

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年であれば、気温低下とともに売上も減少していく傾向にあるが、高温が続いているため、飲料の売上が高く、パンや主食系の売上も好調である（東京都）。
	◎	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・気温の低下、ブラックフライデーなどのセールにより、来客数が回復しており、売上を押し上げている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	お客様の様子	・外国人客がアジア圏のみならず欧州からも来るようになり、インバウンドの裾野が広がっている（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフシーズンに入り、気候も落ち着いていることから安定した来場があり、3か月前比103%と来場者数が伸びている。今年の8月は異常なほど暑かったため、来場者数の増加は想定範囲内にとどまっている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・今年に入って家具業界は非常に厳しい状況がずっと続いていたが、幾らか来客数が増えてきている。成約には結び付いていないが、客の反応は少しずつ良くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・客もこだわり商材に手が伸びるようになってきている。新世代ニーズのトレンドが少しみえてきている（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は猛暑により来街者数が少なく、当店への来客数及び売上も、前年と比較してほぼ横ばいであった。今月は天候が安定していたため、3か月前と比較して来街者数及び来客数が増加し、売上も20%程度増加している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・外国人観光客の来店数の鈍化が回復基調に向かっていることに加え、国内客の来店も順調に伸びており、全体の来客数の前年比での増加率は3か月前を上回ってきている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・10月は前年と同様に気温が高く、アパレルを中心に秋冬商材が苦戦したが、11月は気温が下がり、アパレルに動きが戻ってきたことで前年に対し大きくプラスとなっている。ただし、食品に関しては前年比プラスで推移しているものの、物価上昇による買い控え傾向が続いている。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・急激に円高に振れた3か月前と比較し、円安基調となった今月は、インバウンド販売量が改善している（東京都）。
	○	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・単価は相変わらず上昇傾向にある。冬物商材の動きが活発化しており、販売量が上向きつつある。その分、トータルの売上が増加している（東京都）。
	○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・地域的には大型マンションができて売上が伸びているが、全社的には苦戦している。しかし、消費は活発化している（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏場に比べて通学客が戻っていること、雨天が少なからずあったことから、来客数が増加している（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・イベントでの人出が多く、客は外出してお金を使っている。当店はスイーツ、土産など、し好品やギフトもよく動いている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・プラス1品を購入してもらえる確率が高くなっている。来店頻度も増えている（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、実用衣料品を中心に前年をクリアしている。	
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・防寒着がよく出ている。	

○	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・年間で最も目標が高い11月だが、主力事業である呉服が催事の成功により計画比を4か月連続でクリアしている。もう一方のドレス事業も、12月のパーティー需要、1月の成人式需要により計画に近づいている(東京都)。
○	家電量販店(店長)	単価の動き	・物価上昇に伴い自然と単価は上昇しているが、直近ではより高単価な商材の動きが良くなっている。これが一時的な動きなのか、消費活動を見ていかなければ判断できないが、最近の値上げ傾向を消費者が理解し始めていることが表れている。
○	家電量販店(店長)	販売量の動き	・3か月前は夏休み期間中で、訪日外国人の来客数が多かった。今月は3か月前より来客数が減少しているものの、販売量はほぼ同じである(東京都)。
○	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・新車、中古車共に販売が好調で、販売量も前年より増加している。
○	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・例年になく計画を下回っており、打開策を模索中である。
○	その他小売 [ショッピングセンター](統括)	販売量の動き	・衣料品については、10月までは暖かく低迷していたが、11月に入り気温が下がったことで、単価の高い秋物が売れ始めている。冬物はアイテムにより売れていないものもある。
○	一般レストラン(経営者)	それ以外	・一時落ち着いたかに見えた外国人観光客が、暑さが一段落して再び増加傾向になっている。特に、欧米系の観光客が目立っている(東京都)。
○	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・今月の最終週くらいから、忘年会のような大人数の宴会が2~3件入ってきている。前年まではそのような大勢の宴会は余りなかったのが、景気が良くなってきている(東京都)。
○	一般レストラン(経営者)	単価の動き	・11月13日より価格改定を行い、全体的に50円から100円値上げしているが、現在のところ来客数の減少には至っていない。1月から2月にかけてその反応が出てくるとみられるが、地域差もあるようで、地域によっては来客数が減少しているところもある(東京都)。
○	その他飲食[居酒屋](経営者)	来客数の動き	・年末に向けての予約が増え、当日の来客数も増えている。客単価が上昇基調にあり、景気が良い兆候がうかがえる(東京都)。
○	その他飲食[カフェ](経営者)	販売量の動き	・製造部は120%と注文数量が大きく伸びている。その反面、小売、飲食部門は伸び悩んでいる。インバウンドが多く、国内客は財布のひもが固いようである(東京都)。
○	その他飲食[給食・レストラン](役員)	単価の動き	・前年度に実施した価格転嫁交渉の成果により、今年度上期は大幅な利益増加を達成したが、下期に入り米価の急騰、最低賃金の大幅な引上げの影響を受け、徐々に利益が減少している(東京都)。
○	都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・今月は前月に続き近隣の大型コンベンション施設でのイベント等がかなり多く、それに伴う宿泊・宴会の売上が増加している。その他人気テーマパークの客が流れてきて、宿泊の稼働率がかなり上がっている。
○	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・学会などイベントのトップシーズンということもあり、宴会については予算及び前年比もクリアしており、好調が続いている。一方、レストランについては、ランチ利用は良いものの、ディナーについては土日、平日共に集客に苦戦しており、使い控えの傾向が高まっている。
○	都市型ホテル(スタッフ)	単価の動き	・10月と比べて来客数は減少したものの、高単価で推移していることで、売上は10月上回っている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・インバウンドが好調で、前年同期比118%で推移している(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の利用は以前同様良く、夕方まで無線、アプリ共に仕事が入りまくつなっている。夜の利用も良く、終電まで駅出しを優先している。深夜の利用は少ない。
○	通信会社(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、やや良くなっている(東京都)。

○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・法人のDX系需要が堅調な動きを見せており、投資に関しても緩やかながら需要が増えている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・来月に向けて、ブラックフライデーからのボーナス商戦が本格化することを期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・天候が良く、予約も順調に入っている。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	お客様の様子	・12～1月にかけての予約の問合せが増えてきている（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新内閣が組織され、いろいろな意味で衆議院議員が入れ替わった。新しい時代に期待したい。
○	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。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、インバウンドが増えてきているため、これからホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業は、工事費の高騰により、公共工事を含め、スムーズな受注ができなくなっている。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社の新築アパート購入の様子から、個人客も引き続き多いが、法人の社宅需要が高まってきている。業績を伸ばしている法人が人材確保に動いている様子がうかがえる。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・このところ来客数が少し減り始めている。なかなか思うようには買ってもらえない。当店は着物屋だが、最近は特にレンタルが増えてきている。
□	商店街（代表者）	それ以外	・今年中盤の勢いは大分なくなっている。クレジットカードの取扱高は、ずっと前年比プラスで伸びていたが、鈍化している。イベントなどのレスポンスは非常に良いものの、夜の帰宅がととも早い（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・商材の動きはぼつぼつしかないが、いろいろな要望が出てきている。何なりと相談をとという姿勢をとってきたからか、いろいろな業者がいなくなったためか。いずれにせよ、仕事につながるのので有り難い。
□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	競争相手の様子	・変化が遅いため、変わらない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当社は、数は少ないものの、年賀状印刷を受け付けている。今年、年賀はがきの値上げがあり、致命的といえるくらい受注数量が減っている。また、受注した中にも、今年限りで年賀状による挨拶を失礼するという文面があった。年賀状印刷の受注は壊滅的である。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず販売数量が伸び悩んでおり、新規受注がないため、現状維持が精一杯である。少ない人数で頑張っているものの、売上が伸びない。月1回くらいのイベントでも以前と比べて売上が上がらない。何とか新規の注文を取れるようには努力しているが、競争が激しくてうまくいかない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・年末に向かってお歳暮、クリスマス、おせち商戦が本格化しているが、新型コロナウイルス感染症の終息後、インターネット注文の利用が定着しており、店頭に来客数は常に前年を下回っている。一部の富裕層による高額品購入の支えとインバウンドによりマイナス分を補っている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・当館の改装が終了し、来客数は順調に増加しているが、買い回りは想定より低調のまま推移している。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・季節どおりの気候になってきて、紳士、婦人共にファッション関連商材の動きが良くなっている。前年からの訪日外国人の活発な購買行動も一般化しているように見受けられる。食料品を含めた日用品の動きにも大きな浮き沈みはなく、直近の景気動向は平均的で、変化はない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・インバウンドの消費は不安定な動きを見せており、正確な予測が難しいが、3か月前と比較すると傾向に大きな変化はない。一方で、国内客の高付加価値消費への意欲は堅調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・気温低下に伴い、ようやく冬物衣料に加えて寝具など冬のマストアイテムに動きが出てきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月期待できる大きなモチベーションはお歳暮ギフトだが、インターネットも含め苦戦している。需要が遅れているのであればよいのだが、現状の反応は悪い。アパレルは、中旬以降の冷え込みで冬物が動いているものの、前半のマイナスの補填は厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上が前年比1割弱伸長しており、来客数はそれ以上に伸びている。販売個数の伸び率は高い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・前年並みで推移はしているものの、気温などに左右されやすく、衣料品や雑貨などの販売量は余り伸びていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は微増が継続している。目的買いの傾向が強く、必要な物に絞り込んだ購買行動に余り変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・大型スーパーがすぐ近くに出店してきたので、実際は下がっているが、その対策効果で差し引き変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・販売価格の上昇が続くなかで、売価を気にしながら購入する客が増えている。野菜は価格を見ながら購入しているが、米や卵についてはやむを得ず購入している様子である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・青果物や輸入肉、魚介類、米の価格が高く、販売点数が減っているが、客単価は上がっており、売上が前年を超えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数にほぼ変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏頃までは上向きとみていたが、秋頃から水平移動している。来客数も横ばいで、減少はみられないが、上向くのか分からない。年末商戦で上向くことを期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・日商の平均を取ってみても、3か月前と比較して横ばいの状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きに大きな変化はない。3か月前と比べて良くなっている実感もない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・寒くなってきて、ようやく冬物衣料が動いてきたが、依然として買い控え傾向にある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・今月に入ってもまだ気温が高い影響で、季節商材が低迷している。特に、紳士婦人のアウターの落ち込みが激しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数に大きな変化はなく、前月と変わらない。高単価商材の動きが若干良くなっているため、年末に期待する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備と販売をしている。客の来場は結構あるものの、なかなか販売の成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車の買換えが少なく、現在の車を我慢して継続使用する案件が多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・車に関しては、いろいろなモデルチェンジをしてもなかなかそれを買取りできないこと、中古車も価格が上がっているため買えないという状況のなかで、やはり景気は全体的にまだ良くない。物価が上がっているにもかかわらず賃金は上がらない、車両価格が相当上がってきて新車も中古車もなかなか買えないというのが現状である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・都内の店舗で勤務しているが、カーシェアリングが増えており、車は所有する物から借りる物へと変わりつつある(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・例年よりも気温が高く、シーズン品の売行きは良くないが、来客数は多くなっている。
<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	・販売量の動きに注目しているが、やはり来客数が少ないようである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属] (統括)	それ以外	・値上げにより販売単価は上昇したが、販売数量が減少した結果、販売総額はほとんど変わらない傾向が続いている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	販売量の動き	・温暖化の影響もあり、秋のメイン商材の入荷が少なく、年末年始も期待できない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	それ以外	・年末に向け、予約、問合せ、案件数としては通例同様の上昇傾向にはあるものの、衆議院議員選挙後の状況もあり、景況感としてはマイナスである。食材原価の上昇が続くことにより、プラス要因がマイナス要因に打ち消されている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・客の利用は堅調に推移しており、景気の悪化はみられないが、物価の上昇が続いていることが懸念される(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・店の売上はそれほど変わっていないが、ケータリングが少しずつ増えてきているため、景気はやや良くなっている。店の方は例年並みの割合だが、ケータリングが伸びた分だけ売上が多くなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチは客が来るものの、夜は、前年やそれ以前と比べると予約数も来客数も減っている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行はセール等の施策で予約が増えてきているが、良いとまではいえない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・物価上昇が負担になっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・2~3か月前の売上と比較すると、ほとんど変化がない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・前月に引き続き、小規模だがCMやイベントなどの仕事の引き合いがある。広告宣伝への出稿は多少上向いている実感がある(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	販売量の動き	・ケーブルテレビ及びインターネットの契約数が伸長していない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・景気の影響なのか、当社の加入と解約の動きがびたりと止まっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	単価の動き	・テレビの影響力か、防犯カメラのサービスが売れている。それ以外は解約があり、純減することがある。トータルでは微減している。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	単価の動き	・物価が上昇し、もろもろの価格が上がるなか、仕入価格も上昇傾向にある。下請法で値下げ要請が厳しく制限されていることから、受けざるを得ない。しかし、販売先である最終消費者に対しては値上げ要請ができず、マンション管理組合等からは逆に契約料金の値下げ要請が多い。利益が上がりにくくなっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・引き続き累計顧客数が減少している。F T T Hの新規エリアの準備は進めているが、その間の顧客獲得が難しい(東京都)。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・来客数、単価共に前年と同程度で推移している。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・衆議院議員選挙が終わり、政権与党の過半数割れにより、先行きの不透明感と経済対策への期待感が交錯しており、先が見通せない。

□	その他レジヤ ー施設 [ボウリ ング場] (従業 員)	販売量の動き	・大きな差がみられない (東京都)。
□	その他レジヤ ー施設 [映画] (営業担当)	来客数の動き	・景気の動向に作用する大きな要素がない (東京都)。
□	その他レジヤ ー施設 [総合] (経営企画担 当)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンとなり、来客数は増加傾向にある。一方 で、単価の動きは高止まりしており、若干値上げ疲れの様子 もみられる (東京都)。
□	設計事務所 (経 営者)	お客様の様子	・具体的な新しい案件もなく、淡々と今ある仕事の対応をし ている。
□	設計事務所 (経 営者)	お客様の様子	・業務量はほぼ横ばいで推移している。元々官庁案件がメイ ンのため、大きな変化はない。
□	設計事務所 (職 員)	それ以外	・社会的な背景に大きな変化はなく、横ばいである (東京 都)。
▲	一般小売店 [祭 用品] (経営 者)	来客数の動き	・価格改定の影響か、販売が滞っている。
▲	一般小売店 [酒 類] (経営者)	来客数の動き	・年末に向かう11月だが、来客数が減少している。
▲	一般小売店 [眼 鏡] (経営者)	来客数の動き	・来客数、売上が3か月前をやや下回っている。夏場は来客 数が伸びたものの、気温が下がるにつれ徐々に減ってきてい る。
▲	一般小売店 [傘] (店長)	来客数の動き	・秋はイベントや行事が多く、特に土日の客足が悪い。
▲	一般小売店 [文 具] (販売企画 担当)	お客様の様子	・店頭の来客数がやや減ってきている。また、来店客のなか で、特に中小零細企業はどこも10月から人件費が上がってい るため余り買えないということで、かなり節約傾向が見受け られる。人件費が相当増加し、社会保険料が上がったりして いるため、零細企業はとてもではないがやっつけにくい。そ のようなこともあってか、単価が若干落ちている。また、大 きな案件、外商も減っている。
▲	一般小売店 [茶] (営業担 当)	販売量の動き	・毎年行う創業祭のイベントは来客数、売上共に伸びたもの の、月末に向かって失速し、前年より売上が減少している。
▲	一般小売店 [書 店] (総務担 当)	販売量の動き	・大学や専門学校で教科書を販売しているが、現時点でも売 上減少に歯止めがかからない。販売数が減少している上、資 材こん包に必要な消耗品費の増加なども事業に悪影響をもた らしている (東京都)。
▲	百貨店 (総務担 当)	販売量の動き	・9月に売上が落ち込んで以降、徐々に回復の兆しがみえる ものの、3か月前の水準には達していない。例年と比べて暖 かい日が続いていることもあり、服飾雑貨関係が苦戦してい る。婦人服については、前月からは回復するものの伸び悩ん でいる。ギフト商戦が始まったが出足は厳しく、前年比10ポ イント減少と厳しい立ち上がりとなっている。なお、お歳暮 については完全包装の要望が多くなっており、前年の3割程 度増加していることから、形式的なギフトは更に縮小傾向に あると推察される (東京都)。
▲	百貨店 (総務担 当)	単価の動き	・高額品に関しては落ち込み幅に落ち着きがみられるもの の、最近の物流費増加に伴い配送料が値上げとなったことを 踏まえ、お歳暮ギフトの商品単価が抑制傾向にある (東京 都)。
▲	百貨店 (営業担 当)	来客数の動き	・10~11月とインバウンドの動きがこれまでの状況と変わ り、鈍くなっている。為替の影響によるところも大きい が、このまま落ち着くとみている (東京都)。
▲	百貨店 (販売促 進担当)	来客数の動き	・インバウンドが高止まりしている (東京都)。
▲	百貨店 (企画宣 伝担当)	販売量の動き	・高額品に加え、家庭用品や食料品の販売数量も減少してい る。
▲	スーパー (総務 担当)	お客様の様子	・果物が売れない。他の食品が値上がりし、果物まで予算が 回らなくなったようである。

▲	スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・旗艦店舗のすぐ近くにディスカウントストアが出店したため大きく影響を受けているが、他の店舗では来客数、買上点数共に伸びているため、全体では若干のマイナスで済んでいる。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・近隣大型店の大幅なセールが続き、来客数、売上共に減少している。さらに、従業員の賃金を大幅に引き上げたにもかかわらず求人への応募者が全く集まらず、全ての面で厳しい日々である。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニを6店舗経営している。ブランドバリューかもしれないが、これだけ商品単価が上がっているにもかかわらず、売上は前年よりやや少ないくらいである。客単価は上がっているものの、来客数が伸びないことが一因と考えている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・11月度の売上は、前年比2%程度の落ち込みとなっている。来客数も同程度の落ち込みである。人件費の高騰により経営が厳しい。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市況の悪化、新車の買い控えにより販売量が鈍化している。
▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・販売価格の高騰、販売量の低下のほか、納期の不鮮明さなどが理由に挙げられる。
▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はあるものの、販売量が伴っていない。もう少し販売量が増えるとよい。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価高の影響で節約志向がうかがえる（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気というよりも人手不足で営業時間、営業日の対応、繁忙期の対応がし切れず、売上が止まっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・例年11月は客の動きがかなり出てくるが、今年に限っては終電後の動きが大幅に少なくなっている。生活習慣が変わったこともあるかもしれないが、とにかく良くない（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・天候が良く、電車やバスを待っているのでも、タクシーに乗ってもらえない。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・機器等の値上げにより利益率が悪くなっている。また、工事も増加傾向にはなっていない（東京都）。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・サービスの見直しや解約、新規契約共にほぼ動きがない。家計に活力がなく、停滞している様子がうかがえる。インバウンドの活況に対し、日常の物価高が消費マインドを冷やしている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規サービスの加入希望者が減ってきており、最低限の支出に抑えようとする客が多い。
▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・年末に向けて終了のタイミングを迎える案件が多く、新規獲得の動きも鈍い（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・都心に近いゴルフ場のため、かつては60歳代以上の高齢の利用客が多かった。平日の利用については新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていない。長引く夏の影響もあり、高齢者のゴルフ離れが進んでいる。もちろん物価の上昇も影響している。
▲	競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者へのアンケートを実施しているが、景気の良い声は上がっていない。また、イベントになると来場者数も多少の増加がみられるが、継続して来場する客は1割に満たない。
▲	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	来客数の動き	・物価高の影響か、客足が減っている。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	来客数の動き	・必要とする優先順位が変わったようで、顧客数が明らかに減っている。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量が伸びない。
▲	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建築資材需要は、繁忙期に入り、例年並みを期待するものの、勢いはない。通年で前年を下回る雰囲気しかなく、景気は悪い（東京都）。

	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・家電製品の売上がインターネット通販や量販店に全部取られているような気がする。昔買ってくれた高齢客が戻ってきている傾向がみられるが、高齢のため間に若い人が入ってくると、何だかんだと言って結局安価な店に行ってしまうということがよくある。とにかく、現状は結構大変である（東京都）。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の8月、9月辺りはお盆やお彼岸があり、仏花の売行きが例月より良かった。それと比べると、11月は何もないので悪くなっている（東京都）。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・11月はゴルフシーズンであり、天候にも恵まれて稼働率は改善しているものの、来場の中心は会員であり、プレー費が高額なビジターは落ち込んでいる。物価上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きは強い。最低賃金の引上げにより人件費負担が大きい上に、止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、固定費の回収も容易ではない。
	×	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55%となり悪い。3か月前と比べても約40%落ち込んでおり、悪くなっている。子育てエコホーム支援事業などの政策も今年度は間に合わなくなり、蓄電池やV2Hなどの各種補助金も、今年度は既に予算上限で終了しているため、来年度はどうなるか様子見をしている客もいるとみている。
企業 動向 関連	◎	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・当社特有の繁忙期のため3か月前よりは景気が良い。ただし、例年よりは受注量が減っている（東京都）。
(南関東)	○	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、名刺印刷などを行っている。今月は法人設立の件数が6件、つまり6社あり、そのうち2社から実印と銀行印の2本注文をもらった。3か月前には1～2本しかなかったの、法人は上向きで、良くなっている（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	・現状は、夏頃に各取引先が年末にかけて若干取引量が増加すると通知していた言葉どおりに推移している。
	○	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・当地区の受注、引き合い等は順調に推移している。地方はそれほどでもないが、平年並みを確保している（東京都）。
	○	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・A I関連事業の受注が拡大傾向にあり、景気は徐々に向上している。
	○	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・インバウンドの宿泊需要は引き続き好調である。また、国内観光需要も好調が見込まれる（東京都）。
	○	不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・コロナ禍以降ようやく基幹ビルの入居率がオフィス、商業テナント共に100%になった。当面は退去予定のテナントもなく、身の回りの景況感が良い（東京都）。
	○	広告代理店（経 営者）	受注価格や販売 価格の動き	・3か月前と比べて売上、受注量、取引先数がやや増加している（東京都）。
	○	その他サービス 業〔警備〕（経 営者）	取引先の様子	・建築現場、道路工事、イベントの警備が順調に推移している。
	○	その他サービス 業〔ソフト開 発〕（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・受注の引き合いはあるが、要員不足で対応できない（東京都）。
	○	その他非製造業 〔商社〕（従業 員）	受注価格や販売 価格の動き	・受注量からやや良くなる兆しがある（東京都）。
	□	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・秋らしさがなく、季節商材の売上が良くない。
	□	繊維工業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・厳しい状況が続いており、先が読めない（東京都）。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・国内外共に政情が不透明であるため、先行きも不安である。

□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は主要クライアントの医療品容器受注が棚卸月間のため、売上が大幅に落ち込んでいる。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・得意先の生産数が前年比マイナスという傾向は変わらず、当社への発注も同じように減少している。
□	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、受注量に変化はみられない。
□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーの販売は順調である。生産も当初の予想どおりに進捗しており、下請企業の生産も滞りなく進んでいる。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・インフレ傾向のため景気は良くなっているとみるが、人手不足や経済を理解していない政策が先行きを不安にさせている。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げの効果で売上は増えているものの、物量自体は活性化していない（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けて例年どおりで、特に大きな変化はない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、物量が増えてきているが、燃料価格の高騰が影響し、想定以上に収益が伸びない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・中小企業から、資材や燃料費、人件費が高騰しているものの価格転嫁が難しい、労働規制が厳し過ぎて経営に影響が出ているという意見が多数出ている。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・主要取引先となる製造業において、受注量の推移に動きは見られず、現状維持の状況が続いている。建築は微増、不動産は微減と、大きな変動はない。
□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気の動向は横ばいである。当社管理物件の修理、保険その他多くの勧誘の電話や来訪がある。各階営業中のため借主に不安がないように点検しなければならない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・売上は変わらないものの、仕込みの金額が値上がりしており、利益が少なくなっている。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月は選挙特需があり単月では回復したものの、当月は9月以前と変わらない（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前月に続き、余り大きなビジネスの話がない（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで商店街を歩きながら途中の飲食店を外からのぞいているが、新型コロナウイルス感染症発生前までの客入りには戻っていない。景気が戻ってきているといわれているものの、満席にはなっておらず、8割程度である（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだ資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・不要不急な物への判断が厳しくなり、財布のひもが以前にも増して固いという声を聞く。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業では、売上は前年と横ばいで、人件費、経費の増加が利益を圧迫しており、改善の見通しが立たない。大手企業又はその2次下請等の更に下請企業の人件費増加への配慮がほとんどみられない。対策強化を急いでほしい（東京都）。
□	その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存物件の値上げ交渉も保留となっている（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・年末に向けて動き出す時期ではあるが、引き合いの件数が前年比で減少している。
▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・全般的に下向きである。良い企業も確かにあるが、悪い企業の方が増えている。自動車の販売も低迷している。
▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原油価格の高騰が続いているので、現状維持をするしかない。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・配達数量が減少するなか、配達先店舗も減少している。この傾向に歯止めがかからないため、厳しい状況が強まっている（東京都）。

	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・スーパーを含む小売業では、値上げが大分浸透し、客が必要な物を吟味して買うため、売上がやや減少している。運送業では、燃料費の高騰が続き、深刻な人手不足により利益が減少している。不動産業は金利の上昇により販売が鈍くなっている。観光業は好調で、旅館、ホテル、レストランの売上が増加している。全体的には、賃金上昇が食品等の値上げに追い付かず売上が低迷している企業が多い（東京都）。
	▲	税理士	取引先の様子	・猛暑、残暑により秋冬の衣料品売上が低迷している。円安も続き、物価の上昇は国内の努力では収まりそうにない。仕入材料や賃金上昇を価格に転嫁できない業種は厳しい経営を迫られている。
	▲	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	・取引先製造業の工場関係の動きが悪く、受注量が低調である。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末に向けての受注量が少ない。年度末に向けての見積案件も少なく、来年度の噂すらない。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は旺盛であり、まとまった案件も多数ある（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は3か月前比、前年比共に緩やかな増加が継続している（東京都）。
	○	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・人手不足は相変わらずだが、新規出店や新事業スタートなどでパートやアルバイトの募集件数は軒並み増えている実感がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・土日出勤や早朝夜間勤務など、比較的労働条件の悪い求人については、全くといってよいほど人が集まらない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末にもかかわらず、求人の動きが3か月前とそれほど変わらない。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・IT系やOAを使用する人材派遣、人材紹介共に依頼は堅調である。また、育休社員の代替として派遣依頼するケースが増えてきている。一方で、マッチする人材が少ないため、成約は比例して伸びてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・今月に関して、派遣就業者数は微増しており、例年秋以降は増加傾向で推移するため、特に大きな変化はない状況と判断している。契約終了数も例年より少ないままで推移している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人、求職者の状況は変わらず、労働者全体の感覚として、まだ景気回復に動ききれていない。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人の動きは高めで安定しており、景気はやや良い。しかし、求人数が増えたとしても、全ての企業で希望どおりの採用ができるとは限らない。そもそも採用ができる保証もない。これが変わらない理由かもしれない。人気のある業種や職種は良いが、人気のない職種はほとんど採用ができない状態にある。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・年末に差し掛かっていることもあるのか、中途採用の求人案件が増えている。景気が良い状態が続いているからかと考えている（東京都）。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ぎりぎりのところで踏みとどまっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者数や就職件数は前年同月比で増加しており、新規求人数も微増している。企業の採用意欲は高いが、応募者が思うようには集まらないとの話をよく聞く。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内企業の求人数については、前年同期と比較して微減しているものの、求人件数は前年同期よりも増加していることから、求人需要は引き続き高く、企業の手不足感は解消していない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人内容について、職種、人数共に相変わらず多いが、それに見合う求職者は半分程度で、適任者がいないため、苦勞している（東京都）。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・中小企業の採用が厳しい（東京都）。	

▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・景気の悪い分野と良い分野があるが、物価上昇の影響で悪くなる方に傾いている(東京都)。
▲	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・サービス業に関する求職者の動きが少ない(東京都)。
▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人はある程度あるが、人手不足が継続している。
▲	職業安定所(職員)	それ以外	・卸売業、小売業において、複数の廃業が発生している。
×	*	*	*