

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・大型の販売促進策が奏功して、売上、来客数共に前年を大幅に上回る実績となっている。価格の割に量を訴求することが消費者に支持されている（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	・ヒットコンテンツがそろい、映画館が好調である。このため、来館者数が増え、全体的に良い影響を与えている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・レストランや婚礼宴会は稼働率が上限で高止まりしているなか、法人や団体の宴会数は増減している。宴会の稼働率は3%程度上昇しているため、景気は上向きと判断している（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・6月にもかかわらず急激な暑さに熱中症も心配される状況で、期待していた来場者数とは程遠いが、3か月前の3月と比べると来場者数が4.7%増加している。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカード決済の取扱高は良い数字が出ているものの、飲食業だけは余り良くない。イベントの仕掛けに対するレスポンスがとても良く、来街者数も多い。世界経済の不確実性は当地では出ていない（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・来客数は少ないが、電話による問合せからの売上が増えている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暑さのためエアコンの売行きが好調である。大手電気設備工事会社の調査の関係で分電盤の交換も続いている。省エネ補助金も始まり、見積り段階ではあるが活動中である。盆踊りに向けた電気工事の依頼も増えてきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・やや良いと回答したが、本当に微増で、少し良いという程度である。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・眼鏡は冬よりも夏の方が売れる。晴天で紫外線が強いとカラーレンズ、偏光レンズなどの単価が高い商材が売れるため、今夏は売上に期待できそうである。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・男性用の遮光遮熱効果の高い晴雨兼用傘の売行きが順調である。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・前年比では来客数、売上共に伸びている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・天候のプラス要因もあるが、前年と比べて来客数、売上が増加している。食料品では夕方の値下げ品を求める客が増えている。少しでも安価な物を求める傾向が強い（東京都）。
	○	百貨店（店長）	それ以外	・近隣に高層マンションが相次いで建築されている。取引先の話でも、コロナ禍でできなかった新規出店が拡大傾向と聞くことが多い。
	○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・米の需要が高く、単価が上昇し、来客数も増加しており、売上に寄与している（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、気温が上がり、特に今年は梅雨らしい梅雨ではなく、夜は気温が高い日も多いため、夜間の売上、来客数が伸びている。物価上昇もあり、前年と比べるとやや下がってはいるものの、3か月前よりは良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年比105%と好調に推移しており、今後も増加が見込める。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・おにぎりなど米飯商材の値上げを実施したが、販売数はそれほど落ちておらず、梅雨の影響で傘の売上も確保できたことから、客単価が上昇し、売上が持ち直している（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・米の相場の低下に伴って、客の来店頻度も増えてきており、買い方も少しだけ活発になっている（東京都）。	

○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価の上昇は続いているものの、来客数が若干だが増えている。前月より高額商材の動きも良い。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・天候が良いため、来客数が増加している（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・価格転嫁交渉の効果に加え、来客数が徐々に増加しており、売上が伸びている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・空梅雨で30度超えの暑い日が続いている。そのため、短距離でも暑さを避けてタクシーに乗る客が増えている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べれば良くなっている。これから暑くなれば多少動きが良くなるとみているが、今は深夜の客の動きがない（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・今年も猛暑になりつつあり、例年のように短中距離の利用客が増えている（東京都）。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・講座やイベント開催のための告知CMの引き合いが複数入ってきている。景気は上向いている（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・全体としては緩やかな回復基調ではあるものの、物価上昇の動きもあり、個人消費は鈍い。製品、サービスのポイントをしっかり伝えることで購入につながっているため、必要な物への投資需要が改善している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス支給月ということもあり、多少客に動きが出てきている（東京都）。
○	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・予約が順調に入っている。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・小規模な予約等が増えてきている（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・最近、マンション価格が高騰しており、なかなか手に入れるのが難しいため、身近なところで住宅地を探し、早めに住宅を建てようという動きが出てきている。そういった意味で非常に前向きの様子が見受けられる。
○	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・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、かなり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一層上がってくる。一方、建設業では、資材価格の高騰により、公共工事を含め、スムーズな受注ができなくなっている。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・半期末のため受注が良い。
○	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅着工戸数が今後増加することはないかもしれないが、客の動向は活発化しており、単価も上昇している。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価の上昇スピードはかなり速いが、手取り額は思うようには増えないため、客が買物に対して非常に慎重になっている。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・景気は相変わらず良くなっていないが、1年前と比べると来客数が少し増えている。成約に結び付くのは難しいが、若干良い方向に向かっている。専門店の良さが見直されている（東京都）。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	お客様の様子	・依然として夏に向けての盛り上がりだが、特に個人消費において見受けられない。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・気温が高くなり、客足が鈍っている（東京都）。
□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・繁忙期の3月と比較して、ほぼ同様の売上を確保している（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担 当)	販売量の動き	・相変わらず売上が上がらず、現状維持すら厳しい状態である。イベントでの販売数も以前と比べて芳しくない。今回、1人の客が35袋も買ってくれて驚いたが、以前ならばそのくらい買う客はそれなりにいた。今は客の財布のひもが固い(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店[書 店] (総務担 当)	お客様の様子	・当社の主要顧客は大学や専門学校などの教育機関である。教科書販売の期間が終わり、ある程度まとまった規模での注文が一段落したため、3か月前と比べて売上が減少している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・金の高騰が続くなか、高額品の一部に動きがあるものの、全体としては苦戦している。ファッションに関しては、ショップにより好不調の2極化が進んでいる。
<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・大きな動きとなっていた訪日外国人の消費も、前年がピークだったようで、最近は更なる増加の気配は見受けられない。一般客の消費行動も落ち着いており、景気を上向かせるような力強さはない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店(広報担 当)	お客様の様子	・当社が戦略的に囲い込みを進めている国内識別顧客の売上は、ロイヤルティが高い客を中心に、堅調に推移している。一方で、免税売上は来客数、客単価共に3か月前と比べて伸びていない。消耗品のシェアが増えるなど、購買アイテムの幅が広がっていて、比較的購買力の高くない旅行者が増加しているとみている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	スーパー(経営 者)	販売量の動き	・前年10月、近くに大手ディスカウントストアがオープンし、全体的に2~3%くらい影響を受けている。本来は前年比102~103%が普通だが、現状は100%くらいで、余り良くない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー(経営 者)	販売量の動き	・食料品の単価が引き続き高騰しており、来客数、客単価は前年を超えているものの、消費支出全体は減少している。家計の消費項目が食品に移っているだけで、生活が豊かになっているようには見受けられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店 長)	販売量の動き	・気温の急激な上昇により、飲料、アイス、乾麺等の夏物商材の動きが大きく伸びている。米は備蓄米の影響もあって売行き自体は若干ではあるが下降気味になっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店 長)	販売量の動き	・来客数、客単価は前年を超えているものの、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(営業 担当)	単価の動き	・生活防衛意識がまだ強いようで、販売量、来客数は依然として前年を下回っている。しかし、単価の上昇傾向が継続しており、単価の上昇分が販売量、来客数の減少分を若干上回っているため、売上は伸びている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	スーパー(仕入 担当)	単価の動き	・米を筆頭に食品の値上げが収まらず、数量は何とか前年並みだが、1品単価は107%と高く、売上も前年比107%と好調である。
<input type="checkbox"/>	スーパー(販売 担当)	来客数の動き	・来客数に変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・来客数、単価共に減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・好天が続き、来客数に変化は少ないものの、リニューアルオープンした近くの大型スーパーで特売が続き、その都度売上が大幅に減少している。連日の廃棄商材の山に頭を悩ませている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・商品単価が上がっている影響なのか、買上点数が落ちている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(従業 員)	来客数の動き	・特に変わった様子はない。景気が上向いている傾向もない。米が高いことで他の食材を買い控えることなども多少はあるかもしれないが、1円でも安く考える客はスーパーに買物に行くので、コンビニに来る客は節約意識がそこまでないのかもしれない。

<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ない。暑い時期になると飲料がよく売れて売上が増える。暑過ぎると食欲が落ち、弁当などは若干減るかもしれないが、代わりに冷たいうどんやそばなどが売れていく。米が高いのでふだんから全体的に食費を節約している客も多いかもしれないが、コンビニには少しぜいたくできる商材などもある。販売量は横ばいといったところである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・期待していたほど問合せがない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・暑くなってきた夏物衣料が動き出したが、客単価、販売量共に伸びていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・国際情勢や米国の関税政策の影響がはっきりしないなか、積極的な消費はみられない。生活必需品として壊れたから買換えるというのが現状である。生活水準がなかなか向上しないなかで物価が上がり、本当に納得した物を買う傾向である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	単価の動き	・訪日客の来店数の伸びに対して免税売上が比例していない。明らかに客単価が落ちており、購入する商材が変化している（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。前年度に比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量、整備部門の売上共に前年とほぼ変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて販売量、来客数共に減っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・景気が悪いため、細かなことでも客が値引きを強要とはいわないが要請してくる。特に、車検については、交換しなくて済む部品等は極力交換しないで、最低限で行ってほしいという客が多い。工賃、消耗品についてはやむを得ないが、それ以外の物は無理して交換しない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・先行き不安から買い控えをしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・いつもより来客数が少ない。
<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	・人の動きは活発ではあるものの、消費にはつながらない。消費が活発なのは外国人と一部の富裕層のみである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	競争相手の様子	・最近の物価高もあり、仕入れのロスを少なくしようとしている。気温の上昇に伴い、一層無駄が出ないようにしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・6月の実績は、前年比では売上100.8%、来客数90.6%、客単価111.3%である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・法人利用が主だが、米国の関税政策の影響はまだなく、前年と同様に利用してもらっている。これから先は一抹の不安が拭えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しているが、米を始めとする物価高が大きく影響している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は宴会予約が少し落ち着き、週末ごとに雨が降るなど天候が良くなかったが、土日は相変わらず大勢の客が来店し、来客数は変わらないまま良い状態を保っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価高、特に主食である米の価格高騰が消費者心理に与える影響は大きい。したがって、今後この問題が解決するまでは安心できず、物価全般の上昇とあいまって、消費意欲を減退させる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	単価の動き	・物価高に対する慣れのようなものが見受けられる。必要な物は値段が倍になっても買うが、無駄な物は買わない。来客数は減っているものの、客単価は上がっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・6月前半は来客数が少なかったが、後半は予約や来客数が増えている（東京都）。

□	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて、近隣の大型コンベンション施設で多数の催事やイベントが入っており、その影響で宿泊の稼働が非常に良い。宴会も、総会月ということもあってかなり良く、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に回復している。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・来店客に現状を聞いたところ、物価は上昇しているが賃金は上がらず、アンバランスになっているため非常に大変だという話であった。客の様子から、余り景気は良くない。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・大阪・関西万博の影響で、国内では関西方面への旅行が増えている。一方で、例年と比べて国内人気テーマパークの予約は弱い(東京都)。
□	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・販売量が前年と比較して変わっていない(東京都)。
□	通信会社(局長)	販売量の動き	・通信サービスにおいて、前年同月比で上向きと下向きの両方のサービス契約がみられるため、景気の良さあしについてはどちらともいえない(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内容を選択する意識は相変わらず強い。
□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・3か月前と同様、販売量は変わらず、かつ低価格プランしか売れない(東京都)。
□	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・少し物を買ったくらいで財布からすぐに1万円札がなくなってしまうという声が聞かれる。なかなか新規では売れない。
□	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・光ファイバー化のインフラ更新の展開エリアを5月から増やしたが、想定した実績を上げられていない(東京都)。
□	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・来客数の微減と客単価の微増が相殺され、売上は余り変動がない状況が続いている。
□	その他レジャー施設[ボウリング場](従業員)	お客様の様子	・前月と比べて変化がない(東京都)。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・来店頻度がなかなか上がらない。
□	その他サービス[立体駐車場](経営者)	来客数の動き	・近隣にスーパーができたが、特別活気付いている様子はない。
□	その他サービス[保険代理店](経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しており、新規契約はほとんどない。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・今後動き出す案件がある模様だが、現時点ではまだ具体的な動きは出ていない。
□	設計事務所(職員)	販売量の動き	・受注量は前年を下回る見込みである。マイナス要因が多く、明るい材料もないが、平行線で変わらない(東京都)。
□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・前月と比べて特段の変化はない。富裕層の個人客や法人客からの問合せはあるものの、現時点で成約が増加しているとはいえない。
▲	一般小売店[食料雑貨](経営者)	それ以外	・リーシングの進捗状況からみて、やや悪くなっている。
▲	一般小売店[酒類](経営者)	来客数の動き	・ずっと変わらない状況が続いている。様々な物が値上がりするなか、し好品を扱う業種としては厳しい。
▲	一般小売店[文具](販売企画担当)	お客様の様子	・物価の上昇が厳しい。店頭的一般客に関してだが、今月決算セールを行ったところ、ふだんよりも客が多く来店し、買上も増えている。やはり、安ければ買ってくれるが、それだけ物価上昇で厳しいようである。店頭は良かったが、外商の方は案件が受注できず厳しい。市場自体がなかなか難しくなっている。
▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・旅行シーズンが終わり、インバウンドが大幅に減少している。富裕層の購買も鈍化している(東京都)。

▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前月、前々月と持ち直したものの、今月は3か月前より更に1ポイント強悪化している。特に、インバウンド売上の減少が目立ち、免税取扱高、来客数共に前年と比べて10ポイント減少しており、全体の売上減少に大きなインパクトがあった。お中元ギフト受注も立ち上がりから苦戦が続いている。街中には相変わらず外国人観光客が多いものの、以前と比べて購入額は減少傾向にある（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇の影響はありつつ国内客については順調に推移しているものの、外国人客の大幅減少により、来客数、売上共に大きくマイナスしている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年におけるインバウンド需要の活況の反動が出ており、特に中国からの観光客の購買金額が大幅に落ちている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・夏物衣料や食品の動きが活性化し、国内需要は前年を上回り始めているものの、ラグジュアリー商材を中心とした免税売上は大幅な減少が続いている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・食品など生活必需品に対する消費が優先するためか、前月中旬から引き続き、アパレルなどのアイテムの動きが鈍い。アパレルや靴などの雑貨はカジュアル化、低価格志向が顕著で、売上が伸びない。
▲	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドが減速し、客単価が下落している。国内客の販売量の伸長も鈍化している（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・固定客を対象とするクリアランスのプレセールスタートが遅れており、衣料品の売上が落ちている。為替の影響を受けて中国人バイヤーの大量購入が減っている。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・お中元商戦が始まったが、余り盛り上がりがない。気温上昇とともに衣料品の動きも出てきているが、前年を下回っている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・見切り品、プライベートブランドの物など、とにかく安価な物を客が選んでいる。見切り品は冷凍するのか買占める人も多い。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・高齢者に限らず若年層でも、生活必需品の牛乳、パン、卵などの販売量が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月も前年比マイナス2%程度となる模様である。客単価は余り変動していないが、余り外出しないのか、来客数が売上同様に2%程度減少している。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・6月は梅雨で雨天の週末が多かったり、日中は35度の猛暑になったことで昼間の来客数が減少し、売行きが伸び悩んでいる。相変わらず客は価格に敏感で、単価の高い商材は売れにくい。夏場の行楽シーズンに期待したい（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数のトレンドは104%と上向いているものの、売上をみると106%程度なので、単価の動きは変わっていない。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・当社の主要商材であるドレス、呉服等は高付加価値型商材のため、物価上昇基調により売上が減速傾向にある。特に季節商材である浴衣の落ち込みが顕著である（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価の上昇が続いているため、やや悪くなっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・選挙がある時期は落ち込む。また、諸外国の紛争などが一般消費者のマインドにネガティブに影響している可能性がある（東京都）。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規の来店客が減っている（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	お客様の様子	・新車の購入意欲が鈍化している。また、中古車市況が悪く、売上が停滞している。
▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・人気車種にも注文が入らない。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・4月以降、各種値上げにより客単価が下がってきている。

▲	その他専門店 [貴金属] (統括)	お客様の様子	・国内の既存客の売上は微増する一方、訪日客の売上が減少傾向にあり、全体的にはやや悪くなってきている(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の3月は人や物の動きがかなり激しく、売上が大きい月である。6月は人の動きがそれほど多くはなく、3か月前と比べればやや悪くなっている。ケータリングも3月の方が多くあり売上も伸びたが、6月はやや静かである。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今まで順調に推移していた来客数が、今月はやや落ちている(東京都)。
▲	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・購買意欲の低下、米騒動による買い控え、暑さによる食欲不振、人出が少ないことなどから、店の客足も落ち、売上が伸びない。物価高による購買意欲の低下が強いかかえる(東京都)。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・6月の予算は達成しそうだが、3月と比べると団体や観光需要が伸び悩み、伸び率としては満足のいくものではない。
▲	旅行代理店(従業員)	単価の動き	・団体旅行における費用がそれぞれ増加している。例年の予算では実施できないため、参加人数が減ってしまったり、実施自体がなくなったりするケースが発生している。
▲	通信会社(経営者)	販売量の動き	・交渉中の案件の受注数及び工事等が減少傾向である(東京都)。
▲	通信会社(社員)	お客様の様子	・明るい兆しがみえず節約志向が続いている。高齢者世帯の固定費見直しにより、廉価サービスに流れたり、オプション契約を解約したりする傾向が止まらない。インバウンドの影響のない業態のため、増収のきっかけがない(東京都)。
▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・サービス利用料の削減を求める取引先が少しずつ増えてきている。
▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・競合他社の競争力の高い商材やキャンペーンにより獲得が鈍化している。市場としても引き続き節約志向である(東京都)。
▲	観光名所(職員)	来客数の動き	・国内客の動きが鈍い。米価を始めとする物価高や米国の関税政策の影響等、国内消費者にとっての不安要素が多い(東京都)。
▲	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・梅雨と酷暑が同時期にきており、梅雨が明けても酷暑は長く続く。暑くてゴルフどころではない。地球温暖化、気候変動はゴルフ場営業には厳しい。
▲	その他レジャー施設[総合] (経営企画担当)	お客様の様子	・これまでみられたインバウンドの伸びが一巡した模様である。また、物価上昇や不安定な国際情勢もあり、若干支出を抑える傾向が見受けられる(東京都)。
×	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・円高基調になったことでインバウンドが前年度より減少していることに加え、米国の関税政策の影響もあり、国内客の購買力も低下傾向にある(東京都)。
×	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・米国の関税政策の影響で悪くなっている(東京都)。
×	スーパー(ネット宅配担当)	販売量の動き	・競合店の影響などもあるが、全体的に販売点数が1品単価の上昇分を下回り、売上が減少している。
×	衣料品専門店 (従業員)	来客数の動き	・米価の高止まりや物価上昇の影響もあり、客の来店動機が薄れている。
×	高級レストラン (役員)	それ以外	・引き続き、米国の関税政策、原価高、光熱費などのコスト高に加え、イスラエルとイラン間の紛争問題など、景気が良くなる要素がない(東京都)。
×	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・日中に関しては、気温の上昇にもかかわらず余りタクシーの利用がない。夜間も人出がなく利用がない。
×	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・業務案件の依頼が減少している。また、終了業務も多くあり、厳しい(東京都)。
×	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・6月は前年比では来場者数が95%、客単価が98%で推移している。

	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・6月は降雨と季節外れの猛暑の影響で、稼働率が低迷している。近年、猛暑下のゴルフプレーを忌避する動きが強く、経営に与えるインパクトは相当大きい。稼働率が改善するのは土日にほぼ限られ、来場者の中心は会員であり、収益性の改善は極めて限定的である。ビジター需要の低迷は著しく、物価上昇、実質賃金低下から、生活防衛を意識して高額レジャー費を抑制する動きがかなり強い。止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、利益を創出できる状況にない。あらゆる物価の高止まりが大きな痛手となり、企業も庶民も共に疲弊している。
	×	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	それ以外	・5～6月は地域で亡くなった方が少なかったためである。
	×	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65%となり、景気は悪い。また、3か月前と比べても約60%となり、悪くなっている。子育てグリーン住宅支援事業の補助金申請の進捗も毎日更新されているが、長期優良住宅、ZEH水準住宅の補助金申請の推移は予算の7%にとどまっているようである。地方のハウスメーカー倒産のニュースもあり、景気は悪くなっていると実感する。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材需要の陰りが顕著にみられる。前年比でみても悪く、上向き様子はみられない。リフォーム需要への期待はあるものの、底上げするまでの効果はない（東京都）。
企業動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・理由はまだ分からないが、受注量、1日当たりの生産量が回復してきている。ただし、半導体部品関係はごく一部のみで、不透明感が強い。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドの宿泊需要は引き続き堅調である。国内需要もレジャー、ビジネス共に好調と予想される（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・米価の高騰などもあり、飲食店ではメニュー修正や調整に迫られているが、売上や来客数の伸びはそれなりにあるため、購買意欲が減退しているわけではなさそうである。取引先の反応を見ても、価格転嫁への工夫をしながらも堅調な営業を維持している企業が多いため、景気はやや上向きである。一方で、今後の物価上昇による影響が懸念される（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量からみて、3か月前と比べるとやや良くなっている（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず人件費や諸物価の上昇分の価格転嫁が困難な状況が続いている（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	・いろいろな物の値上げが進んでいるなか、当社も4月に製品の値上げをした。その効果が若干出てきているものの、全体として上向いているわけではない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・A社からの発注があればB社からの発注が止まる。また、その逆もあり、生産ラインが埋まらず、売上の上がらない状態が続いている。発注の増減についての理由は各社様々である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先からの内示をみる限り、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月売上の統計を取っているが、今月の動きはほぼ例年どおりであり、今のところ米国の関税政策、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻、イスラエルとイランの紛争の影響は受けていないように見える。今後の動きを注視している（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	・電子部品、特に半導体製品の大口価格は大きな変化はなく推移しているため、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは米国の関税政策の影響を予見できていない。下請企業でも不透明な状態が続いている。

□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の高止まりで物の流通がなかなか進まない。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調に進んでいるものの、予算の少ない案件の情報回ってくるようになってきている。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・解体業なので、燃料費が不可欠である。相変わらず燃料費が高止まりしているため、大変厳しい。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して受注量が余り増減していない。良くも悪くもなく、3か月前の傾向も見えない（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入り物量は増加傾向にあるが、人件費等も増えており、収益が上がらない状況が続いている。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期で物量の少ない時期である。燃料価格の高騰は一時落ち着いたものの、いまだ高止まりしている。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の状況が続いている（東京都）。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、不動産業では建売の販売が少し鈍ってきている。これは単価の高止まりや住宅ローン金利の上昇、実質賃金が物価高などに追いついていないことが要因とみられる。スーパーでは物価上昇が直撃し、客は必需品しか買わない傾向にある。運送業では人手不足、燃料価格の高騰で収益が圧迫されている。飲食業は米価がまだまだ高く、価格転嫁できず、利益が縮小している。全体的には景気は悪い方向に進んでいる（東京都）。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰、米国の関税政策の影響等により低水準で推移していた受注状況は、現状では大きな改善がみられず、依然として低調である。製造関連は低位安定である。建築関連は資材高騰、公共案件受注の不調により、やや下落傾向で推移している。
□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気の動向は余り変わらない。最近では再建築でのめめ事があり、苦労している（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業をメインに事業を行っているが、オフィスは満室状態が続いており、3か月前と変わらず順調に推移している（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と同様に今年も6月は伸びていない（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅までの途中にある商店街の飲食店をのぞくが、新型コロナウイルス感染症発生前ほど客が入っておらず、空席もある。満席にしないと立ち行かないような店なのだが、客が入っていない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだ資金繰りの厳しい会社もあれば、今年からボーナスを支給する会社や、昇給を検討するような会社も出てきている（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業等では客単価が伸びていない。客の財布のひもが固いという声を聞いている。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・得意先の受注状況からみて、変わらない。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は暑くなるのが早く、客の出足が悪く、来客数が減っている。
▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・競合他社の幹部との会話で、販売量が前年を割り込んでおり、景気もさる事ながら急に暑くなった影響もあるかという話が出ている（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・価格競争で利益率が低下している。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・用紙やインクの再度の値上げ要請が来ている。販売価格にダイレクトに転嫁したいところだが、クライアント側への交渉は難しい。

	▲	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。店頭とインターネットで注文を受けているが、店頭への来店客が少なくなってきた、3日に1回くらいの頻度で売上が1万円に届かない日がある。インターネットからの注文は変わらないが、景気はやや下り坂である（東京都）。
	▲	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・前年比でみると受注量が減少している状況が数か月続いている。
	▲	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・納品先店舗の閉店が増えてきており、取扱量の減少とあいまって、配送効率の悪化が危惧される（東京都）。
	▲	金融業（支店 長）	競争相手の様子	・物価上昇に賃上げが追い付いておらず、個人消費者の節約志向は高まっている。
	▲	税理士	取引先の様子	・円安傾向、米を始めとするあらゆる物価の上昇が続いている。政府による補助金政策が景気に影響を与えるほど効果があるとは考えられない。米国大統領に振り回されている不安定さがどこまで続くのか予想しにくい。
	▲	経営コンサル タート	取引先の様子	・金属加工業の中小企業では、1月以降じわじわと受注が減少している。特に、半導体関係の部品などに係る受注が顕著である（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	・物の動きが悪い。米国の関税政策の影響なのか、取引先工場の動きも不安定で、受注量が1～2割ほど落ち込んでいる。
	×	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・春頃までは利益は少なくとも仕事量自体はあったが、今月は仕事量も減ってきている。取引先の発注量も少なくなっている。
	×	建設業（経営 者）	取引先の様子	・政治が不安定である。米国の関税政策の影響がある。
雇用 関連  (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・公共事業、BCP案件の受注が好調である（東京都）。
	○	人材派遣会社 （支店長）	それ以外	・派遣需要は旺盛で、特に外国人雇用のニーズが急拡大している。全体として前年を上回る良い業績につながっている（東京都）。
	○	学校〔大学〕 （就職担当）	採用者数の動き	・新卒採用を控えている企業が増えている（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・求職者からの応募が少なく、市場に人材を提供できていない（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・おおむね横ばいで推移している（東京都）。
	□	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・求人は入ってきているが、背景は増員ではなく人の交代が多い。
	□	求人情報誌製 作会社（広報担 当）	採用者数の動き	・当社、周辺企業、同業他社いずれも人手不足が慢性的に続いている（東京都）。
	□	民間職業紹介 機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人は全般的にあるが、条件に合う人がなかなかおらず、苦勞している（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、特に製造業で求人数が減少している。
	▲	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・物価の上昇に賃金が追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・今月に入り、求人数が若干減少傾向にある。そのため、成約数にも影響が出てきており、前年比マイナスで推移している。契約終了者数は減少しており、就業者数は微増となっている（東京都）。
	▲	人材派遣会社 （営業担当）	周辺企業の様子	・海外、特に米国への輸出により業績が左右される大手製造業では、今後の様子をうかがっているようで、エンジニアの引き合いが減少している。一方、防衛など世界情勢が不安になりつつあることから、エンジニアのニーズ自体は高まっている（東京都）。
	×	*	*	*