

Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：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 (北海道)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ終息に向かっていることから、人出が徐々に回復しており、来客数も増えている。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると来客数は大幅に伸びている。7～8月は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で9割台後半まで来客数が回復している。それに比例して、売上の2019年比も来客数を数%上回る水準まで回復している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数に大幅な減少はみられないものの、当区域を訪れる来街者が増加している。地域住民は元より、郊外や近隣町村を結ぶバス発着場の乗降者数も増加している。また、他地域ナンバーの車両も前月と同様に目に付く。当地域に本店を有する有名菓子店の紙袋を持ち歩いている客も散見された。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・9月に入り通行客が徐々に増え始め、以前とほとんど変わらない状態の通行量となった。新型コロナウイルス感染症の第7波が減少に転じたこと、軽症者が多いことから、人々の気持ちの雪解けが進んだことが理由とみられる。通行量が増えたことによって、売上も増加しており、居酒屋などの夜型飲食店では週末に予約が取れない店も出始めた。このまま新型コロナウイルス感染症が終息に向かうことを切に願っている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染対策としての行動規制が全国的に緩和され、国内観光客が増加したことで、9月の売上は前年比281.7%、前々年比226.8%となっている。ただ、外国人客が1人もいないため、新型コロナウイルス発生以前の2019年比では61.3%にとどまっている。結果的に新型コロナウイルス発生以前の売上の約半分が外国人客によるものであることが証明された。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・様々な客先と会話するなかで、明るい反応が増えている。特にホテルや居酒屋などの業態では、売上が順調に回復している。
	○	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、来店客の購買意欲は高まっている。買上率、客単価共に上昇しており、この傾向はこのまま続くことになる。
	○	百貨店（営業販売促進担当）	それ以外	・8月11日から閉店セールが始まり、来客数、客単価共にプラスとなっている。衣料品、服飾雑貨、リビング、子供服など、幅広い商材が好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・報道のとおり、新型コロナウイルス感染症に対する行動制限が緩和されていることで、客の動きが以前よりも活発になっており、売上にも好影響を及ぼしつつある。3年前と比較しても売上が伸びている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年と比較すると、9月の来客数はやや減少しているが、売上はほぼ同じであった。冬物家電に対する客の動きに活気が出ている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車効果があり、その先行予約が順調に進んでいるため、車の販売量自体は好調である。納期の兼ね合いで売上としては厳しい面があるが、これから順調に上向いてくるとみられるため、景気はやや良くなっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客の動きが多少は良くなっており、新車の受注にも好影響が出てきている。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べると、景気はやや良くなっている。ただ、医療商材を扱っている関係で、前々年から前年に掛けてマスクや衛生品がよく売れた分、数字的には過去2年を下回っている。

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
	○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・旅行の決定に、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減がリンクすることが少なくなっており、集客について多少の改善がみられる。ただ、消費単価が高くなる傾向にある遠方地域からの集客は依然として苦戦している。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・予約の動きが活発になり、稼働も大幅に伸びている。3連休を中心に家族連れも増えており、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の姿を取り戻しつつある。
	○	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減りつつあるなか、全国旅行支援の話も出ていることから、徐々にではあるが問合せが増えつつある。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症について、感染対策よりも経済優先にシフトしていることで、人の流れが以前の状態に戻り始めている。
	○	観光名所(従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたこともあり、国内観光客の入込数が例年並みの水準に回復しつつある。
	○	美容室(経営者)	来客数の動き	・9月初めは新型コロナウイルス感染症の影響で売上が落ち込んでいたが、感染状況が徐々に落ち着いてきたことで売上が急激に回復している。ほぼ新型コロナウイルス発生以前の売上にまで回復している。
	□	一般小売店(経営者)	販売量の動き	・テレビの販売台数が伸び悩んでいることから、景気が上向きには販売台数が増えてこないと厳しい。
	□	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・多くの商材で値上げに向けた動きがあることから、客の節約志向がみられ始めており、販売量にも影響が出ている。
	□	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・来客数の前年比をみると、6月が前年比90%、7月が前年比95%、8月が前年比93%、9月が24日時点で前年比91%となっており、ほぼ横ばいでの推移となっている。買上客数は前年比110%前後で推移しているが、物価高の影響を受けて節約志向が強まる懸念もあり、今後、どちらに振れるか不透明な部分もある。
	□	スーパー(店長)	それ以外	・相変わらず新型コロナウイルスの感染状況による振れがみられるが、ならずと全体的には変わらない。感染症法上の分類をこれまでの2類相当から5類に変更するような大きな変化がない限り、小康状態が続くとみられる。
	□	乗用車販売店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関連しての行動制限がないため、一部の地域で観光客の動きが活発になっており、それに伴ってレンタカー需要が活発になっている。一方で、新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、様々な物の価格高騰、長納期化などの問題によって、来場者数が回復してこない。
	□	自動車備品販売店(店長)	お客様の様子	・カー用品の動きとしては必要なメンテナンスなどは行うものの、ぜいたく品の購入が少ない状況にある。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド](経営者)	単価の動き	・石油製品価格が高止まりしており、状況に変化がみられない。
	□	高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・ランチは好調であったが、夕食が伸びなかったことから、2年前の売上の50%前後になりそうで、どちらともいえない状況にある。出入り業者からは、市内の高級店では9月に入ってもワインの売上が良くないと聞いた。その一方で、中心部で開催されているイベントでは道産ワインが人気で昼から売れているようである。また、観光客が訪れるような低価格店も繁盛しているようだ。
	□	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク時期に新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴う移動自粛などの措置もなかったことから、来客数が増加しており、その後も大きな変動がなく推移している。
	□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・景気は悪いまま変わっていない。ただ、今後の政策と新型コロナウイルス感染症の終息状況によっては、大幅な改善が期待できる。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の一時的な減少とイベント関係の規制緩和に伴って、来客数は増加傾向に転じていると期待していたが、結果的に変化はみられなかった。

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
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・業種的に新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、ずっと疲弊してきたが、ここに来て新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることに伴って、人の流れが戻りつつある。まだまだ油断はできないが、週末などは新型コロナウイルス感染症発生前並みの客の動きがみられる。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・イベントなどが再開されつつあるため、それに合わせて美容室を利用する客も増えている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・物価が高騰しており、家計の余裕はなくなりつつあるが、今のところ、モデルルームに来訪する客に大きな変化はみられない。ただ、買い急ぐ客がやや増えている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の反応は決して良いものではなかった。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の売上は前年や新型コロナウイルス感染症発生前を上回る水準を確保できているが、中身をみると、来客数、買上点数共に減少傾向である。原価高騰により1品単価が上昇した分だけ売上がかさ上げされている状況であり、景気はやや悪くなっている。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・販売価格が上昇する一方で、買上点数が減少傾向にあり、客単価も低下している。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・総買上点数が減少している。商材を始め、様々な物が値上がりしていることから、客は購買品に必要な商材だけに絞っており、余分な物を買わない傾向が強くなってきている。
	▲	スーパー（役員）	お客様の様子	・食料品の値上げが相次ぎ、客の節約意識がますます高まっている。
	▲	スーパー（従業員）	単価の動き	・燃料、人件費などの経費や仕入価格が増加する傾向が一層強まっており、景気はやや悪くなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・様々な商材の値上げにより客の節約志向が強まっており、そのことが来客数の減少につながっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数はイベント開催の効果もあって安定しているが、振り客が少なく、例年稼働するスーツ群の動きが非常に悪い。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍は前年と同様だが、人流抑制対策が行われていないことから、夏休みなどで行楽地に出向く人が増えており、その分だけ、買物に行く場面が減っている。そのため、来客数と買上点数の減少が顕著であった。
	▲	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・新車受注は前年とほぼ同じ水準で注文が入っているが、生産体制の問題から納車までに1年近く掛かることから、新型車両が出ても爆発的に売れる状況ではない。
	▲	その他専門店「造花」（店長）	お客様の様子	・一部の客については変化を余り感じないが、輸入品の取扱をしている業種については購買動向が悪化している。
	▲	高級レストラン（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減少しているものの、様々な物の値上がり収まらず、国、地方共に有効な対策が行われていないままである。当地への入込数が減少する季節となってきたこともあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・8月のお盆明けから航空機の手予約数の伸びが鈍化傾向となっている。久しぶりとなった帰省などの生活需要が一段落していることに加えて、物価高による消費マインドの低下が国内観光需要を抑制している。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3か月前は旅行需要が回復傾向にあったが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴って、旅行需要が減少している。最近になって新規感染者数が減少していることで問合せ自体は増えているが、新規予約はまだ増加に転じていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・前年は行動制限があったことで大幅なマイナスとなったが、今年は行動制限が緩和されたため、人出が増えている。9月のタクシーの売上は前年比プラス30%であった。ただ、8月頃から新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることで、若干客が出控えている雰囲気もみられる。新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比では売上がマイナス30%であり、苦戦している。また、乗務員が2019年比で30%減り、タクシーの稼働台数が大きく減少していることも、売上が大きく減少した要因となっている。

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
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・大型商業施設での集客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っているにもかかわらず、9月に発売された毎年話題になる通信端末の販売状況を見ると、北海道全体の販売量、予約状況共に前年の3分の2程度に落ち込んでいる。関連事業のカード決済サービスの申込件数も、想定の8割程度にとどまっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響が秋になっても続いており、輸送量が思ったほど伸びていない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・円安や資源価格の高騰、ウッドショックなどの影響で単価が上がっているため、販売量は減っている。単価が上がっていることで売上は維持できているが、全体的な住宅着工数は減っている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がいまだに残っており、客が繁華街に出てきて金を使うということが余りない。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・当エリア唯一の老舗デパートの閉店が発表され、富裕層の消費が一気に減速した。また、日用食料品の度重なる値上げの影響で世帯の可処分所得が目減りする一方であり、景気に悪影響を及ぼしている。
	×	通信会社（エリア担当）	単価の動き	・販売価格も上昇しているが、その影響よりも、代理店手数料の動きによって悪化している面が大きい。
企業動向関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・台風の直撃もなかったため、全ての現場の工事が順調に進んでいる。また、民間建築の新規受注や設計変更に伴う追加工事も決まっている。新型コロナウイルス感染症の第7波を経て、本格的に感染対策と経済活動を両立する段階に移行している。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前年から6%程度の伸びで推移する状況が継続している。年内はこうした状況が続くとみられる。
	□	農林水産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の収穫が段階的に始まっているが、気象の変動が激しく、この先の動きが読めない。また、原材料の価格が高騰しており、影響がまだまだ続くと思われる。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全国と比べると、北海道のみ案件数が極端に少ない。道内建設業界の営業担当との情報共有でも数が少ないと認識している。景気悪化の影響を受けて、民間からの発注はここぞという案件に絞られており、官庁から発注は修繕、メンテナンスといった小粒の仕事に限られている。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・売上の推移を前年比で見ると、ほぼ前年並みで推移している。メーカーによる多少の増減はあるが、全体的には変わらない状況にある。ただ、若干ではあるが、増加傾向になり始めている雰囲気はある。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州向けの雑貨関連トレーラーの荷動きは堅調である。ただ、新物発生前の農産製品が今一つ伸びてこない。また、本州向けの生乳も8月以降気温が落ち着いたためか、前年実績に届いていない。
	□	輸送業（支店長）	取引先の様子	・特に大きな変化がみられない。
	□	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・社会全般のインフレ傾向と同じく、当社の受注価格も緩やかな上昇傾向にある。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・製造業では企業物価上昇の影響が大きいことから、景況感の持ち直しに一服感がみられる。一方、人の動きが活発になっていることを背景に、非製造業の景況感の持ち直しは進んでいる。業種や業態によって景況感の濃淡がみられるものの、総じてみれば、道内景気は3か月前と変わっていない。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が下火になりつつあるが、物価の上昇が止まらない。収入が目減りしている状況では、先行きも不透明であり、不動産などを購入できる者も限られてくる。当分の間、不動産取引は減少又は良くて横ばいでの推移となる。

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
	□	司法書士	取引先の様子	・現状の景気は良くはないが悪くもない状態が続いている。受注量は割と多いが、販売できる量に限りがあるため、建築資材や半導体を使用する住宅設備の供給量が増えなければ、景気は上向いてこない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・資材高騰、人件費アップなどの影響で工事量が見込みほど伸びていない。また、レンタル料金の値上げも進んでいない。
	▲	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高に伴って買い控えの傾向がみられるようになっており、景気はやや悪くなっている。
	×	食料品製造業（従業員）	それ以外	・売上は余り変わらないものの、原材料やエネルギーなどの経費の高騰、人件費の上昇、人手不足などによって利益が全く出ていない状況にある。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月の販売量は前年比マイナス22%であったのに対して、3か月前の6月の販売量が前年比マイナス2%であったため、景気は悪くなっている。
	×	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築住宅着工棟数が前年比80%程度で推移するなど、落ち込みが続いており、受注量にも影響が出てきた。ハウスメーカーにおいても下半期の見積り件数が減少している。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は堅調に増加している。最近では飲食系の求人が目立っている。繁華街にも客が多く出歩いており、店員を確保できないため、営業時間を短縮せざるを得ないという声も聞く。営業系も求人数が増加している。スキルの高い人材を求める動きがみられ、企業の営業拡大の様子がうかがえる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・インバウンドの受入れ、県民割などの影響で引き続き宿泊業の求人募集が増加している。今後も外国人観光客の受入拡大に伴って、観光業全体で求人が増えると思われる。小売業や生活関連サービス業も堅調に推移しているが、物価高、最低賃金引上げの影響で採用を手控えることが懸念される。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は業種を問わず同等又は微増傾向で推移している。
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・8月の新規求職者数が前年から4.5%減少している一方、新規求人数は前年から12.4%増加している。今後への懸念材料はあるものの、業況が堅調な企業を中心に求人が出されていることから、景気はやや良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における8月の有効求人倍率は0.95倍であり、3か月前との比較では0.07ポイント上回っている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していること、地域の基幹産業である農業が収穫期を迎えていることから、景気の先行きに明るさを感じていたものの、求人数の伸びに減速傾向がみられる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・コロナ禍にあっても影響の少なかった建設業界からの掲載申込みが激減しているものの、飲食、観光業界からの掲載申込みが回復してきたことから、全体的には景気は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年、前々年と比べて、企業の新卒採用の動きが鈍くなっている。10月1日の内定式を控えて、内定辞退する学生が少ないこと、又は企業が無理して採用予定枠一杯まで採る必要はないと考えていることが理由とみられる。学生の就職決定率に前年と大きな差がないことから、未内定学生の今後の就職活動に不安を感じるとともに、企業が慎重に先行きを見定めている状況がうかがえる。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・値上げが相次ぐ一方で、賃金上昇がそれに追いついていないことから、雇用環境が悪化している。

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
	×	*	*	*

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：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 (東北)	◎	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年と大きく異なるのは冠婚葬祭についてである。結婚式の前などが増えてきているため、スーツなどを扱う業界は景気が上向ってきている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・県民割のクーポンを使う人の来店が多くなっている。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	販売量の動き	・相変わらず新型コロナウイルス感染症関連商品の動きが顕著である。常連ではない客も来店しているため、来客数も伸びている。また、季節の変わり目であることから、今月は化粧品品の動きも顕著である。前年比115.3%と良くなっている。
	○	百貨店 (売場担当)	単価の動き	・上客を中心に秋物の動きが活発になっている。ショップ単位の定価販売施策の効果も大きい。ビジネスや各種行事等も動きがあり、セット販売により客単価も上がってきている。
	○	百貨店 (催事担当)	来客数の動き	・物産展や期間限定ショップ等の各種催事がにぎわい、来客数が増えている。前年は大型催事が軒並み中止となったこともあり、売上も前年同月比で3割近く伸長している。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・今月は近隣で土日のイベントが2回開催され、人の動きが良くなっている。制限はありながらも開催されれば人出が見込める状況にある。夜間の人の動きも徐々に良くなっている。
	○	コンビニ (経営者)	お客様の様子	・来客数、客単価が前年を超えてきている。
	○	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・来客数は横ばいだが、販売量と単価の増加により、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻りつつある。人の動きが自粛からかなり活発になっているのが要因とみている。
	○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・初夏と比べ若干ながら人流が回復しつつある。
	○	コンビニ (エリア担当)	単価の動き	・8月に祭りが実施されたことや気温の上昇などで、客の動きが活発化している。来客数は前年と変わらないが、購買意欲の上昇か買上点数が増加している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波もピークアウトし、来客数は少しずつ増加している。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・行動制限の解除に伴い、旅行、出張などの用途に応じて必要商品を購入する人が増えている。少しずつではあるが消費が戻ってきているようである。
	○	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の減少や行動制限の解除などがあり、土日祝日を中心に一定数の客が戻ってきている。3か月前と比べると、少しずつ来客数が増えている。
	○	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感染症に対して客に諦めムードがみられ、外に出てもいいだろうという雰囲気が少し出てきている。
	○	観光型ホテル (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も減少傾向にあり、県民割などの延長もあることから、来客数は増えている。
	○	観光型ホテル (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の減少に伴い、客が増えてきている。
	○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・夏休みも終わり、閑散期であるものの、多くはないが来客が途切れていない。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・団体旅行の延期や中止は出ているものの、3か月前と比べれば伸びはある。また、学生の旅行が堅調である。個人旅行が低調のままである点は3か月前と変わらない。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・お盆以降販売が伸びており、9月の連休の販売も好調に推移した。今後、全国旅行支援が開始されることから、更なる販売拡大に期待をしている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・季節が秋に変わり、多くの観光客が来ている。また、イベントやコンサート等の開催により、人の移動が増加している。営業収入は前年同時期と比べ約50%増加している。

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
	○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・出掛けることに抵抗がなくなっており、団体客、個人客共に戻ってきている傾向にある。買上点数は伸び悩んでいるが、高単価商品を自分用に購入する人がおり、客単価が上昇することもある。
	○	観光名所(職員)	単価の動き	・連休中は天候に恵まれなかったため伸びは今一つだったが、客単価は上がっている。景気はやや上向きになっているようである。
	○	遊園地(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波が次第に収まり、客の心理が好転している。3連休が2回もあって、新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準になっている。
	○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・大型案件の公共工事の設計発注が多かったため、地元設計事務所は契約による売上が大きく伸びている。
	○	その他住宅[住宅展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・9月の来場組数が前年と同等で、単月でも今年度で2番目に高い来場組数となっている。祝日が多だけではなく、住宅購入を考える客の動きが少し活発になった印象を受ける。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束傾向にあり、商店街の人出が戻りつつある。しかし、原材料価格の値上がり等により食料品を中心に値上げ傾向にあり、消費動向は横ばいである。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・コロナ禍、世界情勢と不安材料はあるが、街は穏やかで人出は意外と減っていない。
	□	一般小売店[書籍] (経営者)	販売量の動き	・大型の集客施設の店舗は売上が元に戻ってきているが、路面店は相変わらず厳しい。取り扱っている商品は再販商品のため販売価格が決まっており、コストの上昇分を販売価格に転嫁できないため、厳しい状況が続いている。
	□	一般小売店[酒] (経営者)	販売量の動き	・全国的には様々な規制が緩和されているが、地方に至ってはまだその状況に追い付いていない。拡大家族が多い地方では、まだ出控えの雰囲気強く、宴会等を行う企業も少ないため、特に飲食店への販売量は全く伸びていない。
	□	一般小売店[寝具] (経営者)	販売量の動き	・夏物販売の最終戦であったが、商品の動きはほとんどなかった。
	□	百貨店(経営者)	販売量の動き	・全般的に商品価格が上がり、多少なりとも割安感を求めるためか、割引、ポイントなどの販売促進施策の実施期間での購買に増加の傾向がみられる。
	□	スーパー(営業担当)	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。1品単価が少し上がり売上は前年を維持している。値上げラッシュが続くなか客の購買は慎重で、買上点数が前年を割り込んでいる。
	□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・季節が変わりつつあるが、客の動きにも来客数にも変化はない。
	□	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・全ての仕入先から値上げの話がきているため、客先への値上げの交渉をしており、売上がなかなか作れない。
	□	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・気温が下がらず、秋物の出だしが鈍い。インポート物の値上がりなどはマイナス要因である。
	□	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・ビジネスの客は減少傾向にあるが、冠婚葬祭の需要は大幅に回復している。
	□	衣料品専門店 (総務担当)	単価の動き	・来客数、買上点数は前年比でほぼ100%であるが、客単価が減少している。売れた商品の構成も処分品の割合が高く、定価品が低い。生活必需品の値上げが行われているなかで、値下げしている商品を購入しているようである。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・法人からの注文は増えているが個人客からの注文はなかなか増えず、景気は良くなっていない。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の生産台数は増えず、納期の長期化は変わっていないが、受注台数は前年並みで推移している。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・受注はあるが、販売するものがない。直近の収益になりようがない。
	□	自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・客の入庫数などに変化がない。1台当たり単価もほぼ変化はない。
	□	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・お彼岸までは必要な小物類の売上が堅調であったが、それ以降は下降の一途で、月の売上は例年並みの状況である。

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
	□	その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（経 営者）	販売量の動き	・観光地へ客が戻ってきている感じがあり、少しずつではあるが活気が出ている様子がうかがえる。しかし、偏りがあり全般的に良いわけではない。
	□	その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕（営業担 当）	販売量の動き	・人の動きは多くなっているとみられるが、販売量については変わらない。販売価格が高止まりしていることが要因とみている。
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が多少落ち着いてきて人の流れは出てきているものの、客の様子を見るとそれが購買行動にはつながっていないようである。
	□	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・エリア限定のプレミアム付商品券が月初めから販売となり、前年と同様に使用者が押し寄せるとみていた。しかし、一連の値上げが財布のひもを締め上げている様子で、日常の食品や洗剤等の消耗品購入のため、スーパーでの使用が多く、特に夜の部の飲食店には潤いが無い。値上げに所得が追いつかず、景気回復からはますます離れていっている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー業界だけでなく、タクシーを利用する客の様々な業種でも非常に動きが出てきている。連休なども含めて動きが良くなっている。
	□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
	□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・ガソリン価格も落ち着いてきている。
	□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・生活必需品の値上げが頻繁に行われており、景気が上向きとは言い難い。
	□	競艇場（職員）	単価の動き	・来場客は固定客のみで客単価もほぼ変わらないため、売上は変わらない。
	□	美容室（経営 者）	来客数の動き	・再来店率は前年比94から95%という流れがずっと続いている。また、新規客がなかなか増えない状況が続いている。安心感があるいつも行っている美容室を選んでみるとみている。
	□	美容室（経営 者）	お客様の様子	・客との会話中、まだ新型コロナウイルス感染症に対する不安を口にする人も多い。
	□	美容室（経営 者）	お客様の様子	・今はブライダルも簡素化しており、花嫁の着付けといった仕事がなくなっている。
	□	その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	お客様の様子	・依然、新型コロナウイルスの新規感染者数が減らず、販促イベントや懇談会などでの集客が見込めないため、来客数も売上も低迷している。
	□	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・注文建築よりも、確実に入居できる建売希望の客が多い。
	□	その他住宅〔リ フォーム〕（従 業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はガス給湯器とエアコン、浴室乾燥機の交換工事が増えている。リフォームは資材入荷遅れにより塗装工事が減っている。
	▲	商店街（代表 者）	競争相手の様子	・身の回りで、閉店する店がどんどん増えてきている。
	▲	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束に向かうにつれて、来客数がはっきりと少なくなってきた。感染が広がっているときは感染への備えに、医薬品類に対する需要が一時的に高まったが、鎮まるにつれ本来の景気の状態があらわになってきたとみている。
	▲	スーパー（店 長）	来客数の動き	・客単価は前年を超過しているが、9月に入り来客数の減少が顕著になっている。
	▲	スーパー（営業 担当）	販売量の動き	・9月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向になり、県外からの観光客や帰省も増え、消費の活性化を期待したが、値上げの影響が大きく買上点数が伸びてこない。特に加工品は価格競争が加速している。客単価は前年を維持しているが来客数の落ち込みが大きい。
	▲	コンビニ（経営 者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前まで売上が戻り切れない。さらに、電気代が上がりすぎてかなり厳しい。冬を越せるか分からない。
	▲	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・マスコミが値上げを騒ぎ立てるため、客の財布のひもが固くなっている。値上げにより単価はそれほど悪くなく、来客数が若干悪い。それほど悪いわけではないが、連休明けから低迷しているようである。

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
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・客の消費意欲は減退しているようである。買換え商品に関しては単価がやや落ちている。新しい商品、伸びる商品は発生していない。客が買い控えをしている印象を受ける。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況のなか、来店を控える客も多く、売上が伸び悩んでいる。
	▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしている。受注残が繁忙期より少なくなってきたため、少し厳しい状況が続いている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は都市部で若干戻っているものの、地方は常連客のみとなっている。一般店頭販売は全体的に前年を割っている状況だが、商品によって明暗が分かれる傾向が見受けられる。
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・割引品や値引き品はよく売れるが、それ以外の商品は値上げもあり、動きが鈍い。
	▲	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は収束しているものの、大人数の客が戻ってきているわけではなく低迷している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・物価高を受けて来客数は鈍くなっている。依然として新型コロナウイルス感染症を気にしている人も多くいる。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約数、来客数が少ないのは相変わらずである。コロナ禍で飲食のスタイルが変わったようで、歓送迎会などが少なくなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今月の新規予約状況は国内個人、団体共に前月の新規申込状況とほぼ変わらず、水準は低い状況である。海外は依然として鈍化している。物価高の影響で旅行を控える消費者も出始めており、売上也前月より悪化している。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・物価高など客を取り巻く環境の変化により、通信サービスの新規加入者数に大きくブレーキが掛かっている。新型コロナウイルスの新規感染者数は夏以降減少傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で売上が下がり解約した飲食店などは、いまだに営業状況が戻らないため、店舗での営業用テレビサービスに再加入することもない。解約者の微増傾向が続いている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰により政府は24年ぶりに為替介入を行ったが、年末まで効果が持続する補償はない。消費者の間では貯蓄が徐々に浸透しており、投資を控える傾向が強いため、景気はやや悪くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・原油価格の高騰や円安による各種物価の上昇が継続している。消費者の生活を圧迫しており、景気が悪くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・原材料価格の高騰や円安による景気後退の影響が大きくなっている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・今まで新型コロナウイルス感染症対策商品として非常に売行きが良かった抗原検査キットや消毒用アルコール、マスクなどの動きがピタッと止まっている。
	×	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月の平均1品単価は前年比で約4%上昇している。買上点数は前年比6%強の減少である。買上点数ほどではないが、来客数も引き続き減少が続いている。客単価は前年比ではやや増加している。来店回数が確実に減少している上、買上点数も減っており、厳しい消費状況が続いている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・モノの価格、サービスの価格、全てが値上がりしており、1月にはピークを迎えるといわれている。必要なものを少ししか買わないという買い方になっている。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・お盆以降、更に客の流れは飲食店に向かっており、スーパーへの客足は遠のいている。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は人の動きが活発になるとみていたが、1か月の大半が大雨など悪天候過ぎて、売上が落ち込んでいる。
	×	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産が安定しないため、特に新車部門の販売が前年70%と苦しい。車両生産の遅れが中古車の在庫不足に直結しているため、中古車販売も80%と低迷中である。辛うじてサービス収益で前年並みをキープできている。

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
	×	その他専門店 〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・イベントなども3年前と同様に行われつつあるが、天候不順という自然現象を除いてもまだまだ地方への観光客の流入は少ない。安近短観光が定番化しているようである。ぜいたく品を買い控える動きがみられる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・人の動きが良くなったため、土産需要が好調である。駅、空港などの売上は前年の倍に近い。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・来客数、売上共に伸長しているが、原材料、資材等の価格上昇により、経費が増えている。
	○	出版・印刷・同 関連産業（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の減少でイベントが徐々に再開しており、その影響が広告に出ている。
	○	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の開発案件の話は少ないため、先の見えない状況が続いているものの、受注量が少しずつ回復しつつある。
	○	建設業（従業 員）	受注量や販売量の動き	・受注は安定しており、現場を1件1件効率的にこなしている。しかし、作業員が不足していることが課題である。
	○	金融業（広報担 当）	取引先の様子	・行動制限の解除を受け、夏祭りなどのイベントが開催されたことで人流が活発化し、個人消費は堅調に推移している。また、ウッドショック継続にもかかわらず、来年からの住宅ローン控除率引下げを見据えた住宅購入ニーズの高揚は継続している。生産面では、工場稼働状況も一時のコロナ禍よりは回復傾向にある。
	○	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業、飲食業は行動制限がなくなったので客が戻ってきており、徐々に売上が増加し、利益も回復傾向にある。建設関係は業種によるが一定程度の売上、利益を確保しており、3か月前よりは景気が良くなっている。
	○	その他企業〔企 画業〕（経営者）	それ以外	・当地の宿泊客、日帰り客が僅かではあるが増加しているため、3か月前よりは良くなっている。新型コロナウイルス感染症への警戒心が以前より薄れてきたからとみている。
	□	農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・後半出荷分のももの精算書が届いたが、前年より1～2割程度安かった。因みに、前半出荷分は1～2割程度高かった。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・燃料費や原材料の価格高騰に伴う製品価格の値上げ等の影響もあって、販売量が減少し続けている。3か月前と比べても、悪い状況に変化はない。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種柄、新型コロナウイルス感染症の影響を受けやすいものの、首都圏、大企業との格差や地方経済の沈滞は否めない。2年以上の間、新型コロナウイルス感染症の影響とみていたが、本来は地方経済の減退、格差拡大、商圏の縮小等、新型コロナウイルス感染症以外での影響が根底にあるような気がする。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・全体的な足元の受注は好調だが、製品によっては減産の話が届いている。減産の原因が販売不振なのか半導体を始めとした調達部品の不足なのか分からず、慎重な情報収集が必要となっている。
	□	輸送業（経営 者）	受注量や販売量の動き	・上期は売上も利益も前年より増えているものの、新型コロナウイルス感染症発生前までの水準には戻っていない。業績を押し上げているのは一部の有期業務であり、まだ全体的に回復しているとはいえない。
	□	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・コロナ禍が長期化している現環境を理解してくれる客もいるが、思ったような成果はあげられない状況である。
	□	広告業協会（役 員）	受注量や販売量の動き	・後半は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、旅行会社からの広告出稿が増えてきたものの、予定されていた販促活動を縮小する企業も多い。広告業界はまだ上向き状況にはない。
□	経営コンサル タント	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数は少なくなっているが、物価の上昇が消費者の購買意欲を削いでいる。	
□	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・値上げ商品の増加で特売商品の販売数が増加したが、定番商品については変わらない。	

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
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調で、出荷は前年比80%台で推移している。原材料価格や燃料費の高騰等が続いており製品価格を値上げしたが、更なる原材料価格の値上がり等により厳しい状況が続いている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金属機械加工部品に関する見積量が例月より若干少なくなってきた。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・客からは投資を抑制しているという声が聞こえる。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先の動向が不安定になってきている。見積数と受注案件が減少しており、引き合いも減少傾向にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・小規模案件を除き、主だった受注契約はない。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・急速な円安、株安で先行き不透明感が増し、受注量が減っている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・毎月数社程度だが仕入先から値上げの通知が届いている。中には定価を上げず、仕入価格だけ上げてきたところもある。ほとんどが実施1か月前の通知で、客へ価格転嫁の説明が追い付かず、利益的に苦しい状況が続いている。
	×	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・肥料価格の高騰が経営を圧迫している。インフレの割には米の価格がそれほど上がらず、更に経営を圧迫している。
雇用関連	◎	*	*	*
(東北)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は堅調である。組織の高齢化、新事業立ち上げ、欠員補充など募集背景は多種多様だが、人材ニーズは変わらず増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月より2割以上増加し、求職者数は微減の状況が続いている。雇用関係については改善していることから、景気が悪化している局面とはいえない。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今夏は行動制限がなかったこともあり、外出機会が増加しており、前年と比べ宿泊業、飲食サービス業を中心に求人数が伸びている。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・求人は継続的にあるものの、売上が多くて求人するのではなく、人が足りないことによる求人である。業績は原材料価格の上昇により非常に利益を圧迫しているという状態である。求人はあるが、景気が良いとはいえない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の動きが新型コロナウイルス感染症の影響で大きく鈍化しており、売上にも影響している。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・求人広告はほぼ前年並みで推移しており、大きく増えることもない。ただし、多くの企業では人手不足が続いており、人材確保に苦戦している。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・経営者の声を聞くとマイナス要因しかないが、求人等をみると若干持ち直しているようにもみえる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・イベントや祭りが復活し好材料も出てきているが、まだ本格的に売上が回復してきたという実感はない。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・一般の会議が減っているようである。
	▲	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・一般家庭から大手企業まで円安の影響が出ている。為替介入により円安も一時回復したかにみえるが、円安の動きを食い止めることは難しいとみている。
	×	*	*	*

3. 北関東（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 (北関東)	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・乗客の1組当たりの人数が増えており、団体予約も若干ではあるものの、増えてきている。1～2人で席が埋まるのと、4～5人で席が埋まるのでは、店のにぎわいや雰囲気が違う。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・店舗への来客数が前年比や新型コロナウイルス感染拡大前の2019年比を超えており、回復傾向が顕著である。

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
	○	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、10月以降の値上げ前の購入と思われるが、来客数や販売数が伸びている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・好調な販売商材群は、前年比で冷蔵庫104%、洗濯機124%、クリーナー106%、レンジ110%、エアコン120%と、家電品の耐久消費財が顕著に伸びている。全体的にも同比106%と伸びがある。
	○	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・身の回りの交通量や来客数、商談件数等がやや増えつつある。
	○	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年の稼働には至っていない。物品の仕入価格が高くなっているが、その分を価格に反映させ、受け入れられているため、結果として売上増加につながっている。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・県民割等も浸透して、徐々に個人や募集団体の動きが良くなっている。いよいよ来月からは、全国旅行支援の開始や訪日外国人の入国規制がビザも含めて緩和される。秋の行楽シーズンの到来とともに、来訪者の増加に期待したい。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まるので、それを見越しているのか販売量が増加している。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきているので、店舗への来客数は増加傾向にある。ただし、物価高騰の影響から、消費には消極的になっている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新規感染者数が増加しても行動制限がなかったことから、個人、団体共に、前年よりも来客数は増加している。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も一時ほどの感染拡大状況ではなくなっており、飲食や旅客サービスにも、客が戻りつつある。以前と比べて景気は良くなっているようである。
	○	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・一時のウッドショックから落ち着いてきており、建築計画も再開傾向にあるようである。
	○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・店舗については、最近、問合せが増えてきて、同時に成約も少しずつ増えてきている。ただし、土地等は、安い物件には引き合いがあるものの、やはりまだ価格が非常に厳しい。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・生活品の値上げが続々と行われるため、現況が不透明なもの、今後の景気が良くなるとは考え難い。客の動きが堅調なため、これからも現状維持の状態が続くのではないかと。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・毎週のような台風の襲来による天候不順で、イベントの中止が相次いでいる。地域の人も集まりができない。新型コロナウイルスの新規感染者数も減ったり増えたりで、外出を控える人が多いようである。各種の値上げが迫っているが、買い控えをやめて買い足しや買いだめをする人は余り見られない。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い、外出への安心感が醸成されつつある。月初に開催した大型食品物産展は好調な結果であった。ただし、食料品を中心とした相次ぐ値上げにより、生活防衛意識は依然として高い状態にある。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上は92%、来客数95%、客単価98%となっている。前年は10月1日付けでたばこの価格改定があり、9月末に駆け込みでまとめ買いがあったため、前年との比較が難しい。売上はほぼ半年並みだと思われる。
	□	衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染防止対策で、3年間祭りが中止になっていたが、今年、どうにか復活するところが出てきている。そうしたなかで、人が動き、品物が動く。ある程度、消費が回ってきたと思っている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず、販売は低いままで安定している。新車は受注しても納期まで3か月から1年以上掛かり、中古車は品薄のために希望車種が手に入らない。したがって、整備部門の売上を伸ばすしかない。当然のことだが、売上は減少する。

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
	□	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・3か月前と比べて、乗客数やサービスの修理部門は順調に増えている。ただし、新車や中古車の販売は落ち込んでいる。特に、新車は登録するにしても、部品不足で納車されない注文が何台もあるので、トータルでは3か月前と売上の大して変わらない。明るい材料として、修理部門と乗客数の動きは良くなっている。販売量が元に戻れば良いが、全体的に3か月前と同じような状態で推移している。
	□	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	乗客数の動き	・地方ではいまだに客の出足が鈍く、傾向は変わらない。また、メーカーの生産情報が手に入らず、前月同様、入荷がない商材や入荷遅れがあり、不安定である。まだはっきりとは分からないが、物価上昇が徐々に効いてくると思われる。
	□	その他専門店 (総務担当)	お客様の様子	・客の動きが変わっていない。
	□	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・シルバーウィーク等もあり、客単価は良くなっているが、乗客数がやや減少しているので、売上の大して変わらない。
	□	一般レストラン [居酒屋] (経営者)	乗客数の動き	・乗客数や売上の数字を見ると変わらないが、体感的には宴会も増えてきている。
	□	観光型ホテル (経営者)	乗客数の動き	・景気は決して上向きではないにしても、全国旅行支援を始めることができれば、乗客数の増加は見込めると感じている。
	□	都市型ホテル (総支配人)	乗客数の動き	・宿泊は、近隣で開催されたバイクレースやシルバーウィークの集客がうまくいき、新型コロナウイルス感染症の発生前をも上回るような売上を記録している。料飲部門も、個人客を中心に一定程度動きが出てきている。
	□	旅行代理店 (経営者)	乗客数の動き	・電話などの問合せは増えている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は落ち着きつつあるが、依然として乗客が少ない。3年ぶりに祭りが開催され、人出はあったようだが、タクシーの利用客は少なかった。家飲みにも慣れてしまったのか、店で飲んでいる人も少ない。
	□	タクシー (経営者)	お客様の様子	・昼の動きは良かったものの、夜の動きが悪かったので、新型コロナウイルス感染症の発生前の同月と比べて、2%の減少である。
	□	通信会社 (局長)	乗客数の動き	・周辺でのイベントが解禁され、活気が戻ってきたような感じを受けている。また、乗客数も3か月前と比べて3割程度多くなっている。
	□	競輪場 (職員)	乗客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少してきているが、乗客数は横ばい状態である。
	□	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・買い控え傾向が続いており、原材料価格の高騰が拍車を掛けている。
	□	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (営業)	お客様の様子	・台風の影響で、雨漏りの修繕依頼が増えている。しかし、これは事象による結果の依頼で、今後も修繕やリフォームに対して積極的になるかといえ、そうはならない。
	▲	一般小売店 [土産] (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べると販売量は変わらない。しかし、コロナ禍前と比べれば5割程度の売上にとどまっており、前月よりも低い状況である。現在、当地の観光業で活発に動いているのは、修学旅行等、学生の団体旅行で、個人客や一般団体旅行は依然として動きが鈍い。そのため、団体客を迎え入れられる大型店は大変忙しい状況だが当社を含めた小規模店では、新型コロナウイルス感染症の感染状況が厳しかった夏よりも、更に厳しくなっている。
	▲	百貨店 (営業担当)	それ以外	・いまだに物価高や円安等、不透明な経済状況で、コロナ禍も続いており、客の消費意欲にばらつきがある。
	▲	スーパー (商品部担当)	単価の動き	・食料品の値上げにより、1品単価は上昇しているが、客単価や乗客数の落ち込みが大きく、おおむね前年比8%の落ち込みが続いている。
	▲	コンビニ (経営者)	乗客数の動き	・今月は台風の影響をもろに受けている。特に2回あった3連休は、観光客を含め乗客数が大きく減ったため、売上も減少している。

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
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・依然として、車両納期の遅延が発生しており、受注が取れない状況が続いている。
	▲	住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・値上げに対する買い控えにより、来客数や客単価が下がっている。
	▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・様々な物の値上げのため当店も値上げをしたせいか、客単価が落ちている。
	▲	その他飲食 [給食・レストラン] (総務)	単価の動き	・食材を始め、関連資材等の値上げに加えて、人材難に伴う人件費の上昇が加わり、収支は悪化傾向となっている。単価引上げ等、取引条件の見直し依頼について、クライアント側に理解はしてもらっているが、見直し幅や時期等で、コストアップに追いつけていない。
	▲	通信会社 (社員)	単価の動き	・メディアなどから入る情報を正しいとした場合、10月以降も様々な分野での単価上昇が見込まれる。海外と比べれば上昇は小さいようだが、単価上昇が継続すれば、じわじわと景気への影響が出る。
	▲	通信会社 (総務担当)	販売量の動き	・期待した新商品が発売されたが、前年までと比べて予約数は少なく処理待ちも少ない。
	▲	ゴルフ場 (従業員)	お客様の様子	・インフレの影響で、客が支出を抑えそうである。
	▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・日銀の金融政策決定会合で大規模な金融緩和策を維持しながらの24年ぶりとなる円買い為替介入は全く無意味で、一時的な効果に過ぎず、円安傾向は変わらない。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・物価全般が上昇しており、原価に影響しつつある。工事費等も高騰しているが、売価に転嫁できない。状況は厳しくなりつつある。
	×	一般小売店 [家電] (経営者)	販売量の動き	・値上げ、値上げで、客も財布のひもが固くなってきている。
	×	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波以降、本当に客が出てこない。当店の顧客は高齢者が多いので、自己防衛に走る形で、街に出てこない。このまま現状がずっと続くようだと、本当に廃業の危機というか、廃業も選択肢の1つになってくる。
	×	住関連専門店 (仕入担当)	来客数の動き	・週末ごとの悪天候の影響が大きい。各商品群の値上げによる購買意欲の低下に台風等の影響で、来客数が大きく減少している。
	×	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症のステージが改善 (ランクダウン) されれば上向く。
	×	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊部門は県民割等もあり好調だったものの、料飲部門は新型コロナウイルスの感染第7波の影響で会合等が見送られるなど影響が大きいと、悪くなっている。
	×	通信会社 (経営者)	販売量の動き	・いまだに新型コロナウイルス感染症の影響は収まらず、売上低迷の流れは止まらない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・全般的に今まで止まっていた受注が動き出し、部品もかなり出回り始めており、段々良い方向に向かう可能性がある。これからずっと良いかは分からないが、年内は良い状態で推移するのではないかと考えている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・メンテナンス品の受注増加で、やや良くなっている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・半導体不足による自動車組立ラインストップの影響は続いており、今月も金曜日は工場の稼働を停止しているものの、急な追加の納入依頼も出始めている。しかし、サプライチェーン全体での能力増強対応ができない状況が発生している。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先によって受注量や売上の差が大きいのが気掛かりである。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注が増加傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・値上げが多く、10月以降更に多くの物が値上がりするので、景気が良いのか悪いのか判断が付かない。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・例年だと備蓄の時期だが、出荷に追われている。

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
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・現状は7から9月と余り変わらない。取引先等も余り忙しくない状況である。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安が進んでおり、10月からの家電等の値上がりも予想されているなか、エアコン、冷蔵庫等の家電は前年並みの物量を確保している。また、9月中旬からは冬物商材のこたつ、電気カーペット、ヒーター等の物量を予定どおり確保できている。しかし、全国的に物流の荷動きが悪く、特に、遠方からの帰り便などの確保は厳しく、燃料高もあって協力運賃費が上がっているため、利益は薄くなっている。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・物価上昇や原料費高騰等、収益を圧迫する事象が多く、厳しい状況にある取引先が多い。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・当地には金属加工やプラスチック加工の3次下請業者が多い。それらの業者の話では、秋に入って多少は持ち直し始めているということなので、街全体がやや良くなりつつあるのではないかと。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・7～8月の新型コロナウイルスの新規感染者数急増で、それまでの世間一般の景気浮揚感が急速に衰えている。買物や行楽への人出が落ち込み、再び様子見の雰囲気が広がっている。
	▲	社会保険労務士	取引先の様子	・取引先では、販売価格に仕入価格上昇分を転嫁しても売上が落ちるので、収益は改善しない。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・建設業を営んでいる。与党政権誕生後、歴代政権では公共工事が順調に推移している。業界として大変有り難い。今期の公共工事は前年比20%と厳しく、前々年比では30%減で、当社受注額も前年比10%減と、決算は厳しくなると思われる。ウクライナ問題で市民生活が困窮しているなか、十数億を費やして国葬儀を行うのは問題である。
	×	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・前月いっばいで保守管理の取引を解消した取引先、清掃や保守契約を前倒して縮小し減額となった取引先が出た。一方、新規契約や契約内容を増やした取引先はほとんどなかったため、売上が減少している。
雇用関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・新たな派遣業務が増加したため、やや良くなっている。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・いまだに新型コロナウイルス感染症の影響はあるが、学校行事等も、前年度と比較して徐々に実施数を増やし、内容も規模を大きく実施している。そのため、関係する業者との取組も増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣依頼数に大きな変動はなく、製造業やサービス業を中心に、人材不足の状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月と比べて、新規求人数は、製造業や卸小売業等で増加している。全数は、直近3か月同水準で推移しており、前年同月比では11.6%の増加と、11か月連続で増加している。コロナ禍前の令和元年8月と比較しても、上回っている。新規求職者数は、前年同月並みとなっている。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ガソリン、電気代等の公共料金や、冬季に向けての燃料費等が多少上がってきており、様々なところで影響を受けている。建築関係では駆け込みがあったようで、住宅の外壁、外装等の工事や改修が目立っている。自動車関連、電機関連は非常に厳しい状態にある。介護、看護分野は人材不足等もあり、募集傾向が目立っている。
	×	—	—	—

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	◎	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・台風などの影響を受けて、旅行を取りやめ、3連休を近場で過ごす目的の客も多くみられ、家族連れでの来客数も多い（東京都）。
(南関東)	◎	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・前年よりも確実に来客数が増えている。

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
	◎	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食部門、輸入卸部門共に売上が増えているが、仕入コストの上昇とその他営業管理費の増加を考えると、利益は減少している。今年は補助金も終了したことを考えると当然のことではあるが、決して景気が良いわけではない。来客数や売上からいえば良くなってきていると答えるしかないが、収支ではトントンかやや赤字といったところである。
	◎	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・前年比ではプラスで推移している。ただし、3連休は2度とも台風等天候不順の影響があり、予想より大きくマイナスとなっている(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	・学生が活発に活動している(東京都)。
	○	商店街(代表者)	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの感染第7波の入口で、いろいろと自粛ムードがあった。8月は全然良くなかったが、9月に入って、新規感染者数が落ち着いたことと、周りで感染者が出ても余り慌てることがなくなったこともあり、このような世情の変化で、人流が圧倒的に回復してきている。クレジットカードの取扱いも回復基調である(東京都)。
	○	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	来客数の動き	・店頭に来客数が増えている。今まではしていなかった日曜営業を始めたこともあるが、その来客数を除いても、平日1日当たりの来客数が確実に増えている。売上も前年比で120%程度になっている。また、外商案件もある程度案件がある。ただし、物の値上がりも加味すると、さして上がってはいないのではないかと。
	○	一般小売店 [書店] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に伴う社会的な制限は残っているものの、秋学期用の販売量が順調である(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・富裕層の消費意欲は高い水準で推移している。また、それ以外の客層の消費意欲も、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴って、緩やかに回復してきている印象である。外出や人と会う機会の増加が理由だと考えられる(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	単価の動き	・コロナ禍以降、高単価な時計や絵画などが好調に推移している。高額なインポート商材は、円安による値上げが相次ぎ、その前に買っておこうという意識が働いているようである(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・週末に大型台風の上陸などの懸念材料もあったが、来客に影響はなく、催事も含め店頭は多くの客でにぎわった(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	それ以外	・今月も前年が緊急事態宣言中の対比となり、3か月前より前年比では大きくプラスになっている。しかし、コロナ禍前には戻っておらずマイナスである。客の行動がコロナ禍前後で大きく変化したことを改めて感じる。
	○	百貨店(店長)	来客数の動き	・新しい大規模複合施設の一部開業など、新型コロナウイルス感染症の落ち着きに加えて外部環境の変化もある。インバウンドは増加しているが、まだそこまで回復はしていない(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感染第7波による新規感染者数の減少、落ち着きにより、販売量の基調が改善している(東京都)。
	○	百貨店(管理担当)	販売量の動き	・食品だけではなく、衣料品や雑貨類も売れてきている(東京都)。
	○	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・10月から値上げ等があるため、その影響で販売量が多少増えている。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・近隣のイベントが再開し、客の動きも良くなっている。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・直近は台風の影響を受けて客足が鈍ったが、悪天候を除けば、平日休日共に前年、前々年を上回る形で推移している(東京都)。
	○	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・自社オリジナル商品の値上げに当たっての駆け込み需要も多少出ているような印象を持っている。値上げした後に、客がどのような反応を示すか、大変気になるところである(東京都)。
	○	家電量販店(店長)	お客様の様子	・10月11日の訪日客への制限解除に向けて、消費拡大への期待が高まってきている(東京都)。

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
	○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・数字の推移を見ると、9月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少等から、消費環境に明るさが出ているように感じる（東京都）。
	○	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・新車販売については、在庫不足のなかから値引きをせずに注文をもらえることで、粗利率が上がってきているという話を営業マンから聞いている。また、中古車についても、新車の納期が大変遅れているので、多少高くても買ってもらえるようになり、粗利が増えている。そのように、半導体不足のなかでも粗利、単価については少し上がりつつあるので、景気はこれからやや良くなるのではないかと（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・需要月でもあり、中古車市況が依然として好調で、売上が伸びている。
	○	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感染症関連商材の動きが良かったことと、10月に値上げされる商材の駆け込み需要があった。
	○	その他専門店 [貴金属]（統括）	来客数の動き	・ウィズコロナが定着してきているのか、外出する人が増加し、それに伴い来客数も増加してきている（東京都）。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大も一段落し、客の出足は好調である（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	・施設のリニューアル準備に伴い、閉店中の区画が多いなか、来客数は減っていない。また、既存店の売上は前年を上回っている。ただし、飲食店は新型コロナウイルス感染症の発生前までは戻らない。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチの来客数は増えてきているが、アルコールを伴う夜の来客数は昼ほどは増えていない。冠婚葬祭と接待需要は増えている。
	○	高級レストラン（役員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数増加からステイ、微減へのトレンドもあり、秋のイベントは中止や延期が少なく、ある程度まとまった規模の受注の上乗せもあり、売上は上向きとなっている（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・法人利用は依然として少ないものの、個人利用が活発になってきている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月は祭日が2日間あることもあり、3連休を挟んで来客数がなかなか多かった（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・休日の客の動きが増えており、来客数、単価共に休日が平日を上回っている。ただし、原材料等の仕入価格が上がっており、当店も値上げせざるを得ない。これ以上、客に許してもらえない価格なのか不安になってきているので、今後の来客数に影響が出ることも考えられる（東京都）。
	○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	お客様の様子	・1グループの人数が増えている。客単価も上がっている（東京都）。
	○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	来客数の動き	・来客数が増えている。購買意欲も高くなっている（東京都）。
	○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	販売量の動き	・取引先の新型コロナウイルス感染症に対する社内規制が徐々に緩和されてきて、少しずつではあるがパーティー需要が出てきており、業績改善に寄与し始めている（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることや、県民割が再開されたことにより、宿泊は高稼働が続いており、レストランなども満席の日が増えてきている。宴会は徐々に宴席の開催が増えてきているが、大手企業の会食自粛は解除されず、大幅な景気回復とまでは至っていない。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月と比べれば、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が寄与し、需要が増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援が決定してから、国内旅行の予約や問合せが増えており、このまま新型コロナウイルス感染症の発生前の需要に戻ると期待している。一方で、海外旅行予約は旅費の高騰、円安の影響で動きは鈍い（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体が動き始めている（東京都）。

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
	○	旅行代理店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月はシルバーウィークがあったことに加え、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきていることもあり、個人旅行が堅調である。国内の団体旅行には目立った動きはないが、計画したいというような話は進んでいるので、良くなっている（東京都）。
	○	タクシー運転手	それ以外	・今月は連休が続いたが、行動制限が緩和され、経済活動が活発化してきたのか、少しずつ利用客が戻っている感じがしている。特に、休前日の駅のタクシー乗り場は、夜間に空車が足りない時間帯が長く続いている（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・駅と病院への利用は以前同様良く、終電までは回数、金額共に平均して良い。夜の飲み屋からのオーダーがかなり減っており、終電後は1時間に1回営業できれば良い方である。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベント関連の仕事が出てきている。年明けの企画も具体化している（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・転入居者数の増加に伴い、インターネットを軸とした獲得数が回復傾向にある。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・若干ではあるが来客数が増えてきている。天候に左右されることが大きい（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の話題ばかりという最近の様子だが、そうは言っていられない。今は新型コロナウイルス感染症の影響に打ち勝てるような営業を模索している。当事務所では社員全体がそういった意気込みで、1軒、1軒をもう一度洗ってみようという取り組みをしている。民間の仕事は大きくマイナスだが、行政の仕事は指名回数も大変多くなっている。これも社員のプラス思考によるものだと思う。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・9月は販売契約が多く入り、客も活発に動いている。地価及び建築費はまだ高騰しており、高利回り商材は供給できないが、在庫も少なく、客も現状を理解して購入している。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・今月に入り、少しではあるが、前から話が出ていた仕事が徐々に具体化してきている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今まで来客数がかかなり減少傾向にあったことからすると、少しは戻ってきている感じはするが、まだまだ以前ほどではない。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・今月は、省エネを考えたの買換えなどが多かった。今後の値上がりのことも影響しているとみている。商品の一部不足があり、ずれ込んで今月になったものもある。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・消費者も諦め半分以上だと思うが、各商材の相次ぐ値上げにより、買わなければならない商材に徐々に絞り込まれていく。消費者としては徐々にづらい状況になっていくのではないかと。
	□	一般小売店〔祭用品〕（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徐々に減り、行事も復活しているが、台風等、天候の影響で中止になる行事も多い。
	□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・来客数及び客単価などは、ここ3か月間ほぼ変わっていない。9月は新学期のため学用品を中心に動きが出てくると思ったが、それほど販売量が増加していない（東京都）。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の7月のお盆はほどほどだったが、今月のお彼岸は台風と長雨で散々だった。最後の2日間だけはどうか盛り返して生花がなくなるような事態になったが、その前が余りにもひどかったので、9月は余り良くなかった。今から考えると7月もさほど良くなかったので、変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず品物の動きが悪く、注文の数量が少ない。配達回数も減り、今一つ売上が伸びない。何はともあれ、早く新型コロナウイルス感染症が収束しないことにはどうしようもない。会社も、まだ何とか持っちはいるものの、青息吐息である（東京都）。

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
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感はあるものの、客は店舗へ足を運び、買物をしてきている。外出機会の回復を反映して、紳士婦人共にファッション関連商材の動きが良い。また、インバウンド需要も伸びてきている。生活必需品に対する需要の伸びはないが、全体としては商環境は良くなっている（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	単価の動き	・宝飾、時計などの高額品の売行きが好調に推移している（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・9月も継続して来客数が前年を上回っている。また、行動制限がないことから、レジャー関連やレストランなど外食への消費が拡大している。一方、食品売場など内食需要は微増である（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・台風の影響は若干あったものの、客の買物の様子に、特に大きな変化は見受けられない（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・円安により物価が高騰しているが、給料は変わらない（東京都）。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・季節の変化や秋の行楽に合わせて外向きの需要は高まっているものの、食料品関連は値上げの影響を受けており、需要の中身は変わったが、結果として全体の傾向には変化がない。
	□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の価格を安くした目玉商品やタイムセール、あるいはポイント何倍などの特典がある日を利用して、同じ物を少しでも安く買おうと、いろいろな店、時間帯に買い回っている動向が多く見受けられる（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べて来客数はほとんど変わらないが、客単価が多少上がっている。最終的にはさほど変わらないままで3か月間きている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて大幅に減っている。買上点数、単価も軒並み前年を割っているなかで、来客数が増える、あるいは単価が上がらないと、なかなか売上が伸びない。したがって、来客数の前年比での減少に加え、買上点数、単価の下落が大きな要因の1つとなっている（東京都）。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品類の値上げにより駆け込み需要があると思われたが、酒類以外で販売量が伸びている商品は少ない。
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商材の値上げに最初は動揺がみられたが、今は諦めて受け入れているようである。
	□	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は上がっている反面、買上単価が落ち込んでいる。販売量が伸び悩んでいることが大きな要因である。さらに、来客数も落ち込み始めている（東京都）。
	□	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・度重なる値上げがあるが、売上は変わらない。来客数が常に前年を割っており、良くはない。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・10月以降も、生活関連商材の更なる値上げが予定されており、それを受けてメディア等でも盛んに報道されているため、消費者は心理的に財布のひもが固くなり、必要最小限の買物動向が見受けられる。
	□	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、気候が落ち着かず、来客数も期待どおりには伸びていない（東京都）。
	□	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比べて大きな動きはないので、来客数に特別な変動はない。今年はイベントが多く、例年に比べたら来客数は増えている。10月は大きな祭りもあるため、来客数が増える見込みである。秋以降には観光を後押しする施策などもありそうで、当店は観光地が近いので、来客数増加に期待したいところである。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ドレス及びEC事業は好調を維持しているものの、主力事業である着物事業に関しては減速傾向である（東京都）。
	□	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・3か月前同様、新型コロナウイルス感染症の影響で買物を自粛していた客の来店が増えている。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・商品価格上昇のなかでも、必需品の需要は手堅い（東京都）。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は増えても減ってもいないが、しばらくは同じ状況が続く。高額商材の動きは若干良くなっているものの、洗濯機などはまだまだ欠品が続いている。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきているので、年末に期待している。

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
	<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2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	・新車の納期遅れがまだ続いているが、売上は前年並みになっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・半期の決算時期であったが、例年より販売台数が減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長)	お客様の様子	・販売量や来客数に関しても、余り良くなったとは感じない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	それ以外	・良くなる情報がない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・季節的に暑かったので、来客数が落ちたのではないか。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	来客数の動き	・シルバーウィークに台風が重なり、人出が少なかった。7月の梅雨明けで一時的回復した需要も、その後すっかり元に戻ってしまった(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・9月度は、2019年比で売上53.9%、来客数47.1%である。食材価格の高騰もあり、今月から団体向けや宴会メニューを値上げしたが、客の反応を見ていると、さほど抵抗なく「やむなし」といった感じで受け入れてくれていることが多い。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により、僅かばかり回復の兆しはあるが、台風が2度の連休に重なったことが非常に残念である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・店の売上は少しずつ良くなっているが、余り変わっていない。ケータリングは少し始まったかなという感じだが、全体的な売上は前年と余り変わらず、低いままである。なかなか売上は伸びていかない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	それ以外	・新規出店の動きもあるが、個人より企業の異業種参入というパターンが何件かある(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて、新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、来客数がなかなか伸びてこない。円安の影響で値上がりもひどい。そのような状態で余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の6月1日から26日までの前年比は、売上135.4%、来客数125.6%である。今月9月1日から29日までの前年比は、売上323.0%、来客数278.5%である。前年は5店舗中1店舗だけの営業であった(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感染症がようやく終息しようかという時期だが、まだほとんどの人は会社や官庁などから外で宴会はすると言われていたようで、ランチには客が来るが、稼ぎどきのはずのディナーには、ほぼ客が来ない。
	<input type="checkbox"/>	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新規感染者数の減少により、個人客の需要は戻りつつある。しかし、法人の宴会需要が一向に戻ってこないため、全体としては停滞している。この先の新規感染者数の推移、あるいは政府の対策いかんによるところが非常に大きい。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症がまだ収束していないので、低単価のプランへの問合せのみということが多い。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・何となく落ち着いた感じで、好況も不況も感じられない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	販売量の動き	・少しずつ機器の納品が増加傾向にあるが、まだ以前の状況には戻っていない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・客から見ると、価格面においてサブブランドを含むMNOとMVNOの差がなくなってきたことに加え、サービス面においてもMVNOより優位なサービスが提供されていることから、客の興味関心が下がっている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規契約、契約変更共に必要最低限のサービス内容を選択する客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	販売量の動き	・前年同月比でインターネットの契約数は伸長しているものの、テレビの契約数は減少しており、結果的にハウスホールドは前年並みである(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	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意識する傾向は相変わらず強い。

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
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件量や受注は横ばいで推移しており、なかなか受注の増加につながっていない（東京都）。
	□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・テレビサービスで月額単価が2000円を超えるものは売れなくなっている。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・波はあるものの、継続して顧客獲得の前年割れが発生している。コロナ禍による顧客接触機会の減少、マンション理事会の開催延期が続き、当社サービスの導入判断が実施されないなど、顧客の動向が鈍化している（東京都）。
	□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・物価上昇が続くが、この状態に慣れてきている。
	□	競輪場（職員）	単価の動き	・悪い傾向が続いている。Webの販売網を増やすことで売上を伸ばさないと厳しい。来場客向けよりも本来のWeb向けのサービスを頑張らないと厳しいのがつらいところである。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・件数は多くないが相談、問合せ等がある。ただし、実施設計に入るまでには時間が掛かっている。景況感の大きな変化はない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・ゼネコンからの依頼の話は多少あるが、仕事にしたいというゼネコン側の思いが多く前に出ているのみで、空回りが多く、進展はなく、余り変わらない（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	それ以外	・官公庁、自治体共に発注に大きな変化はなく、受注状況も例年並みである（東京都）。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・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。10月11日より海外からの入国者に対する規制が緩和されるようなので、期待している。
	□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要の動向は例年並みだが、資材高騰の影響で供給側が体力不足傾向にある（東京都）。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・お彼岸の期間中は、台風の影響で雨風に見舞われ、来客数が減少し、売上が2割減少してしまった。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・9月に入ってから客入りが極端に少なくなっている。毎年9月は売上が落ちる時期であるが、今年は3割も減っている。
	▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・とにかく景気が悪い。新型コロナウイルス感染症が長引いていることが影響しているのかもしれないが、来客数がかかなり少ない（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・様々な商材の値上げが影響しているようで、財布のひもが固くなっているようである。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・9月末時点で新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しているが、来客数は減っているように感じている。
	▲	一般小売店〔傘〕（店長）	お客様の様子	・軒並み仕入価格の改定があり、価格に反映させると客はちゅうちょして、消費が縮小している。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・若い来店客もあるが、来客数は減少している。それに伴い、売上も落ちている。
	▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・月を通じて来客数が落ち込み、月半ばの台風等の天候不順から食料品が大きく前年を落とした半面、施策が奏功した秋物の婦人服は好調に推移している。ただし、高額品の動きは鈍く、全体の数字を押し下げる結果となっている。
	▲	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・徐々に来街者数が増加し、復調の兆しが見えてきたものの、値上げが相次ぎ、特に食料品の影響が大きい。購買単価についても2か月前から前年を超えるようになっている。ただし、購入点数を絞り込む傾向がみられ、売上の増加にはつながっていない（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・特に、生鮮食品の販売量が良くない。値上げの影響があるのではないかと。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・ここ数か月、来客数、買上点数が前年を割っており、固定客の来店頻度も明らかに落ちてきている（東京都）。

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
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・9月は全体的に前年を3～4%下回っている。3週続けて週末に台風が来るなど、天候与件等によって売上の大きい時期を落としたこともあるが、値上げで客の財布のひもが非常に固くなっている。特に、食品関係が厳しくなっており、日持ちのしない生鮮食品などの売上は前年をかなり下回っている。
	▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきており、人流が確実に増加し、外出する家庭や外出機会も増えているため、スーパーへの来客数が減っている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上が落ちてきている（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・従業員を全く採用できず、配達などを全てなくし、少人数で営業できるように変更したため、売上が大幅にダウンしている。さらに、時給アップのため赤字に転落している。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・購買量が激減している。かなりの品目で価格が上がってきているので、その影響である。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、値上げによって少しずつ来店頻度が下がってきている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数共に減少している。客との会話でも、支出を抑えているという話をよく耳にする。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・2度の台風が売上、来客数共に大きく響いている。
	▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・気温が高いこともあるが、秋物衣料の売行きが悪い。
	▲	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・輸入品の価格が軒並み上がり、客の買い控えも見受けられる。
	▲	家電量販店（店長）	競争相手の様子	・価格競争が進み、競合店の値引き幅が大きくなっている。競合店と比較する消費者が増え、価格に敏感になっているのが感じ取れる。
	▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・コロナ禍で、来客数が以前の水準に戻るのにはまだしばらく難しいようである。販売量に関しても、以前の数字にはまだまだ届かない。
	▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・生活防衛意識が大分強くなってきており、以前から来ている客も使うお金がどんどん少なくなっている。高額メニューよりも安いメニューを少し頼んで帰るといような状況である（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・物価の上昇は目に見えて分かる。残業手当が減っているなか、収入と支出のバランスが取れていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がない年でも、9月はどうしても悪くなる月であるが、思っていたより悪くなっていない。世の中を見て、新型コロナウイルス感染症の影響を余り感じなくなっているのか、来客数の動きは結構ある。ただし、忙しいほどではなく、例年並みである（東京都）。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・夜間並びに昼間の利用が減っている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・当社の単価は変更していないが、いろいろな物の仕入値が高騰しているため、利益が減ってしまっている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・年末年始に向けて、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で客の動きが悪くなるのが心配である。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向に呼応して来場客数は増えつつあるが、メンバー中心でゲストの増加は限定的である。プレー後の飲食も従前より短時間、簡素化しており、レストラン運営は引き続き厳しい状況にある。
	▲	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	それ以外	・10月からの食料品等の値上げが控えている（東京都）。
	▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束が見えず、物価も高止まりしているため、客の消費マインドが冷え込んできている（東京都）。
	▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	単価の動き	・仕入単価の上昇について、そのまま販売価格に転嫁できない。顧客は価格重視で質を落として購入している。

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
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築資材の価格が高騰しており、国内産でも上がっている。工事発注もままならないということで、なかなか先が難しくなりそうである。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・9月の期末にもかかわらず、受注が伸びない。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・何が原因か分らない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・今は、ぽっと出てきた話がまたすぐ消えてしまっている。途中で相見積りがあって、競争相手がたくさん出てきているのかもしれない。そのような状況で、なかなかうまくいかない（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	お客様の様子	・客は、新型コロナウイルス感染症を警戒している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・来場者数が少なくなっている。新車販売店だが、納期が掛かるので、客が中古車に流れている（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	単価の動き	・円安は食品業界にとっては正直良いとはいえない。さらに、環境の変化で入手困難な食材も増えてきている。輸入に頼る日本では、外国に買い負けるケースが増えるのではないかと（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・あらゆる物の価格が上がっているものの、賃金はその上昇に付いていけず、購買につながらない。また、ロシアのウクライナ侵攻の影響で、建築資材を始め原材料が入ってきていないため、各種製品が市場に回っていない。経済がうまく循環していないように感じる。
	×	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45%となり、景気は悪い。また、3か月前と比べて更に33%減少したため、悪くなっている。ウッドショックとアイアンショックによる建築費の値上がりがあり、それにより客の様子が続き、非常に厳しい。注文建築の受注が減っているために、建て売りや建築条件付土地の販売を増やし、売上の確保を目指すこととなっている。
企業動向関連	◎	*	*	*
(南関東)	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食店の夜の稼働が始まりつつあるのが大きい（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・シルバーウィーク辺りからイベント関連が多数動き出し、それに伴う販促物がかなり受注できて、やや良くなっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印の仕事をしており、納入と店受けがある。今月は少しだが大手鉄道会社と電機メーカーからの特需があった。大手鉄道会社は10月からの名称変更によるもので、電機メーカーは組織拡張で新セクションができたことに伴い必要となる印鑑の注文である（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今まで動かなかった商材が、ここにきてショッピングモール向けに決まっている（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	・受注量は新型コロナウイルス感染症の発生前以上になっている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーの部品調達不足はいまだ解消されておらず、生産が回復していない。
	○	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減ってきていることから、販売受注量が増えてきている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・観光需要回復を見込んだ経済活動が動き出しているように感じる。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安の影響による資材価格等の高騰が続いており、やや懸念材料である（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症との付き合い方がある程度分かかってきて、若者層については行動制限がほぼなくなっている。旅行への意欲が増すなか、それに伴い購買意欲も高まっている。円安のため海外旅行は低調であろうが、国内旅行者は確実に増えてくる。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の機械金属加工の中小企業では、受注が増加しており、前年度比でかなり売上が増加しそうである。ただし、金属材料等が20%程度値上がりしており、この部分の価格転嫁ができないのが大きな問題である（東京都）。

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
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上の原資はあるものの、人材不足により、思ったほどの売上増加が見込めない。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・円安が継続している。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いろいろ仕掛けているが、今一つ効果が表れない。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入ればもう少し受注量が増えると考えていたが、変わらず少ない（東京都）。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	それ以外	・市況低迷や同業者の競争激化等で受注は減少している。今後の動きを期待したい。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費の高騰に変化がなく、コストアップになっている。当社の最終用途は文具や販促品が多く、価格転嫁が難しい状況が続いている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ロ紅容器の受注は、新型コロナウイルス感染症の影響で下げ止まったまま、回復傾向がみられない。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・得意先大手の設備関係の計画が少なく、小口の仕事になっているので、仕事が少ない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べて受注量が増えている状況が続いている。
	□	その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・一時期と変わり、仕事は順調に入ってきている。そういった意味では結構復活しているような感じがする。
	□	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量の減少が続いており、回復が望めない状況のなか、燃料等の資材を始め、購入品の価格が高騰しており、収支の悪化が深刻度を増してきている（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料費の高止まりや物流量の伸びないこと等、状況が好転する要素がない。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期になったが、物量が増えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸び悩んでいる。
	□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格は高値を維持しており、エリアによっては更に上昇傾向にある（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィステナントの動きはないが、飲食系テナントからは、客足が伸びず売上が低迷しているため賃料減額期間延長の申入れが来ている。もうしばらくは要請に応じざるを得ないと思っており、景況は変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は少なくとも前年よりは増えているようだが、売上や利益等は前期に比べて増えているとはいえない（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・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〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・数件の値上げができたが、既存契約はそのままの金額の現場が多い（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	・今月は受注量がかなり減ってきている。値上げ等により物の動きが悪くなってきているのではないかと。売上は今までの受注残でしのいでいる。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メインの取引先は自動車関係であり、当社は輸出関連の仕事を受注している。取引量は少しずつ落ち着いてきているが、取引先が新規品の受注をコントロールできている様子がなく、受注状況が不明である。
	▲	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	・半導体製品の価格が全般的に下落傾向で、これまでよりも下落のスピードが速い。現時点では業績、景気としては直接的影響はないものの、今後徐々に影響が出てくる。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商材が段々と思うような価格で売れなくなっている。
	▲	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・5月以降の勢いが鈍化している（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・パートの最低賃金を含めた賃金上昇により、人件費が増加している。原油、原材料は円安もあり全て値上がりしている。仕入コストの増加により、中小企業の財務は悪化している。

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
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、小売業は10月以降の値上げ前の買い込み客が多く、売上が増加しているが、今後の反動は否めない。建設、不動産業は建築資材の高騰による利益上乗せがなかなかできず、工期も伸びており、利益は減少傾向にある。運送業は変わらず燃料高騰と人手不足による減収が続いている。観光業全般は、コロナ禍ではあるものの、来客数が増えて若干戻している。全体的にはまだまだ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	・建売業者の来店が相変わらず多い。それだけ物件がないのだろうが、当社で市内のアパートの売却依頼を受け、インターネット上に掲載したところ、最初に問い合わせしてきたのが建売業者である。敷地延長で3棟の建物を建てるようである。周辺でも、3階建てで、1階は車庫、風呂、トイレと納戸、2階が台所、3階に2部屋という間取りが多いようである（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・当社は飲食店関係の取引先が多く、例年チラシやポスター等の制作物の依頼があるが、食材の高騰などもあり、販促費に掛けるコストを抑えている印象がある。結果的に販売価格も値上げする傾向にあり、例年より注文数、予約数などが伸び悩んでいると聞いている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先によると、客が今まで以上に価格に敏感になっている様子で、購買に対しても慎重になっているとのことである。
	▲	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	・取引先工場の稼働低迷が思いのほか長引いている。原料資材の値上げ、輸入物の鈍化、買い控えの影響が入り混じり、工場の稼働などにも影響が及んでいる。
	▲	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	・案件が減ってきている（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・やはり設備投資の話が少ない。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料の高騰で価格が上がり、控える客が多くなっている。
雇用関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新規求人倍率が2倍を超えており、助成金を活用した正社員求人も増加している（東京都）。
(南関東)	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波による感染拡大はあったものの、担当しているエリアでは観光業界、航空業界からの求人が顕著に増加している。出入国者への規制が緩和されることで、航空機の復便も考えられることから、徐々に景気回復に向かっていくのではないかと。
	○	求人情報製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・新規開店の店舗が増えている。また、新型コロナウイルス感染症に伴う規制の緩和が進み、観光業を始め、様々なサービス業が事業推進に動いている実感がある（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社及び周辺企業では、なかなか中途採用で必要人数が確保できていないようである（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年度に比べてやや増加している。テーマパークや東京に来る観光客の増加を見越して、お土産用の菓子製造のパート求人に増加がみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・これからの年末繁忙に伴う増員や、社会保険適用拡大による労働力不足を補うための求人が増えてきている。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績に変化はなく、周囲の消費動向も以前と変わらず低調なので、新型コロナウイルス感染症や円安の影響は余り受けていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・短期間の派遣依頼が多く、長期の派遣依頼は少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の高齢化による求職者数の減少が顕著である（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣売上は前年を数%上回る数値で推移しているものの、人材紹介売上は前年比9割程度と伸び悩んでいる（東京都）。

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
	□	人材派遣会社 (経理担当)	求人数の動き	・派遣求人数、求職者数はほとんど変化なく推移している。新型コロナウイルス感染症の発生前に比べ、大分件数は戻ってきている。コロナ禍に比べて派遣労働者の離職率が高くなってきているため、派遣稼働者数には余り変化はない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業の客からは継続的にエンジニアニーズをもらっており、景気後退感はない。今後も継続しそうな状況である(東京都)。
	□	求人情報誌制作 会社(営業)	求人数の動き	・現在の景気はやや良いという印象である。3か月前との比較ではそこまで変わらないが、前年などと比べたら明らかに良くなっている。求人数が増えているのはもちろんだが、取引先の求人予算なども増えているようで、単純に求人にかかる費用を捻出できるようになっている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、飲食、宿泊業を中心に前年比で大幅に改善している。一方、給与水準等の見直しは進んでおらず、求職者側の希望条件とのミスマッチが継続しており、求人数の増加が景気回復に直結していない(東京都)。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・インターンシップ参加企業が増えている。次年度対応で少し採用数を増やすことを想定している企業があるようである(東京都)。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・求人数、採用者数共に大きな変化はない(東京都)。
	□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・変わらず多くの求人がある(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・求人数、長期派遣就業者数は3か月前、前年同月比を僅かに上回っており、失速感が顕著になっている。加えて、長期派遣就業者数は年間トレンドでも9月から下落傾向が見えているなど、今後厳しくなることが予想される(東京都)。
	▲	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・倒産と廃業がまた増えてきている。倒産が8社、廃業が6社ある。
	×	求人情報誌製 作会社(所長)	求人数の動き	・戦争の影響を受けている客が多いようである。

5. 甲信越(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 (甲信越)	◎	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波がほぼ収束し、来客数が全体的に増えている。宴会でみると、3か月前は会食時はアクリルボードをセットしていたが、9月に入ると、皆、コロナ禍の疲れなのか、ボードを外してほしいというリクエストが増えている。宴会件数も3か月前と比べて130%となっている。
	◎	遊園地(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向で、週末のライブイベントの開催等もあり、来客数が回復傾向となっており、景気も回復傾向にある。
	◎	その他サービス [葬祭業](経 営者)	お客様の様子	・今月は葬儀依頼が非常に多い。また、遺品の運び出しや部屋の原状回復、墓じまい、粉骨等、いろいろと依頼があり、忙しい。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・今月2度の連休は台風の影響を受け、期待していたほどではなかったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、全体的に人出は良い。
	○	百貨店(経 理担 当)	お客様の様子	・化粧品等、値上げ前の駆け込み需要がみられる一方で、一部食料品等の値上げによる買い控えもみられる。化粧品の駆け込み需要が売上全体を押し上げている。
	○	スーパー(経 営者)	来客数の動き	・前年比で売上は4%増、来客数は同2%減となっている。県民割、自治体によるプレミアム付商品券の効果とコンサートイベントの増加で忙しくなっている。9月29日から10月2日までの大型会場コンサートの弁当を受注し、60万円以上の売上という仕事でとてもうれしい。ウィズコロナに向けて、少しでも新型コロナウイルス感染症の発生前の生活に戻りたい。
	○	コンビニ(経 営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症がやや落ち着く傾向にあるので、家庭用の食料品の買上がやや上向いている。

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
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・若干数ではあるものの、乗客数増加の傾向がみられる。ただし、必要経費が事業所、家庭で増加している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給は回復途上で、膨らんでいたバックオーダーも徐々に売上、納車につながってきている。中古車販売も品不足ながら増加傾向である。
	○	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・値上げの影響もあつてか、客単価は前年実績を超えている。自動車の生産も徐々にではあるが進んできているため、売上は伸びてきている。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり減り、行動制限がほとんど掛からない状態になったことと、県民割等の宿泊キャンペーンの効果で、県外客も増えている。前年よりも良いと思うが、まだ、全体的には不安に感じている。
	○	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の感染拡大第7波も一定の収まりを見せてきたため、会食の機会も増えてきたようで、予約数が戻り出している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・良いとはいえないものの、3か月前よりはいろいろなことが許されるようになってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の状況に落ち着きが見られ、新型コロナウイルスオミクロン株対応のワクチン接種も始まっているため、やや良くなっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・7～8月は最悪だったが、多少上向いてきている。ただし、宴会の動きはいまだに改善していない。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波による新規感染者数が減少していることと、9月末までが期限となっている県民割等の駆け込み需要によって、そこそこ忙しい状況である。公的支援による観光誘客政策が継続しているお陰で、夏から秋にかけては、新型コロナウイルス感染症の発生前の8～9割の売上まで回復してきている。
	○	旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・来客数や旅行受注が少しずつ増加してきている。徐々に近距離から遠距離へ増加傾向で、全くなかった海外旅行の申込みや問合せも増加している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・過去6か月をみると、段々良くなってきている。前月は前年比123%で、今月は同127%くらいで落ちつきそうである。徐々に回復しているような気がする。
	○	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍の行動制限をしないとの発表後、旅行する人が増加している。
	○	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼物件が多くなっていて、従業員1人が抱える物件数が増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・お盆も終わり、2学期がスタートして、運動会等もぼつぼつと実施する学校が増えている。もう少し活気が出ると思っていたが、お盆前とほとんど変わらない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は少なくなってきたが、長い間の自粛ムードに慣れてしまったのか慎重なのか、今一つ人の動きは出てこない。季節商材の動きも止まり、商材全体の動きはすこぶる悪い。全てといえるほど物が値上がりし始め、全く先が見えてこない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・今月は台風等で天候不順が続いたために、物の動きが予想より悪い。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は微減で、1品単価は若干上昇しているが、買上点数は維持している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が下がっていて、常連客の購入量が明らかに減っている。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・買い控えのせいなのか、人が動いていない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・世界情勢、円安、新型コロナウイルス感染症等、景気向上の兆しが無い。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は月の目標に達し、車両販売も、新車納期の遅れについて客が既に承知した上での契約となっているため、現時点での売上には結び付かないが、契約、商談件数は多くなっている。

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
	□	スナック（経営者）	お客様の様子	・具体的にこれというのはないが、ここ2～3年近く全国的に良くない。本当に客の動きがどうなっているか心配である。
	□	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増加に伴い、急激に来客数が落ちていたが、今月からはキャンセルよりは予約や利用者数が増加してきている。また、新規感染者数の減少とともに、週末の利用が増加傾向にある。ただし、団体や法人利用は、回復傾向というには程遠く、まだ時間が掛かりそうである。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・前月に比べれば若干持ち直した感はあるが、低調であることには変わらない。大規模イベントも徐々に解禁されつつあるので、起爆剤としたい。
	□	観光名所（職員）	販売量の動き	・観光客は着実に戻ってきているが、人件費削減のため来客数に十分対応できるほどまでの雇用は控えているので、繁忙時に対応できていない。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（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減少傾向にあることに伴って、3連休もあり客の動きは以前より活発な感じがする。しかし、団体予約は依然として厳しい。今後、新規感染者数の減少傾向が進めば、年末年始の予約も少しずつ戻ると期待している。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新築別荘は建築資材の高騰等から総費用が従来の2～3割上昇しており、手控える動きがみられる。
	▲	一般小売店 [薬]（経営者）	お客様の様子	・売上、来客数共に減っている。また、客からも、非常に景気が悪くなったとか物価高騰など、景気の悪い話を聞かされている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・暑い時期が過ぎたこともあり、来客数が減ってきている。繁忙期も過ぎ、3か月前と比べると下降気味である。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店では、週末に来客数が増えて売上は上がる。ただし、このところは週末のピークがなくなってきており、今までのように売上が上がってこないの、今月は以前と比べると、かなり厳しい。
	▲	ゴルフ場（経営者）	それ以外	・台風や天候不順によるキャンセルが多い。近年、集中的な降雨が非常に多くなっている。また、原価率の高さもかなり気になるところである。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍に加えて、中心街にある百貨店の撤退報道で、これから先、中心街はどうなってしまうのだろうかと不安である。	
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設関連の受注は順調だが、新型コロナウイルスの新規感染者数は余り減少していないので、心配である。
	○	食料品製造業（営業統括）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症もやや落ち着きをみせており、人の流れも多くなってきている。ただし、1人当たりの購入価格は例年より低く、買い控えの傾向がみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注につながるまでに時間は掛かりそうだが、見積案件が増えてきている。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月より受注は若干減少しているものの、おおむね計画どおりに推移している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の季節商材受注はあるものの、店頭販売品等の受注動向は、依然として低迷している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造、非製造業共に、原材料価格上昇の影響が広がるなかでの円安の進展は、収益にも影響が出て、2極化が生じている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきており、観光客も徐々に戻りつつある。ただし、9月は週末や連休に重なる形で台風が発生したため、外出を控えるなど、観光業にとっては良くない状況である。
	▲	その他製造業 [宝石・貴金属]（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、前年9月は予定していた大型展示会が11月に延期して開催されたが、今年は9月に開催できたため、展示会売上分の上乗せがあり、前年比30%増加となっている。しかし、海外からのバイヤーが依然入国できなかったことで、本来の商談会売上ほどは戻っていない。新型コロナウイルスオミクロン株の影響がまだ残っており、卸、小売共に、仕入れは慎重で、ルートセールスは引き続き低迷している。

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
	×	食料品製造業 (製造担当)	受注価格や販売 価格の動き	・仕入価格は全て上がり、販売価格に転嫁できていない。多少の動きがあっても、利益が出ない。食品製造の仲間が、価格転嫁できないことを理由に、廃業することになってしまった。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の脅威はいまだあるものの、花火大会等の各地のイベントが2年ぶりに開催される等、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況を取り戻しつつあり、宿泊業や観光地のサービス業等の求人が増えている。
	□	求人情報製作会 社(総務担当)	周辺企業の様子	・特別何かを実感するような動きや話を聞かない。
	□	職業安定所(職 員)	雇用形態の様子	・先行き不透明な新型コロナウイルスの感染動向や原材料不足、様々な物価高騰、円安等の影響を受けて、派遣やパートなどの需給調整的な求人が増えている。
	□	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・前年同月比で有効求人数は増加し、有効求職者数は減少するという傾向は3か月前と同様である。新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和による人流が活発化したことで、飲食、宿泊、小売業等の求人も増えつつある一方で、雇用調整での休業を余儀なくされている企業もある。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・現状の超円安が今後の経済にどう影響するのか、不安ばかりが渦巻いている。原材料の仕入価格高騰に、拍車がかかっている。
	▲	—	—	—
×		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・購買意欲がまるでなく、週末の駅前をみても買物客がいない状況が続いており、小売業は悪い。業者に聞いても暇で仕方がないとの回答である。

6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(-: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 (東海)	◎	一般小売店[土 産](経営者)	来客数の動き	・前年9月は、公共駐車場が約40日間全面閉鎖になり、観光客がシャットアウトされ、90%減少という寂しい状態であった。今年前半も新型コロナウイルスオミクロン株の感染爆発で自宅待機が続いたが、中盤以降は新型コロナウイルス新規感染者数も減少に転じ、終息に向けての歩みを進めている。観光客も80%ほどの回復で観光バスの姿も若干見られる。もう一息である。
	◎	百貨店(販売促 進担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の自粛ムードが払拭されて、客も来店に抵抗感がなくなっているようである。
	◎	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・客の動き、販売量共に良かった。問合せも多かった。この季節は売れる時期だからかもしれないが、それにしても今月は絶好調であった。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・客単価は相変わらず低いが、来客数は増えている。特に週末は、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいている。
	○	百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第7波の感染状況も落ち着き、平日午後の時間帯や土日を中心に来客数が多く、売上もそれに伴い回復傾向にある。海外の特選ブランドや一部の時計は継続的に入荷待ちで、高額品の需要も継続している。ただし、3連休の台風による閉店時間の繰上げ等は、売上への影響が大きかった。
	○	百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・来店客は、前年より着実に増えてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の水準には戻らず80%にとどまる。
	○	スーパー(販売 担当)	来客数の動き	・商品の値上げはそれほど影響していないようである。小売店側の企業努力が、業績の差異を示している。
	○	スーパー(販売 担当)	来客数の動き	・土日の来客数は以前から多いが、多めに商品をカートに積んでいる姿が見受けられる。
○	コンビニ(エリ ア担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き始めた大型連休前後から、来客数が伸び出した。例年よりも気温が高いこともあって飲料などがよく売れ、また、おにぎりやサンドイッチなど行楽商品も堅調に売れた。	

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
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は来客数の減少傾向も取まり、また、僅かではあるが過熱式たばこの一部やビール類で値上げ前の駆け込み需要があったため、売上もやや上昇した。
	○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比103.4%と好調であった。天候に恵まれない期間が続いたが、それでも前年を上回る結果となった。物価高が懸念されているが、現時点では、それよりもコロナ禍の緩和効果が追い風となっている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ファーストフードの増量セールや3年ぶりに花火が上がる祭りが近所で開催されたこともあり、来客数が増えた。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・クールビズが終わりスーツになるため、セット価格でお買い得な2着で購入する客も増えている。礼服の売上も伸びている。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・9月に入ってから高単価な洗濯機やエアコンが前年より売れている。洗濯機はモデルチェンジで単価が上がったが、安い洗濯機が品薄で平均単価を押し上げている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると新車の納期もめどが立つようになってきた。少しずつではあるが改善している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の納期が掛かることと円安の関係で中古車市場が高騰し、新車よりも高い中古車がまん延している。下取りが高いため新車ユーザーの買換えサイクルも早くなってきており、新車販売は前年より増えている。
	○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・住宅、商業施設共にリフォーム工事が多くなっている。また、受注金額が以前と比べて高くなっている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・毎年恒例の大型催事の来客数、購買単価が上向いた。商店街や街中も以前と比べれば人流が増加し、その結果、売上増加につながった。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・諸物価が上昇しているが、客単価も上がっている。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染状況の落ち着きが大きい。世界情勢、物価高など不安定要素はあるが、前年、前々年と比べれば良くなっている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・コロナ禍における行動制限の緩和により、来客数が増加している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・コロナ禍での制限が解除され宿泊も増えてきた。ただし、食事付きの宴会は、企業が自粛していて苦戦している。レストランも厳しい。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国的なイベント開催に伴う出張の手配が増えた。個人旅行も10～11月の予約が少しずつ入っている。ただし、全国旅行支援開始の急な動きで、既に予約完了、旅行費用も支払済みの客はどうしたらいいのか。旅行の申込みは、交通機関を伴う場合は最低でも2～3か月前に予約を開始し、日にちが良い場合は半年以上前から計画をするため、急に、宿泊のみの予約で10月からしか対象にならないという運用は良くない。その影響で、キャンセルやダブルブッキングが起きないか心配している。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・小グループではあるが、コロナ禍を前提とした団体旅行の計画が定着している。ただし、会社行事での旅行や大型の団体旅行は、全く動きがない。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・客は感染状況に大変敏感で、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してくると旅行申込みが増えてくる。まだまだ団体旅行は新型コロナウイルス感染症発生前の1割であるが、徐々に問合せが増えてきている。着実に景気は上向きにあると肌で感じる。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・物品の搬入日なども決まり、工事も進みつつある。
	○	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・県民割や全国旅行支援など、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて少しずつ動きがある。
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・人気ドリンク商品のキャンペーンがあり、多くの客が購入してくれた。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・複数の取引先が、通常ならこの時季は動きがあるが全く動きが出ず驚いていると言っている。何が原因かはよく分からない。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・仕入先から軒並み値上げの要請がきており、非常に厳しい。資材や消耗品も全てが値上がりしている。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・街中の商店街は、まだ新型コロナウイルス感染症の後遺症からなかなか抜け出せずにいる。

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
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店への来客数は増えているが、客は新型コロナウイルス感染症発生前のようにアルコールを飲まない。したがって、10月からメーカー値上げが予定されるアルコールであるが、仮需要が一切起きていない状況である。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・物価高が影響し、財布のひもが緩まない。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・為替の影響で買い控えがある。
	□	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波で来客数が減少したが、少し落ち着き始めてからはテナントビルの施策もあり、徐々に回復してきた。高額品の稼働があり売上は前年比110%で推移したものの、状況は厳しい。
	□	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の影響は収まってきているが、買上動向としては今一つ盛り上がり欠ける。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・魚、肉など食品原料の値上げで1品単価が上がっているため、前年と比較し1人当たり0.5点ほど買上点数は減少しており、結果として売上が落ちている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の単価が上がったため、余分には買わない。
	□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・人の動きは余り変化しておらず、売上への影響もそれほどない。前月の傾向が継続している状態である。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価は上がっているが、来客数が戻らない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・景気は、新型コロナウイルスの感染状況次第で変わる状況が続いている。最近は感染状況が少し収まってきているため、それに伴って特に夜の来客数が多少なりとも伸びてきている。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は減少傾向だが、客単価は上昇傾向にある。
	□	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・本来であれば外出機会が多くなる9月の大型連休であったが、台風等による大雨の影響により想定していた来客はみられず、おおむね3か月前と同水準で売上状況は推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・一見客からは、最近デパートに出掛けていない、行きつけのブティックが廃業したから立ち寄ったという会話をよく耳にするようになった。以前ならチャンスと思っていたが、小売店、特に物販には明かりが見えないため、妙に納得している。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・解体業の客が仕事を求めて別の地方へ出張するなど職人の客の来店が減少している。一般客については、SNSなどによる宣伝効果で増加傾向にある。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・一向に販売量は回復しない。新商品の企画も展示会も不調なままである。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・受注残はあるが納期の改善はみられない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・多少新型コロナウイルス感染症に慣れてきたことによって皆が落ち着いてきた部分もあり、やや悪い程度の水準で変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足や新型コロナウイルス感染症による海外生産や物流の制約により遅れていた新車生産が少し回復しつつあり、販売量が前年並みに回復してきた。ただし、ハイブリッド車のように半導体を多く使用する車種は、相変わらず生産が遅れているため、全体的にみるとまずまずの状況である。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半年前に受注した商品の入荷によって、単月の売上は3か月前よりは良くなったが、特に変わった様子はない。自動車の場合、登録できなければ売上にならず、在庫も少ないため、値上げ前の駆け込み受注もない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・ウィズコロナの長期化で麻痺している面はあるものの、新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況に鑑みると、感染に対する不安心理も働いており、商業施設への来客数には大きな増減はない。
	□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は週末に雨の日が多かったせいか集客が厳しかった。

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
	□	バー（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍での習慣や慣れで、外食しないで自宅でゆっくり過ごしたり外食しても早めに帰宅するようになり、2軒目の需要がほぼない。
	□	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少傾向がみられるが、宴会利用予約が増加するには至っていない。宿泊、レストランは新型コロナウイルス感染症発生前に近づいてきているが、一堂に集まる宴会は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて40%減少での推移である。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・4月より県民割が実施されていて10月10日までの延長も決定している。県民割の開始当初ほどではないが、売上も好調に推移している。
	□	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症対策による移動制限もなくなり、人の移動は増えつつある。一方で様々な価格改定の影響が出てきている。県民割などの割引で旅行需要は出てきているが、この先、その需要が持続するかは予断を許さない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は3連休が2回あり、台風の影響も少しあったが、大型会場で行われた子供向けイベントでは客が非常に多く入った。結婚式も3年前はキャンセルが相次いで少なかったが、徐々に回復して今月は特に多かった。ただし、夜はまだ少し悪い。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約者数は、前月よりは回復しているものの、前年比では約7割と大きく減少している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・特に3か月前と変わらない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・入園者数、販売状況などに変化がみられない。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・まず人出が少ない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・少しずつ景気は良くなっているが、かなり物価が上昇しているため電気代やガソリン代が高くなったという客がやはり多い。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が変化していない。相変わらず本当に小さな案件が時々ある程度である。仕事を変えなければいけないかもしれない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍もかなり落ち着いてきた。販売量の変化は余りみられず、ゆっくりと回復していくのではないかと。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・9月に入り少しずつ客入りが多くなる傾向にあるが、単価はかなり低くなった。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・当日来店のほかに電話等での事前注文が結構なウエイトを占めていたが、ここ2～3か月、特に今月は事前注文が激減している。
	▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・コロナ禍からの出口は見えてきた。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・首都圏向けの販売が弱含みである。ECでの購買にも力強さが無い。
	▲	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて景気は少し悪くなっている。例年9月は企業の決算もあり、予算消化のため記念品等贈答品の購入が秋口に向かって増えるが、諸物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の収束が見えないことで、先行きを考えて予算を使わずコストを抑えている。法人の需要が伸びず、個人の需要も相変わらず伸びなかった。
	▲	百貨店（売場主任）	それ以外	・例年9月は新作待ちで商品も少なく中途半端な月である。今年は売場改組に入っているため売上も厳しい。毎月どこかのブランドが値上げになるので、そのたびに話題にするが今のうちに買おうという客はいないため、売上には結び付いていない。
	▲	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトしつつも、依然、企業における接待や個人のレジャーに対しては慎重な姿勢がうかがえる。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数が大幅に減少した。より安価で売れる店への移行が大きい。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・商材が高くなっており非常に売りにくい状況にある。客は、高くなっている分、目的買い以外はなかなかしない。

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
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・りんごやみかんなどの初物が店頭に並び始めたが、平常と変わらない購買の様子である。飲食店の買い出しがほとんど少量で、ダメージは大きい。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・原料値上げの影響を単価でカバーしてきたが、来客数の減少もあり、かなり厳しい状況が続いている。
	▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・商品単価が上昇するなかで食料品においても消費が2極化している。全体的には来客数、客単価、買上点数が低下しており節約志向の傾向ではあるが、アップグレードの店舗においては影響が少ない。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・催物を実施しても、集客は一定程度あるが購入には至らないケースが多い。購入しない理由として、支出を抑えているからという声が多い。
	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・冷蔵庫やエアコンの買換えなどで、予算がないため安い物でよいと言う客が増えてきた。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・最近になって、ますます身近なところで物価上昇を実感するようになってきた。客との会話でも物価高で買う物を絞らざるを得ないという消費に後ろ向きの言葉が多く聞かれるようになった。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来店客は近隣のほぼ町内の客で占められている。公共交通機関を利用して来店する客はほとんどいない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・以前のような常連客の来店頻度が少し落ちている。
	▲	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・今まで団体客の食事は、コース料理4000円くらいがメインであったが、最近はそれぞれで定食を頼むケースが多い。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・今秋に値上げ予定の商材については、仮需要があり販売量はコロナ禍では10%程度の増加となっている。ただし、値上げは印象としても実感としても客の心象に深く刻まれており、今後は消費量を減らすと言う客が多い。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は8月末を境に落ちついてきているが、新たな法人客やグループでの団体需要が3か月前の6月ほどは新規に発生していないため、やや悪い状況である。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・来客数が減っている。
	▲	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・工事不要、ケーブル不要の置きWiFiへの切替えをする客で、固定電話の解約が目立っている。
	▲	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・3連休が2回あり集客の増加を期待していたが、2度の台風接近により残念な結果となった。新型コロナウイルス感染症の第7波により、シニア団体のほとんどが取消しとなった。
	▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月初旬から天候不順が続き週末等の台風の影響もあり、入場者数は予算を大きく下回った。予約数はそこそこであったにもかかわらず、雨によるキャンセルも多く残念な結果となった。
	▲	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	来客数の動き	・購入者層の集客が前年と比べ減少している。地域によっては前年比で70%程度のところもある。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が髪を切りに来る間隔が延びている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・まだまだ暑い日が続いているため、客の出足もやはり悪い。もう少し涼しくなるまでは、回復は難しいと考えている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響がある。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・仕入物品の価格改定が9月から徐々に始まっている。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は出てこない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・下請業者から仕事量が程よく回るようになってきたと聞いている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・物流倉庫関連の仕事をしているが、荷物1個1個には人件費等様々なコストが掛かり利益を圧迫している。経営者の話では、国の特別支援を受けて来年自動化にシフトすると聞いている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の話を見ると、皆、インフレが続いてこの先はどうなるかと考えているようである。

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
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前月同様、明らかに購買力が低下している。おにぎり1個のみ購入の客や買上点数が3点以内の客が、この夏は顕著に表れた。さらに、データからは喫煙をついに止めた人が相当数いるように推察される状況である。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	それ以外	・物価が上がっているため、分譲住宅購入時のローン支払に影響が出るのではないかと心配している。
	×	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約者数が前年より20%減少した。物価の上昇や先行きの不安なのか販売数が落ちている。住宅は不要不急と考え購入を控えている人がより増えているように見受けられる。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響等で遅れていた仕事や、部品が海外から入るようになった通常の仕事と、年度末に向けての仕事が重なって仕事量が増えてきたため、比較的景気は良くなっている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食や旅行への金の使い方が、新型コロナウイルス感染症対策で規制されていた時期と比べかなり増えている状況で、飲食店オーナーなどの話からは、景気は良くなっているようである。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は比較的落ち着いた様子であるが、業種によっては良くない方で円安の影響がある。
	○	公認会計士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症を巡る経済活動の制限が緩和され、原材料の価格高騰による価格転嫁も徐々に進みつつある。消費者も新型コロナウイルスに対する抵抗感が薄れ、新型コロナウイルス感染症発生前のような生活に戻りつつあり、客単価の上昇や来店客の増加がみられる。売上が前年同月上回る企業が多い。
	○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店が少しずつ売上を伸ばしている。法人が赤字から脱却して黒字になってきている。
	○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	受注量や販売量の動き	・少し風向きが変わり、引き合いは8月より多くなって活気が出てきた。設備投資に少し前向きになってきたようである。ただし、相変わらず自動車関連の会社は良くない。
	□	食品品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・上半期の販売状況は天候にも恵まれ堅調に推移したが、下半期に向けては原材料価格、エネルギーコストの高騰など不安定な要素ばかりで、少しの油断もできない状況である。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格の上昇が続いているが、価格転嫁がしにくい状況が継続している。併せて電気料金の上昇が非常に大きくなっており、生産の継続が大変な状況である。
	□	金属製品製造業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・仕事量はそれなりに出ているが、原材料価格の高騰に対する価格転嫁が進まないため、収益性はむしろ落ちている。
	□	一般機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・円安で価格競争力はあるが、原材料費と輸送費が高騰しているため、余りもうけが出ない状態が続いている。納期が延びている部品があり、製品納期が長いため客の要望に沿えず失注する案件も出てきた。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・高額商品の動きが良くなっている。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ3か月程度は、材料購入量に当たる受注量・生産量には特に変動はなく、ほぼ横ばいである。
	□	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	取引先の様子	・取引先の人員整理でいろいろなところに転籍になった人がとても増えた。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品不足による生産量の低下、値上げによる消費財の販売低迷により、製造業、流通業共に荷量が減少している。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・荷主の業種により、大口の引き合いもあれば、自動車関連は出荷量が安定せず苦戦が続いている。例年は9月から年末まで忙しい時期が続くが、ここ2～3年、新型コロナウイルス感染症が流行してからは読めない状況が続く。	

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
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・実質GDPは新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準になったが、不安材料があり本格回復とはいかない。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・仕入価格の上昇を価格に転嫁する企業が増加している。現時点では吸収できていても、仕入価格の上昇が続くようだと販売価格に転嫁できない企業は厳しくなってくる。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、外出や遠出をする人が増加傾向になっている。今月の売上も前年を上回る状況となっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せなども一段落した。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスワクチンの複数回接種や感染症そのものにも慣れてきている感もあり、イベント等の広告出稿の引き合いは微増しているように見受けられる。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・野菜を扱う業者は、通年稼働ではなく8か月稼働で4か月は暇であるため、今年のように気候変動があると経営が苦しいという。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に伴い、受注量が大幅に落ちている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢の長期化、円安、半導体不足、材料費や輸送費の高騰等の影響があり、なかでも自動車関連の受注量、販売量が減少し、景気はやや悪いままである。
	▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・液晶、半導体等の業界で在庫調整があり、容器の出荷量が減少した。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・自動車関係の部品素材製造向け消耗品は、通常より2割程度少ない。電子部品関係は順調であるが、残業して生産するまでの受注量ではない。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・継続的な円安に加えて値上げラッシュで、先行き不安でしかない。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・当地域の特性か、自動車業界に関連する客の動きが悪い。毎年秋口は集客が伸びるが、今年は悪く販売件数が伸びてこない。車の生産が落ち込んでいるためか、従業員からは景気の先行きに不安の声も聞くので厳しい。
	▲	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・欧米との貨物量が減っている。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足の影響を受け、IP電話の開通に必要な機器を調達できず客の要望に応えられないケースが増えている。受注目標に対して、年度末着地としては相当数の未達が予想される。
	▲	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・分譲住宅市場の売行きは、芳しくない状況である。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注価格や販売価格の動き	・10月から様々な商品の値上げが予定されているが、買いためするほどの購買意欲は見受けられない。やはり賃金の問題である。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に8月より落ちている。季節要因で9月から年末までは通常月より20%ほど受注量の多い時期であるが、今年は例年より良くなかった8月から更に落ちている。通常と比べると25%ほどの落ち込みではないか。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・景気全体に停滞感がある。個々の企業としては、原材料の価格高騰で適正利益を確保するために販売価格へ転嫁したいところではあるが、取引先の中には当初契約を盾に認めないとする姿勢がみられ、困惑している。
	×	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先の事務機器メーカーによると、上半期末の9月は、予算状況をみながら駆け込みで事務機器を買換える得意先が大抵あるが、今年は軒並み延期となっているそうである。景気が悪い証拠である。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・物価上昇により、食品など必需品以外の買い控えが始まっている。賃金アップが伴っていないため、サービス関連まで消費が向かっていかない。
雇用	◎	—	—	—

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
関連 (東海)	○	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・足元の景況感ばかり影響を受けていない。各社が設計開発を止めずに進めており、業務終了を迎えたエンジニアは早々に次業務への配属が進み、稼働率も緩やかに上昇している。
	○	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で増加を続けている。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が新型コロナウイルス感染拡大前の水準に近づいてきている。
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	求職者数の動き	・引き続き企業側の採用意欲が旺盛である。外部環境の変化がありながらも、キャリア採用ニーズは高止まりしている。
	□	人材派遣会社(経営企画)	周辺企業の様子	・特段の変化はない。
	□	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・ホテル業界はまだ回復の見込みはない。
	□	人材派遣会社(企画統括)	求職者数の動き	・新規求職者数が人材派遣、人材紹介共に減少傾向にあり、前年同期比でも減少している。
	□	人材派遣会社(営業担当)	それ以外	・物価高の影響がある。
	□	アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・自動車生産においては半導体・部品供給不足が継続しており、各社で工場の稼働停止が続き、人材の確保等に苦労している。
	□	新聞社[求人広告](営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響は収束方向にあるが、円安、ウクライナ問題などマイナス要因が継続している。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べ全体的に増加している。なかでも宿泊業、飲食サービス業は倍以上の数字となった。新型コロナウイルスの新規感染者数は以前と比べ減少していることから夏休み期間に人流が活発になったことが要因と思われる。一方、経験者を求める企業も多いため人手不足は続き、また、半導体不足が続いていることから特に自動車製造・販売等に影響がみられる。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に減少したが、有効求職者数の減少割合が有効求人数の減少割合を上回ったため、有効求人倍率が僅かに改善した。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・ガソリン販売会社は、原油値上がりの影響はあるものの国からの補助金で安定している。製造業では従業員の新型コロナウイルス感染による要員不足で影響が出ているところがある。飲食業は景気が回復傾向にある。食品加工製造業は電気・ガスなど光熱費の高騰により経費が高騰するとともに、輸入食材の原料費が高騰して厳しい状況である。
	▲	人材派遣業(営業担当)	周辺企業の様子	・原油高により、製造コスト見直しや経費削減の動きがより一層細かくなっている。最低賃金改定に伴う賃金上げが以前に増して厳しい様子であった。
	▲	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・円安の影響で調達コストが上がっている企業は、コスト削減で採用計画を見直す動きがある。
×	新聞社[求人広告](営業担当)	それ以外	・急激な円安により消費マインドが落ち込んでおり、全体的には悪化している印象を受ける。	

7. 北陸(地域別調査機関:一般財団法人北陸経済研究所)

(-: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 (北陸)	◎	コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・2回の3連休は天候に恵まれなかったものの、月を通してみると来客数は復調している。
	◎	都市型ホテル(役員)	来客数の動き	・3年ぶりに当地域で祭りやイベント、スポーツ大会が開催され、国内の個人客、団体客共に増加傾向が続いており、稼働率は新型コロナウイルス感染症発生前の85%にまで回復している。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準に戻ってきたが、1人当たりの買上単価は相変わらず低い。仕入価格や電気代などの経費が上がっているため、経営自体は変わらず厳しい状況である。
	○	一般小売店[事務用品](店長)	お客様の様子	・年末に向けた商材の購入が活発になってきたように見える。前年まで取りやめになっていた行事も、徐々に開催されてきている様子である。

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
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	お客様の様子	・観光客の動きが増えている。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・高額品の動きは変わらず堅調で、物産展などへの来客数も多い。また、2度の3連休に他県からの観光客が多数あり、街中のイベントも徐々に開催されているため、街の中心部への人の流入が活発になっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・富裕層向けラグジュアリーブランドの期間限定販売や食品物産催事など、客が興味のある企画や商品には反応があり、大きく売上を伸ばしている。また、限定的ではあるが、アパレル部門では旅行やセレモニー需要により、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の実績を超えるブランドが出始めている。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・夏場から現在まで売上が増加している。前月同様1人当たりの買上単価が増加したため、それに伴い利益も増えている。商品価格の上昇により売上額は増加した一方で、値上げによって来客数が減少したなどの変化はない。この状態が数か月続いており、景気の良さあしで言えば、値上げ後も来客数の減少がなかったのようになってきていると考える。ただし、景気が良くなっているから値上げしても商品が売れているというには違和感がある。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ続きそうであるが、少しずつ回復しているようにみえる。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・季節関連商材や大型商材が健闘しており、やや好調に推移している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発表があり来客数が増えている。車の入荷も少しずつではあるが増えており、売上が3か月前よりもやや良くなってきている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・来客数や販売量の動向から、日常生活は新型コロナウイルス感染症発生前の生活スタイルに戻りつつあるとみている。一方で、非日常型の商材や晴れの日向けの商材などの回復はまだ低調である。この先は年末年始などを迎えて季節行事が増えるため、回復してくることを期待している。
	○	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する国の対応が緩和されたため自粛の雰囲気がなく、制限がない状況のため、消費者の動きが活発化している。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比で171%、宿泊人数は168%、宿泊単価は99%と前年よりは改善されているが、2019年との比較では72%でまだ苦しい状況が続いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前年同月が悪かったこともあり、売上は前年よりは回復している。しかし、新型コロナウイルス感染症第7波のために、回復状況は新型コロナウイルス感染症発生前の半分程度で、戻りが悪い。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月中旬頃から、貸切りの仕事が多少入ってきている。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新商品が発売され予約が多かったことに加え、思っていた以上に新商品の納入数が多い状況である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当地の大きな祭りや大型商業施設の周年イベント、コスプレイベントなど、秋の催事は相変わらずにぎわいをみせているが、客の周遊や売上への影響が少ないなどの課題も多い。飲食店の団体利用はまだこれからの状態であり、プレミアム付食事券の期間延長は喜ばしいが、飲食業以外の店舗への支援は乏しいと考える。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・日常使いの商品販売は通常の状態だが、ギフト需要の動きが非常に悪いため、その分の落ち込みが販売量に影響していると考えられる。
	□	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・連休ごとの台風の影響でやや苦戦したが、遠出ができない分、ファミリー層を中心に来客数はまずまずであった。一方で平日の年配層の来店が少ない。新型コロナウイルス感染症の影響が大きいとみているが、商品価格の高騰も要因の可能性がある。買上品目が少なく目的商品のみ購入が目立ち、価格を気にする動きが出ている。外出需要も増加傾向にはあるもののまだ少なく、バッグなどの動きは低調である。
	□	スーパー（統括）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつあるものの、物価上昇や電気料金等コストの増加により、以前と大きく変わらない。

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
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年より回復傾向にあるものの、1人当たりの買上単価が低下している。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大という1つのきっかけで、金を掛ける価値観が変わったようにみえる。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年比10%程度の来客数の落ち込みが続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・自動車販売業においては、生産が回復せず長納期状態が続いている。9月から増産できる予定であったが、先日の台風被害の影響もあり遅れが続いており、販売の大きな支障となっている。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・9月は半期決算のため集客増加を狙い販促も多く実施したが、来客数は前年割れした。前月の反動による販売減少を大きく見込んでいたがそれほど影響はなく、市況全体の変化は少ないと考える。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月後半は1～2人の来店で閉店休業となったが、連休前まではとても良かったので何とかかなり、ホッとしている。皆、旅行や外食する機会が増えたと聞いている。
	□	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がまだ収まらない。一時よりは減少傾向にあるが、昼夜にわたり外出を控える傾向である。ただし、観光客の数は週末を中心に多くなっている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、引き続き新規契約者数が前年と同様の獲得数で推移している。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・景気の影響だけとはいえないが、今春以降、新規契約者数が伸び悩んでいる。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・木材や建築資材の価格高騰だけでなく食品などの価格高騰もあり、客が良いマインドを持つことができない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりといった状態で、イベントやランチの人出は回復しているようだが、今一つ活気がない。地方ではコンサートも大入りのようで県外客も多いが、当商店街でその恩恵を受けるまでには回復していない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・販売量や来客数の減少はずっと続いているが、今月は特に来客数の減少が大きかった。来月以降も続く、値上がりの影響があると考える。
	▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・価格改定が続き、消費者がディスカウントストアへと流れている状況である。来客数の減少がじわじわと続いている。
	▲	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・来客数や買上点数は減少しており、買上単価は何とか現状維持しているが、非常に厳しい状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇が続き、支出は生活を維持するために慎重にならざるを得なくなっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・2回あった3連休だけにぎわいがあったが、その他の週末は新型コロナウイルス感染症発生前と比べると70%ほどの集客しかなく、非常に厳しい状況である。
	▲	旅行代理店（従業員）	それ以外	・3か月前は団体の問合せがそれなりにあったが、新型コロナウイルスオミクロン株のまん延で、秋の団体旅行は半分以上キャンセルとなっている。現在、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着きつつあるが、秋に団体旅行をするにはもはや準備が間に合わないため、団体予約が復活することはないと考える。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・行動制限はないものの、観光業において客の動きは依然として鈍く、諸物価の上昇もあり、3か月前と比べるとやや悪くなっている。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・競輪の車券売上額がやや減少しているようにみえる。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、自分が感染するリスクを皆意識しており、新規入会者が増えない。また、経費が上昇した分の吸収ができそうにないため苦しい運営になっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・従業員の家族が新型コロナウイルスに感染し、やむを得ず本人が休職するケースが多くあり、店の営業にも影響している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の検討期間が長くなっている。また、検討後のキャンセルも増えており、契約率が悪くなっている。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。来店頻度が下がっている様子である。

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
	×	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への意識は少し和らいできた感じが見受けられるが、生活用品の価格高騰やその他の商品の値上げが大きく影響している。
	×	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・10月から酒類が値上がりするため、その前にまとめて仕入れたが、以前の感覚から買い過ぎてしまうという悪い判断になり、これをどう販売するか思案している。
	×	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・客は様子見で、すぐに結論を出すことはない。物価の上昇や金利、地価など今後の変動を見極めるために時間を掛けており、商談も長引いている。
	×	住宅販売会社 (営業)	販売量の動き	・受注量が前年比で4割減少している。客の買い控えが顕著になってきたように見える。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、中国におけるゼロコロナ政策などの新型コロナウイルス感染症の影響により物流が滞った時期はほぼ脱出したようである。各企業が調達ルートを確認し、生産も徐々に回復している。感染症発生前までにはまだ届かないという経営者が多いが、おおむね日常の仕事はできるようになってきており、全ての業種において、感染症発生前の状態に近づいてきたという印象で、少し明るい兆しがみえる。
	□	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注や売上は変わらずに推移している。
	□	プラスチック製品製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・半導体不足やロシアによるウクライナ侵攻の長期化に伴う供給制約の継続、原材料価格の高止まりの影響は大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は堅調に推移しているものの、需要は一旦落ち着いたように見える。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注価格や販売価格の動き	・物量は若干回復傾向にあるが、運賃改定が思うように進まず、収益の回復が遅れている。
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・半導体不足の影響により納品が遅延している状況ではあるが、3か月前と受注量に変化はなく上期に引き続き好調である。
	□	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・取引先の第2四半期の業績予想が、第1四半期から横ばいで推移している。前年と比べて改善傾向にあるものの、新型コロナウイルス感染症発生前との比較ではまだ回復していない。
	□	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者から、一般個人客からの問合せが少なくなってきたという話を聞いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・親族や従業員への事業承継関連の依頼が多かったことはプラスだと評価している。しかし、この数年の新型コロナウイルス感染症の影響による業績悪化のため、事業承継の過程で債務整理等で苦労したという話も多い。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・表面上の受注や販売は堅調に推移しているが、原材料価格を始めたとした様々なコストアップによる価格転嫁で値上げした商品が苦戦する一方、価格転嫁していない商品の受注や販売は増加する傾向となっており、収益性は著しく低下している。
	▲	繊維工業 (総括)	受注価格や販売価格の動き	・受注は引き続き堅調であるが、電力料金を含めた原材料価格の高騰に拍車が掛かっており、収益環境が一層厳しくなっている。
	▲	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・ウクライナ情勢や円安などにより、原材料や燃料の価格が高騰しているが、発注者の設計価格に反映されるまでに時間差があり、その間の採算性が悪くなっている。
	×	精密機械器具製造業 (財務担当)	受注量や販売量の動き	・一部に販売が堅調な取引先はあるものの、全般的には3か月前又は前月と比較して、販売量が落ちてきている。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・各種イベントが復活し、企業の活動が活発になっている。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数は高止まりの状態、更に増加したり減少したりはしていない。
	□	求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・求人数が余り変わらない。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・事業告知などの営業広告、それ以外の求人や不動産などの広告も、申込件数はほぼ横ばいで大きな変化はみられない。

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
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が求職者数を上回る状況は継続しているが、特段の変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年と比べて増加が続いている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・民間の求人数が増加しておらず、好転の兆しがまだみられない。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・燃料費の高騰で、企業の動きが少し鈍くなっている。
	×	—	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：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 (近畿)	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響も限定的で、長らく外出を自粛していた高齢者の来店も堅調に増加している。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・9月に入り、新型コロナウイルスの感染状況が改善に向かうにつれて、客の購買意欲が高くなっている。マスクはまだ外せないものの、意識はかなり改善されている。百貨店で買物するリスクもほぼ感じておらず、来客数は前年の150%以上となった。商品別にはフード関連が30%近く伸びたほか、ラグジュアリー関連も40%以上の伸びとなり、ブランド売上の増加のけん引となっている。雑貨関連も売上をけん引しており、特に月後半は台風の影響で店の閉鎖もあったものの、合格点に近い水準となっている。
	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・行動制限が緩和されるなか、来客数の増加と客単価の上昇、国内中間層の通勤や行楽用のファッション関連の買換えなどで、売上は前年比で20～30%増えた。また、特選品や時計、美術品、宝飾品の好調は、富裕層を中心に続いている。食品もレストランやベーカリーが好調となってきた。唯一、価格の上昇による影響を大きく受けている、生鮮3品と生活雑貨がやや苦戦している。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、宿泊部門は府民割もあって好調が続いている。客室稼働率も71.0%と前月比で9ポイント伸びており、10～11月の予約も増えている。延期となっていた修学旅行の団体客も、直近になって入ってきている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・インバウンド需要のない状態であるが、稼働率が90%台となる日が増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼間の人出が戻ってきている。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	それ以外	・月初めは客が来ない日はなかったが、中盤くらいから相次ぐ台風の影響で、客足が止まった。それまでに修理や加工の依頼が少しあったため、売上は何とか維持できたが、家賃や固定費を除いた利益は厳しい。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・直営店の来客数が若干の増加傾向にある。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が前年比で3.0%の増加と、明確に前年を上回っている。コロナ禍も一段落し、来客数が増えている。食料品の売上は25日までで1.5%の増加であるが、化粧品・雑貨は17.0%、婦人服は9.9%の増加と大幅な伸びをみせた。全体として客の外出機会が増えたと感じる。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症関連での規制緩和や、外国人の入国制限の緩和に伴い、今月も高額商品を中心に、売上は前年比で25%の増加と好調に推移している。また、3連休に合わせた物産や食料品の催事は、台風の影響を受けたものの、集客が約20%増えたことで売上が確保できている。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・今月は前年の水準を大きく上回るなど、明らかに復調の動きが見られる。さらに、観光客を中心に来街者が増加している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着き、人流が戻りつつある。今月の前半は残暑が続き、中旬には台風14号の上陸で閉店時間を早めるなど、天候による影響を大きく受けたが、食料品の物産展を中心に、来客数の回復が顕著となっている。

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
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月に入って来客数が前年を安定的に上回り、店での滞在時間も伸びている。コロナ禍も少し落ち着き、感染に対策しつつも神経質な雰囲気は薄れていると感じる。家族連れや3世代のファミリー客など、ショッピングを楽しむ雰囲気も感じられ、売上も食品や雑貨を中心に堅調である。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・イベントや物産催事の復活などに伴い、各種の広告媒体による訴求活動も再開したため、特に若年層やファミリー層の集客が戻ってきている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が予想どおりに落ち着き、郊外から都心に買物に来る動きが、店舗別の来客数にも表れている。郊外店はほぼ前年並みであるが、都心部は2けたの増加となっている。様々な商品の価格が上がり、買い控えも出るかもしれないが、外出の機会が増えることで来客数の増加につながる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言による反動もあり、来客数は大きく改善した。台風以降の気温の低下もあり、秋冬商材の動きが活発化している。一方、物価の上昇は続いており、今後は中間層を中心とした消費意欲の低下がリスクとなる。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いてきたこともあり、来客数が増えてきている。一方、依然として富裕層を中心に高級時計や海外ブランド品への需要は高く、一部の高額品は全く手に入らない状態が続いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・コロナ禍による行動への影響も小さくなっている。良くなったというよりも通常に戻ってきた感じである。
	○	スーパー（社員）	来客数の動き	・食品メーカーによる値上げが続き、多くの店舗で店頭価格が上昇しているが、客の買上点数が減っているため、客単価は前年並みで推移している。また、来客数の減少により、前年よりも売上が減少している店舗が多い。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で販売量が5～7%増えたため、商品の供給を10%ほど増やし、機会損失を防いでいる。
	○	コンビニ（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の減少に伴い、周辺企業の出勤者数も戻りつつあり、特に朝の通勤時間帯の来客数が増えている。近隣のビジネスホテルの宿泊者数も、少しずつではあるが戻ってきている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も小さくなり、来客数が増えている。
	○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数はほぼ横ばいであるが、一部で高額な買物をする客が散見されるようになっている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・自治体の補助金効果で、エアコンの販売量が増加している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・半導体の影響も少しずつではあるが、回復していると感じる。来年度になれば更なる回復が見込まれる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・今まで自由に使えていたクーポンが、今月から一定額以上の買物でしか使えなくなった。その影響で客の買上点数と客単価が上がり、効率良く仕事ができている。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・受注件数が増え、注文数量や単価も上向いている。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・コロナ禍に伴う、行動規制や海外渡航の動きが緩和されるなか、売上は現状よりも良くなる。
	○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月12日から府民割が始まったため、客が増えた。また、2度の3連休もあり、来客数、販売量共に増えている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・府民割関連の駆け込み需要のお陰で、客足が伸びている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・以前の水準には全く及ばないが、客室の稼働率も徐々に回復している。特に週末の人流が増えており、観光目的での宿泊が増えている。平日については、ビジネス利用の宿泊が回復傾向にある。
	○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・府民割により、集客が増加傾向にある。

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
	○	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・県民割の延長による需要拡大だけでなく、割引がなくても旅行をしたいという、遠方への旅行者が増えている。
	○	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着きつつあり、客の様子が少し明るく、旅行を検討する動きも見られる。全国旅行支援や海外からの入国制限の廃止も決まったことで、旅行マインドが盛り上がりつつある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・通院や外出に伴うオーダーがあったが、最近は街の出入が多くなり、レジャーでの利用も増えてきている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けたのは過去の話というほど、人の意識が前向きに変わってきたと感じる。新型コロナウイルスの新規感染者数に一喜一憂することなく、本当のウィズコロナを実践している人が増えている。後は重症化リスクの軽減などが求められる。
	○	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波はピークアウトし、人流は回復している。ただし、百貨店や商業施設の業績は8月並みで推移しており、回復は鈍い。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着き、高齢者の来客が戻ってきた。インバウンドの団体客も少し来店している。
	○	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・予約制の展示場での、面談依頼が増えている。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は、若干であるが増加気味となっている。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・季節が夏から冬に変わるこの時期は、夏物衣料、冬物衣料共に動きが悪く、今年も例年と余り変わらない。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・物価の上昇に伴い、消費者が価格に敏感になっている。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着くと予想されたが、買い控えが始まっている。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・9月は秋のお彼岸で販売量の増加を期待したが、一向に売上の増加にはつながらず苦戦している。これから気候も良くなり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着くことで、販売量が伸びることを期待したい。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・様々な施策が功を奏し、今月の売上は目標比、前年比共にプラスとなる見込みである。ただし、客の購入商品は徐々に絞られており、中間層や若年層による購入のほか、従来の定番商品の売上が厳しくなっている。客による商品の購買には、年々慎重さが感じられる。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・円安による高額品の売上好調や、観光客数の増加により、免税売上は好調に推移している。インバウンドによる化粧品売上も回復傾向にある。一方、国内売上では外商の回復が続いているが、外商以外の回復は少し足踏みの状態である。
	□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・仕入原価の高騰や、物流費、水道・光熱費のコスト上昇で、メーカーも小売店も値上げせざるを得ない。消費者も様々な方法で出費を抑えようとしているため、低価格志向が強まりそうである。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・値上げの報道が相次ぎ、ビール類は10月1日から出荷価格が上がるが、買いだめの動きはそれほど目立たない。他の商品の価格も上がっているため、関心が分散し、ビール類の集中的な変化はみられない。
	□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は落ち着きつつあるが、販売量や来客数の推移に大きな影響はみられない。10月以降の値上げを前に、駆け込み需要があると予想したが、特にまとめ買いなどでの混乱はみられない。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・9月に入れば忙しくなると予想していたが、飲食店も来客が少なく、頭を悩ませている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしているが、特に客の動きに変化は感じられない。コロナ禍にも少しずつ慣れてきたように感じる。

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
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・特に変化を感じず、来客数や購買量の動きも安定している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・まとめ買いの客が少なくなり、通常に戻ったと感じる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・コロナ禍ではあるが、客の動きに大きな変化はなく、売上も横ばい状態である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・朝晩が肌寒くなり、冷たい物が余り売れなくなっている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・実感できるような変化はない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・商品が軒並み値上げとなり、客の購買意欲が下がっていると感じる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・半導体不足の影響で新車がなく、商品があれば売れるが、来客数は依然として少ないままである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・来客数はそれなりに増えてきたが、商品の供給が少ない状態が続いている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍は徐々に落ち着いてきたが、価格の上昇による買い控えなどが顕著に出てくる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への対応が少しずつ変わっていき、外出や消費への意欲も上向いているが、宝飾業界の数字には表れていない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・来客数は増加傾向にあるが、買上点数、客単価共に悪化傾向となっている。内服薬や健康食品などは堅調に推移しているが、食品や日配品などの生活必需品の売上が中心であり、景気の回復は感じられない。今後も今月のような状況がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、全国的に減少傾向にある。週末を中心にレジャーなどの外出意欲は高く、販売量は前年をやや上回っている。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	販売量の動き	・商店街は何も行動することなく、従来どおりであるため、現状維持となる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・前月と比べて、徐々に来客数が回復傾向にある。新型コロナウイルスの新規感染者数が減れば、来客数が増えるという、反比例の関係が続いている。一方、日本全体の物価の上昇により、消費者はお金を使うところは惜しまず使うが、節約するところは節約するという傾向が感じられる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況から、外出や飲食に関する協力要請が継続している。観光支援も遅れ、他府県に比べて旅行や外食需要は厳しい状況が続いている。さらに、物価の上昇による直接的な影響で、利益が減少している。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・単価や稼働率が横ばい状態にある。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販促担当）	それ以外	・客室部門の状況は、前月比では稼働率が0.3%上昇、客単価が241円の低下、前年比では稼働率が40.2%の上昇、客単価が1981円上昇している。料飲部門の収入も、前月比で218万4000円の増加、前年比で999万3000円増えている。10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始といった明るいニュースがあり、実際に引き合いが非常に増えている一方、円安や物価の上昇といった暗いニュースも見受けられる。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	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た7～8月と比べれば、9月に入って来客数、受注額共に少し増えている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・物価の上昇で、消費マインドが低下している。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・良くも悪くもなく、横ばいで推移している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	単価の動き	・単純に前年や3か月前との比較で、売上や単価が悪化している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・通信会社の方針が変わらない限り、今の状況を抜け出せそうにない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比較して、横ばいの推移となっている。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波以降、来場者が減少したままである。

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
	□	美容室（店員）	単価の動き	・単価は変わっていない。秋になると少し落ち着いてくるのは例年どおりである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・関西の新築分譲マンション市況は、好調な首都圏と比べて販売状況は少し良くないが、都心のタワーマンションの一部が人気であり、マンション市況全体を引っ張っている。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、当社でも新たな感染者は出ていないが、上向き材料とはならず、横ばいのままとまっている。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築の不動産市場では、価格の高騰が続いている。高額物件では堅調な動きが見られる一方、1次取得向けの動きは鈍化している。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・9月中旬から来客数が減少傾向にあり、商品の値上がり余波をもろに受けていると痛感している。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の前年比は、7月がプラス1.1%、8月がプラス6.2%、9月がプラス1.1%と改善しているが、2019年の水準には届かない。特に、8月中旬にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたため、来客数、売上共に減少傾向にある。特に60歳以上の客の動きが注目される。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・客の様子からは、必要最低限以外の物は購入しないという傾向が、今まで以上に感じられる。
	▲	百貨店（営業推進担当）	それ以外	・10月以降の値上げによる、消費の冷え込みが懸念される。
	▲	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・前月までは、3年ぶりの夏の外出需要や、猛暑による季節商材の好調が続いていた。今月に入って気候が落ち着くと、10月からの値上げに備えて、無駄な買物はしないという意識が高まっている。アパレルやファッション雑貨は一部で値上げが始まっており、価格をみて購入をやめる客も多い。
	▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が相次ぎ、客の低価格志向が強まっている。一定のコアな固定客はみられるが、少しでも安い物を求めて買い回る客が増えている。そのなかで、10月からの値上げが繰り返し報じられたビールなどは、買いだめによって久しぶりに売上が大きく上昇した。ただし、10月以降はその反動減が出てくる。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・チラシの配布枚数の削減に伴い、来客数が減っている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・前月からの食品の動きでは、1人当たりの買上点数が減少している。広告を入れた日も目玉商品だけが売れて、定番商品の併売率が落ちている。やはりこの原因としては、値上げが大きいと考えられる。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・台風の影響もあって果物や薬物野菜の価格が値上がりしたほか、お彼岸の墓花も、台風の影響で例年と比べて売行きが余り良くない。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・7月は来客数の前年比が96%であったが、現在は90%まで落ちている。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・様々な原料や製品価格の値上がりで、買上点数に影響が出ている。衝動買いでのプラス1品の購入がなくなり、必要な物を選んで購入するスタイルに変わっている。コロナ禍での外出制限もなくなったことで、家庭内での需要も減っている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・台風などの影響で、近隣企業の出勤者が減り、自然に売上が悪化している。一方、業者からの納品単価は上がっているため、消費者、企業共に全体的な動きが一旦引き締まる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・行動制限は行われていないが、対面での会合は少ない。また、旅行の動きも限定的であるため、婦人服の需要が停滞している。
	▲	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・物価の上昇で、商品の単価も上がっている。
	▲	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・口頭での値引きが多発している。客も見積りの細分化など、少しでも価格が安くなるような要望が増えている。
	▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・台風シーズンに入り、土日、祝日のたびに天候が悪化し、来客数が伸びない。また、台風後に気温が下がり、過ごしやすい気温となったこともあり、売上をけん引する商品もみられない。

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
	▲	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	単価の動き	・円安やウクライナ問題、消費財の値上げなど、どれ1つ収まる気配がない。
	▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・景況感の悪化が客足を鈍化させている。
	▲	美容室 (店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着いて、少し予約が戻ってきたが、インフレの影響で商品が売れなくなったため、売上に大きな変化はない。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・資材価格の高騰などで、検討客に買い控えの動きが感じられるため、徐々に市場の鈍化が見込まれる。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・客が物価の上昇を感じ始め、住宅などの高額商品に興味をみせなくなっている。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	それ以外	・不動産取引の件数が減少しているように感じる。
	×	一般小売店 [雑貨] (経営者)	お客様の様子	・非常に厳しい状況であり、とにかく消費意欲が感じられない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・気候による影響が大きいかもかもしれないが、高齢者の買物が減少している。
	×	家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・円安や物価の上昇、電気代やガス代の高騰に加え、10月からの様々な商品の値上げを前に、消費意欲が低下していると感じる。対策を早急に講じてほしい。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・新築、リフォーム共に、新規客が増える時期にもかかわらず、例年よりも少ない。また、例年とは大きく異なり、法人客よりも個人客が減っている。
	×	住関連専門店 (店員)	それ以外	・世間では、物価の上昇で生活が苦しくなっている。
	×	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・円安の影響を含め、あらゆる物の価格の上昇が、全てにおいてマイナスとなっている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・物価の上昇に伴い、消費者の財布のひもが固くなっている。
	×	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・当地は観光地であるため、忙しい時期と暇な時期のギャップが大きい。また、当店の社員にも新型コロナウイルスの感染者が出ている。
	×	通信会社 (役員)	それ以外	・携帯電話の販売は、キャリアと呼ばれる通信事業者の営業方針で損益が左右される。総務省からの指導や、極端な営業方針の変更で、キャリアショップの運営が急激に厳しくなっている。
	×	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は8426円で、3か月前の客単価は1万955円よりも低下している。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・飲食店への客の流れが少しずつ増えており、飲料水の売上も徐々に回復傾向にある。さらに、10月からの値上げの影響で、少し仮需要が増えている。
	○	出版・印刷・同 関連産業 (企画 営業担当)	受注量や販売量の動き	・以前よりも問合せ件数が増加しており、それに比例して受注量も増えている。
	○	化学工業 (管理 担当)	受注量や販売量の動き	・車載関連の需要が回復してきたため、出荷量は増加している。ただし、化学品の原材料の値上げが大きく、販売単価に転嫁しきれていないため、利益は減少している。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷が9月に入って増えている。
	○	電気機械器具製 造業 (経理担 当)	取引先の様子	・取引先からの注文の問合せが増えているため、購買意欲が高まっていることは確かである。
	○	輸送用機械器具 製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・特に、国内での新規生産ラインの引き合いが増えており、受注も少し増加傾向にある。
	○	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・来月の値上げに向けて、ほとんどの販売業者が在庫用に大量の発注をしており、通常の配送量をはるかに超えている。

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
	○	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円安の進行が定着し、家庭用品全般で既存品の値上げや商品の入替えが進み始めたため、利益的に改善傾向にある。販売状況は、前年が緊急事態宣言中であったこともあり、前年比では大きく改善しているが、水準は低く、小幅の改善にとどまっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づく、受注量の減少する取引先が多い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が落ち着いた状況ではあるが、変化はない。サプライチェーンの関係で納期が延びている案件も多い。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の生産計画や内示は通常どおりに発表されているが、実質的には約20%の減産になっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注案件が僅かに増えている。ただし、以前の水準にはまだ戻っていない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は半導体関連の取引先が多いほか、輸出も多いため、これまではその恩恵を受けていたが、8～9月は祝日が多かった影響で、一時的に業績が下がっている。これが景気の影響によるものかどうかは、判断が難しい。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・実売台数の前年比が金額よりも伸びている商品が多く、前年よりも単価の安い商品が売れる傾向にある。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に横ばい状態である。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格の高騰や不確定な納期が取引先に理解されにくく、なかなか資材価格の値上げを納得してもらえない。設備投資計画の凍結や延期のほか、大幅な縮小も増えている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上の増加を期待していたが、問合せや受注状況に変化はない。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、経済活動の再開が予想されるが、取引先の受注状況に変化はないため、現状と大きくは変わらない。
	□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格の上昇により、今後の予定が立てられない状況である。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・長期的にみれば円安は悪くはないが、余りに急過ぎて物価の上昇に拍車がかかり、消費に悪影響が出ている。せめて日本銀行は利上げを行うべきだと感じる。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通関連の広告は、新型コロナウイルスの感染第7波が長引いた影響で回復していない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・猛暑が収まり、過ごしやすくなったせいか、各駅では日中の人流が増えていると感じる。時間帯別の売上をみても、13時から17時の売上が8月と比べて大きく伸びている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が続いている。新規感染者数は減少しているものの、以前の状態には戻ってない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・これから値上げ交渉を行うため、その影響がどう出るのかは不透明である。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格、資材価格が高騰しているが、価格の安い特売品しか売れていない。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品価格に原材料、加工代の上昇分を転嫁しにくい状態が続いている。出張費などの経費も上がっている一方、それを補う売上や利益の確保ができていない。売上が前年比で15%減少と厳しい。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・当社のようなガラスびんを造る中小メーカーでは、電気やガスなどの燃料費の増減が最終利益に影響するため、昨今の急激な円安による打撃が避けられない。先日、日本銀行が円買い介入を実施したが、抜本的な解決策にはならない。日本銀行が金融緩和策を続ける以上、各国との金利差等により円安傾向は続くと思われる。当社にとって燃料費の負担は大きいため、最終利益に悪い影響が出る。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・物価の上昇で購買意欲が下がってきている。

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
	▲	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・内需関連の産業であるため、円安が続く限り状況が好転することはない。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円安や物価の上昇に伴い、一般客の消費マインドが低下していると感じる。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安の影響で、海外からの入荷のコストが高くなっている。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響や物価の上昇、ウクライナ危機、エネルギー価格の高騰など、良い材料がない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は落ち着いてきたが、まだ店舗の需要は少なく、なかなか空室が埋まることはない。
	×	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇により、経済がかなり圧迫されている。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数は多く、売手市場となっている。
	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求職者の動きが早く、話が進んでいても他社の案件で決まるなど、辞退率が上がっている。
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、訪日外国人観光客の受入れも徐々に緩和されつつある。それに伴い、求人数も増加している。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人件数は増加傾向にある。転職活動に対する様子見の姿勢から、積極的に活動する動きへと変化がみられる。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求職者が仕事を選べる状況は変わらない。今後も求人増加が加速する一方、給与が据置きとなっている既存の派遣スタッフも多い。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・周辺企業の様子から、ほぼ以前の状態に戻ったという意見が多い。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の新規求人数は、前年比で17%増えている。特に、宿泊・飲食、医療・福祉の伸びが大きい。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・上半期が終わりつつあるが、コロナ禍がそれほど経済活動に影響しなくなっており、全ての業種で動きが活発になってきている。この動きが定着するかどうかを見極めているところである。10月から下半期に入り、年末に向けての慌ただしさが久しぶりに戻ってきたと感じるが、この動きが本物かどうか、もう少し注文件数や契約期間の長さをみなければ分からない。
	□	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人は縮小均衡の状態が続いており、求人数に大きな動きは見られない。新型コロナウイルスの感染第7波はピークを過ぎた感はあるが、円安やインフレ、ウクライナ問題といった景気を左右する要因に好転の見通しは立っていない。大企業が円安の恩恵を受けている一方、関西にはその下請の中小企業が多いが、円安の恩恵は及んでいない。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・関西の新聞求人の推移をみると、特に3か月前と変わらない。ただし、前年比ではマイナスとなっており、なかなか景気の回復が実感できない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体の求人数は、前月比での落ち込みが一巡し、前年比でも増加となった。インターネットやFAXでの求人の申込みも増えている。産業別では、鉄鋼業からの求人の増加が目立っており、全体としては製造業と小売業、運輸業で増えている。一方、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、飲食サービス業からの求人は減っている。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・状況は変わらず、年末に向けて求人数は徐々に増えているが、求職者数が増えているわけではなく、マッチングに苦戦している。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・新卒の求職者に関しては、9月中は大学の夏季休暇で動きが見えにくくなる。3回生は夏のインターンシップに例年よりも積極的に参加している一方、4回生は10月の内定式を前に、まだ一部の学生は就職先を迷っているが、危機感を持って動いているわけではない。大部分が既に内定を得ているという傾向は、例年よりも強いと感じる。
□	民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・国内外の社会情勢をみるとネガティブな要素が色濃くなっているが、引き続き求人需要は右肩上がりとなっている。	

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
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・求人は製造業を中心に堅調に推移しているが、求人理由は従業員の高齢化による、若年層や中年層などの後継者人材の採用である。事業の継続や、深刻な人手不足の解消のためといった苦しい声も多い。まだ労働市場が活発化しているとはいえ、求職者の動きが鈍い状況が続いている。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数の伸びが鈍ってきている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・ふだんの生活や仕事においても、円安の影響がどんどん広がっていると感じる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・現在の社会情勢から、就職活動を諦めたような学生が増えてきている。自ら動かない学生が多いと感じる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・コロナ禍でクラスターが発生した医療関係施設では、集客が困難となって廃業するケースも出ており、医療系の大学では実習先の新たな開拓が始まっている。雇用については、人手不足が続いている地域もあるが、医療職に就きたい生徒は減っていないため、入学の希望者は増えている。
	×	—	—	—

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：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 (中国)	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月の中旬から、近くの競合店が改装で店を閉めているため、来客数や売上が増加している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数や新型コロナウイルス感染症に関するネガティブなニュースが減少していることで、来客数が戻り始めている。更に、県民割の復活で、来客数の増加に拍車がかかっている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・製造コストの上昇による商品値上げはあるが、客に買い控えの傾向はない。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、売上が前年を下回っている。人出は少しずつ回復しているが、金を使っている様子がない。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・来客数の増加以上に客単価が上昇傾向にある。品ぞろえの影響も考えられるが、気に入った商品であれば、多少値が張っても購入する客が増えている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・月の月上旬、中旬は、台風の影響があり、厳しかったが、後半になり、気温が下がり、外出用の衣料品の購入などがあったため、来客数や売上が上向いている。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・比較的密になる可能性の高い食品物産展で、予想以上の来客数があり、売上も好調に推移している。また、ミセス向けの婦人服も好調に推移しており、人の動きが活発化してきたことがうかがえる。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・10月からのたばこや食品等の値上げ前の駆け込み需要もあり、客の動きが良くなっている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・全国的に人の往来が増えてきて、来客数も回復している。今後、インバウンドが復活し、全国旅行支援などが新たに開始されると、来客数の増加の追い風になる。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・客単価が上昇している。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売量は前年比125%と良くなっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・市場相場が例年より高く、単価が上昇傾向にある。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まってきている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が続き、過去最高を更新したが、まん延防止等重点措置の適用や緊急事態宣言の発出はなく、客の意識が自粛からウィズコロナに移ってきている。
○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・景気は良くなっているが、9月の連休に台風が発生しなかったら、更に良かった。	

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
	○	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・県民割の駆け込み需要に伴い、景気は3か月前と比べ、やや良くなっている。
	○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が一旦減少傾向となったこともあり、首都圏からの宿泊者が増加している。また、3連休に訪れた観光客が底上げにも大きく貢献している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しつつあり、気候も良くなっていることから、観光等の予約も増加しつつある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夕方までは良くなっているが、夜の乗客は、依然として、昔と比べると、2～3割減少している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・会社の設定した目標に近い売上となっている。
	○	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため、景気はやや良くなっている。
	○	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着いたこともあり、コンペの予約が少しずつ動き出している。また、インバウンドの予約も少しずつ入っており、状況は上向きになっている。
	○	美容室(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたため、外出者が増加し、街の人出も多くなっている。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・気候変化のためか、新型コロナウイルス感染症の影響が分からないが、人通りが少なく、高齢者の来客数が減少している。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるが、景気に変化はない。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、人出が増えているが、来客数は増加していない。
	□	一般小売店[洋裁附属品](経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人出が増えてきたが、売上にはつながっていない。
	□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・観光部門は見込んでいたほどではなかったが、前年を大幅に上回っている。衣料部門は前年並み、家庭用品は低調で、全体では前年をやや上回る見込みである。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・月初めから決して良い状況ではなかったが、台風の影響で売上が更に悪化している。
	□	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・数百万円の高級品やラグジュアリーなバッグなどが売れている。
	□	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・前年の同時期と比べると、売上は急伸しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には全く戻っていない。特に主要客である年配層の来客数や売上が戻っていない。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は縮小傾向にあるが、食料品の値上げの影響が大きく、客が割引催事へ集中する傾向が強い。また、1品単価上昇の影響で、買上点数が伸びていない。平日と週末の差が大きく、客の来店頻度が低くなり、まとめ買いの傾向が強くなっている。景気に上向き傾向はなく、停滞感が強い。
	□	スーパー(店長)	来客数の動き	・ここ3か月、来客数が微減となっている。ただし、今回は、台風の影響で1日休んだものの、商品の値上げラッシュによる駆け込み需要もあり、来客数は3か月前と変わらない。
	□	スーパー(店長)	お客様の様子	・客が、今まで以上に、特売商品など目玉商品を購入するようになってきている。
	□	スーパー(店長)	単価の動き	・客単価が前年比99.9%で推移している。商品の値上げが続き、客が無駄な買物をしない傾向にある。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・10月からの値上げ前の駆け込み需要もあるのか、今月に入り、販売が上向き、前年並みとなっている。
	□	スーパー(総務担当)	単価の動き	・来客数や買上点数は低迷しているが、客単価は下がっていない。
	□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・今月開催した展示会では、来客数が多く、結構高い帯締めや帯揚げが売れている。
	□	衣料品専門店(経営者)	それ以外	・円安が進み、株価も下落するなど景気は良くなっていない。
	□	衣料品専門店(代表)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以降、出掛けないことが普通になり、客の購買意欲の低下が続いている。
	□	家電量販店(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客の消費意欲が低下している。

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
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割以下となっており、売上も減少している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・客の新型車への注目度が高くなっている。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・料飲部門は原材料の価格高騰で値上げせざるを得ず、それに伴い、来客数は足踏み状態である。1割以上にも及ぶ光熱費の上昇をどうやって賄うかとても懸念している。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・当店では、毎年、9月は売上が減少するが、前年と比べて落ち込みが激しい。電気料金の上昇や食品等の価格高騰で、客が先行きに不安を感じており、消費が伸びない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数は少しずつ減少しているが、客自体の様子や購買動向は大きくは変わっていない。月中に台風が来て休館としたことで、館内の売上も伸び悩んでいる。土日は天候が良ければ一定の来客数があるが、買上点数は少なく、目的買いが多い。
	□	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・月初めから毎週、台風が発生したため、来客数の大幅な減少を心配したが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少もあり、来客数は思ったほど落ち込んでいない。9月に値上げに踏み切ったが、輸入商材の値上がりや品薄をカバーするため、国産素材のメニューのウエイトを高めることで、客単価を上げ、売上を確保している。
	□	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増する前のように、市内駅周辺の商業施設ににぎわいが出ており、個人の消費マインドは活発になっている。特に、高額商品などを扱う展示会などがホテルで開催されることが増えてきている。一方で、多人数の食事会や宴会は企業の方針により自粛されている傾向があり、インバウンドを含め団体需要の回復はまだ先になりそうである。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行に行きたい客はたくさんいるが、新型コロナウイルス感染症でちゅうちょするため、成約にはつながっていない。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・9月の連休は、新型コロナウイルス感染症や台風の影響で、キャンセルが多く発生し、取扱額が前年比60%となっている。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・原価やコストの変化に関係なく、売価設定やキャンペーン特典を提供できているため、客からの引き合いも変化なく推移している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・全般的に客の消費意欲が悪化する傾向は見受けられず、下げ止まっているが、好転の兆しもない。
	□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・景気に特に変化はない。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新築住宅の引き合いが低迷した状況が続いている。以前から続く建築物価の高騰に加え、生活必需品の物価が上昇し続けていることから、落ち着くまで引き合いは戻らない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・木材等の材料の輸入の見通しが立たず、国産材にシフトする状況となり、木材価格が上昇している。このため、建築費全体が上昇し、工事契約が先延ばしとなるケースが出ている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・イベント等の集客は少しずつ良くなってきているが、成約が増加するほどではない。
	□	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・情報入手件数が激減している。今は住まいづくりを進めるメリットが希薄な状態である。物価高が継続し、家計を圧迫しているため、消費マインドの低下が懸念される。
	▲	商店街（理事）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症や値上げラッシュの影響で、人々に生活に対する不安があり、消費が低迷している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来店する客がほとんどいない。来店しても、ほとんどが商品の購入につながっていない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・景気は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。空気感が変わらなければ、景気はなかなか元には戻らない。

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
	▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・旗艦店舗の来客数も全社の来客数も前年比97%台で苦戦が続いている。値上げラッシュで客単価が上がっているため、客は買物頻度を低くして節約に走っている。
	▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・材料費が高騰し、来客数も減少するなど厳しい状況である。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げにより、販売数量が減少している。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上の多い敬老の日を含めた3連休が、値上げや台風の影響もあり、買上点数や買上単価が下がり、不発に終わっている。客の節約意識は相変わらず強い。
	▲	スーパー（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が高止まり傾向にあるものの、外出制限等がない状況が続いているため、内食需要の減少と、販売価格上昇による買い控えにより、買上点数が減少し、売上は既存店で前年割れとなっている。
	▲	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・電気料金の上昇や食品の相次ぐ値上げで、家計が圧迫されている。平均単価が上がったため、販売点数が減少している。また、客の来店頻度も低くなるなど景気は悪化している。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げが続く状況で、客の買上単価は変わらないが、買上点数は減少している。来客数は人口減少や高齢化の影響もあり、減少に歯止めが掛からない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・新型車が目当ての来客数が多少増加しているが、メンテナンスで訪れた客の部品交換の単価が上昇していない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今年2回目の値上げを実施したが、元々単価が高く、購入を我慢できる商品を扱っているため、客に買い控えが起こっている可能性がある。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響がピーク時より弱まっているが、依然として、高齢者がほとんど街に出られない状況である。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて常連客の来店頻度が低くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響で外食を控えている人以外に、物価の上昇で来店頻度を低くしている人もいるようである。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・3か月前は宿泊の予約の際に県民割の利用があり、恩恵を受けていたが、9月は、中旬まで県民割が中断していたことや、10月から全国旅行支援が始まることなどから、客が予約を控えている。
	▲	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が続き、県民割の再開が9月中旬となったことから、来客数が落ち込み、景気はやや悪くなっている。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響なのか、光熱費を含む物価の高騰が家計を圧迫したからなのかは分からないが、客の延滞解消率が低下傾向にある。
	▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・物価上昇対策が実施されていないため、景気はやや悪くなっている。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べ、電話投票の売上が若干減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・仕入資材の価格高騰による販売単価の上昇を受け、客の意思決定が鈍くなっている。リノベーション案件については、販売価格が抑えられ、問合せの件数が上向き傾向にあるが、売上総額の伸びは鈍い。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、高額商品等に買い控えの雰囲気がある。
	×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・販売量が減少している状況で、10月から多くの商品の値上げが予定されている。
	×	家電量販店（店長）	販売量の動き	・物価の上昇で、消費者の財布のひもが固くなっていることもあり、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、PCなどの売上が激減している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・円安が進み、多くの物が値上がりしており、来客数が極端に減少している。
	×	バー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、景気は悪くなっている。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・値上がりもあり、客の購買意欲は低下している。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客がおしゃれをして外出する機会が減少しているため、来店間隔が長くなっている。

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
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・8～9月と自動車メーカーが好調であるため、景気 は良くなっている。
	○	化学工業（総務 担当）	それ以外	・物価の上昇など様々なマイナス要因はあるが、全般 的に景気は多少良くなってきた。
	○	輸送業	受注価格や販売 取引先の様子	・受注が増加している。
	○	金融業（融資企 画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの国内生産が増加しており、生 産能力の5～6割に落ちていた生産が8割程度まで回 復している。このため、系列の地元部品メーカーの受 注も増加傾向にあり、工場の操業度は8割程度で推移 し、ほとんどのメーカーで黒字を確保できる生産水準 まで回復してきている。
	○	不動産業（総務 担当）	それ以外	・来客数や成約件数が増加している。
	□	農林水産業（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・物価高の影響で魚価も高い物が多いが、末端の販売 価格がついてきておらず、動きが鈍い。
	□	食料品製造業 （総務担当）	受注価格や販売 価格の動き	・原料の調達に厳しい状況が続いており、10月からは 商品の値上げをすることになっている。
	□	繊維工業（財務 担当）	受注価格や販売 価格の動き	・需要はあるが、原材料や燃料などの価格の高騰が続 いている。
	□	窯業・土石製品 製造業（総務経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・鉄鋼向け大型案件の納期最終盤で、納期確保のため 時間外労働も非常に多くなっている。
	□	鉄鋼業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・足元の荷動きは停滞している。
	□	金属製品製造業 （総務担当）	受注量や販売量 の動き	・生産能力以上の受注量があり、フル稼働で対応して いる。人手不足もあって、納期対応のため超過勤務を 行っている。
	□	電気機械器具製 造業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・5G関連や半導体向けの基板は好調に推移している が、部材の調達難により生産に影響を受けている。ま た、車載関係は取引先の生産調整の影響し、売上が減 少している。ただし、円安が海外の販売実績に好影響 を与えていることで、売上は総じて横ばいで推移して いる。
	□	建設業（総務担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・一部では納期の改善や価格の上げ止まりがあるもの の、引き続き、資機材の価格上昇が続いている。
	□	輸送業（業務推 進担当）	取引先の様子	・客によって荷動きに濃淡はあるものの、全体的には まだ大きな変化は感じられない。
	□	輸送業（総務・ 人事担当）	受注量や販売量 の動き	・海外向け輸出は堅調であるが、半導体不足等足元に 不安があり、受注の増加には至っていない。
	□	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・取引先より、景気の良しあしによって対応が変化し ているわけではない。
	□	金融業（貸付担 当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波のピークアウト により、需要は全体的に高まっている。しかし、円安 や原材料価格の高騰による仕入コストの高止まりだけ でなく、原料仕入れ確保自体に苦しむ企業が出てきて いる。
	□	広告代理店（営 業担当）	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が続いているた め、受注が上向きにならない。
	□	会計事務所（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・新規事業や転換支援コンサルティングが増加し、ア ンケート分析等非固定業務は回復途上にある。
	▲	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・9月に2回目の値上げを行ったため、量販やギフト の注文が減少している。
▲	木材木製品製造 業（経理担当）	受注量や販売量 の動き	・新設住宅着工戸数が伸び悩んでいることや、円安や ロシアのウクライナ侵攻の長期化による原油高で調達 コストが上昇していることで、景気がやや悪くなって いる。	
▲	鉄鋼業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・受注が悪化し、回復の見通しが不透明になるなど、 景気はやや悪くなっている。	
▲	非鉄金属製造業 （業務担当）	それ以外	・金属価格は高値で推移しているが、エネルギーコス ト等原材料の価格高騰が収益を圧迫している。	
▲	通信業（営業企 画担当）	受注量や販売量 の動き	・データセンターに関する引き合い量が少なくなっ てきている。メーカー各社からもサーバ関連の半導体が 不足しているとの情報もあり、客の計画が遅れ気味と なっている。	
×	—	—	—	
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （経営戦略担 当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じ始 めており、近い将来の人手不足に向けた求人動きが 感じられる。

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
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・2023年新卒採用を実施した企業の採用予定数は、前年より採用数を増やした企業が22%で、新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同数となっている。新卒採用は3年から5年後を見越して実施することが多く、中途採用と比べ、景況感の影響を受けにくい。また我が国の若年層の人口が減少傾向にあることも大きな要因である。中途採用についても、経験者採用、未経験者採用共に20代、30代を中心に増加傾向にある。
	○	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で6.6%増加、前々年比で0.7%増加と過去2年間との比較では回復傾向にある。産業別にみると、前年比で建設業、運輸業、卸小売業、生活関連サービス業、教育学習支援業など多くの産業で10%以上増加している。窓口来所者の混雑具合から判断しても、景気は上向いている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・季節要因もあるが、求人の受注数が前月比114%、求職者の登録数も前月比126%となっている。
	□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・求人数は横ばいとなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・原料高による物価高騰で9月以降、消費マインドが冷え込んでいる様子がうかがえる。一方で、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、観光関係や飲食に明るい兆候が出ている。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、電子部品・デバイス製造で業務拡大による大量募集があった製造業が前年同月比で5割増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に、全体でも2割増加となっている。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・10月に県内で最低賃金が33円引き上げられ、また、原材料価格や光熱費が高騰しても価格転嫁ができない状況が続いているため、経営に影響が出ているという企業がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	雇用形態の様子	・企業の採用意欲は高いものの、給与面などで求職者が求める条件と大きなきらいがあるため、最終的に辞退するというケースが出ている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・6月以降、夏採用の求人数が余り増加していない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：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 (四国)	◎	*	*	*
	○	商店街（事務局長）	来客数の動き	・最近の物価高を受けて先行きに不安が残るが、現状は、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向に伴い、高齢者層も外出される方が増えてきており、消費に安定感が出てきている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による制限のない連休が2回続き、繁華街への人出が増加している。来客数と開店日数も以前より増加している。祝い用の商品の注文が増え売上は増加傾向である。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であることや連休が2回あったことから、来客数は増加し順調に回復している。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・商品単価の上昇はあるものの、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきており売上は現状を維持している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・現状、原材料価格の高騰や円安の影響でビールや酒類が値上がりしており、今後の値上げを懸念して買いためする客が増えていることから、足元の売上は増加している。
	○	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の減少に伴い、来客数が増加している。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・3年ぶりに行動規制がなくなり、夏休み時期の個人旅行がリベンジ消費の形で復活している。

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
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人の客は順調に増加傾向にある。また翌年度等の大型団体の客（社員旅行等）も少しずつではあるが、問合せが増加している。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けており、飲食店への納品が回復しておらず、売上低迷が継続している。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品の値上げが続き、前月までと同様に客の事前の買いためが顕著になっている。そのため買上単価が上昇している。
	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・台風の影響による増減はあったが、全体としては売上は前年並みである。連休中の人の動きは活発になっている。
	□	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による過去の行動制限の反動はみられるものの、外食控えは続いており、総菜の売上は順調に推移している。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・月中旬までの売上は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して下回るものの、やや好調に推移していたが、下旬にかけては、後半の3連休に台風の影響で全店休業としたことから、売上が大幅に減少した。最終的な売上は前年比120%程度での着地となるが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べるとかなり厳しい。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・契約に至るが、半導体不足の影響により長納期となり売上が立ちにくい。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・モデルチェンジによる新型車の発売もあり、今月の新車受注台数は前年を上回りそうである。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・生産台数が若干上向いてきたが、まだまだ安心できる状況ではない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以前の2019年度との比較において、3か月前からの販売量のトレンドは大きくは変わっていない。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊は堅調に推移しており新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	□	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・販売量は大きな変化がみられず、安定している状況が続いている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・会社としては、優秀な営業スタッフの稼働により契約獲得状況は上向きであるが、接触を拒む客も散見されることから全体的にみると売上は前月と変わらない。
	□	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が残っているが、景気回復の兆しは見受けられる。
	□	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・売上は堅調に推移している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価上昇による消耗品等の値上げが消費に響いている。新型コロナウイルス感染症の影響は減少しているが、自粛や抑制されていた期間が長かった影響で、客の動向・志向が多少なりとも変化している。また円安傾向の継続や株価の下落により難しい状況が続いている。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・日銀短観だけが強気の見通しを崩していないが、国内外の状況は、消費経済にとってほとんど全てがネガティブな環境であり四面楚歌の状態である。唯一の救いは、ようやく各地の街づくり手法が「コンパクトシティ」や、人中心の空間、歩きたくする魅力的な市街地づくりを進める「ウォークアブル」という真の21世紀型発想によりようやく気付き始めたことである。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波のピークは過ぎているが、新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか下がらないうちにもあり、日中、夜間共に商店街の人出は減ったままである。売上増加の要素は今のところはない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・今月初めから現在に至るまで店頭売上、外商売上共に前年比で減少傾向が継続している。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向は変わらない。1人当たりの買上点数も減少している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・価格上昇の影響により客単価が上昇し、売上は前年を超えているが、来客数は減少している。

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
	▲	コンビニ（商品担当）	それ以外	・円安、原価高、輸送費・燃料費・電気代高騰で販管費増が続いている。
	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・客が当初予定よりも1ランク下の商品を選択するケースが多くなってきている。
	▲	家電量販店（副店長）	単価の動き	・決算月であり販促媒体を打っているが、物価高の影響も重なり想定していた売上には至っていない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・現状は昼も夜も人の動きは少なくなっている。特に夜の場合、ネクタイ組のサラリーマンのグループ飲み会や飲食を伴う会での人数が少なくなっている。またスナックや居酒屋では今年は補助金が出ずに閉店した店が多々発生している。
	▲	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はほとんどないものの、人の動きは活発だった8月の反動で9月は減少している。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・物価の上昇の影響で客単価が低下している。
	▲	設計事務所（所長）	来客数の動き	・民間客からの売買注文と売買条件の間合せ数が共に減少している。
	×	*	*	*
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	繊維工業（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が収束せず、また円安による物価高騰もあり、小売店の店頭では客の購買意欲が衰えている。しかしながら温浴施設では積極的に投資をしており、注文が増えている。加えて、ネット販売も伸びており、全体としては良くなっている。ここ2～3年で消費の動向が変化している。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・生産量の減少によるダメージは大きいですが、9月に入り新型コロナウイルスの新規感染者・濃厚接触者による自宅待機者はピークを過ぎていく。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共事業の受発注状況は、引き続き堅調であり、業種、分野によって多少の高低はあるが、総じて前年並みを維持している。新型コロナウイルスの感染状況が多少落ち着いてきたことから、市中の人の動きや業界の営業活動、リクルート、リカレント教育などの活動が動き始め、景況感もやや良くなってきている。
	○	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感染等に伴う待機期間が短縮されたことが大きく影響し、景気の現状はやや良くなっている。今後は、待機期間などの規制を撤廃し、自己判断にゆだねるようにしてほしい。
	○	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束傾向にあることや新型コロナウイルスオミクロン株対応ワクチンの接種開始を受け行動制限が緩和され人流が戻りつつある。消費動向も回復基調にあり、減少に歯止めが掛からなかった取扱物量も上昇基調となっている。総じて景気の現状は良くなっている。
	○	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・国内向けの出荷量については大きな変動はないが、半導体用の原材料の倉庫在庫数は今後の出荷に備えて増加傾向にある。また、海外向けの出荷量についても中国・東南アジア向けが増加傾向にある。
	□	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・資材不足の影響で先行手配により受注量が多い状況は継続しているが、実需が伸長している感触はない。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・世界的な半導体不足による調達環境の悪化や原材料価格の高騰、円安の進行、加えてウクライナ問題など状況は厳しさを増している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の先行きへの不安感から客が契約を渋り、売上につながらないという状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国交省の工事の発注が遅れている。
	□	通信業（総務担当）	それ以外	・社外イベントやボランティア活動等も新型コロナウイルス感染症の流行以前に近い形で実施できるようになりつつある。しかしながら一定程度以上の新型コロナウイルスの新規感染者が発生し続けており今後の見通しは不透明である。
	□	金融業（副支店長）	それ以外	・依然として新型コロナウイルス感染症の影響及び円安やウクライナ情勢の影響を受けている。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・エネルギーや原材料等仕入価格の高騰により、客の販促費は削減傾向である。
	×	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・果実や花きは比較的よいが、野菜は厳しい販売が続いている。卸売価格は硬直化の傾向が強まっている。

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
	×	税理士事務所	それ以外	・暗いニュースばかりであり、プラスの材料が見つからない。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は減少傾向にあり、公共交通・宿泊施設・観光施設等の観光関連の集客人数は増加傾向にある。それに伴いサービス提供に必要な人材の求人数は増加しているが、人材のミスマッチに苦慮している。物価高騰に伴う値上げによる購買意欲への影響が今後不透明な状況ではあるものの、景気は良くなっている。
	○	職業安定所(求人開発)	求人数の動き	・新規求人数が前月比で大きく増加しており良くなっている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣に対する求人数は一定数あるが、ミスマッチ及び採用条件が厳しくなっており就労にはつなげていない。
	□	求人情報誌(営業)	求人数の動き	・周辺各企業においては、業種によって長引く新型コロナウイルス感染症の影響で求人活動を控えている企業も多くなっている。一方で人手不足業界や、業績好調による増員を計画している企業では、積極的に求人活動を行っている。全体としては横ばいである。
	□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・引き続き企業の手不足感が続いている。
	▲	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・物価上昇の影響で民間の広告出稿状況はますます厳しくなっている。
	×	—	—	—

11. 九州(地域別調査機関:公益財団法人九州経済調査協会)

(—: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 (九州)	◎	一般小売店[精肉] (店員)	単価の動き	・高額単価の商材が順調に売れている。
	◎	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感染症が落ち着き、予約が増加し、来客数も多くなっている。ただし、物価高騰等もあり食事単価は伸び悩んでいる。
	◎	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、県民割の来客数が激増している。ほとんどが家族連れで、一時は全くなかった高齢者連れの客が多くなっている。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・少しずつ来客数と売上が上向きになっている。台風の影響で来客数が停滞していたが、やや良くなっている。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・行動制限が緩和され、加えて気温も下がったため、客の気持ちにもゆとりができ、景気動向が上向き。
	○	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・旅行や帰省客が多く、またインバウンドも増加している。以前と比べ、目的なく回遊されている客も多く見受けられる。
	○	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、来客数は上向きに推移している。台風の影響でマイナス要素もあったが、後半3連休の来客数は非常に好調であった。宝石の催事も好調であり、徐々に回復傾向にある。
	○	百貨店(経理担当)	競争相手の様子	・市内大型店3店の売上は、見通しでは前年比109.9%、3か月前の売上前年比100.2%と比較して上昇している。衣料品では、依然として苦戦しているが、酒類を含み食品は値上げ前の駆け込み需要がみられる。
	○	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・街のにぎわいが戻ってきている。新型コロナウイルス感染症の落ち着きや大型台風による休業はあったものの、来客数は上向いている。ターゲットを絞った催事や恒例の物産催事への来場も好調で、客の興味の向上に加え、おせちの受注や堅調なWeb・通販部門、し好性の高い舶来雑貨・時計、自家需要の高いリビング用品や敷物・食品・和洋酒のほか、スポーツ関連も堅調である。台風の影響により来客数が減少したが、客単価や購買単価を維持している。
	○	百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染状況は落ち着きつつあり、外出等での消費の意識は、以前と比べ上向きである。

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
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・店舗での全ての販売量が、前年を上回っている。特に、サイクル・寝具・生活雑貨など住居余暇関連及び婦人衣料品関連商材が好調に推移している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の国の対応及び国民の意識は、ほぼインフルエンザ並みになりつつあり、社会全般の活動は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数減少の状況が続いていたが、やっと前年を上回り始めた。また、客単価も上回る状態が継続され、売上は好調に推移している。客からは、新型コロナウイルス感染症からの開放を感じられる。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝食を目的とした来客が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っており、通勤通学の客による売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に近づいている。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・客単価は、3か月前との比較では若干上昇しているが、買上点数は横ばい、あるいは下降している。商品の値上げが影響していると考えられる。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・今まではほとんどなかった披露宴等の需要が増えている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・市場が全体的に厳しく、来客数が減少しているものの販売個数は増加している。10月からの値上げ情報に客が反応している影響もある。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車が発表された効果で、来店客が増加している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・今月は新車の配給が久しぶりに平年並みとなっている。今後、この好調な状態が継続されるか先行き不透明であるが、年度前半の収益が確保でき、安心している。
	○	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・秋になり、羽毛布団など高単価の秋冬商材の需要が高まっている。また、大型台風による休業があったものの、景気には大きな影響はなく、若干良くなっている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比は、増加傾向である。9月も月末に近づくにつれ、気候も涼しくなっており、熱いコーヒーを求めに来店する人が多くなっている。
	○	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（支配人）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は収束しつつあり、非常に定性的ながら消費動向が良化している。売上は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に左右されず、新型コロナウイルス感染症の第7波の影響もほぼ薄れており、気候も良くなっている。このため、秋物の衣料品や雑貨が順調に稼働し始めている。
	○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・8月は新型コロナウイルス感染症の影響で客は減少したが、9月には6月や7月を上回ることができている。
	○	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・団体客が少しずつ戻っており、宿泊稼働率が上昇している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・行動制限がないため、旅行需要が高まっているのが感じられる。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・連休の台風や物価上昇等の影響にもかかわらず、全体的に若者を中心に国内旅行が多く、予想以上に好調を維持できている。
	○	競馬場（職員）	販売量の動き	・コロナ禍による景気の落ち込みから回復傾向である。
	○	美容室（店長）	お客様の様子	・物価の上昇も気になるが、出張や旅行の動きが、徐々に出てきている。行動範囲が広くなり、マインドも開放的になっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するにつれ、商店街等へ外出する客の動きが大きくなっている。人が動けば金も動くため、景気が良くなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が2年続いているが、団塊世代の客が多い当店では、販促事業をしても、通年だと客のにぎわいを感じられるお盆前から売上に響いていることを実感している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、今回の新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大はこれまでと比較して最も身近に影響があった。外出を控える傾向は変わらないが、加えて物価の上昇による影響が大きく、買い控えはしばらく続く。

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
	□	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・景気の悪さが続いている。魚が非常に少なく、乗客数も更に少なくなっている。そのため、仲卸の仕事にも影響が出ており、先行きが懸念される。この業界の将来が非常に心配である。
	□	一般小売店〔生花〕(経営者)	お客様の様子	・自粛要請等が発出されていた頃より、様々な物が動いている。開店や周年祝いの花の注文を受けており、商況は悪くない。
	□	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・秋らしくなり、本来であれば衣料品を中心に衣替えの需要も高まり、売上が伸びてくる時期である。しかし、光熱費を含めた値上げで、客の消費は非常に慎重になっている。円安報道もあり、先行き不安な客が多く、今後の売上は厳しくなる。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・コロナ禍ではあるものの、行動規制のない社会になり、少しずつ景気は回復傾向であったが、円安や原油価格の高騰で消費支出は下げ止まっている。営業成果の指標となる数値では、来客数は前年割れとなり、プラス1品販売の点数は変わらず減少傾向である。また、必需品やお買い得な商品を購入し、無駄な物は買わないといった意識の高まりを感じる。
	□	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・全体的な値上げ基調のために、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきても、大きな販売増加がみられない。
	□	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・景気の変化は3か月前との比較で、悪い状態に変化はない。
	□	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・県内の新車受注台数は、引き続き堅調である。新型車効果もあり、客の動きも活発である。
	□	住関連専門店(経営者)	お客様の様子	・売上の前年比は若干下がっているが、下見の客は順調である。都市部でのキャンペーンも売上は少ないが、客単価が高くなっている。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕(統括者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和により、来場は前年と比べるとよい状況であるが、新型コロナウイルス感染症発生前とは程遠い状況に変わりはない。
	□	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症の第7波が始まった約3か月前と比較して、現在はそれ以上に悪くなっていることはなく、若干回復傾向ではあるが、忙しい状態には程遠い状態である。
	□	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症の発生以来、悪い状態が継続している。インバウンドや夜の来客が増えるまで、まだまだ時間が掛かりそうである。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴルフシーズンであるが、考えていたほどタクシーの需要が増えず、新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いている。
	□	タクシー運転手	それ以外	・報道では、景気回復度は業種により、極端に落ち込む業種と回復傾向にある業種とはっきり2極化されている。
	□	通信会社(統括者)	販売量の動き	・携帯電話等の販売台数は、前年をやや下回っている。しかし、新商品が発売され計画値どおりで販売が推移している。
	□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・単価の低下や、一時的な予約数の伸び悩みはあったものの、天候にも恵まれ順調に入場者を確保できている。
	□	美容室(経営者)	販売量の動き	・3か月前と比較すると、新型コロナウイルス感染症も収まってきているため、徐々に景気回復が見込まれる。
	□	その他サービスの動向を把握できる者(所長)	それ以外	・行き過ぎた円安による物価上昇、また、商品のほとんどが値上がりしているが、当社からの価格転嫁は厳しい状況である。
	□	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・9月は台風の影響により、イベントや展示場の来場者数が大幅に減少している。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・前年は9月の売上が最も悪かった。今年は前年ほどではないが、下降気味である。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、加えて、台風も来襲し、商店街では閉店や臨時休業する店が多くなっている。また、イベントも催したが来街者は非常に少なかった。ここ3年の来街者は減少しており、厳しい状態になっている。

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
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・円安などの影響で、仕入価格が上昇しているため、販売価格の値上げをしなければならない状況である。したがって、多少買い控えが発生している。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向であるが、売上は伸びていない。新型コロナウイルス感染症対策が継続されており、来店せずWebで注文ができるため、経費は縮小され、外販も減少している。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の制限が徐々に緩和され、消費者の足がレジャーや外食等に向かい始めている。そのため、来客数が減少していると考えている。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・物価上昇により、明らかに買上点数が落ちている。商品単価が上がれば売上も上がるが、特売品等に購入が集中するため、売上の伸長につながらない。
	▲	スーパー（経理担当）	単価の動き	・大型台風の影響で、売上が今一つであるが、今後も続く値上げの影響が消費意欲減退の原因となっている。商品単価が上がっているため、それに伴い買上点数や来客数が大幅に減少している状態で、客は家計を節約している。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・特殊立地である病院内店舗であるため、新型コロナウイルス感染症の増減で客足に大きな変化がある。日々動きが違うため、定期的な売上や利益を確保できず、厳しい状況が継続している。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・今後の物価高騰の動きが心配である。
	▲	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・6月は、まだ新型コロナウイルス感染症が心配であったが、9月と比較すると集客はあった。9月は新しいシーズンとなり、本来であれば現状より高水準の来客数を見込むが、全体的な原材料や燃料などの値上げの影響で、集客が厳しい状況である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9月は上半期決算にもかかわらず、期待していたほどの販売量がない。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光ブロードバンド回線の販売件数が減少している。
	▲	通信会社（役員）	それ以外	・身の回りの物価が確実に値上がりしているが、地元企業の賃金は上がっていない。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前は、新型コロナウイルス感染症を警戒していたが、1週間ほど前から外出が多くなっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第7波は、収束方向に向かっており、サービスキャンセルも減少している。しかし、エネルギーを主とした価格上昇が経営を圧迫し、減益の大きな要因となっている
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高騰が影響し、景気が悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・4月と8月に火災があった場所には、生鮮食品を扱う店が多かったため、客は他の商店街やスーパーマーケット、コンビニエンスストアへ流れている。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・台風14号の影響で、宮崎産のトマトやピーマン、きゅうりの価格が高騰している。県外からの野菜も1～2か月前と比較するとかなり高くなっており、涼しくなるにつれ販売量が増加すると予想していたが、厳しい状況が続いている。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・台風の影響で停電になり営業ができなくなったこともあるが、今月も全体の販売量が悪く、来客数も非常に減少している。
	×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・7月以降、販売量は減少傾向にある。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したことによる外食自粛が要因である。足元では新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しており、国の観光推進の施策により、今後外食産業に人が戻ってくることを期待している。
	×	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3連休が2度あったが、台風14号の影響で旅行をキャンセルする客が相次いだ。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の値上げが続いているが、今後も値上げが予告されており、住宅等の建築に大きな負担が掛かっている。また、生活必需品の価格上昇も重なり、自由に使える金が少なくなっている。
企業	◎	—	—	—

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
動向 関連 (九州)	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月はお盆を挟み催事が多くあったが、工場等で新型コロナウイルス感染症が発生し、想定通りには生産できず、客に迷惑を掛けることになってしまった。9月は生産が元の状態に戻り、不振であった居酒屋など外食産業からの受注も徐々に戻りつつあり、少しずつ安定しているところである。9月の売上は、計画を達する状況である。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・閑散期にスポットの受注があり、そのまま繁忙期へと入っているため景気が良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の受注が好調である。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・半導体や車載関連の取引先からの引き合いは依然強いが、将来はエネルギー高騰が不安材料である。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・9月に入り、受注が多くなり非常に良い状態である。同業者で入札等を辞退している企業も多くなり、手待ち工事が増加している。年度末に向け、良い状況である。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しているほか、ホテル・旅館等の宿泊施設や飲食店の売上も緩やかながら回復傾向にある。また、雇用情勢も改善している。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・人の流れは戻ってきている。新型コロナウイルス感染症第7波も峠を越えたようであり、旅行やイベント等が戻りつつある。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	それ以外	・若干新型コロナウイルス感染症が落ち着いたこともあり、飲食店への来客数も増加傾向にある。全国旅行支援が実施予定のため、宿泊関係は非常に好調であり、2か月前と比較すると景気は回復傾向にある。
	○	経営コンサルタント（社員）	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は和らぎ、人の流れが多くなっているが、円安や値上げで販売単位が減少し、消費拡大には至っていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置関連の機械加工部品の受注が落ちてきている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は3か月前と比較するとほぼ横ばいで推移しているが、今後は生産調整に入る。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年9月は上半期決算のため取扱量が増加傾向であるが、今年通常月と変わらない荷動きである。輸入は円安のため厳しい状況であるが、輸出では一部の業界のみ好調である。米国の景気停滞等で現地工場の在庫が過多となり、輸出したくても在庫調整が続いている企業もあり、その影響で国内生産が停滞しており、今月も厳しい状況が続く。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による景気への影響は収まったかにみえたが、物価高騰や急激な円安に見舞われ、予想以上に在庫量が増えず、停滞感が漂っている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は漸減傾向にあるが、沈静化にはもう少し時間を要すると考えられる。観光客やビジネス客は徐々に増えつつあるが、歓楽街の客足の戻りは弱く、地元では、新型コロナウイルス感染症発生前ほど出歩かなくなっている。
	□	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・新聞広告関連では、大きな発注量の動きはない。
	□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・円安進行のため、物価の上昇が止まらず、従業員給与は据え置かれており、景気が上向いている実感はない。また、最近では当社を含め受注価格や販売価格の上昇が続いている。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からの全体的な発注量は増加しているが、売上では横ばいが続いている。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の業況は変化がない状態である。
	□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・販売促進用ダイレクトメールを200通近く送付したが、反応がないため状況は変わらない。
	□	その他サービス業 [物品リース] (職員)	取引先の様子	・円安での仕入価格高騰などが徐々に影響しているが、3か月前と比較すると、特に変わらない状況である。

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
	▲	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・最低賃金や様々な物価が上昇している。工賃の値上げを取引先へ打診したが、反応は良くない。毎年のように工賃価格の値上げを相談する厳しい状況である。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・ガスやゆう薬といった原材料価格の上昇や、最低賃金の引上げなどで、先が見えない状況となっている。商社間でも値上げの2割アップがほとんどであるため、今後の売行きに支障を来すのではないかと懸念している。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・材料費やエネルギーコストの高騰が続くが、製品価格に転嫁できず、苦しい状況である。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・お盆の連休もあり生産が落ちている企業もあるが、原材料の価格高騰で生産したくても利益が確保できず、縮小傾向の企業もあることから全体的な生産数量が減っている。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・行動制限は適用されていないものの、新型コロナウイルス感染症再拡大で人流が抑制され、非製造業の業況を下押ししている。製造業では、供給不足で生産抑制が継続している。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・円安が続き、また、新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減少しないため、人の購買意欲や消費活動、行楽地への観光等の動きが鈍く、全業種で原材料の価格高騰や消費者動向の低迷で売上は変わらず、むしろ低下しているところが全般的に見受けられ景気が悪い。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・円安などの影響により、客先から景気の良い話題が少ない。
	×	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・南九州では、台風14号による影響で多くが水没し、被害を受けた果実の破棄が行われており、受注量が不足している。加えて、北海道も不作のため、出荷量の枯渇が懸念材料となっている。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・コロナ禍は継続しているが、人の移動制限が緩和され、特にサービス業の動きも新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況へ戻っており、九州でも多くの業種で、人材不足の状況である。サイトの掲載や合同セミナーの企業の申込みだけでなく、早期から学校へも求人を持参する企業も増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベントスタッフなどの派遣は、10月、11月と発注が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・事務職などの求人数が増えており、有料の人材紹介や紹介予定の派遣などから直接雇用への切替えも積極的に実施する意向の企業が多い。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が3か月前と比較すれば落ち着いてきており、人出や飲食などは持ち直している。イベントも中止にならず、開催されることが多くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月に入り、注文数が伸び悩んでいる。例年だと、9月は増える傾向にあるが、今年は前月と同じ状況である。また、増員での注文よりも後任補充での注文が多い。求職者の動向は例年よりも鈍い。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人の取物件数は減少傾向にある。8月後半から11月にかけての需要が見込めない状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していたが、行動制限がなかったため、第6波のような悪影響はなく回復傾向である。海外旅行の広告が抑制されるなど、若干の新聞広告の出稿への影響は出ていたが、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な減少で、減少していた新聞広告も回復基調にある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、全国旅行支援等が実施されるものの、マスク生活が続く間は、このまま景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の前年比が、17か月連続して増加しており、その増加幅も10%以上が4か月続いている。また、大型の公共工事が一段落した建設業を除いた全産業の求人数が、前年比を増強している。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数も一定数ある。また、今年は追加募集や年間を通じた採用活動を行う企業が、前年より増加している。加えて、2024年卒採用に向けたインターンシップや仕事体験を実施する企業も増えている。
▲	—	—	—	

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
	×	—	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：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 (沖縄)	◎	その他飲食〔居酒屋〕（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減り始めて、観光客が徐々に増え始めている。また、9月後半より地元の会食自粛の制限も緩み、週末は例年の8割ほどまで回復している。反面、デリバリーは客が外に出るようになって注文が半分ほどになっている。
	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの6月の販売室数が前年比156%増加なのに対して、9月の販売室数は前年比284%増加とプラス幅が大きくなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着いてきて、少しだけ良くなる方向に向かっている雰囲気もあるが、まだ継続して新型コロナウイルス感染症の影響があって、大変厳しい状況である。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減って、イベントなどが盛んになっている。人が動くことで経済も回るようになってきている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・夜間の客単価が前年と比べて伸びている。
	○	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・月初めの2週連続での台風接近で来客数、販売量も伸び悩んでいたが、9月の大型連休を機に来客数、販売量も上がってきている。
	○	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・新型車への関心など、客の反応は良い。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・陶器の注文数が増えている。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・以前と比べて宿泊客数が増えている。稼働率も3か月前は30%だったのが、50%になっている。飲食についても良くなっている。ただし、昼食や会議が中心で夜の宴会は増えていない。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・世の中が経済活動を優先する方向にかじを切っているため、それと比例するように販売量が増えてきている。
	○	住宅販売会社（代表取締役）	販売量の動き	・思いがけずに他社設計の競争入札で数件受注でき、手持ち工事が増えている。
	□	百貨店（店舗企画）	お客様の様子	・北海道物産展等で客の動員が拡大し、買物を楽しんでいる様子がうかがえるが、今月は台風の影響による悪天候で一時集客が落ちた。また、食料品、ガソリン、光熱費等の価格高騰による精神的なダメージから、客単価は若干下がり気味である。
	□	スーパー（販売企画）	販売量の動き	・前月同様物価高騰により1品単価は上がっているが、その影響で買上点数が落ちている。前月より来客数は少し良くなっているが売上は悪い状況が続いている。
	企業 動向 関連 (沖縄)	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き
□		住宅販売会社（役員）	販売量の動き	・住宅販売に関する来場者数は増えつつあり、それなりに成約件数も上々だが好調とはいえない。
▲		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・商品等の値上げが相次ぎ、客の節約志向が高まっていることから、販売点数が前年に対し、10%弱の減少と厳しい状況が続いている。
▲		一般レストラン（代表者）	販売量の動き	・良いときと悪いときの差が大きい。
×		観光名所（職員）	来客数の動き	・二次交通の問題で予想の来客数に届いていない。ホテルから外出しない客が増えている。
◎		—	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	○	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・周りをみると、観光客も随分戻りつつある。結果、ホテル、飲食店向けの需要の増加や土産品関連卸への売上増加がみられる。
	○	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ある程度高額な土地活用として、賃貸住宅の動きが出てきている。

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
	○	会計事務所（所長）	それ以外	・コロナ禍が沈静化しつつあり、人流も増加する傾向にある。
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼、受注共に3か月前と大きな変化はないが、部品の納期が長期化している。
	□	輸送業（経営企画室）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大が沈静化しているが、物価の上昇による消費の落ち込みが懸念される。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・観光客数が増加傾向にあり、人の動きも活発化し、景気が回復していくのではないかと。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食店、ホテル関係の求人数が増加している。また、新規オープン飲食店も多い。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	周辺企業の様子	・学内説明会を始め、採用に関する情報交換ということで企業の来校希望が増えている。次年度に向けてより良い人材を採用するための情報収集と見受けられる。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・求人数は全体的に大きな変化はない。内訳の変化として、飲食関連の募集が落ち着いてきており、イベント関連、サービス関連、ホテルや観光関連の募集が増加傾向にある。
	▲	—	—	—
×	—	—	—	