

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・現状と同様の傾向が続く。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・10月11日からの入国制限緩和に伴い、外国人の来店客が飛躍的に増加している。1月から9月は9.5%だった客層シェアが、10月は24.8%まで拡大し、売上全体の底上げにつながっている。円安の影響もあってか購買点数の多さも目立ち、今後も伸びが期待できる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・飽くまで2～3か月先ということだが、年末を迎えて人の動きはもっと多くなる。再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増えて、マスク等が必要以上に不安をあおると景気は悪くなると思うが、現状では世界的に見ても規制などはないので、経済は通常に戻りつつある（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の新しい波が来ない限り、上昇基調は続く。ただし、一度波が起こると、昔ほど引きずることはないとは思っているものの停滞は免れない（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・いろいろな行事が復活していることから、11月も引き続き需要がある。
	○	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・来街者数が増加してきており、特に外国人、日本人を問わず観光客が目立つようになってきているため、土産需要が見込めそうである。緩やかではあるものの、景気は上向きになっている（東京都）。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・3か月先の正月には花が欠かせないのではないかと。コロナ禍で花の需要は少なくなりましたが、期待を込めてやや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・来月から経費の抑制策が始まる。今後、外資系で案件が結構あることと、店頭部では、近隣の書店が10月末で閉店したため、手帳等の需要が全部当店に流れてくる可能性がある。売上の増加と経費の減少要因があるので、今後は上向く。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響が続き、販売量がより抑制される状況が続く（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症対策、新規感染者数の推移にも影響されるが、年末に向けてイベントごとが多くなるため、集客を見込んだイベント企画など、対策を立てている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・年末の繁忙期に向けて客の動きが活発になることが予想される。
	○	百貨店（広報担当）	・年末にかけてクリスマスや年末年始などのスペシャルオナーションが上半期より多く控えており、消費意欲の高さは引き続き堅調に推移していく（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現状の顧客動向から、年末年始の消費行動の兆しが見える。気象庁の長期予報によると、気温も平年並みか低いとのことで、コート、ダウンなどの重衣料、防寒ファッションパーツ、足元ではブーツなどの動きに期待している。ホリデーシーズンとなり、宝飾、時計などのギフト需要も高くなると見込んでいる。個人旅行単位ではあるが、インバウンドも回復してきている（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・外出機会が増加すると予測されるため、更なる人流増加が見込まれる。また、全国旅行支援等により新幹線利用など中長距離移動の増加も見込める（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高などが国内消費に与える影響を懸念するものの、インバウンドや水際対策の追加緩和、円安基調もあり、免税売上が改善すると想定している（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、年末年始にかけて、前年と比べて外出機会が増えてくる（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・技術が進歩する。
○	スーパー（店員）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、やや人の集まりが増えている。これから年末年始に向かって、料理等にチャンスがあると見込んでいる（東京都）。	
○	コンビニ（エリア担当）	・単価上昇が継続することと、新型コロナウイルス感染症の影響がなければ、このまま流動客が継続的に増えそうである（東京都）。	
○	コンビニ（商品開発担当）	・全国旅行支援が本格化してくるため、人の動きだけでなく、消費に結び付けてくれることを期待したい（東京都）。	

○	衣料品専門店（経営者）	・今は良い状況にあるが、値上げにより厳しくなる。
○	家電量販店（店長）	・今後、中国人旅行客の増加により、爆買いまではいかないにしろ、多少の購買量の増加は見込める（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・10月の足元は前年割れの結果となったが、ウイズコロナ政策の成果が徐々に出てくるとみている。また、インバウンド需要は、現在の緩和が続く前提で考えると、良い雰囲気が必要期に入る（東京都）。
○	高級レストラン（営業担当）	・当月より順次スタートする全国旅行支援のクーポン利用が、ホテル内店舗等を中心に目立ち始めている。また、順次再開するGo Toキャンペーン関連の問合せも多く、利用に期待できる（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・幸い、円安、インフレの影響は直接受けていないが、消費マインドに大きく影響するようになると、後退する可能性は否めない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は暮れが控えているので、今よりも少しは忙しくなる。来客数が増え、それに伴い売上も伸びていく。1月になるとやはり来客数が落ち込むので、完全に良くなるとは言い切れないが、少しは良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・忘年会の予約などが少しずつ入ってきているが、やはり少人数であり、客もまだ半信半疑で宴会予約をしているようである。前年よりは少し増えるのではないかと予測している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・このまま円安が続くと、外国人観光客が増え、市場の拡大も見えてくる。外食企業もこのインバウンド需要をうまく捉えて、売上を伸ばしていけることに期待する（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・東京でGo To Eatが再開されるため、今後は飲食需要が更に伸びることが見込まれる（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・飲食店は新型コロナウイルス感染症の影響で大きく変動する。感染状況が落ち着いてきているため、やや良くなる。インバウンドも戻ってきているので、良くなる（東京都）。
○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	・夕食、昼食に関しては需要が安定してきている。あとは宴会需要が復活するのを待つだけだが、依然として回復は弱い。年末需要に期待する（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・基本的には新型コロナウイルス感染症がある程度収束していき、国の緩和政策が続けば当然良くなると思うが、マスコミの報道により大きく左右されるので、報道の仕方次第である。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が売上に良い影響を与えている（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、年末年始も通常どおりであることが前提である。また、全国旅行支援の延長が予想されている（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援終了後も国内旅行の需要は戻る。海外旅行もハワイを中心に徐々に申込みがあるが、海外の物価高の影響で旅行単価が高騰している上、円安という不安材料があるため、完全回復にはまだ時間が掛かる（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・12月までは好調だが、その後は微増とみている（東京都）。
○	タクシー運転手	・少しずつ利用が増えている。昼間の利用が安定しているため、安心している。ロングの利用もあり、「今日客を乗せ100キロメートル走った」と自慢するドライバーもいる。私も別の日に80キロメートル走る客を乗せた。このような話でドライバー仲間と盛り上がっている。最近も超ロングの客があり、驚いている。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との共存が定着し、人の動きが少しずつ活発化してくる（東京都）。
○	通信会社（社員）	・前月から具体化したイベント企画が進んでいる。番組提供も見えてきている（東京都）。
○	観光名所（職員）	・来客数がこのまま増加していけば、少しは期待できるのではないかとみている（東京都）。
○	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・ウクライナ情勢が決着すればやや良くなる（東京都）。

○	設計事務所（経営者）	・当事務所では、このままでは駄目だということで、社員と打合せをして営業の展開を少し変えてみたところ、今まで動かなかった物件が少し動いてきている。もう新型コロナウイルス感染症のせいにはできないというような雰囲気があり、前年度よりは決算も大変好調な数字が得られる見込みである。ますます頑張らなければならない。
○	設計事務所（経営者）	・現在相談のある新規物件がこのまま成約すれば、具体的に動いていくことになる。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束しない限り、また、ウクライナ情勢が落ち着かない限り、基本的には景気は良くならないと思うが、観光業に対しては、政府がいろいろな対策を採っているので、少し良くなると期待している。
○	住宅販売会社（従業員）	・年始の新春キャンペーン展開や、年末年始の長期休暇により、注文住宅建築、分譲住宅を検討する時間がまとめて取れるため、展示場への来場者数や商談数の増加が期待できる。それに比例して販売量も増え、今月よりやや良くなるのではないかと。
○	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・原材料価格の高騰に対して一服感が出る見込みから、一旦は建材需要の回復に向かうとみている（東京都）。
□	商店街（代表者）	・最近、飲食を含めて全ての物が値上がりしている。当店の取扱商材はし好品になるが、やはり客はお金に対する感覚がかなりシビアになっている。買物にはかなり慎重になっていると言わざるを得ない。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新規客が増えてくれば別だが、根本的には既に底辺で、これ以上下がったらやっつけていけない状態が続いているので、変わらない。とにかく、新規客の獲得につなげるため、問合せをもらっている客に対応している（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品は、現在は新品から中古まで、いろいろなところで販売されている。最近では価格が安ければ新品にはこだわらない客も多くなる。販売する商材も変えなければいけないと思っている。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・テレビの買換え需要などは増えてきているものの、動いているのは価格の安い物で、仕事量は増えても月商を上げるのは大変である。値上がり商材が増えているとはいえ、買い換える前のテレビと比べれば、価格はずっと安い。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先も現状のまま変わらない。物価も仕入価格も上がっており、良くなる要素は見当たらない（東京都）。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・これから11月にかけては余り期待はできない。年賀はがきの印刷はあるが、郵便局等でも扱っているもので、全然変わらない。12月からは当地域のプレミアム付商品券が取扱開始となるので、それに期待するほかない。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国のインフレが解消されない限り、株価は上がらず、円安が続く、景気に影響する。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・早く世の中が通常に戻ることをただ祈るのみである。それまで会社も持ちこたえてほしい。今のままでは年末のボーナスも期待できない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・様々な要因の先行きがはっきりしないまま、消費活動に動きが見え始めた結果、身の回りの景気は上向いているように見える。しかし、物価高の影響などが目に見える形で現れてくると、消費マインドにマイナス影響が出る恐れもあり、不透明な状態が続く（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・インバウンド客の入国制限は緩和されてきているが、新型コロナウイルスの感染状況は下げ止まっており、物価も上昇している。しばらくは消費に対して慎重な判断が続く（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・前年は行動規制がない年末年始を迎えて売上が伸びたが、現在の動きから中心となる食品関連には不安がある。好調な高額品やインバウンド需要に期待する（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・テナントから徴収する電気代や諸経費も上げざるを得ず、出店者側の負担が増えている。また、個人に置き換えても、収入が増えないため、コロナ禍の反動による売上好調も長くは続かないのではないかと（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・人の動きや消費意欲は確実に改善されてきているが、物価の上昇による生活防衛意識の高まりや、年末に向けて予想される新型コロナウイルスの感染第8波など、不安要素は多い（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・全国旅行支援の開始により、旅行など外出機会の増加に合わせた需要増も一部にはみられる。しかし、物価高に対する消費者の意識は引き続き非常に厳しいため、景況は今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・コロナ禍の直接的な影響は落ち着いたが、物価上昇に伴い食料品売場を中心に購買動向に抑制傾向がみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・ウクライナ情勢は終結が見通せず、長期化すると予想している。原油価格高騰に伴う電気料金の値上げは当面継続する。政策による価格上昇を抑える動きがある一方で、円安傾向はそのまま続くため、現状から悪化するリスクは依然として残っており、改善する見通しはほぼない。ただし、外国人観光客の流入や、日本人の海外旅行が抑えられると思われるため、その動向に注視していくことが必要である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・オケーションニーズが増える時期のため上向くと期待したいが、値上げや新型コロナウイルス感染症、インフルエンザ流行のピーク等の脅威を考えると、今以上に上向くような特段のプラス要素はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・現在が余り良くないので、2～3か月先も変わらないと思うが、それよりも電気代の大幅値上げなどコストの増加が経営を圧迫している。販促をいろいろ頑張っているので、売上の悪くはないが、景気が良いとはいえないし、最終的な利益が非常に厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・やはりこれだけ物価が上がっているので、客はなるべく安い店を買い回っている。世の中の状況に鑑みて、3か月後も今と変わらず推移していくと予測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げにより買上点数に影響が出てくる可能性がある。光熱費等の支出増加により、食品類の購入にも影響が及ぶ可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、この先食料品の値上げも控えているなかでは、同様の状態がまだしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価は更に上昇する見込みが十分にあるが、それに伴い家庭における生活防衛意識も更に強まる可能性が考えられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・今後も新型コロナウイルス感染症を気にしながらの生活が続くこと、物価上昇が収まる気配が感じられないことなどから、積極的な消費が起こればと考えるににくく、しばらく出口の見えない状態が継続する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・これから年末を迎え、クリスマスやお歳暮等があるので、客単価が上がり、多少は上向く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月では特別大きく変わらない。今年の前半に比べたら良くなってはきている。このまま少しずつでも良くなっていけば良いが、来年初頭では今と同程度ではないか。大きな環境の変化がなければ、今の水準を保っていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・若干良い兆しが見えるものの、やはりこのところの急激な円安により、繊維系の産業としては輸入価格が上がってきてしまい、再度の値上げを考えなければいけなくなっている。良い兆しはあるものの、この先はまだ読めない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・物価高に伴い、衣料品に対する消費が大きく見込めないと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・やはり衣料品業界には物価高騰の影響がかなり大きい。ウクライナ情勢や円安等の問題が大きく変わらなければ、まだまだ厳しさが続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が落ち着かないとなかなか厳しい。年末の動向に期待している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。メーカーの生産ラインでの半導体不足の影響で、納車まで3か月くらい掛かっているため、客が余り積極的でないことが原因である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の受注量は前年並みだが、整備部門は順調に推移している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・年末に向けて買い控えを感じる。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ウクライナ情勢、原油高、何十年かぶりの円安というなかで、明るい見通しが一切ないため、この先も今の悪い状況が数か月は続くのではないかと。ただし、内需についてはまだまだ潜在的なものがあるので、内需拡大の方策があれば、良くなる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・生産正常化の見込みが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・関係するような情報がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・一般的な買物などに対する経済対策がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りを見ても、どうも景気が良いとか物が売れているとは感じられないので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・商材値上げの影響が発生する。しかし、来客数の増加を見る限り、売上にさほど変化はないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・激変緩和措置により燃料油価格はほぼ落ち着いており、需要が大きく変化することはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの感染第8波の報道も聞こえてくるなかで、同じことの繰り返しが起きると想定している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・政府にこれといった景気対策がなく、むしろ悪い方向にかじを切っている気がする。本当に何とかしようという気があるのだろうか（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の流行状況に左右される。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況が現状のまま推移すれば、年末に向かって来客数はこのまま増加基調かと思われるが、物価や仕入状況により、利益や景況感は必ずしも連動せず、現状と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客足の戻りが早かったランチに加え、客足が遠のいていた夜の営業もややにぎわってきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・当社は飲食サービス業で、中高年層の客がメインである。したがって、新型コロナウイルス感染症や収入の影響が大きく、厳しい状況が長く続いている。その上、円安やロシアのウクライナ侵攻の影響で光熱費や仕入原価が高騰し、2年以上赤字が続いている。いつまで持ちこたえられるか心配である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・例年ならこの時期だと12月はほぼ予約で一杯になっている。40～50人用の大きい部屋があるのは当店だけなので、そうした宴会予約は入ってくるが、15～30名くらいまでの宴会はほとんど入っておらず、予約ノートは真っ白である。この状態が続くような感じがしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気は悪いままで変わらない。このまま年末に入ってしまうと、どれだけ忘年会などが開かれるか、クリスマスなどでも人出があるのか分からない。商業施設で人出が増え、新型コロナウイルス感染症が更に広まった場合、政府はどのような対策を打つのだろうか。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症が収束すれば、売上自体は伸びていくと思うが、原価や水道光熱費の高騰により経費が増大しており、売上が増えても最終的な営業利益は逆に減ってしまうという大変厳しい状況にある。政府には、特に水道光熱費について、個人だけでなく企業に対する補助もお願いしたい。また、新型コロナウイルス感染症の分類を2類から5類に早々に変えてほしい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・やはり新型コロナウイルス感染症が収束しないと、特に旅行に関しては遊興費なので、なかなか余裕がない。諸物価が上昇しているので、生活していく上で非常に大変だということである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援で仕事は復活したが、煩雑な作業量が従来の数倍となっている上、支援値引きの立替えなど利益なき繁忙となっている。支援終了後の反動が心配である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・例年のように、冬から春にかけて新型コロナウイルス感染症の新たな変異株が発生、まん延することを危惧している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・値上がりの影響はしばらく続くものとみられる。収入が上がらない限り、景気が良くなっているとの判断はできない。

□	タクシー運転手	・やはり今は物の値上がりが一番苦しい。全ての物が値上がりしているの、消費者は敏感になっており、年末にかけて慎重にならざるを得ないという気持ちが見て取れる。
□	タクシー運転手	・良くなる勢いは全く感じられないが、悪くなるとも感じられない。繁華街辺りは欧米系の外国人客がやや増えているものの、以前多かった中国系、韓国系の観光客はほとんどいない（東京都）。
□	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息するまでは、なかなか景気回復は期待できないのではないか。また、終息しても、すぐには以前の状態まで回復しない。
□	通信会社（経営者）	・機器等が順調に入荷されれば景気は良くなるが まだその段階ではない（東京都）。
□	通信会社（社員）	・特にイベントがない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着いてきており、回復の兆しを感じるものの、物価が上昇してきているため、本格的な回復にはまだ時間が掛かる。
□	通信会社（営業担当）	・インターネットを軸に競合他社との価格競争は引き続き激しく、客が安価なサービスに流れる傾向は続く。
□	通信会社（局長）	・物価高の影響もあり、娯楽に値する多チャンネルの契約数の伸びと年末のテレビコンテンツの充実がきつ抗して、今と余り変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
□	通信会社（経営企画担当）	・例年、年末年始に向かって案件数が減少する傾向にあり、現状から余り変化はないと予想している（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・社会情勢が変わらない限り、変化はない（東京都）。
□	通信会社（局長）	・為替相場が不透明なところと、世界情勢の影響で半導体も含めて需要が安定していない。
□	パチンコ店（経営者）	・物価上昇に対する政府の対策が望まれる。それまでは横ばいとみている。
□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、実際の勝負は来春4月と考えている。また、小手先の戦略では消費者に届くまで時間が掛かると予測している。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・円安による輸入品等の値上げ、物価上昇で、レジャー費等は削られ、非常に厳しい（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・国内、海外客の増加は好材料である反面、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行による懸念がある（東京都）。
□	その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・楽観的な予想も含め、このまま行くような気がする（東京都）。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・急な売上増加は期待できないので、やや変わらないか、少し減少する。
□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・円安、賃金の低迷等、個人消費につながるプラス要素が見当たらない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・新年度になり、官庁案件の入札が始まるまでは、現状の景況感で推移する。民間は閉塞感から抜け出すのが難しい状況が続いている。
□	設計事務所（所長）	・近隣の状況を見ても新しい工事は非常に少なく、空地に関してはコインパーキング等での利用が多い。様子見の状態が続いているのではないか。当社も、土地の有効性、有効利用の話があっても建築工事で採算が合わず、前には進まない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きが少し良くなっている。
▲	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・まだまだ商材の値上げが続くそうである。また、新型コロナウイルスの感染第8波が心配されており、年末年始にかけて感染が広がるのではないかと。
▲	一般小売店 [米穀]（経営者）	・消費者にとっては、収入が伸びないまま物価が上がっているの、非常に財布のひもが固くなっている。そのため、厳しくなる（東京都）。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・物価上昇と収入のアンバランスにより、改善の兆しがみられない。
▲	一般小売店 [傘]（店長）	・今後も仕入価格の上昇が続く。

▲	百貨店（営業担当）	・燃料費、原材料費などの高騰による物価上昇がどこまで影響してくるか依然として不透明ではあるが、現時点よりは消費の伸長度合いは鈍化する（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・現状、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きを見せ始めており、政府による全国旅行支援等の影響で客に動きがある。しかし、これから冬に向かい、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症が再び流行すると、客の行動が制限され、商材の値上がりもあって、買い控えが生じるとみている。賃金がそれほど上がっていないなかで、買い控えが想定されるので、景気は下向きになっていくのではないかと。
▲	スーパー（総務担当）	・物価高に賃上げが追いついていない。最低賃金が上がったので、人件費削減のためにパートのシフトも減らしている。
▲	スーパー（仕入担当）	・消費者物価が3%上昇しており、家計への影響が増大しているため、消費の低迷は続いていく。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・今後、電気料金などの負担増が商品価格に更に反映されると考えられる。節約志向などが一層高まり、厳しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・量販店への客の流出が加速し、宅配サービス業者との競争もますます厳しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・商材の値上げが買上点数の減少につながり、売上に影響が出てくる可能性がある。
▲	コンビニ（経営者）	・店の周りが高齢者が増えている。年金も実質的に下がるのと同じような状態になるのだと思うが、商材自体は本当にその日その時間に食べる物しか買わなくなってきた。この先、給料が上がるとか年金が上がるといような明るい材料でもない限りは無理である。
▲	コンビニ（経営者）	・光熱費や商材の値上げが多く、景気は悪い方向に向かう。そのようななか、賃金アップも望めず、景気が上向き要素がない。
▲	衣料品専門店（店長）	・急速な円安に伴い、輸入コストの上昇が利益に影響を与えつつある（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	・商品単価が大きく上がってきていることが懸念される。減税や補助金の投入が必要になっている（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・サービス需要の低下、新車の生産遅れにより、損益状況が厳しくなると見込んでいる。
▲	住関連専門店（営業担当）	・今秋の各メーカーの値上げが一巡し、懸念されたほどの落ち込みはないものの、今後も円安が続くなど、良い材料はなく、厳しくなると覚悟している（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・全ては新型コロナウイルス感染症が収束する、若しくは同等の状態に戻らなければ、景気は回復しない。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・物価高の影響は年末商戦にも影響する。
▲	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍が落ち着いてきたこと、旅行費用の助成などにより忙しくなっているが、円安による原材料費、諸経費、人件費の高騰スピードの方が速く、収益はマイナス方向である。円安の影響ももちろん大きく、今後は更にその影響が強くなるのではないかと。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・年明けはローシーズンとなるため、全国旅行支援が継続したとしても需要は低下すると予測している。
▲	旅行代理店（営業担当）	・大幅な円安により物価が上がっており、買い控えのサイクルに入っている感じがある（東京都）。
▲	タクシー運転手	・15年ぶりに都区内のタクシー運賃が改定され、値上げすることに正式に決まった。業界としてはコロナ禍で悪化した経営を埋め戻したいと思っているかもしれないが、なかなか現実的には難しい。しばらくは利用を敬遠されることになると思うので、景気はやや悪くなる（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・電力やガスなどの料金値上げがまだ続いており、節約ムードがじわじわと響いてくる。
▲	通信会社（経営企画担当）	・客の購買動向に改善がみられない（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	・営業の状況は変わらず、しばらく好転しないとみているが、電気料金等、原価や販売管理費の上昇による影響は継続、又は悪化すると想定している（東京都）。
▲	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の新たな変異株が発生しており、感染力の高さから、感染第8波が到来する可能性がある。インフルエンザの流行や、海外からの観光客の入国制限緩和も伴って感染が再拡大した場合、活動人員の減少という点からも影響を受ける可能性がある（東京都）。

▲	ゴルフ場（経営者）	・寒さが厳しくなるとの長期予報が出ているので、客が外出を控える気がする。
▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・円安が進み、経済の先行き不透明感が増していることと、食品を中心に身近な物の値段が上がってきている（東京都）。
▲	設計事務所（職員）	・国が主導して効果的な景気対策を打たない限り、上向くことはない（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・本当に先が読めない。客に購入の動きはあるが、金融機関の融資が若干厳しくなってきたようである。今の新築アパート物件の利回りも下がってきているので、今後金利が上昇すると、かなり厳しい状況になる。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰の傾向がしばらく続く。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・原材料費、燃料費、人件費いずれも高騰している。
×	スーパー（経営者）	・インフレ傾向が強くなっている。商品単価は少々上昇しているが、来客数、売上共に減少している。この先更なる値上げが見込まれるので不安である。エネルギー価格の上昇により電気代がかなり上がっており、経営が厳しくなっている。
×	コンビニ（経営者）	・物価と経費が高騰している（東京都）。
×	コンビニ（経営者）	・季節的な要因で、やはり冬はコンビニは弱いので、これからは少し弱くなっていく。それと同時に、この物価高により人々が財布のひもをかなり締めており、無駄なお金は使わなくなっているため、商売人にとっては厳しい季節が始まる。円安やエネルギー価格の上昇も含めて、物価高が少しずつ収まってくると良い。
×	衣料品専門店（店長）	・急激な円安により輸入商材の価格が急上昇しており、小売価格にも影響が出てきている。
×	衣料品専門店（従業員）	・これから先も物価上昇により購買意欲が低下し、売上が悪くなる。最近では来客数も減っている。
×	家電量販店（店長）	・消費者は今まで我慢していた旅行や飲食店へ足を運ぶ機会を増やし、無駄な消費を減らすようになっている。消費行動的に買換え需要以外の大きな波は来ないので、売上面で見ると厳しい冬になる。
×	乗用車販売店（営業担当）	・良くなる要素が1つも見当たらない（東京都）。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染第8波が懸念されており、ここ2年間の傾向から新規感染者数が増えることが予想される。新規の引き合いの減少や、現在入っている予約のキャンセルについても懸念される場所である。今までも新規感染者数の増加に伴って延期やキャンセルが続発しているため、景気はやや悪くなる。
×	タクシー運転手	・景気は新型コロナウイルス感染症の発生前の状況には全然戻っていないことは明らかである。短距離の客は確かに増加しており、繁華街の人出も増えている。しかしながら、タクシー事業者にとって最も売上に重大な影響がある長距離の客はまだまだ少ない。そこが回復すれば、コロナ禍以前の状況に戻る（東京都）。
×	通信会社（管理担当）	・引き続き物価高の影響が大きい。
×	ゴルフ場（経営者）	・コストプッシュ型のインフレが持続する。また、値上げができない状況下での賃金上昇が経営の足かせになっている。
×	ゴルフ場（経営者）	・相変わらず続く原料不足と値上がりの影響により、不安感から消費を抑えることが続く。また、ゴルフにとってシーズンオフに向かっていく時期であり、売上の確保が厳しい。
×	ゴルフ場（従業員）	・G o T o E a tなどが再開されているが、結局は国や自治体のお金で経済を回している。国や自治体の財産を減らして、景気が良くなるとは思えず、その方法が得策とは思えない。
×	ゴルフ場（経理担当）	・円安による物価高は固定費を圧迫し、著しく収益性を悪化に導いている。日本の金融政策に変更がない限りはこの動向は続くだろうし、現下の不透明要素からは足元の物価上昇を一時的な動きと評価することはできず、社内の収支構造改革にまで踏み込む必要性が指摘されている。半導体などの資材不足の影響は残っており、設備投資の一部は年度内の施工が見通せない状況になっている。

	×	その他サービス [学習塾] (経営者)	・生徒数が減少している。親からも、物価高になり生計が立たないので辞めるとい声が出ている。景気はどんどん悪くなる。
	×	その他サービス [学習塾] (経営者)	・客からの問合せ件数の減少が著しい。
	×	設計事務所 (所長)	・資材等の高騰から、なかなか仕事が決まらない。特に、民間は深刻である。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業 [ディスプレイ] (経営者)	・どの業界もウィズコロナにシフトし始めているようである (東京都)。
	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・受注量が増えている。インフレ手当の支給も行う。
	○	食料品製造業 (経営者)	・人が少しずつ動くようになってきているので、この傾向はしばらく続く (東京都)。
	○	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・店頭受けが主になる個人客は低い水準でほとんど変わらないが、法人客は今月特需のあった得意先以外にも問合せが多く、受注件数も僅かながら上向いていると感じるので、少し上向くのではないかと (東京都)。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・月末にかけての好調は短期間ながら持続するとみている。ただし、来年については不透明である。
	○	輸送業 (経営者)	・前年に比べ、年末年始を始め、業界の会合等でも宴会を伴うものが増えてきている。少し活気が出て、景気に明るさが出てくることを期待したい (東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・政府が新型コロナウイルス感染症対策で経済活動を制限せず、むしろ活性化に方針転換し、旅行等の動きも活発化しているので、マインドが向上している。
	○	不動産業 (総務担当)	・空室の埋め戻しが期待できる状況になってきている。また、店舗の客足も伸びており、売上も若干ではあるものの、改善されつつある (東京都)。
	○	広告代理店 (経営者)	・インバウンドなど観光需要の回復により、飲食店などでは売上が期待できそうだと聞いている (東京都)。
	○	その他サービス業 [警備] (経営者)	・少しずつでも人を増やし、売上の増加につなげていきたい。
	○	その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	・年末商戦やG o T o E a tなどの施策に良くなると期待も込めての回答である。
	□	食料品製造業 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染第8波次第である。
	□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・12月までは今くらいの受注量が続くだろうが、年明け後はまた景気が悪くなる (東京都)。
	□	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・販促費の予算は最初に削られる傾向にあり、少量少額の案件を格安業者と比較されて受注に至らないことが増えてきているので、非常に厳しい。
	□	化学工業 (従業員)	・値上げの告知を行っているが、受注状況は思っていたよりも良くはなっていない。
	□	化学工業 (総務担当)	・原燃料費の高騰が続き、好転は望めないが、行動制限のない状態が続いているため、インバウンド需要も回復すると期待している。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・向こう3か月の景気動向については、やはり政府の経済政策や値上げの状況が分かるまでは余り大きく好転することはない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・化粧品容器の受注回復はまだ先が見えないが、医療品容器に関しては、円安の影響もあり、少しではあるが明かりが見え始めている。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・今の政治が続いて、新型コロナウイルス感染症の問題もそのまま残れば、当社の業績も大きくぶれることはない (東京都)。
	□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・自動車メーカーは多くの受注を抱えているが、半導体不足の影響で大幅な増産には至らない。この状態はしばらく続くのではないかと。
□	その他製造業 [靴] (経営者)	・今は新型コロナウイルス感染症が大分収まってきており、以前の様子に戻ってきたと感じている。得意先も来客数が増えたと大変喜んでいる。こうした状態が少しでも続けば良い。	
□	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・今月はここ数か月と比較すると良い数字になっているが、現場からは、物価高による客の支出削減が進んでおり、まだまだ楽観視はできないという声が多い (東京都)。	

□	建設業（経営者）	・実際に有効な中小企業対策が打たれているかどうか分からない。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷している。輸出に関しては全くない状況である。今後も現状が続く予想をしている。
□	通信業（広報担当）	・物価上昇の影響もあり、以前ほどの伸びは見込めない（東京都）。
□	金融業（従業員）	・旅行や飲食の割引キャンペーンが開始され、小売業、サービス業の事業者は売上増加に期待を寄せている。ただし、急速な円安進行によるコストの増加で利益確保は厳しさを増しており、サービス内容の見直しや価格引上げは避けられないとの声が聞かれる（東京都）。
□	金融業（総務担当）	・全国旅行支援やGo To Eatキャンペーンの恩恵も出てくるが、あらゆる物が値上がりしており、それほど景気は戻らない。円安傾向はまだまだ続くと思われ、ガソリン価格の高騰や食品関係の値上げと、今後も不安感は拭えない。ただし、年末商戦では今まで抑えてきた消費も少し緩むのではないかとみている。全体的には景気が上向く材料が不足しているので、今後も厳しい状況が続く（東京都）。
□	不動産業（従業員）	・コロナ禍の収束は良い点であるが、円安による原材料価格の上昇は懸念材料である（東京都）。
□	不動産業（従業員）	・建設費等の物価上昇については、すぐに改善されることはないと思っている（東京都）。
□	税理士	・以前から米中の景気が国内景気に影響すると言ってきたが、現状はインフレやエネルギー価格の上昇等があり、飲食店などはまだ全然以前の活気がある状況には戻っていない。これが解消されない限り、ずっと現状が続くのではないかと。円安、インフレ、エネルギー価格の高騰が市民生活にも大きく影響している（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	税理士	・電気料金等の値上げに対する措置は有り難いが、この先のことを考えると、景気回復を図らない限り、緊急措置ばかりでは購買意欲は湧いてこないし、先々の不安が募るばかりである。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・経済活動が活発になってきているとは感じるが、原材料、資材等の値上げがあり、厳しい状況が続く。
▲	金属製品製造業（経営者）	・例年なら年末にかけての仕数の話が出る頃だが、まだ出ていない。仕事の確保に努力する。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の大口受注価格には、それほど落ち込みはないが、品薄状態が改善され、販売数は伸び悩むと想像する。
▲	精密機械器具製造業（経営者）	・世界的なインフレ傾向と有事のため、非常に不安定である。
▲	輸送業（経営者）	・円安、ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルスの感染第8波、原油高、生活周辺価格の上昇がある（東京都）。
▲	金融業（従業員）	・寒くなるにつれて、インフルエンザや新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が懸念される。また、ロシアのウクライナ侵攻の長期化も影響し、物価高や円安の悪影響もあることから、今後は景気が低迷する。
▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が長引くなか、これに対応しながら進むより生きる道はない。当事務所も当初から換気設備が悪く、賃料の交渉をしたが、なかなかである。それぞれが生きていくために頑張っている。新型コロナウイルス感染症に気を付けて頑張りたい（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・客足が戻り、売上増加を期待できるが、諸物価の上昇が続き、収益の悪化をカバーしきれない。
▲	広告代理店（経営者）	・物価高に加え、円安の影響がある（東京都）。
▲	広告代理店（従業員）	・当社の取引事情による（東京都）。
▲	経営コンサルタント	・円安の影響などの厳しい状況が多く予想される。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安がどのくらい進むのかが見えないが、中小企業は輸入価格上昇分と人件費の増加分を価格に転嫁できていない。そのため、どちらを取るかと考えると、人件費を据え置かず減額するしかないもので、財布のひもは締まる一方になる（東京都）。
×	金属製品製造業（経営者）	・ウクライナ情勢とエネルギー価格が落ち着かないと、景気は悪くなっていく。
×	建設業（経営者）	・企業の設備投資が少ない。また、消費意欲も高まらない。
×	建設業（経営者）	・設備投資を控える企業が増えている。

	×	建設業（営業担当）	・資材関係の価格高騰が止まらず、納期遅延も改善しない状況下、円安で更に状況が悪化し、受注が減ると予測している。
	×	広告代理店（営業担当）	・ここにきて、燃料費、原材料費の高騰を理由に、各社が宣伝費を出し渋る傾向にある（東京都）。
	×	経営コンサルタント	・輸入品の価格上昇は、原材料から電気、ガス等の製造維持に重要な経費の上昇に大きく影響し、もはや20%程度の原価高になりつつあり、中小製造業の利益を圧迫している（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・募集は拡大傾向にあり、採用数は今後も伸びる（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・通常、秋以降は派遣市場全体として求人、求職共に増加傾向になる。現状でも微増の状況で、現時点で特に障害要因も思い当たらないため、このまま数か月先も同様に増加傾向で推移する（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・12月はさすがに求人が減るが、今の勢いで来年を迎え、1月以降も同水準で推移するならば、景気は良くなっていると感じられる。仕事や経済が回っているのか、明らかに前年とは違う。特に大きな行動制限のない時期が続いており、全国旅行支援などの施策も増えてくるようなら、更に経済が回っていく。経済が回っていくと求人数が伸び、雇用も生まれる。その繰り返しが景気の良さへとつながっていくのではないかと。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・各企業で採用人数が増えている。繁華街や観光地でも人出が増えており、緩やかではあるが景気は回復しつつあるように感じる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・直近の求人数、就職者数からみて、雇用情勢は回復傾向にあるものと推察されるが、これが継続するか否かは今冬の新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの感染状況に左右される。
	□	人材派遣会社（社員）	・引き続き一部の企業では円安の影響による受注減少が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・3か月の短期間では変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者が大幅に増える見込みがない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は安定して増加しているが、募集や採用活動が厳しくなっていることもあり、採用コストが増えている。長期派遣契約数も緩やかに増加していることから、当面、業績は安定していく（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に対して人材の供給が追い付いていない。時間とともに人材不足が顕著になってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は例年と変わらず、特に大きな動きはない。2～3年前から各地で大型倉庫の新設が継続しているので、来年以降も求人が見込める。
	□	人材派遣会社（支店長）	・特にITリテラシーの部分で、求人企業が求める経験やスキルと、求職者が保有する経験やスキルとのギャップが年々大きくなってきている印象がある。ミスマッチが生じていることから成約の障害となる度合いが高くなってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・企業におけるDX推進を中心に要員不足の状況に変化はなく、今後も派遣ニーズが落ち込む様子は見受けられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新たな経済政策に伴い、どこまで人材ニーズが高まるかによるのではないかと。
	□	求人情報制作会社（経営者）	・根本的な景気対策がなされていないなか、事業者は新型コロナウイルス感染症の影響で疲弊したキャッシュ状況から抜け出せず、元本の返済期間を迎え、ますます弱体化していくような気がしている。このような状況下で、貸金アップなどの政府要望にこたえられない中小事業者は多い（東京都）。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で2.5%、前年比で11.7%増加しており、10か月連続して前年同月を上回っている。新規求人数は前年比15.8%の増加だが、新規求職申込件数が14.4%増加であるため、有効求人倍率は1.12倍と0.03ポイントの上昇にとどまっている。	
□	民間職業紹介機関（経営者）	・新卒採用マーケットは景気変動に対して1～2年くらい遅れて変化が現れる。しばらくは静かな推移が続くのではないかと（東京都）。	

□	民間職業紹介機関（経営者）	・市場に新たな魅力のある求人はなく、大きな変化は望めない（東京都）。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけて予約や計画などがほとんどない。年明けに関しては新たな事業展開などの話がいろいろ持ち上がっているが、年内一杯はかなり絶望的である。
▲	職業安定所（職員）	・円安による物価上昇に伴い、今後は不安視される。
▲	職業安定所（職員）	・求人数全体の伸びが鈍化している。飲食、宿泊業が増加している一方で、製造業、卸売、小売、医療、介護分野は減少に転じている。特に、製造業では原材料高で業績が落ち込んでいるとの声が多く聞かれる（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・円安、物価高がどこまで続くのかにより変動する（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・ロシアのウクライナ侵攻が終結しないと難しい。