

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)	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比150%で推移している（東京都）。
	◎	タクシー運転手	それ以外	・今、交通に関するニュースでは、ライドシェア問題で持ち切りになっている。自家用車ドライバーと利用者をマッチングし、輸送サービスを提供するなどの制度だが、実際には運行管理、車両整備、事故に関する保険等の問題があり、安心、安全を考えるとそれほど簡単な話ではない。今月も新型コロナウイルス感染症発生前と比べて8か月連続増加の報道があり、仕事をする意欲がある（東京都）。
	◎	通信会社（局長）	販売量の動き	・飲食店の人の流れが増えてきている。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・天候が落ち着いて、来場者数の増加がみられる。3か月前と比べて来場者数は109%と高水準で推移していることもあり、売上も比例して105%弱で推移している。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・行動制限のないなかで秋のイベントが開催され、人出も大変多く、大盛況に終わり、売上につながっている。また、猛暑がやっと落ち着き、良い気候になってきて、人の動きもあり、来客数も少し伸びている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・今までは本当に来客数が少なく、景気が悪かったが、専門店ということで幾らか客が戻ってきている。景気が良くなっているということではないが、以前よりは良くなっている。また、金額は少ないものの、成約につながるようにもなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・秋の祭事も復活し、需要が増え、来客数も多くなっている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数共に3か月前を上回っている。文具メーカーが発売する新商材も多くなってきて、客の購買意欲を高めている。近隣ではイベント開催が活発になっており、来街者数の増加が当店への来客数を押し上げている（東京都）。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・地元では、10月1日から31日まで市政施行90周年のキャンペーンとして、キャッシュレス決済20%ポイント還元が行われている。現在は期間内ということもあって、客の購買が増えてきている。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・文具業界の小売にとっては、年末が最需要期となる。今まであまりにも暑かったせいで季節感が感じられず良くなかったが、やっと涼しくなってきたこともあり、年末に向かう雰囲気が出てきて、手帳等の季節商材が売れるようになり、来客数も増えている。外商についても、ある程度の案件が増えてきている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客の高付加価値な消費への意欲が引き続き底堅いことに加え、インバウンドの消費ニーズも緩やかながら足元数か月で拡大傾向にある（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・今月は降雨も少なく、気温が高い日も続いたことから、来客数が増加し、イベントやモチベーションへの反応が良い。売上もプラスで推移しているが、客は価格により敏感になっており、最小限の購入にとどまっている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドが引き続き好調である。気候が涼しくなり、国内需要も堅調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・旅行者や出張者を始め、来街者数増加の影響と、一部の秋冬ファッションに動きが出てきている（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンド販売量の段階的な回復が景気を押し上げている（東京都）。
○	スーパー（営業担当）	単価の動き	・来客数がようやく前年比で横ばいになっている。販売量は若干落ちているものの、単価の上昇が続いていることで落ち込み分をカバーしており、トータルとしては売上が増加している（東京都）。	

○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなってきて、来客数が少し増えてきている。値上げによる1品単価の上昇により、売上も3ポイントほど伸びている。
○	スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・値上げによる単価上昇があるなか、来客数が戻ってきたため、売上が伸びている。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・全体的に販売量が増えてきている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候に恵まれたこともあるが、台風の発生も少なく、行楽の動きが好調である。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車種が発表され、好調の兆しが見える。
○	乗用車販売店（総務担当）	単価の動き	・需要月の後で落ち込みを想定していたが、新車の供給とサービス入庫が堅調である。また、中古車市況が若干改善して、やや良くなっている。
○	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・車の納期が安定してきたため、1～2年前と比べて安定した販売ができるようになっている（東京都）。
○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・10月度の実績は、2019年比で売上108.8%、来客数89.1%、客単価122.1%となっている（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・秋に入り、イベント需要が高まる季節でもあり、予約や問合せが急増している。単価はオケージョンに合わせて様々ではあるが、案件数、規模感としては増加、拡大傾向にある（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・利用件数、人数共に好調であり、円安、価格高騰の動きがあるなか、直接的な負の影響はまだ見受けられない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束してから、ケータリング、パーティーの方が忙しくなっている。店の方はそれほどなく落ち着いているが、パーティーは随分問合せがあり、忙しい。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、少しずつ客が戻ってきている。来客数も増えているが、景気なのか、コロナ禍の反動なのかはよく分からない。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は天候も良く、街の祭りやイベントなどがたくさんあったので、街に出てきた帰りに店に寄ってくれる客があった。週末は席の予約の電話がとて多く、予約のない客は入れないという状態で、とても良い（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、良くなっている。イベントも多数あり、活気があるように感じる。しかし、いまだに原材料の価格高騰が落ち着かず、あちこちで値上げがある。当社も一部商材は値上げしたが、全体的に値上げしたいのをかなり抑えている。これ以上値上げしたら売れなくなるというのが現状である。景気は良くなっているものの、苦しさはなくなるならない（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・5割程度の取引先で値上げ交渉が受け入れられたことに合わせ、パーティー等の料飲部門の需要が少し上向きになっており、売上、利益共に改善方向に動いている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・大型コンベンション施設での催事が順調に戻ってきているに伴い、宿泊がかなり増えている。また、宴会も、暮れに向けてかなり申込みが増えている。新型コロナウイルス感染症が収束したことで、総じて上向いている。
○	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感染症の5類移行以降、人の動きが活発になっており、新規感染者数の減少に伴い販売量も回復傾向にある。ただし、人手不足による定休日の設定などにより、レストランは販売機会の喪失が足かせとなっている。全体的には宿泊と宴会が中心となり、数字を伸ばしている。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による自粛や中止といった状況はなくなっている。インフルエンザによる人数の減少や延期は度々起こるものの、旅行自体は消滅することなく実施できている。

○	通信会社（局長）	販売量の動き	・サービス契約数が前年同月比で上昇傾向にある。特に、モバイルの契約数が飛躍的に上がっていることが理由である（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・商談案件数、受注数が3か月前と比べて大幅に伸びている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・店舗等への来店が増えている（東京都）。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・旅客が増加している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・天候、気温が安定しており、前年並みの来場者数となっている。
○	競輪場（職員）	お客様の様子	・前月と比べて、10%くらいだが来場者数の伸びがみられる。過ごしやすい気候になり、外で遊ぶことも増えている。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	お客様の様子	・学生の動きが良い（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	それ以外	・当事務所は、取引客の訪問などにより業務を獲得してきたが、最近では行政の仕事に切り替えて、各行政機関を回り、情報を得て、そういったところから新しい案件を獲得している。もちろん入札もあるが、社員の力及び景気を基にしながら、営業展開を行っている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、来客数の動きが前より大分良くなっている。暑さも和らいで、外出しやすい気温になってきたこともあるが、客の動きが活発になってきて、少しずつ売上が伸びてきている。
□	商店街（代表者）	それ以外	・今月は、新商業施設のオープンや地域最大のイベントが行われたことで、とても良くなっている。ただし、不安材料もあり、新型コロナウイルス感染症発生前と今とでは客の行動様式が明らかに変わっている部分がある。大幅に変わっているというよりは、部分的にこれまでのセオリーが通じないことがある（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・設備工事やイベントなどの電気工事の依頼が多かったが、物品の販売はそこそこだった。物価の上昇が続いているため、購買意欲が湧きにくいのではないかと。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・来客数自体は少ないが、同業他社が閉店したために、そちらの客が来店して僅かながら増えている。外売りの要請も来ているが、決して大きな金額ではない。
□	一般小売店 [米穀]（経営者）	お客様の様子	・客を観察していると、新規参入より廃業の方が多い。したがって、取引先の数も減っている（東京都）。
□	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	来客数の動き	・売上は前年よりやや上向きになったが、今年は猛暑の影響で来客数が少なかったようである。
□	一般小売店 [傘]（店長）	販売量の動き	・降雨が少なく、季節の変わり目でもあるため、猛暑の時期の日傘需要と比べると、動きが一段落した感じがする。
□	一般小売店 [生花]（店員）	販売量の動き	・3か月前の7月は東京盆があったので、ふだんの月よりは良かった。10月は何も行事がないので客も売上も少ないが、やっと涼しくなり、人々が活発に動き始めているため、景気は変わらない（東京都）。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	来客数の動き	・売上は前年よりやや良くなっているが、来客数の減少が気になる。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・当社の売上は良くない。最近では大型コンベンション施設などでの販売も全く駄目である。そのような状況のため、新規の販売先など増えない。現状を維持するのがやっとである（東京都）。
□	一般小売店 [書店]（営業担当）	販売量の動き	・年度末に向けて販売量が増える時期だが、円安のため輸入商材の値上げが続き、販売量が抑えられていることが影響している（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・年末に向かって、お歳暮、クリスマスなどの一部のアイテムは値上げ幅が大きいことを、客はしっかり見て選定をしている。企業の忘年会、クリスマス会のイベントに当たり、景品や来場者へのまとまった数のノベルティ依頼が多くなり始めている。前年と同様の予算が多く、全体的な値上がりにより数量を調整することもある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・天候に恵まれている部分もあるが、引き続き、婦人服、雑貨などの動きは良く、客の消費行動は堅調である。それに訪日外国人売上が加わり、売上面ではプラス基調ではあるが、一般的な消費という面では、景気が良くなっているという感じではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・担当店舗での来客数は、この1年間、前年比110%前後で推移し続けている。地域密着の店舗のためインバウンドはほとんどなく、国内客の来店で3か月前と同じトレンドのため、良い状況で変わらず推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・最低気温が20度を下回るようになり、衣料品は婦人、紳士共に好調に推移している。インバウンドは化粧品、財布、宝飾を中心に好調が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・来客数は増えているようだが、購買には慎重であったり、単価の高い物は控えているようである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・優待販売などへの反応は良いが、それ以外の期間においては販売量は増えておらず、消費にそこまでの上向き感は見られない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げや青果物の相場高により単価は上昇傾向にあるが、買上点数の低下や値引き商材の購入増加により、全体の売上は停滞気味である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みを維持している。値上げの影響で客単価は前年を超えているものの、買上点数は微減の状態が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・野菜の価格が高騰して買い控えが発生している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少が一番大きい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年と比べて最高気温が高く、好天に恵まれたため、来客数が増え、飲料類の動きが良く、好調な売上が継続している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・残暑で数値が好調に推移していたが、急に気温が下がってきて、それとともに、購買量も下がっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・10月には地元の大きな祭りが土日に開催され、販売量がやはり増えた。土曜日の売上はそこそこあったものの、日曜日はそうでもなかった。日曜日は翌日のことを考えて撤収するのが早いかもしれない。ふだんの動きにはそこまで大きな変化はなく、横ばいといった感じで、3か月前と同程度の販売量である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・安価な商材でも慎重に吟味して購入している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・10月に入ってから更なる生活必需品の値上がりにより、消費者心理の冷え込みがみられ、厳しい状況にある。当社の主力である着物事業は、夏の浴衣購入客等のリピーターは増えているものの客単価が低く、全体としては厳しい。もう一方のドレス事業に関しては、コンサート等のイベントが増えてきており、ステージドレスを中心に回復基調にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・10月に入っても気温が高く、秋物衣料が売れていなかったが、中旬以降に気温が下がり、やっと平年並みの売行きになっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・今年は暖冬という予報で、客も秋冬物が余り必要でなく、商材の動きが少ない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・食品の値上がりは日々の生活に直結しているため、消費行動に影響がある。消費者がいつにも増して価格に敏感になっており、少しでも安く買いたい心理でインターネット通販や他店との比較がますます多くなっている肌感覚がある。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・平日、土日共に来客数に伸びがない。毎月続いている商材の値上がりなど、物価上昇が要因ではないか。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・10月に入り、夏の猛暑がけん引した季節家電の売行きは落ちている。国内消費は物価高もあり、節約志向がより高まり、需要が減退している。一方、インバウンドは引き続き好調を維持している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。新型車が出たので来客数は結構あるものの、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量は前年並みで、納期は徐々に早まってきている。サービス部門も前年並みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・会合などで共有された情報から判断している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客の話を聞くと、円安で諸物価が上がっており、ロシアによるウクライナ侵攻に加え、もしイスラエルが戦争を起こすようになると、原油などの価格が上がってくるのではないかという不安感がある。そうしたなかで、今はいろいろな物にお金を使うよりも、じっと我慢して少しでも蓄えたいということを言われている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・まとめ買いの客が減ったような感じがする。そのためか、販売量が落ちてきている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・商材の原価は相変わらず高い。売行きも単調である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・全体としては、法人客を中心にランチ、ディナー共ににぎわっている。ただし、個人客はディナー利用での回復が鈍い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客の数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、なかなか集客につながらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス終息後、客単価が上がっていたが、ここにきて上がり幅が小さくなってきたように感じる。価格が上がり続けても、来客数が減っているため、購入回数が増える方向ではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・団体利用が多く入っているが、単価が低いため、3か月前と大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して大分落ち着いてきたと思っていたが、今度はインフルエンザが流行しており、保育園が登園禁止、小学校などが学級閉鎖になったりしている。せっかく景気が戻ってきそうな兆しがみえたところだが、なかなかうまくいかない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・訪日旅行に航空座席、ホテルを取られており、国内旅行の供給が足りていない。オーバーツーリズム傾向にある。訪日旅行の取扱をしていないため、厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援が延長されている地域がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・客が落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症発生前と変化がない。リモートワークも会社によって定着したようである。ターミナル駅への利用客は新型コロナウイルス感染症発生前と同じように増えているが、一時期タクシーの利用者が増えたのは、どうやら今年の異常な暑さによるものだったようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・今月も、規模は小さいながらイベントの引き合いが幾つか出てきている。採算のプラスが見通せる状況になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇が続いており、余計な支出はできるだけ抑えようという客が増えてきている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	単価の動き	・海外からの仕入れが更に高騰しており、4月以降の購入機器が更に値上げされるような話も出ているため、悪化するかわ変わらないかという状況になっている（東京都）。

□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・高齢者施設や病院への入院、又は逝去などの理由で、連絡なく解約になる客が毎月一定数いる。
□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・上半期は一進一退の状況が続いており、上向きでも下向きでもない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・単月で見ると、営業実績は予算を確保しており安定しているが、総体的にみると客が純増しているわけではない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・物価の上昇に伴い、買い控え、購買意欲の低下が見受けられる（東京都）。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・大きな変動は感じていない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・インバウンドを中心に来客数が伸びており、消費単価も上昇しているが、3か月前と比較して大きな変化はない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規案件として具体的な話は出てきていない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規受注の兆しはないが、年度初めに受注した規模の大きい官庁案件が年度末まで継続するため、特に景況感に変化はない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・ほとんど動きがない状態が続いている。当社としても積極的に動く予定はない（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率は、インバウンドのお陰で上がってきているものの、客単価がまだ低く、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。請負工事については、主に公共工事において、原価が非常に上がっているにもかかわらず請負金額が上がらない。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・外国人観光客の来街者数は堅調に推移しているものの、売上は3か月前と比べると伸びが鈍化している。前年比では引き続き2けたの伸びを見せているものの、やや悪化の兆しがみられる。食料品を始め、10月から更に値上がり品目が増加したことも影響している（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・気候が涼しくなったことにより婦人衣料が想定どおり動いたものの、来客数の減少から売上構成比が高い食料品の売上が苦戦している。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・気温が下がったことで、衣料品の売上が上向くことを期待していたものの、思うようには伸びない。リビング用品などコロナ禍のイェナカ需要で伸ばしたアイテムの苦戦が続いている。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・テナントによるものの、食品関連は買上客数や単価で点数減少をカバーできているが、ファッション、生活雑貨関連は買上客数、点数共に伸び悩んでおり、何となく来て何となく買うということが減っている印象を受ける。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月はそれほど悪くはないが、直近3か月が非常に良かったので、それに比べるとやや悪い。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・また1軒競合店ができて来客数の減少が目立っているため、少し状況が良くない（東京都）。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・新規商材や話題の商材は利用があるが、全体的な買上点数は全く伸びていない（東京都）。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で数%減少という状況が続いている。今まで堅調であった食品にも影響が出ている。客へのアンケートでも、「生活必需品に関しては買わざるを得ないが、し好品などは極力買わないように、メモを持ちながら買物するようにしている」という方が多く、実際に店頭で見掛けることも増えている。
▲	スーパー（食品担当）	来客数の動き	・物価高から来店日数を減らして、特売日などにまとめ買いをする傾向が見受けられる。平日の落ち込みをカバーできず、結果として月間では売上が減少している（東京都）。

▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・売上、来客数が減少している。従業員の時給アップに耐えきれず、厳しい経営状況のなかで、同じ看板のコンビニが新規オープンするという状態で、もう訳が分からない。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・スイーツなど夜に売れていた商材の販売数量が半分以下くらいに減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商材の価格が上がっているため、客単価は上昇しているが、来客数が4%程度落ちていることから、無駄な買物はしなくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年を割っており、景気後退を実感している。来客数も減っている。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売できる車種が少なくなっている。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・品目は関係なく、ガソリンを含めて全体的に物価が上がっている。景気が悪く、なおかつ物価も高くなって、全体的に落ち込んでいる。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、購買によりシビアになっている。物価高がじわじわ響いている。
▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・インバウンドを含め、来客数はほぼ変わらないが、商材の値上げ以降、客は購入に慎重になっており、販売量が減少し始めている（東京都）。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価高の傾向が続くなかで、賃金上昇が追い付かず、食品を中心とする値上げは継続中であるため、客の財布のひもは固い（東京都）。
▲	観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・円安が影響している（東京都）。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の利用は良いが、夕方から深夜にかけてが悪く、はっきりしている。たまに、深夜にロングの客がいるので助かっている。終電後にびたっと仕事が止まり、そのまま明け方4時まで利用がない日もある。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・8月と比べると9月は人の動きが少なくなるため大分落ちるが、10月に入り、9月並み若しくは9月より悪いような気がする（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	競争相手の様子	・乗客は増えていないどころか、むしろ減少しているなかで、タクシーの供給は過剰になっている。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・機材等の値上がりにより、商談案件の受注が減少傾向にある。本来なら受注できた案件も検討中あるいは失注になっている（東京都）。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・延滞等に見立った変化はないものの、窓口支払の客が生活の厳しさを口にするケースが増えている。今後の解約示唆も増え、生活必需品の値上げにより、当社サービスのようなし好品の買い控えや解約に影響を与える懸念がある（東京都）。
▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・10月に入り猛暑も落ち着き、季節要因から稼働率は高止まりが続いているが、特に、高齢者層においては雨天のプレーを忌避し、稼働率が著しく落ち込む傾向が強い。物価上昇から生活防衛を意識する動きもみられ、レストランにおいては高価格商材の販売低迷の傾向がみられる。新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの感染により就業できない従業員は前月から引き続き一定数おり、要員不足のなかで負荷が掛かっている。円安等の影響で価格が高騰している肥料薬剤の投下量も増え、水道光熱費の高騰も続いており、固定費の回収も容易ではない。
▲	パチンコ店（経営者）	単価の動き	・全国旅行支援がなくなり、来客数は横ばいながらも客単価が落ちている。
▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・ファーストチョイスの作品以外は鑑賞しない傾向が強くなっている（東京都）。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・購入を慎重に考える客が増えている。物価の上昇にも影響を受けている可能性がある。
▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・単価が上がっていない。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・官民共に発注自体が鈍化しているようで、単純に売上が伸び悩んでいる（東京都）。

	▲	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55%となり、支店始まって以来のワーストであったため、景気は悪い。また、3か月前と比べても約15%落ちているため、やや悪くなっている。新商品の販売があったが、問合せや商談も少なく、受注増加にはつなげられなかった。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・ 販売量が大きく落ちている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ 3か月前と比べて新築売りアパートに対する反響や問合せが減ってきている。実際の販売契約数も落ちてきている。土地の仕入れも、地価の高止まりで苦戦している。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕(営業)	販売量の動き	・ 建材需要期を迎えているが、スポット案件はあるものの前年同月を超えることはなく、先行きが読みにくい状況が続いている(東京都)。
	×	一般小売店〔家電〕(経理担当)	来客数の動き	・ 10月に入ってから極端に来客数、売上共に減っており、売上は3割も落ちている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	単価の動き	・ 経費の上昇分を売価に反映できない。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕(団体役員)	来客数の動き	・ 燃料油価格激変緩和対策事業が継続しているが、それ以上に原油価格が上昇し、消費者にとっては高い燃料価格になっているためか、買い控えが生じている(東京都)。
	×	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・ 絶好のゴルフシーズン到来にもかかわらず、平日の利用が戻ってこない。平日は年金生活の高齢者の利用が多いなかで、思うように利用が伸びないのは、物価の上昇等の影響なのかもしれない。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・ 物価が上昇している。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ディスプレイ〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・ コロナ禍明けの空気感で一気に忙しくなっている(東京都)。
	◎	その他非製造業〔商社〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・ 受注額が上がってきている(東京都)。
	○	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ 新たな取引先との仕事が始まり、売上が前年比120%くらいまで伸びている。新規客も増えてきている。
	○	出版・印刷・関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ 3か月前よりは受注量が増えているものの、例年の同時期よりは少ない(東京都)。
	○	出版・印刷・関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・ 印鑑、ゴム印、名刺印刷をしており、店頭販売とインターネット通販がある。今月は、会社の新規設立の代表者印の注文が7本あった。通常月は2本から多くても3本くらいである。そのうち2本はIT関係の会社で、あと2本は不動産関係と駐車場経営の会社からである。問屋への支払は、通常月は15万円くらいだが、10月は24万円となっている。当社は見越しで仕入れるというよりも、注文があった物だけしか仕入れていないので、正に客から注文をもらった金額が反映されての金額である(東京都)。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ 予想に反して、仕事量は若干増加しているが、日単位で見れば極端に少ない日もあり、安定しない。平均値を見た場合に、やや増加ということになる。
	○	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ 音楽ホールなどの省エネ換気装置の受注が増えている(東京都)。
	○	輸送用機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・ 現在、自動車メーカーは年度計画どおりの増産を続けている。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ 実際に忙しく、人手不足である。
	○	金融業(従業員)	取引先の様子	・ 仕事量自体は増えているものの、材料費や光熱費、燃料費の値上げによって利益が手元にさほど残らないため、経済は動いているが、景気が良いとは言い難い。

○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先から徴求する受注表、試算などからは、数値的に好転の兆しがみえる。また、先の受注についても現状程度の量は確保できている企業が多くなっている。業種によって回復の程度はまちまちだが、中堅レベルの企業からは総じて受注は回復傾向と聞いている。
○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの宿泊需要は引き続き堅調であり、価格も上昇基調にある（東京都）。
○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワークが推進され、オフィス需要が減退していたが、ここにきて既存テナントから増床ニーズが出始めており、オフィスへの回帰がみられるようになっている（東京都）。
○	税理士	取引先の様子	・秋の行楽シーズンに入り、空港や駅などは旅行者でにぎわいを取り戻している。飲食店なども、団体での飲食は予約しないとできない。小学校、中学校、高校では新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染者数が増加しているようだが、重篤化しないとの安心感で、その後の予定には支障がない様子である。
○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・通常の警備以外にイベント警備等の受注があり、売上が増加している。
□	繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・価格転嫁ができていない企業もあり、依然として製造業の単価はなかなか上げられない状況が続いている（東京都）。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・紙媒体の減少やデジタル化による需要低迷のため、受注率が低下している。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・諸物価の上昇が一段落しそうなどところまできたので、動き出すかと思っていたが、さほど大きな変化はない。
□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・これから受注が増える取引先と減る取引先とが同じ割合のため、トータルでは変わらない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体については、大口価格の直近の傾向はこれまでと同等の推移であり、景気としても変化はない。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・全国的な景気は一時的に停滞している。この地域における宅建業も停滞気味である。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の変動は多少なりともあるものの、燃料費や原材料の価格高騰で、利益は余り期待できない。
□	輸送業（経理担当）	それ以外	・燃料の価格高騰、人手不足が続いており、収益が伸び悩んでいる状況のまま変わらない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、多少物量は増えてきているが、燃料価格の高騰が続いているため、収益は伸び悩んでいる。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の動きで力強さに欠ける（東京都）。
□	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べても余り変わっていない。
□	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入原価が高騰している。インボイス制度の開始により現場や経理の業務が増え、慌ただしくなっている（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き続き低空飛行で、なかなか浮上できない（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜10～11時頃に近隣駅の商店街にある飲食店を外からのぞいて帰るが、新型コロナウイルス感染症発生前は駅前通りの店は満席近い客入りだったが、全くそこまでは戻っていない。1か月くらい前に行った都内の繁華街の店は外国人客で一杯であった。インバウンドが入る店は流行っているのだろうが、そうでないところはそこまで戻っていない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・補助金や助成金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食業や小売店から、客がより価格に対してシビアになっているという話を聞く。

	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工等の製造業では、材料、光熱費の値上がりが大きく響いている。政府は賃上げをするように言っているが、その前に下請への支払額を上げてもらわないと、事業の存続すら厳しくなっている（東京都）。
	□	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	競争相手の様子	・案件の情報が発生したり消えたり連続で、決まらないことが多い（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・燃料価格の高騰により、資材等を含め値上げ要請が来ているものの、クライアントに対する価格転嫁は難しい状況である。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注は順調だが、化粧品容器に関してはインバウンドなどの優位な情報があるのに、一向に回復しない。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・以前取引していた製造業の会社が倒産した。製造業の受注量がここ2～3か月でかなり減っている。
	▲	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取扱量の低迷が常態化してしまっているなか、收受運賃も減少し続けており、燃料を始めとする資材の高騰、高止まりにより、収支の悪化が進行している（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・一向に回復の兆しがみえない（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子について、飲食業は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない売上に戻ってきてはいるが、人件費や食品、燃料費高騰で採算面はまだ厳しい。観光業も新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない状況になってきているが、コロナ禍の間に従業員を削減したために、対応が行き届いていない。運送業では燃料の価格高騰と人手不足があり、利益が減少傾向にある。不動産業では、商材の販売期間がやや伸びているため、各業者共に土地の仕入れに慎重になっている。小売業では、食品を始めとして各商材が値上がりしているため、客は無駄な物は買わず、少しでも安価な物を買う傾向にあり、売上は横ばいである。総合的にみて、景気はやや落ち込んでいる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・前月にもワンルームが成約しにくくなったことを報告したが、敷金礼金なし、フリーレント、広告代1～2か月支給などのチラシが増えてきている。築浅の物件は何とか順調に成約できるが、これからの対策が大変である（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・地価、人件費の高騰、材料費の高止まりなどにより、新築物件は高くなり過ぎて、特に子育て世帯には手が届かない状態が続いており、業者は販売物件の建設を控えている。また、その世代に需要がある部屋数が多い賃貸物件は少ないため、販売、賃貸の成約件数共に厳しさがある。
	▲	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	・問合せ数は変わらないが、客のコスト意識が高く、受注量が減少傾向にある。例年の同時期に比べて1割程度下回っている。
	▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・最低賃金の大幅な上昇に伴い人件費は上がるが、既存の契約金額の値上げが伴っていない。新規物件の契約金額は現在の賃金水準になっているが、古い物件については値上げができれば赤字になってくる（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・海外向けの生産が止まってきて、在庫が積み上がり始めている。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前より更に受注量が減り、雇用調整の必要性が出てきている。半導体装置部品の受注の落ち込みがひどく、50%減少している。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・10月に入り年末繁忙に向けて徐々に求人数が増えてきており、人材確保も難しくなっている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前と比べて100%を超えてきており、やや回復傾向にはあるものの、前年同月比では10%強減少している。業界により差はあるものの、再就職支援などの引き合いが多くなっていることもあり、反比例した動きが出ている（東京都）。

○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社内及び同業他社でも、中途採用の意欲が高まっているが、各部門共になかなか採用予定数に満たない場合が多く、売手市場であることを感じる。そのため、採用条件として、給与面での待遇が良くなっている（東京都）。
○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求職者数は微減だが、新規求人数は増加傾向を維持しており堅調である。中小企業が人材獲得のために賃上げの動きを見せており、結果として就職者数はやや増加傾向となっている（東京都）。
□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・景気が上向いているとはいえ、中小企業では慢性的な人手不足が重荷となり、攻めに転じる様子はみえない。したがって、積極的な事業投資も行えず、企業によっては事業縮小又は撤退といった動きもみられる。
□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気が回復している分野と低迷している分野があるため、結局プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・コールセンター業務など、価格勝負の流れが強くなっており、官公庁の入札などは、最低賃金を守っているのか疑問に思うほどの価格で落札されている（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・中長期的なキャリアプランを持った求職者が減少している（東京都）。
□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材依頼数は前年を上回る受注数で推移しているが、人材不足感はず変わらず、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は全体的に例年と比べて今期は若干少ない状況で推移している。また、新規での派遣登録者数も若干伸び悩んでいるところがあり、変わらない（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車メーカーでのエンジニア不足は継続しており、エンジニアの派遣ニーズは継続が見込まれる（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前からの変化は特にない。求人数も業界によって差はあるものの、全体的には横ばい傾向となっている。空港関係や観光産業の求人は常に増加傾向にある。
□	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・人材不足や採用難の声がよく聞かれるが、求人件数自体は余り増加していないというか、むしろ減少している。各事業者も、原材料の価格高騰や人件費の上昇などで足元の景気はさほど良い状況ではない（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人の動きが鈍化している気がする。実際に、3か月前と比較して大きな伸びなどはない。前年もそここの求人数だったこともあるが、なかなか前年を超えてこない。求人数が多くなっていくにつれて、1企業当たりの応募数、採用数は減って当然である。求人募集にはもちろん費用が掛かるため、成果が出ない募集をずっと行うわけにもいかず、前年と比べて出し控えなどが起きているとも考えられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、全体では減少しているものの、情報サービス、貨物運送、技術サービス業など大幅な求人数の増加がみられる業種もあり、求人全体として低迷している感はない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人の種類は、相変わらず、技術系、IT系、営業系が多いが、採用者数は思うようには伸びない（東京都）。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・今月は倒産が2社、廃業が8社ある。ほとんどが運送関係で、下請、孫請の会社である。定期的に募集を出しているところなので、かなり痛手である。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・日用品が高くなっていて消費を控えている（東京都）。
×	—	—	—