

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)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・カレンダーやダイアリーなどの季節商材や新商品の動きが早く、客単価やレジ客数も上向きである。近隣のイベントも活発に行われ、来街者数も増加傾向にあるため、今後も売上の増加が見込まれる。前年同月比でみると、売上は2～3割程度、レジ客数は4割程度増加している（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・9月はお彼岸があり、花の納品先がいろいろあるのでとても忙しく、良くなっている（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、前月に続き目標数字の約100％達成となり、景気はどちらともいえないが、3か月前と比べると約150％で良くなっている。住宅展示場への来場者数は減っているものの、住宅相談窓口やインフルエンサーからの紹介が増えており、販売量の安定につながっている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・材料費、人件費などが上昇し厳しい経営状態だが、夏場は通常レンズとサングラスの2本が売れるため、1人当たりの客単価が上昇している。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・食料品が堅調に推移している。ファッションに関しては、気温が落ち着いた最終週の施策が奏功して盛り返し、大型催事で宝飾品等の高額品も動いたため、全体として良い結果になっている。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・インバウンドが回復しつつあることに加え、国内客の売上も順調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客の消費意欲は総じて堅調で、3か月前からは緩やかに伸びている。ただし、けん引役は当社へのロイヤリティが高い暮らしにゆとりのある客層への高付加価値提案の結果であり、国内客全体を通した力強さには欠ける。インバウンドは3か月前の底からは脱したとみている。しかし、国内客以上に不安定な状態で、インバウンドの伸びがそのまま百貨店の売上増加につながっているとはいえない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は前年と比べ日曜、祝日が1日少なく、中旬には豪雨による鉄道の一時運休の影響もあり、前年割れで推移していたものの、3連休以降は気温も落ち着き、売上が好調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・海外旅行客の来店数はまだ前年に届かないが、3か月前と比較するとマイナス幅が圧縮されてきている。国内需要においても食品やボリュームファッションを中心に活発化し始めている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ラグジュアリーブランドのジュエリーなどで、10月からの値上がり前の駆け込み需要があり、好調である（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客及びインバウンドの販売量が堅調に推移している。株高などが国内客の消費マインドにプラスに作用している。また、円安基調で推移した為替もインバウンドの販売量増大に寄与している（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・近隣で大型イベントが複数開催されたため、来客数の増加、客単価の上昇につながっている（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・物価高ではあるが、以前と比べて高単価商材を販売しても販売数が伸びる傾向にある。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・売上は微妙に伸びているが、経費が掛かり過ぎている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・9月は四半期決算月でセールを打った効果があり、新車の売上が前年より増加している。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・発注が増えてきている（東京都）。

○	一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・ケータリングの動きが活発になってきており、9月中旬以降は連続で注文が入り、手が回らないような状態になっている。それ以前は大体例年どおりだったが、9月後半にケータリングが動き出してからは忙しくなっている。そのため、3か月前と比べると若干だが売上が良くなっている。
○	都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・今月は近隣の大型コンベンション施設での展示会、イベントが非常に好調で、それに伴って宿泊の稼働状況もかなり良くなっている。前年同月と比べても格段に良くなっており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に完全に戻っている。宴会関係は前年並みで推移している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・週末は1日を通して平均して利用がある。ロングの客も深夜に限らず昼間もいて、売上が伸びている。
○	通信会社（経営 企画担当）	販売量の動き	・商談案件数、受注件数共に今月は非常に伸びている（東京都）。
○	通信会社（管理 担当）	お客様の様子	・DX化の動きは堅調で案件も多い。個人消費に関しては、物価上昇等もあり控える傾向はあるものの、法人、個人でならして見ても良化傾向にある（東京都）。
○	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・販売数はやや改善傾向である。政権政党総裁選挙での影響に関して注視している（東京都）。
○	観光名所（職 員）	来客数の動き	・天候に恵まれている。当地のメディアへの露出があったことで、来客数が伸びている（東京都）。
○	観光名所（職 員）	競争相手の様子	・当社の客は前年比では微減しているが、他の多くの施設では客が増えている様子である。当社の努力不足、工夫不足が原因の1つと考えている（東京都）。
○	ゴルフ場（従業 員）	お客様の様子	・降雨が少なく、来場者数が増えている。
○	その他レジャー 施設〔ボウリン グ場〕（支配 人）	お客様の様子	・規模の大小にかかわらず、予約の問合せが多い（東京都）。
○	設計事務所（経 営者）	競争相手の様子	・当事務所は行政の競争入札による仕事が大半を占めている。また、一般の営業もしており、営業担当者が直接いろいろな客のところへ情報を聞きに回っている。全体的には行政の仕事が非常に多く、頑張って良い仕事を取れている。
○	設計事務所（経 営者）	お客様の様子	・新たなプロジェクトに関する事前打合せがあった。
○	設計事務所（経 営者）	お客様の様子	・客が事業に対して前向きになっている。
○	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・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、インバウンドがかなり増えてきたため、ホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業では、材料費がかなり高騰しており、公共工事を含め、スムーズな受注ができない状態が続いている。
○	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・当社新築アパートへの問合せ及び成約件数が増加している。個人、法人問わず需要があることがうかがえる。
○	住宅販売会社 （総務担当）	販売量の動き	・住宅着工戸数は微減で推移しているが、1棟単価の上昇をカバーできる購入層が増えてきている。また、オプションに掛ける費用も増加している。
□	商店街（代表 者）	お客様の様子	・月前半は大変な暑さが続き、来客数が減ってしまった。特に11時から15時くらいまでの客の少なさの影響が大きく難しい状況である。
□	商店街（代表 者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高が鈍化している。前年と同等若しくはやや悪いくらいである。今夏は暑過ぎて人出が減っており、来街者数、売上共に影響を及ぼしている（東京都）。
□	一般小売店〔家 電〕（経営者）	販売量の動き	・悪い状態が続いており、変わっていない。話は多少出てきているものの、露骨な価格競争がある（東京都）。

☐	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品の動きはそれなりにある。省エネ補助金の問合せ、見積り診断が続いている。今年は申請が多く、締切りが近付いていることもあり、申請の手伝いなどに対応しており、いろいろと忙しい。
☐	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・これからオープンする店舗が多くある。
☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・販売量もそうだが、やはり来客数が激減している。涼しくなったので期待はしているが、余り変化はない。
☐	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・秋らしくない気候だからか、9月も今一つ盛り上がりには欠けている。
☐	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・消費者物価指数が上昇している。また、天候による影響等で客が買物に慎重になっている（東京都）。
☐	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・店頭部の来客数はそれほど変わっていないものの、単価がやや低くなっている。外商部の案件数はそれほど多くない。
☐	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・秋の観光シーズンを迎え、気温も落ち着き始めたことで、家族連れの来店客も増えており、客単価が上がる秋冬衣料品の動きが活発化してきている。インバウンドは落ち着いている（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・食料品の動きが良くない。前月は前年実績を捉え、復調の兆しがみられたものの、今月は数字が落ち込み始めた3か月前の状況に戻ってしまっている。相変わらず食料品価格は高止まり傾向にあり、主食である米の価格も再び上昇傾向にあることから、財布のひもが固くなっている。宝飾品等の高額品の動きも悪い。関税の引上げなど将来の不透明感が強まっている（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・訪日外国人の売上の伸びはない。残暑が厳しく、婦人衣料等の動きは厳しいが、株高などの影響か高額品の動きは良い。客の消費行動は、良い意味での平行線である（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・国内客の客単価は上がっているものの、継続しているインバウンドの大幅マイナス分をカバーできていない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・国内客の消費は一定レベルで回復基調にあるものの、インバウンドは引き続き前年実績を下回っており、前月と同じ状況である（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・月初めに台風の影響を受けたが、前年比ではプラスである。ただし、高温の影響もあり、主力のアパレルは紳士、婦人共に悪い。特に、ビジネス関連商材が動かない。
☐	百貨店（店長）	お客様の様子	・食品を中心とした物価の上昇により売上は伸長しているものの、賃上げが追い付いていないため、買上点数は減少傾向にある。
☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きが以前と変わらない。
☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・米価の高騰がけん引し、1品単価は上昇しているものの、買上点数が減少しているため、客単価は微増にとどまっている。全体の売上は好調だが、最低限の上がり幅で、節約しながらも不可避な出費が増えている。
☐	スーパー（店長）	それ以外	・猛暑の影響を受けて、9月中旬までは夏物商材の動きが非常に良かったが、お彼岸辺りから気温が下がり、飲料等の動きが落ち着いてきている。日中はまだ暑さが続いているため、商材の切替えがうまくできていない。
☐	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依然として続いている（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商材の価格が上がっている。

☐	スーパー（営業担当）	単価の動き	・猛暑の影響で夏物商材の稼働が良く、販売量が増加している。生活防衛意識がまだ強く、猛暑もあいまって来客数は減少しているものの、販売量の増加分が相殺している。野菜を中心とした食品全般の単価上昇が売上を押し上げている大きな要因である（東京都）。
☐	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・新米が出てきたが、農業団体の概算金が前年度より高く、割安な備蓄米の在庫もないため、新米価格は前年より高く流通している。生活必需品の牛乳や卵も高くなっている。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は伸びているものの、来客数は前年を割っており、単価の上昇分が伸長しているのみである。
☐	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・備蓄米が放出され、それを買いに客が押し寄せるかと予想していたが、特に慌てて買う様子もなく、たくさん並んでいるから1袋買っておこうかというくらいの反応である。買物全体がそうした感じで、買い控えというより、買えないのではないかとみている。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・9月に入っても高温が続き、飲料等を中心に販売が好調だったが、気温が落ち着いてきた結果、前年と同程度の販売状況になっている（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・夏の間は近隣の市民プールがオープンしていることから販売量が大きく増える。9月になりプールが閉鎖されたことで販売量が減っている。年内は大きな動きは余りないが、クリスマスやおせちなどの予約商品で忙しくなることも予想される。
☐	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きからみて、大きな変化はない。秋の行楽シーズンになるとふだん外出しない人たちも出てきて客が増えるため、若干上向くかもしれないが、大きな変化はなさそうである。
☐	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業については、集客催事が好調で、前年比2けた増加している。催事の事前準備の取組精度が向上している。課題は日々の新規来客数である。ドレス事業は、前年比では上回っているものの、計画には届いていない。価格改定により単価上昇、粗利率上昇で、利益面では改善がみられる（東京都）。
☐	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・9月の気温が高過ぎて、秋物は下旬になってようやく動き出している。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・繁忙期でも来客数が少ない、暑い日が続いたため、前年よりは増えたようだが、物価高が響いている。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比較して来客数の伸びは変わらないが、前年同月比では増加している（東京都）。
☐	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・自動車の整備は順調に入っている。販売は余り良くなかったが、新型車が出たことで来客数が増えている。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期だが、例年よりも客足が鈍く、先行きに不安がある。
☐	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新車は、以前は軽自動車であれば100万円も出せば十分買えていたのが、今は200万円を超える軽自動車がたくさんある。普通乗用車も300万円くらいで買えたが、やはり500万円を超え、ハイブリッド車となると600万円などとなっている。車の値段は1.5倍から2倍になっているが賃金はそこまで上がっていないため、今後の見通しは暗い（東京都）。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・客はどこへ行ってしまったのか分からないが、残念ながら来客数が減少している。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	単価の動き	・販売総額は余り変化がないが、内訳をみると販売数量の減少を販売単価がカバーしている（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・秋物商材が多く出回るようになってきたが、季節商材への反応が余り盛り上がらない（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・施設内のキーテナントが休業中のため、来客数が減少している影響が大きい。景気動向の実態は何ともいえない。

☐	高級レストラン （営業担当）	来客数の動き	・ 9 月の売上は前年比99.9%、来客数は前年比96.3%、客単価は前年比103.7%となっている（東京都）。
☐	高級レストラン （仕入担当）	来客数の動き	・ 前年と変わらず人数、価格共にさほど変わらず好調に推移しているが、大幅な利用増加ではなく、更なる景気向上には至っていない（東京都）。
☐	高級レストラン （経理担当）	単価の動き	・ 猛暑が一巡して来客数は増加しているものの、季節変動要因を排除するために継続的に使用している平均単価は3か月前とおおむね同水準で高止まりしている（東京都）。
☐	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ 仕入価格の高騰などもあり、来月から宴会料金を少し値上げする。今まで法人などではコース料理が主流だったが、最近はアラカルトで好きな料理を注文することが増えており、やはり慎重になっている（東京都）。
☐	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ 暑すぎた夏が終わり、気温も下がってきて外出する人が増え、景気は上向きである（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・ このところ賃料は上昇傾向にあるが、新規出店の希望者が増えている（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・ コーヒー相場は、円安が更に加速していることもあり、売上は上がっているものの、利益率が下がって厳しい状況である（東京都）。
☐	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・ 今年度に入ってから原材料費、人件費については、前年度の価格転嫁交渉による値上げ分が入ってきているため、おおむね賄えている。今年度のマーケットの値上げ幅は材料費、人件費共に大きく、特に、これからの最低賃金の引上げが大きく影響を及ぼすことが予想されるため、下期で失速する可能性がある（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 9 月の販売量は前年比では120%である。ただし、一般的に9月の販売量は7～8月より落ちるが、今年は前年よりも下げ幅が大きい（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ 物価高の影響で旅行費用は増大しているものの、消費者も受け入れ始めており、例年どおりに実施する団体が多い。
☐	タクシー運転手	来客数の動き	・ 通常9月になるとタクシー業界は静かになるのだが、今年は暑さが続いたため客数は変わらない。ただし、夜だけを見ると人の動きが半分少なくなっている（東京都）。
☐	通信会社（社員）	お客様の様子	・ 前月に引き続き、CM番組制作の依頼が続いている。小口の案件で増収までの勢いはないが、明るい兆しである（東京都）。
☐	通信会社（社員）	それ以外	・ 慢性的な人手不足である。特に、飲食業は昼夜を問わず店が回っておらず、客が来店しても対応できない状況がみられる。フロービジネスは全般的に働き手不足に伴う売上減少と質の低下が否めない。中長期的にみて、産業の地盤沈下が予想される（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 必要最小限のサービス内容を選択する意識は相変わらず強い。
☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 景気の影響なのか、今月に入って、娯楽に対する出費を見直す客が増えている。最低限のプランでよいという客が多い（東京都）。
☐	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・ 冬のボーナスが出るまでおとなしくしていると客に言われることがある。特に景気は変わっていない。
☐	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・ 契約数が伸び悩んでいる。通信回線はコモディティ化している商材のため、同スペックであれば付加価値も含め家計への影響を抑制するための材料になりやすいことから、価格、付加価値等での差別化を推進していく必要がある（東京都）。
☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・ 1 週間を通じて客の流れが変わらない（東京都）。

□	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	販売量の動き	・実態を伴わない株高や値上げ品目の増加が発生している（東京都）。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	お客様の様子	・猛暑や7月の災害の噂の影響によりインバウンドの動きが伸び悩んだが、秋以降は徐々に回復傾向にある。一方、物価上昇に伴う節約志向からか、高単価商材の動きが鈍ってきている（東京都）。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・今月はイベントがあったため、来客数が増えている。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・中旬以降、来客数、電話の問合せ件数共に激減している。例年9月は売上が落ちるが、前年と比べて3割も落ちている。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	単価の動き	・来客数が非常に少ないこともあるが、来店しても商品単価が上がっているため販売に結び付きにくくなっている。また、このところ米価も大分上がっているため、消費をちゅうちょしていると考える（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・9月も猛暑だったため、熱中症アラートが発出され外出を控えるよう放送が流れていた。その影響もあってか、外を歩いている人が少なく、来客数も減少した。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・遮光遮熱の日傘の販売が一段落したためである。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・前年と比べ来客数が減少しているものの、商材の値上げにより売上が増加している。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・今月の大型コンベンション施設で開催したイベントでの売上が前年をクリアできなかった。まとめ買いをしてくれる客が徐々に少なくなっている（東京都）。
▲	一般小売店〔書店〕（総務担当）	お客様の様子	・物価上昇が継続しており、客は支出に対して慎重な姿勢を取っている。また、教育関連の支出にも影響を及ぼすおそれがあることから、客が総裁選挙の動向を注視している可能性がある（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・残暑が続き、秋物衣料の動きが鈍化している。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・気温が下がってきたにもかかわらず、秋物衣料が売れない。食品も頭打ちになっている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月に入ってから非常に良くない。月曜日始まりという曜日並びもあるが、なかなか予算に届かず、前年をクリアできない状況が続いている。月の最後までこの状態のままでいつてしまわないかといろいろ努力しているが、なかなか上向いてこない。
▲	スーパー（食品担当）	競争相手の様子	・2キロメートル圏内にグループ会社のスーパーがオープンした。規模は小さいものの品ぞろえも似通っており、折込チラシも当店周辺に配布されているため、来客数がやや減少している（東京都）。
▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上げが続き、買い控えをしている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣にまた大きなスーパーができたため、来客数が激減している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・近隣大型店の特売競争が続き、客が流れ、来客数が減少している。さらに、人手不足が進み、経営環境が大幅に悪化している。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ここ4か月ほど売上が前年比で3%減少している。近隣の店舗も同様のようなので、やや悪くなっている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・8月度から売上、来客数共に減少傾向が続いている。9月は前年よりおおむね8%悪い。物価上昇が続くなか、コンビニは単価が高めなので敬遠されているのではないかとみている（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数を前年同月比でみると、前月から激減しており、今月は101.7%と鈍化している。右肩下がり傾向になっているため、このままだと3か月後はマイナスになるのではないかと懸念している。

▲	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・気温が落ち着いてきて、台風も発生している。これまでの特需から本来の秋需要に近づいてきている（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価高が進むなか、客の生活防衛意識が強く、新製品の売行きがやや鈍化し、平日の来客数は減少傾向にある。対象者限定ではあるが東京都のキャンペーンが新しく始まり、一部の客はエアコンの購入に足が向いているため、地域によって売上は良いものの、当地のような東京都外の店舗は来客数、売上共に厳しい。
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・来客数が少ない。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価が上昇している。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売車種が限られてきている。
▲	その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は増えているものの、客単価が上がらない。前年業績を達成するためには3倍くらいの労力を要する。
▲	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・メディアが米価など物価高をあおる報道をするため、消費者の不安が先行し、消費マインドが低迷している（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	それ以外	・政権政党総裁選挙などもあるが、米国の関税政策の影響、具体的な物価高対策もまだ不透明ななかで、国内及び米国株価が上がっているものの、まだ景気は下向き傾向にある（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・最も大きい物価高の影響に加え、今夏は暑過ぎたので光熱費が増えたことや、夏休みで出掛けたりしてお金を使ったため、3か月前と比べて消費がやや控えめになっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街の飲食店だが、夜は歩いている人がほぼいない。個々の飲食店の企業努力といわれればそれまでだが、世の中の景気が悪すぎて、夜に酒を飲みに行くという文化自体が完全にすたれてしまうのではないかと考えている。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・政権政党総裁選挙及び関連ニュースが影響している。再び円安が進んでおり、物価も上昇している。
▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・9月は連休が多いこともあり、飲食店への来店が少なくなっている。当店のある飲食店街も人出が少ない（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・稼働が伸び悩み、単価を下げて販売したため、ある程度の稼働は確保できたが、売上は減少している。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・客は旅行代金を安くして、旅行先での食事代などに回している。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・猛暑の終了とともに客の動きも落ち着いている（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・過ごしやすい気温になり、タクシーではなくバスや電車を利用するのではないかとみている。物価高もあり、節約志向でタクシーの利用は控えられている。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月よりも機器の受注が減少傾向である。また、工事等の受注も増加傾向に至っていない（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・テレビの有料プランの見直しを求める客が増加している。
▲	通信会社（局長）	販売量の動き	・直近3か月をみると、契約状況が余り良くない（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比93%となっている。猛暑の影響が大きいですが、涼しくなっても客足が戻ってこない。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・少し涼しくなり、来場者数が戻ってきてはいるが、平日利用の高齢客の戻りが特に遅く、過去の同時期に比べて減少傾向である。
▲	その他サービス 〔保険代理店〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格高騰の傾向がしばらく続いている。
▲	設計事務所（職員）	それ以外	・直近3年間と比べて、土木系公共発注量の減少により受注の伸び悩みが顕著である（東京都）。

	▲	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・期末なのに受注数が伸びない。
	▲	その他住宅〔住 宅資材〕（営 業）	販売量の動き	・建築資材の需要動向に高揚感はなく、低位のまま推移して いる（東京都）。
	×	スーパー（ネッ ト宅配担当）	来客数の動き	・月前半の天候不順の影響が大きく、来客数が減っている。
	×	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・コンビニチェーンの一部加盟店で、消費期限の改ざん問題 があった影響により、現在販売していない商品があるため、 来客数が大きく下がっている。
	×	衣料品専門店 （従業員）	来客数の動き	・猛暑や物価高の影響で来客数がかなり減っている。必要な 物しか買わない。
	×	乗用車販売店 （総務担当）	来客数の動き	・来店客が激減し、新車の売上にダメージを受けている。
	×	旅行代理店（経 営者）	販売量の動き	・業種的に、多少時間とお金に余裕がある人が利用する機関 であるため、諸物価の上昇の影響により、予約が一切なくなっ ている。
	×	ゴルフ場（経営 者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来場者数が10%減少している。夏休 み期間にレジャー消費が多かった影響か、売上の的にも厳し く、22%も下がっている。10月からの値上げに向けて消費を 控えているような印象もある。
	×	ゴルフ場（経理 担当）	来客数の動き	・9月になったといっても中旬過ぎまで厳しい残暑に見舞わ れ、稼働率は8月と比べて一定の改善を示したものの、効果 は極めて限定的である。猛暑下のゴルフプレーを忌避する傾 向は顕著であり、経営に及ぼす影響は甚大かつ深刻である。 ビジター需要の低迷は著しく、物価上昇及び実質賃金低下を 背景に、生活防衛を意識した高額レジャー支出抑制の動向が 強固に定着しつつある。乏しい来場者数に加え、来場者の中 心が会員であるため、収益確保は困難である。止まらない物 価上昇により営業費用は累増の一途をたどり、到底利益を創 出できる状況になく、事業継続に係る問題となっている。
	×	その他サービス 〔葬祭業〕（経 営者）	販売量の動き	・毎年夏場は忙しかったが、今年は火葬場の予約状況等から 亡くなった方が少ないようで、葬儀依頼が少なかった。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービ ス業〔ディス プレイ〕（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による落ち込みからの回復が進 むイベント需要が、ここにきて新型コロナウイルス感染症発 生前の繁忙期に肉薄してきている（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	・受注量が多く、忙しい（東京都）。
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・暑さが収まり、来客数が3か月前と比べて150%くらいに 伸びている。
	○	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・自社はさておき、同業他社の受注量は順調に伸びている。 特に、物的、質的に大物を扱っている同業他社は今年度一杯 は受注があり、当面は忙しい。ただし、あくまで身の回りの 話であり、個人的には景気は余り良くなっていない。
	○	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・メインの取引先からの受注量が若干増加傾向にあり、取引 価格もやや改善がみられる。
	○	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関連製品の受注量の拡大と同時に、電子部品大口価格 が上昇傾向にあるため、業績が良い。社員の景気も上向き傾 向にある。
	○	精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・今月までは受注量、金額どちらも前年比、前月比共に増え ている。
	○	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・インバウンドは引き続き堅調である（東京都）。
	○	広告代理店（従 業員）	受注価格や販売 価格の動き	・ようやく人件費等の高騰について取引先にも理解してもら い、利益の確保ができるようになってきている。

☐	税理士	取引先の様子	・株価の最高値更新が続き、金利も上昇して、普通預金の利息が上がったことに驚きを感じている様子がうかがえる。物価の上昇に合わせて賃上げも少しではあるものの実感できています。
☐	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げをしているが、販売量は大きく変わっていない（東京都）。
☐	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少したり、受注予定がなくなるなどしており、相変わらず景気が悪い（東京都）。
☐	出版・印刷・関連産業（経営者）	それ以外	・受注よりも見積りや確認事項が多くなっており、対応が重なってきた。
☐	出版・印刷・関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などをしている。会社の設立は段々と少なくなっていて、受注件数は3本で、3か月前と比べて余り変わっていない。唯一伸びているのは多店舗展開している薬局で、順調な得意先であるが、また注文をもらっている（東京都）。
☐	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・米国との関税交渉は決着したが、影響がみえてこないため、今までどおりである。
☐	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑により、サロンへの客足が遠のいている。物価高によるサロンの出店意欲も減退している（東京都）。
☐	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・当地域特有かもしれないが、地価がある程度上がり、コロナ禍よりは若干落ちてきているものの、高止まりしている。建築費用も高騰しているため、なかなか家を建てることも少なくなっている。
☐	建設業（経営者）	取引先の様子	・様子見ムードが高まっている。設備投資が止まり始めている。
☐	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量はほぼ横ばいで、燃料費の高騰が続いているため、状況は良くない。
☐	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・5月から変更された配送ルートが定着し、1車両当たりの売上の増減幅が小さくなったため、収益は安定してきている（東京都）。
☐	輸送業（経理担当）	それ以外	・大きな変化はなく、これから荷主との料金交渉を進めていければ従業員の給与が安定してくる。
☐	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、少しずつではあるが物量が増えている。ただし、燃料価格の高騰は続いているため、収益は伸び悩んでいる。
☐	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前年並みで一進一退の動きが続いている（東京都）。
☐	金融業（総務担当）	取引先の様子	・不動産業は、東京23区内の販売は順調なものの、23区外の販売では陰りが出始めている。建設業やサービス業では人手不足が深刻で、人件費も上昇している。小売業では、値上げが続いているため必需品以外の買い控えがあり、売上は減少傾向にある。観光業は、夏休みが終わって一息ついている（東京都）。
☐	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気の動向は変わらない。高層マンション建設により日当たりが悪くなる賃貸物件では、未更新であった2軒のうち1軒の更新があった。日当たりは全くないが駅に近い物件なので我慢するとのことである（東京都）。
☐	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・テナントの入居率は変わらず高水準であり、新規入居希望の問合せも増えている（東京都）。
☐	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店では、8月から9月にかけて売上の落ち込みがみられ、集客のために値引きやキャンペーンを実施する動きが目立った。猛暑による外出控えも影響していると考えられる。一方で、当社への新規デザイン依頼の件数に大きな変化はなく、例月並みの水準を維持している。全体としては厳しい環境が続きつつも、取引先の工夫や努力により、景況感そのものは大きく変わらない（東京都）。

	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅までの商店街にある飲食店をのぞくと、新型コロナウイルス感染症発生前までと比べ、比較的客が入っている店でも7～8割程度で、以前ほどはにぎわっていない（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金を活用したい会社が多くみられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・原材料や経費が上昇傾向にあるなかで、更に賃上げへの準備などにより利益が厳しくなっている。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小企業の製造業、特に金属加工業では受注が戻らず、低迷したままである。米国の関税政策の影響が徐々に出てきており、なかなか戻らない。今夏の酷暑で、様々な事業活動にも悪影響が出ている（東京都）。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に利益率が悪く、経費等の見直しをしている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相対的に景気は良くないが、医療品容器、化粧品容器共に新企画の話が舞い込んできており、極めて悪いわけではない。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・建築基準法の改正により、建築確認の遅れが発生し、建設業のみならず、建材、部材を提供している様々な業界に悪影響を及ぼしている。
	▲	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・製造業は、取引先全般において受注調整傾向がみられ、低調な推移となっている。人件費等の高騰もあり採算は更に悪化している。建築関連は、受注量は横ばいであるものの、労働力不足や労務費の上昇により、やはり採算は悪化傾向にある。高止まりする不動産価格の恩恵もあり、不動産業のみ業績が伸びている。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年度で予算とのかい離が最も大きい月となってしまっている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	それ以外	・人手不足により人件費が高騰している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・多岐にわたる資材や配送コスト値上げの動きがあり、販売価格に転嫁するのが非常に難しい（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内向けの受注が止まっており、受注が増えてこない。
	×	建設業（経営者）	競争相手の様子	・人手不足及び原材料の高騰の影響により、悪くなっている。
	×	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	・取引先工場の稼働低迷が思いのほか長引いている。燃料、原材料、資材の値上げもあり、苦しい状況が続いている。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・社会課題解決型の案件受注が好調である（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前の7月と比べれば求人数が増加しているため、一時的に良くなっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数の推移において、前月は夏休み等もあり大幅に減少していたが、今月は増加に転じている。また、前年同月と比べても求人数が増加している。ただし、求職者とのマッチングがなかなかうまくいっておらず、成約数は余り増加していない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・中小企業を中心に人手不足感が強く、派遣依頼が増えてきている。一方、人材は奪い合いとなっているため、受注に比例した成約数にはなっていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3か月前同様、受注する求人数に対して、求職者の確保が追い付かず、売上増加につなげっていない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・10月からの秋のピークシーズンを迎えるなか、求職者の反応が薄い（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・景況に大きな変化はみられず、横ばいが続いている（東京都）。

	□	人材派遣会社 （営業担当）	周辺企業の様子	・自動車業界を始めとするエンジニアの派遣ニーズは引き続き高く、需要に対して供給が間に合っていない（東京都）。
	□	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・景気の動向を懸念してか、新卒採用、中途採用共に計画を見直す企業が出てきている（東京都）。
	□	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰、人手不足、最低賃金の引上げ等に対する不安の声は聞こえてくるが、今のところ景気が良くなっている又は悪くなっているとの話は聞こえてこない。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・製造、販売含めて企業からの求人は多岐にわたっているものの、要件に見合う人材、特に合う年齢層がなかなか見当たらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・物価の上昇に歯止めがかからない一方で、賃金は上昇していない（東京都）。
	▲	求人情報誌製作 会社（営業）	採用者数の動き	・食品工場などでは原材料価格が上がっているため、生産を抑える動きが目立つ。元々の採用計画も見送るなど、影響が出ている。
	▲	学校 [大学] （就職担当）	求人数の動き	・新卒採用を取りやめたり、目標より少ない人数しか採用できない状況がある（東京都）。
	×	*	*	*