

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)	◎	家電量販店（店長）	・訪日客数はまだ堅調に伸びると見込んでいる。円安の状況も、現状では相変わらず外的要因で大きな変化はないと予想している（東京都）。
	◎	高級レストラン（役員）	・年末年始に向かい、より集客オケーションのある季節となるため、案件数や規模も見込める（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・材料価格の高騰もあり、店のメニュー単価も値上げをさせてもらったが、特に客から文句が出ることもなかった。来月から忘年会に向けての予約なども入ってくるため、今よりも更に忙しくなる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・2023年度は4月から9月の累計で前年比170%で推移している（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・経済活動の正常化により、外食や旅行などのサービス消費が緩やかに増加している。回復が遅れていた居酒屋の来客数も増えているようなので、景気は良くなる（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量がとても悪かったので、単純に今月よりは良くなる。来年度に向けて、こどもエコすまい支援事業のような政策や減税などの税制が発表されないと、それまでは様子見になるため、客の動きは慎重になるのではないかと。
	○	商店街（代表者）	・猛暑の夏が終わり、ようやく過ごしやすい季節になったことと、新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきて、人出が少し増えてきたことから、これからは期待できる。今までコロナ禍でやや落ち込んでいた売上も、大分戻ってきている感じがするため、頑張って商売をしたい。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・いろいろな販売ツールが増えてきたなかで、ようやく専門店の良さが幾らか見直されるようになったのか、以前よりも客の反応が良くなっている。これからもこの傾向が続いていく（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・近隣で閉店した同業他社が、知っている限りでは2軒あり、そこを利用して客が当店に流れてきている。仕事量は決して多くはないが、閉店した印章店のサポートをしているという感じである。当店もいつまで続けられるか分からないが、健康なうちは頑張りたい。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・11～12月に向けての繁忙期は、需要が落ちてきているとはいえ年賀状印刷などの受注が入る。単価の高い商材なので、売上の増加を期待できる（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の大統領選挙が控えており、株価が上昇するとみられるため、年末は良くなることを期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・3か月先はクリスマスや正月があるため、期待感を込めてやや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・年末に向かい、今年は人が大規模に集まることが期待されるため、高揚感により消費行動も増えると期待している。企業によるクリスマスイベントなどのノベルティ相談依頼も多く、これから更に増えてくると予測している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス終息後初めての年末のため、前年比では良くなると見込んでいる。現在も飲食テナントが衣料や雑貨よりも好調であるため、クリスマスに向けても売上、来客数共に期待できる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・人流の増加と数年間の買い控えからファッションへの関心は強く、クリスマスシーズンを楽しむ機運が高まっている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の数値の傾向に鑑み、今後2～3か月は上昇傾向が続くと予想している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・インバウンド販売量は今後も拡大し、更に景気を押し上げると想定している（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・インバウンドで外国人が消費してくれている。
	○	スーパー（営業担当）	・単価は従来どおりに上がってきているが、販売量の減少幅が徐々に小さくなり、今のところ改善傾向になっている。将来的に期待ができる（東京都）。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・節約志向については今後も高まっていく。内食化の傾向が更に強まる。
○	コンビニ（経営者）	・もうすぐ年末年始で、季節商材の予約が増える時期のため、売上は多少増加する。	
○	コンビニ（エリア担当）	・冬も高温が予想されているため、来客数や売上は好調に推移する（東京都）。	

○	乗用車販売店（営業担当）	・来年の新型車の発表に向けて期待している。
○	乗用車販売店（総務担当）	・物価上昇の懸念はあるものの、経済が活発に動き、客の購入意欲が増す。
○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・台湾や韓国などが中心だったこれまでのアジア圏からの旅行者に加え、中国人観光客の訪日が増加していることから、インバウンドの更なる底上げが期待される（東京都）。
○	高級レストラン（営業担当）	・法人関連を中心に徐々に忘年会の間合せも増えつつあり、コロナ禍明けの反動景気の基調を感じつつある（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・売上が前年比で1割くらい良いので、このままの景気が続く（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・年末を控え、年内は前年を上回る宴会需要が期待できるものと予想しており、景気は一層改善する（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・原価の高騰や水道光熱費の上昇などの不安要因はあるものの、新型コロナウイルス感染症の収束による客の反動がそれを超えて増えていけば、このまま新年を迎え、気分もまた変わり、良くなっていくのではないかと。ただし、海外の戦争などの不安要因もあるため、注視しながら経営に当たりたい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・そろそろ原材料費や光熱費、燃料等の値上がりも落ち着いてきたようなので、徐々に良くなるのではないかと。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・繁忙期ということもあるが先々の予約も順調に入ってきており、特に忘年会や新年会の間合せについては、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まではいかないが、近いところまで戻ってきている。また、イベントチケットが完売するなどゲストの参加意欲も回復し、先々の予約も好調に推移している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・クリスマスや年末年始があるので、高単価での客の獲得を目指したい。
○	タクシー運転手	・時期が時期なので、少しは利用が増える。また、各地で祭りやイベントが開催されていることから、多少は利用が増えると期待している。
○	タクシー運転手	・期待を込めてだが、11月から年末に向けて、人の動きがまた良くなってくるのではないかと（東京都）。
○	通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの影響はあるかもしれないが、当社のサービスへの影響は軽微と考えられる。トレンド的には上向きである（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・少しずつ案件数の増加がみられているため、受注数も伸びることを期待している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・店舗への来客数が増えている現状から判断すると、やや良くなる（東京都）。
○	観光名所（職員）	・繁忙期に入るためである（東京都）。
○	競輪場（職員）	・クリスマスや正月の開催等により、消費行動が増えると期待している。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・大企業の予約が増えてきている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・自粛ムードもなく、4年ぶりに忘年会などの予約が入ると予測している（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・つい先日、新規案件について相談を受けたので、契約に結び付くのではないかと期待している。
○	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。
○	住宅販売会社（従業員）	・年末の決算に向けて、受注が増える。
□	商店街（代表者）	・世の中的には、コロナ禍明け疲れが出てきている。イベントへのレスポンスも、抑圧からの解放による反動が一巡し、少し疲れてきたようである。12月に当地を舞台にしたアニメーション映画が公開されるため、かなりの反響があると予想され、世の中は停滞していても、街は活況を呈する（東京都）。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・年末年始に向けて期待しているところだが、物価の上昇が続いていることが懸念材料である。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年数から考えて、本来であれば、地上デジタル放送でデジタル化してからの買換え時期に当たる。さらに、年末になるのでテレビに期待が掛かるが、高額なテレビはなかなか売れない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・物価上昇で買い控えが増えそうな気配がある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・地域で行われているキャッシュレス決済20%ポイント還元キャンペーンが終わる来月には、平年並みかやや減少するのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	・極端な変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店舗の方は来客数がある程度増えてきており、少しずつ良くなっている。外商の方も、案件が少しずつ増えてきているが、大きな案件はなかなかなく、極端に伸びてはいないというのが懸念材料である。また、物価等の上昇もあり、客が買い控えをしたり、原価率が上がっているために、余り利益幅はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・当社も値上げはしたいが、なかなか難しい。年末だからといってよく売れる商材でもないため、この先の見通しなどは余り良くない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・食品や日用品の価格上昇が感じられるようになってきた。円安の影響もあり、予算消化のための購入を控える傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・年末年始の最繁忙期に向けて客の動きを期待しているが、消費に対する慎重な流れは継続すると予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・堅調な消費活動が続くと予想されるため、現在より景気が悪くなるという感じはしない。しかし、国際情勢、為替変動を含め様々な懸念材料もあり、1つの要因で景気への悪影響が生じる可能性も考えられるため、楽観視はできない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・国内消費の堅調さに加え、円安によるインバウンド消費の好調さもしばらく続くとみられることから、比較的良い状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・高付加価値消費自体が大きく増減する要素が見当たらないことに加え、インバウンドの消費の伸長率も、前年との比較では大きくプラス推移ながら、鈍化傾向が出てくるとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・天候の後押しもあり、来客数が増加しており、購買客数も伸びているが、購入点数は減少している。相次ぐ値上げの影響が大きく、売上は結果として微増にとどまっている。インバウンドがなければ前年を割る状況であり、今後のクリスマス、年末商戦が不安である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・物価高が続くなかで国内需要は不透明な要素が多いが、インバウンドは多岐にわたり活発であるため、このままの状態変わらない（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しばらく継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価の上昇が続くことにより、客の消費マインドが厳しくなる。特に、食品では単価の伸長率に対して販売数量の伸長率が低く、物価高の影響を強く感じる。このような状況から、景気はすぐには良くならない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・年末年始の帰省を含めた外出需要は大いに見込めるものの、物価高の影響もあり、レジャー期間後のリバウンドによる節約傾向も見込まれるため、プラス効果のみとはいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価高による影響を受ける（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・来客数は増えるものの、客単価が下がっていく。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・様々な物の値上げの影響などから、買う物と買わない物、買うときと買わないときがはっきり区別されてきており、衝動買いやついで買いなどが余り期待できなくなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・ボーナス商戦への期待はあるが、急に手取りが増えるわけではないので、客の購買行動に大きな変化はない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・直近3か月が非常に良かったので、それと比べるとやや見劣りする感じはある。それほど悪いわけではないが、現状が今後も続いていくように感じるため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・来客数の減少と、販売数量が以前と比べて増えないことが大きな理由である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・以前のような値上げラッシュはないものの、商材によってはディスカウント傾向になっている。
<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、値上げの影響も大きく、日々の生活に影響が出ているため、所得が値上げ幅を上回らない限り、同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・食費に回せるよう収入、家計が変わらない限り、現状が年末まで続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・年末に向けて旅行に出掛ける人が増える分、食料品は節約志向が高まり、消費自体が冷え込む可能性がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・波があるため何ともいえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・大きく伸長することはないと思うが、現状のまま変わらず推移していく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・景氣的にも余り明るい兆しがみえてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・数か月先も今より良くなるという雰囲気はない。物価が上がり、一般世帯の景気は決して良いとはいえない。増税だ減税だと世の中が騒いでいるが、増税がもちろん意味のあるものだとしても、どのような形で還元されるのか。今の生活をもう少しゆとりのあるものにしていかないと、小売業の業績も伸びていかない気がする。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は買い控えの対象になっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・徐々に動きが良くなってきてはいるが、いろいろな物価が上がり、商材の価格も当然上がっているため、この先も現状のままではいかは不安材料が残る。そのため、ひとまずは変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・直近では、11月のセールに期待したいところである。将来的には政府の所得税減税や景気回復策が消費者心理に明るい見通しを与えれば、業績回復の一助となるかもしれない。しかし、円安基調は変わらず、可処分所得の減少が続いていることから、今回も変わらないという回答である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・食料品や光熱費の値上げがまだ続きそうなので、影響が心配である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・日々物価が上がり、収入は増えていないため、今より良くなることは考えにくい。必要な消費があっても、財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が収まらないと、まだ現状が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・3か月先の市場動向については、季節指数を除くと現時点の景況と同じではないか。政府の物価高対策に期待する（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。新型車が出て、客の来場はあるものの、なかなか成約に結び付かない状況にある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量と整備の売上に大きな変動はなく、前年並みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・円安をどうやって円高に持っていかという政策やロシアによるウクライナ侵攻など、いろいろな外部要因が影響して諸物価が上がる割には給料が増えないなかでは、現状のままでも余り変わらないのではないかと。やはり円高に持って行って、景気を良くしてもらいたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷、物流の状況が従前の動きにはなっていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	・物価高に伴い新車の価格も上昇気味である。現状維持ができればよいのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車両本体価格、金利の上昇等、明るい要素はないので、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業）	・販売できる車種は少ないが、新型車も出ている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・コロナ禍明けの初の年末年始で、人の動きが活発になるため消費は増える。新型コロナウイルス感染症関連商材の売上が大幅に下がる分、風邪薬などの感染症関連商材の動きに期待している。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	・身の回りを見てもどうも活気がなく、商材の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属] (統括)	・当社商材の値上げの影響もあるが、全体的な物価上昇の影響も受け、販売量が徐々に減少している。年末に向けて多少購買意欲は戻ると思うが、販売量が一気に戻るとは考えにくい。ため、身の回りの景気はやや悪いままで変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・経済対策のインパクトと年末のボーナスの支給水準次第ではないか (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	・年末年始の動きに期待したい (東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	・年末の利用予約も好調に推移しており、今月の判断同様、変わらず好調に推移していくとみている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	・需要は堅調だが、供給が追いつかない。飲食サービス業で働く若者層が著しく減った印象を受けている。当面は賃金を上げてリテンションを図るものの、新規供給は不安である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・最寄り駅の開発工事、隣接地域のタワーマンションの建設ラッシュで、現時点では客の回遊ラインが読めない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・地域的にインバウンドは余り関係ないが、3か月後も来客数は今と変わらず、良いとみている。景気が良いかどうかは分からないが、当店では余り悪くはないため、3か月後も今の調子でいく。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・当分の間、変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [カフェ] (経営者)	・東京の物価は異常に高いと感じている。野菜や日用品、電気代なども含め、かなり高騰しているため、買い控えも感じる。良くなりそうで良くならない。当社としては人件費、原材料費、その他全てが上がってしまい、どこまでが企業努力なのか分からない状況である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・インフルエンザは季節的なものなので、1~2週間以内には収まると思うが、家族全員の感染や親類縁者にもうつったという話もあり、なかなか思うようにはいかない。早く新型コロナウイルス感染症もインフルエンザも収束してくれることを願っている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・円安が進み、先行きは不透明である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・外国人客や稼働する車両は非常に増えているが、異常な暑さが落ち着き、タクシーの利用者も落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつある。会社もリモートワークが大分増えてきているようで、このまま推移していくのではないかと (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・小規模の引き合いは、今後も出てくる見通しである。ただし、以前のような安定した大口案件は見込めない。採算ぎりぎりでも推移するとみている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・コロナ禍から反転し、インバウンド業界の活況は続くと思われる。また、値上げによる業績改善が給与に還元されれば、経済循環の改善は続く。反面、インバウンドと関係ない業界や低所得世帯の物価高による打撃は好転の見通しがなく、全体像としては目立った変化は生まれにくい (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	・高齢者が多い地域や住宅地では、景気が上向きような雰囲気がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	・政府は減税で国民に還元する方針のようで、生活必需品業界には相応の効果はあるかもしれないが、サービス業まで効果があるかは不透明である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・環境面が変わらないため、引き続き芳しくない状況が継続し、大きな変化はないものとみている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・しばらくは購買意欲の低下が続く (東京都)。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店 (経営者)	・高止まりする原材料費により収益が改善されない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当)	・インバウンドは引き続き好調に推移し、ホテル、観光業の売上は好調だが、原材料高、人件費の上昇等により、利益の伸びは鈍化している。さらに、人手不足により営業を制限せざるを得ない状況も見受けられ、楽観視できる状況ではない (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るまで景気は良くならない。
□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・政府の所得税減税案などは、景気対策としての効果は期待できない (東京都)。
□	設計事務所 (経営者)	・業務の獲得方法が一時と全く変わってしまった。以前は客への訪問営業をしていたが、今は行政の仕事に切り替えたために、各市町村の情報を各機関や新聞等により取得し、それに基づいて各行政機関に足を向けている。
□	設計事務所 (経営者)	・官庁案件の入札指名は掛かるものの、協力先の設備事務所がキャパシティーオーバーで受注できない。受注しても経費倒れのリスクがあるため、当面は手持ちの業務に専念する。
□	設計事務所 (所長)	・良くなる原因もなく、変わらない (東京都)。
□	住宅販売会社 (従業員)	・大きな変化はなさそうだが、景気が良くなる雰囲気はない。商材的には投資目的や相続対策、税金対策が主になり、環境に大きく左右されるといよりは富裕層への対応なので、金融情勢がどうなるかに大きく影響を受ける。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・資材高騰の影響から脱却できない。経済産業省から中小企業からの価格見直しに応じるようにとの要請もあり、コストダウンは難しい。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	・年末に向けて売る商材も見当たらず、一般家庭ではない法人の大口取引も見込めないため、苦しくなる。
▲	百貨店 (総務担当)	・前年、年度末に向けて徐々に売上が伸びたことを考慮すると、直近数か月のような前年比からの伸びは鈍化する。各企業が賃上げに対して動き出していることから、年末商戦については期待を持ちたいところではあるが、中小企業の賃上げへの対応については不透明感が拭えない。商材の値上げによる単価上昇が購入点数の絞り込みによって相殺され、結果として若干の微増にとどまるのではないかと (東京都)。
▲	百貨店 (販売促進担当)	・今後、一部フロアの売場改装を控えており、売上確保に不安がある。当社内では売上は健闘しているが、特にインバウンド対策では競合他社の伸び率と比較すると、低い水準にとどまっている (東京都)。
▲	スーパー (経営者)	・販売価格の上昇で売上はそこそこあるが、販売量は減少しており、この傾向は変わらない。可処分所得は減少しているため、やや悪くなる。
▲	スーパー (販売担当)	・競合店との買い回りをする客が増えており、特に、食品では顕著に傾向が出ている。お買い得日への集中が以前より強くなり、そうでない日との格差がより大きくなっている。年末に向けてこの傾向が更に強まることが予想され、各小売店では集客に向けた競争が激しくなる。
▲	スーパー (食品担当)	・物価高に慣れて落ち着くまでは、買い控えがある (東京都)。
▲	コンビニ (経営者)	・近隣は高齢者が多く、収入が増える要素がないどころか減ってしまったという話を聞くので、上昇はしない。
▲	コンビニ (経営者)	・賃金が上がらないなかで物価が上がっているため、我々コンビニエンズストアでも買い控えが発生している。季節要因もあるかもしれないが、そのような状況のなかで、当社も12月に1店舗閉店する。これが現実である。
▲	コンビニ (経営者)	・物価が高くなり、景気が上向き要素は見当たらない。これから寒くなり光熱費の負担が増すので、景気は悪くなる。
▲	衣料品専門店 (従業員)	・景気回復の兆しがみえない。季節商材を扱っているが、暖冬傾向のために売れない。この先もまだ悪くなるのではないかと。
▲	住関連専門店 (営業担当)	・円安が止まらず、資材や製品価格の値上がりも今後も続くことが予想されるため、消費者心理への影響を懸念している (東京都)。
▲	住関連専門店 (統括)	・全体的な物価上昇が全てに影響している。物価が下がらない限り、景気も良くならない。
▲	一般レストラン (経営者)	・2～3か月前は、12月は良いが、1～2月は客足が落ちてレストランも暇になり、ケータリングも余りない頃で、今よりも少し売上が落ちる。

▲	一般レストラン（経営者）	・海外進出企業の業績は、今後も続くであろう円安の影響で悪くはないと思うが、中国の行方が気掛かりである。今起きている2つの戦争の1つの流れとして、欧米及び日本が中国への投資を減らすようになったら、中国の通貨安が進み、景気は更に悪化するのではないかと。そうすると、当然我々の生活に影響が及んでくる。
▲	旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期が過ぎれば冬の閑散期へと移行するため、旅行案件の実施自体が減少していく。
▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了していくからである（東京都）。
▲	タクシー運転手	・今はやはり物価の上昇が非常に深刻で、日常生活をかなり圧迫している。給料はほぼ横ばいなのに物価が上がり過ぎている。ガソリンや生活必需品も高くなり、年末に向かってますます値上がりするようだと、かなり厳しくなりそうである。
▲	通信会社（経営者）	・取引先の景気が良くないという認識があり、受注増加は余り期待できない（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・先行きの見通しは不透明感が強く、このまま停滞していく気配を感じている。
▲	通信会社（営業担当）	・仕入価格の高騰が続く気配があるため、景気は更に悪くなる（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・コロナ禍明けで忘年会、新年会が多くなることが予想されるため、来客数が減少すると予想している。
▲	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格の高騰、消耗品や修繕費用の増加、人件費の上昇と、利益を圧迫する要因が解消されない。
▲	ゴルフ場（経営者）	・寒さ次第ではあるが、冬は来場者数が減る傾向にあるため、先の状況は芳しくない。また、依然として続く物価高の影響から年末年始は余暇に資金が回らないのではないかと危惧している。
▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・物価上昇に対して賃金上昇が追い付いていない期間が長くなっている。また、株価が低迷している（東京都）。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価の上昇が後押しし、客の購買意欲が減退しているため、売上も減少する。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今年はずっと悪い。これからも緩やかに悪くなる。
▲	設計事務所（所長）	・仕事がない上に、単価もなかなか上がらない。
▲	設計事務所（職員）	・社会情勢的なことが短期的に改善されるとは思えない。政策も一般消費者向け減税程度となっており、構造的な景気の上向きは期待できない（東京都）。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅着工数の漸減が続き、その減少分をリフォーム案件でカバーする意識は業界内にあるが、トータルで上回ることは予想しにくい環境である（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・物価は上昇しているが、経費の上昇分を売価に反映できないデフレ商売の状況が続くため、営業利益は減少する。
×	コンビニ（経営者）	・時給を上げたのにもかかわらず、アルバイト、パートの応募者は数か月にわたってゼロである。
×	衣料品専門店（店長）	・価格転嫁がスムーズにいかないなかでの経費急上昇のため、取引先の事業撤退や縮小などが始まっている。
×	乗用車販売店（営業担当）	・現政権が続く限り、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
×	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対策事業が来年4月まで延長すると発表されているからである（東京都）。
×	タクシー（団体役員）	・11月には運賃改定があるが、改定時にはどうしても乗り控えが起こる。それにもかかわらず、乗務員が増えていくことによるタクシーの過剰稼働が予想されている。
×	通信会社（管理担当）	・物価高抑制の施策が示されない間は、消費が上向くことは望めない。
×	ゴルフ場（従業員）	・コロナ禍を脱し、外国人旅行者は増えつつあるが、日本人の生活は、物価の上昇、円安等の影響で、全体としては何も問題が解決せず、景気は上向きとは思えない。

	×	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くなかで、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。物価上昇の一因となっている円安傾向については、現在のところ改善の兆しは皆無であり、今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に冷や水を浴びせることは不可避である。
	×	美容室（経営者）	・世界情勢の影響や、政策の効果が現れていないため、悪くなる。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているため、教育費を削るような動きが多く出ている。今後も景気が悪くなる。
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）	・受注量が増え、利益も伸びている。今年もインフレ手当を出せそうである。
	◎	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注実績が上がってきている（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・新たな試みを実験的に進められているため、この先も少しずつ伸びていく。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が今より多くなる予定である（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・店頭受けの個人の実印、銀行印などの注文に関してはほとんど変わらない。インボイス制度に伴う登録番号のゴム印の注文は若干あるが、来月以降は減ってくる。法人関係で設立の印鑑などがやや増えているので、見通しとしてはやや良くなる（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響か、空気の質に関連した商材の受注が増えている（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品、特に、半導体製品の需給バランスが改善されつつあり、生産数が徐々に回復することが予想される。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今年度中、自動車メーカーでは納車待ちの客に届けるべく増産を継続する見込みのため、景気は良くなる。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末年始を控えてイベントが増える（東京都）。
	○	輸送業（経営者）	・新規案件を受注できるかもしれないので、それ次第である（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・地域の飲食業者からは、「長引く物価高で客はますます値上げに敏感になっており、安いメニューに注文が集中している」という声を聞く。売上が伸び悩むなかで、原材料価格や人件費の高騰も続き、利益確保に苦心する事業者も多い（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・世の中での物価上昇により、客の取引先についても、単価上昇に対する受入れ態勢が徐々にではあるが整いつつある。企業の収益性はやや向上しており、先行きはやや良くなる。
	○	金融業（営業担当）	・各企業からの今後の受注予測はおおむね良化傾向にあり、緩やかながら景気は回復傾向に向かっている。しかし、仕入れ等の単価高騰の影響も大きく、価格転嫁が完結していない企業もあり、今後の原価動向等には注視する必要がある。
	○	不動産業（総務担当）	・企業の一部ではオフィスへの回帰が進んでいるようで、その影響で空室が埋まり始めているため、今後明るさが期待できる（東京都）。
	○	税理士	・円安で材料費やガソリン等の燃料費が高くなっているため、中小企業は全くもうかっていない。中小企業は悪いままで変わらないだろうが、大企業は円安でかなりもうかっていると思うので、景気全体は変わらないか少し上向くような気がする（東京都）。
	○	税理士	・現政権の減税、給付案が具体化すれば、消費に良い影響を及ぼす。物価の上昇は抑えられないだろうから、いかに収入を増加させるかだが、大手企業から順に賃上げの施策を実行していくとみている。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年内はこのまま推移していく。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・減税政策の内容によっては良くなる可能性がある（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス収束後、一気に動いた感じがあったが、それが落ち着き、今後はその状況がしばらく続く（東京都）。
	□		

<input type="checkbox"/>	繊維工業（従業員）	・現状から劇的に改善するとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・原材料の値上げの話があり、良くなる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・物価の上昇はほぼ落ち着きつつあるが、米国の金利がもう少しばかり上がる方向にはないということなので、しばらく今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注にモメンタムはないが、医療品容器に関しては新企画の相談など、若干ではあるが回復傾向にある。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・来年以降の見積依頼は多数来ているが、裏を返せば、それまでは現状維持ということではないか。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・半導体装置部品の受注半減の状態が2024年3月頃まで続きそうである。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・一時的なその場しのぎの景気対策ではなく、将来に向けての景気対策を行ってほしい。
<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・物価の上昇は収まるどころか上がる一方なので、政策に期待している。1日も早く安定した日を安心して送りたい。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・年末が繁忙期であったことは過去のものとなってしまい、現状のまま年末年始を迎えるものとみられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス収束後、受注も頭打ちで、多少は良くなったものの、新型コロナウイルス感染症発生前には戻りそうにない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷は多少増えているが、輸出は全くない。今後も現状が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・物価の上昇もあり、一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・在宅ワークの定着で、首都圏からの移住希望が多く、家族向け新築、賃貸物件の引き合いは続くものの、物件価格の高騰で成約には至らない状態は変わらない。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・インバウンドはやや回復しつつあるが、どうなるかはまだ分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・従来の主力商材から新商材への切替えと、それに伴う新たな顧客開発はやはり一足飛びにはいかない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・イベント関連のビジネスは、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に復活しつつあるため調子は良いが、それ以外に関しては、マスメディア媒体への広告出稿の需要が下がってきている。全体の大きな売上を占めるだけに、厳しくなっている（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	・年末に向けて様々な需要が増える時期になるが、それ以外に余り良くなる材料がない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量が増える見込みも少なく、原材料、資材等の値上げもあり、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	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してもらえる物件も出てきている。ただし、交渉にも時間が掛かるため、この先どうなるか予測は難しい（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	・先行きが見えない資材の値上がりは今後も続いていくと考えるが、価格交渉がスムーズに進むとは考えにくい。
<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・コロナ禍からの回復の動きが一段落したようにみえる。
<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・海外向け受注が減っていること、国内はインフレに対して賃上げで対応しようとしているが、下請企業へはまだに値下げ依頼があることや、エネルギー単価分の値上げはできても海外製品の単価と比較されることになり、価格を上げれば海外から部品を仕入れることにつながるので、簡単には価格転嫁できない。それでも賃金は上げなければならないという現実がある。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・景気は思っているほど良くなっていない。企業は賃金アップや物流の2024年問題、働き方改革などで苦しんでいる。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・関係協力業者との意見交換においても、近い時期の案件数が減少しているとのことである。当社だけでなく全体的な案件数が減少していることを考えると、やや悪くなる。
<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・賃金が上昇しても、物価や金利の上昇により景気は悪くなる。
<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	・ガソリン価格高騰や食品等の値上げの影響が徐々に効いており、賃金アップがそれに追いついていない。飲食業、観光業への新型コロナウイルス感染症の影響は和らいているものの、企業は人件費、原材料、燃料費の高騰を利益で吸収できないのが現状である。今後も高騰は続いていくことから、景気はやや悪くなる（東京都）。

	▲	経営コンサルタント	・中小企業では、事業承継者がいないこと、利益が圧迫されていること、人材の採用ができないことなどから、ますます倒産が増加する可能性が高い（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・受注量は微減だが、インフルエンザの影響で工場の稼働率が下がり、結果として売上も減少すると予想している。
	×	建設業（経営者）	・現在の好調理由が分からない。世界情勢も不安定である。
	×	不動産業（経営者）	・インフルエンザや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、マスクをしない人もたくさんいる。これから寒くなるため、気を付けて頑張りたい（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・季節要因もあるが、秋以降は人材市場が流動化する傾向が多い。そのため、数か月先は求人数、求職者数の増加が見込まれる（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなり、給与面での待遇が良くなっていくと、自然と景気は上向いていく（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末と年明けすぐの予約が現時点で37～38件くらいある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・賃上げはインフレ対策にはなるが、人材不足解消に対する即効性はない。ハードルは高いが、中小企業においてもダイバーシティの導入等、新たな解決策を講じる必要がある。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気が回復している分野と低迷している分野があるため、結局プラスマイナスゼロになり、変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・しばらくは現状のような価格競争の状況が続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に比例して派遣契約開始も減少しているものの、終了者数がそれ以上に少なくなっていることから、長期派遣就業者数としては前年同月比で100%を超えて、微増となっている。当面は同じトレンドが続くことが予想される（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・物流センターは各地で開設されており、軽作業要員の需要は継続的に発生する見込みである。派遣を使わないという回答もあるが、過去の傾向では自社で集めきれず、結局は派遣会社へ依頼するケースが多い。ロボット導入や機械化は進んでいるものの、現時点では人員削減にまでは至っていない。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人材紹介については転職希望者が増えてきており、成約数が伸びると予測している。一方で、派遣成約数が思うようには伸びていかない見通しとなっているため、全体の業績としては変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア不足はまだ改善される様子はなく、今後もニーズはある（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価高が続いているため、実質的に負担は増えている。身の回りの景気が悪くなることはないと思うが、こちらも様子見で変わらない。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・海外情勢や、日本銀行の金融政策などに不安を感じている。政府与党の選挙対策のための減税など、デフレ脱却を目指すといわれても刺さる施策とは思えない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・求人数が一定の水準まで戻ってきている。少子化で労働者数は減るばかりだが、求人数は増えている。労働者の人口は減っているため、全ての企業がうまく採用できるわけではなく、業種による応募者の偏りなども顕著にみられ、人気のない職種はいつまでたっても人気がない。そうした職種で人を採用するためには、よほど職場の環境が良いか、賃金がほかと比べて明らかに高いといった要素が必要になる。そのような問題を解決していかないと、非正規労働者や外国人労働者がますます増えていく流れになる。生産性が落ちていけば、景気は良くなる方向には向かない。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・大きな変化や傾向がみえない。
□	職業安定所（職員）	・物価上昇が続く状況下では、経済対策により企業収益がどれだけ改善されるかが景気の先行きへの鍵となる。	
□	職業安定所（職員）	・卸売、小売、飲食、宿泊の各業界は売上が前年度を超えて好調である。一方、資材やエネルギー、人件費の高騰が続くなかで、建設業、運輸業では荷主の契約金額が現状維持又はマイナスとなるケースがあり、下請が受注を断念する動きがある（東京都）。	

□	民間職業紹介機関（経営者）	・技術系の求人は多いが、求職者に若手や技術系の人材は少なく、一般事務、営業系が多い（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて短期的な需要が一時的に多くなるものの、契約は継続しない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢の影響による穀物類の価格高騰や、ゲリラ豪雨等による野菜や魚の価格高騰があるほか、電気代が高騰するなか猛暑でエアコン使用が拡大し、負担が増したため、やや悪くなる。
▲	職業安定所（職員）	・10月に発生した大手自動車メーカーの稼働停止により、下請企業に影響が出ているとの情報がある。
×	—	—