

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）	・リニューアルによりテナントからの家賃収入が発生する。
	◎	コンビニ（エリア担当）	・35度に近い、又はそれを超える気温が続く予報で、コンビニの来店動機となる飲料の販売数が伸長し、来客数も増加する。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・ECサイトを始める。海外への販売も視野に入れていく。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・コストによほどの変動がない限り、今期末までは同様の状況が続く（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・夏の仕事が一段落したら、補助金関係の仕事を中心にしていきたいと考えている。ただし、補助金関係の仕事は時間が掛かるため、他の仕事も取り混ぜていく。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・3月以降、前年の売上に対して毎月2けたの増加が続いている。レジ通過客数も4月からほぼ横ばいであり、気温や天候に左右されることなく、順調に伸びている。今後もインバウンドを中心に来客数の増加が見込めるため、売上は順調に伸びるとみている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・涼しくなり日差しが弱まるとカラーレンズが売れなくなるため、通常レンズだけになりやや売上が落ちる時期でもある。何とかこのまま良い調子で売れてほしい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・猛暑、酷暑対策に日傘を使うことが効果的であると取り上げられており、男性や若年層の需要が続きそうである。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・9月はお彼岸があり、花の需要がかなり多い月なので、今よりは売れる。ただし、暑さが続くため、やや良い程度である（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・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。例年、9月は前半まで夏休み時期で売上が少なく、本格的に授業が始まる10月は売上が増加する傾向にある。ドル円相場は緩やかな円高基調で推移する見通しのため、為替の影響がある輸入学術資料についても多少は利益確保を期待できるのではないかと（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・ハイブランド、ジュエリー他高額品、外商の売上が伸びる。円安が続いており、秋も観光シーズンと重なるため訪日外国人観光客は高水準を維持する。高級ラグジュアリーブランドが好調であり、期待している（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・株価が上昇傾向にあることから、富裕層の消費意欲向上につながることを期待する。
	○	家電量販店（店長）	・米国との関税交渉が一旦妥結し、最悪のシナリオではなく、影響を最小限に抑えられる税率で合意できたことがプラスに働くとみている。また、参議院選挙の結果で民意が示されたことで、今後は国民の方を向いた経済政策が実現すれば、景気が上向くとの期待を持てる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・毎年9月から販売台数が増加する傾向がある（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・参議院選挙結果への期待から、やや良くなる（東京都）。

○	一般レストラン（経営者）	・景気は、今よりはやや良くなる。暑さも少し和らぎ、9月、10月になるとケータリングも伸びてくるため、7～8月の暑い時期より10～15%くらい増加する。
○	一般レストラン（経営者）	・物価上昇は基本的に続くので、それを逸脱しなければ、徐々に景気は上向いていく（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・9月以降は近隣の大型コンベンション施設での展示会、ライブ等がまた戻ってきて、宿泊稼働が高くなることが予想される。また、宴会についても秋の宴会シーズンに入るため、増えることを期待している。ただし、猛暑の影響が非常に大きく、水道光熱費等が上昇しており、収支を圧迫するかと危惧している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・スポーツ団体や修学旅行等の大型団体予約を取れていることで、ある程度売上を見込める。

○	タクシー運転手	・まだ暑い日が続いていることで、タクシーの利用も増えている。1日を通して平均して利用が良いため、今まで以上に仕事が増える。
○	通信会社（社員）	・ラジオ放送に興味を示す発言や若者の興味を引いていると聞く。それに合わせた番組作りも増えていきそうな気配がある（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・下半期にて受注も増えるため、良くなる方向にいく（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・米国の関税政策の影響が良い方に働くことを期待している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・構造改革及び注力エリアを選定することで、マーケット活用が更に進んでいく（東京都）。
○	観光名所（職員）	・米国との関税交渉も一定の区切りを迎え、税率は高くなるものの、決まったことへの安心感の方が大きい。現在は暑さが非常に厳しいが、秋を迎える頃には過ごしやすくなり、外出機会も増え、世界陸上やデフリンピックなど都内でのイベント効果にも期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・3か月先は秋に入り、気温も落ち着いていることが予想されるため、来場者数の増加に期待したい。ただし、先の参議院選挙での与党大敗による政治不安から消費は厳しくなるとみている。米国との関税交渉の妥結により、関連する企業への影響は抑えられる可能性があることから、その波に国全体で乗れば、年末に向けて景気は若干回復する。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・問合せ状況や学生の動きから、やや良くなる（東京都）。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・ここ最近の来客数減少については、酷暑の影響による外出控えや気力低下などが原因の1つとみられる。秋口以降暑さが和らげば、少しずつ回復してくるものとみている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・参議院選挙の結果を受けて株価が大きく下落しなかったため、やや良くなる（東京都）。
○	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・7～9月は繁忙期であるが、現状のペースでいくと繁忙期がずれ込む可能性がある。
○	住宅販売会社（経営者）	・都内ホテルの宿泊料金が上昇しつつあり、ホテル部門は良くなる。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。中小企業の景気対策及び建設費高騰への対策を是非お願いしたい。
○	住宅販売会社（従業員）	・単純に今月の景気が悪いため、これ以上悪くはならないだろうとの判断である。子育てグリーン住宅支援事業のGX志向型住宅分の補助金は予算上限額に達してしまったが、これからZEHや長期優良住宅の補助金獲得に動く客の動きが少しはあると考えている。ただし、諦めて来年度の補助金が発表されるまで様子見という客も増えるとみている。
○	住宅販売会社（従業員）	・問合せ件数から、徐々に景気が上向いていくとみている。
○	住宅販売会社（総務担当）	・やや良くなるとみているが、良くなる又は悪くなる業界や個人が分かれ、差が拡大している。
□	商店街（代表者）	・何ととってもこの暑さの影響が最も大きい。もう1つは、米国の関税政策の影響が徐々に出てくることである。賃金が上がってもそれ以上に物価が上がっていく状況から、今のところ景気は余り思わしい方向には向かっていない。今後は慎重にならざるを得ないため、様子を見ながら商売をやっていかなければならない。
□	商店街（代表者）	・今夏の災害級の暑さがどこまでひどくなるかによって、この先の状況が大きく変わってくる。猛烈な暑さが続くようであれば、間違いなく消費は冷え込む。8月まで猛烈に暑く、9月以降猛暑が多少落ち着いてくれば、反動による消費は望める。肌感覚としては消費意欲が低いわけではないが、暑過ぎるため、確実にいろいろな影響を及ぼしている（東京都）。

☐	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今後の予定として多少話はもらっているものの、それが本当に実現かどうかは分からない。底辺でずっと停滞しているような感じで、何ともいえない。客自体も高齢化が進んでいるため、仕事の話が途中で止まってしまうこともよくある（東京都）。
☐	一般小売店〔家具〕（経営者）	・米国の関税政策の影響もあり、景気はやや悪くなる可能性もあるが、これから先も大体今と変わらない状況が続く（東京都）。
☐	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・以前と比べて動きが悪い。また、需要と供給がかみ合っていない。
☐	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・物価高や気候変動により購買力がやや衰える反面、富裕層の購買力は変わらずに冬場を迎える（東京都）。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・季節によって売れたりするような商材ではないため、現状維持ができればよい。それくらいの見込みで、先行きに期待はできない状況で、何とか会社が潰れないようにと頑張っている（東京都）。
☐	百貨店（売場主任）	・物価高に対して有効な景気対策がないままでは、消費マインドが上がる見込みはない。前年度に大きく伸長したインバウンドの減少分を国内消費だけで補うことは難しい（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・物価上昇のなかで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）	・消費税減税などの特別な景気刺激策がなく、現状の動向が続くようであれば、先行きは不透明ながら下降線となりそうである（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・日米関税交渉も終結の方向となり、株価が上昇基調になったことは好材料ではあるものの、参議院選挙の結果を踏まえた政権運営や経済対策等の不透明さに対する懸念がある（東京都）。
☐	百貨店（広報担当）	・インバウンドの動向は不透明で、前年比較だけでは測れない部分が多い。都市部の百貨店における国内客の動向については、プラスにもマイナスにも振れる確実な材料がない。当社が戦略的に囲いこみを進めているロイヤリティが高い識別顧客を中心に、堅調な状況が短期間で変化するとは考えにくい（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・可処分所得増加の期待によるところが多いが、今月の猛暑などをみると、今後の電気代や農作物の値上げによる影響などが心配である。また、政治の行方も不透明である（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・夏が長期化し、秋冬ニーズがまだ弱い可能性があり、来店動機になりにくい。食品や飲食については、秋の野菜や新商品、新規テナント入替えの時期でもあり、手にとりやすく、売上が伸びる季節のため、ファッションと合わせると、余り変わらない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・インバウンドの購入額減少傾向は、この先も一定期間続くものとみている（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇の状況は変わらない上、8月以降も猛暑による外出自粛の影響が続く、大きくは変わらない。
☐	百貨店（販売促進担当）	・7月現在、郊外百貨店としては猛暑による来客数減少が全館的に痛手となっている。2か月後の9月は夏の長期化と秋物商戦の省略傾向を勘案すると、現状と変わらない商況が予想される（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向や競合他社の動きからみて、変わらない（東京都）。
☐	スーパー（経営者）	・前年は比較的良かったが、競合店ができてから大分数字が落ち、そのままだ状態が続いている。競合店の影響を加味すると前年と同じくらいなので、変わらない。
☐	スーパー（経営者）	・可処分所得が増えないことには景気は良くならない。商材は値上がりし、買上点数が減る。今までと同じ傾向である。
☐	スーパー（経営者）	・米国の関税政策や国内の政局の行方が不透明である（東京都）。
☐	スーパー（店長）	・客の価格志向は今まで以上に強くなっている。価格を切り口とした販売促進により好調な売上を維持している。天候の影響により米の不作が噂されているなかで、備蓄米の販売が終了するであろう8月末以降は米の販売動向が不明である。

☐	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、毎月のように値上げが続くなか、食費に関わる出費は増える一方である。物価と所得のバランスが取れてくるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	・値上がりが収まる様子がない。
☐	スーパー（営業担当）	・単価の上昇、来客数の減少傾向はまだ続く。販売量の増減が今後の売上を左右する要因となる（東京都）。
☐	スーパー（食品担当）	・米国の関税政策次第である（東京都）。
☐	コンビニ（経営者）	・何ともいえないが、夏場に来客数が伸びないということでは、この先も同じような結果になる。
☐	コンビニ（経営者）	・物価も高いままであり、消費税減税等の対策がないと景気は上向かない。ただし、それほど下がる要因もないようなので、当面変化はない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・高温傾向が続いているため、売上規模の大きな飲料売上の伸びが期待できる（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・夏休みに入り、人の動きが活発になり、購買も増えているが、通常期は目に見えて景気が回復するとは考えにくいので、変わらない。
☐	コンビニ（店長）	・変わる要素が見当たらない（東京都）。
☐	コンビニ（商品開発担当）	・この暑さが続くと、外出自体を控える可能性があり、食欲も減退するため、好転することはなかなか難しい（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	・現状、そこまで悪い景気ではないと考えており、3か月先に良くも悪くもなるような要素はなさそうである。毎週新商品を出して、客を飽きさせないような仕掛けをしている。今月より更になるために、消費者の懐がもう少し温かくなるような施策に期待している。
☐	衣料品専門店（店長）	・一般消費者は、物価上昇により生活必需品以外は買い控えている。VIP客については、購買意欲は変わらず、展示会等で高単価な物を購入する傾向にある。株価は上昇基調ではあるものの、この流れは当面変わらない（東京都）。
☐	衣料品専門店（役員）	・食料品、光熱費等の値上がりの影響はまだ続く。
☐	家電量販店（店長）	・毎月の値上がりが続いている。この状況はまだ続く。
☐	家電量販店（店長）	・海外の夏休みは8月で終了し、訪日旅行者数が一旦落ち着くと予想する（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かない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・来客数は少ないが成約率は良いため、前年並みで推移する。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・夏季休暇を迎えて低迷しそうだが、決算を迎えるため、上昇するとみている。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・景気対策が打ち出されない中では、買い控えや値引き交渉に力を入れるなどで自己防衛をするしかない。そうした状況では景気は良くならない。まして、ロシアによるウクライナ侵攻やイスラエルのガザ攻撃の影響で、原油価格が相当上がってくるという危機感もある。景気は全く変わらないが、もしかしたらまだ悪くなる可能性もある（東京都）。
☐	乗用車販売店（総務担当）	・米国の関税政策の影響で法人、個人を問わず販売が鈍化すると予想している。
☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境に変化はない見込みである。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・所得の増加や金利の引下げがないと、新車販売は厳しい（東京都）。
☐	乗用車販売店（営業）	・今後も限定的な販売が続くことと、米国の関税政策の影響で下取り価格が下がることが心配される。
☐	住関連専門店（営業担当）	・先進的窓リノベ事業を始めとした補助金事業への消費者の認知が進んでおり、リフォーム需要の喚起につながっている。予算消化までまだ余裕があるとみられ、今しばらくは堅調を維持するものとみている（東京都）。
☐	住関連専門店（店員）	・何の対策も打たれていない（東京都）。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・今のところインバウンド、国内客の購買動向に大きな変化はみられないため、景気は余り変わらない（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・物価上昇や暑さによる買い控えは秋まで続く（東京都）。

☐	高級レストラン（営業担当）	・数か月先の法人関連の宴席予約は例年並みで推移している。直近、夏場の落ち込みをどの程度食い止めることができるかがポイントである。猛暑の影響が気になる（東京都）。
☐	高級レストラン（役員）	・引き続き物価高傾向により利益改善には結び付かず、厳しい状況が続く（東京都）。
☐	高級レストラン（経理担当）	・悪くなる要因は米国の関税政策の影響による法人客の消費控えとみられるが、円安ボーナスの範囲内で吸収するものと考えている（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・物価高だが、それなりの消費はあるとみている。また、米国の関税政策等が対米輸出にどう影響してくるか、政治がどうなるか分からない。それによって、大分変わってくる。
☐	一般レストラン（経営者）	・来月も暑さで昼間の客足は余り伸びないとみている。夏休み時期に当店も1週間休業するため、その前後はかなり動きがあるとみているが、8月は余り良い実績は残せないという予想である（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・政治的な問題や気候変動、その他経済状況がどうなるか、今のところ不透明である（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・インバウンドの状況は変わらないが、30代、40代の経営者が増え、街の風景がやや変わってきている（東京都）。
☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・米国との関係が安定しないことにより、まだ企業の動向が不透明である（東京都）。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・変わらないというより分からない。政治がかなり不安定になったため、今後どうなるか、先行きが不透明である。
☐	旅行代理店（従業員）	・猛暑の影響もあり、今後大きく販売量が伸長する見込みがない（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	・沖縄に新規オープンしたテーマパークに関する問合せが増えてきており、徐々に予約も入っている。下期の起爆剤になってほしい（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	・参議院選挙が終わっても大きく政権が変わろうとしない。また、米国との関税交渉がなかなかまとまらなかった（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	・インターネット検索が主流になっているため、自分で検索できる客はパンフレットと店舗での料金を比較して申込みをしている（東京都）。
☐	タクシー運転手	・猛暑は毎年のことであり、営業回数は増えているものの、売上としてはそれほど増えていない。2～3か月後は猛暑も落ち着くが、外国人客が増えていることと、スマホアプリによる呼び出しが非常に伸びているため、売上を維持できるとみている（東京都）。
☐	タクシー（団体役員）	・良くなる要素が見受けられない。
☐	通信会社（経営者）	・この先、極端に機器の受注等が増加傾向になる良い材料がないため、2～3か月先の景気も変わらない（東京都）。
☐	通信会社（社員）	・上向きの兆しはないが、焦燥感もない。政権交代に起爆剤的な要素はなく、変化の期待値は低い（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・物価の高止まりが続いており、景気動向が大きく好転する状況にはない。
☐	通信会社（局長）	・世間では米国の関税政策の影響による動向が顕著だが、当社のような国内B to Cを主として展開している企業では、大きな影響はほとんどないとみている（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
☐	通信会社（経営企画担当）	・今後2～3か月先までの兆しがみえていない。8月は夏季休暇もあり厳しくなる予想である（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・日常的にかかる食費等が増加しているなかで、収入源である給与が上まらない限り、景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（経理担当）	・新しい稼ぎ口が増えることはなく、物価が上がっているだけで、特に景気が変わる材料が見当たらない。
☐	通信会社（管理担当）	・5月から新規エリアに新サービスの提供が可能となったが、想定よりも加入が伸びていない（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ていない（東京都）。
☐	観光名所（職員）	・暑さの影響もあり、外出控えが発生する（東京都）。
☐	パチンコ店（経営者）	・引き続き実質賃金が低下するなか、結果として遊興費に使う額が減少している。現状がすぐには変わらない。
☐	競輪場（職員）	・特段環境の変化がみられない。

□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・変化を感じる要素が見当たらない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・秋以降はインバウンドが回復するとみられるが、賃上げを上回る物価上昇や、金利上昇による住宅ローン負担の増加もあり、景気が良くなる材料は乏しい（東京都）。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・季節講習の受講率が振るわない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・参議院選挙での与党の大敗、米国の関税政策の影響、物価上昇、賃上げの遅れとプラス要因が少なく、先行きが不透明である（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・当事務所では、社員数が多いため、学校や役所側からの指名を多くもらっている。そのため、仕事がさほど少なくなることはなく、むしろ、こなせるか分からないほど多くなっている。手間が掛かるものの人手が足りないため、募集を掛けている。
□	設計事務所（経営者）	・大きく変わる要素がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・情報量に変化がない。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年間で最も売上が伸びる7月に売れていない。また、来客数が減っているため、先行きは不透明である。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・卸問屋からも業界自体の売上はほぼ横ばいだと聞いている。我々のような独立店舗は非常に厳しいが、その分、インターネット販売等がプラスの売上を上げている。印章業界はやや厳しい。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・主要商材の日本酒の原材料である酒米の値上げから、今秋より値上げが発生し、厳しい状況となることが予測される。
▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・様々な物やサービスの価格が改定されるなかで、客の選択肢に残れるか分からない（東京都）。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・特に、店頭における一般消費者の財布のひもが相当固くなっている。今までより購入点数が少なくなっており、それだけ財布に余裕がない様子が見受けられる。来客数は何とか例年並みにあるものの、客単価がどんどん下がっている。今後も余り伸びる要素はない。また、官公庁の仕事も競争が激しくなっているため、この先は難しくなる。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・連日の猛暑により客足が減ってしまう。
▲	百貨店（総務担当）	・米国との関税交渉も結論が出て、先行きが少しみえるようになったが、あくまで最悪の事態が回避されただけであり、物価上昇については高止まりが続くと推測している。今年は特に暑く、農作物への影響が心配され、供給量減少により価格が下がる見通しは立てにくい。前年はインバウンドもあり伸び続けていたため、その反動が当面の間は続く（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・ラグジュアリーなどの免税売上の回復は期待できない。加えて、物価高の継続等で国内客の消費意欲も大きな回復は困難である（東京都）。
▲	百貨店（財務担当）	・米国との相互関税問題等もあり、物価や為替の不透明感が増すなか、国内客の消費やインバウンドにおいて、更なる悪化リスクが想定される（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	・この先も暑さが長引くとみられるため、前年と同様、秋物が売れない可能性がある（東京都）。
▲	百貨店（店長）	・10月以降も高温が予測されているため、今年も衣食住の季節商材の動きが鈍くなる。
▲	スーパー（経営者）	・実態の消費支出は減少傾向である。今回の米騒動での備蓄米5キロ2000円が示すように、消費者、小売業共にいまだデフレ期に作られた価格感に引きずられている。
▲	スーパー（仕入担当）	・1世帯当たりの消費支出額は自然と増加しており、節約志向が高まってくる。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・先行きの不安感から、更に節約志向が高まる。

▲	コンビニ（経営者）	・若い人が少なく高齢者が多い地域である。最近は、今まで来ていた客が来なくなったり、夫婦で来ていた客が1人だけになったりしている。また、この暑さで午後は全く暇になっている。熱中症警戒アラートが出たりしている影響かもしれない。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニでも、この物価高で1年前と比べて半分強の商材が値上がりしている。通常であれば、売上ベースで前年を超えていなくてはいけませんが、現在はちょうど前年比100%である。物価上昇率を考えると実際には売上が減少しているということである。来客数も前年比2%減少で、少しずつ下降している。やはり、物価の上昇に賃上げが追い付いていないことが原因ではないかと考える。
▲	コンビニ（経営者）	・本部の集客施策にインパクトがなくなってきており、売上増加が難しい。さらに、従業員の賃上げが利益を圧迫しており、厳しい状況が続く。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も降雨日が見込めない上に、周辺施設のイベントも多くは開催されない見通しである（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	・来客数自体が減少傾向にあることと、相変わらず値上げする商品が多いため、今の動向でいくと、3か月後はマイナスになってくる。
▲	コンビニ（従業員）	・夏の間は近隣でプール営業があるため売上は伸びる。プールの時期は年間でも一大イベントで、夏と比べると秋頃は売上が減る。プールが終了しても売上が落ち切らないように、ふだんから新規客を発掘していく必要がある。
▲	衣料品専門店（経営者）	・最近では食料品など本当に必要な物を優先しているようで、余分な物は買わない傾向にある。また、企業としても買い控えがあり、いつもよりは数字が落ちている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇はこの先も続く。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・この気候だと、夏から秋を経ずに冬になりそうなので、季節商材の動きが心配である。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・ガソリン税暫定税率廃止となった場合、そのタイミングでどれだけ正常な経営スタンスを石油業界として取っていくことができるかが不安である。対応を誤ると供給が不安定になり、客、需要家に迷惑を掛けることになるのではないかと心配している（東京都）。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・経済対策が実施されず、生活環境は厳しい状況が続きそうである（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・依然として商材の値上がりが続き、経済好循環の兆しもなく、むしろ消費活動の停滞により悪化が懸念される（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・米国の輸入関税率引上げの影響が出てくる。
▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・20年前はコーヒー1杯が500円前後であった。今コーヒー1杯の価格イメージを聞いてみても500～600円と、昔とほとんど変わっていない。この価格イメージが変わっていかないと、コーヒーの価格転嫁は難しいと考えている。コーヒーだけでなく様々な物の価格イメージが変わっていくことで、景気が良くなっていくのではないかと（東京都）。
▲	旅行代理店（経営者）	・この先もまだ諸物価の上昇が続くようなので、外出もなかなかできなくなっているため、出掛けるのではなく近くでおいしい物でも食べて過ごそうかという話が続いている。それでは景気は良くならない。
▲	旅行代理店（従業員）	・10月から様々な分野で更なる値上げが予想される。
▲	タクシー運転手	・物価高の影響と、夏休み目前ということもあり、利用者数が大分下降傾向である。夏休み明けが少し心配である。
▲	タクシー運転手	・2～3か月先は暑さが落ち着いてくるため、タクシーの利用率が低下する。政治が安定するかどうかにも影響する（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・参議院選挙が終わり、2～3か月後には野党が矢継ぎ早に政策を打ち出してくるため、政情が安定するのはもう少し先になる。

	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国の相互関税15%の影響が出てくる。空梅雨で米が不作になる（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・身の回りの物価が上がり続けているため、余り良くなるとは考えられない。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今のところ物価やエネルギー価格が上がる一方で、良くなる要素がみられない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・仕入価格の大幅な値上げが想定される。
	▲	設計事務所（職員）	・有効な対策がないとスタグフレーションの傾向がより強まる（東京都）。
	×	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの減少が続く（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・賃上げが物価上昇に追い付いていないため、食料品を優先せざるを得ず、衣料品に回す余裕がない。
	×	衣料品専門店（従業員）	・2～3か月先も、前年度に比べて気温が上昇していることや、いまだ続く物価高で先行きも不透明であるため、希望が持てない。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地域周辺は工場閉鎖が決まった大手自動車メーカー系列各社で働いている人も結構多い。今後良くなるとはとても考えられない。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は横ばいで推移する。
	×	ゴルフ場（経営者）	・5年前と比べ、修繕費の単価が140%、消耗品の単価が125%と上昇しており、利益を圧迫している。政治の混乱が想定され、消費税減税や給付金支給がスムーズに運ばないと、個人消費は更に落ち込む。
	×	ゴルフ場（従業員）	・政権が安定せず、政治が停滞する。安心して任せられる政治を望みたい。
	×	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。10月になれば猛暑も緩和され、稼働率改善が期待できないわけではないものの、飽くまで季節要因にとどまり、景気要因での来客数改善は期待できない。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新築着工数の下降に歯止めがかからないことから、建材需要は非木造や大型ビル案件の取り合いとなり、価格対応体力のあるところしか残らない（東京都）。
企業 動向 関連 （南関東）	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年どおりなら10月から受注量が増える（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・昇給率、賞与共に前年より増加している。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今年は暑くなるのが例年よりも早く、6月頃から暑いので、来客数が非常に少なくなっている。店の中はもちろんエアコンが効いているが、外出して来店しようという客が少ない。9月、10月になれば暑さが若干遠のいて来客数が増えたと期待できるため、上向いてくる。インターネット注文も受けているが、これは通年変わらないため、やはり来客数の方が気になる（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・例年の閑散期にもかかわらず、受注が増えている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連製品の需要拡大と、それに応じる製品開発も順調に推移しているため、景気としては少しずつ良い方向に向かう。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高に慣れが生じている（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	・現況からすると、2～3か月先までは良いが、米国の関税政策の影響が出始めるとみられる年の後半は、業種にもよるが一部入居テナントの動向が気になっている（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・取引先の自動車販売会社では、今まではPRしても売る車がないと広告を控えていたが、納期が短くなってきたことから最近ではPRに力を入れ始めている。
	○	広告代理店（営業担当）	・猛暑や米国の関税政策の影響も心配だが、全体的に広告関連の仕入価格及び販売価格は高くなっている。そのため、受注件数は減りそうだが、売上は増えると予想している（東京都）。

☐	税理士	・ガソリン価格の値下げや消費税減税が実現すれば、今より消費が増えて経済が回る。中小企業の景気が上向きには時間が掛かりそうだが、徐々に上向きになるのではないかとみている。
☐	食料品製造業（経営者）	・9月も気温が高いままだと来客数が増えない。
☐	化学工業（従業員）	・受注量が落ち着いてきており、今後大きく変動することはなさそうである。
☐	プラスチック製品製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響がどう出てくるかまだ不透明なところがあるため、3か月後は基本的には余り大きな変化はない。
☐	プラスチック製品製造業（経営者）	・大きな新規案件が立ち上がれば一気に軌道に乗るのだが、クライアント側の決算の都合で進捗が遅れている。
☐	一般機械器具製造業（経営者）	・米国との関税交渉がひとまず妥結したので、変わらないとみているが、全体として良い方向に向かっているわけではないため、予断を許さない。
☐	建設業（経営者）	・賃金が平均的に上がってこないと景気が良くなる兆しはみえてこない。したがって、当分はこのまま停滞気味で続いていく。
☐	建設業（従業員）	・先行きが余りにもみえないため、受注量が増えても、もうけになるかどうか不安が残る。物価上昇が落ち着いてほしい。
☐	建設業（営業担当）	・資材価格の高止まりが落ち着いてきているため、受注は現状維持できると見込んでいる。
☐	輸送業（経営者）	・取引先と現状の課題解決に向け協議が続いているが、対策の実施までには至っていないため、現状のままで推移するものとみている（東京都）。
☐	輸送業（経営者）	・世界情勢が不安定である（東京都）。
☐	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は落ち着いており、輸出はない。来月も現状が続く予想である。
☐	通信業（広報担当）	・経営環境の悪化と、それに対処するためのニーズとが入り交じり、一進一退の動きが続く（東京都）。
☐	金融業（従業員）	・業種を問わず、原材料価格や人件費の高騰、米国の関税政策の影響など、先行きに対する不安の声が多い。そのような環境下だが、経営者からはインターネットによる販路拡大などに取り組む前向きな声も聞かれている（東京都）。
☐	金融業（営業担当）	・関税交渉に決着がみられたことにより、今後の受注好転を期待する声をよく聞くが、先の見えない受注動向に変わりはなく、その効果がみえてくるには相応の期間を要する。公共事業関連企業からは、ただでさえ低水準の公共工事が、政情不安から更に停滞する可能性について危惧する声を聞く。
☐	不動産業（経営者）	・インターネット時代で、どのようにしたら客と接することができるのか勉強中である（東京都）。
☐	不動産業（経営者）	・賃貸物件の入居率は安定した状況が続くとみられる。一方、メンテナンス費用は人件費、材料費などの高騰により増加しており、収益が減少傾向にある。
☐	広告代理店（経営者）	・飲食業界では原材料価格の高騰により価格改定が続いているが、消費者の負担感を和らげるため、新商品の開発やポーションサイズの見直しなど、工夫を重ねる動きがみられる。こうした流れから、当社への新メニュー開発に伴うデザイン依頼が増加している。新規出店の傾向としては、ラーメン業態が目立っている。これらの動きは活発さがあるものの、全体としては大きな景況感の変化にはつながっていない（東京都）。
☐	広告代理店（従業員）	・ここしばらく同じ回答だが、変わらないを選択せざるを得ない状況である（東京都）。
☐	税理士	・米国、中国の景気、米国の関税政策が国内に影響する。それまで2.5%だった税率が12.5%引き上げられて15%に落ち着いたが、それだけ関税が高くなると、特に自動車業界を直撃し、それに付随する事業者もやはり大きく影響を受ける。それでなくとも仕入価格、原材料、人件費の上昇で中小企業は皆厳しいので、先行きは余り変わらない（東京都）。
☐	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・工場稼働率等がどの程度回復していくか不透明感が強いこと、廃業等の動向も目立ってきており、景気は停滞が続く。

	☐	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・この先も売上は大きな変化はなく推移していく。
	☐	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げ交渉に進展がない（東京都）。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・米国との関税交渉は15%に落ち着いたものの、3か月先にどのような影響が出てくるかは読めない。例年8月は夏休みの関係で受注量が落ちるが、今年は例年より10%以上受注が増加し、大きな落ち込みはない。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車の対米輸出における関税率が15%に決定して以降、自動車メーカーから将来の国内生産について具体的な情報開示はない。目先は変わらないだろうが、将来的には減収要因となる。
	▲	建設業（経営者）	・状況的に政治の不安定さにより悪化する。消費税減税1本では経済が回らない。
	▲	金融業（総務担当）	・まだ物価高は収まらず、燃料費も高止まりしている。気候的には猛暑が予想され、家電業ではクーラーの需要が増えるものの、全体の消費にはつながらないとみている。消費税減税の話も出ているが、効果は期待できない（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・建築基準法の改正による建築確認の遅れが徐々に出始めている。この影響は更に拡大していき、経済悪化が非常に懸念される。
	▲	経営コンサルタント	・米国との関税交渉や政治の不透明感が影響する。
	▲	経営コンサルタント	・対米輸出については、関税が当初より少し下がったとはいえ今までよりは高くなるため、支障は出てくる（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・このまま円安が続けば、輸入食料品の値上がりや輸入品の品薄が予想される（東京都）。
	×	食料品製造業（経営者）	・政権が不安定なこともあるが、値上げの影響が下期に直結する（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・景気が悪く、先行きが見えない状況が続くことから、広告宣伝に掛ける費用が大幅に削られる傾向にあるため、ますます厳しくなる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・値上げ交渉をするものの、競合先が国内だけであれば問題はないが、工業製品については海外との競争もあり、容易に値上げが進まない現状もある。その上、無理な賃上げを行う企業も多くあり、中長期的にみれば景気が良くなるとは考えられない。先行する賃上げに疑問がある。
	×	金属製品製造業（経営者）	・この先も大きな案件はなく、当面は日銭稼ぎでしのぐしかない。大手取引先の発注方法が変わり、取りまとめのできる中堅企業への発注がメインとなり、当社のような町工場への直接発注は少なくなっている。今後2～3か月で新規取引先を増やすことも難しいため、景気は今月よりも悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・政治の混乱が続く。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・下期に向けて、入替えや増員などで再度求人依頼が増加することが見込まれる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・米国との相互関税率ははっきりとしたことで、各企業の対策も講じられることが期待され、好転することが予測される（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・7月は新規求人数が前月及び前年同月を大きく上回る見込みであり、今後も回復傾向が続くことが予想される。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・正社員退職の後任依頼が増えてきており、人材募集次第となるが、変わらず堅調な推移となる見通しである（東京都）。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・交代補充の依頼が多い状況が続いている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響など先行きの不透明感があり、特に製造業においては求人数が前年割れの状態が続く。
	☐	人材派遣会社（社員）	・人材不足は認識しているが、想定している賃金で募集されていない（東京都）。
	☐	人材派遣会社（社員）	・専門性の高い人材は限られており、供給には限界がある（東京都）。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数は特に変化がない見込みである。DXによる業務改善を進めたいという意向から、BPOを検討している企業が増えてきており、ITを活用できる人材のニーズは増えてくる。

□	人材派遣会社（社員）	・大きな動きは想定されず、横ばいでの推移が見込まれる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・今月に入り、企業からの求人件数が若干減少している。求職者数はさほど減少していない。この状況が続くと、需給バランスが崩れてしまうため、将来的には景気が厳しくなる可能性がある（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気向上策がみえない（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・大幅に景気が良くなる要素も、悪くなる要素も見受けられない。現状から余り変わらない（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（所長）	・求人数には回復傾向がみられるものの、景気回復の兆しとなるかは微妙なところである。
□	職業安定所（職員）	・求人数に大きな変化はみられない。
□	職業安定所（職員）	・人手不足の状況が続いている（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・現時点でも企業からの求人数は、業種によって異なるものの、特に営業、技術系専門職については高い水準にある（東京都）。
▲	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）	・人手不足でありながら新規求人数が減少傾向にあり、物価の上昇傾向により企業のコスト負担感が増加しているものと考えられる。
×	求人情報誌製作会社（営業）	・製造業を中心に、先行きが不透明との企業が多い。