

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）	・暑さで落ちた分の反動は必ず来るとみている。イベントのレスポンスはすこぶる良い。9月後半になって昼間帯もかなり活発になっている。気温の低下が人出、マインド、状況を一変させている。いつもの秋シーズンより明らかに反応が良い（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	・処理水の海洋放出以降も訪日客数に影響がないように思えるため、今後もインバウンドに期待している（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・ケータリングが徐々に増えてきていることと、12月にはクリスマスが控えており、かなり忙しくなるため、2～3か月先は今よりは少し景気が良くなる。1月になると、ぱったり人が動かなくなるため、12月が1番の勝負時である。
	◎	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・ヨーロッパなどのインバウンドが増え、観光は良くなっている。国内客もマスクをはずし、新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻ってきている感じがする。イベントの誘いがとても多く、元気が戻ってきていることを実感している。飲食はもう少し時間が掛かりそうだが、良い兆しはある（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・前年比で今月は167%で推移しているため、良くなる（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・例年、年末や年度末に向かって動きが出てくるが、新商品の発表も控えており、広告を大々的に行う予定もあるので、集客数、商談数、販売量の増大を見込んでいる。また、建売分譲の販売も進むと考えており、景気は良くなる。
	○	一般小売店 [家電]（経理担当）	・客は必要な物は必ず買換える。今年もエアコンは安価な物より高単価の省エネタイプが売れていた。これからは物価上昇により高付加価値の商材が売れていく。
	○	一般小売店 [印章]（経営者）	・同業他社が今月一杯で閉店するため、その流れで当店に多少仕事は回ってくるのではないかと希望の観測を持っている。悲しいことだが、同業他社が少しずつ閉店している。
	○	一般小売店 [祭用品]（経営者）	・コロナ禍に比べると需要が多くなり、業績もやや上がりそうである。ただし、各種の値上がり若干響いている。
	○	一般小売店 [文房具]（経営者）	・文具メーカーでは新商品の発売が多くなっている。その結果、これらの商材により来店客を惹きつけることができ、年末の繁忙期に向けて良い動きとなっている。これから先は中国からのインバウンドも増加すると考えられるため、景気が上向くことを期待できる（東京都）。
	○	一般小売店 [酒類]（経営者）	・これから過ごしやすい気候になるので、来店への期待が持てる。
	○	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	・秋雨の時期で降雨日が多くなると思うので、外出せず当店のあるショッピングセンターに来店する客に期待したい。
	○	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・この先、特に10月は大口案件が集中しているため、そういった意味では上向いている。また、店頭部でもカレンダーや手帳などの季節商材が順調に売れつつある。周りに競合店が余りないこともあり、これから良くなるのではないかと。
	○	百貨店（営業担当）	・ここ数年、新型コロナウイルス感染症の影響による買い控え、酷暑の影響などがあったが、今年は秋物ファッションを始め、秋冬物の買換え、買い足し需要が伸びると予測している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加傾向にあるが、消費活動への影響は少ない。2～3か月後は冬物商戦が本格化する。コロナ禍で3年間需要減退が続いていた冬物衣料の買換えに期待が持てる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・インバウンド売上が今後も伸長する（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表があるため、新車販売が増えるかとみている。
○	乗用車販売店（店長代行）	・新型車が発売されるが、発表前から受注が好調なので、売行きが上向くのではないかと（東京都）。	
○	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	・商材の品薄状態は続いているが、年末年始の需要に期待したい（東京都）。	
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・コロナ禍の反動がある。新型コロナウイルス感染症とインフルエンザがかなり流行しているが、経済の停滞を引き起こすまでではない。	

○	高級レストラン（営業担当）	・法人、団体関連の宴会は、軒並み新型コロナウイルス感染症発生前に近い形式での利用の問合せが増えてきている。全体的には規模の縮小傾向がある（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・これからイベントが増え、気候の良い本格的な秋に向かうので、より期待できる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・猛暑の夏が終わり、大分涼しくなってきた。秋は地域の催事や祭りなどもあり、客の動きが夏よりは大幅多くなるため、今月よりも来客数がもっと増えるのではないかと（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・円安による大企業の増収の影響により、消費が増える。
○	一般レストラン（経営者）	・景気は上向きになると思うが、価格上昇も同時に起こり、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できるところとできないところとの2極化が進む。一見上向きに見えるが、かたや不景気な面も出てくる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・希望的観測として、12月に向かって、徐々に上向きになる（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・収益改善の基調は今後も続くともみているが、冬枯れの季節に入っていくので、若干伸びが抑えられるのではないかと（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・近隣の大型コンベンション施設でのイベントが更に増え、また、年末に向けて忘年会等の宴会が増えていけば、良くなると期待している。ただし、1点気になるのは、水道光熱費と原材料費の上昇である。これらについてなかなか歯止めが掛からないので、政府にはより一層の対応をお願いしたい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・普通にいけば良くなると思うが、原材料費や人件費の上昇、それからいまだに新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることに反応する客もいるため、その辺りがどう影響するのか読めないが、徐々に良くなる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・秋のトップシーズンを迎え、宿泊を中心に予約が順調に入っており、イベント関連の復活に伴い、先々まで埋まり始めている。また、忘年会の動きも例年どおりで、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻りつつある。感染再拡大による自粛の動きが出なければ、景気は良い方向に向かう。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・団体予約が多く入っていることから、少しは上がってくる。
○	タクシー運転手	・中国から日本への団体旅行が解禁され、訪日客が増えている。新型コロナウイルス感染症の問題も慢性化しているため、先行きはやや良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・インフルエンザ、新型コロナウイルス感染症を予防しながら、隣に乗る客がマスクをしないのを気にしながらの仕事で大変である。利用は平均してあり、全体的に増えている。朝から夜は忙しいが、終電後の利用については以前と同様に良いのは週末のみである。
○	通信会社（経営企画担当）	・案件数の増加により受注率が伸びると見込んでいる（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・法人関係の電子化の動きが堅調なため、個人向けの減退が10月以降の物価上昇の影響により予想されるものの、緩やかに良くなる（東京都）。
○	観光名所（職員）	・これから繁忙期となるため期待してはいるが、回復傾向にはない（東京都）。
○	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感染症が5類に移行して初めての年末であり、忘年会などが通常に戻ると予測している（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・値上がりが一巡する（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・物価、ガソリン、人件費など、個々の生活におけるいろいろな物の単価が上がっており、非常に先が見えない状況ではある。しかし、当事務所としては、チームを作りながら、各方面に大きな営業を掛けている。そういう意味ではプラス思考になっていくのではないかと。
○	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきたのか、以前とは比べようもないが、会食の機会が増えてきている。出席者の顔を見ても表情に明るさがある。何かしら明るい見通しになっているのではないかと。

<input type="radio"/>	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、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おり、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。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕（経営者）	・内装工事の話も幾らか入ってきているので、少し良くなっていく気がするが、変わらないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	・良くなる材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・マスクを着用する人がまた増えてきているようでは、売上也期待できないのではないかと、年末に向けて会社も心配している。定期的な納品先への数量もさほど増えそうになく、期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安が引き続き影響し、輸入品の販売量が抑えられると予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・行楽シーズンが到来し、人流も盛んになる。また、年末年始に向けて人が集まるイベント等が多くなるため、このまま好調に推移する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・外国人観光客をターゲットにした売上増加については当面続く。また、食料品の伸び率は落ち着いてきている。今年の1月は新型コロナウイルス感染症も徐々に落ち着き始めていた時期になるため、一巡した来年以降は前年比での伸び率は期待できない。物価上昇もしばらくは続くと考えるが、前年比では微増と予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・消費に対する慎重な姿勢が続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・コロナ禍後のプラス傾向が一巡するまでは、緩やかな消費の回復を見込める。それに加え、訪日外国人の売上増加が良い影響をもたらす可能性がある。しかし、物価の上昇傾向が続いており、賃金上昇や株高、為替の安定など、具体的な好環境がみえない限りは、いつか頭打ちになるのではないかと危惧している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・大きく下振れする材料は見当たらない。今後、緩やかながらインバウンド需要も堅調に推移すると予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・外国人観光客は年末にかけて更に増加すると考えるが、商材価格高騰が止まらないなか、消費意欲が高まるとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・郊外店については、来客数は増えているものの売上や客単価が悪化していることから、コロナ禍の反動による伸びがある程度一巡したのではないかと推測している。一方、集客エリアは引き続き好調なことから、総じて変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・為替の影響などによりインバウンドが拡大しつつも、国内客の消費が縮小する構図はしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの好調は今後も継続していく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・天候の影響による売上不振もあるが、物価上昇が続くことによる消費への影響が大きい。そのため、景気は良くなるとは思えず、変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・前年より良くなっている状況がそのまま継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・様々な物の値上げや秋のトラベル需要に鑑みて、当店のようなデイリー性の高い店舗において、特段景気が好転する要素がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・7月から9月が変わらず良かったため、変わらないという回答である。1番良かったのは8月だが、9月も引き続き天候にも恵まれて順調にきている。野菜が非常に値上がりしており、いろいろ問題はあっても、売上の良い方へ転んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・やはり競合店の影響があり、来客数、販売数量が一向に増加しないことが1番の原因である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・競合店も含めて、価格志向の状況が続いている。客も価格に敏感に反応しているため、価格志向の傾向は続く。
<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いる。買い控えをしなければならぬなか、値上げの影響が大きく、来店頻度も減少しているため、当面は現状と同様の状態が続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・所得増加など社会全体に大きな変化がない限りは、現状がしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・値上げが激しく、自由に使えるお金が増えるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・現在同様、単価が上がった分、来客数並びに販売量が減少し、相殺される状況がしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・猛暑の影響で夏の電気代が前年を大きく上回っている。異常気象による野菜の価格上昇は、景気にマイナスインパクトを与えている。年末の帰省や外出機会の増加を考えると、可処分所得が変わらないなか、日常の生活費は抑えざるを得ない層が多い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・物価上昇で節約志向が高まる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・現在でも来客数の前年割れがずっと続いているため、売上は悪くなる可能性が大きい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・近隣のイベントは増えているが、人の動きが低迷している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響が一巡したこと、コロナ禍からの戻りもほぼ落ち着いてきたことから、春先のような大幅な販売の増加を見込みにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・売上単価の上昇が引き続き見込まれるが、最低賃金の大幅上昇により、実質的な利益は変わらないか、減少する懸念もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先ではそこまで大きな変化はなさそうである。新型コロナウイルス感染症の影響は春頃から大分なくなっており、イベントや祭りなどもふだんと変わらずに開催されるようになっている。そこそこの好景気がこの先も続いていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価上昇による消費者の生活防衛が強まっている状況は変わらないとみている。ただし、インバウンドの集客環境を整えれば、売上増加の可能性はある。しかし、2～3か月では時間が足りない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・気温が下がればそれなりに需要があると思うが、今のところ、そのような雰囲気は全くない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇に実質賃金が追い付いていないため、消費動向に変化がある。旅行や飲食に掛ける費用が増えると、身近な生活用品は壊れるまで買換えなかったり、価格重視で低価格帯の商材を選ぶ人が増える懸念がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高や電気料金の上昇、ガソリン代の高騰などが落ち着かないと、今の状況はまだ続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・9月の足元の状況が今後も続くかどうかは分からないが、ここに至る消費減退とも取れる動きは、注意が必要である。インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づくかどうかにも注目している（東京都）。
<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。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）	・全てにおいて値上がり傾向のため、買い控えが起きている。客からは値上がりで賃金上昇が比例していないため、無理があるという話を聞いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・円安が続いていることから輸入品が値上がりし、食料品についても小麦粉類はほぼ値上がりしている。こうなったら、インフレを大きくして、給料もどんどん上げるというような思い切った政策を執らないことには、今後の経済状況も良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・中古車市況がまだ不安定であり、上昇に至っていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・販売会社としては安定した工場出荷のめどが立たない限り、樂觀できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車の販売領域だと、カーシェア等のシェアードサービスが充実してきているので、都内の販売店ほど販売が厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・良くなるようにと願っているが、実際にふたを開けてみると変わらないため、この先も変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・販売量は少し増加しているが、来客数、客の動向など周囲の環境をみる限り、身の回りの景気は現状と余り変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [雑貨] (営業担当)	・ゴールデンウィークから客層の中心は外国人旅行者で変わらず、販売数は好調を維持している。この傾向は年末に向けても続いている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・賃金の引上げ、定休日の導入や営業時間の短縮、労働時間の厳格運用、DXによる業務効率化、働きやすい職場づくり等に知恵を絞りながら対応を図っているが、慢性的な人手不足で販売を拡大できない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・今後の経済対策次第かと思うが、エネルギーコストを実感する冬季において、財布のひもが固くなるのではないかと(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	・このままでいけば良くなる兆しはあるが、一方、円安傾向の改善や、インフレの好循環が発生しなければ、大きな変化はないと予想する(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	・実質賃金の伸びがマイナスとなっているものの、法人需要が少なくない業態であるため、需要が後退することはないと考える(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・近隣の空き店舗も、高額な家賃にもかかわらず、すぐに埋まる。新業態の店舗が増える傾向にある(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・客は来ているので、3か月後も売上はそこまで悪くはないと思うが、人件費、光熱費、材料費高騰の影響で、収支上はそこまで良くならない。もっと賃金を上げるしかないと思うが、会社がもうからないと賃金も上げられない。悪循環が続いている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・コロナ禍が終わったが、なかなか皆で外食するという意識がなくなっているのではないかと。加えて、原材料や光熱費が上がっており、飲食店は相当厳しい。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [居酒屋] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制がなくなって、ますます外出や外食が増えると考えられるが、物価上昇の余波により、景気への影響はプラスマイナスゼロと予想する(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (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、新規感染者数が多少増えてきている。また、インフルエンザの流行に伴う学級閉鎖などで出掛けられないという人も増えているので、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)	・秋の旅行シーズンに入り、案件が順調に実施されている。団体旅行における秋の需要増加、冬の需要減少は当業界のパターンである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・物価が上昇していても収入が増えないからである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・客は増えているものの、効率の問題があり、1日の売上は微増である。例えば、駅に客を乗せていっても、時間帯によっては降車場が混み合っていて入れない。入替えが進まないため、自然と運転手も駅に向かわなくなってしまう。こういった問題がいろいろある(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー (団体役員)	・年末の繁忙期がどうなるか次第である。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	・今後2~3か月先に極端に受注が増加することもないため、変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・大口案件が減少した分の売上の回復が見込めていないため、コストを切り詰める必要がある。光熱費やインボイス制度導入が採算にも影響している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・現状の好調を維持する以上の期待は難しい。人手不足による受入れ態勢のぜい弱性が課題である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・物価の上昇が続いており、支出を抑える傾向が続く。
<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べて、転居を伴う異動が減少しており、住民移動は横ばいであることから、固定インターネットの切替え数も横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	・客の経済活動が活発になっていることで、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染者数が増加傾向にある。客との接点の減少傾向が気になるところで、先を読みにくい(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・物価の上昇が収まらない限り、変わらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	・人によって異なるが、何かを節約しながら生活している様子がうかがえる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・新規客獲得が余り好転しない状況は続く想定である(東京都)。

□	その他レジャー施設 [ボウリング場] (従業員)	・3月から5月までとは問合せの形も変わってきている。予約の問合せ件数も変わらない(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発生前に戻らないと景気は良くなるらない。
□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・物価の上昇傾向に伴い、個人消費の伸び悩みはしばらく続くと予想している(東京都)。
□	設計事務所 (経営者)	・資材の高騰、職人不足など、建築を取り巻く環境は決して楽観できない。当面、現状維持できれば良しと考えている。
□	住宅販売会社 (従業員)	・価格の見直しがない限り、なかなか上向きには進まない。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・資材高騰に対する具体的な施策がなく、自然解消を待つしかない。
▲	商店街 (代表者)	・最近、物価がどんどん上昇しているなかで、着物はぜいたくとはいわないが、なくても困らないといわれる。そういう物に対する思いはあるだろうが、現実的に一般客の所得ではなかなか購入が難しくなっているのが実情である。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	・余り良くなる理由が見つからない。
▲	一般小売店 [米穀] (経営者)	・やはりコロナ禍の営業で客のライフスタイルも変わり、業界全体として厳しく感じている(東京都)。
▲	百貨店 (販売促進担当)	・食品などの物価上昇の影響、暖冬による重衣料の動向不振への懸念、店舗の改装が始まることによる客の商材ニーズへの対応に対する不安がある(東京都)。
▲	百貨店 (企画宣伝担当)	・暖冬の影響が懸念される。
▲	スーパー (経営者)	・売上の前年比は、ここ半年くらいは同じ傾向である。商材単価は上がっているものの、1人当たりの買上点数は減少している。可処分所得が増えないことには、この傾向が続きそうである。
▲	スーパー (仕入担当)	・値上げの影響があり、円安も続きそうなので、輸入原料価格の高止まりが予想され、節約志向がまだ続く。
▲	コンビニ (経営者)	・余り良い条件がない(東京都)。
▲	コンビニ (経営者)	・数字が増える要素がない。近隣住民は高齢者が多いため、ますます来客数は減り、購買量も減っていく。この先良くなるとは思えない。
▲	コンビニ (経営者)	・賃金が上がっていないなかでの物価上昇によって、コンビニエンストアにおいても、客の買上点数が減ったり、無駄な物を買わないという影響が出ている。この先は、季節要因として、夏に比べて売上が落ちてくる。寒くなってくると夜の売上也減っていく。
▲	コンビニ (経営者)	・円安の影響により商材の値上げが続いており、先行きが不透明なため、景気は悪くなる。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・客が大変慎重な買い方をする状況が続く。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・中小企業にとってはまだ良くない。10月からいろいろな物が値上がりする影響で商材価格も上がる。加えて、インボイス制度の影響もあって、なかなか良い傾向にはならない。
▲	衣料品専門店 (統括)	・生活物価の上昇で買い控えが発生し、来客数、客単価に影響を及ぼす。
▲	衣料品専門店 (従業員)	・依然として物価上昇が続き、電気代も高騰している。生活に直結していることなので、この先は影響が出て、財布のひもが一層固くなる。
▲	家電量販店 (店員)	・県独自の省エネ家電購入キャンペーンが10月末には終了する可能性があるため。
▲	乗用車販売店 (営業)	・販売できる車種が限られてきている。
▲	住関連専門店 (営業担当)	・リフォーム業界では、補助金効果による需要の押し上げが続いていたが、今後、補助金が終了していくなかで、各種製品の値上げの影響が出てくるため、中期的に余り明るい材料がない(東京都)。
▲	住関連専門店 (統括)	・新型コロナウイルス感染症が収束しないために、やはり景気も低迷している。値上がりも関係してくる。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・通常の年末よりも買い控えがあると予想している。
▲	旅行代理店 (営業担当)	・全国旅行支援が終了したため、やや悪くなる(東京都)。

▲	タクシー運転手	・ガソリン価格の高騰、食料品や生活用品の値上がりが続き、生活に影響しているという客の声を毎日のように聞いている。何とか今後に期待したい。
▲	タクシー運転手	・あらゆる物価が上昇気味なところで、周りが消費意欲を抑えるようになると、悪くなる。それが気掛かりである（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・徐々に余裕がなくなっている。余り期待は持てない（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・年末年始にかけて、アフターコロナがますます進んで、平常以上に社会が浮き足立ってくると考えられるため、運動には来ない気がする。
▲	ゴルフ場（経営者）	・年末に向けて気温も下がってくるため、例年同様に来場者数が減る傾向になる。
▲	パチンコ店（経営者）	・物価上昇、実質賃金の低下がじわじわと個人の消費意欲をそいでいる。
▲	競輪場（職員）	・今のところ良い兆しや良くなる要因が見つからない。
▲	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・処理水問題で中国からの団体旅行客のキャンセルが散見されるようになり、景気鈍化が懸念される。また、新型コロナウイルス変異株やインフルエンザの流行により、企業の宴席自粛や心理的不安による個人の行動制限により、景気悪化の可能性もあり得る（東京都）。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ますます売上が落ち、回復の兆しがみえてこない。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数が少ない。
▲	設計事務所（所長）	・何か物件の相談があっても、しばらくするとハウスメーカー又はある程度の規模の企業が着工している。また、インボイス制度等の影響もあり大変である（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	・全体の動きは余り良くない。仕事があっても、なかなか単価が上がっていない。
▲	設計事務所（職員）	・景気回復のきっかけとなる政策に期待するが、急激な回復は見込めない（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・今後の見通しとしては、若干悪くなるとみている。地価の高止まり、建築コストの上昇がまだ続いている上、金利上昇も懸念される。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の需要が多くなる時期であるが、目立った大型案件が少なく、例年を下回る見込みとなっている。とても景気が良いとはいえない（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・人件費を始めとする諸経費の増加、税金、社会保険料の増加、雇い手への優遇措置により企業経営が厳しくなった結果、手取り給与を上げられないため、消費は落ち込む。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	・当店では仏花がよく売れるため、12月はクリスマスがあるが期待できない。最近ではクリスマスに来店する客が少なくなったことに驚いている。新型コロナウイルス感染症発生前から大分少なくなって、クリスマス需要はなくなったかもしれないという話は、当店だけでなくいろいろな花屋から聞いている（東京都）。
×	コンビニ（経営者）	・10月から最低賃金が引き上げられる。人手不足だが、幾ら求人広告を打っても応募はゼロである。家族と役職者の負担が増加し、限界にきている。
×	衣料品専門店（店長）	・物価上昇、特にエネルギー価格の上昇による配送コストが利益を圧迫しているが、価格転嫁は難しい。
×	通信会社（管理担当）	・物価高の影響はまだ続く見込みである。
×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格や仕入価格が高騰している上、最低賃金アップにより利益が大幅に減少している。
×	ゴルフ場（従業員）	・外国人旅行者は増えてきてはいるが、思ったよりも増えていない。少子高齢化、地球温暖化も加速し、景気はますます悪くなるのではない。
×	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。最低賃金の引上げや要員確保のための賃上げによる人件費負担も大きいなかで、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。
×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価等の上昇によりやめる生徒が更に増えている。物価上昇を理由に教育費を削るという方向性は変わらない。

企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・10月から12月までは例年どおりなら受注量が増えて景気が良くなる(東京都)。
	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・ホームページを見て連絡したという問合せが多くなってきて、受注につながっている。
	○	食料品製造業 (経営者)	・いろいろ動きが出始めている(東京都)。
	○	食料品製造業 (経営者)	・大口の注文が入っているため、売上は良くなると思うが、店頭販売が少し心配である。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・現在、工場の拡充を急いでおり、生産能力が改善する予定である。今後の案件に対応したい(東京都)。
	○	電気機械器具製造業 (企画担当)	・半導体供給不足後の在庫調整フェーズが終盤に差し掛かっている。今後は需要と供給のバランスが図られ、少しずつ景気上昇に向かう。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・これから年度末にかけても今の勢いは衰えず、増産体制が続く見込みのため、良くなる。
	○	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・物価上昇などの不安要因はあるが、涼しくなり、サロンの営業は堅調な模様である(東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・値上げに踏み切る事業者は増えているが、原材料価格や光熱費の高騰が長期化しているため、価格転嫁が追いつかず、利益を確保できていないという声も多く、中小企業は依然として厳しい経営環境に置かれている(東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・税制改正等により、将来的に家計の可処分所得が増加すれば、景気は良くなっていく。
	○	金融業 (営業担当)	・政府のてこ入れによる燃料価格の引下げだけでなく、各企業からは価格転嫁一巡の声が聞かれ、試算表等の数値からも、売上の増加ではなく収益性の改善がなされている企業が多くなっているようである。年末の繁忙期にかけて、受注の増加による収益向上を期待している。
	○	不動産業 (総務担当)	・テナントから賃料を下げしてほしいとか解約退去したいという話がこのところないので、今後も景気の回復傾向は続くものとみている(東京都)。
	○	その他サービス業 [警備] (経営者)	・しばらくはこのままで推移していく。
	○	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、値上げできそうである(東京都)。
	○	その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	・特に悪いことが起こらなければ、景気は上向いていく(東京都)。
	□	繊維工業 (従業員)	・業界の置かれている状況が劇的に変化するとは考えにくい(東京都)。
	□	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・インボイス制度に伴うゴム印の注文は、恐らく10月に入っても若干は出ると思うが、10月一杯くらいで一段落すると見込んでいる。個人客の通常の印鑑注文は動きが出ていない(東京都)。
	□	化学工業 (従業員)	・受注状況は変わらない。良くなる兆しは見えない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	・受注案件は増えてはいるものの、単価の低い仕事が多く、材料費、人件費などを考えると、景気が良くなるとは思えない。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・新規の見積りも行っているものの、いずれも来年以降の案件なので、ここ数か月の状況には大きな変化はない。
□	精密機械器具製造業 (経営者)	・製造業は、半導体関係部品の受注回復が遅れている。自動車メーカーは順調に回復しているようだが、いまだに生産の国内回帰がされておらず、中小企業には恩恵がない。10月以降の過去最高の最低賃金上昇、将来的な電気・ガス価格激変緩和対策補助金の廃止に耐え得るような販売価格の改定が3か月先に急に変わることは望めない。	
□	建設業 (経営者)	・物価は上がっているが、それに対して賃金が上がっていないため、景気が良くなるとは思えない。	
□	建設業 (従業員)	・物価は高止まりしたままで下がることはない。景気が上向きになることを望むが、物価の上昇に歯止めが掛からない状態ではないかとみている。より良い政策に期待する。	
□	建設業 (営業担当)	・大幅な受注増加は見込めない状況だが、客の動向から現状維持はできそうである。	
□	輸送業 (経営者)	・月ごとの取扱量に変化がなく、輸送体系も変わらないため、現状が続く(東京都)。	
□	輸送業 (総務担当)	・荷主の国内出荷量が予想より低迷している。また、輸出量は今年も少ない。今後も現状が続く予想である。	

	<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・原材料や原油価格の高騰が続いているが、円安傾向は一向に改善がみられないため、今後も原材料の価格高騰が続くと予想している。
	<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	・ガソリン価格の高騰や食品等の値上げが家計に響きつつあり、買い控えや観光地への遠出を控える等の可能性も出てくる。飲食業もある程度戻ってきてはいるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が水面下で増えているため、今後は不透明ではないかとみている。不動産はまだ地価が高止まり傾向のため、売上自体が減少するとみている。全体的には今後の景気は現状のままで変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・当社を含めた近隣商店街、テナントのにぎわいの勢いが続く。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（従業員）	・建設費等の物価上昇が続いているが、不動産販売価格は高値を維持している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・今年度は、年々弱体化し続けていた主力商材から新商材への転換期となっている。一足飛びに結果には結び付かないため、今は我慢のときである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・年度末なので、通常であれば売上が増加することが想像されるが、円安や原材料の価格高騰がどこまで響くか未知数である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	税理士	・米中の景気には影響を受けるほか、コロナ禍からの回復によって国内の景気は戻ってきているといっても、中小企業は余り良くない。無利子無担保のゼロゼロ融資の返済も始まっており、社会保険料の滞納も結構あり、これから倒産が増えてくと報じられている。原料価格の高騰もあり、店なども含めて、以前のように景気が良くなっているのではなく、良くないままで変わらない（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	・特に良くなる材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	税理士	・コロナ禍を抜けて景気は回復傾向にあるものの、これ以上、上向くにはまだ時間が掛かる。富裕層の購買意欲は堅調だが、物価高のために富裕層以外の層の動きは鈍い。
	<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年末に向けた動きで、資材価格の高騰が影響し、カレンダー等の案件で中止や部数削減などの見直しが多く出ている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・中国の景気や関係の悪化が懸念される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料や経費の値上がり、それに加えて円安で1ドル150円に迫ろうとしているなかでは、今後良くなる要素が少ないため、悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・クライアントが中国で生産している化粧品容器や医療品容器の生産が、地政学的な懸念で国内回帰するという新企画が具現化すれば一気に活性化する。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・建設機械はアジア、ヨーロッパでの減産がはっきりし始めている。戦争の影響がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・経済的に見て、いずれ金利が上昇することがみえているため、先行き不安である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・原油高による物価上昇、物流の2024年問題などにより、今後も更に物価が上がるのが予想される（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・今月は力強い動きとなったが、今後は伸び率が鈍化する見込みである（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・インフルエンザと新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。酷暑の夏もそろそろ和らいできているが、感染も落ち着くことを念ずるのみである（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・経営者だけでなく従業員も高齢化しており、仕入コストの増大、採用困難、人件費の増加など、中小企業の経営持続に関する環境は悪化の一途をたどっており、今後の見通しは悪くなるばかりである（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月より、追い打ちを掛けるように原材料等の値上げがあり、低迷状態がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・物価の上昇と人手不足の影響がある。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・インボイス制度開始による更なる現場の混乱、経理の複雑化で残業が増加するなど、様々な面で悪化しそうである（東京都）。
雇用 関連	<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・給与待遇を上げるために求職者が増加している。年収アップの転職が成約につながっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・年末商戦に向けて、更に求人数が増える見込みである。

○	求人情報誌制作会社（営業）	・運送業でいえば、2024年問題が有名である。残業を少なくして、労働に制限を掛けるような状態だろうか。残業代などが以前よりも割り増しで多く発生するようになる。そのため、新しい人材枠を増やし、1人当たりの労働時間を制御していかなければならない。求人数が増えること自体は求人会社によっては喜ばしいことかもしれないが、果たしてそれは景気が良くなっているといえるのだろうか。1人当たりの賃金は下がるかもしれないが、景気にもたらす影響は、決して良いものとは思えない。
○	職業安定所（職員）	・インバウンドの増加により、飲食、宿泊は業績改善が見込まれる。運輸業、建設業では人手不足が顕著になっており、廃業や統廃合が進むものとみられる（東京都）。
○	職業安定所（職員）	・最低賃金が引き上げられたことで、消費拡大が多少なりとも進むのではないかと。
□	人材派遣会社（経営者）	・季節的なインバウンドの増加により業績は回復しているように思われたが、経費の増加と訪日中国人客の先行きが不透明であることから、現状、雇用拡大には結び付いていない。
□	人材派遣会社（社員）	・インバウンドの回復や、アフターコロナの影響で上向いている部分もあるが、給与は増えず、物価上昇等のマイナス要因もあるため、先行きも変わらない（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・派遣ビジネスにおいては、原料高など利益圧迫の影響もあり、求人数が抑えられている。9月の契約更改のタイミングで求人数が伸びなかったことから、12月まではこの傾向が続く（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・有期派遣ビジネスの仕組みそのものに、利益が出にくくなってきている（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・求人数は大きく変わっておらず、10月以降も大きな変動はない見込みである。物流センターの新規開業による求人が堅調である。
□	人材派遣会社（支店長）	・派遣や正社員紹介などの需要は底堅く、当面は前年を上回る人材依頼が続く（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・取引先からの派遣ニーズは変わらずあり、減少につながる情報はない（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・物価上昇と賃金増加が比例していない業界が多いため、景気上昇を感じにくい。
□	求人情報製作会社（経営者）	・インボイス制度導入の影響が不透明であり、加えて様々な値上げによる利幅の減少におびえている（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・人材業界では今のところ景気が悪くなる大きな要素はみられないため、景気が良い状態が続くのではないかと（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（所長）	・現状をみる限り、先行きは分からない。
□	職業安定所（職員）	・物価上昇に見合う賃上げが浸透しておらず、景気の先行きは流動的である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に物の動きに活力がみられず、年内での大きな転換はない（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・特に良くなる要素がない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・価格破壊の状況に変化が見込めない（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・今月は派遣求人数が前月比で減少傾向にある。また、9月での契約終了数が多いこともあり、10月以降の派遣総稼働者数は減少する見込みである。この先数か月、同様に派遣求人数が少ない状態だと厳しい状況になる（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・電気代やガソリン代、ゲリラ豪雨や猛暑による野菜、食料品の価格高騰により、引き続き不景気に向かって進んでいく。
×	—	—