

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 | 景気の状態判断 | 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) | ◎ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・訪日旅行者によるレジ件数は3か月前の3割増しである（東京都）。 |
| | ◎ | 高級レストラン（経理担当） | 単価の動き | ・3か月前と比べてレストランの客単価は5%程度、婚礼宴会は3%程度上昇している。単発的な現象ではなく、直近3か月は毎月上昇傾向にある（東京都）。 |
| | ◎ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・12月なのでやはり景気は良い。売上が年間で最も良くなっている。ケータリング、フルコースなど全ての売上が今までよりアップしており、月平均の20%くらいは伸びている。 |
| | ◎ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今年はインフルエンザなども流行しているが、前年とは違い、大人数の宴会予約が数多く入ったことで、売上増加につながっている（東京都）。 |
| | ◎ | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・10月以降、近隣の大型コンベンション施設でのイベント等が大幅に増えており、12月もかなり好調である。また、忘年会を中心に宴会も新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。総体的に上向きである。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・年末のため3か月前と比べると随分と客の動きはあるが、新型コロナウイルス感染症の収束後は客の引けが早く、終電がなくなって少しすると人がいなくなる。生活習慣が変わったように見受けられる（東京都）。 |
| | ◎ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・ボーナス支給月でもあるため、年末年始に向けて景気は回復傾向である（東京都）。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | それ以外 | ・クレジットカードの取扱は、前年比では微増がずっと続いており、緩やかな右肩上がりが続いている。寒くなったため、アパレルは調子が良いようである。秋物商材が全く動かなかったため、寒さは歓迎である。飲食業はカレンダーの日並びが悪く、忘年会の動きが良くない（東京都）。 |
| | ○ | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 来客数の動き | ・前月より来客数が増えているものの、単価の低い物を買う客が多いため、売上は増えていない。 |
| | ○ | 一般小売店〔文具〕（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらずインバウンドの来客数が増加傾向にあり、自分自身のお土産として、日本メーカーの筆記具を中心にまとめ買いが多くみられる。また、お年玉袋や和風クリスマスカードなどの年末年始商材もインバウンドに評判で、買上点数の増加、客単価の上昇につながっている（東京都）。 |
| | ○ | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | 来客数の動き | ・年末にかけて、少しずつではあるが売上が増えつつある。景気が良いのか、賃金が上がったのか分からないが、少しだけ伸びている。 |
| | ○ | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | 販売量の動き | ・福袋を年賀に持参するためにギフト需要が出てきており、売上、来客数共に伸びている。 |
| | ○ | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・残暑が厳しく秋物が動かなかった3か月前と比べ、急な冷え込みにより防寒具等を含む服飾雑貨の動きが良い。食料品についても、値上げの影響もあり前年比2ポイント上昇と堅調に推移している。お歳暮ギフトでは、11月の動きが悪かった反動もあり、12月は復調している。ただし、お歳暮期間全体では配送の受注件数減少もあり、若干前年を割っている。インターネット受注については定着傾向であり、ほぼ前年並みを維持している（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・時計や宝飾品等の高額品やリビング関係、お歳暮ギフト等の購買需要が戻りつつある（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（財務担当） | 販売量の動き | ・円高に振れた3か月前と比べ、再度円安基調となったことで、インバウンドが増大している（東京都）。 |
| ○ | 百貨店（店長） | 販売量の動き | ・アパレルは防寒アイテムの動きが顕著となり、食料品ではおせち等の予約が順調に推移している。また、サービス系でも年末に向けてニーズが回復しているテナントが増えている。 | |

| | | | |
|---|---------------|--------|--|
| ○ | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・単価は相変わらず上昇傾向にある。このところ天候が良いため、季節商材、特に12月商材の動きが活発化してきて、販売量が前年より持ち直している。単価の上昇と前年並みの販売量によって売上を押し上げている（東京都）。 |
| ○ | スーパー（食品担当） | 来客数の動き | ・物価高から商品単価が上がり、前年並みの来客数でも売上が上がっている。競合他社が閉店したこともあり当店は好調である（東京都）。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・クリスマスと年末年始は買う商材の単価が上昇するため、買上単価が上がっている。 |
| ○ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・近隣のスーパー等、大型店の販売促進が続き、販売額が低下している。特に、クリスマス、年末年始商材の販売が大幅に減っている。さらに、アルバイトが集まらないため派遣従業員に頼らざるを得ず、人件費が倍増し採算が取れない。 |
| ○ | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・原価高騰に伴い客単価が上がり続けているにもかかわらず、集客力は衰えていない。 |
| ○ | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・価格に関係なく、客は自分の欲しい物を買っている印象なので、お金は持っている（東京都）。 |
| ○ | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・気温の低下とともに、冬物を中心に季節商材の動きが活発になっている（東京都）。 |
| ○ | コンビニ（従業員） | 来客数の動き | ・年末に向けて良くなってきている。時期的な買いだめ、チキンやケーキなどを買う季節であることが影響しているかもしれない。個人的にも、夏よりも冬の方がおでんや肉まんなど買いたくなる商材が多い。冬はボーナス時期でもあり、ふだんよりも購入金額が少し上がる要素もある。 |
| ○ | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・気温が下がり、天候も安定しているため来客数が多くなっている。安さを求めているが、売上は好調である。 |
| ○ | 衣料品専門店（店長） | 単価の動き | ・前年と比較するとドレス、呉服等の単価が5%程度上がっている。外注先への支払単価も同程度上昇しており、消費者が納得できる高付加価値商材の開発を進めていく予定である（東京都）。 |
| ○ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数はやや改善しているように見える。消費行動は活発ではないものの、競合店との比較は依然として多い。同じ家電製品を買うなら少しでも有利な条件で購入したいという消費者心理が働いている。 |
| ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新車、中古車共に販売量が前年よりも増加している。 |
| ○ | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車、サービスの売上は安定している。中古車市況が悪化傾向にあることが懸念点である。 |
| ○ | 高級レストラン（仕入担当） | 来客数の動き | ・年末利用は例年にも増して好調なため、好景気がうかがえる（東京都）。 |
| ○ | 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・12月になって忘年会や夜の客が若干増えたので、ランチしか客が来なかった11月までと比べれば良くなっている。 |
| ○ | 一般レストラン（経営者） | 単価の動き | ・消費動向が上向いているため、景気は変わらず上向きである（東京都）。 |
| ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症対策での自粛はほとんどなくなり、一部病院関係を除けば通常どおりに忘年会が開催されている。ホテルイベントの売上も順調で満席となり、予算達成に大きく貢献している。レストランの単価上昇が響いてディナー販売は頭打ちであるものの、全体的には売上が増加している。 |
| ○ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・雪不足だった前年、前々年と違い、今年度はスキー場が通常どおりの日程でオープンしていることも大きな要因である（東京都）。 |
| ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・昼間に関しては、3か月前と比べると12月はサラリーマンの動きが良くなっている。特に午前よりも午後が動く。ターミナル駅の周辺を中心に営業しているが、タクシーが足りないようなときもある（東京都）。 |
| ○ | タクシー（団体役員） | 来客数の動き | ・例年と比べて、繁忙期にしては寂しいが、11月と比べると多少良くなっている。 |

| | | | |
|---|--------------------------------------|--------|--|
| ○ | その他レジヤ 施設 [ボウリ ング場] (従業 員) | お客様の様子 | ・忘年会利用の客の動きを見ると、客単価が上がっている(東京都)。 |
| ○ | その他レジヤ 施設 [複合文化 施設] (財務担 当) | 単価の動き | ・仕入先の値上げが止まらない(東京都)。 |
| ○ | 設計事務所(経 営者) | 販売量の動き | ・当事務所の近隣では建築現場が非常に増えている。新しい工場の音がどんと響くように聞こえる。これも1つの景気の表れではないかと考えている。 |
| ○ | 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。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いるため、これからホテルの稼働率もかなり上がってくる。一方、建設業は、資材価格の高騰により、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 | ・個人、法人を問わず新築アパート購入の間合せが増えている。インバウンドの増加によりホテルが高稼働となっている。 |
| □ | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・客の所得が余り増えていない現状から、来客数が若干減っていることに加え、購入額等については非常に慎重になっている。 |
| □ | 一般小売店 [家 電] (経理担 当) | 販売量の動き | ・物騒な事件が多発しているためカメラ付きインターホンや防犯カメラが動いている。品薄ではあるが何とか回っている。住宅の省エネ化を支援する補助制度に関連する商材も引き続き勤めている。 |
| □ | 一般小売店 [家 具] (経営者) | 来客数の動き | ・来客数が多少は戻っているとみているが、成約に結び付けるのはなかなか難しい。12月は本来なら来客数が増え、販売量も多くなるはずだが、現状は伸びていない(東京都)。 |
| □ | 一般小売店 [印 章] (経営者) | 来客数の動き | ・アーケードのような路面店ではなく、単独の路面店が当商店会の特徴であるが、やはり個店ごとで集客するのは至難の業である。どうしても駐車場があって品数が豊富で、全てがそろそろショッピングセンター等に足が向いてしまうとみている。 |
| □ | 一般小売店 [生 花] (店員) | 来客数の動き | ・実感では良くはなっていない。悪い方に向かっているのではないか。居酒屋や飲食店などに人が流れていきそうにみえて実際にはそれほどでもない。繁華街に出ている見ても、人はそれほどたくさんいない。商店への来客数も少ない(東京都)。 |
| □ | 一般小売店 [文 具] (販売企画 担当) | お客様の様子 | ・近隣に新たに総合ディスカウントストアができたため、客を相当取られており、店頭販売は余り良くない。外商の方で案件をしっかりと取れているため、何とか持っている。客単価はそれほど落ちていないどころか逆に上がっているため、総じて景気は横ばいである。 |
| □ | 一般小売店 [茶] (営業担 当) | 販売量の動き | ・会社の売上は今一つで、新規受注があるわけでもない。従業員が辞めた後を皆でカバーしているが、会社がなかなか人員の補充をしてくれないため、今までより遅くまで仕事をしている(東京都)。 |
| □ | 一般小売店 [書 店] (総務担 当) | 単価の動き | ・海外の学術資料の輸入販売も行う当社では、為替の変動状況が業績に大きな影響を及ぼす。12月平均は1ドル154円であり、前月と同水準で推移したため、景気は前月より目立った変動はない(東京都)。 |
| □ | 百貨店(売場主 任) | お客様の様子 | ・食品単価は段階的に上がっており、年末商戦もかなり吟味して購入している様子が見受けられる。年末年始は海外やホテルで過ごす客も多く、インバウンドで補っている部分がある(東京都)。 |
| □ | 百貨店(総務担 当) | お客様の様子 | ・衣料品の動きが良くファッションは健闘しているものの、宝飾品を中心とした高額品の動きが悪く、全体として目標値に届いていない。 |

| | | | |
|---|-------------|--------|--|
| □ | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・食料品を中心とした年末需要に関しては、安定した客の購買行動となっている。また、ファッション商材についても、紳士、婦人共に動きが良い。訪日外国人の購買行動も、ある程度の伸びがあり、景気は全体として良い意味での平行線である（東京都）。 |
| □ | 百貨店（広報担当） | お客様の様子 | ・高付加価値な消費の底堅さは変わらず、自分が価値を認めた物への消費意欲は高い。一方で、デイリーニーズの食品など日常生活と密接なカテゴリーへの消費意欲は不安定な動きを見せており、2極化の構造に大きな変化はない（東京都）。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・購買客数、購入点数は前年を下回っているものの、客単価の上昇により前年を上回る状況が続いている。年末に向けて、慎重な買物動向が続いている。また、今年は土曜日が2日少ないことの影響が大きく、特にクリスマスが曜日並びで厳しい条件となっている（東京都）。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・今年のクリスマス商戦でも、ケーキを例にとると、ホールケーキよりも当日ショートケーキを複数購入する客が圧倒的に多かった。単価にシビアで、初めから小分けになっているケーキを選ぶ現実的な傾向も反映している（東京都）。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・海外観光客による免税売上の伸びは徐々に回復傾向にあるが、国内客の伸びは横ばいである。直近のクリスマスケーキ、おせちの需要も、値上げによる客単価上昇で前年以上の売上は維持しているものの、来客数は微減している（東京都）。 |
| □ | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・このところずっと良くも悪くもないという状態が続いている。当社独自の理由だが、10月に競合店ができた影響が少しあり、良いと言いたいところだが、なかなかそこまでいかない。 |
| □ | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・来客数の伸びが鈍化していることが最も大きな問題である（東京都）。 |
| □ | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・値上げのニュース等が多いこともあり、均一セール等の価格を切り口としたプロモーションに対する客の反応が強く、価格を意識した買物をしている。 |
| □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数は前年並みを維持しているものの、販売量の増加がみられない。値上げの影響で買上点数の前年割れが続いている（東京都）。 |
| □ | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・節約志向になっている。 |
| □ | スーパー（仕入担当） | 単価の動き | ・関東地方は天候も良く、前年は県独自のキャッシュレス決済キャンペーンの実施により減少していた分だけ、今年は伸長している。年末にかけては青果物、水産物、食肉の相場が上がっており、節約志向が高まりそうである。 |
| □ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・夏場から秋口にかけて、来客数はやや上向き基調が続いている。12月も同様の動きであり、前年より若干良い状態が続いている。クリスマス商戦もチキン等の予約が前年より増えており、値上げした物も多いなか、必要な物はしっかり購入する傾向にある（東京都）。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・気温が低下したにもかかわらず、来客数や販売量が高いままで推移している。クリスマス商戦も曜日並びに恵まれ、前年を上回る実績で推移した（東京都）。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・物価上昇に伴い商品単価が上がっているにもかかわらず、1人当たりの買上点数が少なくなっているため、客単価が上がっていない（東京都）。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・来客数は増えているが、買上点数が減っている。値上げの影響もあり商品単価は自然と上昇するが、1人当たりの購入点数が減っており、景気が良くなっているとはいえない。 |
| □ | 衣料品専門店（統括） | 来客数の動き | ・ブラックフライデー後や年末年始の長期休暇での来客数の大幅な減少が見受けられる。 |
| □ | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・高額商材が売れてきているが、慎重な客も多い。消耗品の値上げもあり、インターネット購入もかなり増えている。 |

| | | | |
|--------------------------|------------------------------|--------|--|
| <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 (経営者) | 販売量の動き | ・大手自動車メーカーが新車を卸さない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・予想以上に来客数が少なく、低迷している。 |
| <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 | ・10月は暖か過ぎて業績が芳しくなかったが、12月に入ってから来客数が伸びている。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [貴金属] (統括) | お客様の様子 | ・年末ということもあり店舗周辺にはぎわいを見せている。しかし、商材を購入するというよりも、少人数で散策を楽しむ、グループで忘年会を実施するという人が多く、にぎわっている割に実売数は少ない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | その他小売[生鮮魚介卸売] (営業) | 単価の動き | ・年末商材も値上げ続きで売行きが余り良くない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン (役員) | それ以外 | ・12月はクリスマス、年末とイベントオケージョンのある月で、予約、受注数は伸びているが、仕入コストの増加、人手不足が続いているため、景況感としては横ばいであり、先が見えない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (経営者) | それ以外 | ・年末にかけて、再開発とは別に、近隣では建築ラッシュの様相を呈している。住宅同様に店舗、民泊の増加が見受けられる(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食[居酒屋] (経営者) | お客様の様子 | ・来客数が増えてはいるが、忘年会シーズンと考えると当然のことで、特段景気が良いというわけではない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食[カフェ] (経営者) | 単価の動き | ・飲食店について、例年の12月よりも単価が落ちている。本来12月は単価が高く、売上が最も多いのだが、来客数は変わらないものの売上が伸びていない。食品など日用品が値上がりしているため、し好品のコーヒーには出費を抑えているようである。製造業のコーヒー豆は良い状況である(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食[給食・レストラン] (役員) | 単価の動き | ・価格転嫁による増益を食材費、人件費の増加が一部相殺するような形で収益の伸びを抑えている。上期より利幅が縮小している(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・高稼働で推移しており、良い状況が続いている。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(経営者) | 販売量の動き | ・現在、インフルエンザが流行しており、計画を立てていたが一家全滅という客もいる。出掛けるのは止めて、近くで何かおいしいものでも食べることにしようという人が多くなっているため、景気が良いのか悪いのかは判断し兼ねる。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(従業員) | お客様の様子 | ・宿泊費の上昇幅が大きく、旅行費用を圧迫している。ただし、計画段階で織り込んでいるため、実施が中止になることはない。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(営業担当) | お客様の様子 | ・客の様子見傾向が高まっている(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(営業担当) | 単価の動き | ・高額商材が売れていない(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(経営者) | 販売量の動き | ・ここ2~3か月の受注は増加傾向にはない。また、12月なので納品が来年1月以降に延期となっている(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(社員) | お客様の様子 | ・前月からの引き合い案件を受注し、明るい見通しである(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(社員) | お客様の様子 | ・低調な消費行動が習慣化している。物価も所得も明るい見通しはなく、家計を引き締め続けるほかない。一方、防犯に関する消費が必要経費化しつつあり、そのジャンルでの限定的な好況がみられる(東京都)。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・当社サービスを解約して、他社のより安価なサービスへ移行する客が増えている。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社(局長) | 販売量の動き | ・例年のような年末商戦的な雰囲気も薄く、かつ当社が貢献できる新サービスの展開もないため、契約数はしばらく平行線とみている(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意識は相変わらず高い。 |

| | | | |
|---|---------------------|---------|---|
| □ | 通信会社（経理担当） | お客様の様子 | ・防犯カメラのサービスが売れているが、それ以外はマイナスで、トータルでもマイナス領域である。 |
| □ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・前年比では大きな変化がなく、良化及び悪化する要素も見当たらない（東京都）。 |
| □ | ゴルフ場（経営者） | 来客数の動き | ・寒暖により来場者数の動きが大きく変わるが、今冬は平年より寒い日が増えており、中旬より来場が鈍ってきている。単価には変動はない。 |
| □ | 競輪場（職員） | 来客数の動き | ・土日や平日と、終日開催しているわけではないため判断しにくい点もあるが、土日のイベントでは300人程度は必ず入場者がいるようになっている。イベント内容によりけりで、倍の600名くらいは入ることもあるため、魅力的なイベントを検討したい。入場料を無料としたことが何より大きく、客からも、何でも高くなるなかで無料は有り難いという話を聞くことが多い。 |
| □ | その他レジャー施設〔映画〕（営業担当） | 来客数の動き | ・現在のところ企業業績も株価も政局も安定している（東京都）。 |
| □ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・暮れにしては客の来店頻度がまだ鈍っている。 |
| □ | その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | 販売量の動き | ・販売量は思ったほど減少していない。世の中全般的にやや上向き傾向にあるようにみえるが、いまだ実感が湧かない。 |
| □ | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・業務量に変化はなく、いつもどおりで推移している。設計料が上らない悩みはあるものの、想定内と捉えている。 |
| □ | 設計事務所（職員） | それ以外 | ・どちらかといえば下向きかもしれない。上向く兆しもない（東京都）。 |
| □ | 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67%となり、悪い。3か月前と比べると悪いままでは変わらない。12月は客も忙しく、年末休みに入ってしまうため、販売量の相当な落ち込みを予想していたが、ここ数か月間は似たような販売数で横ばいで推移している。 |
| ▲ | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・大手企業の経営不振、統合、解体などに関する度重なる報道がある。 |
| ▲ | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | 来客数の動き | ・今一つ年末らしい動きがみられない。 |
| ▲ | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | お客様の様子 | ・物価の上昇により客の購買意欲が落ちている。 |
| ▲ | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・インバウンドや高額品の動きは変わらないが、それ以外の一般商材が低調で、来客数もマイナス傾向が続いている（東京都）。 |
| ▲ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・国内客の消費は、物価上昇の影響もあつてか、お歳暮ギフトやクリスマスケーキ、おせちなどの季節商材、オケージョン対応商材などが苦戦している。一方、好調に推移していたインバウンドについても、前年実績からは伸長しているものの、伸長率は鈍化している（東京都）。 |
| ▲ | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・アパレルや化粧品、リビングアイテムは前年比プラスだが、主力となる食品は前年割れで、価格高騰の影響を最も受けており、買い控え傾向が続いている。お歳暮ギフトも11月は好調にスタートしたが、12月に入り失速し、購入数量が大幅に減少している。 |
| ▲ | 百貨店（企画宣伝担当） | 来客数の動き | ・生活必需品の物価上昇に伴い、客の価格に対する意識は一層厳しいものとなっている。ぜいたく品を購入する客層がこれまで以上に限定されている。 |
| ▲ | 百貨店（管理担当） | 販売量の動き | ・食品は堅調な動きだが、衣料品や雑貨類の売上が落ちてきている（東京都）。 |
| ▲ | スーパー（ネット宅配担当） | 競争相手の様子 | ・2か月前に近隣に大型ディスカウントストアが出店し、影響が出ている。 |
| ▲ | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・燃料油価格激変緩和対策補助金の縮小に伴い、財布のひもが固くなっている。 |

| | | | |
|---|------------------------|--------|--|
| ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・来客数は前年比102%で推移しているが、主要商材の値下げにより客単価が前年を割っており、売上は98%と厳しい状態が続いている。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・圧倒的に販売量が少なくなっている。高齢客が多いためというだけでなく、若年層の客も来店するが、買うのは飲料だけといった買い方である。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・やはり来客数が伸びていない。前年同期比95%くらいで、5%程度減少している。物価高あるいは円安の影響なのかは分からない。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・クリスマスは曜日の関係で前年より悪くなると予想したが、ほぼ横ばいで推移した。しかし、11月からの売上は前年比では2%減少している。月ごとに多少の波はあるものの、通年の売上も前年比2%ダウンとなりそうである。クリスマス等のイベントには出費するが、日常の生活品には買い控えが起きている。 |
| ▲ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・12月に入り、来客数の伸びが鈍化している。3か月前と比較すると、100%は割っていないものの、なかなか厳しい数字となっている。 |
| ▲ | 衣料品専門店（役員） | 販売量の動き | ・12月上旬はまだ良かったが、中旬以降は来客数が少ない。例年あるクリスマス需要はほぼなかった。 |
| ▲ | 衣料品専門店（従業員） | 販売量の動き | ・来客数は前年よりも回復傾向にあるものの、販売量はなかなか伸びていない。気温も平年並みになっているが、冬物商材、アイテムの動きは鈍く、慎重になっている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（販売担当） | お客様の様子 | ・原油、食料品等いろいろな物の価格が上がってきているなかで、客は少しでも身の回りの物を削りたいようである。例えば、修理代金についての交渉やタイヤ交換を見送るなど、少しでも出費を抑えて家計を守りたいという様子がうかがえる（東京都）。 |
| ▲ | 乗用車販売店（営業） | 来客数の動き | ・新車購入を検討する客の来店が減ってきている。点検で来店する客の反応も薄くなっている。 |
| ▲ | その他小売 [ショッピングセンター]（統括） | お客様の様子 | ・物価高に所得が追い付かず、収支バランスが崩れ、格差が顕著になっている（東京都）。 |
| ▲ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前と比べて来客数が減っている。気温の低下もあるだろうが、全てにおいて物価高の影響が出ている。 |
| ▲ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・急に寒くなったことやインフルエンザの流行により、外出を控えている人が多い。また、世界的に政治経済が不安定で、心理的にネガティブな影響も大きい。 |
| ▲ | 観光型旅館（スタッフ） | 単価の動き | ・来客数が増え、単価も上昇しているが、賃金が上がらない（東京都）。 |
| ▲ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今年の12月は暇の一言である。昼間はそれなりに駅、病院、会社と利用はあるが、夕方から終電までの利用はかなり減っている。終電後は駅待ちをしても人がいない。週末の金曜日、土曜日に忙しさが集中している。 |
| ▲ | 通信会社（経営企画担当） | お客様の様子 | ・客の予算縮小に伴い案件終了が多くなっている（東京都）。 |
| ▲ | 通信会社（営業担当） | 単価の動き | ・いろいろな物が値上がりしているため、とうとう販売価格引上げの検討に入っているが、できれば余り値上げはしたくない（東京都）。 |
| ▲ | 通信会社（経営企画担当） | 販売量の動き | ・販売量の伸びは余り芳しくない（東京都）。 |
| ▲ | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・平日の利用が依然として増えていかない。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。 |
| ▲ | その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当） | お客様の様子 | ・物価高やインフルエンザの流行により、飲食やホテル等のキャンセルが増えており、消費者の行動抑制の様子がうかがえる（東京都）。 |
| ▲ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・年末なのに受注状況が悪い。 |

| | | | | |
|-----------------------------|---|----------------------|------------|---|
| | ▲ | その他住宅〔住宅資材〕（営業） | 販売量の動き | ・建材業界の全体的な冷え込みは新築着工数の減少によるものだが、それをカバーしたいリフォーム案件も十分ではなく、上向く兆候に乏しい（東京都）。 |
| | × | 一般小売店〔傘〕（店長） | 来客数の動き | ・晴天が続いていて傘の出番がないため、販売、修理共に来客数が激減している。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・暖かい気候が続き引き合いが少なかった防寒着について、寒くなってから問合せが増えているが、メーカー側での欠品が多く、売り逃している。 |
| | × | 乗用車販売店（営業担当） | お客様の様子 | ・今後の物価上昇を懸念して、買い控えが起きている（東京都）。 |
| | × | ゴルフ場（経営者） | 来客数の動き | ・インフルエンザ等の感染症も流行しているためか年末年始の長期休みに向けてなのか、来場者数が今一つ伸びず、減っている。3か月前と比べると7.6%減少しており、売上面でもかなりの影響が出ている。 |
| | × | ゴルフ場（経理担当） | 来客数の動き | ・12月は降水量が少なく、例年と変わらない天候に下支えされた底堅いプレー需要があり、堅調な稼働率ではあったものの、前月に引き続き来場者の中心は会員が占めており、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。人件費負担が増加するなかにあつて、冬季ボーナスの増額を余儀なくされる厳しい経営状況に加え、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。特に、冬季は暖房需要のため光熱費の負担が増えるなかにおいて、燃料油価格激変緩和対策補助金の縮小による負担増加は大きな痛手となる。 |
| | × | その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数に加えて契約も増えず、価格高騰により販売数も減少している。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | ◎ | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今月まで繁忙期だったため、3か月前より受注量が多い（東京都）。 |
| | ○ | 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。今月は法人登記印の注文が4本あった。通常月だと大体1本から多くても2本くらいのため、少し上向いている（東京都）。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・建設業の省力化が推進される今、当社の開発した機器が注目を浴び、大型案件の引き合いが出てきている（東京都）。 |
| | ○ | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注が若干増えてきている（東京都）。 |
| | ○ | 不動産業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・インバウンド、国内観光需要は引き続き堅調で、ホテル事業の宿泊見込みも同様である（東京都）。 |
| | ○ | 広告代理店（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先に飲食店が多いため、12月は必然的に売上が伸びる（東京都）。 |
| | ○ | 税理士 | 取引先の様子 | ・飲食店の年末年始の予約状況は好調である。物価は上昇しているものの、全てを吸収するほどの価格設定にはなっていないため利益は薄いのが、以前と比べれば消費者の理解は得られている。暖冬でも厳しい寒さの日もあるため、冬物衣料の売行きが好調である。 |
| | ○ | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 取引先の様子 | ・案件はあるものの、人材がいない（東京都）。 |
| | ○ | その他非製造業〔商社〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注の動きから、やや良くなっている（東京都）。 |
| | □ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・生活パターンが変わってきており、年末向け商材の動きが悪くなっている。 |
| | □ | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・化粧品容器の新企画が動き出したが、従来品の受注は低迷したまま回復の兆しがみられない。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・得意先の設備更新が重なり、一見忙しくみえるものの、大幅な更新ではないため、結局変わらない。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・取引量が増えたところと減ったところがあるため、純粋に増加しているとはいえないものの、トータルで見れば、状況は少しだけ良くなっている。 |

| | | | |
|---|-------------------------|--------------|---|
| □ | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・電子部品の大口価格に大きな動きはない。受注量はA I関連事業の拡大で増加傾向ではあるものの、景気という面では直接的な変化はない。 |
| □ | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前の受注量と比べて変化はみられない。 |
| □ | 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、製造も年初から変わらない高水準である。下請にも同様のオーダーが入っている。 |
| □ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・物価が高止まりしており、消費が停滞している。 |
| □ | 建設業（経営者） | 競争相手の様子 | ・人が足りず、忙しい。 |
| □ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・解体業なので、重機や運搬するための燃料費は必要不可欠である。その肝心な燃料費の値上げはかなりの痛手になっている。 |
| □ | 輸送業（経理担当） | それ以外 | ・一部運賃の値上げに応じてもらったため売上は多少伸びているものの、人件費等の経費がかさんでいるため、利益の増加には結び付かない状況が続いている。 |
| □ | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・繁忙期で物量は増えつつあるが、燃料価格の高騰が続いており、収益が伸び悩んでいる。 |
| □ | 金融業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・秋口には先の受注が好転しているといった声が聞かれたため、暮れの受注回復を期待していたが、現状はさほど変わらない状況が続いている。特に、主要取引先となる製造業においては、受注の先延ばし等により期待していたほどの伸びはない。 |
| □ | 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・年末に慌ただしくなるのは毎年のことである。景気の動向は変わらない（東京都）。 |
| □ | 不動産業（総務担当） | 取引先の様子 | ・オフィステナントの動きは平穏である。商業店舗の売上もようやく新型コロナウイルス感染症発生前の水準を上回るようになってきている。ただし、原材料費、光熱費、人件費の増加により利益率はさほど良くないという声を聞く（東京都）。 |
| □ | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・単月で見れば前年同月を上回っているものの、目標値には届いていない（東京都）。 |
| □ | 税理士 | それ以外 | ・夜に近隣駅の商店街にある飲食店の様子をのぞいている。年末なのでさすがに人が入っているが、あふれるほどではなく、空いている店もある。新型コロナウイルス感染症発生前と比べると、まだ客入りは回復していない（東京都）。 |
| □ | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・返済不要の助成金の活用をした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 | ・客の価格に対する意識が厳しくなっている。 |
| □ | 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 | ・年末にきて受注の動きがようやく例年どおりになった。 |
| □ | その他サービス業〔警備〕（経営者） | 取引先の様子 | ・長期現場の案件で推移しているため、余り変化はない。 |
| □ | 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 | ・新規物件の見積件数に変わりがない（東京都）。 |
| ▲ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・入札案件が不調になるケースが増えてきている。価格が上昇しており予算に合わない。 |
| ▲ | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・販売量が増えないなか、荷主が納品量の少ない店舗への配送を行わない方針を決めたため、輸送量が減少し、1車両当たりの収支の悪化を招き始め、対応に苦慮している（東京都）。 |
| ▲ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・資材や燃料費、人件費が高騰しているが、中小企業は価格転嫁が難しい。そのようななか、労働規制が厳し過ぎて人員のやりくりが難しく、経営に影響が出ているとの意見が多数ある。また、中小企業と大手企業との賃金格差はますます広がっており、中小企業は人材確保に苦慮している。格差は今後も広がり、政府の対応が必要である。 |

| | | | | |
|-----------------------|---|-----------------|------------|---|
| | ▲ | 金融業（総務担当） | 取引先の様子 | ・飲食や小売業では、地域のキャッシュレスキャンペーンがあり、売上が一時的に増加している。不動産業は住宅ローンの金利アップ等もあり、販売が長期化する傾向になっている。運送業では、燃料費の高止まりや2024年問題で人件費が高騰しており、利益が落ち込んでいる。自動車関連では、販売数が落ち込んでいる業者が多い。全体では景気はやや悪化している（東京都）。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・中小金属加工業ではようやくボーナスを1か月程度支給できたが、業況は厳しい。景品や雑貨卸の会社では、売上は伸びたものの利益率が下がり、キャッシュフローが厳しくなっている（東京都）。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（所長） | 受注量や販売量の動き | ・年末の繁忙期ではあるが、例年以上に受注案件数が激減している。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・年末の挨拶で取引先を訪問しているが、自動車、建設機械、半導体業界の全てにおいて業績が前年比で減少しており、先行きも明るい見通しが立たない。 |
| 雇用 関連 (南関東) | ◎ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・社会課題解決型の大型案件の受注が好調である（東京都）。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・採用に苦戦する企業が増えている。これまで条件緩和に応じてくれなかった企業が応じてくれたり、派遣料金据置きが続いていた企業でも交渉に応じざるを得ないところが増えてきている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 採用者数の動き | ・穏やかな増加が継続している（東京都）。 |
| | ○ | 人材派遣会社（支店長） | それ以外 | ・最近の物価高や賃金上昇の気運が高まるなか、来年に向けた派遣料金見直しについての前打診段階で、多くの企業で3%から5%前後の受入れ意向をもらえている（東京都）。 |
| | ○ | 学校〔大学〕（就職担当） | 雇用形態の様子 | ・正社員での雇用が増えている（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・今年1年、サービス業における求職者数が増えていない（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・余り変動はない。 |
| | □ | 求人情報誌制作会社（営業） | 採用者数の動き | ・景気自体は余り変わらない。時期的に12月は応募者数が軒並み減り、応募者数が減少すれば必然的に採用者数も少なくなる。採用できないということは新しく仕事を始めることができないということになるため、生産性も上がらない。 |
| | □ | 求人情報誌制作会社（広報担当） | 採用者数の動き | ・求人企業の採用意欲は高まっているが、求職者側は少し落ち着いているように見受けられる。求職者側が仕事を選べる状況になっている（東京都）。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・新規求人数は前年同月と比べて増加している。事業所から聴取した状況では、業績は順調ではあるものの、原材料費、燃料代、物流コストが増加しており、価格転嫁は途上であるという声が多く聞かれる。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・企業からの求人は相変わらず高い水準である。技術職、営業職が比較的多いが、それに見合う人材がなかなか見つからない。そういった意味では、状況は悪くないものの、人材を見つけるのはなかなか難しいところがある（東京都）。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・物価の上昇が続いている（東京都）。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・例年、年末、年度末に向けて派遣需要が短期間利用なども含めて増加する傾向だが、今期に関しては企業からの派遣需要は例年ほど増加していない。減少とまではいかないものの、数か月間と比べ微減となっている（東京都）。 |
| | ▲ | 求人情報制作会社（経営者） | 周辺企業の様子 | ・取引先の数社が、コロナ融資の元本返済について、金融機関に借入れ返済のジャンプ申請をしていた。仕入価格の上昇や人件費高騰などの影響からか、売上は変わらないまま販売管理費だけが増加しているため、このような対応を取っているそうである（東京都）。 |

| | | | |
|---|------------------|---------|--|
| ▲ | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 求人数の動き | ・とんでもない年末である。 |
| ▲ | 職業安定所 (職員) | 求職者数の動き | ・求人数はあっても、経験やスキル不足でのミスマッチ、又は応募者が少ないことなどから、人手不足が継続している。 |
| ▲ | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・前年同期と比較して、会社都合による大量離職の案件が増加している。また、中小企業を中心に人手不足感が継続しており、人件費や社会保険料の負担も大きく厳しいという声を聞く (東京都)。 |
| ▲ | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・人件費及び資材価格の高騰、並びに後継者不足による事業廃止の情報が複数ある。 |
| × | — | — | — |