

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭で様々な施策を行い、2店舗での営業を1店舗に集約したこともあり、来客数が確実に増えている。また、外商部でも新たな施策として新規顧客獲得に取り組んでおり、これが奏功して官公庁関係の顧客数が増えている。そのようなことから売上が伸びている。
	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・気温の低下に伴い、冬物商材の動きが活発化している。おせちも高額品の複数点購入などの動きがあり、今年も在宅だが家族が集まる傾向がみられる。今月に入り、海外からの入国規制緩和で外国人観光客が増加していることに加え、円安の影響で買上額も以前より高めに推移している（東京都）。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・人流が一定程度回復していること、富裕層の消費が引き続き活況であることに加え、ここに来て気温が低下し、重衣料の動きも良くなっている。また、リモートと出社の比率が変わってきているようで、ビジネス需要に動きがある。トラベル商材のニーズも高い（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新規感染者数の減少、全国旅行支援の開始等により、消費マインドが一定程度改善し、販売量も上向き傾向にある（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・外出機会の増加に伴い、衣類の売上が拡大している。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go To Eatなどが再開され、外食を楽しむ客がかなり増えてきている。3か月前と比べると、予約も少人数ながらも入っている（東京都）。
	◎	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・今月から始まった全国旅行支援と海外からの旅行客受入れの影響で、当店の来客数も増えており、来街者数も増加している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始に伴う需要増加が顕著に表れている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援がスタートし、予約や販売が活況となっている（東京都）。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援がスタートし、申込みが殺到している（東京都）。
	◎	タクシー運転手	それ以外	・10月は連休があり、ウィズコロナの新たな段階への移行に向けた見直しもあった。加えて、天候もまずまずだったことで忙しく、特に、月末の金曜日は歳末の繁忙期を思わせる忙しさである（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は確実に上がっている。今月、当地域で一番大きなイベントを3年ぶりに規模を縮小して開催したが、すごい人出があった。駅の乗降客数で、前年比15～25%アップである（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・10月になり行事が増え、需要が高まっている。新型コロナウイルス感染症が若干落ち着いてきて、様々な規制が緩和された影響がある。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・8月はお盆があったが、いつものお盆と変わらず、売れるような売れないような状態のまま、あっという間に過ぎてしまった。ただし、景気的には上向いてきており、10月に入ってから観光地などが随分にぎやかになっている。全国旅行支援などで土産物屋や観光地が潤ってくると、世間的にも良くなる（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染対策に気を遣っているものの、店頭での客の購買意欲はやや良い状態が続いている。特に、今月は季節の変化がはっきり現れたため、婦人衣料関連の動きが良い。訪日外国人の需要も高まってきているが、全体に大きな影響を及ぼすまでには至っていない（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	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、感染予防対策の緩和もあり、来客数が好調に推移している（東京都）。	

○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・購買力の高い顧客層の消費マインドの力強さは引き続き高い水準で推移している。一方、7月頃と比較して新型コロナウイルスの新規感染者数が抑えられていることにより、その他の顧客層の消費マインドも上向きになってきている。外出や人と会う機会が増加したことが主な背景とみている（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き、全国旅行支援も始まったことにより、レジャー関連など外向きの需要が拡大している。中旬以降、インバウンド需要も伸ばしているが、購入額の大きい中国人の来店が少ない。物価高の影響が購買点数などに徐々に出てきており、食品関連の売上は伸びていない（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・売上こそ2019年度には達しないものの、来客数は増えている。インバウンドも徐々に増加している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・婦人服を中心にアパレル関連の売上が増加傾向に転じている。コロナ禍で消費を控えていた反動か、今後の物価上昇を踏まえた動向かを見極めるにはまだ早いと思うが、食料品なども引き続き堅調であり、夏場よりは好転している（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数は前月に続き好調に推移しており、売上も宝飾、時計などの高額品を中心に好調を維持している（東京都）。
○	百貨店（店長）	お客様の様子	・気温の低下とも連動するが、アウターやブーツなど冬物関連商材が前年よりも早めに動き出しており、この先の外出を意識した購買が増えている。
○	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・商材の値上げや県独自のキャッシュレス決済キャンペーンなどの影響もあり、特に単価の伸びが大きい。
○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこ増税に伴う駆け込み需要の特需と、その後の買い控えの影響は思っていたより少なく、売上は維持できている。物価が上昇して単価が上がっていることと、流動客の戻りがみられ、新型コロナウイルス感染症の発生前くらいの売上になっている（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数がやや伸びている。単価も少し上がってきている。コンビニは日常的な買物の場であるため、大きな買物をするというよりも、買う頻度や単価が上がるなどの事柄が大きく影響してくる。この地域では数年ぶりに大きな祭りがあった。祭り客でにぎわい、少なからず売上に貢献している。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・外出着が売れている。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気温が下がって、冬物衣料品の動きが大変良くなっている（東京都）。
○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・売上の面では、全国旅行支援の効果はまだほとんど感じられないが、規制緩和による外国人旅行者の増加は実感できる（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売において、納車時期が段々と早まってきているので、売上の増加に結び付いている。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市況が継続して好調で、サービス需要が計画を上回り、利益を確保している。
○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上共に今年の5月並みになってきている。
○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当月売上は2019年比で79.4%であり、婚礼部門が顕著である。レストランや宴会などの一般利用のみだと60～65%程度となっている（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の水際対策緩和や円安の影響により、インバウンド客や富裕層の予約が増加基調で、売上としては上昇傾向である。ただし、円安により輸入品の価格高騰を始めとして、仕入原価が上昇しているため、利益ベースでは必ずしも良い状況ではない（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・来客数が伸びている。ただし、新型コロナウイルス感染症を考慮し、従来は100名のところを60名に減らすなどで宴会を開催するケースが目立つ（東京都）。

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べれば幾らか良くなっている。3か月前は新型コロナウイルス感染症の影響でなかなか売上が伸びず、客が自由に来られる状態でもなかった。今はそうしたことがないので、その分幾らか良くなっているが、やはり新型コロナウイルス感染症の発生前のような形には戻っていない。来客数も以前よりずっと減っている。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・日本人の旅行者、インバウンドの来客数が増えており、天候も安定しているので、景気が上向きになっている(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・来客数が増えたことと、卸先からの問合せが増えていることを実感している(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宴会部門については、法人利用の動きが非常に鈍く、まだほとんど回復していないが、宿泊に関しては、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、全国旅行支援も始まったので、売上がかなり良化している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊はいろいろな国の政策があって戻ってきているが、レストラン、特に宴会はまだまだ厳しい状況である。
○	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の減少に伴い、まずレストランの予約が戻り始め、週末は満席になる日も見受けられるようになってきている。宿泊についても、自治体の支援策などにより稼働率が急上昇し、週末は満室に近くなることも増えてきている。ただし、マンパワー不足により売り止めせざるを得ないケースがあり、それについては今後の課題だが、販売量は確実に増えてきている。
○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるなか、予定どおりの案件を実施できている。前年までは中止又は延期が数多く発生していたことを思うと、売上の見通しがつくことで安心して事業を行うことができている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行は、全国旅行支援が追い風となり、需要がかなり回復傾向にある(東京都)。
○	旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・全国旅行支援も始まり、旅行の申込者数も増加している(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は一般家庭、病院、会社からのオーダーがあり、平均している。夜は駅で客待ちをしているが、飲み屋からのオーダーは少しあるものの、まだまだ少ない。終電後の利用も少ないが、金曜、土曜の深夜の利用は良い。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・政府による新型コロナウイルス感染症対策が緩和されてきていることと、世界的にも規制がなくなり訪日外国人が来るようになってきていること、全国旅行支援が始まったことから、人の動きが大分出てきている。完全に良くなっているが、上向きであることは間違いない(東京都)。
○	通信会社(社員)	お客様の様子	・人の出入りが増加していることや、イベント関連、周年事業の話が入ってきている(東京都)。
○	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・当月に入り案件数がやや増加傾向になっている。受注数も微量ではあるが伸びている(東京都)。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波が落ち着きを見せ、来客数に戻りがみられる。また、一部企業にテレワークから出社へのシフトチェンジが見受けられ、新たな相談のポイントとなっている(東京都)。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・来客数に若干の増加傾向がみられる(東京都)。
○	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・トップシーズンといえる10月は、天候の影響もあり、日によって稼働率の高低差がはっきり出た。企業団体名を冠するコンペは新型コロナウイルスの新規感染者数の安定により増加しつつあるが、プレー後のレストラン利用に関する慎重姿勢は変わらない。円安によるインバウンド増加の恩恵は全く受けられていない。

○	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・曜日により差が出ているが、トータルで上がっている(東京都)。
○	その他サービス [福祉輸送] (経営者)	お客様の様子	・物価上昇に対して、多少期待する雰囲気もあるが、長くたまっていたニーズを果たしたいという客の意図も見え始めている(東京都)。
○	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・今までは新型コロナウイルス感染症の話題ばかりで、全てを新型コロナウイルス感染症のせいにしていたが、最近周囲の動きを見ていると、もうこのままでは駄目だと各々の営業方針を変えているようである。前向きにとらえているのか、当事務所も前年度に対して今年はプラス思考になっており、上向いてきている。
○	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・地方での新しい物件の相談が入ってきている。
○	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79%とやや悪いが、3か月前と比べると約18%増えているため、やや良くなっている。新型コロナウイルス感染症も落ち着き、週末の天候も安定していたため、来場者数、商談数共に増加し、販売量増加につながっている。
□	商店街 (代表者)	来客数の動き	・店舗前の通行量についてはほぼ変わらないが、来客数が若干減っており、売上にも影響している。
□	一般小売店 [家電] (経営者)	販売量の動き	・とにかく悪い状態がずっと続いており、変わらない。インターネット経由で新規客からの問合せは増えてきているものの、まだ商売にはつながっていない(東京都)。
□	一般小売店 [家電] (経理担当)	販売量の動き	・いろいろな物の値上げが続くなか、家電製品も値上がりする商材が増えている。今のうちにとか、省エネ機能で電気代に差に付くなどと言って勧めているが、財布のひもは固いようである。電気工事はまずまずである。
□	一般小売店 [印章] (経営者)	来客数の動き	・当社の取引先業種が低迷しているのかもしれないが、残念ながら非常に冷え込んでいるというか、客が少ない。
□	一般小売店 [文房具] (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較して、売上及び来客数はほぼ変わらない。ただし、イベントが再開され始めているため、来街者数は増えてきている(東京都)。
□	一般小売店 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・売上は少しも伸びておらず、何とか現状を維持しているという状況である。客の購買意欲はまだまだ高まっていないし、競争相手もあることなので、営業は伸びない(東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・上旬は天候不順から来客数、売上共に苦戦するも、中旬以降は天候が安定し、気温の低下、店の施策が奏功し、婦人衣料を中心に堅調に推移している。一方、宝飾等の高額品の動きが鈍く、前年を上回ったものの、予算には届かない結果となっている。
□	百貨店 (販売促進担当)	それ以外	・来客数、売上共に前年比では伸長しているものの、コロナ禍前には届いておらず、身の回りの景気は変わっていない。様々な商材が値上げされたことに対して、客はシビアになっている。
□	スーパー (経営者)	来客数の動き	・値上げにより単価はアップしているものの、買上点数はダウンしている。来客数は横ばい程度である。いろいろ販促を行っているので売上は良いが、それ以外の経費が大幅に増えている。
□	スーパー (店長)	来客数の動き	・やはり客は安い店、安い店へと流れていく。例えば、安売りの商材についてはその店で買い、他の商材は別のスーパーで安い物を買うなど、客自身が近隣のスーパーの買い回りをしている(東京都)。
□	スーパー (店長)	お客様の様子	・春に競合店が出店し、一時的に来客数や売上が減少したが、加工品や総菜等、一部の商材については戻りつつある。新型コロナウイルス感染症の影響による内食需要は、徐々にではあるが落ち着いている。

<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・売上構成の大きい食料品で2～3%来客数が落ちている。値上げの効果で客単価は上がっているものの、前年より若干悪い。逆に、衣料品に関しては、旅行関係も含めて外出機会が増えており、来客数も売上も良くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は上がってきているものの、販売量並びに来客数が減ってきている。したがって、相殺されて、現状は若干厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・人流の増加はあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前のように行楽や旅行等は伸びていない。依然として続く物価高と円安による影響がこれからも継続する。食料品や日用品等の必需品は堅調に動くと思われるが、それ以外の嗜好品は厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・単価が上がり、買上点数が減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販促をかけて少しでも安くしたり特典を付けたりしてはいるが、それでも以前ほどは売れなくなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・人の動きは増えているものの、販売量の増加には直接つながっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・今まであったリベンジ消費が落ち着き、必要な物を必要な分だけ購入する傾向が強くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	単価の動き	・仕入価格がかなり上がっているの、悪いような気がする。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数は落ち込んでいないものの、値上がり商材が増えているため、買物への慎重さを感じられる。
<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、販売が余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年に比べて、当店だけではなく他店も低迷している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産が依然として停滞している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・特に変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・販売量が増えないので、前月と同様である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・人の動きは活発になっているが、売上にはつながっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価高の影響で消費意欲が低下傾向にあるかと思いきや、全国旅行支援の予約はつながりにくい状況が続くなど、判断しにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	それ以外	・周辺地域でやや建築ラッシュの傾向があり、2年以上空き店舗であったところでも工事が始まっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の7月1日から25日までの前年比は、売上92.5%、来客数78.1%である。今月10月1日から30日までの前年比は、売上115.5%、来客数110.9%である。3か月前は5店舗中1店舗が休業していた。なお、新型コロナウイルス感染症の発生前の平成28年10月との比較では、売上58.3%、来客数41.3%となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年のこの時期と比べ、フリー客が絶対的に少なくなっている。しかも、早い時間帯に来店して、21時にはほとんど客がゼロになってしまうような状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチは1人で来る客が多かったが、ようやく2～3人で来店するようになってきている。ただし、夜はまだほとんど人が出てきていない。もっと安い店でない、飲んでいる人はまだいない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	販売量の動き	・給食、外食共に、新型コロナウイルス感染症の影響により宴会需要の低迷が続いている。多少良い方向に向かっている感じはあるが、もう少し時間が必要である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が収束せず、なかなか小さい子供を連れて外出できないので、遠出できないで残念だと客が話している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・やや良くなったか悪くなったかくらいの動きで、感覚としては変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・今月から少しずつではあるが機器の入荷が増えており、客への納品ができるようになってきたものの、まだ以前の状態には戻っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・契約数が大きく増えることはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなり、転居数も新型コロナウイルス感染症の発生前のレベルまで戻ってきているものの、円安、物価高、競合他社の攻勢等によりサービス単価は下がっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・インターネットの契約数は伸長しているものの、テレビの多チャンネルの解約が多く、トータル的には余り変化はない（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、無駄を省く意識が強く、必要最低限の内容を選択する傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・インターネット需要等はあるが、今後不透明な点もある。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフブームが底堅い。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・現在、新型コロナウイルスの感染拡大は落ち着いているが、感染第8波への懸念がある。さらに、物価上昇があらゆる部門に広がっていること、ロシアのウクライナ侵攻等で世界平和も脅かされていることなどから、前月と比べて悪化はしていないかもしれないが、変わっていない。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の影響が出始めているようである。上向きかけていた消費者動向も横ばいになっている。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	販売量の動き	・客のニーズと提案しているサービスとにかい離が生じて、本来のターゲット消費者が一旦は離れていった。Web戦略と来場者に対する戦略を明確に分けて、意図したターゲットに焦点を当てて売上を増やしていきたい。来場動機を増やすことは難しいと感じている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	来客数の動き	・4年ぶりに祭りが開催されて、幾らか活気付いたような気がする。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	単価の動き	・仕入単価の上昇により、売上が減少している。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・相変わらず新規案件が少ない。基本計画進行中の案件はあるが、実施設計までに時間が掛かっている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・改修工事及び既存建物の有効利用等の話はあるが、夢を見てそれに付き合っているようなもので、その先の仕事の話にはつながらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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依然として悪く、規定の賃料を受け取れていない。これからいろいろな対策を講じるようなので、良くなるかもしれない。住宅の売行きも余り良くなく、工事請負業も少なく、決して良くない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・受注量が安定してきている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前から徐々に景気が良くなってきたように感じていたが、まだ販売契約が伸びず、余り変化がみられていない。地価もまだ高止まりしており、建築材料の値上がりも続いているため、厳しい状態である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・原材料の高騰が続き、建材需要への影響も継続していることから、販売量が伸びない状況が続いている（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店[和菓子]（経営者）	お客様の様子	・10月からかなりの商材の値上げがあり、客が買い控えをしているのではないかと感じる。

▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・やはり景気は悪い。来客数が少なくなっており、来店してもなかなか成約するのが難しい。来客数が少し増えてきているようにも感じるが、売上は伸びていない（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・し好品を販売しているため、物価高騰などの理由で来客数が減少している。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて、新型コロナウイルス感染症に対する警戒度が低くなっているが、来客数は少なく、売上も低迷している。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	単価の動き	・原材料の高騰、調達遅延や円安の影響により、品不足、仕入価格の上昇と、いやおうなしに商品価格が上がっている。すぐに販売価格に転嫁できないので、利幅が縮小している。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・買上点数は増えているものの、単価が下がっており、ここ2か月は売上減少が続いている。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響が大きく、客の買い控えが多くなってきていると感じる（東京都）。
▲	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・電気料金、原材料の値上げに伴う販売価格の上昇により、財布のひもが固くなっている。来街者数は増えているものの、売上に関してはほぼ前年並みである。7～9月にかけて順調に売上を伸ばしてきたが、10月は足踏み状態である。食料品は前年を上回っているが、商品価格上昇の影響と考えられる。その分、高額品が低迷しており、衣料品関連も伸びが鈍化している（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・10月に入ってから来客数、販売量共に落ちてきている。新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いてきており、新型コロナウイルス感染症の影響とは考えられない。旅行などのコト消費に動いている気がする（東京都）。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数、単価は前年並みを維持しているものの、来客数の前年割れが続いている。常連客の来店頻度が明らかに落ちてきている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商材の値上げ、容量の減量が止まらない。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・為替、原料高の影響による値上げで販売量が落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・良いときと悪いときがあり、どちらともいえない（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・大型スーパーや量販店でまとめ買いをする客が増えたためか、客単価が下がっている。さらに、弁当、飲料等の購入客が宅配サービスに流れ、来客数が減少しており、厳しさが増している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・やはりこの物価上昇により来客数が落ちている。新型コロナウイルス感染症が落ち着き、人々は自由に行動できているが、やはりお金を使わなくなっていると感じる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少しているものの、購入点数は余り減少していない。商材の値上げ分で、前年度と同等になっている感じがする。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・一般消費者の所得が横ばいのなか、コストプッシュによる物価上昇が顕著となり、生活防衛面に消費が向かいつつあるため、当社が扱う呉服、高級衣料等はマーケットが限定されてきている（東京都）。
▲	衣料品専門店（役員）	単価の動き	・旅行や食事会に行くので、という来店客が少しずつ増えてきている。ただし、諸物価高騰の影響で客単価は低く、高齢の年金生活者などは衣料品にお金を回す余裕はなさそうである。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・必需品の売上は見込めるが、娯楽品の売上が伸びていない。商材の価格上昇が顕著になってきており、今後の消費に期待が持てない（東京都）。

▲	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・10月に入り、売上動向は結果的に前年を割る水準で推移している。販売単価の下落が一因とみている。一方、国内需要の下支えまでの効果はないものの、インバウンドの数字は回復している。政府の個人旅行者に対する入国制限緩和の効果が表れている（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・原油高の影響で、電気、ガス、その他の消費者物価が日ごとに上がっていることから、新車を購入希望であった客が中古車にランクダウンしている話も聞く。原油高の影響でいろいろな物が値上がりしているため、これから数か月間はやや悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・多少だが生産台数が増えているようである。ただし、半導体不足がいまだに続いており、急に生産遅延が発生するため、客との約束が守れず、大きな問題になっている。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束する、若しくはそれに近い状態にならないければ、来客数が戻る要素は今のところない。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	単価の動き	・10月に入り、各種の値上げにより、今まで使っていた化粧品などのランクを下げる客が出てきている。値引き施策を行って、やっと前年並みである。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・コロナ禍も落ち着きが見え、ほぼ前年並みの売上だが、夏の需要期と比べると売上は減少している。しかし、10月後半は持ち直しの兆しも見えている（東京都）。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が余り話題にのぼらなくなったが、むしろ以前より消費も購買意欲も停滞している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・当店は宴会が主力の店舗だが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症の影響で大人数の宴会や集まりは少ないので、売上が全然届いていない。また、円安の影響による光熱費等の値上げ、物価上昇の影響もある。
▲	旅行代理店（営業担当）	それ以外	・食料品、電気代等の値上がりにより、若干の負担増を感じる。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がある。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、より安価なプランを選択する客が増加している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・低額プランに新規加入する客と、低額プランへ変更する既存客が増えている（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	販売量の動き	・電力自由化の代理店販売は、大手の電力会社の方が客にとっては安く済むため、販売を停止しており、手数料収入がない。また、戸建て向けの加入が減っている。
▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・中間決算において、販売目標の50%に未到達であった（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・客も、徐々にコロナ禍明けを感じ始めており、通常の生活に戻り始めている。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・原材料不足、円安の影響で、生活のありとあらゆる物が値上がりしているため、支出を絞っているように感じる。また、全国旅行支援が開始された影響か、来場者数が減少している。
▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	お客様の様子	・映画に関して、ヒットする作品としない作品の2極化が激しくなっている。客が作品をチョイスする際に冒険をしなくなっていることには、景気の悪化が関係していると感じる（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・ロシアのウクライナ侵攻に端を発して、世界的に資材、食材等が大幅に値上がりしている。建築関係でも資材高騰からなかなか仕事が決まらないというのが現状である。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・景気が下向き材料ばかりのなか、目に見える大きな変化はない（東京都）。
▲	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材高騰のため、売値の再設定が必要なケースも出てきている。
×	一般小売店 [家電]（経理担当）	来客数の動き	・今月も来客数が少ない。年末に向けて売れる商材もなく、工事が不要な商材はインターネットで買う客も多く、販売に苦慮している。

	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	販売量の動き	・物価が高騰している。
	×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・物価高による節約志向があり、安売りできない。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が目立つようになってきている。平日だけでなく週末の来客数と売上が目に見えて減少している。また、競合店との価格競争でも厳しい状況が続いている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇を受けて買い控えが起きている気がする。円安の加速による将来不安もあいまって、来客数が減少している（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・顧客獲得数の低迷が続き、継続収入の減少に影響している（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年10月から受注量が増えるため、景気は良くなっている（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月後半から10月に入って、問合せが異常に増えている。各方面、一斉に経済活動が稼働し始めたようである（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響から逃れ始めている（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印の注文を受けている。店頭と法人からの注文がある。今月は2口の特需があり、1つは小さな病院で、通常は1か月締めての請求額が1万円前後なのだが、10万円を超える大口注文があり、数もののゴム印の注文ももらった。もう1つは電気工事会社で、金額は1万円程度だが、工事番号や工事件名などを書き込むためのスタンプタイプの印鑑の注文である（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・半導体不足の影響はあるものの、自動車メーカーの生産は徐々に回復している。
	○	金融業（従業員）	競争相手の様子	・寒さで冬物の入替え等が進み、季節的な衣料品グッズやクリーニング、ガソリンなどについて、自治体による消費喚起策などで活性化が図れている。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・観光地の人通りが増加傾向にあると感じる。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が収束しつつあり、国内、海外のホテル宿泊者が増えている（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・今月に入って、空室となっているオフィスへの入居希望テナントの問合せが多くなり、空室率の改善が期待できるようになってきている。ただし、賃料の改善は厳しい状況である（東京都）。
	○	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症の発生前までとはいかないが、問合せの数も多くなってきており、受注量も1割程度上向いている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベント等が開催されるようになり、出店での売上は良いのだが、店頭での販売はまだ良いというほどではない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・インボイス制度により、業種的に動きはあるものの、競合他社等で受注率は変わらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・前月より案件の引き合いが増えているが、予算額が非常に厳しく、部数等を抑える傾向が強く、最低限の受注となるケースが多い。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・季節商材があり、受注が変動するが、相変わらず勢いが無い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注は大分活気付いてきたが、化粧品容器に関しては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	・景気の低迷が長く続き、大手製造業の新規設備が少なく、修繕、補修関係などで、仕事が小口化している。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数年は平穏無事、波風立たずのなご状態である。海外では戦争をしているのに、国内では何事もなく平和そのものである（東京都）。	

□	精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・エネルギー価格、最低賃金、資材購入単価の上昇で値上げが相次ぎ、春先取引先との値上げ交渉を行ったが追い付かず、利益を圧迫しているが、売上が上昇していることで多少打ち消されている。
□	その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・最近新型コロナウイルス感染症がやや収まってきており、得意先、身の回り共に、以前に戻ったように感じている。
□	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量の低迷、燃料価格の高止まり、人手不足という三重苦からの脱却の兆しが見えず、苦境が続いている（東京都）。
□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・単価の安いサービスに流れる傾向が顕著である（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高止まりや物流量の減少等、状況は変わらない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入っているが、物量が思った以上に増えない。また、燃料価格の高騰が影響して収益が伸びない。
□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設費が高騰し続けており、不動産価格も高値を維持しているなかであるが、販売自体は好調である（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・物価が上昇している（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜、近隣駅前の商店街にある飲食店をガラス越しにのぞくが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症の発生前の状況には戻っていない。客が入り始めているものの、まだ以前のにぎわいには程遠い。これには景気も大きく影響している（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金や他の助成金や補助金等を活用したい会社が見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・一部の輸出型の業種は好調なところもあるが、大半の中小製造業、特に金属加工業では厳しい環境に変わりはない。大手製造業の原価引下げの無理難題がたたって、賃上げもできず、物価、仕入価格の上昇により更に圧迫されつつある（東京都）。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・仕事の要望はあるものの、人材不足のため、業況に変化はない。
□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・円安傾向に終わりが見えず、閉塞感がある。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気代やガス代の値上げの影響が出てきている。段々と受注量が減ってきて、売上也落ちてきている。
▲	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻やエネルギー価格の上昇、急激で行き過ぎた円安と、経済環境が悪い。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや悪くなっているとはいえ、前年と比べると良い上に、月末にかけて若干好調気味にもなっている。理由が不明なので、予断を許さない。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物が思ったような価格で売れないし買えない。
▲	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・7～8月より伸びは鈍化しているが、まだ2けたの伸びを示している（東京都）。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・飲食業では売上がやや増加しているものの、まだ利益改善には至っていない。運送業では燃料の高騰が続いており、利益圧迫要因になっている。小売業では、円安の影響による食品等の値上げが響いて、売上がやや減少傾向にある。建設不動産業は、いまだに続く建設資材の高騰により販売価格が上がっており、良い物件は売れるが、やや落ちる物件は厳しくなっている。ゼロゼロ融資の返済も条件変更対応するところが増えてきている。全体的には若干下向き気味といえる（東京都）。

	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が賃貸で借りている再開発ビル1階の空き店舗を、当社管理のビルを賃貸中の医療法人が、営業拡張のため借りてくれた。ただし、他の3店舗は空室のままである。南西の角で一番良い目立つところが、10か月そのままである。当社も賃料を払っているが、やはり高い。いろいろと活動しているが、申込みに至らない。再開発から15年が経過し、運営方法を変える時期が来ているのかもしれない。我々不動産業界も、今年度中の統廃合の事案が進んでいる。これも何といても経費の問題である（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・撮影やデザイン等、クリエイティブの事業を行っているが、業績不振により、毎年依頼のあるクライアントからも値下げやボリュームダウンなどの交渉が多くなっている。クライアントが経営する店舗の閉店などもあり、売上が低迷している（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・クライアントから、年間プロモーションで元々決まっていた宣伝施策などについて、規模の調整が入ってきている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・値上げによって消費者の購入選択が厳しくなっている。原材料高、燃料や水道光熱費などのコスト増大が影響してきている。
	▲	税理士	取引先の様子	・急激な円安で物価が急騰し、飲食店でも値上げが続いている。Go To Eatや全国旅行支援などが行われているが、インバウンドの効果が出るのはまだまだ先になりそうである。大手企業は要請どおり賃上げできても、中小企業の体力では難しい。
	▲	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	・受注量の減少がみられる。案件が中止になるパターンが増加してきている（東京都）。
	×	建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症と原材料費高騰の影響がある。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・いろいろな材料が値上がりしており、2回、3回と値上げしている物もある。計画していても正式な見積りが出ると中止になるケースが増えている。
	×	広告代理店（従業員）	それ以外	・単純に前年同月と比較して売上が減っている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・採用数は前年比120%を超えて推移している（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	求人数の動き	・派遣サービスにおける求人数は、微増ではあるものの増加傾向にある。それに伴い求職者数も増加しており、派遣労働者数全体も増加傾向となっている（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・前年同時期と比較して求人数は伸びている。景気は少しずつ良くなっているという印象がある。本来、冬期は求人数が少し落ち込む時期だが、大きく落ち込むこともなく、夏期よりも多い求人数の動きから、やや上向いてきているような実感がある。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	求職者数の動き	・当社及び周辺企業では、中途採用で人を採りたいと思ってもなかなか難しくなってきたという話をよく耳にする。求職者の売手市場になっていると感じる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ほとんどの業種で前年と比べて新規求人が増加している。特に、人手不足分野である医療、介護、警備の求人が大幅に増えており、企業等の採用意欲の回復がうかがえる。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績は変わりなく、自身の消費動向にも変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で96%、前年同月比では104%で推移している。年計受注数では2けたの増加傾向が続いており、今後も安定した推移が予想される（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数自体は前年度の実績を超えて復調しつつある（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣、紹介共に依頼は堅調だが、人材が不足しているため、業績になかなか結び付かない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア、スタッフの派遣引き合いは相変わらず多く、好況が継続している（東京都）。

□	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感染症関連の雇用の受皿がそろそろ終息に向かい、求人数が落ち着く見込みである。また、円安や物価高の影響も出てくると推測している。
□	求人情報製作会社 (経営者)	周辺企業の様子	・主に取引先の様子だが、特別に物が売れているとか、来客数や消費が増えたなどの声は余り聞かれない。人手は不足しているものの、円安や株価の低迷、物価上昇など、先行きの見通しに不透明感があるのか、静観している感じがする(東京都)。
□	職業安定所(職員)	それ以外	・求人数は増加しているものの、最近の円安による不景気の兼ね合いが今後どうなるのか、依然として不安である。
□	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・求人数は飲食、宿泊業を中心にほぼ全産業で増加しているが、新規求職者数、応募、紹介件数及び採用数は微減となっている。求職者は新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いた状況下であっても、就職、転職活動に、より慎重になっており、更に良い条件を求めて求人を選んでいる(東京都)。
□	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・内定率が前年より少し高いようで、これまでは活動を継続している学生がもっと多かったが、学生は活動を中止している。企業サイドは無理をせず、内定辞退を避けることに注力しているようである(東京都)。
□	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・消費者の購買意欲、購買力に大きな変化はなく、企業の求人、採用者数にも大きな変化がない(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症、円安、原油高などの影響もあり、一部の企業で受注が落ち込み、残業がなくなったり契約が更新されなかったりするケースが少し増えてきている。
▲	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・求人は多いが、求職者がいない(東京都)。
×	求人情報誌製作会社 (所長)	求人数の動き	・飲食店やタクシー会社も潰れていき、人材募集よりも会社を運営することが難しくなっている。
×	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・元々の取引先からは全然話が出なくなっている。今獲得しているのは、雑誌など他媒体の大口顧客で仲良くなったところからのものである。そのおかげで少し盛り返している。
×	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・物価高により消費意欲が低下している(東京都)。