

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)	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響があった3か月前と比べると、人流が大きく改善したことで来客数が増加している。また、規制緩和以降、インバウンド売上が特選品を中心に堅調であり、全国旅行支援や自治体独自の旅行支援など行政の施策も効いている（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・10月からの訪日外国人に対する入国制限緩和に伴い、街に外国人客が増加している。まだ中国人客がいないため、高額商材の動きは非常に少ないが、少額の土産物の売上は大幅に増加傾向にある（東京都）。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援のお陰でツアーの申込みが殺到している（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染第8波が来ているが、今月まではまだ消費は好調である。来街者数も天候のお陰もあって順調に推移している。飲食店への新型コロナウイルスの影響もない。ただし、忘年会の前倒し的な需要もあるので、今月が良いとは一概には言えず、来月の数字を見てからの部分もある。クレジットカードの取扱高も好調である（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・一般ユーザーの買物は今一つだが、企業向けのパッケージエアコンが動いている。省エネ、換気などの補助金の関係と思われる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・販売品目の中に印章、印刷の他に収入印紙がある。印刷については年賀状の準備で多少受注がある。また、収入印紙の売上が増えている。そのようなことから全体の売上が多少良くなっている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・新規事業もあり、徐々に良くなりつつある。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・海外、国内を問わず、街に観光客の姿が多くなってきて、土産需要での文房具のまとめ買いも出始めている。自治体発行によるクーポンの取扱を始めたところ、少人数ではあるが利用客がいる。来客数も少しではあるが増加傾向である（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・競合他社がどんどんなくなっていることもあり、残されたものの利益というか、当店では来客数が増え、利益も増加している。特に、最近書店が廃業したこともあり、手帳などを置いている店が余りないので、当店に集中している。そうしたことから来客数が増えており、やや良い。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・円安の影響を受け、免税売上が新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年と比べて4%増加している。全体的な値上げにも、メインの対象顧客層には買い控えがみられず好調である（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は順調で、インバウンド需要も少しずつだが戻ってきている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・夏頃よりも新型コロナウイルス感染症への懸念がやや弱まっているためか、来客数に大きな影響は出ていない。加えて、消費の2極化傾向が鮮明で、富裕層を中心とする購買力の高い層の消費意欲は緩やかながら好調が続いている。また、徐々にではあるがインバウンド需要も回復している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が徐々に回復しており、週末は家族連れのみならず外国人観光客も増加しており、時計や化粧品などを中心に売上も増加傾向にある（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・相変わらず宝飾品や時計、ラグジュアリーブランド等の高額品の売上が好調である。また、水際対策が緩和され、更に円安もあいまって外国人客の来店も増えている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが戻ってきている（東京都）。	

○	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数は、伸長していた3か月前を上回るペースで伸びている。季節商材を中心に買換えが増えているほか、ボジョレーヌーヴォーやクリスマス関連等、プラスアルファの購入目的が増えている。
○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・安売りへの反応が良くなってきたが、安価な物しか売れない。
○	スーパー（店長）	それ以外	・今月はキャッシュレス決済の買物での30%ポイント還元の効果絶大で、売上は予算を大幅にクリアしている。大幅にクリアできたのはキャッシュレス決済の最大の効果である（東京都）。
○	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・値上げによる1点単価の上昇と、来客数がやや増えていることから売上は増加している。ただし、電気代の高騰で利益が大幅に圧縮されている。
○	スーパー（販売担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波が来ており、依然として物価上昇も収まらないなか、食品を中心に客単価は前年同時期よりも3%上がっている。店頭販売よりもネットスーパーでの売上が2けた伸びており、この状況が今後も続く。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っており不安な面もあるが、客単価は上がってきている。
○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・11月に入り、新型コロナウイルス感染症の感染第7波が収まってきているなか、外国人の入国制限緩和に伴い、インバウンド消費が大きく伸びている。インバウンドを除く国内消費も堅調で、全体の売上をけん引している（東京都）。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車は在庫売りで、中古車市況は相変わらず堅調である。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・当社施設自体が部分改装し、非常に好調である。その影響を差し引いても、全体的に上向き感がある。
○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・11月は全体として2019年比で77.1%である。9～10月は70%を超えることはなかったが、Go To事業や全国旅行支援の影響等もあり、緩やかな回復の兆しが見える。ただし、月後半は新型コロナウイルスの新規感染者数増加の報道等により、12月以降の予約キャンセルが増えている（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・コロナ禍によりステイ状況であったイベントは、春から再開基調ではあったものの、秋からは本格再開の案件が増えてきて、イベントの多い時期でもある10月は、急激に依頼が増えてきている。また、レストラン予約も回復傾向にあり、海外客も増えてきて、店内外で受注が増加している。景況としてはコスト増加がより重くなってきているが、店内外共に来客数及び案件数の増加により上向いている（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・年末にかけて宴席受注数、個人利用客が増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症を意識してか、大人数での利用はなく、規模を縮小しての開催が見受けられる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると新型コロナウイルス感染症が落ち着いたもので、売上が幾らか伸びている。ただし、新型コロナウイルス感染症の影響がまだ少し残っているので、それがなくなれば少しずつ良くなっていく。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の8月1日から29日までの前年比は、売上251.9%、来客数221.1%である。今月11月1日から28日までの前年比は、売上111.8%、来客数100.8%である。新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年11月1日から28日までと比べると、売上60.8%、来客数51.3%である（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go To Eatや全国旅行支援も再開されて、新型コロナウイルスの感染第8波が来る前の、感染状況がやや落ち着いた時期なので、皆が消費意欲を見せているような感じがする（東京都）。

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は増えてきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数も増えており、オペレーションが人員不足で補えない店舗が出ている。景気回復はとも良いことだが、その波に乗れるよう、今後の人口減少において、全社的に生産性を改善していくことが課題である(東京都)。
○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症がまたまん延し始めてはいるが、慣れなのか、客が激減することはなくなってきている(東京都)。
○	その他飲食[給食・レストラン] (役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、世の中の的に自主規制は弱まっており、来客数、喫食数も年末に向けて若干伸びてきている(東京都)。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・個人客を中心に全国旅行支援が始まり、来客数はかなり増えている。一方で、法人の宴会の回復遅れがずっと続いており、その部分だけが現在足かせになっている。3か月前と比べると新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり増えているが、今は皆がさほど気にしていない状況になっており、全体的な動きはかなり回復している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊と、レストランの昼の時間帯はかなり客が戻ってきているが、夜の時間帯や宴会場に関しては、相変わらず厳しい状況である。
○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・3か月前と比べて新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、全国旅行支援などの支援策により宿泊の稼働率は高水準で推移している。レストランも週末中心ではあるが満席になる日が多く見受けられ、婚礼や宴会も延期案件の実施により販売量が確実に伸びてきている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援の需要が継続している。周辺イベントによる需要も重なり、高稼働が続いている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援効果で人流が活発になっている(東京都)。
○	タクシー運転手	それ以外	・運賃上げが14日からスタートした。乗り控えが懸念されていたが、改定前と変わりなく、まずは一安心といったところである。また、昨今では現金払が少なくなっているために値上がりを感じないということもあるようである。□(東京都)。
○	通信会社(社員)	お客様の様子	・イベントのスポンサーが増加している。ゲーム業界など、今までにない分野が伸びている様子が見受けられる(東京都)。
○	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・直近2か月間は獲得顧客数が増加傾向にある(東京都)。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・電子帳簿保存法、インボイス制度対応などフックとなる要素があり、案件が増加している(東京都)。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・海外からのツアー客が戻ってきている(東京都)。
○	ゴルフ場(経営者)	単価の動き	・自治体のキャッシュレス決済キャンペーンにより売上が伸びている。通常キャッシュレスの売上割合は25%だが、35%まで上昇している。
○	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・閑散期の3か月前と比較すると、メンバーを中心に高稼働率を維持しており、季節的要因もあるが、新型コロナウイルスの感染第8波の影響は限定的である。第7波以前は高齢層を中心に感染を警戒してプレーを忌避する動きがみられたが、現下ではこのような動きは目立っていない。
○	その他レジャー施設[ボウリング場] (支配人)	お客様の様子	・大きな団体の動きはないが、小グループでの予約などが入ってきている(東京都)。
○	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・民間の仕事は非常に厳しいが、行政の指名入札で仕事が取れている。社員が少なくなってしまうので、人員不足で対応することが難しくなっているが、当事務所の景気は上向きである。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・現状、商店街を行き来する客の数はそれほど悪い状況ではないが、来客数の伸びは今一つである。それに伴って、売上も大分良くなってきているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況にはまだ届いていない。ただし、少しずつ回復していることは間違いない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（店員）	お客様の様子	・当店は花屋なので直接関係はないのだが、老人会や近所の人たちが旅行に行くようになり、国や自治体からの旅行支援策のお陰で自分の財布から出すお金が少なくて済んだと喜んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・お歳暮に向けて毎年行うセール期間の売上は前年同様である。今月は、来客数は横ばいであったが、客単価が低下し、売上が5%マイナスとなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する意識より物価高への危機感や警戒感の方に客の関心が高まっているように感じる。客の消費行動も慎重になってきており、今月の景気動向としては、良くも悪くもなく、横ばいである。比較的付加価値の高いブランド品等の動きは引き続き好調であるが、衣食住の基本商材に関しては、前年と比較しても良いとはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・コロナ禍以降の購買意欲は継続して高く、来客数が増加し、結果として売上も好調に推移している。インバウンドも増え、体感として土日は久々に混雑した印象を持っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	単価の動き	・ここ3か月間、消費は堅調である。購買人数は前年に比べて減少傾向にあるが、反面、1人当たりの単価は高い傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・服飾雑貨、宝飾品の堅調に加え、婦人、紳士アパレルの動きが良く、商品カテゴリー別では前年比で2けたの伸びを見せている一方、食料品についてはお歳暮ギフトが厳しく、ほぼ前年並みであり、商材ごとに好不調のばらつきがみられる。食料品の値上げも続き、環境も厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が日ごとに増えるなか、来客数の伸びが鈍化している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・このところいつも同じだが、やや悪い状態がずっと続いており、それが常態化しているので、なかなか良い方向には向かわない。先の見通しも良くない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・日によって気温差が大きいため、冬物商材の売行きが想定以上に伸びていない。また、値上げの影響により販売の売価によって売上が左右される場合がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・調味料などの販売価格が若干上がっているなか、客単価は上がっているが、販売量は逆に5%くらい減っているように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、衣料、住まいの品、食品トータルで前年より1～2%悪い。単価は前年並みだが、来客数が若干落ちている。特に好調な商材は、簡便な食料品、服飾雑貨などの軽衣料である。逆に、素材関係の食品と、気温が高いために重衣料が不調となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・いろいろな物が値上げになり、家計を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は確実に上がっているが、販売量並びに来客数はそれと反比例するように鈍化しているのが現状である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げの波により販売点数が減少している。電気料金が3割ほど値上げされ、利益を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・そのときの気温によって多少売れる数が増えたりはするが、1週間トータルで考えると余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・今月前半は全国旅行支援の効果もあり、来客数が着実に増えてきたが、後半に入ると新型コロナウイルスの感染再拡大もあり、低調になってきている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きから、景況は良くも悪くもなっていない。生活にかかわる商材の販売ということで、安定した来客数、販売数といった感じである。逆に言えば、すごく良くなる可能性も、すごく悪くなる可能性も、余りないかもしれない。ただし、周りの環境変化には敏感であり、近くにコンビニ、スーパーができたなど、景気以外の外的要因で来客数が一気に減少してしまうかもしれない。とはいえ、今でも近くにコンビニ、スーパーがないわけではないので、新たに増えることも考えにくい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・暖かい日が続き、防寒衣料の動きは悪いが、軽衣料は前年よりも良い。全体では前年より若干悪い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・諸物価高騰の影響が出ている。衣料品購入はどうしても食費や光熱費等よりも後回しになる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は余り増えていないが、家族での来店者は増えている。消耗品が値上がりし、高くなったという声もよく聞く。商品選びは慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくなく、前年度比で5割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の納期の遅れは徐々に回復してきているが、受注量は前年並みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今までにないくらいに販売が低迷している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客は新車を買いたい、納車に大変時間が掛かるため、自分の車を車検に出すが、新型コロナウイルス感染症の影響で余り距離を走っていないために車検代金は少し安くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響で半導体がそろわず、新車が欲しくても新車が入ってこない。距離を走っていないので車検費用は安く、ディーラーとしてはジレンマに陥っている。全体的には景気は変わらない。将来的にもまだまだ変わる状況にない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車生産について安定化のめどが立たない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・特に変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	単価の動き	・週ごとに物価が上がっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・これといった動きがないので、前月と同じということである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響によって来客数が変化することは少なくなり、徐々に回復してきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・以前に比べて新型コロナウイルスの新規感染者数増加に伴い経済活動が停滞することはなくなってきたようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	それ以外	・外国人観光客が少し目立つようになったが、インバウンド効果はまだまだである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、やはり客がシビアになっている気がする。電気代や物価が上がり過ぎて、所得が追いついていない状態が続いている。何とも言いようがない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全く宴会が入らないというわけではなく、会社の集まりも少しは入ってくるし、家族の集まりで利用してくれる人も増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症に罹患してしまったの予約キャンセルが多々ある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・1週間の来客数をみると、週末など、日によって満席の日や来客数が多い日もあるが、逆に4～5人という極端に少ない日もあり、1か月トータルでは必ずしも売上が伸びているとはいえない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援でクーポン券も発券されるようになってきているが、客もまだ新型コロナウイルス感染症が完全に終息していないので、希望と一致するところがなかなかないようである。全体的には上向いていると思うが、当社にとってはなかなか思うようにいっていないのが現状である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・全国旅行支援が始まったものの、新規案件が発生することもないため、変化はない。煩雑な手続が増えた分、負担が増している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・物価は高騰しているが、旅行業界全体としては3か月前と比べても客の様子に変わりはない。全国旅行支援といった政府の施策もあるが、夏の需要と比較してもさほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までは以前同様利用があり、個人宅、駅、病院、会社いずれも平均して良い。問題は終電後で、新型コロナウイルス感染症の発生前から現在まで利用は少ないが、深夜にロングの客がいるのが不思議で仕方がない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波とマスコミで度々報道されるようになり、人の動きがせっかく出始めたものの、まだ警戒している状態で、完全にフリーにはなっていない。会社等では忘年会を控えるようにとの通達があるらしく、個人では以前に比べて動きがあるが、まだ本格的にはなっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの動きは余り変わらない。アプリ決済がやや増えている。雨の日の幼稚園又は保育園への送迎がますます増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・商談はあるものの、受注は前月と変わらず、身の回りの景気は変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・年末感が余りなく、契約数も伸長していないので、社会の動きからすると景況感は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に、無駄を省き必要最小限の内容を選択する傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・年内で終了する案件が増えており、次の案件が見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・総じて物価が上昇しているためか、新規に投入したサービスに客は興味を示すものの、低価格帯サービスの契約しかできず、売上増加に結び付かない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・政府の景気浮揚対策に偏りがあり、全般的に不十分である。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	お客様の様子	・無料招待や半額キャンペーンなど、入場料を減額した施策を行っているが、余り反応が良くない。客の声を聞いても、良い反応がなく、厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・年末に向けて景気が良くなる期待感はあるが、直接売上に反映されてはいない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	お客様の様子	・この数か月間においては客の来館状況に変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・もらった仕事そのまま継続している。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・この半年ほど業務量はほぼ変わらない。新規案件はあるものの規模が小さく、景況が上向いている感覚はない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・具体的な話がずっと続いているものもあるが、話のみで一歩も前へ進まないものもある。何を怖がっているのか不明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状況が非常に悪く、規定の賃料が受け取れていない。このところ外国人観光客が増えつつあるので、これから改善されることを期待している。

□	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82%となり、やや悪い。3か月前と比べてもほぼ変わらなかったため、景気は変わらない。住宅資材の高騰により商材を値上げしたため販売量が低迷していたが、資材不足も落ち着き、販売価格の見直し、新商品の提供などにより、悪いながらも販売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	・ 11月は毎年多少受注が落ちるが、今年も同じような傾向である。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・ 3か月前に比べ、景気は余り変わっていない。地価も高めで推移しており、建築資材もまだ値上がりしているの で、若干だが良くない方に傾いているかもしれない。契約本数も余り伸びていない。
□	その他住宅〔住 宅資材〕(営 業)	販売量の動き	・ 建築資材の需要動向に一服感がみられる。大型案件の話があっても時期が先のことが多く、現状での荷動きにつな がっていない(東京都)。
▲	一般小売店〔家 電〕(経営者)	販売量の動き	・ 本気にずっと底辺の状態なので、今後どうなるか分から ないが、最近になって新規客からの問合せ等が増えてきて いる(東京都)。
▲	一般小売店〔和 菓子〕(経営 者)	競争相手の様子	・ 近くに大手チェーンの競合店が出店したため、かなり影 響を受けている。
▲	一般小売店〔家 電〕(経理担 当)	来客数の動き	・ 前月から来客数が極端に減っている。インターネットや 量販店に客が流れているためだと思われる。広告も、以前 のような新聞広告では集客が見込めなくなっている。
▲	一般小売店〔家 具〕(経営者)	来客数の動き	・ 来客数が非常に少ない。最近、外国人客が幾らか増えて はきているが、成約までには結び付いておらず、景気は余 り良くない(東京都)。
▲	一般小売店〔酒 類〕(経営者)	お客様の様子	・ 物価上昇のため、消費に対する意欲が減退しているよう に感じる。
▲	一般小売店〔眼 鏡〕(経営者)	来客数の動き	・ 前月と同じく、今一つ来客数が少なくなっているように 感じる。円安が落ち着いたので、年末に期待したい。
▲	一般小売店 〔傘〕(店長)	販売量の動き	・ 仕入価格の高騰に備えて、仕入れを増やしている。旅行 が再開するなどで人出が増えており、新規購入を期待して いたが、余り購買意欲が向上しないためか、商材の動きは 鈍い。
▲	一般小売店 〔茶〕(営業担 当)	販売量の動き	・ 仕入単価が上がっても、商材価格には簡単に転嫁できな いので、販売量が今までどおりであったとしても、会社と してはもうからない。取引先に交渉してもなかなかすぐに は販売単価を上げてもらえないので、まだまだ我慢の状態 である(東京都)。
▲	一般小売店〔書 店〕(営業担 当)	販売量の動き	・ 円安のために輸入商材の販売量が大きく抑えられている (東京都)。
▲	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、新型 コロナウイルス感染症の影響からは脱していない。コロナ 禍による客の買物に対する意識の変化が大きい。加えて、 様々な物の値上げが続くことにより、更にシビアになって いる。
▲	百貨店(財務担 当)	販売量の動き	・ 新型コロナウイルスの感染第8波や物価高などが消費に マイナス影響を及ぼしている(東京都)。
▲	百貨店(管理担 当)	販売量の動き	・ 10月下旬から急に販売量が減ってきている。お歳暮が始 まって戻るかと思っていたが、戻らない(東京都)。
▲	スーパー(店 長)	来客数の動き	・ 値上げの影響で単価は前年並みを維持しているものの、 買上点数は前年を割っている。さらに、固定客の来店頻度 が明らかに落ちてきている(東京都)。
▲	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・ 価格の上昇で来客数が減り、安い店に客が流れている。
▲	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・ 来客数が減っている(東京都)。
▲	コンビニ(経営 者)	お客様の様子	・ 来客数、客単価共に減少し、更にアルバイト従業員が全 く集まらず、日増しに厳しくなっている。

▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・当社はコンビニエンスストアを複数経営している。行動制限がなくなり、来客数等はさほど変わらないが、やはり物価上昇によって客単価が抑えられており、8%程度落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・各商材が値上がりしているものの、客の購入数量は微減しているため、売上は微増にとどまっている。当店が支払う経費も増加してきており、営業利益はマイナスになっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月までは新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年を上回っていたが、11月に入り、特に週末の来客数が前年を下回っている（東京都）。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・セールの売上が目標に達していない。なかなか寒くならないので、ルームウェアの売上が良くない（東京都）。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・消費者物価指数が3.6%、40年振りの伸び率等のインフレ報道を受けて、実態と合わせて消費者はより敏感になっており、生活防衛の消費にシフトしている（東京都）。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価高の影響がある。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・消費者物価指数が上がっており、先行き不安からか、高価格帯の車両の売行きが悪い（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・コロナ禍がまだ続いているなか、来場客数も軒並み減っている。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・燃料油価格激変緩和補助金により燃料油の販売価格が抑えられているが、買い控えがある。3か月前の夏休み期間からは明らかに需要が落ちている（東京都）。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・外国人が日本にやって来るようになったが、飲食店にはそれほどの恩恵はないようで、以前と売上は変わらない。これまでのコロナ禍での生活が消費に定着してしまった感じがする（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・円安及びロシアのウクライナ侵攻の影響がじわじわと効いてきている。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・タクシーは稼働台数が少なく、稼働している車両は多少は収入を上げているが、全ての車両が稼働したら1台当たりの収入が減る。全体の利用者が増加しないと厳しい状況が続く。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・外的要因による客の流動もなくなってしまっている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・多チャンネルサービスの加入数が減少している。徐々に景気全体が冷え込んできており、娯楽に関する消費を節約する傾向が強く、影響を受けている。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り、契約数は前年比でほぼ横ばいで推移しており、7～9月ほどの伸びがなくなってきている。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・物価高の影響か、当社の加入者数が純減し始めている（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・費用を全額企業が負担するキャンペーンには客が反応するが、利益が出ない割引キャンペーンくらいではなかなか反応してこない。
▲	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束を見せつつあるなかで、客の興味が身近な娯楽よりも旅行などに向いていることを、同じサービス業として感じる。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・主に物価高を要因として民間発注の動きが停滞気味になっている（東京都）。
▲	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材高騰により、粗利率が悪化している。
×	一般小売店 [食料雑貨]（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増加している。
×	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・仕入単価がかなり高くなり、販売価格に転嫁しているような感じもする。新型コロナウイルス感染対策の規制緩和で少しは良い兆しが見えていたが、まだまだのような気がする。
×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・現状、郊外の家電量販店では来客数の減少が目立っている。その結果、販売数量が減り、単価を上げても売上金額をカバーするところまでいかない。

	×	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数、販売台数共に減少傾向にある。原因の大半は納期遅延が占めているように思える。車検代が掛かるなどデメリットも多くあり、客の購買意欲は向上しない。
	×	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・買上点数や購買単価が下がっているの、買い控えが進んでいるようである。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、来月の忘年会も既に予約のキャンセルが出ており、予約数自体も伸び悩んでいる。政府はいろいろな所へ行けと言いつつ、感染したら自分で抑えろ、ワクチンは打てなどと、よく分からないことばかり言っているの、景気が良くなるわけがない。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻は、あらゆる物資の調達に影響し、物価上昇を加速させ、また、物資不足に陥っている。北朝鮮の度重なるミサイル発射、米国の今後など、あらゆるところで先行き不透明である。新型コロナウイルスの感染拡大防止もどこを目指しているのか分からず、不安である。
企業 動向 関連	◎	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・例年この時期は繁忙期のため受注量が多い(東京都)。
(南関東)	○	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の感染状況が順調に推移している(東京都)。
	○	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	それ以外	・まだまだ動きが鈍く、販売先の不振などから受注が低迷しているが、イベント等は少しずつだが前を向き始めているような気がする。
	○	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注価格や販売 価格の動き	・イベント等が中止になることなく動き出しているの、案件数が増加している。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・取引量は前年同月比で多少良くなっているが、材料費の高騰など、利益率を下げる要因もあり、予断を許さない。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車業界の半導体不足は徐々に改善されてきているものの、まだ解消されてはいない。
	○	その他製造業 [鞆](経営 者)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響もあると思うが、ここに来て来客数が増えてきているということで、得意先も活気が出てきている。また、同業者のなかでもいろいろ格差があり、新型コロナウイルス感染症の影響で明暗が分かれてきている。
	○	輸送業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・人が動き始めて物量が増えてきているが、新型コロナウイルス感染症の第8波が予測されているので、不安定な状況である。
	○	金融業(総務担 当)	取引先の様子	・取引先の様子だが、飲食業はGo To Eatキャンペーンで、コロナ禍ではあるが来客数が増えている。運送業は、燃料費高騰の影響で利幅が縮小している。建設不動産は、資材価格が高騰しているものの、販売は好調である。ただし、仕入れは苦戦している。小売業は、商品の値上げもあり全体的に売上は横ばいとなっている。観光業は、全国旅行支援により宿泊客が戻りつつある。全体的には少し景気は戻ってきている(東京都)。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・コロナ禍が落ち着き、国内宿泊ニーズが増えている。また、外国人観光客も増えており、宿泊ニーズは好調である(東京都)。
	○	税理士	取引先の様子	・Go To Eatキャンペーンや全国旅行支援で個人旅行や飲食の機会が増加している。観光地は国内外からの観光客でにぎわっている。新型コロナウイルスの感染第8波への懸念はあるものの、り患した際の情報も増え、重症化しないのであればウィズコロナの方向性を維持する。
	○	その他サービス 業[警備](経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・イベント関係も復活してきており、警備の依頼も増え、売上の増加につながっている。

○	その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	取引先の様子	・取引先から案件中止の申出があったが、別の依頼があり、中止案件の穴埋めができています (東京都)。
○	その他非製造業 [商社] (従業員)	取引先の様子	・取引先の動きが活発になっている (東京都)。
□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・イベント等が行われるようになり、その売上は良かったのだが、店売りはまだまだの状態である。
□	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしており、店受けの仕事と、法人の納入先を抱えている。会社設立に関する印鑑の注文は大抵3～4件あるのだが、今月は2件しかなく、やや少ない。ゴム印の注文は通常よりもやや多いくらいなので、どちらともいえない (東京都)。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で化粧品容器の受注が下がったまま、回復傾向がみられない。医療品容器に関しては、新企画の案件が舞い込むようになってきているが、具現化には時間が掛かりそうである。
□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・製品に組み込む部品の調達が困難になり、受注しても売上が先延ばしになったり、ペンディングになったりするケースが増えている。国内で調達することが難しくなり、中国企業に依頼するケースが増えている (東京都)。
□	電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・電子部品業界においては、在庫が徐々に増えつつある。
□	建設業 (経営者)	それ以外	・不動産分野においては、当地域では想定以上に値上がりしていると思うが、場所によっても格差があると思うので、景気が良いのか悪いのかよく分からない。
□	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新規の出店が増えないなか、取扱量の増加につながる要因も見当たらず、低迷が続いている (東京都)。
□	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前の受注量と比べると、横ばいか微減となっている (東京都)。
□	輸送業 (総務担当)	取引先の様子	・繁忙期の物量が当初の予想より増えてこない。また、燃料価格や物価の高騰により収益が伸びない。
□	通信業 (広報担当)	受注量や販売量の動き	・5月以降は供給面での制約要因も徐々に正常化し、2けたの伸びが続いている (東京都)。
□	金融業 (従業員)	競争相手の様子	・経済は動き始めているが、やはり原材料の高騰に伴う影響が続いており、収益状況としてはマイナスになる企業も多い。
□	不動産業 (総務担当)	取引先の様子	・オフィス需要にやや回復傾向がみられ、空室率が改善している。ただし、入居してもらう際には数か月のフリーレントが必須条件になっており、実質賃料の改善はまだみられない (東京都)。
□	広告代理店 (経営者)	取引先の様子	・観光事業についてはやや上向きになってはいるものの、物価上昇により利益に差を感じない (東京都)。
□	広告代理店 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・制作会社である。受注量は上昇傾向で、取引先の動きも活発化してきたが、長期的なコロナ禍や景気不安、資材高騰等から、制作金額の値引き交渉や相談が多い。その分、内容を減らすなど協議した上で対応している (東京都)。
□	広告代理店 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・今期の予算は達成しているが、来期以降の話が鈍化している、又はまだ見えていないことが多い (東京都)。
□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣の駅周辺の店をガラス越しにのぞくが、客が全然入っていない。新型コロナウイルス感染症の発生前はとても客が多く、特に金曜日などは店に入り切れないほどであった。今は、新型コロナウイルス感染症の影響もあるのかもしれないが、客入りが少なく、動いていない (東京都)。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社や補助金、助成金等を活用したい会社が多く見受けられる (東京都)。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業にとっては、電気、ガス料金等の値上がりが大きなインパクトとなっている。受注は若干の増加傾向がみられるものの、収益を大きく圧迫する恐れが大きくなっている (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	・業務に活気が戻りつつあるが、原材料、部材、燃料費等の値上げが続いて実施されており、受注量には余り変化がない。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・電気料金の高騰により、利益が減少している。
	▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費の高騰が続く、価格転嫁を試みているが限界である。日用雑貨用途向けでは一部他の低価格製品へ置き換えられ、数量が低迷したままである。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の売上はほぼ目標に近づいているが、受注がかなり減ってきているので、景気は後退している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・12月分の仕事量が少なく、1月はもっと少ないので、大変である。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・3か月前よりも、仕入価格、エネルギー価格、人件費の高騰などの圧迫感があり、取引先の説明会でも景気後退の話が出ている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・見積案件が少なくなっている。新築案件の話も少なく、受注難である。
	▲	金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費、水道光熱費等が高騰しており、十分な価格転嫁ができていない。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が営業している商業施設の状況だが、2020年までは前年比より来客数、売上共に増加傾向であったが、2021年は来客数が7万人減少し、それに伴い売上も減少した。2022年になり、双方回復し、売上も伸びているようである。各々の店舗が、新型コロナウイルス感染症対策を工夫して実績を上げており、良い傾向である。あとは空いている2店舗を解決することが急務である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・客の財布のひもが固いという話を取引先から聞いている。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存の契約金額が変わらない（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料の高騰と働き方改革により労働意欲が減退している。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前月に続き前年を割っている（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣募集から紹介予定派遣や人材紹介への募集切替えが発生している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数は前年同月比でほぼ同水準で推移しているものの、長期派遣契約者数は3か月前と比べて116%、前年同月比で123%と拡大している（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までは戻っていないが、求人数は引き続き増加傾向にある。派遣労働者については、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、離職が少なくなっていることから微増傾向で、採用者数、派遣労働者数は増加している（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・同業他社、当社共に採用者数が増えているものの、従来と同じ条件では採用しにくくなってきているように感じる（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人数は前年より増加している。大学キャリアセンターへの企業訪問も増えているようである（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・人材不足の状況が同程度で続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績や自身を含めた消費動向に変化がない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・仕事の紹介が可能な登録人材が減少している（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材依頼は堅調に推移しているものの、依頼内容にマッチする人材が不足しており、なかなか成約に結び付かない（東京都）。

□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣業においては、自動車を中心とするエンジニアニーズは継続的であり、景気の良さが続いている(東京都)。
□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は横ばいである。航空観光関連企業からの求人のみ増えている。
□	求人情報誌制作会社(営業)	求人数の動き	・3か月前との比較ではさほど変わらない。ここ最近は求人数がやや増加傾向にあり、前年同時期と比べると、大きく増加している。3か月前も既に求人数が増えている状態なので景気としては悪くないが、ここから先もっと良くなっていくという感じもしない。そこまで悪くない景気がどこまで続いていくかが重要である。
□	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・新規求人数は前年度と比べて若干減少してはいるものの、ほぼ前月並みであり、企業の採用意欲は回復傾向にあると思われるが、求職者には応募に慎重な様子が見受けられ、紹介、就職件数共に落ち込んでいる。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、飲食、宿泊、サービス業を中心に大幅に増加している。一方で求職者数は3か月連続で減少しており、求人数の伸びに対して充足数は鈍化している(東京都)。
□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・専門性の高い職種、海外勤務の求人は常に人材不足状況が続いており、今後とも全般的に企業の成長にはまだまだ期待が持てる。新卒のみならず、中途採用者のバイタリティーに期待したい(東京都)。
□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人が活発である(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・ホテル、飲食業界、コールセンターなどからの依頼は多数あるが、派遣労働者の応募者数が全く追いついておらず、業務が滞る状態が続いている(東京都)。
▲	求人情報制作会社(経営者)	求職者数の動き	・人材採用の現場では、景気動向が下方へ向かうときは応募数が増える傾向にある。今、正に人手不足といわれるなかで、応募件数が増えてきている(東京都)。
×	求人情報誌制作会社(所長)	求人数の動き	・求人先が仕事が増えないと言っている。
×	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・全く需要がない。お手上げ状態である。