

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		観光名所（従業員）	・全国旅行支援の継続、クルーズ船の寄港、海外直行便の新規開設など、活況を期待できる要素が多くみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・外国人観光客が依然として好調に推移している。中国からの観光客は低調だが、その分、他国からの観光客が好調であり、今まで余りみられなかった欧米系の観光客も増えている。また、現状の外国人観光客は高所得者が多いため、消費額が多いことに加えて、マナーも良く、落ち着いた接客ができるようになってきている。これまで北海道では、東南アジア一辺倒だったが、状況が変わりつつあることがうかがえる。このため、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・10月の売上は、例年になく気温の高さが落ち着いたこと、天候に恵まれたこと、観光資源の周年イベントが行われたこと、外国人観光客が相当増加したことなどから、コロナ禍前の120%まで増加した。9月にみられたような国内観光客の買い控えもみられず、中には春の値上げが良かったと話す客もみられた。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・今後については、本格的な冬の観光シーズンとなるため、インバウンドが数多く来道することが見込まれる。国内客も年末年始を中心に家族単位での観光が見込めるため、景気はやや良くなる。全国旅行支援が後押しになっているため、全国旅行支援が終了した後のことが心配ではあるが、足元の状況を見る限り、観光客の勢いは止まらないものとみられる。
		百貨店（売場主任）	・前年の年末は新型コロナウイルスの感染者数が増加していたこともあって、シニア世代の来店や購買が落ち込んでいたが、今年はそうした影響も考えにくいから、期待できる。また、中国人観光客の増加が見込めることもプラスである。
		スーパー（店長）	・今年は気温が高めで推移していることから、冬物の動きがまだみられない。そのため、これから気温が下がり、冬物の需要が11月以降に集中することになれば、売上の伸びが期待できる。
		スーパー（店長）	・物価高騰の影響はあるものの、最低賃金引上げの効果で、家計の収入が増えることがプラス要素となる。また、当店のポイント制度改定の効果で、商圏内のシェアが上昇傾向にあることから、今後もこうした流れは加速することになる。
		衣料品専門店（経営者）	・天候の影響を受けにくい季節となるため、今後の景気はやや良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・コロナ禍前の状態に戻ることは考えにくいから、景気が良くなりつつあることから、今後にも期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行してから初めての冬の観光シーズンとなるため、各地の冬型イベントでの集客増が期待できる。円安傾向が継続していることから、東南アジアを中心にスキーなどのウィンタースポーツを目的とするインバウンドの増加も期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・販売量が徐々に増えていることから、今後も同様の状況で推移することが期待できる。ただし、世界情勢を背景とした原価高騰により景気が落ち込むことになれば、販売量が減ることも懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、旅行需要の増加が見込めるため、売上も増えることになる。
		タクシー運転手	・例年、冬季は移動面での制約が大きくなることで、売上が増加する傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・人の動きが良くなっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	通信会社（企画担当）	・久しぶりに行動制限のない年末となるため、客の外出機会が増え、店舗の来客数が増えることになる。売上増を期待している店長も多い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・水産物の輸出が徐々に回復傾向に転じることで、全体的に景気が良くなり、人の動きが活発になることを期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・建売住宅の在庫が増えているため、今後、住宅メーカーが値引きを行い、在庫処分に見込まれる。住宅メーカー各社の在庫処分がある程度進むことで、住宅着工が少しずつ増えてくることを期待している。
		商店街（代表者）	・燃料価格が高騰していることから、今後、客が出費を抑えるため、外出を控える傾向が強まるとみられる。また、大きなイベントなども予定されていないことから、景気は変化のないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・コロナ禍からの回復の流れは変わっていないものの、最近になって、物価高の影響がみられるようになってきていることから、今後も景気は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して初めての年末年始となることから、海外旅行及び国内旅行の増加や帰省に伴う消費の拡大が見込まれるものの、物価高や燃料価格高騰の影響もあることから、景況感はそれほど変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・今後も値上げが相次ぐことから、景気は変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・年内は現状と同様の傾向で推移するとみられるが、年明け以降は年末の支出増の反動で節約志向が強まり、景気の回復傾向にブレーキが掛かるとみられる。
		スーパー（役員）	・人手不足が深刻になってきており、おせちなどの正月商材の製造を手配できない状況が発生している。人手不足が売上増加に水を差すおそれが出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数が前年を上回っていることは良い点であるが、これから始まるクリスマス、年末の予約商戦において買い控えが生じることが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・10月に入っても乗客数がなかなか回復しておらず、売上も上向いてこない状況にある。競合店の増えた地区では、その分マイナスが生じており、今後1年間は厳しい状況で推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・実質賃金が下がっているなど、景気が良くなる材料が見当たらない。
		衣料品専門店（エリア担当）	・光熱費については、国の支援策の効果もあって、家計の出費が抑えられつつあるものの、社会情勢が不安定な状況はいまだに解決していないことから、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（経営者）	・エアコンや省エネ型給湯器への問合せが多く、省エネを検討している客の動きは引き続き活発に推移するとみられる。
		家電量販店（店員）	・今後について、気温の低い日が続くことになれば、客の動きが上向くことを期待できるが、暖冬が予想されていることもあって、余り期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから冬を迎えるため、今より販売台数が伸びることは考えにくい。今後の景気は良くて横ばいでの推移となる。
		乗用車販売店（従業員）	・現状の受注残がある限り、前年以上の車両登録台数を確保できるとみられるが、ボーナスアップなどの原資を確保できるところまでは至らないとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表されたにもかかわらず、販売量が増えてこないことから、今後も景気は変わらない。
		住関連専門店（役員）	・商品が引き続き値上げ基調にあるため、客の購買意欲が現在よりも上向くとは考えにくい。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・コロナ禍後にみられたようなにわか景気も落ち着き、現在は客が健康に関する説明をきちんと受けた上で納得して買物する動きが定着してきた。健康に関する説明は客が他店に流れないようにするための重要なポイントであり、今後もこうした接客を続けていくことで、好調なまま推移する。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・景気が良くなるような傾向がみられないため、今後についても変化のないまま推移する。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約客は増えていないが、少人数の振り客が来店している状況から、年末に淡い期待を寄せている。経営を続けていくためにも、地元客を増やせるように取り組んでいきたい。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後については、閑散期となるため、乗客数の増加を期待できず、現在の景気動向と変化のないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・先行きがどうなるか分からない状況であり、今後も景気はほとんど変わらないとみている。ただし、12月には多少の期待を持っている。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍明けに伴う需要回復は既に一定程度終了しており、今後の更なる販売量の増加を見込める要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・タクシーの売上は天候に左右されるため、初雪の予想が例年よりも遅いことがマイナスとなる。また、乗務員不足もすぐには解消されないことから、しばらくは9月までと同じように売上が前年を上回ることを期待できない。
		タクシー運転手	・例年、冬になると観光客の動きが鈍くなり、客単価も低下する傾向にあることから、今年についても心配な面がある。
		住宅販売会社（従業員）	・宅地の相場は落ち着き始めているが、建築コストが下がる見込みはなく、新築の販売価格も上昇傾向にある。購買のボリュームゾーンである20代後半から30代半ばの所得水準では共働きでの住宅購入が中心であり、住宅ローンの金利が上昇基調していることもあって、今後も厳しい販売状況が続くことになる。
		商店街（代表者）	・今後も物価高に賃金が追いついていない状況が続くことになれば、景気はかなり厳しい状態になる。
		商店街（代表者）	・経済対策として、消費税減税を望んでいる客が多いが、実現は難しいと考えられるため、今後も客の消費マインドは変わらない。
		スーパー（店長）	・物価高の影響により、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・国の経済対策として、インパクトの強い対策が出てこない限り、景気回復は望めない。
		スーパー（企画担当）	・食料品を始めとした生活必需品について、価格の上昇又は高止まりが続いている。これからエネルギー価格の家計負担が増加する冬場を迎えることから、客の買い控えが強まることが見込まれる。
		スーパー（従業員）	・今後の景気については、冬季の天候に左右されることになる。
		衣料品専門店（店長）	・先行き不透明感が強いことから、納品までに時間が掛かるオーダースーツに対する客の反応が悪い。客にとって、今すぐ必要な商品だけが売れている状況であり、今後の景気も厳しいまま推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・例年11月後半から12月にかけて、客の動きが鈍くなる時期であり、今年も受注状況が落ち込むことが見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・建設業は活況のようだが、当社の客の中心である中小企業を取り巻く環境は厳しいため、今後の景気はやや悪くなる。個人消費についても、公共料金が引き上げられた影響が残っており、盛り上がりには欠ける。
		自動車備品販売店（店長）	・家計の支出負担が増加しているなか、これから冬を迎えて、灯油価格の高騰が更なる追い打ちを掛けることになり、消費がますます鈍くなる。周りから景気の良い話が聞こえてくることはなく、悲鳴が上がっているような状態である。
		旅行代理店（従業員）	・観光のオフシーズンに向かう時期であるため、例年と同様に売上も減少することになる。
		タクシー運転手	・観光客やイベント関係の予約が少なめである。一般客の利用が伸びる気配も感じられないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策の方向性が変わらない限り、景気が良くなることはない。
		美容室（経営者）	・最近、年金世代の客から、物価がこれだけ上がっているのに年金が増えるどころか控除される金額が増えて目減りしているとの話をよく聞くようになった。そのため、年金世代の客について、来店周期を伸ばす動きや商品の買い控えがみられるようになっており、今後の売上に影響が出てくることを懸念している。
		美容室（経営者）	・現状から、今より景気が良くなるとは考えにくい。一般家庭や中小企業に対する経済対策が望まれる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光シーズンが終わることから、今後の輸送量は減少することになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンションの価格が上昇しているなか、投資目的ではない客においては、所得の伸びが価格の上昇に追いついていない状況にある。こうした客の所得が伸びてこない、分譲マンション市場は縮小することになる。本格的に金利が上昇し始めれば、投資目的の客も減ることになる。
	×	一般小売店（経営者）	・世界情勢及び国内経済について、先行き不安が強い、今後の景気は悪くなる。
	×	観光型ホテル（スタッフ）	・冬の恒例イベントを控えた時期ということもあって、元々、年始を除けば客の動きの少ない時期である。また、大きな需要につながるようなイベントがないこと、国際線の需要が回復していないことから、これまでのようなインバウンドの動きも期待できない。ポジティブな要素がないため、今後の景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・当地においては、大型店の撤退が相次いでいることから、今後の地域経済は一段と落ち込むことになる。国内消費を刺激するような景気対策が望まれる。
	×	通信会社（エリア担当）	・販売代理店施策が厳しいものになっていることから、今後の景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)		農林水産業（経営者）	・来年2月の春節までのりんごの輸出が好調に推移することを期待している。
		広告代理店（従業員） その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・国の経済対策の効果に期待している。 ・都市部を中心に建設投資が増加していることから、今後の景気はやや良くなる。インバウンドの入込が好調なこと、各種イベントが再開されていること、飲食店における需要回復が進んでいることなどもプラス要素となる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・今後も堅調な国内建設需要が見込まれる。
		建設業（役員）	・民間建築工事については、次年度繰越しの新規受注もあって、当面フル稼働状態が続く見通しである。ただし、技術職員の配置に余力がないため、これ以上の受注増加には対応できない状況にある。
		輸送業（支店長）	・荷主や同業者から、今後の荷物が増えるような情報が全く聞こえてこない。
		金融業（従業員）	・観光関連は今後も回復が続くと見込まれるものの、物価高やエネルギー価格の高止まり、円安が家計消費の下押し要因となることが懸念される。
		司法書士	・国の経済対策が話題になっているが、所得税減税は来年のことになるため、数か月後の景気が良くなるとは期待できない。また、これから冬を迎えて、暖房の必要な時期となるため、石油製品価格に中東情勢の影響が出てくることも懸念材料である。こうしたことから、今後の景気は現状維持が精一杯である。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・若干ではあるが、最近の受注量は増えている。ただし、今後については、建築物の計画見直しや延期などが相次いでいることから、状況が読めなくなっている。
		食料品製造業（従業員）	・一定程度の売上はあるが、原材料価格やエネルギー価格、人件費の高騰もあって、利益の出にくい構造となっている。利益を確保できるように価格改定を進めると、受注量が一層減るとみられるため、厳しい状況にある。
		金属製品製造業（従業員）	・資材価格の高止まり、エネルギーコストの高騰、円安、人手不足、地球温暖化に伴う気候変動、地方の人口減少など、景気が良くなる要素が見当たらない。
		建設業（経営者）	・例年のことだが、冬季に入ると新規の受注は減ることになる。今年は資機材費用の上昇及び人手不足が段々と深刻になっており、工程や原価に与える影響が大きくなることが懸念される。
		建設業（従業員）	・施工者不足は今後ますます深刻になるとみられるため、今後の設計案件も減ることが見込まれる。
		通信業（営業担当）	・当社及び周囲の企業で、原材料価格の高騰、人手不足を懸念する声が大きくなってきていることから、今後の景況感はやや悪くなる。
		司法書士	・今後も地方都市における人口減少や高齢化が進展するとみられるため、景気は悪化することになる。ただし、大型施設の誘致などができれば、多少は状況が変わってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・下期の受注確定が見込みよりも遅れているため、今後の景気はやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・建設投資マインドが落ち込んでいることで、取引先の受注量が前年と比べて減少している。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		学校〔大学〕（就職担当）	・2020年～2022年にかけての新卒採用は新型コロナウイルス感染症などの影響で企業側の動きが低調であったが、現在は大分復調している。今後も少しずつ景気が上向くことを期待している。
		人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、販売系の仕事や飲食店の求人数が増加するとみられるが、求職者が積極的に応募するとは考えにくく、求人側が人材確保に苦戦することになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地方の人口減少と労働力不足には因果関係があるため、企業の人材確保について将来的な危うさを感じられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後の景気が良くなるような話題がないため、現在の状況がしばらく続くことになる。
		職業安定所（職員）	・物価、資材価格、燃料価格、電気料金の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多く、新規求職者数と有効求職者数もほぼ横ばいで推移している。ただし、業況堅調な事業所からの新規求人数が引き続きコンスタントに公開されていることはプラスである。これらのことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は6か月連続で前年を下回っている。産業や業種によってその度合いは異なっているが、新型コロナウイルスの感染状況、経済活動や消費行動の動向によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・円安や物価高に対する効果的な対策や将来的な展望が示されない限り、客の財布のひもは固くなっていく。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・インボイス制度の導入により企業の余力が奪われているケースがみられる。さらに、来年1月からの電子帳簿保存法の義務化により、中小零細企業の負担がますます増えることになり、景気にマイナスの影響が出てくることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・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ことから、実質賃金の目減りが続いている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・インフレ懸念はあるが、好景気が続くと予想している。
		商店街（代表者）	・免税売上は2019年度を超えて推移しており、インバウンドの増加が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから冬に入るため新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの予防対策を各自がきちんと行って、その上で経済活動を活発にしていけば、景気はやや良くなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始に向けて、今まで開催を控えるか縮小していた宴会需要が高まることを期待している。また、観光客向けの需要もこれまで以上に増えるかとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・布団の仕立てで受注残が出るようになっている。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍が明けたこともあり、消費行動が活発になる年末に向けて来客数の増加が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候に恵まれて好調だった数値の伸びがなくなっている。インバウンドの少ない地域は厳しくなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・定価品を購入する客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。魅力ある商品を提供し続ければ購入者が増えるかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（従業員）	・冬のボーナスや初売り・成人式等の社会的イベントの影響で、景気はやや上向きになるとみている。また、学生がいる家庭は冬休みで家電製品の使用頻度が上がり、故障による買換えが増加することも景気を後押しする。
		乗用車販売店（店長）	・メーカーの新車出荷が比較的安定しているため、収益が大幅に落ち込む心配はない。さらに、サービス部門では冬タイヤの販売が好調で、全体的な収益増加も期待できる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・年末年始に向けて人の流れが活発になることが予想され、観光地や飲食店などは良い影響があるとみている。また、年末年始に新しい白衣や制服に替えるところもあるため期待している。ただし、長期予報は暖冬であり、期待している防寒着の売行きが心配である。
		高級レストラン（支配人）	・インバウンド、国内観光客、ビジネス客のいずれも宿泊が順調である。人の動きが新型コロナウイルス感染症発生以前と同様になっている。この状況は続くともみている。
		一般レストラン（経営者）	・鍋のシーズンになるため少し忙しくなるとみている。コロナ禍も明けたため、忘年会も通常どおり予約が入るとみている。
		タクシー運転手	・これから年末にかけて買物客や観光客の利用が多くなるとみている。特に週末、年末は温泉街まで利用する客が多くなるとみている。
		通信会社（経営者）	・放送サービスは、年末年始に向けて魅力あるコンテンツが増えるため、加入者数の増加が期待できる。通信サービスは、自宅のテレビをインターネット接続する固定回線利用者が増加している。学割無線バックや集合住宅向けなど低価格メニューの加入も増えており、今後も増加を期待している。
		観光名所（職員）	・国内の予約状況と振り客の数はほぼ横ばいではあるが、振り客は若干前年を上回る状況が数か月続いており、この先も続くともみている。インバウンドのプラスも考えると景気はやや上向き。
		競艇場（職員）	・物価高騰により自由に使える金が少なくなっているため客単価が下がっており、その分利用者を増やし売上を上げる施策が必要である。現在イベントなどの来場促進を強化しているため、今後は売上が上がるとみている。
		美容室（経営者）	・物価高騰とはいえ、政府方針の賃上げや減税の期待感から、年末に向かって消費行動が多少高まるとみている。
		商店街（代表者）	・年末にかけて例年より規模を拡大したイベントを企画しているが、物価高騰の折、先行きが不透明で消費拡大が見込めない。
		商店街（代表者）	・年末に向けて準備をしているが、景気が良くなるような期待はない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・売上は前年比106%だが、この状況を維持するのが精一杯のため、2～3か月後も変わらないとみている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・衣料品等の価格も食品同様かそれ以上に上昇しているが、客はある程度納得して購入している。売れ筋は少し高めの商品とお買い得商品の2極化が進むとみている。
		百貨店（企画担当）	・例年と比べ気温が下がらず緩やかに季節が変化しているため、身の回り品の動向に注視が必要である。街のイベント効果による集客にも期待したい。
		百貨店（経営者）	・冬シーズンのアイテムの動きは早い。中間層は消費の矛先が旅行などに向いており、防寒衣料を含め関連アイテムが活発に動くことを期待している。一方で、おせちなどの動きは鈍くなると予測している。
		百貨店（売場担当）	・重衣料の動きが鍵になる。今月鈍かった分後ろ倒しなることで、実売期の稼働が期待できる。
		百貨店（催事担当）	・物価高騰により食品の客単価下落も予想されるが、各種施策を講じることや改装効果により、前年並みの水準は維持できるとみている。
		スーパー（経営者）	・最低賃金が引き上げられたため、買上点数や消費の回復につながることを期待している。貯蓄に回らない追加の消費生活支援対策も期待したい。
		スーパー（店長）	・大きな値上げは予定されていないが、売上増加も見込めず、状況は変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・野菜の相場が下がると、周辺商品の需要が変わると期待している。
		スーパー（店長）	・2～3か月後も客の動向は大きく変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・景気を左右するようなプラス要因は見当たらない。マイナス要因はあるが、現状維持のための販売努力を続けているため、大きく落ちることもないとみている。
		スーパー（企画担当）	・食料品に関してはほとんどの商品で値上げが行われている。客は値上げ商品に敏感に反応しており買い控えがみられる。特売日などの販売促進に対する客の反応が良く、そのときには売上が上がっている。全体的には前年並みであり、この先2～3か月は変わらないとみている。
		スーパー（営業担当）	・価格の上昇などによって購買に慎重なまま冬を迎え、暖房等にも金が掛かるため、更に消費を抑える可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・乗客数は前年比110%台が続いているがこれ以上伸びることはなく、買上点数と客単価は横ばいが続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・商品の値上がりでほとんどの客が目的買いをしており、衝動買いは減って売上が落ち込んでいる。この状況は続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・景気が変わる要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・年末商戦は前年と同じような動きになりそうである。景気は変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響は今後も続くため、景気が上向きになるのは難しいとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・お歳暮商戦で、企業や個人へのカタログや電話等での売り込みを懸命に行っている。売場では販売価格の上昇について、客に丁寧に説明し納得してもらおう状況が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・世界情勢だけでなく国内も問題が多いため不安を感じている人が多く、買物に対しても消極的である。
		衣料品専門店（総務担当）	・円安やインパウンドの恩恵がある業種は景気回復が期待できるが、嗜好品といわれる商材を扱う業種には厳しい状況が続く。
		家電量販店（従業員）	・ガソリン価格が上がらなければ、大きく変わることはないともみている。
		乗用車販売店（従業員）	・年末に向け様々なイベントや企画はあるが、例年と大きく変わる内容ではないため、景気に変化はないともみている。
		乗用車販売店（従業員）	・年内は配車量が極端に減ることはないため、変わらないともみている。
		任関連専門店（経営者）	・受注生産のため、受注後、納期をもらって製作している。受注量が増えていないため、2～3か月後の販売量も変わらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が大きく変わる要因が見当たらない。ただし、農作物、特に米の値上がりが非常に気になるところである。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・減税対策などの話が出ているが、効果はすぐには出ないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬の長期予報が出ており、配達灯油の伸びは余り期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・大勢の客が来店することが減っている。先行きの不透明さが1番の要因ではないか。また、若い世代の金の使い方が変わったことも大きい。先が見えず苦しい状況が続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・物価が高いことが懸念材料である。景気は上向かないともみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・個人の収入が変わらないため、余り変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・景気が好転する理由がない。
		観光型旅館（経営者）	・政府が減税や給付等を検討しているようだが、物価や光熱費等の上昇の懸念もあり予測が付かない。
		観光型旅館（スタッフ）	・年末年始は団体客から個人客にシフトし単価は上がるとみているが、1月以降は再び下がると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・日本人客が減少する可能性はあるが、外国人客は堅調に推移するとみている。
		旅行代理店（従業員）	・円安と物価高が解消されない限り、良くなることはない。
		旅行代理店（従業員）	・宿泊は閑散期になる。インパウンドについては、中国本土からの個人客の開放が不透明であることから判断が難しい。
		旅行代理店（従業員）	・仕入原価の高騰が収益を圧迫している状況は変わらないともみている。
		タクシー運転手	・2～3か月後は、冬期間に入り降雨降雪の日が多くなるため、タクシー需要は多くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・年末特需以外は消費が抑えられる傾向になるとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。物価高の影響が大きい。
		テーマパーク（職員）	・年配客の買上点数は少ないが、土日のファミリー層の購買と相殺すると販売量、売上共に変化はない。この状況は続くともみている。
		遊園地（経営者）	・シーズン終盤に向かうなかで、物価上昇が家計にどう響くか不透明である。景気は変わりそうにない。
		美容室（経営者）	・新規客がならず、常連客しかいないため変わらない。
		設計事務所（経営者）	・短期的に大きく変わるような要因はない。
		住宅販売会社（経営者）	・引き続き、高額な注文住宅よりも、土地付きの安価な企画住宅を購入する動きは変わらないともみている。
		商店街（代表者）	・コロナ禍が明けてしばらくたつが、動き出したのは富裕層であり、本来の形の需要は戻っていない。予約状況からみても動き出す感じがいないため、年末年始もこの状況は続くともみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・イスラエル情勢が不安定であり、更なる原油価格の上昇が予想される。コスト上昇から生活必需品の物価上昇が続き、消費者の生活防衛意識が更に強まると予想している。
		スーパー（総務担当）	・冬期間の暖房燃料費や電気料金、食料品値上げ等に対して家計をやりくりするため、食費を抑えることにつながる懸念がある。
		スーパー（商品担当）	・物価上昇により、生活防衛意識や節約志向が強まり、消費は緩やかに減少へ向かうともみている。
		コンビニ（経営者）	・物価や燃料費の高騰で消費意欲が阻害されている。この傾向はしばらく続くともみている。
		コンビニ（店長）	・政府が検討している経済対策に不安があり、それが消費に悪影響を及ぼすのではないかと懸念している。
		コンビニ（店長）	・コンビニ業界は目的買いよりも衝動買いの方が売上につながる。目的買いだけでは量販店に流れてしまう。
		衣料品専門店（経営者）	・政府の景気対策に即効性がないため、個人消費の回復には時間が掛かるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・今後ビジネススタイルがカジュアル化することで、スーツが売れなくなることを心配している。また、ブラックフライデーや初売りなどイベントは盛り上がるが、平時は客が動かないという状況になることを危惧している。
		乗用車販売店（従業員）	・主力車種のマイナーチェンジにより、オーダー停止の車が増えているため、この先2～3か月の景気は悪くなるとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・暖冬との長期予報が出ている。除排雪、暖房用灯油などの関係に影響が出るとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価や光熱費、税金などは上がるが、収入は全く上がらない。景気が良くなる要素が見当たらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の延長により販売価格が抑えられたものの、高止まりが続いている。今後、インフルエンザなどの感染対策などで移動需要は更に減少するとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インフルエンザ及び新型コロナウイルスの感染拡大が予想される。感染拡大によって影響を受ける業種では、ホテルでの宴会等の利用を控えるおそれがある。
		通信会社（営業担当）	・年末需要を控えて消費が低迷する。買い控えや貯蓄へのシフト、燃料価格の高騰による家計の負担増加により、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・一旦上がった物価が下がることはほぼ考えられないため、買い控えが生じ、景気が悪くなる方向に向かうともみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅リフォーム支援制度の期間終了に伴い、工事の問合せが減るとみている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数が増加する要因が見当たらないため、減少傾向が続くとみている。
	×	スーパー（経営者）	・冬期間に入り、灯油代や電気代が高止まりして可処分所得を更に圧迫する。食費の節約、節約志向が強まるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・気温が下がってきて来客数も徐々に減少している。特に週末の落ち込みがひどいため、これから厳しくなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（経営者）	・冬期間は乗客数が減り、売上も大きく下がる。ただでさえ経営状態が厳しいなか、除雪代の支払、光熱費の高騰、最低賃金の引上げ等経費の増加も加わる。人はおらず、休めず、利益は出ないのに契約期間があるために経営を続けることに意味はあるのであろうか。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高や燃料費の高騰で、寒い地域は厳しくなるとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末に向けて暖房費が負担になってくる。高額な商品はますます厳しくなると予想している。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ウクライナ情勢にイスラエル情勢が加わり、更なる原油価格高騰、物価高騰の不安が増している。収入増加がみられないなか、消費者は必要なものを吟味して購買している。節約志向のなか、来客数減少が続くと売上不振になるおそれがあり、テナント側も危惧している。
	×	一般レストラン（経営者）	・法人関係は接待等での飲食店の需要はあるが、一般の家庭では夜の外出に繁華街まで出てくることはなく、チェーン店など安い価格帯の店に行く。利益が薄いところにだけ人が流れると景気は良くなる。世界情勢を見ても物価の上昇は止まりそうになく、以前のようにたくさんの人が出歩く環境ではない。景気の先行きは絶望的である。
企業 動向 関連 (東北)		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・年末年始に人の移動を抑制するような障害がない。
		農林水産業（従業者）	・りんごの出来をみると、景気は少し上向くとみている。紅葉が遅れていることもしんごの販売にとってはプラスに働く可能性がある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の忙しさに加え、追加の売上が期待できる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・年末に向けた動きが出ている。ストップしていた案件の再手配や新たな引き合いの増加など、良くなる傾向にある。
		建設業（従業者）	・年度末を見据えて交渉がまとまる案件が出てくるため、若干上向く可能性がある。
		司法書士	・相続登記義務化の影響もあって相続登記の依頼が増加しているが、前提となる遺産分割協議の成立まで相当の時間を要する案件も増えている。
		公認会計士	・製造業の業績が現状維持であれば景気は変わらない。製造業の部品不足や人手不足が解消されて売上が増加すれば、その他業種が現状維持でも景気は良くなるとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・商品の値上げを行うたびに販売量が落ちており、厳しい状況は続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ペーパーレス、デジタル化の進展とは逆行業種のため、印刷を絡めたデジタル化に事業の柱を移行していく必要があるが、業界としては立ち遅れているように感じている。
		金属製品製造業（経営者）	・良いニュースも悪いニュースもあるが、全体で見ると横ばいになるとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在、客先での新製品や設備投資の話題が少ないため、2～3か月先に景気が良くなるとはいえない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体設備向け部品の見込み回復情報があったが、一転して計画が後ろ倒しとなっている。回復までにはまだ時間が掛かるとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連の特にメモリ関係の顧客において、開発計画、投資計画が消極的になっており、2～3か月後も変わらないとみている。
		建設業（従業者）	・材料価格は高止まっているが、受注価格に織り込んでいるため影響は少ない。
		建設業（従業者）	・資材コストの増加はしばらく続くとみられ、受注量も横ばいで変わらないとみている。
		通信業（営業担当）	・厳しい現状を乗り切るため、顧客と相互理解を深めていくしかない。
		通信業（営業担当）	・年度末導入に向けた案件相談は増えているが、物価高の影響もあり、実際の契約にまでは至らないケースが多い。
		広告業協会（役員）	・コロナ禍後、初の年末年始商戦に期待しているが、物価高により消費行動が読みにくいことが企業の販売促進活動に影響を与えており、広告出稿が大きく増えるとは考えにくい。
		コピーサービス業（従業者）	・イスラエル情勢など社会情勢が全く読めず、景気の動向も読めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続いているため、景気は変わらないとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地の宿泊施設では年末年始の固定客は確保できると見込んでいるが、稼ぎ頭のスキー客は暖冬の長期予報があるため期待できない。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・リピート案件、新規案件共に受注量は変わらないとみている。
		食料品製造業（経営者）	・コストの増加が収益をかなり圧迫するとみている。為替も再び円安基調になっており、更なるコスト増要因になりかねない。
		食料品製造業（製造担当）	・今夏までは店舗へ足を運ぶ客が多く、売上は伸びていたが、この先、前年の全国旅行支援のような特需が見込めないため、駅周辺の店舗を中心に苦戦するとみている。団体客の取り込みや通販の施策を打ってカバーしていく。
		輸送業（経営者）	・売上が伸びず業績が低迷しているなか、イスラエル情勢の影響で燃油価格が更に高騰することは確実である。政府が燃料油価格激変緩和補助金の延長を決定したが、その効果が薄れ、現在よりも高くなることもあるのではないかと心配している。
		金融業（広報担当）	・消費動向は年末年始に向かって盛り上がりを見せる時期だが、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行予測、中国向け輸出関連業種の減収、ホタテ稚貝の大量死等異常気象の影響など、先行きが不透明ななかで懸念材料が多い。
		広告代理店（経営者）	・インフレが更に進むとみている。
		経営コンサルタント	・物価高に対する消費者の生活防衛の動きが本格化する一方、販売・サービス業では人手不足によるサービス品質の低下が懸念される。
	×	農林水産業（従業者）	・水田の転作作物への水張りルールが厳格化されることにより、助成金の団地化加算部分が削られる可能性がある。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注が減少しており、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)		職業安定所（職員）	・所得環境の改善が進み、各種政策の効果も出て、年末年始にかけて個人消費が活発になり、景気は良くなるとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業からの人材採用についての問合せが増えているため、やや良くなるとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・原材料価格の高騰や不安定な国際情勢に加えて、求人を出してもなかなか採用できないことがあり、特に中堅中小企業は出店をストップしたり、仕事を断ったりしている。よって、先行きは一進一退の状況が続くのではないかとみている。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業を中心に求人数が好調な状況は続くともみている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数、求人数、同業他社の動向も踏まえても、好転要素・悪化要素共に少なく、2～3か月先も変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気動向改善に働く要素としては、インバウンドくらいしか見当たらないが、東北では海外旅行客の姿が以前より多少増えた程度で、大きくプラスには働いていない。それよりも、世界情勢の悪化によりエネルギー価格や物価への影響が大きくなっており、消費マインドは上がりにくくなっているとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・住宅着工や公共工事に持ち直しの動きが見られるものの、先行きに不安がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、売上も当面回復できないとみている。
		職業安定所（職員）	・飲食・宿泊業における旺盛な求人活動は、当面継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・現在のところ、求人数は求職者数を上回る状態が続いている。猛暑が和らぎ新型コロナウイルス感染症の影響が限定的ななか、個人消費は節約志向にあるものの、秋の行楽シーズンを迎えることや10月の最低賃金引上げに伴う賃金アップにより、多少の消費拡大が期待できる。
	学校〔専門学校〕	・政府が検討している経済政策が実施されても、すぐに効果が出ないのではないかと懸念している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・ウクライナに続きイスラエル情勢などの地政学的リスクの高まり、インフレの影響による消費減退など不安要素が多く、足元の景況感も減退している。求人の動きもアフターコロナの立ち上がりから鈍化傾向にあり、全体的に様子見ムードである。
		アウトソーシング企業（経営者）	・AIの普及で仕事に変化が起きている。今後はAIとの差別化がテーマとなる。
		職業安定所（職員）	・ゼロゼロ融資の返済、物価高、最低賃金の大幅引上げ等で一部零細企業の経営状況の悪化が懸念される。
		職業安定所（職員）	・物価高騰が継続しており、求人数の減少傾向は続くともみている。
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		百貨店（店長）	・前年の11月中旬以降から今年の1月中旬頃まで、当県は新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が大きく低下した。今年はその反動や新型コロナウイルス感染症への対応が5月以降変化していることもあり、今後の来客数は前年比で大きく伸長すると推察している。
		コンビニ（店長）	・年末のイベント等もあるため、先行きは良くなる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年齢層にかかわらず、団体利用は通常どおりに戻っている。年末に向けて宴会予約が増えるともみている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末年始の問合せ等も徐々に増えてきており、飲み会の機会も必然的に増えてくると考えられる。
		都市型ホテル（支配人）	・個人、法人の利用はいずれも伸びている。
		百貨店（店長）	・現状同様の動きが続くと考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・当地自動車メーカーの発展のお陰で、地域が活性化している。早く自動車等の耐久消費財にまでお金が回ることを願いつつ、販売促進の努力を続けている。
		乗用車販売店（従業員）	・車両の動きが増加しており、受注残も順調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	・行楽シーズンなのでにぎわいはあると思うが、新型コロナウイルス感染症等の流行がどう影響するかが問題である。こればかりは予想が付かない。
		旅行代理店（従業員）	・販売量、単価共に上がっている。まだ人材を確保するまでにはいかない。雇えるかどうかは鍵である。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが昼の動きよりも良くなってきたので、この先も良くなる。
		通信会社（経営者）	・見積依頼が売上につながっていけば、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・秋に入り気温も落ち着き、行楽シーズンで人が動き始めると活気が出る。一方、年末に向けた動きでは、物価高騰の影響が出ないかが懸念される。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・政府の補助が決定すれば、物価が幾らか安定してくるのではないかと。そうなれば客の買物も増えてくるだろう。当店で扱っている豚肉は高値で推移していたが、今、1割以上値下がりしている。売行きが悪く品物が余ってきたのか、デフレの傾向がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光地を訪れる人々からは、旅行を満喫している様子が伝わってくる。久しぶりに旅行に出たという人や、外国人旅行者も相変わらず多く、この状況は2～3か月後の紅葉シーズン終了時まで強く維持される。海外情勢が不安定な点と受け入れ側の人手不足が懸念材料ではある。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今のままだと、景気は変わらない。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・景気自体はそれほど大きく変わらないような気がするが、諸経費、燃料代、電気代、従業員の最低賃金の上昇等により、企業の利益幅はかなり減っていきとみられる。	
	百貨店（営業担当）	・緩やかではあるが、人流は回復している。しかし、物価高が消費を押し下げている。景況の変化はみられず、当面は現状維持が予測される。	
	スーパー（総務担当）	・政府も対策を打ち出しているが、大きくは変わらないと思う。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も夏よりは少し落ち着いて、今月は受注も増加している。客のマインドが上昇し、購買意欲が湧いてくることを期待している。もう1段の景気上昇が地方まで浸透することに期待したいが、なかなか地方まで回ってこないことを心配している。
		コンビニ（店長）	・今の状況からして、年末の客足の増加は余り期待できそうにない。
		衣料品専門店（統括）	・この3～4年は新型コロナウイルス感染症の問題が、かなり尾を引いた。商売に大打撃だったが、今年は新型コロナウイルス感染症も落ち着き、自由な商売ができるということで、祭礼用品を扱っている当社としては、大変良い状況に戻っている。現在は例年以上に売上が良いほどである。
		自動車備品販売店（経営者）	・今、当店に来る客は将来のことについて不安を抱き、かなり警戒をしている。身近なところでも子供は余り増えていない。細かく制限を付けたり、税金を取ったりと、何をするか分からない雰囲気から、将来的に良くなるという気持ちを持たず、お金を使う気分や気運がかなり閉ざされた傾向にある。
		住関連専門店（仕入担当）	・特売日に来客数が集中する傾向が続いている。こうした傾向は当分続き、売上は元より、利益率の確保の厳しさも続く。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・依然として物価上昇が続いており、人件費については最低賃金の引上げ等もある。また、為替相場が1ドル150円前後であるため、その分インバウンドの効果はかなり見込めるとは思う。だが、インバウンドについては、やはり中国からの観光客の動向がかなり影響するため、日中関係や処理水等の問題が解決方向に向かわないと、現状ではどちらとも言えない。
		都市型ホテル（経営者）	・大人数の宴会や会食について、一旦やらなくなったOB会、同窓会、各種組合等の団体の会食は戻ってこない。
		都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドに関しては、思ったよりも処理水問題の影響を受けておらず、しばらくは好調が続くとみられる。
		旅行代理店（営業担当）	・物価上昇次第である。レジャー産業の性格上、消費者の生活が最低限落ち着いてからの需要となる。
		タクシー運転手	・まだ地方では、タクシー利用客は増えそうにない。
		通信会社（社員）	・2～3か月では変わらない。年明け以降、政府や自治体からのエネルギー関連の補助金等がなくなった場合の影響は少なからずあると考える。現在の生活圏では車は欠かせないため、ガソリン代の高騰は、生活していく上で非常に負担が掛かる。
		通信会社（営業担当）	・国際的な影響から運搬費等の物流コストが上昇し、物価を押し上げる懸念が払拭できない。
		通信会社（局長）	・ここ数か月の物価高は変わらず、客の状況も変わらない。賃金等が増えるといっても、すぐには変わるわけではないので、変わらない。
		テーマパーク（職員）	・暖冬等の予報により来園者の増加を期待するものの、コロナ禍での外出控えの反動により、海外や国内遠距離移動等、行動制限のない旅行となり、旅行先にも変化が生じているのではないかと思うと、良くなるようには思えない。
		ゴルフ練習場（経営者）	・外国人の受入れ、少子化対策、経済政策が不十分なので、変わらない。
		設計事務所（所長）	・政府が何か対策を講じなければ、景気が良くなることはない。
		住宅販売会社（経営者）	・バブル景気のときのような高騰はないにしろ、微増でも地価が上がれば景気回復といえるかもしれない。
		住宅販売会社（経営者）	・飲食店関係は来店客が少なく、店を閉めているところが多くなっている。事務所、出張所関係でも仕事量が減っているのかわからないが、撤収が目立ってきている。
		百貨店（営業担当）	・不透明な世界情勢、止まらない資源価格の高騰や物価高、人件費の高騰等、一向に改善の兆しが見えない。そうした不安感が客や一般消費者に広がっている。
		衣料品専門店（販売担当）	・当店の客のほとんどが高齢者なので、今、インフルエンザと新型コロナウイルスの感染拡大で、また自宅待機を選択しているのかという気がする。そうなると足腰が弱ってしまっ出てこなくなるという悪循環に陥ってしまう。日々、本当に客が来ない状況で、少しずつ悪くなりながら、これが続いていくのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（店長）	・乗客数の微減は継続しており、買い控えが少し進んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・例年、年末年始が落ち着くと動きがなくなる。このまま物価高が続いて給料が上がらなければ、当然のことだが景気は悪くなる。インバウンドとは関係のない地域は厳しくなりそうである。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・人手不足の状況下で、最低賃金が大幅に引き上げられたことを契機に、更に募集人件費が上昇傾向となっている。既存社員の給料にも波及することとなり、人件費全体が押し上げられる。食材費や経費を含むコスト全般の上昇により、収支確保が難しい状況が当面続いていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、料飲、宴会いずれも、12月の確定した予約は若干弱いものの、今後、団体からの受注が入り、間隙で伸びてくると予想している。医療関係の顧客から、忘年会、新年会絡みの受注をしているが、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザのまん延状況によっては、キャンセルになりかねず、懸念材料である。
		旅行代理店（経営者）	・旅行シーズンは12月から下降線になるため、やや悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンに入るため、来訪者は大きく減る。外国人の来訪者は順調に伸びているため、日帰りではなく宿泊利用の伸びに期待したい。
		ゴルフ場（従業員）	・予約の伸び悩みによって、価格競争が激しくなることが懸念される。一方、人件費やコストの増加があるため、収益は縮小していくとみている。
		美容室（経営者）	・地元の中堅スーパーが倒産した影響で、解雇されたパート従業員である顧客の多くを失いかねない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・商店や町工場等、廃業する自営業者が目立って多くなっている。同業者の会合でも、人手不足と離職者に翻弄され、このままでは立ち行かないため、完全予約制を導入する等、業務縮小を模索する考えが主流になりつつある。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・様々な値上げによる支出増加もあるので、今冬の天候にもよるが、不要不急の修繕は少ないと考えている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・この先、客に明るいニュースはないのではないか。我々の仕事でも、業者間での業績がかなり悪く、当店も取引業者が倒産して1000万円近くの負債が発生している。こうしたことがまかり通る世の中では、どうしようもない。政権交代して、トップに何とかしてもらいたい。
	×	スーパー（商品部担当）	・人口減、競合店の出店、物価上昇等、良くなる理由が1つも見当たらない。なかでも競合店の出店については、売上が2割ほど落ち込む可能性もあり、厳しい環境になることは間違いない。
	×	家電量販店（店長）	・報道等による増税についての発信が、一段と消費に悪影響を及ぼす可能性が高い。減税の話題も出ているものの、消費に与える好影響は限定的だとみられる。
	×	家電量販店（店員）	・暖冬予想のため、季節商材の伸びは期待できない。
	×	乗用車販売店（経営者）	・いまだに商材の入荷数や納期が安定しない。
	×	通信会社（経営者）	・壊れないと買わないという流れは、今に始まったことではない。物価上昇が続くと、少しでも安い物を買おうとインターネットで購入する客が増える。若しくはインターネットの販売価格を提示して、値引きを要求するケースも増えている。結果、仕入価格は上がるものの、売値は客に買いたたかれるという厳しい状況である。
	×	通信会社（総務担当）	・販売拠点を集約したため、販売機会の損失が増える。
企業動向関連 (北関東)		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・取引先の部品調達の不安は、ほぼ解消されてきている。減産はないと思うが、輸出面での不安はある。受注量も戻りつつあり、良くなっている一方で、人材確保の面で不安がある。まだ先の見えない状況である。
		経営コンサルタント	・物価上昇やインフレ基調のなかで、賃上げによる個人消費向上の実感が乏しい。ただし、中小企業の経済活動は順調な側面もややうかがえるため、冬のボーナス次第だが、近い将来は上昇すると期待される。
		司法書士	・業界全体が法律の改正で、仕事が伸びつつあるところなので、今後はもう少し良くなっていくものと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・戦争や値上げ等、マイナス要因が多くあり、買い控えて家計を守る動きになっている。
		金属製品製造業（経営者）	・これから年末に向かい、単価の上がるような材料はまだない。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の業況から予測すると変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車業界は受注残を多く抱えており、高水準の稼働が続く見込みである。ただし、ロボット業界の一部では生産回復時期が不透明な状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・日本のリーダーや政治家の指導力に問題が多すぎるので変わらないと感じている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これから上がる要素は見当たらず、落ち込む要素も見当たらない。当社の能力の8～9割しか仕事がないような状況で、結構苦しんでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ビル関係の仕事を主に行っているが、受注や生産計画に大きな変化はなく推移する予定である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2か月ほどは若干良くなっているものの、変更が多く、2～3か月先はどうなるか全く分からない。現状と変わらないのではないかと。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高がいまだに続いている状況のため、変わらない。
		金融業（営業担当）	・周辺の状況を確認したところ、先行きは変わらない。
		社会保険労務士	・中東情勢が大きく悪化しない限り、今と余り変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化はみられない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今年度の事業計画が縮小しているため、売上に影響が出るのではないかと懸念される。
		輸送業（営業担当）	・今年は暖冬予測もあり、年末に向かって冬物家電、インテリア、寝具等の調整があり、2割ほど物量は抑えられる予定である。全体的な輸送量も2割ほど落ち込む予測だが、車両不足もあり、利益確保は難しくなりそうである。
	×	建設業（開発担当）	・当社では、9月末現在で決算期まであと半年が残っているが、受注が前年比10%減少している。今後の受注に期待している。
	×	建設業（総務担当）	・発注量が明らかに少なく、この先も発注が出るという話もないため、非常に不安である。
	×	不動産業（管理担当）	・既存の管理や清掃業務の値上げを取引先に依頼しているところだが、取引先も金額にはシビアで、金額が上がるなら内容を減らしたい等といわれてしまい、売上や利益の確保が難しい。最低賃金上昇による人件費の増加、インボイス制度、電子帳簿法義務化等への対応等でも経費が掛かるため、利益はますます厳しくなる見込みである。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・派遣のオーダーが多くなり、採用数が増えると予測している。
		人材派遣会社（経営者）	・全般的に物価は、電気料金の値上げ等による生産関係でのメリットやデメリット、天候の影響による生育の悪い部分もあたりと、かなり消費者の財布には影響してくると予想される。人員確保の難しさや賃金の上がない状況は結構厳しいため、今後も消費者は財布のひもをかなり締めていくとみている。
		人材派遣会社（社員）	・当地区は外国人観光客が非常に多く入ってきており、近隣の経営者に話を聞くと、先行きは為替がどう動くかで影響を受ける。物価の上昇と為替の不透明感から、どちらとも判断できない。
		人材派遣会社（社員）	・景気悪化のため、中小企業は採用も厳しい。
		職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比をみると、医療と福祉分野では増加傾向で推移している一方で、建設業、製造業等では増加と減少を繰り返している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・景気動向が不透明であるため、今後、政府の経済対策がどのように行われるか次第で変化していく。
		*	*

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		家電量販店（店長）	・訪日客数はまだ堅調に伸びると見込んでいる。円安の状況も、現状では相変わらず外的要因で大きな変化はないと予想している（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・年末年始に向かい、より集客オケーションのある季節となるため、案件数や規模も見込める（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・材料価格の高騰もあり、店のメニュー単価も値上げをさせてもらったが、特に客から文句が出ることもなかった。来月から忘年会に向けての予約なども入ってくるため、今よりも更に忙しくなる（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・2023年度は4月から9月の累計で前年比170%で推移している（東京都）。
		タクシー運転手	・経済活動の正常化により、外食や旅行などのサービス消費が緩やかに増加している。回復が遅れていた居酒屋の来客数も増えているようなので、景気は良くなる（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量がとても悪かったので、単純に今よりは良くなる。来年度に向けて、こどもエコすまい支援事業のような政策や減税などの税制が発表されないと、それまでは様子見になるため、客の動きは慎重になるのではないかと。
		商店街（代表者）	・猛暑の夏が終わり、ようやく過ごしやすい季節になったことと、新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきて、人出が少し増えてきたことから、これからは期待できる。今までコロナ禍でやや落ち込んでいた売上も、大分戻ってきている感じがするため、頑張って商売をしたい。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・いろいろな販売ツールが増えてきたなかで、ようやく専門店の良さが幾らか見直されるようになったのか、以前よりも客の反応が良くなっている。これからもこの傾向が続いていく（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・近隣で閉店した同業他社が、知っている限りでは2軒あり、そこを利用していた客が当店に流れてきている。仕事量は決して多くはないが、閉店した印章店のサポートをしているという感じである。当店もいつまで続けられるか分からないが、健康なうちは頑張りたい。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・11～12月に向けての繁忙期は、需要が落ちてきているとはいえ年賀状印刷などの受注が入る。単価の高い商材なので、売上の増加を期待できる（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の大統領選挙が控えており、株価が上昇するとみられるため、年末は良くなることを期待している。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・3か月先はクリスマスや正月があるため、期待感を込めてやや良くなる（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・年末に向かい、今年は人が大規模に集まることが期待されるため、高揚感により消費行動も増えると期待している。企業によるクリスマスイベントなどのノベルティ相談依頼も多く、これから更に増えてくると予測している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス終息後初めての年末のため、前年比では良くなると見込んでいる。現在も飲食テナントが衣料や雑貨よりも好調であるため、クリスマスに向けても売上、来客数共に期待できる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・人流の増加と数年間の買い控えからファッションへの関心は強く、クリスマスシーズンを楽しむ機運が高まっている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・直近の数値の傾向に鑑み、今後2～3か月は上昇傾向が続くと予想している（東京都）。
	百貨店（財務担当）	・インバウンド販売量は今後も拡大し、更に景気を押し上げると想定している（東京都）。	
	スーパー（総務担当）	・インバウンドで外国人が消費してくれている。	
	スーパー（営業担当）	・単価は従来どおり上がってきているが、販売量の減少幅が徐々に小さくなり、今のところ改善傾向になっている。将来的に期待ができる（東京都）。	
	スーパー（ネット宅配担当）	・節約志向については今後も高まっていく。内食化の傾向が更に強まる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・もうすぐ年末年始で、季節商材の予約が増える時期のため、売上は多少増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・冬も高温が予想されているため、来客数や売上は好調に推移する（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・来年の新型車の発表に向けて期待している。
		乗用車販売店（総務担当）	・物価上昇の懸念はあるものの、経済が活発に動き、客の購入意欲が増す。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・台湾や韓国などが中心だったこれまでのアジア圏からの旅行者に加え、中国人観光客の訪日が増加していることから、インバウンドの更なる底上げが期待される（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連を中心に徐々に忘年会の問合せも増えつつあり、コロナ禍明けの反動景気の基調を感じつつある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・売上が前年比で1割くらい良いので、このままの景気が続く（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・年末を控え、年内は前年を上回る宴会需要が期待できるものと予想しており、景気は一層改善する（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・原価の高騰や水道光熱費の上昇などの不安要因はあるものの、新型コロナウイルス感染症の収束による客の反動がそれを超えて増えていけば、このまま新年を迎え、気分もまた変わり、良くなっていくのではないかと。ただし、海外の戦争などの不安要因もあるため、注視しながら経営に当たりたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・そろそろ原材料費や光熱費、燃料等の値上がりも落ち着いてきたようなので、徐々に良くなるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・繁忙期ということもあるが先々の予約も順調に入ってきており、特に忘年会や新年会の問合せについては、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まではいかないが、近いところまで戻ってきている。また、イベントチケットが完売するなどゲストの参加意欲も回復し、先々の予約も好調に推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・クリスマスや年末年始があるので、高単価での客の獲得を目指したい。
		タクシー運転手	・時期が時期なので、少しは利用が増える。また、各地で祭りやイベントが開催されていることから、多少は利用が増えると期待している。
		タクシー運転手	・期待を込めてだが、11月から年末に向けて、人の動きがまた良くなってくるのではないかと（東京都）。
		通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの影響はあるかもしれないが、当社のサービスへの影響は軽微と考えられる。トレンド的には上向きである（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・少しずつ案件数の増加がみられているため、受注数も伸びることを期待している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・店舗への来客数が増えている現状から判断すると、やや良くなる（東京都）。
		観光名所（職員）	・繁忙期に入るためである（東京都）。
		競輪場（職員）	・クリスマスや正月の開催等により、消費行動が増えると期待している。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・大企業の予約が増えてきている（東京都）。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・自粛ムードもなく、4年ぶりに忘年会などの予約が入ると予測している（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・つい先日、新規案件について相談を受けたので、契約に結び付くのではないかと期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いてきており、大企業は景気が回復しているようだが、我々中小企業はまだ不況のなかにおり、物価が上がっているにもかかわらず、賃金を上げることができない。中小企業に対する景気対策をお願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・年末の決算に向けて、受注が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・世の中的には、コロナ禍明け疲れが出てきている。イベントへのレスポンスも、抑圧からの解放による反動が一巡し、少し疲れてきたようである。12月に当地を舞台にしたアニメーション映画が公開されるため、かなりの反響があると予想され、世の中は停滞していても、街は活況を呈する（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・年末年始に向けて期待しているところだが、物価の上昇が続いていることが懸念材料である。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年数から考えて、本来であれば、地上デジタル放送でデジタル化してからの買換え時期に当たる。さらに、年末になるのでテレビに期待が掛かるが、高額なテレビはなかなか売れない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・物価上昇で買い控えが増えそうな気配がある。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・地域で行われているキャッシュレス決済20%ポイント還元キャンペーンが終わる来月には、平年並みかやや減少するのではないかと。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・極端な変化はない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店舗の方は来客数がある程度増えてきており、少しずつ良くなっている。外商の方も、案件が少しずつ増えてきているが、大きな案件はなかなかなく、極端に伸びてはいないというのが懸念材料である。また、物価等の上昇もあり、客が買い控えをしたり、原価率が上がっているために、余り利益幅はない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・当社も値上げはしたいが、なかなか難しい。年末だからといってよく売れる商材でもないため、この先の見通しなどは余り良くない（東京都）。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・食品や日用品の価格上昇が感じられるようになってきた。円安の影響もあり、予算消化のための購入を控える傾向にある（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・年末年始の最繁忙期に向けて客の動きを期待しているが、消費に対する慎重な流れは継続すると予想している。
		百貨店（総務担当）	・堅調な消費活動が続くと予想されるため、現在より景気が悪くなるという感じはしない。しかし、国際情勢、為替変動を含め様々な懸念材料もあり、1つの要因で景気への悪影響が生じる可能性も考えられるため、楽観視はできない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・国内消費の堅調さに加え、円安によるインバウンド消費の好調さもしばらく続くとみられることから、比較的良い状態が続く（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・高付加価値消費自体が大きく増減する要素が見当たらないことに加え、インバウンドの消費の伸長率も、前年との比較では大きくプラス推移ながら、鈍化傾向が出てくるとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・天候の後押しもあり、来客数が増加しており、購買客数も伸びているが、購入点数は減少している。相次ぐ値上げの影響が大きく、売上は結果として微増にとどまっている。インバウンドがなければ前年を割る状況であり、今後のクリスマス、年末商戦が不安である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・物価高が続くなかで国内需要は不透明な要素が多いが、インバウンドは多岐にわたり活発であるため、このままの状態が変わらない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの好調はしばらく継続する（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・物価の上昇が続くことにより、客の消費マインドが厳しくなる。特に、食品では単価の伸長率に対して販売数量の伸長率が低く、物価高の影響を強く感じる。このような状況から、景気はすぐには良くならない。
		百貨店（販売促進担当）	・年末年始の帰省を含めた外出需要は大いに見込めるものの、物価高の影響もあり、レジャー期間後のリバウンドによる節約傾向も見込まれるため、プラス効果のみとはいえない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・物価高による影響を受ける（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・来客数は増えるものの、客単価が下がっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（管理担当）	・様々な物の値上げの影響などから、買う物と買わない物、買うときと買わないときがはっきり区別されてきており、衝動買いやついで買いなどが余り期待できなくなっている（東京都）。
		百貨店（店長）	・ボーナス商戦への期待はあるが、急に手取りが増えるわけではないので、客の購買行動に大きな変化はない。
		スーパー（経営者）	・直近3か月が非常に良かったので、それと比べるとやや見劣りする感じはある。それほど悪いわけではないが、現状が今後も続いていくように感じるため、変わらない。
		スーパー（経営者）	・来客数の減少と、販売数量が以前と比べて増えないことが大きな理由である（東京都）。
		スーパー（店長）	・以前のような値上げラッシュはないものの、商材によってはディスカウント傾向になっている。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、日々の生活に影響が出ているため、所得が値上げ幅を上回らない限り、同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（店員）	・食費に回せるよう収入、家計が変わらない限り、現状が年末まで続く（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・年末に向けて旅行に出掛ける人が増える分、食料品は節約志向が高まり、消費自体が冷え込む可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・波があるため何ともいえない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・大きく伸長することはないと思うが、現状のまま変わらず推移していく。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気的にも余り明るい兆しがみえてこない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・数か月先も今より良くなるという雰囲気はない。物価が上がり、一般世帯の景気は決して良いとはいえない。増税だ減税だと世の中が騒いでいるが、増税がもちろん意味のあるものだとしても、どのような形で還元されるのか。今の生活をもう少しゆとりのあるものにしていかないと、小売業の業績も伸びていかない気がする。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は買い控えの対象になっている。
		衣料品専門店（経営者）	・徐々に動きが良くなってきてはいるが、いろいろな物価が上がり、商材の価格も当然上がっているため、この先も現状のままでいくかは不安材料が残る。そのため、ひとまずは変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・直近では、11月のセールに期待したいところである。将来的には政府の所得税減税や景気回復策が消費者心理に明るい見通しを与えれば、業績回復の一助となるかもしれない。しかし、円安基調は変わらず、可処分所得の減少が続いていることから、今回も変わらないという回答である（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・食料品や光熱費の値上げがまだ続きそうなので、影響が心配である。
		家電量販店（店長）	・日々物価が上がり、収入は増えていないため、今より良くなることは考えにくい。必要な消費があっても、財布のひもは固い。
		家電量販店（店長）	・物価上昇が収まらないと、まだ現状が続く。
		家電量販店（経営企画担当）	・3か月先の市場動向については、季節指数を除くと現時点の景況と同じではないか。政府の物価高対策に期待する（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・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。新型車が出て、客の来場はあるものの、なかなか成約に結び付かない状況にある。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量と整備の売上に大きな変動はなく、前年並みである。
		乗用車販売店（販売担当）	・円安をどうやって円高に持っていかという政策やロシアによるウクライナ侵攻など、いろいろな外部要因が影響して諸物価が上がる割には給料が増えないなかでは、現状のままで余り変わらないのではないかと。やはり円高に持って行って、景気を良くしてもらいたい（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷、物流の状況が従前の動きにはなっていない。
		乗用車販売店（店長代行）	・物価高に伴い新車の価格も上昇気味である。現状維持ができればよいのではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・車両本体価格、金利の上昇等、明るい要素はないので、変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業）	・販売できる車種は少ないが、新型車も出ている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・コロナ禍明けの初の年末年始で、人の動きが活発になるため消費は増える。新型コロナウイルス感染症関連商材の売上が大幅に下がる分、風邪薬などの感染症関連商材の動きに期待している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・身の回りを見てもどうも活気がなく、商材の動きが鈍い。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・当社商材の値上げの影響もあるが、全体的な物価上昇の影響も受け、販売量が徐々に減少している。年末に向けて多少購買意欲は戻ると思うが、販売量が一気に戻るとは考えにくい。身の回りの景気はやや悪いままで変わらない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・経済対策のインパクトと年末のボーナスの支給水準次第ではないか（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・年末年始の動きに期待したい（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・年末の利用予約も好調に推移しており、今月の判断同様、変わらず好調に推移していくとみている（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・需要は堅調だが、供給が追い付かない。飲食サービス業で働く若者層が著しく減った印象を受けている。当面は賃金を上げてリテンションを図るものの、新規供給は不安である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・最寄り駅の開発工事、隣接地域のタワーマンションの建設ラッシュで、現時点では客の回遊ラインが読めない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・地域的にインバウンドは余り関係ないが、3か月後も来客数は今と変わらず、良いとみている。景気が良いかどうかは分からないが、当店で余り悪くはないため、3か月後も今の調子でいく。
		一般レストラン（経営者）	・当分の間、変わらない（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・東京の物価は異常に高いと感じている。野菜や日用品、電気代なども含め、かなり高騰しているため、買い控えも感じる。良くなりそうでも良くならない。当社としては人件費、原材料費、その他全てが上がってしまい、どこまでが企業努力なのか分からない状況である（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・インフルエンザは季節的なものなので、1～2週間以内には収まると思うが、家族全員の感染や親類縁者にもうつったという話もあり、なかなか思うようにはいかない。早く新型コロナウイルス感染症もインフルエンザも収束してくれることを願っている。
		旅行代理店（営業担当）	・円安が進み、先行きは不透明である（東京都）。
		タクシー運転手	・外国人客や稼働する車両は非常に増えているが、異常な暑さが落ち着き、タクシーの利用者も落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつある。会社もリモートワークが大分増えてきているようで、このまま推移していくのではないかと（東京都）。
		通信会社（社員）	・小規模の引き合いは、今後も出てくる見通しである。ただし、以前のような安定した大口案件は見込めない。採算ぎりぎりでも推移するとみている（東京都）。
		通信会社（社員）	・コロナ禍から反転し、インバウンド業界の活況は続くと思われる。また、値上げによる業績改善が給与に還元されれば、経済循環の改善は続く。反面、インバウンドと関係ない業界や低所得世帯の物価高による打撃は好転の見通しがなく、全体像としては目立った変化は生まれない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・高齢者が多い地域や住宅地では、景気が上向くような雰囲気がない。
		通信会社（経営企画担当）	・政府は減税で国民に還元する方針のようで、生活必需品業界には相応の効果はあるかもしれないが、サービス業まで効果があるかは不透明である（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・環境面が変わらないため、引き続き芳しくない状況が継続し、大きな変化はないものとみている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・しばらくは購買意欲の低下が続く（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・高止まりする原材料費により収益が改善されない状態が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当)	・インバウンドは引き続き好調に推移し、ホテル、観光業の売上は好調だが、原材料高、人件費の上昇等により、利益の伸びは鈍化している。さらに、人手不足により営業を制限せざるを得ない状況も見受けられ、楽観視できる状況ではない(東京都)。
		その他サービス[立体 駐車場] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまで景気は良くならない。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・政府の所得税減税案などは、景気対策としての効果は期待できない(東京都)。
		設計事務所 (経営者)	・業務の獲得方法が一時と全く変わってしまった。以前は客への訪問営業をしていたが、今は行政の仕事に切り替えたために、各市町村の情報を各機関や新聞等により取得し、それに基づいて各行政機関に足を向けている。
		設計事務所 (経営者)	・官庁案件の入札指名は掛かるものの、協力先の設備事務所がキャパシティオーバーで受注できない。受注しても経費倒れのリスクがあるため、当面は手持ちの業務に専念する。
		設計事務所 (所長)	・良くなる原因もなく、変わらない(東京都)。
		住宅販売会社 (従業員)	・大きな変化はなさそうだが、景気が良くなる雰囲気はない。商材的には投資目的や相続対策、税金対策が主になり、環境に大きく左右されるというよりは富裕層への対応なので、金融情勢がどうなるかに大きく影響を受ける。
		住宅販売会社 (総務担当)	・資材高騰の影響から脱却できない。経済産業省から中小企業からの価格見直しに応じるようにとの要請もあり、コストダウンは難しい。
		一般小売店[家電] (経理担当)	・年末に向けて売れる商材も見当たらず、一般家庭ではない法人の大口取引も見込めないため、苦しくなる。
		百貨店 (総務担当)	・前年、年度末に向けて徐々に売上が伸びたことを考慮すると、直近数か月のような前年比からの伸びは鈍化する。各企業が賃上げに対して動き出していることから、年末商戦については期待を持ちたいところではあるが、中小企業の賃上げへの対応については不透明感が拭えない。商材の値上げによる単価上昇が購入点数の絞り込みによって相殺され、結果として若干の微増にとどまるのではないかと(東京都)。
		百貨店 (販売促進担当)	・今後、一部フロアの売場改装を控えており、売上確保に不安がある。当社内では売上は健闘しているが、特にインバウンド対策では競合他社の伸び率と比較すると、低い水準にとどまっている(東京都)。
		スーパー (経営者)	・販売価格の上昇で売上はそこそこあるが、販売量は減少しており、この傾向は変わらない。可処分所得は減少しているため、やや悪くなる。
		スーパー (販売担当)	・競合店との買い回りをする客が増えており、特に、食品では顕著に傾向が出ている。お買い得日への集中が以前より強くなり、そうでない日との格差がより大きくなっている。年末に向けてこの傾向が更に強まることが予想され、各小売店では集客に向けた競争が激しくなる。
		スーパー (食品担当)	・物価高に慣れて落ち着くまでは、買い控えがある(東京都)。
		コンビニ (経営者)	・近隣は高齢者が多く、収入が増える要素がないどころか減ってしまったという会話を聞くので、上昇はしない。
		コンビニ (経営者)	・賃金が上がらないなかで物価が上がっているため、我々コンビニエンスストアでも買い控えが発生している。季節要因もあるかもしれないが、そのような状況のなかで、当社も12月に1店舗閉店する。これが現実である。
		コンビニ (経営者)	・物価が高くなり、景気が上向く要素は見当たらない。これから寒くなり光熱費の負担が増すので、景気は悪くなる。
		衣料品専門店 (従業員)	・景気回復の兆しがみえない。季節商材を扱っているが、暖冬傾向のために売れない。この先もまだ悪くなるのではないかと。
		住関連専門店 (営業担当)	・円安が止まらず、資材や製品価格の値上がりりが今後も続くと予想されるため、消費者心理への影響を懸念している(東京都)。
		住関連専門店 (統括)	・全体的な物価上昇が全てに影響している。物価が下がらない限り、景気も良くならない。
		一般レストラン (経営者)	・2~3か月先は、12月は良いが、1~2月は客足が落ちてレストランも暇になり、ケータリングも余りない頃で、今よりも少し売上が落ちる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・海外進出企業の業績は、今後も続くであろう円安の影響で悪くはならないと思うが、中国の行方が気掛かりである。今起きている2つの戦争の1つの流れとして、欧米及び日本が中国への投資を減らすようになったら、中国の通貨安が進み、景気は更に悪化するのではないか。そうすると、当然我々の生活に影響が及んでくる。
		旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期が過ぎれば冬の閑散期へと移行するため、旅行案件の実施自体が減少していく。
		旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了していくからである（東京都）。
		タクシー運転手	・今はやはり物価の上昇が非常に深刻で、日常生活をかなり圧迫している。給料はほぼ横ばいなのに物価が上がって過ぎている。ガソリンや生活必需品も高くなり、年末に向かってますます値上がりするようだと、かなり厳しくなりそうである。
		通信会社（経営者）	・取引先の景気が良くないという認識があり、受注増加は余り期待できない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・先行きの見通しは不透明感が強く、このまま停滞していく気配を感じている。
		通信会社（営業担当）	・仕入価格の高騰が続く気配があるため、景気は更に悪くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・コロナ禍明けで忘年会、新年会が多くなることが予想されるため、来客数が減少すると予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格の高騰、消耗品や修繕費用の増加、人件費の上昇と、利益を圧迫する要因が解消されない。
		ゴルフ場（経営者）	・寒さ次第ではあるが、冬は来場者数が減る傾向にあるため、先の状況は芳しくない。また、依然として続く物価高の影響から年末年始は余暇に資金が回らないのではないかと危惧している。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・物価上昇に対して賃金上昇が追い付いていない期間が長くなっている。また、株価が低迷している（東京都）。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・物価の上昇が後押しし、客の購買意欲が減退しているため、売上も減少する。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・今年はずっと悪い。これからも緩やかに悪くなる。
		設計事務所（所長）	・仕事がない上に、単価もなかなか上がらない。
		設計事務所（職員）	・社会情勢的なことが短期的に改善されるとは思えない。政策も一般消費者向け減税程度となっており、構造的な景気の上向きは期待できない（東京都）。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・住宅着工数の漸減が続く、その減少分をリフォーム案件でカバーする意識は業界内にあるが、トータルで上回ることは予想しにくい環境である（東京都）。
	×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	・物価は上昇しているが、経費の上昇分を売価に反映できないデフレ商売の状況が続くため、営業利益は減少する。
	×	コンビニ（経営者）	・時給を上げたにもかかわらず、アルバイト、パートの応募者は数か月わたってゼロである。
	×	衣料品専門店（店長）	・価格転嫁がスムーズにいかないなかでの経費急上昇のため、取引先の事業撤退や縮小などが始まっている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・現政権が続く限り、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
	×	その他専門店[ガソリンスタンド]（団体役員）	・燃料油価格激変緩和対策事業が来年4月まで延長すると発表されているからである（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	・11月には運賃改定があるが、改定時にはどうしても乗り控えが起こる。それにもかかわらず、乗務員が増えていくことによるタクシーの過剰稼働が予想されている。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高抑制の施策が示されない間は、消費が上向くことは望めない。
	×	ゴルフ場（従業員）	・コロナ禍を脱し、外国人旅行客は増えつつあるが、日本人の生活は、物価の上昇、円安等の影響で、全体としては何も問題が解決せず、景気は上向きとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。最低賃金の引上げや要員確保のための賃上げによる人件費負担も大きいなかで、価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向については、現在のところ改善の兆しは皆無であり、今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に冷や水を浴びせることは不可避である。
	x	美容室（経営者）	・世界情勢の影響や、政策の効果が現れていないため、悪くなる。
	x	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているため、教育費を削るような動きが多く出ている。今後も景気が悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量が増え、利益も伸びている。今年もインフレ手当を出せそうである。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注実績が上がってきている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・新たな試みが実験的に進められているため、この先も少しずつ伸びていく。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が今より多くなる予定である（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・店頭受けの個人の実印、銀行印などの注文に関してはほとんど変わらない。インボイス制度に伴う登録番号のゴム印の注文は若干あるが、来月以降は減ってくる。法人関係で設立の印鑑などがやや増えているので、見通しとしてはやや良くなる（東京都）。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響か、空気の質に関連した商材の受注が増えている（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品、特に、半導体製品の需給バランスが改善されつつあり、生産数が徐々に回復することが予想される。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今年度中、自動車メーカーでは納車待ちの客に届けるべく増産を継続する見込みのため、景気は良くなる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末年始を控えてイベントが増える（東京都）。
		輸送業（経営者）	・新規案件を受注できるかもしれないので、それ次第である（東京都）。
		金融業（従業員）	・地域の飲食業者からは、「長引く物価高で客はますます値上げに敏感になっており、安いメニューに注文が集中している」という声を聞く。売上が伸び悩むなかで、原材料価格や人件費の高騰も続き、利益確保に苦心する事業者も多い（東京都）。
		金融業（従業員）	・世の中の物価上昇により、客の取引先についても、単価上昇に対する受入れ態勢が徐々にではあるが整いつつある。企業の収益性はやや向上しており、先行きはやや良くなる。
		金融業（営業担当）	・各企業からの今後の受注予測はおおむね良化傾向にあり、緩やかながら景気は回復傾向に向かっている。しかし、仕入れ等の単価高騰の影響も大きく、価格転嫁が完結していない企業もあり、今後の原価動向等には注視する必要がある。
		不動産業（総務担当）	・企業の一部ではオフィスへの回帰が進んでいるようで、その影響で空室が埋まり始めているため、今後に明るさが期待できる（東京都）。
		税理士	・円安で材料費やガソリン等の燃料費が高くなっているため、中小企業は全くもうかっていない。中小企業は悪いままで変わらないだろうが、大企業は円安でかなりもうかっていると思うので、景気全体は変わらないが少し上向くような気がする（東京都）。
		税理士	・現政権の減税、給付案が具体化すれば、消費に良い影響を及ぼす。物価の上昇は抑えられないだろうから、いかに収入を増加させるかだが、大手企業から順に賃上げの施策を実行していくとみている。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年内はこのまま推移していく。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・減税政策の内容によっては良くなる可能性がある（東京都）。	
	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス収束後、一気に動いた感じがあったが、それが落ち着き、今後はその状況がしばらく続く（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（従業員）	・現状から劇的に改善するとは考えにくい（東京都）。
		化学工業（従業員）	・原材料の値上げの話があり、良くなる状況ではない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・物価の上昇はほぼ落ち着きつつあるが、米国の金利がもう少しばかり上がる方向にはないということなので、しばらく今の状態が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注にモメンタムはないが、医療品容器に関しては新企画の相談など、若干ではあるが回復傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来年以降の見積依頼は多数来ているが、裏を返せば、それまでは現状維持ということではないか。
		精密機械器具製造業（経営者）	・半導体装置部品の受注半減の状態が2024年3月頃まで続きそうである。
		建設業（経営者）	・一時的なその場しのぎの景気対策ではなく、将来に向けての景気対策を行ってほしい。
		建設業（従業員）	・物価の上昇は収まるどころか上がる一方なので、政策に期待している。1日も早く安定した日を安心して送りたい。
		輸送業（経営者）	・年末が繁忙期であったことは過去のものとなってしまい、現状のまま年末年始を迎えるものとみられる（東京都）。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス収束後、受注も頭打ちで、多少は良くなったものの、新型コロナウイルス感染症発生前には戻りそうにない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷は多少増えているが、輸出は全くない。今後も現状が続く予想である。
		通信業（広報担当）	・物価の上昇もあり、一進一退の動きが続く見込みである（東京都）。
		不動産業（経営者）	・在宅ワークの定着で、首都圏からの移住希望が多く、家族向け新築、賃貸物件の引き合いは続くものの、物件価格の高騰で成約には至らない状態は変わらない。
		広告代理店（経営者）	・インバウンドはやや回復しつつあるが、どうなるかはまだ分からない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・従来の主力商材から新商材への切替えと、それに伴う新たな顧客開発はやはり一足飛びにはいかない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・イベント関連のビジネスは、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に復活しつつあるため調子は良いが、それ以外に関しては、マスメディア媒体への広告出稿の需要が下がってきている。全体の大きな売上を占めるだけに、厳しくなっている（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・年末に向けて様々な需要が増える時期になるが、それ以外に余り良くなる材料がない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量が増える見込みも少なく、原材料、資材等の値上げもあり、厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるが値上げしてもらえる物件も出てきている。ただし、交渉にも時間が掛かるため、この先どうなるか予測は難しい（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・先行きが見えない資材の値上がりは今後も続いていくと考えるが、価格交渉がスムーズに進むとは考えにくい。
		化学工業（総務担当）	・コロナ禍からの回復の動きが一段落したようにみえる。
		金属製品製造業（経営者）	・海外向け受注が減っていること、国内はインフレに対して賃上げで対応しようとしているが、下請企業へはまだまだに値下げ依頼があることや、エネルギー単価分の値上げはできて海外製品の単価と比較されることになり、価格を上げれば海外から部品を仕入れることにつながるため、簡単には価格転嫁できない。それでも賃金は上げなければならないという現実がある。
		建設業（経営者）	・景気は思っているほど良くなっていない。企業は賃金アップや物流の2024年問題、働き方改革などで苦しんでいる。
		建設業（営業担当）	・関係協力業者との意見交換においても、近い時期の案件数が減少しているとのことである。当社だけでなく全体的な案件数が減少していることを考えると、やや悪くなる。
		金融業（従業員）	・賃金が上昇しても、物価や金利の上昇により景気は悪くなる。
		金融業（総務担当）	・ガソリン価格高騰や食品等の値上げの影響が徐々に効いており、賃金アップがそれに追い付いていない。飲食業、観光業への新型コロナウイルス感染症の影響は和らいでいるものの、企業は人件費、原材料、燃料費の高騰を利益で吸収できないのが現状である。今後も高騰は続いていくことから、景気はやや悪くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・中小企業では、事業承継者がいないこと、利益が圧迫されていること、人材の採用ができないことなどから、ますます倒産が増加する可能性が高い(東京都)。
	×	金属製品製造業(経営者)	・受注量は微減だが、インフルエンザの影響で工場の稼働率が下がり、結果として売上も減少すると予想している。
	×	建設業(経営者)	・現在の好調理由が分からない。世界情勢も不安定である。
	×	不動産業(経営者)	・インフルエンザや新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているようだが、マスクをしない人もたくさんいる。これから寒くなるため、気を付けて頑張りたい(東京都)。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社(営業担当)	・季節要因もあるが、秋以降は人材市場が流動化する傾向が多い。そのため、数か月先は求人数、求職者数の増加が見込まれる(東京都)。
		求人情報誌制作会社(広報担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなり、給与面での待遇が良くなっていくと、自然と景気は上向いていく(東京都)。
		新聞社[求人広告](担当者)	・年末と年明けすぐの予約が現時点で37~38件くらいある。
		人材派遣会社(経営者)	・賃上げはインフレ対策にはなるが、人材不足解消に対する即効性はない。ハードルは高いが、中小企業においてもダイバーシティの導入等、新たな解決策を講じる必要がある。
		人材派遣会社(社員)	・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になり、変わらない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・しばらくは現状のような価格競争の状況が続く(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・求人数に比例して派遣契約開始も減少しているものの、終了者数がそれ以上に少なくなっていることから、長期派遣就業者数としては前年同月比で100%を超えて、微増となっている。当面は同じトレンドが続くことが予想される(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・物流センターは各地で開設されており、軽作業要員の需要は継続的に発生する見込みである。派遣を使わないという回答もあるが、過去の傾向では自社で集めきれず、結局は派遣会社へ依頼するケースが多い。ロボット導入や機械化は進んでいるものの、現時点では人員削減にまでは至っていない。
		人材派遣会社(支店長)	・人材紹介については転職希望者が増えてきており、成約数が伸びると予測している。一方で、派遣成約数が思うようには伸びていかない見通しとなっているため、全体の業績としては変わらない(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・エンジニア不足はまだ改善される様子はなく、今後もニーズはある(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・物価高が続いているため、実質的に負担は増えている。身の回りの景気が悪くなることはないと思うが、こちらも様子見で変わらない。
		求人情報制作会社(経営者)	・海外情勢や、日本銀行の金融政策などに不安を感じている。政府与党の選挙対策のための減税など、デフレ脱却を目指すといわれても刺さる施策とは思えない(東京都)。
		求人情報誌制作会社(営業)	・求人数が一定の水準まで戻ってきている。少子化で労働者数は減るばかりだが、求人数は増えている。労働者の人口は減っているため、全ての企業がうまく採用できるわけではなく、業種による応募者の偏りなども顕著にみられ、人気のない職種はいつまでたっても人気がない。そうした職種で人を採用するためには、よほど職場の環境が良いか、賃金がほかと比べて明らかに高いといった要素が必要になる。そのような問題を解決していかないと、非正規労働者や外国人労働者がますます増えていく流れになる。生産性が落ちていけば、景気は良くなる方向には向かない。
		求人情報誌制作会社(所長)	・大きな変化や傾向がみえない。
		職業安定所(職員)	・物価上昇が続く状況下では、経済対策により企業収益がどれだけ改善されるかが景気の先行きへの鍵となる。
	職業安定所(職員)	・卸売、小売、飲食、宿泊の各業界は売上が前年度を超えて好調である。一方、資材やエネルギー、人件費の高騰が続くなかで、建設業、運輸業では荷主の契約金額が現状維持又はマイナスとなるケースがあり、下請が受注を断念する動きがある(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（経営者）	・技術系の求人は多いが、求職者に若手や技術系の人材は少なく、一般事務、営業系が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・年末に向けて短期的な需要が一時的に多くなるものの、契約は継続しない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢の影響による穀物類の価格高騰や、ゲリラ豪雨等による野菜や魚の価格高騰があるほか、電気代が高騰するなか猛暑でエアコン使用が拡大し、負担が増したため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・10月に発生した大手自動車メーカーの稼働停止により、下請企業に影響が出ているとの情報がある。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	・政府の経済対策に期待するところは大きいですが、忘年会や新年会等が控えている時期でもあるため、期待できる。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・寒くなってきて、いまだにヒートショックで亡くなる人がいる。以前、死亡率の季節性は関係ないといったが、むしろ増加要因になっている感じがする。
		商店街（代表者）	・全国旅行支援終了の反動もなく、通常の旅行へ移行しているように感じている。商材の値上げも特に大きな影響はなく、客の買上額が増加している。
		百貨店（経理担当）	・化粧品やブランド品の売上に加えて、冬物衣料の動きが活発になっているため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・ボーナス支給、クリスマスや年末年始等、物入りな時期が到来するためである。
		家電量販店（店長）	・前年の水害関連の需要が落ち着く時期になるため、前年比での悪化も落ち着く。
		乗用車販売店（経営者）	・価格が上昇したとはいえ、冬用タイヤ等の季節需要はありそうである。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・2か月後の12月は非常に酒自体が動く月なので、良くなっていると思うが、1月になればまた静かになる。いずれにしても燃料や物価高が大きく影響し始めている。飲食店へ通う回数が少なくなっている分、家庭で酒を消費することが多くなっているとは思いますが、物価高もあるので、財布のひもは固まっているのではないかと。都内では非常に動いているという話を聞くが、地方では少し厳しいのではないかと。
		スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄くなり、世の中が元に戻り始めている。このまま回復していったら欲しい。酷暑の影響で、農作物の出来が悪いようなので、価格に影響しなければよいと思っている。
		スナック（経営者）	・なかなか景気は戻ってきていないが、これから年末に向けて、人の動きも少しは良くなるのではないかと。また、冬のボーナス支給もあり、お金を使う機会も少しは増えると考えている。
		観光名所（職員）	・円安のためか、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると、外国人観光客の買物が増加傾向である。
		遊園地（職員）	・割得なパック料金等のコンテンツをいかして、積極的に集客施策を実施し、情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・年末年始に向けて、企業や子ども会などの団体予約が新型コロナウイルス感染症発生前の水準にどれだけ戻るのかが重要である。物価上昇やインフルエンザの流行なども心配事の1つである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末商戦に入っていくが、消費意欲のない客にどのような施策をして購入意欲を湧かせて、売上を伸ばしていくのかが難しい問題である。
		百貨店（営業担当）	・相変わらずの物価高で、野菜等、食品関係が特に値上がりしている。消費については、レジャー等にはお金をかけるものの、日々の生活必需品は抑え気味になるとみている。
	スーパー（経営者）	・数か月は持ちこたえられそうだが、実質所得のマイナスの影響が、今後、出てくるのではないかと警戒している。	
	スーパー（経営者）	・店の来客数は減ってはいるが、イベント、病院、保育園、銀行への野菜や食品の納品が忙しく、今後も忙しくなるとみている。月末の支払にも少し余裕が出てきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・物価は高いものの、給料は上がっていない。生活費の高騰分は、食費や交際費等の削減で補う必要がある。
		コンビニ（経営者）	・いろいろな商材の値段が上がっているなか、来客数も伸び悩んでいる。そのため、それほど変わらないと思うものの、やや前年を下回っているようにも思える。
		コンビニ（経営者）	・今日は、週末にイベントがあれば、いつものように人が動いていたが、平日は天候が良くても必要な物以外は買わないような感じである。
		コンビニ（経営者）	・社会全体が増税ムードになってしまっているため、買い控えがあるのではないかと。節約志向も変わらずにこのままでいくのではないかと。
		コンビニ（店長）	・物価が随分高くなってきており、お金がないという話はよく聞くが、基本的な生活自体は固まってきているため、何か大きなことがない限りは変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・予想ができない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車受注の減速から受注残は減少傾向にある。大型自動車展示会開催等のイベント効果から、年末に向けて受注が上向くと予想する。
		自動車備品販売店（従業員）	・物価高が続いているため、高価格帯での購買意欲は乏しく、現状と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・客は物価高慣れしてしまって、消費を抑えることが慢性化している。
		一般レストラン（経営者）	・インフルエンザの感染拡大の影響もあるが、急激には回復せずに緩やかな回復傾向が続くのではないかと。
		観光型旅館（経営者）	・客に全国旅行支援実施時の感覚があることと、諸経費の高騰分を価格転嫁しているため、新型コロナウイルス感染症発生前よりも旅行費用が割高になっており、特に、団体客の動きがまだ弱い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、毎月やや良くなり続けている。特に、8月以降は良くなっているが、これ以上良くはならないかと思っている。いろいろな物の価格上昇や、個人のレストラン利用がずっと据置きになっており、個人消費が抑えられている様子がうかがえるからである。また、冬場、寒くなると客足は鈍る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外からの客の増加、ホテル業界全体の慢性的な人手不足により客室の稼働率維持が不可能となってくることを踏まえ、販売客室数が減り、需要と供給バランスが需要の方に大きく傾いている。料金の値上げを行っても稼働率は落ちないと考える。
		旅行代理店（副支店長）	・現況の需要増加は続く見込みである。新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行といった懸念材料はあるものの、現在の受注状況から、良い状況は維持されると予想している。
		タクシー運転手	・売上は合計金額では伸びてはいるが、値上げした割には伸びていない。値上げによって客が乗り控えしているのか、当社の場合は、数か月前と比べて運転手が2～3人減ったことも関係している。また、夜の運転手が少ないことも、売上が伸びない原因である。
		ゴルフ場（副支配人）	・予約の価格をみると、思うようには値上げができない。
		その他サービス[クリーニング]（経営者）	・戦争などがあり、非常に不安である。
		設計事務所（職員）	・まだしばらくは忙しい状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘需要は大きな変動がない。
		商店街（代表者）	・物価上昇もあり、財布のひもは固い。
		商店街（代表者）	・諸物価が上昇しているが、給料が上がったという話は余り聞かない。これからますます悪くなる傾向だと思っている。
		百貨店（店長）	・当店のようないわゆる百貨店ではインバウンドの恩恵は少ない上に物価高の影響もあり、来客数が減ったまま戻らない。3か月後にこの状況が改善するようない理由もない。
		スーパー（副店長）	・物価や光熱費が高騰し、現在、生鮮野菜が非常に高く、暮らしに大きな影響が出ている。単価は上がるものの、来客数と販売点数が減少する状況が続くとみられる。北国のため、冬季の灯油代やスタッドレスタイヤ代等、出費がかさみ、景気が良くなるとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	スナック（経営者）	・物価の上昇で、地方はどこか大変で困っている。努力だけでは、もう間に合わないところに来ている。世界では戦争も大変だが、人のことを言っているときではない。どう商売をしていけばよいか、本当に大変である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・いろいろな物の値上げや増税というキーワードが色濃く出ているせいか、個人利用の低迷が顕著に表れており、予約の動きも鈍い。中小規模の予約の動きも鈍く、数か月前の状況とは明らかに変わってきている。大規模な利用予約に関しては、まださほど変化は出ていないが、全体として個人や中小規模の利用が低迷して落ち込む分、やや悪くなることが想定される。
		通信会社（社員）	・個人消費の増える見込みが少ない。
		コンビニ（エリア担当）	・現状の物価高は資源価格高騰からくるものであり、そこが改善されない限り、消費は増えない。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体が回復してきて良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末年始商戦等、売上増加が期待できる時期となる。ただし、物価高による買い控えが懸念材料ではある。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ようやく秋らしさが出てきて、寒くなっているため、ジュエリーを着用する季節になっている。催事も多くなっているため、商材が動いてくれるのではないかと期待している。
		食料品製造業（営業統括）	・来場者数及び出荷数量は新酒の影響で回復状況にあるが、原価率が高く、今後の経済環境次第で販売数量が左右され、経営状況を圧迫するおそれがある。
		食料品製造業（総務担当）	・景気が上向きになる要素がないため、変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・地元の大規模イベントに出展したが、来客数は多かった上に、商材への反応も良く、受注に期待感が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・材料の入荷や品質についても、度々問題が発生するため、懸念がある。
		電気機械器具製造業（従業員）	・部品の遅延が解消されておらず、思うような生産活動ができず、出荷も遅れている。しばらくこの様子は変わらない。
		建設業（経営者）	・受注件数は増えているものの、1件当たりの価格が小口化している。
		金融業（調査担当）	・製造業は海外を始めとしたIT需要の落ち込みが、どの程度持ち直すか不透明な状況が続く見通しである。非製造業は観光関連でインバウンド需要の増加が予想されるが、働き手の確保次第では思うような稼働ができない可能性もあり、慎重な見方をする企業が多い。
		金融業（経営企画担当）	・引き続き、海外からの旅行者が多く訪れ、景気は良い方向に向かう部分もある。一方、物価上昇による国内景気の冷え込みにより国内の消費は増えず、結果的には変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・諸物価が上がるなか、新聞購読料も値上げしており、読者からは家計が厳しく購読中止も検討しているという声を聞く。物価高に購読者の収入増加が追い付いていない状況は今後も続く。
		-	-
	x	食料品製造業（製造担当）	・電気代の高騰は落ち着く気配がなく、売れても利益は出ない。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		求人情報製作会社（総務担当）	・海外からの旅行者も増えており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきている。
		人材派遣会社（営業担当）	・国の経済対策や世界情勢が不透明なかで、生活が不安だという話を聞いている。先行きについても、消費にお金が回らないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は減少傾向にあるが、医療や福祉等、人手不足感が強い業種では、引き続き求人需要が見込まれている。
		職業安定所（職員）	・不安要因を払拭するほどの好材料のないなかで、企業活動や個人消費が拡大するとは考えにくい。
	民間職業紹介機関（経営者）	・現場技能者の求人は、派遣、パート、契約、アルバイト等で多いものの、多くの方が望む正社員求人は、現状維持で変わらない。技術や専門性の経験が浅い求職者には、困難な状況である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・中小企業において、円安や物価高騰等のダメージやゼロロゼ口融資返済の影響が懸念されるところである。生産活動の沈滞と価格転嫁による買い控えや人手不足によるサービスの低下が、消費低迷につながることも懸念される。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・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。
		その他専門店〔雑貨〕 （店長）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安が軽減している。
		都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要因としては原油価格の高騰や金利上昇などがあるが、過度な状況にならないければ、このまま良い状態となる。
		旅行代理店（営業担当）	・来月も今月以上の120件に迫る団体旅行の案件があり、更に多忙を極める月になりそうである。しばらくは景気の良い状態が続くと推測する。年末年始も、過去3年間自粛したりパウンドで旅行に出掛ける人が増加する。
		タクシー運転手	・寒くなると利用客が増える。年末は多忙になる。運転手不足で稼働率の低い状態が続いている。
		美容室（経営者）	・これからは行楽シーズンとなり、正月も間近に迫ってくるため、来客数の増加に期待する。
		一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・政府の経済対策に期待している。
		百貨店（経理担当）	・物価高の問題はあるが、それ以上に客の消費マインドは上がっている。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の消費は堅調に推移している。経済対策の効果も見込まれる。
		スーパー（店員）	・値上げが続いているものの生活必需品は購入されるため、他店に比べ安価な当社への来店が続く。
		スーパー（販売担当）	・年末商戦が活況となり家族連れで買物に来るため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（企画担当）	・中国からの旅行者が戻れば更に売上増加が期待できるが、物価上昇による経済の冷え込みも懸念される。
		コンビニ（店長）	・年末年始に入れば季節的な需要拡大が見込める。ガソリン価格がまだ高騰しているため車移動よりも電車移動が増えれば、駅での需要は高まる見込みである。
		コンビニ（店員）	・クリスマスに向けて、チキンの販売やケーキの予約が始まる。
		コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がない年末年始を迎えることから、瞬間的なものであるが景気は回復すると見込む。
		コンビニ（本部管理担当）	・今月は総じてネガティブな印象であるが、これから先はコロナ禍から脱した年末商戦となるため、景気はやや良くなる。今夏と比較した場合、コロナ禍から脱したといえるくらいの好景気が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・客の仕事量を聞くと、増えてきてはいるが長期出張など県外での仕事が多いとのことで、地元では仕事量がまだ回復していない様子である。地域の景気回復には地元での仕事の増加が必須であり、今のところ大きな変化はみられない。
	衣料品専門店（売場担当）	・日々の売上目標が大分上がっているがそれを達成できている。夏が終わって時季的にスーツが必要となり、また、成人式や就職活動が控えていたり皆スーツを着て仕事に行く機会が多くなるためスーツを新調する人が増えていることから、先行きはやや良くなる。葬儀については家族葬もまだ多いが、最近ではきちんとした葬儀が増えてきたからと、礼服を利用する人がかなり多い。	
	衣料品専門店（販売企画担当）	・まだ暇だと言っている同業者が多いが、良くなっているところも出てきている。	
	衣料品専門店（売場担当）	・年末年始になり、社会全体の消費が上向く。	
	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、飲食関係の客からリフォームや新規出店等の計画が出始めた。一般住宅についても、今まで中断してきた新築及び小規模改修工事の具体的な見積依頼が入り始めた。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価高騰が続くなか、賃上げが持続的に行われるかが鍵であり、期待している。
		高級レストラン（経営企画）	・物価高により節約傾向は続くが、新型コロナウイルス感染症収束後初めての年末年始に期待したい。
		一般レストラン（経営者）	・上向いている店頭販売にもう少し力を入れていきたい。
		観光型ホテル（支配人）	・年末に向けて忘年会の予約が好調である。
		都市型ホテル（総支配人）	・今年の年末は何の規制もないことから、期待したい。ただし、全ての仕入れが20%程度値上げされるなかで価格転嫁が進まず、先行きはこれまでになく心細い。
		旅行代理店（経営者）	・7月から10月は前年より少し良く、月ごとに少しずつ景気が良くなっているため、11～1月にかけてもやや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・旅行需要が徐々に戻りつつある。
		テーマパーク（職員）	・このままの状況が続けば、やや良くなる。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・通勤通学客も含めた一般乗客のマスク着用率が低下しており、車内感染を気にしなくてよい状況になったと判断する人が多い。そうした状況も追い風である。
		美顔美容室（経営者）	・年末に新たなキャンペーンセールがあるため、販売量の増加が見込める。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期に入るため、この時期に集中して来店客が見込まれる。
		商店街（代表者）	・3か月後もこのままの状態が続く。
		商店街（代表者）	・景気が上下する要因が見当たらない。外国人観光客では、おにぎりを購入する人が増えている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・コロナ禍から抜け出せない。当業界では、まだ悪い時期が当分続く。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先も今月並みの状態からそのまま変わらない。大きな経済対策や期待できる要因がない限り、今の状態が続く。ある程度消費拡大は進むが、貯蓄も節約も考えなければならぬ。減税も含めて大きな経済対策による消費の増加を期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ物価が上昇すると、出費を減らすことを誰もが考える。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での飲料の利用は、まだ厳しい状態が続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ウクライナ情勢やパレスチナ情勢等、不安定なことが多すぎて景気の先行きをはっきりしない。また、円安や物価高がどの方向に向かうかもはっきりしない。これらのことから、先行きが見通せない。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・年内は物価高が続くなかでの様子見となる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響が続く。
		百貨店（総務担当）	・今年は暖冬との長期予報で、冬物衣料や雑貨の販売では苦戦が想定される。各種商品値上げの影響により値上げ分は売上増加となるものの、消費者の懐具合には限りがあり、節約志向が高まりを見せつつある。所得減税も今の様子では即効性はなく、売上を下支えする要素にはならないが、企業の業績回復に伴う冬のボーナス消費に期待したい。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド需要の拡大や商品の値上げによるかさ上げで売上は増加を見込んでいるが、その反面、生活防衛意識の高まりによる消費へのマイナスの影響が予測される。
		百貨店（経理担当）	・物価高に伴う消費マインドの低下や生活防衛意識の高まりが消費減退をもたらすと考えていたが、実際の個人消費は、引き続きそれらを上回る強さが持続している。
		百貨店（営業担当）	・現状は維持できると考えるが、消費意欲の拡大には経済情勢の好転や出費用途の広がりが必要のため、それほど見込めない。
		百貨店（販売促進担当）	・国内消費は値上げの影響が多少あるものの、インバウンドによる売上が更に増加するため、現状と余り変わらないと予測する。
		百貨店（販売担当）	・国内消費は年末に向けて伸びていくと期待したい。今後はインバウンド需要が鍵になってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・乗客数回復の傾向は続いているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて、ファミリーで長時間滞在する客は減った。
		スーパー（経営者）	・地域への来訪者は増加傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前よりも、飲食店は席の間隔を空けて席数を減らして営業しており回転数に限りがあることや屋台の店舗が増えたことで15時以降の来客数が伸び悩んでいる。人出の割には売上に結び付かない。
		スーパー（店長）	・2か月後には年末年始を控えているが、今年に入り来客数は減少し続けており、現状と流れは変わらない。
		スーパー（店員）	・11月から米の値段が上がるため価格を改定する。弁当など総菜関連も一部値上げをするが、その影響がどう出るかわからない。
		スーパー（店員）	・全ての物の原価が上がっているなかで、商品販売数はなかなか上向かず、最低限の商品しか動かない状況が続いている。まだ景気は良くならない。
		スーパー（販売担当）	・売上予算の達成は続いている。年末商戦の出足も好調で、このままの状況が続く。落ち込む要因が見当たらない。
		スーパー（営業企画）	・最低賃金の上昇など景気回復への期待はあるが、商品価格の上昇は相変わらず続いており、景気上昇は見込めない。
		スーパー（支店長）	・景気対策は現実性に乏しいためか、相変わらず良くなるという実感がまだ得られない。消費は厳しく、今後もこのまま低い水準で推移する。
		コンビニ（店長）	・秋のイベントが順調に開催されて少し回復感が出てきたので、このまま続いてほしい。10月からの食品値上げの影響が心配である。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増えてきており、この勢いで冬季も伸び続けると予測する。また、インバウンドの来店も観光地の店舗では急上昇している。
		コンビニ（店長）	・12月にかけてクリスマス商戦の動向が気になるが、最近の来客数や売上等の動きから、前年同期とそれほど変化がないとみる。
		コンビニ（店長）	・足元の売上は前年同月を下回っているが、8月から10月の推移をみると例年並みである。物価高による節約モードが安定してきている。
		コンビニ（商品開発担当）	・値上げによる消費者の買い控えは目立ってみられず様子見の状況であるが、大きく変わらないと予想する。
		衣料品専門店（経営者）	・上質な商品を好む人は、しばらく足が遠のいていても来店した際には購入してくれるため有り難い。そういう客の来店を期待している。
		家電量販店（店員）	・大きな見積案件もなく、余り期待できない。
		家電量販店（営業担当）	・物価の上昇及びガソリン価格の高騰により、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・現状から大きく変わらないと考えるが、物価高で生活費の支出が増えていることで、客には節約傾向が見受けられる。物価高が今後どのように推移するか注視したい。
		乗用車販売店（経営者）	・燃料油価格激変緩和補助金は延長しているが円安も続き、必要なことには金を使うがレジャーや趣味に掛ける費用はまだ抑えられ気味であることは変わらないため、良くなるとは言えない。
		乗用車販売店（従業員）	・年末に向かって活気付いてほしいが、やはり物価高の影響は非常に大きい。ここで何か大きな自然災害でも起これば、本当に悪い方向に向かってしまう。
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数は減少しているが、新型車等の値引き販売が無くなっているため、会社の利益は増加している。
		乗用車販売店（従業員）	・生産は回復しているが、価格が高いため成約に結び付きにくくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・なぜこれほど販売状況が悪いのか、判断材料がなく動きも少ないため見当が付かない。悪い理由が分からないので悲観も楽観もできない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから年末年始を迎える準備が始まり、諸物価の上昇を一層ヒシヒシと感じるようになってくる。昔ならば年末に向けて、この際だからと大型商品の買換えが検討された時期だが、今はそのような浮かれた雰囲気は全くみられない。
		乗用車販売店（販売担当）	・決算期に向けて元々車検や点検の客が多くなるため、爆発的な売上は見込めないが、多少は販売実績が上がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・円安、物価高が改善されない限り、回復は厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・特に良くなると思えないが、ボーナス等の支給時期なので、それなりに金が消費に回ることが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・年金生活をしている客が多いため、以前のように外食に金を掛けられなくなっている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・減税を打ち出しつつも実際のところ増税も見込まれ、何とも判断しづらい。中東やウクライナの情勢不安定も含めて、何ともならない複雑な心情である。
		観光型ホテル（経営者）	・12月から1月は、10月と比べると季節は良くないが、団体客が増加傾向にある。特別なことがない限りコロナ禍で旅行ができなかった人が旅行に出掛けたり、社員旅行の予算執行が見込まれる。先行きは現状と変わらず、やや良い状態が続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きは変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・現在の予約状況に鑑みて、変わらないと予測する。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザよりも円安や世界情勢の方が気になると、旅行業界はかなり敏感に左右されるため心配が増える。冬は国内旅行地が閑散期になるため、久しぶりの海外旅行客をターゲットに期待しているが、円安が足かせにならないか心配である。人気の観光都市への国際線再開に期待している。
		旅行代理店（経営者）	・飲食料品やガソリン代の値上げの影響などで、旅行先も安近短になっている。比較的旅行に支出できる高齢者やインパウンドの多い地区とそれ以外で差が出てきそうである。
		タクシー運転手	・今現在の景気は良いとはいえないが、今後年末が近づくにつれて忘年会等で出足は一時的に増える。しかし、年未年始だけとみるため、先行きは今と変わらない。
		タクシー運転手	・物価高の影響がある。
		通信会社（企画担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の継続や減税の示唆などはあるものの、食品を始めとする物価高による消費マインドの低下は大きい。
		通信会社（サービス担当）	・既に光回線を導入している家庭が多いため、販売量は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・特段変わらない。
		通信会社（営業担当）	・情報機器の販売単価は上がったまま据置き状態であることに加えて、作業費の値上げも実施されたため、2～3か月で良くなると思えない。
		テーマパーク職員（総務担当）	・経済対策が不透明である。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、前年同日比で少し増加している。しかし、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行する前後から来場者数は低迷が続いており、しばらく景気は良くなると思えない。
		美容室（経営者）	・物価上昇、円安が変わらない限り、客は金を使わず自粛する。
		美容室（経営者）	・まだ物価上昇が止まらないため、当分の間は景気が上向くことはない。
		設計事務所（経営者）	・今、種まきをする案件がなければ、3か月先も変わらず悪い状態は続く。
		住宅販売会社（従業員）	・原材料価格や人件費の高騰もあり、販売価格の見直しを迫られている。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今まで出していた見積案件などでも、客が工事を見合わせるが続き受注まで進まない。少し不安である。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・経済対策がこれから機能すると見込めない。低所得世帯への現金給付では、消費行動への良い影響は全く期待できない。
		商店街（代表者）	・物価高、光熱費値上げの一方、中小企業では従業員の給与が改善されておらず、各場面で節約志向が定着しつつある。
		商店街（代表者）	・物価上昇は止まるところを知らず、日用品以外の物が売れない。減税政策も効果は不透明であり、短期での景気上昇は期待できない。
		商店街（代表者）	・良くなる要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・通常は給料日には来客数が増えて売上も増加するが、今月はそのような様子が見られなかった。インバウンドの来客があり、カジュアルな商品の売行きは好調であるが、高額商品はそれほどではない。単価が低いので、売上は厳しい状態が続く。
		スーパー（店長）	・値上げによる1品単価の上昇により、買上点数の減少傾向には歯止めがかからない。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーの値上げがまだ続いている。
		スーパー（総務）	・減税案が議論されているがまだ先の話であり、冬のボーナスも今の売上では余り期待できない。
		スーパー（販売担当）	・今年は暖冬が予想されているが、寒い日はあるので燃料費等の高騰が生活に影響を及ぼすことは確実である。それを踏まえると景気が上向くとは考えにくい。今は動きの良い衛生用品も落ち着いていくことが見込まれ、売上をけん引する商品が少ない。
		コンビニ（エリア担当）	・減税案などは今後に期待が持てず、買い控えにつながりそうである。
		コンビニ（店長）	・必要経費や必要な出費ばかりが増え、小規模店舗で多く取り扱うような酒、たばこや菓子等のし好品は買い控えると予想する。よほどのヒット商品でも出ない限り、節約志向は継続される。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・前年までは新型コロナウイルス感染症対策による特需やプレミアム付商品券があり1割程度の売上増加があったが、今年はばらまき施策の減少、物価高による買い控え、リベンジ消費やコト消費への移行がみられるため、前年割れが続く見込みである。
		乗用車販売店（営業担当）	・外食や遊びに行く人が増える一方で、ガソリンなど燃料価格の高騰や食料品の値上がりによって、余裕がないという人が増えている。
		乗用車販売店（経営者）	・年末に向けては買い控えが起きることが多い。1月以降は回復基調になると予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅延は無くなったものの、新規の受注が減っているため、先の売上が減少する。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年、年末に向けて販売台数は減っていく傾向にあるが、9月、10月が既に減ってきており、先行きに不安がある。年が明けるとまでは厳しい状況が続く。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げの影響により販売量が減少するなか、仕入先からは値上げの連絡が絶えない。販売先の飲食店からも、忘年会シーズンの予約は例年よりも問合せが20%ほど減っていると聞く。消費者からも、し好品を中心に購入を控えるという声もあり、更に販売量が減る見通しである。
		旅行代理店（営業担当）	・団体旅行が10～11月に集中しすぎており、反動として落ち込みが見込まれる。次年度に向けて、需要の分散化や人手不足対策が求められる。
		観光名所（案内係）	・世界情勢や国内の政策、その他どこをみても景気が良くなる可能性は非常に少ない。何とかしなければならぬが、どうしたらよいか分からない。
		理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上昇し生活が苦しくなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入商品の値上げの波は落ち着いたかにも見たが、この秋に再来した。レンタル価格は上限価格があるので上げられず、利益を削るほかない。
		設計事務所（職員）	・円安の継続と景気が良くなる要因がないことが懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・倒産するメーカーが出てくると連鎖が始まり、職人がいなくなってしまうと、事業継続を断念せざるを得なくなる。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・施主の大半は物価高への不安を口にする。このまま何も変わらなければ悪いのが当たり前となり、回復が見込めない。厳しい状態がまだ続く。
	x	商店街（代表者）	・何でも値上がりしているという意識が客にあり、余分な消費を控えているように見受けられる。
企業動向関連		電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、年末にかけてそろそろ客先業界での設備投資が始まるという期待がある。実際に12月にかけて注文も入っており、年末に集中して客先業界の設備投資が期待できるため、先行きは良くなる。
(東海)		化学工業（営業担当）	・海外での紛争の情勢によって変わるかもしれないが、景気は底打ちした状況とみている。徐々に回復すると見込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（社員）	・電子部品関係の受注がいきなりストップして1年以上になるが、ようやく客の在庫がさばってきたので、3か月後には回復を見込む。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・客には特に北米自動車向けの設備投資意欲に衰えはみられないため、来月以降は引き合い、受注共に増加する見込みである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・中国の景気下降の懸念はあるが、中国に対する依存度を下げる取組は進んでいるため、当面は大きな問題となることはない。
		不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症についての不安は減少していくとみられ、外出や遠出をする人は更に増加を予測する。それに伴い今後の売上も増加して前年を上回る状況は継続する。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安は一過性ではなく定着しそうである。人手不足はますます激しくなる見込みで、自動化の促進がより一層求められる。中小企業の人手不足に対応する具体的な方法を提案したい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・年末年始は例年ならば荷動きが活発になる時期だが、今年は良い情報が入ってこない。今の悪い状況が続くとみられ、景気は現状と変わらない。
		化学工業（総務秘書）	・コロナ禍の収束に伴い外出や交流を楽しもうとするため、好況感は当面継続する。景気を悪くする特段の要因が見当たらない。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量の問題はないが、高騰した原材料費が利益を圧迫し、価格転嫁も十分できていないため、収益面では厳しい状態が続く。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量見込みから判断する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・しばらくは新製品の効果が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・1か月程度先の注文が入るが、ここ数か月間ほぼ同量で推移している。価格も材料の高止まり感はあるものの同額で推移している。この状態が来年初めにも見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・良くなる要因も悪くなる要因もないため、しばらくはこのまま変わらない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・一時的に良くなったようにも感じるが、紛争が発生するなど不安材料が一杯である。
		建設業（営業担当）	・インボイス制度により、今まで利用していた業者と契約ができなくなったり、そういった制約で業務自体が遅れることも多々あると見込まれ、事務作業に時間を取られる。景気は変わらない上に無駄な作業が増える。
		輸送業（経営者）	・荷主もコスト増加に苦しむなかで、運賃の値上げはなかなか進まない。
		輸送業（従業員）	・世界情勢と切り離しての国内景気の回復はありえない。たとえ物資、燃油等が以前のように流通するようになっても、価格は以前のようにはいかない。当分苦しい状況が続くのではないかと。
		輸送業（従業員）	・原材料やエネルギーの価格上昇で食品やガソリンなど値上がりが続くなか、実質賃金が上がっていない。
		輸送業（エリア担当）	・荷主に対する運賃値上げの交渉は、運賃に対する社会的認識が不足するなかで敬遠、拒否されている。運送業界がコスト高を吸収して価格に転嫁できない構造が続き、物価高騰のしわ寄せは物流費にきている。景気が良くなるとみられる一方で、運送業界が抑圧されている。
		輸送業（エリア担当）	・業務量は伸びず減少傾向が続いている。業務量が減少するなかでの経費コントロールは難しい。
		通信業（法人営業担当）	・消費者心理はかなり冷え込んでいる。消費者物価指数の上昇幅と体感的な食費等の値上がり幅にはかい離を認識する人が多く、状況は非常に厳しい。仕事上でもこれといった景気の上昇を肌で感じることはない。
		金融業（従業員）	・今の状況からすぐに良くなるとは考えづらいが、年末年始の消費拡大に期待したい。
		金融業（従業員）	・物価高もあり、旅行をするにしても都市部のホテル代は非常に高い。新型コロナウイルス感染症が収束し、皆いろいろな行動したいが費用が高く、いろいろな意見も飛び交っており、今後長い目でみてどうすべきか迷いがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（企画担当）	・企業業績に加え、個人の給与が上がってこない、景気回復は厳しい。当面は現状の景気が続く。
		広告代理店（制作担当）	・年末年始に向けたイベント企画や広告の受注も、様々な値上げによる影響で余り期待できない。
		会計事務所（職員）	・大きく変化する要素が思い付かない。
		食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇により、販売量が大きく減っている。
		鉄鋼業（経営者）	・先行きの需要増加や見積件数の増加が見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・市場からの引き合いが減少している。客先の人手不足などの影響もあり仕事が進まず、引き続き数量面での減少が予想される。
		建設業（役員）	・毎年11月以降は、年末年始に向かって客の動きは悪くなる。ただし、住宅ローン減税が12月入居分までは現状維持で来年1月より減額となるため、この要素に対して少しでも駆け込み需要があることを期待したい。
		建設業（経営者）	・我が国のリーダーによる人選や施策等が明確にみえず、これでは景気が良くなるとはとても思えない。
		輸送業（エリア担当）	・世界の情勢が不安定である。
		通信業（総務担当）	・燃料油価格激変緩和補助金は延長されても、電気・ガス料金にも値上げの不安があり、食料品は更に値上げされるであろう。収入の伸びが見込めないなかでの物価高騰には全く困惑している。ゆとりがなくただ生きるだけの生活である。
		通信業（法人営業担当）	・知人から、大変裕福な家庭で北海道やフィリピンに引っ越した子がいるという話を聞いた。先見の明のある親は早くから脱定住、脱日本を意識した教育を施している。日本マーケットは、次世代教育の弱さや期待感の薄れから、ますます縮退していく印象を受ける。
		不動産業（開発担当）	・ゼネコンの受注量が増えていると聞いており、今後工事費上昇の懸念がある。
		公認会計士	・少しずつ需要は戻ってきているが、深刻な人手不足により機会損失が発生するリスクが高まっている。特に年末にかけて忙しくなる飲食業界は、賃上げを行って求人しても人が集まらないのが実情である。採用コストが高まることで既存の人件費上昇にもつながり、今後の傾向としてはやや悪くなると予想する。
		会計事務所（職員）	・節約志向が続き、売上単価は目に見えて減少している。利益の確保も仕入価格等の高騰で難しい。売上の減少に伴い余剰人員が発生すると、今後は人員整理も考えられる状況である。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・給料は上がらず物価が上がっているため、景気は良くならない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・電気自動車の開発も一段落し、次に何が来るかに興味がある。自動運転を含めた省人化の取組の進展いかんに懸かっている。労働人口は間違いなく減るため、生産現場でも無人化が必須のはずだが、遅々として進まない。法整備を含む仕組みの問題である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・インフレが進んでおり、広告に回る金が増えるとは思えない。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・法人関係の忘年会で予約状況は良い。
		人材派遣会社（社員）	・12月のボーナス後に転職を見据えた動きが続く。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの向こう3か月の生産計画は、前年同期比16%の増加である。10月中旬に取引先で起きた爆発事故の影響に伴い車両生産を一時停止しており、生産停止に伴うぶん回分を織り込んだ目標である。別の大手自動車メーカーも新型車種の販売が好調であるが、製造過程における人材確保に苦戦することが懸念される。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇しており、今後も引き続き上昇が見込まれる。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・人材サービス部門において、企業からの依頼は前年と比べ増加していて良好である。マッチングが鍵となるため、年末年始にかけて人の動きがある時期に人材確保が順調にいくよう期待している。
		人材派遣会社（営業担当）	・年内は求職、求人共に動きが停滞する。
		人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・欧州からは景気後退の声も聞こえてくるが、当地域では自動車関連を中心とした開発案件の活況に変わりはなく、それに伴い当社への引き合い数も過多状態を維持している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気の回復する材料が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・回復基調ではあるが、戦争や資材価格高騰などがあり、現在の状況が続く。
		職業安定所（所長）	・人手不足は続いており、物価高騰や原材料不足も事業活動に影響を及ぼしている。依然として事業活動の回復には業種・業態による差があり、この状態が定着しつつある。
		職業安定所（職員）	・業種によっては、仕事は順調に伸びているが、人手不足により利益に影響が出ているという声を聞く。当面この状態が続く。
		職業安定所（職員）	・求人減少、求職増加の流れは今後も続きそうであるが、大量離職が多く発生するような更に悪い状況にはならないと考える。
		職業安定所（職員）	・今後も物価高が続き、より一層商品への価格転嫁が進んでいく。また、会社存続のための利益確保が課題となる。人手不足でありながら、人件費に掛けられる資金が不足している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて採用が加速する時期ではあるが、慎重に見定める企業も増えてきているため、これまでのような右肩上がりのすう勢維持は難しいと予測する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・本年度卒業予定者を対象とした採用募集の追加的案内も落ち着き、次年度採用の告知が始まりつつある。採用側も新型コロナウイルス感染症発生前の流れに戻ってきており、落ち着いた印象を受ける。
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる根拠も悪くなる根拠も特にない。
		人材派遣業（営業担当）	・社会保険料が徐々に上昇しているなか、大幅な最低賃金改定や賃金上昇は期待できず、冬季ボーナスは貯蓄に回す世帯が増加する。外国人労働者も日本以外の国へ行くケースが増えているため、生産力の強化も厳しい状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	・インフレの兆候があるなか、求職者不足のためDXやアウトソーサーの活用による業務の効率化を検討する企業が増加傾向にある。中小企業では対応策に苦慮する企業が増加している。
		職業安定所（職員）	・小規模事業者の廃業等が増加している。大規模小売店の廃業も発表されるなかで、より大規模な廃業等が発生するおそれが高まっている。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北陸)		タクシー運転手	・これから寒くなり、飲食の機会が多くなるため、利用客が増えるとみている。
		商店街（代表者）	・値上げの状況は落ち着くと考える。暖冬になるとの予報があり、冬物商材の動きを懸念しているが、天候が良ければ来客数も増えて商店街の売上増加につながる。高齢者や子供が外出を控えなければ、回復は早いとみている。
		商店街（代表者）	・例年カニ漁の解禁とともに観光客が増えるシーズンとなる。インバウンド需要も引き続き増加が見込めることから、売上が期待できる。反面、相変わらず日本人の需要は停滞気味である。売上は絶好調だが、経費も大きく増えているため、経営としては難しいかじ取りを迫られている。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で来客数が増える。
		スーパー（仕入担当）	・年末が控えるなかで、帰省客や観光客の増加が見込める。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在の傾向が続くとみている。コロナ禍で抑制されていた外出機会に対して、客が新調する傾向が高いため、各店で買上点数が増えている。単価上昇の影響が少ない傾向が続けば、回復傾向は継続すると考える。
		観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いている。
		通信会社（営業担当）	・現在の新品における在庫遅延が少しでも改善されれば、販売数が伸びる見込みはある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・街中ではマスク姿も天分減ってきている。出歩く機会は着実に増えているようだが、まだ金を使おうという雰囲気ではない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・客は増えているが、円安や値上げ等の影響で客の財布のひもが固い状態が続いている。多少は上向きになるとみているが、ギフト等への影響を懸念している。
		百貨店（売場主任）	・今後、中国からの直行便が再開する見込みであり、インバウンドによる売上の更なる拡大を期待する。お歳暮関連の動きが良く、前年並み程度の売上を見込む。
		スーパー（店長）	・物価高は変わらず続き、給与は全く上がる状況ではない。
		スーパー（店舗管理）	・光熱費が間違いなく高騰するため、家庭ではコスト上昇分を日々の食費により調整するなど、更に出費を抑える傾向である。
		コンビニ（店舗管理）	・当地は雪国のため、昨今の悪天候のみが不安要素である。
		衣料品専門店（経営者）	・天候が秋らしくなり、物価高が落ち着いてくれば、売上も少し回復すると考える。
		家電量販店（店長）	・故障するまで買換えの動きがなく、買い控えが続きそうである。
		家電量販店（本部）	・ガソリン代や電気代の補助金継続によって悪くはないが、良くなる材料もない。
		乗用車販売店（経営者）	・低迷状態が続いているため景気の向上を期待しているが、何か刺激や変化がなければ変わらないと考える。
		乗用車販売店（役員）	・販売面で苦慮する状況への改善が見込めない。
		住関連専門店（役員）	・円安やインボイス制度、物価高、増税など、積極的に消費をしようという話題が全くない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上悪くなってほしくないが、良くなる傾向が全くみえない。
		高級レストラン（スタッフ）	・1～2月は個人客の動きが中心になるが、足元の物価高で低調に推移しているため、手応えがみられない。
		一般レストラン（統括）	・比較的好調な状態が続くとみているが、今以上に良くなるまで景気が上向きになるとは考えられない。プラス要因は、年末年始での帰省や旅行、インバウンドなどの需要が続くこと、マイナス要因は円安や物価高騰も継続することである。
		スナック（経営者）	・周辺にマイナスなことが特別に起こらない限り、この状態が続くと考える。
		観光型旅館（経営者）	・11月のカニ漁の解禁や12月の忘年会など団体客の問合せが増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・生活必需品の値上がりで生活防衛意識が高く、節約傾向が強くなるとみている。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行はシーズンオフになっているため状況を判断するのは難しいが、忘年会や新年会の予約状況を見ると好材料は見当たらない。
		タクシー運転手	・1人当たりの売上としては限界値までできているため、これ以上は見込めない。ただし、人材不足を解消できれば全体としてはまだ上がる見込みがある。
		通信会社（営業担当）	・新機種が発売され、販売数は伸びてきているが、一過性の動きだとみている。
		通信会社（役員）	・特段のイベントはないが、前年と同様の新規契約者数を確保できると考える。
		通信会社（役員）	・今後の物価上昇を注視しているが、現時点では景気の大きな変動要因が見当たらない。
		テーマパーク（役員）	・全体の来客数の動きは微増にとどまり、消費はやや鈍くなっていることから、現状維持になるとみている。
		美容室（経営者）	・10月から最低賃金が大幅に引き上げられ、中小零細企業は経費が膨らみ、経営が苦しくなってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅資材価格も人件費もまだ落ち着かない雰囲気、それらが落ち着くまでは厳しい状況だと考える。キャンペーンなどでサービス感を打ち出しても、客の動きに余り変化がないように見える。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示会などのイベントを企画しても来場者が増えないため、回復が見込めない。
		住宅販売会社（営業）	・同業他社の倒産や廃業が相次いでおり、業界の景気が悪くなることを懸念している。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気対策が後手で、現状から良くなる要素は今のところない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・お歳暮ギフト、クリスマスケーキ、おせちといった食を中心とした企画が多くなり、来客数は前年ペースで推移するとみている。ギフトは予算や件数を抑え気味だが、クリスマスケーキやおせちはプチぜいたく志向で売上の増加を見込んでいる。ただし、当店はギフトの構成比が高いため、前年より厳しくなると考える。
		百貨店（販売担当）	・日々の食品価格の高騰にはやや慣れが出て、珍しい物の購入や、団体での飲食店利用には抵抗がなく、客の動員がやや増えている。しかし、今年は暖冬との報道があり、高利益の衣料品における客の購買行動がより慎重になっている。買えないではなく、よく考え、更に低価格のものをネットなどでも探すという購買に慎重な動きになっていると考える。主力の衣料品は春先まで苦戦が続くと予測しており、今後は悪化を見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・我が国のエンゲル係数が40年ぶりに26%を超えてきたとの報道があり、家計の負担になるため、やや悪くなると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・年末年始商戦でもセール時期が近くなると売上が減少することは前年と同様とみており、苦戦を強いられると考える。
		家電量販店（店長）	・主要商材の客単価が前年よりも低い。節電節水等の提案をしても想定予算内での購入が多く、物価上昇により現在の出費を極力抑えたいと考えている客が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・イベントや出張展示会等は通常どおりにできるが、物価高などでやや悪くなっている状況は変わらない。
		自動車備品販売店（役員）	・値上げや物価の高止まり、世界情勢などにより明るい兆しが全くない。自動車販売業界においては各メーカーから新車の発売は多くあるが、ディーラー販売店の囲い込み施策や締め付けも多く、一般販売店は車両確保もままならない状況である。貧富格差も増えているが、販売店格差も今後更に拡大するとみている。
		都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約の受注が減少、金沢以外はインバウンド需要が弱く、稼働率の低下とともに料金設定も下がると考える。
		通信会社（職員）	・物価上昇や賃上げに対する政策の効果が見えづらい。
		パチンコ店（経理）	・パチンコ業界は良くなる兆しがみえない。遊技台の高騰などで一層経営が厳しくなる。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・今以上の物価上昇が続くとみており、寒くなる時季に向かって活発な行動が少なくなるため、入会等の動きに期待ができない。しかし、各種経費は確実に上昇してくるため、経営は非常に苦しい状況が続くと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	・インフレによる家計への悪影響と社内の人手不足により、リフォーム需要の取りこぼしが続くとみている。
	×	コンビニ（店長）	・客の動きが金を使わない傾向になっている。1日に3回利用していた複数の常連客が1日1回しか来店しなくなっている。来店が生活のルーティンになっていたのに、1日3回利用する客がほぼいない。かなり心配な動きで、明らかに身の回りの景気に影響すると、危機感を抱いている。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		化学工業（総務担当）	・受注量は増加傾向である。
		輸送業（管理会計担当）	・足元では若干ではあるが物量は戻りつつあることから、年末に向けて、物量の回復を見込んでいる。
		金融業（融資担当）	・飲食や宿泊などの観光関連は、引き続き国内観光客やインバウンドの増加に加え、年末に向けての会食需要などから改善傾向が続くものとみている。
		税理士（所長）	・年末に向けて人の動きが活発になり、特に小売業や飲食業の業績が上向くとみている。原材料の価格高騰による価格転嫁は続くが、企業の賃金アップとうまくバランスがとれば、景気は良くなると考える。
		食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止問題は強烈な向かい風だが、国内向け販売はいずれのチャンネルも引き続き好調を維持できる見通しである。
		プラスチック製品製造業（広報）	・施工業者不足の解消がみえず、原材料価格の高騰も継続している。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注状況から変わらないと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車やオートバイ関連部品の受注状況は、完成車メーカーの生産量が大きく変動しないため、変わらないとみている。企業の設備投資は業種によって格差があるものの、当面大きな変化がみられないため、設備関連部品の受注も大きな増減はないと考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・悪くなる要因は余りないが、良くなる要因も余り見当たらない。先行き不透明な状況が続くとみている。
		建設業（役員）	・先行受注量の増加が期待できず、現状維持で精一杯だと考える。
		通信業（営業）	・政府の抜本的な景気対策がないなかで、一部の業種を除き、全ての商品において値上げが続いているため、需要拡大への好転を期待できず買い控えが続くと見込んでいる。
		司法書士	・来年3月の北陸新幹線延伸に向けて、街づくりや新店舗など多くの企画が進んでいる。
		繊維工業（総括）	・世界的なインフレの影響により需要が減退したスポーツやアウトドア分野において、特に欧州市場での回復が遅れているなど、先行きへの不透明感が強くなっている。
		輸送業（経理）	・暖冬の予報が出ているため、近年の流通量より増加を期待したいが、物価高などで消費が減退するとみている。
		金融業（融資担当）	・建設業はコスト増加を受けた工事規模縮小や延期の影響で受注が減少している。機械設備関係の製造業は、取引先の設備投資に慎重さがみられ受注は減少している。
		不動産業（経営者） 電気機械器具製造業（営業担当）	・同業者や法人客から活発な話を聞かない。 ・車載関連以外における電子部品の新規製品への動きが非常に少なく、現時点で先々の相談案件すら獲得できていない状況である。そのため、ここ2～3か月のスパンでは、上向く要素が何もない状況になっている。
雇用 関連 (北陸)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年末から新年に向け、新たな人材案件が発生すると考えられ、それに応じて求職者の就労が増加し、多少上向きになるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始に向けてUターン就職を希望する人に向けた求人特集などを予定している。例年、ゴールデンウィークやお盆時期と比べ、地元での就職希望者を取り込もうとする出稿が増えるため、季節要因もあり期待している。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・円安が続き、エネルギーコストは依然として高いと考える。引き続き、物価上昇も懸念している。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症への対策が緩和したことで人流が回復していることから、今後の業務量増加を見込んで増員するための求人が出てきている。しかし、10月の最低賃金の改正による人件費の増加や、光熱費、物価の上昇により求人を控える事業所もある。全体として人手不足は続いているが、求人数の増減幅が少ない状態も続いている。
		職業安定所（職員）	・物価上昇等の不安要素はあるものの、新規求人数は底堅い状況である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をしていても応募者が少ない状態が長く続いている。人手不足が続き、この先の経済活動が鈍ることを懸念している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
		人材派遣会社（役員） 職業安定所（職員）	・派遣先企業から依頼数の復活が見込めない。 ・物価高騰分を価格に十分に転嫁できていないとの情報を事業所より聴取している。そのなかで国際情勢などが悪化しており、良い材料が見られない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（服飾品担当）	・インバウンドの来客数にはまだ伸び代があり、年末年始の商戦でも大きな貢献が期待できるため、高額品を中心に売上が拡大すると予想される。一方、国内消費はプロ野球の日本シリーズなどの結果にも左右されるが、生活シーンの充実を提案した売場が好調なことから、引き続き成長することが期待される。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、クリスマスパーティー需要や、年末年始に向けた土産需要、大人数でのごちそう需要などの回復が見込まれる。
		高級レストラン（企画）	・個人客や企業による会食需要が回復してきたほか、今後は中国人客の更なる増加が見込まれる。
		タクシー運転手	・現状が底であり、年末にかけて緩やかに上向くが、例年ほどの動きは期待できない。
		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・紅葉シーズンに入り、インバウンド需要の増加が見込まれるが、卸売については不透明である。
		一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・年末商戦に向けて、注文が徐々に入り始めている。前年の年末よりも、商品の販売が増えることを期待している。
		百貨店（企画担当）	・回復が遅れている、中国からの団体旅行客の増加が期待される。
		百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初の年末商戦に向けた企画により、来客数が増加する。さらに、プロ野球の在阪球団応援セール継続による、売上の拡大にも期待している。
		百貨店（管理担当）	・コロナ禍も比較的落ち着いており、以前のような年末商戦の盛り上がりを目指したい。円安傾向もプラスとなり、インバウンド需要も好調が見込まれる。
		百貨店（外商担当）	・価格の上昇にもかかわらず、高額品、特に海外特選ブランドの衣料品などの需要は好調に推移している。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドの順調な増加が続いている。さらに、国内の観光客を中心とした来街者も増えているなど、インバウンド以外も好調である。この状況は当分続くことが予想される。
		百貨店（外商担当）	・インバウンドは中国からの増加が見込まれるだけでなく、東南アジアや欧米からも増加が予想されるため、売上は更に上振れする。
		百貨店（マネージャー）	・小売については全体的にはインバウンド需要が大きな支えとなるのは間違いのない。一方で、国内客の動向も、クリスマスやおせちといった、季節商材やハレの日商材は好調に推移するとみられる。全体的には、物価の上昇による消費分野の2極化と、消費シーンの2極化がより顕著となる。
		百貨店（売場マネージャー）	・来街者の増加が見込まれる一方、コロナ禍の収束に伴い、消費先が海外に向かう可能性もあるが、全体的な景況感の上向くことが予想される。
		スーパー（店員）	・気候がようやく秋めいてきたほか、価格も少しずつ下がりそうなので、今後は期待が持てる。
		スーパー（企画担当）	・おせちやクリスマスケーキといった、年末年始の予約の動きが良い。コロナ禍も収束し、かつてのような年末商戦の活気が戻る気配はあるが、少し気になるところが、暖冬の予想である。鍋物関連などの季節商材の伸びが鈍化傾向となるおそれがあり、先行きが懸念される。
		スーパー（社員）	・前月以降、来店回数の増加が始まっている。賃金の上昇や株価の上昇により、積極的な消費動向が定着してきたと感じる。
	コンビニ（経営者）	・外国人観光客数はまだ増えると予想されるほか、多くの商品の値上げもまだ続くため、来客数、客単価共に上向くことが期待される。	
	コンビニ（店員）	・年末年始の休暇もあるため、旅行客による来店が増える。	
	衣料品専門店（店長）	・過去の固定客が4年ぶりに購入する動きが増えており、コロナ禍の影響が落ち着いてきたことを実感している。また、外国人客も増えており、先行きの来客数の増加が期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・これまで落ち込んだ分の戻りが出てくる。
		乗用車販売店（支店長）	・所得税減税の効果が、消費者の間に少し出てくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末シーズンに入るため、今よりも良くなると期待しているが、インフルエンザの流行状況に左右される。
		一般レストラン（店主）	・コロナ禍の意識もやや薄れ、地元のイベントやインバウンドの動きも出てくると予想される。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍が少し落ち着いてきたことで、旅行が増えたり、遠くに買物へ出掛けたりする人が増えている。当店でも、来客数は通常の水準に戻ってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月から再開予定の全国旅行支援への問合せがきている。ホテルはまだ人手不足が解消しておらず、今後は人手の確保が必要となる。海外からの団体客は定期的に需要があり、修学旅行も受注できているため、後は高単価の個人客がどの程度伸びるかである。
		都市型ホテル（管理担当）	・原子力発電所の処理水問題で、インバウンドの回復が停滞していると感じるが、個人客の動きは安定しているため、今後の需要に期待できる。
		都市型ホテル（客室担当）	・6月末で終了した全国旅行支援が12月に再開される。販売開始は11月中旬であるが、既に問合せが入っている。予約を開始すれば、販売件数が大幅に増えると予想している。
		通信会社（社員）	・通信キャリアの戦略が、他社からの乗換えよりも総販売数の増加にシフトしたため、乗換えのための費用投入が抑えられる。
		ゴルフ場（支配人）	・現状の予約の推移をみると、想定よりも動きが速いため、景気は良くなりつつある。
		競輪場（職員）	・年末年始となるため、業種柄、運任せの部分が出てくる。今月よりも客単価が上がると予想されるが、物価の上昇や円安の動きが続いているため、小幅の上昇にとどまる。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG競走やG1競走の売上は、インターネット投票が依然として好調であるが、前年や前々年ほどの勢いはない。ただし、年末に向かって数多くのビッグレースが控えており、売上の増加が見込めるため、やや上向きになると予想される。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・引き続きインバウンドは増加傾向にあり、国内の観光客も紅葉シーズンで増えることを期待している。
		住宅販売会社（総務担当）	・販売額の上昇に加え、引き合い件数も増加傾向にある。
		商店街（代表者）	・コロナ禍後の傾向としては、買い回り品の売上が回復していない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・物価の上昇による影響が徐々に広がっている。このまま落ち着くかどうかにより、3か月後の状況が変わってくる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・当店の商品は高価であるため、どんどん売れることはないが、卒業式や入学式に着たいという客が増えている。
		百貨店（売場主任）	・ライフスタイルが元に戻りつつある点は良いとしても、物価の上昇や中国経済の悪化によるインバウンド需要の鈍化といった悪条件もある。中間層の客は財布のひもが固くなっており、一気に景気が良くなる状況とは言い難い。
		百貨店（企画担当）	・節約志向が高まっているせいか、食品も客単価が少し下がっている。
		百貨店（販促担当）	・気候の変化や経済対策、コロナ禍の動向を踏まえても、状況に大きな変化はない。物価上昇への対策には期待できないものの、一定の慣れが出ることで、余り悲観的に捉える必要もない。年末年始には、単純に楽しさを訴求することが、消費の喚起につながると予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・食料品の売行き伸びが鈍化し、来店客の購買率が下がり始めているため、先行きが懸念される。
		百貨店（営業推進担当）	・円安の継続で、インバウンドによる特選高級ブランドの購入増が続くと予想される。さらに、年末年始のにぎわいがかつての水準に戻ると予想され、来客数も2けた増が続く見込みである。
		百貨店（売場マネージャー）	・円安の進行や物価の上昇により、商品の値上げはまだ続きそうである。特に地方都市は厳しく、都心への客の流出が目立つ。その一方、当店では外商客やインバウンドの動きが、かつての水準を上回っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（マネージャー）	・円安等の影響でインバウンドの増加が続くと予想されるが、国内客、特にライトユーザーの消費が活発になる材料は見当たらないため、インバウンドの動向に左右される状況が続く。
		百貨店（商品担当）	・不安定な状況が続くため、先の見通しが立たない。
		スーパー（店長）	・年末が近づき、出費が気になる時期になるため、状況は更に厳しくなる。
		スーパー（店員）	・2～3か月では給料も上がらないため、状況は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・インフレの動きや、厳しい競合の状況に大きな変化はないと予想される。
		スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末商戦、正月と、最も消費が活発化する時期を迎える。食料品の値上げやガソリン価格の上昇による影響は大きいですが、ボーナス増加への期待もあり、消費が一気に盛り上がる可能性もある。
		スーパー（販売促進担当）	・しばらくは現状の動きが続くと予想している。
		スーパー（企画）	・今後2～3か月では、所得税減税などは実施できないため、現状維持か、更なるインフレによる若干の悪化が見込まれる。
		スーパー（企画）	・インフレの影響を吸収するだけの個人所得の増加が進んでいる。食品以外では節約志向が強まる可能性はあるが、コロナ禍で大きく伸びた中食需要は足元も伸びているなど、食品はしばらく堅調に推移する。
		コンビニ（経営者）	・冬になれば、例年は売上が5%ほど減るが、今年は暖冬の影響で外出が増えるため、落ち込みが少なくなる。
		コンビニ（経営者）	・先行きにはまだ不安な要素が多いため、現状維持の状況が続くと予想される。
		コンビニ（店長）	・客の様子は変わっておらず、今後も余り変化はないと予想される。年末に向けて人が動き出すなか、価格の上昇による影響がコンビニ離れにつながらないことを願っている。
		コンビニ（店員）	・このままの状況が続き、安定的な売上が見込まれる。特にインバウンドの増加による効果が、顕著に出始めている。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇で客の購買意欲は減少する一方であり、景気の回復は厳しい。
		コンビニ（店員）	・大型ホームセンターが近くにオープンした影響で、客が減っていたが、再び増えつつある。
		衣料品専門店（店員）	・気温の変化に左右されるが、物価の上昇で購買意欲を抑える客が出てくる。
		家電量販店（企画担当）	・年末商戦に向けて、暖房機器を中心にチラシを投入し始めているが、まだ昼間は暖かいこともあり、集客や売上の増加につながっていない。
		家電量販店（人事担当）	・今後も物価の上昇が続く可能性が高く、最低限必要な物以外は、購入を控えると予想される。また、今年は暖冬の予報もあり、暖房器具などの売上が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・個人消費は厳しい状況になる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気に大きな変化はなく、今後の方向性も見通せないが、今が底である可能性はある。
		乗用車販売店（販売担当）	・現状は良くなる材料がなく、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・大きな改善策がない限り、横ばいの推移が予想される。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後も物価の上昇はすぐに止まらず、イスラエル問題による石油やガソリン価格の高騰が始まれば、更に状況は悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・食品などの生活必需品は順調な売行きであるが、インバウンド関連の売上は前月、前々月と比較しても大きな変化はない。季節商材の売上に変化はみられるものの、大幅な増加は期待できない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・購入客だけでなく小売店側も高齢化が進んでいる。後継者の確保は難しいほか、若い世代の新規客の獲得も難しくなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・アフターコロナの雰囲気が落ち着くほか、気候変動の影響で売上の伸びは鈍化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・購入をちゅうちょする人と、高額品を購入する人の2極化が進んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・仕入価格の値上げが続いているほか、例年になく気候となり、時期的には減るはずの光熱費が思ったほど減っていない。当店もそろそろ値上げを視野に入れざるを得なくなるなど、先の見えない経営の圧迫が続いている。一方、今後はコロナ禍が収束後、初めての忘年会シーズンに入るため、どのような動きになるのかは手探りである。
		一般レストラン（経営者）	・まだ物価が上がっており、客からも家計が苦しいという声が多い。外食の回数が全体的に減少するなか、今後はインボイス登録店との差が出そうである。
		一般レストラン（企画）	・直近の景気は良いと感じるが、物価の上昇傾向に変化はみられない。また、円安傾向も続いており、このまま景気が良くなるとは考えにくい。景気対策も進んでいないため、先行きには期待できない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費者は出費の増加で、物価の上昇をかなり強く感じている。その一方、コロナ禍による行動規制が無くなり、買物が容易な環境になっている。現状は、物価上昇の影響よりも、購入欲求の方が勝っている。
		観光型ホテル（経営者）	・11～12月も団体客の動きは好調である。予約制限を行いつつ、いかに高単価の予約を取れるかがポイントとなる。
		観光型旅館（経営者）	・忘年会や新年会の予約が、かつてに比べるとまだ少ない。
		都市型ホテル（管理担当）	・変動する要素は乏しく、現状のまま推移することが予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・猛暑も終わり、順調に回復が進むと予想されるものの、インフルエンザの流行や物価の上昇により、飲食部門の利用客の回復には期待しにくい。
		都市型ホテル（客室担当）	・物価の上昇が続いており、特に光熱費が相変わらず上がり続けている。
		都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドは好調を維持するものの、中国からの旅行者がかつての動きに戻るには、しばらく時間が掛かりそうである。
		旅行代理店（店長）	・来年の海外旅行への問合せが少し増えてきたが、3月以降の旅行への問合せが多い。3月までの学生旅行の問合せや、受注がまだ少ない状況である。
		旅行代理店（役員）	・全国旅行支援が終了したほか、1～3月はシーズンオフでもあるため、これまでの反動で横ばいとなる。
		タクシー運転手	・旅行などの人の動きが活発になっているが、日常的な利用は伸びないと予想される。タクシーに関しては、観光地でない限り、今の状態が続く。
		通信会社（役員）	・通信キャリアによる運営方針が変更されなければ、キャリアアショッポの収益改善は難しい。
		通信会社（営業担当）	・今後も現状の動きが続く。
		観光名所（企画担当）	・ここ数か月は同じような状況が続いている。これからインバウンドが増えれば、今以上に来客数は増加するものの、全体的には現状の動きが続くと予想している。
		遊園地（経営者）	・物価上昇への対策が検討されているが、効果は不透明である。来年度、賃上げなどの動きが更に広がるか否かに左右される。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントの開催状況は順調であるが、収益が拡大しているとは言い切れない。イベントでの人手不足や、働き方改革の影響といった課題に関する声が増えている。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・基調としては堅調であるが、ガソリンや食料品価格などの上昇が重しとなる。ウクライナ危機に加えて、イスラエルでも紛争が勃発するなど、世界情勢の更なる不安定化で、消費マインドは悪化に向かう。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・今年も10月はクライマックスシリーズや日本シリーズが開催され、多くの来場がみられた。11月以降も社会人野球やコンサートが中心になるが、前年と同等の来場者を見込んでいる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格や人件費の上昇による販売価格の値上げは、当面続くと予想される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンション価格の高騰が続くなか、戸建て住宅や中古住宅の価格も上昇が顕在化しているため、引き続き販売量の減少が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・客との会話では、スーパーの買物で2000円ぐらいと考えていたら、レジで3000円と分かって驚いたといった話が多い。多くの人が大なり小なり同じような経験をしており、毎日節約を考えている。生活必需品と比べて、時計などの購入は後回しにされるため、安定して景気が良くなるとは思えない。
		一般小売店〔花〕(経営者)	・コロナ禍の影響に続いて、円安傾向が進んだことで、経費の上昇が止まらない。その一方、販売価格が上げられないなど、マイナス材料が一向に無くならない。
		百貨店(売場主任)	・当店の状況だけを考えると、周辺環境が落ち着けば客足は戻ってくるものの、あらゆる商品が値上げとなるなか、やはり買い控えの懸念は残る。特に中東情勢の不安定化で、原油価格の上昇が更に進むことになれば、財布のひもが固くなる事が予想される。
		百貨店(店長)	・暖冬のほか、イスラエル問題による社会情勢の不安定化、消費マインドの冷え込み等が売上の減少要因であるが、百貨店の大手取引先が都心に集中していることも、郊外店舗の弱体化につながっている。都心の店舗が高級化するなか、以前は取引のあった中小の催事業者などが、郊外への売場の移転を求めてきたり、あるいは廃業したりと、店舗を維持するのも困難な状況である。
		百貨店(宣伝担当)	・円安に伴う値上げの動きが秋以降も続いており、国内客の買い控えや生活防衛の動きが進む。さらに、原子力発電所の処理水問題で、中国からの訪日客数が予想を大きく下回っており、秋の行楽シーズンやクリスマス商戦に対するマイナス材料となっている。
		スーパー(店長)	・食料品の厳しい販売状況が続くなか、前年の実績から大きく増えるとは思えず、前年実績の維持も困難と予想される。また、前年とは違って暖冬傾向のため、衣料品の販売には期待できず、前年実績の確保も非常に厳しい。
		スーパー(店長)	・円安の進行や、原料価格の上昇などで食品を中心に価格が上がり、客の買物動向が慎重になっている。それに伴い、消費が悪化すると予想される。
		スーパー(開発担当)	・物価の上昇が止まらず、賃金も上がらないため、景気が良くなる可能性は低い。景気対策にも具体的な動きが見られず、不安が募るばかりである。
		コンビニ(経営者)	・賃金上昇の動きと、実際の物価や燃料費、光熱費といった支出の増加とのバランスが不安定であるため、先行きの見通しは厳しい。
		家電量販店(店員)	・本来は年末に向けて来客数が増える時期であるが、今年はそうもいかない。物価が上昇すれば節約志向が強まり、少しでも貯蓄を増やそうとする傾向となる。必要な物以外は動きが鈍くなるため、早期の減税策が望まれる。
		家電量販店(店員)	・競合店が増え、来客数の分散が進むことで、インターネット販売にも影響が出る。
		乗用車販売店(販売担当)	・販売台数がここ数か月は高止まりしている一方、納車待ちの客対応などに時間を多く費やしている。また、受注台数にも陰りがみられる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・生活に必要な商品は売れているが、値上げと賃上げ動向の乖離も感じるため、生活をより良くするために訴求した商品にまでは、消費者の手が届かない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(経理担当)	・今後は物価の上昇や金利の上昇による影響が徐々に出てくるため、景気はやや悪くなる。
		一般レストラン(店員)	・コロナ禍が収まったことで、年末年始に家族が集まる機会が増える。
		観光型旅館(経営者)	・このままコストや物価の上昇が続けば、徐々に状況は悪化し、低価格志向が強まると予想される。
		旅行代理店(支店長)	・大きなイベントもなく、値上げラッシュの実感が徐々に広がっているなか、年末年始の旅行、特に海外旅行の出足が鈍くなっている。
		通信会社(経営者)	・燃料価格や原材料価格の高騰で、仕入コストが増えている。
		テーマパーク(職員)	・物価が上がり続けている一方、賃金が上昇しているわけではない。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕(業務担当)	・物価の上昇による所得格差の拡大を実感している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（店員）	・来店周期が少し延びている。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・今のところは新規の入会が見込めない。最近では休みがちな生徒が増えており、退会につながるおそれがある。
		住宅販売会社（経営者）	・必然的に地価は下落傾向が進むと予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・建築関係の価格転嫁がなかなか追いつかない。
		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）	・今後もインフレが進む可能性はあるが、賃金の増加は余り見込めないほか、景気対策も消費者には響かない。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・物価が上昇する一方、給与は現状維持というアンバランスな状況が、いつまで続くのかが気掛かりである。あらゆる買物や外食に、従来の1.2倍から1.5倍の費用が掛かっている。所得減税の話も期限付きであり、来年以降、これでは好景気を実感することは難しい。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価上昇の影響で、まず予算が回るのは生活必需品になると予想される。生活にどうしても必要ではない衣料品は、消費者の年齢層が上がるにつれて、購入されにくく感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・団塊の世代の購買力が極端に下がっている。日々の生活で精一杯の状態であり、物価の上昇による先行き不安が、消費マインドを下げている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・食料品などの日々の生活費が増えるため、今後3か月間で回復することはない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連商品については、前年度に補助金対応の先取り需要があった分、今年度はその反動が避けられない。商品の買換えは一定の動きが見込まれるが、家計のバランスが崩れている影響が、修理についても一旦検討する動きが増えている。
	×	住関連専門店（店長）	・コストプッシュ型のインフレが止まらないなか、何かと出費が増える年末年始の時期を迎えるため、生活必需品ではない当店の商品は、購入が見送られやすくなる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇による悪影響が広がる。
	×	通信会社（社員）	・景気の回復が見込めないなか、他の商品が値上がりする一方、通信サービスの料金は据置きで頑張っている。ただし、家計全体の購買力が低下しているため、固定費の見直しを行うケースが更に増えると予想される。
	×	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、毎年暑い時期よりも、寒い時期の方が来客数は減少する。
企業 動向 関連 (近畿)			
		食料品製造業（営業担当）	・日中の気温が高い日が続く予報であるほか、今後もインバウンド効果が続くため、売上も少し良くなる。
		化学工業（経営者）	・保育関連の出荷は低調であるが、インバウンド関連の受注が増えており、トータルではやや期待できる。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の生産増加に加え、建築関連も年度末に向けて需要期に入り、売上の増加が見込まれる。ただし、取引先の大手企業に対する価格転嫁が依然難航しており、採算面は厳しい状況が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置部門には活気があり、直近も期待どおりの推移となっている。
		建設業（経営者）	・年末や年度末に向けて、案件は増えてくると予想している。ただし、協力企業をいかに確保するかが課題であり、社内の人材の補強も急務である。
		輸送業（経営者）	・インボイス制度の導入に伴い、大手企業が個人業者の大幅な切捨てを行う見込みであり、こちらに仕事が回ってくると予想される。
		輸送業（営業担当）	・大手の取引先が少しだけ運賃を値上げしたため、適正な利益の荷物が増えてきている。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入り、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る動きが続いている。
		広告代理店（営業担当）	・年末までは好調な動きが続く見通しである。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費動向は堅調であるため、今後は徐々に上向くと予想される。
		繊維工業（総務担当）	・円安の進行による、仕入コストの上昇傾向が変わることは期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・回復する材料が全く見当たらない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末年始にかけてイベントが増えると予想され、引き続き受注量の増加が期待できる。
		化学工業（企画担当）	・食品原料の値上げも浸透し、収益構造が正常化している。年末年始に向けて、この傾向に変化はないと予想される。
		化学工業（管理担当）	・前年と比べて、増産を計画している取引先が多い。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新規取引先を獲得して売上の維持を図っているが、市場が拡大していない状況では、ゼロサムゲームのようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・景気は回復傾向にあるが、今までの経済循環とは何かが変わっており、今後の回復はかなり緩やかになりそうである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現状が維持できれば、当面は良好と判断せざるを得ない。人件費のほか、コピー用紙まで値上がりしているため、利益の状況については不透明である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の継続や不安定な世界情勢により、先行き不透明な状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸びず、納期の先送りで売上も減少している。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・見積書が出ている案件の完了時期が、来年度末以降となっている。
		建設業（経営者）	・大阪・関西万博の工期遅れにより、国家プロジェクトとして技能労働者がかき集められることになれば、工賃上昇や建設資材価格の高騰につながるおそれがある。
		輸送業（商品管理担当）	・酒屋では例年8月は忙しくなるはずが、今年は暇であった。今後は寒くなるため、売上は更に減る。
		金融業（営業担当）	・身近な食材から大型の商品まで値上げが進んでいるが、収入面は全く変わっておらず、生活しにくくなっている。
		金融業（副支店長）	・外国人観光客は増えているが、恩恵を受ける業種は一部である。取引先の受注状況にも大きな変化はない。
		司法書士	・中東問題による石油価格の上昇や、円安の進行、依頼案件の減少といった状況から、良くなるとは考えにくい。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・仕事はあるが、それほど忙しくはない。
		食料品製造業（従業員）	・原材料の値上げが止まらないなか、製品の値上げを進めていることで、徐々に生産量が減少している。
		繊維工業（団体職員）	・年末までが需要期のため、年明けの1～2月は厳しくなる。
		繊維工業（総務担当）	・催事での集客が30%減少しているほか、購入率も半分以下に落ち込んでいる。それをカバーするために催事の回数を増やすことで、経費の増加につながり、利益が圧迫されている。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・このまま円安と物価の上昇が続くようであれば、景気はやや悪くなる。特に、暑い日が長く続いた影響で、生鮮食料品の一部が不作となり、価格が高騰している。来年の6月頃をめどに、所得税や住民税の減税の話も出ているが、一時的な効果にとどまる。
		金属製品製造業（経営者）	・予想以上に中国経済の状況が悪く、中国向け自動車関連部品の受注内示が減少している。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・イスラエル問題による中東情勢の不安定化で、原油価格が高騰する懸念がある。また、円安傾向による影響も出そうである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温が下がると、心理的にも活動が控えめになると感じる。そういった傾向を覆すような、景気の良さはみられない。
		建設業（経営者）	・一般的な建設会社による注文住宅の価格が高騰している。ハウスメーカーの価格に近づいており、競合するケースが増えてきたと感じる。
		輸送業（営業担当）	・家具の値上げが続くなか、客は必要最低限しか買物をしない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・この期に及んでは物価やガソリン代の上昇を嘆いても仕方がない。ひたすら出費を抑え、経済が正常に向かうのを待つほかない。
		不動産業（営業担当）	・賃貸店舗の解約が出てきている。今後は賃貸の需要が更に厳しくなり、賃料が下がる。空室率も上がり、不動産の景気が悪くなるため、今後の見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・スーパーなどでは、物価上昇の影響が確実に始まっている。今後、更に中東情勢が悪化すれば、原油価格の高騰も懸念されるなど、不安は募るばかりである。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが一段落したと考えていたが、今後も値上げラッシュが続くそうである。値上げのたびに対応の時間が掛かり、販売促進に手が回らないため、売上等の改善につながらない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安によるコスト増加の長期化に加え、インフレによる消費者の買い控えや、借入金返済の動きが本格化する。
	×	通信業（管理担当）	・全く良くなる要素がない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・現状の危機を乗り越えるための、経済対策がみえてこない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（管理担当）	・今後もしばらくは現在の傾向が続くと予想されるが、世界情勢の不安定化や物価の上昇など、不安要素が多いことは否めない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・2024年卒採用の追加募集と、2025年卒採用に向けた広報が重なる時期であり、広告掲載の動きが見込まれる。ただし、インターンシップの定義変更や全体的な早期化の影響もあり、夏季のインターンシップは急増したものの、冬季のインターンシップがやや減少傾向となっている。それに伴い、例年よりもインターンシップ関連の広報は減る可能性がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は徐々に増えるため、現状よりも少し回復すると予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現在の傾向が続くなか、インバウンドの増加が景気を刺激すると予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・第3四半期はこのまま低空飛行が続くと予想される。
		人材派遣会社（管理担当）	・年末年始も近づいてくるため、年内の動きは余り良くならない。
		人材派遣会社（役員）	・長期化しているウクライナ紛争に続き、中東でも軍事衝突が勃発、中国とフィリピンの間でも偶発的の事件が発生するなど、国際情勢はますます不安定化している。国内でも、年度内の効果的なインフレ対策は厳しい見通しであるため、景気が上向き可能性は低いと予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・会社全体での賃金上昇が進まない限り、外部に依頼する派遣求人の時給も上昇が見込めないため、すぐに景気が良くなるとは思えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・社会保険料の負担が増えているほか、生活の向上につながる良いニュースもない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始に向けても、特に現状と変化はない。大阪・関西万博の開催気運が高まっていくことを期待したい。
		職業安定所（職員）	・先行きの不透明感はあるが、特に大きな事情がない限りは、現状の動きが続く。
		職業安定所（職員）	・事業所の採用意欲は依然として高いものの、求職者の動きはやや鈍く、先行きが見通しにくい。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少となった一方、若年層の自己都合離職者は増えている。また、中高年層による相談が増加しており、就職意欲も高い。
		職業安定所（職員）	・最低賃金が引き上げられても、年収が106～130万円の範囲で働きたい人は多いため、人手不足は続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、実際の紹介数は減少が続いている。業界全体で人手不足感は強いが、大手企業を除き、中小零細企業では労働条件の改善が進んでいないため、今後も慢性的な人手不足が続くと予想される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・企業の人材需要は旺盛であるが、必ずしも事業が好調なわけではない。景気は横ばいか、悪化に向かう可能性もあり、見通しは不透明である。
	学校〔大学〕（就職担当）	・2025年卒の求人も動き出したが、求人数全体は大きく変わらない。変化の要素も見受けられないため、景気の回復感はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他雇用の動向を把握できる者	・インバウンドの回復による需要増加への対応を含め、人材確保を強く望む声が業種を問わず多い。求人意欲は旺盛な状態が続いていることから、求人は堅調に推移すると予想される。ただし、9月の新規求人数が季節調整値でも原数値でも減少となったほか、製造業を中心に、人件費を含む全ての物価の上昇が、利益の圧迫や受注の減少につながっている。求人を含めるといふ声も届いていることから、景気は横ばいで推移する予想している。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・コロナ禍の収束による、景気の回復はある程度進んでいる。今後は、物価上昇などへの即効性のある対策が出てこない限り、消費マインドは低下する一方となる。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・国内外のインフレやウクライナ危機、中国の景気後退など、世界的な課題が山積するなか、新たに中東でもイスラエルで紛争が勃発し、世界情勢が更に不安定化している。高水準の円安についても、グローバル企業の収益やインバウンド関連での恩恵以上に、国民や中小企業への悪影響が大きいことから、景気はやや悪化すると予想される。
		学校 [大学] (就職担当)	・増税ラッシュによる家計の圧迫が懸念される。減税の話もあるが、焼け石に水の状態である。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		旅行代理店 (経営者)	・気温が上昇すると案内する場所が少し変化するが、ここ数年、行けなかった地区への案内ができるようになり、非常に忙しくなる。
		商店街 (理事)	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあることや、年末年始には通常とは違った需要が出てくることなどから需要が伸びる。
		百貨店 (広報担当)	・来街者が増え消費が活発になっている。
		百貨店 (広報担当)	・コロナ禍が明けて最初の年末年始を迎えるに当たり、お盆時期同様、人の往来が増加し、それに伴い来客数や売上が増加すると見込んでいる。
		百貨店 (営業担当)	・以前からの顧客が戻ってきているほか、インバウンドも含め、新規客が増加していることから、景気はやや良くなる。
		スーパー (店長)	・客単価、買上点数が共に伸長している。この状況はしばらく続くのではないかと想定される。
		スーパー (総務担当)	・気候が落ち着き、季節商材が出回りしたが、まだ高く、価格が安定して購買が増えるのを期待している。
		乗用車販売店 (店長)	・新型車の発売が控えており、予約も順調に推移している。大幅な収益増とまではいかないが、堅調に推移する。
		自動車備品販売店 (経営者)	・季節商材の需要が増加する予定だが、社会情勢的にどうなるか分からない。
		一般レストラン (経営者)	・秋祭りや屋外イベントが多く開催されるようになり、紅葉シーズンにも入るため、客が出かける機会が増えると思込む。
		一般レストラン (店長)	・既に12月の予約が入っており、前年と比べると今年の忘年会はかなり期待が持てる。
		バー (経営者)	・来客数が増加する。
		観光型ホテル (営業担当)	・インバウンドの団体旅行の予約増加に伴い、来客数の増加を見込める。
		タクシー運転手	・イベントや大会等の開催が増加しているため、景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、12月は忘年会などで繁忙期となるため、景気はやや良くなる。
		通信会社 (工事担当)	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和により、景気はやや良くなる。
		通信会社 (経理担当)	・サービスエリア拡張に伴い、景気が良くなることを期待する。
		テーマパーク (営業担当)	・冬のイベントが控え、暖冬との予報もあり期待できる。
		テーマパーク (業務担当)	・景気が良くなることを期待できる。
	住宅販売会社 (従業員)	・政府による補助金の後押しが打ち出されれば、年末にかけて盛り上がりが出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（営業担当）	・販売が進捗し始めたため、物価高騰に消費者が慣れてきている。
		商店街（代表者）	・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、一時的に消費が上向いたが、インフルエンザの影響もあり、消費は再び厳しくなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・先行きがやはり不安である。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・新しいイベントホールができて、にぎやかになっているが、売上につながらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・賃上げが浸透して実質可処分所得が増えたと消費者が実感できるまでは景気は変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が上向きになる要素がない。
		百貨店（経理担当）	・食品や生活必需品などの値上げにより節約志向が高まっているため、今後、簡単に消費が拡大するとは考えにくい。
		百貨店（営業担当）	・旅行やお出かけ需要は増えるものの、気温の変化で重衣料の売行きが変わってくる。また、旅行支出の増加や物価高は続くので、客が何をまず削減していくか考えれば、この先も衣料品の劇的な回復は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・暖冬予報が出ており、防寒衣料や雑貨の需要の落ち込みが予想される。
		百貨店（売場担当）	・現在のウィズコロナの状況に大きな変化はないと推測する。年末年始に大きく人が動き、モノからコトへの消費動向は進む。
		百貨店（外商担当）	・10月になっても気温が高い日が続いており、今年も暖冬予想であることから、衣料品の苦戦が予測され、厳しい秋冬商戦となる。
		百貨店（売場担当）	・販売量は減少しているが、値上げによる価格上昇もあり、売上は販売量ほど落ち込んでいない。やっと気温が低下してきたが、衣料品に関しては平年の動きになるまでは時間が掛かる。
		スーパー（店長）	・値上げが続き、客の生活防衛意識は強い。景気回復のためのプラス要因がないため景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・クリスマス、年末年始を迎えるに当たり、お盆と同様に帰省が見込めるため、流入・流出地域のどちらでもメリットが多い。しかし、ここ最近の傾向として、お盆同様に、需要日は短いのではないかとみられる。客単価面でも、両極端な傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・3か月後も状況は変わらず、現状の業績を維持する。
		スーパー（販売担当）	・社会情勢は紛争などもあり予測しづらいが、原油価格高騰で景気は足踏みをする。
		スーパー（営業システム担当）	・値上げする商品は減ってきたが、総菜やベーカリー等の原料の値上がりは続いている。強い特売をする曜日の来客数が増えている。
		スーパー（販売担当）	・年末年始を控えているが、商品の値上げが続いており、景気に大きな変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	・今の販売量の状況から大幅に良くなることはなく、今後もあらゆる分野での値上げは続く。値上げ以上の賃金上昇がなければ大幅に良くなることはないものの、質の向上で目的買いの客がいると感じるため、悪くもならない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前のように、お茶会や観劇が段々と開催されるようになり、着物を着る機会も増えている。
		家電量販店（店長）	・今年は暖冬になるという予想が発表され、季節商材の売行きが悪くなる。
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月先の状況は、低迷しているなかでも落ち幅は少ないのではないかと予想している。ただ、ここ数か月の景気は安定していないため、現在よりも更に悪化する可能性もあり安心できない。今後は景気が上向くことを期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・ここ最近景気が大きく変化するような要素がないため、回復は厳しいと判断する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発表になったが、新規の客の乗場は期待とは程遠い少なさである。ガソリン価格など物価高騰による生活費の圧迫から、客が大きな出費を抑える傾向が続く。
		乗用車販売店（統括）	・車両の受注残は多いが、メーカーの車両供給次第で実績に影響する。
		乗用車販売店（業務担当）	・今後もメーカーへの発注制限が継続していくため変化は少ない。
		自動車備品販売店（経営者）	・物価高で、生活必需品ではない我々の商品は買うにしても後回しとなる。また、海外の安い商品もあるため、そちらへ客が行ってしまうこともある。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・バスツアーなどが増えてきているが、客の様子から、新型コロナウイルス感染症発生前のような金の使い方ではなく、見て回るだけ、又は単価の低い物を1～2点購入することが多い。全体的に景気の戻りは遅いと感じる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・物価の上昇と社会不安などで高額品購買にはなかなかつながらない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上は望めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・年末に向けて購買意欲が上がってくる時期であるが、周りの景気が良くなっている雰囲気はなく、客の財布のひもが固い状況は変わっていない。イベントなどで誘客を行い、少しでもついで買いする状況を作っていく必要がある。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・今後、大きな話題はないが、G7広島サミット開催以降、来客数は安定している。
		一般レストラン（経営者）	・夏の行楽シーズンに入る前に、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、客に安心感が生まれたため売上が増加したが、今後は食品価格の上昇で客が節約モードに入るため、外食利用は停滞する。
		一般レストラン（経営者）	・ボーナスが支給される12月になれば、景気は少し良くなる。
		観光型ホテル（副支配人）	・団体の宴会利用の申込みが順調に入っており、以前と比較しても多くなっているため、この良い状況は続くと思われる。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・12月以降は年明けまでインパウンドの需要が下がるものの、年末年始におけるファミリー層の集客が見込まれる。
		都市型ホテル（総支配人）	・例年、オフシーズンを迎えるが、12月中旬から2月後半までの米子～香港線チャーター便などインパウンド需要に期待したい。
		都市型ホテル（企画担当）	・季節の影響はあるものの、来客数は前年、2019年と同程度の見込みである。
		旅行代理店（支店長）	・海外旅行の販売量が大きく左右するため、販売を伸ばすような施策が必要となる。
		タクシー運転手	・現状の好景気は継続するが、今以上に良くなるとは考えられない。景気とは関係なく、従業員不足のなか、高齢化と新規従業員の補充のめどが立たず困っている。仕事の需要があっても、十分に取り込めない状況となる。
		通信会社（企画担当）	・3か月後は年末年始のタイミングとなるが、大掛かりな販売キャンペーンは準備せず、このままの営業状況を保つこととしている。
		観光名所（観光振興担当）	・景気が良くなる材料がない。田舎なので冬になると活気が無くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約が12月までは順調に増えているが、1月以降は天候に左右されがちなので、まだ予約数は少ない。
		競艇場（企画営業担当）	・3か月後の売上は現状と変わらない。
		美容室（経営者）	・ある程度景気が回復しており、しばらくはこの状況が続く。
		美容室（経営者）	・給料が変化しない状況で、客は物価高に対応しないといけないため、髪を切るために使う金は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・民間は全体的に前向きな雰囲気が必要だが、前向きの動きが2～3か月先ではまだみえてこない。
		設計事務所（経営者）	・建築業界の人手不足、建築資材の高騰により、建築物価の上昇が続いている。加えてエネルギー価格や生活物価の上昇が続いているため、住まいへの投資を判断できる状況にはしばらくは至らない。
		設計事務所（経営者）	・年内は客の反応が鈍く、購入意欲も低い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・なぜ急に来客数が減少したのかわからない。季節的要因でもないと考えている。
		商店街（代表者）	・来客数が少なく、来店しても、商品を購入してもらえない。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・給与や年末のボーナスが思ったほど上がらず、消費意欲が頭打ちになっていく。
		スーパー（店長）	・客が様々な商品の値上げを実感している。今のところ、来客数が減少しても、商品の値上げにより売上を確保しているが、今後は売上も減少する可能性がある。
		スーパー（業務開発担当）	・客の声は、高いね、高くなったねが多く、販売量が今後も落ちそうである。
		スーパー（財務担当）	・来客数は前年くらいになったものの、1人当たりの買上点数が前年を下回る傾向が続いており、節約により売上が減少する。
		コンビニ（エリア担当）	・24時間の片側交互通行が店の南で開始され、来客数が多くなる朝夕に交通渋滞が起きるため、今後、半年くらいは来客数や売上が減少する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・人の動きは増えてきているため、来客数は改善する。しかし、客単価が低下し、人件費などの営業コストが増えているので、利益面では厳しい状況が予測される。
		衣料品専門店（代表）	・直接的に景気を刺激する施策がなく、微々たる減税も来年実施見込みということで、景気は悪くなる。
		家電量販店（企画担当）	・景気は季節商材の売上に左右されるが、今年は暖冬と予想されているため、売上が増加しないとみられる。
		乗用車販売店（店長）	・販売できるものが限られてきていて、売る側も買う側も選択肢が狭められている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・暖冬予報で冬物の売行きが不透明である。中東の紛争で石油価格上昇の懸念もある。
		都市型ホテル（総支配人）	・本日時点で、12～1月の宿泊の予約状況は通常時と比べて5～10%ほど鈍化している。
		通信会社（営業担当）	・為替が落ち着いておらず、更なる物価高騰があり得る状況で、光熱費が増加する冬場を迎えて家計の締め付けは厳しくなる。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高の影響がじわじわと家計を圧迫しているのが、延滞動向から見て取れる。
		通信会社（広報担当）	・価格高騰が続く限りは、客の購買意欲は上がってこない。
		美容室（経営者）	・生活費、食費、光熱費の高騰によって、消費に後ろ向きの客が増えてきている。自営業者はより消費を抑えていくのではないかと感じる。
		住宅販売会社（営業所長）	・金利上昇気運の高まり、物価高など、住宅にとってはマイナス要因となる情報が多く、浮上の機会がない。
	×	家電量販店（副店長）	・物価高のため客の消費は落ちてくる。来客数も前年10月の98.3%となっている。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・客の財布のひもが固く、購買意欲が無くなっている。
	×	住関連専門店（営業担当）	・景気の先行きが良くなるようには見えない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・年明けに新車が投入されるため、多忙になる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・今後2～3か月に関しては、住宅建設に適した秋需の時期を迎えるため、景気はやや良くなるとみられる。
		鉄鋼業（総務担当）	・今後の受注予測では回復基調になっている。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関連の素材製品の受注は年末にかけて上向くと想定している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・今後3か月間の販売先からの受注台数動向から、景気は良くなる。
		輸送業	・受注が増えていく。
		輸送業（営業担当）	・半導体の安定供給が続けば、以前のような生産調整のない高水準の需要が期待できる。
		金融業（外交担当）	・取引先の受注は上向きであり、今後も継続した受注を確保していることから、景気は上向きに推移する。
		広告代理店（営業担当）	・客からの受注に関する情報があり、継続的に進行する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	繊維工業（財務担当）	・日常用品や食料品の価格の上昇が消費行動にブレーキを掛けている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（総務担当）	・急速な値上げも一定の落ち着きがあるため、数か月先は変わらない。ただし、原油の更なる価格上昇や円安等が懸念材料と考えている。
		化学工業（総務担当）	・ウクライナやイスラエルの戦争による物価の上昇が懸念される。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産量に変化はない見込みである。明るい情報として輸出向け案件の受注情報があるが、生産着手前でその影響は現れていない。
		鉄鋼業（総務担当）	・上期の動き同様に下期も横ばいとみる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・外的要因を含め、好転するような条件、動向が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量の動きは変わらない見込みである。
		建設業（経営者）	・企業の設備投資や個人の相続対策が放置できない状況になっている。そのような引き合いが多いため、景気は悪くはならない。
		建設業（総務担当）	・資機材の高騰が収まる気配がない。
		輸送業（業務推進担当）	・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。
		不動産業（総務担当）	・年内は今月並みの来客数と成約件数を予測する。
		会計事務所（経営者）	・合理化・省力化へのコンサルティング要請はあるものの、間接部門への投資は後回しとなりがちである。
		食料品製造業（経営者）	・稼ぎ時の年末になっても売上が増加せず、一段と厳しくなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・毎月、客からの案件表で状況をみているが、案件数が大幅に減少しており、今後も受注の減少は必至である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・全体的に受注量が落ち着きを見せており、引き続き減収減益の見通しである。
		通信業（営業企画担当）	・ロシアとウクライナの戦争に加え、イスラエルとパレスチナの紛争開始など、世界情勢が安定しないため、半導体機器などの仕入れ等に影響が出てくると考えられる。
		金融業（経済産業調査担当）	・外需が更に弱含みで、輸出企業の収益悪化が懸念される。
	x	-	-
雇用関連 (中国)		人材派遣会社（支社長）	・新規募集の際の時給は断続的に上昇を続けており、一旦、労働市場に出た方が賃金は上昇しやすい状況になっている。これから年度末に向けて、契約社員や派遣社員などを中心に、労働市場の流動化が更に進むとみている。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新年度の体制に向け、各企業が採用計画を立てている。並行して、転職潜在層も情報収集のタイミングに入る。
		人材派遣会社（社員）	・求人はあるものの、事務希望者が多く、全員が希望する職に就職できていない状況である。マッチングが難しい状況が続くため、景気は平行線と判断する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・景気に関する新たなプラスの材料もマイナスの材料も見当たらない。
		人材派遣会社（副支社長）	・10月の求職者の動きが鈍く、来月以降も増加する見込みがない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・2025年卒の新卒から、一定の条件を満たして開催されたインターンシップは、本選考の材料とすることが可能となる。現時点で85%の学生がインターンシップ経験者であり、1人当たりのインターンシップ平均参加社数は6社程度となっている。学生は絞ってエントリーするため、企業側からすると年々エントリー数も応募数も減少傾向にある。数年前と違い、インターンシップ期間が主流となる今、大学3年生の6月から翌年2月といった3月解禁前のインターンシップ期間に企業研究し、インターンシップに参加し、自分に合う会社を吟味し、応募するという学生の動きの傾向はしばらく続くと思われる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当面、現状の動きが変化する兆しはみられない。
		職業安定所（職員）	・業績好調で人手不足感が強い事業所がある一方で、零細企業を中心に倒産・廃業となる事業所が増加しており、この傾向は継続していくと思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（事業所担当）	・インバウンド需要が高まりを見せているのは都市部だけであり、地方まで広がるにはタイムラグがある。物価上昇や電気料金値上げ、原材料の価格高騰等、景気低迷の要因は依然として多くあり、景気を好転させる強い材料は見当たらない反面、今以上に景気が落ち込む要因も少ないと考える。
		民間職業紹介機関（職員）	・値上げによる販売価格、売上の上昇は見受けられるが、物価上昇に賃金上昇が追いついていない。可処分所得は現状維持、あるいは下落し、消費者が生活防衛に向かうとみられることから、消費支出が上向くとは考えられない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2025年卒の採用に向けた企業側の動きは、前年同期と大きな違いがない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇、企業の人材不足、新型コロナウイルス感染症の影響がいまだに景気回復の足かせとなっている。政府も、賃上げを目指しているものの、実質的な賃金の底上げとなっていないため、景気が上向く要因は少ないと分析する。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)		*	*
		商店街（代表者）	・コロナ禍明けの初めての年末年始であり、忘年会、新年会などの需要が高まるとみられる。ホテルによってはもう予約で一杯というところもあるが、人材・人手不足の懸念があると飲食関係者からは聞いている。そのような問題がクリアできれば、まだ景気は良くなっていくとみられる。
		商店街（代表者）	・これから年末年始になり、顧客の動向が活発になるとみられるため、当社のようなレジャー産業にとっては期待できる時期である。あわせて、企業・個人等の忘年会や新年会等が例年どおり行われることを期待したい。
		家電量販店（店員）	・新生活の準備等で販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、しばらくは期待ができる。
		乗用車販売店（役員）	・新型車発表による市場の活性化が期待される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在の業況は余り芳しくないが、年末に近づくとお歳暮商戦が始まり、年末関連の商品も売れるとみられ、景気は良くなると期待される。
		タクシー運転手	・12月は、忘年会などがあるため、通常の月よりも、良くなると予想される。また、例年1月は新年会などで客は少し多くなるため、業況は少し良くなるとみられるが今年がどうなるかは不透明である。また、週末は客がいるが、昼間の客の状態は良くない。
		通信会社（社員）	・3か月後となると、引っ越しシーズンが来るが、当社のサービスは引っ越しに合わせて契約するという方が多いため、やや良くなるのではないかと考えられる。
		通信会社（支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響により、ここ数年は年末も先行きが不透明な状況だったが、平常に戻りつつあることが実感できており、商戦期である年末に向かうにつれて来客数は増加すると想定される。
		観光遊園地（主幹）	・11月から韓国の航空機の定期便が新規就航するため、インバウンドの増加が見込まれる。
		美容室（経営者）	・11月は例年どおり売上が下がる月であるが、今年の12月は良くなるとみられる。
		商店街（常務理事）	・現在の景気や経済へ悪影響を与えている物価高、円安、グローバルな地政学的リスクは、しばらくの間は悪化することはあるが、突然改善することは考えにくく、沈静化には時間が掛かるとみられる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・現在は持ち直し状態であるが、来年度初頭から取扱商品の値上げをする通知があったため、今後、取引先からの受注量の減少が心配される。そのため今後の販売量の計画、予定数が予想しにくい状態になっている。
		百貨店（販売促進）	・減税などで消費の拡大が期待されているが、国際情勢や経済状況から消費に回らず貯蓄されると考えられる。
		スーパー（店長）	・目下のところは消費者の購買力の回復がみられるものの、今後も続くと思われる物価上昇が先行きの不安要素となっており、楽観視できない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・節約志向は続くものの、年末商戦に向けて消費が活発になると予想される。
		スーパー（企画担当）	・商品値上げは鈍化傾向にあるとみられるが、値上げ後の買い控えの影響がどの程度出てくるのかが推定しにくく、年末に向けての買い控えが予想される。
		スーパー（企画担当）	・インフルエンザの流行や今後の新型コロナウイルス感染症の動向など、先行きは不透明である。
		コンビニ（店長）	・メリハリのある消費活動が今後も続くと考えられる。
		コンビニ（総務）	・物価上昇の勢いは衰えず、いまだ商品の値上げは続いている。無駄な出費を抑えつつ生活必需品を消費する状況はしばらく続くと考えられる。
		コンビニ（商品担当）	・所得税減税等の政府の介入により一般家庭の家計が良くなるとはならないと景気回復は難しく、ショートスパンで風向きが変わるかは不明である。
		衣料品専門店（経営者）	・例年であれば、年末にかけて客の購買意欲が上がるため衣料品を含め景気は全般的に良くならないといけませんが、物価高の影響もあり消費量は増えないと予想される。一方で、インバウンドが影響する業種等の景気は良くなるとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品関係の販売に関しては気温に非常に左右され、特に秋冬については寒さが影響するが、長期予報ではそこそこ暖かいと予想されており、業況は少し厳しいと予想される。
		衣料品専門店（営業責任者）	・暖冬の予想もあり、高単価の重衣料の動きが悪くなるとみられるが、それ以上に物価上昇による顧客動向の鈍化が売上に悪い影響を与えると考えられる。
		家電量販店（副店長）	・今年は暖冬の傾向であるため、冬物商材の大きな伸長が期待できないと予測される。
		乗用車販売業（営業担当）	・車両の長納期化が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の販売台数は今後も確保できそうであるが、受注台数の減少傾向が今後も継続することが心配される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・10月に入り、前年比でみると以前ほどの回復の強さがみられなくなっている一方、11月からは新たな全国旅行支援が開始されることから、これが消費の下支えになるものと期待しており、結果として今月と同程度の景気が保たれるのではないかと予想される。
		都市型ホテル（経営者）	・減税などの政府の景気対策（消費対策）が期待される。
		旅行代理店（部長）	・景況に不透明感を持っている。
		通信会社（営業担当）	・現在は来客数は落ち着いており、年末年始の商戦期はあるもののそれほど大きな増減はないと予想される。
		競輪競馬（マネージャー）	・来年初頭には物価上昇も落ち着き始めると考えられるが、遊興に向けられる資金が増えるのは、その後とみられ、それまでは現状が続くと予想される。
		設計事務所（所長）	・建築に限って言えば、仕事は非常に増えており、需要はあるとみられるが、どの会社も人手不足であり、仕事があってもこなせない状況が続くのではないかと予想される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・お盆の時期から仕入価格が下がらないため購入を迷っている人が多くなってきており、予約が入りにくくなっている。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・インボイス制度のスタートで請求書の再提出などの手間が増えるようになり、請求書作成時間が大幅に増えたことにより、他の作業にシワ寄せがいつている。
		スーパー（統括担当）	・物価高は変わらないため、消費者は生活防衛をするしかないと考えられる。
		スーパー（財務担当）	・物価高による節約志向で更に買い回りが進むとみられる。
		コンビニ（店長）	・買物に消極的になっており、特に大幅な賃金上昇も望めないため、物価上昇と家計のバランスが取れるまでは、悪化傾向が続くのではないかとみられる。
		観光型旅館（経営者）	・地方空港の国際便の増便が人手不足の影響によりできないため、インバウンドの地方への波及スピードが想定よりも遅い。また、日本人の国内観光需要は新型コロナウイルス感染症のリベンジ需要が息切れしていくとみられる。
		タクシー運転手	・冬場はほぼ四国遍路の仕事は無くなり、街のタクシー台数が増えるため今よりは少し悪くなるとみられる。
	x	商店街（代表者）	・年間を通して大きなイベントが行われたが、入出があっても以前の盛り上がりは無くなり、買物をする客層が減り、買物単価が半分になったという声を聞いた。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	一般小売店〔酒〕（経営者）	・経済状況も明るい兆しがないため、地方は衰退する一方であるとみられる。物価高騰により消費者は少しでも価格の安い店に流れるため、小売店の経営はもっと厳しくなるだろう。
	x	衣料品専門店（経営者）	・物価高とウクライナ紛争に加えて、イスラエル問題による中東の不安定化による原油価格高騰の可能性があるとみられる。
	x	一般レストラン（経営者）	・常連客の来店回数が減り、間隔が明らかに長くなっており、客単価の低い外食に変えているか、頻度を減らしていると予想される。
	x	美容室（経営者）	・売上は変わらないが、何もかも値上げしており非常に厳しい状況が続くとみられる。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・インバウンドの復活による外食ルートの回復が食品の単価上昇に寄与しており、今後も安定すると予想される。
		金融業（副支店長）	・取引先である飲食業や建設関係に今後の状況を確認すると、売上の増加が見込めるとの回答があり、景気回復が見込まれる。
		繊維工業（経営者）	・今後も受注はおおむね順調であると考えられるが、現在の円安による輸入商材の値上がりの関係で、関連の染色加工賃や包装資材の値上げ要請が続出しており、来春には完成品の小売価格を再度値上げしなければならないとみられる。しかし、これ以上小売価格が上昇するとさすがに消費が落ち込むことは目に見えている。我が国の低金利誘導による輸入原材料の価格高騰の弊害がひどくなっていることに目を向けてほしい。繊維業界も地方の造船業者も為替相場100円よりも円高の相場を経験しており、政府が経済が第1というのであれば、一度に円高に振れることはまずいが、早急に政策転換をすべきだと考えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大型の風力発電の受注が決まりかけているなどの理由から、景気はやや良くなるとみられる。
		通信業（企画・売上管理）	・10月の売上が回復基調であるため、交通・レジャー関係の業種を中心に下期全体として景気は良くなると予想される。
		広告代理店（経営者）	・景気は徐々に回復傾向で、ホテル等観光関連の広告や人材不足に伴う採用ソリューション関連の仕事は増えている。多くの客先はエネルギー高騰の影響もあり依然として広告に慎重であるが、全体としてやや良くなると予想される。
		農林水産業（職員）	・消費は冬商材に切り替わり、個人消費は物価高の影響を受けているが、インバウンドの回復等で業務需要は回復している。今後の天候を背景とした作況にもよるが、青果物の販売状況に変化はないとみられる。ただし、生産資材価格の上昇により農家所得は減少しており、離農や作付面積の着実な減少により、異常気象の発生時の影響は強まる傾向にあると予想される。
		木材木製品製造業（営業部長）	・第3クオーターの受注状況は悪くないが、第4クオーターの着工計画がかなり悪い予想となっており、3月以降の受注状況はかなり厳しいとみられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・掃除用のクリーナーは年末の掃除に向けて需要が高まるため、この時期になると売上が増え、正月以降は売上が落ちる。また、フェイスマスクは以前のような売上は見込めない。
		鉄鋼業（総務部長）	・自動車設備関連の低迷が続くと予想される。
		電気機械器具製造業（経理）	・一時的な減税の話はあるものの、従前からの原動費を含めた物価の高止まり・円安基調の解消時期が不透明な点等、今後の景気回復の兆しがみえない。
		建設業（経営者）	・もっと仕事を取りたいが、相手次第であり難しい。
		建設業（経営者）	・前月と何も変わっていない。
		輸送業（経営者）	・人材不足や選挙対策の減税が見込まれる。
		通信業（総務担当）	・社外向けのボランティア活動やセミナー等の参加者数の増加傾向も一服しており、おおむね新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に戻ったとみられる。また、物価高の影響により食品寄贈ボランティアへの参加者が減少したと見受けられるなど物価高の影響は落ち着く様子もみられず、当面この状況が続くと考えられる。
		食料品製造業（経営者）	・原材料の価格高騰、円安による輸入品のコストアップによる利益の減少、コスト高の製品価格への転嫁による受注量の減少が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（所長）	・OPECプラスの減産に加え、中東情勢の緊迫化も重なり、原油価格は高値継続が濃厚であると予想される。一方で円安は歯止めが掛からず、原料価格の更なる高騰が見込まれる。
	×	税理士事務所	・止まらない円安や賃上げにより、企業の経営が圧迫される可能性が高いとみられる。
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（役員）	・コロナ禍が明け、久々の年末に向けてのイベントが各地でめじろ押しとなるが、集客人数は更に伸びてくるとみられる。引き続きサービス提供が十分対応できるように人員の確保に向けての対策が必要となり、また、公共交通についても人手不足で一部運休や減便などの状況のなか、地域の活性化のため雇用創出への取組が求められる。
		求人情報誌（営業）	・飲食・観光業界では人手不足が継続しており、忘年会や新年会を含む繁忙期に数年ぶりの集客数を見込んでいるが、受入体制が整っていない店舗も多く、景気は上向きのものでやや良くなる程度を見込んでいる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・正社員の求人数が減少し、年末年始のアルバイトの求人数が増加すると予想される。
		職業安定所（求人開発）	・インフルエンザ、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているなかでこの4か月の有効求人倍率は変化がないため、この傾向は冬場も変わらないと予想される。
		民間職業紹介機関（所長）	・現状の求人状況では、景気が大きく変化する要素が見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な要因が大きいため、景気変動の影響は余りないとみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の依頼は一定数あるが、専門性が高いため就労につながっていかず、流れ作業などの工場系の仕事は減ってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費が回復しないと当地域全体では回復は厳しいだろう。
	×	-	-

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		任関連専門店（従業員）	・ますます冷え込んでいくため、高単価の秋冬商材の需要が高まると予想される。また、来客数が増加しマットレスなどの高単価商材の引き合いが多くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・気候が良くなるため、年間で最も金の動きがあると考えている。そのため、客の動きは活発になり、購買活動は上昇していく。
		商店街（代表者）	・来月からは喪中がきや年賀状が入ってくるため、製造業が上昇すると予想される。
		商店街（代表者）	・1～2か月前の来客数と客単価の上昇傾向を踏まえると、2～3か月前の景気も徐々に良くなっていく。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・これから涼しくなるため、地物の大型野菜が増え単価が下落すると考えている。また、寒くなると鍋物が多くなり、野菜の種類も増えていく。年末や正月に向け売行きが変わってくると予想される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから年末にかけて、お歳暮や正月の花などの注文が増加していく。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これからの数か月は日本茶がおいしい季節となり、通常よりも若干価格が高い商品を購入する客が多くなるため、売上は増加傾向になる。しかし、固定の客は高齢となっており、徐々に来店も減少している。
		百貨店（経理担当）	・来客数が増加傾向にあり、今後も美術・宝飾・時計等の高額商材の需要が見込まれるため、売上も増加傾向になると想定している。
		コンビニ（経営者）	・客の動きが活発となっており、高級感のある新商品も比較的好意的に受け止められ好調であるため、今後も期待できる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・気温が下がった途端、夕方から夜にかけての来客数が若干減少していたが、年末に向け、寒さに慣れたこともあって、来客数が前年並みに回復している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなっており、徐々に暖房器具の需要が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・所得税減税によって少しでも景気が良くなることに期待をしている。
		乗用車販売店（総務担当）	・当面は現状同様、新車の配給が増加する。販売店では売上が確保できるため、好調な状態が続くと予想される。
		乗用車販売店（役員）	・引き続き、話題性のある新商品発売が控えており、受注や販売を好調のまま維持できると判断している。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産や供給が順調であるため、販売台数が高水準を維持することが期待できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末商戦となり、お歳暮や進物としての需要が多くなる。新規の客も増加傾向にあり、今後の売上は伸びていく。気候も急激に寒くなったため、客は、夏の飲料から早めに冬物商材へ切り替えている。
		高級レストラン（経営者）	・物価は高騰しているが、飲食店であるためインパウンドや忘年会、新年会が続き、忙しくなっていく。
		高級レストラン（経営者）	・忘年会シーズンに向かい、予約状況を見る限り忙しくなるが、好調になるとは考えられない。例年と比較すると余り景気は良くはなく、今月より若干上向く程度である。
		観光型ホテル（総務）	・例年の傾向として、年末にかけて需要が高まると予想している。
		通信会社（社員）	・販売手数料の増加によって必然的に売上は増加する。
		通信会社（営業担当）	・インパウンドが増加しており、その影響が始めると予想されるため、景気は良くなっていく。
		観光名所（従業員）	・紅葉シーズンになるため、多くの客の来店を期待している。
		観光名所（職員）	・各業態への聞き取りで悪い情報は入っていないため、景気は良くなっていく。
		ゴルフ場（従業員）	・これまでは地元中心の客層であったが、国内外の予約が徐々に増えている。しばらくは、この状況で推移すると考えられる。
		ゴルフ場（営業）	・個人客が増えていることに加え企業のコンペも多数組まれており、参加者も増加している。ただし、コロナ禍の自粛による反動である可能性もあるため、しばらくは状況判断が必要である。
		競馬場（職員）	・販売量の動きが底堅く推移しており、増加する兆しもみられる。
		美容室（経営者）	・2～3か月前と比較すると徐々に良くなっているため、年末になると売上は上向いてくる。
		商店街（代表者）	・政府の経済対策等が具体化するため、現状より状況が若干良くなると考えられる。
		商店街（代表者）	・商店街としては、年末商戦に向け会議を行い、今後の対策を講じ前向きに動いていくことが重要である。
		商店街（代表者）	・景況が好転する材料が見当たらない。低所得者向け給付金は一時的な経済対策で終わりそうであるが、プレミアム付商品券は小売店にとって販売促進の効果がある。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年末商戦がどのような状況になるかわからないが、魚の入荷数や注文数が懸念されるため、利益を出すためには年末に力を入れなければいけない。今からフグの季節になるため、消費者が購買意欲を取り戻すことに期待している。
		百貨店（企画担当）	・年末年始は旅行や帰省客でにぎわうと予想しているが、年明けの来客数は、落ち着くと考えられる。
		百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前にはよく買物をしていたという客でも、コロナ禍の4年間を経て、商品を購入する習慣がかなり薄れている。購入意欲が減少しているため、現状の購入状況が普通になっており、この状態が大きく変わることは考えにくい。
		百貨店（経営企画担当）	・物価高の影響が徐々に現れてきており、催事等の売上が計画を下回ることがある。年末年始を迎え、1年のなかでも繁忙期となるため、消費者の出費の選択が更に厳しくなると予想される。
		スーパー（店長）	・政府の物価高騰対策によってある程度は還元されるが、それ以上の物価高騰が懸念される。
		スーパー（総務担当）	・食品価格の値上げに対して所得の上昇が足りないため、消費者の財布のひもは非常に固くなっている。また、金利も上昇しており、インフレに備えてますます買い控えが進むと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・今後2～3か月先も気温が平年を上回るという予報であり、冬物商材の売行きが懸念される。一方、物価高による単価上昇の継続から、売上は現状とほぼ変わらず推移する。
		スーパー（経理担当）	・来客数が戻っており、徐々に寒くなってくると秋冬商材の動きも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・景気上昇のためには人の移動が現状よりも活性化する好材料が必要であるが、特段、現段階では見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・コロナ禍のテレワークが定着化したため、事業所の出社は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていない。インバウンドによる来客数増加により、販売の減少を補っているのが現状である。来客数や買上点数を増やす売出しで対応している。
		コンビニ（エリア担当）	・10月からの最低賃金の引上げにより、消費行動がポジティブに動くことを期待している。
		コンビニ（店長）	・政情が不安であり、景気への影響が心配である。
		衣料品専門店（店長）	・景気は余り変わらずに、この状況が続く。
		衣料品専門店（取締役）	・物流の2024年問題や政治の動向など、今まで見送られていた問題が一気に吹き出しており、少子化対策や年金問題、経済対策などがかみ合っていない状況である。賃金の引上げを行っている企業もあるが、景気が上昇しているとはいえないため、厳しい年を迎えることになると予想している。
		家電量販店（店長）	・現状、良くなる要素は余りないと考えている。物価高の影響が強く、しばらくは横ばいが続く。
		乗用車販売店（代表）	・現状のままでは、景気は変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・今月は旅行が重なり、交通機関や観光地では入出が多く、景気は回復しているように見える。しかし、置き家具業界はどこも不況で、売上が落ちている。石油の高値や仕入れの値上がりで経営が厳しくなっている。
		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）	・世界情勢などを要因とする物価の上昇に伴い、消費の冷え込みが懸念される。年内の著しい景気回復は難しく、今後も現状が続く。
		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）	・商品値上げも売上増加の要因になっている。
		スナック（経営者）	・今月に入り会社員の来店数が落ちている。深夜来店も無くなり、近隣の飲食店も閉店が早い。燃料代や諸物価の上昇が外食頻度の低下を招いており、物価の上昇に給与の上昇が追いついていないと考えられる。
		観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いたことで、感染症発生前の状態に戻りつつある。年末年始は、久しぶりに集まる親戚グループの予約が多く入っている。
		観光型ホテル（支配人）	・10月以降も前年と同様に予約や売上が良い状況である。しかし、9月で終了した全国旅行支援の影響や11月からの値上げで、個人利用客の予約が鈍化しており、売上は前年並みを見込んでいる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前に景気が戻ったとしても、減車や離職によって需要に供給が間に合っていない。
		通信会社（企画担当）	・新規引き合いは通常と変わらないため、見込みは横ばいである。
		通信会社（役員）	・ここ数年、賃金が変わらない状況であるにもかかわらず生活必需品の値上げが続いており、景況感が好転する要因が見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・光回線の販売件数について、増減するような要因がみられない。
		理容室（経営者）	・固定の客が多いため来客の変動に極端な動きはないが、12月に近づくと、正月前ということもあり景気が良くなる可能性がある。
		美容室（店長）	・美容室が軒並み増加し、固定客が頼りである。人件費は増加し、利用回数は減少しているため、景気が良くなるとは考えられない。
		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）	・当面は病院の患者確保の方針は変わらず、その結果、利用者確保に苦慮することが想定される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・3か月先の景気は現状と変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・物価高や原油価格高騰、円安、政府の経済対策の失敗などがあり、一般的な政策として賃上げがあるものの企業によって格差があるため、景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利がやや上昇傾向にあり、これが今後も続くようであれば、検討中の客は建築時期を前倒して動くと思われる。
		商店街（代表者）	・物価高の情報が入り乱れ、また、消費税の問題もあり経済が安定しておらず、同じ状況が継続しにくい。
		商店街（代表者）	・食品等の生活必需品値上がりの影響で嗜好品等が買い控えとなっており、小規模の小売業者は一段と厳しくなる。また、大企業が集まる都市圏と地方の賃金の格差が広がるのが考えられ、今後5年で小売業者数の減少が予想される。
		百貨店（総務担当）	・物価高の継続により、消費の落ち込みが予想される。
		百貨店（企画担当）	・世界情勢の急速な不安定化や国内政治、経済の状態など、明るい材料よりも暗い材料が多いため、景気は若干悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・堅調な紳士雑貨やスポーツ関連、好性の高いブランド品・舶来雑貨は依然として購入意欲が高い。価格上昇による来客数や販売量減少の懸念はあるが、クレジット利用を含め客単価や商品単価の伸びが見込める。おせちの予約が始まった会場やオンラインは共に好調で、各種の催事や特別招待、友の会に加えてお歳暮商戦が開始することで、来店意欲の増進と催事場から各階売場への回遊が期待できる。また、国内外の観光回復や年末商戦の開始で周辺商店街のにぎわいも見込める。
		百貨店（営業企画担当）	・今後も世界情勢や国内政治不信による消費意欲の低下が続く。一方、新型コロナウイルス感染症による行動制限解除後の初めての年末年始になるため、人流の活発化に期待している。
		スーパー（店長）	・物価の上昇と現在の収入が見合っていないと考える人が多く、消費は2～3か月先も伸びないと推測される。縮小均衡となれば、景気向上は望めない。
		コンビニ（経営者）	・物価高騰が止まれば状況は変化してくると予想されるが、なかなか期待できない。購買客数の増加につなげるため、客が手軽に購入できる品ぞろえを実施していく。
		家電量販店（店長）	・物価高が落ち着かず、また、スーパーエルニーニョ現象の発生懸念など異常気象の報道もあり、実際に気温も高い状態が続いているため、季節商材の伸び悩みが予測され、より厳しい状況になる。
		家電量販店（店員）	・食料品の価格が上昇しているため、家電商品の買い控えが多くなり、売行きが良くない状況が続いている。しばらくはこの状況が続くと考えられる。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・世界情勢の影響もあるが、原価高騰は継続し、更なる価格高騰が予想される。加えて、金利が上がってくると、個人所得への還元ができず、景気は悪化すると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10～11月の繁忙期と比べると、日帰り団体旅行や全国旅行支援などによる団体客の需要が減少する見込みである。
		タクシー運転手	・不安定な世界情勢となり、賃金の上昇よりも物価の上昇が上回る傾向が今後も続くと、現状の景気を維持することは難しい。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・ウクライナ情勢やイスラエル情勢、円安による燃料の価格高騰の不安は払拭できず、好転する気配はない。
		設計事務所（所長）	・建築関係では、材料や製品の単価の上昇が今後も続きそうである。また、年末に差し掛かり時期的な価格上昇も始まるが、やはり仕事への対価は上がらない。特に、人件費が増加しづらい地方のサービス業は厳しい状況になると予想している。
		設計事務所（代表）	・今後も物価上昇が予想される。
		住宅販売会社（代表）	・住宅購入に関し、補助金などのメリットがある場合は販売促進の材料とできるが、補助金が出ない場合は更に景気は悪くなっていく。住宅購入における消費税の金額は大きい上に、物価高騰により一層景気が悪くなっていく。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・インボイス制度や消費税の引上げ、円安、物価高騰などの影響で景気は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (九州)		農林水産業（従業者）	・今後、九州地域が早く冬春の野菜を出荷できれば、高値の恩恵を得られる可能性がある。しかし、来週後半には全国的に出荷がそろふことから、価格は安定していく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の受注や生産はその発注の内容によって相手の業界が分かる。恐らく、現在は自動車業界が主幹ではなく、通信機関係の需要が多くなっていることが考えられる。今後はその方面が伸びることが予想され、また、半導体の体制も整うため、自動車関係も徐々に上向いてくることを期待している。
		電気機械器具製造業（取締役）	・車載関連の半導体は底堅い状態である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の見込み情報から判断すると、景気は若干回復してくる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・計画した生産量に比べ、若干であるが上振れ傾向が続く。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・年内までは受注確保できているが、来年の受注は未定である。中国のレアメタル問題などで材料価格が見通せないため懸念している。
		建設業（従業者）	・大型物件の入札が11月頃にあるため、その受注に向けて入札金額を正確にはじき出し、景気回復に尽くしたい。
		建設業（社員）	・第3四半期はまだ工事の発注があるが、第4四半期にはほとんどないため、年内の受注を目指している。早めの大型補正予算決定に期待しており、景気回復することを望んでいる。
		金融業（営業）	・政府の物価高対策や企業の賃上げ、各種取引の値上げなどが進展していく。景気に格差が生じ、景気が落ち込む下請企業もあると考えられるが、全体としてはプラス要因となる。
		金融業（営業担当）	・気候が急に冷え込み、天候も安定していることで人や消費の動きが見られる。これから年末には気候も良く、各業種の売上は期待できる。しかし、10月から物価が上昇し、加えて、人件費等も上昇しているため、利益確保が今後の鍵になる。
		不動産業（経営者）	・受注状況などに鑑みると、少しずつ回復していく。
		農林水産業（経営者）	・原料不足や人手不足、賃金の上昇、資材高騰など経営を圧迫する要因は多い。企業内の努力だけでは今後カバーできない。加えて、鳥インフルエンザの季節でもあり不安要素は多い。しかし、販売が好調であることに加え11～12月は需要が最も増える時期であるため、追い風になっていくと予想される。
		家具製造業（従業者）	・年度末に向け、案件情報は増えている。しかし、資材や燃料等の高騰は高止まりのまま、決して楽観できない状況が続いている。
		化学工業（総務担当）	・今年度の損益はほぼ前年度並みで推移する予想であり、年間通じて状況に余り変化はないと見込んでいる。
		金属製品製造業（事業統括）	・年末にかけて需要は旺盛になると予想されるが、人手不足もあり現状が維持される程度ではないかと考えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客との会話では、当面半導体製造装置関連で減産が続く状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・この先3か月も受注が好転する兆しがない。
		輸送業（従業者）	・中国の景気低迷や物価高騰で当面回復が見込めない。また、観光は回復しつつあるが、飲食はまだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないため、輸入食材などの企業では厳しい状況が続く。
		通信業（職員）	・民間企業が施主の営業案件数は多少伸びているものの、官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
		通信業（経理担当）	・第2四半期の売上や利益の前年比が共に減少傾向となっており、今後もこの状況が続く。
	金融業（従業者）	・自動車や住宅の販売が回復しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も増加傾向にある。また、公共工事は高水準で推移しており、飲食店及び旅行業者等の売上も増加している。一方、原材料の値上げに加え人手不足などの影響で、一部の企業では経営状況が厳しくなっている。	
	金融業（調査担当）	・年末に向けて個人消費が活気づくことに期待する向きもあるが、終わりの見えない物価高が景気浮揚の重しとなり、当面は現状程度の推移が続くと考えられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が少ないため、景気に変化はない。
		広告代理店（従業員）	・コロナ禍の状況から回復が進んできている。世界を見回すとロシアによるウクライナ侵攻や、不動産業界に端を発した中国経済の不安定化、イスラエルとガザの紛争と、景気に悪影響が出そうな材料が多く、景気は足踏み状態が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・Webのアクセス数や問合せ件数に変化がないため、売上は変わらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・今年の前半は好調な動きであったが、現在は穏やかな動きになっている。今後の経済的な動きは若干鈍っていく。
		経営コンサルタント（社員）	・値上げがまだ進んでいるため倏約志向が進んでおり、消費者は1円でも安いところを探している。
		経営コンサルタント（社員）	・新規開拓について検討中であるが、まだ結論が出ていないため現状が続く。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・業種によってはインバウンド需要などプラスの要因はあるものの、物価の上昇や人手不足などマイナスの要因も多数あり、価格転嫁と賃上げなどの上昇要因が改善されなければ現状が続いていく。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の子育てに関するアンケート調査は12月くらいをめぐりに発注されるため、受注する機会が増え、景気の良い状態が続くと予想される。しかし、受注する側には、請け負える限度があるため、一定の金額で受注を控えざるを得ない。そのため、受注金額の伸びの鈍化が予想される。
		繊維工業（営業担当）	・工賃などの対応が十分でないところが多いと予想される。また、インボイス制度などの対応も変化をもたらしており、今後の景気が危惧される。
		輸送業（総務担当）	・世界情勢が不安定であり、今後もエネルギー高騰、輸出入量の低下で景気にとってマイナス要素が多い。政府の経済対策が結果として表れるか、今後に注視したい。年末商戦で荷動きが多くなる予想ではあるが、暖冬の予報もあり、冬物商材の売行きに不安が残る。
		金融業（調査担当）	・為替相場が月末には1ドル150円台と1年ぶりの安値圏まで進み、前月より円安傾向が高まっている。今後、過度に変動が生じることがあれば、景気はやや悪くなると予測している。
	x	-	-
雇用関連		-	-
(九州)		人材派遣会社（社員）	・年末年始に向け、宴会やイベントは増加していくと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の求人でも高額時給の求人が増加傾向となっている。加えて、年末商戦の需要が前年以上に動き始めている。
		人材派遣会社（社員）	・年末年始になり、短期注文が増える時期である。また、現在では観光客も多く見掛けるが、冬休みになると更に多くの観光客が見込めるため、接客業での注文が若干増えている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・年末年始という時季的な要因により、景気は若干良くなる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づくなど経済活動の正常化を背景として、内需を中心に日本経済は緩やかに持ち直している。このため、一部の業界では働き手の人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅い。今後もしばらくはこの状況が続くのではないかと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・派遣登録者の希望職種は事務職が多いが、サービス業や医療関係などの求人職種とマッチしないことも多く、就業開始に至らないケースが多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・9～10月の求人数が期待に反していたため、2～3か月後の動きに期待ができない。例年1月以降は求人数が活発になるが、今の段階では予想が付かない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドやイベントなどへの人出は好調に推移していくと予想される。一方、物価高や円安などの影響もあり、消費や製造業などでは厳しい状況になることも予想される。しかし、全体としては現状と大きくは変わらない。
		職業安定所（職員）	・就職件数や充足数が伸びておらず、引き続き人手不足状態が続いている。また、事業所の仕事量は変わらないため、今後の景気は変わらないと判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・ガソリン補助金の期間延長や年末のイベント需要など明るい話題もあるが、冬季の鳥インフルエンザへの懸念や中東情勢の影響など不確定な状況もあり、当面は現況が続くと考えられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・人材不足もあり、新卒の就職市場は学生有利の状態が続いているため、学生はかなり楽観視している。企業側では、採用予算の削減という情報はあがるが、採用なしということはほとんどないため、当面良い状態が続く。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後も物価上昇が続く懸念はあるが、当市においてはインバウンドの増加が顕著である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・生鮮食品や野菜等食料品など生活必需品の値上げで生活が苦しくなっており、景気にかなりマイナスに働いている。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年比で増加しているが、求職者数は減少が続いている。人手不足感が強まっているが、人材確保ができずに仕事を断ったり、業務縮小を検討している企業もあり、今後の見通しが立っていない。
	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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		*	*
		商店街（代表者）	・部分的には良くなっているが、全体的にはまだ厳しい状況が続いている。
		百貨店（経営担当）	・平均気温も徐々に下がり衣替えの需要が高まることが予想されるほかハロウィーン、クリスマス、お歳暮などの行事も多くなる。
		スーパー（企画担当）	・3か月後には、クリスマス、正月といった大きなモチベーションを控えており、新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和で例年よりも人流が活発化すると予想する。モチベーションで好調に推移し景気は良くなるのではないかと期待している。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスケーキやチキン等、お歳暮の予約に期待している。
		家電量販店（営業担当）	・来客数が回復している。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・陶器に関しては11月は祭りも多く年末年始までは繁忙期だとみている。客先からは単価が低めで小さい物が国内客、海外客を問わず売れると聞いている。
		一般レストラン（代表者）	・歓送迎会や忘年会の問合せが増えてきている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・予約状況から、11月は例年並みになりそうだが、忘年会シーズンに入ると大口客が戻ることが予想されかなり期待できそうである。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊について予約は堅調に入ってきている。特に修学旅行の宿泊があり稼働を上げている。しかし、2019年比の80%程度であり十分とはいえない。料飲部門については、忘年会予約が微増である。また、人員がそろっていないため予約を断っている日もあり、2019年比45%程度と厳しい状況が続いている。会社全体としては物価高騰、人件費上昇となり、売上がそれをカバーする状態までには至っていない。
		通信会社（営業担当）	・年末年始の商戦では財布のひもも緩み、高価格帯の商品の販売も増えるのではないかと期待している。
		コンビニ（店長）	・身の回りの景気に限って言えば、それほど変わらないとみている。新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻っているが、物価が上昇している影響か、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいはないよう見受けられるため、きっかけがない限り現状が続く。
		コンビニ（副店長）	・年末に向かって消費を大いに期待したいところであるが、経済対策の混迷が予想され消費の鈍化が進むと危惧する。引き続き物価の上昇の影響と、最低賃金の引上げを受けた企業努力の限界がうかがえ、先行きの不安しかない。
		コンビニ（経営企画担当）	・現時点でも景気は良いとみられ、今よりも良くなる要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・例年であれば、今月辺りからシーズンものが本格的に動き出す時期であるが、まだ動き出す雰囲気がない。売上も上がってきていない。景気は良くない状態が依然として続いているとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・マラソン大会や年末年始などのイベントもあるので、観光客が増え、景気が良くなることに期待したい。
		乗用車販売店（経理担当）	・例年だと年末に向けて客の動きが鈍くなるが、季節変動の範ちゅうで収まるとみられる。
		旅行代理店（マネージャー）	・手配も増えてきているが、旅行代金が高くなっており、全国旅行支援も一通り終わったので今後は伸び悩みそうである。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は引き続き好調に推移しており、特にインバウンド関係の受注は伸長している。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築資材や労務費が高止まりしており、客の住宅などへの建築購入意欲が後退している。
		住宅販売会社（役員）	・あらゆる物価上昇のなか、多少の価格上昇は受け入れられているが、これ以上の価格転嫁は期待できない。
		-	-
	x	乗用車販売店（営業担当）	・来年、自動車の法改正に伴い車両のモデルチェンジがあり生産がストップする車両が出る。
	x	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの10月の販売室数が前年比6%減少なのに対し、10月末時点の1月の予約室数は前年比28%減少で、マイナス幅が大きくなっている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業（役員）	・売上についてはインバウンドも増加し好調が続くとみているが、円安による生産者物価の上昇と人材不足も同じように続くので不安要素もある。
		窯業土石業（取締役）	・見積り依頼で民間工事は横ばいの状況だが、公共工事が増加傾向であり下期は受注増加が期待できる。
		建設業（経営者）	・大きな案件が、具体的に動き出してきている。
		広告代理店（営業担当）	・人件費や資源価格の高騰を受け、県内企業の事業収益は厳しい状況が続いており、販売促進予算は微減又は現状維持となっている。
		会計事務所（所長）	・世界的に紛争が散発しており、景気、為替への影響を懸念している。
x	-	-	
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		人材派遣会社（総務担当）	・県内観光業が活発になり潤って景気が良くなる。しかし、人手不足は否めない。
		求人情報誌製作会社（営業）	・11月と年明け1月は現在よりも増加すると予測している。年末の12月は減少と予測している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現在2025年卒向けの学内説明会の問合せを受けているところであり、学内予定では1月下旬より開始する予定である。それに伴い、多くの求人が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・人手不足による事業廃止の相談が増えている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高騰はしばらく続く。
x	-	-	