

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)	◎	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・台風による落ち込みを考慮すれば、3か月前と比べて格段に良くなっている。特に、免税売上が大きく復調し、ラグジュアリー商材の売上に寄与している。国内売上也食品を中心に好調に推移している（東京都）。
	◎	その他サービス 〔葬祭業〕（経営者）	販売量の動き	・依頼件数が増えており、危機的な状況は越えたようである。
	◎	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・ナフサ不足による資材価格の高騰と住宅ローン金利の上昇による客の様子見が現れた結果、今月の販売量は目標数字の約72%となった。ただし、3か月前と比べると倍以上になっている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	単価の動き	・商材価格及び取付けのための部材が品切れ又は値上がりしている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・眼鏡は3月末から10月頃まで繁忙期といわれる。現在は繁忙期のため、前年と同様に来客数、売上共に伸びてきている。日ざしが強ければ、通常レンズ以外にサングラスも購入してくれる。1本だけに終わらず、2本、3本と客単価を上げる営業努力をしていきたい。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・中東情勢の改善や株価の上昇傾向から、高額品を中心に堅調な伸びを示している（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	単価の動き	・来客数は減少しているものの、宝飾時計を中心とする高価格帯商材の売上が好調であり、客単価が上昇している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前月同様に宝飾時計領域に加え、ラグジュアリーブランドのハンドバッグや化粧品といった婦人雑貨が、単価の上昇を伴って好調に推移している。国内客、海外客共に力強い伸びを見せている（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・地政学リスクの不透明さは残るものの、株高、円安等の影響もあり、国内客及びインバウンドへの販売量が増加している（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・食料品など生活必需品は安定的に推移している。一部の富裕層の消費意欲は高水準を保っている。
	○	百貨店（店長）	お客様の様子	・店舗内の購買動向として、食品が順調に推移している。これまでは価格上昇が売上増加の主因であったが、足元では果物等シーズン品需要の高まり、買上点数の増加がみられることから、上向きと判断している。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比べるとやや良くなっている。今月はボーナスや年金の支給月でもあり、来客数が少し伸びている。単価が高くても気にせずコンビニで買物をする客が増えているのかもしれない。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・今月は揚げ物や飲料のセールを行った。通常よりも踏み込んだキャンペーンで新たな客を得ることにより、ふだん使いしてもらい狙いがある。いつもは利用しない客にも改めて利用してもらい、商品の良さなどを知ってもらう機会が増えた。キャンペーン実施で売上はもちろん伸びるが、大事なことはそれが後々の集客につながっていくことである。
	○	衣料品専門店 （従業員）	それ以外	・今月は市のイベントがあり、来客数が増えて徐々に売上が増加している。
	○	一般レストラン （経営者）	単価の動き	・景気は2極化している。当店の場合、売上、来客数は増加しているものの、周囲が値上げしている状況下でメニュー価格を据え置いているため、価格差による客数増加も考えられる（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが再び増加に転じている（東京都）。	

○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・中東情勢が落ち着きつつあるため、やや良くなっていると回答したが、原材料価格の高騰が止まらないうちは、良くなるとは考えられない。現在も何に影響があるのかみえてこないため、不安である（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増えており、客単価も上がっている（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・今年度も、前年に行った価格転嫁交渉が有効に稼働していることから、前年比プラスアルファの利益実績を計上している。ただし、今年度の材料の値上げ、最低賃金引上げ動向がどの程度のレベルか分かっていないこともあり、予断を許さない（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・スタンダードより少しランクアップした施設を希望する客が多い印象を受ける。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は思っていたより客の利用が良く、仕事がうまく回っている。配車アプリ、会社の無線、駅出しと利用が平均してある。ただし、ここ数か月、深夜の利用は少ない。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・今は社会的に中東情勢を不安視している人が多いとみられるが、我々タクシー業界で影響があるのはガソリンやオイル等の供給問題である。日々の業務については、暑さと梅雨で客の利用がふだんよりも多くなっている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・電話等の問合せ件数はふだんと余り変わらない。また、これから高くなっていく（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・6月の受注件数が伸びている（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	・前月に続き企業コンペが増えている（東京都）。
○	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、ホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業は、材料費や人件費が高騰しており、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）	来客数の動き	・最近、来客数がやや減っている。客が買物に慎重になっており、しっかりと状況判断をしてから購入を決定する状況にある。
□	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は悪くない。株価が高いときは当地域のような富裕層が多い街は売上が伸びる。ただし、単価が低い店や飲食店はさほど良くない（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・売上自体は大体前年並みだが、客がいろいろなところに相見積りを取っているようで、他店と比べてどうこうとはっきり言うてくることがあり、とにかく厳しい（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品の動きは余り良くないが、電気工事や電気自動車の充電設備工事の動きがある。エアコンは好調ではあるものの、商材及び取付部材の確保が大変である。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・景気は悪いことは悪いが、ずっとその悪さが続いているので、どちらともいえない。最近、専門店の関係で高齢者や地元の困りごとなどの相談客が増えてきて、多少成約に結び付いているため、それ程よくはないが、このまま続いていくとみている（東京都）。
□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・安定期のため変わらない。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・発注数、来客数共に想定より伸びていない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前の文具の繁忙期と比較すると売上はやや落ちるものの、6月としては来客数や売上が増加傾向にあり、新学期から引き続き景気は上向いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・6月は自治体が開催しているキャッシュレスキャンペーンのために来客数が増加し、販売量が増えている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭及び外商部で様々な施策を講じており、売上単価が上がってきている。ただし、今月は台風等で休業日が数日あり、営業できない日があったため、天候の影響による売り損じが相当発生している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・売上の増加を期待していたが、今一つ伸びていない。競合先もたくさんあり、販売量がなかなか増えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・上得意客向けの限定クリアランスセールが既に始まっており、衣料品は上得意客中心に順調に推移している。これから夏休みの旅行シーズンに向けた購買、買い回りもみられる。食料品は、値上げ品目が多いことから、慎重に購入している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月は、インバウンドによる高額ブランド品等の動きが堅調である一方、一般客の購買行動は必ずしも活発とはいえない。一部の紳士ファッション関連が低調であり、食料品を始めとした日用品についても足踏みがみられる。身の回りの景気については、やや下振れ含みの横ばいで推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・都内百貨店では、インバウンドが前年比で2けた増加しているため、3か月前より来客数そのものが増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・改装によりクローズしている区画があるが、売上はそこまで落ちていない。食品催事が盛況である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数より販売点数が悪くなっている。客が商品の購入に慎重になっており、積極的に買物に行かない雰囲気がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	それ以外	・買上点数は前年並みではあるものの、1人当たりの買上点数が落ちているため、1品単価が上がっても売上は横ばいである。客も買い回りをして価格を比較している。
<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	・単価の上昇は依然として継続しており、生活防衛意識が更に高まってきているため、販売量は低調である。そのため、単価の上昇に連動して買上単価が上がってきていない。来客数は前年に近づいているものの、トータルでは前年並みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年は梅雨らしい天候で、客足が鈍い。気温が高かった前年と比べると厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年比では非常に悪い。単月だけでなく前年から継続的に来客数が前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・確実に景気は下がり基調だが、サッカーワールドカップのお陰で何とか持ちこたえている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず来客数、販売量共に良くない。低価格の物しか売れない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・株価上昇など景気の良いニュースはあるものの、恩恵を享受できるのは投資家などに限られており、一般家庭では賃金上昇が物価上昇分を上回らず、全体的には景気が上向きでも消費活動が上向いているかは不透明である。エアコンは、新たな省エネ基準の関係で販売量が前年を超えているものの、他のカテゴリーでは落ち込むところもあり、景気が上向いているとはいえない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・中東情勢の影響などもあり、値上がり収まらず、明らかに来客数が落ち込んでいる。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・月初めは暑さの影響によりエアコンの実績が良かったが、その後失速している。インバウンドは中国圏以外の需要が高いものの、全体実績では3か月前及び前年と比べても変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量は前年並みだが、サービス部門ではまだエンジンオイル不足が続いており、ブレーキオイルなどの入荷も足りず、売上が減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年と変わらず推移しており、エリアでも全体的に冷え込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新型車効果が余り見受けられない。また、中古車市況が予想より鈍化している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ローン金利が上がるといわれているため、駆け込み需要はあるものの一部だけで、全体で見るとさほど変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・国内外の社会経済状況に大きな変化がみられるものの、販売量には余り影響していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・中東情勢の沈静化により影響が若干緩和されたこと、集客が安定していることなどから、景気は良くなりつつあるものの、変わらない（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、売上が前年比93.8%、来客数が同98.5%となっている。今月2回発生した台風は、個人利用及び法人利用の宴会それぞれに影響があったものの、大口の宴会はおおむね日延べ対応が進んだため、7月以降で調整となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	それ以外	・社会全体では、日経平均株価の上昇やインバウンドの動向が継続しており、富裕層の予約来店などがけん引している。一方、円安や物価高も続いており、中東情勢の影響に伴う原油価格の先行きも不透明であることからコスト高が予想されるため、景気のトレンドは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（販売担当）	販売量の動き	・個人消費は堅調で、売上也減少することなく推移している。一方で、中東情勢は沈静化するものの、資材の高騰が続き経費を圧迫しており厳しい状態が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・3か月前の3月は人の出入りが多い時期だが、今月はどちらかというとケータリングが増えて売上がやや増加している。店舗の方は大体落ち着いているが、人数の多いケータリングの売上が増えたため、売上は3月並みで変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は台風の影響や大雨予報などで宴会がキャンセルになるなどダメージはあったものの、結果としては前月と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月に関してだけいえば、天候不順が売上に影響している。3か月前と変わらないというのは、円安が有利に働く業界に身を置く客は裕福に見え、円安で不利になる業態の客の財布のひもは固いためである。輸入業務に関していえば円安の影響は非常に厳しい。仕入価格が上昇する一方で、値上げしたくてもすぐに対応できないため、為替が安定するまでは厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年比105%で推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・時間を経るごとに旅行費用が上昇しているが、受注自体は減少していない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・仕入価格が上がってきており、価格転嫁した場合、前年度の費用より確実に高くなるため、消費を抑える客も出ている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・運賃の値上げがあったものの、3か月前と比べると売上は変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・夏でも気温が高すぎて外出する人が減っている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・順調に新年度が始まり、新番組も順調に推移しているが、その後の引き合いは少ない（東京都）。

□	通信会社（社員）	それ以外	・物価の上昇と円安、燃油サーチャージの高騰で、夏休みの計画に海外旅行を挙げる人が1人もいない。小売単価の高値は我慢の域を超え、買わない選択肢が広まっている（東京都）。
□	通信会社（局長）	販売量の動き	・成長分野であるインターネットとモバイルが、低調なケーブルテレビと固定電話サービスのマイナスをカバーしている状況は変わっていない（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小限の内容を選択する傾向は相変わらず強い。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・良い商材より、多少悪くても低価格の商材の販売量が増えている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・従来同様に自社通信インフラの光ファイバー化を推進しているが、加入者獲得への連動が遅れている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・B to Bに関しては堅調な動きだが、B to Cに関しては値上げ等の市場環境の影響もあって停滞しており、総じて変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現状は大きな市場の変化もなく、変わらない。株価上昇の影響が今後出てくる可能性がある（東京都）。
□	観光名所（職員）	お客様の様子	・客がお金を余り使わない（東京都）。
□	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・常連客の動向は変わっていない。
□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・梅雨時で天候に恵まれないのは例年どおりであるが、2度の台風襲来の影響はかなり大きい。月末の台風7号、8号は関西方面での被害報道のため、外出を控えた人が多かった印象である。3か月前と比較すると集客面では98%程度となっており、例年であれば105%程度の客数増加を見込めただけに残念である。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候の影響により伸び悩んでいる。
□	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 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・企業コンペは前年と比べて増えているものの、一般来場は少ない（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	・インバウンドの動きは変わらず堅調である。ゴールデンウィークの混雑と夏の暑さを避けてこの時期に来日している可能性もある。国内客の動きに変化はないが、台風の影響による来客数の減少がみられる（東京都）。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来店頻度がなかなか伸びない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今のところ新規案件が入ってきていない。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・社会状況から上向きといえる材料がなく、平行線である（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・地価や建築費の高騰など懸念材料はあるものの、当社の取扱アパートについては、客の様子は以前と変わらない。富裕層の購入需要は継続している。
□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・部材及び人件費の高騰による原価上昇を企業努力によって抑えても、消費者のマインドが低下したままで、回復につなげられていない。
▲	一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・石油由来の原材料が値上がりしていることから、消費者が買い控えをしている。どこで落ち着くか見当が付かない。
▲	一般小売店 [米穀]（経営者）	販売量の動き	・食料品の物価が高止まりしていることから財布のひもが固くなり、購買に慎重になっている（東京都）。
▲	一般小売店 [生花]（店員）	来客数の動き	・6月は花屋にとっての行事がない（東京都）。
▲	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・大口客の購入が減っており、売上も減っている。

▲	一般小売店〔書店〕（総務担当）	お客様の様子	・大学などの高等教育機関向け教科書販売において、電子媒体の需要は堅調である一方、冊子体の販売は低調に推移している。客の購入量は当初の見込みを下回っており、3か月前と比べると景気はやや下向きである（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・月を通して天候不順等の影響を受けて、想定を下回っている。リモデルの工事障害も重なり、厳しい結果となっている。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・国内客、インバウンド共に堅調に推移しているものの、商品群別にみると底をほうような様子で、売上伸長率も鈍化している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は天候の影響を大きく受けている。月初め、月末と2度の台風があり、雨天が12日間と、前年の6日間と比べて2倍であったことで、来客数が大幅に減少している。加えて、平均気温も前年と比べて最高、最低共に低く、夏物アイテムの動きが鈍り、売上が伸びていない。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・物価高などの影響により商品単価が上がり続けているものの、それを若干上回るペースで来客数、購買数が減少している（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・前年と比べると、値上がりに対して購入量で調整する客が増えている。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・販売価格の上昇に伴い、買上点数が減っている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・必要な物や見切り品しか買わない客が増えている。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・今月は前年の米の価格高騰の反動で、米の売上が50%と半減している。同時に来客数も3%ほど割っている。
▲	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・5月までは売上が前年を超えていたが、6月に入ってから衣料品や住まいの品が前年を割り込んでいる。食料品は前年並みで推移している（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数が減っている。2個で半額等いろいろなセールを打ち出しているものの、それでも買わない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、気温が高くなっている分、多少客が増えているものの、前年比では93%程度である。天候による影響もあるが、客のコンビニ離れが少しずつ進み、ドラッグストアやミニスーパーに流れつつあるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は天候不順もあり、前年比97%程度になりそうである。来客数が減っており、景気自体も良くない。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・中東情勢が一段落したようで、株価は好調ではあるものの、一般消費者の懐事情は依然として厳しい状態が続いている。販売期限が近づいた食品は値引き販売をしているが、以前と比べて値引き商材ばかりを買う客が増えている。少しでも値ごろ感のある商材を買う傾向は強く、食品の値上げも続いているため、厳しい（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・6月初旬までは販売促進も奏功して好調に推移していたが、週末に天候不順が続いたことで土日の売上が減少し、悪くなっている（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年に比べて周辺でのイベントが多くなっている店舗は売上が伸長しているものの、それ以外の店舗は来客数減少が前月よりも深刻化している（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年比97%と、今年に入ってから今までで最もマイナスが大きくなっている。
▲	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・主力事業の単価で見ると、着物事業は8万7000円で前年比95%、ドレス事業は3万6000円で前年比99%と低下基調にある（東京都）。
▲	衣料品専門店（販売促進担当）	単価の動き	・中東情勢の影響により原価が高騰している（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・建設業関係の客が多く、石油由来の部品が調達できず、収益になっていない（東京都）。

▲	乗用車販売店 (販売担当)	競争相手の様子	・燃料代が上がっていることから、客が生活を守るために、修理の部品や車検の点検項目などを細かくチェックして、少しでも安くするためにいろいろと交渉してくる。特に、ワイパーやオイル交換については、安い店で買って自分で交換すると言われる(東京都)。
▲	乗用車販売店 (営業)	単価の動き	・改良を重ねるごとに車両の単価が上がっている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	単価の動き	・6月から診療報酬が改定され、調剤の利益が圧迫されている。
▲	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	お客様の様子	・中東情勢の緊迫化で燃料単価が高騰するなど、消費マインドが低迷している。物価上昇に賃上げが追い付かないどころか、可処分所得や預貯金が減少傾向にある(東京都)。
▲	その他小売 [生 鮮魚卸売] (営業)	お客様の様子	・日経平均株価が最高値を更新したと報道されているが、飽くまで一部の人たちに恩恵のあることである。物価の上昇は止まらず、生活者の財布は潤っていないと話す客が多い(東京都)。
▲	高級レストラン (経理担当)	競争相手の様子	・建築費高騰により近隣ホテルの建て替え計画が頓挫するなど、急激な価格高騰により企業の投資が後退している(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・物価高から消費が冷え込んでいる。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・繁華街の飲食店だが、ランチはそれなりに客が来店するものの、夜は飲み会を含めて間違いなく客が減っている。
▲	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊部門は、4～5月は良かったものの、6月に入ってから余り良くない。近隣の大型コンベンション施設での展示会や大型イベントが少なかったこと、集客力のないイベントや催事が多かったことが影響している。宴会部門に関しては前年並みに入っている。全体としては、宿泊が良くなかったため、やや悪くなっている。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・依然として中国からのインバウンドが東京に集中している影響から、当地は厳しい。元々需要が取れている国内個人客が都内に取られてしまっているため、厳しい状況にある。
▲	タクシー (経営 者)	来客数の動き	・物価高が影響している。
▲	通信会社 (経営 者)	販売量の動き	・前月までは案件の受注が増加傾向であったが、今月は減少傾向に転じている(東京都)。
▲	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・前年と比べて、サービスの解約やより低価格なプランへの移行を希望する客が増えている。
▲	通信会社 (経理 担当)	販売量の動き	・2～3年前と比べると食費が2倍くらい掛かっているという話をよく聞いている。何かを削減しようとする意識が高い。
▲	ゴルフ場 (経営 者)	来客数の動き	・物価の上昇が続き、消費者の財布のひもが固くなっている。
▲	ゴルフ場 (従業 員)	それ以外	・かつて予約がなかなか取れない飲食店が2軒あったが、現在は余り混んでいないようである。景気だけではなく、物価上昇等の影響も要因としてあるとみている。また、平日の百貨店の来客数が少ないことも気になる場所である。
▲	ゴルフ場 (経理 担当)	来客数の動き	・経済の先行きが不透明ななかで、プレーフィーが高額なデジタル需要の低迷は特に著しく、物価高騰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。中東情勢の影響により業務に不可欠な資材の入荷も滞っている上、円安の影響を受けた物価高騰により営業費用は累増の一途をたどっており、利益の創出は困難である。
▲	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	来客数の動き	・契約者数が減っている。

	▲	その他サービス 〔保険代理店〕 (経営者)	お客様の様子	・客の買い控えが増えている。
	▲	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・どうしたら良いのか、方向性がみえない。一生懸命模索しているが、明るい兆しもみえず、来客数も少なく、単価的にも不安定な状況が続いているため、本当に先が見えない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕(営業)	販売量の動き	・中東情勢の影響による建築資材の値上がりが顕著で、購入意欲の低下がみられる(東京都)。
	×	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・食料品はほぼ横ばいながら、雑貨、時計、貴金属の売上が厳しい。6月も原材料費の値上げに伴う販売単価の上昇が続いており、購買点数が減少傾向にある。お中元ギフトの早期受注の出足は厳しく、前年に対し2けた落ち込んでいる。免税関連の来客数はほぼ横ばいである。売上は前年を捉えているものの、全体としては悪化している(東京都)。
	×	スーパー(ネット宅配担当)	販売量の動き	・人件費を含めて全般的にコストが大幅に増加しており、営業収入では賄えていない。
	×	衣料品専門店(統括)	来客数の動き	・気温が上がらず、降雨が続いていることが来客数に大きく影響している。夏物衣料が売れない。
	×	観光名所(職員)	来客数の動き	・物価高の影響等もあるとみられるが、晴天が多かった前年と比べ、梅雨らしい天候の影響もあり、今月に入り客足が非常に鈍くなっている(東京都)。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	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。店舗をメインに、インターネット販売もしている。個人の印鑑の需要は変わらないものの、このところ法人関係の注文が増えており、通常月では3~4本あればよいところが、6月は法人設立印だけで8本も入っている(東京都)。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・米国向けの受注が多くなり、受注量が増えている。
	○	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・既存の半導体製品の需要が非常に高い状態が続いており、景気は少しずつ良くなっている。
	○	精密機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注量が20%程度増えている。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・インバウンドによる宿泊需要は引き続き堅調である(東京都)。
	○	その他サービス 業〔警備〕(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・受注案件が増えてきたため、売上も増加する見込みである。
	□	繊維工業(従業 員)	取引先の様子	・染色工場も減少しており、染色の期間が長くなることは、製品製造への影響が大きい。業界的には厳しい状況は変わらない(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	・受注量が増えない上に、原材料価格が上昇している(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	・中東情勢が落ち着いてきたものの、受注量に大きな変化はみられない。材料の仕入価格は相変わらず高騰が続いている。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前月と比べて悪くなっているものの、3か月前と比べると変わらない。
	□	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・今月までは仕事量は高止まりとあってよいが、下旬に入ってからやや落ち着いてきた印象を受ける。
	□	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・中東情勢は落ち着きつつあるものの、ナフサを中心に原材料不足は否めず、景気は変わらない。
	□	建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・物価も原材料費も高止まりしたままで変わっていない。
	□	輸送業(経理担 当)	それ以外	・運賃交渉に進展はあったものの、人件費や燃料価格等の高騰により、想定ほど収益には直結しない。

□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期のため、物量は落ち着いている。そのなかで、燃料価格の高騰、オイル関係の納品遅延により業務に影響が出ている。結果として、収益も伸びない。
□	金融業（支店長）	取引先の様子	・設備投資については中東情勢の不確定要素が強く、計画の先延ばしが続出している。取引先では手元の案件が少なく、仕事の取り合いになり、単価が下落している。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年秋口から続いていた低調な受注推移から、僅かではあるものの回復基調にあるとの話を聞いている。要因は不明だが、自動車、船舶、産業機械関連の企業からは、受注は上向きと聞いている。不動産、サービス関連はほぼ横ばいである。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・リフォーム工事業者は部材の未入荷に困っているが、工事案件は減っていない（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・3か月前から紛争を含め国際情勢が大きく動いているが、ビル賃貸市場は変わらず上向きに推移している。ただし、石油由来の資材の値上げが原因で、メンテナンス工事費の上昇傾向がみられる（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・本業としての売上は今一つだが、エンターテインメント、推し活需要が高まっているため、イベント関連での売上が良い（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣駅まで商店街を歩いて歩きながら飲食店を外からのぞくと、新型コロナウイルス感染症発生前は満員でにぎわっていた店も、現在はそこまでのにぎわいが無い。元々入っていない店は全く客が入っていない（東京都）。
□	税理士	取引先の様子	・株価は過去最高値を更新しているが、恩恵にあずかっているのはごく少数である。米国の動向にいまだに振り回されており、円安の動きも緩やかであるものの確実に進んでいる。金利上昇の良しあしは人によって大きく分かれる。物価は高止まりしており、全体的に景気は変わらない。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金を活用したい会社が多く見受けられる（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	・問合せもあり受注量は増えているものの、対応する人手不足や資材等の値上げがあり、景況感としてはどちらともいえない。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・打合せの様子から、特に問題なく推移している（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、来客数、客単価が下がっている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・ナフサ不足により、必要な機材の調達が遅れており、工事の発注等がされなかったり延期になったりしている（東京都）。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材価格の高騰により計画案件が中止されるなどしており、受注ができていない。
▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取扱量が減少を続けるなか、取引先の事業所の縮小計画が発表された。現況の更なる悪化を予想しての対策かと危惧している（東京都）。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・いまだ中東情勢の影響が続いており、建設業では設備資材が入手困難になっている。運送業では燃料費の高騰と人手不足があり、利益は減少傾向にある。小売業では食品等の値上げにより売上は増加しているものの、消費者が生活必需品しか買わないため、消費は拡大していない。不動産業では設備機器の価格高騰を物件価格に転嫁して商品単価は上がっているものの、ローン金利の上昇もあり、販売が鈍ってきている（東京都）。

	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店では、予約数がやや減少しているという声が増えている。特に、繁華街の高級店では客足が弱く、ランチ営業の検討など新たな営業形態を模索する動きも見られる。原材料費や人件費の上昇に伴う価格改定は続いているものの、値上げによる客離れというより、高価格帯の外食需要全体が慎重になっている印象である。また、当社も制作費の価格改定を行ったことで発注見送りや工数を抑えた相談が増えており、全体としては3か月前よりやや厳しくなっている（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・6月は主力商材の1つで大幅な受注量の減少があった。今年4月以降、前年度よりも減少傾向にあったが、6月は突出して減少している（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・消費者の余計な物は買わない意識がますます強まっている。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・原油調達の影響により様々な物が値上がりし、かつ、石油製品枯渇の可能性から出荷制限もあり、中小製造業の材料が入荷しない又は大幅に値上がりし、事業が大きく停滞気味である。売り先の値上げ容認で多少助かっている部分もあるものの、危機的な状況である（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・中東情勢の影響で原材料価格の高騰が続いている。また、同業他社との競争が厳しく、受注量が減少傾向にある。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・資材の価格高騰に加え、調達できない資材も目立ち、安定的な生産が難しい（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価が高い。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材の納期が不明のため、受注済み案件の着手が延びている。
	×	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格が高騰しており、受注価格にも影響している。日本銀行の金利引上げにより販売価格にも影響が出てきそうである（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人背景が社員の欠員であり、忙しくなっているものの待遇が上がっていないという話が多い。これから売上増加、賃金上昇とつながっていくとよい。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節性の特需などもあり、求人数が増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・地域の社会課題解決に向けた案件が活況である（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・景気は、これまでの物価高により圧迫された良くない状況は脱しつつあるものの、手放しで良いとはいえない。プラス要因としては、賃金が上がり、物価上昇の勢いがやや落ち着いたことで、長らくマイナスだった実質賃金がようやくプラスに転じる兆しがみえてきたことである。マイナス要因としては、人手不足やコスト高、金利上昇への警戒感から、特に中小企業やサービス業の現場ではまだ慎重な見方が続いている。底堅く持ち直してはいるものの、2極化が進んでおり楽観はできないというのが、リアルな景況感である（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・中東での停戦合意や資材不足、円安への為替介入など、景気が動いており、中小零細事業者への下請業務発注の動きが始めている（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・営業職など求人の種類及び求人数は増えているものの、なかなか採用が決まらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人依頼の発生件数が少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はなく微増傾向で推移しており、景気はほぼ変わらない。若干ではあるものの、求職者に動きが出てきている（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・物価高は続いている。そのなかでも事業所は求職者の採用に向けて積極的である。

□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数は多くあるものの、業界や職種に偏りがある（東京都）。
▲	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材獲得競争による時給高騰が続く一方、企業への派遣料金の価格転嫁が十分に進まず、収益を圧迫している。料金競争と人件費増加の両立が難しくなり、成約件数が伸び悩んでいる（東京都）。
▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・景気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)	求人数の動き	・比較対象の3月は年間で最も依頼の多い月であり、それと比べると求人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	・製造業、特に自動車関連からのエンジニアの引き合いが明らかに減少しており、エンジニア派遣業界としての景気は悪化している（東京都）。
×	求人情報誌製作 会社（営業）	周辺企業の様子	・建築系のクライアントでは、資材や商品が全く入ってこないため仕事にならない状況が続いており、売上も上がらず依頼も断っているため、求人も控えざるを得ない。建設業以外でも同じ状態である。