

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（総務担当）	販売量の動き	・ 今月は食料品や服飾雑貨の動きが良く、半年ぶりに前年を捉えている。食料品では、お中元ギフトの早期受注が不振だったが、7月に入り前年に追い付いている。ただし、期間を通してみると前年比では1割減少しており、ギフト需要は縮小傾向がみられる。また、化粧品についてはスキンケア関連の伸びが大きいことが特徴である（東京都）。
	◎	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・ 7月は大きな祭りがあり、前年は1日のみの開催だったものが今年は2日間開催されたため、来客数、売上が1.5倍になっている。雨が降ってしまうと来客数も大きく減ってしまうが、今年は何とか天候が持ちこたえた。祭りの開催による売上増加が、3か月前と比べて大きく違う点である。来客数も徐々に増えている。世の中のニーズに合わせた顧客獲得を続けていきたい。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・ 来街者数は確実に多くなり、駅の乗降客数も増えている。東京は全国と比べるとまだ暑さのレベルがひどくなく、消費の目安の35度ラインよりは低いため、好調なのかと考えている。クレジットカード、電子マネーの取扱高も好調である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・ 気候の影響によりエアコンの売行きが良い。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・ 7月になり、例年ほどではないものの、来客数、受注数が増えている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・ 夏場は1年を通して最もよく売れる時期なので、今月もまづまづの売上を上げている。円安による仕入価格の上昇、人件費高騰もあるが、前年をやや上回る推移となっている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・ 男性用の遮光遮熱の傘が堅調である。
	○	百貨店（広報担当）	単価の動き	・ 高額品、宝飾や時計などの単価の高いアイテムが好調である（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ 7月は雨天日数が前年より6日多く9日間あった。月後半は前年と同様に気温の高さが影響し、来客数が前年を割っている。各カテゴリーで単価が上昇しており、売上は前年を超えている。前月まで好調であった洋菓子や鮮魚、婦人アクセサリー等のアイテムは今月も引き続き好調である。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・ 株高、円安を背景に国内富裕層及びインバウンドの販売量が増加している（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・ 店舗改装中で閉鎖区画があるにもかかわらず、売上は前年並みである。お中元はマイナスだったが、他の売上でカバーできている（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・ 基本的には前月までと同様に、物価高などを起因とする商品値上げにより単価上昇、来客数減少の傾向が続いているが、家電専門店ではエアコンの需要が増加する等、一時的な特需がみられる（東京都）。
	○	スーパー（役員）	単価の動き	・ 単価の上昇により売上も伸びている。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・ 今月の景気はやや良くなっている。夏休みに入ると子供や学生などの来店が増え、来客数が増加する。大人は基本的に、平日は仕事で、利用頻度は変わらないので、夏休みで増えた分がプラスになる。プールや祭りなどの外出機会が増えると、コンビニに立ち寄る客も多くなる。そういった客に対して、効果的に商材のアプローチができると、売上をうまく伸ばすことができると考えている。

○	衣料品専門店 （統括）	来客数の動き	・前月の低温による夏物衣料の低迷、来客数減少が、今月に入って戻り、売上、来客数共に回復傾向である。
○	乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・建設業界の客の購買意欲が高まっている。石油由来製品の不安が解消方向に向かっているのかもしれない。ただし、中東情勢次第では状況は一変しそうである（東京都）。
○	乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・新型車効果もあり、売上が増加している。サービスにおいても入庫が確実に伸長している。
○	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・元々高単価の定食業態なので、割高感は否めないが、客数は伸びている（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・7月の売上、客単価が12月の水準に迫る勢いで上がっている（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前年度に今年度の原材料価格転嫁交渉をした際、主原材料である米の価格について、前年時点での価格横ばいを前提にして設定していたが、米価が低下しているため、原材料コスト率が改善し、収益も改善している（東京都）。
○	都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・春のシーズンより需要が多いのは当たり前だが、見込みを下回る動きである。相変わらず東京のホテルに客を奪われている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から気温が上がり30度を超え、タクシーの利用が多くなっている。バス停まで歩くのはつらいという話を耳にしている。自宅から目的地まで涼しいタクシーの利用が増えている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・日々の気温がかなり高くなっているため、タクシーの利用客が増えている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・毎年のことだが、昼間の暑さの関係で、近距離客を中心に利用が増えている（東京都）。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・前年度からあった新番組の引き合いが具体的に正式に進んでいる。今までになかった新分野からの客で、今後、新しい広がりを期待できる（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・ソリューション販売が堅調であり、客からの要望も微増ながら順調に推移している。コンシューマーはストックビジネスに注力しつつ実績を伸ばしている（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	・企業の予約、若者の利用が増えている（東京都）。
○	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	来客数の動き	・事前相談を希望する客が増えている。件数も前月と比べて増加している。
○	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、中国からのインバウンドを除き、インバウンドはかなり増えているため、ホテルの稼働率も上がっている。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）	お客様の様子	・客の様子について、最近の暑さで外出が減って、買物に対して慎重になっており、できれば節約したいという様子が見受けられる。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暑い日が続いているため、エアコンが好調である。電気自動車関連の工事の問合せや取付工事の依頼も多くなっている。照明交換もある程度入っている。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・販売量がやはり芳しくない。催事をしてでも来客数は少ないが、何とか販売に結び付くように努力している（東京都）。
□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・来客数に変化がない。

☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・アーケード街の店舗とは違い、孤立した路面店のため、この暑さでまず通行人がほとんどいない。暑さと商業はそれほど深い関わりがあると改めて実感している。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・前年より良くなっているが、値上げによるものと大口注文の売上が今月にずれ込んだためである。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず販売数が伸び悩んでおり、売上が伸びない。頑張っているが現状維持が精一杯である。年に1度の新茶の時期でもそれほど売れていない（東京都）。
☐	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が長期休暇に入る時期であり、例年同様、資料購入の動きは鈍くなっている（東京都）。
☐	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・夏休みに入り来客数は前年をクリアし、回復している。改装リモデルオープンにより、新規客は多いものの、客単価にそこまで伸びがみられない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・館内一部フロアの改装工事が終了し、来客数が増加しているものの、猛暑の影響もあり、既存売場の売上が厳しく、目標を下回っている。
☐	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・現在の客の購買行動は総じて堅調である。婦人ファッション関連商材の動きが良く、インバウンドの購買に支えられている高額ブランド品については、特に好調である。一方、全体的な身の回りの景気としては、大きな変化はなく横ばいである（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	単価の動き	・食品は値上げの影響もあり伸びが鈍化しているが、宝飾時計等の高額品は引き続き好調である（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・6月までの好調な流れを引き継ぎ、国内客、インバウンド共に力強い伸長を見せている。インバウンドの売上については、6月の伸長を継続しており、買上客数も前年を超えて推移しているが、高付加価値商材への関心が引き続き高く、国内客同様に客単価の上昇が目立つ傾向がみられる（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・客のお金の使い方が多様化している。例えば、商業店舗で開催するアニメやコラボのコンテンツ、推し活などのイベントや期間限定の店舗での売上は継続して好調で、客は惜しみなくお金を使っている。百貨店では高額の家具やオーディオなどを別荘用に購入する客もいる。その一方で、ファッションなど今買わなくても済む物は、厳選して購入する傾向にある（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高額品を中心とした国内客の消費及びインバウンドは引き続き堅調であり、特に大きな変化は見当たらない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全体の売上は3か月前と同様に前年比では増加傾向が続いているが、インバウンドの免税売上の大幅回復と比べ、国内需要は若干鈍化傾向にある。継続的なビジネスアイテムの需要減少がクリアランスセールにも影響を与えている（東京都）。
☐	百貨店（店長）	来客数の動き	・今年は梅雨らしい天候で、衣料品は不振だが、来客数は7月に入り戻ってきている。食品はシーズン品の動きが活発で、前年並みには確保できている。
☐	スーパー（経営者）	来客数の動き	・中旬から暑くなって売上がやや良くなっている。ただし、これがこのまま続くかはまだ分からない。天候の関係で前月よりは多少売上が伸びている。
☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年の米価の高騰から今年は大幅に単価が下がり、一部生鮮に消費が回っているが、バスケット単価は変わっていない。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑の影響により売れる物が偏っている。来客数は前年並みのなか、1品単価、客単価は伸びているものの、1人当たりの買上点数が落ち込んでいる。値上げが続いているため、買い控えが起き、結果的に買上点数全体の下落につながっている。

☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数、客単価は前年並みを維持しているものの、1人当たりの買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
☐	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・猛暑の影響により夏物商材の稼働が良いものの、販売量全体としては前年並みである。生活防衛意識がまだ強いことと、猛暑もあいまって、来客数が減少している。客単価は上昇が続いているものの、来客数の減少で相殺されてしまっている（東京都）。
☐	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・商品単価は上がっているものの、買上点数が減っている。客はシビアに価格を見ており、景気が良いとはいえない（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が増えない。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏場でソフトドリンクなどの販売量は多少増えているものの、来客数は前年比で大幅に減少している。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・春から初夏にかけて来客数は減る傾向にあったが、7月は下げ止まった感がある。ただし、相変わらず上向く様子はない。通常なら暑くなるこの時期は売上も上向くが、今年は物価高の影響が大きく、伸びが見受けられない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・7月前半は土日の天候不順が続いていたため、売上が前年を割っていたが、後半からは梅雨明けして気温も上がったため、盛夏需要が売上をけん引し、トレンドが改善している（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の動きは前年比97%と、相変わらず減少しており、やや悪い状況は変わらない。
☐	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業では、季節商材である浴衣の売上が全体的に伸長している。通常品は前年比90%と伸び悩んでいるものの、アニメキャラクターとのコラボ商材が前年の2倍以上となっている。また、ドレス事業は前年売上を上回っている（東京都）。
☐	家電量販店（店長）	お客様の様子	・エアコンの省エネ基準の改定の影響で買換え需要が増えていますが、その分、他の家電製品の買換えを遅らせている面もある。物価も上昇傾向にあり、客は少しでも安く購入するために価格を比べている。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・6月は天候不順や低温の日が多く、来客数が特に落ち込んだ。7月も物価上昇が止まらず不安を抱えている人が多い状況で、変わらない。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・3か月前との比較では横ばいだが、前年同月比では来客数が7～8割に激減している。中国からの訪日バスツアー客が来ていない。海外の長期休暇が始まっているが、痛手である（東京都）。
☐	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響により来客数は減少しているものの、新車の販売量は前年並みである。
☐	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・この時期は夏のレジャー費が優先されるようである。
☐	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・物価が上がっているため、客の生活防衛意識が高まっている。車検でも、部品交換は最低限にしてほしいと客から細かい要望があると整備士から聞いている。ウクライナや中東情勢の影響があるなかで、原油を始めとして食料品などいろいろな物が値上がりしているため、生活を守るために身近なものから削っている様子がうかがえる（東京都）。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	それ以外	・来客数は天候により変化しているものの、販売単価、販売量は3か月前と比較して大きな変化もなく推移している（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	・前月は暑くならず、週末の台風等のため天候が相当悪かった。それと比べると今月の売上高は前年並みのため、前月ほどひどくはない。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客の消費行動が2極化している。来客数は確保できているものの、人によって購入額や購入量、クオリティー等が変わっている。やはり、世界情勢あるいは物価高の影響とみている（東京都）。

☐	高級レストラン （営業担当）	来客数の動き	・前年比でみると売上は99.9%、来客数は107.5%、客単価は92.9%となっている（東京都）。
☐	高級レストラン （役員）	それ以外	・引き続きインバウンドや富裕層の利用がけん引しているが、前月までの急激なA I、半導体関連に関連する株価上昇も落ち着き、社会全体のインフレ、物価高、円安などの不安感も継続し、景況感、トレンドは変わらない（東京都）。
☐	高級レストラン （販売担当）	販売量の動き	・景気の悪化はみられないが、これまで以上に好調でもなく、横ばいである。一方、商材価格は依然として上昇が続いており、インフレが懸念される（東京都）。
☐	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、やはり物価高の影響から外食の頻度が減ってきているが、客単価は変わっていない。ガソリン等も高くなっているため、車で外出する機会が減っている。
☐	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・今月は暑さもあり、ランチタイムは14時過ぎになると客足が途絶えたり、雷雨で客足が止まってしまうことがあったが、週末は変わらず客が来店しているため、さほど変わらない（東京都）。
☐	一般レストラン （経営者）	単価の動き	・一定の推移で売上を確保できている。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑で人の流れが少なくなっているものの、インバウンドの動向に変化はない。コンビニの行列の大半はインバウンドである（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	単価の動き	・大幅に価格転嫁したことにより購買数が減っている。客からも、物価が上がっても賃金が上がりず厳しいという声を非常に多く聞く。景気が良くなっている実感は一切ないというのが消費者の実情である。コーヒーはし好品であるため、なかなか厳しい（東京都）。
☐	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・旅行素材の単価が国内、海外共に上昇するなかで、影響を受けない客層とそうでない客層がますます2極化している。
☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比105%程度で推移している（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・例年旅行を実施している団体では今年も企画が進んでおり、景気の影響はみられない。
☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行は引き続き物価高、円安、燃油サーチャージの値上がりの影響を受け、予約が入らない。国内旅行は物価高に加え、酷暑の影響により夏場の旅行が控えられている（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・宿泊料金を事前に確認してから予約しに来店している。
☐	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・コロナ禍後、若年層の一部に、プライベートでは旅行に行くものの、職場旅行は面倒ということで避ける傾向がある。また、団体旅行でも、貸切バスや食事、宿泊の単価が全て高くなり、利益を減らしても全体の費用を抑える場合もある（東京都）。
☐	通信会社（社員）	それ以外	・大きな動きはなく、物価の高止まりも石油関連資材の不足も日常化している。身近な人の傾向をみると、メリハリ消費が定着し、飲食やプチぜいたく、娯楽や自己研さんのサブスク消費は盛り上がっている。海外旅行を見送り、国内旅行のランクを上げている。（東京都）。
☐	通信会社（局長）	お客様の様子	・ケーブルテレビ事業とインターネット事業は、前年比では悪くはないものの成長が鈍化している。客によって景気が良い又は変わらない人と悪い人の両極端になってきている（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傾向が相変わらず強い。
☐	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件の動きが鈍い（東京都）。

□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・マンション等の入転居情報を入手し、入居時に営業を行っているが、相変わらず人の動きが減っている。景気が良くないことの表ではないかと考える（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・光熱費の上昇を実感し、夏の電気代を気にしている様子がよく見受けられる。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・通信回線の光ファイバー化を進め、同業他社に対して劣後している点は解消したものの、契約数は継続して伸び悩んでいる（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現状で大きな変化はない。夏休みに入るため、そういった部分では少し変化がみられるかもしれない（東京都）。
□	観光名所（職員）	お客様の様子	・天候に左右される業種であり、今後は猛暑が続くと見込まれるため、来客数が大幅に減少する（東京都）。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・暑さのため予約が減少している。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	来客数の動き	・前年よりメガヒット作品は少ないが、大ヒット作品は何本も公開されている（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	・物価上昇や不安定な株価がレジャー消費に影響すると考えていたが、今のところ来客数、客単価に大きな変動はない。また、インバウンドは中国の訪日渡航自粛の影響を欧米やアジア等でカバーできており、来客数の大きな落ち込みはない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・7月は全社員で頑張ったものの、仕事の全体量が減っているため、6月と比べても悪くなっている。行政の仕事の指名件数が減っており、民間においても新規顧客の獲得が非常に難しくなっている。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・動いている現場の数は変わっていない。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・受注状況は前年より良くなっているが、国からの受注によるものであり、全体として厳しい状況は変わっていない（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、3か月前とほぼ変わらない。ナフサ不足の影響もあるが、当社では今月また値上げに踏み切った。ここ1年の間で4回目の値上げとなる。大手の同業他社と比べるとまだ当社の方が価格が安いいため、安定した販売量で推移している。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社取扱の収益アパートについての問合せ、成約件数は変わらず好調である。インフレ下ではあるものの、株高もあって富裕層の不動産購入意欲は依然として高い。
□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・資材価格の高騰、人件費上昇分が売価に転嫁され、販売価格が上昇している。それにより販売量は低下しているものの、単価の上昇と販売量の減少で相殺されるため、売上の数字だけを比較すると変わらない。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・日常的な物の価格が高くなっているため、客の購買傾向がシビアになってきており、余計な物には手を出さず、生活必需品以外に目を向けられないような慎重な生活者心理で動いている（東京都）。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前の4月は新入学シーズンのため、比べると売上はやや減少している（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・物価上昇に対して賃上げが追いついていない。
▲	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くなっている（東京都）。
▲	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・梅雨明けで大雨が降り、その後は猛暑で外出は控えるようにといわれているが、花屋としてはお墓参りなどに行ってもらわないと商売が成り立たない。天候に左右されるため、本当に厳しい（東京都）。

▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭においては、初旬は降雨があり、その後の急激な暑さで客足が鈍るなど、天候の影響により来客数が大幅に落ち込んでいる。また、外商においては、中東情勢の影響等によってこない商材が1～2点あるために、全てが台なしになる仕事も出ている。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・衣料品の動きが悪い。クリアランスセールでも客の反応が鈍い。また、これまで底堅かった富裕層の消費も今月は伸び悩み、特選品の売上も低迷している。
▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・前年のこの時期は米の価格高騰があり、米の販売を中心に来客数が増えたが、今年は売上、来客数、1品単価いずれも落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年は梅雨らしい天候で梅雨明けも遅かった。土日の降雨も影響し、3か月前と比べて来客数が減少し、前年比でも92%となっている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節要因的に、3か月前と比べると全体の売上は多少上がっているものの、前年比では94%であり、6ポイント程度落ちている。この原因は何かというところを検証しなければならない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は前年比97%から98%程度になる見込みである。値上げの影響により客単価は伸びているものの、来客数が減少しているため、売上は伸びていない。
▲	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・サッカーワールドカップなどのイベントがあり、一時的に客足が戻りかけていたものの、中東の海峡の再封鎖や天候不順により、再び客足が遠のいてしまっている（東京都）。
▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず売上が少ないなか、下旬からの酷暑で昼間の人出がなくなっている。
▲	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・景気が悪いせいか、必要以外の商材は買わない様子が見受けられる。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・価格が高騰しているため、やや悪くなっている。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・大体の車種がそろってきて、買い控えが起きている。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・暑さのため、来客数が減少している。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・中東情勢の不透明感や原油価格高騰の影響による物価高が止まらず、消費マインドが向上しない（東京都）。
▲	高級レストラン（経理担当）	競争相手の様子	・サービス提供人員の確保が困難になっている。定休日を設けるなどして営業を継続している店舗と営業を休止する店舗が目立ってきている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・毎年のことだが、7～8月は極端に売上が落ちる。特にケータリングなどはほとんどないため、売上が30%くらい少なくなる。また、店の売上もやはり暑さが厳しいことから2割くらい来客数が減る。売上は合わせて3割くらい減少する。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・天候が前年と比べて不安定であることと、世界情勢、特に中東情勢やロシアによるウクライナ侵攻などの情勢が世界経済に与える影響が甚大である。物資不足と値上がり感が深刻になりつつある。
▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は近隣の大型コンベンション施設での展示会、フェスなどが少なく、宿泊部門は低調である。宴会部門は周年行事や同窓会などが入っているため、前年より増えている。全体的には3か月前と比べると、夏休み前ということもあり低調である。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・昼間は気温が高いため普通は乗車してもらえるはずだが、暑すぎて客が外出を避けているようで、人出がない。稼ぎ時の深夜帯にも人出がなく、閑散としている。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・機材等の値上がりにより、案件及び工事関係の受注が減少傾向にある（東京都）。

	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高の影響により不要なサービスを解約したり、月々の利用料金を抑えるにはどうしたらいいかと相談に来る客が増えている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・夏本番となり、猛暑が続くことが予想される。夏はゴルフを諦めるという客も少なくない。
	▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・中東情勢を含めた世界的規模の政情不安から、原材料を始めとする諸物価上昇の勢いが止まらない。結果として、消費者の動向も引締め気味で推移している。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・一般の来場者数減少と物価高の影響により値上げを行ったところ、販売数が減少している（東京都）。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・仕事に必要な資材が手に入らないという声が多く聞かれる。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・近隣にテナントビルや商業施設があるかどうかで売上が左右される業種だが、ここ何年も商業施設の新規オープンはなく、商業施設もテナントを含め駅周辺に集まる傾向にあるため、今のところ上がる兆しがない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	単価の動き	・客の様子から、やや悪くなっている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要動向が一段落している。中東情勢の影響に伴う資材価格の高騰が続いている（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・猛暑の影響もあるが、物価の上昇が続いていることが大きい（東京都）。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・今年は前年と打って変わって梅雨らしい天候となり、6月と同様7月上旬も雨天や曇天が多かった。7月下旬に梅雨明けしたものの、不安定な天候が続き、ゲリラ豪雨のような大雨もあって、1か月を通して客足が鈍い。また、長引く円安や物価高の影響もある（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響もあり、来場者数が前年より3%減少している。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・暑さの影響から、来場者数が大きく減少し、前年比では94%、3か月前と比べると85%となっている。加えて、電気料金への補助金が打ち切りとなり、夏場でエアコンなどの電力消費が多くなってきて、かなり厳しい。さらに、秋に向けた価格改定の連絡が相次いでおり、利益を圧迫し続けている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・7月は猛暑の影響もあり稼働率が低迷している。猛暑下でのゴルフを忌避する動きは強く、経営に与えるインパクトは相当大きい。本来であれば稼働率が改善する土曜日、日曜日でも60%程度であり、来場者の中心が会員のため、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はかなり強い。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。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建物計画案件が進んでいるものの、資金計画段階で頓挫している。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特別な技術を持つ取引先では、新規大型案件や修繕関連の案件がしばらく予定されており、実際に動いている。
	◎	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・機械関係の受注量が増加している。客への値上げ効果も浸透しつつあり、人件費や燃料費の負担を飲み込んでいる（東京都）。

☐	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・実店舗とインターネット販売で印鑑、ゴム印、名刺印刷などを行っている。今月は、会社設立印は4件とやや少ないが、問屋への支払は、通常では月15万円くらいのところ、19万円くらいある。個人の需要は変わらないものの、古くからの得意先から注文が入り、法人需要が伸びている（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、発注と発注内示が前月の情報を上方修正している状況が続いている。
☐	精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比べ受注量が15%増加している。
☐	通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・前年をやや上回る状況が続いている（東京都）。
☐	金融業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・取引先の受注動向にやや改善がみられた夏前の動きとさほど変わらぬ推移となっている。長引く中東情勢に加え、円安等に起因する原材料価格高騰の影響は続いており、特に海外に生産拠点を持つ取引先はコスト高に苦慮している。
☐	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・ホテル部門の宿泊需要はインバウンドを中心として引き続き堅調である（東京都）。
☐	税理士	取引先の様子	・株価は高水準のまま推移している。金利も上昇したままである。原材料不足に伴う資材調達に苦しむ業種にとっては厳しい時期ではあるものの、代替の調達方法の見通しも見え始めている。
☐	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	・8月からの値上げ前の駆け込み需要による影響か、例年同時期より受注がある。
☐	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・暑さが本格的になり、来客数が減ってきている。
☐	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・従来からの中東情勢や円安に加え、台風や猛暑、ゲリラ豪雨などの天候要因も景気上昇を阻害している（東京都）。
☐	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・用紙、インキを始めとする原材料価格の上昇が続いていることに加え、物流費、労務費も高止まりしている。価格転嫁が十分に進まないなか、利益面では依然として厳しい環境が続いている。
☐	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・医療品容器の新規案件が立ち上がり始めたが、やはり中東情勢の影響による原材料費の高騰が利益を圧迫している。
☐	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・A I関連事業が好調で、良い状態が続いている。電子部品の需要に対して供給が追いつかず、設備投資が拡大している。
☐	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・自動車メーカーの生産状況は計画と変わらず推移している。
☐	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・物価の高止まりで購買行動が停滞しており、良いとも悪いともいえない状況である。
☐	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・人手不足が続いている。世界経済が不透明である。
☐	建設業（営業担 当）	取引先の様子	・当社、協力業者共に忙しくしているが、どちらも人材不足であり、見積件数等には変化がない。
☐	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、動きとしては例年どおりである。
☐	輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、物量が増える見込みだが、燃料費高騰の悩みは続き、収益も伸び悩んでいる。
☐	金融業（支店 長）	取引先の様子	・設備投資について、中東情勢という不確定要素から、計画の先延ばしが続出している。手元の案件が少なく、仕事の取り合いとなり、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	・全体的に単価が高止まりしているなか、中東情勢等による影響により引き続き景気が停滞している。受注に対応するための材料仕入れは順調にできているものの、価格転嫁ができていないため、各企業は慎重である（東京都）。
☐	不動産業（経営 者）	取引先の様子	・世界経済を取り巻く状況の不透明さは変わらないが、経済活動の停滞や萎縮はみられない（東京都）。

	☐	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・主業の不動産賃貸業はオフィス、商業施設共に入居テナントの入れ替わりもなく、平穏な状況が続いている（東京都）。
	☐	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量全体としては大きな変化はないものの、高単価案件は減少傾向にあり、例年受注していた大型案件が実施されないケースも見受けられる。一方、取引先の飲食店では、業態変更や臨時休業を経たりリニューアルの動きがみられ、新たな投資を行う店舗もある。ただし、新規出店では、高価格帯の業態は慎重な傾向が続く一方、低価格帯の業態は比較的好調に推移している。全体として、受注量は横ばいであるものの、案件内容や市場の動向に変化がみられ、景況感では3か月前と大きくは変わらない（東京都）。
	☐	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・見込みよりも仕上がり为上回りそうだが、あくまで単月の事象とみられ、景気が上向いているとはいえない（東京都）。
	☐	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新規クライアント案件や大型コンペなどの話が少し増えてきているが、そこまで大きく売上に繋がっていないため、余り変わらない（東京都）。
	☐	税理士	それ以外	・夜に近隣の駅まで歩きながら、飲食店の客入りをみているが、新型コロナウイルス感染症発生前はかなり客が入ってにぎわっていた店でも、現在はそこまでにぎわっていない（東京都）。
	☐	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金や補助金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
	☐	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先では、原材料価格の上昇に伴って段階的に値上げをしており、その都度顧客も納得している様子であったものの、最近の価格改定に対しては反応が悪くなっているという話を聞いている。
	☐	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・特に新しい案件はなく、売上は例年並みで推移している。
	☐	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・同業他社は、一応仕事はあるものの人材が足りないと話している（東京都）。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月までの受注の高止まり傾向は、7月にはすっかり落ち着き、定時終業が普通になっている。
	▲	建設業（経営者）	競争相手の様子	・競合からも、計画案件が途中で中止になったり、契約していても中止になった案件があると聞いている。今後、民間の物件は少なくなるのではないかと。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品数量の減少に加え、納品先店舗も減少している。今後の動向が気掛かりである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・原油調達の問題がじわじわと企業に影響を及ぼしている。各種原材料の値上げ分が20%に届こうとしている（東京都）。
	×	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・組合企業からは、長年取引している取引先からの受注が減り、単価交渉も難しく、良い仕事が減っていることや、創業以来の売上減少で対策が見当たらないといった報告が上がっている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・原材料の値上げが相次いでいるものの、販売価格に転嫁することが難しい（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・中東情勢がまた不安定になり、資材値上げの動きが強くなってきている（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材の入手が困難となっており、予定していた元請企業の工事に着手できず、それに伴い下請企業も連動して工事を受注できなくなっている。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・当社の長期派遣稼働数は前年同月比108%であり、引き続き人材ニーズは高い（東京都）。
	☐	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼数は前年同月比では堅調であり、派遣社員はマーケットでの奪い合いとなっているものの、時給の良い求人であれば成約しやすい傾向にある（東京都）。

□	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・ 余り変化を実感できない。
□	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・ 3 か月前と同様、求人数は減少することなく堅調に推移している。求人が増えているというよりは、人材不足により 3 か月前からある求人が充足せず残っている状況が続いている。
□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・ 求職者の動きが鈍化している（東京都）。
□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・ 求人数は今月後半くらいから若干落ち込み気味ではあるものの、例年どおりの動きで想定範囲内である。3 か月前と比べても大きな変化はないまま推移している（東京都）。
□	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	求職者数の動き	・ 自社及び同業他社において転職による入退社がとて多い印象を受けている。人材の流動化が更に進んでいる（東京都）。
□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 求人数は余り変わっていないものの、充足に至っていない。
□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ 求人数は減少傾向ではあるものの、大幅な動きはない（東京都）。
□	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・ 企業からの求人はかなりあるが、相応しい人が見つからず、なかなか採用が決まらない（東京都）。
□	学校〔大学〕 （就職担当）	求職者数の動き	・ 就職活動中の学生の動きも暑さにより鈍化している（東京都）。
▲	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・ 物価の上昇に賃金が追いついていない（東京都）。
▲	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・ 例年、7 ～ 8 月は求人数が落ち着く傾向にあるが、それでも前年比でみて依頼数が減少している（東京都）。
▲	求人情報誌製作 会社（営業）	求人数の動き	・ 今年に入ってから求人数の鈍化や求人予算の減少が続いている。夏季休暇前ということもあり、例年であれば早く採用したいという企業が多くなる時期だが、今年はお盆明けまで求人を控える企業も多数ある。
×	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の派遣ニーズが減少している（東京都）。
×	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ 50 人以下の中小企業は非常に厳しい状態である。