

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)	◎	百貨店（営業担当）	単価の動き	・インバウンドは引き続き前年比2けた増加で推移している。寒波到来などの影響によりジャケット、ボトム、コートなどの実購買が前年比で2けた増加しており、客単価も前年比で2けた伸びている。12月単月での店舗売上は、2019年12月実績と比べて5%ほど増加の見通しとなっている（東京都）。
	◎	スーパー（ネット宅配担当）	お客様の様子	・市のポイント還元事業で売上が伸びている。
	◎	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・2022年の秋に部分改装し売上が大きく伸長したが、2023年12月はその前年売上を更に超えている。新規店舗、改装店舗は前年売上までいかなかったが、既存店が全体的に大きく伸ばしている。ただし、売上伸長の一面には、商材の値上げといった要因がある。
	◎	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の感染状況が落ち着いてからケータリングがかなり増えてきて、新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同じくらいになっているため、その分、売上が増加している。店も少しずつ来客数が回復して、徐々に良くなっている。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月は忘年会シーズンということで、やはり金曜日、土曜日に客の人气が集中し、予約が重なって断ることも多かった。全体的に週末も人の流れが多く、来客数はかなり増えている（東京都）。
	◎	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	単価の動き	・飲食店に関しては120%、物販は150%になる見込みである。製造業についてはコーヒー豆の動きもとても良くなっており、良い兆しがみえてきている。年末のセールを行っているが、客単価が上がっている（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感染症の5類移行から半年以上が経過し、久しぶりににぎやかな年末を迎えている。客の間でも新型コロナウイルス感染症の話題はほとんどなく、マスクをする人も減り、気分的にかなり明るくなっている。3か月前と比べても明らかに状況は良くなっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・12月上旬は暖冬、少雪の影響でオープンできないスキー場等が多くあり懸念されたが、中旬にはオープンし始め、例年並みになっている（東京都）。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍から抜け出して人の動きが戻ってきている。配車アプリの稼働が活発になり、師走の今月は忙しく感じる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・今年の12月は人の動きがとても良く、駅のタクシー乗り場は忘年会帰りの客であふれている。週末ともなれば、深夜まで車でタクシーを待っている客がいて大変である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・年末ということもあり、かなり人出の多さがみられる。法人タクシーの乗務員が大分減って、法人車両が7割くらいしか稼働していないため、ライバルが少ないこともあるが、今は非常に忙しい（東京都）。
	◎	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ボーナス月ということもあり、消費ニーズが高まっている（東京都）。
	◎	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	単価の動き	・年末の影響もあるが、飲食を含め、客単価が上がっている（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・近隣の同業他社が廃業したため、当店で客が多少流れてきている。また、少しずつではあるが地元の信用金庫本店との取引が順調に流れ始めたので、やや良くなっている。
○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・今月はレジ客数も多く、月末になるにつれてインバウンドの来店が多くなり、一般客より客単価が高い分、売上が大きく増加している（東京都）。	

○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・今年の年末は、暖かったこともあり、季節商材、例えばカレンダーや手帳など、本来であればもっと早くから売れるはずの物が余り売れていなかった。そのために、12月になり、年も差し迫ってから緊急で買い来る客が集中しており、店頭部は間違いなく良い。外商の方も、本来であれば前月に入るようなカレンダー何百部という大口案件が、物流の遅延等で全部今月になってしまったことから、良くなっている。
○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・インバウンドの拡大に加え、国内の個人消費も年末年始のオケーション需要は底堅く、高付加価値な物を求める購買マインドは堅調に推移している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り、暖冬も影響して来客数が更に増加している。客の様子をみると、新型コロナウイルス感染症が収束し日常に戻ったように見える。お歳暮ギフトも前年を上回って終了し、直近のクリスマスも盛況に推移している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・11～12月にかけて急に寒くなったこともあり、冬のニーズの高まりで衣料品や食品を求める客が増えつつある。直近のクリスマス関連の食品に関しても、売上、来客数共に好調に推移している（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・気温が低くなり、冬物アイテムに動きが出てきたり、クリスマスケーキ等の動きも良かった。また、11月は苦戦したお歳暮ギフトも12月になり回復している。しかし、おせちなど物価上昇が影響する商材も多く、大幅に良くなったとはいえない。
○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドによる販売量が増加し、景気を押し上げている（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	単価の動き	・気温が下がってきたことで、重衣料の動きも良くなってきて、客単価が上がっている。
○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・これは当社のみ事情かもしれないが、市独自のキャッシュレス決済の20%還元キャンペーン中のため、来客数がかかり増えており、売上も伸びている。ただし、これは今月だけの特典で、12月31日で終了するため、割引いて考えなければいけない。
○	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・今までどおり、単価が上がる一方で販売量並びに来客数が落ち込む図式は変わらないものの、年末商材の稼働がみられ、販売量が若干持ち直しつつある（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数が増えている（東京都）。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・買上点数がやや多い（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・12月に入り寒さが一気に増してきて、それに伴い冬物商材の売上を中心に販売量が上がっている（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・12月に入り、10～11月と買い控えていたためか、外出着、肌着、靴下等の実用衣料品の売上が良い。暖かい日が続いているが、客はよく来店している。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市況が厳しいなか、新車、サービスの需要が堅調である。
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・12月はクリスマスや年末のパーティーシーズンでもあり、問合せや予約、利用者数も伸びている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・年末を控え、前年を上回って外国人観光客が増加しており、同業各店で集客数が微増している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前と比べると、もちろん夏の方が人の動きがあるが、気温の影響もあり、この秋も新型コロナウイルス感染症が収束してから多少戻ってきている。昼間も夜も客は多少増えている。
○	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収束し、前年よりも更に上向いている。インバウンドも影響している（東京都）。

○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	販売量の動き	・久しぶりに来店する客が増え、前年よりも気兼ねなく外出や飲食する様子が見え始める（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・今年4月からの、材料費値上がり分の価格転嫁に加え、年末の宴会需要の高まりもあり、業績が改善している（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・9月以降かなり良いペースで販売量が増えている。新型コロナウイルス感染症の影響によるキャンセルも少なく、忘年会も順調に実施できていることから、売上はかなり良くなっている。3か月前と比べても更に良くなっている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・年末に入り、単価が上がっている。
○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・インフルエンザが流行しているため何ともいえないが、来客数が徐々に増えてきており、やや景気が良くなっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの昼間の移動が増えている。リモートワークも減っていると聞いている（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・年末になり、通常の年末よりは悪いものの、夜間の人出は多少ある。日中は急な気温低下で稼働が増えている。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・小規模な仕事は出ているが、今年度限りで終了の案件もあり、一進一退である（東京都）。
○	通信会社（局長）	販売量の動き	・契約数が伸びてきている。転居等の動きもかなり出てきている。
○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・年末を迎え、人々の往来も活発になっている。来客数も若干ではあるものの増え始めている。
○	競輪場（職員）	来客数の動き	・今までは、キャンペーンなどを打っても反応が薄く、微増にとどまる状況が続いていたが、最近では来場者数が3割ほど増加している。余りお金を掛けないイベントでもそれなりに反応があることから、多少の年末消費が発生していると感じている。
○	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	お客様の様子	・忘年会シーズンとなり、法人の会食も積極的に行われている。また、夜のタクシーニーズが高まっており、景気は上向きである（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	それ以外	・ここ2か月ほど考えられないような数の契約をもらい、仕事としては非常に潤っており、むしろこなし切れないような状態である。しかし、当社を取り巻く状況、環境は決して良くはない。特に、政治の混迷などは悪い状況ではあるが、当事務所としては大変良い月日を迎えている。
○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内に販売するためのホテルを5棟持っており、3年半くらい全く売れなかったのが、最近2棟を販売することができた。インバウンドもかなり戻ってきており、今後期待している。建設業の方は原価が高止まりし、スムーズに受注につながらない。民間工事、公共工事共に同じ状況である。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・販売量の動きについて、以前よりは少し販売点数が増えてきたが、低単価な物が多く、売上はなかなか思うようにはいかない。まだ頑張らないといけない。
□	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行からずっと回復基調であることは、キャッシュレス決済の数字を見ても明らかである。ただし、回復曲線は鈍化している。アパレルや飲食など、天候、気温に左右される業種も多く、なかなか難しいところもある（東京都）。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍が明けて、新しい生活スタイルに入っていくが、まだライフスタイルが落ち着いていない。高級志向、低価格志向とはっきり2極化してきたような気がする（東京都）。
□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・売上額は変わらないものの、内容が変化している。客単価が上昇する一方で、来客数は減少傾向にある。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・夏頃は来客数、売上共に上向きだったが、年末にかけてやや失速している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・店は売上、来客数共に伸びている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・得意先の状況も変わらず、増えることもなく、現状維持である。新規顧客も、競争相手がいることもあり簡単には獲得できず、苦戦している。我々社員も頑張っているが、ボーナスももらえないような状態なので、どうやって年を越そうかと心配している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安が少し落ち着いてきても、原価の高止まりから輸入商材の販売量が抑えられる状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・行動制限のない年末年始を迎え、人が集まるクリスマス、年始のパーティー、手土産需要が増えたが、お歳暮、自宅用クリスマス商材、おせちなど、コロナ禍に大きく伸長したアイテムは前年に届かず、苦戦している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年比では依然として2けたの伸びを見せているが、伸び率に若干の縮小傾向がみられる。ギフト需要は前年比で微増だが、売上シェアが大きいこともあり、全体に影響を及ぼしている可能性がある。直近のクリスマスにおいては、街中には人が多く出ているものの、余り買上は多くなく、少し期待が外れた感じである。インバウンド需要についても同様の動きで、国別では、中国、香港からの訪日客のシェアが減少しているものの、全体としては2けたの伸びをキープしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・訪日外国人による高級ブランド商材に対する購買意欲は非常に高く、売上全体のかさ上げに寄与している。一般客については、外出需要であるファッション関連商材の動きは良いが、食料品を中心とした日用品については横ばい感もある。身の回りの景気が明らかに良くなっているとはみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・円安を背景としたインバウンドが堅調に推移している。同時に国内需要にも大きな変化はなく、顕著な伸長や減少の動向はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ギフト需要の最盛期を迎え、ラグジュアリーブランドが好調である。コロナ禍の在宅需要偏重から外出傾向が高まり、インバウンドの増加に加え、国内客の売上も全体をけん引している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・前年並みの販売量で、良くも悪くもない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	来客数の動き	・食料品の来客数は堅調に推移しているものの、サービスカテゴリーの来客数は苦戦傾向で、全体の来客数は微増という図式がここ数か月変わっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・昔ながらの住宅街に立地しているため、高齢者が比較的多いことも影響しているのか、値引き商材を目当てに来店する客が多い。ただし、通常商材も併せて買うため、客単価は2300円前後で推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・良くなる兆しがない。物価は上がっているが、客は慣れた様子である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなったためか、クリスマス期間中は前年と比べても遜色ない来客数となったが、財布のひもは固く、買上点数は伸びていない。年末年始を見越してか必要最低限の購買数とみられる。年末に向けてみそか、大みそかは期待できるが、それ以前は厳しい来客数、客単価になると予想され、仕入れも調整する予定である。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・クリスマス、年末用品は大型店、専門店の販売促進の影響で大幅に売上が減少している。しかし、冷凍食品を始め、中食用の売上は増加している。トータルではほぼ前年並みの売上を維持している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・クリスマスが終わったが、クリスマス用商材はほとんど動かなかった。曜日によるのかもしれないが、少し動いた小さなホールケーキは前年の方が数としては動いていた。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・クリスマスの日並びが悪く、コンビニでのケーキ類の販売が減少している。また、直近の気温低下で来客数も減っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・景気が上向きかどうかでいえば、特に変わらない。物価高でも生活必需品は買わないといけなし、少々高くても生活のためには必要ということだろうか。物価高で収入が増えなければ買い控えが起きるのは当然のことであり、景気が良くなる要素はどこにもない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・12月の売上動向は、会社全体としては3か月前と変わらない。ドレス事業は、成人式のパーティー、卒業式の謝恩会のイベント回復に伴い、10%程度売上が伸びている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・買物の目的以外のついで買いが減っている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・繁忙期でも来客数が伸びず、購入単価も今一つ上がらない。商材の値上りを気にしている客が多い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・自治体のエコ家電購入応援キャンペーンへの駆け込み需要がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・12月に入り、暖冬の傾向が続き、季節家電等の動きが悪い。耐久消費財の動きも低調で、来客数も減少している。物価の上昇による消費者の節約志向もあり、国内消費は低調に推移している。一方、インバウンド需要は好調であり、全体的には堅調といえる状況である。この傾向は続く（東京都）。
<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、販売が余り芳しくない。例年12月はボーナスが支給されるために販売が大分伸びるが、今一つ伸びていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量は前年とほぼ変わらず、サービス部門が少し増えたくらいである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・仕入価格が高騰している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	競争相手の様子	・相次ぐ大手自動車メーカーや大手中古車販売店の不正問題などの影響で、車の販売に対して不信感が出ているなかで、車両の値引きについて客から相当厳しくいわれている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	販売量の動き	・思うようには販売量が伸びていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【貴金属】（統括）	お客様の様子	・外出する人が増え、街中が混雑している様子はあるが、来客は伸びず、販売量にも変化はみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・特段の経済対策もなく可処分所得も増えないことから、大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売【生鮮魚介卸売】（営業）	お客様の様子	・商品単価が高止まりしているため、売れ残りを懸念した仕入れが続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・12月の売上は、2019年比で105.8%、来客数は83.5%となっており、来客数の減少を客単価でカバーしている状況である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・年末の利用が前年比、2019年比で好調に終わり、年初もこのままで推移していくことを望んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・法人需要が中心であり、慣習的な消費が一定数推移している（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	それ以外	・当社レストラン及び輸入業務については今のところ若干伸びているが、他店や他地域をみると、インバウンド利用があるところは売上が伸びているようだが、それ以外のところはそうでもない。輸入品、食材等の値上がりの影響があるようである。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・観光客は戻っているが、円安で金利が低い上に物価の上昇もあり、豊かになった気がしない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・旅行における新型コロナウイルス感染症の存在が希薄になり、3～4年ぶりに実施や企画をする団体が多くなっている。ただし、バス料金や宿泊費を始め物価が上昇していることから、従来並みの予算だと実施は不可能になっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	競争相手の様子	・競合の動きが余りみえてこない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	それ以外	・物価が少しずつ上がっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	販売量の動き	・ここ3か月の受注量は増加でも減少でもない状況が続いている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	お客様の様子	・自社サービス利用料の滞納や強制解約数が引き続き減少傾向にある。街頭の購買傾向を見ても物品、飲食共に好況が見て取れる。忘年会等、宴会の再開によるものか、2次会、3次会まで客足が続いている。コロナ禍に始まった地域行政の景気刺激策が継続しており、消費を後押ししている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	販売量の動き	・ここ3か月でみると、前年同月比でも全体では伸長しているものの、他社切替えによる解約も伸長しており、純増ベースでは変わっていないため、大きな変化はない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・不景気なのか、前月と比べて客が契約に非常に慎重になっている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	単価の動き	・できるだけ安価なコースに契約変更する動きが続いている。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (経理担当)	来客数の動き	・12月は関東地方では降雪もなく、比較的温暖な天候であったことで、残暑下にあった3か月前よりも稼働率は改善している。プレー費が高額なビジターは残暑下の3か月前より10%程度落ち込んでおり、物価上昇、実質賃金減少から生活防衛を意識する動きもみられる。レストランにおいては、高価格商材の販売低迷の傾向がみられる。水道光熱費、人件費を始め営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	お客様の様子	・物価は上昇しているが、企業業績自体は底堅い (東京都)。
<input type="checkbox"/>	美容室 (経営者)	来客数の動き	・来店頻度がいまだに伸びていない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・年明けから忙しいスケジュールになっているが、新しい案件ではなく、これまで抱えてきたものについて結果を出していくところである。下向きにはならない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所 (経営者)	それ以外	・業務量、経費率等はここ数か月間横ばいで推移している。
<input type="checkbox"/>	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・同じ回答ばかりがずっと続いているが、本当に悪い (東京都)。
<input type="checkbox"/>	設計事務所 (職員)	それ以外	・民間市場の動きが停滞している (東京都)。
<input type="checkbox"/>	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65%となり、悪い。3か月前と比べて販売量は微増ではあるが、景気は変わらない。3か月前から販売量が悪いままで、新商品の販売や組織の再編などをしてみたものの販売量は増えず、非常に厳しい状況となっている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・2～3か月前より受注は増えたが、12月の締め月なので今後良くなるわけではない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・資材高騰分を価格転嫁できない状況が続いている。

▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・年の瀬を迎えているが、例年のような年末感がない。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・節約購買が顕在化している。より低価格な商材の拡大による単価下落と、買い控えによる買上点数の減少がある。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・競合が激化している。特に、ドラッグストアの増加がじわじわと効いている（東京都）。
▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数の動きから見て、来店頻度がやや減少しているように感じている。また、客単価は上がっているが買上点数は伸びていない（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・今年は節約の年越しになる家庭が多そうで、購入は安価な物が多く、買物頻度、販売点数が落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商材の値上がりが続き、買上点数が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価高によって客単価自体は上がっているが、来客数は逆に前年比95%程度となっており、全体的には多少マイナスである。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・クリスマスケーキの予約が前年比で約20%減少している一方で、カット済みケーキが売れている。客が支出を減らそうとしている様子がうかがえる。全体的な売上も前年比で約10%減少している。
▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・11月より12月に入ってからの方が悪い。販売量よりも単価が上がらない。高額な商材はちゅうちょしている。
▲	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・物価高による節約志向が出ている。
▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・客とのコミュニケーションから、インターネット販売との比較が今まで以上に増えていると感じる。旅行やエンターテインメント等、消費の選択もあり、家電製品の売行きに厳しさを感じている。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で販売が停止されている。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、まだ販売量の動きが低迷している。買う物と買わない物がはっきりと分かれている。もう少し販売量が増えればよい。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比べて非常におとなしい年末になっている。販売促進は十分に仕掛けているが、販売数が上がらない。客は必要な物のみ購買している。
▲	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	お客様の様子	・全体の来客数は3か月前とほぼ変わらないが、外国人客の比率が若干減少している。外国人客の購買単価は日本人客に対し1割ほど高いため、減収の要因になっている（東京都）。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・原油価格高騰により、燃料油価格激変緩和対策事業の継続中でも元売りの仕切価格は高くなっているため、販売価格も高止まりしており、給油が見送られている（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援が終了してから申込みが減少している（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・先行きの不透明感から、年末といっても大きな盛り上がりを感じられない。
▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・12月に入り、案件の商談スピードが落ちている。年末になると客の意識は年明けに向いている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・冬の来場は気温の変化にとっても敏感で、天候はそこまで悪くはないものの、3か月前と比べると来客数は11%ダウンと、集客面で苦しい状況になっている。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフ場の来場者数は前年を下回っている。コロナ禍の制限が撤廃されても、特に高齢者が戻ってきていない。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・想定と異なり、客の購買意欲が全くみられず、売上も減少している。したがって、景気も悪い。

	▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・物価の上昇、建築資材等の高騰に伴い、なかなか仕事が前に進まない。設計が進んでも工事がなかなか決まらない状況である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築売りアパート事業において、業者からの販売物件の問合せは多くあるが、具体的な話が少なくなっている。全体的に利回りが下がったことも要因だが、客の動きが鈍くなっている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・本来は繁忙期にもかかわらず、建材需要に勢いがみられない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・ここ数年でこんなに来客数、販売量が少ないのは初めてである。広告を出しても反応が薄い。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・例年12月は需要が多い月だが、今年はほとんど客が来ない。客の少なさから、景気が悪くなっていくと考える（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・経費の上昇分を価格転嫁できない。
	×	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・商店街が静かである。来客数が1けたという日もある。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・今年の8月以降、来場者数が前年を下回っており、前年同月比でも96%程度で推移している。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末は新たな注文が入り売上が伸びている。ただし、既存客の単価は下がっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1つ1つの量は減少しているものの、受注件数は余り変わらない（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・年末の繁忙期と同業他社の廃業、倒産の影響により、想定より受注量が増えている。
	○	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。今月は特需があり、1つは電機メーカーで、3か月前よりも多くの注文をもらっている。もう1つは大きな寺院で、車の厄除け用ゴム印の注文が前年よりも多く入っている。車を購入する人が多く、それに伴っておはらいやお守り用のゴム印注文が増えてきているのではないかと（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の後半は前年の1.5倍ほどの見積りを行ったが、その取引が始まってきている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ前年と比べて毎月受注が上向いてきている（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体価格が継続して上昇傾向にあり、少しずつ会社の業績につながっている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは販売が好調な上、生産も高水準で継続しており、受注在庫も徐々に減少している。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻つつある（東京都）。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・景気は良くなっているが、人手不足が深刻になっている。パートやアルバイトに関しても所得の壁の問題があるが、130万円以下の低い壁が設けられていることについても是正を検討してもらいたい。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・商業施設はどこも混雑している。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内、海外共に宿泊需要は堅調であり、今後も増加が見込まれる（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・既存のオフィステナントからの増床ニーズが高まるなど、コロナ禍明けによるオフィスへの回帰傾向がみられる。飲食テナントの客足も新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないが、確実に伸びている（東京都）。

○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、イベント等も回復している。
○	税理士	取引先の様子	・円安が少し落ち着き、年末年始の海外旅行も好調である。暖冬ではあるが、冬物衣料の売行きは好調である。お歳暮の価格帯も上がっている。
○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注及び既存の得意先の受注が伸びている。
□	繊維工業（従業員）	取引先の様子	・製造費上昇分が納品単価に反映されず、苦戦している例が散見される（東京都）。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・3か月前と変わらず低迷している。ただし、新たな顧客も少しずつだが増えてきているため、来年は景気が良くなるよう願っている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、景気が悪くなっているわけではないが、受注量、問合せなどが少し減ってきたような気がする。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注や企画は順調だが、化粧品容器に関しては低迷したままである。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・海側の人気エリアの土地が高止まりしており、余り流通していないため、景気的には良いとも悪いともいえない。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・以前に概算見積りをした案件で、図面ができて本見積りをする時、概算時の見積額より1.5倍にまで上がり、計画が中止になったり縮小したりすることが多くなっている。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の変動は多少あるが、燃料費や原材料の価格高騰で厳しい状態が続いている。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月の特需はなくなり、取扱量は例月と変わらず、年末の繁忙感はない（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・閑散期に入ったが、物量は例年を若干上回っている。しかし、燃料費の高騰や人手不足に悩まされている。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量は予定どおりだが、燃料価格の高騰が続いており、収益が伸びない。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・改善の力が少しずつ弱まりつつある（東京都）。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・一般的な製造業や卸、サービス業などにおいては、おおむね業績を維持している状況が受注動向や現場の様子からもうかがえるが、飲食関連は相変わらず厳しい状況である。年末の繁忙期の動き次第で今後の動向が読めてくる。
□	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・生成AIが増えてきているなかで、デザイン業はより専門化しないといけないと感じている（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・補助金や助成金を活用したい会社がまだ多く見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売、サービス共に年末に向けての需要の伸びが芳しくなく、消費を控えている様子が見受けられると聞いている。
□	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	・受注の動きが例年どおりになっている。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇に加え、働き方改革に伴う人手不足が影響している。
▲	通信業（従業員）	取引先の様子	・3か月前と比べて給料は変わらないものの、社会保険料が上がったり、物価、主にガソリン価格が高騰している（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・今年も残り僅かになった。不動産賃貸借の業務も築年数が古くなると苦勞するのは当たり前のことである。どこも年末から新年に向けて約2か月の期間限定キャンペーンをする。1か月賃料免除や鍵交代不要、2万円から3万円の家電等プレゼントなどである。業者の広告費、貸主の財布事情は大変である（東京都）。

	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業などでは、取引先に値上げ交渉ができないため、材料、燃料その他の値上がりに対応し切れない。冬のボーナスも限定されてしまっている（東京都）。
	▲	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	競争相手の様子	・景気が良くないという話を聞くことがある（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比較すると受注量が落ちている。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・思った以上に半導体関係部品の在庫の減りが遅く、受注量が伸び悩んでいる。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数の前期比100%超が継続している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求職者は活発に動いている（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数からみた景気の動きとしては、特に変わらない。人材が欲しい企業は多く存在すると思うが、希望の人材を確保できる企業はそれほど多くない。多くはミスマッチによる不採用が続くが、これは双方にとって良いとはいえない。景気を良くしていくにはこうしたミスマッチを少しでも減らし、雇用を生み出すことも重要ではないか。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・飲食業界が活性化してきたことに伴って、タクシードライバーの募集がかなり増加しており、連日のように多数の面接が入っているとの情報がある。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・企業からの求人案件数が少しずつ増えている。特に、営業職と技術職が多い。この傾向は前年末くらいから徐々に増えてきた。今後も少しずつではあるがこの傾向が続く（東京都）。
	○	学校 [大学]（就職担当）	求職者数の動き	・求人はあるものの、働く意欲が低下している（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・社会保険制度改正の影響もあり、2024年度から収入制限を解除し、夫の扶養から外れて働こうとしている主婦層が増加傾向にあるが、周辺の観光業者や飲食業者において、夜勤や土日勤務等の就業条件に対応できる人材を増加させるまでには至っていない。したがって、勤務条件において採用難易度の高い求人については今後も人手不足感が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気の良い側面、悪い側面の両方があり、結局余り変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・ここ数か月、特に大きな変化はなく、企業からの派遣依頼数、新規登録者数は横ばいで推移している。本来は年度末に向けて求人数が増加する傾向にあるが、大きな変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車製造業からのエンジニア派遣ニーズは継続しており、景気の良さを感じる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人については常にある状況が継続していくと予想している。ただし、条件の良い求人はすぐ確定するものの、なかなか確定しない求人もあるので、2極化が加速していく。
	□	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・最近の求人案件の傾向で、コア人材の要件が増えてきている。高齢化などの影響もあるが、各事業者が事業の柱となる人材を探すということは、事業拡張や新規事業に打って出る事前準備のような状態かと思われる（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社の各部署で中途採用を予定しているが、なかなか人が採用できていない。求職者の売手市場とみられる（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年と比べて7%増加し、情報サービスや人手不足感の強い旅客、貨物運輸で求人数の増加が目立っている。一方、卸小売や紹介、派遣などの販売、サービス関連は求人数を減らしており、景気が一様に上向いている感はない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末繁忙も落ち着きつつあり、12月に入り求人数がやや減ってきている。

▲	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス関連の特需の派遣業務が一気になくなり、求職者数がとても多くなっている（東京都）。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比と同水準だが、派遣契約締結数が3か月前比で20%減少している一方で、派遣契約終了数は3か月前比で10%増加している。派遣社員の稼働数としては減少している（東京都）。
▲	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・派遣受注数が鈍化傾向にある。前年同月よりは多いが、今年の上期と比べると減少傾向になっている（東京都）。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・倒産が6社、廃業が5社あり、募集するよりも減らしている状況である。
▲	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・求人数は増加傾向が持続しているが、採用者数は前年同月を下回っている。特に、小売、飲食、宿泊の各業界は、企業側の採用意欲は高いが応募者数は少ない傾向にある（東京都）。
×	—	—	—