

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)	◎	－	－	－
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・11月の売上は前年比で146%、前々年比で166%、新型コロナウイルス感染症発生以前の2019年比で89.6%まで回復してきた。これは全国旅行支援が開始されたことの効果とみられる。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準を考えるとまだまだではあるものの、インバウンドを含めて旅行者による購買が増えている。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で内食需要が高まっている。特に手間を掛けずにご飯を食べることのできる総菜の売上が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客の動きがアフターコロナを意識したものになっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、メーカーの生産台数が多少増えているため、登録台数も僅かではあるが増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の納期が遅れていることが客に浸透してきたこと、新型車の発表があったことから、客が車の購入を早めに考えるようになっており、受注状況がやや良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始されたことで、個人旅行、団体旅行が増加している。11月の航空機利用者は2019年の9割超まで回復している。国際線についても、水際対策が10月から緩和されたこと、台湾や香港の渡航規制が緩和されたことで、冬季スケジュールからアジア路線が再開しており、外国人観光客も徐々に増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・人流を抑制するような制限がないことから年末年始の旅行需要が増えている。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援真ただ中の当地では、連日、クーポンを握りしめた客でにぎわっている。当施設の利用者数も例年の8割程度まで回復している。これまで控えていた消費行動をここぞとばかりに行っている雰囲気もうかがえる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数、販売量は増えているものの、客単価がなかなか上昇してこない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援による下支えはあるものの、北海道の新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているというニュースが多いため、9月や10月と比べると11月の来客数は若干勢いに欠けている。若い世代は活発に動いているが、年配者が少なくなっている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・11月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者が過去最多を更新していることもあって、人の動きにブレーキが掛かっており、飲食店もその影響を大きく受けている。酒の納入業者である当社においても大きな影響が出ている。
	□	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・物価高の影響で客単価は上昇しているが、その分来客数が減っている。売上としては余り変わらない状況にある。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・国内客の消費は物価高の影響もあり、平行線かやや下向きで推移しているが、インバウンドによる消費が週を追うごとに伸びている。円安の影響もあってインバウンドの購買意欲が高まっている。	
□	スーパー（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況によって良くなったり、悪くなったりを繰り返している。客のマインドとしてコロナ慣れの傾向はみられるが、それでも感染状況に左右されているため、結果として景気は変わらない状況にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・原価高騰に起因する商品単価の上昇もあって、売上は前年並みの水準で推移している。しかしながら、北海道において新型コロナウイルス感染症の第8波といわれるような感染拡大が続いていることで、客が総合スーパーを避けて食品スーパーに流れる傾向がみられ、来客数がなかなか伸びてこない状況にある。
	□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3か月前と比べて、景気は変わっていない。ただ、この先は来客数の減少が免れないため、客単価を引き上げていくことが求められる。また、来店してもらうための施策を展開し、来店機会を増やしていくことも必要である。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・商品単価の上昇もあって、売上は維持できているが、光熱費や人件費などの営業経費が増えている。客の生活防衛による買い控えの動きが強まることも懸念される。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	お客様の様子	・消費全体としては上向きになっているが、物価上昇の影響で衣料品への支出が抑えられている。また、冬らしくない天候の日が続いていることで冬物衣料の販売動向が芳しくない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売面については、9月頃から目標が達成できており、12月は全店で目標を達成するなど、順調に上向いている。ただし、サービス来場の減少、客単価の低下など、苦戦している状況もみられることから、全体的には変わらない。
	□	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の状況に落ち着きが見られるようになってきたが、生活全体的に値上がりの波が押し寄せるなど、物価上昇の動きが強まっている。客も来店はするが、購買に至らないことが増えている。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格が高騰していることで、客の節約志向が強まっている。販売価格に対しても敏感である。
	□	その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・季節のイベントなどもあって需要は安定している。ただ、仕入商材の価格高騰がいまだに続いており、利益が減少している。今後も値上がりが続くとみられることから、厳しい状況にある。
	□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・10月まで売上は増加傾向にあったが、11月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数が急増すると同時に、来客数が落ち込み始め、売上も減少している。昼の落ち込みは少なかったが、夜の落ち込みが大きく、特に年齢の高い層の来店が減っている。ただ、月全体の売上は例年の50%を超えるとみられることから、景気は3か月前と変わっていない。今後についても、ディナーや忘年会の予約が低調なことから、期待が持てない。世間的にクリスマスケーキの予約が増えていることもマイナスである。観光客は一時増えたが、今は落ち着いており、今月の当店には余り影響がなかった。地方の飲食店については、混んで予約を取りにくい店もあるなど、割と景気が良さそうだ。
	□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いているものの、来客数が大きく減少するような動きはみられない。ただ、物価上昇の影響が少しずつみられるようになっていく。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月から始まった全国旅行支援の影響は大きいですが、これまで都道府県と市町村による2つの割引が適用されていたものが全国で1つの割引になったこと、既存の予約にも割引が適用されたことから、新規の予約が伸びにくい状況であった。そのため、景気が良くなったとも悪くなったとも言にくい状況である。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響がみられ始めていること、国の施策に大きな変化がみられないことから、景気が上向きに転じていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴って、客の動きにも変化がみられる。日中の病院関係者による増える一方で、イベント関係での利用が減っており、全体的には変わらない状況にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・こここのところ観光客が回復しつつあるが、当社への影響はまだはっきりとしていない状況にある。今後の動きを注視していきたい。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・通信サービスにおける他社への流出は若干減少しているものの、通信端末の契約を伴わないSIMカードのみの契約で他社との割引合戦が激化しており、競合他社との競争の激しさは変わっていない。
	□	通信会社（エリア担当）	それ以外	・携帯キャリアの戦略による影響がみられる。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・11月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、以前とは異なり、来客数や売上に変化が出ていない。最近では新型コロナウイルスの新規感染者数に余り左右されないようになってきている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームに来訪する客の購入意欲は相変わらず高く、意思決定に要する時間も短い。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の声として、物価上昇の影響が大きく、家計のやりくりが大変だという話を聞くことが多い。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・ようやく経済状況が上向いてきたところであったが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに大きく後退し始めた。特に年配客の動きが顕著で、11月上旬から街中で見掛けなくなってきた。また、大人数の宴会予約もキャンセルが続出している。特に忘年会シーズンである12月のキャンセルが多く、飲食業界にとって深刻な影響が出てくることを懸念している。
	▲	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増していることで、買上客数が今年3月以来の前年割れとなった。また、物価高の影響で高単価商材の動きが鈍い。3か月前の客単価が前年比96%であったのに対して、11月は前年比86%と低下している。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大がみられるなか、食品スーパーの来客数は3か月前と比べて回復傾向にあるものの、商品単価上昇の影響が大きく、買上点数が減少している。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・新規ディスカウントスーパーの出店により、競合している自社店舗の来客数が減少している。一方、自社の改装した店舗では、品ぞろえの強化と低価格品販売により来客数が増加している。これらのことから、客が価格の安い店舗に流れる傾向が強まっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・例年は10月から来客数が増加する傾向がみられるが、今年は増えてこないことから、景気はやや悪くなっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ようやく来客数が回復してきた状況にあったが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するにつれて、来客数が明らかに減ってきている。
	▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・家電業界においても値上げの第2波が訪れている。客の買い控えが進んでいるのか、購入決定率も低い。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で来客数が増加することを期待していたが、期待ほどの効果はみられなかった。11月に入り、当地の新型コロナウイルスの新規感染者数が度々更新されるなど、感染状況が徐々に拡大傾向にあることから、前年と同じような状況になっており、勢いが感じられない。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルス感染症の第7波の出口ということもあって、旅行需要が回復傾向にあったが、現在は第8波の入り口であり、旅行需要が日々減少している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍による行動制限などは行われていないが、11月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることで影響が出ている。ニュースで取り上げられるたびに人出が少なくなっており、それに伴ってタクシーの利用も減っている。特に夜の遅い時間帯の利用客が減っている。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・当地における新型コロナウイルスの新規感染者数が減らず、今後更に増加するおそれもあることから、外出自粛ムードが一層強まっている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高が消費にかなりの影響を与えており、景気はやや悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・年度末に向けた追い込みもあって、公共事業などの工事関連での輸送量は増加傾向にあるものの、観光での輸送量は季節的なこともあって、大きく減少している。全体的には景気はやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・これまで木材を始めとした建築資材が高騰していたことから、住宅建築が減っており、建売住宅も売れなくなっている。ただ、ここに来て資材価格が頭打ちしており、今後価格が下がるとみられることは明るい材料である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月上旬までは景気が回復傾向にあったが、新型コロナウイルスの感染状況が急激に拡大していることで、昼間も夜間も来街者数が伸びなかった。道内からの観光客の入込も期待以下であり、低調なまま推移している。
	×	百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、来客数が前年を下回るようになってきた。それに伴って催事関係も苦戦を強いられている。
	×	スーパー（従業員）	来客数の動き	・食料品の値上げによる買い控え傾向がみられる。コロナ禍で客の来店頻度が低下しているなか、来客数が増えつつ減少している。客単価は上昇しているものの、売上確保が困難な状況になっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・10月頃までは客がかなり来店していたが、11月に入り、新型コロナウイルスの感染状況が大分拡大していることから、キャンセルが増えており、とても困っている。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・冬季シーズン前という季節要因もあるが、国内客もインバウンドも本州方面に流れており、道内への入込が減少している。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束し、景気も上向き傾向にあったが、当地では第8波ともいえる感染拡大がみられていることから、人流が減少している。外出制限などは出されていないが、自粛による消費行動抑制の動きもみられており、影響が大きくなっている。
	×	通信会社（エリア担当）	それ以外	・携帯キャリアの戦略によって、代理店では悪影響を受けている。
企業動向関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価上昇の影響が幅広い業種でみられるものの、全国旅行支援や外国人観光客の入国制限緩和による観光関連業種の回復が道内景気を押し上げており、3か月前と比べてやや良くなっている。
	○	司法書士	取引先の様子	・政府が新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを5類相当に引き下げていることを検討していることもあって、国内の人の移動やインバウンド需要などが徐々に回復しつつある。現に観光地では以前よりも観光客が増えている。それに伴って他業種においても景気が回復傾向にある。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は伸びているものの、最低賃金の引上げがあったため、人件費が増加している。また、原材料の再値上げ通知もみられる。依然として気を抜けない状況にある。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・第一次値上げが反映されつつあることから、売上は増えているが、受注量自体は変わっていない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・道内各地で平年よりも初雪が遅いこともあって、今のところ、各建設工事現場では降雪の影響もみられず、順調に工事追い込み期を迎えている。完工高、利益共に、受注済みの手持ち工事で年度計画達成が確実となった。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	取引先の様子	・自社も、同業他社も、取引先も、円安の影響を特に受けている様子がみられないなど、3か月前と比べて変化が感じられない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建設需要は都市部を中心に旺盛だが、価格転嫁が進んでいないため、採算が悪化傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービス業 [建設機械レンタル] (総務担当)	受注量や販売量の動き	・11月に入り、売上の前年比が微増で落ち着き始めている。
	□	その他サービス業 [建設機械リース] (支店長)	受注価格や販売価格の動き	・受注量、販売量は減っているが、その分、販売価格が上がっており、売上としては大きく変わっていない。
	□	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	受注量や販売量の動き	・市場の動きが悪く、ベース商材の動きが鈍い。これからの時期は季節商材が大きく動く見込みだが、例年よりも販売量が少なくなりそうだ。
	▲	建設業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・建設業界では設計の1年後に工事への影響が出てくることになる。北海道においては、業界全体的に案件が減っており、指定確認審査機関への建築確認申請がパタッと止まったというコメントも聞かれる。全国状況を確認しているが、こうした動きは北海道特有の状況のようだ。
	▲	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大、止まらない物価上昇など、生活環境が悪化している状況にあり、土地購入や建物の新築などの低迷が続いている。景気が上向くような環境にはなく、補正予算の実行も来年に入ってからとみられるため、このままでは景気はますます悪くなる。
	×	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・11月の販売量は前年比でマイナス19%となった。3か月前の8月の販売量は前年比でマイナス9%であったことから、景気は悪くなっている。
雇用関連	◎	—	—	—
(北海道)	○	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・10月の新規求職者数が前年から0.9%減少した一方で、新規求人数は前年から15.4%増加している。今後への懸念はあるものの、業況堅調な企業を中心に求人が出されていることから、景気はやや良くなっている。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・当地における10月の有効求人倍率は0.99倍であり、3か月前との比較では0.05ポイント上回っている。
	○	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・コロナ禍で不景気が長く続いていた観光、旅行、ホテルなどの業種に加えて、飲食業や小売でも景気が上向いており、それに伴って企業の採用活動にも若干の活気がみられる。新卒への内定出しの状況から、企業自らの経営努力も当然見逃せないが、企業を取り巻く環境が好転していることもうかがえる。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・企業の求人意欲はまだまだ旺盛であり、毎月、堅調に求人数が増えている。また、とにかく早く人材を採用したいという企業側の考えも強まっている。企業では、提案した人材のスキルを検討した上で面接を行っており、その面接率は通常2割から3割とされるが、最近では5割にまで上昇している。他社に採用される前に採用しようという考えもあるだろうが、それよりも業績確保に向けて人員を早くそろえて動きたいと考えているものとみられる。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	それ以外	・コロナ禍の影響とインターネット通販の利用拡大により、中心繁華街と郊外店では客層の構造変化が著しい。また、中心市街地の核として栄えた地元老舗百貨店が来年1月末で閉店するため、解雇される人材の再就職も含めて、その影響が懸念される。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・北海道の新型コロナウイルスの新規感染者数が全国トップになったことで、採用を控える傾向が顕著に表れている。介護業界では採用関係者がり患したことで、採用活動自体ができなくなったケースもみられた。10月まで堅調に推移してきた求人数もここに来て若干減少している。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・景気回復を目指していることもあって、企業の求人意欲は、業種を問わず旺盛だが、新型コロナウイルス感染症の第8波とみられる新規感染者の増加により、全体的に求人数が足踏み状態となっている。これまでのような求人活動を行えるような先行きの見通しが立たない状況となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当地では新型コロナウイルスの新規感染者数が過去2番目に多い日を記録するなど、新型コロナウイルスの感染状況が拡大している。介護施設では、クラスターの発生に伴うキャンセルがみられた。また、飲食・観光業界では、様子見などで掲載出し控えの動きがみられる。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・生活必需品の相次ぐ値上げ、円安、上がらない賃金など、景気が良くなる要素がない。
	×	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東北)	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・県発行のクーポンを使う客が多い。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で来客が途切れしない。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症関連の商品も通常の商品もよく動いている。来客数も増えてきている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・10月は売上が前年比96%、現在は98.6%と若干上昇している。値上げで単価が上がっており、客単価が前年比103.7%まで上がっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間、休日の人の動きが良くなっている。客単価もアップしている。全国旅行支援のクーポン利用の影響もプラス要因になっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・行動制限がないため、3か月前と比べて人流は戻ってきている。立地によっては新型コロナウイルス感染症発生前と同様の来客数となっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・販売量が増加している。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産が若干安定してきたため新車登録が進み、収支も改善し前年比130%程度となっている。しかし、依然として中古車の在庫不足は改善されていない。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援により、新型コロナウイルス感染症を気にせず外出する人が増え、人が動いている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援に伴う来客数の増加が続いている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が出てきたが、全国旅行支援のおかげで客は多い。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援により国内旅行取扱額も増加しており、3か月前と比べて上向き傾向にある。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果もあり、国内の旅行需要に対して販売量が増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果により第3四半期の販売は2019年並みまで回復している。ただし、県ごとの財源に格差があり、その効果は一律ではない。
	○	観光名所（職員）	販売量の動き	・旅行業者の募集团体や一般の会社関係の団体等が非常に増えている。これにクーポンが加わり、土産物を買わなければいけないという雰囲気があり、販売量が大変増えている。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も客足にはそれほど影響せず、3年ぶりのイベントを実施できた。気温が比較的温暖に推移したこともあり、来客数は学校団体の来場予定が後ろにずれたことで多くなった前年を少し上回っている。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・戸建て住宅の受注の伸びは落ちているが、大型倉庫物件等の受注が伸びている。
□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・取り扱っている商品は再販商品のため販売価格が決まっており、コストの上昇分を販売価格に転嫁できないため、非常に厳しい状況が続いている。加えて、ベストセラーの類が前年の後半から全く出でず、業界全体が不振の真ただ中にある。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・11月はサッカーワールドカップが始まってからは、夕方から夜に掛け繁華街から人がすっかり消えて、人出が全くない状態が続いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援のクーポン等の影響で旅館や観光施設等への販売量は上昇傾向にあるが、飲食店への販売量はほぼ横ばいである。特に週末は家で過ごすことが常態化しており、ファミリーレストラン等の形態はにぎわいを見せているが、酒類を提供する飲食店に関しては依然として苦しいままである。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・依然として厳しい状況が続いている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、ますます動きが鈍くなっている。
	□	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・来客数は前月から横ばいとなっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に回復の兆しがみられない状況である。
	□	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・3か月前から来客数の前年割れが続いている。値上げの影響で特売商品を出しにくい。価格を下げてでも集客は弱い。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で人の動きが余り良くない。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者が出てから2年以上が過ぎ、各企業にも影響が出始めている。個人の収入も減少しつつあるとみられ、買い控えが出ているため、売上は前年より落ち込んでいる。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・タイヤ交換時期に新型車発表も重なり、例年と比べて来客数は増加しているが、受注台数は例年どおりの推移である。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は増えてきており、受注もそれなりにあるが、納期が不安定である。登録にならないと収益にならない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・修理等の在庫数は多くない。1台当たりのコストも客からはなるべく抑えるようにいわれている。
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・各メーカーとも今秋から値上げが続いており、値上げ前に客から前倒しで受注したものもあるが全体的に購買力は下がっている。また、人員削減の影響なのか注文数も減っている。前年と比べても数的に減っている状況である。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・地域のプレミアム付商品券の効果も落ち着き、各種値上げの影響なのか、冬物商材の動きは鈍い。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・全国旅行支援もあり、人の流れはかなりできているものの、物価高や新型コロナウイルス感染症の影響で、客の購買意欲は余り伸びていない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援などもあり、観光で訪れた客が多少増えている。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることから、これまで来てくれていた近隣客の出足が鈍く、余りぱっとしない状況が続いている。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が大きい。11月頃からは鍋のシーズンや忘年会も始まるが、何回かキャンセルがあった。団体のうち1人が感染すると皆出られないという状況である。
	□	タクシー運転手	競争相手の様子	・地域内では競合他社の廃業も多くなっているため、客は多くないが、前月同様、稼働していれば売上は立つ状況である。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	競艇場（職員）	来客数の動き	・今月は利用者が少なく売上も良くない。1人当たりの単価も上がらず厳しい月となっている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、再来店客数は前年比87～89%で戻り率がほとんど変わっていない。前年も新型コロナウイルス等の影響で減っていたがそれよりも更に減っている。また、新規客は前年比60%である。新型コロナウイルス感染症の影響や景気が悪いことにより、来店を控えているようである。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・原油や半導体、鉄製品の品不足や値段の高騰に加えて、円安により輸入材料の値上げが止まらない。販売価格を上げているものの、価格差は吸収し切れず、売上が減ってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、ガス給湯器、ビルトインコンロ、エアコンを交換する工事が増えている。リフォームは、資材入荷待ちが改善し、塗装工事や室内の増改築工事が増えている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・光熱費や食料品等の値上がりにより、消費者の財布のひもはより一層固くなっている。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・値上げが多く、買い控えがみられる。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・売上は11月の平年売上と変わらないが、3か月前と比べるとやや悪くなっている。常連客は来店の間隔が長くなっており、取引先と話をしても景況感は良くなり、景気が悪化している実感がある。コロナ禍の長期化でストレスや運動不足が重なり、体調悪化を訴える客が増えており、売上はその需要に支えられている。
	▲	百貨店（経営者）	お客様の様子	・11月に入り好調に推移していた高額商品や衣料品の動きも鈍くなっている。店頭でも、どちらかといえば旅行などのコト消費を重視するという声が聞かれ、耐久消費財の購入を迷う客もみられるようになっている。
	▲	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・売出し期間中は盛り上がりみせたが、前後の来客数の落ち込みが大きい。特に月後半は急激に減少している。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、物価高による生活防衛、早期セール待ち等、要因は複数考えられる。
	▲	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増え、来客数が減少している。また、インフレの進行により生活防衛意識が強まっており、必要最小限の買物に抑えている客が多くなっている。
	▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・11月は平均1品単価が前月同様に4%を超えている。来客数の前年割れも前月同様である。買上点数の減少は前年比6%強と前月から拡大し、買い控え傾向が広がっていることがみて取れる。消費動向は引き続き良くない状況が続いている。
	▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・値上げの影響が出て、必要最小限の消費になっている。買上点数が伸びず単価が高くなっていることから、まとめ買いをしたり、必要な物以外の購入を抑えたりしているとみている。また、気温も高いため冬物食材などが伸びてこない。ブラックフライデーも例年より盛り上がり欠けている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・かなり物価が上がっているため、客も目的買いが多く、衝動買いがかなり減っている。かなり厳しくなってきたのは間違いない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高を更新しており、夕夜間の来客数が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに来客数の減少が顕著になっており、単価でカバーしている状況が続いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月の来客数動向を見ても、上旬は観光キャンペーン等もあり観光地の立地店舗を中心に人の動きも多くみられたが、それ以降は新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるに従って来客数が落ちている。新型コロナウイルスの新規感染者数がピークのときの数値と同程度まで落ち込んでいる。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コンビニ各社は値上げ分単価が上がっているが、来客数は若干減少している。そこが懸念材料で、買えない人が増えてきたようである。サラリーマン男性の財布のひもが固くなっている印象を受ける。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・買い控えなのか、欲しい気持ちがあってもセーブしているようである。生活に直結したいろいろな物の値上がりの報道が多く、買い控えることが正しいことと思っているのかもしれない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高騰が進むなか、購買意欲が高まらない人が多く見受けられる。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年はブラックフライデー前後から景気が良くなった。そこから一巡し、前年と比べると来客数が増えなくなってきた。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきたことも原因とみている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・円安による物価高、新型コロナウイルスの感染拡大と負の要素が重なっているせいか、復帰の兆しをみせた葬祭、ビジネス、出張用途での需要が減少している。ふだん着においても高単価商品の動きが鈍くなってきている。
	▲	衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・物価上昇に伴い、必要最低限のものしか購入しないという客が増加傾向にある。
	▲	衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・物価上昇の影響を受けて来客数が減少傾向にある。し好品的要素の強い商品群で客単価、買上点数に影響が出ている。
	▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・新築需要などは少ない。暖冬気味の状況なので、エアコンや石油暖房関係の季節商材の売上が振るわない。テレビなどのAV商品は前年並みだが、冷蔵庫や洗濯機といった白物家電は前年比90%前後である。来客数も前年比95%程度で、客単価はやや上がっているが、売上は前年を割っている。客は全国旅行支援には興味があるようだが、家電製品の購入意欲は余りないようである。
	▲	家電量販店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況のなかで、来客数が明らかに減ってきている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売停止中の車が何車種か出てきており、個人客に販売することのできる車が少なくなっている。
	▲	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・3か月前はお盆やお彼岸の仏事小物を多く販売しており、ある程度の売上は保たれていた。しかし、今月は小物販売も落ち込み、売上はやや低下している。
	▲	その他専門店 [酒](経営者)	販売量の動き	・今月に入り、各社の値上げが一般市場に反映されつつある。全体的な動きが鈍化しており、芳しくない傾向にある。また、飲食店も同様に新型コロナウイルス感染症の影響が大きくなっている。非常に苦しい状況が続いている。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・一時は前年を超える環境にあったものの、依然として年々販売量が低下している。個人消費は伸びているが、法人関係の動きが悪く、全体的に販売は減少している。
	▲	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来ていることに加え、仕入価格、その他資材が値上がりしている。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月前半の滑り出しはとても良く、景気が良くなってきたと思ったが、中旬から後半にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたためキャンセルが相次ぎ、景気は減退した感じになっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・8月は、例年はお盆の帰省など人の移動があり収益が落ち込む月だが、今年は様々なイベントが開催されたことにより、市内イベント会場への移動による利用者が大幅に増加した。また、3月の大きな地震の影響で、観光スポット循環バスの経路変更に伴うタクシー利用者が増大したため、収益は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで上がった。そういったことがあった3か月前との比較ではやや悪くなっている。
	▲	通信会社(経営者)	お客様の様子	・年末に向けて、映像サービスとインターネットの両サービスの新規加入者が一気に減少している。身の回りの物価高にも影響されているのか、加入するメニューのほとんどが格安コースに限定されている。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・11月に入り、スーパーマーケット等小売業の店頭販売価格が高騰しているのが目に付くなど、物価の上昇を実感するようになってきている。また、新型コロナウイルス感染症が拡大していることから、自主的に行動制限をしている人も多く、景気がやや悪くなっている。
	▲	通信会社(営業担当)	単価の動き	・各種物資の値上げの影響がじわじわ出てきている。消費者においても、生活の収支バランスが崩れてきており、家計を圧迫している。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価上昇のため経費削減要求が強くなってきている。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・何もかも値上げの現状で、客も支出を控えているようである。
	▲	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・建築資材の高騰や供給遅延に伴い、建設費の増加が顕著に表れており、着工や計画の見直しを進める事例が増えてきている。
	▲	その他住宅[住宅展示場運営会社](従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に加え、気温が下がっていることから、来場組数は前々月比83%、前月比82%と減少傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・商品の値上げが止まらず、客の財布のひもが固くなっている。限られた予算のなかで買うために買上点数が落ちている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響による人手不足、物価の上昇による買い控え、最低賃金の引上げ、とどめに電気代の大幅値上げがあり、冬を前に赤字になっている。20年経験しているが、どんな取組をしても、経費を減らしたとしても、もはや経営は無理である。どうにもならない。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当地では新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、繁華街には地元の人も観光客も来ておらず、特に平日の夜は静かである。また、物価の上昇が止まらないため、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連  (東北)	◎	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・バブル期のような忙しきで売上も回復しているが、生産体制や販売体制が追いついていない。スタッフの増員にも苦慮している。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全国旅行支援があるなかで土産需要は前月に引き続き好調である。一方で、お歳暮商戦がスタートしたが、物価上昇があるためか動きは良くない。12月の動きが心配である。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波のときと比べ、地域においてもウィズコロナの経済活動に慣れてきたと考えられる。具体的には、新型コロナウイルス感染症の第8波が疑われるなかにあっても、観光・宿泊業の入込客数は維持されているほか、住宅・自動車関連の需要も増加している。
	○	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス、飲食関係は売上回復傾向にあり、利益等も前年比で増加している。一方、製造業関係は一部IC部品等の部材不足で生産ができず、売上が減少している。全体でみれば、建設関係の好調もあり景気が良くなっている。
	○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・来年以降に値上げする商品に対する買換え商談が増えてきている。ただし、商品の在庫が潤沢ではなく需要に対し供給が追いついていない状況である。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが続いているが、思ったよりも影響は少ない。目玉商品が多く入荷したため、販売量が前年を上回っている。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず販売量の前年割れが続いている。首都圏向けの売上は好調だが、東北地区の落ち込みがそれを上回っている。
	□	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・受注は好調だが、一方で光熱費を始めとした原価が上昇している。特に光熱費の値上がりが顕著で、収益が大幅に低下している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新規案件の話は少ないがリピート品等の注文は継続している。電機部品はいまだに入手が困難で、装置などが組立てられない状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年11月は雨が多く工事の進捗が鈍るが、今年は日中雨が少なく工事の進捗が順調である。ただし、材料費の値上げが懸念材料である。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近若干ではあるが、業種によっては景気に明るい兆しがみえてきている。しかし、当社の主要製造業取引先の場合は、新型コロナウイルスの感染拡大による売上の減少や、ウクライナ情勢の影響による原材料の価格高騰等により業績が良くない。このような状況では景気が良くなってきたとはいえない。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で客の反応は消極的傾向になっている。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・秋の行楽シーズンで人の流れが活発になっており、旅行関連、飲食店、宿泊施設等の広告出稿が増えている。新型コロナウイルスの感染が徐々に拡大しているが、年末年始商戦に向けた広告出稿に関しては、余り影響は受けていない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・秋の行楽シーズンに合わせて、全国旅行支援等は奏功している面もみられるものの、新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念がブレーキとなり盛り上がり欠けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が消費行動にネガティブに働いている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加がいわれているが、当地の宿泊施設における県外からの来客数に目立った減少はない。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・お歳暮用のりんごの注文数は例年どおりだが、例年よりも少ない量の注文、あるいは販売単価の安いものに切り替えて注文する人が多くなっている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、広告出稿の意欲がなくなっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・地域間格差はあるものの、東北全体の出荷は前年比2けたのマイナスが長く続いている。需要の低迷に加え諸資材の高騰が経営を圧迫している。需要回復の兆しはみえない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・見積案件数が若干減少傾向にある。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・エネルギー業界においては、ウクライナ情勢の影響で各発電所の燃料費が高騰していることから、修繕費削減傾向が強くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・客の半導体関連設備の投資に対する意欲が減退している。半導体製品は以前から高い需要があったが、半導体を扱う最終製品の伸びに対して、メモリ等汎用的な半導体の供給がややオーバー気味になっている可能性もあるとみている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・前月同様、受注量が減少し、売上は減少傾向にある。やや悪化傾向にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・まとまった額の受注契約がなかった。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・天候不順の影響により、米やその他の作物が不作となっている。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は継続的に増加傾向にある。これは東北地域全体で共通する動きである。特に11月は、上期が終了し下期の事業成長に向けた募集が増えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・行動制限の緩和をきっかけに、イベントの実施や開催についての問合せが急増している。しかしながら、求人数の増加に対して、計画どおり採用できない企業が多いことに多少の不安がある。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前よりも増加している。前年同月比では17か月連続で増加しており、雇用情勢については改善が進んでいるといえる。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・採用活動を継続しているものの、ここに来て人材がひっ迫している。製造業あるいは倉庫業で派遣社員を使った採用が増えていることが大きい。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・現状は変わらないが、新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきた。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は季節的なオーダーは増加しているが、おおむね前年と同様の状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波とウクライナ情勢等による円安の影響が地方経済に重くのし掛かっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるが、経済社会活動への影響は限られており、前年と比べて、宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業において求人数が伸びている。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・制限を伴う新型コロナウイルス感染症対策が講じられていないため、各業種で従来の形に近づいた営業が実施できつつある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・売上が2か月連続で前年の実績を下回っている。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・求人数は多いものの、人手不足の業種でも燃料価格の高騰や物価高の今後の影響を不安視する声がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・何もかもが値上がりしているため、利益が落ちている。

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北関東)	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・ホテルの稼働率、単価共に、高い水準で推移している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きく、宿泊に関しては引き続き大きな伸びとなっている。料飲部門も各種規制が徐々に緩和されてきて、緩やかではあるものの、右肩上がりとなっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援による国内旅行者の増加と、海外からの個人観光客の受入れが本格化したことにより、来訪者が増えている。また、コロナ禍の間はちゅうちょする方が多かった店内飲食やお土産購入も確実に増え、売上も増えている。また、修学旅行生や遠足の小学生も依然として多い。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の同月比で売上をみると、マイナス5%程度と低調だが、ここ3か月の前年同月比をみると、回復傾向にある。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体の納入遅延も解消されてきて、車両納期が予定より前倒しになり、車両販売ができるようになってきている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・コロナ禍で人流に制限があったが、ある程度解除されたためか、修理関係の来客数が極端に増えている。販売についても、お陰様で来客数が増えている。ただ、残念なことに新車を受注しても納車できない状態は変わらない。2～3か月前と比べると、数段に良くなっている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・早めの忘年会なのか、団体の宴会が若干増えてきている。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・政府が全国旅行支援の延長を決定したので、少しは現状の良い状態が続くかと思うが、支援策が切れた時の反動が大きくなるのではないかと不安である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・やや良くなっているが、飽くまで全国旅行支援のお陰と考えている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良くなってきたので、前年同月と比べて10%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・コロナ禍での観光スタイルが確立し、回復傾向にある。また、訪日外国人も徐々に増加していることから、全体的に観光需要が回復しつつある。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・同じ地域で再開発地区の街開きが行われ、少しは景気が上向くのではないかと。
	○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・エネルギー価格の高騰で、住宅建築費も影響を受けて高騰しつつある。そうしたなかでも新築する客はそれほど減っていない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・全国旅行支援は、商店街には影響がない。客の大半は「光熱費、ガソリン、食品等の値上げで家計がひっ迫しているので、旅行どころではない」との声が聞こえてくる。業種転換をして新規オープンした店に、多くの客が列を作っていた。商店街が久しぶりににぎわって、活気に満ちあふれていたが、他店への波及はない。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も新規感染者数が増加しているようである。各地でイベントが開催されているが、結果を見れば、前年より新規感染者が増えていることも多い。客も新型コロナウイルス感染症を心配しながら外出を控えている。通常どおり、土日は人が来ているが、平日は閑散としている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は増加傾向にあるものの、以前のような感染に対する警戒感は薄れているように感じている。しかし、相次ぐ値上げによる生活防衛意識は依然として高く、消費には慎重さが見受けられる。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みで客単価も上がらないため、売上も前年並みである。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上は98%、乗客数94%、客単価は104%で推移している。以前は弁当、ジュース、サラダの合計3点の買上だったが、弁当とジュースの2点になるといったように、客がプラスワンの商材を買わなくなっている。しかし、値上げの影響があるので、買上額は横ばいである。夜の時間帯の来客数が特に大きく減っており、趣味への消費等、生活必需品以外の買い控えも起きている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売はいまだ本調子ではないものの、中古車等の販売が比較的安定しており、車検整備等のサービス部門も堅調に推移している。ただ、中古車のロシア方面への輸出がほとんどストップしてしまったので、国内在庫が増えて価格下落が見え始めたようである。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前月に比べると、人の動きや販売量がやや鈍っている。なぜか活気が感じられず、何か不安を抱いているようで、客も車の購入などに少し控えめになっているような傾向にある。
	□	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・各商材の値上げを消費者が実感し始めている。今までは報道先行に対する警戒感だったが、消費する時点で実感し、買上点数の減少や低価格訴求品への移行等、ネガティブな傾向が表れてきている。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	来客数の動き	・最近、学校や地域の行事が開催されて、人の流れが出てきたようである。ただし、高齢者はいまだに出てきていない。新型コロナウイルスの感染第8波が来るのか、地域の学校でクラスター発生によるマイナス要素が出てきている。また、物価高の影響がじわじわと効いてきたようである。仕入値もいまだに上昇している。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・今シーズンは紅葉の状態も良かった上に、全国旅行支援の効果もあり、久しぶりのにぎわいである。
	□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少を受けて、人の流れは出てきている。ただし、広報業界への影響はいまだ多大で、受注の減少は依然として改善されていない。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・値下げ商材もあるが、圧倒的に値上げ商材が多い。店の値下げの時間帯を狙った客が増えているように感じている。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・景気対策等により、観光業などの一部では売上の回復が見込まれるものの、全体的には物価上昇により、出費を抑える傾向にある。
	□	競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が、再び増加傾向にあり、感染拡大第8波の影響も心配されたが、来場者の滞留時間が短くはなってきたものの、来場者数に大きな変化はない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・中国人経営者による国内の工場が、地方でも増えている。日本人を低賃金で雇い、メイドインジャパンの付加価値を付けてECで販売している。30年前に北京にあった日本企業の工場を視察したが、今は労使の立場が完全に逆転してしまったことを痛感している。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・儉約意識が強く、以前の消費に戻る気配がない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、貸店舗等への問合せが増えてきているが、現実にはいまだ成約に至らない。土地等についても引き合いはあるものの、成約には至らない状況である。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・客の自宅へ年末の挨拶回りを早々に始めているが、口々に、当面は修繕は行わないと言われている。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・今月は客の出足が悪い。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・11月に入り、来客数が今期の平均より5から8ポイント落ち込んでいる。新型コロナウイルスの感染第8波への警戒か、行楽需要による落ち込みなのか、図りかねている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・10月までは前年比2けた増の来客数を維持していたが、11月中旬からは、ほぼ前年並みの来客数に低減している。新型コロナウイルスの感染拡大、全国旅行支援利用による観光地への旅行客の増加、冬物実売期における気温低下の足踏み状態等が要因だと推察している。商売の実態としては苦戦が続いている。
	▲	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・価格高騰により、買上点数の減少や必要な物以外の購入を控える傾向にあり、なかなか数字につながらない。
	▲	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・今の時期は、秋祭りも終わっている。当店の商売は祭り用品が中心なので、売上を大変心配している。新型コロナウイルス感染症が始まってから3年、感染状況が大変な時期には祭りも中止になり、なかなか商売に結び付かなかったが、今年は何とか開催できる状態である。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響はいまだに続いており、祭りに参加する団体が少なかったことで、販売量が落ちている。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波で、当店の顧客は高齢者のため、自分の命を守る行動になっており、本当に街に出てこない状況がずっと続いている。安全な環境を作るといふ何か政策の具体的な話が出てこない、客は動かない。人が動かなければお金も動かないので、この悪い状況がずっと続くような気がして、何とも言いようがない。
	▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・来客数が微減しており、自治体発行のプレミアム付商品券も終了したので、期待できる外部要因がない。
	▲	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	お客様の様子	・年配客や地元常連客が減少傾向である。逆に、近県からの旅行者は増加傾向にあり、経済対策の効果は若干あるものの、全体としては低迷が続いている。予約の入り方も、様子をうかがいながらで直前の連絡が多い。相変わらず、新型コロナウイルス感染症による急なキャンセルも、時折発生している。
	▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・何と言っても次々とやってくる原材料の値上がりで、仕入値がどんどん上がっていることで、仕入れのたびに上がっている物さえある。仕方がないとはいえ、利益には響く。
	▲	その他飲食 [給食・レストラン]（総務）	単価の動き	・クライアントに取引条件の見直しを依頼しているが、食材費、人件費、諸経費等のコストアップが先行して進む展開となっており、収益面を圧迫してきている。当面は、提供する食事内容を落とさざるを得ない状況となっている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・11月初旬は割と動きがあったが、中旬以降、新規感染者数がまた増えだして、新型コロナウイルスの感染第8波に入ってしまった。電車に乗っている人も少なく、飲食店等にも客が入っておらず、人通りもない。全国旅行支援が始まってからも当地は観光地ではないので、いつもと変わりがなく、タクシーの利用客は減少している。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・夏にモデルチェンジした商材は、中級以上のグレードで平均3万円以上値上げしているため、割安だった旧モデルが在庫切れになってからの販売が思わしくない。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・携帯電話の販売が低迷している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・費用が増加しており、やや悪くなっている。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月から一転して悪く、冷蔵庫は84%、洗濯機は66%、エアコン60%、テレビ74%と、特に、耐久消費財が売上を落としている。全体でみても前月比で82%、前年比では85%と振るわない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べて、近隣の小中学校で学級閉鎖が出る等、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数がまた増えてしまい、出足が鈍っている。物価高や年末年始にお金を使う予定があるためか、今は買い控えの傾向がある。
	×	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・季節的に3か月前よりは良くなっているが、下向きである。新型コロナウイルス感染症の発生前の年度と比較して、20%程度の復活なので、これでは長期的に持たない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	通信会社（経営者）	単価の動き	・仕入コストの上昇で、悪くなっている。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自動車生産ラインが通常に戻りつつあるが、これまでの生産減少分を補うような、ぼん回計画の動きは見られない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各社とも発注量が多く、当社受注量は前年比1～2割は増えている。これが年内か来年の2～3月くらいまで続くのではないかと。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気が良いとは言えないが、大きな影響もなく稼働している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や生産が3か月前と同様に推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・前月はまずまずだったが、今月はほとんどの取引先で若干落ちており、余り良くない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・11月に入って少し暖かい日が続いたせいか、冬物家電、特に、こたつ、ヒーター等の暖房類の物量が前年より15%ほど落ち込んでいる。しかし、行動制限の緩和により外出機会も増え、ウォーキングシューズ等の物量が増えているため、全体的な物量は10%のダウンである。
	□	広告代理店（営業担当）	それ以外	・既に忘年会シーズンに入っているはずだが、目立った宴会も見受けられず、飲食店の苦境は続いているようである。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍がやや落ち着きを見せ、ウクライナ戦争が足踏みしているなかで、原料や燃料等の値上がりも一段落し、地域の企業活動や個人消費に手堅い兆しが見られる。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・このところずっと変わらないような感じである。ただ、あともう少しというところまでは行くが、どちらかというところ少し悪くなることを意識するような状態である。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・イベントなどは通常どおりに戻ってきているが、事業所で忘年会を行うところは、まだ少数である。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段の変化は見られない。
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建物の設備改修進行中物件は、順調に進んでいるものの、資材の値上がりで経費増となってしまうている。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、老人保健施設での清掃等の業務が延期や未定になっている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多品種少量生産の当社の取引先50社ほどの内、今月1品でも注文があった取引先は20社であった。ここまで受注依頼が少なくなったことはないので、大変驚いている。
×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権まで公共工事は順調に推移している。今期公共工事発注は前年比10%減であり、当社売上也前期比10%減と厳しい決算になる。	
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・行楽時期に入り、当地周辺は観光地なので、かなり来訪客があったものの、日帰り旅行の傾向が多い。求人については、販売や小売店の秋冬物に対応するスタッフ募集等の人員確保に活発さがみられる。製造に関しては、横並びで動きは変わらない。建築関係では増改築や解体による新築が目立っている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は8月と比べ、医療、福祉、その他サービス等で増加がみられ、全数では2.5%の増加となっている。また、前年同月比では11.0%増と、13か月連続で前年を上回り、持ち直しの動きが広がりつつある。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	それ以外	・国内研修旅行のイベントやその他の学校行事など、前年と比較して、多くのイベント実施が可能となっているため、経済に関しては良い方向に向いているのではないかと。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣依頼数に対して新規求職者数が不足しており、人材の取り合いとなっている状況は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・製造関連の派遣求人が減少している。取引先からは生産を社員のみで行い、派遣を採用しない方針だと連絡が入っている。
	×	*	*	*

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

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



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

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は増えてきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数も増えており、オペレーションが人員不足で補えない店舗が出ている。景気回復はとても良いことだが、その波に乗れるよう、今後の人口減少において、全社的に生産性を改善していくことが課題である（東京都）。
	○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症がまたまん延し始めてはいるが、慣れなのか、客が激減することはなくなってきている（東京都）。
	○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、世の中の的に自主規制は弱まっており、来客数、喫食数も年末に向けて若干伸びてきている（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・個人客を中心に全国旅行支援が始まり、来客数はかなり増えている。一方で、法人の宴会の回復遅れがずっと続いており、その部分だけが現在足かせになっている。3か月前と比べると新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、今は皆がさほど気にしていない状況になっており、全体的な動きはかなり回復している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊と、レストランの昼の時間帯はかなり客が戻ってきているが、夜の時間帯や宴会場に関しては、相変わらず厳しい状況である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前と比べて新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、全国旅行支援などの支援策により宿泊の稼働率は高水準で推移している。レストランも週末中心ではあるが満席になる日が多く見受けられ、婚礼や宴会も延期案件の実施により販売量が確実に伸びてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の需要が継続している。周辺イベントによる需要も重なり、高稼働が続いている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援効果で人流が活発になっている（東京都）。
	○	タクシー運転手	それ以外	・運賃引上げが14日からスタートした。乗り控えが懸念されていたが、改定前と変わりなく、まずは一安心といったところである。また、昨今では現金払が少なくなっているために値上がりを感じないということもあるようである。（東京都）。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・イベントのスポンサーが増加している。ゲーム業界など、今までにない分野が伸びている様子が見受けられる（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・直近2か月間は獲得顧客数が増加傾向にある（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・電子帳簿保存法、インボイス制度対応などフックとなる要素があり、案件が増加している（東京都）。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・海外からのツアー客が戻ってきている（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・自治体のキャッシュレス決済キャンペーンにより売上が伸びている。通常キャッシュレスの売上割合は25%だが、35%まで上昇している。
	○	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・閑散期の3か月前と比較すると、メンバーを中心に高稼働率を維持しており、季節的要因もあるが、新型コロナウイルスの感染第8波の影響は限定的である。第7波以前は高齢層を中心に感染を警戒してプレーを忌避する動きがみられたが、現下ではこのような動きは目立っていない。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	お客様の様子	・大きな団体の動きはないが、小グループでの予約などが入ってきている（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・民間の仕事は非常に厳しいが、行政の指名入札で仕事が取れている。社員が少なくなってしまうので、人員不足で対応することが難しくなっているが、当事務所の景気は上向きである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・現状、商店街を行き来する客の数はそれほど悪い状況ではないが、来客数の伸びは今一つである。それに伴って、売上也大分良くなってきてはいるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況にはまだ届いていない。ただし、少しずつ回復していることは間違いない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕(店員)	お客様の様子	・当店は花屋なので直接関係はないのだが、老人会や近所の人たちが旅行に行くようになり、国や自治体からの旅行支援策のお陰で自分の財布から出すお金が少なくなくて済んだと喜んでいる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営業担当)	単価の動き	・お歳暮に向けて毎年行うセール期間の売上は前年同様である。今月は、来客数は横ばいであったが、客単価が低下し、売上が5%マイナスとなっている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する意識より物価高への危機感や警戒感の方に客の関心が高まっているように感じる。客の消費行動も慎重になってきており、今月の景気動向としては、良くも悪くもなく、横ばいである。比較的付加価値の高いブランド品等の動きは引き続き好調であるが、衣食住の基本商材に関しては、前年と比較しても良いとはいえない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・コロナ禍以降の購買意欲は継続して高く、来客数が増加し、結果として売上も好調に推移している。インバウンドも増え、体感として土日は徐々に混雑した印象を持っている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	単価の動き	・ここ3か月間、消費は堅調である。購買人数は前年に比べて減少傾向にあるが、反面、1人当たりの単価は高い傾向にある(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(経営企画担当)	販売量の動き	・服飾雑貨、宝飾品の堅調に加え、婦人、紳士アパレルの動きが良く、商品カテゴリー別では前年比で2けたの伸びを見せている一方、食料品についてはお歳暮ギフトが厳しく、ほぼ前年並みであり、商材ごとに好不調のばらつきがみられる。食料品の値上げも続き、環境も厳しい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(企画宣伝担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が日ごとに増えるなか、来客数の伸びが鈍化している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	来客数の動き	・このところいつも同じだが、やや悪い状態がずっと続いており、それが常態化しているので、なかなか良い方向には向かわない。先の見通しも良くない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	販売量の動き	・日によって気温差が大きいので、冬物商材の売行きが想定以上に伸びていない。また、値上げの影響により販売の売価によって売上が左右される場合がある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	単価の動き	・調味料などの販売価格が若干上がっているなか、客単価は上がっているが、販売量は逆に5%くらい減っているように感じる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・今月は、衣料、住まいの品、食品トータルで前年より1~2%悪い。単価は前年並みだが、来客数が若干落ちている。特に好調な商材は、簡便な食料品、服飾雑貨などの軽衣料である。逆に、素材関係の食品と、気温が高いために重衣料が不調となっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・いろいろな物が値上げになり、家計を圧迫している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(営業担当)	単価の動き	・1品当たりの単価は確実に上がっているが、販売量並びに来客数はそれと反比例するように鈍化しているのが現状である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(仕入担当)	販売量の動き	・値上げの波により販売点数が減少している。電気料金が3割ほど値上げされ、利益を圧迫している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	単価の動き	・そのときの気温によって多少売れる数が増えたりはするが、1週間トータルで考えると余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(商品開発担当)	来客数の動き	・今月前半は全国旅行支援の効果もあり、来客数が着実に増えてきたが、後半に入ると新型コロナウイルスの感染再拡大もあり、低調になってきている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(従業員)	来客数の動き	・来客数の動きから、景況は良くも悪くもなっていない。生活にかかわる商材の販売ということで、安定した来客数、販売数といった感じである。逆に言えば、すごく良くなる可能性も、すごく悪くなる可能性も、余りないかもしれない。ただし、周りの環境変化には敏感であり、近くにコンビニ、スーパーができたなど、景気以外の外的要因で来客数が一気に減少してしまうかもしれない。とはいえ、今でも近くにコンビニ、スーパーがないわけではないので、新たに増えることも考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・暖かい日が続く、防寒衣料の動きは悪いが、軽衣料は前年よりも良い。全体では前年より若干悪い。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(役員)	販売量の動き	・諸物価高騰の影響が出ている。衣料品購入はどうしても食費や光熱費等よりも後回しになる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は余り増えていないが、家族での来店者は増えている。消耗品が値上がりし、高くなったという声もよく聞く。商品選びは慎重になっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくなく、前年度比で5割減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の納期の遅れは徐々に回復してきているが、受注量は前年並みである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今までにないくらいに販売が低迷している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客は新車を買いたいのが、納車に大変時間が掛かるため、自分の車を車検に出すが、新型コロナウイルス感染症の影響で余り距離を走っていないために車検代金は少し安くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響で半導体がそろわず、新車が欲しくても新車が入ってこない。距離を走っていないので車検費用は安く、ディーラーとしてはジレンマに陥っている。全体的には景気は変わらない。将来的にもまだまだ変わる状況にない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車生産について安定化のめどが立たない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・特に変わっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	単価の動き	・週ごとに物価が上がっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・これといった動きがないので、前月と同じということである。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響によって来客数が変化することは少なくなり、徐々に回復してきている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・以前に比べて新型コロナウイルスの新規感染者数増加に伴い経済活動が停滞することはなくなってきたようである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	それ以外	・外国人観光客が少し目立つようになったが、インバウンド効果はまだまだである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、やはり客がシビアになっている気がする。電気代や物価が上がり過ぎて、所得が追い付いていかない状態が続いている。何とも言いようがない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全く宴会が入らないというわけではなく、会社の集まりも少しは入ってくるし、家族の集まりで利用してくれる人も増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症に罹患してしまった予約キャンセルが多々ある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・1週間の来客数をみると、週末など、日によって満席の日や来客数が多い日もあるが、逆に4～5人という極端に少ない日もあり、1か月トータルでは必ずしも売上が伸びているとはいえない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援でクーポン券も発券されるようになってきているが、客もまだ新型コロナウイルス感染症が完全に終息していないので、希望と一致するところがなかなかないようである。全体的には上向いているとは思いますが、当社にとってはなかなか思うようにいかないのが現状である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・全国旅行支援が始まったものの、新規案件が発生することも少ないため、変化はない。煩雑な手続きが増えた分、負担が増している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・物価は高騰しているが、旅行業界全体としては3か月前と比べても客の様子に変わりはない。全国旅行支援といった政府の施策もあるが、夏の需要と比較してもさほど変わらない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までは以前同様利用があり、個人宅、駅、病院、会社いずれも平均して良い。問題は終電後で、新型コロナウイルス感染症の発生前から現在まで利用は少ないが、深夜にロングの客がいるのが不思議で仕方がない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	乗客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波とマスクミで度々報道されるようになり、人の動きがせっかく出始めたものの、まだ警戒している状態で、完全にフリーにはなっていない。会社等では忘年会を控えるようにとの通達があるらしく、個人では以前に比べて動きがあるが、まだ本格的にはなっていない（東京都）。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの動きは余り変わらない。アプリ決済がやや増えている。雨の日の幼稚園又は保育園への送迎がますます増えている（東京都）。
	□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・商談はあるものの、受注は前月と変わらず、身の回りの景気は変わっていない（東京都）。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・年末感が余りなく、契約数も伸長していないので、社会の動きからすると景況感は余り変わらない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に、無駄を省き必要最小限の内容を選択する傾向は変わらない。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・年内で終了する案件が増えており、次の案件が見えない（東京都）。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・総じて物価が上昇しているためか、新規に投入したサービスに客は興味を示すものの、低価格帯サービスの契約しかできず、売上増加に結び付かない（東京都）。
	□	パチンコ店（経営者）	乗客数の動き	・政府の景気浮揚対策に偏りがあり、全般的に不十分である。
	□	競輪場（職員）	お客様の様子	・無料招待や半額キャンペーンなど、入場料を減額した施策を行っているが、余り反応が良くない。客の声を聞いても、良い反応がなく、厳しい状況が続いている。
	□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・年末に向けて景気が良くなる期待感はあるが、直接売上に反映されてはいない。
	□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	お客様の様子	・この数か月間においては客の来館状況に変化はない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・もらった仕事そのまま継続している。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・この半年ほど業務量はほぼ変わらない。新規案件はあるものの規模が小さく、景況が上向いている感覚はない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・具体的な話がずっと続いているものもあるが、話のみで一步も前へ進まないものもある。何を怖がっているのか不明である（東京都）。
	□	住宅販売会社 (経営者)	乗客数の動き	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状況が非常に悪く、規定の賃料が受け取れていない。このところ外国人観光客が増えつつあるので、これから改善されることを期待している。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約82%となり、やや悪い。3か月前と比べてもほぼ変わらなかったため、景気は変わらない。住宅資材の高騰により商材を値上げしたため販売量が低迷していたが、資材不足も落ち着き、販売価格の見直し、新商品の提供などにより、悪いながらも販売量が安定してきている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・11月は毎年多少受注が落ちるが、今年も同じような傾向である。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前に比べ、景気は余り変わっていない。地価も高めで推移しており、建築資材もまだ値上がりしているため、若干だが良くない方に傾いているかもしれない。契約本数も余り伸びていない。
	□	その他住宅 [住宅資材] (営業)	販売量の動き	・建築資材の需要動向に一服感がみられる。大型案件の話があっても時期が先のことが多く、現状での荷動きにつながっていない（東京都）。
	▲	一般小売店 [家電] (経営者)	販売量の動き	・本当にずっと底辺の状態なので、今後どうなるか分からないが、最近になって新規客からの問合せ等が増えてきている（東京都）。
	▲	一般小売店 [和菓子] (経営者)	競争相手の様子	・近くに大手チェーンの競合店が出店したため、かなり影響を受けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・前月から来客数が極端に減っている。インターネットや量販店に客が流れているためだと思われる。広告も、以前のような新聞広告では集客が見込めなくなっている。
	▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が非常に少ない。最近、外国人客が幾らか増えてはきているが、成約までには結び付いておらず、景気は余り良くない（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・物価上昇のため、消費に対する意欲が減退しているように感じる。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・前月と同じく、今一つ来客数が少なくなっているように感じる。円安が落ち着いたので、年末に期待したい。
	▲	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・仕入価格の高騰に備えて、仕入れを増やしている。旅行が再開するなどで人出が増えており、新規購入を期待していたが、余り購買意欲が向上しないためか、商材の動きは鈍い。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・仕入単価が上がっても、商材価格には簡単に転嫁できないので、販売量が今までどおりであったとしても、会社としてはもうからない。取引先に交渉してもなかなかすぐには販売単価を上げてもらえないので、まだまだ我慢の状態である（東京都）。
	▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安のために輸入商材の販売量が大きく抑えられている（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・来客数、売上共に前年比では伸長しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響からは脱していない。コロナ禍による客の買物に対する意識の変化が大きい。加えて、様々な物の値上げが続くことにより、更にシビアになっている。
	▲	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価高などが消費にマイナス影響を及ぼしている（東京都）。
	▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・10月下旬から急に販売量が減ってきている。お歳暮が始まって戻るかと思っていたが、戻らない（東京都）。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げの影響で単価は前年並みを維持しているものの、買上点数は前年を割っている。さらに、固定客の来店頻度が明らかに落ちてきている（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・価格の上昇で来客数が減り、安い店に客が流れている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、客単価共に減少し、更にアルバイト従業員が全く集まらず、日増しに厳しくなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・当社はコンビニエンスストアを複数経営している。行動制限がなくなり、来客数等はさほど変わらないが、やはり物価上昇によって客単価が抑えられており、8%程度落ちている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・各商材が値上がりしているものの、客の購入数量は微減しているため、売上は微増にとどまっている。当店が支払う経費も増加してきており、営業利益はマイナスになっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月までは新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年を上回っていたが、11月に入り、特に週末の来客数が前年を下回っている（東京都）。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・セールの売上が目標に達していない。なかなか寒くならないので、ルームウェアの売上が良くない（東京都）。
	▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・消費者物価指数が3.6%、40年振りの伸び率等のインフレ報道を受けて、実態と合わせて消費者はより敏感になっており、生活防衛の消費にシフトしている（東京都）。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価高の影響がある。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・消費者物価指数が上がっており、先行き不安からか、高価格帯の車両の売行きが悪い（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・コロナ禍がまだ続いているなか、来場客数も軒並み減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	販売量の動き	・燃料油価格激変緩和補助金により燃料油の販売価格が抑えられているが、買い控えがある。3か月前の夏休み期間からは明らかに需要が落ちている(東京都)。
	▲	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・外国人が日本にやって来るようになったが、飲食店にはそれほどの恩恵はないようで、以前と売上は変わらない。これまでのコロナ禍での生活が消費に定着してしまった感じがする(東京都)。
	▲	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・円安及びロシアのウクライナ侵攻の影響がじわじわと効いてきている。
	▲	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・タクシーは稼働台数が少なく、稼働している車両は多少は収入を上げているが、全ての車両が稼働したら1台当たりの収入が減る。全体の利用者が増加しないと厳しい状況が続く。
	▲	通信会社(社員)	お客様の様子	・外的要因による客の流動もなくなってしまっている(東京都)。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・多チャンネルサービスの加入数が減少している。徐々に景気全体が冷え込んできており、娯楽に関する消費を節約する傾向が強く、影響を受けている。
	▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・今月に入り、契約数は前年比でほぼ横ばいで推移しており、7~9月ほどの伸びがなくなってきている。
	▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・物価高の影響か、当社の加入者数が純減し始めている(東京都)。
	▲	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・費用を全額企業が負担するキャンペーンには客が反応するが、利益が出ない割引キャンペーンくらいではなかなか反応してこない。
	▲	ゴルフ場(経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束を見せつつあるなかで、客の興味が身近な娯楽よりも旅行などに向いていることを、同じサービス業として感じる。
	▲	設計事務所(職員)	それ以外	・主に物価高を要因として民間発注の動きが停滞気味になっている(東京都)。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・資材高騰により、粗利率が悪化している。
	×	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。
	×	衣料品専門店 (従業員)	お客様の様子	・仕入単価がかなり高くなり、販売価格に転嫁しているような感じもする。新型コロナウイルス感染対策の規制緩和で少しは良い兆しが見えていたが、まだまだのような気がする。
	×	家電量販店(店長)	来客数の動き	・現状、郊外の家電量販店では来客数の減少が目立っている。その結果、販売数量が減り、単価を上げて売上金額をカバーするところまでいかない。
×	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数、販売台数共に減少傾向にある。原因の大半は納期遅延が占めているように思える。車検代が掛かるなどデメリットも多くあり、客の購買意欲は向上しない。	
×	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・買上点数や購買単価が下がっているので、買い控えが進んでいるようである。	
×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、来月の忘年会も既に予約のキャンセルが出ており、予約数自体も伸び悩んでいる。政府はいろいろな所へ行けと言いつつ、感染したら自分で抑える、ワクチンは打てなどと、よく分からないことばかり言っているため、景気が良くなるわけがない。	
×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻は、あらゆる物資の調達に影響し、物価上昇を加速させ、また、物資不足に陥っている。北朝鮮の度重なるミサイル発射、米国の今後など、あらゆるところで先行き不透明である。新型コロナウイルスの感染拡大防止もどこを目指しているのか分からず、不安である。	
企業 動向 関連  (南関東)	◎	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年この時期は繁忙期のため受注量が多い(東京都)。
	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が順調に推移している(東京都)。
	○	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	それ以外	・まだまだ動きが鈍く、販売先の不振などから受注が低迷しているが、イベント等は少しずつだが前向きに始めているような気がする。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	出版・印刷・同 関連産業（所 長）	受注価格や販売 価格の動き	・イベント等が中止になることなく動き出しているの で、案件数が増加している。
	○	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・取引量は前年同月比で多少良くなっているが、材料 費の高騰など、利益率を下げる要因もあり、予断を許 さない。
	○	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・自動車業界の半導体不足は徐々に改善されてきてい るものの、まだ解消されてはいない。
	○	その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響もあると思うが、 ここにきて来客数が増えてきているということで、得 意先も活気が出てきている。また、同業者のなかでも いろいろ格差があり、新型コロナウイルス感染症の影 響で明暗が分かれてきている。
	○	輸送業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・人が動き始めて物量が増えてきているが、新型コロ ナウイルス感染症の第8波が予測されているので、不 安定な状況である。
	○	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、飲食業はGo To Eat キャンペーンで、コロナ禍ではあるが来客数が増えて いる。運送業は、燃料費高騰の影響で利幅が縮小して いる。建設不動産業は、資材価格が高騰しているもの の、販売は好調である。ただし、仕入れは苦戦してい る。小売業は、商品の値上げもあり全体的に売上は横 ばいとなっている。観光業は、全国旅行支援により宿 泊客が戻りつつある。全体的には少し景気は戻ってき ている（東京都）。
	○	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・コロナ禍が落ち着き、国内宿泊ニーズが増えてい る。また、外国人観光客も増えており、宿泊ニーズは 好調である（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・Go To Eatキャンペーンや全国旅行支援で 個人旅行や飲食の機会が増加している。観光地は国内 外からの観光客でにぎわっている。新型コロナウイルス の感染第8波への懸念はあるものの、り患した際の 情報も増え、重症化しないのであればウィズコロナの 方向性を維持する。
	○	その他サービス 業〔警備〕（経 営者）	受注価格や販売 価格の動き	・イベント関係も復活してきており、警備の依頼も増 え、売上の増加につながっている。
	○	その他サービス 業〔ソフト開 発〕（経営者）	取引先の様子	・取引先から案件中止の申出があったが、別の依頼が あり、中止案件の穴埋めができていく（東京都）。
	○	その他非製造業 〔商社〕（従業 員）	取引先の様子	・取引先の動きが活発になっている（東京都）。
	□	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・イベント等が行われるようになり、その売上は良 かったのだが、店売りはまだまだの状態である。
	□	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしており、店受け の仕事と、法人の納入先を抱えている。会社設立に関 する印鑑の注文は大抵3～4件あるのだが、今月は2 件しかなく、やや少ない。ゴム印の注文は通常よりも やや多いくらいなので、どちらともいえない（東京 都）。
	□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で化粧品容器の受 注が下がったまま、回復傾向がみられない。医療品容 器に関しては、新企画の案件が舞い込むようになって きているが、具現化には時間が掛かりそうである。
	□	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・製品に組み込む部品の調達が困難になり、受注して も売上が先延ばしになったり、ペンディングになった りするケースが増えている。国内で調達することが難 しくなり、中国企業に依頼するケースが増えている （東京都）。
	□	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・電子部品業界においては、在庫が徐々に増えつつあ る。
	□	建設業（経営 者）	それ以外	・不動産分野においては、当地域では想定以上に値上 がりしていると思うが、場所によっても格差がある と思うので、景気が良いのか悪いのかよく分からない。
	□	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・新規の出店が増えないなか、取扱量の増加につな がる要因も見当たらず、低迷が続いている（東京都）。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の受注量と比べると、横ばいか微減となっている（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が当初の予想より増えてこない。また、燃料価格や物価の高騰により収益が伸びない。
	□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・5月以降は供給面での制約要因も徐々に正常化し、2けたの伸びが続いている（東京都）。
	□	金融業（従業員）	競争相手の様子	・経済は動き始めているが、やはり原材料の高騰に伴う影響が続いており、収益状況としてはマイナスになる企業も多い。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィス需要にやや回復傾向がみられ、空室率が改善している。ただし、入居してもらう際には数か月のフリーレントが必須条件になっており、実質賃料の改善はまだみられない（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・観光事業についてはやや上向きになってはいるものの、物価上昇により利益に差を感じない（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・制作会社である。受注量は上昇傾向で、取引先の動きも活発化してきたが、長期的なコロナ禍や景気不安、資材高騰等から、制作金額の値引き交渉や相談が多い。その分、内容を減らすなど協議した上で対応している（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今期の予算は達成しているが、来期以降の話が鈍化している、又はまだ見えていないことが多い（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣の駅周辺の店をガラス越しにのぞくが、客が全然入っていない。新型コロナウイルス感染症の発生前はとても客が多く、特に金曜日などは店に入り切れないほどであった。今は、新型コロナウイルス感染症の影響もあるのかもしれないが、客入りが少なく、動いていない（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社や補助金、助成金等を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業にとっては、電気、ガス料金等の値上がり大きなインパクトとなっている。受注は若干の増加傾向がみられるものの、収益を大きく圧迫する恐れが大きくなっている（東京都）。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・業務に活気が戻りつつあるが、原材料、部材、燃料費等の値上げが続いて実施されており、受注量には余り変化がない。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・電気料金の高騰により、利益が減少している。
	▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費、燃料費の高騰が続く、価格転嫁を試みているが限界である。日用雑貨用途向けでは一部他の低価格製品へ置き換えられ、数量が低迷したままである。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の売上はほぼ目標に近づいているが、受注がかなり減ってきているので、景気は後退している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・12月分の仕事量が少なく、1月はもっと少ないので、大変である。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・3か月前よりも、仕入価格、エネルギー価格、人件費の高騰などの圧迫感があり、取引先の説明会でも景気後退の話が出ている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・見積案件が少なくなっている。新築案件の話も少なく、受注難である。
	▲	金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費、水道光熱費等が高騰しており、十分な価格転嫁ができていない。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が営業している商業施設の状況だが、2020年までは前年比より来客数、売上共に増加傾向であったが、2021年は来客数が7万人減少し、それに伴い売上も減少した。2022年になり、双方回復し、売上も伸びているようである。各々の店舗が、新型コロナウイルス感染症対策を工夫して実績を上げており、良い傾向である。あとは空いている2店舗を解決することが急務である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・客の財布のひもが固いという話を取引先から聞いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	受注量や販売量の動き	・既存の契約金額が変わらない (東京都)。
	×	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原材料の高騰と働き方改革により労働意欲が減退している。
	×	広告代理店 (従業員)	受注量や販売量の動き	・前月に続き前年を割っている (東京都)。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣募集から紹介予定派遣や人材紹介への募集切替えが発生している (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・求人数は前年同月比でほぼ同水準で推移しているものの、長期派遣契約者数は3か月前と比べて116%、前年同月比で123%と拡大している (東京都)。
	○	人材派遣会社 (経理担当)	採用者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までは戻っていないが、求人数は引き続き増加傾向にある。派遣労働者については、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、離職が少なくなっていることから微増傾向で、採用者数、派遣労働者数は増加している (東京都)。
	○	求人情報誌制作会社 (広報担当)	採用者数の動き	・同業他社、当社共に採用者数が増えているものの、従来と同じ条件では採用しにくくなってきているように感じる (東京都)。
	○	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・企業からの求人件数は前年より増加している。大学キャリアセンターへの企業訪問も増えているようである (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・人材不足の状況が同程度で続いている。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績や自身を含めた消費動向に変化がない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・仕事の紹介が可能な登録人材が減少している (東京都)。
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材依頼は堅調に推移しているものの、依頼内容にマッチする人材が不足しており、なかなか成約に結び付かない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣業においては、自動車を中心とするエンジニアニーズは継続的であり、景気の良さが続いている (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は横ばいである。航空観光関連企業からの求人のみ増えている。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・3か月前との比較ではさほど変わらない。ここ最近では求人数がやや増加傾向にあり、前年同時期と比べると、大きく増加している。3か月前も既に求人数が増えている状態なので景気としては悪くないが、ここから先もっと良くなっていくという感じもしない。そこまで悪くない景気がどこまで続いていくかが重要である。
	□	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・新規求人数は前年度と比べて若干減少してはいるものの、ほぼ前月並みであり、企業の採用意欲は回復傾向にあると思われるが、求職者には応募に慎重な様子が見受けられ、紹介、就職件数共に落ち込んでいる。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は、飲食、宿泊、サービス業を中心に大幅に増加している。一方で求職者数は3か月連続で減少しており、求人数の伸びに対して充足数は鈍化している (東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・専門性の高い職種、海外勤務の求人は常に人材不足状況が続いており、今後とも全般的に企業の成長にはまだまだ期待が持てる。新卒のみならず、中途採用者のバイタリティーに期待したい (東京都)。
	□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人が活発である (東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・ホテル、飲食業界、コールセンターなどからの依頼は多数あるが、派遣労働者の応募者数が全く追いついておらず、業務が滞る状態が続いている (東京都)。	
▲	求人情報誌制作会社 (経営者)	求職者数の動き	・人材採用の現場では、景気動向が下方へ向かうときは応募数が増える傾向にある。今、正に人手不足といわれるなかで、応募件数が増えてきている (東京都)。	
×	求人情報誌制作会社 (所長)	求人数の動き	・求人先が仕事が増えないと言っている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・全く需要がない。お手上げ状態である。

## 5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (甲信越)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・全国旅行支援の実施で、紅葉シーズンは元より、終了後も観光客が途絶えず、新型コロナウイルス感染症の発生前以上の人出となっている。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は安定しており、単価が上昇していても、買上点数は堅調である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はいろいろあるが、り患してもそれほど不安にならないというか、以前より警戒心が少なくなっている。客の動きもそれほど悪くはない。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給の制約は続いているものの、少しずつバックオーダーからの売上台数が増加傾向に転じている。新型車受注も堅調に推移している。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・人流が増えている上に、客単価もアップしている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援のお陰で売上が回復している。予約は多いものの、従業員が不足しているために、100%まで客を受け入れることができなかったため、やや良い状況である。新型コロナウイルス感染症の発生前と比較すると同程度まで回復している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向で、客の動きが若干鈍くなり、また、少なからずキャンセルも発生している。しかし、以前ほどの急激な来客数の減少とはならず、宿泊、レストランでは全国旅行支援もあり、コロナ禍前より良い推移である。ただし、いまだに大人数での利用が回復せず、全体的には大幅な回復状況でもない。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響を受け、3か月前と比べて、宿泊客が断然増えている。11月初から今月の予算をクリアするなど、完全に宿泊は伸びている。また、外国人客の動きも、香港、ハワイ、インドネシア、シンガポールから、何件かグループ客が来ている。一方、宴会に関しては、大型宴会のキャンセルが出るなど、宴会目的の方の来館が減っている。
	○	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・全国旅行支援の開始に伴って、明らかに受注が増加しており、来客数も今までの比ではない。また、より高額な商材を求める傾向もあり、確実に3か月前とは違い、上向きだと考えられる。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・物価高騰が続いており、生活環境は良いとは言えない。その反面、生活費の見直しでサービスへの問合せは増えている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で来客数は増えているものの、売上は微増である。
	○	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援のお陰で需要がある。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・全ての物と言えるほどの値上がりムードのなかで、消費者はそれなりの生活をしているようである。販売側では価格の安定性もなく、仕入れの都度、価格の確認をしなければならず、きついところである。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつ増えてきている。客の警戒感もあり、動きに余り期待できなくなっている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は14%増、来客数は4%減となっている。自治体発行のプレミアム付商品券の効果とイベント再開で、売上は伸びている。店舗周辺で3月末まで道路工事が行われているため、客が来店しにくい状況で、来客数は減少している。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価上昇の状況は変わらない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冬に向け落ち込む時期ではあるが、全国旅行支援や自治体発行のクーポンの利用で、売上のことは大幅に下がることはなく、落ち着いているようにも見える。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月になって、新型コロナウイルスの新規感染者数 がかなり増えてきているが、客の様子をみていると、 余り変化はなく、以前のように、急に減ってくるよう な状況ではないので、変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、客足が遠のいている。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・会社全体で集客アップ施策を行っているものの、微 増で推移している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は、前年同月比でほぼ同じレベルで ある。車両販売では、特に、新車については、年末まで の納車予定が立たず、売上に結び付かない。
	□	その他専門店 〔酒〕（店長）	販売量の動き	・飲食店向けの販売が、ここ1週間くらいで再びしぼ んできている。様々な物が値上がりしている影響もある。 販売量は前年よりも多く動いているが、諸経費が 上がっているため、利益が取れているかどうかは難しい。 トータルで見るとそれほど利益は出ていない。
	□	スナック（経営者）	お客様の様子	・あつという間の1か月で、いつもと同じような回答 になる。地方では客の様子がとにかく良くない。飲食 店は駄目である。何か本当に良い方法はないだろう か。
	□	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・物価高や為替の影響があるものの、業種によって、 影響に差が出ていると、客との会話で実感している。 また、同じ業種でもやり方の違いによって差が出て いる。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数は多く、1人が担当する物件が多数になって いる。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波襲来のためなの か、各種値上げの報道によって財布のひもが固くなっ たためなのかは不明だが、人通りも少なく、歳末準備 に力が入らない。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・本当に店に客が来なくなっており、売れたとしても 余計な物を買わない。今の状態でいくと、段々先細り になっていく。
	▲	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・お歳暮ギフトの受注が、前年より低い水準で推移し ている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数が前年に比べてかなり減っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・昼食や夕食時に売れていたデザート類の販売減少が みられ、前年比90%台となっている。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて1割以上減っている。
	▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波が収まらず、行動 制限をかけなくても、宴会や会食の機会が減ってい る。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・さすがにこれだけ新型コロナウイルスの新規感染者 数が増えてくると、客足に影響はある。ただし、全く 売上がないわけでもなく、何とか食べていけている。 以前のような補助金付きの営業自粛は楽だが、永久に 補助してもらっているわけにもいかないため、ここが 踏ん張りどころだと思っている。最悪というほどでも なく、やや悪いくらいである。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・8～9月は前年比125%以上と良い状態だったが、 10月は105%で、今月も105%くらいで終わりそうであ る。
	×	一般小売店 〔菓〕（経営者）	来客数の動き	・来客数や売上等が減少し、非常に厳しい状況であ る。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高が響いている。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・3か月前の8月は、3年ぶりの行動制限のないお盆 休みや延期となっていたライブイベントの開催等で、 来客数が増加傾向にあった。現状では新型コロナウイ ルスの感染再拡大もあり、来客数の伸びが悪くなって いる。
	×	その他レジャー 施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・少しずつ回復に向かっていたが、11月に入り、新型 コロナウイルスの感染再拡大となって以降、厳しい状 況に逆戻りしている。感染者数が増えれば、来客数は 減っていく。
企業 動向	◎	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材の値上がりは続いているが、受注は順調に伸び ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (甲信越)	○	食料品製造業 (営業統括)	受注量や販売量の動き	・飲食業関係からの新酒の受注が増えている。また、工場見学者も徐々に増加しており、販売数量は前年以上に増えている。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・複数の取引先から新規受注や増産依頼が来ている。仕事量の増加に対して人員に不足があり、残業体制を取っている。
	○	その他製造業 [宝石・貴金属] (経営者)	受注量や販売量の動き	・ほとんどの催事は集客や売上が厳しいものの、一部に高額品を購入する顧客も戻ってきている。結果的には前年を多少上回る売上となっている。
	□	食料品製造業 (製造担当)	受注価格や販売価格の動き	・販売価格は値上げしているものの、依然として原材料価格高騰は続いている。
	□	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・値上げを実施したが、光熱費の高騰で利益が出ない。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節商材受注で多少忙しくなっているが、店頭商材受注は低迷している。ワークショップの予約はやや増加している。
	□	金融業(調査担当)	取引先の様子	・方向性の判断が難しい状況にある。製造業は年内は受注が底堅い企業がみられるものの、原材料価格上昇で減益となる企業が増えている。非製造業では観光関連が持ち直しているが、人手不足で十分な売上が立てられない取引先が多い。
	□	金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も予断を許さない状況だが、観光客は戻りつつある。一方で、製造関係に目を向けてみると、景気回復はまだ先のようなのである。
	□	新聞販売店[広告] (総務担当)	受注量や販売量の動き	・いまだに受注は上昇傾向とは言えないものの、年末年始に向けて、少し動き出している様子がうかがえる。しかし、依然として今後の見通しが立たない状況である。
	▲	*	*	*
×	*	*	*	
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	求人情報製作会社 (総務担当)	採用者数の動き	・企業が求人に対して積極的になり始めている。ただし、どこも人が来ない悩みを抱えている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・職種や条件をかなり絞っており、採用までは至らない。求職者も求人側も条件に折り合いを付ければ良いと思う。
	□	職業安定所(職員)	それ以外	・今後の新型コロナウイルスの感染状況次第なので、先行き不透明感が強い。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・3年ぶりの行動制限がない行楽シーズンで、宿泊や飲食サービスの求人は、新型コロナウイルス感染症の発生前まで回復してきている。一方で、半導体不足や原材料価格の高騰で、製造業の求人が減少しているため、変わらない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の経済への影響や、原油や原材料価格の高騰等、経済への悪影響が懸念されるものの、求人数はコロナ禍前の状況に戻りつつある。有効求人倍率は1.4倍台で推移しており、3か月前と大きな変化はない。
	▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・全国旅行支援のほか、インバウンドによる観光需要の高まりや自治体発行のプレミアム付商品券等、消費拡大が図られ、サービス業や卸、小売業関連では求人が増加している。ただし、折からの原材料不足や諸物価の高騰、円安の影響などを受けている企業も多く、全体的に景気が上向いているとは言えない。
×	—	—	—	

## 6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(—:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店[土産] (経営者)	乗客数の動き	・コロナ禍は第7波から第8波へと正に伝染病そのもので、終息の見当が付かない状況であるが、国の支援策も名を変えながら始まって人が動くようになった。借金による一時的な対応策であるが景気回復になっている。話題になっている増税が、次の景気後退を招くのは否めない。
	◎	一般小売店[土産] (経営者)	販売量の動き	・ビール出荷、地元飲食店の売上動向共に過去最高の数字で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・10月下旬に1度閉店して11月上旬に改装開店し、売上が上がった。
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・全国旅行支援による来客数の向上や、新型コロナウイルス新規感染者数が一旦落ち着くなかで、外出増加による消費マインドの向上などで商品全般の売行きが好調である。また、比較的温暖な気候が続いたため、飲料や酒などコールド商品の販売量が多かった。
	◎	コンビニ（店長）	単価の動き	・店舗催事で販売している高価格帯の商品が以前よりも売れている。来客数は減っているが、代わりに1人が家族分をまとめて買いするなど、販売点数の増加により客単価が上昇している。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあり、3か月前と比較して10ポイントほど来客数が増加している。特に、団体旅行などの旅行客の増加が顕著であり、日配品を主体に好調である。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援で宿泊は良いが、新型コロナウイルス発生以前には戻っていない。レストランも来客数が増えつつある。ただし、宴会は、11月後半に新型コロナウイルス新規感染者数が増えると、食事付きを中心に直近の予約もキャンセルとなり非常に厳しい状況である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・平日も含めて来客数は増えている。ただし、購買単価は依然として低い。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・少し新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されたためか、来客数が増えた。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・早期販売やポイント何倍デーのキャンペーンも時折実施するようになり、ブラックフライデーが我が国にも根付いてきたのか、客の行動からは好景気がうかがえる。来客数、購入量共に3か月前と比べると増えている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	単価の動き	・円安が解消されつつある。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波を前に客足は急に衰えることもなく、全国旅行支援も功を奏しスーツケースを持った客が多く見受けられ、売上を下支えしている。海外特選ブランドや時計などの高額品需要も引き続き好調であり、一部ブランドでは、朝から行列が途絶えない状況が継続している。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・秋口から人流が活発化して関連消費は上向きにあるが、家計を圧迫しつつある物価高がこれを打ち消そうとしている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドの売上が目に見えて良くなっている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・節約志向により買上点数は落ちているが、値上げにより1品当たりの単価が上がっているため、客単価の上昇につながり売上を押し上げている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・地方の特産品である柿の全国発送があり、一時的ではあるが売上が上がった。また、新物のみかんやりんごが入荷し、多少値段が高くても売れているため良くなっている。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日は特に、家族連れや仲間と連れ立っての来店で来客数が増えている。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、人の流れはほとんど減少することなく、売上が前年を上回る店舗がほとんどである。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・多くの物が値上がりしているため、買い控えも一部みられるが、客単価上昇で売上が微増している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動きに影響を受けながらも、来客数は徐々に増えている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・外出機会が増えたせいかわ、来客数が少し増えて売上も増加した。
	○	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比112.6%と好調で、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に匹敵する売上まで回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念があるものの、3か月前と比べ脱コロナという状況を強く感じる。小売業全体に同様の売上伸張があると推測している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（店員）	単価の動き	・ちゅう房弁当に新メニューとして総菜メニューが加わったこと、ファーストフードの1個増量もあり、複数点買いの客が増えて客単価が上がった。
	○	衣料品専門店（売場担当）	競争相手の様子	・来客数は増えている。家族葬が多いものの葬式が復活して礼服が順調に売れている。また、急に寒くなってきたためスーツの販売も伸びている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・最近では成約率が向上してきて、購買意欲が上がってきた。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・外出する人が多くなって、来客数も増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・皆新型コロナウイルス感染症に慣れて第8波が始まっても余り動揺していないため、多少景気は良くなっている。
	○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・リフォーム工事の中小物件が増えている。新築工事についても、先々の見積りや交渉依頼が入り始めている。
	○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により夜時間帯には少し陰りがみられるが、今後増加する前にと、会食で利用する少人数の団体もみられる。週末は、家族・友人との会食利用が多くみられるようになってきている。
	○	バー（経営者）	お客様の様子	・年末に向けて徐々に動いている感じはするが、忘年会などはまだまだ自粛ムードに見受けられる。新型コロナウイルス感染症発生前とは明らかに生活様式が変わり、外食は控えめで、したとしても早い時間で終わり2軒目などには行かない様子で深夜帯の店はかなり厳しい。食事中心の店は、ランチなどはすっかり元に戻っている模様である。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・団体客は400人以上収容できるが、現在は個人客が主体のため260人程度でほぼ満室の状態である。全国旅行支援が10月から始まり、11月はその影響でかなりの来客数である。3か月前はこのような喚起策がなくともある程度の利用客があったが、11月は、全国旅行支援の割引と地域共通クーポンの影響で、大変多くの客が来ている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前月に引き続き、全国旅行支援により特に宿泊者数が増加している。
	○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きい。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの予約が入るようになった。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援の影響で仕事は非常に忙しいが、思ったほどの利益が出ない。全国旅行支援の手続が難しく余計な仕事が増えて大変なので、全国旅行支援に賛同する旅行会社にも支援をお願いしたい。客が思っている以上に本当に大変である。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しているが、全国旅行支援を利用した旅行申込みは一部の取消しにとどまり、高止まりしている。最近も、問合せ件数は少なくなったが依然新規申込みは発生している。ここ2～3年分のストレス発散もあり、旅行需要は続く予想する。
	○	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・少人数ではあるが、観光性のある団体旅行が増えてきている。2年ほど行事を実施していないため、予算に余裕のある団体が多い。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・コンサートやイベント関係の予約が増えてきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波のため、ビジネスマンは夜の街でも早い時間に飲食を済ませ帰宅する傾向にある。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援やインバウンドの影響で増えている。
	○	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しているといわれるが行動制限もなく、全国旅行支援やイベント割の需要喚起施策により、第7波に比べて影響は少ない。
	○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・11月は好天にも恵まれ入場者数は順調に推移している。3か月前は天候に恵まれなかったこともあるが、今月は3か月前よりもやや良くなっていると判断する。まだまだコロナ禍のなかにあるが、屋外でのゴルフ場数は好調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他レジャー [スポーツレ ジャー紙] (広 告担当)	来客数の動き	・全体での集客は前年より増えているが、一部の地区 が前年比で減少となっている。
	○	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・今年の夏はとて暑かったため客の出足も少々悪 かったが、涼しくなり正月も近づくにつれて、忙しく なってきた。
	□	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・行動自粛が緩和されているが、かなり新型コロナウ イルスの新規感染者数が増えている。良くなりそうで 良くならない。
	□	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・来客数は戻りつつあるが、いかにせん1人当たりの 客単価が低いため、なかなか販売量や売上の増加につ ながらない。
	□	商店街 (代表 者)	それ以外	・中心部、郊外いずれの商店街でも不動産の空きテナ ントが目立ち、すぐに埋まらなくなっている。
	□	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・3か月前と比べても高値安定である。
	□	一般小売店 [高 級精肉] (常勤 監査役)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症とインフレの克服を期待 する。
	□	一般小売店 [酒 類] (経営者)	販売量の動き	・飲食店への来客数は少しだけ回復傾向にあるが、飲 食店でのアルコールなど飲料の販売は増えていない。 焼き肉店でも焼き肉だけを食べて帰る客がいる状況 である。
	□	一般小売店 [生 花] (経営者)	販売量の動き	・例年花が売れない時期であるが、物によっては10% ほど値上げをしたにもかかわらず、販売量は落ちるこ ともなかった。スーパーに入れている分については、 やや落ちている。
	□	一般小売店 [生 活用品] (販売 担当)	単価の動き	・街には人が出てくるようになったと感じるが、売上 は変わっていない。
	□	百貨店 (売場主 任)	それ以外	・当地への旅行客の来店もあるが、当店は全国旅行支 援の対象外のため、購入せずに帰る客も多い。来客数 は少し増えているが、サイズの品ぞろえが悪く売上に つながらない状況が続いている。
	□	百貨店 (営業担 当)	来客数の動き	・来客数は、前年、前々年を上回るが、新型コロナウ イルス感染症発生前の水準には戻らない。新型コロナ ウイルス感染症の第8波により、自粛生活が続く。
	□	百貨店 (営業担 当)	来客数の動き	・催事を運営するなかで、好きな物に対しては金を出 すが、不必要な物に対しては厳しい傾向にある。
	□	百貨店 (販売担 当)	単価の動き	・入店客や購入客が増え始めた。高単価品の稼働で単 価も上がっていたが、中価格帯が停滞しており売上は 横ばいである。
	□	百貨店 (計画担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で来客数 は少し減少傾向であるが、以前の状況に比べると減少 度合いは小さくなってきている。
	□	スーパー (営業 企画)	お客様の様子	・来客数、客単価、買上点数は依然として前年割れを している。ただし、アップグレード業態ではマイナス 幅が小さい。
	□	スーパー (販売 担当)	販売量の動き	・来客数は増加しているが、気温の高さが冬物商材の 売上増加を阻んでいる。生活雑貨部門では値上げが相 次いだり、必需品の売上数量の落ち込みは少ない状況 である。
	□	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・売上は前年比100%で推移し、来客数も準じてい る。毎年作業服を大量購入する客からの注文が減少す る一方、一般の客が増えている。相殺するとほぼ横ば いである。
	□	衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・外商部門で紳士服や宝石等の店外催事を行ったが、 集客はある程度あったものの、購入客が想定より少な かった。また、購入客の単価も以前と比べて下がって いる。
	□	衣料品専門店 (販売企画担 当)	お客様の様子	・よく買う客と余り買わない客とでまちまちである。 購入客は限られるが、よく買ってもらえる。
	□	家電量販店 (店 員)	販売量の動き	・買換え需要が中心で余り変化はない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車生産の遅れが続いているため、中古車で利益を 補う。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・目に見えて良くなっている様子も、悪くなっている様子も見受けられない。新商品が発表になっても、来客数は若干の増加で余り増えない。
	□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・来店客の様子では、最近は自分で消費するための購入が多く、友人などへの差し入れは少ないように見受けられる。
	□	一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・コロナ禍で客の生活スタイルが変わった。1軒目でお開きとなり2軒目、3軒目には行かない。
	□	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・団体のツアーバスなどの利用もあり、にぎわってきているが単価が伸びない。
	□	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	来客数の動き	・本来なら年末商戦に向けて盛り上がりつつあるが、様々な要素が絡み合っているせいか、微妙な雰囲気である。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	販売量の動き	・9月に値上げを実施したところ、販売量は5%程度減ったものの、売上は僅かに値上げ前を上回った。値上げ実施でもっと消費が減るか予想していたが、思っていたよりは売上が確保できている。
	□	旅行代理店(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の規制が終わり人出が戻りつつあるが、レストランなどの客足はマスコミでいわれているほどではなく、新型コロナウイルス感染症発生前の7割ほどの印象である。クリスマスに向けての装飾なども以前より簡素、質素になっている。平日のターミナル駅前の若者の人出と比較すると中心市街地では高齢者の多さが目立ち、持ち歩いている百貨店の袋を見ても、買物の量が増えているようには見えない。
	□	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約件数こそ落ち着いてきているものの、新規契約は件数、単価共に落ちたままの状況である。
	□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・当面、現状維持が続くそうである。
	□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・特に変わらない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・店舗の統廃合や無駄を探して省く動きが増し、提示した見積りに対しても厳しくなっている。
	□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	来客数の動き	・在来線、観光列車共に顕著な増減はなく、変化に乏しい。
	□	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・キャンペーンセールは8月から12月まで長期間行っているため、今は中休みの状態である。
	□	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・円安による材料費高騰となっている。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業)	販売量の動き	・閑散期に入り市場が動きにくい状態であるが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・買上点数が、3か月前と比べて更に0.2点落ちてきている。
	▲	スーパー(店員)	販売量の動き	・担当カテゴリーで11月より値上げが発生した。売上は前年並みから前年超えを維持しているが、販売数量は93%程度で、1品単価の上昇に支えられている状況である。
	▲	スーパー(店員)	販売量の動き	・判断が難しい状況である。
	▲	コンビニ(店長)	来客数の動き	・まとめ買いする客のお陰で平均客単価自体は悪くないが、来客数の減少が止まらない。おにぎり1個や飲料1品での購入もやはり多く、購買力の差を強く感じる。物価高騰がかなり影響している。
	▲	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・寒い季節になると、防寒服を求めて例年であれば一見客の来店もあるが、今年はそれすらない。これだけ諸物価が上昇すると、衣料品が一番先に我慢の対象になる。
	▲	家電量販店(フランチャイズ経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に前年割れとなった。前年も11月は通常より悪かったが、決算セールを前倒しで始めても効果がない。コロナ禍や燃料価格の高騰で先が見通せないため、冬期ボーナスの額を確認してから大物家電を買う客が増えている。
	▲	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・食料品や燃料など生活に必用な物の値上げが続いており、客の購買意欲が下がってきている。
	▲	乗用車販売店(従業員)	単価の動き	・全体的にはそれほど変わらないところで、中古車は若干動きが悪い。世の中では物価高の割に、中古車の価格は安い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・人気車種の多くは納期が1年以上掛かり、オーダーストップで欲しくても買えない状況が続いている。オーダーできないため販売店も販売することができず、受注に影響が出ている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・車両生産状況の改善が余り感じられず、客の希望する車両をなかなか届けられない。そのため、客との良好な関係が十分に構築されず、今後の不信感につながりはしないかと不安がある。また、客が希望する新車の納期を十分に説明できないため、以前のような駆け込み販売が難しい。
	▲	乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・来客数も減っているが、客の購買意欲も落ちている。
	▲	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・クリスマス、ボーナス商戦時期にもかかわらず、新型コロナウイルス感染症の第8波への対策からか、日中の外出率の停滞を感じる。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (経理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波や物価高騰など幾つかの要因が重なり、来客数が伸び悩んでいる。
	▲	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・給料が上がらない人や年金生活者の現在の生活状況として、諸物価の値上がりにはとても付いていけないという声をよく聞く。
	▲	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も第8波に入り、客の利用が減ってきている。宿泊、料飲部門は全国旅行支援の関係で新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しているが、宴会部門は、法人、婚礼共に低迷している。
	▲	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援が10月11日より開始されたが、各県の対応がまちまちで大変である。加えて、報告申請などの事務作業が多くなり非常に煩雑化している。販売量もさほど伸びていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・増税の噂がある。
	▲	通信会社 (サービス担当)	お客様の様子	・建物自体に無料のWi-Fiを導入するオーナーが増えた関係で、個別に申込みする人が減り、解約が増えている。
	▲	理美容室 (経営者)	来客数の動き	・客の来店間隔が段々と長くなっている。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客からは、何もかも値上げで家計が大変という話をよく聞く。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。
	▲	その他サービス [介護サービス] (職員)	それ以外	・値上げ前に積み増していた在庫も一巡し、新価格での調達が始まった。介護保険福祉用具レンタル商品の仕入れなので、上限価格の設定もあり原価が上がっても価格に反映できず苦しい状況である。
	▲	設計事務所 (職員)	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・建築資材の価格高騰等で当初の工事費が確定できないため、新規契約をちゅうちょせざるを得ない。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	お客様の様子	・建築材料が高騰し施主も二の足を踏んでおり、受注には時間が掛かる。新型コロナウイルス感染症に物価高と、まだまだ厳しい状態が続く。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・輸入品の洋酒のみならず、ガソリン代を始め全ての仕入れ食材が値上がりしている。
	×	パチンコ店 (経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・3か月前と同様に良くない。いつも仕事をもらう企業からの案件がほとんどない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・売地が少ないため、なかなか土地が購入できない。土地の値上がりも同調している。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・モデルハウスという販売方法の限界なのか、来場者数が激減している。資料請求やネットからの注文がこれからの鍵になりそうである。
企業	◎	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
動向 関連 (東海)	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による落ち込みから、クリスマスやブラックフライデーのイベントが後押ししながら、新型コロナウイルス感染症に関する規制などが若干緩んできたことも加わって、比較的景気は良くなっている。製造業などに関しては若干伸び悩み生産も増えていないため、全体としてはやや良くなっている程度と考える。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・外国人旅行者や国内旅行者が増加していることから、観光や物の需要といった面では景気が良くなっている。ただし、日常生活における身の回りの様子では、物価が上がっていることから買い控えがある。
	○	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて折込チラシの受注量が増えている。
	○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・顧問先の法人は好調で、一時期客足の落ちた飲食店も少しずつ来客数が戻ってきている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月よりは少し低調であったが、客先では、現状のままでリスクがあり何か前向きな仕事をしようと考え、大きな資金を掛けることはないものの、改善したいという動きが目立った。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・例年10月から12月は季節的に青果物等の物流が活発になるが、今年は荷動きが余りない。加えて、半導体不足、原材料価格の高止まりや円安の影響が大きく、景気は3か月前と比べて余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の第8波が到来した模様で、実際に周囲でも新型コロナウイルスの感染者は多いが、新型コロナウイルスと共存することに慣れ、景気への悪影響は感じられない。駅も飲食店も人出があり、新型コロナウイルス感染症発生前と同じ様相を呈している。物価上昇は結構パンチがあり効くが、過度な円安が一段落した安ど感やアフターコロナを満喫したい衝動が、景気を支えていくのではないかと。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・客先では過剰在庫の整理がある程度進んだようで、3か月前の受注水準に戻ってきた。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格を下げないと受注できない状況になっている。材料価格は高い状況が続いている。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここに来て年末や年度末に向けたバタバタ感が例年どおり出てきた。もう少し弱含みかと見込まれたが、仕事量はありそうである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・余り状況の変化がない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、生産量がほぼ同数量で、横ばいが続いている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一時の急激な円安は落ち着き、輸入原材料の価格高騰への不安感が少し収まりつつある。ただし、通信系の輸入機器は依然納期が遅れており、システム構築全体にも影響するケースがみられる。ネット放送の定着により高速通信の要望は継続しており、対応するための設備投資意欲は変わっていない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・製造スケジュールは非常に空いていて、最盛期と比べると10分の1程度になっている。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・年末やコロナ禍における部品不足の解消で、仕事は出てきている。仕事量は増えているが元々予定にあった仕事であり、新規の仕事としては、それほど変わっていない。
	□	輸送業（経営者）	それ以外	・自動車関連の荷量の低迷もあるが、消費財の荷量が伸びない、それ以上に、人手不足に伴うコストアップ、軽油価格や資材価格の高騰により利益が圧迫されている。
	□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・売上は既に新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるが、支出も同じかそれ以上に増えている。結果として、余裕が余りない状況は変わっていない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内物量が前月と同水準である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて荷物量は増えていない。11月も低空飛行でずっと景気の低迷が続いている。良くなっていなければ更に悪くなっている状況でもなく、春先から悪い状況がずっと続いている。新型コロナウイルス感染症の第8波は来ているが、昨今は段々と新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、方々で人出が増えている。しかし、それは飽くまでも消費行動であって、生産活動や経済活動を根底から良くするような投資案件は生じていないのではないかと。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症や国際情勢もあり、経済が安定していない。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇が庶民の財布を直撃している。一方で法人所得が過去最高となっている。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の第8波、円安の進行や物価高などがあり、特に中小企業では、原価高でも販売先に価格転嫁できない厳しい状況に変化はない。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ここ数か月は変動がない。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域の住宅不動産市況は芳しくない。販売価格は横ばいである一方、資材高騰のあおりを受け秋から工事費が上昇を始めた。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まり状態のなか、物価の上昇や円安の影響もあるため、広告出稿量はほぼ変わっていない。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・ドライバーの入社・退社が激しいため稼働が安定しないと運送業者が嘆いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年度の受注量に比しても減少傾向にある。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品業界でも各社値上げの動きが加速しており、店頭価格も徐々に上がってきている。しかし、し好品では特に客の買い控えの動きも顕著で、販売数量の減少が危惧される。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車部品向け設備では、急にプロジェクトの延期や、保留になる案件が増えてきている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当業界が相変わらず景気の悪い状態のなかで、特に設備投資が少なくなっている。少ない仕事に対してメーカー間での競争が激しくなり、なかなか仕事が取れず受注も生産も少ない状態である。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・更なる物価高でも給料は増えず、残業もない。年末に向けてどうすればよいか分からない。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・11月に入り広告を打っても客の来場が伸びず、来客数がかかり減ってきた。成約も伸びず苦戦している。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・年間計画の達成見込みを算定する時期にある。サブスクリプションサービスは前年比で微増傾向であるが、初期に設備投資が必要なサービスの見込みは、極めて厳しい。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・モノの購入において物価上昇を直に感じている。必需品以外の買い控えや、必需品においても量を減らしたりランクを下げて消費を抑制している。
	▲	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多いが、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、外出や遠出する人は横ばい傾向になっている。今月の売上は、前年並みとなっている。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注価格や販売価格の動き	・灯油の値段が1.5倍になっている。電気代、ガス代などの支出も増加している。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売額は前年比では伸びているが、値上げの影響だけで販売量は伸びていない。仕入金額がかさんで粗利が5%も減少している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月前半は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていたため、会食利用やインバウンド利用が少しずつ増えた。
	○	求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・ボーナス支給後の転職や新年度に備えた情報収集に来る人も多く、求職活動としては活発化の方向にある。
	○	職業安定所（所長）	求人数の動き	・ほとんどの業種で新規求人数が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年同月比で2か月連続減少した。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特段の変化はない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・求人数は前年同期比でやや増加しているが、新規求職者数は前年同期比で減少しており、成約数は前年並みとなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア稼働率で比較すると、3か月前とほぼ数値が変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前比での求人数は大きな変化がなく、前年同月比でも同水準となっている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・上半期の自動車販売数は前年比9.6%減少と半導体不足が顕著に表れた結果となり、この先も見通せない状況が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・景気が上向き要素が見当たらない。人の動きは戻ってきたが、消費に結び付いていないように見受けられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・円安やウクライナ情勢などの影響で全体的に低迷している。一部、復活した観光業や外食業では戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準ではない。先行きへの不安から人材の動きは止まっている状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べ全体的に求人数は伸びているが、すぐに人が欲しい場合と、先を見越して募集している場合に分かれている。新卒や中途採用を含め採用に苦戦している企業も多くみられる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・建設業では、原材料不足による資材の価格高騰の影響があるが、見積価格を守らざるを得ず価格転嫁できないため苦しい状況である。食品製造業でも、マグロやフルーツなど材料が輸入品のため円安の影響を受け、厳しい経営状況となっている。製造業では、半導体不足により生産が進まず、自社製品の販売ができず売上に影響している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前月と比較して有効求人数、有効求職者数共にほぼ同数値となったため、有効求人倍率は前月と比べ横ばいとなった。産業別では、サービス業の求人数に増加傾向がみられた。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き法人側の採用意欲は旺盛であり、外部環境が変化しても採用活動における中途社員ニーズは減退せず、求人数も増加傾向にある。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・価格上昇のあおりを受け、木工製造業といった地域中小企業においても電気代が100万円以上増加している。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高の影響が大きい。
	×	—	—	—

## 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北陸)	◎	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・コロナ禍対策の各種キャンペーン効果が絶大で、土日祝における来客数の増加が顕著である。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比では総売上が178%、宿泊客数が172%、宿泊単価が103%と大幅に改善しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では73%の回復で、まだ苦しい経営が続いている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により、新型コロナウイルス感染症発生前の110%に近い高水準の稼働率となっている。
	◎	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・国内の団体旅行や海外のインバウンドの戻りはまだだが、新型コロナウイルス感染症の第7波も落ち着き、全国旅行支援も始まったため、国内の個人グループ旅行を中心に来客数が増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響で平日も多くの客が来店し、売上もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。高額商品が振るわず低単価なものが爆発的に売れているため、生産が追いつかず商品の入荷が滞っている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・11月からプレミアム付商品券が使用され、僅かではあるが良い方向となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・政府の経済対策で旅行も多くなり、買物に対する意識も高まっているようである。
	○	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	お客様の様子	・ファミリー層の増加や飲食店の利用が回復するなど、来店する客層と利用店舗に変化がみられ、客の様子もふだんの生活スタイルに戻りつつある。また、外出機会も増えてきたとみられ、衣料品や服装品などの物販も回復傾向にある。
	○	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・11月は全国旅行支援や各自治体ごとの消費支援策により、旅行等の外出や商品を購入する動きが高まっている。この動きは12月も変わらず続くともっている。しかし、それに伴い新型コロナウイルスの新規感染者数も増加し、比較的多い状態で推移しているため、1月以降は不透明である。
	○	観光型旅館(経 営者)	販売量の動き	・全国旅行支援により、12月20日までの予約状況はほぼ満室が続いている。
	○	旅行代理店(従 業員)	それ以外	・秋になり、数は少ないが団体旅行が動き出しており、その分の売上が底上げされている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月中旬から新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えてきている。一方で当地では観光客も増えてきており、皆注意をしながら対応している。夜の街の人もまずまずで、客が出ている状態である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・前月と同程度で観光や会社の営業、研修などといった送迎の仕事が入っている。
	○	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・物価の上昇や金利の上昇懸念によって様子見の感はあるが、一部の人はこの状況を考慮に入れて、建築資材の価格高騰等もはかりに掛けながら動き出している気配がある。
	□	百貨店(販売担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残るが、前年と比べれば一定の来客数がある。しかし、全国旅行支援が始まり、客の目が家の中から外に向き始め、旅行を含めて外出を楽しむ傾向となり、物の消費に意識が向いていない。ここ数年好調だったパジャマなどが低迷し、僅かだがバッグや靴など外出用商品の動きが堅調である。しかし、商品価格の高騰が要因か購入は非常に慎重で、好調な商品だけで売上全体を押し上げるほどのパワーはない。
	□	スーパー(総務 担当)	お客様の様子	・物価高のため、客に買い控えの様子がみられる。
	□	スーパー(店舗 管理)	来客数の動き	・自店を含め近隣の競合店の実績をみても、来客数の前年割れが継続している。また、値上げも止まる気配はなく、F1層と呼ばれる20~34歳の女性は、ドラッグストアや業務用スーパーに更に流れる傾向が強くなっている。
	□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・物価の上昇が続き実質賃金が減少しているため、客は商品購入に慎重である。
	□	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・景気は上向きようだが、物価高や電気代などの公共料金の値上げに鑑みると、顕著に上向いているとはいえない。
	□	家電量販店(本 部)	販売量の動き	・売上、来客数共に前月と状況が変わらない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・中古車は価格上昇で引き合いが多いが、新車販売はメーカーの生産調整があり、なかなか良くならない。しばらくはこの状態が続くと考える。
	□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・引き続き、過去に受注分の車が順次メーカーより配車されて売上になっているため、前年を超える実績となっている。
	□	自動車備品販売 店(役員)	お客様の様子	・冬季用品の需要月だが来客数は前年割れで、冬用タイヤの装着も例年より遅くなっている。車の乗換えを検討していた客は、納期が掛かり中古車相場も高くなっているため購入を断念し、今の車を安価なタイヤに入替えて乗り続けるということである。冬用タイヤの新規購入が減少しているため、装着率も上がっていない。
	□	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・来客数が下がったまま戻らない。週末の来客数も増えない。
	□	その他専門店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・相変わらず暇である。来月はお歳暮の時期になるため、少し良くなることを期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・全国旅行支援もあり、久しぶりにランチもディナーも県外からの団体客を集客しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると来客数は80%にすぎない。
	□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比べ徐々に戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症の第8波の兆しが見えてきており、再び団体旅行需要の回復に陰りがみえ、会社関係の宴会のキャンセルが出てきている。
	□	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・新商品が発売された翌月だが、今までのように店頭に来店して購入する客が減ったと感じる。オンライン購入の相談も多く、来客数はあっても操作説明やプランの相談が多いため、販売に結び付きにくい。
	□	通信会社(役員)	販売量の動き	・3か月前から引き続き、通信、放送サービス共に新規契約者数が前年同月から増加で推移している。
	□	通信会社(役員)	販売量の動き	・新規契約獲得数の伸び悩みが継続している。
	□	その他レジャー 施設 [スポーツ クラブ] (総支 配人)	お客様の様子	・コロナ禍の影響をいまだに引きずっており、新型コロナウイルス感染症発生前のような積極性はみられない。そのため現状では新規会員が増える時期であっても、入会数がほとんど伸びない。
	□	美容室(経営 者)	それ以外	・今月の売上と来客数はほぼ前年並みであるが、県内でも第8波による新型コロナウイルスの新規感染者数が次第に増えてきている。12月の繁忙期の売上が少々心配である。
	□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・新規展示会場がオープンしたが、来場者数が前年と比較しても減少している。
	□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・低調な来客数に変化が全くない状況である。
	▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・とにかく人出が少ない。新型コロナウイルス感染症や社会情勢の影響か、周辺で行われている大規模な再開発工事が本格化したからか、何が原因か分からないほど減少している。
	▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波や物価の上昇に対し、給料など収入が増える要素がなく厳しい。少し動きが出てきているとみていたが、良くなる前に次の悪い面が出てきてしまう。いろいろな補助がうたわれているが、長続きしないようにみえる。
	▲	一般小売店 [書 籍] (従業員)	来客数の動き	・前月、前々月同様、来客数と販売量の減少が続き、売上も大きく落ちている。
	▲	百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・10月の全国旅行支援スタートから、消費者の関心は旅行や観光にシフトしている。9月までは、海外はもとより首都圏や関西、中京圏への外出を控えていたこともあり、当店はラグジュアリーブランドの購入など富裕層の消費による恩恵を受けていたが、旅行需要の再開とともに10月中旬以降は売上の伸び率が鈍化している。
	▲	百貨店(販売促 進担当)	お客様の様子	・光熱費や生活必需品の高騰により節約志向が強くなり、お歳暮や婦人服の買上に影響が出ている。お歳暮や婦人服は前年から約10%売上がマイナスになる見通しである。反面、外商客である富裕層を中心にブランドジュエリーや高額時計などは根強い動きがある。
	▲	スーパー(店 長)	競争相手の様子	・当店の売上は2けたの伸びで推移している。競合店は安価に出すのが厳しくなっており、その分当店は価格的に優位に立っている。商品価格が上昇しているため、客は無駄な商品を買わなくなっている。
	▲	スーパー(仕入 担当)	販売量の動き	・地域のキャッシュレス・消費者還元事業も後半に差し掛かり、来客数、販売量が顕著に減少している。自社の販促企画だけでは改善できない。
	▲	家電量販店(店 長)	販売量の動き	・必要品以外を購入する動きがない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・現在商談中の客が検討する住宅ローンは、長期固定型が多くなってきている。金利の先高感が強くなってきたようである。
	×	一般小売店 [事 務用品] (店 長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大のため、来客数が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スナック（経営者）	乗客数の動き	・今月は8日間ほど休業したため正確なことはいえないが、若い人が駅前周辺に出ているようである。当店周辺は人影が余りなく、サッカーワールドカップが始まったことで、真っすぐ帰宅する人もおり、悪い状態である。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—	—
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少しずつ増加している。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況が全体的にやや上向いている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・飲食業の売上が新型コロナウイルス感染症発生前近くまで戻っており、新型コロナウイルス感染症に関係なく人が出ているようである。人が動いているため、小売業やサービス業、車関係も良い流れになっている。建設業は継続的に受注量を確保しているが、資材価格が上がっているため、価格に転嫁できている企業は良いが、できていない企業は粗利率が下がっている。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・売上は市販用、業務用共に前年同月を上回って推移しているが、原材料を始めとする様々なコストアップにより、増収減益傾向となっている。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・アウトドアやスポーツ関連を中心に受注は引き続き堅調で、国内ファッション衣料や自動車関連にも明るい兆しがみられる一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが深刻さを増している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足や資源エネルギーコストの上昇、原材料価格の高止まりの影響は大きく、回復に足踏み状態が続いている。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・繁華街の客足は少ないままで、タクシーや代行運転の運転手によると、皆景気は悪いままであると話している。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫や国際関連は好調だが、国内の輸送部門の回復が遅れている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量	・受注量は一定で、特段の変化はないと考える。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・コロナ禍の影響は落ち着いてきており、取引先は営業や販売強化の動きをしている。その一方で、原価や経費が増加しており、業況は余り変わっていない。
	□	司法書士	取引先の様子	・太陽光発電事業や私募債発行、大規模な事業用借地権設定といった大型案件がある一方、解散や清算の依頼も多くなっている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は堅調であるものの、円安などによる資材の高騰が利益を圧迫している。また、人手不足により生産がなかなか追い付かず、販売量が少し落ちている。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近、業者間で活発な話が聞けなくなっている。
×	—	—	—	—
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変動はみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・広告掲載の申込状況などは、6か月前から3か月前にかけて復調の兆しがあった。イベント関連やディーラー、買取業者や外壁工事などから安定して出稿があり、直近3か月は状況に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・良いも悪いも、特段の変化はないと考える。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・最近の求人状況は、短期間や短時間の仕事を希望する高齢者はいるが、企業の望む長期安定的な若年求職者が集まらない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・半導体関連の取引先で、部品の調達ができないことから生産のめどが立たず、求人募集の停止や派遣契約の解除通達が出てきている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・飲食、宿泊関係の事業所の伸びが余り良くない。特に新型コロナウイルス感染症の状況がわからないこともあり、伸び悩んでいるようである。	



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	—	—	—

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (近畿)	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・以前からの国内客の復調に加え、インバウンド客も増加傾向が顕著となっている。インバウンド用の観光バスも久しぶりにみられる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・11月に入り、新型コロナウイルス感染症関連による入店制限もなくなり、海外からの観光客も増え、売上は都心店舗を中心にアップしている。特にラグジュアリー商材が売上を大きくけん引し、ジュエリーやバッグも2けた増となるなど、値上げの影響もなく売上は伸びている。また、防寒商材も徐々に動き、気温の変化とともにコート類にも動きが出ている状態である。後半からはクリスマス商材の展開が始まり、ここ数年は体験できなかったクリスマス商戦を今年は体感したいという客の意向で、クリスマスグッズも好調に動いている。
	◎	百貨店（サービス担当）	来客数の動き	・今月も従来の傾向に変化はなく、国内の観光客の増加や、入国制限の緩和による外国人観光客の増加で、高級ブランドの高額品の購入が順調に伸びている。また、在宅ワークの増加などで、今年もおせちやクリスマスケーキの予約が、高額品を中心に好調な推移となっている。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響はまだ残っているが、徐々に新車の入荷が増えてきたことで、販売台数の増加につながっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・ここへきて、個人客だけでなく団体客の利用もかなり増えてきた。今月は全国旅行支援と紅葉シーズンが重なり、問合せも多かったが、スタッフの人手不足のため、客の受入れは新型コロナウイルス感染症発生前の7割程度に制限せざるを得ない。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・全国旅行支援による来客数や稼働率の改善で、収入が増加している。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・前月と同様に、全国旅行支援による影響が大きい。11月26日現在で、当ホテルの宿泊人数は8月比で147%となっている。週末だけでなく、平日も多くの客でにぎわっている。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあって、客が動き出しており、客室の稼働率は82%を超える見込みである。前月比で4ポイントのアップであり、旅行会社が主催するバス旅行も増えるなど、小グループの客も増えている。宴会部門でも、今月は宴席や会議が多くなっているなど、復調の兆しがみられる。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果に加え、インバウンドも増加しており、急激に稼働率、単価が上がっている。
	◎	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援により国内旅行は順調に伸びている。一方、海外旅行はまだ以前の10%にも満たない。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・当地は観光客でにぎわっている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・少しインバウンドが増え、店頭売上のほか、店舗全体の集客も増えている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関係の客は戻ってきている。このままコロナ禍が落ち着けばよいが、また新型コロナウイルスの感染第8波が到来すれば、どうなるか分からない。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	来客数の動き	・コロナ禍はまだ収まっていないが、来店客に笑顔が増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・年末のお歳暮シーズンを迎え、コロナ禍は続いているが、多少の売上増加は見込んでいる。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前月の11日以降、免税売上が増加傾向にある。中国からの観光客の売上には変化がないものの、その他の地域は、香港、台湾、韓国を中心に2019年の数値を上回りつつある。外商売上も前年を上回っているが、外商を除く国内売上は前年並みである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・従来に増して、高額品の需要が増えている。高級ブランドの時計では、1000万円以上の商品でもすぐに売れてしまい、店頭になく商品がないという状態が続いている。富裕層は、特定の海外ブランドの時計やバッグを価格に関係なく求めており、供給が全く追いついていない。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・8～9月にかけて、人流や来客数は減少傾向にあったが、9月は1.6%の増加、10月は7.5%の増加、11月は4.8%の増加と来客数は増加傾向にある。ただし、11月中旬から新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向にあり、来客数は減少しつつある。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・10月下旬以降、訪日外国人による免税売上が急増している。円安の影響からか、大量に買うケースが多く、まだ以前の水準には至っていないが、8割程度は回復している。
	○	スーパー（経営者）	単価の動き	・相次ぐ食品の値上げが、同業種、異業種を問わず、全体に広がっている。それに伴い、単価アップの効果が、買上点数の減少の影響を上回っている。特に、地方自治体の購入促進策により、対象地域の店舗の売上が大幅に増えている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・外国人客が増えており、客単価も上がっている。
	○	スーパー（社員）	単価の動き	・今春以降のメーカーや卸売業者による商品価格の値上げで、買い控えに伴う買上点数の減少がみられる一方、前月頃から客が値上げに慣れ始めており、商品単価は上昇しつつある。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品の値上げが続くなか、昼食メニューは比較的安いいため、来客数が5%ほど増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺企業への出勤や、周辺ホテルでの宿泊が増えており、来客数の増加傾向が続いている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・お歳暮の予約が始まるため、販売量は増える。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が増加しているが、単価は横ばいとなっている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・前年よりも商品の単価が上がっているため、売上もやや良くなっている。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・政府が全国旅行支援などの様々な経済支援を進めることにより、外出や買物などに意識が向かっているように感じる。それに伴い、来客数が徐々に増え、売上が戻ってきた商品もみられる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・生産台数が3か月前と比べて回復傾向にある。
	○	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいた外食産業は徐々に回復しているものの、以前の水準と比べると、まだ7割ほどにとどまっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に増えると、一旦は利用者や予約が大幅に減少する。感染第8波の発生が報じられると、12月の予約は大小に関係なく、軒並みキャンセルとなった。ただし、全国旅行支援による影響はかなり大きく、利用者は増えている。日によるばらつきは大きく、大人数での利用は余りないが、小人数での利用は少しずつ増えている。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月に続き、前年比、2019年比共に100%を超えており、好調である。特に、前月から全国旅行支援関連の売上が増加傾向で、全体を後押ししている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果でにぎわっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるが、年配層の同窓会や、総会を開催する団体が多い。中には自粛する客もみられるが、明らかに参加者数が増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始により、宿泊稼働率は3か月前と比べて上昇しており、レストランの来客数も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	都市型ホテル (販促担当)	来客数の動き	・インバウンドの利用が大幅に増え、朝食の利用も約8割が訪日旅行者というケースもある。訪日客は、中国以外の韓国や台湾、東南アジアのほか、欧州からも多い。平日でも満室で販売を止める日があるほか、朝食に時間調整が必要となる日も増えている。問題点としては、客室の清掃や料飲サービススタッフの人員確保が挙げられる。
	○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向となり、10月からの全国旅行支援も開始で宿泊客は増加したが、11月からは新規感染者数が増加に転じ、宴会や飲食での利用が伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・全国旅行支援の効果や、秋の観光シーズンでもあり、販売単価が以前の水準に戻りつつある。全国旅行支援の煩雑な手続きが現場を混乱させている感は否めないが、観光産業の回復には大いに貢献している。
	○	旅行代理店(店長)	販売量の動き	・全国旅行支援の動きが落ち着き、支援の対象外でも申込む客が増え、来年出発の申込みも増えている。
	○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・全国旅行支援が始まり、料金の割引よりも、政府が旅行にお墨付きを与えてくれた効果がみられる。これまで旅行を控えていたが、検討を始める客が増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・朝晩の駅での客待ちの数や、ふだんの利用数、無線での利用数などでも、3か月前と比べると伸びている。ただし、新型コロナウイルス感染症の影響で、伸びは緩やかなものとなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・忘年会シーズンに向けて、タクシーの利用が増え始めている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の発生が報じられているが、団体客やインバウンドは引き続き増加傾向にある。
	○	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・客の購買意欲が高まり、成約件数が増えている。
	○	住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・当地域では地元のプロサッカーチームの上位リーグ残留が確定し、商業地に対する注目度が上がっている。
	○	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	販売量の動き	・半導体不足による電装部材の納期遅延が改善され、安定供給されるようになった。延期されていたリニューアル工事を順にこなしているため、以前よりも売上が増えている。
	□	商店街(代表者)	販売量の動き	・人出はかなり回復しているが、多くの店の売上が2019年比で80%程度の推移となっている。
	□	一般小売店〔時計〕(経営者)	来客数の動き	・11月に入り、新型コロナウイルス感染症の話題が特に出ることもなく、来客数も順調に推移していた。油断していたわけではないが、中旬以降は新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきたとの報道が出るにつれて、来客数がはっきりと減少してきた。当店の客には高齢者が多いこともあるが、敏感に反応が出ており、今月は前半の売上で何とか持ちこたえている。
	□	一般小売店〔花〕(経営者)	お客様の様子	・何もかもが値上がり傾向にあり、生活必需品ではない商品の買い控えがみられる。
	□	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の到来がいわれているが、客の動きは都心で増えている。11月27日までの来客数は、郊外型の当店では前年比でマイナス3.6%、都心店ではプラス16.9%と大きく伸びている。当社全体としては、プラスであると感じている。
	□	百貨店(店長)	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で人流が増え、コト消費が上向いている。その一方、インバウンドが戻ってきて、以前の爆買の中心であった中国の動きがないほか、様々な商材価格の上昇でモノ消費にも需要が向かわない。この状況は3か月前と比べて悪化している。
	□	百貨店(管理担当)	販売量の動き	・主力の婦人服や化粧品は前年の実績を上回っているが、期待したレベルには至っていない。また、食料品も競合の影響を受け、前年を下回る状況が続いている。
	□	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・インバウンドの回復傾向と観光客の増加により、一定の業績は確保できているが、国内客の売上はまだ前年を下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は来客数が順調である一方、客単価は低下している。主な要因は気温の高さであり、朝晩を含めて冷え込む日が少なく、防寒系の動きが鈍い。食品も物価上昇の影響もあり、鍋物材料などの動きが良くない。全体的にコロナ禍の影響はほとんど感じられず、来客数は堅調に推移している。
	□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・観光客を中心に来街者数は明らかに増加している。その一方、従来の主要な客である、近隣商圏の客は購買意欲が以前の状況に戻っておらず、低調な状態にとどまっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・ブラックフライデーのセールで、まとめ買いの傾向がみられる。
	□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・原材料や加工品の値上げラッシュに対して、一律の価格転嫁は難しく、競合先の価格との見合いで、実際には安く販売しなければ競争できない。ナショナルブランド商品ではなく、価値のあるプライベートブランド商品をいかに売るかが重要であり、価格だけでは勝てない状況である。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数が前年比で96%となった一方、売上は86%と悪い状態が続いている。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇が続き、節約志向が強まるなか、まず先に食費の節約が消費者の頭に浮かぶようで、価格志向型のプライベートブランド品の販売量が増えている。一方、おせちの予約や、こだわりの商品には販売が好調なものもあり、価値志向の消費動向が顕著になりつつある。
	□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・前年と比較して客足は回復傾向にあるが、値上げの影響もあってか、購買単価は下がっている。財布のひもが固くなっている印象を受ける。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇や最低賃金の改定、円安、ウクライナ危機などで環境は変化しているが、年末に向けて市況に大きな変化はないと感じる。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・ここ数か月、全体的に目立った変化はないが、来客数が少し減っている。一方、客単価は値上げの影響で上昇しており、プラスマイナスで売上は微増となっている。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しずつ来客数は増えており、最近はやや安定しているため、特に変化は感じられない。やはり波があることから、来客数が読めないことも多いのに加え、廃棄量が増えるといった難しさも感じられる。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・常連客の様子をみると、値上げの影響で酒類の購入量を減らしたり、たばこを低価格品に変えている。ただし、様々な節約の様子はみられる一方、売上に大きな変動はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・日々の来客数にはムラがあり、必要な時にしか来店しなくなっている。
	□	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・まだまだコロナ禍は落ち着かず、消費意欲は抑制されている。
	□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・観光シーズンで国内客も回復傾向にあるが、来店しても買わずに出ていく客が増えるなど、財布のひもはまだ固い。
	□	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・収入が増え、購入意欲が高まっているようにはみえない。クーポンを発券しなければ来客数も少なく、金額の上限があるクーポンは不人気となっている。飲料品などの価格の上昇もあり、インフレが身近に感じられる。
	□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・円安の影響による購買意欲の低迷のほか、高額品の品ぞろえや提案不足による影響もあり、客の購入単価が伸びない。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇や原油相場の高止まりは続いているが、これまでコロナ禍で抑えられてきたレジャーの消費意欲は高く、ガソリンの販売量は週末を中心に堅調に推移している。
	□	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・来客数、客単価共に、若干の改善傾向にある。ただし、健康食品や化粧品の動きは堅調であるが、売上の中心は食品や日用品などの生活必需品であり、値上げの動きが続くなかで、全体としては横ばいの動きが続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・プレミアム付商品券を使う客が多く、外食の機会が増えていると感じるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてくると、高齢者の来店が一気に少なくなる。
	□	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	単価の動き	・値上げがあらゆる場所で進んでおり、徐々に実感される時期に入っている。
	□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・客の受注状況に大きな変化はない。
	□	通信会社(社員)	販売量の動き	・ここ3か月の販売台数に大きな変化はないが、前年比、前々年比はマイナスであり、年を追うごとに悪化している。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・テレビサービスへの加入者が徐々に減っている。
	□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・個人客の動きは以前の水準に近づきつつあるが、団体客はコロナ禍以降、激減している。
	□	美容室(店長)	来客数の動き	・今月も予約はある程度入っているものの、件数は依然として少ないままである。
	□	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の発生などで、厳しい状況になってきた一方、全国旅行支援もあって人の動きは活発であり、来客数、販売量共に横ばいの状態である。
	□	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕(経営者)	それ以外	・3か月前とは、状況の変化がみられない。
	▲	一般小売店〔珈琲〕(経営者)	販売量の動き	・喫茶店や飲食店向けの、卸売の受注量が減少している。
	▲	一般小売店〔事務用品〕(経営者)	販売量の動き	・12月を控え、観光客などはかなり増えているが、販売状況は今一つで、案件も少ない。
	▲	一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・少しずつ寒くなり、来客数は以前よりも増えているが、販売量が減っている。必要最低限の物しか購入しなくなったと感じる。
	▲	一般小売店〔花〕(店長)	それ以外	・物価の上昇による悪影響が非常に大きい。
	▲	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・9～10月は売上目標を上回ったが、今月は目標を下回る見込みである。全国旅行支援による消費のシフト、新型コロナウイルスの感染第8波、インバウンド需要の伸び悩みなどが不振の要因に挙げられる。物価の上昇もあり、消費者の財布のひもは以前よりも固くなっている。
	▲	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・観光客を中心に人出は増えているものの、実際に購入に至る客は少ない。食料品や衣料品などの実需に基づく消費よりも、旅行やイベントなどの体験型消費の方に、意欲が向かっていると感じる。
	▲	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・3か月前と比べて、国内の中間層の現金客については、ファッション関連の勢いがみられない。また、原料価格の高騰による食品分野の苦戦が顕著であるため、富裕層とインバウンド需要を除く売上は、前年並みとなっている。
	▲	百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・物価の上昇や新型コロナウイルスの感染第8波、例年よりも高い気温といった悪条件が重なり、特に中旬以降は、来客数、買上単価共に悪化している。
	▲	百貨店(営業推進担当)	販売量の動き	・前年からの回復傾向は鈍化し、高額品の動きも若干落ち着いてきている。一方、価格の上昇により、生鮮品を中心とした食品の販売の悪化は続いている。
	▲	スーパー(経営者)	お客様の様子	・多くの商品が値上げとなり、購入が必要最小限となっているほか、低価格志向が高まっているように感じる。
	▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・3か月前と比較して、衣料品の購入客数が13%減少し、販売点数も17%減っている。
	▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・今月に入り、食品の買上点数が前年比でマイナス3%と減少傾向にある。特に広告を打った当日は、通常は買上点数が増えるが、広告商品のみを購入する客が目立つ。値上げラッシュにより、客の買物の仕方が慎重になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・まだ値上げの動きが続いており、チラシへの掲載品が値引き品ぐらいしか売れない。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・夏の繁忙期よりも来客数は少なくなっているが、前年と比べると増えているように感じる。
	▲	コンビニ（店員）	単価の動き	・物価がどんどん高くなり、常連客が以前よりも購入商品を減らしていると感じる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・円安やコロナ禍の影響で、一部の輸出企業の業績だけが良くなっているが、全体的には物価の上昇などで消費は冷え込んでいる。
	▲	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・急激な円安は一段落したが、景気に反映されるのは半年以上先になる。政府によるガソリン価格の抑制策などが終われば、物価上昇の動きは落ち着かない。
	▲	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・受注や問合せの電話がかなり減少している。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数が5%前後減少している。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価の上昇により、消費マインドが低下している。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・円安が地方経済にも大きな影響を与え始めている。なかなか新しいサービスに乗り換える動きが見られない一方、契約のキャンセルは増加が止まらない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材などの相場が安定せず、今後の仕入価格が読めない状態である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売は好調であったが、一部で販売が立上げ時から厳しい物件が出始めている。物件を厳選する客の目が厳しくなっている。
	×	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・11月に入り、売上は明らかに悪い傾向に変化している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数が少なく、ショッピングセンターは閑古鳥が鳴いている。特に、年配客の来店が少ない。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・気温が下がりきっておらず、エアコンや暖房器具の購入のための来店がない。
	×	家電量販店（店員）	お客様の様子	・緊急性が高ければ、購入の最大のポイントになるが、リフォーム関連は生活改善が目的のため、優先度が下がる傾向がある。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・円安や物価の上昇による影響で、来客数が前年比で85%と厳しい。新型コロナウイルスの新規感染者数も急増しているため、店舗でゆっくりと買物することも難しい。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が増えず、特に19時を過ぎた時間帯は顕著である。
	×	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が景気の悪化につながっている。
	×	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・キャンペーンの効果で客は増えており、外国人客も多くなっている。ただし、大型店や大型レジャー施設、特定の目的地に客が集中し、商店街は閑散としている。
	×	通信会社（役員）	それ以外	・携帯電話のキャリアショップを代理店として運営しているが、特定の通信キャリアでは、2025年度末までに全国で約700店舗の閉店が予定されている。これに伴い、代理店に支払われる各種手数料が大幅に削減される一方、代理店が負担する販売促進費の負担は増えている。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8550円で、3か月前の9575円からは1000円近く落ちている。
	×	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に増えている。食料品やエネルギー価格の上昇も消費マインドを冷やしている。
	×	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	お客様の様子	・お試し期間の参加者のうち、新規加入につながる人が、例年と比べて極端に少ない。
企業	◎	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
動向 関連 (近畿)	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・少しずつ人の流れが増えつつある。新型コロナウイルスの感染対策を採りながら営業している飲食店では、客足がほぼ満席近くとなり、飲料水の売上も少し良くなっている。また、サッカーワールドカップの影響もあり、家飲み需要で飲料水の売上は少し上向いている。
	○	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が徐々に拡大しているが、3年ぶりに規制のない年末年始を前に、受注量は増加傾向にある。
	○	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・家電向けや車載向けの出荷量が増えてきたが、原材料である化学品の値上がりが続いている。製品価格への転嫁が遅れており、利益が伸びない。
	○	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・例年の動きには届かないが、前年や前々年と比べると好転している。ただし、電子部品関係の仕入れが伴わなければ、その先には進めない。
	○	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上が少し増えており、大型案件の引き合いも出てきている。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の飲食店では来客数が戻りつつある。ただし、まだ客足には波があって一定しないほか、曜日による増減の傾向などで、過去の経験が通用せず、仕入れやパート従業員のシフトに苦労している。
	○	その他サービス業[店舗開発](従業員)	受注量や販売量の動き	・一時的な動きと予想されるが、ターミナル駅を中心に人流が大幅に増えており、土産品や飲食店を中心に売上が伸びている。一方、ターミナル駅の間にあるような中間駅には、大きな変化はない。
	○	その他非製造業[衣服卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・店頭での販売数量の動きや、リピートオーダーの状況は厳しいが、法人向けの商品やイベント向けの動きが出てきている。また、単価が上昇傾向にあるため、トータルの売上は前年を10%程度上回っている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、受注量はやや少ない。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・特定の製品に対する注文件数は増えているが、全体的な案件数は減っている。
	□	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・一時に比べて少し落ち着いてきたが、円安による燃料費の高騰で経費は増加している。ただし、値上げ交渉はまずまず順調に推移しているほか、取引先が分散していることでリスクも分散され、3か月前と比べて大きな変化はない。
	□	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・量的に余り大きな変化はなく、低位で安定している。ただし、製品の値上げを行ったことを考えれば、それほど落ち込んでいない。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・日々、規模の小さな引き合いはあるが、業況の回復度は以前の3割程度である。どんどん悪化しているわけではないが、上向いているとはいえない。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・テレビや白物家電の実売台数が、前年割れの状況である。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・相変わらず建設資材価格の高騰や仕入れ不足、納期の不安定化が続いている。取引先の予算や納期に合わないため、対応に苦慮している。
	□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・止まっていた案件に動きが出てきたほか、新規の問合せも続いている。
	□	金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・コロナ禍が収束しつづつあると思えば、急激な物価上昇の影響が広がり、景気の改善する暇がない。政府主導で思い切った景気刺激策が導入されない限り、今後もこの状況が続く。
	□	金融業(副支店長)	取引先の様子	・取引先の受注状況を見ると、コロナ禍の影響で回復していない。
	□	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の影響がまた広がっており、年末年始に向けた広告の動きも、予想したほど回復していない。
□	その他非製造業[商社](営業担当)	受注量や販売量の動き	・来期の予算確保のための引き合いは増えてきたが、全体的な動きは鈍いままである。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・当社ではまだ値上げは行っていないが、全般的に値上げが浸透している。それに伴い、商品の購買意欲が減退し、買い控えが発生している。
	▲	繊維工業(総務担当)	それ以外	・原材料価格や加工費の値上げが、販売価格に転嫁できていない。むしろ、販売価格は取引先からの値引き要請で10%低下するなど、利益が確保できておらず、新商品の開発が急務となっている。
	▲	輸送用機械器具製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・新規設備投資計画の変更や縮小、中止が増えているほか、受注済み案件のキャンセルも増えている。
	▲	その他製造業 [履物](団体職員)	受注価格や販売価格の動き	・可処分所得が実質的に減っている状況では、衣料品にはなかなか消費が回ってこない。
	▲	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・建築コストの高騰により、客の心理は慎重にならざるを得ない。
	▲	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・商品や送料の値上げで、売上が落ちている。
	▲	金融業(営業担当)	それ以外	・コロナ禍の影響や、燃料価格などの上昇で、収益が悪化している。
	×	電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・円安は輸出にプラスとなっていたが、徐々に海外の業者が日本の製品を買い控えるようになり、効果が薄れてきた。さらに、国内での物価上昇が激しくなり、円安による悪影響が強くなっている。
	×	輸送業(経営者)	競争相手の様子	・運賃が上がらない一方、経費は引き続き増えている。同業他社は、既に採算割れの仕事から手を引き始めた。あちこちから新規の仕事の依頼があるが、採算割れとなる依頼が多く、引受けられないケースが多い。
	×	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で撤退した店舗の空きが、なかなか埋まらない。また、アパレル関係は特にWeb経由で購入する客が多く、実店舗での販売が減少している。賃料が下がり、空室率が上がっているなど、景気が悪化している。
	×	その他非製造業 [電気業](営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ危機の影響もあり、非常に困難な状況のなかで、新たな経済政策を打ち出せていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・需要の拡大で売手市場となっており、人材不足が顕著である。
	○	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数は3か月前や前年と比べて、増加傾向にある。
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大への不安は残るが、海外からの訪日客の入国規制が緩和され、国内でも行動制限がないことから、ホテルや観光業界も活気を取り戻しつつある。それに伴い、求人数も増加傾向にある。
	○	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数は増加しており、円安や物価上昇の影響はそれほど出ていない。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・この秋から冬にかけて、2024年卒の学生を対象にしたインターンシップや企業セミナーの合同説明会が開催されているが、前年よりも出展企業数は多く、学生の動員も良い。ただし、動員は良いが、人気のある企業とない企業の差が例年以上に大きく、学生による企業選定の傾向が感じられる。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・前月と同様、どの業種からもオーダーは入ってきている。ただし、その一方でマッチングに非常に苦労しているのが現状である。テレワーク等の普及で人材は集めやすくなっているが、条件の問題もあり、東京周辺に雇用が流れるケースがみられる。一方、先行きの不透明感から、求職者は正社員志向に変わってきている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数が増え続けている一方、求職者は50代が多い状況が続いている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・年末に向けて短期案件や単発案件が増えているが、案件数の伸びに求職者数が追いついていない。
	□	新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・求人は主に介護や運輸、建設、飲食など、慢性的な人手不足業界に限られる。ウィズコロナの浸透で回復傾向にある飲食業界の求人がやや伸びているものの、他の業界の求人数に大きな変化はみられない。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体の新規求人数は前年比、前月比共に10%台の減少となった。業種別には宿泊・飲食サービス業が大きく落ち込んだ。全体の減少については、物価の上昇や円安の影響により、企業が求人にも慎重になったことが原因とみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の再増加が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的には新規求人数は前年比でプラスとなっているが、業種によってはマイナスとなっている業界が増えつつある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・国内の観光客は増加しているが、まだまだ駅周辺の気持ちは感じられない。また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求人数は全体的に堅調に推移しており、企業の採用意欲は高い。仕事量の回復や、行動制限のない状態への移行が進むなか、客足の回復を見込んだ求人もみられる。その一方、コロナ禍で離職した従業員の補充が進まないという声も多い。求職者は減少傾向が続き、応募件数や採用件数も前年度を下回っているなど、雇用市場には停滞感がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業による新聞広告出稿の実績をみると、前年を下回る推移が続いている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻や米国の利上げによる、円安の進行や物価の上昇、新型コロナウイルスの感染第8波などのマイナス要因が重なり、3か月前と比べても問題がますます複雑化している。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	それ以外	・景気後退局面では、選考プロセスでの歩留りが悪化するが、それに近いような低下傾向がみられる。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍による特需の求人が減っているほか、求職登録者数もかなり減っている。ただし、例年この時期は求人が減るため、特需関連の変動を除けば、求人数の減少は例年どおりである。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・新卒採用では二極化が進んでいる。内定のない学生はまだ動いておらず、何もしていないように感じる。
	×	—	—	—

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・単価が少し上がり、今までは売れなかった高額商品が売れるようになってきている。
	◎	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価上昇が続く状況で、ディスカウントという業態が有利に働いていることもあり、3か月前と比べ、来客数や販売量が大幅に増加している。
	◎	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果により、ほぼ毎日満室の日々が続いており、景気は上向いている。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で宿泊の予約が順調に入っており、利用人数、売上共に3か月前を大幅に上回っている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・県民割の発表後から来客数が伸びてきて、全国旅行支援で更に勢いが増している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年11月は観光のトップシーズンであることに加え、全国旅行支援による追い風もあり、宿泊客数、客単価共に堅調に推移している。
	◎	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・来客数は伸び悩んでいるが、周辺の様子から判断すると、景気は活発になっている。
	○	商店街（理事）	来客数の動き	・11月初めに市や商店街のイベントが開催され、かなりの人出があった。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・政府の全国旅行支援の効果や新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩くなったことなどから、観光客や地元の消費者の動きが活発になってきているが、業種によってはまだまだ戻っていない。
○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・周辺に人の動きが出てきたが、商品の動きはまだ余りない。国内外から社会的貢献の依頼が来るようになり、テレビの取材なども増えている。自分自身の仕事は忙しくなっており、会社の売上に結び付けてくれることを望む。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	お客様の様子	・最近、通りがにぎやかになり、来客数が増加している。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策での移動規制がなくなり、前年より販売量が増加している。加えて値上げにより売上も前年を上回っている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・年末年始に向かい、人の流れが良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援や近隣施設の観光PR等の後押しにより、来客数は前年を上回っている。年末年始の催事や行事等での需要も復調傾向である。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・前月までは来客数が僅かに前年を下回っていたが、今月に入って前年を上回っている。また、商品の値上げによる単価の上昇で、売上が大幅に増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比101%で進行している。特に週末の来客数の増加が大きい。今までコロナ禍でできていなかった抽選会などの店舗イベントの開催が来客数増加の大きな要因となっている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・販売数量は伸びていないが、全体的に10%程度の商品の値上げを行っているため、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末を中心に人流を感じる。
	○	家電量販店（販売担当）	単価の動き	・来客数は減少しているが、単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月の販売量は前年比108%と徐々に良くなっている。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れている。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポンで客がいつもより多く買物をしており、景気はやや上向きになっている。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果や、インバウンド団体の受入れ拡大もあって宿泊の団体需要が増加している。秋の観光シーズンでもあり、週末には駅周辺の土産物店、飲食店がにぎわっている。今まで中止や延期になっていた宴会案件が復活し、大型の周年記念などのパーティーの受注が増加している。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で3か月前よりも来客数が増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しつつあるが、今までのような行動規制をする様子は今のところなく、街中には活気がある。また、観光の予約も順調に増えつつある。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、売上への影響は少ない。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の社会体制は継続しているが、ネット需要は伸びている。外向けの社会活動が戻っていくところで、併せてネットサービス商品への引き合いも増えてきている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、人出は多くなっている印象を受ける。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街に来る人の流れが鈍っており、各店舗の来客数も減っている。一部の店舗ではSNSを使った集客で効果が出ている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため、来客数の減少が続いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息していないため、消費が増加していない。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・絵画、じゅうたんなどの高額品や観光土産品が好調で、お歳暮ギフト、おせち、ケーキの予約数も前年を上回っているが、コートなどの動きが悪く衣料品は苦戦している。来客数は前年を下回っている。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・週末を中心に来客数は戻ってきているが、気温が比較的高めに推移したせいか重衣料や厚手ニットの動きが悪く、客単価が上がらない。旅行へ行くなど目的がある客は購入している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げ基調なので、本来であればディスカウント事業は追い風になるが、客の節約志向が強く、週末や割引セールでのまとめ買いに客が集中している。新型コロナウイルス感染症の影響は少なく、以前と比べ客が外食へ流れている。以前にも増して客は必要な商品しか購入せず、競合他社のエリア内増加もあって、客の店の使い分けが発生している。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数、単価、数量のいずれも変化はない。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売量は前年より増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況とは解離がある。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・景気は相変わらず良くない。来年1月以降もいろいろな商品を値上げするため、悪い状況が続く。
	□	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症で外出を控える習慣が定着したため、新しい洋服を求める客が減少している。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・大型家電の動きが前年とほぼ変わらない。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度にとどまっているため、売上も減少している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・イベントの多い季節だからか、来客数が少ない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売台数が減少しているが、景気はさほど悪化していない。
	□	その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。地方は高齢者が多いため、感染を警戒して外出や外食をする人が増加しない。
	□	その他専門店【時計】（経営者）	来客数の動き	・前月より来客数が増加しているが、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザへの感染を懸念し、高齢者の来客数が少ない。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・年内は全国旅行支援の影響もあり、好調に推移するが、年明け以降の予約の動きが悪い。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・来客数は安定して回復していたが、11月は新型コロナウイルスの新規感染者数が増加した影響で、来店を自粛する客が出ている。予約のキャンセルが増加傾向にあるが、予約自体も増加しているため、これまでと同程度に収まっている。
	□	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、年配の旅行客数が伸び悩んでいる。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援が10月中旬より開始されたが、既存の予約を生かすということもあり、期待されたほどの効果がない。全国旅行支援に対応する業務に時間が取られ、経費も上昇しているため、大きな収益は残せていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、今月に入って特に夜の乗車率が良くない。
	□	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の動向から判断すると、景気に変化はない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価が高騰しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響が限定的かつ経済活動に滞りが出ていないことから、消費減退には至っていない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の利用料金回収については、延滞総額、単月での回収金額いずれもほぼ横ばいである。
	□	観光名所（管理担当）	来客数の動き	・夏頃から来客の動きが非常に良い状況が続いている。
	□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・以前より来客数が回復傾向にあり、その状況は変わらない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・入出は増えているが、来客数は増加しておらず、来店間隔も長いままである。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の急速な拡大から、移動制限は出ていないものの、引き合いは減少している。また、建築費を含む物価の上昇も、客の不安材料として影響が出ている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・様々なものが値上がりするなか、客の財布のひもが固く、買い控えの傾向が続いている。
	□	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・客の動きが鈍化傾向である。混とんとした時勢のなかで、将来の不安を口にする客が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・秋の行楽や県をまたぐ国内旅行が活発であったが、気温が比較的高めに推移したこともあり、衣料品を中心に非常に厳しい11月となっている。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数10万円のラグジュアリーウォッチが売れたが、厳しい状況が続いている。
	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に加え、あらゆる商品の値上がりにより、客の節約志向が強まっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・特売商品の販売量は増加傾向にあるが、値上げに伴い、一般食料品や加工食品などの販売量が減少している。
	▲	スーパー（販売担当）	単価の動き	・10月は値上げが一斉に行われ、売上が増加となったが、11月はその反動からか、買上点数が減少し、販売額が鈍化している。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上げによる物価高の影響が大きく、生活必需品以外は動きが鈍い。また長期のコロナ禍だったため、生産能力の低下により欠品も多い。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・仕入価格の高騰による1品単価の上昇により、既存店売上は前年を上回る状況が続いているものの、節約により買上点数と来客数の前年割れが続いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・電気料金の高騰が家計にかなり影響を与えている。販売点数の動向をみても、プラス1品に客の手が伸びにくい状況になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・物価の上昇率が給与の上昇率より大きい。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・買い回り品など様々な商品が値上がりしているため、客の財布のひもが固くなっている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・店の周りは建設ラッシュで、建設会社が全ての仕事を受注しているため、客からの依頼がない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・客の動きが鈍っている。在庫のバリエーションが偏ってきていることもあり、来客数、問合せ件数共に減少傾向であり、成約率も下がっている。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・値上げで売上は増加しているが、来客数は減少している。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・冬季商材の価格上昇のため、客の買い渋りが発生している。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・来客数はずっと前年を上回ってきたが、ここに来て前年並みまで減少している。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	お客様の様子	・無料イベントへの参加目的で来客数は増加しているが、売上がついていかない状況が続いている。前年トレンドであったアウトドア用品などの動きが今年は低調で、施設の売上を引き上げる効果のある商材が前年と比べて少ない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しつつあるため、増加していた来客数が減少に転じている。
	▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府が物価高騰への対策を全く行わず、増税の議論をしているため、景気が悪い。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて売上が若干減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建材や製品の値上げで全体的に工事費が20%から30%くらい高くなっている。設計を始めたときの予算では金額が納まらず、予算オーバーで調整に苦慮していて契約できないケースもある。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・収入が伸びず、住宅の価格上昇を受けて客の動きが鈍い。低価格帯の中古並びにリフォーム案件の動きは堅調だが、物件数が限られているため、十分な押し上げ効果がみられない。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少なく、商品の購入につながらない。
	×	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・客がセーター、ぴっちりスーツ、オケーション用の服などを求めているが、販売側がオケーション用の服を十分に供給できず、販売につながらないため売上が伸びない。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月の終わりから、店の前の道路が片側通行になったため、来客数や売上が減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が非常に少なくなってきた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると景気は悪くなっている。休日のディナータイムも状況が悪く、夜9時以降は客がほとんどいない。
	×	バー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で景気が悪い。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・値上げ傾向にあり、客に買い控えの様子がある。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、人々が外出を控えるようになってきているため、来店間隔が長くなり、来客数も減少している。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引している自動車メーカーの景気が上向き、繁忙状態が続いている。
	◎	輸送業	受注量や販売量	・受注が増えている。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体の注文数量は横ばいであるが、季節商材の注文数量が増加傾向にある。
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・値上げ状態は継続しているが、景気全体は少しずつ良くなっている。
	○	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・景気は良くなっており、値上げ基調が浸透していけば、景気は更に上向く。
	○	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの国内生産は、依然として生産能力の8割程度にとどまっているが、単価はアップしており、回復が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も増加傾向で、工場の稼働はおおむね定時操業に近づいている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・外食系は動くのが週末だけで、平日の動きはむしろ弱くなっているため、全体の動きは余り変わらない。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・経済活動は活発になっているが、原材料と光熱費の高騰が足かせとなっている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・前月と比べて若干荷動きが弱い、大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注は生産能力以上にあるものの、処理能力に制限のある一部の工程では納期対応のため外注している。4月以降、外注費の増加で増産効果が従来ほど上がっていない状況が続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・今後の物件数、物価上昇分の価格転嫁はある程度できているが、手持ち物件の利益率の低下、今後の物価上昇によっては企業努力では吸収できないリスクがある。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・現状、大きなプラス要素はなく、荷動きにも目立った様子はないので、景気に変化はない。
	□	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターやクラウドなどのICT関連の引き合い量に変化はない。来年度の利用に向けた準備期間に入っており、見積りや引き合いの商談を行っているが、大きな動きはない状況である。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原料、燃料等の高騰、円安によるコストの上昇から、企業や消費者が値上げを受け入れざるを得ない状況となっているため、消費行動に停滞はなく、企業の業績にも大きな変化はない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着かない状況で、客からの受注量が増加していない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・マーケティング関連のアンケート分析業務等、消費関連の動きが出てきつつあるが、保険等の金融商品は動いていない。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・一般的に販売価格の上昇は一段落したものの、資材の調達や運送費の高騰などによるコストの上昇は製造原価に反映されているため、粗利率が下がってきている。売上も前年同期と比べ伸び悩んでいる。
	▲	窯業・土石製品製造業（総経理担当）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼向け大口案件の生産が完了したこともあるが、他の品の生産も減少傾向にある。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向が悪くなっている。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・金属価格が一時より下落傾向にある一方で、エネルギー価格が高騰していることから、収益が伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料の長納期化に伴い、当社装置の納入時期も長期化しているため、それを見越して受注、材料手配を行っているが、納入まで1年以上掛かるものもある。原材料が長納期化していることで、その間に業況等、様々な要因により取引先の計画が変更となり、受注量の変更やキャンセルといった事案が発生して、粗利が減少している。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約5%の減少、申込件数は約4%の減少となっている。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作会社（HR担当）	求人数の動き	・求人ニーズが継続している。
	○	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、人材確保が一段と困難になっている医療・福祉が前年同月比で2割増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に、全体でも1割増加となっている。
	○	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で12.7%の増加、前々年比では0.3%の増加と、過去2年間との比較では回復傾向にある。産業別にみると、前年比では多くの産業で前年比増となっており、特に目立ったのは金融・保険業の76.3%の増加、生活関連サービス・娯楽業の27.9%の増加、教育・学習支援業の66.0%の増加などである。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・特定の資格保有者の求人に対して応募者がいないという話は良く聞くが、特に資格を必要とせず、経験を重視する求人にも応募がないという企業が出ている。求職者がより条件の良い企業への転職を考えており、求人数過多という現在の状況では、そうした選択ができるようになっている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介の間合せ数が前月比134%となっている。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・長期のコロナ禍で、企業の経営状況は2極化している。好調な企業では求人ニーズが継続している。
	□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・3か月前と比べて、求職者数に変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・今まで派遣社員で雇用不足を補っていた企業で、若年層を中心とした中途採用が活発化している。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	採用者数の動き	・新規求人数は11.3%の増加、新規求職申込件数は11.7%の増加となっているが、求職者と求人との結合を図るための紹介件数は12.4%の減少となっており、求職者が応募に慎重になっている傾向が見受けられる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・前年同期と比べ、求人数に大きな変化はない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・経済活動は平常化、活発化に向かっているが、原価や光熱費の上昇を価格に転嫁することが容易でないため、業種を問わず企業の利益が圧迫されている。
	×	—	—	—

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	◎	—	—	—
(四国)	○	商店街（事務局 長）	来客数の動き	・高齢者層の中には外出を控える人が一定数存在するものの、多くの人が新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に一喜一憂することが少なくなり、街にはにぎわいが戻ってきた。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・週末を中心に客がかなり増加している。飲食店の中には行列ができるほどにぎわっている店もあり、全体的に商店街に人が戻ってきている。
	○	商店街（代表 者）	お客様の様子	・レジャー産業は来客数が増加傾向にある。行動制限のない年末年始を迎えるため、人の動きが更に活発化することを期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・仕入価格が上がり商品単価を上げざるを得ないが、行動制限がないことで祝い行事が増加しており、客が高いものでも購入している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が回復している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で来客数が増加した。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復している。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあるものの、全国旅行支援の効果で売上は順調に増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は再び増加傾向にあるものの、全国旅行支援等の効果で人の動きが活発化しており、夜の街にも少しずつにぎわいが戻りつつある。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・観光地に訪れる県外ナンバーの乗用車が増加しており、人の動きが活発化している。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・売上は前年比で増加しているが、その分仕入価格も上昇しており、状況は変わらない。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・値上げ前の駆け込み需要と値上げ商品の買い控えが連続しており、全体的な売上や販売数量は変わらない。
	□	スーパー（人事）	単価の動き	・依然として食料品やエネルギー価格等の値上げに終わりがみえず、厳しい状況は変わらない。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上、来客数共に大きな変化はないが、キャッシュレス決済のポイント還元キャンペーンの反動により、今は客の購買意欲が減退しているように感じる。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価高の影響で商品単価が上昇しているなか、来客数は減少しておらず、売上は増加傾向にあるが、経費上昇により利益は減少しており、全体としては変わらない。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・今夏頃から売上は徐々に増加傾向にあるものの、回復スピードに勢いがあるわけではなく、余り状況は変わらない。
	□	コンビニ（商品担当）	それ以外	・依然として物流費や原材料の価格高騰による商品単価の上昇が続いており、客が買い控えているのではないかと考えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・天候に恵まれたことで販売数が増加することを期待していたが、販売単価が上昇したことが影響したのか、期待していたほどではなく、依然として少し厳しい状況が続いている。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあることや、気温が思ったよりも冷え込んでいないため冬物の動きが悪いことで、依然として低調な状況が続いている。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・省エネ家電への買換え需要はあるものの、その他商品は伸び悩んでおり、状況は余り変わらない。
	□	家電量販店（副店長）	競争相手の様子	・前年度と比較して、プレミアム付商品券や全国旅行支援を利用した家電の購入が減っており、来客数の回復はみられない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新車の契約者数は新型コロナウイルス感染症発生前と同程度であるが、納車時期が不透明であるため現場は混乱している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注台数は前年並みで推移している。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの生産状況に右往左往する状況が続いている。
	□	通信会社（営業部長）	お客様の様子	・人々の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が薄れてきている。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、客の対面拒否等の反応は余りみられない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・来客数は徐々に回復しており、安定した状態である。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・業績が回復している業種と悪化している業種が入り混じっており、全体の景況感として良いのか悪いのかの判断が非常に難しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・地方都市の中心市街地で、環境や状況が好転する要素が見いだせない。郊外大型店では前年比プラスになる傾向がみられるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準の半減に近い数字になっている。社会構造や消費者動向から、今後も新型コロナウイルス感染症発生前を上回ることとはないと考えざるを得ない。
	▲	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・商品価格の上昇に伴う買い控えの影響で売上が減少している。
	▲	百貨店（営業統括担当）	来客数の動き	・全国旅行支援や物価上昇の影響で店舗への来客数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・メーカーからの仕入商品の値上げの影響で客の買上単価は上昇しているが、買上点数が大きく減少している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にある。
	▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、主に飲食店での予約の伸びが鈍化するとともに、予約のキャンセルも発生している。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響で、売上が減少傾向にある。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、客の動きが鈍化している。
	×	*	*	*
企業 動向 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全国旅行支援やインバウンド受入れの再開による効果で観光地の来店客が増加しており、小売店からの受注は旺盛である。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注価格や販売価格の動き	・主要材料のスクラップ価格は依然として高水準だがピークは過ぎた感がある。燃料費及び電気料金の燃料費調整額の上限撤廃による負担増の影響もあるが、販売価格の値上げ効果も出始めており、景気は回復傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・石炭や石油、天然ガスに代わるバイオ関連の引き合いが増加傾向にある。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外イベントやボランティア活動への参加者数や参加頻度が増加傾向にあり、従来のような状況に戻りつつある。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・例年11月は年末を前に低調な荷動きになる月であるが、基準となる大型野菜が豊作基調により低価格で推移したこともあり、本県の主力である果菜類の価格も低調推移した。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量は安定しているが、材料価格の高騰は継続しており、厳しい状況は変わらない。
	□	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・実需が増加している実感はなく、現在増加している受注量は資材不足の先行き手配によるものであり、どこかの時点で減少すると予想する。依然として厳しい状況は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢の長期化や急激なインフレ、円安進行などにより、原材料価格の高騰や物流環境の悪化が進んでおり、依然として厳しい状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上半期は公共事業の受発注量が堅調であったが、下半期に入ってから前年比2割程度減少した水準で推移している。全体として景況感は余り変わらない。
	□	輸送業（経営者）	それ以外	・ウクライナ情勢が長期化しており、景況感は不透明である。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・一般消費財を中心とした商業貨物のうち、特に小口積合貨物の取扱物量に回復がみられない状況にあり、依然としてコロナ禍による生活様式の変化や物価上昇による消費の減退が大きく作用していると推測する。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・海外向け、国内向け共に出荷数量に変化はない。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・仕入価格は上昇傾向にあるものの、販売価格への転嫁や来客数の増加等により、業績への影響は特にない。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事の受注が激減したことに加え、民間からの受注も少なく、厳しい状況である。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・原材料の価格高騰などにより取引先の経営状況が苦しくなっている。
	×	—	—	—



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・新卒、中途採用共に求人数が増加傾向にある。特に県内中小企業からの中途採用の引き合いが増加している。
	○	職業安定所（求人開発）	それ以外	・新規求職申込件数はそれほど伸びていないが、新規求人数は増加している。結果として、紹介件数は減少しているものの、就職件数は微増である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣の求人数は一定数あるが、ミスマッチや求職者数の不足により、就労につながらないことが多い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広報の動きはますます鈍化している。ディーラー関連の求人広告も部品供給不足に伴う業績不振の影響で低調に推移している。
	×	—	—	—

## 11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (九州)	◎	商店街（代表者）	お客様の様子	・年末商戦に向けて広報案件が増加している。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・規制緩和で今までできなかったイベント等が開催されるようになり、当店でも集客イベント開催ができ、確実に集客につながっている。
	◎	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・インバウンドの需要も増え、大変好調に推移している。物価高騰の影響で国内需要は厳しいと考えていたが、順調に来店があり新型コロナウイルス感染症の発生前に近づきつつある。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・インバウンドの来客数はまだ戻っていないが、新型コロナウイルス感染症の発生前と変わらない水準まで来客数は改善している。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・前月から来客数も増加し、まとめ買いの客が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・今までは商店街へ足を運んでも来客はなかったが、最近は商品を手に取って購買につながる客が増加している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・9月を過ぎて暑さも和らぎ、当地で生産が多い野菜である大根、人参、白菜は、出荷が多くなり単価も安くなったことで、客の購買意欲をくすぐるような状態になっている。徐々に3か月前より良くなっている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・需要は旺盛であるが、供給が追いつかない状況である。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・11月は、8月より気候が良くなり、ギフトがメインの花屋であるため、生花を選ぶ客も多くなっている。開店祝いや周年祝いなどの高単価の胡蝶蘭も8月より11月は不足するほど需要がある。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・土日だけではなく、平日の来客数が増加している傾向である。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、人気の物産催事会場では3週間にわたり盛況であった。また、全店催事・クレジット催事、友の会により店頭への来客数が増え全店がにぎわっている。加えて、物産協会やプレミアム付商品券の利用で購買意欲が増し、来客数や滞留時間の伸びが続いている。おせち受注も店頭・通販共に好調で、高額商品から品切れが続いている。下旬には、お歳暮ギフトセンター開設で来客数の期待ができ、慎重な外出姿勢に変化がみられている。一方、今月は店頭への来店増加により、オンラインやサテライトショップ、ギフトショップへの来店が影響を受けている。
	○	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼ感じられず、行動制限の緩和に伴う消費意欲の拡大が見受けられ、物産展や外商企画催事の売上は特に好調である。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・店の売上全体は前年を上回っているが、カテゴリー別では大きな開きがある。食料品関係では伸長傾向であるが、衣料関連は温暖化の影響も含め厳しい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・長い間、低迷を続けていた来客数も前年を上回る状況になっているが、新型コロナウイルス感染症の発生前には戻っていない。現状は、客単価の上昇により、売上は前年を上回っているが、幅広い商品の値上げで、低所得層の客が減少している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは明らかに活発化しており、来客数が増加しているものの、新型コロナウイルス感染症発生前までの回復には至っていない。しかし、前年比で売上が回復した要因の1つは、物価高騰における商品値上げの影響が大きい。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻っており、当店においても出勤、通勤客の朝、昼、夜の来店が増加している。週末の行楽、催事関係での利用も増えており主力の米飯類、加工食品の売上は好調である。前年に自家需要増加で売れた酒類やおつまみ類の売上は足下で減少しているが、商品全体の売上は回復している。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・新商品やキャンペーン商品に対する客の反応が良くなっている。ディスカウントストアの値上げの影響が大きく、コンビニエンスストアとの価格差が薄れていることも一因である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・来客数は伸び悩んでいるが、買上点数と客単価が伸びたため、前年より売上が増加している。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・旅行や外出用の洋服を探す客が増加している。新型コロナウイルス感染症発生前の日常が少しずつ戻ってきている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・2か月前は完全に底の状態であった。今月は、まだ寒さが到来しておらず、売上は良くないが、最近やっと数字が動き出している。
	○	家電量販店（従業員）	お客様の様子	・行政主導の景気対策により、全国旅行支援クーポン券やプレミアム付商品券の利用で需要が喚起されている。
	○	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・半導体不足による新車納期への影響が客に理解されており、販売側も長納期に向けた販売方法の対策ができています。物価上昇で客の購入意欲に変化が現れるのではないかと心配していたが、予想より高止まりの状況である。
	○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	お客様の様子	・例年、年末に差し掛かるとコーヒーの需要が伸び、一般の客から卸関係まで全体的に売上が上がってくる。新規の来店もあり、売上は今後も上昇していく。
	○	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）	来客数の動き	・国内観光客やインバウンドが増加している。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月も間近になり、忘年会や新年会、おせちなどの予約が始まるが、当県では新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり少なく、観光客も増加しコロナ禍前と比較して7割まで回復している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・初めて新型コロナウイルス感染症発生前の売上水準に戻った月となっている。
	○	観光型ホテル（総務）	お客様の様子	・宴会の動きが活発化し、新型コロナウイルス感染症への恐怖感が薄れており、新型コロナウイルスの感染拡大は避けられない。
	○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・全国旅行支援を利用した客がとても多い。延長が発表されたため、この景気はしばらく続くと思われる。団体客が増えてきているが、まだまだ以前のように多くない。
	○	都市型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・全国旅行支援により、現在の売上は好調である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や物価上昇が続いているにもかかわらず、国内観光客やインバウンドの回復、イベントの復活など順調に回復している。また、下旬には早めの忘年会もあり、夜の街も活気を取り戻している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドの再開により、海外からの客がかかなり増加しており、好結果につながっている。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援の事業が始まり、コロナ禍で旅行自粛していた多くの人が来館している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で、市内への来訪者が増えており、飲食店街の人通りも徐々に増加している。
	○	競馬場（職員）	販売量の動き	・円安や物価の上昇など外部要因は厳しい状況がそろっているが、販売量は引き続き前年を上回り好調に推移している。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来客数は、3か月前と比較すると増加している。街の人も増加しており、活気がかなり戻っており、新型コロナウイルス感染症発生前より良くなっている。しかし、売行きが良くなっているわけではない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に増加している。極端に売上が影響を受けるわけではなく、商店街への人出に変化がない状況である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症への対策に伴う規制は緩和され、商店街への来客は増加しているが、食料品や生活インフラの値上げにより消費動向は慎重であり、購買意欲はない。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・仕入単価が上昇しているため、売価を値上げしたことで、売上が良くなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当商店街では、2度の火災で大変な被害を受けたが、企業やクラウドファンディング等により、仮設住宅の建設や、年末に向かい総力を挙げて来客を迎える準備をしている。
	□	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・11月の市内大型店3店の売上見通しは、前年比99.7%で3か月前より売上が戻りつつある。催事及び新ブランドの導入効果による売上は上昇しているが、暖冬の影響もあり衣料品全般が低迷している。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・食料品値上げの影響で、来客数や買上点数は前年割れをしているが、客単価が上昇している分、前年比をやや超える売上となっている。しかし、利益の確保という点では、原価の上昇分をいまだ回収できていない。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・冬物の売場を展開しているが、11月にしては気温が高く、鍋材料等の冬物商材の動きが例年と比べて悪い。また、商品の値上げが続き、単価は上がっているが来客数や買上点数が減少し、売上自体は微減の状態が続いている。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今一つ客の動きがなく、新型コロナウイルスの感染状況が心配である。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・客は、3か月前より目的を持って来店するが、以前のように必ずしも購入するとは限らず、慎重に買物をする。冬物商材であるため、客単価は増加するが、必要な物だけを購入するリフォームをしており、財布のひもは固くなっている。そういった行動から商品の値上げの影響を反映している。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーからの新車生産が安定しない。今月は前月と比べ7割程度の配給しかない。販売店の売上、収益は新車販売の割合が高いため、会社収益は一進一退が続く。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車発表が続き、来客数が減少していない。
	□	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・温暖な気候もあり、例年と比べて秋冬寝具の需要が少ない。また、最近の物価上昇の影響を受け、客も買い控えや予算を抑える様子も多く見受けられる。
	□	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）	お客様の様子	・人気映画の効果により、全館で売上は好調であった8月と比較すると、現状の推移は変わらない。新作映画の公開もあり順調な動員となっており、映画全体に好影響が現れている。一方、物価の上昇もあり、特に食物販売や衣料を中心に客単価は上昇するものの来客数が伸びず、消費者の財布のひもは固い。新型コロナウイルス感染症の第8波の悪影響はないが、物価の上昇が施設全体的に悪影響をもたらしている。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月は前月同様に来客が少なかったが、中旬以降には来客数が多くなり忙しい月である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・昼夜タクシー客が戻っているが、新型コロナウイルス感染症の影響で乗車員が不足している。
	□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・スマートフォン教室開催等を合わせた来客数は、前年比で若干減少している。携帯電話等の販売台数も前年比や計画比をやや下回っている。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・単価はなかなか上昇しないが、前年より天候にも恵まれて順調に入場者を確保することができている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前より売上回復を期待していたが、景気は上向いていない。これから年末に向かって、売上が増加する見込みであるが、新型コロナウイルス感染症の影響がまだあり、売上が伸びない要因になっている。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・3か月前と状況は変わらない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・受注金額は幾分伸びたが、それを打ち消す最低賃金の上昇や物価高騰の影響で、その結果景気は変わらない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いたが、国の感染防止に対する緩和施策により、病院からの退院や紹介による在宅サービス利用客が減少している。8月の新型コロナウイルスの感染拡大時から客の減少が続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の動きは、展示場来場数が前月比で減少傾向が続いている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・全国旅行支援等の影響により人が動き始めているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、商店街への来街客が徐々に減少しており、それに伴い売上も落ちている。旅行客は増加しているようであるが、商店街ではその影響がみられない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・客との会話でも、来客がないため、魚が売れない状態である。仲卸の仕事として、荷ぞろえをし、小売の客に販売するが、売れ残ることが多い。荷ぞろえを落とすと売れなくなるため、何とか厳しい状態を切り抜ければいけない。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生から人通りも少なくなり、商店街の活気は失われている。原材料の値上げにより物価高騰になり、経費の出費は増加し、売上はかなりの影響を受けている。
	▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、来客数が減少傾向であり、特に高齢の客の反応が悪い。全国旅行支援により観光客は増加しているものの、効果は限定的である。気温も高く、前月好調であった衣料品の動きも鈍化している。
	▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動規制がないため、景気回復を見込んでいたものの、夏からのガソリン代高騰、また、秋からの食料品を中心とした物価高騰や電気代の値上げで買物がしづらい状況になっている。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価上昇が続いており、来客数が前年比で2%ほど減少している。一方で、商品単価が上がっているため客単価は上昇しており、買上点数がどのように推移するのかが、今後の売上に影響する。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・店の主力商品のほとんどが、10月、11月に更に値上げをしており、多くの客は諦めて購入はしているが買い渋り傾向で、売上全体では減少している。また、人件費の高騰で経営自体は苦しい状態が続いている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・販売価格を下げなければ売れない傾向にある。財布のひもが非常に固い。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	それ以外	・業績は回復してきたが、個人の給与等は上がらず、光熱費や物価は上がる一方であるため、個人の景気としては悪くなっている。
	▲	通信会社（役員）	単価の動き	・前月に引き続き、ケーブルテレビの契約で安価なプランへの変更がみられる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・フィットネス健康サービス業や観光業では、いずれも地方の回復が遅れている。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・資料請求の数が減少しており、景気が悪くなっている。
	×	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・各種値上げにより、売上が減少している。
	×	乗用車販売店（代表）	それ以外	・飲食業など景気の良い話を聞かない。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築材料や製品の価格上昇が続いている。生活必需品の価格上昇もあるが、それに対して収入は増えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・飲食業や宿泊業、観光業はかなり良くなっている。
(九州)	○	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・市況は高値傾向である。しかし、重油などコストも高くなっていることから、決して農業者の所得が上がっているわけではない。
	○	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・受注量が増加しており、生産が追い付かない状況である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体の動きが徐々に良くなっており、それに伴い景気の状況も上向き始め、まだ満足できる数量ではないが、若干回復している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症への心配が薄れ、通常の業務で引き合いが続いている状況である。ただし、部材納入の遅延等の影響により、今期の収支に反映できない物が時々発生している。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年内の景気は活発な状態が続くが、後の発注が全くみえないため不安である。大型の補正予算やゼロ国債、ゼロ県債の年度内発注が活性化すれば心配はないが、繰越工事も含めて早めの発注が欲しい。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電販売はほぼ横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直している。また、旅行商品の販売や飲食店の売上も増加している。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新しい生活様式が浸透し、消費行動は日常を取り戻している。コロナ禍の間にWeb会議が浸透したため、対面の会議や研修は減少したものの復活している。また、旅行業も明らかに回復がみられる。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する水際対策の緩和を背景に、インバウンド需要が急速に回復している。製造業における供給不足については、先行きの不透明感が残るものの、改善がみられる。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業が人材採用や教育に関する投資を積極的に行っている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、11月は落ち込む時期であるが、今年はコロナ禍にも関わらず、各方面から強い引き合いがある。しかし、鳥インフルエンザ発生により、原料調達不足により取引先に供給することができない状態である。このままでは、12月の繁忙期に取引先へ商品を提供できなくなることを非常に危惧している。
	□	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・賃金が上がった分、工賃を値上げしたことにより経営を持ちこたえることができている。ベテランのオペレーターと新人の差が付けられず、また、パート時間も短くなっている状態である。海外向けの仕事が戻っているが、新人は入らず、オペレーターは年齢が上がり少なくなっている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年と比較して売上が5%落ちている。ふるさと納税でも、前年度より1割落ちている。商品値上げの要請をして徐々に商品価格を上げてはいるが、受注関係では見合った状態での加工が少なくなっているのが現状である。下請があるところでは、商品の価格が非常に高くなり、その意向も踏まえて、苦しい状態である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入コストが上がっているが、何とか自社努力で耐えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から今後の受注は減少すると通達されたが、現状では、受注残等で年内は落ちることはないと考えている。
	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・原料調達ができるようになり、生産増加の見通しを立てていたが、急にそれらが遅れることになり、思うようには調達ができず困っている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安の影響やウクライナ情勢による物価高騰で賃金が追い付かず、消費者の財布のひもが固くなっている。その影響で物の荷動きが悪く、特にコピー用紙などは、付加価値がある商品ではなく、拠点統合なども進み、リモートワークや環境への影響を踏まえ大幅に減少している。	
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一時的に出荷量が膨れ上がったが、現在は落ち着いている。物価の上昇が消費に歯止めを掛けており、良くも悪くもないといった状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・大型イベントが多かったこともあり、宿泊施設の客室稼働率が上昇している。新型コロナウイルスの新規感染者数は緩やかに増加しているが、以前と比べ全体的な警戒感は薄らいでいる。運送業ではドライバー不足が深刻となっている。物価高の影響で、子供の教育費を削減する動きがみられる。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・旅行業界などは、行動制限が緩和され売上が増加しているが、全体としては、原料や資材等の価格高騰で利益が圧迫されており、景気は変わらない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・旅行関係の広告を出稿したが、コロナ禍でもあり停滞している。
	□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・第3四半期の売上は横ばいで、回復の兆しがみえない。3か月前と比較しても売上については悪い状態から脱してはいない。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・期待していたほどには、発注量や競合プレゼン頻度が伸びていない。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・長い期間の自粛生活が体に染みついており、また、各種の値上がりで全てにおいて買い控えは続いている。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・コロナ禍において医院などでは客の動きがあるが、それ以外は顕著な動きはない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一時的な在庫調整などの判断から、受注の見込みは若干悪くなる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・客との会話では、景気の後退が感じられる。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢による円安が継続し、加えて、燃料費や資材の高騰等により企業の費用がかさみ状況が厳しくなっている。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の委託で、アンケート調査や計画策定、設計の業務を行っているが、5年ごとに実施される調査や計画策定の市町村の予算が安いことから、新型コロナウイルス感染症関係で予算の配分が少ないと予想される。このため、指名競争入札で価格を下げて応札するのが難しいが発注量が少ないため、業者によっては、低価格で応札しており、受注の機会は限られている。
雇用 関連 (九州)	◎	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年比130%で推移している。2019年度との比較では90%前後であるが収益は回復している。新型コロナウイルス感染症が落ち着き、需要が伸びると期待していたが、状況を判断している客が多い。年末の繁忙期は第8波が懸念される。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が数か月前と比べると多くなっている。社員の欠員補充や、他社派遣の交代枠などが多く、転職等で人が動き出している。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・後任だけでなく、増員で募集する企業も増えており、事務系や接客業の求人も多くなり、求人数が約2割増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向であるが、行動制限等はなく人の動きも回復しつつあり、新聞広告の出稿増加につながっている。今月上旬は、全面広告の量も多くなり、カラー広告のスペースも満杯になる日も続くなど、久々の活況である。残念ながら海外旅行については、動きは出てきたようであるが、新聞広告の増加にはつながっていない。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・全国旅行支援が始まり、駅や空港などの人出も多くなり、駅ビルや中心市街地も以前と比べてにぎわいが出ている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・10月からの全国旅行支援等の影響で県外からの旅行者でにぎわいをみせ、市内の屋台などでも観光客の姿が多くみられた。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の増加が続いており、特にパートの求人数が多くなっている。有効求人倍率は、2か月連続で増加しており、フルタイムやパートタイムが共に100%を超えたのは7か月ぶりである。小売業や飲食サービス業のパート増加率が高くなっており、業務の繁忙さがうかがえる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒の就職市場においては、依然売手市場が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	学校〔大学〕 (就職支援業務)	求人数の動き	・現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数はまだ多くある。また、今年は追加募集や年間を通じた採用活動を行う企業が、前年度よりかなり増えていることから、就職活動継続中の学生にはまだまだチャンスがあり、追い風となっている。24年卒採用に向けたインターンシップや仕事体験を実施する企業も増加している。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・発注案件のキャンセルや縮小などで伸びが少ない。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・新卒では、現在は3年生の就活が本格化している。例えば、合同企業説明会や大学が実施する説明会に参加する企業が増えている。一方で、学生の参加率が悪い状況である。景気が良くなると学生の参加が悪くなる傾向にあるため、そういう意味でも景気が良くなっていると実感している。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (沖縄)	◎	スーパー（販売 企画）	単価の動き	・物価高騰により1品単価が上昇し、それが客単価を上げている。買上点数は少しマイナスであるが単価上昇の効果により売上は前年並みとなっている。
	◎	コンビニ（副店 長）	販売量の動き	・以前と比べ全国旅行支援や、国際線の再開に伴う効果を実感できるようになっている。
	◎	その他専門店 〔陶器〕（製 造）	販売量の動き	・注文数、委託販売先での売上が多くなっている。
	○	一般小売店 〔酒〕（店長）	販売量の動き	・観光客が、新型コロナウイルス感染症発生前より入客しているため、飲食店や観光施設などが潤っている。
	○	スーパー（企画 担当）	来客数の動き	・来客数が前年比でプラスに転じ、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	コンビニ（経営 者）	お客様の様子	・行動制限が緩やかになったことで観光客が増えている。また、周辺の人通りも多くなってきている。
	○	衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・前月から始まった全国旅行支援の好影響が今月も続いている。
	○	家電量販店（営 業担当）	単価の動き	・値上げ商品の増加に伴い平均単価が上昇している。
	○	乗用車販売店 （営業担当）	来客数の動き	・9月と比べ土日展示会の来客数は36%増加し、新車成約は前年比208%に伸びている。
	○	その他飲食〔居 酒屋〕（経営 者）	来客数の動き	・週末の予約状況が例年並みに入り始めている。平日は波がある。平均単価も200円上がっている。
	○	観光型ホテル （代表取締役）	来客数の動き	・宿泊部門は、客の予約が3か月前と比べて増えている。稼働率も上昇している。料飲部門は、宴会の間合せも少なく、人手不足もあり、横ばいの状態である。
	○	旅行代理店（マ ネージャー）	販売量の動き	・全国旅行支援も始まり販売量は回復傾向ではあるものの中小の旅行業者は、はっきり言ってもうかっていないし恩恵はほぼ感じられない。
	○	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・買換えスパンが長くなっていることと手続のオンライン化などが進み来店客数は減少傾向にあるが、商業施設などでイベントを行い販売数が前年を超えることができています。今後も待っているだけでは客は来ないため店外での営業強化が必要となってくる。
	□	乗用車販売店 （経理担当）	販売量の動き	・店舗や地域によっては受注にブレーキが掛かってきている。
	□	住宅販売会社 （代表取締役）	お客様の様子	・分譲マンションや戸建て住宅、分譲住宅の販売が想定以上に時間を要している。
	□	住宅販売会社 （役員）	単価の動き	・県外からの需要が新型コロナウイルス感染症発生前に回復しており、不動産全般の売りに動きが出ている。
	▲	商店街（代表 者）	来客数の動き	・完全に新型コロナウイルスの感染拡大がまだ終わったとはいえない状況で、ほんの一部の店で少し良くなったかなという程度である。悪い景況はまだ続いているとみている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・11月は例年より平均気温が2度ほど高く、売上構成比の高い衣料品の冬物衣料の動向が厳しい状況である。お歳暮ギフトの動きは前年より上向き傾向にある。
	▲	一般レストラン（代表者）	単価の動き	・平日と週末の集客の差がある。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの8月の販売室数が前年比238%増加なのに対し、11月の販売室数は前年比124%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	×	—	—	—
企業 動向 関連  (沖縄)	◎	—	—	—
	○	窯業土石業（取締役）	受注価格や販売価格の動き	・見積りは、3か月前と比較し公共、民間とも若干増加傾向にある。
	○	会計事務所（所長）	それ以外	・コロナ禍が落ち着いていること、全国旅行支援によってリーディング産業である観光業への影響が、他業種にも徐々に波及しているとみている。
	□	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・前月に続き観光関連への回復は感じられるが、引き続き為替を始めとした生産物価の上昇が利益を圧迫している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の契約がない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—
雇用 関連  (沖縄)	◎	職業安定所（職員）	求人数の動き	・小売、観光関連の求人数が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・求人数は3か月前の8月よりも、業種、業態にかかわらず全体的に増えている。ほぼ前月同様の求人数となっている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人案件は増加しているが、求職者の動きが鈍い。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・IT系を中心に求人数が多く、良い状況が継続している。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に関わる制限の緩和に伴い、需要は増していると考ええる。企業側の人手不足が頻繁に聞こえてくる。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—