

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況は一進一退であるが、エスカレートした情報が大幅に減少し、社会情勢も落ち着いている。また、10月から全国旅行支援が始まり、年内一杯は利用者が多くみられることから、景気は上向くことになる。旅行客が増えてくると、その分経済効果も波及することになる。
	◎	一般小売店〔酒〕(経営者)	・10月から全国旅行支援やイベント割が行われるため、観光の依存度が高い当地にとって大きな効果が出てくることを期待している。
	◎	コンビニ(エリア担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていることから、経済活動が回復することになる。
	◎	観光型ホテル(スタッフ)	・全国旅行支援の実施が決定したことで、日々問合せが増えている。客の関心の高さがうかがえ、特に需要が比較的落ち込みやすいこれからの時期には大きなプラス材料となる。
	◎	旅行代理店(従業員)	・全国旅行支援の開始や入国者制限の緩和などにより人流が大幅に上向くことが期待できる。
	○	商店街(代表者)	・全国旅行支援の効果が期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	商店街(代表者)	・8月から道外からの観光客が増え始めたことで、9月の観光客は新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度まで回復した。海外旅行に行きづらいこともあって、ほぼ全てが国内からの観光客であり、インバウンドは皆無に近い。一方、海外からの入国希望が高いなか、10月に入国制限の緩和が行われることから、今後のインバウンドへの期待も大きい。ただ、その反面、今まで需要を支えてくれた国内観光客は減少することが懸念される。客層が目まぐるしく変わる不安定な時期となることで混乱も生じそうだ。
	○	百貨店(販売促進担当)	・年末年始に掛けて様々なイベントが3年ぶりに新型コロナウイルス感染症発生前と同規模で開催される予定となっていることから、消費マインドがますます高まることになる。また、カレンダーマーケットに対する期待も前年以上に高まっており、経済が活発に動くことが期待できる。
	○	スーパー(店長)	・新型コロナウイルス感染症の感染法上の分類について、これまでの2類相当から5類相当に変更するような大きな変化はないとしても、これから様々な緩和策が出てくると期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	コンビニ(エリア担当)	・時給アップ、商品単価の上昇、人手不足など、様々な懸念材料もあるが、経済活動に悪影響を及ぼすような新たな感染症が流行しない限り、景気は今よりも良くなる。
	○	コンビニ(店長)	・来客数が回復しつつある。また、値上げが相次いでいるが、今のところ買い控えがそれほど顕著に表れていないため、客単価が上がっており、それに伴って売上も回復すると期待できる。経営面ではこれから水道光熱費や人件費などをどう削っていくのかが大事になる。
	○	衣料品専門店(エリア担当)	・人の流れが活発になっていることは間違いないため、今後、外出着も含めて新規の買換え需要が増加すると期待できる。また、9月21日以降は来客数、買上点数が増加傾向にあることから、旅行関連商材や防寒衣料品の需要にも期待できる。
	○	家電量販店(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くことで、年末需要の売上増加が見込める。
	○	家電量販店(店員)	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、家電製品の値上げ前の駆け込み需要が生じることを期待している。
○	乗用車販売店(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴って、観光などの人流が増加し、消費が拡大することを期待している。ただ、様々な商材の値上げの影響で、客の購買行動が11月末まで若干控えられることも懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他専門店〔造花〕(店長)	・前年よりも人の動きが活発になっている。現状に対して環境の変化を求める傾向が強まっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン(スタッフ)	・全国旅行支援の実施に伴って、観光地や一般飲食店の景気が上向くことになり、少し遅れて高級店の景気も回復することになる。今後は新型コロナウイルスの感染対策に力を入れて客を受け入れていきたい。
	○	高級レストラン(スタッフ)	・10月から全国旅行支援が実施されることになる。これから紅葉シーズンを迎えるため、当地においても人の移動が活発になり、クーポン利用などで来客数が増加することになる。
	○	観光型ホテル(経営者)	・10月11日からの全国旅行支援開始と入国制限緩和の効果を期待している。ただ、インバウンドについては依然としてワクチン3回接種が条件に付いているため、周辺諸国との競争上不利になることが懸念される。
	○	旅行代理店(従業員)	・新型コロナウイルスの感染終息と経済対策の効果を期待している。
	○	旅行代理店(従業員)	・インバウンドの入国制限緩和が発表されたこともあり、徐々に景気が回復すると期待している。
	○	旅行代理店(従業員)	・全国旅行支援が開催される予定のため、旅行需要の起爆剤になることを期待している。
	○	タクシー運転手	・少しずつではあるが、夜間の来客数が戻っている。インバウンドの回復も期待できることから、今後、徐々に来客数が回復することになる。
	○	観光名所(従業員)	・全国旅行支援や外国人の入国制限緩和などによって、今後、流動人口が増えることになる。観光地である当地への入込も少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づくことになり、活気付くことが期待できる。
	○	観光名所(職員)	・新型コロナウイルス感染症の第7波のなかにあっても来場者が増加傾向にある。今後についても、10月11日から開始される全国旅行支援、インバウンドの入国制限の緩和など、新型コロナウイルスの感染終息を見据えた国の取組の効果が出てくることを大いに期待している。
	□	一般小売店(経営者)	・高額商材の取扱が多いため、昨今の株価下落の影響が大きく、今後も景気は変わらない。
	□	百貨店(営業販促担当)	・現状の好調な客の動向は、今後もある程度維持できるとみられる。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることも、来客数増加に向けてのプラス材料となる。
	□	百貨店(マネージャー)	・直近のファッションゾーンはセール品が好調だったが、現在はプロパー商戦に突入しているため、それまでの勢いが少し薄れている。一方、家具などの耐久消費財は順調に推移している。これらのことから、全体的には年末年始需要期までは現状と変わらないまま推移する。
	□	スーパー(店長)	・原価高騰に伴う価格引上げのニュースが連日報道されていることもあり、客の生活防衛意識が今後ますます高まってくることが見込まれる。来客数、買上点数も減少傾向にあることから、大きな改善があるとは考え難い。
	□	乗用車販売店(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりに加えて、様々な物価の上昇、電気やガスなどの光熱費の値上がりの影響で、消費者マインドが低下している。また、継続的な長納期問題に対応するため、代車提供や車検費用の一部負担など、経営面での負担増も見込まれるため、今後も景気は変わらない。
	□	乗用車販売店(従業員)	・新型車の先行予約について受注が進んでおり、これから正式発表が行われることで受注が更に伸びると期待できる。また、納期遅れの車の納車がこれから進むことで売上にもつながるようになる。そのため、景気が悪くなるとは考え難く、現状と変わらないまま推移する。
	□	乗用車販売店(従業員)	・新車生産において、半導体不足による納期遅れが相変わらず続いていることから、売上につながらない状況が今後も続くことになる。
	□	自動車備品販売店(店長)	・カー用品業界としては、今後、スタッドレスタイヤ販売で売上が上向くことになるが、例年どおりの傾向であり、景気は変わらない。
	□	その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・売上などの数字には変動がみられるものの、客に明るさが戻っていることから、今後も景気は良い方向のまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・乗務員不足が続くなか、高齢で退社する人が増えているが、募集してもなかなか人が来ない。ドライバー不足が解消されない限り、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて売上が大きくマイナスしている状況が続くことになる。
	□	タクシー運転手	・当業界では人手不足が顕著であり、解消のめどが立っていないことから、今後も景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況によって売上が変動する面があるが、平均すると落ち着いていることから、以前のような大幅な落ち込みは今後ないとみられる。ただ、高齢者の来店頻度が依然として低下していることが気掛かりである。
	□	美容室（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの感染状況に合わせて、来客数が減少したり増加したりするとみられるため、景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・食品を中心に値上げラッシュが続いており、可処分所得が減る傾向にあるため、今後については厳しい状況になる。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇を目の当たりにしているため、客の考えは生活防衛一途になっており、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・今後については、年末大売出しの月となるが、多くの企業で11月からの値上げを予定しているため、来街者が増加しないことが考えられる。
	▲	百貨店（売場主任）	・中間層において、値上げに伴って節約志向が拡大するとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続くなか、ロシア情勢、物価の上昇などのマイナス要因もあり、今後の継続的な消費行動を見込みにくい。
	▲	スーパー（企画担当）	・10月以降の更なる物価上昇が叫ばれるなかで、暖房費などのエネルギー消費の本番となる秋冬を迎えるため、今後の消費はますます冷え込むことになる。
	▲	スーパー（役員）	・これから冬に向かうなか、燃料代、電気代、食料品などの値上がりが続くため、客の節約志向がますます強まる。
	▲	スーパー（従業員）	・仕入価格上昇の影響は、販売価格にある程度転嫁できるが、経費の増加分が収益悪化の要因となる。エネルギー価格の改善が見込めないなか、最低賃金の引上げに伴って人件費も増加することになり、パート労働者比率の高い小売業者にとっては影響が大きい。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて、催事の予約商品などが売上の大きなウエイトを占めるようになるが、日用食料品以外の支出を抑える傾向がこれから出てくるのではないかと懸念している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・10月に様々な商材の値上げが予定されていることから、今後、高額商材の購入にブレーキが掛かりそうだ。商談から購入までに掛かる時間も長くなり、今まで以上に販売がスムーズにいかなくなる懸念される。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・物価上昇に歯止めが掛からないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・原材料価格の高騰による物価上昇が続くとみられるなか、全国旅行支援が発表されたことで、観光閑散期となる11～1月にかけて需要が活性化することを期待したいが、冬季観光が活発となる2月までは厳しい状況が見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・これから秋、冬に向かうなかで、観光客の動きが鈍ることになる。また、新型コロナウイルスの感染状況がどのように変化するかも影響してくるため、今後の動向を注視していく必要がある。
	▲	通信会社（企画担当）	・物価上昇に伴う通信端末の値上げが予定されていることから、例年よりも販売量が落ち込むとみられる。ただ、販売量の落ち込み分を補填するため、自社の通信カードのみの販売を行い、他社からの流入による月額通信費の収入増を狙っている。
	▲	通信会社（エリア担当）	・物価高騰の影響に加えて、商材不足や納期遅れの影響も見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（エリア担当）	・当業界において、商材の入荷状況の悪さが課題となっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後については、季節要因で例年輸送量が減少する時期であり、新型コロナウイルス感染症の影響も懸念されることから、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築単価の高止まりが続いており、分譲マンションの販売価格が下がることはないと思込まれる。デベロッパーでは仕様の見直しや一戸辺りの専有面積を縮小するなどの工夫を行っているが、そうした工夫もそろそろ限界に近いとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価の上昇、土地価格や建築コストの高騰などのマイナス材料があることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・これから冬に向かうなか、物価の上昇が一番の問題となる。外国人観光客についても、完全に回復するまで、あと2～3年は掛かるとみられることから、今後の景気は悪くなる。
	×	スーパー（企画担当）	・10月に様々な商材が値上げされたこと、これから暖房などでエネルギー消費の増える冬を迎えることなどから、今後、客の節約志向がますます高まり、景況感が悪化することが懸念される。
	×	衣料品専門店（店長）	・単価が高くなる秋冬需要の立ち上がりの時期であるにもかかわらず、商材が動いていないことから、購入を我慢する客が多いことがうかがえる。
	×	タクシー運転手	・円安の影響で物価は上昇の一途をたどっている。国によるドル売り円買いのオペレーションの効果は一時的なものとみられることから、輸出関連企業の為替差益が増大したとしても、国民の消費意欲は減衰することになり、景気は一層悪化することになる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・現在はこれまでの受注残で何とか売上を維持しているが、円安の影響でエネルギー価格や原材料価格が高騰していることで、住宅着工数も大分減っているため、今後の売上が相当減るのではないかと心配している。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・建設投資が堅調に推移しているなか、新型コロナウイルスの感染対策が緩和されていることで、観光などの需要が喚起されることになり、今後の景気は回復傾向で推移することになる。
	□	農林水産業（経営者）	・生活用品や日配品の断続的な価格上昇が見込まれるため、今後の景気がどうなるか不透明な状況にある。
	□	食料品製造業（従業員）	・当社商品の価格改定後、店舗での販売価格が段々と上がっており、販売量が落ち込んでいることから、今後も変わらないまま推移する。
	□	建設業（経営者）	・今期は、土木、建築共に受注がほぼ完了している。稼働は逼迫しており、建築については来期以降の受注活動を行っている。ただ、資材価格の高騰や労務費の上昇、工程の遅れによる利益の下押しが懸念される。
	□	建設業（従業員）	・官庁からの発注状況が改善されるには、年度をまたぐ必要がある。今は来年度に向けての準備が必要な時期であり、今後の景気は変わらない。
	□	建設業（役員）	・現場配置が可能な技術員のフル稼働が続いており、これ以上の上積みは難しいものがある。ただ、業績が順調に推移する見通しに変わりはない。一方、円安と物価高の影響による建設コストの高騰が、工事の採算悪化や新規受注に影響を与えることが懸念される。
	□	通信業（営業担当）	・コロナ禍の終息を見据えて観光業の復調が進むなか、各企業の経済活動や新規分野への投資案件は着実に増えているものの、円安に伴って原材料や燃料の価格が高騰している。ウクライナ情勢の影響によって混とんとしている世界情勢も踏まえると、景況感はプラスマイナスが相殺され、現状維持で推移する。
	□	金融業（従業員）	・個人消費は、消費者物価の上昇がおもしとなり、持ち直しの動きが減速することになる。住宅投資も、資材価格高騰の影響により低調な推移が見込まれる。インバウンドの回復による景気底上げは期待できるものの、世界経済の下振れリスクが高まっていることから、3か月後の道内景気は横ばい圏にとどまる。
	▲	輸送業（従業員）	・荷主から今後も値上げ傾向が続くとの話を聞くこと、今年の予算を前年から減らして組んでいる企業もみられることから、値上げ前の特需は見込めたとしても、平均すると若干景気が下向きで推移するとみられる。
▲	輸送業（支店長）	・燃料価格の高騰や円安の影響が、これから徐々に強まってくることを懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	司法書士	・これから冬季に向かうなか、円安による影響が大きくなるため、景気は下向くことになる。現状のままでは景気が回復することは期待できない。
	▲	司法書士	・季節要因や原油高、半導体不足、資材価格の高騰の影響によって、今後の景気は緩やかに下向く。また、円安の影響で物価が上がっていることも影響する。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・どういう形かは分からないが、円安の影響がそろそろメーカーにも出てくるようになり、下請にもその影響が間接的に出てくることを懸念している。
	×	食料品製造業（従業員）	・諸経費の上昇が今後もまだ続くとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	金属製品製造業（従業員）	・今後、円安傾向がますます進むとみられるため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・しばらくは観光業がけん引することで景気の下支えがあるとみられる。ただ、物価の上昇、ウクライナ情勢などの影響で景気が大きく転換することも懸念される。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・県民割の影響で宿泊施設は軒並み好調に推移しており、観光、飲食業界、ホテル清掃業からの掲載申込みが増えている。今後もこの流れが続けば、年末年始商戦や帰省需要、観光需要を中心に好調に推移すると期待できる。
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年5か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しがみられる。ただ、産業や業種によってその度合いは異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の変化によっては先を見通せない状態となる懸念もある。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数について、予断を許さない状況ではあるが、企業は新型コロナウイルス感染症の終息を視野に入れて、売上の取り込みに向けた準備を行っている。そのため、求人数は今後も増加傾向で推移することになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・地方にも物価高の影響が出始めている。求人、求職の需給状況から、停滞感がうかがえる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあること、外国人観光客の受入れを再開したこと、全国旅行支援の実施などで、今後の経済活動は活発になるとみられるが、円安、物価高が足かせとなり、その経済効果は限定的なものになりそうだ。
	□	職業安定所（職員）	・原油価格や原材料価格の高騰、円安など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、今のところ業況堅調な企業からの求人もあって新規求人数が増加している。新規求職者数も前年と比べて減少しており、持ち直しの動きがみられることから、今後も景気は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・大学の立場からは、10月1日の内定式以降における企業の動きに注目しているが、余り変化はないものと捉えている。新卒者への内定出しはその時々々の景気とも直結しており、現状から景気が上向くことは期待できない。
	▲	職業安定所（職員）	・値上げが相次ぐ一方で賃金上昇が追いついていないこと、不透明な世界情勢によって物資不足がみられること、自然災害による混乱がみられることなどがマイナス材料となっており、今後も景気は変わらない。
×	*	*	

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	◎	コンビニ（経営者）	・今月は台風や大雨にたたられたため、客足がかなり落ち込んだ。天候が平年並みであれば、今よりはかなり良くなると期待している。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が間もなく始まるため、景気は良くなる。
	◎	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が予定されているため、新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的増加がなければ良くなるとみている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・10月からの水際対策の緩和や全国旅行支援による良い影響が3か月先まで続くことを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・この先も新型コロナウイルス感染症関連商品は動くともっている。また、季節の変わり目なので、健康に関心がある客も増える可能性が大きい。化粧品も新製品が出ているため、良い動きになるのではないかとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・来月から施行されるアルコール飲料等の一斉値上げの影響を懸念している。しかし、祭り等のイベントも徐々に再開しているため、この流れで平日や週末に人が飲食店へ流れる状況ができればよい。数か月後には状況が変わってくることを期待したい。
	○	百貨店（催事担当）	・食料品、生活用品等の値上げが懸念されるものの、ウィズコロナの浸透によりイベント等の集客策が以前より仕掛けられるようになり、売上増加につながると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・イベント等の制限が緩和されるにつれ、人の流れが良くなっている。また、値上げ商品が多いなかでも、商品の買上点数は落ちていないため、購買意欲はあるものとみられる。更なる制限緩和に期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・少しずつ良くなることを期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・人の動きは活発なまま推移すると推測され、来客数の減少を販売量、単価がカバーするとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けて更なる人流回復が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に合わせて人の動きが活発化し、観光、イベント等への参加も積極的になってくることが予想される。また、リモートワークも減少傾向にあるとみられ、営業系での人の動きも活発化するとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていくとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・全国旅行支援がスタートするため、他県からの旅行者、購買客が増加すると期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今月は決算期のため販売量が増加しているが、2～3か月後もこのペースを維持できるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・景気が少しずつ回復している感じはあるが、制服まで金が回るのはもっと先になる。後はそのタイミングである。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・灯油の使用時期になり、販売量も増える見込みである。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向になり、今後はウィズコロナでのショッピングに対してはそれなりの期待が持てる。
	○	高級レストラン（支配人）	・徐々に来客数が増え、客単価も上がってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末を迎えるがコロナ禍も落ち着いてきて、忘年会の予約も多少は入ってくるのではないかとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前のような状況にはなかなか戻らないとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が発表されたため、それが本当に実行されていけばやや良くなる。ただし、海外旅行、訪日旅行がほとんどないため、大きく持ち直すことはない。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の開始により、販売が拡大するとみているが、コロナ禍における従業員不足の問題や燃料価格の高騰、仕入素材の値上がりなどの影響を懸念している。全国旅行支援が一時的な救済策であれば、終了後に業界全体に及ぼす影響が懸念される。
	○	タクシー運転手	・紅葉や年末、人事異動の時期になることと全国旅行支援が開始されることなどから、人の移動が活発になり、タクシー利用者が増加することが見込まれる。
	○	観光名所（職員）	・ウィズコロナが浸透しつつあり、団体客、振り客が増え、予約数も増えている。今後はそれが少しずつ売上の数字に表れてきて、伸びていくのではないかとみている。
	○	競艇場（職員）	・今月より3か月間、秋のイベントを開催しているため来場客数は多くなることが予想され、売上も多少は上がる見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	美容室（経営者）	・全国旅行支援などが予定されており、出掛けるために髪を切る人が多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症がまた拡大するのではないかと いう不安や円安、原材料の価格高騰による値上げにより、景 気回復の兆しがみられない。
	□	商店街（代表者）	・ここ数か月の様子から、大きくは変わらないとみている。
	□	一般小売店〔書籍〕 （経営者）	・物流の状況に相変わらず厳しさが残っている。また、売行 きが良好な商品群が少ないために、見通しは余り明るくない。
	□	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・当地で今月一杯行われているキャッシュレス決済によるポ イント還元キャンペーンに客が全く乗ってきていない。また、 近隣では東京から出店している店が2～3件潰れている。よっ て、今月の悪い状態と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕 （経営者）	・客の買い控えにより、夏物商材の動きはほとんどなかつ た。秋物、冬物商材に移行しながら、客の志向を模索してい る。
	□	百貨店（経営者）	・更に進む物価高騰を受け、客単価が上がり、買上客数が減 少していく傾向は変わらないとみている。その対応施策とし て、年末年始までのお買い得感を打ち出した販促が大きなポ イントになるとみている。
	□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍の状況は余り変わらないとみているため、外国人 の入国も未知数である。
	□	スーパー（経営者）	・買物動向は新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻って いる。しかし、相次ぐ値上げにより、客単価は増加するもの の、来客数と買上点数のマイナスが続いている。今秋以降も 値上げが続けば、現状のマイナスが続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上げが相次ぎ、景況感が悪化している。客の買い 控えも続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・今現在、スーパーから客足が遠のいている状況にあるが、 今以上悪くなるとは考えにくく、変わらない状況が続くとみ ている。
	□	スーパー（企画担当）	・物価上昇に伴って消費者の購買意欲は弱まっているが、食 品小売業としては、価格競争のなかチラン攻勢で何とか売上 と販売量を稼ぎ、前年並みを維持している。しかし、薄利多 売で何とか売上を作っており、利益的に苦しい状況である。 当分は同じような状況が続くとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・秋の値上げラッシュに加え、東北は冬の暖房費の家計負担 も増加するため、食品に関しては財布のひもは更に固くな り、購買は慎重さを増すとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響により客の動きに余り変 化がないため、変わらないとみている。
	□	衣料品専門店（経営 者）	・今後更なる値上げにより客先への売り込みが難しくなるこ とが懸念される。新型コロナウイルスの新規感染者数は減少 しつつあるが、インフルエンザの流行も心配である。
	□	衣料品専門店（経営 者）	・旅行の計画を立てれば、そのために洋服を購入しようとい う気分も出てくる。しかし、食料品や日用品の値上がりなど が家計を圧迫し、寒くなると更に暖房費も加わるため、洋服 購入のブレーキになるのではないかとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・前年と比べて景況感が良く、11月くらいまではこの状況が 続くとみている。11月以降は前年もそこそこ回復していたの で、前年を超えるのは難しいとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・円安による物価高など、消費マインドを引き上げる上での マイナス要因もあるが、行動制限の解除に伴い少しずつ消費 が戻ってきている。
	□	家電量販店（店長）	・エアコンなどの暖房商品は今後の気温によって売上が変 わってくる。冷蔵庫や洗濯機といった白物家電は買換え需要 に期待している。単価が上がりつつあるが、新築需要などの プラス要素は見込めない。テレビなどは単価がやや下がって いる。食品などの値上がりにより、客の財布のひもは固く なっているようである。
	□	乗用車販売店（従業 員）	・新車の生産台数がばん回できる見込みもなく、新型車の発 表はあるものの発売が延期になっており、しばらくはこのま まの状況が続く見通しである。
	□	住関連専門店（経営 者）	・コロナ禍で営業活動が半分自由に動けるようになったが、 なかなか受注に結び付けられない状況が続いている。
	□	その他専門店〔靴〕 （従業員）	・まだまだ景気回復の雰囲気は感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・補助金の適用により価格上昇は抑えられているものの、その分当面は現行価格水準のまま推移するため、高値による節約志向が続く。
	□	高級レストラン（経営者）	・良くなるとみているが、11月一杯くらいまでは現在の低迷した状況が続くと予想している。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症さえある程度落ち着いた状況であれば、それなりの来客数が見込めるのではないかと期待している。しかし、材料費等の値上がりで商品の値上げをしているため、客が減少してしまうのではないかとという危惧もあり、非常に判断が難しいところである。今月と同程度の来客数を期待したい。
	□	一般レストラン（経営者）	・客も10月からの値上げラッシュを警戒し始めているようである。来客数が減らなければ販売量が減っても何とかかなりそうだが、来客数が減ると景気が悪化してしまう。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況次第のため、予測は難しい。
	□	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援によるプラス要因と物価高によるマイナス要因で、旅行需要は現状維持を想定している。
	□	タクシー運転手	・燃料費の価格高騰などいろいろな問題はあるが、気持ち的にはコロナ禍が始まった頃と比べると随分と良くなってきているため期待したい。
	□	通信会社（経営者）	・年末にかけて市民生活に直結する物価高が続くため、客の財布のひもは一層固くなることが予想される。基本的な生活費以外ではできるだけ節約する傾向が強くなるため、生活必需品ではないサービスに新たに加入契約する客が増えるとは考えにくい。今後年末キャンペーンなどのサービスを展開するが、現状維持程度しか期待できないとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料に乏しく、余り良くない状況が続くとみている。
	□	テーマパーク（職員）	・来客数は伸びているが、買い控えにより買上点数は減っている。しかし、原価高騰により販売商品の価格が上がっているため売上は変わっていない。輸入に頼っているため、在庫確保もかなり厳しくなっている。
	□	遊園地（経営者）	・取引先から値上げの通知が続いており、円安・材料高の影響が出ている。家計にどう響くかによるが、現在好転した状況を継続させることは難しいとみている。
	□	美容室（経営者）	・最近はいろいろなものが値上がりしているため、客の財布のひもが固くなっており、美容に掛ける金も少なくなっている。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・各種原材料の価格高騰による経費負担の増加、販売価格を上げると販売量が減少し粗利が激減する状況は、今後も変わらないとみている。また、採用難による人手不足が解消できず苦慮している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・鉄筋コンクリート造の賃貸マンションの受注予定が出てきた。投資客が戻ってきている感じがある。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・今月は来場組数がやや良くなっており、横ばいで推移すると見込んでいる。
	▲	商店街（代表者）	・インフレ、物価高、資材価格の高騰などのこれからの成り行きが見通せない状態である。ロシアのウクライナ侵攻も長引きそうである。世の中の流れは良い方向にはいっていないようである。
	▲	商店街（代表者）	・円安によるインフレが進行する。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナ情勢の影響で、全般的な物価上昇が進むなか、冬場に向かい更に暖房費の負担感が大きくなる。それにつれ家計防衛意識が高まり、出費を抑えるようになるとみている。
	▲	百貨店（売場担当）	・購買意欲が高まっているのは確かだが、上客を含む限定的な動きとみている。全体的には物価上昇による生活防衛も確実に進んでおり、今後の展開は不透明である。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くにつれ、外食への流れが強くなってきているようである。その影響が内食需要が減少しているようにみえる。
	▲	スーパー（営業担当）	・値上げの影響が大きくなるとみている。地場産品の消費や購買も前年比で減少している。青果物の高騰なども予測され、ますます価格競争が加速してくるのではないかと危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・10月1日からの一斉値上げにより、消費が若干冷え込むのではないかとみている。経営側で言うと、最低賃金が上がり、少し前の夜勤の時給と同じ状況である。売上が厳しい上に電気代は上がったままなので、かなり厳しい。コンビニは特に厳しく、この状況を打破するためにどうすればよいのかが業界の大きな課題となっている。しばらく厳しい状況が続くとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・物価が上昇することで消費が冷え込む可能性が高く、衣料品に大きな影響が出る可能性が高い。
	▲	衣料品専門店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着いたとしても、物価高に対応した生活が更に続くため、消費行動は改善されないとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や商品の値上げが続いており、買い控えが多くなるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・販売中止の車種や納期が1年以上掛かる車種が出てきたため、今後販売が伸びないことが予想される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからは9月より長納期を解消する旨の案内がきているが、二転三転するため余りあてにはできない。新車がこなければ中古車が生まれない。車両販売がなければ新規のサービス客が生まれない。楽観視はできない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・生産が安定するまでには程遠いものの、一部車種では回復の兆しがみえてきている。今後に期待したい。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・10月からのいろいろな値上げで客の切詰めが予想される。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これまでも値上げの発表があったが、10月に値上げするメーカーも多いため、全体の売上が下がる可能性がある。今後しばらくこの傾向が続く見込みである。状況によっては値上げしたメーカーが再値上げをする可能性もあり、見通しは非常に厳しい。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・物価高がより目立つようになり、外食、外出、観光などを一層控えるようになるとみている。先行きは楽観できない状況にある。
	▲	通信会社（営業担当）	・中小企業の倒産が年度末に増加するとみている。輸入に頼っている企業は厳しい局面を迎え、輸出産業は伸びるため、円安に対し体力のある企業の施策次第で景気動向は変わるとみている。観光産業、小売業に関しては売上が上がらず、やや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・10月1日からは値上げラッシュが始まる。
	▲	通信会社（営業担当）	・生活必需品の値上げが頻繁に行われており、景気が上向きとは言い難い。
	▲	設計事務所（経営者）	・物価の上昇や資材不足もあり、発注物件数が伸びる要素が少ない。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器を早めに交換する傾向が継続し、リフォームは物価高に伴い急ぎの工事以外は後回しになるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・10月はメーカー等を含め再度一斉に値上げが行われるため、最低賃金が上がったくらいでは消費環境の改善は進まない。生活必需品の値上げが続くので、家計の支出、特に食品消費は生活防衛的に抑制が一層進み、消費環境、生活環境が更に悪化するのではないかとみている。
	×	スーパー（経営者）	・エネルギー価格、特に冬場を迎えるに当たって灯油の価格、電力料金も12月から値上げになる。可処分所得が伸びないなか、値上げが受け入れられる状況にはない。
	×	コンビニ（経営者）	・これから冬場を迎えることに加え、新型コロナウイルス感染症による来客数減少、最低賃金引上げ、電気代の高騰など良くなる要素は1つも無い。厳しいというよりも地獄しかない。小売は皆潰れるのではないかとみている。
	×	住関連専門店（経営者）	・相次ぐ値上げにより消費者の買い控えが発生している。生活のために買い求められる食料品等と違い、当店の商品は耐久消費財であるため、最初に買い控えが起こる。したがって、今後は一時的であれ落ち込むことが予想される。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価高が止まらない。毎月のように値上げせざるを得ない状況で、客足は減る一方である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経営者）	・当地では多世帯同居の世帯が多く、新型コロナウイルス感染症に対してはまだまだ厳しい見方をしている。イベントや県民割を使つてのレジャーに対しては動きが活性化しているが、日々の地元での消費活動、特に夜の部の飲食に関しては感染を気にして自主規制をしているようである。新型コロナウイルス感染症が2類相当のままでは何をやっても全体的な景気の回復にはつながらない。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高騰に伴う経済施策等の実施がされているが、値上げ分の相殺は一時的なものであり焼け石に水である。今後、消費者の生活は従来以上に悪化することが予想され、景気はますます悪くなる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（企画担当）	・働き方改革で残業時間が厳格化したことにより、企業経営者や労働者に影響が出て、景気が落ち込むかとみていた。しかし、物流業界では長距離トラック運転手の残業対策として、中継点に物流倉庫を建設する工事が増加するなど、新たな需要が生まれてビジネスが広がっている。
	○	食料品製造業（経営者）	・全国旅行支援も実施され、土産需要は良くなってくるとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・これまでは新型コロナウイルスの感染状況により予約のキャンセルも発生したが、今はキャンセルがほとんどなく、予約が埋まっている。イベント等による人流の増加が売上に直結している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・徐々にイベントが再開され始めているため、広告や印刷物にも期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格や電気代の上昇、人手不足などの不安要素は多々あるが、仕事量は増えつつある。チャンスを逃さないようにするしかない。
	○	建設業（従業員）	・一定の受注は予測しているが、物価高騰に起因した事業中止や延期が相次いでおり、期待値を下回る可能性がある。
	○	司法書士	・建売業者の土地仕入れや商業ビルの売買など、これまで案件として低迷していたものの引き合いがみられるようになってきている。
	○	公認会計士	・全国旅行支援が来月から導入されるため、サービス業関係は今よりも景気が良くなるとみている。円安による原料、小売物品の値上げ等により、小売関係はよくて現状維持とみる。建設関係は悪くなる要因がないため、全体としての景気はやや良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握の見直しによって、消費心理に影響するネガティブな要素が薄らぐとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・肥料の注文書が届いたが、前年からすると3～4割値上がりしている。また、機械類の貸出料も燃料の関係で5～6割値上がりしている。ももの収入の分を引くと、前年と変わらないとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・行動制限もなく新型コロナウイルス感染症に左右されない経済活動の再開にあっても、地方経済そのものが疲弊している現状から回復には至らない。今後も、この景気動向は続いていくとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・客先の状況に注意が必要だが、足元の受注は好調であり、3か月先で悪化するとは考えにくい。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・材料やエネルギーに関するコストが上がっており、設備投資を控える客の声がある。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・客からは投資抑制の話も聞くが、直近における影響は小さいとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の動きが見えてこない。引き合い数の減少もあり、良い状況にはない。
	□	建設業（従業員）	・相応にある受注を1件1件作業している。作業員が不足しており、現行と同じ進捗になる見込みである。
□	輸送業（経営者）	・9月に入って新型コロナウイルス感染は大分落ち着いてきたが、冬場にかけてインフルエンザと新型コロナウイルス感染症の感染が同時拡大するとの予想もある。その影響と物価高騰が景気の足を引っ張るとみている。特に、輸送業に必須である燃料、車両、タイヤ、オイルの価格や修理費等が軒並み高騰しており、経営を圧迫している。	
□	通信業（営業担当）	・コロナ禍のなかで客と良好な関係を築くことが重要とみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（営業担当）	・物価高騰により、日常の必需品以外の優先度の低い商品は買い控える傾向にある。
	□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く時期とみており、全国旅行支援が順調に実施されれば国内旅行が促進される。消費活動も活発になるため販売促進費が増大し、広告出稿に結び付く。
	□	経営コンサルタント	・消費者の生活防衛のための引締めが続く。
	□	コピーサービス業（従業員）	・インボイス制度、電子帳簿保存法など我々にとって追い風が吹いているが、まだまだ準備不足の会社が多く、現状は検討中若しくは勉強中の所が多い。今は商談の準備に徹している。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・季節的に固定観光客は確保できても流動観光客は減少する。また、当地特産品の収穫も今期分は来月までなので、買物客の来訪も多くは望めない。ただし、毎年の傾向なので、特段景気がマイナス方向に向かうということではない。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注量、受注案件に総じて特段の変化は見受けられない。ただし、製造原価等上昇分の価格転嫁により、客先の対応に変化がはじめており、これまでのリピート物が競業他社へ流れるなどしている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・製品価格の値上げによって取引がなくなってしまう事態も想定され、販売量の更なる悪化が見込まれる。売上減少や原材料価格等の高騰による利益減少も想定されるため、身の回りの景気は更に悪化するとみている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・原材料価格の値上がりが続いており、製品価格の更なる値上げも検討しているが値上げ浸透に時間が掛かり、収益の悪化が懸念される。先行きに明るい見通しがなく、非常に厳しい状況である。
	▲	金融業（広報担当）	・大雨による農産物被害が顕在化しており、一部作物に品薄が発生すると見込んでいる。また、円安や地政学リスクの顕在化によって原料やエネルギーの価格が高騰し、その影響による物価高が消費の鈍化をもたらす可能性がある。
	▲	広告代理店（経営者）	・引き続きの円安、株安不安で取引先の先行き不透明感が増している。
	▲	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げ商品の更なる増加により、余り良くならない。
	×	農林水産業（従業者）	・肥料価格の高騰や米の価格の低迷は、短期的に解消されるような問題ではないとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人数は明らかに増加している。悪くなるイメージがない。
	◎	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・9月に入って広告やイベント実施についての問合せが増えてきており、企業活動を活発化させようとしている様子が見られる。ウィズコロナもなじんできている。さらに、全国旅行支援や海外客の入国制限撤廃なども続くため、消費の活性化は進むとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・職種や業種によるが、毎年年末にかけては採用数が増加する傾向にある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・人手不足の状況は続いており求人はある。しかし、会社の業績はエネルギー価格や原材料価格の高騰によって利益がひっ迫している。求人は継続してあるものの、景気が上向きだとはいえない状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症や円安の動きが予測できないため、いまだ先が読めない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・経営者の声を聞くとマイナス要因しかないが、求人等をみると若干持ち直しているようにもみえる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全国旅行支援の開始により、観光・宿泊関連で動きが出るが見込まれる。
	□	職業安定所（職員）	・雇用関係は改善しているものの、10月からの最低賃金改定や雇用保険制度改正により事業所負担が増加することから、求人数や設備投資に減速感が出てくる可能性があるため、変わらないとみている。
□	職業安定所（職員）	・物価高による影響がマイナス材料であるものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることや全国旅行支援が実施されることなどのプラス材料もあり、景気に大きな変動はないとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職数を上回っている状況が続いているものの、燃料の価格高騰や物価高などが事業所や求職者に影響を与えることも想定されるため、状況を注視する必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・原料の価格高騰による企業業績の悪化、米国の利上げによる株価低迷など、方向感が難しい局面にある。一部好業績を継続する企業がある一方、業績悪化に傾く企業が増えるとみている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症による会議の効率化や見直しなどがあり、今後もこの流れは続くともみている。
	▲	職業安定所（職員）	・固定費の上昇が続き、企業にとっては厳しい状況となっている。
	▲	学校〔専門学校〕	・円安を食い止める決定的な対策が見いだせない。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、人手不足の業種を中心に求人数は変わらずあるが、燃料費や原材料費の値上がりの影響を懸念する声もある。
	×	*	*

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)	◎	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の外出機会が増えることで、これまで堅調に売上を維持してきたラグジュアリー商材や食料品に加えて、衣料品の売上が徐々に回復すると思われる。
	◎	コンビニ（店長）	・前年のような行動制限もないし、全国旅行支援も始まるので、景気は良くなる。
	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・会社単位での予約も入り始めているので、年末に向けて宴会が期待できる。客全般に、体調管理の意識が向上し、スケジュールリングがしっかりしてきていると感じられる。
	◎	都市型ホテル（支配人）	・県民割から全国旅行支援事業がスタートするため、良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・やはり、全国旅行支援が始まるのが大きい。過度な期待は禁物だが、現状より良くなることは間違いない。
	◎	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援により販売が伸びると推測している。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月11日から全国旅行支援が決定したので、期待する声が多い。ただし、支援策待ちのためか、9月は出控えが起きるよう、台風や新型コロナウイルス感染症が原因ではないキャンセルが増えている。全国旅行支援のお陰で、観光業は元より、それに付随する幅広い業種で、売上増加が期待できるため、景気は良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・戦争、円安、値上げ等、不安要素ばかりだが、新型コロナウイルス感染症は収束に近づいている感じがおり、景気回復を待っていると強く感じられる。もう少し政府のこ入れがあることを期待して、やや良くなるのではないかと。
	○	衣料品専門店（統括）	・景気がまた良くなっていくのではないかと期待はしている。しかし、なかなか新型コロナウイルス感染症が収束しないとも思っているため、まだ心配である。早く通常に戻って、商売や売上が伸びることを望んでいる。
	○	家電量販店（店員）	・ここ数か月、商材値上げが続いている。販売量は下がると思うが、値上げ分の単価は上がると予想できる。今月の耐久消費財の顕著な動きがその理由である。
	○	乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍の減少の気配を感じられる。また、当地域の自動車メーカーは、国内需要に少しでも早くこたえるべく、生産台数を新型コロナウイルス感染症発生前の80%まで引き上げる態勢を取り始めている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・人の動きや購入量、販売量等が、今までずっと停滞していたので、2～3か月先には今まで買わなかった物を購入しようとする意欲が多少は出てくるという希望を感じている。
	○	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も急速に減ってきて、いろいろな行事が小規模ながら始まってきている。また、新たな旅行割が年内に開始してくるのではないかと。一方、商材の入荷がいまだに改善しない状況のため、厳しいことには変わりがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・全国旅行支援なども始まり、秋の行楽シーズンを迎え、新型コロナウイルス感染症の影響で、我慢していた人たちも動くと思う。旅費が安くなれば、物価高でも外食にお金がかかると期待したい。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・円安や資源高を価格転嫁することには慎重だが、日本をけん引している輸出企業にとっては良い方向だと思う。また、円安の影響等で海外より3割くらい安い状況から、外国人旅行者が増え、日本経済は少しずつ良くなっていく。
	○	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第7波がピークアウトしてくれることを願って、やや良くなる。
	○	旅行代理店（経営者）	・政府が全国旅行支援を発表してくれたため、やや良くなる。
	○	テーマパーク（職員）	・新規感染者数の減少傾向に加え、県民割などの旅行支援が活発化されることから、来園者数の増加が期待できる。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・年末に向けて全国旅行支援があり、人の動きが出る。
	○	設計事務所（所長）	・今のまま、新型コロナウイルス新規感染者数が減少していけば景気は上向くと思われるが、物価の上昇が懸念される場所ではある。
	○	設計事務所（所長）	・治療薬が出てくるようになれば、新型コロナウイルス感染症の扱いも緩和されて、以前の日常が少しずつ戻ってくるのではないかと。
	□	商店街（代表者）	・新規感染者数は高止まりしているものの、外出自粛傾向は変わらないため、来客数の大幅な増加は見込めない。今後も購買意欲は低下したまま、厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・ウクライナ問題で、物価が上昇を始めている。価格が落ち着いてくれば、普通になってくると思うが、景気の上向きは到底考えられない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・相変わらず、当県の新型コロナウイルスの新規感染者数は多い。感染者数が減るか、飲み薬ができるかで変わってくる。
	□	百貨店（営業担当）	・年末に向け、新型コロナウイルス新規感染者数の減速が続けば、徐々に回復すると思われる。ただし、円安、物価高、欧米のインフレ抑制に伴う景気後退の懸念など、先行きは依然不透明である。
	□	百貨店（営業担当）	・2～3か月先の状況が良くなるとは思えない。
	□	コンビニ（店長）	・各商材の値上げが、一段と多くなり、客の来店頻度は下がると思うが、10月からプレミアム付商品券が発売されるので、マイナス効果が幾分打ち消され、変化なく推移すると思われる。
	□	家電量販店（営業担当）	・今年は冬物商材の準備が順調で、売上を期待したい。エアコンを中心に電気暖房を拡販していく予定である。リフォーム関連商材の入荷がいまだに悪いので、厳しい状況である。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・新車販売は現状、納車がないために全く登録ができない状況である。今後2～3か月で半導体やいろいろな問題が解決できればよいが、ちょっと年内は無理だと思っている。全体的な当社の売上が、2～3か月で良くなるとは思えない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・来客数減少の大きな要因である値上げの流れは、まだしばらくは加速する。今後も当分、消費マインドは上がらない。
	□	その他専門店（総務担当）	・商材単価が上がっているため、伸びは見込めない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・周囲を見ると、新型コロナウイルス感染症に対する意識が変わってきているので、このままの流れで行くのではないかと。
	□	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する政府の施策や国内メディアの報道次第で大きく変わるので、実際は全く予想できず、変わらないとしている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、飲食を伴う集まりの多くがキャンセルや延期となり、売上は減少している。宿泊は県民割や全国旅行支援もあるので、今年度は過去最高の売上を計上する等、見通しは明るい。料飲部門は、ランチについてはコロナ禍の影響を余り感じない。ディナーはグループの動きは鈍いものの、前年比110%は維持している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（所長）	・冬期シーズンのインフルエンザの流行が懸念されるが、新型コロナウイルスオミクロン株対応のワクチン接種も開始され、感染拡大の懸念も少しは緩やかになり、全国旅行支援とともに、期待が持てる。
	□	タクシー運転手	・地方では、現状がまだしばらく続きそうである。
	□	タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
	□	通信会社（経営者）	・10月以降、イベント等、催しが増える兆しはある。ただし、その分、新型コロナウイルス感染症関連の融資返済等も始まる。プラス分より返済のボリュームが上回る話しか聞かない。
	□	通信会社（社員）	・生活水準により感じ方は変わると思うが、経済を回すことに対しては個人的に理解をしている。今年いっぱい考えた場合、総じて変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・物価高騰の品目が多くなり、出費を抑えるマインドになっていることから、現状と変わらない。
	□	通信会社（総務担当）	・クリスマス商戦期でも物価上昇に備え、貯蓄に回す消費者が多くなると予想している。買換えも製品寿命まで使い続ける考えの客が増えてきている。
	□	通信会社（局長）	・周辺の様子や来客数は戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の再拡大や物価高騰等から、景気が上向く要因は考えにくい。
	□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染第7波は収まってきているようだが、物価の上昇が続いており、今後の見通しは不透明である。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ボーナス時期や年末を迎えても、消費は復活しない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・戦争が落ち着かない限り、物価高騰は収まらないと予想される。現状と変わらず、厳しい状況下での商売になる。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・原材料などを含めた様々なコストの高止まりで、見積提出までは進むものの、良い結果には結び付かない。大半が見送りになっているのが現状で、しばらくはこの状況が続く。
	▲	スーパー（商品部担当）	・今より良くなることは考えにくい。食料品の値上がりは落ち着いても物価高の傾向は続きそうなので、家計をかなり圧迫するのではないかと。家計のなかで削られる項目である食料品業界は厳しい。
	▲	コンビニ（経営者）	・コンビニは夏の売上が高いため、先行きはやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・しばらくは車両納期の遅延が続くので、受注が取れず受注残の減少が続いている。
	▲	住関連専門店（店長）	・世界情勢や景気安定については、良くなる要因がない。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・直接的には最低賃金が引き上げられたが、むしろ人材難による人件費アップが重しとなっている。新規の受託案件も、人材確保ができるかどうか鍵となっている。新規受託のためには、不採算先の見直しも検討しなければならない状況になってきている。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・良くなる理由がない。新型コロナウイルス感染症の発生前と比べて10から30%という状況は変わらない、すなわち良くないということである。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・インフレの影響で、客が支出を抑えそうである。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・10月からまた、値上げがあるようで、光熱費や物価もかなりの値上げが予想される。客にとってはとてつもなく不利な状況に陥っている。
	×	スーパー（総務担当）	・今月の伸長が10月以降の値上げ前の駆け込み需要であれば、今後の景気は悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客が全然来ない。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・政治的な判断で、社会的に安心安全を担保できる具体的な政策が出てくるか、国民1人1人が社会性を持って、それなりの行動ができるようになるかだと思いが、これも背景には政治判断、政策が必要である。こうした環境が整わない限りは、このままずるずると悪い方向に進んでいってしまう。
	×	一般レストラン（経営者）	・今後の値上げ報道が目につくようになってきている。先行きは、より一層、出費を抑える傾向になっていく。
	×	通信会社（経営者）	・過度な円安による物価上昇が、消費者の購買意欲を低下させている。生活必需品は、少しでも安い商材を探す傾向が強くなり、皮肉にもインフレがデフレマインドを一層助長する結果になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	美容室（経営者）	・円安、光熱費高騰のダブルパンチで、主要な物品の値段は上がる一方、サービス料金は変わらぬままである。しかし、消費者心理にはサービス料金の値上げもやむを得ないと容認する変化の兆しが見られる。
企業 動向 関連	◎	—	—
(北関東)	○	一般機械器具製造業（経営者）	・新たな設備投資を実施予定で、3か月後には稼働を始めるので、売上増の予定である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ウィズコロナということで、景気が回り始めている感じがする。当社のような製造業にも、多少なりとも恩恵がある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先はまだ分からないが、10月の受注先や取引先の様子は若干良くなっているような注文量である。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・発注先から増産になる予定だと伝えられている。
	○	経営コンサルタント	・ウクライナ戦争や新型コロナウイルス感染症の影響はまだ拭い切れないものの、当県で国体が10月に開催されるので、その余韻がいつまで続くかにもよるが、秋の行楽シーズンにもなるので、地域経済にとって期待が持てる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・値上げが大変多く、これからどのようになっていくのか、予測がつかない。少し様子を見たい。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・特段の変化もなく、営業している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・同業者は近くにも何軒かあるが、仕事がたくさんあって景気が良いところもあれば、仕事がないところもあるので、よく分からない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体不足による生産への悪影響は簡単に解消されず、エネルギーコスト上昇に伴う価格転嫁も簡単には受け入れてもらえない状況は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・第3四半期までは、現在と同じように受注できている。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残る。
	□	輸送業（営業担当）	・今後は涼しくなり、冬物家電のこたつ、ヒーター、電気カーペット等の物量、特に、通販やインターネット向けは前年並みを確保できそうである。しかし、円安による燃料高も続きそうなので、コスト高で利益は薄くなりそうである。
	□	司法書士	・目に見えた回復傾向が現れてくることはないと思う。変わらないなかで、少しでも良くなってほしい。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・商談、受注件数及び金額等からみても、特段の変化はみられない。前年よりは順調に伸びている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・売上減少のため、やや悪くなる。
	▲	建設業（総務担当）	・今年度も半分が過ぎるといのに、前年に比べて受注が落ちている。発注の見通しも余りないので、先行きが大変不安である。
	▲	社会保険労務士	・今後、景気がどうなるか不明瞭なため、ボーナスは貯蓄に回りそうである。
	×	建設業（開発担当）	・今期公共工事は前年比20%減、前々年比30%減と厳しい状況が続いている。当社受注も前期比10%減で、決算は赤字になりかねない状況で不安である。また、10年来の建設業不況の影響で、新卒新入社員採用ができていない。
	×	不動産業（管理担当）	・事務所テナントの引き合いが鈍くなってきている。様々な物品やエネルギー関連の値上がりもひどく、価格転嫁が追い付かない。長く取引をしていた会社でも、あっさり金額の安い他社に乗り換えたり、定期保守管理でも法令で定められている項目以外は省いた見積りを依頼されたりと、とにかく費用削減傾向が強くと見られ、売上は大幅に減少する可能性が高い。
雇用 関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いている状況で、新規感染者はいるものの、宿泊施設や観光客の入込数も大分多くなっている。特に、当地はやや閑散期に入ってまた、10月後半辺りから紅葉の時期で、より多くの観光客が来る。新型コロナウイルス感染症の再拡大の可能性もあるものの、現状からは、その心配はないのかという気がしている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話の下取りや検品への派遣業務が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年同月と比較して上回る状況が続いているが、新型コロナウイルス感染症、各種原材料費、燃料や光熱費等の高騰や円安等の不安要因から、引き続き、雇用に与える影響が懸念される。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルス感染症の影響はある程度あるものの、ワクチンも開発され心配は減っていく。ただし、物価上昇が大きく影響するため、景気は変わらないのではないかと。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・公共料金等の値上がりや、それ以外では燃料費に対して、少し節約ムードが出てくるのではないかと。介護、看護分野の人材不足とコロナ禍での応援等のスタッフが整えられないところもあるようである。食費に関しては、生鮮食品も幾分上がってくると思うので、節約ムードがある。ただ、秋口の観光関係は伸びていくと期待している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・賃金が上がらないなか、店頭の商材価格が明らかに上昇している。物価上昇が家計や消費に与える影響を肌で感じている。
	▲	職業安定所（職員）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策が、今のままの対策を取っている以上、悪くなるのは必然である。
	×	人材派遣会社（経営者）	・派遣契約が終了になる会社があるので、悪くなる。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	百貨店（店長）	・前年12月は行動制限がない時期で、大きく人流が増加した。帰省マーケットに加え、イェナカ消費も加わって、2階建ての売上増加要素となっていた。今年は外出機会が更に増加しているため、衣料品やギフトなども期待できる（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることに加え、全国旅行支援など政府主導の経済政策が実行されることによって、観光による来街者の増加が見込まれる。また、外国人入国者数の上限撤廃やビザ免除などの水際対策緩和により、インバウンド消費も大きく期待できそうである（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が大分落ち着いてきて、10月は会社での食事会などの予約がところどころ入ってきている。今までは家族や少人数の仲間内での食事会だったが、団体予約もかなり入ってきているので、今月よりも良くなる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援やイベント割が発表され、旅行意欲を刺激することが見込まれる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策としての出入国規制がほぼなくなり、一般の方の海外渡航もかなり増えてきている（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・来月から全国旅行支援が開始することと、海外の個人旅行のインバウンドについても自由化が進むということで、期待している。また、秋の修学旅行については堅調に推移している。プラス材料が多々あるので、良くなる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・高止まりしていた新型コロナウイルスの新規感染者数がどんどん減ってきており、年末にかけて人の動きが多くなってくるだろうという希望的観測もある。今の動きでいくと、今月よりは良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・10月のイベントに対するレスポンスはすごく良い。一番苦戦していた飲食にも明るい光が差してきている。新型コロナウイルスの感染第7波からすると、来街者数が随分戻ってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・新たな行事の予定があるようで、需要が高まる気配がある。
	○	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・日本人、外国人を問わず観光客の姿が以前より見受けられるようになってきているので、週末を中心に少し売上が上向きになると思われる。特に、外国人による土産需要での低単価文具商材のまとめ買いに期待している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔生花〕 (店員)	・もう希望でしかない。良くなってくれないと困るし、新型コロナウイルス感染症も段々と下火になってきているので、希望に加えて、少しは良くなるのではないかと予測している。余りにもずっと悲しい思いばかりしているので、本当に良くなってほしい(東京都)。
	○	百貨店(売場主任)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の影響を受けるものの、行動制限を行わないとの方針が出されていることにより、秋物商材の動きが更に活発化すると予測している(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・年末に向けて来客数の増加、施策の強化を行うことにより購買意欲が上がっていくことが予想される。
	○	百貨店(広報担当)	・新型コロナウイルスの感染状況次第という不安定要素はあるものの、第7波のダメージを一定程度に抑えられたことや、下半期にかけてはクリスマスや年末年始などオケージョン需要が多い季節的要因もあり、個人消費が大きく落ち込む材料が見当たらない(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・久しぶりの行動制限のないクリスマス、年末年始時期となるため、消費そのものは好調に推移するのではないかと。一方で、コロナ禍を経て、消費の在り方が多様化していることから、単純なモノ消費に客が飛びつくかは未知数である(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・既におせちなど年末需要品の動きの早さも見受けられる。結婚式、謝恩会など慶事にかかわる買物、問合せも増えている。インテリア、イェナカ生活の質の充実に向けた消費の継続に加えて、旅行、外出などの消費行動も活性化している。アート、絵画、宝飾、時計など高級雑貨の動きも継続している。インバウンド消費も個人レベルで徐々に復調の兆しがある(東京都)。
	○	百貨店(企画宣伝担当)	・物価上昇の影響は無視できないものの、アフターコロナとして、行動制限がないなかでの客の行動は、まだ衰えない。
	○	百貨店(管理担当)	・周辺の開発が進み、住民が増加傾向にある(東京都)。
	○	スーパー(総務担当)	・パートの最低賃金が上がり、収入が増える。
	○	コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の発生前の状態には戻っていないが、来客数は確実に増えてきているので、期待したい。
	○	コンビニ(エリア担当)	・冬場に行動制限を伴う規制が出なければ、新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年頃までの水準に売上が戻っていきそうである(東京都)。
	○	コンビニ(商品開発担当)	・全国旅行支援も始まるため、人の流れが活発になることを期待したい(東京都)。
	○	コンビニ(従業員)	・特に、観光を後押しする施策や給付金などがあると、客単価が上がる。年末に向けて、日用品や食料品を買いだめする客も増えてくるかもしれない。夏の時期に比べると、秋以降は来客数、客単価共に増加してくる。
	○	衣料品専門店(経営者)	・円安なので、越境ECなどに再び積極的に挑戦しようと考えている(東京都)。
	○	衣料品専門店(統括)	・前年は11~12月頃からリバウンド需要で売上が伸びてきたため、ここから先、前年比で今月同様の売上が取れるとは考えにくい。
	○	家電量販店(店長)	・土日に出かける人が増えている。観光地も人出が良くなっているので、相乗効果に期待している。物価の上昇が気になるが、商材の欠品がなくなれば、年末は良くなる。
	○	家電量販店(店長)	・訪日客の流入による連鎖的な景気を持ち直しに期待している(東京都)。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕(団体役員)	・燃料油価格激変緩和措置の年内継続が決定し、全国旅行支援も開始するので、期待している(東京都)。
	○	高級レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まりつつあると感じるので、来客数は増えていくと思う一方で、年末にかけてもうひと波あるかもしれない。
	○	高級レストラン(営業担当)	・9月後半から、10~11月の予約問合せが徐々に戻りつつある(東京都)。
	○	高級レストラン(役員)	・このまま秋の状況と同様に、晩秋、クリスマス、年末と継続できれば、円安や仕入価格高騰などの影響はあるが、売上としては上向き傾向になる(東京都)。
	○	高級レストラン(仕入担当)	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が低く推移すれば、年末にかけて法人利用が伸び、前年より売上が良くなると推測している(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・店の売上は新型コロナウイルス感染症の発生前よりも少しずつ良くなってはきている。しかし、ケータリングはほとんどない。この先ケータリングが少しずつ増えてくれば、徐々に景気は良くなっていく。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・予約が増えてきていることと、年末に向かい居酒屋需要が伸びることが見込まれる（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・年末を含め、業績は更に改善の方向に向かうものと見込んでいるが、一方でこれから年末にかけて材料費を含む諸費用の値上げ圧力が進むものと思われ、利益の大幅改善は期待薄と判断している（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・国が新型コロナウイルス感染症対策としての行動制限等をかなり緩めてきているので、このまま継続すれば景気も少し良くなっていく。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・10月から外国人観光客規制の撤廃及び全国旅行支援が始まることにより、外国人や国内旅行者からの需要が期待できる。その反面、新型コロナウイルス感染症の分類が2類から変更されない限り、不安は拭えない。
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援がスタートすれば更に活発になる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・昼間の利用は良いので、できるだけ無駄のない流れで仕事をすることである。会社の無線とタクシー配車アプリをうまく使うと、かなり仕事ができる。終電後は、ロングの客がいることが救いだが、利用の少ない深夜はまだまだ長く続くだろう。
	○	通信会社（社員）	・CMの依頼が増加している。年明け、来年度の見通しが出てきている（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の発生前までは戻らないにしても、転居数の回復基調は変わらず、インターネット、モバイル軸での契約数も回復傾向に向かうものとみている。
	○	通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症の悪影響も下降トレンドとなり、イベントなどの顧客接触チャンスが広がることで、総合的な契約数は徐々に伸長するとみている（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・秋口は天候も落ち着く。また、全国旅行支援で旅客が増えることを期待している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて初の年末年始が始まるので、客の勢いが戻ってきそうである。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・年末に向けて、財布のひもがやや固くなる（東京都）。
	○	美容室（経営者）	・来月4年ぶりに祭りがあるので、幾らか変わるのではないかと。
	○	住宅販売会社（経営者）	・基本的には、新型コロナウイルス感染症が収まり、ウクライナ情勢が改善しない限り、景気は良くなると思うが、10月11日以降、入国時の規制が緩和されるため、多少良くなるのではないかと。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪過ぎるため、これ以上は悪くならないとみている。ただし、劇的に良くなることは考えられず、やや良くなる程度である。シルバーウィークでのキャンペーン展開により来場者数がやや増えたので、今月の来場者数の増加に比例して商談、販売につながるとみている。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・1～2か月以内には以前から相談のあった仕事が決まるのではないかと。これをきっかけに、多少上向きになっていくと有り難い。
	□	商店街（代表者）	・変わらないと答えたが、変わってほしいという気持ちが大きい。今までの数字を見ていると、年間で利益を上げていくことが非常に難しい状況になってきている。ここで利益を良くしたい、何とか打破していかなければいけないという気持ちが強い。そういう気持ちで臨まないと、景気は今一つ上向いていかないのではないかと。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・とにかく悪い状態がずっと続いていく。どうにかして新しいことを見つけようと思っているが、なかなか思うようにいっていない（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今は売れる商材がなかなか見つからないため、売上もそれほど多く望めない状態である。それでも、10月は各メーカーの新製品発表の時期であり、これから年末に向けて新製品を売っていく予定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔家具〕 (経営者)	・景気が良くなるような要素がないので、今の景気の悪さが変わらず続いていくのではないかと。新型コロナウイルス感染症の影響もあるし、やはり世の中の販売媒体が変化してきたことも、悪くなっている要因である(東京都)。
	□	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・物価が上がっているのに、値上げの分だけ売上も伸びているが、それ以上にいろいろな努力をしている。10月からの敬老パス用パスケースの特需などがあったが、今後そのような需要があるのかどうかは微妙なところである。また、原価や人件費も上がっていることを考えると、それほど利益的に良くなることはないのではないかと。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・都内の新型コロナウイルスの新規感染者数も増えたり減ったりで、早く通常の状態に戻らないと集客も今一つのようなところである。今のところそれしかやりようがない(東京都)。
	□	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・円安の影響があるものの、年度末に向けた受注量が続く(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・コロナ禍、ウクライナ情勢、円安等、景気に影響を与えると考えられる要因が顕在化しており、先行きは不透明である。また、値上げラッシュといわれるような現象が目に見える形となり、消費マインドに悪影響を及ぼす可能性もあることから、やや持ち直している現状から先行きがどうなるのか、判断が非常に難しい(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルスの感染状況の改善や、入国規制緩和によるインバウンド拡大と消費にプラス要素がある一方、円安、エネルギー及び食料品等の価格高騰の継続といったマイナス要素が続く若しくは強くなっていくため、大幅な景気改善までは見込めない(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・商材の値上げが相次ぎ、国内需要は不安要素が多い。徐々に緩和されている外国人観光客によるインバウンド需要に期待している(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・現在の好調は、新型コロナウイルスの感染拡大による自粛からの反動要素が大きく、この状況がいつまで続くのかは不確定である(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・旅行など外出機会の増加に合わせた需要増も若干は期待できるものの、10月以降も様々な商材の価格改定が予定されており、物価高に対する消費者の意識も非常に厳しいことから、景況は変わらない。
	□	百貨店(販売促進担当)	・外出着需要については回復傾向が見込めそうだが、食料品を中心に消費者が値上げに敏感になっており、地下食品売場での購買動向にマイナス与件が出る懸念がある(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・政府の新型コロナウイルス感染症対策次第である(東京都)。
	□	百貨店(財務担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が更に続けば景気が良くなる可能性もあるが、物価上昇等の影響も想定されるため、結果として現状と同基調と見込んでいる(東京都)。
	□	百貨店(店長)	・政府の新型コロナウイルス感染症への対応の変化により、外出需要の高まりやインバウンド需要も想定されるが、当店周辺ではインバウンドは期待できないので、10月以降の値上げラッシュによる防衛意識の高まりで相殺されるのではないかと。
	□	スーパー(販売担当)	・基本となる電気代やガス代の値上げが継続している。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響などでいろいろな分野で値上げの動きがみられる。そういったことから、この先、客は財布のひもを締めていくのではないかと(東京都)。
	□	スーパー(店長)	・10月にも値上げ要請があり、食品を始め約500品目以上の値上げが想定されている。したがって、客は安い店を探し、必要以外の物は買わないと予測しているので、3か月後も今と変わらず推移していくのではないかと(東京都)。
	□	スーパー(店長)	・光熱費、外食等、食品以外の物も値上げになるため、食品自体の需要の落ち込みはないが、価格を重視した買い方に変わっていく。
	□	スーパー(営業担当)	・商材の値上げに対する生活防衛感が相変わらず強い。したがって、安売りを目当てに来店する客も増えており、1回当たりの買物量も減ってきている。この傾向は続くのではないかと(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、まだまだ油断がならず、気温低下もあいまって感染第8波も予測されている。円安により輸入品の価格上昇やエネルギー価格の高止まりもあり、消費に回る金額は限定される。
	□	コンビニ（経営者）	・給料が上がるところは少ないなか、税率だけはそのままなので、買い控えというより、もうそれしか買えないというような買物の仕方をしているようである。
	□	衣料品専門店（経営者）	・制限や規制を緩和している部分もあるので、基本的には変わらない。ただし、繊維業界では、以前から続く値上げがこの先も続くことになっており、その影響で単価が上がるので、買い控えが見込まれる。変わらないかもしれないが、やや悪くなる可能性もある。
	□	衣料品専門店（役員）	・物価高騰が大きく影響する。10月からもいろいろと値上げが続くようなので、衣料品にしわ寄せが来るような気がする。
	□	家電量販店（経営企画担当）	・3か月後は、プラス面では足元の売上好調と新型コロナウイルス感染症の落ち着きがある一方、マイナス面では将来の不安要素であるウクライナ情勢、円安進行、燃料価格の高騰による電気料金の値上げと、それに伴う製品単価の上昇等もあるので、プラスマイナスゼロとみている（東京都）。
	□	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・売上はこのままの状態が続いていく。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・燃料を始め、食料品や身の回りの様々な物の価格が上がっているので、今後は買い控えが出てくるのではないかと。新車は在庫不足のため値引きを交渉してくる客は少ないが、今後、いろいろな物価が上がれば、新車の値引きを強要するような客が増えてきて、粗利率が悪くなるので、大きく変わらないのではないかと（東京都）。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が正常化しない限り、従来の収益は見込めない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・良くなる情報がない（東京都）。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新車の供給が落ち着くまでは同じ流れではないかと（東京都）。
	□	住関連専門店（店員）	・家計に直結するような国の支援策が見えない（東京都）。
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節が変わろうとしているが、どうも商材の動きが鈍い。恐らく来月もそうなのではないかと。本当に切羽詰まらないと、その商材を買いに来ない。客がある程度我慢しているような気がする。
	□	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は増加してきているが、商品の値上がりは購買意欲を低下させていることもあり、販売量が伸びず、全体の売上は余り変わらない（東京都）。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価の上昇に伴い、消費者の財布のひもが固くなる。家計の総支出額＝施設の売上は変わらないにしても、企業業績の悪化から賃金上昇へのハードルが上がるので、余り良い方向ではない。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、戦争、円安、物価高騰で、外食人口の減少は否めない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・3か月後も円安が続く物価がどんどん上がっていく。年明け以降もまた値上げの話があるので、新型コロナウイルス感染症が収束したからといって、決して良くなるものではない。本当に政府が何とかしてほしい。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は大分少なくなってきたが、それでもまだ相当数の感染者が出ている。当社の客層は年配者がメインなので、まだまだ来客数は厳しい状況である。ロシアのウクライナ侵攻や円安等の影響による原材料の高騰で、営業利益が出るのはかなり先になりそうである。それまで会社が持つか分からない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・しばらくは横ばいが続くと思うが、後半から暮れにかけては少し単価が上がっていくことを期待するしかない。ただし、戦争や、米国などの利上げが続けば、少し落ちてくる可能性は否定できない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・物価が上がるといふ話ばかりで、世の中に「新型コロナウイルス感染症が終息するので外に出て行こう」という雰囲気を感じられない。景気が悪いまま推移すると、飲食店はどんどん潰れていく。
	□	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、観光客なども増えてきているので、良くなってくると思うが、原料の高騰がいまだに収まらず、再度値上げを検討しているため、買い控えが起こるのではないかと（東京都）。
	□	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は更に減少すると思うが、政府が新型コロナウイルス感染症の分類を2類から5類に変更しない限り、法人需要は戻らないとみている。海外からの入国者への規制緩和はもちろんだが、感染症法上の分類変更を早急をお願いしたい。原価や水道光熱費等の上昇も重くのし掛かり、経営を圧迫している。
	□	旅行代理店（経営者）	・政府や市町村から、客自身に対しては支援金などが出ているようだが、なかなかそれを使ってまで行動しようという人は、今のところ当社では見受けられない。
	□	タクシー運転手	・やはり物の値上がりが激しく、毎日の生活に必要な物を手に入れることだけで精一杯であり、客のタクシー利用にはなかなか回ってこないで、この先はやや厳しい。
	□	タクシー運転手	・季節も穏やかになり、タクシーの利用客は今後も変わらない（東京都）。
	□	通信会社（経営者）	・半導体不足の影響により、この先数か月は機器の納品が遅れるため、身の回りの景気は変わらない（東京都）。
	□	通信会社（社員）	・現時点で、MNOの優位を覆すだけの材料がない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・物価高への対策が不透明なため、購買意欲が向上していく状況ではない。
	□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
	□	通信会社（経営企画担当）	・現時点では受注の増加が見通せない状況となっている。今後の景気回復を期待している（東京都）。
	□	通信会社（局長）	・為替相場が不透明なことと、ロシアのウクライナ侵攻の終息がいまだに見えないことである。
	□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままではないかと。
	□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による制限緩和の一方、物価上昇による個人消費の伸び悩みが懸念される（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	・何とかしなくてはいけない。今までは新型コロナウイルス感染症という時代のせいにしてきたが、これからは各々の事務所の得意とするところを伸ばすような方法が良いのではないかと。当事務所では社員数が少なくなっているため、求人の営業、業務の営業ということでプラスに持っていこうと思っている。悪いなかでも努力を見いだせる時代ではないかと。
	□	設計事務所（経営者）	・景気が上向き気配は感じられない。しばらくは現状維持が続く。
	□	設計事務所（所長）	・良くなっていく雰囲気はあるものの、改修工事ばかりで新築物件は少なく、設計業務としては良くなる見通しはない（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症以外のインフレ、紛争、戦争等の世界的な情勢が落ち着いてこない、上昇傾向にはならない（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・特に良くなる要因も、また、悪くなる要因も見当たらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・余り大きく景気が良くなるとは思わない。まだまだ地価、建築費が落ち着いていないので変わらない。金融機関がどのように動くかによって、大きく変化がありそうである。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・10月から食品を中心に大幅な値上げがあり、また原材料も値上がりしているため、消費は厳しくなるのではないかと。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・値上げ続きで消費意欲が低下する。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきているので、売出などではできるようになると思うが、必要な物以外は先に延ばすという傾向が強いのではないかと。
	▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・各商材がかなり値上がりしてきているので、消費者としても同じ物であれば安い物を追い求めてくる。そうすると、技術的な物や質は低下するのが現状であり、非常に厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・物価の上昇が確実に上がっている。それに伴う収入減少に対し、賃金上昇が余り認められないので、消費者の生活環境は大変厳しく、苦しさが増す(東京都)。
	▲	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・酒類業界でも10月から値上げが始まる。値上げする割に、所得も売上も上昇していないことから、先行きは厳しくなる。
	▲	一般小売店〔傘〕(店 長)	・今まで安価だった商材の値上がりが顕著で、売りにくい状況である。円安が続いているため、更に輸入品に影響が出そうである。
	▲	百貨店(営業担当)	・原材料、原油高の影響に伴う取引先からの値上げ要請が非常に多く、物価高に歯止めが掛からない状況で、景気は後退すると予測している(東京都)。
	▲	百貨店(販売促進担 当)	・各種原料の値上げに伴い、消費マインドの低下がみられる。そのなかで売上が落ちるのではないかと懸念している(東京都)。
	▲	百貨店(経営企画担 当)	・値上げの影響はしばらく継続するとみている。最低賃金の改正等もあり、多少改善される見込みはあるものの、大きな期待はできない。10月中旬より外国人観光客の増加も見込めるが、先行きは不透明な状況が継続する(東京都)。
	▲	スーパー(経営者)	・9~10月とさまざまな商材の値上げが出てくる。今はちょうど途中なので駆け込み需要があるが、値上げ後はそれもなくなくなる。原材料費も上がっており、当然全ての単価が上がってくると思うので、客は買い控えをする。県独自のキャッシュレス決済キャンペーンなどの販促策も大体10月で終わってしまう可能性が高いので、確実にこれからは悪くなっていく。
	▲	スーパー(店長)	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げに敏感になっている。この先も更なる食料品の値上げが控えているため、当面は消費が上向きになるとは考えにくい(東京都)。
	▲	スーパー(総務担当)	・マスコミの報道に客の感情、意識が大きく左右される。賃金が上がらない、いろいろな物が値上げになっているということで、財布のひもは非常に固くなる。9月最終週は、日持ちのする物の買いだめに走る客も一部にみられた。特に大きなイベント等がない限り、客の購買意欲は低いまま推移する。
	▲	スーパー(仕入担当)	・年末に向けて新型コロナウイルスの感染第8波が来ると専門家が注意喚起しているなかで、消費者物価がますます上がってくると思われるので、節約志向は更に強くなる。
	▲	スーパー(ネット宅配 担当)	・10月の大幅値上げにより、節約志向が更に強まる。
	▲	コンビニ(経営者)	・各商品の値上げ等が続くため、販売量が落ちる。
	▲	コンビニ(経営者)	・人手不足に加え、物価高のために客が大型ディスカウント店に流れ、コンビニはますます苦しくなる。改善の見込みもない。
	▲	コンビニ(経営者)	・10月1日からまたあらゆる生活用品が値上げとなるため、それに伴い買い控えや買上点数の抑制などが起きている。現時点でも少しずつそうした状況が出ているが、今回の値上げで我々小売業はかなり打撃を受けそうである。また、収入が増えているわけではないので、かなり厳しい運営になるのではないかと。
	▲	コンビニ(経営者)	・現在の物価上昇を抑え、社会全体の賃金が上昇するまで、景気が良くなる可能性を感じられない。
	▲	衣料品専門店(経営 者)	・秋冬物衣料品は値上げラッシュのため、客が買い控えをする。
	▲	衣料品専門店(店長)	・原材料の高騰、円安、コロナ禍からの景気回復等、各種の値上がり要因により、10月1日から電気、ガス、生活必需品を中心に更なる値上げが見込まれ、消費者の生活防衛意識が高まるものと予測される。そのようななか、非日常の商品を扱う当社でも、10月から商材及び加工料金等の価格改定を実施することより、売上に影響するものとみている(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店長）	・乗客数が伸び悩み、消費者は必要な物しか買わなくなっている。物価高が月を追うごとに消費者の価格意識を高め、同じ物なら少しでも安く買いたい心理が増幅している。競合店との価格競争が以前より激しくなっており、利益を取ろうとすると売上が思うように上がらないという悪循環になっている。
	▲	家電量販店（店長）	・商品価格上昇のなかで、娯楽品を中心とした買い控えが懸念される。消費を喚起する国の施策に期待が掛かる（東京都）。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・生産台数に限りがあり、客も納車を待つことに嫌気が差している。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・サービス需要の著しい低下が予想される。合わせて生産にも不安要素が続く。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・10月の各メーカー値上げを前に駆け込み需要があり、9月までは好調に推移したが、値上げ後の反動減も予測され、厳しくなる可能性がある（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症がいつ収束するかはまだまだ見通せないで、景気回復もまだ望めない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価高からくる可処分所得の減少と将来不安から、購買意欲が高まっていない（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・このままロシアのウクライナ侵攻が継続すれば、国内の景気は悪い方向に行く。インバウンドが2019年当時くらいまで増えると、価格に対する消費動向は改善される（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・現在は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、経済活動も徐々に回復傾向だが、前年、前々年の年末年始は季節性の感染が拡大したことから、インフルエンザを含め、流行による感染拡大で景気停滞が起これ、景気はやや悪い方向に向かう。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇に対し収入が増えない。収入と支出のバランスが取れていない。
	▲	タクシー運転手	・当エリアのタクシー運賃改定が決まり、令和4年11月頃実施とのニュースが流れてきた。普通車初乗り500円、加算料金100円になるようである。値上げ幅は小さくないようなので、先行きしばらくは思いやられる（東京都）。
	▲	タクシー（経営者）	・物価高の影響が非常に大きい。新型コロナウイルス感染症の影響より大きいと感じる。
	▲	タクシー（団体役員）	・政府の規制はなくなっているが、まだ人流の回復は期待できない。物価高も影響しているのかもしれないが、人出がない。新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりの感があり、人出は期待できない。
	▲	通信会社（営業担当）	・仕入値が高騰しているなか、当社の販売価格はなかなか上げられず、利益だけが減っていくので、当面の景気は良くない（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・生活費において、10月以降、電力やガス料金の上限が上がり続けるので、やや悪くなる。為替レートも悪材料として考えている。
	▲	通信会社（経営企画担当）	・急激な円安が物価高につながり、それによる買い控えや遊興費の削減で、徐々に当社への影響が出てくるのではないかと（東京都）。
	▲	通信会社（管理担当）	・状況が継続している分、見込顧客の経済状況の好転、接触機会の回復は期待しにくいと、悪化すると予測している（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・10月以降に円安の影響で光熱費や食費などがどのくらい上昇するかを注視したい。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・円安の影響や物資不足による値上げが相次ぎ、消費の単価が上がっているため、ゴルフなどのレジャーや余暇に回す費用は少なくなる。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	・諸物価高騰の波は収束せず、固定費の増加が経営を圧迫している。価格転嫁も容易ではなく、今後も厳しい経営環境を覚悟せざるを得ない。
	▲	競輪場（職員）	・傾向が変わるきっかけが見えない。イベント等を行うことで盛り上げようと検討しても、売上に直結しない。
	▲	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波の発生による来場者減少が懸念される（東京都）。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・円安が進み、物価上昇も止まらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	美容室（経営者）	・値上げが相次いでいる。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ますます景気が悪くなり、商品購入が減る。買い控えが起こり、消費意欲もなくなる。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規の問合せ件数は増えているものの、客の反応から客単価が上がらない。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・好転すると判断できる材料がない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の動きは堅調のまま推移する見込みではあるが、供給メーカーの集中と原材料価格の高騰が重なり、必要なタイミングで材料がそろわない悪循環が発生し、景気を下向させる恐れがある（東京都）。
	×	商店街（代表者）	・この先がどうなるか分からない。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・マスクを外す生活に戻れないと、外出や外食を控える人が多い。
	×	スーパー（経営者）	・10月から加工食品の価格が軒並み上がってくる。現在は生鮮食品中心だが、それに加えて加工食品まで値上がりすると、更に客の買い控えが響いて、景気が悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・物価高騰の影響が出てくる（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・春頃の商談商材は物流経費分の増加で抑えられていたが、ここに来て春～夏に商談した商材の原価が1割ほど上昇してきているため、価格転嫁は避けられない。
	×	衣料品専門店（従業員）	・円安や物価の上昇の影響が大きくなり、客の財布のひもはますます固くなる。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月以降の値上げが、今年一杯は影響する。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・外国人観光客受入れの規制緩和により、高級食材の争奪戦がますます加速し、更なる物価高騰が懸念される（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国は強引な金利政策により株価が低迷し、英国も国債の増発による無理な減税策でトリプル安が進む。ユーロ圏においてはロシアのウクライナ侵攻の影響でエネルギー供給難となり、ドイツが最も苦境に立たされ、蓄えも減少する。年末辺りには、これらの影響が日本にも及ぶのではないかと、さらには、中国経済も規制強化による投資への締め付けが厳しくなっているため、世界に分散する投資家が損切りを余儀なくされ、バブル崩壊的不況に陥る危険性がないとはいえない。日本経済は、マクロ面では円安によりGDPが増え、大企業は資産評価増で財務状況は良くなるだろうが、中小零細にとっては厳しい冬となる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高により消費が低迷する。
	×	ゴルフ場（従業員）	・内閣支持率の低下で、政治の混乱が予想される。政権が安定しないと、景気回復が遅れてしまうことが懸念される。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・景気が悪くなってきているので、親から退塾したいと連絡のある生徒が増えている。
	×	設計事務所（所長）	・世界情勢、国内情勢の影響で物価がどんどん上がっている。特に、円安の影響から、これから事業、工事発注が難しくなる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月までは受注量が増える予定である（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・ホームページを見たという新規客からの電話が多くなっており、取引先からの紹介も増えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、全体的に物事が動き出してきていると実感している。
	○	化学工業（総務担当）	・インバウンド需要が回復すれば、多少なりとも需要回復が期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・当社製品の中には省エネ、省力化をうたった物が何点かある。これらが今後もますます注目されるのではないかと（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車業界を取り巻く半導体不足は思いのほか影響が大きく、生産が本格化するには時間が掛かりそうである。歩みは遅いが、徐々に回復していく見込みである。
	○	金融業（従業員）	・円安による外国人観光客の増加も見込まれることから、景気は良くなる。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数によりやく減少傾向がみられてきていることから、景気も多少改善傾向となることを期待したい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・業界全体に言えることだが、人手不足を解消できないと横ばいが続く。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・出入国規制の緩和に伴い、インバウンドに対する期待感がある。
	□	食料品製造業（経営者）	・外で飲む機会が増えると思うので、良くなる部分はあると思うが、ここで値上げをするので、相殺されるのではないかと（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・値上げが続いているためか、客に買い控えがみられる。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当店の客は大きく分けて法人客と、実印や銀行印の個人客とがある。個人客は相変わらず低いところで落ち着いている。法人客は10月からの組織変更ということもあっての一時的な特需ではないかとみている。そのため、この先ずっと上向きというよりも、変わらないのではないかとという見通しを立てている（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・年末に値上げを予定しており、厳しい状況は変わらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・来月もいろいろな物の値上げが予定されている。そうでなくとも今は受注量が大幅減っているので、3か月先は今と同じように悪いままではないか。余り期待はできない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいる化粧品容器の受注には回復傾向がみられないが、医療品容器に関しては少しずつ改善がみられるので、期待している。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・円安、輸入品のコスト高により、インフレが懸念される。
	□	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・今、世界は大変な状況にあり、原材料の値上がりなども耳にはしている。とはいえ、今すぐどうこうという状況ではないので、その点は安心している。
	□	輸送業（経営者）	・今後数か月で状況が改善する見通しはなく、今後も現状のまま推移していくと、体力の乏しい零細事業者にとっては厳しさが増すものと懸念される（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷している。輸出货量も全くない状態が続いている。今後もこの状況が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・物価高の影響で回復の勢いは鈍化する見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・製造業の事業者からは、「せっかく受注が回復しても、価格高騰や原材料不足により生産が納期に間に合わない」との声が聞かれる。原材料価格の高騰やゼロゼロ融資の終了など、経営環境の不透明さが増すなか、各事業者は価格交渉や販路拡大など、今できる対策に注力している（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・諸物価の高騰、経済状況、地政学リスクは続くが、当テナントビルの入居率に変更はないものとみている。住宅販売業者の話では、物件の確保に難儀しているが、この好況は続くのではないかとのことである。
	□	不動産業（従業員）	・現状、不動産価格においては下落要因がなく、下がる可能性が非常に低い（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・飲食系テナントから、短縮していた営業時間を1時間程度戻したいという前向きな話も出ているが、相変わらず土日の休業は継続する店舗も多いので、2～3か月先の景気回復は見込めない（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・どの業者からも、食材や資源価格の高騰で苦しんでいるとの声が聞かれる（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	税理士	・年末の忘年会予約は好調のようで、新型コロナウイルスの感染第8波の到来まではこの状況が続くとみている。円安による物価高騰への手当てが必要である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・これから年末にかけて仕事の確保に力を入れ、見積依頼が来たら早く受注に結び付けられるように努力するしかない。生産設備の修理などの仕事を中心に、営業に努力する。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・無理な賃上げやエネルギー価格の上昇、物価高により仕入れなどの経費が増えることで悪くなっていく。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先が新規受注のコントロールができていない傾向が続くようだと、どこかで仕事量が一気に減る可能性がある。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の価格下落が現在のスピードのまま進むと、業績の悪化から、個々人の景気としてやや悪い影響が出てくると想像する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・販売数はそこそこだが、仕入商材の値上げ、円安の影響で、利益率の悪化が深刻になっている（東京都）。
	▲	建設業（営業担当）	・前月と変わらず、価格の上昇傾向が続いている。
	▲	輸送業（経営者）	・円安、物価高、戦争、エネルギー確保等の諸問題を同時にクリアしていくことはできない（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・半導体の部品減少、欠品を理由に、物の値上げが想像以上に広がり、便乗値上げも横行し、中小企業は大変困惑している。
	▲	金融業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ続くが、観光業への補助により、人出が増加するので、若干持ち直すと思われる。ただし、10月以降の食品等の値上げや、燃料費の高騰、高止まり等があり、小売業や運送業はダウンする。円安の影響もあり、景気はやや悪くなるのではないかと。新型コロナウイルス感染症が収まっても、テレワークは継続し、法人の賃貸は厳しいままで変わらない。また、大きな飲み会等を控える傾向も続くと思われる、飲食店はまだ厳しい状況が続く（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・昔の話だが、建て売りが3年くらい売れなかった経験がある。適正に売却されることを祈っている（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・物価が高騰している（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・円安の加速が各社の宣伝費に大きく影響してくる。また、ウクライナ情勢が落ち着かないことも不安要素である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・円安などの影響を更に受ける可能性がある。
	▲	経営コンサルタント	・取引先の機械金属加工の受注増加は一時的なものと思われる。仕入れやその他の経費増加を吸収するための、社内の抜本的な改善や新規受注開拓など、競争がより厳しくなる見込みである（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月からまた追いかけるように原材料等の値上げがあり、低迷状態がしばらく続く。
	×	建設業（経営者）	・中小企業向けの景気対策がどうなのか今一つ分からない。物価や公共料金がどんどん上がっていき、給料だけが上がらないのが現状である。それを考えると、これからまた景気が悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・消費意欲が減退する。
	×	建設業（経営者）	・先々の物件もなく、先行き不安である。
	×	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の上昇に伴い、賃金と新規募集金額が上がるので、利益を圧迫する（東京都）。
×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・物価の上昇に賃金が追い付いていかないので、今後は財布のひもが固くなり、悪循環になるのではないかと（東京都）。	
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・2022年下期も求人数は増える見込みである（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・コロナ禍も含め、毎年秋以降、年度末に向けて派遣求人、派遣稼働者数が増加傾向になる。企業からの派遣求人数増加の可能性があるとの情報もあり、プラス方向で推移するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症の発生前と同様の水準に戻るまでには、もう少し期間が必要である（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が底を打った感はある。毎月徐々に増えているため、このまま上り調子になっていくのではないかと。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一応、年末にかけての計画を30件以上もらっているので、期待している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、軽症化による経済の活性化が原因である。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は現状のままで推移し、人材不足の状況が続くそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・会社の業績に変化はなく、周囲の消費動向も以前と変わらず低調なので、新型コロナウイルス感染症や円安の影響は余り受けていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末にかけて、特に求人に関する大きなイベントがなく、通常月と同様の推移となる見込みである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業では環境配慮のテーマにこたえるため、今後も開発が継続し、エンジニアニーズは変わらず多いと予測される（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報製作会社（経営者）	・規制緩和策や賃上げ、消費者物価の上昇などの良いニュースと、為替介入や株価不安定などの懸念される経済ニュースが混とんとしているため、まだまだ手探り感はある。年内はこの状況が続くような気がする（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・ここ数か月では求人数は変わらない。年末になれば当然求人数は減るが、大きなくくりで見ると景気は平行線といった印象である。恐らく新型コロナウイルス感染症の影響は余りないのではないかと感じている。求人数は景気と直結するものがあるので、どのようにしたら求人が増えるくらい景気が良くなるのか。景気対策の施策などに注目している。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・円安など不安要素があるが、当業界では現在と同じような景況感が続くのではないかと（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・前年度と比較して4月以降の求人数が増加しており、企業の採用意欲も改善しているが、各月の就職者数には浮き沈みがあり、求職者の応募に慎重な様子が見られる。資源価格の上昇は当面続くことが見込まれ、業績次第では企業の採用意欲に陰りが出ることも懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月比で1.8%減少しているが、前年比では8.8%増加しており、9か月連続で前年同月を上回っている。有効求人倍率は1.09倍で、前月から0.05ポイント上昇し、前年度の平均を上回っている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・内定辞退やインターン参加率など、年明けの学生の反応を見ながらの準備で、少し積極性が出てくるのではないかと（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・資源問題の経済への影響は、業種による大きな変化はみられない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・依頼内容が変わる要因は見当たらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣採用市場の求人数が伸び悩み始めていることに加え、派遣労働者の採用活動も厳しくなっており、今後悪化する可能性が高まっている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の終息により関連の大型案件が減少する（東京都）。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・ウクライナ情勢による影響や円安など、企業業績を圧迫する材料しかないため、人材需要が停滞すると見込んでいる。民間は厳しく、官公庁案件次第となっており、見通しは厳しい（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（所長）	・少しではあるが、一定の職種で募集が増えてきている。
	▲	職業安定所（職員）	・円安、原材料高、原油高に伴う輸送コスト高による業績悪化の声が多く、企業から聞かれる。一部では採用計画の見直しや削減も進んでおり、雇用情勢は悪化する恐れが高い（東京都）。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・値上げされる物が多い（東京都）。
	×	—	—

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	・世界の情勢から見ても、通常の生活に戻ってきているので、予約数も増えていくと思っている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握停止、また、全国旅行支援、県独自の飲食等向けの支援チケット販売と、業種的に非常にプラス要因がある。現在では、逆に予約が先に流れる傾向もあるが、それ以上に予約や問合せの増加により、好調に推移する予測が立っている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月も葬儀を行った人からの紹介や、紹介の紹介での依頼がたくさんあり、有り難いことである。この流れは止まらない。
	○	商店街（代表者）	・10月から全国旅行支援が開始となるため、期待ができる。
	○	百貨店（店長）	・勢いがあるとは思えないが、前年実績を確保するようになってきている。行動制限等が解除されれば、今より上向くのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（経営者）	・4回目のワクチン接種案内も届いている。民間のイベントは増えてきたが、地域のイベントは多少増えたものの、当地区でも、夏祭り、盆踊り、秋祭り、敬老会と全てが中止され、神事のみという状態である。地域の行事が当たり前のようには開催されるようになれば、経済も回復する。
	○	コンビニ（経営者）	・小売業は、やはり新型コロナウイルス感染症が落ち着かないと駄目である。これから寒い季節に向かっていくが、10月は天候が良いと思われるので、販売が上向いてくるかと期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・感染状況の落ち着きが前提だが、堅調な新車受注は続いており、新車売上や納車が進むことで、中古車販売、サービス入庫も増加に転じると予想している。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症も徐々に落ち着いてきており、自動車生産の正常化に伴い、来客数が戻ってくるものとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて、新型コロナウイルスの感染第8波が気になる。新型コロナウイルス感染症が現状のままであれば回復は見込めると思うが、現在は全ての物の値上がりによる影響が大きいようである。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収まり、第8波が予想されても影響は少ないと思われる。
	○	スナック（経営者）	・2年前に撤退した大型店の跡地に新店舗が入り営業を始めたので、しばらくは良くなる。新型コロナウイルスの感染状況次第なので不安はあるが、新しいワクチンの接種も始まったので、今度こそ終息に向かってほしいと思っている。
	○	観光型旅館（経営者）	・10月以降の観光誘客政策がはっきりしていないものの、週末を中心に秋の予約が動いている。今後、何らかの観光支援が実施される模様で、10月後半～11月にかけては新型コロナウイルス感染症の発生前に近い状況まで忙しくなりそうである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・10月11日から全国旅行支援が開始する。また、海外からの入国者数の上限も撤廃される。今月は、外国人旅行者は2件ほどだったが、10月以降、特に、11日以降のインバウンド客の予約が入ってきている。確実に上向きになってくる。
	○	旅行代理店（副支店長）	・景気喚起策である全国旅行支援が順調に開始となれば、更に動きが加速される。しかし、飽くまで個人レベルの状況で、企業の人手不足や為替の影響により、団体やグループ旅行の回復はまだ先だと考えている。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の落ち着き次第だと思う。7月までは雇用調整助成金をもらうために、従業員を休ませていたが、8月からは休ませず、新型コロナウイルス感染症の発生前と同じような出勤に変えている。そうしたことから、売上が上がっているとも考えられる。
	○	遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるものの、感染対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・値上がりをどこまで我慢していけるか、自治体等の施策がどう出るのか次第だと思う。プレミアム付商品券等が発売がされている自治体も出てきているが、何に使うか使用目的は決めていなくても買っておいた方が得だと思っているように、最大限の予約をしている人が多く、予約が殺到している。商品券でも何でも構わないので、商材の動きに期待したい。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・世の中の値上げムードが、今後、客の動きにどのように影響するか心配である。
	□	百貨店（経理担当）	・秋のいろいろな物の値上げが、どのように消費者に影響するのか不安で、良くなるようには感じられない。
	□	コンビニ（経営者）	・3か月後は冬場に入るので、売上はそれほど伸びないと思っている。ただし、前年よりも現状の景気は少し上がっているため、これからは良くなる。
	□	コンビニ（経営者）	・電気料金や燃料費が安くなると、景気回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（店長）	・コンビニで扱う商材は、日常利用する物が多いので、大きく値上げ等があっても、必要な物は買っていく状況だと思っていたが、うまく回っていない。来客数もかなり減っている。買上点数はまだ何とかなっているが、大分厳しい状況が続いていき、先行きの悪い状況は変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・期待できない。
	□	スナック（経営者）	・悪いまま変わらない。新型コロナウイルス感染症や世間のいろいろなスキャンダルもあって、ほとんどが駄目だと悲観的になっている。何とか良い方法をお願いしたい。
	□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の対応が、段々緩和されてきて、これから随分とまた良くなってくると思うが、肝心の客を迎え入れるためのスタッフが、新型コロナウイルスの感染拡大中に大分辞めてしまって、いざ客が戻ってきたとしても、なかなか対応するのが難しい状況に今はある。まずそこから立て直していけないといけなくて、まだ先は長い。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・半月先までの宿泊予約数を見ても、余り変わりがないようである。
	□	通信会社（社員）	・特段、強調材料はない。引き続き、メディアや広告、キャンペーン等を絡ませながら、販促活動が続けていく。
	□	ゴルフ場（経営者）	・地元行政の秋のスポーツイベントに協力している。屋外スポーツの実施予定は、健康ウォーク、グランドゴルフ、市町村別のゴルフ大会等、数多く入ってきている。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・観光地にあるが、外国人観光客が来ていないことや原油高騰がいまだに続いており、かなり厳しい状況である。政府に対応してもらいたいと常々感じている。
	□	設計事務所（職員）	・数か月先まで依頼が多くなっており、しばらくは1人で数件の物件を抱える状況が続く。
	□	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍による一時的な別荘需要は一巡し、需要は低下傾向にある。
	▲	商店街（代表者）	・物販店がなくなり、飲食店中心の街になってしまうのかとも考えられる。
	▲	商店街（代表者）	・皆の給料が上がっていると報道等では言われている。当店は中心商店街にあるが、郊外の大型店にほとんどの客を取られて、昔は中心地だったのにと思わせるほど閑散としている。人が本当に出なくなってしまい、これからどうしたらよいか、実は考えている。
	▲	百貨店（営業担当）	・10月から日用品や食料品を含めて、立て続けに値上げがある。また、エネルギー価格、電気やガス料金等も上昇予定ということなので、消費にはやや慎重さが増してくるのではないかと。
	▲	スーパー（経営者）	・これから価格上昇の秋の陣で、消費減退の可能性はある。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価上昇に伴い、商材全体で値上げとなっており、買上点数は下がるのではないかと。賃金が上がったとしても、それほど売上に影響するとは思えない。物価高に慣れるまでもう少し時間が掛かる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・毎日のように値上げが行われており、各個人の経費が増えているからである。
	▲	観光名所（職員）	・原材料や燃料価格の大幅な値上げにより、販売価格の見直しや実質値上げを行うが、適正価格に改定したところで、まだまだ薄利である。さらなる経済再生施策を切に願っている。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響だけでなく、今年はインフルエンザの流行も心配である。その他にも、物価や光熱費の上昇が気掛かりである。サービス業にとって、良い材料が見つからない。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	・仕入単価等が上がり、客の買い控え等もあるので、売上、来客数は減っている。当店以外でも物価が上がっているので、客の感覚からして、非常に苦しい。給与や収入自体はずっと増えていないなかで、支払だけが aumentando。
	×	衣料品専門店（経営者）	・これから寒くなっていくので、なおさら燃料費の高騰が心配である。
	×	その他専門店〔酒〕（店長）	・10月以降は非常に厳しくなる。様々な物の価格が上昇しており、取引先の飲食店やホテルに影響があるのではないかと。個人客も、酒以外の物価、燃料等、生活全般の必需品の値段が上がっているので、当店の扱う酒は厳しい状況が続く。9月は駆け込み需要があったので、余計に10月は厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体不足の影響で好調である。
	○	食料品製造業（営業統括）	・政府が1日当たりの海外からの入国者数の上限を変更した効果と、円安の後押しもあり、外国人観光客の増加が見込まれる。今まで厳しい経営が続いていたワイナリーにとっては、回復が期待できる。
	□	食料品製造業（総務担当）	・物価高騰に景気が左右される。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・主要取引先の店頭販売等には、今後の新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和によるインバウンド需要に期待感はある。ただし、当店のワークショップ予約数などは依然として少なく、予想が立たない状態である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・円安による資材購入費高騰が販売価格改定の範囲を超えており、業績改善につながらない。また、巣籠り需要が一巡して販売量が伸び悩んでいる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・生産の動きはありそうだが、電子部品の入荷が悪いことに加え、動力費、光熱費、資材価格の高騰等もあり、安定するまでには時間が掛かりそうである。
	□	建設業（経営者）	・今後は資材の納入遅延や物価上昇、特に、人手不足が心配である。
	□	金融業（調査担当）	・製造業では海外の需要減少が懸念される一方、観光関連は全国旅行支援の開始や行動制限が解除されることから、国内やインバウンドの需要増加が期待される。
	□	金融業（経営企画担当）	・10月より、全国旅行支援の開始や海外からの入国に関して空港での規制緩和等、世界から多くの観光客が入国することが期待され、観光業は恩恵を受けるのではないかと。しかし、物価上昇で、消費者の財布のひもが締まる状況に向かっていることが予想され、景気自体は変わらない。
	□	新聞販売店 [広告]（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、経済対策による一定の効果は出る。しかし、燃料高、円安がすぐに好転するとは思えず、物価上昇が今後も続き、消費低迷が考えられる。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・部品の納期遅延や原材料価格の高騰等が続いており、営業担当の受注に支障が出ている。
	▲	その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者）	・商材が売れても、金やダイヤモンドの材料費高騰で、新しく作る宝飾品の価格は1月以前と比べて30%以上割高になっているため、定番商材の利益率が大幅に低下している。
	×	食料品製造業（製造担当）	・更なる原料単価の値上げの話が先日あった。とりわけ6月からの交渉で、10月からの値上げの話がようやくまとまり、その実施直前での更なる値上げで、再度、商材単価を上げせざるを得ない。いつまで、いちごっこが続くか、精神的に不安になる。ただ、値上げをして、どこまで売れるのかも分からない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず、毎月の資金繰りが大変である。
	×	建設業（経営者）	・製品の値上げが続く。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・世の中が動き出しているため、必ず良くなると思う。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減っているが、物価高騰や国際情勢の動向で、この先も不透明な部分があるため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・経済動向の不透明感は今後も続くと思われ、急速な回復は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・宿泊業やサービス業は回復の兆しを見せてはいるものの、行楽シーズンが過ぎると観光客は減ってしまうため、現状維持は厳しい。また、製造業は依然として半導体不足や原材料費の高騰が継続しており、急激な回復は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限緩和が進み、求人は増加傾向にある。ただし、顕著に増加しているのはパート求人、企業の先行き不透明感の現れが感じられる。また、物価高騰の雇用に対する影響も懸念される。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安不安、契約やアルバイト、派遣等の求人増の現状が、年内は続く見込みだが、求人若干の陰りが見え始めている。
▲	—	—	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	人材派遣会社（営業担当）	・食料品の値上がりも続いており、買い控えはしばらく続くだろうし、国の政策等も非常に悪い。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドも制限がなくなり、円安で外国人観光客が喜ぶ。全国旅行支援も始まるため、期待度がやや高い。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	・10月からの全国旅行支援の開始に伴い、旅行などの行楽需要活性による来客数の増加を期待する。
	◎	旅行代理店（経営者）	・10月から全国旅行支援が始まり12月中旬まで実施されるようなので、旅行会社にとっては良くなる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要回復目的の全国旅行支援が国の施策として開始される。2年前のGo To Travelの再来と大変期待している。客からの問合せが毎日あり、団体旅行にも利用できるという方針のため、ここ2年実施を取りやめていた法人の旅行が復活すると考えられる。
	◎	タクシー運転手	・これまではコロナ禍の影響で良くなかったが、コロナ禍の影響が少なくなるため必ず良くなる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・気候も新型コロナウイルスの感染状況も落ち着けば、客も多少は戻ってくる。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・コロナ禍が終息してからの展望が段々とみえてきた。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトし、来客数、売上共に前年を大きく超えているが、新型コロナウイルス感染症発生前に比しては大きく下回っている。高額品・食料品は引き続き好調を維持しているが、ファッション関連が戻っていない。今後、全国旅行支援やインバウンドの戻りに勢いがつけば、更なる利用拡大が見込まれる。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、人流も戻ってくる。
	○	百貨店（営業担当）	・コロナ禍が収束し、生活様式もウィズコロナが定着しつつあり、経済活動が活発になってくると予想される。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの規制も緩和されて徐々に外国人も増え、円安で爆買が期待できる。
	○	百貨店（販売担当）	・来客数は回復傾向にあるが、買い控えも見受けられる。
	○	スーパー（販売担当）	・いろいろなイベントが待ち構えているため、来客数が多くなり購入品目数も多くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況等もこのまま落ち着き、秋の行楽シーズンが進むにつれて更に客足が多くなり、通常の固定客にプラスαの客層拡大が見込める。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・10月には全国旅行支援も開始予定のため、小売業界でも更なる好景気が期待できる。世間ではロシア・ウクライナ戦争の影響、物価高などマイナスのニュースがあるが、コロナ禍から脱却の効果が絶大で、しばらくは前年比で売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（店員）	・年末、クリスマスシーズンに入るため、客単価アップが期待できる。
	○	衣料品専門店（店長）	・主要客である職人の仕事量は、職種によりけりではあるが増加傾向にある。外国人実習生の客の利用が増え、また、彼らを雇用する会社の購買額も増えてきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・仕事をする人にはスーツは必需品である。成人式用のスーツと同時に礼服をセットで購入する客も増えてくると見込まれ、売上はプラスになる。7月から9月は順調であったので今のところ目標予算は全てクリアしている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が拡大しても国は制限をしなくなったため、国内消費も上がってくる。外国人の入国制限が解除されれば、円安もありたくさん買物をするのではないかと。
	○	乗用車販売店（従業員）	・この先それほど大きな問題が起こらなければ、期待も含めて年末に向かって良い方向に向かう。
○	乗用車販売店（従業員）	・全体的な流れとして良い。底堅い雰囲気アクセス数も増えている。中古車業界は良い方向にあり、問合せがとにかく多い。	
○	住関連専門店（営業担当）	・先々の工事の受注や見積件数は、リフォームを中心に住宅、商業施設で多くなってきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により人流が活性化する。円安による物価高騰が懸念されるが、全般的には改善へ向かうと考える。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べればまだまだであるが、人の流れが戻ってきていることが大きい。
	○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収まっていることと、新型コロナウイルスに有効なワクチン接種が進むことで悪い材料がなくなる。よほど大きな感染拡大がない限り、今を底に徐々に回復に向かう。新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握をやめるのも安心材料の1つとなり、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援の開始に伴う効果が期待できるが、原材料費値上げによる消費マインドの冷え込みが懸念される。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との闘いもいよいよ終わりに近づいた。将来が楽しみである。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援やインバウンドが増加すると、国内のデマンドも良化すると思われる。ホテル全体での実際の需要回復は、もう少し先と考える。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・ビザの規制緩和を見込んで、海外からの11月以降の予約が入り始めている。団体宿泊の問合せも増えている。後は大手企業が外食の規制を解除すれば、レストラン、宴会共に少し改善すると期待している。
	○	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援がGo To Travelのような起爆剤になればよいと思う。ただし、秋の連休後に開始になるためファミリー層には少し利用しにくい。秋の商品は既に動いているため、できれば一番の閑散期になる1～2月やファミリー層が使える春休みの3月に延期してほしい。受験でホテルを利用する学生にも使いやすく、それこそが全国旅行支援ではないか。もっと現場の声を反映させてほしい。また、予約開始日や中身がきちんと関係機関に通達されてから報道するべきであり、きちんと決まっていなかったのに開始するという発言は困る。当地方については、海外路線はほとんどの連休便が戻っていないため困っている。また、燃油は高く、円安による物価高で困っている。
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が売手・買手の双方に受け入れられる仕組みであるならば期待できる。しっかりと現場の声を反映して、魅力ある制度にしてほしい。
	○	タクシー運転手	・物価上昇などマイナス面もあるが、まん延防止等重点措置や緊急事態宣言がなかった前年11～12月の忘年会シーズンは売上が良かったため、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が収まった状態であれば、前年並みの売上があると予想する。
	○	通信会社（営業担当）	・クリスマス商戦で売上が上がると予想される。
	○	通信会社（営業担当）	・徐々に新規工事の計画があり、今後も続くと考えている。
	○	レジャーランド（職員）	・全国旅行支援、イベント割の開始により、集客効果が期待できるが、Go Toキャンペーンに比べ支援額が少なく、新型コロナウイルスワクチン接種、陰性証明等の条件があるため、同規模の効果は得られないと見込んでいる。過去の2年は、共に10～11月は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていることから、この2か月でできる限りの集客をしたい。
	○	テーマパーク（職員）	・インバウンドの観光客が増えそうである。
	○	ゴルフ場（支配人）	・11月の入場者予約数は前年同日比で大きく上回っている。これからゴルフシーズンに入るため、今後2～3か月は客の動きは良くなる。現在の予約状況を踏まえ、今後景気は良くなる。
	○	美容室（経営者）	・10～11月になると出掛けやすい気候になる。コロナ禍で余り出掛けられないかもしれないが、ちょっとした外出の機会も多くなってくると思うため、少し忙しくなりそうである。
	□	商店街（代表者）	・現在が底辺だと思っている。これ以上悪くなると廃業も考えなければならない。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるといってもかなりの人数であるため、金を持っている高齢層が動かない。
	□	商店街（代表者）	・若い世代は大分戻ってきているが、高齢者がまだまだなので何ともいえない。
	□	商店街（代表者）	・増減要素がそこまで決定的な事柄がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・近年の若者のアルコール離れに加え、3年にもわたるコロナ禍で飲食店での飲酒は大きく変わり、生活パターンは元には戻らない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・9月の実績から考えると、10月から12月は物価が上がって、記念品等の贈答品は仕入れも売上も良くないと予測する。調子の良い法人が金を使わず個人も給料の増加がないため、現在の低い状態のまま変わらないと考える。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	・材料費の値上げ、円安による取扱品の価格改正が続々とあり、良い要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・引き続き為替の影響で買い控えが続くと考える。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	・あと2か月ほどで売場改組が終わりリニューアルオープンする。雰囲気が変わると来客も少し増えると思うが、それが売上に結びつくかどうかは厳しい。売場が少し縮小されるため、無くなるブランドがあるとそれを目当てに来店していた客が離れてしまい、その分をどこで埋め合わせるのが難しい。売上は厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・全国旅行支援などによる土産需要や海外入国者の緩和策によってインバウンド需要も徐々に回復し、売上増加に寄与すると想定している。一方で、各種値上げにより消費者の生活防衛意識は高まっており、消費する人とならない人の差が激しくなる。百貨店にとっては、高額品需要が今後の売上の柱になるであろうと期待している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	・先の状況が見えないことには変わりはないが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、行動変化があれば少し良くなるのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(計画担当)	・コロナ禍の影響は余り変わらないが、客には購買意欲の盛り上がり上がってくる様子がみられないため、今の段階ではこれ以上の浮上は考えられない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・コロナ慣れのためか来客数は増加しているが、店内に着席しての飲食には客の回転数に限界があり、密を回避しつつ売上を元に戻すのは困難である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・いろいろな商品が高くなって売りにくくなっている。価格が変わらなければ、販売量も上がらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	・10月にたばこ、ビール類の値上げがある。売上予算未達は続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(総務)	・新型コロナウイルスの感染状況も収まりつつあり、来客数、購入量も大きな変動がなく落ち着いた状況である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(支店長)	・あらゆる物価が上昇し続けることで、特に嗜好品の消費量は鈍化する。新型コロナウイルス感染症や自然災害等のマイナス要因しか考えられない状況は、まだまだ景気の回復は厳しい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	・商材の値上がりによる影響はプラスもマイナスもある。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(店長)	・12月に向けて景気そのものは例年どおり多少上向くかもしれないが、新型コロナウイルスの感染状況次第では、停滞することも考えられる。客の動向等は、多少は良くなっていくと考える。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(経営者)	・来客数により大きく変わるため、何とか来店してもらえよう努力する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(販売企画担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で外国人観光客が戻るようなら、ある程度土産品に期待ができるが、未知数である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(店員)	・古いパソコン用基本ソフトのサポート終了に伴う買換え需要が期待されるが、問合せなどが余りない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(営業担当)	・物価上昇への対応策がない状態のまま、先行きにおいて変わるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(フランチャイズ経営者)	・今回は洗濯機、冷蔵庫等の白物家電の値上げやモデルチェンジで客単価が高かったが、中国でのロックダウンの影響が収まり品薄感が弱まれば、また価格競争となって客単価は下がってしまう。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・しばらくはこの状態が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・新車の納期が改善されるとの予想はあるものの、1年以上期待を裏切られており、慎重にならざるを得ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（経営者）	・部品供給不足は改善されておらず、生産の遅れは長期化している。自動車メーカーの工場閉鎖のニュースもあり、今後の影響に注視したい。
	□	乗用車販売店（従業員）	・半導体を多く使う車両では納期回復のめどが立っておらず、車種によっては1年以上掛かる状況である。ここに来て、そのような車種を注文していた客からキャンセルの申出も増えている。中古車市場の価格も在庫不足で暴騰しており、状態の良い車は新車並みの価格で取引されている。売物が少ない以上、販売店としての対応に限界を感じ始めている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売は増えているが、納期が1年以上の車種もたくさんある。新型車が発表になればたくさん売れるが、納期が掛かるためすぐには登録に結び付かず、一切売上にはならない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足の影響で生産量も落ち在庫数が少ない状態である。客自身の消費マインドも少し下がってきている。
	□	一般レストラン（経営者）	・諸物価の上昇、特に光熱費の上がり方が激しいため、これから先どのように経営していくか、考えるところである。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末にかけて人の動きは多くなると思われるが、新型コロナウイルスの感染拡大に備えて出控えも増えるのではないかと。
	□	一般レストラン（経営者）	・通常販売よりも通販サイトに力を入れて営業して現状から改善し、今より良くなるよう願っている。
	□	バー（経営者）	・年末に向けての忘年会等もまだまだ新型コロナウイルス感染症発生前のようにはいかないと思うため、さほど状況は変わらないのではないかと。
	□	都市型ホテル（従業員）	・来客数は増えているが多種多様な物品が値上がりしており、必ずしも利益が出ているわけではない。
	□	旅行代理店（経営者）	・旅行商品の単価は上昇傾向にあるが、安、近、短の旅行が増えるため、時間消費に使う金額が以前と同じように増えるとは思えない。一刻も早くインバウンドの受入れとそれに備えての準備が重要となる。人件費、食材費、光熱費の上昇をどこまで吸収できるかも不確定である。
	□	通信会社（企画担当）	・物価高、円安傾向は続くと思われ、これを前提とした社会環境にならないと戻らないと考える。
	□	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてから景気回復までには数か月は掛かると見込まれることから、この先2～3か月では、実感できるほどの回復は見込めないと想定する。
	□	通信会社（サービス担当）	・メタル線の廃止によるIP電話への移行に伴い、更に低価格で提供できるインターネットサービスができれば、契約数も増え、もっと景気も良くなるのではないかと。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・物価が上がっているのに対して、給与の上昇が伴っていない。
	□	その他レジャー [スポーツレジャー紙] (広告担当)	・円安、株安などが続くことを懸念している。10月に大きな物価上昇も見込まれる上、政府の無策もあいまって景気の上昇は期待できない。
	□	美顔美容室（経営者）	・人気ドリンク商品のキャンペーンは終わるが、別のキャンペーンセールは年末まで行っているため変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・徐々に回復していくと思うが、急激な変化はないと考える。
	□	その他住宅 [室内装飾業] (従業員)	・企業の設備投資気運が高まっているのか、改装工事の見積依頼が増えている。一般客も、外壁塗装やユニットバスの入替えなど大型リフォーム工事の引き合いが増えている。
	□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (営業)	・閑散期に入り期待はできないが、どこまで計画的に動けるかが勝負である。
	▲	商店街（代表者）	・物価高の影響が不安要因であり、家電販売が良くなるとは思えない。
	▲	一般小売店 [土産] (経営者)	・完全なスタグフレーションである。良くなる要因がない。
	▲	スーパー（店長）	・10月よりビール類、たばこや電気代の値上げを控えていることで、ますます買い控えが進むと考える。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇と最低賃金上昇により、売手はより売りづらく、買手もより買いづらくなると予想する。
	▲	スーパー（店員）	・10月から値上げの品目数が多すぎて、買い控えが必ず出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（店員）	・11月以降も大きな価格改定を控えており、更なる状況の悪化が懸念される。
	▲	スーパー（営業企画）	・全体的には節約志向の消費傾向は更に進むと考える。
	▲	スーパー（販売担当）	・国際情勢、米国の金利政策や中国経済の減速による景気への影響、エネルギー価格の上昇が生活防衛行動につながる懸念がある。防寒用品などのトレンド商品による需要・供給の創造が頼みの綱である。
	▲	コンビニ（企画担当）	・来月以降、様々な商品の値上げが予定されており、消費マインドへの影響が徐々に始まる事が懸念される。
	▲	コンビニ（店長）	・様々な商品の値上げによる買い控えは今後強くなっていくと思われ、先行きは不透明である。
	▲	コンビニ（商品開発担当）	・値上げによる慎重な購買マインドが続くと予想される。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	・10月から食料品を始めとした更なる価格上昇が予定されている。消費者心理としては、支出を更に抑える方向に動く。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・これからますます生活に関わるコストが膨らんでくるため、買い控えが増える。電気・ガス・燃料等、生活に必要な物の購入に予算を持っていかれるため、どうしても買換えが必要と感じられるまで、なかなか車購入の話に乗ってもらえない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・ウクライナ情勢の影響で生産状況は更に悪化しており、オーダーを入れられない車種も出てきた。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・原料高の影響から物価上昇が続けば、中長期的に打撃を受ける可能性が大である。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・業界を問わず今秋に値上げが予定されており、消費者の警戒感消費増税時以上と感じる。それが仮需要となって表れており、ついで買いは明らかに減少している。
	▲	旅行代理店（経営者）	・10月から全国旅行支援が実施されるが、販売量にどれだけの効果があるか不明である。
	▲	タクシー運転手	・乗車客数が減っている。
	▲	通信会社（営業担当）	・円安による物価高騰のダメージが大きい。
	▲	観光名所（案内係）	・天候不順、少ない人出、値上げの秋、全て悪い方向に行っている。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がっていくのに給料は上がらないため、景気は段々と悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・10月はかなりの値上げラッシュになるため、客も気分的に財布のひもを固くする傾向になるので、景気は余り良くならない。
	▲	美容室（経営者）	・風邪薬のような新型コロナウイルス感染症用の薬ができればよいが、まだ少し不安がある。
	▲	設計事務所（職員）	・景気が良くなるような政府の具体的な政策がみえない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・リフォーム工事も、維持管理的な仕事はあるものの、大規模な改築工事は減ってきた。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・年末の人材需要に応えるため募集を進めても、期待する人材は集まらず苦戦している。これからの労働者不足が懸念される。景気が前向きの方に向かっているのかは分からない。
	×	商店街（代表者）	・ウクライナ問題の影響でEUは落ち込んでいる。
	×	商店街（代表者）	・仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁しなければならないが、競争力も下げられないという悪循環に陥っている。非常に厳しい状況が続くと考える。
	×	百貨店（経理担当）	・3か月先も円安や物価高が継続し、これが企業業績の悪化や消費マインドの低下をもたらすことで、景気の後退が懸念される。
	×	コンビニ（店長）	・10月から食品・飲料が大幅に値上げされるため、更に景況感が悪くなる。
	×	コンビニ（店長）	・10月以降に行われる各種商品の値上げは、消費者のマインドを更に冷やす。現状も厳しかったとはいえ、夏場は喉が渴けば否が応でも客はドリンクを購入するが、これから気温が低下する時期に、家計が苦しくてもどうしても食べたい、飲みたいと思える商品がコンビニにはあるか。商品開発にも期待が持てない状況である。
	×	コンビニ（店長）	・今までの値上げの積み重ねと10月に飲料や酒類の値上げが発生するため、悪くなる。今までの値上げが少しずつ家計にダメージを与えてきたところに、水やお茶の値上げが発生することで、より節約志向になると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（従業員）	・全ての材料、酒類が値上げになる。当店もいよいよメニューの価格を見直しているが、とても厳しい。
	×	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇が家計を直撃している。
	×	パチンコ店（経営者）	・業界全体で客離れが続いて、なおかつ当局の規制強化もあいまって地盤沈下が続く。
	×	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険の福祉用具貸与サービスは、価格を自由に設定できるが商品ごとに上限が設定されているため、原価高騰のこの時世ではサービス料金改定の対応ができず、身を削るのみである。他の介護サービスでは厚労省から燃料費高騰の補助金支援があるが、福祉用具は除外されているため、二重苦、三重苦の状況である。
	×	設計事務所（経営者）	・とにかく仕事がない。種まき案件もない状態は2～3か月先も想像できる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後金利が上昇すると景気に大きな影響が出る。物価の上昇で今後分譲住宅の建築費も上がるのではないかと心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・こどもみらい住宅支援事業もあるが、起爆剤には感じられない。日本銀行の為替介入も長くは続かないとなると、金利政策も変わる。金利が上昇する前にと購入者が一時的に増えるかもしれないが、買い控えは更に進む気がする。年末まで要注意である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	金融業（従業員）	・求人分野では、新型コロナウイルス感染拡大の全盛期に比べて、正社員の募集人数が多くなっている。各企業はこれまで人数などを抑制してきたが、事業拡大や増販など比較的プラスの方向に進むと判断し、人員を増やしている。
	○	金融業（従業員）	・年末に向けて需要が広がることから景気が良くなる。
	○	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が更に減少すると思われ、外出や遠出をする人は徐々に増加傾向になっていくと予測している。今後の売上は徐々に回復していき、前年を上回ると予測している。
	○	不動産業（経営者）	・コロナ禍も落ち着き、物件探しも活発になる。
	○	会計事務所（職員）	・雇用調整助成金の対象になる従業員の数が減ってきている。法人に関しては、どこも仕事量が増え好調である。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・為替相場がこのまま140円台半ば程度の円安で推移すれば、日本としては好都合と考える。少しインフレも起こり政府としては願ってもない状況ではないか。我が国は、ゼロ金利を続け景気回復の手助けを続けるべきと考える。そのうち米国の高金利も腰が折れる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足下の景気はやや悪いが、新型コロナウイルス感染症対策も、円安対策もままならない。原材料の値上げは10月以降も実施され、これによるコスト上昇分の製品価格への転嫁も厳しく、景気は現状の悪いままが続く。
	□	化学工業（営業担当）	・年内は低調なままと見込む。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・3Dプリンタ用の金属粉製造へ、新規参入の動きが続いている。引き合いは増えているが、なかなか試作から次の本格的な生産に移行するほどの成果が得られていないため、伸び悩んでいる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・年末にかけて、電気料金を始め経費の上昇が見込まれる。引き続き収益を圧迫する。
	□	金属製品製造業（従業員）	・先行きの案件では、原材料価格は高騰しているのに安値での引き合いが出てきて、とても困惑している。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから変わらない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・製品の納期が改善されれば、受注、売上共に上昇すると思うが、改善されそうにない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・高額商品の動きは、ずっと継続的であるともいえない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・余りにも人員が減り過ぎて、全盛期の2割ほどしか残っていない。これ以上は減りようがない。
	□	建設業（経営者）	・現内閣もようやく落ち着いてきたように見えたが、まだ将来性がはっきりせず、国民としては不安である。これでは景気が良くなることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	建設業（営業担当）	・これから12月若しくはその後にかけて仕事は追い込みに入るが、一般的に旅行などで人流が活発になると、また新型コロナウイルス感染症がまん延し、その影響で仕事は来るのに作業ができない状況になるかもしれない。
	□	輸送業（経営者）	・部品不足、値上げラッシュはしばらく続くと考えられる。
	□	輸送業（従業員）	・荷主の仕事量が回復したとしても、各種経費の高騰や運転手の労働時間問題など、先々の問題は山積みである。忙しくなっても利益は出ない。
	□	輸送業（従業員）	・商品価格等の改定はあるものの、出荷物量にさほど変化はない状況である。
	□	輸送業（エリア担当）	・9月に入り前年比で若干荷物量が減ってきている。また、減り方が徐々に大きくなってきている。
	□	通信業（法人営業担当）	・ロシアの侵略による石油等原材料の価格高騰、食料等の高騰、物価高による消費者マインドの冷え込みなどで、景気は余り上向きではない。
	□	通信業（法人営業担当）	・半導体不足に関する対応は先行き不透明である。何とも手の打ちようがなく、現場では、売る機器がないという言い訳ばかりが増えている。
	□	広告代理店（制作担当）	・円安や異常な物価高があるため、景気の先行きはまだ不透明である。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、折込広告が増加するとは思えない。
	□	行政書士	・取引先では、既存の荷主がついているため大きな変動はないと言っている。
	□	公認会計士	・経済活動の制限が緩和され価格転嫁も進んでいるが、最終商品の値上げが進めば消費の減退につながる可能性もある。また、企業の値上げの効果が賃金に反映されるには少し時間が掛かるため、消費減退のリスクは高い。しかし、海外からの入国者の制限撤廃や観光に対する補助制度など、経済が動く要因もある。良くなる要因と悪くなる要因の両面があり、当面は余り変わらない。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・多様な商品の値上げが実施され、買い控えが予測される。外食機会が増えることは歓迎するものの、中・内食需要への反動は必至であり、先行きは不透明である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・10月以降も鋼材値上げの話があり、値上げ幅も3～4割、ひどいものでは5割増しと倍近い価格になっている。価格転嫁をせざるを得ない状況になり販売価格が急上昇するため、今後は価格転嫁分の影響が出る。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・更なる値上げが続き、円安も止まらない。ガソリン価格まで高騰したらと考えると不安でしかない。
	▲	建設業（役員）	・今後ますます物価高騰が考えられ、先行きに好転材料が見当たらない。
	▲	輸送業（エリア担当）	・欧米との貨物量が減っている。
	▲	輸送業（エリア担当）	・上半期締め9月でも必要な物の購入が控えられているという取引先の話に鑑みると、延期になった分が10～12月の間に実行される確証はない。この月になれば必ず景気が上向くという兆しが見えないと、このままずるずると経費削減ばかりで利益を目指す姿勢が、社会にまん延するのではないかと。
	▲	金融業（企画担当）	・当面、多数の取引先で値上げ要請が続く見込みである。受け入れざるを得ない面も多く、企業業績へじわじわと影響が出てくる。中小企業では賃上げも厳しく、景気はやや悪くなると考える。
	▲	会計事務所（職員）	・仕入価格の上昇が続くなか販売価格への転嫁は進まない。円安、物価高の影響なのか顧客1件当たりの売上は以前と比べて下がってきている。賃上げや消費税減税などによる物価の下落がなければ、ますます景気は悪くなる。
	×	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴い、受注量が大幅に落ちている。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の問題、ウクライナとロシアの問題、物価の上昇、上がらない賃金などを考えると、今後良くなる要素はない。逆に悪くなる一方である。
	×	鉄鋼業（経営者）	・何も良くなる要因がない。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・国葬の是非や政治と宗教の問題に焦点がいき、円安対策を含めた景気対策が打たれない。新たな業態を創造する可能性のある中小規模の企業に絞り、大規模な補助金や優遇税制等により活性化を図るなど、効果的な対策をすぐ実施してほしい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信業（総務担当）	・企業によっては年に数回の価格改定がされ、消費者は諦めムードになっている。最低限の物しか購入せず、余暇を楽しむ余裕がなくなっている。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・必需品の値上がりが響き、当面購買意欲は上がらない。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・観光業やサービス業では、人の流れが戻ってくる期待がある。求人需要は高い。
	○	職業安定所（職員）	・10月から全国旅行支援が始まり、当地では11月に大型集客施設が開園することから、経済的に活性化が見込まれるのではないかと。反面、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加やインフルエンザの流行が懸念される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・転職マーケットの観点でみると、1月入社、4月入社に向けて転職潜在層が動き出すと想定する。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・教員採用試験の結果が10月予定のなかで、それ以降に採用試験が行われる法人が、現時点で前年の1.5倍近くある。医療系就活者にとっては、前年より選択肢が増えている。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・大きな変化材料はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着けば、年末年始の利用を多少は期待できるが、今は何ともいえない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの稼働率が高い水準で推移しているため、これ以上プラス方向へ大きく振れることはないと考え。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染症対策は緩和されてきたが、海外情勢や円安、物価高などから今後の景気動向は不透明である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーは通期の生産台数については変更なしと発表しており、半導体・部品の供給不足も多少改善することである。雇用維持のためにも予定どおりの生産体制で推移することを期待する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現状でも相当景気は冷え込んでいるため、大きなプラス要因がなければ、このまま変わらないのではないかと。政府が予定している全国旅行支援なども、どこまで効果があるかは今のところ見通せない。
	□	職業安定所（所長）	・新規求人数が前月より減少となる業種もみられる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響は大幅に減少するものの、円安が求人・求職動向に大きな影響を与えようである。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢は回復基調に向かっているが、原材料やエネルギー価格の高騰、新型コロナウイルス感染症が雇用に与える影響に注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は沈静化がみられるが、海外情勢の不安定化や円安の進行による物価上昇等の動きもあり、景気情勢の先行きには不安定要素が大きい。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢が良くなるという感触がない。
	□	職業安定所（職員）	・ウクライナ、中国等の海外情勢による影響は減少しつつも、当面は円安や原油高の影響が続くと思われる。全産業の景気が回復するまでは、もう少し時間が掛かる。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせ回復傾向にあったところに、円安による物価上昇などの影響で、企業では資源価格の高騰など厳しい状況が続いている。この後もやや遅れての余波が懸念される。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・原油高や人件費の増加で、利益確保がより厳しくなると見込む。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・為替の影響を受ける輸入関連企業からは、急激な円安が続くが製品の値上げが追い付かず、業績が厳しい状況に陥ることを危惧する声が多い。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて求職者の動きが鈍くなり、派遣・中途採用についても、現在より状況は良くなると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	・年末に向けて10月11日から全国旅行支援が開始される。当社拠点である北陸は冬の海の幸が代名詞であり、県外から多くの観光客が訪れるとみている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・12月下旬までの全国旅行支援及び訪日客の個人旅行の解禁、入国者数の上限撤廃、短期滞在ビザの取得免除の再開に期待をしている。
	◎	都市型ホテル（役員）	・これまでの宿泊客はほぼ国内客であったが、水際対策の緩和により徐々にインバウンド客の増加を見込んでいる。一方で急速な来客数の増加に伴い、ホテルスタッフの確保が追い付いていない。業界からの人離れは思っていた以上に深刻な状況で、人材確保に苦慮している。
	○	商店街（代表者）	・10～12月の中心商店街でのプレミアム付商品券の発行に期待しており、ぜひとも盛り上げて、成功に結び付けたい。
	○	商店街（代表者）	・少しずつではあるがインバウンド客が増えている。今後、更に入国規制が緩和されるとのことで、期待している。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・例年であればこれから繁忙期に向かうため、期待も込めて良くなると考える。
	○	百貨店（売場主任）	・大幅な行動制限は恐らく今後もないと考えられ、観光、飲食業界は活況になるとみている。リベンジ消費も見込まれるが、戦争などによる原材料価格の高騰や円安による影響が出てくる業界もあるため、やや良くなる程度にとどまると考える。
	○	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残るが、10月以降の修学旅行やインバウンド、全国旅行支援の開始により、旅行や外出のためのバッグやジャケットといった需要の増加に期待している。また、今年の冬は極寒や大雪になるとの予報が出ており、防寒商材の需要増加も期待している。さらに、灯油や電気代の節約のため新たな需要が生まれるとみており、早々に冬の準備に備えた仕掛けをして需要増加を図れば、1月頃まではやや回復するとみている。一方で、予報どおりの大雪になると1月以降はやや苦戦すると考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・経済対策も含め、業況は少しずつ改善していくと考える。
	○	家電量販店（店長）	・カタールで開催されるサッカーワールドカップによるテレビの販売数増加に期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・10月11日開始予定の全国旅行支援や、各自治体における地域振興支援などの施策が増え、消費者のマインドが回復することをきっかけに消費意欲が高まることに期待している。しかし、物価の上昇を受け、消費に対して防衛意識が強まる懸念もあると考える。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・県外からの団体客はコロナ禍となってから最も予約を受けているが、県民向けのプレミアム付食事券が終了を迎えるため、地元の個人客は動きが鈍ると考える。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が少し落ち着き、人の動きが良くなることを期待する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症第7波が落ち着いてくるとみている。一方で、生活必需品の値上がりで消費行動を抑制する心配もあると考える。
	○	タクシー運転手	・10月11日から全国旅行支援が開始されるため、大いに期待できると考える。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症に対して、予防や対策をしていればよいという人が主になっていると考える。客からもそうした声を聞いている。全国旅行支援が開始されるため、忙しくなると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・年末商戦に伴い、客の新しいスマートフォンへの需要が高まるとみられ、売上が増加すると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・10月からの全国旅行支援の開始やインバウンドの上限撤廃、新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握の簡略化などで、観光客の動きも上向きになる可能性もあり、やや良くなる方向に動くと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波はかなり収束しつつあり、年末に向けて消費活動も活発になってくると考える。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、徐々に活気が戻ると考える。
	□	商店街（代表者）	・10月からの全国旅行支援に期待はしているが、現時点では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているわけでもなく、治療薬ができたわけでもないため、どれほどの効果があるか疑問である。新型コロナウイルスの感染拡大にでもなれば、また大変なことになるという懸念がある。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ゴルフの景品等の需要が増えれば売上が上昇できるのだが、ギフトの動きは変わらないとみているため、このままの状態を推移すると考える。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・商材の値上がりは続くが効果的な経済政策はなく、現状より良くなることはないと考え。
	□	百貨店（販売促進担当）	・引き続き、富裕層向けのラグジュアリーブランド等や限定販売のスイーツなどの食品、物産催事は売上を伸ばす機会があるとみている。しかし、生活必需品の価格高騰の影響で割高感のあるカジュアルウェアや生活関連品は大きな回復がみられず、全体としては大きく伸張しないと考える。
	□	スーパー（統括）	・年末に向けての購買動向は前年より上向きの見込みであるが、為替の影響や電気料金等のコスト増加により、大きな変化はないと考える。
	□	コンビニ（店長）	・しばらく状況は変わらなそうだが、値上げの限界が来たときに、観光客の減少や買い控えなど、客の行動がどう変化するか不安である。
	□	コンビニ（店舗管理）	・ようやくコロナ禍に慣れ、多少のことではこのムードは変わらないと考える。
	□	家電量販店（本部）	・商品の値上げや物価上昇の影響があり、状況は変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・車の入荷状況は以前と比べれば良くなっているが、この先大きく改善する見込みはないため、売上が大きく増加する状況にはならないと考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の納車遅延が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	・円安や物価の上昇、ロシアのウクライナ侵攻の継続などにより、持ち直しの期待が全くできない。
	□	自動車備品販売店（役員）	・10月からの各種の値上げや円安、ウクライナ情勢のため、経済の活発化を期待できない。自動車業界としては新車納期の長期化が一番響いている。
	□	住関連専門店（役員）	・来客数や販売点数の減少により、既に売上が伸びていない。製品価格や生活用品の値上げも止まることがない。さらに、長引いているロシアとウクライナの問題も影響してくると考える。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上悪くならないでほしいと願っている。給料などは上がらないなかで全ての物が値上がりし、ニュースでは新型コロナウイルス感染症の報道ばかりである。新型コロナウイルス感染症のことは、もう少し放置しておいた方が世の中が良くなるのではないかと考える。
	□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症のまん延は予測不可能なので変わらないと考える。全国旅行支援が10月から始まるが、内容からするとオンライン販売に予約が集中するとみられ、今のところの情報では中小の旅行代理店には余り波及効果が期待できないと考える。
	□	通信会社（営業担当）	・新型スマートフォンが発売されたため問合せが多く、見込んでいた数字で推移している。
	□	通信会社（役員）	・年末に向けて商戦期に入っていくが、今のところ特段プラスやマイナスとなるイベントはなく、前年同様の契約者数で推移していくと考える。
	□	通信会社（役員）	・ロシアによるウクライナ侵攻や円安のほか、半導体不足が解消されておらず、仕入価格の上昇を含めて物価が上昇している。
	□	パチンコ店（経理）	・大きな変化要因はみられない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・価格が高止まり状態で、今までは当社より高級なハウスメーカーで契約していた所得層の人たちが、中級メーカーの当社と契約するようになり、客層が変わってきている。契約件数は減少しているが、売上は余り減少しないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔鮮魚〕 (役員)	・年末の繁忙期に向け、観光客などが増えているため売上の増加は見込めるが、一方で仕入価格や輸送費が高騰しており、収益の増加は難しいと考える。
	▲	スーパー (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症に加え、水害などの影響も出てくると考える。
	▲	スーパー (仕入担当)	・来客数の減少は今後も続くともみている。また、年末に向け家庭の支出が増加するなかで、節約志向が顕著になってくると考える。
	▲	コンビニ (エリア担当)	・物価上昇の影響がある。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ問題、米国を始めた金利の上昇による円安などで、景気の後退と物価の上昇が同時に起こっており、購買意識の変化に地道に対応していかななくてはならないと考える。
	▲	家電量販店 (店長)	・各商品の値上げ告知による前倒しの買換えが増えているため、値上げ後の反動がどのようになるのか分からない。
	▲	スナック (経営者)	・国の政策として旅行業界などの支援に力を注ぐ状態で、常連客だけで成り立つような店では期待できないと考える。
	▲	通信会社 (職員)	・物価上昇に伴う消費の鈍化により、やや悪くなると考える。
	▲	その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 (総支配人)	・新型コロナウイルスの感染状況は、変わらず悪いと考える。経費が上昇しており、運営を圧迫している。新年度に会費の値上げを行ったが、既にその効果はなくなっている。2度目の値上げ等の対策を実施していかなければならないが、タイミングを計れないでいる。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・個人の注文住宅は補助金の後押しで、何とか頑張っているが厳しい。この不調を大型リフォーム案件の増加でフォローしているが、どこまで踏ん張れるのか不透明である。
	×	スーパー (店長)	・10~11月には更に値上げが予定されており、ここ数週間は駆け込み需要が見込めるが、その後は消費が冷え込むと考える。
	×	スーパー (店舗管理)	・ドラッグストアとの差別化が図れる総菜部門も、値上げの影響から米飯類の売上が減少している状況のなかで、ドラッグストアは格安の弁当類の品ぞろえを強化している。鮮魚と直売所のみが生命線となるが、それも限界があると考え。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・ファッションやアパレルに対して生活様式が変わった現状では、洋服にそれほど価値観を見いださなくなっている。そのなかで以前の状態に100%回復するのは、恐らく不可能だと考える。
×	住宅販売会社 (営業)	・円安の影響により徐々に資材価格が上昇すると考えられることに加え、政府の物価高対策がみえず、景気の好転要因が全く見いだせない。	
企業 動向 関連	◎	—	—
(北陸)	○	輸送業 (管理会計担当)	・物量の回復や内製化、運賃改定の効果が多少はあり、収益の回復を見込んでいる。
	□	食料品製造業 (経営企画)	・ありとあらゆるコストアップに対して価格転嫁するのにも限度があり、このまま厳しい経営環境が続くと考える。
	□	プラスチック製品製造業 (企画担当)	・ロシアとウクライナ情勢の長期化に伴う供給制約や原材料価格の高止まり、製品価格の値上げの影響により、個人消費は当面本格的には回復しないと考える。
	□	一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内企業の設備投資関連需要の増加により設備部品の受注が増加している。しかし、比較的工数の掛かる製品に偏っていることから、各種材料等の値上げも重なり、採算性は厳しいと見込んでいる。一方で輸出関連は円安効果とあいまって受注は順調なことから、結果として大きな変化はないと考える。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	・為替相場や資材の値動きを見ていると、先行きがなかなか見通せない。
	□	精密機械器具製造業 (財務担当)	・ここ2~3か月で、徐々に悪くなってきている。
	□	通信業 (営業)	・各自自治体等の大きな施策が特段ないため、受注量ベースで変化はないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（融資担当）	・原材料価格高騰の影響と円安の進行により、価格転嫁が進まない企業の収益が悪化している。新型コロナウイルス感染症対策の行動制限がないなかで、宿泊業、飲食業では需要に持ち直しの動きが見られる。個人消費は値上げ前のまとめ買い需要がみられるほか、住宅では安価な分譲物件の需要が増加している。総体的に緩やかに回復傾向にあるが、10月以降の物価上昇が個人消費に影響を与える可能性があるとみている。
	□	不動産業（経営者）	・全体的なことになるが、仕入れ関係の物価がかなり上昇しており、様子見の法人客や個人客が増えていると聞くため、先行きは期待できないと考える。
	□	司法書士	・事務所が駅近辺にあるため、前月同様に新幹線延伸に関連する行政の予算措置を受けての新規事業の話は盛んな一方、駅前通りでも空き店舗が目立っている。駅周辺の建物所有者から、地主の合意が難しく再開発のめどが立たないという話を聞いている。
	□	税理士（所長）	・問題は物価上昇で、企業間での材料関係はかなり値上がりしている。業者間では一応価格転嫁ができていますが、材料費あるいは仕入価格の比率が上がっており、事業としての利益は少なくなっている。今後、人件費にしわ寄せがくる懸念もある。人件費が上がらなければ当然需要も減少し、厳しい状態が続くのではないかと考える。輸出関係に明るい兆しがあるとしても、企業の価格転嫁や人件費がどこまで上がるか次第のため、正直なところなかなか先が見通せない。人件費が上がりが、良い循環になることを望んでいる。
	▲	繊維工業（総括）	・世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注の減少を懸念している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、やや悪くなるとみている。
	▲	建設業（経営者）	・10月1日からの消費財の値上げがあり、家計、企業共に支出の増加が続くと考える。
	▲	建設業（役員）	・資材価格の高騰傾向に加えて最近の円安にも歯止めが掛からず、先行きに一層の不透明感が出ている。
	▲	金融業（融資担当）	・原価上昇が続いており、10月から価格転嫁交渉を行う取引先が多い。ある程度の価格転嫁が進むとみているが、大口取引先の価格転嫁ができない場合は減収減益になると考える。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きとともに、求職や求人の動きが活発になるのではないかと考える。
(北陸)	○	新聞社 [求人広告] (営業)	・現在の流れが今後も継続すれば、各業種で動きが出てくると考える。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・翌月や翌々月の広告の申込状況をみても、現段階で例年並みの出稿を確認できる。また、年末商戦に向けて経済活動も活発になる時期であり、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いていることから、広告出稿の増加を期待している。
	○	職業安定所（職員）	・3か月先は年末であり、例年のように新年に向けて景気が良くなるとみているが、さほど大きな変化にはならないと考える。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・アフターコロナに向け、旅行業や飲食業などへの経済活動支援策が浸透すれば、人の動きが活性化し、徐々に消費の拡大につながると考える。
	□	人材派遣会社（役員）	・景気自体は物価上昇等の影響で若干悪くなるとみているが、労働力人口の減少により求人数が大きく減少することはないと考える。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・大きな雇用の動きが出てこない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前年と比べて増加が続いているが、慢性的な人手不足や、会社の人員構成において高齢者比率が高いため求人を出している事業所も多くみられる。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・円安傾向が続いており、求人の状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	職業安定所（職員）	・物価上昇が続いているものの、それに見合う賃上げが見込めない。最低賃金は上昇しているが、中間層以上の賃金は余り動いていないと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（外商担当）	・富裕層を中心に、海外有名ブランドなどの高額品の商談が、かつてないほど活発に動いている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・クリスマスや年末年始に向けて、新型コロナウイルスの脅威は更に少なくなり、買い控えが続いていた市場はかなり戻る。外国人客の訪日にも期待できることから、売上は増加が予想される。さらに、冬物市場もロングブーツやショートブーツなどの厚底商材がヒットするほか、防寒マーケットも活発化することが予想される。
	◎	高級レストラン（企画）	・全国旅行支援の開始や、インバウンドに対する水際対策の大幅な緩和により、国内外の旅行者の増加が見込まれる。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援のほか、入国規制の緩和でインバウンド需要の増加が見込まれるため、売上の増加が期待できる。
	◎	都市型ホテル（販促担当）	・10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始で、予約の増加が見込まれる。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・入国規制が緩和され、既にインバウンドも回復傾向にある。今後は更に全国旅行支援が開始となり、追い風になることが予想される。
	◎	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の開始が10月11日と発表された瞬間から、客が店に殺到している。
	◎	競輪場（職員）	・年末年始を迎えるため、例年は良くなるが、経済情勢の不透明感に大きく左右されるため、楽観はできない。
	○	商店街（代表者）	・人出は増えてきているが、客足の引きが早いいため、売上が伸びてこない。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・コロナ禍に伴う移動制限が緩和され、国内及び海外からの旅行者の増加が見込まれる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・イベントなども数件あるため、今後は来客数が増加傾向となる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・全国旅行支援もスタートし、このままコロナ禍が落ち着いていけば、景気は少しずつ回復する。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・悪い話ばかりだと、気持ちも落ち込みがちになる。10月以降は、年末に向けた種まきの時期と考え、前に進むだけである。
	○	百貨店（売場主任）	・資産性のある高額品を買う富裕層の動きと、新型コロナウイルスの感染縮小で動き出した観光客の需要で、商売が活発化してきたと感じる。
	○	百貨店（企画担当）	・海外からの観光客の増加や、新型コロナウイルスの感染状況の収束による好影響が出る。
	○	百貨店（マネージャー）	・行動制限の緩和に加え、観光促進策などが強化される傾向にあり、更なる景気の改善が予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・10月11日からスタートする全国旅行支援により、観光需要が更に力強さを増す。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・前年の後半も新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、来客数が12月後半まで回復傾向となった。今年も同じ動きとなれば、景気の回復が予想される。今後は物産展などの集客イベントを強化し、客の呼び込みやインバウンド効果などに期待したい。
	○	百貨店（販売推進担当）	・円安がこのまま続き、海外旅行者が増えれば、インバウンド売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を大幅に上回る可能性がある。
	○	百貨店（店長）	・年明け頃に、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることも予想されるが、もう慣れてきたため、以前のような外出意欲の低下はない。来客数が確保できれば、今後は売上の回復が見込まれる。さらに、インバウンドの入国規制の緩和が、都心店舗の活性化につながることは間違いない。
○	百貨店（外商担当）	・海外からの旅行者の入国規制が緩和されることが決まり、新型コロナウイルス感染症の発生前ほどではないものの、インバウンド売上が見込めるため、売上の拡大につながる。	
○	百貨店（マネージャー）	・入国制限の緩和による、インバウンド需要の増加がプラスになると予想される。国内消費は物価上昇の影響を受けるものの、購入する価値や場面、分野などに意味を見いだした消費が伸びると予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（経営者）	・コロナ禍の収束宣言が出て、観光やイベントで人が動くようになれば、景気の回復が期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・電子通貨やプレミアム付商品券の配布など、自治体によるキャンペーンがあり、年末に向けた消費の後押しに期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・一定数の在宅勤務はこれからも続くものの、出勤者数も以前の9割程度には戻りそうである。さらに、外国人の入国制限の廃止に伴い、インバウンド需要の増加にもかなり期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドの水際対策が緩和され、9月には1日当たりの入国者数の上限が2万人から5万人に引き上げられた。全国では月に40～45万人程度訪れることが予想されるため、売上は10から15%増える見込みである。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍が落ち着いてきたため、景気の回復を期待したいが、物価の上昇による影響が不安である。
	○	衣料品専門店（店長）	・約3年間、猛威を振るっていた新型コロナウイルス感染症の影響がやっと落ち着き始め、客の流れも良くなってきている。この流れが年末にかけて続くと予想される。
	○	衣料品専門店（店員）	・スマートフォンの専用アプリを導入し、ポイント制度も取り入れるため、上向くことが予想される。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・コロナ禍の収束に期待している。
	○	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍が落ち着いてきたこともあり、旅行やアウトドアなどの経済活動が活発になることを期待している。また、今年は厳冬の予想もあり、暖房器具を中心に季節商材の伸びも期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・現状からすると、新車の供給量は回復すると予想されるため、良くなることを願う。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・商品の供給量が増えてくと予想している。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・10月からの値上げは仕方がないが、最低賃金も上がるなか、賃金全体の上昇が可能であれば、デフレからの脱却も可能と考えられる。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・プレミアム付商品券による販売の促進が、少し見込まれる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・これから年末にかけて予約人数が制限されなければ、忘年会や食事会での利用が増える。
	○	一般レストラン（経営者）	・海外から日本への入国制限が徐々に緩和され、インバウンドの需要が増えることで、消費は増加すると予想される。また、全国旅行支援のキャンペーンにより、旅行者の消費の増加は加速する。ただし、物価の上昇による仕入れの圧迫や、飲食店の従業員不足、広告費などの増加で、利益を出すまでには時間が掛かる。
	○	一般レストラン（企画）	・Go To Travelが全国旅行支援となり、海外旅行での水際対策も見直される。今後は人の動きが活発化し、景気は良い方向に向かうが、円安やウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰は収まるとは思えないため、引き続き経営環境は厳しい。
	○	一般レストラン（店員）	・9月から値上げを行ったが、影響はみられない。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が2年間も続き、家に籠もってばかりでは経済が回らないため、旅行にも行くようになっていく。完全に戻るとは思えないが、徐々に以前の状況に戻っていく。
	○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の収束が、景気を左右する要素となる。現状は少し収まってきたため、良くなってきている。
	○	観光型ホテル（経営者）	・10月11日から全国旅行支援が始まるため、来客数の増加に期待している。ただし、10月1日から10日までの支援策がまだ正式発表されていないため、その間の予約は非常に少ない。
	○	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の情報が流れ、待ちの状態ではあるが、3か月後は需要が見込めそうである。
	○	観光型旅館（団体役員）	・10月から開始される全国旅行支援への期待感が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・一時的には、人数を減らしての宴席やレストランでの会合が増えそうだが、年末以降は新型コロナウイルスの感染第8波の発生が懸念される。全国旅行支援については、若干ながら期待が持てる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・県民割の効果や、全国旅行支援による観光需要の拡大が期待される。ワクチン接種が進むなど、ウィズコロナの時代への変化も進んでいる。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・海外からの入国制限も緩和され、宿泊需要は高まるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前にホテルを増室した影響で、売上の回復はなかなか進まない。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・入国者数の上限廃止に伴うインバウンドの増加や、全国旅行支援の効果に期待したい。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・売上や稼働率も徐々に良くなっており、このまま新型コロナウイルスの感染第8波が来なければ、10～11月の稼働率は80%台を超える可能性も出てきた。レストランはほとんど変化がないが、宴会部門では、ここ数年なかった忘年会の問合せや予約が増えている。
	○	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が発表になり、来店や電話による問合せが多いため、一時的に受注が伸びる。また、水際対策の緩和に伴い、インバウンドも増える。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が開始されるため良くなる。
	○	旅行代理店（支店長）	・10月11日から全国旅行支援が始まれば、これまでのリベンジも含めて、客の旅行マインドは高まる。新型コロナウイルスの感染対策を講じながら、ウィズコロナでの新たな交流のスタイルが生まれると感ずる。
	○	タクシー運転手	・新聞の折込広告をみても、旅行などのキャンペーンがよく出ている。それに伴い、当地を訪れる人も増えているため、今後も改善傾向が期待される。
	○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に敏感に反応する業種であるが、感染第7波の影響は過去の感染拡大期よりも小さかった。現在は感染状況が収束傾向にあるため、更にステップアップした回復がみられると期待している。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・物価の上昇による消費への影響はあるが、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いており、年末商戦に向けた動きが活発化すると予想される。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・入国制限の緩和に伴い、インバウンドの来客増加に期待したい。
	○	美容室（店員）	・年末に向けた予約は入っているため、景気は戻ると予想される。
	○	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍も収束に近づき、全体的に経済活動が活発化する。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来場客のうち、見込み客が増加している。
	○	その他住宅[住宅設備] (営業担当)	・半導体不足による欠品がやや改善され、来月以降の改修工事の予定も埋まってきた。ただし、最盛期の安定供給にはまだまだ至っていない。
	□	一般小売店[時計] (経営者)	・食品関係の値上げが相次いでいるが、時計関係も今年2回目の値上げ情報が入ってきている。生活での優先順位が下がることは目に見えており、景気の良くなる材料がない。
	□	一般小売店[衣服] (経営者)	・冬物衣料が動く時期であるが、今後の新型コロナウイルスの感染状況が予測できない。また、10月以降は多くの商品が値上がりするため、この冬は更に厳しい状態になることが心配である。
	□	一般小売店[呉服] (店員)	・高額の呉服は生活必需品ではなく、ぜいたく品になるため、買い控えの対象になっている。
	□	百貨店(売場主任)	・円安の進行や物価の上昇など、経済面での不安が高まっている。内需は厳しく、インバウンド需要に期待したいが、以前のような動きにはならない。企業業績の回復が遅れているほか、コストの上昇もあり、消費者の所得の増加も期待できないなか、景気の改善は当面見込めない。
	□	百貨店(サービス担当)	・10月からの食料品を中心とした値上げの影響で、売上の減少が懸念されるが、食料品フロアに関西初出店の新店舗が入るため、集客の増加が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（販促担当）	・今月の動きが続くと予想している。新型コロナウイルスの一定の感染は続いているが、予防策を徹底し、生活を楽しむ動きが期待される。コロナ禍を気にした提案ではなく、そのときを純粋に楽しむための提案を行っていききたい。特に、近場に様々な形で出掛ける提案を続け、消費を促していききたい。
	□	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の収束で、外出や旅行の増加はみられるものの、値上げの影響と相殺され、状況は大きく変わらない。
	□	百貨店（宣伝担当）	・歴史的な円安といった消費者心理への不安要素が多く、大幅な賃金上昇も期待できないなか、売上も厳しい状況が続くと予想している。一部ではインバウンド需要の回復に期待しているが、以前の売上に戻るための起爆剤にはならない。
	□	スーパー（店長）	・全体的な経済活動は上向くが、これまで特需を受けていた食品中心の小売は元に戻るため、ここ2年間の実績を維持することが厳しくなる。
	□	スーパー（店長）	・コロナ禍に伴う行動制限がなくなり、旅行や行楽、飲食などでの自由な行動が増える一方、各メーカーの値上げラッシュにより、消費に対して慎重になってくる。
	□	スーパー（企画担当）	・来客数の少ない状態が続く。
	□	スーパー（経理担当）	・全国旅行支援が始まり、日常生活への新型コロナウイルス感染症の影響も薄まるなか、消費者の興味は商品の値上げに完全に移っていく。インターネットでのまとめ買いや外食の節約など、業態の枠を超えた競争が激化し、生き残りをかけた戦いとなる。
	□	スーパー（社員）	・客の低価格志向が強まっているため、物価が安定するまでは厳しい状況が続くそうである。
	□	コンビニ（店員）	・近隣のホテルや飲食店にもにぎわいが戻りつつあり、しばらくはこのまま順調に進んでいくと予想される。客層の動きでは、若い外国人の来店が増えていると感じる。
	□	コンビニ（店員）	・地域のイベントなどが再開できれば、少し期待できるが、まだまだ一部にとどまる。
	□	コンビニ（店員）	・相次ぐ値上げに伴う影響が心配される。
	□	乗用車販売店（経営者）	・仕入価格が高過ぎる。相場が流動的で価格設定が難しいほか、部品の回転が遅い。
	□	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は順調に入ってくるが、新車の納期が以前よりも伸びていることが状態化し、販売状況は良くない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・一部の客層に頼って商売をしている印象で、根本原因が解決されなければ、全体の売上は上がってこない。
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末に向けて売上は増えてくるが、季節的な動きであり、景気は低迷したままとなる。コロナ禍により、外食では客の帰宅時間が以前よりも早いため、閉店時間を早めている店も多い。夜12時まで開けていた店も10時には閉めている。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・来客数は増加傾向にあるが、客単価、買上点数共に悪化している。食品や日配品の売上は堅調であるが、嗜好品は若干減少傾向にあり、しばらくはこの傾向が続くと予想される。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・今の状態がしばらく続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いては拡大するという状況で、それを気にする人は出歩かず、外食もしない。
	□	タクシー運転手	・今後はウィズコロナに伴うリスクの軽減も進みそうであり、期待が持てる。
	□	タクシー運転手	・特別な行事もないため、横ばいの状態が続く。
	□	通信会社（経営者）	・現時点で同業他社の話を聞いても、受注が増えているといった声は少ない。
	□	通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、日常の生活が戻ってくれば、多少の景気の改善は期待できるかもしれない。今後は個人消費の回復に期待したいところであるが、物価上昇も続いているため、全く期待できる状況にはない。
	□	通信会社（営業担当）	・円安が進んでいるが、影響を受けにくい業界であるため、横ばいの推移が続くと予想される。
	□	観光名所（企画担当）	・10月の全国旅行支援に期待しているが、それほど大きな回復にはつながらない。
	□	ゴルフ場（支配人）	・予約数や来場者数は若干減少傾向であるが、1人当たりの単価が上昇傾向となっている。今後の仕入価格の上昇もあり、2～3か月の売上には大きな変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせている反面、急激な円安やエネルギー価格の上昇によるインフレが消費に悪影響を与えることで、当面は様子見の状況が続く。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波はピークを過ぎつつあるが、まだ多くの新規感染者が発生しているなか、プロ野球やコンサートには多くの来場がみられる。なお、3か月後の状況は不透明であるため、現状と大きく変わらないと予想している。
	▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・物価の上昇により景気は悪くなる。
	▲	百貨店（売場主任）	・食料品を含め、世界情勢の変化で大幅なインフレが懸念される。10月以降は食料品でも多くの商品で値上げが予定されており、先行きは非常に不透明である。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第8波の到来が確実視されるなか、一定の影響が出ると認識している。特に、人流の増える年末年始は新型コロナウイルスの感染状況次第となるため、今のところは不透明である。
	▲	スーパー（経営者）	・年末にかけて、値上げが更に幅広く実施される。円安の影響もこれから出てくるため、輸入に頼る生鮮品を含め、食料品価格の上昇は止まらない。客の低価格志向は更に強まるため、オーバーストアの影響も加わり、厳しい状況が続く。
	▲	スーパー（店長）	・今後も価格の上昇により、まとめ買いなどが少なくなる。
	▲	スーパー（店長）	・コロナ禍による景気への影響は、一時期と比べて減少しているが、食品の値上げ報道が客の消費動向に大きな影響を及ぼすと予想される。一方、小さな動きであるが、旅行関連の商品は好調である。
	▲	スーパー（店員）	・10月から更に値上げが進むため、状況はかなり厳しい。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・10月以降の各種商品の値上げと、その報道状況から、一定期間は財布のひもが固くなることは否めない。一定期間の経過後、節約疲れが見え始めるまでは、販売状況の落ち込みが続くと予想される。
	▲	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらないが、賃金は上がらない。政府の景気対策も不十分であり、これから景気が良くなる見込みはない。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金の改定に伴い、雇用者の労働時間や賃金が増えるため、企業側も慎重にならざるを得ない。
	▲	コンビニ（店員）	・当店は近所の常連客が多く、高齢の客もよく来店するが、様々な物の値上がりの話が聞き増え、買物の量や金額を節約していると感じる。
	▲	コンビニ（店員）	・どんどん寒くなり、客足も少なくなる。
	▲	家電量販店（経営者）	・補助金効果の縮小により、販売量が減少する。
	▲	家電量販店（店員）	・10月以降の値上げが、一番影響が大きい。最小限の買物で済ませ、冬のボーナス支給時期までは静観する動きが増える。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・円安に伴う原材料費の上昇で、物価の上昇につながる。
	▲	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・日本が金利を上げても、景気が悪くなるとは限らない。まず日米金利差をなくして、円高に誘導し、輸入材料の価格を下げるのが得策である。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・これから行楽シーズンを迎えるが、物価の上昇による家計への影響が懸念される。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・インフレのほか、日本や米国での株価下落の影響が出る。
	▲	テーマパーク（職員）	・近隣の国がウクライナに侵攻したり、台湾有事が懸念されたり、近海にミサイルが撃たれるような状況で、防衛力の強化などの具体的な対策を採っているようにみえないなか、景気が回復するとはとても思えない。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数が減少する。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・日用品や食品などの相次ぐ値上げで、買い控えが増える。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築関連ではまだまだ原価が上昇している一方、販売価格には反映できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（従業員）	・株価が下落しており、都心の高額タワーマンションの売行き鈍化が鮮明になる。それに伴い、周辺のファミリーマンションを含めた市況全体の悪化につながる。
	▲	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）	・円安の影響で、消費は減少していく。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への出展企業の契約件数が減少している。これは、前月頃から各社が建築材料の価格高騰で建築単価を上げた影響であり、今後も購入者による様子見が続くそうである。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・更なる価格の上昇が見込まれるため、市場の冷え込みが懸念される。
	×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・世界の政情不安によって悪くなる。
	×	百貨店（商品担当）	・物価の上昇や、円安、株安、不安定な世界情勢など、生活を直撃する要素や、心理的に悪影響を与える要素が多過ぎる。
	×	コンビニ（店長）	・10月は今まで以上に値上げ商品が増えるため、さすがに家計の負担が大きくなり、買い控えや買上点数の減少につながると心配している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・10月からの生活必需品の値上げラッシュにより、全国旅行支援などの景気刺激策も有効に機能しない。新型コロナウイルス感染症の発生前の動きには戻らず、洋服の需要の減少傾向にも変化はない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今の時期に服を買わなければ、買わない癖がついてしまう。服を買う習慣がなくなれば、売上の伸びる見込みもない。
	×	家電量販店（店員）	・10月から家電が値上げとなり、配送費や工事料金も値上がりするため、前年よりも厳しくなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・政府、日本銀行による為替介入はあったが、効果は一時的なものであり長続きしないため、根本的な対策を講じてほしい。
	×	住関連専門店（店長）	・原価の押し上げによる価格の高騰に反して、客の平均予算は減っている。この傾向は顕著であり、長期化が懸念される。
	×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇やウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰は、すぐに解決する見込みがないため、今の状況が続く。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安の進行や物価の上昇が続いている影響で、消費がますますシビアになっており、来客数、売上共に増える要因が見当たらない。
	×	一般レストラン（店主）	・全国的には新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるが、地方の観光地は、観光客の増加で新規感染者数が増えている。
	×	通信会社（社員）	・目標数値の見直しもあり、今まで以上に他社からの乗換えに注力せざるを得ない。販売数が増えたとしても、費用の持ち出しやインセンティブの減少により、粗利益の確保が更に難しくなる。
企業動向関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・現在の海運のひっ迫や運賃の上昇には改善の兆しがみられるが、円安についてはまだまだ厳しい状況が続くそう为先が読めない。現状の商品以外にも取扱品を増やし、増収増益を目指していく。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体の微細化が進んでおり、その影響が当社にとっては大きなプラスとなっている。
	◎	広告代理店（営業担当）	・今年になって、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・人流が少しずつ増えており、イベントなどでも人が増えているため、同時に飲料水も売上が少し伸びる。
	○	化学工業（管理担当）	・車載関連の需要の回復が続くと予想している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えており、受注も微増となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	・インバウンド等の活性化策が増えれば、観光関係の広告も増えると予想されるが、現時点では不透明である。
	○	経営コンサルタント	・今後は経営の合理化や販売促進、人材育成などが総動員されるため良くなる。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・経済全体でコロナ禍を脱する動きが進んでいるため、政府がそれを後押しすれば、年末に向けてマイナス材料が減っていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（従業員）	・多くの商品が値上げになり、当社も利益率が大幅に落ちている。特売品の販売増加で何とかしのいでいるが、長続きはしない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大きな増産の情報がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・以前と比べて新型コロナウイルス感染症の影響が感じられなくなり、客にも攻めの姿勢が感じられるため、今後も好調に推移する。
	□	化学工業（経営者）	・売上にはやや持ち直しの兆しがあるが、原材料価格の高騰により、収益率はこれ以上の回復が見込めない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・従来であれば業績が上がるはずの対応をとっているが、いまだに現状維持である。国内の案件については、しばらく今の状況が続くと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・半導体などの部品の供給が正常に戻るまでは、期待できない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・小口の案件は受注できているが、大口案件は低調である。さらに、円安の影響で、受注済み案件の支払が予想以上に増えている。為替の変動で当社のような企業の採算が悪化するとは考えてもいなかった。受注が回復しても採算が悪化するため、業績は改善しない。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品の供給不足は、まだ中小企業で改善されたとは感じられず、仕入先からは明確な回答もない。このような状況では計画も立てられない。
	□	建設業（経営者）	・資源価格の高騰や円安などのマイナス要因もあるため、状況は変わらない。
	□	建設業（経営者）	・今後も建設資材価格の高騰や不確定な納期、働き方改革による工期の延長が増えてくれば、建設コストも高騰し、設備投資計画に影響が出る。
	□	輸送業（営業担当）	・円安が改善されなければ、良くならない。
	□	輸送業（営業担当）	・世界の水準と比べて、今の日本の人件費は安いらしく、最近では他業種の工場で荷物の動きが増えている。
	□	金融業（副支店長）	・取引先との会話のなかで、今後3か月先の受注は増えるという声は少ないため、現状から変化はない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・景気を良い方向に導くべき政府の動きが遅く、先が読めない。企業の戦略という次元ではなく、国のかじ取りの悪さが日本経済を悪化させているように感じる。せつかくコロナ禍が収束しそうな今、せめて上向きの流れに乗って、日本経済を良い方向に引っ張ってほしい。
	□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるとはいえ、ロシアのウクライナ侵攻や円安による物価の上昇の影響が大きく、景気の回復は難しい。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・値上げによる消費マインドの低下は、今後ますます厳しくなる。一方、10月から始まる全国旅行支援や入国規制の緩和により、冷え込んだ消費も多少は回復に向かう。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・コロナ禍のなかでも経済は動いているが、以前のイベントや商品開発ができないため、前に進めないのが現状である。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後3か月では変化がなく、来年度の予算取りのための下準備を始めている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・付加価値商品以外は、中国やベトナムからの輸入品が中心であるため、急激な円安で利益率に悪影響が出ている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・雇事が変わっても、結局は同じ来店客に販売するため、価格競争や値引きが増えている。
	▲	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品需要期を迎えるが、原材料価格の高騰が改善する要因が見当たらない。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安による燃料費の高騰や、諸要因による更なる物価の上昇が続いている。日本の場合は特にデフレ状態が長く続いたこともあり、賃金が上がりにくく、物価上昇による実質賃金の目減りにつながっている。政府は、ガソリン価格の抑制などの対策を実施しているが、景気を下支えするまでには至らず、景気はやや悪くなると予想される。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・依然として大手の取引先への価格転嫁が進まず、採算が厳しい。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に合わせて収入が増えるわけではない。
	▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・いろいろなジャンルでの商品の値上げが、消費に影響する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・また10月になれば、材料価格が値上げとなる。
	▲	建設業（経営者）	・10月からの、建築資材や住宅設備機器等の一斉値上げによる影響が懸念される。
	▲	建設業（営業担当）	・資材価格や労務費の上昇により、建築主から価格の見直しへの了承を得なければ、プロジェクトの損益が圧迫されるおそれがある。ただし、建築需要が供給を上回っている状況もあり、柔軟に対応してもらえるケースも多い。
	▲	輸送業（経営者）	・来月からの値上げに向けて、ほとんどの業者が大量に在庫を抱えているため、この先は荷動きが大きく落ち込むことになる。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・10～11月は売上が元々低迷する時期であるが、今年は新型コロナウイルス感染症の影響もあるため、更に低迷する。
	▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも暇という言葉しか聞かれず、実際に動きが全くない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・世界情勢が不安定であるため、景気後退のリスクが高まる。
	×	通信業（管理担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響で、更に悪くなる。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきても、今後も店舗の空室はなかなか埋まらない。今はネットショッピングが増え、実店舗での購入は減少している。今後も空室率の上昇や賃貸市場の低迷により、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機を含めて世界情勢が不安定な上、原油価格の高騰もあり、物価の上昇につながっている。
	雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（営業担当）
○		人材派遣会社（支店長）	・11月は一旦悪化するものの、来年1月以降は年度末の駆け込み需要が出てくる。
○		人材派遣会社（管理担当）	・訪日外国人観光客の受入れの緩和や、全国旅行支援の開始により、業界に良い影響が出てくる。ただし、不安定な世界情勢や急激な円安など、不安材料も残る。
○		人材派遣会社（営業担当）	・求人の時給が右肩上がりで見られていることを考えると、新規求職者に対する時給が上がることで、既存社員の給与も上げざるを得ない企業が出てくる。
○		アウトソーシング企業（社員）	・期末手当の時期となるため、景気はやや上向く。
○		職業安定所（職員）	・コロナ禍への慣れに加え、新型コロナウイルスの新規感染者数がそれほど増えていないため、景気は回復傾向にある。
○		職業安定所（職員）	・就職件数は4月まで前年比でマイナスであったが、5～6月はプラス、7月は微減、8月は1割の減少であった。9月は新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、企業の採用意欲が高まりつつある。
○		民間職業紹介機関（営業担当）	・10～12月にかけては、秋冬のインターンシップが実質的な会社説明会となるため、その広報に力を入れる企業が今年も増えそうである。特に今年に関しては、対面での業界研究イベントの参加にも、積極的な企業が増えている。
□		人材派遣会社（経営者）	・今月に入り、年末に向けての慌ただしさが久しぶりに戻ってきたと感じるが、経営者はこれが本物かどうか慎重に見極めている。景気に火がついたときに乗り遅れないように、今までよりも少し多めに人材を確保する動きが出てきている。
□		人材派遣会社（営業担当）	・円安の影響でインバウンド需要が増えるため、観光関連企業の活気が戻りそうである。
□		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政府も為替市場への介入などでこ入れを図っているものの、根本的な解決にはならない。
□		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・政府、日本銀行の為替介入にもかかわらず、円安の進行には歯止めが掛からず、今後もインフレは進行するとみられる。海外でも、ウクライナ問題や台湾を巡る米国と中国の対立が激しくなっている。何か1つでも解決の見通しが立てば、景気が上向き可能性もあるが、解決が見通せない状況では、企業が前向きに求人を増やすことも考えにくい。この先も景気の状態は変わらないと予想される。
□		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は増加傾向であるが、求職者数が横ばいのため、2～3か月先も現状と大きくは変わらない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・インパクトのある政策を期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・インバウンド需要の回復期待や、先を見据えた人材の確保など、企業の求人意欲は高い状況が続くそうである。一方、新型コロナウイルスの感染第7波が収束に向かうなか、人流の回復や行動自粛の緩和はプラス材料であるが、不安材料もある。物価の上昇や最低賃金の引上げ、社会保険の適用拡大などが求人や求職に与える影響次第では、人手不足の更なる深刻化や、勤務時間が週20時間未満の在職求職者の増加などで、労働市場が停滞する可能性は高い。
	▲	人材派遣会社（役員）	・派遣依頼の伸びが鈍化しているほか、登録者の確保にも苦戦している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドの入国規制の緩和などで景気の上振れを期待するが、円安などの影響で、関西の地元企業の販売促進費は削減が予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求職者の動きは、前年度は長引くコロナ禍による将来への不安から、在職者が情報収集をかねて新規求職する動きが増えた。現在は新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ多いため、感染を恐れて求職活動を控える動きが見られる。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・各事業所の中で、資材価格や物価の上昇による悪影響が徐々に広がっており、今後の採用計画には不安がある。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・いつ景気が腰折れしてもおかしくないと感じる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・10月からの値上げラッシュに伴い、個人消費が落ち込む。所得が減るなかで、政府の対策は追いついていない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・インフレのほか、米国や世界経済の景気後退の影響を受け、日本の景気も後退傾向にある。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・円安で企業業績が改善し、景気が良い方向に向かう。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	・現在の状況が継続すれば、今後も景気が上向く。
(中国)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援や入国制限の緩和など、前向きな話題が多いため、今後、景気は良くなる。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	・行楽シーズンに入ると、宿泊や日帰り宴会の予約が徐々に増えてきそうで、全国旅行支援が開始すれば更に利用者が増加する。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・10月からの全国旅行支援の開始による観光客の増加や入国規制要件の緩和によるインバウンドの増加で、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・政府の海外旅行者の受入れ緩和策によるインバウンドの増加や10月からの全国旅行支援の開始による国内旅行者の増加で、景気は良くなる。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・売出しのイベントが少しずつ増えてきて、来客数が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増加傾向にある。全国旅行支援、近隣での行事やイベントの復活が後押しとなり、客の外出機会が増加し、需要が回復する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・9月は天候にも恵まれ、好調であったが、競合店が店を閉めている間に、競合店から客を奪えば、今後も好調を維持する。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数が回復し、売上も前年と比べ伸長する。ただし、値上げ商品が多く、買い控えが発生することも念頭に入れておかなければならない。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の攻勢と新車の供給が徐々に整ってきているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・納期の長期化や新型コロナウイルス感染症対策等の現状を踏まえた販売促進ができていない。新型車の導入もあるため、今後、業績は上向く。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、年末に向けて、景気も多少上向く。
	○	乗用車販売店（店長）	・長納期がやや改善傾向にあり、販売促進しやすくなるため、今後、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今の雰囲気が続けば、景気は上向きになる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・海外からの旅行客の受入れも始まったため、今後、すぐにはないが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近いといえる。インバウンド客が戻ってくると景気が良くなるため、来年の春に注目している。
	○	一般レストラン（店長）	・今月に入り、インバウンドが徐々に増加してきており、来月、再来月の予約も増加傾向なので、景気は徐々に回復していく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、今後、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が開始すれば、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援が開始すれば、景気は一時的に回復する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にある状況で、全国旅行支援が開始するため、来客数が徐々に回復する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・現在でも旅行や移動の行動制限はなく、地域限定の県民割を活用した観光客などが増加し、個人客が戻ってきている。10月に全国旅行支援が開始すれば、更に弾みがつく。また、入国者数の上限撤廃になればインバウンド団体の受注も加速する。
	○	旅行代理店（支店長）	・10月に開始する全国旅行支援で、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にある状況で、地域クーポンの効果などもあり、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・イベントが開催されるようになり、今後、夜の街も人出が増加する。
	○	通信会社（経理担当）	・エリア拡張に伴い、サービス提供対象者が増加するため、新規加入者が増加する。
	○	通信会社（企画担当）	・日常生活品が値上がりをしていても、通信関連の商材は価格変更がなく、客が家計費を節減している状況では、むしろ通信関連のサービスの需要が増していく。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するため、景気はやや良くなる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・全国旅行支援が開始すれば、県外からの観光客が増加し、景気はやや良くなる。
	○	観光名所（管理担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症に関する規制がなくなり、人の外出意欲が新型コロナウイルス感染症発生前に戻る。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・繁忙期に入り、予約が好調、インバウンドの予約も動き出したため、今後、来客数は増加する。
	○	美容室（経営者）	・外出者が増加傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	□	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているが、まだまだ人々に不安材料が残っているため、消費が上向かない。
	□	商店街（代表者）	・新規開業した店舗もあるが、すぐに景気に反映されるとは考えにくい。様々な物の値上げもあり、消費者、特に高齢者が敏感になっていることから、景気は良くなる見込みはない。
	□	商店街（代表者）	・客がネットで買えるものは店に行かず、ネットで購入し、来客数が減少傾向にあるため、今後も景気は変わらない。
	□	商店街（代表者）	・人出は増えても、売上につながっていないため、今後も景気は変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が上向き要素が何もないため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・人出が増えているものの、依然として、不安が残るため、景気は変わらない。
	□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和され、人の動きが活発になれば、景気は多少回復していく。ただし、再び新型コロナウイルスの感染が拡大する心配もあるため、感染に対する完璧な対策が施されない限り、急激な景気回復はない。
	□	百貨店（営業担当）	・今年こそコートなどの重衣料が動くと思っていたが、残暑や台風の影響で動きがなく、売上が伸びていないため、今後も景気は良くなる見込みはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、旅行などに出掛ける人が増加する。新型コロナウイルス感染症発生前までには戻らないが、衣料品の需要もある程度回復する。ただし、食料品などの物価の上昇もあるので、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・今後も現在の状況が継続し、消費が少しずつ好転していくと考えられるが、新型コロナウイルス感染症の発生で変化したライフスタイルが継続するため、景気自体は変化しない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・気候の関係で秋物の動きが不調だが、食品は堅調である。10月からの値上げの影響も少ない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が下げ止まっているが、あらゆる商品群において価格が上昇し、景気の回復を阻害する要因が残っているため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も食料品中心に値上げが進み、各社競合の売価政策により浮遊客が増加する。また、電気料金等の値上がりによる大きな負担増となり、客の節約傾向が強くなる。現在と同じく、客が割引催事へ集中し、平日との差は更に大きくなる見込みである。クリスマスや年末商戦についても、帰省の有無、新型コロナウイルスの感染状況、値上げの動向などに左右されるため、先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ここ半年間の動きから判断すると、景気が劇的に良くなることはない。ただし、今後、値上げラッシュが進むと、ディスカウントショップにとって追い風となる部分もあるため、景気が悪くなることもない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が徐々に落ち着いてきているが、今後も商品の値上げが続くため、景気の回復はまだまだ先になる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客が商品の値上げに対応し、購買頻度を低くする傾向が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・10月以降、商品の値上げが進み、客が安く買物を済ませることができなくなるため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくなり、来客数が前年と比べ、増加してきているが、10月からの酒類値上げの情報もあり、値上げに応じた客の節約意識が根強く継続すると考えられるため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・値上げの影響がどこまで及ぶかわからないが、販売数が減少しても、単価は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・今後も商品の値上げが続き、客の買い控えが続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・多くの物が値上がりしており、呉服業界も白絹や工賃が上昇していることから、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・景気が劇的に良くなる要因が見受けられないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少のスピードが遅いため、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・暖房器具や年末商戦に期待したいが、現状から判断すると、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・特に具体的な経済政策がないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・注文から生産に時間が掛かるため、景気はすぐには良くならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・受注が増加しても、工場の非稼働が続き、製品が入らず、売上につながらないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車両の納期遅れが深刻で、注文があっても売上は3か月から12か月先となっている。当面の売上がなく、経営はかなり厳しいものとなっており、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・人々がいろいろな物の値上げで余裕がなく、観光に回す金を捻出できないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・円安基調にあり、商品が値上げしても、給与が変わらない状況で、余分な出費を控える客が多いため、今後も客の財布のひもは固いままである。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・10月以降、円安に伴う生活必需品の値上がりや電気、ガス料金の上昇などもあり、可処分所得において重要度が低い外食やレジャーの節約志向がますます進む。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・今後も団体旅行は期待できないが、個人旅行の需要が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・夜の状況は良くないが、今後、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、観光客が増加してくるため、多少は人の動きが出てくる。
	□	競艇場（企画営業担当）	・売上がおおむね横ばいで推移する。
	□	設計事務所（経営者）	・住宅ローン金利は据え置かれているものの、賃金は上昇せず、しばらくは物価高の状況が続くため、景気は良くならない。
	□	設計事務所（経営者）	・ロシアによるウクライナ侵攻が長引きそうで、建築費が安くなる状況ではないため、まだまだ景気は良くならない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・資材価格の高騰がまだまだ続き、客の購入意欲が盛り上がる要素がないため、景気は良くならない。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げが進み、客が食費を抑える方向で、買物行動を起こすので、実質賃金が増えない限り、厳しい状況が続く。
	▲	百貨店（販売計画担当）	・個人所得の停滞や原価高騰による物価上昇の影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・ここ3～4か月、何かしら商品の値上げがあり、10月にも大幅な値上げの予定があるため、今後、客の買い控えが起きる。
	▲	スーパー（総務担当）	・客単価の上昇が商品価格の値上がりの影響であれば、これから先が心配される。
	▲	コンビニ（支店長）	・値上げや光熱費の高騰の影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・このままでは当然冬商品も値上げされるため、客が冬のレジャーを控えるようになれば、売上がますます低迷する。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・政府が新型コロナウイルス感染症に関する行動制限を緩和しているが、人々がまだ安心して行動していないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	・10月から年末までは、食品を中心とした物価や燃料価格の上昇が避けられないため、今後、景気は冷え込む。
	▲	通信会社（営業担当）	・生活必需品の値上がりが続いている状況で、何ら光明が見えないことから、客の消費意欲は更に減退する。最低賃金の上昇についても、税制優遇における上限の壁の話題ばかりが目立っている。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルス感染症は特定業種に大きな影響を及ぼしているが、光熱費を含む物価の上昇は、等しく国民全体に影響を及ぼすことから、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・2～3か月では客の心理が余り変化しないため、従来の状況に戻るにはまだ時間が掛かる。
	▲	美容室（経営者）	・慢性的な人手不足で客の要望に応えられないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・新築等の需要が鈍く、リノベーションの売上ではカバーできないため、景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・物価の上昇が落ち着く様子がないため、しばらくは今の状態が続く。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・世界経済の影響といずれ訪れるであろう金利上昇を踏まえた将来ビジョンの形成が住宅業界に大きな影響を与える。
	×	スーパー（業務開発担当）	・年末に向け、家計の防衛意識が一層強まり、財布のひもが固くなる。
	×	スーパー（財務担当）	・資源価格や原材料価格の高騰による販売価格の上昇で、1品単価は上昇するものの、客の節約志向が強まるため、来客数や買上点数が減少し、売上の前年割れが続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・年末から来年までは、多くの物が値上がりし、客の買い控えが続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・所得に変化がなく、物価だけが上昇する状況が続くため、客がますます買い渋るようになる。
	×	家電量販店（店長）	・円安の影響で、物価が高くなっており、これから1年間は客が消費を抑制する傾向になるため、景気は悪化する。
	×	住関連専門店（営業担当）	・商品価格の上昇が止まらない状況で、特に客の耐久消費財の購買意欲の低下が顕著になっているため、今後も来客数の減少が続く。
	×	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる材料がないため、景気は更に悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・物価が上昇傾向にあるため、客の購買意欲が低下する。
	×	テーマパーク（管理担当）	・物価上昇対策が実施されないため、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・自動車メーカーの生産が順調であるため、今後も繁忙期が続く。
	○	化学工業 (総務担当)	・円安等の問題はありますが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、景気は現状よりは良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・受注元の内示情報が上向き傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送業 (総務・人事担当)	・円安基調が不安要素であるが、海外向け輸出について受注が上向いていることから、今後、景気はやや良くなる。
	□	農林水産業 (従業員)	・今後、物価高がいつまで続くか分からないため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業 (総務担当)	・ウクライナ情勢の影響による輸入原料の価格高騰など自分たちでコントロールできない外部要因があるため、景気は良くならない。
	□	繊維工業 (財務担当)	・もうしばらく現在の状況が続く。
	□	化学工業 (総務担当)	・原燃料価格の先行きが不透明なため、景気は変わらない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・今後も環境が大幅に変化することはない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・当面の間、景気は回復しない。
	□	一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きから判断すると、今後も景気は変わらない。
	□	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限も緩和されつつあり 世の中が動き始めている。設備投資に関する企業の様子見も終わった感じで、時間の経過とともに景気は上向きとなる。
	□	建設業 (総務担当)	・景気の先行きが読めない状況が続く。
	□	輸送業 (業務推進担当)	・客からの情報や荷動きの傾向から判断すると、今後も景気に大きな変化はない。
	□	通信業 (営業担当)	・取引先より、景気の良しあしによって対応が変化するわけではない。
	□	金融業 (融資企画担当)	・地元完成車メーカーの国内生産は回復してきているが、半導体不足が完全に解消されたわけではなく、操業度は8割程度で推移する。このため、系列の地元部品メーカーの受注は、当面はピークの8割程度で推移する。
	□	金融業 (貸付担当)	・円安や原料価格の高騰等により、原料仕入れ確保自体に影響が出てきている企業があるが、日本銀行の為替介入が好転するかは不透明であるため、企業の業績の早期回復は余り期待できない。
	□	広告代理店 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いている状況で、受注が上向かないことから、景気は良くならない。
	□	会計事務所 (経営者)	・資材の調達難や値上げの影響で、今後、業務が計画予算どおりに進まない可能性がある。
	▲	食料品製造業 (経営者)	・秋冬商材の販売量が大幅に減少しており、今後、更に厳しい状況になる。
	▲	木材木製品製造業 (経理担当)	・このまま、円安や原油高が続けば、景気はますます悪くなる。
	▲	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・鉄鋼向け大型案件が終了し、また、鉄鋼向け需要に減少の兆しが出ていることから、今後、生産水準は低下の方向に向かう。
	▲	非鉄金属製造業 (業務担当)	・今後も円安傾向が続き、原材料価格の高騰が収益を圧迫する。
	▲	金属製品製造業 (総務担当)	・鉄原材料価格が8月中旬から上昇に転じたことに加え、電気料金の燃料費調整額が過去に例がないほど高騰している。電力会社が値上げの検討に入ったとのニュースもあり、収益改善に向け、電気料金が大きな影響を与えることになる。
	▲	一般機械器具製造業 (管理担当)	・新型コロナウイルス感染症関連の需要に陰りがあり、受注量や生産計画を下方修正している。また、原材料価格の高騰の影響が大きいことから、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・円安の影響もあり、売上は上振れする見込みであるが、原材料や物流等の価格上昇の影響で、各段階の利益は業績予想を下回る見込みである。
	▲	通信業 (営業企画担当)	・原材料価格の上昇に伴い、IoTに関連した機器の価格が高騰し、積極的な投資行為にブレーキが掛かる可能性が高い。取引のある販売会社や客からも投資に関して消極的になっている情報があるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	不動産業 (総務担当)	・例年であれば、賃貸需要が落ち着く時期となるため、景気は今年よりはやや悪くなる。
	×	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	◎	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・新型コロナウイルス感染症と共存しながら経済活動を実施する企業が多く、イベントもオンラインでなく、軒並み対面で実施する傾向にある。ショッピングセンターや観光地などでも人の流出が多い。物価の上昇に先は見えないが、それに伴い消費が落ち込んでいる様子はない。業種的にはデジタル化の拡大と紙の価格上昇に伴い、印刷物は減少する。一方で、ネットサービス、Web広告、HPの需要はますます拡大する。車や住宅の資材などの輸入が滞る一方で、中古車市場や中古住宅は好調となる。
	○	民間職業紹介機関(人材紹介・派遣担当)	・年末や春先入社を目指す求職者が増えているため、求職者数は引き続き増加傾向で推移する。
	□	人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人々の生活が日常に戻つつあるが、新型コロナウイルスの感染再拡大、不安定な世界情勢、為替相場の円安等マイナス要因も多いため、雇用面については、前向きにはならない。
	□	人材派遣会社(経営戦略担当)	・新型コロナウイルス感染症という有事を乗り越えることが景気にプラスとなると思われるが、一方で、欧米での急速な利上げや為替相場の影響が企業に及んでくることが景気にマイナスとなるため、両者の影響度合いにより短期的には景気がどちらの方向に動くかは想像しづらい。
	□	人材派遣会社(支社長)	・求人数は引き続き増加するが、売手市場のため、採用決定数は増加しそうにない。
	□	求人情報誌製作会社(HR担当)	・極端な円安と原材料価格の高騰の影響で、景気は良くならない。
	□	新聞社[求人広告](担当者)	・景気が良くなる要素は見受けられないが、業績の良い企業が多いため、しばらくは様子見の状態が続く。
	□	職業安定所(事業所担当)	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で53.5%減少と引き続き大幅な減少となっていること、求人数が全体的に増加していることから、景気が回復していることがうかがえる。ただし、新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢など懸念事項が多いため、景気はしばらく横ばいが続く。
	□	職業安定所(雇用関連担当)	・今後も当面は円安が続き、原材料価格や光熱費も高騰する。
	□	学校[短期大学](進路指導担当)	・周辺企業の動きを見ると、秋採用に積極的な企業は多くないため、今後も景気は変わらない。
	▲	人材派遣会社(副支店長)	・10月からの物価高騰の影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	職業安定所(所長)	・多くの業種で予想を超えた物価の上昇を販売価格に転嫁できない状況が続いているが、社会保険の適用拡大や最低賃金への対応も必須となっており、今後、やむを得ず求人を取下げずるケースが出てくること懸念される。
	▲	民間職業紹介機関(職員)	・一般消費財、食品、公共料金の値上げで、しばらくの間人々の生活防衛が続く。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率は依然として高水準であるが、物価の上昇により消費者の購買意欲が損なわれている状況である。また、長引く新型コロナウイルス感染症が飲食を中心としたサービス業に与える影響は大きく、今後、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、年末にかけて景気がかなり回復すると期待している。
(四国)	◎	一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルス感染症がこのまま終息すれば、景気は大きく回復すると思う。
	◎	旅行代理店(営業担当)	・インバウンドの入国者数制限の緩和や10月から実施される全国旅行支援により、国内旅行の需要は大幅に拡大する。
	○	商店街(事務局長)	・新型コロナウイルスの感染再拡大やウクライナ情勢、急激なインフレ等の不安要素はあるが、インバウンド受入れの条件の緩和や全国旅行支援の始動により景気が回復することを期待している。
	○	一般小売店[生花](経営者)	・店頭への来客数はまだ元どおりではないが、ネットでの注文数が増加している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（販売促進）	・年末にかけて新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、消費意欲が増すと予想する。
	○	スーパー（人事）	・あらゆる商品の値上げが消費者の暮らしの負担になっていることには変わらないが、スーパー各社で様々な割引キャンペーンも実施しているため、消費は活発化すると思う。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	・10月から全国旅行支援が開始されるため、旅行需要とともに衣料品の動きが良くなると期待している。まだまだ慎重な客がいるが、消費に前向きな雰囲気が醸成されることで少し景気は上向くのではないと思う。
	○	乗用車販売店（役員）	・年度末に向けて生産状況が回復するとの報道があったため、景気が回復することを期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、景気が回復することを期待する。
	○	観光型旅館（経営者）	・10月から全国旅行支援が開始されることにより、秋の観光シーズンが盛り上がると思う。
	○	通信会社（社員）	・コロナ禍の生活に慣れ、客の動きが少し活発になってきている。
	○	通信会社（営業担当）	・コロナ禍の生活様式が定着し、客の動きが安定している。
	○	通信会社（支店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う規制が緩和されると同時に、購買や旅行等を促進する施策も導入されることから、このまま推移すれば景気は上向くと思う。
	□	商店街（代表者）	・10月から始まる全国旅行支援や、政府による円安や燃料費価格高騰に対する対策がどの程度効果を発揮するのか不透明であり、先行きが見通せない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に減少傾向にあるが、コロナ禍前の状態に戻るにはまだ時間が掛かると思う。来年の春頃には明るい兆しがみられることを期待している。
	□	スーパー（企画担当）	・売上は横ばい程度で推移すると予想する。
	□	コンビニ（商品担当）	・依然として円安やウクライナ情勢等が続いており、状況は変わらない。
	□	コンビニ（総務）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、商品の値上げによる影響が少なければ、現状が続くと予想する。
	□	家電量販店（店員）	・今後も更なる値上げの波が予想されるため、依然として厳しい状況が続くと思う。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・依然として半導体不足が解消される見通しが立っておらず、状況は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足による自動車生産の遅れが解消されない限り、現状が続く。
	□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの新車生産台数が改善されれば、景気も改善に向かうと思う。
	□	都市型ホテル（経営者）	・来客数は増加する見込みであるが、物価上昇の影響により消費単価は減少する。
	□	タクシー運転手	・当県の新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあるが、依然として昼も夜も人の動きは少ない。年末にかけて人の動きが活発化するかどうか不透明であり、しばらくは現状が続くと予想する。
	□	観光遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は収束傾向にあるが、円安や原油高の影響が大きく、状況は変わらない。
	□	設計事務所（所長）	・円安が更に進行すると、現在好調な製造業や建設業も失速する可能性がある。
	▲	商店街（代表者）	・旅行や外食を促す取組を実施しているが、人の動きは鈍い。更に、10月からは様々な物が値上がりする予定であり、景気が回復する要素が見当たらない。
	▲	商店街（代表者）	・当地域では政府によるまちなかウォークアブル推進事業に基づく街づくりをどこまで進められるかによって街の景気が左右されると思うが、現時点では明るい未来は見通せない。
	▲	スーパー（店長）	・物価高が更に進行し家計を圧迫するようになり、消費が抑制されると思う。
	▲	スーパー（店長）	・物価高騰により節約志向が強まり、消費活動が停滞すると予想する。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価の高騰が続くことで客の来店頻度が落ち、売上が減少すると予想する。
	▲	コンビニ（店長）	・来客数が増加していないため、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	コンビニ（店長）	・9月中旬頃から客足がかなり鈍くなっており、現状が続けば売上は悪化すると予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（副店長）	・10月以降の材料費高騰に伴う物価高の影響により、来客数の伸びは期待できない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・原材料価格の高騰や円安の影響でビールや酒類が値上げする前に買いためをする客が多いため、2～3か月後には反動で売上が悪化する。
	▲	通信会社（営業部長）	・様々な商品が値上げされることによる影響で、徐々に景気が悪化すると予想する。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・10月からの物品の更なる値上げが、遊興に回せる余裕資金を押し下げると予想する。
	▲	美容室（経営者）	・例年秋頃は来客数が減少するが、本年もイベント行事等が活発化しない限り、売上増加は見込めない。
	▲	美容室（経営者）	・景気回復に向けた良い要素が見当たらない。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・10月から多くの酒類が値上がりすることに伴い、客が9月中に買いためをする傾向にあり、当分の間は売上が減少すると思う。
	×	スーパー（統括担当）	・多くの仕入先からの要請を受け徐々に商品を値上げしているところであり、今後ますます来客数が減少すると予想する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安や物価高等、家計を圧迫する要素が多いため景気の回復は見込めない。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・世界規模での景気後退の可能性が高まっていることや円安の当面の継続、原材料の価格高騰、10月の値上げラッシュ等の影響により家計が大きく冷え込むと予想する。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	・円安の影響により、一部の企業では国内製造の増加や従業員の給与アップにつながっている。
	○	鉄鋼業（総務部長）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かえば、徐々に生産量の回復につながると思う。
	○	輸送業（営業）	・円安や原油高による物価上昇等、消費者の購買意欲を低下させる要因はあるが、10月からは全国旅行支援の開始が予定されており、人流の活発化といった明るい話題も多いため、景気は上昇基調に転ずると予想する。
	○	輸送業（経理）	・海外向けの出荷数量が増加しており、東南アジア向けの新規販路も拡大している。
	○	通信業（総務担当）	・社外イベントやボランティア活動なども少しずつ従来の形式で開催されるようになり、参加者数も増えつつあるため、現状が続けば改善傾向に向かうと思う。
	○	通信業（企画・売上管理）	・サッカーワールドカップを始め、スポーツ産業の盛り上がりによる景気回復を期待している。
	○	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束傾向にあり、全国旅行支援も実施される見込みであるため、旅行関連の販売促進広告が増加し、売上が回復すると予想する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、除菌や掃除用のウェットクリーナーの需要は多いが、供給も多いため売上は横ばいである。今後もこの傾向は続くと思う。
	□	化学工業（所長）	・新型コロナウイルス感染症の終息時期が不透明であり、ウクライナ情勢も長期化しているため、先が見通せない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・依然として円安や日本株安が続いており、景況感は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は収束傾向にあるが、ウクライナ情勢の長期化や円安基調により物価高の改善が見込めないため先行きは不透明である。
	□	建設業（経営者）	・公共事業は堅調だが、前年度ほどの事業量や発注量はなく、本業で売上額や受注額が上振れする見通しは立っていない。今後の景況感は新型コロナウイルスの感染拡大状況により左右される。
	□	建設業（経営者）	・今後の公共工事の受注状況次第である。
	□	輸送業（経営者）	・引き続き円安による物価高騰が続いており、先行きが不透明である。
	□	税理士事務所	・景気がプラスになる材料が少なく、国際情勢も不安定であることから、先が見通せない。
▲	食料品製造業（経営者）	・円安の影響により原材料等の仕入価格やエネルギーコストが上昇しているため、今後も経営状況が悪化すると推測する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	繊維工業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せず、円安不況や食品価格の高騰等もあり、消費者の購買意欲は今後更に厳しくなる。当社を取り巻く環境も、原材料価格の高騰や労働力不足、エネルギーコストの上昇等、これまで経験したことのない厳しい状況にあり、今後は経営状況が更に悪化すると予想する。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染急拡大に対する懸念があり、先行きの不透明感が強まっている。
	▲	金融業（副支店長）	・取引先の中には、円安の影響により資材価格の仕入価格が上昇したことで、経営状況が今後悪化することを懸念しているところもある。
	×	農林水産業（職員）	・日販品等が値上げされた影響により、野菜の販売価格を上昇させざるを得ない状況となっている。10月から値上げされる品目は多いため、影響が更に強まることを懸念している。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業）	・今後も新型コロナウイルス感染拡大に伴う行動制限は掛からない見込みであるため、年末にかけて繁忙期を迎える業界の求人募集数が増加傾向となる。
	○	職業安定所（職員）	・求人倍率が全国的に改善しており、景気が良くなる傾向がみられる。
	○	職業安定所（求人開発）	・値上げによる消費の冷え込みが懸念されるが、10月から全国旅行支援が実施されることで人の動きが活発化し、やや経済が活性化すると思う。
	○	民間職業紹介機関（所長）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきており、観光業界を中心に活動が活発化し、求人数が増加すると予想する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の人手不足は恒常的な要因が多く、しばらく状況は変わらない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・景気低迷の影響により、派遣に求人を出す企業が減少することを懸念しており、先行きが不安である。
	▲	求人情報誌（営業）	・観光業界とその周辺業界では全国旅行支援による景気を持ち直しが期待されるが、どのくらいの経済効果があるかは不透明である。その他の業界では、円安による原材料費高騰等の影響で打撃を受けており、回復まではしばらく時間を要すると思う。
	▲	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動に伴う求人が落ち着き、今後は求人数が減少すると予想する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇の影響で、今後も民間の広告出稿状況は厳しい状況が続くと予想する。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	スーパー（店長）	・当店にはさほど恩恵はないが、インバウンド需要効果は確実に戻ってくると判断できる。また、航空、トラベル、ホテル旅館、観光地等は、政府による全国旅行支援が大きく貢献すると予想され、円安も後押しし、景気は必ず回復してくる。
	◎	住関連専門店（従業員）	・少しずつ朝晩が冷え込んでおり、高単価羽毛布団の購入で来店客が増加している。また、気象庁の長期予報では、ラニーニャ現象により冬は例年より冷え込むと予想されており、加えて、エネルギー価格高騰の影響で、節電意識が高まり冬物寝具の需要が増加すると期待している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドも増えてくれば、更に景気は回復すると期待している。
	○	商店街（代表者）	・行動制限が緩和され、今までの不自由な生活の反動から外出が多くなり、様々な消費活動につながっていく。
	○	商店街（代表者）	・商況の停滞が続いていたが、3か月先は来客数と売上が現状より若干良くなると予想している。
	○	商店街（代表者）	・喪中や年賀状関連が増加すると予想されるため、製造や印刷業務が増加の見込みである。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いてきているため、年末まで景気が回復してくると期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔青果〕 (店長)	・涼しくなって客の購買意欲も上がり、更に寒くなると鍋物にたくさんの野菜を利用する機会が増え、現状より良くなると想定している。
	○	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・切り花メインの花屋であるため、猛暑で花が保たないため需要が少ない状況であった。これから涼しくなり、生花が保つようになれば、贈物等で花が選ばれることも多くなり、今後は需要が増加してくる。
	○	百貨店 (企画担当)	・新しい生活様式が定着し、年末年始のモチベーションに対して積極的な購買が予想される。
	○	百貨店 (企画担当)	・全国旅行支援等による旅行需要の回復で、景気に良い効果があると期待する。プレミアム付商品券の第2段もあることから、消費動向が改善に向かうと予想される。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きをみせており、外出を自粛していた客も少しずつ来店できる雰囲気になっている。
	○	百貨店 (経理担当)	・新型コロナウイルス感染症もやや落ち着き、来客数も増加傾向にある。また、西九州新幹線の開業効果も今後見込まれる。
	○	百貨店 (営業担当)	・大型台風による休業で、来客数の減少や慎重な外出姿勢は継続している。一方で新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きもあり、ターゲットを絞った催事や物産催事開催に客の関心も高く、来場者数が増加している。地域振興策の効果により、観光客が目立ち街にはにぎわいが出ている。また、県下のサテライトショップやギフトショップへの来客数も台風の影響を除くと依然堅調で、人混みを避けながらの慎重な外出姿勢は続いているが、非接触QR決済利用も増え、来客数の回復が望める。
	○	百貨店 (販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症の終息はまだ先であるが、高額品の動きの良さや来客数の増加から、徐々に客の購買意欲が高まっていることが予測される。
	○	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により、人の流れや行動範囲の拡大が想定される。それに伴い消費動向も多くなり期待できるが、懸念材料として、円安による原材料の価格高騰を注視したい。
	○	コンビニ (経営者)	・政府の国内旅行等に対する支援や海外からの入国制限緩和などで、人の行動が更に活発になる。
	○	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルス感染症がこのまま収束に向かえば、この状況がしばらく継続される。しかし、様々な値上げが見込まれるため、消費マインドにブレーキが掛かってしまうことを懸念している。
	○	家電量販店 (店員)	・来客数や全体の数量が上がっていないため、9月は底になるのではないかと考えており、12月はその反動で、現況より若干良くなると予想している。
	○	家電量販店 (従業員)	・寒くなり、暖房器具の需要が増えてくる。
	○	乗用車販売店 (総務担当)	・メーカーの新車生産が、徐々に上向いている。新車の配給さえあれば自動車販売店は、売上や収益を確保できる。
	○	乗用車販売店 (役員)	・半導体の供給不足による減産問題はあがあるが、今後予定されている新型車投入の効果により、販売台数の増加へつながっていく。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕 (経営者)	・例年涼しいシーズンになると熱いコーヒーの需要が多くなる。そのため、家庭で消費するコーヒーが増えていく。来客数も増加しており、これから、年末にかけて売上が増加傾向となり、景気は上向きになる。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕 (支配人)	・9月の大型連休に台風が直撃し、小売は厳しい月であった。しかし、商圏内でのイベントは中止やキャンセルもなく開催されており、地方では新型コロナウイルス感染症を過剰に気にしなくなっている。物価上昇は消費者心理に悪影響を及ぼしており、大型スーパーマーケット等の動向を見ても客単価は上昇しているものの来客数は減少気味であるが、新型コロナウイルス感染症収束後に向け、観光等は徐々に高まる見込みである。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕 (統括者)	・10月からスタートする全国旅行支援や外国人観光客の活性化に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が8月にピークとなり新規感染者数が減少傾向である。また、10月には全国旅行支援が実施され、インバウンドの制限も緩和されると、徐々に世の中が動いていく。当店は会社関係の利用が多いため、今後の利用増加に期待をしている。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、国の補助事業である全国旅行支援が再開され、観光客の増加が見込まれる。また、海外からの規制緩和も進みインバウンドにもかなり期待している。
	○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・新型コロナウイルス感染症と共存していく方向性がみえてきている。12月にはマスクなしでの日常生活となり、観光による人流が増加することで、外食産業にも人が戻ってくれば景気は良くなる。一方、新型コロナウイルス感染症の支援策である融資制度などが2022年9月で終了になり、元金返済も開始されるため、飲食業及び関連する事業への支援の継続を望んでいる。
	○	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和や国や県の経済対策で、徐々に回復する。
	○	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と全国旅行支援の開始により、景気は良くなっていく。
	○	旅行代理店（職員）	・全国旅行支援が10月より開始されるため、旅行需要が増加する。
	○	タクシー運転手	・円安が続き、徐々にインバウンドの増加も予想され、加えて、全国旅行支援の実施により、一層の旅行者数の増加が期待できる。
	○	通信会社（企画担当）	・販売は好調であるが、人手不足が発生しており、経営を維持していかなければいけないため、バランスを取る必要がある。景況感に大幅な変化はない見込みである。
	○	ゴルフ場（従業員）	・前年は、ほとんどなかった年末にかけての企業コンペ予約も増えており、前年を上回る入場者数を予想している。また、来年1月から韓国からのチャーター便も増え、追加の入場者を期待している。
	○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症第7波が終息に向かっており、現状維持であれば、人流がより多くなり景気は上向きになる。一方、円安に伴う物価が上昇していくようであれば、景気は抑えられ、現在と同じか、若しくは悪くなる可能性もある。
	○	美容室（経営者）	・3か月後の景気は、年末に向かいおしゃれ傾向となり、また、景気対策も実施され、この業界の景気は明るくなっていく。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症はまだ落ち着いていないが、ワクチン接種をしている人が多く、行動規制も緩和している。12月はクリスマスや正月前でもあるため、景気が良くなり、ぎやかになるように期待をしている。
	○	美容室（店長）	・外出も多くなってきており、徐々に景気回復すると予想される。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・新型コロナウイルスオミクロン株対応のワクチン接種も開始され、経済活動が復調してくると期待している。
	○	設計事務所（代表）	・更に物価が高くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・ウクライナ情勢や円安に影響を受け、輸入は難航しているが、輸出が好調になると考えられるため、全体的な景気としては、かなり良くなっていく。今後は、世界情勢のなかで、燃料費の価格の動きが問題になってくる。
	□	商店街（代表者）	・収入は上がらず物価が上がると、買い控えは当然続く。特に、高齢者の多い地方の商店街では、消費行動が鈍い。
	□	商店街（代表者）	・円安や物価高は、地方にも影響している。電気代や水道料金、食品価格の値上げなどで景気回復を感じられない。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今年になって養殖物の価格が非常に上がっている。天然物が少ない上に養殖物まで価格が上昇すれば仕入れが難しくなる。そのため、利益が減少しており、この苦境を乗り越えられる魚屋がどの程度あるか危惧される。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・観光客の呼び戻し対策として、全国旅行支援が計画されているが、今以上に売上が伸びる好材料はない。物価高騰の影響はかなり大きく、今後も期待できないため、中小企業についても、売上が伸びるような対策が欲しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・円安や物価高騰などの影響で、消費行動に対するマイナス要素は今後も拡大すると予想される。一方、行動制限の緩和で、旅行等の消費が増加することによる経済効果が発生すると考えられる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・前年までの新型コロナウイルス感染症による行動自粛の影響は薄くなっているが、先行き不安により売上が落ち込んでいる。景気の回復が期待できる状況になりつつあるものの、その回復に水を差された状況になっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・年末商戦は長年の習慣もあり、ある程度の来客数や客単価の増加が期待できる。しかし、10～11月にかけては、旅行需要の高まりや全国旅行支援等もあり、かなり厳しい状況になる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・今後も値上げが続いていくと予想されるが、収入や可処分所得が上らない限り、生活防衛のための節約が継続される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・当店でも商品の値上げが続いており、客が増えても買上点数は微減状態で、結果客単価は横ばいである。コンビニエンストアでも買物は慎重であるため、品ぞろえの魅力が重要だと考えている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・物価高騰の動きは当分変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・多くの品目の値上げがあるが、ウクライナ情勢など不安材料ばかりである。新型コロナウイルス感染症は収束しつつあるが、引き続き購買に関して、冷え込むような材料しかないことが懸念されるため、12月でも特に良くなる気配はなく、企業努力が必要である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・毎月、商品の値上げが続いている。商品によっては1.5倍ほど価格上昇しているものもあり、客が価格に対して敏感になっている。来月も主要メーカーの値上げにより、リフォーム商材に大きな影響があり、しばらく厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・売上の実績は、前年を達成しており、ほぼ100%である。来客数は減少しているが、確実に購入目的を持った客が来店している状況であるため、景気が極端に変化することはない。円安と材料の価格高騰で、ますます目的を明確にして来店すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・来客数、購入単価・買上点数のいずれも前年並みの数値で推移しており、この傾向が続くと予測される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・秋口は、販売量が落ち着く状態となる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の納期が遅いため、客はゆっくり検討していることが多く、売上にならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・コロナ禍が継続し、加えてインフレの影響で、ますます景気は悪化する。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和され、旅行などの消費は活発であるが、円安や原油高により資材価格は止まらない。10月からの値上げの報道で、消費者は耐久消費財や家具などの購入を控えると予想され、先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が発生して以来、景気の落ち込みが長く継続するとは予想しなかった。先行き不透明で懸念されるが、早い景気の回復を望んでいる。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・10月から全国旅行支援が始まるため、一層来客数が増加すると見込んでいるが、団体が動き出すのはまだ先になると予想している。客は社会情勢を確認しながら予約するため、予約確定が旅行当日の間際になっており、社員のシフトが組みにくくなっている。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売担当）	・全国旅行支援等の今後の施策がみえていない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・イベントのタクシー利用は増加しているが、売上が余り上がっていない。前年より景気が良くなることに期待したい。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・売上増加につながるトピックスが特にない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新規利用の需要が望める好材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（統括者）	・今後の販売の見通しは、前年比及び計画値をやや下回る予想である。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・当地ではほとんどの就労者が自宅から通勤しており、状況の変化に対応できている。今後大幅なインフレ等にならない限り、現状維持で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	競馬場（職員）	・物価高騰などにより経済活動にマイナスの影響があるものの、新型コロナウイルス感染症の規制緩和によりインバウンドが増加すれば、景気の好調につながっていく。
	□	理容室（経営者）	・8月後半から新型コロナウイルスの新規感染者数が一気に増加し、加えて、10月から様々な価格が上がり、財布のひもが更に固くなる。客の給与や小遣いは変わらないため、厳しい状況になる。
	□	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）	・エネルギーを主とした各種の値上げは、しばらく継続することが想定され、経営面での悪化要因となる。
	□	設計事務所（所長）	・今月の状況に変化がなく、仕事の結果は2～3か月後に分かるため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・分譲事業は好調に進んでいる。また、今後も土地なし注文住宅のニーズに対応できる土地の購入ができれば、景気状況も継続していく。
	▲	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢などで国際情勢も不安定であり、加えて、円安も止まらない状態のため、将来に不安を抱いている。
	▲	商店街（代表者）	・10月からの様々な商品の値上がりで、9月までは買いためが多くなると報道されている。この景気の悪さでは、商況が厳しい商店街の小売業で、従業員のベースアップなどできない。廃業する店も出ているほどで、景気が良くなる要素が全くない。高圧電気を使用している店では、電気代が急騰しており、相談を受けることもある。景気対策を期待している。
	▲	スーパー（企画担当）	・景気好転の要素が見当たらない。
	▲	コンビニ（経営者）	・商品の値上げも続くため客離れが見通せず、今後の客足の変化が読めない厳しい状況である。
	▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどの動きにより状況が更に変化していくため、先行き不透明である。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・商品値上げの影響で単価は上がるが、買い控えが以前より増加し、売上は伸びないと予想される。
	▲	家電量販店（店長）	・商品の販売価格上昇のため、購買意欲にブレーキが掛かる心配がある。
	▲	乗用車販売店（役員）	・新車需給が相変わらずひっ迫しており、新車価格が上昇する懸念がある。納車待ちや購入予定の客にも混乱が予想される。販売形態の変革は進みつつあるが、物価上昇による節約心理が今後も続いてゆくのではないかと不安である。サービス部門についても、部品等の価格上昇が懸念される。
	▲	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数減少は相変わらずで40歳代以上の来店が少ない。さらに、物価上昇で家計の圧迫や円安による先行きの不安感などサラリーマン層の外食頻度も減っている。
	▲	タクシー運転手	・業種により景気回復の程度に差が出ているが、国の的確な経済方針を示しておらず、商品の値上がりもあり、経済へ与える影響を判断しかねる状況である。
	×	商店街（代表者）	・まだ商店街再建のめどが立たないまま年末商戦を迎えることになるが、苦心しながら営業している。
	×	衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素がない。円安や商品価格、エネルギー価格等の値上がりで一層悪くなる。
	×	観光名所（従業員）	・有名観光スポットの1つが、台風の影響で大打撃を受け、復旧に時間が掛かるため、予定変更をする観光客が多くなる可能性がある。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品価格の上昇が落ち着かず、収入の伸びも期待できない。
	企業動向関連	◎	経営コンサルタント（代表取締役）
(九州)	○	農林水産業（経営者）	・少なくともこの2～3か月の景気は、上向いてくると予想され、不振であった外食部門も戻りつつあり、量販店も順調な引き合いである。加工メーカー向けの冷凍食品も安定しており、販売面でも期待している。しかし、資材の値上げや畜産関係では飼料代の値上げなどで、消費者の受け止め方がどのようなになるか危惧される。冬に向かい、鳥インフルエンザの発生や新型コロナウイルス感染症の第8波が懸念される。
	○	化学工業（総務担当）	・当初の想定に比べ、業績が改善傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客の状況は今までの勢いが無いが、2～3か月後には受注が見込めそうである。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後も半導体関連の受注が好調だと予測される。
	○	建設業（従業員）	・今月は、公共工事が2本取れて景気は良くなるが、下請不足などの課題が残り、その改善が課題である。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症第7波が峠を越え、新しい生活様式が浸透しており、旅行やイベント、飲食などの需要が更に増加する。今後、新型コロナウイルスの感染症の分類が5類へと変更されれば、人の流れが正常化していくと考える。
	○	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の取束や政府支援策、水際対策の緩和等を受け、非製造業は業況改善が期待される。一方、製造業については、供給不足の解消にまだ時間を要すると予想される。また、海外経済の減速で、企業による設備投資が下振れする可能性もあり、先行きは楽観できない。
	○	広告代理店（役員）	・12月頃に様々なキャンペーンが予定されているが、これを獲得すれば収益の増加が見込める。
	○	経営コンサルタント（社員）	・中国の新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、インバウンドの購入が戻りつつある。
	□	食料品製造業（経営者）	・比較的順調な受注が見込めている。
	□	家具製造業（従業員）	・業界全体として下半期は徐々に繁忙期を迎えていくが、例年ほどの案件情報はまだ集まっていない。また円安の影響もあり、利益確保が難しい状況が続いている。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・材料不足や材料費、エネルギーコストの高騰は当分続くと考えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・パソコンや携帯端末等の需要に一服感がみられ、今後は生産調整局面に入ると予想されるが、今までの受注残が大きく当面現状維持の状態が続くと考えている。
	□	電気機械器具製造業（取締役）	・世界の金利動向が、景気を左右する。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・半導体供給も安定せず、生産車種でばらつきがあり、この先も減少傾向である。
	□	建設業（社員）	・受注も多くなり、良い状態が続いており、技術者や作業員不足が目立っている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で資材の納期が遅くなり、原価に悪影響が出てくると予想される。下請の立場でも対処できるが、資材は必要であるため、今後の入札は資材の納期を確認して応札するように考えている。
	□	輸送業（従業員）	・円安や諸外国の景気停滞など景気が不安定となっており、この物価高騰が変わらない限り、国内の景気が良くなることは難しい。
	□	輸送業（総務担当）	・社会保険の適用拡大と最低賃金上昇の影響は、扶養の範囲内で働く労働者層に大きな影響をもたらしている。その結果、会社側も影響を受け、ますます派遣労働者に頼ることになる。ただでさえ労働者不足であり、利益減少が避けられない現状では賃金を容易に上げられないため、消費は低迷すると予想している。また、扶養控除の仕組みを同時に変える必要があると考えている。
	□	通信業（職員）	・携帯基地局工事の受注が予想ほど伸びておらず、受注目標に対して厳しい状況となっている。
	□	通信業（経理担当）	・今後も販売は堅調に推移する見通しである。ただし、半導体不足の影響で、販売用や自社利用問わず、情報通信機器の調達にはやや苦労している。
	□	金融業（従業員）	・百貨店の売上や住宅販売は持ち直しており、旅行業者や飲食店の売上も回復している。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるとはいえ、一部に警戒感も根強く残っている。
	□	金融業（営業担当）	・10月からかなりの品目で値上げが予定されており、消費者の購買意欲や消費動向は、しばらく停滞する。企業でも原材料の価格高騰や円安の悪影響が継続すると予想され、現状とは変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・台風14号の襲来で農作物が甚大な被害を受けており、秋冬の野菜価格の高騰が懸念される。野菜以外にも全般的な物価上昇が強まっていることから、当面は消費マインドの下向きが持続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	不動産業（従業員）	・賃貸オフィス部門の売上が横ばいに推移しており、今後も継続すると予想される。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・旅行関連の広告は、少しずつ回復しているものの、不透明感が否めない。
	□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残っており、この3か月で従業員や家族に感染が拡大している。また、ロシアのウクライナ侵攻や米国との金利差による円安が続いており、景気が良くなる要因が見つからない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webへのアクセス数や問合せ件数に変化はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・今月までダイレクトメールの反応を注視しているが、現状からでは余り期待できない。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・半導体不足は若干解消されているものの、為替の問題等で価格が安定しないこともあり、状況を把握しようとする取引先が多く、余り期待できない。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策としての融資の返済が始まるため、中小企業等にとっては、良い状況ではない。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・円安による仕入高騰や納期遅延による納品遅れなどで、企業としては売上確保が難しくなっている。また、中小企業への新型コロナウイルス感染症対策である融資の返済が開始されており、今後は倒産動向にも注視する必要がある。
	×	農林水産業（従業者）	・農作物の植え替えがあるが、2月までは農作物不足となる傾向である。九州では、九州外から高値で調達することになると予想され、食品メーカーなどにも影響が及ぶ可能性がある。
	×	繊維工業（営業担当）	・工賃が十分に上がればよいが、上がらなければ手の打ちようがなく、経営は苦しくなる一方である。
×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・値上げで、流通の状態がどのように変化していくのか見通しが立たない。商社間の売行きも影響があると考えている。値上げをすることで、通常の流通にできない商品が発生するため危惧している。	
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	・インバウンドの解禁により、観光業界にも動きが出始め、新卒の人材市場も新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想される。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いた状態で、全国旅行支援が再開すれば人の動きも出て、イベント等も増加すると予測される。
	○	人材派遣会社（社員）	・業種を問わず求人数が好調である。求職者数は横ばいであるが、給与の低い求人へのエントリーは著しく低下している。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波では経済活動と新型コロナウイルス感染症は、新しい生活様式で成り立っており、第8波での経済活動への影響は、第6波より小さいと予測する。10月スタートの全国旅行支援の開始も、新聞広告にとって明るい材料である。しかし、長期予報では今年の冬は寒いいため、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザが流行する可能性があり、再び経済活動に水を差すことになる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まだ行動規制は多いが、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が減少して、密な人数でイベントが開催されることもあり、新型コロナウイルス感染症収束に期待する熱気を感じた。収束とともに景気の回復も早くなると予測している。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人数の前月や前々月の前年比は、増加傾向である。また、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談や雇用調整助成金の申請件数が、今月は前月や前々月と比較すると増加しているが、ピーク時の半数程度で推移している状態である。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症に関する業務が恐らく縮小傾向になり、瞬間的に求職者の流れができると考えられるが、継続案内できる業務案件数は全てを補充できないため、現状と変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・インバウンドによる景気が戻ってこない限り、景気回復を実感できない。人の確保も困難な状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いていけば、人も多くなるが、一方で10月以降の多くの値上げがあるため、消費活動に抑制効果が働くことが懸念される。そのため、全体の景況感は余り変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・管内では大型の公共工事が一段落したが、民間の設備投資が残っており、建設業の求人数は維持される見通しである。また、落ち込んでいた宿泊業や飲食業では、新型コロナウイルス感染症が落ち着きつつあり、新施設の開始から業務量が回復しており、求人募集が活発になっている。一方で、10月からの最低賃金の改定や原材料費値上げによる物価上昇の影響により、今後収益悪化が懸念され、当面は横ばいの状態になると予想される。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・新型コロナウイルス感染症第7波の新規感染者数も減少傾向となり、政府の水際対策緩和で、新型コロナウイルス感染症の防疫と経済活動の両立が進み、経済には明るい兆しもみえている。その一方で、依然ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後も物価高騰が続く見通しのため、経済への影響は大きくなっている。また、秋以降には多くの商品の値上げも控えており、この状況はしばらく続くと予想されるため、今後の景気の状態や企業の求人数に注視する必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求職者の登録が減り続けており、注文がきても契約成立しないことが多い。また、直接雇用の求人数が増加しているため、派遣より直接雇用の求人応募が多くなっている。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・円安や物価高騰の影響が懸念される。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	コンビニ（副店長）	・今後、必ず政府は規制緩和し経済優先政策を取り、県としても沖縄台湾間での国際線就航を皮切りにクルーズ船も寄港する動きになってくると考え、年末に向け大いに期待する。
(沖縄)	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	・新型コロナウイルス感染者の療養期間が短くなるなど旅行に対する感覚も少しずつ変わっていき、旅行者数が増えるのではないかと予想している。
	○	商店街（代表者）	・少しだけ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたようで、2～3か月後には客の出も良くなる可能性を期待している。今はまだ街中の景況は大変悪くて危機的状況にあるのは間違いない。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症の新開発ワクチンも出てきており、新規感染者数も減ってくるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・観光客数が増加してきたので売上や客単価の伸びが期待できる。
	○	コンビニ（店長）	・現状では、平日、週末を問わず来客数が増えてきている。新型コロナウイルス感染症の危険性がこのまま低くなれば、更に来客数が増えると予測している。
	○	コンビニ（代表者）	・10月以降に予定されている多品目の値上げにより、今より県民の購買意欲は多少抑えられるが、観光を中心とする県経済は徐々に活発になっていく。
	○	一般レストラン（代表者）	・制限が緩くなっていくので、人の動きが活発になるだろう。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着いて早い時間の入客はかなり戻ってくるとみているが、平日、9時以降の入客がみえていない。ステイホームに慣れて、平日でも遅くまで飲み歩く沖縄の習慣が消えているように見受けられる。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・10月から12月は修学旅行シーズンで、今年は2019年の7割くらいの予約が入っている。全国旅行支援が始まることで更に利用が増えると期待している。飲食に関しても、新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かっていることから利用が増えるとみられる。ただし、調理やサービスの人材が以前より少ないことから、以前のような受入れは難しい。
	○	観光名所（職員）	・10月11日以降に全国旅行支援が開始される。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・6月以降需要は2019年に近づいており、先行受注状況も好調に推移している。全国旅行支援の開始も追い風になる材料と捉えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（店舗企画）	・新型コロナウイルス感染症の影響は薄れつつあるものの、電気料金の上限撤廃による価格上昇を控え、年末商戦に影響が出るのは間違いないとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・10月以降も値上げになる商品が多く、しばらくは客の節約志向は高いままだとみられる。
	□	スーパー（販売企画）	・10月も商品値上げの予定があり今後も物価高騰は続く。またコロナ禍やウクライナ戦争の影響も続くと考えられるため、2～3か月先も景気は厳しいと考えられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は新しい季節の商品に変わっていくので期待していたが、まだ暑い日が続いていることと、新型コロナウイルス感染症の影響か、客の意欲が良くない。景気が良くなる気配はまだみえていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・円安や戦争などが終わらないと、そう簡単には景気は良くならないとみている。
	□	家電量販店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症は収束に向かうが、各業種の値上げが相次ぎ、消費意欲が低迷するとみられる。上期では、家電の修理件数が110%伸びている。全体的に、買換えを控えている印象を受ける。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・商品の供給不足は解消どころか、半導体部品の不足によって更なる減産となっている。受注を頂いた客へ納期延長をお願いすることの影響が懸念される。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	・上記受注以外にも請負契約直前の案件が数件控えており当面の受注に問題はなさそうである。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの9月の販売室数が前年比284%増加なのに対し、12月の予約室数は前年比49%増加とプラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・全国旅行支援の発表があったが、地方の小さな旅行会社や宿泊施設は恩恵を受けにくいこと、開始後の仕様変更の多さ、後付け設定の多さなど現場を混乱させることがGo To Travelで経験済みなので余り期待しないようにしている。
	▲	住宅販売会社（役員）	・ここ近々の物価高により建築費の高騰が懸念され、住宅販売への影響が気になる。
×	—	—	
◎	—	—	
企業 動向 関連	○	食料品製造業（役員）	・来月からインバウンド客も徐々に増加するとみており、また今まで中止していたイベント関連も開催が増えていくことに期待している。
(沖縄)	○	輸送業（代表者）	・宮古島や石垣島の建設関連は、官需部門においては石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調に進み、宮古島や石垣島のホテル等で回復がみられるが、現状は供給過多の状態でも物価対応の改善はできていない。ただし、新型コロナウイルスオミクロン株の沈静化によって、今後の観光関連の盛り上がりや国防関連の充実に期待が持てる。
	○	輸送業（経営企画室）	・飲食店の規制緩和等により観光業や各飲食業界の活気が復活することを期待している。
	○	広告代理店（営業担当）	・観光産業が回復傾向にあることが県内企業の販促活動に対してプラスに働いているとみられる。
	○	会計事務所（所長）	・コロナ禍による人流、物流の抑制からの反動増が期待される。
	□	窯業土石業（取締役）	・下半期は上半期と比較し若干売上増加が見込めるが、原材料の価格高騰により利益率の悪化が懸念される。
	□	建設業（経営者）	・円安、原油高で建築費が高騰し、事業が採算ラインに乗りにくいのでためらっている客が多い。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(沖縄)	○	人材派遣会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、今後観光業も回復してくる。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・県内の求人数が増えてきている。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・行動制限がない状態が続いており、企業の採用活動活性化を見込んでいる。特に年末年始の行事やイベントに向けたアルバイト採用や、年明けに向けた人員確保を期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	職業安定所（職員）	・ 全体的に人手不足が加速している。良い条件を出せる事業所とそうでない事業所、又は資材の高騰の影響があるところ、ないところなどなど、会社の経済的体力、産業などによって業績結果は分かれるところだとみられる。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 社内のデジタルトランスフォーメーション化を推進していくための人材を求める企業が増えてきている。ITに関する様々なサービスが展開されていることもあり、それを活用できる人材を求めている現状があるのだとみている。また、そういった人材は幅広い知識や発想力が求められるため、教育現場としてもカリキュラムに工夫を加え、授業を展開することが必要である。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・ 観光客数が戻りつつあるとの報道はあるが、消費行動が活性化したとしても、全体的にはもう少し横ばいで推移するように見受けられる。
	▲	—	—
	×	—	—