

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (南関東)	◎	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭部は4月に支店を閉鎖して本店に統合したために、客が多くなっている。特に、12月はカレンダー等の季節商材の需要が多くなるので、来客数が前年比150%近くになっており、大変良くなっている。また、外商部も注文数が増えている。
	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の懸念はあるものの、人流が一定程度回復している上、全国旅行支援、免税の効果も上乗せされ、商況は改善基調となっている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月はやはり忘年会シーズンで、今年は前年よりも忘年会の件数が多かったので、来客数が良くなっている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数も増え、結果として景気が良くなっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱いは堅調で、来街者数もかなり多い。ただし、夜の引けが早いのが気に掛かる。それ以外はやや良いという回答になる（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染予防対策の緩和により、少しずつイベントが開催され、注文が入ってきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当社の客も高齢化してきており、年賀状印刷を受け付けているが、年々来客数が少なくなっている。平常月と比べると、12月は多少は良かったという程度で良しとする。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・年末で、行事も再開し、少しずつ活気が戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までは程遠い。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・この2～3か月、外国人観光客の来店が目立って増えてきており、土産目的のまとめ買いが増え始めた。また、地域のイベントも多く開催されてきているため、当店への来客数も増加傾向にあり、売上の増加につながっている。また、12月27日まで実施されていた旅行支援クーポンを利用する旅行者もおり、景気の上向きを感じる（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・消費の2極化傾向は引き続き鮮明になっており、高付加価値な物を求めるニーズは底堅い。特に、富裕層の消費意欲は年末にかけて高まってきている。さらに、10月11日の入国制限緩和以降、アジア圏からのインバウンド客の消費が緩やかながら上昇し続けている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・行動制限のないクリスマス及び年末商戦を迎え、売上は順調に伸びている。また、来客数も増加している。年末年始の帰省増加の影響か、お歳暮ギフトは前年割れで終了している。また、インバウンド需要の拡大に加え、化粧品や宝飾品、ブランド時計などが好調である（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンド客が戻ってきていることと、円安の影響による（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、行動制限がないため外出の機会が増えており、それに伴い売上が増えてきている（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客の様子としては、新型コロナウイルス感染症対策の行動制限がほぼなくなったことで、非常に動いているように見受けられる。食品については、即食であるパンや弁当、寿司などは売れているが、素材系の魚、肉、野菜などはやや苦戦している。衣料品では外出着の動きが良く、トータルすると前年を若干上回っている。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているものの、諦め、受け入れているのか、買上点数が伸びている。
○	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・値上げの影響による単価上昇で売上が増加している。	

○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・直近の売上が新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年の水準に戻ってきている。値上げで売上が増えている部分もあるが、客足は前年、前々年より高めで推移している（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・年末に入り、また、全国旅行支援もあり、人の動きが活発になってきている。観光地や駅付近の店の来客数が特に増えている（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・クリスマスの販売量に限定すると、前年よりもややプラスの結果であった。3か月前と比較しても少し良くなっているという印象が、結果に表れているのではないかと。クリスマス商材は、やはりゆとりがあるから購入していくものだと思う。
○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・訪日客が若干ではあるが増加傾向にある。高単価商材の動きはまだ少ない。中国からの訪日客の動きを注視したい（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・12月に入り、国の行動制限を伴わない新型コロナウイルス感染症対策の影響もあり、インバウンド需要が戻ることで全体の底上げになっている。この年の瀬の需要動向は注視するが、半年前の不安心理が減っていることで、安心感につながっている（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	お客様の様子	・年末特有の経済効果も加味し、客の利用頻度が多く、また利用額の増加もみられる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたので、大分良くなっている。ケータリングは、新型コロナウイルス感染症の発生前ほどには達していないが、ある程度はそのままの状態に戻ってきている。レストランで食事をする人たちも増えて、クリスマスの食事も新型コロナウイルス感染症の発生前と同じくらいに復活してきている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・20～30代を対象にした店舗は総じてにぎわってきているが、中高年以上の客足は戻ってきていない（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の9月1日から29日までの前年比は、売上323.0%、来客数278.5%である。今月12月1日から31日までの前年比は、売上112.9%、来客数95.3%である（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11～12月にかけて、新型コロナウイルスの感染第8波が来る前に早めに宴会を実施しようという客が増えたので、大分前倒しで客が入ってきている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価共に増えている。12月に入ってから日ごとに売上が伸びている（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が緩やかになったことにより、人出が増えている。また、年末ということもあり、来客数が増え、客単価も上がっている（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・12月なので良くなっている。インバウンドが増えてきている印象である。飲食は、東京の店舗では前年比95%、地方の店舗では100%となっている。オンライン販売は100%、コーヒー豆卸は110%である。年末でセールを行っているが、欲しい物は高くても買うようで、例年より高価格帯の商材が動いている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波で新規感染者数が増えているが、全国旅行支援が12月27日まで継続してあるため、一定数の予約をもらっている上に、近隣の大型コンベンション施設でのイベントも元に戻っていることから、宿泊部門はかなり上向きになっている。ただし、法人の宴会需要が戻っていないため、その部分は予算割れである。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は若干増えているものの、行政からの制限がないため、宿泊、婚礼、宴会、レストランいずれの販売も好調に推移している。ただし、新型コロナウイルス感染症に罹患してのキャンセルが散見される状況で、販売量に大きく影響するので、完全に良くなってはいない。

○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が寄与し、来客数が順調に増えている。
○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染症など何のその、昨今、世間では、マスクは着けているものの警戒心は薄れている感じがする。師走でもありタクシーはよく利用されている。値上げラッシュの年末ではあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ったようである(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・確かに会社の無線やタクシーアプリはよく鳴るようになってきている。駅利用も良いが、相変わらず飲食店からの終電後の無線やアプリ経由のオーダーは少ない。週末だけは明け方まで利用がある。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・我々タクシー業界にとって、年末ということで多少忙しくなっている。法人のタクシー稼働率が65%くらいで、少し忙しくなると車が足りなくなってしまう、非常に忙しい状態ではある。新型コロナウイルス感染症の影響で乗務員がいなくなったこと、個人タクシーが減ったことも要因である。今後どうなるかは分からない(東京都)。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・DX化の動きの継続と、新型コロナウイルス感染症が常態化しているためである(東京都)。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・若干の増加がみられる(東京都)。
○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波や物価上昇の懸念材料はあるものの、全国旅行支援が後押しし、宿泊関係の集客が戻りつつある。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・忘年会などの予約が多かった(東京都)。
□	一般小売店 [家電] (経営者)	販売量の動き	・変わらないと答えたのは、以前から言っているように、悪い状態がこれ以上悪くならなくなったということである。そのなかでも、やはり設備投資等の話はなかなか聞くことができない。ただし、新規客からインターネット経由での問合せがやや増えてきている(東京都)。
□	一般小売店 [家電] (経理担当)	販売量の動き	・今月に入り、やっと商材が動き出した感じである。年末ということも重なり、電化製品が壊れたので購入したいという客がほとんどで、洗濯機がよく売れている。
□	一般小売店 [酒類] (経営者)	お客様の様子	・売上の的には変わらないが、景気が良くなる要素が見当たらない。
□	一般小売店 [傘] (店長)	来客数の動き	・夏以降、来客数の伸びがなく、3か月前から横ばいである。
□	百貨店 (売場主任)	単価の動き	・気温が一気に低下し、冬物商材の動きが活発化している。コロナ禍ではあるが、年末年始に向けて少人数で集まるイベントを予定している客も多く見受けられる。また、物価高の影響もあり、単価が上がっている(東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、過去と比較しても、客の外出抑制が極端なものにはなっていない。しかし、引き続き値上げ報道などが数多く取り上げられるなかで、高齢者を中心に、より生活防衛意識が高まっているように感じる。売上が極端に悪いわけではないが、何か頭打ちのような状態である(東京都)。
□	百貨店 (総務担当)	単価の動き	・宝飾、時計など高額品の動きが堅調である(東京都)。
□	百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・引き続き、ラグジュアリーブランドや宝飾、時計等の高額品は好調に推移している(東京都)。

<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・食料品の売上はほぼ横ばいで、伸び悩んでいる。値上げ、つまり購入単価が上昇する一方で、購入点数には減少傾向がみられる。婦人紳士のアパレルについては、セール品等の動きも出てきており、徐々に回復している。宝飾貴金属も回復してきている。インバウンドについても、数字は大きくないものの、円安の影響と外国人旅行者の増加により実績は伸びている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は一定程度縮小傾向にあるが、物価高などマイナス影響があるため、大きくは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・クリスマス関連や防寒等のニーズはあるものの、全国旅行支援等が始まった頃の高揚感とは異なり、全体的な出費が増加しているなかで、必要な物だけを購入している様子がうかがえる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・悪いままで出口が見えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると多少良くなっているが、大幅にというわけではないので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低下と節電意識の高まりにより、カイロやカセットコンロ用ボンベ等の動きが良い。また、鍋メニュー関連商材の動きも良くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・メーカー商材などは原料高騰による値上げで単価自体は上がっているが、買上点数は余り伸びていない。また、原料費上昇分を価格に転嫁できない商材に対しては、仕入れ、また、粗利がやや厳しい状況にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価が上がってきている。それに対して販売数並びに来客数の減少が、トータルとして買上単価の上昇分を相殺している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・食料品の値上げラッシュの影響で単価が上がっているため、売上は前年を3ポイントほど上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・今月は1日から10日までの間、市のキャッシュレス決済キャッシュバックキャンペーンがあったお陰で売上が大きく伸びたが、それ以後は需要の先取りで伸びていない。来客数も変わらず、景気の回復までには至っていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・特にはないが、来客数が極端に減っている気がする。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数共に横ばいである。クリスマスケーキやおせち料理の売上は大幅にダウンしている。一方で、冷凍食品など日々の生活用品は微増しており、総体的にはほぼプラスマイナスゼロである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比97%と厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年までは売れなかったクリスマスケーキや正月用のおせちがフリーで何個か売れたので良かったが、他の小さい物が全く売れなかった。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前には戻らないが、外出着は前年をクリアしている。人の動きも活発になっている。必需品の実用衣料品については、値上げで少し悪くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・11月から販売量が前年同月を下回り、12月に入ってから前年同月比で15%程度下回っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・来客数は増えてきたものの、物価高の影響か購入金額が伸びない。また、衣料品メーカーの生産量が例年より少なく、売れ筋商材の品切れが起きている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数は少しずつ回復してきているが、物価の上昇もあり、高額な買物には慎重になっている感じがする。毎月の値上げに不安を感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新車の受注数は前年並みだが、納期が早くなってきた分、売上が増加している。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・人手不足による人件費高騰によって、原価低減のなかで、単価については細かくチェックされ、値引き要請が結構増えてきている。全体的な経費としては計上できないが、人件費は引き上げないと人手不足になるので、取引単価を下げて少しでも経費削減をしていきたいというような動きがみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (渉外担当)	販売量の動き	・自動車の生産が通常時レベルには程遠く、客への納車が進まない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・12月の割には活気がなく、何となくふだんより悪いような感じがする。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	お客様の様子	・外出機会が多くなり、人混みができるようになってきているが、販売量は増加せず、単価の高い商材が売れるようになってきている。お金の余裕のある客と、節約をしている客とに2極化しているように見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経営者)	販売量の動き	・9月までと違い、10月は来客数、販売数共に大きく増加したので全体の傾向としてはやや良くなっている。11~12月は10月に比べると若干落ちており、前年と比べても落ちているので、近々の状況だけで判断すると余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	お客様の様子	・3か月前からのトレンドでは、特に単価が高めの富裕層やインバウンドは上向き傾向だが、新型コロナウイルスの感染拡大基調により、集客イベントは延期や中止の傾向にあり、結果として相殺されて変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食[給食・レストラン]（役員）	販売量の動き	・12月に入り外食部門は上向いているが、給食部門には大きな変動はない。原材料の高騰により損益面で徐々にマイナス影響が出てきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客からの電話の問合せは大幅増えてきているが、希望する予算額と宿泊先や行き先などの料金がなかなか合わず、思うようにいかない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・今までと変わらず、教育旅行以外の団体旅行については新規、継続共に動きはない。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・人出はないが、タクシーの稼働台数が少ないため、稼働している事業者は新型コロナウイルス感染症の発生前に近い収益を上げているようである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・新規イベントの引き合いなどもあり、明るい見通しもある。一方で、以前より予算が縮小している案件もあり、どちらともいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、転居者数が増えてこないことに加え、固定通信を軸とした競合他社との競争が引き続き激しく、一進一退となっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビの契約数は前月と横ばいで、過去の一般的な12月の盛り上がりはない。コロナ禍になってからの年末はこの傾向が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省く意識は非常に強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	単価の動き	・価格で優位性がなければ相手にしてもらえない。値下げ要求の底が見えない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・新商品の導入により契約数は伸びてきているが、低価格帯の契約ばかりで、高価格帯の伸びは期待したほどではない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・前月に引き続き、メンバーを中心に高稼働率を維持しており、新型コロナウイルスの感染第8波の影響は限定的である。第7波以前は高齢層を中心に感染を警戒してプレーを忌避する動きがみられたが、現下ではこのような動きは目立っていない。ただし、プレー後のレストラン利用に関する慎重姿勢は変わらない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	お客様の様子	・場内まで足を運んでくれる客は少数となり、いまだに厳しい状況が続いている。客と話しても、購入額が減った話ばかりである。新型コロナウイルス感染症が収束しているように見えても、競輪業界は高齢の客が多いので、足を運ぶ客より、Webに特化するべきと考えている。

□	その他レジヤ施設 [映画] (営業担当)	お客様の様子	・客の動向に変化がみられない (東京都)。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・暮れが近づいている割に、客の来店頻度が変わらない。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	単価の動き	・仕入価格も一定の落ち着きを取り戻し、少し安定してきている。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・仕事量はほぼ横ばいの状況が続いている。外注費等の経費も特段変化はない。
□	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・計画は多少あるが、実質的な物件はない。また、客の姿勢も定まらず、当社としてもそれ以上大きく踏み込んでいくことはしていないため、前に進まない (東京都)。
□	設計事務所 (職員)	それ以外	・景気が上向く材料はないが、明確な下向きを感じる状況でもない (東京都)。
□	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、既定の賃料が受け取れない状態がずっと続いている。インバウンドが多少増えてきているが、まだ回復していない。観光業界が回復することを期待している。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約54%となり、景気は悪い。3か月前と比べると約120%だが、3か月前も今までで最低の販売量であったため、景気がやや良くなったとはいええず、変わらない。今期の赤字を少しでも減らせるように、在庫となる建売分譲の販売に重点を置き、決算までに売上を計上できるよう注文建築受注から建売販売にシフトしている。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・商店街を歩く人の数が以前よりも幾らか少ないように感じる。それに比例して、入店客数も減少気味で、売上もなかなか思うようにいっていない。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	販売量の動き	・修理や工事はまあまああるが、年末なのに家電製品の動きは鈍くなっている。
▲	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	来客数の動き	・米国のインフレによる株価低迷の影響で、日本の株価も下がっている。また、為替相場が円安になることで輸出品などが割高となり、国内でも物価が上昇している。さらに、新型コロナウイルスの新規感染者数も多いため、来店数も伸び悩んでいる。
▲	一般小売店 [生花] (店員)	来客数の動き	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響が相当ある。来客数が少なく、納品させてもらっているコンビニも潰れてしまい、この先どうしたら良いのか分からない (東京都)。
▲	一般小売店 [茶] (営業担当)	来客数の動き	・来客数が大きく落ち込んでいる。
▲	一般小売店 [書店] (営業担当)	販売量の動き	・円安の影響で販売量が抑えられている状態が続いている (東京都)。
▲	百貨店 (販売促進担当)	それ以外	・物価高が続き、年明け後も様々な物の値上げが続くと発表されていることなどから、客の消費に対する考えが一段とシビアになっている。特に、食品、光熱費などの必需品や生活の基礎となる物価の上昇から、ファッション等への支出が減っている。また、前年12月は自治体独自のキャッシュレスポイント還元事業による売上増加もあったので、その分がマイナス要因となっている。
▲	百貨店 (企画宣伝担当)	単価の動き	・物価が上昇する一方で、賃金や株価の伸びが伴わず、消費心理が盛り上がらない。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・いつも来店する客が、当店で安価な物を買ってからそくさと自転車に乗って、別のスーパーを次々とはしごしている様子が最近多く見受けられる (東京都)。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・値上げの影響で単価は前年並みを維持しているものの、確実に販売数量が落ち込んできている (東京都)。

▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限のない年末年始であったが、店舗の来客数は伸びていないことから、やはり財布のひもを締めているのかなと感じている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・必要最低限のみの購入が目立つ。クリスマスということで一時的に売上は伸びたが、12月は全体的に低調である。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・中国からの商材の入荷が遅れている。余裕を持って発注していたのだが、一部が欠品してしまっている（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・光熱費や食料品等の値上げにより、必要最低限の物しか買わなくなってきている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・地域でクーポンを発行しているにもかかわらず、来客数が落ちている（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・生産遅れの関係で、客の購入意欲が薄れている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・半導体不足問題がますます悪化しており、納期が更に遅延している（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・コロナ禍のなかで、来客数がかなり減っている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・前年末と比べて明らかに客単価が落ちている。物価高の影響か、お勧めしても反応が悪い。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・3か月前比及び前年比でも微減傾向にある。灯油も前年比で減少している（東京都）。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・物価の上昇が継続するなかでは、賃金上昇も実感がなく、マインド的に厳しい（東京都）。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・12月に入ってから商談が決まらず、受注が減少している（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・経済の先行き不透明感から、より安価な料金プランへの変更を希望する客が増加している。
▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・業務終了の案件が増加している（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・ここきて、購入する機器等の値上げの通達があった。購入価格が上がったとはいえ、客への転嫁はなかなかできず、純利益が下がってきている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・寒波の影響により気温の低い日が増えている。平年より気温が低い日の来客数は1～2割悪くなっている。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなどのり患者数も増えてきているほか、急な気温低下による来場者数の減少を感じている。また、度重なる値上げの影響や増税報道の影響もあり、売上についても厳しさが増している。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、ゴルフは安心してできるスポーツとして評価され、ゴルフ人口はかなり増えたと思うが、その分、飲食業、旅行業などが低迷し、決して景気が良いとは言えない状況が続いていた。現在は、全国旅行支援に支えられて旅行に行く人が増え、それは飲食店も同じである。ウィズコロナではなかなか景気は良くならない。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・今また新型コロナウイルスが感染拡大している関係もあるが、やはり計画した建物の資金繰りがうまくいかず、なかなか用立てできないということで、発注が遅延している。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が高くなり過ぎている。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前の9月は契約がかなり多く入り、このまま回復するかと思ったが、その後販売が伸びず、客の動きも若干鈍くなったように感じる。地価の高騰と建築代金の値上がりで利回りが下がっていることも影響している。

	▲	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・資材高騰により、コストダウンが難しい。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕(営業)	販売量の動き	・建材需要の繁忙期ではあるが、例年並みまでは届かず、先行きは期待できない。原材料、燃料、輸送などコストの高騰が続くなかで、次への着工投資は控えめになっている(東京都)。
	×	商店街(代表者)	販売量の動き	・今年の1月から悪くなり、今月12月は4割下がっている。新年1月からの上昇に期待したい。
	×	一般小売店〔家具〕(経営者)	お客様の様子	・年末になっても相変わらず販売が芳しくない。客の様子も、景気が悪いというか購買意欲、物を買うという雰囲気がない。やはり材料や商材そのものの値上がりが大きく影響しているのか、慎重になっている。景気が悪くなってきている(東京都)。
	×	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・販売数量が伸びず、もちろん単価も上げられず、四苦八苦している。業界自体が年末だから伸びるということはないので、従業員もずっと辛抱している。世間では年末のボーナスが幾らだとかいっているが、当社はここ数年ボーナスが出ていない。いつまで辛抱できるかが今の問題である(東京都)。
	×	家電量販店(店長)	来客数の動き	・来客数は減少傾向で、値上げの影響も少なからずある。本当に必要な物は購入するが、衝動買いは極端に少なくなっている、客単価は伸びているものの、来客数の減少分をカバーできていない。この傾向はしばらく続く。
	×	乗用車販売店(店長)	お客様の様子	・販売台数や来客数の減少が大きくなっている。県内の新車販売市場も同様に感じる。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響こそ話題に上らなくなったが、商材の値上げやそれに伴う売行き悪さは続いている。もう昔のように戻らないというのが客の口癖になっている(東京都)。
	×	一般レストラン(経営者)	販売量の動き	・円安とロシアのウクライナ侵攻の影響により流通や石油等の価格が上昇し、それに伴いいろいろな物が値上がりしているため、消費も控えめになっており、良くない。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・忘年会というものが今年もほぼない。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・円安の影響による原価上昇と人件費の増大、税金、公共料金の値上がり効いている。今回の日本銀行による長期金利の変動許容幅の拡大も、銀行や財務省の方を向いた政策であって、国民や事業者のことを考えた政策とは思えない。
	×	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・12月に入り寒さが厳しくなったことに加え、新型コロナウイルス感染症の収束による忘年会の再開、全国旅行支援による外出増加によるものとみている。
企業動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注価格や販売 価格の動き	・年末の繁忙期で、前年より受注件数が増えており、資材価格高騰分をクライアントも理解してくれて、値上げできている。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車メーカーは徐々に生産回復しているが、半導体を中心とした部品不足は完全に解消しておらず、当初計画に比して減産を余儀なくされている。
	○	建設業(経営 者)	取引先の様子	・やはり企業の設備投資意欲は低い。
	○	輸送業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・年末年始の特需により物流量が増えているが、一時的なものなので、苦しい状況は変わらない。
	○	金融業(従業 員)	取引先の様子	・急速な円安により原材料の価格がかなり上がったが、直近では円安も少し修正されてきたので、景気の回復が見込まれる。
	○	金融業(従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・行動範囲が広がり消費活動が活発化している。販売価格の引上げを受け入れやすい風潮になってきており、利益率の改善も進んでいる。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・ホテルの宿泊予約が順調である(東京都)。
	○	不動産業(総務 担当)	取引先の様子	・物価上昇のなかで、飲食店の売上は増加している。ただし、利幅の少ない弁当類の売上が多く、店舗としての利益率は相変わらず低いようである(東京都)。

○	税理士	取引先の様子	・旅行や飲食への補助で観光地はにぎわいを取り戻し、飲食店も個人客ではあるが忘年会が開催されている模様である。デパートのお歳暮の売りきも上々の様子である。新年会の予約も決まり、新型コロナウイルス感染症との共存が日常になってきている。
○	その他非製造業 [商社] (従業員)	取引先の様子	・取引先の動きが活発になっている (東京都)。
□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年末の商材の買上点数が減っているし、年末年始の生活パターンも変わっているように感じる。
□	出版・印刷・同 関連産業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・この3か月は受注量が横ばいである (東京都)。
□	出版・印刷・同 関連産業 (経営 者)	それ以外	・コロナ禍でも少しずつ客の動きが前に進んでいるが、まだまだ印刷需要は減退しており、受注が更に減少してきている。
□	出版・印刷・同 関連産業 (営業 担当)	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。店売りで法人への納入がある。今月は特需があり、大きなメーカーからかなりの数の数のゴム印注文があった。例年この時期に次年度の分ということで注文をもらっているものではあるが、今回はいつもよりやや多い。そのため、今月は良いが、3か月前と比べるとさほど変わっていない (東京都)。
□	化学工業 (総務 担当)	受注量や販売量の動き	・インバウンド需要が多少回復してきているが、中国における新型コロナウイルスの感染急拡大の影響で、本格的な回復には至っていない。一般雑貨向け需要の低迷が続いており、安価な品への転換を危惧している。
□	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・原材料などの値上がりが少し落ち着いたところで、円高に振れてきたために、動きも落ち着いている。
□	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・化粧品容器の受注は、新型コロナウイルス感染症の影響で下げ止まったまま、相変わらず回復傾向がみられない。医療品容器に関しては、新型コロナウイルス感染症の治療優先で世界的に滞っていた手術が再開されたことで、徐々に回復しているようである。
□	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・今は仕事が少ないが、取引先の計画が動き出したようなので、今後は仕事が出てくることを期待する。
□	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・忙しい企業とそうでない企業に分かれてきている。忙しい企業は、例年よりも取引量が増えている。
□	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・身の回りの景気の良しあしは、外部に原因があるのではなく、自らのやり方にある。しかし、電気がないとウクライナのように、景気は良くなる。すぐにお上から省エネと言われると、本当に良い商品が作れないし、売れない (東京都)。
□	その他製造業 [靴] (経営 者)	取引先の様子	・得意先がコロナ禍でも非常に頑張ってくれている。これが大きな要因ではないかと、感謝している。
□	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・納品先として徐々に大型店の出店があり、取扱量の増加が見込まれるものの、小規模店の閉店も続いており、全体の取扱量は不透明である (東京都)。
□	輸送業 (総務担 当)	取引先の様子	・繁忙期だが、予想以上に物量が増えない。また、燃料費の高騰が続いており、収益が伸び悩んでいる。
□	広告代理店 (経 営者)	取引先の様子	・取引先の飲食店は、年末年始需要もあって前年に比べると予約数などが回復してきている様子だが、引き続き外注費予算などは渋い。景気とは関係ないが、新型コロナウイルスの新規感染者数が多く、従業員がいないために休業せざるを得ない店などもあり、厳しいように感じている (東京都)。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街にある飲食店を窓越しにのぞくが、やはり新型コロナウイルス感染症の発生前と比べると、全然店に客が入っていない。以前はどこも超満員だったような気がするが、やはり動きが悪い (東京都)。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ資金繰りの苦しい会社が多く見受けられる (東京都)。

□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注の動きが今一つ回復せず、8割経済という言葉がびたりと当てはまる。前月からの原材料、部材、商材の値上げの影響が出ており、受注控えのような現象があるように感じる。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・現状、売上は大きな変化なく推移している。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末ということもあり、受注量は例年同等の動きになっている（東京都）。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品、半導体製品の受注量が徐々に減少しつつある。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が激しい。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人受注は前年同月よりも悪く、3か月前と比較しても今月の落ち込みは大きい。平常月より悪く、年末とは思えない。（東京都）。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきてはいるが、飲食業ではG o T o E a tの影響や飲み会が増えているので、売上が若干増加している。小売業では原材料高騰の影響で食品が値上がりし、年末商戦でも従来より若干買い控えをしている傾向がある。運送業では、燃料高騰と人手不足から利幅が大きく縮小している。建設不動産業では、資材の高騰や半導体不足の影響で、工期が長く、かつ価格が上昇しているため、販売価格も上げざるを得ない状況であり、やや販売が停滞している。全体的な景気は変わらない（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・早いもので今年も終わりになった。総括すると、当社の売上は変わらなかった。買取りなどは一切やっていないので、大した成果はないが、法人税を少し納める程度である。市内の至るところで、更地に客付け完了と大々的に看板を出している建売業者がいる。今は建売業者が一番良いのかもしれない。資本力がものをいう時代である（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・飲食業のテナントの話では、仕入価格が上昇しており、売価の値上げが追い付かず、客足もまた鈍くなってきているとのことである。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・年末ではあるが、消費者の動向が鈍いという顧客の声を聞く。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、材料費、電気代やガソリン価格の値上がり激しく、対応ができていない。さらに、求人問題も大きく、賃金を上げないと人も来ないということで人件費を含めた経費のインパクトが大きい。ただし、更なる受注減少につながりかねないため、受注価格への転嫁はなかなかできない（東京都）。
×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の来年度の計画がマイナス成長に変化している。
×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると売上が20%ダウンしている。在庫が増え、営業利益はプラスであるものの、実質的な営業利益はマイナス15%と厳しくなっている。
×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料単価が年明けから値上がりする。新築案件の話が少なくなっている。
×	建設業（従業員）	取引先の様子	・昨今の物価上昇で周りが皆不安を感じている。
×	建設業（営業担当）	取引先の様子	・計画図面の段階で概算見積りを提出させてもらう物件が数件あったが、建築価格の高騰により、提示金額では工事自体を中止せざるを得ないとの回答があり、物件が中止になっている。
×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気が単月など一時的、瞬間的にでも上向く要素がなく、前年割れの状態が続いている（東京都）。
×	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・電気料金の高騰が利益を圧迫している。

雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・需要ひっ迫により、求人条件、給与が高くなってきている(東京都)。
	○	人材派遣会社 (経理担当)	求人数の動き	・例年、年末、年度末に向けて、企業からの派遣求人件数は増加傾向にあり、今年も同様に増加している(東京都)。
	○	求人情報誌製作 会社(広報担 当)	採用者数の動き	・中途採用、新卒採用共に採用意欲の高い会社が周辺企業にも多い。当社も今どちらにも力を入れているが、なかなか採用できていない。売手市場であることを感じている(東京都)。
	○	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・企業の求人、採用者数は安定的に推移している。しばらくはこの状況が変わるとは思えない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績や、周囲の消費動向に余り変化はみられない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・ホテル、旅館などの募集は依然として多いが、求職者からの応募がなく、マッチングに至っていない。派遣金額を上げて出ても出てこない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・登録者の減少とともに、高齢化が著しい。インタビュー1つにしても、40代とは全く異なる価値観を持つ70代の求職者への対応は難しい(東京都)。
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・派遣依頼では前年を超える成約数が見込まれる一方、人材紹介は、依頼数は堅調であるものの、成約数が伸び悩んでいる。社員雇用に対しては厳選傾向がより強まっている印象である(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・自動車産業を中心とする製造業では、相変わらずエンジニア不足が続いており、景況の悪化は見受けられない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・航空、観光業の求人数は顕著に増加してきているが、自治体の新型コロナウイルスワクチン関連のニーズが落ち着いてきているため、求人数は横ばいか少し落ちている。
	□	求人情報誌制作 会社(営業)	求人数の動き	・求人数の動きには大きな変化がない。例年12月は求人数が少なくなるが、それは景気がどうこうということではなく、求職者が特に少なくなる時期だからである。求人が動き出すタイミングは年明けになってしまうので、景気としては変わらない。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・就職イベントへの参加企業が増えている。その後の学生フォローに力を入れている企業も目立つ(東京都)。
	□	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・円安は徐々に解消されてきているが、企業によっては苦しい(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が減少している。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で2割減少、前年比でも2割減少と急速に落ち込んでいる。長期契約の派遣労働者の契約満了も、3か月前比、前年比共に1割増加となっている(東京都)。
	▲	求人情報製作会 社(経営者)	それ以外	・年末の繁忙期に入っているはずの街の飲食店に、宴会予約が少ない。夜9時以降の2次会需要が減ったのか、増えてきている新型コロナウイルスの新規感染者数の影響か、はたまた物価上昇や生活費の増加などの経済的不安から来ているのか、街の人出が少ない(東京都)。
▲	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・今は求人を出さなくても人が足りる、あるいは現在の人員を減らす方向性になっている。求人を出そうと思っていたとしても、募集しなくても過去出した求人を見た人から「求人していませんか」と問合せがあったりするので、お金を使ってまで求人を出すことがなくなりつつある。	
▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は、マンション管理や清掃等のパートは前年度に比べて増えているものの、大半の職種では減少している。求職者も応募に慎重な様子がみられ、紹介、就職件数は低調に推移している。	
▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数の伸びが減速している。ここ5か月ほど飲食、宿泊業、小売、卸売業の求人数が全体をけん引してきたが、直近2か月で急速に落ち込んでいる(東京都)。	

	×	求人情報誌製作 会社（所長）	求人数の動き	・募集数からそのように感じる。
--	---	-------------------	--------	-----------------