

## Ⅰ. 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)	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・行動制限がないことから、ほぼ通常の状態に戻りつつある。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まったこともあり、ここ3か月、景気が徐々に上向いている。旅客数、来客数、客単価の動きが良くなっており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。ただ、12月は効果が一巡したためなのか、2か月前や3か月前と比べると、伸び率が若干落ちている。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・外国人による購買が増えており、その分だけ売上が増加している。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、行動制限がないことから入客が確実に増加している。
	○	百貨店（営業販売促進担当）	単価の動き	・8月に始まった閉店セールの効果で衣料品、雑貨が引き続き好調に推移している。食品以外の部門が好調なことから、客単価は大きく上昇している。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・11月は気温が高く、降雪が少なかったことから、アウターや防寒系の肌着などの衣料品が苦戦したが、その需要が12月に回ってきており、好調な売れ行きとなっている。ただ、重寝具は12月に入っても動きが悪く、家の中で使う物については生活防衛意識の高さがうかがえる。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・価格高騰に伴う買い控えの影響で買上点数は伸び悩んでいるが、これまで減少傾向にあった来客数が増加している。トータルの上上も増加傾向になりつつある。
	○	スーパー（役員）	販売量の動き	・地域のプレミアム付商品券が発売されたことで、消費が一気に活気付いた。
	○	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・光熱費の高騰が続いているものの、冬物衣料の販売量が想定以上であり、景気がやや良い状況にある。リゾート地域の店舗では、海外からの客も増えていて、円安の恩恵も出ている。ただ、クリスマスギフトの需要をみると、比較的安価な商材を買う客もいることから、物価高騰の影響もみられる。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車効果により来客数、販売量が増加している。
	○	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・来客数を前年比で見ると、これまで減少傾向にあったものが増加傾向に転じている。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・コロナ禍における医療業界のバブルは去り、良質さと堅実さを求める客だけが残っている状況にある。今後はより誠実な接客対応が求められることになる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が客室の稼働を押し上げている。12月28日から1月9日にかけての期間は稼働が大きく落ちているが、外国人観光客の予約が前月よりも増えていることもあって、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援などの施策の効果もあって、景気が徐々に回復している。
	○	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に人々が慣れたことから、12月の入客が元に戻りつつある。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・インバウンドの団体客が明らかに増えており、新型コロナウイルス感染症発生前のような冬の観光シーズンのにぎわいが戻りつつある。インバウンドによる個人利用もかなり目立っている。インバウンドの利用者が増えた分だけ売上が増えており、3か月前と比べると大幅に伸びている。
○	美容室（経営者）	販売量の動き	・12月の売上は前年を5%弱上回っており、ここ3か月で一番良いものとなっている。	
□	商店街（代表者）	単価の動き	・報道などでは景気が良い方向にあるという声も聞こえてくるが、客の反応は決して良いものではない。	

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
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の購入の仕方が最低限なものとなっている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・11月は新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したことで、来客数が大幅に減少しており、全業種がマイナスに転じた。12月も若干の影響はみられるものの、徐々に回復傾向に転じつつある。ただ、新型コロナウイルス感染症発生以前と比較すると、客の行動に大きな変化がみられている。特にクリスマスは自宅で過ごす傾向が顕著であり、デパートなどの食料品売場は活況だが、飲食店は軒並み苦戦している。巣籠りの習慣が根付いていることで消費の衰退を招いており、これを払拭するのは容易ではない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で150%、前々年比で368%となっており、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても98%まで回復している。インバウンドによる売上も、中国本土以外のアジア客を中心に以前の30%程度まで回復している。ただ、12月後半は大雪の影響で道外からの観光客が減少しており、少し寂しい状況であった。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が少しずつ薄れているが、いまだ元の状況には戻っていない。
	□	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあるが、客単価が低下している。
	□	スーパー（店長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響については若干の改善傾向がみられるものの、ウクライナ情勢やエネルギー価格高騰による影響が非常に大きく、全体的には悪いまま横ばいでの推移となっている。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価高により、客単価が上昇していることの影響がみられる。一方、マーケット内に競合が新規出店したものの、来客数の前年比は3か月前よりも上回っている。前年の同時期は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少したことで内食需要が減少した時期であり、その反動が出ていることが要因の1つとみられる。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年をやや上回っているが、商品単価が上昇していることを考えるともっと売上が増えていなければならない。来客数も増加していない。
	□	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症、日用品や光熱費などの値上がり、長期金利の変動幅の見直しなどによる影響で必要最小限の消費になっている。客との会話でもこれらの話題がよく聞かれる。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格が高止まりしていることで客の節約志向が強くなっている。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・繁忙期が終了した段階で前年を1割程度下回る売上となっている。今年の年末商戦は客が早い段階で動き出していたことから、12月の動きは例年と比べて落ち着いていた。
	□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・12月の売上は例年の50%を超えており、予想に反してやや良かった。前月に新型コロナウイルスの新規感染者が急増したこともあって、一時的に客足が遠のいたが、夜の個人客が順調に来店した。ただ、忘年会などの団体客は低調であった。来客数が増えていることから、スタッフを増やしたいが、原材料の値上げなどの影響もあって利益が圧迫されており、当分補充は厳しい状況である。地方の状況を見ると、夜の繁華街は人が少なく感じるが、人気の料理店は個人客の予約で貸切りとなるなど、少しずつ景気が上向いている様子がうかがえる。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・夏季以降、航空便の国内線利用者は新型コロナウイルス感染症発生前の80%ないし85%の水準で推移しており、需要は回復傾向にあるものの、回復率は横ばいの状況が継続している。一方、国際線は11～12月にかけて、韓国、台湾、タイなどのアジア路線の運航再開がみられることから、ようやくインバウンド回復の緒に就いたとみられる。
	□	旅行代理店（従業員）	それ以外	・ようやく新型コロナウイルス感染症の影響からの回復がみえてきたところに、各種値上げが相次いでいることから、再び景気が落ち込む状況となっている。

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
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・10月までは前年比プラスで推移していたが、11月及び12月は前年比マイナスとなった。タクシー1台当たりの売上は新型コロナウイルス感染症発生前と同じような水準に回復しているが、乗務員不足の影響が出ている。乗務員は新型コロナウイルス感染症発生前から30%以上減っており、会社の売上も新型コロナウイルス感染症発生前と比べると30%のマイナスとなっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・ニュースなどではインバウンドが増加傾向にあるようだが、来客数に変わりはない。イベント関係の利用が多少みられたものの、旅行者の利用はこれまでと変わらなかった。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・ここに来て新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることから、タクシー利用にも影響が出ている。こうした状況が続くことで自治体が何らかの対策を行うことも懸念される。年末や年始にかけての動きを注視したい。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・12月前半は暇な日が続いたが、後半は忙しくなり、トータルではまずまずの売上となった。新型コロナウイルス感染症の影響は余り感じられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客の購入意欲に大きな変化はみられない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・12月に入り、年末の大売出しが始まっているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることもあり、来街者の目立った増加はみられない。ただ、来年1月末で閉店する区域内百貨店が閉店セールを行っているため、百貨店を訪れる客は増加している。全体としては景気は3か月前と比べてやや落ち込んでいる。
	▲	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・物価高の影響が継続している。客単価は3か月前の前年比96%に対して、12月は前年比91%となっており、5%低下している。また、買い控えがみられることで、買上客数は3か月前と比べて8%低下している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・ここに来て観光客が減少しており、見込みほど活発な動きがみられなかった。また、新型コロナウイルス感染症の影響も少なからずみられる。今後、トレンドが上向くことを期待したい。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・西日本の暖冬、物価高騰、中国のコロナ禍の影響による生産トラブルなどのマイナス要因があり、景気はやや悪くなっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・例年よりも半月遅れで冬物が動き出したことで、12月の数字は改善している。ただ、通年売れるスーツを買い控える動きが続いており、全体としては苦しい状況となっている。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・12月の客足はやや鈍っていたが、後半になり来客数が戻っている。ただ、客が店内にいる時間は短い。電話での問合せも多くみられる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・10月及び11月は販売台数が伸びていたものの、12月になり、販売台数が伸びていない店舗もみられるようになっていく。冬の販売が落ち込むという北海道特有の事情もあって、年末商戦は厳しい状況にある。ただ、当社の場合、決算期に向けて1月ないし3月が最盛期となることから、これから盛り返すことが期待できる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援については、予算規模や支援内容から大きな効果はないものとみられる。また、地域内での相互扶助にもそれほど寄与できていないことから、消費が縮小している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・行動制限はないものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしていることから、徐々に上向いていた来客数にも陰りがみられる。特に12月の忘年会を含めた宴会のキャンセルが顕著にみられ、先行き不透明な状態となっている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が低下することを受けて、予約が鈍化している。物価高、長期金利の変動幅の見直しに伴う影響も出ている。

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（従業員）	販売量の動き	・9月は第7波の出口に当たり、夏の自粛の反動で旅行需要の高まりがみられた月であった。一方、12月は全国旅行支援が年末年始で途切れることもあって、旅行需要が低下している。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量確保のため、ローコストの通信会社との契約にも依存しなければならない状況となっている。そのため、販売量は確保できているものの、全体の収入が落ち込んでいる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・値上げが相次いでいることから、客の使う金額が減ってきている。
	▲	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	・悪天候に伴う海上のしけで欠航を余儀なくされており、輸送量が落ち込んでいる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・物価高、資材高の影響で住宅価格が上がったままであり、住宅を建てる人が減っている。また、住宅以外の物件についても計画の見直しや延期が増えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・総合展示場の来客数が一段と減少している。
	×	スーパー（従業員）	それ以外	・最低賃金の引上げに伴う人件費増、電気料金や燃料費の負担増など、経費の増加が顕著にみられる。仕入価格の上昇分は販売価格に転嫁しやすいが、経費の増加分は転嫁することが難しく、利益が大きく減少している。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者が増えていることが影響している。居酒屋では景気の良い店もみられるが、当店のようなスナックは客足が少なくなっている。取りあえず営業は続けているが、これから景気が良くなるとは余り思えない。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・忘年会シーズン直前に新型コロナウイルス感染症の第8波が到来したことで、大人数の宴会を自粛して、少人数の忘年会に切り替える動きがみられ、12月の夜間の人出が減少した。売上は新型コロナウイルス感染症発生前の8割まで回復していたが、再び7割まで落ち込むことになった。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	*	*	*
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は増えているが、原材料の価格高騰が止まらない。また、原材料の供給遅延が長く続いていることで、残業や休日出勤などでの対応が増えており、人件費の負担も増している。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・冬本番を迎えたが、降雪による影響は例年ほどみられない。年内しゅん工の現場では計画を上回る利益が確保できる見込みであり、稼働中の現場も設計変更や追加工事による上積みが確実となっている。
	○	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当社の業績は計画比で好調に推移している。周囲の企業も同様に計画を上回る業績となっている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・全国旅行支援や外国人観光客の入国制限緩和により、観光関連の業況が回復しており、道内景気を押し上げている。一方、それ以外の業種はコロナ禍や物価高の影響を受けており、業態、客層、地域、事業規模などによって業況がまだら模様である。総じてみると、道内景気は3か月前と比べてやや良くなっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は3か月前と変わらないが、原材料やエネルギーなどの価格高騰が続いているため、利益の出ない構造にも変化がみられないままである。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・業務の発注量が相変わらず少ない。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・季節要因を除けば、受注量に大きな変化がみられない。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する制限が緩和されていることで、人の行き来は増えているが、諸物価が大きく上昇していることから、景気は依然として低迷している。
	□	司法書士	取引先の様子	・建築関係の取引先において、これまで徐々に回復してきた業績が冬期間に入り横ばいとなっている。資材の価格高騰や為替相場の変動、コロナ禍、ウクライナ情勢など、様々な要因があるが、なかでも季節要因が大きく影響している。

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
	□	その他サービス業 [建設機械レンタル] (総務担当)	受注量や販売量の動き	・売上が前年から微増で推移している。
	▲	*	*	*
	×	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・新築戸建て住宅の着工棟数が前年比で24%程度落ち込んでいることから、受注量が大幅に減少している。土地や原材料の価格高騰、半導体不足による設備機器の供給不足などが要因であることから、回復する見通しも立たない。
雇用関連	◎	—	—	—
(北海道)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年末にもかかわらず駆け込みの求人が増えている。年末はボーナス支給後に退職者が増える傾向にあるが、新年までに人材の調達を終えておきたいという企業側の動きが強まっているとみられる。一方、求人ニーズが底堅いことから、こうした動きはアフターコロナを見据えた人材採用の動きにもみえる。
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者の急増に伴って、介護施設でクラスターが多発したことで求人数が減少している。一方、国内観光客、中国以外の外国人観光客が増えていることで、宿泊や飲食、小売の求人数が増加している。全体としては景気はやや良くなっている。
	○	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・11月の新規求職者数は前年を5.6%下回り、6か月連続での減少となった。一方、新規求人数は前年を16.0%下回ったものの、前年の求人数が通常時を上回ったことの反動によるものとみられ、業況堅調な企業を中心に求人が引き続き堅調に推移している。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・当地における11月の有効求人倍率は1.02倍であり、3か月前との比較では0.07ポイント上回った。
	○	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・2023年春卒業予定者の採用活動はほぼ終了している。飲食関連や清掃関連では予定の採用枠を満たせなかったようだが、それ以外の業種ではどの企業もおおむね最低限の新卒採用は確保できたようだ。業種によっては原材料などの価格高騰により、苦しい経営環境となっているところもみられるが、全体的には景気は回復している。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	周辺企業の様子	・求人数は前年とほぼ同数であるが、応募者数の減少と採用決定率の低下がみられる。業種や職種による違いも大きくなりつつある。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・中心部において外国人観光客を見掛けるようになり、インバウンド需要への期待感も高まっているが、物価高や原油高などのマイナス要因もあり、景気回復の実感まではない。観光関連、飲食業、販売系などの求人数が大きく伸びている状況もみられない。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・掲載申込件数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。ただ、円安や原材料の価格高騰、最低賃金引上げに伴う人件費増加などのマイナス要因もあり、更なる上昇機運に乗り切れていない。
	▲	職業安定所 (職員)	それ以外	・円安に伴う企業収益の悪化、長引くウクライナ情勢、原材料の価格高騰に伴う様々な物の値上がり、物価上昇に追い付かない賃金上昇、新型コロナウイルス感染症の再拡大など、マイナス要因が多く、景気は3か月前よりもやや悪くなっている。
	×	*	*	*

## 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)	○	一般小売店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援のクーポンを使う客がいる。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	それ以外	・12月前半は例月とほとんど変わらなかったが、イルミネーションのイベントが始まった中旬から急に人の流れが多くなり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。それに伴い来客数も増えており、特に新型コロナウイルス感染症関連商品が動いている。

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
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・上旬は低調であったが中旬以降回復し、月全体として平年と変わらない動きとなっている。低調だった3か月前よりはやや良くなっている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数が前年比93.1%、買上点数が97.1%となっている。来客数、買上点数共に減少しているが、1品単価が106%、客単価103.2%と1人当たりの買物金額が増えており、景気はやや良い状況になっている。
	○	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は相変わらず多いが、人の流れが良くなってきている。全国旅行支援の効果により、地域クーポン利用客も増えている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数の減少を単価増がカバーし、売上の増加につながっている。しかし、人流はかなり活発になってきている。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・これまでの生産遅延が若干解消傾向にあり、客への納車も進んだため収益状況が改善している。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・降雪による冬物商材の動きが活発である。特に単価の高い商品の動きが良い。良いものにはお金を使っている。
	○	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感染症発生前と比べて宴会の数が減り、飲み方のスタイルも変わっており、人出も少ない。昔の忘年会シーズンとは違う。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の延長もあり、順調に推移している。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援により12月までの国内需要は9月と比較して上向き傾向にある。海外需要は依然厳しい状況が継続している。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で販売量が好転している。しかし、海外旅行は2019年比で10%、訪日はゼロベースであり、全てが良くなっているわけではない。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍は続いているが、忘年会は例年と異なって12月にまんべんなく行われており、タクシーの需要は非常に多くなっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前にはいなかった実車したままタクシーを待たせる利用者が出てきている。また、目的地への片道利用ではなく、往復での利用者も出ている。売上は前年比1.4倍が見込まれる。
	○	競艇場（職員）	来客数の動き	・年末年始は大きなレースの開催が多いため来客数が伸びており、売上が良くなっている。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・造成地条件分譲による戸建て住宅の受注予約がかなり確定している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるなかで、商店街の売上は横ばいである。客の消費意欲は食品や光熱費の値上がりの影響を受けており、3か月前と変わらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・今月は抗原検査キットやヘルスケア商品の販売が好調に推移しているが、化粧品が少し落ち込んでいるため、全体的には前年比100%である。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・お歳暮ギフトはほぼ例年並みの販売量だが、今年は単価を下げて購入する客が多くみられた。また、飲食店向けは、クリスマスが週末だったこともあり、販売量は期待していたよりも伸びなかった。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・年末にもかかわらず商品の動きは鈍い。利益の上がる仕立ての仕事が大変少ない。当地域でも新型コロナウイルス感染症が感染拡大しており、思うようには動くこともできず、ダブルで痛手である。
	□	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・12月は来客数が戻ってきている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・12月の平均1品単価前年比が5%を超えてきた。来客数の前年割れは同じ傾向だが、買上点数の減少率が来客数の減少率より大きくなっており、買い控えがみられる。ただし、売上前年比は前年並みで、横ばいである。新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上がりがいまだに続いており、買上点数が減少傾向にある。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前とそれほど変わらず、少し悪い形での横ばいであり、なかなか上向いてこないのが現状である。品物がどんどん高くなっていることが原因とみている。

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
	<input type="checkbox"/>	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の影響がまだ続いているため、人の動きが悪い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の変動が少ないため変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の回復がみえない。商品単価上昇で売上が確保されている状況である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の価格が軒並み値上がりしている割には、客に極端な買い控えはみられない。最低賃金もアップしており、それほど景気が悪いという感じは受けない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の高騰により売価も上げざるを得ず、購入を見合わせる客先が増加している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・防寒性が高い高額アウターを求める人は多くなってきたが、物価高騰による買い控えは継続している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・一部車種の生産ストップや納期の大幅な遅延により、個人の消費がなかなか伸びない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・新車納期の改善はなく、前年から変わらず推移している。来客数も変わらない。購入予定をはやめてもらうことで販売活動の見直しをしているが、まだ売上実績には変化がない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は増えてきており、受注もそれなりに増えつつある。しかし、納期が不安定であるため収益が安定しない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・いつもより早いまとまった降雪で期待はあったが、気温が下がらず当地の除排雪関連業者では今一つ感がある。スキー場などは早くからの営業開始ができた。暖房用燃料関係業者については気温がもう少し下がってほしいところである。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・正月の準備と一緒に仏壇の整備を行う人が多いようで、小物仏具類の販売量が多くなっている。寒さは厳しいが雪が少ないことも後押ししている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・公務員のボーナス時期に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したため、地元飲食店は集客、売上に苦戦している。店頭販売も低調とまではいかないが伸び悩んでおり、やや苦戦している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・年末は、防寒着や各種出ている防寒グッズが予想よりも動いていない。寒さが早くきていけばもっと動いていたかもしれない。企業はなるべく経費を抑えているようである。
	<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	・鉄道を含め、人の流れはかなり出てきているものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、客の買物行動が今一つ盛り上がっていない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・客の会話が弾んでいる様子がみられる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年のクリスマスは前年よりは客が来ているが、ピーク時の6～7割程度にとどまっている。依然として厳しい状態が続いている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊業は全国旅行支援で集客が伸びている。しかし、ここ最近の原材料の価格高騰が利益を圧迫している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・秋季は全国旅行支援の実施により販売が伸びたが、閑散期に入り販売が大きく落ち込んでいる。1月の全国旅行支援の詳細発表が遅れていることから予約の停滞も起きており、1月初旬の販売に影響が出るとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・12月から年末キャンペーンが始まり若干加入者が増えてきた。しかし、テレビにインターネットをつないでみる人が増えているなど、若者を中心にテレビの見方が変わってきたこともあり、有料テレビの新規の加入者は伸び悩んでいる。一方でインターネットサービスの加入者は増加し、今年度で最も多い加入者を獲得している。テレビとネットの合計でみると変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の購買意欲に変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客からは相変わらず経費削減の話ばかりである。

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
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・例年12月は少し暇な時期になる。10月、11月と比べて団体客は減っているが、インバウンドが増えてきている。団体客が減った分をインバウンドが補って、景気は変わらない状況になっている。
	□	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第8波の影響に加えて、冬の寒さが本格的になり、クリスマスが週末にもかかわらず、前年程度にとどまっている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数がここ数か月連続で前年比90%を割っている。新規来店率は低く、再来店客数も少なめの状況が続いている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・寒くなったため、客の出足も鈍くなっている。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・人出、売上共に少なく、年末年始の好感感はない。依然、低調が続いている。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はガス給湯器を交換する工事が増えている。故障がなくても交換したいとする問合せも増えている。リフォームは補助金制度を対象とした工事が増えている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数は前月比70%、前年比100%になっている。12月は来場組数が減少する月のため、例年並みである。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末需要が減少している。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・平日と週末の動きに差がある。全体的には新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や物価高の影響で、不要不急の買物自粛がみられる。ただし、高額品については堅調に推移している。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・商品の値上げが相次ぎ、販売価格を上げざるを得ない状況である。客は今までもよりも更にシビアに他社との価格比較を行い、店舗を選んでいるようである。
	▲	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数が前年を下回り、買上点数が減少している。いろいろな値上げで客の購買は慎重になっており、必要最低限の買物しかしない。無駄な消費を抑えている感じがうかがえる。
	▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・物価や光熱費の高騰の影響で、食事に掛ける時間と費用の中身が変わってきている。調味料やガス・電気、時間などを節約し、外食やデリバリー、総菜、レンジアップ品などの需要が高まっている。新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まっており、保存食のまとめ買いも価格に敏感になっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、夕方は特に少なくなっている。
	▲	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の増加に伴い、来客数の減少傾向が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・少しずつ新型コロナウイルス感染症による自粛から解放されてきており、出掛ける計画を立てる客も出てきているが、その反動は期待したほどではない。物価の上昇や冬の光熱費の値上がり感がブレーキになっているのではないか。小売業としては、経済が回らなくなるブレーキ報道はできれば少し抑えてほしい。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・行動制限解除後、時間の経過とともに来客数が増えている。一方で、物価高のなか賃金がなかなか上がってこない状況下において、以前のように高単価商品を購入する人が減少している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・物価の上昇、新型コロナウイルスの感染拡大で、夕方の来客数が減少している。客は買物に慎重になっており、買上点数も下がっている。
	▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・コロナ禍での行動制限がないなかで来客数は増加していくとみていたが、前年比95%と減少しており、来店及び購買につながっていない。光熱費や物価の上昇により、生活必需品以外の購買は控える傾向にある。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・値上がり傾向により、客は電気代などが掛かる電化製品の購入を控えているようである。エアコンなどよりも石油暖房の購入件数が増えている。大型冷蔵庫など消費電力の少ない物、単価の高い物はよく売れているが、買換え需要や新築需要での売上は伸びていない。



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（従業員）	販売量の動き	・年末のボーナス商戦の時期ではあるが、初売りに向けての買い控えをしている客がいる。また、新型コロナウイルスの感染拡大の影響がある。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・回復傾向にあった燃料油の販売量は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに販売量が低下している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・売上が目標に達していない。来客数も減少している。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援は実施されているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や物価高の影響か、来客数は減少している。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰や新型コロナウイルスの感染拡大、増税案等が将来に不安を与えている。日本銀行の実質利上げもあり、景気回復は今のところ見通しが立たないため、やや悪くなっている。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・12月や来年3月引渡しの案件を完工させると次に控える仕事がないという取引先企業が幾つもある。
	×	一般小売店 [書籍]（経営者）	販売量の動き	・来客数、単価、売上のいずれも減少しており、景気が悪くなっている。
	×	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・来客数減少に加えて客単価も下がってきている。要因としては、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加よりも物価上昇による購買意欲の低下が大きい。
	×	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響により、来客数が前年同月比で減少している。また、食品を始めとする各種値上げに伴い、生活防衛意識が強まっており、客の消費マインドが鈍くなっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・地域発行の商品券が配られているにもかかわらず財布のひもは固く、額面の上限以上の買物はしていない。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・ただでさえ例年冬は厳しいのに、電気料金が値上がりし、経営が困難な状況となっている。もう打つ手もない。春まで持たない店が出てくるような状況である。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・リベンジ消費が一巡したためか、12月に入り前年に追いつかない状況になっている。前年と比べてかなり苦戦している。
	×	その他専門店 [食品]（経営者）	来客数の動き	・お歳暮ハイシーズンだが、値上げの影響が大きいいため来客数も増えず単価も上がらない。ネット販売が好調なわけでもない。ニュース等で値上げの話題が毎日のように取り上げられ、財布のひもが固くなっているとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症がいつ終息するのかという話ばかりで、商売の方は動きがない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月の中旬までは来客が全くなく、予約があっても新型コロナウイルス感染症に感染若しくは濃厚接触者になったことによるキャンセルが相次いでいる。今まで経験したことがないような12月である。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・相次ぐ値上げで生活費が圧迫されている。当店も値上げをしているが、客足が減るため、本来の利益率まで値上げすることができず利益が薄くなっている。さらに、宴会予約のキャンセルも増加している。理由は全て新型コロナウイルス感染症に感染してしまった人がいるための開催見送りである。まだまだ新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、周りで感染した人がいれば巻き込まれて行動が縛られるため、いまだに夜の繁華街は静かである。
×	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・各種物価高騰により、消費者の収支状況が今までにないくらい厳しくなってきている。	
企業 動向 関連  (東北)	◎	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・全国旅行支援のクーポン等を利用する観光客で特に土日の店舗集客が多い。ギフト需要も前年を上回っている。
	○	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・各種報道で景気が踊り場にあることを感じるが多くなっており、消費マインドにも影響が出ているようである。
	○	輸送業（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やウクライナ情勢、中国の景気動向等により、景気が良くなりかけたり悪くなったりしているが、最近ようやく若干良くなりつつある。

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
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・全国旅行支援の効果もあって観光・宿泊業の業況が好転している。飲食業も回復途上ではあるが底は脱した感がある。一方で、原料高、円安に起因する物価高が続くなか、消費マインドは今一つ鈍いままである。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症への過剰な防衛意識が薄れ、年末ということもあり消費は上向き傾向にある。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いているが、特売商品の増加で前年を上回っている。
	□	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続いており、景気が悪い状況に変わりが無い。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注自体は堅調だが、特に大きな動きはない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・12月は雪の影響が軽微で、工事の追い込みは順調である。一方、春先までの工事受注の減少で、今年の完成工事高は前年比マイナスとなる見込みである。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応が冷え込んでいるなか、今後受注するためには新規設備投資の必要がある。明るい状況にない。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているものの、人流はかなり戻っている。しかし、物価高騰のあおりを受けて消費マインドが冷え込み、企業の販促活動にマイナスの影響を及ぼしている。それにより、広告業界の業績は横ばいの状況が続いている。
	□	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。サービス業関係では一部客が戻ってきていない業種があるが、小売、飲食関係は新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、少しずつ売上等が戻ってきている。建設、製造業関係は一定の業績を確保しており、全体としての景気はやや良いとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・商品値上げ前の駆け込み受注を期待したが、思うほど受注が伸びず期待が外れた。新製品の発表も特になく、現状を維持するのが精一杯である。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・今年のもも、りんご、ぶどうの収穫量は前年の2～3割増しと豊作で、販売単価は前年の2～3割安くなっている。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米の農協出荷後の追加払いが期待していたより少なかった。
	▲	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による行動制限がないため、土産需要は堅調である。しかし、歳暮需要に関しては受注件数、客単価共にマイナスである。物価や電気料金等の値上がりの影響が出ているとみている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げが必要な状況にもかかわらず、価格競争が発生している。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・出荷は前年比2けたのマイナスがずっと続いており、回復の兆しが全くみえない。諸資材の高騰により経営面で非常に厳しい。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先の設備投資の話題が少なく、3か月前と比べても見積りの件数が少ない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・見積案件数が減少している。同業他社からも同様の声が聞こえている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・修繕費用を従来よりも削減している。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・メモリ半導体は客の投資遅延が見受けられ、一時的に景気が下がる可能性がある状況にある。メモリの潜在需要が下がっている印象は受け取れないため、コンテナや各種材料等の世界的な供給不足と、半導体を使う最終製品の出荷減が原因と考えている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メイン事業のデバイス関連の受注、売上の減少と半導体事業の落ち込みにより、売上は減少している。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大口の受注契約がない。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の業績回復が見通せず、受注量の見通しが立たない。
	▲	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・様々な商品の値上がりにより、買物量や種類を減らす傾向がみられる。電気代の負担が今年は増えていると訴える人が多い。

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
	×	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（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拡大によって、業務用における動きが前年よりも更に停滞している。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・飲食業や卸売業、システム業界、IT関連企業、食品加工の工場、専門商社といったあらゆる業種から、求人への依頼や問合せが増えている。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数の増加が顕著で、適切なマッチングを促進していくことで成約件数を伸ばせる状況にある。
	○	新聞社〔求人広告〕 (経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、特に規制もないため経済は回り出しており、求人広告に対する需要は増加傾向にある。しかし、多くの企業で人材確保が大きな課題となっていることから、求める人材を確保しにくくなっているとみている。人材確保が計画どおりできていないことは長期的にマイナスに働く可能性が大きい。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は18か月連続で増加しており、雇用状況については改善している。人手不足を訴える事業所は業種、規模を問わず多い。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの新規感染者数の急増により、求職者の動きは決して良い状況ではない。
	□	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新規感染者数は高止まりしているが、イベント等は復活しており、経済が回ってきている感じはある。しかし、忘年会や新年会等、飲食を伴う会は依然激減したままの状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊業、飲食サービス業の新規求人数が増加傾向にあるものの、求人倍率が3か月前と比べて低下している。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・人手不足から企業の採用意欲は高いものの、労働力人口の減少等から採用に至っていない。従業員が担保できず廃業する事業所も発生している。
	▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	周辺企業の様子	・今月も売上が前年実績を下回っている。業種を問わず伸びに欠けている。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・物価高の影響による節約志向で消費が伸びない。新型コロナウイルスの感染拡大により職場単位での忘年会等の開催に慎重で、飲食店での消費も伸び悩んでいる。
	▲	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・物価高騰による支出の増加から、経済活動が停滞している。
×	アウトソーシング企業 (経営者)	それ以外	・電気代を始め、紙代など全てが値上がりしているが、客とは年度契約のため価格転嫁ができない。	

### 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)	◎	都市型ホテル (支配人)	単価の動き	・全国旅行支援の効果で単価が上がっている。また、ビジネス客も戻ってきている。
	○	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・値上げ等が続き、景気は下向きかと思われたが、来客数は増加しており、景気は上向いている。
	○	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比103%で増加しているものの、客単価は98%と前年割れで終了している。消耗品の動きが107%と改善したことが良かった点である。
	○	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・クリスマスや年末商戦の影響か、当地域の大規模小売店への来客数も多く、にぎわいをみせている。ただし、小規模な店は個性的なところ以外は厳しい。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・車両遅延も解消され始め、登録できる車両が出てきて販売台数を確保できるようになってきている。
	○	乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症での行動制限があった時期と、解除された時期を比べると、数段の差がある。解除以降、来客数の動きが極端に良くなっている。
	○	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・やや販売量が増えている。人の動きや交通量等が若干多くなったことが販売量にも結び付いたと思われる。
	○	その他専門店 (総務担当)	販売量の動き	・売上が増加しており、やや良くなっている。

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
	○	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・例年同時期と比較して、団体客はいまだ少なく、予約の入り方も遅い。しかし、少人数客の来店は、県外も含めて多くなってきている。明るい笑顔や会話も多くなり、店内も活気がある。このままの状況がしばらく続くのではないかと。
	○	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新規感染者数は増えているが、久しぶりの行動制限のない年末で、動きが出ている。
	○	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・繁忙期なので、宴会や個人客共に、動きは十分ある。
	○	その他飲食 〔ファースト フード〕（経営者）	単価の動き	・12月ということもあり、当店のような中食販売業界では、帰省してくる家族も多いことから、1家族への販売個数がかかなり良くなっている。
	○	都市型ホテル （支配人）	単価の動き	・全国旅行支援の影響で、宿泊部門に関しては稼働率、単価共に高水準で推移している。また、料飲部門も数年ぶりの忘年会等のためか、高単価の受注が多い。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・教育団体、法人、自治会等からの依頼件数が増えている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・11月に続いて12月も全体的に動きが良く、前年同月と比べて10%の増収である。
	○	テーマパーク （職員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で、来園者は増加傾向にある。
	○	ゴルフ練習場 （経営者）	販売量の動き	・商材の動きはあるものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることが心配である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・諸物価値上がりの影響か、最近は買い控えがみられる。全国旅行支援で旅行してきた話は出るものの、商店への影響は全くない。年末なのに街中に人の動きが少なく、店の閉店時間を早めてきている。
	□	一般小売店〔青果〕 （店長）	来客数の動き	・例年、干し芋や干し柿等の高額商材の贈答品が結構あるが、今年はかなり減っている。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年同月比で100%を若干下回る状況で推移している。新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では5%弱下回っており、景気の回復が弱いと言わざるを得ない。
	□	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・来客数に対し売上は5%アップとなっているが、値上げによる影響が大きく、販売点数の伸びはない。年末年始も同様の傾向になると思われる。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今月は降雪が少し遅かったためにスキー場開きが大きく遅れた分、スキー客が減っている。
	□	コンビニ（経営者）	それ以外	・前年比で、売上100.3%、来客数98.3%、客単価102%となっており、ほぼ前年並みである。来客数の微減を単価で補っているのは、ここ数か月の傾向と一緒である。値上げに対する客のあきらめというか慣れが見られる。
	□	都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・一時と比べると、全国旅行支援も大分落ち着いてきたが、宿泊は変わらず好調に推移している。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増加したこともあり、正直なところキャンセルも増えている。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・全国旅行支援が年末まで延長した効果もあり、大きな動きではないものの、地道に来訪客がある。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・販売単価上昇は身近に感じるが、企業努力のお陰で、売価が下がっている商材や製品もあるので、総合的に考えて、変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価の上昇が止まらず、年明けの各種品目で20%前後の値上げが報道でも盛んに取り上げられており、現状維持の傾向が続く。
	□	競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向にあり、来場者数については若干減っているように感じるものの、朝晩の寒さが増して出足が鈍いこともあるので、大きな変化はない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築業界でも建築資材の価格高騰が断続的に続いている。先々収まる様子もなく、建築計画が滞っている。
	□	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・土地処分の客は多いが、購入希望の客は少ない。

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〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・前月と同様、今月も新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。客は感染拡大を懸念して外出を控えていて、スーパーでも来客数は余りみられず、売出しをしてもぼつとしない。各地で発行しているプレミアム付商品券も、効果は余りないようである。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は前年の売上を超えていたが、今月は前年比7割程度の売上となっている。全国旅行支援の恩恵も一段落した様子である。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当県では、新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高の水準で推移しており、行動制限がない年末とはいえず、来客数を低下させる主要因となっている。また、エネルギー価格を始めとした物価高も、客の消費行動をより慎重にさせている。
	▲	百貨店（営業担当）	単価の動き	・物価上昇等のおおきくを受けて、生活防衛の意識が高まっており、客単価が落ちてきている。
	▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・11月中旬以降、新型コロナウイルスの感染拡大と連動して店舗への来客数が減少している。その後、12月中旬まで来客数の減少傾向が継続し、前年を5%程度下回っているため、やや悪くなっている。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・今月は年金支給月だったが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので、客が自己防衛に走って本当に街に出てこない。このままずるずるいってしまうのかと思うと、未恐ろしい雰囲気である。これからどうしたらいいのか本当に不安な日々を送っている。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・耐久消費財の主要商材が前年を割り、全体的に客の需要が冷え込んで、前年比93%で着地している。
	▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・メーカー各社の値上げがあり、来客数、客単価の低下が継続している。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・12月に入って寒波が到来し、冬物がやっと動き出したが、売上の状況は好転しない。節約志向が顕著でディスカウントには反応があるものの、それ以外の購買については慎重さが増している。特に、買上点数の低下が顕著に表れている。
	▲	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	来客数の動き	・このところ、新型コロナウイルス感染症の集団発生が多くなってきている。特に、高齢者や子供が感染して、働き盛りの40代に影響が出ている。数字に出ている以上の人が感染しているようで、客の出足が相当鈍くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンが終わり、寒さが厳しくなった上に様々な物が値上がりした影響が、じわじわと出てきている。外食を控える時期に入ったような感じを受けている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・求人難や最低賃金改定等に伴う人件費の上昇、食材単価アップに伴う食材費の上昇等が通月の計数に反映された結果、月間の収支も前年と比べて悪化している。業務改善の努力だけではカバーすることができず、取引条件や不採算先の見直し等、抜本的な対策が必要となってきている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・12月に入り、忘年会等で忙しくなるかと思いきや、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたため、週末は多少動きはあったものの、平日はふだんと変わらず、人通りはなく、クリスマスイブも静かであった。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・例年なら12月商戦は、10～11月より1.2から1.5倍となるが、今年は0.85から0.9倍程度の着地見込みである。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・価格高騰の影響が出ていることや、社内で新型コロナウイルス新規感染者が増加していることからである。
	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・費用の高騰から、やや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・増税する前にまずは身を切る改革だと思う。現状の国会議員定数を削減し、歳出を抑えることが先だと国民誰しもが思っている。それゆえ、内閣支持率が低いのである。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・原材料の高騰分を価額転嫁できない。社員の給与を上げたくても財源がない。

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
	▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・今月は客の引き合いが非常に少ない上に、成約には至らない。どうしたのか、やや沈滞ムードで、街の動きもいまだに悪い。特に、飲食店やスナック関係は、閑古鳥が鳴いている。新型コロナウイルス感染症の影響だととして、閉店する店舗が増えてきている。
	▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕(営業)	お客様の様子	・民間からの修繕やリフォーム依頼に止まった感がある。通常なら年末から年度末にかけて中小規模の依頼があるが、営業をかけても保留されることが目立っている。
	×	一般小売店〔家電〕(経営者)	来客数の動き	・必要最低限の物しか買わない傾向が出てきている。どうしても必要な物以外は節約するというのが現状である。
	×	乗用車販売店(経営者)	それ以外	・自動車販売業だが、メーカーからの仕入れや納期がままならないため、悪くなっている。
	×	都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・コロナ不況で大打撃を受けているホテルである。レストランは昼夜営業しているが、夜は新型コロナウイルス感染症の発生前の50%以下、婚礼は皆無、宴会は10%となっている。第7波や第8波、新規感染者数が増えている等、マスコミが連日必要以上にセンセーショナルに騒ぎ立てるので、世の中の人々は外出や飲食を自粛してしまっている。また、おおむね20人以上の大人数の会合は中止となり、もはや打開策はない。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今は値上げラッシュだが、当社の扱う商材は安定して出ている。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で混乱していたサプライチェーンの影響も落ち着き始め、当初の計画どおりの生産に戻りつつある。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・4か月連続で、毎月売上が10%近く伸びている。2年前の売上と比べて3割アップ、前年と比べても1割アップとなっている。これが2～3か月続いている。おそらく季節的な要因で1月からは売上は落ちるが、それを除いても今のところ、上昇気流かなという気がしている。
	□	窯業・土石製品 製造業(総務担 当)	受注量や販売量の動き	・景気は良いとは言えないものの、ボーナスやインフレ手当の支給がされたことは良かったのではないかな。
	□	輸送用機械器具 製造業(経営者)	取引先の様子	・この2～3か月、取引先の様子や受注量の動き等は、上がったたり下がったりを繰り返して、全く予測がつかない。
	□	輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・12月に入って寒くなってきたので、暖房器具、石油ファンヒーター、電気ヒーター、加湿器等や初売り家電等も前年並みの物量を確保している。しかし、輸送コストの燃料高や協力会社の車両運賃が高くなり、利益的には薄くなっている。
	□	広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量の動き	・年末商戦の広告出稿は、前年比30%程度のプラスで、いまだに厳しい状況である。
	□	経営コンサルタ ント	それ以外	・ウクライナ侵略戦争が一進一退しているなかで、原料や燃料等の値上がりは一旦落ち着きを見せたものの、コロナ禍がまたもや首をもたげてきており、地域の企業活動や個人消費は、冷や水を浴びた感がある。ただし、一部に消費を増やし、わずかながら人流が戻る傾向がうかがえることが救いである。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・原材料費や各種経費が増加し、経営は大変だが、ボーナスは前年並みか多少増加しているようである。
	□	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	・商談状況からも、特段変化は見られない。ただし、商談件数、金額共に、着実に増加している。
	▲	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・増税を先に言うてしまう政府の考えが理解できないと思う庶民は多い。新型コロナウイルス感染症対策で増税と言わなかったのに、防衛費対策で増税という政府や行政機関の感覚が、全く理解できない。こんな状況で、中小企業に人件費を増やせという政治家の姿勢も全く理解できない。
	▲	一般機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・当社は多品種少量生産で取引先が50社ほどあるなかで、今月は約半数の会社からしか受注がない。通常は30社以上から何らかの受注があるので、微妙な減少が続いている。

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
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月予定していた業務が、取引先の新型コロナウイルス感染症り患の影響で、来月以降に延期となっている。前月以前に感染を理由に延期になった分は今月に実施できたが、取引の見直しにより継続できなかった業務もあり、その分、売上や利益が減少している。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権まで、公共工事は順調に推移している。防衛費の問題は我が国にとってマイナスと感じている。今期の公共工事発注は前年比8%減で、前々年比では21%減と、厳しい。当社受注も前年比10%減であり、赤字決算にならないか心配である。
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・大手スーパー等、小売販売については、人の動きも随分動きが多くみられている。また、食品関係は豊富に出回り、商材が整っていたようである。住宅関連は新築物件に大分動きがあり、外装関係や屋根等の工事等も目立っている。製造業は、部品の調達、ガソリンや灯油等価格の一部で落ち着きは見せているようだが、動きがよどんでいるような状態である。寒さもかなり厳しいことから、衣料品は伸びている。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・取引企業の様子をみて、やや良くなっていると感じている。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣の依頼数は3年前と同水準まで回復しているが、供給できる人材が圧倒的に不足している状況が続いている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用数を集計したところ、3か月前とほぼ同数のため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、新規求人数は、建設、卸売、医療、福祉で減少がみられ、全数では4.4%の減少となっている。ただし、前年同月比では13.2%増加し、14か月連続で前年を上回り、持ち直しの動きが広がりつつある。
	▲	*	*	*
	×	*	*	*

#### 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	・店頭部は4月に支店を閉鎖して本店に統合したために、客が多くなっている。特に、12月はカレンダー等の季節商材の需要が多くなるので、来客数が前年比150%近くになっており、大変良くなっている。また、外商部も注文数が増えている。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の懸念はあるものの、人流が一定程度回復している上、全国旅行支援、免税の効果も上乗せされ、商況は改善基調となっている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月はやはり忘年会シーズンで、今年は前年よりも忘年会の件数が多かったため、来客数が良くなっている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数も増え、結果として景気が良くなっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱いは堅調で、来街者数もかなり多い。ただし、夜の引けが早いのが気に掛かる。それ以外はやや良いという回答になる（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染予防対策の緩和により、少しずつイベントが開催され、注文が入ってきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当社の客も高齢化してきており、年賀状印刷を受け付けているが、年々来客数が少なくなっている。平常月と比べると、12月は多少は良かったという程度でよしとする。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・年末で、行事も再開し、少しずつ活気が戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までは程遠い。

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〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・この2～3か月、外国人観光客の来店が目立って増えてきており、土産目的のまとめ買いが増え始めた。また、地域のイベントも多く開催されてきているため、当店への来客数も増加傾向にあり、売上の増加につながっている。また、12月27日まで実施されていた旅行支援クーポンを利用する旅行者もおり、景気の上向きを感じる（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・消費の2極化傾向は引き続き鮮明になっており、高付加価値な物を求めるニーズは底堅い。特に、富裕層の消費意欲は年末にかけて高まってきている。さらに、10月11日の入国制限緩和以降、アジア圏からのインバウンド客の消費が緩やかながら上昇し続けている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・行動制限のないクリスマス及び年末商戦を迎え、売上は順調に伸びている。また、来客数も増加している。年末年始の帰省増加の影響か、お歳暮ギフトは前年割れで終了している。また、インバウンド需要の拡大に加え、化粧品や宝飾品、ブランド時計などが好調である（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンド客が戻ってきていることと、円安の影響による（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、行動制限がないため外出の機会が増えており、それに伴い売上が増えてきている（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客の様子としては、新型コロナウイルス感染症対策の行動制限がほぼなくなったことで、非常に動いているように見受けられる。食品については、即食であるパンや弁当、すしなどは売れているが、素材系の魚、肉、野菜などはやや苦戦している。衣料品では外出着の動きが良く、トータルすると前年を若干上回っている。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているものの、諦め、受け入れているのか、買上点数が伸びている。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・値上げの影響による単価上昇で売上が増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・直近の売上が新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年の水準に戻ってきている。値上げで売上が増えている部分もあるが、客足は前年、前々年より高めで推移している（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・年末に入り、また、全国旅行支援もあり、人の動きが活発になってきている。観光地や駅付近の店の来客数が特に増えている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・クリスマスの販売量に限定すると、前年よりもややプラスの結果であった。3か月前と比較しても少し良くなっているという印象が、結果に表れているのではないかと。クリスマス商材は、やはりゆとりがあるから購入していくというものだと思う。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・訪日客が若干ではあるが増加傾向にある。高単価商材の動きはまだ少ない。中国からの訪日客の動きを注視したい（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・12月に入り、国の行動制限を伴わない新型コロナウイルス感染症対策の影響もあり、インバウンド需要が戻ることで全体の底上げになっている。この年の瀬の需要動向は注視するが、半年前の不安心理が減っていることで、安心感につながっている（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	お客様の様子	・年末特有の経済効果も加味し、客の利用頻度が多く、また利用額の増加もみられる（東京都）。
	○	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が落ち着いてきたので、大分良くなっている。ケータリングは、新型コロナウイルス感染症の発生前ほどには達していないが、ある程度はそのままの状態に戻ってきている。レストランで食事をする人たちも増えて、クリスマスの食事も新型コロナウイルス感染症の発生前と同じくらいに復活してきている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・20～30代を対象にした店舗は総じてにぎわってきているが、中高年以上の客足は戻ってきていない（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
	○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の9月1日から29日までの前年比は、売上323.0%、来客数278.5%である。今月12月1日から31日までの前年比は、売上112.9%、来客数95.3%である(東京都)。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・11～12月にかけて、新型コロナウイルスの感染第8波が来る前に早めに宴会を実施しようという客が増えたので、大分前倒しで客が入ってきている(東京都)。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数、単価共に増えている。12月に入ってから日ごとに売上が伸びている(東京都)。
	○	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対策の行動制限が緩やかになったことにより、人出が増えている。また、年末ということもあり、来客数が増え、客単価も上がっている(東京都)。
	○	その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・12月なので良くなっている。インバウンドが増えている印象である。飲食は、東京の店舗では前年比95%、地方の店舗では100%となっている。オンライン販売は100%、コーヒー豆卸は110%である。年末でセールを行っているが、欲しい物は高くても買うようで、例年より高価格帯の商材が動いている(東京都)。
	○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波で新規感染者数が増えているが、全国旅行支援が12月27日まで継続するため、一定数の予約をもらっている上に、近隣の大型コンベンション施設でのイベントも元に戻っていることから、宿泊部門はかなり上向きになっている。ただし、法人の宴会需要が戻っていないため、その部分は予算割れである。
	○	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は若干増えているものの、行政からの制限がないため、宿泊、婚礼、宴会、レストランいずれの販売も好調に推移している。ただし、新型コロナウイルス感染症に罹患してのキャンセルが散見される状況で、販売量に大きく影響するので、完全に良くなってはいない。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が寄与し、来客数が順調に増えている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染症など何のその、昨今、世間では、マスクは着けているものの警戒心は薄れている感じがする。師走でもありタクシーはよく利用されている。値上げラッシュの年末ではあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ったようである(東京都)。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・確かに会社の無線やタクシーアプリはよく鳴るようになってきている。駅利用も良いが、相変わらず飲食店からの終電後の無線やアプリ経由のオーダーは少ない。週末だけは明け方まで利用がある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・我々タクシー業界にとって、年末ということで多少忙しくなっている。法人のタクシー稼働率が65%くらいで、少し忙しくなると車が足りなくなってしまう、非常に忙しい状態ではある。新型コロナウイルス感染症の影響で乗務員がいなくなったこと、個人タクシーが減ったことも要因である。今後どうなるかは分からない(東京都)。
	○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・DX化の動きの継続と、新型コロナウイルス感染症が常態化しているためである(東京都)。
	○	観光名所(職員)	来客数の動き	・若干の増加がみられる(東京都)。
	○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価上昇の懸念材料はあるものの、全国旅行支援が後押しし、宿泊関係の集客が戻りつつある。
	○	その他レジャー施設[ボウリング場](支配人)	来客数の動き	・忘年会などの予約が多かった(東京都)。
	□	一般小売店[家電](経営者)	販売量の動き	・変わらないと答えたのは、以前から言っているように、悪い状態がこれ以上悪くならなくなったことである。そのなかでも、やはり設備投資等の話はなかなか聞くことができない。ただし、新規客からインターネット経由での問合せがやや増えてきている(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
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・今月に入り、やっと商材が動き出した感じである。年末ということも重なり、電化製品が壊れたので購入したいという客がほとんどで、洗濯機がよく売れている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・売上の的には変わらないが、景気が良くなる要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・夏以降、来客数の伸びがなく、3か月前から横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	単価の動き	・気温が一気に低下し、冬物商材の動きが活発化している。コロナ禍ではあるが、年末年始に向けて少人数で集まるイベントを予定している客も多く見受けられる。また、物価高の影響もあり、単価が上がっている（東京都）。
	<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の新規感染者数は増加傾向にあるものの、過去と比較しても、客の外出抑制が極端なものにはなっていない。しかし、引き続き値上げ報道などが数多く取り上げられるなかで、高齢者を中心に、より生活防衛意識が高まっているように感じる。売上が極端に悪いわけではないが、何か頭打ちのような状態である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	単価の動き	・宝飾、時計など高額品の動きが堅調である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・引き続き、ラグジュアリーブランドや宝飾、時計等の高額品は好調に推移している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・食料品の売上はほぼ横ばいで、伸び悩んでいる。値上げ、つまり購入単価が上昇する一方で、購入点数には減少傾向がみられる。婦人紳士のアパレルについては、セール品等の動きも出てきており、徐々に回復している。宝飾貴金属も回復してきている。インバウンドについても、数字は大きくないものの、円安の影響と外国人旅行者の増加により実績は伸びている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は一定程度縮小傾向にあるが、物価高などマイナス影響があるため、大きくは変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・クリスマス関連や防寒等のニーズはあるものの、全国旅行支援等が始まった頃の高揚感とは異なり、全体的な出費が増加しているなかで、必要な物だけを購入している様子が見ええる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・悪いままで出口が見えない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると多少良くなっているが、大幅にというわけではないので、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低下と節電意識の高まりにより、カイロやカセットコンロ用ボンベ等の動きが良い。また、鍋メニュー関連商材の動きも良くなっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・メーカー商材などは原料高騰による値上げで単価自体は上がっているが、買上点数は余り伸びていない。また、原料費上昇分を価格に転嫁できない商材に対しては、仕入れ、また、粗利がやや厳しい状況にある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価が上がってきている。それに対して販売数並びに来客数の減少が、トータルとして買上単価の上昇分を相殺している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・食料品の値上げラッシュの影響で単価が上がっているため、売上は前年を3ポイントほど上回っている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・今月は1日から10日までの間、市のキャッシュレス決済キャッシュバックキャンペーンがあったお陰で売上が大きく伸びたが、それ以後は需要の先取りで伸びていない。来客数も変わらず、景気の回復までには至っていない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・特にはないが、来客数が極端に減っている気がする。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数共に横ばいである。クリスマスケーキやおせち料理の売上は大幅にダウンしている。一方で、冷凍食品など日々の生活用品は微増しており、総体的にはほぼプラスマイナスゼロである。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比97%と厳しい。

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
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年までは売れなかったクリスマスケーキや正月用のおせちがフリーで何個か売れたので良かったが、他の小さい物が全く売れなかった。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前には戻らないが、外出着は前年をクリアしている。人の動きも活発になっている。必需品の実用衣料品については、値上げで少し悪くなっている。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・11月から販売量が前年同月を下回り、12月に入ってから前年同月比で15%程度下回っている（東京都）。
	□	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・来客数は増えてきたものの、物価高の影響か購入金額が伸びない。また、衣料品メーカーの生産量が例年より少なく、売れ筋商材の品切れが起きている。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数は少しずつ回復してきているが、物価の上昇もあり、高額の買物には慎重になっている感じがする。毎月の値上げに不安を感じる。
	□	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、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新車の受注数は前年並みだが、納期が早くなってきた分、売上が増加している。
	□	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・人手不足による人件費高騰によって、原価低減のなかで、単価については細かくチェックされ、値引き要請が結構増えてきている。全体的な経費としては計上できないが、人件費は引き上げないと人手不足になるので、取引単価を下げて少しでも経費削減をしていきたいというような動きがみられる（東京都）。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産が通常時レベルには程遠く、客への納車が進まない。
	□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・12月の割には活気がなく、何となくふだんより悪いような感じがする。
	□	その他専門店 [貴金属]（統括）	お客様の様子	・外出機会が多くなり、人混みができるようになっているが、販売量は増加せず、単価の高い商材が売れるようになってきている。お金の余裕のある客と、節約をしている客とに2極化しているように見受けられる（東京都）。
	□	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・9月までと違い、10月は来客数、販売数共に大きく増加したので全体の傾向としてはやや良くなっている。11～12月は10月に比べると若干落ちており、前年と比べても落ちているので、近々の状況だけで判断すると余り変わらない。
	□	高級レストラン（役員）	お客様の様子	・3か月前からのトレンドでは、特に単価が高めの富裕層やインバウンドは上向き傾向だが、新型コロナウイルスの感染拡大基調により、集客イベントは延期や中止の傾向にあり、結果として相殺されて変わらない（東京都）。
	□	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	販売量の動き	・12月に入り外食部門は上向いているが、給食部門には大きな変動はない。原材料の高騰により損益面で徐々にマイナス影響が出てきている（東京都）。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客からの電話の問合せは大分増えてきているが、希望する予算額と宿泊先や行き先などの料金がなかなかかみ合わず、思うようにいかない。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・今までと変わらず、教育旅行以外の団体旅行については新規、継続共に動きはない。
	□	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・人出はないが、タクシーの稼働台数が少ないため、稼働している事業者は新型コロナウイルス感染症の発生前に近い収益を上げているようである。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・新規イベントの引き合いなどもあり、明るい見通しもある。一方で、以前より予算が縮小している案件もあり、どちらともいえない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、転居者数が増えてこないことに加え、固定通信を軸とした競合他社との競争が引き続き激しく、一進一退となっている。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビの契約数は前月と横ばいで、過去の一般的な12月の盛り上がりはない。コロナ禍になってからの年末はこの傾向が続いている（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は非常に強い。

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
	□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・価格で優位性がなければ相手にしてもらえない。値下げ要求の底が見えない。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・新商品の導入により契約数は伸びてきているが、低価格帯の契約ばかりで、高価格帯の伸びは期待したほどではない（東京都）。
	□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・前月に引き続き、メンバーを中心に高稼働率を維持しており、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。ただし、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。
	□	競輪場（職員）	お客様の様子	・場内まで足を運んでくれる客は少数となり、いまだに厳しい状況が続いている。客と話しても、購入額が減った話ばかりである。新型コロナウイルス感染症が収束しているように見えても、競輪業界は高齢の客が多いので、足を運ぶ客より、Webに特化するべきと考えている。
	□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	お客様の様子	・客の動向に変化がみられない（東京都）。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・暮れが近づいている割に、客の来店頻度が変わらない。
	□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格も一定の落ち着きを取り戻し、少し安定してきている。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・仕事量はほぼ横ばいの状況が続いている。外注費等の経費も特段変化はない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画は多少あるが、実質的な物件はない。また、客の姿勢も定まらず、当社としてもそれ以上大きく踏み込んでいくことはしていないため、前に進まない（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	それ以外	・景気が上向く材料はないが、明確な下向きを感じる状況でもない（東京都）。
	□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デ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態が非常に悪く、既定の賃料が受け取れない状態がずっと続いている。インバウンドが多少増えてきているが、まだ回復していない。観光業界が回復す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54%となり、景気は悪い。3か月前と比べると約120%だが、3か月前も今までで最低の販売量であったため、景気がやや良くなったとはいえ、変わらない。今期の赤字を少しでも減らせるように、在庫となる建売分譲の販売に重点を置き、決算までに売上を計上できるよう注文建築受注から建売販売にシフトしている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街を歩く人の数が以前よりも幾らか少ないように感じる。それに比例して、入店客数も減少気味で、売上もなかなか思うようにしていない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・修理や工事はまあまああるが、年末なのに家電製品の動きは鈍くなっている。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・米国のインフレによる株価低迷の影響で、日本の株価も下がっている。また、為替相場が円安になることで輸入品などが割高となり、国内でも物価が上昇している。さらに、新型コロナウイルスの新規感染者数も多いため、来店数も伸び悩んでいる。
	▲	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響が相当ある。来客数が少なく、納品させてもらっているコンビニも潰れてしまい、この先どうしたら良いのか分からない（東京都）。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・来客数が大きく落ち込んでいる。
	▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響で販売量が抑えられている状態が続いている（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（販売促進担当）	それ以外	・物価高が続き、年明け後も様々な物の値上げが続くと発表されていることなどから、客の消費に対する考えが一段とシビアになっている。特に、食品、光熱費などの必需品や生活の基礎となる物価の上昇から、ファッション等への支出が減っている。また、前年12月は自治体独自のキャッシュレスポイント還元事業による売上増加もあったので、その分がマイナス要因となっている。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	単価の動き	・物価が上昇する一方で、賃金や株価の伸びが伴わず、消費心理が盛り上がらない。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・いつも来店する客が、当店で安価な物を買ってからそそくさと自転車に乗って、別のスーパーを次々とはしごしている様子が最近多く見受けられる（東京都）。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの影響で単価は前年並みを維持しているものの、確実に販売数量が落ち込んでいる（東京都）。
	▲	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）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限のない年末年始であったが、店舗の来客数は伸びていないことから、やはり財布のひもを締めているのかなと感じている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・必要最低限のみの購入が目立つ。クリスマスということで一時的に売上は伸びたが、12月は全体的に低調である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・中国からの商材の入荷が遅れている。余裕を持って発注していたのだが、一部が欠品してしまっている（東京都）。
	▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・光熱費や食料品等の値上げにより、必要最低限の物しか買わなくなってきた。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・地域でクーポンを発行しているにもかかわらず、来客数が落ちている（東京都）。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・生産遅れの関係で、客の購入意欲が薄れている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・半導体不足問題がますます悪化しており、納期が更に遅延している（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・コロナ禍のなかで、来客数がかなり減っている。
	▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・前年末と比べて明らかに客単価が落ちている。物価高の影響か、お勧めしても反応が悪い。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・3か月前比及び前年比でも微減傾向にある。灯油も前年比で減少している（東京都）。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・物価の上昇が継続するなかでは、賃金上昇も実感がなく、マインド的に厳しい（東京都）。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・12月に入ってから商談が決まらず、受注が減少している（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・経済の先行き不透明感から、より安価な料金プランへの変更を希望する客が増加している。
	▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・業務終了の案件が増加している（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・ここにきて、購入する機器等の値上げの通達があった。購入価格が上がったとはいえ、客への転嫁はなかなかできず、純利益が下がってきている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・寒波の影響により気温の低い日が増えている。平年より気温が低い日の来客数は1～2割悪くなっている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどのり患者数も増えてきているほか、急な気温低下による来場者数の減少を感じている。また、度重なる値上げの影響や増税報道の影響もあり、売上についても厳しさが増している。

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
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、ゴルフは安心してできるスポーツとして評価され、ゴルフ人口はかなり増えたと思うが、その分、飲食業、旅行業などが低迷し、決して景気が良いとは言い難い状況が続いていた。現在は、全国旅行支援に支えられて旅行に行く人が増え、それは飲食店も同じである。ウィズコロナではなかなか景気は良くならない。
	▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・今また新型コロナウイルスが感染拡大している関係もあるが、やはり計画した建物の資金繰りがうまくいかず、なかなか用立てできないということで、発注が遅延している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が高くなり過ぎている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前の9月は契約がかなり多く入り、このまま回復するかと思っただが、その後販売が伸びず、客の動きも若干鈍くなったように感じる。地価の高騰と建築代金の値上がりで利回りが下がっていることも影響している。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材高騰により、コストダウンが難しい。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要の繁忙期ではあるが、例年並みまでは届かず、先行きは期待できない。原材料、燃料、輸送などコストの高騰が続くなかで、次への着工投資は控えめになっている（東京都）。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・今年の1月から悪くなり、今月12月は4割下がっている。新年1月からの上昇に期待したい。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・年末になっても相変わらず販売が芳しくない。客の様子も、景気が悪いというか購買意欲、物を買うという雰囲気がない。やはり材料や商材そのものの値上がりが大きく影響しているのか、慎重になっている。景気が悪くなってきている（東京都）。
	×	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・販売数量が伸びず、もちろん単価も上げられず、四苦八苦している。業界自体が年末だから伸びるといことはないので、従業員もずっと辛抱している。世間では年末のボーナスが幾らだとかいっているが、当社はここ数年ボーナスが出ていない。いつまで辛抱できるかが今の問題である（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は減少傾向で、値上げの影響も少なからずある。本当に必要な物は購入するが、衝動買いは極端に少なくなっている、客単価は伸びているものの、来客数の減少分をカバーできていない。この傾向はしばらく続く。
	×	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・販売台数や来客数の減少が大きくなっている。県内の新車販売市場も同様に感じる。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響こそ話題に上らなくなったが、商材の値上げやそれに伴う売行きの悪さは続いている。もう昔のように戻らないというのが客の口癖になっている（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・円安とロシアのウクライナ侵攻の影響により流通や石油等の価格が上昇し、それに伴いいろいろな物が値上がりしているため、消費も控えめになっており、良くない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・忘年会というものが今年もほぼない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・円安の影響による原価上昇と人件費の増大、税金、公共料金の値上がりが効いている。今回の日本銀行による長期金利の変動許容幅の拡大も、銀行や財務省の方を向いた政策であって、国民や事業者のことを考えた政策とは思えない。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・12月に入り寒さが厳しくなったことに加え、新型コロナウイルス感染症の収束による忘年会の再開、全国旅行支援による外出増加によるものとみている。
企業動向関連	◎	*	*	*
(南関東)	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・年末の繁忙期で、前年より受注件数が増えており、資材価格高騰分をクライアントも理解してくれて、値上げできている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは徐々に生産回復しているが、半導体を中心とした部品不足は完全に解消しておらず、当初計画に比して減産を余儀なくされている。

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
	○	建設業（経営者）	取引先の様子	・やはり企業の設備投資意欲は低い。
	○	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始の特需により物流量が増えているが、一時的なものなので、苦しい状況は変わらない。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・急速な円安により原材料の価格がかなり上がったが、直近では円安も少し修正されてきたので、景気の回復が見込まれる。
	○	金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・行動範囲が広がり消費活動が活発化している。販売価格の引上げを受け入れやすい風潮になってきており、利益率の改善も進んでいる。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの宿泊予約が順調である（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・物価上昇のなかで、飲食店の売上は増加している。ただし、利幅の少ない弁当類の売上が多く、店舗としての利益率は相変わらず低いようである（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・旅行や飲食への補助で観光地はにぎわいを取り戻し、飲食店も個人客ではあるが忘年会が開催されている模様である。デパートのお歳暮の売行きも上々の様子である。新年会の予約も決まり、新型コロナウイルス感染症との共存が日常になってきている。
	○	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	・年末の商材の買上点数が減っているし、年末年始の生活パターンも変わっているように感じる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この3か月は受注量が横ばいである（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・コロナ禍でも少しずつ客の動きが前に進んでいるが、まだまだ印刷需要は減退しており、受注が更に減少してきている。
	□	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いる。店売りで法人への納入がある。今月は特需があり、大きなメーカーからかなりの数のゴム印注文があった。例年この時期に次年度の分ということで注文をもらっているものではあるが、今回はいつもよりやや多い。そのため、今月は良いが、3か月前と比べるとさほど変わっていない（東京都）。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・インバウンド需要が多少回復してきているが、中国における新型コロナウイルスの感染急拡大の影響で、本格的な回復には至っていない。一般雑貨向け需要の低迷が続いており、安価な品への転換を危惧している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料などの値上がりは少し落ち着いたところで、円高に振れてきたために、動きも落ち着いている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・化粧品容器の受注は、新型コロナウイルス感染症の影響で下げ止まったまま、相変わらず回復傾向がみられない。医療品容器に関しては、新型コロナウイルス感染症の治療優先で世界的に滞っていた手術が再開されたことで、徐々に回復しているようである。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・今は仕事が少ないが、取引先の計画が動き出したようなので、今後は仕事が出てくることを期待する。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・忙しい企業とそうでない企業に分かれてきている。忙しい企業は、例年よりも取引量が増えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・身の回りの景気のよしあしは、外部に原因があるのではなく、自らのやり方にある。しかし、電気がないとウクライナのように、景気は良くなる。すぐにお上から省エネと言われると、本当に良い商品が作れないし、売れない（東京都）。
	□	その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・得意先がコロナ禍でも非常に頑張ってくれている。これが大きな要因ではないかと、感謝している。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品先として徐々に大型店の出店があり、取扱量の増加が見込まれるものの、小規模店の閉店も続いており、全体の取扱量は不透明である（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期だが、予想以上に物量が増えない。また、燃料費の高騰が続いており、収益が伸び悩んでいる。

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
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店は、年末年始需要もあって前年に比べると予約数などが回復してきている様子だが、引き続き外注費予算などは渋い。景気とは関係ないが、新型コロナウイルスの新規感染者数が多く、従業員がいないために休業せざるを得ない店などもあり、厳しいように感じている（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街にある飲食店を窓越しにのぞくが、やはり新型コロナウイルス感染症の発生前と比べると、全然店に客が入っていない。以前はどこも超満員だったような気がするが、やはり動きが悪い（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ資金繰りの苦しい会社が多く見受けられる（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	・受注の動きが今一つ回復せず、8割経済という言葉がびたりと当てはまる。前月からの原材料、部材、商材の値上げの影響が出ており、受注控えのような現象があるように感じる。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・現状、売上は大きな変化なく推移している。
	□	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	・年末ということもあり、受注量は例年同等の動きになっている（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、半導体製品の受注量が徐々に減少しつつある。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が激しい。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人受注は前年同月よりも悪く、3か月前と比較しても今月の落ち込みは大きい。平常月より悪く、年末とは思えない。（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきてはいるが、飲食業ではGo To Eatの影響や飲み会が増えているので、売上が若干増加している。小売業では原材料高騰の影響で食品が値上がりし、年末商戦でも従来より若干買い控えをしている傾向がある。運送業では、燃料高騰と人手不足から利幅が大きく縮小している。建設不動産業では、資材の高騰や半導体不足の影響で、工期が長く、かつ価格が上昇しているので、販売価格も上げざるを得ない状況であり、やや販売が停滞している。全体的な景気は変わらない（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・早いもので今年も終わりになった。総括すると、当社の売上は変わらなかった。買取りなどは一切やっていないので、大した成果はないが、法人税を少し納める程度である。市内の至るところで、更地に客付け完了と大々的に看板を出している建売業者がいる。今は建売業者が一番良いのかもしれない。資本金がものをいう時代である（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・飲食業のテナントの話では、仕入価格が上昇しており、売価の値上げが追いつかず、客足もまた鈍くなってきているとのことである。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・年末ではあるが、消費者の動向が鈍いという顧客の声を聞く。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、材料費、電気代やガソリン価格の値上がりが激しく、対応ができていない。さらに、求人問題も大きく、賃金を上げないと人も来ないということで人件費を含めた経費のインパクトが大きい。ただし、更なる受注減少につながりかねないため、受注価格への転嫁はなかなかできない（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の来年度の計画がマイナス成長に変化している。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると売上が20%ダウンしている。在庫が増え、営業利益はプラスであるものの、実質的な営業利益はマイナス15%と厳しくなっている。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料単価が年明けから値上がりする。新築案件の話が少なくなっている。
	×	建設業（従業員）	取引先の様子	・昨今の物価上昇で周りが皆不安を感じている。



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
	×	建設業（営業担当）	取引先の様子	・計画図面の段階で概算見積りを提出させてもらう物件が数件あったが、建築価格の高騰により、提示金額では工事自体を中止せざるを得ないとの回答があり、物件が中止になっている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気が単月など一時的、瞬間的にでも上向く要素がなく、前年割れの状態が続いている（東京都）。
	×	その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	それ以外	・電気料金の高騰が利益を圧迫している。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・需要逼迫により、求人条件、給与が高くなってきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	求人数の動き	・例年、年末、年度末に向けて、企業からの派遣求人数は増加傾向にあり、今年も同様に増加している（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・中途採用、新卒採用共に採用意欲の高い会社が周辺企業にも多い。当社も今どちらにも力を入れているが、なかなか採用できていない。売手市場であることを感じている（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業の求人、採用者数は安定的に推移している。しばらくはこの状況が変わるとは思えない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績や、周囲の消費動向に余り変化はみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・ホテル、旅館などの募集は依然として多いが、求職者からの応募がなく、マッチングに至っていない。派遣金額を上げてても出てこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・登録者の減少とともに、高齢化が著しい。インタビュー1つにしても、40代とは全く異なる価値観を持つ70代の求職者への対応は難しい（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼では前年を超える成約数が見込まれる一方、人材紹介は、依頼数は堅調であるものの、成約数が伸び悩んでいる。社員雇用に対しては厳選傾向がより強まっている印象である（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車産業を中心とする製造業では、相変わらずエンジニア不足が続いており、景況の悪化は見受けられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・航空、観光業の求人数は顕著に増加してきているが、自治体の新型コロナウイルスワクチン関連のニーズが落ち着いてきているため、求人数は横ばいか少し落ちている。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数の動きには大きな変化がない。例年12月は求人数が少なくなるが、それは景気がどうこうということではなく、求職者が特に少なくなる時期だからである。求人が動き出すタイミングは年明けになってしまうので、景気としては変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・就職イベントへの参加企業が増えている。その後の学生フォローに力を入れている企業も目立つ（東京都）。
	□	学校 [大学]（就職担当）	それ以外	・円安は徐々に解消されてきているが、企業によっては苦しい（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が減少している。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で2割減少、前年比でも2割減少と急速に落ち込んでいる。長期契約の派遣労働者の契約満了も、3か月前比、前年比共に1割増加となっている（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（経営者）	それ以外	・年末の繁忙期に入っているはずの街の飲食店に、宴会予約が少ない。夜9時以降の2次会需要が減ったのか、増えてきている新型コロナウイルスの新規感染者数の影響か、はたまた物価上昇や生活費の増加などの経済的不安から来ているのか、街の人出が少ない（東京都）。
▲	新聞社 [求人広告]（担当者）	求人数の動き	・今は求人を出さなくても人が足りる、あるいは現在の人員を減らす方向性になっている。求人を出そうと思っていたとしても、募集しなくても過去出した求人を見た人から「求人していませんか」と問合せがあったりするのです、お金を使ってまで求人を出すことがなくなりつつある。	

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
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、マンション管理や清掃等のパートは前年度に比べて増えているものの、大半の職種では減少している。求職者も応募に慎重な様子が見られ、紹介、就職件数は低調に推移している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の伸びが減速している。ここ5か月ほど飲食、宿泊業、小売、卸売業の求人数が全体をけん引してきたが、直近2か月で急速に落ち込んでいる（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・募集数からそのように感じる。

## 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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きい。例年、旅行者が少なくなる年末も、安定した来客があった。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・スポーツ用品を扱う当店では、冬物をほとんど扱っていないので、現在は来春の学校販売の集計などに追われている。思っていたよりも注文が多く、安心していている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給遅延は続いているものの、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、客の動きが活発になってきている。新車の販売を含めて、全体の売上は改善している。
	○	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・来客数は伸び悩んでいるものの、物価上昇による商材価格や工賃の値上げ等により、客単価は前年の実績を超えて推移している。
	○	高級レストラン（経営者）	単価の動き	・年末にきて、宴会の客単価がかなり上がっている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で忘年会がない。従来だと学校、病院、役所、銀行、警察、大企業等が忘新年会をしていたが、現状、これらの職場では大勢で集まるとの懇親会ができないようである。ただし、全国旅行支援が下支えしていて、宿泊客はあったため、売上は新型コロナウイルス感染症の発生前の8割程度と悪い状況だが、3か月前と比較すると改善傾向にある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前はまだ新型コロナウイルス感染症の影響が強く残っていたため、現在よりも大幅に落ち込んでいた。今月も新規感染者数は増加傾向にあるが、個人利用は各助成制度のお陰で、落ち込みは少ない。しかし、団体や法人利用はいまだ動きが鈍い状況ではある。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は4%増、来客数は7%減となっている。アイスホッケーイベントの仕出し注文が今までになく増えて、売上4%増に貢献している。店舗前の歩道工事も12月末に終わって、客が店に入りやすくなっている。今度は反対車線の工事が始まり、3月末までの工期のため、春にならないと来客数は戻らない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数がどうしても前年を下回っている。顧客も高齢者が多いので、近隣で引っ越ししたり、亡くなったりと、やや厳しい。比較的若い人は、近くで物を買わず、車で結構遠くまで行ってしまっているので、ちょっと厳しい面がある。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高騰により、やや悪いまま変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月はクリスマス等があったものの、大雪の影響で、さほど客足も伸びていない。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・平日の動きだが、時間帯で安定した売上がなかなか確保できなくなってきている。いつも売れている時間帯がちょっと駄目だったりとといったことが、多々あるようになってきている。相変わらず、悪い状態が続いているような気がする。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・商店街への来客数が悪化し、全く改善が見られない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は目標どおりだが、車両販売に関しては、客の希望する新車でオーダーストップや納期未定の車種があり、売上に結び付かない。	

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
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・人の動きは増えているように思えるが、新型コロナウイルスの感染状況によっては予断を許さない。
	□	スナック（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高止まりしている割には、人が出るようになってきている。ただし、宴会は多くない。前年よりは良くなっているが、終わりが見えない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・具体的な話はないが、客の様子やそれ以外の選択肢も全部当てはまるようで、とにかく大変である。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・光熱費を含む諸物価上昇と不安定な為替等により、客の動きが鈍くなっている。3か月前に比べて全体的に受注が低調で、団体旅行の様子見も増加している。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・記録的な降雪の影響で、テレビ視聴の加入希望が増えている。一時的な需要ではあるが、加入者増加への足掛かりにしたい。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援やウィズコロナで人流は増加しているものの、物価高による原材料費の高騰で、景気が良いとは感じられない。
	□	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が、まだまだ落ち着いてこないため、一般のバス旅行が増えてこない。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・相変わらず依頼数は多く、計画実施に時間が掛かっている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・別荘は建築資材の高騰により新築、中古物件共に、引き合いは少ない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍に加えて強烈な寒波の襲来で、クリスマスも歳末ムードもなく、街への人出がゼロになっている。悪条件続きで、せつかくの支援金もいきていない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・購入したい物がないのか、買い控えなのか分からないが、消費意欲はみられない。年末年始ということもあり、家電製品の動きは悪い。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・このところ、物価高の影響で買上点数が若干減っている。
	▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波で、巣籠り需要が再燃している。大雪の影響で、客単価や買上点数が増加している。
	▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・電気代の高騰でやや悪くなっている。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・大雪の影響もあり、来客数が減少している。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・最近また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきており、少し心配である。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	来客数の動き	・当市の中心にある百貨店が来年撤退するということが、周辺の商店も微妙な動きをしている。そろそろ閉店しようかと考える店があるなど、いろいろな状況があり、非常に暗い。また、店への来客数もだが、中心市街地へ本当に客が来なくなっており、大変である。
	×	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・今月は寒波による雪害で、来店客は大幅に減少し、影響を受けている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・12月の新型コロナウイルスの感染拡大で、一般企業の宴会や懇親会のキャンセルが相次ぎ、3か月前の80%程度となっている。また、大雪の影響もかなりある。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・3か月前の9月は、ライブイベントの開催や花火大会等のイベント実施で、来客数が増加傾向にあった。12月は、全国旅行支援の実施等により、前年と比べて来客数が増加しているものの、3か月前と比較すると減少している。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・厳しい状況が続いており、個人も団体利用も伸び悩んでいる。新型コロナウイルスの感染再拡大中で、来客数も悪化している。
企業動向関連	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・円安により、ポジョレーヌーヴォー等の輸入品が比較的割高になり、客が買い控えをしたため、国産ヌーヴォーの売行きが好調に推移している。
(甲信越)	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・止まっていた電子部品の入荷があり、生産に追われている。

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
	□	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・年末の需要で受注は増加しているものの、景気は良くなっているかとの問いには、変わらないと思っている。
	□	窯業・土石製品製造業(経営者)	取引先の様子	・特注品の受注の動きが、多少出てきている。
	□	その他製造業 [宝石・貴金属](経営者)	受注量や販売量の動き	・12月は通常、催事やギフト需要で、個人購入が増える時期ではあるものの、今年は期待したほど売上は伸びていない。ただし、厳しいなかでも前年を多少上回る売上ができたのは、小売店の店頭売上が少しずつ回復してきているからだと思う。
	□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は増加しているものの、資材や人員が不足している。
	□	金融業(調査担当)	取引先の様子	・非製造業は、全国旅行支援の影響で観光関連では需要が増えたものの、製造業でこれまで好調だった電子部品等に、中国の需要減少を受けた動きもみられる。
	□	金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に加えて、インフルエンザ流行の季節になってきているので、しばらくは横ばいの景気動向が続く。徐々にではあるものの、宿泊客等が戻ってきている。
	□	新聞販売店[広告](総務担当)	受注量や販売量の動き	・折込チラシの出稿量が減少している。紙媒体ではなくインターネット広告への移行が進み、更に紙代の値上げにより出稿費用が増加していることも背景にあると考えられる。
	▲	食料品製造業 (製造担当)	それ以外	・機械の洗浄洗剤などの価格がいまだに上がっており、もはや2倍近い価格にまでなっている。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	求人情報製作会社 (総務担当)	雇用形態の様子	・実際に掲載依頼が増えている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・経済状況が悪化しており、収入減少のため就労条件の見直しで右往左往する状況が続いている。また、求職者も変わらずにいる。
	□	職業安定所(職員)	それ以外	・円安の状況が続いており、経済の動きがない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・3年ぶりの行動制限がない年末年始で、宿泊業や飲食サービス業、卸、小売業は新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで戻ってきている。今後は、値上げが叫ばれているなか、買い控えなど消費減退につながる恐れもある。また、原油高や原材料費高騰、半導体不足はしばらく続くと思われることなどから、製造業は依然厳しい状況にあるため、変化はない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・直近の有効求人数は、前年同月比で10%増加しており、コロナ禍前の水準に戻りつつある。ただし、3か月前と比べると横ばいでの推移である。有効求人倍率も改善しているが、有効求職者の減少が主因と考えられる。
	▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・行動規制緩和に加えて全国旅行支援や自治体独自の割引の実施、インバウンドの増加による観光需要や消費拡大により、卸、小売業や関連サービス業では景気が上向いている。ただし、物価高騰や円安等の影響から、製造業を中心に減速傾向となっている。新型コロナウイルスの感染第8波に入り、行動自粛による飲食店への影響も大きい。
	×	—	—	—

## 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)	販売量の動き	・首都圏市場向け、地元観光地共に販売動向は前年比150%前後で推移している。
	◎	一般小売店[土産] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が猛威を振るっているが、自己責任での制限なしの状況で若年層の行動意欲は強い。観光バス稼働は3分の1くらいであるが、マイカーによる観光客は増えている。都市圏に近い地域は新規感染者数が多くいまだ収まる気配はない。ウィズコロナでの経済活性化策が求められる。

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（商品企画担当）	それ以外	・全国旅行支援の効果やイベント再開の影響で移動が活性化しており、特に土産品を中心に回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して売上が100%を上回る日もあり、今月は好調に推移した。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月から全国旅行支援が始まり、11月～12月はこれを利用した客が宿泊者数の85%を占めるほど景気の後押しになっており結構忙しい日々が続いている。来客数が大変増えているため、9月とは比べものにならないくらい良い状況にある。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・年末の会食や挨拶まわりなどで利用者数は20%程度伸びた。新型コロナウイルス感染症の第8波もあるが、国が規制を掛けないため、年末30日までは多忙である。
	◎	美容室（経営者）	来客数の動き	・今まで暑さや寒さで動かなかった人も、正月を目の前にしてパーマや毛染めをするため、まあまあ良くなっている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による景気悪化から少し上向いている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格が高騰しているため売価も前年より5%から10%値上げした。必要な物は買わざるを得ないため、売上は増えている。コロナ禍のなかであるが、来客数もやや多いように感じる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて結婚式、パーティー、記念行事等が非常に多くなった。コロナ禍においても、ウィズコロナということで行動制限が緩くなったこともあり個人の行動が活発であった。物を買って誰かに与えたり、自分で使ったりする記念行事等が積極的に動くようになった結果、3か月前と比べれば少し良くなっている。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前月から引き続き、海外特選ブランドや時計などの高額品の需要が、特に若い層にみられる。行列が途絶えないブランドもあり、バブル前に特選ブランドに行列ができていた風景をほうふつさせる状況である。急に寒くなり大雪もあったせいか、冬物雑貨関係の動きがここに来て顕著である。クリスマスケーキやおせちは、個数減少でも物価高などに伴う価格高騰もあり、売上としては前年を上回る水準にある。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波や物価上昇にさらされながらも、忘年会等の飲食やクリスマス等の物品への旺盛な消費がみられる。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が懸念されたが、12月に入り徐々に客足は伸び始めた。購入意欲の高い客が多いが、回遊する様子は余りみられなかった。高額品は好調に推移し売上がけん引した。インバウンドは増加傾向にある。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・依然として販売数量は100%を下回る状況ではあるものの、金額ではコンスタントに100%を上回ってきた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・年末もあって、やや良い商品でも目に付く場所に大量陳列して販促物を付けると売れていく。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・寒さの到来で季節商材がようやく動き出した。必要性が経費の懸念を上回り、暖房器具も売れている。消耗品はほとんど価格に影響なく売れている。プライベートブランドの構成率は上昇している。
	○	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は継続して増加しているが、人の動きは減少することなく、来客数も前年比で増加している。
	○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・原材料の価格高騰により商品の価格は上がっているが、客が購入を渋っている様子は特に見受けられない。年末年始という空気感の影響もあるが、比較的高価格帯の商品が売れている。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・クリスマスシーズンでチキンとケーキがよく売れて、事前の予約もたくさん承った。24日は悪天候にもかかわらず来客数も多く、複数点買いする客が多かった。

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（本部管理担当）	来客数の動き	・12月の売上は前年比102.5%であった。再び新型コロナウイルス感染症が流行するなかでも厳しい行動制限がないため、安定した売上と来客数を維持している。世間の消費動向は、物価高で困惑というマイナスのニュースを耳にするが、現場の感覚では、コロナ禍のなか行動制限が解除されていることのプラスの効果が大きく、売上は好調である。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・ボーナスが出た後ということや祖父母が孫の成人式用にとスーツを購入する客がいる。単品よりもセット買いをする客が多く、お買い得にたくさん種類をそろえておけば後々使えることを分かってもらえている。礼服も一緒に購入する客も多いため、景気は良い方に向いている。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は前年割れだが、客単価は前年比プラスで推移している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・課題となっていた納期遅れが少し改善してきたので、商談しやすくなってきた。
	○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・内装工事及び新築、リフォームの建築工事の受注が増えている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・店頭では来店客の動きは鈍く成約率も低めであるが、イベント催事時の高額商談が比較的好調で、売上向上につながった。
	○	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・数年ぶりの宴会ということもあり、単価を上げてもらっている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援により宿泊者が増加した。
	○	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が役に立っている。
	○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は拡大中であるが、客のマインドが緩和されてきている。法人宴会は、直前のキャンセルもあるが新規受注も増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は国内個人観光客を中心に増えた。インバウンド団体も少しある。全国旅行支援があるため単価を上げることができている。宴会は低迷中である。
	○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・団体旅行について、以前は新型コロナウイルスの新規感染者数の増減が旅行の可否に大きく影響したが、現在は、少人数かつ感染対策を実施すれば旅行は可能という考え方の客が増えている。ただし、大人数での旅行は依然警戒されている。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・タクシー料金の値上げによって、売上等の収入はやや良くなっている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・12月からの降雪で雪遊びができるようになった。インバウンドも少し予約が戻ってきた。
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月から始まったキャンペーンセールが今月で終了するため、最後にもう1セット購入しておこうという客がいた。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は伸びつつあるが、いかにせん客単価が伸びないため販売量につながらない。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年の年末に比べると動きが非常に少ない。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・12月は忘年会シーズンで例年平月より販売量が増えるが、今年は増えなかった。スタッフは依然として早帰りが続いている。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・年末に入り人出は増えたように感じるが、それほど売上には結び付いていない。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の予算消化は始まっているが、円安の影響で残予算が少ない。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年を上回ってきているが、2019年比ではマイナス10%で推移している。新型コロナウイルス感染症第8波の影響もあり、今後も例年並みに戻るとは考えにくく、この傾向は続くと思込んでいる。
	□	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・お歳暮商品にも価格上昇の影響があり、油などの調味料を選ぶ客が多い。
	□	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてきているが、店頭の様子は、来客数を含め少し前と特に変化がない。

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
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げで1品当たりの単価は上がっている分、節約志向により必要品以外での買い控えが続いている。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・買物点数が増えているのが明らかで、年末特需の様子がみられた。果物もパック複数買いや箱単位で買う傾向があり、いろいろな値上げがあっても特に買い控える様子がなかった。ただし、クリスマスイブの大雪の影響がありプラスマイナスゼロと考える。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年並みではあるが、一時期の全国旅行支援の盛り上がり収まり、来客数は前年に届いていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・12月も全国旅行支援の影響で、行楽立地型店舗などは販売が好調である。比較的販売量が多いが、酒や菓子などが例年より多く売れている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は、前年比では伸びているが新型コロナウイルス感染症発生前の状況とはまだ5%から6%の開きがある。新型コロナウイルス感染症が完全に終息しない以上、好景気を感じることはできない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・諸物価は上がり新型コロナウイルス感染症は収束の兆しがないなか、久しぶりに寄ってみたとかよく行く店が閉店したからと来店し、購入してくれた客が結構いた。なじみ客の来店が減っている時期に本当に有り難かった。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・企業による作業服の大口注文は例年より減少している。ただし、12月上旬からの強烈な寒さにより、買い控えていた分の購入が若干回復している。一般客の購入量は今のところ安定している。総合すると現状維持の状態である。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	単価の動き	・仕入単価が上がって価格転嫁しており、販売量は減っている。
	□	家電量販店（店員）	単価の動き	・商品の値段が上がっているため、必然的に単価も上がった。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体問題が長引き、販売台数は横ばいのままである。解決する糸口もみえないようで、ほぼ諦めムードになっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・電気・ガス料金の値上げ、燃料費の高騰など生活に密着したコストの上昇から、生活防衛に重きを置いた消費活動に客の軸足は置かれている。今月はボーナスも支給され、クリスマス・年末の買物などで客の消費活動がもっと浮き浮きしたものとなるかと期待したが、それほど活発にはならなかった。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	単価の動き	・来客数は多少持ち直しているが、物価高騰、光熱費高騰で消費者の消費自体はそこまで回復はしていない。企業としても光熱費の高騰による原価上昇は収益圧迫につながっており、厳しい状況は当面続く。
	□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・売上は客単価の上昇で回復傾向にみえるが、12月の繁忙期にもかかわらず、来客数の伸びが芳しくない。特にディナータイムが厳しい。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても、売上は例年と余り変わらない。新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えているので、心配している。
	□	バー（経営者）	来客数の動き	・若い人のクリスマス需要はあるが、大人数での忘年会は皆無である。とても年末を迎える雰囲気ではない。
	□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・行動制限がなくなり、モノの値段は上がっているが、少しでも新型コロナウイルス感染症発生前の状況にしようとして、感染状況には目をつむって通常の年の瀬を迎えようとしている雰囲気である。
	□	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行動規制がなくなって人通りが増えてはいるが、食料品などの値上げが影響しているのか、財布のひもは固い。必要最小限の物しか購入しない傾向が続いている。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末年始の全国旅行支援が中止ということもあり、12月に入り支援目当ての客は停滞気味である。年明け分も既存予約は不可というニュースで、予約を渋る傾向にある。1月10日からの延長が決まったが県ごとの開始が決まらず、目当てとする客に振り回されている。延長する場合は早めの対応をしてほしい。

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（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第8波が高止まりから更に増加に向かっており、全国旅行支援で旅行申込みが殺到した10月中旬からの1か月と比べると停滞している。新型コロナウイルス感染症の第7波以降、本人が陽性や濃厚接触者となり旅行に行けなくなった人以外の取消しは減っているが、これからも新型コロナウイルスの新規感染者数の動向次第である。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・低レベルで維持しているが、今後も落ち込む。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は落ち着いてきているものの、新規契約件数は低調のまま推移している。
	□	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	・リモートワークのために、光回線の申込みが増加している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・営業店等の拠点統廃合の検討や回線の利用状況の調査、見直しを求められることが増えた。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・まだ現状維持である。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・上向きの傾向にあったが、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、状況が分からない。
	□	観光名所（案内係）	来客数の動き	・毎月同様であるが、とにかく高齢者の来客数が激減している。
	□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・通勤通学定期券収入については100%前後にまで回復したものの、一般客、観光列車や雑収入については8割止まりで、3か月前と変化がない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・販売量には大きな変化は見受けられない。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が変わらない。とにかく案件数の減少が著しい。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍の状況も落ち着いているが、販売量は横ばいである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約者数が激減している。来場者も少ないが潜在顧客、長期顧客の動きがない。SNSなどの視聴数は多くなっており、これをどのように取り込むかが今後の鍵となる。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	お客様の様子	・年末で動きが悪く、右肩上がりにならない。
	▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・客の財布のひもが非常に固くなっている。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前月初めまで来客数が少なかったが、ボーナスが出る頃になると来客数が増えた。ただし、購入する客は少ない。駅に近い時間潰しに靴を試着に来て、礼だけ言って購入せずに帰る客が多い。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比94.4%で推移している。
	▲	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価共に前年割れが続いている。無駄な買物は控える消費傾向が定着している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・たばこに代表される値上げの影響で日販はさほど前年割れを起こしていないようにみえるが、来客数の減少が明らかである。1日当たり来客数が40人減少し、1か月では1200人減少である。家族の新型コロナウイルス感染による自宅待機者がかかりいと推測するが、厳しい状況である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・人気の新型車が出て、普通ならたくさん注文が入るのが、思ったほど売れていない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・売れないため安くしているのかもしれないが、全体的に相場が安くなってきた。新車に近く高かった商品も、それほどでもなくなってきた。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・販売量の動きだけではなく、客の様子として来客数も減っている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今月後半になると、商談数、来客数共に一気に減った。例年どおりといえば例年どおりだが、販売に関してはやや悪い状況になっている。
	▲	その他専門店〔雑貨〕（店長）	来客数の動き	・中心市街地は、ターミナル駅周辺に比べて集客力が落ちている。
	▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・消費者物価の上昇で、客が店で使う金額が1000円落ちている。



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
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・今年は全ての商品に対し価格改定を実施した。消費者も値上げの理由については報道等を通じて理解しており、ひとまずは値上げ後も継続して購入している。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・10月から全国旅行支援が開始されたが、都道府県ごとに運用が異なり、零細旅行会社にとっては手間の掛かる仕事でメリットが感じられない。客の反応も今一つで、販売の増加にはつながっていない。
	▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・クリスマス前後の寒波及び大雪による土日のクローズがあり、今月は大きく入場者数を下げた。天候不順により良くなかった3か月前よりも状況が悪く、景気は良くない。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は本来ならば忙しい時期であるが、客が余り来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話を聞いていると、値上げなど物価高の話がかなり多く、節約をしている人が多い。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症第8波の影響が大きい。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。カレンダーを持ってくる人も、今年は少ない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・施工単価が高騰している。材料費だけではなく、人件費も上がっている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・エネルギーや商品が高くなって、皆少し弱っている。
	×	コンビニ（店長）	それ以外	・仕入価格、販売コストが過去にないほど上がった。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くが納車に時間が掛かっており、注文停止になっているため購入できなくなっている。客が欲しくても車が売れなくなっており、その影響でまだ買える車種に客が流れているが、その車種も納期が掛かるようになってきている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・20年間居酒屋をやっているが、今月ほど来客数ゼロの日があったことはない。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	お客様の様子	・客の購入意欲が相当減退している。たとえ成約につながったとしても先行きの不透明さや昨今の物価上昇により、従来よりも単価が低い物が選ばれるなど、財布のひもの引締めがきつい。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・大手の分譲業者でも、売上が悪く在庫が増えている。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・消費マインドが下がったままでの物価高による買い控えのダブルパンチで売上も伸びず、このまま悪い状況が続く。現状のままでは、景気の回復は期待できない。
企業 動向 関連  (東海)	◎	—	—	—
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・11月～12月は青果物、農産物等の物流が活発であるため、受注量、販売量が増加しており景気はやや良い。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安の懸念はあるが、以前と比べると新型コロナウイルス感染症に対する行動規制が緩和されており、全国旅行支援なども幸いし、一般客が金を使う流れができてきている。
	○	公認会計士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少しずつ小さくなり、特にサービス業では来客数が新型コロナウイルス感染症発生前と比較して同じくらいまで戻っている客先も増えてきた。仕入価格の上昇分を少しずつサービス価格に転嫁する企業も増えてきて、3か月前と比較すると景気はやや上向いている。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・電気代や食品の値上げなどが家計に与える影響は大きく、生活者の選択の目はますます厳しくなっている。消費マインドの減退は当面続く。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・行動制限の緩和でコロナ疲れを癒やす消費行動が続いている。冬季ボーナスの増額やベースアップが実施され賃金上昇の動きがあり、企業は原料高に対応して値上げを敢行している。個人消費が増え、景況感は維持あるいは改善する流れがある。

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
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・Webからの問合せや引き合いによる新規案件が順調に受注できている。一方、以前からの取引先、特にハードディスク用部品の製造会社やスマートフォン関係の部品製造会社からの受注が半分程度に落ち込み、足を引っ張っている。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量としては地域に関係なく出てきている感はあるが、材料の価格高騰の転嫁ができていないため、忙しい割には利益にはつながらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界が相変わらず新型コロナウイルス感染症の影響で悪い状態のなか、少ない案件を競合先と取り合うことになり、売上が非常に下がっている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・外的要因にもよるが、現状は大きな変化の見込みがない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一時の円安は落ち着いたものの、輸入原材料は高止まりしており、一方で販売価格への転嫁は以前の契約を盾に進まないところも多い。需要が落ちているわけではないが、適正な利益を得られるまでは、景気が良いとは言い難い。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・生産計画は少し生産が増える予定であったが、来年に延期になった。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・円安緩和の割に値上げラッシュが収まらない。増税も予定されており不安しかない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・例年12月は年末ということもあり成約数が伸びないが、今月は前年比1.5倍の成約ができた。来場者数は多くないが、真剣に住宅購入を検討している客が多かった。冬のボーナスが多く出たことや、コロナ慣れもあるのかもしれない。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・年度末に向けて余った予算による駆け込みでの新規の仕事や、年末から年明けといわれていた仕事の実行に移されている。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・荷量については低調のまま余り変化がないが、燃料代、人件費等の高騰が続いている。物流案件の引き合いが増えていますが荷主のコストダウンのための引き合いで、受託しても利益が出そうな案件は少ない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・客からの引き合いは、もはや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、売上面だけで見れば順調である。全体としてはまずまずだが、荷主の業種によって調子の良いところと悪いところとに極端に分かれていて楽観はできない。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・世界の航空貨物の流れが不安定である。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・12月下旬のクリスマス前は年間で最も荷物が動く時期で、例年は荷物量のピークが5日間ほど続くが、今年は僅か3日間だけであった。荷物が動いておらず景気が良くないことから、3か月前と同じような傾向にある。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇に賃金が追いついていない。飲食店の利用客や宿泊者数は増加しているが、来月からの光熱費など様々な値上げもあり、財布のひもは固い。
	□	金融業（従業員）	それ以外	・街や身の回りの様子からは、3か月前と比べ物価の上昇により消費行動が消極的になっているようにみえる。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日は多いが、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、外出や遠出をする人は横ばい傾向になっている。今月の売上は、前年並みとなっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・目立った価格変動や問合せはない。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・人流は戻っているが、物価高や新型コロナウイルス感染症の第8波が収まらないこともあり、状況は余り変わっていない。
	□	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	・今月は11月と同じ流れになっている。余り金を掛けずに工場を現状より良くしようとする動きが顕著にみられた。全体的には良い流れである。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量、注文量共に前年比で減少している。

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
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に通常時より10%ほど落ちたままである。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少している。
	▲	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投資が止まってしまった。年末だからなのか、ほかに原因があるのかは不明である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・購入重量が10%程度減少しており、やむを得ずといった感がある。価格については転嫁ができており、最低量、必要量のみを生産する状況が続いている。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・原材料価格の高騰による物価高の影響で、必要最低限の購買しかできなくなっているため、消費が冷え込んでいる。安価な物を最小限購入するマインドが広がっており、気持ちの高揚につながらない。
	▲	通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・ほとんどの企業ネットワーク通信ではバックアップが取られているが、昨今はバックアップに掛ける月額投資が削減傾向にある。不確実性に慣れたのか、あるいはトラブル対応に自信を付けたのか、3重目のバックアップが削られたり、バックアップ自体が取りやめになっている。企業におけるバックアップの考え方に変化を感じるとともに、そうせざるを得ない懐事情を推察する。
	▲	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料費の値上がりが急激であり、価格転嫁が遅れている企業には業績への影響が大きい。物価も上がっており、給料が実質目減りしている。
	▲	不動産業（開発担当）	それ以外	・当地域においては分譲マンションの売行きが芳しくない。
	▲	会計事務所（職員）	取引先の様子	・ガソリン代や食品を始めとする物価の上昇を受けて、冬のボーナスに臨時手当をプラスして支払う会社が幾つかあった。お歳暮をやめる会社も多く、贈る会社でも単価を下げている。夏から秋にかけての値上げの影響が、じわじわと現れている。
	▲	その他サービス業 [ソフト開発]（社員）	受注量や販売量の動き	・年始に向けて販売量は増えているが、高価格帯の購入は控えられている。
	×	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの受注が依然として少ない。
雇用 関連  (東海)	◎	求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・例年、年末はボーナス支給時期の関係もあり、求職者の動きが活発になる。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月上旬は少人数での忘年会の利用があったが、中旬以降は新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、キャンセルが増え伸び悩んだ。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前よりエンジニア稼働率も各企業からの引き合い残件数も増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいてきており、製造業などではその水準を超える状況にある。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・前年同期比でみると求人数は増加しているが新規求職者数は減少しており、成約数はやや減少している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は3か月前比、前年比共に上回っているが、採用数は人材不足から大きな変化がない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車業界は変わらず半導体不足で、各生産工場が一時的に稼働停止して生産調整を行っており、非正規雇用の雇用安定が引き続き厳しい状況である。
	□	新聞社 [求人広告]（営業担当）	採用者数の動き	・景気の停滞が長引いているため、人材の流動性が鈍くなっている。地元企業は慢性的な人材不足だが、労働者側は取りあえず現状維持を選択しているため、企業は採用したくても採用できない状況が強まっている。
	□	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。観光業などは回復の途上にみえるが、物価高騰などの影響で消費意欲が停滞している。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、全体としては大きな減少はみられないが、減少となった業種が増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっている。一方、製造業等では半導体不足に苦慮している企業が多く、人手不足に悩んでいる企業も見受けられる。

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
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・物価高の影響により食品関係の一部では売上が伸び悩んでいる。材料の価格高騰により利益が伸びない一方で価格にも転嫁できず、経営が厳しくなっている。新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザ流行による先行きへの不安も否めない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・季節調整値による有効求人数、有効求職者数共に減少したが、減少割合が同程度であったため、有効求人倍率は前月と同数値となった。求人数は、宿泊業、飲食サービス業と医療、福祉で増加がみられた。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・採用決定数は引き続き増加傾向にある。新規の案件及び新卒採用の内定辞退などでポテンシャル層からの確保に動く企業もある。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・値上げラッシュの影響による製造業等におけるコスト増加が響き、利益率の大幅な減少が多く見受けられた。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が家計を圧迫している。
	×	—	—	—

## 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 関連  (北陸)	◎	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったように感じており、今まで悪かった状況が以前に戻ってきたということで良いと回答した。しかし、来客数の減少は顕著であり、買上単価の上昇で売上を維持又は伸ばしている。物価上昇のみでの売上増加であり、来客数の増加がなければ安心できないと考える。
	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・コロナ禍における景気対策キャンペーンの効果に尽きると考える。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により、前月に続き新型コロナウイルス感染症発生前の同月稼働率に対し、110%を超える水準での高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は週末に観光客が多く、忘年会も盛んである。売上も上がっており、前年の2倍近くと良くなっている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・年末年始に必要なものを購入するため、来客数が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・少しずつ状況は良くなっているようだが、新型コロナウイルス感染症の第8波による新規感染者数が意外に多くなっている。また、電気料金などが大幅に上がっていることが、消費者のもう1つの重しになっているとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向が続いているものの、日常生活は戻ってきている様子で、衣料品店や飲食店が回復している。旅行や外出機会の増加で一定の回復はあるが、まだ回復途上である。各種値上げによる影響で、購買単価は上がっているものの来客数の伸びは低く、購買も慎重な姿勢がみられる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・20人を超える忘年会の開催などがあり、久しぶりににぎわいをみせていたが、クリスマス前的大雪で大きく失速し、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると85%ほどの販売量となっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・月初めから中旬にかけては今一つだったが、中旬以降は半年前からの常連客が頻繁に来店し、忙しい日もあった。ただし、以前からの常連客については振るわない。天候が良かったこともあり、若い人が外に出ているようである。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年比で104%、宿泊客数は99%、宿泊単価は105.5%で、宿泊客数の減少を宿泊単価がカバーした形となっている。宿泊単価が高くなっているのは、団体客が非常に少なく、一部屋に入る宿泊客数が少ないことも要因になっている。一方で、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では総売上は79%と、まだ厳しい状況が続いている。
○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ウィズコロナのなかで行動制限も特になく、全国旅行支援の追い風もあり、国内の個人旅行を中心に前年同月と比べて客の動きは堅調である。	

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
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・バーゲンセール等でそれなりの人出があったときでも、結果をみると期待したほどの売上はない。財布のひもが固いのと客単価の減少によると考える。
	□	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も少なく落ち着いており、年末のにぎやかさが出てきているようである。プレミアム付商品券の利用は順調であるが、商品の値上がりが悪影響を与える可能性が大きく、今後の営業を懸念している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大雪の影響を心配していたが、全国旅行支援の影響で来客数が増えているため、売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前よりも好調に推移している。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で節約志向が強まり、前年と比べてお歳暮ギフトの送付商品やおせちなどの単価下落が影響している。また、クリスマスのギフトも高価なアクセサリーやブランド品より雑貨やスイーツなどで、購入に慎重な傾向が強くなっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の購買動向は良くなってきているが、人によってまだまだ差がある。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ紛争はまだ継続中ではあるが、前年との比較では社会情勢に落ち着きが出てきているようで、それらが景気に反映されているようにみえる。しかし、婦人アパレル衣料に関しては、業界自体の疲弊感が大きくなっている。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・来客数が若干落ちているが、売上は変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・半導体不足による自動車メーカーの生産減少により新車の入荷が滞る状態が続いており、以前の売上に戻ってこない。一方で、車検をして乗り続ける客が多く、車検実施台数は毎月多い状況が続いている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・昔の感覚で仕入れなどをしていると、大変在庫が残ってしまう。今は頭を切り替えて、とにかくロスをなくしていくやり方しか思い付かない。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・12月に入り、降雪の影響や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加によるキャンセルが出てきており、前年比で10%程度売上が落ちている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・3か月前の停滞した状態とほぼ変わらない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前より継続して、通信、放送サービス共に新規契約者数が前年同月と同レベルで、好調に推移している。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・一部で円安により仕入単価が上昇しているが、料金などへの転嫁は行っていないにもかかわらず、新規契約の獲得は苦戦が継続している。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・12月中旬から雪が降り、客の動きも鈍くなるかとみていたが、客の動きは安定している。契約件数も例年並みで、目標にほぼ到達できている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰や、新型コロナウイルス感染症の影響が大きいと考える。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・集客の低迷が続いており、消費行動の鈍化を感じる。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・半年以上、来客数の減少が続いており、今後も続きそうである。
	▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月に全国旅行支援がスタートしてから売上の伸び率が鈍化しており、今月はとうとう売上が前年を割り込んでしまっている。行動制限の緩和に伴い首都圏や関西圏へ出向く機会が増えたことに加えて、エネルギー価格や諸物価高騰に伴う客の生活防衛意識の高まりによる影響が大きい。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・12月になり売上は悪化している。早期の気温低下で11月早々からアウターなど重衣料が売れた影響があるとみている。食品だけでなく多くの品の値上げラッシュの影響があるが、電気料金の引上げの発表以降は、売上がより低下したと感じる。購買価格を重視する傾向が強まり、セールやディスカウント商品が動き、お買い得感のある商材が売れ筋になるなど、上質感よりも価格を重視する傾向が今まで以上に強くなり、購買行動は非常に慎重になっている。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・全体的には大きな変化はないが、一部の年末商材の動きが悪い。本来なら売れていなければならない数量に対して進捗が悪くなっている。

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
	▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・地方は人口減少と高齢化のなかでオーバーストア状態にあり、先行きは見通せない。屈指の大手ショッピングセンターでさえ、売上は前年割れの状態が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・12月はボーナスが出た会社が多く、客の買物の仕方に変化はみられたが、買物に対して相変わらず慎重な姿勢である。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・必要品以外の家電購入がみられない。
	▲	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今年はスタッドレスタイヤへの交換作業が例年と比較して遅かった。新車の購入を諦めた客が多く、同時期の新車における装着が減ったことが要因とみている。タイヤの新規購入者も減少しており、我慢して使用しているようである。交換作業を依頼されたタイヤをみると、古いタイヤを装着する客も多い。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・12月は元々閑散期であり、旅行に出掛ける人は3か月前より少ない。全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数は増えつつあるが、キャンセルが増大するまでには至っていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の繁華街の忙しさは週末のみである。今月は県外観光客のバスによるホテルへの乗り入れが少ないようである。
	▲	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	・自分たちの身近に新型コロナウイルス感染症が迫ってきている実感と、新型コロナウイルスに感染しても軽症が多いという変な安心感が混ざり合って、安心して前向きに健康づくりをしたい人がいない状態である。このため会員の増加につながらず、子供対象の冬休み特別教室の集客も75%にとどまっている。燃料費等の価格は上がり続けており、大変である。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上、来客数共に、前年比で5%程度ダウンしている。5%ほどのダウンは、大雪の影響があった2022年2月以来である。また、物価上昇の影響も懸念している。
	×	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・原油価格の高騰による生活必需品の値上げが止まらないなか、賃上げの動きが伴っていない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・会社関係の忘年会が戻らない。光熱費や物価の上昇により、購買行動が生活防衛になっているようで、来客数も減少している。おせちも高額であるためか、前年より売行きが悪い。
	×	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価上昇や金利上昇の懸念、物資不足等の影響が出てきている。また、今後の住宅は省エネルギーなど性能の向上が望まれているため、ますます価格が上昇していくと考える。
企業動向関連	◎	—	—	—
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・ばらつきはあるものの、販売量が上向きの客先が増加している。
(北陸)	□	食料品製造業（経営企画）	それ以外	・販売価格の上昇により、売上自体は前年を上回って推移しているが、原材料やエネルギーなどのコストアップが勝り、収支は悪化している。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・アウトドアやスポーツ関連を中心に受注は引き続き堅調であり、国内のファッション衣料や自動車関連にも明るい兆しがみられる。一方で原材料価格が高騰し、特に電気料金の値上げが深刻さを増している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に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	・受注量が正常化に向かい、売上の持ち直しも期待しているが、原材料価格や燃料価格の高騰で利益が圧迫され、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・販売量を考慮すると景気は9月頃より上向いているとみられ、現状も昨今のデジタル化に対応するための商材を中心に安定した受注量を確保できている。しかし、3か月前との比較では大きな変化はみられない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の売上は回復傾向にあるが、原価の上昇により利益率の改善がなかなか進んでいない。価格転嫁を進めている取引先は利益率も改善しているが、一部の取引先にとどまっている。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・光熱費の高騰は全業種に影響を及ぼしているが、飲食業や食品関係は好調である。製造業は、半導体不足や原材料価格の高騰により厳しい状況が続いている。

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
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ロシアによるウクライナ侵攻を受けて原油価格やLPGガスなどの価格が上がり、工事の材料費や運送費も上がっているが、公共事業の発注価格に反映されるまでにタイムラグがある。また、スライド条項の適用も手続が煩雑である。
	▲	輸送業（役員）	取引先の様子	・物流業者では燃料費の高騰に対して荷主へのサーチャージをお願いしているが、快諾を得られない状況が続いており、業績を圧迫している。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者や住宅関連業者からの活発な話は聞かない。
	▲	司法書士	取引先の様子	・大企業や大型事業では、新会社設立などの新しい事業の展開があったが、それ以外の企業関係では新しい事業の動きが全くない。
	×	—	—	—
雇用関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年末年始に向けて第二次産業の企業を中心にUターンやIターンの求職者を狙った求人広告の申込みが増加している。2024年問題に向かうロジスティクス企業などにも求人を検討する動きが見られ、人材の確保などに向けて求人市場が活性化している印象を受ける。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	それ以外	・マイナンバーカードの普及に関わる業務で人材の雇用が増えている。行政機関は出張申請など様々な方法を派遣や委託で賄っている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は余り変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・企業の活動形態が変化したように感じる。新型コロナウイルス感染症や資材不足、価格高騰などに合わせるため、企業がこれまでのやり方を変えつつあるようにみえる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・年末ということもあったのか、飲食や宿泊、販売関係が好調である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月とほぼ変わらない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの求人数が減っている。半導体関連の派遣先企業からは、派遣契約解除の通知が出てきている。
	×	—	—	—

## 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	◎	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・中国本土からの旅行者は戻っていないが、香港、台湾、韓国の免税売上は2019年度の水準を上回ってきている。ただし、前年の12月はコロナ禍の影響が一段落していたこともあり、外商を除く国内売上はやや前年割れの状況である。
(近畿)	◎	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・12月に入り、ボーナス商戦、クリスマスギフト商戦共に活発化し、ラグジュアリー関連の商材が売上がけん引している。クリスマス商戦では、3年ぶりのコロナ禍からの解放感で単価が大きく伸びた。これまで我慢してきた分だけ、1つ上のクラスの商品を手に入れたという意識が強まっている。時計やジュエリーの単価が3～5%上がっても、販売個数は前年を上回るなど、市場の成長性を感じる。一方、防寒商戦も気温の低下や雪の影響で売上が伸び、ロングブーツは前年の倍以上の売行きとなっている。コート商戦もウール系の商材が伸びたほか、バッグ関連も輸入品を中心に単価が上昇している。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・一部の高級ブランドだけでなく、食品売場でも以前の繁忙期のように来客数が増加し、クリスマス商戦には長蛇の列ができています。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・事務作業は大変であるが、全国旅行支援による効果が出ている。期間が終了した途端、効果は切れたが、再び継続となったことで助かっている。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・全国旅行支援により来客数が伸びて、増収となった。また、これまでのコロナ禍が続くなかでの年末とは違い、客の行動制限もないことが営業面で良い影響となっている。

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
	◎	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、全国旅行支援による効果か、着実に宿泊稼働率がアップしている。前月までと違うのは、ビジネス客を中心に平日の宿泊が増えるなど、出張が増えていることである。また、レストランのランチ客も1日の平均が47人と前月比で5人増え、好調に推移している。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・週末を中心に人出がかなり増えてきた。売上も前年の水準を上回る店が増えている。
	○	一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	それ以外	・世界の中で信用できる工業国が、日本だけであるということが認識され始めている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	それ以外	・インバウンド需要により売上が増え、3か月前比では15%の増加となっている。
	○	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たこともあり、レストランやゴルフ場関係の注文が増えている。年末になればレストラン関係は更に忙しくなるが、新型コロナウイルスの感染第8波の状況に左右される。
	○	一般小売店〔呉服〕 (店員)	それ以外	・近隣県でのイベントへの、電車やバスによる来場が増えている。
	○	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・先行きの不安感は拭えないものの、コロナ禍による行動制限での来客数の落ち込みは、海外客を除けば、ほぼ以前の水準に戻ってきている。
	○	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・都心店の来客数が、前年比でプラス15.2%と大きく伸びた一方、郊外店ではマイナス3.3%と、人流の都心回帰が明確になった12月となった。ただし、食料品は郊外店でもプラス0.1%とほぼ前年並みとなるなど、客の購買意欲は高い。
	○	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・高級時計や海外のブランド品が品薄になるほど売れているほか、客が旅行の計画を立てたり、イベントに参加するようになってきたことから、外出用の婦人服の売上も回復基調にある。また、インバウンド売上も好調である。
	○	百貨店(宣伝担当)	販売量の動き	・インバウンドの急激な増加に加え、クリスマスや年始用のギフト需要も増えている。来客数も伸びており、久しぶりの家族、友人との集まりや帰省などで人流が増えている。
	○	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・直近はこれまで好調であった富裕層の売上が厳しかったが、今年はクリスマスの日並びも良く、中間層向けの売上が上向いている。
	○	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・物価が上昇するなか、国内の中間層による購買は堅調である。気温の低下による影響もあり、ファッションの防寒商材や化粧品が好調となった。また、食品の売上も客単価の上昇で前年を上回り、おせち、クリスマス商戦は2けた増で推移した。富裕層では特選品や高級既製服が好調を維持しており、免税売上も前年比で4倍と全体を押し上げるなど、消費はより活発となっている。
	○	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が少なく、新規感染者数が増加しても、安定した来客数や販売量を確保できつつある。特に、外商客などの富裕層による購入が堅調である。
	○	スーパー(経営者)	お客様の様子	・競合相手と同じく、度重なる仕入価格の上昇を店頭価格に反映せざるを得ず、単価のアップが売上を押し上げている。また、新型コロナウイルスの感染再拡大により、家飲みも再び増えている。結果として、クリスマスや年末の売上は大きく伸び、帰省の動きも前年よりも大幅に増えたことで、大みそかの売上は過去最高を記録している。
	○	スーパー(店長)	来客数の動き	・衣料品の購入客数は前年比で10%増え、食料品の購入客数は11%増えている。また、衣料品の販売点数は13%の増加で、食料品の販売点数は2%の増加となっている。
	○	スーパー(企画担当)	それ以外	・キャッシュレス決済でのポイント還元や、プレミアム付商品券の発行といった各自自治体の取組により、対象店舗の売上が大きく伸び、全社の売上の底上げに寄与している。
	○	スーパー(社員)	単価の動き	・商品価格の上昇により、多くの店で客の買い控えや販売数量の減少が始まっている。ただし、単価の上昇により、売上は堅調に推移している。今年の秋以降、この傾向が顕著となっており、今月も続いている。



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
	○	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の影響の縮小で、来客数は以前の85%ほどに戻ってきたが、売上は80%しか戻っていない。平均単価は依然として5%ほど低下している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルの宿泊者数がかなり回復しており、それに伴い、来客数も増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・年末の繁忙期で販売量は増えたが、居酒屋での忘年会などは少ないままである。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量は僅かに増えただけであるが、値上がり分だけ客単価が上がっているため、売上はそれなりにプラスとなっている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている割には、人の動きは悪くなっていない。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・今月中旬から来客数が増え、月末はまとめ買いの客も増えた。レジ横商品などのプラス1品もよく売れている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数、単価共に少し上向きの状況が続いている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・単価が少し上がっている。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・少しずつ来客数が増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・最強の寒波到来により、ようやく暖房器具の動きが活発になっている。電気代や燃料代の上昇に伴い、特に省エネを意識した商品の販売が伸びている。
	○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・クリスマス商戦では玩具やゲームの売上が好調となり、その集客による相乗効果で売上が増えている。また、急激な冷え込みにより、暖房機器の動きが好調である。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・来年に向けて、インバウンドの解禁や光熱費の支援など、良い知らせも出てきている。客も以前と比べて落ち着いて生活している。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	単価の動き	・来客数は余り良くないが、客単価が300円ほど上がるなど、余り価格を気にしない客が増えている。全体的に値上げが受け入れられているように感じる。
	○	高級レストラン（企画）	来客数の動き	・販売価格を上げたが、来客数への影響は限定的である。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・本来12月は繁忙期であるが、新型コロナウイルスの感染第8波が発生した影響もあり、団体客の需要は今年の9割減少という状況である。また、わざわざ予約して来店するのではなく、目安となる日を決めておいて、当日に来られる人だけが会食に参加する形での来客が多かった。さらに、日によって来客数にはばらつきがあるため、人員の配置や仕入れなどが非常に難しくなっている。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、10月以降は景気が上向きとなっており、今月は久しぶりに来客数も以前の水準を超えることができた。ただし、原材料価格やエネルギー価格の高騰により、業績は思ったほど良くっていない。
	○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・全国旅行支援によって宿泊者数が増加し、客室単価も大幅に上昇していることから、景気にも多少の上向き感がある。
	○	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・3か月前と比べると、全国旅行支援の効果やインバウンドの急激な回復もあり、稼働率は10ポイント上昇している。単価も1000円ほどであるが上昇している。
	○	都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・今月は客室単価が前月比で1074円の上昇と、今年の最高値を記録した。全国旅行支援の利用客は落ち着きをみせているものの、訪日客は順調に取り込めている。それに伴い、朝食も順調に稼働し、日によっては来店客の約8割が訪日客というケースもある。今年は3年ぶりに忘年会の利用も数件あるなど、料飲部門の収入も順調に推移している。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・全国旅行支援もあり、宿泊需要は回復しているが、飲食での利用や、飲食を伴う会合の予約はなかなか回復しない。グループ単位での飲食は少し増えているものの、法人の忘年会は新年会に変更されるケースがみられる。
	○	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により、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
	○	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により、国内旅行の需要は以前の水準にはほぼ戻っているものの、海外旅行はまだ1割も戻っていない。
	○	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・全国旅行支援が1月も延長されることが発表され、客の意識は更に国が旅行にお墨付きを出しているというものになってきた。今月も間際の予約が多かったが、先の日程についても新たな予約が入りつつある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・当地は紅葉の時期も終わりにかけているが、様々な方面から観光客が来ている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・以前と比べて、人の動きがかなり増えている。百貨店などのタクシー乗り場での回転が格段に早くなっているが、その反面、22時以降は人の動きがかなり落ちてくる。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・約3年ぶりに味わう解放感の影響か、新型コロナウイルスの感染対策による金縛りが解けたような雰囲気、夜の街の人出が増え、忘年会も増えている。また、インバウンドの増加効果も感じられる。
	○	競輪場（職員）	単価の動き	・12月の客単価は9094円となり、3か月前の8474円よりも上昇した。ただし、前年の1万4623円と比べると、かなり落ち込んでいる。
	○	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	・インバウンドの回復が団体客、個人客共に続いている。また、国内の団体客についても増加傾向にある。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・取引先による新築戸建て住宅の販売件数が増加している。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・電装部材の供給状況が落ち着いてきたため、リニューアル工事の遅れを取り戻すのが忙しく、余裕のない状態である。冬のボーナス支給額も例年より少し多かったため、一安心である。
	□	商店街（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少で販売も減るなど、雰囲気が悪い。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・行動制限が解除された久しぶりの年末で、メーカーによるリベンジ購入の予想もあり、盛り上がり期待していたが、来客数は少なく、期待は大きく外れた。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、年配客には感染への不安があったと考えられる。一方、近くの商業施設は若い客を中心に混雑がみられる。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	単価の動き	・値上げラッシュが取まらない。1件当たりの客単価も上がらず、伸び悩んでいる。
	□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も大きな傾向に変化はなく、特選洋品ブランドの高額商品が好調なほか、秋からの新ショップ導入で売上は好調に推移している。入国規制の緩和によるインバウンド効果も好調に推移しており、売上は前年比で約10%の増加となっている。
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は気温の低下に伴い、防寒商材の動きが活発になっている。ただし、街のイルミネーションイベントが中止となった影響か、来客数は少し前年を下回り、食品売場などに影響が出ている。クリスマス商戦では、ケーキの販売は堅調であるが、プレゼント商材はやや苦戦している。
	□	百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・店全体で来客数、売上高共に、前年比で微増にとどまっている。高級輸入ブランドは値上げが一巡し、高級時計は供給不足もあるなど、各商材には今までのような勢いはない。食料品もおせちやクリスマスケーキなどの自家用は好調であるが、ギフトが微減となっており、トータルでは微増にとどまっている。
	□	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・食品などの値上げによる悪影響は続いているが、行動規制のないクリスマスは盛り上がりを見せるなど、季節のイベントなどへの反応は一定程度見込まれる。それに伴い、景気は若干の回復傾向が続く。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・様々な商品が値上がりしているが、コロナ禍に対する恐怖心が和らいだことで、年末年始の出費も増えている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・ポイントサービスやプライベートブランド商品の強化で、売行きは他社よりも優勢となっている。

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・天候が落ち着き、野菜の値段も下がってきたため、よく売れている。ただし、クリスマスの後から急に値段が上がり始め、客は正月に向けて買い控えていると感じる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・客単価、来客数に大きな変化はなく、今後もこの傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・3年ぶりに行動制限のない年末商戦となり、内食需要よりも外での支出が増えると予想されたが、売上は堅調であり、家で正月を祝うことが習慣化しつつある。外食や食品スーパー、一部の百貨店などが、正月の休業を進めたことも、年末の盛り上がりにつながっている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・昼の時間帯は、特に客の様子に変化はないが、夕方から深夜にかけては、少し忙しくなっている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	販売量の動き	・焼き立てパンや手作り弁当も、価格が高騰するなかで廃棄が目立っている。客の低価格志向が感じられるが、売上全体に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍からの回復が進まず、客の消費意欲は依然として低い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量の増加はみられない。まだまだ輸入車は在庫が潤沢にあるわけではなく、今月は四半期決算の月であったが、いつもの活気は感じられない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・客は様子見を続けている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・年末が近づき、街に活気が戻ったように感じるが、以前と比べて外食はまだ7割以下の水準にとどまる。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に比例して、人の動きが抑えられている。公務員のほか、企業によっては会合への規制が緩和されていない影響も大きい。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・円安やウクライナ危機による影響で、様々な面で物価の上昇が進んでいる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・週末を中心にガソリンの出荷量は増加している。消費者の動きは2極化が鮮明となっている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・円安の傾向が変わりつつあるものの、簡単に価格を下げるわけにもいかず、購買意欲に変化をもたらすほどの影響はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	来客数の動き	・日本銀行による長期金利の上限引上げの影響は、実際のところは不透明である。為替レートも1ドル150円から130円前半となったものの、消費財の値下げにはつながっていない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・来客数、客単価共に改善傾向にある。ただし、気温の低下により風邪薬や栄養補給などの医薬品の販売が顕著に増えている一方、売上の中心である生活必需品は横ばいが続き、景気が上向いているとは判断できない。
	<input type="checkbox"/>	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	・新カタログを発刊したが、例年よりも反応が少なく、送料を気にする客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・当地は観光地のため客は増えているが、地元客の動きは新型コロナウイルス感染症の影響で良くない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・12月も全国旅行支援の影響で客の動きは好調であった。ただし、中旬以降は新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、団体客による予約のキャンセルが少し出ている。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・コロナ禍に伴う行動制限はなく、全国旅行支援関連の受注もあるものの、稼働率の伸びは限定的である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・全国旅行支援の再開がなかなか決まらなかったため、相談のみに終わり、申込みにつながらないケースが多い。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新規のイベントがスタートしたため、何となく来場者数は増えているが、来場者の伸びが売上の増加につながっていない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	来客数の動き	・今月の来客数や販売量はおおむね予定どおりであったが、以前の水準と比べると低調なままである。

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 (経営者)	単価の動き	・建築資材価格の高騰が少し取まってきたが、まだまだ先行きは怪しい。
	□	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションの販売価格、売行き共に好調を維持しており、デベロッパーによる開発用地の取得競争も厳しい状況が続いている。
	□	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	・不動産取引価格については、3か月前と余り変化はみられない。
	▲	一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・このところは来客数が減っているが、1人当たりの客単価も下がっており、売上全体の落ち込みが続いている。
	▲	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標を下回る見込みである。富裕層向けの高額商品は堅調であるものの、一般客向けのボリューム商品は全体的に厳しい状況にある。物価の上昇もあり、インバウンド需要も当初の想定ほどではない。客の財布のひもは更に固くなっており、不要不急の商品を買わない動きは一段と増えている。
	▲	百貨店(店長)	販売量の動き	・3か月前は行動制限の緩和などで、元の生活に戻るような動きもあったが、物価の上昇やウクライナ危機への不安感、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加など、ニュースをみても不安材料しかない状態である。百貨店でも好調なのは食料品だけで、ぜいたく品の購入はごく一部に限られ、売上の総額が3年前を上回ることはない。
	▲	百貨店(管理担当)	競争相手の様子	・他社との競合激化や新型コロナウイルスの感染再拡大により、食品の売上は前年比で2けた減少と、厳しい状況になっている。
	▲	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・年末にさし掛かり、物価上昇の影響が生鮮品を中心に顕著となっており、販売量の減少がみられる。本来であれば、最も土産需要が高まる和洋菓子なども、前年の売上を下回っている。
	▲	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・来客数の動きは、9月は前年比でプラス1.6%、10月はプラス7.5%、11月はプラス3.7%、12月はマイナス4.7%であった。3か月前は来店施策にも取り組み、その効果が出ていたが、12月に入って新型コロナウイルスの感染拡大と気温の急激な低下も重なり、来客数が減少傾向となった結果、売上も3.6%の減少となっている。
	▲	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・売上の前年比は余り芳しくないため、3か月前よりも悪くなっていると感じる。
	▲	スーパー(経営者)	お客様の様子	・相次ぐ値上げと新型コロナウイルスの感染再拡大で、消費は低迷しているように感じる。
	▲	スーパー(店長)	お客様の様子	・食品を中心に値上げの影響があり、買上点数が減少している。客の買物の仕方も、1つずつ吟味して慎重に買う傾向がみられる。また、電気料金の値上げ報道の後には、暖房費の節約のため、フワモコパジャマやフワモコ靴下といった商品が目立って売れている。
	▲	スーパー(販売促進担当)	それ以外	・来客数や販売量は横ばいの状況であり、売上を稼ぐ力は変わっていないが、光熱費の高騰や人手不足による人件費の上昇など、コストが過去にない勢いで上がっており、利益を圧迫している。
	▲	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・今まで意識していなかった部分の出費も、少しでも抑えようとする動きに変わってきている。
	▲	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・客は明確な目的がない限り、来店しない傾向が強く、ダイレクトメールへの反応も弱い。財布のひもは固く、物価の上昇への生活の防衛姿勢が顕著である。特に、年金の減額により、高齢者ほどその傾向が強い。
	▲	家電量販店(店員)	来客数の動き	・物価の上昇もあり、来店客の購買マインドが下がっている。必要最低限の購入となり、高額の高付加価値商品が売れない状況である。
	▲	住関連専門店(店長)	それ以外	・新しい商談が、前年と比べても少ないままで年末を迎えた。来客数や売上、客単価、原価の推移など、いずれも悪い方向に向かっている。
	▲	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・宴会シーズンであるが、少人数の客や家族客が目立つ。5人以上の宴会は少ないほか、昼間の集まりが多く、飲酒を伴う利用がないため、売上が伸びない。さらに、物価の上昇などで外食自体が減ってきている。

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
	▲	一般レストラン(店員)	販売量の動き	・前年の年末と比べると、テイクアウトの予約数がかかり減少している。
	▲	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	販売量の動き	・景気が回復している部分とそうではない部分が、徐々に明確になっている。
	▲	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援は延長されるが、物価の上昇で消費マインドは低く、年末年始の旅行の動きも物足りない。
	▲	通信会社(経営者)	単価の動き	・原材料価格の高騰でやや悪くなっている。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・生活インフラとしての設備のため、大幅な変化はないが、設備未使用の住宅による解約申込みが少しあった。ただし、来年4月から開始予定の新サービスは比較的感触が良いため、大幅に下向いているとは考えにくい。
	▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕(職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大や光熱費の高騰、世界景気の減速懸念などで、中高年層の消費マインドが悪化している。
	▲	その他サービス〔学習塾〕(スタッフ)	単価の動き	・受講する教科数を減らす家庭が出てきている。
	▲	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・不動産の任意売却や、中小企業の倒産案件の相談が始めている。
	▲	住宅販売会社(総務担当)	単価の動き	・コストや人件費の上昇に対し、販売価格への転嫁が難しい。
	▲	その他住宅〔展示場〕(従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は前年比で約1割の減少が続いており、大型の集客イベントを開催しても反応が鈍い。
	▲	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	お客様の様子	・新築マンション、新築戸建て住宅共に、販売状況の鈍化がみられる。特に1次取得者向けの物件は、価格の高騰の影響もあって、集客数や契約数の減少がみられる。
	×	一般小売店〔花〕(店長)	それ以外	・仕入価格が値上がりしている。
	×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・年末はもう少しにぎわうと予想していたが、来客数が少ない。単価は上がっているが、来客数が伸びないため、売上は変わらない。
	×	家電量販店(店員)	それ以外	・メーカーの供給が不安定過ぎて、客との信頼関係が大きく悪化した1年であった。いまだに供給状況が改善されないメーカーが多く、1年が経過しても、当たり前のように納期が未確定となっている。メーカーは需要分を準備すればよくても、販売店にとって長期欠品は客からの信用失墜に直結するため、来店客が減ることになる。欠品による販売店の信頼回復は難しく、時間を要する。
	×	通信会社(社員)	販売量の動き	・生活関連商品の物価の上昇が加速しており、ケーブルテレビなどの定額課金サービスの解約が増加している。
	×	通信会社(役員)	それ以外	・通信事業でキャリアショップを運営している。特定の通信事業者が、店舗の閉店を目的として代理店手数料を抑制している。これが業界の景気に大きく影響している。
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。
	○	食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末年始に向けて行動に制限がなく、人流が思ったよりも多かった。飲食店の売上もやや良く、飲料関連の売上も少し良くなっている。
	○	出版・印刷・関連産業(企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・中には受注件数が減少しているサービスもあるが、総合的には受注量、問合せ共に、以前と比べて微増となっている。
	○	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・これまでの原材料や副資材価格の値上がり分は、ほぼ製品価格に転嫁できたほか、生産量も徐々に戻ってきている。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ほんの僅かであるが、受注が伸びてきている。
	○	通信業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・行動制限の緩和やクリスマス商戦、年末商戦で消費が活発化している。物価の上昇による影響はあるものの、やや上向いている。
	○	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拡大の割には、広告の発注は好調である。

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
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の小売店や飲食店では高齢の客が戻ってきており、これをメインターゲットとしている店は、売上が以前の水準に戻りつつある。まだ完全に戻っていないものの、戻る期待が持てる状況になってきている。
	○	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	・今冬は例年と比べて気温が低く、冬物商材を扱う店舗が好調に推移している。また、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しているものの、飲食店も今のところは前年の実績を上回っている。
	○	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	・量販店の店頭販売は厳しい印象を受ける一方、百貨店向けは前年比で好調なほか、イベントの開催や法人客からの注文の復活などが顕著であり、全体としては良くなっている。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・販売量は増えているが、販売価格が上がっていない。価格を上げずに売っている商品の販売は伸びているが、原材料や資材価格の上昇で利益が出ない。このような状況が続いているため、景気は良いとも悪いともいえない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、上向いているとはいえない。
	□	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・車載用や家電用で出荷量の回復が見込まれたが、大きな回復にはつながっていない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・来年度の予定発注が遅れている。半導体などの部品の入手が不安定で、注文が出せないそうである。ただし、急に入荷する場合もあるようで、そのときは短納期の注文が入るため、差し引きゼロとなっている。
	□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・急激な冷え込みにより、エアコンは好調に売れているが、その他の商品は前年を下回る荷動きである。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注は増えているが、売上に反映されるのは半年以上先になる。
	□	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格の高騰や不安定な納期のため、設備投資の予算と実態との乖離が大きい。工期も確約できないため、苦慮している。
	□	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・問合せは若干増えているが、実際の受注にはそれほどつながっていない。
	□	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・年末は多少売れているが、年明けの配達件数は落ち込みそうである。
	□	金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・円安の恩恵を享受している企業は利益が増えており、その逆の企業は苦しい。ただし、ここ数年は経験のない物価の上昇で、消費マインドは冷え切っているが、様々な工夫や努力で乗り切っていけるように感じる。一方、全体的には景気の変化は感じられない。
	□	金融業 (副支店長)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増え始めている。取引先との会話でも、受注状況が回復しているという話は少なく、余り変わらないという内容が多い。
	□	金融業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・円安から円高へと大きく変化するなか、今後の不安は大きい。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・最近では物価が上昇する一方で賃金が上がらず、ウクライナ危機などもあり、心理的に暗くなる要素が多い。
	□	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	・為替は落ち着いてきているが、製品単価が値上げされ、販売営業は少なめとなっている。
	▲	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新規感染者数が増加傾向となるなか、発注を控える動きが出てきている。
	▲	繊維工業 (総務担当)	取引先の様子	・問屋への販売から消費者への販売にシフトしている状況である。それに伴って出張費が増え、1日当たりの販売金額の減少が経費効率の悪化につながっている。さらに、原材料費や加工費の増加が利益を圧迫している。金額ベースでは、利益は前年比で20%のダウンとなっている。

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
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・売上はますます堅調に推移しているが、燃料価格の高騰で純利益は減少している。日本銀行による実質的な利上げへの方針転換により、極端な円安は落ち着きを取り戻しつつあるが、当分の間、燃料価格の高騰は続くと思われるため、政府による補助金などに期待したい。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先による在庫調整の動きがみられる。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・市場全体は動き出しているが、靴に関しては上向く状況にない。コストの上昇を吸収できるだけの価格転嫁も難しい状況にある。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇による影響か、住環境向けに使う予算が減っているように感じる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・半導体関連市場は海外の取引先が多く、長く円安の恩恵を受けてきたが、その円安が終わり、物価の上昇も激しくなるなど、環境は悪化する一方である。
	×	輸送業（経営者）	取引先の様子	・12月であるにもかかわらず、荷動きは平月並みかそれ以下に落ちている。工事現場への搬入予定も延期が多く、特に引っ越しや事務所の移転が極端に減少している。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で実店舗の撤退が進んでいる。特に、アパレル関連での撤退が多く、今年も何軒かが撤退し、その後の入居が決まらない状況が続いている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ウクライナ危機の影響で物価が上がっている。
雇用関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・新規登録者がほとんど動いておらず、かなりの売手市場となっている。
	○	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き旺盛である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・海外からの入国規制の緩和、行動制限の緩和により、人の動きが活発になっている。その結果、観光や小売業界などが良い状態となりつつある。
	○	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・相変わらず求人が多く、求職者が仕事を選べる状況である。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・業務拡大や業績の向上を狙った、来年に向けた増員の募集が増えている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・周辺企業の様子から、コロナ禍に慣れてきた部分もあり大きな影響は出ていないため、今の状態が続く。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・企業による2024年卒業予定者への広報は3月に始まるが、先行して求人票の受付や情報サイトへの掲載広告の入稿が始まっており、前年よりも早い時期から動いている企業が多いと感じる。コロナ禍で採用をストップしたり、縮小していた業界の企業も、採用の再開や拡大に動いている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月はコロナ禍の下でも経済活動は活発であり、企業は年末や年度末に向けて、業種を問わず人材集めに走っている。ただし、年度末までの短期の単発オーダーが中心であり、その後はかなり慎重な動きとなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・年末ということもあるが、前年と比べても人の動きは活発であり、消費意欲の高まりを感じる。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による不安と、背中合わせとなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年末に向けた新聞広告の出稿状況は、3か月前とほぼ変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えたが、前月比では減少となった。前年比の増加率は、「公務」、「運輸・郵便業」、「教育・学習支援業」、「不動産・物品賃貸業」、「建設業」の順に多かった。一方、前月比で新規求人が減少したのは、物価の上昇や円安により、企業が求人を出すことに慎重になった影響とみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えているが、卸売・小売業は減っている。製造業でも業種による差が出てきている。

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
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数は中長期的には増加傾向にあり、前年比では17か月連続で増加、季節調整値でも3か月連続の増加と、企業の求人意欲は引き続き高い。産業別の求人を見ると、「宿泊・飲食サービス業」、「卸売・小売業」はそれぞれ13か月、9か月連続の増加となるなど、全国旅行支援や入国制限緩和の効果が出ている。一方、長引くコロナ禍の影響で、人手不足感が高まっている点には注意が必要である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・大幅な円安は落ち着いてきたものの、原材料価格の高騰による値上げなどは相変わらず続いており、生活費の負担は今後も徐々に増えてくる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・年末の季節要因や、新聞広告市場の縮小均衡の動きもあるが、求人数が更に減ってきたと感じる。重症化率が低いという情報が国民に浸透しているせいか、新型コロナウイルスの感染第8波の影響は余り感じられないが、期待のインバウンドもまだ勢いに欠ける。インフレや中国の経済停滞などが、中小零細企業主体の関西経済に重くのし掛かっていると感じる。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人票に記入されている募集人数の減少が気になる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が大きく、現在は求人の動きが鈍い状況であり、求人依頼の訪問も減少している。今までの待ちの姿勢を変え、積極的に求人依頼を進めたいが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、企業への訪問がままならない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・物価の上昇に加え、増税による防衛費の増額の話が出てきている。
	×	—	—	—

## 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	◎	一般小売店〔眼鏡〕（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は増加しているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
(中国)	◎	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・先行予約が順調で景気が上向いている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援の利用者数の増加とともに、10月から12月の来客数は増加が続いている。その前の3か月と比べて、来客数が約20%増加、単価が10%上昇している。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・年末という季節要因が影響していることもあるが、客の様子から判断すると、景気は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・いろいろな行事が再開し、消費者心理が上向いている。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で人出が少なくなっていたが、最近はイベントも開催され、人の流れも良くなっている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制がなくなり、加えて値上げの影響もあって、平均単価と客単価が前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・販売数量の増加や客単価の上昇が売上を押し上げている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品を中心に値上げ基調にあるなか、ディスカウント事業としては、販売量の増加から景気が上向きであると判断している。値上げが進めば進むほどディスカウント事業は上向きとなるが、電気料金等の生活費の部分での負担増大もあり、客の節約志向を強く感じる。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・クリスマス商戦が週末だったこともあり、売上が前年比107%と好調に推移しており、12月累計でも売上は前年比104%である。来客数は前年比100%だが、客単価は104%と買物籠の中身が膨らんでいる。
	○	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・食品単価が値上がりしているが、来客数や販売点数が前年並みとなっている。商品単価の上昇分だけ売上が伸びている状態である。



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
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加はあるものの、物価高のため客単価が前年より上昇している。結果的に来客数が横ばいでも、売上は前年より増加している。ただし、店舗の経営面では、光熱費と人件費の増大が、売上上昇分でもカバーできないほど経営を圧迫している。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・寒い日が続く、季節商材が売上の増加に貢献している。
	○	乗用車販売店（業務担当）	来客数の動き	・人が動き出している。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で販売量が悪化した前年と比べると、12月の販売量は70%増加している。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・冬季商材の需要が大きい。
	○	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かなり薄れてきている。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援のクーポンを持った客が多く、通常の客単価の2倍となる3000円前後の買物をしており、景気が上向きになっている。ただし、一般の客の財布のひもは固く閉じられている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きい。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年末のボーナス支給で人の流れが良くなっている。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・年末年始の売上が伸びている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夜は今一つであるが、12月の繁忙期となり、人出が増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・忘年会があり、人出も多く、夜間はタクシーが不足している。
	○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・最近リフォームの案件が増えている。現在空き家となっている納屋や離れをきれいにしたいといった要望がたて続けにきている。
	○	住宅販売会社（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増加傾向にあるが、自粛ムードはなくなりつつある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年のような人出がなく、来客数と売上は減少している。歳末売出しも人出が少ない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・宿泊業や飲食業などの一部業種は、少しずつ回復傾向にあるが、小売業の回復は程遠い。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が相変わらず増加しているため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べ、受注が少ない。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は前年を下回っているが、婦人服、紳士服、美術品の売上は前年をやや上回りそうである。観光部門の売上は前年と比べ、20～30%増加しているが、見込みより10%程度下回っている。全体では売上は前年の90%の見込みである。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数や購買客数が前年を下回る状況が続いており、前年比の数値は3か月前から悪化している。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円を超えるラグジュアリーの洋服や美術品が売れているが、値上がりの影響が懸念される。
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響により、来客数は減少傾向にあるが、以前と比べると、売上、来客数共に減少幅は小さくなっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前から変化がないが、12月に入り、クリスマスや年末に向けて客単価が増加している。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・買上点数は減少しているが、価格の影響なのか、客単価はさほど落ちていない。
	□	スーパー（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が増加傾向にあるものの、行動制限等がないので内食需要は低下している。1人当たり買上点数はほぼ前年どおりであるが、1品単価の上昇により、売上は既存店で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
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、来客数は徐々に増加しているが、物価上昇による客の節約意識は根強い。特に趣味趣向の商品は動きが鈍い。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりして、客の買い控えが続いている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息ムードでも、値上げが影響しているのか、来客数が増加するはずの12月にも大きな動きはなく、イベントが終了している。
	□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、物価上昇による客単価の上昇により売上を維持できている状況である。電気料金等、店舗運営コストの増加により収益は厳しくなっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・着物姿の客が増加するなど、景気は徐々に回復している。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ステイホームを強いられていた頃に比べると、人の動きは出てきたが、光熱費を始めとする物価の上昇で客の買い控えの傾向がみられる。
	□	家電量販店（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増加しているが、客の行動には余裕がある。しかし、物価が上昇しているため消費は落ち込んでいる。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年並みか前年を少し下回るくらいだが、単価は少し上がっており、売上は横ばいの状況が続いている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・価格高騰や生産遅延の影響で販売量が伸び悩んでいる。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・相次ぐ値上げで客の消費マインドは冷え切っている。特にこの業界では年3回の値上げで、商品によっては前年と比べて価格が1.5倍の商品も多数あり、客の買い控えも増加している。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・歳末での消費を期待していたが低調に終わった。当店の取扱商品は販売チャンネルが増え、Webサイトとの競争が発生している。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前月は来客数が回復傾向にあり、予約が多く入っていたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、予約のキャンセルが増加している。
	□	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援のお陰で宿泊予約が順調で、部屋の稼働率も3か月前と比較して良くなっている。
	□	都市型ホテル（企画担当）	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻が、物価上昇、光熱費高騰、品薄など、一般家庭に様々な影響をもたらしている。特に電気料金の値上げは家計に大きく響いているようで、高価な商品の購買は控え気味である。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援の再開については、今のところ詳細は不明であり、客が混乱している状況である。正確な情報の発信をしっかりと行ってほしい、需要喚起につなげてほしい。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の料金延滞の動向に大きな変化はみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・耐久消費財等、一時的な消費で済む商品の動向は悪くない。一方で、例えば新聞やケーブルテレビといった月々の消費については、客が節約傾向にあるため、好感感に乏しい。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・当月はボーナス月であったが、そのお陰で商品の引き合いが通常月より強まったという感触はない。しかし、関心が低いわけではなく、客は慎重なまま検討を続けている状況である。
	□	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の動向から判断すると、景気に変化はない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・冬季は天候に左右されるため実績で判断はできないが、予約状況は順調に推移している。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上はおおむね横ばいである。
	□	美容室（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、客が感染を警戒しているため、来客数が増加していない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇しているなか、特に高額な建築費に不安材料が多く、客は住宅の新築をちゅうちょしている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が非常に少ない。客が商品の購入に慎重で、年末も非常に厳しい状況である。

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
	▲	一般小売店 [茶] (経営者)	来客数の動き	・12月に入っても年末らしい忙しさを感じられない。とにかく今までにない静けさである。
	▲	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・12月に入り、通常であれば週末を中心に来客数が増え、重衣料を中心に販売量が増加していくが、今年は来客数、販売量共に前年を大幅に下回っている。客は最低限の商品しか購入しない。
	▲	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・プレクリアランスセールに入っているが、まとめ買いはない。例年であれば、客がセール商品だけでなく、定価品も購入するが、今回はそういった様子がないため苦戦している。
	▲	百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・衣料品を中心に客の購買意欲が高まらない状況が続いている。気温は月半ばから一気に下がってきたが、客はセールの待っている様子である。
	▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・販売数量が減少しているが、単価は上昇している。
	▲	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・食料品の値上げで買上点数が減少しており、今後の客の動向が気になる。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・物価上昇率に給与の上昇率が追いついていない。
	▲	家電量販店 (販売担当)	販売量の動き	・年末商戦の売上が前年の90%程度である。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・新車販売の流れが変わってきており、3か月前と比較すると来客数が減少している。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	単価の動き	・客がメンテナンスで部品の交換を渋る状況がある。
	▲	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急増し、人との接触を避けるためか、街ににぎわいが少ない。地方は高齢者が多いため、大変厳しい状況である。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (支配人)	来客数の動き	・電気料金や物価の上昇が景気に悪影響を与えている。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和された際は、買上点数は伸びなかったものの、来客数は増加していた。しかし、規制緩和後、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加がみられるようになり、来客数は再び減少している。客の購買意欲も上がっておらず、複数店舗での購入やついででの買物が少ない。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・宴会シーズンであるが、利用は4人以下の少人数がほとんどで、厳しい状況が続いている。また、平日の家族利用も減少しており、客単価の引上げで補っている。
	▲	観光型ホテル (宿泊担当)	来客数の動き	・全国旅行支援により景気は一時的に良くなっているが、回復はしていない。
	▲	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悪化により、3か月前と比べると、法人利用の動きが悪くなっている。個人利用についても3か月前ほどのにぎわいが少ない。
	▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・全国旅行支援により堅調に動いている一方で、物価の上昇や大雪への懸念、さらには新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大傾向の影響で、直近は様子見傾向で予約数が伸び悩んでいる。
	▲	テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・政府の政策が不十分であるため、景気は回復していない。
	▲	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・慢性的な資材等の値上がりで住宅の購入価格が上昇し、予算面で厳しくなる客が増加しているため、動きが鈍い。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・度重なる物価上昇の影響で客の財布のひもが固くなっている。
	▲	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・情報入手量が3～4割程度減少しており、同時に競争が激化している。
	×	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・12月末から店の南側と北側で工事が始まり、来客数が大幅に減少している。
	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・前月と比べて変わりが少ない。
	×	通信会社 (広報担当)	お客様の様子	・相次ぐ値上がりで、客の購買意欲が低下している。

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
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・一昔前は忘年会がある12月には客が月初めに髪を切り、年末にもう1度髪を整えて正月を迎えていたが、現在は月に2回髪を切るという習慣がなくなっている。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入れ、販売いずれも値上げが継続中であるが、多くの取引先は値上げを見据えて行動している。一方で、川下の企業は、値上げによる利益悪化の影響を受けているため、全体的な景気回復には対応の時間を要する。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・3か月前と比べて来客数は約1%の増加、契約件数は約10%の増加となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・正月に向けて客からの受注量が増加している。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・原材料の価格高騰が続いている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・10～12月の荷動きが低調である。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置は半導体向けパッケージ基板の需要が堅調に推移し、売上が増加している。また、電子部品関係も納期長期化を見越した先行発注の動きが継続しており、前年と比べ増加している。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建築工事において、発注を見合わせる客もいるが、進める客もいる。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・この先の物件数は多く、売上は確保できる見通しだが、資機材や人件費の上昇を受注価格に転嫁できない分、利益率の低下が見込まれる。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・各取引先の荷動きに目立った様子はなく、大きなプラス要素もないため、景気は変化していない。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上げトレンドの影響で、景気の上向き基調が弱まっている。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰を販売価格に転嫁することで、企業の収益力は持ち直している。一方で、高騰する原材料価格と仕入れ価格が合わないことで、原材料確保の面で影響を受けている企業もある。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・依然として地元完成車メーカーの国内生産は生産能力の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伸び悩み、工場の操業もピークの8割程度で推移している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング業務のうち、ものづくり補助金、事業再構築補助金等の取得を支援する業務は堅調に推移しているが、その他新規業務の伸びは乏しく、効果は相殺されている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・正月用商品の価格を10～15%値上げした影響で、物流が減少している。また、23、24日の物流寸断により、厳しい状況になっている。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化や円安の影響による輸入原材料価格の上昇や原油高が利益を圧迫しており、景気が更に悪くなってきている。
	▲	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	・鉄鋼向け大口案件の生産が終了し、鉄鋼向け生産に陰りが出ている。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向から判断すると、景気が上向いている傾向はない。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料分野で受注量が減少しているが、金属素材関係は堅調に推移している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の部品調達に遅れが出ており、生産が計画どおり進んでいない。そのため、部品在庫が積み上がり、当社からの納入は一時的に停止している。
▲	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高騰で電気料金が高くなり、客の購買意欲をそいでいる。電気に限らず、ICT関連機器の価格高騰や品不足により、全体的に購入スピードが遅くなっている。	
	×	—	—	—
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、人材確保が一段と困難になっている建設業が前年同月比で3割の増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に求人全体でも1割の増加となっている。

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
	○	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をみると、前年比で1.6%の増加、前々年比では8.0%の増加と、過去2年間との比較では回復傾向である。産業別では運輸業で13.7%の増加、宿泊・飲食サービス業で8.7%の増加となっており、物流が改善されていることや人が動いていることがうかがえる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・以前は離職者の登録割合が一定程度あったが、現在はほとんどが在職中であり、離職者が少なくなっている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・新年度に向け、各企業の求人が活発化しており、採用数も増加傾向にある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・教育系・福祉系を希望する学生の就職活動が本格化し、3か月前と比較し内定者が大幅に増加している。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・求人、求職共に大きな変化はない。人材市場の状況のトレンドは変わっていない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・早々に就職活動を終えた学生がいる一方、まだ継続中の学生も残っており、大きく2極化した年である。業種にかかわらず、採用者数が微増している企業が多い。採用は新卒・中途にかかわらず、これまで採用を控えていた企業も軒並み採用に転じている。インターンシップへの参加は、新卒では文系、理系共に当たり前となっている。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・新規求人数は毎月前年を上回っているが、ここ2か月は応募件数や就職件数が前年を下回っている。人手不足が継続しているため、景気に余り変化はない。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	求人数の動き	・派遣依頼数に対して新規求職者数が不足しており、他社との取り合いになっている状況である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・原価高騰による物価上昇で、百貨店売上が9か月ぶりに減少になる等、消費マインドが冷え込んでいる。
	×	—	—	—

#### 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	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果があり、個人旅行は2019年度の新型コロナウイルス感染症発生前を超える予約状況になっている。
(四国)	○	スーパー（店長）	競争相手の様子	・自社だけでなく競合他社も好調に売上を伸ばしている。
	○	スーパー（人事）	来客数の動き	・年末の状況は現時点では不明であるが、クリスマスの状況などを見ても来客数は前年を上回っている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの増産により供給状況が改善される場合には、年度末に向けて販売量が拡大する。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・正月用品がよく売れている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・全国旅行支援の実施を受け、一部の業種において売上が増加した。一方、全国旅行支援の恩恵を受けにくい業種は、売上増加の動きとなっていないことから、全体的には景気力強さは感じられない。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援や規制緩和で景気は少し盛り上がってきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響もあり、落ち着きつつある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べ、行動制限がなくなったことと、Go To Eatキャンペーンや全国旅行支援によって少し人が動いている状況であり、売上も少し良くなった。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、以前よりも観光地での人の動きが活発である。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、15日くらいまで客が全く動かなかったが、月後半になり大分忙しくなってきた感じである。

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（事務局長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波は全国規模で広がっており、出控える高齢者は多いが、行動制限がないため、多くの人出があり、街はにぎわいを取り戻しつつある。しかし、物価高もあり、多くの業種で売上増加にうまくつなげられていない。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・今月の売上については、前半は前年比で大きく増加したが、後半は大きく減少したため、結局前年比同程度となった。
	□	スーパー（財務担当）	単価の動き	・来客数の減少を値上げによる客単価上昇でカバーしており、売上は順調に推移している。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数減少と客単価上昇の傾向は変わっておらず、売上はほとんど横ばいである。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・12月は後半にかけて積雪の影響で客足が徐々に遠のき、横ばいより少し悪いという状況で推移している。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・販売量は前年比で9%ほど上がっているが、上がり幅がやや緩やかになっている。冷え込みの時期が遅かったこともあり、コートなどの重衣料の動き出しが悪かったことが影響している。また、客の年齢層が高い店舗の苦戦が目立っている。
	□	家電量販店（店員）	単価の動き	・省エネ家電への買換え需要はあるものの、他の商品の販売が鈍化した。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・ボーナス支給による大型商材の販売増加に加え、月後半の寒波による暖房器具の販売増加はあったが、来客数の改善とまではいかない状況が続いている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新型車発売により販売台数が増加した。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・12月の新車受注台数は、前年比8割程度で推移している。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果により集客は好調である。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・秋口から遍路関係の仕事が入り悪くはなかった。12月も寒い日が続いたことで客はあった。しかし、忘年会シーズンは夜の客が少なく、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると良くはない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・常連客がふだんどおりに来店しており変わりはない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が猛威を振るっており、特に週末の新型コロナウイルスの新規感染者数が1000人を超えるときには、来客数が極端に減少し、消費者マインドも一層冷え込んでいる。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が沈静化する気配もないなかで、増税論だけが目立ち、国民は先行きの不安感と負担感が増加している。消費景気が良くなる要素はない。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・クリスマスや正月のイベントがあるが、新型コロナウイルス感染症対策の自粛期間が長かったため、街に出歩くのがおっくうになったという多くの声を聞く。年末より秋頃の方が人流が多かった。年末のにぎわいは戻っていない。仕入価格の高騰で販売価格が上昇したこともある。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・クリスマス、年末準備に向かっているが、商品の値上げの影響もあり、通常品の買い控えが少しみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・食料品の売上は余り変わらないが、急を要さない雑貨品やし好品、果物の売上が減少している。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前月より来客数もやや減少傾向にあり、購買力の減少を感じている。また価格上昇が影響し、今月のメインイベントのクリスマス商戦は散々な状況に終わった。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価上昇で客単価は上昇しているが、来客数は減少している。
	▲	コンビニ（商品担当）	それ以外	・仕入単価が上昇しているため、販売価格が上昇している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年の秋冬物については、10月後半、11～12月の売上は余り良くない。周りの店との話でも、景気が余り良くないといえない。
	▲	通信会社（営業部長）	単価の動き	・販売数や来客数に大きな変化はみられないものの、廉価のサービス比率の高まりや買い控え客が増加している。

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
	▲	通信会社（社員）	それ以外	・商品の販売量に変化は余りみられないが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては全体的な動きが鈍くなる。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響が出ており、遊興に回せる金額が、少しずつ減ってきている。
	×	*	*	*
企業 動向 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	取引先の様子	・M&Aに関わる情報及び案内が確実に増えていることもあり、将来の経営に対する選択肢が増え、前向きになれるとの話をする中小企業経営者が増加している。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上については、新規需要に加えて、既存取引先に回復感がみられることから、全体的に前年比で増加している。店舗に来店客が増加していることも要因である。ただし、内容的には選択眼が厳しくなっており、目新しいものや价格的に値上げ幅が納得できるもの以外は売れない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は少ないが、徐々に回復傾向にある。現在は様々な工夫により例年並みの利益を確保している状況である。
	○	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は、新型コロナウイルス感染症に対する対策を行う前提で、おおむね従来の形で実施できつつあり、人の移動も増加している印象を受ける。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・大型野菜の入荷が多かったことから、野菜全般の価格は低調に推移している。クリスマス後は全国的な大雪の影響から入荷が減少し、価格は上昇基調にあるが、力強さに欠けるものであり、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると、上げ幅も少ない。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアとウクライナ問題の長期化や急激なインフレと為替動向などにより、原材料価格の高騰や、調達と物流環境の悪化が更に進み、状況はより厳しさを増している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の受発注量に停滞期があったが、ここに来て、やや動き始めている。また、新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、従前ほど、事業活動には大きな影響が生じていないことが、マイナスにならない一因でもある。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、公共工事と民間工事共に余り変化がない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・変化を感じない。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・年末繁忙期でありながら発着する貨物共に増加は見受けられず、臨時便対応を行うこともなく、コロナ禍による消費低迷が強い。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・国内向けは低調な荷動きで大きな変動はない見込みである。特にパルプ関係の出荷が低調であり、海外向けも大きな荷動きはない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、材料価格は高騰したまま落ち着いている。販売価格への転嫁がようやく追いついたが、販売量は低調に推移している。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数と濃厚接触者数の増加により、社内稼働人員の低下が、生産と売上共に悪影響を及ぼしている。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は薄れつつあり、売上は回復傾向にあるものの、仕入コストと燃料費等の経費が増加し、利益を圧縮している。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・物価の上昇や給料が上がっていないことにより購買意欲が下がっている印象を受ける。
×	—	—	—	
雇用 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・中途採用の求人数は、正社員とパートで大きく変わっておらず、採用難の業種では慢性的な人手不足が継続している。
□	職業安定所（求人開発）	それ以外	・新規求人数は前年同月比で増加、前月比でやや減少した。それに対し、新規求職者数は前年同月比、前月比共に減少している。その結果として新規求人倍率が押し上げられているだけであり、一概に景気が上向きとはいえない。	

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）	それ以外	・印刷の紙代や、イベント時の資材が高騰している。また車業界では生産台数の減少に伴い販売台数が減少し、住宅関連では資材の高騰の影響があり、いずれも広告を自粛及び削減する要因となっているため、広告業界も先行きは楽観できない。
	×	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・製造業・サービス業共に求人数が減少しており、景気の悪化がみられる。

## 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)	◎	スーパー（店長）	お客様の様子	・全国旅行支援やプレミアム付商品券の効果もあり消費支出は上昇している。当店でも数値に変化があり、来客数や販売点数共に前年超過傾向である。
	◎	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の第8波及び知事選挙の影響が懸念されたが、客足は悪くなることなく順調に推移している。特に感染による規制もなく、県外からの客も増え安堵している。
	◎	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・国内のゴルフ需要は順調に推移している。また、2023年1月12日から韓国からのチャーター便の就航に伴う韓国からの来場予約もあり、ゴルフの予約は順調に推移している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月と比べ景気は好転しているが、前年の12月と比較すると20%減少になっているため、景気が上向いているとはいえない。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・寒さが厳しくなるにつれ、1品単価は低めであるが、まとめ買いの客が目立つようになっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和され商店街にも人通りが戻ってきている。一方、物価高により消費は新型コロナウイルス感染症発生前の7割程度にとどまっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・前月からプレミアム付商品券が発売され、それを利用した購買のためやや景気が上向いている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の火災から8か月がたち、営業努力のかいがあり、徐々に来客数が増加している。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・飲食店向けの取引では、高単価の商品がよく売れている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・パートナー、家族、友人など複数名での来店が目立っている。旅行や帰省用の土産にギフトを探す客が多い。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の再拡大と寒波により、来客数減少と商品価格の上昇で年末の節約志向が高まり景況悪化を感じている。お歳暮ギフトについて、通販部門は維持しているが、店頭への購買客数は減少している。また、贈答先を絞り込む傾向がみられ、商品価格や客単価はアップしている。クリスマス関連は玩具や一部舶来ブランドで価格の低下がみられる。月末は帰省している家族と同伴での正月用品購入の来店が目立ったが、目的の売場へ直行しているため、買い回りの姿がみられなかった。全店催事や特典のあるクレジット催事での購入や金券、キャッシュレス決済利用が増えている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・食品関連を筆頭に衣料品や住余商品共に前年の売上を上回っており好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2年ほど続いている客単価の上昇に加え、来客数の増加もこのところ続いている。しかし、目的買いの客が大半ではあるため、値上げにより更に必需品のみを買い求めている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・企業の勤務状況が出社型に戻ったことでリモートワークの比率が下がり、加えて新型コロナウイルス感染症の規制緩和により人の動きが活発になったことで、来客数が増加している。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が再拡大しても消費行動に変化がなく、購買は拡大傾向である。個人単位の購入から家族やグループ単位での購入が明らかに増加しており、おにぎりや飲物の主力商品の販売が増加している。新型コロナウイルスの感染拡大による行動制限がないことから朝、昼、夜帯の通勤やイベント等の人の動きが活発になり、売上が増加している。	



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（エリア担当・店長）	販売量の動き	・来客数は前年と同じ状態で推移しているが、売上点数は前年を若干上回っている。加えて、商品値上げで売上も伸びているため、このまま推移していくと考えている。
	○	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しているが、新型コロナウイルス感染症の第7波までとは状況が異なり、行動制限せずに来店する客が増加している。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・12月は、寒波が来たため、季節商材の動きがやや良くなっている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券や全国旅行支援、省エネルギー家電製品購入補助金等、様々な景気刺激策を利用した買物が増加しており恩恵を感じている。加えて、寒さの影響も大きい。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年末商戦で販売量は増加したが、例年と比べると動きは少ない。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車の波及効果により受注は好調である。販売量はメーカーからの需給改善が少しずつみられ増加傾向にある。
	○	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・記録的な寒波による冷え込みもあり、高単価の秋冬寝具が好調に推移している。一方で低価格帯は買い控えの傾向がみられる。客は物価高による経済的理由により、節約をしている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] （経営者）	販売量の動き	・10月から年末にかけて、店頭でのコーヒーの販売量が若干増加している。年末の動きは、前年と比較すると徐々に客の出入りが多くなっており、それに伴い販売量も増加している。
	○	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] （統括者）	販売量の動き	・国内外の観光客が大きく伸びていることにより、売上が新型コロナウイルス感染症発生前に近づきつつある。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、1次会の食事のみで帰宅してしまうため1回転しかしない状態である。行政では、外食を促進する施策を取り始めているが、まだまだ難しい状況である。
	○	居酒屋（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は増加しているが、外食への影響はさほどない。
	○	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	・12月の人の動きは良いが、後半になるにつれて新型コロナウイルスの新規感染者が増加し、売上は減少している。しかし、この数字には、全国旅行支援の効果も含まれており、景気はやや良くなっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・全国旅行支援の後押しもあり、稼働は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・年末の繁忙期にタクシー需要が増加しているにもかかわらず、新型コロナウイルス感染症の影響で離職した運転手も多く、毎日3割程度のタクシーが車庫に眠った状態で、運転手不足が回復していない。1回当たりの収入は新型コロナウイルス感染症発生以前より増加している状態である。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・来客数が増加している。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・様々な施設での人の流れが、新型コロナウイルス感染症発生前に近づいている。
	○	観光名所（職員）	お客様の様子	・市内の土産物店や飲食店で客が増加している。
	○	競馬場（職員）	販売量の動き	・コロナ禍で抑制していた消費行動が戻ってきており、好調に推移している。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・年末年始は繁忙期になるため、商品に動きがあり、少しずつ回復傾向になっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月は、新型コロナウイルス感染症の行動規制もなく、前年とは全く状況が異なり、少し良くなっている。
	○	美容室（店長）	来客数の動き	・2か月前より来客数が増え、徐々に景気が良くなっている。
	□	一般小売店[青果]（店長）	お客様の様子	・夏に比べ地元の野菜が増えているが、この寒さで当地産のトマト、キュウリ、ピーマンの価格がかなり上がっている。価格上昇により客が手を出しにくい状態になり、3か月前より来客は増えているようだが、単価は伸びず変わっていない。

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
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・例年12月は正月やお供え用の花の需要があり繁忙期であるが、喪中のはがきや年末のお供え用の花等の売行きは、それなりにあったため悪くない状況である。
	□	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店4店の12月上見通しは、前年比102.8%で3か月前の売上前年比102.0%と比較すると余り変わらない。テナント、食料品の売上は良くなっているが、衣料品は依然として苦戦を強いられている。
	□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているものの、来客数は前年とほぼ同じ水準で推移しており、来店への影響はみられない。しかし、店舗の売上は前年ほどの伸びがなく、行動制限が緩和されていることにより、旅行等への消費が増えていると予測される。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・物価高の影響で財布のひもが固くなっており、来客数が前年と比べて厳しい数字となっている。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・クリスマスや新年イベントが続くなかで、相次ぐ商品値上げによる単価上昇により売上は前年を上回る傾向にあるが、来客数は依然として前年を1%から3%程度下回っている。単価上昇が客単価上昇につながっているだけで、購買意欲の向上にはつながっていない。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・12月は寒さも本格的になり、冬物商材や年末商材の動きは良くなっている。多くの商品の値上げにより、客単価が高くなっているが、買上点数は減少し、1品単価は増加、来客数は減少している。安価な物や品質が良い商品は動きが良い状況である。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商品価格の高騰により、売上増加の見込みを予想していたが、経済の冷え込みの影響で客の買い控えが起こっている。地域によってかなり差がある状態である。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・値上げの影響や新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している影響もあり、来客数は減少傾向が続いている。
	□	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を警戒して来店しなくなった客は、そのまま足が遠のいている。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前のファッション業界は立ち上がりの時期である。現在はセールの時期で利益率が低くなっているが、客の購入が若干増加している。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の受注は堅調に推移しているが、メーカーからの新車配給が大変少なく売上が計上でできず、大変厳しい状況が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・3か月前と同様に、新型車の発表があり、来客数は減っていない。
	□	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	・ヒット映画が上映された9月と比較すると、数値はやや落ち着いている。12月は年末商戦らしく順調に推移しているが、2週連続で週末に降雪が観測され、クリスマス需要を含め自宅で過ごす傾向が強かった。新型コロナウイルスの新規感染者数も増えており、消費動向に与えるインパクトは大きくないものの、物価上昇の報道過熱により消費者心理は慎重になっている。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、少人数の客は入っているが、団体客は余り利用がない。
	□	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・3か月前から宿泊利用は高い水準を維持しているが、宴会・婚礼利用等は新型コロナウイルス感染症発生前のピーク時を下回る水準が継続している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・客は増えているが、まだまだ新型コロナウイルス感染症の影響を感じる。
	□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話の販売台数等を前年と比較すると、ほぼ前年並みの見込みだが、計画値からは下回る。店外イベントも開催し、新規契約や機種変更の獲得に力を入れている。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・光熱費や電気、ガス料金の値上がりで、僅かな利益も得ることができない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・駐車場の管理について、3か月前との比較では来場者数は増加しているが、3時間無料の客が多く、それ以上駐車する客は少ない。人は動いているが、景気に付与するような動きではない。

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
	□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・展示場やイベント来場者数も前月比で大きな変動はない。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・コロナ禍ではあるが人の移動ができることで、人の動向は3か月前より増加しているが、購買をするまでにはない。余裕がある人となない人の差がはっきりしており、景気は余り良くない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・漁獲量が少なく、しけが続いている。今年も残り少なくなっているが、好天に恵まれ、漁獲量が増えなければ、おせちがそろわない。養殖物が値上がりしており、商売が大変厳しいと予想される。
	▲	一般小売店〔茶〕(販売・事務)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増え続け心配しているが、それとは関係なく売上は減少している。高齢者は新型コロナウイルスの感染防止のため外出を控えている。そのため、配達に切り替えてはいるが、少量だと頼みにくいと遠慮される状態である。年末には恒例の贈答品の注文も年々減少している。
	▲	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響により、子供中心にファミリーの入店が減少傾向にある。また、寒波の影響で外出自粛の傾向も高齢者を中心に散見される。年末年始に向け人流は活発になると見込んでいるが、3か月前の回復傾向にあった状況からは鈍化している。
	▲	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・日用品を含め、様々な物が値上がりし、これまでのように買物ができない客が多くなっている。来客数も落ち込んでおり、しばらくは慎重な買物になると懸念している。
	▲	家電量販店(店長)	来客数の動き	・前月後半から今月に入って来客数が明らかに落ちている。行動規制のない年末のため、他業種に流れている可能性があり、業界の景気は良くない。
	▲	住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・今月は来客数が少なく、同業者でも同じ現象である。
	▲	観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・例年、寒い時期の稼働は良くないが、全国旅行支援が延長されたため個人客の動きが良い。
	▲	タクシー運転手	競争相手の様子	・忙しい状態ではあるが今後も続くとは考えられず、来年には景気は下がってくる。これだけ物価上昇しているため、財布のひもが更に固くなると考えられる。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が想定ほど伸びず、減少している。
	▲	観光名所(従業員)	来客数の動き	・全国旅行支援が一旦終了した影響がある。また、寒波の影響による道路規制等で当地への旅行が難しい状況になり、11月末から今月に入り、客足が激減している。
	▲	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)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の感染拡大により、サービスキャンセルが増加傾向にあり、利用者数が減少している。
	▲	設計事務所(代表)	来客数の動き	・金利が上昇基調にあるため、状況判断している。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、商店街への客が少なくなっている。師走商戦になっているが、歳末らしくない12月になっている。
	×	設計事務所(所長)	単価の動き	・建築の材料や製品価格の上昇が続いており、生活必需品も値上げが続いている。その反面収入は増えていない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は鳥インフルエンザの影響もあり、鶏の入荷が少なく取引先の需要に応えることができない状況になっている。12月は最需要期であるが、現状の供給予定を考えると売上計画の約85%になる見込みで、近年にない状況となっている。落ち込んでいた外食部門での引き合いも強くなっており、大きな機会損失を招いている。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍での外出自粛の反動がみられるものの、新型コロナウイルス感染症に対する必要以上の懸念により景気が後退している。自動車のモーター関連では、取引先の引き合いが継続している。

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（従業員）	取引先の様子	・家電販売はほぼ横ばいで推移しており、百貨店やスーパーマーケットでは売上が持ち直している。また、旅行商品の販売や飲食店の売上も増加しており、雇用環境も改善傾向がみられる。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・小売業や宿泊サービス業では、中国人観光客の来日が待たれる状況ではあるが、インバウンド消費が回復基調で推移している。自動車製造業では、事業者によって水準にばらつきがあるものの、生産状況に改善がみられる。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は、前月よりも若干ではあるが上向いている。新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しているが、政府による行動規制の緩和が功を奏している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・今月前半は景気が良かったが、後半から厳しい状態になっている。要因としては、新型コロナウイルス感染症の爆発的な感染拡大が、足を引っ張っている状態になっている。
	○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・原料の価格高騰による小売価格の上昇で売上が低下している。消費者の動きは活発になっているが卸売志向になり、より安いところで爆買いをしている。
	□	農林水産業（従業者）	それ以外	・コストが高くなっており、価格転嫁ができない状況に苦しんでいる。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節商材の繁忙期となるため、比較的順調に推移している。
	□	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先には工賃を値上げしたが、それ以上に、電気代や資材全ての値上がりで厳しい状態になっている。先行きが分からないため出費を抑えている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品価格の2割増加の浸透がまだ先になると考えられるが、現状では支障がない状態である。売上について、ふるさと納税関連は2割落ち込んでいるものの、全体としては現状に近い水準になると予想している。
	□	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・年度末の販売量は例年どおり好調であるが、受注量は例年と大差なく低調である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると半導体の供給が思わしくなく、なかなか上昇に至っていないため、横ばいが続いている。極端に悪い状態から抜け出しているが、現状がしばらく継続すると予測される。
	□	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・客の状況は、新規ライン増設はあるもののまだほとんど稼働しておらず、来年の稼働にずれ込む状態である。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年末にもかかわらず荷動きは低調である。新型コロナウイルス感染症発生前は3割程度の増加であったが、当月は通常の1割程度の増加である。節約生活が続いていることもあり、商品が売れていないことが要因である。また、住宅に関しても、原材料の価格高騰により現時点で見積りを作成しても工事着手の際には金額変更もあるため、予算を立てることが難しい状況であると聞く。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物量が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきているが、荷主側の生産が追い付かず、入庫や出庫の効率が悪い。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・新しい生活様式により経済活動は正常に動いている。しかし、物価高による消費の抑制がみられ、全体として変わりはない。
	□	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が高止まりしていることもあり、企業等では忘年会や新年会を自粛する動きが根強く、回復を期待した飲食関係者は嘆息を漏らしている。例年より気温が低く、手袋や厚手の靴下、コートなどの冬物衣料は比較的堅調に推移しているが、冬季ボーナスは、貯蓄志向が強まっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前よりも仕事が若干上向いている。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の業況について、変化がない客が多い。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・現状では会合を持つのが困難であるため、メールでの情報交換に頼っている。特に新たな目立つ情報は少なく、悲観的なことが多い。

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
	▲	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・生産量確定後の変更回数が増加し、減少方向へ動いている。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・令和5年度に向け発注が増えなければ見通しが立てられない。補正予算は確保されているが、まだ発注がなく早めの発注を期待している。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先中小企業では、電気料金や燃料、仕入資材等を含め値上がり止まらない。そのため売上が上がりず、収益を圧迫している。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・3か月前との比較では、円安の影響による物価上昇などもあり、景気は後退している。特に製造業では、燃料や原料の価格高騰もあり厳しさを感じる。
	▲	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	・市町村からの調査や計画、設計等の委託業務を請け負っており、例年9月、12月の補正予算で市町村から発注されてきたが、当月は追加の発注が少ない。調査や計画、設計等の予算化が少なく、委託業務が少ないことが影響している。このため景気は悪い。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・担当している部品に関しての受注は、激しい落ち込みではないが、大幅な受注減少になっている会社も見受けられる。
雇用関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・就職戦線は、4年生から3年生にシフトしているが、理系の人材不足が顕著になっており、特に理系学生を採用したい企業のサイト掲載や合同企業説明会への参加希望が3か月前より増えている。その一方で、学生の動きが鈍く、需給バランスが崩れている。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・業界が幅広く、取扱メインの事務業務だけではなく福祉、医療、保育、サービス業など様々なジャンルの派遣利用に対する企業からの問合せが多い。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会コンパニオンの派遣を行っているが、新年会の受注も順調に伸びている。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、行動制限がないこともあり、イベントの中止などはみられない。また、全国旅行支援の効果もあり、旅行広告の出稿も続いている。新聞広告のカラースペースも、12月には日によっては一杯になっている。前年と比べボーナスの支給が増加しており、人も物も動き始めたのを実感している。そのため、一部の通信販売広告では反応が低下しているという声もある。海外旅行の新聞広告では、まだまだ動きが鈍い状態である。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況は悪化しているものの、以前のような行動制限は行われていないため、人の活動は注意しながらも、それなりに動いている状況である。新幹線を始めとする交通機関や駅ビル、中心市街地への人出も多くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・特にパートの求人数の増加が継続している。有効求人倍率は3か月連続で前年を超え、新規求人倍率は11か月ぶりに2倍を上回っている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・内定状況は、前年との比較で若干良い状況となっている。現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、今年の求人依頼件数は増えており、年間を通じ採用活動を行う企業も前年度より増えている。また、2024年卒採用についても業種によっては、採用数を増強する企業が増えてくることが予想され、求人状況は好転するのではないかと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求職者の動きも鈍く、12月に入り求人数が約3割減っている。求人に対する問合せや派遣登録者数も減り、特に登録者数は約半分も落ち込んでいる。例年年末は落ち込むが、それ以上の減少である。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	それ以外	・物価高騰により、就職状況は変わらずやや悪い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・鉄道やバスのダイヤ改正で本数が削減されている。特に夜間、最終時間の繰上げで、忘年会や新年会が多い年末でも22時台に利用者が少ない。駅前のバスも繰上げや削減となっており、しばらくはこうした状況が続くと予想される。

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
	×	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当社が発行する求人情報の件数が、これまで前年比を120%から130%で推移してきたが、今月は前年並みになっている。

## 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)	◎	*	*	*
	○	一般小売店 [酒]（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種も進み、重症者も減りつつ観光客も増えてきている。冬場に向かい新型コロナウイルス新規感染者数も増えているが、感染対策も認知されているため、観光関連は潤うとみている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・国内旅行者が増えてきたことに加えて、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着き、消費者の生活環境が大分平常時に近い状態に戻りつつある。そのようななか、前月まで前年割れが続いていた来客数が前年を上回るようになっている。
	○	スーパー（販売企画）	単価の動き	・コロナ禍での行動制限の解除があり、前年よりははまだ少ないが来客数は増え、値上げの影響で客単価が大きく上がっている。買上点数は前年より少ないが、単価高の恩恵で売上は前年を上回っている。観光客増加の影響を受ける店舗は来客数も前年を上回っている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が安定しており、客単価や買上点数が増加している。
	○	コンビニ（代表者）	単価の動き	・プライベートブランド商品を中心に値上げを価格にうまく転嫁することができている。元々定価販売を行っていたため、他業種に比べ抵抗が少ないと推測している。
	○	コンビニ（副店長）	来客数の動き	・以前と比べれば来客数、売上も回復傾向ではあるが、直近では物価の上昇の影響か、買い控え傾向が見受けられる。自身も含め生活防衛と見受けられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・12月も全国旅行支援の効果で来客数が増え、売上アップにつながっている。
	○	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・9月から11月にかけての来客数の前年比は95%で、12月では97%となっている。気温が実績に影響する暖房関連商品などが好調である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今年の12月は前々年ほどではないが、前年を上回っており11月同様に景気は良くなっていそうである。
	○	その他専門店 [陶器]（製造）	販売量の動き	・前年末よりも注文数は多い。この時期は元より沖縄は観光客が増えるので、客先はその準備をするため注文数が増える。
	○	その他飲食[居酒屋]（経営者）	お客様の様子	・県外観光客や、インバウンド客が増えてきており、新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度まで宴会予約も徐々に入り始めている。若い客層は新型コロナウイルスに関して余り気にしなくなっている。夜9時後の遅い時間の入客はまだまだ厳しい。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊部門に関して年末の動きは良くないが、全国旅行支援再スタート後の予約の動きは良くなっている。飲食宴会に関しては年末忘年会と比べて、新年会の予約が増えてきている。ただ今後新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることで人流を抑制する動きが出ると再度厳しい状況になると予想している。
	○	旅行代理店（マネージャー）	単価の動き	・全国旅行支援の影響もあり、単価や販売量は増えている。会社の実利としては支援金の立替や作業量などを差し引くとマイナスである。
	○	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・コロナ禍の影響も限定的となっており、法人個人含め住宅購入の意欲、事業用物件の投資意欲が活発になっている。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	お客様の様子	・建売住宅や分譲マンションの販売状況が予想以上に苦戦している。
▲	百貨店（店舗企画）	来客数の動き	・商品の値上げや電気料金の価格高騰の影響で、来客数が減り、買上点数も減少傾向となっている。更に客単価は上昇傾向にあり、客の財布のひもが固くなっている。	
▲	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・販売受注量がこれまでより若干落ちてきている。	

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
	▲	一般レストラン (代表者)	来客数の動き	・集客が全体的に弱い。
	▲	観光型ホテル (企画担当)	販売量の動き	・ホテルの9月の販売室数が前年比289%増加なのに対し、12月の販売室数は前年比47%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	▲	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・来客数や販売数の落ち込みがみられるため商業施設など店外での営業を強化する対策を行っているが、12月では販売数が前年を下回る結果となっている。新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなっているため物価高や手続のオンライン化による来客数の減少などが影響しているとみられる。
	×	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症がまだ収束しておらず、その影響で皆大変四苦八苦している。ほんの僅かの店舗では良いと言うが、全体をみると完全に新型コロナウイルス感染症が収束しない限りは大変厳しい状態が続くとみている。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(沖縄)	○	食料品製造業 (役員)	受注量や販売量 の動き	・国内からの観光客はここ数か月新型コロナウイルス感染症発生前の水準にまで回復しており、観光関連を中心に売上が戻ってきている。
	○	建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・契約の客の動きが確実に戻ってきている。若干契約量が増えている。
	□	窯業土石業(取 締役)	受注量や販売量 の動き	・見積り、受注、生産とも3か月前と比較し、同様に推移している。
	□	輸送業(経営企 画室)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第8波の兆しがみえているものの、特に取引先の発注量等に影響はなく、ウイズコロナ政策が成功しているように見受けられる。物価の上昇、増税等の景気が悪くなる要因はあるが特に変わらないとみられる。
	□	会計事務所(所 長)	それ以外	・コロナ禍が落ち着き、旅行制限も緩和され、土産品店では復調傾向であるが、まだ本格的な回復とは考えられない。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(沖縄)	○	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新規含め派遣依頼は幅広い業種からきている。ようやく社会が動き出している雰囲気がある。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・年末に向けての求人数の増加などで、求人数等はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきている。
	□	人材派遣会社 (総務担当)	求職者数の動き	・求人案件は増えているが、求職者の動きが鈍い。
	□	求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・少し前の秋頃に求人数は増加したが12月はやや微減しており、3か月前とほぼ同件数である。例年12月は企業の求人活動が落ち着く時期としてみており、前年同月とほぼ同件数である。
	□	学校[専門学 校](就職担 当)	求人数の動き	・どの業界でも人手不足ということもあり、前月同様、例年以上の求人がある。
	□	学校[大学] (就職支援担 当)	それ以外	・年末の一時的な景気は期待できるが、依然として新型コロナウイルス感染症、物価高が重なり阻害要因が大きい。
	▲	—	—	—
×	—	—	—	