

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・10月以降、外国人旅行者の来店数が大幅に増加しており、平日の売上が土休日並みの高い水準で推移している。入国や行動等が制限されない限り、来年以降も更に売上が増加していくものと予測している（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・ウィズコロナが定着しつつあり、引き続き人流が見込まれる（東京都）。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・しばらくは申込みが増える（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・12月1日から自治体発行のプレミアム付商品券が使用できるようになる。確 coming 来年5月までなので、期待している。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・当地域は人口が増えていることに加え、競合他社がどんどんなくなっているため、取り寄せなどのサービスができる店が少なくなっている。そのようなことから、店頭は順調に伸びている。外商の方もある程度案件が出てきているので、少しずつ良くなるのではないかと。
	○	百貨店（営業担当）	・現状の行動規制がないままでも新年を迎えることになれば、今まで控えていた各種イベントも開催できることになり、来客数、売上の伸長につながる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・中国からの観光客はまだないものの、韓国を中心としたインバウンド消費の回復が顕著であり、当面はこの傾向が続く。一方、中間層を主とした国内消費は、価格高騰の影響が出てきているのか、少し停滞しており、注視が必要である（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・旅行や冬物関連の動きに加え、これまでの来客数増加から、年末年始準備も前年より需要が高まると想定しているため、大幅な回復はなくとも若干上振れすると見込んでいる。
	○	家電量販店（店長）	・一部自治体による旅行支援のように始めたと思ったら休止になるなど、規制ありきの体制は不透明で、先が読めない（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価高騰の影響は受けると思うが、サッカーワールドカップでの日本の躍進、インバウンド消費の伸び等、季節要因も重なり、全体の消費動向は確実に上向く（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・物価上昇ではあるものの、購入意欲が増している。
	○	乗用車販売店（店長代行）	・長期化していた納期も徐々に早まりつつあり、納車が進むので、良くなる（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・今後2～3か月を考えると、クリスマス、年末年始のイベントや季節的な繁忙期にもなり、このままのトレンドで向かえば、イベントやレストラン予約の上昇が期待できる。また、コロナ禍の状況にもよるが、円安もあり、インバウンドの来日状況も後押しし、コスト増加の逆風もあるが、上向き傾向とみている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加している。ロシアのウクライナ侵攻、円安等の影響により原価が高騰している。光熱費等の経費も高騰しており、厳しい状況ではあるが、ワクチン接種、治療薬の承認等の新型コロナウイルス感染症に対する対応も充実してきている。会社存続のためにも良くなってもらわないと困る（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドが増えてくれば改善される（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	・飲食は新型コロナウイルスの感染状況と連動しているが、よほどひどい状態にならないと良くなる。新型コロナウイルス感染症が落ち着くことを願うばかりである（東京都）。	
○	その他飲食〔給食・レストラン〕 (役員)	・外食ではグループ客が少し伸びており、給食もテレワークで減っていた出勤者数が若干ながら伸びてきていることから、12月をピークに業績は改善するものと予想している（東京都）。	
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の収束いかんによるが、政府が一刻も早く感染症法上の分類を2類から5類に変更し、宴会部門における法人需要が回復することが、シティホテルの場合の要件だと思っている。政府には海外の状況などを見ながら早急に分類の変更をお願いしたい。	

○	都市型ホテル（スタッフ）	・やや良くなると思うが、政府の方針次第である。感染症法上の分類を早いところ2類から5類に下げること、また、マスク着用等への強いメッセージなどが出ない限り、飲食、特に宴会に関してはなかなか需要が戻ってこない。政府のいち早い決断あるいは行動を期待している。
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の延長のニュースが発表されたので、1月以降も国内旅行の需要が見込める（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類に変更されたら、景気はやや良くなっていく（東京都）。
○	タクシー運転手	・年末年始も絡んで、ちまたの人の動きも活発になる。タクシー利用者も多くなるので、一時的に景気は良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・コロナ禍に入ってから3年、良くなったり悪くなったりの繰り返しで先が読めない。確かなのは、昼と夜の仕事が入れ替わったような状況である。忙しいのは昼間で、夜は暇である。全体的には売上が伸びている。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し和らぐ（東京都）。
○	通信会社（社員）	・来年度のCM依頼の話が出ているので、全体的に広告費の増加が期待できるのではないかと（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の重症化リスク低下により経済活動が活発化する（東京都）。
○	観光名所（職員）	・このまま行動規制がなければ良い（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えていることで、身近な娯楽に回帰傾向が出てくるのではないかと予想している。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響はそこまででもないもので、今年の年末年始は久しぶりににぎわうのではないかと（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・催事の開催で良くなる可能性が高い。ただし、新型コロナウイルスの感染第8波のピークがその頃といわれていることを加味して判断している（東京都）。
○	美容室（経営者）	・暮れから正月に向かって、幾らか来店頻度が良くなる。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が早く収束することが第一である。このところ新規感染者数がまた増えつつあるが、第8波が来ないという前提で考えると、徐々に良くなっていく。それに加え、ロシアのウクライナ侵攻が終結することが何よりである。
○	住宅販売会社（従業員）	・毎年、年末年始は大体良くなるため、受注も伸びるものと予想している。
□	商店街（代表者）	・最近、商材の価格、特に飲食関係がどんどん値上がりしているが、現状では所得が余り増えているようには思えない。そのため、消費するお金については非常に神経をとがらせている状態で、以前より景気が良くなるとはとても思えない。そのようななかで、何とか頑張って商売をやっている。
□	一般小売店 [家電]（経営者）	・新規客から問合せの来ている話がまとまれば、徐々に良くなる。同業者で廃業したところからの問合せもあった。とにかくこれ以上下がらないように努力はしている。希望的観測も込めて、変わらない（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	・3月までは今の企業向けパッケージエアコンの動きが続くとみている。一般家電が今一つなので助かる。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	・これから先も良くなる要素はない。最近、修理の物件が多くなっている。例えば、壊れた椅子の修理や古くなった座面の張り替えなどである。修理依頼の客が多くなっているということは、この先も余り良くならない（東京都）。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	・再度、新型コロナウイルスの感染の波が来ている。行動制限はないものの、街中が盛り上がる様子が見受けられない。
□	一般小売店 [文房具]（経営者）	・東京都では、11月中旬頃から新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向になり始め、この先、10月から11月上旬までのような来街者数の増加は見込めないような気がする。一方、近隣で開催されているイベントは中止されることなく実施されているので、週末の来客数も少しではあるが増えてきている。売上についてはほぼ横ばいで、大きく減少することはない（東京都）。
□	一般小売店 [傘]（店長）	・期待はしているものの、上昇する気配がない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月先は2月頃になると思うが、バレンタインデーくらいで特別大きな行事はなく、元々売行きが余り良くない月である。11月も同様なので、横ばいである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・年末があるとはいえ、現状が続くようならまだまだ良くならないのではないかと。当社の商材も特に冬場が良いとはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き円安の影響で販売量の減少が続くとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・行動制限がないとはいえ、本格的な冬を迎え、新型コロナウイルスの新規感染者数増加による影響がどのように出るか不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・先行きの不透明感は全く変わっていない。今後、物価高の影響などが、より具体的に表れてくると、消費マインドの落ち込み懸念を払拭できる材料、例えば具体的な景気対策や目に見える所得増加がない場合は、現状より景気が悪くなる可能性もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・国内では新型コロナウイルスの感染第8波とインフルエンザの同時流行が懸念されているが、ウィズコロナ生活が浸透しつつあり、消費マインドの大きなマイナスにはつながらないとみている。また、インバウンド需要も回復基調にあり、やや良い状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・消費の2極化傾向が大きく崩れる材料には乏しく、富裕層を中心とするアッパーマーケットの強さは継続するとみられる。一方で、物価高のなか、賃金上昇もない中間層の動きは依然として不透明といわざるを得ない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・年末年始の繁忙期を越え、2月頃には一旦落ち着くかもしれない。ただし、中国で新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、春節休暇でインバウンドの増加傾向に更に拍車をかける可能性もある。いずれにしても、新型コロナウイルス感染症の行方次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響や新たな行動制限など、不確定要素はあるものの、この状況はしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・年始はセールからのスタートとなるが、服飾不振のなか、価格を訴求しても需要を掘り起こすのは難易度が高い。全体的な物価上昇も消費の足踏みを助長している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・バレンタイン商戦やオケージョンニーズに対するコロナ禍の直接的なマイナス影響は低減すると思われるが、全体的には値上げの影響が強く、購買動向の抑制が予想される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波がきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によって、来客数や客の行動心理が左右される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・行動制限がなくなり、消費がモノよりコトにシフトしているようである。値上がりや所得の減少で、限られた可処分所得の使い道が、より安価でお得な方に動いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・やや悪い状態が常態化している。この先も相次ぐ値上げで、原材料費、電気代の高騰が経営を圧迫する予想なので、経営がなかなか厳しくなるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げの影響により、買上点数は伸び悩むが、単価面でカバーする傾向が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・気温が余り下がっていないため、防寒着の販売量は横ばいである。気温等の変化があればそれによる変化はあるだろうが、今のところは横ばいではないかと感じている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・コロナ禍に慣れてきたことと、旅行を含めた行動制限がないことから、客の動きは活発になっている。しかし、物価がどんどん上昇していること、実質的な賃金が上がっていないことから、客としては、お金は使いたいのだが経済がなかなかうまく回っていないという状況である。今後の新型コロナウイルスの感染状況、全国旅行支援を含めた経済政策によって客の動向は変わってくる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・良くなる要素がない。テレビなどで値上げ値上げとあおるのをやめれば不況感は和らぐかもしれない。消費には、気の持ちようも大切である。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向はまだしばらく変わらないとみている。したがって、それに反比例するような販売量並びに来客数の落ち込みもしばらくは続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始は人流が増加し、際物と呼ばれる商材は前年同時期に比べて伸びているが、それ以外の頻度品、生活必需品は必要最低限になることが予想され、景気は変わらず現状維持となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・現在一番大きいのは、価格の上昇で客がどんどん安い店に流れていることである。これから年末に向けて更に悪化する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商材の値上げにより、客がスーパーやドラッグストアに流れるような気がして不安である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人流が戻ってきているので、売上は前年よりも高い水準で推移するとみている。一方で、新型コロナウイルスの感染第8波や値上げの影響がじわじわ効いてきている印象である。年内くらいは同じ傾向で推移するのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の国産の治療薬が承認されたとはいえ、感染状況はまだまだ不透明であり、年末年始に向けての客足に不安を抱えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先も景気は大きく変わらない。生活必需品以外の購買行動が少ないので、キャンペーンや新商品などの売行きが良くても、長く続くような効果ではない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・インフレの主要因であるロシアのウクライナ侵攻の解決にめどが立っていないこと、円安が依然として高水準であること、新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が懸念されること等、インフレ要因の解消局面に向かっているようには見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・物価高騰に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加と、なかなか先が見えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が続くようならば、景気回復にはまだまだ時間が掛かる。しかし、観光客は増えているので相乗効果に期待する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・直近で現状が変わるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。半導体不足の影響で納車に半年くらい掛かるために客の購買意欲がなくなっていることが原因である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の登録台数は前年とほぼ同じ台数で推移している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題が解決しないと話が先に進まない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、今後もまだ数か月間は変わらない。半導体不足により新車の納期が遅れているなかで、消費はしたいが、いろいろな面で制限があるからである。ただし、新型コロナウイルス感染症が収束した段階では景気は相当良くなる。最近では出張や旅行など、外国人を含めていろいろと人が増えてきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・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）	・特に景気が変わる要素はないが、走行距離課税に関してネガティブな意見や質問が多く、今後影響が出てくるのではないかと心配している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・税金の優遇等、手元のお金が増えるような仕組みができないと、現状は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・国の対策が見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りを見ても余り活気がないので、ちょっと厳しい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は回復傾向にあるものの、物価上昇などを見据えて慎重に買物をする客が増加してきているため、身の回りの景気はそれほど大きくは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・全国旅行支援は継続されるようだが、燃料油価格激変緩和補助金は額が減少する予定であり、燃料油価格が下落しない限り、需要回復は難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加しているとの報道もあり、年末年始に向け不安がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・コロナ禍で耐え忍んでいた反動が潜在的にはあるものの、光熱費を含む諸物価高騰で冷え込むと推測している。

<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・当業界にて繁忙期に当たる忘新年会シーズンは、法人関連を中心に軒並み慎重姿勢である。新型コロナウイルスの感染状況を注視しながら、規模を縮小するなどしての対応が目立っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・現状からの更なる景気上昇は厳しい。消費マインドはあっても、円安の影響により景気動向は芳しくなく、また、輸を掛けてコロナ禍の影響があり、かつてのようには人々の行動パターンが活発に戻らない点から、これ以上の回復は難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、物価高の影響はあるものの、来客数は微増している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波を迎えても、余り皆が恐怖に感じなくなってきたので、消費行動が制限されなければある程度は回復する。しばらくこの状況が続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・まだ東京では新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので、10人以上の集まりは入らないとみている。キャンセルも見込まれるため、現状とさほど変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・マスコミが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており第○波だと報道しているが、実際には感染者数ではなく、無症状で元気の陽性者数もカウントされている。そうした報道の仕方をしていく限り、外出を控える人がいるのは当然であり、報道を止めれば景気が良くなることは目に見えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・客と対面での話も大分できるようになってきてはいるが、客はあともう一步が踏み出せない。家族皆で旅行というのも、なかなか条件が一致しないこともあるので、まだ先の見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価高騰のあおりはあるが、生活必需品については節約の動きは少ないように思える。旅行業界も、全国旅行支援のお陰で徐々に戻りつつあるものの、先行きは不透明であり、この状況がしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・これから年末に入るが、物の値上がりかと思ったよりも激しく、年末に向けて生活がかなり厳しいという声があちこちから聞こえてくる。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることもあり、年末はひっそりと過ごすしかないかなと思っている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・12月は多少人の流れがあると思うが、新年を迎えて、新型コロナウイルスの感染状況に関するマスコミ等の報道の仕方により全然変わってくる。もし感染症法の分類が2類から5類になれば大分変わると思うが、今のところまだ話合いが持たれた程度なので、大きな影響は出そうもない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・サラリーマンの乗車は特に増えていないが、ターミナル駅の客は非常に増えており、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べても、平日はほとんど変わらなくなっている。また、売上に関して、11月から値上げがあったが、思ったより良い方向に進んでいる感じがするので、多少良い情報である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響がどの程度あるかが心配である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・機器等の値上がりもあり、商談案件の受注数は増加傾向に至っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・イベントがないことから変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価が上昇してきており、今後も消費を節約する傾向が続いていく。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、物価高の影響等により、生活必需品となっているインターネットや携帯電話の契約数は横ばいであるものの、契約単価は下降傾向になる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症も収まってきて、人の動きも活発化し始めたところにまた新規感染者数が増加傾向となり、景気の上向きに水を差すことになっている。その影響で、しばらく景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・例年、1月は休みもあり案件の動きが鈍くなる傾向がある。その先もまだ不透明である（東京都）。

□	通信会社（営業担当）	・不安定な情勢なので、客の財布のひもはなかなか緩くならない（東京都）。
□	通信会社（局長）	・為替の状況も含めて不安定である。
□	通信会社（経営企画担当）	・3か月の間に賃金上昇が明確になるとは思えず、当面物価上昇を耐え忍ぶしかない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・顧客獲得数の増加が見込まれる（東京都）。
□	競輪場（職員）	・積み上げが大事という認識で、できる範囲の取組を行うことに注力していく。また、現状は集客よりWebでの対策に力を入れていくこととし、タイミングをみて来場につながる策に変更していく。
□	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波と緊急承認された国産の治療薬等の効果、ロシアのウクライナ侵攻の影響がある（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、行動を制限されていないことに加え、企業業績も比較的安定している（東京都）。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・全般的に物価が上がっているので景気は回復していると感じるが、実態は諦め感が否めない。知らず知らずのうちに仕入価格が上昇し、それを客に転嫁しているので、生活は良くならない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・前年は10月にまん延防止等重点措置が解除され、一時的に上向きとなったが、今年はそのような動きがみられない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・今のところ、新規案件が具体的にない。
□	設計事務所（経営者）	・官庁案件頼みの状況は変わらない。民間案件は主に改修設計で、その規模も小さい。新年度まではこの状況が続くとみている。
□	設計事務所（所長）	・国としては良くなると考えているようだが、大手企業のみであり、零細企業にとっては何も実感は湧いてこない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・市場の停滞は緩やかだと感じており、極端に悪化するとも思えない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・子どもみらい住宅支援事業の補助金申請額が予算上限に達し、交付申請の受付が終了してしまったが、新たに「子どもエコすまい支援事業」の創設が発表されたことで、来年度も変わらず若い世代への住宅取得の後押しになる。
□	住宅販売会社（総務担当）	・持ち直す要素が見当たらないため、現況が継続する。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響は恐らく出る。特に、年末年始のうち、年末を直撃されるとかなり厳しくなる。年末年始まで動いて、それ以降に第8波の波が急激に上がるというの厳しいシナリオではあるが、一番厳しいのは年末直撃である（東京都）。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価高騰の影響がまだまだ続くのではないかと。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・当店のよう街の電気店では、新聞広告だけで集客するのは難しくなっている。近所では日曜日なのに歩いている人が少なく、活気が感じられない。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費者物価指数が上がり、財布のひもが非常に固くなる。賃金の伸びが鈍化しており、必要以上に可処分所得が高くないために、財布のひもは固くなる（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・社会情勢、光熱費上昇、増税などの様々な要因により、良くなる感じがしない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・全国旅行支援による旅行機会の増加や気温低下による需要増もみられるものの、全体的には様々な物や電気料金等の価格上昇に対する警戒感が先に立ち、今後の景気は悪くなる。
▲	百貨店（経営企画担当）	・年末年始の新型コロナウイルスの感染拡大状況を懸念している。1～3月は人が動く時期であり、合わせて商材の動きも良くなるが、この数年は新型コロナウイルス感染症の影響により売上が芳しくない。前年比では回復の兆しが見えているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻る様子はなく、厳しさが増すばかりである。また、ウクライナ情勢に伴う食品原材料の値上げ、エネルギー価格の上昇に伴い、当面は厳しい状況が継続する（東京都）。

▲	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波による影響を懸念している（東京都）。
▲	百貨店（財務担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染再拡大や物価高が加速するようならば、消費マインドの低下、景気悪化につながる（東京都）。
▲	スーパー（店長）	・今回行ったキャッシュレス決済でのポイント還元効果が絶大だったので、また国あるいは市町村を挙げて3か月後も買物でのポイント還元イベントをやってもらえれば、もっともっと景気が上向くのではないかと。ただし、各自治体の財政状況から行わないということになると、いつもどおりのパターンでしばらくと予測される（東京都）。
▲	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いている。食料品の更なる値上げがこの先に予定されているなか、出費がかさむ年末年始を迎えることになり、ふだんの食生活に関しては節約意識が更に高まると思うので、この先、景気が上向くとは考えにくい（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増えてきて第8波となり、物価高騰により消費はますます冷え込む。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・商品の値上げと、電気やガスなどのエネルギー価格上昇により、利益の確保がより難しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・物価高騰の影響がまだこれから出てくる（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・従業員の応募が全くなく、現在の店舗数を維持するのが困難なので、当社では店売りのみに限定し、今月から全ての配達を止めている。
▲	コンビニ（経営者）	・当店は郊外にあるコンビニだが、周りは高齢者が多く、買い控えというよりそもそもの来店頻度が減っているので、余り上向くとは思えない。
▲	コンビニ（経営者）	・2～3か月後だが、コンビニエンスストアは1～2月が一番売上の悪い月なので、悪くなっていく。前年並みになるのか、前年よりも悪くなるのか分からないが、今は客単価が下がっているのも更に悪くなるのではないかと。行動制限されていないにもかかわらず、なかなか景気が戻ってこないという印象である。
▲	コンビニ（経営者）	・良くなる要素が見えない。光熱費や商材の値上げが続いており、来年早々に更なる買い控えが起きる懸念がある。
▲	衣料品専門店（経営者）	・衣料品の値上げが続いており、買い控えを心配している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・思ったよりも諸物価が上がっており、我々の仕入商材も今までにないほどのペースで値上がりしている。企業からの受注が特に減っており、この先、また電気代などの固定費や商材が値上がりするので、大変厳しくなる。
▲	衣料品専門店（従業員）	・物価上昇を受けて、買い控えがまだまだ起きているような気がする。
▲	家電量販店（店長）	・商材の供給は徐々に回復傾向にあるが、全体的な値上げによる買い控えが懸念される。年明けに自治体発行のプレミアム付商品券の使用期間が切れた後の売上が懸念される（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	・今のまま納期遅延が解消しないのであれば難しい。
▲	住関連専門店（営業担当）	・秋口の各メーカーの値上げと今後予定される電気料金の値上げが、消費者の購買行動に大きな影響を与えることが懸念される（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍はまだまだ続く心配であり、今年一杯は収束しないと思われるので、景気の回復も望めないのではないかと。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・値上げラッシュで、家計支出の増加を実感し、財布のひもが固くなる（東京都）。
▲	高級レストラン（経営者）	・予約キャンセルの数が増えており、新型コロナウイルスの感染第8波を実感している。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、少しは人の動きが出て、売上も伸びてきているが、2～3か月先の1～2月は、飲食業界では一番売上の少ない時期なので、今よりも少し悪くなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・やはりまだ円安が続いており、石油及び運送代等、全てが値上がりしている。このため、徐々に生活面で消費が苦しくなってきたり、今以上に客の消費が減ってきて、景気は最悪の状態になる。何とかしてもらいたい。

▲	都市型ホテル（スタッフ）	・前年同様、11月中旬から新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、1～2月の宴会の延期や開催中止が徐々に増えてきている。今後の感染拡大により更にキャンセルが増えることになり、景気はやや後退傾向となる。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の延長がどこまで延びるかにもよるが、1～2月はオフシーズンとなるため、今日よりは悪くなる。
▲	旅行代理店（従業員）	・秋のシーズンも終わりを迎えたので、今後は案件数が減少する。加えて、新型コロナウイルスの感染第8波による新規感染者数の増加が更なる不安定要素となっている。
▲	タクシー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波及び物価高の影響が出てくる。
▲	通信会社（経理担当）	・企業努力の範囲がどこまで続くのか、雇用する人を削るしか利益確保の手段が残っていないような状況に向かっている。
▲	パチンコ店（経営者）	・水道光熱費を始めとした原材料高が収益の悪化を招いている。この傾向は年明け以降も続き、消費者の消費意欲をそぐ。
▲	その他サービス [学習塾]（経営者）	・問合せ件数などから判断すると、やや悪くなる。
▲	設計事務所（経営者）	・同業他社が、現在仕事を控えているというか、急な仕事の発注に対応できない状況のようである。当事務所としては、小さな仕事も拾おうと、身の回りの仕事を指名としても受けている。ただし、現在社員数が少なくなっているの、営業面も心がけてやっていこうと思っている。
▲	設計事務所（所長）	・これから先、物価の高騰により工事そのものの発注が減るので、当然設計業務にも影響がある。
▲	住宅販売会社（従業員）	・現状が続くと景気は悪い方向に進む。価格の高騰は不動産全体に影響が出て、客の動きも鈍くなってくる。今後は高値で仕入れたものの在庫処理が厳しくなる。
▲	その他住宅 [住宅資材]（営業）	・年末から年度末にかけては建材需要期に向かうタイミングであるが、例年より確実性のある物件情報が少なく感じる（東京都）。
×	一般小売店 [食料雑貨]（経営者）	・サッカーワールドカップを観戦していると、現地では新型コロナウイルス感染症は収束したように見える。新型コロナウイルス感染症に関するマスコミ報道を止めて、経済活動を活発にしてほしい。
×	スーパー（経営者）	・スーパーの新規出店があり、売上が下がるのが予想される。
×	スーパー（経営者）	・インフレ傾向で商品単価は上がっているが、売上は減少している。この先は値上げが更に進む予想である。電気料金、配送費などの値上げにより、経営が厳しくなっている。
×	衣料品専門店（店長）	・商品価格が急上昇しており、客の買い控え傾向が顕著になっている。節電対策商材は売れているものの、その分アウターウェアの買い控えがあり、トータルではマイナスと予想している。
×	家電量販店（店長）	・買換え需要は一定数あっても、企業の経費削減などで単身赴任を伴う転勤が減少したり、以前と比べて大学生の1人暮らしも減少したりする傾向といった実感があるので、新生活需要は以前の水準には戻らない。
×	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・ますます物価が上がるので、来年の方が厳しい。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がまん延して、飲食店に団体で来る客は相当数減る。演劇などは舞台上で1人でも感染者が出ればアウトなのに、スポーツ観戦はOKというよく分からないやり方をずっと続けており、何の意味があるのだろうかと思う。円も弱くなっており、世の中の景気がかなり悪い方へ向かう。
×	一般レストラン（経営者）	・国政における混乱はもちろんのこと、分かりにくい形で負担が増えるという話も出ているが、これがボディーブローのように効いてくる。出し惜しみせず思い切った財政出動や公共事業投資などを行わなければ、日本経済は間違いなく地盤沈下していく気がする。これから冬季に入り、ヨーロッパ諸国はエネルギー不足に伴う停電などで経済活動が鈍り、いろいろな分野に影響が出てくるのではないかと。
×	通信会社（管理担当）	・販売量の減少傾向、解約件数の増加傾向が続いている。
×	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇、特にエネルギー価格の上昇が利益を圧迫している。



		ゴルフ場（従業員）	・日本企業が生産工場を中国に移すことについては以前から懸念していた。作る人が次の開発の担い手となることであり、中国で新たな企業が安くて良い製品を作るようになる。日本の物づくりの技術を活用し、守る方法は他になかったのだろうか。少子高齢化もあり、日本の将来が不安である。
		ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症との共生社会を意識し、接待やコンペ開催の規制を緩和する法人もみられるが、その動きも限定的であり、収益性の低い状況が続くとみられる。資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収に苦慮し、収益性の悪化が著しく、一時的動向と軽視することは相当でない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が高騰しており、習い事の1つとしての塾を辞める動きも出ている。今後も景気は良くない。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が増加し、社員へのボーナス、インフレ手当も支給している。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々に軽くなっていくと思うので、まだ余地はある（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・値上げ要請も全般的に受け入れてもらえる傾向にあり、スムーズに対応しやすい状況となっている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体不足は徐々に改善されており、自動車業界も当初計画に近い増産を目指している。徐々に良くなる兆しがある。
	○	金融業（総務担当）	・飲食業や観光業は年末商戦やGo Toキャンペーンの影響で売上が戻ってくる。小売業も、正月は家で過ごす人が多くなりそうなので、その分売上が見込める。運送業はまだ燃料と人件費の高騰等により厳しい。不動産業は販売の好調が続くそうである。今後も円安が続くと、インバウンドも期待でき、少し景気が持ち直すのではないかと（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年末にかけてこのまま推移していく。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・円安傾向が緩和される。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・年末に向かってやや良くなる（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・年末年始の人出次第ではないか。また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えると心配である。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・周りには飲食店が多いのだが、ショップカードや名刺印刷についてはやはり新型コロナウイルス感染症の影響を受けており、注文数がコロナ禍以降変わらない。法人からの注文もあるものの、同様に注文数が少ない。店頭客に関しては、客単価が低い状態がずっと続いている。そうしたことから、先行きもやはり変わらない見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の値上げに続き、電気料金の値上げもあり、物の動きが悪くなりそうである。
	□	化学工業（総務担当）	・やや悪いままで推移するのではないかと。新型コロナウイルスの感染第8波で更に低迷してしまうのではないかと危惧している。電気、ガス料金の値上げ救済策が必要である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在企画している医療品容器の案件が具現化すれば、一層の利益増加を期待できるが、具現化へのハードルは高く、時間が掛かりそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・得意先から発行される内示情報等は現在と変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引量に関して、特に良くなるという話も悪くなるという話も届いていない。ただし、若干回復してくるとの話はあるが、過去の例から見て、実際にそのタイミングになってみないと確認は持てない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・海外との取引についても、新型コロナウイルス感染症の影響で展示会を開けなかったため、積極的な展開がまだ難しい（東京都）。
	□	その他製造業〔靴〕（経営者）	・得意先の状況に関しては先ほど述べたが、まず新型コロナウイルス感染症が収束すること、その後はそれぞれの企業努力によって景気が良くなる状況を作るということだと思っているので、期待している。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・急激な円安の影響で、利益率が大幅に低下している（東京都）。

□	建設業（経営者）	・いろいろ物価が上がる割には賃金が上がらないというなかで、この先どのように進んでいくのか。新型コロナウイルスの感染状況とウクライナ情勢の影響によって、この先も物価の変動はある。確かに、給料が上がらないうち景気は良くならない。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出が今年もなかった。また、国内出荷の低迷も続いており、今後も現状が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・原材料価格の高騰が続くなか、やむを得ず値上げに踏み切ったとの声はどの業種でも増えつつあり、利益確保に苦心している様子である。また、建設業では材料の確保が一部難しくなっており、受注を制限している事業者もいるようである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・円安の勢いは落ち着いたが、改善の余地がみられないため、今後も中小企業の業況は変わらない。
□	不動産業（経営者）	・商店街に閉店の貼り紙が多くなっている。当社テナントビルでも飲食店の賃貸借契約解除の申入れがある。新型コロナウイルス感染症の影響で来客数が減り、先行きが見えにくいために閉店することである。来春にはもっと増えるのではないかと心配している。
□	不動産業（従業員）	・不動産販売価格は高値を維持している。販売自体は、客の反応から現状維持と予想している（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響や物価高騰などにより、入居テナントのマインドは依然として重苦しい。例えば、賃料改定交渉では常に値下げを求められたり、解約を匂わされたりして、相変わらず借り手市場になっている（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・経済活動は活発化するが、資材高騰などによる原価圧迫は、どの業界にも当てはまる（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が完全に収束していないので、新規の催事等の計画はない。
□	税理士	・円安の影響で材料費が高騰し、値上がりで皆大変な思いをしている。やはりこれは前首相の経済政策や日銀の金融政策の失敗である。いろいろな会社を潰さないようにと企図してやったことなのだろうが、他方で円安の要因にもなり、資金が米国などに流出してしまっている。また、外国人労働者にとっても本国に送るお金が目減りしてしまい、日本から逃げ出したりして、人手不足につながっている（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	税理士	・年末まではさほどの影響はないが、年明けからインフルエンザと新型コロナウイルス感染症のダブル感染による弊害が現れると予想している。インフレと円安、ウクライナ情勢の影響で燃料費の高騰は避けられず、他の消費に手が回らなくなる恐れが大きい。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等も稼働率を上げようと努力しているが、値上げの影響もあり、良化する兆しがまだ見えないため、しばらくはやや悪い状態が続く。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安が少し戻ってきたこと、外国人観光客が増加傾向にあることは良い環境である。一方、新型コロナウイルス感染症の感染再拡大、材料不足による納期遅延や欠品などは悪い環境である。また、大手企業による物価高対応の賃金引上げなどは中小企業では難しいため、人材の流出が懸念される（東京都）。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・諸物価の値上げが景気に大きく影響してくると思うので、2～3か月先は更に若干悪くなる。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品業界において、特に半導体製品の受注量が減少しつつあり、在庫が徐々に増えていくと予想している。
▲	建設業（経営者）	・材料価格がこの先も値上がりするとの話があり、先行きが不安である。
▲	建設業（営業担当）	・資材価格の高騰が止まらず、3か月後も継続する見込みである。
▲	輸送業（経営者）	・年末年始の特需は過去のものとなり、1～2月は稼働日が減少する月でもあり、取扱量の低迷とあいまって、現状より悪化すると予想している（東京都）。
▲	輸送業（経営者）	・物価高、電気料金や燃料費の高騰で、これから冬を迎えるに当たってマイナス材料が多過ぎる（東京都）。

	▲	金融業（従業員）	・原材料費、光熱費等が今後も更に高騰することで利幅が縮小し、ゼロゼロ融資で調達した資金も減少している。積極的な投資を行っていくようになってきている。
	▲	不動産業（経営者）	・年末にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているようだが、お互い研さんして前進するのみである（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・物価上昇や人口減少がある（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	・当社の取引先の事情による（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況や、世界情勢が改善しないので、現状からは変わらない気がしている。燃料費、資材価格の高騰による宣伝費への圧迫は避けられないのではないかと（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・物価上昇が続いているため、買い控えなどの傾向が続くのではないかと。
	▲	経営コンサルタント	・値上がりのインパクトが大き過ぎるが、取引先には値上げ交渉できない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・中堅クラスの契約物件がオーナーチェンジで解約となる（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月で繁忙期は終わるため、悪くなる（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・今まで取引のある業界は、大手企業を含め、仕事量が少なくなっている。仕事自体が減っているようだが、他の業界にもなお一層力を入れて営業をしようと思っている。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・今後更なるエネルギー価格と人件費の高騰により製造原価が押し上げられ、利益が圧縮され、企業も財布のひもが固くなると予測している。
	×	建設業（経営者）	・政治が落ち着かないと経済も良くならない。
	×	建設業（従業員）	・円安ドル高がこのまま進んだら景気は良くならない。また、ウクライナとロシアの戦争も終結しないと良くならない。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感は現場でも引き続き強い（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・毎年、年度末に向けて業務量は増加傾向にある。今年もコロナ禍が続いているが、求人、求職者、派遣労働者数は年度末に向けて増加傾向で推移する（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・そこまでの不安要素は少ないように思えるので、年内はこのまま景気が良い状態が続くのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・何とかしないといけないという意味だけである。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が継続的に増加しており、企業活動は活発化している（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・来期は求人を増やす企業が多いとみている。ただし、学生の動きに合わせて細かな対応が求められ、応募要項やタイミングなど手間が掛かりそうである。予算の配分が重要になる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後も人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・取引先からの依頼件数に対して応募者数が追いついていない状況に改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材派遣事業は堅調に推移する一方で、原料高や円安の影響もあり、人員調整等の構造改革を検討する企業が増加し始めている。直近での景況感是不変変わらないが、来年に向けて予断を許さない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、年を越したい思いからか、仕事の紹介が可能な登録人材が減少し、延長を決めるため、人材の流動化が停滞する（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・例年どおり年末年始イベント関連の求人が増えつつある。自動車関連は円安、半導体や部材不足、販売不調により生産自体を抑える動きが出ており、求人が低調である。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材不足の傾向が続いている。依頼数に対してこたえられないことも増えており、人材が供給しきれない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・取引先からのネガティブな話はなく、来年3月頃までは現状維持が見込まれる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・航空観光関連企業からの求人が増えているものの、一度離職した方のリプレイスに苦戦している企業も多く、大幅な雇用改善にはならないとみている。	

□	求人情報製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波やウクライナ情勢、円安に伴う資材高騰、消費物価の上昇など、様々な問題に対する抜本的な解決策が見えないため、事業者側、消費者及び雇用者側共に、静かに耐えていく時期である（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・これから先そこまで大きく景気が良くなる感じはしない。決して悪い水準ではないと思うが、どんどん数字が伸びているということもなく、やや良い状態をキープしているような感じである。政策次第で消費活動は大きく変わってくるが、その影響が企業にはやや遅れてやってくるような気がする。業務が忙しくなって始めて求人が多くなる。2～3か月先に好景気を味わうには、今何かしらの実感が必要である。例えば、大きな物流倉庫が稼働しそうだとか、消費活動が大きくなりそうなキャンペーンをやっているなどである。今のところ悪い動きは感じていない。
□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格高騰と円安による諸物価の上昇が続けば、企業の負担は増し、賃上げや雇用への影響が懸念される。労働者にとっても物価高に見合うだけの収入の増加がなければ、消費が減退し、景気が冷え込むことが懸念される。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べ1.9%減少しているが、前年比では11.6%増加しており、11か月連続して前年同月を上回っている。有効求人倍率は前月と比べ0.01ポイント低下の1.11倍で、ほぼ横ばいである。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の形が変わってきており、積極的な新分野への挑戦を期待したい（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・年末年始にかけて消費が増えると思われるが、物価の高騰など懸念材料もある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価が上昇している（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・人件費に対して消極的になっている会社が増えている。
×	職業安定所（職員）	・物価上昇と円安の影響により、今後も引き続き景気は良くなるらない。