

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〔食料雑貨〕 (経営者)	・情報開示によれば良くなる。
	◎	一般小売店〔生花〕(店員)	・3か月後は9月のお彼岸があり、花屋にとっては需要が多く忙しい時期である。そのため、今月よりはかなり良くなる（東京都）。
	◎	コンビニ（従業員）	・当店は夏季にプール営業をする場所から最も近いコンビニのため、夏になると特需で一気に忙しくなる。現地で買えなくなったプールチケットの発券、食材、プール用品なども販売し、来客数がふだんの1.3倍から1.5倍に増える。景気が良くなっているかは疑問だが、プールの利用客が極端に減らない限りは、来客数が大きく増える。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・ECサイトを立ち上げており、そちらで相当数売れるはずである。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・夏季は高単価での予約が多く見込めている。取り漏れないよう対策していく。
	◎	タクシー運転手	・これから夏真っ盛りになり、気温がますます上がっていくと、タクシーの利用客は多くなる。深夜の客は減るが、それまでの時間帯の回転率は良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・例年はエアコンの売上ピークを迎える7月を前に6月は売れない月だが、今年は6月からエアコン販売が好調である。7月もこのまま続いてくれることを期待している。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先の景気だが、専門店として頑張っていけば、客が徐々に戻ると期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・夏本番を迎える7月以降は需要が増えて良くなる。
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・例年7～8月は学用品を中心に売上が減少する傾向にあるが、遠方からの来街者が増加していることや、インバウンドによる売上が増加傾向にあるため、やや良くなるとみている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・7月から9月の天候次第だが、晴天が多く暑ければ、売上増加の期待が持てる。
	○	百貨店（営業担当）	・売上の増加が続いており、消費意欲は高まっている。夏のボーナス需要も伸びるとみている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・富裕層向けの外商の単価は上昇傾向がみられる。郊外店にとってはインバウンドの下落傾向は関係がなく、国内富裕層の改善が業績向上に好影響を与える（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・7月以降はクリアランスセールが始まることから、衣料品の売上減少などの状況は解消するものと見込んでいる。
	○	コンビニ（経営者）	・夏休みで好天が続けば、売上が増加する（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ボーナス支給額は過去最高で、コストパフォーマンスを求めて高単価商材でも利便性の高い箇所での買物が増加すると予測される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・猛暑により飲料の動きが好調であり、今度も伸長が続く。近隣イベント会場への人出が来客数にも影響しており、イベント参加者は客単価も高い傾向にあるため、夏の繁忙期に向けて更なる増収が期待できる。
	○	家電量販店（店長）	・気温上昇の影響もあり、季節商材の動きが良く、前年より来客数が増えている。まだ値上がりが続いているため決して良いとはいえないが、この状況が続くと良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後は新型車が登場するため、上向いてくる（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・客も徐々に慣れてくる（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・先進的窓リノベ事業の消費者への周知が進んでおり、窓周りのリフォームの引き合いが増加している。補助金の予算消化次第ではあるが、秋口にかけて窓周りのリフォーム需要が活発になるとみている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・出店地域による違いもあるが、繁華街の店舗では客単価が上がっている。日常性の高いサラリーマンの多い地域は、利用しやすいメニューの提示により来客数が伸びている（東京都）。

☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・天候に左右されるが、ボーナスが支給されれば良くなる（東京都）。
☐	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・外食の価格引上げにより給食の廉価さがより優位になってきていることから、給食需要の伸びが更に期待できる（東京都）。
☐	タクシー運転手	・この先30度超えの日が続けば、暑さを避け、涼しい空間を提供できるタクシーの利用客が増えるかとみている。夜の飲み屋街の活気が余らないことが気になるが、この先暑い日が続けば活気も戻ってくると期待している。
☐	タクシー運転手	・今年も暑さの影響で、歩くことを諦めて、短中距離だがタクシーに乗る客が増えている。長距離の客はそれほどいない（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薄れ、人出も戻りつつある。同窓会なども開かれるようになっている（東京都）。
☐	通信会社（社員）	・イベント情報などが増加し、具体的にCMの引き合いなどにつながっている。様々な取組が増えている（東京都）。
☐	通信会社（経営企画担当）	・少しは案件が発生するものと見込んではあるが、例年より動きが少ないこともあり、客の動向に注力していく必要がある（東京都）。
☐	観光名所（職員）	・若干ではあるものの、来客数の動きから、やや良くなる（東京都）。
☐	ゴルフ場（経営者）	・米騒動も沈静化に向かっているようであり、猛暑が過ぎると改善する見込みである。
☐	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・例年7～8月は繁忙期となり、9月頃から10月にかけて落ち着くものの、今月ほど暇になることはない。
☐	設計事務所（経営者）	・物価の上昇スピードが早過ぎて、建築費も非常に高騰している。住宅を早く何とかしなくてはいけないという意識での客の動きが見受けられ、相談も大変多くなっている。
☐	設計事務所（経営者）	・具体的に案件が動き始める予定が分からないため、実際にどうなるかは不明だが、予定だけはある。
☐	設計事務所（経営者）	・物価の高止まりにより、これから先は動かなければいけないという意識が強くなっている。
☐	住宅販売会社（経営者）	・都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。一方、建設業は、建設費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、なかなか賃上げができない。
☐	住宅販売会社（従業員）	・今月がととても悪かったため、2～3か月先の景気は何もしなくてもやや良くなる。住宅ローンの固定金利がやや下がっており、夏休みの長期休暇時には集客、商談数の増加が見込めるため、販売量もやや増えると見込んでいる。
☐	住宅販売会社（総務担当）	・物価高による従業員からの賃上げの声に対する企業の対応、コロナ禍明けの消費意欲の高まり等により、消費に動きが出てくる。
☐	商店街（代表者）	・客が買物に非常に慎重になっている。景気が良くなってもらいたいのは当然だが、手取り額が少ないことから、なかなか想定どおりにはいかない。政治においても、政権が少数与党になっていることから、一般消費者の先行きへの不安感が大きい。
☐	商店街（代表者）	・米国大統領の動向が気になるが、いろいろな貿易摩擦の激化や関税問題のリスク、それに伴う株価の動向など、マインドが冷めるかどうかで地域経済は影響されてくる。不確実性を抱えながらも、今のようになんとか形になっていけば悪くはならない（東京都）。
☐	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暑さは9月くらいまでと考えている。エアコン工事が落ち着いたら、省エネ補助金の対応をしていく。
☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当商店街はアーケード型ではなく点在型のため、これから暑くなるとわざわざ当店を目的にした客の来店は難しい。全く不要な物ではない商材だが、やはりインターネット通販等流れてきている。
☐	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・賃金が物価上昇分を上回っていないため、慎重な買物をしている（東京都）。
☐	一般小売店〔傘〕（店長）	・暑さが9月頃まで続くと、現状の販売量を維持できる。

☐	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭であれば売り方、外商であれば提案の仕方を工夫して営業努力をしているが、物価上昇が落ち着かないことには厳しく、逆風のなかで航海しているような状況である。客からも物価が高くなったという話が聞かれ、なかなか消費には結び付かない。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・会社を挙げて新規開拓に取り組んでいるが、なかなか実現しない。他社とも競争もあり、難しいのが実情なので、先行きは期待できない（東京都）。
☐	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・主要顧客である教育機関の休みが多い夏季は毎年売上が伸び悩む傾向にある。この季節要因を除けば、ここ２か月は為替に大きな変動はみられず、このまま推移すれば身の回りの景気は変わらない（東京都）。
☐	百貨店（売場主任）	・顧客ステージ別の施策として、対象顧客へのクリアランスプレセールなど、消費マインドが上がる仕掛けをしているが、世界情勢など先行きが不透明な部分もあり、良くなる要素がない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・外国人観光客の増加は続くとみられるが、円安基調も一段落し、財布のひもが固くなってきている。世界情勢が不安定で、先行きが見通せない状況であり、今までのような右肩上がりの期待は薄い。食料品については、米を始めとして価格は高止まりの様相を見せており、猛暑予想もあることから、作物の不作などの影響が出てくると、現状のままとなる（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・物価上昇が継続し、客の消費に関して慎重な姿勢は続くと予想する。
☐	百貨店（総務担当）	・世界的な混乱や国内の政治情勢、物価の動向など、不確定要素がますます多種多様になっており、先行きの景気への不安感が大きい（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・今後のインバウンドや景気動向にもよるが、前年下半期並みの状況であれば、減少傾向が弱まると想定している（東京都）。
☐	百貨店（広報担当）	・国内客、海外客共に景気に確実に影響するような新たな外部要因が見当たらない。また、足元では為替がやや円高方向に振れるなど決して追い風とはいえないものの、当社が進める識別顧客化の戦略が一定程度下支えすることにより、外部要因によるダメージを最小限に抑えられると想定している（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・物価上昇の影響は依然として残り、個人消費の伸び悩みが続く。今後の消費動向は、賃上げがどこまで広がるか、物価上昇が落ち着くかどうかで変わってくる（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・担当している地域密着型ショッピングセンター及び大型ショッピングセンター内の店舗については、国内客が大半を占めている。取扱商品も日用品や消費財、飲食店などであり、インバウンド減少の影響を受けないため、これまでと変わらず、来客数、営業利益微増の状況が続くとみている（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・為替や株価などの先行きも不透明であり、景気が改善する要素が特に見当たらないため、現状のやや悪い傾向がこの先も続く（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・直近３か月の傾向からみて変わらない（東京都）。
☐	百貨店（財務担当）	・物価高に伴う個人消費の低迷が続いていることに加え、円高基調によりインバウンドの回復は見込めない（東京都）。
☐	百貨店（管理担当）	・物価上昇が落ち着かず、節約志向が続く（東京都）。
☐	百貨店（店長）	・食品を中心とした価格の上昇に歯止めが利かない状況をメディア等で取り上げているため、客の買い控えはしばらく続く。戦争の終結と株価の安定が上昇のポイントになる。
☐	スーパー（経営者）	・米価の問題などで売上に上昇分が乗せられていたが、今は平常に戻っている。この先も良い状態は続かないとみている。相変わらず値上げの予定もいろいろとある。青果は相場安、鮮魚はやはり生物は売上が取れないということなかなか厳しい。余り良い材料がないので、現状と同じような状態がこのまま続く。
☐	スーパー（経営者）	・米国の政策動向が読めない（東京都）。

☐	スーパー（店長）	・ 値上げが続く影響で1品単価が上がっていく一方で、買上点数は減少傾向にある。米の売行きが見通せないなかで総菜やパンの売行きが伸びている。生鮮食品類は堅調な動きが続くものと予想される。
☐	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ない。値上げと賃上げのバランスが取れるようになるまでは、同様の状態が続く（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	・ 値上がり止まらないことと、定額減税が終わり、手取り額が減るためである。
☐	スーパー（営業担当）	・ 販売量及び来客数の減少、単価の上昇はまだ続く（東京都）。
☐	スーパー（食品担当）	・ 米騒動が続く限り、売上は前年を超える（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	・ 値上げがまだ続く。
☐	コンビニ（経営者）	・ 今年もこの暑さにより昼間の来客数が減少しているため、この先も伸びないと予想する。
☐	コンビニ（経営者）	・ 物価高の流れがまだ続きそうなので、景気が上向くかは微妙なところである。
☐	コンビニ（エリア担当）	・ 商品単価の高止まりは続くが、店頭での物量を意識した販売促進策を継続して顧客の維持に努めることで、現状を維持できる見込みである（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・ 来客数自体の伸び率は変わらないとみているが、値上げの影響もあるのか、やはり安価な物を購入する客が多くなっているため、今月と同様の推移となる。
☐	コンビニ（商品開発担当）	・ 米相場による相乗効果も一段落した模様である（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	・ 2～3か月先もそれほど変わらない。暑い時期で来客数が若干減るかもしれないが、涼しくなる夕方や夜にかけての来店が増えるかもしれない。そこでまとめ買いをするのであれば販売量は安定する。生活費が抑えられれば、その分を食費などに充てることができる。税金なども上がってきて、どこまで市民の懐に余裕があるかである。
☐	衣料品専門店（店長）	・ 消費者の手取りが減少している。定額減税の終了、社会保険料の負担増に加え、食料品など生活必需品の物価上昇の影響が大きい（東京都）。
☐	衣料品専門店（役員）	・ 物価上昇が落ち着くまでは、衣料品業界は厳しい。
☐	家電量販店（店長）	・ 世界情勢や米国の関税政策の影響がどのような形で出てくるのか不透明ななか、良くなることも悪くなることも言い難い。参議院選挙の結果で流れが変わる可能性もある。経済活動が活発になることを期待している。
☐	家電量販店（店長）	・ 訪日客の購買意欲には為替の影響もあるが、旅行代や宿泊代が上がり、買物に使う予算が削られているものとみている（東京都）。
☐	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。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。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・ 夏に向けてレジャーにお金が出るため、自動車購入には向かない。
☐	乗用車販売店（総務担当）	・ 米国の関税政策の影響などで先行きが不透明であるため、購入を控える人が多くなる。
☐	乗用車販売店（渉外担当）	・ 販売環境に変化はないと見込んでいる。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・ 来客数が減っている。頑張るしかない。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・ 訪日客の売上減少も底に近い状況にあり、国内客の売上増加も大きな変化がみられないため、景気は余り変わらない（東京都）。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・ 中東情勢の地政学的リスクが懸念されるものの、予防的な激変緩和措置が講じられることにより、仕入価格が安定する（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・ 今夏の天候が心配である（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 米国の関税政策等の動向次第で国内主要産業にも影響があるため、楽観できない。

☐	高級レストラン（営業担当）	・数か月先までの予約状況及び直近のレストラン利用状況からみて、変わらない。例年、夏場は苦戦する傾向であるが、今夏はより厳しい気候が予想されるため、その分、客足も鈍くなる（東京都）。
☐	高級レストラン（経理担当）	・季節変動の影響を排除するため前年比でみると、受注残は10%程度多くなっている。この先6か月程度は同水準で、足元の状況が半年程度維持されそうである（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後の9～10月頃は、これまでの例から売上はそれほど落ち込みはせず、今月とほとんど同じくらいになる見込みである。人の動きも現在と余り変わらないとみられるため、売上も大体変わらない。
☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後も物価高は変わらない。たとえ米価が落ち着いたとしても、食材、生活用品など全般的に値上がりしているため、決して良くなる見込みはない。
☐	一般レストラン（経営者）	・国内では、参議院選挙の前は売上が落ちるが、その後はまた盛り返すとみている。ただし、円安が進み物価が上昇すれば、消費が落ち込み景気は悪化する。国際的には、東欧の戦争が終結して復興への道筋が示され、中東情勢も沈静化すれば、景気は一気に良くなるとみられるが、それまでは構造的にもうかる業種とそうでない業種とにはっきり分かれる状況が続く。したがって、3か月ではまだ変わらない。
☐	その他飲食［カフェ］（経営者）	・物価は高値安定しており、客は良い物に対しては高価でも支出するが、それ以外の物には節約志向である（東京都）。
☐	その他飲食［カフェ］（経営者）	・コーヒーの生豆の価格は2020年から2024年で約2倍になり、その後1年の間に更に倍になっている。そのため、販売価格も上げざるを得ない。それにより購買が減らなければ良くなっていくが、買い控えが続くと苦しくなる（東京都）。
☐	都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況等に鑑みて、変わらない。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・米国の動向や異常気象の影響でいろいろな物が値上がりしそうなので、なかなか先を読みにくい。
☐	旅行代理店（経営者）	・現在、学校で手足口病や百日咳などが流行しており、余り外出したくないため、旅行ではなく、なるべく近くでおいしい物でも食べて過ごそうと客から聞いている。
☐	旅行代理店（従業員）	・沖縄の新規レジャー施設が7月にオープンするのに合わせてツアーを設定し、予約の増加を期待している。海外旅行は、海外の物価高、円安が響き、観光需要がかなり低くなっている（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	・参議院選挙の結果による影響は出るとみられるが、大きく変わることはない（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇、夏の暑さで光熱費がかさむ（東京都）。
☐	タクシー（団体役員）	・米国の関税政策の影響や、大手自動車メーカーによる工場閉鎖等の負の要件がなくならなければ、景気回復には至らない。
☐	通信会社（経営者）	・受注案件が増加しない限り、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が継続しているため、大きく転換していくことは見込めない。
☐	通信会社（局長）	・米国の出方も含めて新たに大きな展開がなければ、当業界も変化に乏しい（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
☐	通信会社（営業担当）	・物価が以前のような価格に戻らない限り、良くはならない（東京都）。
☐	通信会社（経理担当）	・もし2万円の給付があったとしても焼け石に水である。例えば、今よりも米の輸出を増やし産業が拡大するなどのことがないと、根本的に良くはならない。
☐	通信会社（管理担当）	・事業の性質上、市場の状況は大きく変わらない（東京都）。
☐	通信会社（管理担当）	・物価高の影響により消費は鈍化し、やや停滞する（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・全体的に大きなイベントがなく、そこまで改善するとは考えられない（東京都）。
☐	通信会社（経営企画担当）	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。

□	観光名所（職員）	・インバウンドの動きは好調ではあるが、国内消費者の不安の解消にはある程度時間を要する（東京都）。
□	ゴルフ場（経営者）	・残暑が厳しいことが見込まれるため、今夏の売上は相当厳しくなると予想している。暑さ対策でどうこうできるレベルではなくなってきたしまっている。
□	パチンコ店（経営者）	・米国の関税政策、中東情勢など世界的な政情不安、経済の不透明感が払拭されず、今後は国内経済にどの程度の影響が出てくるか全く分からない。マイナスに働くことはあっても、プラスには転じないと予測している。ただし、夏に向けて人の動きが活発になるため、期待する部分はある。
□	競輪場（職員）	・社内外の環境に大きな変化がない。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・ガソリン価格、米価の高騰や米国の動向など、まだ不安だらけである（東京都）。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・大きく変わる要因が見当たらない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・値上げに対する消費者の節約志向が、生活必需品や日用品以外に娯楽やレジャーなどにまで影響してきている。この傾向はしばらく続く（東京都）。
□	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・中東情勢が不安定化している。値上げも継続している。都議会選挙に続き、参議院選挙の結果も影響する（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・今後2～3か月に関しては、経済情勢や社会情勢に大きな変化はなさそうである（東京都）。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・特に活性化につながるような話題もないため、現状のまま変わらない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・利用者の来館状況に変化はない。米を含め物価上昇に対して賃金が追いついていない状況が続いている（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・良くも悪くも大きな変化はないとみている（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・情報数に変化がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・現時点での客の様子から変化の兆しがない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・先行き不透明で、好循環がみえてこない。
▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・8月に価格改定があるため、定期宅配の顧客数の減少が予測される（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・ラグジュアリー商材の購買減少による免税売上の客単価の下落は、回復が難しい。ただし、国内需要においては、生活必需品を中心に若干の回復傾向がみられる（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響から、食品を中心とした生活必需品への消費が優先するため、客が衣料品等にお金を使おうという意識にはなっていない。今後は夏のボーナス支給時期になるものの、世界情勢も絡み、消費意欲が好転するとは考えられない。
▲	スーパー（経営者）	・客の節約志向がより強くなっている。可処分所得が増えないことには生活できない。
▲	スーパー（仕入担当）	・値上げはまだ続き、節約志向がますます高まり、消費自体は冷え込んでいく。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・収益が前年並みの場合、人件費や各種コストの増加により利益が大幅に減少する傾向にあり、厳しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・大型スーパー同士の連日の特売チラシによる攻撃に、フランチャイズ加盟店のコンビニには対抗策が打てず、苦慮している。先行きが不安である。
▲	コンビニ（経営者）	・高齢の客の収入が全体的に減っており、1か月分の支出を計画し、必要な物を支払って、残りがコンビニ等で使えるお金だという話をしているのを聞くと、本当にギリギリである。先行きが良くなるとは考えられない。
▲	コンビニ（経営者）	・買上点数が1人当たり0.5個程度減少しているため、単価が上がったとしても、売上は少しずつ減少傾向になる。今年は参議院選挙があるが、収入が増えない限り、景気はなかなか上向いてこない。

▲	コンビニ（経営者）	・現在、ちまたで話題になっている減税等がないと、厳しい状態が続くと予想している。賃上げもしており、今後が不安である。
▲	コンビニ（エリア担当）	・店舗の近隣にある大型施設でのイベント開催が前年と比較して大幅に減っているため、イベント時の収入が見込めない（東京都）。
▲	衣料品専門店（経営者）	・最近インターネット通販が多いからかもしれないが、来客数、販売量共に落ちている。今後は催事の予定などはあるものの、現状では動向が読めない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・これから夏に向かって熱中症対策をしっかりとしないといけないため、受注量は減る。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・電気、ガソリン、生鮮食料品、インスタント食品、しょうゆなどの基本的な調味料など、全てが値上がりしており、給料は上がっていない割に税金は上がり、可処分所得が減っている。皆、自分たちの生活を守るために少しでも安価な物を買ったり、無駄な物は買わずに貯金に回したりしているため、今後の景気はますます悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	・今後の見通しが余り立っていない。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・米の供給及び価格の安定により、他のことに使える金額が決まる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価高に追い付かない賃上げが可処分所得の減少につながり、景気は停滞か後退していく。スピード感を持った経済対策が必要である（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・インバウンドの頭打ち感、米国の関税政策の動きにより、従来よりも停滞することが懸念される（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・大人数の宴会の数は減ってきているが、少人数の宴会がそれなりに入っているため、やや悪くなるものの、週末は現在の客入りを保っていけると予想している（東京都）。
▲	都市型ホテル（経営者）	・7月以降、夏休み時期になると近隣の大型コンベンション施設でのイベントなども減少し、売上は最も厳しい時期に入る。それに加えて、この暑さによる水道光熱費の上昇がかなりの負担になり、年間でもボトムの時期に入る。人気テーマパーク等への個人客を中心に、何とか集客を図りたい。
▲	旅行代理店（従業員）	・交通費、宿泊費、食費、見学料など旅行に係る全ての費用が増加しているため、団体旅行の参加人数の減少及び実施の可否にもかかわってくる。
▲	タクシー運転手	・年末頃からの物価上昇が一向に止まらず、特に米に関しては四苦八苦しながら生活している。米価の上昇が幾らか収まりかけているところではあるが、やはり一般の食料品価格が高止まりしており、庶民の生活はかなり苦しい。
▲	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・今夏も猛暑が予想され、外出控えによる消費低迷の可能性が考えられる（東京都）。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価高の影響で、教育費まで出せないという家庭が多い。今後景気は悪くなっていく。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・選挙後に施策が代わっても、景気は回復しない。このままでは景気が下降する一方で、何も期待できない。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・講習の申込みが少ない。
×	百貨店（販売促進担当）	・米国の関税政策の影響で悪くなる（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・物価の上昇が止まらないため、本当に必要な物のみを購入する動きが顕著である。
×	衣料品専門店（従業員）	・物価高で景気の先行きがなかなか読めず、まだ不安定な状況が続くと見込まれるため、客が消費に対してかなり慎重になることが予想される。
×	高級レストラン（役員）	・インバウンドを含む来客数が増加し、価格転嫁により売上が上がっても、仕入原価、コストは下がる要素がなく、利益の厳しい状況は続く（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・世の中の景気が良くなないと、外食産業はどんどん潰れていく。皆なかなか外食にお金を使えないのではないかとみている。

企業 動向 関連 (南関東)	×	通信会社（社員）	・世界情勢への不安により消費拡大が望めない。遊興産業の高値と不安が続く一方、生活必需品も高値となり、八方塞がりである。今年も酷暑が始まっており、電気・ガス料金負担軽減支援事業の効果で自宅での節約生活が続きそうである（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価が上昇しているため、販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経営者）	・例年よりも早い気温上昇の影響により、外出や運動を控える人が増えるとみている。このような状況で更なる賃上げは難しい。税金や社会保険料負担を減らして個人消費の拡大につなげる政策を強く望む。
	×	ゴルフ場（従業員）	・梅雨、酷暑のなか、中東情勢が気になる。原油価格の高騰や輸入への影響など、混乱が懸念される。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりで固定費の回収に苦慮する環境は変わらず、利益を創出できるような状況ではない。9月になれば猛暑も緩和されて稼働率改善が期待できないわけではないが、やはり経済政策次第である。国会会期末にみられたガソリン税暫定税率廃止法案に係る与野党の攻防に象徴されるように、7月の参議院選挙の結果によらず、政策による景気浮揚は到底期待できない。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材需要の多くを占める新築関連は期待薄の状況が続くとみられ、景気の上向きにはつながらない（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・7月昇給も前年以上となり、景気は回復している。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連製品の需要が拡大傾向にあり、それに追随することにより、景気が少しずつ良い方向に向かう。
	○	広告代理店（営業担当）	・気候の予測、米国の関税政策及び為替の変動が読めないため、当社としては変わらない一方、グループ会社の不祥事の影響で受けた打撃が少し落ち着きそうである（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・大型案件の成約が見込める（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先も変わらず受注量が少ない見込みである（東京都）。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在、受注量に回復傾向がみられないが、新規案件を抱えており、これが具現化すれば売上増加が期待できる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・世界情勢をみると、当社も含まれる自動車業界は予断を許さない状況だが、大企業よりも時間差で影響を受けるため、まだしばらくは変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・内需関連の業界であるため、外因の影響を直接受けないが、長引けば悪影響が出てくる。また、このところ人手不足による倒産が増えていることも懸念材料である（東京都）。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーも、現時点では米国の関税政策の影響を予見できず、慎重な姿勢を取っている。当面、景気は変わらない。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の影響があるため、変わらない（東京都）。
	□	建設業（経営者）	・物価高のなか賃金が上がらず、購買意欲が低下しているため、景気は現状のままで変わらない。
	□	建設業（経営者）	・今のところ現状維持で進むとみている。
	□	建設業（従業員）	・物価上昇が続いており、受注量が増えていても、それほどもうけはなく、厳しい。
	□	建設業（営業担当）	・現状、打合せ案件の規模から、すぐに改善するような状態ではない。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は例年どおり閑散期の数量で、低迷している。今後も現状のまま変わらないと予想している。
	□	通信業（広報担当）	・プラス要因とマイナス要因が打ち消し合い、方向感が出にくい状況がしばらく続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・物価上昇による仕入価格の上昇、消費の冷え込みが続いており、利益の確保が難しい状況に不安の声が聞かれる。また、人件費高騰に悩む企業が多い一方で、若い世代の人材確保のために従業員の給与を引き上げたいという企業もみられる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・製造関連からは、今後の受注見通しにやや希望の持てる話が聞こえてきており、米国関税絡みの受注調整に出口が見えつつある様子がうかがえる。建築、不動産は地価の下落懸念や公共案件受注の伸び悩みから冷え込み感が強い。

□	不動産業（経営者）	・インターネット時代のため、いかに活用するかが勝負の分かれ目である（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・当社のテナント物件は満室のままで推移しそうである。
□	不動産業（総務担当）	・オフィスに関しては、満室の上に新規テナントのニーズもあるため、当面は今の良い状況が続く。物販テナントについては好不調の差が出ており、売上が厳しい店舗もある（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・前年比での減少見込み分をカバーする施策が追い付いていない（東京都）。
□	税理士	・米国の関税政策について、日本の自動車に25%の関税を課すということだが、自動車産業が壊滅的ダメージを受けるような大変な話である。これは一企業の業績にとどまらず、下請も含めた産業全体に及ぶ国家レベルの大きな問題である（東京都）。
□	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	・良くなる材料がない。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気の不安定さはしばらく続くものとみられる。当社の状況も不透明感が強い。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・この時期は大きな動きもなく推移していく。
▲	食料品製造業（経営者）	・天候次第である。
▲	食料品製造業（経営者）	・原材料価格の高騰、人件費の増加、輸送費の高騰などの理由による値上げがあるなか、消費者心理として余計な物にはお金を使わないという雰囲気になっていく。一部マスコミによる米騒動などのあおり報道も原因となっている（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・何度も繰り返し値上げ交渉を行っているなか、配送費等他の部分での値上げも予測されるため、更に厳しくなる。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・全国展開をしているゴム印メーカーが今月廃業した。全国でかなりの注文を受けていたはずだが、突然廃業ということで、印鑑が下り坂なのは仕方のないことだが、ゴム印の需要も少なくなっているのではないかと考えている。また、年賀状ほどではないものの暑中見舞いの印刷も年々少なくなっている。今のところ見積依頼や図柄の問合せもまだ来ていない。そうしたことから、2～3か月先はやや下り坂になりそうな見通しである（東京都）。
▲	化学工業（従業員）	・今月は値上げ前の受注がかなりあったので、その分受注量が落ち込む。
▲	化学工業（総務担当）	・取引先から聞こえてくる情報では、末端のマーケット需要が低迷している。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・今は米国の関税政策が大きく変わる前の段階だが、3か月後に実際に25%の関税が適用されたら、国内の景気はかなり悪くなる。
▲	金属製品製造業（経営者）	・得意先の生産説明によると、増産予定はなく、減産予定はあるため、先行きは少し下がる。
▲	精密機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響は現時点ではまだないが、今後の動き次第でどのような影響が出るのかが分からない。
▲	輸送業（経営者）	・納品先店舗の廃業が新規出店を上回る傾向にあるため、2～3か月後が気掛かりである（東京都）。
▲	輸送業（経営者）	・世界情勢が不安定なため、やや悪くなる（東京都）。
▲	金融業（総務担当）	・生活に直結しているガソリン価格、米価の高止まりや食品を始めとする物価高がまだ続く。賃金も上がってはいるが、手取りは物価高に追い付いていない。観光業はインバウンドや夏休みシーズンで売上はやや上昇傾向である。不動産業は販売にやや陰りが出ている（東京都）。
▲	金融業（支店長）	・建設業では2024年4月以降の労働規制、更に2025年6月からの熱中症対策の義務化に伴う影響により、現場の一層の遅れが予想されている。その影響で資材の納品期日も延期されており、関連する中小企業の資金繰りが非常に悪化している。

	▲	広告代理店（経営者）	・米価が特に上昇しているが、食材の価格高騰が続いており、取引先の飲食店では利益確保のために更なる価格改定や仕入れの見直しを検討する動きがみられる。現時点では来客数や売上を維持できているものの、物価上昇の影響が今後本格的に消費マインドにも及ぶ。また、なかなか求人がうまくいっておらず、働き手が少ないために営業規模を縮小せざるを得ない店舗もあり、利益圧迫による投資や発注の縮小が予想されるため、やや悪化方向に向かう（東京都）。
	▲	税理士	・梅雨の期間中からの猛暑は作物の不作の兆しで、天候不順が物価に与える影響は大きい。また、7月に日本で大地震などの海外発の噂の影響でインバウンドが激減しているなどという不可解な現象を聞くが、政府やマスメディアはそうとは報道できない。デマであったと笑えることになればと考える。
	▲	経営コンサルタント	・今年の暮れ頃から来年度を見越した受注が増加する可能性はあるが、米国の関税政策の影響、諸経費の増加が激しく、見通しが極めて不透明である（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・今のところ、どの取引先も大型案件がなく、社内での業務に余裕があり、外注に出せる案件が少ないようである。ますます日銭を稼ぐことを考えざるを得ない。
	×	建設業（経営者）	・政治不信から消費マインドが低迷する。
雇用 関連 (南関東)	◎	－	－
	○	人材派遣会社（営業担当）	・例年のことだが、秋以降は求人数、求職者数が増加するため、今年も特別な要因がなければ同様に推移する見込みであり、景気は上向く（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・消費意欲が高まれば良くなる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者の動向が急変する見込みがない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・需要はあるものの、人材の確保が困難である（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数については大きな変動はない。同業他社とのシェアの取り合いが続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・政治、経済環境の不透明感が強いなか、特に大きなイベントは想定されておらず、横ばい又は弱含みで推移する（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・新卒や中途を含め4月入社の社員の一定数が離職することにより、新年度採用までの後任枠として派遣依頼をする企業が増えている。今後も同様のニーズが見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国の政策がはっきりしない現状では先の見通しが立たないとの製造業各社の様子がうかがえる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・同じような状況が続いているため、変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・人手不足、資材高騰、物価高、為替相場、株価など、良くなる材料がない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が良くなる要素も、悪くなる要素も主だっでは見当たらない。景気の良い状態が変わらず続いていくとみている（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・変化のきっかけがあっても、変化の兆しが見えないためである。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数の減少が長期にわたって継続しており、回復の兆しもみられない。
	□	職業安定所（職員）	・事業主からは、人手不足だが原材料価格の高騰等で賃金が上げられないという声があり、物価上昇を上回る賃上げの実現が難しいことが予想される。
	□	職業安定所（職員）	・足元の求職者数に大幅な変動はみられない（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・現在の企業からの求人と採用者数などから考えると、悪くはなっていないが特別良くなる環境でもない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・採用を控える企業が増えてきており、今後もその傾向が続く。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃金が追い付いていない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数は、全体としてはここ数か月、前月比で微増傾向だが、業種による偏りが大きい。製造業は減少傾向が見受けられる。
	×	*	*