

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<br>動向<br>関連<br><br>(南関東) | ◎       | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | 販売量の動き | ・客単価及びレジ客数が2～3割程度増加している。また、近隣の客のみならず、秋の観光シーズンでもあることから観光客や遠方からの来店客も増加している（東京都）。                                                                                  |
|                             | ◎       | ゴルフ場（経営者）       | 来客数の動き | ・今月は天候が良く、3か月前と比較すると来場者数は105%と増加している。前年比では97%となっている。                                                                                                            |
|                             | ○       | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・例年10月は売上が落ちる。月前半はやはり来客数、販売量共に前年を下回っていたが、中旬以降は高単価商材が売れて、月トータルでは前月、前年よりも売上が良くなっている。急に寒くなってきた、エアコン等の買換えが増えたためではないかとみている。                                          |
|                             | ○       | 一般小売店〔生花〕（店員）   | それ以外   | ・政権が代わり、期待感で一杯である。来街者などとも話すが、とても期待をしており、将来に幾らか希望が出てきた様子である（東京都）。                                                                                                |
|                             | ○       | 百貨店（売場主任）       | お客様の様子 | ・おせち、クリスマスケーキ、お歳暮などの受注は前年比をクリアしている。富裕層は安定した購買が継続しているが、主に日配品を求める客は値上がり幅をかなり気にしており、購入数を抑える動きがある（東京都）。                                                             |
|                             | ○       | 百貨店（総務担当）       | お客様の様子 | ・与党総裁選挙が終わり新政権が発足した。政局も落ち着き、株価が史上最高値を更新し続けていることもあり、富裕層の心理に安心感が生まれ、購買意欲が伸びている（東京都）。                                                                              |
|                             | ○       | 百貨店（広報担当）       | お客様の様子 | ・国内客の動向は3か月前と大きな変化はなく、高付加価値消費への堅調なニーズが続いている。一方で、海外客の動向は客単価、来客数共に7月からは改善がみられる。宝飾、時計、ラグジュアリーブランドのような高額商材購買による客単価の上昇がけん引役だが、国慶節などの連休に合わせた中国人客の増加も緩やかながら表れている（東京都）。 |
|                             | ○       | 百貨店（営業担当）       | 単価の動き  | ・外国人客減少の影響により来客数は前年比でマイナスが続いているが、国内客の客単価が上がってきていることで、売上は回復基調にある（東京都）。                                                                                           |
|                             | ○       | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き | ・今月上旬は気温が高く来客数が増加したものの、購買は厳しいスタートであった。中旬以降は気温低下に伴い売上が伸び、前年を上回っている。食品の価格上昇は今月も続いており、節約志向の客が増えている（東京都）。                                                           |
|                             | ○       | 百貨店（営業担当）       | 来客数の動き | ・上半期と比較してもインバウンドの減少幅が縮小してきており、比較的堅調に推移している。国内客の消費も安定的であり、大きな動きは見られない（東京都）。                                                                                      |
|                             | ○       | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き | ・免税売上は、客単価が前年を下回っているものの来客数が上回っていることや消耗品の好調により、全体のマイナスは1けたまで縮まってきている。国内需要は食品や婦人服を中心に増加傾向が続いている（東京都）。                                                             |
|                             | ○       | 百貨店（販売促進担当）     | お客様の様子 | ・各カテゴリー共に前年比ではプラスとなっている。食品は物価上昇による買い控え傾向があるためか微増にとどまっているが、月後半に気温が下がってきたこともあり、季節商材に動きが出たことで、紳士服、雑貨、リビング用品などは前年よりも伸びている。                                          |
|                             | ○       | 百貨店（財務担当）       | 販売量の動き | ・国内客やインバウンドの販売量が増加している（東京都）。                                                                                                                                    |

|   |                        |         |                                                                                                                                                                           |
|---|------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | スーパー（営業担当）             | 単価の動き   | ・米及び野菜全般の価格が依然として高く、調味料等の値上げも続いているため、単価の上昇傾向は継続している。そのため、生活防衛意識が強く、販売量、来客数は低調である。単価の上昇分が販売量、来客数の減少分を若干上回っている分、売上は3か月前及び前年よりも伸びている。ただし、特売売上構成割合が高くなっているため、利益率は低下している（東京都）。 |
| ○ | 衣料品専門店（経営者）            | 販売量の動き  | ・多くの取組をしているため、やや良くなっている。                                                                                                                                                  |
| ○ | 衣料品専門店（店長）             | 単価の動き   | ・主要事業であるドレス事業は、価格改定を実施し、改定前と比べて単価が2.2%上昇している。一方、着物事業は横ばいで、全体としてはやや上向きである（東京都）。                                                                                            |
| ○ | 衣料品専門店（販売促進担当）         | 来客数の動き  | ・インバウンドの増加傾向がある（東京都）。                                                                                                                                                     |
| ○ | 乗用車販売店（経営者）            | 販売量の動き  | ・新車の販売量が増加しており、サービス部門も順調である。                                                                                                                                              |
| ○ | 高級レストラン（仕入担当）          | 来客数の動き  | ・年末に向かう影響もあつたか、利用頻度は活発であり、景気後退感は見受けられない（東京都）。                                                                                                                             |
| ○ | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・3か月前の8月は暑い時期で、ケータリングはほとんどなく、店舗の売上だけだったが、今は店舗の売上に加えてケータリングがかなり入ってきているため、その分、やや良くなっている。                                                                                    |
| ○ | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・飲食業、輸入業共に夏向け商材が多く、今年は猛暑だったので比較的売れた。しかし、仕入価格の上昇、輸入品の値上がりしが止まらないため、売上の伸びの割に利益は伸びていない。                                                                                      |
| ○ | 都市型ホテル（経営者）            | 来客数の動き  | ・7月頃に1度落ち込んだが、8月から10月は近隣の大型コンベンション施設での催事、展示会、イベント、ライブ等が順調に入っており、その影響により宿泊部門は好調を維持している。宴会予約も年末に向けて徐々に増えてきている。                                                              |
| ○ | 都市型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き  | ・インバウンド及び大阪・関西万博の効果が、当初の想定よりも持続している（東京都）。                                                                                                                                 |
| ○ | 都市型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き  | ・10月は大口の団体予約が複数件あり、稼働率が高くなっている。例年同様に団体の動きが活発で、見込みどおりである。                                                                                                                  |
| ○ | 旅行代理店（従業員）             | 販売量の動き  | ・前年同期比107%ほどで推移している（東京都）。                                                                                                                                                 |
| ○ | 旅行代理店（営業担当）            | 単価の動き   | ・良い物にはお金を掛けても良いと考えている様子がうかがえる。                                                                                                                                            |
| ○ | 通信会社（経営者）              | 競争相手の様子 | ・皆が積極的な気持ちになり、各販売店の動きが活発になっている（東京都）。                                                                                                                                      |
| ○ | 通信会社（経営企画担当）           | 販売量の動き  | ・受注が前月、今月と少しずつ伸びている（東京都）。                                                                                                                                                 |
| ○ | 観光名所（職員）               | 来客数の動き  | ・10月に入ってから週末の天候が良くないものの、3か月前と比べると客が増えている。大阪・関西万博閉幕間際の入場締切報道等で、行っても入れないことが周知されたことや、閉幕自体も影響していると考える（東京都）。                                                                   |
| ○ | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人） | 来客数の動き  | ・既に12月や年末の予約が入ってきている（東京都）。                                                                                                                                                |
| ○ | その他サービス〔葬祭業〕（経営者）      | 販売量の動き  | ・季節の変わり目で体調不良を起こしてしまう人も多く、依頼が増えている。                                                                                                                                       |
| ○ | 設計事務所（経営者）             | お客様の様子  | ・現在設計を受注している客の様子をみていると、状況は良いものの何となく先が見えず、住宅価格が高すぎることに悩んでいる客が多い。しかし、全体の流れとしては非常に良い。                                                                                        |
| ○ | 設計事務所（経営者）             | お客様の様子  | ・新規案件が動き始め、打合せが多くなってきている。                                                                                                                                                 |

|   |                  |        |                                                                                                                                           |
|---|------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | 住宅販売会社<br>(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である。        |
| ○ | 住宅販売会社<br>(従業員)  | 販売量の動き | ・客からの問合せ、成約件数共に増加している。                                                                                                                    |
| ○ | 住宅販売会社<br>(総務担当) | 単価の動き  | ・2極化が進み、良くなっていない層との接触機会が余りないためかもしれないが、グレードにこだわる層が増えているようである。                                                                              |
| □ | 商店街（代表者）         | 単価の動き  | ・最近の着物業界は、ほとんどが販売からレンタルに変わり、そうしないと商売を維持できない状況になっている。レンタルでは若年層をターゲットにせざるを得ないが、若年層は、できるだけ低単価でという消費行動である。                                    |
| □ | 商店街（代表者）         | それ以外   | ・暑すぎる夏の影響から徐々に抜け出せているが、急激な気温の変化や天候不順がいまだに不安定さを誘発している。クレジットカードの取扱高にも乱高下があり、物販は良いものの飲食が低調というような現象が起きている（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。小さな電気工事や分電盤の取替え工事などもある。ほかに、補助金申請手続きの手伝いなどにも追われている。                                                                       |
| □ | 一般小売店〔食料雑貨〕（経営者） | それ以外   | ・新規事業がこれから始まる。                                                                                                                            |
| □ | 一般小売店〔印章〕（経営者）   | 販売量の動き | ・売上が非常に低迷している。問屋筋からの情報によると、全体的にそのような傾向にあり、インターネット販売の終点になる業者においては売上が良好とのことで、やはりインターネット販売に押されていることは事実である。                                   |
| □ | 一般小売店〔祭用品〕（経営者）  | 来客数の動き | ・イベントシーズンになったが、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）   | 販売量の動き | ・物価が上がっている割に客の収入は変わらない。食料品の単価も高くなっているため、買い方が慎重になっている（東京都）。                                                                                |
| □ | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）   | 来客数の動き | ・目の悪い人にとって眼鏡は必需品なのでコンスタントに来店してくれるが、季節としては夏の方が売上が良く、冬は少し悪い。これから冬を迎え、来客数がやや減るが、良い接客をして客単価を上げる努力を忘れないことが大事である。                               |
| □ | 一般小売店〔茶〕（営業担当）   | 販売量の動き | ・今月も来客数、売上共に前年と同様の推移をしている。                                                                                                                |
| □ | 一般小売店〔茶〕（営業担当）   | 販売量の動き | ・売上が伸びず、何とか現状を維持している状況のため、とても良いとはいえない。新規受注もなかなか取れず、苦戦している。人員も減り、社内で袋詰め作業なども行っているため、営業にも行けず、外の状況が余り分らない（東京都）。                              |
| □ | 百貨店（総務担当）        | 販売量の動き | ・6～7月はギフトの不調が大きく影響し、数字を落としたため、その時期と比較すると復調の兆しがみられるものの、8月以降の推移から見ても販売実績は芳しくない。継続的な値上がりにより購買単価は5%程度上昇しているものの、購入点数及び来客数が減少し、売上は伸び悩んでいる（東京都）。 |
| □ | 百貨店（総務担当）        | お客様の様子 | ・気温の低下に伴い、月を通して衣料品の動きが好調である。一部の高額品の動きが良く、全店で善戦しているものの、食料品の苦戦により目標に僅かの差で届いていない。                                                            |

|                          |              |        |                                                                                                                                                                       |
|--------------------------|--------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（総務担当）    | お客様の様子 | ・今月に入り、訪日外国人の購買行動に勢いが出てきている。秋冬商材の衣料品の動きも、紳士、婦人共に良い傾向が続いている。株高や政治的な変化もあり、消費の面から見た景気の動向は平行線ではあるものの、やや上向きになっている（東京都）。                                                    |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当）    | 単価の動き  | ・担当しているショッピングセンター内のテナントでは、スーパーや化粧品などで全般的に価格が上がっている。必需品のために単価が上がっても購入することから、結果としてテナントの売上自体は伸びている状況が続いている（東京都）。                                                         |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（管理担当）    | 販売量の動き | ・気温が下がってきて衣料品が売れてはいるものの、来客数は増えていない（東京都）。                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（店長）      | 販売量の動き | ・食品の売上動向を見ても、来客数は維持しているものの、買上点数は減少している。商品単価の上昇により、売上が増加している。                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経営者）    | 販売量の動き | ・やや悪い状態がずっと続いている。販売量、来客数共に減少している。                                                                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経営者）    | 販売量の動き | ・商品原価の上昇は継続しており、売価も同様に上昇している。そのため、余計な物は買わない節約志向が根強く残っている。                                                                                                             |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長）     | それ以外   | ・急激な気温低下により、商品の売れ筋が大きく変わっている。値上げの影響により、買上点数は下落しているが、買上単価の上昇により、売上自体に大きな変化はない。客は価格を見ながら商材を購入している。                                                                      |
| <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）   | 単価の動き  | ・市のキャッシュレス決済キャンペーンにより、来客数が増加している。                                                                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（食品担当）   | 単価の動き  | ・気温が下がり、防寒商材、ホットメニューが売れ始め、月間では前年並みの売上となっているものの、食品は商品単価の上昇、来客数の減少、買上点数は横ばいのままで変わらない（東京都）。                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き | ・来客数の伸びが少ない状況が変わらない。                                                                                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）    | 販売量の動き | ・夏場から売上が若干落ちていますが、今のところ戻る気配がない。おおむね7%落ち込んでいるが、更に下がる様子はなく、物価高が落ち着けば下げ止まるかもしれない。ガソリン暫定税率が廃止されれば、良い変化も起きるのではないかとみている（東京都）。                                               |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（商品開発担当） | お客様の様子 | ・政治関連では比較的前向きの体制となり株価も好調だが、消費の実態は気温も急激に下がってきて落ち込んでいる。また、最低賃金引上げによる企業利益の圧迫も心配である（東京都）。                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（従業員）    | 販売量の動き | ・景気は良くも悪くもない。夏季に比べて来客数は減っているものの、それ以外の時期と比べると同様の景況であり、1年前、2年前の同時期と比べても同じような水準である。客の購入の仕方もいつもと変わらない。景気が良くなればちょっとしたぜいたくをするかもしれないが、そういった傾向も余りみられない。                       |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（従業員）    | 来客数の動き | ・景気は特に変わらない。今月は大きな祭りがあり、週末の2日間は売上が大きく伸びたが、祭りでの売上増加は一時的なものであり、祭りの客がふだんも当店を利用してくれる可能性は少ないため、景気が良いとはいえない。ただし、安定感があるのもコンビニの強みである。数か月前と比べて景気が変わらなくても、何かのきっかけで売上が伸びる可能性もある。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（従業員）  | 来客数の動き | ・物価高が相当影響しており、買い控えが目立っている。                                                                                                                                            |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長）    | 来客数の動き | ・物価高の影響もあって来客数が伸びない。欠品商材はほとんどないが、この状況はまだしばらく続く。                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長）    | 来客数の動き | ・来客数は3か月前と変わらず前年同等の伸び率である（東京都）。                                                                                                                                       |

|                          |                          |        |                                                                                                                                      |
|--------------------------|--------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(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、販売は余り芳しくない。                                                                                                        |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(経営者)          | お客様の様子 | ・商談発生数は変わっていない（東京都）。                                                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店<br>(営業担当)         | 販売量の動き | ・決算期の反動減が暮れまで続くと予想している。                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>[ドラッグストア]（経営者） | 販売量の動き | ・販売量が多少増加している。                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店<br>[貴金属]（統括）      | 販売量の動き | ・値上げにより売上は増加したが、販売数量はほぼ変化していないため、景気そのものは変わらない（東京都）。                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | その他小売 [生鮮魚介卸売]<br>(営業)   | お客様の様子 | ・これまで高値だった一部の鮮魚が豊漁となり、一時的には売れるものの、食料品全般の値上げ報道のため、しばらくすると伸び悩む（東京都）。                                                                   |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン<br>(営業担当)        | 来客数の動き | ・10月の実績は、前年比で売上が99.9%、来客数が96.0%、客単価が104.1%となっている（東京都）。                                                                               |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン<br>(役員)          | それ以外   | ・現時点では来客数、売上共に悪くはないものの、仕入れなどのコスト高により利益圧迫の状況が続いており、3か月前の景況と変わらない（東京都）。                                                                |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン<br>(経理担当)        | 単価の動き  | ・単価は引き続き高止まりしている（東京都）。                                                                                                               |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)         | 来客数の動き | ・今月はかなり大勢の宴会が2～3件入っていたため、とても良い。それ以外はそれほど動きがなかった（東京都）。                                                                                |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン<br>(経営者)         | 来客数の動き | ・今月は週末の天候が悪く、売上や来客数に影響が出ている。店舗によって違いはあるものの、来客数や客単価が落ちている店もある。繁華街の店舗はレジャー性が高い（東京都）。                                                   |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食 [カフェ]（経営者）         | お客様の様子 | ・当店は現金のみの対応だが、日に何人が現金を持たずに来店する客がいる（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  | ・9月までは前年度に行った価格転嫁交渉の効果で前年度を上回る利益を計上できているが、10月以降は最低賃金が新たに引き上げられ、原材料価格の高止まりの影響もあり、利益が圧縮される（東京都）。                                       |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（経営者）               | 販売量の動き | ・米を始め、食品類や諸物価が上昇している。時間とお金に余裕のある客が来店する商売のため、客がとても来店できる状況ではなく、前月、前々月と比べると開店休業状態で、販売量の動きもほとんどない。                                       |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（従業員）               | お客様の様子 | ・団体旅行においては、例年の予算での実施はますます厳しくなっている。特に、宿泊費と貸切バス代の上昇が顕著である。                                                                             |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（営業担当）              | お客様の様子 | ・例年申込みのある客は政局をにらみながらなのか実施に踏み切らないことが多くある反面、新規客も増えているため、トータルでは変わらない（東京都）。                                                              |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手                  | 来客数の動き | ・平日の夜は終電後しばらくすると客の動きが激減する。昼間の営業は暖かいときは客が出てきて、少し雨が降ると利用がかなり伸びる（東京都）。                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（社員）                 | お客様の様子 | ・今月は新規の番組提供の案件が進んでいる。短期の見込みだが、メディアへの投資が小規模の店舗に広がっている事例である（東京都）。                                                                      |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（社員）                 | それ以外   | ・当社はストックビジネスで値上げが難しく、売上伸長のためには加入者数の増加しかないが、低調な獲得が続いている。社員の給与も頭打ちで、物価高を節約でしのいでいる状態である。離職者は増えていないものの、新規採用では応募者が全く集まらず、人手不足が続いている（東京都）。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（局長）                 | 販売量の動き | ・契約数に伸びはないが、前年同月比では微増しており、良くも悪くもない状況が続いている（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が相変わらず強い。                                                                                                |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（経理担当）               | お客様の様子 | ・いろいろな生活用品の値上げが続いており、気が付いたら毎月の生活費を使い切っているため、余暇には余りお金を回していないと客が話している。                                                                 |

|   |                        |        |                                                                                                                                                                 |
|---|------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | 通信会社（管理担当）             | 販売量の動き | ・通信回線の光ファイバー化のエリアを広げたが、顧客獲得に対する改善効果は薄く、販売量に結び付いていない状況が継続している（東京都）。                                                                                              |
| □ | 通信会社（営業担当）             | 来客数の動き | ・マーケットに対する新政権発足の影響はまだそこまで現れていない（東京都）。                                                                                                                           |
| □ | ゴルフ場（従業員）              | お客様の様子 | ・天候が悪く、客足が伸びない。                                                                                                                                                 |
| □ | パチンコ店（経営者）             | 来客数の動き | ・前政権から新政権誕生までの間、国会が開催されず、減税や景気対策等の遅れが響いている。                                                                                                                     |
| □ | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員） | お客様の様子 | ・平日の客の動向を見ていると、来場客数自体が少ない。法人予約の問合せはあるものの、年末の繁忙期も例年同様の予約状況である（東京都）。                                                                                              |
| □ | その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）  | 単価の動き  | ・秋に入り、インバウンドは回復傾向にあるものの、単価はさほど伸びていない（東京都）。                                                                                                                      |
| □ | 美容室（経営者）               | 来客数の動き | ・来店頻度がなかなか戻ってこない。                                                                                                                                               |
| □ | その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）    | 来客数の動き | ・特別に来客数が増えるわけでもなく、横ばいである。                                                                                                                                       |
| □ | 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62%となり、景気は悪い。3か月前と比べると販売量がやや落ちているが、景気が悪い結果に変わりはない。来年度の住宅に関する補助金はどうなるのかは、例年11月に分かるため、様子見の客が増えている。また、金利が上がりローン破綻の可能性というニュースを見る機会が増えたため、客の動きが停滞している。 |
| ▲ | 一般小売店〔家具〕（経営者）         | 販売量の動き | ・3か月前と比べると悪くなっている。やはり物価高の影響かとみている。来客数が少なく、販売量もやや落ちている。新政権となり、この先どのように変わるか様子をみていきたい（東京都）。                                                                        |
| ▲ | 一般小売店〔酒類〕（経営者）         | 来客数の動き | ・秋から多くの食品が更に値上がりし、生活者は苦しい状況に置かれている。                                                                                                                             |
| ▲ | 一般小売店〔傘〕（店長）           | 来客数の動き | ・晴雨兼用傘の需要が一段落し、来客数が減っている。                                                                                                                                       |
| ▲ | 一般小売店〔書店〕（総務担当）        | お客様の様子 | ・米国での大学に対する補助金削減などの影響により、米国の大学における学術資料購入数が減少している。影響を受け、当社の受注も落ち込んでいる（東京都）。                                                                                      |
| ▲ | 百貨店（企画宣伝担当）            | 単価の動き  | ・高額品を購入できる層と、日用品の値上がりに負担を感じる層とに2極化している。                                                                                                                         |
| ▲ | スーパー（総務担当）             | お客様の様子 | ・物価が上がっているため、節約志向が強い。プライベートブランド商材が売れている。                                                                                                                        |
| ▲ | スーパー（ネット宅配担当）          | 来客数の動き | ・来客数が減少している。会員の来店情報をみると、来客数は大きく変化していないが、来店回数が減少している。                                                                                                            |
| ▲ | コンビニ（経営者）              | 来客数の動き | ・来客数、客単価共に落ちている。                                                                                                                                                |
| ▲ | コンビニ（経営者）              | お客様の様子 | ・大型店の特売合戦が続いているため、ますます大型店に客が流れている。売上、来客数の減少が続き、利益が大幅に減っている。                                                                                                     |
| ▲ | コンビニ（経営者）              | 来客数の動き | ・客単価は物価上昇に伴って上がっているが、その分買上点数が減少し、来客数も5%程度減少している。気温が下がり、夜の売上がやや落ちている。                                                                                            |
| ▲ | コンビニ（経営者）              | 来客数の動き | ・商材の値上がりのため、客単価は変わっていないものの、来客数が前年比4～5%減少する状態が続いている。客はドラッグストア等、できるだけ安価に販売している店舗に行っている。                                                                           |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）            | 来客数の動き | ・最近の急激な気温低下で来客数が減り、ソフトドリンクや酒類の売上が減少している。弁当、おにぎりといった主食系は変わらずに推移しているものの、全体的な客足の減少が今後どのように影響してくるか心配である（東京都）。                                                       |

|   |                       |        |                                                                                                                                      |
|---|-----------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▲ | コンビニ（エリア担当）           | 来客数の動き | ・担当店舗の近隣に競合店となるスーパーが開業したため、来客数が前年を大きく割っている。特に、総菜や飲料の落ち込みが激しく、女性客が遠のいている（東京都）。                                                        |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）           | 来客数の動き | ・来客数が前年割れし始めている。3か月前は100%を超えていたが、今は99.6%と低調に推移している。                                                                                  |
| ▲ | 衣料品専門店（統括）            | 来客数の動き | ・気温が下がらず秋物需要が伸び悩み、来客数は苦戦している。                                                                                                        |
| ▲ | 家電量販店（店長）             | 来客数の動き | ・季節要因として、気温が高い日が続く、暖房器具の立ち上がりが遅く、来客数が想定より少ない日が続いている。客の生活防衛意識が強く、1度の来店で購入に至ることが少なくなっている。競合他社との比較が依然として多く、財布のひもは固い。                    |
| ▲ | 乗用車販売店（経営者）           | 単価の動き  | ・物価上昇が続いている。                                                                                                                         |
| ▲ | 乗用車販売店（販売担当）          | お客様の様子 | ・新車の売行きが良くなく、客から継続車検にすることにしたとか極力安く行いたいという依頼があることから、景気は良くない。また、他社の話だが、大手自動車グループが合弁会社化を図っている。新車の売行きが良くないことから、販売子会社を合併し、総数を減らしている（東京都）。 |
| ▲ | 乗用車販売店（総務担当）          | 販売量の動き | ・新車の需要が低下し、販売量、売上が著しく落ちている。                                                                                                          |
| ▲ | 乗用車販売店（営業）            | それ以外   | ・車の買取価格が下がっているため、支払単価も変わってきて、客の動きが悪くなっている。買取りが悪いと乗り換える客もいる。                                                                          |
| ▲ | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）  | 来客数の動き | ・天候不順が続いたため、来客数が少ない。客単価も下がっている。                                                                                                      |
| ▲ | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | お客様の様子 | ・物価高による可処分所得減少からか、相変わらず財布のひもが固い客が多い（東京都）。                                                                                            |
| ▲ | 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、ランチはまだ客が来店するものの、夜は接待もなくなり、職場の飲み会も減っている。どうにか景気を良くして、人々の考え方が変わらないと、飲食店全てが厳しくなる。                                             |
| ▲ | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）       | お客様の様子 | ・客層が、お金に余裕がある層、領収書を切れる層が多く、会社員同士の来店はほとんどない。物価高の影響で当店のような客単価5000～6000円の店には来店しにくくなっているとみている（東京都）。                                      |
| ▲ | その他飲食〔カフェ〕（経営者）       | 来客数の動き | ・今夏は暑かったため、客足が少なかった。涼しくなり客足が戻ってくると考えていたが、なかなか戻らない。食料品や日用品の値上がりで、生活必需品が優先され、嗜好品への支出を抑えているのが現状のようである。安価な物が売れやすい傾向にある（東京都）。             |
| ▲ | タクシー運転手               | お客様の様子 | ・昼間は全体的に仕事ができています。病院、会社、駅等において、平均して利用があって良い。夕方は居酒屋等の送迎が少なくなっている。店仕舞する居酒屋が増え、夜の仕事に苦戦している。                                             |
| ▲ | タクシー運転手               | お客様の様子 | ・暑さが落ち着いてきたため、利用客が減っている（東京都）。                                                                                                        |
| ▲ | タクシー（団体役員）            | 来客数の動き | ・天候が安定しているため、電車やバスでの移動が苦にならないようである。また、引き続き夜間の人出がなく、長距離の乗客は皆無である。                                                                     |
| ▲ | 通信会社（経営者）             | 販売量の動き | ・交渉中の案件が受注まで時間が掛かっている。工事等も減少傾向である（東京都）。                                                                                              |
| ▲ | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子 | ・必要最低限のサービスを希望する客が多い。以前よりも価格の見直しを希望する客が増えている。                                                                                        |
| ▲ | 通信会社（営業担当）            | 単価の動き  | ・これまで1度も値上げをしてこなかったが、仕入価格の上昇が止まらないため、来年1月より当社も値上げせざるを得なくなった（東京都）。                                                                    |
| ▲ | 観光名所（職員）              | 来客数の動き | ・週末の天候不順による影響が大きい（東京都）。                                                                                                              |

|                             |   |                     |              |                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------|---|---------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | ▲ | ゴルフ場（経営者）           | 来客数の動き       | ・来場者数が前年同月比98%で推移している。                                                                                                                                                                                                                |
|                             | ▲ | ゴルフ場（従業員）           | 来客数の動き       | ・10月も中旬を過ぎ、本来なら暑さもなく過ごしやすい季節で絶好のゴルフシーズンである。しかし、急激な気温低下や天候不良が多く、思うようには来場者が増えてこない。                                                                                                                                                      |
|                             | ▲ | その他サービス〔保険代理店〕（経営者） | 販売量の動き       | ・顧客が減少しており、それに伴い売上も減少している。                                                                                                                                                                                                            |
|                             | ▲ | 設計事務所（経営者）          | 競争相手の様子      | ・円安、物価上昇から消費活動を控える動きが多くなっている。                                                                                                                                                                                                         |
|                             | ▲ | 設計事務所（職員）           | 販売量の動き       | ・単純に市場の発注量が減っており、受注も伸びない（東京都）。                                                                                                                                                                                                        |
|                             | ▲ | 住宅販売会社（従業員）         | 販売量の動き       | ・半期決算後の月だが、いつもより受注がやや悪い。                                                                                                                                                                                                              |
|                             | × | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当）   | お客様の様子       | ・店頭部においては、今月は降雨日がとても多く日照時間が少なかったことと、急激に寒くなったこともあって、そもそも人出が少なく、来客数が2割ほど減少している。加えて10月から値上げされた商材が相当数あり、紙製品等が値上がりしたため、価格を見て買い控える客が結構多い。外商部では、通信販売も行っているものの、代理店となっている大手通信販売会社がランサムウェア攻撃を受けている影響により、システムが利用できなくなっている。                       |
|                             | × | 衣料品専門店（役員）          | 来客数の動き       | ・ここ数年で最も悪い。上旬の気温の高さの影響もあったが、寒くなった下旬も客足が伸びない。                                                                                                                                                                                          |
|                             | × | ゴルフ場（経理担当）          | 来客数の動き       | ・10月に入り猛暑も一服し、稼働率は前月比で一定の改善を示したものの、その効果は夏季の業績低迷を穴埋めするには遠く及ばず、限定的である。プレーフィーが高額な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ている。来場者の中心が会員であるため、収益の確保は困難である。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、事業継続に関わる問題となっている。 |
|                             | × | 競輪場（職員）             | それ以外         | ・一時的な事業休止により悪くなっている。                                                                                                                                                                                                                  |
|                             | × | その他住宅〔住宅資材〕（営業）     | 販売量の動き       | ・新築着工数減少による建材需要への影響は大きく、まとまった物件があったとしても総量は漸減となり、歯止めになっていない（東京都）。                                                                                                                                                                      |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(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   | ・例年どおり、この時期は受注量が増える（東京都）。                                                                                                                                                                                                             |
|                             | ◎ | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前と比較して確実に良くなっている（東京都）。                                                                                                                                                                                                            |
|                             | ○ | 食料品製造業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・気温が落ち着き、来客数が真夏の1.5倍くらいになり、売上も伸びてきている。                                                                                                                                                                                                |
|                             | ○ | 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、名刺印刷の仕事をしている。今月は、会社設立は1件だけだったが、長く使える印材が良いとか、正方形の角印やゴム印など、会社設立に関してかなりお金を掛けても良いという客であったため、客単価が上がっている（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 | ・半導体製品の大口価格が、A I普及の影響とみられる品薄感から継続して上昇している。                                                                                                                                                                                            |
|                             | ○ | 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堅調であり、今後も継続が見込まれる（東京都）。                                                                                                                                                                                              |
|                             | ○ | 不動産業（総務担当）          | 取引先の様子       | ・オフィス、店舗共に満床状態が続き、店舗の売上も前年同月比で増加しており、景気は上向きである（東京都）。                                                                                                                                                                                  |
|                             | ○ | 税理士                 | 取引先の様子       | ・新首相が行う経済対策への期待が大きい。株価は5万円を超える勢いで上昇している。米国大統領との会談で少しでも有利な関税交渉ができれば、景気の上向き感到に拍車がかかる。                                                                                                                                                   |

|   |                      |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|----------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | 経営コンサルタン             | 取引先の様子       | ・米国の関税政策の影響がある程度のところでは落ち着き、経済活動が動き始めている。中小製造業の受注がやや回復しつつある（東京都）。                                                                                                                                                                                                                    |
| ○ | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | それ以外         | ・新政権になり、期待から大きく株価が上がっているため、含み益が大きくなっている（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   | ・受注量の動きからみて、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   | ・値上げによる売上増加はあるものの、販売量は微増である。客は値上げに対して否定的ではないものの、先行きは不透明である（東京都）。                                                                                                                                                                                                                    |
| □ | 繊維工業（従業員）            | 受注量や販売量の動き   | ・今年の春夏物の受注量については結果的に回復傾向がみられたが、秋冬物については低迷している（東京都）。                                                                                                                                                                                                                                 |
| □ | 出版・印刷・同関連産業（経営者）     | 競争相手の様子      | ・見積依頼は多いものの、実際に仕事につながる割合は必ずしも高くない。今後は新政権下で中小企業にとってより良い環境が整うことを期待している。                                                                                                                                                                                                               |
| □ | 金属製品製造業（経営者）         | 受注価格や販売価格の動き | ・単価の高い仕事はもらえるが、絶対数が少ない。                                                                                                                                                                                                                                                             |
| □ | 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き   | ・多少の波はあるものの、取引量は総じて一定以上の水準を保っており、今後も同様の状態が続く。                                                                                                                                                                                                                                       |
| □ | 輸送用機械器具製造業（総務担当）     | 取引先の様子       | ・自動車メーカーの生産動向に変わりはない。米国の関税政策の影響も落ち着いてきている。                                                                                                                                                                                                                                          |
| □ | 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いるため、停滞している。                                                                                                                                                                                                                                                              |
| □ | 建設業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き | ・官庁案件で入札不調となる案件が増えてきている。価格が上昇しているのに、予算額がそれに付いてきていない。                                                                                                                                                                                                                                |
| □ | 輸送業（経営者）             | それ以外         | ・運賃改定を受け、収支は改善に向かっているものの、取扱量や納品先が減少している。また、車両手配や燃料価格等、全てに渡って価格が高騰、高止まりしているため、先行きを注視している（東京都）。                                                                                                                                                                                       |
| □ | 輸送業（経理担当）            | それ以外         | ・燃料価格の高騰、人件費の増加が続いており、収益が伸び悩んでいる。                                                                                                                                                                                                                                                   |
| □ | 輸送業（総務担当）            | 取引先の様子       | ・繁忙期になり、物量も多少増えてきたが、燃料価格の高騰が続いており、想定以上の収益は見込めない。                                                                                                                                                                                                                                    |
| □ | 通信業（広報担当）            | 受注量や販売量の動き   | ・一時期よりやや良くなってきてはいるものの、依然として低迷している（東京都）。                                                                                                                                                                                                                                             |
| □ | 金融業（総務担当）            | 取引先の様子       | ・建設業では仕事が3年先まで決まっているところが多く、特に収益物件のビル工事の受注が多い。収益物件の売買先はR E I Tが占めている。現場では監督を含めて人手確保が大変で、人手さえ確保できれば仕事は幾らでもあるとのことである。小売業では食品関係の値上げが続いており、消費者の必要最低限の購買も続いているため、売上は横ばいである。運送業は、やはり燃料価格の高騰と人手不足に伴う人件費増加が収益を圧迫している。不動産業は、在庫が増えて売行きが落ちており、金融機関の金利上昇によって利息負担が増加している。観光業はインバウンド効果が続いている（東京都）。 |
| □ | 金融業（支店長）             | 取引先の様子       | ・中小企業は物価高、賃金上昇に悩んでいる。また、大手企業並みには賃上げできないため、人材不足が解消されず、求人状況も芳しくなく、倒産の危機に直面している企業も多い。                                                                                                                                                                                                  |
| □ | 金融業（営業担当）            | 取引先の様子       | ・当エリアの主幹業種である鋳物関連の受注状況は依然として低調なまま推移している。年末に向けた受注の上積みも余りみられず、近々に好転する兆しも見受けられない。また、円高定着の影響から輸入卸関連業種の収益性悪化が顕在化しつつある。不動産業においても、建築基準法改定の影響もあり、着工の大幅遅延等、ブレーキが掛かっているようである。                                                                                                                 |

|                       |                          |                         |              |                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------|--------------------------|-------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | <input type="checkbox"/> | 不動産業（経営者）               | 取引先の様子       | ・景気の動向は変わらない。当ビルで長らく営業していた精肉加工販売店が後継者不在で閉店し、昔からの入居テナントはパチンコ店のみとなった。店舗面積が40平米くらいの喫茶店があるが、付近にファーストフードや大手コーヒーチェーンがあるため、客もまばらで営業していけるのか心配していたところ、案の定、今月中旬で閉店の貼紙が出され、2年足らずで閉店することとなった（東京都）。 |
|                       | <input type="checkbox"/> | 広告代理店（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の飲食店では、猛暑のピークが過ぎても客足の戻りは限定的で、売上水準はおおむね横ばいとなっている。秋の新メニューやキャンペーンの準備は進んでいるものの、販売数量や予約状況に大きな伸びはみられない。一方、当社へのデザイン依頼件数も前月と同程度かやや少なめで推移している。全体としては、動きはあるものの景気の方角感を見極めにくい状況が続いている（東京都）。    |
|                       | <input type="checkbox"/> | 広告代理店（従業員）              | 受注量や販売量の動き   | ・9月は悪すぎたが、10月はやや良いという程度である（東京都）。                                                                                                                                                       |
|                       | <input type="checkbox"/> | 税理士                     | それ以外         | ・夜に近隣駅まで商店街の飲食店をのぞいて帰るが、新型コロナウイルス感染症発生前は結構客が入っていた店でもやはり満員とはいかず、7～8割程度である。客が入っていない店は潰れていくが、入っている店でもそのような状態である（東京都）。                                                                     |
|                       | <input type="checkbox"/> | 社会保険労務士                 | 取引先の様子       | ・資金繰りが厳しい会社や、補助金や助成金などを活用したい会社が見受けられる（東京都）。                                                                                                                                            |
|                       | <input type="checkbox"/> | 経営コンサルタント               | 取引先の様子       | ・最低賃金引上げの影響などもあり、利益は圧迫されているが、更なる価格転嫁は難しくなっている。                                                                                                                                         |
|                       | <input type="checkbox"/> | その他サービス業〔警備〕（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き | ・福利厚生費が負担になり、利益が圧迫されている。物価高に伴って料金を上げられないのが現状である。                                                                                                                                       |
|                       | <input type="checkbox"/> | 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   | ・値上げ交渉が保留になっている（東京都）。                                                                                                                                                                  |
|                       | ▲                        | 出版・印刷・同関連産業（所長）         | 取引先の様子       | ・年末に向けて一旦閑散期となるタイミングではあるが、広告宣伝に掛ける予算が年々減少し、自前で作成する傾向が非常に強くなってきている（東京都）。                                                                                                                |
|                       | ▲                        | プラスチック製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・今年度当初からリニューアルした化粧品容器の受注が一段落し、売上が激減している。                                                                                                                                               |
|                       | ▲                        | 精密機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・半導体部品関係の安定した受注がなく、苦しい。                                                                                                                                                                |
|                       | ▲                        | 建設業（従業員）                | 受注価格や販売価格の動き | ・物価高の影響により、受注量が増えても利幅がとて少ないため、今後が心配である。                                                                                                                                                |
|                       | ▲                        | 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   | ・値上げアナウンスの影響か、客の取引頻度が下がり、受注量が減少傾向にある。例年同期比で1割程度下回っている。                                                                                                                                 |
|                       | ×                        | 金属製品製造業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・当社は建設機械部品を製造しているが、国内向け受注が減少している。工事費が上がっていることで、工事を発注したいが見送ろうと考える人が増えてきているためだと聞いている。                                                                                                    |
|                       | ×                        | 建設業（経営者）                | 競争相手の様子      | ・原材料価格の高騰と人手不足で、忙しいのに良いと考えられない。                                                                                                                                                        |
| 雇用<br>関連<br><br>(南関東) | ◎                        | 人材派遣会社（社員）              | 求人数の動き       | ・請負案件の受注が好調である（東京都）。                                                                                                                                                                   |
|                       | ○                        | 人材派遣会社（支店長）             | それ以外         | ・前年比110%弱の勢いで派遣依頼が堅調である。成約数も同程度となっている（東京都）。                                                                                                                                            |
|                       | ○                        | 人材派遣会社（社員）              | 求人数の動き       | ・年末の繁忙期に向けて求人数が増えている。                                                                                                                                                                  |
|                       | ○                        | 求人情報誌製作会社（広報担当）         | 採用者数の動き      | ・全体的に中途採用の求人数が増えている。それに加えて賃金も高くなっている。大手企業を中心に景気が良くなっている（東京都）。                                                                                                                          |
|                       | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（支店長）             | 求人数の動き       | ・派遣求人数が増える時期ではあるが、依頼背景は社員、派遣スタッフの欠員のためである。                                                                                                                                             |

|  |                                     |                  |         |                                                                                       |
|--|-------------------------------------|------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社<br>（社員）   | 求職者数の動き | ・年末が近づき、求職者数が減ってきている（東京都）。                                                            |
|  | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社<br>（社員）   | 採用者数の動き | ・若干上向いているようにも見受けられるが、現時点では変わらない（東京都）。                                                 |
|  | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社<br>（社員）   | 求人数の動き  | ・下期に向けての派遣社員の交替や増員案件も落ち着いたため、前月と比較すると求人数は減少しているものの、3か月前と比較した場合、求人数はおおむね横ばいである（東京都）。   |
|  | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社<br>（営業担当） | 求人数の動き  | ・今月は求人数が若干鈍化している。前年比、前月比共に減少している。求職者数をみても、新規派遣登録者数が若干伸び悩んでいる（東京都）。                    |
|  | <input type="checkbox"/>            | 人材派遣会社<br>（営業担当） | 雇用形態の様子 | ・製造業からのエンジニアの引き合いは変わらず多い（東京都）。                                                        |
|  | <input type="checkbox"/>            | 職業安定所（職員）        | 周辺企業の様子 | ・建設業等の事業所閉鎖が増えている一方、飲食店の出店は増えている。ただし、飲食店や介護等のサービス業は人手不足により十分に稼働できず、計画どおりの収益を確保できていない。 |
|  | <input type="checkbox"/>            | 民間職業紹介機関（経営者）    | 採用者数の動き | ・求人数と応募者数は多いが、マッチする人がなかなかおらず、決まらない（東京都）。                                              |
|  | <input checked="" type="checkbox"/> | 人材派遣会社<br>（社員）   | それ以外    | ・物価の上昇スピードに賃上げのスピードが全く追いついていない（東京都）。                                                  |
|  | ×                                   | *                | *       | *                                                                                     |