

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)	◎	衣料品専門店（統括）	・今月同様、新型コロナウイルス感染症対策のため行動制限されていた前年と比べれば、2～3か月後の来客数は上回ると予想している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・毎度のことだが、新型コロナウイルス感染症が収束すると信じて準備を進めていくしかない。また、訪日客に対する規制緩和を加速させればインバウンド需要が戻ってくることから、状況は改善する。
	◎	旅行代理店（従業員）	・夏休みの来客数も前年度に比べ非常に増加しており、訪日客もかなり増えていると感じる（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は秋の旅行シーズンに入るので、教育旅行も修学旅行を中心に販売量が増えるとみている。また、今後、全国旅行支援などが再開されれば、更なるプラス材料となる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・さすがに新型コロナウイルスの感染第7波は落ち着いてくる。これまでの例から、波の後には必ずリベンジ消費が来る。加えて、10月に予定しているイベントに対するレスポンスも良い（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・自治会からの敬老の日向けの注文が前年度より増えている。秋のお祭りも現段階では開催する方向で進んでいるので、売上が多少見込めるのではないかと。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・原価等が上がり、商品価格も上がっている。正直、それに伴って来客数が減るのではないかと危惧していたが、意外にも今までどおりの売上がしっかりある。外商の方でも、これから数か月後の物件などが幾つか取れているので、若干上向くのではないかと。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症は続くと思われるが、秋期から年度末に掛けて、受注増が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・物価上昇の影響で買い控えのアイテムがあると予測されるが、年末に向かい、お歳暮商戦、おせち受注などの前倒しにより客単価が上がるものと予測している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・今後もコストアップによる価格上昇が続くことが想定され、国内市場の継続した伸長は期待できない。外国人観光客の需要拡大に期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・トラベル関連のファッション需要、ブライダルなどのライフイベントが復活する。天候予測から、重衣料の動きに期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症に関しては、行動制限のない夏を過ごしたことで、秋の行楽需要なども回復基調に向かうとみている。気象条件としても、現在の記録的な猛暑と比較すれば、過ごしやすい秋は良い傾向での推移に期待が持てる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・前年も10月以降は行動制限がなかった。新型コロナウイルスの感染第7波が収束し、2～3か月後には人流に一定の回復があるとみている。前年10～11月はコートなど秋物商材が堅調であったが、コロナ禍で買物ができなかった方たちに行き渡っているわけではないので、今年もそういった秋物商材需要が見込める（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染第7波の影響が一定程度収束に向かえば、景気が上向くと想定している（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・過去の傾向から、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくれば、気候も良いので外出気運が高まっていく（東京都）。
○	コンビニ（エリア担当）	・このまま行動制限がなく、インバウンド需要なども増えてくれば、売上改善が続くのではないかと期待している（東京都）。	
○	家電量販店（店長）	・緩やかな回復基調を期待している。年末に掛けて新型コロナウイルス感染症関連報道が過熱しなければ、リベンジ消費の方向に向かっていくのではないかと（東京都）。	
○	家電量販店（経営企画担当）	・若干楽観的な見方かもしれないが、新型コロナウイルス感染症への対応が一段と高度化し、国民も新型コロナウイルス感染症を意識しつつも、ウィズコロナ対策が有効に機能する。また、インバウンド政策も入国者制限の上限見直し等で底堅く需要が推移すると考えると、楽観シナリオも現実味を帯びてくる（東京都）。	

○	家電量販店（従業員）	・出かける人が増えてくれば、どんどん良くなる。物価の上昇が止まらないのが心配である。
○	高級レストラン（役員）	・9月は秋のイベントが多い時期だが、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キャンセルは少なく、予約や問合せも若干増加傾向にある。これから年末に向けて今のままで推移すれば、消費が増える時期でもあり、好転を期待できるのではないかと（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・下半期から年末に向けて、消費マインドが上向きになることを期待している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の景気だが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれば、ケータリングのパーティーなどは復活してくると思うので、売上が少しずつ伸びていくのではないかと。主にケータリングの仕事についてだが、少しずつ良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は少し落ち着いてきている。このまま少しずつでもいいので減少してほしい。ロシアのウクライナ侵攻や円安による原価、経費の上昇が続いている。もう、神頼みするしかない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・東京都の新型コロナウイルスの新規感染者数が、前週よりもかなり減ってきている。高止まりもピークアウトしつつあり、この先会社での飲み会などの予約が何件か入ってくるのではないかとと思うので、今までよりは店も潤って景気も良くなっていくのではないかと（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・希望的観測である（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・当自治体独自のプレミアム付商品券やキャッシュレス決済のポイント還元など、消費促進のためのキャンペーンが来月から本格化する（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・このままの状況が続けば、経営が困難になる。政府はウィズコロナにかじを切り、早急に感染症法上の分類を2類から5類に変更してもらいたい。それに伴って、法人の利用が再開しなければ、シティホテル経営は非常に難しくなる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・やや良くなると答えたものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が減れば、普通に考えれば良くなる。ただし、政府の中途半端な対策の緩め方と、日本人の真面目な性格からいって、相当緩やかなカーブになる。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に伴う移動に関する規制や、外国人の受入態勢の緩和も検討されているので、それらが実行されれば予約や来客数も増えてくるのではないかと。
○	旅行代理店（従業員）	・海外渡航において、9月から入国時、帰国時のPCR検査が不要となるため、控えられていた海外旅行に期待ができる（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援等の施策が始まれば、大きく募集もできる（東京都）。
○	タクシー運転手	・昼間の仕事はコロナ禍でもかなりできている。特に病院、駅、会社の送迎は以前と変わらない。深夜は仕事が少ないが、一度の出番でロングの客が1回程度はあり、売上は上がっている。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の発生前も同様だが、9月は人の流れが少し悪くなる。新型コロナウイルスの感染状況により変化はあると思うが、新規感染者数がどんどん減っていけば、年末に掛けてまた人の流れが活発になってくると期待している（東京都）。
○	タクシー（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくれば自然と回復する。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との共存に慣れていく（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・業務案件と技術者が少しずつ増加してきており、今後も回復を期待している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着くことが期待できる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大に陰りを感じるのでは、3か月後は大丈夫だろうという感覚がある。
○	ゴルフ場（経営者）	・秋のハイシーズンに入ることから、来場者数は夏場より増える傾向がある。
○	競輪場（職員）	・今のところは、事業改善する試みを打ち出して、原状回復を重ねていくしかない。

○	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	・過去に新型コロナウイルスに感染したことがある人が増え、逆転現象のようなことになるのではないかと。ワクチン接種者よりも無敵な感じで行動している (東京都)。
○	その他レジャー施設 [総合] (広報担当)	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、今夏同様に、年末年始も人の動きが活発になるのではないかと (東京都)。
○	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・新型コロナウイルスの感染第7波以降も断続的に感染拡大の波が来るとは思うが、重症者率が上がらなければ、徐々に景気が回復していく (東京都)。
○	設計事務所 (経営者)	・直接的に景気が良くなるとは思っていないが、新しい相談を受けている。
○	住宅販売会社 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染状況が早めに収束してほしい。
○	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・建材需要の先行きは、一定レベルで推移するなかでまとまった案件スタートも見えてきているので、動きが良くなる見込みである (東京都)。
□	商店街 (代表者)	・商店街の状況を見ていると、最近少しずつではあるが撤退する店が出てきており、その後に新店舗が入ってくるまで時間が掛かっている。長いと半年や1年以上たってもまだ入らない店もある。商店街の店が少しずつ抜けてきており、このままでは非常に大変な状況になる。新型コロナウイルス感染症の収束を願っているが、我々も何としても商店街、あるいは店を維持するために、頑張らなければいけない。
□	一般小売店 [家電] (経理担当)	・全体的に見ると、今年も猛暑であったが、半導体不足などのため、エアコンを含めて商材の需給が追いつかず、売上はもう一歩である。
□	一般小売店 [家電] (経理担当)	・食品の売上が他の消費を抑えるような気がする。電化製品も徐々に価格が上がってきている。どうしても必要な物以外は買い控えるのではないかと。
□	一般小売店 [印章] (経営者)	・当社の環境においては、値上がりは当たり前のようにある。世間でよく値上がりといわれており、特に食品関係の話題が多いが、購買意欲が低下する気がする。これ以上購買意欲が低下しては困るが、何とか頑張っていきたい。
□	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・既に中止になったイベントや行事がある。新型コロナウイルスの新規感染者数が減り、自主的緩和が解消されるまでは変わらない。
□	一般小売店 [文房具] (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、このままでは秋から年末に掛けての来街者数が余り見込めない。したがって、来客数も余り期待ができず、景気が上向きには程遠い (東京都)。
□	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・良くなる材料が見当たらないが、やはり、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ることが、1番の景気回復要因になると期待している。
□	一般小売店 [生花] (店員)	・花屋は1か月に1回は行事があるような気がしていたが、8月のお盆が過ぎると、9～11月は花の需要がなくなる時期である。頑張るつもりだが、余り変わらない (東京都)。
□	一般小売店 [茶] (営業担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が収まらなないと、どうしようもない。商売ができず、客が来ないようでは売上どころではない (東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	・様々な施策に関し、効果が出ている面も感じられるが、衣料品の低調な動きは継続することが予想される。
□	百貨店 (総務担当)	・コロナ禍、ウクライナ情勢、円安等、景気に影響を与えかねない与件がどれも先行き不透明で、予断を許さない状況である。過去の比較対象となるコロナ禍前の2019年10月は消費税増税が行われた年月であり、景気が良く見えるのか、悪く見えるのか、判断が難しい (東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症対策は緩和に向かっているが、エネルギーや食料品などの物価高は今後も見込まれるため、引き続き消費には慎重な行動になる (東京都)。
□	百貨店 (広報担当)	・マクロ経済状況や新型コロナウイルスの感染状況次第なので、先行きは不透明である。ただし、現状よりも悪化又は好転する材料は、向こう2～3か月単位では見当たらない。インバウンドも、段階的な制限解除があるとはいえ、観光客の来日状況は現状とほぼ変わらない見込みである (東京都)。
□	百貨店 (販売促進担当)	・現状は新型コロナウイルス感染症対策による行動制限の反動の影響が大きく、先行きの不透明感は続いている (東京都)。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりに加え、今後も想定される様々な物価上昇に対して、消費者の意識は厳しくなるため、今月と変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響について、先行きは不透明であるものの、行動制限等の規制がなければ、来街者数は徐々に回復する。ただし、燃料費を始めとする原材料及び食料品等の値上げにより、財布のひもは更に固くなる。引き続き、先の読めない状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛よりも、物価高騰による買い控えの影響が今後も続くと想定されるため、好転の要素は少ない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、平均単価が低下傾向にある。販売量としては、客は前年並みかそれ以上に買ってくれているが、単価が下がっている分、客1人当たりの買上額がなかなか前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・打つ手がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・天候によって大分左右される。前年は天候不順で非常に良くなかったが、今年のお盆期間中は比較的良かった。13日は台風だったが、前日と翌日でカバーできたのが大きい。9月から値上げラッシュが続くことと、青果は猛暑や集中豪雨の影響で相場高になるとみている。青果の売上は良くなるが、全般的には値上げにより節約、買い控え傾向になるので、やはりやや悪い状況がずっと続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状、店ではいろいろな販促を行っているが、なかなか来客数が増えず、買上点数も伸びない。各地方自治体では、例えば、県独自にキャッシュレス決済の買上金額の最大20%がポイント還元されるキャンペーンなど、いろいろな取組をしており、盛り上がっているようである。そうしたイベントが当地にもあれば、景気も上向くのではないかと思うが、現段階では変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・食品は更なる値上げが予定されているため、客の買い方もより一層変化していくことが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・物価は上がるが、最低賃金も上がる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価は上がると思うが、トータルでは買上単価や販売量の落ち込みが今後もまだ続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が大きいのが、年末等に向かって日常の消費は節約志向が継続し、買回数や購入額の抑制傾向が続く。また、年金や老後の不安から、消費よりも貯蓄へと自己防衛意識の増大が予測されることから、景気上昇への課題は多い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・夏場で休暇もあるので、客単価が上がって飲料等が売れ、単価が上がっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないので、秋以降も不安が残る。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束しないので、サークル活動等も縮小し、外出自粛が続いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・8月はもともと悪いので9月以降に期待したいが、いろいろな物が値上がりしているため、景気はまだ上昇傾向にならないのではないか。期待感と不安感を合わせて、変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波に伴う行動制限により、消費活動の縮小や売上減少の可能性があることと、物価上昇によるコスト負担増加が懸念されるが、今のところは計画どおりに進行している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・通常、秋は衣料品の需要が多い時期だが、残暑、新型コロナウイルス感染症、物価高の影響で先が見えてこない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電製品でいえば買換え需要は見込まれるが、単価を上げにくくなっている。
<input type="checkbox"/>	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。半導体不足で生産が遅れており、注文後、納期まで3か月～半年掛かるので、客が敬遠しているのではないかと。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が早くなる見込みはまだないので、現状維持が続く。整備部門も前年と同じくらいである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動向による。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・いまだに納期が不透明で、先行きが不安である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・納期遅延が解消しない限り、景気回復はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が正常化する見込みが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足が解消される見込みがない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・特に変化を感じない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・国からの支援策は特になく、物価が上がるだけなので、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・どう見ても余り景気が良くなりそうな感じがしない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響で来客数が減少することはなくなっているため、景気が悪くなるとは思わないが、この数か月のう勢を見る限り、すぐに良くなると思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・社会経済活動がこのまま止まることなく維持され続ければ、人流の回復は更に加速し、来客数の増加が期待できる。一方で、秋以降に原材料の値上げが本格化すれば、その対応として売価への転嫁も検討せざるを得ないため、客の購買意欲の低下も懸念される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・先行きが予想できない。良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・当面の間は新型コロナウイルスの感染拡大と縮小、それに伴った売上の上昇と下降の繰り返しと考えている。変化に柔軟に対応できるような営業体制の確立、利益が生まれる体制づくりが喫緊の課題である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・休業補償に伴う手続が一段落した現在、新型コロナウイルス感染症の影響による売上減少が依然として続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症と経済がかなり深く結び付いており、影響が大きい。皆にうまく付き合っていこうという雰囲気が見受けられるので、良くなっていくとは感じる。しかし、原材料費の高騰、円安が今後もじわじわと企業や生活を圧迫していくので、まだ良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・現在、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なか、宿泊やレストランの一部には活発な動きがある一方、感染状況を見据えて、法人利用などの動きは全く止まっており、先行き不透明な状況が続いている。ピークアウトの兆しもあるものの、すぐには回復も難しいことから、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇はあるものの、人の「欲」は変わらない。物価が現行の2倍、3倍となれば話は別だが、小幅な値上げ程度では人の「欲」は変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・昼間の利用者の中心であるサラリーマンがやや戻りつつある。加えて、新型コロナウイルス感染症もあるが、街中には人も車も増えているので、やや希望を持っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・しばらくは半導体不足の状況が続くため、2～3か月先も景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・CMの依頼が小規模だが続いている。興行の復活もあるので、期待できる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・大きなイベントがないことから、さほど変わらない見通しである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転していく材料が見つからない。現状が当面続いていくと考えられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は限定的になっているものの、物価高、転入居者数の横ばい傾向等で、景気自体もしばらく横ばいの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・物価高の影響について報道がなされており、不安感が続く。その見通しや改善状況が報道されることにより、消費意欲が増加する。ガソリン価格の補助についても、補助の恩恵を受けていることが分かりにくく、電子マネーへの還元として消費を喚起すべきである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。

□	通信会社（経理担当）	・9～10月に生活用品の値上げ告知が多く見受けられるため、一般的に何にお金を使って、何に使わなくなってくるのか、動向を注視していく。
□	通信会社（局長）	・市場の状況から特に改善は見込めない。
□	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響により客との接触が制限されているなか、顧客獲得への過大な期待は難しい。また、電気代、機器代など、原価上昇への影響が避けられない状況は当面継続するものとみている。また、個人消費の冷え込みによる加入意欲、継続意欲の低下も引き続き存在している（東京都）。
□	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数を見ている限り、また何かしらの制限が出るのではと感じてしまうため、期待を持っていない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波に対して、内服薬の特例承認もなく、収束に向かう鍵が見えない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・客がコロナ禍での消費に慣れてきていると感じる（東京都）。
□	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価の上昇にも慣れて、購買意欲もやや上昇するも、実態として感じない。実感としての売上増加は期待できない。
□	設計事務所（所長）	・ほとんど変わっていく様子はないが、多少土地の売買が出てきている。ただし、地形が悪く、地価が高い。また、建築コストもまだ高い（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収まらない限り、また、ウクライナ情勢が改善しない限り、景気は良くなる見込みはない。早期の新型コロナウイルス感染症の収束と、ウクライナ情勢の解決を期待している。また、政府には景気対策も期待している。
□	住宅販売会社（従業員）	・政策による「こどもみらい住宅支援事業」は、対象となる子育て世代や若者夫婦世帯には多少優遇があるが、対象外の世帯にとっては政策や税制のメリットが感じられず、建築費の値上げや住宅ローンの長期金利が上昇してきているため、様子見の客が増えている感じがする。
□	住宅販売会社（従業員）	・やはりまだ景気が良くなるとは思えない。地価の高止まり、建築資材の高騰、中国のロックダウンによる住設関係の遅延など不安要素が多くあり、景気の回復はまだ先になるのではないかと感じる。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・決まるまでに時間が掛かる仕事のために、すぐに好転するということは考えにくい。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	・とにかく景気が悪い。ここにきて新型コロナウイルス感染症がかなり流行していることと、物を買うような状況、雰囲気になっていない。これからもこの状況が続くのではないかと感じる（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月頃から、酒類業界の値上げが一斉に始まるため、更なる買い控えが起きることが予測される。物価上昇と所得のバランスが崩れている。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・仕入価格の上昇による価格設定の変更、新型コロナウイルスの感染第7波の先行き不透明感から、売上は良くならない。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・商店街にあった生鮮製品のスーパーが6月に閉店し、客足が分散したのか、通行量が減少している。今月は加えて炭火焼き肉店が閉店している。
▲	百貨店（営業担当）	・原材料費の高騰や物価上昇の影響による消費者の購買動向の変化が、今後本格的に出てくるのが予想される（東京都）。
▲	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いる。この先も商材の値上げが行われるため、購買意欲が更に薄れていく可能性がある。当面は消費が上向きになるとは考えにくい（東京都）。

▲	スーパー（総務担当）	・光熱費等々の値上げがあるが、賃金がそれほど上がっている実感がないなかで、日常使いのスーパーでの商材の購入が非常に厳しくなる。特に、生活の基盤である食料品や日用品、住まいの品などの売上はこれからも厳しくなっていく。ガソリン価格を含めた光熱費等の値上げがやはり家計に響いてくる。
▲	コンビニ（経営者）	・値上がり商材が増え、客がディスカウント店に流れているのははっきり見てとれる。この先はますます厳しさが増す。
▲	コンビニ（経営者）	・かなりの商材が少しずつ値上がりしている。周りは高齢者が割と多いが、年金などが減り、収入が少ないと思われるので、景気は余り良くならない。
▲	コンビニ（経営者）	・現在は行動制限のない生活となっているが、やはり物価が上がりに、原油その他も上がり、客単価が大きく下がっている。また、季節要因もあり、この先、夏よりはかなり落ちていくだろうと感じている。来客数は変わらないが、単価が落ちていく。
▲	コンビニ（経営者）	・様々な物の価格が上昇しており、景気はやや悪くなる。新型コロナウイルス感染症の収束と、ロシアのウクライナ侵攻の終結が見えないと厳しい。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・やはり新型コロナウイルス感染症と、昨今の原料、燃料価格の大幅値上げによる影響が懸念される（東京都）。
▲	コンビニ（従業員）	・長期休みなどの後は来客数が少し落ち着く傾向にある。とはいえ、地域密着のコンビニは、そこまで大きく景気が上下しないのがメリットでもある。新型コロナウイルスの感染第7波により新規感染者数は増加しているが、そこまで経営に影響するほどではなさそうである。今後の動向に注目している。
▲	家電量販店（店長）	・毎月、商材の価格が上がっているため、趣味の品等で買い控えが懸念される（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・前月は変わらないと考えていたが、今は若干悪くなるとみている。それはやはり、この十数年大きく変わらなかった物価が、ここ数か月の間に随分上がっているためである。特に、燃料関係や生鮮食料品なども上がってきているなかで、給料が上がらない状況なので、今後景気は悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・サービスの需要が厳しくなるとみており、合わせて中古車市況が落ち込むと予想している。
▲	住関連専門店（営業担当）	・現状は住宅設備機器の値上げによる駆け込み需要があるが、値上げの一巡後は反動による落ち込みが懸念される（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・今年一杯はコロナ禍が収束しない。まだまだ景気が戻ることはないのではないか。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月からの社会保険適用拡大や物価高により、今よりも厳しくなる。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・今月は夏期休暇等により燃料需要が多かったが、3か月後は今月よりは減少する（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・円安や物価上昇に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数も減っていない。政府に世の中を良い方向に持っていこうという意気込みがなければ、景気も良くならないのではないか（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・10月に値上げラッシュが控えているので、給与のベースアップが追い付いていかないと、消費が冷え込む。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が少しピークアウトしてきたように見受けられるが、現政権が本格的な景気対策を打たず、米国の方も景気が腰折れする先を見越すと、これから徐々に悪くなるような気がする（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・何も対策をしない現政権のままでは、経済は決して良くなることはない。全てが悪い方へ悪い方へと、更に向かっている。
▲	一般レストラン（経営者）	・円安による輸入食品の値上がりや世界的な食糧不足、長引くロシアのウクライナ侵攻の影響がある。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・10月以降、材料費、光熱費の上昇は更に加速する予想である。加えて下期から最低賃金の引上げ等が実施されるほか、取引先の委託料の引上げ等も容易に進まないであろうと推測できることから、景気回復は当分想定し難い（東京都）。

▲	タクシー運転手	・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。国民は感染対策にも慣れて、やるべきことはやっているが、政府が思い切った対策をしてくれない限り、病院の方が心配である。これから感染者が減っていく要素は見当たらないので、余計に不安である。
▲	タクシー運転手	・東京都区内のタクシー運賃が今年11月頃に新運賃に改定になりそうである。そのため、しばらくの間タクシー乗車を控える人が出てくると思うので、多少悪くなる（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染状況によるので、正直分らない。飲み薬や感染症薬5類への変更等がないと、客足は戻ってこないと思われるが、新型コロナウイルス感染症の発生前に回復することは期待できない。
▲	通信会社（局長）	・物価高に加え、政府による新型コロナウイルス感染症の5類への変更によって、財布のひもが更に固くなる。通信費の削減傾向がますます強くなり、安価なサービスに傾いていくと、当社のような娯楽であるケーブルテレビは解約数の増加が見込まれ、大手通信会社の通信障害の影響に加え、大きなダメージを受けやすい（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・客の動きを見ていると、節約傾向にあるので、当面上向きにはならない（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・足元では、契約件数が伸びないなか、費用が減少しているため、一定の利益を確保できているが、徐々に原料高による費用の増加が見込まれるため、不透明感が強い（東京都）。
▲	ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波の渦中にあっても、秋の繁忙期の予約状況は良好であるが、その中心はメンバーである。新型コロナウイルス感染症との共生社会を意識し、接待やコンペ開催の規制を緩和する法人もみられるが、その動きも限定的であり、収益性の低い状況が続き、資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収に苦慮するものと考えられる。レストランにおいても、客単価は2019年比で20%低下しており、今後も厳しい運営を余儀なくされる。
▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍に対する政府の経済支援策も明確に打ち出せず、続く円安に伴う原材料等の値上がりや消費者物価上昇のあおりを受けて、企業の収支バランスが悪化していくことが予想される。
▲	その他サービス [学習塾]（経営者）	・夏の集客期に反応が鈍かったため、先行きもやや悪くなる。
▲	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で動きが取れない。また、今計画を組んでも、木材の値上がりやひどく、輸入等を考えるとなかなか物が手に入らない状況がある。内装面を考えても、やはり資材の高騰や、材木不足、新型コロナウイルス感染症の影響、それに加えて賃金アップと、全部が問題である。話はあっても皆が真剣に考えることができない。落ち着いた、実のある打合せをしたいと思っているが、相手がなかなか付いてこない。
▲	設計事務所（経営者）	・コロナ禍が解消される兆しが見えず、閉塞感がある。問合せや相談件数が非常に少ないので、先行きは厳しい。
▲	設計事務所（職員）	・ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染症による影響の収束が見通せない（東京都）。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・資材の高騰に伴い、先行き不透明感がある。
×	一般小売店 [家電]（経営者）	・今後どういうふうに進んでいくのか分からない状態である。何軒か潰れた取引先もある。この先どうなっていくかが分からず、とにかくつらい（東京都）。
×	一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がある。
×	スーパー（経営者）	・今までも悪くなっていたが、旧盆明けから一段と厳しくなっている。インフレにより生活がかなり苦しくなっている。
×	スーパー（仕入担当）	・コロナ禍の出口は見えず、値上げにより消費者物価が上昇し続けられると思われるので、生活防衛意識が高まり、消費は冷え込む。
×	コンビニ（経営者）	・物価の高騰による悪影響がある（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻による資材価格高騰の影響が秋口から売価に反映してくる予定であり、物価上昇による買い控えが深刻化すると予想している。

	×	衣料品専門店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が見通せないことや、先行きが非常に不透明であり、物価の上昇もマイナス要因となることから、景気回復にはかなり時間が掛かるものとみている。
	×	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・この先、価格高騰からくる家計ひっ迫の実感をきっかけに、消費マインドが低下する（東京都）。
	×	旅行代理店（従業員）	・前年比では、販売量は伸長すると予測しているが、2～3か月後の景気は、物価上昇の影響で買い控えが起きて悪くなる（東京都）。
	×	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響次第では、既存の学校団体案件まで中止又は延期になることが懸念される。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により買い控えが起きる。
	×	ゴルフ場（経営者）	・具体的な経済対策が乏しいなか、物価上昇と最低賃金引上げでは、中小企業は苦しくなるだけである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第7波はピークを過ぎたかもしれないが、新規感染者数が高止まりしているなか、日常の生活に戻せば戻すほど、感染の波は継続する。さらに、ロシアのウクライナ侵攻等の影響で物価が高騰するなか、政治家と宗教団体の問題で信頼を失うとともに、人々が政治に関心を持たなくなってしまうとしたら、日本は危機的状況に陥る。与党の信頼回復がなければ、景気は良くならない。
	×	その他サービス [学習塾]（経営者）	・夏季講習期間と、新型コロナウイルスの感染第7波の影響で生徒がなかなか集まらない。収束しないと厳しい。
	×	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症が非常に長引いている影響で、全ての仕事が延び延びになっている。材料費の値上がりなどもあり、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年同様に、当社特有の繁忙期になるので、受注量が増える（東京都）。
	◎	その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	・10月以降の問合せ案件が、まだ最終決定ではないものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の量に戻つつある（東京都）。
	◎	その他サービス業 [ソフト開発]（従業員）	・中小企業からの受注が増えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・外で飲食する割合が増えてきているようなので、期待している（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収まり、個人消費やイベント開催に加え、年末商戦の回復を期待したい。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・建築に関連する工事でベテラン作業員を確保できないことが多々あるようで、当社が開発した省力化システムが見直され、将来の受注残として残っている（東京都）。
	○	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が今より減少する。また、飲み薬が承認されると、感染症法上の取扱いが5類に引き下げられる可能性がある（東京都）。
	○	通信業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束により向上するのではないかと（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・値上げがまだ続いており、購買意欲が下がったままのようである。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は動き始めていると感じているが、一方で、個人の実印や銀行印、ゴム印などは全然動いていない。それどころか、少なくなっているように感じている。合わせると、先の見通しとしては変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・取引先の話では、材料の品不足がまだ続いているため、仕事量が元に戻らず、少ない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・この先もまだまだ値上げが続くと思うので、動向がはっきりしない限り、景気の上昇は見込めないのではないかと。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・各クライアントにおいて、新型コロナウイルス感染症の影響で先延ばしされていた新企画が徐々に動き始めているようである。まだ話の段階で具現化すれば一気に活気付くのだが、確実性に欠ける。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・大手商用車メーカーのエンジン不正問題がどのような影響を及ぼすのか不透明なので、何ともいえない。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・今後3か月予想の受注量は、微増ではあるものの堅調に推移する。ただし、原油価格、輸送コスト、人件費が更に上がる場合は、打ち消されて変わらなくなるのではないかと。	

<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・半導体の需給バランスは徐々に解消されているようである。供給不足が自動車業界特有の問題でなければ良いが、予断は許さない。景気回復はまだまだ先である。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔靴〕(経営者)	・最近良くなっている兆しが見えているものの、これから更に急激に良くなる雰囲気はまだない。徐々に良くなるような気がする。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔化粧品〕 (営業担当)	・円安、新型コロナウイルス感染症の影響などがあり、不安要素はありつつも、小康状態である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	建設業(経営者)	・現政府における方向性が全く分からない。昨日言ったことが今日変わる、そのような状態で経済が良くなるのか、またコロナ禍においてどのような対策をしているのかということが見えないので、多分すぐに景気が良くなることはあり得ない。
<input type="checkbox"/>	輸送業(総務担当)	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出量もない状態である。今後も現状が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	通信業(広報担当)	・これまでの半導体不足、ロックダウンの影響が和らぎ、しばらくはこの傾向が続く見込みである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	金融業(従業員)	・地元では、新型コロナウイルス感染症対策を講じながら夏の祭礼が3年ぶりに開催されるなど、コロナ禍での地域活性化への取組に多くの関係者が知恵を絞っている。一部の小売業者では猛暑の影響で売上が伸びたところもあるようだが、原材料価格の高騰には依然として歯止めが掛からず、幅広い業種で先行きが懸念されている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	不動産業(経営者)	・新型コロナウイルス感染症が広まりつつも街中、飲食店街のテナントのにぎわいは回復してくる。
<input type="checkbox"/>	不動産業(従業員)	・物価上昇や価格の高騰もあるが、新築マンション市場は好調のまま推移するとみている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	不動産業(総務担当)	・オフィス系テナントの動きは余りみられないが、飲食系テナントからの賃料減額の継続要請が止まらない。退店されても新規で開店してくれる店もないので、売上が回復するまでは減額に応じざるを得ず、厳しい状況が続く(東京都)。
<input type="checkbox"/>	広告代理店(経営者)	・引き続き新型コロナウイルスの感染状況などに左右される(東京都)。
<input type="checkbox"/>	広告代理店(従業員)	・現状ではプラス要因や好転する要素が見当たらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	税理士	・以前は、国内よりも米中の景気に影響されるところが大きいとずっと言ってきたが、今は国内の新型コロナウイルス感染症の影響や、ロシアのウクライナ侵攻の影響による燃料や食料価格の上昇による影響が大きく、景気は悪い。いろいろな要因が重なっているので、悪いままで変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・好転する材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	税理士	・人の活動が徐々に新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っても、訪日外国人のインバウンド回復までは望めない。ウクライナ情勢が改善され、エネルギーと物資の供給が元に戻るまでは、景気の上向きは望めない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響が収まってくれば、全体的な取扱量は回復基調になると思われるが、資材等の値上げもあるため、当社を取り巻く環境は変わらないものと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔警備〕 (経営者)	・人を手当てできなければ受注できないので、売上増加は余り見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕 (経営者)	・既存契約の値上げができない状況なので、現状維持で推移しそうである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔情報サービス〕 (従業員)	・夏のレジャーシーズンが終了することと、新型コロナウイルスの感染が再拡大していることから、変わらない。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、集客することに消極的な感じで案件自体が目減りしているため、まだまだ不安な状況が続く。
<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業(経営者)	・営業に力を入れて仕事を確保する。入った仕事は速やかに見積りを出して確保し、次の受注につなげるようにする。

	▲	金属製品製造業（経営者）	・大企業が協力企業に、材料価格だけでなくエネルギー、副資材、人件費アップ等の転嫁を認めないと、従業員の給与アップが難しい。しかし、そう簡単に大企業が価格転嫁を認めるとは思えない。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・現時点でまだ実感はないが、電子部品、半導体製品の過剰生産により在庫調整が必要になるとの予測が高まりつつあり、景気としては悪くなる可能性がある。
	▲	建設業（経営者）	・円安が進み、かつ価格が上がる傾向にあるので、物件が少なくなるのではないかと。
	▲	輸送業（経営者）	・多くの品が値上がりしてきており、今後も値上がりする品が増えてくるので、先行きの悪化が懸念される（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が拡大しているため、一般消費者が少し警戒している。ただし、無症状者に対して外出許可を出すなど、政府の新型コロナウイルス感染症対策が緩くなっているため、経済活動が活性化する可能性がある。
	▲	金融業（従業員）	・材料不足、人員不足等で回収までの時間が長期化し、資金繰り等に影響を及ぼすことで、景気が悪くなる。
	▲	金融業（総務担当）	・あらゆる物に値上げや燃料費の高騰があり、今後も続くと思われ、景気は悪くなる。また、新型コロナウイルス感染症対策を緩めているので、新規感染者数はまだ増えると思われ、飲食業を中心に景気は落ち込む（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で客足が少なくなっている。対策を練るのは商売人として当然のことだが、人との交流が少なくなり、心配である（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・経済状況の悪化が懸念される（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・夏季のリアルイベント受注が盛り上がっているため、秋にはまた落ち着く。円安も長く続いているので、宣伝費の引締めも入ってくるのではないかと（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・値上がりの圧力が激しい。下請企業では、原材料や電気代の値上がり分の転嫁を取引先に交渉しにくい状況は変わらない。このままでは利益の減少、来年の昇給見送り、賞与の減額も想定される（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・物価が上昇する。
	×	建設業（営業担当）	・資材高騰が継続しており、3か月後も高騰は続いていると考えられる。見積りを提出できないような状況のため、受注売上の減少が予想される。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・異常気象の影響で、輸入食品の値上げや品薄が続き、景気が大きく減速する（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、求人数の更なる増加が見込まれる。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も大分落ち着いてきている。毎年秋以降は派遣市場における繁忙期となるため、今年度も同様に求人数の増加が見込まれるのではないかと（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・県内では、国際空港の航空機の復便が目立ってきている。来春頃には求人数を含め増加していくのではないかと。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は治まっていないが、以前に比べて特に大きな行動制限もなく過ごせているので、余り景気が下向き要素はないのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今のところ9月末～10月にかけての計画をかなりもらっているため、相当期待できるのではないかと。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は収束していないものの、求人数、採用数には大きく改善傾向がみられる。現状の不安要素は原材料高、燃料高であり、ものづくり企業の業績悪化は中長期的に雇用状況にマイナスに作用することが懸念される（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・今後も幅広い職種で安定的な求人需要が続く（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスワクチンの普及や、感染症法上の分類引下げなど、ポジティブな要因も増えてきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染第7波が、簡単に収束に向かうとは思えない（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・長期就業を前提とした派遣求人数は、安定して前年同月比2けた増加となっており、トレンドも安定していることから、当面この傾向は継続することが予想される（東京都）。	

□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が収束しなければ、引き続きニーズが残るため、需要と供給のバランスは維持される（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・求人に関し、特に大きな変動要素はない見込みである。瞬間的には、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により欠勤者が増え、売上に影響を及ぼしているが、2～3か月後には落ち着いてきていると推測している。
□	人材派遣会社（営業担当）	・短期的視点ではITエンジニアニーズに変化は見込めず、今後も開発は止まらなると予測している（東京都）。
□	求人情報製作会社（経営者）	・政府与党から抜本的な対策が出てきたとは言えず、様子見がほとんどではないか（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・時期的な問題で、夏季に比べると求人数はやや増えるものの、景気という面では平行線である。新型コロナウイルスの感染状況が大きく収束していかないと、求人数は増加していかない。企業努力としての景気の上下はあるが、世の中の景気が良くなることで求人数が大幅に増加することを期待している。
□	職業安定所（職員）	・このまま新型コロナウイルスの感染拡大と物価上昇が続けば、再び経済の停滞を招きかねず、予断を許さない。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べて2か月ぶりに増加し、4.4%増加している。前年比では14.4%の増加で、8か月連続して前年同月を上回り、期間中で最も高い上げ幅であった。新規求人数が前年比118.1%と大きく増加したので、有効求人倍率が0.06ポイント上昇している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・今の経済環境で、採用に予算を掛ける企業はない。これまでもそうだが、景気が良くなっても採用コストの増額は最後のアクションであり、2年後くらいではないかと予想している（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・可処分所得が変わらない間は悪化していく一方である（東京都）。
▲	人材派遣会社（支店長）	・業績見通しから投資を控える傾向にある企業が増えている印象である。人材投資についても、本当に必要なスキルを持った人材が欲しいと、厳選採用の傾向がある（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・物価上昇が要因である。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かないと厳しい。