

1. 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)		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、客単価、稼働率共に伸びている。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・10月に入り、旅行客の宿泊や来街者が増えている。区域内の2軒のホテルは満室に近い状態の日が頻発しており、売上がアップしている。区域内の百貨店では衣料品などで地域住民による売上がアップしている。これらのことから、全体的な景気は僅かながら上向いている。
		商店街(代表 者)	販売量の動き	・当地では人の通行量が増えていることで、販売量が順調に回復しており、売上もコロナ禍前の8割程度まで回復している。居酒屋など、1次会で使われるような飲食店も予約しづらくなるほどまで回復している。ただ、2次会以降で使われるような店は閑散としており、新型コロナウイルスの感染対策によって根付いた終電までに帰る癖が抜けきらない状況が続いている。
		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感染症発生前と比べると、売上は72.9%まで回復してきた。これは行動制限がなくなり、10月11日から全国旅行支援が開始されたことで人出がぐっと増えたことが影響している。
		一般小売店[土 産](経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援のクーポン利用が伸びている。平日が3,000円分、土日が1,000円分ということもあって、平日にクーポンを利用する人が多い。例年よりも平日の客が増えていることが、Go To Travelキャンペーンの時とは違う点となっている。
		百貨店(販売促 進担当)	単価の動き	・来客数は微増で推移しているものの、客単価が上昇していることで、全体の売上を押し上げている。
		百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・直近3か月の動向をみると、買上客数及び販売量が前年比110%と伸びている一方で、客単価は物価高の影響もあって前年比95%と落ち込んでいた。しかしながら、10月になり、気温が低下していること、旅行などの外出が増えていることから、コートやブーツを中心としたファッションゾーンの需要が高まっており、客単価も前年比110%と好調に推移している。
		コンビニ(エリ ア担当)	お客様の様子	・行動制限の緩和や全国旅行支援の効果により、観光客が明らかに増えており、人の動きが活発になっている。
		コンビニ(エリ ア担当)	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いることで、観光業の動きが良くなっている。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まったことで、景気はやや良くなっている。
		コンビニ(店 長)	単価の動き	・値上げの影響で客単価が上がっており、景気もやや良くなっている。
		衣料品専門店 (エリア担当)	販売量の動き	・全般的な物価高騰がみられるなか、水道光熱費も高騰している。その影響で、衣料品においては暖か商品の動きが前年よりも早い時期から動き始めている。今後も暖房費などを節約する状況が続くとみられるため、暖か商品は好調に推移する。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型車の販売動向が良いこともあって、大量の受注残がある。景気が悪いのであれば、新型車といえども多くの販売にはつながらないため、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	・新車の生産状況や在庫状況が相変わらず低調であり、売上は計画の7割程度にとどまっているものの、受注状況はやや良くなっている。現時点で3か月分以上の受注残を抱えている。

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
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・久しぶりに夕食の予約が入ってくるようになったことで、コロナ禍前の60%超えが見込まれるなど、景気はやや良い。昼食の来客数も順調に増えている。客単価は上がらないなか、食材の値上げなどで利益が減っているため、売上増は有り難い動きである。道内全体でも、低価格店は元より、高級店の予約も増えているようで、久しぶりに活気が戻りつつある。ただ、10月下旬になり、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、ランチがやや芳しくない状況となっている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・物価上昇による消費抑制傾向が強くなっていたが、10月に全国旅行支援が始まったことで、国内旅行需要が急速に拡大している。また、秋季は北海道の修学旅行時期であり、新型コロナウイルス感染症発生前にぎわいが空港に戻りつつある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果で人の動きが増えている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まったこと、人流抑制がないことから、人が動き始めている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まる前は旅行の申込み控えがみられていたが、全国旅行支援の開始が報道されるようになったことで、来客数が増加し、予約の相談問合せも著しく増加している。新型コロナウイルス感染症の第7波が本格的になった3か月前と比べると、来客数、販売量共、上向きとなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・ウィズコロナ政策により人流が戻りつつあり、収入も安定化している。ただ、夜間の人出が戻っておらず、コロナ禍前ほどの収入とはなっていない。
		観光名所（従業員）	お客様の様子	・全国旅行支援が始まったことで、当地は連日、国内観光客でにぎわっている。クーポンの利用も好調である。アジア圏からの外国人観光客も、現時点では個人客のみだが、徐々に目立つようになっている。新型コロナウイルスへの感染対策を行いながらではあるが、日常が戻りつつあることを実感している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・最近になって、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるが、来客数は落ち込んでいない。3か月前とは明らかに雰囲気が変わっており、以前のような悪い雰囲気は余り感じられない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が少しずつ上向いているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準にはまだまだ至っていない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポンを利用する客が目立っている。
		スーパー（店長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢など、景気を不安定にさせるような事象が長期化していることから、景気は低空飛行状態のまま横ばいで推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準とは比較にならないものの、衣料品は前年から2けた近い伸びをみせている。一方で、重寝具などの高額商材は動きが鈍く、全体では前年並みでの推移となっている。客の生活防衛意識も高く、学校関連の商材ややむを得ず外出で使うような商材以外への支出は抑え気味である。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・現状は商材の値上げもあり、前年を上回る売上となっている。幸いにも、来客数は前年を上回っているが、今後、生活防衛のため、し好品の買い控えが起こることを心配している。特に年末に向けて、クリスマスや年始の消費が鈍ることが心配である。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・10月後半はプレミアム付商品券の発行で盛り上がりを見せた。売上も前年並みとまずまずであった。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・継続している半導体の長納期問題がまだ解決されず、様々な課題が複合的に絡み合っていることで、消費マインドに悪い影響を与えている。消費マインドは低いまま、横ばいで推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・納期が長い分、新車登録が進んでいないが、先を見据えて客に話をしているため、受注量自体は大きく伸びている。売上の伸びは厳しいが、車が届き次第、新車登録を行うという流れができており、当社に関してはそこまで悪い状況とはなっていない。

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
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーの生産台数が回復していないことから、良くなる見通しが立たない。現状を維持したまま横ばいで推移している。
		自動車備品販売 店(店長)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染対策が緩和されたことで、人の流れが増加し、消費も増えていたが、円安や物価高、光熱費の上昇に伴って買い控えが増えそう
		その他専門店 [医薬品](経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する一時の安心感が薄れ、第8波への不安が増していることから、来客数の回復状況がやや鈍化している。抗原検査キットもかなり動き出ししている。
		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、消費者の節約志向が強まっている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が大きく伸張することも、落ち込むこともなく推移している。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援が開始されたものの、既に当地はオフシーズンとなっており、集客には余り寄与していない。また、外国人観光客も、入国制限緩和により若干戻っているが、マスク着用などの社会的な対応が変わらないため、新型コロナウイルス感染症発生前のような集客には至っていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴って来客数も増えると予想していたが、結果的に変化はみられなかった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・全国旅行支援のお陰で人の流れが回復しつつあり、タクシーの売上も3か月前と比べて伸びている。この動きが今後も続いてほしいと願っている。
		美容室(経営 者)	販売量の動き	・10月の売上は、前月、前年同月より僅かに良いが、この3か月でみると、5%ほど減っている。
		美容室(経営 者)	お客様の様子	・物価上昇に伴って客の使う金額が減っている。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・現在、分譲マンションのモデルルームに来訪する客は比較的に余裕がある人が多く、購入意欲も高いことから、景気は変わっていない。
		一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・当地における新型コロナウイルスの新規感染者数が以前と比べて増えていることもあり、人流に影響が出ている。また、前月はビールなどの値上げを控えて駆け込み需要がみられたため、10月の売上に影響が出ている。
		百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・物価高の影響で食品、特に生鮮関連の販売量が落ち込んでいる。
		百貨店(営業販 促担当)	それ以外	・物産催事、キャラクター催事などの期間限定企画における動員、販売は好調に推移しているが、既存の衣料品、食品関連の動きが10月以降鈍化している。値上げの影響で客の財布のひもが固くなっている。
		スーパー(企画 担当)	販売量の動き	・商品価格が一段と値上がりしていることで、販売量が減少している。必要な物以外は買わない傾向が強くなり表れている。特売品は売れているが、定番商品の販売量が減少している。
		スーパー(役 員)	お客様の様子	・あらゆる物が値上がりしていることで、客の節約志向がますます強くなっている。
		スーパー(従業 員)	来客数の動き	・10月に当社の主力商品である食料品を含めた様々な商材で値上げがあったことで、客単価は微増したものの、来客数及び買上点数の減少が顕著にみられる。この傾向はしばらく続くことになる。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・景気は若干の上向き傾向にあったが、来店予約をしていた客が家族の体調不良でキャンセルするケースが増えており、困っている。衣替えの動きがストップし、客足が鈍っている上、客が価格に対してシビアな反応を示すようになってきている。
		その他専門店 [造花](店 長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加しているなかでも、行動制限がないため、何かしらの行動を起こす予定の客が増えているものの、不安定な状況を考慮して、仕入れを抑える傾向がみられる。
		高級レストラン (スタッフ)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が収まりつつあるが、市場の変化に加えて、様々な物の値上げが収まらないことから、利益の減少に歯止めが掛からない状態が続いている。

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・10月のタクシーの売上は前年並みであったが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比ではマイナス30%と大きく減少している。タクシーの稼働状況は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきたが、3年前と比べて乗務員が30%減っているため、乗務員不足で稼働するタクシーが減っている。
		通信会社（企画担当）	来客数の動き	・毎年秋に発売される人気の通信端末に対する引き合いが、予約の時点で前年を大きく下回っている。また、競合他社への流出も止まらないことから、景気はやや悪くなっている。
		通信会社（エリア担当）	販売量の動き	・業界特有の問題があり、景気はやや悪くなっている。
		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	・コロナ禍による影響が引き続きみられるなか、観光閑散期に向かっているため、例年どおり、春までは輸送量の増加を望めない。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・円安、資材高の影響で物価が上がっており、それに伴って住宅着工数も減っている。
	x	スナック（経営者）	来客数の動き	・北海道においても景気が少しは良くなる傾向がうかがえたが、最近になって、再び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、来客数が激減している。今年一杯は厳しい状態が続くとみられる。
	x	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発生前と運送収入を比較すると、8割を超えることのできない状況が続いている。行動制限の解除、全国旅行支援の開始などの好材料がそろっているにもかかわらず厳しい状況が続いている。
	x	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の来店間隔が長くなっている。客との会話でも節約などのワードが多く聞かれる。
企業動向関連 (北海道)		*	*	*
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、完工高は順調に積み上がりつつある。年度またぎの建築案件の新規受注もできている。新型コロナウイルス感染症の流行が常態化したなかで、様々な制限の緩和が進んでいることで、業務や受発注における特段のマイナス要素はみられなくなっている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月から11月にかけての各種商品価格の値上げに対応するため、飲料関連を先送りする動きがみられた。ただ、新型コロナウイルス感染症に対する様々な制限が緩和されている一方で、思うような消費活動につながっていない状況もみられる。値上げ以降の買い控えも不安要因である。北海道産生乳については、下期の減産が計画されており、今後の本州向け物量に影響が出ることが心配される。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・建設業などの業績によって受注量が増減するため、資材高騰の影響が大きく出るとみていたが、意外にも少しずつ上向いている。これから冬期間に入るという季節要因もあって、今後に向けての不確定要素は多いが、今のところ低空飛行ではあるものの、景気は少しずつ上向いている。
		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	・引き続き前年比5%程度の伸びで推移している。年内はこうした状況が続くと予測される。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物の収穫状況は良いものの、原材料費の高騰が続いていることから、景気は変わっていない。また、野菜の価格が下がらないため、当社製品の販売量は横ばいが続いている。
		輸送業（従業員）	取引先の様子	・取引先を訪問するなか、特に忙しい雰囲気もなく、前年並みで推移している取引先が多くみられるため、景気は変わっていない。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・当社にとって、円安やウクライナ情勢などの影響が今のところ少ないことから、景気も変わっていない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・諸物価上昇の悪影響が幅広い業種でみられる一方、全国旅行支援や外国人観光客の入国制限緩和などから、観光関連の回復が進むなど、業種による明暗がはっきりしている。総じてみれば、道内景気は3か月前と変わらない状況にある。

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
		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	・民間工事、公共工事共に建設工事の着工予定がおおむねみえてきた。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の購買動向が慎重になっている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と比べて業務量が半減している。また、大型案件が少なく、小型案件が多くなっていることから、受注量の落ち込み以上に受注金額が減っている。
		司法書士	取引先の様子	・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たことで、景気も回復すると見込んでいたが、円安の進行に伴う諸物価の上昇がマイナス要因となっている。生活にゆとりが感じられず、先行きに不安があることから、住宅の新築などの高額な買物にちゅうちょする傾向がみられるようになっている。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・継続案件の契約が遅れたり、発注額が減額になったり、取引先が様子見している状況がうかがえる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・先行きの販売予測が少しずつ低下している。納期遅れや製品欠品などの影響は余り感じられないことから、エンドユーザーの購入意欲が低下しているとみられる。
	x	食料品製造業（従業員）	それ以外	・第1弾の値上げを何とか実施できたことで、売上は前年よりも増加しているが、それ以上に、原材料価格、人件費、電力料金、燃料価格、運賃などが高騰しており、利益の出づらいつつ構造となっている。
雇用関連 (北海道)		-	-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・全国旅行支援の後押しもあって、国内観光客が戻っており、ホテル、飲食、レンタカーなどの観光関連業種の求人数も増加している。ただ、人材採用が順調に進まないこと、飲食店に客が戻ってこないことから、様子見しながらの採用活動になっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・飲食、観光、清掃業界で好調との声をよく聞く。ただ、主力の建設業界の低調が続いていることは懸念材料である。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・9月の新規求職者数が前年から12.0%減少している一方、新規求人数は前年から5.3%増加している。今後への懸念材料はあるものの、業況堅調な企業を中心に求人が出されている状況にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における9月の有効求人倍率は1.00倍であり、3か月前との比較では0.10ポイント上回った。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ数か月と同様に、求人数は堅調に推移している。特に最近は管理職の求人が目立っていることから、営業の拡大に合わせてチームをまとめる管理職の需要が高まっている。一方、求職者数については、ここ数か月、業界全体的に減少しており、12月のボーナスを前に、就職活動を手控えている様子が見える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・飲食及びサービス業において、求人広告に対する応募者の減少が著しい。また、ホテルでは、現有スタッフでやりくりできるように一部の部屋を休ませているとの話を聞いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・物流業界や小売店など、3か月前よりも求人数が増えている業界もみられるが、全体的な傾向は大きく変わっていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・例年10月1日に新卒者を対象とした内定式が一斉に開催され、同時に多くの内定辞退者が発生するが、今年は内定辞退者が少ないのか、企業の追加採用募集の規模が小さい。各企業が採用枠を十分に満たしているとは考えにくいことから、円安や物価高騰の影響を様子見している状況がうかがえる。企業の採用動向からは、景気の変動がみえづらくなっている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・円安の影響に加えて、ありとあらゆる物が値上がりしていること、賃金を引き上げるような動きもみられないから、雇用環境はやや悪くなっている。ウクライナ情勢の長期化もマイナスである。

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
	x	*	*	*

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)		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあり、鉄道を利用した旅行客を始め、流動客が増えてきており、それが来客数の増加につながっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・季節要因に加え全国旅行支援もあり、予約状況は順調である。
		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影響が落ち着き、客の気持ちも上向いている。さらに、学校団体が時期をずらして来園していることもあり、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の推移となっている。
		一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・県発行のクーポンを使う客が増えている。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のおかげで、多くの旅行客が街に入っている。客に尋ねると、ほとんどの人から旅行中との答えが返ってくる。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・ウィズコロナが定着し、ビジネス中心に需要が高まっている。コーディネートや単品セットアップ等、複数買いが目立ち、客単価も前年を上回っている。全国旅行支援が活発になればトラベル需要も活発になる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止対策の緩和とともに夜間の来客数が増加している。また、日曜日の人の動きが良くなっている。観光客も増加しているとみられ、全国旅行支援のクーポンを利用する客が増えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量と単価の増加が来客数の減少をカバーする状況が継続している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人流は回復基調にあり、立地によっては新型コロナウイルス感染症発生前の来客数に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・各県で実施している観光支援事業で人の動きが活発化しており、前年と比べると来客数が増加している。このまま人の動きが活発化すれば新型コロナウイルス感染症発生前までの売上まで戻れることも期待できる。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・結婚式や七五三、出張といった用事で礼服やスーツを準備する人が多くなってきたので、平常に戻りつつあるとみている。景気は少し良くなってきているようである。
		衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・来客数と客単価が若干上昇している。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（経営者）	お客様の様子	・いよいよ観光業が活発になってきている。鉄道や飛行機の乗車率も上がってきており、各地の観光客も増えてきている。飲食店にも客が戻り始めている。ようやく街に活気が戻ってきた。少しずつだが制服の注文がきている。
		その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・地域のプレミアム付商品券の使用が始まり、購買意欲が高まっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年イベント等の開催で当店を利用していた客が若干戻ってきており、少し景気が戻ってきている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が幾らか落ち着いてきたようで、会社関係の団体客の予約が少しずつ入るようになってきている。それでも、まだまだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響がかなり出ている。12月まで予約は一杯の状況である。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始され、客が増えている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・11日から全国旅行支援が始まり、団体は依然として小グループが大半であるものの、団体、個人共に動きが出ている。観光・旅行業界全体として景気は上向きに転じているものの、旅行会社だけでみると割引額の旅行会社予算枠が増加されない県もあり、景気は上向いていない。

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
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割の延長とその後の全国旅行支援により、国内旅行の売上は良くなっている。しかし、販売停止の県が出たり、旅行会社枠が一杯となったりしており、伸びは悪くなってきている。海外旅行は円安により販売が伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の開始により、急激にマーケットが活発化している。しかし、県ごとに割引の予算に差があり、上限に達した県の販売の伸びには懸念がある。全国旅行支援終了後の需要動向に危機感を持っている施設が多数ある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・買物帰りのタクシー利用者の手荷物の量が増えている。高級ブランドの紙袋を持った乗客も3か月前より多くなっている。また、今月に入り、友人知人と日帰り温泉へ出掛けるといった利用客を6回ほど送迎していることから、景気が上向きになっているとみている。さらに、街中の交通量も増加している。
		観光名所（職員）	販売量の動き	・中旬以降、団体の予約状況、振りの客共に増えている。クーポン利用の客が増えており、販売量が増え単価も上がっている。景気は良くなっている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前年比及び前月比で見ると同等だが、半年前と比べると増加傾向にある。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・近隣にバスターミナルが開業し商店街来街者は増加したが、物価高で消費者の購買意欲は向上せず売上は横ばいである。県によるキャッシュレスポイント還元キャンペーンの実施により、キャッシュレス決済を利用する客が増加している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・当店が扱っている書籍、楽器はどちらかという客のニーズや付加価値がないと動きにくい。このところ当業界ではベストセラーがないため、厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・現在、市や商工会でいろいろなキャンペーンを実施しており、今まで来店していない客が立ち寄りしているため、その分がプラスになっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・紅葉シーズンで県外からの観光客需要により、宿泊施設や道の駅等への販売量は今月中旬より増加傾向にある。ただし、地元の消費者をターゲットとする飲食店への販売量はほぼ横ばいのままである。来客数が減少する週末に関してはまだ休んでいる飲食店も多いのが現状である。良くなっている実感は余りない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・客単価の高い客の売上に支えられて売上額は横ばいだが、来客数は減っている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・懸念された相次ぐ値上げによる生活防衛の動きは、食料品の一部でみられた。しかし、県内外からの旅行者の土産需要や、外出自粛の緩和による外出アイテムの動きがそれ以上に目立っている。
		百貨店（催事担当）	来客数の動き	・ここ数か月は前年まで中止していた催事、イベント等が再開できており、来客数、売上共に前年比でプラスを維持している。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・県のキャッシュレスポイント還元キャンペーンの影響もあり、売上は前年比104.9%と好調に推移したが、来客数は101.9%と微増で買上点数も平均12.1と前年を割り込んでいる。値上げが続くなか、客の購買は慎重になっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比100%を超えているが、物価上昇に起因しているともみている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で人の動きが悪いため、来客数は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月からの更なる仕入価格の上昇により、販売価格を上げざるを得ない状況になっている。それにより売上が減少し苦戦している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・秋物の立ち上がりは正価商品が動いて順調に推移したが、今月中旬以降はセール品中心の動きとなり、商品と価格を照らし合わせて吟味して購入する傾向がかなり強くなっている。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の状況が余り変わっていないことと、商品の値上げの動きがかなり活発になってきていることにより、販売量が鈍化している。

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
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・法人客への販売台数はそれなりに伸びているが、個人客への販売台数が少なくなっている。さらに、販売停止の車も増えてきている。
		乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・新車の納期は変わらず、客の動きにも大きな変化はない。半導体次第だが、急激に納期が早まる予定もない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・来客数は増えつつあり受注もあるが、納期が不安定である。配車予定が出ても延期になることが多く、登録準備に支障を来している。
		乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・直近の新車販売台数は前年並みまで回復し、ある程度納期も落ち着いてきている。しかし、前々年との比較では70%弱と状況は余り芳しくない。板金入庫や一般整備等のサービス部門で何とか収益を確保している。
		自動車備品販売店 (経営者)	それ以外	・3年ぶりの食のイベントがあり、今までの抑圧から解放されたように結構な人出があった。しかし、主催者や出店側も人出の様子見し、数量を用意していなかったようで、残念なことに3日間のいずれも昼には販売終了する店が目立っていた。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産をしている。受注量があっても受注の内容や個数はいろいろであり、さほど回復していない。
		その他専門店 [食品](経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まった。県外客の数は増加傾向にあるが、高価格帯の商品の売上には結び付いていない。客も小グループが多く、衝動買いもほとんどない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・各種施策により、観光地などの人の動きは大きくなっているようである。しかし、当社の販売量は前年を若干割り込んでおり、新型コロナウイルス感染症による落ち込みからの回復感はない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は良いときと悪いときがはっきりしていて、景気のよしあしは何ともいえない状況である。ただし、客の話を聞く限りでは余り良い話はない。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、客が戻ってきている。前年の同業他社の倒産と廃業により競合相手が少なくなっているため、景気が好転したわけではないが実質的に売上が良くなっている。
		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。
		テーマパーク (職員)	販売量の動き	・買物は全国旅行支援のクーポン金額分のみのお客が多い。販売数量や単価なども悪化するのではないかとみている。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきて、催事などでの集客も増えてきており、景気は良くなってきている。しかし、原材料の価格高騰や、急激な円安により、売れても粗利益が出ない状態である。
		住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・若年客においてローコスト大手建売会社に競り負ける件数が多くなっており、受注が落ちている。
		その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器の交換工事と石油暖房器具の注文が増えている。リフォームは資材入荷待ちにより塗装工事に遅れが出たが、室内の増改築工事は増えている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・周辺は建設ラッシュだが、商店街からは人や店がなくなっており様変わりしている。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・10月は平均1品単価の前年比は4%強まで上がった。来客数は依然前年を割っており横ばいである。買上点数の前年比は5%強の減少となっている。引き続き、食品消費にも生活防衛的行動が見て取れる。消費状況は良くない。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・前月以降、来客数の減少傾向が続いている。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・客が飲食店に流れている傾向が強くなってきている。
		スーパー(営業担当)	お客様の様子	・1品単価は前年比106.4%、買上点数は95.9%となっており、客単価は前年を上回るものの、来客数は93%で来客数の減少が顕著になっている。価格に対して敏感な流動客が減少しているため、固定客をつなぎ止めるためのサービス向上が必要であると考えている。

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
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・10月は前年比で悪くなっている。客単価は価格高騰分が上がり、売上は微増しているが、来客数は若干苦戦している。この先寒い時期になり、灯油を使うようになればどれくらい影響が出てくるか、予断を許さない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・期待したよりも秋冬物を見に来店する客が少ない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安や物価高騰による買い控えが進んでおり、例年と比べるとその場で購買決定する人が減少している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・円安、ウクライナ情勢による物価高騰により、徐々に景気が冷え込んでいるようである。来客数も減少し始めている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・冷蔵庫や洗濯機、テレビなどの買換え需要は根強くある。単価は上がっているが、来客数と購入点数が下がっており前年比約90%である。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・客の話を聞いていると、物価高でも売上を大きく伸ばしているところと、下降の一途をたどっているところがあり、格差が大きくなっているようである。当店では今月は客がやや少なめで、現状維持が精一杯である。
		その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・商品の値上げの影響が徐々に出てきていることもあり、前々月から比べると全体的に動きが鈍くなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍が収まってきているが、売上がさほど伸びてこない。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・有料テレビサービスの加入数が今年度最低となっている。生活必需品の値上げが家計に響いてきているため、節約志向がますます高まっている。そのため、娯楽分野の有料テレビへの加入は大きく後退している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・10月に入り、円安や物価高騰が進んできている。また、寒くなってきたことでエネルギー価格高騰の影響が出てきており、消費動向がマイナス傾向にあるという客の声が多くなっている。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高騰の影響が日々の生活にも出始めており、景気は悪くなる一方である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・原価高騰に利益が比例しない構造は変わっていない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響が出てきている。
		競艇場（職員）	来客数の動き	・常連客のみで、新規客や大口客が全く来場しない状況が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、既存客のリターン率は前年比94%であったが、今月は80%台に入っている。総来客数も減っている。客も景気動向に敏感になっているという印象を持っている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・着物を着る人が少なくなり、着付けの仕事がなくなっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・物価上昇、建築資材不足等により当初計画の見直しが必要になっている。縮小や減額案を作成しているうちに、更に見直しの追い打ちを掛けられて、進まない案件が出てきている。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・閉店する店がどんどん増えている。電気料金が値上がりしており、この先もまだ増えそうである。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品を始め、電力料金やガス料金等も値上げが続いており、消費者が値上げに対して受入れができない状況が続いている。
	×	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響の有無は分からないが、ほとんどのモノが値上がりしているため、客の買い控えが進んでいるようである。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き人も動き始めてきたが、最低賃金の引上げと光熱費の上昇が痛すぎる。光熱費は前年比150%であり、24時間365日のコンビニには大打撃である。冬を前にして既に経営に行き詰まっているオーナーもたくさんいる。このまま続くと経営自体ができなくなる。

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
	x	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポンや地元のプレミアム付商品券の恩恵で客足がある。しかし、これも一時的なもので、現状の値上げラッシュにおかれて客足は減少するとみている。当地では新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続いており、高齢者と孫世代が同居している家庭が多いため自粛が続いている。特に夜の部は静かな日が継続中である。
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	・全国旅行支援がスタートしたため観光客が増え、土産需要が好調である。ただし、前年比では良いが、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていない。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・売上は好調に推移しているが、店舗や製造等のスタッフが不足している。人員が思うようには確保できていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は若干増えつつあるが、電気料金や鋼材等の価格が上がっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新規設備投資案件の引き合いが徐々に増えてきている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・国内外問わず県外からの観光入込客が増加しており、宿泊業や観光関連業界には追い風が吹いている。一方、原材料高や円安を要因とした物価高は家計の消費購買意欲を失わせており、小売業の売上ペースが今一つ上がらない。
		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。サービス、小売、飲食業関係は客足が戻ってきており、業績も回復傾向にある。製造業は若干業績が落ちてきているが、建設業は一定の売上、利益を確保しており、3か月前とほぼ同じ水準である。全体としては上向き傾向である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・全国旅行支援と紅葉の季節が重なり、休日に限らず、温泉街や山岳観光道路は多くの県外ナンバー車両でにぎわっている。また、外国人の団体も目立つようになってきている。
		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・今年のももの販売単価は前年比1～2割程度安かったが、霜、ひょう、台風などの自然災害が少なく、どこの農家も2割程度収量が多かった分、収入は前年度と同程度になっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが継続しており、3か月前と比較しても変化はない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が売上に影響している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・行動制限がなくなり、各種イベント、行事等も規模縮小で実施されるようになってきているが、ここ2年の売上まで届いていない。売上回復が実感できるのは来年からになるのではないかとみている。
		建設業（従業員）	取引先の様子	・原油高による材料価格の上昇は価格に一部転嫁しており、現状影響は少ない。円安の影響も今のところはない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上期の売上は前年より増加した。10月は新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着いていたので期待していたが、物の動きが悪く、売上は前年より減少している。物価の上昇が影響しているとみている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・客からの料金引下げの要求が厳しくなっており、現状維持にも限界が近い。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・イベントの通常開催も多くなり、観光客も増えている。しかし、円安や物価高騰等による経済不安が販促費の拡大にブレーキを掛けている状況である。広告業界としては上昇気運にまだ乗れていない。
		経営コンサルタント	それ以外	・円安、物価高が取引価格の引上げにつながり、仕事は増えているが利益なき繁忙に近い状況になっている。
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主力商品の納期が改善し、余り待たせずに納品できる状況になってきた。ただし、足元では値上げの案内が来ており、売上増加となるかは微妙である。	
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが続き、単価は上がっている。目玉商品が多く入荷したため、販売量が前年を上回っている。	

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
		金属製品製造業（経営者）	それ以外	・受注は好調だが、電気代を始め経費が増加している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体の売上が伸び悩み傾向にあることに加え、電子デバイス関連での動きも良くない状況となっており、現在は足踏み状態にある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主だった受注契約がなかった。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の発注量削減など、景気悪化懸念による影響が出始めている。
	x	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・米の出荷価格は前年比で若干上昇したものの、燃料や資材の価格高騰がそれ以上に収支を圧迫している。
	x	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調である。原材料価格や燃料費等の高騰により製品価格の値上げをしているが、追いつかない状況である。
	x	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・各種納期トラブルが発生しており、最終商品の購買意欲に影響が出ている可能性がある。
雇用関連		*	*	*
(東北)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東北の地場企業だけではなく、他エリア本社の東北求人も増加傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きと感染防止対策の緩和、旅行喚起策により、取引先企業の活動が活発化している。広告出稿の問合せ件数、掲載数が増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前より増加している。前年同月比では16か月連続で増加していることから、雇用情勢については改善が進んでいるとみている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・イベント開催による人出の増加や全国旅行支援等の追い風もあり、前年と比べ宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業において求人数が伸びている。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人手が足りないかと相談を受けている企業が増えている。
		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・ホテルや飲食業などでは人出が戻ってきているが、エネルギー価格や原材料価格の高騰で利益が非常に圧迫されている。急激に景気が回復したため、人を採用したいものの採れていないという企業が多い。その結果、営業時間を制限するなど、思うように運営や経営ができないという話を聞いている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・オーダー数を含めて前月と余り変わらないが、状況は停滞に向かっている感じもある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は前年と比較して増加しているが、欠員補充等によるオーダーであり、景気好調によるオーダーではない。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・全国旅行支援により県内に観光客が増えている。会合やイベントも3年ぶりの開催が目立つようになってきた。しかし、プラス材料はあるものの、企業からは円安の影響が厳しいという声も上がっており、全体的には上向きとまではいえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・全国旅行支援が始まり観光関連で明るい材料もあるが、売上回復の実感はさほどない。
		学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・インフレ状態は変わっていない。インパウンドの経済への影響も余りみられない。
		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなってきたため、人手不足が顕在化し企業の採用意欲は旺盛である。しかし、労働力人口の減少から採用につながらない状態にある。
		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・電気代を始め経常経費や紙代など全て上がっているが、客とは年間契約を結んでいるため転嫁ができない。

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
	x	-	-	-

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)		百貨店（店長）	来客数の動き	・前年比で来客数が2けた増を継続している。また、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度の来客数を上回っている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は全国旅行支援が始まり、システムがダウンするほどの動きが出て、稼働率も90%を超えて高稼働となっている。料飲部門でも会合や宴会等の予約が入り始めている。
		都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・全国旅行支援が始まる前から単価アップに努めており、販売価格を上げているが、客から受け入れられていると考えている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援がスタートし、宿泊については売上、稼働率が大幅に伸びている。料飲部門も小規模ではあるものの、宴会予約が入り始めている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始され、シニア層も含め来園者数が増加している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・10月11日から全国旅行支援が始まり、当店が位置する観光地では、今までの自粛ムードが一変し、人の動きが活発になっている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少の影響か、来客数は徐々に回復してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・現在は、全国旅行支援の宿泊客が多く来ている。また、県外並びに日帰り客も多い。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は前年比106%、前月比で108%と好調に推移している。好調な商材はエアコンで130%、また、季節商材全般も好調である。好調要因の1つに、商材価格の値上げがある。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当地は観光地を控えているので、新型コロナウイルス対応の行動制限緩和や紅葉時期ということで、かなりの観光客が来ている。観光客を迎えるレストランやドライブイン、ホテル等の従業員が軒並み口をそろえて「やっと景気が良くなる状況になってきている」と言っている。その方たちが良くなれば、当社も自動車販売や修理部門で恩恵に預かるので、何となく良くなっている感じはする。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・特に際立った良い動きや悪い動きはないが、来客数や人の動き等が、多少は販売量につながったと思われる。数字からして、やや平年並みに戻りつつある。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	来客数の動き	・久しぶりに、全国旅行支援や新型コロナウイルス感染症対策が緩やかになってきているので、今月は来客数が増えた店舗がある。このまま感染状況が落ち着いて、行動制限も緩やかなままでの前提条件だが、少し良い傾向に向かっているようである。不安な点は、ウクライナの状況で、円安による仕入値の上昇がひどく、低価格帯の商材の入荷が悪くなってきている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、2人客の来店率が高いが、8～9人の予約も入り始め、小宴会は復活し始めているように思われる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・団体の宴会が増えてきている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まり、旅行業界は忙しさを取り戻している。ただし、儲かっているとは感じられない。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の継続的な減少と、再開した全国旅行支援による来訪者の増大で、やや良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・当社でも、2010年以降で一番多いボーナスを支給する予定で、やや良くなっている。
	タクシー（経営者）	お客様の様子	・夜の動きは良くないものの、昼の動きが良かったので、新型コロナウイルス感染症の発生前の同月と比べて、4%の増収である。	
	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援により、地方のホテルや旅館は、年末まで予約が入っているようである。	

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
		設計事務所（所長）	それ以外	・県内で国体が開催されたことや、紅葉目当ての観光客で人流が多くなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・ウクライナとロシアの問題で、世界中がインフレに直面しているなか、急激な円安と物価高には全国旅行支援の政策も焼け石に水のように、旅行に出かける話は聞こえてこない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきたかと思うと、また増えている。全国的に同じような状態だと思うが、地区のイベントもなかなか開催することはできない。大型店への人出は少ないようで、我々のような小売店も、それに準じており、回復は難しい。
		百貨店（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落ち着き、全国旅行支援の開始や海外からの入国者数上限撤廃等、外出への機運が醸成されつつある。来客数は前年と比べてプラスに推移しているものの、中間層では円安、物価高による生活防衛意識の高まりが見られ、売上は伸び悩んでいる。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・販売量の動きは前年比では若干マイナスとなるものの、2019年比では10%減となっており、景気回復までには遠い。
		スーパー（商品部担当）	単価の動き	・既存店ベースでの数値は、前月同様の状況が続いている。イベントや全国旅行支援が始まり、一部にはクーポン利用での客単価上昇がみられるものの、値上げによる単価アップで、買上点数の減少は変わらない。
		衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・街なかにいろいろとイベントが増えてきている。ただし、人出はあっても、なかなか買物に回る人は少ないようである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足の影響も少し変化してきたが、いまだ遅延は発生している。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・来客数の低下傾向は今月も変わらず、前年を下回っている。買上点数も低下傾向にあり、値上げによる単価の上昇で少し相殺されているものの、補うまでには至らない。
		その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・来客数が変わらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数のグループでの飲食は、少しずつ増えてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の影響なのか来客数は減っているものの、客単価が値上げ分以上に良く、売上の的には変わらない。ただ、様子を見てみると、余裕のある人は来店してたくさんお金を使い、余裕のない人は来ないように感じる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・値上がりは仕方ないという意識は定着しつつあるようだが、出費を抑えようという感じも変わらずにある。
		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は落ち着きつつあるが、街のにぎわいは全く変わらず、ひっそりとしていて、タクシー利用客は、相変わらず少ない。都市部では利用客が増えているようだが、羨ましい限りである。地方では、あと1～2年は掛かりそうである。
		通信会社（社員）	単価の動き	・物価上昇を懸念している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・物価高騰により、消費が抑制されていると感じる。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・客が「価格高騰が家計を圧迫してきている」とこぼすようになっている。クーポン等を利用しながら対応しているが、情報が行き届いていないように感じている。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・来場者数に大きな変化はない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・来店数は増えないものの、インターネット予約は増加している。横ばい状態が続いている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・9月までは土地購入の問合せが多かったが、10月に入ってから少なくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・引き合いはちらほらあるが、なかなか成約には結び付かない。問合せも若干増えてきたかと感じているものの、貸店舗等も成約には至らない。

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〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・ 商材価格や諸物価の高騰と、円安の影響で、客の財布のひもはかなり固い状況になっている。	
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・ 円安物価高の影響と賃金の上昇が伴っていない状況なので、客の生活防衛意識が強まる傾向にある。	
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 客単価の大きかった夜の来客数が、大きく落ち込んでいる。リモート勤務体制が来客数の回復を妨げている。平日の日中の来客数は前年並みで推移し、現状維持がやっとである。	
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・ 電器暖房等の動きは前年比110%と出だしは良い。他の白物家電は90%前後で推移している。黒物家電も映像商材を中心に85%程度で、苦戦している。	
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 円安の進行で物価がじりじりと上がって来ている。近隣の大規模小売店の来客数も変わらずコロナ禍前の65%程度なのではないか。自動車販売も低位安定が続いており、明らかに購買意欲が減減している。	
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・ 物価上昇や円安を踏まえ、客の来店頻度が減っており、買い控えが進んでいる。	
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・ 全般的な景気動向は、人流の活発化により持ち直しの傾向が見られる。ただし、主力の事業所給食は、売上が安定して推移している一方で、食材費や経費の上昇があり、収益を圧迫し始めている。今後は、人件費の増加も予定されている。委託費や食単価等、取引条件の見直しを交渉しているが、年度替わりの時期からといった形で先送りになることも多く、当面収支が下押しされるとみている。	
		通信会社（総務担当）	それ以外	・ 大型店舗に臨時ブースを設置する等の対策をして、販売量を前年同月並みに維持している。	
		美容室（経営者）	販売量の動き	・ 米FRBの公式議事録に、「米国内のインフレは日本の金融緩和が一因だ」と名指しされ、慌てて介入すればヘッジファンドの思うつぽ。政策を間違えたと思えば、即時に体制を変える柔軟性が、英国が今も世界に君臨する理由だろう。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	お客様の様子	・ 何も変わらない。	
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・ リフォームの問合せが止まってしまっている。原材料高などを含めた総工費の高騰や、昨今の円安報道等により、生活防衛意識が強まっている。	
		×	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・ 客が本当に出てこないの、あの手この手といろいろ試行錯誤しながらやっているが、やはり、安全な環境づくりが第一だと思う。今の政治を見てみると、国の方向性というか、国民の安心安全をきちんと守ってくれる方向に向かっていない。また、政策が具体的に何も出ておらず、それがイライラの原因になってしまっている。さて、どうしたらよいのかという状況である。
		×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	販売量の動き	・ 当社は飲食店を20店舗ほど経営している。販売価格は変更していないが、このところ販売が前年比15%ほど下がっている。
	×	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対策で、脱マスクが浸透しない限り、レストラン、宴会等、外食産業に客は戻ってこない。	
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	・ 10～11月と、段々受注が増えてきている。現状では全般的にいろいろな得意先で増えている。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 今月だけの話だが、いろいろな取引先で受注や販売量等が若干増えている。ただし、来月はまた減少しそうである。	
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ 生産量は増加しているが、コロナ禍の減産期に人員を削減したため、人材確保が追い付かない。残業が増加して従業員が疲弊している。	
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 旅行や飲食等への人の動きが出てきており、販促広告の出稿も少しずつ増えてきている。前年がひどかっただけに比較にはならないが、新型コロナウイルス感染症の発生前の50%程度まで戻ってきていると思う。	
		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	・ 受注残も多く、商談や引き合い件数も増加傾向にある。	

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
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料の値上がりが多く四苦八苦しているが、受注、売上は変わらずに推移している。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・3か月間では売上の変化は少ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・サプライチェーンのトラブルが解消されず、受注残は増えているものの、思いどおりの生産、納入ができない状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、第2四半期の生産計画と同様に推移している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・冬物家電、電気カーペット、石油ストーブ、ファンヒーター、こたつ等の物量が、前年並みの輸送量となっている。輸送コストの上昇による運賃値上げをしている取引先も多少は出てきている。しかし、ドライバー不足や車両確保の厳しい状況は続いている。
		経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍の状況や、ウクライナ戦争を原因とする石油製品、エネルギー製品やその他諸物資調達難と価格高騰の状況が払拭されないなか、地域企業の経営業績は改善しておらず、投資活動は停滞気味である。さらに、それら地域企業に雇用されている人々の生活水準も大きく好転しているわけではなく、消費行動も活発になっていない。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・動きがあるとしても、当地は田舎の小さな街なので、回答を変えないからやや良くなっている、あるいはやや悪くなっていると変えるほどの動きは余りない。
		社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きが良くなり、売上は一時期よりは伸びてきている。ただし、材料費等、価格が高騰しているため、収益は余り改善していない。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の得意先は40社ほどあるが、通常、半数以上の会社から毎月何らかの受注がある。今月になって全く注文がなかったり、注文数が減少した会社が多く出てきている。
		x	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き
	x	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・9月で清掃や設備管理業務の契約が解消となった取引先が出ています。現在の取引先も、値上げ交渉に応じてくれるところはあるものの、取引解消の金額の方が大きく、売上、利益共に減少している。
雇用 関連 (北関東)		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・当社の顧客である宿泊施設でも、かなり稼働率が上がっている。ただし、人手不足のため、抑えた稼働になっているところもある。新型コロナウイルス感染症がある程度落ち着き、大分人が動いている感じがする。以前に比べると、物販もかなり忙しいようである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月と比べ新規求人数は、建設、小売、飲食店、医療福祉等で増加がみられ、全数で14%の増加となっている。また、前年同月比では20.4%と12か月連続して増加しており、求人数は堅調に推移している。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・当地で国体が開催されていたこともあり、衣料品、生鮮食料品も含めた食料品等への購買が見られている。製造業は、工場関係での稼働率をみても低調である。特に、自動車関連ではどうしても車両部品が整わないので、なかなか向上していかない。住宅関連の改造、改築、外装等は伸び悩んでいる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・職種にかかわらず、求人依頼数に大きな変化はない。業種でみると、サービス業や製造業を中心に求人数が多く、求職者が選択できる状況である。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・派遣求人数に変化はない。時給が高い求人には人が集まり、時給の低い求人には応募が少ない傾向等にも変化はない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・関係する業者との話でも、物によっては、不足して困っていたり、価格が高騰し金銭的に厳しい状況で、経済は動いてきているものの、付随した部分で足を引っ張る傾向がある。
			-	-

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
	x	*	*	*

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はいるものの、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はいるが、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）。	

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（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長しているが、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）。

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	・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。完全に良くなってはいないが、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）。

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 [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が、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、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。
		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。
		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)。

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（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。
		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。
		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。
		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）。
		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。
		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。
		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、買物への慎重さが感じられる。
		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。
		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。
		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。
		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）。
		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。
		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）。
		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）。
		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）。
		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）。
		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）。
		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。
		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）。
		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。
		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）。
		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）。
		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）。

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（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。
		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）。
		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。
		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。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフブームが底堅い。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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。
		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、夢を見てい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）。
		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。
		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。
		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。
		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）。
		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。

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 [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のので、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。

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 [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きたことには、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	・景気が下向く材料ばかりのなか、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、安売りができない。
	×	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)。

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
		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をもらった。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、春先に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 〔鞆〕（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）。

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	それ以外	・夜、近隣駅前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、売上も落ちてきている。
		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。南西の角が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）。

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
	x	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。
	x	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。
	x	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。
		求人情報制作会社（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、円安や株値の低迷、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）。	

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（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）。

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)		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・小宴会、法事、祝い事等の行事や仲間との飲み会も増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援の開始により急激に予約が増えている。長期間の新型コロナウイルス感染症の影響で、受入人員体制が整っていなかったところに、膨大な予約と既に予約している客の旅行割引適用への変更で、予約業務が大混乱するほどの予約が入っている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月はホームページを新しくしたところ、早速反響があり、大変うれしい。少しでも客の不安や疑問に答えられるとよいと思っている。問合せも多数来ており、葬儀の依頼も多い。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・10月11日の全国旅行支援開始から、人出が激増している。前回のGo Toキャンペーンを思い出している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・自治体発行のプレミアム付商品券などの利用により、消費が少しずつ伸びている。
		百貨店（経理担当）	来客数の動き	・来客数が前年実績を超え、にぎわいが戻りつつある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年10月はたばこの値上がりがあり、9月の駆け込み需要の反動で10月の売上は悪かったこともあり、今年は前年比では大分プラスになっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年と比べて、販売量の増加率が大きくなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の影響による新車供給遅れは続いているものの、車種によっては解消しつつある。客の購入意欲は旺盛で、新車受注は伸びている。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・今年2度目のタイヤの値上げ等もあり、客単価は上昇している。また、新車の納車に伴う関連用品や季節商材購入のため、来客数も前年より伸びてきている。
		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で、全体的には観光や飲食に対する消費の雰囲気を感じられ、平日でも多くの宿泊客を取り込めている。ただし、支援の割当予算が始まる前の宿泊予約で大半を使い、現在では既に終了してしまったため、予測したよりは取り込めていない。しかし、休日や平日を問わず、来客数は格段に増加傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月11日以降、政府が海外からの入国に対する規制を解除したことで、ハワイ、インドネシア、シンガポール等の外国人の団体ツアーが来ている。3か月前は外国人客はゼロであった。団体のほかにも個人の外国人客が多数来るようになってきている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・ここ数か月で、新規加入者が復調傾向にあるが、好調時に比べるとまだまだ底を脱した感じはしない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援がスタートした日から、徐々に来客が増加している。特に、メディア系の団体ツアーが復活しつつある。
		その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援によって来客数が増えている。今後期待する。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は下火になっても、マスク姿を見る限り、気持ちの上で行動制限がかかってしまい、人出は少しも回復しない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・当店の商売は学校の運動部への納品が多い。必要な物は買ってもらえる感じで、そう極端な悪さもなければ、極端に良いということもない。来春に期待している。	

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
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・長い間のコロナ禍での生活習慣が身について、なかなか自粛ムードから抜け出せない状況がうかがえる。自治体で発行されたプレミアム付商品券で、多少商材の動きはあるものの、必要な物への出費である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・値上げの秋と言われているが、ビールの駆け込み需要の反動も少なく、来客数、客単価いずれも堅調である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は8%減、来客数は4%減となっている。前月比では売上が6%増、来客数も4%増である。前年の10月はイベント関係も少なく、プレミアム付商品券の売上で良かったのが、はっきりとは分からない。今月は忙しかったので、前年比で減少では、がっかりしてしまう。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商材価格の値上げが相次ぎ、買い控えが起きているのか、客単価が低下している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても来客数、客単価共に大きな差がない。立地的にも土日は人流が余りないところのだが、更に減ってきている。平日の売上でカバーしている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は大分減っているものの、客単価は上がっている。値上げ分ですら若干上がっているのではないかという感じもするが、売上全体では変わらないが若干減っている。やや厳しい状況が続いている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・新商品で落ち込み分のカバーを試みているが、前年割れとなっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は今月の目標どおりとなっている。また、今月は冬用タイヤのオーダーも入ってきている。新車販売に関しては、前月同様、客が納期遅れを承知した上で、契約に至っている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波は、下げ止まりの感がある。皆が感染状況に慣れており、人の動きはある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・3か月前との比較だが、7月は5～6月と良かったものが新型コロナウイルス感染症がまた増えて急速に悪くなった月なので、今月も同じような感じである。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・具体的に客がどのように動いているのかと思っているが、変わらず良くない。新型コロナウイルス感染症、円安等、いろいろな問題が混ざっているが、人のせいにはばかりしているわけにはいかない。何か良い方法があったら、教えてほしい。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・個人客の旅行需要が増加している。来店数や予約状況、客の動きが活発になってきている。一方で、企業旅行の動きは相変わらず鈍く、大人数の宴会や旅行は敬遠されている。全体的には変わらない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・8～9月は順調で、前年比120～130%くらいで推移していたが、今月はやや苦しい。最終的には100%を少し超える程度だと思う。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・いろいろな行動制限が緩和傾向にあるので、期待はしている。ただし、気を緩めるとすぐに新型コロナウイルスの新規感染者数に反映されるので、手放しでは喜べない。この先の新規感染者数の増減による部分が大きい。良い方向に行ってもらいたい。
		設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数が多く、人手が足りていない。
		スーパー（副店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関連する行動制限が緩和されたとはいえ、各商材やガソリン、電気代等、値上がり品が多く、家計に与える影響やこれから先の不安感が大きい。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍で売上が減少している上に、最近では仕入価格が上昇している。客にも物価高騰等の影響があり、売上は鈍い。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、キャンペーン商材を造成し集客に取り組んだものの、3か月前は新規施設の開業やイベントによる集客効果もあって来客数が大幅に伸びていた時期のため、3か月前と比べると来客数の伸びが悪くなっている。
企業動向関連		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事受注は順調で、同業他社も同様である。資材発注を早めにするように心掛けている。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・値上げはしたものの、前年の値上げ時ほどには、数量は落ち込んでいない。

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
(甲信越)		食料品製造業 (営業統括)	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による海外からの入国者数の制限解除に伴い、飲食店関係からの受注が多くなってきている。
		食料品製造業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格及び光熱費の上昇が止まらないので、利益が出ない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・依然として、受注や販売量は低迷している。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・製造業は中国上海のロックダウンの影響で、前期の受注は減少していたが持ち直した企業がみられる。非製造業は、新型コロナウイルス感染症対策の厳しい行動制限が取られなかったため、やや持ち直している。ただし、物価上昇で収益面にマイナスの影響が生じている。
		新聞販売店[広告](総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇が一度ではなく複数回に渡っている。特に、消耗品の購入価格が上がっており、経費が増加している。事務機器も来年度から値上がりすると案内が来る等、設備投資への影響も出ている。
		電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・仕事量は変わっていないが、エネルギーコストや資材の高騰、人件費アップ等により、利益が出ていない。
		その他製造業[宝石・貴金属](経営者)	受注量や販売量の動き	・9月の連休以降、店頭へ出向く顧客が大幅に減り、売上が低迷している影響で「今月は仕入れができない」という店舗が多い。ここ数年、クリスマス需要の低迷で年末に向けて商材準備をする店が少なくなっており、売上は厳しさを増している。催事は集客が難しく、ごく少数の上、顧客の来場次第で成否が決まる現状では、参加する問屋にしてみれば、安定した売上の見込みが立たない。
		金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・ウクライナ情勢や円安の影響による原材料価格高騰等が、物理的にも心理的にも景気を悪化させていると感じている。
	x	*	*	*
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-
		-	-	-
		求人情報製作会社(総務担当)	周辺企業の様子	・求人が増えてはならず、状況を聞いても変わらないという企業が多い。
		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影響や原油、原材料価格の高騰等、事業活動への悪影響を招く要因はあるものの、求人数はコロナ禍前の水準に戻りつつある。一方、求職者の減少は続いている。
		人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・最低賃金の変更があったものの、求人職種は変わっていない。元々の求人募集賃金がぎりぎりだったため、変更はなく募集企業も同じところばかりで、活発に就職活動はしていないようである。扶養の概念も変更となり、働く意欲も損なわれている。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・シニア層や女性の求職者が増えてきている。物価高などの影響があると思われる。新規求人は前年比でプラスの状況ではあるが、増加幅は小さくなってきている。業種によってもばらつきが見られ、製造業は減少傾向にある一方、行動制限緩和や観光需要の高まりなどにより、卸小売業、飲食、サービス業では増加している。	
	x	-	-	-

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	・行動制限の緩和が進められているため、旅行客も日増しに増え続けている。新型コロナウイルスオミクロン株対応のワクチン接種が始まったのでその効果を期待する。
		百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・インバウンドが増えた。
		コンビニ(エリア担当)	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、秋の行楽客等が急増している。おにぎり、サンドイッチや飲料・酒などの商品が週末中心に大きく伸長している。今月は、週を追うごとに来客数、販売量共に伸長度が増していった。

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
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まったため、クーポンを使用して買物をする人が増えている。
		コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始し行楽客が増え、来客数が開始前と比較して10%以上伸長している。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波の収束に加え、全国旅行支援の開始により、来客数が増加している。
		旅行代理店（営業担当）	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、全国旅行支援が開始されてからは個人旅行から団体旅行、少数ではあるが海外旅行の問合せ、申込みが急激に増えている。特にここ2～3年実施を見合わせていた職場旅行の実施や計画も、毎日問合せがある。年末にかけて第8波の到来も心配ではあるが10月から11月は1.5倍の仕事量となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・経済活動への規制緩和が進み、ビジネスでの利用が増えてきた。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・政府の政策次第で、好転を期待している。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・全国旅行支援により、キャリーケースを持った来客数が多くなり、土産や弁当の需要が増えている。海外の特選・時計ブランドの売上も好調を維持している。逆に物産展の売上が厳しく、コロナ禍で消費者の生活スタイルは変化して、お取り寄せを自分でするなど、わざわざ来店せずネット等で購入していると想定される。
		百貨店（経理担当）	お客様の様子	・行楽シーズンに入り各種イベントへの参加や、ウィークデーにおける飲食を伴う会合などが増えつつあり、レジャーや飲食関連の消費は上向いている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年、前々年より2けた伸張し、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年も上回っている。ウィズコロナの生活様式にも慣れ、集客力のある人気催事等の実施により客の消費マインドが着実に上向いている。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・テナントビルの施策があり来客数は増加したものの、終了後は減少した。新型コロナウイルスの感染状況は落ち着き始めたが、来客数は伸び悩んでいる。一方で高単価商品の稼働率は高くなっており、客単価は上がっている。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・家族連れでの来客が特に土日が多くなった。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・実績は前々年、前年より10%程度伸びているが、ここしばらくの新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きもあるため、今は良いが先行きは少し不安である。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・10月の売上は前年比108%と好調であった。最近の前年比では1番の伸長率である。物価高の懸念よりも新型コロナウイルス感染症の収束による効果が完全に上回っている。売上は好調だが、原価率が高騰しており利益率の伸び悩みに苦しむ。今後はその点を考慮しながら景気を判断する必要がある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると納期のめどがついてきた。購入を検討する客が増えてきた。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・単純によく売れた。なぜか分からないが問合せも多く、高い車がよく出た。販売量、単価共に今月はとても良かった。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・ウィズコロナに国民がようやく慣れてきて少しずつ通常の生活が戻ってきており、今まで我慢していた分景気は少し上向いている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響でこの2～3年、設備投資、リフォーム等の投資や一般客のリフォームなど滞っていたが、ここに来て安心感もあって工事や見積りが増えてきた。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が沈静化してきたことで、週末に各種イベントも開催され、商店街に人流が戻ってきている。
		高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限緩和により、来客数に伸びがある。特に、ディナー客の来店増加が顕著である。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客同士の会話を聞くにつけ、少しずつ上向いているような様子もみえる。

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
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍、ウクライナの戦争や円安等、不安要素が多いなか、まずはコロナ禍で鬱積されたものを解放させているように見受けられる。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、10月は全国旅行支援が始まっているため過熱気味というくらいかなり予約が入っており、やや良くなっている。企業や団体が動いているわけではないため、その部分が良くなると本格的に良くなっているとは言い切れない。個人需要が旺盛という点で、やや良くなっている。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援のオンライン予約サイトでの販売があるときは客が来る。予算が無くなって販売が無くなると客も来ない。
		都市型ホテル（経営者）	それ以外	・一棟貸しの利用で助かっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援や入国規制の緩和で宿泊は持ち直している。レストランも個人客が動き始めた。宴会は依然厳しい。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・全国支援旅行による需要喚起があった。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が予約開始となり、県民割のときよりは県をまたぐ予約が増え、全く仕事がない時期と比べると忙しくなった。ただし、手続がいろいろと難し過ぎる。来月ようやく立替分の補助金申請に入るが立替は大変な負担である。インバウンドも戻ってきそうなので、現金割引よりも地域共通クーポンの仕組みを長く、価格も引き上げて継続してほしい。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行の件数も増えてきているが、まだ日帰りや少人数グループでの動きである。件数は多いが売上は伸びていない状態である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・徐々に良くなっている。
		テーマパーク（職員）	お客様の様子	・インバウンドや全国旅行支援で来客数が増えた。
		レジャーランド（職員）	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おり、全国旅行支援やイベント割の需要喚起策により、旅行・レジャーに対する意識の高まりを感じる。10月は台風や長雨の影響も懸念される月だが、今年は好天にも恵まれ、新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同じ水準まで回復した。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前は真夏の一番厳しい季節で、客も外に出られず暇であったが、やはり秋になって少し涼しくなったため、来客数が増えた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・平日は横ばいであるが週末はとにかく人が出がすごい。新型コロナウイルス感染症発生前の状態になってきている。ただし、購買単価は相変わらず低い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・取引先に話を聞くと、全員が、例年なら忙しい時期であるが動きは非常に良くないとのことであった。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が若干増えているが、はっきりと増えているわけではない。
		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僅かであるが増加傾向にある。しかし、飲食店向けの販売量は増えない。客の飲食店での滞在時間は比較的短い。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・どちらかという小口買いの客が増えている。特に若い人は、ガーベラやバラを1本だけ飾って楽しむような生活が定着しているようである。販売量は確実に減っている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日はある程度売上がある。平日は午後1時くらいまでは年配の来客数が多く売上も少しあるが、それ以降は来客数が少なく、夕方に会社帰りの客が少し立ち寄るくらいで、売上は余り伸びない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・百貨店のイベントによっては客が入っているが、その他は変わらない。
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の影響も軽減してきているが、商品の値上がりが大きく、客の買上が増えているとは言い切れない状況となっている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・10月の各種値上げの影響を心配したが、思ったより反動減は少なかった。野菜や果物が一般的に平均価格に落ち着いているのが要因である。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げが続いているが、まだまだ内食傾向のためか、上質な商品は動いている。

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
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・全体的にというより、個別の業界や会社で景気の良さを感じている。対応力を持った会社や個人客の景気は向上しているが、そうでない場合は厳しい状況になっている。
		衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・景気が良いときは高額商品を購入する客も多く売上が好調だったが、現在は物価上昇の影響もあるのか買い控えが目立ち、高額商品の売上が厳しい。
		衣料品専門店 (売場担当)	単価の動き	・最も売れている商品は礼服である。家族葬が増えたこともあり、礼服を購入する客は増えているが礼服自体の単価は下がっている。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・長引く半導体不足のため予定していた納車日が更に延期になり、しびれを切らした客が注文をキャンセルするケースが増えてきている。場合によっては2年以上待ちの車も出てきたため、車検を受けて様子を見たいという声も多い。一部の車種では納期が早くなっている物もあるが、人気車種は依然納期が不透明で、客対応に非常に苦労している。全体的には、悪くはないが良くもないという状況である。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・1年くらいずっと横ばいが続いている。商品の入荷状況も同じで、良くならない代わりに悪くもない。国内外を問わず全ての自動車メーカーで生産においては同じような状況なので、客の購買意欲も上がりやすく、買換えが必要な人だけが今ある物を買っている状況である。
		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	・長引く新型コロナウイルス感染症によるリモートや宅配等の影響で、来客数の顕著な回復等には至っていない。
		一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・コロナ禍で客の生活スタイルが変わった。1軒目は行くが2軒目は行かないという行動パターンである。当店で夜9時半以降の来客はほとんどない。
		一般レストラン (従業員)	販売量の動き	・客の入り具合は良くなっているが、仕入価格の上昇が激しく利益につながらない。
		その他飲食[ワ イン輸入](経 営企画担当)	販売量の動き	・全国旅行支援などで、コロナ禍で制限されていた活動が活発になっている。新型コロナウイルス感染症発生前と同様の来客数、販売額となる地域も多くなってきた。
		旅行代理店(経 営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症対策の規制もなくなり、ようやく人出が回復基調になったが、原材料高の影響が飲食店の単価も上がりつつある。そのためか夜の飲食店では高単価な予約制1回転の店が増えてきた。
		タクシー運転手	お客様の様子	・8月から10月は、ほとんど客の動きは変わっていない。ただし、今月は会議施設や新しくオープンした展示施設などで行っているイベントがあったため、当社も潤った。夜の街はまだまだ盛り上がりが少ない。
		通信会社(営業 担当)	単価の動き	・情報機器の値上げが止まらない。
		通信会社(サー ビス担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響か、自宅で開業する客が増え、電話回線や光回線の新規申込みが増加している。
		テーマパーク職 員(総務担当)	来客数の動き	・来客数、販売額共に目標を達成している。
		ゴルフ場(支配 人)	来客数の動き	・10月の入場者数は、現時点においては前年より若干少ないものの、前年10月がかなり良い数字であったため、景気は変わらないと判断する。3か月前と比べても入場者数は順調で、景気は変わらず良い方向で推移している。
		美容室(経営 者)	お客様の様子	・客の話題は、いろいろな物が値上がりしている話と全国旅行支援などを利用して遊びに行く話で、景気が良い部分と悪い部分で結構ばらつきがある。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・横ばいの状況であり、大きな変化はない。
		その他住宅[不 動産賃貸及び売 買](営業)	単価の動き	・単価が上がって利益が上がらない物件が増えて困っている。
		一般小売店[贈 答品](経営 者)	お客様の様子	・2年間中止であった企業のイベント、町内会の運動会等がようやく復活した。秋口に向かっていろいろなイベントの復活した分、少し改善している。

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
		一般小売店〔生活用品〕(販売担当)	販売量の動き	・街に入がでてくるようになったが、販売には結び付いていない。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・毎月の来客数は前年比90%台前半で推移している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・電気代の値上げや物価上昇による節約志向が更に強まっている。また、競合先の出店や百貨店が好調であること、外出や外食も戻りつつあることから、週末の来客数が減少し売上も減少している。
		スーパー(店員)	販売量の動き	・買上点数が引き続き下がっているため、売上が苦戦傾向にある。
		スーパー(営業企画)	お客様の様子	・来客数、買上点数の減少が続いている。無駄な物を買わない生活防衛の消費傾向である。
		スーパー(販売担当)	販売量の動き	・食品に買い控えの傾向がみられ、販促を掛けた売出し品の消化が悪くなっている。季節商材の動きも鈍く、売上の推進になっていない。
		コンビニ(企画担当)	販売量の動き	・大きな落ち込みはないが、多少物価上昇の影響が出始めているのではないかという懸念がある。旅行者の利用が見込める店舗では上昇がみられるが、それ以外の店舗では回復が鈍化している。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	・ビール類の値上げ前にあった駆け込み需要の反動で、アルコール類の売上は大きく落ち込んだ。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・結果的には客単価に助けられ日々の販売額は前年並みとなったが、来客数の減少は一層深刻で、1日当たり前年比50人減少している。
		コンビニ(店員)	販売量の動き	・今月に入りいろいろなファーストフードが値上がりしたため、複数点を購入する客が減った。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・秋らしい天候が続かないところに諸物価の上昇が消費者マインドに大きく響き、ますます節約志向が高まっている。
		家電量販店(店員)	来客数の動き	・来客数が極端に減った。購買意欲が余りみられない。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	来客数の動き	・10月に入ってから来客数が減ってきている。平日より休日の来客が少なく、食事や観光に人が流れているような気がする。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の販売に関して、人気車種は納期が1年から1年半近く掛かっている。それでも今までは注文を取れていた車種もあったが、現在は改良に伴い多くの車種が受注停止になっており、大幅に販売台数が減少している。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の納期が決まらず、客もいつ決断すればよいか迷っている様子である。最近では新車発表してからもすぐには生産に掛からず事前商談というケースもあり、生産の遅れに加え客に対して納得する説明ができず、不信感を与えている。客の気持ちの盛り上がりを大切にしたい。
		乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・客の様子も動きが鈍い。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・前月に引き続き、常連客の来店頻度がやや鈍い。
		都市型ホテル(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が再拡大傾向で、宴会需要が減少している。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・県民割から全国旅行支援へと変わり、中小旅行者にとっては、都道府県別の取扱となって申請方法や対応が異なり、非常に手間が掛かって取扱が難しい。客も手控え気味で、販売量が減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・経済政策はあるが、やや悪くなっている。
		観光名所(案内係)	お客様の様子	・市街地のどの店もなじみ客が激減している。
		パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっている。
		理美容室(経営者)	来客数の動き	・客が余り来てくれない。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・8月からキャンペーンセールが始まり8月から9月には購入者がいたが、今月は少なかった。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響である。
		その他サービス〔介護サービス〕(職員)	販売量の動き	・前年まで福祉用具レンタル売上のトップであったカテゴリが顕著に伸びていない。市場伸長率と比較してもそれを下回った状態である。

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
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・低金利を背景に住宅を新築したい客が、少しでもお買い得に購入しようと複数社に見積依頼をしているため、案件が増えたように感じるだけである。
		その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	来客数の動き	・来客数は増えてきたが、まだまだ受注には至っていない。打合せから施工が増えていけば以前より状況は良くなるが、もう少し時間が掛かる。
	x	商店街(代表者)	それ以外	・全国旅行支援や一部自治体での電子マネー還元等、恩恵を受ける事業者に偏りがある。消費活動を促してはいるだろうが、売上に格差が生じ、社会全体の景気の底上げには至っていない。
	x	商店街(代表者)	お客様の様子	・コロナ禍が全く不透明でウクライナ情勢もよく分からず、マイナスなマインドを持つ人もいる。
	x	一般小売店〔書店〕(営業担当)	単価の動き	・為替の影響で輸入商品の単価が上がっており、客の予算を圧迫している。
	x	スーパー(店員)	単価の動き	・これまでも厳しかったが、商品原価が上がって値上げが生じて非常に商品の動きが悪くなっている。
	x	衣料品専門店(販売企画担当)	お客様の様子	・仕入単価がかなり上がり、販売価格に転嫁している。新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で少し良い兆しがみえていたが、今度はインフレに備えて財布のひもが固くなってきている。
	x	その他専門店〔雑貨〕(店長)	来客数の動き	・円安、物価上昇、全国旅行支援の開始や出入国規制緩和により、物販消費は減少し集客が落ちている。ターミナル駅周辺と比べると中心市街地への人流が少ない。
	x	一般レストラン(経営者)	それ以外	・来客数も少ないが、仕入れが非常に値上がりしており、なかなか厳しい。
	x	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約件数は微増レベルで止まっているものの、新規契約者数は前年同月からほぼ半減にまで落ちている。
	x	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕(広告担当)	それ以外	・自社運営の住宅展示場では、出展者から退去の申請が立て続けに出ている。
	x	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・良くなる要素が一切ない。新規案件がほぼゼロである。
	x	住宅販売会社(経営者)	それ以外	・分譲住宅を建てる土地が少ないため、土地が値上がりしている。人気地区では特に値上がりしている。
x	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・来客数が伸びない。資料請求はあるが、なかなか進まない。	
企業 動向 関連 (東海)		-	-	-
		輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	取引先の様子	・航空関連はそれほど回復していないが、誘導機器関連の方は回復しているようである。航空関連の人材がそちらへ多数回されて、仕事に就いている。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・全国旅行支援など国の政策によりいろいろところが活発化している反面、制度の問題点があらわになっている。行こうとしても結局使えなかったり、間に合わなかったりといった対応の遅さで不平不満なども多い。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・飲食店の取引先等は、3か月前と比べ活気が戻ってきた様子である。海外と取引のある企業は、円安によりコストが上がっている。
		不動産業(経営者)	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、中旬まで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、外出や遠出をする人が徐々に増加傾向になっている。今月の売上は、前年を上回る状況となっている。
		公認会計士	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が全体的に浸透し始めていることにより、受注価格の値上げや販売価格の値上げは3か月前よりはしやすくなっているという印象を受ける。また、新型コロナウイルス感染症に対する政府の規制も緩和され、人の動きも活発になり経済活動が少しずつ活性化している。
		会計事務所(職員)	取引先の様子	・コロナ禍で業績が低迷していた事業所の多くが、売上、利益共に黒字に転換している。
		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	・10月も9月に引き続き引き合いは活発であった。前向きに仕事を発注する会社が出てきた。このような状況が全体へ広がれば良いが、まだまだ全体とはいかない。

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
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・週末の飲食店の予約が取れなくなってきている。新幹線の混み具合や満員電車などを見ると、マスクはしているものの新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻っていることを実感する。人が移動し活動を再開している様子に、景気の上向きを感じる。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格が下がっている。原材料高であるが、価格転嫁ができない。
		金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・仕事量の出方にさほど勢いを感じないが、暇になるというほどでもない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備ではインフレ及び金利情報の影響で発注時期が後ろ倒しになっている。その結果、要望納期が短くなる一方で部品の納期は長くなっており、納期が間に合わなくて失注する案件も出ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円安で若干メリットもあるが、戦争や物価高で相殺される。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼価格が1.5倍以上になっているが、それでも注文が入る。受注量には変動がなく、現状維持が続いている。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・客先からの依頼は着実に増えている。忙しさは新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったと見てよい。ただし、支出の方はそれと同等かそれ以上に増えている。以前ほどの利益は出ていない。
		輸送業（エリア担当）	それ以外	・職場近くのスーパー店員の話によると、食料品のため景気の変動にかかわらず絶えることなく来客はあるが、客単価は落ちており、とりわけ閉店間際の割引セール品に、客がにわかに殺到するとのことであった。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・経済の動きは持ち直しているといわれるが、現実には、生活保護の申請は3か月連続で増えており、市民の生活はかなり苦しいのではないが、OPEC減産による更なるガソリン価格の高騰も懸念される。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の動向も落ち着いた。
		不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域では、不動産分譲の売行きが他の都市圏と比べて良くない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・人の流れが増えてきたため、旅行関係、飲食店や宿泊施設等が積極的に広告を打つようになってきている。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・現状維持である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	それ以外	・地元イベントなども通常の開催が行われ、人流が大幅に増えた。購買力は高いが、高額商品の購入は控えめである。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年比で減少している。単価が上がっていることもあり、消費が伸びない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・円安、半導体不足、原材料その他資材の高騰等があり、また、自動車関連への販売量の減少で全般的にみても景気はやや悪くなっている。
		化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向けの需要が減速し、容器の出荷量が減少している。
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・どこの客も稼働率が下がっており、受注量が減っている。一部部品の入手難による生産ストップが、自動車のみならず装置メーカーにも広がっており、稼働率低下に至っている。注文があるのに生産ができず、他の部品の注文も手控えるため、景気悪化につながっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・原材料不足を要因とする価格の高騰に円安が加わり、二重苦となっている。価格転嫁により適正利益を確保したいが、時間が掛かりそうである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・販売延期などで注文後のキャンセルが増えている。半導体の入荷が難しいようである。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・10月は例年と比べて成約数が3割ダウンした。毎年秋の9月、10月は成約数が伸びるが、今年は来場者数も減っている。客の動きが悪いのは景気の悪化の影響であろうか。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・日用品の物量が前年より5%ほど減少し、自動車や機械などの部品の物量も回復していない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・国際航空貨物の取扱量が減ってきている。

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
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・発送量が伸びていない。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・飲食店の客を中心に廃業に伴うWeb回線の廃止や、店舗移転の連絡が入ることが多くなった。特筆すべきは、新しいビルのテナント店舗など新しい店だけでなく、何年も営業している人気店でも廃業や移転を余儀なくされていることである。新型コロナウイルス感染症関連の補助金が無くなったこと、客足が外食から遠のいたこと、リモートワークの普及でランチ営業が立ち行かないこと、飲食の働き手が少ないことなど、複合的な理由が飲食店経営を困難にしている。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料の値上がりを価格に転嫁せざるを得ない状況となっており、モノの値段が上がっている。給与が上昇しないなかで特に家計への影響が大きく、モノの消費に向かいづらくなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞購読者の定期購読の解約が増えている。
	x	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売数量は前年比2割以上の大幅にダウンしている。売上金額は価格上昇で前年比1割ほどアップしている。企業経営としては、仕入れ圧迫度が大きく上昇して厳しさを増している。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界全体が相変わらず悪いなかで、特に当社の場合はメインの取引先の設備投資がほとんどないため、非常に悪い状態である。
	x	通信業（総務担当）	それ以外	・物価上昇が最大の原因で、欲しい物を我慢するようになった。先行き不安から浪費はできない状態にある。
雇用関連		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業等の求人数が、新型コロナウイルス感染拡大前の水準に戻った。
		*	*	*
(東海)		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	・全国旅行支援などの国の政策が始まったが、目立った変化はない。
		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、人材紹介共に減少しており、前年同期比でも低調な水準である。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車関連企業を中心に設計開発のニーズは引き続き堅調であり、半期の変わり目で業務終了したエンジンアモ、次業務への配属が順調に進んだ。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車関連の生産においては半導体・部品供給不足は改善せず、工場の稼働停止が続く。今後も改善の見込みがない。ただし、小型の船舶製造やバイク製造は多忙と耳にする。
		求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は引き続き増加傾向にある。転職マーケットの動向を加味するとボーナス前後は求職者の動きも活発化しやすいが、現状大きな上振れはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・景気が上向く材料が見当たらない。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、全体としては前年同月比で増加しているが、減少に転じた業種もみられる。
		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影響で業績が上がらない業種もあるが、全体的に少しずつ回復傾向にある。しかし、飲食サービス業、宿泊業等では求人を出しても人手が集まらない状態が続いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業は、半導体部品が供給され増産になっているが、原材料や燃料コストの増加が経営を圧迫している。円安の影響を受けて物価高が深刻である。全国旅行支援の開始に伴い、飲食業や宿泊業は回復傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月と比べ有効求人数は増加したが、それと同程度の有効求職者数が増加したため、有効求人倍率は横ばいとなった。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・企業側の採用熱はとどまることなく右肩上がりであるが、転職希望者の登録動向などは若干鈍化しつつある。

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
		人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・円安の影響が大きく、各所で値上げがある。最低賃金は上がったものの実質的には最低賃金が影響する職種のみ賃上げしている。さらには社会保険料等の値上げインパクトが大きい。その他は現状維持か、時間外勤務削減等で総じて賃金の実感値としては下がっている。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人件数は3か月前から横ばいでも、求職者数が減少しているため採用数も減少している。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・円安と物価高が、景況感にネガティブな印象を与えている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・元々景気が低迷しているなかで円安や燃料価格の高騰などのコスト上昇が進んでおり、厳しさが増している。
	x	-	-	-

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 (北陸)		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・高速道路内の店舗において、土日や祝日の人流が顕著に戻っている。
		コンビニ（営業）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響により、来客数に変化が出てきている。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・観光都市である当地では、10月の3連休には県外からの客が大変多く、その後は全国旅行支援により観光客が継続的に来ている。観光客の動きは良くなっているものの、10月下旬からは県内客の外出の動きが落ち着きを見せている。物価上昇による買い控えや、県内のプレミアム付食事券を使い切った人が始めていることが主な要因だとみている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・開店しても休業状態の日もあるが、3年ぶりの客を始め徐々に来店する客や、新たに常連になりつつある客もあり、変化が出てきている。周辺の店では若い人たちが来ているようである。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・10月11日に全国旅行支援がスタートして予約が殺到し、予約システムが数日間ダウンするなど、一度に予約が増加している。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比で240%、累計でも187%と改善しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上との比較ではまだ64%で、累計でも70%である。
		都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により、稼働率は前月より10%以上アップし、新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準まで回復している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・県民割やインバウンドの再開で来客数が増加し、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。その反面9月と比べて1人当たりの単価が低く、客の財布のひもはまだ固いようである。
		一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・人流が増加し、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業や自社の販促強化により来客数は下げ止まりし、販売量が大幅に伸びたことで一時的に上向きとなっている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は減少しているが、1人当たりの買上単価が上がっているため売上は増加している。価格が高いという声は聞くが、今のところ買い控えが起こっている様子はみられない。しかし、手頃なおにぎりが100円から135円に価格改定するなど、全商品で急激な値上げが行われており、客はスーパーなどと比べてコンビニに割高感をより強く感じるようになってきている。値上げがあっても客は変わらずに来店しており売上も上昇しているため、景気はやや良くなっていると考えられる。
		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については油断できないが、経済対策もあって旅行や飲食などは少しずつ好転しているようである。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたなか、政府の施策も功を奏して上向きになっている。
		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感染症の第7波のピークを過ぎてきたことや、全国的な行動抑制がなくなって全国旅行支援などの施策効果もあり、来客数と買上率が向上してきている。

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
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり県外客の団体利用が増加してきたが、飲食店への恩恵は少ない。県のプレミアム付食事券の販売や県民割が終了したことで、個人客の動きが鈍っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・売上はまだ新型コロナウイルス感染症発生前の70%程度だが、旅行者や宴会の利用が徐々に増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や全国旅行支援によって、今月に入って観光客が増加している。夜の街にも人出が増えている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・観光や研修、宿泊送迎などの仕事が多く入っている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売台数は数か月前より伸びているが、思った以上に新商品の勢いがなく、販売計画を下回っている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅展示フェアの来場者数が増加傾向にあり、少しずつだが活気付いてきた印象を受ける。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店は金曜の夜などはにぎわいが戻っているが、日によって差が激しくまだ回復したとはいえない。衣料品も消費喚起策が実施されている割引期間中にはにぎわうが、それ以外は低迷していて、客の財布のひもは固いままである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・中心商店街発行のプレミアム付商品券の販売は予想以上に好評で、販売日から4日間で1500部が完売した。期待の高さを感じ、各店舗の売上に好影響が出ると期待している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今まで不振だったアパレルや雑貨が復調している。気温が低下したことや外出及び旅行による需要で、コートやブーツといった防寒を中心とした商材に動きがある。さらに、会合やパーティー、イベントなどの手土産や記念品といった需要も外販で動き始めている。
		百貨店（販売担当）	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と全国旅行支援の開始により、週末を中心に外出が増えている。若い世代はレジャーを含め県外へ出掛けることが増え、50代以上も旅行などが増えているようである。週末や人気イベントでの来客数がやや減少している一方で、外出需要やハイキングに必要な商材、気温が低くなったことで防寒商材にも動きが出ており、プラスとマイナスの要素が混在している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が抑えられていることや、プレミアム付商品券の効果もあり、来客数は前年と比べて少し増加している。
		家電量販店（本部）	単価の動き	・買上単価は伸びていないが、来客数は戻ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が収まってきており、来場者数の増加を期待していたが、3か月前と余り変わらない状況が続いている。
		自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・冬季用品は例年並みの動き出しである。全体的な集客は回復傾向だが、買上点数が戻っていない。特に高額商材やドライブレコーダー等の話題になる商品の問合せが回復していない。
		住関連専門店（役員）	来客数の動き	・絶対的な来客数の減少が著しい。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているが、思っていたよりも来客数の増加につながっていない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割や全国旅行支援の施策により個人旅行は好調に推移しているが、団体旅行はまだ件数が少ない。トータルで見ると売上金額は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の半分程度である。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・客の当社へのニーズが変わらない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前と同様に放送、通信サービス共に新規契約者数が前年同月と比べて順調に推移している。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・景気の影響だけではないとみているが、新規契約者数が伸び悩んでいる。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援がスタートし、個人旅行者の動きはやや増加傾向にあるものの、海外からのインバウンド客や団体旅行者の動きは鈍く、全体としては変わらない状況にある。

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
		パチンコ店(経理)	販売量の動き	・売上に大きな変化はみられない。
		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	・現在、メインで会員となっている高齢者の入会者が少ない。40～50代の女性向けプログラムにはネットを通じて反応が出てきているが、子供の教室はほぼ現状維持である。新型コロナウイルス感染症の影響でスタッフの手配が付かない状態が2～3か月間続いており、売上の減少に直結してきている。少しずつだがイベントでの集客ができるようになってきている。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・前月、今月共に来客数が5%近く前年より減少している。売上が大きくなる年末に向けて心配である。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・個人の新築注文住宅の受注が安定しない反面、個人の住宅リフォームにおける大型物件や、法人関係の店舗及び社屋に対する受注が、新築住宅受注の不足をフォローしている。
		住宅販売会社(営業)	来客数の動き	・来客数が低調なことに加え、客の質の低下を感じる。中高層層の動きが特に悪いようである。
		一般小売店[事務用品](店長)	お客様の様子	・客の買上単価や買上点数、店舗での滞在時間が減少している。
		一般小売店[書籍](従業員)	販売量の動き	・ここ3か月は販売量、来客数共に減少しており、特に今月は販売量の減少がひどくなっている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、消費者の関心が旅行や観光へシフトしている。また、原材料価格の高騰や円安の影響も加わり、前月まで好調に推移していた高額商材やインポートブランドにおける売上の伸び率が鈍化している。
		スーパー(店長)	単価の動き	・物価の上昇により各商品が値上げされている。そのため、果物やし好品の売上の落ち込みが大きい。無駄な商品を買わない傾向になっている。
		スーパー(総務担当)	単価の動き	・光熱費や生活用品の値上げにより、今まで以上に買上単価が低くなっている。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・高付加価値商品などの販売量が落ち込んでいる。
		乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・円安の影響などによる物価上昇が続いており、個人消費の面で購買意欲の減退がみられる。
		住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・客の問合せやイベントの来場者数が想定を下回っている。現在折衝中の客の動きも遅く、時間が掛かることが多い。予定どおりに話が進まない状況が続いている。
	x	スーパー(店舗管理)	販売量の動き	・物価高や電気料金の値上げ、最低賃金の是正など経営的には苦しい状態が続いており、公共料金のように単に一律値上げをすれば済む業態ではない。企業努力は当然だが、それでは済まない現状である。
	x	その他専門店[酒](経営者)	販売量の動き	・前年までは、9月に販売する季節限定酒を約1週間で完売していたが、今年は10月に入ってもまだ残っている。10月に酒類の値上げがあったが、値上げ前に仕入れた在庫がまだ残っている状態である。
企業動向関連		-	-	-
(北陸)		精密機械器具製造業(財務担当)	受注量や販売量の動き	・客や地域によってばらつきはあるが、全体として受注量が増加している。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、売上は変わらず推移している。
		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	・ロシアによるウクライナ侵攻の長期化に伴う供給制約や原材料価格の高止まり、製品値上げの影響が大きく、回復は足踏み状態が続いている。
		建設業(経営者)	それ以外	・外で酒を飲み帰宅する際に必ず代行タクシーの運転手に景気を聞くが、決まって悪いという答えである。
		輸送業(役員)	取引先の様子	・当社の主要荷主は薬品関係であり、ほかも給食配送、空瓶回収、新聞の送達、家電配送であるため、景気の影響を余り受けていない。
		輸送業(管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・物量の回復には至っていない。国際貨物や倉庫関連は堅調であるが、国内輸送部門の物量回復が鈍くなっている。
		通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・今期6月以降は販売量、受注量共に変化はない。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、以前ほど景気の低迷感はないが、政府や自治体の新たな補助金施策なども特段なく、現状維持というところである。

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
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・法人客、個人客共に、活発な話が余りなく、問合せも少なくなっている。
		司法書士	取引先の様子	・事業者間での売買があっても、売主側の債務整理による処分といったもので、景気が良い状況のものではない。
		税理士（所長）	取引先の様子	・依然として製造業、建設業については堅調である。しかし、一般消費者を対象とする食品販売事業者では価格転嫁が難しい状況が多く、利益率も売上自体も低下している。一方で、体力のある一部の大手企業では値下げの動きがあり、中小の小売業は非常に厳しい状況に置かれている。
		食品製造業（経営企画）	それ以外	・原材料に限らず、コストは軒並み上昇し続けている。価格転嫁のための製品価格の引上げにも限度があり、吸収できるレベルではない。収益構造が崩壊しつつあり、構造改革が必須だと考える。
		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、原材料価格の高騰に拍車がかかっており、特に電気料金の引上げが大きく収益を圧迫している。
	x		金融業（融資担当）	取引先の様子
雇用関連		-	-	-
(北陸)		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・例年であれば一旦求職が落ち着く時期であるが、僅かながら増加している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・営業広告、求人広告、不動産広告が9～10月にかけて堅調に推移している。劇的に増加しているわけではないが、夏頃と比較すると確実に伸びており、秋の行楽シーズンやイベントの増加が影響したとみている。
		民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・最近になって、企業の先行きに向けた生産対応や営業活動といった前向きな人員採用の動きが増加しており、人材紹介や人材派遣の問合せが増えている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に余り変化がない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・ハローワークに人が来ない状態である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の求人数が多い状況が継続している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月に比べて増加が続いているが、慢性的な人手不足や、会社の人員構成で高齢者の比率が高いため求人を出している事業所が多いことから、景況が好転したとは言い難い。
	x		-	-

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)		商店街（代表者）	販売量の動き	・入出が増え、売上も良くなっている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着いてきて、飲食店などの来客数も増えている。取引先のゴルフ場なども注文が入るようになり、このまま全国旅行支援などで人が動き出せば、景気は良くなる。
		百貨店（企画担当）	それ以外	・10月11日からの入国規制の緩和以降、香港や台湾からの客が増えている。中国本土からの客の動きに変化はない。円安の影響もあり、免税売上が増えている一方、外商を除く国内売上については、前年と比べて余りプラスが出ていない。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・店舗への来客数の増加だけでなく、店舗周辺の商店街の人出も明らかに増加傾向にある。さらに、前週末からはインバウンド客が目に見えて増えている。

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
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・10月に入り、入国規制の緩和で外国人客の来店が増えたほか、国内客の来店も増え、来客数は前年比で20%以上伸びる形となった。今月もまたラグジュアリー商材が売上を大きく伸ばすとともに、中間層をターゲットにした婦人衣料や雑貨も、コート類やブーツなどの防寒商材を中心に好調となった。また、徐々にメイク商材が回復している化粧品に関しても、売上は2けたの増加となったほか、フード関連も同様の伸びをみせている。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上が大きく回復しており、2019年比の伸び率が、3か月前よりも10%以上改善している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・秋のシーズンを迎えて、新型コロナウイルスの新規感染者数はしばらく落ち着いている。10月11日からは全国旅行支援も始まったため、一気に予約の問合せが増え、来客数も増加した。ただし、長引くコロナ禍の影響で受け入れ態勢が十分ではないため、予約の制限をしなければ回らない状況である。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・日常の生活に戻りつつあるため、来客数が伸びている。
		都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始や訪日旅行の制限緩和に伴い、近隣の繁華街でも、以前のように外国人を見掛けるようになった。会食や宴会でも座席数を増やしており、予約受注数も増加傾向にある。客室部門の収入は前月比で108%、前年比で154%と増え、料飲部門の収入も前月比で116%、前年比で129%と増えている。ただし、サービス人員の不足が課題となっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・規模は小さいが、海外からの旅行者の来店がみられ、免税対象の売上が増えている。また、それ以上に近隣県からの国内客が増加している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は29日までで、来客数が前年比で1.6%増加し、店全体の店頭売上も3.3%増加と復調している。一方、食料品の店頭売上は横ばいとなっている。また、当店ではないが、都心の大型店では円安の影響もあり、高額品の販売が好調となっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も傾向に変化はなく、来客数、レジ客数共に前年比で約10%増加し、特に高級ブランドの高額品が好調に動いている。また、物産催事も以前の通常開催に戻ったことで、前年比で約20%の増加となっている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・コロナ禍の影響が緩和され、来客数が増加している。さらに、旅行者の動きが活発になっており、国内客の往来の増加に加えて、一部でインバウンドの増加もみられる。特に、インバウンドは購買意欲が旺盛で、重衣料を中心とした高額品の動きが目立つ。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・物産展などの大型催事が堅調に推移しているほか、入国制限の緩和によるインバウンド需要の復活など、消費に対する力強さが戻ってきたと感じる。
		百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・物価の上昇で中間層の消費の冷え込みが懸念されるものの、富裕層の消費は特選品やラグジュアリー関連の好調で活発になっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・海外からの旅行者に対する規制の緩和により、インバウンド売上が徐々に回復してきている。また、富裕客による高額品の購買意欲は全く衰えておらず、高級時計や海外ブランド品の売上は好調である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・行動制限がないほか、全国旅行支援の効果もあり、人の動きが活発になっている。特に、旅行用の商品や外出着などが好調に動いている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・各自治体でのプレミアム付商品券や、キャッシュレス決済でのポイント還元といった様々なキャンペーンにより、店舗での売上が伸びている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・割引クーポン券を発売しているため、来客数が6%、売上が2%ほど増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・各社の出勤者数もかなり戻ってきたようで、朝の通勤ラッシュの時間帯や、ランチタイムの来客数が増加している。また、周辺ホテルの稼働率も上がっており、出張や観光に伴う来店が増えている。

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
		コンビニ(店員)	来客数の動き	・行動制限がなくなったほか、海外からも多くの旅行者が来日している。当店の立地は繁華街に近いので、人が以前とは比較にならないほど増えている。近隣のホテルには観光バスが止まり、多くのツアー客が降りている。当店はホテルからも近いので、すぐに食べられる商品や飲料水などを求めた来店が多い。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・前年比、前々年比共に、来客数や売上が増加している。ただし、単価はそれほど良い状況ではなく、円安の悪い影響が出ている。
		衣料品専門店(店員)	単価の動き	・販売単価が上がり、気温の変化による好影響も出ている。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	お客様の様子	・涼しくなってきた、客の動きが出てきている。
		その他専門店[食品](経営者)	販売量の動き	・コロナ禍への対応が、徐々に過剰なものではなくなってきたため、人が動き始めている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援やインバウンドの入国が本格的に始まり、交通機関や宿泊施設の利用が活発化するなど、観光客は目に見えて増加している。その恩恵を少なからず受けているが、肝腎な客の利用には非常に波があるため、安定して景気が回復しているとはいえない。
		観光型ホテル(客室担当)	来客数の動き	・来客数をみれば明らかに上向き傾向であるが、全国旅行支援による影響が大きく、景気の判断材料とするには疑問が残る。
		観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援が始まり、今月は動きが良かった。ただし、事務処理が複雑であるほか、サーバーがダウンするなど、現場の負担は大変である。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、客が動き出している。
		都市型ホテル(販売促進担当)	来客数の動き	・ここ数か月は徐々に上向いている。今月は全国旅行支援の効果で宿泊者数が更に増えており、稼働率も78.0%と前月比で6.7ポイント上昇する見込みである。全国旅行支援を利用していない客も多く、平日の稼働率も76.0%に順調に上がっているため、出張が増えていると感じる。
		都市型ホテル(客室担当)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果や、当地域が秋の観光シーズンに入った相乗効果により、予約数が増えている。
		都市型ホテル(総務担当)	それ以外	・全国旅行支援のスタートで宿泊の予約が増えているが、食事を伴う宴会や、レストランの夕食での利用は伸び悩んでいる。
		都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・秋の紅葉シーズンとなったほか、全国旅行支援の効果により、稼働率、単価共に改善傾向である。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援の開始で販売量が増加している。
		旅行代理店(役員)	来客数の動き	・ワクチン接種の加速や、全国旅行支援のスタートにより、ほぼ2年半ぶりの活況となっている。海外旅行の動きはまだまだであるが、国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーが1台もない駅やホテルの前で、客が並んで待つ状況がみられるようになってきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・当地域は、修学旅行や観光客でにぎわっている。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に過剰に反応する必要はないとの認識に変わり始めており、景気とは関係なく、修学旅行などが復活し始めている。
		観光名所(企画担当)	来客数の動き	・10月に入り、イベント割が開始したほか、入国規制の緩和などで来場者数が戻りつつある。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9626円で、3か月前の8905円よりも上がっている。
		その他レジャー施設[複合商業施設](職員)	来客数の動き	・10月上旬から中旬にかけて、来客数や業績は好調に推移している。コロナ禍が落ち着いたほか、気温の低下、全国旅行支援などの効果で婦人服が伸びている。ただし、中旬以降は動きがやや悪化している。
		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波が収束したほか、全国旅行支援が始まり、水際対策も緩和されたことから、観光客などの団体客、インバウンド客が増加傾向にある。
		住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・正味の成約率が上がってきている。

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
		住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の発生が指摘されているが、世間は落ち着いており、来客数も伸びている。
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	それ以外	・来客数、販売量共に芳しくなかったが、修理などの相談は複数あった。今すぐには結果につながらなくても、時計に関心を持ってくれることに安心した。今月の数字は良くなかったが、全体的にはまずまずの動きとを感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	それ以外	・売上はほぼ横ばいである。今月は商品の値上げで客の買い控えが増え、客足も鈍い。その一方、中旬からはインパウンド客が戻ってきたため、プラスマイナスゼロという状況である。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	来客数の動き	・以前はコロナ禍による来客数の減少がみられたが、最近は商店街への客足が少し増えたと感じる。ただし、物価上昇の影響を感じることも多く、実際に消費者の口からも物価上昇の話が多く聞かれる。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生前は、振り袖くらいは動いていたが、それも動かなくなり、代わりに黒紋付が少し動いている。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	販売量の動き	・値上げラッシュにより、売上が伸び悩んでいる。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月はバーゲンセールや優待販売が好調であるほか、インパウンドの売上も増えており、売上目標を上回る見込みである。ただし、中間層の客による商品の購入姿勢には、以前よりも慎重さがみられる。特に、不要不急の商品の買い控えが顕著になってきている。
		百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・美術品や宝飾、特選品といった富裕層向けの商材は好調が続いている。また、行動制限の大幅な緩和で人流が活発になり、国内中間層によるファッション等の購入は徐々に好調となった。その反面、生鮮3品などは値上げによる販売量の減少で現状維持となっており、全体的な構図は変わらない。
		百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波も鎮静化し、来客数は引き続き増えているが、ラグジュアリーブランドや高級宝飾、時計などの値上げは一巡している。これまでの値上げ前の購入の反動もあり、買い控えまではみられないが、今までの勢いはなくなってきている。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・行動規制の緩和で、イベントが活発化している都心店舗の人出が増えたり、旅行などでの外出が増えている。それに伴い、郊外店舗の来客数の伸びは、都心店舗よりも弱くなっている。
		百貨店(売場マネージャー)	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傾向にあり、来客数は前年を上回ってきている。直近の3か月は、8月が前年比で6.2%の増加、9月が1.6%の増加、10月が4.6%の増加となっているが、まだ2019年の水準には戻っていない。
		百貨店(管理担当)	お客様の様子	・コロナ禍の落ち着きはプラスであるが、相次ぐ食品の値上げもあってか、消費者の購買意欲は減退している。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・あらゆる分野で値上げが進み、商品の価格が大幅に上がっている。価格に敏感な客は買い回りで安い店を探す一方、多くの客は諦めつつ、値上げを受け入れていると感じる。また、プレミアム付商品券が販売された地域では、売上が大きく押し上げられている。
		スーパー(経理担当)	販売量の動き	・節約や生活防衛といったキーワードに敏感となり、アピールの仕方によっては反応が良くなっている。消費者の物価上昇に対する意識の高まりを感じる。物価の上昇に伴う、売上の増加と消費の抑制とのせめぎ合いが続いている。
		コンビニ(店員)	お客様の様子	・近隣のイベントや地域の運動会などが再開され、休日には飲料やレジ横の商品など、1~2品の買物をする客が多く来店している。
		コンビニ(店員)	お客様の様子	・相次ぐ物価の上昇で、パンや弁当などを買い控える客が増えている。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・店のショーウィンドウを見ている客は、確実に増えている。ただし、実際の来店には結び付いていない。物価の上昇に対する生活防衛が優先されているように感じる。

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
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の影響が依然として続き、商品の供給がスムーズにいかず、販売量が伸びない状況にある。
		家電量販店（営業担当）	単価の動き	・物価上昇の影響が出ている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ件数共に、減少している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・回復傾向にあるものの、生産状況が一定しない。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	単価の動き	・クーポンの利用に制限が掛かり、1000円以上の買物で1品の価格が15%オフとなる。以前から1点買いの客が多く、単価がなかなか上がらなかったが、単価が200～300円上がった。ただし、値上げの波が押し寄せている影響で、価格に少し敏感になり、買物の回数が減っている。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	単価の動き	・円安が続くなか、半期に1度の催事では前年の集客と大差なかったが、販売率は上がり、売上単価は下がった。目的を持った客が動いていることは明らかである。
		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り、化粧品や健康食品などは堅調に推移しているが、当社は食品や日用品などの生活必需品の売上が中心である。商品の値上げによる生活必需品への大きな影響はないが、しばらくは現状の動きが続く。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・10月以降は社会全体で値上げ品目が増えているが、それほど景況感に影響は出ていない。
		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	・注文や問合せが落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に戻りつつある。
		その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に左右される動きは減ってきたと感じるが、値上げの影響が重くのしかかっている。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まり、来客数や受電数は大幅に増えた。ただし、既存客の対応に追われて新規受注ができる状況ではなく、大幅な販売拡大には至っていない。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・全国旅行支援や入国規制の緩和も始まり、旅行マインドは上向いているが、円安の影響で海外旅行の需要は低いままである。客からも、今は海外旅行には行けないといった声や、コーヒー1杯が1000円は高過ぎるといった声がある。これだけ円安のニュースが流れるなかで、海外旅行をちゅうちょする様子がみられる。国内の全国旅行支援の動きと相殺され、全体としては変わらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・良くもなく、悪くもないという状況である。新型コロナウイルス感染症の発生前と比べれば悪く、前年と比べれば良い。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、販売台数は若干回復しているように感じるが、前年の水準は下回っている。
		美容室（店長）	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、ようやく徐々に客が戻ってきている。ただし、以前の水準はまだまだ下回っている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新築分譲マンションの売行きが好調なほか、投資家の賃貸マンション需要が旺盛なこともあり、デベロッパー間でのマンション開発用地の取得競争が激しく、取引価格の上昇が続いている。
		商店街（経営者）	来客数の動き	・生活必需品の値上げが多くなり、消費行動にブレーキが掛かっている。
		一般小売店 [珈琲]（経営者）	来客数の動き	・仕入業者の価格改定に伴い、卸売先への価格転嫁を進めている。各飲食店もメニュー価格の変更を順次始めているなか、値上げ済みの取引先からは、来客数の減少といった声が出ている。
		一般小売店 [花]（店長）	単価の動き	・円安の進行により、仕入価格が高騰している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月から値上げが行われ、消費者の節約志向が強まっているように感じられる。ただし、一部の富裕客による高額商品の購入は堅調である。

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
		百貨店（商品担当）	お客様の様子	・客の動きを見ていると、必要以上の物は買わないという印象を受ける。
		百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・原材料価格の高騰による食品の値上げにより、特に生鮮品の売行きの不調が続いている。
		百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・多くの商品で10月から価格改定が行われ、9月末に駆け込み需要がみられたため、今はその反動で高額品の動きが鈍くなっている。季節商材も単価の低い商品は好調であるが、気温が下がった中旬以降も、前年比で値上がりしたカシミアなどの商材は苦戦している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・夏からの物価の上昇もあり、財布のひもが固くなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・酒類などの様々な商品の値上げ、コロナ禍への意識の変化などにより、節約傾向が進んでいると感じる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・10倍ポイントセールなどを行っても、集客が少なくなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客が商品価格に敏感になっている。特に10月以降の値上げ報道を受けて、食品の買い方がシビアになっている。広告の目玉商品の購入率は平均で4%上がっているが、定番商品との併売率が落ちている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・インフレの影響による耐久消費財の買い控えで、住居関連商品の動きが悪くなっている。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・今春以降、商品価格の上昇で客の節約志向が強まり、買い控えが目立っていた。最近は買い控えも次第に落ち着き、客の買物の動きもやや上向いている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・物価や光熱費の上昇など、様々な商品の価格が上がり、生活へのダメージが大きいため 購入を抑制できる範囲での節約が検討されている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・買物の際、客がよく価格の話をしている。全ての物が高くなっていることを実感しているように感じる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・急に寒くなり、客足が少なくなっている。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・需要の端境期に入ったほか、各メーカーの商品価格の値上げも重なり、販売量が減少している。燃料価格の上昇や、円安の進行による可処分所得の減少で、今後も大幅な回復は見込めない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響もあり、客の動きが鈍くなっていると感じる。
		その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	単価の動き	・消費者の生活を直撃するような値上げが目立つ。為替の面でも、政府、日本銀行の市場介入は一時しのぎとなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・円安による仕入価格の上昇で、値上げ交渉を進めている。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・円安の影響で、収入は増えていないが、支出が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・現地を案内してから、成約の判断までの動きが鈍く感じられる。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・各種商品の値上げに伴い、客の間では買い控えの雰囲気を感じられる。
		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	・円安で経済の悪化傾向が進んでいる。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場への出展企業による上半期の契約件数は、前年比で1割以上減少している。特に、例年は最も契約件数が増える、9月の落ち込みが大きい。
		その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	競争相手の様子	・競合先に大量の離職者が出たため、仕事が回っておらず、他社に応援要請を出さざるを得ない状況のようである。
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・新築の不動産は、原価の更なる上昇による価格の高騰に加え、全国旅行支援などによる影響もあり、購入検討層による見学が減り始めている。反響数、来客数共に減少傾向がみられる。
	x	スーパー（店員）	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしており、果物類が余り売れなくなったが、特売品だけはよく売れている。野菜類も値段が下がらず、今年は特に高いと感じるなか、特売品はよく売れている。

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
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・高齢者が買物に出掛けない癖がついてしまったため、売上が増えない。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・既存客への影響は多少感じられるが、それ以上に新規客が増えていないことが目立つ。商品価格の高騰や、代替不可能な設備関連の長期欠品も大きく影響している。
	×	家電量販店（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、外出をする機会が増えたため、来客数は増加したが、物価の上昇などで販売には至らない。高額商品になればなるほど、客の購入が即決されることはなく、後日購入するといった形になる。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・秋物家電の販売が伸び悩んでいる。ただし、こどもみらい住宅支援事業の補助により、リフォームに限っては順調で、受注が前年比で20%増えている。
	×	住関連専門店（店長）	単価の動き	・客単価が夏頃から急速に下がっている。ウクライナ危機以前の3～4割ダウンとなっており、かなり劇的に節約マインドが強まっている。
	×	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・急激な円安とウクライナ危機に伴う物価の上昇が、全ての家庭で消費の意欲を後退させ、生活もますます苦しくなっているのが現状である。
	×	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・若年層の旅行客が増えているが、余りお金は使わない。クーポンの使用できるコンビニや大きな商業施設に集中し、地元のクーポン対応店の状況は余り変わらない。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・前年の数字と比較して、20%程度悪化している。コロナ禍も少し落ち着き、これからというところで、様々な生活必需品の値上げラッシュが始まった。新たに利用料が必要になるようなサービスは、買い控えが進んでいる。
	×	通信会社（役員）	それ以外	・携帯電話販売業は通信事業者の営業方針に業況が左右される。現在は、特定の事業者が店舗の大規模なリストラを進めており、事業を取り巻く環境が厳しくなっている。
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、広告売上は前年を上回っている。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたなか、当産地では需要期を迎えたことで、受注量が増加している。
		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	・受注量は引き続き微増となっている。以前と比べて、各社はやや攻めの姿勢になっていると感じる。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・部品の供給が回復しており、自動車やガス器具、家電向けの出荷量が増えてきた。ただし、化学品原材料の価格高騰が激しく、利益は大幅に減少している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気自動車関連の部品を中心に徐々に動き出しており、年末にかけての自動車全体の受注内示も増加傾向にある。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の短期案件は増えてきたが、まだ回復するまでには至らない。
		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	・10月11日からの水際対策の緩和を境に、外国人旅行者が急増している。爆買いの動きこそないが、低額品の土産を複数購入している。特に、日本製ならではの品質の高さを求める客が目立つ。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費者は価格に敏感であり、食品は1円の値動きで購買量に影響が出る。実際に、値上げとなった商品の動きは悪く、値上げされていないが、特売の商品は動いている。当社の商品でも、値上げをせずに販売している商品の動きは良い。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は日によって増加と減少を繰り返し、なかなか安定しない。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行や物価の上昇により、節約志向が更に強まるなど、景気が良いとはいえない。ただし、現状では受注量や販売量に大きな影響はなく、堅調に推移している。
		金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・9月には少し回復傾向がみられたが、10月に入って、週に1日休業する企業が再び出てきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月に少し動きがあり、今月の業況に期待していたが、上向き気配は全くない。

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
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫など、前年を下回る荷動きの商品が多い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・部品の納期遅れの状況が好転せず、受注に支障が出ている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・海外向けの新規の生産ラインを中心に、受注済み案件の中止や延期の動きが増えている。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・計画段階での設備投資の予算と、今の予算との乖離が大きく、工事の延期や凍結が増えている。建設資材価格や工賃の上昇も続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資源価格の高騰による影響が、徐々に受注面に出始めている。発注を早めに決めてくれる客もいるが、断念するケースもある。各案件で予算が決まっているため、悩ましいところである。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安により、取引先の間で材料費が増加している。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・業績が悪い企業は、既に廃業や倒産しているため、当分の間は円安やコロナ禍のなか、今のような状況が続くと予想される。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・予算を確保するための見積り依頼は増えてきたが、物が動く量はまだ増えていない。
		繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格や加工賃の上昇分を販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されている。販売もなかなか戻らず、非常に苦戦しており、売上は前年比で15%ダウンしている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電話やメールでの問合せが減っており、雰囲気は余り良くない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の売上の30%超は輸出によるものである。これまでは円安がプラスに貢献していたが、円安の長期化で海外の取引先が我慢しきれなくなり、円安に対応し始めたため、プラス効果が反転し始めている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍は落ち着きつつあるが、市場の動きは戻りが鈍い。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に加え、円安の影響で問合せが減ったほか、物件単価、規模共に悪化傾向にある。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月の値上げ前までは荷動きが堅調であったが、今月に入ってからは大きく落ち込んでいる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安の影響で輸入コストが上がり、利益が出なくなっている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・為替は32年ぶりの円安水準となっており、取引先も値上げや為替予約などを駆使して乗り切ろうとしているが、赤字になる企業が増えている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントであるが、新型コロナウイルス感染症や円安の影響など、良い情報がない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・急激な為替変動により、輸入商品の仕入価格が上昇している。ただし、販売価格にはまだ転嫁できず、値上げ要請を行っている段階のため、利益のない状態で販売しなければならない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・店舗の解約が止まらず、解約後の入居も決まらない。賃貸ニーズが減り、景気が悪くなっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行や物価の上昇で、経済が低迷している。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・売手市場の傾向が加速しており、採用にかなり苦労している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・相変わらず求人数が多く、求人条件も上向く傾向にある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少し落ち着いてきたが、今後は原油価格の上昇や円安の影響が出てくるため、当面は現状維持となる。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・8～9月の就職件数は前年比で増加となった。企業の採用活動が活発化している。

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
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・今の時期、新卒採用市場では2024年卒の学生への求人告知を兼ねた、秋冬インターンシップの告知に活発な企業が多い。就職情報会社が主催する、秋に開催のイベントにも企業の参加や出展が続々と決まっている。例年はみられない大手企業の参加もあり、従業員規模を問わず、学生向けの広報に力を入れる企業が多いと感じる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前月と同様に、全業種で求人が出ている。サービス関連の企業からは頻繁にオーダーがあり、特にIT関連のオーダーはかなり多く、人集めに苦労している。テレワークなどが普及し、全国区で募集できるようになったが、それでも人材は集めにくい。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は2019年比で1.5倍以上に増えているが、実際に動いている求職者の数は余り変わっておらず、慎重さがうかがえる。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は底堅く、企業の採用意欲は旺盛な状態が続くそうである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・売り手市場は続いているが、求人数の増加速度はピークよりもやや鈍化している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞求人数に、今後の景気判断を変えるような大きな動きは見られない。ただし、3か月前と比べると円安が急速に進んでおり、中小零細企業の多い関西企業の多くは悪影響を受け、企業業績が悪化している可能性が高い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体は前月比、前年比共に大きく増えており、以前の水準に戻ってきている。業種別では、「卸売業・小売業」が「小売業」のパート求人の増加によって大幅に伸びている。「生活関連サービス業・娯楽業」、「運輸業・郵便業」、「宿泊業・飲食サービス業」も多くの求人がみられ、回復基調となっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人活動は引き続き活況となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ増減を繰り返しており、収束の時期はまだ不透明である。ただし、他県への観光客の増加は顕著であり、1か月前から夕方の特急の乗客も増え、ほぼ満員になっている。観光関連の企業の業況も、少し回復しているように感じる。
		その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求人は持ち直しの動きが見られ、それに伴い、有効求人倍率も徐々に上昇している。ただし、深刻な人手不足に悩む企業の声は多い。人手不足などに起因する業務負担の増加、勤務条件の不満から退職に踏み切る自己都合離職者の増加など、企業は厳しい状況にある。これらの事情が、職場環境や雇用環境に悪影響を及ぼすなど、負の循環がみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・円安傾向や物価の上昇による消費者の買い控えなどで、企業の動きが鈍い。特に、宣伝費などのプロモーション予算を削減する動きが顕著である。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・採用活動を続けている企業もあるが、翌年度の採用活動に切り替えたという話も出始めている。
	x	-	-	-

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	・競合店が1か月くらい休業していたため、たはこの売上が増加している。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援や県民割の影響で来客数が増加している。
		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の一時的な落ち着きや全国旅行支援がスタートしたことによる観光客数の伸びが順調である。さらに、各種大会の開催による宿泊客数も増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼の乗車率は上がっているが、夜は今一つである。

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
		商店街（代表者）	来客数の動き	・少し人の動きが出てきた。イベントも毎週どこかで開催されるようになり、人通りが増えてきている。しかし、直接売上には結び付いていない店舗もある。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・材料費の価格上昇により商品が値上がりしても、販売量は変わっていない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・観光客の動きがやっと見えてきた。茶会も小規模であるが開催されるようになり、抹茶も動き出した。世の中が少しずつ明るくなっているのを感じている。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	来客数の動き	・秋冬用ブーツなどの靴のメンテナンスが前年より増加している。
		百貨店（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落ち着いているため、来客数が前年を上回って推移している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一旦落ち着いたことで客の外出機会が増え、10月中旬以降の気温低下もあり、ジャケットや軽羽織などが動き始めた。週末を中心に来客数も増加している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年を下回っているが、値上げで単価が上昇しているため、売上は前年の102%となっている。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・客の買上点数は減少しているが、値上げによる単価上昇が売上を押し上げている。新型コロナウイルス感染症を恐れず、客の意識が行楽に向かっている関係もある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・客単価や来客数が回復傾向にある。人流が復活し、物価が上昇していることが客単価に連動してきている。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末を中心に来客数が増えている。
		衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まったため、旅行用の商品を探す客が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・製品不足にもかかわらず、全国からの問合せが多くあり、そこからの成約率も高まってきている。
		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薄れてきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・売上、来客数共に前年を上回ってきている。前年より気温が下がる時期が早かったため、秋冬商材の動きが良い。
		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・大人数の会食等が少しずつ増えてきている。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べると新型コロナウイルスの感染を気にしている客がかなり減少しているようで、最近では来客数が増えている。隣席や近くの客との距離を気にする客はほとんどいない。旅行客も増えてきており、特に10月は入国制限が緩和されたことでインバウンド客の来店がかなり増えている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始されて来客数が急増している。
		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感染状況の落ち着き、全国旅行支援の開始、自治体のプレミアム付食事券の発行などにより、ホテルにおいては個人利用の宿泊やレストランの来客数が顕著に増加している。宴会利用は食事を伴う懇親会等の受注もやや増えてきている。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始によって人流が増えてきている。加えて、インバウンドの水際対策緩和で外国人の宿泊客数も増えてきている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・景気対策により、客の動きが良くなってきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しつつあり、また行動を支援する様々なクーポン券などの発行により街中ににぎわいが戻りつつある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・乗客数が増え、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。同業他社のことは分からないが、自分が勤める会社の景気は良い。
		テーマパーク（業務担当）	それ以外	・来客数は増加していないが、世間の動向から判断すると、経済は動き始めている。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・県外からの予約が増えており、2020年3月以降皆無だった海外からの予約も徐々に回復している。

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
		住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・直近では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であり、人出も増加している状況である。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・10月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。マスク着用の機会が減ってきている影響かもしれない。
		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落ち着きつつあり、人通りが増えているが、消費にはつながっていない。
		商店街(理事)	お客様の様子	・コロナ禍で外出や買物を我慢してきた反動で買物がしたい客がいる一方、まだ控えている客もいる。我慢の限界にきている客が増えているため、景気が良くなっている雰囲気はある。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・観光業など、業種によっては景気が良くなってきているが、全体としてはまだ回復の兆しはない。
		一般小売店[洋裁附属品](経営者)	お客様の様子	・客の動きが少し良くなっているが、売上の増加にはつながっていない。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・売上が前年を上回る部門が多く、全体でもその傾向である。特にウィッグは値上げ前の販売が好調で、売上を大幅に伸ばしている一方で、食料品がやや低調となっている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・9月末から10月初めにかけて、コートなど重衣料の動きが良く客単価が上昇し、来客数と販売量が増加したが、10月末には減少している。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・気温が下がってきたなかで、アパレルを中心に売上は好調に推移していた。ただし、全国旅行支援がスタートした頃から少し風向きが変わってきており、当店を利用していた客も大きな買物は福岡や広島でしている。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・100万円台の美術品や日本画、数10万円の現代アートが売れているが、光熱費が高騰した影響もあってか、客の消費行動が読めない。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・前年と比較すると売上、来客数共に伸びているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。特に主要客である年配層の来客数、買上点数が依然として厳しい状況である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数の推移に変化はない。新型コロナウイルス感染症の影響は減少したが、値上げ基調のなか、客は節約、節電の傾向であり、来店頻度が低下し、割引デー等の週末集中がより顕著になってきている。全体的には買上点数も減少傾向である。
		スーパー(店長)	単価の動き	・定番商品の値上げの影響で、客は奉仕商品や特売商品を購入する傾向になっている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数が前月比では2%上昇しているが、前年比99.1%で推移しており、まだ景気が上向きとはいえない状況である。2%上昇の要因としては、イベントなどの再開が週末の集客につながっていることが考えられる。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・商品の値上げが続き、販売数量の落ち込みが顕著な状況が続いている。
		スーパー(総務担当)	単価の動き	・来客数、買上点数共に減少しているが、客単価は落ちていない。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・商品の値上げが相次いでいるが、販売数量は維持している状況である。安価な自社商品等の販売が好調である。
		コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・商品の値上げが続き、客の買い控えが継続している。
		家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年比90%と悪くなっている。全国旅行支援の影響が多少あるが、特に変化はない。
		乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・10月の販売量は前年比95%と依然厳しい状況にある。
		その他専門店[土産物](経営者)	来客数の動き	・大きなイベントなどの宣伝がまだ再開できないため、来客数が通常時の9割程度にとどまっており、観光シーズンでも増えていない。また、インパウンドも増えていない。
		その他専門店[布地](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が減少しているが、まだまだ安心して食事をしたり、買物したりする人は増えていない。
		観光型ホテル(副支配人)	お客様の様子	・全国旅行支援が開始して、宿泊の問合せが増えてきている。

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
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援が開始されたが、今月については、まだその影響は限定的であるため、売上の増加にはつながっていない。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から判断すると、景気に変化はない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・今年に入って業界全体で値上げを実施していないため、売上や客の商品に対する反応に変化はない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の消費動向は必要最小限の範囲で下げ止まったままであり、景気は好転も悪化もしていない状況である。
		通信会社（販売企画担当）	来客数の動き	・生活費が上がり続けているため客に余裕がない。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症を気にせず外出する客がいれば、感染を心配して出掛けない客もあり、行動が2極化している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅の引き合いが低迷した状況が続いている。建築費高騰に加え、身の回りの物価が上昇していることが客の不安要素になっている。
		設計事務所（経営者）	単価の動き	・建築コストが高騰しているため着工できずにいる案件がある。どの職種でも人件費、材料費共に値上げとなり、建築費全体では約3割アップした状態となっており、その影響で契約にまで至っていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・収入の伸びは穏やかなのに、新築住宅価格の上昇が大きく、客は購入に慎重になっている。その一方、価格面から中古住宅やリフォーム物件への反響が大きく、購入意欲も高い傾向にあり、全体的に景気は大きく変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・原材料の価格高騰が続いており、客への最終販売価格へ転嫁せざるを得ない状況である。
		住宅販売会社（営業所長）	お客様の様子	・様々な商品価格の高騰の影響なのか、客の検討予算が低下している傾向である。同時に新規来場者数が減少し続けており、集客モデル、情報確保が難しい時代に突入している。
		商店街（代表者）	単価の動き	・良い商品があっても客が購入しないため、厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・ウクライナ問題、原油価格の高騰、円安に伴う諸物価の上昇で客は値段に敏感になり、まとめ買いの傾向が強まっている。客単価は伸びたものの、来客数の減少という結果になっている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・地域共通クーポン券の出始めは良かったが、新型コロナウイルス感染症の小康状態がいつまで続くかが気になる。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品価格の値上げが続いており、それに伴い客の節約意識が根強くみられる。生活必需品以外の商品は動きが鈍い。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・仕入価格の上昇に伴う価格転嫁により、1品単価が上昇しているため、売上は既存店で前年を上回っているが、来客数や買上点数は前年を下回っている。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・客の来店回数と買上点数が減っている。商品単価が上がっているため、売上としては前年をクリアしている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・商品の値上げの影響で、客の購買意欲が一段と低下している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・テレビや冷蔵庫などの販売量が前年と比べて減少している。インフレの影響が出てきている可能性もある。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・明らかに来客数が減っている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・あらゆる商品が値上げするなかで、来客数の伸びが鈍い。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・物価が上昇しているが給与に変化はないため、家計で何かを削る必要があるという客の会話を聞くことが多い。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・度重なる値上げで客離れが始まり、これから始まる冬商戦への影響が懸念される。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ウクライナ問題の影響で各商品が値上がりし、販売量が落ちている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・修理依頼が増加し、来客数にも波があるため、新規の販売につながらない。

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
		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	・前年と比べて新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和され、10月に入り来客数は少しずつ増えているが、イベントでの集客によるシャワー効果はほとんどなく、来客数の割に売上が伸びない。円安が進み、物価が上昇しても給与は変わらず、今後の価格上昇の懸念もあり、客の財布のひもは固いままである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・7月の平均を100%とすると、現状は来客数が90%、客単価が103%で売上は93%となる。9月に入りグランドメニューの改訂に合わせて値上げを行い、来客数の落ち込みを客単価でカバーしている。来客数は休日前が7月平均の110%、休日は102%と、週末のファミリー層の回復で支えるものの、平日は93.5%、金曜日は71%と大幅に落ち込んでいる。客単価が高い平日と金曜日のディナータイムの飲み会や宴会利用は激減したままで、売上が低迷している。この時間帯の売上は月を追うごとに下降し、夜9時以降の売上は7月平均の80%で推移している。
		放送通信サー ビス (総務経 理担当)	お客様の様子	・客の延滞支払の残存額が増えてきている。
		通信会社 (広 報担当)	お客様の様子	・商品が値上がり傾向で、なかなか客の購買行動に結び付かない。
		テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・現内閣の経済対策が国民に寄り添っていない。また、消費税を増税するような議論がされており、既得権益者に有利な政策を打ち出そうとしている。
		競艇場 (企画 営業担当)	販売量の動き	・西日対策で舟券の発売時間がかなり短くなっているため、売上が減少している。
		美容室 (経営 者)	それ以外	・人材が不足している。
	x	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数が戻りつつあったが、また減少している。
	x	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かない状況なのに規制がないため、客の来店頻度が回復しつつあるが、一方で、物価上昇の影響なのか、来店する間隔を以前より開けている客もいるため、景気は良くない。
	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
		輸送業	受注量や販売量 の動き	・発注が増えている。
		化学工業 (総 務担当)	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢、円安等、様々な問題に直面し、値上げが相次ぐ中でも個人消費は堅調に推移している。
		農林水産業 (従 業員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症が少し落ち着いてきているが、景気はそこまで変わらない印象である。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・2回目の値上げを実施したが、受注量は徐々に元に戻りつつある。また、季節商材の受注量も上向き傾向にある。
		繊維工業 (財 務担当)	受注価格や販売 価格の動き	・日用品の価格上昇と電気料金の値上げで、必要最低限の支出金額が増えているが、経済活動は活発になってきている。
		鉄鋼業 (総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・夏以降、景気回復を期待したが、現状大きな変化はない。
		非鉄金属製造業 (業務担当)	それ以外	・エネルギーコストや工業薬品の値上げで原単位は上昇しているが、価格の高値推移や円安により収益を確保している。
		金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量が生産能力以上であるため、超過勤務で対応している。
		電気機械器具製 造業 (総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・引き続き、5G関連や半導体向け基板の受注は好調に推移している。ただし、年初に比べて取引先の先行き手配物件も落ち着いてきていることから、これからの動向に注視が必要である。
		建設業 (経営 者)	取引先の様子	・建設工事について、工場関係が少額工事の引き合いしかない。
		建設業 (総務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・物件数については継続してあると思うが、資機材の価格上昇が続き、利益率が低下している。
		輸送業 (業務 推進担当)	取引先の様子	・現状、景気に関する大きなプラス要素はなく、客の荷動きにも目立ったものはないため、景気は変わらない。

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
		輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・客や発注業者と物価上昇に伴う交渉を行っているが、価格転嫁に結び付いていない。最終的には景気を低迷させる可能性があるかと危惧している。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・燃料価格高騰やウクライナ情勢など、悪いニュースが多く、取引量や引き合いの動きが若干鈍くなっているが、企業の計画的な購入については余り変化がない。
		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は、半導体不足などの影響から依然として生産能力の8割程度にとどまっている。このため系列の地元部品メーカーの受注も低水準が継続している。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数はほぼ横ばいとなっている。
		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の感染状況が落ち着かない状況で、受注量の動きにも変化がない。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気に左右されることが多いコンサルティング業務の受注量が一定量あるものの、補助金絡みの設備投資支援コンサルティングが多く、自主的、積極的な設備投資ではない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・記録的な円安や原油高で、企業における材料費や運送費、電力費が高騰し、価格転嫁が起きることで、厳しい状況が続いている。一般消費者の消費財も同様に値上がりし、購買意欲が低下気味であることから、景気がやや悪くなっている。
		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	・鉄鋼業向け大型案件の作業は終了し、通常の生産体制に入っているが、鉄鋼向け生産が減少傾向である。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向が悪化してきている。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原料の価格高騰、円安、海外企業との買い負け等から仕入れの確保に苦慮し、売上、収益共に悪化している企業が目立っている。
	x	-	-	-
雇用 関連 (中国)		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、業務拡大による大量募集があった電子部品・デバイス製造を含む製造業が前年同月比で6割増加となるなど、人手不足を背景に求人全体でも2割増加となっている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理状況は、前年比で15.5%増加、前々年比では13.4%増加と、過去2年間との比較では回復傾向にある。多くの産業で前年比増となっており、特に製造業では30.5%の増加、不動産業・物品賃借業では22.4%の増加となった。窓口来所者数も多く、求人は活性化している。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・年度替わりに向け、各企業は中途採用計画を練っている。また、年末年始の短期案件も増加している。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・製造関係の求人数が増加しており、製造業を中心に景気は回復傾向にある。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・国内の人流が平時に戻ることで景気には良い影響が出ているが、極端な円安によりマイナス影響を受ける企業が増加するなど悪い影響も出ている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・次年度の新卒採用者数を増やす企業が増加している。好況というよりも、今後の若年層の減少や定年退職者の大量発生に備えていること、就職氷河期の時代に長く採用していないことが影響している。また、年齢層の格差を埋めることが課題となっていることも理由である。
		職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・新規求人数は前年同月比3.6%の増加、新規求職者数は6.4%の減少となっている。また、有効求人倍率は1.77倍で、3月以降上昇している。企業の手不足感が続くなか、最低賃金の改定、原油高、円安、仕入れ価格の高騰の影響も継続し、企業の経営や雇用状況が改善傾向になるかは注視が必要である。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・人手不足感は否めず、採用基準を下げて、条件を緩和する企業が増加している反面、その分、求人票に記載されている下限年収を下回る条件提示がされる事例が複数みられ、内定辞退などにより、結局新たな雇用は生まれていない。

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・原価高騰、円安による値上げ、光熱費の高騰で、小売業を始め物販業にも影響が出始めている。
	x	-	-	-

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)		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始され、足元の来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の状態に回復している。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援が開始され、現在の予約状況及び旅行商品の販売数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まったことで、多くの観光客が週末を中心に街に訪れている。依然としてインパウンドの動きは低調だが、今後徐々に増加すると期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・人々の生活に行動制限の緩和が浸透し始め、団体の観光客が多く訪れるようになったことにより、繁華街の人通りは増加している。また、祝いの集まりが増えたことにより、祝い商品の販売量も増加した。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が増加傾向にある。
		スーパー（人事）	来客数の動き	・当県では県外からの流入者が増加したことにより、経済が動き始め、景気は持ち直しつつある。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・物価上昇の影響で、1人当たりの買上点数は減少しているが客単価は上昇しており、結果として売上が増加している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・地域イベントが多く開催されるようになり、人の動きが活発化し、当店への来客数も増加している。
		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感染状況が落ち着いてきており、少しずつ来客数が回復している。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・飲食時における制限が解除されない限り大きな集会を実施しづらい状況は変わらないが、全国旅行支援が始まったことで宿泊客数は増加している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・依然として平日の利用客は少ないものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や全国旅行支援の影響で、週末の利用客は増加傾向にある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で遍路客が増加している。街にも少しずつ活気が戻ってきており、売上も回復傾向にある。
		観光遊園地（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しており、観光客の動きが活発になっている。
		設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染状況を人々が余り気にしなくなっており、観光客や飲食店への来客数が増加している。
		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の減少に加え、全国旅行支援が始まったことで、県外から多くの観光客が商店街に訪れている。一方、消費の面では業種によって売上に差があり、全体としては余り変わらない。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・値上げ前の駆け込み需要で一時的に売上は増加したが、11月以降も値上げの予定が控えているため、長期的には状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価上昇により客単価が上昇しており、来客数も前年比で増加している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、前年よりは業績が伸長している。
		コンビニ（商品担当）	それ以外	・物流費や人件費、光熱費等が高騰しており、販管費が上昇しているため売上が増加しても景況感は余り変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・円安の影響で来客数が減少している。現時点で売上に大きな影響はないが、年末にかけて売上がどのように推移するか依然として不透明な状況である。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月に続き大きく売上が伸びることもなく、以前と変わらない状況が続いている。	
	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が和らぎ、客の動きは活発化しているが、依然として新型コロナウイルス感染症発生前の水準には回復していない。	

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
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・商品によって売上が回復しているものと物価高の影響を受けて回復していない物があり、全体としては変わらない。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・契約から納車までに半年から2年以上掛かるため厳しい状況が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注台数は前年並みで推移している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・依然として車の生産状況が改善されておらず、状況は変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・売上は回復傾向にあったが、10月からビールが値上げされたことにより徐々に購入数が減少しており、全体としては余り変わらない。
		通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数が増加している店舗もあるが、全体では微増程度である。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れてきている一方、物価高の影響が少しずつ拡大しており、売上は横ばいである。
		美容室（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落ち着いてきたが、物価の上昇や円安の影響で消費は抑えられている。
		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影響が少しずつ薄れてきており、来街客は増加している。しかし、以前と比べると、ごく一部の客を除き、夜の帰宅時間は早まっており、景気は回復していない。電気代や材料費等の経費が上昇してきており、経営は厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響により、客は生活必需品以外の購入にちゅうちょする傾向にある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・物価上昇の影響により、意欲はあるものの購入を断念する客が多い。
		通信会社（社員）	それ以外	・物価上昇の影響で人々の財布のひもが固くなってきており、販売量が減少傾向にある。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上が減少している。	
	x	*	*	*
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	受注価格や販売価格の動き	・食品業界の値上げは他業種より世間から厳しい目でみられている。一方、世間に値上げを受け入れる土壌が着実に広がっており、今後売上が回復すると期待している。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内だけでなく海外からの観光客も増加傾向にあり、全国の観光地がにぎわってきている。当社でも受注数が大幅に増え、売上が増加している。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量に対する新型コロナウイルス感染症の影響は徐々に薄れつつある。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・引き続き個人向け宅配分野が好調であることに加え、新型コロナウイルス変異株対応ワクチンの本格普及や全国旅行支援の影響で経済活動が活発化しつつあることにより、減少傾向にあった企業向け小口積合せ貨物の取扱量が徐々に回復している。
		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について、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ってきており、参加者数も増加傾向にある。
		金融業（副支店長）	それ以外	・仕入価格の値上がり分を販売価格に転嫁しやすい経済環境下にある。
		化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・資材不足による納期の長期化を見越し、早めの注文を受け付けることで一定の受注量は確保しているが、実需は全く増加していない状況が続いている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・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、円安進行等の課題が山積しており、依然として状況は厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資源不足への対応として、ようやく企業が様々な代替措置を講じ始めたところであり、結果はこれからというところである。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注及び受注量は前年比で減少しているものの、手持ち業務量は不足しておらず、売上への影響は軽微である。新型コロナウイルスの感染状況が一段落しており、事業活動や親睦活動も徐々に回復しているが、業界全体の景況感としては以前と余り変わらない。

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
	x	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注数がほとんど伸びていない。
		輸送業（経営者）	それ以外	・以前と状況は変わらない。
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・国内向け出荷量は低調で推移している。海外向け出荷量についても大きな変化はみられず、全体として状況は余り変わらない。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・依然として物価高で消費が停滞しており、厳しい状況が続いている。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格の高騰が止まらない。販売価格を改定して対応しているが、それ以上に材料価格の改定が早く、追いついていない。さらに、電気代の高騰もあり、利益を圧迫している状態が継続している。
		税理士事務所	取引先の様子	・物価高により客の購買意欲が減退している。
雇用 関連 (四国)	-	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売市場価格は非常に低調に推移している。例年10月は産地の切り替わりで市場入荷量の変動が大きく、価格も入荷量により動きが見られるが、今年は全体的に動きが少ない。
		-	-	-
		人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒意識は新型コロナウイルスの新規感染者数の減少とともに低下している。地域の祭りやイベント行事も通常どおり開催され、地域のにぎわいが戻っている。旅行者も増加しており、市内の宿泊ホテルはどれも満室といった状況で景気回復の兆しがうかがえる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は一定数あるものの、企業側の人材要件の水準が上がってきておりミスマッチも目立つ。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人状況について、前年同時期よりは増加しているものの、ここ数か月は横ばいが続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・中小企業の手不足感が強くなっている。
		求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・ものづくりに関係する企業では、金属を始めとする原材料や輸送費の高騰分を売価に全て反映できているわけではないため利益を圧迫している。さらに、原料不足などによる納品遅れや、その影響による売掛金の回収遅れなどが周辺業界でも多数発生しており、景気は悪化している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・仕入価格の高騰分を全て販売価格に転嫁することはできないため、利益が減少している。
職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・半導体不足や資材の調達遅延で納品が遅れている。納期が遅れるほど、高騰し続ける原材料費の影響を受けて利益が削られるため、中には受注を抑え始めた企業もある。		
	x	-	-	-

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	・高価格の商品がよく売れている。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・旅行用にコート等の重衣料を採すため、来客数が増加している。今月の売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年とほぼ同等になっている。
		住関連専門店（従業員）	単価の動き	・秋冬寝具が動き始めている。保温性を重視する秋冬寝具の販売は、日中の温暖な気候に左右される。今年は厳冬の長期予報もあるため、備えをする客が多くっており、好調に推移している。
		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感染症も落ち着いており、全国旅行支援等の国や自治体の補助事業による効果もあり、新型コロナウイルス感染症発生前に近い来客数になっている。また、県外からの来店や予約も多く、確実に売上も伸びている。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ブロック割に続き全国旅行支援が実施され来客数が多い。11月は紅葉のシーズンであるため、例年以上に予約が入っている。
		観光型ホテル（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も減り、加えて全国旅行支援等も実施され、宿泊者数の増加と地元の会議や宴会、結婚披露宴も増加傾向である。

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
		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感染症対策の緩和により、インバウンドと国内観光客が大幅に増えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、インバウンドや国内旅行に関する規制緩和で活発に動き始めている。しかし、これから冬に向かって第8波が発生した場合は、状況が変わってくる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・秋物が品ぞろえしており、来客数が僅かに増加し、販売量も増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が増加したため、販売量も増加している。新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和され、人の動きが良くなり衣類の需要が増えている。
		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が全国的に減少していることで、旅行など人の動きが活発になっており、人通りや買物する時間が徐々に増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍の影響も随分減少し、商店街の通行量も8割程度まで戻ってきており、売上や販売数、来客数が増えつつある。
		商店街（代表者）	それ以外	・本業に加え、地域のイベント活動やメーカーの新発売が重なり仕事量は増加しており、9月から景気が良くなっている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・10月分に入って暑さは和らぎ、県内産の野菜が出回る状態になり、かなり価格が落ち着いている。また、台風14号の影響で、ピーマンやきゅうり、トマト、にら等はかなりの被害を受け、倍以上の価格に跳ね上がる野菜もあったが、月末には全体的に落ち着いてきている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	販売量の動き	・ひところの自粛ムードから脱却し、飲食店では客足が戻りつつある。一方、相次ぐ値上げに窮した一部の店では、卸業者からの仕入コストを少しでも下げようと、激安商品を求めて奔走している状態である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・特に週末は、遠方からと思われる客が散見される。また、海外の客も増加傾向である。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・全国旅行支援により旅行需要が喚起され、衣料品が好調に動いている。また、気温低下の影響で、コート等の重衣料も先行している。外商客を中心とした高額商品の催事でも非常に好調に推移しており、以前よりも全体的に改善傾向にあると考えられる。
		百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店3店の10月の売上見通しは前年比107.4%となっており、3か月前の売上前年比96.1%と比較すると上向いている。催事等の動員も良くなり、インバウンドも若干ではあるが回復がみられる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きに加え、毎年人気の物産催事や全店催事・クレジット催事開催、友の会で店頭への来客数は増加している。購買意欲も増し、来客数や滞留時間が延び、客単価や商品単価に勢いが出ている。早期取組で、おせち受注も店頭や通販共に好調となっており、サテライトショップやギフトショップも依然堅調である。また、人混みを避ける慎重な外出姿勢に変化がみられるようになってきている。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・9月から10月にかけてプレミアム付商品券が発行されたことにより消費喚起が促され、客の購買意欲が高まっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前月から新型コロナウイルスの新規感染者数が減少している。衣料関連が好調に推移し始めており、旅行や外出時に使用される商品動向の変化が顕著に表れている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・物価は高止まりしているが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しており、消費者の意識と行動に変化が出ている。実際に来客数は伸長しており、販売点数がけん引されている状況である。
		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が一段落したことで、企業の勤務形態がほぼ出社型に戻り、人の行動が活発になっている。加えて、政府の全国旅行支援等もあり、来客数が増加している。

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
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は良くなっている。しかし、その要因が、客単価の上昇によるところが大きい。来客数は前年を上回るようになったものの、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。値上げの影響で、客はコンビニエンスストアからスーパーマーケットへ流れている状態である。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・食料品のほとんどの商品が値上げされたため、購入単価は上昇している。来客数は横ばいであるが、値上げ分が売上増加につながっている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・単価の動きが良くなっているが、来客数が若干減少している。値上がりしている分の客単価は上がっているため、全体的な売上は若干伸びているが、来客数は横ばいである。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の追い風もあり、前月、今月と売上が大きく伸長している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月の景気は、若干良くなっているが、一時的な状況である。
		家電量販店（従業員）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポン券利用が当初の想定よりも多い。また、自治体のプレミアム付商品券利用による購入も増加している。店内のほぼ全ての商品が値上げし、一部商品では更なる値上げも実施され、消費の減退傾向が続いていたが、これらの需要喚起策により、消費者の購入意欲が刺激されていると感じられる。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・10月から新車供給が上向きに転じている。新型車効果も重なり、10月の利益は久しぶりに計画を上回っている。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車発表効果により、来客数が増加している。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、今月中旬から気候的にも寒くなっているため温かい飲み物が出ており、コーヒーの消費も増え、来客数も増加傾向にある。
		その他専門店【ドラッグストア】（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドによる売上が、若干増加している。
		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）	来客数の動き	・3か月前の当地では、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、消費動向が鈍っていた状態である。また、一部の店では、前年にGo To Eatキャンペーンで食事券が販売されたが、今年の販売の数値は前年より大きく落としている。物価高騰は消費動向にもやや悪影響を及ぼしているが、前年の7月と比較すると、新型コロナウイルスの新規感染者数に関係なく、一定の集客はできているようである。
		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	・全国旅行支援の開始や海外観光客の規制緩和により、明らかに来場が戻りつつある。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・県外からの旅行者が若干増加しているが、曜日によって落差が激しくなっている。当県では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向でインバウンドも少し増えているが、首都圏では新型コロナウイルス感染症が感染拡大しており、先行き不透明である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前のほぼ9割に戻っている。
		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	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大が一段落し、人の動きが再開したことで外食する人が増えており、景気は良くなっている。しかし、仕入原価の高騰や電気代の大幅値上げなどの影響が大きいため、結果的には若干の回復となっている。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・来客は多くなっているものの、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には程遠い。
		旅行代理店（職員）	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で、販売量が増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、国内旅行者数の増加と共にインバウンドも増えており、円安や物価高騰が続くなかでも当地では、タクシー業の景気回復が続いている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・急に客が増加しており、乗務員や配車の対応が間に合わな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
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費活動が以前より活発化している。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・繁忙期で天候にも恵まれているため、予約が順調であることに加え、海外からの問合せや予約が増えている。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・外出を自粛していた高齢層の客足に回復がみられる。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると少しずつ販売量が増加している。新型コロナウイルス感染症も徐々に落ち着いてきており、気持ちにも余裕ができ、旅行にも動きが出てきている。そのため、ファッションにも影響が出ており、美容業界は徐々に景気が出ている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援の開始や旅行の規制が緩和し、新型コロナウイルス感染症も落ち着いているため、長期にわたり来店がなかった客が来店するようになってきている。
		美容室（店長）	お客様の様子	・全国旅行支援が始まり、ホテルなど予約が取れず満室の状態である。客は、新型コロナウイルス感染症を警戒しながら行動している状況である。
		学習塾（従業員）	お客様の様子	・問合せが増加している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今月中旬以降、新型コロナウイルスの新規感染者数は若干落ち着き、全国旅行支援など実施された影響で、観光業や旅行業では、人の動向が多いようである。一方、商店街ではなかなか販売までに至らず、来街来客数は悪い数字であった7月や8月と変わらない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・仕入価格の高騰により、販売価格も値上げせざるを得ない状況である。そのため、若干客足が減少している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・徐々に涼しくなっているため、切り花が長持ちするようになり、企業の来客が増えている。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・行動制限が緩和され、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻ろうとしている客が多いが、物価の上昇に危機感を持っている客も多い。円安や株安が続けば、消費への金が抑制されると予想され危惧される。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・相次ぐ食料品の値上げの影響で、客単価はやや上昇しているが買上点数が減少しており、さらに、来店頻度も減少している。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・原料の価格高騰を要因とした商品価格の値上がりで、商品売上は上向き傾向にあるが、客の買上点数は頭打ちとなっている。値入率の低下により収益としては横ばいか下回る傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も少しずつ良い方向に向かっているが、商品の価格高騰により、消費マインドは慎重になり景気は変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・当店で高額で上質な衣料品を販売しているが、外出自粛していた客が徐々に来店し、購入する状態までに戻っている。しかし、買い回りをしている客は、来店しても購入までには至らない。その状況から景気はまだまだ戻っておらず、今後も不安である。
		乗用車販売店（役員）	競争相手の様子	・新型車効果は継続しているが、生産側からの現行車種の受注停止や打切りが進み、県内の受注台数は前年割れの見込みである。販売台数は改善がみられるが、安定供給には程遠い状況である。新型コロナウイルス感染症の影響が和らぎ景気改善の兆しはあるが、極端な変化はない。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は久しぶりにイベントがあり、人出が戻りそれなりの売上もあったが、10月からのメーカーの値上げで、新規事業部門では9月に売上があった分、10月は振るわない状態である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・10月の来客は、8月、9月と比較すると若干来客数があった程度で余り伸びず、横ばいである。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・今月後半からプレミアム付商品券の利用が増えており、観光客の動きが増加している。
		通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話等の販売は前年並みで推移している。計画値との比較では、利益面が厳しくなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が低迷している。

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
		その他サービスの動向を把握できる者(所長)	お客様の様子	・客は輸出企業であるため、適度な円安は好感触であったが現在の水準では海外からの調達品の価格高騰にもつながり、思わしくない状況になっている。
		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波の拡大に伴うサービスキャンセルは減少傾向にあるが、第8波も懸念され、加えてウクライナ情勢に伴うエネルギー高騰による価格上昇の影響も大きく、損益が前期比で悪化している。
		一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・小売店では、客がなく魚が売れない状況である。魚が少ないため、同じ魚を販売することになるため、ノドグロ等高級魚を販売したいが、倍以上の価格になるため、販売できる状況ではない。今年で廃業する店も多いのではないかと同業者間で懸念している。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	来客数の動き	・物価が上昇しているため、仕入価格も上がり利幅は減少となっている。また、来客数も減り、苦しい状況である。季節的に売上は伸びる時期であるが、コロナ禍になり売上が伸びることはなく年々落ちており、今月の売上と来客数は、前年より減少している。
		スーパー(経理担当)	お客様の様子	・各種原価上昇に伴う価格転嫁を行い、売価が上がっている。そのため、1品当たりの単価が上昇しており、客は買上点数や来店頻度を減らしながら生活防衛をしている。電気やガソリンなど生活必需品も値上げが続いているため、可処分所得の内食品を切り詰めている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・相次ぐ値上げ報道で、客の消費マインドがより節約志向になっている。コンビニエンスストアでもお買い得商品への反応は良いが、全体的には厳しい。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・様々な商品の価格が上昇しており、客の反応が悪くなっている。
		観光名所(従業員)	来客数の動き	・9月に発生した台風14号の影響により、有名な観光名所の遊歩道や貸しボートの利用ができない状況になっている。そのため、ボート目的の客は、旅行のキャンセルが多い。
		設計事務所(代表)	来客数の動き	・イベントやオープンハウスなどに来場が少ない。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・外出自粛が多かったが、新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着いてきたため、人の動きが増加している。駅前の駐輪場も満杯である。また、円安による海外旅行の緩和で金の動きが出てくると予想される。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・イベントと展示場の来客数は減少傾向になっており、契約者数も若干減少している。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街では、円安の時期にはインバウンドが多くなるが、火災の影響が残っており、今年は全くない。
	×	設計事務所(所長)	単価の動き	・材料や製品の価格が高止まり、又は上昇しているため、収入は目減りしている。
企業動向関連		経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・取引先は、全般的に状況が良くなっており、特に病院関係が非常に良くなっていることに驚いている。
(九州)		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節商材の需要で繁忙期のため、販売や生産共に比較的順調に推移している。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一時期、半導体製造装置関連の受注量が減少傾向となっていたが、今月は増えている。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は上がっているが、材料の調達がうまくできない状態である。その要因としては、円安や半導体の需要に供給が間に合わないことにある。先行き不透明で危惧される。
		電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・電気自動車関連では、引き合いが強い状況が続いている。
		輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・全体的に出荷量が増えている。ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあり、景気がやや良くなっている。
		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ほか、乗用車の販売が回復傾向にある。また、旅行取扱額や宿泊施設の売上も増加しており、企業の求人数も増加している。
		金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が一段落したとの認識が広がっており、行動制限が緩和されている。外食や旅行などの消費行動が拡大している。

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（営業担当）	取引先の様子	・観光バス業や旅行業は、政府の支援等があり、盛況であるが、全体的には円安もあり、中小企業の原材料の価格高騰に影響が出ている。行楽シーズンとなり人の動向は、盛んになりつつあるため、徐々に景気は良くなっている。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・通信販売に加え、旅行の新聞広告が増えている。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・多くのカテゴリーの客において、発注量や売上共に若干であるが増えている。競合プレゼンテーションの件数も増加傾向にある。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・飲食店が活性化しており、業務用卸の売上が回復している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注件数や売上共に増加しており、企業の人材教育に関する投資意欲が上向いている。
		農林水産業（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第7波の発生以降、まだ若干の新型コロナウイルスの新規感染者数はいるものの、以前のように騒がなくなっている。会合などが感染策を講じながら開催されるようになってきているため、外食部門では売上が随分回復しており、冷食メーカーでは、鶏肉の引き合いが相変わらず強く、要求に対応できない状態である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料等の高騰により、価格転嫁を行ったが、販売数量は変わらず、むしろ減少している。また、コロナ禍の影響で減少していた飲食店向け業務用の注文が、少しずつ戻り始めており、もうしばらく時間が掛かりそうである。
		繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円安の結果、国内での生産が増え、工賃などの条件も少しずつ改善の見直しがされている。まだ取引先の値上げが続いており、段階を踏んだ調整を望んでいる。国や自治体、商工会などの助成金は、金に余裕がある事業所しか使えず、先行き不安である。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・半導体不足が改善傾向になる予測で動いていたが、なかなか解消されず、いまだに製造が遅れている。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて景気が良くなければいけない時期であるが、令和5年度の繰越工事として、大型の補正予算での発注を期待している。
		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下げ止まっているが、収束が見えない。秋の行楽シーズンになり全国旅行支援が実施されており、夏の台風や豪雨で被害を受けた観光地では、施設や周辺道路の整備復旧が急がれている。原油価格の高止まりは、ポイラーを使用する施設園芸農家のコスト負担を増強させている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・全国旅行支援の実施や新型コロナウイルス感染症の規制緩和等で、人流が増加し、非製造業の来客数を下支えしている。しかし、原材料価格が高騰しており、価格転嫁は途上であることから、業況の改善状況は限定的であり、製造業での供給不足は、一部で改善はみられるものの、先行きは不透明である。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との会合では、良くも悪くもない状況である。
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波はかなり落ち着いてきている。しかし、外国との金利差による円安の影響が大きく、物価高騰に歯止めが掛からない状況が続いている。当社の受注単価も上げざるを得ず、景気が回復している実感はない。
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・ダイレクトメールを出しても反応が少なく、仕事仲間の会合でも、新しい動きや話題が少ない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村では、新型コロナウイルス感染症対策のため国庫支出金を住民や事業者向けの給付金等に充てており、現在もこの傾向は変わらず、これまで、市町村が予算を当てていた行政計画の策定や調査等の業務が実施されないままである。このため、コンサルタントへの計画策定や調査、設計等の発注業務の減少が続き、受注の機会が減少している。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・これまで好調であった受注量が、一部の業態で低下傾向にある。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の状況は、今期は横ばい若しくは若干の減少傾向になり、来期前半に掛け減少が継続する見込みである。要因には、韓国デバイスメーカーからの受注減少の影響が大きい。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連客の一時的な在庫調整などで、若干売上が落ちている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安による影響で、輸入関係の荷主は軒並み厳しい結果となっている。巣籠り需要の時期もあったが、現在は落ち着き海上コンテナ取扱本数が減少し、海上運賃も低下している。円安の影響で収益が増加している荷主もあるが、やはり物流費高騰により営業利益は収益ほど上がっていない。各社とも従来の方法では利益が増加しないため、新規事業を検討し続けている。同業他社も倉庫に空坪がある状況は続いている。
		その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・半導体不足による納期遅延や燃料が高騰している。また、円安の影響を受け更に経済環境は着実に悪化しており、取引先においても業種にかかわらず下降に転じている。
	x	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料の価格高騰で、燃料や陶土の値上げ、下請関係の値上げが2割ほどあり、製品に添加する値上げを商社にも依頼しているが、受注関係が思わしくないのが現状である。
雇用 関連 (九州)		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人では、特に建築系、電気・機械系、情報系など理系の求人数が増えているが、学生の内定率も高く求職者がいない状況である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベント案件の引き合いが増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数や直接雇用などが増加傾向となっており、登録者数も伸びつつある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月に入り、求人数が増え、前月と比べると約2割増加している。欠員に対する注文だけでなく、増員の注文も多くなっている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・例年9月から10月には、歳暮需要のための人員確保をするためメーカーなど求人需要が高まるが、まだその勢いには乏しい。物価高騰などによる先行き不安もあり、慎重に動いている。当社でも印刷会社の今年2度目の値上げが予定されている。
		新聞社 [求人広告]（社員）	周辺企業の様子	・3か月前は、新型コロナウイルスの新規感染者数が多かったにもかかわらず、行動制限がなかったため、回復しつつあった。また、旅行会社や宿泊施設からの新聞広告にも大きな影響はなかった。その後、一旦復活しかけた海外旅行向けの広告にブレーキが掛かるなど影響が出たものの、現在の海外旅行の広告は、期待されたほどの勢いはないが、円安の影響で3か月前と比べると増加傾向にあり、景気は改善方向である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業を除いたほとんどの産業で、有効求人数が増加している。特に宿泊業や食品品製造業、道路、旅客運送業の求人数は、前年比100%を超えている。
		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、前年度と比較して増加している。前年度には余りなかった事業拡大に伴う追加採用を行う企業も増えている。2024年卒採用に向けたインターンシップや1日だけの仕事体験を実施する企業も前年度と比較して増加している。
		*	*	*
		新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・新聞の折込広告が減少している。新聞販売店の経営者は、年々経営状況が厳しくなると嘆いている。原因は少子高齢化にあり、新聞購読者の高齢化とネット世代の若年層による部数の減少のようである。今後更に減少していくのではないかと懸念している。
	学校 [専門学校]（就職担当）	それ以外	・円安による物価高騰で、若干景気は落ちている。	

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
	x	-	-	-

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)		その他専門店 [陶器]（製造）	販売量の動き	・注文数が増えていること、明らかに目抜き通り近辺の人通りが増えていることから景気が良くなっていると判断する。
		観光型ホテル （代表取締役）	来客数の動き	・宿泊の全国旅行支援がスタートし予約が増えてきている。客室稼働率も前年が25%のところ、55%まで上がっている。2019年の82%にはまだ届いていない。料飲部門は、昼の会議や食事は増えてきているが夜の宴会はまだ増えない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始が影響している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が上向き傾向にあり、3か月前と比べると2～3%伸びているため、少しずつではあるが売上も回復してきている。
		スーパー（販売企画）	単価の動き	・物価の上昇により商品単価が上がってきている。またコロナ禍の行動制限が解除されたことで来客数が少し増えている。結果売上が3か月前よりは少し良くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少して来客数が増加している。近隣のホテルの宿泊者数も戻ってきている。
		コンビニ（副店長）	来客数の動き	・規制緩和に伴い周辺にもぎわいを取り戻し、前年や今年の前半と比較しても大幅に伸びている。
		衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・早速全国旅行支援の効果が表れ始めている。
		乗用車販売店 （経理担当）	販売量の動き	・キャンペーンの効果もあるが、受注は順調である。
		一般レストラン （代表者）	来客数の動き	・少しずつ観光客も地元客も増えてきている。
		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感染症に関連する規制がなくなり、月前半は一気に例年の80%台まで入客が戻ってきたが、中盤以降は値上げ等の影響か、地元客が一気に冷え込んでいる。しかし、観光客が増えてきており、トータルでは例年並みに推移している。
		旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・旅行の問合せや予約は多少増えている。だが全国旅行支援が邪魔をしていて、入ってくるはずの客が他社やWebへ流れており悩みどころである。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年比85%前後で推移していたが10月は新商品の発売もあり前年並みの結果である。消費は戻ってきている兆しはある。
		百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・前年の同月は新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言が解除となり、その反動で集客が拡大されていたため、本年は大きく売上伸長とはならずとも、底堅く前年売上をクリアしている。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・景気が上向きとは見受けられない。
		住宅販売会社 （代表取締役）	来客数の動き	・現在販売中の分譲マンションや戸建て建売住宅について、来場者数が予想より少ない。また、購入希望者に関しても金融機関での融資審査の承認が得られず契約に至っていない。
		住宅販売会社 （役員）	来客数の動き	・営業活動がしやすい環境になり、モデルルームの来場者数も増加傾向にある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症について少しだけ良い兆しがみえるが、まだ全体的には来客数が元に戻らない状況である。
		観光型ホテル （企画担当）	販売量の動き	・ホテルの7月の販売室数が前年比340%増加であったのに対し、10月の販売室数は前年比262%増加と、プラス幅が小さくなっている。
		x	家電量販店（営業担当）	来客数の動き
企業 動向 関連		食料品製造業 （役員）	受注量や販売量の動き	・10月も3連休を挟んで観光客の増加がみられ、ホテル及び土産品向けの売上が好調に推移している。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・高額な注文の相談が増えてきている。

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
(沖縄)		会計事務所(所長)	それ以外	・コロナ禍が沈静化し、本県でも観光業に勢いが出てきた印象がある。
		窯業土石業(取締役)	受注量や販売量の動き	・見積り依頼、受注、生産とも大きな変化はないが、原材料の価格高騰により利益率が低下している。
		輸送業(経営企画室)	それ以外	・観光客受入れの再開など景気の活発化が期待されるが、円安の影響による物価高騰で消費の減少が予測される。
	x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)				
		求人情報誌製作会社(営業)	求人数の動き	・求人数は増加している。夏場の求人数より徐々に増えてきている。正社員の中途求人数が以前と比べ多くなっており、現在の増加分となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・飲食店、ホテル、小売関係の求人数が増加している。
		人材派遣会社(総務担当)	求職者数の動き	・求人案件は増加傾向にあるが、求職者の動きが鈍く、マッチングにつながらない。
	x	-	-	-