

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)	◎	商店街（代表者）	・今年に限っていえば、新型コロナウイルス明けで、しばらくはこの熱狂が続くとみている。若者を中心に、抑圧された3年間の反動は続きそうである。イベントもかなりの盛況ぶり、こちらはそれを覚悟して対応しなければならない（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	・中国からの訪日客が増加する見込みである（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行以降、宴会や婚礼の問合せが増えてきている。トップシーズンということもあり、予約が比較的好調に推移している。宿泊は一旦落ち着いているが、秋の行楽シーズンに向けて動きが出てきているため、期待したい。
	◎	旅行代理店（従業員）	・中国からのインバウンドが期待できる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・円安などにより外国人観光客にとって日本の物価は割安に感じる。新型コロナウイルス感染症発生前の9割弱の水準まで回復しているというニュースもあるため、景気はやや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・何となく値上がりも一巡し、客も今まで買い控えていた分、そろそろ消費に多少目を向けてくれるのではないかと期待はできないが、以前よりは幾らか良くなっていくような気がする（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・外国人観光客の来店もコンスタントにあり、かつ購入金額も大きいため、売上増加につながっている。秋に向けて地域イベントの開催予定も多数あり、今後は外国人観光客にかかわらず来街者数の増加が見込めるため、当店への来客数も増加する（東京都）。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・3年間我慢していた行動への規制が解かれたからではないか。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・今、旅行会社や日本全国でみると、インバウンド景気ということだと思うが、花屋まではまだ回ってきていない。さほど変わらないと思うが、期待を込めてやや良くなる（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商の大口案件に関しては、9月から11月全てで大口案件が獲得できている。本来であればもう少し早かったものが、段々と遅れて何とか決まったものだが、これでやや良くなる。ただし、店頭販売は、天候が異常なので、来客数が減少するのではないかと不安がある。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・秋から年末にかけては一定の受注増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・猛暑が収まり、気温が下がってくれば、年末商戦に向けて一気におせちや秋の味覚、お歳暮商戦となる。人が集まる場が多くなることが予想されるため、パーティー、ケータリング需要なども高まるとみている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・中国人の団体旅行解禁による来客数の増加はしばらく続くと予想しており、10月以降は更に伸びると期待している。なお、食料品の値上げ影響について、買上点数は減少しているものの、全体の売上は伸びており、影響は少ないと考えられる。今のところは外国人旅行者の増加に頼っている状況だが、この傾向はしばらく続く（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・国内客による消費の上向きはもうしばらく続き、加えて訪日外国人の増加に伴う消費も期待できることから、身の回りの景気は上向き。しかし、国際情勢などまだ不透明な事柄も多く、楽観視できる環境ではない（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、制約がなくなったことで国内消費は堅調に推移している。加えて、インバウンドも着実に伸びている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・今の好調な景気は株価や為替といったマクロ経済だけに支えられているものではないと考えているため、富裕層を中心とした消費への大きな懸念はない。それに加えて、航空便の再開に合わせてインバウンドがプラスされてくるため、向こう数か月に風向きが変わる要素は見当たらない（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・前年まで控えていた各種イベントも解禁され、また、コロナ禍で拡大したホームパーティー等の需要も継続するなど、販売機会の拡大が期待できる（東京都）。	

○	百貨店（販売促進担当）	・アフターコロナの夏を経て、行楽需要やマスクを外した後の化粧品需要などが完全に回復している。秋の行楽需要や化粧品、ファッション需要の高まりが期待できる（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが増えてきている（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	・中国の団体旅行解禁もあり、インバウンドが今後の景気を押し上げる（東京都）。
○	スーパー（営業担当）	・現在は季節商材の底上げができていますが、これが将来にわたって販売量の増加につながるかどうか、ある程度期待を込めての回答である（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	・天候にもよるが、前年と比べて行楽が増加傾向にある。
○	コンビニ（エリア担当）	・残暑が続く予報が出ているので、飲料を中心に売上の伸びが維持されると見込んでいる（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	・夏季休暇で来客数が多くなっていると現状で回答したが、それは前年も同じである。ただし、前年よりも良いと感じるのは、前年以上に来客数が多いためである。現在も少しずつ良くなっているのは、環境や人の考えが徐々に良い方向に向かっているからである。物価が上昇し、生活が大変になっている背景もあるが、生活必需品は最低限のぜいたくと捉えているところもあるのではないかな。
○	衣料品専門店（役員）	・早く気温が落ち着いて、秋物衣料が売れるよう期待している。
○	家電量販店（店員）	・当県独自の省エネ家電購入キャンペーンが始まる。
○	家電量販店（経営企画担当）	・現状のけん引役である季節商材の売行きは鈍化するが、中国からの団体旅行解禁等もあり、インバウンドは強含みだとみている。また、円安、原油高、物価高、新型コロナウイルス感染症等のネガティブインパクトが弱含むと、景気的には良好な水準になる（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・今年の秋にはモーターショーが開催されるため、各社の新型車が発表され、新車販売が増える。
○	乗用車販売店（店長代行）	・半導体不足も落ち着きつつあり、新車種も出てくるので、これからは販売台数が上向いてくる（東京都）。
○	高級レストラン（営業担当）	・法人関連を中心に、宴会予約、問合せに回復の兆しがみられる（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・秋のイベントシーズン到来により、来客数増加、客単価上昇による売上増加を期待できる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドの効果はみられるが、コロナ禍の反動のようにリバウンドとも考えられる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・3か月後も現状と同様に客はまだ増えてくる。中国の団体旅行も解禁になったが、原発処理水の問題もあり、以前のように団体客が来るようになるか分からない。インバウンドも増えてきているので、徐々に良くなってはいるが、光熱費や材料費、人件費等が上がっている。
○	一般レストラン（経営者）	・倒産する業者も増えているが、雇用がうまくできているところは、来客数も落ちず潤沢である（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・これからの売上、利益の状況は、仕入価格の上昇をどれだけ抑えられるかにかかっている（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・周囲ではビルの建て替えが増えている。人出が増え、にぎわいも増しており、景気は良くなる方向にある（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症で我慢していた人々が旅行や外食をする機会が増えてきたと感じる。原料の価格高騰が落ち着いてくると良くなるのではないかと感じているため、良い方向性がみえている（東京都）。
○	タクシー運転手	・会社の無線、アプリ配車、駅出し、いずれも利用があり、平均している。夕方辺りから深夜にロングの客もおり、良い状況になっている。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、消費マインドが好転しつつある（東京都）。
○	通信会社（社員）	・建て替えや居抜きの新規開店が増加している。飲食や物販系個人店が増加しており、景気の回復傾向が読み取れる（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・少しずつでも商談数が回復することを期待している（東京都）。
○	観光名所（職員）	・酷暑が収まれば外出する人が多くなると期待している（東京都）。

○	ゴルフ場（経営者）	・夏から秋に向けて、例年5%ほどの集客増加を見込めることもあり、短期的には良くなると予測している。ただし、燃料費、光熱費などが高騰していることもあり、経費面での圧迫は、かなり苦しい。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・企業の懇親会に関する問合せが増えてきている。忘年会の開催なども見込めそうである（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・中国の影響で経済の動きが悪くなるのではないかと心配をしている。ガソリン価格やいろいろな単価の上昇など懸念となる要素もある。ただし、当事務所としては、7～8月とこなし切れないほどの仕事量になっている。これからの社員育成が課題である。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いてきており、大企業は既に景気が回復しているようだが、我々中小企業はまだ不況のなかにいる。物価が上がっているにもかかわらず、賃金を上げることができない。中小企業に対する景気対策をお願いしたい。
□	商店街（代表者）	・例年にない暑さが続いていること、9月以降もしばらく暑さが続くことから、商売にとってかなりマイナスになるのではないかと。客も外に出ることに少し抵抗感があるようである。そのため、この先はなかなか思うようにいなくなる。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・ガソリン代の高騰や運送会社の値上げなどがある。猛暑がいつまで続くかによっても変わってくるため、どちらともいえない。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暑さのお陰でエアコンは売れたが、9月以降に売れる商材がない上、いろいろな物が値上がりしているため、売上は厳しくなる。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品の需要は余り期待できないが、割と大きな電気工事が数件入っている。メーカーの計画するキャンペーン商材は、当店で余り見込めないため、取り組むかは検討中である。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・中国の不動産会社破綻により、株価が下がっている。ここに米国の利上げ実施となれば、更に株価が厳しくなり、景気全体に及ぼす影響も少なからずある。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	・インバウンドは余り関係なく、既存客中心の商売なので、極端な変化はなく横ばいで推移する。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今後、年末に向けて、外国人もたくさん来るイベントなどでの売上増加を少し期待している（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・大型改装に伴い前年との比較が難しいなか、催事スペースの縮小等もあり、大きな伸長は期待できない。
□	百貨店（営業担当）	・ここ数か月の実績から、今月より急激に上がるかは分からないが、現在のトレンドは継続する。核となる化粧品や飲食の動きが良い流れはしばらく続く（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・売上伸長が続いており好況である。現状のペースでコンスタントに伸ばすという意味で、変わらない。コロナ禍明けで3～4年ぶりの秋物新調という客も多い。また、インバウンドの復調も見受けられる（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇の影響が出てきている。ガソリン価格の高騰など、今後の見通しも良い方向とは思えず、景気は緩やかに良くなる程度である。
□	百貨店（管理担当）	・今月も良くなってきており、そのままの状態が続く（東京都）。
□	百貨店（店長）	・行楽等のニーズには期待しているが、日用品についてはシビアな購買動向が続く。
□	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットであるが、値上げが一巡した感じを受けている。客も値上げした価格に慣れてきているため、変わらずに推移する。
□	スーパー（経営者）	・競合関係が厳しくなっているため、なかなか抜け出すことが難しい（東京都）。
□	スーパー（店長）	・9月以降も値上げが続くため、1品単価が上がり、購入点数が落ち込む傾向も続いていく。また、10月に酒税の改定があるため、一時的な売上増加が期待されるものの、改定後の落ち込みにより相殺される。
□	スーパー（店員）	・物価高は変わらず、所得が増えている様子もないので、必要最低限の買物しかしない状況は今後もしばらく続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・家計に与える1番の影響は日々の買物、つまり食品の動向であるため、毎月商品価格の上昇が当たり前になっている近況では、買物の回数、1回当たりの買上額はよりシビアになっている。これからの傾向は強くなるのではないかと心配している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・景気という観点では、物価上昇により良くなったとは感じない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数と売上が前年を大きく割っている。これから先も薬局などの新店がまたできるため、現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・少し落ち着いてきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コンビニは7～8月に売上が最大になるため、2～3か月先はそれよりは下がるが、前年の9～10月と比べると、少し上がるのではないかと。前年と比べるとマスクをしない人も大分多くなり、人々の動きが自由になっているため、来客数も少しずつ増え、コンビニの来店頻度も上がっている。ただし値上げした分、売上が伸びてはいないのが現状である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・人流の増加傾向は変わらないものの、台風などの天候不順がマイナスに働く可能性がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・変わらないと回答したが、実際はよく分からないというのが現状である。いろいろな物価が上がっており、これから衣料品に購買意欲が湧いてくるのかどうか疑問である。生活必需品だけは動くと思うが、その他に関しては不透明なところが多い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・一部の高所得者を除き、大部分の消費者が、エネルギー価格の上昇等、生活関連の物価上昇により財布のひもを引き締めているため、当社が扱う非日常商材は、今後も苦戦を強いられる。インバウンド需要が徐々に伸びていることはプラス材料だが、しばらくは現状維持が続くものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電製品は買換えや新築需要が少ないとダイレクトに響く。現状では壊れるまで使用する人が多く、買換えサイクルが伸びているため厳しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価や電気料金などの上昇が収まらないと、この状況は変わらない。
<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（営業担当）	・ガソリン価格高騰により運転を控えるなどの影響が出ており、経済が循環していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻やいろいろな情勢のなかで、景気は今後も当分変わらない。燃料、食料品など全ての価格が上がっているが、賃金は上がっていない。今後も当分厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・中古車市況次第だが、新車販売、サービスの需要は堅調と判断している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産量が回復したとしても、輸送能力が追い付かない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン代が高くなってきて、車の維持費がかさんでいる（東京都）。
<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、今年度は国の補助金事業が需要喚起に大きく寄与するとの見立てであったが、補助金事業の終了がみえてきた現状においても、引き合い、契約共に前年を上回る水準で推移している。今後しばらくは底堅い需要に支えられ、好調を維持する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・いつまでも暑く、秋物商材がどうなるかよく見通せず、景気はやや悪くなる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在の客の様子から、今後販売量が増えていくとは考えにくい。身の回りの景気は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・引き続き好調を維持しているものの、外国人観光客を中心に来客数が頭打ちとなっているため、良くも悪くも横ばいが続く（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補助金の終了時期を見直す方針が発表されている。期間延長、補助金増額など、最終的な方針がどうなるかによって今後は変わってくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・販売量の観点では、現在、供給能力におおむね等しい水準に到達している。そのため、更なる拡大には投資が必要になるが、今後2～3か月という短いスパンで実現することはないため、景気は現状維持となる（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今後2～3か月先は、涼しくなって、客の足もレストランに向かってくるため、今よりはかなり良くなる。また、イベント関係も多くなり、パーティーやケータリングなども今よりは増えてくる。そうしたことから、今よりも20%から30%は売上が伸びる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・5店舗中2店舗閉店した。この状態では銀行への返済が厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ガソリンや食材だけでなく、全ての価格が上がっているが、このままで良いのだろうか。景気の良くなる理由が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行して3か月が経過したが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に完全回復はしておらず、8～9割というところである。新型コロナウイルス感染症も若干ながら続いているなかで、完全に回復するにはまだ数か月掛かるのではないかと。水道光熱費、原価の高騰が収支に大きく影響を及ぼしているため、総体的には現状維持が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず新型コロナウイルス感染症を警戒している人がいることと、原材料費や光熱費の上昇により景気はそこまで良くならない可能性がある。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・今秋の旅行シーズンは、団体客等の取り込みは順調であるものの、8月ほどの動きにはなっていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・先の見通しが立たないため、現状と変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・9月から学校団体を始め、案件の実施がある。しかし、既存顧客の案件が十分に戻っておらず、前年と大きな状況の変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は既にオーバーツーリズムであり、販売したくても宿泊施設や航空機が混み合い、供給不足の影響で予約が取りにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・円安、原油高など、先行きには不透明な点が非常に多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・夏よりは人の動きが悪くなると思うが、法人タクシーの乗務員数もすぐには増えないため、現状のままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・暑さが落ち着くと、物価高の影響が顕著に出てくる。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・タクシー乗務員が戻ってきて稼働台数が増えれば、1台当たりの運送収入は減っていく。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・案件の受注数が増加しても、機材や工事費の値上がりで落ち着くまで景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・売上の大幅な復活見込みは薄い。インボイス制度に対応しない取引先が明確になり、利益圧迫は確実である。来年度の見積りでは値上げを検討している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いているため、大幅な景気の改善はまだ当分先になる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比較して、在宅ワークの浸透、転居を伴う異動の抑制により転居件数が減っていることから、固定通信、携帯電話の契約数に大きな変動はないものとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・ロシアによるウクライナ侵攻や中国の不動産大手の事実上の破綻など、世界情勢が落ち着かない限り、現状維持が精一杯である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・社会全体の物価高が止まらない限り、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・円安によりエネルギー価格、食材、物流と連鎖して値段が上がり続ける。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・客の加入獲得について、純減が継続的に発生しており、以前の「悪くなる」判断から更に悪化が加速するような事態ではないものの、継続していることを踏まえると、悪い状況のままで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・法人向けは緩やかに上向いているが、B to Cでは物価高などによる買い控えの影響が長引きそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・まだアフターコロナでイベントなどへの集客が多いと予想している。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・市場が回復する一方、原材料高の継続や人手不足解消のための賃金上昇で、収益の低下が予想される。上振れ、下振れの判断がしにくい。

□	競輪場（職員）	・ターゲットを絞り込むことでまずは固定客を作ることができている。また、アンケートも実施しており、秋に向けて次の策を打つが、まだ時間が掛かるとみている。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・中国の団体旅行解禁により、更なる景気回復を期待する一方、中国の不動産バブル崩壊や、円安の進行による電気代やガソリン代の高騰等、懸念材料も多い（東京都）。
□	美容室（経営者）	・早く猛暑が収まってほしい。
□	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発生前に完全に戻ってしばらくたたないと、景気は良くならない。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・まだ本来の消費意欲が戻るまでには時間が掛かる。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・客の動きなど良い気配を感じられない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・物価の上昇が続き、個人消費が下がるなどマイナス要因が多い（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・民間の景況が上向き様子がないため、官庁案件に頼らざるを得ない。今年度の入札はほぼ一段落したので、今後は特に変化はない。
□	設計事務所（所長）	・先の見通しがほとんど立たないため、変わらない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・販売商材の値上げが決まっている。新商品の発売もあるが、販売量の増大は厳しいのではないかと。注文住宅はもう今期の売上には入らないので、来月以降は建売の販売に注力するが、こちらも厳しい状況が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	・資料請求数等は特に増えていないので、横ばいで変わらない。
□	住宅販売会社（総務担当）	・原材料の価格高騰に対する具体的な対策が打ち出されていない。下請業者への価格転嫁は許されないなか、消費者へ転嫁する必要性が出てきている。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・業種的なことかもしれないが、印章業界は現在非常に低迷しており、徐々に余裕がなくなっている状態である。真剣に将来を考えなければいけない。
▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・イベント等が通常どおり開催され、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、再び縮小傾向になるとみている。また、消費者の購買先がかなりほかに移っていることに加え、品薄により需要と供給のバランスも崩れている。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・物価の上昇、世界的なウクライナ問題への動き、食料等の関係も見据えると、経済は微妙で、消費には非常に慎重になっている（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・中国からの団体旅行が解禁されたが、原発処理水の放出後、日本産水産物の輸入禁止や旅行のキャンセルなど、中国情勢が非常に不安定であり、影響は小さくないものと想定している（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響による前年比での増加傾向も徐々に落ち着きつつある。また、インバウンドの買上単価も前年比マイナス20%と低い状況が続いている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・現状は、天候に恵まれたことと、県独自のキャッシュレス決済キャンペーンの効果も非常に大きい。これから先、天候がずっと良いとは考えにくいことと、キャッシュレス決済キャンペーンが終了することにより、やや下がって、以前と同じようにはならない。
▲	スーパー（経営者）	・物価上昇に所得が追い付かず、エンゲル係数が増大している。食料品はカロリー摂取優先で、し好品が削られてきている。
▲	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、日々節約を強いられているなかでは、なかなか景気が上向くとは考えにくい（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・夏休みでお金を使っている上、県独自のキャッシュレス決済キャンペーンで需要を先取りしてもいるため、この先の消費が心配である。ただし、10月に最低賃金が上がるので期待もしている。
▲	スーパー（仕入担当）	・値上げが食料品から電気代、ガソリン代と広がり、節約志向が一層高まっている。円安も続いており、価格自体が下がる傾向にはない。

▲	スーパー（ネット宅配担当）	・今月から比べるとやや悪くなる。ガソリン、電気などのエネルギー価格の高騰により、値上げに更に拍車が掛かることや、中国の日本産水産物の禁輸などで、ますます水産物の輸出入などに影響が出る恐れもある。
▲	コンビニ（経営者）	・販売数量が減少しており、今後景気が良くなる好材料が見当たらない。プラスワンでの集客に陰りが出てきている。本部での新たな集客施策を期待するしかない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・値上がり傾向により、不要不急の衣料品は節約の対象になっている。
▲	衣料品専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響による来客数増加が一周し、2～3か月後は来客数の大幅な増加は見込めない。
▲	衣料品専門店（従業員）	・コロナ禍は収束したものの、まだ消費者が洋服などを買う習慣は戻っていない。特に高齢者層の来客数が減少している。
▲	乗用車販売店（営業）	・物価高により生活費などが上がっていくため、車の購入資金を保てない人が増えてきている。
▲	住関連専門店（統括）	・ガソリン価格の高騰はまだ続くため、景気の伸びも悪くなる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・エネルギーコストの上昇を抑える経済対策次第とは思いますが、出費の限界を迎え、消費が冷え込むことが心配される（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・原発の処理水放出による風評被害の影響が心配である（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・商材の値上げが所得に反映して、インフレ好循環にならなければ、消費マインドに水を差し、悪化する可能性がある（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・9月の予約表にはまだ空欄のページが多い。8月の暑さの疲れが出てきて、9月は少し売上、来客数が減るのではないかと（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・中国の日本産水産物を始めとした輸入禁止措置により、対中輸出企業の減益、不買運動等の影響が出てくること、加えて円安が安定的になったことによる物価高などの要因が影響する。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・これから下期に向けては、宴会需要の復活を期待しており、ようやく上期とほぼ同水準を維持できるか否かの状態にある（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了し、申込みが減る（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・物価高騰により出費を抑えたり、インバウンドにより宿泊料金の値上がりが進むことで、やや悪くなる。
▲	タクシー運転手	・今年に入ってからずっと、物の値上がりで景気の悪さが重なり、非常に苦しい生活を強いられている。やはりガソリン価格の値上げが効いているという話も客からよく聞く。物や食料品の値上がりはかなり大きなウェイトを占めている。
▲	タクシー運転手	・今の利用者増加が天候の影響によるものだとすると、客はやや減ってくるのではないかと。リモートワークが大分減ってきたため、企業利用はそのまま増える（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・円安と、原油を始めとした資源価格の高騰が進行し、物価が更に上昇する（東京都）。
▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・中国の日本産水産物輸入禁止により、輸出部門へのマイナス影響がある（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	・全体的に仕事量はあるとしても、なかなか単価が追い付かない。
▲	設計事務所（職員）	・ガソリンを始めとする生活関連物資に限らず、資材等の価格高騰が収まらない限り、景気動向が上向くことはない（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・金融機関の固定金利の上限引上げ、原油価格の高騰など、今後に影響しそうな不安材料が多々あるため、正直なところ景気は落ち込んでいくように感じる。建築費の高騰や地価の高止まりもあり、利回り商品としては厳しい。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・例年下期が建材の繁忙期という傾向は過去の話になっている。どのメーカーも一定水準を望んでいるが、その一定を維持できるほどの案件もみえてこないなかで、資材高騰と価格重視の物件獲得で板挟みになっているのが現場の実態である（東京都）。

	×	一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・諸経費の増加に売上が追い付かない。
	×	コンビニ(経営者)	・日々、厳しさが増し、従業員を集めるのが至難である。無理をすれば景気倒れであり、いつまで踏ん張れるか、先が読めない。
	×	衣料品専門店(店長)	・商品の価格上昇を図っているが、コストの上昇スピードがそれを上回っている。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・前年のような新型コロナウイルス感染症に伴う特需はないため、厳しくなる。
	×	通信会社(管理担当)	・物価高による消費低迷の影響がある。
	×	ゴルフ場(経営者)	・エネルギー価格の高騰と円安が悪影響を及ぼす。
	×	ゴルフ場(従業員)	・安定した社会がますます遠ざかっている。地球温暖化、少子高齢化、ガソリン価格の高騰、国際紛争、戦争、周辺国との正常な国交など、どこを見ても不安があり、日本の将来、世界の平和はどうなるのか、危機感を持つ。
	×	ゴルフ場(経理担当)	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避である。回答が毎月ほぼ同じ内容であるのは、政策効果をなかなか感じられないためである。
	×	その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・授業料は上げていないが、生徒数の減少が止まらない。実際に、物価高が影響していると言ってくる親が多い。今後景気は更に悪くなる。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	広告代理店(経営者)	・受注が決まっている(東京都)。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕(従業員)	・受注量が増加しており、販売価格も上がってきている。
	○	食料品製造業(経営者)	・大口注文が入っているので良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・例年10月以降は受注量が増える(東京都)。
	○	出版・印刷・同関連産業(所長)	・前年を上回る受注案件を予測しており、ここ数か月は上向き傾向となる。
	○	出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・法人向けの納品と店頭に来店する客からの注文がある。今まで新型コロナウイルス感染症の影響で店頭の来客数が少なかったが、ようやく感染状況が落ち着いてきて、暑さの影響は少しあるものの、印鑑の2〜3本セットなどを注文する客が、少しずつだが増えてきている(東京都)。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	・取引先から新規の見積依頼を多数もらっているため、受注が増える見通しである。
	○	電気機械器具製造業(経営者)	・海外向けの引き合いが増えてきている。新型コロナウイルス感染症の影響で海外の展示会ができなかったが、徐々にできるようになってきたので、今後に期待している(東京都)。
	○	輸送用機械器具製造業(総務担当)	・現在の情報では、当面の間、年度計画を上回る増産が続く見込みのため、景気は上向き。
	○	その他製造業〔化粧品〕(営業担当)	・猛暑の影響で新型コロナウイルス明けの市場活性化ムードが止まってしまったが、秋、冬にかけては回復が見込まれる(東京都)。
	○	建設業(従業員)	・景気が良くなることを望むが、現状は物価高が顕著なので、不安がある。政府は現状に目を向けてほしい。
	○	輸送業(経営者)	・受注が回復傾向にある(東京都)。
	○	金融業(従業員)	・依然として続く原材料価格の高騰に加えて、ガソリン価格の急激な上昇により収益を圧迫されている中小事業者も多い。特に、サービス業や建設業では人手不足も深刻化しており、各事業者では事業継続に向けて経費節減や機械化など様々な対策を行っているようである(東京都)。
	○	不動産業(従業員)	・国内需要に加え、インバウンド需要も引き続き好調である(東京都)。
	○	不動産業(総務担当)	・既存テナントからオフィスの増床ニーズも出てきて、空室がほとんどない状況になりつつある。ただし、賃料水準は上がっていないのが現状である(東京都)。
	○	税理士	・ガソリン、電気などの料金高騰を抑える政府の補助金事業が継続される模様であり、その分の消費が見込まれる。

<input type="radio"/>	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるが、既存契約の値上げ申請が動き出している（東京都）。
<input type="radio"/>	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・今後の受注見込みからの判断である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・落ち着いているという感覚で、上り調子というのとは違う（東京都）。
<input type="checkbox"/>	繊維工業（従業員）	・全体的に見込みより引き合いが少なく、展示会ベースでは厳しい傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・海外向け受注が保留になり、納品が先延ばしになっている。国内向けはほぼ横ばいの見込みである。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・足元は順調だが、自然災害の増加や新型コロナウイルスの感染再拡大など、懸念事項がある。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・変わらないと答えたが、物価の上昇、中国経済の状況によっては、向こう3か月は悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在中国で生産している化粧品容器の生産を国内生産に切り替える企画が具体化すれば、状況が一気に好転する。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・仕事量が少しずつ多くなっている。営業力は大切なので、努力していきたい。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・米国経済が好調であるため、現状維持できる。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・当初は今年後半から徐々に半導体関連事業が回復すると考えられていたが、現在の価格及び生産数の推移から、大きな変化は期待できない。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・製造業は依然として低調である。エネルギーコスト、労務費の価格転嫁について、大企業の取引先が交渉のテーブルに着いてくれないので、見通しが不透明である。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・物価上昇に対して所得上昇が伴っていない。現実的な対策をお願いしたい。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・価格が上昇しており、受注競争に生き残れるか分からない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷している。今後も現状が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・当面は現在のような不透明な状況が続く見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・原材料や原油価格の高騰は今後も続く予想している。円安について何らかの手立てを打たなければ、状況は悪化する。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・需要は見込まれるものの、人手不足の影響等により、景気の回復には時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・燃料価格高騰や物価高の影響が大きく、景気が大きく好転し得る材料が薄い。また、全ての業界において恒常的な人手不足が起こっており、受注回復の足かせとなっているようである。また、人件費の高騰も、企業が業績回復に向けた抜本的な対策を採れない要因となっている。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・当テナントビルでは今と変わらずに推移する。
<input type="checkbox"/>	不動産業（従業員）	・販売自体は好調であるものの、建設費が高騰する傾向にあるため、一気に景気回復若しくは悪化するとは考えられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・外国人観光客が増えているため、飲食店等の売上は増加しそうだが、新型コロナウイルス感染症の第9波が来ているので何ともいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・復調傾向が続くようには見受けられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・酷暑と、円安による物価高などの影響が出そうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	・国内景気は米中の景気に左右されるが、国内だけを見ても、新型コロナウイルス感染症が収束してもっと大きく回復してくるかと思っただが、まだ全然回復していない。大企業は円安などでかなりもうけていると思うが、周りの中小企業や飲食店などは7～8割程度で、ここが回復してこないと良くなってきたとはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・景気が良くなる材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・全体的な取扱量は回復基調になると期待しているが、資材等の値上げも実施されるため、当社を取り巻く環境は変わらない。

	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・増員できないため、売上は横ばいである。
	▲	建設業（経営者）	・人手不足で困っている。
	▲	建設業（営業担当）	・現状、建築件数が減少しており、3か月後に大きく変化する要素は見当たらない。
	▲	輸送業（経営者）	・この先のプラス要因が見当たらないなか、燃料価格は今月3回値上げされ、資材も高騰している。加えて人手不足でマイナス要因が増える可能性が高い（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	・ガソリン価格高騰の影響による運送業や個人の行楽控えもあり、消費は停滞する。10月からの最低賃金上げも中小企業では対応が難しい。消費者にしてみれば、賃金が上がっているのは若年層が多く、食品やガソリンを始め、値上げに収入が追いつかない状況である。飲食業や観光業が多少良くても、全体から見ると、今後景気は落ちるのではないか（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いたようだが、知合いの感染をよく聞くようになっている。まだ我慢である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・ガソリン代の高騰など値上がりはまだ続くなか、中小企業では取引先に値上げ交渉ができない状況が続いている。国で何とか対応してほしい（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安によるガソリン価格の値上げにより、いろいろな物価が上がり、財布のひもが固くなる（東京都）。
	×	—	—
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・足元では、待遇改善、契約社員募集から正社員募集への転換が発生している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年末商戦の求人依頼が入り始めている。
	○	人材派遣会社（支店長）	・IT分野を中心に人材紹介依頼数が増えてきている。転職希望者も前年と比較すると増加傾向のため、成約数が増えると見込んでいる（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・9月になれば求人募集活動が活発になり、秋に向けての採用で夏場に控えていた企業も動き出す。前年も同じような流れがあり、夏から秋にかけて求人数、求職者数共に増えてきたが、今年は増加分が前年と比べてやや多そうだという印象を受けている。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたことも要因としては大きい。新規事業を始めるにしても、マンパワーが必要不可欠であり、新たな仕事があれば求人を出す。コロナ禍で思うようには求人募集を行えなかったが、今は障壁が少なくなり、集中できるのかもしれない。
	○	職業安定所（職員）	・資材やエネルギー価格の高騰、円安の状況にもよるが、企業の採用意欲は旺盛で、当面は継続する見込みである（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・近隣観光地は、インバウンド需要と円安の影響で業績が回復しているように思えるが、それらの恩恵を受けない中小企業の業績は回復している実感はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・インバウンド回復等のプラス要因と、円安等のマイナス要因が作用して、結局変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・サービス業において求職者が出てくるような改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人に対して求職者の供給、リスキリングが追いついていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材募集は前月並みであり、今後も大きな変動はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・電気自動車、ハイブリッド車の開発はまだ継続が見込まれることから、エンジニアニーズは続くと予測している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価高に更に拍車が掛かりそうだが、それに伴った経済対策は不完全である。
	□	求人情報制作会社（経営者）	・好転する材料が見つからない。原発処理水の海洋放出による中国の日本産水産物の輸入全面禁止、原油価格の高騰、異常気象による作物の不作など、消費経済を押し上げる材料が少ない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・しばらく求職者数、採用数、転職者数の増加傾向が続き、景気の良い状態が続く（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（所長）	・2極化は変わらない。	
□	職業安定所（職員）	・ガソリン等の燃料費を始め、物価上昇による企業収益の悪化により、求人募集への影響が懸念される。	

□	職業安定所（職員）	・景気が良くなるような情報が入ってこない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・今後も円安が続く。輸入は少しずつ改善するが、メーカーの輸出に強さはみられない（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる、あるいは悪くなる、どちらの判断材料もなく停滞している（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・派遣求人数の前年割れが2022年12月から続いていることから、今後も徐々に悪化していく（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・現時点で契約終了率は余り変わらないが、求人数は現状のまま、さほど伸びないのではないか。そのため派遣総就業人数が想定を下回る度合いが、今より少しかい離するのではないか（東京都）。
×	職業安定所（職員）	・ウクライナ問題による穀物価格の上昇、電気代の高騰、ガソリン代に対する燃料油価格激変緩和補助金の打ち切り、ゲリラ豪雨による野菜等の価格高騰、猛暑によるエアコンの消費電力増大と電気代の高騰などがある。