

## 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)		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・海外との直行便の数が増えてきたこともあって、夏以降もインバウンドが徐々に増えており、それに伴って景気が徐々に上向いている。国内からの旅行者についても、シニア層が多く来道していることで増加している。シニア層は貯蓄に余裕のあることが多いため、購買意欲がとて高く、客単価も上がっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、来客数の前年比が上昇しており、販売量も前年を上回るようになってきている。青果物については、猛暑の影響で農産物の価格が高騰していることで苦戦しているが、それ以外の生鮮品や加工食品の販売量が増加傾向にあり、全体的にみると、良い方向に進んでいる。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・観光目的の客の来店が当初の見込みよりも3割以上増加している。クルーズ船の利用者を始め、特に外国人観光客の個人利用が大幅に増加している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・例年よりも暖かいことから、秋物の販売が不調であるが、人出が回復傾向にあり、コロナ禍前の90%台前半まで回復してきている。宴会の予約も比較的好調であり、年末年始は既に予約が取りづらい状況となっている。国内観光客は、会社やグループでの慰安旅行が回復傾向にあるなど、好調に推移しているが、貸切バスを手配できないこと、ホテルの宿泊価格が高騰していることから、伸び悩みがみられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は2022年比で165.2%、2021年比で329.4%、2020年比で264.4%、コロナ禍前の2019年比で120.4%となっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・例年9月及び10月は外国人の購買額が落ち込む月だが、今年はコロナ禍前と比較しても好調に推移しており、全体の底上げにつながっている。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数はまだコロナ禍前の水準に戻りきっていないものの、購入単価が高止まりしていることで、売上が増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・相変わらずトラベル関連商材が好調に推移している。免税品の売上も増加している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は大きく変わっていないが、商品の値上げが続いていることから、客単価が上昇している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・競合店の出店から1年が経過したこと、別の競合店が閉店したことなどから、来客数が前年を上回っている。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・食品の値上げが続いていることで、売上も増加して推移している。ただし、ポイントデーなど、お買い得な日にまとめ買いする傾向が強くなっており、客の生活防衛意識の高まりがうかがえる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ここに来てようやく気温が下がってきたことから、景気はやや良くなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月前半は暖房機関係の新商品がよく売れた。ただし、後半は他店の商品と比較する客が増えた。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・景気はやや良くなっている。コロナ禍の不振を脱しつつある。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・販売量が徐々に増えている。コロナ禍前と比較すると8割程度まで回復している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・夏季イベントの終了に伴って、客の外出意欲が低下することを危惧していたが、人出はそれほど減っておらず、堅調に推移している。
		スーパー（従業員）	単価の動き	・商品の価格高騰が続いているため、景気は変わらない。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏以降、景気はやや良い状態を維持している。	
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・外出が増えてきたことで、衣替え対応が増えており、客からの要望も増えている。秋物の立ち上がりに関しては順調に推移している。	

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
		衣料品専門店 (エリア担当)	来客数の動き	・気温が高めに推移していること、食品の値上げが続いていることから、季節商材の動きが厳しい状況にある。ただし、気温の下がった日に、季節商材や節電に結び付くような商品がよく売れていたことから、これまでと同様に必要な物は買い、そうでない物は節約するという傾向が続いている。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・新型車の発売やイベントの開催があっても、来場者数が伸びてこない。売上も思うように増えていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・ここ3か月、販売台数が横ばいで推移しており、厳しい状況にある。新型車が出て販売台数の伸びが余りみられず、客の購買意欲が上向いてこない。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・車両登録台数はコロナ禍前の水準に近づいているものの、受注できる車両が限られていることから、営業スタッフの販売意欲が低下している。
		住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・来客数が前年を下回る状況が続いている。
		その他専門店 [医薬品](経営者)	お客様の様子	・今年の特徴として、目的買いの傾向が強まっていることが挙げられる。インフルエンザに対する警戒感が強まっていることもあって、免疫強化につながるような商品の動きが良くなっている。
		高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・10月の売上は9月よりもやや減ったが、水準としては大きく変わっていない。4人以上の振り客はほとんどみられず、予約客も3人までの客が多く、団体客は少なかった。ただし、適度な来客数となったことで、料理提供をスムーズに行うことができるようになり、客も落ち着いて食事ができたことはプラスであった。地方の人気店では、スタッフを雇わずに1人で対応するワンオペが増えている。席が半分しか埋まっていなのに、予約客以外は断っている店もみられるなど、予約するのも難しい状況となっている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・ここ3か月、来客数がほとんど変わっていない。
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ここ3か月、集客が比較的堅調に推移しており、総じて計画をやや上回って推移している。
		観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全国旅行支援の効果でどうにか持ちこたえているものの、閑散期の需要を支えていたインバウンドがコロナ禍前の水準まで回復していないため、厳しい状況にある。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・9月と同様に、海外旅行の需要は海外の物価高と円安の影響で回復していない。今後の見通しも厳しい。
		タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍の3年間は大変厳しい状況にあったが、今年の春頃から徐々に景気が回復しつつある。コロナ禍前の水準には達していないが、8割台まで回復してきている。
		通信会社(エリア担当)	それ以外	・通信キャリアの施策が影響しているため、景気は変わらない。
		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	・依然として前年の輸送量を上回って推移しているなど、好調をキープしている。
		商店街(代表者)	単価の動き	・物価の上昇が大きく影響している。客単価が低下しており、販売量も減少している。特に低中価格帯の商品は購入を熟考する客が多い。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・物価高などで家計の負担が増えていることから、客の反応は余り良くない。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・区域内のスーパーが閉店したことで、徒歩で当区域を訪れる客が減少するなど、昼間の人の流れが変わっている。また、区域内にある4か所のバス停においても平日の利用者がやや減少している。このため、多くの業種で売上が減少している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・商品の値上げが続いていることから、販売量が伸び悩んでいる。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・光熱費の負担が大きい北海道においては、気温が低くなるにつれて、客の生活防衛意識が高まり、節約志向がみられるようになっている。菓子や雑貨など、価格優位性のない商品はコンビニエンスストアでは買わなくなってきている。

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
企業 動向 関連  (北海道)		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・販売台数の動きに弱さがみられる。新型車効果も薄れ始めており、前年のような勢いはみられない。こうした状況は今後も続くと思われる。
		自動車備品販売 店(店長)	それ以外	・物価高が続いている一方で、客の収入が変わっていないことから、家計の支出負担が増加している。それに伴って、客が車に掛ける費用をシビアに判断するようになっている。客の購買が減っており、売上減少につながっている。
		その他専門店 [造花](店 長)	お客様の様子	・季節商材の動きが例年よりも早い段階で鈍くなっている。当初見込んでいた販売量を下回っている。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・繁忙期が終わったことで、例年と同様に来客数が減少している。特に紅葉が遅れ気味なことから、平日の客の動きが例年よりも落ち着いている。ただし、インバウンドは徐々に増加している。
		旅行代理店(従 業員)	来客数の動き	・繁忙期である夏季の国内線航空需要はコロナ禍前の2019年比で96%となっており、ほぼ回復している。一方、10月以降の生活需要は、夏休みなどで多くの人が久しぶりに帰省したことの反動もあって、一旦落ち着いている。また、コロナ禍におけるWeb会議の浸透で会議などのビジネス需要の一部が消失しており、観光閑散期を迎えてその影響が出てくることも懸念される。
		旅行代理店(従 業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して初めてのオフシーズンであり、全国旅行支援の効果によって一時的に国内旅行ニーズが増加した反動もみられることから、景気はやや悪くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・10月は例年よりも暖かい日が多く、雨の日も少なかったため、タクシーの利用が前年よりも減少している。稼働しているタクシー1台当たりの売上は前年比マイナス5%であった。また、乗務員不足の影響で稼働台数が前年から10%減っているものの、5月末にタクシー運賃を約15%値上げしたこともあって、全体の売上は前年並みであった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客のオーダーはそれほどでもなく、イベント関係の予約もやや減少している。一般客の利用状況も余り伸びがみられなかった。
		通信会社(企画 担当)	それ以外	・店舗の閉店が増加していることで、既存店舗への来客数が増えているものの、スタッフ減少による人手不足もあって、来店客への対応で一杯一杯になっており、客への営業を十分に行えない状況が続いている。全体的な販売量は減少している。
		通信会社(エリ ア担当)	それ以外	・代理店手数料の減額により、景気はやや悪くなっている。
		美容室(経営 者)	お客様の様子	・出費の多くなる冬に備えて、消費が落ち込む時期であり、当店の売上にも影響が出ている。特に灯油の価格高騰は影響が大きく、客の消費マインドは冷えこんでいる。
		美容室(経営 者)	来客数の動き	・物価高が影響して景気はやや悪くなっている。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・建売住宅も土地も売れ残っていて、住宅メーカーの在庫がどんどん増えている。価格は相変わらず高止まりしているため、いつか値崩れが起きるのではないかと懸念している。
		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人数に大きな変化はみられないが、客の様子が変化しており、以前よりも客の2極化が進んでいる。
		x	一般小売店(経 営者)	来客数の動き
	x	タクシー運転手	販売量の動き	・物価高騰の影響により消費者の儉約志向が強まっている。企業も同様であり、交通費や交際費が削減されている。このため、タクシーの利用は減少している。
		金融業(従業 員)	取引先の様子	・仕入価格上昇分の価格転嫁が進み、利益を確保できているという声が多くなっている。人手不足に対応するための機械化など、省力化投資を行うという声も聞かれる。

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
		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	・引き続き売上の前年比が下げた旨の伸びを示している。
		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	・世界的なインフレなどの不確定要素はあるものの、国内の建設需要は公共、民間共、堅調であり、取引量も増加傾向にある。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と変わっておらず、前年を下回っている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み時期に入り、各現場では工事が順調に進捗している。ただし、建設コストの高止まりに伴う、発注者の増額対応余地は乏しく、設計変更や追加工事による利益の上積みを確認できていない。完成工事高が年度計画を上回るのは確実であるが、利益が計画を下回っている状況に変わりはない。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・冷蔵倉庫における電気料金について、値上げ幅が当初計画よりも低めで推移しており、コスト減少につながっている。パターの保管量も微減程度に抑えられている。ただし、飲料、紙パルプ関連に伸びがみられない。トレーラー輸送全体でみると、前年比で5%以上の減少が続いている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・秋の収穫時期にもかかわらず、輸出関連を中心に、農産物、水産物の輸送量が増えてこない状況にある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量と今後の想定需要量が堅調に推移している。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・広告の発注量に大きな動きがみられないため、景気は変わらない。
		司法書士	取引先の様子	・物価の上昇、円安が続いていることもあって、建築材料は価格が以前の1.5倍に迫るなど、大幅に上昇しており、住宅着工数もなかなか増加してこない。外国人観光客は増加傾向にあるが、これだけで景気が回復するとは考えにくい。全体的にみると、景気が上向くような要因はなく、現状維持が精一杯の状況である。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は3か月前の予測を上回っているものの、販売量は前年実績を下回っている。このため、前年と比べて芳しくない状況にある。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・青果物において、猛暑の影響が拡大している。また、鮮度保持剤メーカー各社の販売成績が落ち込んでいるとの情報もあることから、景気はやや悪くなっている。観光関連の業況はインバウンドの入込が増加していることもあって、回復傾向にあるが、人手不足や原材料価格高騰の影響が引き続きみられることがマイナスとなっている。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築戸建て住宅の着工戸数について、前年比で10%以上の落ち込みが続いている。今後の回復の兆しもみられない状況にある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・技術者不足で施工できない案件が増えており、設計案件が減少している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・前年からの傾向ではあるが、毎月の受注量が徐々に減少している。好調だった建売住宅も月を追うごとに売行きが減少している。過疎化や高齢化による地域の衰退が原因と考えられ、景気はやや悪くなっている。これから冬期間に入るため、今後の受注量はますます減少することになる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・下期に入り、受注量がやや減っている。
	x	-	-	-
雇用関連		-	-	-
		*	*	*

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
(北海道)		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人数は堅調に増加しているが、登録者数が増えてこない。例年この時期は年末のボーナスを控えていることもあって、年明けの転職を考える人が増える傾向にあるが、Webサイトの求人数が増えていることもあって、転職しようと思えばいつでもできるといった慢心が求職者にあるようにも見える。求人ニーズが強いことから、コロナ禍が落ち着き、景気が上向いているとみられるが、求人企業の採用基準が下がっているわけではないため、求職者にとっては引き続き厳しい状況にある。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	採用者数の動き	・労働力人口が減少していることもあって、中途採用市場において、職種や業種を問わず応募者が減少している。また、応募者がいたとしても、スキルやキャリアでのミスマッチが生じている。これらのことから、景気は現状維持での推移となっている。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・Web上のデータを見る限り、求人数は増加しているが、企業数でみると減少している。一方、求職者の動きをみると、人気のある業界や職種に応募者数が集中する傾向がみられる。また、リアルイベントへの参加者が増加傾向にあることから、人が動き始めている状況がうかがえる。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・毎日のように観光客を見掛けるようになってきているものの、各業界の求人動向や求人数などについて、3か月前と大きな変化はみられない。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	周辺企業の様子	・個人客向けの業種において、動きがやや停滞している。
		職業安定所(職員)	それ以外	・原材料、燃料費、日用品などの価格高騰が続いている一方で、それを上回るような賃上げがみられない。実質賃金の目減りが続いている。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・9月の新規求職者数は前年から1.4%の減少、有効求職者数は前年から1.2%の増加となっており、いずれもほぼ横ばいでの推移であった。新規求人数は前年から18.6%の減少と8か月連続での減少となったが、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9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た。
		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)		都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・学会が多く開催されており、外国人客の利用も多くなっている。
		一般小売店[医薬品] (経営者)	単価の動き	・今月は化粧品の動きが良い。ヘルスケア商品も抗原検査キットは少し下火になっているものの通常の商品がよく動いており、客単価が良くなっている。
		一般小売店[寝具] (経営者)	販売量の動き	・10月に入り、ようやく商品が動き出している。
		一般小売店[雑貨] (経営者)	販売量の動き	・朝晩の冷えこみが例年以上であり、冬物衣料の出だしが早まっている。また、物価上昇対策として、当市の地域通貨を全市民に配付したことも販売量上積みの一因になっている。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・価格改定品目が増えたこともあり、平均1品単価は前年比108%強まで上昇している。買上点数と来客数はほぼ前年並みのため、売上は前年よりもやや伸びている。価格転嫁で売上を稼いだ形である。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・買上点数は下がっているが、1品単価の上昇で客単価が前年を超えている。売上は前年を超えており、景気はやや良い状況にある。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・近隣ホテル利用客の夜間における来店が増加している。外国人旅行者の来店も増えている。土日の来客数も増加傾向にあり、全体を押し上げている。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・住宅地等、立地によっては来客数の伸長がみられる。

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
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・法人関係では防寒着の売上が好調である。特に洋上風力発電関連の企業や警備会社、工事関連が順調である。しかし、仕入価格の上昇が続いており、利益が減少している。
		家電量販店(従業員)	単価の動き	・観光需要の増加が景気全体を押し上げている印象を受ける。家電製品も単価が上がっており、売上は前年並みである。客も物価が上がっていることを諦めている。買換え需要は底堅い。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・安定的に配車量が増えており、収益が上がっている。
		乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・中古車在庫が安定してきたため、販売台数及び収益が微増している。また、在庫展示が増えてきた影響で、来客数やWebでの問合せが大幅に増えている。
		観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・客は団体客を中心に多くなっているが、単価は低い。
		観光名所(職員)	単価の動き	・国内の予約数と振り客の数は変わっていないが、インバウンドが復活し来客数が非常に増えており、客単価もアップしている。数か月先の予約も埋まっている。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	販売量の動き	・来客数、単価、販売額共に、3年前の水準を超えて完全に回復している。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街への来街者数はイベント等の開催により増加しているが、店舗の売上は物価高騰等により若干減少しており、景気は横ばいである。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も5類へ移行し、文化活動が活発になっているが、売上は増えていない。
		一般小売店 [酒](経営者)	販売量の動き	・酒税法改正に伴う値上げによる大きな影響はない。道の駅など観光施設での販売量はインバウンドも含め良い状態が続いている。ただし、飲食店への販売量は、時期的なこともあり良くない。
		一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・売上は前年比では悪いが3か月前比では変わらず、悪い水準で横ばいとなっている。売上が高額商品に偏っており、幅広い客層のなかの一定の客層を失っている。
		百貨店(経営者)	販売量の動き	・気温の低下とともに雑貨・衣料品を中心に好調に推移している。食料品は生鮮食品などが値上げの影響を受けて販売量が減少している。一部高額商品は値上げがあり駆け込み需要が発生している。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・気温が下がり秋らしい気候になったことで、ようやく秋物の動きが活発になっている。ただし、重衣料等先物買いは鈍い状況が続いている。
		百貨店(催事担当)	お客様の様子	・県内各地で週末のイベントが復活して入出が分散したため、来客数に多少影響が出ている。しかし、高額品やファッション関連が引き続き好調で、売上は前年をキープし3か月前とほぼ同水準となっている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・商品の値上げや野菜価格の高騰などにより1品単価が103%となっている。客単価は上がっているが、買上点数は98%と下がったままである。買物は必要最小限で、お買い得な商品に集中している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・客の購入量は3か月前と変わっていない。
		スーパー(店長)	競争相手の様子	・消費に関しては大きなプラス要因はなく、むしろ控える傾向にある。しかし、値上げのため単価が上がり、売上は若干のプラスになっている。
		スーパー(営業担当)	販売量の動き	・来客数は前年比97.5%と減少している。買上率も96.2%と購買も慎重になっている。
		スーパー(商品担当)	単価の動き	・値上げの影響で商品の単価が上がり、結果的に販売数量は減少したものの、売上は増加している。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少している。価格の高騰が販売量の減少につながっているとみている。
		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、来客数が増えていない。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・コロナ禍が明けて来客数が増加している。しかし、公共料金、食品、日用品の値上げにより買い控えが発生し、買上点数、客単価に影響が出ており、売上は伸びていない。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・ビジネス、出張、ふだん着の衣替え需要で高単価商品を購入する客が増えているが、来客数の絶対数が少ない状況である。

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
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・気温も低下し寒暖差も厳しくなってきたため、10月中旬より販売促進を仕掛けているが、来客数が伸びず前年比90%である。
		衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・売上と客単価は前年を若干超えているが、来客数と買上点数は前年比93%である。売上が前年を超えているのは、原材料等の高騰によりメーカーからの仕入単価が上がり連動して売価も上がっているためである。
		家電量販店(従業員)	単価の動き	・展示商品が新製品に代わり、一部入替のための買い得品が残っている状況である。新製品は単価が上がるが買い得品は下がるため、商品単価は3か月前と変わっていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新型車の発表で受注が増えると予想していたが、受注件数が伸び悩んでいる。今後出る新型車も来年2月以降の入庫のため受注は期待できない状況である。
		自動車備品販売店(経営者)	お客様の様子	・秋になっても寒くないためか、例年と違い冬の準備期間に入っていない。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産のため、受注後、納期をもらって製作している。受注が厳しい状況は変わっておらず販売量は減少している。
		住関連専門店 (インテリアコーディネーター)	販売量の動き	・客は打合せではいろいろと検討するものの、予算ありきのため注文時には内容が縮小されてしまう。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム](経営者)	販売量の動き	・海外からの観光客がたくさん来ているが、当地ではその恩恵は少なく、良い材料といえるものがない。飲食店には客足が大分戻ってきているものの、制服に金が回るのはもう少し先である。
		その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・客は必要最低限のものしか購入しない。当地はインバウンド効果も限定的である。
		その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・プレミアム付商品券がスタートしたが、今までと違い売上につながっていない。商品券の使い道を吟味しているためとみている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・7月から9月までは記録的な暑さにより非常に客が少ない状況が続いたため、涼しくなった今月は客の増加を見込んでいたが思ったほどではない。物価高騰により財布のひもが固くなっていることが原因とみている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・今月は来客数が多かったため売上もよいが、客の話を聞くと景気が良くなった雰囲気はない。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・今月の売上は目標を達成したが、光熱費の負担増もあり、さほど利益は上がっていない。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が終わり、物価高などの影響から予約数が減っている。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・季節的に予約状況は良くなっているが、景気が上向いてきているとはいえない。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・外国人客が確実に増えているが、日本人客はやや鈍化気味である。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・円安と物価高の影響で海外旅行の予約状況に伸びがなく、3か月前とほぼ同水準で推移している。国内旅行もほぼ同じ状況である。
		タクシー運転手	単価の動き	・近距離客が多くなっている。自宅から近くのスーパーまでの買物客の利用が多い。
		タクシー運転手	お客様の様子	・コンサートやイベントの開催に加え、客船の寄港で多くの観光客が当地を訪れている。
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・有料放送サービスの契約者数は微増だが、低価格メニューの契約割合が圧倒的に多く、単価は低くなっている。インターネットサービスの加入者数は横ばいで推移している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気が停滞気味の状況に変化はない。物価の上昇に賃金アップが追い付いておらず、購買意欲が低迷している。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の投資意欲は必要最低限の状況に変わりない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気は低迷したまま変わっていない。

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
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・今月は週末の天候不良が多かったこと、前年は記念イベントがあつて好調だったことから、来客数は前年を大きく下回っている。
		競艇場（職員）	来客数の動き	・常連客の来場が目立ち、新規客の利用がほとんどない。客単価も下がっていることから売上が伸びない状況が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・前月は来客数に少し回復の兆しがみえていたが、今月は前年比97%で推移しており、3か月前と同等に戻っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・猛暑から抜け出し気候は良くなったものの、客は旅行などを控えている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁の発注においては、例年同等の件数が出ているが、新築が大きく減少している。民間においては、一時の資材不足も落ち着き、来年4月からの労務単価や4週9休に伴う工事期間の長期化に間に合うよう設計に着手したいという問合せがある。しかし、現実的には工事発注が間に合わないため、どうするか検討している客が多い。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅価格が数年前と比べてかなり上昇していることもあり、中古住宅を購入し、そのリフォーム工事をする客が増えている。
		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、暖房設備の温水ルームヒーターの交換と石油暖房器具の買換えが増えている。リフォームは、省エネ型の住宅リフォーム助成制度の期間終了に伴い、対象の工事が大きく減っている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・昔から選挙のある月は繁華街に人が来なくなるといわれているが、今回も固定客がほとんど立ち寄りず、売上は前年比マイナス10%になっている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・街のイベント効果もあり来客数は微増したが、買上客数は大幅に減少している。非識別顧客の売上も前年割れが続いている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みに戻りつつあるが客単価が下落している。売上は2%ほど下がっている。今月から人件費がアップしており、利益が減少している。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・買い控えが顕著になっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数、客単価はさほどではないが買上点数が減少している。物価が上昇しているため売上は落ちていないように見える。客は満足していない様子である。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・会食や旅行などができるようになったが、来客数は期待したほど増えていない。コロナ禍で買物を控えることに慣れたこと、物価高が影響しているとみている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・衣替えで、今まではスーツだったものがジャケットや軽く羽織れるビジネスカジュアルに変わっている。来客数は変わらず、単価が上がりにくい商品に購買が移っている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雨の影響による受注がなくなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・都市部向けの商材は回復しているが、地元を含めた地方は緩やかに回復しているものの、値上げの影響がじわじわ出てきている。商品や業者によって良しあしがはっきり分かれている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて移動需要が減ったことにより、前年割れの水準に戻っている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前と比べて予約数が少なく、大人数の宴会はない。4～5人の宴会はやや増えているが、2～3か月前よりは若干少ない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・相次ぐ物価の再値上げや原油価格の高騰で消費者の支出負担が増加しており、その影響で景気が悪くなっている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数が前年同月比約80%で推移している。
	x	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月にも食料品を始め様々な値上げがあり、消費者の買い控えや節約志向は更に強まっている。

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
	x	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品の値上がり客に影響を与えている。客は目的買いだけで衝動買いはかなり減っており、売上に相当響いている。
	x	コンビニ（経営者）	それ以外	・最低賃金の引上げによって、経営状況がより厳しくなっている。さらに、電気代の高騰が収まらない。他地域に比べて電気料金が高く、経営を圧迫している。
	x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は過去に類を見ないほど減少している。
	x	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	それ以外	・7月は新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比で売上102%、来客数100%であった。今月は同じく2018年比で売上95%、来客数89%となっており、3か月前を下回っている。なお、9月は2018年比で売上101%、来客数91%と、売上は維持できている。10月に入り来客数の減少が顕著になっている。
	x	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・法人や団体、組合の利用はあるが、振り客は日に日に少なくなっている。生活費の増加に収入が追いついていないことが背景にあるとみている。特に夜の外食は家計に余裕がないと出てこない。
企業 動向 関連  (東北)		-	-	-
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・売上は好調に推移している。しかし、資材や物流コスト、人件費等の固定費が更に増加しており、収益構造の見直しが必要になっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月以降、イベントの再開、選挙、学校の周年事業などが集中しており、受注が増えている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調だが、人手不足が課題である。
		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。3か月前と比較すると、小売、サービス、飲食関係は売上等が少しずつ回復傾向にあり、業績が元に戻りつつある。製造業は人手不足、部品不足等で売上が上がらない状況である。建設関係は好調を維持しており、全体としての景気はやや良いと判断している。
		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	・食品の値上げが続いているが、特売のカップ麺については受注量、販売量共に前年を大きく上回っている。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・天候の影響によるロスが増えている一方で価格の見直しがあり、トータルでみると変わっていない。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3～4か月、販売量の前年割れが続いている。10月は商品の値上げも行ったので特に動きが鈍い。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客によって景気に差がある。全体的にみると大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新製品や設備投資などの話題が少なく、引き合いは少ない。同業他社でも忙しいところは少ない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体関連の特にメモリ関係の顧客において、設備投資意欲がみられない状況が続いている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建築資材の価格高騰が続いているため、受注に結び付かないことが多い。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上半期の売上は前年比95%と落ち込んでいる。10月単月の見通しも前年比93%である。以前から延期になっている建設関連の動きが若干出てきたが、全体をけん引するまでには至っていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客からの料金引下げ要求が厳しくなっており、現状維持も限界が近い。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費動向が堅調に推移している一方、企業の設備投資動向は活発化していない。経済環境を踏まえ、設備の新規導入や更改に踏み切れない企業が多いとみている。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・10月に入っても気温が高いため、通常ならば冬物商戦の広告出稿が活発になる時期だが、手控えている企業も多い。広告業界の業績は前年比でマイナス傾向にある。
		経営コンサルタント	それ以外	・物価上昇と人手不足が続いている。経営に影響が出始めている。
	その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経営者）	受注量や販売量の動き	・県内向けの出荷は順調だが、県外向けの出荷が停滞している。	

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
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてから初の行楽シーズンになるが、当地の宿泊施設では宿泊客が2019年の水準には戻っていない。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米価は若干上昇したものの、高温と水不足の影響で品質が二等米や三等米となり、収入が減少している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きは活発化しているが、前月に続き今月も土産の動きはそれほど良くない。値上げの影響が出始めているのかはまだ判断が付かない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先からの引き合いが減少し、それに伴って受注も減少している。2～3か月前より動きが悪くなっている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・交渉に時間を要している案件もあり目立った受注契約がないため、若干悪くなっている。
	x		窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き
雇用関連 (東北)				
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・夏祭り以降も観光客数は堅調に推移しており、インバウンドも回復傾向にある。
		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5類感染症移行後は、人の往来が増え、飲食・宿泊業で人手不足が顕在化し、旺盛な求人活動が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・企業からの人材採用についての問合せが増えている。
		学校〔専門学校〕	雇用形態の様子	・当校への求人の処遇内容が、前年より良い企業が増えている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、小売、物流・倉庫、飲食業などの業績が上向いていて、求人の依頼が数多く来ている。ただし、イスラエル情勢や原材料価格の高騰といった懸念材料もある。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・大手企業中心にコロナ禍で採用を抑えてきたことの反動による増員募集は一区切りがついた印象を受ける。採用要件で即戦力を求める求人の数が増加している。結果的に書類選考通過率などが低下している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比較して求人数は増加傾向にあるものの、10月は業界の繁忙期であり、景気に変動があるとはいえない。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・求人広告の掲載件数に大きな増減はない。業種により人手不足と求人活動の活発化はみられるものの好況感はない。一般広告活動においても特段活発な動きは見られない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・広告の動きが低調で売上も前年を下回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・原材料やエネルギーの価格高騰、物価高の状況は変わらず、企業収益の圧迫要因となっているため、求人数の伸びにつながらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業の手不足感が続いている。
		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・A Iの普及により、仕事にも若干変化が起きている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の新規求人数は前年同月比12.5%減少、6月比14.6%減少している。建設業においては、原材料価格の高騰から着工を延期するケースがあり、関連する他業種への影響が懸念される。宿泊業においては、物価高から学校関係以外の団体旅行、宴会の予約が落ち込んでいるという声を聞く。製造業では自動車関連、通信機器関連の受注が好調を持続しており、生産・在庫調整を行っていた事業所からの求人数が増加に転じている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の減少傾向が続いている。

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
	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		百貨店（店長）	来客数の動き	・徐々にではあるが、来客数が前年実績を超過する日が増えている。来客数の増加傾向により、紳士服や婦人服の冬の主力商材であるコートの売上も伸長している。
（北関東）		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・個人、法人の利用はいずれも伸びている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・販売量が格段に増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・街中の人出はイベント等の復活で集客が図られている。また、プレミアム付商品券の発行で利用客が増えている。今月は今までにないほどの葬儀の出張写真撮影依頼が入り、驚いている。新型コロナウイルス感染症発生前までには戻らないものの、景気は上向いていると感じている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・10～11月は、紅葉シーズンで例年書き入れ時となるが、今年はコロナ禍を感じさせない販売量となっている。新型コロナウイルス感染症発生前の3か月前の売上達成度と比べても、今月の方が良い。国内客だけでなく海外からの観光客も多く、3か月前に強くみられた買い控えも余りなく、人手不足による売上機会損失を補うほどの購入量となっている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は5か月連続で前年同月比100%超となっており、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の同月比でも100%近くまで戻ってきている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は増えてきており、客単価も上がっているため、景気は良くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は受注、登録いずれも増加している。受注は順調で受注残も発生し、増加している。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・9月までの高温が、10月に入りやっと平年並みに戻りつつあり、季節商材の動きが出始めている。依然として、各商材値上げの影響で、買上点数は抑制されており、季節要因で、多少、前月から持ち直したにすぎない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・自治体のキャンペーンがあり、客に動きが出ている。やはり少しでもお得だと、いつも以上に動く。物価高なので、こうした消費者支援を続けてほしい。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・年間観光シーズンのピークで、外国人の来訪と併せて、順調に推移している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価高で単価は上がっているものの、販売量も増えて、新たに人を抱えてまでは対応できないため、断る案件も出てきている。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・9月は昼の動きが良かったが、10月は昼の動きは少し悪かったものの、前年同月と比べると5%の増収である。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・見積依頼は増えている。実績につながればよい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が少し増えているような状態なので、イベントがあっても、なかなか人は集まらない。また、イベント終了後も、野菜などが高いため、買物も控えめで必要な物しか買っていない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・9月、10月と、夏の高温障害により、青果の価格について、今まで経験したことのないほど高騰した商材が多く出ている。納入先でも、キャンセルやしばらくは使えないという施設、店舗等が増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、アパレルの動きが出てきているものの、物価高による客の生活防衛意識も依然として高く、景況の大きな変化はない。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・ラグジュアリーブランド系の高額品の動きが絶好調な一方、生鮮食品、一般衣料品や雑貨アイテムの不調さも目立ち、2極化傾向が強い。	

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
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上は101.7%、来客数99.8%、客単価101.8%と、来客数、客単価共に、前年並みで推移している。値上げについては受け入れられ、慣れた感じがある。この先の景気に対する不安感で、買物に慎重になっている様子が見受けられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月、新車、中古車の販売に伸びがみられず、利益面は車検整備等のサービス部門で補う状況が続いている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は販売量は多少あったが、人の動きや日常のお金の使い方がやや重い感じがする。
		一般レストラン [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・平日のビジネス客の交流会等と週末の旅行者の利用数は変わらず好調である。ただし、利用時間帯が早まっている傾向が強く、いわゆる引けが早い。幅広い時間帯で利用があると、更に上向きになる。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・客単価が良くない。イベント等もあり客足は増えているのに、客単価が足を引っ張っている感じである。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・当県独自の旅行支援策により、宿泊は好調を維持している。料飲部門も宴会を中心に、盛り返している。
		通信会社（社員）	単価の動き	・日常生活で利用している食料品で、10月からの値上がりを実感している。買いたい商品が値引きされている店、時間帯を狙っている客の姿を見掛けることが増えている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドの影響を受けている業種では改善しているものの、国内消費は物価上昇の影響で、引締め状態にある。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・9月に発売した新商品の積滞により、10月も販売数を維持している。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・物価高は相変わらずで、周りの客の状況も余り変わっていないようである。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・例年よりも温暖な天候に恵まれて、来園者数も増加傾向にある。ただし、学生団体の旅行先が、新型コロナウイルス感染症発生前に戻り変更されること等もあり、全体的には余り変わらない。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、娯楽の多様化により、来場者数が伸び悩んでいる。また、物価高による出費を減らすために、出掛けることを控えている様子もある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・例年なら、結婚式のお呼ばれや旅行に出掛けるためのニーズが多い月で、回復が見込まれていたが、期待外れの売上である。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・今月は特に動きがみられない。価格高騰の影響だと考えられる。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・世間一般では物価高でインフレ傾向にあるといわれているが、不動産の地価は、いまだ横ばいである。
		一般小売店 [酒類]（経営者）	販売量の動き	・物価高が影響しているのではないかと。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・野菜価格の高騰等の影響で、売上が鈍化している。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・このところ、ずっと悪いが、悪さがじりじりと首を絞め付けるような、そういう雰囲気悪さである。重い感じで、日々どのように接したら良いのかというほど、じわじわと悪い状況が続いている。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・物価上昇、特に食品の値上げが止まらずに、行政の救済措置もないため、やや悪くなっている。
		一般レストラン [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・予約はそこそこ入るものの、フリー客の動きは3か月前と比べると、明らかに鈍い。
		その他飲食 [ファーストフード]（経営者）	販売量の動き	・当社はテイクアウトの商材を販売しているが、10月が非常に暑かったこともあり、前年比での売上が9割から9割5分くらいなので、若干悪い。
		その他飲食 [給食・レストラン]（総務）	単価の動き	・主力の事業所給食では、食材費や光熱費等の値上げに伴い、食単価等の取引条件見直し交渉を前年から続けてきている。4月の新年度以降、順次見直しを受け入れてもらった結果、収支の改善はみられるようになったが、その後もコストアップが続いており、以前の水準に戻るところまでには至らない。

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
		タクシー運転手	お客様の様子	・9月19日から初乗り料金が値上げになったこととは関係ないと思うが、利用客が減少している。出張等で電車に乗っている人も少なく、また、夜の飲食店での客も少ないため、タクシーの利用客は減っている。値上げ前は、基本料金が2キロメートルまで740円だったが、値上げ後は1.1キロメートルで500円となったので、売上が落ちていることもある。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・予約数が伸び悩んでいる。客が他のレジャーに移っているように感じている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・街のにぎわいや商店の活性が、夏よりも落ちている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ここにきて、事務所関係の撤収が目立ってきている。支店を閉めるという形である。また、飲食店関係でも、街中の人通りが少なく、店を閉めているところが、かなり多くなっている。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・修繕案件が少ない。コロナ禍での修繕が相次いだため、需要を先食いした感がある。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・物価高の影響で、客の動きはかなり鈍い。
	×	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、来客数、売上は5%減少で推移している。生鮮食料品を扱うドラッグストアの売場による影響が大きいことが原因とみている。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・買換え需要が鈍ってきており、来客数に影響が出ている。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年10月の前月比は103%だったが、今年は97%と販売額が減速している。前年比ではエアコンが76%、冷蔵庫70%、洗濯機90%で、全体としては84%と大きく下回り、振るわない。
	×	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比80%前後で推移している。状況確認では全国旅行支援のクーポンを活用しているという声が多い。
	×	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・当社も他社も、新規客の来場数がますます減っている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・零細企業の人手不足が深刻である。
企業 動向 関連  (北関東)		-	-	-
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から値上げを認められている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車向けのスポット量産の仕事が立ち上がり、一部の部署では24時間稼働体制で対応している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子や販売量等が、今月は若干良い状況である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産が安定して、受注が増えてきている。
		経営コンサルタント	それ以外	・引き続き、地域経済は好不調が混在して、まだら模様である。商業施設等への来客数からみると消費は活発とは言い難い。業種的には自動車部品関係が順調で、小売関係や飲食店等では業績が2極化し、一様ではない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今は買い控えが起きていていると感じている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・順調に稼働しているものの、人手不足が影響してくるのではないかと懸念している。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価を上げてくれた得意先が50%くらいある。残りの半分は、交渉をしてもなかなか上げてくれないため、経営は厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年9月から12月までの間はかなり受注量が増えるが、今年は前年と同様にほとんど伸びず、かえって落ち込んでいる。当社としては結構厳しい状況になっている。それほど景気は良くなっていないのではないかと。

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
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節物の冬物家電、電気カーペット、こたつ、ヒーター、冬物寝具等は、前年並みの輸送量を確保している。しかし、2024年問題の対応体制ということで、協力会社は土日祝日の休日が多く、車両確保が難しく、運賃は高騰しており、利益確保は厳しくなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて広告出稿件数は、ほとんど増える気配がない。SNSによるPRを利用するケースが増えており、紙媒体の出稿は今後も減少するとみている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・変わらないからやや良くなっているに判断を上げるほどではないが、少し良くなりつつある。法律が変わった部分があり、その影響が出始めたのかという気がしている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・忙しいという話をよく聞くが、じっくり聞くと人手不足で忙しいという事業所が多い。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・特段の変化はみられない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は各種メーカーと取引をしているが、ほぼ全業種からの発注が減少している。自動車、電機、食品、産業廃棄物、事務機等の各種装置や部品加工の全てで減産傾向にあるという経験は、過去にないことである。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・利益率の良かった清掃管理業務の取引が解消する等、業務が減少したため、売上、利益共に減少している。
	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。公共工事の発注は前年比6.5%増加だが、前々年比では14.5%減少のため、全体的には厳しい。
雇用関連		-	-	-
(北関東)		人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣依頼が多くなってきており、採用数も増えている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・小売関係は、衣料品と生鮮食品等のスーパーでの足並みがそろってきた状況だが、求人については応募と採用がなかなか合わず、人が流れていない。旅館やホテル等は募集がある。製造業関係はほぼ定着していて、減産や減量の機械部品、電子関連にはなかなか人が集まってこない状況である。住宅関連は横並びで平衡点の状態である。材料の価格高騰が大変なようである。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・50歳以上の新規登録者の割合が高く、転職までの期間も長くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で減少と増加を繰り返している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	それ以外	・物価高により金銭的に苦しい人が増え、学費納入について期限までに支払えないという相談が増加している。
		人材派遣会社（従業員）	求人数の動き	・求人がなく、派遣期間満了時に終了となる取引先もある。
	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		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比150%で推移している（東京都）。
(南関東)		タクシー運転手	それ以外	・今、交通に関するニュースでは、ライドシェア問題で持ち切りになっている。自家用車ドライバーと利用者をマッチングし、輸送サービスを提供するなどの制度だが、実際には運行管理、車両整備、事故に関する保険等の問題があり、安心、安全を考えるとそれほど簡単な話ではない。今月も新型コロナウイルス感染症発生前と比べて8か月連続増加の報道があり、仕事をやる意欲がある（東京都）。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・飲食店の人の流れが増えてきている。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・天候が落ち着いて、来場者数の増加がみられる。3か月前と比べて来場者数は109%と高水準で推移していることもあり、売上も比例して105%弱で推移している。

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
		一般小売店〔和菓子〕(経営者)	それ以外	・行動制限のないなかで秋のイベントが開催され、入出も大変多く、大盛況に終わり、売上に繋がっている。また、猛暑がやっと落ち着き、良い気候になってきて、人の動きもあり、来客数も少し伸びている。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	販売量の動き	・今までは本当に来客数が少なく、景気が悪かったが、専門店ということで幾らか客が戻ってきている。景気が良くなっているということではないが、以前よりは良くなっている。また、金額は少ないものの、成約につながるようにもなっている(東京都)。
		一般小売店〔祭用品〕(経営者)	来客数の動き	・秋の祭事も復活し、需要が増え、来客数も多くなっている。
		一般小売店〔文房具〕(経営者)	販売量の動き	・売上、来客数共に3か月前を上回っている。文具メーカーが発売する新商材も多くなってきて、客の購買意欲を高めている。近隣ではイベント開催が活発になっており、来街者数の増加が当店への来客数を押し上げている(東京都)。
		一般小売店〔酒類〕(経営者)	お客様の様子	・地元では、10月1日から31日まで市政施行90周年のキャンペーンとして、キャッシュレス決済20%ポイント還元が行われている。現在は期間内ということもあって、客の購買が増えている。
		一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	来客数の動き	・文具業界の小売にとっては、年末が最需要期となる。今まであまりにも暑かったせいで季節感が感じられず良くなかったが、やっと涼しくなってきたこともあり、年末に向かう雰囲気が出てきて、手帳等の季節商材が売れるようになり、来客数も増えている。外商についても、ある程度の案件が増えてきている。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・国内客の高付加価値な消費への意欲が引き続き底堅いことに加え、インバウンドの消費ニーズも緩やかながら足元数か月で拡大傾向にある(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・今月は降雨も少なく、気温が高い日も続いたことから、来客数が増加し、イベントやモチベーションへの反応が良い。売上もプラスで推移しているが、客は価格により敏感になっており、最小限の購入にとどまっている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・インバウンドが引き続き好調である。気候が涼しくなり、国内需要も堅調に推移している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・旅行者や出張者を始め、来街者数増加の影響と、一部の秋冬ファッションに動きが出てきている(東京都)。
		百貨店(財務担当)	販売量の動き	・インバウンド販売量の段階的な回復が景気を押し上げている(東京都)。
		スーパー(営業担当)	単価の動き	・来客数がようやく前年比で横ばいになっている。販売量は若干落ちているものの、単価の上昇が続いていることで落ち込み分をカバーしており、トータルとしては売上が増加している(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が少なくなってきた、来客数が少し増えてきている。値上げによる1品単価の上昇により、売上も3ポイントほど伸びている。
		スーパー(ネット宅配担当)	来客数の動き	・値上げによる単価上昇があるなか、来客数が戻ってきたため、売上が伸びている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・全体的に販売量が増えてきている(東京都)。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・天候に恵まれたこともあるが、台風の発生も少なく、行楽の動きが好調である。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・新型車種が発表され、好調の兆しがみえる。
		乗用車販売店(総務担当)	単価の動き	・需要月の後で落ち込みを想定していたが、新車の供給とサービス入庫が堅調である。また、中古車市況が若干改善して、やや良くなっている。
		乗用車販売店(営業担当)	お客様の様子	・車の納期が安定してきたため、1~2年前と比べて安定した販売ができるようになってきている(東京都)。
		高級レストラン(営業担当)	来客数の動き	・10月度の実績は、2019年比で売上108.8%、来客数89.1%、客単価122.1%となっている(東京都)。
		高級レストラン(役員)	来客数の動き	・秋に入り、イベント需要が高まる季節でもあり、予約や問合せが急増している。単価はオケージョンに合わせて様々ではあるが、案件数、規模感としては増加、拡大傾向にある(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
		高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・利用件数、人数共に好調であり、円安、価格高騰の動きがあるなか、直接的な負の影響はまだ見受けられない（東京都）。
		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が収束してから、ケータリング、パーティーの方が忙しくなっている。店の方はそれほどでもなく落ち着いているが、パーティーは随分問合せがあり、忙しい。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、少しずつ客が戻ってきている。来客数も増えているが、景気なのか、コロナ禍の反動なのかはよく分からない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は天候も良く、街の祭りやイベントなどがたくさんあったので、街に出てきた帰りに店に寄ってくれる客があった。週末は席の予約の電話がとても多く、予約のない客は入れないという状態で、とても良い（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、良くなっている。イベントも多数あり、活気があるように感じる。しかし、いまだに原材料の価格高騰が落ち着かず、あちこちで値上げがある。当社も一部商材は値上げしたが、全体的に値上げしたいのをかなり抑えている。これ以上値上げしたら売れなくなるというのが現状である。景気は良くなっているものの、苦しさはなくなる（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・5割程度の取引先で値上げ交渉が受け入れられたことに合わせ、パーティー等の料飲部門の需要が少し上向きになっており、売上、利益共に改善方向に動いている（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・大型コンベンション施設での催事が順調に戻ってきていることに伴い、宿泊がかなり増えている。また、宴会も、暮れに向けてかなり申込みが増えている。新型コロナウイルス感染症が収束したことで、総じて上向いている。
		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類移行以降、人の動きが活発になっており、新規感染者数の減少に伴い販売量も回復傾向にある。ただし、人手不足による定休日の設定などにより、レストランは販売機会の喪失が足かせとなっている。全体的には宿泊と宴会が中心となり、数字を伸ばしている。
		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による自粛や中止といった状況はなくなっている。インフルエンザによる人数の減少や延期は度々起こるものの、旅行自体は消滅することなく実施できている。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・サービス契約数が前年同月比で上昇傾向にある。特に、モバイルの契約数が飛躍的に上がっていることが理由である（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・商談案件数、受注数が3か月前と比べて大幅に伸びている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・店舗等への来店が増えている（東京都）。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・旅客が増加している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・天候、気温が安定しており、前年並みの来場者数となっている。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・前月と比べて、10%くらいだが来場者数の伸びがみられる。過ごしやすい気候になり、外で遊ぶことも増えている。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	お客様の様子	・学生の動きが良い（東京都）。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・当事務所は、取引客の訪問などにより業務を獲得してきたが、最近では行政の仕事に切り替えて、各行政機関を回り、情報を得て、そういったところから新しい案件を獲得している。もちろん入札もあるが、社員力及び景気を基にしながら、営業展開を行っている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、来客数の動きが前より大分良くなっている。暑さも和らいで、外出しやすい気温になってきたこともあるが、客の動きが活発になってきて、少しずつ売上が伸びてきている。

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
		商店街（代表者）	それ以外	・今月は、新商業施設のオープンや地域最大のイベントが行われたことで、とても良くなっている。ただし、不安材料もあり、新型コロナウイルス感染症発生前と今では客の行動様式が明らかに変わっている部分がある。大幅に変わっているというよりは、部分的にこれまでのセオリーが通じないことがある（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・設備工事やイベントなどの電気工事の依頼が多かったが、物品の販売はそこそこだった。物価の上昇が続いているため、購買意欲が湧きにくいのではないかと。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・来客数自体は少ないが、同業他社が閉店したために、そちらの客が来店して僅かながら増えている。外売りの要請も来ているが、決して大きな金額ではない。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・客を観察していると、新規参入より廃業の方が多い。したがって、取引先の数も減っている（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・売上は前年よりやや上向きになったが、今年は猛暑の影響で来客数が少なかったようである。
		一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・降雨が少なく、季節の変わり目でもあるため、猛暑の時期の日傘需要と比べると、動きが一段落した感じがする。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の7月は東京盆があったので、ふだんの月よりは良かった。10月は何も行事がないので客も売上も少ないが、やっと涼しくなり、人々が活発に動き始めているため、景気は変わらない（東京都）。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・売上は前年よりやや良くなっているが、来客数の減少が気になる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・当社の売上は良くない。最近では大型コンベンション施設などでの販売も全く駄目である。そのような状況のため、新規の販売先など増えない。現状を維持するのがやっとである（東京都）。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末に向けて販売量が増える時期だが、円安のため輸入商材の値上げが続き、販売量が抑えられていることが影響している（東京都）。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・年末に向かって、お歳暮、クリスマスなどの一部のアイテムは値上げ幅が大きいことを、客はしっかり見て選定をしている。企業の忘年会、クリスマス会のイベントに当たり、景品や来場者へのまとまった数のノベルティ依頼が多くなり始めている。前年と同様の予算が多く、全体的な値上がりにより数量を調整することもある（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・天候に恵まれている部分もあるが、引き続き、婦人服、雑貨などの動きは良く、客の消費行動は堅調である。それに訪日外国人売上が加わり、売上面ではプラス基調ではあるが、一般的な消費という面では、景気が良くなっているという感じではない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・担当店舗での来客数は、この1年間、前年比110%前後で推移し続けている。地域密着の店舗のためインバウンドはほとんどなく、国内客の来店で3か月前と同じトレンドのため、良い状況で変わらず推移している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・最低気温が20度を下回るようになり、衣料品は婦人、紳士共に好調に推移している。インバウンドは化粧品、財布、宝飾を中心に好調が続いている（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・来客数は増えているようだが、購買には慎重であったり、単価の高い物は控えているようである。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・優待販売などへの反応は良いが、それ以外の期間においては販売量は増えておらず、消費にそこまでの上向き感は見られない（東京都）。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げや青果物の相場高により単価は上昇傾向にあるが、買上点数の低下や値引き商材の購入増加により、全体の売上は停滞気味である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みを維持している。値上げの影響で客単価は前年を超えているものの、買上点数は微減の状態が続いている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・野菜の価格が高騰して買い控えが発生している。

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
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少が一番大きい。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年と比べて最高気温が高く、好天に恵まれたため、来客数が増え、飲料類の動きが良く、好調な売上が継続している（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・残暑で数値が好調に推移していたが、急に気温が下がってきて、それとともに、購買量も下がっている（東京都）。
		コンビニ（従業員）	販売量の動き	・10月には地元の大きな祭りが土日に開催され、販売量がやはり増えた。土曜日の売上はそこそこあったものの、日曜日はそうでもなかった。日曜日は翌日のことを考えて撤収するのが早いのもかもしれない。ふだんの動きにはそこまで大きな変化はなく、横ばいといった感じで、3か月前と同程度の販売量である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・安価な商材でも慎重に吟味して購入している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・10月に入ってから更なる生活必需品の値上がりにより、消費者心理の冷え込みがみられ、厳しい状況にある。当社の主力である着物事業は、夏の浴衣購入客等のリピーターは増えているものの客単価が低く、全体としては厳しい。もう一方のドレス事業に関しては、コンサート等のイベントが増えてきており、ステージドレスを中心に回復基調にある（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・10月に入っても気温が高く、秋物衣料が売れていなかったが、中旬以降に気温が下がり、やっと平年並みの売行きになっている。
		衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・今年は暖冬という予報で、客も秋冬物が余り必要でなく、商材の動きが少ない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・食品の値上がりは日々の生活に直結しているため、消費行動に影響がある。消費者がいつにも増して価格に敏感になっており、少しでも安く買いたい心理でインターネット通販や他店との比較がますます多くなっている肌感覚がある。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・平日、土日共に来客数に伸びがない。毎月続いている商材の値上がりなど、物価上昇が要因ではないか。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・10月に入り、夏の猛暑がけん引した季節家電の売行きは落ち着いている。国内消費は物価高もあり、節約志向がより高まり、需要が減退している。一方、インバウンドは引き続き好調を維持している（東京都）。
		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。新型車が出たので来客数は結構あるものの、なかなか成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	・新車の販売量は前年並みで、納期は徐々に早まってきた。サービス部門も前年並みである。
		乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・会合などで共有された情報から判断している。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・客の話を聞くと、円安で諸物価が上がっており、ロシアによるウクライナ侵攻に加え、モシイスラエルが戦争を起こすようになると、原油などの価格が上がってくるのではないかと不安感がある。そうしたなかで、今はいろいろな物にお金を使うよりも、じっと我慢して少しでも蓄えたいということを言われている（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	・まとめ買いの客が減ったような感じがする。そのためか、販売量が落ちてきている。
		その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・商材の原価は相変わらず高い。売行きも単調である（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・全体としては、法人客を中心にランチ、ディナー共ににぎわっている。ただし、個人客はディナー利用での回復が鈍い（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客の数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、なかなか集客につながらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス終息後、客単価が上がっていたが、ここにきて上がり幅が小さくなってきたように感じる。価格が上がりにくくても、来客数が減っているため、購入回数が増える方向ではない（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
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・団体利用が多く入っているが、単価が低いため、3か月前と大きな変化はない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して大分落ち着いてきたと思っていたが、今度はインフルエンザが流行しており、保育園が登園禁止、小学校などが学級閉鎖になったりしている。せっかく景気が戻ってきそうな兆しが見えたところだが、なかなかうまくいかない。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・訪日旅行に航空座席、ホテルを取られており、国内旅行の供給が足りていない。オーバーツーリズム傾向にある。訪日旅行の取扱をしていないため、厳しい（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援が延長されている地域がある（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客が落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症発生前と変化がない。リモートワークも会社によって定着したようである。ターミナル駅への利用客は新型コロナウイルス感染症発生前と同じように増えているが、一時期タクシーの利用者が増えたのは、どうやら今年の異常な暑さによるものだったようである（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・今月も、規模は小さいながらイベントの引き合いが幾つか出てきている。採算のプラスが見通せる状況になっている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇が続いており、余計な支出はできるだけ抑えようという客が増えてきている。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・海外からの仕入れが更に高騰しており、4月以降の購入機器が更に値上げされるような話も出ているため、悪化するかわらないかという状況になっている（東京都）。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・高齢者施設や病院への入院、又は逝去などの理由で、連絡なく解約になる客が毎月一定数いる。
		通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・上半期は一進一退の状況が続いており、上向きでも下向きでもない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・単月で見ると、営業実績は予算を確保しており安定しているが、総体的にみると客が純増しているわけではない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・物価の上昇に伴い、買い控え、購買意欲の低下が見受けられる（東京都）。
		その他レジャー施設 [ ボウリング場 ]（従業員）	来客数の動き	・大きな変動は感じていない（東京都）。
		その他レジャー施設 [ 総合 ]（経営企画担当）	単価の動き	・インパウンドを中心に来客数が伸びており、消費単価も上昇しているが、3か月前と比較して大きな変化はない（東京都）。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規案件として具体的な話は出てきていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規受注の兆しはないが、年度初めに受注した規模の大きい官庁案件が年度末まで継続するため、特に景況感に変化はない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・ほとんど動きがない状態が続いている。当社としても積極的に動く予定はない（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、客単価がまだ低く、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。請負工事については、主に公共工事において、原価が非常に上がっているにもかかわらず請負金額が上がらない。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・外国人観光客の来街者数は堅調に推移しているものの、売上は3か月前と比べると伸びが鈍化している。前年比では引き続き2けたの伸びを見せているものの、やや悪化の兆しが見られる。食料品を始め、10月から更に値上がり品目が増加したことも影響している（東京都）。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・気候が涼しくなったことにより婦人衣料が想定どおり動いたものの、来客数の減少から売上構成比が高い食料品の売上が苦戦している。

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
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・気温が下がったことで、衣料品の売上が上向くことを期待していたものの、思うようには伸びない。リビング用品などコロナ禍のイエナカ需要で伸ばしたアイテムの苦戦が続いている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・テナントによるものの、食品関連は買上客数や単価で点数減少をカバーできているが、ファッション、生活雑貨関連は買上客数、点数共に伸び悩んでおり、何となく来て何となく買うということが減っている印象を受ける。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月はそれほど悪くはないが、直近3か月が非常に良かったので、それに比べるとやや悪い。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・また1軒競合店ができて来客数の減少が目立っているため、少し状況が良くない（東京都）。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・新規商材や話題の商材は利用があるが、全体的な買上点数は全く伸びていない（東京都）。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で数%減少という状況が続いている。今まで堅調であった食品にも影響が出ている。客へのアンケートでも、「生活必需品に関しては買わざるを得ないが、嗜好品などは極力買わないように、メモを持ちながら買物するようにしている」という方が多く、実際に店頭で見掛けることも増えている。
		スーパー（食品担当）	来客数の動き	・物価高から来店日数を減らして、特売日などにまとめ買いをする傾向が見受けられる。平日の落ち込みをカバーできず、結果として月間では売上が減少している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・売上、来客数が減少している。従業員の時給アップに耐えきれず、厳しい経営状況のなかで、同じ看板のコンビニが新規オープンするという状態で、もう訳が分からない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・スイーツなど夜に売れていた商材の販売数量が半分以下くらいに減っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商材の価格が上がっているため、客単価は上昇しているが、来客数が4%程度落ちていることから、無駄な買物はしなくなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年を割っており、景気後退を実感している。来客数も減っている。
		乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売できる車種が少なくなっている。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・品目は関係なく、ガソリンを含めて全体的に物価が上がっている。景気が悪く、なおかつ物価も高くなって、全体的に落ち込んでいる。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、購買によりシビアになっている。物価高がじわじわ響いている。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・インバウンドを含め、来客数はほぼ変わらないが、商材の値上げ以降、客は購入に慎重になっており、販売量が減少し始めている（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	・物価高の傾向が続くなかで、賃金上昇が追い付かず、食品を中心とする値上げは継続中であるため、客の財布のひもは固い（東京都）。
		観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・円安が影響している（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の利用は良いが、夕方から深夜にかけてが悪く、はっきりしている。たまに、深夜にロングの客がいるので助かっている。終電後にびたっと仕事が止まり、そのまま明け方4時まで利用がない日もある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・8月と比べると9月は人の動きが少なくなるため大分落ちるが、10月に入り、9月並み若しくは9月より悪いような気がする（東京都）。
		タクシー（団体役員）	競争相手の様子	・乗客は増えていないどころか、むしろ減少しているなかで、タクシーの供給は過剰になっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・機材等の値上がりにより、商談案件の受注が減少傾向にある。本来なら受注できた案件も検討中あるいは失注になっている（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・延滞等が目立った変化はないものの、窓口支払の客が生活の厳しさを口にするケースが増えている。今後の解約示唆も増え、生活必需品の値上げにより、当社サービスのような嗜好品の買い控えや解約に影響を与える懸念がある（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（経理担当）	来客数の動き	・10月に入り猛暑も落ち着き、季節要因から稼働率は高止まりが続いているが、特に、高齢者層においては雨天のプレーを忌避し、稼働率が著しく落ち込む傾向が強い。物価上昇から生活防衛を意識する動きもみられ、レストランにおいては高価格商材の販売低迷の傾向がみられる。新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの感染により就業できない従業員は前月から引き続き一定数おり、要員不足のなかで負荷が掛かっている。円安等の影響で価格が高騰してい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。
		パチンコ店（経営者）	単価の動き	・全国旅行支援がなくなり、来客数は横ばいながらも客単価が落ちている。
		その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	来客数の動き	・ファーストチョイスの作品以外は鑑賞しない傾向が強くなっている（東京都）。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・購入を慎重に考える客が増えている。物価の上昇にも影響を受けている可能性がある。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・単価が上がっていない。
		設計事務所（職員）	それ以外	・官民共に発注自体が鈍化しているようで、単純に売上が伸び悩んでいる（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約55%となり、支店始めて以来のワーストであったため、景気は悪い。また、3か月前と比べても約15%落ちているため、やや悪くなっている。新商品の販売があったが、問合せや商談も少なく、受注増加にはつなげられなかった。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量が大きく落ちている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べて新築売りアパートに対する反響や問合せが減ってきている。実際の販売契約数も落ちてきている。土地の仕入れも、地価の高止まりで苦戦している。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要期を迎えているが、スポット案件はあるものの前年同月を超えることはなく、先行きが読みにくい状況が続いている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・10月に入ってから極端に来客数、売上共に減っており、売上は3割も落ちている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	単価の動き	・経費の上昇分を売価に反映できない。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・燃料油価格激変緩和対策事業が継続しているが、それ以上に原油価格が上昇し、消費者にとっては高い燃料価格になっているためか、買い控えが生じている（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・絶好のゴルフシーズン到来にもかかわらず、平日の利用が戻ってこない。平日は年金生活の高齢者の利用が多いなかで、思うように利用が伸びないのは、物価の上昇等の影響なのかもしれない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価が上昇している。
企業動向関連 (南関東)		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍明けの空気感で一気に忙しくなっている（東京都）。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注額が上がってきている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新たな取引先との仕事が始まり、売上が前年比120%くらいまで伸びている。新規客も増えてきている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりは受注量が増えているものの、例年の同時期よりは少ない（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
		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、名刺印刷をしており、店頭販売とインターネット通販がある。今月は、会社の新規設立の代表者印の注文が7本あった。通常月は2本から多くても3本くらいである。そのうち2本はIT関係の会社で、あと2本は不動産関係と駐車場経営の会社からである。問屋への支払は、通常月は15万円くらいだが、10月は24万円となっている。当社は見越して仕入れるというよりも、注文があった物だけしか仕入れていないので、正に客から注文をもらった金額が反映されての金額である（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	・予想に反して、仕事量は若干増加しているが、日単位で見れば極端に少ない日もあり、安定しない。平均値を見た場合に、やや増加ということになる。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・音楽ホールなどの省エネ換気装置の受注が増えている（東京都）。
		輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・現在、自動車メーカーは年度計画どおりの増産を続けている。
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・実際に忙しく、人手不足である。
		金融業（従業 員）	取引先の様子	・仕事量自体は増えているものの、材料費や光熱費、燃料費の値上げによって利益が手元にさほど残らないため、経済は動いてはいるが、景気が良いとは言いがたい。
		金融業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・取引先から徴求する受注表、試算などからは、数値的に好転の兆しがみえる。また、先の受注についても現状程度の量は確保できている企業が多くなっている。業種によって回復の程度はまちまちだが、中堅レベルの企業からは総じて受注は回復傾向と聞いている。
		不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・ホテルの宿泊需要は引き続き堅調であり、価格も上昇基調にある（東京都）。
		不動産業（総務 担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワークが推進され、オフィス需要が減退していたが、ここに来て既存テナントから増床ニーズが出始めており、オフィスへの回帰がみられるようになっている（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・秋の行楽シーズンに入り、空港や駅などは旅行客でにぎわいを取り戻している。飲食店なども、団体での飲食は予約しないとできない。小学校、中学校、高校では新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染者数が増加しているようだが、重篤化しないとの安心感で、その後の予定には支障がない様子である。
		その他サービ ス業〔警備〕（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・通常の警備以外にイベント警備等の受注があり、売上が増加している。
		繊維工業（従業 員）	受注価格や販売 価格の動き	・価格転嫁ができていない企業もあり、依然として製造業の単価はなかなか上げられない状況が続いている（東京都）。
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・紙媒体の減少やデジタル化による需要低迷のため、受注率が低下している。
		プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・諸物価の上昇が一段落しそうところまできたので、動き出すかと思っていたが、さほど大きな変化はない。
		金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・これから受注が増える取引先と減る取引先とが同じ割合のため、トータルでは変わらない。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・半導体については、大口価格の直近の傾向はこれまでと同等の推移であり、景気としても変化はない。
		建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・全国的な景気は一時的に停滞している。この地域における宅建業も停滞気味である。
		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ものの、燃料費や原材料の価格高騰で、利益は余り期待できない。
		輸送業（経理担 当）	それ以外	・燃料の価格高騰、人手不足が続いており、収益が伸び悩んでいる状況のまま変わらない。
		輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、多少物量は増えてきているが、燃料価格の高騰が続いているため、収益は伸び悩んでいる。

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
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の動きで力強さに欠ける（東京都）。
		金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べても余り変わっていない。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入原価が高騰している。インボイス制度の開始により現場や経理の業務が増え、慌ただしくなっている（東京都）。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き続き低空飛行で、なかなか浮上できない（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜10～11時頃に近隣駅の商店街にある飲食店を外からのぞいて帰るが、新型コロナウイルス感染症発生前は駅前通りの店は満席近い客入りだったが、全くそこまでは戻っていない。1か月くらい前に行った都内の繁華街の店は外国人客で一杯であった。インバウンドが入る店は流行っているのだろうが、そうでないところはそこまで戻っていない（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・補助金や助成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	・飲食業や小売店から、客がより価格に対してシビアになっているという話を聞く。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工等の製造業では、材料、光熱費の値上がりが大きく響いている。政府は賃上げをするように言っているが、その前に下請への支払額を上げてもらわないと、事業の存続すら厳しくなっている（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・案件の情報が発生したり消えたりで連続で、決まらないことが多い（東京都）。
		出版・印刷・関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・燃料価格の高騰により、資材等を含め値上げ要請が来ているものの、クライアントに対する価格転嫁は難しい状況である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注は順調だが、化粧品容器に関してはインバウンドなどの優位な情報があるのに、一向に回復しない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・以前取引していた製造業の会社が倒産した。製造業の受注量がここ2～3か月でかなり減っている。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取扱量の低迷が常態化してしまっているなか、收受運賃も減少し続けており、燃料を始めとする資材の高騰、高止まりにより、収支の悪化が進行している（東京都）。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・一向に回復の兆しがみえない（東京都）。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子について、飲食業は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない売上に戻ってきてはいるが、人件費や食品、燃料費高騰で採算面はまだ厳しい。観光業も新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない状況になってきているが、コロナ禍の間に従業員を削減したために、対応が行き届いていない。運送業では燃料の価格高騰と人手不足があり、利益が減少傾向にある。不動産業では、商材の販売期間がやや伸びているため、各業者共に土地の仕入れに慎重になっている。小売業では、食品を始めとして各商材が値上がりしているため、客は無駄な物は買わず、少しでも安価な物を買う傾向にあり、売上は横ばいである。総合的にみて、景気はやや落ち込んでいる（東京都）。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・前月にもワンルームが成約しにくくなったことを報告したが、敷金礼金なし、フリーレント、広告代1～2か月支給などのチラシが増えてきている。築浅の物件は何とか順調に成約できるが、これからの対策が大変である（東京都）。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・地価、人件費の高騰、材料費の高止まりなどにより、新築物件は高くなり過ぎて、特に子育て世帯には手が届かない状態が続いており、業者は販売物件の建設を控えている。また、その世代に需要がある部屋数が多い賃貸物件は少ないため、販売、賃貸の成約件数共に厳しさがある。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せ数は変わらないが、客のコスト意識が高く、受注量が減少傾向にある。例年の同時期に比べて1割程度下回っている。

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
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・最低賃金の大幅な上昇に伴い人件費は上がるが、既存の契約金額の値上げが伴っていない。新規物件の契約金額は現在の賃金水準になっているが、古い物件については値上げができなければ赤字になってくる（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・海外向けの生産が止まってきて、在庫が積み上がり始めている。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前より更に受注量が減り、雇用調整の必要性が出てきている。半導体装置部品の受注の落ち込みがひどく、50%減少している。
雇用関連		-	-	-
(南関東)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・10月に入り年末繁忙に向けて徐々に求人数が増えてきており、人材確保も難しくなっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前と比べて100%を超えてきており、やや回復傾向にはあるものの、前年同月比では10%強減少している。業界により差はあるものの、再就職支援などの引き合いが多くなっていることもあり、反比例した動きが出ている（東京都）。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社内及び同業他社でも、中途採用の意欲が高まっているが、各部門共になかなか採用予定数に満たない場合が多く、売手市場であることを感じる。そのため、採用条件として、給与面での待遇が良くなっている（東京都）。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求職者数は微減だが、新規求人数は増加傾向を維持しており堅調である。中小企業が人材獲得のために賃上げの動きを見せており、結果として就職者数はやや増加傾向となっている（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・景気が上向いているとはいえ、中小企業では慢性的な人手不足が重荷となり、攻めに転じる様子はみえない。したがって、積極的な事業投資も行えず、企業によっては事業縮小又は撤退といった動きもみられる。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気が回復している分野と低迷している分野があるため、結局プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・コールセンター業務など、価格勝負の流れが強くなっており、官公庁の入札などは、最低賃金を守っているのか疑問に思うほどの価格で落札されている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・中長期的なキャリアプランを持った求職者が減少している（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材依頼数は前年を上回る受注数で推移しているが、人材不足感は変わらず、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は全体的に例年と比べて今期は若干少ない状況で推移している。また、新規での派遣登録者数も若干伸び悩んでいるところがあり、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	・自動車メーカーでのエンジニア不足は継続しており、エンジニアの派遣ニーズは継続が見込まれる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前からの変化は特にならない。求人数も業界によって差はあるものの、全体的には横ばい傾向にある。
		求人情報制作会社（経営者）	求人数の動き	・人材不足や採用難の声がよく聞かれるが、求人件数自体は余り増加していないというか、むしろ減少している。各事業者も、原材料の価格高騰や人件費の上昇などで足元の景気はさほど良い状況ではない（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人への動きが鈍化している気がする。実際に、3か月前と比較して大きな伸びなどはない。前年もそこそこの求人数だったこともあるが、なかなか前年を超えてこない。求人数が多くなってくるにつれて、1企業当たりの応募数、採用数は減って当然である。求人募集にはもちろん費用が掛かるため、成果が出ない募集をずっと行うわけにもいかず、前年と比べて出し控えなどが起きているとも考えられる。

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
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、全体では減少しているものの、情報サービス、貨物運送、技術サービス業など大幅な求人数の増加がみられる業種もあり、求人全体として低迷している感はない。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人の種類は、相変わらず、技術系、IT系、営業系が多いが、採用者数は思うようには伸びない（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・今月は倒産が2社、廃業が8社ある。ほとんどが運送関係で、下請、孫請の会社である。定期的に募集を出しているところなので、かなり痛手である。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・日用品が高くなっていて消費を控えている（東京都）。
	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)		スナック（経営者）	来客数の動き	・9月の売上は落ち込んだため心配していたが、一時的なものだったようでしっかりと回復しており、安心している。新型コロナウイルスの感染拡大の初期からずっと落ち込んでいたランチの人出も、回復している。世の中が元に戻ってきていることを実感している。
		遊園地（職員）	お客様の様子	・園内イベントやライブイベントが好調に推移し、目的客を十分に確保できており、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	・今月は墓じまいの相談や依頼のほか、葬儀依頼も多い。過去最高に匹敵するほどの多さである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・10月に入り観光客が多くなっている。特に、夫婦や小グループの旅行とみられる人が増えている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて、化粧品やブランド品の売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客が物価高に慣れてきたような気がする。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、予約状況もかなり改善しているが、このところの物価高が響き、客足は緩やかになってしまっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると上向きではあるものの、緩やかである。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べて、県外、海外からの宿泊客が大きく伸びている。前年10月は全国旅行支援の恩恵があり良かったが、その前年の来客数とほぼ同じくらいか、若干プラスになっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増加している。特に、韓国、香港、台湾からの観光客が多く来訪している。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・商材の価格は上昇するものの、来客数は増加している。買上点数は微減となっているが、客単価は上昇しているため、既存店の売上はプラスを維持している。
		スーパー（経営者）	それ以外	・25日時点で、前年比での売上は3%減少、来客数は26%減少である。残念ながら3%減少ではあるものの、実感としては忙しい。月末でどれだけがんばったか気になるところである。29日の日曜日も、サッカーの弁当90個、コンサート会場向けの弁当60個、近隣地区の運動会の弁当60個、夕食用のコンサート会場への弁当60個、近隣で行われている撮影の弁当40個、市議会関係の折詰弁当22個と、1日中、忙しかった。3月からずっと忙しく、このまま忙しければ来年4月の決算が楽しみである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・天候も徐々に涼しくなり、客の動き自体も悪くなっているため、段々と販売の動きが少なくなってくる。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・季節の割に今月は暖かく推移していた分、売上が若干増えてきたという感じである。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は多少増えているものの、オーダーメイドではなくリフォームの客だけで、利益はほとんどない。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の解消に伴う生産制約が緩和され、新車供給も増えて売上は増加している。一方、足元の受注は減少傾向にある。	

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
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・来客数、客単価共に、前年割れの状況である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きから変わらないと回答したが、相変わらず地方は大変である。何か良いことがあったら教えてほしい。
		旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・旅行需要の回復が継続しており、旅行の申込みや相談が変わらず堅調に推移している。全国旅行支援も終了し、需要が減少すると懸念していたが、そのような傾向にならず、むしろ増加傾向である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・過去1年の様子をみていると、前年比105～110%くらいで推移している。前月に初乗り運賃の値上げをした割には伸びがない。今月も恐らく105～106%で終わるだろう。
		ゴルフ場（副支配人）	単価の動き	・ハイシーズンになり単価は上がってきているが、例年のことであり、経費の上昇分を相殺するための今以上の価格転嫁は難しい。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・企業や団体の予約が徐々に戻り始めているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までにはまだ戻っていない。天候も落ち着き、屋外のレジャーや運動会等の行事も多く、一般客やファミリー層の集客が悪かった。
		設計事務所（職員）	来客数の動き	・仕事の依頼数は多く、1人が受け持つ物件数が多い状況は変わらない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・秋の運動会、スポーツシーズンで、さぞかし商材が動くかと期待していたが、逆に以前よりも悪く、驚いている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きや商材の動きは相変わらず静かである。身近な物がどんどん値上げされていくなかでは、家電など我慢できる物は購入を控える様子が見える。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客が価格を意識して買物をしている。買物する場所も、特売価格などを見ながら選んでいるようである。販売促進のため割引を行っている木曜日と土日の来客数、売上は、前年と比べて上がっており、お買い得な日にまとめて購入していることがうかがえる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・娯楽につながるくじやプリペイド式の電子マネーカード、デザート等の売上が減少している。節約志向になっており、余計な物は買わないという印象を受けている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年、当地域は水害による需要があったため、実績が前年比で大幅に悪化している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売は、新車、中古車共に、低迷した月である。車検に関しては期日が来れば受検しなければならぬが、板金等は材料の価格高騰により、見積りが以前より高くなっているため、修理をせずそのまま乗るといった客が多くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇で、やや悪くなっている。
		その他専門店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・メリハリのある消費の動きになっていて、動くときは非常に集中的に動くが、ふだんは静かなときもあり、振幅が激しい。お金を出す、引き締めるときのメリハリがはっきりしているのではないが、総じて厳しくなっているとは思っている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍明けの旅行需要が一段落したことや前年までの全国旅行支援のようなインセンティブがないため、宿泊費用が割高になっていること、猛暑の影響が紅葉が遅く、秋の行楽シーズンの雰囲気が出てきていないこと等から、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して90%弱の状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、今までの反動が大きく、来客数は伸びていたものの、夏の終わりを迎えるとともに、急激に人の流れが落ち着いてきている。大人数、法人関係は大半が数か月前から予定しているため、利用がなくなることはないが、個人利用は利用頻度、人数が大幅に減少傾向にある。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・前年と比べて、減収のため、やや悪くなっている。
	x	商店街（代表者）	来客数の動き	・異常気象の影響もあるだろうが、夏物から秋物を飛ばして冬物になる気配があるなか、暖冬予報が出て客は買う物に迷っている。人通りはほとんどなく、何を突破口にするのか模索中である。

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
	x	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の増加が見込めない。
企業 動向 関連  (甲信越)		-	-	-
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・観光業については、国内客のみならずインバウンドで盛況である。観光目的で訪れるバスや電車をみても、多くの外国人が見受けられる。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・原料価格の高騰や資材価格及び物流費の値上がりにより、売上は伸びているものの、利益は圧迫されており、厳しい状況にある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・店頭販売商材の受注が多少増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の様子から、製造現場が動いている感覚はあったものの、このところ、若干ブレーキが掛かっているように見える。部材の入りが良くない。
		電気機械器具製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注件数は多少増える傾向にあるが、受注金額は若干減っている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調だが、1件当たりの価格が小口化している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は主力の電子部品やデバイス等、IT関連需要の低迷から、厳しい環境が続く。一方、車載向け半導体の需要改善から自動車部品が持ち直しており、全体としては弱い動きが続いている。非製造業は、観光関連需要の増加から新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、働き手が不足しており、稼働率を高められないことがネックになっている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・催事を行っても高額品が売れない。問屋、小売店を訪問しても仕入れてもらえない。金地金の高騰や円安の固定化で、海外で作らせている製品価格が更に高騰し、2年前の1.5～2倍の価格になってしまっているため、売れ筋の価格帯での商品開発ができない。高騰している新価格に、消費者についてきてもらうまでの当面の間は、国内市場は不振のままではないか。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料等の高騰により、新聞各社は値上げを行っており、販売店としても売上が増加している。ただし、販売量は前年比で微減が続いており、厳しい状況である。
	x	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・電気代が3年前の2.4倍になり、到底売上が追いつかない。
雇用 関連  (甲信越)		-	-	-
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・国の経済対策や世界情勢が不透明ななか、生活が不安で仕方ないという話が多い。消費に回らず景気は変わらない。
		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5類移行後の環境や人々の行動変化に乗じたサービス業や宿泊関係業種、介護分野での求人が増加している。また、半導体不足の緩和により自動車関連の生産が回復基調にあり、金属製品、電子関連の製造でも求人が増加している。一方、物価高やエネルギーコストの上昇等の影響も依然として続いており、総体的に景気上昇の感触は薄い。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手が圧倒的に不足しているという基調には変化がないものの、価格転嫁が進まないなかで、人件費確保、賃上げが困難な状況が見受けられる。また、新型コロナウイルス感染症関連融資の返済開始に伴う小口の廃業や倒産も確認されている。
		-	-	-
	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	・全国旅行支援は一部の地域以外では終了したが、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。観光バス利用の団体旅行にはまだ勢いはないが、個人旅行等はマイカー利用が多くなっている。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドも徐々に増加傾向にあり、ほとんどの店舗で売上が前年を上回っている。鉄道乗降人員の改善により、10%以上売上が増加している店舗も多い。

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（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行は10～11月に集中し、受入れ側は飽和状態となり、バスは満車で観光地のホテルは期間中はほぼ満室である。人手不足等により余力がない状態で、サービスの質が保てるかを懸念する。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンである今月は、団体旅行の取扱件数が100件を超え、営業担当者はてんてこ舞いである。完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。物価上昇ラッシュであるが、旅行代金が値上がりしても内容を抑えることはないのは、景気が良い証拠である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・紅葉時期は来客数が年間で1番多い。インパウンドも新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきている。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・政府の経済対策に希望がもてる。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・10月は最低賃金の上昇もあり給料が若干上がった人が多い。物価上昇も仕方がないという意識が根付いてきて、消費動向も上向いている。景気は良く、客は財布のひもを緩めて金を使ったり、投資に回したりしている。特に、イベントなどもほとんど再開され、贈答品業界やイベント業界では売上が拡大している。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・中国からのインパウンド需要の回復に期待していたものの、微増である。引き続き東南アジアや欧米からの旅行客が多く、中国からの減少分を埋める形となっている。10月上旬から中旬は気温が大きく下がって秋物衣料や雑貨の動きが目立ったものの、10月下旬からは再び暑い日が続いており、秋物関係の動きは一服している。海外の特選ブランドは一時期の大きな伸びに比べれば落ち着いてきているものの、売上をけん引する要素となっている。おせちの受注も好調に推移し、食料品の売上をけん引している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・市街地への外出や観光客には顕著な増加がみられるが、客の関心が分散し、物販に関しては購買意欲の減少がみられ始めている。来客数の増加に対して、買上客数の増加の割合が小さい。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・酒税法改定で駆け込み需要があったため売上が伸びた。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・季節要因が大きいですが、急激な寒さによって感染症が流行し、マスク等の衛生用品の売上が伸びている。物価高の影響は、客もそろそろ現在の価格に慣れてきたように見受けられる。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・パンやおにぎりを一定金額以上購入すると飲料がもらえるキャンペーンや大規模な販売促進企画があり、いろいろな物がかなり売れた。
		衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・販売量が確実に増加している。急に寒くなったため、これからはどうしてもスーツが必要になる。ノーアイロンのワイシャツもよく売れている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・このところ余り動かなかった新規商品の取組が増え、従来商品のリピートとあいまって、売上が伸びている。
		衣料品専門店（売場担当）	来客数の動き	・コロナ禍ではアパレル関連が苦戦傾向にあったが、紳士服の店外催事についてみると、集客、売上共に新型コロナウイルス感染症発生前の実績近くまで回復した。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってから顧客の動きも良く、販売台数も増えている。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・車種にもよるが、以前よりは新車の供給が間に合うようになってきた。慣れの部分もあると思うが、車両に掛ける客の予算はしっかりと確保してもらえている。
		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	・足元の来客数は安定してきているが、購買については物価高騰の影響が引き続きみられる。
		高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・人の動きが活発になるなか、祝い事など週末の集まりで外食をする客が多かった。一方、平日や土日の夜は利用が少ない。

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
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・秋になりコロナ禍で中止になっていたイベントが開催され、イベント販売が好調である。店舗の売上も少しずつ上がってきた。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて10月は団体客がかなり増えた。来客数の増加により、景気はやや良くなっている。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊、レストランに加え、宴会利用も増えてきた。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・インバウンドは増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前の勢いはない。宴会は、まだという印象を受ける。レストランは、ランチ客は増えつつあるものの、夜の業績は悪い。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・安定した株高やインバウンド増加に伴う単価上昇により、飲食、宿泊部門共に改善している。法人宴会も順調に新型コロナウイルス感染症発生前にまで戻っている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援は終了したが、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行してから、ようやく客も動き始めた傾向にある。
		テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・8月は前年比80%、9月は前年比83%と改善している。夏の暑さや残暑が無くなり涼しくなってきたため、人の出入りも増えてきた。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・週末の観光列車は乗客数が伸びており、やや観光目的の客が増加している。今後の紅葉シーズンにも期待できる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・涼しくなってきた来客数が増加した。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・高齢者層の外出への意識は確実に低下しており、それが定着している。いろいろな物が値上がりし、物価が相当上がっている。この先には増税もみえており、消費マインドは非常に悪い。
		商店街（代表者）	単価の動き	・商店街への来客数も購買人数も高止まりしているが、相変わらず客単価は低い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・景気の悪さがずっと続いている。客からもそのような声を聞く。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・販売価格が上昇しているため、消費者は購入に際してかなり慎重な様子が見られる。そのため販売量もなかなか伸びない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大以来、まだ当業界は立ち直っていない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・前月と比べて、飲食店への来客数と来店回数が僅かだが増加傾向にある。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・行楽シーズンになり来客数は増えているが、なかなか購買に結び付かない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安の影響である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・高額商品の売行きが厳しくなっている。紳士服フロアに高級ブランド店がオープンし、高額商品を購入する客はそちらを選択しているように見受けられる。カジュアルな商品を購入する客は多いが、単価が低いいため売上は伸び悩んでいる。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・人流回復に伴い催事やレストラン部門の売上が引き続き好調に推移している。衣料品についても、気温の低下に伴い秋物商材の売行きが好調である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数や客単価に波がある。少ない来店客のなかでも良い物があれば迷わず購入する客もいるため、景気は変わらない。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・来客数は変わらず増加しており、購買意欲の高い客も増加傾向にある。ただし、購買単価は伸び悩み、中低価格帯がメインである。中国人のインバウンド需要では高額品が稼働した。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・商品の単価が上がっているため、販売量は最小限になっている状況である。
		スーパー（店員）	単価の動き	・秋らしい気温になり天候も良く、みかんやりんごなどの果物の売行きが順調だった。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上予算の達成は続いている。クリスマスケーキやおせちの予約がもう入っており、クリスマスグッズも売れ始めた。年末商戦の出足は好調である。

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
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数、客単価共に大きな変化はみられない。日用品に対しては、価格志向を中心に節約する消費傾向が定着している様子である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温が急に下がり、季節商材であるホット飲料や中華まんなど温かい商品の売上が例年と比べ多い状況である。週末を中心に行楽需要も伸び始め、新型コロナウイルス感染症に対する規制も緩和されており、更に来客が見込める。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比10%程度の増加で推移しているが、この動きは3か月前とほとんど変わらず、今月についても特に来客数の伸びはない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・発泡酒や第3のビールの値上げによる売上の減少は余りなく、売上全体でも大きな変動はない。
		コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・引き続き販売量は横ばいである。半年前までは上昇傾向にあった客単価も、ここ数か月は落ち着いている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・残暑で秋物の売行きが伸びなかった。外出用の商品を購入する目的で来店する人は今の時季に着るのに適した商品を求めるため、在庫がない物が多い。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・販売量は前年比95%前後で日々推移している。客は衝動買いを避けるように吟味して購入しており、店内滞留時間が長くなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・故障による買換えが中心で、余り購買意欲が旺盛ではない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・アジア競技大会やサッカー等のスポーツ行事があると一見活気付いてみえるが、それとは別に景気としては良くない状態が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ガソリン価格や電気料金は補助金もあり徐々に値下がりしているが、生活に必要なコストの増加が大きな負担となっていることを実感する。客は、日常生活のやりくりが大変だという話を中心となり、大型商品の話題は必要がなければ聞いてもらえない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生産回復が大きな要因である。一部車種はまだ1年以上の待ちであるが、量販車種の納期が元に戻ってきたことは、客にPRする上で非常に意味がある。ただし、この数年で車の価格がかなり高くなってしまった。コンパクトカーでも300万円を超える車種があり、見積りを出すと驚く客も相当いる。予算が合わずに購入の見送りも増えている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は前年と比較して減少している。新型車の発表があっても抽選になるケースが多く、買いたくても買えず、売りたいくても売れない状況になっている。
		その他専門店【貴金属】（経営者）	来客数の動き	・物価上昇により消費者の財布のひもが固くなっている。来客数も少ない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍以降数年ぶりに各地域での祭礼が始まり、それに伴って複数人での来店がある。
		その他飲食【仕出し】（経営者）	お客様の様子	・物価高騰と賃金上昇の幅にずれがあるためか、何か諦めムードがある。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・欧米人観光客でにぎわう人気観光地での飲食店の料金と比べ、ターミナル駅前で働くオフィスワーカーの昼食代は、引き続き1コインの弁当、又はコンビニのカップ麺と、低単価で横ばいである。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で、かなり制限のない日常が戻ってきているが、地元空港では国際線の便数がまだ回復していないため、思うようには客足が戻らない。少し金に余裕のある年齢層の需要は高まっているが、これ以上燃料費が高くなると、どうなるのか心配である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する制限が無くなった直後は、今思い起こせば人出がかなり戻ったようにみえた。しかし、それは一時的なことで、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るのかと思いきや、今現在出足が良いのは週末だけで、週始めと週中は良くななく、景気は変わらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・涼しくなり、朝夕含め日中の客が減っている。駅でのタクシー利用者も減った。深夜の歓楽街でのタクシー利用者数は変わらない。

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
		タクシー運転手	来客数の動き	・物価高の影響がある。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は伸び悩んでおり、解約件数こそ横ばいで推移しているものの、停滞感がある。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新規申込みは多いが、廃止も多い。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・街中のどの飲食店も、高齢客の来店が減少している。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・10月はゴルフシーズンであるため3か月前と比べると入場者数は多くなる。しかし、今月の入場者数は、前年や予算と比べて減少している。余り良くなかった3か月前から景気は変わっていない。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月から始まったキャンペーンセールの上売がコンスタントにある。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話からは、物価の上昇がかなり激しく、ガソリン等の値上げで大変だという話をよく耳にする。
		その他サービス[介護サービス]（職員）	単価の動き	・介護サービスの福祉用具貸与事業では、利用料金に市場価格から算出された上限価格が設定されている。その基準は物価高騰前に設定されたもので、貸与事業者は物価に合わせて価格を改定できない。それどころか3年に1度の見直しが入る度に上限価格が更に引き下げられる制度となっているので、先の見通しも暗い。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪い状態から抜け出せない。本当に案件が全くない状態の月がある。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は変わらず横ばいである。
		その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・来場者数は好調な月もあるものの、購入を検討している客の数は低調なままである。
		その他住宅[不動産賃貸及び売買]（営業）	来客数の動き	・閑散期に入り、なかなか客足も伸びにくくなった。1月からの繁忙期に向けての準備期間と考えるしかない。
		一般小売店[生花]（経営者）	お客様の様子	・どうしても必要な物は購入するが、どちらかというときぜいたく品に当たる物に関しては、買い控える傾向にある。値段だけ見て店の前を素通りする客が増えた。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%と前年割れのなかで、買上点数も0.3点ほど少なくなっている。1品単価は上がっても、売上は前年を割っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%程度で推移している。
		スーパー（総務）	単価の動き	・来客数は増えているが、客単価が下がっている。物価上昇の影響が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の売上は超えているが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症発生前には届かない。さらに、値上げ効果も無くなり少し勢いが無くなってきた。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年より売上は増えているものの、増加率は縮小傾向である。特にパンや米飯の販売実績は他の商品よりも減少率が高く、物価高により弁当需要などが増えて節約傾向になっている可能性がある。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれた10月だったが、曜日別でピークとなる土曜日ですら混雑状態になる時間は僅かで、来客数は減少した。所持金を気にしながら買物をする様子の客が多く見受けられ、買上点数は減少し、客単価は下落した。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比101.9%であった。前月まではコロナ禍の時期との比較で前年比105%以上の大きな売上の伸びを記録していたが、今月は伸びが小さくなっている。人件費や光熱費は高騰しているため、前年比での売上の伸びが無くなってしまうと、前月までの上向き基調だった体感が失われたこととなり、景気はやや悪くなっている。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が減っており、前年の9割程度である。値上げの効果で客単価は上がっているが、売上減少を補うほどではない。物価高で生活防衛意識が強くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・国産車、輸入車にかかわらず新車の生産遅延が長引き、納期が掛かることが消費者にも広く浸透している。余裕を持って次の車を探しているためか、夏よりも来客数が減ってきている。

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
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・定年退職を迎える客が増え、代替購入が進みにくくなっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・単純に客からの注文数が減っている。客は外食以外の用途に必要な出金が多い。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今春に値上げした影響により、販売量は10%程度マイナスとなっている。値上げ直後はほとんど影響がなかったものの、8月以降影響が顕著に出始めた。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・電気代やガソリン代が上がり、全て悪循環となっており、客も余り金を使わない。
		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一切聞かない。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅部材のウッドショックが解消しても工事単価は安くない。これでローン金利が上昇したら、客は購入できない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・外注先の人材不足で仕事が回らず他社の応援で乗り切ったが、人手不足は他人事ではない。当社もますます経費がかさみ厳しい状況になる。物価高による材料費、人件費やガソリン代の高騰で、経営にはまだ気が抜けない。
	x	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・10月の販売台数は少なく、問合せも少ない。時期としては良いはずなのに疑問であるが、自社に関しては非常に状況が悪くなっている。
企業 動向 関連  (東海)		-	-	-
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の効果が続いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍明けで経済活動が徐々に動き出し、受注も少しずつ回復している。世界各地で起こっている紛争の影響で材料費や光熱費が上昇しているため、価格転嫁がスムーズに進むか不透明な部分はあるが、当面の景気は上昇する。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・この2か月で契約数が安定してきた。新規物件の戸建て住宅と在庫物件のマンションの販売が好調である。戸建て住宅は割安物件が供給でき、マンションは値引き条件付でのお買い得感に対して反応があった。
		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	・世間の景気はまだらな状態である。良い会社と悪い会社の分化が起こっている。仕事の取り合いはかなり厳しく激しい状態である。先の景気が読めないためかなり厳しく単価を出して、仕事を取ろうという姿勢がみえる。当社は新しい仕事も入り、まずまずである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費者の買い控えによる消費の低迷や物価高などの影響で受注量、販売量が全体的に減少している。景気は3か月前と同様に悪い状態が続いている。
		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、引き続き在庫調整等で減少している。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・コロナ禍の収束に伴い再会で集まる需要の高まりがある。飲食店では、土曜日18時のような集まりやすい時間帯は貸切りで予約されており、入店を断られることを数回経験した。人的交流の回復は、景気に良い影響を与える。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・一般的な製品の受注量は、平年の8割程度だが、水素吸蔵合金の生産量が前年の2倍以上になっているため、生産用の耐火物への注文が受注の不足分を補っている。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・本来は秋需と呼ばれる需要が増える時期で他の月より10%ほど伸びるはずが、今年は逆に横ばいから5%ほど減少している。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き続き引き合いは多く、仕事量の確保については、むしろ対処し切れないほどの状態が続いている。大手資本系に仕事が集中している様相である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米の自動車向け設備投資は上向きになってきたが、今月は、金利上昇により資金が調達できないなどの理由で、計画が一時停止になる案件が多かった。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて客先業界の設備投資が増えたと見込むが、現時点ではまだ余り変わらないため、現状維持の状態である。これから2か月後には増える。	

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
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月以降は、生産量、購入量がほぼ同量で推移している。
		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	・受注量が多少増えてきているが、3か月前とはさほど変わらない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・引き続き物価高やガソリン代高騰など不安材料が多い一方、明るい材料がない。減税案も一時のぎにすぎないため、景気回復にはつながらない。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・見積依頼数が増加している。前年まで着工できなかった案件の見積依頼があるという業者の声も聞く。景気が実際に上向くかどうかは、決裁が下りて契約が結ばれるまで分からない。
		輸送業（経営者）	それ以外	・物流の2024年問題への対応でコスト負担が大きい。運転手不足、燃料価格の高止まりもあり厳しい状況である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物流量自体は一定の水準のまま続くが、運送業界ではコスト高、人手不足や運賃値上げが進まないなど、苦しい状況が続いている。仕事はあっても苦しい状況である。
		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傾向から脱却できていない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・世界の景気が不安定である。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・様々な物が値上がりしているなかで、運送業界においても燃料費や人件費の高騰がある。それを運賃に適正に反映させるため顧客に依頼しているが、物流費に対する世間の認識がまだ不足しており、後回しにされがちである。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・経済の正常化は輸出や観光事業の増加の影響が大きい。消費や設備投資などは新型コロナウイルス感染症発生前から2%減少という話があり、正に実感している。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品・販売においてはかなり順調に推移しているものの、大手自動車メーカーの取引先での火災により多くの人々が休業しているため、先行きは分からない。物価やガソリンの価格高騰などインフレに対する警戒感が強く、財布のひもは固い。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店はなかなか苦しい状況にある様子である。食品価格の上昇は、飲食店以外に日常生活も圧迫している。
		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対する不安も軽減していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。外出等の増加に伴い、今月の売上は前年を上回っている。
		不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・住宅市況については大きな変化がない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・客からの広告受注量にそれほど増減はなく、新規の引き合いも特に変化はない。
		公認会計士	取引先の様子	・中東でも戦争が始まり原材料価格やエネルギーコストの上昇の懸念があり、積極的な投資は控えているように見受けられる。また、10月より生活必需品の値上げもあり、一般消費者も節約傾向にある。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店は、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、来客数が戻りつつあったが、最近足踏み状態である。その他の顧問先は、売上、利益共に変化がない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少し、引き合いも減少している。販売価格の低下、原料価格の高止まりもある。
		通信業（総務担当）	それ以外	・買物をしていても、食料品の高騰は我慢できない。品数を減らして必要最低限の購入にしている。このようなムードは多くの人にとって共通であり、先行き不安で仕方がない。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・携帯電話にあらゆる業種からのセールス電話が掛かってくる。通販商品や投資の話は珍しくないが、その他にも明らかにコールセンターが委託を受けているような電話がある。企業が売上確保に苦勞し、打ち手としてこのようなアウトバウンドコールを選択しているようである。

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
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・建設業では、材料不足や人手不足により原価が高騰し、受注した工事の採算は悪化している。中小企業では、まだ賃上げができていない企業は多くない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気自動車関連も半導体チップ関連も減少傾向である。結果として、ロボットの生産台数も落ちている。
	×	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。
雇用 関連  （東海）		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同窓会などの宴会で派遣需要が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・10月以降求職者の動きが活発となっている。求人企業の採用意欲も引き続き高く、今後のマッチングが期待できる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車関連製造業においては、国内販売、輸出向け共に上向きに推移している。特に国内販売数は前年超えが続き、新型車種の販売も好調で生産工程は多忙になっている。
		求人情報誌（営業担当）	採用者数の動き	・求職者の動きも活発で、マーケットが活発になっているようである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・観光や飲食を中心に、地元経済はコロナ禍よりは大幅に活発になっている。ただし、企業の業績は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・製造業などでは価格転嫁が進んで、賃上げをする企業も増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き当地域での技術系求人数は過多であり、当社を含めて採用熱が高い状態が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・前年と比較すれば動きがみられるが、景気が上向くほどではない。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・有効求人倍率が前年を下回った。新規求人数の前年割れも3か月続いており、とりわけ建設業は7か月連続で前年を下回っている。卸売業、小売業の新規求人数は横ばいである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比べ全体的に減少しているが、道路貨物運送業と物品賃貸業が微増となった。一部業種からは、活気の割に消費が伸びていないという声を聞く。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では、原材料やエネルギー価格の高騰により利益が圧迫されている。そうしたなか輸送用機械器具製造業では、半導体の供給制限緩和により生産が上向きである。食料品販売業では、一定の需要はあるものの、従業員が好条件の会社に転職し人手不足によりシフトが組みづらい状況である。建設業では、物価高によりコストが上昇し、人件費に回せず求人募集を見送っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比でみた求人数は、物価高騰、賃上げによる人件費の上昇などから、製造業を中心にほとんどの業種で減少傾向が続く。一方、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。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・事業の経営環境や利益予測などを加味して、採用継続の判断が徐々に2極化しつつある。
		人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・物価上昇の波が変わらず続くなか、最低賃金改定の効果もなく、会社経営は切迫し従業員は生活費が厳しい状況は変わらず、景気悪化の印象が強い。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人、求職共に大きな変化はないが3か月前に比べ微減という状況のため、採用数も減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の動きとして、人手不足とされるなかでも製造業や運輸業では減少傾向が続いている。

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
	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)		都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・ツアーや学会、イベントといった団体客による予約が好調である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が多くなっている。地元ではマスクを着用せずに外出をする人が多くなった。夜の街も人が増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑の影響が残暑が長く、秋物商材の動きが鈍かった。ここに来て急に寒くなったため、秋を通り越して冬に向かう感じで、秋物ではなく冬物の準備が必要な季節になっている。インフルエンザが流行しており、入込客への影響もあると考える。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は好天に恵まれたこともあり、インバウンド需要を中心に2けた増と絶好調の売上を達成した。特に米国からの外国人観光客が高額商材を購入したことで大幅に売上が増加している。残念ながら期待していた中国人観光客を見掛けることは相変わらず少ない。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・食品からファッション、化粧品、ラグジュアリーブランドが好調に推移している。特に富裕層の高額商材への購買意欲が旺盛で、外商売上は前年比140%と好調に推移し、店全体の売上がけん引している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症によって生活様式が変わり、エレガンス系のアパレル衣料を購入しなくなっていたが、少しずつ戻る気配がある。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・引き続き地域行事や社会行事などのイベントが活発化しており、需要の回復がみられる。また、気温など天候が良い日が多く、外出機会が増えたことによる需要がみられ、来客数及び販売量が伸びている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・県外団体や法人による利用の動きが良く、全体としては前年比115%で推移している。2019年の水準には届かないが、今年1番良い数字を出している。
		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・インバウンドや観光需要が拡大している。また、秋の行楽シーズンで、地元客の外出が活発化している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入って中小企業経営者の利用が多くなっている。定期的な来店があり、安定した状態が続いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門は団体旅行の催行率が伸びてきたが、催行人数はまだ少ない。インバウンドは堅調に伸びているが、単価は大都市のように上がっていない。レストラン部門はディナータイムの集客が少なく、コロナ禍後は客の動きが変わったとみている。宴会部門は、徐々に件数は増えてきているが、利用人数は新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
		タクシー運転手	単価の動き	・国から運賃の改定が認可され、1回の出勤で1割程度売上が良くなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑から一転し、朝晩は寒いくらいで、衣料品は秋物の需要が吹き飛んでしまっている。物価上昇や異常気象で食費の負担が増えたためか、他のものに金を掛けられず、その他の業種では客単価が下がっている。
		一般小売店[精肉]（店長）	販売量の動き	・ゴルフの景品用などの注文は少しずつ増えているが、円安や値上げなどの影響があるのか、客の購買意欲が上がらない。
		一般小売店[事務用品]（店長）	それ以外	・通販サイトでの購入が多い。
		一般小売店[書籍]（従業員）	販売量の動き	・客の動きを見ると、本当に必要なものしか購入しない。買い控えなどがあり、販売数が落ち込んでいる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・相場高と物価高で客単価は上がっているが、買上点数は横ばいである。
	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げによる消費動向の変化からか、高単価商材の販売量が伸び悩み、ふだん使いできる低単価商材の数量が伸びる傾向が顕著である。	
	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価が高止まったまま安定している。	

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
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順のなか、物価高で客が消費意欲をなくしている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・暖かい秋になったため、暖房機器の売行きが悪い。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・9月と比較して下げ幅は減少したが、上向きだとは感じない。夏の暑さや外向き需要の影響が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年この時期になると来場者数が増えていくのだが、今年は3か月前とほとんど変わらず動きが弱い状況が続いている。購入意欲が低下していると考える。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新車の受注が鈍化している。原因としてはメーカーが年度計画により生産台数を制限しており、車種によって販売店サイドで受注ストップを求められたことなどが影響している。販売面で苦慮することが続いている。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・来客数が増えてきた感覚はあったが、実態としては悪かった前年並みである。集客対策で実施した会員向けのセールは、特価品も含めて動きが悪く、安価な商材でも購入には慎重で、必要品のみ購入する客が多いようである。冬用タイヤは必需品だが、購入検討や買い控えも多く、一向に景気が変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・酒を卸している飲食店などの売上は好調だが、一般客に向けた店舗販売や配達などは、ほとんどない状態である。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、団体や小規模から中規模グループの予約が増えている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・どこも人手不足のため旅行の予約が思うようには取れない。日によっては客の要望にこたえられない状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新商品の発売により販売数が伸びるとみていたが、在庫の入荷遅延、オンライン販売での価格差などが影響し、思うようには販売につながっていない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・引き続き通信、放送サービス共に前年同月と同レベルでの新規契約者数を獲得できている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・景気等を理由にした新規契約者数の増減はない。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・インバウンドや国内の団体客は増加傾向だが、国内の個人旅行客がやや落ち着いており、全体としては微増程度である。消費面では客の財布のひもが固くなってきており、全体としては変わらない状況である。
		パチンコ店（経理）	販売量の動き	・大きな変化はないものの、依然として低水準で推移している。
		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	・コロナ禍から脱却できていない。さらに、物価上昇で消費者が金を使う先を選択しており、その選択肢にスポーツクラブが入っていないようである。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で5%ほど落ち込んでいる。8月にカット料金を500円値上げした影響によるものか、コロナ禍が明けて旅行などといったほかの消費に向かっているのか、まだ不明である。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅の販売価格が高止まりしており、見積金額が予想を超えたため、改めて修正設計する案件が多くなっている。業務量の割に成約数は増えない状況が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰で不安定な状況が続いている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・食品やレストラン、物産展などの催事企画は前年ペースで推移しているが、旅行を中心とした外出が増え始めているにもかかわらず、アパレル関連が良くない。ラグジュアリーブランドのアパレルなど期間限定企画は外商の客を中心に好調である。価格によらず、ブランドなどの特徴がないと売れないのは最近の傾向である。
		スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・物価高の影響からか客が購入する商品を絞っているため、買上点数は減少している。その一方で、野菜の仕入価格高騰により、産地直送コーナーで出している青果物の売上は伸びている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年と比べると10月も暖かく、アウターの動きが今一つである。

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
		通信会社（職員）	お客様の様子	・客単価が下がりつつある。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・材料費や人件費高騰の影響で商品価格が高くなってきている。一方で建物の受注単価は下がってきており、新築請負住宅の販売戸数は苦しい状況が続いている。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来場者数が一段と落ちている。客の言動からも景気改善の気配がみられない。
	×	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・集客企画を実施しているが、客が来店しても購入にはつながらない。一部の富裕層に向けた高額商材や、地元で買えない菓子や総菜など県外の食品は、行列ができるくらい動きがあるが、主力の衣料品において一般客の購買意欲が大幅に低下している。10月中旬より気温が低下し、衣料品の購買を期待したが、様子見の状態である。特にビジネス商材が大苦戦している。もともとメンズスーツは単価上昇による苦戦を予測していたため、低価格スーツのセール販売会を実施したが、こちらも苦戦している。さらに、肌着などのデイリー商材も苦戦するなかでワゴンセールにはやや動きがあるが、全体の押し上げには貢献していない。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・8月末に比べて9月、10月と売上が減少している。季節要因を考慮しても心配になるほどの減少である。特に今まで前年比110%程度と好調だった売上が、10月は前年と余り変わらない数字となっている。物価上昇により販売単価は1割強上昇したが、来客数が激減したためである。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して来客数が20%以上減少している。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末になってもこれまでのような来客数ではなくなっている。
企業 動向 関連  (北陸)		金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・機械製造業の取引先が多いが、輸出中心に出荷台数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準前後に回復している。円安傾向の改善があり、円貨実質ベースでの販売価格や利益率の改善も進んでいる。
		税理士（所長）	取引先の様子	・どの業種もおおむね売上は上がっており、従業員へのベースアップなども着手できている。ただし、原材料価格の高騰により、利益の確保が難しくなっている。
		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問題の影響で輸出売上は大幅に減少しているが、それをカバーして余りあるほど国内向け主要チャンネルが好調で、会社全体では前年売上を超えている。
		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことで、国内のファッション衣料用途が堅調であることに加え、自動車用途も回復しているなど、受注は引き続き堅調である。一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の推移は変わらない。
		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・輸送部門、特に特別積合せ部門の売上は前年同月比でマイナスの状態が続いている。
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・物量に多少の変動はあるものの、平均すると余り変わっていない。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・観光関係は好調を維持している。小売はやや厳しい状況が続いている。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客からの問合せなどに活発さがいない状態である。
		司法書士	取引先の様子	・取引先では建築工事業、建築資材販売業の売上が堅調である。
		プラスチック製品製造業（広報）	受注量や販売量の動き	・施工業者不足が慢性化している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体の受注額が減少傾向にある。
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行前後の5月は受注量も前年を大きく上回っていたが、下期以降は受注が減りつつあり、今月は通常ベースの受注量となっている。

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
	x	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品業界では新規製品の開発を継続して行い、今後の販売額の維持及び増加への対応を図っていたが、コロナ禍以降は新規開発品の案件数が激減している。それに伴い、当社でも新規金型や設備への受注が激減している。
雇用 関連		-	-	-
(北陸)		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・受注数が10%程度増加しているが、人材不足のためマッチングには時間を要している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・2025年度の新卒採用活動に向けた広報や合同企業説明会の企画を各社に案内する時期となったが、現状で参加意思を示している企業は例年並みといった印象を受ける。中途採用に対応した求人広告も横ばいの状況が続いており、悪くはないものの売手市場を受けた伸びに頭打ちの感がある。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・全業種にわたって値上げ圧力が強く、利益を損なっているように見える。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数が大きく減ったということはないが、減少傾向が明確になっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・春先から前年同月と比べて新規求人数の減少が続いている。ただし、有効求人倍率は改善傾向にあるため悪くなっているとまではいえない。
	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		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・少し秋めいて、過ごしやすいい日が続いたせいか、出足が良くなって売上が順調に伸びた。また、今は昔からの付き合いのある客が久しぶりに来店し、思い出話とともに売上にも貢献してくれた。個人営業の路面店として、うれしくやりがいのある月となっている。
(近畿)		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も新しく導入した食品ショップ等を中心に、来客数や売上の増加がみられる。また、東南アジアからの観光客の増加傾向にも変化はなく、インバウンド売上も好調に推移している。かつての売上に戻る勢いで、好調な推移となっている。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・10月に入り、前月の暑さが少し和らいだことから、秋冬のファッションに切り替わっている。最低気温が12～13度になった週末にはファッション商材が動き、久しぶりにアウターを中心に活発な動きとなった。また、インバウンドの来客数が大きく増加し、売上も4～5月の倍近くに伸びている。さらに、18年ぶりにリーグ優勝を果たした在阪球団の優勝セールで多くの客が来店し、こちらも大きな効果が出た。化粧品や食品関連も2けたの伸びとなるなど、順調に推移している。
		百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・外国人バイヤーの動きは少し落ち着いたが、観光客による買物が増えている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数の増加に加えて、客単価も上がっている。前年と比べても、かなり売上が伸びている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・10月は団体旅行も好調で、2019年の水準に戻った。人手不足で予約制限を行っている影響で、来客数はまだ戻っていないが、単価の上昇もあって売上は戻っている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	単価の動き	・直営店の1人当たりの客単価が微増となっている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・来店時の客の表情が変わり、先行きが見えないという話をする客も少なくなっている。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・紳士服や婦人靴、ハンドバッグなどの婦人雑貨の商品が、比較的堅調に売れている。ここ最近の冷え込みもプラスに作用している。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・当店や周辺の商店街では、海外からの観光客が増えている。特に、アジアからの観光客の増加が顕著となっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・特に30～40代の富裕層が、海外高級ブランドの時計や高額品を購入する傾向が強まっている。インバウンド売上も2019年を上回る水準で推移している。

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
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・当地域はインバウンドの恩恵が比較的少ないが、倍増ペースとなっており、売上全体をけん引している。国内中間層の現金客については、競合の影響や天候要因もあり、ファッション商材がやや苦戦気味で推移している。その反面、値上げの影響に加え、食品関係はレストランやベーカリー、生鮮3品が好調となったことで、売上は約5%増と堅調に推移している。富裕層も特選関係が約9%増と、好調を維持している。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・物価の上昇や世界情勢の不安定化といったマイナス材料が多いと考えていたが、思ったほど販売量には影響が出ていない。
		スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・競合店のリニューアルに伴う休業で、来客数が増えているほか、自治体のキャッシュレス決済キャンペーンといった外部要因により、売上が伸びている。
		スーパー（社員）	来客数の動き	・前年の後半以降、仕入価格の上昇に合わせて、商品単価の引上げを行った。それに伴い、前月まで来客数の減少が続いていたが、前月以降は来客数も増加に転じ、売上は堅調に推移している。
		スーパー（企画）	単価の動き	・インフレによる単価の上昇に加え、節約志向によって大容量商品の需要が増えている。それに伴い、販売量は減少しているが、来客数は上向いており、食品を中心に堅調な業績が続いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客数や通学の学生数は、ほぼかつての水準に戻っている。また、外国人観光客も急速に増えており、来客数の増加が続いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月以降、販売量は増えている。10月からの値上げで心配していたが、今のところは予想したほどの影響はない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数、客単価共に上向いている。要因としては、朝夕の気温が下がり、秋冬商材の需要が一気に高まったほか、冬季ボーナスへの期待の高さも挙げられる。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・気温の変化に伴い、朝晩の寒暖差も出てきたため、アウターやボトム商材を求める客が増えている。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・2019年比での売上は、今年度で最高の水準となり、3か月連続で改善傾向が続いている。来客数も2019年の水準を上回っている。
		都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・客室稼働率が81.7%となるなど、宿泊は軒並み高稼働、高単価で推移している。インバウンド需要は航空便の増加に合わせて、今後も増える見込みである。当ホテルでは外国人客の70%をアジアが占めている。
		都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・3か月前よりも稼働率が8ポイント上昇したほか、収入の増加により、販売可能な客室当たりの収益も3300円程度上昇している。
		都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・物価の上昇に伴い、経費は増えているが、販売単価が徐々にかつての水準に戻りつつある。まだ2018年度の水準には届かないが、2019年度には近づいている。
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊客は海外旅行も含めて増加を維持しているが、宴会を含む飲食の利用が伸び悩んでいる。特に、飲酒を伴うディナー帯の利用が伸びない。
		旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行がかつての水準に戻った一方、海外旅行はまだ40%程度である。ただし、クルーズ需要の回復もあり、全体的には好調である。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・前月よりも販売は増えているが、前年と比べると悪い。
		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	・クルーズ船の寄港も継続的にあるなど、インバウンドの回復が続いている。国内の観光客も、秋の行楽シーズンで増加傾向にある。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（業務担当）	来客数の動き	・スポーツ施設の管理を行っているが、酷暑も和らぎ、いよいよスポーツシーズンが到来した。世界大会での日本代表の好成績により、スポーツを楽しむ気運が高まり、施設の利用も増加傾向にある。
		住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・販売件数の増加に加えて、平均価格も以前と比べて上昇するなど、高級志向が進んでいる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・買い回り品の売上が良くないなど、低価格品を購入する傾向が強まっている。

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
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上全体は10%増えているが、インバウンド需要によるもので、卸売の売上は15%減っている。合計では増えているものの、国内景気は沈滞ムードにある。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・レストラン関係などの客が戻り、にぎやかになっているが、物価の上昇による影響は続いている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・気候が良くなるなか、焼き菓子の動きは余り芳しくない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標が未達となる見込みである。前月は特需への対策が功を奏したが、今月はその反動が出ている。また、月前半は気温要因もあり、秋物商材の動きも鈍い状況であった。現状は、客の購買が積極的になってきたというよりも、コロナ禍の規制で抑えられてきたものが、ようやく元のライフスタイルに戻りつつある。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外商売上のほか、外商を除く国内売上、免税売上共に、余り変化は見られない。免税売上はラグジュアリーブランドが中心であり、2019年度に中心を占めていた化粧品は、当時の約25%と伸び悩んでいる。
		百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・春以降、継続的に来客数が前年比で2けた増となっており、特に若年層の回復が進んでいる。また、インバウンドの動きも堅調で、2019年の水準を大きく上回る状態が続いている。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・気温の高い日が続き、季節商材の販売は苦戦しているものの、インバウンド売上の好調でカバーできており、全体としては3か月前と同じ水準で推移している。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ここ数か月と比べて、今月も大きな変化は見受けられない。前年比で来客数は増えており、売上も堅調に推移している。残暑でファッション関連の動きは鈍いが、前年も同様であり、もはや気候が変わったと捉えるべきである。一方、インバウンドも少し見掛けるようになっており、化粧品や海外ブランド品などの売上を底上げしている。
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・残暑が厳しく、秋物商材の動きが鈍い。インバウンドの購入で高額商材は相変わらず順調であるが、全体として来客数は微増である割に、買上率は低下している。結果として、直近は横ばいの推移となっている。
		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新規感染者数の減少に加え、気温が下がり始めたため、外出する機会が増えている。国内客の消費は、アパレル関連や、単価の高い防寒商材を中心に増加がみられる。ただし、来客数はインバウンドが押し上げており、国内客の増加は余り実感できない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者は、少しでも価格の安い物や、見切り品などに敏感になっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上は堅調に推移している。ただし、諸物価の上昇に野菜価格の上昇も加わり、生活防衛意識が強まっている。客の需要は、プライベートブランド品や特売商品と、ぜいたく品に2極化して久しいが、足元で低価格志向が強まっている。
		スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・商品価格の値上げによる影響で、買い控えを心配していたが、懸念したほど客足は減っていない。また、商品単価の上昇で、売上は微増を維持している。ただし、景況感が上向いている雰囲気はない。
		スーパー（企画）	販売量の動き	・商品単価は前年比で105%となっているが、買上点数は96%、来客数は101%となっている。前年の売上は上回っており、最低賃金の引上げや、自治体による各種キャンペーンもあるものの、根本的な改善には至っていない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・前月と比べて来客数は少ないが、客の様子に変化はないため、気温の微妙な変化による影響と考えている。特に競合先の増加はみられず、季節の変わり目で、し好が変化した影響が大きい。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・物価の上昇で客単価が上がっているだけで、来客数は増えていないため、景気の基調に変化はない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・寒くなり、冷たい商品や飲料の売行きが落ちている。
		乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・販売の動きをみると、富裕層も購買意欲が弱いなど、経済の活性化がまだ十分とはいえない。

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
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・数か月前からの生産台数の増加により、販売は高位安定状態が続いている。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数、問合せ数共に減少傾向であり、販売も苦戦している。
		その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・物価の上昇により、生活が苦しくなっている。
		その他専門店 [医薬品](管理担当)	販売量の動き	・気温の低下とともに、感冒薬などの医薬品の売上は順調に推移しているが、マスク等の衛生、介護用品は減少傾向が続いている。一方、食品や日配品、日用雑貨等の生活必需品は堅調に推移しており、来客数、客単価も3か月前比で若干上向いている。
		その他専門店 [宝飾品](販売担当)	お客様の様子	・催事での集客に大きな増減はなく、購買率や客単価も前年並みである。来店は購入意欲の強い客が中心となっている。
		その他小売 [ショッピングセンター](総括)	来客数の動き	・今月の売上前年比は102.3%となり、伸び率が鈍化している。
		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	・受電数は減少気味であるが、高額商品の購入が多くみられる。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店の売上は天候に左右されるが、10月は天候も比較的安定していたため、昼の来客数が伸びた。その代わりに、夜の来客数は減少している。一方、当店はまだ登録していないが、10月からインボイス制度が導入されたため、登録していない店は厳しくなるかもしれない。
		その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	販売量の動き	・実感としては、とても良い状況には思えないが、商品の動きは悪くない。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・国内旅行は有名な観光地に人気偏っており、地方への旅行は回復が遅れている。インバウンドの動きも都市部に偏っており、地方に向かう動きが少ない。
		都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・インバウンドは好調を維持しているが、中国人客の動きは期待を下回っている。一方、国内客の需要は安定しているものの、価格面ではシビアである。
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	・平日は来客数が減り、閑散期に入った感がある。国内旅行では、かに関連の旅行の相談や問合せが増えてきたが、例年よりも販売単価が上がっているため、価格面でちゅうちょする人が多い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝晩が涼しくなり、快適なシーズンとなってきたため、駅などでの乗客が減少している。夏には少しの距離でもタクシーを利用していた客が、歩くようになっている。
		通信会社(役員)	それ以外	・通信キャリアによる運営手数料等の条件が厳しいため、キャリアショップの収益は引き続き厳しい。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価の上昇による影響を受けており、利用の少ない設備の解約が発生している。ただし、他社よりも割安な商品を扱っているため、他社からの乗換えもあり、全体としては変わらない。
		観光名所(企画担当)	来客数の動き	・前年との比較では良くなっているが、3か月前とはほぼ同じ状況である。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・物価の上昇が進むなか、来客数には大きな変化がない。外出を控える動きがあるわけではないが、レジャーへの外出が増える傾向もないため、景気に大きな変化はない。
		その他レジャー施設[複合商業施設](職員)	お客様の様子	・在阪球団のリーグ優勝や日本シリーズ進出の勢いが消費に影響しており、ニュートラルな景況が判断しにくい。ただし、郊外の施設も堅調に推移している。
		美容室(店長)	来客数の動き	・来客数は徐々に戻っているものの、コストの上昇で商品の値上げが続いているため、影響が心配である。
		美容室(店員)	単価の動き	・3か月前と比べて高価なトリートメントが動いている。
		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・不動産の販売動向は、堅調な都心部に対し、郊外エリアは厳しく、状況に大きな変化はみられない。価格の上昇は今後も続く見込みであり、中小事業者の経営環境は厳しくなる可能性がある。

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
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・郊外店である当店では、今月27日までの来客数は前年比で4.2%減と非常に悪い。当店の生鮮売場と競合するスーパーが、周辺で3店舗続けてオープンし、開店セールを実施したことが響いている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・気温が例年よりも高かった影響で、主力の衣料品の動きが良くない。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前年はプロ野球のリーグ優勝セールが行われ、全国旅行支援の買物クーポンの利用も非常に多かった反動で、今年は前年を下回っている。また、野菜関連が品不足となっているほか、物価上昇による高額な牛肉の販売不振も響いている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・関西の百貨店は9月に在阪球団の優勝セールを実施し、好調となったが、10月は前年に行った優勝セールの反動が出た。また、9月に需要が前倒しとなった影響で、来客数の減少もみられる。さらに、百貨店の構造上の問題か、デパ地下での買い方の変化が目立つ。生鮮品などを買う年配客が大幅に減っている一方、その日に食べる総菜や菓子を買う、新たな客層が出てきたものの、全体の減少をカバーできない状況が続いている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今月は来客数が減少傾向となっている。8～9月は前年を上回ったが、10月は前年を割り込んでいる。気温が高かったことで、婦人服や紳士服などの秋冬商材の売行きが悪い。ただし、インバウンドの動きは円安の動きもあって好調であり、前年比で15%増となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は店全体では不振となっている。衣料品は気温が高い影響で、例年は売れる秋物商材の動きが悪く、前年の実績を下回っている。食品も商品の値上がりで1人当たりの販売量が前年割れとなっている。ただし、商品の値上がりにより、売上は前年並みである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品は販売点数の減少が続いているが、単価の上昇により、売上はほぼ前年並みと健闘している。ただし、衣料品は前年との天候の違いもあり、売上は前年を大きく割り込んでいるほか、販売点数も大幅に減少している。
		スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑の影響で野菜の生育が悪かったため、野菜の価格がかなり上がっている。全体的に価格の高い物が目立ったため、余り売行きは良くない。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・野菜価格の高騰や食料品の値上げにより、買い控えの動きが散見される。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月からアルバイトの時給が上がっている一方、商品の値上げで売上が3%減ったことで、採算が悪化している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・旅行者による来店が減り、平日はふだんの客が中心となっている。一方、土日は近隣の小学校や幼稚園などの運動会も多く、来客数が増えている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・例年と比べて動き出しが遅い印象があり、客が来店して購入する量が減っている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月に入って価格が上昇する商品もあるなか、家電を購入する動きは少ない。必要不可欠でない限り、予算が家電にまで回らない。来客数も前年を下回る状況であり、減税が急務になっている。
		家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・物価やエネルギー価格の上昇により、財布のひもが固くなっている。やむを得ない買換え以外は、商品の購入が減少しており、来客数も前年を下回っている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・全く来客数が増えず、集客に力を入れているが、成功しないままとなっている。ここ数か月は現状から脱却できておらず、秋物商戦の盛り上がりにもつながらないため、調理家電やリフォームなどの売上も伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・物価の上昇や円安といった、良くないイメージのニュースが非常に多い。それが原因とは言い切れないものの、販売自体の動きが鈍い。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	お客様の様子	・今月は来客数が伸び悩んでいる。今秋の化粧品の新商品は予約や売行きが厳しく、売上は前年の水準に届かないなど、値上げ疲れも少し感じる。

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	
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・酷暑から一転して、冷え込みが進んだほか、物価の上昇による生活費の節約もあり、ガソリン価格の出荷は全国的に前年割れとなっている。	
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンで、コロナ禍明けの旅行が増えたのか、週末の予約が伸び悩んでいる。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・日常的な利用では、少人数による短時間の来店が目立った。急激に気温が下がり、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行が報じられると、予防対策などで飲食店の利用者は大幅に減った。国慶節での中国人客の来店も、予想をはるかに下回っている。売上は横ばいであるものの、仕入価格の値上げが続き、経営を圧迫している。	
		一般レストラン (店主)	来客数の動き	・当地は観光地のため、観光客の動きに左右される。	
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・低価格帯のホテルから高価格帯のホテルまで運営しているが、高価格帯の動きが鈍い。	
		旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・生活必需品の値上げの影響が徐々に家計に出ている。富裕層の客からも、値上げの話題が出始めている。	
		通信会社 (経営者)	単価の動き	・原材料費の増加で、利益が圧迫されている。	
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・商品の単価が目に見えて上がっているため、いつ買い控えが発生してもおかしくない状況である。	
		競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は8838円で、3か月前の9012円よりも下がっている。	
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建築原価の上昇傾向がなかなか落ち着いてこない。	
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・流通在庫が増えている。	
		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)	それ以外	・不動産取引の状況は、3か月前と余り変わらない。	
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	競争相手の様子	・関西や首都圏の同業他社で、大量の離職者が出たと聞いた。待遇や給与は企業によって異なるが、大量の離職が発生するような同業者が出ていることに、暗い気持ちになっている。	
		×	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に減っており、消費者も商品をチェックするだけで、なかなか実際の購入までには至らない。
		×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客はショーウィンドウの商品は見ているが、価格を見て去っていく状態が続いている。月末になって気温が下がり、多少は買いそうな気配があるものの、依然として財布のひもは固い。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・当店は高齢者向けの婦人服店であり、ここ数か月は午後からの来客数がかかり減り、前年比で50%減となっている。ミセス層は、洋服にお金を掛けるゆとりが無くなっている。	
	×	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・前月と同様に、土日の来客数が前年割れとなっている。集客力の低下で、厳しい状況が続いている。	
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・予算不足により、欲しい物の価格と予算のギャップが大きい客が増えている。コストアップによる物価の上昇が顕在化する前と比べて、商談には2倍の時間が掛かっている。	
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・夜間の客の動きが鈍っている。	
	×	通信会社 (社員)	販売量の動き	・前月と比べて、ネットサービスの新規加入者が大幅に減少した。主に、他社が低価格のキャンペーンを展開している影響が大きいほか、価格を元に、客が利用するサービスを見直す傾向が顕著になっている。	
企業 動向 関連 (近畿)		*	*	*	
		食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・この時期にしては気温が高く、インバウンド効果も続いていることで、飲食店向けの飲料の売上も少し良くなっている。	
		繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・需要期に入って動きが出てきたが、かつての水準には戻っていない。何とか前年を上回る程度で推移している。	
		金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷が増えている。	

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
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上は回復基調にあるが、原価も高騰しているため、利益率は低下傾向にある。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・良くなりつつあるものの、販売数量の増加などにはつながっていない。
		輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・新規設備への見積依頼が増えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて、受注量が増えている。ただし、協力企業が見つからない状況であり、受注しても日程を延期する必要があるなど、取引先に迷惑が掛かっている。
		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	・交通広告の動きが前年を上回る状況が続いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、全体的に受注量が少ない。同業他社も同様であり、増産関連の情報もない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の増加が続いており、イベント等の問合せも多い。
		化学工業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・車載用電装分野を中心に、やや好調な出荷量が続いている。また、家電や建設資材向けの出荷量も回復しつつある。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、円安と物価の上昇が続いており、基本的には3か月前から大きな変化はない。燃料費への補助もあって、経費の大幅な増加もなく、横ばいで推移している。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍により景況は極端に悪化した。現在は徐々に回復している。ただし、コロナ禍によって産業構造が変化し、景気は今までのように、時間的な経過だけでは回復しないと感じる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人口の減少や、世界的な紛争の多発により、景気の悪化は免れない。ただし、半導体業界の成長で、10年程度は成長が続くと予想される。米国の関与によって半導体業界には余曲折もあるが、当社が基盤とする半導体製造装置の分野は、間違いなく成長を続けることが期待される。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンや冷蔵庫、洗濯機といった大型の家電商品を含めて、全体的に前年を割り込む動きとなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えず、横ばいのままである。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・悪い意味で安定しており、特に大きな変化はない。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一部の建設資材価格の上昇や技能労務者の不足で、建設コストが高騰している。取引先には、受注価格への転嫁に一定の理解はあるが、最終的には納得してもらえず、厳しい状況である。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の荷動きにはほとんど変化がない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・物価の上昇により、家具にお金を回す余裕が無くなっている。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が上昇している。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注状況、販売状況共に大きな変化はない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・良い材料としては、イベントの復活による需要の拡大が挙げられるが、悪い材料としては、9月まで暑い日が続いたため、秋物市場が不振を極めている。プラスとマイナスの両方の材料があり、全体としては前年並みを維持している。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として価格の安い商品は売れているが、製品の値上げによる影響もあり、生産全体は徐々に減ってきている。この傾向はしばらく続くと予想される。

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（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に伴い、嗜好品の和装は購入が控えめとなっている。売上の減少は催事での販売状況に現れている。
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行で、輸入品の仕入コストが増えた結果、販売価格が上昇し、販売量の減少が顕著となっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2か月前に、同業他社が暇になっていると聞いたが、当社も少し遅れて暇になっている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・中国向けの自動車関連部品の減少が予想以上に大きく、年末に向けての受注内示も減少している。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・円安傾向の進行で、企業だけでなく、個人消費にも影響が出ている。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・住宅のコストアップにより、高額な注文住宅を販売してきたハウスメーカーが、建売住宅の販売を始めている。現状は、物価の上昇に賃金の上昇が追い付いていない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現状に対し、効果的な対策が打てていないことに尽きる。
		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	・駅構内の店舗では、7～8月と比べて国内客の消費は明らかに減っている。一方、円安の影響もあり、インバウンド消費は確実に伸びている。外国人による売上は店舗によって異なるが、平均すると客単価は国内客の1.2～1.5倍となっている。
		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	・値上げの問題が落ち着いてきたと感じていたが、10月から来年にかけて、更なる値上げラッシュが続く。それに伴い、取引先に値上げを依頼する作業が必要であり、なかなか数字の改善にはつながらない。
		x	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
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・海外からの観光客が増え、観光業に活気があふれている。それに伴って求人数が増え、このところは求人単価も上昇している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少となった。運輸・郵便業は前年比で増えているが、年末年始のアルバイト求人や、運転手の人手不足によるバス会社の求人によるものである。一方、減少している主な業種は製造業であり、原材料費やエネルギー価格の上昇による影響が大きい。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人充足数の前年比は、6～8月はマイナスであったが、9月はほぼ横ばいとなった。9月の最終週からプラスに転じ、10月も前年を順調に上回っている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒採用では、前年よりも採用に苦戦する企業が増えており、当社の10月調査でも、7割の企業がまだ採用継続中である。それに伴い、求人広告メディアへの広告掲載が期待される。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・インバウンドの増加が顕著で、百貨店等では中国を除くアジアからの観光客が多く、行楽地では欧米からの観光客が増えている。土産品等の購入で消費が伸びており、活気がみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・インバウンドを多く目にするようになって久しい。彼らの購買力が景気の後押しになっている一方、日常生活では景気の改善が全くみられない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・物価が上昇する一方、求人の時給に変化はない。在籍中の派遣社員や正社員の賃金が上がらない限り、求人の時給は上昇が期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・国宝などの文化財や観光地の多い関西では、円安効果もあり、インバウンドは引き続き好調に増えている。その一方、食料品やガソリンなど、生活に直結する商品やサービスの価格は上昇が収まりそうにない。景気のプラス材料とマイナス材料が相殺し合っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西での新聞広告の推移をみると、3か月前と同様に、前年比で85%程度となっている。大阪・関西万博などの話題が増えているが、特に企業のプロモーション予算に変化はない。	

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
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足は深刻であり、建設や運輸、医療・福祉、警備関連だけでなく、様々な業界から応募者が少ないという声が出ている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エネルギー価格の高騰といった様々な問題はあるが、ここ数か月はそれほど大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・雇用面で見ると、良くも悪くも変化はない。企業の求人需要は引き続き旺盛であり、不安視された海外情勢の影響も、一部の業界を除けば限定的である。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・10月に入っても人手不足感は強いが、求人数は特に増えていないため、景気の変化はみられない。
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・9月の有効求人数（季節調整値）は、前月比で1.5%の減少となったが、17か月連続で20万人を超えて推移している。また、原数値では前年比で29か月連続の増加となるなど、求人は底堅く推移している。総じて3か月前と状況の大きな変化はない。ただし、事業所からは、原材料価格や燃料費、光熱費、人件費などの上昇に苦慮する声が続く、一部では求人の提出を控えたり、募集人数を絞り込んだりするという声もある。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・物価の上昇が止まらず、有効な対策も打ち出せていないなか、少しずつ消費マインドが低下している。通販関係の企業からも、広告を打っても反響が悪いという声が増えている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数が少し減っており、求職者も減少しているため、求職者の希望条件と求人がマッチングしにくい。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・学生の就職活動が落ち着いてきている。企業が採用活動を継続しているという情報が、学生に届いていない可能性がある。
	x	*	*	*

## 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)		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年を上回り、客単価も上昇したことから、売上も大幅に増加している。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行が数年できなかったため、同期会、同窓会などの幹事からいろいろ企画依頼がある。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・コスト増加の影響で商品価格が値上がりしているが、買い控えなどはみられない。高額商品も売れるようになった。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・秋のイベントシーズンとなって、土日はイベント参加で大忙しである。それなりに売上は出ているが、費用対効果では厳しい状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売数量が前年比で増加している。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・前年と比べ、来客数が106%、単価が104%となっている。少しずつであるが値上げが落ち着き、客の購買意欲も増しているように思う。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・季節的要因もあり、来客数は前月比では減少しているが、前年比では増加している。リモートワークからリアル出勤になったことで、朝、夕、夜間の来客数が増えている。度重なる値上げはあるが、値上げに伴い、品質を改善し、商品のクオリティを高め、提供することで、販売量が増加している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・来客数は増加しないが、値上げにより売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・涼しくなってきたせいか特に外国人が増えた。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・9月は少し落ち込んだが、10月に入って予約も好調で一般の客も前年比で増加傾向にある。インバウンドもシーズンに入り前年よりも増加している。今年は予約来店だけでなくフリーでの来客数が増えている印象である。
	バー（経営者）	来客数の動き	・10月後半から動き出した。	
	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンになり、今まで新型コロナウイルス感染症等で利用を控えていた団体客が以前より増えている。	

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
		都市型ホテル (総支配人)	単価の動き	・特に宿泊の客室単価は2019年比、また、2022年比で、3か月前と比べ更に3～5%ポイント上昇傾向となっている。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・10～11月とトップシーズンを迎え、通常のビジネス層に大会・学会、更に観光客層が加わり、先行予約も新型コロナウイルス感染症発生以前の状況に回復している。また、米子～ソウル便の再開もあり、個人の訪日客も増加傾向にある。
		都市型ホテル (宿泊担当)	販売量の動き	・ここ数か月は単価重視の販売を行っていることから、稼働が抑えめな傾向であったが、今月は、高単価を維持しつつ稼働も上がってきている。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策緩和により、景気はやや良くなっている。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・マスクを外して、買物や旅行を楽しむ人が増加している。
		住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・分譲物件への問合せが多く、販売も進捗している。
		一般小売店[食品] (経営者)	販売量の動き	・値上げ効果で売上は前年を上回っている状況である。
		一般小売店[印章] (経営者)	販売量の動き	・一時的に多忙な時期があったがほぼ通常に戻った。
		一般小売店[洋裁 附属品] (経営者)	来客数の動き	・土日に様々なイベントが開催され、客の動きがあるが、売上に繋がっていない。
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・物産展、セールが好調で来客数、売上共に前年を上回っている。物産展では新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいが戻っていたようであった。催しが好調だった貴金属が売上を大きく伸ばした。
		百貨店(広報担当)	来客数の動き	・来客数や売上の前年比が3か月前と比較して、ほぼ横ばいである。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・初旬は気温が高く、コートや羽織物などが不調だったが、気温が下がったタイミングで動き始めてきている。当館の販売促進日程などにもよるが、来客数が前年と比べ少ない。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月も気温が下がらず、コートなどの重衣料の動きが悪く、月末に店外で外商顧客向けのイベントを開催した。ニットやカットソーなど単価が低い商品しか売れなかったが、販売数量が増加したため、売上は前年を上回った。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・200万円を超えるブランドのバッグや100万円を超えるブランドの洋服などが売れ、好調だったが、来月はどうなるか分からない。
		百貨店(外商担当)	お客様の様子	・前月同様、来客数は増加傾向にあるが売上には連動していない。地方百貨店では都心部のようなインバウンド需要はなく景況好転は見込めない。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・地域のイベントが再開されるようになり、大口の別注など前年までになかった売上がかなりあったが、来客数は98.5%と前年割れとなっている。月間トータルの売上はほぼ前年並みで推移している。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・食品を中心とした値上げが景気に一番影響を与えている。そして、ガソリン価格や電気料金の上昇が人々の生活を圧迫している。収入面については、物価に比例せず横ばいである。しかし、以前よりは悪化せず、同じ状況の継続である。割引デー等の来客数は増加しているが、週単位での客の来店頻度は減少傾向にある。
		スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・食品の値上がりで、販売量が落ちている。販売量が減っても売上は前年並みで推移していたが、それも危うくなった。
		スーパー(財務担当)	来客数の動き	・1品単価の上昇により、来客数が前年を下回っても、売上は前年を上回っていたが、来客数も前年とほぼ同じになっている。
		スーパー(販売担当)	お客様の様子	・気温も下がり、秋祭り等のイベントが新型コロナウイルス感染症発生前のように開催されたが、商品の大きな動きはない。
		コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・売上全体に占めるたばこの比率が高いが、たばこの単価が低下しているため、売上が減少している。
		衣料品専門店 (代表)	お客様の様子	・物価高や実質的な増税により、客に買い控えの傾向がみられる。

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
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数がコロナ禍の前年と比べても8割程度で、売出しをしても以前のような客の反応がない。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・地元プロ野球チームのクライマックスシリーズ進出で、消費が盛り上がりと思っていたが、早々に敗退してしまったので、セールを実施したが、来客数や売上が思っていたほど増加しなかった。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比110%となっており、車両供給が少し良くなっている。
		乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーへの発注制限があるため余り変化はない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・一部税制の免税措置終了や一部車種の生産終了などでの駆け込み需要はあるが、全体の需要は少ない。
		その他専門店【土産物】（経営者）	販売量の動き	・物販部門はやや厳しく料飲部門は上向きとなっており、その結果全体の販売量は横ばいである。
		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	・土日祝などイベントのある日の来客数は多めだが、それ以外の平日はなかなか来客数が伸びていない。イベント効果による売上は多少あるが、服飾など季節商材の動きは思ったより悪く、客の購買意欲が高くなっているようにはみえない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・特に大きな話題はなく、安定している状況である。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前の来客数が、かなり良かったので現在は平均値を保っている。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・行楽シーズンを迎え、需要が高まり、インバウンドも増加している。一方で、バスや宿泊など観光関連の人手不足に起因する供給不足もあり、旅行者の希望に沿わない状況が発生しているため、販売が伸びていない状況となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・金曜日や土曜日の売上は良いが、それ以外の売上が減少しているため、景気は変わらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前から好景気を持続しているがそれ以上の伸びはない。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・諸物価上昇のなか、当社サービスの価格改定は検討事項であるものの、現時点では値上げを実施していない。他方コスト面の大きな要素で、回線コストや回線卸価格は、おおむね据え置かれており、従量制部分も少ないため、価格転嫁は現状維持の方向である。よって価格の安定が、消費者にプラス要因と映っていると考えている。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・特に景気に変化がみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰ながら日々の消費に顕著な変化は見受けられない。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・秋は天候に左右されることが少ないため、順調に予約が取れている。韓国などからのインバウンド客も順調である。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・3か月前の売上とほぼ変わらない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・暑さが多少和らぎ、客が髪を伸ばす傾向にあることや、客が遊びに出る機会が余りないことなどから、来客数も売上も変わっていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建材・人件費等が上昇し、予算ありきから始まる設計はコストダウンの結果、質の低下や面積の減少となってしまう、客には不安で先延ばしとなるケースもある。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍の状況から通常の生活に戻り半年が経過したが、新築住宅の引き合いが低調な状況が続いている。旅行やレジャーなどは回復しているようだが、住まいを考えるとところまでは至っていないように思う。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・来場者数が停滞し、客の購入意欲が低調だった春先と比べると、景気は良くなっているようにみえるが、購入に積極的な客の割合はまだ少ないようである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、行動制限がなくなったことで、人の往来は増えたが、受注は低調なまま推移している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今月に入ってから急に来客数が減少した。

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
		商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたが、インフルエンザの影響もあり、景気は全く良くなっていない。
		商店街（理事）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息したわけではないが、客が新型コロナウイルス感染症に慣れ、外出する動きはある。ただし、値上げラッシュもあり、客の動きが消費につながっていない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が残っているため、来客数が少ない。ベビー服や子供服の販売は非常に厳しい。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・1人当たりの購買点数は減少傾向にある。原材料、輸送費等の高騰から商品単価が上昇していることが影響している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・出歩くには良い季節となり秋のイベントも数多く復活してきたなかで、主力の婦人服では外出スタイルを提案するものの、イベントや旅行等への出費が増えてきて百貨店商材の購買は抑制気味のようなのである。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価の上昇で売上は確保しているが、来客数は前年を下回り、若干、前々月や前月と比べ悪くなっている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・客単価は横ばいだが、来客数や買上点数が減少している。
		コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価が前年割れとなっている。消費者が価格に敏感になっていることをうかがうことができる。今後も物価が上昇していくことから、我々の業態は、価格競争力のある商品をアピールしていかなければならない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・いろいろな商品が値上がりしているため、大変である。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が80%台になっている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・前期は上向き傾向にあったが、期が変わり、来客数が減少し、市場も低迷している。全てがマイナスの方向へ向かっており、商談の成約率も低下している。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて客の動きが鈍くなっている。時期的な問題もあるかとは思いますが、市場が動いていない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・最近、来客数が減少し、店舗が割と暇なときが多く、売上も少し減少している。
		その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	単価の動き	・気温が高い日が続いて秋冬商材が売れず前年と比べて単価が低下している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の外出機会が減少し、来客数も非常に少なくなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝も夜も利用客が少なく、3か月前よりも景気は悪くなっている。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料延滞の件数が上昇している。家計の可処分所得の低下が懸念される。
		通信会社（広報担当）	お客様の様子	・価格高騰の折、客が価格の安いものに流れる。
		住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・展示場への来場者が4割程度も減少している。毎月新規情報数が減少の一途をたどっており、現場のモチベーションが低下しているため、国策等の起爆剤が欲しい。
	×	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・売上が前年比86%程度と低迷している。
	×	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・納期に時間が掛かるため、販売できない車の数が多く、客の購買意欲が無くなっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年と比べ売上が悪い。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・この半年間は、状況がほとんど変わらず、悪くなるだけである。

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
	x	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夜9時以降の売上が前年の60%台まで激減している。前年はこの時間帯の売上がゼロだったのは1日だけだったが、今年は既に6日も発生しており、特に平日が厳しくなっている。値上げをしてから1年が経過したが、客単価に伸びはなく、従来よりも安い商品が売れている。休日もファミリー層のディナー利用が目に見えて減少し、売上が落ち込んでいる。
企業 動向 関連  (中国)		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、景気が良くなっている。
		繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・人流が活発になり、消費行動が上向いている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が徐々にではあるが回復傾向にある。
		輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体の安定供給により製造業の需要が高止まりする見込みである。
		金融業（外交担当）	取引先の様子	・大手化学メーカーや大手製紙メーカーの工場内設備の更新が活発化しており、関係業者への仕事量が増加している。
		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の感染状況が落ち着き、受注量が上向きに推移している。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・販売価格が横ばいである。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新設住宅着工戸数の前年割れが続く、業界の景気も3か月前から停滞状況で推移するなど、実質的に景気は変わらない。
		化学工業（総務担当）	取引先の様子	・モノの流れ、金の流れは安定的であり、取引先との商談内容を見ても景況感としては変化を余り感じない。
		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	・鉄鋼業向け大型案件の製造が一区切りの段階で多忙感があったが、生産量の水準に変化はない。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・下期の10月に入っても全体的な荷動きに変化はない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて電子材料関連の素材製品の出荷に大きな変化はなく予算未達となっているものもある。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・インフレによる需要減退がみられる。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いは継続的にあり、予定物件で技術職の稼働も目一杯の状態である。ただし、客の動向として資機材の高騰等での予算超過による計画の見直しや凍結が増えている感がある。
		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、状況は大きくは変わらない。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター利用の引き合い数や見学会参加への動きが、これまでと同様に好調な動きをしている。また、ICT関連の商談の動きも変わらず好調である。
		金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・消費の持ち直しに一服感がみられるなかで、一部業種で受注の落ち込みがみられる。
		食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・同業の中小企業から、10月に売上が減少し、値上げ交渉が必要になったと連絡があった。また、赤字続きで会社をたたむことを考えているようである。
		金属製品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・10月より一部の材料価格が下落した。同業他社の生産が落ち込み、供給量が過剰になったためだと購入業者から説明があった。
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶関連は引き続きメーカーによる生産調整が続いており、工作機械や産業用機械関連も鈍化傾向にある。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数、成約件数共に、約10%の落ち込みとなっている。	
	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注の伸びが小さく、堅調な補助金関連コンサルティング業務で維持されている。	
	x	-	-	-
雇用 関連		-	-	-
		*	*	*

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
(中国)		人材派遣会社 (経営企画担当)	求職者数の動き	・被服製造業など作業系の求人において、外国人技能実習生により充足するケースが増えており、日本人の配置先の確保が急務となっている。
		人材派遣会社 (副支店長)	求職者数の動き	・3か月前と比べて応募者数に大きな変動がない。
		人材派遣会社 (支社長)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が低減して以降、求人数は高い水準で推移し、その募集時給も採用難の長期化や最低賃金の上昇などが影響し上昇が続いている。加えて、未経験者の受入れ、休日増、在宅勤務可能など、採用条件を軟化させてでも人材確保に動く企業が増加しており、当面、この傾向は続いていくとみられる。
		求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、Web中心の説明会やインターンシップから、対面の説明会やインターンシップが主流となり、一気に人の流れが活発化した。大規模な合同説明会もアクリル板は撤去され、マスクを外し、会場内は辛うじて消毒液が残るレベルにまでなっている。採用者数が増加することもなく、減少することもなく、同水準で推移している。
		新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・人手不足が叫ばれているが、各社手当てができていくわけではなく、賃金の上昇も地方企業には及んでいない。よって企業の業績も伸び悩み、消費活動も鈍い。
		職業安定所(事 業所担当)	求人数の動き	・9月の新規求人数の受案件数は前年比で0.7%減少と微減。産業別では、消費者の動きを直接反映しやすい卸小売業が増加、宿泊・飲食サービス業が減少と、ばらつきがあることから、景気が上向いているとも下向きであるとも言い難い。
		民間職業紹介機 関(職員)	それ以外	・全般的に小売価格が上昇しており、特に毎日口にする食品は価格上昇が顕著であり、購入に二の足を踏む。先日もスーパーで、トマトは好きだが価格が高いと、老年夫妻が購入を断念していた。
		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、求職者の登録者数は前月比101%、時期的に鈍化傾向であるが、年末ボーナスの時期もあるため、これから徐々に増加傾向になる。
		学校[短期大 学](進路指導 担当)	求人数の動き	・企業の新卒採用活動が一段落し、求人数の増加は余りない。
		職業安定所(雇 用関連担当)	周辺企業の様子	・物価上昇や最低賃金改定の影響があるが、価格転嫁できず利益が出ないと訴える企業がある。
	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(代表 者)	来客数の動き	・当地域では10月に大型クルーズ船が複数回寄港したことに伴い多くの外国人観光客が商店街を訪れ、販売にもつながっていると考える。この観光客の増加は、特に飲食店には即効性があり、売上がかなり増加していると考えられる。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・自社が今月実施した北海道フェア及びハロウィーン商戦は好調に推移した。
		スーパー(財 務担当)	お客様の様子	・秋祭りの復活に伴い、寿司や酒などを中心に売上が好調に推移した。
		設計事務所(所 長)	単価の動き	・建設単価は、ここ2~3か月で少し落ち着いてきたように考える。
	商店街(常務理 事)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症のまん延による景気への悪影響はおおよそ解消されつつあるが、現在の景気への悪影響の要因は物価の上昇、円安及び地政学的なグローバルリスクであり、しばらくの間は改善が難しいと考える。	

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
		商店街（代表者）	販売量の動き	・当月単体の売上は前年比20%以上良い状態にて推移しており、3か月前とほぼ同じような状態が続いている。この傾向は、前年が新型コロナウイルス感染症の影響により売上が厳しい状況であったことに起因すると考えられる。売上の上昇も、価格の上昇分に多少のプラスとなっているだけで、掛かる経費を考えると、状況は依然として厳しい状況が続いている。
		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及び販売量は、3か月前と比べて少し持ち直しているように見受けられる。ただし、取引先からの見積り依頼は、少なめの状態になっている。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・10月の前半は、9月の低い売上の影響を受け、前年割れの状況になっていたが、後半に持ち直し、前年同月と同じくらいの売上になった。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価に大きな変化はみられない。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・状況は9月までと大きく変わらず、来客数の動向も同様である。さらに、高い気温の影響もあり、季節商材の動きは鈍化した。しかし、気温の低下とともに季節商材が動き出し、全体の売上は堅調に推移した。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・月の売上は前年を上回り推移したが、買上点数は前年を下回っている。これは値上げの結果によるものと推測されるが、その影響はかき消えている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が増加しており、セールやキャンペーン等への反応が以前よりよいが、節約志向も継続していると考えられる。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・気温や天候に左右されるが、来客数は微増若しくは横ばいで推移している。
		コンビニ（商品担当）	単価の動き	・原材料や輸送費の高騰により、単価が上昇している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・秋冬物商材が入荷しているが、まだ少し暑さが続いており、動きは鈍い。景気は、前月や前々月と比較して変化はみられず、良くなるような感じはない。来店客も少なく、訪れても、客の買上単価も今は上がらない状態である。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・人気車種の長納期化で、受注停止となっている。受注停止となっている車の購入希望者からの問合せは多いものの、販売ができないため苦戦している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・生産や配車の増加に伴い、販売台数が増加した。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客室の稼働率は安定した推移である。過熱感や停滞感はみられない。物価上昇や人手不足についても考慮されつつある。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・宿泊を中心に堅調な推移を維持しているが、忘年会などの飲食店の動きは円安や物価高騰に賃金の上昇が追い付かず、必ずしも良い傾向とは言い難い。
		旅行代理店（部長）	お客様の様子	・物価高騰による懸念材料が多いと考える。
		タクシー運転手	来客数の動き	・秋の時期に四国遍路の仕事が比較的に入ってきている。四国遍路の仕事に対応するため、街のタクシーの台数が少なくなり、非常に忙しいようである。全国的に、新型コロナウイルス感染症発生前からドライバーの数が約2割減少しており、それにより当社も当然ドライバーが減少し、車の運行頻度が低下している。それにもかかわらず、売上は現時点で何とか維持されている。
		観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・来場者数は夏以降、新型コロナウイルス感染症が発生する前とほぼ同数になっている。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・秋には落ち着くとみられた物価上昇がまだ続いており、遊興に向けられる余裕資金が回復していない。
		商店街（代表者）	それ以外	・これだけ各地で戦争の拡大と自然災害の頻発、そして僅かにGDPの伸びが期待できた中国における不動産バブルの崩壊による経済混乱といった状況下では、景気が回復する要素を見付けることが難しい。

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〔生花〕(経営者)	それ以外	・夏頃から少しずつ人流や来客数が減少している。食事を提供する居酒屋などでは客足はあるが、酒のみを提供するスナックなどは来客数が減少している。夜の早い時間帯に食事が終わると繁華街の人通りが減少している。当社の場合、商品価格が高騰しているなか、配達費用を節約するため、店舗で購入して自ら商品を渡す客が少しずつ増えてきている。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	お客様の様子	・物価上昇の影響により、外食を控える影響なのか飲食店への納品が低調なままである。
		スーパー(統括担当)	単価の動き	・物価の上昇により商品単価は上昇しているが、利用点数が減少している。客の中には、「1品控える」といった動きが少しずつ広がっている。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・明らかに買上点数が減ってきている。無駄な買物を控え、物価上昇に対処するため生活防衛に転じたという印象を受ける。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・10月は比較的、例年大きな動きが見られる時期だが、今年は恐らく気温の影響もあり、単価の上昇と他の食品などの値上がりが大きく、結果としてやはり可処分所得が衣料品に回されない傾向があると考えられる。
		衣料品専門店(営業責任者)	販売量の動き	・売上は前年並みの推移であるが、前月くらいから徐々に悪化している。気温が例年と比べて高いため、秋物の販売が低調に推移している。さらに、気温が下がり始めても客の動きが鈍く、やや厳しい状況になってきたと考える。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・客は必要最低限の物のみを購入している様子で、ついで買いや衝動買いが減少している。
		家電量販店(副店長)	単価の動き	・いろいろなものの価格上昇の影響なのか、価格を重視する客が増加し、購入単価も低下している。また、来客数も前年比10%減少している。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の受注状況が、8月以降、前年比減少が続いている。
		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	・売上は前年比100%超で推移しているものの、3か月前及び直近と比較すると、前年からの回復度合いが大きく落ち込んでいる状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・全体的に、客の様子からは、電気代やガソリン代など物価の上昇に伴い、小遣いも減らされて飲みに出る機会が無くなったという声が4割程度ある。また、夜の飲食店では、連休で日曜日と月曜日を続けて休んだり、木曜日の週の途中で、客足が少ないため、休みを増やしている様子である。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・9月と比べると状況は少し良くなってきたが、なかなか以前の売上水準には戻ってこない状況でもある。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍が過ぎ、客足は増えつつあったが、8月と9月に関してはそれほど伸びず、値上げ等の影響かと考えている。
企業動向関連(四国)		繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社は今春から全社的に受注が活発になっているが、受注内容は大きく変化している。当社の取引先小売店においては、一般の路面雑貨店や大型店ではおおむね厳しい状況にある。一方で、新規に改装を行った店舗や品ぞろえを新たに入れ替えている店舗、又は観光地にある小売店は好調である。
		金融業(副支店長)	取引先の様子	・取引先の上半期の売上は前年の同じ期間と比較して増加傾向にある。
		木材木製品製造業(営業部長)	受注量や販売量の動き	・受注量が回復傾向にある。資材の高騰がほぼ収束した様子であり、今後安定した受注が継続すれば、今期の決算も問題ないとみられる。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注単価が僅かに上昇した。
		通信業(企画・売上管理)	受注量や販売量の動き	・東京の大手企業のCM受注量が、3か月前と比べると増えている。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・アフターコロナでは、製造業や観光関連のホテルなどでは人手不足の状況が継続し、採用ソリューション関連の仕事が増加している。

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
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・夏場の異常な高温の影響により、野菜全般の夏秋産地の作況が悪く、特に大型野菜等では後続の抑制産地も出遅れが目立った。その結果、野菜は例年より高値で取引されていたが、下旬にはハウス物や出遅れていた抑制産地からの出荷が増え、市場への入荷量は回復傾向にあり、価格は下旬に向け、平年並みに近づいた。ただし、農家の手取り金額は、作況不良の影響が大きく、高値に反して減収した農家がいるなど、作況による農家間の格差が大きい状況となった。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・前月同様、主力の造船関連の受注は安定しているが、産業機械関連、特に自動車設備関連の受注は激減している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事も民間工事も最低限の工事は受注しているが、依然として少ない状況である。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注環境が厳しくなっており、金利の上昇に関する懸念も存在している。
		通信業（総務担当）	それ以外	・社外向けのボランティア活動やセミナー等への参加者数が増加傾向から一服している状況で、社外団体との交流機会自体も特に増減がみられなくなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注がなかなか決まらない状況である。特に大型物件が決まらないため、その影響で売上が低迷している。
		税理士事務所	取引先の様子	・物価高騰や賃上げに対応して、企業の売上が向上していない状況である。
		x	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・気候も過ごしやすくなり、公共施設での集客数も前年度と比較して130%増加となっている。イベントの内容によって差はあるものの、人の流れは増加傾向にある。ただし、慢性的な人材不足のため、一部の事業の縮小などもあり、景気は回復しているが、需要と供給のバランスを保つには時間が掛かりそうである。
		求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・週末や夜の時間帯は街中に人流が戻っており、観光や飲食業界を始めとするサービス業界がコロナ禍から復調している様子だが、いずれの業界も人手不足のため、営業体制が整っていない状況が多い。その結果、景気は横ばいと考え、求人数は継続的に出しているものの、人員の充足がままならない状態が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求職者は一定数あるが、求職者数の希望条件と派遣の依頼とのミスマッチが目立っている。
		職業安定所（求人開発）	それ以外	・求人受件数は新型コロナウイルス感染症発生以前の状態に回復した。職業紹介件数が年々減少の一途をたどっているが、就職件数は例年さほど変化がない。企業の人手不足感はかわらないものの不景気ではないと判断した。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・ここ数か月にわたり、新規求人等で大きな変化はみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数に関しては、構造的な問題の影響が大きく、変化は余りないとする。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・個人消費が落ち込み、公共以外に伸びが期待できない。
		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)		住関連専門店（従業員）	販売量の動き	・残暑が厳しい年が数年続いたが、今年はスムーズに秋へと移行したため、高単価の秋冬商材を購入する客が多い。また、プレミアム付商品券が発売され、販売促進に大きく寄与した。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・島の郷土料理の店であるため、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてからは県外からの観光客やインバウンドが増加し、景気は良くなっている。また、スポーツ大会の開催、忘年会や新年会が今後続くことも好景気と感じる要因である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が落ち着くとともに新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着いたため、人通りや来客数が増加している。

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
		商店街（代表者）	お客様の様子	・インボイス制度の特需が現在も続いており、ゴム印の受注が多い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数の増加に伴い購買数が増加しており、購買意欲が上がっていることがうかがえる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りはやや増加傾向にあるが、それが売上増加につながっていない。食料品を始め、物価高が消費行動を慎重にしている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前と比べ来客数が増えている。買上数と客単価は10%ほど増加している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・花の仕入れ価格上昇等の要因で値上げがあるものの、意外にも、前月より高い購入単価での注文が多くなっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・気温が下がり、秋冬商材の売上が増している。複数の手提げ袋を持って回遊する客を多く見掛ける。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・商品値上げ等の要因もあるが、衣料品の売上も引き続き好調に推移している。特に美術・宝飾・時計といった高額商材の売上が良くなっている。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・高温の日が続いており、季節商材の動きは決して順調ではない。原価高騰による商品の値上げが要因の購入単価上昇が売上伸長につながる状況が続いている。
		スーパー（経理担当）	来客数の動き	・これまで来客数や売上点数が大幅に減少し、商品値上げの影響で単価が上昇していたが、来客数が戻っており、売上が前年を超えるようになってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上が前年を上回る状態が続いている。また、購入単価上昇から来客数増加によるものへと売上増加の要因が変化している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の沈静化、夏の過酷な暑さや台風が少なかったことが売上増加につながっている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・ガソリン価格が下がったため、遠出をしやすくなっている。3か月前と比べると30円ほど下がっており、その分、他のことに使える状況である。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車増産が順調に推移し、販売店への配給が増加している。登録台数が増えたため、受注残が少しずつ解消しており、結果として、売上と利益が3か月前と比べ増大している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・受注残に対し供給回復が順調に進みつつあり、販売量が大幅に改善している。そのため、保管場所不足などの問題が発生しているが、受入体制の改善等で対応可能と判断している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・気候が若干寒くなっており、コーヒーの消費が増加している。来客数は前年比で増加しており、今後は売上が上向いていく。
		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	・人流が完全に新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻っている。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・運動会など行事が多い季節のため、家族連れが減少し、団体客が増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・大半の施設が単価の値上げを行っているが、旅行シーズンでもあるため、需要はしっかりある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・イベントなどで、徐々に県外からの客が増加しており、タクシー需要が増加している一方、レンタカーも増加している。
		通信会社（社員）	単価の動き	・販売手数料の単価が増加したため、若干、景気が良くなっている。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・商業施設でのイベントが元に戻り、来客数も増加している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・市内のホテルは常に満室に近い状態となっており、飲食店の来客数も順調に伸びている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑が終わり秋になったことで徐々に来街者数が増加していきのではないかと考えていたが、残念ながら増加せず、物価高などから消費を控えている。
		商店街（代表者）	競争相手の様子	・最近では食料品の値上げが激しく、小規模商店では大型スーパーマーケットに商品の価格や構成などで太刀打ちできないため、悲鳴を上げている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・夏に比べると相場が落ちると考えていたが、暑さが響いて全体的に相場が下がり切っておらず、販売しづらい単価になっている。

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
		一般小売店〔精肉〕(店員)	販売量の動き	・前月に引き続き、販売量が好調である。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	来客数の動き	・例年、過ごしやすい季節になると売上は伸びるものの、今年の来客数は夏場と変わらない。1回の購入価格が低いため、売上は伸びず横ばいである。
		百貨店(企画担当)	販売量の動き	・インバウンドの売上が増加しているが、今後もこの傾向が続くかは不透明である。国内客は大きな増減がなく安定している。
		百貨店(業務担当)	お客様の様子	・これまでは、気温に関係なく、特定の時期になれば衣替えの衣料品等に動きが出ていた。しかし、今年は残暑が厳しく、体感などで必要性を感じなければ積極的に購入しようとはしない。客の購買はかなり慎重である。
		百貨店(経営企画担当)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、来客数や売上は前年を上回っているものの、伸びが鈍化している。気候も良く、旅行需要を始めとした消費の割合が伸長していると考えられる。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・10月から更なる物価高騰の影響で販売点数は落ち、売上に陰りが出ている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・この3か月、前年比は10%程度の伸び率で推移しており、更に改善する材料は見当たらない。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・商品価格の高騰が客の行動に大きく影響している。価格の低い商品の購買が多くなり、全体的に客単価が伸び悩んでいる。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・来客数は横ばいであるが、買上点数が微減しており、物価上昇への生活防衛意識が顕著になっている。バーゲンセール商品の購入に集中する傾向があり、必要な食事や生活必需品は売れているが無駄な買物は控えている。全体の販売総数は微減し、商品値上げの分だけ売上が微増している。
		コンビニ(経営者)	それ以外	・物価高により売上は好調であるが、費用も物価高の影響を受けており、更に人件費の負担が増えているため、利益は減っている。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・ガソリン価格が下がってきたこともあり、売上は若干の上向き傾向である。野菜の価格が高騰していることもあり、中食需要も増加している。
		コンビニ(エリア担当・店長)	販売量の動き	・商品単価が値上がりしている分、売上が増加している。しかし、買上点数や来客数が余り増加していないため、現状維持で推移しており、前年以上の売上には至っていない。
		衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・客は何か新しい物を購入しようと考えてはいるが、値上げや値上げの報道などで買上点数が限られ、厳しい状況である。
		乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・新型車の発表に伴い、来客数も多くなっている。販売台数も高水準を維持している。
		住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・今月のイベントは新型コロナウイルス感染症発生前の人出や売上に近い水準であったが、その後の売上が悪くなっている。巣籠り生活で売れた反動が出ている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(企画担当)	単価の動き	・各種の値上げに伴って単価が上昇しているが、売上点数は減少している。
		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〕(支配人)	単価の動き	・当館では、今月に入り順調な売上を想定している。その要因として期間限定イベントの開催という大きなプラス要素があるが、その他は決して好調とは言えない推移である。やはり、物価高騰で商品単価が上がっており、全体としての販売数が苦しい分、客単価に救われているのが現状である。円安やウクライナ情勢に加え、中東問題も勃発したことから、消費者や小売業者の不安心理が少なからず働いており、消費動向にも悪影響を与えていると考えている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると客は余り増加しておらず、今後の状況は横ばいが続くのではないかと予測している。
		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	・販売量が若干減少している。原価高騰分を販売価格に転嫁しているが、個人所得には十分に反映されていないため、景気は横ばいである。

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	来客数の動き	・国内外の観光客は、安定して多く活気があるように感じる。しかし、物価の上昇やガソリン価格の高止まりなどの影響で地元市民の入出は減少気味で、節約志向に変化している。
		通信会社（役員）	お客様の様子	・ケーブルテレビ契約者の高価格から低価格へのプラン変更が相次いでいる。また、インターネットの契約については、解約数が新規契約者数を上回っている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が低位のまま伸び悩んでいる。
		観光名所（従業員）	販売量の動き	・10月に入り来客数が減少したため、販売数は下降気味である。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候にも恵まれ、予約、実績共に順調に推移している。来場者の購買意欲も、徐々にではあるが上がっている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前の景気と比較すると、なだらかに動いている。年末に向け客の動きも活発になると予想されるが、現状では先行きは分からない。
		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新規感染者数は大幅に減少し、キャンセルによる減収影響はほぼなくなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行された後、病院は病床確保から入院患者確保へ方針変更したことから、病院からの退院患者の利用者紹介が減少傾向にある。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・建築関係では、材料や製品の単価がまだ上昇している。それに比べ仕事への対価は上がってこない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価高ではあるが生活状況に苦しさが見えないため、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベント企画の来場者数が前月同様に推移している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・非常に魚が少なく、注文がなかなかそろわないため、小売店や飲食店も厳しい状態である。海水温が高くなったことで各地で漁獲される魚の種類が変わっている。サバの旬が変わり、脂ののったサバがまだ入荷していないことも海水温が影響している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クルーズ船の寄港やスポーツ大会開催による人流や需要の増加に期待したが、スポーツ大会開催会場や市街地への交通規制、会場観戦の影響で周辺地域の客の人流が抑制されたことから今月中旬以降の来客数が減少した。特に土日の来客数が落ちている。また、郷土食品や雑貨、和洋酒等の土産需要により来客数や売上は増加しているが、客単価や販売単価は下落している。催事場の物産試食やイートインの復活によって午前中を中心ににぎわっている。来客数と販売量は減少しているものの、商品値上げの影響で販売単価や客単価は伸びている。
		百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・物価高の影響で客単価が上がっており、売上は好調のように見える。しかし、実質的には来客数の回復には至っていない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・1品単価の上昇が止まらず、また、1人当たりの買上点数は前年を下回っている。この傾向は半年以上続いており、消費者は買うに買えない状態だと推測できる。消費が縮小傾向にあることで、長期的にみると景気は後退すると考えている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・多くの食品価格の値上げにより、買上点数が減少している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・暑さが続いており、外出の機会が少なくなっているため、衣類が売れない。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・前年より暖かいため、厚手で重さのある衣料品の動きが鈍い。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・相変わらず来客数が回復しない。物価高の影響もあり、消費者の財布のひもは非常に固い。
		美容室（店長）	来客数の動き	・運動会では人数制限もなく、演奏会も盛んになっている。旅行に行った話は聞くが、今月の来客数は減少している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、売上は2%減少し、営業利益は12%減少している。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高の影響でイベント等の来場者数が少なくなっている。

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
	×	住宅販売会社 (代表)	お客様の様子	・物価とエネルギー関係の高騰のため、住宅価格が上昇している。そのため、家の購入を検討している客は3～4割減少している。
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	・鳥インフルエンザの影響で原料の鶏が少ないが、販売の引き合いは強い状況である。特に量販店向きが強く、落ち込んでいた外食部門も新型コロナウイルス感染症発生前には及ばないものの90%まで回復している。工場生産も原料が少なく売上が横ばいではあるが、付加価値商品の開発などによって従来よりも利益が大きく増加している。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注の幅が徐々に良くなっている。現状では通信機関係の受注が良くなっており、自動車関係は横ばいである。半導体の需要に応じ、景気は徐々に回復している。
		電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・半導体関連では、幅広い取引先のサプライチェーン再構築に関して補助金申請が採択されるため、景気は改善する。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・このところ生産が増えており、新規の受注もあるため、徐々に回復する見通しである。
		経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・研修の依頼が増えており、企業が人材教育投資に対して積極的になっている。
		農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・全国的な猛暑と東日本地域の水不足の影響で、野菜は高値傾向になっている。そのため、出荷できる野菜がなく、産地へのメリットがほとんどない。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連で設備を受注しており忙しい反面、半導体製造装置関連では減産が続いており、景況感は不安定である。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が下げ止まりしている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・韓国の政権が変わったことでビールなどの輸出が回復しているが、中国の景気は低迷しているため、輸出入貨物の動きが悪くなっている。国内では物価高の影響が大きく、貨物が倉庫内に停滞している。2024年問題を踏まえた運送料や商品の値上げも要因の1つである。一方、倉庫としては、今後物流の中継場所として荷主からの拠点要請もあるため、好機である。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・家電の販売はやや弱含みである。一方、百貨店やスーパーマーケットに加え、自動車の売上が回復傾向を示しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上也増加傾向を示している。また、幅広い業種で賃上げの動きが広まってきている。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・物価高の影響で多くの企業がコスト負担の増加に直面している。価格転嫁が物価上昇のペースに追い付かず、収益改善に腐心している。建設業における人手不足がとりわけ強い。
		金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束により経済活動が正常化してからは、それ以前と比べるとどの業種も良くなっている。しかし、ここ数か月は物価高騰などにより停滞している。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・サービス業、建設業、製造業などの中小企業では、材料費や人件費の高騰によって売上の増加にかかわらず利益に反映されていない状況が顕著に表れており、景気は横ばいである。
		不動産業(経営者)	競争相手の様子	・同業他社では景気の変動がないため、余り状況は変わらない。
		新聞社[広告](担当者)	受注量や販売量の動き	・地元通販関係の新聞広告発注量は比較的好調であるが、都心からの申込みが少ない。
		広告代理店(従業員)	取引先の様子	・取引先では3か月前と比べ余り大きな変化はない。当社の業績は前年比でマイナスとなっており、年間を通して微減という状況である。全体としての景気は、3か月前と比較して変わっていない。
	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・10月は前月の景気と大きく変わらないが、街の人は若干落ち着いた状態である。	
	経営コンサルタント(社員)	受注量や販売量の動き	・郊外のショッピングモールにインパウンドが貸切バスで来店したが、2時間で大量の買物をしている。	

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
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・検討会出席者から積極的な意見は出ないため、景気は停滞気味である。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・現在、金利状況が回復基調にあるものの、投資については横ばいで推移しており、大きな変化はみられない。
		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	・今年度は高齢者福祉計画と障害福祉計画の策定年度であることから、市町村が発注する調査や計画策定の委託業務の発注件数が例年と比較して多い。さらに、10月に入り、子育てに関する計画のアンケート調査を発注する市町村がみられることから、発注件数は前月のペースを維持している。
		繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・賃金や物価の上昇に対応できないことによる倒産や閉鎖を聞くようになった。外国人研修生などの入国や手配も難しい状態である。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・競争入札が抽選であるため受注ができず、元請工事が受注できないため、主に下請工事で人を動かしているのが現状である。しかし、年度末に向けて繰越工事の発注を期待している。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に荷動きが鈍い。食品関係は堅調であるが、アパレルなどは出荷が伸び悩んでいる。また、運賃値上げや人件費の高騰、物価高による資材高騰は続いており、インボイス制度対応でかなり労力を取られたのも手痛い。消費に影響しない部分で経費が掛かっている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・中小企業の借入れは減少傾向となっており、前年比でも3か月前より減少している。また、住宅ローンの借入れは増加しているが、増加幅は縮小している。当県の倒産件数も前年と比較すると増加傾向にあり、全体的には景気はやや悪くなっている。
	x	-	-	-
雇用 関連  (九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベントや忘年会、新年会などが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・事務関係だけではなく、医療、介護・福祉、ホテル業界等からの募集や問合せが多くなっている。社員の不補充枠などに対して派遣利用を検討する動きも増えており、やや景気が良くなっている傾向である。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者からの応募が増えており、契約も決まっている。派遣登録の人数も若干ではあるが増加傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・他県から来社する取引先の話では、宿泊ホテルの予約が取りにくく、料金も高いことを頻りに聞く。インバウンドも含め、移動や消費が活発になっていることを反映している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・10月に入り採用活動を継続している企業は多く、有効求人数の件数も前年と比較すると増加している。大学への企業来訪件数も増えており、2024年卒の採用活動を継続している企業は多い。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。人手不足の状況は今後も変わらず、求人の動きは緩やかではあるが、拡大傾向にあると予測している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年と比べ年末特需の仕事の発注はあるが、人材募集に苦戦を強いられている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年9月、10月の求人市場は活発になるが、今年は積極的な動きが見られない。求人件数は、前年比を割り込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・この1～2か月の景気状況は横ばいである。年末年始以外に景況が上昇する好材料が見つからない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・特に理系の求人数が多いが、応募する学生がいない状態が続いている。そのため、企業側は大学3年生にシフトする動きがあり、3年生向けの就職説明会に参加をしているが、学生に楽観視があるため参加人数が大きく減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・インボイス制度がスタートしたため、フリーランスの人や自営業者に事務的作業と不安が広がっている。税金が増加する可能性もあり、物価高騰や消費税引上げが懸念されるためマイナス要因が多くなっている。

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
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足を背景に、求人数はほぼ変わらない。しかし、物価や光熱費上昇による収益減少により、不採算店舗の閉鎖など影響が出ている。
	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	・今秋も無料で新型コロナウイルスワクチンの接種が始まり、新型コロナウイルスの新規感染者数も減っている。今後期待できる。	
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・上半期前年比90%前後だった来客数が95%前後に回復している。来客数は下げ止まりつつある。	
		商店街（代表者）	来客数の動き	・景気がやや良くなっているとはいっても、全体的にといいよりは、部分的にという面がある。	
		百貨店（経営担当）	来客数の動き	・これまでコロナ禍で開催できなかった県内のイベントや祭りなどが開催されるようになったことで人流が回復しつつあり、店舗への来客数増加にもつながっている。	
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・今月は、秋休み需要などにより、前月に引き続き好調に推移している。酒、飲料などで値上げがあったものの、客が度重なる値上げで慣れたこともあるのか、売上は好調に推移している。	
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きが良い。近隣のホテルの宿泊客が多く売上が順調である。	
		一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・団体の予約が少しずつ増えてきている。	
		観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊について予約は堅調に入ってきている。ただ、2019年比の70%程度とまだ十分な回復ではない。料飲部門については予約が微増である。2019年比40%程度と厳しい状況が続いている。	
		観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの7月の販売室数が前年比7%減少に対し、10月の販売室数は同比6%減少となり、マイナス幅が小さくなっている。	
		旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も完全に視界に入らなくなり、旅行相談等もかなり増えてきている。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は前半は余り良くなかったが、後半に入り観光客の来客数が増えている。	
		乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・個人客については来客数が落ちている様子はない。	
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車、中古車共に販売は厳しく、毎月の販売台数に波がありすぎる。	
		住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・公共工事については、前年以上の受注ができていますが、投資建築案件や個人住宅などの民間工事については減少傾向が続いている。	
		住宅販売会社（役員）	単価の動き	・建築費の高騰に伴い、分譲マンションの価格も上昇しており販売スピードは鈍化傾向にある。	
		x	-	-	-
	企業 動向 関連  (沖縄)		-	-	-
		食品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・お中元催事後の9～10月は例年だと消費が鈍るが、今年は業務や観光関連の消費が好調である。	
		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・8月の大型台風の影響により受注が大幅減少していたが、今月より受注が増え売上は回復傾向にある。	
	建設業（経営者）	それ以外	・数年前から相談を受けていたリゾートホテルや大きな開発の案件が最近になり具体的に動き出している。		

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
		会計事務所(所長)	取引先の様子	・基幹産業である観光業を中心に景気は回復基調にある。ただし、原材料費、人件費の高騰を十分にカバーできる状態には至っていないと見受けられる。
	x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		人材派遣会社(総務担当)	周辺企業の様子	・観光客が増加したことや、個人消費が好調なことから景気は少し良くなっているとみられる。
		求人情報誌製作会社(営業)	求人数の動き	・3か月前から1割ほど増加している。9~10月はほぼ横ばいではあるものの、夏期の7~8月と比較すると増加している。
		学校[専門学校](就職担当)	採用者数の動き	・IT業界は慢性的な人手不足で、業務的には新たな案件が増えていることもあり、採用枠を増やしている企業が多い。まだ採用枠に達していない企業も多く、継続的に人材に関する問合せがある。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・前年比で増加傾向のあった求人数について、ここ最近は横ばい傾向に変わってきている。
		学校[大学](就職支援担当)	それ以外	・物価高騰によって消費意欲が低下している。
	x	-	-	-