

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)	◎	衣料品専門店（経営者）	・信じて進むしかない。
	◎	一般レストラン（経営者）	・景気自体は良くなっていく（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・年末年始に突入することと、コロナ禍も少しは収まっていると予測している。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・秋になり天候が落ち着いていけば集客増が期待できるが、7～8月の猛暑の影響で芝が枯れてきているため、これ以上芝が駄目になるのであれば、秋までに回復するのは難しく、一部施設をクローズさせなくてはならない。そうなると集客面でも影響が出る可能性がある。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・来客数は減っているが、エアコンや住宅設備関連の問合せが増えてきている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・秋に向けて開催される地域のイベントも新型コロナウイルス感染症発生前の規模に戻り、多くの来街者が見込まれる。来街者数の増加により当店の売上も上向きになる（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今が良くないため、3か月後は売上が伸びていることを期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月が最低だったので、何とかしのいで頑張ってきた。今月より少しは良くなるのではないかと（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・10月に入ればおせちやクリスマスケーキ受注がスタートするため、年末商戦に向けて来客数増加も見込める（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・改装工事が終了し、来客数の増加が見込める。
	○	百貨店（財務担当）	・今月のインバウンドの減少は円高による一過性の影響と捉えており、今後の回復が景気を押し上げる（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・現状が続けばそれなりに良くなる。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・天災等がなければ徐々に上向いてくると期待している（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	・着物事業の浴衣購入客がリピーターとなり、今後の売上アップにつながる。また、ドレス事業では、EC展開で計画比111%と好調な新作商品を店舗に投入することにより、店舗売上の向上を見込んでいる（東京都）。
	○	衣料品専門店（統括）	・気温、気候にもよるが、平年並みの気温に低下していけば、来客数が伸び、売上も回復する。
	○	家電量販店（店長）	・GDPの数値が良い影響になる。米国大統領選挙など世界情勢も考えなければならないが、国内においては徐々に景気回復傾向にある。
	○	家電量販店（店長）	・訪日旅行者数は今後も伸びると考えており、ネガティブな市場予測もない（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車が発表されて受注が増加し、販売量も増加する。
	○	乗用車販売店（経営者）	・為替や株価が落ち着くことを期待している（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・来月から決算が始まるため、期待を含めて上がるとみている。
○	乗用車販売店（総務担当）	・需要月は買換えサイクルでもあり、客の動きが活発になると予想している。	
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・高価格帯の商材の販売が増加していることから、身の回りの景気は良くなる（東京都）。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・政治の動向で経済活性化が図られると見込んでいる。	
○	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルス感染症あるいは政治、国際情勢においてネガティブな要因がなければ、経済循環は以前にも増して良い方向へ動いているため、景気は上昇方向に動く（東京都）。	

○	一般レストラン（経営者）	・例年、2～3か月先の10月、11月は、8月よりは売上が増加する。ケータリングも9月から11月は復活して伸びてくるため、2～3か月先の景気はやや良くなる。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・当社だけでみると、観光地の店舗は10%上昇している。都内の店舗については猛暑のため20%悪くなっている。これからは暑さも落ち着き、良くなってくる。7～8月の東京の暑さはひどく、東京から避難できるような対策がとれたら、クーラーによる電気使用量の削減、熱中症対策、地球の健康にもつながるような気がする（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期を前に、打合せなど旅行前の準備及び実施が増える。
○	通信会社（経営企画担当）	・10月以降、案件の動きが多くなる予想である（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・米国大統領選挙、政権政党総裁選挙の先行きによってどのようになるかを注視している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・獲得数が伸び、解約数が抑えられている（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・暖かい秋になる予報のため、来場者数は微増する予想だが、台風が発生状況が気掛かりである。
○	ゴルフ場（経理担当）	・3か月後はトップシーズンでもあり、天候によるマイナス要因は限定的とみられるが、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らない。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。最低賃金の大幅な引上げも予想され、今後も人件費増加に加え物価上昇圧力は続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・一気に増加はしないが、企業の予約、コンペが徐々に上向いていく（東京都）。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・企業懇親会後のボウリング利用が多く見受けられる。2次会、3次会利用の客が増えてきている。飲食を含めた稼働も多く、客単価が上がっている（東京都）。
○	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・政権政党の総裁選挙による刷新感からやや良くなる（東京都）。
○	その他サービス [学習塾]（経営者）	・夏の新規の間合せ件数がここ数年よりは少し増えたため、今後に期待したい。
○	設計事務所（経営者）	・新しい案件があるということは、次の仕事を仕込んでいくことである。
○	設計事務所（経営者）	・来月、新規案件受注の可能性があるので、多少の期待を込めて良くなる方向に推移すると考えている。
○	住宅販売会社（経営者）	・当社はホテルも扱っているが、国内ホテルの宿泊料金は月に2%以上上昇しつつあり、ホテル業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、賃上げができない。政府には中小企業への景気対策を是非お願いしたい。
□	商店街（代表者）	・とにかく猛暑で消費者の外出や買物意欲が減退してしまっている。天候なので文句もいえないが、商売が思うようにいっていない。何とか頑張りたいが、早く涼しくなることを期待している。
□	商店街（代表者）	・リベンジコロナ消費はまだまだ堅調である。この流れはしばらく続く様相で、急降下は考えにくい。ただし、株価の乱高下や金融政策に対する市場の過剰な反応があったときは、意外と時間差で消費に響いてくる。米国大統領選挙や政権政党の総裁選挙など、市場に大きなインパクトがあると富裕層は影響を受けるため、リスクがないわけではない（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	・補助金絡みの工事の提案が通ってきているため、それらの工事が入る予定である。
□	一般小売店 [家具]（経営者）	・今のところ家具業界がこの先良くなる要素は見当たらない。政権政党総裁選挙等がある世の中が多少変化してくれば幾らか良くなっていくのではないかと期待はあるが、変わらない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章] (経営者)	・昔から変わらないが、点在型商店街にある独立店舗のため、わざわざ当店に足を向けてくれる客は非常に少なく、立地的な面と天候の影響がある。印鑑需要も落ちているため、低迷している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・秋に向けて祭事が続くことを期待している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [米穀] (経営者)	・消費者物価指数が上がり気味の上に金利も上昇するため、客が若干慎重になっている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [傘] (店長)	・残暑が厳しく、まだ夏物の需要があるとみている。現状が継続しそうである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・売上を上げるために様々な企業努力をしている。ただし、外的要因として、物価上昇により安価な物を買う客が徐々に少なくなり、逆に高くても良い物を買う客のみが来ている。外商の案件においても同様に、ある程度予算があるところではしっかりもらえるが、予算のないところでは駄目ということで、客の中で余りにもメリハリが付いているのかという様子である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担当)	・当社の扱っている商材は特別にこの時期に売れるというものではない。新規注文が増えればよいが、競合が多いためなかなか増えない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [書店] (総務担当)	・物価高が続いているため、今後も消費者の買い控え傾向は継続する。消費者が満足できるレベルの無料サービスが増え、世の中の動向としても情報を無料で公開する動きが活発化しているため、消費が増える要素を見つけることが困難である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・自然災害の一時的な影響を除くと、物価上昇に伴い、売上は堅調に伸びていくと推察する。円安も落ち着き始め、一時急落した株価も若干戻っていることから、当面の間は物価上昇に伴う売上増加は継続する。今後更に円高になるとインバウンドの動向が懸念されるが、当面は現状が続くとみている (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・訪日外国人による好影響はまだあるものの、円高に振れている状況のなかでは、先行きについての予測が難しくなっている。物価上昇の懸念等が払拭されない場合は、消費の面からの景気上昇は不透明である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・政権政党総裁選挙の結果や株式市場の状況等、不確定要素がある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (広報担当)	・インバウンド消費は円高に振れたことによる内外価格差の縮小に伴い、短期的には一定の調整が入る可能性がある。それでも中期的には売上の大半を占める国内客の高付加価値消費が下振れする材料はなく、インバウンドも当社の戦略浸透でリピーターが増えたり、訪日外国人の絶対数増加による増加に期待できる (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・インバウンドの好調はこのまま継続すると考えるが、国内消費は改善の兆しがみえない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・人件費を始めとする経費の増加はまだ続いており、商品の値上げも続く。また、今夏の異常な高温の影響で、秋以降の農作物への影響も心配である (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・現在のインバウンドは継続基調、加えて軽飲食やデイリー雑貨が好調であるため、景気の影響を受けにくく、数か月は現在のやや良い状況が続く (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・引き続きファッション低迷、インバウンド伸長というトレンドは変わらない。猛暑や台風の影響による秋冬ファッションへの反応は鈍く、暖冬予測により冬物コートなどの展開も例年より後ろ倒しにする取引先も多い (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・今後も物価上昇の影響が続くとみられ、景気は変わらない。前年は秋の気温が高い状況が続き、秋冬アイテムに影響した。今年も平年より気温が高い予想であり、影響がありそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・4月以降継続的にみられた物価高による来客数減少が、夏休み需要以降は回復基調となっているが、ここから秋口にかけては大きなハレの日需要もなく、再び横ばいでの推移が予想される (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (管理担当)	・気温の高い傾向はまだ続く見込みのため、前年と同様に秋物の苦戦が予想される (東京都)。

<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・アパレル各社は秋も暑さが続くことを想定した商品計画にはなっているものの、収入が増えている実感がないため、必需品以外のプラスアルファの支出への期待は薄い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・やや良い状態がずっと続いているため変わらないとみているが、10月に強力な競合店ができるので、そこで落ちる可能性もある。そういう事情を除けば、この先も現状のまま変わらずにいくのではないかな。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・商品単価の上昇は今後も継続し、エンゲル係数が下がる見込みはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・競合が厳しいので、今後も予断を許さない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・円安等の影響により、価格見直しの流れが再度きている。また、米の販売についても、新米以降の供給量により品薄の傾向が続くかもしれない。
<input type="checkbox"/>	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、必要以上に買物をしない。物価と収入とのバランスが取れるようになるまでは、同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・災害特需は次第に落ち着く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価が上がる一方で販売量が伸び悩み、相殺されてプラスマイナスゼロという状況がまだまだ続くのではないかな（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・米の品薄状態は9月以降に新米が出回るようになれば落ち着いてくるとみているが、価格は130～140%に上がることが予想される。台風シーズンになるため、買いだめ意識は続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・円高傾向に傾き、株価も下がっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人件費が高騰している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・9月に入り、商品の値上げも多くなることから、安価な商材についての購買意欲の変化が気になる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・若干上向き傾向が続く。物価高にも慣れつつあり、単価が上がっているため、売上は伸びる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・客の来店傾向は変化がなく、また、商品単価も高止まりしているため、現状の好調な売上が続く見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・株価が乱高下しており、外出機会が減ると売上に響いてくる。先行きは株価の動き次第である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・現状に加えて景気が良くなる材料が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・単価が上がっているものの、単価の上昇分では販売量の低下分を補えていない状況である。3か月後も同様のトレンドと考えている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・景気が変わる対策が何かあるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・売上が伸びるとしたら、やはり目に見えて景気の良い状態が続くか、爆発的なヒット商品が生まれるか、そのような要素が必要ではないかな。日本には物があふれており、飽食の世の中である。すごく豊かではないものの、食べ物には困らない。米不足といわれているが、一過性のもので特に心配もいらなそうである。そうしたなかでは、景気を左右するくらいの出来事がないと、売上も上がらないかもしれない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・年金生活者の財布のひもは固く、安さを求めている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・以前と状況が変わっていないので、今後も変わらないと考えているが、9月に関してはやや期待するところもある。これ以上仕入価格が上がらないことを祈っているが、恐らく各メーカーで秋からの値上げがあるため、対処したい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・気候は涼しくなるかもしれないが、物価上昇の影響は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇や自然災害など不安要素が多く、まだまだこの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・今までは、景気は賃金上昇に伴う景況感の好転で推移するとみていたが、来客数の減少傾向もみられ、楽観視できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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、販売はやはり客が買い控えをしているようで、なかなか成約がもらえない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・賃金が多少上がったものの、いろいろな形で物価も上がっている。燃料費も上がっているし、今後はガス、電気代も上がるという情報も入っている。賃金ベースは若干上がったが、それ以上に生活費などいろいろな物価が上がっているため、景気は変わらない。よほど思い切った賃金上昇の施策を政府などが考えてくれないと、景気は良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷問題は解消しつつあるが、受注量に変化がない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・直近で株安、金利上昇など消費行動に影響しかねない大きな変化があり、どのような影響が出てくるか予測が難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・暑さと不安定な天候が続いているためか客足が若干鈍っているが、秋になればまた人も回復してくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・年内には現状は改善しない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・法人関連を中心とした宴会部門の受注状況からみて、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・オケーションは増加しており、その点では上昇傾向にはあるものの、物価や社会情勢との兼ね合いにより、現状のトレンドになっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・外国人観光客の増加がますます加速している。しかし、インバウンドの反動は、バブル、コロナ禍の時期と同様に大きく出るという声をよく耳にする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。物価が上昇しているが、所得は伸び悩んでいる。何か改善するとすれば、パート、アルバイトなどの年収103万円の壁を撤廃するなど、たくさん働けるようにしないといけないのではないか。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気は悪いままで、国内が上向き見込みはほぼない。当地域はインバウンドもほぼ関係なく、150年ほどの歴史では寺社仏閣も少なくそれほど人が来るとは考えられず、何をしたら経済が良くなるのかもよく分からない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・米国大統領選挙の行方による部分が大きい。次に、日本の金利政策については上げ幅とスピード次第で結果は変わる。その意味で、これから3か月は流動的だとみている。波はあるが、今後3か月の平均は直近3か月と大きく変わらないのではないか。ただし、ウクライナとロシア、イスラエルとハマスの戦争が終われば話は変わってくる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・9月は予約も以前と同等に入ってきているため、景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・夏休みの反動が9月は顕著になるとみているが、大型コンベンション施設では9月、10月と平日も大型イベントが入っているため、総体的には8月とさほど変わらない状況で推移するのではないかと。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・食材、人件費、水道光熱費など諸経費の高騰による値上げも限界にきており、販売価格がここ数年での最高値となっている。客が料金値上げに付いて来ておらず、競合他社へ流れるケースも散見される。現状をどう維持していくかが今後の課題である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・夏休みで子供が元気良く外を走り回ったりしているが、南海トラフ地震発生のおそれがあるとか、いつ地震がくるか分からないということで、なかなか遠くまで出掛けることはできないようである。落ち着いて生活できない状況のため、現状維持である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・インバウンドは好調だが、円安、物価高、天候不順などにより、国内客の消費が落ち込んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・現状維持の見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・例年どおり暑さが和らいでタクシーの利用客も落ち着く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・現状からみて2～3か月先に販売量及び工事等が増加傾向になるとは考えられない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・防災情報へのアクセスが増え、災害に対する意識が高まっている。為替も不安定で国内に大きなイベントもなく、米国大統領選挙を控え、景気が大きく好転する材料はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今後も物価高の影響が続くなかでは、大きな回復は見通せない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・特に大きな景気刺激策がみえないため、今秋は余り変化はないとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると考えられる材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・世の中が物価高になっているため、当社も値上げができないと、景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・何かひっ迫感があると、その特定の物に対してはちゅうちょなく購買しているので、お金を使うきっかけ次第である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・最低賃金を引き上げても、年収130万円の壁を抜本的に見直さない限り、労働時間で調整するため、家計の収入は増加しない。景気の下支えにはなるかもしれないが、景気のベクトルが上向くとは考えられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・新商材である高速通信サービスの新エリアへの投入が待たれる。エリアの展開を待つ間、競合他社との競争で販売量、顧客数維持の難易度が上がっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・引き続き個人消費に伸び悩む要素があり、個人向けはこのままの状態がしばらく続くものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・今年度は前年度とほぼ同じ推移である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・Webの戦略が好調なので、良い数字をたたき出しており、事業的には4倍ほどの伸びを示しているが、次々に新しいものを提供しないと飽きられてしまうので、次の一手に悩むところである。景気についても、伸びていることに関して喜んでいられるほどの余裕がない。経済的に良くなっている印象はない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・3か月先も堅調に推移する見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・災害等が頻発しているなか、まだまだ個人消費が上がる気配がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・今、政治が不安定というか、次期総理大臣が決まっていなだとか選挙であるとか、そういった動きは我々には関係ないようにみえるが、地域的な営業からみると非常にマイナスである。頑張っているところで、もっと社員数を増やすべく努力していく。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・景気回復の新たな施策に期待したいが、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・新商品を投入したものの、期待ほどは売れていない。住宅ローン金利は急には上がらない雰囲気、需要の前倒しにはならないとみている。注文建築の受注が落ち込んでいる分、建売分譲の販売拡大を進めているが、こちらもうまくいっていない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・来場者数、資料請求数に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・金利は上昇傾向だが、富裕層にとって新築アパート需要は変わらずある。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	・金利上昇に伴い、ついに住宅ローンの変動金利も上昇が見込まれることから、消費が冷え込む可能性がある。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・良くなる兆しを実感することができない。
▲	百貨店（営業担当）	・国内客の需要は依然として厳しく、今後も回復を見込むには難しい状況である。インバウンドが減少するなかでは厳しくなると想定している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からやや悪くなる（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	・富裕層の需要冷え込みに加え、大型店の売上をけん引してきたインバウンドもこれまでのような伸長は見込めない。

▲	スーパー（経営者）	・売上、点数、来客数は悪いままだが、下げ止まり感がある。10月からの最低賃金の引上げにより、経営が圧迫される。小規模の取引先の廃業が考えられる。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・商圏内にディスカウントの競合店が出店するため、一時的に売上が落ちると予測している。
▲	スーパー（食品担当）	・円安の抜本的な解決策が示されなければ、消費は活発にならない（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・来客数の減少がみられるため、このままでいくと売上の増加はやや難しいかもしれない。
▲	コンビニ（経営者）	・現在、辛うじて売上に変化はないが、今後の大幅な人件費増加に耐えられるか不安である。
▲	コンビニ（経営者）	・やはり値上げが響いているのではないかと。買い控えというよりも買えない状態にあるような気がする。数量も、今までは家族分買っていたのが、2つでいいというような買い方が見受けられる。
▲	コンビニ（経営者）	・チェーンストアが弱いかもしれないが、来客数が前年の夏よりも伸びていないことを考えると、株価も含めて景気は良くない。物価が上がっているにもかかわらず、客単価は上がっていないため、かなり苦しい状況である。
▲	コンビニ（経営者）	・天候不順による農作物、米の価格高騰で悪くなる。客も安価な商材に流れている。
▲	衣料品専門店（従業員）	・まだまだ値上げが続くため、客の購買行動もかなりシビアな面がある。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・価格の高い新車が売れず、中古車の販売台数が伸びる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	・生産車種が減ってきている。
▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍もまだまだ続く恐れがある。注意をしているが、なかなか収束しない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・今後は一部の中小企業においては、新型コロナウイルス感染症特別融資の返済が本格化することによる負担増加に加え、金利上昇により利益が減少する可能性がある（東京都）。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・投資活動における勝ち組、負け組がより鮮明となり、格差社会が顕著となる時代がすぐそこまで来ている（東京都）。
▲	高級レストラン（経理担当）	・日本及び米国の政局に変化が予見され先行きが不透明であるため、動きが停止する（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・夏季と比べると、需要は下がる見込みである。インバウンドに期待したい。
▲	タクシー運転手	・今年に入ってからずっとだが、物価の上昇が止まらない。いろいろ都合があるのだろうが、我々消費者にとってはそれが最も負担になっており、景気にもかなり影響があるような厳しい生活である。
▲	タクシー運転手	・来月辺りから涼しくなる時期だが、ここにきてタクシーの乗り控えが少し起こりそうである。物価高、米不足など、良い話はない。とはいえ、病院の送迎は高齢者の利用が多く、控えるわけにもいかない。会社、駅の利用は以前同様にやや良いが、深夜の利用は期待できない。
▲	タクシー運転手	・猛暑の8月が終わり、9月もこの暑さがまだ響くようなら多少の忙しさがあるが、9月になるとどうしても夏休みにお金を使った反動で利用客数が落ちる（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・秋になり気候も安定してくれば乗客の減少が予想される。また、ウクライナ、イスラエル等の国際紛争による燃料価格高騰による経費増加が危惧される。
▲	通信会社（社員）	・今年度の採算ベースまではまだまだである。前年度より状況、数字の伸びが悪くなっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	・大型店の閉店があちこちから聞こえてくる。企業としては健全経営に向けた取組かもしれないが、失業者が増え、景気が良くなるものではない。
▲	パチンコ店（経営者）	・8月も終わり、例年夏枯れ状態が出る傾向にある。また、天候不順による季節的影響が人の動きや物価高に反映されそうである。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今月も、生活費が大変なので安い塾に移るとはっきり述べて退塾していく生徒がいる。景気は悪くなっていく。

	▲	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・ 今後はイベントがないため、今のところ売上は見込めない。	
	▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・ 最近の売上からすると、徐々に購買意欲が減退している。	
	▲	設計事務所 (所長)	・ 景気が良いのは大企業のみで、我々のような中小企業は決して良くない。これから先の景気も読めない。	
	▲	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・ 建材需要期を迎えていく時期で、ある程度の大型案件などはみられるが、大小積み上げても例年並みには届かず、景気の先行きは悪い (東京都)。	
	×	百貨店 (販売促進担当)	・ インバウンド頼みの状況のもと、当店の様々な与件から、インバウンド対応領域に限りがあり、ますます苦戦を強いられる状況となる (東京都)。	
	×	衣料品専門店 (店長)	・ 価格が上昇している。物流コストも急激に増えている。	
	×	一般レストラン (経営者)	・ 毎年9月になると来客数が落ちてきてしまう。9月の宴会の予約表を見ても激減している。出足が悪いイメージである (東京都)。	
	×	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・ 最低賃金の改定があることに加え、材料価格の再高騰等を主因として、下期にかけて業績の悪化が予想される (東京都)。	
	×	通信会社 (管理担当)	・ 物価の上昇により販売量は横ばいとなっている。	
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・ 例年どおりならば10月頃から受注量が増える (東京都)。	
	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・ 販売価格の値上げも進んでおり、景気は回復傾向である。	
	○	食料品製造業 (経営者)	・ 基本的に景気が良い印象を受ける。インバウンドも増えてきており、この先も上がっていくのではないかと (東京都)。	
	○	食料品製造業 (経営者)	・ 秋にかけてイベント等が増えるため、イベントでの売上が期待できる。	
	○	化学工業 (総務担当)	・ 受注量が上向きつつある。	
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・ 秋口から取引量が増えるという取引先からの話を信じれば、やや良くなる。全く増えないとは想定していない。	
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・ 今まで余り振り向いてもらえなかった当社考案の装置が、人手不足解消の目的で徐々に引き合いが増えている (東京都)。	
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・ インフレが進行しているが、各企業が人件費アップを積極的に容認する動きがあり、景気は良い方向に循環している。	
	○	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・ 天候不順が影響して、サロンへの客足が遠のいている (東京都)。	
	○	建設業 (従業員)	・ 良くなることを期待したいが、まだまだ物価高が続いているため、不安のない安定した経済にしてほしい。	
	○	輸送業 (総務担当)	・ 荷主の輸出はないが、国内出荷量が繁忙期により増えており、2～3か月は現状が続く見込みである。	
	○	金融業 (従業員)	・ 円安にある程度歯止めがかかったこと、賃金が上がりつつあることから、景気はやや良くなる。	
	○	広告代理店 (経営者)	・ 涼しくなれば少し回復する (東京都)。	
	○	税理士	・ 与野党ともトップの選挙があり、いろいろな政策が打ち出され、景気対策も重点施策になるとみている。また、インバウンドは引き続き景気を支える。	
	○	その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	・ 物価の安定が見込めそうなので、やや良くなるのではないかと (東京都)。	
	○	その他非製造業 [商社] (従業員)	・ 受注実績の推移から、やや良くなる (東京都)。	
		□	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・ これ以上悪くなることはないところにいる。低いままでいか、少し上向きになればという願いもあるが、現状のままで変わらないのではないかと。前年はインボイス制度の登録番号の特需があったが、この先、特別な需要が発生するような見込みは特にないため、変わらない (東京都)。
		□	化学工業 (従業員)	・ 原材料、運送費の値上げは相変わらず続いている。先行きについては良くも悪くもならない。
		□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・ 政治と経済には関連があると思うが、これから日本の総理大臣や米国の大統領がどのような形に収まるかによって景気の流れも変わってくる。また、大きな違いはないとみているが、値上げがそろそろ来ることになっている。

□	プラスチック製品製造業（経営者）	・この先、化粧品容器に関しては、中国不況の影響が苦戦は免れられそうもなく、モメンタムのある医療品容器のクライアントに期待するしかない。
□	金属製品製造業（経営者）	・世界的なインフレに伴う買い控えなどにより、購買が増える可能性は低い。
□	金属製品製造業（経営者）	・今のところ大型案件の予定はなく噂もないため、日銭稼ぎの細かい仕事でも受注するしかない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品価格の安定は継続する予想で、景気に大きな変化はない。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・半導体の受注が少し出てきているが、各社共にまだ在庫が多くあるため、しばらくは停滞が続く。
□	建設業（経営者）	・明確な景気対策が実施されていない。
□	建設業（経営者）	・人材確保が難しく、新たな物件の受注ができない。
□	輸送業（経営者）	・輸送量が低迷を続けており、景気回復の兆しがみえないなか、現状が続くものとみている（東京都）。
□	輸送業（経営者）	・円高で景気がどうなるか注視したい（東京都）。
□	通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・小売業や卸売業の一部事業者からは、防災への意識が高まり、防災グッズがよく売れるようになった、イベント関連の受注が増えて夏から秋にかけて忙しくなりそうだという声を聞く。原材料価格の高騰や人手不足など課題もあるが、売上の面からの前向きな声が多い（東京都）。
□	金融業（従業員）	・円安が落ち着いているものの、原価上昇分の価格転嫁については引き続き厳しい状況である。
□	金融業（営業担当）	・企業によってまちまちだが、先の受注見通しは依然として不透明な状況が継続しており、業績の大幅な改善は期待できない。現状では円安による景気好転は余りみられないが、中期的には受注の改善につながるとみる声は多い。当面は現状程度の推移が見込まれる。
□	不動産業（経営者）	・5か月強空いていたテナントの入居がようやく決まった。さらに、円高、金利の上昇などもあり、良い方向にはいかないのではないかと。
□	広告代理店（従業員）	・やや改善に向かう案件、要素がなくはない。しかし、見通しとして良くなるとはいえない（東京都）。
□	税理士	・大企業は円安の影響でかなり利益が出ており、ボーナスなども大分上がっているようだが、中小企業は飲食店、小売業も含めて材料高、人手不足等で良くない。この先もこれらの要因で良くならないのではないかと（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	・原材料高などが続くとみられ、価格にも影響があるため、現状と変わらない。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・全体的な取扱量は回復基調になると期待しているが、同業他社との競争、また、資材等の値上げが続くこともあり、当社を取り巻く環境は変わらない。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人員の増加が見込めないため、それほど変化はない。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・案件の引き合い自体が少なく、年末まで厳しい状況が続くと予測している。
▲	建設業（営業担当）	・建築単価の高騰が続いており、その関係で計画自体の数量が減少しているため、将来的に景気の上昇が見込めない。
▲	金融業（総務担当）	・中小企業では賃金上げが難しく、物価上昇に追い付いていないのが現状である。燃料価格も高止まりしており、人件費も高騰している。スーパーはあらゆる物が値上がりしており、客の購買品目が減っている。また、融資金利の上げが実行されると、消費が落ち込む要因になる（東京都）。
▲	不動産業（総務担当）	・設備の経年劣化による補修工事が、資材の納期遅れによって先延ばしになるケースが多く、その影響で一部テナントからクレームが発生し、対応に苦慮している（東京都）。
▲	広告代理店（営業担当）	・秋以降の売上予測が芳しくない。これは当社だけの特徴と考えられるが、大型の広告宣伝プロモーションの件数が減っている（東京都）。
▲	経営コンサルタント	・仕事は増加傾向にあるものの、人材不足による問題が解決できないため、当分は下り坂である（東京都）。

	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の上昇が利益を圧迫する（東京都）。
	×	*	*
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・10月入社はまだ充足していない。11月以降に先延ばしをしてもよいという反応がきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて例年どおり求人数の増加が見込まれる。
	○	人材派遣会社（社員）	・市区町村からの業務委託が増えている（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・業績が良くなると賃金も上がる可能性が高いため、景気は良くなるのではないかと（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・金利の動向にもよるが、為替相場が不安定なので、景気が良くなるまでにはまだ時間が掛かる。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数について大きな動きはない。10月から最低賃金が上がり、派遣社員の時給にも影響があると考え、コストアップに対する人員削減はなさそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数、採用者数の動きに大きな改善が見込みにくい（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣受注数は引き続き堅調に推移する見込みだが、派遣就業希望の人材を予定どおりに確保できず、成約数に影響している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・忙しくしている企業が多いため、良くなってほしいが、具体的な根拠はみえていない。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・異常気象による農作物への影響や、まだ先の見えない為替の動き、10月1日からの最低賃金引上げにおける中小零細事業者への影響など、景気が良くなる材料は少ない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・人材不足といわれるが、給与が高ければ少し嫌な仕事でも就く可能性はある。賃上げができないことが、採用を生めず、仕事を受けられない事態を生み出している。ひょっとしたら、まだまだ働く元気はあるのに隙間時間だけ働く人もいる。個人の自由かもしれないが、生産性を上げなければ日本は貧しいままになってしまうのではないかと。2～3か月先に明るい未来はとも見えない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・厳しい状況だが、とにかく何とかやっていくしかないので、日々頑張っていく。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人の動きが低調であり、回復の兆しがみえない。
	□	職業安定所（職員）	・製造業の受注は順調だが、若者の応募が少なく、外国人の応募が増えるように求人票の記載を工夫する事業所が増えている。
	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感が続いており、求人需要は高止まりしているが、人材不足分野の業種を始めとして人材のマッチングが進んでいない。また、中小企業からは賃上げ疲れの声も聞こえてくる。今後予定される最低賃金の大幅な引上げにより、人件費の負担感が強まるおそれがある（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇に対して賃金上昇率が伴っておらず、実質賃金は減少を続けている。人手不足の業界において、高齢者や外国人を雇用する例がみられるが、相対的に賃金は低い。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・若年層の求職者で要件に満たないケースが多くみられる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・景気の良い分野と悪い分野の両方があるが、総じて悪い分野の方が身近である。今後も同様の状態が続いていく（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・最低賃金が上がることが決定したが、企業側がどれだけ付いていけるかで、求人数が変わる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・今月の派遣求人数が減少している影響で、来月の勤務人数が想定より減少する可能性がある。また、9月は半期の区切りでもあり、10月以降の総勤務人数に影響が出るのが想定される（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・円安、物価高で買い控えが起きており、定額減税の景気の押し上げ効果もさほどみられない。小売業は売上が増加しても利益が出ず、厳しい状況が続いている。	
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる材料が見当たらない（東京都）。	
	×	—	—