

## II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)	◎	百貨店（営業販促担当）	・ロングランで行っている閉店セールが1月末までのため、最終月は来客数、売上共に大幅アップが見込まれる。新型コロナウイルス感染症の第8波も徐々に収束すると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症以前と比べても売上が高い水準で推移していることから、景気は徐々に回復している。今後についても、現状よりも良い状態となる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・引き続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くことが見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・国外向けと国内向けの配分見直し、増産計画など、メーカーからの情報発信を踏まえると、年度内の新車登録がある程度見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策としての人流制限なども予定されていないことから、今後、観光需要や購買行動が活発になるとみられる。そのため、観光業を中心に、今後の景気は上向きになる。ただ、小売業の状況は不透明すぎる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーが国内販売向けの生産台数を増やす方針であることから、販売台数の増加が見込める。新型コロナウイルス感染症発生以前の水準とまではいかないが、今後の回復が期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後、メーカーからの納期が若干早まるとの情報があるため、売上が増えることになる。
	○	観光型ホテル（経営者）	・冬季シーズンとなり、インバウンドの予約が前年のゼロから改善していることなどから、今後の景気はやや良くなる。ただ、物価高の影響によりエネルギー、食材のコストが大きく上昇しているため、売上が増加しても、コスト増加分を吸収することが困難なことも考えられる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・入国制限の緩和以降、外国人とみられる名前での予約が増えている。また、海外の旅行会社からの問合せも増えている。一方、国内客は全国旅行支援の終了予定日以降の予約数が落ち込んでいる。今後の宿泊客数については、微増ではあるものの、増加が期待できる。
	○	旅行代理店（従業員）	・現状の新型コロナウイルスの感染状況が収束し、全国旅行支援の再開なども期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・これまでの2年間旅行を我慢してきたことの反動が徐々に現れている。個人、団体共に問合せが増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染の第8波が出口に向かうことで、旅行需要が再び回復することになる。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の期間延長が予定されていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・例年、冬期間に入ると来客数が増える傾向にあるため、年末のイベントなどが予定どおりに開催されることになれば、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・学生向けの割引が始まっていること、新入学や新生活に向けた様々なイベントを予定していることから、今後の販売量の回復を期待している。
	○	観光名所（従業員）	・インバウンドについて、現在は台湾からの利用が中心だが、インドネシアからの団体利用もみられ始めている。今後も行動制限や入国制限が行われなければ、これまでの個人客に加えて、団体客も期待できるようになる。このまま新型コロナウイルス感染症発生前の日常に回復していくことを期待している。
□	商店街（代表者）	・物価高と新型コロナウイルスの感染再拡大によって、先の方からない状況となっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・燃料価格は落ち着き始めたものの、物価高による買い控え、出控え傾向は今後も継続することになる。また、客足が天候の良しあしによって強く影響を受ける時期であること、来年1月末で地元百貨店が閉店することもあるため、中心部を訪れる客は減少することになる。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・北海道の冬の観光シーズンを迎えて、ウィンタースポーツや冬の有名イベントを目的とした観光客が訪れることになる。全国旅行支援の延長が発表されたこともあり、来客数はそれほど落ち込むことはないと思われる。新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向に転じることも考えられるが、感染対策をした上で観光を楽しむことが一般的になっているため、影響はそれほどないとみられる。また、シーズンはインバウンドの増加が期待できるため、全体的な底上げにつながると期待している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減と反比例する形で売上が推移しているため、今後の景気がどうなるかは新型コロナウイルスの感染状況次第である。
	□	百貨店（売場主任）	・日本人による消費は新型コロナウイルス感染症発生以前の状況に近づきつつあるため、今後の景気はインバウンド、特に中国人観光客の動向によって左右されることになる。中国のゼロコロナ対策が緩和されることを期待している。
	□	百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて人流が増えることが見込まれるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、インフルエンザのまん延も懸念されるため、景気はそれほど上向きにならない。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類相当に変更されるなどの大きな変化がない限り、現状の小康状態が続く。
	□	スーパー（店長）	・今年は降雪の遅かった前年よりも更に降雪が遅くなっているが、長期予報では12月から2月は前年並みかそれ以上の大雪になるとみられている。不確定要素ではあるが、雪の状況によっては、交通機関のまひなども懸念されることから、商圏が広域な郊外型のモール店舗としては前年と同様の厳しい状況が見込まれる。
	□	スーパー（企画担当）	・燃料代や除雪費がかさむ北海道の本格的な冬が到来することになるため、この先の消費動向については、現状と変わらず厳しいまま推移することになる。
	□	スーパー（企画担当）	・エネルギーコストの上昇やメーカーによる値上げが一段落したことから、今後も現状と同じような景気のまま推移する。
	□	コンビニ（エリア担当）	・社会全体で給与所得が増え、消費が伸びれば、景気は良くなるが、そうはならないとみられる。また、給与が増えることになれば、自社の営業経費も増えることになるため、単純に経営が良くなるという話でもない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってこないため、今後も景気は変わらない。
	□	コンビニ（店長）	・主食系やデザートなどで、高単価の商材が売れていないことから、今後も景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・現状、原材料価格の高騰が続くとみられていることから、食費以外の支出は相当抑えられることになる。
	□	家電量販店（経営者）	・景気が上向きのような材料が特になくことから、今後も景気は変わらない。
	□	自動車備品販売店（店長）	・今後も厳しい状況が続くとみられることから、客の消費行動が慎重になり、より最善な方法で購買するケースが増えることになる。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・今後も景気はほとんど変わらない。ただ、経営する立場としては、仕入状況の悪化が見込まれるため、利益が減少することが懸念される。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・前月は先行きについて明るい見込みであったが、12月の予約状況が悪いことから一気に興ざめしてしまった。経済活動は徐々に上向くとみているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加という爆弾と付き合いながらの営業となりそうだ。また、食材の値上がりが続く、利益が減っていること、人手が足りていないなか、人員増加が見込めないことなどから、やる気が出てこない状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・これから年末の繁忙期を迎えて、夜間の人出は増えると思われる。ただ、タクシーの乗務員不足の影響で4年前と比べると約30%乗務員が減少している。そのため、タクシー1台当たりの売上が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復したとしても、乗務員が減っている分、タクシーの稼働が低下することになる。会社の売上はマイナス30%程度で推移することになる。
	□	タクシー運転手	・今後については、新型コロナウイルス感染症の状況次第である。
	□	タクシー運転手	・ここに来て新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるなか、客の動きは若干回復しつつあることから、今後も景気は変わらない。これから冬に向かって、どのような動きとなるか注視していきたい。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者が増えているため、今後の景気はやや下向くことになる。
	□	通信会社（エリア担当）	・携帯キャリアの戦略に左右される状況となっているため、今後の見通しが立たない。
	□	観光名所（職員）	・全国旅行支援などの追い風により、来客数がやや増加傾向にあるものの、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で行動制限などが行われると再び大きな影響が見込まれる。今後の動向を注視したい。
	□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に余り左右されなくなっていることから、今後も同じような売上が続くことになる。
	□	美容室（経営者）	・客の様子から、旅行に出掛けるなど、行動範囲が広がっている状況がうかがえるが、美容への消費がすぐに増えるとは思えないため、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・地価や建築コストの上昇がいまだに続いていることから、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・物価が上昇していることで、切り詰めて生活するスタイルが変わってきていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症への警戒が強まることが懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてこなければ、前年並みの落ち込みとまではいかないにしても大きな影響が見込まれる。現在の落ち込みは年末年始商戦まで続きそうなことから心配が絶えない。今のところ、インバウンドの入込も関東や関西と比べると少なく、回復の兆しがみえない状況にある。
	▲	一般小売店（経営者）	・仕入商品の納期が未定又は長期欠品のため、販売できたとしても売上計上できない状況にある。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続くとみられるため、来客数、買上客数共に、減少傾向が見込まれる。また、物価高の影響が継続することで、客単価が低下することも懸念される。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢、物価高などの影響が見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（役員）	・燃料代や電気代の値上げによる影響が大きく、客の節約志向がますます強まることが懸念される。
	▲	家電量販店（店員）	・特価商材が用意できないため、今後の景気はやや悪くなる。新製品は軒並み値上げされており、付加価値商材に客の目が向かないとみられる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・当社の業績は今のところ好調であるが、同業他社が苦戦していることから、今後、当社の業績も落ち込んでくることを懸念している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況が収まる気配がないなか、物価上昇の影響も加わることで、今後、消費意欲が減退することが懸念される。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・これから閑散期に向かうなか、全国旅行支援の反動で人出が減少するとみられるほか、新型コロナウイルスの感染再拡大によって、移動そのものを自粛することも考えられる。また、相次ぐ値上げにより景気が下向くことも懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が終了した後、冬季の北海道観光が新型コロナウイルス感染症発生前と比べてどの程度回復するか懸念している。今後の新型コロナウイルスの感染状況によっては観光消費マインドが低下することも考えられるため、先行きは不透明である。
	▲	通信会社（エリア担当）	・ショップ削減の方向性が出ているため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・特に希望を持てるような材料がないため、今後の景気は冷え込むことになる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・厳冬季を迎えて工事関連の需要が減少することになる。さらに、天候悪化による欠航なども見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築価格の上昇に伴って、分譲マンションの販売価格も高騰しており、マンション需要が伸び悩んでいる。この状況はすぐに改善されることはないと考えられるため、今後の景気はやや悪くなる。早くインフレを抑え込むとともに、所得が上昇することを期待している。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・これまでの外出自粛などで抑えられていた旅行への願望と全国旅行支援の開始が観光需要を押し上げたが、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響やインフルエンザの流行を懸念する動きがみられ始めている。また、新型コロナウイルスの新規感染者が全国最多という北海道の感染状況も収まっていないことから、今後、観光客が一気に減少するとみられる。
	×	スーパー（従業員）	・仕入価格や燃料価格の上昇、最低賃金の引上げなどの影響で、コスト構造の変化が大きく、利益低下にあらがえない状況にあることから、今後の景気は悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・実売期であるにもかかわらず来客数が落ち込んでいる。バーゲンセールを行ったとしても大きな集客が見込めず、前年割れの売上を覚悟して在庫処分しなければ体力が持たない状況となっている。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者が増えてくると段々と客足が悪くなる。これから景気が良くなるような材料もないため、しばらくは忍耐の時期になる。
	×	タクシー運転手	・今のところ、全国旅行支援による恩恵がみられない状況にある。今後についても、季節を考慮すると、売上には結び付かないとみられる。地元住民の外出自粛の意識はますます強まっており、消費行動を抑制していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建売住宅が売れなくなっており、新築住宅も減っている。今までは受注残で売上を維持できていたが、これから先は相当厳しくなる。ただ、資材価格が徐々に下がりはじめていることは明るい材料である。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	—	—
	○	家具製造業（経営者）	・為替の変動が良い方向に向かっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いているものの、経済活動を止めずに日常を過ごそうとする動きが強まっていること、感染対策への慣れ、政府の施策による下支えなどの複合要因によって、今後の企業及び個人の消費活動は一層活発になる。
	□	食料品製造業（従業員）	・見掛け上の売上は増えているが、それ以上のスピードで原材料価格、エネルギー価格、物流費などの値上げが続いている。利益の出ない状況が続いていることから、今後も景気は変わらない。
	□	食料品製造業（従業員）	・前回の価格改定から、販売量が減少した状態で安定しており、今後、急に販売量が増えることは考えにくい。
□	建設業（役員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波のなかにあっても、経済活動の回復が続いている。また、ゼロ国債工事についても例年並みの新規受注が期待できることから、今後も業績が順調に推移する見通しに変わりはない。建設資材の価格上昇圧力はあるものの、一部の資材において需給ひっ迫感が和らぐと見込まれることも明るい材料である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（営業担当）	・農産品関連製品の新品の入庫時期を迎えて、出庫や輸送が増えているが、一時的な動きになることが懸念される。一方、原材料関連は、上半期は調達を優先していたこともあって増量となったが、下半期はその分減少することが見込まれる。また、燃料価格の高止まり、電気料金の値上げが影響し、トレーラー運行、倉庫運営には相当のコストアップとなっており、輸送料金の改定を進めている。
	□	金融業（従業員）	・個人消費は消費者物価の上昇に賃金が追い付いていない。エネルギー価格の負担軽減のための政策支援はあるものの、これからエネルギー使用量の増加する冬に向かうことから、今後の道内景気は横ばい圏にとどまることになる。
	□	司法書士	・景気回復には賃金の上昇、物価の安定が欠かせないが、現状ではどちらも望めない。これ以上景気が悪化しないように早め早めの対策が行われることを期待している。
	□	司法書士	・これから冬期間に入ることから、観光や不動産売買などの取引が減少する時期となり、例年の傾向から、雪解けの時期まで低水準で推移することになる。原油高、資材価格の高騰、ウクライナ情勢など、不安要素も多いが、極端な景気の下降はないとみられる。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今のところ、円安の影響は出ておらず、今後についても今までと変わらない状況が見通せている。影響が出てくるのは来年度に入ってからとみられる。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設需要がしばらくは旺盛に推移するとみられるが、価格転嫁が進まない状況も続くとみられる。プラスとマイナスの面があるため、今後も景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・中心部の再開発、イベント再開などの好材料はあるものの、地方の動きに陰りが出始めていることから、プラスとマイナスが相殺され、ほぼ前年並みで推移することになる。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・良くなっている部分もあるが、悪くなっていく部分も見込まれるため、今後の景気は変わらない。
	▲	農林水産業（経営者）	・年末年始を過ぎると毎年同じような状態となることから、今後も景気は変わらない。春以降の動きに期待したい。
	▲	建設業（経営者）	・今後の新規受注は余り見込めない。また、例年のことではあるが、積雪寒冷時期を迎えて、除雪、採暖、地面の凍結、日照時間の減少などで生産性がかなり落ちることになる。完工に向けて設計変更の交渉、手続が重要になってくる。
	▲	建設業（従業員）	・かなり悪い状況であり、良くなるような傾向はみられない。一段と悪くなる可能性も否定できないが、景気後退に歯止めが掛かることを期待している。
	▲	輸送業（支店長）	・例年、冬期間の物流量は減る傾向にあるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・円安の影響もあって、様々な製品が値上がりしている。今後、更なる値上げが行われると客の購入意欲がそがれてしまうことも懸念される。
	×	金属製品製造業（従業員）	・新築戸建て住宅着工棟数が前年比で24%ダウンしていることが、今後に影響してくるとみられる。今のところ、この落ち込みが回復するような要素も見当たらない。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年7か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しが見られる。ただし、産業、業種によってその度合いは異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	□	人材派遣会社（社員）	・物価上昇や買い控えなどの不安要素は多数あるが、企業においては、業績を落とさないためにも人材を採用し、営業の強化を図るとみられることから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少とともに採用活動も活発になるとみられるが、年末年始を挟むこともあり、現在の傾向はしばらく変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・原油価格や原材料価格の高騰、円安など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、今のところ、業況堅調な事業所からの求人もあって、新規求人数は増加している。また、新規求職者数も前年と比べて減少している。持ち直しの動きが続いていることから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・円安の動きに若干の落ち着きが見られるが、物価高と新型コロナウイルスの新規感染者数の増加によって、経済活動は弱含み傾向で推移していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況次第であるが、冬の観光シーズンに大きな影響が出ることを懸念している。また、物価高についても、各業界で徐々に悪影響が出始めていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	職業安定所(職員)	・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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (東北)	◎	高級レストラン(支配人)	・乗客数が徐々に増えているため、良くなるとみている。
	○	スーパー(店長)	・度重なる値上げがあり、客がそれに大分慣れてきているという感じがある。
	○	コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、行動制限はないため、人の流れは良い方向にあるとみている。1人当たりの購入単価や買上点数は堅調であるため、少しずつ景気は上向くとみている。
	○	コンビニ(エリア担当)	・年末年始を過ぎても、更なる人流回復が期待できる。
	○	衣料品専門店(店長)	・今年の春もある程度回復したが、成人式、卒業式、入学式等の中止や延期がなければ来春もスーツの需要が見込めるため、やや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店(店長)	・慢性的な中古車不足のため、市場価格が高騰している。直近では客からも高額査定への期待の声が出てきており、商談の数自体がかなり増えてきている。
	○	その他専門店[白衣・ユニフォーム](経営者)	・新型コロナウイルス感染症に対して、社会全体的に慣れもあるのか、飲食などは大分影響が緩和されているところもあるようである。しかし、まだ学校関係や医療関係は厳しい状況が続くと予想している。春先の人の動きを予想することは難しいが、少なくとも前年よりは動くことと期待している。
	○	観光型ホテル(スタッフ)	・全国旅行支援は年明け以降も延長予定のため、やや良くなるとみている。
	○	旅行代理店(従業員)	・先の見積り提出件数が増えてきている。旅行を見合わせていた企業が動き出しているようである。
	○	競艇場(職員)	・12月、1月は人の入りが多いため売上は良くなる。イベントなどでも後押しするため、悪くなることは考えられない。
	○	住宅販売会社(経営者)	・宅地造成を行い、建築条件付で分譲予定である。その造成地内で大型集合住宅の受注が決まっている。
	□	商店街(代表者)	・年末を控えているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。
	□	一般小売店[書籍](経営者)	・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。このことは業界全体の問題として取り上げられている。個別の販売促進、個店ごとの多角化といったこともなかなか難しいため、非常に厳しい状況が続くとみている。
	□	一般小売店[医薬品](経営者)	・年末年始にかけて人出が多くなる時期になるが、同時に新型コロナウイルスの新規感染者数も増加することが予想される。政府の対策がないままでは、景気は悪い状態が続くとみている。
□	一般小売店[医薬品](経営者)	・販売量は前年比126%になっており、2~3か月は変わらず推移するとみている。	
□	一般小売店[酒](経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまた増加傾向にある。さらに、様々なものの価格が上昇するなかで、厳冬の予報も出ている。豪雪地帯のため暖房費や除雪費の負担が増えれば家計がひっ迫することは間違いない。その状況に鑑みても状況が好転することは難しい。	
□	一般小売店[寝具](経営者)	・利幅が上がる仕立ての注文がないため、売上は伸びないとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、物価高による生活防衛等が続く間は現状に変化はないとみている。
	□	百貨店（催事担当）	・冬季を迎え新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ等の感染拡大が予測されるなか、食品、生活雑貨等の値上げもあり、消費が上向き要素に乏しい。
	□	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減らず、ウクライナ情勢も変わらないとみている。
	□	スーパー（経営者）	・光熱費の上昇や商品の値上がり客の買物頻度を下げている。平日の売上が落ち込み、特売日やポイント倍セールなどに偏る傾向がますます強くなっている。
	□	スーパー（店長）	・客の財布のひもは相変わらず固い様子である。暖房費もかさむ季節を迎え、今の状況の改善は見込めないとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・各メーカーの値上げは2～3か月後も続くことが予想され、客の財布のひもが固い状態は変わらないとみている。年末年始のごちそうやおせち等の予約の動きは好調で、肉食需要はまだあるといえる。しかし、値上げにより食品小売業は余り良い状態にはない。
	□	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が第8波に突入し、年末の帰省や人の動きに影響が出るとみている。現状と変わらず、景気も横ばいになるとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響があり、この先も余り変わらないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・年末年始を迎えて商売的には売上増加となる時期である。しかし、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く気配がないことに加え、エネルギー価格の上昇を含む物価高騰が続くなかで、商売もしづらい状況が続いている。今後、値上げはますます続くことが予想され、景気の後退は避けられないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策をしながら観光や買物をする人は増加しつつあるものの、元の状態に戻るのには難しいとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・年末年始に向け購買意欲が高まる時期であるが、物価高騰による買い控えは継続すると予測している。
	□	衣料品専門店（店長）	・賃金やボーナスの増加など明るい話題が広がってこない限り、現状から消費が大きく変化するとは考えにくい。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・物価上昇により生活必需品の購入で負担が増えており、嗜好品の購入は我慢が強いられる状況が続くとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・販売停止中の車の販売再開のめどが立っていないため、今後しばらくは変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注台数の推移に大きな変化はないが、在庫時期は車種ごとに違っている。3か月後に売上となるのは、8月以前の受注分がほとんどのため、今後も売上に大きな変化はないことが分かっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後は決算期であるものの、納期が不安定であるため収益がままならない。新車がこなければ、中古車の在庫も発生しない。サービスでも法定点検が発生せず、台数が苦戦中である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・降雪量によっては潤う業種も多く出てくるが、各種コストも上がっている。
	□	住関連専門店（経営者）	・受注生産なので、現状で2～3か月先の納品予定の受注がないと厳しい状況は変わらない。受注目標をクリアする努力をしていくほかはない。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・予想していたよりも気候が良く、配達灯油の需要が伸び悩んでいる。販売価格の動向によっては増販は難しいとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・現在は全国旅行支援のおかげで人が動いている。しかし、物価高の影響もあり、この先は不透明である。
	□	一般レストラン（経営者）	・1年の間でも、回復してきた雰囲気があったり、突然落ち込んだりが何度も繰り返されている。多くの人が行動の計画を立てられず、直前に判断するものとみえており、3か月先は見通せない。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況にかなり左右される。特に酒を提供する飲食店は12月もかなり厳しくなるとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊業関連に対して政府がどの程度支援するのか次第である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の到来で見通しが立たなくなったが、全国旅行支援の延長が決まったため、現在の良い状況が続くことを期待している。
	□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、国内旅行では取消しや見送り又は延期するケースが増加傾向にある。冬季シーズン到来による感染拡大も懸念されるなかで今後3月までは鈍化傾向が続くものとみている。海外旅行は円安や物価高騰などの影響により、当面は現状維持である。インバウンド需要は現状の規制緩和が続く限り増加傾向が続くものとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の予定が分からないが、割引の設定が終了したタイミングで邦人需要は一気にストップするのではないかと懸念している。東北ではインバウンド効果を実感するまでにはまだ時間が掛かるとみており、邦人需要のストップからインバウンドの効果が出るまでの期間に空白が生まれることを懸念している。
	□	タクシー運転手	・スマートフォンの配車アプリを使用した若者のタクシー利用が、年配者のタクシー利用と同じくらいに増えてきている。しかし、今後の展開は読めない。
	□	通信会社（営業担当）	・良くない状況を好転させるような材料に乏しい。
	□	観光名所（職員）	・12月の予約状況は前年の実績数を上回っている。全国旅行支援の延長も発表され、このまま政府の対策が続くとすれば、今と変わらない好景気が続くとみている。
	□	遊園地（経営者）	・シーズンオフで日数限定営業となる。新型コロナウイルス感染症の第8波や値上げの動向次第ながら、大きい変化はないとみている。
	□	美容室（経営者）	・年末に向けて季節要因で良くなる部分もあるが、来客数の状況が悪い流れはしばらく続くとみている。ウクライナ情勢の影響などによる物価高騰と来客数には関係があり、しばらくは横ばいが続くとみている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・1月の初売りまでに新型コロナウイルスとインフルエンザの状況が大きく変わる可能性は低く、現状と同様の来場推移になるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・年末年始に帰省や旅行をする人が増加すると予想される。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大は高齢者の買物客が多い商店街にとってはマイナス要因となる。
	▲	商店街（代表者）	・値上げが続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が心配である。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナ情勢は長引くとみられ、この先も資源価格の高騰は続きそうである。消費者は出費を切り詰めるとみている。
	▲	百貨店（経営者）	・年末年始は久しぶりに消費が活発に動く。しかしその後は、現在更なる物価上昇のニュースが出ていることから、一旦消費行動が落ち着くとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・ボーナスの増加や一時金給付、時給増といった話を聞くが、収入が増加してもエネルギー価格の上昇や食品の値上がりに追い付かず、家計が圧迫されることは変わらないとみている。買い控えの動きが強まることを懸念している。
	▲	スーパー（店長）	・物価高の影響が消費の冷え込みに影響してくるのではないかと予測している。
	▲	スーパー（営業担当）	・暖房費や除雪費の高騰が予想され、節約志向が高まっているのではないかとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価が上がり、給料が上がらない状態なので、客の財布のひもは固くなるとみている。このまま変わらなければ、少し悪くなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、電気代の高騰で景気が良くなるとは思えない。
	▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大に季節要因が加わり、来客数は更に減少する。今期においては来客数の減少を単価がカバーしてきたが、カバーしきれなくなることが予想される。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇で財布のひもが固くなりつつある。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・今冬は電気料金が上がるという報道を受けて非常に警戒心が強くなっており、消費指数は若干下がっていくのではないかと予想している。実際に来客数は減っている。ウクライナ情勢も全く変化がなく、原油価格の高騰はしばらく悪影響を及ぼし続けるのではないかと懸念があり、やや悪くなるとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・景気回復につながる明るい材料が見当たらない。
	▲	家電量販店（店長）	・全国旅行支援があるため旅行などに金が回り、家電製品の買い回りには客の関心がないようである。寒さが厳しくなり季節商材が売れてくれればという期待はある。テレビなどの売上が上がる要素はない。故障すれば買ってくれる冷蔵庫や洗濯機などの白物家電は、今までどおり単価アップの方向で客に訴求していくが、基本的に客の財布のひもは固い。石油関係の値上がりなどにより、客自身が景気の先行きを不安視しているようである。
	▲	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が継続していくなか、来客数の伸び悩みが予想される。
	▲	住関連専門店（経営者）	・元々正月を挟む月は仏具類の売上が落ち込む期間だが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることもあり、来客数の減少も見込まれ、売上は今月よりもやや落ち込むとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることから、更なる販売量の減少が見込まれる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年末年始商戦に期待したいものの、現在、新型コロナウイルス感染症が第8波の様相を見せている。その影響が出てくることを懸念している。
	▲	観光型旅館（経営者）	・今が良すぎるため、若干今よりは下がるとみている。
	▲	タクシー運転手	・10月は全国旅行支援により収益が大幅増となった月であった。今月は紅葉観光の客はまだ少しおり、新型コロナウイルス感染症発生前の50%の売上だが、前年比では40%増加している。全国旅行支援は年明けにも継続することが発表されたが、予算措置については言及されておらず、1～2月の景気は今月よりも悪くなる。
	▲	通信会社（経営者）	・電気代の大幅値上げが決まり、併せて灯油が必要な時期に入るため、今冬は節約の期間となる。このため、これ以上の値上げが続くと、解約者数の増加にもつながると考えられる。
	▲	通信会社（営業担当）	・ボーナスが出る企業もあるが、中小企業は資金繰りや人材不足等の要因により低迷しており、倒産件数が増えると予測している。よって、やや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・ますます物価が上がり、客からの経費削減圧力が強くなるとみている。
	▲	テーマパーク（職員）	・クーポンが終了することにより、消費が少なくなる可能性がある。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が段々と増えてきており、外出を控える人が多くなるとみている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・年末はもっとにぎやかになり、来客数や販売件数が増えるのではないかと予想していたが、全く冷ややかであり好調は望めない。
	▲	設計事務所（経営者）	・地域経済の鈍化に伴い、建設需要も低下するため、やや悪くなるとみている。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・物価高の影響に伴い、家計の節約志向が強まるとみている。高額な工事と緊急性の低い工事は先送りされることが予想される。部品の供給不足による工事の遅れも続くともみている。
	×	商店街（代表者）	・消費はまだ模様である。若い層では低価格の飲食にシフトしており、それ以外では消費はかなり冷え込んでいる。これから来年にかけては、電気代を始めいろいろなのが値上がりしコストが掛かるため、消費は一旦止まるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・今冬は雪が多く降るとも寒くなるともいわれている。灯油代がかさむことに加え、電気代の値上がりによって消費者は節約志向になり、財布のひもは更に固くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（経営者）	・毎年冬は厳しいが、更に最低賃金の引上げと電気代の高騰がとどめとなり、もはや経営できない、努力ではどうにもならないレベルまできている。24時間営業は今の時代限界がきているのではないだろうか。冬を越せないオーナーが多数出てくると予想している。
	×	衣料品専門店（店長）	・電気料金の値上がりにより家計が圧迫され、更に買い控えが強くなるとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後、第2弾、第3弾と値上げが続くことが予想される。国全体の戦略的な取組が一般国民にみえる形で示されなければ、更に節約志向が高くなり、悪循環に陥る可能性が高い。
	×	その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気料金の値上げの発表もあり、ますます節約傾向が進むと考えられる。
	×	高級レストラン（経営者）	・コロナ禍も物価高も続くとみており、来春以降は分からないが、2～3か月先については良くないとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減る様子もなく、インフルエンザの流行も懸念されており、客からは外に出ることを控えるという話が多く聞こえてくる。よって、景気は減退していくと予想している。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も物価の上昇もいつ落ち着くかが分からず、当地の景気回復はみえてこない。
	×	通信会社（営業担当）	・各社の追加値上げが相次いでいるが、一時的な手当を行っても吸収し切れない。消費税減税等の全体的に効果が出る施策が打たれない限り、ますます景気は悪くなる。
企業 動向 関連  (東北)	◎	建設業（企画担当）	・建設業においては工事の発注と受注の時期がずれており、現在の発注状況を見ると先の受注状況がある程度予想できるため、減少しないとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し規制が掛からない限り、クーポンを利用する客などがあるため年内の人流は止まることはないかと予測している。ただし、年明けから2月にかけては、全国旅行支援も終わり、イベントも乏しいため、反動により人流、消費が鈍ると予測している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が落ち着き、景気はやや良くなるとみている。
	○	建設業（従業員）	・現在入札中、契約交渉中の案件の受注・契約が一定数見込まれるため、景気はやや上向き見通しである。
	○	通信業（営業担当）	・年度末に向けて、各企業で年度内予算を消化するための購入が増える。
	○	公認会計士	・来年以降も全国旅行支援が継続されれば、小売、サービス、飲食関係の景気回復が進む。そのため、建設業などが現状を維持できれば、一部製造業等の業績が落ち込んでも、全体としての景気はやや良くなる。
	○	コピーサービス業（従業員）	・徐々に半導体不足が解消しており、メイン商品の入荷も改善している。商品の値上げの動きもあるが、値上げ前の駆け込み商談が増えてきているため、受注が元に戻ることを期待している。
	□	食料品製造業（経営者）	・来年も全国旅行支援が継続されるため土産需要は期待できるが、パーソナルギフト需要は冷え込む可能性が大きい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・光熱費の値上がりが顕著で収益が大幅に低下している。光熱費などの値上がりが止まらない限りは景気が良くなるはない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は増えつつあるが、鋼材、油、電気などの高騰が続く、利益は少ない状況が続くとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・年末年始を控え、例年では動きが出てくる時期であるが、良い情報は入ってきていない。半導体関連の動きも滞っており、先々の良い情報はない。
	□	建設業（従業員）	・受注量は相応にあるが、材料費の値上がりが気掛かりである。
	□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波により、当社や主要製造業取引先においても最近また新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、業務に支障が出始めている。国の専門家会議は年末年始に向け更に増えると予想しており、景気浮揚に期待が持てない。
	□	通信業（営業担当）	・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。客の動向を静観するのみである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況が見通せないことに加え、各種値上げラッシュやエネルギー価格の高騰等の懸念が強すぎて、販促費拡大に踏み切れない企業が多い。広告業界としてはしばらく低空飛行が続く見込みである。
	□	経営コンサルタント	・ウィズコロナに向けた抜本的なコンセンサスが必要である。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・2月頃までは新型コロナウイルスの感染拡大は続くともみている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・商品の値上げが続くため、変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・良くも悪くもこれといった要素はないため変化はないとみている。当地の景気はスキー客の数に左右され、それは天候と、新型コロナウイルスの感染状況や全国旅行支援、冬のボーナス等の経済状況など様々なマインド要素が絡み合っ変わってくる。
	▲	農林水産業（従業者）	・生産資材が2割程度値上がりしている。特に肥料のほとんどが4～5割高になっており、生産物に値段を上乗せできないため、生活も厳しくなるとみている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・売上減少に加えて、原材料の二次値上げ三次値上げや燃料費の高騰等が収益を圧迫しており、悪化は避けられないとみている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・コロナ禍で地方経済の疲弊度合いが増しており、首都圏との格差が一段と進んでいる。回復に向けた政治主導の施策は、実感として現場に伝わっておらず、機能していない。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・製品価格の値上げを行っているが、諸資材の高騰が続いており、追いつかない状況である。新規採用もなかなかできない状況になっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・電気料金の高騰により、更なる修繕費削減が予想される。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・客の半導体関連の設備投資は需要調整で短期的には落ち込む可能性がある。しかし、半導体に関しては、各国の投資計画や国内有力企業による次世代半導体国産化計画が立ち上がってきていることから、盛り返してくるとみている。
	▲	金融業（広報担当）	・寒冷地域ゆえに毎年冬場のエネルギー需要は高まるが、今年は特にエネルギー単価が高止まりする見通しのため、家計への影響は避けられない。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響でやや悪くなるとみている。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・これまで好調だった半導体関連が減速に向かっており、それに関連して全体的に受注量が減少することが予想される。
	×	農林水産業（従業者）	・例年にないくらい肥料価格が高騰しており、助成金はある程度下りるが、経営に悪影響を及ぼすことは避けられない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体設備投資に陰りがみえてきており、金属部品加工事業の売上が下がると予想している。
雇用関連	◎	—	—
(東北)	○	人材派遣会社（社員）	・東北地域では全体的に求人数が継続的に増加傾向にある。
	○	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍からの立ち上がりで旅行・インバウンドなどは回復の兆候があり、求人数は増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響次第では鈍化のおそれもある。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・イベントなどの実施運営業務が増加しており、それに対応する人材募集や人員確保も増加することが予想される。物価高騰や人材確保の難しさがマイナスに働く可能性はあるが、多くの企業で前向きになってきているため、景気拡大は続くともみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業からは人材が必要という話がきている状況である。年明けから更に生産量を増やす計画がある企業もある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・飲食、旅行、製造、倉庫、靴の卸売・流通といったいろいろな業種・業界の企業で人材不足は続いており、人材採用の意欲は旺盛である。各企業からも、業績は悪くなく、とにかく人手が足りないという話を聞いている。よって、景気がやや良い状況は変わらずに続くのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・資材、電力、燃料等の高騰や円安により収益悪化を訴える求人事業所が多い。また、求職者数の減少傾向が続く、労働力不足は解消の見込みがない。当面は同様の局面が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、燃料の価格高騰や物価高など、事業者や求職者に影響を与えることも予想され、状況を注視する必要がある。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・燃料価格の高騰や物価高の影響は継続するとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・電気、ガス、水道等の料金が一気に上がり、景気は悪化するとみている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・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。さらに、電力料金の値上げが市民生活にも影響を及ぼすことが予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最多を更新している。物価高もあり、広告の動きへの影響が懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響は限定的で、ふだんと変わらない年末年始を迎えられるとみている。しかし、物価や燃料の価格高騰の影響が大きくなり、景気はやや後退するとみている。
	▲	学校〔専門学校〕	・円安、インフレに明確な対策が講じられていない。特に中小零細企業においては仕事の確保、雇用の確保が厳しい現状にあり、自社だけの対策では限界があるとみている。
	×	アウトソーシング企業（経営者）	・何もかもが値上がりしているため、利益が落ちている。客とは年間契約を結んでいるため、今年度は最悪である。

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	－	－
	○	スーパー（商品部担当）	・景気は良くない状態だが、商圏内の同業店の閉店により、しばらくは来客数や売上の増加に期待できる。内容的には、価格高騰による影響等は何も変わらない。
	○	コンビニ（経営者）	・クリスマス商戦で売上が増えるため、やや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・毎年2月は、年末年始が過ぎ閑散期になるが、新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、今月よりは人が動くのではないかと。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなるとみている。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を受け、現在の回復スピードが鈍化すると思われる。
	○	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症の治療薬が出てくることで、以前のような生活が戻ってくるとみている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのところ増加傾向で、幼稚園や学校の学級閉鎖が見られる。新型コロナウイルスの感染第8波への懸念から、外出を控える人が増えている。クリスマスから年末年始に向け、感染拡大するのではないかと不安が募る。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、年が変わっても景気の向上は余り期待できない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減次第なので、何とも言えないが、来客数は新型コロナウイルス感染症が発生してから、本当に人出が少なくなっている。辞めていく同業者から納品先を譲ってもらって売上の伸びているが、それを省くと完全に売上はダウンしている。
	□	百貨店（営業担当）	・年末年始に向け、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。物価高による生活防衛意識の高まりに、外出自粛が加わることで、景況回復は見込めない。
	□	百貨店（店長）	・年末年始にかけて、新型コロナウイルスの感染拡大やインフルエンザの流行等、懸念材料が多く、マスコミでの取り上げられ方を見ると、来客数の大幅増は厳しいと認識している。
	□	百貨店（店長）	・やや回復傾向にあるものの、新型コロナウイルスの感染拡大で予断を許さない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、いまだに大きい。客も本来なら購入意欲が湧いてくるが、まだ新型コロナウイルスの悪影響が出ており、人は出てくるが買物は控えているようで販売に結び付かない。こうした心配がこれからも続くのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・依然として、海外からの基板等の部品入荷が遅れ、製造に支障が出ている。販売動向は、寒さの到来でエアコンを中心に売れ、前年比90%まで回復してきている。石油暖房の動きに期待したい。白物家電関連は前年比85%で苦戦しているが、回復するとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、部品調達が順調になってきたため、生産台数がほぼ新型コロナウイルス感染症の発生前に戻り、受注から納車まで1～2か月の短納期になってきている。商業界では食料品を始めとして自給率は下がり、ステルス値上げなどで、売上が下がっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・納車予定車両が前倒して納入できるようになったものの、受注は今も減少傾向で推移している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・前月に続いて、今月は販売、修理関係共に、上向きになっている。ただ、年を越して、来年もぐんと伸びていくかという疑問を感じる。現状程度の良さが少しは続くと思っているが、極端に良くなる要素はない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・特に、良くなる材料も悪くなる材料も全く見当たらない。強いて言えば、税金が上がってしまうという不安がある。過去の東日本大震災の際には、高速道路が安くなったり無料になるなどで、当店の回りも非常に活気が出て、車の販売、売上、いろいろな面で、我々にも効果が出ていた実感があった。難しい何とかトラベルとか各種のよく分からない施策ではなく、単純な施策をしてもらえると、我々も安心して活気付くのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・12月の繁忙期になるため、多少、乗客数は増えると思うが、消費者の買い控えは続く。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（仕入担当）	・当面は生活防衛意識が働き、生活品に対する消費は抑制傾向が続く。しかし、イベント等への参加意識は相当高く、これまで抑えてきた反動で、年末年始の人の動きは活発になるのではないかと。支出のメリハリが相当大きくなり、生活品は抑制傾向が強くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・予約が極端に偏った日に集中したり、予約の入るタイミングからみても、繁閑の差が大きくなっている。トータルしても上積みは考えにくい。人件費等の経費バランスも難しい。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症を気にする客もいるので、何とも言えないが、現状維持と予想している。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（支配人）	・今がピークに差し掛かっているように思える。今後の新型コロナウイルスの感染状況によって、稼働率は左右される恐れがある。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・好調な流れはしばらくは続きそうだが、ここにきて新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が目立っており、不安定な要素も否めない現状である。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・なかなか良くならないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・この状況が数か月で改善される気配は、一切ない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・都道府県の全国旅行支援等による経済効果を感じている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今後、企業によっては、賃上げなどを検討しているところもあると聞いているが、現在の収入が増えない限り、実質賃金の低下が続くため、購買意欲は上がらない。
	<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・例年、年末年始にかけては、来場者、売上共に増加傾向になるが、新型コロナウイルスの感染第8波の影響や物価上昇の現状を鑑みると、大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・物価上昇が落ち着かないので、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナの状況が落ち着かない限り、現状は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・やはり、新型コロナウイルス感染症が完全に収束しないと、貸店舗の利用者である飲食店関係は元気にならないのではないかと。土地等もちろはら動きはあるものの、成約等には結び付かない状況で、落ち着いてしまっている。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・修繕等を先延ばしにしている感があり、今後のことは読みづらい。先延ばしを、いつまで延ばすかもまちまちで、今後数か月で結論が出るとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・当社同様に観光業を営んでいる周辺企業は、新型コロナウイルス感染症の発生前でも、2か月先の時期は売上が落ちる企業が多い。さらに今回は、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染状況が厳しくなったり、全国旅行支援なしで旅行する方が増えてくれるのか、不安要素は尽きない。そのため、景気はやや悪くなるのではないか。しかし、もう補助金は十分ではないかという声から同業者から聞こえるのも事実である。各種補助金や旅行支援で廃業を免れたという話もよく聞かれ、実際のところ大変有り難かったが、今後は経済を止めないための施策にかじを切り、国の借金を増やさないようにすることが肝要ではないか。
	▲	百貨店(営業担当)	・消費者物価指数の上昇度が約40年ぶりの高水準であったり、世界情勢の不安定さや所得が伸びていない状況は変わっておらず、生活防衛意識が高いように見受けられる。また、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行に対して過敏になっている側面もあり、来客数減少の影響がある。
	▲	スーパー(総務担当)	・光熱費の高騰等が家計に響くことが想定される。
	▲	コンビニ(経営者)	・秋口の新型コロナウイルス感染症が落ち着いた際には、上向きを感じがあったが、このところの値上げラッシュで、非常に落ち込んでいる。また、光熱費やガソリン代等が家計を圧迫しているため、客は少しでも安い商材へと見る目も厳しくなっており、売上が伸びない大きな原因だと感じている。電気代や諸経費の高騰で、当店では利益が非常に圧迫されており、今年度は赤字決算となっている。
	▲	コンビニ(店長)	・自治体のプレミアム付商品券の使用が一段落し、また更に物価上昇するだろうことから、客は安値志向の大型店等に流れる。
	▲	コンビニ(店長)	・値上がりが続いているので、買上点数が減ってくるのではないか。
	▲	衣料品専門店(販売担当)	・真面目な国民性から、医学的な根拠のある具体策やそれを踏まえた政策といった安心が担保できる方策が出てこない限り、このまま全然人が動かないような気がする。ある程度、人数制限等を含めてプラス思考で政策を発信してもらえると、大変有り難い。
	▲	乗用車販売店(統括)	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が出てくる。
	▲	その他専門店〔靴小売業〕(経営者)	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が出始めると、客の動きが悪くなる。現状、ブラックフライデーが開催されていて、特別価格、新しい物、自分の好きな物に人気は分かっている。物流の不備でいまだに商材入荷が不規則な状態が続いており、この先も依然として不透明である。
	▲	その他専門店(総務担当)	・物価上昇の影響がある。
	▲	一般レストラン(経営者)	・現在でも、客単価が落ちてきている。今後も値上げ値上げと言われているので、良くなるとは到底思えない。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕(経営者)	・3割ほどの値上がりは当然だが、今後も食料品の値上げなどが予想されている。年末年始の後には、消費は抑えられると思うので、年明け後の2～3か月は、やや悪くなる。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕(総務)	・新年度からの新規受託先が少しずつ決まり始めている一方で、求人補充の進まない状況が続いている。求人関連費や人件費が増加し、食材費等の上昇と合わせて収益面を圧迫している。
	▲	都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊収入は全国旅行支援などの追い風を受けて、過去最高の売上を計上している。ただし、料飲部門や宴会収入は新型コロナウイルスの感染第8波の影響を受け、受注が弱まっている。特に、宴会は医療や金融関係を中心に、各種団体のキャンセルが見受けられ、好調だった2018年との比較では約55%と、厳しい状況が続いている。新型コロナウイルスに対する社会の対応が変わらない限り、安定した受注を見込むことは難しく、利益構造の転換も視野に入れなければならないように感じている。
	▲	旅行代理店(経営者)	・例年1月から3月は仕事が減る。
	▲	旅行代理店(所長)	・一番の懸念は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあることである。全国旅行支援は年内に終了し、新年に再開予定とあるが、どのくらいの効果があるのか見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	通信会社（総務担当）	・取扱商材の家庭における重要度は、食料品や真冬の燃料や電気代、衣類等よりは劣後になることから、保証期間超過の故障でも起こらない限り、購入を控える客が冬場にかけて一層増えていく。
	▲	通信会社（局長）	・物価上昇が家計を圧迫している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・収支が悪化し、やや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・目抜き通りにあった小売店がまた1つ閉店してしまい、寂しい年末商戦である。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安が続く傾向なので、消費は更に悪化するのではないかと不安感が、市場を覆っている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・円安、物価高、その他もろもろが直撃しているのは事実である。客の財布のひもは固い。
	×	コンビニ（経営者）	・近くのファミリーレストランが葬儀屋に変わるほど景気が悪い。
	×	家電量販店（店員）	・商材の値上げの影響が厳しいので、給付金等を再度出してほしい。
	×	都市型ホテル（経営者）	・忘新年会シーズン後の閑散期になるので、激減するのは間違いない。
	×	通信会社（経営者）	・円安による物価上昇に伴う先行き不安から、消費者の買い控えがみられる。また、「買うなら少しでも安く」という心理から安売り店に客が流れる現象もみられる。結局、こうしたマインドから抜けられない。一部の輸出関連企業以外は、仕入コストの上昇で収支が悪化している。要するに健全な物価上昇ではないので、企業に人件費を上げろというのは、余りにも単純で乱暴な発想である。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の高騰で厳しい状態は続いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・このままの状態が続いたら、日本経済は沈没してしまう。景気回復のために政治家や大企業が、少しは知恵を働かせて中小企業の支援をするのではないかと、淡い期待感で、やや上向かかとみている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ウィズコロナで、経済活動が活発化してきている。新型コロナウイルスの感染第8波が来るという予想もあるが、モノ、人、金が動いて回ってくるので、当社のような会社も多少は恩恵が受けられる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・当社は自動車部品メーカーだが、半導体不足が薄らいでおり、受注が増加している。原材料価格高騰も販売単価に転嫁できており、利益も改善してきている。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の受注状況や商談件数からみても、収益の増加が見込まれる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・先の見通しは分からない。様子を見ている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車生産ラインの通常稼働が続き、ロボット向けの更なる増産計画が動く見込みである。ただし、中国向けの工作機械関連部品や欧州向け電動アシスト自転車部品等、大幅な減産計画も予定されており、トータルとしては変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～2か月良いと次の1～2か月は悪いという繰り返しで、2～3か月先のことは全く分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	□	輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、冬物商材である電気カーペットや石油ファンヒーター、寝具等や初売り商材のテレビ、ヒーター、高額掃除機等の物量は、前年並みを確保できそうである。
	□	広告代理店（営業担当）	・良くなる要因は、何も見つからない。
	□	経営コンサルタント	・現状、再び新型コロナウイルスの感染率等が取り沙汰され、回復の兆しが見えた地域の経済活動に、水を差しかねない状況になっている。これからの動向に気掛かりな面がある。
	□	司法書士	・多分ほとんど変わらない。
□	社会保険労務士	・ある程度の水準までは緩やかに回復していくと思うが、そこから先は、政策や海外の景気次第だと思う。	
▲	金属製品製造業（経営者）	・受注予定では減少するため、やや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品は、第4四半期にかけて生産が落ち込むため、やや悪くなる。
	▲	建設業（総務担当）	・やはり例年に比べて工事が少なく、回復する兆しも余り感じられない。
	×	建設業（開発担当）	・現与党政権のもと、公共工事は順調に推移している。何しろ現野党政権時は、「コンクリートから人へ」のキャッチフレーズで、建設業は苦労した時期であった。日本は災害大国なので、復旧工事において建設業者は身を粉にして頑張っている。皆も建設業者の役割を理解してもらっていると思う。今期の公共工事は前年比10%減で、コロナ禍だからかと思うが、当社売上も前期比10%減と、今期決算は厳しくなると心配している。
	×	不動産業（管理担当）	・長年の取引先からも、取引の縮小や削減の話が出ており、売上や利益の減少が見込まれる。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・年末年始に向けての商材戦略は、販売店で活発さが目立ち、非常に需要があるようである。特に、食品関係ではプレゼント、お歳暮、年賀といったギフト商材等が活発に動いている。製造に関しては年内の在庫確保に向けた動きがあり、建築も同じようにピッチを上げて作業をしているように見受けられる。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・今後も学校行事等は、前年度より実施可能なイベントが多くなり、経済活動の活発化につながっていく。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼数は増加傾向にあるものの、職種にかかわらず求職条件に合う求職者数が圧倒的に不足しており、業績には直結しない。
	□	人材派遣会社（従業員）	・派遣終了となる会社がある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、新型コロナウイルスの感染第8波や原材料高や円安の影響による物価上昇等、引き続き、動向を注視する必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・周辺の宿泊施設の稼働率は助成金や全国旅行支援の陰で、伸びているところが多い。当社を含めた同業他社のサービス業は、個人宅の廃品回収等の仕事は停滞している。この先は新型コロナウイルス感染症の影響がどうなるか分からないが、規模の大きい旅館や宿泊施設等では、現状と変わらないのではないかと。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・取引先から、来年度より派遣の採用数を減らすか採用なしにするという連絡が来ている。
	×	*	*

#### 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・10月以降、外国人旅行者の来店数が大幅に増加しており、平日の売上が土休日並みの高い水準で推移している。入国や行動等が制限されない限り、来年以降も更に売上が増加していくものと予測している（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・ウィズコロナが定着しつつあり、引き続き人流が見込まれる（東京都）。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・しばらくは申込みが増える（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・12月1日から自治体発行のプレミアム付商品券が使用できるようになる。確か来年5月までなので、期待している。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・当地域は人口が増えていることに加え、競合他社がどんどんなくなっているため、取り寄せなどのサービスができる店が少なくなっている。そのようなことから、店頭は順調に伸びている。外商の方もある程度案件が出てきているので、少しずつ良くなるのではないかと。
	○	百貨店（営業担当）	・現状の行動規制がないままで新年を迎えることになれば、今まで控えていた各種イベントも開催できることになり、来客数、売上の伸長につながる（東京都）。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（営業担当）	・中国からの観光客はまだないものの、韓国を中心としたインバウンド消費の回復が顕著であり、当面はこの傾向が続く。一方、中間層を主とした国内消費は、価格高騰の影響が出てきているのか、少し停滞しており、注視が必要である（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・旅行や冬物関連の動きに加え、これまでの来客数増加から、年末年始準備も前年より需要が高まると想定しているのので、大幅な回復はなくとも若干上振れすると見込んでいる。
	○	家電量販店（店長）	・一部自治体による旅行支援のように始めたと思ったら休止になるなど、規制ありきの体制は不透明で、先が読めない（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価高騰の影響は受けると思うが、サッカーワールドカップでの日本の躍進、インバウンド消費の伸び等、季節要因も重なり、全体の消費動向は確実に上向く（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・物価上昇ではあるものの、購入意欲が増している。
	○	乗用車販売店（店長代行）	・長期化していた納期も徐々に早まりつつあり、納車が進むので、良くなる（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・今後2～3か月を考えると、クリスマス、年末年始のイベントや季節的な繁忙期にもなり、このままのトレンドで向かえば、イベントやレストラン予約の上昇が期待できる。また、コロナ禍の状況にもよるが、円安もあり、インバウンドの来日状況も後押しし、コスト増加の逆風もあるが、上向き傾向とみている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加している。ロシアのウクライナ侵攻、円安等の影響により原価が高騰している。光熱費等の経費も高騰しており、厳しい状況ではあるが、ワクチン接種、治療薬の承認等の新型コロナウイルス感染症に対する対応も充実してきている。会社存続のためにも良くなってもらわないと困る（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドが増えてくれば改善される（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・飲食は新型コロナウイルスの感染状況と連動しているが、よほどひどい状態にならないと良くなる。新型コロナウイルス感染症が落ち着くことを願うばかりである（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・外食ではグループ客が少し伸びており、給食もテレワークで減っていた出勤者数が若干ながら伸びてきていることから、12月をピークに業績は改善するものと予想している（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の収束いかんによるが、政府が一刻も早く感染症法上の分類を2類から5類に変更し、宴会部門における法人需要が回復することが、シティホテルの場合の要件だと思っている。政府には海外の状況などを見ながら早急に分類の変更をお願いしたい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・やや良くなると思うが、政府の方針次第である。感染症法上の分類を早いところ2類から5類に下げること、また、マスク着用等への強いメッセージなどが出ない限り、飲食、特に宴会に関してはなかなか需要が戻ってこない。政府のいち早い決断あるいは行動を期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の延長のニュースが発表されたので、1月以降も国内旅行の需要が見込める（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類に変更されたら、景気はやや良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・年末年始も絡んで、ちまたの人の動きも活発になる。タクシー利用者も多くなるので、一時的に景気は良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・コロナ禍に入って3年、良くなったり悪くなったりの繰り返しで先が読めない。確かなのは、昼と夜の仕事が入れ替わったような状況である。忙しいのは昼間で、夜は暇である。全体的には売上が伸びている。
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し和らぐ（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・来年度のCM依頼の話が出ているので、全体的に広告費の増加が期待できるのではないか（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の重症化リスク低下により経済活動が活発化する（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・このまま行動規制がなければ良い（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えていることで、身近な娯楽に回帰傾向が出てくるのではないかと予想している。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響はそこまででもないで、今年の年末年始は久しぶりににぎわうのではないかと（東京都）。
	○	その他レジャー施設 〔総合〕（広報担当）	・催事の開催で良くなる可能性が高い。ただし、新型コロナウイルスの感染第8波のピークがその頃といわれていることを加味して判断している（東京都）。
	○	美容室（経営者）	・暮れから正月に向かって、幾らか来店頻度が良くなる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が早く収束することが第一である。このところ新規感染者数がまた増えつつあるが、第8波が来ないという前提で考えると、徐々に良くなっていく。それに加え、ロシアのウクライナ侵攻が終結することが何よりである。
	○	住宅販売会社（従業員）	・毎年、年末年始は大体良くなるため、受注も伸びるものと予想している。
	□	商店街（代表者）	・最近、商材の価格、特に飲食関係がどんどん値上がりしているが、現状では所得が余り増えているようには思えない。そのため、消費するお金については非常に神経をとがらせている状況で、以前より景気が良くなることはとても思えない。そのようななかで、何とか頑張って商売をやっている。
	□	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・新規客から問合せの来ている話がまとまれば、徐々に良くなる。同業者で廃業したところからの問合せもあった。とにかくこれ以上下がらないように努力はしている。希望的観測も込めて、変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・3月までは今の企業向けパッケージエアコンの動きが続くとみている。一般家電が今一つなので助かる。
	□	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・これから先も良くなる要素はない。最近、修理の物件が多くなっている。例えば、壊れた椅子の修理や古くなった座面の張り替えなどである。修理依頼の客が多くなっているということは、この先も余り良くならない（東京都）。
	□	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・再度、新型コロナウイルスの感染の波が来ている。行動制限はないものの、街中が盛り上がる様子が見受けられない。
	□	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・東京都では、11月中旬頃から新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向になり始め、この先、10月から11月上旬までのような来街者数の増加は見込めないような気がする。一方、近隣で開催されているイベントは中止されることなく実施されているので、週末の来客数も少しではあるが増えてきている。売上についてはほぼ横ばいで、大きく減少することはない（東京都）。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	・期待はしているものの、上昇する気配がない。
	□	一般小売店〔生花〕 （店員）	・2～3か月先は2月頃になると思うが、バレンタインデーくらいで特別大きな行事はなく、元々売行きが余り良くない月である。11月も同様なので、横ばいである（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・年末があるとはいえ、現状が続くようならまだまだ良くなるのではないかと。当社の商材も特に冬場が良いとはいえない（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕 （営業担当）	・引き続き円安の影響で販売量の減少が続くとみている（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	・行動制限がないとはいえ、本格的な冬を迎え、新型コロナウイルスの新規感染者数増加による影響がどのように出るか不透明である（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・先行きの不透明感は全く変わっていない。今後、物価高の影響などが、より具体的に表れてくると、消費マインドの落ち込み懸念を払拭できる材料、例えば具体的な景気対策や目に見える所得増加などがない場合は、現状より景気が悪くなる可能性もある（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・国内では新型コロナウイルスの感染第8波とインフルエンザの同時流行が懸念されているが、ウィズコロナ生活が浸透しつつあり、消費マインドの大きなマイナスにはつながらないとみている。また、インバウンド需要も回復基調にあり、やや良い状態が続く（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（広報担当）	・消費の2極化傾向が大きく崩れる材料には乏しく、富裕層を中心とするアッパーマーケットの強さは継続するとみられる。一方で、物価高のなか、賃金上昇もない中間層の動きは依然として不透明といわざるを得ない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・年末年始の繁忙期を越え、2月頃には一旦落ち着くかもしれない。ただし、中国で新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、春節休暇でインバウンドの増加傾向に更に拍車をかける可能性もある。いずれにしても、新型コロナウイルス感染症の行方次第である（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響や新たな行動制限など、不確定要素はあるものの、この状況はしばらく続く（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・年始はセールからのスタートとなるが、服飾不振のなか、価格を訴求しても需要を掘り起こすのは難易度が高い。全体的な物価上昇も消費の足踏みを助長している（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・バレンタイン商戦やオケーションニーズに対するコロナ禍の直接的なマイナス影響は低減すると思われるが、全体的には値上げの影響が強く、購買動向の抑制が予想される（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波がきている（東京都）。
	□	百貨店（企画宣伝担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によって、来客数や客の行動心理が左右される。
	□	百貨店（管理担当）	・行動制限がなくなり、消費がモノよりコトにシフトしているようである。値上がりや所得の減少で、限られた可処分所得の使い道が、より安価でお得な方に動いている（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	・やや悪い状態が常態化している。この先も相次ぐ値上げで、原材料費、電気代の高騰が経営を圧迫する予想なので、経営がなかなか厳しくなるのではないかと感じる。
	□	スーパー（店長）	・値上げの影響により、買上点数は伸び悩むが、単価面でカバーする傾向が続く。
	□	スーパー（店員）	・気温が余り下がっていないため、防寒着の販売量は横ばいである。気温等の変化があればそれによる変化はあるだろうが、今のところは横ばいではないかと感じている（東京都）。
	□	スーパー（総務担当）	・コロナ禍に慣れてきたことと、旅行を含めた行動制限がないことから、客の動きは活発になっている。しかし、物価がどんどん上昇していること、実質的な賃金が上がっていないことから、客としては、お金は使いたいのだが経済がなかなかうまく回っていないという状況である。今後の新型コロナウイルスの感染状況、全国旅行支援を含めた経済政策によって客の動向は変わってくる。
	□	スーパー（総務担当）	・良くなる要素がない。テレビなどで値上げ値上げとあおるのをやめれば不況感は和らぐかもしれない。消費には、気の持ちようも大切である。
	□	スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向はまだしばらく変わらないとみている。したがって、それに反比例するような販売量並びに来客数の落ち込みもしばらくは続くのではないかと感じる（東京都）。
	□	スーパー（販売担当）	・年末年始は人流が増加し、際物と呼ばれる商材は前年同時期に比べて伸びているが、それ以外の頻度品、生活必需品は必要最低限になることが予想され、景気は変わらず現状維持となる。
	□	コンビニ（経営者）	・現在一番大きいのは、価格の上昇で客がどんどん安い店に流れていることである。これから年末に向けて更に悪化する。
	□	コンビニ（経営者）	・商材の値上げにより、客がスーパーやドラッグストアに流れるような気がして不安である。
	□	コンビニ（エリア担当）	・人流が戻ってきているので、売上は前年よりも高い水準で推移するとみている。一方で、新型コロナウイルスの感染第8波や値上げの影響がじわじわ効いてきている印象である。年内くらいは同じ傾向で推移するのではないかと感じる（東京都）。
	□	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の国産の治療薬が承認されたとはいえ、感染状況はまだまだ不透明であり、年末年始に向けての客足に不安を抱えている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先も景気は大きく変わらない。生活必需品以外の購買行動が少ないので、キャンペーンや新商品などの売行きが良くても、長く続くような効果ではない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・インフレの主要因であるロシアのウクライナ侵攻の解決にめどが立っていないこと、円安が依然として高水準であること、新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が懸念されること等、インフレ要因の解消局面に向かっているようには見えない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・物価高騰に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加と、なかなか先が見えない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が続くようならば、景気回復にはまだまだ時間が掛かる。しかし、観光客は増えているので相乗効果に期待する。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・直近で現状が変わるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。半導体不足の影響で納車に半年くらい掛かるために客の購買意欲がなくなっていることが原因である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の登録台数は前年とほぼ同じ台数で推移している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題が解決しないと話が先に進まない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、今後もまだ数か月間は変わらない。半導体不足により新車の納期が遅れているなかで、消費はしたいが、いろいろな面で制限があるからである。ただし、新型コロナウイルス感染症が収束した段階では景気は相当良くなる。最近は出張や旅行など、外国人を含めていろいろと人が増えてきている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産について安定化のめどが立たない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・特に景気が変わる要素はないが、走行距離課税に関してネガティブな意見や質問が多く、今後影響が出てくるのではないかと心配している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・税金の優遇等、手元のお金が増えるような仕組みができないと、現状は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・国の対策が見えない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りを見ても余り活気がないので、ちょっと厳しい。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は回復傾向にあるものの、物価上昇などを見据えて慎重に買物をする客が増加してきているため、身の回りの景気はそれほど大きくは変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・全国旅行支援は継続されるようだが、燃料油価格激変緩和補助金は額が減少する予定であり、燃料油価格が下落しない限り、需要回復は難しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増加しているとの報道もあり、年末年始に向け不安がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・コロナ禍で耐え忍んでいた反動が潜在的にはあるものの、光熱費を含む諸物価高騰で冷え込むと推測している。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・当業界にて繁忙期に当たる忘新年会シーズンは、法人関連を中心に軒並み慎重姿勢である。新型コロナウイルスの感染状況を注視しながら、規模を縮小するなどしての対応が目立っている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・現状からの更なる景気上昇は厳しい。消費マインドはあっても、円安の影響により景気動向は芳しくなく、また、輪を掛けてコロナ禍の影響があり、かつてのように人々の行動パターンが活発に戻らない点から、これ以上の回復は難しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、物価高の影響はあるものの、来客数は微増している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波を迎えても、余り皆が恐怖に感じなくなってきたので、消費行動が制限されなければある程度は回復する。しばらくこの状況が続くのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・まだ東京では新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので、10人以上の集まりは入らないとみている。キャンセルも見込まれるため、現状とさほど変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・マスコミが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており第〇波だと報道しているが、実際には感染者数ではなく、無症状で元気な陽性者数もカウントされている。そうした報道の仕方をしてしている限り、外出を控える人がいるのは当然であり、報道を止めれば景気が良くなることは目に見えている(東京都)。
	□	旅行代理店(経営者)	・客と対面での話も大分できるようになってきてはいるが、客はあともう一步が踏み出せない。家族皆で旅行というのも、なかなか条件が一致しないこともあるので、まだ先の見通しが立たない。
	□	旅行代理店(営業担当)	・物価高騰のあおりはあるが、生活必需品については儉約の動きは少ないように思える。旅行業界も、全国旅行支援のお陰で徐々に戻りつつあるものの、先行きは不透明であり、この状況がしばらく続く。
	□	タクシー運転手	・これから年末に入るが、物の値上がりが思ったよりも激しく、年末に向けて生活がかなり厳しいという声があちこちから聞こえてくる。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることもあり、年末はひっそりと過ごすしかないかなど思っている。
	□	タクシー運転手	・12月は多少人の流れがあると思うが、新年を迎えて、新型コロナウイルスの感染状況に関するマスコミ等の報道の仕方により全然変わってくる。もし感染症法の分類が2類から5類になれば大分変わると思うが、今のところまだ話合いが持たれた程度なので、大きな影響は出そうもない(東京都)。
	□	タクシー運転手	・サラリーマンの乗車は特に増えていないが、ターミナル駅の客は非常に増えており、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べても、平日はほとんど変わらなくなっている。また、売上に関して、11月から値上げがあったが、思ったより良い方向に進んでいる感じがするので、多少良い情報である(東京都)。
	□	タクシー(団体役員)	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響がどの程度あるかが心配である。
	□	通信会社(経営者)	・機器等の値上がりもあり、商談案件の受注数は増加傾向に至っていない(東京都)。
	□	通信会社(社員)	・イベントがないことから変わらない(東京都)。
	□	通信会社(営業担当)	・物価が上昇してきており、今後も消費を節約する傾向が続いていく。
	□	通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、物価高の影響等により、生活必需品となっているインターネットや携帯電話の契約数は横ばいであるものの、契約単価は下降傾向になる。
	□	通信会社(局長)	・新型コロナウイルス感染症も収まってきて、人の動きも活発化し始めたところにまた新規感染者数が増加傾向となり、景気の上向きに水を差すことになっている。その影響で、しばらく景気は変わらない(東京都)。
	□	通信会社(営業担当)	・良くなる材料がない。
	□	通信会社(経営企画担当)	・例年、1月は休みもあり案件の動きが鈍くなる傾向がある。その先もまだ不透明である(東京都)。
	□	通信会社(営業担当)	・不安定な情勢なので、客の財布のひもはなかなか緩くならない(東京都)。
	□	通信会社(局長)	・為替の状況も含めて不安定である。
	□	通信会社(経営企画担当)	・3か月の間に賃金上昇が明確になるとは思えず、当面物価上昇を耐え忍ぶしかない(東京都)。
	□	通信会社(管理担当)	・顧客獲得数の増加が見込まれる(東京都)。
	□	競輪場(職員)	・積み上げが大事という認識で、できる範囲の取組を行うことに注力していく。また、現状は集客よりWebでの対策に力を入れていくこととし、タイミングをみて来場につながる策に変更していく。
	□	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕(財務担当)	・新型コロナウイルスの感染第8波と緊急承認された国産の治療薬等の効果、ロシアのウクライナ侵攻の影響がある(東京都)。
	□	その他レジャー施設 〔映画〕(営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、行動を制限されていないことに加え、企業業績も比較的安定している(東京都)。
	□	その他サービス〔立体 駐車場〕(経営者)	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・全般的に物価が上がっているため景気は回復していると感じるが、実態は諦め感が否めない。知らず知らずのうちに仕入価格が上昇し、それを客に転嫁しているため、生活は良くなる。
	□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・前年は10月にまん延防止等重点措置が解除され、一時的に上向きとなったが、今年はそのような動きがみられない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	・今のところ、新規案件が具体的になってこない。
	□	設計事務所（経営者）	・官庁案件頼みの状況は変わらない。民間案件は主に改修設計で、その規模も小さい。新年度まではこの状況が続くとみている。
	□	設計事務所（所長）	・国としては良くなると考えているようだが、大手企業のみであり、零細企業にとっては何も実感は湧いてこない（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	・市場の停滞は緩やかだと感じており、極端に悪化するとも思えない（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・こどもみらい住宅支援事業の補助金申請額が予算上限に達し、交付申請の受付が終了してしまったが、新たに「こどもエコすまい支援事業」の創設が発表されたことで、来年度も変わらずに若い世代への住宅取得の後押しになる。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・持ち直す要素が見当たらないため、現況が継続する。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響は恐らく出る。特に、年末年始のうち、年末を直撃されるとかなり厳しくなる。年末年始まで動いて、それ以降に第8波の波が急激に上がるというのも厳しいシナリオではあるが、一番厳しいのは年末直撃である（東京都）。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価高騰の影響がまだまだ続くのではないかと。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・当店のような街の電気店では、新聞広告だけで集客するのは難しくなっている。近所では日曜日なのに歩いている人が少なく、活気が感じられない。
	▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・消費者物価指数が上がり、財布のひもが非常に固くなる。賃金の伸びが鈍化しており、必要以上に可処分所得が高くないために、財布のひもは固くなる（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・社会情勢、光熱費上昇、増税などの様々な要因により、良くなる感じがしない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・全国旅行支援による旅行機会の増加や気温低下による需要増もみられるものの、全体的には様々な物や電気料金等の価格上昇に対する警戒感が先に立ち、今後の景気は悪くなる。
	▲	百貨店（経営企画担当）	・年末年始の新型コロナウイルスの感染拡大状況を懸念している。1～3月は人が動く時期であり、合わせて商材の動きも良くなるが、この数年は新型コロナウイルス感染症の影響により売上が芳しくない。前年比では回復の兆しが見えているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻る様子はなく、厳しさが増すばかりである。また、ウクライナ情勢に伴う食品原材料の値上げ、エネルギー価格の上昇に伴い、当面は厳しい状況が継続する（東京都）。
	▲	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波による影響を懸念している（東京都）。
	▲	百貨店（財務担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染再拡大や物価高が加速するようならば、消費マインドの低下、景気悪化につながる（東京都）。
	▲	スーパー（店長）	・今回行ったキャッシュレス決済でのポイント還元効果が絶大だったので、また国あるいは市町村を挙げて3か月後も買物でのポイント還元イベントをやってもらえれば、もっとも景気が上向くのではないかと。ただし、各自治体の財政状況から行わないということになると、いつもどおりのパターンでしぼんでいくと予測される（東京都）。
	▲	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いている。食料品の更なる値上げがこの先に予定されているなか、出費がかさむ年末年始を迎えることになり、ふだんの食生活に関しては節約意識が更に高まると思うので、この先、景気が上向くとは考えにくい（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増えてきて第8波となり、物価高騰により消費はますます冷え込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	・商品の値上げと、電気やガスなどのエネルギー価格上昇により、利益の確保がより難しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高騰の影響がまだこれから出てくる（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・従業員の応募が全くなく、現在の店舗数を維持するのが困難なので、当社では店売りのみに限定し、今月から全ての配達を止めている。
	▲	コンビニ（経営者）	・当店は郊外にあるコンビニだが、周りは高齢者が多く、買い控えというよりそもそもの来店頻度が減っているため、余り上向くとは思えない。
	▲	コンビニ（経営者）	・2～3か月後だが、コンビニエンスストアは1～2月が一番売上の悪い月なので、悪くなっていく。前年並みになるのか、前年よりも悪くなるのか分からないが、今は客単価が下がっているため更に悪くなるのではないかと。行動制限されていないにもかかわらず、なかなか景気が戻ってこないという印象である。
	▲	コンビニ（経営者）	・良くなる要素が見えない。光熱費や商材の値上げが続いており、来年早々に更なる買い控えが起きる懸念がある。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・衣料品の値上げが続いており、買い控えを心配している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・思ったよりも諸物価が上がっており、我々の仕入商材も今までにないほどのペースで値上がりしている。企業からの受注が特に減っており、この先、また電気代などの固定費や商材が値上がりするので、大変厳しくなる。
	▲	衣料品専門店（従業員）	・物価上昇を受けて、買い控えがまだまだ起きているような気がする。
	▲	家電量販店（店長）	・商材の供給は徐々に回復傾向にあるが、全体的な値上げによる買い控えが懸念される。年明けに自治体発行のプレミアム付商品券の使用期間が切れた後の売上が懸念される（東京都）。
	▲	乗用車販売店（店長）	・今のまま納期遅延が解消しないのであれば難しい。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・秋口の各メーカーの値上げと今後予定される電気料金の値上げが、消費者の購買行動に大きな影響を与えることが懸念される（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍はまだまだ続く心配であり、今年一杯は収束しないと思われるので、景気の回復も望めないのではないかと。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・値上げラッシュで、家計支出の増加を実感し、財布のひもが固くなる（東京都）。
	▲	高級レストラン（経営者）	・予約キャンセルの数が増えており、新型コロナウイルスの感染第8波を実感している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、少しは人の動きが出て、売上も伸びてきているが、2～3か月先の1～2月は、飲食業界では一番売上の少ない時期なので、今よりも少し悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・やはりまだ円安が続いており、石油及び運送代等、全てが値上がりしている。このため、徐々に生活面で消費が苦しくなってきたり、今以上に客の消費が減ってきて、景気は最悪の状態になる。何とかしてもらいたい。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・前年同様、11月中旬から新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、1～2月の宴会の延期や開催中止が徐々に増えてきている。今後の感染拡大により更にキャンセルが増えることになり、景気はやや後退傾向となる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の延長がどこまで延びるかにもよるが、1～2月はオフシーズンとなるため、今よりは悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・秋のシーズンも終わりを迎えたので、今後は案件数が減少する。加えて、新型コロナウイルスの感染第8波による新規感染者数の増加が更なる不安定要素となっている。
	▲	タクシー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波及び物価高の影響が出てくる。
	▲	通信会社（経理担当）	・企業努力の範囲がどこまで続くのか、雇用する人を削るか利益確保の手段が残っていないような状況に向かっている。
	▲	パチンコ店（経営者）	・水道光熱費を始めとした原材料高が収益の悪化を招いている。この傾向は年明け以降も続き、消費者の消費意欲をそぐ。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数などから判断すると、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	設計事務所（経営者）	・同業他社が、現在仕事を控えているというか、急な仕事の発注に対応できない状況のようである。当事務所としては、小さな仕事も拾おうと、身の回りの仕事を指名としても受けている。ただし、現在社員数が少なくなっているため、営業面も心がけてやっているとと思っている。
	▲	設計事務所（所長）	・これから先、物価の高騰により工事そのものの発注が減るので、当然設計業務にも影響がある。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・現状が続くと景気は悪い方向に進む。価格の高騰は不動産全体に影響が出て、客の動きも鈍くなっていく。今後は高値で仕入れたものの在庫処理が厳しくなる。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・年末から年度末にかけては建材需要期に向かうタイミングであるが、例年より確実性のある物件情報が少なく感じる（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・サッカーワールドカップを観戦していると、現地では新型コロナウイルス感染症は収束したように見える。新型コロナウイルス感染症に関するマスコミ報道を止めて、経済活動を活発にしてほしい。
	×	スーパー（経営者）	・スーパーの新規出店があり、売上が下がることが予想される。
	×	スーパー（経営者）	・インフレ傾向で商品単価は上がっているが、売上は減少している。この先は値上げが更に進む予想である。電気料金、配送費などの値上げにより、経営が厳しくなっている。
	×	衣料品専門店（店長）	・商品価格が急上昇しており、客の買い控え傾向が顕著になっている。節電対策商品は売れているものの、その分アウトウェアの買い控えがあり、トータルではマイナスと予想している。
	×	家電量販店（店長）	・買換え需要は一定数あっても、企業の経費削減などで単身赴任を伴う転勤が減少したり、以前と比べて大学生の1人暮らしも減少したりする傾向といった実感があるので、新生活需要は以前の水準には戻らない。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・ますます物価が上がるので、来年の方が厳しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がまん延して、飲食店に団体で来る客は相当数減る。演劇などは舞台上で1人でも感染者が出ればアウトなのに、スポーツ観戦はOKというよく分からないやり方をずっと続けており、何の意味があるのだろうかと思う。円も弱くなっており、世の中の景気がかなり悪い方へ向かう。
	×	一般レストラン（経営者）	・国政における混乱はもろろんのこと、分かりにくい形で負担が増えるという話も出ているが、これがボディブローのように効いてくる。出し惜しみせず思い切った財政出動や公共事業投資などを行わなければ、日本経済は間違いなく地盤沈下していく気がする。これから冬季に入り、ヨーロッパ諸国はエネルギー不足に伴う停電などで経済活動が鈍り、いろいろな分野に影響が出てくるのではないかと。
	×	通信会社（管理担当）	・販売量の減少傾向、解約件数の増加傾向が続いている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇、特にエネルギー価格の上昇が利益を圧迫している。
	×	ゴルフ場（従業員）	・日本企業が生産工場を中国に移すことについては以前から懸念していた。作る人が次の開発の担い手となることであり、中国で新たな企業が安くて良い製品を作るようになる。日本の物づくりの技術を活用し、守る方法は他になかったのだろうか。少子高齢化もあり、日本の将来が不安である。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症との共生社会を意識し、接待やコンペ開催の規制を緩和する法人もみられるが、その動きも限定的であり、収益性の低い状況が続くとみられる。資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収に苦慮し、収益性の悪化が著しく、一時的動向と軽視することは相当でない。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が高騰しており、習い事の1つとしての塾を辞める動きも出ている。今後も景気は良くない。
企業動向関連	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が増加し、社員へのボーナス、インフレ手当も支給している。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々に軽くなっていくと思うので、まだ余地はある（東京都）。
(南関東)	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・値上げ要請も全般的に受け入れてもらえる傾向にあり、スムーズに対応しやすい状況となってきた。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体不足は徐々に改善されており、自動車業界も当初計画に近い増産を目指している。徐々に良くなる兆しがある。
	○	金融業（総務担当）	・飲食業や観光業は年末商戦やG o T oキャンペーンの影響で売上が戻ってくる。小売業も、正月は家で過ごす人が多くなりそうなので、その分売上が見込める。運送業はまだ燃料と人件費の高騰等により厳しい。不動産業は販売の好調が続きそうである。今後も円安が続くと、インバウンドも期待でき、少し景気が持ち直すのではないかと（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年末にかけてそのまま推移していく。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・円安傾向が緩和される。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・年末に向かってやや良くなる（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・年末年始の人出次第ではないか。また新型コロナウイルスの新規感染者数が増える心配である。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・周りには飲食店が多いのだが、ショッピングカードや名刺印刷についてはやはり新型コロナウイルス感染症の影響を受けており、注文数がコロナ禍以降変わらない。法人からの注文もあるものの、同様に注文数が少ない。店頭客に関しては、客単価が低い状態がずっと続いている。そうしたことから、先行きもやはり変わらない見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の値上げに続き、電気料金の値上げもあり、物の動きが悪くなりそうである。
	□	化学工業（総務担当）	・やや悪いまま推移するのではないかと。新型コロナウイルスの感染第8波で更に低迷してしまうのではないかと危惧している。電気、ガス料金の値上げ救済策が必要である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在企画している医療品容器の案件が具現化すれば、一層の利益増加を期待できるが、具現化へのハードルは高く、時間が掛かりそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・得意先から発行される内示情報等は現在と変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引量に関して、特に良くなるという話も悪くなるという話も届いていない。ただし、若干回復してくるとの話はあるが、過去の例から見て、実際にそのタイミングになってみないと確証は持てない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・海外との取引についても、新型コロナウイルス感染症の影響で展示会を開けなかったため、積極的な展開はまだ難しい（東京都）。
	□	その他製造業〔靴〕（経営者）	・得意先の状況に関しては先ほど述べたが、まず新型コロナウイルス感染症が収束すること、その後はそれぞれの企業努力によって景気が良くなる状況を作ることだと思うので、期待している。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・急激な円安の影響で、利益率が大幅に低下している（東京都）。
	□	建設業（経営者）	・いろいろ物価が上がる割には賃金が上がらないというなかで、この先どのように進んでいくのか。新型コロナウイルスの感染状況とウクライナ情勢の影響によって、この先も物価の変動はある。確かに、給料が上がらないうち景気は良くならない。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出が今年もなかった。また、国内出荷の低迷も続いており、今後も現状が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・原材料価格の高騰が続くなか、やむを得ず値上げに踏み切ったとの声はどの業種でも増えつつあり、利益確保に苦心している様子である。また、建設業では材料の確保が一部難しくなっており、受注を制限している事業者もいるようである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・円安の勢いは落ち着いたが、改善の余地がみられないため、今後も中小企業の業況は変わらない。
	□	不動産業（経営者）	・商店街に閉店の貼り紙が多くなっている。当社テナントビルでも飲食店の賃貸借契約解除の申入れがある。新型コロナウイルス感染症の影響で来客数が減り、先行きが見えにくいために閉店するとのことである。来春にはもっと増えるのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	不動産業（従業員）	・不動産販売価格は高値を維持している。販売自体は、客の反応から現状維持と予想している（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響や物価高騰などにより、入居テナントのマインドは依然として重苦しい。例えば、賃料改定交渉では常に値下げを求められたり、解約を匂わされたりして、相変わらず借り手市場になっている（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・経済活動は活発化するが、資材高騰などによる原価圧迫は、どの業界にも当てはまる（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が完全に収束していないので、新規の催事等の計画はない。
	□	税理士	・円安の影響で材料費が高騰し、値上がりで皆大変な思いをしている。やはりこれは前首相の経済政策や日銀の金融政策の失敗である。いろいろな会社を潰さないようにと企図してやったことなのだろうが、他方で円安の要因にもなり、資金が米国などに流出してしまっている。また、外国人労働者にとっても本国に送るお金が目減りしてしまい、日本から逃げ出したりして、人手不足につながっている（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	税理士	・年末まではさほどの影響はないが、年明けからインフルエンザと新型コロナウイルス感染症のダブル感染による弊害が現れると予想している。インフレと円安、ウクライナ情勢の影響で燃料費の高騰は避けられず、他の消費に手が回らなくなる恐れが大きい。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等も稼働率を上げようと努力しているが、値上げの影響もあり、良化する兆しがまだ見えないため、しばらくはやや悪い状態が続く。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安が少し戻ってきたこと、外国人観光客が増加傾向にあることは良い環境である。一方、新型コロナウイルス感染症の感染再拡大、材料不足による納期遅延や欠品などは悪い環境である。また、大手企業による物価高対応の賃金引上げなどは中小企業では難しいため、人材の流出が懸念される（東京都）。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・諸物価の値上げが景気に大きく影響してくると思うので、2～3か月先は更に若干悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品業界において、特に半導体製品の受注量が減少しつつあり、在庫が徐々に増えていくと予想している。
	▲	建設業（経営者）	・材料価格がこの先も値上がりするとの話があり、先行きが不安である。
	▲	建設業（営業担当）	・資材価格の高騰が止まらず、3か月後も継続する見込みである。
	▲	輸送業（経営者）	・年末年始の特需は過去のものとなり、1～2月は稼働日が減少する月でもあり、取扱量の低迷とあいまって、現状より悪化すると予想している（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	・物価高、電気料金や燃料費の高騰で、これから冬を迎えるに当たってマイナス材料が多過ぎる（東京都）。
	▲	金融業（従業員）	・原材料費、光熱費等が今後も更に高騰することで利幅が縮小し、ゼロゼロ融資で調達した資金も減少している。積極的な投資を行っていくようになってきている。
	▲	不動産業（経営者）	・年末にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているようだが、お互い研さんして前進するのみである（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・物価上昇や人口減少がある（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	・当社の取引先の事情による（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況や、世界情勢が改善しないので、現状からは変わらない気がしている。燃料費、資材価格の高騰による宣伝費への圧迫は避けられないのではないか（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・物価上昇が続いているため、買い控えなどの傾向が続くのではないかと。
	▲	経営コンサルタント	・値上がりのインパクトが大き過ぎるが、取引先には値上げ交渉できない（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・中堅クラスの契約物件がオーナーチェンジで解約となる（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月で繁忙期は終わるため、悪くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	金属製品製造業（経営者）	・今まで取引のある業界は、大手企業を含め、仕事量が少なくなっている。仕事自体が減っているようだが、他の業界にもなお一層力を入れて営業をしようと思っている。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・今後更なるエネルギー価格と人件費の高騰により製造原価が押し上げられ、利益が圧縮され、企業も財布のひもが固くなると予測している。
	×	建設業（経営者）	・政治が落ち着かないと経済も良くならない。
	×	建設業（従業員）	・円安ドル高がこのまま進んだら景気は良くならない。また、ウクライナとロシアの戦争も終結しないと良くならない。
雇用 関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感は現場でも引き続き強い（東京都）。
(南関東)	○	人材派遣会社（経理担当）	・毎年、年度末に向けて業務量は増加傾向にある。今年もコロナ禍が続いているが、求人、求職者、派遣労働者数は年度末に向けて増加傾向で推移する（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・そこまでの不安要素は少ないように思えるので、年内はこのまま景気が良い状態が続くのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・何とかしないといけないという意味だけである。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が継続的に増加しており、企業活動は活発化している（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・来期は求人を増やす企業が多いとみている。ただし、学生の動きに合わせて細かな対応が求められ、応募要項やタイミングなど手間が掛かりそうである。予算の配分が重要になる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後も人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・取引先からの依頼件数に対して応募者数が追いついていない状況に改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材派遣事業は堅調に推移する一方で、原料高や円安の影響もあり、人員調整等の構造改革を検討する企業が増加し始めている。直近での景況感是不変だが、来年に向けて予断を許さない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、年を越したい思いからか、仕事の紹介が可能な登録人材が減少し、延長を決めるため、人材の流動化が停滞する（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・例年どおり年末年始イベント関連の求人が増えつつある。自動車関連は円安、半導体や部材不足、販売不調により生産自体を抑える動きが出ており、求人が低調である。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材不足の傾向が続いている。依頼数に対してこたえられないことも増えており、人材が供給しきれていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・取引先からのネガティブな話はなく、来年3月頃までは現状維持が見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・航空観光関連企業からの求人が増えているものの、一度離職した方のリプレイスに苦戦している企業も多く、大幅な雇用改善にはならないとみている。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波やウクライナ情勢、円安に伴う資材高騰、消費物価の上昇など、様々な問題に対する抜本的な解決策が見えないため、事業者側、消費者及び雇用者側共に、静かに耐えていく時期である（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・これから先そこまで大きく景気が良くなる感じはしない。決して悪い水準ではないと思うが、どんどん数字が伸びているということもなく、やや良い状態をキープしているような感じである。政策次第で消費活動は大きく変わってくるが、その影響が企業にはやや遅れてやってくるような気がする。業務が忙しくなって始めて求人が多くなる。2～3か月先に好景気を味わうには、今何かしらの実感が必要である。例えば、大きな物流倉庫が稼働しそうだとか、消費活動が大きくなりそうなキャンペーンをやっているなどである。今のところ悪い動きは感じていない。	
□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格高騰と円安による諸物価の上昇が続けば、企業の負担は増し、賃上げや雇用への影響が懸念される。労働者にとっても物価高に見合うだけの収入の増加がなければ、消費が減退し、景気が冷え込むことが懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べ1.9%減少しているが、前年比では11.6%増加しており、11か月連続して前年同月を上回っている。有効求人倍率は前月と比べ0.01ポイント低下の1.11倍で、ほぼ横ばいである。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の形が変わってきており、積極的な新分野への挑戦を期待したい（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・年末年始にかけて消費が増えると思われるが、物価の高騰など懸念材料もある（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価が上昇している（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	・人件費に対して消極的になっている会社が増えている。
	×	職業安定所（職員）	・物価上昇と円安の影響により、今後も引き続き景気は良くならない。

## 5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (甲信越)	◎	商店街（代表者）	・年末12月27日まで全国旅行支援が続くとのことで、例年途絶える時期の観光客に、期待が持てる。
	○	コンビニ（経営者）	・年末年始に向けて、動きが多少良くなる。若干の販売増加も見込めるので、やや良くなるのではないかと。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えて大変だが、国が行動制限をかけない限り、景気は良くなっていく。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・段々、行動制限が解除されて、新型コロナウイルス感染症の飲み薬が出たという報道もある。徐々にコミュニケーションが取れるようになると、人も動いてくるのではないかと。少し明るい展望は持っているが、不確定要素もあるので、難しいところではあるが、現状から一層の緩和がされれば、良くなるのではないかと期待している。
	○	高級レストラン（経営者）	・年末年始を迎え、人流は増えてくると思われる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、軽症者が多い傾向と感染対策の徹底で、以前よりは、新型コロナウイルス感染症に対して、びくびくしなくなっている。飲み薬の承認が、更なる後押しになれば良いと思っている。
	○	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らないと、良くはないが、3か月先なら減ってきていると思う。また、競合店が何軒も閉店したため、意外と客は来ている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況は悪くなく、大人数での利用予約も入ってきている。全国旅行支援が終了に向かうなかで、利用者数は減少傾向と思われるが、大人数の予約案件が実施されれば、大幅にプラスに転じる状況である。
	○	遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・本来なら、年末年始の繁忙期に入るが、今年は物の値上がりや新型コロナウイルスの感染拡大と、条件が余り良くなっていないので、期待はできないのではないかと。
	□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況や商材価格の値上げ等を含めて、良くなる材料が見当たらない。
	□	百貨店（店長）	・このところ、余り変動のない売上が続いている。大きく変動するような勢いも見られない。催事等も変更なく、また、新型コロナウイルス感染症にも慣れてきて、来客数も変わりがない。しばらくは変わらないのではないかと。
	□	スーパー（経営者）	・取りあえず、新型コロナウイルスの感染第8波の影響で好調だが、単価上昇や光熱費、配送費の負担増が懸念される。
	□	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波で、当地域ではいまだにイベントが再開されない。早く新型コロナウイルス感染症をインフルエンザと同じような扱いにしてもらいたい。
	□	コンビニ（経営者）	・客が実感できるような物価低下か消費税減税がなければ、改善しない。
	□	コンビニ（経営者）	・クリスマスもあるので一時は売上は上がると思うが、1月には下がるので、ほぼ変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・減税の実施や金融緩和が継続すれば消費は拡大するが、政府にはそのつもりがないようなので、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大分増えてきているが、周辺の環境は特別変わらない気がするので、今後のイベント関係で若干変わってくるかもしれないが、その程度の変化で余り変わらない。また、円安にも大分皆が慣れてしまっているもので、大きな変化はない。
	□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大や政界情勢の不安等、懸念材料が多いので、変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車需要は回復傾向にあるが、供給不足の急激な解消は見込めない。また、新型コロナウイルスの新規感染者数増加次第で、来客数減少の懸念もある。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、来客数の増加が期待できない。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動きが、同じ波形を描いているので、2～3か月先も現状と同じだと思う。良くなる可能性としては、物価が少しでも安定するかあるいは下がることではないか。
	□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くなってほしくないということである。本当に新型コロナウイルス感染症には痛撃を受けており、困っている。
	□	スナック（経営者）	・本来なら忘年会シーズンに入ってくる頃なので、売上もかなり期待できる。ただ、新型コロナウイルスの感染第8波等もあり、皆が大分緊張感を持っているので、なかなか大人数での忘年会は期待できそうもなく、前年と同じように自粛ムードがまた続くのかと考えると、余り期待はしていない。
	□	タクシー運転手	・このところの当市の新型コロナウイルスの感染状況を見ると少しずつ増えており、死亡者数も徐々に増えているので、今後はどうなるか分からない。心配な状態が続く。
	□	通信会社（社員）	・現状のままでは、好転するとは思えない。年末年始の特需に期待したい。
	□	観光名所（職員）	・物価高騰の割に収入は変わらないため、消費を控えてしまう。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・まだ、原油等の価格が高騰している。人件費、電力価格も上がっており、大変不安である。
	□	設計事務所（職員）	・仕事量が多く、完了までの日数が増えている。
	▲	商店街（代表者）	・撤退の報道や閉店の話が絶えない。
	▲	商店街（代表者）	・スポーツ用品業界でも、全ての商材が値上がりしている。当店では、来春入学する生徒向けの学校販売を主にやっているが、来店する親は「本当に無駄なお金は使えない」と言っており、上下1組以外に買う人が少ない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・クリスマス、お正月と、消費は増えると思うが、商材価格の値上げに伴い、消費者の購買意欲は冷え込む。消費意欲をかき立てるものもなく、一段と厳しい状況がうかがえる。
	▲	百貨店（営業担当）	・基本となる日用品、食料品等や光熱費関係の値上がりで、一般庶民は非常に厳しい。現状は2極化していて、富裕層の購買力は依然として好調であるが、庶民は今一つ消費に積極的などころはみられず、かなり慎重になっている。
	▲	スーパー（副店長）	・灯油代や電気代の高騰に物価高の影響で、節約意識が高まると予想する。
	▲	観光型旅館（経営者）	・今月は全国旅行支援のお陰で新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで回復したが、3か月先は全国旅行支援がどうなるか不明なため、現状よりもやや悪くなる。また、インバウンドもコロナ前の水準までは回復しないと考えているため、現状よりもやや悪くなる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が12月27日まで延長になったが、12月からの冬場の天候を考えると、県外客は少しずつ減っていく。また、忘新年会シーズンだが、特に、忘年会は新型コロナウイルスの感染第8波の影響を受けており、開催を差し控える企業がある。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の終了で、やや悪くなる。
	▲	旅行代理店（副支店長）	・全国旅行支援が継続されても、物価上昇や燃料価格高騰、光熱費の値上がり等、消費を抑える傾向が見える。また、新型コロナウイルスの感染状況が悪化していることも重なり、客足が鈍くなっている。このままの状態が続けば、確実に景気は後退するのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価高に耐えられなくなる企業が出てくるのではないかと。その上、金利上昇等になれば経済は冷え込んでしまう。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建設資材の大幅な値上がり等により建築価格が上昇し、別荘の新築工事は減少傾向にある。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	・物価高、エネルギー不足等があり、中小零細企業は疲弊している。是非、政府で経済政策を打ち出して、景気浮揚に尽力してもらいたい。特に、商店街等は疲弊している。何とか施策を強く打ち出してもらって、地方自治体とも一緒になりながら、頑張っていきたい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・注文服は期待できないし、サイズ修理等の仕事がほんの少しあるだけである。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高が解消しない限り、この状況が続く。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症以外に、光熱費の高騰が今後の心配要因である。物価上昇等、レジャーに使えるお金は、どんどん減っている。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は好調である。
	◎	建設業（経営者）	・建設資材の高騰はまだしばらく続く。納期が不規則で苦労する上に、客のことも考えてしまう状況である。
	○	食料品製造業（営業統括）	・円安に伴い、東南アジアへの輸出が進んでいる。特に、ハイオリエティワインに注力しており、今後に期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・材料がいつまで続くか懸念されるものの、先行きが見込める受注が増えている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・エネルギー関連のコスト上昇分は我慢するしかない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・クリスマス前やワークショップの予約には期待感があるが、製品受注に関しては、冬場の谷間になるので、対策を講じているものの、経営は非常に厳しい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・物価上昇の影響で、耐久消費財への支出が控えられることへの懸念がある。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、部品不足や遅延等、調達が困難である。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・商材は動くようになってきているものの、円安の影響で、仕入価格が高騰している。材料の仕入れや商材作りが思うようにできないことから、大きな伸びは期待できず、回復はまだしばらく先になる。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価上昇により、消費者の購買意欲が低下している。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・不安材料であるロシアとウクライナの情勢、原油高騰、円安等の解消は、どうなるか分からない。また、新型コロナウイルスの感染状況も高止まりしており、経済活動を進めていく方向にはなっているが、いまだに旅行等の自粛もあり、一般消費者を含めて安心した生活を送れる状況とは言えない。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・コロナ禍ではあるものの、人が動きだしている。ただし、感染状況を見ながら店を閉めたり営業時間を短縮したりしている影響か、発注量は三分の一になっており、飲食業はとても厳しいようである。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後、紙代などで3回目の値上げがあるという話があるという話がある。そうなると、かなり厳しい状況になる。
	▲	金融業（調査担当）	・製造業の受注は底堅いものの、中国上海の新型コロナウイルス感染再拡大の影響が、生産面にも波及する可能性があり、慎重な意見も聞かれる。観光面でも、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が懸念されている。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。	
雇用 関連  (甲信越)	◎	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・経済が動いているため、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス支給の時期だが、貯蓄せずに消費に向いてくれれば良いと思っている。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が騒がれてきており、また、ロシアによるウクライナ侵攻の今後の状況が不透明なこと等により、景気の回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限等の緩和により、サービス業を中心に経済活動は活発になると思われる。一方で、物価高騰の影響も懸念され、先行きは不透明である。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響や諸物価高騰による消費の冷え込みが、景気のマイナス要因となる。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・先の見えないウクライナ問題や全般的な物価上昇、円安に対する不安等から、地方では企業マインドが冷え込む傾向が強い。
	×	—	—

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

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (東海)	◎	スーパー（販売担当）	・いろいろとイベントがめじろ押しなので、乗客数は増加を見込む。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドが復活したようである。
	○	商店街（代表者）	・年末年始になるため、需要も増加傾向にある。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月の値上げ以降も傾向は変わっておらず、今後も前年を超える数字で推移すると予測する。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末に向けての残予算消化が始まる。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症第8波の状況次第であるものの、クリスマスや年末年始に向けて消費マインドは続き、節約志向もあるがそれを上回る高額品需要に支えられる見込みである。年末年始に海外へ出掛ける旅行者も新型コロナウイルス感染症発生前を大きく下回ると想定され、安近短の年末年始での買物需要に期待したい。
	○	百貨店（営業担当）	・原材料費高騰による商品価格の値上げは懸念される。
	○	百貨店（販売促進担当）	・円安によるインバウンドの売上が伸びると予測する。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しても、現状の行動制限の緩和が維持されれば、小売業界の先行きは明るい。
	○	衣料品専門店（店長）	・大手企業や官公庁関連の仕事を請け負う会社からの注文は安定し、一般客も安定してきているため微増すると見込む。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・これから書き入れ時となる。年末年始にかけて成人式や就活の学生も多くなり、卒業式向けにスーツを購入する客も増えるため、12月に入ると結構忙しくなる。
	○	家電量販店（店員）	・パソコンは旧版基本ソフトのサポート終了で買換えの間合せが増えている。パソコンの売上は期待できそうである。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の拡大は緩やかなので、外出の心理的なハードルは下がっている。冬期ボーナスの額が分かれば家電にも金が回ってくるのではないかと。電気代の値上がりで省エネ家電の買換えにも期待したい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・年始の初売りや決算月に向けて、動きが活発になると予想される。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・車両の生産状況は回復の見込みがまだ立たないが、長期の納期でも客の反応はそれほど悪くない。聞くところによると他社では受注を停止しているところもあるなか、納期が掛かる車種でも商談になってきている。
○	住関連専門店（営業担当）	・来年にかけてリフォーム工事の見積りが多くなっている。住宅、商業施設などが中心である。新築工事についても見積依頼が多くなり始めた。	
○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・クリスマスの到来と1月以降の景気回復に期待する。	
○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が話題となっているが、年末の人の動きをみないと、業績を含めて判断できない。	
○	バー（経営者）	・イベントなど徐々に増えてきているし、新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類に変われば、人も動くようになるのではないかと。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援の1月延長がほぼ確実となり、また、新型コロナウイルス感染症の第8波もピークを迎え、これから1か月くらいで収束していく予測のため、年末年始や1月の旅行需要は増えると推測する。2月、3月まで全国旅行支援が延長された場合は、更に上向きとなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波でキャンセルや延期になる団体旅行もあり、この先もしばらくはこの繰り返しと予想される。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期を迎えるに当たって、ここで物件をしっかりと迎えば、新型コロナウイルス感染症発生前の業況になるかもしれない。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波が来るとも予想され、新型コロナウイルスの新規感染者数も徐々に増えつつある現状では、変わらない。
	□	商店街（代表者）	・寒くなってきて、新型コロナウイルス感染症が再拡大したときにどうなるのか、また自粛制限が出るのかなど全く先が読めない。
	□	商店街（代表者）	・景気動向の最大の要因はコロナ禍の状況なので、先のことは分からない。
	□	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢、円安共にこのままもう少し影響が続く。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の波がなかなか落ち着かず、これから寒くなると外出行動がより控えられ、消費活動も停滞しそうである。
	□	商店街（代表者）	・家電製品は軒並み値上げで高付加価値商品の売行きが悪い。今は行政の補助金施策で洗濯機等の買換えがあるが、それが終われば、物は売れなくなるのではないかと。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・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〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス次第である。新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているため、どうなるか見当が付かない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・一時的なカンフル剤の効き目が終わったら、次は増税が続く。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大すると、またストップが掛かる懸念もあるが、少し自由な行動ができ売上や人の動きも多くなってきており、3か月先を考えると今の上向きな状況がこのまま続いていると考える。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・旅行や外食への支援のある間は良いが、終了後はまた買い控えの状態に戻る。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・物価高、円安やウクライナ情勢等先行きが読めない状況が続く。
	□	百貨店（企画担当）	・ここ数か月は常に売上が前年超えで推移してきたが、前月は前年並み、今月は前年を下回る状況で推移している。極端な円安、物価の上昇や世情不安などからか、消費の勢いがやや下がりつつある。季節商材であるお歳暮も、スタートの11月が前年と比べて2割低く推移するなど、先行きに不安を感じている。
	□	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が心配である。
	□	百貨店（販売担当）	・様々な行動規制が緩和されインバウンド需要もあるが、すぐに好転することはない。新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきており、先行きは不透明になった。
	□	百貨店（計画担当）	・今後も新型コロナウイルス新規感染者数の増減が繰り返され、来客数の増減の繰り返しもしばらく続くと考えられる。また、値上げが増えているなかで売上の増加を見込むことが難しい。
	□	スーパー（経営者）	・様々なキャンペーンの効果が出てきている。しかし、店内飲食は席数を減らしての営業が継続しており、新型コロナウイルス感染以前の状況にはまだ遠い。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来つつあるが、人の流れは変わらず、今の状況が普通になっているため、今以上の上昇はない。
	□	スーパー（店員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況次第だが、いつもなら見掛ける来店客の年末準備のための買物がまだ見られない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・商材が高くなっているため商品の販売量がなかなか増えない。値段の高い物は非常に動きが鈍くなっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・この勢いは年末までは続くと思込む。年明け以降は落ち着いて、横ばいを見込む。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・原料価格の高騰が落ち着く要因は見当たらず、引き続き商品価格は高止まりが予測される。消費の2極化状態が続くと見込む。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波がじわじわと来ており、その影響はあるなかでも、外出抑制にはならないと想定されることから、来客数の急激な落ち込みはないと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスに慣れてしまい、ただ新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるだけでは人の動きを妨げることができなくなってきている。店舗によっては感染対策が緩和傾向にある。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況をみつつ12月から1月のイベント時には人出も増え、それに伴って売上も増えると考えられるが、やはり新型コロナウイルスの感染状況が足を引っ張って、それほど大きくは伸びないと見込む。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・年明けも全国旅行支援は継続となるが、割引率の縮小や新型コロナウイルス感染症の第8波の影響もあり、踊り場状態が続くと想定する。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症第8波への対策がこれまで同様であれば、景気への影響が確実に出る。緩和なら緩和での対策を徹底する明確な判断を期待する。一方で物価の上昇は続いており、家計への打撃は大きいまま推移している。来客数の増加を体感するが、買上点数は期待できない状況であり、総じて変わらないと予想する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールでも昨今はなじみ客しか買わない。なじみ客用の納品をメーカーに頼んでも、ここ数年、在庫を持たないメーカーが多いため、バーゲンセールでも数字が取れない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・生活必需品等の価格高騰が家計に与える影響は非常に大きい。消費者は、賃金や生活水準に見合った支出しかできず、現状を踏まえると、今後も景気が上向くような環境にはならないと考える。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・2極化が進んでおり、一進一退である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安の継続と景気の悪化、新型コロナウイルスの感染再拡大から、先行きも変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・良くも悪くも大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからは新車の生産正常化ができないとのことで、まだ1年以上はこの状態が続く見通しである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況で生活を制限することも、以前より少なくなり、景気を押し下げることはなさそうである。かといって景気を押し上げる要因も見当たらず、今のままで推移する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて段々と消費が上がることを期待したいが、新型コロナウイルス感染症と物価高のため、それほど良くなるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・大きな流れに変化はない。動きが悪いわけではないが、全体的に相場が安く、その面では苦しい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、客の活動は活発になってきている。しかし、生活に関わる物価高騰を強く感じている客が大半であり、新型車が出たからといって興味を示すような客はまだ少ない。依然として財布のひもはまだ固い。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルス新規感染者数の動向に左右されるが、都心部や観光地近くではインバウンドの来客も多くなり、また、政府や自治体の政策により下支えが続く。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・これから業界は繁盛期になるが、例年の売上を維持できるように営業していきたい。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波への突入や現在の経済状況を考えると、とても良くなるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・電気代など維持費が掛かる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・ネガティブな話題が多く何となく後ろ向きの雰囲気である。明るい話題が1つでも2つでも出てくると、前向きのマインドになる。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕(経営企画担当)	・客は値上げに対して敏感ではあるものの、消費そのものをやめるまでには至っていない。値上げを受け入れる客が半分、代替の商品を探す客が半分といった印象である。
	□	観光型ホテル(支配人)	・コロナ禍は収束傾向にあると感じているが、全国旅行支援の割引率が引下げとなるため、旅行消費マインドが悪化することを懸念している。
	□	都市型ホテル(従業員)	・全国旅行支援を希望する客は多いため、引き続き同じように推移すると見込む。
	□	都市型ホテル(営業担当)	・現状維持が続く。良くなる要素が見当たらない。
	□	旅行代理店(経営者)	・全国旅行支援の延長も決まってウィズコロナ時代の明るい未来がみえてきた矢先の、ここ最近の新型コロナウイルスの感染状況である。来年度に新たな支援の話もあるなかで、足元の感染状況に尻込みする客も多いため、なかなか見通しはつかない。当地発のレジャー航空路線はまだまだ新型コロナウイルス感染症発生前には程遠いため、何とか活気付けて運航してほしい。
	□	旅行代理店(経営者)	・大きく落ち込んだ消費は回復しつつあるようにもみえるが、少子化の影響が徐々に都市部にも広がっており、都心の地下街や大きなビルにも空き店舗が目立ち、昔では考えられない光景が日常化している。今後もこの傾向が進むと考える。
	□	通信会社(企画担当)	・全国旅行支援、年末年始など若干の明るい材料はあるものの、大きな経済環境は今の状況のまま続く。
	□	通信会社(営業担当)	・引き続き値上げは止まらず、半導体不足による一部端末の供給再開の見込みもない。
	□	通信会社(営業担当)	・販売量はこの先も変わらない。
	□	通信会社(営業担当)	・工事の状況についても、現状と変わらない状況である。
	□	通信会社(サービス担当)	・リモートワークが増えていけば光回線の新規申込みが増える。ADSLサービスの終了に伴い光回線への移行も増えるため、引き続き景気は良い。
	□	テーマパーク(職員)	・新型コロナウイルス感染症の第8波で新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、観光行動を自粛する可能性がある。
	□	テーマパーク職員(総務担当)	・物価上昇に伴う給与上昇が見込めない。
	□	ゴルフ場(支配人)	・1月の入場者予約数は引き続き好調である。冬場であるが、降雪の影響が少なければ、このまま引き続き順調に推移するとみる。
	□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕(職員)	・冬に向けてこたつ列車等の企画があるが、予約状況はそこそこ聞いているため、大きな変化はないと考える。
	□	住宅販売会社(従業員)	・販売量は横ばいが続いている。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕(従業員)	・同業他社も景気が良く、職人を確保できないため売上を伸ばすことができず、施工スタッフは飽和状態である。
	▲	一般小売店〔酒類〕(経営者)	・年明けには毎年飲食店の閉店があるが、来年は例年にも増して多くの閉店が予想される。具体的に閉店の相談を受けている。
	▲	一般小売店〔生花〕(経営者)	・値上げのラッシュがこう続くと、やはり買い控える客が増えてくる。必要な物は仕方ないが、特にどうしても必要ではない物に関しては、数や金額を減らす。
	▲	百貨店(売場主任)	・サイズがなくて売上に繋がらないケースが多いが、これからは12月末から始まるクリアランスセール待ちで安くなってから買おうという客がいるため、正価販売の売上が更に厳しくなる。現時点でサイズがそろっていない商品は年内の入荷が難しいため、またサイズ切れが多く発生して、厳しい状態が続く。
	▲	百貨店(経理担当)	・新型コロナウイルス感染症の水際対策緩和や円安効果によってインバウンドの回復は期待できるものの、物価高による企業業績と所得環境の更なる悪化が懸念され、全体として景気は後退に向かう。
	▲	スーパー(店員)	・年明けに値上げが控えている。
	▲	スーパー(総務)	・価格上昇により消費者の買上点数が下がっている。年末商戦を控えているが、客の財布のひもは締めまりつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（販売担当）	・燃料費の上昇に取まる気配がなく、消費が向上くとは考えにくい。大きなヒットを出せるような商品群も見当たらず、小売店は、生活防衛の商品を地道に販売する形態にとどまるしかない。
	▲	コンビニ（企画担当）	・現時点で物価上昇の影響は感じられないが、今後は徐々に悪影響の出ることが懸念される。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・物価高騰による買い控えが拡大していく。
	▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が叫ばれ、外出を自粛する人が増える。先の見通しは決して良くない。
	▲	コンビニ（店長）	・冬季もメーカーは物価高騰に伴う更なる価格変更を予定しているとの報道がある。また、政府から伝わる情報も増税政策が目立つ。最低限の買物に抑えて家計を守りたい心理が強くなるのではないか。
	▲	コンビニ（店員）	・冬本番に入り、来客数が減る。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・急激な円安は落ち着いて円高方向に戻ってきているが、まだまだ電気料金など値上げが予定されているようなので、一般庶民にとっては悪影響になる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価高騰、円安や新型コロナウイルス感染症の影響等、消費へ悪影響の要因が複数あり、景気が良くなるとは思えない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・当店のような居酒屋での外食は、ますます控えるようになっていく。
	▲	一般レストラン（従業員）	・景気は相変わらず低いレベルで安定する。サッカーワールドカップの開催中は更に客が来ない。分かっていたことであるが、今回は特に客が来ない。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援が年内27日宿泊分まで延長になるが、来年は新型コロナウイルスの感染状況を考えながらの施行となり、割引率と地域共通クーポンが減るため、今より良くなることはない。ただし、元々当地は2月から3月の気候が温暖なことと、一時的な要因では地元を舞台にしたドラマが新しく始まる。11月が非常に良かったため、変わらないか、やや悪くなる程度と考える。新型コロナウイルスの感染状況とドラマの評判が、集客要因として大きく関係してくる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。年末年始の予約は非常に弱い。その一方で光熱費を始め経費高騰を価格に転嫁できない状況である。また、人材が確保できず今後の大きな懸念材料となっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・年明けより全国旅行支援の割引率も下がるため、販売量が増える材料に乏しい。
	▲	タクシー運転手	・増税の噂がある。
	▲	タクシー運転手	・年末年始の出費が増えるため、1月から2月は利用客が少なくなる。
	▲	レジャーランド（職員）	・1月から2月は、元集客の少ない時期であるが、新型コロナウイルス感染症第8波の状況により若干の影響を受けると見込まれる。また、ラニーニャ現象による厳冬で、外出意欲の低下も想定している。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がって給料は上がらないため段々と大変になる。
	▲	美顔美容室（経営者）	・年末年始にかけて行事が多くなるため、どの家庭でも出費が多く、月2回来店する客も月1回の来店になる。
	▲	美容室（経営者）	・これから段々寒くなると光熱費などの値上がりがかかり家計に響いて、他の支出にも影響が出る。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることが大きい。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・取引条件を維持していた仕入先から、年明けから春先にかけて値上げするとの案内があった。現状のレンタル商材を長く運用していきたいが、陳腐化リスクと品質維持管理面での影響もあり、悩ましい。
	▲	設計事務所（職員）	・どちらかというインフレ傾向のため、これから景気が良くなる様子はみられない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・細かな仕事は増えているが単価が低いので、売上は上がらない。年内はこうした状況が続く。
	×	スーパー（店長）	・前年と比べると年末年始の人流があり、在宅率が下がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（店長）	・度重なる食品仕入価格の上昇を売価に反映させているが、特に飲料の値上げにより、売行きに影響が出る。小規模小売店では、電気代や人件費などのアップもあり、とても対応し切れない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・人気車種のほとんどがオーダーできない上、新型車種も生産台数がかなり少なく、販売するにも条件が付けられ、客が欲しくても販売できない。恐らく数年はこの状況が続くと考える。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・12月は一般的に決算月となっているため、1月から3月の販売量はおのずと減少が見込まれる。既に現段階で新規の客も減っており在庫もないため、客の動きは鈍い。
	×	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍が谷の時期でも業界全体での反転はなく、新型コロナウイルス感染症第8波の影響で、これから短期中期では期待できない。
	×	その他レジャー [スポーツレジャー紙]（広告担当）	・物価上昇が見込まれるため、1月以降の集客はまた鈍ってくと予想している。足元の増加は一時的な傾向と考えている。
	×	美容室（経営者）	・この先寒くなってくると、幾ら店内を暖かくしていても来店するまでが寒いため、客の出足が悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・3か月先に良くなるには現在案件が動いていないといけない。設計は金になるまでタイムラグがあるため、長いスパンでみる必要がある。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売地や建築資材の値上がりや社会全体の景気も悪く、どこまで悪くなるのか心配である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・これから例年どおり来客数が少なくなる冬枯の時期となる。年内は厳しく、年明けからの動きや年末の国会での住宅政策に期待するしかない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・同業他社の倒産で、連鎖的に倒産する下請が出てくる可能性が高くなってきた。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・自動車、装置設備関連共に部品供給不足は続いているが、その状況でもある程度数量が読めるようになって、注文が安定している。今後、若干の増加も見込めそうである。
	○	金融業（従業員）	・これからイベントが多い季節になるため、そこに向けて市場は活発化する。新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩くなってきていることから、飲食店を含め例年よりも活気があるとの見方が多い。
	○	金融業（従業員）	・年末年始で需要の高まりがあるため、景気は良くなる。
	○	会計事務所（職員）	・これまで辛抱していた分、旅行や趣味への支出が増える。実際に人気のある舞台のチケットは取りにくいし、日帰りバス旅行は、バス1台が満席に近いことが多い。
	○	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	・円安は少し落ち着いてきたが、我が国がエネルギーに振り回されないために早く水素社会にする必要がある。安全に水素を使用するために、国を挙げてコンペを行い、アイデアには国から大いなる資金を投入して企画、検討、実施すべきである。
	□	化学工業（総務秘書）	・東アジアの安定や経済安全保障、脱炭素対応等、景気に大きな影響を及ぼす問題はたくさんあるが、先行きが想像しにくいいため、数か月先の景気へ直ちに影響はしない。目先の状況を読み取りながら、当面は外出を楽しむ時期が続くのではないかと。
	□	金属製品製造業（経営者）	・材料価格はこれから徐々に下落するとの見通しもあるが、スピードは遅くなりそうである。
	□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量は例年並みに出たとしても、原材料の価格高騰の転嫁が間に合わず、収益性は厳しいままと見込む。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから変わらない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・12月はクリスマス休暇が控えており北米では発注などの動きも例年鈍くなるため、受注が上向きになることは期待できない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変わる要素がない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後を占う上で日本経済を活性化する景気対策が鍵になるが、長引くウクライナの戦況や中国経済の減退など世界経済を覆う不安感のなかで、明るい未来は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・生産スケジュール上、しばらくこのまま低調が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	建設業（役員）	・年末は客足が例年厳しいため期待できないが、年明けからは新年度に向けた動きが出る。ただし、客に対する減税のメリットがなくなり、物件上昇などデメリットへの不安がある。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は間違っていないが、決断に時間が掛かっていることから景気が上向く気がしない。
	□	建設業（営業担当）	・補助金や支援金が出ても、その償還や今後払わなければならない税金などを考えると、景気がそれほど良くなるとは思えない。行動自粛のない状態で新型コロナウイルスの感染再拡大があると、苦しい生活状況が慢性化するのではないかと。
	□	輸送業（経営者）	・荷主への価格転嫁が進まないどころか値下げ要求もある。その一方でコストアップ要因が収まる気配はない。
	□	輸送業（従業員）	・物の流れだけでいえば、景気は大分良くなっているが、受注額・販売額の増えた要因は、原油を始めとする各種原料の値上がりによるため、決して先行きの楽観はできない。
	□	輸送業（エリア担当）	・大手ECの低単価荷物のみ増え、通常荷物が減っている。物量が増えても1個当たりコストはほぼ減らない。さらに、燃料価格の高騰から下請の単価は上がっている。
	□	輸送業（エリア担当）	・社会が安定する要因が見つからない。
	□	輸送業（エリア担当）	・当社が取り扱う荷物量からみると、企業の経済活動は活発化していないのが春先からの傾向である。経済の根本となるインフラ整備などの投資に関わる原材料が発生しないため、荷物も集まらず、経済は底上げされず、景気はこのまま低迷状態を続ける。
	□	通信業（法人営業担当）	・政府の物価高対策があっても、個人消費にはかなりの圧力が掛かっており、財布のひもは当然固くなる。新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、諸物価の上昇によってじわじわと生活が脅かされることに対して、非常に厳しい目が向いている。
	□	金融業（企画担当）	・中小企業においては、特に企業業績が賃金に与える影響が大きい。物価高もあいまって賃金が上がってこない消費につながらない。当面は現状の景気が続く。
	□	不動産業（経営者）	・現状の様子見が続く。
	□	広告代理店（制作担当）	・年明けに向けて中小規模のイベントが予定されているが、いろいろな原材料価格やコストが上昇しているため、余り期待はできない。
	□	行政書士	・現状維持であるが、中にはドライバーが安定しないため一時休業届を出して様子を見る業者もいる。
	□	会計事務所（職員）	・依然として仕入価格等は高騰しているが、買い控えを警戒して極力値上げを避ける経営が続いている。物価高騰が収まるまでは、利益が減少しても経費削減などでしのぐ状況である。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・回復できる要因が見当たらない。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇による影響はますます大きくなる。更なる価格改定が必要になる見込みも出てきている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料は本年度2回目の値上げがあったが、製品価格への転嫁は非常に難しく採算面での悪化傾向が続く。半導体不足や円安等の影響もあり、景気は今よりやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は相変わらず収まらず、当業界にとっては厳しい状態が続いている。2～3か月後もそれほど良くなるとは思えない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・原材料等の値上がり分の価格転嫁はできているが、生産量が横ばいである。今後この値上げが製品価格に反映されたときに、消費が減るのではないかと考える。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだまだ続く値上げに円安で、景気回復はいつになるのか。
	▲	通信業（法人営業担当）	・リモートワークの浸透や生活様式の変化など、新型コロナウイルスに起因する目に見える変化を経て、当たり前の感覚も変化している。長引くコロナ禍での生活で、不確実性を許容する柔軟性を身につけてきた。ビジネスの世界でも常識が非常識になりステージの変革期にあるが、この変革期に新しいサービスを投入してくるのは、決まって外資企業である。我が国の経済成長を支えてきた老舗企業の踏ん張りとは大胆な変革なしには、景気の好転は望めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	通信業（総務担当）	・円安やロシアのウクライナ侵攻に対して、国家として何の打開策もなく、エネルギー等の特定品目への補助金投入も、末端消費者からすると価格が抑制されている実感はなく、高騰したままに感じる。先行き不安が募り消費は更に抑制されるため、景気はどんどん悪くなる。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向で推移し、外出や遠出する人も徐々に減少傾向を予測している。今後の売上は徐々に減少していき、前年を下回る状況になっていくと見込んでいる。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・ウクライナ紛争はまだ1年は継続するようなので、1年は不景気が続く。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだある。物価が上がるが給料は上がらない、非課税家庭のみ優遇され働いている人はまともに暮らせない状況になってきているため、なかなか景気は上がらない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・上昇要因が全くない。客の状況も日々の受注量や見積量も伸び悩んでいる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの受注が増えず、用紙代高騰のためかチラシのサイズも小さくなり単価も下がっている。
雇用 関連  (東海)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・円安や資源価格が高騰するなかでも、企業の人員整理等がみられない。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・新年度からの求人が増加する時期のため、繁忙期に当たる。一方で直接雇用を希望する傾向もあり、求職者数は例年より少なく、例年どおりの伸びは期待できない可能性がある。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスによる採用控えが、本年は明確に解消されている。特に医療系である本学では、医療機関の積極的な採用が顕著であった。新型コロナウイルスの指定感染症の見直しにより、この傾向は続くものと予想される。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・変化の兆しは特にない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・回復の兆しがみえないなか、消費者には物価上昇による買い控えが拡大すると見込む。
	□	人材派遣会社（社員）	・早めの忘年会の問合せが増えたが、新型コロナウイルスの新規感染者数の状況次第で、実施されるか未定である。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・ウィズコロナの下で行動規制は緩和されているが、海外情勢や物価上昇などマイナス材料があり、不透明である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニアの高稼働状態が続いているため、リソースの兼ね合いで今より景況感が良くなりづらい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・年度末までは派遣利用先の企業での新たな派遣増員は少ないと見込む。人手不足で、足元の求人も満足に賄えない状況がしばらくは続くと考ええる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は安定しているが、人材不足による採用コストが増加する一方で、採用数は横ばいから減少傾向になる可能性がある。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの世界年間計画で生産台数減少が発表され、12月以降も工場の稼働停止が数日行われる。新型コロナウイルス感染症対策の補助金が終了し、残業も見込めないため、雇用の維持が一段と厳しくなる。
	□	求人情報誌（営業担当）	・法人側での人員配置が見直されるタイミングのため、求人が増加しやすい傾向にある。個人側も新年度を見据えた転職活動が活発化する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価上昇による消費意欲の低下が続くと、景気回復は期待できない。
	□	職業安定所（所長）	・部品の供給制約、原材料価格等の高騰や新型コロナウイルスの感染状況などの影響について、注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人数も徐々に増加しているが急激な変化はみられない。年末年始を控え一部の業種では繁忙が見込まれるが、新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているなかで、景気が大きく変わることはない。
□	職業安定所（職員）	・雇用情勢の回復基調に変化はないが、原材料やエネルギー価格の高騰が雇用に与える影響には注意が必要である。	
□	職業安定所（職員）	・今後も円安の影響により原材料の価格が高騰する可能性がある。また、この先も半導体不足の影響で生産が計画どおりに進まない可能性がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大や海外情勢の変化による原材料の価格高騰、円安による輸入価格の高騰等の懸念材料はあるものの、新型コロナウイルス感染症対策については現段階でも行動制限はないため、雇用情勢には大きな変化はないと見受けられる。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が増加して有効求人倍率が飛躍的に良くなるとは思えない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後、4月入社を目指して活動意欲が高まり、求職者数の増加を見込む。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・収入が増えなければ多くの人が実質的な収入減少を実感する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後は変わらないか、やや悪くなると予想する。政治の面も含め明るい要素がない。
	×	—	—

## 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北陸)	◎	都市型ホテル（役員）	・全国旅行支援の延長が発表され、期間中の宿泊需要は引き続き高く推移するとみているが、一方で新型コロナウイルス感染症の感染拡大による全国旅行支援継続への影響を懸念している。また、このまま人手不足の問題が続けば営業体制を見直す必要性も生じる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況から政策判断で全国旅行支援が休止しなければ、好調なまま推移すると考える。徐々にではあるが外国人観光客が少しずつ増えつつある。とはいえ、高額美術品を購入する富裕層の客がまだまだ少ない。スタッフを増員したいが、募集しても誰も来ない状況である。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波を懸念しているが、来年初以降も全国旅行支援の延長が決まり、観光客の動きは引き続き好調になるとみている。
	○	スーパー（仕入担当）	・年末に向け帰省客が見込めるため、徐々に改善するとみている。雪のシーズンに突入すれば、買いだめ需要や家ナカ需要が見込める。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・日常生活のスタイルが元に戻ってきた様子から、今後は催事やイベントなどの行事が本格的に回復するとみられ、晴れ型の消費へと家計支出が変化してくると考える。一方で各種値上げラッシュによる生活防衛意識はこれまで以上に強くなるとみられ、買上点数のアップは期待しづらい。今後、衝動買いはなくなるとみられ、消費者ニーズを捉えなければならない。価値のある商品を厳選した消費行動が更に強くなると考える。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・来年も全国旅行支援が継続されることが、継続的な改善の前提だと考える。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えなければ、これから飲食をする機会が増えてくるため、良くなっていく。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学生などの新生活準備に向けて、今より販売数は増えるとみているが、前年比ではそこまで伸びないと考える。
	□	商店街（代表者）	・全国旅行支援やインバウンドの復活などに期待しているが、まだ財布のひもが固い客が多いと考える。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・上向き要因であるプレミアム付商品券は12月に終了する。12月は帰省もあるため良い方向に向かうとみているが、プレミアム付商品券が終わった後は不透明で、先行きについてはどちらともいえない。
	□	百貨店（販売担当）	・今年の年末年始は久しぶりに行動制限がないため人の往来が増加し、しばらく好調に推移するとみている。しかし、様々な物の価格が高騰しているため購入には慎重になり、使う人と節約する人が出て景気を相殺するとみている。また、低価格志向が強くなり、バーゲンセール期やアウトレットなどでの購買が集中する可能性がある。仕掛けによっては売上の向上を見込めるが、利益面が厳しく一長一短な動きになると考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現状の売上は回復傾向であるが、新型コロナウイルス感染症の第8波で新規感染者数が急速に増えているため、先行きに不透明感があり、楽観できないと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢に大きく左右されるため不透明さはあるが、景気を押し上げるスパイスが必要だと考える。
	□	家電量販店（本部）	・購買価格は値上げにより上昇するとみているが、必要のない機能は求めない傾向にあり、大きく変わることはないと考ええる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・現在も車の点検や修理が増えている状況が続いており、車の買換え等は多く望めないで、しばらくは現状維持が続くと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・状況は回復傾向にあるものの、依然として半導体不足などによる生産調整をされている。既に受注している分の配車は徐々に進んでいて数か月間は問題ないが、今後はオーダーできない車種が発生しているため、受注残の漸減により、将来の見通しに不安な点がある。
	□	自動車備品販売店（役員）	・まだ新型コロナウイルス感染症が落ち着かず、相次ぐ値上げもあり、購買意欲は高まらないと考える。
	□	住関連専門店（役員）	・先行きが不明確で、上がる要素や材料が全く見当たらない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今月はカニ漁が解禁となり、県外からのツアー客が殺到し、港町は大変にぎわっていると聞いている。カニがきっかけとなり、少しでも景気が良くなることに期待したい。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響で約3年間、接待や宴会が自粛されたため、新型コロナウイルスによる感染リスクの高い他人との会食は以前のように回復しないと考える。
	□	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況をみなければ分からない。また、全国旅行支援などの施策がどのようになるか注視したい。
	□	一般レストラン（統括）	・10月以降、人の動きが活発化していることに比例して、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向で推移している。そのため、年明けは新型コロナウイルスの新規感染者数が更に多くなるとみている。感染状況が落ち着けば消費者の行動もまた活発化していくとみられ、消費マインドに波はあるが一定の数値は保たれると考える。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザの流行次第で予測ができない。3年ぶりの新年会の予約が入っているが、キャンセルの可能性もある。生活防衛の意識の高まりから客の価格への見方は厳しく、仕入コストやガス、電気等の諸経費の上昇した分の一部しか価格転嫁ができていない。
	□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売も落ち着き、販売台数が前年と大きく変化していない状況である。この先、大きな変革をもたらす要因が見当たらない。
	□	通信会社（役員）	・通信、放送サービス共に引き続き前年同月程度か、若干上回る程度の新規契約者数で推移するとみている。
	□	通信会社（役員）	・景気の低迷が継続しており、物価高騰等の不安要素もあるが既に織り込み済みの内容であり、これ以上の悪化は想定しづらい。
	□	テーマパーク（役員）	・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、年明けからの全国旅行支援の再開が発表されるといった明るいニュースもあり、全体としては現状と変わらず推移すると考える。
	□	美容室（経営者）	・ウィズコロナの意識は段々と広まってきており、消費に対する影響は薄まってくる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・一部の企業は好調な業績を収めており、企業の設備投資をどう取り込むかが今後の大きなポイントになると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の状況が落ち着かず、景気回復が期待できない。
	▲	商店街（代表者）	・前月は何か動きが出てくると思っていたが、良くなる前に次の悪い動きが発生し、我慢できるか懸念している。この冬は大雪の予報があるが、最悪の事態にならなければよいと考える。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価上昇のため客が購入先を選別し、ネット通販などでの購入が増えると考ええる。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来年1～2月にも各種値上げが控えており、今月同様に厳しい状況が続くとみている。
	▲	百貨店（売場主任）	・物価の上昇により消費者の生活防衛意識は更に強まっている。財布のひもは固くなり、消費は冷え込むとみている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（販売促進担当）	・引き続き、生活必需品等の価格高騰の影響があるとみている。原材料や輸入品の値上がりにより、今まで影響が少なく好調だった輸入化粧品やブランド品、輸入食材等が買い控えになると考える。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇は止まらなるとみている。新型コロナウイルス感染症も落ち着かず、徐々に円安等の影響も出てくると考える。
	▲	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加すると考える。物価高もあり、買い控えが増加するとみている。
	▲	スーパー（店舗管理）	・既に飽和状態であるが、県外資本の競合店による出店が控えている。自店の特色や強みを打ち出すだけではどうにもならない状態である。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・各種キャンペーンの効果も徐々に落ち着くとみているが、致し方ないと考える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・コストプッシュのみの物価上昇で、消費者物価指数の伸び率は40年ぶりに3.6%であった。今後は電力の大幅値上げが影響を与えると考える。
	▲	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の給付金などで購入を前倒した反動が続くと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・ボーナス支給による買換えのための下見はあるが、予算を抑えて検討している客が多く、以前と比べて分割払いを選択する客も増えている。物価高騰により、更に貯蓄意識が上がっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年この時期は、主にタイヤ交換等で在庫がかなり多くなるが、先行きに関しては円安や物価の上昇等、景気が良くなっていくとはみられない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、今後の成り行き次第でどうなるか見通しが立たない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・県民割など前年度のような旅行業への支援が恐らくなくなるとみられ、国内需要は一旦落ち着いてしまうことを危惧している。地方空港発着の海外路線復活は、4月以降のようであり、これもすぐには期待できないと考える。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大で、また感染拡大警報が出されるような雰囲気があり、平日でも夜は客が少なくなってきた。
	▲	通信会社（職員）	・競合他社の動向によって変動すると考える。
	▲	パチンコ店（経理）	・物価高騰のニュースが多く、消費を抑える方向に向かうと考える。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・新規会員の入会はほとんどなく売上は伸びない。新型コロナウイルス感染症の第8波は、ふだんのスタッフ配置に大きく影響が出ており、人繰りにプラスの人件費が出ていく。水道光熱費を始めとする営業用資材等もどんどん値上がりしており、経費の増加は止めようがない状態である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格の上昇により、面積を削る話と設備のグレードを下げる話が多く、家の縮小方向が明確になってきた。イベントへの来場も少なくなっている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・本格的に円安の影響が出始め、原価が値上がりすると考える。
	×	スナック（経営者）	・国内外の情勢や物価高の影響により、生活の圧迫がますます進みそうである。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業 (経理担当)	・産業機械やオートバイ関連では国内外共に旺盛な需要が続いており、受注は順調に推移するとみている。しかし、主原料価格の高止まりや半導体不足の影響が広がることで、受注した分を作り込めるかが鍵になると考える。
	○	一般機械器具製造業 (総務担当)	・依然として製造業全体で工作機械の需要が高水準で推移している。
	○	精密機械器具製造業 (財務担当)	・前月に続き、受注状況がやや上向いている。
	○	輸送業（管理会計担当）	・国内の輸送部門の物量が回復傾向にある。また、適正運賃の収受も徐々に進んできている。
	□	繊維工業（総括）	・受注は引き続き堅調であるが、原材料価格高騰の影響が今後も続くと考える。
	□	プラスチック製品製造業 (企画担当)	・物価高対策など経済対策による消費の持ち直しが期待されるものの、新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大や、相次ぐ製品価格の値上げによる消費の落ち込みが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況と、政府の景気対策次第で動きが変わると考えるので、正直なところ分からない。
	□	金融業（融資担当）	・ドル円相場は、やや円高に振れたが安値圏で推移している。原燃料価格は緩やかな上昇が続いており、価格転嫁の成否で企業収益に差が生じている。全国旅行支援により旅客、宿泊、飲食業は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の第8波とインフルエンザの同時流行も懸念されており、年末年始の需要期の動向を注視していく必要がある。
	□	司法書士	・住宅ローン金利の安さで新築住宅はこれまで堅調であったが、資材の不足や高騰の影響が出てくるとみている。一方で、活動再開によって営業が回復する事業者もあると考える。
	□	税理士（所長）	・年末の反動で例年1～3月は、飲食業、小売業、サービス業など一般消費者向けは落ち込む。一方で建設業の受注状況は変わらないため、全体としての景気状況は変わらないと考える。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・売上がどのように推移するか見通しは立っていないが、コストアップはこの先も続くともみている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注量から、やや悪くなると見込んでいる。
	▲	建設業（経営者）	・建設業のほか介護事業も展開しているが、今月の介護事業では、前年同月と比べて電気料金の上昇が目立っている。建設業でも家計でも、電気料金値上げの影響は今後ますます大きくなると考える。
	▲	建設業（役員）	・受注量についてはピークが過ぎた感覚があり、今後は受注が減退する方向になると考える。
	▲	金融業（融資担当）	・首都圏で再び新型コロナウイルス感染症が流行しており、年末年始の需要や経済の動きへの悪影響を懸念している。
	▲	不動産業（経営者）	・今は個人客にしても法人客にしても、問合せがかなり減ってきている。
	×	＝	＝
	雇用 関連 (北陸)	◎	＝
○		人材派遣会社（社員）	・新たな求人先の増加や求人内容の変化により、求職者の選択肢が増えることで、マッチング率が多少なりとも向上すると考える。それに伴って景気が上向くとみている。
○		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始は、新年の挨拶など通常の営業広告とは違った内容での広告掲載も多く、初売りセールなどの広告掲載も期待できる。一方で、広告掲載料自体は変動していないものの、円安や物価上昇による広報費削減などの動きを懸念している。
○		民間職業紹介機関（経営者）	・低調だった飲食や観光、宿泊業がようやく活発になりつつある。新型コロナウイルス感染症の第8波という不安要素はあるが、次第に良くなると考える。
□		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
□		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、人手不足分野の慢性的な求人や高齢化への対応などによるものが多くなっている。
□		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や、気配が見受けられない。
▲		人材派遣会社（役員）	・部品調達できないことによる生産活動の悪化に加えて、米国の大企業における人員削減のニュースなどの影響により、マインドが低下すると考える。
▲		職業安定所（職員）	・ガソリン代も思ったほど元に戻らず、雪が降ることもあり、特にこの年末年始を超える頃に、企業の倒産等が若干出てくるのではないかとみている。また、雇用調整助成金の縮小動向も踏まえて、余り良くならないと考える。
▲		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が多少出るとみている。

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

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (近畿)	◎	百貨店（服飾品担当）	・しばらく停滞していたギフトマーケットもクリスマスには復活する兆しがあるほか、しばらく買物を控えていた反動が、自分への御褒美需要となって、ジュエリーや高額のパック商材の動きが活発化すると予想される。また、新型コロナウイルスの感染状況に関係なく、百貨店でクラスターが発生するという感覚は、既に客から消えている。マスクなしで街を歩く人も増えているため、もう一段階、売上は上向くことが予想される。
	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も外国人観光客の増加傾向に変化がないことから、新たな高級ブランドの店舗を導入することで、集客力がアップし、売上の拡大につながることを期待される。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症による影響がなくなってきたと感じる。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	・全国旅行支援が延長されると予想しており、好調な動きがこのまま続く。12～1月の予約は入っていないが、最近の傾向からすると、直近で入ってくることを予想される。レストランでは、12月のクリスマスコースの予約が既に満席となる日も出ている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・取引先からの12月分の発注が前年よりも数段増えているため、販売量、売上共にアップが見込まれる。
	○	一般小売店〔野菜〕 (店長)	・新型コロナウイルスの感染第8波が発生したとしても、政府が今の方針を変えなければ、景気は少し良くなる。ただし、2～3か月後の物価上昇の状況次第であり、インフレが進めば、一般客の買物は控えめになる。
	○	一般小売店〔呉服〕 (店員)	・着物を着て外出する機会が増えたという話が多くなっている。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・気候も良くなり、全国旅行支援などでぜひたく品やし好品の販売も増加傾向にある。年末商戦でも、この状態が続くことを期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の90%程度まで回復しており、売上はインバウンドを除けば、既に回復している。客単価が上昇するなか、来客数の増加やインバウンド効果の回復が続けば、景気は上向く。
	○	百貨店（企画担当）	・中国での新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ政策は気になるが、関西国際空港の国際線の利用回復と、春節の出入に期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの想定以上の感染拡大がなければ、来客数は回復傾向を維持できる。高額ブランド品の値上げ傾向は続くものの、活発な購買行動は続きそうである。
	○	百貨店（外商担当）	・今後は海外からの観光客が更に増えるため、インバウンド売上の増加が予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数は増減を繰り返すと予想されるが、客の反応は以前と違ったものとなる。一番の変化は処方薬の登場であり、元々重症化率が高くないなか、薬の開発でインフルエンザ同様の動きに変わることが予想される。その結果、人の動きが活発化するほか、インバウンド需要にも期待できる。物価上昇の影響も極端に強くななく、徐々に慣れてくることも予想されるため、会合や祝い事など、華やかさを打ち出した企画を予定している。
	○	スーパー（企画担当）	・キャッシュレス支払の還元キャンペーンや、プレミアム付商品券の販売など、自治体を実施している該当店舗では、売上の増加につながっている。今後12月の年末商戦や1月の売上も増加が見込まれる。
○	スーパー（社員）	・商品単価の上昇による売上の増加は、当面続くと予想している。消費者の節約志向は強いが、食品の消費は堅調に推移する。	
○	コンビニ（経営者）	・外国人観光客によるホテルでの宿泊がかなり回復すると予想され、来客数の増加につながる。商品価格の値上げによる買い控えの影響も懸念されたほどではなく、客単価も微増のまま推移しそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・平均単価は下がっているが、コンビニはキャッシュレス支払が多く、商品が売れる傾向となっている。それに伴い、10%ほど来客数が増えることが期待される。
	○	コンビニ（店員）	・12月になるとイベントも増えてくるため、コンビニもケーキの予約や年賀状の注文などで活気が出てくる。今年は例年と比べると忙しくなると感じている。
	○	衣料品専門店（店員）	・各種セールのほか、チラシやSNS、CMなどで宣伝にも力を入れるため、景気はやや良くなる。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・良くならないと困る。
	○	家電量販店（人事担当）	・円安や物価の上昇による影響はあるが、外国人旅行者が徐々に増え、にぎわいが戻ってくる。それに伴い、国内景気も回復することを期待している。
	○	家電量販店（企画担当）	・断熱リフォームや太陽光関連といったスマート関連商品が、こどもみらい住宅支援などの補助金の活用により、好調な推移が期待できそうである。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・メーカーからは国内向けの供給増加の連絡がきており、販売量の増加が見込める。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末に向け、徐々に外食産業は回復するが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減によって変わってくる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・インバウンドが戻りつつある。団体の旅行客を受け入れれば、売上は上がる。
	○	高級レストラン（企画）	・インバウンド需要の増加のほか、国、自治体の観光支援策による来客数、単価の改善が予想される。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、キャンセルが少しずつ増えている。1～2月の予約は様子見の状態、仮予約のままとなっている。宿泊は全国旅行支援がいつまで続くかによって、大きく数字が変わってくる。予定どおり12月20日までであれば、苦戦を強いられる。一方、レストランは好調で、中規模の団体客の需要も戻っている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・今後の国内の旅行需要は減退することなく、インバウンドの戻りにも期待される。
	○	都市型ホテル（販促担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、忘年会や新年会の予約も入るなど、年末年始の特需に期待している。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大しても、行動制限は要請されず、いずれ感染状況も低水準となる。今後は海外からの観光客も順調に増え、外食に伴う飲酒も増えると予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波の状況は気になるが、ウィズコロナの意識が高まり、旅行需要は回復傾向にある。
	○	旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波の状況にもよるが、海外旅行の間合せが徐々に増えているため、期待したい。
	○	タクシー運転手	・景気回復の材料としては、入国制限の緩和効果と、年末のタクシー利用の増加などが挙げられる。
	○	タクシー運転手	・観光客だけでなく、地元の客も紅葉シーズンで来るため、当県の景気は良くなる。
	○	観光名所（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しているが、行動制限はないため、全国旅行支援などの効果もあって、来場者が増え始めている。ただし、いつまで続くのが心配である。
	○	遊園地（経営者）	・当初から、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に反比例して、業績が変動する傾向に変化はない。感染が拡大傾向にある現状は、業績はやや停滞気味である。ただし、客が消費行動を極端に抑制する傾向は弱まりつつあるように感じられ、以前ほど悲観的には捉えていない。
	○	ゴルフ場（支配人）	・年末にかけて予約状況は順調で、天候に恵まれれば景気は良くなる。
	○	競艇場（職員）	・ここ数か月の全国発売のSG、G1競走は、電話投票やインターネット投票の売上が頭打ちの状態にあるが、年末年始には業界が最も盛り上がるレースが続くため、売上の増加を期待したい。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しても、政府は移動制限や水際対策の強化を行わないほか、新型コロナウイルスの治療薬の承認など、コロナ禍の収束に向けた動きが出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・通常の点検業務に加えて、リニューアル工事が途切れることなく続けば、来年の年明けも忙しい日が続くと予想される。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、購買心理が上がってこない。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・最近の客との話題の中心は、物価の上昇である。今までもできる限りの節約をしており、これ以上は無理という後ろ向きの発言も聞く。常連客の姿を見る回数も減ってきたことから、先行きには明るさが感じられない。
	□	一般小売店〔花〕（経営者）	・仕入価格の高騰に伴い、利益が伸びないと予想される。
	□	百貨店（売場主任）	・円安傾向も落ち着きつつあり、このまま推移すれば、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年並みに戻ると予想される。
	□	百貨店（売場主任）	・所得が増えないなか、物価の上昇で消費マインドは更に冷え込む傾向が続く。バーゲンセールによる低単価品の訴求には限界があり、今後は付加価値の向上による単価の引上げが重要となる。ただし、一部のラグジュアリー商品を除いて、ファッション関連ではそういった商品が不足している。
	□	百貨店（マネージャー）	・年末年始に向けて、物価の上昇による影響の大きな食品分野の苦戦は続く。また、国内の中間層による購買も、全体的に慎重な選択購買が続くそうである。その一方、富裕層やインバウンド需要は好調な推移が見込まれるため、全体的には現状と変わらない。
	□	百貨店（マネージャー）	・インフレの継続により、実需商品への消費意欲は引き続き低調となる。
	□	百貨店（販売推進担当）	・コロナ禍が収まったとしても、物価の上昇による生活防衛意識の高まりから、買物行動は厳しい状況が続く。
	□	百貨店（店長）	・行動制限のない年末年始は3年ぶりであるが、前年、前々年と同様に、自宅で過ごすことが定番化している。デパ地下などは堅調に推移するものの、他の商材の売上が好転する要因は、今のところ見当たらない。
	□	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波も落ち着き、専門店の商材の動きも活発になるものの、消費の多様化と原材料価格の高騰により、現在の悪化傾向が続くと予想される。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響は、これまでのように大きくならないと予想しているが、インバウンドや観光客が売上を支える状況に大きな変化はない。価格の高騰も購買意欲に大きな影響を与えており、客には支出の内容を吟味する傾向があるため、個人の買物における優先順位は高くない。
	□	百貨店（管理担当）	・商況の回復を期待したいが、この先も消費者に身近な食料品や電気代の値上げが続くことが予想されるため、一進一退の状況が続く。
	□	百貨店（宣伝担当）	・インバウンド売上は好調が続くと予想しているが、国内売上は値上げの影響が大きく、力強さには欠ける。新型コロナウイルス、インフルエンザ共に、感染が徐々に拡大していることから、全体的には今月の状態から大きく伸びることはない。
	□	百貨店（マネージャー）	・自分、近隣圏の購買動向には変化がないと予想されるものの、新型コロナウイルスの感染第8波の状況次第で悪化につながる可能性は非常に高い。インバウンドを中心とした来街者の増加は明るい材料であるが、インバウンドの主力は飽くまでも中国である。まだ中国からの観光客は回復が見込めず、近い将来で状況の変化は考えられないため、全体に及ぼす影響は軽微にとどまる。
	□	スーパー（店長）	・直近の好調は一時的な動きの可能性もあり、楽観視はできない。サッカーワールドカップや当市のプレミアム付商品券の影響もあるため、景気回復によるものかどうかは慎重に見極める必要がある。
	□	スーパー（店員）	・近隣にスーパーがたくさんあり、客もあちこちの店に行っている様子のため、かなり厳しい。
	□	スーパー（企画担当）	・価格の上昇で、引き続き買い回りの傾向が強まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（経理担当）	・年間最大の消費イベントであるクリスマスや年末年始は、徐々に行動制限もなく、外出関連を含めて消費は堅調に推移する。その一方、年明けは一段と節約志向が強まり、小売業界でも価格競争が激化する可能性が高い。それに伴い、収益力に劣る企業は脱落するおそれが強まる。
	□	スーパー（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるが、自粛疲れや慣れもあり、外出の自粛やまとめ買いといった、前年のような状況にはならない。一方、商品価格は今後も値上げが予想されるため、必要な物以外は買わない傾向が続くと推測される。
	□	スーパー（開発担当）	・大企業のボーナスの増加は、若干のプラス要素であるが、関西は中小企業が多く、ボーナスの増加が見込めない。物価が上昇し、収入も増えないなか、景気が良くなることはない。
	□	コンビニ（経営者）	・繁忙期に入るが、再びコロナ禍の影響で忘年会や会合が少なくなると感じる。
	□	コンビニ（経営者）	・変わらないか、これ以上悪い方向にならないように、事業を進めていくようにしたい。
	□	コンビニ（店員）	・光熱費や商材の値上げが続くなか、客の買い控えが心配されるため、景気の改善は考えられない。
	□	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が一段落しつつあったが、ここへきてまた影響が出始めている。当社も物価の上昇や円安、原材料価格の高騰による影響が常に出ており、経営はひっ迫している。
	□	家電量販店（経営者）	・コロナ禍が落ち着かない状況に変化はない。
	□	家電量販店（店員）	・商品価格が安いいためか、インターネットでの購入が増加し、家電量販店での販売量は明らかに減少している。
	□	家電量販店（店員）	・物価上昇のニュースを受けて、財布のひもが固くなっている客が多い。
	□	乗用車販売店（経営者）	・2～3か月前の相場で価格を調整しているが、足元の仕入相場はかなり下がっている。先行きは今よりも更に悪化することが予想される。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・今のような水準が維持できそうである。
	□	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価が安定すれば落ち着くが、今後のコロナ禍による影響も心配である。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・投資先や消費対象がより選別され、売れる物と売れない物の格差が広がる。全体的には先行きが不透明であるため、現状の景況感が続くと予想される。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・様々な消費促進のキャンペーンが再開しているが、需要は生活必需品や飲食関連、旅行などに流れることが予想される。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・来客数は増加傾向にあるが、売上の中心となる食品や日用品の値上げが続いており、大きなプラス要因は見当たらない。しばらくは横ばいの傾向が続くと予想されるが、今後はインバウンド需要に期待している。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・例年は新年に向けて、ユニフォーム新調などの注文があるが、今のところはかなり少ない。今後も少ない状況がしばらく続きそうである。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇や水道・光熱費の上昇といった懸念材料が今後も続くため、状況は今月と変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・エネルギー価格の高騰のほか、円安や物価の上昇による影響はまだまだ続いている。ただし、だからといって安易に商品を値上げできるわけではなく、仮に売上が増えても、利益が増えるというところまでは、ここ数か月では厳しい。また、深刻な人手不足で売上を伸ばす手段にも限界があり、まだまだ景気回復と呼ぶには程遠い。
	□	一般レストラン（店員）	・食品などの値上げが続いているため、外食にお金を使う余裕がなくなっている。
	□	一般レストラン（店主）	・全体的に客は増えているが、新型コロナウイルスの感染状況に左右される。感染第8波の影響が予想されるなか、個人商店は何らかの企業努力が必要である。
	□	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響が一時収束しかけたが、また感染第8波が発生したため、来客数の動きが変わる。
	□	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍の収束時期が見通せないなか、政府による観光業者への支援で良くなってきたが、この調子が続くとも思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が顕著であるが、以前と比べると影響はそれほど大きくない。イベントなども、規模は縮小しながらも開催されている。
	□	通信会社（社員）	・横ばいか、悪くなることが予想される。物価の上昇や人手不足、販売状況の悪化などで、閉店せざるを得ない店舗も出てきている。
	□	競輪場（職員）	・例年であれば良くなる傾向となるが、経済環境や世界情勢の変化、物価の上昇など、目に見えない要素が多いため、全体としては変わらない。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・円安の流れがようやく落ち着き、企業業績も安定している。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ情勢の影響もあり、個人消費の落ち込みが続けば、景気は悪化する可能性が高い。
	□	その他レジャー施設 〔イベントホール〕（職員）	・原材料価格や物価の上昇が続くなか、賃上げがどの程度進むかに大きく左右される。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は再び増加傾向にあるなか、プロ野球シーズンが終了し、12～2月は多くのコンサートが開催の予定である。なお、3か月後の状況は不透明であり、全体的には現状と変わらないと予想している。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・政府の需要喚起策もあり、人の流れが戻ってきている反面、新型コロナウイルスの感染拡大も気になる。
	□	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）	・観光業は少し良くなっているが、全般的な景気は良くないように感じる。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・年度末に向けて、様々な商談が出てくる時期であるが、事務所向けの一部の商談を除き、良い材料が見当たらない。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇で、買物にはこれまで以上の堅実さを感じられる。新型コロナウイルスの感染状況も見通せないなか、景気が良くなるとは到底思えない。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	・現在も原油価格や原材料価格の上昇や、円安傾向もあり、食料品を中心に買い控えの傾向がみられる。年末年始にかけても、この傾向は続くと考えられる。さらに、新型コロナウイルスの感染第8波の到来も予想もされるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（店長）	・旅行への需要の分散が進み、やや悪くなる。
	▲	スーパー（経営者）	・電気代や燃料代といったコストの上昇で、値上げ対応せざるを得ないが、それでも対応しきれない企業は、事業の継続が困難になるケースも増えてくる。
	▲	スーパー（経営者）	・大企業によるベースアップやインフレ手当の話題が出ているが、中小企業は厳しい状況である。地方自治体の消費応援策が終了し、実質賃金も減少するなか、高所得層を除く、中低所得層の財布のひもは更に固くなる。
	▲	スーパー（店長）	・収入が増えないなかでの物価上昇により、客の購買行動はよりシビアになる。特に、衣料品への支出は後回しになる可能性が高い。さらに、当店に関しては競合店が新たに増え、食料品の購入客数も90%から95%までと落ち込むなど、今後も来客数の減少が避けられないと予想される。
	▲	スーパー（店長）	・今後も原材料価格の高騰でインフレに拍車がかかり、消費は冷え込むと予想される。
	▲	スーパー（店長）	・食品や公共料金の値上げが、今後の景気動向に大きく影響すると考えられる。今後は客の節約志向が強くなり、ボーナスサンデーやクリスマス、年末年始商戦の苦戦が予想される。
	▲	コンビニ（店長）	・値上げが進むなか、買い控えの傾向が強まってくる。
	▲	コンビニ（店員）	・寒い時期は来客数が減る。
	▲	コンビニ（店員）	・以前はたくさん買物をしてくれた客も、買い控えの動きが増え、客との会話でも値上げの話題が多くなっている。今後も値上げが続く様子であり、ますます景気は厳しくなっていくと予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・諸物価の上昇のため、消費者心理が冷え込む。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・中国の新型コロナウイルスの感染状況がひどくなり、ウクライナ紛争も激化している。円安や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、政情不安といった悪い材料が多く、そのいずれも収束する気配がないため、今後も景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・年始になると毎年客足は鈍るため、今回も例年どおりとなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ますます寒くなる気候と、更なる値上げの影響で、消費者の財布のひもは固くなる。
	▲	一般レストラン（企画）	・円安やウクライナ危機などで、エネルギー価格や食料品価格が更に上昇するため、外食の頻度が減り、販売量の減少につながる事が予想される。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気が付けば、食料などの大幅な値上げにより、手元にお金が残らない。生活費が圧迫されれば、その他の出費にお金回らなくなる。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の延長が発表されたものの、新型コロナウイルスの感染第8波の影響次第であり、まだ客は様子見を続けている。いずれにしても、10～11月のような動きを期待することはできない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の終了後が心配である。実際に、予約の動きは12月20日までで止まっている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・観光業界には、全国旅行支援の反動と物価上昇の影響が出てくる。ただし、インバウンドの入国規制の緩和により、今後の情勢次第では以前のインバウンド売上に戻る可能性もある。
	▲	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の終了による反動が懸念される。
	▲	旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援が終了すると、客の消費マインドに悪影響が出る。まだ、近隣や社会、世の中の人にどう思われるかを考える客が多い。
	▲	通信会社（経営者）	・円安による材料価格の上昇で、やや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・世界情勢に変化がないため、当分は徐々に悪くなると予想される。
	▲	テーマパーク（職員）	・アジア情勢が緊迫度を増すなか、まともな防衛についての議論は進まず、政策もますます本質から遠ざかっているように感じる。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・まだまだ値上げが予定されているなかで、何も策がなければ、今よりも良くなるとは思えない。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期になると来客数が減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・関連業者との会話でも好調な話題が多かったが、それも徐々に過去のものとなり、成約率の低下傾向が進んでいる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・様々な商品価格が今後も上がっていくのか、不透明な要素が多い。全体的には値上げスパイラルに入っていると感じる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利の動向や米国の景気後退予想など、先行き不透明感があるなかで、住宅ローンの借入れへの不安が出てくることが予想される。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・物価の上昇による悪影響が出る。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇に伴い、家計に余裕がなくなっているため、花代が節約されることが予想され、今後は更に来客数、客単価が悪化する。
	×	百貨店（商品担当）	・11月の傾向から、今後2～3か月先に良くなることは考えにくい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が、消費者の節約志向に影響を強く及ぼしている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今は仕入価格が上がっていないが、来年の春夏商材は価格の上昇が予想され、単価が上がると売れなくなる。
	×	家電量販店（店員）	・リフォームの補助金による前倒し需要があった分、2か月程度は停滞が予想される。日常的に価格も高騰しているため、当面は多少の補助金があっても見通しは悪い。
	×	家電量販店（店員）	・世の中の景気が悪く、ウクライナ危機も終息しない状況のなか、食品価格やエネルギー価格の上昇で、市民の暮らしは圧迫されている。家電の購入も最低限に抑えており、単価は上がらない。高付加価値品よりも安価な商品に需要が流れていることは間違いなく、厳しい状況はまだ続くと思われる。
	×	住関連専門店（店長）	・輸送費の値上げの連絡が、取引先から既に届いている。今後はコストの上昇が更に進む。
	×	通信会社（社員）	・改善要因が見当たらない。物価の上昇に対する具体的な措置も全く取られないため、更なる悪化が進まざるを得ない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信会社（役員）	・直近の状況を背景に、2～3月か先の見通しは、景気、事業環境共に厳しい。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安や船の運賃の高騰により、全く利益が出ない状況であったが、ここへきて円安の状況も少し改善し、船の運賃にも低下の兆しがみられる。注文は以前よりも増加傾向にあり、2～3か月後は為替水準にもよるが、利益の増加が見込めそうである。
	○	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染対策を採りながら、年末年始のイベントに向けて人流は増えるため、飲料水の売上も少し良くなる。
	○	化学工業（管理担当）	・家電や車載向けに続き、動きの遅れていた土木、建築向けも回復してくると予想している。
	○	金属製品製造業（経営者）	・製品価格の値上げが浸透しており、売上が徐々に回復している。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・受注量が増えない。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・以前に受注した長期案件が納期を迎え、売上が増えそうである。引き合いも増えているため、少し良くなる。
	○	建設業（経営者）	・案件が動き出し、問合せも増えてくると予想される。資源相場は高いままであるが、案件を動かすことで、この状況を前に進めようという客が出てきている。
	○	輸送業（営業担当）	・大規模商業施設の新設により、店舗の商品をそろえるための荷物が増えている。
	○	輸送業（商品管理担当）	・12月はボーナスが支給されるため、売上が増える。
	○	通信業（管理担当）	・ボーナス商戦や水際対策の緩和などで、景気は上向く。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年に入り、紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	司法書士	・旅行や外食業界への支援による、一時的な効果は出ている。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、新薬の供給で明るい兆しがみえつつある。人の外出は今後更に増え、旅行や土産需要、インバウンド需要などの盛り上がり期待される。
	□	繊維工業（総務担当）	・為替の変動も落ち着くことが予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる情報がない。
	□	化学工業（企画担当）	・油脂原料の価格は横ばいが続くなど、価格上昇の一巡にめどがついた。今後は年末年始の食品の特需も見込まれ、状況はやや改善することが予想される。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・売上は現状維持が予想される。新規案件の話はあるが、実際に稼働するのは半年先になるようで、近々での変化は見込めない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・これ以上の景況の悪化はなく、横ばいの推移が予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・世界情勢はまだ不安定であり、コロナ禍が収束する気配もみえない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ウクライナ危機やコロナ禍の影響で、仕事はあっても材料が入ってこない。
□	建設業（経営者）	・取引先に建設資材価格の高騰や納期の不安定化は理解してもらえぬが、納得はしてもらえず、価格転嫁も困難な状況である。	
□	輸送業（営業担当）	・客が値上げした商品価格に慣れるまでは、しばらくは売れない。	
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・まずはウクライナ危機の鎮静化が必要であるが、中国の台湾侵攻懸念も高まっている。ここ数年は、本当に景気の回復材料が見当たらず、来年に向けては、中小零細企業の倒産も増えることが予想される。	
□	金融業（営業担当）	・全ての仕入商品や原材料価格が高騰する不安定な状況であり、良くはならない。	
□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波が来ており、今後2～3か月は受注の改善が難しい。	
□	広告代理店（営業担当）	・今年度中は、上向きの動きが期待できない。	
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今はそれほど忙しくなく、年末に向けても忙しくはならない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の足音が徐々に聞こえ始めたなか、年末にかけては人流の増加に伴って売上も回復する。ただし、年明け以降に新規感染者数が急増し、医療機関の機能が落ち始めると、自然に行動の自粛が始まり、消費が冷え込むと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸入商材の値段が上がり、買い控える客が増えたため、受注量が減少している。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・2～3か月では大きな変化はない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格、光熱費の上昇が、吸収できる範囲を超えたため、値上げせざるを得ない状況となった。先行値上げの他社や業界の状況から、販売量が減少することは間違いない。
	▲	繊維工業（団体職員）	・当産地の需要期の関係もあるが、年始以降の新型コロナウイルスの感染第8波による影響が懸念される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売ルートの見直しとコストカットで対応しなければならない。今後はますます値上げによる負担が増える。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・全般的に物価が上昇している。特に日用品や食料品などの生活必需品の価格が上がっており、この傾向はしばらく続く。物価の上昇に伴い、どこまで値上げが実施されるかで景気が左右される。大企業の一部ではインフレ手当などを出しているが、中小企業は資金力が乏しく、実質賃金の上昇は難しく、身の回りの景気はやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・業況は現状維持であるが、生活面では収入の増加よりも物価の上昇が先行しているため、厳しい状況である。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇に加えて、新型コロナウイルスの感染第8波の到来が懸念されるなか、当地では雪の予報も出ており、ますます景気が冷え込む可能性がある。
	×	化学工業（経営者）	・原材料価格の大幅な値上げが、頻繁に行われている。販売価格に転嫁しているものの、その影響で出荷量は確実に減っており、値上げ分ほど売上は増えていない。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・来年以降の在庫調整や、流通量の減少といった話が、数件の取引先から聞かれる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・政府は半導体関連の企業への支援を進めてきたが、今の日本政府に経済を引っ張る力はないため、特に期待していない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
	×	輸送業（経営者）	・仕事を依頼する側も、採算割れの仕事から手を引き始めているため、全体的に仕事の量が減っていく。雇用調整助成金などの補助金も打ち切りになるため、支出を更に抑えるしか手段はない。また、各種経費の上昇も収まる見込みがなく、景気は更に悪化し続けることになる。
	×	不動産業（営業担当）	・店舗の空室率が上昇している。事務所もコロナ禍によるリモートワークが増えたため、オフィスを縮小したり移転するケースが増えている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・新たな展望が開けない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、まだまだ人材不足が続くと予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・全体的にアフターコロナの状況を迎えつつあり、企業の人材需要も旺盛である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後も訪日客の増加や、国内観光客の需要増加が見込まれ、徐々に上向くことが予想される。ただし、新型コロナウイルスの感染第8波やウクライナ危機といった不安要素が多いことも否めない。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しているが、それほど影響は出ていない。今後は円安の状況と物価上昇の影響で、先行き不透明な部分はあるが、景気は回復してくる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月からの就職情報の解禁やエントリーの開始に向けて、企業の広報は現状程度か、それ以上に活発化する。ただし、秋冬以降は学生の動きが年々鈍くなることから、動員が見込めない説明会の出席は控える可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（経営者）	・年末や年度末に向けて、企業はある程度の手を集めようと、派遣依頼のオーダーはかなり増えているが、人材集めが難しくなっている。一部の企業では、人材のマッチング後、派遣から正社員に登用のケースも増えている。現状、それほど景気は右肩上がりとはなっていないが、人材不足感が否めない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多いものの、全体的な給与は底上げされていない。
	□	職業安定所（職員）	・円安で海外からの観光客の購買意欲は高まっており、秋の観光シーズンは持ち直した。今後は、冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染第8波が懸念材料である。
	□	職業安定所（職員）	・例年、年明けは求人が減る傾向にあり、新型コロナウイルス感染症による影響を危惧しているが、コロナ禍も長期化しているため、大きくは変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らなければ活気が出ない。一方、外国人観光客が増えることを期待している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇で、企業業績の先行きは不透明感が強まっているが、大学の新卒求人数は前年度と変わらない様子である。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・円安や物価の上昇に対し、中小企業を中心に販売価格への転嫁が進まないという声が多く、先行きの不透明感は強い。また、新型コロナウイルスの感染第8波について、具体的な影響は出ていないものの、今後は懸念する声が出始めている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・冬場に向けて、新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行がないことを祈る。
	▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・為替はやや円高に振れているものの、しばらくは円安の動きと、それに伴うインフレが続き、経済環境は年明けも悪化が予想される。ウクライナ危機も解決のめどが立たず、中国での新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ政策に伴う、景気への悪影響も続く。多くの業界がこの状況に身構えるなか、一部の業種を除き、求人にも積極的にはならないと予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始や年明けの1～3月にかけても、関西の地元企業の宣伝、プロモーション予算には手控え感がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・問題が複雑化しているなか、政府の対応力が問われているが、これまでの対応をみると事態を静観するばかりである。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が減少しているほか、物価上昇や円安の影響などで経済が低迷し、厳しい状況が続くと予想される。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・建設業の求人企業からは、例年の年末に向けた駆け込み工事について、今年は余り話が聞かれない。原材料費などの負担増もあり、工事自体が余り動いていないため、求人の増加にはつながらない。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国の大手IT企業のリストラなど、景気の明らかな転換がみられる一方、反転する好材料が見当たらない。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・コロナ禍による特需の求人が減り、通常の求人数は徐々に増えつつあるが、求職者数が減っているため、マッチングに苦戦している。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・生活用品を含めて大半の商品が値上がりするなか、給与は据置きか減少となっているため、購買意欲が下がっている。
	×	—	—

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・海外では新型コロナウイルス感染症の影響がほとんどなくなってきたため、我が国でも感染症の基準が見直され、景気は良くなる。
(中国)	◎	テーマパーク（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症対策が習慣となり、客の流れが良くなる。
	○	商店街（代表者）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しないことを前提とすれば、景気は良くなる方向へ進んでいく。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・近所で新規出店が増加し、客の動きが活発になっているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年年始は新年度に向け景気が上向くので、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・人の動きから判断すると、地方も今後、売上が増加する。
	○	スーパー（店長）	・商品の値上げが続き、1品単価が上昇するため、売上が前年を超える状況が続く。しかし、電気料金の高騰や最低賃金の引上げなどで経費が膨らむため、経常利益は増加しない。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・商品単価の上昇の影響で売上の改善がしばらく続くが、長期的にはそれに並行して来客数も増加するとは考えにくい。新型コロナウイルス感染症の第8波で来客数が減少すれば、商品単価の上昇の効果も低下し、売上が減少に転じる恐れもある。
	○	コンビニ（支店長）	・年末年始で人の流れが良くなるため、景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・年末年始の商戦に入り、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・メーカーの生産が拡大し、前年より良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・半導体や部品の不足による納期遅延で、前月より受注が減少しているが、新型車の発表もあり、来客数や問合せは増加傾向にある。初売りや決算も控えており、この先2～3か月は売上の増加が見込める。
	○	乗用車販売店（店長）	・今後3月まで業界自体が繁忙期に入り、新型車の発売も控えているため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・来年1月から決算期に入るため、来客数が多少増加し、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今後、更に新型コロナウイルス感染症の影響が薄れてくるため、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・年末年始で買物客が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援の延長で景気はやや良くなる。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着けば、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・従業員の人手不足等の課題はあるが、全国旅行支援の延長が決まったため、今まで以上に景気は上向きになる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・政府、県、市の支援策が終了した時点から約1か月は需要の谷間に入るというリスクはあるものの、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・国内観光客の動きは新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、水際対策の緩和によりインバウンドの利用が増加してきている。現状3か月前の予約状況も活発化しているため、インバウンドの増加により全体的な人の動きは活発化する。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着けば、全国旅行支援が来年も続くため、景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（支店長）	・旅行需要に回復の兆しが出てきた状況で、全国旅行支援が継続するため、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症に関わる新薬の誕生やスポーツイベントでの我が国の活躍などにより活気が高まることを期待する。
	○	タクシー運転手	・人々が以前ほど新型コロナウイルス感染症に敏感にならないため、景気が悪くなることはない。
	○	タクシー運転手	・今後、夜が繁忙期になるため、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・今後の新型コロナウイルスの新規感染者数の動向に関係なく、ネット商品の需要の増加傾向が続く。
	○	テーマパーク（営業担当）	・広告宣伝の効果で、全国旅行支援が徐々に浸透すると、景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・まだまだ先行きは不透明であるが、景気が良くなる可能性はある。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・年末年始は現状、移動制限等もないため、より多くの人出が見込まれる。
	□	商店街（理事）	・需要が高まる年末年始に入るため、来月以降も今月の良い状況が続く。
	□	商店街（代表者）	・相変わらず必要以上に商品を購入せず、消費を切り詰めたという客の思いが感じられるため、景気は良くならない。
	□	商店街（代表者）	・食品を中心に値上がりが続いている影響で、買換えよりも修理が増加している。客が金を使わない方向に向かっているため、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が終息する兆候が全くないため、今後も消費は増加しない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策次第であるが、現状から判断すると、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着けば、多少は景気も上向くが、商品価格や電力料金の上昇が景気回復を阻む。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・客の消費マインドは上昇傾向にあるが、商品やサービスの値上げが今後も続くと、消費が落ち込むリスクがある。また、商品供給が需要に追いついていないため、在庫不足が懸念される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・コロナ禍で、客の商品の買い方がセールだからとか安価だから購入するという買い方ではなく、必要なものを見定め購入するという買い方に変化している。今後も大きな変化はないと思われるが、気温が下がっていけば、重衣料などは動いてくる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・月により販売量や売上に増減があっても、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・様々なイベントが復活し、旅行需要が更に増加するものの、コロナ禍で客の購買パターンが変化したことで、地方の実店舗の今後の見通しは決して良くない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・物価の上昇や円安の影響で、客の購買意欲は当面向上しない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・年明けに景気が良くなる要因がなく、競争が増加している業界でもあるので、今後も厳しい状況が続く。食品を中心に値上げが更に進行するため、客の食費の節約志向が進む。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・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、今後も良い状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げ商品が多いため、景気は悪い状況が続くが、前年よりは良くなる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・年末年始にも大きな動きが期待できないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・今後、物価が下がるとは考えられないので、景気は回復しない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大し、物価高が続くため、新たな景気対策がないと、景気は余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・値上げされる商品の数や値上げの上昇幅が客の予想を上回っているため、主に食料品で買い控えが発生している。年末年始もぜひたく品や高額商品の購入は控えられ、消費が旅行など別方面に回されるため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・電気料金やガソリン代などの大幅な上昇で、客が生活防衛に重点を置き、食費を最低限にしようという気持ちを強く持つため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・例えば、一定期間消費税を廃止するなどの思い切った施策を講じない限り、景気は悪いままである。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今の状況から大きな変化はないと感じる。また、冬は夏以上に電気料金が掛かるため、家計が更に圧迫され、食費以外での節約も必要になってくる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・電気料金や物価の上昇などの報道があっても、それに対する政府の思い切った景気対策が示されないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が続く、客の購買意欲が低下するため、景気は悪化する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現在も相変わらず在庫が不足している状況で、供給面が改善される兆しがあれば、現状は反転するが、変わらないようであれば、現状のままになる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車の生産が遅れ、販売にも影響が出ているため、どこかで爆発的に売れなければ、この状況は打開できない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・電気料金や食料品価格の上昇が家計を圧迫しているため、イベントやキャンペーンなどで盛り上げていても厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・年末年始と客の動きが激しくなる時期に入るが、新型コロナウイルスの新規感染者数が日々増加傾向にあり、メーカーの値上げも続いているため、今後も客が財布のひもを緩めることは難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・冬場の光熱費の上昇や生活必需品の更なる値上がりが見込まれる状況で、客の巣籠りや生活防衛の姿勢が変わらないため、景気は良くならない。
	□	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援が来年3月まで延長になれば、利用人数や売上も今の状況を維持できる。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの第8波が懸念されるが、行動制限などの縛りがないため、景況感はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻った部分もある。年末に向けてスポーツやエンターテインメントのイベントも多く開催されるが、新型コロナウイルス感染症に対する危機管理において一部の主催者や企業の方針にまだばらつきがあるため、ブレーキが掛かることも予想される。
	□	通信会社（工事担当）	・客の動向から判断すると、景気は変わらない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・今のところ先の予約まで順調に推移しているが、今後の新型コロナウイルス感染症の動向が心配である。
	□	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の売上は横ばいとなる。
	□	設計事務所（経営者）	・年末年始に人の移動が増えることから、新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着くのはその後になる。物価の上昇もしばらく続くことから、景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・客の資金に余裕が出ないため、しばらくは現状が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に対して賃上げが追い付いていないため、しばらくは低調な状況が続く。
	□	住宅販売会社（営業所長）	・物価の安定や客の収入の増加が明確にならない限り、住宅業界は浮上しない。
	▲	百貨店（売場担当）	・値上げや円安を強調する報道が、客の購買行動にかなり影響を与えている。もし、好転するとしても、特に衣料品は、1月のクリアランスセールまで、買い控えがある。また、お歳暮も、お中元に比べ、かなり苦戦している。
	▲	百貨店（販売計画担当）	・個人所得の伸び悩みや電力料金等の高騰で、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げが家計に影響を及ぼすため、客が生活防衛に入り、景気はやや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、景気はやや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・様々な商品が値上がりし、家計が厳しい状況にある一方で、給料は上昇しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店長）	・今後、更に物価が上昇し、来客数が減少する。
	▲	家電量販店（店長）	・インフレが進んでいるため、高額商品の購入を渋る客が増加している。
	▲	家電量販店（企画担当）	・物価の上昇の影響で、景気が悪くなり、客が家電を購入する余裕が無くなるため、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・新車原価も高くなっているが、最寄り品のインフレが客の財布のひもを固くしていると感じる。残価設定型クレジット等の提案も行うが、客の反応は良くない。当面は厳しい状況が続く。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・年2～3回も値上げがあつては、消費マインドも冷え、絶対に必要な物しか買わなくなっていると言うより、買えなくなっているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するとともに、インフルエンザの感染者数も増加するため、景気の回復は遅くなる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・物価の上昇が続いている状況で、新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザへの警戒感もあるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	一般レストラン（店長）	・客が新型コロナウイルス感染症にある程度慣れてきたような印象を受けるが、値上げの影響が徐々に出てきている。来店頻度が下がっている常連客もいるため、景気はやや悪くなる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・例年1月中旬から2月末まではオフ期となり、需要が落ち込む時期となる。全国旅行支援の延長や自治体独自の誘客施策による需要喚起を期待するが、新型コロナウイルスの感染状況により先行きの不透明感はある。
	▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が始まっており、自衛的な活動の減退が予測される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金を中心としたエネルギー価格の上昇が家計を圧迫するため、景気はやや悪くなる。
	▲	テーマパーク（管理担当）	・政府が、物価高騰に対する対策を全く行わず、増税の議論をしているため、景気はやや悪くなる。
	▲	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が来客数に影響する。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰のためか客の消費意欲が下がっているように感じる。厳しい状況であっても、賃金は上げないといけない状況なので景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・工事費の見積りが高く、今後もなかなか下がりそうになく、今の状況では、特に新築工事のケースで契約が進まない。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続くため、来客数が増加しない。
	×	スーパー（財務担当）	・今後も、光熱費及び生活必需品等の値上がりが続く、消費者の所得環境が改善されないため、客の節約により売上が減少する。
	×	コンビニ（エリア担当）	・店の前の道路の片側通行が来年の3月まで続く。朝夕買物していた常連客が夜は来なくなるなど片側通行の影響が続くため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・業種的に閑散期に突入するが、今後、新型コロナウイルス感染症の第8波、更には第9波が襲来すると、更なる不景気がやってくる。また、新型コロナウイルスオミクロン株から更に変異することが予想されるなか、政府が5類感染症扱いにすると、パンデミックが起こるかもしれない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・商品の値上げが止まらず、特に低価格帯の商品の値上げ幅が大きい。購買頻度の高い価格帯の商品群の価格が安定しないと、今後、厳しくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症だけでなく、物価が上昇している影響で、今後、一層景気が悪くなる。
	×	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加する可能性があるため、景気は悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・様々な物が値上がり傾向にあり、客の購買意欲が下がっている。
×	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着いておらず、物価の上昇もあり、客の節約志向が一段と強まることから、景気は悪くなる。	
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も繁忙状態が続く。
	◎	輸送業	・受注が増加しており、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・地政学リスクを始め様々な問題はあるが、経済全体を考えると景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元からの生産内示による情報から判断すると、景気はやや良くなる。
	○	輸送業（総務・人事担当）	・雇用も堅調であり、値上げの浸透が業績に好影響を与える可能性が高いため、景気はやや良くなる。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、賃貸住宅の需要時期に入るため、現状に比べれば、景気はやや良くなる。
	□	農林水産業（従業員）	・景気は好転する要素がないため、変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	・年末商戦に向けて提案を強化しているが、計画販売数量が低下傾向であるため、値上げ率等を含めると、前年並みで推移する。
	□	繊維工業（財務担当）	・原材料と光熱費の価格高騰が落ち着くかどうか不透明であるため、景気は変わらない。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高騰や物価高は当面変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向けの通常案件の生産は減少傾向が続く見込みであるが、鉄鋼業向けの次の大口案件も生産に着手するため、現在の生産量は維持できる。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・部品調達ネック等が継続しているが、今後も大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気は変わらない。
	□	建設業（経営者）	・あらゆるものが値上げしているが、消費が落ち込むこともない。建設工事の引き合いも低調ながらあるため、今の状態が続く。
	□	建設業（総務担当）	・この先の物価や資機材の流通について不透明な状況が継続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（業務推進担当）	・現状、客の荷動きに目立った変化はなく、大きなプラス要素もないため、景気は変わらない。
	□	通信業（営業企画担当）	・来年度に向けた準備の期間のため、引き合いや受注量に変化はない。半導体不足なども徐々に解消されている傾向にあり、計画的に引き合いが発生する。
	□	金融業（融資企画担当）	・世界的半導体不足などから、当面、地元完成車メーカーの国内生産は生産能力の8割程度で推移するとみられる。系列の地元部品メーカーの受注や生産もおおむね現状程度が続く。
	□	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念はあるが、ウィズコロナの経済、消費行動が定着し、円安も一段落したことから、企業業績の大幅な悪化はない。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、厳しい状況が続く。
	□	会計事務所（経営者）	・景気は新型コロナウイルス感染症、原材料価格、円安、ウクライナ情勢等の動向次第である。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因として、10～11月にかけては売上が多く、12～2月にかけては売上が厳しい時期となる。今後、2～3か月先は前年同期よりも更に厳しくなりそうである。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・回復の動きがないため、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・金属価格の下落やエネルギー価格の高騰に拍車が掛かる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・鉄スクラップ価格はやや下落傾向だが、電力の燃料調整費単価は上昇の一途をたどり、この状況は3か月先まで続く。政府による1月からの電気料金の軽減策は非常に助かるが、4月からは電気料金の大幅な値上げが予定されており、採算面の悪化は不可避である。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・今後も原材料の価格高騰や物価高による影響を受ける。コロナ禍での巣籠り需要の頭打ちで、生産計画も減少する。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の設備投資が落ちてきており、主力となる半導体製造装置関連の受注量も減少する。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（支社長）	・円安が止まり、一部企業の採用意欲が回復する。
	○	職業安定所（所長）	・人の動きが増え、業況が少し良くなっている観光スポットが出てきたり、コロナ禍で休業していた店舗が営業を再開したりするなど明るい動きがあることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で59.6%の減少と引き続き大幅に減少していること、求人数が全体的に増加していること、また、政府としてウィズコロナの方向性が定着してきたことなどから、不安定要素がありながらも景気は徐々に回復する。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波への懸念はあるものの、これまでのような行動制限はないようであり、年末年始の帰省や旅行などでリベンジ消費が増加する。また、今後、更なるインバウンドも期待されることから、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナが広がり、これ以上新型コロナウイルス感染症が拡大しなければ、雇用のニーズは高まる。ただし、求職者とのマッチングが難しい状況が続くため、景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	・生産性向上を実感するには、ITによる取組が広く行われる必要があるが、ここでは2極化がみられる。
	□	人材派遣会社（副支店長）	・例年と比べて特に大きな動きがないため、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波に備えた対策、イベントの再開などコロナ禍の3年目にして新型コロナウイルス感染症対策をしながら経済を回している企業が多くなっている。G7サミットに向けて周辺の仕事の受注も増え、新型コロナウイルス感染症と共存してビジネスを展開していく方向性の企業が増加している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安、原価高騰の状況が改善する見通しが立っておらず、当面現状のまま推移する。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・地元の産業はサービス業が多いが、宿泊業は全国旅行支援で予約件数が新型コロナウイルス感染症発生以前に戻りつつある。ただし、年が明けると閑散期に入るため、今後の動きに注視する必要がある。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・製造業関係の求人数は増加傾向にあるが、それ以外の業種の求人数は増えておらず、今後も景気は変わらない。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・10月から社会保険の加入要件が変更となり、主婦層は現場で働く時間と収入のバランスが取れなくなっている。このため、パート層で転職者が若干増加傾向にある。短期バイトや派遣も同様に雇用期間が2か月を超える場合、原則、社会保険へ加入しなければならないため、労働者側や企業側の手間が増え、企業と求職者のマッチングが難しくなっている。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率等は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復しているが、物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の影響で、人の動きが制限されている。また、物価が上昇しても、賃金が上昇しないため、今後、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

## 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)	◎	美容室（経営者）	・12月はさすがに人が動くと思うが1月、2月は予測できない。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ボーナス等の環境が良くならない限り、大きく伸びていくということは厳しいと感じているが、12月は最も需要が大きいため、期待は大きい。
	○	家電量販店（店員）	・ボーナス商戦や新生活準備で、全体的な需要増加を期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの発表では1～3月にかけてはかなり生産が改善するとの情報がある。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波到来の兆しがあるといわれているが、ウィズコロナの生活様式に慣れてきており、今までよりも、飲食店への影響は少ないのではないと思う。
	○	旅行代理店（営業担当）	・以前まで動きがなかったグループ、団体も少しずつではあるが動き出している。先行きの予約も順調に伸びている。
	○	通信会社（営業担当）	・大きな動きではないが、来客数は回復傾向であり、これからの年末年始、新生活シーズンに向け期待している。
	○	観光遊園地（職員）	・為替相場の急激な変動も一段落すると予想する。また全国旅行支援の市独自の上乗せなどの効果から、宿泊者数が増加すると考える。
	□	商店街（事務局長）	・2023年も過去にない物価高騰が続くと思われることから、一部の富裕層を除き、消費者の財布のひもはますます固くなると予想する。消費者の購買心理は、新型コロナウイルスの感染状況から物価高に左右される局面に変わってしまったと感じている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症次第という感は否めないが、12月は多数の冬のイベント等が予定されており、それに伴い来客数も増加すると思う。そしてウィズコロナが進めば、大分消費者のマインドも上がるように思われる。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行状況は心配だが、行動制限がない場合には、年末年始の景気が良くなる部分はある。しかし、円安や輸送コスト高に材料の価格高騰等で商品単価が上昇しており、客の先行き不安感が拭えないため現状同様に不安定な状況が続いていくと思う。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響か、客の動向は相変わらず低調である。年末商戦の時期に掛かり若干の期待は持っているが、どうなるかは予測不能である。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・本来なら年末年始で景気は良くなってくるが、新型コロナウイルス感染症の第8波を懸念して予約の変更やキャンセルが少し始めている。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇の状況次第で先行きが見通せない。
	□	スーパー（店長）	・値上げによる消費の低迷は回復しないと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（企画担当）	・12月の年末用品は買い控えしにくい商材なのでそれなりの売上になると推定できるが、他の商品の買い控えの影響がどの程度になるかで商戦の結果が出る。
	□	スーパー（人事）	・今は支援金や給付金などがあるため、ある程度の金は動いているが、為替などに不安材料が大きく、今後の展望はみえてこない。現時点の状況では、消費行動が大きく変化する材料は乏しいと思われる。
	□	コンビニ（総務）	・コロナ禍の状況にもよるが、よほど悪化しない限りこの傾向は変わらない。
	□	コンビニ（商品担当）	・円安が続く場合は景気は変わらないと考える。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・気温がより低くなれば、コートやダウンといった高単価の商品の動きも良くなってくると思うが、冷え込みが遅れると、セール期に入り粗利が悪くなってしまう。
	□	家電量販店（副店長）	・人の動きは多くなっているが、物価高の影響もあり購入に関しては慎重になっている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・半導体不足で長納期が解消される気配はない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・部品不足の解消にはまだまだ時間を要し、新型車は発売されるが、配車に期待できず、現状と変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・納期の遅れは継続中であるが、今後の回復に期待する。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・全体的に商品が値上げ傾向にあるため、年末もそれほど期待できない。
	□	通信会社（支店長）	・原材料価格の高騰、物価上昇の影響から、2～3か月後の大きな来客数増加、売上増加は期待できない。
	□	美容室（経営者）	・特に大きな変化はないと思う。
	□	設計事務所（所長）	・当地域の温泉等への観光客数は非常に増加しており、景気は回復はしているものの、一方では、建築費が上昇しているため事業を取りやめる企業も出てきており、何とも判断が付きにくい状況である。
	▲	商店街（代表者）	・少子高齢化、過剰店舗、ネット社会の進展等を考えると既存市街地店舗における抜本的な景気対策は極めて難しい。さらに、国は社会保障制度や自然災害対策に必要な資源を消費税アップで対応しようとする動きもある。場合によっては我が国の政治体制が混乱し、ますます不透明な時代が来るため、好転する将来の予測は難しい。
	▲	百貨店（販売促進）	・物価高と新型コロナウイルス感染症の第8波の影響があると思われる。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる価格の上昇で、買上件数は更に減少していくと思われる。
	▲	コンビニ（店長）	・商品価格の上昇で、クリスマス関連商品や正月関連商品共に値上がりしており、購買意欲の低下が懸念されるほか、新型コロナウイルスの新規感染者数も再び増加傾向にあり、今後の動向が気になる場所である。
	▲	コンビニ（店長）	・経費上昇を吸収するためには売上は110%必要であるが、とてもクリアできる状況ではない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・年末だが、来客数は前年と比べると全く少ない状態である。景気は少し悪くなっていると思う。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・観光需要を除く、足元の消費動向は力強さを欠いており、今後の物価高騰等の状況によっては、観光需要によるプラス影響を打ち消すほどの足元消費の冷え込みが懸念される。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の効果一巡及び割引率の順次縮小により、国内マーケットの需要は一旦落ち着くと思われる。また、地方空港の国際便受入れは急には進まず、インバウンドの需要回復速度は緩やかであるため、2～3か月後の旅行の総需要は新型コロナウイルス感染症発生前に届かないと思われる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・宿泊は全国旅行支援もあり堅調であるが、人手不足により受注制限を考えなければ営業できなくなる恐れもある。年明け後の延長も示されたが、新型コロナウイルスの感染拡大により再び行動制限が発出されたり、また、発出されなくても自粛が目立つようになりやすくなる可能性もあり不透明である。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後ということで、1年のうち繁忙期である12月を過ぎると、全体的に毎年客が半減する。また、現在、当地域には新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しつつあり、その余波で人出は減少すると思う。
	▲	通信会社（営業部長）	・更なる燃料費の高騰を始め、物価高による買換え需要への影響が出てくるのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・物価高の影響により、各家庭においては余興資金がまず一番に削減されると予想する。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・光熱費や物価高による影響で、節約する家庭が増え、財布のひもはますます固くなる一方だろう。
	×	衣料品専門店（経営）	・物価高による影響がある。
企業動向関連 (四国)	◎	—	—
	○	農林水産業（職員）	・青果物の価格は、近年では底に近い価格帯で推移している。肥料・農薬等の生産費が高騰しているなか厳寒期を迎える。燃油も高止まりしておりハウス内の設定温度を抑える生産者が多くなることが予想され、必然的に、収量、品質への影響が見込まれる。その結果、供給量が減少し、価格は底上げされると見込む。需要の回復によるものではない。
	○	食料品製造業（商品統括）	・全体的に冷凍食品業界は、価格アップに半年遅れくらいの遅れはあるものの、価格アップを行うことを発信し、交渉を進めることができている。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・円安の影響で輸入から国産という流れがあり、キッチンペーパーで大口のプライベートブランドが決まり、多少売上が良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ダイオード等々、仕事に関する電子部品の入荷が遅かったことに加え、価格が非常に上昇したが、工夫をして代替品で対応できるようになったことから、経営に支障を来さない状況となった。このため景気が上向くのではないかと判断した。
	○	通信業（総務担当）	・社外イベントやボランティア活動への参加者数も増加しており、人の移動が増加しつつあると考えられることから、景気も改善傾向になっていくと考えられる。
	□	食料品製造業（経営者）	・円安の動きが一服しているなか、海外からの原材料価格については高止まりで推移すると予測されることに加え、国内における新型コロナウイルス感染症の第8波が懸念されることから、外食、観光業への販売が減少すると予想している。
	□	繊維工業（経営者）	・関連の加工業者が燃料費、電気料金などの値上がりの影響で加工賃の値上げを要請しており、現状ではほぼ受け入れざるを得ない。現在、売上については順調であるが、原材料やその他の経費が高止まりしており、採算的には厳しくなっている。来春には当社商品の値上げも予定しているが、値上げ後の受注が落ち込むことも考えられる。
	□	化学工業（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向であり、世界的な需要の増加も一部の業界以外では見込めない環境が当面継続すると思われる。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の到来による経済への影響や円安基調による物価高の終わりがみえない。
	□	建設業（経営者）	・公共事業をどんどん発注してほしい。
	□	輸送業（経理）	・今後の出荷計画については大きな数量増減はみられない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・現状は売上が前年比90%程度と見込んでおり、一定期間この悪い状態が続く見込みである。
	□	広告代理店（経営者）	・全国旅行支援等の施策もあり、徐々に景気は回復傾向にあり、イベントの開催等も少し戻ってきている。しかし、エネルギー等仕入価格の高騰を受けている客先からは、今後も販促広告等の削減が見込まれる。したがって、結果として余り変わらない予想である。
	□	税理士事務所	・現状から好転する状況が想像できない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・ハウスメーカーの受注が回復していない。今後の受注は厳しい状況が予想される。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・電気料金の燃料費調整額はどこまで上昇するのか予想が付かない。また、電力会社からは、契約価格自体の値上げも予告されている。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染再拡大の懸念もあり、先行きの不透明感が強まっている。
	▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の懸念もあるが、それにも増して、公共事業の受発注量が前年度よりも少ないことが気になる。第4四半期でこれが一気に回復するとは思えないため、今後は、手持ち量の減少により、やや悲観的に考えており、やや悪くなると見込む。
	▲	輸送業（経営者）	・国会の放送されることの中身が恥ずかしすぎる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送業（営業）	・全国旅行支援等の政府施策により人流が活発化する一方で、収束傾向にあった新型コロナウイルス感染症が再び感染拡大に転じ第8波が危惧されていることや、12～1月にかけて飲食料品やエネルギー料金的大幅な値上げが予定されていることに鑑みると、消費低迷が予想されることから、現状以上の景気回復は見込めないと推察する。
	▲	金融業（副支店長）	・仕入価格の更なる値上げや新型コロナウイルスの新規感染者数の動向等により、景気はやや悪くなると予想する。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(四国)	○	求人情報誌（営業）	・引き続き求人数は増加すると予想される。一方で、求職者の動きは鈍いことから、採用には至らないケースが増加している。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・全国旅行支援による国内観光客の増加や訪日外国人観光客の増加が想定され、人手不足感が強まると思われる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・原油高などにより工業関係の企業の派遣の求人数は減少しつつあるが、サービス業関係の求人数は一定数ある。
	□	求人情報誌製作会社（従業員）	・年末年始のアルバイト需要が終わり、アルバイトの募集は減少するが、正社員の募集が増加すると予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・物価高、円安等の関係で採用の動きは思ったより活発化しておらず、もう少しこの状態が続いていくと予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・各種資材の高騰など、景気が良くなる要素が乏しい。
	▲	職業安定所（求人開発）	・これから冬場にかけて、新型コロナウイルス感染症の第8波が押し寄せると思われる。このため今後当地域の宿泊飲食サービス業が打撃を受けると予想する。
	×	—	—

### 11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年12月の売上は、卒業シーズンの3月や母の日がある5月と同様に売上が多い月である。年末から正月のお花の需要で売上が伸びるが、仕入価格の高騰があり、どのようにして利益を確保していくかを考えていかなければいけない。
(九州)	◎	スーパー（店長）	・インバウンドや全国旅行支援等による景気回復は確実にくと予測できる。実際に地域クーポンの利用率も想像以上に多く、業績に大きく貢献している。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・経営計画では、年度末に合わせて増加し、販売施策も豊富になることが予想される。
	◎	乗用車販売店（役員）	・製造側は年頭から具体的な改善策を提案しているため、今月から納期の改善が少しずつ感じられる状況である。客の購入意欲については、量販車種での新型車効果で更に上向くことを期待している。
	○	商店街（代表者）	・客が増加している要因として、新型コロナウイルス感染症の規制が緩んでいることがある。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しても各人で対策をする習慣が付いていることから、行動範囲が広くなり、消費活動につながっている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波により新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。店の販売対象年齢は50歳から60歳までの女性が多く、4回目のワクチン接種済の客がほとんどのため、注意を払いながら安心して買物しており、年末年始の売上は前年よりやや良くなると予想される。
	○	商店街（代表者）	・引き続き年末商戦で広報関係や年賀状などオーダーメイド製作が増加する。
	○	商店街（代表者）	・当市や商工会議所、近隣の商店街との協力により、一丸となって買物しやすい商店街作りを目標としている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・現状が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（営業担当）	・今月末は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、店頭への来客数が増えている。自家需要商材や好性の高い紳士、婦人雑貨、スポーツ関連、舶来雑貨、時計、家電は好調な状態が継続している。官民一体の景気販売促進策や非接触キャッシュレス決済利用の促進でお歳暮、正月商戦への来客数の回復や購買が期待できる。また、人気物産催事の終了後は、減少していたWebや通販の受注が回復しており、和牛の全国大会での受賞効果もあるため、県内外からの受注の増加やお歳暮正月主戦の活気が期待できる。
	○	百貨店（経営企画担当）	・年末年始は、前年以上に行動範囲が拡大することが予想され、贈物や衣料品の需要が高まると考えられる。
	○	コンビニ（経営者）	・人の流れが増加し、活気が出ている。しかし、商品値上げによる客離れが懸念される。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドの回復もあり、年末年始は前年までの自粛ムードの反動から人の動きは活発になる。物価上昇で価格に敏感になっている客も増え、コンビニの基本商品の動きは良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザの感染を危惧する報道もあるが、世界的には新型コロナウイルス感染症に対する恐怖感や行動制限もないため、新型コロナウイルスの感染症対策への意識も薄れている。政府の全国旅行支援等も継続される見込みであり、人の動きは更に活発になる。
	○	家電量販店（従業員）	・年末年始やボーナス時期もあり、家電の買換えが増えるため景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・行動制限が緩和され、初売りや新生活の需要が期待される。
	○	乗用車販売店（役員）	・減産問題も少しずつ改善し、納車が早くなることで、販売台数増加へつながっていく。
	○	住関連専門店（従業員）	・12月初旬より気候が大きく変わるという予報があり、そこを皮切りに秋冬寝具の需要が高まる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・最近では、プレミアム付商品券等が多くみられる。取引先である旅館やホテル関係では、コーヒーの注文が3か月前から増加傾向にあり、宿泊旅行が多くなっていると推察される。12月から正月の旅行需要もあるため、売上は伸びていく。
	○	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）	・インバウンドの増加で消費が期待できる。
	○	高級レストラン（経営者）	・コロナ禍で3年ほど耐え忍んでいたが、最近では外出も多くなっている。まだ、新型コロナウイルス感染症への対策をしている状況ではあるが、ワクチン接種も行い、人の流れが活発化することを期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が懸念されているが、今のところ行動制限等もなく年末の繁忙期を迎えるため、非常に期待している。また、今後の補助事業にも期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が年明け以降も継続されることになり、宿泊を中心に需要が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第8波や、インフルエンザの同時流行、賃金増加を上回る物価上昇などの不安要素のなかでも、それを上回る景気の上昇が続いており、当面は維持できると考えている。
	○	タクシー運転手	・年末に近づいているため、人の動きが活発になると予想される。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、加えて様々な財の価格上昇もあり、来年の影響の予測が付かない。
	○	通信会社（企画担当）	・年度後半も官公庁の予算の動きは鈍っていないため、通信関係にも好影響があることを期待している。
	○	通信会社（社員）	・人の流れが以前と比べて多くなってきたため、景気は徐々に良くなっていく。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が3か月以内に発生するか見通せないが、現在来客数が増加しつつある傾向は3か月も続くと考えており、新型コロナウイルス感染症の第8波が発生した場合でも、重症化する割合が低くなれば、経済的には影響はないと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	美容室（経営者）	・年末年始の忙しい時期になるため、景気が回復すると予想される。クリスマスや年末調整に期待をしている。
	○	美容室（店長）	・外出の機会が多くなり、来客数も多少増加すると予想している。
	□	商店街（代表者）	・物価の急上昇により、収入が増えない限り、景気は上向かない。特に高齢者の年金生活者は購買意欲がない。
	□	商店街（代表者）	・寒くなるため、新型コロナウイルス感染症の爆発的な増加が心配されるが、現在は円安や燃料不足等により先々を不安視する人が多くなり、売上は伸び悩むと予想される。
	□	商店街（代表者）	・今後の新型コロナウイルス感染症の状況がつかめないため、今後が不安である。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・年末年始には大型スーパーマーケットやコンビニエンスストアは営業しているため、年末のまとめ買いへの期待が数年前から薄くなっている。寒さも厳しくなると、客の行動範囲も狭くなるため、来客数も減少し厳しくなっていくと想定している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今年は魚の養殖物が高くなっており、年末商戦が厳しくなる。また年明けも例年以上に落ち込むと予想され、好材料がなく期待が持たない。厳しい年であったが、来年こそ景気回復に期待をしたい。
	□	百貨店（企画担当）	・今後、来客数は回復していくと予想されるが、大きな改善はないと見込まれる。節約志向が強まり、生活必需品等は苦戦傾向が続く。一方、高額品等の動きは順調であることから消費の2極化が進むと思われ、全体で見ると現状維持程度の水準である。
	□	百貨店（企画担当）	・バレンタインやお歳暮等のギフト需要は堅調に推移し、自家需要は物価高騰の影響を受けると予想している。
	□	百貨店（経理担当）	・12月はギフト及びおせちの売上が伸びてくる。衣料品以外の売上は若干良くなっているが、衣料品全般では依然として売上が余り見込めない状況である。
	□	スーパー（経理担当）	・電気代等の料金が高止まりし、食費に回す出費が抑えられる傾向にある。また、外食がある程度復活し、スーパーマーケットでの買物が減少している。加えて、商品の値上げが続き、先行き不透明である。
	□	コンビニ（経営者）	・今後の状況が変わるとは考えられず、何らかの景気対策が早急に必要である。政府には期待できないため、先行きが懸念される。
	□	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響は続く見込みである。今後の生活インフラの値上げがどこまで影響するのか懸念される。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、3か月前より客は頻繁に来店している。来客数の伸び悩みは予想されるが、売上点数や売上単価が高くなり、売上を伸ばしていくと予測され、若干景気は良くなる。
	□	衣料品専門店（店長）	・年末には若干売上が良くなると考えられるが、状況は変わらない。
	□	衣料品専門店（店員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念もあるが、消費行動は現状と変わらないと予想している。
	□	衣料品専門店（取締役）	・2月は季節の変わり目になるが、ファッション業界は非常に天候に左右され、その時期の売れ筋も読めない。現在のようない閉塞感のある状況が続くと、先行きは余り変わらない。
	□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、発生当初とは状況が変わっており、人流抑制等はなくなっているものの、巣籠りによる駆け込み需要で、厳しい状況が続くと予想される。
	□	家電量販店（店員）	・やっと底を脱したとは考えられるが、予断を許さない状況であり、冬物家電が売れなければ、景気は伸び悩むと予想している。
	□	家電量販店（店員）	・半導体不足や円安の影響で、電化製品は同じ性能でもかなり値上げしている。販売量は少ないが、単価が高くなっているため、3か月先までは全体でそれほど変わらないと予想される。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・先行き不透明であるため、景気動向は判断できない。メーカーからの新車増産に期待している。
	□	住関連専門店（経営者）	・通販部門は9月までそれなりに売上があったが、前年からの商品値上げが止まらず、10月、11月はかなり落ち込んでいる。耐久消費財である家具の購入は、しばらく様子見が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	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）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の報道がされ始めても大きな悪影響が出ていないが、エネルギーや物価上昇により一般家庭の支出に影響が出ており、長期化が予想される。食物販売に関して物価上昇は激しく、また、アパレル等への影響も小さくない。そのため、消費者への心理的影響も拭い去れない。
	□	高級レストラン（経営者）	・例年12月は忘年会シーズンとなり忙しくなるが、当県でも新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加し、新型コロナウイルス感染症の第8波の発生が心配である。企業関係の客が中心であるため、忘年会を控えるのではないかと予測をしている。
	□	スナック（経営者）	・10月、11月と続けて売上が伸びたが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、再度外出自粛が予想される。11月末には来客数の鈍化がみられ、外食に関する景気復調傾向は11月で頭打ちになるのではないかと危惧される。
	□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価が下がるか、若しくは所得が上らない限り、個人での景気が良くなるとは考えられない。
	□	観光型ホテル（専務）	・先行き不透明であるため、新型コロナウイルス感染症の影響が全く分からないが、全国旅行支援が継続すれば客が多くなると予想している。
	□	タクシー運転手	・利用客も増加しているが、寒くなると新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの今後の状況が分からないため、景気は変わらない。
	□	通信会社（統括者）	・店舗でのサービスを必要とする客が、僅かながら減少している。今後、業界の最需要期に向け、マーケットが活性化することに期待したい。
	□	ゴルフ場（従業員）	・今後3か月間の予約状況も順調であり、これからもこの状況が続くと予想される。後は、物価上昇がどこまで進むかが問題である。
	□	競馬場（職員）	・身の回りの物価上昇が続いているため良くなる展望はないが、販売量が落ちていないことから、順調に推移する。
	□	理容室（経営者）	・業種的に例年11月の景気は若干悪いが、12月は良くなる傾向にある。年度末は期待したいが、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、高齢者は行動を控えており厳しくなっている。
	□	設計事務所（所長）	・結論が出る時期が3か月先になるため予測は難しいが、今月の状態が続く変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・これから本格的な冬に向かい、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行が考えられるため、人の動きや景気が上昇するとは考えられず、景気は悪くなると予想される。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇により買い控えが進み、景気は良くならない。零細企業は、電気代の高騰が響き、廃業するのではないかと危惧している。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上が増加する時期ではあるが、公共料金の値上げや物価の上昇により、更に財布のひもは固くなり、後が心配である。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・年末年始を終え、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、加えて、商品の値上げにより購買意欲が低下していると予測される。
	▲	百貨店（業務担当）	・先行きに対する不安を抱いている客が多い。物価上昇がいつまで続くのか分からないため、限られた年金では自分で使える金が目減りし、我慢する状況になっていると嘆いている客が多くなっている。
	▲	スーパー（店長）	・円安や原材料及び電気代高騰、新型コロナウイルス感染症の第8波の到来により景気は悪くなるが、インバウンド増加や年末年始の帰省などで今後の状況に変化が出てくる。
	▲	スーパー（総務担当）	・食品の値上げに加えて、エネルギー価格の高騰もあり、更なる消費マインドの減退につながっていく。
	▲	スーパー（企画担当）	・年末商戦はある程度の来客が見込まれるものの、その後の買い控えが来客数減少につながるのではないかと懸念がある。
	▲	家電量販店（店長）	・急激な物価高により明らかに買い控えが発生している。以前の売価を把握している客が多く、現在と価格を比較しているため、成約率が落ちている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・年末に向けては一時的に良くなると考えられるが、新型コロナウイルスの感染拡大や原料の価格高騰、商品値上げ等による消費の冷え込みが予想される。
	▲	観光型ホテル（総務）	・例年2月が底であるため、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響を考えると、1月から2月にかけて、厳しい状況になる。
	▲	通信会社（役員）	・身の回りの物価上昇が続いており、業務関係でも機器や部材の納入単価の値上がりが続いている。今後本格的に冬の気温低下が進むと光熱費の上昇を招き、地域の消費者心理も停滞すると予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波に入りつつあり、それによる影響が出ると考えている。
	▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第8波と世界経済の後退が少しずつ現れている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・今後の先行きは不透明感が強く、危惧される。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が徐々に拡大傾向になり、再び大幅なサービスキャンセルによる減収が見込まれる。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高騰や金利の上昇が影響し、景気は悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、制限されていた旅行や外出が緩和された影響で、観光客も増え、旅行業界等では売行きが良くなっていると思われる。一方、円安による物価高騰もあり、家計は苦しくなり、景気は若干悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・こどもみらい住宅支援事業の交付申請枠は8割を超えており、若干の駆け込みは予想されるが、申請受付後は客の落ち込みが懸念される。
	×	百貨店（総務担当）	・原材料の価格高騰により、景気は悪くなる。
	×	乗用車販売店（代表）	・新型コロナウイルス感染症や物価高騰の影響等により悪くなっていくと予想される。
	×	観光名所（従業員）	・全国旅行支援の延長が決定したが、今週に入り来客数が激減している。寒さと新型コロナウイルス感染症の第8波が原因だと考えるが、先行きが不安である。
	×	設計事務所（所長）	・まだまだ材料や製品の価格上昇の予告が続いており、いつ落ち着くのか先が見えない。
企業 動向 関連  (九州)	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	・落ち込んでいた衣料関係も含めて、ここ1か月で好転している状況であるため、今後新型コロナウイルスの感染拡大で影響が出ても、回復していくと考えている。
	○	農林水産業（経営者）	・現状を踏まえると、1月は厳しい状況が続くが、2月からは需要が活発化していくと考えられる。鳥インフルエンザが早く終息することを望んでいる。コロナ禍ではあるが、活発な需要に応えるために投資を考え、生産の安定や拡大を図っていく計画である。問題は、深刻な人手不足の解決である。
	○	農林水産業（従業者）	・全国的に曇天が多く、日照不足で、高温傾向のため、出荷のピークは遅れる傾向にある。露地野菜の出遅れに伴い、野菜は全体的に高値傾向にある。この傾向が肥料や資材、重油、物流コストの高騰で苦しむ農業産地の助けとなることを期待したい。
	○	家具製造業（従業員）	・業界的には年度末に繁忙期を迎えるため、一定数の案件情報や受注は見込めると予想される。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた予約注文が控えているため、景気は良くなっていく。
	○	化学工業（総務担当）	・現時点での状況を踏まえると当面は販売等堅調に推移する。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年、11月より12月にふるさと納税が多くあるが、値上げがどの程度販売に影響するか心配である。しかし、11月より売上は良くなると予想される。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・受注量の増加に伴い受注残も増加傾向にある。例年下期には受注残が減少してくるが、今年は受注残の増加傾向が続いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・この業界では半導体の動きに左右される。各社とも半導体の供給がうまくいっていると考えられ、今後の動きが現況から変わりつつあると予測される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・取引先からの引き合いが続いている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	金融業（従業員）	・住宅販売はおおむね横ばいで推移しているが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しており、飲食業の売上も回復している。また、旅行業者の取扱額が大幅に増加している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・問合せが増えており、企業の投資意欲の高さを感じる。
	□	繊維工業（営業担当）	・工賃は上がったが、募集してもオペレーターが入らないため、景気は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月も極端な受注減少はない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示計画の数量では、現状より多い生産が見込めるが、過去の状況と比較すると低い水準で横ばいであり、海外調達品の供給不足による影響が今後も心配される。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・生産ラインはできているが調達が間に合わないため、先送りになっている。全く見通しが付かず危惧している。
	□	建設業（従業員）	・大型の見積案件、受注物件の予定はなく、景気は今と変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・国内の観光需要が回復しても、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ることはしばらくない。中国の状況が好転しても新しい生活様式が根付いていることもあり、飲食関係の回復も難しいと推測される。
	□	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況にもよるため、先行きは不透明である。
	□	通信業（職員）	・材料不足により携帯基地局工事の完成が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。
	□	通信業（経理担当）	・売上目標に対して、実績は堅調に推移している。しかし、現時点では大きく上振れする見込みはない。
	□	金融業（営業）	・消費行動は復活してきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波の到来が予想される。経済活動は止めないと考えられるが、高齢者を中心に自粛は広がると予想され、全体的には現状と変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に回復に向かってはいるものの、先行きの不透明感は拭えない。
	□	金融業（営業担当）	・これから年末年始にかけて、消費者動向は盛り上がりと考えられる。また、人の行動も活発になると予想されるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、加えて、商品の価格が上がり続けているため、全体としては余り変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・物価高で企業経営が厳しさを増すなか、年末に向けて資金繰りの切迫による倒産増加が懸念されている。新型コロナウイルス感染症の終息が見えず、インフルエンザの流行に対する不安も高まっており、所得環境の改善も期待は薄く、景気は現状程度での推移を見込んでいる。
	□	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの入居率が横ばいに推移している。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・安定した好材料がない。
	□	広告代理店（従業員）	・政府が打ち出している景気対策も即効性があるとは考えられないため、3か月程度で景気回復は厳しい。
	□	広告代理店（役員）	・ここ数か月、客とのコミュニケーションでは、景気が回復しているように思えるが、実際の数字では変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・現状のなかで、いかに過ごしていくかを各自模索している状態である。
	□	経営コンサルタント（社員）	・今年送ったダイレクトメールにも反応が余りなく、当分このような状態が続くと予想される。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・今後も景気が大きく改善することは考えられず、現状が横ばいに継続する。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・自社努力にも限界があり、このまま仕入コストが上がれば先行きが大変不安である。
	▲	建設業（社員）	・12月を迎えるのに官公庁も民間も発注が全くなく、現状では景気は悪くなる。早期の発注に期待したい。
	▲	不動産業（経営者）	・客先や同業社間では、余り景気が良くなる話がない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の12月補正予算で、調査や計画策定等の予算化は少なくなると予想され、今後受注できる機会が少ないと考えられる。このため、景気は悪くなると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連  (九州)	◎	求人情報誌製作会社 (編集者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況にもよるが、国は経済活動を優先させており、第4四半期は期待をしている。当地のマーケットは中国からの観光客がないため厳しいと考えているが、今後の動きが注視される。
	○	人材派遣会社(社員)	・観光客の増加に伴い、観光やホテル関連の求人数が増加している。年末年始も控えており、更に増加が見込める。
	○	人材派遣会社(社員)	・年度末へ向けて人が動く時期になり、年末からの短期注文も既に受注している。しかし、以前注文があった企業へ打診しているが、増員を検討しているという回答がほとんどである。
	○	新聞社[求人広告] (社員)	・今年の冬は、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザとの同時流行が心配され、新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向になるという懸念材料はある。しかし、3か月後の広告活動に影響が出るような状況にはなく、現状の緩やかな回復が続くとみている。インバウンドも確実に増加しているが、新聞広告の増加にはつながらない。ただし、再び行動制限や緊急事態宣言の発出となった場合は、景気に大きな影響が出るのが予想される。
	○	新聞社[求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルス感染症の状況次第であるが、年末年始での人流の活発化、また、それに伴う消費の活発化が期待できる。来年春には空港のリニューアルオープンなどもあり、景気は上向いていくと予想される。
	□	人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルス感染症だけでなく、物価上昇の影響により予算が少ない案件が増えている。
	□	人材派遣会社(社員)	・求職者が正規雇用への転向などに向かっており、直接的な売上には大きな変化はない。
	□	新聞社[求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波や、インフルエンザなど広がりつつあり、新型コロナウイルスの感染状況次第では飲食など外出自粛傾向になるのではないかと危惧される。一方で、コロナ禍の生活や消費行動に慣れてきており、景気は変わらないと予想される。
	□	職業安定所(職員)	・新規求人数は増加傾向で、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談は減少している。景気が上向くプラス要素はあるものの、長期化しているウクライナ情勢や物価高騰、新型コロナウイルス感染症の第8波などが予想されており、その影響によりマイナス要素も懸念される。
	□	職業安定所(職員)	・飲食サービス業や宿泊業、小売業の事業所は、人手不足となっている。コロナ禍のため従業員を減らしたいという影響もあり、観光客の回復や年末の繁忙時期による人手不足が顕著となっている。一定数の雇用の回復があれば、求人数の増加の主たる要因が解決すると考えられる。また、今後の新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念される。
	□	職業安定所(職員)	・新規求人数は、前年を上回る状況が続いているが、物価上昇や新型コロナウイルス感染症の第8波の懸念材料もあり、今後の状況を注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・この1年、コロナ禍で採用を抑制していた企業も徐々に採用を開始している。ある程度景気が回復してきたため、これ以上の上向きは限られるが、悪くなる要因も見当たらないことから、景気は変わらない。
	□	学校[大学](就職支援業務)	・政府の新型コロナウイルス感染症の水際対策緩和が実施され、また、インバウンド増加や新型コロナウイルス感染症の防疫と経済活動の両立が進み、日本経済には明るい兆しがある。その反面で、新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に増加しており、今後新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザ流行の予測が報道されるなど、まだまだ予断を許さない状況である。また、ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後もしばらく物価高騰が続く見通しであり、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はしばらく続くと思われるが、一方で企業の新卒採用意欲の底堅さも感じており、今後も経過を注視したい。
□	学校[専門学校](就職担当)	・収入、支出共に大きな変化はないと予測している。	
▲	-	-	-

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

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

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (沖縄)	◎	コンビニ（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりするとみられるが、県経済の好調さは観光業を中心に引き続き堅持される。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	・全国旅行支援が始まり、沖縄の観光業の景気が良くなるため車両購入も増えると予想している。
	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	・年末年始の観光客が増える。また、陶器においては年末年始は売上がとても良い時期である。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策として、飲み薬もできているため、今後景気が上向きになるとみている。
	○	百貨店（店舗企画）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は年末年始にかけて多くなるとみているが、前年ほどの行動制限がないため、1月の商況に期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・近隣でホテルの建設が増加してきているので、観光客の増加が予想され、今後、人の動きが活発になるとみている。
	○	コンビニ（副店長）	・クルーズ船や国際線のデイリー運航、全国旅行支援の延長発表は期待できるが、年明けの全国旅行支援の詳細が不透明な部分が懸念される。また国民にとって支援ありきの旅行が平準化しないか心配でもある。ある年度までは閑散時期に支援事業を続けてほしい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・全国旅行支援の継続や円高が進めば、この状況が続くのかとみている。
	○	家電量販店（営業担当）	・引き続き平均単価の上昇が見込まれる。
	○	一般レストラン（代表者）	・12月は繁忙期に入るため期待できるが、1月は逆に落ち着くだろう。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も小さくなり春商戦に向けて景気は良くなってくると期待している。引き続き店舗外の営業も強化し、待っているだけではなく積極的な展開を図っていく。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注は2019年と同等の状況が続いており、回復感が高い。特に直近は個人客の動きが活発で下支えている。
	□	スーパー（企画担当）	・物価高騰により1品単価は上がっているが、客の1人当たりの買上点数は落ち込んでいる。来客数自体は少しずつ良くなっているが、買上点数が伸びないため、しばらくはこの状態が続くと考えている。
	□	スーパー（販売企画）	・新型コロナウイルスによる行動制限がなければ、単価アップによる景気は続くと考えられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月はあらゆる物の値上がりの影響か、弊店の商材への客の反応は良くない。また来月に期待したいが、景気は良くなる気配はない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・円安の影響はまだ直接には感じないが、社会全体の空気感から高額商品の買い控えにつながることが心配である。
	□	観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊部門は予約が伸び悩んでいる。料飲部門も同様に横ばいの状態である。年明けの全国旅行支援の効果や飲食に関しての新たな施策に期待したい。
□	旅行代理店（マネージャー）	・全国旅行支援があってもなくても旅行に行く人は行く、行かない人は行かないとはっきりしているため、新型コロナウイルス感染症による規制が掛からない限り少しずつ需要は回復するが時間が掛かる。一時的な支援はみな一喜一憂してしまうので、その反動で需要が下がらないか心配である。	
□	住宅販売会社（代表取締役）	・消費者は、食料品やガソリンなど生活必需品の物価上昇への対応が最優先事項であり、住宅購入については慎重姿勢になるとみている。	
□	住宅販売会社（役員）	・分譲マンションや新築戸建て住宅の販売状況は良くなっているが、建築費の高騰が相変わらず継続しており、今後の需給の足かせとなるのではないかと。	
▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの11月の販売室数は前年比124%増加なのに対し、11月末時点での2月の予約室数は前年比10%増加と、プラス幅が小さくなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	商店街（代表者）	・ほんの僅かな一握りの店は少しだけ良くなっているという話もあるが、全体的にはここ3か月でも、まだ悪い店の方が多いのではないかと。
	×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・年末年始にかけて、新型コロナウイルス感染症の影響でここ2年余り自国に帰れなかった外国人労働者が今年は里帰りを予定しており、店舗によっては5～6人が1か月店舗にいない状態になる。また、新型コロナウイルスにまつわる規制解除後から求人への応募が全くなく、時給も大幅に上がっている。客は取りたいが人手不足で手が回らず、既に入店規制をしながらでない状態が続けられない状態にある。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・電気料金の値上げが危惧されるが、足元では原油価格の高騰も落ち着きつつあり、為替レートも徐々に円高傾向に推移しており、全体としては生産者物価指数の上昇も落ち着いてくることを期待している。
	○	輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島の建設関連は、官需部門においては、石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調に進み、民需部門でもホテル関連で回復している。新型コロナウイルス感染状況も沈静化し、観光関連に盛り上がりが見られる。
	□	建設業（経営者）	・契約に結び付く、見込み度の高い打合せ案件が少ない。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き、国内観光が動き出したことで県内景気は活気が出てきている。ところが、物価高騰による一般消費の先行きが不透明で、かつ原料の価格高騰のあおりも重なり、県内企業の販促活動は未知数である。
	□	会計事務所（所長）	・年末年始の購買力に期待できるが、物価上昇が急激で不安要素がある。
	▲	窯業土石業（取締役）	・原材料価格の高騰に加えエネルギーコストも上昇しているが、価格転嫁が追い付かない状況であり、収益圧迫を懸念している。
	▲	輸送業（経営企画室）	・那覇空港国際線の復便等で観光産業が盛り上がりを見せ、沖縄からの肉類の輸出量が過去最高を記録する等、一部の業種への明るいニュースもあるが電気料金値上げで企業、一般家庭への経済的な圧迫による景気の悪化が懸念される。
×	—	—	
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光関連や飲食関連の求人数が増加している。
	○	職業安定所（職員）	・特に観光関係で、年末に向けて採用活動が活発になってきている。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・年が明けると2024卒生の採用活動が本格的に始まるが、ウィズコロナに向け多くの企業が新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻すべく採用活動を進めてくるとみられる。そうなると、求人数が増えてくる可能性があるため、やや良くなると回答している。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・物価の上昇、電気料金の値上げ等、年末年始の人の流れによる新型コロナウイルスの新規感染者数増加等で景気は改善しない。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・新型コロナウイルス感染症、社会情勢、円安などマイナス要因がしばらく続くとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	・求人数は年末に向けて減少し、年明け1月の増加を見込んでいる。コロナ禍以降、増減を繰り返しながら緩やかに回復し新型コロナウイルス発生以前の8割程度まで回復してきている。
×	—	—	