

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)	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症がまん延している環境下でも、前年同期比185%で推移している（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・3か月前よりは確かに売上が増えている。今月に入っても例年よりエアコンの問合せが多い。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・若干ではあるが、イベントや行事が復活し、個人客が増えている。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・相次ぐ値上げや、新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で、夏休み期間中も来客数は前年並みの慎重さだが、来店客の購買意欲については、買い回りが多く、買上点数も増えており、客単価が上がっている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりは続いているが、行動制限がないため、客は店舗へ足を運んでくれている。引き続き、ブランド価値の高い商材を中心に、ファッション関連商材の動きが良い。反面、巣籠り需要といわれたインターネット経由での動きはやや鈍くなっている。過去の水準との比較が難しく、何を以て景気が良いのか悪いのか、判断に迷う状態である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・家族連れや3世代来店者など来客数は増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響は感じられない。コストアップによる価格上昇が客単価に大きく影響している。また、インポート商材は値上げ前の駆け込み需要とその反動減を受け、不安定な状況にある（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数は増加しているものの、客単価は低下傾向である。結婚式などのセレモニーが復活し、ブライダル需要も伸長している。既に来春の卒業式、謝恩会準備の相談も入り始めている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数に回復の兆しは見えないが、高額品が好調である（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のプール施設が、人数制限はあるものの3年ぶりにオープンした影響で、前年比120%で推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・8月中は気温が高く、行動制限もないため、前年、前々年と比較しても、売上状況が良い（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・前月にも回答したが、8月は夏休みということもあり、ふだんよりも来客数が多いため、3か月前と比べると少し来客数が多く、やや良い。一時期は、数か月間時短営業していたこともあり、現在は24時間営業に戻っているが、来客数だけを見ればもちろん長く店を開けている方が客は多くなる。そのようなイレギュラーを除くと、春休み、夏休み、冬休みなどは少し景気が良くなる。
	○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・8月に入り、新型コロナウイルスの感染第7波に対する行動制限なしの対応で、我々のセクター的には、前年同期を上回る数値で推移している。カテゴリーでは、カメラ類等の動きが良く、好調を維持するとみている。ロシアのウクライナ侵攻の直接的な影響は受けていない（東京都）。
	○	家電量販店（従業員）	単価の動き	・気候の影響もあると思うが、今年の夏は来客数が伸びなかった。道路は混んでいたため、行楽での外出は多かったようである。職種により差のある夏であった。少しずつだが景気は良くなっている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・半導体不足の問題はあるものの、受注が順調に伸長している。また、損益面については、中古車市況及びサービスの踏ん張りにより、前年よりも上向いている。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が始まり、抗原検査キットの販売伸長のお陰で、売上が回復している。	

○	その他専門店 [ガソリンスタ ンド] (団体役 員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の渦中ではあるもの の、夏休休暇中の移動の影響が前年に比べて減少して おり、3か月前比、前年度比でも売上が増加している（東 京都）。
○	高級レストラン (役員)	来客数の動き	・8月の夏休みで遠出する方々がいる。当店は都心に立地 しているため、季節的要因と同様に法人需要が減ってい る。新型コロナウイルスの感染拡大を抑えられていないな かでも、慣れもあるかと思うが消費者の行動は控えられる 傾向にはなく、若干好転の兆しを感じる（東京都）。
○	その他飲食 [カ フェ] (経営 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で一時的に飲食を控 える傾向があったが、最悪の状況は防げているように感じ る。皆それぞれが新型コロナウイルス感染症に対する意識 を持ち、予防や防護をしており、飲食の際にも注意して食 事をしている様子が見受けられる（東京都）。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高い水準で推移し ているが、頭打ちの感もあり、大きな需要低下とはなっ ていない。イベントも中止にはならず、県民割の需要は依然 として高い。見込みよりは来客を得られている。
○	旅行代理店 (販 売促進担当)	販売量の動き	・夏休みのため、個人旅行が順調に入ってきている。ただ し、東京では県民割がないので、その分のプラスはない。 この時期は団体旅行などが実質ないので、個人に特化する とこのような回答になる（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・以前同様、朝から夕方までは無線が多くなり、仕事があ ってきている。午前は病院の送迎と駅までの送り、午後は会社 へのお迎えで、つながりが良い。夜は飲食店からのオー ダーが今一つ少なく、新型コロナウイルス感染症の影響が 続いている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・猛暑による売上の増加は落ち着いてきたが、残暑のお陰 ということもあり、やや良い（東京都）。
○	通信会社 (経営 企画担当)	販売量の動き	・業務案件の増加と受注が少しずつ上向きになってきてい る。ただし、終了の業務案件もあり、相殺の可能性もある （東京都）。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3か月前に比べて、本当に若干だが客が動き出したよう に感じる。新築売りアパートの問合せが増えてきている。 金融機関の状況がまだ不明だが、動きが感じられる。
□	一般小売店 [家 電] (経理担 当)	販売量の動き	・今月は予定していた大規模工事があったので、8月の売 上としては良かった。ただし、家電製品の売上となると厳 しい。冷蔵庫は高額商材が結構動いたが、エアコンは猛暑 にもかかわらず静かである。販売会社によると、他店でも そのようである。
□	一般小売店 [文 房具] (経営 者)	来客数の動き	・3か月前と比較して来客数にはさほど変わらないが、本 来であればイベントが実施され、来客数ももっと増加する はずであった（東京都）。
□	一般小売店 [生 花] (店員)	販売量の動き	・8月はもともと客が少なくなる時期なのだが、それにし てもこの暑さと新型コロナウイルス感染症の影響が大きい。 8月のお盆も期待したほど売上は伸びず、多少は良 かったというくらいである（東京都）。
□	一般小売店 [文 具] (販売企画 担当)	お客様の様子	・店頭においては来客数も減っておらず、さほど悪くはな いが、良いということでもない。暑い日はやはり来客数が 減るが、その分涼しくなってくるとそれなりに買ってく れている。外商の方は、閑散期ということもあり、物件があ る程度落ち着いている。
□	一般小売店 [茶] (営業担 当)	来客数の動き	・来客数、売上共に減少している。
□	一般小売店 [茶] (営業担 当)	販売量の動き	・まだ新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、 人の動きも戻っていない。販売量は何とか現状を維持する ので精一杯である。新規の客もなかなか増えず、しばらく は辛抱が続く。早く人が自由に動けるようになることを期 待している（東京都）。
□	一般小売店 [書 店] (営業担 当)	販売量の動き	・円安で購入量が抑えられていることに加え、夏季の閑散 期に入ったこともあり、受注量が抑えられている（東京 都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・チラシ媒体、イベントスペース強化等で、来客数は前年を大きく上回り、売上に関しても上積みはできたが、目標としていた数値は下回っている。食品部門は、催事を中心に堅調に推移しているものの、衣料品、高額の宝飾品等の動きが鈍く、苦戦している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	単価の動き	・宝飾品やブランドなど高額品の売上が好調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値な物を求めるニーズ自体は底堅いが、春先から大きく伸びているというより、好調を維持しているという状態に近い。大きなオケージョンや人と会う機会に合わせて消費のアップダウンがあるようである。一方で、物価高を受けて中間層の動きは慎重であり、一般的な消費ニーズは低調のまま大きな増減はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2021年の同時期と比較して伸長している傾向は続いているが、依然として新型コロナウイルス感染症の発生前の水準には戻っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が続いているものの、行動制限のない夏休みを迎え、来客数が落ちることなく店頭のにぎわいが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	販売量の動き	・行動制限のない夏となり、来客数は順調に伸びているが、売上面においては同様の伸びがみられない。販売点数が減り、値上げによる商品単価のアップで何とか売上を維持している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の安価な商材やタイムサービス、ポイント何倍といった時間帯や店をうまく使い分け、同じ物なら少しでも安く買おうと買い回る動きが多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・基本的にはやや悪い方向なのだが、天候がそれほど悪くなかったので、その分7月よりも多少良かったという感じがしている。どちらともいえないと答えたが、基調としてはやや悪い方向がずっと続いており、変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年を下回っているなか、それに輪を掛けるように客の平均買上点数も前年比で少なくなり、96%くらいで推移している。来客数及び買上点数の減少が一番の要因である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	それ以外	・値下げ商材の意識的な購入が従来と比較して増えてきている。今までは賞味期限切れ等による廃棄も多少はあったが、廃棄額の減少と値引額の増大が傾向として見えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は若干上がっているものの、買上単価はトータルで落ち込んでいる。販売量の落ち込みが大きな要因である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・依然として、継続的な物価の上昇やエネルギー価格の高値安定に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりと、マイナス要因ばかりで、景気回復には程遠い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・例年、夏休みの最後の土日などは商材の動きがあるのだが、朝少し動いただけで、その後は動かなくなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年度を上回っているが、客単価は変わっていないため、状況の変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・一向に新型コロナウイルス感染症の収束が見えず、客の動向も不安定である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数はクリアできているものの、売上は微減している。客は慎重になっており、必要な物しか購入しない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・イベント等に左右されやすいドレス事業を中心に好調を維持している。また、EC売上についても、季節商材を中心に順調に売上を確保できている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限がなくなり、前年の行動制限時における来客数ダウンに比べると回復している。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べても必需品に動きがある。気温が高めに推移しており、季節商材を中心に消費行動がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・コロナ禍による消費意欲の低下は依然として大きい。旅行、飲食の回復と比べて高額し好品が多い家電業界は厳しいという肌感覚である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・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。前年度に比べて5割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の納期が以前よりも長く掛かることが常態化してきて、受注と登録台数が前年並みになってきている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・消費意欲のパターンが増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・点検、修理の客は来店するものの、販売に関しては来客数が減っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・景気についてはどちらともいえない、変わらないと判断した。やはり長引くコロナ禍の影響と、ロシアのウクライナ侵攻の影響による物価高及び原油高、燃料価格などの高騰で、購買意欲がありそうでないというのが現状である。客が新車購入をちゅうちょすることや、納期が非常に長く掛かるため、また車検を受けるということもあるようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・半導体不足の影響がいまだに残っており、新車を供給できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・来客数に変化がない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・たまたまとまった注文が入ったので、そのときだけ少し販売量の動きがあった。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・原価の高騰による価格改定を実施したところ、改定前は販売量が若干増加していたが、改定後は減少してしまっている。全体的には余り変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・都心部にあるためか、新型コロナウイルス感染症の影響で利用客の増加がみられない。また、夏季休暇取得期間の影響もあり、来客数は芳しくない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べて景気は余り良くない。新型コロナウイルス感染症の影響でケータリングの仕事がほとんどなくなり、まだ回復していない。たまにホームパーティーのようなものが少し入る程度で、会社関係や大使館関係はほとんどない。その分だけ売上が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・盆踊りなどの再開したイベントには多くの人出があるが、その流れが外食に回ることはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、物価も急激に上がっているため、消費が控えられている気がする。それに伴い来客数も減っている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の5月1日から28日までの前年比は、売上120.8%、来客数120.9%である。今月8月1日から29日までの前年比は、売上251.9%、来客数221.1%である。前年の8月は5店舗中4店舗が休業していた時期である。新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年8月の売上と比べると42.5%となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・会社の宴会はほとんどないに等しかったが、家族での会食などの予約がかなり入っていたので、悪いとは言い切れない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている。一部で外食する人が増えているものの、行動制限が続いている人も多くいるなか、資材の値上がりが続いており、売価への転嫁もしていかなざるを得ないので、来客数の増加に好影響を及ぼす外的条件がそろわない（東京都）。

□	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束が見通せず、3か月前と同様に法人利用が全くない。やはり宴会需要が大きな比重を占めるシティホテルとして、法人利用がないことが非常に痛手となっている。
□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・夏休み期間であることや、県民割キャンペーンなどにより宿泊は高稼働率にて推移している。レストランも家族中心の利用がやや戻り始めてはいるが、結婚式や法人利用の宴会は、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、延期やキャンセルになり、ほぼ予約がない状況で、一進一退を繰り返している。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が大分解除されたということで客も喜んでおり、問合せも結構あったのだが、よく考えるとまだまだ終息したわけではないし、各地で新規感染者数が増えているので、少し様子を見させてほしいという回答が多くみられている。
□	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策による行動制限はないものの、新規感染者数が増えており、申込みが伸び悩んでいる(東京都)。
□	タクシー運転手	それ以外	・コロナ禍の真ただ中ではあるが、まん延防止等重点措置などが実施されていないので、人の動きはあるようである。猛暑とゲリラ豪雨を避けるためか、アプリ配車が多くなっている(東京都)。
□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・機器等の納品が遅れているため、販売量が増加していない(東京都)。
□	通信会社(社員)	お客様の様子	・他社要因による獲得の勢いが弱まったことから、以前と変わらない(東京都)。
□	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・転入居数を見ると、2021年度に比べれば人の動きが出てきているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年度と比べると元に戻ってはいない。さらに、物価の高騰が電力サービス等にも影響を及ぼしている。
□	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低限の内容を選択する傾向は相変わらず強い。
□	通信会社(経理担当)	単価の動き	・テレビサービスの客の平均単価が毎月10円程度下がり続けている。主に1000円台の商材しか売れなくなってきている。
□	通信会社(局長)	販売量の動き	・インターネット関係の契約は増加傾向である。
□	観光名所(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に、依然として到達していない(東京都)。
□	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波を受け、来場者数が減ると予想していたが、そこまで影響がない。ただし、利用単価については多少低下がみられる。
□	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりのまま推移しており、政府、自治体から国民への行動制限はないものの、消費者自身が自制している傾向が散見され、回復の兆しが見えてこない。
□	競輪場(職員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症やターゲット変更の影響でどん底まで落ちた状態である。少しでも売上に貢献できるようなWeb向けのキャンペーン等を行うことで、微増は保つことが可能と思っている。打ち手については抜本的な改善が必要である。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・学生やファミリー客は来場するが、やはり企業の団体予約が入らない(東京都)。
□	その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	お客様の様子	・当業界では新型コロナウイルス感染症の影響が少ない(東京都)。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響か、中高年の来店頻度がまだ鈍っているような気がする。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・販売量は少し減少気味ではあるが、客単価がやや上昇しており、トータルでは変わらない。

□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今のところ、仕事の内容も案件数も変わっていない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規受注は少ないが、年度当初に受注した業務が継続しているため、景況の変化は感じられない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・8月は夏期休暇があるためか、ほとんど動かない。また、休暇も少々長い気がする（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。9月以降に、観光業が回復すること、また、そのための対策を期待している。住宅の売行きも良くなく、工事の請負業も少ないため、良くない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、多少受注が伸び悩んでいる。
□	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材の高騰に伴い、先行き不透明感がある。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず仕事が決まるまでに時間が掛かっているが、なかなか進展がない。我々の仕事は決まるまでに半年から1年くらいまで要することもあるので、非常に厳しい。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の動きとしては例年並みに戻りつつあるが、もう一段階上の状況にはまだ至っておらず、景気回復を実感できていない（東京都）。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・このところ新型コロナウイルスの新規感染者数が少し増えてきていることから、来客数が減り、それに伴い販売の動きも悪くなっている。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれないと、商売の方も思うようにいかない。
▲	商店街（代表者）	それ以外	・やはり新型コロナウイルスの感染第7波の影響がある。来街者数が減っていることと、8月に予定していたイベントは中止せざるを得なくなっている。クレジットカードの取扱高も余り良くない（東京都）。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・連日の猛暑続きと新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、お盆の帰省中の台風上陸など、来客数並びに販売量の減少があり、売上が取れていない。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・気温が非常に高く、暑過ぎて外を歩いている客がほとんどいない。それだけではなく、非常に厳しい。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・所得が増えないなか、光熱費や日常生活用品の価格が上昇し、買い控えが起きている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数はやや減少又は変わらずといったところだが、売上が前年よりも悪い。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・急激に暑くなった3か月前と比べると需要が一段落した感があり、販売量が減っている。
▲	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・今月は、前年が緊急事態宣言中であったため、前年比では3か月前よりも良い。3年ぶりの行動制限のない夏休み、お盆期間であったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりもあり、来客数は伸びず、目標には届いていない。
▲	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・衣料品関連の動きは前年を大きく上回っているものの、3か月前と比べると伸びは鈍化している。前年は緊急事態宣言発出の影響があったため、その反動によるものと推察している。6月に売上が落ち込んだが、徐々に回復基調にある。購買単価は上がっているが購買点数は伸び悩んでおり、値上げの影響によって購入量を控えている様子が見える（東京都）。
▲	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、感染第7波の影響により、販売量が悪化基調となっている（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が依然として高止まりしており、一時期の解放感が失われてしまったように感じる。行動制限はないものの、感染リスクが根強く残っている（東京都）。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数、買上点数の微減が続いており、数か月に渡って売上未達の状態が続いている。固定客の来店頻度が明らかに落ちてきている（東京都）。

▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・食料品の値上げもあいまって来客数が減っている。客単価は上がっているものの、来客数が減っているため、売上が前年より5%ほど悪くなっている。衣料品や化粧品などお出かけ要素のある物に関しては、来客数が上がっており、客単価も前年並みなので売上も好調だが、日用品や家庭用品などの家で使う物に関しては、食品と同様に、単価は上がっているが来客数は減っており、売上が厳しい。トータルでは、来客数が若干減少、売上は前年並みであり、厳しい状況にある。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・商材が値上がりしているため、必要な物しか買わなくなっている。安ければ違うメーカーの品でも購入する客が増えている。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言発出中に東京オリンピックが開催された前年同月と異なり、今夏は行動制限がないために巣籠り需要もなく、販売量が前年を割っている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・依然として来客数が伸びず、まとめ買いの客が大型店に流れている。宅配業者が増加し、都市部でのコンビニの存在意義が薄れているかのようなのである。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、客単価がかなり落ちている印象で、10%程度低下している。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価高の影響で一部商材に値上げがあり、生活防衛意識からか、壊れる前の買換えが少なくなり、壊れたから、壊れそうだからと買い換えることがほとんどになっている。安価な物を求める客が多い。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は前年比9割の日々が続いている。
▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新型車効果で受注は増加傾向になっているが、納車遅延は解消していない。逆に、新車の納車遅延により、整備部門は好調に推移している。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・まだまだコロナ禍で買い控えが収まらず、販売量も減っている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落しても、エネルギー高騰からくる物価高で予断を許さない（東京都）。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・長く続くコロナ禍での生活に、消費者も客も変に順応してしまったのか、諦めムードを感じている（東京都）。
▲	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・春先から初夏にかけては徐々に回復の兆しが見えつつあったが、7月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、急激な下降線となっている。これまで法人関連が店舗利用をちゅうちょする部分があったが、直近では個人客にもその傾向が見え始め、猛暑も重なり、非常に厳しい状況となっている。8月の実績は、2019年比で売上が40.1%、来客数は37.4%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	・久しぶりに行動制限のない夏休みを目前にして、お盆前から急速に消費が落ち込んできた。また、電気代やガス代など、家計の負担が増えている分、なかなか外食にはつながない（東京都）。
▲	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・前月に比べて来客数が格段に減っている（東京都）。
▲	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	それ以外	・原材料費、光熱費等の高騰による影響が徐々に顕在化してきており、業況はやや下振れ気味である。取引先には10月以降に値上げ要請を実施する予定である（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・所属支店の来客数、申込件数を見ると、やや悪くなっている。3か月前が夏休み前ということもあるが、新型コロナウイルスの感染拡大も要因の一つである。
▲	タクシー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がうなぎ上りに増えているため、仕方ない。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多くなっているのので、客足が遠のいているように感じられる。

▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベント復活の兆しはあるものの、自制しているように感じられ、規模が縮小している。大口案件の減少をカバーする見通しは暗い（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、プラン変更共に、より安価なプランを選択する客が圧倒的に多い。
▲	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・昨今の物価高の影響で、余暇、レジャー、趣味に対する消費力が弱まっていると感じる。客との会話や様子からそのような印象を受けている。
▲	通信会社（局長）	競争相手の様子	・先日の大手通信会社の通信障害から携帯電話とインターネット全般の進捗が悪く、逆に他社が攻勢をかけているようで、他社切替えに伴う解約が増加している（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・景気の影響か、高価格のプランに加入してくれていた客が、低価格のプランに変更することが増えている（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・3年ぶりの行動制限なしの夏にもかかわらず、契約件数が余り伸びていない（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・顧客の獲得が思うように進捗していない。インフラ整備を行ったエリアにおいても、新インフラへの移行や新規獲得に結び付いていない。一方で、営業活動への支出は変わらないため、結果的に業績は悪化傾向が継続している（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の拡大の影響で、店舗への来客数が減少している（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・やはり客と交わす会話で新型コロナウイルスの感染拡大に関する話題が多く、常連客の来る頻度も微妙に落ちているように感じる。
▲	設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が長引いており、材料費の値上げもあり、非常に仕事量が減っている。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界では民間の投資の動きが止まっているように感じる（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・とにかく今は商材が入ってこず、どういう状況なのか全然分からない。困った状態がずっと続いている（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・来客数ももちろんだが、販売量が少なく、売りにくい、売れないというのが現状で、とにかく景気が悪い（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で来客数が減少している。
×	百貨店（店長）	来客数の動き	・5月は3年ぶりに帰省マーケットを伴うゴールデンウィークで人流が回復した。それと比べると、8月のお盆時期は隣接駅の利用客が減少していた影響で、来客数自体が減少している。台風の影響もある（東京都）。
×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数が落ちており、どうにもならない。
×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今までは来客数が減少しても、客単価は上昇していた。最近は客単価が上がらず、販売量、金額共に減少している。
×	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加の影響か、8月は来客数、売上共に極端に悪い。
×	衣料品専門店（従業員）	単価の動き	・暑さで来客数が減少したことや、仕入価格が上昇したことで、景気は悪化している。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染への心配や、感染による予約キャンセルが多い3か月であった。8月半ば以降は新型コロナウイルス感染症関係でのキャンセルはないが、来客数は増えていない。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えているのに、政府がしっかりとした対策を出してくれないので、客が来ても1人か2人までで、新型コロナウイルス感染症の発生前のような人数の多い宴会利用が全くなくなっていく。
×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波により、企画中若しくは新規の一般団体案件が全滅してしまった。



	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の拡大にもかかわらず、お盆休みの間は人の流れを感じられた。しかし、お盆休みが終わった途端、極端に人の流れがなくなっている（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・物価上昇の影響が出てきている。また、中小零細企業では最低賃金引上げを見据えて交際費を絞ってきている。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・前年に駅前の百貨店が閉店したが、駅のホームにはあふれるほどの利用者がいるというのに、それでも利用が決まらない。景気が大きく影響している。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・猛暑と天候不順の影響で、8月のコース稼働率は低水準で推移している。特に高齢層において、猛暑のプレーを忌避する傾向が顕著であり、新型コロナウイルスの感染第7波の影響と合わせ、プレー意欲の阻害要因となっている。また、新型コロナウイルス感染症に罹患する従業員が多く、サービスレベルの低下につながりかねない。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・全国でどんどん新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、死者数が300人を超えている。昨日から少し新規感染者数が減ってきているが、新型コロナウイルス感染症の影響で全ての動きが止まっている。客のところに訪問できないのが現状である。賃金を上げろという運動があるが、仕事のない状況で、経営者としてはそれはできない。
	×	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82%となり、やや悪い。3か月前と比べても約23%落ちているため、景気は悪くなっている。コロナ禍でのウッドショックとアイアンショックのダブルショックで、販売価格の値上げをしてからは非常に厳しい状況である。お盆休みの休暇を利用して、少しは商談数が増えたが、販売量の増大につながっていない。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・リアルイベントが増えてきたので、受注件数が増えている（東京都）。
	◎	その他サービス業【ディスプレイ】（経営者）	受注量や販売量の動き	・今現在、受注量、販売量が大幅に伸びているわけではないが、この先の問合せや案件は大幅に増えてきている。受注量も以前よりは伸びている（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	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。実店舗での仕事と、法人への納品の仕事がある。5～7月にかけては毎月1本くらいしかなかった法人の設立印の注文が、今月は3件あった。乗用車販売店と工務店、そして病院業務の会社である。少し法人関係が動いている（東京都）。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金属加工業だが、受注は顕著に推移しており、半数以上の取引先が販売価格の見直しを認めてくれているので、収益改善もできてきている。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていても、行動制限がないことにより、イベント等が開催されている（東京都）。
	○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・5月以降は前年同月比で2けたの増加が続いている（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・地元のプロ野球チームが好調で、それに伴う応援企画等が増えてきている。
	○	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響はいまだに大きく、感染が収まる気配のないなかではあるが、会議後の懇親会の開催や家族旅行など、感染していない者同士の活動は新型コロナウイルス感染症の発生前に近づいている。
	○	その他サービス業【警備】（経営者）	取引先の様子	・新規の公共事業が増えているが、人材不足により思うように受注できない。
	□	食品品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆の時期に他の家に行くのを控えているためか、ギフト商材の売上が悪い。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ずっと景気が悪い（東京都）。

<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・イベントを開催するに当たり、徐々に動きが見えてきて いるように見えるものの、受注率は落ちている。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・当社の直接的な出荷先は関東や関西に集中しているが、 加工された製品は一般消費財として全国で販売され、個人 消費やイベントの回復に大きく左右される。新型コロナウイルス の感染第7波の影響もあり、回復基調は弱い。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・原材料の値上げが続いていることから動きが非常に悪く なっているようなので、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、口紅容器の受注は 下げ止まったまま回復傾向がみられないが、医療品容器に 関しては、前年は世界的に新型コロナウイルス感染症の診 療に追われていた業界が徐々に通常診療に回帰してきたよ うで、受注が半分回復してきている。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・新規設備関係の受注がなく、仕事が少ない。修理関係の 仕事を集める営業に力を入れるようにしている。見積依頼 が来たら早く見積りを出し、受注に結び付けるようにして いる。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・原因は分からないが、取引先からの仕事量が維持された ので、ここまでは何とか大丈夫である。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・この3年間、売上、利益共に平行線をたどっている。これ は新型コロナウイルス感染症の影響で、展示会や活発な 営業活動、海外出張などが抑えられているためではないかと 考えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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	・電子部品、半導体関連企業は、グローバルの大口価格に 景気が左右されるが、3か月前との比較では大きな変化は ない。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・依然として自動車業界の半導体不足は解消されず、減産 が続いている。大手自動車メーカーも、年間生産台数はそ れほど減らしていないものの、予断は許さない状況にあ る。
<input type="checkbox"/>	その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・最近の得意先の様子だが、来客数が増えてきて、景気が 悪いという声は聞こえなくなってきた。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・業種によって違うと思うが、我々不動産業においては、 今この地域では売る物が無い、貸す物が無いという状態 で、なかなか商売に結び付いていない。この先どうなるの か分からない。一つ言えるのは、景気は良くないというこ とである。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・燃料価格が若干下がってきてはいるものの、取扱量は依 然として低迷したままで、厳しい状況が続いている（東京 都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・物流量等が低調なまま、特に変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・来月頃から繁忙期になる予定である。現在は、物量が増 えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸びていな い。
<input type="checkbox"/>	通信業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルス感染症が再び拡大している（東京 都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業 員）	取引先の様子	・経済活動は政府の方針で維持されているが、新型コロナ ウイルスの新規感染者数が増えているため、飲食業や飲食 業に付随するクリーニング業などではかなり苦戦を強いら れている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（従業 員）	受注価格や販売 価格の動き	・新築マンションの販売価格は高値を維持しており、販売 進捗から前月と変わらず好調である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・ロシアのウクライナ軍事侵攻の長期化、続く円安、様々 な物価の上昇、収束の見えない新型コロナウイルスの感染 第7波など、景気に悪影響を与えていそうな要素が数ある なかで、当社の事業に何がどの程度影響を及ぼしている のか定かではないが、プラス要因が見当たらないことは間違 いない（東京都）。

□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣駅周辺の商店街の飲み屋をガラス越しにのぞくが、客が全然入っていない。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、客入りが少ないようである。家飲みの人が多いのかもしれないが、各店、これでやっていけるのだろうか（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金をまだまだ活用している事業所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	・新型コロナウイルス感染症や半導体不足、値上がりなどが中小製造業に悪影響を及ぼしているが、一部の金属加工業では受注が増加している（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	・新型コロナウイルス感染症の影響か、取引先工場等の稼働率が低迷しており、当社の受注量も伸び悩んでいる。
□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・物価がほぼ変わっていない。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・お盆のタイミングまでは活発に動いており、受注も増加傾向で推移していたが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるにつれて、多くのイベントで告知等の引き合いが中止になっている。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量について、内示は高止まり傾向であるが、仕入価格の上昇等を転嫁できないため、給与の増加等もなかなか進まない現状がある。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格の高騰により単価が上がり、予算に合わなくなっている案件が多くなっている。
▲	金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が高騰するなかで、販売価格への転嫁が難しい。また、材料不足、人員不足等で回収までの時間が長期化し、資金繰りに影響が出ている。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・運送業では、燃料費の高騰と人件費の上昇により利益が減少している。小売業では、特に食品関係の値上げによる買い控えや、少しでも安い店へと客が流れている。建設不動産業では、半導体不足や輸入材の高騰により住宅機器や材料が値上がりし、その分利幅が減っている。消費者もガソリン価格の高騰や、日用品の値上がりにより景気回復を感じられず、景気は下向きである（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が入居している1階店舗で、3年ほど空いていた店舗がやっと決まったと思ったら、1年足らずで退室した。営業がうまく進まなかったようである。1階は4室が空いている。南西の角は、暮れに出てからもう8か月空いており、当社もいろいろ声を掛けていたが、賃料が高過ぎるようである。隣のショッピングセンターも、2～3階に空室募集のチラシが結構貼られている。当地域の一等地である百貨店跡のショッピングセンターは何とか満室になったようだが、先行き不安である（東京都）。
▲	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波による新規感染者数の拡大と夏休み期間が重なり、オフィスへの出勤率が下がっており、館内が閑散としている。飲食系店舗への客入りも悪いようで、春先は回復傾向にあった売上も落ち込んでおり、厳しい状況に戻っている（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価が高騰している（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・クライアントの社内で新型コロナウイルスの感染が拡大し、営業時間の短縮や、新作メニューの導入見送り、それに伴う当社の受注減少などがある（東京都）。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症のまん延などで、来客数が減少している。
▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや大口の現場が解約になり、その穴埋めができていない（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	・客からの依頼が例年より少ない（東京都）。

	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・企業の設備投資意欲は上がっていないと感じる。
雇用関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で10%強、前年比20%強の伸び率を示している。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、生命保険会社などの支払事務で短期的な人員要請を受けている（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	求人数の動き	・派遣市場における求人数、求職者数は増加傾向にある。派遣利用は、現時点では新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで戻ってきてはいないが、微増ながら回復してきている。派遣労働者数も同様に微増している（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、周辺企業共に、中途採用を通年で継続している。良い人がいれば採用し続けていたいというスタンスだが、思ったより採用できていない（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・卸売、小売、飲食、宿泊業の求人数が大きく伸びている。また、正社員の求人数も大きく伸びており、企業の採用意欲は極めて高い（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人対象が国内外等、幅広くなっている。求人企業の選択幅が広がっている（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・多くの求人をもらっており、採用人数が増えているように感じる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と同様に求人数は多い。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・大型の請負案件での需要に下支えされている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材派遣は受注、成約共に変わらず堅調である。人材紹介は依頼数は新型コロナウイルス感染症の発生前くらいまで回復してきているが、人事、経理、技術などの専門職種の割合が増えてきており、人材不足職種のために他社との争奪戦になっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車メーカーからのITエンジニアニーズは依然として多く、システム需要の底は見えない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は微増しているものの、根本的に上がってきているとは考えにくい。ただし、底を打った感はあるので、徐々に景気も上がっていくのではないかと期待を込めて考えている。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・3か月前と比べてもそこまで変わった様子はない。前年に比べたら、今年は比較的求人数も多く、安定した時期が続いている。新型コロナウイルス感染症の波が行ったり来たりしているが、求人数に大きく影響するほどではない。とはいえ、とても景気が良いといえるところまでは至っていない。新型コロナウイルス感染症の話題が出てこなくなるくらいまでいかないと、景気が良くなったと実感するのは難しそうである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、飲食業のパート求人が大幅に減少した一方で、タクシー乗務員など旅客運送業の求人が増加している。新型コロナウイルス感染症が拡大するなかで、密回避の移動手段としての需要が背景にあるものと推察される。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業は秋採用を準備しているが、公務員試験で内定が出なかった学生や留学生を積極的に採用しようという人事は少ないようである。採用枠を増やす企業も余りない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績は良化しているが、給与は増えないため、物価の上昇に付いていけず、身の回りの景気は悪化していく（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・添乗員や旅行会社向け事務員派遣を中心にやっているが、新型コロナウイルスの感染第7波により、グループツアーの取消しが多く出てきている（東京都）。

▲	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルスの感染第7波の影響もそうだが、世界的な異常気象や相変わらずの円安など、現在、事業者を取り巻く環境には好転材料がない。原材料の高騰やこれからくる最低賃金の引上げに対応すべく、価格転嫁もなかなかできず、おのずと採用を控えるようになってきている（東京都）。</li> </ul>
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今月は製造関係、なかでも食品製造が募集を増やしてきている。また、小さな運送会社の倒産、廃業が目立っている。</li> </ul>
▲	職業安定所（職員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物価の上昇に伴う不景気が予想される。</li> </ul>
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルスの感染状況が悪化し、クラスターなども起きている。中小企業では、仕事を増やす対策が止まってしまうなど、活動のスピードが止まる傾向にある。</li> </ul>