げにより、消費者の節約対象がレジャーや娯楽にも及んできている（東京都）。
	▲	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・円高や政局不安の影響か、インバウンドの動きが若干鈍くなっている。これから高温多湿の時期に入ることもあり、景気はやや悪化傾向に振れる可能性がある（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価の上昇により授業料が払い切れず、やめる生徒が出てきている。今後も景気は良くならない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購買意欲を感じない。
	×	衣料品専門店（店長）	・生活必需品の値上がり著しいことに加えて、物流費、こん包資材価格が高止まりしている。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税政策との決着が付かないまま夏休み中に参議院議員選挙となると、政局に一波乱ありそうで、消費を押し下げるのではないかとみている。世界的な天候不順と円安による輸入食材の高騰など、マイナス要因が多すぎる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・米国政権の影響に加えて、景気対策、減税、年金などいろいろ見直しがされているが、その財源や将来への影響に対する懸念が払拭できない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・米価の高騰でレストラン部門の赤字が続いている。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅着工数の下降に歯止めがかからず、建材需要のバイ縮小がどんどん進む。リフォームの喚起では全く追いつかず、リフォーム需要そのものではカバーできないほど新築市場に依存する環境構造となっている（東京都）。
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）	・7月昇給も前年以上になり、社員には良い傾向となる。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	・来月、再来月の受注量は更に増加する。取引先でも理由はよく分かっている。
	○	輸送業（経営者）	・取扱量が改善しないなか、納品先店舗の減少が続いており厳しい環境にはあるが、運賃改定が決定したため、2～3か月後の収支状況は良くなると予測している（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	・宿泊需要は引き続き好調である。今後もこの傾向は続く（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・新年度の組織等に期待している（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・このところ外国人の注文、観光客ではなく就労している外国人が金融機関の口座を作るための印鑑注文が徐々に増えてきている。一方で、日本人に関しては仕事でも印鑑が不要となってきているため、下火である。これから先も、外国人客は増えるものの日本人客からの注文は少なくなるため、見通しとしては現状と変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・値上げの通知をしているが、事前の受注が入ってこない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器、化粧品容器共に新企画の話はあるが、立ち上げ時期が不確定なので、しばらくは苦戦が続くそうである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先から、現状維持の内示をもらっている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・商売を急に替えるわけにもいかず、M&Aで会社を買収する資金もないため、今の仕事を維持するしかないが、実際はそれが最も大変である（東京都）。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連事業を拡大しており、事業、株価共に上向く見通しであったが、米国の関税政策により、投資方針などの見直しが必要となっている。取引先の見直しを含めて、全体的に大きな変化はないと推測している。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・日本と米国との関税問題は政府間レベルの話であり、早期決着をしてほしい。現時点では景気の予測は難しい。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の影響が落ち着き、サロンに客足が戻れば良くなる（東京都）。
	□	建設業（従業員）	・受注量が増えてもやはり現状同様に燃料費や物価上昇、人件費の増加などいろいろな問題が山積しているため、現状維持が精一杯である。
	□	輸送業（経営者）	・米国政権、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻の行方がみえない（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・閑散期のため、荷主の国内出荷量が少ない。輸出に関しては全くない。夏頃までは現状が続くそうである。

□	通信業（広報担当）	・当面はさほど変わらないとみているが、下降リスクがある（東京都）。
□	金融業（従業員）	・多くの業種が仕入価格の上昇で利益確保が難しい。また、卸売業を中心に円安が続き、輸入コストの上昇が利益を圧迫している。利益に関する声が多く聞かれ、景気の不透明感が強まるなか、米国の関税政策の行方を不安視する声も多い（東京都）。
□	金融業（総務担当）	・ガソリンや米などの価格もまだ上がっており、小売業や飲食業、運送業とあらゆる業種に影響が出て、全体的に利益が減少傾向にある。今後も物価の上昇が続く可能性があるため、景気は変わらない（東京都）。
□	金融業（営業担当）	・今後の受注予測の聞き取りからは、ほぼ横ばいとの回答が多く、大きく上向くと期待できる要素は少ない。ただし、造船関連に携わる製造業からは、ここ半年で受注が急激に上向いているとの声が聞かれ、業種形態、取引品目等からも業況の差別化が進んでいる。
□	不動産業（経営者）	・インターネット時代のため来店客は少ない。いかにしてインターネットで宣伝するかに尽きる（東京都）。
□	不動産業（従業員）	・不動産価格が高値で維持されているため、すぐには変わらない（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・新規オフィスには底堅い需要があり、立地に見合う賃料設定であれば成約が期待できる（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・ここ数か月で売上はやや減少しているものの、現在は横ばいの状態が続いており、顧客数にも大きな変化はみられない。新規受注の増減や外的要因も特にないため、今後3か月についても現状維持の見通しである（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	・引き続きグループ会社の不祥事の影響がある。落ち着くまで少し時間が掛かりそうである（東京都）。
□	税理士	・米国の関税政策の影響で、対応できなくなるところも出てくるとみられるが、どのような展開になるか分からない。関税を引き上げると言ったかと思えば思い切り下げたり、また引き上げるなどと、話が二転三転している。その影響が全世界、国内企業においても出てくるため、先行きはどうか分からない（東京都）。
□	税理士	・3か月先には新米が出回るが、価格が気になる場所である。円高に振れている予想だが、金利が上昇しつつあり、住宅などの建設に影響がありそうである。現在より悪くならないようにとの希望も込めて、横ばいと予想している。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・景気が良くなる要因が見当たらず、不透明感が強い。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・物価の上昇が続くことと、米国の関税政策など先行きの不透明感から、不安定な状態が続く。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・特に大きな変化はないまま推移していく。
□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができれば良くなるが、現状では変わらない（東京都）。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の政策次第である（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	・今年も猛暑の予想なので、来客数は減少するとみている。
▲	食料品製造業（経営者）	・インフレに対して客の財布のひもが固くなることが予想される（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・6月を過ぎるとまた受注量が減る（東京都）。
▲	化学工業（総務担当）	・受注量が減り始めており、取引先からも良い話が聞こえてこない。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後には米国の自動車関税等が発効されるとみられるため、国内の景気はやや悪くなる。
▲	建設業（経営者）	・物価の高止まりと今後の値上げ予定から、今よりも景気が悪くなる。
▲	建設業（経営者）	・全体としては良くなるだろうが、業種によっては悪くなる。
▲	建設業（営業担当）	・物件数が減少しており、先々の案件も見通しが良くない。

	▲	金融業（支店長）	・大手自動車メーカーの県内工場閉鎖に関する報道の影響が出てくる。
	▲	不動産業（経営者）	・物価、人件費の上昇が続き、米国の関税政策など暗い方向に向かっている。
	▲	経営コンサルタント	・米国の激しい駆け引きの影響で各国が翻弄されているが、国内にも大きな影響が出始めており、中小企業への波及はこれからだとみている（東京都）。
	×	食料品製造業（経営者）	・米価が猛烈に上がっているが、当社は酒造メーカーのため、値上げを予定している。大幅な値上げとなるため、売上にかなり影響を受ける見込みである（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・販売価格に仕入額上昇分をぎりぎり転嫁して値上げせざるを得ない状況である。今後更なる値上げがあると考ええると、この先も厳しい状況となる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・3か月先の案件はまだなく、あっても値上げが取まらないために利益率はますます厳しくなる。
	×	建設業（経営者）	・政策に魅力を感じられず、未来を感じない。
雇用 関連 (南関東)	◎	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	・引き続き公共案件の受注が好調に推移する（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・今後も6月末に契約更新となる退職者補充や増員による求人依頼の増加が見込まれる（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・6～7月はボーナス支給時期などが重なり求人が増える。6月が決算という企業も多く、通常期よりも求人がやや多くなり、採用活動が活発になる。景気に関してはまだ良いとはいえず、どんどん人を採用しようという企業は少ない。業績が伸びている企業は一部だけであり、全体的にみれば横ばいか低迷している企業も多い。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏季だけの募集など限定的なものが幾つかある。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数の改善が期待できない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数について大幅な増減の情報は入っていない。
	□	人材派遣会社（社員）	・先行きが不透明ななか、足元の動きから横ばいと判断している（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣需要はあるものの供給不足傾向は変わらず、料金の値上げによる支払への反映と、求職者に人気のリモート勤務可能な仕事を提供できるかが、業績向上のポイントである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・数か月先は求人数が微増傾向になってくるが、大きくプラスに動くことは考えにくく、現状のまま変わらない。ただし、例年秋以降は人材が流動化すること、各企業で繁忙期を迎えるため、プラスに転じる可能性がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国の政策の見通しがはっきりと予測できるまでは、現状維持が続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・回復しそうで現状維持が続いているため、しばらく変わらないとみている。
	□	求人情報製作会社（経営者）	・明るい材料や情報がない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気が悪くなる要素が見当たらないため、現状が続く（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・変化を感じられない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数について3か月ぶりに前年同月を上回るなど回復の兆しが見受けられるが、回復傾向がどこまで続くかについては不透明である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に今までどおり求人職種、求人数共に比較的安定して多い。むしろ求職者が見つからない状況である（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響が見えにくいですが、特に製造業で求人数が減少傾向にある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策を不安視している企業がある。製造業では手作業でしかできない加工もあり、省力化に限りがある。運送業では、人手不足から人件費が高騰しているが、受注量を増やすことができないため、収益が圧迫されている事業所が多い。

	▲	職業安定所（職員）	・ 大手自動車メーカーなど大企業のリストラの影響がこれからどのように波及していくのか、先行きに不透明感がある。
	▲	職業安定所（職員）	・ 数か月後、米国の関税政策の影響が生じる可能性があるとしている企業が複数ある（東京都）。
	×	—	—