

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)	◎	旅行代理店（従業員）	・年末年始の客の動きが前年よりも多いと感じる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・期待を込めて、良くなるように頑張りたい。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・年明けの新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、様々な行事、イベント再開の連絡があるため、経済が動きそうである。
	○	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波がこのまま1万人台で頭打ちになれば、地域のイベントも複数開催され、全国旅行支援の効果などにより、来街者数とともに当店の売上も増加するのではないかと（東京都）。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月後はちょうどお彼岸や卒業式シーズンになる。お彼岸の方は法事関係なので何とか客が来てくれるとは思いますが、とにかく来客数が少なくなっているのが、本当に大変だと思っている。納品先も少なくなっているが、12月よりはやや良くなると期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末から新年度向けの受注量の増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・高付加価値な物を求める傾向は引き続き堅調に推移すると予測しており、特に不安材料はない。また、インバウンドについては、当面は回復基調が続くと予測している。一方で、中間層についても、ウィズコロナのマイนด์定着と賃上げムードが高まってくればここに多少上乘せしてくると思われる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・高額品の需要が上向いてきていることに加え、行動制限がほぼなくなってきたことにより、2月メインのバレンタイン商戦では前年以上の回復が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・気候が良くなり、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてくると予想されるので、人々が活発に動く（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の収束は見えないものの、年度替わりのオケーションや年明けから再開する全国旅行支援等を考えると、春先には動向が上向くと想定している。
	○	スーパー（総務担当）	・多くの企業で賃上げされるようである。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げは更に進むと思うが、節約志向なども含め、内食化傾向は強まる。
	○	家電量販店（店長）	・中国で新型コロナウイルスの新規感染者に対する隔離期間が撤廃された。今の感染状況が一段落したら、新型コロナウイルス感染症の発生前までには届かないにしても、インバウンドの緩やかな復活に向けた良いニュースとなる（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・2～3か月先の需要動向については、足元の新型コロナウイルス感染症対策の有効性と物価動向、為替、金利、株式市況、ウクライナ情勢等の概況の変化は引き続きウォッチするが、大きな悪化は見込んでいない。また、消費者心理の安心感とともに市況は上昇するとみている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の初売りでの受注量が増加するとみている。サービス部門は前年並みである。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・需要月を迎えるため、多少は活発化してくると予想している。
○	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・外国人旅行者による消費の勢いが止まらない。入国制限等がなければ、今後も売上は堅調に伸びていく（東京都）。	
○	一般レストラン（経営者）	・新規出店の店は、平均して客単価を高め設定している。地域的に再開発などがあり、大きな変化を余儀なくされている。ある意味で新しいビジネスチャンスも生まれている（東京都）。	
○	一般レストラン（経営者）	・中高年層がメイン客のため、新型コロナウイルス感染症の影響が色濃く出ている。それでも、これからは慣れが出てきていることと、若年層の客にも来店してもらえるようにメニュー開発や広告宣伝に力を入れているため、良くなってくれないと困る（東京都）。	

○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が継続するので、また申込みが増える（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・業界的には全国旅行支援により若干上向きになりつつあり、春先の旅行需要と合わせて更に上向く。
○	タクシー運転手	・入国制限が10月11日に大幅緩和されたこと、円安がまだ続いていることなどから、海外からの訪日旅行が復活の兆しを見せているので、景気は多少良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・今年は忘年会が多く開かれているようだが、いずれも早い時間帯での利用である。飲食店からのオーダーも久々に多く感じている。年明けの新年会需要にも期待したい。少しずつではあるものの、昼間の利用は増えてきている。
○	タクシー運転手	・物価が上がった分、年明け早々は静かになると思うが、タクシー業界としては法人の運転手の激減、個人タクシーの減少という部分で、少し忙しくなって需要に供給が追いつかなくなるくらいか、ほどほどに動きが良くなる（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・不安要素が一般化されてニューノーマル化することでマイナス要素が薄くなる分、DX化等のプラス要素に引かれる（東京都）。
○	観光名所（職員）	・来客数の増加が続いてくれれば良くなる（東京都）。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・正月の来客数も多く、円高傾向にもなっている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・催事が予定どおり開催される見込みであり、来客数も堅調に回復すると予想している（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	・基本的には新型コロナウイルス感染症が収束しない限り、そしてウクライナ情勢が落ち着かない限り、景気は良くならない。しかし、観光業界は多少回復しつつあるので、来年に期待している。
○	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪過ぎるので、普通に推移すれば景気は良くなると思われるが、政策や税制に目新しい材料もなく、景気はやや良くなるぐらいではないか。新春キャンペーンや決算月のキャンペーン展開で多少の販売量増加が見込める程度と思われる。
□	商店街（代表者）	・本来ならば、12月はもう少し客が来店して、注文や販売量も少しは増えるのだが、今年に関しては来客数も平行線をたどっているような感じがしている。3か月先がどうなるかは全く分からない状況で、非常に不安を感じている。年が明けて少しでも良くなってくれればよいが、新型コロナウイルス感染症次第である。早く収束してくれるようお願いしている。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・悪い状態から変わらないということだが、問合せ等は増えているので、もしそうした話がどんどん決まってくれば、売上自体も徐々に伸びてくるような気がする。まだそれが形になっていないので、何ともいえない（東京都）。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がまだまだ収束せず、商材の値上がりも続いているので、消費者が消費に慎重になる懸念がある。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・必要以上の物は購入しない客がほとんどだが、購入する客に高齢層が多いためと思われる。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・現状が続くのではないか。この先も食品などの値上がりが続くし、家電製品にも大分値上がりした商材が増えている。ただし、省エネの機種は高くても動いてはいる。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・来年3月くらいまでは厳しい状況が予想される。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	・良くなる要素が1つも見当たらず、現状が続く。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商部は多少大きな案件等を持っているので、ある程度売上はいい。また、店頭部も来客数が増えているため大変良い。ただし、海外から仕入れる紙などの価格がかなり上がっており、このままだと客がなかなか買わないのではないかと思っている。来客数はある程度維持できて増えたとしても、要らない物は買わないので客単価が下がるのではないかと。また、紙離れ、ペーパーレス化が進むという懸念もある。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・いつも同じ回答になるが、新型コロナウイルス感染症が収束して、社会が通常の状態にならないと、更に悪くなるかもしれない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・本格的な冬を迎え、行動制限はないものの、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの影響を懸念している。また、インバウンドは円安の影響で単価が伸長しており、新型コロナウイルス感染症の発生前をしのぐ勢いであることから、この状況はしばらく続くともっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・今後、ガソリン価格の下落等、先行きが明るくなるような材料が具体的に表れない限り、現在の不透明感のある雰囲気は変わらない。現状より悪化要素が更に表面化した場合は、景気の下振れも十分にあり得る（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・国内では食料品の値上げが相次ぐなど物価高が続くが、一方でインバウンド消費が戻ってきており、やや良い状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・回復傾向ではあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向であり、また、食品を始め輸入雑貨などの価格上昇が継続しており、不安材料は多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・コロナ禍での厳しい状況からは脱しつつあるものの、物価上昇が今後どのように影響してくるかは依然として不透明である。今月の状況からは大幅に変わらないと推測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症での自粛生活のリベンジ消費も落ち着きがみられ、以前ほどの勢いがなくなってきた（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・中国の新型コロナウイルス感染症対策次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・インバウンド需要が伸びつつある一方で、国内消費については、継続した食料品の値上げに伴い、財布のひもが固くなると推測している。前年3～4月にかけては新型コロナウイルスオミクロン株の影響が薄れ、徐々に回復傾向であったことを踏まえると、現状と余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・中国のゼロコロナ政策緩和の可能性による更なる免税売上の増加はプラス要素と考えているが、まだ不透明である。現状の好況が一定程度維持されると予測するものの、これ以上良くなるとは現時点では考えていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・物価高などの影響は今後も継続すると想定している。また、インバウンドも、中国のゼロコロナ政策が大きく緩和されない限りは良くなるとは考えられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・年明け以降も商材の値上げが控えているため、客が価格により敏感になってくる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、年末年始で出費が重なる時期であることに加え、年明けには更なる値上げも控えているので、購買意欲が上向きになるとは考えにくい。当面は同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・各家庭における食品などの予算が増えない限り、最低限の買物になるため、現状維持で横ばいとなる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価の上昇はまだ続く。それに対して販売個数、販売口数については減少傾向になってくると思うので、合わせると相殺される状況は今後も続いていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始の帰省は前年に比べて1～2割伸びており、それに伴う土産需要も10%以上伸びているが、帰省関連以外は前年とほぼ変わらない。年明け以降も食品を中心に価格の引上げが予告されているため、客の財布のひもが固くなり、頻度品以外の商材は厳しいと予想される。したがって、先行きは変わらないか、やや後退する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・値上げ商材が多いため単価は上がっているが、来客数が伸び悩んでいるため、不安要素がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・現状の売上規模は維持していく見込みだが、値上げの影響が少しずつ効いてきそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・年始までは活発に推移すると思うが、それ以降は不明である。新型コロナウイルスの新規感染者数の動き次第では低下も懸念される（東京都）。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先も余り変わらないのではないか。イベントごとには多少お金を消費したとしても、それがふだんの生活にそのまま表れるかという、少し違う気がする。ふだんからぜいたくができるほど景気が良いとは言えない。ただし、この先のイベント関連は多少良くなるという印象ではないか。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響に加え、いろいろな原材料が値上がりしており、糸関係も上がっている。先行きに不安があり、客も値上がりを直接感じているので、必要最低限の買物しかしないような気がする。景気はまだ戻っていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・物価上昇の影響で、衣料品需要は2の次、3の次になっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価の上昇が落ち着かないとまだまだ良くならない。
<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車の納期が大分先になるため、注文が少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・前年より納期の遅延が大きくなり、トラブルが増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ウクライナ戦争が終わらないことには、余り景気は変わらない。原油、小麦を始めとしているいろいろな食料品などが値上がりしてきているので、今年4月以降の春闘でどれだけ賃金が上がるかによって、景気の浮揚があるかどうかが見えてくる。当分の間は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・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"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、こどもエコすまい住宅支援事業などの補助金施策がプラス要素として期待できるものの、電気料金の値上げが景気全体に及ぼす影響が懸念され、予測が難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	・先行きが見えにくいなかで、節約している客の購買が増加するとは思えない。現状のままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	・燃料油価格激変緩和事業補助金の上限額が減額されるが、現在は原油価格が下落しており、補助額も上限に届いていないため、当面影響はないと思われることから、販売量も大きくは変わらず、微減の状態が継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくても、外食産業では急な回復は望めないため、変わらない。来年の第4四半期は新型コロナウイルス感染症の落ち着き具合によっては大きく回復する可能性があると考えている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・著しい物価上昇が今後の消費行動にどのような悪影響を及ぼすかが気掛かりである。経済循環の活性化につながれば良いが、収入増加には不透明な部分もあり、現状と変わらない（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の感染拡大があり、若干早めに宴会を実施する傾向があったのだが、中国における感染拡大や株価の下落の影響で年明けは少し厳しくなってくるので、それほどは上がらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・物価高の影響により不安感があることから、景気が良い方向に向かうようには思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響により景況が変動する。新型コロナウイルス感染症が落ち着き始めている印象なので良化傾向と考えてはいるが、1～2月は元々良くない時期なので、値上げラッシュ、為替変動、天候などの影響で、大きく悪い方に動かないでほしいという希望が大きい。景気は良い方向には向かっているとは思いますが、判断としては変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の新規感染者数がピークアウトし、新型コロナウイルス感染症の分類が2類から5類に変更されれば、ほぼ新型コロナウイルス感染症の収束方向に向かうと思うが、その判断が遅れば、状況は変わらず、宴会部門の法人需要は回復しない。さらに、水道光熱費や原価の高騰が重く足を引っ張っている。これらの不安材料を抱えながら2～3か月が経過し、新年度に入る。政府にはその辺の対策をきちんと採ってもらい、新年度からは正常な姿に戻れるようにしてもらいたい。これで新型コロナウイルス感染症を収束させてもらいたい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・現状では日本海側や北海道で大雪になっており、なかなか外に出て歩くという状況ではない。また、車で行くにしても、冬用タイヤに換えなければならないなど、様々な事情があるようで、はっきりした回答が出てこない。全国旅行支援のクーポンは大手がほとんど占めてしまっているため、当社のような小さな代理店ではそこまで手が届かない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が拡大しているとの報道により、一定のブレーキが掛かったままの営業を余儀なくされる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援のおかげで予約は伸びているが、未決定事項が多いためなかなか始まるので、問合せが絶えない。予約済み分は対象外にするなど、詳細を決めてから各旅行社に下ろしてほしい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・期待していたCM依頼が先延ばしになっている。広告予算を絞る傾向がうかがえる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・サブブランドの値下げにより、MVNOへの契約切替えは一巡したと考えられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・学生や外国人の転居者数が、新型コロナウイルスの新規感染者数や物価高などにより左右される状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・今のところ、案件増加等、景気回復の兆しが見受けられない。また、人材も不足してきており、今後の技術者不足も課題である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・競合他社等の兼ね合いもあり、利用料の値上げは簡単にできないが、仕入価格だけが高騰している。仕入価格や利用料金が変わっていかないと、現状のまま変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・金融対策を含めて不透明である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・企業にも客にもデフレマインドが染み付いており、値上げに対するアレルギー反応があることから、適正価格の反映が難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・電気料金の上昇基調、顧客獲得の維持などにより、景気低迷から脱することはできない見通しである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・度重なる増税報道や新型コロナウイルスの新規感染者数に関する報道で、レジャー施設には厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波に加え、インフルエンザ流行の兆しが出始めている年明けの状況が気になる場所である。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・インターネットでの売上のみが伸びる傾向にある。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・良くなる要素はないが、極端に悪くなる要素もない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束することを祈っている。
<input type="checkbox"/>	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収束するまでは悪いままである。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・年を越して景気は安定してくると予測されるが、まだ不安定であり、安心はできない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・来館者の動きを見る限り、先行きは不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・依頼先の状況を考えても上昇は難しい。ただし、急に落ち込む要素も見当たらないので、現状維持が続く。

□	設計事務所（所長）	・設計の計画は夢を実現させるためのものなので、対面での打合せが必要であるが、新型コロナウイルスの新規感染者数がどんどん増加しており、それが非常に難しい。また、金融の動きや物価も定まらず、方向性が見定められないため、変わらない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・価格が高くなり過ぎている。
□	住宅販売会社（総務担当）	・好材料が見当たらない。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波がいつピークアウトするかにもよるが、12月後半からやや陰りが出てきている。年末年始で人が激しく動き、新規感染者数がこのまま増加し続け、病床使用率の危険水域まで達したら、リバウンドが来ることが予想される（東京都）。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当店の取扱商材は少々特殊で、本来12月は平常月とは比べ物にならないくらい忙しくなければならぬが、徐々に売上が低迷してきている。平常月と比べると多少は売上が良いものの、これは継続できず、1～2月は売上が下がる。現在、プレミアム付商品券もあるので期待してはいるものの、非常に厳しい環境ではある。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・やはり物価指数並びに燃料価格、また、小麦粉など全般的に値上がりしているが、賃金上昇が伴わないので、生活の苦しい人の財布のひもは固くなっていく（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・今まで唯一売上がけん引していた富裕層の外商売上が低迷している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇に対する警戒感が更に強くなっていると感じる。今後この流れは続き、しばらくは景気が悪くなる。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	・物価上昇傾向に歯止めが掛からない一方で、法人税などの税制が見直され、賃金アップへの環境も厳しくなることが想定される。
▲	スーパー（経営者）	・10～12月と比較的前年並みで推移している。特に、12月はハレの日需要で客もそれなりの消費をしてくれている様子であり、ここまでは良いのだが、1月からは厳しくなるのではないかと。賃金がさほど増えないなかでいろいろな物が値上がりし、家計のやり繰りが大変だと思うので、1月以降はやや厳しくなる。
▲	スーパー（総務担当）	・12月はボーナスやクリスマス、年末年始に向けての帰省等があり、客が非常に動く状況だったが、食料品を含め全体的な物価の上昇があり、来客数は前年比で2～3%悪くなっている。このまま賃金が上がらず、物価だけ上がっていくようであれば、客の購買意欲が失われていき、生活コストを抑えていくようになっていく。
▲	スーパー（仕入担当）	・消費者物価が上がっており、年が明けると生活防衛意識が高まり、ますます消費が冷え込んでくる。
▲	コンビニ（経営者）	・来客数が減少するとともに、商品価格が上がっているために、売上は95%くらいになっている。
▲	コンビニ（経営者）	・エネルギー事情が悪くなっている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・従業員を募集しても全く集まらず、配達などを止めたため、売上が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	・10月頃から商材の値上げがどんどん始まっており、購入するときに、「これこんなに上がっちゃったの」という感じで、もう買えないよねというようなことを直接言われている。そのような状況なので、やはり数量的にも金銭的にも減るのではないかと。
▲	コンビニ（経営者）	・少し円高には振れているが、この物価高によって人々が少しずつお金を使わなくなっている。コンビニにおいても、来客数は同じでも客単価が下がる状況が続いているので、2～3か月先も現状のまま変わらなければ、同じような状況が続く。
▲	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の住民や客層は中小企業の勤務者が多く、政府が推奨している賃上げは期待できない。その上、値上げ商材が多数あり、景気は後退するとみている。

▲	衣料品専門店（経営者）	・衣料品の値上げが全てに及んでいるが、うまく価格に転嫁できていない。例えば、仕入価格が50円値上がりした物を、売値も50円値上げすることを数か月続けてきたら、粗利率を3%落としてしまった。客が価格に敏感に反応している。
▲	衣料品専門店（店長）	・大企業等一部の企業を除き、実質賃金が上がっていないこと、交通機関等コストプッシュ型インフレが依然として拡大傾向にあることから、消費者の財布のひもは相変わらず固い。特に、当社が扱う商材が着物、フォーマルドレス等の非日常商材であることから、消費者がリユース、リサイクル市場に流れている（東京都）。
▲	衣料品専門店（従業員）	・基本的な日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響で、非常に厳しくなる。積極的な消費がみられず、かなり慎重になってくる。
▲	家電量販店（店長）	・地域で発行されているクーポンが年明けに終了するため、更に消費が落ち込むことが懸念される。また、国が増税に向けた話し合いを進めていくなかで、消費者は警戒を強めてきているようである（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	・半導体不足による納期遅延の影響で、今後車種によっては受注停止が予想されるので、より厳しくなる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足問題の悪化は続くと言っている（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・今後まだまだコロナ禍が続くため、販売量も来客数に比例して減少する。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・来年も更なる値上げがあり、財布のひもはますます固くなる。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は天候の変化が激しく、前年よりも今年の方が何となく悪いような気がする。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、来年はやや悪くなる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の再度感染者の増加傾向に加え、エネルギーコスト上昇を実感する冬場を迎える（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・日本銀行総裁の交代も控えており、景気が更に悪い方向に動いていかないか不安である（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	・予想以上の光熱費、仕入原価等のコストアップにより、利益的に厳しい状況に至っている。価格改定などもしたが、これが年明けに平常時に戻ったときに、客の利用頻度、機会、単価にどのように響くかを考えると、厳しく考えざるを得ない（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・今月はクリスマスや忘年会などいろいろな行事があるので、売上もかなり良くなっているが、2～3か月先は、多分今月よりは悪くなる。これは毎年のことなので仕方ないが、1～2月は飲食業にとっては一番暇な時期である。
▲	一般レストラン（経営者）	・電気代など光熱費の高騰や全ての製品の値上げなどが断続的に進んでおり、生活も徐々に厳しくなってくる（東京都）。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料の高騰がより一層のマイナス影響を与えることが予想されることから、今後も当面は厳しい状況が続く（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染拡大とともに予約の延期やキャンセルが多くなってきており、新規感染者数が増えるごとに販売量が減る傾向にある。更なる感染拡大予想もあることから、景気は悪くなる。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が落ち着くことが考えられる。それ以前に、現在、従業員の退職が相次いでおり、人員不足のため通常営業ができない状況になっている。ロストビジネスが続くなか、不人気な業種のために採用がままならず、この先2～3か月で人員が充足できるとは思えない。
▲	タクシー運転手	・全体的に値上がりが拡大しているので、これが収まらない限り少々苦しい。正月も余り休めそうもなく、厳しい毎日である。とにかく、新型コロナウイルス感染症と値上がりが落ち着かないと厳しくなる。
▲	タクシー（団体役員）	・タクシーの稼働台数が増えれば、1台当たりの収益が落ちるのではないかと。まだ、人出が回復したとは考えられない。
▲	通信会社（経営者）	・商談はあるものの、機材等の値上がりにより受注見込みの客が先延ばしをする状況にある（東京都）。

▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が消費の足かせになっており、回復の兆しが見えない状況が続く。
▲	通信会社（局長）	・春商戦の不動産繁忙期が当業界では契約数が最大となる時期だが、近況を調査すると人の移動が例年になく少ないという情報が入ってきており、苦戦が見込まれる（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・利益を確保するために、4月から人員を減らすことになる。
▲	ゴルフ場（経営者）	・しばらくは現状のトレンドは変わらない。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・経済的理由から辞めていく生徒も多く、生活が苦しいということもいろいろ出てきているので、景気も悪くなっていく。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数などから判断している。
▲	設計事務所（職員）	・社会情勢次第だが、エネルギー価格の高騰がボディーブローのように効いてくるのではないかと（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・長期金利の変動許容幅の拡大の発表があり、今後の事業性ローンにどのように影響するか分からないが、少なくとも良くなるとは感じられない。金融機関の今後の動きに注視していきたい。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・公共案件で一定の建材購入が見込めるなか、民需への期待が薄れている。首都圏と地方の投資バランスも、首都圏に集中して地域格差が発生し、全体を押し下げている（東京都）。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから2～3か月先だが、良くなる要素が少しも見当たらない。年が明けると、電気代や他の物価もまた値上がりする。客には特に耐久消費財を購入するような雰囲気がないので、これからまた悪くなる（東京都）。
×	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットである。これから先、本格的な値上げがあるので、買い控えが更に進むのではないかと心配している。
×	スーパー（店長）	・このところ、電気代の値上げや防衛費を捻出するために増税するというニュースが客にも十分浸透しており、客が守りに入っている。必要で安価な物しか買わず、少し良い物、ちょっと食べたいというような物には全然手を出してもらえない状況がうかがえる。3か月後は今よりもっと悪くなるのではないかと（東京都）。
×	衣料品専門店（経営者）	・中国からの商材入荷が遅れている。商材を積み増しているが、欠品が広がる可能性が高い（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・価格の上昇が続き、資材を含めたコスト上昇分の価格転嫁ができないままである。
×	家電量販店（店長）	・どこまで物価が上昇するかめどは立っておらず、物価上昇率に対して賃金がどれだけ上がるかで、消費に向かうか生活防衛意識が強くなるかは不透明である。現状では良い方向とは思えず、また、海外の景気動向にも影響されるので、良くなる要素は少ない。
×	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の3～4月にもう一段階いろいろな物が値上げされるという情報が流れているので、また消費が冷え込む。とにかく、所得倍増計画を何とかしてもらわないと、この物価高では商売が成り立たない。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する政策が、果たして外に出て良いのかいけないうのか分かりにくい。飲食に限っていえば、忘年会は行わない人がかなり多い。エンターテインメント、興行の方ではいまだに感染者が1人出れば中止になるが、スポーツでは何万人入ってもOKという、よく分からない状態になっている。
×	一般レストラン（経営者）	・やはり新年会は忘年会と比べて予約数が少なく、また、年末に人出が増えたことで新型コロナウイルスの新規感染者数も気になるので、この先は余り良いようには思えない。悪くなると予想している（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・米国の金融政策、中央銀行の強気の態度からすると、当分金利の上昇が続くので、株価が下落傾向となり、景気は減速する予想である。そうなると、世界や国内経済にも大きな影響が及び、更なる円安が進み、米国発の不景気が世界に広がっていく恐れがある。

	×	通信会社（管理担当）	・増税への警戒感が強く、購買意欲が極めて低くなっている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・2月まで寒波の影響がある。また、光熱費と仕入単価が前年に比べて2～3割上昇している。
	×	ゴルフ場（従業員）	・物価は著しく上昇しているが、給料は上がらない。この状況が続く限り景気は良くならない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・エネルギー、素材価格の高騰は固定費を圧迫し、著しく収益性を悪化に導いている。金融緩和修正により円安に歯止めが掛かれれば多少は改善も期待できるが、ロシアのウクライナ侵攻が長期化することになれば、厳しい状況が更に続く。
	×	設計事務所（所長）	・いずれにしても新型コロナウイルス感染症が沈静化しない限り、先行きは明るいものではない。特に、材料費が上がっていることが足かせになっている。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事の問合せ件数が増えてきている。売上も伸びてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する考え方が変わってきているようなので、イベント等への人出が多くなってくる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・得意先で大口の仕事が予定されているということなので、当社にもできる仕事が多くなってくる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在の生産計画では、年明け2～3月は今までにない規模の増産を予定しているが、これまでのこともあり、下請としては半信半疑のところもある。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつも、経済の足を引っ張るほどではなく、サロン業界の業績も落ち着いている。中国への渡航などが活性化するなかで、春に向けて一定の戻りが期待できる（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したとしても、経済の動きを止めることのない、政府の経済優先の方針が安心感を与え、消費活動に結び付いているものと思われる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症との共存で活動が戻ってきているので、景気は上向く。
	○	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症が再び感染拡大しているものの、慣れもあってか、人流は徐々に増えているので、先行きは明るくなる（東京都）。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・円安が緩和傾向にある。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・周辺の状態からの判断である（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・よく売れる商材の中に大手はんこメーカーのインク浸透印があるが、1月から30年ぶりくらいに値上げをする。一番多い製品が1450円から1600円と、約10%上がる。よく売れる商材ではあるものの、値上がりとはんこ離れもあって、恐らく客が買い控えをするので、横ばいかやや下向きになるのではないかと（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・輸出は受注が少なくなっており、国内も新型コロナウイルス感染症の影響か、動きが悪い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・確かな情報ではないが、医療品容器に関して新企画が決まり始めたので、年明けから回復すると期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先から、特に新しい取引の話について聞いていない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・日本のエネルギー政策がはっきりしない。国民の生活はすべからず電気で成り立っている。いつまでも省エネ、省電力を言っていたら、景気は良くならない（東京都）。
	□	その他製造業〔靴〕（経営者）	・当社の場合、世の中の景気というよりも、得意先が非常に頑張ってくれていることが大きい。また、同業者の声などを聞くと、全般的に幾らか動き出してきている様子なので、良くなる。
□	輸送業（経営者）	・新年度を控えた3月の出荷量に期待をしたいところではあるが、近年の傾向からみると期待外れとなる公算が大きい（東京都）。	
□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に反比例して受注が減る。感染第8波が収束しないと良くならない（東京都）。	

□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出量は引き続きない。また、国内出荷量も低迷していて増えない。したがって、今後も景気は現状のまま変わらない。
□	金融業（従業員）	・サービス業を中心に「政府の全国旅行支援の効果により売上が回復した」との声がある一方で、光熱費の高騰などにより利益が減少した事業者も多い。多くの中小企業がコスト増への対応に苦心しており、賃上げやインフレ手当の支給など、従業員への還元までにはなかなか及んでいないようである（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・諸物価の上昇が続き、新型コロナウイルスの感染再拡大による客足の鈍化など、不安要素が大きいため、景気は良くならない。
□	不動産業（従業員）	・建築資材等の高騰はあるものの、マンション販売、賃貸稼働状況は上向きである（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	・円安は落ち着いてきたものの、引き続きウクライナ情勢次第で燃料費の高騰が続くと思うので、原価率確保のために宣伝費がひっ迫する状況は続く（東京都）。
□	税理士	・米中の景気の動きもそうだが、やはり国内の中小企業はまだ新型コロナウイルス感染症の影響から回復できていない。政治を含めて改善させていかないと、まだ立ち直れていない（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）。
□	経営コンサルタント	・原材料などの物価上昇はやや収まることを期待しているものの、好転するとは言い難い。
□	税理士	・新型コロナウイルス感染症に加え、ここ2年間抑えられてきたインフルエンザに流行の兆しがあり、景気への影響が懸念されるが、横ばいのまま維持する力はあるものとみている。増税案はあるが、ウクライナや台湾の情勢を考えると仕方がなく、増税を支える景気の良さに期待したい。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・値上げの影響がまだ尾を引くと思われ、年初や春先に更なる値上げも予想されるため、厳しい状況が続く。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくはこのまま変わらずに推移する。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年明け早々に仕入価格の更なる値上げ要請が来ているので、どこまで理解してもらえるか不安が残る。
▲	化学工業（総務担当）	・個人消費が上向いてくれないと、なかなか需要回復は望めない。エネルギー価格の上昇、諸物価の上昇、住宅ローン利率の上昇など、懸念事項が多い。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・2～3か月先の2～4月頃に、原材料等の更なる値上げが予想されるので、また若干悪くなるのではないかと。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品、特に半導体製品の受注量が徐々に減少しつつある。今後も数か月は現状が継続し、事業や景気に影響が出てくる。
▲	建設業（経営者）	・公共料金を始め全ての物が高騰しているが、賃金が全然上がらないので、大変なことになっている。
▲	建設業（経営者）	・増税といわれたら、良くなるものも良くならない。
▲	金融業（総務担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてくると思われる。飲食関係も、Go To Eatが終了すると、売上は一段と厳しくなる。小売業も値上げが続くと予想されるので、売上は減少していく。燃料価格も高止まりしており、人手不足から人件費が増加すると思うので、全体的に景気は下向き方向となる（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のせいにはできないが、全般的な動きは悪いようである。できるだけ節約していく時代ではないか（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	・飲食店など業種によっては年末年始は回復傾向にあったが、例年以上に1～2月は厳しい営業になるのではないかと予想している取引先が多い（東京都）。
▲	広告代理店（従業員）	・景気が単月など一時的、瞬間的にでも上向き要素がなく、前年割れの状態が続いている（東京都）。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・取引先からの依頼が多少減ってきている。また、2～3月の受注量の巻き返しが難しい（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明け以降は受注予定が余りない（東京都）。

	×	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先からの受注量は前年比15%ダウンしている。製造原価を大きく占める材料費が20%以上アップ、今まで太陽光自家発電、新電力などコストダウンによる効果があったものが前年比30%アップとなっている。来年春からは14%の更なるコストアップ、人件費や運送費の高騰により利益の大幅減少が見込まれる。
	×	建設業（経営者）	・予算が合わず中止する案件も出始めている。先々が不透明である。
	×	建設業（営業担当）	・資材の中には価格が高止まりしてきた物もあるが、今後も高騰する予定の物が多い。価格が折り合わず、工事自体の中止も出てきているので、3か月後は現状より悪くなる。
	×	経営コンサルタント	・経済対策についても、部分的な救済型のばらまきでは根本的な対策にはならないので、景況はまだ悪化する。高度成長時代の建物や道路、橋などの老朽化も進んでおり、思い切った公共工事の予算建てをして、修理や立て直しをすることで、経済活動の底上げを図るべきである（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・派遣募集を紹介予定派遣に切り替えて募集するケースも増えてきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて、新年度からの求人数が増えることが見込まれる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・どこの企業もぎりぎりの体制で人員配置しており、コア業務以外は外部委託とする傾向がより強まってきている。景気見通しの悪化傾向が強まれば強まるほど、派遣や請負の臨時的ニーズはますます増える（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・今年に関しては、求人数はコロナ禍以前の水準まで戻ってきている。ただし、求職者数については、コロナ禍で離職した際に再就職できないリスクが大きく、余り増加していない。そのため、全体的には派遣労働者数は少しずつではあるが、増加している（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・過去の経験からも、年が明けたら良いことがある、何か起こるといことで、実際今までもそうしたことがあった。年明けの話も幾つか出てきているので、期待している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・採用を増やすわけではないが、対面活動など手間をかける傾向が強くなり、採用意欲の高まりを感じる（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・様々な金融政策が考えられている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・ホテル、旅館などからの募集増加に対して、求職者からの応募がないため、改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・登録者の年齢層のシフトに応じて、ビジネスモデルも変わっていかざるを得ないが、移行過程でバランスは取れている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数を押し上げる特別な要因はないものの、大きな減少の兆しもなく、例年どおりの求人数を見込んでいる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・直近3か月先に悪化傾向はみられない。当面、現状維持が見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自治体関連の新型コロナウイルスワクチン接種の終息に向け、失職する求職者が一時的に増えると見込んでいる。その受皿になり得る求人が増加してくるかによる。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・人材業界では大きな不安要素もないので、しばらく現状のままではないか（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格高騰と円安影響による物価の上昇が続くと、景気が冷え込み、雇用にも悪影響を及ぼすことが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で7.1%増加、前年比では12.0%増加しており、12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0.09ポイント増加の1.20倍であり、約20か月ぶりに1.20台に回復している。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・短期的には大きな変化はないが、中長期的には若年層の増加が必須であり、税務上の対応も含め、対応策が急務である。同じことが言われ続けているが、政治的な検討を要する（東京都）。	
▲	人材派遣会社（社員）	・物価高の影響が出てくる（東京都）。	
▲	人材派遣会社（社員）	・2021年8月以降、派遣の受注件数、稼働者数共に回復トレンドにあったものの、2022年12月から下降トレンドに移行し始めている（東京都）。	

▲	求人情報製作会社（経営者）	・好転材料に乏しい。ただでさえ弱っている経済環境なのに、自然災害による流通断絶や、青果や海産物の収穫高の減少などで、一般家庭の生活消費が抑えられている。消費活動が低迷すればするほど企業収入が減り、必然的に賃金も上がらないなど不安事項が多い（東京都）。
▲	求人情報誌制作会社（営業）	・来年は景気が悪くなるのではないかとされている。ウクライナ情勢や、相次ぐ値上げなど様々な要因から景気が悪くなり、求人の動きに影響を及ぼすのではないかと。求人数と景気は密接にかかわっているため、世界の動き、国内消費者の動きなど、少し先に起こる未来を見据えて行動することが重要である。
▲	職業安定所（職員）	・原材料高、原油高が中小企業の大きな負担となっているため、求人賃金額が上向かない。このため、求職者が期待する条件とならず、紹介数にもマイナス影響がある（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・ロシアのウクライナ侵攻や半導体不足の問題が解決すれば良くなる。
×	職業安定所（職員）	・電気料金の値上げや、食料品等あらゆる物価の上昇による。