

I. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)	◎	－	－	－
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・10月の売上は、2023年比で127.6%、2022年比で209.7%、2021年比で382.9%、2020年比で312.8%、2019年比で152.3%となっている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ここしばらく取引先からの受注量が増加傾向で推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・値頃感のある価格を維持するようにしてきたことで来客数が回復しつつある。
	○	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・季節商材である冬タイヤの販売量が前年比110%となっている。来客数も前年比107%と前年を上回って推移している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍から時間が過ぎ、客の購買動向がようやく以前の状態に戻っている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・客室の稼働率が堅調に推移している。宿泊単価も下がっていない。宴会も多くの予約が入っている。
	○	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・全体的に専門店の来客数が増加している。また、大型商業施設での出張販売も、都市部、地方を問わず、他社の通信サービスから乗り換える客が増加している。僅かではあるが、契約者数の動きが改善している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・朝晩の冷え込みとともに、日中も寒くなる日が増えている。それに伴って、当区域を訪れる周辺住民の来街頻度が低下している。また、区域内のホテルの駐車場が満車となることもなくなり、道内外からの観光客が減少していることがうかがえる。日中に買物袋を携行して歩いている人もまばらである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・衆議院選挙の選挙応援などで外出を控えた人が多く、消費動向はマイナスとなった。選挙が終わったことで通常の状態に戻るとみられるが、政治の不安定な状況が続いていることが懸念材料となっている。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・一時的に円高に振れた影響で、前月以降、インバウンドが減少している。売上は前年を上回って推移しているものの、これは物価高の影響で客単価が上昇したことが要因である。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・売上は前年を上回る水準で推移しているものの、相次ぐ値上げによる商品単価の上昇が要因であり、来客数や買上点数がなかなか上向いてこない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・インバウンドを始めとした旅行者の動きは相変わらず良いが、通勤客や通学客の購買意欲は依然として低いままである。ただし、低価格商品だけは動きが良い。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・買上点数が少なくなっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安を背景とした物価高により、客の節約志向が続いている。旅行や行事に参加する機会が減っていることで、外出着の需要が落ち込んでいる。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・直近の販売動向に大きな変化はみられない。販売できる車両が少ないため、受注量が上向くような要素もない。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・売上の前年比をみると、3か月前と変化がみられない。客の購買動向にも変化がみられない。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・都市部の売上は前年と同様の水準で推移しているが、地方では1割を超える落ち込みがみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・10月の売上は何とか前年を上回りそうだ。ランチは好調を維持している。ディナーは低価格コースが中心ではあるものの、グループ客の利用がある日もみられる。高齢の顔なじみ客は足が遠のいているものの、新規客が増えている。地方では、中心部以外にも観光客が訪れており、ホテルが混雑しているとの話を聞く。
	□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・景気に大きな変化はみられないものの、観光客の減少する時期となったことから、徐々に落ち込みがみられつつある。
	□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前に観光の繁忙期に入ってから、来客数が高止まりしている。10月としては来客数が多いものの、3か月前との比較では変化はみられない。
	□	スナック(経営者)	来客数の動き	・例年10月は売り上が良くないが、前月も今月も状況は変わっていないため、景気は変わらない。
	□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・国内団体客は漸減傾向にあるものの、海外からの個人客が大幅に増加している。
	□	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・夏季繁忙期は、インバウンドが前年から大きく増えており、特に韓国路線が伸びをけん引していた。下期に入ってから、国内客もインバウンドも減少しているものの、当地からの修学旅行客が増えている。台風などの影響もあったが、7月以降の国内旅客数は前年並みで推移しており、インバウンドは前年比2けた増で推移している。
	□	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・旅行の問合せ件数についてみると、ここ数か月と比べて動きがかなり落ち着いている。生活必需品を始めとした物価上昇の影響で、旅行などの娯楽にける金を絞っていることがうかがえる。また、旅行の相談件数も減っており、頭打ちとなっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・乗務員の採用に注力していることもあって、10月の乗務員数は前年の150人から210人まで増えている。10月のタクシー1台当たりの売上は前年並みであったが、1年前と比べて乗務員が40%増えたことで、タクシーの稼働台数が増えており、売上は前年から約40%の増加となった。ただし、採用コストがかさんでいるため、利益は前年並みであった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・イベント関係のオーダーが微増したものの、観光客のオーダーが奮わず、結果的に来客数に変化はみられなかった。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・前年と比べて、夜間に外出する人が減っている。夜間のタクシーが余っている状態となっている。
	□	美容室(経営者)	来客数の動き	・良くもないが悪くもない変化のない状況が続いている。ただし、年金生活者の来店周期が以前よりも長くなっており、生活が厳しくなっていることがうかがえる。
	□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・住宅ローン金利を引き上げる動きがみられることから、消費者マインドがどのように変化していくか注視する必要が出ている。
	▲	商店街(代表者)	単価の動き	・高額品の売上が落ち込んでいる。生活必需品が値上がりしていることで、これまで高額な趣味嗜好品を購入していた消費者が手を出せない状況になっている。高額品の価格が上昇していることもマイナスである。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・現在の景気はやや悪い。衆議院選挙の結果をみても、景気が上向くとは考えにくい。
	▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・競合店の新規出店もあって、販売量が落ち込んでいる。メーカーによる値上げの動きは落ち着きつつあるが、相対的に商品単価が高いことが買上点数減少の要因となっている。また、これから冬季を迎えるため、エネルギーコストの上昇を見越した買い控えも進んでいる。
	▲	衣料品専門店 (エリア担当)	来客数の動き	・来客数や客単価の動きが鈍くなっている。気温がやや高めに推移していることも少なからず影響しているが、米の値上げなどにより、生活費全般が増えていることが大きな要因となっている。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・販売量が下振れしている。燃料価格や電気料金、生活用品価格の上昇により、家計の負担感が増していることから、客の購買意欲が低下傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売状況はまずまずであるものの、全体的にみると、新型車効果が薄れていることもあって、販売量は横ばい又は若干の減少となっている。景気の先行きが不透明なこと、明るい話題が少ないことから、販売量が大きく伸びるような状況ではない。
	▲	旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・宿泊料金の高騰により、旅客単価が上昇傾向にある一方で、来客数は減少傾向にある。団体旅行については、貸切バス料金の上昇に加えて、貸切バスが予定どおりに確保できないことで、成約に結び付かないケースが散見される。
	▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・物価上昇、燃油高、円安が継続していることに加えて、衆議院選挙が行われたことも影響して、主要客である法人企業の動きが鈍化している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・衆議院選挙の影響で人の動きが鈍くなっている。
	▲	観光名所 (従業員)	お客様の様子	・当地を舞台としたアニメの聖地巡礼キャンペーンが終了したことで、それまでの熱狂的とも感じた状況が平時の落ち着きを取り戻している。現在の客の様子をみると、施設の利用料金を見て入場をためらう様子がみられたり、カプセルトイレ利用客が少なくなっているなど、停滞感がある。
	▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・いまだに食料品の価格が高騰しているため、他の物に金を使うことができない人が増えている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者 [フェリー] (従業員)	来客数の動き	・観光客が減少していることで、旅客数が減っている。前年と比較しても落ち込みが目立っている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・住宅を建てようとする動きがみられない状況が続いている。建売住宅も売れていない。一方、住宅の建築コストは高止まりしたままである。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客が減少傾向にある。商談にかかる期間も長期化している。
	×	一般小売店 (経営者)	来客数の動き	・急に決まった衆議院選挙で先行きの不透明さが増しており、客の買い控えが発生している。
	×	百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・一時期よりも円高に振れてきたことで、インバウンドによる購買は横ばい又はやや低下している。一方、地元客は苦戦している。米不足、物価高、衆議院選挙などの影響で、来客数こそそれほど変わらないものの、買上率が低下している。
	×	スーパー (店長)	販売量の動き	・衆議院選挙が終わらないと何ともいえない状況にある。
	×	スーパー (店長)	来客数の動き	・客の様子をみると、5%オフやポイント還元などの企画には飛びつくが、それ以外はシビアな購買動向となっている。必要な物以外は買っていない様子がうかがえる。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・地域内で唯一の百貨店が閉店したことで、買物客による昼間のタクシー利用がなくなった。買物以外の外出時のタクシー利用も減少している。物価高の影響で交通費を節約しようとする傾向が一層強まっている。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	輸送業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・本州向けの生乳の出荷量は相変わらず伸びていないが、紙・パルプ製品の輸出量が増加しており、国内需要の落ち込みをカバーしている。原材料の古紙輸送も活発で、国内トレーラーの稼働率上昇につながっている。バターは保管量は見込みほど減少しておらず、この半年間3000トンキープしている。
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・物価高が足かせだが、観光客が回復傾向にあることで景気が改善しているとの声を聞く機会が増えている。また、企業業績が回復傾向にあることで、人手不足感が強まっている。企業からは、外国人雇用や省力化投資を進めるといった話が聞かれるほか、人材募集に対する応募が少ない現状を変えるため、勤務形態や雇用形態など、従業員の働き方を変える取組を模索する動きもみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・人手不足、資材高騰などのマイナス要因もあるものの、公共投資が底堅いことに加えて、半導体関連、再生可能エネルギー関連などの民間投資も着実に行われていることから、景気はやや良くなっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の売上は前年並みとなっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の販売量は前年比プラス20%で、3か月前の7月の販売量は同プラス24%だったことから、景気は変わっていない。
	□	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衆議院選挙の情勢なども含めて、社会情勢が不透明な状況であることから、消費動向が上向いてこない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・施工者不足による建設費高騰の状況は変わらない。設計を検討する案件数が少ない状況も変わっておらず、少ない案件の取り合いとなっている。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、各現場では年度内の完工に向けて順調に工事が進捗している。今年の道内は台風や豪雨の影響を受けることが少なかったこともあって、工事利益の確保という面でもプラスである。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、積雪前の駆け込み需要で建材などの輸送量が伸びているものの、人手不足で量をこなせない状況も変わっていない。また、受注価格の値上げ交渉を行っているが、厳しい返答の荷主も依然としてみられ、忙しい割にもうからない状況が続いている。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・インバウンドの経済効果もあって、これまで景況感の上向きで推移していると判断していたが、その効果に業界や地域による差があること、ここに来て燃料価格や原材料価格、建設費などの上昇が著しいことから、現在の景況感は3か月前と比べて停滞している。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・個人、事業者のどちらも、不動産取引の受注量がほぼ横ばいである。
	▲	農林水産業（経営者）	取引先の様子	・例年よりも長い猛暑の影響で、8月から9月にかけて収穫されるりんごの収穫状況が予測を下回っている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず新築住宅着工棟数が前年を10%以上下回っている。今後、回復するような兆しもない。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・広告の受注量が伸び悩んでいる。
	▲	司法書士	それ以外	・受注量や販売単価などは例年並みであり、売上も変わらないものの、業務に必要な物品の値上げが続いている。また、食料を始めとした生活関連商品も値上がりが続いており、下がる気配がない。物価の上昇が景気悪化の大きな要因となっており、国による積極的な支援が求められる。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月に入ってから商材の動きが非常に悪くなっている。新規案件なども少なく、数か月前よりも市況が悪くなっている。大きな工事の遅れや延期などの情報も入っている。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3か月前と比べると、求職者の登録数が2割ほど増えている。年末のボーナス後の転職を見越した動きとみられる。企業が人材確保に向けて、他社より採用条件を高め設定しようとする傾向があることから、転職によって現状よりも待遇が良くなると考える転職希望者が増えている。求人数は底堅く推移しており、12月以降は転職者数が更に増えることが予想されるため、景気の好循環が進むことになる。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	採用者数の動き	・紙媒体もWeb媒体も求職者の応募数に伸びがみられず、反応の鈍い状況が続いている。また、応募が少ないことでミスマッチが起きていることも懸念される。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・業種を問わず求人数は横ばいである。観光客が増えている一方で、観光関連の求人数に目立った動きはみられない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地の9月の有効求人倍率は0.84倍であり、3か月前よりも0.08ポイント上昇した。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比マイナス0.8%となっており、前年と同じような水準にある。一方、月間有効求人数は前年比マイナス5.1%となっているものの、落ち込みが大きいとまではいえない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・10月以降も採用活動を継続している企業は多いが、有効求人数が前年よりも減少している。また、求職者とのミスマッチも懸念される。
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・建設業や運輸業は比較的堅調であるものの、前年と比べて、ほとんどの業種で求人数が減少している。特に飲食店や娯楽業での減少が目立つ。
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・建設業、製造業、小売業、サービス業などが不振で、売上や資金繰りが厳しくなっている地場企業が多くみられる。大手の下請会社では、円安や株安、衆議院選挙、米国大統領選挙のあおりを受けているケースもみられる。
	×	—	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)	◎	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は変わらないが、高単価客の来店比率が高くなっており、1回の購入量も増えている。今月の売上はここ数年で最も良いレベルである。
	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候が例年よりも良く、特に週末が良いため、秋の行楽需要で来客数が増えている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉の時期に入り、インバウンドが増えている。国際学会も多く、過去最高となっている。
	○	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・リニューアル効果で若年層の新規顧客を中心に来客数が伸びている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数が前年と比べて伸びており、値上げにより1品単価も上がっている。売上も伸びている。コンサルタントによる指導の効果が出ている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が上昇傾向にある。可処分所得が増えているとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候が悪かった盛夏時期と比べて、来客数は前年比では多少の増加となっている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価高騰により売上は前年比100%前後であったが、来客数もようやく前年並みに回復してきた。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産が少しずつ需要に追いついている。足元の登録台数はそれほど伸びていないが、徐々にニーズに沿った配車ができつつある。
	○	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が回復し、良くなっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・インバウンド需要の取り込みができています。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・スマートフォンのタクシー配車アプリの利用により、長距離客、短距離客共に増えている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価がほぼ前年と同じ水準に戻っている。前年割れが解消したのは1年以上ぶりである。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・常連客の定期的な来店がみられるようになってきている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・来客数、単価、売上共にコロナ禍から完全に回復し、好調である。
	○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・民間からの問合せが増えている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・秋のイベントでにぎわっており観光客も増加しているが、物価高で消費は横ばいである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価上昇が止まらない。
	□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	販売量の動き	・前半が余りにも悪すぎた。15日の年金支給日以降は多少前年並みに戻ったが、前半の落ち込みをカバーするには至っていない。天候の影響が大きかった。
	□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・全体の来客数が減少しているが、特に食品、紳士衣料、婦人衣料、雑貨のマイナスが大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・気温が例年並みとなり、衣料関連が活発になる時期だが動きが見られない。しかし、服飾雑貨などは好調に推移している。引き続き、必要最低限の購買傾向がみられる。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・来客数の多い日曜日が前年より1日少なかったことがマイナス要因となっている。来客数は横ばいであり、買上点数は前年を超えている。平均1品単価は値上げ品目が増えたにもかかわらず前年より2%近く低下している。客は低価格品を選んで購入している。最低賃金は上がったが、依然財布のひもは固く、消費行動は変わっていない。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品原価は上昇傾向にあるものの特売商品の売価は前年と変わりがなく、さらに、特売構成比が高くなっているため、収益の改善ができない状況である。また、生鮮商品はパック単価の低い物の動きは良いが、量販できない状況のため売上改善も厳しい。
	□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・来客数は好調を維持しているものの、買上点数の減少は依然続いている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価上昇により売上は微増しているが、仕入価格も上昇しているためトータルでは変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品の値上げにより売上は多少上がっているが、来客数は横ばいのままである。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みだが、買上点数は減少している。商品の値上げにより客単価は前年並みである。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・依然、買い控えは続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・選挙がある月は買い控えが多くみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・なかなか寒くならず秋物商材の動きが鈍い。季節に関係のない商品のイベント等で売上を保っているが、季節商材が売れないと厳しい。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・輸入アウターウェアの価格が高騰しており、購入を悩む客が多い。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・残暑により秋物商材の立ち上がりは2週間遅れ、冬物商材も同様に遅れている。この時期になっても秋物を探す客が多く、ニーズが分からなくなっている。
	□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・結婚式や仏事のための礼服が好調で、単価が高くなっている。しかし、ビジネス衣料は前年を大きく下回っている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・法人客の販売台数は一定数あるものの、個人客の販売台数がなかなか伸びない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数に変化はない。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・気温が下がったり上がったりしているため、秋冬商材の動きに勢いが出てこない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売価格の高値が続き、販売量の前年割れが続いている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・買上客数は前年比104%と好調だが、今年度初のポイント付与増加キャンペーンを開催したことによる実績である。イベント期間中に気温低下がみられ、重衣料がようやく動き出したこともプラスの要因になっている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・物価が全体的に高すぎる。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉目的の客が多少増えた程度で、全体は変わらない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・繁忙期のため来客数は多いが、問合せの件数からすると少ない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・インバウンド構成比は元々4～5%程度だったが、リードタイムの長いインバウンドが好調に推移し、11月から2月までの構成比が25%を超えている。日本人宿泊者数は前年を下回るが、インバウンドがカバーし、トータルで前年を上回っている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量は上向き傾向にあるものの、大きな伸びはみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・当社宿泊契約施設の販売状況は3か月前とほぼ同様である。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今年は年末の日並びが良いため、旅行販売や来客数に良い影響が出ると期待していたが、販売量に大きな変化はない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・他の月と比べてイベントや行事が少ないことに加え、衆議院選挙があるため、利用者が少なく稼働率が低い。
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・有料放送サービスの加入者数は、競合する他の動画配信サービスに客が流れており減少傾向にある。インターネットサービスは、個人宅へのWi-Fiサービスの設置が増えており、有線、無線共に契約者は増加傾向にある。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地方では好況感がある業種は限定的である。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・依然としてコスト削減の話が多く、変化はない。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・7月の大雨被害以来、8～9月は振り客が大分減っていたが、紅葉の季節になり、例年より少し多いくらいまで戻っている。しかし、団体予約は若干少ない。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・3連休の天候が良かったことや大規模なイベントの実施により、来客数は前年を上回っている。
	□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	お客様の様子	・学生のインフルエンザ等の感染症が目立っており、医療負担が増加している。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新築戸建て住宅については依然単価の低い規格住宅の受注が多い。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年を上回っているものの、月ごとに変動する傾向がある。今月は悪く、金額としては100万円落としている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・今月の値上がりは、食品や日用品などの生活の基盤になるものが多かったことに加え、上昇幅が大きかったことから、消費者に購買意欲がみられない。心理的に限界に近づいているとみている。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・高額品の動きが鈍く前年割れしており、新型コロナウイルス感染症の終息後、好調に推移してきた領域に一服感がみられる。季節商材は気温の低下とともにようやく動きが活発になっているが、客は価格に敏感になっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前年比97.8%、客単価は同96.1%、買上点数は同95%と厳しい状況である。総菜やベーカリーといった即食系は良いが、青果、鮮魚、精肉といった素材系は厳しい。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は販売促進を強化したため、今年はその反動が大きく出ている。また、値上げの影響も大きく、買上点数が伸び悩んでいる。
	▲	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・1人当たりの購入量が少なくなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は横ばいだが、客単価が少し落ちている。プラスの要因が見当たらない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品価格が少しずつ上昇しているものの、地方ではほとんどの中小企業で賃金は上がっていないため、客の財布のひもが固くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少傾向にあり、6か月連続で前年を割っている。最低賃金の底上げはあったものの変化はみられない。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・残暑により秋物衣料の動きが2～3週間遅れている。
	▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年を下回る状態が半年継続しており、目標の予算が達成できない。秋冬商材の動きが遅れている。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型スマートフォンが売上をけん引しているが、家電製品は全体的に単価が下落している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・気温は下がっているものの、まだ厳しい寒さには至っていないため、冬物商材の売上が低迷している。冷蔵庫、調理家電も同様に売上が低迷しているため、全体的に販売量が減っている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の受注は計画どおりに推移しているが、在庫が来年度になるため売上にはつながらない。既存車で売上を上げたいが、新規来客数は減少しており、既存客の買換え需要も少ない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的な受注量もメーカーからの配車量も減っている。サービス在庫を重要視しているが、売上は伸びない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・米価が上昇し、影響が出ている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・マンションや家を購入しても、それが精一杯で家具やインテリアまでは予算が回らない様子がみられる。
	▲	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・例年と異なり、年末年始の間合せが少ない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・選挙の影響か、10月後半は客の入りが悪く厳しい状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が大幅に減少している。新型コロナウイルス感染症発生前の水準にまだ遠く及ばない。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・相変わらず良い日と悪い日の差が大きい。客からは自社の業界の景気が良くないという話をよく聞く。また、出入りの業者からも景気の良い話は聞かない。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・来客数は花火イベント等の開催により多かった3か月前と比べると減少している。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は気温の低下に伴い暖房器具の交換、買換えが徐々に増えている。リフォームは節約志向の影響により、大型工事の受注が減っている。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数の減少から、住宅購入者数の減少が見取れる。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・選挙の時期は人が繁華街に出てこなくなるため、夜もひっそりしている。
	×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・商品がほとんど動かず、仕立ての注文も入ってこない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月に入り商品の値上がり一段と進んでいる。さらに、選挙報道により物価高に対する懸念が更に強まっている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・気温の低下とともに来客数が減少している。さらに、最低賃金が引き上げられ、経営が非常に厳しくなっている。コンビニが増え続け、売上は下がり、経費は上がり続けるがロイヤリティは変わらない。コンビニシステムの限界がきている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・物価、特に米価の高騰により消費者の不安感が強くなっており、全般的に商材の動きが鈍い。限定品やブランド力のある商材の動きは堅調で一定の売上はあるが、値上げが大きく影響し回転が鈍くなっている。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・売上全体が下がっており、危機的な状況である。回復の兆しがほとんどみえないなか、ゼロゼロ融資の支払が始まるため利益確保しなくてはならず本当に厳しい。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・景気対策が不透明で、財布のひもは一層固くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客との会話で、生活必需品の値上がり幅が大きくなっているという話が多い。終わりのみえない物価上昇が景気回復を抑制している。物価の上昇に追い付く賃上げは多くの人にとって当面は難しい状況であり、景気は悪くなっているといえる。
企業動向関連	◎	—	—	—
	○	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米価の上昇により、米の販売収益が上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(東北)	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・継続的なインバウンド需要と、イベントや観光等による当県への集客により、飲食、物販いずれの部門も好調に推移している。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・客先から設備投資の話が出るようになっている。
	○	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量は相応にあり、工期に間に合うよう現場作業を効率良く進めている。
	○	通信業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・Web上での見積依頼が増えている。
	○	金融業(広報担当)	取引先の様子	・スーパーマーケットやホームセンターの業況は堅調に推移している。県内外の旅行宿泊ニーズの取り込みも、夏場以降、相応の水準を維持できている。自動車や住宅販売についても底打ち感がある。
	○	広告業協会(役員)	受注量や販売量の動き	・今月は衆議院選挙関連の広報があり、広告市場は3か月前より良くなっている。ただし、選挙関連以外は厳しい状況が続いている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・中心商店街では来街者数が増えており、少し高めの料理を提供する飲食店に行列ができています。実質消費が上向いている印象を受ける。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕(経理担当)	受注量や販売量の動き	・寒い日が多くなり、カップ麺の動きが良い。受注量、販売量共に前年を上回っている。
	○	その他企業〔企画業〕(経営者)	それ以外	・収穫の季節となり、各所で毎年恒例の農産物販売会が開催され、他地域からも多くの客が訪れてにぎわっている。
	□	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・桃は販売量、金額共に好調である。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・駅内の複数の店舗は、場所によって明暗はあるものの、人の動きが良いため来客数が増加しており売上も良い。しかし、物価高の影響は大きく、客単価は下がっている。ホテル代や食事代が上昇しているため、土産に割く金額が減少している。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、厳しい経営状況に変化はない。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先の廃業や倒産が増えている。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・業績が良い顧客と悪い顧客がおり、全体的には相殺されて横ばいである。
	□	電気機械器具製造業 (企画担当)	取引先の様子	・半導体関連顧客で設備投資を伴う開発の動きが活発化しているが、受注に結び付く具体的な動きには至っていない。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	取引先の様子	・取引先が設備投資を抑える傾向にある。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・各客先からの案件の引き合い状況が依然として良くない。
	□	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・新規の大きな受注がなく、受注量に変化はない。
	□	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量が許容限界に達した状況が続いている。
	□	輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年より増収となっているが、支出が増加しているため、利益は増えていない。設備投資も増加しているが、人件費、その他の経費がそれ以上に増加している。
□	通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先からは値下げの相談が多い。	
□	広告代理店(経営者)	取引先の様子	・北東北においては、客先のオファー内容から広告活動に対する意欲の低下が見受けられる。人口減少も影響して、経済活動を活性化させるきっかけが少ない状況になっている。	
□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。製造業の業績がなかなか回復しない。しかし、小売業、サービス業、建設業等は一定の利益を確保している企業が多く、全体の景況はやや良いといえる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コピーサービス業（従業員）	それ以外	・倒産が増えており、少額ではあるが貸倒れも増えている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が低調で厳しい状況である。
	×	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主だった受注契約がない。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・人件費の高騰に対し、値上げができていない。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・インバウンドを含む観光需要が堅調である。個人消費の回復基調が続いている。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・求人側の特に建設業界では資材価格の高騰分を価格に転嫁できておらず、利益率が下がっていることに加え、求人がうまくいかず、業務が回っていない。一方で、求職側は求人数が多くあるため転職者が増えており、結果的に企業から人材が流出している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大手企業は求人を頻繁に出すなど流動性が高いが、地場の中小企業は求人を出してから期間が長期化する傾向が強くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の動きは例年どおりである。特に目立った動きは見られない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・広告需要は減少が続いている。特に紙媒体の落ち込みが大きく、新聞広告、サブメディアも厳しさが増している。折込チラシも減少傾向にある。期待していた海外大手の半導体製造企業の工場建設も白紙となり、景気回復の起爆剤がなくなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・選挙があり売上は前年を上回っているが、広告の動き自体は横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が前年同月比で減少傾向にあり有効求人倍率は微増となっているが、求人数も減少している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・減少していた有効求人数、有効求人倍率が横ばいになっている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・周辺企業からは増産減産の話が出ていない。
	□	学校〔専門学校〕	求人数の動き	・現状を大きく変化させる要因がなく、変わっていない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が前年比マイナス10%からマイナス20%台へと拡大している。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業種によっては人手不足が継続しており、活発な求人活動があるものの、原材料価格の高騰などの影響による中小零細企業の倒産や雇用調整が発生している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の減少傾向が前年から継続しており反転の兆しがみえない。また、小規模事業所の廃業が多く、雇用保険適用事業所数が減少している。
×	職業安定所（職員）	求人数の動き	・プラス要因が見当たらない。	

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は引き続き高稼働、高単価で販売できている。料飲部門は来客数、予約状況共に増加している。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・当商業施設の売上の動きは渋いものの、景気自体は回復基調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月、10月とイベントによる来客が増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・高単価商材の動きが良い。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・旅行業界は繁忙期なので売上、単価は上昇傾向である。しかし運転手不足のために仕事を取りこぼすことが多いため、やや良くなっているにとどまってしまう。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・季節的に行楽のピークであり、台風の大きな影響もなかったことから、紅葉も順調である。例年より数週間は遅れ気味だが、世界各地から来訪するインバウンドの影響は特に大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・天候に恵まれた3連休もあったため、来園者数が増加している。
	○	ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・トップシーズンに入り、来場者数は前年並みに確保できている。単価も前年を上回る着地を見込める。
	○	設計事務所(所長)	来客数の動き	・問合せが増えてきており、実際に契約に結び付きそうである。世代別にみると、団塊世代で、これまでの貯金で残りの人生を豊かに過ごしたいという希望がみられる。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街最大のイベントが歩行者天国で行われ、衆議院議員選挙投票日にもかかわらず、大勢の人出でにぎわっていた。ただし、各店舗への客の流れは少なく、寂しいものである。
	□	一般小売店〔精肉〕(経営者)	お客様の様子	・今月は秋祭りや地区の体育祭、各学校の運動会等、人の動きはあった。秋なのに夏のような異常気象や値上がりが続いたため、客の懐は厳しい。
	□	一般小売店〔土産〕(経営者)	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で比較すると、3か月前とほぼ同水準である。この状況は6月以降継続している。10月は紅葉シーズンで、例年来客数が伸びるが、今年は紅葉の到来が遅れているにもかかわらず、多くの観光客が来ている。また、コロナ禍の際にみられた買い控えは、少なくなりつつある。海外からの観光客の購買意欲は衰えていない。比較的財布のひもの固い若い世代の購入が増えているため、販売量が堅調に推移している。
	□	一般小売店〔青果〕(店長)	販売量の動き	・野菜の単価が非常に高く、動きがかなり悪い。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・前月に続き、大型食品物産展は好調である。依然として慎重な購買行動に変化はないものの、付加価値を見いだせる物への消費は、一定程度見込むことができる。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数に大きな動きのない状態が継続している。客の堅実な買物状況も変わらない。適時適温で衣料品や寝具の高額品も動きがある。まとめ買いの傾向は沈静化している。
	□	衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・相変わらず、客の出足が相当に悪い。今月は年金給付月だったが、よほど必要に迫られている客以外は出てきていない。あらゆる手段で客に連絡を取りながら、来店してもらおう工夫はしているが、当店の顧客は高齢者ということもあり、新型コロナウイルス感染症発生以降ずっと続いた外出自粛をそのまま引きずっている。
	□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・販売の受注状況は横ばいで推移している。
	□	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・客は経済的に蓄えがないわけではないにもかかわらず購入に慎重だったり、将来が不安でお金を使えないという話も多く聞く。こうしたムードが広がっているため、商談に発展しにくく、成立しづらい傾向にある。また、日常の行動も以前よりは動きが少なくなっているため、車の修理も余り目立って増えてはいない。
	□	住関連専門店(店長)	お客様の様子	・売上は、気温による季節変動はあるものの、景気によって左右されている様子はない。
	□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・業界的にはインバウンドが増えているものの、国内需要が進まず、伸び悩んでいる。
	□	タクシー(経営者)	お客様の様子	・中旬より動きが良くなり、前年同月と比べて4%の増収である。
	□	通信会社(社員)	単価の動き	・当社サービスを利用している客からの値下げ要望が増えてきている。特に、年金受給者からの要望が多い。仕入価格や人件費の増加等、サービス料金を値上げする企業が増えているなかで、当社は自社努力で値上げしないようにしている。
	□	通信会社(営業担当)	単価の動き	・物価高騰や商材値上げが続くなか、実質賃金の低下傾向に変化がないため、変わらない。
	□	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・例年9月発売の新機種が販売をけん引してきたが、今年火が付かず、前年同月比で3割ダウンとなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・施術料の売上は前年と変わらないものの、店頭販売品は落ちている。物価高騰のしわ寄せがきている。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・車検整備目的の来店客、入庫台数は毎月200から220台と変化はないものの、予防整備については極端に控える傾向が続いている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・何か月も変わらず、建築費等工事費の高騰があり、いまだに上げ止まりがみえない。金利上昇もあり、需要低迷は依然として変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当地では客の動きはまだ余り芳しくない。貸店舗、アパート、マンション等も、家賃は下がりはないものの、現状維持のまま低水準で推移している。客の問合せ等も少し入る程度で、大きな動きはない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・発生した事象、不具合等に対する修繕ばかりで、こちらから提案を行ってもなかなか成約に結び付いていない。今までと変わらない状況が続いている。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしているため、当店が扱っているアルコール関係の消費は極端に減っている。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・今月に入り、来客数が減少し、前年割れで推移している。
	▲	スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・食料品の値上げの影響か、価格にシビアな傾向がみられる。また、余分な買物は控えている印象が強い。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年比97%で着地している。基幹商材が悪く、エアコンは75%、冷蔵庫72%、洗濯機82%、パソコン本体97%、テレビ93%となっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・国内の政治情勢、ロシア、イスラエル、中国、北朝鮮、米国の大統領選挙等の国際情勢、円安による物価高、人手不足に起因する労務費の増加により、活発さがなくなってきたようである。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・足元の状況は、気温が高いため、冬物の動きがかなり悪い。その影響で来客数や単価も下がっており、大きなマイナスを生んでいる。
	▲	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・顧客からの物件情報が少ない。
	▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、予約やフリー客の動きが悪いようである。衆議院議員選挙が関係しているのか定かではないが、明らかに動きが鈍い。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏休みやお盆が終わり、秋の行楽シーズン前は毎年若干落ち込む。想定範囲内で悪くなっている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・当社主要業務の給食部門は、8月は稼働日数の関係で売上、利益共に減少したのに対し、9月以降は売上は増加したものの、利益は減少状況が続いている。食材費、人件費、諸経費、いずれも増加し、採算確保の重しとなっている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・地方ではタクシーの利用客が減少している。電車から降りてきても、送迎やレンタカー、カーシェア等に流れてしまっている。ドライバー不足で車が少ない状況にもかかわらず、あぶれてしまうため、1時間に1回くらいの営業になってしまっている。飲食店等でも閉店している店がある。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・物価高が進み、住宅ローンの変動金利も上がる。今後更に家計の財布のひもは固くなり、厳しくなることが予想される。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・株価が上がろうと下がろうと関係なく景気は悪くなり、商店は販売促進費を掛けても見合ったものは返ってこない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・品物に対する購買意欲がかなり減っているようである。
	×	百貨店（店長）	販売量の動き	・気温の影響が大きいものの、ファッションを中心に動きが極めて悪い。来客数は前年を大きく上回るなか、単価の高いファッションの不調で、数字が伸びない状況となっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、残業や休日出勤の話が少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムの動きも悪くなってきている。外食頻度が減っているようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・在庫品が完売しており、受注が上向き傾向にある。
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年同期より見積物件が多少増えてきたようである。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先が10数社あるが、各取引先共に、やや仕事量が増えてきており、やや良くなっている。
	○	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注状況、販売価格共に、月次での改善がみられる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・適正価格に向けた値上げの実施で、売上は一定水準をキープしているものの、数量は伸びておらず、製造現場には大きな余力がある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業としては取引先が多岐にわたる当社だが、自動車関連、機械設備、食品製造、健康機器等、全業種で停滞感があり、景気回復に向かってはいえない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全く伸びがないというか、受注量が増えない。やや厳しい状況である。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産がいまだ安定していない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・気温の高い日が続き、本来の冬物暖房家電、エアコン、こたつ、ヒーター等の荷動きが、予定より悪い。その分、水、お茶等の飲料の物量は順調にある程度確保できている。運賃も全体的に上げてもらっているが、いわゆる2024年問題、ドライバー不足による用車費、協力運賃等が高騰しているため、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・当事務所の状況は、もう1年以上やや良い状態で推移している。ただし、これ以上は増えない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・消費者相手の事業所は、相変わらず苦戦している。常連客はサイドメニューやトッピングを減らし、値上げ前に注文していたときと同じ金額以内になるように注文する傾向があるという話を聞いている。
	▲	不動産業（管理担当）	それ以外	・最低賃金の引上げ及びパートの社会保険加入等、会社の持ち出しが増えるなか、パートは年間収入を抑えるために勤務時間を短くする等の対応を取るために、人手が足りなくなる事態が増えてしまっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・週末の飲食店、特に居酒屋の来客数がかなり減っている。8月までは予約しないと入れないほどにぎわっていた飲食店街が、かなり閑散としている。
▲	経営コンサルタント	それ以外	・行楽シーズンに入り、街中や行楽地に例年並みの人も出る様子で、そこそこ活況感はあるものの、まだ弱い。消費もいまだ増えているとはいえない。地域企業の売上や受注の動向も、以前の水準までは回復していない。	
×	—	—	—	
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・特定技能に関する求人数が増加したため、やや良くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣依頼数に特段大きな変動はなく、人材不足の状況は変わらない。特に、専門知識や経験を要する職種は、好条件でもなかなか人が集まらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人は非常に多く、企業が人材不足に悩んでいることが明らかである。そのため、人材不足による企業業績悪化の弊害が懸念されている。
▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ガソリン価格が変動しており、高くなったり安くなったり、様々な業種へ影響を与えている。住宅関連も一進一退で、工事は着工したり休んだり、価格も落ち着かず、建設業等への影響がある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	*	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	商店街（代表者）	それ以外	・今月は当地域で最も大きなイベントがあり、過去最高の売上を記録している。3か月前も悪くはなかったが、ここまでの好調ではなかった。気候が落ち着いたことと、世の中のマインドが良くなっている（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前年度に行った単価改定交渉、手数料引上げ交渉が奏功し、今年度の上期は利益も大幅に改善している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、近隣の大規模コンベンション施設での大型イベントがかなり多く入っている。したがって、宿泊やそれに伴う宴会等を多く受注している。このような形が続くことを願っている。
	○	一般小売店〔文具〕（経営者）	販売量の動き	・インバウンドの増加により、来客数及び売上が増加傾向にある（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・外需は物件数が多くなっている。今後も大口案件があるようである。店頭部は、今月は降雨が多く、天候が不安定だったこともあり、来客数がやや伸び悩んでいるものの、客単価は上がっている。景気はやや上向いている。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・長期にわたる改装工事が終了し、月中のリニューアルオープンから来客数が大幅に増加している。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・寒暖差や不安定な天候から、カーディガンや薄手のニット、長袖Tシャツなどの端境商材を複数まとめて購入する傾向にある（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・外国人観光客の来店数の鈍化がラグジュアリー売上の伸びに影響しているものの、逆に国内客の来店が堅調で、全体を押し上げている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	競争相手の様子	・改装工事のため限られた店舗数で営業しているなか、来客数は減少ながらも客単価は2けた上昇している。この現況に鑑みると、身の回りの景気全体としては好転している。競合店は盛況の動向である（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・急激に円高に振れた3か月前と比較し、足元が円安基調となっていることで、インバウンド販売量に回復がみられる（東京都）。
	○	スーパー（食品担当）	来客数の動き	・入居しているショッピングセンターに新規テナントが開店したこと、近隣に建設された大型マンションの入居が開始したことから、来客数が増えている（東京都）。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が若干増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年の10月と比較しても気温が高いままで推移しているため、飲料、アイス等の売上が落ちていない。来客数も多い（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・問合せが増えている。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力事業である呉服、ドレス事業が計画比を3か月連続でクリアしている。特に、成人式の前撮りアルバム等、主力商材から派生するサービス商材が好調である。主な要因は、事業部体制が一新し、店舗における情報開示がなされ、売上に対する意識、経費抑制意識が高まり、一体感が醸成されつつあることである（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・訪日旅行客数の増加傾向は変わらず、前年同月比で来客数、売上共に増えている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車、中古車販売共に前年よりも売上が増加している。	
○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・10月となり、秋のイベントの時期でもあり、予約が多く、上向き傾向である（東京都）。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今月は3か月前と比べれば良くなっている。店内の売上はそれほど変わらないものの、いろいろな行事がありケータリングが2～3割くらい増えたため、単価が上がり売上も増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行以降、既存店の来客数が前年を超える状況が毎月続いている（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・取引先や購買数量などが増えていることから、コロナ禍が確実に明けてきたことを実感している。当社は賃上げを行った（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の2019年よりも活況になっている。特に、中国からの訪日客が増加している（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・病院の送迎は以前と変わらずに利用がある。会社からのオーダーもやや増えている。夜にロングの客もあり、少し良くなっているようだが、深夜の利用が少ないことが気になる。
	○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・受注数、商談数が増加している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフ関連施設としては、気候も穏やかになり集客面でも好調に転じている。しかし、物価上昇の影響はいまだ大きく、当施設も値上げを実施した影響から、来場者数が減少している。ただし、暑さから来場者数が落ちていた7月と比べると、今月は10%ほど増加している。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・相変わらず学生の動きが良い（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・当事務所は今年の6月頃から営業力が充実し、新しい大きな仕事をたくさん取れているが、それをこなせる人員がないという状況が毎月続いている。受注は上向いているが、その点を今最も心配している。
	○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、インバウンドが増えてきているため、これからホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業では、材料費などの高騰や人件費の上昇により、公共工事を含め、スムーズに受注できなくなっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社販売物件の新築アパートは富裕層若しくは法人向けではあるが、以前購入した客の再購入や、業績の良い法人から社宅として購入したいという問合せが増えている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近、客の様子が少しずつ変わってきている。具体的には、来店した客の購買意欲が余り良くないこと、2番目は、他店との比較を慎重に行っていること、3番目は、できるだけ単価が低くて納得できる物があればそちらを選ぶことなどが挙げられる。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・前月と比べて来客数が減少しており、売上も前年並みである。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・客の購買意欲はここ数年低下している。いろいろな物の値上げが続いているためである。買換え需要のときはそれなりの商材を選んでいるようではあるが、今までと違った新商品が出てこないこともある。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず景気は良くないが、最近では来客数がやや多くなっている。販売には結び付かないものの、以前よりも増えてきたようである（東京都）。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	お客様の様子	・祭事が続いており、若干だが受注がある。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・夏場は猛暑で日ざしが強く、通常レンズとサングラス用と2本売れることが多くあり、売上が良かったが、最近では変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔生花〕(店員)	販売量の動き	・3か月前の7月はお盆で花の需要が多い時期なので多く花が出た。今月に限って言えば、今まではスタンド花などは全くなかったところ、スタンド花、胡蝶蘭、開店祝いや供花などの注文が入り、お盆時期と同じくらい出たため、変わらない(東京都)。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・売上が前年より伸びている。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・売上が伸びない。新規受注もなかなか取れない。そのような状況のため、会社が何とか存続しているだけでも有り難い。とても景気が良いとはいえない(東京都)。
	□	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・気温の低下が緩やかに進み、重衣料の動きはまだ活発化しておらず、来店客の様子に大きな変化はみられない。企業のパーティーへの手土産、クリスマスギフトなど、年末に向けてまとまった受注が入っている(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・この3か月、食料品の動きが悪く、前年に若干届かない状況が継続している。販売点数も前年を割っており、買い控えが発生している。販売点数の減少に比べて売上が微減という結果は、物価高によるものと推察される。9月は残暑の影響で服飾雑貨関連の動きが悪かったが、10月に入り若干上向いている。一方、婦人服の動きは悪化が続いている。寒暖差が大きく、街を見ても夏服と冬服の着用が混在している(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・やや異常な気象状況で、10月になっても非常に暑く、衣料品、特に紳士服関連の動きが良くない。また、訪日外国人の購買行動も引き続き活発ではあるものの、年月を重ねるにつれて、前年ほどの伸び率ではなくなっている。食料品を中心とした日用品に対する客の購買行動も目立った動きはない。全体としては、景気に大きな変化はない(東京都)。
	□	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・インバウンドの来客数や消費意欲は3か月前と比べると鈍化しているものの、前年比ではプラス成長を維持している。また、大半のシェアを占めている国内内容の消費動向に3か月前と比較して大きな変化はなく、高付加価値消費を求めるニーズの底堅さが継続している(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・10月に入ってからなかなか気温が下がらないことで、秋物実需の高まりが見受けられない。来客数も以前のような大幅な伸びがみられないなか、ファッション等のシーズン品は若干苦戦している(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月は天候の影響を大きく受けて秋物衣料が苦戦しており、食品も厳しい状況である。中国からの観光客を始め、インバウンドが大きく伸びている(東京都)。
	□	百貨店(店長)	来客数の動き	・単価上昇により売上は伸長しているものの、来客数は横ばいが続いている。
	□	スーパー(経営者)	販売量の動き	・やや悪い状態がずっと続いている。今月に関しては、競合店の出店に備えて事前にいろいろ販売促進を仕掛けており前半の売上は良かったが、後半はやや落ち込み、今のところ全体で4%くらいの影響がある。今はそれを徐々に戻していくつもりでいる。
	□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・競合店がまた出店してきたため、来客数がどうしても伸びないことが大きい(東京都)。
	□	スーパー(店長)	お客様の様子	・1品単価は上昇しているが、買上点数の減少が続いている。客も必要な商材は購入するが、それ以外の物については慎重になっている。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数、単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが続いており、販売量が増加してこない(東京都)。
	□	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・多くの商材やサービスが値上がりをしている。
	□	スーパー(営業担当)	単価の動き	・相変わらず単価の上昇が続いているが、販売量並びに来客数は減少しており、トータルで相殺されている状況が続いている(東京都)。
	□	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・このところ来客数が多少伸びているが、客単価が下落している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・10月は天候の良くない日が例年より多く、客足が伸び悩んだものの、値上げの影響で客単価は余り変わらない。結果的に、伸びはないが落ち込みもない（東京都）。
	□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価が徐々に落ちている。
	□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・価格高騰の流れのなかで、10月も多くの商材で値上げが実施された。しかし、客の購入動向に変化はないため、そのまま客単価が上がり、売上が伸びている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・各商材の値上げの影響で客単価が伸びている一方で、来客数は前年比での伸びに弱さがみられる。場所や日によっては前年を下回ることもある（東京都）。
	□	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・急激な気温の上がり下がりにより、消費も不安定になっている（東京都）。
	□	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・景気自体は3か月前と比べて余り変わらない。来客数、売上共に大きな変化はない。特別不景気でも好景気でもないが、必要最低限の買物はふだんどおりに行っている様子である。
	□	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・10月後半になっても半袖を着るような気候で、秋物衣料品の売上が鈍い。特に、アウター等への影響が大きい。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数などに大きな変化はなく、買物に慎重な客が多く、まとめ買いをする客も少ない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。来客数は結構あるものの、なかなか成約に結び付かない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・予想以上に決算の反動減がある。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・物価高による賃金上昇が追い付かず、可処分所得が減少傾向にある（東京都）。
	□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・10月単月では、2019年比では売上は130.1%、来客数は105.6%、客単価は123.2%となっている（東京都）。
	□	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・客の利用が前年同月と比べてそれほど変化がない（東京都）。
	□	高級レストラン（経理担当）	お客様の様子	・リピーター、新規客共に予約は引き続き好調である（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	それ以外	・近隣店舗の空室率が、家賃、設備費の値上がりのため、上がっている（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べてインバウンドは増えたが、それ以上に変わった様子はない。それよりも人手不足の方が深刻である。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月から宴会コース料金を500円ほど値上げしたが、毎回利用してくれる客も納得の上で予約を取ってくれており、客が付いてきてくれていることを実感している（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・衆議院議員選挙前にもかかわらず、売上の減少はみられなかった。
	□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	販売量の動き	・周辺の店舗も含め、来客数はほぼ変わらない（東京都）。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているため利用控えはないが、繁忙期にしては販売量が伸びていない。元々接待利用が減っているため衆議院議員選挙の影響は余りないが、景気の影響からレストランのディナー利用が徐々に少なくなっており、小康状態が続いている。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・衆議院議員選挙で周囲がにぎやかだが、どの党が政権を取るのかいまだにはっきりせず、皆困惑している。給料が上がらないのに、物価が上がっていることで嘆いている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・衆議院議員選挙による団体旅行のキャンセルが数件発生したものの、大きな変化はみられない。
	□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・旅行代金を奮発する客と、削りに削って数回旅行に行く客に分かれるため、それほど変わらない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・例年と比べると、10月なのに少し暑さが続いているため、昼間は客がいるが、終電が終わった後の動きが大分なくなっている（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最小限の内容を選択する傾向は変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ここ数か月と同様、当社の新規契約と既存加入者の低価格プランへの変更が止まらない（東京都）。
	□	通信会社（経理担当）	販売量の動き	・インターネット接続と防犯カメラは売れるが、それ以外は減少傾向で、トータルでプラスマイナスゼロである。
	□	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・前月と変わらず、ほぼ横ばいである（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・客の獲得数の予算割れと解約数の増加による純減傾向が継続している。早期の光ファイバー化と新商品投入が望まれる（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・DX関連の需要は堅調な動きではあるものの緩やかである。ただし、B to Cに関しては、原材料価格高騰等に伴う物価上昇による買い控えの動きもみられる（東京都）。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・いまだ目に見える回復はない（東京都）。
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・客足はやや伸びているものの、客単価は横ばいである。加えて、光熱費等が高めに推移しており、利益を圧迫している。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	お客様の様子	・企業懇親会の問合せが前年より増えている（東京都）。
	□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・景気動向に大きな変化はないが、再び円安に振れてきたためか、例年よりもインバウンドの動きが活発な印象を受ける（東京都）。
	□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	お客様の様子	・前月と比べて特に大きな変化があったとは考えられない。横ばいである。
	□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・物価が著しく上がっているため、客にも、またかという様子が見受けられる。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて全く変わっていない。
	□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・検討要素が多く、設計業務に要する時間が増加傾向にある。忙しいが、設計料は業務量に比例しない。受注単価を上げたいが、なかなか難しい状況にある。
	□	設計事務所（職員）	それ以外	・9月決算において受注は平行線であったが、建築、土木共に件数が減っている（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・情報量に変化がないため、変わらない。
	▲	一般小売店 [傘]（店長）	販売量の動き	・夏の猛暑で晴雨兼用傘や日傘の需要があったが、暑さが落ち着いたと同時に販売量が減っている。
	▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・海外ブランドの宝飾品や時計の値上げラッシュが一段落したため、値上げ前の駆け込み需要が減少しつつある（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドの購買動向にやや陰りがみえる。堅調ではあるものの、今年度前半のような勢いはなくなっている（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・前年10月は気温が高く、秋冬アイテムが動かずに苦戦した月であった。今年は雨天が多く、来客数は前年と変わらず、気温が高いためにアパレルの動きも同じように悪い。食品は物価上昇による買い控え傾向がみられる。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・残暑が続き、季節商材の売上動向が鈍い。
	▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・気温が高く、例年動き出す秋物衣料や靴などの動きが悪い（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・米騒動は一段落したが、令和6年産の新米価格は前年度の5～6割増しとなっており、販売数量が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・今月、基幹店の近くに大型ディスカウントストアが出店し、広範囲に影響が出ている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・天候が比較的安定していたこともあり、来客数、売上共にほぼ横ばいである。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商材自体が値上がりしているためではないかとみているが、数量も売れず、選ぶ物も変わっている。例えば、今までは300円のスイーツが売れていたのが200円くらいの物しか売れない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニエンスストアにおいては単価が上がっているため、少しずつ買い控えというわけではなく、買上点数が減少している。来客数が減っている上に買上点数も減っているため、売上は前年よりも5%程度落ちている。やはり、生活全体のなかで、電気代などの上昇により、買物に使うお金が少なくなっているのではないかと。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上は久しぶりに前年比3%程度の増加を見込んでいる。10月に入っても続く暑さのためか、冷たい飲料類の販売が伸びている。ただし、客は安価な物を求めており、今後も厳しい状況が続くそうである。
	▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数自体は前年比106.4%というなかで、単価の上昇で何とか保っているところだが、月によって上下することが非常に多くなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・2駅先に大型ショッピングセンターが開店し、客が流れている。
	▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・10月に夏日となるなど気温が低下せず、秋物の需要が遅くなり、来客数に影響している。売上も苦戦している。
	▲	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・気温の高い日が続いており、この先の冬物商材はやや売りにくいのではないかと。また、物価上昇により客の節約志向の高まりも見受けられる。
	▲	衣料品専門店（販売促進担当）	単価の動き	・コストが高くなり、値上げを余儀なくされている。TOBにより親会社の方針が絶対になっている（東京都）。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・様々な物価上昇で生活防衛意識が高く、家電の買換えサイクルが伸びている。人口減少も影響し、来客数の減少が続いている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・買換えによる新たな購買より、車検や修理で今の車に乗り続ける判断をする客が多い。また、ある大手自動車メーカーの新車は特に納車に時間が掛かるため、提案もしにくい（東京都）。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	それ以外	・円安がまだ続いており、原油価格が高止まりし、食料品なども2000項目くらい値上がりしているが、賃金は上がらない。衆議院議員選挙で与党が大敗したことで、株価が下がっていることも大きい。そうしたことを含めて、今後もこの悪いままの景気が続いていくのではないかと（東京都）。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・需要月の翌月で、販売量が大幅に減少している。
	▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・販売できる車種が少なくなっている。
	▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・10月に入っても暑さが続いており、季節商材の売行きが悪い。
	▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・コスト増加については商材の値上げで対応してきた。値上げそのものについては仕方ないという一定の理解を得られている。しかし、値上げは理解しつつも購入は控える客が一定数いるため、販売量が減少している（東京都）。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	お客様の様子	・客の給油回数、給油量が徐々に買い控え傾向になっている（東京都）。
	▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	販売量の動き	・秋冬向けの商材が品薄で、価格が高騰していることが心配である（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏季よりは落ち着いた動きとなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前は猛暑で短距離の客を中心に利用が非常に多かったが、暑さが収まり、今は客が減っている（東京都）。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・昼間の人出は多少あるが、夜間はない。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・機器の受注及び工事等が増加傾向にはない（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・CMやイベントなどの仕事の引き合いがあり、活気が出てきている。ただし、小規模なものが多いのが実状で、先行きの明るさはみられない（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・物価高への対応が、我慢だけでは続かなくなっている様子がうかがえる。オプションサービスについて、当初は販売不振であったが、徐々に既存客の解約が始まっている。基幹サービスに顕著な影響は出ていないものの、売上への影響は見逃せないものがある（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・最近の事件の影響で、訪問営業への客の警戒感がより強くなっており、訪問営業によるビジネスモデルは成り立たなくなっている。今後もこの傾向が続く場合は、営業体制の見直しが必要になる。
	▲	通信会社（局長）	販売量の動き	・インターネットとモバイルの契約数がやや落ち気味になっている（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年比では販売量は上回っているものの、全体的に単価が下落傾向にある（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・利用料が割安になる時間帯を設けており、その時間帯だけ来客数が好調である。通常料金の時間帯は、主要顧客であったシニア層が15%減っている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・ようやく絶好のゴルフシーズンを迎えたが、気候の変化で短い期間になってしまった。さらに、平日の高齢者層の来場者が想定したとおりに戻ってこない。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・10月は猛暑も落ち着き、比較的天候にも恵まれ、稼働率は改善したものの、来場の中心は会員であり、プレー費が高額なビジターは落ち込んでいる。従前より、物価上昇、実質賃金の低下から生活防衛を意識する動きは増しており、レストランにおいても高価格帯商材の販売低迷傾向がみられる。10月から最低賃金が4.9%上昇し、人件費負担は大きい。物件費でも営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。
	▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・イベント内容にもよるが、1つのイベントで400人から500人くらいの入場は見込めたが、今は20%ほど落ちている。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	来客数の動き	・物価の上昇に賃金が追い付いていない（東京都）。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・来店頻度が鈍っている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約60%と悪い。3か月前と比べても約80%とやや悪くなっている。住宅ローンの金利が上がったことや今年度の補助金申請は間に合わないと判断した様子見の客が増えたのではないかと。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲や相談がまた少なくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	お客様の様子	・売上が低下している。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の荷動きが一定レベルはあったとしても、前年以下で推移している（東京都）。
企業動向関連 (南関東)	◎	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・営業実績より判断すると、良くなっている（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ようやく気候が安定してきて来客数も増えてきている。イベントでも前年より売上が増加している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月から当社特有の繁忙期に入ったので、受注量が増えている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年前半に出ていた内示どおりに増加している。この傾向がどこまで続くかはまだ分からない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ国内、海外共にまずまずの状況で、引き合いも増えてきている（東京都）。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が毎月2%程度増えている。廃業、倒産などで引き継いでほしいという話も多くなっている。
	○	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・インバウンドは引き続き好調であり、国内需要も堅調に推移する（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・コロナ禍以来のイベント警備が復活し、売上に貢献している。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件が一時より増加している（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2025年の春夏以降の受注については、先が読めない状況である（東京都）。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月の売上は目標以上であったが、スポット的な受注があったため、景気が良くなったとは考えていない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・AI関連事業拡大が進みつつあるが、まだ我々の景気には直接的な影響はない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーの販売は順調で、下請企業にも当初計画どおりの発注がきている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず人手不足が続いている。
	□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・同業者も人材がおらず、新規受注ができない状況である。新しい人材を確保できていない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は若干増えたが、燃料などの諸経費が高騰しているため、かなり厳しい。
	□	輸送業（経理担当）	それ以外	・物流業界の2024年問題で人件費等の経費が増加している。今後は荷主の協力のもと改善が望まれる。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期になり、少しずつ物量が増えているが、予定よりは増えていないことと、燃料価格の高騰が続いていることにより、収益が伸び悩んでいる。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・資材の高騰、人件費、採用経費が上がり続けているが、価格転嫁が難しい。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・賃貸も全てインターネットの時代になり、来客数が減っている。物件管理もインターネットで、建物の原状回復工事依頼から、進捗管理、共有事項など全てがインターネットでできる。便利だが、覚えるのには時間が掛かるため、営業活動に支障をきたさないよう、頑張っている（東京都）。
	□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・工事費用の高騰が続いているが、販売価格が高値を維持しているため、変わっていない（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・所有ビルのテナントの入退去もなく落ち着いている。景況感是不変（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・極端な変化はみられない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気は横ばいだが、今月は衆議院議員選挙の特需がある（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで歩きながら途中の飲食店を外からのぞいているが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症発生前のような客入りには戻っていない。客が入っている店もあるが、以前のような活況はない（東京都）。
	□	税理士	取引先の様子	・衆議院議員選挙により野党の台頭が予測され、今後の景気対策や円安への対処等、不透明な部分が増えている。最低賃金を引き上げるのは良いが、経営側の立場からすると死活問題であり、労働者側も上限のある現在の税制では働く時間が減り、人手不足に拍車がかかる。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要の助成金などを活用したい会社がまだ多く見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・物価上昇などが続き、消費者の財布のひもが以前にも増して固くなっていると聞いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に機械加工業は、大手や2次下請の形で受注しているケースが多く、2つの壁があるため、コストアップ分を価格に転嫁できずにいる。最近の話では、ベースアップ分は対応すると言われたというのだが、かなりひどい話である。定期昇給すらままならないのに、ベースアップなどあるわけがない（東京都）。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存契約の値上げが保留になっている（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・取引先の廃業、ペーパーレス化が進むなかで、業務内容は縮小傾向になりつつある。今後も難しい課題が続くのではないかと。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。店頭販売と会社への納品があるが、今月は会社の設立印の注文数がゼロであった。例月からどんどん落ちている。印鑑リフォームの注文もあるが、通常は月20万円くらいのところ今月は14万円くらいで、やや悪くなっている（東京都）。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器に関しては相変わらず新企画の相談が無い込んでくるが、化粧品容器に関しては、中国の景気悪化も伴って全く動きがない。
	▲	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・今年1月から6月までの都内の業界団体の荷動きに関するアンケート調査の結果をみると、悪くなってきているとの回答が増え、良くなってきているという回答の4倍近くになっている。当社も同様であり、状況は厳しい（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・観光には良い季節だが、ホテル代が高騰しており、外国人の需要頼みである。小売業では食品を始め値上げが続いており、消費者が厳選して買物をする姿が目立っている。また、燃料費や電気代高騰の影響が、徐々に家計にも響いてきている。取引先の建設不動産業も、販売がやや低調になり始めている。全体的には景気はやや悪くなっている（東京都）。
	▲	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価が明らかに上がっているものの、受注量、売上の増加がそれを上回ることを確認できない企業が多い。先の受注増加に期待する声が多く聞かれるが、近々の受注につながっていないケースが多く、目に見える形での業績良化にはしばらく時間を要する。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年度の売上をクリアできていない。当社だけの事象かもしれないが、コンペ案件自体が少ない。つまり、大型案件を獲得するチャンスが減っている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げアナウンスの影響か、客の取引頻度が下がり、受注量が減少傾向にある。例年同期比で1割程度下回っている。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	取引先の様子	・予定している案件で見積りを出しているなか、その価格に合わせる事が難しく、案件が他社へ流れるケースが発生している。
	×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・前年同期にはなかった残業時間の調整や、金曜日の稼働日を休みにするなど、仕事量が少ないことが分かる。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は元より見積案件も少なくなっている。利益の出る案件はほぼなく、その場しのぎの仕事で何とか賄っている。
雇用関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・社会課題解決型案件の受注による、中規模、大規模需要への対応が続く（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・緩やかに増加している（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・業績が上がっている企業が多いが、なかなか採用できないと聞くことが多い。人材不足で悩んでいるところが多いため、今一つ伸びない企業が多いのではないかと（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数が求職者数を上回る状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・IT関連を中心に人材紹介や派遣依頼は堅調で、前年より1割程度受注が多くなっている。一方で、依頼にマッチする人材は他社を含め争奪戦となっているため、成約数が想定より伸びてこない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣求人数はほぼ横ばいでの推移となっており、それほど変わらない。求職者数は若干減少しているところはあるが、悪かった前年と比べれば回復している。そのため、派遣労働者数は、大幅な変動はなく微増となっている(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は増加傾向が続いている印象だが、それに景気が上向いている実感が連動していない。
	□	求人情報製作会社 (経営者)	求職者数の動き	・相変わらずの採用難で、人手が足りず、業績向上になかなかつながらない(東京都)。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	求職者数の動き	・景気は数か月前と比べて余り変わっていないようにみられる。例年と比べて求職者の動きが鈍いようである。応募の動きが少なくなっているのか、採用活動の動き方が変わっているのか、当社の応募獲得率が下がっているのか、どこに原因があるのかははっきりしないが、応募が少ないということは採用数が少ないともいえるため、気になるところではある。
	□	求人情報誌制作会社 (所長)	周辺企業の様子	・政治などの動向が活発化している影響が出ていない。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・新規求人数は前年同月と比較して減少しているが、建設業に関しては増加している。事業所全体で新卒者向け求人を中心に賃上げを進めているとの話を聞いている。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・情報処理産業からは、DX案件やシステム更改などの仕事も多く好況という声が多く聞かれる。宿泊業では、猛暑や台風の影響で利益が2割減少したという話を聞いている。飲食サービス業では、インバウンド向けや高級路線の店舗の業績は良好ではあるものの、大衆向け食堂などは食材の値上げ等も響いており苦しく、2極化しているとの話もあり、産業や企業規模によって業績の明暗が分かれている。また、複数の中小企業から、10月からの最低賃金の引上げや社会保険加入の適用条件拡大により人件費の負担感が増しているが、商材などへの価格転嫁が難しく、経営が厳しいという声も届いている(東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・企業からの求人数は相変わらず良く、それに見合う人材がなかなか見当たらないが、状況としては悪くない(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年末商戦に向けて派遣依頼数が増える時期だが、例年ほど求人数が増えていない。派遣先も、まずは直接雇用、それで集まらなければ派遣会社へ、という考え方の企業が増えてきている。
	▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・物価の上昇が続いている(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・サービス業に関する求人状況に変わりはないが、一般事務スタッフについては求人数が減っている(東京都)。
	▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・大量離職の問合せが企業側から多くなっている。
	▲	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・物価の上昇により生活が苦しくなっている(東京都)。
	×	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・ほとんど注文がない。

5. 甲信越(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(一:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (甲信越)	◎	観光名所(職員)	乗客数の動き	・今月は連休があったこともあり、乗客数、売上共に大幅増加と、近年まれな状況である。土産品は発注しても生産が追い付かず、納品もままならない状況である。
	◎	その他サービス [葬祭業](経営者)	お客様の様子	・今月は葬儀の依頼が非常に多い。葬儀での出合いが、遺品整理や墓じまい、友人の紹介へとつながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・毎週末、周辺で季節の食イベントが開催され、それに伴い多くの人出があった。
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・前年比で売上は6%増加、来客数は10%減少となっており、3か月ぶりに売上が前年を上回っている。前年9月は大型イベントがあったが、今年はなかったのが9月は前年を下回っていた。10月は毎週末イベントがあり、忙しかった。11月1日から3日も大きなイベントがあり、3日間で売上60万円を予定している。11月も忙しいと嬉しい。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車受注が上向いている。特に、高単価の新型車が売れている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以降、動きのなかった同窓会や趣味の集まり、地域の自治会等の団体が、今秋から急に動き出している。また、コロナ禍の家族旅行は父母と子供という組合せだったが、ここに祖父母や叔父、叔母等も一緒に動くようになり、1つのグループサイズが約1.5倍から2倍になり、来客数が増加している。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・利用回数が増え、人の動きを実感している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当店はスポーツ用品店だが、今は大型店が近郊に出店しているため、なかなか店売りがなく、学校のクラブ活動の注文を待つ外販が多くなっている。クラブ活動自体、昔と比べていろいろ制限があったり、子供がクラブに入ることが段々少なくなっているようで、販売に少々響いている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・単価が上昇したため買上点数は減少するも来客数の増加で売上は微増となっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・セール実施日等にまとめ買いをする傾向は変わらない。買上点数は前年実績を割り込む状況のため、し好品などには手が出ない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周りにドラッグストアができて、それも24時間営業だったり、コンビニ業界にとっては非常に厳しい状態で、夜の時間帯になかなか来客数が伸びない状況である。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は最低気温、最高気温が共にかなり高く推移していたので、さすがに夏のように大きく伸びはしないものの、多少は売上を期待していたが、期待したほど上がっていない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・年間を通して、来客数の減少が続いている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売に関してはなかなか契約に結び付かず、低迷している。給料も上がらず、物価だけ上昇し、ここに来て円安に警戒感を持つ客がおり、車検、一般整備で、帳尻合わせをしている状況である。
	□	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・冬のタイヤ交換シーズンが近づき、広告宣伝効果もあるため、来客数は増えてきているものの、客単価は上がらず、安価な物を好む傾向が強い。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	お客様の様子	・全般的に値上げが続いている。インバウンドを対象とした高級なホテルやレストランは値上げで価格転嫁でき、非常に好調な様子である。ただし、一般客を対象としたところではなかなか値上げが難しく、客足もやや鈍い様子である。個人客は割と堅調だが、全般的には余り変わらない。ただし、今月は売上が良いという肌感覚はある。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ぬるま湯につかっているような、中途半端なはつきりしない景気動向である。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・携帯電話事業の料金プランがリリースされたため、端末販売を含め、新規顧客の開拓を狙ってきたい。
	□	遊園地（職員）	来客数の動き	・花火とドローンのショーやコラボイベント等を行ったが、大型イベントが少なかったため、変わらない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・時期的に来場者は増えているものの、平日の来場者の金額に対する動きはシビアで、例年の価格設定では集客が難しい。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・客の来店もなければトラブル等の依頼もなく、静かな状況が続いている。これといって消費意欲を誘うような商材も仕掛けも見当たらず、厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・来店人数に比例して、売上は芳しくない。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・実質的な手取りが増えている実感がない。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣競合店のリニューアルオープンの影響を受け、やや悪くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価上昇や賃金上昇で経費がかさむのに対応して、売上が伸びないと景気は上向かない。物価が上がっているため、見た目は前年実績を超えているが、ふたを開ければ、というところである。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。コンビニに来店する動機付けができていない。
	▲	乗用車販売店（管理担当）	単価の動き	・物価や燃料費上昇で、やや悪い。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・宴会もフリーの客も減り、ランチタイムの客まで減っている。物価が急激に上がっているからではないか。このような状況では、仕入価格が高騰して厳しくても、値上げはできず、厳しい。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ここ数か月、季節特性等を考慮しないと、明らかに来客数が減少傾向にある。販売単価を継続的に値上げしているわけでもないのに、毎月来客数が減少傾向にあり、1組当たりの利用金額も減少傾向である。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・10月からあらゆる面で物価が上がり、個人客の動きが鈍くなっている。正月を控えているからなのかという状況である。実際、レストランの来客数も5%ほど落ちており、追加注文となるアルコールの販売も、3か月前と比べ動きが悪くなっている。また、法人利用も衆議院議員選挙があったためか、動きが悪く、10月の宴会の件数は前月より10%落ちている。
	▲	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・企業出張の減少や旅行参加者数の減少がみられる。特に、製造業からの受注、参加者数の減少が目立っている。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・7月、8月は前年比100%をほんの少しだが超えていたが、9月は前年比99.5%で、今月は90.5%となっている。最近としては非常に悪い状態である。
	▲	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・天候が良くなり、運動会等のシーズンで、家族連れの利用が減っている。団体利用も減っており、厳しい状況となっている。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・中心街でありながら、閉店してしまう店が目立ち、街のにぎわいが、どんどんなくなってしまう。
企業動向関連 (甲信越)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・新酒が寄与しており、業務筋からの引き合いが多く、前年実績をクリアしている。
	○	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・特に観光業ではインバウンド需要の恩恵を受けている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・例年ある季節商材の受注のみである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は比較的仕事量が確保できているが、近隣企業では仕事量の減少が目立っている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注状況は順調であるが、人手不足も続いている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・足元の業種別の業況感をみると、非製造業は観光需要の増加でサービス業のほか、価格転嫁が進んだ卸、小売で堅調さが持続している。一方、製造業で一進一退の状況が続いており、方向感が見えにくい状況にある。
	□	新聞販売店 [広告]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新聞購読も物価高による家計節約から取りやめが続いている。広告出稿は前年比微減で推移している。旅行収入は需要が増えてきているものの、新型コロナウイルス感染症発生前には戻らず、海外旅行は円安による影響で回復していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・いつもなら既に納品が始まるクリスマス商戦も、今年 は低調で注文がほとんどない。また、金価格の上昇 で企画品の受注が来ても収益は悪化している。今年前 半は何とか前年比を多少なりとも上回った展示会や催 事も、年後半は低調で、ここ1～2か月は前年を10% 近く下回っている。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(甲信越)	□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・ファミリーレストランで外食した際、単価が上が ったせい客が明らかに減っており、高齢の年金生活者 が多いことに驚いた。いかにサラリーマンの財布が厳 しい状況かがうかがえる。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・観光やインバウンド、イベント等の増加で、レンタ カー業や警備業、美容業といった業種は求人数が増加 傾向にある。一方、飲食店等は原材料価格の高騰を価 格転嫁できない実情から、求人を手控える状況があ る。食料品製造の求人数は増加しているが、中国の景 気減速等の影響から派遣求人が減少しており、勘案す ると上向きとも下向きともいえない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	◎	商店街（代表 者）	お客様の様子	・客の様子が良いように見える。
(東海)	○	一般小売店〔結 納品〕（経営 者）	販売量の動き	・少し猛暑が落ち着き、客が外出するようになった。
	○	一般小売店〔土 産〕（経営者）	来客数の動き	・観光客は着実に増えている。心配していた観光バス の動きも、3か月前と比べると随分増えて目立つよう になってきた。
	○	スーパー（店 員）	単価の動き	・米の売価は上がり続けているが購入量が減らず、結 果的には売上に大きく貢献している。
	○	スーパー（販売 担当）	販売量の動き	・米の値段は相変わらず高いが、パン等の価格がかな り下がっているため購買量は減っていない。値上げに ついては企業努力で補っている部分があり、3か月前 と比べて販売量は増えている。
	○	コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・例年と比べ暑い日が多く、秋というより晩夏によく 売れる商品が好調である。飲料や酒類が特によく売 れており、行楽向けのおにぎり、弁当、サンドイッチ や菓子などの売上が高い。
	○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・物価高に慣れてきたのか、やや上向き傾向にみえ る。
	○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・来客数が増えて、おにぎりなどのカテゴリーが伸 長している。
	○	コンビニ（商品 企画担当）	単価の動き	・ペットボトル飲料の値上げがあったものの、残暑が 長引き全体的に気温が高いことから、値上げ分の単 価上昇がみられる。
	○	その他小売 〔ショッピング センター〕（経 理担当）	来客数の動き	・来客数は引き続き堅調に推移している。
	○	観光型ホテル （支配人）	来客数の動き	・想定よりは良くなかったが、前年と比べて業績が回 復している。
	○	都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・宿泊は週末を中心に好調だが、平日はやや悪い。宴 会は順調だが、レストランは夜が弱い。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・依然として朝晩のタクシー利用客が多い。昼間は少 なくなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・初秋になって気候も過ごしやすくなり、客の動きが 良くなりつつある。日中は余り変わらないが、夜の客 は動きが良くなっている。
	○	通信会社（企画 担当）	販売量の動き	・引っ越しに伴う解約増加はあるものの、新規契約数 は前月並みに推移しており、全体の契約数も増加傾 向である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・紅葉の時期になり、インバウンドや国内の団体客も増えている。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街への来客数は多いが、販売量の減少により売上は横ばいである。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・物価が上昇し続けており、生活必需品の購入で家計は精一杯である。余暇やし好品にまわせる金はほとんどない消費者が多く、し好品や耐久消費財を主商品としている店舗は苦しい状況が続いている。
	□	一般小売店〔生花〕(経営者)	来客数の動き	・来客数は特に変化ない。8割は常連客で、新しく増えることは余り望めない。
	□	一般小売店〔酒類〕(経営者)	販売量の動き	・飲食店においては、特にアルコール飲料の販売が伸びていない。
	□	一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・10月は新しい半期のスタートだが、衆議院選挙や物価上昇で個人の消費も法人の経費も慎重になっている。客はしっかり考えて金を使う様子である。
	□	一般小売店〔生活用品〕(販売担当)	販売量の動き	・暑さが和らぎ客足は戻ってきているが、相変わらず購買意欲は低い。
	□	百貨店(売場主任)	単価の動き	・朝晩の寒暖差があり、昼間は新商品のチェックに来る若い来店客が多いが、試着のみで買上には至らない。年配客の来店もあるが、70代以上に向けた商品の用意がないため売上には結び付かない。
	□	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・大変暑い日が続く、秋物衣料を中心とした動きが非常に悪い。インバウンドについては、10月上旬の国慶節関連で来店は目立つものの、売上額としては前年を下回る見込みである。様々な商品が値上がりするなか、菓子や生鮮品を中心に買い控えが目立ち、売上を落としている。今月は衆議院選挙もあり、なかなか消費意欲の高まりが感じられなかったが、外商顧客を中心とした高額品需要は、株高もあり好調を維持している。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・物価高のため来店客は減少しているが、必要な物や欲しい物は金額に関係なく購入している。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・前月までと大きく変わっている部分は特にない。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・暑い日が続く秋物の動きが厳しかったが、ここに来てようやく動きが出てきている。ただし、インバウンドによる売上の伸びが、ここ最近では減速している。
	□	百貨店(営業企画担当)	単価の動き	・新規の特選ブランド品は好調だが、全体的に好景気とは言い難い。
	□	百貨店(販売担当)	お客様の様子	・中高単価商品が稼働し客の購入マインドは高い。懸念としては、回遊客が少ないため振り客の購入率がなかなか伸びない。インバウンドは国慶節で月前半の売上を大きくけん引した。
	□	スーパー(経営者)	販売量の動き	・猛暑の影響で野菜や果物が安定して仕入れできず、増益が困難な状況にある。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・商品の値上げが続き1品単価は上がったものの、買上点数は増えないため、売上が伸びていない。
	□	スーパー(店員)	単価の動き	・前月は残暑の影響がみられたが、秋らしい気温に戻り、あっさり系の商品から、肉など単価が高い商品が売れ始めている。
	□	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・来客数は増えているが、売上につながっていない。
	□	スーパー(販売担当)	販売量の動き	・好調は続いている。駅弁イベントは1回目も2回目も好調だった。
	□	コンビニ(企画担当)	販売量の動き	・前月と状況は変わらず、好調を維持している。10月は台風など悪天候の影響を受けることもなく、人の動きも活発であった。
	□	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・分かりやすく値引きをしないと、前年以上には物が売れない。
	□	コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数は前年比1割増加で推移している。
	□	コンビニ(本部管理担当)	来客数の動き	・売上は前年比103%である。最低賃金の引上げによる人件費圧迫や水道光熱費の高騰など経費のリスクを抱えているものの、売上は高水準で推移する状況が続いている。ただし、来客数が増えているのではなく、商品値上げによる客単価上昇が売上を支えているため、市場が活性化しているとは言い難い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・客に勧めでも追加で購入することはなく、最低限の物と最低限の費用に抑える傾向にある。
	□	衣料品専門店 (売場担当)	単価の動き	・単価の動きが余り良くない。前年はコロナ禍が明けて葬儀向け需要で礼服がかなり売れたため、今年の予算はかなり高いが、前年のようにはいかない。天候の影響でスーツを着ない人が多くなってきたのかもしれないが、単価の動きが悪い。
	□	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・全体的に物価上がり、車の出費はできるだけ抑えたいという気持ちがうかがえる。
	□	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・ここ最近では客の動きがほとんど変わらない。
	□	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・日頃の買物について客と話すなかで、お買い得な商品というワードがよく出てくる。自分の買いたい物を選ぶときも割高な物は選ばない賢い消費行動が見取れるため、景気が上向いているとは考えられない。
	□	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・個人客は貧富の格差が日増しに大きくなっているため、景気の良い悪いには個人差がある。
	□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新型車の予約注文が始まり多少は注文が入っているものの、十分とはいえない。店頭で新型車の現物が入ってくると違うかもしれないが、3か月前と比べて販売量も来客数も大きくは変わらない。
	□	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・衆議院選挙、米国大統領選挙、円安や物価高騰の影響で客の購買意欲が減退しており、来客数が減少している。
	□	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・平日夜の営業が苦戦しているものの、全体では前年並みで推移している。高価格帯メニューへの財布のひもが固い。一方、祝い事などで週末は好調に推移している。
	□	一般レストラン (従業員)	来客数の動き	・全体的に値上げしても来客数は余り変わらないが、客単価は下がっている。
	□	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	単価の動き	・9月からの価格改定で値上げを実施した。今回の値上げでは仮需要も多く発生し、10月以降はその分の減少を予想していたが、売上額としては前年比プラス2%程度と良かった。
	□	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・円安の影響で宿泊が好調に推移し、法人客の宴会やレストランも引き続き高い状態で推移している。
	□	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・客の動きはあるが、まだ少ない。物価高騰が影響している。
	□	旅行代理店 (営業担当)	単価の動き	・今は宿泊代金の多くが価格変動型のダイナミックプライスとなっており、価格で需要と供給のバランスを取っている。秋口のハイシーズンでの3連休などは、通常の3~4倍の宿泊代金でも予約が入る。インバウンドが宿泊価格を押し上げているといっても過言ではないが、日本人客もその価格で宿泊するという事は、懐に余裕がある客がいるということである。
	□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・世界情勢の影響で商材のライセンス料や価格が大幅に高騰している。予算化の時期だが見直しを立てにくく、システムの見直しを考える客も多い。
	□	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・暑さが和らぎレジャーでの外出が増えてきた印象を受ける。10月は各種イベント開催の効果もあり、前年よりも集客がやや伸びたが、目標値には届いていない。
	□	観光名所 (案内係)	お客様の様子	・当地の繁華街には、1~2人の少人数ではあるが全国から旅行で来る若者が増えており、良い傾向と考える。
	□	ゴルフ場 (支配人)	来客数の動き	・入場者数が今年は夏場以降、増えず不調である。今月は比較的天候に恵まれたが、伸びていない。ゴルフシーズンだが予想以上に増えず、景気はやや悪い。
	□	パチンコ店 (経営者)	来客数の動き	・夕方以降は客の来店が少ない。例年この時期は売上、来客数共に1年を通して少なくなる。
	□	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	来客数の動き	・通勤通学以外の乗客数が伸びていない。
	□	美顔美容室 (経営者)	販売量の動き	・セット商品の買上とキャンペーンが始まった商品の販売が良い。
	□	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客との会話のなかで物価上昇などについて話すことがかなり多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり物価が高い。米の値段も急に上がっており、物価上昇が落ち着かないと客の来店は減る。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・案件数が少ないままの状態が続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいが続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来場者数が例年より少なく、契約も低調である。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・暑さも落ち着き客の動員が戻ってきたが、まだ好調とまではいえない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・原価が高騰するばかりで利益が上がらない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・スーパーなどで商品の売行きをみると、高い物は余り売れず、野菜やその他の商品も異常な勢いで値段が上がっている状況で、買い控えとなっている。
	▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は前年を上回るものの、平年以上の気温が続いている影響から秋冬向け重衣料の販売が振るわず、売上は前年比、3か月前比共にやや下回っている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・米が高くなり、買い控えが更に進んでいる。
	▲	スーパー（従業員）	販売量の動き	・何もかもが高くなり過ぎである。
	▲	スーパー（総務）	販売量の動き	・来客数、販売量共に毎月少しずつ減少している。
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・悪い状態から変化がない。客からは、有給休暇の消化と残業抑制で実質所得が減少しているという苦しい声をよく聞く。僅かばかりのぜいたくも許されない人が多くいる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客のまとめ買いが少なく、単価が低かった。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・キャンペーンを行っても反応が低い。客と話をしても購買意欲が余り感じられない。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・今月は例年に比べ1割ほど来客数が少ない。元々10月は閑散期に当たり来客数、客単価共に下落傾向である。今夏が猛暑でエアコンがよく売れたため、その反動が出てきている。
	▲	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・玩具類の動きが良く来客数は伸びたが、白物、黒物共に家電が絶不調で単価が著しく低かった。エアコンは夏が終わってもそれなりに動いたが、家電が総じて悪かった。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・以前よりも生産台数は回復しているが、新車の注文数が計画割れし、前年比でも95%ほどで推移している。ガソリン価格は高値ながら安定しているが、来客数も前年割れし、日常的な営業に秋風が吹き始めたような落ち込み方である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年と比較して販売台数が大幅に減少している。販売可能な車種に限られ人気車種のほとんどが販売停止になっているため、売りたいくても販売できない状況が続いている。
	▲	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・円安の影響による輸入商材の価格上昇が顕著なため、販売量に影響している。
	▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・1人当たり販売量が少なくなっている。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	単価の動き	・物価上昇の勢いがあるため、購買をためらう客が多い。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・例年なら秋シーズンで客が入る時期だが、前年と比べて1割ほど少なく4400人程度で終わりそうである。暑い夏が景気の下支えになったが、秋になってから客足が伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・年末年始の予約は動きが悪く、1～3月の予約も少ない。特に、海外旅行の動きがとても悪い。国際線を利用した際も、首都圏の空港へアクセスするのは外国人が多く、アジア路線も外国人ばかりで日本人の姿はない。日本の航空会社が運航している便でも日本人ゲートは行列がなく、外国人ゲートは行列ができていた。国内のホテルもインバウンドの影響で値上がりしている。外国人と日本人で料金を分けてもらわないと、ますます旅行離れが進みそうである。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・円安や株価の動きから判断した。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	販売量の動き	・福祉用具レンタルの配送稼働率が夏頃から低迷している。猛暑の影響なのかは、秋以降の状況により判断する。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客から景気の話は全く聞かない。
	▲	その他住宅[住宅管理]（経営者）	お客様の様子	・公共事業の仕切り価格が数年前から上がっていない。物価高が進み建材費や人件費も上昇しているなかで、入札しても利益が残らない仕事は取りたくないため、適正価格の回復を期待する。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて減少している。特に週末の減少率が高い。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数が減少している。米の値段が上がったインパクトが相当強く、節約志向が一層強くなっている。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・暖冬により防寒衣料の販売が低迷している。本来なら寒さで防寒衣料の販売が上向く時期に暑いくらいの日々が続いているため、購入客はまばらである。農業関連の客からも苦言を聞く。販売額は前年比2～3割ダウンしている。
	×	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・売上がかなり減った。客の購買力が下がっているとみられる。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・全体的に動きが悪く、前月や3か月前の方が良かった。購買意欲が下がっており、今は悪くなっていると云わざるを得ない。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・今月もまだ暑さが続いたため出足が悪くなり、売上が減少した。
	×	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・物価が上がって分譲住宅の購入に負担が掛かり、購入になかなか至らない。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・仕事がなく、廃業する業者が増えてきた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向けクリーン容器の需要が好調である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月間は受注量、生産量共に横ばいであったが、今月は10%近く生産量が増えている。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子では、物価上昇は続いているものの、ある程度の需要は確保できているように見える。衆議院選挙の結果についても、経済への影響は今のところ少ない様子である。
	○	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産は全体的には良くないが、再び円安傾向になってきたこともあり、設備投資については拡大傾向が強い。中国生産の原価も高くなり国内移転の意欲が強くみられ、当社への引き合いがますますある。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・飲食店向け、個人客向け共に、売上と販売量には大きな変化はみられない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・受注量と販売量がここ3～4か月ほど前年割れとなっている。景気は3か月前と比べても悪い状況が続いており、余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・ようやく猛暑が収まって短い秋を満喫しようと外出する人が多く、道路や店は混雑している。年末まで土曜の予約が取れない外食の人気店もある。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の確保がやや懸念される。物件が少なく、同業者間での話題も同様である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米では自動車、半導体関連設備への投資の動きが余り活発ではない。米国大統領選挙の結果がどうなるか見守っているという声もある。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況に関して大きな動きはない。全体としては計画から大きく外れることなく推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・受注量は微増しているが、賃金になかなか反映されない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・前月と同様で、来場者数、成約数共に良くも悪くもない状況であった。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月後半は荷主の中間決算の関係で一時的に荷物量が増えたが前半は暇だった。10月に入ってからそれほど忙しくはない。今年4月以降には2024年問題による車両不足が懸念されたが、今のところ深刻な状況でなく拍子抜けしている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価上昇に伴い、個人消費が伸びず物量は鈍化傾向にある。
	□	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先の飲料メーカーによると、これから冬場でコールド商品からホット商品に変わっていくため製造量を調整しているが、余り寒くないという予想が出ており、例年より製造を抑えているそうで、消費にも影響してくる。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・理由は分からないが、取扱品の配送需要が減っている。一方、ケータリング弁当の配送需要は増えている。
	□	通信業（法人営業担当）	競争相手の様子	・通信サービスは低廉化し続けている。設備維持コスト増加や物価高の影響を受けて、消費者向けサービスは価格上昇が続くが、オフィスユーザー向けのサービスは値下げ競争が激化している。通信市場の競争はなかなか勝敗が付かず、参入企業は体力を消耗している。
	□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・競争入札の激化や特命随契工事の減少で受注価格が厳しくなり、人件費や材料費の上昇を従来どおりカバーできなくなっている。中小企業では、物価上昇に見合う給与が上げづらくなっている。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日は多いが、余り寒くないこともあり、外出や遠出をする人はやや増加傾向にある。今月の売上も前年を上回る状況となっている。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・猛暑が長く続いたため、秋のイベントやそれに伴うチラシや折込等は前年と比べ単発的になり、受注量も減ってきている。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	取引先の様子	・取引先と話していても、積極的な提案や将来展望がみられない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・取引先の売上は、前年比では伸びているものの3か月前との比較では大きく変わっていない。為替相場の影響もあり外国人を対象としたサービス業の売上は上昇傾向にあるが、利益ベースでみると物価高や人件費コスト増加の影響もあり、大きくは変わっていない。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・以前は、朝早くから倉庫から貨物を積み込み次の仕事を入れていたが、現在は積み込み時間が決められてきているため、次の仕事を取ることができなくなった。収入減につながると嘆くドライバーがいる。
	□	会計事務所（職員）	それ以外	・日帰りバスツアーや宿泊ツアーは前と比べて何割か割高になっているが、キャンセル待ちになっている日もある。観劇チケットもすぐに完売になる演目があり、少し余裕が出てきたようにみえる。こうした傾向は少し前から続いており、特に変わりはない。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費マインドの低下や買い控えの影響が、少しずつ顕著になっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・前年から急激に注文が増えた客からの受注が急にストップしたため、生産計画が狂ってしまった。今月は残業も全くなくなってしまった。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年この時期は販売量が通常の月より1割以上アップするが、今年は他の月より5%ほど悪化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・報道されているような景況感よりも、足元は悪く感じる。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・値上げが止まらない一方、給料は上がらず、悪化するばかりである。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・流通業の消費財、製造業の生産財共に売上は前年比5%超の減少となっている。値上げを一部認められているので、物量としてはこれ以上の落ち込みとみられる。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・光回線の受注は相変わらず減少傾向である。当業界は電気、ガス、水道を含め様々な業種の仕事とつながりがあるが、当地域では、住宅着工数が特に目立って少なくなっている。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・生活必需品の物価高騰が続くため、生活費に余裕がなくなっている。休日に余暇を過ごすための支出ができない家庭が多く、明るい兆しがみられない。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・国民の間には不安要素が多い。新しい内閣の発足後も円安や物価上昇など経済的に不安を抱えている国民が非常に多いという声を周りからよく聞いている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少につれて価格も従来より低くなっている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先の店舗での設備投資は、新紙幣発行に対応した機器・ソフトの交換に投資費用を回しているため、それ以外の設備投資がかなり少ない状態になっている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・企業の手不足感が強まり、募集条件を緩和するなどの動きが出てきたことに伴い、求職者にも応募の動きが徐々に出てきている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・夏季はイベントがあった影響で良かったが、今月は特にイベントがないにもかかわらず同じように良かった。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は企業によってばらつきがあるが、求職者数は減少傾向が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・依然として物価高騰に実質賃金の上昇が追い付いていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣での求職者数は前年と比較しても大きく変わらない。長期派遣労働者において派遣先への直接雇用や無期雇用化が進み、動きが落ち着いている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの認証不正問題で一部車種の製造ラインがストップしている。11月の製造再開予定が12月に延期され、部品加工工場の派遣労働者と派遣元企業においては、大きな問題が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・10月単月でみると衆議院選挙の影響で売上の的にはプラスだったが、それ以外に景気が上向く材料は見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・周辺企業を取り巻く採用難や原価高は変わらない。衆議院選挙による経済停滞があった。地方の人口減少と中小企業の採用難はすぐには改善しない。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・3か月前と比較し求人数が増加しており人手不足感は継続して強いものの、一部業種においては求人募集を控える動きもある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の新規求人数は、前月同様に医療福祉が大幅増加、製造業、運輸業は微増、建設業を始め卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業等については軒並み減少という状況であり、結果的に全体の新規求人倍率は、0.21ポイントの上昇となった。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・様々な業種で、コスト上昇分の価格転嫁が進まず企業収益を圧迫しているという声を聞く。一方、宿泊業、飲食業や小売業など対面のサービス業では、インバウンドや観光需要の増加など明るい兆しもみられた。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足で求人は微増傾向だが、最低賃金引上げの対応や原材料価格高騰の影響で利益が出ないとの企業の声がある。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・経済環境も踏まえて採用を積極的にする企業と控える企業が2極化している。先々を見据えた人材の獲得競争は、より激化している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・最低賃金の改定と同時に物価の上昇ラッシュが行われている。社会保険料の引上げ等で実質賃金は低下した感覚である。中小企業においても、人件費高騰と仕入商品値上げのダブルパンチを受けている状況である。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数が前年同月比で14か月増加している。高齢者を中心に就職等が進まず、求職者が滞留している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人への動きには足踏みがみられる。
	×	—	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・9月の3連休後、観光客、地元客共に減少していたが、10月は3連休前日から地元客だけでなく、観光客、インバウンドが増え始め、街中が活気付いている。さらに、11月6日からのカニ漁解禁に合わせ、北陸の冬の幸を求める観光客やインバウンドが増えたとみている。また、そのまま年末の忘年会シーズンに突入するため、年末までは景気の良い状況が続くと考える。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・イベントや学会の参加者、旅行会社のツアー客など団体予約の獲得が好調である。また、行楽目的のインバウンド個人客も多い。個人、団体を合わせた稼働率は前年比110%と好調である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・インバウンドは変わらず好調である。特に9月末より、国慶節に合わせて訪日した中国人観光客がとて多かった。その後も欧米からの客の来店が多くなっている。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・残暑が続く、秋物は正規価格の商材が売れず、長らく客単価が上がらなかったが、10月に入り気温が低下したことで、客の秋物に対する購買意欲が向上している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・一時的な状況かもしれないが、一部の車種で新車の配車が促進され、売上が上向いている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、全国大会などの大型イベントが県内で開催され、団体客を中心に平日、週末にかかわらず満室が続いている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・外国人を含め、観光客が多くなっている。そのためタクシー利用が増えている。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に契約数が前年同期よりも上回っている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日が多く、ある程度の人出がある。客の買い控え傾向は続いているが、季節に合わせた商品は売れている様子である。空き店舗への新規出店の動きが見られ、今後期待したい。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・衆議院選挙の影響もあり、来客数、販売量共に減っているが、ゴルフや一般のギフトなどに関しては増えている。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	お客様の様子	・商品価格の上昇により、客が購入を控えている様子が見られる。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンド売上の失速や、今月は前年より日曜日が1日少ないというハンディキャップがあり、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の実績は超えるものの、能登半島地震のあった1月を除いて11か月連続で前年実績を超えていた売上記録はストップする見込みである。特に婦人服、紳士服の売上が厳しい状況である。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数、客単価共に変化は少ない。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げや相場高の影響で販売点数が減少しているが、客による安いときのまとめ買いや商品の単価上昇があいまって、売上は横ばいの状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価は前年割れの状況が続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順に加え、客の節約志向も続いていることから、売上は好転しない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・中古車フェアを開催したところ、多くの販売量があった。新車についてはフェアを実施しても来場者数が余り多くなく、購買意欲が高くない状況である。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・商品群によって差があるが、トータルでは一定の売上を確保している。
	□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・ダイレクトメールで販売促進を行ったが、集客は予想を下回り、限定のお買い得商品の動きも悪い。スタッドレスタイヤ販売も例年以上の特典を付けたが、商談件数の割に販売数量は伸び悩んでいる。特に高額商品の購入に対して、客は慎重である。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・物価高の影響が大きく、低価格での訴求をしなければ商品が動かなくなっている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・止まらない物価高により、し好みであるアルコール商材は二の次となり、後回しになっている。消費者の財布のひもは固い状態である。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震以降、現在休業中で再開までにかかりの期間を要する見込みである。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・インバウンド需要はプラスだが、国内需要が弱い。仕入価格の上昇により商品の販売価格も値上げしているため、来客数が減少している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・秋の観光需要とインバウンド需要で県内に人があふれてきているのは確かだが、景気が上向いているというわけではない。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの問合せ内容に変化がない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・新規契約の状況をみる限り、低価格志向が強く、景気が上向きになる傾向はない。
	□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・景気が良くなる目立った動きはない。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	来客数の動き	・来客数に変化はほとんどない。新規入会への問合せ、新規獲得の数が全く伸びていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新規の分譲地販売が進み、それに続いて住宅建築も進んでいる。今後は金利が上昇すると考える客が増えており、その前に家を建てようとする人がまだ出てきそうである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・リフォームの受注は計画を上回るが、個人の新築住宅の受注が振るわず安定感に欠けている。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来場者数の動きに波があり景気動向がつかみにくいが、相対的に3か月前と大きな差はないと実感している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・ある程度の人出はあっても、客単価が下がっており、さほど売上につながらない。気候変動による温暖化で、衣料品は秋物の販売シーズンが完全になくなっている。食料品も値上げの影響からか、総菜類の売行きが振るわない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・今月は来客数が非常に落ち込んでいる。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・気温が高く、秋物衣料やコートといった、本来この時期に稼げるはずのアイテムの動きが悪い。また、月末は選挙の影響で来客数の減少と買い控えにつながったと考える。物産展など集客力のある催事を実施したが、結果は売上が前年割れとなり、厳しい状況である。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・各種イベントへの参加や旅行など、外出需要が拡大している。一方、小売店での買物需要は低下し、来客数が減っている。また、高気温が続いている状況と、商品価格や生活コスト増加の影響か、客の購買行動が極めて慎重になっている。さらに、低価格志向と商材を複数購入する客の減少で、客単価が伸び悩んでいる。買上率も低下傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・衣替えに向けた秋物商材は少しずつ動き出しはしているが、食料品、郵便料金の値上がりなどが重なり、消費に積極的な状況とはいえない。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・暖かい日が続く、冬物の売行きが悪い。
	▲	家電量販店（本部）	来客数の動き	・前月の反動か、来客数が前年同月と比較して減っている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・直近の暖冬傾向により重衣料が動かない。食品、電気料金等の値上げも消費にブレーキを掛けている。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・2～3か月前と比べると、国内の団体客、個人客共に、前年同月より減少傾向にある。また、インバウンドもそこまで増加していない。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・本年前半に比べて、売上が下落している。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価高の影響からか、低価格のカット専門店に客が流れ、来客数がここ数か月減少し続けている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・能登復興の先行きが見えない上に、住宅ローンの金利が上昇しているのが懸念点である。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・営業費の上昇により、現在は発注に制限を掛けている。人件費増加のため、業務に当たる従業員数を制限したことで客にも迷惑を掛けてしまっている。以前と同じ経費の使い方では赤字化してしまうため、節約せざるを得ない状況である。店舗の売上は下がっている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	金融業（融資担当）	受注価格や販売価格の動き	・特定の企業や業種でみられた値上げの動きが、様々な業種に広がっている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・例年より暖かい日が続いているためイベントは盛況で、駅周辺の人出も多くにぎわっている。顧問先のなかでも、特に飲食店は業績が良い。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震による被災から10か月が経過し、生産及び供給に関わる機能は復旧にこぎ着けたものの、受注量が震災前の水準に戻るまでには相当な時間が掛かりそうである。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・生産高は能登半島地震発災前の金額まで回復しているが、本格復旧工事に係る費用負担が重くのし掛かっている。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	受注量や販売量の動き	・販売量の動きから変わらないとみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・民生品と産業機器向け製品に関しては、一向に受注が伸びていない。一部の限定された製品のみ販売が増加しているが、他の製品の販売減少を考慮すると、受注は全般的に横ばいから減少傾向をたどるとみている。車載関連製品のみ受注が横ばいから少し上向いている。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・市内の飲食店街の客は増えていない。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・購入物商材の受注量は3か月前と変わらず引き続き好調である。一方でレンタル物商材の受注量は伸び悩んでおり、一括購入による設備投資が多くなっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは、なかなか上向きのお話を聞くことができない。
	□	司法書士	取引先の様子	・相続登記義務化の影響で、相続不動産の処分が進んでいるが、有効活用される場合よりも建物を取り壊して土地を引き受けてもらう場合の方が多い。また、相続しても負の不動産となるため、国庫帰属の相談も多い。
	▲	建設業（役員）	それ以外	・現状は受注量自体よりも、対応できる人員が不足していることの方が問題としては大きく、先行きに不安がある。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数の減少が続いているなか、就職を急がずに求人条件をじっくりと見極める人が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(北陸)	□	新聞社〔求人広告〕(営業)	周辺企業の様子	・人手不足の傾向は相変わらず強いが、好況のためではなく、採用側と求職側のミスマッチが原因と考えている。満足のいく収入を得られる仕事の求人数は少ない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者数、求人倍率等に大きな変化はみられないが、有効求人数は前月比で約2%増加している。一部の企業に新店舗、新工場等への設備投資を行う動きが見られるが、為替が円安傾向のため求人募集を控える企業もある。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・来春卒業予定の学生向け合同説明会では、企業の出展枠に対し5倍以上の応募があったが、学生の参加は出展企業数の半分強であった。このように人手不足の状態、不人気の業界、特に中小企業は常に人員を募集しているものの、人が集まらない状況である。
	▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・業績が良くないという理由で求人を控える事業所が出てきている。
	×	—	—	—

8. 近畿(地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社)

(—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	都市型ホテル(客室担当)	販売量の動き	・前年度よりも単価を上げて販売している。客室稼働率はやや落ちたが、収入は大きく伸びている。
	○	一般小売店〔珈琲〕(経営者)	来客数の動き	・直営店の来客数が増えており、卸売での販売額も微増となっている。
	○	一般小売店〔衣服〕(経営者)	来客数の動き	・10月後半からようやく過ごしやすい季節になり、秋物商材が動き始めた。単価も上がったことで、売上が少し増えている。
	○	一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	・着物の販売では、店外催事への来店を誘っても、以前は断られることが多かったが、最近では来店客が増えるなど、状況は良くなっている。
	○	家電量販店(営業担当)	競争相手の様子	・競合店によるターゲット層の変更などがあり、当店の低価格商品への問合せは増えているが、まだ実績にはつながっていない。
	○	乗用車販売店(支店長)	お客様の様子	・衆議院選挙が終われば、後は11月5日に米国大統領選挙が控えており、年内は株価が右肩上がり推移すると予想される。
	○	その他小売〔インターネット通販〕(オペレーター)	販売量の動き	・新カタログが発刊されたこともあるが、マスクやパルスオキシメーターの受注が増えている。
	○	一般レストラン(企画)	販売量の動き	・販売量が2か月連続で上向いており、今年度で最も高い水準となっている。また、来客数も4か月ぶりに前年を上回っている。
	○	観光型ホテル(経営者)	販売量の動き	・10月は団体客が少し目減りしたものの、団体客、個人客共に総じて好調であった。また、国慶節の休みもあり、インバウンドも多くなっている。
	○	都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・10月から12月にかけては紅葉シーズンであり、来客数が増加しているほか、単価も上昇傾向となっている。
	○	都市型ホテル(客室担当)	来客数の動き	・10月は国慶節もあり、中国を中心にインバウンドの需要が大きく伸びている。平日、週末に関係なく、高稼働の推移が続いており、今月は90%超えの着地となる見込みである。ただし、宿泊の高稼働がレストランの需要には反映しておらず、いかにレストランを利用してもらうかが課題である。
	○	都市型ホテル(販売促進担当)	来客数の動き	・客室部門、料飲部門共に、夏以降は堅調に伸びている。今年の宿泊はインバウンドを中心に増えているが、徐々に国内の宿泊者も増え、稼働率も95%ほどに上昇し、販売単価もアップしている。レストランも料金は変わっていないが、6月以降は少しずつ来客数が増えており、10月の1日当たり平均客数は54名と、7月の38名、8月の44名、9月の44名を上回っている。
	○	都市型ホテル(客室担当)	単価の動き	・海外需要の増加で客室単価が上昇するなど、秋の観光シーズンとも重なり、販売単価の上昇がみられる。
	○	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8947円で、3か月前の8580円よりも上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・気温が下がり、衣料品の動きが良くなってきたが、よく売れるのは低価格品である。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず来客数が伸びていない。衆議院選挙の影響があったほか、10月にしては安定しない気温の影響もあった。また、気持ちの上での慌ただしさが、買物への意欲を失わせ、いつの間にか1か月が過ぎてしまっている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・卸売の売上は前年比で5%増え、小売の売上は10%増えている。ただし、小売売上の80%はインバウンドが占める。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・依然として暑い日が続き、冬物衣料の動きが非常に鈍いため、販売量が落ちている。
	□	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、気温が高いまま秋に入ったことから、ベースメイク商材であるファンデーションの冬物商材への切替えが遅れ、序盤から苦戦が続いた。また、インバウンド売上が都心店舗を中心にかなりの規模になったことで、商材が枯渇化している。発注しても納品がないため、品切れによる客離れが発生し始めている。全体としては、インバウンド需要のある店舗は売上が前年比で5%増となり、全くない店舗はマイナス10%となる傾向が、しばらく続くと予想される。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・野菜の値段が上がり過ぎて、客の購買力が追い付かず、安売りした商品しか売れなくなっている。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・贈答品の動きが悪く、売上の伸び率が厳しい状況となっている。
	□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も集客のための催事やイベントの強化により、来客数は好調であった。また、インバウンド効果に変化はなく、高級海外ブランド品や化粧品が好調に推移している。ただし、前年のプロ野球優勝セールへの反動減もあり、売上は前年比で約8%減となっている。
	□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・物価の上昇傾向が続いているほか、近隣ではスーパーやディスカウントストアの開店が続いている。それに伴い、食料品売場では売上目標は達成したものの、前年の実績は下回っている。
	□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・インバウンド売上が減少するなか、国内客の売上は大きく改善も悪化もしていない。日中の気温が比較的高いため、季節商材の動きは鈍い状態が続いている。
	□	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で横ばいとなり、購買単価は5%上昇、購買率は5%低下となった結果、売上は横ばいとなった。客は物価が上昇している分、購入点数を減らして対応している。
	□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・春から夏にかけての勢いはなく、来客数や売上も前年を上回っているが、増勢には減速傾向がみられる。
	□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今まで売上がけん引していた、インバウンド売上が落ち込んできている。来客数は増加しているが、購入品目の中心が、従来の時計や海外ブランドといった高額品から、化粧品などの低価格品にシフトしていることが原因とみられる。
	□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、気温の影響もあり、秋物商材は特に吟味して選んでいるため、今後の見通しも判断が難しい。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・防災を意識した買いだめ特需も終わり、外食やレジャーに消費がシフトしたため、食品スーパーは苦戦している。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価の上昇や高い気温の影響が大きく、売上の回復傾向がみられない。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・野菜価格の上昇の動きは変わらず、果物も同様のため、チラシの特売品にはなりにくい。鍋物野菜だけは少し下がったものの、気温がまだ高いため、それほどは売れない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の推移は横ばいであり、大きな変化はない。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・季節外れの高い気温が続く、季節商材の動きが悪かったが、ようやく動き始めている。ただし、販売期間が短くなった分、売上も十分には確保できない。来年以降も同様の動きとなれば、その分だけ収益が減少する可能性がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（企画）	販売量の動き	・単価は上昇傾向にあるが、買上点数は前年を下回る傾向が続いており、今後もこの傾向に変化はない。また、気温が高いままであるため、季節商材の動きが鈍い。
	□	スーパー（企画）	販売量の動き	・来客数は前年以上に回復しており、販売点数もほぼ前年並みに戻っているが、物価の上昇が更に進んでいるため、消費は伸びない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・この数か月は、来客数、客単価共に、ほとんど変化がみられない。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の値上げ傾向が続くなか、客にとって優しい価格をコンセプトに、一部のデイリー品を値下げしたことで、関連商品の販売数は伸びているが、客単価は下がっている。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・余り変化はみられないが、コンビニ商品も少しずつ値上げしており、以前よりも単価が上がっている。毎日の昼食を買いに来る客にとっては、出費がかなりかさんでいる。
	□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さもようやく落ち着き、涼くなったせいか、揚げ物がよく売れたものの、売上はほぼ横ばいで伸び悩んでいる。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇で消費への意欲がみられない。特に、将来に対する不安が大きい。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年10月と比べて来客数はほぼ横ばいで、単価は少し落ちたが、3か月前からはほぼ変わっていない。ようやく秋風が吹き、朝夕がしのぎやすくなったこともあり、一般客は少し増えている。衆議院選挙の結果などを踏まえ、今後の動向を注視したい。
	□	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・本来なら繁忙期で景気が良くなるはずであったが、今年は気温が下がらないため、秋冬商材の購買意欲が落ちている。
	□	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・給湯器を中心とした補助金効果により、省エネ型給湯器やリフォーム関連の動きが良い。
	□	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・今年の売上は、目標、前年の水準ともに上回る見込みである。ただし、全ての部門が好調ではなく、内容は順調とは言いきれない。例えば、新車は限定車の販売で好調な一方、中古車やサービス部門は売上の増加を期待していたものの、苦戦となっている。また、新車についても全ての車種が好調というわけではなく、人気車種は高単価でも購入される傾向が強い。
	□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・地域柄、秋祭りの時期であったため、客の買物行動については動きが良くない。
	□	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・物価の上昇で生活が厳しく、家具に回す予算がないため、客が減っている。
	□	その他専門店〔宝石〕（経営者）	販売量の動き	・依然として物価の上昇が続いており、一般の消費者の行動に大きく影響している。
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は値上げの影響で増加傾向にあるが、販売量が減少しているため、値上げ率ほど売上は伸びていない。
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・インフレ傾向が続くなか、客は価格の安い商品を探しており、クーポンの有無で来店状況が変化している。今月は来客数の減少により、売上目標の達成が厳しい。近隣にドラッグストアが増え、価格の差別化を進めなければ、来客数の増加が望めない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・残暑の影響で、ガソリンの販売量は好調に推移している。ガソリン価格も落ち着いているため、特に節約志向などの影響は受けていない。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・僱事での売上が前年度を上回っているのは、単価の上昇もあるが、上昇が止まらない金の資産価値に注目しての購入も考えられる。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴う、季節商材の大きな動きはみられない。10月も化粧品や美容関連用品は順調に動いている一方、食品や日用雑貨などの生活必需品は横ばいで、医薬品や健康食品、衛生用品は減少が続いている。3か月前と比べて来客数に大きな変化はなく、客単価は上昇しているが、買上点数は若干減少となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他小売 [ショッピング センター] (総 括)	販売量の動き	・気温の高い日が続いており、季節商材の動きが鈍い。年末に向けたお歳暮やおせちの動きも、例年よりも出足がかなり遅くなっている。
	□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月も依然として暑く、気候も安定していないが、記念日での祝賀会の予約が多い。
	□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・天候が比較的安定していたので、昼夜共に来客数が伸びている。
	□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・とにかく波の激しい月であった。閑散とした日もあれば、次々と客が来店する日もあり、人練りや売上の計画を立てても、余りあてにならない日もあった。ただし、歓送迎会などの団体需要の多い月であったため、売上は上向いている。
	□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	単価の動き	・値上げの動きがどんどん進んでいる。
	□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・衆議院選挙期間中は、動きが悪くなっている。
	□	観光型旅館 (経営者)	お客様の様子	・高単価のホテルが苦戦し、低単価の大衆宿は割と順調という傾向が顕著である。
	□	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊利用は堅調に推移しているものの、宴会利用はコロナ禍前の水準にもう一步のところまで足踏み状態にある。一方、レストランの利用は近隣商業施設の開業もあり、集客に苦戦する状態が続いている。
	□	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・国内旅行は受注の減少が続いており、単価の上昇はあるものの、大きな変化はない。海外旅行はアジア方面を中心に需要が回復しつつあるほか、このところの円高傾向もあり、ハワイや北米、西欧方面なども徐々に増えている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・以前と比べて、多くの客が車で待つことは少なくなり、タクシープールで待つ様子が頻繁にみられる。今月の客の利用回数については平均的となっている。
	□	通信会社 (経営者)	単価の動き	・円安による仕入価格の上昇が利益を圧迫している。
	□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・販売台数はほぼ前年並みで推移しており、大きな変化はない。
	□	通信会社 (営業担当)	単価の動き	・物価の上昇が止まらず、10月も多くの商品が値上がりとなったため、キャンペーンによる大幅値引きの低価格商品に客が流れている。
	□	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・10月の3連休は天候に恵まれ、多くの国内客の利用がみられた。インバウンドも引き続き来場している。ただし、バス運転士の残業規制による影響か、団体客のバスは減少している。
	□	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	それ以外	・スポーツ施設の管理上、水道光熱費の高騰で収支がかなり圧迫されている。7月からの補助で負担は軽減されたが、9月は異常気象で例年よりも使用料が高く、補助金も減額されたため、厳しい状況となっている。
	□	その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	それ以外	・景気は下向きというわけでもなく、現状維持で推移している。
	□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	販売量の動き	・8月の決算では例年以上の売上を計上し、利益も増えたが、社員に還元する姿勢はみられない。政府が賃上げを促しても、企業にその気がなければ状況は変わらない。
	□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・不動産市場では高額消費は好調な一方、低価格商品は厳しい状況が続いている。
	▲	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・今月に入ってから、来客数が前年を下回り始め、物価の上昇や円相場の動きに関する、客の声も出始めている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・10月24日までの乗客数が前年比で5%減と非常に悪い。売上は店全体で3.6%減、担当している生鮮品や総菜が4.7%減と、更に苦戦している。客の節約志向が顕著であり、特に精肉は豚肉やとり肉の落ち込みは大きくないが、牛肉は15%減と大幅に悪化している。しばらくはこうした節約志向が続くと予想される。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの1日当たりの売上は、今月は7月と比べて17%減となっている。ただし、直近は円安傾向に戻っていることもあり、9月と比べると14%増えた。特に10月前半の国慶節の期間は、中国からの旅行者も多く、高額品の売上シェアが高まっている。国内客の売上についても、9月を上回る推移となっている。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・例年よりも厳しい暑さが続き、ファッション関連を中心に、コートやブーツなどの秋物商材の鈍さが目立つ。ただし、アクセサリやバッグ、ジュエリーなどが好調なため、全体的には売上が維持されている。
	▲	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・インバウンドの動きが期待した水準には届いていない。
	▲	百貨店（販促担当）	それ以外	・今月は月初めに雨の日が多く、月全体で異常な気温の高さとなったため、秋冬商材の需要が全く動かず、大苦戦となっている。購買意欲が失われ、来客の動きも明らかに鈍化しており、来店しても購買率が低下している。唯一、インバウンドに関しては前年を上回る推移であり、高級品や化粧品を中心に購入がみられる。
	▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・10月に入っても暑い日が続く、衣料品や寝具の秋冬商材の動きは鈍い。前年に関西のプロ野球チームが好調で応援セールを実施した反動により、今年はセール品の売上も前年比で減少している。
	▲	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・国内客による来店が減少している。
	▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・インバウンド売上のけん引で全体は堅調であるが、国内売上は前年を大きく下回っている。特に高額品の動きが鈍く、ファッション商材を中心に客単価が下がっている。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・残暑が厳しく、衣料品を中心に来客数が少ない。秋物商材の購買意欲が減退しているため、冬物商材の販売に販売促進策を集中させたいが、客の反応は良くない。さらに、関西地区では前年のプロ野球関連セールの反動が大きく、数字を落としている。
	▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比べると、これまで全体をけん引してきた、インバウンド消費の増加傾向に鈍化がみられる。中国経済や為替の変動による影響もあるが、消耗品を中心に来客数、客単価が大幅なダウンしたことで、売上は20%増に落ち着いている。一方、国内の富裕層は、特選商材の値上げ前の需要か、売上が微増となっている。また、中間層の動向は食品関係での値上げの増加に対応し、ファッション関連の買い控えで調整している様子が見られ、全体的にはやや厳しくなっている。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・売上、販売量については、気温の影響でファッション関係の婦人服、紳士服の動きが悪い。特に、秋物商材が動いてくる9月以降が猛暑となったため、厳しい状況となっている。また、来客数も熱中症を意識してか、シニア世代を中心に減少傾向にある。その一方、インバウンドや外商売上の動きは、ラグジュアリー関連や金製品など的高額品が好調となっている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・直近の売上動向をみると、気温が高い影響で秋冬衣料の動きが非常に悪く、客の買い控えの動きがみられる。また、前年に在阪球団の優勝セールで販売が伸びた反動で、売上の前年割れにつながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（企画担当）	それ以外	・原材料や商品価格の上昇に伴い、販売価格に転嫁せざるを得ない状況のなか、販売点数の減少や値引きによる損失が発生している。売上、利益共に悪影響が生じており、すぐには回復が見込めない状況である。米の価格上昇も、総菜などの米飯類の商品価格に大きな影響が出ている。
	▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・来客数はそれほど落ち込んでいないが、客単価が低下しており、商品の値上げに伴う買い控えがみられる。また、10月に入っても気温が下がらず、衣料品を中心に冬物商材が全く売れないため、売上の減少につながっている。
	▲	スーパー（社員）	競争相手の様子	・肉類を始めとして、生鮮食品の価格が高めの推移となっている。このため、客の買い控えや低価格志向が強まっており、競合環境も厳しいなかで対応に苦慮している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が5%ほど減少しているが、欧米からのインバウンドの増加で3%ほどカバーしている。インバウンドを更に増やすために、ポケットウイスキーやチョコレート、ポテトチップスなど、欧米人のニーズに合う商品を充実させるなど努力している。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月は飲食店で非常に暇な日が多く、店主は皆困っている。物価上昇の影響が出始めている。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・当店は元々常連客の来店が多く、いつもどおりの動きに戻っている。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・客の消費マインドが高まっていない。世の中の情勢にマインドが左右されるなか、物価の上昇や政治の方向性などでの不安もあるため、景気は悪くなっている。
	▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・例年のこの時期と比べて、店舗の前の人通り、来客数共に少ない。
	▲	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・長引く残暑や、自然災害などによる受注の伸び悩みもあり、予想以上に落ち込んでいる。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・残暑が続き、季節の変化も分かりにくいいため、秋の紅葉関連の商品や、カニへの関心が薄く、年末年始の旅行需要に結び付かない。日用品類の値上げもあり、財布のひもが固くなっている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・物価の上昇に消費者の所得が追い付いておらず、生活が最低限に切り詰められている。また、コロナ禍の収束後も外飲みが減ったままである。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・総販売額は前月よりもダウンし、競合の代理店にも負けている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築コストの上昇に対して、消費者の買い控えが続いている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・郊外の新築マンションの販売価格が工事費の高騰などで上がったため、集客や契約数の伸びない物件が増える傾向にある。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材価格や人件費の高騰に伴い、販売価格が上がっている。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・資材価格や人件費の高騰による建築単価の上昇傾向は、当面続くと予想される。
	×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・10月に入っても気温が高かった影響もあるが、季節商材の動きが低調である。雑貨類も落ち込んだが、それ以上に主力の衣料品の落ち込みが激しい。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は例年よりも暖かかったため、冬物衣料が売れていない。暑さのせいで客も商品に目が向かないため、売上は前年の60%程度となっている。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・来客数は前年並みであったが、買上点数や販売価格が低迷した。当社はリフォームも手掛ける量販店のため、全体的に著しい低迷はみられないものの、一部の分野で悪化が目立つことが気になる。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・今夏の酷暑の影響で、夏物商材のエアコンや冷蔵庫は売上が前年比で大幅にアップし、過去最高の販売台数、売上となった。その反動や値上げによる影響か、秋物商材の売上はほぼ前年割れとなっている。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規客の獲得目標を、達成しにくい状態が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	お客様の様子	・退会をせず、休会に対応する保護者や、教科数を減らす生徒が増えている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・物価の上昇による買い控えなどもあり、家庭用の商品は良くないが、業務用が順調に伸び、家庭用の落ち込みをカバーしている。
	○	化学工業 (管理 担当)	受注量や販売量の動き	・自動車向けの出荷量が回復してきたほか、土木建築向けも堅調に推移している。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・在庫調整が一巡し、売上の減少傾向が底打ちしたようにみえる。
	○	電気機械器具製 造業 (営業担 当)	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えている。
	○	輸送用機械器具 製造業 (役員)	取引先の様子	・新規設備導入のための問合せが増えている。
	○	広告代理店 (営 業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	経営コンサルタ ント	それ以外	・出張で使うビジネスホテルなどの宿泊料金の値上がりが多い。ダイナミックプライシングを採用しているホテルは、インバウンドの増加が反映され、今や前年の2倍以上の価格になっている。ただし、値上がりの動き自体は、好景気の証拠と判断している。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・10月にメーカーの価格改定があり、販売量は減ったが、売上は余り変わっていない。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、取引先が在庫調整を行う。
	□	出版・印刷・同 関連産業 (企画 営業担当)	取引先の様子	・問合せなどの増減はなく、以前と変わらず安定して受注できている。
	□	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・長い停滞期から抜け出す要素が見当たらず、かなり努力しても現状維持である。
	□	窯業・土石製品 製造業 (管理担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・相変わらず物価の上昇が続いている。円安基調も続くなか、個人消費は節約志向が強まっている。実質賃金は上がっていないが、賃金は上昇傾向にはある。全体として、身の回りの景況感に大きな変化はない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・製造業の国内向け製品の荷動きが全体的に悪く、価格は変わらないが、販売量が低迷している。
	□	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・小口案件の受注は順調であるが、大型案件がほとんど止まっている。
	□	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体市場には活気があるが、国内の動きは低調で、好景気は海外が中心となっている。
	□	電気機械器具製 造業 (宣伝担 当)	受注量や販売量の動き	・冷蔵庫や液晶テレビなど、一部の商品の販売は前年を上回っているが、全体的には前年割れの傾向にある。
	□	建設業 (経営 者)	受注量や販売量の動き	・ここへきて受注が少し落ち着いてきたが、これまでの受注残をこなすのに精一杯である。
	□	建設業 (経営 者)	取引先の様子	・監理技術者や技能労務者の不足に苦慮するなか、働き方改革による残業や休日出勤の問題もあり、工期の厳しい作業所は対応に苦労している。
	□	金融業 (営業担 当)	それ以外	・衆議院選挙で政権与党が大敗したことで、今後の情勢が変わる。
	□	金融業 (営業担 当)	取引先の様子	・取引先との会話では、受注が回復したという話は余り出てこない。
	□	広告代理店 (営 業担当)	受注量や販売量の動き	・下半期に入っても、交通広告の好調は続いており、発注も増えている。
	□	その他非製造業 [衣服卸] (経 営者)	受注量や販売量の動き	・量販店での身の回り品やアパレル商品の販売は、非常に厳しい印象を受ける。食料品の値上げが進み、不要不急の買物への意欲が減退している。特徴のある商品は売れているが、一部の商品にとどまり、大部分は販売不振となっている。
	▲	繊維工業 (総務 担当)	それ以外	・取引先の催事での、消費者への販売が中心になっていることもあり、値引き販売が増えて利益が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・秋冬商材の受注状況が芳しくない。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の新築に関する問合せが明らかに減っている。リフォームのほか、住宅以外の建築に注力することも、考えなければならない。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・アパレル店舗の撤退が多く、1階の貸店舗の空きが増えている。特に繁華街での空き店舗が増えており、賃料の低下と空室率の上昇で、景気は良くない。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・食品を中心とした物価の上昇による影響か、駅ナカの飲食店は来客数がやや減少気味となっている。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品価格の上昇が落ち着くまでは、景気の回復が見込めない。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇が止まらず、ガソリン価格も高いため、どうしても消費を抑えざるを得ない。物価の上昇がいつまで続くのか不安である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・狂乱物価といってよいほど、物価が上がっている。
雇用関連	◎	*	*	*
(近畿)	○	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・まだ本格的とはいえないが、少しずつ採用数が増えている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今月の新規求人数は、今年度に入って最も多くなっているほか、前年の水準も上回っている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、新規求人数、有効求人数共に増えるなど、改善の動きがみられる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・毎年恒例の年末調整関連の事務や、大阪・関西万博関連の求人も増えている。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・国内の個人消費は低迷気味であるが、インバウンド向けの需要は底堅いとの報告が、多くの業種から届いている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数はおおむね横ばいで推移している一方、採用に至るケースは減少するか、成約に時間を要するケースが増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・2025年以降は、11月の米国大統領選挙等の結果に大きく左右されるため、見通しは不透明である。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・求人数は増加しているが、それにマッチする求職者の応募が少ない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求職者の多い、事務職の求人が減少している。その一方、営業やDX関連、SEなどについては、一定数の求人が出ている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・インバウンド効果や円安の影響で潤っている業界もあるが、物価の上昇は続いているため、景気が良くなっているとは言い難い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西地区の新聞広告の出稿状況を見ると、3か月前と比べてほぼ横ばいである。衆議院選挙や大阪・関西万博などを控えているが、特に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の新規求人数は前年比で減少となった。その一方、勤務時間や日数を求職者の希望に柔軟に合わせられる、短時間パートの求人が増えるなど、雇用保険の加入要件を満たさない求人が多くなっている。これには、社会保険の適用拡大の影響もある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の求人数は前年とほぼ変わらず、2年前の水準にも届いていない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・ここ数か月で大きな変化はないが、10月の内定式を終えて、大手企業でも内定辞退者が出ている。それに伴い、2025年入社の新卒採用で、追加募集を行う企業が出てきている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・求人意欲は旺盛で、雇用条件も上向きつつあるが、学生は賃金の動きが物価の上昇に追いついていないと考えている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・10月に入って内定式が行われているが、採用計画を満たしていない企業も多く、人手不足を再認識させられる。
	▲	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・退職者が出て求人募集を掛けても、応募がなく、人手不足のままである。130万円の年収の壁もあって人手が増えず、働きにくくなっている。

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (中国)	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・特に宿泊は、価格を5%から10%順調に上げることができている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・朝昼の来店客が回復している。サービス品やお買い得品が顕著に伸長しているため、世の中の節約志向が背景にあるとみられる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの生産量が増え、販売台数がやや回復傾向にある。
	○	自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・冬季商材の動きが出始め、3か月前より売上が良くなっている。しかし、前年同月比では8割程度である。アジア諸外国の製品を求める日本人客が増えて、売上単価は激減している。高価であるが日本製品を購入する助成金があればよい。
	○	その他専門店【土産物】（経営者）	販売量の動き	・この時期、シャインマスカットなどのぶどうが売れ筋で、今年は単価が幾らか低く、数量はかなり出ている。観光バスの乗り入れが段々と増えている。
	○	その他専門店【和菓子】（経営者）	来客数の動き	・修学旅行などの団体旅行が増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・平日、金曜日に会社関係の食事会の利用が切れ目なく入っており、売上は前年比2けたの伸長となっている。来客数は前年を割り込んでいるが、客単価が前年を上回っている。7～9月に大きく伸びていた休日の売上が、今月に入ってランチタイムは2けたの伸びだが、ディナータイムは90%台に下がっている。週末のメイン客層であるファミリー層のディナータイムの利用が大きく低下している。
	○	バー（経営者）	お客様の様子	・毎年10月は余り忙しくないが、客の様子がやや上向きとなっている。
	○	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・今期に入り来客数の増加を実感している。
	○	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンとなり、昼の宴会利用の予約が順調に入っている。宿泊に関しても当施設の周年企画による予約が多く入ってきている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・年間でトップシーズンを迎え、学会や大会による先行予約も堅調に推移している。また、今後も個人観光客を中心に高単価販売が期待できる。
	○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・衆議院議員総選挙の影響で、旅行日程が変更となり、大変忙しい。予定している施設などで受入れができない所もあり、毎日施設と行き先の代案作成が大変である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・前月末から観光客がかなり増えているが、外国人客はタクシーを利用することが少ない。日本人客はアプリでの呼出しなど移動にタクシーを利用する。夜の人通りも多い。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなっている。
	○	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・予約は9月から10月と好調であるが、気象予報で雨マークが出るとキャンセルとなり、実際の利用者数は予約時より減っている。客の動きは良いとみられる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期に入り、土日の予約は9割程度埋まってきており、3か月前より良くなっている。例年の同時期と比べると変わらない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントを開催すると一時的に通行量は増えるが、日常の売上にはつながっていない。客の買い控えもある。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍が一段落したとはいえ、物価の上昇は止まらず、消費動向が良くなる気配はない。
□	一般小売店【食品】	お客様の様子	・買上点数は増加せず、客の節約志向が続いている。商品単価の上昇により売上、利益とも前年並みとなっている状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・秋めいてきたが、人の流れは戻ってこない。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・少し涼しくなり、来客数が増えている。イベントなどで人通りは多いが、売上には結び付かない。
	□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・来客数を前年と比較すると、3か月前と今月で大きな変化がみられない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・朝夕の気温はかなり下がっているが、日中の気温が25度超の日々が続いているため、全くコートが売れず、売上が伸びない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高気温が続き、秋冬商材の動きが鈍い。また、物産催事などの販売促進がある週は来店客数が前年を上回っているものの、平日は前年割れとなっている。プレミアム付商品券の販売があり、完売はしているものの、衣料品に対する直接の効果は薄い。売上も前年割れとなっている。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円台の美術品や現代アートが売れている。メンズのハイブランドの洋服も100万円台が売れている。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・販売している商品群によって大きく好不調の明暗が分かれている。気温が高めに推移しており、衣料品関係は婦人、紳士共に大きく不振である。逆に北海道物産展等の食品関連は好調に推移している。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比105%と増えているが、客の財布のひもは固く、特売商品やプライベートブランド商品など価格の安い商品を購入する傾向が高い。そのため、客単価が大きく上がらない。特に子育て世帯にその傾向が強い。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・月間を通せば、大幅に良くなったり、悪くなったりすることもなく、前年と同じ状況である。来客数が安定せず、曜日での差が大きい。また、割引等の催事に大きく左右されている。1品単価の上昇で、客単価が上昇しても、来客数が増加しないため、伸長がない状況である。高単価商品の動きが不調で、食品だけでなく、非食品の消費も停滞している。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・気候による野菜等の値上がりの影響で、客単価、来客数共に減少している。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・商品価格の高止まりのなか、販売点数は前年を維持している。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・猛暑が収まり肌寒くなってきたので、秋物商材を購入する客が増えている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・セルフケア関連の商品は比較的伸びているが、必要性の低い商品は動きが鈍い。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・前月、前々月と比べて平均来客数がほぼ100%前後で推移している。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価上昇や電気料金の高騰が少しばかり落ち着きをみせている。ただ、補助金も期間限定であるため、3か月前と変わらない。
	□	コンビニ（支店長）	販売量の動き	・売上は好調であるが、最低賃金の引上げにより人件費がかさんでいる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、着物を着て出掛ける機会が増えたので、来客数も増えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・景気の良くなる要素がみえない。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数に大きな変動はない。補助金絡みの省エネ型給湯器など高額商品はある程度出ているが、まだ慎重な客は多い。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・全体的に販売量が減っており、売上も下がっている。
	□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比90%と厳しい状況である。
	□	乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・来客数が減少しており、点検費用も抑えたいようので、交換も最低限必要な部品だけにする客が多い。
	□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・生活用品や食品、生活に関わる全てが値上げされ、客からは消費に後ろ向きの話が多く聞かれる。車検や点検の内容も抑えめにしたい客が多く、また、新車より中古車の方が好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず良いのか悪いのかどっちつかずの販売状況で、良く分からない。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	販売量の動き	・猛暑で夏商材の売上は好調だったが、逆に10月は残暑が続き、秋冬商材が不振である。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	お客様の様子	・イベントなどの集客催事に客は集まるが、平日の集客は伸び悩んでいる。商品購入目的ではなく、イベント参加を目的とした客が増えている。年末、ボーナスの時期になるが、客の購買意欲が高まっていくか怪しい。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・大きなトピックスはなく横ばいである。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・イベントシーズンとはいえ、物価高で売上に反映されていない。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インバウンドは好調に推移しているが、前年と比べて大きな伸びはなく、微増程度である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・好景気が継続し、悪くなる傾向ではないとみられる。ただ、今月の衆議院議員総選挙の結果により変動することもある。また、売上が良好ではあるが、人件費を含め、様々な物価上昇により収支は厳しい。
	□	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・日中、夜間共に人の動きが鈍い。選挙期間は例年動きが悪くなるだけに、見通しは明るくない。ただ、芸術祭りなど県内イベントでインバウンド関係には期待を持っている。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇が止まらない状況ながら消費動向が下限でとどまっている印象を受ける。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・ケーブルテレビ利用者の延滞率及びその解消率についても大きな変化がみられない。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上がほぼ横ばいである。
	□	設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談の数は変わっていない。順調に実施に進んでいる。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築住宅やリノベーション、小規模テナントビルの設計など受注は順調に推移しているが、建築費の高騰により思うようには工事発注が進まない案件が多い。
	□	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・情報交換交流会で他社の話を聞いていると、景気の良い話は少なく、どこも原材料費の上昇などで苦戦している。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	単価の動き	・物価高騰に比例して、建築コスト、販売単価は顕著に上昇しているが、賃金が全く上昇しておらず、上昇する兆しが見えてこない。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・販売量は横ばいであり、景気が悪い状況に変化はない。
	▲	商店街（理事）	お客様の様子	・暑さのせいなのか、来客数が増えない。外出を控えているから購入する必要がないという会話を聞く。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・ベビー、子供服の専門店であるが、今年の夏は非常に暑く、客は秋冬商材を求める様子はない。非常に苦慮している。
	▲	一般小売店「茶」（経営者）	お客様の様子	・先日の地元新聞によれば、当地域は今年がコロナ禍後で1番景気が悪いようである。人口減が激しく、インバウンドも全く恩恵がなく、本当に厳しく、寂しい限りである。
	▲	一般小売店「眼鏡」（経営者）	販売量の動き	・レンズメーカーに9月の出荷量を尋ねたところ、7～8月と比べてかなり下落しているようだ。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・コロナ禍後は上り調子であったが、落ち着いてきた印象である。インバウンドは多いが、そこまで買上にはつなげていない。
	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・今月中旬から始まった北海道物産展により来客数は前年を超えているが、他フロアへの買い回りはなく、客は必要な商品以外は購入しない傾向である。
	▲	百貨店（総務・経理担当）	単価の動き	・来客数、土日のにぎわい度等、全体的に弱まっている。インバウンドの来店客も減少した感覚がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ半年は来客数が前年の100%前後で推移していたが、今月に入って98%になっている。値上げ続きで客の財布のひもが固くなり、販売点数も前年を下回っている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年を割っている状況だが、特に販売点数の落ち込みが激しい。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・猛暑の影響による青果物の価格高騰と、米不足による米の大幅な価格上昇により、売上は前年を上回っているものの、物価上昇による節約により来客数、買上点数の前年割れが続いている。
	▲	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・10月に入っても暑い日が続く、秋物の購買意欲が上がらないため、売上不振である。
	▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が2割減少となっており、異常値である。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・今月の来客数が前年比87%で推移しており、売上もそれに比例して落ち込んでいる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の予算が少なくなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・様々な商品の値上げで生活費がかさむなか、車両購入へも踏み切れない様子である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・9月の決算を終えて新しい期が始まったが、市場の動きは低迷している。全ての動きが鈍くなっている。前月との動きのギャップが大きく、苦戦を強いられている。
	▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・商店街のイベントが続く、来街者数は増加しているが、来客数は変わらず、販売にもつながらない。消費者の購買マインドが低下している。
	▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・引き続き海外旅行は低調である。2019年比40%で推移している。円安や物価高の影響が濃く残っており、海外需要は回復していない。国内旅行についても第4四半期の動きが出てくる時期であるが、出足は鈍い。団体旅行については、次年度以降の動きが出てきた。スポーツ観戦絡みの需要並びに周年事業等の企画依頼も増加傾向になり、次年度は期待したい。
	▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・生活、身の回り品の物価上昇が続いており、これから年末に向けて節約をする客が多いとみられる。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客は価格が安い方を選ぶ傾向にあり、品質の良さでは選択をしていない。
	▲	美容室（経営者）	競争相手の様子	・商品が売れず、来客数も減少している。今は我慢のときで、売上も伸び悩んでいる。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月に入り、店の前の通りで片側交互通行になる工事が始まった。前月は上り調子になりつつあったが、工事の影響で来客数と売上が減少し、厳しい状況になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・店の外の人通りがない。人通りがあるときとないときの差がはっきりしている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・全体的に販売量が減っており、それに伴い売上も下がっている。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・客の来場が非常に減少している。また、予算の希望が低いため成約率が悪い。
企業動向関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸送用機械器具製造業であるが、忙しい状況である。
(中国)	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月は特に前年比では大きく伸長している。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料等の値上げがあるが、受注価格への転嫁が見通せている。
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・身の回りの景気自体は変わらないが、仕入、販売とも取引先の動きが活発になっている印象を受ける。
	○	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・客先が中国向けの大規模案件対応のため、当社に生産対応可否の問合せがあった。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・海外向けの需要が堅調であり、景気は上向いている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・問合せや受注が増えている傾向にあるが、金額にはシビアな印象を受ける。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月中旬以降、徐々に秋冬商材の注文数量が増加しているが、計画値には及ばない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・政局の影響で不安定な状況であり、景気動向も不確定である。ただし、季節要因として秋需があり、売上は少し回復傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始需要の注文が入る時期だが、競争の激化が必要減少なのか受注が振るわず、生産量が低調な状況が継続している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・例年の動きでは夏以降の需要回復に期待したいところだが、変化なしの横ばいである。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・製品の出荷量に大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・価格交渉に厳しいコストダウンは要求されないが、契約には慎重で時間が掛かっている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・技術者がいれば受注を更に増やせる状況に思える。その反面、受注物件を現状の技術者でこなすことができるかが、現時点での最大の課題である。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に大きなプラス・マイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	□	金融業（支店長）	取引先の様子	・物流の停滞から運送業の受注量に変化はない。建設業においても受注高の増加はみられず、停滞感が漂っている。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数は、ほぼ横ばいで推移している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・酷暑と物価上昇の影響で新規業務の取扱が低迷している。定型業務は緩やかに拡大しているが、コンサルティング関連業務の伸張がない。
	▲	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・単価の高さが変わらないこともさることながら、物量も鈍い感じである。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体向け基板は回復傾向にあるものの、中国経済の減速により電子部品関係は引き続き低迷している。為替相場も不安定で、先行きは依然不透明である。
	▲	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターの引き合い量が減少している。今年度の計画も、おおよそ実行されたと考えられる。これから年度内は、来期の計画に向けての見積り依頼と準備が始まってくると想定される。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・賃金の上昇が不十分ななか、身の回り品の価格上昇により消費マインドが低迷している。
	×	—	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、登録者数が前月比106%と引き続き増加傾向である。年内での就職希望者及び年明けや新年度に向けた転職活動が徐々に活発化している。
	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・受注数は、6か月ぶりに前年同月を上回っている。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	求人数の動き	・今月は企業からの依頼が多く、求人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・中小企業の場合は、昔から存在していた出戻り採用であるが、近年は大手企業も積極的にアルムナイ採用を行っており、人材確保を急いでいる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・毎年の売上を支えていた季節需要による短期求人の依頼が極端に減っている。原因を調査中であるが、顧客が求人の一部を代替サービスに変更している可能性がある。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前との比較では広告数が減少している。直近半年はほぼ同数で推移しており、今後も同程度で推移する。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・新卒は理系を中心に早期選考が年々増加傾向にあり、3年生の秋から冬にかけて予定している企業が増加している。それに伴い、年々インターンシップの参加率も上がり、今や9割近くになっている。優秀な人材の早期獲得のため、選考の場はインターンシップから変わりつつある。中途採用に積極的な企業は9割にもものぼる。未経験者よりも経験者に対してより積極的で、即戦力や採用できていない年齢層への採用が狙いである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・コスト増加を価格転嫁できる企業は、賃金上昇、働き方改革も進み、好況といえるが、それができない企業は好転の見込みがない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・9月の有効求人数は、前年同月比で3.3%減少となっているが、大きな変化とまではいえない。管内企業の状況も、特に大きな変化はない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒者を対象とした一般企業からの求人数は停滞傾向にある。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・毎週末いろいろなイベントが行われて、来街者数もかなり増えている。平日の夕方は若干少なめだが、インバウンド、また、国内観光客ともかなり増えてにぎわっている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・今年は政治の年で、その上結果予測がつかず景気への影響もあり不安定であった。結果は絶妙のバランスとなり、これまでの一強政策でなく、国民目線の政策が少し実現するとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・今月は近隣でコンベンションが多く、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度以上の集客で、土産店や飲食店中心に好調である。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍も落ち着き、テイクアウト需要が復活したため、現在でもその影響が続いており、ファーストフード店では売上が好調である。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・7月、8月と災害に関連した間接的な影響を受けたものの、その影響が薄まり、地域に本来の集客力が戻ってきている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比較すると1割程度良くなっているが、そのような状況でも市内のタクシーは増車されておらず、以前の40%から50%の台数で稼働している。
	○	競艇場（マネージャー）	販売量の動き	・物価が上昇し、買い控えが広まってきているなかであっても、遊興に関しては販売金額が増加している。
	□	商店街（常務理事）	来客数の動き	・インバウンド来街の高止まり、大型店の催事や地域のイベントの活況もあり、街ににぎわいはある。ただし、為替が少し円高に振れ、インバウンドの購買に今春ほどの勢いがなくなることに加え、残暑や物価高で地元客が必要以上に消費をしていないことから、景気は良くなっていない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・選挙や会社の祝い事などが多かったため、胡蝶蘭などの高額祝い商品がよく売れた。しかし、個人の注文は単価の低い商品がメインになっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げにより客単価は上がっているが、来客数は前年並みである。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・食料品については依然として堅調に推移している。一方で、季節の変動や物価の上昇による節約志向の影響により、衣料や住居関連品は苦戦している。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品の値上げが止まらないことが要因となり、顧客が少しでも単価の低いスーパーやドラッグストアなどで消費しており、来客数は増加していないが、単価上昇による売上額の増加が続いている。
	□	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・販売促進強化もあり、夏以降、来客数が前年比100%超に回復、維持している。
	□	スーパー（統括担当）	単価の動き	・来客数減少、単価上昇の動きに変わりはない。米も含め、価格上昇の影響は大きい。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が減少する一方、物価上昇による客単価の上昇の結果、前年並みの売上であった。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・前年と比較して、来客数が回復していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・来客数は落ちてはいないが、地方は首都圏のようなインバウンド需要もなく、原材料費、人件費、物流費の高騰の影響の方が強い。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は秋に差し掛かった時期であるため、本来はそこそこ良い数字が出る。しかし、多少気温が影響しているものの、単価が上昇し過ぎているため、来客数が減少傾向となることに伴い、売上の収支はプラスマイナスゼロ程度になり、全体的には悪くなっている。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・なかなか気温が下がらないため、秋物衣料の販売が低迷している。また、物価上昇の影響もあり、追加で購入する動きが鈍っている。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・閑散期に入り、全体的に売上が減る時期ではあるが、現状、値上げの影響もあるとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数は、前年比5%減少の状況が続いている。しかし、全体数値においては、前年と同様、特に大きな変化はない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・販売停止車両が多く、受注台数が増加しない。
	□	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・物価上昇もあるなか、車の購買意欲への変化はない。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・日本や米国の選挙動向にもよるが、先が見えづらく動きが弱くなっている。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・インバウンドの来場者数が高水準で維持されている。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・依然として、単価が低下する気配がない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・地方都市で賃上げの効果が行き届いていないなかで、物価上昇がじわじわと家計に響いてきている。なかなか余暇に金を使用することもできず、厳しい状況が続いている。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・令和6年度の後半に入り、受注量の増加を期待しているが、現状では変化はみられず、低迷している。仕入価格は、現在変化はないが、今後の状況によって、高騰することが懸念される。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・10月前半は、前年同月比で大きく落ち込んでいたが、後半は外商売上が上向いてきて、前年同月比で僅かな減少までに持ち直した。
	▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・今月に入り、売上が前年比マイナスになっている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・競合店の販売促進により、直近の客単価が低下している。
	▲	スーパー（人事）	お客様の様子	・多くの商品に値上げがあり、購買に消極的になっている。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・商品価格上昇の影響により、購買意欲が低下している。買上点数が減少するとともに、売上も増加していない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価高であらゆる物の価格が上昇しているため、客が金を使わない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・夏、お中元、秋祭りが終わったことから、現在が最も売行きが悪い。
	▲	旅行代理店（部長）	お客様の様子	・物価上昇や選挙の影響を受けている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・例年9月から11月は売上が減少する月であるため、この時期に来年の企画の立案が必要になる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・来客数は大きく変わらないが、単価が低下している。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・物価高が続いているため、節約、儉約志向が高まっている。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が回復傾向で推移しており、向こう3か月は安定的に回復する見込みである。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・地方では、徐々に各地域で催物が自発的に実施され始め、例えばバザーの活発な活動が目立つようになってきた。そのような状況のなかで、地域住民自らが参加できる仕組みが徐々にできつつあることから、大局的にみて地方創生の成功につながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・スポットCMの受注が好調である。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、入荷数量の減少や単価の上昇傾向により、力強さには欠けていた。品目により価格差が生じており、明暗が分かれる状態となった。しかし、明るい場合でも単価が上昇しただけで、収穫量が少なかったため、全体収益は平年並みにとどまり、作況が平均を下回る生産者の利益は平年を下回っている。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・8月の稼働日数は18日と少なく、納期対応に追われている状況にあるものの、受注量や販売量は余り変わらない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、受注が極端に少なくなってしまった。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・景気が良くなる気配はあるが、結局は余り変わらない。
	□	通信会社（総務担当）	それ以外	・帰宅途中の市内の人通りに変化がない。会社のボランティア活動に参加するメンバーの増減もほとんどない。
	▲	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・全ての価格が上昇し、購買意欲を下げている。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・物価や建築費の上昇に対して、賃金が増加しておらず、建築関係の販売がやや低迷している。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・人件費の高騰や物価上昇がある一方、売上に反映されているところが少ない。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・周辺企業の求人への応募状況や採用状況をみると、以前と比較して応募数や採用マッチング数が増加傾向にあり、人材の流動性が高まっている。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求人数の動き	・派遣業界では、求人数が増加すれば景気が上向く兆候となる。
	□	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・求人数は、若干増加傾向ではあるが、最低賃金の引上げや年取の壁に代表されるような社会保険適用拡大等に関連した人手不足の影響が大きく、景気が上向きであるとまではいえない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・各企業がレギュラー広告を立て続けに減らしている。
	×	—	—	—

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・例年と比べプレミアム付商品券の上限額が上がり、高単価の商品を購入する際に大きな後押しになっている。そのため客単価が例年と比べ非常に高くなっている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・旅行シーズンを迎え、来客数や稼働率が通常時に比べると約5ポイント上昇している。また、客単価に関しても市内全体で増加している。
	◎	タクシー（統括者）	販売量の動き	・乗務員採用の増加と比例して総収入も増加しており、この傾向は続くと見込まれる。
	◎	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・客から予約の電話や、県外や海外からの予約数が増加している。売上は天候に左右されるが全体としては好調である。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・当店では季節の商材を取り扱っているため、気温の変化に左右される。ようやく涼しくなり季節の商材が動き始めているため、売上が徐々に増加している。しかし、生活必需品のみの購入であるため、景気に余り変化はない。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価上昇による商品単価の上昇や観光客の増加による来客数の増加の影響で、売上は前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気候が落ち着いてきた影響もあり、来客数も多くなりキャンペーンへの反応も良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・残暑が長期間続いたが、一気に朝晩が冷え込んだため暖房商品の動きが活発化している。また、防犯関連の商品の売行きが好調で、消費者の自己防衛意識が急激に高まっている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーからの国内配車の増加が進み、販売量が堅調に推移している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産が順調に推移している。今月は前年比150%ほどの配車があり、登録台数も増加し、売上と利益の確保ができています。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	来客数の動き	・2～3か月前と比較すると来店客はやや減少傾向にあるが、卸部門では寒くなり始めているため喫茶などでの使用量が増加しており、売上は若干良くなっている。
	○	観光型ホテル (営業)	来客数の動き	・10月は例年より活気があるが、一時的な状況だと考えている。
	○	旅行代理店（統括者）	単価の動き	・2019年比では、来客数や法人取扱件数は微減であるが、売上は100%を超えている。高付加価値な商品やサービスのニーズが高い状況である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・消費活動が年末に向けて増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・周りの企業は経費対策として費用を節減している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月は異常に暑かったが10月になり少し秋めいており、これから商店街への来街客は増加すると見込んでいる。しかし、選挙の影響で来街客が非常に少なく、購入単価も以前より若干下がっており、やや悪い状態が続いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・小売店は非常に厳しい状況である。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・寒くなり、ようやく秋冬の商材が動き出している。
	□	一般小売店 [精肉] (店員)	単価の動き	・引き続き高単価の商品が好調である。
	□	一般小売店 [生花] (経営者)	販売量の動き	・当店は切り花メインの花屋であるため7月の異常な猛暑で売上が落ちている。今月も余り状況が変わらず景気は良くない。
	□	一般小売店 [茶] (販売・事務)	販売量の動き	・大雨の影響で仕入価格が高騰したが、販売金額を変更していないため利幅が少なくなり、加えて来客数も少ない状況であったため、売上は例年と比較し減少している。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・依然として婦人衣料の売上が伸び悩んでいるが、食料品・飲食は好調である。また、インテリア・雑貨の売上もやや改善している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・アプリ導入の本格化や家電量販店、文具雑貨の老舗が開店したことで新規の来客が増加している。加えて、クルーズ船寄港で海外観光客が目立つようになり、周辺地域と店頭への観光客が一層増加している。また、毎年盛況の国内・海外物産展の会場はおなじみの名産品や酒が好調となり、イートインコーナーや試食試飲実施により客のにぎわいで混雑が目立つほどで、催事期間中の平日は好調である。また、おせちやケーキの受注が開始し、土日祝は天候や選挙、地域・学校行事で来店に影響が出ている。友の会の買物券交換は例年と比べて出遅れているが、クレジットやコード決済は客単価及び商品単価の上昇をカバーしている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の推移が以前と比較しても差異はない状況に鑑みると、景気動向はさほど変わっていないと判断している。10月からの更なる物価高騰で販売点数に若干影響が出ているが、営業成果の指標となる数値全体に大きく影響を及ぼすほどではない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・上半期以降も消費者の消費意欲は向上せず、横ばいが続いている。単価上昇は続いているが所得の上昇は追い付いておらず、消費意欲は低いままである。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・トイレットペーパーやラップフィルムなどは品質の高いナショナルブランド製品より、そこそこの品質のプライベートブランド製品の方が売行きが良い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数はインバウンドがプラス要因となり、新型コロナウイルス感染症発生前より伸びている。しかし、買上点数と客単価は下落、売上は横ばいとなっており、生活必需品以外は購入しない傾向が更に強くなっている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・総選挙の結果によっては来客数に影響が出ることも考えられる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数が少ないため売上は伸びず、2～3か月前とほとんど変化がない。景気は悪いままである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、身の回りの商品の価格が高くなっている実感がある。そのため、衣料品購入に余裕がない人も見受けられる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・販売各社の大型イベント開催に伴い来客数が伸びており、同時に受注が増加している。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・地元産業の祭りは天候にも恵まれ人出が多かったが、売上はやや少なかった。都市部でのキャンペーンでは来場者や売上が良くない状況である。
	<input type="checkbox"/>	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）	来客数の動き	・10月に入って客足が鈍化している。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は選挙前から客の動きが止まり選挙後も続いたため、かなり厳しい月になっている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着き、団体客が以前のように戻ってきている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（管理）	来客数の動き	・宿泊単価は徐々に上がっているが、宿泊客数は伸び悩んでいる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・宿泊は好調であるが、婚礼は減少しており前月と売上は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・海外旅行は3か月前より売上が伸びたものの、国内旅行が低下したため総合的には変化がない状態である。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は雨が多く、予想より野球観戦の客が少ない。また、夜はタクシーの数が少なくなり、前年と状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらずインバウンドや国内観光客は多くなっており、タクシー需要は増え続け、アプリ配車も徐々に定着している。一方で、地元住民のタクシー需要はやや落ち込んでいる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売件数の低迷が続いている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	お客様の様子	・インターネットサービス契約者の動向は、大幅に増加する兆候はなく微減の状態である。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員	来客数の動き	・繁忙期であった3か月前と比較すると来客数は減少しているが、景気が悪くなっているとは感じない。
	<input type="checkbox"/>	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量の動きは横ばいであるため、景気の変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると、現状の美容業界は緩やかで余り変化のない状況であり、活性化されるような材料はない。選挙の影響で動きが非常に悪く、おしゃれ業界のファッション性が非常に薄れている。夏の暑さが長引いているのも原因の1つであるが、市場の活況を重要視しており、今後も何か景気回復の策を期待したい。
	<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	お客様の様子	・来客数には変化がないが、物価が高くなり慎重に購入する人が多い。
	<input type="checkbox"/>	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）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の拡大は落ち着いているためサービスキャンセルは減少しているが、今年4月の介護報酬改定で主力の訪問介護が大きくマイナスとなっている。また、社員の高齢化に伴い社員数が減少しており、加えて、高卒の新卒採用も前年比からは大きく鈍っていることから、経営環境の厳しさが増している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕(営業)	販売量の動き	・8月以降の販売数が若干上向き傾向にあったが、その動きは止まっている。
	□	設計事務所(代表)	来客数の動き	・来場者数が少ない状況である。
	□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・展示場の来場者数に関しては前月同様で推移しているが、Webによる資料請求や問合せは若干減少傾向である。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・前月までは厳しい暑さのため消費行動が鈍い状況であった。今月に入り、気候は平年並みに落ち着いてはいるものの消費の上向きにはならず、物価の上昇が続く限りこの現状は打破できない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・今が旬であるサバもほとんど入らず、たまに入ってもゴマサバで、マサバの入荷がほとんどない。海水温が依然として高く、魚種が変わってきており、地物の魚が減少している。アジ釣りの漁師はアジが1日10匹程度しかかからないと嘆いている。
	▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・9月から続く夏日の影響から、一部の好調なブランドを除き、秋冬商材の動きが鈍い。
	▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・3か月前と比較すると国内客の消費が落ち込んでいる。また、インバウンドの消費は3か月前から落ち込んでいたが、8月以降の売上と比較すると若干上向き基調に変わっている。
	▲	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・10月に入っても真夏日が続き、秋冬の衣料品購入が例年より遅れており来客数が減少している。
	▲	百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・物価高や気温が下がらないことに加え、衆議院選挙が重なり購買意欲の低下や来客数減少となっている状況である。
	▲	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・異常気象の影響で季節商材の動きが鈍化しており、本来売れるべきものが売れていない。また、物価高が継続しているため、選挙などの動きと今後の政権に対する不安感もあり、客の購買心理は大きく下がっている。
	▲	百貨店(経営企画担当)	来客数の動き	・前月までは前年同月を超えていた来客数が、今月に入ると前年同月を下回って推移しており、売上に影響が出ている。
	▲	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・米の値段が大きく上がり、様々な食品が値上がりとなっていくなか、客は購入点数や来店回数を減らすことで生活防衛を行っている。
	▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・前年はプレミアム付商品券の発行が消費者の購買意欲の高まりに結び付いていた。本年はプレミアム付商品券の発行はなく、節約意識の高まりから購買意欲は落ち、買上点数が極端に減少している。選挙割などの施策に取り組むものの効果は限定的である。
	▲	スーパー(経理担当)	単価の動き	・10月は多くの商品の値上げがあり、景気感の冷え込みがみられる。2023年度から続く商品の値上げに賃金の上昇が追い付いていない状況である。
	▲	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・買上点数の減少がみられる。
	▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今月は100品目以上の商品の値上げがあり、以前と比較すると20%以上の上昇である。客は物価上昇に敏感になっており、一部の客では買い控えもあり売上に影響している。近隣店舗の閉店もあり売上は大きく減少していないが、経営が厳しくなると心配している。
	▲	コンビニ(エリア担当・店長)	単価の動き	・単価が上昇する数量や種類が予想以上に多く、客離れが進んでいる。プラス1品の購入も少ない状況である。
	▲	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・物価高の影響で客から商品が高いといわれることが多くなり、何も買わずに帰る客が増加している。
	▲	家電量販店(店長)	来客数の動き	・来客数が前年比90%前後と、回復の兆しがみえない。
	▲	家電量販店(店員)	来客数の動き	・当地域の飲食店で営業をやめる店が多くなっており、市場関係の悪化が懸念される。
	▲	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・今月は県内どの拠点も販売量が増加せず、苦戦している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・3か月前は酷暑であったがプレミアム付商品券の影響もあり、当館の売上としては悪くない状況である。各店舗によって波があるが、新店舗の開業景気はまだ継続しており、冷蔵アイテムや盛夏商材は好調であった。一方で、現在はシネコンが前年比で苦戦しており、また、商圏内で開催されていた当地のスポーツイベントによる当館への好影響はなかった。キャラクターセンターも前年と近いタイミングでイベントを開催しているが、前年ほどの爆発力はなく、3か月前より定量的にみても景気動向は悪化している。
	▲	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・9月と比べ来客数が減少しており、売上が下降気味である。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・高速道路の災害により一部区間が不通となっていた期間は店舗の売上が20%減になっていたが、復旧したことにより見通しが明るくなっている。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の上昇が続いているが、仕事の対価は上昇していない。物品販売は価格転嫁ができていないが、人件費の価格転嫁はできない状況である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前から売上や来客数が減少している。例年8月中旬より秋物を展開するが、気温の影響で今月まで秋物の動きが苦戦している。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・週末、平日共に大幅に来客数が落ちている。インバウンドは増えているが、売上増には足りない。
	×	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・収入は変わらないが、買物に行くたびに商品の価格が高くなっている状況である。価格を計画的に上げている物もあれば、便乗している商品もあり景気は良くない。
企業動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・環境負荷を少なくするための一環として、大手運送会社の倉庫を視察し、倉庫の有効活用方法を教わっている。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・完成の工事も多くあるが未着工の工事もある。受注に向けての態勢はできているが、現在は作業員不足であるため今後を危惧している。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年10月は涼しくなるとスーパーマーケット関連の商品が売れる月であるが、前月から続いている卵不足で鳥の出荷が滞り、商品の欠品状態が続いている。在庫分の販売で売上を何とか維持しているが、工場では原料不足で稼働率が悪く、計画に対し70～80%の予想である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は依然として変化はなく、営業による効果も薄い。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量にほぼ変化がない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ほぼ想定どおりの台数で生産が続いている。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価高で消費が冷え込んでおり、その影響で出荷量が落ちている。一方で、外食向け貨物などは堅調に出荷量が伸びており、景気が悪いという印象は受けない。
	□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・地元企業の景況感に大きな変化はない状況である。業務効率化等に向けたDXの必要性は感じつつも、実際の投資行動には結び付いておらず、受注量全体としては横ばいである。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅販売は伸び悩んでいるが、公共工事はやや増加している。また、雇用や所得環境が緩やかな改善傾向を示しており、百貨店やスーパーマーケット及びコンビニエンスストアの売上も増加傾向にある。ホテル・旅館の稼働率は上昇しており、飲食店の売上も増加傾向である。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・インバウンドや工事関係者数の増加でビジネスホテルなどの宿泊価格が上昇している。また、天候不順で露地物野菜の価格も上昇基調である。一方、気温が下がり始めたものの、秋冬の衣料の動きは今一つである。人手不足対策としては、セルフオーダーアプリを導入する飲食店が増加傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・夏の需要は猛暑由来であったため余り伸長がなく、現在の消費マインドは大きく変わっていない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・賃上げにより人件費が圧迫され、経営環境は厳しくなっている。
	□	新聞社 [広告] (担当者)	受注価格や販売価格の動き	・選挙関連の新聞広告があったものの、その他の材料は乏しい状況である。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・物流倉庫移転の影響で流れが悪くなっており、その結果、受注量が落ち込み前月の売上は前月比や前年比では減少となっている。3か月前と比較しても状況に変化はなく、横ばいである。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・取引先が人手不足で余裕がないため、新しい提案を持ち込んでも採用の見込みが低い。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注件数や金額に大きな変化がない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年度と比較すると売上が1割減少している。効率の良いふるさと納税が分散され、計画より売上が落ちている。また、地域の上乗関係などで現状を確認しても売上が大幅に減少しており、地域全体で景気が悪くなっている。
	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・このところ生産状況が悪く、受注が少ない。その要因をメーカーに確認するが、理由が分からず困惑している。
	▲	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・様々な物の価格が高騰しており、荷物の動きが多少落ちている。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・当県も物流施設が次々としゅん工しているが、しゅん工前に貨物が埋まる施設が減少しており、立地によってはしゅん工後も埋まらない状況である。既存倉庫も同様で、貨物がそれほど増えていないため、空坪が増加しており貨物の奪い合いになっている。2024年問題から拠点数を増やす荷主が増えてはいるが、物量としてはそれほど多くはなく消費の低迷が続いているため、在庫を抑える傾向になっている。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小企業全般において、新型コロナウイルス感染症関連融資の元金返済開始に加え、人件費や物価の上昇及び借入金の金利上昇により、資金負担のプレッシャーが経営者にのしかかっている。前向きの動きは見られない。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ当社の受注状況は芳しくない。
	▲	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・10月も下旬になりようやく秋らしくなっている。非常に夏が長く、天候も不順だったことから、経済的に余り元気がない月である。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・食品では、米やパンの売上が悪くなっており、特に酒やたばこの売上は大きく減少している。
	▲	その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定、設計等の業務の発注において極端に価格を下げた企業は少ないが、それでも業務を取りたいところは3割引まで下げて応札する傾向にある。
×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・このところ発注が少なく、最低賃金の急な上昇についていけない企業が多い。従業員も時間を短縮したことにより、企業はその分の生産量が減る状況になっている。工賃の交渉は難しく、また、助成金申請も通らない状況である。	
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・物価高により人件費を上げなければ人が集まらないため、報酬交渉がスムーズに進みそうである。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は、取引がある企業が7割、新規取引先が3割程度増加しており、2～3か月前と比較すると倍近くになっている。また、求職者数の問合せも増えており、新規媒体に掲載するとすぐに反応がある。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・当市は相変わらずインバウンドでにぎわっており、街は日本人よりも外国人が目立つようになっている。
	□	新聞社 [求人広告]（社員）	それ以外	・インバウンド景気は横ばいである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・今月は内定式が多く、例年求人数が減る10月以降になっても大学4年生の求人数が多い。特に九州エリアでは絶対的に理系人材の人数が少ないため、求人数が増加している。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・多くの中小企業が新卒採用予定数の充足には至っておらず、ほぼ通年採用で活動を行っている。生産年齢人口が減少していくなかで、人材の獲得に注力している状況は依然続いている。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・10月に入っても採用活動を継続している企業は多く、企業来訪件数は高い水準を維持しており、学生にとっては有利な状況が続いている。一方、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては人材確保が大きな課題になっている。人手不足の状況は今後も続くことが予想され、求人への動きは今後も拡大傾向にある。
	▲	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・今月は新規求人の動きが余りなく、また直接雇用の案件も少ないため、求職者数のリクエストに応えられない状況が続いている。
	×	—	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	お客様の様子	・秋は陶器市などが多い時期のため、販売量が増加する。街や客先の様子を見ると外国人観光客が増加している。
	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・7月の販売室数は前年比10%増加に対し、10月は前年比22%増加とプラス幅が大きくなっている。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・県外や海外の観光客が増加している。
	○	百貨店（経営担当）	来客数の動き	・国内外の観光客の入店が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・単価が少しずつ上がり、買上点数も伸びている。
	○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・観光客が移動する導線に店舗があるため、来店客数も増えて、客単価も上昇している。
	○	一般レストラン（代表者）	販売量の動き	・イベントの出店やメディアにも取り上げられて、来客数、販売量が増加している。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・販売量は微増ではあるが、単価が上昇しているため売上は増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いているが、商売では飲食業が良くて小売がまだ厳しい状況にあることから、3か月前と変わらない。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・今月の売上実績をみると、3か月前と比べてほぼ同等となり、前年割れの結果と苦戦している。
	□	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・好調であった夏場と違い、天候に恵まれていない日もあるが、来客数は前年比で増加傾向を維持している。しかし、台風接近時や悪天候時の来客数の落ち込み幅が大きいため、懸念している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・季節の変わり目ではあるが、沖縄はまだ暖かいため客も品定めをしている。
	□	乗用車販売店（経理担当）	お客様の様子	・客の購買意欲はまだ衰えていないとみている。
	□	その他飲食店〔バー〕（経営者）	来客数の動き	・この数か月、良い状態が続かず上向きにならない。食事を提供する飲食店は良くなっているが、当店のよう酒の提供がメインの飲食店は来客数が戻らず悪い状態のままである。
	□	住宅販売会社（役員）	競争相手の様子	・分譲マンション、建売住宅共に新規販売が停滞している。各社共に完成在庫の販売を中心に営業展開していることから需給調整を行っているとみている。
	▲	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・3か月前までは景気が上向きであると感じていたが、直近の2か月は来客数の微減で販売量も鈍い。物価高の現状と10月の物価上昇の影響で消費者の節約志向が強まっている。
▲	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、前年比95%と減少している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社 (取締役)	お客様の様子	・人件費及び単価上昇により見積金額が想定を超えるため、断念や計画変更などを行う客が以前より増加している。
	×	—	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・夏場のハイシーズンは終了したものの、修学旅行生やインバウンドの増加傾向が続いており、10月はイベントも多いことから身の回りの消費は活発になっている。
	○	窯業土石業(取締役)	受注量や販売量の動き	・公共、民間共に工事の見積依頼が増加傾向にあり、受注増加に伴う製造が増加している。
	□	*	*	*
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・10月1日の内定解禁以降、採用が充足していない企業から2025年卒の追加募集の依頼が届いている。未内定の学生を対象とした学内説明会への参加を希望される企業が多いため、学校としても可能な範囲で対応をしている。
	□	人材派遣会社 (総務担当)	求職者数の動き	・求人数に対しての求職者の動きが相変わらず鈍く、人手不足が継続している。
	□	求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・6月頃から求人数は横ばいである。業界別では、月ごとに僅かな増減はあるものの全体的にはほぼ同数である。
	□	学校[大学] (就職支援担当)	それ以外	・物価高騰が続いており消費への影響が大きいため、消費を控えた生活を余儀なくされている。
	▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規の求人数、求職者数が減少傾向にある。そのなかでもシニア層の求職者数は増加している。物価高の影響により、年金や現在の賃金では生活ができないとの声がある。
	×	—	—	—