

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)	◎	一般小売店〔文具 房具〕（経営 者）	販売量の動き	・大手文具メーカーの価格改定があったため、客の買い控えを心配していたが、その影響はなく、3か月前と比較しても売上が15%程度増加している。文具メーカーも業績が上向き のようで、3～4月の新学期シーズンに多くの新商品を発売したことも売上の増加につながっている（東京都）。
	◎	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・免税売上の前年比での増加率は前月より鈍化したものの、3か月前の30%近い減少からは2けた増加している。免税売上はラグジュアリー商材の動きに寄与し、全館での売上も2けた近い増加となっている（東京都）。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数が継続して増えている。今までは価格高騰による売上拡大だったが、買上点数が前年を超え、客単価上昇によって売上を確保できている。
	◎	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・エアコンの新たな省エネ基準による需要があり、販売台数が伸び、景気は良くなっている。ただし、中東情勢の影響から原油由来製品であるナフサに影響が出始めていることから、需要に水を差される可能性はある。エアコン工事に必要な部材の手配が思うようにはできなくなっている。
	◎	都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・1～2月頃と比べると、4～5月は宿泊部門が好調である。近隣の大型コンベンション施設等での催事や音楽イベント、フェス等がかなり盛んで、忙しい月であった。宴会部門も各種総会や歓送迎会等が入っており、好調である。
	◎	ゴルフ場（経営 者）	来客数の動き	・ゴルフも前半のハイシーズンに入り、来場者数は好調である。ゴールデンウィークも、遠出をする人が少なかったため非常に来場が多かった。3か月前と比較すると137%、前年同月比で103.8%という結果となっている。一方で、中東の海峽封鎖の影響により、資材不足から人工芝のマットなどの営業に必要な物が品薄となり、仕入価格も高騰しているため、単純に喜んではいけない。
	○	一般小売店〔家 電〕（経理担 当）	販売量の動き	・商材が売れている。
	○	一般小売店〔家 電〕（経理担 当）	販売量の動き	・エアコン、照明器具の注文が増えているものの、商材、部材がなかなか入荷しないため困っている。今までは予約という形で待ってもらっていたが、暑くなってきたのでそろそろ心配である。分電盤等はメーカーに在庫がある。省エネ補助金も始まったので、そちらに期待したい。
	○	一般小売店〔眼 鏡〕（経営者）	来客数の動き	・4月から徐々に来客数が増え、売上も増加している。ここ最近では日ざしが強く晴れの日が多いので、通常レンズのほかにサングラスを求める客が増え、単価が上昇している。
	○	一般小売店 〔傘〕（店長）	販売量の動き	・5月から既に暑い日があり、日傘や晴雨兼用傘を求める人が多く、商材の動きが良い。
	○	一般小売店〔文 具〕（販売企画 担当）	お客様の様子	・店頭部は、来客数がやや伸び悩んでいるものの、移転してから順調に推移している。外商部もある程度民間需要があり、家具等の入替えなどの大口案件が幾つか入っている。ただし、予想したほど大きくはない。
	○	百貨店（広報担 当）	単価の動き	・来客数は3か月前までと大きな変化はない。食品や化粧品よりも、服飾品や宝飾、時計など高価格帯の商材の売行きが良く、客単価の上昇につながっている（東京都）。
	○	百貨店（企画宣 伝担当）	来客数の動き	・気温の上昇に伴い、衣料品購買を目的とした来客数が増加している。また、それらの客が食料品などの買い回りもしている。
○	百貨店（管理担 当）	販売量の動き	・前年より肌寒い日も多く、春物衣料の動きが良い（東京都）。	

○	百貨店（管理担当）	単価の動き	・物価高や為替の関係で、商品単価が上昇しており、来客数は減少しているものの、売上は微増傾向である（東京都）。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・例年ゴールデンウィーク後は客足が落ちるが、今年は気温が30度を越えた日もあり、飲料やアイスを中心に好調に推移している（東京都）。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・店舗近隣施設でのイベントが前年と比べて増加しているため、来客数が伸長している。一方で、近隣に施設がない店舗は、依然として来客数が伸び悩んでいる（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	単価の動き	・物価の上昇要素が大きく、来客数はそこまで増えていないものの、単価の上昇により売上が伸びている。値上げによる理由が大きく、買上点数や来客数が増えたことによる伸びではないため、純粋に喜ぶことはできない。ただし、値上げによって客が減るケースも十分に考えられるため、来客数を維持できている点は悪くないかもしれない。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・施設への来館者数が増加している。前年比では単価が上昇したというより、レジ客数が増えたことにより売上が増加している。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・店頭を巡回する際、以前よりショッピングバッグを持った客が増えている。また、新店オープンの際に限定商品をまとめて買う客も増えていることから、景気は良くなっている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月は飲食業では最も暇な時期のため、それと比べると5月は良くなっている。人の動きもあり、気候も良くなっているため、売上が伸びる。各部署でのケータリングなども増えている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価が上昇し、来客数も増え続けている（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	来客数の動き	・インターネット販売を始めて1年が経過する。実店舗での販売は週2日だが、リピーターも増えている。インバウンドの来客は余りない（東京都）。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・都内のタクシーは4月に値上げをしたが、乗り控えもなく、順調に利用がある。また、暑くなってきたため、利用してもらえる機会も増えている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・例年同様に、3か月前より客がやや増えている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・引き続き交渉中の案件受注が増加傾向である（東京都）。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・全世代で前年より10～20%良くなっている（東京都）。
○	その他サービス [葬祭業]（経営者）	販売量の動き	・徐々に依頼が増えている。
○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・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、インバウンドがかなり増えているため、ホテルの稼働率は上がってくる。一方、建設業は、材料費等が大きく値上がりしており、公共工事を含めてスムーズな受注ができなくなっている。
□	商店街（代表者）	それ以外	・国際情勢の変化、原油価格高騰、インフレの影響が確実に出てきている。クレジットカードの取扱は2極化しており、前年同月比では維持しているものの、高額決済がボトムをほぼ補っている。イベントのレスポンスも悪くなく、パワーカップルなどの消費は堅調である。しかし、低単価や小規模店舗はかなり厳しい（東京都）。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	販売量の動き	・相変わらず景気は悪い。来店客も幾らかあるものの、販売に結び付かないのが現状である（東京都）。
□	一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	お客様の様子	・安定期に入っており、変動はない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・路面店のため天候に左右されることが大きい。現在も暑かったり少し雨が降ったりすると、来客数に大きな差が出る。残念ながら低迷している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・3月はお彼岸や卒業式など花を贈る機会がたくさんあった。5月は母の日のほか、学校教育で使う野菜の苗の注文があったため、3月と同じくらい忙しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・5月の新茶より値上げした商材が多数あり、売上が伸びている。しかし、今後の来客数の伸びには懸念が残る。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新茶の時期のため期待をしていたものの、例年どおりで売上もそれほど伸びず、少しがっかりしている。海外では抹茶がブームのようなので期待していたのだが、客の嗜好が変わったのか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気温の上昇とともにインバウンドを含めた昼間の来客数が増加している。値上げの影響もあり客単価が微増している。富裕層による高額品、宝飾、服飾は変わらず好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・時計や宝飾品の動きは良いものの、衣料品、食料品の動きが悪く、全体では前年の売上を捉えることができていない。カテゴリーによっては回復傾向がみられるものの、全体としては変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ここ数か月、全体的な客の購買行動に大きな変化はなく、横ばいである。インバウンドが活発な一方で、主要な一般客は依然として保守的である。消費から見た景気動向は横ばい基調にとどまり、上振れするような気配は見受けられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ラグジュアリーブランドや宝飾、時計などの高額品が売上、客単価をけん引し、引き続き好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	それ以外	・テナント出店時の工賃や建築材料のコストが上昇している。加えて、工事業者の手配が難しくなっているため、オープン予定日までに工事が終わらず、開業できないことも多く発生している。出店者から想定どおりに収入を確保できないなど、厳しい状況にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中国からのインバウンド減少の影響は依然として残るものの、欧米を中心に比較的堅調である。国内客の需要は高額品を中心に引き続き底堅く、下支えとなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは遠出を控える傾向にあり、イベントやレストラン街も盛況であった。ゴールデンウィーク明けは、前年と同様に気温上昇もあり、紳士婦人共にアパレルが復調傾向にある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・中東情勢等、地政学リスクの高まりがある一方、株高、資産効果による販売量の押し上げ等もあり、景気に大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年並みに推移しているものの、買上点数の鈍化が続いている。必要な物しか買わない上に、価格上昇が続いているため、もう1品の購入をためらう客が多い。安価な商材には手が出るが、そうでない物には手が出ない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、売上は前年を超えているものの、依然として買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・食品全般の価格が依然として高く、単価の上昇傾向が継続している。反面、販売量は低調気味だが、来客数は前年に近づいている。価格を気にせず手を出す物と価格を見比べて買う物と、両極端になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	単価の動き	・今月も来客数は前年比100%、商品単価は同102%で、売上が前年を超えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・単価が上がり、売上は伸びているものの、来客数は前年割れで、厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・当チェーンの方針で、集客のためにキャンペーンを行ったが、売れるのはその商材ばかりで、他の物は買上点数が大きく落ちている。

□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・中東情勢の行方がいまだはっきりしないなか、食品の値上げが続いており、客は価格に非常に敏感になっている。特にコンビニ離れが進んでおり、前年と比べ、減った客が戻ってこない傾向にある（東京都）。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・日々の来客数が前年を下回る日が多くなっている。
□	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・単価はやや伸びているものの、肝心の来客数が増えておらず、売上は前年割れが続いている（東京都）。
□	衣料品専門店（役員）	単価の動き	・毎年5月は母の日で売上が伸びるが、今年はここ数年で最も良くない。プレゼントの件数が極端に減っている。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・エアコンの新たな省エネ基準に伴う駆け込み需要で一時的に売上は伸びているものの、物価が上がり続けているため、慎重な客が多い。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前及び前年同月と比較して来客数は増加しているものの、中国からのインバウンド減少は変わらないため、販売量の変化はない（東京都）。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・必要な物や先に購入した方がお得な商材に集中する傾向がある（東京都）。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年以上に来店や既存客の買換え需要が少なくなり、苦戦している。
□	乗用車販売店（販売担当）	それ以外	・燃料、電気、食料品など全てにおいて物価が上昇しており、整備の部品代、工賃も上がっている。賃金が上がっていないなかで、あらゆる物が値上がりしているため、景気は良くない（東京都）。
□	その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はみられず、景気は良くなっているとも悪くなっているともいえない（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・5月の売上は前年比99.4%、来客数は同98.7%である（東京都）。
□	高級レストラン（販売担当）	販売量の動き	・個人の買上点数は堅調に推移しており、景気の陰りはみられない。一方で、中東情勢の影響により用度品の仕入価格が軒並み高騰して利益を圧迫しており、品薄も含め厳しい状態となっている（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・歓迎会など宴会予約が前月よりも大分落ち着いている。週末の予約数は多いものの、平日はやや少なくなっている（東京都）。
□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・3～4月と比べると、6名から8名程度の予約が増えているため、全体の売上は大幅に減っていないものの、フリー客の入店が減っていることから、厳しい懐事情がうかがえる（東京都）。
□	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・給食単価、委託料への価格転嫁交渉が順調に進捗していることが利益の底上げに大きく寄与しているが、最近になり物価や人件費の上昇幅が以前にも増して加速していることから、必ずしも安心はできない（東京都）。
□	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・団体の取り込みが想定どおりに進まず、当月の個人需要が低迷したことで、オフシーズン並みの動きとなっている。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年比105%で推移しており、先行きも同様の比率となる見込みである（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行に係る費用は随時上昇しており、予算不足のために宿泊から日帰りに変更する団体が増えている。ただし、旅行需要自体は減少していない。
□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・販売量、客単価共に伸びていない（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・料金が掛かるものにはお金を出すが、必要最低限の料金を探している様子が見受けられる。
□	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・運賃改定をしてからずっと変わらない。1番稼げる深夜時間帯に乗客が少ない。
□	通信会社（社員）	お客様の様子	・新年度、例年の引き合いが継続して、順調に立ち上がっている。働き方改革の時代に合わせた新番組も加わり、局の認知度向上にも期待できる（東京都）。
□	通信会社（局長）	販売量の動き	・一定量の契約数と売上は計上されているが、原油調達の問題もあり、不確かな状況は変わらない（東京都）。

□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省き必要最小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）	単価の動き	・仕入価格の上昇が止まらず、かといって売価をそこまで上げられないため、利益率が下がっている（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・何かを買う際に慎重に検討している様子が多く見受けられる。3か月前と特に変わっていない。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・インターネット接続回線、テレビ視聴回線の光ファイバー化を進め、競合他社との劣後環境を解消しつつあるものの、契約数は改善されていない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・現状はまだ中東情勢の影響は出ていないものの、今後は、端末や施工側に影響が出てくる懸念が大きい（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・前年と比べて変わらない（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は前年と比べて若干良かったが、その後は集客数が落ち込んでいる。
□	競輪場（職員）	それ以外	・一時的に事業を休止しており、状況の変化はない。
□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・中東情勢が悪化というよりこう着している（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	来客数の動き	・春先はインバウンドの動きも活発であり、中国の渡航制限や中東情勢の影響はあるものの、他地域でカバーし、集客を伸ばしている（東京都）。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	お客様の様子	・近隣に商業施設が増えるわけでもないため、特に変わらない。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・従来からの建設費高騰に加え、中東情勢の影響による建築資材等の高騰により、民間では事業中止が発生している。一方で、受注状況は前年よりも良くなってきており、判断が難しい（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91%となり、どちらともいえない。3か月前と比べてもほぼ変わっていない。みらいエコ住宅2026事業の予算に対する補助金申請額の割合をみると、前年と比べて非常に動きが悪い。ナフサの問題に関してはまだ客も余りにしていない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築アパートの販売について、客の需要は変わらず高い。高確率で成約に至っている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の来店状況は余り芳しくない。世の中の景気が良くないという印象が強い。物価が上がり続けているため、客が買物に非常に慎重になっている。
▲	一般小売店 [祭用品]（経営者）	販売量の動き	・街に人がいない。購買層が多方面に散っている。
▲	一般小売店 [米穀]（経営者）	お客様の様子	・最近の客の動きは、金額を慎重に見ながら購買しており、節約志向が高まっているように見受けられる（東京都）。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは外出しない人が多く、当店の来客数は多かったが、その後の消費は冷え込んでいる。
▲	一般小売店 [乳業]（経営者）	お客様の様子	・新規客の獲得が少ない（東京都）。
▲	一般小売店 [書店]（総務担当）	それ以外	・採用計画どおりに人材を確保できず、人手不足による現場の業務負担の高さから、例年以上に休職者が発生している。休職者の業務を補うため、本来行うべき営業活動に十分注力できず、悪循環に陥っている（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・富裕層を中心とした高額品の動きは好調だが、物価高の影響を受け、食料品売上の伸びが鈍化している（東京都）。

▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・基調としてはやや悪い方向へいっているが、悪かった4月と比べたら5月は天候も良く、ゴールデンウィークもあり、やや良い。生鮮品が少し良くなってきているが、これは今月だけであり、全体の基調としてはやや厳しい。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年よりもグラム当たりの価格などのユニットプライスが安い商品へと購買が移っている。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・菓子、スイーツなどのし好品を控えている様子で、買上点数が減少している。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・中東情勢の影響による次の値上げの波について報道されているため、消費者は節約モードに入っている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品単価が上がり、客のついで買いも減り、目的の商材以外は手にとってもらえない。結果として、売上が10%減少している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比では6ポイント程度落ちている。物価高によるものか、コンビニのブランドによるものか分からないが、中東情勢の影響もあり、客の財布のひもが少しずつ締まっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月は、久しぶりに売上が前年比100%となる見込みだが、来客数は変わらないものの、買い控えが発生し、購入点数が減っている。物価高の影響で単価は上がっているのに購入額は変わっていない。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比較して、来客数が前年同月比で悪くなっている。3か月前に対して1～2%減少しているため、やや悪くなっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年を割っている。
▲	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・近隣店舗のオーナー交代があり、これまで24時間営業ではなかった店が24時間営業となった。こうした近隣店舗の動きによる影響は大きく、差別化ができていたとしても近くの店を利用する客はとても多い。物価が上昇し、商材が値上がりすることが来客数減少の要因だが、自宅からの距離や価格、店の雰囲気優先する客がほとんどである。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・中東情勢の影響に伴う石油由来商材の供給不安により、あらゆる物価が上昇し、当社が扱うドレスや着物等の高付加価値商材は厳しい状況になりつつある。富裕層向けのイベントは好調に推移しているが、全体的にみると前年比3～5%減少している（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・中東情勢の影響や物価の上昇から、必要な物しか買わない様子が見受けられ、買い控え傾向が高まっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・中東情勢の影響により各工場でエンジンオイルなどが不足しており、整備売上が減少している。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・購買意欲の低下が見受けられる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・受注目標に対して受注が伸びていない。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価高と中東情勢の影響による原油価格の高騰、賃金上昇の鈍化で不安感が先行している（東京都）。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	単価の動き	・原油調達の問題に伴う値上げなどの影響が長引いている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・中東情勢の影響から、様々な物の流通が滞り、客単価の低下や取組への反応からみて、客の様子も変わっている。
▲	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・諸物価の上昇で、客の財布のひもがますます固くなっており、なかなか緩まない。中東の海峡閉鎖が影響を及ぼしているという客もいる。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・5月はゴールデンウィーク、物価上昇の影響によりタクシー利用が減っている。夜の飲み屋からのオーダーがかなり減っている。
▲	タクシー（経営者）	来客数の動き	・燃料費の高騰やナフサ不足による物資高騰、建築業界等の不振など、景気が上向くような兆しはない。

	▲	通信会社（社員）	それ以外	・修繕工事の部材が入らず発注できない、人員が足りずに工期が遅れる、補充備品の納品が滞るなど、目に見えて中東情勢の影響が出ている（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客からのサービス解約や料金見直しの相談が増加している。
	▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件の動きが鈍く、商談がなかなか成立しない。また、案件数も少なく、今後増える見込みもない（東京都）。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは多少降雨の影響を受けたものの、多くの利用があった。同期間、通常の土曜、日曜及び祝日の料金割引キャンペーンを行い、PRを行った結果ともいえる。ゴールデンウィークを過ぎてからは、特に平日の利用が伸び悩んでいる。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・中東情勢の影響により経済の先行きが不透明となっているなかで、プレーフィアが高額なデジタル需要の低迷は特に著しく、物価上昇及び実質賃金の減少を背景に、生活防衛を意識した高額レジャー支出抑制の動向が定着している。また、業務に不可欠な資材の入荷も滞っている。
	▲	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	それ以外	・中東情勢の影響により、仕入材料が不足している（東京都）。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・仕事をしたくても、材料が入らないという声が非常に多い。
	▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・客のマインドに不満がにじんでいる。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・全体的に仕事の動きが非常に悪い。今年に入って最も動きが悪いように見受けられる。世界情勢や石油調達の問題、物価上昇が原因ではないかと考える。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・中東情勢による影響及び人件費増加のあおりは避けられないが、物件価格への転嫁が難しい。
	▲	その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建材需要の停滞感が顕著である。中東情勢の影響から、そもそもの資材調達に不安感があり、決まっていた仕事をそのまま進めていかどうかの答えもなく、不透明な状況である（東京都）。
	×	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・仕入れが困難になってきている。
	×	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の販売が停滞している。中東情勢の影響か、中古車も鈍化傾向にある。
	×	高級レストラン（役員）	それ以外	・インバウンドの増加もあり、来客数などは好調ではあるものの、前月同様に国際情勢による不安感とインフレ、物価上昇、経費の高騰は変わらず、景況感は厳しい状況にある（東京都）。
	×	その他飲食 [カフェ]（経営者）	それ以外	・来客数、販売量、価格全てがマイナスとなっている。前月同様に日用品の値上げによる買い控えの影響がある。加えて、中東情勢の影響が大きく、先の見えない不安が全体的に広がっている（東京都）。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・前年比ではマイナスが続いている。公園等の無料又は低料金で長時間楽しめる施設の利用が高まっている。食事も弁当を持参するなど、観光、レジャーなどへのコスト意識がより高まっている（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年同月比で2%減少している。
	×	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから夜の一般来場客が非常に少なくなっている（東京都）。
	×	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・ナフサ不足の影響により、建設工事に関する資材調達がままならず、完成引渡しのみが立たない。事業主負担がどの程度増加するかが読めないため、対応に苦慮している。
企業動向	◎	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて受注量が増え、売上が増加している。

関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の入札案件が受注できたので、売上が増加している。
	○	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、名刺印刷をしている。実店舗とインターネットでも若干受けている。印鑑リフォームの依頼は少ないながらもコンスタントに入っている。インターネット経由での新規の印鑑注文が、通常は1件のところ今は4件あり、やや良くなっている（東京都）。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月の受注量が増えており、前年同月よりはるかに忙しい。
	○	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・秋口にかけて大規模修繕の予定があり、見積件数も冬と比べると大幅に増えている。受注量もそれなりに増えてきている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年初、春先の取引先の話では仕事量はやや減るとのことだったが、実際には高止まりしている。取引先にも原因はよく分からないようである。
	○	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	・半導体製品の開発スパンが短縮されており、ポートフォリオ拡大が必要になってきている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドは引き続き堅調であり、宿泊需要も同様に堅調に推移している（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先では新店舗出店や新業態開発に関する相談が増えており、受注量はおおむね横ばいからやや増加傾向となっている。一方で、初期投資を抑えた小規模な出店が多く、慎重な事業運営を行う企業が目立つ。また、例年受注していた大型案件が事業中止により発生しなかったほか、AIツールの活用による内製化も進んでいる。全体として大きな回復ではないものの、3か月前と比較すると、受注機会はやや増えている（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・想定より受注量が増えず、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・中東情勢の影響によりナフサやインキ原材料の価格が上がり、仕入れ負担が重くなっている。客からの発注もやや減っており、落ち着いた状況が続いている。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・中東情勢が不透明であるため、自動車業界でもナフサ不足がいわれており、部品調達に支障が出始めている。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・価格転嫁はしているものの、人件費、車両代金などが上がっており、厳しい（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	それ以外	・中東情勢が不透明ななか、軽油が滞りなく供給されるか不安である。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期であることと燃料価格の高騰により、収益が伸びない。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・地元製造業では、燃料等のコスト増加による収支悪化を懸念する声が多い。また、中東情勢の影響に伴うメーカー側の受注調整も続いており、受注は低い水準が続いている。建設業においても、明らかな部材調達難による工期遅延が発生しており、特に雨どいや浴槽等の調達が難しくなっているとのことである。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・物価上昇は賃上げにも影響し、景気は上向き感があるものの、中東情勢の影響が出てきそうで不安がある（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新規テナントの募集賃料は3か月前と比べて若干上げられてはいるものの、同業他社との情報交換の印象としては、オフィスの立地条件による賃料格差が少しずつ広がっている（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣の駅まで歩きながら、商店街等の飲食店等を窓越しにのぞくが、新型コロナウイルス感染症発生前は満員だった店でも、今はそこまで客が入っていない。元々余り入っていなかった店は今も全く入っていない（東京都）。	

	□	社会保険労務士	取引先の様子	・会社も生き残りをかけて合併や売却など様々な選択をしている様子がうかがえる（東京都）。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量などは問題ない（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前までは売上が105～110%で推移していたが、今月は100%を僅かに切っている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器関連の受注や新企画立ち上げは順調だが、化粧品容器に関しては受注が著しく低迷している。材料仕入れに関しても、納期遅延や値上げ、この先の受注に対する出し惜しみ等、神経質になってきている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ナフサ不足の影響により、材料が入らないために現場が止まっている。また、価格高騰で計画していた案件が中止となるケースが出てきている。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・燃料価格、消費財高騰、人手不足、取扱量の減少等が続くなか、運賃交渉が進展せず、経営環境は厳しい（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の緊迫化により少しずつ悪影響が出始めている（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・運送業では、人手不足解消のため賃金や待遇の見直しで経費が掛かっており、利益が減少している。不動産業では、中東情勢の影響により建築資材の高騰やナフサ関連の住宅設備の仕入れが滞っており、工期が長期化している。また、住宅ローン金利の上昇で客が購入に慎重になってきて、販売に陰りも出ている。飲食業では、売上が減少傾向にあり、倒産する企業も出ている（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・5月は多少改善する見込みであったが、トピックとしていた案件が低利益となり、今月も厳しい状況となっている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中東情勢の影響による原材料不足などの影響が出ている。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・業種によってかなり違いはあるが、総じて資材が手に入らないという困りごとが多い（東京都）。
	▲	税理士	取引先の様子	・株価は上昇し続けているものの円安が続いている。金利の上昇も僅かななかで、中東情勢はいまだ解決の道筋がみえず、米国大統領の発言に一喜一憂している状況に変わりはない。補助金によりガソリン価格や電気代などの上昇が抑えられているが、先行きへの不安は隠せない。
	▲	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	・動きが悪い。値上げ等の影響もあり、全体的な受注量は低迷気味である。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・ナフサの調達の影響により、資材価格の高騰と調達ができない商材がある。案件の引き合いはあるものの、対応できないケースが多々発生している（東京都）。
	×	建設業（経営者）	競争相手の様子	・物価上昇と原材料不足の影響を受けている。
	×	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の中小企業では、部材や原材料の入手が困難になり、頭を悩ませている。それを理由に仕入価格が30～50%程度値上がりしている。その価格を支払っても1か月後の入荷は未定といわれている。
雇用 関連  (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・長期派遣稼働者数は前年比107%である（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・事業所は採用に意欲的である。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣受注数が事務的業務で減少傾向にある。AIやIT化を見据え、現時点で人手不足感はあるつつも業務削減見通しのなかで採用を控えてきている。一方、成約数は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前月までと変わらない。

□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣求人数は大きく変わらず、ほぼ同水準で推移している。求人内容の変化としては、新規クライアントからの求人数は若干減少している。派遣就業人数は微増で推移しており、特に大きな変動はない(東京都)。
□	求人情報誌製作 会社(広報担 当)	採用者数の動き	・当社、同業他社共に継続的に中途採用を続けている。つまり、景気の良い状態が続いているという証拠ではないか(東京都)。
□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は前月比では増加したものの、前年比では減少傾向が続いている(東京都)。
□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・各企業からの求人数は結構あるものの、求人要件に合う人材がなかなか見つからない。悪くはないが、余り伸びない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・中東情勢の影響もあり、製造業を中心に一部休業やオーダーのキャンセルが発生している。
▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・物価は上がっているものの、派遣料金は低く設定されており、求職者が集まらない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3月の退職者の充当又は新年度からの増員などの求人依頼が落ち着き、3か月前と比較すると依頼数の減少がみられる(東京都)。
▲	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・メーカーからのエンジニア派遣のニーズがやや減少傾向にある。理由ははっきりと聞こえていないが、世界情勢や電気自動車シフト減速の影響が垣間みえる(東京都)。
▲	求人情報誌製作 会社(経営者)	求人数の動き	・中東情勢の影響がじわじわと出てきている(東京都)。
▲	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・倒産する企業がまた増え始めている。95%が中小企業なので、どうしようもない状態が続いている。
▲	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・新卒の採用活動が縮小している(東京都)。
×	—	—	—