

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)	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・前年と比べると、来客数が約20%増加している。特に国内観光客では高齢者層、インバウンドでは台湾からの団体客が好調である。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・11月の売上は23年比で115.5%、22年比で269.6%、21年比で268%、20年比で147.9%、19年比で187.3%となっている。客船の寄港がゼロだったことに加えて、雨の日が10日、雪の日が7日あるなど、天候面が今一つであったにもかかわらず、売上が前年を上回っていることから、景気はやや良くなっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ここ2か月、インバウンド及び国内旅行者の来客数が落ち込んでいたが、いずれも11月に入り増加している。地元客の購買意欲は落ち込んだままであるが、インバウンド及び国内旅行者による消費が増加していることで、全体としては上向いている。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・当地を舞台にしたアニメ映画の効果で観光客の増加が続いており、飲食店の利用客が増えている。その影響で、食料品や酒の売上が伸びている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東北と北海道では、10月以降、秋や初冬の気配が感じられる天候となっており、客の動きが良くなっている。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・入居している大型店が10月から1か月ほど休店していたことの反動で来客数が増加している。一過性のこととはいえ、景気はやや良くなっている。元の状況に戻る前に顧客化を進めたい。
	○	高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・オフシーズンとなったことで、夏場に比べると観光客の入込は減っているものの、例年ほど大きな落ち込みとはなっていない。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・インバウンドが宿泊単価の上昇をけん引している。また、地元客をメインターゲットとする宴会の単価も堅調に推移している。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・道外客については、観光の閑散期であるが、人気アーティストのコンサートがあったことで、航空機やホテルが混雑するほど、人の動きが活発であった。道内客については、高校の修学旅行シーズンであることに加えて、道外への観光需要やビジネス需要が多く、空港がにぎわった。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・例年よりも初雪が早かったこと、天候の悪い日が多かったことから、11月のタクシー利用は前年よりも多かった。また、乗務員の採用に注力していることで、乗務員が前年よりも60人増えており、タクシーの稼働台数が前年から30%増加した。タクシー1台当たりの売上も前年比で約10%増加しており、会社の売上は前年比で60%の増加と大幅な増収となった。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・都市部の大型量販店を中心に、当社サービスへの乗換え客が前年を大きく上回って推移している。こうした流れは、これまで瞬間的な動きにとどまっていたが、今回は少なくとも2か月継続していることから、今後も続くことを期待している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果を受けて、客が減税を期待するようになっており、それに伴って客の消費意欲も上向いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・初冬の北海道は観光客にとって見どころが少ないため、例年、観光客が減少する傾向にあるが、今年は11月上旬に人気アーティストのコンサートなどがあったことで、国内観光客の入込が多かった。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・客1人当たりの買上点数が増えている。例年この時期は限定商品などが多く、そうした商品を何個かプラスして買う客が多くみられた。

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
	□	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・例年11月は売上が低調に推移する月である。今年も売上は余り良くないが、景気の良しあしとは連動していない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・売上の総額は前年と大きく変わっていない。ただし、売上の内訳をみると、割引セール日の売上比率が月を追うごとに高まっており、買物に使う金額について、客がシビアになっている様子がうかがえる。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏以降、来客数が回復傾向にある。他の小売店が値上げ基調にあるなか、当店は牛乳、食パン、卵、豆腐などの日用品について、買い求めやすい価格を維持していることから、安定した客の利用がみられている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・平日の来客数は横ばいであるものの、週末はイベント目的の客や観光客の利用が増えており、その分だけ来客数が増加している。ただし、野菜や米の高値が続いていることから、好調な状況がいつまで続くのか心配である。
	□	衣料品専門店 （エリア担当）	来客数の動き	・気温が高めに推移していることから、冬物商材の動きは余り良くないが、気温が下がった日や降雪があった日の売行きは悪くない。物価の上昇が続いていることで、必要な物以外は買い控えが生じているものの、必要な物はこれまでと変わらない購買行動となっている。
	□	乗用車販売店 （従業員）	お客様の様子	・例年11月はタイヤ交換などで忙しくなる時期であり、今年もサービス部門の売上が伸びている。一方、車両の売行きをみると、前月と比べてやや落ち込んでいる。
	□	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・新車登録台数は前年並みで推移している。ただし、受注台数が前年実績及び目標を大きく下回っていることから、先行きに不安が残る。
	□	自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・11月は売上が前年比117%、来客数が前年比137%と一見すると良い状況であるが、売上の増加は冬タイヤの値上げが影響したものであり、来客数の増加はタイヤ交換の客が伸びたことによるものである。季節要因による影響が大きく、今後の動向は不透明である。
	□	住関連専門店 （役員）	販売量の動き	・3か月前と比べて、売上の前年比に変化がみられない。来客数や買上点数も変化がみられない。
	□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経営者）	単価の動き	・石油製品価格に変動がみられないことから、景気は変わっていない。
	□	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・観光の繁忙期が過ぎ、例年であれば来客数が落ち込むところだが、観光客を中心に週末の来客数が高止まりしている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国的にはインバウンドが好調なようだが、日本人の海外旅行需要は低迷を続けたまま、回復していない。国内の旅行会社にとっては、景気がやや悪いという状況は変わっていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・週末の来客数は微増しているものの、平日は変化がみられない。イベント関連や観光関連でのオーダーも余り変わっていない。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・季節の変わり目でこれといったイベントもないため、単調に推移している。乗務員不足も解消されておらず、今後への不安が残る。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・スタッフの給与を引き上げるために値上げすることを客にきちんと説明するようにした結果、毎月の売上が増加した。
	□	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・住宅着工数が増えてこない状況に変わりはない。
	□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・建築費の高騰が続くなか、住宅ローン金利の上昇により、購入可能な層が今まで以上に限定されることになり、受注量が減少している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・政局が不安定なこともあって、客の動きは決して良いものではない。
	▲	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数に大きな変化はみられないものの、地元客の買上点数や単価が落ち込んでいる。特にファッション関連の冬物アイテムの動きが悪い。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・価格の高騰が止まらないことが、買上点数の減少に拍車を掛けている。

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）	販売量の動き	・10月以降、食品や雑貨の値上げが相次いでいる。特に米の価格は前年の1.5倍ないし2倍となっていることで、客の買上点数が前年を大きく下回っている。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、客1人当たりの買上点数が前年を下回っている。特に青果物と加工食品の価格高騰が買い控えを招いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価上昇の影響で客がより価格の安い店舗に流れており、来客数の減少が続いている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・営業の外回りが増えていることで、コートの需要が大きく上向いている。ただし、価格にシビアな客がほとんどであり、やむを得ず購入している様子が見える。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ランチは見込みに近い売上があったが、ディナーはグループ客が減少したことで売上が落ち込んだ。ただし、季節要因を考慮すると、売上は前年並みと判断できる。地方のホテルは予約を取りにくいほど混雑しているようだが、朝食を利用する客が少なくなっている。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・11月の売上は10月までと余り変わりがなく、やや悪い状況が続いている。ただし、見込みほど悪くなかったこと、12月の予約が入り始めたことから、今後は景気が良くなると期待している。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの集客に苦戦している。いまだにコロナ禍前の水準には戻っていない。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数の減少幅が拡大しており、物価高の影響が大きくなっていることがうかがえる。衆議院選挙も旅行需要が低下した要因の1つとなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・ここ2か月と比べて、来店や電話での相談件数が顕著に減っている。年度内に計画していた旅行を中止する企業も増えている。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・燃料価格の高止まりが続くなか、暖房費の掛かる季節となったことから、家計では交通費が真っ先に節約されることになる。交通機関にとっては、燃料価格の高騰と需要低迷のダブルパンチとなっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・消費を上向かせるような政策が求められる。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・11月の売上は前月や前年と比べて約5%落ち込んでいる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高を考慮して値上げを行いたいが、なかなかできない状況にある。
	▲	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	・冬季に近づいていることで観光需要が顕著に低下しており、観光客の利用が激減している。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客において、マンションの購入判断を先送りするケースが増えている。商談が長期化している客の割合が高くなっている。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・下がることのない物価高の影響で、食料品以外は極力買わない、燃料もできるだけ節約するといったマインドが周辺住民に染みついている。賃上げが物価高に追い付いていないため、生活がどんどん厳しくなっていると感じる人も増えている。販売側も年末の繁忙期を控えているだけに思い切った手を打つことができず、厳しい状態のまま推移している。	
×	スーパー（店長）	お客様の様子	・客は必要な物しか買っていない。商品が売れるのも特売の日が中心となっている。	
×	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・注文はますますあるが、プラスアルファの受注がないため、景気は良くなっていない。例年と比べて、特に大型案件の受注が少なくなっている。	
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	・農産物関連は新物までの端境期となっているものの、紙・パルプは輸出も含めて好調が持続している。北海道と本州間のトレーラーの行き来もスムーズであり、その結果、雑貨関連の輸送も順調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他サービス業 [建設機械リース] (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・人手不足問題などはあるものの、建設投資が堅調なことから、需要は底堅く推移している。
	○	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	受注量や販売量の動き	・受注案件が増え始めていることで売上は順調に伸びている。ただし、ベース商材の動きが悪く、仕事量が2極化している。遅れていた再開発関連なども徐々に動き出していることから、今後、景気が上向くことを期待している。
	□	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・食品の価格が全体的に高水準にあることから、景気は変わっていない。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量がやや減っている。生産にも余裕が出始めている。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・11月の販売量は前年比で30%のプラスとなった。3か月前の販売量は前年比で27%のプラスであったため、景気はそれほど変わっていない。
	□	建設業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・建設費の上昇が続いていることから、民間の投資控えが目立ち、発注量が減少している。また、官庁の入札不調もみられている。人材不足の影響もあって、建設したくても実現できない状況となっている。
	□	建設業 (役員)	受注量や販売量の動き	・今年は初雪が早かったものの、本格的な降雪はいまだになく、根雪になる時期も例年よりも遅くなるとみられる。今のところ、各建設工事現場に降雪の影響は出ておらず、順調に建設工事追い込み期を迎えている。そのため、完工高及び利益について、年度計画達成が確実な状況に変わりはない。
	□	輸送業 (支店長)	それ以外	・荷役現場の人手不足やトラック不足が依然として続いている。受注量はまずまずあるものの、それをこなすことができず、売上や利益が伸びてこない状況にある。
	□	金融業 (従業員)	取引先の様子	・国のエネルギー価格に対する支援が途切れたことで、個人消費にマイナスの影響が生じている。企業では、人手不足対策としてDX化、IT化への意識が強まっているが、生産性、効率性の改善はまだみられていない。
	▲	司法書士	受注価格や販売価格の動き	・業務の受注量は例年並み又は僅かに増加するとみられる。一方、物価の上昇が続いていることから、収入は減少傾向にある。今後についても、状況が改善されない限り、景気は悪化することになる。
	×	司法書士	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、販売量が大幅に減少している。
雇用関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北海道)	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・退職者の補充という要因もあるが、3か月前と比べて求人数が減少しているわけではないことから、採用なくして業績の維持、拡大はできないという企業の意識も変わっていない。企業の採用意欲は引き続き高く、冬のボーナス支給後に転職に動き出す人材の採用が進むことも考えられる。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・当地における10月の有効求人倍率は0.84倍であり、3か月前から0.04ポイント上昇している。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年から8.6%の減少、月間有効求人数は前年から7.3%の減少となっている。ただし、大きな落ち込みとはなっていないことから、景気は変わらない。
	□	学校 [大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・今後も人手不足が続くとみられるなか、採用活動を継続している企業が多い。雇用形態を見直す企業も増えている。
	▲	求人情報誌制作会社 (編集者)	求職者数の動き	・求人数も求職者数も減少傾向にある。また、求職者がそもそも少ないことから、採用後のミスマッチも多い。そのことで企業が求人にも後ろ向きになる状況もみられ始めている。
	▲	求人情報誌制作会社 (編集者)	雇用形態の様子	・アルバイト、パートの求人ほどではないが、正社員の求人も減少傾向にある。物価高の影響で小売業やサービス業が増員を見送るケースもみられる。
	▲	求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・全業種において、求人数の微減傾向がみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・アルバイト、パートの求人数の減少が続いている。ITや機械の導入による省人化、スポットワークの増加、賃金上昇などが採用抑制の要因となっている。
	×	—	—	—

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)	◎	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・秋冬商材はようやく単価の高い物も動き出している。また、まとめ買いの客も少し増えている。
	◎	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・業務依頼が続いており上向いている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は変わらないが、商品価格の値上がりが売上に貢献している。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・例年よりも気温が高く、天候も良いからか、来客数、売上共に増加している。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数も客単価も3か月前よりやや良くなっている。周囲では物価上昇で生活が厳しいという話をよく聞くだけに、一時的に良くなっているだけかもしれない。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・前々月、前月と来客数が増加傾向にあり、それに比例して売上も伸びて前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・商品の価格は上がっているものの、来客数が前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価上昇により買上点数は前年より減っているが、来客数が前年より増えているため、トータルではやや良くなっている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・石油ファンヒーターや電気ストーブなど暖房器具を中心に販売数量が増加している。プリンターや録画機器も販売数量が増加傾向にある。
	○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしているが、受注量も製作数量も増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年11月後半から忘年会の予約が入るが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて少ない。大人数での宴会も少ない。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・早めの忘年会を開催する客が多くなっており、いつもより金額が高い物の注文も多い。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉目的の客が多くなっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・インバウンドの取り込み施策の効果が出ている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今年は紅葉が遅かったため、11月もインバウンドが多い。特に個人旅行の動きが顕著である。
	○	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・年末年始や冬休みの旅行申込単価が上昇傾向にある。申込件数は微増である。
	○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・年末に向けて番組コンテンツが充実するため、有料放送サービスの新規加入者数が増加している。寒くなり、自宅で過ごす時間が増えたことも加入のきっかけになっている。また、テレビをインターネットに接続する人が増えており、インターネットサービスの利用者数もやや増加している。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・中旬まで暖かったことに加え、大規模イベントの開催があり、来客数は前年を若干上回っている。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・今月から始まった初売り商品券の予約状況が前年を上回っている。オリジナルシャンプーの販売も好調である。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格の上昇は収まりつつあるとみている。販売価格を値上げしたが、販売数は落ち込んでいない。社員の給料を前年から2回にわたり10%アップさせている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新米価格を始め物価が上昇していることから、消費者の財布のひもが固くなっており、景気は横ばいである。	
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・客の反応は厳しい。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・前半は気温が高く、後半になってようやく下がったため、秋物を飛ばして冬物が動いたが、前半の落ち込みはカバーできていない。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気温の影響もあり、冬物の重衣料は婦人服、紳士服共に振るわない。
	□	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・リニューアル効果で来客数は伸びている。しかし、生活防衛意識の高まりにより、食品や実用品を中心に客単価の低下がみられる。また、気温が高めに推移しているため、ファッション関連で秋冬商材の動きが鈍くなっている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・食品の値上げが続くなか、低価格戦略を行ったこともあり、1品平均単価は前年を割っている。客の財布のひもは固い。最低賃金の引上げ効果か、買上点数は伸びており、既存店の売上は前年を超えている。しかし、経費負担の増加により、厳しい状況は続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・継続的に価格訴求強化は行っているものの、販売点数の改善には至っていない。
	□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・前月同様、特売構成比が高止まっており、利益が出しづらい状況は変わらない。客は常に安価な商品を探しており、夕方の値引き時間になると客が待ち構えている。商品の原価が上昇しているなかで、特売構成比は上がり、買上点数は減少傾向にある。
	□	スーパー（商品担当）	単価の動き	・今月初めから僅かながら客単価の改善がみられるようになってきている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月と比べ来客数、客単価等、全般的に落ち着いている。平日は日中の来客数が若干減少しているものの、週末と夜間の動きは好調である。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品の値上げに伴い売上は少しアップしているが、来客数は増えていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・季節トレンドによる来客数の変化はあるが、前年との比較では変わらない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いており、回復できない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・消費者は上手に節約している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・寒くならないため学生用の防寒衣料の売上は極端に悪いが、法人関係のお歳暮の注文が増加している。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・冬の寒い気温が続いたことで、冬物商材の動きが活発になっている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数は前年と変わらない。商品単価が上がっている分、客単価は上がっているが、売上は予算未達が継続している。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・食品の値上げ等で節約意識が高まっており、客が買物に慎重になっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーからの配車量が減っており、毎月同程度の台数しか売上にならない。販売台数が大きく増える状況にない。
	□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・メーカーの生産体制が不安定であるため納車時期が見通せず、失注するケースが増えている。一方で、かねてより受注済みの車両が配車になるため、受注は少ないのに売上が計上されるという状況になっている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・前年の販売数量を下回る状況が続いている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・レジ通過客数は前年比101.3%だが、レジ通過客数の約4割強を占めるフード業種をみると前年比98.3%である。客足が回復しているとはいえない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客は財布のひもが固い状況が続いている。コース料理を注文してもワインなどの飲物は注文しないなどレストランでは普通みられない状況になっている。
	□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は8月が前年比96.9%で、今月は同102%である。景気は変わらない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・物価高の影響は変わらない。

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
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・売上は微増だが、上向いているとまではいえない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・宿泊業において冬季は閑散期となるが、スキー場や冬の観光コンテンツがあるエリアに集中してインバウンド需要が盛り上がりを見せており、販売が上向いている。近隣エリアにも好影響は出ているものの、全体を大きく引き上げる状態にはなっていない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価高による買い控えが続いている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・11月に入り寒くなったことと、コンサートなどのイベントや忘年会の開催により、タクシーの利用者数が増えている。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の購買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	・客から前向き話が出てこない。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・7月の大雨被害以来、落ち込んでいた振り客が前月からは前年並みに戻っている。しかし、遊覧船の損失により団体客の入込が少なく、いまだ完全回復には至っていない。
	□	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数は余り減少していないが、客単価が下がっており、売上が悪くなっている。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話のなかで、食料品が値上がりしており厳しいという話が多い。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇しており、客は美容に掛ける金を節約している。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・核家族化が進み、小型の平屋建てへの建て替えの受注が増え始めているが、客単価は圧倒的に低い。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は温水ルームヒーター、省エネ型給湯器の交換、石油暖房器具の買換えが増えたが、給湯器の交換は伸びていない。リフォームは助成金効果が限定的になり、塗装や増改築の大工事が減っている。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・郵便はがきの値上がりにより、印刷の注文が減っている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・売上は、飲食店、観光施設に関してはほぼ横ばいが続いているが、一般消費者は厳しい。物価上昇に加え、光熱費増加等への不安からか、より安い物をという意識が高く、買い控えの傾向が強くなっている。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・中旬からは気温も下がり、防寒衣料を中心に徐々に動きが良くなっている。しかし、高額商品は3か月前よりも動きが鈍くなっており、全体への影響も大きくなっている。
	▲	百貨店（従業員）	販売量の動き	・来客数は前年より微増と回復傾向にあるものの、販売点数は伸びていない。気温も前年並みになっているが、防寒アイテムの動きは鈍い。購買行動は慎重になっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・ガソリン価格の値上がりと暖房費の負担が増えていることが影響し、前月よりも売上が悪くなっている。
	▲	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・商品価格の上昇により、客の購買意欲が低下している。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価高に客が徐々に慣れてきている様子はあるが、依然買上点数が増えず苦戦している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量が6か月連続で前年割れしている。最低賃金の引上げ後も景気の動向に変化はなく、微減が継続している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品の値上げ分がそのまま売上の増加となっているが、来客数は前年並みである。景気は良いとはいえない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・高単価商品の販売に苦戦しており、来客数の減少を客単価でカバーできない。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・天候の影響で秋物、冬物衣料の動きが大きく出遅れ、非常に悪い状況だったが、月末近くになりようやく気温が下がったため、例年並みになっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・セールを開催しても、来客数は前年割れしている。客は買物に対して慎重になっており、来店しても成約率が低い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーにオーダーできない車が増えている。オーダーできても納期が伸びているため、商談に結び付かない。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の受注台数が伸びず、計画割れしている。受注見込み発生件数も3か月前から計画未達が続いており、来年の受注残も大きく伸ばすことができていない状況である。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・買換えを検討している客が減少している。
	▲	住関連専門店 (インテリア コーディネーター)	お客様の様子	・住宅を購入しても、インテリアなどは予算内に収まるよう優先順位を決めて購入する客が多い。見積りを見て量販店などに行く客が目立つ。
	▲	その他専門店 [酒] (経営者)	来客数の動き	・販売数量が減っているが、値上げした分ではある程度確保できている。全体的に停滞感がある。
	▲	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数が減少傾向にあり、販売量が減少している。
	▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・当社契約宿泊施設の販売額は、3か月前より3%ほど悪化している。
	▲	タクシー運転手	単価の動き	・3か月前はタクシーアプリ利用客のほかに、街中でタクシー待ちの客がみられた。今月はタクシーアプリ利用客はあるものの、タクシー待ちの客が減っている。長距離客も減っている。
	▲	その他サービス [寮管理] (管理人)	販売量の動き	・当事業所で中高年層の人材を募集しているが、応募がなく、問合せがあっても条件が合わない状態が続いている。景気の影響もあるとみている。
	▲	その他住宅 [住宅 展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・来場者数に変化はない。アンケート結果によると、住まい購入までの計画期間が長期化している。
	×	スーパー (経営者)	お客様の様子	・可処分所得が減少しているなか、チラシ特売やセールを打っても、目玉商品しか売れない傾向が更に強くなっている。
	×	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・今月は本当に悪い。近隣の建設業の仕事が減少したため、関係者の朝夕の来店が減っている。それ以外の客の来店もかなり減っており、賃金が上がっていないことが1番の原因とみている。
	×	コンビニ (経営者)	それ以外	・夏季に比べて売上が大きく落ちている。さらに、最低賃金の引上げと本部の発注システムによって経費が格段に上がっており、経営が厳しくなっている。
	×	その他専門店 [白衣・ユニ フォーム] (経営者)	販売量の動き	・売上は低迷している。低価格で少ないパイを奪い合う厳しい状況が続いている。防寒着の売行きもほぼ止まり、年末にかけて売る物が少ない。
	×	その他専門店 [靴] (経営者)	販売量の動き	・降雪、積雪がなくスノーブーツや長靴などの冬物商材は必要に迫られていないため、吟味して購入する客が多い。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・早めの忘年会により法人や組合団体の利用は増加しているものの、個人客が著しく減少しており、売上は横ばいである。物価高騰により、余裕がないことが原因とみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・年内の工期に間に合うよう、人手を確保し施工している。売上は前年以上に順調に推移している。
	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・お歳暮商戦に突入したが出足は良くない。物価高騰の影響が出ている。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注価格や販売価格の動き	・団体客の予約が好調に推移している。インバウンド需要と合わせ、飲食、物販共に伸長している。
	○	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・物の動きは相変わらず増加しないが、減少は底を打った感じがある。
	○	通信業 (営業担当)	取引先の様子	・取引先において設備投資が増えている。
	○	その他企業 [企画業] (経営者)	それ以外	・例年この時期は農産物の収穫祭りが催されるが、今年は米不足を反映し、安く買える新米を求める客が目立っている。
	□	農林水産業 (従業者)	受注価格や販売価格の動き	・米は高価格で推移しているものの、肥料など農業資材の価格も高騰しているため、収益的には例年より少し良い程度である。

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
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・直売所の荷動きや市場の取引価格をみると、果物の需要は変わらず高めで推移している。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体製造の顧客の開発状況は主にDRAM分野で活発化しているが、受注につながる具体的な動きはまだみられない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・前月から状況は変わっていない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が横ばいで変化がない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・これ以上対応できない受注量で推移している。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・年度末が近いため、契約切替への相談が多くなっている。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・旅行関連と人手不足対策の広告出稿は好調だが、エネルギーや小売流通関連の主要産業の伸びが鈍く、3か月前と比較しても、広告業界全体の業績に変化はない。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・東北6県中3県は広告出稿に対する一定の意欲向上がみられるが、他の3県は現状維持からやや意欲減退とみている。東北全体では余り変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・消費に影響を与える要因が不足しており、消費動向に変化はみられない。
	□	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。今までは製造業の顧客の売上が上がらず業績不振となっていたが、徐々に利益を計上できる顧客が出始めている。小売業、サービス業、建設業は一定程度の業績を上げている。全体としてはやや良い状況である。
	▲	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常態化しており、3か月前と比べても落ち込み幅が拡大している。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高騰のあおりで発注見合せや競争が激しくなっており、厳しい状況である。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの入金遅延、相談が増加している。年末に向けてイベント数は増加しているが、受注量の減少やコスト削減等により販売価格は相対的に低下している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の主力であるカメラ業界も、それ以外の金属加工業界も良い話が出なくなっている。受注も減少傾向にある。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・今月は受注量の伸び悩みに加え、今後の案件の減少も重なり、客の動きが悪くなっている。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・契約交渉に予想以上に時間を要しており、受注契約が先延ばしとなっている。
	▲	金融業（広報担当）	取引先の様子	・原材料や人件費等コスト高の影響から、県内企業の倒産、廃業のペースが例年以上となっている。個人消費は夏祭りシーズン以降の好調も落ち着き、米を始めとする食料品の価格高騰等によるマイナス要因が目立っている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・販売先で貸倒れが増えている。
	▲	その他非製造業「飲食料品卸売業」（経理担当）	受注量や販売量の動き	・米価が上がり、食品の値上げも続いているため、販売量は前年をやや下回っている。
	×	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、民間事業共に工事の発注が低調で厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は前年比130%と上昇傾向にある。一過性の懸念はあるものの、現時点で減少の動きが見られないことから、やや良くなっていると判断している。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・民間企業からの受注が3か月前より増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・酪農関係の業種で業績悪化により解雇を行う企業が出ている。また、求人を出してもここ3か月は応募者数が減っている。中小企業に人材が流れず、大手企業に流れているとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末にかけて求職者の動きが出始めているが、求人の動きに変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・個人消費は若干回復傾向にある。しかし、倒産件数の増加等もあり、景気が良くなる要因は見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・売上はほぼ前年並みである。広告の動きは引き続き低調である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数に目立った動きはない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰などにより求人数は減少傾向にある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・周辺企業に増産の話もなく、求人数にも変化がない。
	□	学校〔専門学校〕	採用者数の動き	・学校への求人内容をみても、各企業に大きな変化はみられない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・これまでの求人は介護職や看護職などに偏っていたが、業種に若干広がりが出てきている。しかし、広告を掲載しても応募がなく、多くの企業から苦戦しているという声を聞く。人手不足が顕著になっている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰分を価格に転嫁できず、廃業や工場閉鎖をする動きが出始めている。また、求人数はあるものの退職者の補充が中心で、増員の動きは少ない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・コスト増加の影響で、求人数が前年同月比で減少している。ゼロゼロ融資の返済が重なり、経営体力の弱い企業の息切れによる会社整理も発生している。
	×	*	*	*

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・県内担当店舗は県北、中央、県南いずれの店舗も来客数、売上前年比は好調である。特に、週末の売上が好調である。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンのピークが今である。例年どおりならこれから徐々に下がっていく。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準とした売上達成度で比較すると、3か月前よりは良い。同水準以上の月が6月以降続いている。例年になく紅葉が長期間楽しめたため、多くの来訪客があったことによるものである。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月の前年比の伸びからは2ポイント改善されたものの、11月は99%で前年実績を超えられなかった。良かった商材はエアコンの129%で、季節商材全体では118%である。冷蔵庫は102%、スマートフォンが115%となっている。伸び悩んだ商材は洗濯機83%、パソコン45%、テレビ79%である。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・平日のビジネス利用の客と週末の観光客が増えてきている。忘年会の予約も、週末中心だが埋まってきている。ここ数年では好調といえる。
	○	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・宿泊、料飲部門共に予約状況が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・案件は増えている。成約率も上がっている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼の動きが良くなり、前年同月と比べて8%の増収である。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・ようやく政権政党が少数になり、税制上の不平等が是正されることを期待している。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・衆議院議員選挙や県知事選挙も終わり、一旦落ち着いたので、案件を進める方向のようである。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も物価上昇が続いているため、皆、スーパーのチラシを上手に買って買物をしている。生活必需品の米は、以前のように出そろっているものの、高値が表示されている。諦めムードである。

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〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・得意先が2軒休業している。良い話としては、入札が1件落札できたが、総じて変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・比較的堅調に推移してきたファッション関連の動きが鈍い。また、食品に関しても物価高に伴い商品単価や客単価は上昇しているものの、買上客数は減少しており、前年実績割れとなっている。3か月前と比べると、緩やかなマイナス基調である。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・冬物商材の動きは本格化しているため活気はあるものの、客の堅実な購買動向は変わらない。高額品購入もあるが、必要な物をしっかり吟味していて、衝動買いやもう1品といった動きは見られない。以上のことから、決して景気が良くなったとは感じられない。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年比ではほぼ横ばいである。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比べても変化はなく、前年をやや下回っている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べても、今月はそれほど変わらない。
	□	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・年金給付月ではないこともあり、まず人が出てこない。電話やダイレクトメールなどいろいろな手を使って呼び掛けているが、なかなか外出するチャンスがないのだから客が増えておらず、出てこない客が増えており、かなり厳しい。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車や中古車等の販売は低位安定が続き、車検整備等のサービス部門でカバーしている。逆に言えば、減収増益に近い状態、何ともいえないところである。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・特にこれが悪いということはないが、販売はなかなか成約に結び付かないし、話自体も少ない。今までの11月にはないムードである。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・11月に入っても気温が高く、季節商材の動きが悪い。比例して来客数が減少し、今月も売上の低迷が続いている。
	□	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・顧客の動向が変わっていない。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・現状は、安定したインバウンドの来訪によるものである。国内旅行者については、個人、団体共に、大きく伸びる要素が見当たらない。
	□	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年とほぼ同数で推移している。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・現時点では販売量、新規契約数が増加しているが、今後は顧客獲得及び維持に対する企業努力の差が出ると考える。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・現状、物価高が続いているため、ぜいたくができず節約傾向にある。
	□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・総販売数は1割向上したものの、廉価商材が販売の中心のため、利益は増えていない。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年と比べて、日並びの悪さや天候、気温の寒暖差等により、来園者数が伸びない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	競争相手の様子	・業界の会合でも、全てが低位安定と捉えている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・街はいまだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていない。相変わらず、シャッターの下りている店舗が目立つ。特に最近、相続で後継者のいない店が閉店している。引き合いの数も多くない。特に、事務所関係は、余りない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	単価の動き	・資材の高止まりに加えて作業代もやや上げざるを得ず、総合的なコスト高につながっている。客と予算的に折り合いがつかず、保留になるケースが続いている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は年金給付月ではないため、消費は大変低迷している。
	▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・純粋な店頭売上の前年比は3か月前の前年比より若干悪化している。
	▲	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・来客数や客単価の低下と、負の要素が改善する傾向がみえない。特に食料品の値上げ以降、買上点数が落ち込んでいる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注が減少しているため、販売量、受注残いずれも減少傾向になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・宴会の予約はあるものの、フリー客の動きが鈍く、そのため売上もやや減少傾向にある。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主力の事業所給食部門では、米価の高止まりが続いているほか、食材全般の価格上昇も続いており、収益が圧迫されている。当社の価格上げも続けて依頼しているが、これまでも見直しを受け入れてもらっていることもあり、年度途中の引上げはスムーズには進んでいない。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・繁忙期が終了し閑散期に向かうため、やや悪くなっている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシーの利用客はかなり減っている。同業他社も同じで客が少なくなっている。前年は11月中旬頃から忘年会等があったような記憶があるが、今年はまだ動きがない。地方はかなり景気が良くない。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・物価が上昇しているものの、賃金の引上げはそこまで追いついていないと周りの人は感じている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・単価が前年を下回っている。物価高騰の影響もあり、レストランや売店の売上も伸び悩んでいる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・金利上昇のためか建築費高騰の影響なのかは分からないが、顧客の動きが鈍くなっている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・物価高で、客の買い控えや欲しくてもとても買えないという客が結構出てきている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今までで1番の悪さである。新型コロナウイルスの感染拡大時よりも悪い。物価高騰等で外食を減らしているようである。特に、米価高騰が決め手になっており、知り合いの店でも閉店をするところが出てきている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・商材価格が上がっていて、客は買い控えをしている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・需要期を迎え、残業対応をして稼働している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体の景気が良くなっているわけではなく、たまたま取引先の1社から大型案件の受注があり、受注、売上が共に3か月前より増加したため、やや良くなっていると判断している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格や販売価格の動きは良くなっている。取引先の様子はまざまずのようである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全体的に仕事量の低迷が続き、取引先の中には週休3日に変更して稼働日数を減らす会社や小規模工場で廃業等の動きが出ている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の受注量からみて、1～2月の状況はかなり厳しくなっており、やや苦しいところである。内示が大分減っているため困っている。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産計画が安定しない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・11月は前年より暖かい日々が続き、例年なら冬物商材、暖房器具、ヒーター、こたつ、寝具、毛布等の荷動きが増える時期だが、15%ほど物量が落ちている。しかし、運賃のコストアップについては、取引先が受け入れてくれているため、売上は2割ほど上回っている。ただし、協力会社等のコストも高いため、利益は薄くなっている。
	□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・年末にかけて、受注、販売価格の見直しが進むと考えるが、現状では、おおむね3か月前と同水準の受注、販売を見込んでいる。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末商戦への広告出稿は、さほど伸びてこないままである。取引先の広告予算はそれほど確保されておらず、お金の掛からないSNS等を自前でやっているケースが多い。ただし、それで売上が伸びているという話も少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	経営コンサルタント	それ以外	・行業シーズンの紅葉の遅れや天候不順の多さ等があったが、各地の商業施設や行楽地の人出は平年並みであったようである。しかし、消費の勢いはまださほどなく、地域企業の業況にも特段の変化はみられない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・2～3年前に相続登記の義務化が発表になって以来、司法書士景気というか、相続絡みの仕事が増えた状態がずっと続いている。それほどすごいわけではないものの、良い状況が続いている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・調子が良くなったという話は聞かない。人手不足、物価高、価格転嫁等の問題は改善されていない。
	▲	*	*	*
	×	不動産業（管理担当）	それ以外	・最低賃金の引上げによる影響で、当社よりも高い時給を提示している他社にいつまでも、短期従業員が減少している。求人募集を掛けても人が集まらず、人員の補充や取引の拡充がなかなかできないことに苦慮している。
雇用関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北関東)	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・人材募集の依頼数はおおむね3か月前の動きと変わらないものの、新規求職者の登録数が減っている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用数に変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で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	・様々な企業から求人の依頼が来るが、なかなか紹介できる人数まで達しない。製造業を中心に多くの企業が人手不足により業務に支障が出てきている。景気への影響が不透明である。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・小売販売、建築、建設、土木等は人手不足の影響か、かなり募集はみられるが、依然として賃金が追い付いていないため、応募者は少ない。
	×	*	*	*

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	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年であれば、気温低下とともに売上も減少していく傾向にあるが、高温が続いているため、飲料の売上が高く、パンや主食系の売上も好調である（東京都）。
(南関東)	◎	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・気温の低下、ブラックフライデーなどのセールにより、来客数が回復しており、売上を押し上げている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	お客様の様子	・外国人客がアジア圏のみならず欧州からも来るようになり、インバウンドの裾野が広がっている（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフシーズンに入り、気候も落ち着いていることから安定した来場があり、3か月前比103%と来場者数が伸びている。今年の8月は異常なほど暑かったため、来場者数の増加は想定範囲内にとどまっている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・今年に入って家具業界は非常に厳しい状況がずっと続いていたが、幾らか来客数が増えてきている。成約には結び付いていないが、客の反応は少しずつ良くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・客もこだわり商材に手が伸びるようになっている。新世代ニーズのトレンドが少しみえてきている（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は猛暑により来街者数が少なく、当店への来客数及び売上も、前年と比較してほぼ横ばいであった。今月は天候が安定していたため、3か月前と比較して来街者数及び来客数が増加し、売上も20%程度増加している（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回復基調に向かっていることに加え、国内客の来店も順調に伸びており、全体の来客数の前年比での増加率は3か月前を上回ってきている（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
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・10月は前年と同様に気温が高く、アパレルを中心に秋冬商材が苦戦したが、11月は気温が下がり、アパレルに動きが戻ってきたことで前年に対し大きくプラスとなっている。ただし、食品に関しては前年比プラスで推移しているものの、物価上昇による買い控え傾向が続いている。
	○	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、円安基調となった今回は、インバウンド販売量が改善している（東京都）。
	○	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・単価は相変わらず上昇傾向にある。冬物商材の動きが活発化しており、販売量が上向きつつある。その分、トータルの上上が増加している（東京都）。
	○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・地域的には大型マンションができて売上が伸びているが、全社的には苦戦している。しかし、消費は活発化している（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏場に比べて通学客が戻っていること、雨天が少なからずあったことから、来客数が増加している（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・イベントでの人出が多く、客は外出してお金を使っている。当店はスイーツ、土産など、し好品やギフトもよく動いている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・プラス1品を購入してもらえる確率が高くなっている。来店頻度も増えている（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、実用衣料品を中心に前年をクリアしている。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・防寒着がよく出ている。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・年間で最も目標が高い11月だが、主力事業である呉服が催事の成功により計画比を4か月連続でクリアしている。もう一方のドレス事業も、12月のパーティー需要、1月の成人式需要により計画に近づいている（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価上昇に伴い自然と単価は上昇しているが、直近ではより高単価な商材の動きが良くなっている。これが一時的な動きなのか、消費活動を見ていかなければ判断できないが、最近の値上げ傾向を消費者が理解し始めていることが表れている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前は夏休み期間中で、訪日外国人の来客数が多かった。今回は3か月前より来客数が減少しているものの、販売量はほぼ同じである（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車、中古車共に販売が好調で、販売量も前年より増加している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年になく計画を下回っており、打開策を模索中である。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・衣料品については、10月までは暖かく低迷していたが、11月に入り気温が下がったことで、単価の高い秋物が売れ始めている。冬物はアイテムにより売れていないものもある。
	○	一般レストラン（経営者）	それ以外	・一時落ち着いたかに見えた外国人観光客が、暑さが一段落して再び増加傾向になっている。特に、欧米系の観光客が目立っている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月の最終週くらいから、忘年会のような大人数の宴会が2～3件入ってきている。前年まではそのような大勢の宴会は余りなかったので、景気が良くなってきた（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・11月13日より価格改定を行い、全体的に50円から100円値上げしているが、現在のところ来客数の減少には至っていない。1月から2月にかけてその反応が出てくるとみられるが、地域差もあるようで、地域によっては来客数が減少しているところもある（東京都）。
	○	その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・年末に向けての予約が増え、当日の来客数も増えている。客単価が上昇基調にあり、景気が良い兆候がうかがえる（東京都）。
	○	その他飲食[カフェ]（経営者）	販売量の動き	・製造部は120%と注文数量が大きく伸びている。その反面、小売、飲食部門は伸び悩んでいる。インバウンドが多く、国内客は財布のひもが固いようである（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
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・前年度に実施した価格転嫁交渉の成果により、今年度上期は大幅な利益増加を達成したが、下期に入り米価の急騰、最低賃金の大幅な引上げの影響を受け、徐々に利益が減少している（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は前月に続き近隣の大型コンベンション施設でのイベント等がかなり多く、それに伴う宿泊、宴会の売上が増加している。その他人気テーマパークの客が流れてきて、宿泊の稼働率がかなり上がっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・学会などイベントのトップシーズンということもあり、宴会については予算及び前年比もクリアしており、好調が続いている。一方、レストランについては、ランチ利用は良いものの、ディナーについては土日、平日共に集客に苦戦しており、使い控えの傾向が高まっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・10月と比べて来客数は減少したものの、高単価で推移していることで、売上は10月上回っている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・インバウンドが好調で、前年同期比118%で推移している（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の利用は以前同様良く、夕方まで無線、アプリ共に仕事がうまくつながっている。夜の利用も良く、終電まで駅出しを優先している。深夜の利用は少ない。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、やや良くなっている（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・法人のDX系需要が堅調な動きを見せており、投資に関しても緩やかながら需要が増えている（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・来月に向けて、ブラックフライデーからのボーナス商戦が本格化することを期待している（東京都）。
	○	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・天候が良く、予約も順調に入っている。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	お客様の様子	・12～1月にかけての予約の問合せが増えてきている（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新内閣が組織され、いろいろな意味で衆議院議員が入れ替わった。新しい時代に期待したい。
	○	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、建設業は、工事費の高騰により、公共工事を含め、スムーズな受注ができなくなっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社の新築アパート購入の様子から、個人客も引き続き多いが、法人の社宅需要が高まってきている。業績を伸ばしている法人が人材確保に動いている様子が見える。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・このところ来客数が少し減り始めている。なかなか思うようには買ってもらえない。当店は着物屋だが、最近特にレンタルが増えてきている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・今年中盤の勢いは大分なくなっている。クレジットカードの取扱高は、ずっと前年比プラスで伸びていたが、鈍化している。イベントなどのレスポンスは非常に良いものの、夜の帰宅がとて早い（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・商材の動きはぼつぼつしかないが、いろいろな要望が出てきている。何なりと相談をとという姿勢をとってきたからか、いろいろな業者がいなくなったためか。いずれにせよ、仕事につながるのので有り難い。
	□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	競争相手の様子	・変化が遅いため、変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・当社は、数は少ないものの、年賀状印刷を受け付けている。今年、年賀はがきの値上げがあり、致命的といえるくらい受注数量が減っている。また、受注した中にも、今年限りで年賀状による挨拶を失礼するという文面があった。年賀状印刷の受注は壊滅的である。

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 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・相変わらず販売数量が伸び悩んでおり、新規受注がないため、現状維持が精一杯である。少ない人数で頑張っているものの、売上が伸びない。月1回くらいのイベントでも以前と比べて売上が上がらない。何とか新規の注文を取れるようには努力しているが、競争が激しくてうまくいかない (東京都)。
	□	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・年末に向かってお歳暮、クリスマス、おせち商戦が本格化しているが、新型コロナウイルス感染症の終息後、インターネット注文の利用が定着しており、店頭の来客数は常に前年を下回っている。一部の富裕層による高額品購入の支えとインバウンドによりマイナス分を補っている (東京都)。
	□	百貨店 (総務担当)	来客数の動き	・当館の改装が終了し、来客数は順調に増加しているが、買い回りは想定より低調のまま推移している。
	□	百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・季節ごとの気候になってきて、紳士、婦人共にファッション関連商材の動きが良くなっている。前年からの訪日外国人の活発な購買行動も一般化しているように見受けられる。食料品を含めた日用品の動きにも大きな浮き沈みはなく、直近の景気動向は平均的で、変化はない (東京都)。
	□	百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・インバウンドの消費は不安定な動きを見せており、正確な予測が難しいが、3か月前と比較すると傾向に大きな変化はない。一方で、国内客の高付加価値消費への意欲は堅調に推移している (東京都)。
	□	百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・気温低下に伴い、ようやく冬物衣料に加えて寝具など冬のマストアイテムに動きが出てきている (東京都)。
	□	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・今月期待できる大きなモチベーションはお歳暮ギフトだが、インターネットも含め苦戦している。需要が遅れているのであればよいのだが、現状の反応は悪い。アパレルは、中旬以降の冷え込みで冬物が動いているものの、前半のマイナスの補填は厳しい (東京都)。
	□	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・売上が前年比1割弱伸長しており、来客数はそれ以上に伸びている。販売個数の伸び率は高い (東京都)。
	□	百貨店 (管理担当)	販売量の動き	・前年並みで推移はしているものの、気温などに左右されやすく、衣料品や雑貨などの販売量は余り伸びていない (東京都)。
	□	百貨店 (店長)	お客様の様子	・来客数は微増が継続している。目的買いの傾向が強くなり、必要な物に絞り込んだ購買行動に余り変化はない。
	□	スーパー (経営者)	来客数の動き	・大型スーパーがすぐ近くに出店してきたので、実際は下がっているが、その対策効果で差し引き変わらない。
	□	スーパー (店長)	お客様の様子	・販売価格の上昇が続くなかで、売価を気にしながら購入する客が増えている。野菜は価格を見ながら購入しているが、米や卵についてはやむを得ず購入している様子である。
	□	スーパー (店長)	販売量の動き	・来客数、客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依然として続いている (東京都)。
	□	スーパー (仕入担当)	販売量の動き	・青果物や輸入肉、魚介類、米の価格が高く、販売点数が減っているが、客単価は上がっており、売上が前年を超えている。
	□	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・来客数にほぼ変化がない。
	□	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・夏頃までは上向きとみていたが、秋頃から水平移動している。来客数も横ばいで、減少はみられないが、上向くのか分からない。年末商戦で上向くことを期待している (東京都)。
	□	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・日商の平均を取ってみても、3か月前と比較して横ばいの状況が続いている。
	□	コンビニ (従業員)	来客数の動き	・来客数の動きに大きな変化はない。3か月前と比べて良くなっている実感もない。
	□	衣料品専門店 (役員)	販売量の動き	・寒くなってきた、ようやく冬物衣料が動いてきたが、依然として買い控え傾向にある。

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
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (従業員)	販売量の動き	・今月に入ってもまだ気温が高い影響で、季節商材が低迷している。特に、紳士婦人のアウターの落ち込みが激しい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店長)	お客様の様子	・来客数に大きな変化はなく、前月と変わらない。高単価商材の動きが若干良くなっているため、年末に期待する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・自動車の整備と販売をしている。客の来場は結構あるものの、なかなか販売の成約に結び付いていない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・車の買換えが少なく、現在の車を我慢して継続使用する案件が多い (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・車に関しては、いろいろなモデルチェンジをしてもなかなかそれを買取りできないこと、中古車も価格が上がっているため買えないという状況のなかで、やはり景気は全体的にまだ良くない。物価が上がっているにもかかわらず賃金は上がらない、車両価格が相当上がってきて新車も中古車もなかなか買えないというのが現状である (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・都内の店舗で勤務しているが、カーシェアリングが増えており、車は所有する物から借りる物へと変わりつつある (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	来客数の動き	・例年よりも気温が高く、シーズン品の売行きは良くないが、来客数は多くなっている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・販売量の動きに注目しているが、やはり来客数が少ないようである。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属] (統括)	それ以外	・値上げにより販売単価は上昇したが、販売数量が減少した結果、販売総額はほとんど変わらない傾向が続いている (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	販売量の動き	・温暖化の影響もあり、秋のメイン商材の入荷が少なく、年末年始も期待できない (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン (役員)	それ以外	・年末に向け、予約、問合せ、案件数としては通例同様の上昇傾向にはあるものの、衆議院議員選挙後の状況もあり、景況感としてはマイナスである。食材原価の上昇が続くことにより、プラス要因がマイナス要因に打ち消されている (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・客の利用は堅調に推移しており、景気の悪化はみられないが、物価の上昇が続いていることが懸念される (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・店の売上はそれほど変わっていないが、ケータリングが少しずつ増えてきているため、景気はやや良くなっている。店の方は例年並みの割合だが、ケータリングが伸びた分だけ売上が多くなっている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチは客が来るものの、夜は、前年やそれ以前と比べると予約数も来客数も減っている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・国内旅行はセール等の施策で予約が増えてきているが、良いとまではいえない (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	単価の動き	・物価上昇が負担になっている (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前の売上と比較すると、ほとんど変化がない (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	お客様の様子	・前月に引き続き、小規模だがCMやイベントなどの仕事の引き合いがある。広告宣伝への出稿は多少上向いている実感がある (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	販売量の動き	・ケーブルテレビ及びインターネットの契約数が伸長していない (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	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低限の内容を選択する傾向は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・景気の影響なのか、当社の加入と解約の動きがびたりと止まっている (東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	単価の動き	・テレビの影響力か、防犯カメラのサービスが売れている。それ以外は解約があり、純減することがある。トータルでは微減している。

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
	□	通信会社（経営企画担当）	単価の動き	・物価が上昇し、もろもろの価格が上がるなか、仕入価格も上昇傾向にある。下請法で値下げ要請が厳しく制限されていることから、受けざるを得ない。しかし、販売先である最終消費者に対しては値上げ要請ができず、マンション管理組合等からは逆に契約料金の値下げ要請が多い。利益が上がりにくくなっている（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・引き続き累計顧客数が減少している。F T T Hの新規エリアの準備は進めているが、その間の顧客獲得が難しい（東京都）。
	□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価共に前年と同程度で推移している。
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・衆議院議員選挙が終わり、政権与党の過半数割れにより、先行きの不透明感と経済対策への期待感が交錯しており、先が見通せない。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	販売量の動き	・大きな差がみられない（東京都）。
	□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・景気の動向に作用する大きな要素がない（東京都）。
	□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンとなり、来客数は増加傾向にある。一方で、単価の動きは高止まりしており、若干値上げ疲れの様子もみられる（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・具体的な新しい案件もなく、淡々と今ある仕事の対応をしている。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・業務量はほぼ横ばいで推移している。元々官庁案件がメインのため、大きな変化はない。
	□	設計事務所（職員）	それ以外	・社会的な背景に大きな変化はなく、横ばいである（東京都）。
	▲	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・価格改定の影響か、販売が滞っている。
	▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	来客数の動き	・年末に向かう11月だが、来客数が減少している。
	▲	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上が3か月前をやや下回っている。夏場は来客数が伸びたものの、気温が下がるにつれ徐々に減ってきている。
	▲	一般小売店 [傘]（店長）	来客数の動き	・秋はイベントや行事が多く、特に土日の客足が悪い。
	▲	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭の来客数がやや減ってきている。また、来店客のなかで、特に中小零細企業はどこも10月から人件費が上がっているため余り買えないということで、かなり節約傾向が見受けられる。人件費が相当増加し、社会保険料が上がったりしているため、零細企業はとてでもないがやっていけない。そのようなこともあってか、単価が若干落ちている。また、大きな案件、外商も減っている。
	▲	一般小売店 [茶]（営業担当）	販売量の動き	・毎年行う創業祭のイベントは来客数、売上共に伸びたものの、月末に向かって失速し、前年より売上が減少している。
	▲	一般小売店 [書店]（総務担当）	販売量の動き	・大学や専門学校で教科書を販売しているが、現時点でも売上減少に歯止めがかからない。販売数が減少している上、資材こん包に必要な消耗品費の増加なども事業に悪影響をもたらしている（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・9月に売上が落ち込んで以降、徐々に回復の兆しが見えるものの、3か月前の水準には達していない。例年と比べて暖かい日が続いていることもあり、服飾雑貨関係が苦戦している。婦人服については、前月からは回復するものの伸び悩んでいる。ギフト商戦が始まったが出足は厳しく、前年比10ポイント減少と厳しい立ち上がりとなっている。なお、お歳暮については完全包装の要望が多くなっており、前年の3割程度増加していることから、形式的なギフトは更に縮小傾向にあると推察される（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（総務担当）	単価の動き	・高額品に関しては落ち込み幅に落ち着きがみられるものの、最近の物流費増加に伴い配送料が値上げとなったことを踏まえ、お歳暮ギフトの商品単価が抑制傾向にある（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・10～11月とインバウンドの動きがこれまでの状況と変わり、鈍くなっている。為替の影響によるところも大きい、このまま落ち着くとみている（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが高止まりしている（東京都）。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・高額品に加え、家庭用品や食料品の販売数量も減少している。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・果物が売れない。他の食品が値上がりし、果物まで予算が回らなくなったようである。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・旗艦店舗のすぐ近くにディスカウントストアが出店したため大きく影響を受けているが、他の店舗では来客数、買上点数共に伸びているため、全体では若干のマイナスで済んでいる。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・近隣大型店の大幅なセールが続き、来客数、売上共に減少している。さらに、従業員の賃金を大幅に引き上げたにもかかわらず求人への応募者が全く集まらず、全ての面で厳しい日々である。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニを6店舗経営している。ブランドバリューかもしれないが、これだけ商品単価が上がっているにもかかわらず、売上は前年よりやや少ないくらいである。客単価は上がっているものの、来客数が伸びないことが一因と考えている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・11月度の売上は、前年比2%程度の落ち込みとなっている。来客数も同程度の落ち込みである。人件費の高騰により経営が厳しい。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市況の悪化、新車の買い控えにより販売量が鈍化している。
	▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・販売価格の高騰、販売量の低下のほか、納期の不鮮明さなどが理由に挙げられる。
	▲	住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はあるものの、販売量が伴っていない。もう少し販売量が増えるとうい。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・物価高の影響で節約志向がうかがえる（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気というよりも人手不足で営業時間、営業日の対応、繁忙期の対応がし切れず、売上が止まっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・例年11月は客の動きがかなり出てくるが、今年に限っては終電後の動きが大幅に少なくなっている。生活習慣が変わったこともあるかもしれないが、とにかく良くない（東京都）。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・天候が良く、電車やバスを待っているため、タクシーに乗ってもらえない。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・機器等の値上げにより利益率が悪くなっている。また、工事も増加傾向にはなっていない（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・サービスの見直しや解約、新規契約共にほぼ動きがない。家計に活力がなく、停滞している様子がうかがえる。インバウンドの活況に対し、日常の物価高が消費マインドを冷やしている（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規サービスの加入希望者が減ってきており、最低限の支出に抑えようとする客が多い。
	▲	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・年末に向けて終了のタイミングを迎える案件が多く、新規獲得の動きも鈍い（東京都）。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・都心に近いゴルフ場のため、かつては60歳代以上の高齢の利用客が多かった。平日の利用については新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていない。長引く夏の影響もあり、高齢者のゴルフ離れが進んでいる。もちろん物価の上昇も影響している。
	▲	競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者へのアンケートを実施しているが、景気の良い声は上がっていない。また、イベントになると来場者数も多少の増加がみられるが、継続して来場する客は1割に満たない。

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
	▲	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	来客数の動き	・物価高の影響か、客足が減っている。
	▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	来客数の動き	・必要とする優先順位が変わったようで、顧客数が明らかに減っている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売量が伸びない。
	▲	その他住宅[住 宅資材](営 業)	販売量の動き	・建築資材需要は、繁忙期に入り、例年並みを期待するものの、勢いはない。通年で前年を下回る雰囲気しがなく、景気は悪い(東京都)。
	×	一般小売店[家 電](経営者)	販売量の動き	・家電製品の売上がインターネット通販や量販店に全部取られているような気がする。昔買ってくれた高齢客が戻ってきている傾向がみられるが、高齢のため間に若い人が入ってくると、何だかんだと言って結局安価な店に行ってしまうということがよくある。とにかく、現状は結構大変である(東京都)。
	×	一般小売店[生 花](店員)	販売量の動き	・3か月前の8月、9月辺りはお盆やお彼岸があり、仏花の売行きが例月より良かった。それと比べると、11月は何もないので悪くなっている(東京都)。
	×	ゴルフ場(経 理担当)	来客数の動き	・11月はゴルフシーズンであり、天候にも恵まれて稼働率は改善しているものの、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。物価上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きは強い。最低賃金の引上げにより人件費負担が大きい上に、止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、固定費の回収も容易ではない。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約55%となり悪い。3か月前と比べても約40%落ち込んでおり、悪くなっている。子育てエコホーム支援事業などの政策も今年度は間に合わなくなり、蓄電池やV2Hなどの各種補助金も、今年度は既に予算上限で終了しているため、来年度はどうなるか様子見をしている客もいるとみている。
企業 動向 関連	◎	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・当社特有の繁忙期のため3か月前よりは景気が良い。ただし、例年よりは受注量が減っている(東京都)。
(南関東)	○	出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などを行っている。今月は法人設立の件数が6件、つまり6社あり、そのうち2社から実印と銀行印の2本注文をもらった。3か月前には1~2本しかなかったのが、法人は上向きで、良くなっている(東京都)。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・現状は、夏頃に各取引先が年末にかけて若干取引量が増加すると通知していた言葉どおりに推移している。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・当地区の受注、引き合い等は順調に推移している。地方はそれほどでもないが、平年並みを確保している(東京都)。
	○	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・AI関連事業の受注が拡大傾向にあり、景気は徐々に上向いている。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・インバウンドの宿泊需要は引き続き好調である。また、国内観光需要も好調が見込まれる(東京都)。
	○	不動産業(総務 担当)	取引先の様子	・コロナ禍以降ようやく基幹ビルの入居率がオフィス、商業テナント共に100%になった。当面は退去予定のテナントもなく、身の回りの景況感が良い(東京都)。
	○	広告代理店(経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・3か月前と比べて売上、受注量、取引先数がやや増加している(東京都)。
	○	その他サービス 業[警備](経 営者)	取引先の様子	・建築現場、道路工事、イベントの警備が順調に推移している。
	○	その他サービス 業[ソフト開 発](経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注の引き合いはあるが、要員不足で対応できない(東京都)。
	○	その他非製造業 [商社](従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・受注量からやや良くなる兆しがある(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・秋らしさがなく、季節商材の売上が良くない。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・厳しい状況が続いており、先が読めない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・国内外共に政情が不透明であるため、先行きも不安である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は主要クライアントの医療品容器受注が棚卸月間のため、売上が大幅に落ち込んでいる。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・得意先の生産数が前年比マイナスという傾向は変わらず、当社への発注も同じように減少している。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、受注量に変化はみられない。
	□	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ある。生産も当初の予想どおりに進捗しており、下請企業の生産も滞りなく進んでいる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・インフレ傾向のため景気は良くなっているとみるが、人手不足や経済を理解していない政策が先行きを不安にさせている。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げの効果で売上は増えているものの、物量自体は活性化していない（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けて例年どおりで、特に大きな変化はない。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、物量が増えてきているが、燃料価格の高騰が影響し、想定以上に収益が伸びない。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・中小企業から、資材や燃料費、人件費が高騰しているものの価格転嫁が難しい、労働規制が厳し過ぎて経営に影響が出ているという意見が多数出ている。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・主要取引先となる製造業において、受注量の推移に動きは見られず、現状維持の状況が続いている。建築は微増、不動産は微減と、大きな変動はない。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気の動向は横ばいである。当社管理物件の修理、保険その他多くの勧誘の電話や来訪がある。各階営業中のため借主に不安がないように点検しなければならない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・売上は変わらないものの、仕込みの金額が値上がりしており、利益が少なくなっている。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月は選挙特需があり単月では回復したものの、当月は9月以前と変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前月に続き、余り大きなビジネスの話がない（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで商店街を歩きながら途中の飲食店を外からのぞいているが、新型コロナウイルス感染症発生前までの客入りには戻っていない。景気が戻ってきているといわれてはいるものの、満席にはなっておらず、8割程度である（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだ資金繰りの厳しい会社が多く見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・不要不急な物への判断が厳しくなり、財布のひもが以前にも増して固いという声を聞く。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業では、売上は前年と横ばいで、人件費、経費の増加が利益を圧迫しており、改善の見通しが立たない。大手企業又はその2次下請等の更に下請企業の人件費増加への配慮がほとんどみられない。対策強化を急いでほしい（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	・既存物件の値上げ交渉も保留となっている（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・年末に向けて動き出す時期ではあるが、引き合いの件数が前年比で減少している。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・全般的に下向きである。良い企業も確かにあるが、悪い企業の方が増えている。自動車の販売も低迷している。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原油価格の高騰が続いているので、現状維持をするしかない。

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
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・配達数量が減少するなか、配達先店舗も減少している。この傾向に歯止めがかからないため、厳しい状況が強まっている（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・スーパーを含む小売業では、値上げが大分浸透し、客が必要な物を吟味して買うため、売上がやや減少している。運送業では、燃料費の高騰が続き、深刻な人手不足により利益が減少している。不動産業は金利の上昇により販売が鈍くなっている。観光業は好調で、旅館、ホテル、レストランの売上が増加している。全体的には、賃金上昇が食品等の値上げに追い付かず売上が低迷している企業が多い（東京都）。
	▲	税理士	取引先の様子	・猛暑、残暑により秋冬の衣料品売上が低迷している。円安も続き、物価の上昇は国内の努力では収まりそうにない。仕入材料や賃金上昇を価格に転嫁できない業種は厳しい経営を迫られている。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先製造業の工場関係の動きが悪く、受注量が低調である。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末に向けての受注量が少ない。年度末に向けての見積案件も少なく、来年度の噂すらない。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は旺盛であり、まとまった案件も多数ある（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は3か月前比、前年比共に緩やかな増加が継続している（東京都）。
	○	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・人手不足は相変わらずだが、新規出店や新事業スタートなどでパートやアルバイトの募集件数は軒並み増えている実感がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・土日出勤や早朝夜間勤務など、比較的労働条件の悪い求人については、全くといってよいほど人が集まらない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末にもかかわらず、求人の動きが3か月前とそれほど変わらない。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・IT系やOAを使用する人材派遣、人材紹介共に依頼は堅調である。また、育休社員の代替として派遣依頼するケースが増えてきている。一方で、マッチする人材が少ないため、成約は比例して伸びてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・今月に関して、派遣就業者数は微増しており、例年秋以降は増加傾向で推移するため、特に大きな変化はない状況と判断している。契約終了数も例年より少ないままで推移している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人、求職者の状況は変わらず、労働者全体の感覚として、まだ景気回復に動ききれていない。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・求人の動きは高めで安定しており、景気はやや良い。しかし、求人数が増えたとしても、全ての企業で希望どおりの採用ができるとは限らない。そもそも採用ができる保証もない。これが変わらない理由かもしれない。人気のある業種や職種は良いが、人気のない職種はとことん採用ができない状態にある。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・年末に差し掛かっていることもあるのか、中途採用の求人案件が増えている。景気が良い状態が続いているからかと考えている（東京都）。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ぎりぎりのところで踏みとどまっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者数や就職件数は前年同月比で増加しており、新規求人数も微増している。企業の採用意欲は高いが、応募者が思うようには集まらないとの話をよく聞く。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内企業の求人数については、前年同期と比較して微減しているものの、求人件数は前年同期よりも増加していることから、求人需要は引き続き高く、企業の手不足感は解消していない（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人内容について、職種、人数共に相変わらず多いが、それに見合う求職者は半分程度で、適任者がいないため、苦勞している（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・中小企業の採用が厳しい（東京都）。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・景気の悪い分野と良い分野があるが、物価上昇の影響で悪くなる方に傾いている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・サービス業に関する求職者の動きが少ない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人はある程度あるが、人手不足が継続している。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・卸売業、小売業において、複数の廃業が発生している。
	×	*	*	*

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・会合や人が集まる行事も新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、予約状況が良くなっている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は葬儀の依頼が非常に多い。また、墓じまいの依頼も多い。跡を継いでくれる人がいないため、自分が元気なうちにと考える人が増えてきている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・10月までは気温の高い日が続き、冬物衣料の動きが良くなかったが、11月に入り気温の低下とともに、冬物衣料や防寒用品等が動き始めて売上増加につながっている。
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年比では売上は11%増加し、来客数は6%減少している。11月初旬に大型イベントがあり、3日間で60万円の売上を達成した。11月10日まで、春からずっと忙しく、ようやく一息ついたところである。地域の高齢者向けの弁当注文が2か所から入り、今後も他の地区の会合用弁当注文が入っている。これらをこなして令和6年を無事に過ごしたい。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の下げ幅が縮小傾向である。しかし、前年実績を超えるほどには至らない。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・衆議院議員選挙が終わり 幾らか落ち着いたようで、若干ではあるものの、販売量の増加がある。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・9月頃から諸物価が上昇して、急激に街の人がお金を使わなくなっている。やや落ち着いてきた様子だが、夏前の景気の良いときにはまだ戻っていない。仕入価格はかなり上がっているが、価格転嫁はなかなか難しい。
	○	タクシー（経営者）	来客数の動き	・若干ではあるが収入が上がったため、やや良くなっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・ツアー客、特に外国人観光客が大幅に増えている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・以前と違い、客が徐々に来なくなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・特殊事情ではあるものの、競合店舗が改装中のため、今までにない繁忙が続いている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の来客数は微増しており、単価上昇が1人当たりの買上点数減少を上回っている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数は減少傾向であり、徳用サイズやセール品の売上が伸びている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・コンビニを経営しているが、客は価格という点で、非常に厳しい目を向けているようで、どこで買っても定価のたばこ等の売上は伸びるが、逆に店によって価格に差がある物は、売上の伸びが悪い。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・例年と比べ、今月に関しては最低気温、最高気温共に高く推移したため、客の動きが割と良くなり、通常より良い状況になったが、気温が落ち着いてくると、余り変わらない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は年々減少しており、通期で5%ほど減少している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給が正常化したことに伴い、受注は増加傾向にある。	
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は目標をクリアしている。車両販売に関しては、以前から客の格差が若干みられていたものの、ここ最近、更に格差が大きくなった印象を受けている。これは車に限ったことではない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・売上の状況や客の様子等から、3か月前とほぼ同じ状態である。気候変動により旅行時期の変更はあるが、需要そのものは変わらずに堅調である。
	□	通信会社（社員）	来客数の動き	・インターネットの10ギガサービスがスタートしたが、問合せは予想したほど伸びていない。いまだ需要とのミスマッチがあるようである。
	□	遊園地（職員）	来客数の動き	・貸切営業や延長営業等を行ったものの、大型イベントの開催が少なかったため、変わらない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・食品の値上がりに伴い、全体的に消費意欲が落ち込んでいる。年末を迎えるが、客にアプローチをしても乗ってこない。相変わらず、必要な物を必要なときに購入するケースが多い。これといって売上の増える要素が見当たらない。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・事業者負担となる政策が多すぎる。毎年、人件費等の経費が増加しているため、このままでは小さな会社は存続できなくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は横ばいだが来客数が減っている。物価も上がる一方なので、依然として節約志向にある。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が大幅に減っており、厳しい状況である。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	単価の動き	・今月の売上は前年と比べるとやや伸びており、特に日本酒が伸びている。ただし、諸物価が上がっていることもあり、米が新米に変わって非常に高くなった分、信じられないほど売れない局面も出ており、原価の高騰に困惑している。米に関しては価格高騰がいつ収束するのかやや不安がある。日本酒の新酒も出始めているが、日本酒も米からできているため、いずれ価格が高騰するのではないかと懸念している。
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・秋の旅行客の入込客数も比較的良い状況で、新型コロナウイルス感染症発生前との比較で売上は119%ほどになっている。ただし、夏は猛暑だったこともあり、新型コロナウイルス感染症発生前との比較で131%の売上だったので、夏と比較すると減少傾向ではある。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ランチ利用の来客数はほぼ変わらないが、ディナーは大幅な減少傾向が続いている。宿泊も好調に推移しているものの、大人数の会合の動きが鈍く、結果的に悪い状況で推移している。
	▲	ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・以前と比べて、平日の来場の動きが鈍くなっていることに加え、優待券の金額も下げなければ、客は動かなくなっている。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・前年より良いものの、3か月前の来客数、売上に比べるとそれほどの勢いはない。団体利用が期待するほど伸びていない。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず、低迷している。街中の人も来店客からも明るさが見受けられない。当然、来客数は回復の兆しがない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・11月は企業、法人宴会が非常に悪い。11月後半の金曜日の22日、29日は本来であれば忘年会の動きが毎年出てくる日だが、今年に限っては忘年会という名目の宴席が1件もなかった。これはコロナ禍、新型コロナウイルス感染症発生前でも初めてのことである。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・今月は非常に悪い。9月は前年比99%で、10月が90%となっていたが、11月は現在のところ82%まで落ち込んでいる。9月以降、当社乗務員29人中、退職者が2人、長期病欠者が1人で、稼働率が非常に落ちている。
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	・恒常的な円安が続いており、大手メーカーが輸入のポジョレーヌーヴォーの取扱数量を控えた影響で、スーパー等が国産に乗り換えた結果、前年より引き合いは増加している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が止まっている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・仕事量は余り変わらないものの、コンスタントに受注につながる案件は発生している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・冬季に向かい、受注ベースが若干落ちているようである。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・景気全体では足踏み状況にある。製造業は中国景気の低迷やIT関連需要の回復の遅れなどから、生産は一進一退の状況にある。非製造業は観光関連の需要が増加し、全体の景気を押し上げているものの、人手不足やコスト増加が押下げ要因となっている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・当地の湖周辺は観光事業に携わる企業や事業も多く、業況は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきている。多くの事業所は原油価格の上昇や物価高騰の影響を受けている。
	▲	その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・僱事は集客、売上共に前年並みを維持できている。販売単価は製品価格の値上がりがあるために前年を上回るものの、購入客は2割減少している。高額品を求める客は少なくなっている。卸部門は低調で、小売店の店頭販売が売上不振のため、前年同月比20%ダウンとなっている。
	×	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・依然として、原材料価格や電気料金が高止まりしている上に、最低賃金の引上げもあって赤字になる。
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*
(甲信越)	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・相変わらず登録者が少なく、人選に苦労している。良い政策が打ち出されない限り、今後の経済復興は難しいかもしれない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月はイベントや観光客等の増加を主な要因として、サービス業では警備に係る求人が前年と比べて大幅に増加し、宿泊業や飲食店でも求人が増加している。製造業は半導体供給の回復により、関連する電子部品、デバイス、電子回路等製造業で大幅に増加し、新規求人全体で7か月ぶりに前年比増加となったが、就職件数は前年を下回って推移しており、景気判断がしにくい状況である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・製造業では現場作業者の求人は相変わらず多く推移しているが、重要なポジションとなる開発設計、生産技術、品質等管理系求人の伸びが悪い。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

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	◎	コンビニ（店長）	販売量の動き	・全体的に好調だが、特に販売数が増加している。1人当たり販売数の増加により客単価が上昇し、売上も増えている。
(東海)	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・秋に入り行楽客の増加が顕著であるほか、飲料など値上げの影響による単価の上昇がみられる。
	◎	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・今月は来客数が比較的良かった。ある程度成約もでき、ここ最近では動きの良い月となった。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・ハロウィンやブラックフライデー等ちょっとしたイベントがあるため曜日に関係なく繁華街に客足がある。特に最近各所にイルミネーションが飾られてムードが高まり、出足が良くなっている。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・政府の経済対策は動きが良くなっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・長く続いた暑さがようやく終わり、観光客は久しぶりに順調な動きとなった。秋の行事で観光客の動きは、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して90%程度回復している。個人客はおおむね新型コロナウイルス感染症発生前と同水準に回復している。団体客や観光バスは長い間低迷していたが、ようやく90%程度回復した印象を受ける。

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
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・気温が低下したこともあり、コートやダウンの需要は引き続き鈍いものの衣料品全般に動きが出てきた。円安に振れた影響かもしれないが、アジアや特に中国からのインバウンドが目立ち売上を伸ばしている。高額品も一時ほどの伸びはないが順調に売上を伸ばしている。一方、食料品には節約志向が見受けられ、閉店前の値引き販売を期待する客が多くなっている。お歳暮も件数を減らしたり、送料込みギフトへのシフトが進んでいる。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが好調である。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・寒さの到来が顕著なため、季節商材の動きが前年より活発である。ただし、米など値段が高くなっており物もあるため、その部分の消費は伸び悩んでいる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・おにぎりやアイスクリームが売れている。キャンペーンくじの動きも好調である。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・寒さが段々と厳しくなってきたため防寒衣料品の販売数が増えてきた。ただし、建設業の客は仕事が減少しており、まとまった注文が減っている。総合的には前年売上を僅かに超えている状況である。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・売上は天候に大きく左右され、寒くなってスーツを買い求める客が増えた。これまでと違い下見客ではなく購入客が多く、単価、売上共に上向いている。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は相変わらず微減だが客単価が上がっている。テレビやパソコンの買換え、セキュリティ機器の購入も増えている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車種が複数発表され、受注は増えてきた。自社の車は2～3年前と比べ価格が上がってきたが、他社の車も値上がりしており、それなりに予約は入っている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数は引き続き堅調に推移している。
	○	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・年末に向けて忙しくなっている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・宿泊はインバウンドのお陰で好調である。宴会も新型コロナウイルス感染症発生以前の水準に戻っている。レストランは、夜が弱い。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年明けの旅行受注が入ってきている。特に海外旅行の間合せが増えてきている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数はさほど伸びていないが、解約数も前月より落ち着いており、景気が良いとまでは言えない状況でも良くなっている感触がある。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・ウォーキング企画やクラウドファンディングへの参加者数は想定以上となり、台湾からのインバウンド等ツーリストの予約数も増えてきた。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・商店街への来客数は高止まりしており、週末は真つすぐ歩けないくらいの人出である。ただし、相変わらず客単価は低い。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・原材料価格の高騰が止まらず、物価高がずっと続いている。それに伴って可処分所得は伸びないため消費が停滞している。特に日用品以外の耐久消費財は全く売れない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は僅かではあるが減っている。花の価格も仕入値の高騰が続いているため前年より値上げせざるを得ず、食料品のようにどうしても必要な物ではないため、厳しい状況である。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客数は減少が続いている。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・お歳暮の早期予約が始まったが、物価高の影響もあり価格の安い物が好まれるようで、前年の単価から下がっている。消費者には支出をできるだけ抑えようとする様子がみられる。売上は維持できているが、客の財布のひもは固い。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数は増えているが、なかなか購買に結び付かない。

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
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・急激な気温の低下により秋冬向けの重衣料の販売が上向いている。9月から10月は停滞していた売上前年比が、3か月前と同水準まで回復している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・入店客数は好調に推移するものの、買上率が少し低下している。
	□	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・リニューアルした特選ブランド品や高級時計の売上は堅調であるが、値上げの影響等もあるためか、ファッション品や食品の動きが良くない。インバウンドも下がってきているが、地方のため割合は低く影響は少ない。
	□	百貨店（販売担当）	単価の動き	・客の購入マインドは前月と同様に高い。高単価商品の稼働はやや減少し比較的購入しやすい価格帯が稼働しており、物価高の影響も感じる。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品単価が上がっており、買上点数を上げるためチラシ等で安売りをしても安い物だけしか売れず、余分には買わないため売上が伸びない。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日の来客数は余り変わらないが、平日の来客数が大きく減少している。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上予算達成は続いている。年末年始も期待できそうである。
	□	スーパー（総務）	販売量の動き	・売上、来客数共に前年を若干下回る状況で、毎月じりじりと下がっている。
	□	スーパー（支店長）	お客様の様子	・販売価格の上昇が変わらず消費者は購買を控えているが、年末年始に向けては特需が期待できる。季節的にも寒さが厳しくなり、いよいよ冬物に動き出しがみられる。
	□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・前月に引き続き好調を維持している。特に交通拠点に位置する店舗ではインバウンドが目立っている。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月前半は気温の高い日が多く、飲料や酒類の販売が例年と比べて好調であった。後半は冷え込む日が増え、ホット飲料や中華まんなど温かい商材の販売が多くなり、売れる商品にメリハリがあった。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・来客数はやや増加傾向にあるが、値上げ商品に対する客の反応が悪く、売上を伸ばし切れない状況である。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・繁華街に立地しており、週末は多少にぎわうが平日はそれほど客入りのない状況がしばらく続いている。昼間はインバウンドが多少みられるようになった。
	□	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・11月の売上は前年比105.5%と好調である。衆議院選挙など大きなトピックスが発生したが、小売業界において大きなトレンドの変化はない。3か月前比で変化はないという実感である。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・ファッションメーカーからは、コスト高でこのところずっと売行きが悪く、季節感もなくなり忙しい時期がなくなっていると聞く。
	□	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・工場の来客数が減少し、自動車販売店への客が増えているように見える。新車購入時の初回車検まで整備パック販売などで町工場への来客が減っているのかもしれない。
	□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話では、物の価格が1.5倍くらいになっているため今必要のない物にはなかなか手を出しづらいつとの声を聞く。やはり生活防衛の意識が強く、景気が力強く回っているようにはみえない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くが生産停止になっており、販売可能な車種を売るだけであるが、その車種も納期が半年以上掛かるようになってきている。売りたいのに商談ができない状況が数年続いている。
	□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・相変わらず週末営業は前年から大きく伸長しているが、平日の夜が不調である。生活スタイルの変化であり、この基調は変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客は年齢層が高く年金生活の人もいる。新型コロナウイルス感染症で亡くなる人もいて、売上も減っていく状態である。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	単価の動き	・あらゆる物の価格が上がり、客も大変気にしている。一方、消費マインドはそこまで悪くなく、値上げした価格で商材は購入されている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月はやや良くなっている。賃金の上げ幅より物価上昇率が高いといわれているが、レジャー関係にも何とか消費が回っている様子である。秋の行楽シーズンで、9月から10月は旅行を控えていた人が今月は動いたと考えられる。前年比では10%ほど来客数が増加している。
	□	旅行代理店(経営者)	それ以外	・気候の影響で野菜が値上がりし、米の価格も高止まりしており、諸物価の高騰で消費意欲が低下している。昼のオフィス街では相変わらず500円弁当に行列ができており、財布のひもは固い。
	□	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・秋の行楽シーズンもピークで、旅行申込数や旅行者数はかなり多くなっている。一方、物価高騰や商品値上げが止まらないため消費の部分は節約して予算内に抑えて旅行している様子である。今年前半に比べて、景気は伸び悩みの状態である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー客の利用状況に大きな変化はない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・機器等の値上がりが見込まれるなかで、オンプレミスからクラウドリフトへの動きが強まっている。
	□	通信会社(サービス担当)	お客様の様子	・家計負担を少しでも減らしたい客が多く、固定電話を解約する人が増えている。ただし、電話がないと不安だと、解約後に再度申込み高齢者も多い。
	□	テーマパーク (職員)	単価の動き	・入園者は微増で、客単価にも変動がなかった。
	□	テーマパーク職員 (総務担当)	来客数の動き	・今月は気候の良さに加えて各種イベント開催の効果もあり、前年よりも集客が伸びている。今年初めて月次目標値も達成見込みである。
	□	観光名所(案内係)	単価の動き	・これだけ天候が不順だと外出する人が少ない。
	□	ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・入場者数は前年同月とほぼ変わらず推移している。3か月前と比べると、今はゴルフシーズンで入場者数は多い時期であるが伸び悩んでいる状況である。ここ数か月間景気は変わっていない。
	□	美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・引き続き商品キャンペーンを実施しており、この時期に1年分の商品をまとめて購入する客がいるため、これまでと余り変わらない。
	□	美容室(経営者)	お客様の様子	・客からは物価上昇を嘆く声を聞く。特に食品の値上がりが家計を圧迫しているという声が多い。
	□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・良くなる兆候は全くない。小規模案件が僅かに発生するのみである。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・建築資材の高騰や職人の人件費高騰により、横ばいである。
	□	その他住宅[不動産賃貸及び売買] (営業)	販売量の動き	・閑散期になっているためかなり厳しい状況が続いている。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・いろいろな商業施設でも客入りが少ない。主食である米を始め余りにも食品の価格が上がりすぎていることが原因とみる。
	▲	百貨店(売場主任)	単価の動き	・来客数は変わらない。土日は家族連れの来店が増えているが、土日の売行きが良いと反動で月曜日の売上が悪くなる。高額商品の売行きが悪く、5万円以下の商品が多く売れている。
	▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・購入点数、購入意欲が低下している。
	▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・ポイントアップセール等でのまとめ買いで、通常時は買い控えが続いている。
	▲	スーパー(店員)	販売量の動き	・来客数は変わらないが販売点数が落ちている。野菜類が高値のため購入意欲が落ちている。
	▲	スーパー(店員)	単価の動き	・一気に冷え込み鍋関連商材の肉や野菜などの需要は高まったが、猛暑の影響でキャベツや白菜などの価格が高止まりで、半分若しくは4分の1などカット野菜の購入が多くみられる。
	▲	コンビニ(店長)	来客数の動き	・年賀ハガキの低迷など来店動機が減っている。価格競争力で劣るコンビニには足が向かない客も依然多い。新規の宅配サービスもカンフル剤とはなっていない。
	▲	コンビニ(店長)	来客数の動き	・物価高の影響で節約志向が強まり、少しでも価格の安いディスカウント店へ足が向く傾向がある。

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
	▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・メーカーから最近特に同業者で廃業が多いという話を聞く。客からは、以前は百貨店まで出掛けていたが負担になってきて外出は通院くらいという話を聞く。客に合わせた仕入れをしており、一見客からリピーターになる客もいる。現金支払のみの路面専門店で客層は良いが、比較的高額商品が多いため売上は変動幅が大きい。
	▲	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・滞在時間が短く必要な買物が終わればすぐ帰る客が多い。無駄な買物はしたくないようである。
	▲	家電量販店 (営業担当)	単価の動き	・寒くなる時期が遅かったためか冬物商材の動きが緩やかであった。調理家電の販売単価は良かったが、他の家電は全般的に単価が厳しかった。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・年末に向けて動きが悪くなっている。これといった話題車もなく、盛り上がり欠けている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・国内でもどんどん貧富の差が広がっている。特に年金生活者は、最近の物価高騰により生活が厳しくなっている。
	▲	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・衆議院選挙、米国大統領選挙や地元の首長選挙などが重なり、来店客の動きが鈍い。社会情勢への不安から節約志向が強くなり、消費意欲が減退している。
	▲	その他専門店 [書籍] (社員)	販売量の動き	・円安の影響で輸入商品価格の高止まりが続き、販売量が伸びない状況が続いている。
	▲	一般レストラン (経営者)	それ以外	・アルコール等の飲料を始め食材の仕入れは大きく上がっている。手に入らない物もある。
	▲	その他飲食 [仕出し] (経営者)	お客様の様子	・世界的な政治の不安定感が消費者心理に作用している。
	▲	旅行代理店 (経営者)	お客様の様子	・11月出発分までは中間層の客にも動きがあったが、12月から春休みにかけて予約の動きが非常に悪い。客の話では、円安がやはり懸念材料になっている。旅行商品自体も高くなり現地の物価も高い。ハネムーンの行き先が国内に移行しており、海外ハネムーンは僅かな市場のみ動いていて需要回復はかなり難しい印象を受ける。国内旅行市場は、大手ネットサイトから自分で手軽に手配できるため旅行会社は負けてしまう。ウィンターシーズンの北海道リゾートも、ホテル代が高すぎて日本人には手が出ないくらいの価格まで値上がりしている様子である。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・具体的な経済政策がみられず、客足が悪い。
	▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・冬季になり閑散期である。
	▲	パチンコ店 (経営者)	来客数の動き	・毎年この時期は来客数、売上共に1年を通じて最も少なくなる。
	▲	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)	単価の動き	・原価が高騰している。
	▲	設計事務所 (職員)	お客様の様子	・客から景気の良くなるような話を聞かない。
	▲	その他住宅 [住宅管理] (経営者)	それ以外	・物価高騰が当たり前になり、高い価格が定価になりつつある。水道光熱費やガソリン代等も下がらず、スムーズな受注には至っていない。前年と比べても受注量が減っている。景気回復にはまだまだ時間が掛かる。
	▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	お客様の様子	・業務縮小や値下げ依頼の話は出るが、新規案件は全くない。
	×	一般小売店 [結納品] (経営者)	販売量の動き	・原因は分からないが、今月は非常に売上が悪かった。
	×	スーパー (店長)	単価の動き	・前年の客単価を割り込み始めてきた。
	×	美容室 (経営者)	来客数の動き	・暑さが続いたと思えば急に寒くなり、高齢化している客はなかなか外出しない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・客は、金利が上がることを心配して買い控えている様子である。

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
	×	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・ハウスメーカーでもかなり苦戦していると聞いた。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量 の動き	・季節的な青果物や農産物の動きが活発になり、その他の物流でも少し荷動きが良くなった。3か月前と比較すると景気は良くなっている。
	○	一般機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・今月は東南アジア向けに半導体用設備への投資が急激に増えた。一方、欧米の半導体用設備への投資は余り増えていない。
	○	輸送用機械器具 製造業(品質管 理担当)	受注量や販売量 の動き	・来年初頭の受注に向けて、部品等の注文が入り始めた。
	○	広告代理店(制 作担当)	取引先の様子	・長い猛暑が続く秋が短くなっているためか、秋季イベントやセールは今一つだったが、ブラックフライデーが始まり人出は増えてきている。
	○	会計事務所(職 員)	取引先の様子	・決算期を迎えて決算ボーナスを支給する法人が増えている。
	○	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	・取引量は前月より少し減少したが、それほど悪い状況ではない。新規の案件が入っていない点は心配であるが、他社はずっと下がっているという話を聞く。
	□	食料品製造業 (社員)	受注量や販売量 の動き	・販売量、受注量共に前年と比べて大きな変化はない。
	□	化学工業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・現状では大きな需要動向の変化はない。
	□	化学工業(総務 秘書)	それ以外	・食料品を始め全てに物価高を感じるが、賃上げも行われているため金の動きとしては好循環にある。経済対策として低所得者層への支援が挙げられているが、報道を通じて聞くだけで街の景況感からは伝わってこない。
	□	鉄鋼業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・年末に向けて荷動きが活況になるべきところが全くその傾向はなく、むしろ10月以降も荷量が徐々に落ちている。
	□	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・今後国内や米国の選挙後の影響が出てくるだろうが、前月と比べ特段変化はない。
	□	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・前年比5%ほど増加しているが価格の上昇によるものであり、生産量は横ばいが続いている。
	□	輸送用機械器具 製造業(管理担 当)	それ以外	・相次ぐ値上げや野菜の価格高騰で、消費者はやりくりが難しい。
	□	建設業(役員)	受注量や販売量 の動き	・建設業の請負としては、成約は予定どおりだが利益率の低下が課題である。住宅販売に関しては、年末が近くなり客の動きは鈍くなった印象で成約数も伸び悩んでいる。
	□	建設業(営業担 当)	取引先の様子	・業務の見積依頼等は受けるが金額によっては見送っている。公共関係の入札や見積りの提出時にも、来期の予算がかなり削減されるという話を聞く。景気はどちらかというと下向きであり、少なくとも上向きの様子は見受けられない。
	□	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・国内の日用雑貨、工作機械関連や建築資材関連など幅広い荷主で、物量ベースでは前年比5%ほど減少している。
	□	輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・物流の2024年問題により車両不足でかなり苦勞するとみられたが、4月以降は若干受注量が減っている。荷主の話では、生産量自体が落ちているため出荷量も減っているとのことである。生産量減少の原因は分からない。
□	輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・輸送コストや人件費等は上昇しているものの、運送業界にはその恩恵がない。逆に、国内物量は鈍化傾向で経費等の圧縮を迫られている状況である。	
□	輸送業(エリア 担当)	競争相手の様子	・同業他社では荷物の伸びが鈍化していると話しており、自社の印象も同様である。例年は年末に向けて1番の繁忙期であるが、11月末時点でも年末の予想がつかない状況である。	
□	通信業(法人営 業担当)	それ以外	・地元の首長選挙があり、市民は家計だけではなく将来について真剣に考える機会を持った。候補者の施策では景気回復は期待できず、現状維持が精一杯である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安による物価上昇に伴い消費行動をセーブする状況が続いているが、年末年始が近くなって少し活気付く気配もみられる。業種によって景気が違うため判断しづらい面もある。
	□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設関連の中小企業においては、競争入札の激化や賃上げに伴う一般管理費の増加により、利益率が低下している。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く寒さが緩やかだったこともあり、前月同様に外出や遠出をする人は増加傾向である。今月の売上も前年を上回る状況となっている。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	取引先の様子	・新規の設備投資や買換え時に、値引き幅に限界があるため新古品のメンテナンス機器を提案される。通常の販売では購買意欲に結び付かないため、売手も試行錯誤している様子である。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価高騰により生活者の購買意欲が一段と低下している。本当に必要な物しか購買しない傾向があり、嗜好品の消費意欲は極めて弱い。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・製品の値下げ要求はないが、製品寿命を延ばすための品質改良を望む声が多くなっている。客には取引先からコストダウンの要求が来ているようで、厳しさが増している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少傾向である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・足元では仕事の動きが余り良くなく、受注残が目減りしている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・人材不足の影響か、販売量も減少傾向にある。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・最近特に日々の食品購入での支出割合が高まっており、他の欲しい物が購入できない。食費の節約ばかりを考えていると、消費マインドは改善しない。
	▲	金融業（従業員）	それ以外	・食品や日用品、各種料金など身の回りで物価上昇が止まらない。賃金の引上げは追いついていないようにみえる。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・最低賃金の引上げで人件費が増加し、企業の収益性は少し低下している。郵便料金の値上げや中東情勢の影響で原油価格が不安定なことにより、物流コストも増加している。個人消費もやや低下しており、特にBtoCのビジネスを展開している企業では、売上の伸びも鈍化傾向にある。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先全般で設備投資が極端に減っているため、当社の売上も大幅に減少している。
雇用関連	◎	—	—	—
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・11月より求職者の動きが活発となり、成約数が前年比30%上昇した。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会での利用が増え、求人数が増えている。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・引き続き物価高の影響もあり好転の気配はないが、新しい政権に若干の期待を抱く企業も少しみられる。ただし、米国大統領選挙の結果により輸出産業では関税等への影響を危惧している企業も少なくない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は引き続き多いが、採用条件に時間、経験、資格等で特殊な要素があると採用できない状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・ポジティブなニュースを見聞きしない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・引き続き客からの依頼数は高い水準を維持している。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・新車販売が堅調なメーカーもあるが、別の大手自動車メーカーでは認証不正問題の影響で再び生産ラインが止まり、引き続き苦戦している。中小企業が抱える問題として、人材の雇用維持、円安による物価や燃料価格の高騰等があり、継続的な課題である。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・衆議院選挙後も期待された景気対策がみえない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・国内外での選挙結果によって金利や物価など経済にいろいろな影響が出始めている。しかし、大きな傾向としては変わっていない。
	□	職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・売上が上がる一方で光熱費や原材料価格の高騰により利益率は低下しており、工夫により何とか黒字を保っているという企業が相変わらず多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の新規求人数は、建設業では微減となったものの、製造業、運輸業、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業、医療福祉では軒並み増加した。結果的に全体の新規求人倍率は、0.17ポイントの微増であった。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・半導体関係の製造業からは、業績好調で今後の業務量も確保しているという明るい見通しも示されたが、サービス関係事業所からは、原材料費の高騰を価格に転嫁できず経営が苦しいという声を聞いた。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・上期で採用できず下期も求人を継続しているが、企業側の求める要件と転職希望者のスキルがマッチしないため求人が残っている状況である。
	□	その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	周辺企業の様子	・給料は上がっているが、それ以上に物価も上がっているため、景気が良くなっているとは考えられない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・既存の派遣社員で1月からの転職希望者は前年より減少傾向にある。派遣先での直接雇用や派遣元での無期転換が増加している。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3か月前と比べ倒産や人員整理に伴う早期退職など業績不振による離職者が目立った。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数を前年同月比でみると、総数では15か月連続で増加しており、特に高齢者の滞留が増加している。
	×	—	—	—

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	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・企業や旅行会社ツアーの団体予約が好調である。稼働率は5か月連続で前年を上回り、好調を維持している。
(北陸)	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年と比較して紅葉が遅いこともあり、前年よりも人通りが気持ち少なめである。また、高額な美術品も前年と比べると若干動きが鈍く、売上自体もやや低い。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ようやく秋冬らしい気候となり、高単価商品が動き出している。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・冬に強いエアコンへの買換えが多くみられる。冷蔵庫なども、省エネ機能や食品ロスを防ぐために野菜が長持ちする機能のある、高単価なものの販売が好調である。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・車両販売の受注状況に少し改善傾向がみられる。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・紅葉の時期が比較的長く、人出も多いようである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・秋の観光シーズンが終わり、インバウンドが減る11月は例年人出が少なくなるが、今年もその傾向が駐車場の利用状況からうかがえる。売上面では、クリスマス商戦が始まっており、宝飾品や高級衣料品が動き出しているほか、飲食は安定している。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・前月と比べると売上は上がっているが、前年と比較すると下がっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月は奥能登豪雨災害の影響で消費マインドが冷え込み、徐々に前年実績を割り込んだが、今月はその反動が出ている。お歳暮の受注が低迷している食品以外の商品群では前年を上回り、店全体としても新型コロナウイルス感染症発生前の2018年の実績を超える見込みである。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数、客単価共に大きな変化はないが、鍋に入れる食材の需要で少しずつ客単価が上がっている。

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・多少客単価の上がり下がりはあるが、来客数が伸びていないため売上金額に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・平均客単価が全店で前年比5%前後低下している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・肌寒い季節となり、本格的に秋冬商材が動き出している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順が続き、売上は一進一退である。なかなか好転しない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（本部）	来客数の動き	・来客数の減少が大きいため、商材の単価はアップしているが、売上をカバーできていない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年どおり、公共施設で新車購入イベントを実施した。来場者数は前年比120%と増加したが、販売量はほぼ同数であった。まだ景気が良くなっているとはいえない状況である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新車販売、自動車整備共に、売上は好調をキープしている。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・例年、月末にかけてタイヤ交換のピークを迎えるが、今年は降雪情報がなかったことも影響しているのか、履き替え作業依頼が少ない。タイヤの販売本数も厳しい状況で、年数の経過したタイヤをそのまま使用する客も多い。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・物価高、不安定な国内政治と世界情勢など全てがマイナスに影響しているのではないかと考えられるくらい厳しい状況である。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・気温の低下とセール開催の時期が重なり、11月は冬物のまとめ買い傾向がみられ、販売量が増加している。衣料品については10月が不調であったため、その反動とも考えられる。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店は客の年齢が高いため来店が減って静かな日が多いが、前年同月の売上より1割程度良い状態である。ただし、ボトルの仕入価格が値上がりした分料金も上げているため、その分売上が増えているとみている。当店周辺は静かな日が続いているが、駅周辺などは大変混雑していると聞いている。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の影響を受け現在休業状態で、再開までかなりの期間を要する。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門は、インバウンドの伸びが国内団体宿泊者数の減少を上回り、売上は増加している。宴会部門は、学会の開催などで宴会件数も増えているが単価は伸びない。レストラン部門は、今月に入り急に来客数が減少した。消費者は外食を控えているとみている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・平日も観光客が多く、特に外国人観光客が今までより増えている。夜の街も週末を中心に入出が多い。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの要望に特に変化がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの契約獲得数が前年同月と比べて下回っている。また、解約数については、前月に引き続き、前年同月より増えている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	単価の動き	・低価格プランのニーズは相応にあるため、訴求を継続する予定である。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べて、来客数は団体客、個人客共に横ばいの状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	お客様の様子	・企業出張向けの案件が出てくるようになったが、本来の会員増加が見込めていない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・能登半島地震による震災需要は一段落したが、来年4月の改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による安全基準や省エネ基準の強化により、建築費がアップするとみている。今のうちに工事をしようとする人も少しずつではあるが出てきている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震関係の受注が他県での落ち込みをカバーしている。リフォームの受注数は、北陸3県全てで計画を上回っている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅展示会を開催しても来場者の動きが鈍い。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・感覚的には景気は若干下降気味な印象だが、実質的に大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・人出はそれなりにあっても、さほど売上に結び付いていない。商品の値段が上がっているため、本来なら客単価も上昇するはずだが、現状では下がっている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・前年と比べて販売数、売上共に減少している状態が数か月続いている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・11月中旬くらいまで気温が高く、ダウンコートやロングコートといった従来の重衣料の動きは悪い。一方で、気候に合わせた半袖、裏地なし、ジャコットと呼ばれるショート丈の商品は動きがある。また、マフラーやブーツといった冬のおしゃれを楽しむアイテムも動きが良い。
	▲	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が減少しているが、購入客数も更に減っている。生活に必須の食品も苦戦している。衣料品や食品などの単価上昇で、客単価はやや上がっているが、売上拡大につながらず。商材の複数購入率も下がっており、衣料品などの高額商材や生活必需品以外の購入が減っている。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・生活必需品の高騰により、客単価は伸びているが、販売点数が減っている。
	▲	スーパー（店舗管理）	単価の動き	・商材の単価が上昇しているため、景気は悪くなっている。
	▲	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末の来客数の減少が著しい。これまでピークであった時間帯に人が入らないケースもある。販売動向からも、物価高による買い控えが顕著にみられる。
	▲	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・年末年始の出費が多くなる時期を控え、11月は外食頻度を抑えている様子である。また、前年同期と比較しても、物価高により可処分所得が減り、外食に掛ける金額や頻度が減少しているようだ。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・利用客が減り、売上は冷え込んでいる。
	▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・例年と比べると来客数が減少している。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・地元新聞が12月から700円の値上げを発表するなど、あらゆる分野で物価が上がっている。そのため、消費者の節約志向は高まっており、低価格の店に顧客が流出している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
企業動向関連 (北陸)	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・7月に販売価格の値上げを実施したが、それ以降も販売量、受注量が落ちることなく、堅調に推移している。
	○	金融業（融資担当）	受注価格や販売価格の動き	・製造業で原価管理の見直しに基づく価格転嫁が進んでいる。また、飲食業や小売業は、インバウンドの増加もあり、全般的に価格が上昇している。
	○	司法書士	取引先の様子	・宿泊施設、飲食関連事業者からは、年末の予約が一杯だと聞いている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・顧問先の小売業や飲食業は変わらず好調で、特にインバウンドにより活況である。また、製造業なども受注状況が良く、受注残を抱えている会社が多い。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災からやがて1年経過するが、生産供給体制はおおむね回復したものの、主力商品の中には、受注量が被災前の水準に戻らない物が多数あり、厳しい状態が続いている。
	□	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。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が変わらない状態が続いている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年初頭から、工作機械の販売金額は前年同月と比較して下がり続けており、この傾向は続くともみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客の開発案件が若干活発になっているため見積りは増えているが、最終的に製品化まで至らない状況が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・国や自治体などの補助金施策が一部あるものの、限定的であるため、受注量に大きな変化はない。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者から活発な話が聞かれない。法人客の動きが非常に悪い状態である。
	▲	輸送業（経理）	それ以外	・物価の上昇傾向が止まらないため、経営に有形無形の影響が出そうである。

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
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北陸)	□	新聞社〔求人広告〕(営業)	周辺企業の様子	・新聞広告におけるスポンサーの財布のひもが固い。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者数はほぼ横ばいの状況である。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求職者数に大きな変化はみられないが、有効求人数は前月比約3%増加し、有効求人倍率も微増の傾向にある。大手企業を中心に売上や利益が増加し、決算状況も好調で、設備投資や求人募集に意欲的である。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・人手不足感が継続している。不人気の業界のなかでも、特に中小企業は常に募集をしているものの人が集まらず、3か月前と状況は変わらない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

8. 近畿(地域別調査機関:リ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	◎	観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・11月は団体客、個人客共に、好調に動いている。宿泊単価は上がっているが、それでも高稼働率で推移している。
(近畿)	◎	都市型ホテル(客室担当)	単価の動き	・円安の影響でインバウンドの宿泊費が上昇している。紅葉シーズンも重なって、高単価での販売が続いている。
	○	商店街(代表者)	お客様の様子	・平日、週末に限らず、人出が増えてきており、売上も少しずつ伸びている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・インバウンド効果の直接的な影響で、売上は3か月前よりも18%増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・11月後半から進物の動きが良くなっており、このまま良い形で年末商戦を迎えたい。
	○	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・3か月前の8月は、急激な円高の進行や株価の大幅な下落などで、非常に厳しい月であった。9月も同じく売上が低迷し、10月に入ってようやく回復傾向となった。この11月はインバウンド売上も順調に回復しているが、外商を除く国内売上は10月に比べると良くない。
	○	百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・秋も深まり、衣料品の実需期となっている。客単価の上昇と、購買率の低下傾向は変わらないが、これまでの不振を少しカバーする形となっている。
	○	百貨店(管理担当)	来客数の動き	・化粧品など、多少は好調な商材もみられたが、業績全体をけん引するまでには至っていない。
	○	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・物価の上昇という要因もあるが、国内の中間層による消費が活発で、3か月前と比べて売上は5.4%改善している。気温の低下により、付加価値の高いファッション商材や、食に特化した催事、総菜、おせちなどの受注が好調に推移した。また、富裕層の動きでは、特選品や美術品、時計がクリスマス商戦を控えて好調に推移するなど、国内市場が良くなっている。インバウンド消費は3か月前と同様に、客単価は低下しているが、来客数が増えており、売上の前年比は30%増を維持している。
	○	百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・気温の変化とともに、婦人服や紳士服のファッション関係の店頭売上が、3か月前よりも5%程度増えている。外商売上も、ラグジュアリー関連や金製品が好調に推移し、3か月前よりも約20%増えている。さらに、来客数も増加傾向にある。
	○	百貨店(売場統括)	お客様の様子	・実需期に入り、ファッションを中心とした消費が大幅に回復した。前年比でも、富裕層による売上が10%増えている。
	○	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・店舗の改装効果により、来客数が前年比で116%と伸びている。

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）	来客数の動き	・賃金の上昇で客の購買力は上がっている一方、先行きへの不安から価格には敏感になっているため、値上げへの反応が大きい。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・月末に公共料金の支払に来たついでに、買物をする客が多い。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・11月中旬頃から、それまでの暑さから一気に冬らしくなり、秋冬商材の販売が加速した。前年と比べて単価は少し低いものの、販売数は前年比で130%超と大幅に増えている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・商品の単価を期間限定で下げたり、セール期間を設けたりして、来客数の増加を図っている。それに伴い、来客数が増えている。
	○	その他専門店【ドラッグストア】（店員）	お客様の様子	・売上は前年を上回り、買上点数、客単価共に改善している。物価は上昇しているが、客には殺伐とした雰囲気余りない。
	○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・前年と比べて、高単価での販売となっている。客室稼働率はやや前年を下回っているが、売上は上回っている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・紅葉のシーズンに入り、3か月前よりも客室単価が約1万円上昇している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・客室単価が上昇しているほか、団体客の受注も多く、11月の稼働率は90%に達する見込みである。夏に低調であったレストラン部門も、年末に向けた冬のプランの受注が増えている。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・客室部門は前月に続いて好調である。客室稼働率は88%ほどであったが、比較的安価な修学旅行の団体客が多かった一方、ビジネス客や個人の旅行者の単価が高く、10月の売上を上回った。レストラン部門は利用客が1日平均で54人となり、コロナ禍以降では最も多い月となっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・年末を控え、少し慌ただしくなっている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・他社からの乗換え客の純増を目指すキャリアの方針により、出張販売の回数や客との接点が増え、販売量が増えている。
	○	その他住宅【展示場】（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比較して、住宅展示場全体の成約数は増加傾向にある。
	□	一般小売店【衣服】（経営者）	販売量の動き	・販売量が前年と比べて落ちている。11月に入っても暖かい日が続いたことが要因であるほか、物価の上昇により、必需品ではない衣料品には買い控えもみられる。
	□	一般小売店【化粧品】（経営者）	単価の動き	・11月は初旬から前年の売上を上回る動きが続くなど、前月からは回復傾向にある。商品としては、クリスマス商戦のコフレが前年比で5%の売上増となった。来客数は前年に及ばないものの、客単価が3%増となり、売上全体は前年比で1%から2%の増加となった。電鉄グループが新たな化粧品ショップをオープンしてから、周辺の店舗はやや苦戦しているが、関西の中心地にある店舗の売上は、軒並み1けた台後半の伸び率となっており、12月の動きが期待される。
	□	一般小売店【野菜】（店長）	お客様の様子	・野菜の値段が上がっており、売行きが悪い。値下げを行った商品から売れていくため、偏った売れ方となり、売上は芳しくない。
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月は気温が高く、衣料品を中心とした季節商材が苦戦したが、11月に入って一気に気温が下がったため、冬物衣料が動き、売上に貢献している。
	□	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・8月は厳しい暑さが続き、秋物ファッションへのシフトが遅れた。11月も気温の低下が遅れたことで、秋物ファッションの本格稼働時期が後ろにずれている。
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・天候不順の影響もあるのか、冬物衣料の購買動向が芳しくない。
	□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上の伸びが鈍化している。気温が下がらないため、冬物商材の売上も芳しくない。海外の高級ブランド品も商品がそろわず、それほど売上は伸びていない。
	□	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・気温の影響もあり、冬物商材の動きが少し鈍い。気温が低い日は冬物商材の動きも増えるが、気温の高い日も多く、一進一退の動きとなっている。

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
	□	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月はようやく気温が低下し、秋冬商材も動き出したが、気温が高かった前月の低迷分を補うほどの活発な動きではない。気温も低下してきたとはいえ、高い日もあるなど、防寒意識は十分に高まっていない。一方、インバウンドは順調に動いており、売上全体の底上げに寄与している。
	□	百貨店（マネージャー）	競争相手の様子	・野菜価格の高騰による影響もあるが、食料品は農産物や精肉を扱う道の駅が近隣にオープンしたほか、競合スーパーの食品フロアのリニューアルもあって苦戦している。また、お歳暮ギフト関連も苦戦しているが、急激な冷え込みで衣料品関連が好調に推移しており、全体としてはほぼ想定どおりの売上となっている。
	□	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・9月以降はラグジュアリーブランドを中心に、インバウンドの売上単価が低下し続けている。直近の円安傾向で売上はやや回復傾向にあるものの、上半期の勢いには追いついていない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・単価は上がりつつあるが、当店は前年の実績が悪かったこともあり、一概に景気が良くなったとは判断できない。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の商品購入時の行動が、より慎重になっている。食品広告の目玉商品の購入時も、慎重に選ぶ動きがみられ、無駄な購入をしない客が増えている。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ブラックフライデーは気温の低下もあって比較的好調となるなど、生活にも根付いてきたようである。このままクリスマス、年末商戦にも期待したいが、物価の上昇による節約意識の高まりもあり、メリハリのある消費行動になると予想される。
	□	スーパー（企画）	来客数の動き	・気温の低下もあり、季節商材が売れるようになっている。
	□	スーパー（企画）	販売量の動き	・商品の値上げが続くなか、今年初めて買上点数が前年を上回った。ただし、最低賃金の引上げで人件費が増えた結果、増収減益となりそうである。今後は、各社が店頭価格を上げざるを得ない状況となる。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルの客室稼働率はほぼ上限に達しており、この数か月は来客数も高水準のまま特に変化はない。客単価もこの数か月はほぼ同じ水準となっている。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・従来のセルフレジは利用率が17%から20%であったが、たばこや酒が買えて、釣銭対応も可能なセルフレジに切り替えてからは、利用率が65%から70%に上がっている。3台を1セットで運用することで回転率が良くなり、待ち時間が少なくなるため、客にも喜ばれている。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇や、自転車の酒気帯び運転の罰則新設などで、居酒屋などの来客数がかなり減っている。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品価格が上がった効果が出ている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、販売量、来客数、単価共に大きな変化はない。
	□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・一気に寒くなり、温かい商品が好調に売れ出したが、売上に大きな変化はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は少ないながらも、寒くなったため、冬物商材を求めての来店がみられる。ただし、財布のひもが非常に固い。
	□	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・景気は良くなる傾向にあるものの、現在は足踏み状態となっている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は売上目標を下回る見込みである。新車は人気車両の配車が遅れているほか、従来の人気車両の需要も一巡している。その一方で新たな人気車種は出ていないため、販売台数が減少している。ただし、中古車は売上目標を上回る結果となっている。全体としては、客の高齢化が進んでいることもあり、新規客が増えるか、人気の車両を確保できない限り、販売台数の増加は難しい。
	□	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・円安が進み、輸出額が増えることを期待している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が引き続き低調で、回復の兆しが無い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・米の値段が上がり続けており、他の食料品の販売にも影響が出ている。それが落ち着かなければ、今の厳しい状態が続く。
	□	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・値上げによって売上が増えている一方、販売量は落ちている。
	□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・原油価格の低下などで、ガソリンの販売量は前年比で増えているが、特に景況感の変化はない。
	□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・売上に大きな変化はないが、僅かに増えているのは、価格の値上げが原因としか考えられない。
	□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、これまで低調であった医薬品や衛生用品の動きは上向いているほか、化粧品や美容関連も順調に推移している。ただ、食品や日用雑貨などの生活必需品は横ばいとなり、売上全体としても低調な水準となった。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、買上点数が若干減少している。
	□	その他小売 〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・受注量が例年と変わらない。
	□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・気温の低下で衣料品が動いているが、クリスマス関連やお歳暮、おせちといった季節商材の動きが戻らない。インバウンドの動きもそれほどなく、大きな変化はないため、売上はほぼ前年並みとなっている。
	□	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ここ1年で最も良くなかった3か月前の売上と比べれば、少し良くなっているが、仕入価格や人件費などの経費の増加を考えると良くない。ここ数か月は、売上や来客数が安定しない一方、仕入価格は更に上がっていることから、何とか踏んばって経営している。
	□	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・前月は少し良くなったが、今月はその改善分が元に戻り、3か月前と同じような販売量となった。前月と比べると、客単価は同じ水準を維持しているが、来客数の伸びは鈍化している。
	□	その他飲食 〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・新しい企画が始まり、単価は上がっているが、その影響はカバーできている。
	□	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・明確な売りがあるかどうかの販売のポイントとなっている。それが打ち出せていない宿は不利であり、客が見極めようとする雰囲気は顕著となっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・当地域の場所の問題か、インバウンドが増加傾向にある。
	□	その他住宅 〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・状況の悪化はみられないが、好転する材料もなく、横ばいの動きが続いている。
	□	その他住宅 〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲市場では、高価格物件は富裕層や高所得層による安定的な市況となっている一方、郊外を中心とした低価格物件の動きには悪化がみられる。
	▲	一般小売店 〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の売行きや商談の動きに、明るい兆しがみられない。
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・11月28日までの来客数は、前年比で0.2%減となっているが、売上は1.2%減と、来客数以上に減少している。以前からの傾向であるが、生鮮品では単価の高い牛肉の売上が苦戦しているほか、総菜も高級ブランドが苦戦しており、買い控えによる単価の低下傾向が顕著になっている。
	▲	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・新規の催事やポイントアップイベントの積極展開、新ショップのオープンなどで、来客数は前年を上回ったが、売上は約3%減となった。日中の寒暖の差が激しいため、ストールや帽子などの婦人雑貨のほか、婦人服は好調に推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・気温が高めに推移したため、婦人、紳士、子供の各部門の冬物衣料が不調となり、雑貨だけが少し好調であった。食関連が中心の物産展は前年比で増収となり、その影響で来客数も微増となったが、買い回りが少なく売上の減少を招いている。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・この時期では今までにないほど野菜の値段が上がり、売行きに響いている。その代わりにカット野菜はよく売れた。寒くならず暑い日が続いたため、割と小さな野菜が多い。
	▲	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・11月に競合店が2店舗オープンした影響が大きく、集客、売上共に減少している。また、青果品の相場上昇による値上げの影響で、売上単価は伸びているが、生活に必要な商品以外の買い控えにつながり、買上点数は減っている。
	▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・全体的な値上がり傾向に対して、来客数は前年並みで推移しているものの、客単価の落ち込みがみられる。買い控えの動きのほか、セール品を求めて買い回りする客が増えている。また、人手が不足している店舗も多く、売場のレベルの維持に苦労している。
	▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・春の賃上げ効果や商品価格の上昇などにより、これまでは食品を中心に比較的堅調な売上が続いていた。ただし、前月頃から客の節約志向が高まっている。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・観光客は以前と変わらず、毎日多数の来店がみられる一方、昼のランチタイムでの、近隣の会社員による来店は減っている。近くに飲食店が増えた影響を受けているほか、おにぎりや弁当類のかなりの値上げが進んでいるため、コンビニの商品も手軽に買える価格帯ではなくなっている。
	▲	家電量販店（経営者）	それ以外	・暖冬の影響により、給湯器などの動きが悪い。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇もあって、消費マインドは低下し、必要最低限の商品の購入が増えている。消費者に対する補助金の支給など、積極的な消費対策が必要となっている。
	▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・温暖化の影響で気温が下がらず、暖房機器の販売が伸び悩んでいる。また、食材や日用品価格の上昇により、調理家電の販売も低迷している。
	▲	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・僱事などの販売促進の機会はあるが、売上は変わらない。コストだけがが増えて、利益は減っている。数年前の同じ現場の僱事と比べても、来客数、客単価共に悪化している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月は比較的気候が良く、ランチ営業も来客数が伸びている。ただし、11月から自転車の運転の罰則が厳しくなったため、夜の営業は近隣の飲食店を含めて、来客数が少ない。
	▲	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・今年の上半期と比較して、外国人の宿泊客数がやや減少している。レストランは近隣の競合施設による影響が続き、現時点では回復の兆しがみえない。
	▲	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・この時期は需要の閑散期であり、来客数は減少傾向となるが、今年は例年以上に少ない。
	▲	旅行代理店（役員）	単価の動き	・海外旅行の需要が増えている一方、客単価は下がっている。国内旅行の受注件数も引き続き減少傾向にあり、客単価も徐々に下がっている。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・客が物価の上昇を実感することで、景況感が下がっている。生活必需品の購入で精一杯であり、所得に余裕がないという話もよく聞く。所得の2極化が進んでおり、上位層からは旅行の申込みが入っているが、宿泊などの単価も上がっているため、最上位の富裕層以外は年間の旅行回数を減らす傾向にある。
	▲	通信会社（経営者）	単価の動き	・原材料費や人件費の高騰で、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・ここ3か月は、売上が目標を下回っている。
	▲	通信会社（役員）	お客様の様子	・携帯電話の販売台数が、端末価格の高騰による影響もあり、前年比で減少傾向にある。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今月の契約数が前月よりも2割減っている。

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	・温暖化の影響で、紅葉の時期が例年よりも遅く、11月の行楽客の来客数に影響が出ている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・住宅の購入希望者が急激に減少している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売状況は、郊外を中心に、集客の減少とともに契約の進捗も悪化している。販売価格が上昇しているため、購入希望者との予算の乖離が広がっている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・案内会や展示場などの来場者には、価格の上昇を気にする傾向がみられるため、安価な品ぞろえが増えている。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・全体的に余り変化はないが、物価が確実に上昇しているため、状況は良くない。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月の売上は、今年ワースト記録を更新した。その具体的な理由は思い浮かばない。時計の販売はゼロであったが、時計のベルト関係では若干の依頼があった。ただし、交換する皮ベルトをみると、のりづけやホチキス止めがしてあるなど、生活防衛の工夫に節約の切なさを感じた。全体的に、活気のない月となっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比では7割から8割と減少しており、今後も悪くなると予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・今月中旬から、会員向けに来店記念品を用意して、家電やリフォーム商品のセールを実施しているが、集客の増加にはつながっていない。
	×	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・外国人客は増えているが、年末年始を控えて、国内客の動きはやや控えめとなっている。外国人客は、行動の時間帯や金銭感覚が少し違っており、目的の買物以外では無駄遣いしない。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は速報値で7405円であり、3か月前の9348円よりも下がっている。
企業動向関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オートバイや4輪車の電装品用の出荷や、家電用、電子部品用の出荷がやや好調である。
	○	金属製品製造業（営業担当）	取引先の様子	・売上が増えてきたという取引先が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・季節的な変動はあるが、受注の動きがかなり良くなった。ただし、コスト全体が上がっているため、売上が増えれば利益が増えるわけではない。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地を抱える自治体は、オーバーツーリズムになっているケースが多いが、観光客のお陰で地元商店の売上は伸びている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は大きく減ることもなく、一定の量を確保できている。日常用の製品でもあり、購買意欲が減退した時期もあったが、需要が戻りつつある。
	□	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・加工費や原材料費のほか、営業に係る宿泊費や運賃等の値上がり分を、販売価格に転嫁できないため、利益が減少している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も月末には取引先が在庫調整を始めるが、一部の製薬会社は忙しくなっているようである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文の多品種少量化が進んでいる。ある程度の生産を見込んで価格を見積もっているが、極端に生産が少なければ、割増料金をもらっても採算ベースに乗らない。他の試作品などで利益率を高めながら、売上を調整しているのが実情である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・円安傾向や物価の上昇が続いている。業種ごとの景況感も様々であり、金利の先高観で金融業などは良いが、輸出業などは今後厳しくなる。全体としては、3か月前と比べて変化はない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国向けの自動車関連部品の動きが減るなど、全体的に自動車関連の荷動きが悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が低迷している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量については、3か月前とほぼ変わらない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末の完成工事の受注は多いが、技能労務者の不足に加え、この時期に工事が集中しそうなため不安である。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・多少の運賃の値上げが実現したが、経費の増加が大きいため、これ以上の事業の拡大には慎重にならざるを得ない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・売上が前年よりも落ち込んでおり、配達件数も減少している。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・米国の大統領が代わることから、諸外国の動向には注意を要する。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・客との会話のなかで、受注が増えたという声は少ない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告共に、売上が前年並みで推移している。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き、交通関連の広告の引き合いが好調である。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・冬の寒い気候となり、冬物商材の売行きが徐々に伸びている。その一方で、食材価格の高騰による影響か、スーパーの食料品の販売に目立った伸びはなく、衣料品や雑貨の販売が伸びる形となっている。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料の販売では季節感がなくなってきたこともあり、財布のひもが固く、販売は低調となっている。業界大手を始め、多くのチェーン店で在庫が増えているため、当面は新規の投入を遅らせている。それに伴い、各メーカーでは売上の不振や、在庫の積み上がり傾向がみられる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・物価だけが上昇し、消費者の収入は余り増えていないため、取引先の販売も良くなく、少しバランスが悪くなっている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いが減少している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政府は半導体業界の景気浮揚策を講じているが、ここ数年は成果があがっていないため、心配している。
	▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・冷蔵庫や洗濯機、エアコンなどの大型白物家電の荷動きが鈍化気味で、前年を下回る販売状況となっている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・国内市場の動きが鈍くなっており、今後も好転するとは考えにくい。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・建築コストの上昇により、低コストの業者に注文が集まる傾向が高まっている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・1階の貸店舗の撤退が続いている。良い場所であってもアパレル関連の撤退が多く、空室率の上昇や賃料の低下につながり、空き店舗の数も増えている。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・定番商品の受注が非常に少ないなど、前年よりも状況は悪化している。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・これだけ景気の停滞と物価の上昇が続けば、先行きを考えると消費を控えようとする動きは避けられない。インバウンド需要に支えられている業者も、今のうちに対応策を準備しておく必要がある。
	×	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	・物価が上がり過ぎており、建設資材の価格も上がっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数は好調で、前年の水準も上回っている。ただし、採用数はやや減少しているなど、人手が足りないから誰でも採用するわけではなく、慎重に見極めた上で採用している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人企業数、求人数が共に増えており、前年比での増加幅からも、改善の動きがみられる。

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
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と大きく変わらないが、事業所への訪問による感触では、売上は比較的堅調な様子である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・2026年卒の新卒採用に向けて、本格的に就職活動サイトの掲載やイベント出展の申込みが始まっており、当社への依頼も前年と比べてやや増えている。ただし、学生側の動きは鈍くなっており、11月開催のインターンシップや業界研究のイベントでは、2026年卒の学生よりも27年卒以降の低学年の参加が目立った。需要と供給のバランスが取れていない印象を受ける。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・採用数が伸び悩んでいる。なかなか取引先の予算が確定しない。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数が大きく増えるなど、企業の採用意欲は高水準で推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・50代から60代のシニア層の求職活動は例年以上に活発であるが、就職にはなかなかつながらない。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・引き続き求人数は増加しているが、求人条件にマッチする求職者の応募が伸び悩んでいる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人手が不足している業界の求人は、時給が高騰しているが、人手不足でも収益の良くない企業は、時給が据置きか、市場価格を下回るケースが多い。時給や就業環境が良く、教育制度が整い、仕事の相談もしやすい企業は社員の定着率もよいため、今後はそういった企業に派遣社員も集まる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・衆議院選挙や米国の大統領選挙が終わり、今後は変化する部分も予想されるが、今のところ大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・値上げなどの影響で、企業のプロモーション費用などが抑えられているのか、新聞広告やデジタル広告の予算は特に変化していない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数は前年比で増加となった。どの業界も人手不足であるが、求人を出しても応募がない。事業所からは、人手がなければ受注を増やせず、現状維持が精一杯という声がある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・福利厚生充実など、新卒採用には工夫がみられるが、給与自体はさほど上がっていない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・10月以降も採用活動を継続する企業が多く、人材不足が改善する要因が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・歳末の催事のレイアウトが変化しており、一部のお歳暮コーナーが縮小されている。おせちのコーナーも縮小が目立つなど、販売方法の変化がみられるほか、外国人の購買も高級品の1点買いが目立つ。今までと比べて帰国時の荷物にも変化がみられ、従来のように多くの土産を買う人は減っているようだ。国内も節約志向であるため、歳末商戦の盛り上がりで景気が上向けばよいが、現在は何ともいえない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・大企業による人員整理の動きが散見されるが、求職者が急激に増えているわけではないため、今後の動向が注目される。
	▲	—	—	—
	×	アウトソーシング企業（社員）	求職者数の動き	・人手不足のため、新たな人材募集を行っているが、全く応募がない。

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・11月は荒天がなく、秋の行楽目的の宴会利用が順調に入っており、来客数や組数が例年を大幅に上回っている。
(中国)	◎	都市型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・インバウンド需要の高い時期であり、当エリアにおいても高単価での販売が散見されるなかで、稼働を落とすことなく高単価での販売ができています。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・特に10～11月は、宿泊の予約ペースが前年比10%以上プラスの動きとなっている。
	◎	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により海外需要が高まっているため、景気は良くなっている。

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
	◎	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・気温が下がりキャンプシーズンらしくなっている。 また、天候が安定し、週末の雨が少なくなっているため、来場者数が予約どおりになっている。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	お客様の様子	・毎週土日にイベントが開催され、周辺の店も少しにぎやかになっている。
	○	一般小売店〔茶〕(経営者)	販売量の動き	・当社の地域では抹茶を良く飲むので、抹茶工場を持っているが、インバウンドにより他地域の抹茶工場が逼迫状態のため、当社に生産を依頼する会社が出てくるという面白い現象が起こっている。当社は、新型コロナウイルス感染症発生前の抹茶の需要に戻っておらず、生産の余裕があるため、喜んで引き受けた。
	○	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・気温が下がるたびに来客数が増え、客単価も上がり、確実に売上につながっている。ただし、新規客の来店は少なく、既存客が来店している。
	○	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・式典や行事の開催により、客同士で集まる機会が増え、それに伴う需要が増えている。
	○	百貨店(総務・経理担当)	来客数の動き	・来店客が単独ではなく、ファミリー層等が増加傾向となっている。
	○	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・野菜の価格高騰を始め、多くの商品が値上げしているにもかかわらず、販売点数や来客数が微増ながら上向いている。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前々月や前月と比べると、来客数は少しずつ回復しているが、客単価は低下している。
	○	コンビニ(副地域ブロック長)	来客数の動き	・夕方から深夜にかけて来客数が増加している。スポーツイベント、会社の会合、各種エンターテインメントイベントが増加しており、イベントによる来客数の増加が顕著である。
	○	家電量販店(副店長)	販売量の動き	・洗濯機、調理品、クリーナーなどの販売量が増え、前年を上回っている。
	○	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・売上は前年同月の8割程度で、地方の景気は悪い。
	○	観光型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・県下でイベントが開催され、来客数が増えており、景気上昇を感じている。
	○	都市型ホテル(総支配人)	単価の動き	・年間でもトップシーズンを迎えるなか、大会、学会の参加者や個人の観光客層による強いマーケットにも支えられ、高単価販売を実践している。
	○	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・正月や次年度の旅行相談など、客からの旅行相談件数が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月10日前後から観光等で人出が増加している。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・インバウンドの影響がある飲食店やカフェなどと全く関係のない衣料品店や日用雑貨店などで来客数に差があるようで、商店街全体では来客数は余り変化がない。
	□	商店街(理事)	来客数の動き	・なかなか涼しくならず、猛暑が続いたため、人々の外出や買物の機会が減少している。
	□	商店街(代表者)	単価の動き	・景気は少し良くなっている。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・地元客の買物の動きが悪い。
	□	一般小売店〔食品〕	来客数の動き	・価格上昇による節約志向により、来客数は前年を下回って推移しているが、販売単価の上昇で、売上をカバーしている状況が続いている。
	□	百貨店(広報担当)	来客数の動き	・前年と比較した来客数が3か月前から変化していない。
	□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・アフターコロナで集客回復がみられたが、波があるようである。また、気温が下がり始めるのが遅かったため、ファッションを扱う業態での集客は苦戦している。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・月前半は気温が高く、重衣料の動きが鈍かったが、中旬以降、気温が急激に下がると、一気に防寒の動きが良くなった。ただし、前年実績は下回っている。
	□	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・200万円前後のブランドのジュエリーやバッグが4～5個売れたが、来月は安心できない。

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
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・百貨店の主要品目である婦人服の動向を見ると、11月は年齢層の少し若い商品群が好調に推移したものの、ミセス層やシニア層を対象とした商品群がかなり苦戦している。月前半は気温が高めに推移し、総じて厳しいスタートであったが、中旬以降、気温の低下とともに、少し若い層の商品群が大幅に伸長してきた。
	□	百貨店（外商担当）	単価の動き	・前月同様、美術品や特選ブランドなどの高額商品の動きが鈍い。また、例年よりもお歳暮商品の出だしが悪い。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いているが、売上は、10月に値上げしたため、前年を上回っている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・家族で買物をする日曜日の売上は前年比105%と好調に推移しているが、主婦だけで買物をする傾向にある平日の売上は、ほぼ前年並みで推移している。客からは商品が高くなったという声を聞くようになっており、客の財布のひもが固くなっているように感じる。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上がりの影響か、来客数が前年並みの状況は変わらず、来店頻度は減少傾向である。客が週末や割引日に集中する傾向が続き、今後も変わらないと考えている。また、気温状況からしても、食品以外の商品、特に衣料品は不調である。値上がりで単価が上昇しているため、売上は確保しているものの、大幅な伸長はなく、今後も現状が継続する見込みである。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・販売数量、客単価共に減少している。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・イベントがある日でも集客が伸びず、来客数は前年を下回っている。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・生活必需品や生鮮食品の価格高騰により、1品単価の上昇が続いており、1人当たり買上点数はいまだ前年を下回っている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・気温が下がってきて、冬物商材が売れるようになってきた。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・依然として消費量は変わらず、購入単価が伸び悩んでいるため、大きな変化はない。
	□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・新首相の新たな政策もなく、停滞していて、変化がない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来店する客が元に戻ってきたようである。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に景気が上向いている様子がない。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ようやく気温が下がってきて、秋冬商材が動き始めたが、物価上昇による客の節約志向は続くと思われる。
	□	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・年末商戦やボーナス商戦が始まっているはずだが、来客数が増えない。
	□	乗用車販売店（業務担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響か客も慎重である。
	□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月の販売量は前年と同じである。
	□	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・客が物価上昇で非常に苦しんでいるようで、買い控えが非常に多いとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・10月以降、来客数が減り続けていて、11月も減少している。来客数の減少に比例するように、売上も減少しており、先行きが不安である。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・観光バスの乗り入れが増えたが、一般の客が増えていない。県北で50日にわたるイベントを開催したことが集客につながったとみているが、この秋は期待どおりの動きではなかった。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・高額品の販売が落ち込んでいる。メンテナンスやリフォームは例年並みの売上を確保しているが、新規購入に至らない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・10月後半まで、気温が高い日が続く、季節物の動きも余り良くなかったが、日祝日には、多くの来客があった。ただし、まとめ買いや高額商品の購入をする客は、例年ほど多くないようで、景気は大きく変化していない。

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
	□	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・景気が良くなるような大きな話題がない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・好景気で推移しているが、今以上に良くなる要因はないため、景気は変わらない。
	□	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・前年とほぼ同水準の乗車回数である。観光などの貸切りは好調であるが、一般タクシー乗車は伸びていない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客に特段買い控え傾向はみられない。
	□	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・新サービスの提供や展開が少ない点があるが、客の動きは悪くはないものの、低調である。
	□	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・客の料金延滞率及び延滞解消率を見ても、ここ数か月大幅な変動がない。
	□	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・休日の単価を引き上げたが、来客数は変わらず維持できている。しかし、平日の来場者やインバウンドが落ちている。
	□	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・一般レースの1日平均の売上がほぼ横ばいである。
	□	設計事務所	お客様の様子	・駆け込みのようであるが、案件相談や依頼の数は多い。
	□	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の設計を受注しているが、建築コストが合わなくてなかなか着工へと進まない。
	□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・金利や税金など住宅購入を急ぐ特別な理由がなく、慎重にタイミングを見計らっている状況が続いている。
	□	住宅販売会社 (事業推進担当)	単価の動き	・市中の販売単価は、継続して上昇しているが、全体的な賃金の増加は見込めていない。
	□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	販売量の動き	・販売量は大幅な増減がなく、横ばいである。
	▲	一般小売店 [印章] (経営者)	販売量の動き	・デジタル化が加速し、アナログな業界は減速が進む。
	▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・ここ数か月の売上の傾向と比べると、悪くなっている状況である。1人当たりの買上点数の減少が、売上減少の要因となっている。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・来客数が多くない。
	▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・買物に慎重な客が多く、まとめ買いをする客が少なく、必要な物しか購入しなくなっている。
	▲	家電量販店(企画担当)	販売量の動き	・季節商材、特に暖房関連商品の販売数量が減少しているため、売上も減少している。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・客の予算が厳しくなっている。
	▲	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・冬季商品が全く低調で例年よりも売上が上がらない。
	▲	その他専門店 [和菓子](経営者)	来客数の動き	・インバウンドの来客が多く、客単価が伸びない。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・月初めの3連休は、集中豪雨の注意報発出による高速道路の閉鎖や鉄道の運休等で、来客数が大幅に減少した。また、今月に入り、ファミリー客の予約が減少したため、休日前や休日のディナータイムの売上が減少している。
	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数が約3%減少している。11月からの自転車取締り強化も影響しているとみられる。
	▲	旅行代理店(支店長)	来客数の動き	・秋の繁忙期ではあるが、個人、団体いずれも動きが鈍く、予測値を下回り、前年比80%前後で推移している。海外需要は引き続き回復が見込めず、厳しい状況である。
	▲	通信会社(広報担当)	単価の動き	・物価高騰により、価格を下げないと客が物を買わない。原価高騰による価格転嫁がなかなかできない状態であるが、転嫁すると売れない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・11月は例年、売上が多少減少するが、今年は落ち込みがひどく、競合店も同様の状況である。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・客の来場の出足が悪く、住宅を検討しても予算面が厳しい。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高の影響による客の買い控えで、客の財布のひもが予想以上に固くなっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	お客様の様子	・生活物価が上がり、高額品の購買意欲が低下しているとみられる。
	×	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・景気が上向く気配がなかなかみられない。新商品など目新しいものも少ないが、そもそもの客の購買意欲が下がっているようである。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・最低賃金の上昇は雇用される側にとっては良いことだが、雇用する側にとっては、物価高の状況で、コストが掛かってしまい厳しい。
	×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客が金を使うことに警戒心を持っている。賃金の上昇よりも物価の上昇が激しいため、景気が良くなる様子がない。
	×	美容室（経営者）	販売量の動き	・以前は客が手軽に店でシャンプーや整髪料を購入していたが、様々な物の価格が上昇しているため、ネットで安い商品を探し、購入するようになっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産は増加していないが、順調に推移している。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年11月も受注量が多かった。今年は若干ではあるが、前年の受注量を超える見込みで推移している。
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、原材料の調達が安定しつつあり、販売量や生産が上昇している。
	○	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先が中国向けの大型案件を受注する見込みで、先行して当社へ発注された。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えた。
	○	金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・域内の公共工事受注量の増加や米軍基地関連工事の受注量増加により、建設業関連事業者の景気はやや良くなっているようである。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・最低賃金の引上げ、原材料価格の高騰で、利益を確保できていない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因はあるものの、全体的には新設住宅着工戸数も前年同月と比べると減少傾向にあり、3か月前と比べると変わらない状況にある。
	□	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	・鉄鋼業向け需要に変化がなく、生産量は低調な状況が続いている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・各分野での人手不足の影響があり、下期に入ってから変わらず低調に推移している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・売上は円安傾向の改善で増加しているようであるが、生産量が直近の3か月で大幅には変化していない。
	□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の入札参加業者及び参加数の動向から判断すると、景気は変わっていない。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・予定物件の遅れや延期があるものの、現状では技術職が手一杯の状況である。価格転嫁が受け入れられやすい環境にある。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に景気に関する大きなプラスや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。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量に増減はなく、大きな変化はみられない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・所得環境の改善はみられるものの、消費マインドが停滞している。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数は共に、ほぼ横ばいに推移している。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・問合せはあるが、受注にはなかなかつながらない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・非定型業務が少しずつ動き出したが、定型業務の倒産等による縮小もあり、踊り場の状況にある。
	▲	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・動きが鈍くなっている。
▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・11月に入って、少し動きが出てきているが、計画には届かない状況である。物量は少し増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向けのパッケージ基板の需要は増加傾向にあるものの、車載製品や操作パネル製品は顧客の生産調整が続き、減少している。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・様々な物価の上昇が続いており、賃金上昇を上回っている。
	▲	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターに関する引き合い量が少なくなっている。見学会の回数も同様に減少している。中国地方におけるニーズも一巡した感がある。
	×	—	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・2024年4月以降、前年の水準を下回って推移していた新規求人受注数は、9月以降、前年を大幅に上回って推移しており、企業の採用意欲が強くなっている。
	○	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	周辺企業の様子	・採用に前のめりな企業が周りで増えている。新卒採用に追加で費用を掛ける企業もあれば、新卒採用には費用を掛けず、中途採用の方に費用を掛けて採用を実施している企業もある。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・円安でメリットを受ける一部企業の業績は好調で、賃上げ効果もみられるが、物価の上昇による消費の鈍化は堅調であり、景気が良くなっているとはいえない。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と比べて、応募者数は横ばいで増加も減少もしていない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・求人広告数が伸び悩んでいる。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・求人者の状況も景気も良い。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・令和6年10月の有効求人数は、前年同月比で0.8%の減少となったが、3か月前とほぼ変わりはなく、有効求人倍率も、ほぼ変わらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・入社前に説明された内容や条件と入社後の会社の実態に違いがあり、早々に転職を検討するケースが増えてきている。短期間で転職者を好まない会社が多いため、好条件で再就職するのは容易ではない。転職者に条件を下げてでも不信感のある在籍会社から離れ、信頼のおける会社企業で勤務したいという心理が働いているため、結局、更に条件を下げ、転職する羽目になることも往々にあり、所得を下押ししている。
	□	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、求職者の登録者数が前月比97%となっている。時期的に転職の潜在層が増えてきているため、年明け以降には顕在層のボリュームが増える見通しである。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒者対象の採用活動を終えた企業も多く、求人数の増加が鈍化している。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求職者の動きは減少しつつあるが、景気がそれほど良くなったとは考えにくい。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・人手不足感が継続しつつある一方で、冷え込んでいる産業があるという話も聞くことがある。
×	—	—	—	

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)	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・12月が近づいたため、お歳暮などを見に来る客が若干増加している。注文も少し入っており、景気はやや良くなっている。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・ようやく気温が下がり、季節らしい気候となった。衣料品を中心に季節関連商品に動きが出て、ようやく景気は良くなった。インバウンドは増加しており、街ににぎわいはあるものの、売上が増加する店は限られてきている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・ようやく気温が下がり、冬物が一気に動き出したことに伴い、客単価が上昇し、景気はやや良くなった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・原材料価格の高騰により商品単価が上昇したものの、販売数量が減少しておらず、従来水準を維持し、売上が増加している。
	○	コンビニ（総務）	単価の動き	・来客数はやや減少傾向だが、客単価が上昇傾向であり、3か月前より景気がやや良くなっている。
	○	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・暖かい日が続き、暖房器具の売上が前年割れの状況である。補助金の反動の影響もあり、特にテレビの売上が悪い。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・来客数は7月以降、前年比プラスで堅調に推移している。今月は一段と良くなっており、前年同期に行われた全国旅行支援の影響を大分吸収できている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・台湾や韓国から空港へ来るインバウンドが好調で、市全体の消費を押し上げている。ソウルやプサンといった韓国の都市からのインバウンドは、個人客が多く、市内で飲食や買物をしている。また、台湾からのインバウンドは、温泉地域の宿泊の売上増加に寄与している。それに加え、欧米やオーストラリアからの来訪も増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今年はいよいよ年々、新型コロナウイルス感染症もほぼ規制がなくなったことから、お遍路で逆打ちの仕事が増加している。その分、街のタクシー台数が減少し、それなりに売上が増加している。
	○	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・10月末から韓国への定期便が増便し、短期旅行に便利な時間帯が増便となり、インバウンドが増加傾向にある。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・今年も、甚大な自然災害や世界を巻き込む各地の戦争で明け暮れた状況であった。しかも政局の不安や先の読めない米国大統領政権の政策の影響があるなかで、地方も生活物価が上昇傾向である。そのような状況においては、インフレによる金融商品の強含みやそれに伴う可処分所得の増加しか景気が良くなる要素がない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価上昇の影響が徐々に出ており、客の金の使い方が厳しくなっている。生活費が上昇しているが、収入の増加が追い付いておらず苦勞している。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・取引先からの受注量、件数共に前年と比べて減少している。しかも、来年早々にメーカーからの値上げ通知がある予定で、今後が不安であり、我々の業界は現状を危惧している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・企業の祝い事用商品が増加している。しかし、商品を生産する数少ない農家が、コロナ禍の時期に生産を中止したことから、更に商品数が減少し、市場に注文をしても、希望の数量を仕入れるのが困難になっている。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・今年度の動きとして、来客数はそれほど増加していないが、商品価格上昇に伴う客単価の上昇により、売上が増加している。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・気温の低下とともに、季節品などの売行きは良くなってきたが、四季の特徴が弱まり、従来は売れていたものが、売れていない傾向にある。物価の上昇により、商品単価は上昇傾向にあるが、来客数や購入数量などは前年を下回っている。
	□	スーパー（財務担当）	単価の動き	・野菜の価格高騰が続き、夏以降、売上が前年を上回り、順調に推移中である。
	□	スーパー（人事）	来客数の動き	・例年よりも気温が高いことで、客の動きが活発である。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年より少し下がっているが、物価高で売上は増加している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品価格の上昇で、売上は前年並みを保っているものの、来客数がやや減少傾向で推移している。地元や市のイベント等が多く実施されたなかでも、来客数が増加しておらず、消費を控えている傾向である。
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・肉や米といった原材料の値上げが著しい状況である。

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
	□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月は衣料品関連業にとっては、それなりに景気が良い月である。しかし、月の後半になり気温が下がってきたものの、前半が暖かかったことから、売上は微減となった。
	□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・衣料品販売では、気候の関係もあり、来客数が前年と比べて大きく減少している。最低賃金も上昇したことから、地方の中小企業は、今後かなり厳しくなり、商売の規模を縮小することでしか生き残れない。物価のみ上昇しても、中小企業の売上は減少し景気は良くならない。
	□	家電量販店(店員)	販売量の動き	・後半のブラックフライデーで少し持ち直したものの、前半の低調を補うほどではなかった。
	□	乗用車販売業 (営業担当)	販売量の動き	・販売可能車種が限られている状況が続いており、状況は良くなっていない。
	□	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・新内閣発足後も宿泊者数は安定的に推移している。しかし、飲食関係、特に地元利用者が多い食堂は、物価上昇の影響で動きが低調である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比較して、人の移動はほとんど変更がない。昼間はクルーズ船が月に3隻前後、多いときで5隻前後寄港しているが、バスで移動する人が多い。また、昼は買物、夜は飲食のための移動利用も少ない。
	□	競艇場(マネージャー)	販売量の動き	・前年同月の売上と、ほぼ同額を維持している。
	□	設計事務所(所長)	それ以外	・業種にかかわらず、非常に設備投資等が好調な企業がある。一方で、飲食業や建設業での倒産も増加しており、両極端であり、どちらともいえない。
	▲	商店街(代表者)	それ以外	・ここに来て原材料価格が上昇していることに伴い、商品価格や電気料金も上昇している。その影響を受け、徐々に消費が低迷している。
	▲	一般小売店 [酒](経営者)	お客様の様子	・お歳暮関連商品がほとんど売れなくなった。ディスカウント店との価格差やお歳暮廃止の影響を受けている。
	▲	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・インバウンドの消費や高額品の売上が堅調ではあるが、それ以外は厳しい。
	▲	衣料品専門店 (営業責任者)	来客数の動き	・前年と比べ10%ほど売上が減少している。単価の上昇もあり、来客数や客の買上点数が減少している。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今年に入り、来客数や客単価の前年割れが続いている。少人数の客が大半を占めるようになり客単価も下落している。
	▲	旅行代理店(部長)	販売量の動き	・新たなインバウンド需要は発生しているが、従来の国内客の需要は低下している。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・来店周期が長くなっている。
	×	一般小売店[書籍] (営業担当)	販売量の動き	・店頭売上は前年と比べて増加していたが、外商売上が大幅に減少した影響により、全体での売上はマイナスとなった。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・9月から11月は毎年売上が減少する月だが、今年は例年以上に売上が減少している。物価高の影響もあり、客が買い控えしている。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・会社全体としては、ヒット商品拡販によるけん引が大きく、特に海外からの観光客の購入が旺盛であり、当分はこの状況が続く。
	○	電気機械器具製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・竹を加工する事業をするとともに、米も作っており、例年よりも非常に高い価格で売れた。周囲でもそのような状況が見られ、景気は良くなっている。一方で、そのような取組をしていないところでは景気が悪いところもある。全般的には、景気は良くなっている。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・狙っていた工事が無事に受注できた。
	○	通信業(企画・売上管理)	受注量や販売量の動き	・11月はテレビCMの繁忙期であり、そのなかでも特にレジャーや映画関係が好調である。
	○	広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・人手不足に伴う採用関連広告や観光関連広告が増加した。

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
	□	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、例年と比べ高値で推移した品目が多い。ただし、出荷量が例年と比べ少なく、生産者格差も大きいのが実態である。販売額は、数量の減少を高単価で穴埋めできていない品目が多く、前年同月を下回った。野菜の価格が高いとの報道が多いが、生産者の収入は減少しているのが実態である。
	□	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・全社的な受注状況が前年の水準まで届いていない。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・造船関連の受注量や販売量は安定しているが、産業用機械関連は引き続き停滞している。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内では、大規模工事が計画、実施されているものの、慢性的なオペレーター不足や労働時間上限規制の影響見極めの動向もあり、需要は減少している。海外では、アジア、オセアニア、アフリカで需要が減少したものの、全体としては増加している。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・大きな不安、期待要素がなく、状況は変わっていない。
	□	通信会社（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けて受注が増加する時期にもかかわらず、この3か月間ほとんど動きがない。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・3か月前と比べて、受注状況等は特に変化はない。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・利益の状況などで大きく変化していることはなかった。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・2024年問題で工事の進捗が遅れ、受注量が減少している。今後もこの問題による工事進捗の状況は継続していく。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（総務部長）	求人数の動き	・業界の動向として、景気が上向きであれば求人数が増加する。
	□	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・求人数は多い状態で推移しているなか、採用数が大きく増加せず、各業界において人手不足が解決されず、景気は横ばいである。
	□	職業安定所（求人開発）	求職者数の動き	・求職者数、求人数共に、若干の増減はあるものの、おおむね横ばいで推移している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・物価上昇に伴い、各企業がますますレギュラー広告や固定費を抑制している。
	×	—	—	—

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)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・2～3か月前と比べ稼働率が上がっている。前月も同様の動きであったが、今月は更に上回る状況である。市内でのイベントや季節要因による人流の動きが活発になっているのが要因である。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・11月前半は例年より暖かかったため人の動きが悪かったが、下旬には人の動きが良くなり販売量が増加している。やや売上は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	単価の動き	・年末が近づき、当社サービスの名入れ業務が増加傾向である。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・冬物の衣料を始め単価が上がっているため、客足は増えていないが売上は若干伸びている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が落ち着き始め、来客数が増えている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・9月以降、冬物衣料の動きがなかったが、11月中旬からの冷え込みにより動き出している。外商顧客向けのラグジュアリーブランドを取りそろえた催事は過去最高の来客数を記録し、売上も好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着き、テレワークから出社主体の業務に移行が進んだ。オフィス型の小売や飲食は来客数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・当市のインバウンドは更に活発な動きになっており、秋からクリスマスイベントにより消費も拡大傾向である。また、朝昼夜、平日週末を問わず主力デイリー商品の販売は好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・11月中旬以降にようやく気温が下がり、ニットやコート等の冬物を探しに来店する客が増えている。
	○	家電量販店 (従業員)	来客数の動き	・寒気の流れ込みにより一気に冬物商戦が立ち上がり、暖房器具を中心として客足が活発になっている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・年末に向け購入意欲が高まっている客が多い。
	○	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・今月の新車販売はメーカーからの配車が順調であり、会社全体の売上と利益は目標以上を確保できている。
	○	住関連専門店 (従業員)	来客数の動き	・11月前半は地域のプレミアム付商品券により需要が喚起され高単価商品の売上推移が好調であった。しかし、後半になるとプレミアム付商品券が完売したことで売上が落ち込み、加えて、雨天が続いたこともあり来客数が落ち着いている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・前々月から販売量が増加している。その要因としては、寒さが増しコーヒーの需要が多くなる環境になっており、加えて、年末にかけて贈答品も多くなるためである。
	○	観光型ホテル (営業)	来客数の動き	・短期的には好調である。
	○	旅行代理店 (統括者)	単価の動き	・ホテルや交通機関等の価格上昇に伴い旅行商品の単価が上昇しているものの、堅調な購買が続いている。
	○	タクシー (統括者)	単価の動き	・乗務員採用増加に伴い収入は増加している。一方、他社も増加しているため、需要が重なる時間帯を中心に奪い合いが発生している。よって、単価が減少傾向にある。しかし、全体的には引き続き好調である。
	○	観光名所 (従業員)	来客数の動き	・当地ではアニメのコラボレーションによる限定商品や写真スポット等があり、来客数が増えている。
	○	観光名所 (職員)	来客数の動き	・指標としている地域特産品販売店への来客数が伸びてきている。
	○	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・韓国客の予約が増えており、1か月先までほぼ予約が埋まっている。3月までこの状態が続く。
	○	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・来場者数及び客単価が若干増加傾向である。
	○	ゴルフ場 (営業)	来客数の動き	・夏の暑さでプレーを控えていた人が来場するなど、前年以上のコンペの予約もあり景気は良くなっている。
	□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・猛暑や残暑による気候の影響が消費が伸びない最大の要因と考えていたが、今月に入り例年並みの気候であるにもかかわらず消費の低迷が続いている。物価高による買い控えが最大の原因である。
	□	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 [鮮魚] (店員)	お客様の様子	・魚の入荷量が減少しており、特にタコは若干価格が安くなる時期ではあるものの、漁獲量が増えないため価格が高止まりしている。忘年会シーズンも近く、魚の売上が伸びる時期であるが、景気の良い話は聞かない。
	□	一般小売店 [生花] (経営者)	販売量の動き	・11月は気候が良くなり、切り花やギフトも売上が増加すると予想していた。しかし、2～3か月前と比較すると景気は悪くはないが良いともいえない状況である。2～3か月前はまとまった仕事がポツポツとあったため売上が伸びていたが、今月は普段の売上が良くなかった。
	□	一般小売店 [茶] (販売・事務)	来客数の動き	・夏が長く、秋は早くも通り過ぎ冬になった。夏の売上は低迷していたが、季節が落ち着き寒さが増せば温かいお茶を飲みたくなり、来店する客も徐々に増えてくる。購入する商品は低価格ではあるが、来店があるだけでも満足である。売上は少しではあるが上向きとなっている。

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
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新店舗の導入やアプリの友の会との紐付けにより新しい客の来店が促進されている。また、クルーズ船の寄港増加で周辺地域や店頭ではインバウンドによる一層の増加傾向がみえる。店頭では毎年恒例の3週連続の物産催事が盛況であり、主会場への入場券発行や各会場の入場制限を実施し、各会場とも連日にぎわったが、値上げを指摘する声もあった。早期受注のおせちやケーキ予約は、店頭及びWebが好調である。月末開設のお歳暮ギフトセンターや通販ギフトは開始時期の遅れが影響し受注が集中している。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・気温が今月中旬まで高めに推移していたため衣料品や季節商材の動きが止まっていた。客は購入前の下見や新商品の確認など慎重な商品選びをしている。生活必需品のみの購入姿勢がより強くなっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・物価高騰が続いており単価が上昇している。買上点数の伸び悩みから鑑みると消費者の生活防衛意識は高止まりしている。九州では、ディスカウントショップの支持率が上昇している。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・割引実施日などの特売日に客入りが集中する傾向がより強まっており、節約志向を強く感じる。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・性能の良いナショナルブランドの商品よりも、性能が必要十分で価格の安いプライベートブランドの商品を選ぶ客が更に増えている。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品を始めあらゆるものの価格が上昇を続けており、客は生活防衛のため購入点数を減らしている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価が上昇しているが、給与が増加しないため状況は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・クリスマス商材やお歳暮ギフト等の申込みがスタートしたが厳しい状況である。それぞれの単価は上昇しており、物価高の影響も大きいと考えている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合先が近隣に店出し、売上や来客数の減少が予想される。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・周辺や客の様子をみる限り、景気は良いとも悪いともいえない状況である。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・8月と比較すると、11月は更に身の回りの価格が上昇したことが認識として浸透しており、テレビなどでも買い控えがニュースで報道されていることから、来店する客は単価の高い商品を購入することが難しい状態となっている。非常に夢がない経済状況である。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・依然として販売量の増加が見込めない。
	□	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いる。併せて受注が増加している。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	販売量の動き	・インバウンドの需要の伸びが落ち着いてきている。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月は客が多い週と少ない週がはっきり分かれており、浮き沈みがはっきりしていた。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・秋の旅行シーズンとなり、海外からの利用客が増えている。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、紅葉シーズンは団体が動いていたが、今年は人数が減り団体数も減少している。週末の家族連れの動きは良くなっている。
	□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・募集型企画旅行の販売数は、国内外共に3か月前と比べて大きな変化はない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は天候に恵まれイベントは増えたが、夜間の売上は今一つ伸びていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず国内外の観光客は好調であるが、週末にイベントが多くタクシー不足が続いている。客からは週末のホテル代の高騰に関し不満の声が数多く聞かれる。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・観光客が少なくなっている。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・ニーズを充足気味で、新たな需要の掘り起こしができていない。

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
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・低額プランへの移行や新規契約数の減少など動向に注視したい。
	□	テーマパーク職員	来客数の動き	・インバウンドや団体の客など引き続き好調を維持している。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・天候不順などの要因があり、美容業界では景気回復せず商品の動きが悪くなっている。人の動きが活発でないため売上が今一つ上がらず、新商品の動きが低調になっている。年末に向かい買い控えが発生しており、今から徐々に伸びてくると考えられるが、今月は景気が低迷している。
	□	学習塾（従業員）	お客様の様子	・保護者から大きな動きは見えないため、売上は変わらない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	それ以外	・前年に物価高騰に対する補助金を実施されたが、ガソリンや水道光熱費の補助金が減少していることから、企業としての負担が増加している。
	□	設計事務所（代表）	販売量の動き	・来客数が少ない状況が続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・商談中の来客数は横ばいである。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・当商店街は周辺に駅やバス停、銀行などがあり利便性が良いが、閉店する店舗が増えており、人通りも少なくなっている。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・来客数も少なく、また、秋冬商材が余り動かないため苦戦している。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、日向灘地震の影響で減少したインバウンドの売上は回復してきたが、反比例するかのように国内客の売上において中～高価格帯が顕著に減少している。
	▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高の影響で消費マインドが弱い。来客数も減少しており、婦人衣料ほか全体的に売上が伸び悩んでいる。時計の売上が好調で、インバウンド需要によって化粧品を中心に回復傾向がみられる。
	▲	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・暖冬の影響で季節商材の動きが悪く、加えて今まで好調だった食料品や高額品の動きが鈍化している。また、物価高や選挙等の影響から購買意欲の低下が顕著に表れている。
	▲	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・特選関係は好調に推移しているものの、気温が下がらない気候が続いた影響で季節商材の動きが悪く、来客数も前年を割り込んでいる。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・商品値上げが続いており、単価の上昇分が売上増加につながっていたが、買上点数が頭打ちになっている。そのため、客単価がダウンする傾向に拍車がかかっており、消費者の節約志向が顕著になっている。異常気象に伴う高気温が消費動向にマイナスを与えている。
	▲	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・10月の食料品値上げ以降、来客数の微減が続いており、売上は低い水準で推移している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近辺の道路工事が始まったことで日中は工事関係者の来店が増え、弁当を中心とした商品の売行きが大きく伸びており、その影響で以前の30～40代の客層から中高年を中心とした客層が増加している。商品単価も約1.5倍アップし客単価も伸びているものの、来客数は少なくなっており、全体の売上は余り上昇していない。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・ブラックフライデーや年末商戦に向かっているものの、季節要因もあり来客数が前年の70%から80%程度と、一向に来客数が回復しない。
	▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は店舗や都市部でのキャンペーンでの売上が悪い。特に都市部では来場者が少ない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	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	・8月の当ショッピングセンターは決して好調ではなかったが、シネマの復調や新店舗開業などもあり、前年の売上を上回っていた。一方、11月は例年以上の気温であったため、物販店舗を中心に季節商材の稼働が鈍く、全館として厳しい結果であった。また、当市内においてはスポーツイベントが開催されており、特に開会式の日には交通規制も敷かれていた。事前にそのことがアナウンスされていたことから、地域住民は外出を控えていたため、当ショッピングセンターを取り巻く環境は悪く、期間中は厳しい売上であった。
	▲	観光型ホテル（管理）	それ以外	・前年と比べ売上は若干上向きであるものの、人件費やその他販管費の増加を補填できるほどの売上増加には至っていない。
	▲	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・景気は落ち込んでいる。
	▲	競馬場（職員）	販売量の動き	・年間を通じた販売量はおおむね横ばいである。明確な要因の特定には至っていないが、前月から販売量の動きが減少傾向にあり、短期での増加は厳しい状況である。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き景気が戻ったかにもえだが、客の様子では安ければよいという状況となっており、景気が悪化している状態である。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・正月に備えて年末の来店を考えている客が多いため、今月は来客数が少ない状況である。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・除草作業を請け負っているが、寒くなってきたため注文が減り売上也減少している。
	▲	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おり、それに対して仕事の対価としての人件費は上がっていない。また、生活必需品の価格上昇も続いている。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・最低賃金の上げがあったが、それ以上の物価上昇が発生している。過去に賃上げされていない時代があったことで物価上昇による買い控えが発生して景気は悪くなっている。社会全体で考えていかなければいけない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量については、ばらつきはあるものの商品の種類によっては以前よりも受注量が多くなっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・半導体全てではないものの、パワー半導体関連など引き合いが強いものがある。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の業況では受注が増えており、採用を強化している企業の話をよく耳にしている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、11月は12月商戦を前に余り売上が伸びない月であるが、今月は特に厳しい内容である。計画比では95%となっており、前年比でも98%の動きである。要因は卵の高騰により原料となる鶏が市場に出ないことにある。原料不足は12月には解消される見込みであるが、現在は鳥インフルエンザが問題になっており、今後の先行きが分からないため、心配である。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・この業界では、分業体制が多く、生地やゆう薬、絵の具などに分かれているが、どの業界も経営が苦しい状況である。特に生地関係の下請では、後継者不足もあり現状では続けていくのが難しい状態である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今までの取引先に特に大きな動きはない。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・10月は若干上向きになったように思えたが、11月は余り荷動きが良くない。前年12月の荷動きが悪かったため、若干の不安を感じている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・様々な案件の相談はあるが、実際に契約に至ったり取扱が増えるのは数件である。生産と受注のバランスが取れていないメーカーがあり、輸出したいが生産が追いつかないメーカーや輸入過多になり在庫だけが膨らむメーカーもある。訪日外国人の増加により消費の傾向が変わっており、メーカーが対応に苦慮している。

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
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末商戦に向けて物量は多くなっているが、予測より売上は多くはなく、また、入庫は多いが在庫は余り多くはない状態である。アパレル関係では、冬物の出荷量の出始めが遅い状況である。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅販売が弱含みで推移しているが、公共工事は増加している。また、雇用環境が改善傾向を示していることから、百貨店・スーパーマーケット・コンビニエンスストアなどの売上が増加傾向にある。ホテル・旅館等の宿泊客数のほか、飲食関連業者の売上も拡大している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・ようやく気温が低くなり、冬物衣料や暖房機器、スキンケア商品等にも動きが出始めている。宿泊業ではインバウンドの増加で客室単価が顕著に上昇し、稼働率アップに対応するための人員確保が課題となっている。これまで天候不順の日が多かった影響で野菜価格が上昇しており、半分や4分の1カット商品に対する需要が高まっている。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・賃金のベースアップ等により基礎的な消費力は向上している。しかし、小売店やサービス産業の需要が高まっている様子は見当たらない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・運送業では、燃料費高騰により経費が圧迫されているものの、市場の物価上昇に合わせて値上げができています。そのため、損益水準に余り変化はない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・通販業種の新聞広告が低調気味である。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は微増減を繰り返しており大きな変化はないが、前月比・前年比共にプラスとなっている。新しい米国大統領の今後のかじ取りには注意が必要であるが、ここ3か月については景気に大きな変化はみられない。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・取引先に新しい取組はみられない。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・自動車向けの生産が低迷している。年内はこの状況が続くようである。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・現在は手持ち工事はあるが、発注工事がほとんどない状況である。第3四半期が終わり第4四半期に移行する時期であるが、第4四半期の発注がみえていない。来年初めに繰越工事やゼロ債の発注がなければ非常に厳しい状況が続く。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・融資取引先に対し、金利引上げを実施した。顧客の理解は得ているものの、前向きな設備投資が以前より減ってきている。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の受注状況が以前よりも減少傾向にあり、内容も余り芳しくない状態である。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・酒飯店の客は清酒焼酎の購入量を減らし支払額を抑えている。
	×	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・受注が少ない上に工賃も希望どおりにならない。全体的な工賃が上がっているため、海外にシフトをしている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が落ちている。
雇用関連	◎	*	*	*
(九州)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・中心市街地の人出や郊外大型店舗などへの人出が多い。インバウンドも相変わらず好調で、実際に飲食店などの予約も取りづらくなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・キャンペーンなどの新規依頼はあるが、レギュラー案件の婚礼などは伸び悩んでおり全体としては横ばいである。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の問合せが減少している。前月と比べると約2割減少し、3か月前と同等レベルになっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・年末商戦になるが、身の回りには変化がない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・景気が良く売手市場であるが、大学生の採用活動の早期化がかなり進んでいる。4年生の就職活動が終わらないうちに、早くも3年生の内定が既に出ている。例年そのような状況が見られるが、今年は近年で最もその傾向が強い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・主に中小企業において人材不足となっている。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・中小企業では11月以降も採用活動を継続している企業が多く、企業来訪件数は高い水準を維持している。学生にとっては有利な状況が続いているが、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、求人数の現在の動きは今後も継続する。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・社会保険の関係等もあり、求職者の希望に沿う案件が少なく、就業開始に至るまでに時間を要しているのが実情である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・国内出張など東京へ行く機会が多いが宿泊料が高い。インバウンドもあるが、ダイナミックプライシングで交通費、宿泊料共に年末年始並みの料金設定になっている。こうした状況が続くと景気がインバウンド頼みになるのではないかと考えている。
	×	—	—	—

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)	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・8月の販売室数が前年比26%増加なのに対して、11月は前年比33%増加と、プラス幅が大きくなっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が若干増加している。
	○	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・来客数は前年並みだが単価が前年を10%上回っている。
	○	一般レストラン（代表者）	単価の動き	・年末が近くなってきたため、忘年会などの増加を期待している。
	○	その他飲食店〔バー〕（経営者）	来客数の動き	・日によって差はあるが、前月と比べて若干来客数が増加している。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・受注件数は微増で推移している。海外手配も案件数的には少ないが回復傾向にある。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・現在、街中の商業形態が変わりつつあり、飲食店が徐々に増加している。来客数も増加しているが、商売が偏っている。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・物価高騰のため、買い控えの傾向がみられる。
	□	百貨店（経営担当）	販売量の動き	・11月に入っても気温が下がらず、秋冬衣料品の販売量が増加していない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・今月は、多くの商品が値上げしたことで1品単価が上がり、売上実績は3か月前よりも良くなっているものの、来客数は落ち込んでいる。
	□	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・例年だとこの時期は修学旅行生などの利用で平日の売上が見込めたが、今年は期待したほど伸びておらず、購入する商品単価も安価な物が好まれている。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が多い日と少ない日の差が大きい。
	□	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・目立った増減はない。
	□	住宅販売会社（役員）	お客様の様子	・建築費の上昇が物件価格に反映され、県内所得が追い付いていない現状であり新規の供給も減少傾向にある。
	□	住宅販売会社（取締役）	お客様の様子	・近々の動向に鑑みた場合、動きに変化がみられない。
	▲	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年を上回っていたが、現在は前年を下回っている。客単価の上昇が売上を下支えしている。
	▲	その他専門店〔陶器〕（製造）	それ以外	・年末年始前の納品に向けた制作で忙しいが、この時期は観光客がとて少ないと客先から聞いている。

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
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・3か月前の販売数は前年比120%程度であったが、今月はほぼ前年並みとなっている。物価の上昇などによる買い控えがみられる。
	×	—	—	—
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	・修学旅行、外国人観光客共に増加している。また、最近のデータでも新型コロナウイルス感染症発生前と比べても増加傾向が続いている。街中での買物客も増えているため今後売上も良くなっていくと期待している。
	○	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼は全体で横ばいの状況だが、公共工事が若干増加傾向にある。
	□	会計事務所（所長）	それ以外	・衆議院選挙の結果を受けて物価高対策、所得向上のための年収の壁対策などの成り行きが見通せない。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数について、3か月前より僅かに増加しているものの、前年同月比で減少している。年度末に向けて短期の求人が出てくることを期待している。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年求人の提出がなかった企業からも求人依頼が増加していることから、求人数も増加している。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・既存の派遣依頼先とは別に、新規の業種や企業からの問合せが出てきている。また、この時期は年末年始ということに限っての依頼も例年どおりある。
	□	人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人案件に対しての、求職者の動きが鈍い。求職者確保が課題である。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・求人数はほぼ横ばいの件数でここ数か月推移している。業種内訳として特にコンビニ・スーパーなどの小売業、派遣業の求人数は夏から若干の減少傾向にある。一方で、コールセンター、ホテル、レジャーは緩やかに増加している。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・物価高により家庭での生活費を抑制している面から現状は良くないとみている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—