

## 1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：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 (北海道)		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年は猛暑であったが、9月に入り気温が多少下がってきたことから、人出が増え始めてきた。観光客も非常に多く、街中にも活気が出てきた。ただし、依然として例年よりも気温が高いことで、そろそろ収穫期を迎える農業の不作や漁業の不漁がみられており、今後の物価高騰が懸念材料となっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・残暑の影響でエアコンの販売量が伸びているほか、電気料金の高騰に伴って電気温水器の入替え需要が旺盛であり、売上が伸びている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・売上がコロナ禍前の水準に近づいてきているなど、回復の兆しがみられる。各種イベントの再開も売上増加に寄与している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・9月の売上は前年比100%を達成している。特に即食、菓子、日用品が伸びている。また、商品単価が上がっているにもかかわらず、販売量が前年を上回っている。客の節約志向は確かにみられるものの、目新しい商品や新商品などはある程度価格が高くても売れており、売り方によっては客が買うようになっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・観光関連の需要回復に国としても力を入れていることもあって、行楽需要が回復している。周辺の道路の様子をみても、車の流れから人の動きが活発になっていることがうかがえる。ただし、スーツ関連の需要は著しく低下している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・売上、来客数共に、前年を上回っている。特に暑さの影響で夏物家電が健闘している。ただし、暖房器具などの出足は鈍い。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来客数が増えてきている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・夏季繁忙期の航空需要をみると、国内線はコロナ禍前の水準にほぼ回復している。また、空港周辺の工業団地に半導体製造企業の進出が決まり、社屋工事が始まったことで工事関係者の動きも活発になっている。国際線も7月から中国便が再開したことで、9月の国際線利用者数はコロナ禍前の90%程度まで回復している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスやインフルエンザなどの新規感染者が増えてきているものの、客の動向は良くなってきている。ただし、コロナ禍で業績悪化した企業が多いこともあって、需要は2019年の水準までは戻っていない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行需要が高まり、客がコンスタントに来店している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・当社全体でのタクシーの売上をみると、9月は2022年比でプラス10%であった。ただし、2019年比ではマイナス25%であり、コロナ禍前と比べると大幅なマイナスが続いている。タクシー1台当たりの売上は、2022年比で約20%のプラスとなっており、コロナ禍前と比べても25%のプラスとなっているが、乗務員不足で稼働しているタクシーが減っているため、会社の売上はなかなか増えてこない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・地域イベントが再開していることで、人流はコロナ禍前の状態に回復している。観光客の入込も好調であり、景気は良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今年の夏は4年ぶりに数々のイベントなどが開催されたこともあって、3か月前と比べると景気はやや良くなっている。ただし、秋から冬にかけての動きにも注視していきたい。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・毎年9月に発売される話題の通信端末の販売量が前年の1.5倍を超えるなど、好調である。予約分も考慮すると、当面は前年以上の販売量が期待できる。	

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
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・当施設の利用者数は引き続き回復基調にある。ここ数か月、国内客については、ファミリーやカップルが目立っている。また、外国人観光客については、台湾からの団体客を中心に増え続けており、欧米からの個人客も増えている。コロナ禍前の日常が戻りつつある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響で8月の来客数が減少したことの反動がみられる。9月は来客数、売上共に、前年比で20%以上の増加となっている。客からは、いまだに新型コロナウイルス感染症にかかったとの話が一定数みられるが、客に余り深刻な様子はみられない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・旅客、車両共に、見込みどおりの伸びがみられる。特に車両は普通乗用車の利用が大幅に増加している。
		商店街（代表者）	単価の動き	・高額品が少しずつ動き始めている一方で、中価格帯の商品の売行きが低迷しており、2極化が進んでいる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は2022年比で173.3%、2021年比で488.5%、2020年比で393.1%、コロナ禍前の2019年比で106.2%となっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・夏休み後の閑散期となる秋シーズンを迎えているが、旅行者が想定していたほど減っていない状況にある。年配客を中心に小規模団体の旅行が増えており、前年比140%ほどの乗降客がみられる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・残暑の影響で秋物の動き出しが鈍いものの、来客数は横ばいで推移している。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・一部の富裕層については、購買単価が上昇傾向にあるものの、一般客については、消費マインドが上向いてこない。燃料価格の高騰や物価の上昇が影響し、生活防衛意識が強くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の影響が大きく、衣料品の秋物商材が動かない。一方で旅行関連商材は顕著に伸びている。全体で見ると、前年並みの実績となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店対策で施策を行っても、ほとんど景気の変わらない状況が続いている。また、これから冬に向かっていくにつれて、商圏が狭くなることから、今と変わらない状況が続くことになる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上は商品単価の上昇に伴って、前年を上回る状況が続いている。一方、1人当たりの買上点数は引き続き減少しており、買い控えの傾向は収まっていない。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・新店のオープンセールで、米や基礎調味料などを保存するための商品が異常なほど売れた。客の節約志向が強まり、お買い得な時に商品をまとめて買う傾向が顕著になっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品単価が上昇していることで、来客数の減少を懸念していたが、今のところは前年を上回っている。それに伴って売上も増えている。
		衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・気温の高い状況が続いているが、秋物を買う客が徐々に増えてきている。ただし、客の動向をみると、まとめ買いをすることは余り多くなく、今必要な商品だけを買うことが多い。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型車の発売を目前に控えているにもかかわらず、客の動きがみられない。商談や予約もみられない状況となっている。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・インバウンドや国内旅行者が順調に回復していることで、観光関連やそれに携わる企業の景気は良くなっているが、建設業など、中小企業の倒産も多いことから、必ずしも景気が回復しているとはいえない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は変わらないが、夏枯れの時期ということもあって、販売量は落ち込んでいる。物価が上がり、家計の負担が増えているため、客の財布のひもは固くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・大型の店舗外イベントを実施したが、一般客の動きが鈍く、コロナ禍前の来客数には至らなかった。新車の納期が半年から1年待ちとなっていることもあって、客の購買意欲が低下している。

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
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・9月の売上は8月ほどではなかったが、来客数やや落ち着いたことで、良いサービスを客に提供することができた。前月は低単価客の利用が多く、スタッフの人手不足もあって大変だったが、今月はスタッフ人数に適正な来客数であった。地方の観光地では、航空機減便の影響により、前月よりも来客数の減っている店舗が多いようだが、イベントの再開などによって落ち込みをカバーできている店舗もみられる。新型コロナウイルス感染症対策で受けた融資の返済を始めた店舗もみられるなど、明るい話題もちらほらみられる。地方のビジネスホテルでは、ようやく空室が出てくるようになり、高騰していた宿泊料金が落ち着き始めている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客は横ばいでの推移となっている。8月はお盆や夏休みの帰省などで旅行客の動きが活発であったが、9月は落ち着いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・まだ通常時の状態には戻っていない。女性が接客を行うような飲食店については、今年一杯は厳しいとみられる。
		観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・季節的な要因を除けば、景気が上向くような要因も下向くような要因も確認できない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客の利用が増えることを期待していたが、それほどでもなかった。むしろ9月中旬以降は若干の減少であった。
		通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信キャリアの政策が影響し、景気は横ばいでの推移となっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・ここ3か月、売上は前年をやや下回っているものの、安定して推移している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・木造住宅が引き続き低調に推移しており、売上が増えてこない状況にある。木材や建材の価格もそれほど下がっているわけではない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客の購入意欲は余り変わっていないものの、以前よりも価格に敏感になっている。当然のことだが、金利の動向を気にしている客も多い。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・土産店、ホテル、夜型飲食店については、低調ながらも回復傾向にあるが、その他の物販については厳しい状況が続いている。特に衣料品店や装飾品店などは物価高の影響もあって、客の買い控えが浸透しており、他業種が少しずつ回復に向かっているなかであっても、やや悪い状態から抜け出せないでいる。全体的に、景気は3か月前と比べて悪くなっている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・最近の値上げに伴って、来客数に影響が出ている。燃料価格が高騰していることもマイナスである。
		一般小売店（経営者）	販売量の動き	・売上、来客数共に、減少傾向にある。先行きが不透明になってきている。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・10月からの値上げを前にして駆け込み需要がみられたが、10月に入ると同時に需要が落ち込むとみられるため、全体的に景気はやや悪い状況にある。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・8月と比べると、9月は客の動きが鈍い。夏の観光シーズンが終盤を迎えたことも一因ではあるが、10月からのメーカー値上げやエネルギーコストの上昇が客足を鈍らせている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・物価高騰が収まらないなか、おにぎりや弁当などの主食商品について、客が価格を気にしながら購入している。また、キャンペーン商品や値引き商品に対する客の反応が以前よりも良くなっていることも、客が価格に対して敏感に反応している現れである。客単価も下がりつつある。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・気温が高めに推移していることから、秋冬物商材を買い求める客が例年と比べて少ない。また、様々な商品の価格が上昇していることで、購入を必要最低限にとどめる様子もみられる。
		その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・商材の値上げに伴って、卸売店と小売店のいずれも客の購買意欲が低下している。季節商材にも影響が出ている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・秋の紅葉シーズンに入ったものの、国内客の動きが鈍い。特に団体客はバス不足の影響もあって、催行が減少している。

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
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・問合せ件数や乗客数はそれほど悪くないものの、成約数が減少傾向にある。ホテルの宿泊料金や交通費が高騰していることが要因とみられる。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・8月と同様の状況が続いている。特に海外旅行については、物価高、円安、燃油サーチャージ高騰の影響で旅行料金が大幅に上昇している。客は、コロナ禍前の価格水準をイメージしていることが多いため、見積りを提出した時点で旅行を見送ることになる。こうした状況が続く限り、海外旅行の増売は困難である。
		通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信事業者の代理店政策が大きく影響しており、景気はやや悪い状態にある。
		美容室（経営者）	単価の動き	・買い控えを公言する客の声をよく聞くようになった。
	x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・秋になっても猛暑が続いているため、景気は悪くなっている。
	x	タクシー運転手	販売量の動き	・夏のイベントなどが終了したことで人出が一段落している。また、通常時の生活に戻っていることで、消費マインドも低下している。
企業 動向 関連		*	*	*
(北海道)		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果実の収穫が始まったこともあって、景気はやや上向いている。ただし、猛暑の影響で果実の収穫量が例年よりも少なくなっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月の販売量は前年比マイナス21%であったが、3か月前の6月の販売量は前年比マイナス36%であったことから、景気はやや良くなっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先全般から、業務繁忙、人手不足との声を聞く機会が増えている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・卸売・小売業、ホテル・旅館業、旅客運輸業、食品製造業など、個人消費関連業種や観光関連業種において、売上、利益共に改善しているとの声を聞く機会が増えている。また、原材料価格の上昇を懸念する声が増えていることから、価格転嫁が進んでいる様子もうかがえる。ただし、人手不足や賃上げによる人件費増加を懸念する声が増えている。
		その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は引き続き前年から微増している。都市部を中心に、民間建設投資が旺盛であり、こうした状況はしばらく続くことになる。
		その他サービス業 [建設機械リース]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・国内の建設投資についてみると、公共投資、民間設備投資共、堅調なことから、景気はやや良くなっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は3か月前と比べて変わっておらず、景気の悪い状況が続いている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・これまで、おおむね天候に恵まれていることもあって、各現場の工事進捗に遅れはみられない。完成工事高が計画を上回るペースで積み上がっている状況にも変化はみられない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上が前年から数%減少しているが、売上の減少幅以上に取扱量が減少していることから、回復傾向にはないものとみられる。販売価格が上昇していることで予算を達成している企業もみられたが、予算を下方修正していることも要因とみられるため、景気は変わっていない。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州において、異常なほどの猛暑が続いていることから、飲料関連の荷動きが見込みほど伸びていない。紙・パルプ、生乳も停滞している。一部の雑貨に動きはみられるものの、ベースカーゴの動きが鈍いことから、トレーラーの回転が悪く、コストアップにつながっている。一方、バターの保管量は極端には減っておらず、底堅く推移している。例年と比べると、全体的にトレーラー貨物の取扱量が減少している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・夏場から全体的に貨物量が減っており、悪いまま変わらない。
	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設業においては、単価上昇のほか、施工者不足もマイナス要因となっている。施工できる案件が限定されることで、建設を見送る状況も発生しており、案件の見送りが増加している。	
	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・人件費などが上昇しているものの、広告費に転嫁しづらい状況にあり、景気はやや悪くなっている。	

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
		司法書士	取引先の様子	・物価の高騰に伴う建築材料の値上げ、大工の人材不足などが重なり、住宅新築の費用がコロナ禍前の1.5倍以上になっていることで、新築着工数が減少している。タワマンなどのマンションについても、投機用としてはそれなりに売れているが、一般人には手が出ない状況となっている。これから冬を迎える北国においては、灯油、電気、ガソリンなどの出費が重くのしかかってくることになるため、景気が良くなることはない。
		司法書士	受注価格や販売価格の動き	・建築関連においては、資材価格の高騰や円安の影響により建築費用が上がっており、それを負担するために、下請や関連企業への支払額、賃金が抑制されている。さらに、原油価格の高騰、猛暑の影響による食品の値上げなどもあって、悪循環が続いており、景気はますます悪化している。
		その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	受注量や販売量の動き	・忙しくなる時期になっているが、ベース商材となる消耗品などの動きが悪い状況から抜け出せていない。
	x	*	*	*
雇用 関連 (北海道)		-	-	-
		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人数は3か月前よりも減少しているが、業績が良く、人がいれば更に業績を伸ばすことができると捉えている企業からの問合せが増えている。新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いていることで、企業の売上が伸びていることがうかがえる。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・若年労働力の不足が徐々に顕在化している。特に中小零細企業における求職者のエントリー件数が減ってきている。また、シニア層の雇用にもミスマッチが増えつつあり、しばらくは現状のまま推移することになる。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・人手不足と物価高が連日報道されていることで、人材を欲しくても採用できないというイメージや人件費を掛けることへの経営面での不安が強まっており、採用意欲の減退につながっている。Web上では求人数が増えているように見えるが、実際は前年よりも求人数が減っている。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・観光客の増加などもあって、経済活動が順調に回復しているようにみられるものの、飲食、小売、宿泊、その他サービス業など、関連する業界の求人数は横ばいで推移している。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・当地の主要産業の1つである介護業界において、人手不足によるサービス休止、施設廃止などの事例がみられるようになってきた。
		職業安定所(職員)	それ以外	・様々な商材の値上げが止まらず、賃金の上昇もそれに追いついていない。実質賃金が目減りしているため、雇用環境は厳しいまま変わらない。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・8月の新規求職者数が前年比6.1%増加と2か月ぶりに増加したなか、有効求職者数も1年1か月ぶりに増加している。また、新規求人数は前年比21.9%減少と7か月連続で減少しているものの、業況堅調な企業からは引き続き求人が公開されている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・当地における8月の有効求人倍率は0.90倍であり、3か月前との比較では0.02ポイントの上昇となっている。
		学校[大学] (就職担当)	求職者数の動き	・来春新卒者の就活はおおむね終了しているなか、追加募集に対して、景気が上向きの年は反応する学生が一定数みられるが、今年はそうした傾向がほとんどみられない。また、学生との会話から、親の経済状況が芳しくなく、仕送り額が2～3年前より減少しているとの話を聞く。一般市民の目線からは、景気の良さを感じられない。
		*	*	*

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
	x	-	-	-

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：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  (東北)		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・予想外に暑い日が続いたためサマーフォーマル、半袖シャツ、サマースーツ等の夏物ニーズがあり、9月に入っても売上が好調に推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月も大雨で水没した車があり、代替する車が何台もあったため、良くなっている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	販売量の動き	・秋に入っても好調が続いている。販売価格の値上げができていないため、仕入価格や人件費の上昇をカバーできている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・秋祭りが4年ぶりに通常開催となり、山車、みこしが繰り出され、街中が活気であふれ人出が多くなっている。
		一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・今年は残暑が厳しかったこともあり、今月に入っても飲食店への販売量、特に生ビールが好調である。また、祭りやイベント等も規制がない状態での開催となり、県内外から多くの人々が訪れ、にぎわいをみせている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が減少しているが1品単価が上がっており、客単価が前年を超えている。消費は若干良くなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・高価格の商品や大入り商品が売れており、客単価が上がっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の増加や値上げによる単価上昇により、売上は上向いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・相変わらず人の動きは良い。近隣のホテルの宿泊客が週末に来店しており、販売も順調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月に限ったことだが、大きい祭りが開催されたことで利益を出すことができています。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・高温の影響で売上は上がっていたが、気温が落ち着くとともに売上は伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・作業服等の売上が順調で特に暑さ対策の空調服がよく売れている。また、観光客が来るようになり土産品が売れている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・夏のイベントも通常どおり開催され、飲食店にも客足が少し戻っているとの話を聞く。当社でも来客数が増加傾向にあり、販売量も前年比130%で推移している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・配車量が増え、収益が上がっている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・来客数、新車受注数共に前年超えの状態が続いている。また、県内法人からの商談件数が増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数はコロナ禍の頃よりはかなり多くなっているが、日によって差があり、新型コロナウイルス感染症発生前のように安定していない。大人数の予約が若干増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・当県の全国旅行支援が今月末まで延長になったことから、来客数が多くなっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・閑散期であるが、売上は例年と比べて微増である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と同レベルであり、売上も予算を達成している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量は前年と同等であるが、人の動きが活発になり問合せも多くなっている。
	通信会社（社会貢献担当）	販売量の動き	・9月は新機種の発売があり、来客数及び販売数の増加がみられる。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の再来店率が前年比97%で、僅かながら回復の兆しがみえてきている。	
	その他住宅 [リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は残暑が続くエアコン工事が伸びている。リフォームは補助金制度の対象となっている断熱工事が特に増えている。	
	商店街（代表者）	販売量の動き	・街の中心部の人出は増えているが、売上に反映されていない。	
	一般小売店 [医薬品]（経営者）	販売量の動き	・多少の上がり下がりはあるものの、良い方向に向かっている状況に変わりはない。	

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
		一般小売店〔寝具〕(経営者)	販売量の動き	・相変わらず商品の動きが鈍い。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・秋物の商材は、猛暑が続き購買につながらなかった。月末ようやく気温が下がり、薄手のものから稼働し始めている。
		百貨店(催事担当)	販売量の動き	・時計、宝飾品といった高額品の売上が伸びたものの、残暑の影響で秋物衣料の立ち上がりが苦戦したほか、食料品も値上げの影響等で伸び悩んでいる。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・9月の1品単価は前年比で伸びがやや落ち着き6%台になっている。買上点数は前年より5%強落ち込んでいる。来客数は前年並みで、売上は前月に続き前年をクリアしている。しかし、原価上昇分を販売価格に転嫁したことや厳しい暑さが続いたことにより来客数が伸びず、依然として消費環境は厳しい状況が続いている。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・来客数は回復傾向にある。しかし、客は販売促進の強化時や割引品の購入などに集中している。値上げに対する意識が非常に高く、生活防衛意識は高いままである。単価が高いため売上は上がっているが利益率は低下している。
		スーパー(営業担当)	来客数の動き	・来客数の前年割れに変化はなく前年比96.3%である。買上点数も前年を割っている。いろいろなものが値上がりしているため、客は購買に慎重になっている。
		スーパー(商品担当)	来客数の動き	・3か月前と比較すると来客数が回復傾向にあるが、全体的には変わらない。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが、来客数が増えない。
		コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・記録的な猛暑により、売上は前年と比べて大きく改善している。しかし、公共料金の値上げが続き、配送に係る燃料費も非常に高くなっているため、利益は前年と大きくは変わっていない。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・来客数は外国人が来店しているため大分改善しているが、客単価が下がっている。特にたばこは単価の低い商品への切替えがみられ、夏盛りから売上が前年を割る状況になっている。客は少しでも価格の安い物を探して買物をしている。
		衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・ビジネス関連商品の衣替え需要が高まっていない。また、ふだん着需要においても単価が稼げる商品の動きが鈍くなっている。
		衣料品専門店(店長)	販売量の動き	・今月はブライダル需要が回復し売上が伸長しているが、ビジネス需要が猛暑により低迷しているため、トータルでは前年並みとなっている。
		衣料品専門店(総務担当)	販売量の動き	・客単価は若干上昇しているが買上点数が落ちている。また、暑い日が続いており秋物新商品の動きが悪い。
		家電量販店(従業員)	販売量の動き	・猛暑のお陰でエアコンなど季節商材が売れており、前年比200%以上となっている。しかし、テレビ等は前年比70%程度である。
		家電量販店(従業員)	来客数の動き	・前々月と前月は暑さの影響で季節商材を中心に売上や来客数はある程度好調に推移したが、今月は気温も落ち着いたため来客数、売上共に減少している。景気は3か月前と変わらない。
		住関連専門店(インテリアコーディネーター)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制は緩和されたが、ガソリン代や電気料金、食料品は値上がりする一方で賃金は上がらない。生活を優先するため、家を購入してもインテリアに掛ける予算は抑えられている。
		その他専門店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・直近3か月のなかでは動きが1番悪い。地方のお盆や夏の行事が一段落したことに加え、今年は米の収穫が早まって繁忙期が半月早いことも要因とみている。
		その他専門店〔靴〕(従業員)	販売量の動き	・前年と比べればよいが、新型コロナウイルス感染症発生前には届いていない。物価高騰で客の財布のひもが固くなっている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・猛暑の影響もあり7～8月の来客数は極端に少なかったが、今月は6月と同じくらいまで戻っている。しかし、全体的には低調であり、来客数は伸びていない。
		観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・来客数はやや苦戦している。秋の行楽シーズンに期待したい。

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
		観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・単価の低いプランに売上が集中しており、客単価が下がっている。来客数が多くても単価が低いため売上が上がらない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行と団体旅行の先行予約状況も含め、国内、海外共に3か月前とほぼ同水準で推移している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・イベントの開催があり、夏祭りがあった前月と同じくらいの人出がある。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・猛暑が続き、外出を控えて自宅でテレビをみる人が多かったためか、放送サービスの加入者数が増加している。一方、通信サービスは、競合他社の低価格戦略が浸透したため加入者の奪い合いが続いており、新規加入者数の伸びにブレーキが掛かっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価や燃料価格が高騰し、客が購入先を選んで経費削減に努めている状況は変わっていない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価の上昇は続いているが、その影響はみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・継続的な物価高や円安に伴う設備投資控えが続いている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・上旬は振りの客が前年比120%と増加したが、下旬は前年を割っており、来客数はほぼ前年並みに落ち着いている。
		競艇場（職員）	来客数の動き	・ほとんどが常連客である。たまに新規の若者が来場しても長居することはなく、その後も来場することはない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁案件においては発注物件数の減少や、働き方改革に伴う業務時間の制限等への懸念が業者間で話題となっている。民間案件は建設費の高止まりの捉え方によって客先の判断基準が異なり、それに左右される。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅は、建築費の高い注文建築より低価格の企画住宅の受注が増えている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数は前年同月比で大きな変化はない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・あらゆる商品が値上がりしたにもかかわらず、客単価が前年より10%減少している。これは、必要なものしか買わない、ついで買いはしないという客の購買状況を表しているとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・過去にも経験がないくらい、極端に売上が悪い日が続いている。台風の影響とみていたが、天候が回復しても状況は変わらない。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	販売量の動き	・9月に入っても真夏日が続き、中旬までは夏物衣料の残りしか売れなかった。下旬からは冬物衣料に並べ変えたため、秋物衣料の販売ができなかった分、売上の落ち込みにつながっている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・厳しい暑さが収まりつつあるなかで、顧客の関心は秋冬物に移行している。ただし、重衣料が苦戦し、売上も前年割れが続いている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・残暑により秋の季節商材の動きは厳しく、全体にも大きなマイナスの影響が出ている。また、売上をけん引してきた高額商品の動きが1年を回り鈍くなっているが、その分を好調なインバウンドでカバーしている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の建設関係の仕事がかなり減っており、その分、来客数が減っている。また、農家においては記録的な猛暑が続き作物の生育に影響していることから、財布のひもが固くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、売上が前年比で厳しい数値になっている。向かいに開店したドラッグストアの影響もあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加も一因とみている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量共に微減となっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・初夏からの高温で来客数の増加が続いたが、今月はやや悪くなっている。



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
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・例年、お盆、夏休み後の9月は売上が下がるが、今年は目的買いでの来店が多くなっており、ついで買いや衝動買いが激減している。たばこのついでにコーヒーも購入するとか、喉が乾いたからお茶を購入するというような動きが見られない。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・猛暑の影響が例年より秋物ニーズを感じない。
		その他専門店[白衣・ユニフォーム](経営者)	販売量の動き	・暑さが長引いた影響もあるが秋冬物の動きが良くない。また、10月から値上げがあるが、駆け込み需要は期待したほどではない。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・販売価格が急激に上がり、販売量は減少している。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	来客数の動き	・6月は2019年比で売上94%、来客数89%、客単価106%であった。今月は同じく2019年比で売上91%、来客数79%、客単価116%となっており、3か月前を大きく下回る状況である。
		高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・今夏のにぎわいが9月に入りやや鈍化しており、レストランの来客数に顕著に表れている。また、ホテルの宿泊客はいるものの朝食の喫食率が低下している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高の影響で客の動向が悪くなっている。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・中旬まで暑さが残り、来客数は低調に推移した。下旬も勢いがなく、3連休が2度あった前年と比べて2割減少の見込みである。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・9月もかなり暑かったため、客足が遠のいている。
	x	スーパー(経営者)	お客様の様子	・10月は4600品目超の値上げが控えており、お彼岸後は財布のひもが固くなっている。
	x	衣料品専門店(経営者)	それ以外	・周辺の道路整備で通行が不便になり客が来店しにくくなっていることに加え、9月にしては暑い日が続く秋物に気持ちが向きにくくなっており、悪い要因が重なっている。
	x	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・週に1度くらいはそこそこ入るが、コロナ禍に戻ったのではないかとというくらいほとんど客が来ない状況が続いている。
	x	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・芋煮会シーズンに入り野外で楽しむ人が多く、飲食店需要は皆無となっており、繁華街は人の流れが良くない。昼時は人の流れはあるものの、単価が安いと利益は出しづらい。さらに、物価高騰により家計負担が増加しており、飲食店まで消費が回らない。
企業 動向 関連  (東北)		農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・道の駅などでの販売価格が上がっており、販売量も上向きである。果物が豊富な時期であるため、果物目的の客も増えている。
		食料品製造業(製造担当)	受注量や販売量の動き	・イベントによる集客、団体ツアー、インバウンド等により、飲食店はお盆帰省後にもぎわっている。実店舗へ足を運んでの購買に移行しているため、通販は減っている。スタッフの確保と育成が急務であり、経費対策も見直しが必要となっている。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・選挙関連の印刷がある。また、広告が増えている。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注は相応にあり良好である。物価上昇の影響もない。
		建設業(従業員)	取引先の様子	・取引先からの増築・改築計画の相談件数が増えている。
		金融業(広報担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行以来、県内の観光宿泊業を主体に個人消費及びインバウンドが上向きに推移している。8月の夏祭りで降もその流れに変化はない。また、地元消費も堅調に推移している。
		その他非製造業[飲食料品卸売業](経理担当)	受注量や販売量の動き	・9月も気温の高い日が続いているため飲料の動きが良く、前年をやや上回っている。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年と比べるとイベントの開催が少ないため、週末の土産需要が減少しており、売上は前年割れしている。

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
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・地方経済においても、業界・業種によって動きのある・なしで2極化している。インバウンド関連業種は回復しており、関連受注も回復している。しかし、学校関連は、新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの感染拡大による学級閉鎖などから行事自粛の傾向にあり、完全回復には至っていない。
		金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・客先によって景気に差はあるが、たまたま良い客と取引ができているためか、全体で見ると販売量は横ばいである。
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前より見積件数が増えている。受注量も増えつつあるが、他社との競合や物価高の影響で利益率は厳しい状況が続いている。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・半導体関連の顧客からの受注量に回復がみられない。また、中国市場向けも政治リスクの関係で回復していない。
		輸送業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・原子力発電所の処理水放出により香港政府が水産物の輸入を禁止したことで、主力取扱商品である当県海産物の輸出が停止し、売上が減少している。
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・顧客の反応は鈍く、思うような成果があがらない状況である。
		広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・アフターコロナになり右肩上がり広告出稿が増えると期待していた。しかし、広告費を削減した状態で様子見している企業も多く、広告業界全体の業績は横ばいの状態である。
		経営コンサルタ ント	それ以外	・全体的に消費意欲は高まっているが、サービス提供側の人手不足により、十分な対応が難しくなっている。
		公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス、飲食関係は業績が回復しつつある。製造業は部品不足の影響があり、売上が伸びない。建設関係は好調を維持している。全体としての景気はやや良いと判断している。
		コピーサービス 業（従業員）	取引先の様子	・積極的な設備投資が増えてこない。また、値引き要請も継続している。
		その他企業〔企 画業〕（経営 者）	それ以外	・当地の宿泊施設においては、依然来客数の伸びがみられない。
		農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・猛暑の影響で米の品質が低下し、買取価格が低下している。
		食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・販売量が若干ながら前年を上回る状況が続いていたが、ここ2～3か月は前年割れしている。
		輸送用機械器具 製造業（経営 者）	取引先の様子	・受注量が減少している。先々の引き合い案件も減少している。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・主だった受注契約がない。
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・取扱い貨物の荷動きが依然鈍く、売上は前年比で落ち込んだ状況が続いている。
	x	窯業・土石製品 製造業（職員）	受注量や販売量 の動き	・官需、民需共に低調で需要は落ち込み、厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)		-	-	-
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人数は全体としては増加傾向にある。一部中国に進出している会社の業績が米中対立により悪化しているものの、総じて採用活動は活況を呈している。
		人材派遣会社 （経営者）	周辺企業の様子	・企業の中途採用は依然継続している。転職者側からすると、求人の数が増え業種や職種もバラエティーに富んでいるため、転職しやすい状況となっている。人材流出が多くなっており、企業からは人材を定着させるための施策の相談が増えている。
		新聞社〔求人広 告〕（経営者）	周辺企業の様子	・光熱費のアップ、最低賃金の引上げなど、不安材料がある。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・イベントの開催で街に人が戻り活気はあるが、売上の前年割れが続いている。
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなったため、ほとんどの業種で採用意欲が高くなっている。また、人員が充足できないことから、従業員の離職を避けるための処遇改善の動きも継続している。	

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
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・夏祭りやイベントの通常開催や観光客、帰省客の増加で、宿泊業・飲食サービス業、卸売業・小売業の求人数が増加している。一方、原材料やエネルギーの価格高騰の影響で建設業の求人数が減少している。製造業は飲食料品製造の求人数が堅調であるものの、電子部品、金属製品製造で減少している。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・取引先企業からの人手不足等の相談が続いている。
		学校〔専門学校〕	採用者数の動き	・引き続き専門学校への求人の問合せはあるが、だからといって景気が回復しているとは判断できない。企業側では希望する人材が確保できないという厳しい状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比較して若干、前年比の求人数が悪化傾向にある。
		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・一般の会議開催に伴う業務の依頼が減っている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・新聞広告を始めとするマス広告の低迷が続いており、改善するどころか悪化している。物価高騰による企業の慎重姿勢、消費者の購買力の弱まりが大きく影響している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の新規求人数は、前年比33.2%減少、前月比11.6%減少となっている。なかでも、季節要因から好調であった飲食・宿泊業等も前年比84.9%となっており減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰の影響と原子力発電所の処理水放出による中国の輸入停止などの影響が大きいとみている。
	x	-	-	-

### 3. 北関東（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 (北関東)		衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・当店は祭礼用品を主に扱っている。この4～5年は新型コロナウイルス感染症の影響や、当地ではその前に台風の被害があったので、5年間祭りが中止となっていた。今年は久しぶりに解禁になって各地で祭りが行われた。5年の間に、祭り用品がなくなったり、使えなくなってしまったという客が大変多く、販売量が増えている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価高の影響はあるものの、販売量がかなり増えている。旅行代金の高騰分を販売価格に転嫁できれば更に良い。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・8月以降、微増ではあるものの、来客数の増加傾向が続いている。今後も、この微増傾向が継続し、徐々に良くなっていく。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の2018年度との比較では、売上は約5%マイナスである。ただし、前年比では3か月連続で100%超となっており、着実に景気は回復傾向にある。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・繁忙期に向け、仕事の依頼が多くなっている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・順調に推移している教育旅行団体に加えて、組織や団体のニーズも出てきている。日帰り旅行者がまだまだ多いが、インバウンドの来訪も徐々に増えている。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍の行動制限も無くなり、自由に行動できることから消費行動は上向きになるのではないかと。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良くなり、前年同月比14%の増収である。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・夏の猛暑の影響や他のレジャーに流れていた来場者が、少し戻っている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・税金の2重取りと問題視されているガソリン暫定税率を下げることで、消費者に広くメリットがあるという提言が石油連盟から出ている。この問題が議論されてこなかったのはなぜか。電気自動車に乗り換えたので、もはや関心は希薄である。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・一時期停滞していた行動範囲が広がっているようで、各地に出入の多さがあり、景気は上向いている。

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
		商店街（代表者）	お客様の様子	・幼稚園と小中学校の運動会が開催され、若年層の動きは活発になっている。ただし、猛暑日が続く、高齢者の来店は少ない。地元のイベントでも、高齢者の姿はみられない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も真夏日の連続で、客は外出を控えている。新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、各地でイベントなどが復活している。ただし、人出はイベントのときだけで、平日は静かである。商材価格の値上がり1番響いているのかもしれない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・今までは良かったが9月になってから悪くなりつつある。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・野菜の価格は、今まで経験したことのない大幅な高騰となっている。北海道や東北地方で30度、35度以上の気温が続いたため、北海道、東北産の野菜が非常に高くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・引き続き来客数は増加傾向にあるものの、売上は運動していない。地方都市では都心店のようなインバウンド需要は皆無に等しく、特に大きな景況の変化はない。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・LRT開業により客の流れが変わってきているものの、購買は変わらず、売上は横ばいで、景気が良くなっているとは思えない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比で、売上は99.8%、来客数と客単価は100%で、ほぼ前年並みで推移している。8月の売上は前年比104%だったので、9月の方が伸びなかった感がある。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・9月は夏日の暑い日が多かったため、秋物が動いていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車や中古車等の販売が少しは改善されたと感じている。同様に、車検等の整備売上も微増である。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当社は観光地を控えている立地なので、ドライブイン、旅館、ホテル関係の従業員の方が来て、2～3か月前と同じくらいに景気は良くなっているが、人手不足で参っているという話がよく出ている。景気はこのところずっと良い状態で横ばいである。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの流行の影響もあるのか、一旦上向いた市況が小康状態である。しばらくは様子見である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は日によってばらつきがあるものの、全体で見ると変わらない。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援終了後も、当県独自の支援策に後押しされる形で予約は好調に推移している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・9月19日から初乗り運賃が値上げになった。今までは、2キロまで740円だったが、今後は、1.1キロで500円である。基本は2割ほど上がったが、近距離が安くなっているので1割程度の値上げではないか。現状では、乗り控えはないが、夜～深夜にかけての利用客は少ない。ビジネスマンは、レンタカーを利用する人が多くなった気がする。
		通信会社（社員）	単価の動き	・ガソリン代、光熱費等の政府の補助金がある間は、景気への感度は現在と変わらない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・店舗来客数は増加しているものの物価高が続いているため、消費は抑えめとなっている。ただし、コロナ禍の頃よりは回復傾向である。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・人気機種の新モデル発売により、瞬間的に休日の販売量が前週比3割増加したものの、全体では3か月前と同程度である。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・営業先でも、基本的に客からは変わらずに苦しいという話を聞くことが多い。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・夏から秋にかけての旅行シーズンにもかかわらず、真夏日やゲリラ豪雨等の天候の影響を受けて、来園者数が伸びてこない。
		競輪場（職員）	単価の動き	・来場者の車券の購買単価は横ばい若しくは減少しており、物価高騰等もあるため、引き続き注視していく必要がある。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・地価は相変わらず横ばいで、動きも鈍い。状況打開の要因が見つからない。

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
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・最近是不動産の引き合いが余りない。ただし、店舗関係はちらほら増えてきたかなという感じである。土地、中古住宅、空き家等については、現在、客の引き合いがほとんどない。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業)	販売量の動き	・3か月前と余り変化はなく、問合せも入っており、受注できている。
		一般小売店[土産](経営者)	販売量の動き	・夏休みも終わり、客足は少し落ち着いているが、修学旅行生や外国人旅行者は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても上向きが続いている。しかし、受入れ側の人手不足が深刻で、売上の機会損失があるため、新型コロナウイルス感染症発生前の売上達成度を比べると、2~3か月前より悪くなっている。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・原油価格高騰等に代表される長引く物価高の影響による生活防衛意識の高まりや、天候面では残暑厳しい期間が長いことなど、商売上の環境が悪く、厳しい状況が続いている。
		スーパー(商品部担当)	来客数の動き	・商圏内に競合店がオープンし、来客数の前年割れが続いている。また、物価高の傾向が客単価にも影響している。
		衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・9月の後半になり、多少気温が下がってきたので、当店の顧客は高齢者が多いということもあり、若干人の動きが出てきている。ただし、購買意欲につながるような雰囲気ではない。何となく街に出てきて、世間話をして自分のストレスを解消しようという雰囲気の客がほとんどで、なかなか消費までには回らない。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・受注から登録に至る台数が減少している。
		自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きや道路の交通量がやや少ない。車を買うという話への展開が重く、なかなか購入に転じていかない。ややムードが悪い。
		住関連専門店(店長)	来客数の動き	・値上げのトレンドが継続している。
		住関連専門店(仕入担当)	来客数の動き	・9月に入ってから的高温は、これまでの来客数の減少に拍車を掛けている。連休も例年と比べて休みが続かず、マイナス要因が重なって厳しい9月となっている。
		一般レストラン(経営者)	単価の動き	・客単価が下がっている。この状態が行楽シーズンも続くと思われる。
		その他飲食[給食・レストラン](総務)	単価の動き	・主力の事業所給食部門では、食材費、人件費、水道光熱費等、コスト全般で上昇が続いており、取引先と継続して条件見直し交渉をしている。しかし、2~3度目となる条件見直しに慎重となる取引先も多く、その間に収支悪化がかさむ状態が続いている。
		ゴルフ練習場(経営者)	単価の動き	・食料品を始め、生活必需品の単価が上がっている。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	それ以外	・同業者の人手不足問題と原材料価格高騰の嘆きは、当社でも他人事ではなくなっている。ひとまず業務を縮小し、人材募集要件の整備を実施したため、売上と利益の下降は避けられない。求人への応募は余り期待できない。
	×	一般小売店[家電](経営者)	来客数の動き	・物価高による買い控えが頻発している。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・猛暑が続き、季節商材に期待があり、前年比130%となったが、ボリュームに欠けた感がある。その他では、冷蔵庫が75%、洗濯機80%、テレビが60%と、主要品目がことごとく前年割れしている。全体では前月からの推移は90%と振るわず、前年比でも90%と割り込んでいる。
	×	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・いまだに新型コロナウイルス感染症発生前の売上に届かない。
	×	その他専門店[靴小売業](経営者)	お客様の様子	・天候不順で客の買物への意欲が減退しているようで、特に、メインターゲットである高齢者は顕著である。また、1万円台の商材で軒並み2万円台への値上がりが続いている。販売側もだが、客も購入にちゅうちょしがちである。
	×	通信会社(経営者)	お客様の様子	・買い控えが顕著になっている。
企業		-	-	-

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
動向 関連  (北関東)		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるようなので、それに伴って今後は受注が増える傾向にある。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外からの雇用が増え、ワンルームタイプの管理物件は常に入居状態のため、やや良くなっている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のホテルでは、3年ぶりにディナーショーが開催されることになっている。公務員の宴会需要も増えているようで、飲食関係を含めて、客の動きは良くなっている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・相続関係の法律改正があったためか、ほんの僅かであるが、良くなっている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げなども落ち着き、粛々と稼働している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が少ないことに変わりはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社でメインに扱っている換気扇の受注量は、以前なら9月から12月までは大変忙しかったが、前年、今年とぱっとしない。売上も3年前から比べれば、3分の2くらいに落ちてしまって、少し厳しい状況である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の様子や受注価格等の動きは、余り変わらない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節の変わり目で、冬物家電、こたつ、電気カーペットや、ウォーキングシューズ、園芸用草刈り機、ハサミ等、前年並みの予想物量を確保している。ただし、燃料価格の高騰やドライバー不足もあり、依頼費用が高いために利益は薄くなっている。
		経営コンサルタント	それ以外	・企業の生産や販売は、業種により好不調が混在しており、業績はまちまちである。全国の経済活動が調整過程にある。企業活動は、引き続き受注が増えた一部企業で設備投資が活発なところがある一方、販売が一段落したところもある。
		社会保険労務士	取引先の様子	・受注件数に大きな変化はないものの、価格転嫁しきれていない事業所では利益率が落ちている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・引き合いや商談、受注件数共に増加傾向にあるが、伸び率が鈍化している。取引先の一部業界では、コスト増で情報化投資を抑える傾向がみられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月頃、急に内示情報に対する大幅な減産情報が入り、現在も減産対応を続けている。また、価格交渉月間である9月に、取引先数社から以前と同様の定期的なコストダウン要請が届いており、対応に苦慮している。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・前月末でビルのテナントが退去し空室となったが、他の空室に入居がなかったため、家賃と保守管理の収入が減少している。また、暑さが長引いたために、空調の電気代も余計に掛かり、経費が増加している。
		x	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
	x	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占めているが、今期の公共工事発注は前年比6.4%増加ではあるものの、前々年比14.8%減少であり、全体的には厳しい数字である。
雇用 関連  (北関東)		-	-	-
		学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人数が前年比1.4倍となっており、企業業績が順調に推移していることがうかがえる。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・空き家が増えているようで、解体や改築等の工事関係の需要がみられる。ただし、ガソリン価格や諸材料の価格上昇で、動きには活発さがみられない。依然として、ガソリン価格は波があり、今はピーク時よりも10円ほど下がったが、なかなか厳しいところである。全体的にはまだ厳しい。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数に対して、条件に合う求職者数が不足している。
	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・派遣求人数がサービス業は増加しているものの、製造業は減少しているため、増加しない。平均すると状況は変わらない。	

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
		人材派遣会社（従業員）	周辺企業の様子	・人材の依頼がない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比での増加傾向が続いていたが、今月は減少に転じている。
		*	*	*
	x	-	-	-

#### 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)		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・食事単価の引上げと、新型コロナウイルス感染症発生前の喫食数への戻りの相乗効果で、収益が改善している（東京都）。
		タクシー運転手	それ以外	・最近、バス、トラック、タクシーの運転手不足で、運行に支障が出ていると報道されている。タクシーの場合、ライドシェアが話題になっているが、東京では実際のところ一時的に空車が足りないときもあるが、問題にするほどの状態ではなく、報道がオーバー過ぎると感じている。タクシーの景気は、猛暑だったことも含めて9月も忙しかった（東京都）。
		通信会社（社員）	それ以外	・インバウンドの好調が観光業、飲食業に大きな影響を与えている。円安と外国人旅行者の旺盛な購入意欲の影響で、販売店も売上を伸ばしている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・通常、9月は売上が落ちるが、今年は暑かったせいもあり、9月に入ってもエアコンなどの問合せが多くなっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・4～6月は本当に来店客が少なかったが、最近は幾らか増え、販売も若干だが成約できるようになっている（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・祭事が戻り、秋の行事も久しぶりに開催される。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・この数か月、売上が前年度より15～20%前後増加している。また、通常より単価の高い商材の動きも良く、客単価も上昇傾向にある。インバウンドもコンスタントに来店しており、売上の2割程度を占めている（東京都）。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	それ以外	・外資において、新型コロナウイルス感染症の影響等で遅れていた大口案件が、この先10～11月に全部集中しているため、今月はそのはざ間である。店頭部も、暑さのためか、客の出足が良くなかったが、涼しくなっからは徐々に来客数が増えてきている。そのようなことから、9月は余り良くなかったが、徐々に良くなっている。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値消費の底堅さが継続している。また、4年ぶりに海外から職人やパティシエなどを呼んだ対面でのプロモーションイベントが支持を集めている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、初の夏休みや帰省シーズンで財布のひもが緩んだ反動に加え、ガソリン価格急騰など物価高への懸念により、購買は慎重で、7～8月と比べると伸びは小さくなっている（東京都）。
		百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドの伸長が景気を押し上げている（東京都）。
		コンビニ（従業員）	単価の動き	・来客数というより、販売単価が上がってきている印象がある。来店客が買物の際に1品、2品多く買うなど、ちょっとしたこともかもしれないが、それだけで単価は変わってくる。景気が悪ければ、無駄な物は極力買わずに必要な物だけを買うことになる。そもそもコンビニの商材は値段が少し高く、少しでも安さを求めるのであれば、スーパーやドラッグストアなどを利用する方が良い。単価が上がってきているということは、そうした多少の価格差を余り気にせずに買物できる余裕が生まれてきているからではないか。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・期末で新車、サービス需要が伸長している。

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
		その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	販売量の動き	・前年秋に行った改装が功を奏している。ただし、その効果は薄れてきている。
		高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・9月単体の売上は、2019年比で85.4%である。今年の3月から9月の累計売上は2019年比で85.1%となっている(東京都)。
		高級レストラン (役員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症と共存しながらも、活動自粛はないため、来店や予約が多い。これからイベントが増え、気候の良い本格的な秋に向かうので、より期待できる(東京都)。
		高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・利用客の伸びがみられる。価格高騰が続くなかでも、当店においては景気後退の気配は見受けられない(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	単価の動き	・外食業界的には、アルバイトの採用ができずに、営業できない会社もある。当社においては、時給アップ等の対応を早めに行ったことで、人手不足にはなっていないが、今後景気が上向いたとしても、人手不足は解消されず、ますます厳しい環境になっていく(東京都)。
		その他飲食[居酒屋] (経営者)	それ以外	・行楽客や旅行客が増えて、交通機関や高速道路は渋滞している様子がうかがえる。ただし、客が行楽に消費を回すため、居酒屋的には少し厳しい(東京都)。
		その他飲食[カフェ] (経営者)	来客数の動き	・少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきているように感じるが、もう少し時間が掛かる(東京都)。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・9月になってインフルエンザや新型コロナウイルスの新規感染者数がやや増えてきているという情報があり心配していたが、宿泊、宴会共に一定の回復は進んでいる。特に、宿泊については、近隣の大型コンベンション施設での大規模イベントがかなり戻ってきたので、非常に良くなっている。
		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の5類移行後、新規感染者数が増えているものの会食の予約は入ってきている。様子見で宴会を自粛していた学校、病院や官公庁などの引き合いも増えて、ようやく動き始めている。宿泊も、夏休み以降、安定的に予約が入るようになり、景気はやや良くなっている。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・来客数が徐々に増えてきているため、大分良くなっている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・8月は前年比176%で推移している(東京都)。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で止まっていた親睦旅行の再開企画が出てきている。5類への移行で、心理的にも旅行に行きやすい環境が整っている。
		旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・年配者の海外旅行の問合せが増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までの仕事のつながりは良い。夜は飲み屋の客入りが良いようで、店からのオーダーが増えている。平日深夜は利用が少ないが、金曜日、土曜日は終電後までタクシー乗り場に客が並んでいる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と同様に、9月になると夏休みの影響が出て、来客数がやや減るような動きになるため、前月と比べると少し良くない。ただし、全体的には来客数は多い(東京都)。
		タクシー運転手	お客様の様子	・最近、時間帯によっては客が道路にあふれている。天候が良くてもそうだが、雨が降ったりすると、どうにもならない状態になっている(東京都)。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・天候の影響で家で過ごす時間が増えており、より高価格帯の高速インターネットプランを選択する客が増加している。
		通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・今月は案件の動きが少し多くなっている。今後の回復を期待したい(東京都)。
		通信会社(局長)	お客様の様子	・以前と比べて、人の動きも含めて、前向きになっている状況がうかがえる。
		通信会社(管理担当)	お客様の様子	・法整備に伴う電子化需要が堅調である(東京都)。



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
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前の6月の来場者数と比較すると5.1%伸びている。9月は連休の影響で来場者数が増えたほか、台風の接近が少なく、比較的天候が良かったことも追い風となっている。
		その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（支配人）	お客様の様子	・大人数の予約、コンペが入ってきている（東京都）。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・周囲の環境からいうと、非常に業況が悪い。全般的な景気も悪くなっている。しかし、当事務所は前々月よりも各営業をグレードアップして一所懸命営業活動をしたところ、大変大きな仕事を受注することができたため、当社の実績としては非常に大きなプラスとなっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・当店の商売では、今は七五三の予約が入ってきているが、新型コロナウイルス感染症の影響により、客が来店をちゅうちょしている様子があり、なかなか思うようには販売が成立していない。
		一般小売店 [ 印章 ]（経営者）	来客数の動き	・同業他社が今月一杯で閉店してしまうことから、地域の信用金庫から仕事の依頼があった。今は電子化が進んでいるため、ゴム印やスタンプ認印などの注文は非常に少なくなっているが、新しい需要としては少し上向いている。
		一般小売店 [ 酒類 ]（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響か、来店頻度が減っている。
		一般小売店 [ 眼鏡 ]（経営者）	来客数の動き	・天候が良いと外出する人が多くなるからか、当店の入っているショッピングセンターへの来客数が今月はやや少ない。売上は前月と余り変わらないが、雨が降ればどこかへ外出しなくなるため、降雨を期待している。
		一般小売店 [ 傘 ]（店長）	販売量の動き	・暑さ対策の日傘需要が一段落し、秋雨や台風に向けて雨傘にシフトしている。商材の内容が変わるだけで、販売量に変化はない。
		一般小売店 [ 生花 ]（店員）	来客数の動き	・9月はお彼岸があり花が売れる時期のため、ある程度は売れている。ただし、花が非常に高く、品物も少ないので、販売する花を集めるのに四苦八苦している。また、同時に、暑過ぎて花は枯れてしまうし、鉢物も水やりが大変だということで、客から敬遠されていたような気がする（東京都）。
		一般小売店 [ 茶 ]（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず販売数は頭打ちで、新規の受注もなかなか取れない。現状を維持するのがやっとである。イベントでの販売も継続してはいるが、客の懐事情も以前ほどではないため、来客数はあるものの、売上に繋がっていない。近隣県でのイベント販売量も以前より落ちている。今週の都内大型コンベンション施設でのイベントに期待をしているが、どうなるだろうか（東京都）。
		一般小売店 [ 書店 ]（営業担当）	販売量の動き	・秋学期の販売量は増加しているものの、円安の影響が続き、輸入品の価格上昇から販売量が抑えられている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・年末に向けて、忘年会の参加記念品や、ゴルフコンペなど人が大規模に集まるイベントの景品受注が、前年より多く入り始めている。人流が回復し、人が集まることも当たり前になりつつあり、期間限定の秋物の動きも活発化している（東京都）。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・7～8月に続き今月も2けたの伸びを示しているが、伸び率は若干鈍化している。物価上昇による影響も考えられるが、主に国内外の旅行客増加により売上が伸びているものとみている。なお、食料品に比べ、服飾雑貨の動きが良くなっている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・一般的な客の消費行動は、衣料品、雑貨、日用品、食料品を含め、安定している。それに加え、訪日外国人による売上の増加が、全体としてはプラスに作用している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・郊外店においては、この20か月ほど伸び続けた売上が、9月は横ばいになっている。都内集客エリアでは、引き続き来街者数も多く、右肩上がりの状況にある（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドは着実に伸長しているものの、国内客の需要鈍化の傾向は変わらない（東京都）。

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
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・人流は戻りつつあるが、特にファッションの購買数、実績は新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度で厳しい。インバウンドの実績も鈍化している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・前月に引き続きインバウンドが好調に推移している。特に、団体旅行解禁後、中国からの訪日観光客の売上が2018年の同月を上回る勢いで推移している（東京都）。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・暑さが長引き、夏物はセールで売れていたが、秋物への切替えは進んでいない（東京都）。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数、売上は伸長しているものの、販売点数は落ちており、必要な物だけを購入している印象を受ける。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・7～9月にかけては天候が良かったこと、暑さで夏物が非常に売れたため、売上が大幅に良くなっている。来客数はそれほどでもないが、単価が上がっている分、売上を押し上げている。
		スーパー（店長）	それ以外	・残暑の影響で飲料等の夏物商材の売行きが良かったが、安価な商材がよく売れており、客単価への影響がある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの影響で単価が上昇し、売上は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・一般的に賃金が上がっているはずなのに、安い物、見切り品ばかりが売れている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・相変わらず1品当たりの単価は上がっているが、来客数並びに販売量は落ち込み、相殺されている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているものの、人の動きは以前に戻り、イベントも増えている。値上げの影響で来店頻度や買上点数は減っている。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・毎月決まったお買い得日への集中が以前より高まっている反面、前後の日は大きく売上を落とすなど、生活防衛意識の高まりを感じる。生活必需品や日持ちする食品をまとめて購入するなど、よりお得な買い方を考える客が増えている。
		スーパー（食品担当）	来客数の動き	・販売額は横ばいだが、特売商品や特売日のまとめ買いが目立ち、プロパー商材の動きは鈍い（東京都）。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少が大きく響いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品単価の上昇により、買上点数が減っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数自体が少なくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・残暑が続いたことにより、飲料等の売行きは好調なもの、前年からの伸びは鈍化している（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	単価の動き	・前年と比べると、原料高に伴いかなり値上げをしているが、販売量は落ちておらず、当然、売上は増えている（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・残暑の影響もあり、秋冬物の立ち上がりが遅く、苦戦している。今後については、前年の1.7倍であった浴衣の購入客にクリーニング等での再来店を促し、新作商材を提案する機会を増やしていく。また、着る場の提案として、10月初旬にイベントを開催する。ゲストに人気俳優を迎え、マスコミ、SNS等に情報発信を行っていく予定である（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・気温の上昇により夏物需要がそのまま継続し、秋物需要と重なって来客数が増えたことが要因である。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・前月から大きな変化はない。決算期であるが、来客数は特に多くない。
		家電量販店（店員）	それ以外	・県独自の省エネ家電購入キャンペーンの影響がある。
		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。客の来店はあるものの、なかなか契約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売の売上は前年より減少しているが、サービス部門の売上は増加している。

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
		乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・燃料や食品等の価格が高騰しているため、車検費用については「コロナ禍で走り回っていないので、できる限り安くしてほしい」という要望があると聞いている。やはり、物価高でありながら収入が上がらないため、車に関する費用を少しでも抑えたいという客の気持ちが表れている(東京都)。
		乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・自動車販売業は大手中古車販売店の不正問題などで風当たりが強く、来店客に影響が出ている(東京都)。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	販売量の動き	・9月初旬までは県独自のキャッシュレス決済キャンペーンがあったため、かなりの売上があったが、終了後は売上が非常に悪くなっている。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	販売量の動き	・販売量は前月と変わらない。景気は良いようにみえて、まだ回復していないのではないかと。
		その他専門店 [貴金属](統括)	販売量の動き	・数か月前と比べるとやや良くなっていると思うが、販売量をみる限り、上向きとも下向きともいえない(東京都)。
		その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員)	来客数の動き	・いまだに原油価格が上昇しており、国は12月終了予定の燃料油価格激変緩和対策事業の新制度を発表した。高い在庫を抱えて販売をしていないが、販売価格が下がることによって来客数が増えることを期待する(東京都)。
		その他小売 [ショッピングセンター](統括)	お客様の様子	・物価高による支出増加で、可処分所得は1年以上低迷が続いている。一般家庭はそろそろ限界に近づいているのではないかと(東京都)。
		その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・処理水の問題などもあるが、国内需要に関しては余り影響していない気がする(東京都)。
		高級レストラン (経理担当)	販売量の動き	・猛暑などの季節要因はあるものの、宴会やレストランの販売量はおおむね横ばいとなっている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月初旬から少しずつケータリングが増えてきて、大分忙しくはなっているが、店の売上はそれほどでもなく、少し落ち着いた状態である。ケータリングと店の売上は大体同じくらいで変わり変わらない。もう少し客が動いて活気が出てくれば、店の売上も伸びる。今のところ、店は落ち着いたままだが、ケータリングは少しずつ忙しくなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・外国人観光客の増加が続いている。近隣のホテル、民泊は外国人観光客であふれている。最近では特に中国人客が目立っている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前と変わらず客は増えているため、比較的良い。とはいえ、物価高、光熱費の高騰には困っている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて良くも悪くもなっていない。この3か月間大体同じような状態が続いている(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・販売数量はここ2~3か月と比べると若干悪くなっている(東京都)。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・行楽シーズンが過ぎ、観光需要に陰りが見え、インパウンドも伸び悩んだことから、6月とほぼ変わらない動きになっている。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・円安の影響に伴う訪日旅行者増加により国際線は混んでおり、日本人の予約が低調である。国内旅行も宿泊費、航空運賃の高騰により、以前のような伸びがない(東京都)。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・商談案件はあるものの、受注増加には至っていない。ここ数か月、身の回りの景気は変わっていない(東京都)。
		通信会社(社員)	お客様の様子	・年度後半から番組の復活があり、明るい見通しが出てきている。規模は小さく、売上の回復には届かないが、多少なりとも採算維持に寄与できる状況になっている(東京都)。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・他社との固定インターネット回線、携帯電話を軸とした世帯囲い込みの競争が激しく、一進一退の状況が続いている。

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
		通信会社（局長）	販売量の動き	・契約数は増加若しくは横ばいであるものの、単価が下がっていることで売上自体は横ばい若しくは減少傾向にあり、今後の情勢を読みにくいのが現状である（東京都）。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・月額無料キャンペーンがないと、すぐに違うものにするといわれることが多い。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・新規客の獲得数が増加しない状況が継続している（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・諸物価の上昇、実質賃金低下の影響を受け、客足が今一つ伸び悩んでいる。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・購買行動を引き起こそうという策を講じているが、どの案もきちっと刺さっているかと問われれば厳しい。あらゆる物が値上がりしているなか、飲食にはお金が動くものの、娯楽に関連する企業にとっては、世の中になくとも生活はできるため、厳しい状況が続く。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・前月と比較して客単価の変動はなく、来客数もほとんど変わらない（東京都）。
		その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	来客数の動き	・引き続き集客は好調で、インパウンドを中心に消費単価も高い水準で推移している（東京都）。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・10月に久しぶりの祭りがあるため、幾らか良くなる。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・景気の山は下向き傾向にあり、悪さは変わらない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今まで関わってきた物件の最終的な追い込みの時期になり、忙しくなっている。新規案件については、相談を持ちかけてられているものの、今一つ具体的になっていない。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・仕事量に変化がみられない。新規案件の受注は期待できないが、委託期間が年度末なので、このままで変化はない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・仕事がほとんど動かない状態が続いている。金銭が発生しない相談事はあるが、金銭の発生する案件はほとんどなくなっている（東京都）。
		設計事務所（職員）	それ以外	・悪くなる傾向のまま、横ばいである（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率は、インパウンドのお陰で上がってきているものの、客単価はまだ低く、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。また、販売用のホテルも都内に5か所あるが、まだ1棟しか売れていない。請負工事については、特に公共工事において、原価が上がっているにもかかわらず請負金額が上がっていない。
		商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行を受けて持ち直していたが、ここに来て暑さの影響が色濃く出てきている。屋外型の商店街は気温が上がる時間帯が1番のボリュームゾーンなので、物販を中心に大分ダメージを受けている。夜になると気温が落ち着くため、飲食店は良い。クレジットカードの取扱いにその傾向が出ている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・催事などの電気工事は忙しいが、物品の販売は今一つである。9月は売出しもなかったため、10月に期待している。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・物価や光熱費の上昇が消費者に与える影響は大きく、財布のひもが固くなっているように見える（東京都）。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・来客数は前年を維持できているものの、記録的な猛暑により秋物衣料の動きが極端に悪く、全体の売上が苦戦している。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・6～8月にかけて来客数は減少しているにもかかわらず、客単価が上昇しており、売上全体は好調である。9月に入ると、来客数は増加ながら、客単価は低下方向に転換している。インパウンド、富裕層ビジネスは、変わらず好調である（東京都）。

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
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・月前半に台風接近の影響を受けたことに加え、前月まで比較的好調に推移していた衣料品の伸びが鈍化している。残暑が続き、秋物商材の動きが悪い。また、様々な物の価格上昇が、特に食品を中心に影響している。
		百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・駅の利用客は多いものの、来客数は減少している。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合店、特に、前年に店舗前にできたドラッグストアの影響が徐々に表れ始めていることが一番の要因である（東京都）。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・全体的に食材の単価が上がっているなかで、必要な物しか買っていないように見受けられる。したがって、トータルの買上額は伸びていない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節的なものもあるかもしれない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上、来客数が減り始めている。大変厳しい状況が続いているにもかかわらず、同業者、特に同じ看板の店の出店ラッシュがあり、まるで共食いである。最低賃金の更なる引上げには耐えられない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝、店に立ち寄る客が少し減っている。物価高による影響かと感じている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・猛暑が続いていたが来客数は減少している。商材の値上げ分で売上をカバーしている状況である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・残暑と値上げで秋物衣料が苦戦している。
		衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・猛暑の影響で来客数が伸び悩んでいる。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。客単価が上がっても、来客数の減少分まではカバーできていない。競合他社との比較が増えており、同じ物であれば少しでも安く買いたいという消費者心理がつかえる。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・9月に入り、気温の高い日が続いている。物価高の影響が、このところ国内消費が大きく落ち込んでおり、特に情報系の分野が厳しい。秋口の新製品発売の兼ね合いでの一時的な買い控えとみている。インハウンドの需要は好調ではあるものの、中国の団体旅行解禁の効果による伸びは、今のところ大きくはない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今までの決算の雰囲気とは違い、全てにおいて低迷している。
		住関連専門店（統括）	来客数の動き	・いろいろな物が値上がりしているため、買い控えが非常に多い。そのため、景気も悪くなっているのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムは、やはり1人ずつの客が増えてきており、夜に関してはほぼ週末以外は客が来ないような状態になっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制緩和の反動が落ち着き、3か月前より消費の勢いが弱まってきている。
		観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・円安などの影響で日本経済自体が落ち込んでいく気がする（東京都）。
		タクシー（団体役員）	来客数の動き	・9月になってからタクシー稼働率が上がってきたように感じるものの、全体の乗客数は相変わらず停滞気味である。
		通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・加入件数は若干伸びているものの、売上は逆に減っている。高価格帯より低価格帯が増えている（東京都）。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・景気が良くなっているというような報道があるが、実態としては良くない。仕事量があるわけではなく、人手不足もある。そのため、決して景気が良いとはいえない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が上がってしまっているため、契約が減っている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前は新築売りアパートへの反響が多くあったが、このところ若干減ってきている。地価も高止まりしており、動きが鈍い。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要の落ち込みが顕著になっている。資材の高騰による影響が大きく、新築着工件数が減少傾向にある（東京都）。

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
	x	衣料品専門店 (役員)	来客数の動き	・気温が高過ぎて秋物衣料が売れない。9月下旬なのに、売れるのは夏物である。
	x	乗用車販売店 (営業)	販売量の動き	・下取り相場が下がっている。
	x	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の6月1日から29日までの売上は2586万円であった。今月9月1日から29日までの売上は1814万円で、3か月前の70.1%となる。7月と8月に1店舗ずつ閉店し、現在5店舗中3店舗で営業している(東京都)。
	x	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・3か月前と比べ、低額プランへの変更や、新規加入客の低額プランへの加入が倍増している(東京都)。
	x	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・猛暑により来場者数が12%減少している。
	x	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・あらゆる物の価格上昇を実感する。戦争も地球温暖化も円安も、その要因である。しかし、それに対して個々の所得はそれほど上がっていないのが現実で、財布のひもはますます固くなる。物価上昇をとめる対策が何も講じられていない。したがって、絶好のゴルフシーズンを迎えるが、思うようには来場者数が増えてこない。
	x	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・9月に入っても暑さ指数(WBGT)が熱中症危険水準の31を超える日が続き、特に高齢者層を中心に酷暑下のプレーを忌避する動きが目立つ。9月以降は料金を繁忙期水準に設定しているが、このような気象状況により、プレー代金の費用対効果に疑問を感じる来場者は多く、稼働率は近年での最低水準にある。酷暑下においてコースメンテナンスの作業工数が増加するなかで、新型コロナウイルス感染症への感染により就業できない従業員が多く、元より要員不足のなか更に負荷が掛かる状況になっている。円安等の影響で価格が高騰する肥料薬剤の投下量も増え、水道光熱費の高騰も続いており、固定費の回収も容易ではない。
	x	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58%となり、悪い。3か月前と比べても約53%と、悪くなっている。当社の組織変更や人事異動なども重なったとはいえ、販売量が大変落ち込んでいる。注文建築の受注が厳しい分、建売や土地分譲住宅販売の動きが出ている。
企業 動向 関連  (南関東)		通信業(広報担当)	受注量や販売量の動き	・今月は久しぶりに2けたの伸びとなっている(東京都)。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前よりは受注量が少し増えているが、例年の9月よりは少ない(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、名刺印刷などをしている路面店だが、若干インターネット販売もしている。インボイス制度の導入に伴い、Tで始まる13けたの登録番号のゴム印注文が、8月後半から9月にかけて非常に多く入っており、一時的ではあるものの上向いている(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	・個別の取引先を見れば、取引量が増加している会社と減少している会社に分かれるが、全体としては増加傾向にある。取引単価の上昇についても容認されている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年内に空調のリニューアルをしたいから部材を間に合わせてほしいという案件が何件かきており、結構忙しくなっている(東京都)。
		輸送用機械器具 製造業(総務担当)	取引先の様子	・自動車メーカーは当初の年度計画どおりに生産が進んでいる。前年度に比べ、かなり増産している。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・人手不足である。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・客の売上は伸びており、業況は改善している。ただし、原材料価格が高騰しており、収益性も同時に上がっているとは決していえない。結果として厳しい状況が続いている。
		不動産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・宿泊需要は堅調であり、価格を上げて数か月先の予約が順調に推移している(東京都)。

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
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・複合ビル賃貸業を行っているが、オフィス、物販、飲食店いずれも新型コロナウイルス感染症発生前の状態に近づいてきた感がある。全体的に明るさが出てきている様子がテナントからうかがえる。ただし、大きく違うのはテレワークがある程度定着して出勤率が下がったため、オフィスには余剰スペースが生まれ、物販や飲食店の客足が減っていることである。したがって、オフィスの賃料相場は下がったままであり、物販、飲食店は値上げで何とか売上の帳尻を合わせているようである（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・夏の観光地のにぎわいは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。百貨店の催事場もにぎわっている。円安ではあるが、海外旅行への関心も戻っているようである。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・イベント等が復活し、受注が増えている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・誰に聞いても、どこへ行っても、人手不足の話が多い。人口減少のためか、新人の採用も難しい。今後も続くのかは分からないが、人手不足ということは景気が上向いているはずである（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近、客の買い控えが目立ってきている。
		繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず工賃は上げられず、製造業の単価は上がらない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・紙媒体需要の減少や競合他社との競争に伴い、業容は縮小傾向になっている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・案件の引き合い等、前月までは比較的動きが活発であったが、今月から落ち着き始めている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体製品を使用する取引メーカーの状況に大きな変化はない。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較してほぼ同様の売上で、営業利益率も同じである。
		建設業（経営者）	それ以外	・当地域では、売る物件や貸す物件がなくなっている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格はほぼ落ち着き始めているが、客の予算に合わないことが通例になっており、見直し案件が増えている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の変動は多少なりともあると思うが、燃料や原材料の価格高騰により、利益は余り期待できない。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・主たる輸送品の業界が不況業種であり、決め手となる打開策が打ち出せず、抜本的な変革でもない限り、現状からの脱却は難しい（東京都）。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が明けて、各種イベントも復活したが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の受注状況に戻らない。個人消費が悪いためである（東京都）。
		輸送業（経理担当）	それ以外	・9月に決算を迎えるが、人件費の増加が著しい。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入ったが、物量が予想より増えない。燃料の価格高騰の影響も続いており、収益が伸び悩んでいる。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、飲食業や観光業では、新型コロナウイルス感染症の5類移行により来店客や観光客が増え、売上が増加し、若干の利益増加が図れている。運送業では人手不足や燃料の価格高騰により利益が減少している。不動産業は地価が高止まりしているため仕入れに大分慎重になっており、販売戸数も減少気味である。小売業では、食品を始めとする値上げにピーク感があり、商品価格を吟味して購入する傾向があるため、客単価は変わらず、利益も変わらない。全体としては2～3か月前と変わらない（東京都）。
		金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・業種によってムラがあり一概にはいえないが、決算書等から、売上、利益共に低調に推移している企業が目立っている。収益性が悪化したケースのほとんどは原価高騰に起因するものであり、増収増益を果たす企業は限られている。

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
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・今しばらく我慢のときが続くそうである（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・企業によって差があるが、景気の良い企業で宣伝費が増えている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に近隣商店街の飲食店等を外からドア越しにのぞいて帰るが、やはり客がまだ以前のように戻っておらず、余裕で席に座れるところが多い（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金や補助金を活用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	・値上げなどの影響もあり、客の財布のひもが固いという声を聞いている。
		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	・値上げ交渉では、元請も以前よりは理解を示してくれているようになっているが、具体化にはまだ時間が掛かっている（東京都）。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・先々の受注がやや減少傾向にある。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は平年並みだが、受注量が減ってきている。物の動きが非常に悪くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・化粧品容器の受注に全くと言っていいほど回復傾向がみられない。これまで医療品容器の受注回復で何とか利益を保ってきたが、今月は息切れしている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・得意先から下期（9月から3月）の生産計画が発表されたが、下方修正されている。
		金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・商品価格が上昇した分、家計としては支出負担が増加している。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・古いワンルームの賃貸物件がなかなか決まらなくなっている。管理している全6室の物件では3室が空き、賃料も幾らか下げて募集しているが、苦勞している（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業や製造業では、材料費、電気代などの値上がりはまだあり、過去と比べて30%近く経費が増加する状況にありながら、相変わらず取引先は値上げに対して材料費の領収書を見せて了解した部分程度しか、価格転嫁に応じてくれない。大手を始めとする大きな賃上げも、採用の困難さが増すだけで、中小では到底賃上げをできる状況ではない（東京都）。
		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の状況が思いのほか、長引いている。燃料、原料資材の値上がりもあり、苦しい状態が続いている。
		×	広告代理店（経営者）	取引先の様子
雇用 関連  (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数がコロナ禍に比べて4倍になっている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・受注量、売上共に堅調に推移している（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数の動きからみて、やや良くなっている。様々な企業が前年と比べて人材を必要としている。求人募集には、費用を掛けない無料掲載や費用を掛ける有料掲載、応募があった際に費用が発生する応募課金などいろいろな募集方法があるが、どの方法でも以前と比べて採用活動が活発になっているのではないかと。ただし、求人数の増加は感じるものの、全ての企業が希望どおりの採用ができるわけではなく、幾ら費用を掛けても採用ができない業種もある。そもそものなり手不足など、根本的なところから解決していかないといけない問題もある。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社及び同業他社の周辺企業で採用数が伸びている（東京都）。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比15%増加しており、特に、正社員求人が大幅に増加している。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・インバウンドの回復や、アフターコロナの影響で上向いている部分もあるが、給与が増えない。物価上昇等のマイナス要因もあるため、結局変わらない（東京都）。



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
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材派遣に関する求人数は3か月前比で1割減少、前年比で3割減少と非常に厳しい状況が続いており、下降トレンドである。一方で、人材紹介は好調を維持しており、3か月前比、前年比共に2割近い水準で増加しており、中途採用の意欲は堅調である（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材依頼数は前年同月比で数%プラスと前月から引き続き好調である。正社員雇用では、新規事業や事業転換を考えた経験豊富な即戦力へのニーズも増えてきており、シニア層の需要が高まっている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・ここ数か月間、派遣総稼働者数は前年比で若干増加傾向にある。微増のため、特に景気が良くなっているという実感はなく、大きくは変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズは変わらずに高い（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は堅調に伸長していくと予想されるが、売手市場化により求職者が仕事を選択できる環境にあるため、採用できる企業とできない企業の2極化に拍車がかかるかと予測している。そのため、景気の上向きを感じにくいのではないかと。
		求人情報製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・やはり、コロナ禍の借入金返済（元金相当）が始まり、各事業者の資金繰りが怪しくなっている。コスト削減若しくはカットの影響が取引額に徐々に表れ始めている（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新規が増えない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の伸びが鈍化している。今年度は全般的に前年同月比20%から30%増加しているが、直近では10%の増加にとどまっている。人手不足感は強いものの、小売業や飲食業の一部では、原材料費、電気料金の高騰により採用計画を縮小するなど、影響がみられる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・企業、特にメーカーからの求人に強さがみられない。生産状況になかなか以前のような活気がみられず、慎重になっているように見える。営業部門を含め、先を見通した新体制が必須である（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・特にパート層においては、閑散期も重なり応募者数が減少傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス特需に対応していたスタッフの派遣先競争が激化しており、価格破壊が起きている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（所長）	周辺企業の様子	・インボイス制度の導入、最低賃金の引上げにより、雇用の低迷している。
	x	-	-	-

## 5. 甲信越（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 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約状況が良く、客単価の上昇に伴い、売上も増加している。
		遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行や旅行機運の高い状況に加えて、新アトラクションのオープンや園内イベント、ライブイベントが好調に推移し、来客数が増加している。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は生活保護受給者の依頼が多かった。病院のケースワーカーや施設の人も当社を知ってくれるようになっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前月に続き、観光客の増加を感じているものの、インバウンドは余り影響がなく、年配客が多い。
		スーパー（経営者）	それ以外	・前年比で売上は40%増加、来客数は前月同様に24%減少となっている。コンサートイベントも無事に終わった。仕出しの数が多かったり、納品時間が早いと、毎日している仕事ではないため、できるだけおいしい物や喜ばれる物を提供したい気持ちはあるが行動が伴わないこともある。許容量を超えた120%くらいまではこなしたいが、最低限、食品の事故は避けたいので、断る勇気も必要だと感じている。食中毒事故の報道内容に、他人ごとではなく、食品を扱う者として緊張感を持っていきたいと感じている。

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
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・商材価格の値上げに客が慣れてきたのが、やや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価の上昇で、単価も高くなったため、売上は上がっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・今月は行事が集中して開催されたため、大分売上が増えている。ただし、日々の売上は特別大きく変わっていない。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も減ってきて、売上は新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。特に、今月は残暑が厳しかったためか、涼しい当地への入込客が多く、ちょうど新型コロナウイルス感染症発生前と同等の水準に達している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・好調が続いているものの、この数か月より、若干勢いが落ち着いてきている。週末になれば個人客に動きがあり、平日は法人関係の動きがあるため、好調が継続している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来訪客、売上共に、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきている。
		その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（経営者）	来客数の動き	・企業や団体からの予約が、新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないが、徐々に戻り始めている。一般客も家族連れを中心に戻り始めている。
		百貨店（経理担当）	お客様の様子	・食品関連の催事や特選ブランドは、前年と比べ好調に推移している。一方、残暑の影響で、婦人や紳士の衣料品は初秋物の動きが鈍い。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は増加しているものの、買上点数は減少している。単価の上昇でカバーされた結果、既存店の売上は前年実績を超えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年と比べてやや暑い日が続いている分、若干売上は良いと思うが、特別伸びている様子もないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・よく分からない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給の回復から、売上台数が増加している。自動車のメンテナンス需要も高まってきて、整備入庫も増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この暑さで一般整備の入庫が多くなり、車検台数も若干だが目標を上回っている。一般整備や板金等の部品や材料の価格高騰で、リサイクル部品等を使い、客の予算に合わせるパターンが多くなっている。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・オイルやバッテリー交換等のメンテナンス需要は好調であるが、高額品であるカーナビやドライブレコーダー等は厳しい状況のため、全体的には客単価が下がっている。
		その他専門店 [ 酒 ]（店長）	販売量の動き	・9月前半から後半にかけては、一進一退の様子だったが、9月終盤は非常に人の動きも良くなってきた感じがする。10月に入ってもこの良い調子がしばらくはあるかもしれないが、諸物価の上昇で、酒の購入に影響が出るのではないかと心配している。飲食店は、比較的、宴会ができる店を中心に動いてきている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・顕著な伸びはみられない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・いずれにしても、地方は景気が悪い。毎回のことで何を言えばよいか分からない。
		旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・3か月前と同様、受注は堅調に伸びており、景気上昇は継続している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・今月24日までは若干数字が悪く、前年比100%は超えない予想だったが、25日に初乗り運賃を値上げしてからやや良くなり、超えそうな状況になっている。
		通信会社（社員）	単価の動き	・新規顧客獲得件数は予算未達が続く苦戦しており、バンドル率も低調である。特に、固定電話、多チャンネル放送サービスが増えてこない。
		ゴルフ場（副支配人）	単価の動き	・プレー料金を下げれば集客することはできるが、物価上昇のなかで、利益の確保との兼ね合いが難しい。
		設計事務所（職員）	来客数の動き	・仕事の依頼数は増えており、同時に複数物件の設計をしている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍は収まってきているものの、街への人出は回復の兆しが少ない。イベントに多少の人だかりはできても、購買につながるわけではない。

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
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・いろいろな物の値上げが報道され、買い控えがみられる。季節商材の動きも止まり、静かな状況で、他の商材の動きも少ない。
		スーパー（副店長）	販売量の動き	・度重なる値上げにより、客のアンケートや意見等で「値段が高い」という声が圧倒的に多くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年比100%を超えているものの、来客数が伸びず90%台となっている。天候と物価高により、やや悪くなっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節商材の需要が終わり、来客数が減少している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・8月までは非常に回復していたが、9月に入って急に落ち込んでいる。新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、周囲で感染したという話が聞こえだすと、人は街に出なくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客に関しては、新型コロナウイルス明けの特需から少し落ち着いたような感じで、客足が思ったよりも伸びていない。6月と比べて県外客が2%ほど落ちている。新型コロナウイルス明けの反動やガソリン代の高騰の影響があったかもしれない。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・人件費が上昇しているため、配偶者特別控除額なども拡大すべきである。原発再稼働を含め、エネルギー価格を下げる方法を実行してほしい。
	x	-	-	-
企業 動向 関連  (甲信越)		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベント向け製品の注文が増え、若干の増産もある。前年より秋口のイベントが多くなっている。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・個人消費や設備投資の増加で、やや良くなっている。
		食料品製造業（営業統括）	それ以外	・ガソリン価格の高騰や記録的な猛暑により、工場来場者数が減少している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・毎年の季節商材受注はあるものの、店頭販売向け商材等の受注はほとんどない。
		電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・小口ではあるが、安定した受注を請けている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注は順調であるが、今後は人手不足が心配である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は主力の電子部品など半導体市場の停滞の影響を受けている。一方、非製造業は観光業で持ち直しの動きがみられるが、物価高による消費者の節約の影響も見え始めている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はホテル催事に参加したものの、全体として来場者が減少し、単価の低下も著しく、売上は不振である。新型コロナウイルス感染症の5類移行後は、催事を開催してもこの傾向が続いている。ルートセールスでは、多少客が戻ってきたところもある一方、いまだに集客が戻らない店が多い。円安、地金高騰の影響が大きく、商品作りが難しく、再発注では価格が3～5割上がってしまい、利益を大きく圧迫している。
		x	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子
雇用 関連  (甲信越)		-	-	-
		-	-	-
		求人情報製作会社（総務担当）	求人数の動き	・当社は求人情報誌を発刊しているが、ずっと求人数が増えてこない。当社以外の媒体も同様か、求人数が減少しているように見受けられる。どこも人手が欲しいはずなのに、掲載への動きがない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・アフターコロナのムードを反映して、関連するサービス業や宿泊業、飲食店、バス、タクシー関係の業種で、求人の増加が認められる。一方、食料品製造業等では原材料費や燃料価格の高騰が収益を圧迫し、求人が手控えられている感がある。価格転嫁による買い控えや人手不足によるサービス低下が、消費低迷につながるのではないかと懸念される。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料や光熱水費の高止まりが続いている上に、最低賃金の引上げによる全体的な人件費の増大等、企業経営を圧迫する要因が今後も継続するという予想から、攻めより守りの姿勢が強みられる。	

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
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・自動車を代表格として、物価高騰が今まで以上に目立っている。週末のスーパーへの買物でも3割ほど支払が増えており、とにかく購買意欲が湧かないという話が多い。
	x	-	-	-

## 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：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  (東海)		一般小売店〔土産〕(経営者)	来客数の動き	・旧盆の山場に台風の影響で交通機関の計画運休等があり、帰省客や観光客の行動に大きなダメージがあった。しかし、人の動きも全般的に回復し、新型コロナウイルス感染症発生前のような客の動きとなった。
		コンビニ(企画担当)	販売量の動き	・台風などの悪影響を受けることも少なく、猛暑による飲料販売の好調さが全体的な好調につながった。前年と比べても人の動きは多くなっている。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・外国人などをよく見掛けるため、インバウンド需要が回復している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(経理担当)	来客数の動き	・来客数は安定してきたが、引き続き物価高の影響があるため、購買の動きとは余り比例していない。
		都市型ホテル(総支配人)	来客数の動き	・宿泊は、稼働の浮き沈みが激しいが海外からの宿泊客も増加傾向にある。レストランは夜が悪い。宴会客が戻りつつあるが、予約期間は短い傾向にある。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後に団体旅行の問合せが増えたが、9月下旬頃から順々にその旅行の出発日を迎え、数字として成果があがる時期である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・最近では、他地域からの旅行者やインバウンドが結構な人数になっている。新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されイベントが以前のように開催されるようになったため、移動にタクシーを利用する客が増えている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・インバウンドを含め来客数が増加している。
		一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・9月はイベントのシーズンで、前年まで中止されていたイベントが復活している。コロナ禍での規制が無くなったことや物価上昇をある程度受け入れていることで、客の動きが少し良くなった。客に購買意欲が出たことと行動が自由になったことが大きなポイントとなった。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・9月は連休もあり、お盆の時期に近い来客数で売上も好調に推移した。インバウンドは中国からは少ないものの韓国や欧米などを中心に引き続き好調に推移し、全体としては大きな影響はなかった。下旬以降は朝晩を中心に涼しくなってきたこともあり、秋物が動き出して衣料品、雑貨や化粧品なども好調に推移した。また、各種商品値上げが全体の売上を押し上げる要因にもなっている。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・前月に引き続き、催事やレストラン部門の売上が好調に推移している。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・店舗への来客数が増えており、特に食品や衣料品への関心が高まっている。一方で、家庭用品やギフト品の需要が減少している。
		百貨店(販売担当)	単価の動き	・来客数は増加している。高単価商品の稼働はここ2~3か月増加傾向にあり、客単価が上がっている。一方、インバウンド需要は少なく、期待した結果は得られていない。
		コンビニ(店員)	販売量の動き	・ファーストフードの増量セールがあり、売上が好調だった。パスタやパンの売上も前年を上回っている。
	コンビニ(本部管理担当)	来客数の動き	・売上は前年比105%と好調であった。小売業を展開する上で水道光熱費の値上げ等、経費負担が重荷になっていたが、その負担を売上でまかなうことが夏季シーズンはできており、利益捻出に成功している。売上が好調で客の購買力に一定のポジティブな要素を感じるため、景気は3か月前と比べ良くなった。	

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
		衣料品専門店 (売場担当)	販売量の動き	・1日の売上目標が3か月前と比べて高くなっている。毎日達成できているわけではないが、ほぼ達成に近い状態で推移している。3か月前と比べると目標も上がっているなかで、3か月前の目標は達成して現時点での目標には少し足りない状況なので、良い方向に向かっている。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・9月に入って客の動きに変化が出てきた。納期も早まりつつあるため、それも要因として挙げられる。
		その他専門店 [貴金属](経営者)	来客数の動き	・毎年恒例のイベントに多くの客が来場し、前年よりも売上が増加した。
		高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・7月以降に外出や旅行等が増え、外食の機会も増えている。ただし、9月は若干落ち着いた状況であった。
		その他飲食[仕出し] (経営者)	お客様の様子	・株価が上がっているなど何となく心理的には良く、雰囲気は悪くない。
		観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・コロナ禍の収束に伴い個人客の利用が回復傾向にあったが、これに加えビジネス客の利用も増加してきた。
		都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・法人宴会、インパウンドに伴う宿泊、株高でのレストラン利用など追い風が吹く状態が継続している。しばらく継続することを期待している。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・3か月前より景気は良くなっている。来客数の変化が顕著である。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・旅行業界は、急激に新型コロナウイルス感染症発生前の旅行需要が戻ってきている。団体旅行の申込みも増えており、仕事量は新型コロナウイルス感染症発生前以上に増えている。この状態はしばらく続くと見込む。
		タクシー運転手	来客数の動き	・午前中と夕方が多忙である。日中も暑いため利用客は多い。歓楽街での深夜の利用客が思ったほど戻らないが、涼しくなれば深夜の利用客も増える。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・夏の暑い時期が過ぎてインパウンドが好調である。
		テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・8月の来客数は前月比84%、目標比87%であったが、9月のイベント開催1週目は目標比70%、2週目が121%であった。気候も涼しくなったおかげで人出が多くなった影響も大きい。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・9月の入場者数は前年と比べ好調であるが、予算的には今一つである。新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、他のレジャーに分散している。3か月前と比べると、天候が比較的安定している分、やや良くなっている。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・キャンペーンセールが8月から始まり、その売上がある。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・3か月前との比較では、少し改善している。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・また新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していて高齢者層の動きが悪い。若年層は居酒屋等で消費活動をしているが、高齢者層は自粛が続いている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・週末以外の来客数も減少しておらず、商店街のにぎわいは順調である。ただし、客単価は相変わらず低く、売上は停滞している。
		一般小売店[高級精肉] (常勤監査役)	販売量の動き	・景気動向は余り変わっていない。
		一般小売店[結納品] (経営者)	販売量の動き	・小売業という業種のせいも、景気は低迷している。
		一般小売店[生活用品] (販売担当)	販売量の動き	・外出に抵抗が無くなり来客数は増えているが、消費行動には結び付いていない。必要最低限の買物しかない。
		一般小売店[書店] (営業担当)	販売量の動き	・円安の影響が更に大きく現れてきた。

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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数はそれほど減少しておらず、平日は60代後半から70代の夫婦連れの来店が多い。カジュアルシューズの売行きは良いが、ビジネスシューズは厳しい。カジュアルシューズは単価がそれほど高くないため数を売らないと売上が伸びないことから、全体では厳しい状態が続いている。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・来客数に余り変化はないが、値上げが毎月のように続いており、客は少しでも安い商品を購入している。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・売上金額としては前年比100%を超えているが、数量は100%を割り込んでおり、かつ競合他社と比べると売り負けた状態である。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・朝晩涼しくなって、売れる物が変わってきた。売上は絶好調である。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数の減少を1品単価の上昇でカバーしている状況は3か月前から変化ない。商品価格の値上げによる1品単価の上昇であり、景気は停滞している。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・土日になると家族連れ客の来客があり、買物籠を見ると購入量が多いことが分かる。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月も引き続き好調な動きである。例年と異なり盛夏並みの暑さが続き気温が高いため、9月にもかかわらず飲料や酒類など夏物商材の販売がとて好調で、販売量全体を引き上げている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1日当たり売上は前年を超えているが、物価が上がったことにより客単価が上がっているだけで、来客数は増えていない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・インバウンドへの期待があったが、当店にはそれほど影響がなく、景気は変わらない。
		コンビニ（商品企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比較して、来客数、客単価はほぼ横ばいで販売量も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の節約志向や買い控えは続いており、その影響で作業服の売上は前年比95%となっている。価格の低いプライベートブランド商品への移行や、そもそも今年は購入しない事業者も増えている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	それ以外	・前月までは少し良くなってきていたが、余り消費が動かない。
		衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・ぜいたく品の消費がみられない。必要な物でも最低限の購入にとどまっており、景気が上向くほどの消費拡大にはなっていない。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・最低限の買換え需要のみである。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高に客は敏感になっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生活に直結するコストアップを身に染みて感じる場面が本当に増えてきた。こうなると消費の切詰めを考えざるを得ないため、大型商品購入への勧誘には関心を持ってもらえない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・少し生産が回復してきた感はあるが、来客数が減っている。客は納期が長すぎて買う気が起きないと言いい、納期が早い旨を連絡してもしばらくは様子見をしている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半期決算でもあり、店舗の販売台数は目標に向けて順調に推移している。販売を停止していた車が1年ぶりに受注を再開したため、受注は前年並みに推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・夏を過ぎて、悪くはなっていないが良くもなっていない。客の雰囲気や販売量にも特に大きな変化はない。強いて言えば今月に入って来客数は減ってきている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の会話には、特別に良い話も悪い話も耳にしない。基本的には物価高の影響がある。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・光熱費、移動や買物のためのガソリン代、商品仕入れの全てにおいて値上がりばかりでどうにもならない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年4月に値上げをした商品のリピート率が下がっているため、全体で10%程度販売量が減少している。値上げした商品の売上は5%程度下がった。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の6月は、社員旅行などの利用があり景気は少し良かった。9月の利用状況も、個人客、団体客共に6月並みで変わらない。

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
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・ターミナル駅前の昼間帯は若い人も多くにぎやかだが、昼食時にはビル周辺に現れる弁当屋が活気を呈している。コンビニでもカップラーメンとおにぎり2個の節約派がレジで列を成している。食品などの値上げに消費税分も反映されて価格が上がっているのか、ますます昼食代が節約されている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・今年も残り3か月となり、早くも年末年始や来年の旅行予約が徐々に入り始めた。スポーツや趣味の旅行は、完全に新型コロナウイルス感染症発生前の状況まで戻りつつあり好調である。ただし、国際空港からのハワイ線、欧州線は相変わらず運航未定、米国線も撤退したままで冬のスケジュールを迎える。まだ海外旅行者が少ないのか、それとも需要はあるが航空会社が対応できていないのかは分からないが、海外旅行を主力としている当社にとってはまだ厳しい。
		タクシー運転手	来客数の動き	・横ばいである。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約者数はほぼ横ばいで解約数は微増と、余り良くない状況のまま推移している。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新規申込みもあるが、廃止や他社移行の申込みもある。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後も客数は戻りきらず、新型コロナウイルス感染症発生以前の85%前後で停滞気味である。通勤通学定期券の利用客のみ堅調である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスとインフルエンザの感染者が増えているため、客の様子が良くない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量に関しては横ばいが続いている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・9月は上期締めのため数字は上がっているが、一過性である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローンの金利が上がる傾向にあるなか、駆け込みで住宅購入の決断をする消費者がいるのかは分からない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・最近ではこの悪い状況が普通になっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・猛暑や輸送価格の高騰等が原因で、仕入価格が前年と比べて10～20%程度高騰している。客の財布のひもは固く、必要な物だけを買う傾向にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・以前より食料品の値上げが続くなか、野菜の価格が高くなっており、1客当たりの買上点数が落ち続けている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%台で、買上点数も前年割れの状況である。1品単価の上昇分だけでは前年並みの客単価を維持する程度である。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・9月に入れば多少は日中の暑さが和らぐかと思っただが、秋の気配が全くなく、昼12時過ぎから夕方までの来客数が低水準だった。野菜に関しては、夜の気温が下がらなかったため作物が成長しにくい傾向がみられ、トマトがふだんの5倍以上の値段になるなど非常に厳しい状況であった。
		スーパー（総務）	単価の動き	・相変わらず価格上昇により買上点数が減少している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・9月も猛暑のため、飲料やアイスクリームの売上は伸びたがその他が振るわず、全体としては前年割れとなった。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・水道光熱費等の負担が厳しくなっている様子である。まだまだ値上げが続く状況では、買物を控えて自衛するしかない。
		家電量販店（フランチサイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が前年の8割くらいで、ダイレクトメールにも余り反応がない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は大分薄れてきたが、まだ国際線の便数が回復していないため、海外旅行の需要が復活していない。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・夏が始まる前の頃から状況は変わらず、街中の人通りは増えているように見えるが、店をのぞくだけの一見客が多く、恐らくもうかっているはいない。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・まだ暑いので客が来てくれない。

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・前月、前々月と比べて、来客数がかなり落ち込んでいる。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・新たにできた商業施設の店舗も埋まらず、2年前にできた施設も出入りが激しく苦戦している。経済が回り始めてきたと思っていたが、まだ時間が掛かる。
	x	商店街（代表者）	それ以外	・地域では複数の商店街で空き店舗が増えてきている。同時に空室期間の長期化も目立ってきている。
	x	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・お盆明け以降、飲食店への客の流れは新型コロナウイルスの感染拡大初期に匹敵するくらい悪い。新型コロナウイルス感染症の新たな拡大もあり、客は飲食店利用を控えている。
	x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・あまりの暑さと物価高が重なってなじみ客も一見客も来店がなく、秋物の販売時期が飛んでしまいそうである。
	x	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・問合せも少なく販売も全く良くなく、非常に悪い。9月にこれほど悪いのは初めてで、このままだと困ると思うほど非常に悪かった。
	x	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数日は少し涼しくなったが、この3～4か月は暑さのため出足が悪かった。
	x	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・暑さで住宅展示場への訪問者が少ない。また、暑さにより購買意欲も下がっているように見受けられる。
企業 動向 関連  (東海)		-	-	-
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米、欧州共に、自動車だけではなく一般産業機器向け設備投資が復調してきた。引き合いも増え、受注率も上がってきた。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・海外向け新製品の効果が出始めている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・客先の生産計画の数字が上向いており、新しい人材雇用が始まった。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・この時期になると見積依頼等が増え、実際に作業工程等の相談もある。年末に向けて段々と作業も忙しくなる。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因で増加する。
		通信業（総務担当）	それ以外	・物価が上昇しているが、コロナ禍の時期と比較すれば、流通、旅行やイベントなどサービス業を中心に回復している。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車産業では夜勤があるなど忙しい生産体制である。物価高の割に景気が悪いわけではなく、高いと言いつつも休日には遊びに出掛けたり、消費が減ることもない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店に客が戻ってきている。メニューの値段は上がっているが、その店だけでなく他の店、他の商品も値段が上がっていることから、敬遠されていない印象を受ける。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・円安の定着により仕事を国内へ転換しようとしても、なかなか人手が集まらず各社苦戦している。したがって、内製化が進まず円安が続く。評論家は円安に関するコメントをいろいろ言うが、人手不足のことは言っていない。自動化がますます要求され、当社にもいろいろな会社から問合せがある。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年実績を上回っても、出荷ケース数では前年割れの商品が多く、消費動向は低調となっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費の低迷、物価高、猛暑等のなかで売上は横ばいであるが、これは原材料の値上げ分の上乗せであり、生産量自体は減少しており、景気は余り変わらない。
		化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料薬品の需要は、引き続き低調である。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・休日は人の往来が多く街の活況が続いている。物価高には閉口するが、時給引上げや賃上げも実行されており、消費を抑えながらも人的交流を楽しみたいという雰囲気が見受けられる。飲食店の割引期間中には長蛇の列が並んでいた。時間はあるため待ち時間はスマートフォンの時間にして、節約しながら消費する姿勢がみられる。



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
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き合いは多く、こなしきれぬが心配な状況が続いている。ただし、エリアとしては地元よりも他地域が比較的多い。価格転嫁が進まないため収益がかなり圧迫されることから、必ずしも楽観できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界としては全体的に景気が良くなってきているが、原材料価格が高騰し、利益は余り出なくなっている。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・相変わらず円安、ガソリン価格の高騰やいろいろな物の値上がりの影響がある。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・立地、価格などのバランスの良い物件は契約が伸びているが、在庫物件の契約が伸びない。9月はこどもエコすまい支援事業の受付終了もあり、駆け込み需要があった。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・単純に受注量だけなら新型コロナウイルス感染症発生前くらいに戻っているが、増えているのは小口の仕事がほとんどで、大口案件は減っている。忙しさの割に売上額は伸びず、それ以上に各種経費が確実に増大している。賃上げも必要である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・企業間の輸送物量が鈍化している上、燃料費等の高騰が利益を圧迫している。
		輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先によると、半導体不足が次第に解消され、発注からそれほど時間が掛からずに納品できるようになった。しかし、現状は半導体不足の時期に受けていた注文をこなしているだけで、新規受注は減っている。半導体の供給が順調になっても新製品が売れない状況である。
		金融業（従業員）	それ以外	・周囲の様子から3か月前と比較して余り変わっていない。物価の上昇は続いており、まだ景気としては厳しい状況である。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料の価格高騰に加え、材料の納入が遅れることにより、今期の売上が見込めない状況が懸念される。利益面でも厳しく、ボーナス等での従業員への還元も難しい状況である。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルス感染症についての不安も更に解消していることから、前月同様に外出や遠出をする人は増加傾向になっている。外出等の増加に伴い、今月の売上は前年を上回る状況が続いている。
		不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費の高止まりに加え、施工業者が不足しており、工事費が更に上昇する懸念はあるが、住宅販売価格の上昇は見込めない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・9月に入っても猛暑が続いていたこともあり、チラシやイベントの告知を打っても、外出を控える人が多かった。
		公認会計士	取引先の様子	・コロナ禍からの回復や値上がりした原料の価格転嫁も進み、企業全体の収益は上がっている。3か月前との比較では大きな変化はみられないが、特に輸出産業では採算が改善傾向にある。
		行政書士	それ以外	・燃料価格の高騰や2024年の改善基準告示で会社経営が厳しいと周囲の業者は言っている。
		窯業・土石製品製造業（社員）	それ以外	・近隣地場産業の受注量が非常に少なくなっており、出荷する荷物も少なくなっているため、地元の運送会社が営業に来た。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来製品は小ロット化されて1ロット当たりの生産量が減少し、月間で3割程度生産量が減少している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相次ぐ値上げの影響か、生活消費財の荷動きが前年を下回っている。自動車以外の生産財も、荷動きが悪い。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・住宅ローンの固定金利の引上げや物価の上昇が続いている。買物弱者といわれる高齢者においても特に食料品への支出が多い人にとっては、食料品の値上げが与える影響は相当大きい。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、発注量共に本来であれば大きく伸びる時期であるが、今年は伸びるどころか減少している。差引き20%ほどの落込みとなる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシが減少している。

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
(東海)	雇用 関連	-	-	-
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・下期に向けての人員増強のため、派遣依頼や人材紹介依頼が増加している。
		アウトソーシング企業(エリア担当)	周辺企業の様子	・新車販売台数は前年超えで推移し、生産体制も多忙となっているが人手不足の声を耳にする。最低賃金が過去最大の41円のアップで、中小企業においては非常に厳しい状況となる。
		新聞社[求人広告](営業担当)	周辺企業の様子	・2極化が更に進んでいる。新しいサービスやインバウンド関連などで好調な企業と従来型で厳しい企業との差が、同じ業界でも大きくなっている。全体的には、新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着き、外食やレジャー関連を中心に需要が戻りつつある。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・夏季の繁忙期が落ち着き、余り変わらない。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・景気は前月までと変わらない。
		人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・求人数は高止まりしつつも求職者数が増加しないため、業種、職種や勤務条件等により応募者数の格差が大きくなっている。
		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・物価高騰に対して収入が上がっておらず、実質的な収入の減少が続いている。
		新聞社[求人広告](営業担当)	それ以外	・前年まで中止されていたイベントや催事の復活は好材料である。ただし、原材料価格高騰の影響もあるのか、広報など経費面にしわ寄せがきている。
		職業安定所(所長)	求人数の動き	・有効求人倍率は前年を上回ったが、新規求人数は前年比で減少している。建設業、卸売・小売業の減少幅が大きく、飲食サービス業では増加している。外食チェーン店、企業・学校等の施設内調理事業者からの求人が多く、小規模事業者からの求人は少ない状況である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べて微増、求人数は微減であった。そのなかで輸送用機械器具製造業など製造業の一部やサービス業では増加がみられた。逆に減少した業種は、建設業、情報通信業、宿泊業、飲食サービス業であった。前月に続き人手不足が続いていることや猛暑が影響している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数の総数を業種別に前年同月比でみると、製造業では7か月ぶりに増加、運輸業も4か月ぶりに増加、卸売・小売業も3か月ぶりに増加したものの、飲食・宿泊業では9か月ぶりに減少するなど、景気回復に一服感がみられる。
		民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・引き続きキャリア採用を検討する企業は高止まりしている。ただし、採用における基準は比較的高くなってきている。
		人材派遣業(営業担当)	周辺企業の様子	・相変わらず値上げラッシュは止まらず、製造業だけでなくサービス業等も含め様々な場面で値上げによる影響がみられる。特にガソリンスタンドはその傾向が顕著に見受けられる。
		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・前月に引き続き経理・総務などの事務管理部門、特に管理職の動きが鈍い。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・大型家電専門店や携帯電話販売店では、物価高に伴う買い控えや買換え時期を遅らせる動きが響き、販売が低迷している。この影響を受け電子部品製造業では生産が減少している。燃料や電気代の高騰による経費負担が増加している。また、建設業界は慢性的な人手不足の状態にある。	
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は物価高騰の不安要素などから製造業を中心に緩やかな減少傾向が続く一方で、求職者数は緩やかな増加傾向が続いており、この状況が長期化している。	

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
	x	-	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：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  (北陸)		*	*	*
		商店街（代表者）	来客数の動き	・季節の変化が今一つはつきりせず、衣料品関係は苦戦している。気候としては雨が少なく、外出を控えていた高齢者や子供の出が回復することに期待している。ただし、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症が再び流行し始めたため不安である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・9月前半は残暑が厳しく来客数は少なめだった。しかし、連休の頃から外国人客が増え、最終的に売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して2けたの増加と好調である。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・外出機会の増加や地域行事の活性化により、外出需要に対する商材の販売量が引き続き増えている。猛暑日が続く、暑さ対策や涼を感じる食材などの需要も継続している。
		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・ランチ中心の業態は6月から好調を維持しており、それに加えて8～9月はインパウンドや企業の宴会などが増え、居酒屋の業態でも上向いている。
		都市型ホテル（役員）	単価の動き	・個人予約は伸び悩んでいるが、企業研修やスポーツイベント、ツアーなどの団体予約は増加傾向である。来客数は伸び悩んでいるが、販売価格をコントロールして売上確保に努めている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加している。夜の街は観光客に加えて地元客も増えており、人出が多くなっている。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、国内の団体客の動きが回復している。客は増加傾向だが動きは鈍く、全体としては前年同期と比べてややプラスという状況である。
		一般小売店[書籍]（従業員）	販売量の動き	・物が売れない悪い状態が続いている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・台風の影響がなく、売上は前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の2018年実績を超える見込みである。食品は好調に推移している反面、残暑が続いた影響で秋物商材の動きは鈍く、アパレル関連は苦戦している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・富裕層に向けたラグジュアリーブランドの期間限定企画や食品催事、仏像の展示販売会が話題となっている。地元で開催できない期間限定の企画は集客力があり、売上が好調に推移するケースが多い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・各商品の値上がりで買上単価は上がっているが、買上点数に変化はなく横ばいである。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・1品単価や客単価は上昇しているが、各家庭のコスト上昇分とも捉えられる。来客数は下降傾向にある。
		スーパー（経営企画）	お客様の様子	・来客数、客単価、買上点数等を勘案すると、変わらない状態である。
		コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・米飯類の値上げにより客単価が上昇したため、売上全体が好調である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ニュースによって客の気持ちが日々変化しているとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候が不順で、売上に影響が出ていると考える。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはなかなか戻らない。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車価格の値上げで客との商談回数が多くなっており、購入することに慎重になっていると考える。一方で、車検等の修理関係は影響なく入庫している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・10月に新型車が発売されるため客の関心は高まっている。しかし、年間の生産台数は配車スケジュールにより決定されており、最近の傾向としては受注が増加してもすぐに配車が増えるわけではない。配車がなければ売上の増加にはつながらず、現状では余り変わらない。

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
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・半期決算でお買い得なイベントやダイレクトメールによる案内を実施しているが、客の反応は決して良くない。特に冬用タイヤの販売は、値上げ前の駆け込み需要の反動もあり、例年と比較して減少している。さらに、客は価格に対して非常に敏感である。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数は徐々に戻りつつあるが、買上点数も買上単価も減少傾向となっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・いろいろなことを実施しているが、売上が回復しない。
		一般レストラン（店長）	それ以外	・観光客の動きが良くない状況である。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・客単価の平均が変わらない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・9月は新商品の発売があり、全体的な伸びを期待していたが、新商品の入荷が少ないため販売数に反映されていない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・酷暑が一段落し、外回りの営業活動がしやすくなったため、放送、通信共に前年同月と同様の新規契約件数を獲得できている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約件数に大幅な変動はなく、契約の解約件数も横ばいの状況である。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・健康づくりや水泳教室などに対して否定的な雰囲気はないが、新規入会者数は増えていない。まだコロナ禍の雰囲気のなかでの生活や活動を繰り返している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年はお盆過ぎから客の動きが出てきて商談数が増えてくるが、今年は暑さが続いているためか動きは鈍い。問合せは多少出てきているが、成約には程遠い内容が多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントを企画しても、来場者数が増加しない状況が続いている。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・春先から集客低迷が続いており、9月も改善がみられない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・9月に入ってから猛暑が続き、既に秋冬物商材に入れ替わっている衣料品の動きが非常に悪い。また、暑さで高齢者は外出を控えているようで入客も少ない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・3か月前との比較では、ゴルフの景品等は多少増えているが、デイリー商材の動きが非常に悪くなっている。物価高や酷暑などが原因ではないかと考える。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温が高い影響で秋物のファッション商材は大苦戦している。単価が高くなるため客は購入に更に慎重になっている。催事など客の動員企画を実施し、来客数は前年並みを維持するが購入は少ない。駐車料金が無料となる最低金額での買物、無料企画やイベントで来店し買物をしない客が多い。商品の値上げが続くため、必要かどうかをしっかりと見極めて購入しており、下見や他店と価格などを比較する客も増加している。県外に行ってアウトレットやラグジュアリーな店舗で購入する動きも増えていると考える。
		スーパー（仕入担当）	単価の動き	・商品原価や相場の高騰の影響で値上げをするしかない。今後も予定されている値上げや相場状況のなかで、販売店として無理ができない状態である。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・8月までの好調が一旦収まり、来客数だけでなく売上も減少している。商品の値段が高いため買い控えが起こっていると考え。その一方で、経費は今まで以上に掛かっている。コンビニ業界ではロイヤリティが掛かるため、値上げが直接的に利益の増加にはならず、店舗の運営は厳しいままである。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・残暑が厳しいためエアコンの売行きは良いが、その他の商品は必要がない限り購入しない様子である。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・季節要因がなくなり非常に厳しい状況である。8月と比較して、売上も来客数も急激に悪化している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・小規模な企業の経営者から景気が悪くなっていると聞くようになり、当店も8月下旬から来客数が減少している。また、インボイス制度の導入で仕事をやめるといった話も聞いている。

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
	x	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍からの回復が5月をピークに鈍化している。好調なのはインバウンドだけで、国内旅行者や値上げをしたレストラン部門の来客数は減少している。
		タクシー運転手	単価の動き	・9月11日の運賃改定により、客の乗り控えが始まって仕事量が減りつつあるが、1回当たりの売上は増えている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が学校や職場で増加している。また、9月に入っても猛暑が続き、客は外出を控えているようで、来客数が5%程度落ち込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・受注する棟数も減少しているが、床面積も小さくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3か月前も前年比86%と悪い状態であったが、現在はそれ以上の前年割れになるとみている。9月は予想以上の残暑で、秋物商材の売行きが前年よりも悪くなっている。
企業 動向 関連  (北陸)	-	-	-	-
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間工事の受注は低調だが、公共工事はようやく受注できるようになっている。
		金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・各業種で受注量、販売量の改善がみられる。受注額、販売額については、円安や材料費の上昇も含め、適正採算を確保するための単価の改善が行われている企業とそうでない企業に分かれている。
		税理士（所長）	取引先の様子	・原価の高騰を価格に反映できている企業は好調で、余裕のある企業は従業員の賃金アップもできている。飲食業では価格を上げすぎて、周りとの価格差で売上に影響が出ているところもある。建設業では倒産が出始めている。
		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、国内ファッション衣料の売行きが好調であるなど、受注は引き続き堅調である。一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の上昇が経営に深刻な影響を及ぼしている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費や物流費は高止まりし、個人消費もなかなか上向きにならず、厳しい状況が続いている。
		輸送業（経理）	それ以外	・各品目の値上げが続き、原材料やエネルギーコストの負担が増加しているため、先行きが不透明である。
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きに変化はない、下期の政府補助金等の施策に期待したいが、その動きも不透明である。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・そろそろ購入者が出てくるとみているが、法人客も含めて問合せが少ない状態である。
		司法書士	取引先の様子	・経営状態が良いときに依頼のある、事業承継のための代表者などの役員変更、退任代表者への退職慰労金承認のための株主総会開催といった依頼が複数ある。
		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・中国の日本産水産物輸入禁止措置を受け、輸出売上が大幅に前年割れとなっており、会社全体の足を引っ張っている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界は、2023年当初からずっと受注金額が減少傾向である。
		x	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き
雇用 関連  (北陸)	-	-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・大型イベントが立て続けに開催されており、集客も新型コロナウイルス感染症発生前と同水準まで回復している。それに合わせて催事告知の新聞広告や事業協賛など、各企業の動きも復活してきた印象を受ける。求人関係は横ばいの状態で、売手市場の状況に変化はないと考える。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はみられなくなっている。各種値上げにより売上は好調だが、その一方で利益を圧迫している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数がやや増えているようである。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は増加も減少もしておらず、物価や人件費の高止まりの影響による様子見の状態にあるとみている。	

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
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣先企業からの派遣依頼が減少したり、取り消されたりすることが少し増えている。
	x	-	-	-

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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  (近畿)		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はプロ野球の在阪2球団が優勝し、関連セールスの効果で来客数が増え、売上の拡大につながっている。また、訪日外国人の増加傾向にも変化がなく、好調に推移している。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・9月に入っても気温がまだ下がらない状況であるが、客の消費意欲は8月に続いて高く、都心店舗の来客数は前年比で130%以上と、国内客、訪日客共に増えている。また在阪球団の優勝といった、関西に活気が出てくるような動きがあったことから、優勝セールでの動員も大きく、初日はふだんの3倍以上の売上となった。商品別には、ラグジュアリーやコスメ関連が30%近いアップとなったほか、雑貨関連も前年比で50%近いアップとなった。特に、ハンカチなどのアイテムが韓国の客に再び人気となっている。
		旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行は遠方に出掛ける比率が高くなり、海外旅行も着実に増えている。全国旅行支援の終了で心配していたが、杞憂となっている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・厳しい残暑が続くなかで、来客数は相変わらず少ないが、夏の暑さで傷んだバンドの交換が増えている。時計の売上は厳しいままであるが、修理や電池交換で何とか売上が維持できている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・購買意欲の強いインバウンドに、消費はけん引されている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食店やゴルフ場関係の取引先では、客足が戻ってきている。個人客は物価の上昇などで買い控えを行っているが、回復の動きに期待している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標を大幅に上回る見込みである。特殊要因であるセール販売の増加に加え、外出需要やインバウンド需要の増加が好調要因である。商品の購入に対する客の慎重さは変わらないものの、コロナ禍による落ち込み時と比べ、商品の購入に対する積極的な姿勢がみられる。
		百貨店（売場主任）	それ以外	・郊外店である当店は、27日までの来客数が前年比で0.7%減、売上が0.8%減と微減であるが、都心店は来客数が24.4%増、売上が32.5%増と絶好調である。インバウンド効果で都心店は好調な一方、郊外店は前年並みという状況が続くそうである。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・海外ブランドの雑貨類や化粧品の上昇が、前年比で30%程度伸びるなど、好調に推移している。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・3か月前と比べると、景況感は改善しているものの、直近はその傾向が鈍化している。消費意欲の減退につながる物価上昇などの影響が出てきている。一方、インバウンドの消費は活発化しており、販売量を下支えしている。
		百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着くとともに、外出の機会が増えるなど外向きのマインドが高まっている。それに伴い、婦人服、紳士服のボリューム層向け商品の動きが堅調で、売上を下支えしている。また、インバウンドの動きが引き続き好調で、クルーズ船の就航や旅行客の増加によって、関連売上は2019年の水準を大きく上回っている。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・海外の特選ブランドの服飾品や、輸入高級腕時計などで値上げが続いているにもかかわらず、富裕客やインバウンドが競うように購入している。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・中間層による売上はまだ回復途上であるが、富裕層の購買意欲はかなり旺盛である。海外ブランド品や高級時計が、今までにない売上となっているほか、インバウンド売上もかつての水準を上回っている。

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
		百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・国内の旅行者、インバウンド共に増えており、来客数が大きく増加している。特選ブランドを中心に値上げが続いているが、そのたびに駆け込み需要があり、結果として売上が伸びている。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・9月に入って残暑が厳しいなか、国内の現金客の売上は前年比で約7%増と堅調さを維持している。特に化粧品が全体をけん引する一方、ファッション関連はまだ晩夏商材が好調で、秋冬物商材に動きはみられない。食品も総菜や菓子、ベーカリー関連が、自家需要や行楽の土産需要で好調である。富裕層の購入で、相変わらず特選ブランドや時計、宝飾品の動きが良いほか、インバウンドも客単価が下がったとはいえ、来客数が倍増するなど大きく増えている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・9月の売上は、国内客、海外客共に良かったと感じている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、全体的に上向いていたが、今月は厳しい残暑で秋冬物衣料の動きが鈍く、苦戦した。ただし、プロ野球の在阪球団の優勝セールを実施したため、売上は大幅に増えている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・物価の上昇による単価上昇で、売上の前年比はプラスとなっているが、販売数量は落ちている。消費者の間には、無駄な買物はしないといった行動がみられる。外食での値上げ幅が大きい一方、スーパーは値上げ幅が小さいため、総菜やベーカリーなどの売上が大きく伸びている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・前年の後半以降、商品単価の上昇が続いている。残暑が厳しいため、来客数はやや減少しているが、それを客単価の上昇でカバーしている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米からのインバウンドが増え、1回当たりの購入単価は低いが、1日に2～3回の来店があるため、来客数の3%の増加につながっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・プロ野球の在阪球団の優勝により、会社員による利用が増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣企業への出社人数は完全にかつての水準に戻っている。また、周辺ホテルの客室稼働率も以前の水準に近づいており、来客数の増加傾向が続いている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・海外からの観光客に加え、ふだんの客の来店も安定している。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・来客数に余り変化はなく、売上也順調に推移している。外国人観光客が大幅に増え、一度にたくさん買物する人が増えたと感じる。手軽に食べられるレジ横のスナックや菓子類、カップ麺、酒などが、昼夜を問わず、たくさん売れている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数、客単価共に上向きつつある。特に、客単価は3か月前よりも5000円上昇し、前年比でも約8000円上がっている。外国人観光客の増加に加え、朝夕の気温がようやく下がり、購買意欲が高まっている。また、プロ野球の両リーグで在阪球団が優勝し、街の盛り上がりの機運が高まっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・リフォームや給湯器関連の補助金の効果で消費マインドが喚起され、販売量が増えている。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・コロナ禍による制限のない秋を迎え、屋外での活動が活発になり、販売量が増加した。ただし、エネルギー価格の高騰や物価の上昇により、消費者の財布のひもが固くなっている。
		乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・前月に続いて少し物価が上がっているが、株価も一定の水準を維持しており、客の金融資産の含み益が増えている。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・食品や日配品、日用雑貨などの生活必需品は堅調に推移している。また、暑い日が続くなか、ドリンク類や感冒薬などの医薬品も順調に動いている。一方、化粧品や化粧雑貨の動きは少し鈍化傾向にあり、マスクなどの衛生・介護用品にも大幅な減少がみられる。月全体で見ると、今月は来客数、客単価共に微増となっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	来客数の動き	・プロ野球の在阪球団のリーグ優勝により、来客数が10%増えている。

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
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、売上や来客数は横ばいであるが、飲食店の利用状況には偏りがみられる。一方、インバウンドの来店が徐々に増えるなか、観光客として来店するだけでなく、日本人が日常的に利用しているものに触れる、体験を求めている利用が増えつつある。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・9月は台風や大雨の影響もなく、順調に来客数の回復が進んだ。団体客の需要もかなり増えている。
		都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・ホテルの利用客数は確実に増えている。
		都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・8月は80%の稼働率となり、単月ではあるが収益は黒字となった。インバウンドが増えたことで、外国人比率が70%とやや異常な水準となっている。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・客室単価は3か月前とほぼ同じであるが、稼働率が10%近く伸びており、回復の動きがみられる。
		都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・ターミナル駅周辺には低価格帯のホテルが多いが、徐々に料金は戻りつつある。
		旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・インバウンドの活況に影響されて、秋の旅行の申込みが増えている。もう少し時間がたてば、いずれ価格が下がるという期待も無くなり、高額でも旅行に行くという方向に変化する。
		その他レジャー施設[複合商業施設](職員)	来客数の動き	・プロ野球の在阪球団の優勝で、人の動きが活発になっている。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・徐々にではあるが、受注量が伸びている。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・ばらつきはあるが、物販店の売上がかつての水準に戻っていない。
		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・物価上昇の影響か、消費者から買い控えの動きがよく感じられるようになった。販売量はどちらかといえば減少している。
		一般小売店[自転車](店長)	お客様の様子	・例年は春と秋に新車がよく売れるが、今年は全く動きがない。
		一般小売店[呉服](店員)	販売量の動き	・着物を販売しているが、生活必需品ではないため、かつての動きには戻っていない。
		一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・夏物商戦も終わって秋のお彼岸となったが、さほど販売数量は増えず、横ばいが続いている。
		百貨店(企画担当)	販売量の動き	・原子力発電所の処理水問題により、免税売上は少し落ちると考えていたが、8月並みの水準を維持しており、影響はほとんどみられない。一方、国内売上については、この数か月と同じく、外商売上の厳しい状態が続いている。
		百貨店(販促担当)	来客数の動き	・前月と同様に、前年比で来客数は順調に伸びている。新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行も余り影響はなく、客は動いている。来客数の増加に比例し、購買量も伸びているが、残暑が厳しく、ファッション関連はやや厳しくなっている。
		百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・プロ野球の人気や在阪球団の優勝などもあり、客の様子にも全体的に高揚感があり、にぎわいがみられる。
		百貨店(店長)	単価の動き	・10月以降も食品価格の値上げが続くが、購入商品が変わるわけではないため、食品の売上全体は増える。一方、値上げの影響で、生活必需品以外の売上へのし寄せが目立っている。
		百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・今月の来客数は前年比で11.5%の増加と、3か月前よりも好調であるが、プロ野球の在阪球団の優勝セール開催といった、特殊要因によるものである。それを除けば、まだ景気が回復したとはいえず、来客数の2019年比は8.6%減となっている。
		百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・国内の富裕層やインバウンドを中心に、特選ブランドや宝飾、時計、食料品の販売は堅調であるが、中間層の来客数はいまだに伸び悩んでいる。厳しい残暑の影響からか、9月前半は秋物商材の動きが鈍く、朝晩の気温が下がり始めた月後半に、ようやく動きが始めている。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・今月は19日から行われたプロ野球の在阪球団の優勝セールもあり、売上目標を達成した。ただし、優勝セールを除くと、食品の売上は前年を超えているが、衣料品は気温が高かった影響で、秋物商材の売上が前年の75%と苦戦している。



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
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や客単価に変化がみられない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品の販売点数が前年比で98%、平均単価が103%と、販売点数は引き続き減少傾向にあるなど、値上げによる買い控えが続いている。
		スーパー（店員）	単価の動き	・お彼岸の連休は朝から墓花がよく売れて、地域限定のキャッシュレス決済キャンペーンも始まり、にぎわっていた。一方、今年は野菜の価格が例年の2倍以上となったため、厳しい動きもみられる。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数に変化はなく、横ばいである。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・自治体による特典付きの商品券が各地で発行され、売上の増加に一定の効果がみられる。物価の上昇で生活防衛意識が高まっているため、今後も消費の下支えが期待される。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・売上自体は微増であるが、販売量が増えているわけではなく、値上げによる影響が大きい。今後もしばらく来客数は減るものの、単価の上昇による売上の微増傾向が続く。
		スーパー（企画）	販売量の動き	・売上が伸びるなか、1品単価は前年比で107%となっている。前年よりも金額は上がっているが、購入する商品数は減っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月以降、夏祭りやイベントの開催がかつての状態に戻ってきたため、販売量が増えている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人観光客は相変わらず多いほか、近隣での工事も続いているため、作業員による来店が増えている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月も猛暑が続く、アイス類や飲料の売行きは好調であるが、全体的には良くも悪くもない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・まだ暑さが続いているため、飲料や冷たい商品が売れている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・世の中の物価上昇もあり、客足が止まっている。必要最低限の家電商品の購入はあるが、ぜいたくな高額品の動きは鈍い。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・今月は販売量が大きく伸びなかった。コロナ禍の収束により、徐々に購入から足が遠のいていることが懸念される。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型車の生産台数に限りがあるため、販売量は依然として落ち着いたままである。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や販売台数に変化はない。中古車販売大手の事件により、中古車相場の変動を心配したが、大きな影響はない。
		その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・客の様子から、食料品などの物価の上昇による大きなダメージを受けている。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はないが、売上が伸び悩んでいる。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・来客数は良くないが、物価の上昇による影響で、1人当たりの売上点数、客単価は前年比でプラスとなっている。ただし、全体の売上は悪くないが、少し買い控えの動きもみられる。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	販売量の動き	・7～8月の原油価格の上昇時も、ガソリン出荷量は前年比で増えた。猛暑等の気候の影響に加え、週末を中心とした、レジャー目的での車移動の需要は根強い。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	来客数の動き	・前月と変わらず、外国人観光客が更に増えて、街がにぎわっているが、来客数は増えていない。
		その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	販売量の動き	・受電数に変わりはなく、受注量にも変化がない。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上は前年比、2019年比共に、110%以上の水準を維持するなど、堅調な営業が続いている。
		その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	販売量の動き	・値上げは続いているが、それほど落ち込みはない。

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
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスやインフルエンザの感染状況もあり、飲食目的での来客数は横ばいが続いている。一方、宿泊利用はインバウンドの好調もあり、一定の水準を保っている。
		都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・インバウンド消費が好調を維持する一方、国内消費が活発とはいえない状況は、ここ数か月変わらない。
		旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・来客数、受注額共に大幅に増えることはなく、横ばいであるため、景気が上向いているとは言い難い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月中旬以降、朝晩が涼しくなってきた。それとともに、駅などでも近距離は歩く人が増え、来客数が減少しつつある。
		通信会社(社 員)	販売量の動き	・9月は、今四半期で販売が最も落ち込んだ。6月からは少し増えたものの、前年や2年前と比べて、年々減少が進んでいる。
		通信会社(役 員)	それ以外	・大手通信会社のキャリアショップを運営している。昨今はキャリアから支払われる運営手数料が削減されているほか、端末の販売台数も前年比で落ち込んでおり、状況は厳しい。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・3か月前の申込数よりも減っているが、4月からの新サービス導入の影響を考えると、基調としては大きく変わらない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・今夏も余りの暑さで客の出控えにつながり、来客数が伸びていない。
		その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	来客数の動き	・催事の開催は3か月前と同様に順調であるが、収支のバランスをみると、コストが増加している。
		その他レジャー 施設[飲食・物 販系滞在型施 設](企画担 当)	来客数の動き	・インバウンドの前年比での増加は続いているが、中国からのインバウンドは期待していたほど増えていない。
		その他レジャー [スポーツ施 設](業務担 当)	来客数の動き	・施設の利用は天候にも左右されやすく、ばらつきがあるなか、全体的には余り変化がない。水道、光熱費などの経費の高騰もあり、現状は判断が難しい。
		住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションの販売では、都心のタワー物件は価格の高騰にもかかわらず順調な売行きとなっている。一方、賃貸マンションも築年数の浅い物件は賃料が上昇するなか、成約の動きがみられる。
		その他住宅投資 の動向を把握で きる者[不動産 仲介](経営 者)	お客様の様子	・不動産取引の傾向からは、景気の変動は余りみられず、取引の動きにも大きな変化はない。
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・値上げの影響か、見切り品や特売品価格に対する意識が強まっている。遅い時間に来店し、見切り品を購入する客が増えている。
		スーパー(店 員)	お客様の様子	・客からは、物価が高く、つらいとの声が多い。
		衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・今年は真夏日の期間が過去最長となった影響もあり、秋物商材にも余り動きがみられない。まだ暑い日が続いているため、客も秋物を必要としていない。
		家電量販店(店 員)	販売量の動き	・例年と比べても異常な暑さであったが、エアコンの販売量は低迷している。量販店が次々と出店した影響もあり、来客数が減少したことも一因である。
		家電量販店(企 画担当)	来客数の動き	・来客数の落ち込みが大きく影響している。残暑が続き、エアコンなどの季節商材が一部の売上をけん引しているが、しばらくは期待できそうにない。
		住関連専門店 (店長)	単価の動き	・物価の上昇が顕著となった前年以降、平均客単価が約50%に下がっている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・インフルエンザの流行による影響か、今月は人の動きが余り良くない月となっている。
		観光型旅館(経 営者)	お客様の様子	・単価の高い部屋の動きが少し鈍い。
		観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・夏の行楽シーズンが終わり、季節は秋となったが、団体旅行の動きが鈍い。また、インバウンドも地方には来ておらず、まだ少ない。
		旅行代理店(従 業員)	来客数の動き	・不安傾向が全く変わらないため、海外旅行に対する意欲は低下したままである。

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
		タクシー運転手	お客様の様子	・夏休みも終わり、お金を使い果たした反動が出るほか、10月から始まるインボイス制度への不安などから、月末にもかかわらず夜の時間帯は暇である。
		通信会社（経営者）	単価の動き	・原材料価格が高騰している。
		美容室（店員）	お客様の様子	・単価は変わらないが、来店周期が少し伸びている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・燃料価格などが徐々に値上がりし、運送費などの上昇につながっている。それに伴い、建築資材や設備費用も上昇している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・市場に在庫が増えてきている。今まで表に出てこなかったような物件の流通情報も増えている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・建築資材価格の高騰による住宅価格の上昇が、成約数にも影響を与えている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・関西での当社の新築着工件数が極端に減っている。具体的には月間で1けた台となり、九州を初めて下回るなど、異例の事態となっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・都心、郊外を問わず、不動産価格の高騰が継続中である。ただし、都心部は相変わらず堅調な動きがみられる一方、郊外は客の動きや成約の減少が目立ち始めている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数、売上共に悪い。燃料価格の高騰や物価の上昇によって、財布のひもが非常に固くなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・単価の安い商品が売れているが、来客数は減少し、全体的に販売量の少ない状態が続いている。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・前年と比較しても、レジ回数が前年比で2割減っているほか、平均単価も激しい価格競争の影響で下がっている。メインの販売商品は住宅リフォーム関連商品であり、家電よりも価格の変動は少ないが、競合他社との価格競争の影響で単価が下がっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月前半は良かったが、プロ野球の在阪球団の優勝が決まった翌日から、商店街には人通りが全くなかった。月末も10月からの値上げを控え、スーパーには買物客がみられる一方、近隣の飲食店への来店はない。近隣でも3店舗が閉店となっている。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・地方都市は、まだコロナ禍からの回復が果たせていない。さらに、物価の上昇が進むなか、賃金の上昇が追いついていない。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8441円と、3か月前の1万688円よりも下がっている。
企業動向関連 (近畿)		-	-	-
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰が依然として続くなか、値上げの影響で家庭用商品の生産は減っている。一方、業務用は低価格品の需要が大幅に増え、利益は少ないものの、生産量は増えている。
		食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・9月にしては残暑の厳しい日が多く、飲食店の客足が少しずつ増えたこともあり、飲料水の売上はやや良くなっている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・先行きの見通しはかなり不透明で、直前まで受注が確定しない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・販売店への来客数が、微増ながら増える店が出始めた。ただし、いまだに販売数の増加には直結していない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を超えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の受注は8月まで低調であったが、9月に入って回復している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先からは、事業拡大や設備投資といった前向きな相談が増えている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポーツイベントやコンサートなども問題なく実施され、様々な需要の回復が見込まれる。一方、かつてに比べると、球場内でのビールの販売量が以前よりも落ちているなど、消費形態が変わりつつあると実感している。在阪球団の優勝やWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）優勝の記念タオルを受注したが、ネット予約で販売が大きく伸びている一方、専門ショップでの販売は余り伸びていないなど、Webへの消費のシフトがみられる。

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
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注状況がかつての水準に遠く及ばないほか、前年の水準も下回っている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末になると、受注量が減少する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今までみられなかった種類の問合せが、幾つか入っている。まだ試作段階で売上の増加にはつながらないが、先行きに期待が持てる。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として、物価の上昇や円安傾向が続いているが、ガソリン価格に対する補助の延長も決まったため、3か月前と比べて変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築土木関連は低位で安定している一方、自動車関連は北米向け部品が増加傾向にあるが、中国向けが減少傾向にあるなど、少し不安な状況となっている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中部地域向けや、一部の自動車向け出荷は回復傾向にあるが、建築関係や工作機械向けは減少傾向が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小型の受注は回復しているが、大規模な案件の動きは少ない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・プロ野球の在阪球団の優勝セールで、一時的に実売が伸びたが、セール期間以外は前年を下回る荷動きとなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇で材料費が高騰しているほか、燃料価格の高騰が追い打ちとなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えてこない。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一部の建設資材で、価格の高騰や品不足が続いている。予算や工期に関わる相談については、取引先にも前向きに応じてほしい。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調であるが、協力企業の確保や材料の調達に難しくなりつつある。同時に、社内のマンパワーも限られており、いかにやりくりするかが目下の課題である。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的な仕事の量は、3か月前と大きく変わっていない。荷物の量もほとんど変化がない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・秋は家具が売れるシーズンであるが、今年は前年の7割程度しか売れていない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・仕入価格の高騰に対し、取引先への価格転嫁が遅れていることから、利益率が低下傾向にある。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先への訪問時に景気の話をする、売上はそれほど増えておらず、景気に変化はないとの回答が多い。
		その他サービス [自動車修理] （経営者）	取引先の様子	・業者からの入庫台数が減っている。
		その他サービス業 [店舗開発] （従業員）	受注量や販売量の動き	・中国人観光客は増えていないが、欧州や東南アジアからの旅行者が増加傾向にある。駅ナカ店舗では、日本ならではの高品質な文房具や、絵葉書を購入するケースが目立っている。
		その他非製造業 [機械器具卸] （経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いている一方、販売数が減少しているため、売上が前年比で変わらない。
		繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売単価が15%下がっている。製造原価や経費が上がるなかで、販売単価に転嫁できていない。このままでは催事への参加や、出張による販売活動を見直し、経費率を元に判断する必要が出てくる。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載用電装関連はやや好調であるが、ガス器具や家電向けのほか、建設資材向けは不調であり、全体としてはやや悪くなっている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・日常的な物価の上昇に、収入が追い付いていない。
		その他製造業 [履物]（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・インフレや円安傾向が続いており、予想していたほど市場の動きは強くない。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・高級注文住宅が強みの住宅メーカーが、住宅価格の高騰で受注が減っているのか、建売住宅の販売を始めている。

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
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・相次ぐ値上げで購買意欲がそがれ、ガソリン価格の値上げで外出も控えるなど、暗い雰囲気が世間にまん延している。節約志向を肯定するライフスタイルが定着しつつあるなど、このような状況では、景気浮揚を望むべくもない。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・アパレル店舗の撤退が続いている。東京にある店だけを残して、全国の店舗を閉める企業もみられる。それに伴って空き店舗が増え、賃料の低下によって景気が悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価が上昇している。
雇用 関連  (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・訪日外国人が街にあふれ、旅行業界に活気が戻っている。それに伴って人手が不足し、求人数が増加している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・新聞の求人数に大きな変化はないが、世界的に人気な観光地が集中する関西は、円安による恩恵の大きいインバウンドのけん引により、飲食や宿泊、百貨店などを中心に景気がやや上向いている。一方、円安による燃料や原材料の価格高騰に苦しむ、製造業などの業種も多く、業種ごとの好不調の差が目立っている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・3か月前と比べると、インバウンドの増加もあり、景気は良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で微増となっている。前年比で増加した業種は卸売・小売業であり、衣料品チェーン店からの大量の求人があった。一方、減少業種は飲食サービス業であるが、飲食チェーン店から出る求人の更新時期のずれによるもので、景気への影響は特にない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・アルバイト希望の外国人留学生による来所が増えている。人手不足の飲食店などを中心に、企業側も採用に意欲的である。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・円安の影響で、インバウンドを街で見掛ける機会が増えている。ホテルなどの関連業界は潤っている一方、国内消費は物価の上昇もあり、今後も期待できない。
		人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・明らかに売り市場となっており、より良い条件の求人を選別している。好条件を出せない企業は、成長力の向上が難しくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業から出る新聞広告の推移は、ほぼ前年並みとなっている。プロ野球の在阪球団の優勝で若干のプラスはあるが、大きな影響はない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料価格や、輸入商品の価格が上昇している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・9月は学生が夏休み期間でもあり、新卒採用市場は少し停滞気味となる。2024年卒の採用については、内定式前の辞退者の補充で合同企業説明会などは増える一方、学生が集まらないため、新卒紹介といった採用手段に転換する企業が多い。2025年卒以降の採用については、冬のインターンシップやオープンカンパニーに向けたイベントが増えているが、夏のインターンシップの結果次第で、申込状況が変化すると予想される。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・悪化要素はみられるが、現状で踏みとどまっている。一方で好転の兆しがあるわけでもない。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・年金生活者にとっては、身の回り品の値上げによる影響が徐々に出ている。生活防衛のため、1回当たりの購入量も減少している。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・人手不足に陥っている業種や、内定の辞退を受けた企業などは、採用活動を継続している。ただし、求人数は3か月前と比べて微増であり、大きな変化はみられない。	

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
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・8月の有効求人数は、季節調整値で3か月前から横ばいとなっている。原数値では前年比で28か月連続の増加であるが、3か月移動平均で基調をみると、増加幅が徐々に縮小している。インバウンド需要や人流の回復などを理由に、宿泊業や飲食業、小売業を中心に、求人が引き続き多い。その一方、建設業や製造業などからは、資材や燃料費、人件費の上昇による利益の圧迫や生産調整で、欠員以外の求人を見合わせるといった声も出ており、物価の上昇が求人の申込みに影響を与えている状況がうかがえる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求職者は一般事務のスキルが中心である一方、一般事務関連の求人は少なくなっており、求人にあった人材の提案が難しくなっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・中小企業は採用活動を継続しているが、大企業は終盤にさし掛かっている。
	×	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人に対して求職者が少なく、登録者の年齢層も高いため、企業の条件とマッチングしにくい。

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：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  (中国)		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・値上げにより客単価が上昇するとともに、来客数も前年を上回っている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・商品の値上げをせざるを得ない状況だが買い控えもなく売上も上がっている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・景気自体は良くなりつつあるが、当社を取り巻く環境は依然厳しい。取引先である地元百貨店が来年閉店する予定であるし、商店街の近隣の店舗が次々と廃業、閉店している。また、いまだに原料の値上げが続いている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・インボイス制度関連の受注が増え、それに伴い客の動きが良くなった。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前月頃から週末を中心に来客数が増えている。物産展や催事など当館の集客も前年以上になっており、気温は高いものの晩夏物や秋物商材も動いてきている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今までは値上げにより売上が何とか前年を上回っていたが、今月は猛暑で来客数も1年ぶりに前年を上回っている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・物価高による客の節約志向は根強く、来客数は前年比95%と今一つだが、まとまった別注は少しずつ入るようになってきた。客単価は前年比111%だった。
		スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・来客数は前年の98%程度まで戻りつつある。競合店においても同様の傾向がみられるようだ。また、値上げにも幾分慣れのようなものもみられる。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・9月の大型連休においても来客数が前年比で改善している。9月においても全体的に来客数が大幅に改善されている。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数に比べて販売金額が伸びている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月同様に市場の動きが上向き傾向にあり、決算月ということもあって、着実に売上が伸びてきている。ただ、この状況が、継続されるかが不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・売上も来客数も増えているが、これは猛暑によるプラスの影響もあった。ここに来て残暑が厳しく秋物の動きが悪い。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ファミリー層は休日の早い時間のディナータイムの利用が多くなっている。一方で、平日の利用が月を追うごとに減少しており、特に午後9時以降は大幅に減少している。会社関係や友人との飲み会の利用は、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことや気温が上昇していることで、増加している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前月に続き、来客数は回復傾向にある。旅行客も好調で週末は前年比で30%増加している。海外の客も今まではツアーが多かったが、前月、今月は少人数、フリーでの来店が多くなっている。
	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・来客数が徐々に増加傾向にある。	

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
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊、レストラン、一般宴会は良くなっているが、ここに来て婚礼の動きが弱くなっているため、全体では、良くなっているとはいえないが、やや良くなっている。翌年度の9月の婚礼の予約数は前年同月比で3%ほど減少している。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・例年10～11月はトップシーズンを迎え、大会、学会、観光需要が動く時期で先行予約も順調に推移している。また、10月25日から米子ソウル便の国際線が再開することや、民放ドラマによるロケ地としても露出が多くなることから、入込みが期待される。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客の団体旅行の要望はないが、個人旅行の要望はかなり多い。また、グループ旅行の希望も徐々に増えている。
		旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・個人需要は引き続き動きが活発で、秋の行楽シーズンについても、国内旅行の予約は2019年度の80%くらいまで回復している。しかし、海外旅行の回復の動きは引き続き鈍く、円安の影響もあり高額な旅行代金が足かせとなっている。団体旅行はまだ回復基調にあるものの、2019年度の状況には程遠い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が徐々に増加しているため、多少景気が上向いている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・会社の新しいシステムの影響で、売上はやや減少しているが、景気はやや良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・前月同様、街ににぎわいがあり、好調を維持している。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、景気はやや良くなっている。
		競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・今月の中旬以降に開催した女子レースにおいて、売上が確保できた。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・客の外出や買物の機会が増加している。
		住宅販売会社(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による来場率の低下はほとんど無くなったように感じる。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街では、新規出店やイベント開催が増えてきたようだが、それが個店の来客数の増加につながるまでいていない。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人通りが多くなっているが、消費にはつながっていない。
		商店街(理事)	来客数の動き	・暑さや生活必需品の値上げで、客が買物に出掛ける雰囲気になっていない。
		商店街(代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ残っており、客が来店しても商品を購入してもらえない。
		一般小売店[洋裁附属品](経営者)	単価の動き	・土日は客の動きがあるが、平日の客の動きは今までと変わらず余り良くない。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・店休日が増えて営業日数が少なくなったが、雑貨、貴金属、家庭用品の売上が前年を上回っている。全体では売上はやや前年を下回る見込みである。
		百貨店(広報担当)	来客数の動き	・実績比較の際、前年は新型コロナウイルスの影響有無があり、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年9月は消費税増税があったりと、比較が難しいが、特殊要因を除いた場合、大きな変動はないと捉えている。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・月初めは順調だったが、連休以降、バーゲンセールから定価品の販売に変更し、つまずきが始まった。新型コロナウイルス感染症発生前はきっちりとしたスーツ系の購入があったが、現在は上下セットでなく、単品での組み合わせの購入が多いため、客単価が低下している。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ブランドのバッグや洋服、100万円を超える美術品などが売れたが、来月は安心できない。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の終息により来客数は増加しているが、電気料金やガソリン代などの物価上昇のため、客が以前より購買に慎重になっており、今後もこの状況は続くと思われる。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・8月に好調に推移した婦人服の秋の立ち上がりが厳しい状況ではあるが、その他の商品群については計画どおりの売上で推移している。月によって動向が変化しており、推測しづらい状況にある。

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・9月の来客数は前年比99%で進行中である。創業祭、敬老の日、秋のお彼岸など行事も多く、来客数の増加を期待したが、全体では来客数の増加にはならなかった。販売促進の強い日は来客数が多いが、弱い日は少ない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は減少しているが、食料品中心に商品が値上げしているため、買上点数は減少傾向にある。1品単価は上昇、買上点数は減少、客単価は微増、来客数は横ばいで、売上としては変わらない。やはり、客が低単価商品の購入に集中している。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・商品単価が上がったものの、販売数量は平年並みを維持している。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を上回り、来客数も前年を上回ってきたものの、1人当たり買上点数の前年割れが続いている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・前年と比べると、来客数の伸びが鈍化している。特に夕方以降の時間帯については、前年同期が徐々に規制が解除され外出機会も増えてきていた時期なので、来客数に大幅な伸びがみられない。今後も同様の来客数推移ではないかと想定する。
		衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻る前に、物価高になったため、客の購買意欲の低下がみられる。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価の上昇で、客の購買意欲が低下している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・メーカーの供給台数の影響で、9月の販売量は前年比95%となっている。
		乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・販売量も平準化しつつあり、大きな変化はなさそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年であれば決算シーズンであるが、決算感も薄れつつあり、販売量が伸びない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲が余りみられず、低調に推移している。
		その他専門店【土産物】（経営者）	お客様の様子	・単価の低い商品はある程度売れるが、単価が高い商品はコロナ禍よりも売れなくなった。巣籠りのちょっとしたぜいたく需要などで売れていた商品が売れず、客の財布のひもが固いと思う。
		その他専門店【和菓子】（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はみられないが、これ以上の伸びは当面はない。
		その他専門店【時計】（経営者）	販売量の動き	・メンテナンス等の来客数は増えているが、商品の購入は少ない。
		その他小売【ショッピングセンター】（管理担当）	お客様の様子	・前年と比べると、来客数が増加傾向にあり、イベントなどの参加者も多くなっているようだが、それ以外の売上の伸びが少なく、衣料・雑貨関係の販売は依然厳しいように感じる。アフターコロナで各家庭でも外出機会が多くなっているようだが、財布のひもは引き続き固いように感じる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と比較し、時間帯によって繁閑の差が激しく、平日の昼時間帯の集客が若干苦戦している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・若干外国人が増えた気がするが、これといって変わりはない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人の動きのばらつきが大きく、客が来るときは来るが、来ないときは全く来ない。
		観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・夏休みが終わり宿泊の予約は減少しているが、昼の宴会利用はシーズンを迎え徐々に増えてきている。
		都市型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・3か月前と比べて大幅な上昇はみられないが、前年と単価を比較すると、プラス21ポイントと高い水準で推移している。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・今年に入って主サービスの値上げをしていないが、問合せや引き合い数は悪くない状態である。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・物価高に伴い、サービスを見直しする客が増えてきたが、大きな変化はみられない。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・9月下旬に入りやっと暑さも落ち着いてきたが、来客数は余り変わらず推移している。物価高騰に伴い、値上げしたことも影響していると思うが、直近の動きは悪くなっている。



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
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建材、資材の高騰等もあり、建築費全体の工費は30%増加とコストを押し上げる状況が続いており、相変わらず民間の動きが悪い。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・あらゆる物価が上昇しているなか、建築物価も高騰し、住宅ローン金利も上昇していることから、客が新築住宅の購入を控えているように見える。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する制限解除以降も来客数自体は少なくなっているが、真剣に検討している人が多く、成約率が高いため、受注数は維持できている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・各種商品の値上げの影響から、販売数量は減少傾向である。特に衣料品は夏物セールが終了し、定価商品を販売しているため、苦戦傾向である。
		百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・客の購買意欲が低迷している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価は維持しているものの、来客数、買上点数共に減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年よりも工事の件数が少ないものの、来客数が回復しない。また、客単価も3か月前から30円程度低下している。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法の位置付けが5類に引き下げられてからも来客数の戻りが他エリアと比較し良くない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・株価が下落するなど、景気はやや悪くなっている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・系列店が閉店セールを行っていたこともあり、来客数は前年の85%程度に落ち込み、売上も減少している。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%程となっている。単価が高くなっているため、売上は何とか前年の水準を維持しているが、需要は高くない。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・9月は通常、来客数が増える業界だが、今年は例年より極端に来客数が少なかった。
		乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・来客数がかかり減少し、新車を購入する客やメンテナンスを行う客が減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入り、乗車率が悪くなっている。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・延滞回収率が悪化傾向にある。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客がランニングコストを圧縮する傾向が続いており、例えば高齢者が新聞購読や固定電話を解約するなど生活習慣であったものを変えざるを得ない状況にある。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・値上げが続くなか、客の購買意欲は低下している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客に資金面での余裕がなく購入行動に結び付きにくい動きが悪くなっている。
		住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・金利上昇気運の影響で、引き合い数、商談数、来客数のいずれも減少の一途をたどっている。市況は慎重になっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカー主体の値上げが数回あり、消費者の購買意欲が非常に低下している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が著しく減少している。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・ホテルなど観光関係の仕事をしている客は忙しそうであるが、他の仕事をしている客は忙しそうではない。不動産や建築関係は景気が停滞している。
企業 動向 関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元自動車メーカーの生産が好調であるため、景気は良くなっている。
(中国)		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入れ、販売共に一時は値上げ中心となっていたが、一部では値下げの傾向もあり、先行きは不透明な部分もある。ただし、主要取引先の決算状況を見る限り、業界としては少しずつ良くなっている感がある。
		輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増加している。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体供給が正常化し、自動車関連の海外向け需要が顕著になっている。受注残を抱えているとのことなので、製造数量が上向くことが期待できる。

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
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの引き合いや見学会の頻度が高まってきた。データセンターの利用、IoT関連の導入や購入は計画的に実施されることが多いが、以前と比較しても、取引先の購買意欲が上がっている。
		金融業（外交担当）	受注価格や販売価格の動き	・飲食店や小売店の販売が増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・需要が高まる時期のため、前月と比べ、来客数は約16%増加、成約件数も約15%増加している。前年と比べても、来客数は約7%増加、成約件数は約6%増加している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症関連が減少しており、客からの受注が上向きに進行している。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症全盛期よりはかなり良くなっているが、ここ最近は横ばいである。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月も暑い日が続き、秋冬商材の販売が低迷しているが、値上げ等により売上は何とか目標を達成している。
		繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・燃料費、光熱費、輸送費、原材料費などあらゆる価格が上昇しているが、賃金はそれほど上がっていない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・政府の経済対策も余り効果が出ておらず、景気は小康状態で、数か月間低水準で推移している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け生産量が陰った状態が続いている。建設用の大口注文品の生産があり、一部多忙な部門もあるが、限定的である。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向は改善しつつあるが、回復力は弱い。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・物価高、人手不足といった声がよく聞こえてきており、動きも低調な状態で推移している。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注に伸びはなく低位～中位安定で推移している。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・この先1年程度の予定案件で技術職員の稼働は目一杯の状況で、ある程度のもどが立っている。
		輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気に関する大きなプラス要素や各取引先の目立った動きはなく、状況は余り変わらないと判断する。
		金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・生産、輸出、設備投資などが横ばいしないし緩やかな回復傾向を維持している。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティングや景気動向の影響を受けやすいマーケティング関連の集計分析業務が堅調に推移している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今月の工作機械業界からの受注は月初見込みの半分以下にとどまっている。取引先が受注できていないようである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向けパッケージ基板の需要が減少し、製造装置の受注量が減少している。また、電子部品等の部材の調達難が部分的に解消されてきていることから、先行発注の動きが鈍化している。
	x	-	-	-
雇用関連		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介において求職者の登録数が前月比112%、採用数が前月比178%と増加傾向にある。
(中国)		人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・求職者からの問合せ件数、応募が一定数ある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・人手不足のため、新卒採用、中途採用共に企業の採用意欲は高い。新型コロナウイルス感染症発生以降、採用手法が対面からWeb、又は対面とWebの併用に移行したことが、応募のしやすさとなり、応募者の層が広がったと答える企業が多い。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・8月の新規求人数は前年比で4.2%増加し、有効求人倍率は前年比で0.07ポイント上昇している。特に宿泊業、飲食サービス業、娯楽業の増加が目立っている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人を開始し1年が経過した段階でも採用に至らず、頑なに堅持していた採用条件を緩和し、さらに、競合に負けないように募集年収も上乘せした建設会社もあった。

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
		人材派遣会社 (経営企画担当)	求職者数の動き	・求人需要の高まり、人手不足、他社との競争激化などにより、求職者確保に苦戦しているため、前年比80～90%の水準となっている。求人先からの引き合いは引き続き多いが、マッチングできる求職者が不足している状況である。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	周辺企業の様子	・メーカーを中心に設備投資や事業展開が積極的になっており、採用活動も活発ではあるが、賃上げが進んでいないため、消費活動が鈍っている。
		学校 [ 短期大学 ] (進路指導担当)	周辺企業の様子	・9月に入っても一般企業からの求人数はあるが、追加募集ではなく、採用予定者数を充足できないことに起因するものであり、景気が良くなっていると判断はできない。
		人材派遣会社 (支社長)	周辺企業の様子	・生産年齢人口の減少を背景に求人数は高水準を維持しているものの、自動車関連や半導体関連などの業種の求人数は減少している。
	x	-	-	-

#### 10. 四国 (地域別調査機関: 四国経済連合会)

( - : 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  (四国)		商店街 (常務理事)	来客数の動き	・残暑が厳しかったが多くの人出があり、平日も含めてにぎわいがあった。月の後半は国内観光客が減り、人通りも落ち着きがみられた。人流の増加と比較して、物販店の売上は伸びておらず、相変わらず、消費者の財布のひもが固いと考ええる。
		商店街 (代表者)	来客数の動き	・今月は2回の連休共に、インバウンドを含めた観光客がかなり増加している。また、それに伴い飲食を中心にかなり売上も増加している。物販についても、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきている。
		商店街 (代表者)	来客数の動き	・来客数が前年比増加しており、ようやく新型コロナウイルス感染症発生前の来客数の状況に近づきつつある。一方で仕入価格の高騰が続いており、多少は販売単価の引上げをしたが、収益率は厳しい状況にある。これ以上仕入れ等の経費の上昇が続くようであれば、更に難しい状況になっていくが、これからの秋祭りのシーズンには、更なる来客数の増加を期待している。
		コンビニ (店長)	来客数の動き	・来客数が前年比105%となり、売上も増加している。ただし、以前にも増して節約志向である。
		乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・メーカー増産による登録車の増加やガソリン価格の上昇に伴うハイブリッド自動車の受注が増加している。
		通信会社 (社員)	販売量の動き	・キャンセルがあるものの、契約者数は月間目標を達成している。
		一般小売店 [ 文具店 ] (経営者)	来客数の動き	・取引先からの受注量は3か月前と比べ、微量ながら増えているが、例年、夏から秋にかけていろいろな行事や催物があるため、その影響だと考える。
		一般小売店 [ 書籍 ] (営業担当)	販売量の動き	・店頭売上と外商売上は共に勢いがなく、何とか前年比同程度になった。
		スーパー (店長)	単価の動き	・ここ3か月間の客単価に大きな変化はない。
		スーパー (企画担当)	単価の動き	・8月と9月は、一時、商品の値上げが鈍ったため、売上の前年比の伸びが鈍化した。
		コンビニ (総務)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限がない夏場の最盛期、活発な人流や旅行客の増加、地域の夏祭りの復活などで、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきた感がある。今月も気温が高く、また、台風もない状況が追い風となって前月と同様に来客数が前年を上回っている。
		家電量販店 (副店長)	来客数の動き	・残暑が続くエアコンが好調に推移しているが情報家電の売上の伸びがない。
		乗用車販売業 (営業担当)	販売量の動き	・新車の長納期化に伴い受注停止の車が多いため苦戦している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて変化は余りない。9月は連休が2回あったこともあり、ネクタイ組サラリーマンの客の利用頻度が少なかった。週末は、私服や若い年代のタクシー乗車は少しあるが良くない。	

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月と前月共に、暑い時期にはめずらしく、四国遍路の仕事がそれなりに入ってきており、売上に支障はない。一方、街については、タクシー台数が少ないものの、それなりに客もいるため、余り変わらずに推移している。
		観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・観光客数が増加した時期から横ばいであり、良い意味で安定している。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高に加え、新型コロナウイルス感染症関係の行動制限の緩和により、他の遊興費に消費行動が向けられているため、公営競技の投票金額が回復しない。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・建設単価については、このところ高止まりの状況にあると考える。
		商店街（代表者）	それ以外	・これまでは中国の経済成長が全体の景気を大きく下支えしてきたが、その動きも大きく減速し、政治的にも東西冷戦に加えて新興諸国への対応が、極めて複雑になってきた。日本銀行の金融政策も明瞭でなく、円安の進行が止まらない。世界のあらゆる状況に危機が秘められている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・物価上昇の影響で、贈答品など、どうしても必要な商品の購入が中心になっている。加えて安価な商品を希望・購入する人が増加し、商品よりも価格を見て判断している様子がうかがえる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・原材料の価格高騰に伴う商品価格上昇の影響により、販売数量が大きく落ち込んでいる。
		スーパー（財務担当）	お客様の様子	・特売日やポイント販売促進強化日は好調であるが、平常時、他社への買い回りが進んでいる。
		スーパー（統括担当）	来客数の動き	・スーパーの来客数が減少しているが、客は、価格競争のなか、ディスカウント店に行っていると考え。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は前年並みに推移しているが、商品価格の上昇に対し、客単価が減少傾向にある。明らかに客の購入点数が減少しており、購買力や購買意欲の低下がみられる。
		コンビニ（商品担当）	単価の動き	・商品や原材料費、また、物流費の値上げの天井がみえない。また、コロナ禍は抜けて、インバウンド需要がある首都圏は良いが、地方には少なく地域間格差がある。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・当地域で複数の店舗を営んでいるが、今月は全体的に来店客が少なく、電気や食品などいろいろなものの値上げが影響しているのではないかと考える。
		衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・ここ2～3か月は全体的に下降気味で、特に残暑が厳しく非常に厳しい状態である。また、単価上昇と同時に賃上げが行われるかどうかは、地方では見当が付きにくい。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・性能より価格重視な商品選びをする人が増え、客単価が下がってきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車受注の状況が、8～9月で前年比減少している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・10月の酒税法改正により、ビールは値下げし、第3のビールが値上がりするため、9月は第3のビールがよく売れている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・9月は厳しい残暑が続くとともに、インフルエンザ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、客の消費が今一つ伸びなかった。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援による需要や夏休みのコロナ禍収束に伴うリベンジ消費が無くなり予約の状況は弱含んでいる。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・旅行者の動きは前年の全国旅行支援の反動があり、特に団体旅行に影響がみられる。また、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ流行の影響があり、宴会の利用も医療関係を中心に予約のキャンセルが発生している。
		美容室（経営者）	単価の動き	・値段を気にする客が多い。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響か、外食控えなのか客先への納品が減少している。来店客も買物の回数が減っている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・例年9月は売上が減少する。加えて、今年は新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの影響が大きいと考える。

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
企業 動向 関連  (四国)		食料品製造業 (商品統括)	受注価格や販売 価格の動き	・販売量の減少はあるものの価格転嫁を進め、利益は 前年比達成している。
		繊維工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・全国的に景気が良くなっているようで、特に北海 道、関東、九州地域の小売店の受注が旺盛となっ ており、主にインバウンドが増加しているようにみ られる。また、11月から一部商品が値上げになる こともあり、実需以上に発注が増えていることも 要因である。
		金融業(副支店 長)	取引先の様子	・インバウンドを含めた観光客の増加等もあり、 取引先の売上は回復傾向にある。
		農林水産業(職 員)	受注価格や販売 価格の動き	・青果物の生産出荷量は天候要因から全国的な 作況不良により低調で、例年と比較すると卸 売価格は全般的に高値で推移している。た だし、消費には力強さがなく、出荷量も少 ないことから農家の収入は卸売単価の上 昇に反して少なく、作況による個人の格 差も例年より大きい。
		木材木製品製 造業(営業部長)	受注量や販売 量の動き	・受注量が回復しない。材料費のコストも 高いまま推移している。
		一般機械器具 製造業(経 理担当)	受注量や販売 量の動き	・我が国は、大型公共工事を中心とした 順調な稼働を背景に、需要は堅調に推移 している。海外は、緩やかな景気の回 復を背景に、欧州を除く全ての地域で 需要は増加傾向にある。一方で、ロシ ア・ウクライナ問題の長期化やインフ レ・円安進行などにより、原材料・エ ネルギー価格は高止まりし、調達・物 流環境は厳しい状況が続いている。
		電気機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売 量の動き	・引き合いはあるが、決定しないという 状況がやはり続いている。企業として は平均的に行っているが、格段の進 歩はない。
		建設業(経営 者)	受注量や販売 量の動き	・受注量に波があり困っている。
		輸送業(経営 者)	取引先の様子	・内容は良いが先行きが不安で事業 継続にも不安がある。
		通信業(総務 担当)	それ以外	・社外とのボランティア活動、セ ミナー等の参加者数の増加傾向も一 服し、新型コロナウイルス感染症流 行以前の従来の生活様式へ、ある程 度は戻ったと考える。また、ボラン ティア活動において、社外団体への 食品寄贈等の収集数が若干の減少 傾向にあり、物価高の影響がみら れる。
		鉄鋼業(総務 部長)	受注量や販売 量の動き	・主力である造船関係の受注は安 定しているが、その他産業用機械 関連の受注案件が減少傾向にある。
		税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症関連 の融資の返済により資金繰りが悪 化している。今後もそうした企業 が増加すると考える。
		x	-	-
雇用 関連  (四国)		-	-	-
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・公共施設での利用者数は、新 型コロナウイルス感染症の影響を 受けていた前年度と比較し130% 以上の増加となっている。利用 客の増加に伴いイベント規模も 大きくなり、景気は良くなってい る。一方、人手不足が深刻化して いる現状に加え、最低賃金をベー スアップするため、作業システム の改善と企業努力が強く求められる。
		人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数が一定数あるがミスマ ッチもあり派遣社員の増員につ ながらない。
		求人情報誌(営 業)	採用者数の動き	・各職種や業種で中途採用のニ ーズが増えており、人手不足は 加速している状況である。どの 業界でも求職者からの応募が少 なく、マッチングができていな いため、慢性的な人手不足で厳 しくなっている状況である。
		職業安定所(求 人開発)	それ以外	・企業によって回答にばらつき がある。収益は減っているもの の、何とか成り立っているとい う企業もあれば、消費者の購 買マインドが冷え込み、景気 が良くないと回答する企業も ある。
	民間職業紹介 機関(所長)	求人数の動き	・特に変化がみられない。	
	*	*	*	*

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
	x	-	-	-

11.九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：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  (九州)		*	*	*
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では9月を敬老月間としており、集客やイベントをしている。しかし、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなど増えており、高齢者の来街が非常に少ない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・残暑が厳しく、来客数は日々ばらつきがあるが、まとめ買いが増加し、売上は前年比で微増である。
		商店街（代表者）	それ以外	・インボイス制度導入に伴い、インボイス制度登録番号のゴム印製作が大幅に増加している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・9月に入って平均気温が下がったことから来客数は増加し、客単価は上昇している。暑さの影響で県外の野菜の単価は高いものの、かなり商品の動きが出ている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・夏休みを終えた9月も売上が落ちることなく、インバウンドも引き続き来店している。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・7～9月にかけて国内客やインバウンドにより売上が増加しており、4～6月と比較すると景気は良くなっている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数の増加に伴い、催事含め全館で売上が回復しており、特に紳士服や子供服の売上が良くなっている。また、化粧品、飲食店を含む食料品の売上も引き続き好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クルーズ船の寄港、観光業の回復から、平日、休日共に国内外旅行客の家族やグループの通行が周辺商店街を含めて増加し、にぎわいが増している。客が戻り、各種の催事が好調となり、各階の売場へと回遊が増えていることから、平日の来客数の伸びは休日を上回っている。また、サテライト店を含め、客単価や商品単価が伸長している。
		百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・物価高が懸念される一方で、外商顧客向けの催事が好調であり、売上をけん引している。来客数が天候に左右されることも少なく、行動制限もないことから、消費が活発化している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・お盆の商戦では新型コロナウイルス感染症の発生前以上に来客数が伸長している。帰省人口の増加が景気回復につながっていると判断できる。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・9月に入り秋冬物の商品展開を行っているが、暑さの影響から本格的な購買の動きに至っていない。しかし、商品値上げが続いている加工食品や、高値相場の生鮮食品は好調な推移が続いており、今のところ、消費者が買い控えには至っていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年は新型コロナウイルス感染症が収束しているため人流が増加している。加えて、残暑が厳しいため、飲料の販売が好調である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年を上回る状況が続いており、その上昇の速度が少しずつ増している。経営的にも、やっと安定した状況に達しつつある。客の動きでは、客単価が継続して上昇していることから、目的以外の買物をしていることが推察できる。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・客は価格上昇にうまく対応している。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの順調な新車生産によって計画を上回る台数が販売店に配給されている。その結果、売上と利益が計画を上回り、好調な上期決算となる。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束に向かっているため、マスクを着用していない人が多い。当地では、前月のイベントが終わり、次のスポーツ大会があるため、宴会等の予約が入ると予想され、気が抜けない状態である。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・景気は上向いているが、人手不足により営業をいまだに制限している。
		都市型ホテル（スタッフ）	競争相手の様子	・市況では、稼働率や単価などが常に上昇している。

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
		旅行代理店（職員）	販売量の動き	・全国旅行支援はほぼ終了したが、秋の旅行販売量が多くなったことから3か月前より好転している。海外旅行の需要も3か月前より増加している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インバウンドが増加し、飲食店では休日に満席となることが多い。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・市内の飲食店や物販店等で景気の状態を確認したところ、平日でも来客数が増えている状況である。各地域でのイベント数、来場者数も増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・こどもみらい住宅支援事業の交付申請は終了したが、子育て世帯の住宅取得への動きは、その他の世帯に比べ活動的である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍や猛暑による外出への影響は随分と少なくなっている。しかし、客の購買意欲が全く上向かず、様々な生活必需品の値上げの影響が考えられる。年金生活者や高齢者等の消費に慎重さがみられる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑であること、物価やガソリン価格が高騰していること、加えて、当商店街では火災のために駐車場に仮店舗を建設していることから、来店客がなくなり売上がかなり減少している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきているが、エネルギーなどの価格高騰の影響が大きく、客が慎重になっている状態である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・3か月前と変わらず、販売量が好調である。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・とにかく魚の漁獲量が減少しており、その上、客が少ないため利益が少ない。若干景気が良い時期もあったが、ほんの一瞬である。仲卸としては、ウナギの売上増加や、フグの注文が年中あることで、利益の減少を補っている状況である。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・3か月前と同様の水準で推移している。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・人の動きが戻り来店客は増加しているものの、売上は伸びていない。物価や光熱費の上昇によって高齢客を中心に買い控えが起こっており、購買率は下がっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・猛暑、大型台風、商品値上げの影響もなく、来客数も回復している。しかし、1品単価の上昇で買上点数が減る傾向は続いており、生活防衛のため余分なものは購入しない傾向にある。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・コンビニエンスストアの立地格差が、新型コロナウイルス感染症が収束しても継続している。インバウンドの来店が多い商業施設や観光地周辺店舗の売上は好調である。物価の上昇によって商品単価が上がった分、売上は上昇している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ガソリン価格の緩和措置による家計へのプラス要因はあるものの、景気の回復を実感するには至らない。来客数は増加傾向であるが、安価な商品の購入は減少傾向である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、買上点数がまだ追い付いていない。値上げた商品が多くなっている分、若干、売上が前年を上回っており、このまま推移していくと予想される。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・6月と比較すると、季節が変わり、新作に対する客の反応が出ている。しかし、必要以上の商品は購入しないため、購買意欲はあるが様々な値上げを心配し、財布のひもは引き続き固い状況である。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・自治体による省エネ家電買換えキャンペーンが行われているが、販売量は伸びず、来客数が前年の80%程度と回復していない。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・度重なる物価の上昇で客が購入意欲をなくしている。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車の発表後、来客数は少し落ち着いている。しかし、販売数は高水準を維持している。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・前月は店舗での販売は良くなかったが、今月は順調である。一方、都市部でのキャンペーンでは来客数が極端に減少している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・人の出入りはあるものの、前年と比較すると店頭での販売量はほぼ横ばいとなっている。

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
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ分類されたことに伴い、外出気運が高まり、アパレル、化粧品、旅行商品などが高く稼働していた。現在はやや落ち着いている。物価の上昇を受け、し好品に悪影響が出ており、バーゲンセールが落ち着いた後は、週末であってもやや客足が鈍化している。購入者数は前年から大きく落ち込んでおり、単価の上昇で売上を補っている状態が続いている。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	お客様の様子	・2019年と比較すると同様の水準までは戻りきらず、横ばいが続いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあるため、会社員の来店が少ない。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・全国旅行支援が終了したため個人客が減少しているが、この先は団体の予約が入っているため、売上は伸びていく。
		タクシー運転手	お客様の様子	・料金改定によって中型車の売上が下がり、小型車の売上も変わらない。仕事が増えても、配車の時間が重なり、うまくかみ合わない。
		通信会社（役員）	お客様の様子	・客単価の推移をみると、低価格プランへの移行が続いている。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・物価高騰や人手不足の影響が出ているものの、来場者数や客単価は僅かながら上昇傾向にある。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・暑さが続いており秋のファッションを着るにはまだ暑く、美容業界では動きが悪くなっている。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・来客数の伸び、売上の若干の上振れはあるが、燃料や電気等の販管費の高騰がそれを打ち消している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑が続く、商店街の人通りが途絶えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・気候変動も売上減少の原因の1つであるが、購買意欲、来客数が非常に減少しており、売上が少ない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・猛暑と大雨の影響で売上は減少している。来客数も少なく客のし好も変わってきている。暑い日が続いているため商店街には活気はなく、大型店へ涼みに行き、同時に買物も済ませている状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が半年以上にわたって減少している。単価上昇のため、客は購入する点数を絞り込んでおり、今後、より一層、財布のひもは固くなっていくと考えられる。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品全般の価格が上昇しており、売上は前年比100%超えとなっているが、来客数や買上点数は前年割れで推移している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・気温の上昇により、今月も飲料、アイス、氷等の販売量が増加している。一方、販売価格の上昇から、買上点数は減少している。全体の売上の伸びには変化がなく、厳しい状況である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・シーズ的な要因もあり、今月に入って来客数が減少している。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・残暑のため、正規価格の秋物商材の動きが悪い。
		乗用車販売店（役員）	それ以外	・供給量の回復基調が維持できているが、受注量は減少傾向にある。新型車の発表前であること、受注できる車種が限られていることが大きく影響している。新規の来店客も平均して減少傾向にある。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	販売量の動き	・各種の値上げにより、単価は上昇しているが、買上点数は減少している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・販売量は良くなっているが、仕入原価の高騰が続いている。また、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染拡大により、8月までの推移からは、少し落ち込んできている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊需要に勢いが無い。



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
		タクシー運転手	来客数の動き	・9月に入り学校が始まり、国内外の観光客も多少減少している。物価高、新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの影響もあり、週末の繁華街は閑散としている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が低迷している。
		美容室（店長）	来客数の動き	・昼間は猛暑のため外出する人が少なく、客は午前中だけ来店している。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第9波の感染者数増加は落ち着いてきているが、療養病床確保に対する補助金の減額方針によって病院が入院患者を確保、退院患者が減少していることで、在宅サービス利用の状況が厳しくなっている。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の上昇が続いている。生活必需品の価格上昇も続いているが、それに対して仕事の対価が上がっていない。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・金利上昇や物価上昇により、消費マインドが低下している。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・円安のため輸入商品の単価が高くなっており、その影響が徐々に小売価格に転嫁されている。その分、国内景気が良いかといえば、輸出産業が良いわけではないため、景気としては上向きの状況ではない。
		住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・全体的な物価高、ウクライナ問題、ウッドショックによる木材や建材の高騰で客の買い控えが発生しており、協会全体で集客が落ちている。工務店やハウスメーカーの新築戸建て住宅の着工棟数は3～4割減少となっている。加えて、こどもみらい住宅支援事業が終了となるため、悪循環となっている。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	競争相手の様子	・燃料や資材の高騰により、生産者は大変厳しい状態である。加えて、後継者不足等の長期的な問題もあり、生産量は減少し、今後の見込みがかなり厳しい状況である。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月より来客数が多くなっているが、まだ回復には至っていない。9月に入っても暑いいため、客の動きは非常に鈍い。
企業 動向 関連 (九州)	-	-	-	-
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・落ち込んでいた外食部門の販売が戻り好調であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準と比較すると厳しい。その他、量販店や冷食メーカー向け、個人対応のWeb販売も好調である。一方、鳥インフルエンザの影響で原材料の出荷が少なく、販売機会を失い利益を失っている。利益は値上げの効果もあり、安定した動きで推移している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年と比較すると売上や受注の状況は順調である。また、ふるさと納税も9月としては良くなっており、商品値上げが浸透していると考えられる。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・当地への半導体製造企業進出の勢いで人材不足などの問題もあるが、新たな投資機会を求める動きも出ている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、取引量が増えている。客の原材料調達も、以前と比べ増加している。
		金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して行動制限が緩和されたことで人の流れが回復し、幅広い業種で景気の上昇傾向がみられる。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・通販業種の広告出稿は堅調であるが、関東や関西エリアからの九州への掲載申込みが少ない状況である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・全てではないが、売上は好調に推移しており、利益も確保している。
		経営コンサルタント（社員）	それ以外	・インバウンド消費が多く、特に大型スーパーマーケットには貸切バスで来店し、大量購入が目立つ。しかし、原子力発電所の処理水の影響で中国人は少ない。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・春から続く高温と水不足により、商品価格が高値傾向となっている。従来よりも気温が高いことで品種や品目への不具合が生じることが分かった。今後、気候が落ち着けば、安定してくる可能性がある。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量は若干上昇しているため、本来ならば景気は良いはずだが、材料や人件費の値上げがあり、景気回復にはつながらない状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体産業や半導体関連の製造装置の低迷が続き、金属加工部品も低迷しているため、景気は変わらない。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・思った以上に出荷量が伸びておらず、荷動きが悪い。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・家電の販売はやや弱含みながら、百貨店、スーパーマーケットの売上が回復傾向を示しており、飲食店、旅館・ホテルの売上も増加傾向にある。また、企業の賃金引上げの動きが広まってきているなど、雇用者所得の環境も改善している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・例年よりも残暑が厳しいため、小売店では日やけ止めや日傘などの暑さ対策商品への需要が持続している。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行され、経済活動の活発化に期待が高まる一方で、幅広い業種で人手不足感が強まっており、なかでも建設業は顕著である。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・企業全般的に売上の増加は見込めても、人件費増加、人手不足、資材高騰により売上が増加しても利益が出せない状況が続いている。また、今後人件費増加の負担も更に増えるため、中小零細企業は先行き不透明である。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や金融機関の担当者の情報から、3か月前と状況に変わりがないと考えられる。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・当社の売上は前年比でほぼ横ばいとなっており、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べると3割強の減収となっている。取引先の状況も3か月前と比較して余り変わっておらず、全体の景気は3か月前と比べて変わらない。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の検討会を見る限り、特に目立った動きがない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・研修業務の受注に大きな変化がない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大も小康状態にあり、経済活動の制限が徐々に解除され、社会全体が平時へと向かっているが、大きな変動はみられない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村の福祉・まちづくりの調査や計画策定の委託業務では9月補正予算の発注が行われているが、前月までの発注量より減少している。そのため、受注量に変動がなく、状況は変わっていない。
		繊維工業（営業担当）	それ以外	・燃料、資材費用、電気代などが10%から50%も値上がりしている。人件費を補充できたとしても、ほぼ倍の工賃アップが必要になる。廃業や倒産の話が聞くことがあり、今後の懸念される。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前回に続き、主要取引先からの受注が低迷している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の在庫調整を行っている。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年間を通して官公庁の発注が1番多くなる時期であるが、現在、極端に減少している。業者は発注を待っており、予定どおりに実行されていないため危惧している。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価、原材料費、人件費等の高騰により厳しい状況が続いている。原子力発電所の処理水の問題や中国景気の低迷の影響もあり、一部の輸出が減少している。また、景気は回復基調といわれているが、倉庫には荷動きの悪い製品等が滞留しており、実態とは少し離れている。2024年問題もあり、当県では、物流施設が不足していることから施設の建設ラッシュとなっているが、立地や賃賃料が要因で満床にならない施設もある。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・3か月前と比較すると中小企業からの借入れは減少している。住宅ローンの借入れは増加しているものの、増加幅は減少している。また、延滞率や倒産件数は増加傾向にあり、景気はやや悪くなっている。

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
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・依然、厳しい競合環境が続いており、業況が悪化している。
	x	-	-	-
雇用 関連  (九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ホテル宴会が増えており、企業の動きが活発になっている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・既存の客だけでなく、新規取引先からの依頼も目立ち、企業からの注文が増えている。また、最低賃金の改定を踏まえ、派遣料金も若干上げて見積りを出しているが、応じてくれる企業がほとんどである。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・9月に入っても採用活動を継続している企業は多く、有効求人数も前年と比較すると確実に増えている。学生にとっては有利な状況である一方、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては人材確保が大きな課題になっている。人手不足の状況はしばらく続くことが予想され、求人への動きは、今後も緩やかではあるが拡大傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・9月末は就業の終了が多い時期に当たるため、求職者の動きは活発であるが、求人数が伸び悩み、仕事案内に時間が掛かる傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年、8月末から10月にかけて企業の求人活動は活発になるが、今年は動きが全くみられない。外国人の求人も、ここ最近になってようやくアジアの人たちの声が聴こえるようになってきている。宿泊施設からの求人依頼もさほど多くはない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・人出が見込める季節となりイベント開催がめじろ押しであるため、消費が期待されるが、物価上昇による買い控えが懸念される。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では原材料等が前年比で20%から30%上昇している。経費削減やコストダウンで耐えている企業もあるが、多くは商品価格への転嫁を進めている。どの産業も人手不足が進んでおり、小売店や飲食店も営業時間や休日の見直しを行う事業所が増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・例年、大学4年生の求人数が減る時期ではあるが、当県では理系の求人数がまだ多い。特に、理系大学のキャリアセンターでは、連日企業担当者の訪問が多く、忙しく対応している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・賃金の上げがなされているが、低い給与でボーナスが僅かなど厳しい企業の話も多い。物価が上昇しており、多少の賃金の上げでは効果は見込めない。また、給与に見合う働き方も求められると考えている。
	x	-	-	-

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：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  (沖縄)		一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの患者も増えているが、新型コロナウイルスの無料ワクチンも今月より開始となり不安要素がない。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・客層に占める観光客の割合が多くなったように見受けられる。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・月初めは、旧盆後の落ち込みで苦戦するものの、月後半の敬老の日やお彼岸といったモチベーションでマイナスを取り返し、好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・観光関連の需要やイベント関連の需要が上昇している。
		家電量販店（営業担当）	単価の動き	・来客数はいまだ前年の数値に戻らないが、単価の押し上げが売上増加につながっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・8月はお盆休みで稼働日が少ない上に、台風6号が直撃して客足が鈍かった。9月は来店客数は増えたが、8月の遅れを取り戻すまでには至らない。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・自身の販売量自体は減っていないが、数件の取引先から夏の観光客が少なかったと聞いている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・最近家族連れの観光客がかなり来店している。また、スポーツイベントが多いため、頑張れニッポンという雰囲気ではテンションが上がっている。
		旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・販売量はかなり回復してきており、海外旅行の取扱も増えてきている。

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
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・話題性のある新商品の発売もあり販売数の前年比が101%と徐々に前年を上回ることができている。ニュースやテレビCMでも取り扱われているため、10月以降も期待が持てる。
		百貨店（経営担当）	来客数の動き	・インバウンド関連では、中国の団体旅行解禁となるも、いまだに回復しているとはいえない。
		コンビニ（副店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると平均日販金額ではほぼ一定で、景気が回復している印象は少ない。
		乗用車販売店（経理担当）	お客様の様子	・客の新商品への購買意欲は高い。
		観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊部門は3か月前と比べてほぼ横ばいである。また、前年と比べても伸び悩んでいる。料飲部門は利用者も少なく、また人材不足により十分に稼働できていない。全体的に物価上昇により経費の上昇、給与アップによる人件費上昇で経営は赤字である。2019年比の75%で厳しい状況は続いている。
		住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・人件費や建築資材高騰などの影響によって建築単価が高止まりしており、建築相談件数は減少傾向にある。
		住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・住宅販売に関するメールでの問合せや来客数も順調に推移しており、販売実績も安定している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・現在、新型コロナウイルス感染症の状況も多少は良くなっているが、まだ完全に回復したとは言えない。景気の良い店と悪い店があるため、まだ予断は許せない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・極端に言えば、夏をピークに、歩いている客数は確実に減っているようにみられる。
		一般レストラン（代表者）	単価の動き	・客単価がなかなか上がらずに苦戦している。新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの情報に敏感な人もいるため、客入りも不安定に見受けられる。
	x	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの6月の販売室数が前年比105%増加とプラスなのに対し、9月の販売室数は同比7%減少とマイナスに転じている。
企業動向関連		-	-	-
(沖縄)		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・9月前半は台風による影響があったものの、売上に関しては土産、飲食のような観光関連は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻っている印象がある。
		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼は3か月前と比較すると公共工事、民間工事共に若干増加傾向であるが、生産、販売は横ばいの状況である。□
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が止まったままである。
		輸送業（経営企画室）	それ以外	・燃料価格の高騰、円安、10月からの食品の値上げ等で消費者の購買意欲を阻害する要因が増えている。
	x	-	-	-
雇用関連		-	-	-
(沖縄)		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人数は5～6月にかけて減少し、6月から8月の3か月はほぼ横ばいだったが、9月は1割程度増加している。業種職種を問わず全体的な増加がみられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・2025年卒向けの問合せや情報交換の依頼などが増えており、実際に求人を頂く企業も数社ある。就活が前倒ししていることもあるが、今後も次年度生に向けた問合せは増えてくるとみられる。
		人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・企業からの派遣の求人案件数が減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設関係の求人数が連続して減少している。資材価格の高騰が影響しているのではないかと推測している。今まで求人数は増加していたが、9月は横ばい傾向となっている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・物価高騰による消費意欲の低下が見受けられる。
	x	-	-	-