

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (南関東)	◎	衣料品専門店（経営者）	・問合せが増えているため、営業上行っていることは間違っていない。
	○	商店街（代表者）	・暑過ぎる夏のリベンジ消費が起きる。特に、アクティブシニアを中心に秋口の動向が活発化しそうである。イベントの問合せやレスポンスが良いことからその兆候がうかがえる。ただし、気候変動の影響で、残暑がどこまで続くか読み切れないところがあり、不確実性がある（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・住宅省エネ補助金の申請が通ると工事に進めるため、無事に申請が通ることを願っている。今年は申請が多く、予算上限額に達するのが早いようなので、対応に追われている。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・今月が悪いため、これ以上は悪くならない。秋口からは涼しくなってきた、耐久消費財の購入を控えていた客も買いに来るのではないかとみている（東京都）。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・気温が落ち着くことにより、やや良くなる。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・カレンダーやダイアリーなどの年末商材や、比較的高額なギフト向け文具に動きが出てくる。また、秋の旅行シーズンを迎え、国内外を問わず遠方からの客の来店が増加し、客単価も上がってくる（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・9月に米国で利下げが実施されれば株価が上がるため、多少は売上が伸びると今から期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・今夏は本当に暑くて、花も駄目になってしまい、余り期待はしていなかったが、お盆にはやはりお墓参りに行く人が多かった。11月頃になれば幾らか涼しくなるため、期待を込めて、少しは良くなる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・これから新米販売、おせち、クリスマス関連等、多くのイベントがある。猛暑の影響もあり商材価格が上がる可能性もあるが、年末に向けて購買意欲が高まっていくことを期待している（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・インバウンドの消費について、為替など外部要因の影響は下期にかけて大きくないとみている。また、海外客向けアプリなど関係性を深めるツールの効果も出てくると予想している。国内客向けは、大きな不安材料はなく、基本的には顧客との関係性は時間を経過するほど深くなり、当社からの施策提案の確度も上がってくると想定している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・消費意欲は高まってきたが、食品の値上げや電気代の高騰などの影響で、消費が2極化していることを懸念している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・免税売上の回復が期待できないなか、国内需要の中心である婦人ファッションと食料品に回復の予兆がみられており、期待を込めてやや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現状は、猛暑により、特に食料品を中心に百貨店ではなく近場のスーパーで済ませる傾向にあるが、秋以降は食料品を中心に全館の来店頻度も向上し、やや持ち直すともっている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・若干ではあるものの、来客数が増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・10月には大きな祭りが控えており、その影響で来客数が伸びる可能性はある。また、夏季は気温が高過ぎて高齢者を始め外出を避ける人も多い。過ごしやすい秋の行楽シーズンには、身近なコンビニで食べ物を買って出掛ける機会もあると考えられるので、期待したい。
	○	家電量販店（店長）	・訪日旅行者数は今後も増加する予測のため、来客数の増加を見込んでいる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車が発表され、新車の売上が増えてくる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・決算などが多くなる時期も踏まえ、良くなると予想している（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・最近は経年劣化による買換えも増えてきている。

○	高級レストラン（経理担当）	・ 婚礼宴会などの受注から施行までが長い事業では、3か月先の予約までキャパシティが一杯という状態にある。加えて暑さが和らぐことにより、レストランに足を運びやすくなる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・ 今年は特に暑さが厳しかったため、8月の売上はかなり落ち込んでいる。涼しくなってくれば客も当然外に出てくるため、現状と比べると、2～3か月先の売上は伸びて良くなる。ケータリングの方も催事が多くなってくるため増えてくる。総じて現在よりも20%以上は売上が伸びる。
○	一般レストラン（経営者）	・ 9月になり少し暑さが落ち着いてくれば、客も行動しやすくなる。9月は街のイベントもあるため、8月より人の動きが出る（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・ 涼しくなってくればまた客が戻ってくる（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・ 9月以降も大型コンベンション施設でのイベント、ライブ等が順調に入ってきており、宿泊は8月と変わらず高稼働を維持するとみている。加えて、秋以降は、8月に落ち込んでいた宴会関係が戻ってくる見込みである。
○	タクシー運転手	・ まだ暑い日が続いているため、タクシーの利用は増えるとみている。夕方辺りから終電まで駅からの利用が多いのは、飲み屋に立ち寄らず自宅に直行しているからのようで、飲み屋からのオーダーが少ないのが少し気掛かりである。
○	通信会社（経営者）	・ 客から前向きの姿勢がみられる（東京都）。
○	通信会社（社員）	・ CM、イベントの引き合いが継続して出てきており、広告への投資が増加しているものとみられる。今後もこの傾向が続くことを期待している（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・ 10月の案件が少しずつ出始めており、このまま案件が増加することを期待している（東京都）。
○	観光名所（職員）	・ 来客数が若干増加傾向になっている（東京都）。
○	観光名所（職員）	・ 秋に向けて、世界陸上、デフリンピックと大きなスポーツイベントが控えており、誘客に期待している。また、10月の大阪・関西万博終了後、関東圏への客の流れがどう変わるのか、又は変わらないのか、注目したい（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・ 猛暑がひどいため、暑さが落ち着けば客が戻ってくる。
○	ゴルフ場（経営者）	・ この暑さがいつまで続くかで変わってくるが、さすがに11月になれば多少涼しくなるので、来場者数の増加を見込めるものと期待している。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・ 暑さも徐々に和らぎ、客層比率の高いシニア層の来場が増えてくる（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・ 米国との関税交渉の決着により、やや良くなる（東京都）。
○	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・ 秋から空き地で借上げ方式のコインパーキングを始めるため、その分の賃料収入がある程度見込まれる。
○	設計事務所（経営者）	・ まだ具体的な打合せはしていないが、案件が動き始めている。
○	住宅販売会社（経営者）	・ 都内ホテルの宿泊料金が上昇しつつあるため、ホテル業界は良くなる。一方、建設業は、建設費の高騰により我々中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、賃上げができない。中小企業への景気対策が必要である。
○	住宅販売会社（従業員）	・ 富裕層向けの展示会において、富裕層の客と直接話した印象からの判断である。
○	住宅販売会社（総務担当）	・ 減税施策は実現しないが、賃金もそれを上回る程度に少しずつ上昇している。
□	商店街（代表者）	・ 物がどんどん値上がりし続けているにもかかわらず、所得はほとんど増えていない。給料が多少上がったという人もいるが、手取りは逆にややマイナスというのが現状である。この暑さの影響も大きく、何か物を買おうと見に行く意欲がかなり減退している。残暑も厳しいようだが、少しでも早く落ち着いてほしい。景気が少しでも良くなるように頑張っていきたい。

☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	・まだ残暑が続く。当店は、アーケード街の店舗ではなく路面店のため、客を迎え入れられる環境ではなくなっていることは事実である。来客数が低迷しており、余り良い成果は望めない。
☐	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・気温が下がらないと、やはり食事もしにくい。気温が下がってくれば食欲も湧いてくるため、気温次第で変わる（東京都）。
☐	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・この先2～3か月の案件は、企業努力によってある程度取れている。また、各店舗でも、客に少しでも多く買ってもらえるような努力をしている。そうしたことでプラスになる反面、今後も各メーカーの値上げが著しいことを考えると、プラスマイナスゼロとなり、景気の変動は余りなく、現状が続く。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・最近では、年末や正月だから売れるということはない。贈答品として何とか使ってもらいたい、他にもいろいろな商品があるため期待はできない。何とか現状を維持したい（東京都）。
☐	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・大学や専門学校などの教育機関が主要顧客であるが、年度の途中では販売する学生数に極端な増減が発生しない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・物価上昇が続くなか、客の消費に対する意識が変化している。
☐	百貨店（総務担当）	・現在のような停滞が続く限り、身の回りの景気が劇的に良くなる見込みはない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・年度後半に向けて前年のインバウンドのインパクトが落ち着いてくるため、現状のままで推移する（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・物価高などにより先行きの不透明感が増しており、余り回復は期待できない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・インバウンドが減少して1年経過するため、前年比では横ばいになってくる。良質な国内客の来店により、見た目上は良くみえるものの、決して景気が良くなったわけではない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・インバウンドは前年下半期より落ち着いており、下げ止まると予想するが、流動的であり楽観はしていない。また、国内客の消費は底堅く推移しているが、この先も多数の食料品の値上げが予定されていることを踏まえると、景気そのものは大きく改善する傾向にはない（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・秋以降、価格が上がる商材もあり、客の消費に対する感覚はシビアなままだと考える。9月以降も高温が続く状況では、アパレルの動きが良くなるとは考えられず、景気は変わらない。
☐	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて、変わらない（東京都）。
☐	百貨店（財務担当）	・株高などが富裕層の消費にプラスとなる一方、米国の関税政策等の影響による物価高が中間層の消費にマイナスの影響を及ぼす（東京都）。
☐	百貨店（企画宣伝担当）	・今回のキャッシュレス決済キャンペーンのような行政を挙げた施策の効果ではなく、消費マインドそのものが上昇する要素はいまだに不透明である。
☐	百貨店（管理担当）	・米国との関税交渉などの問題は一段落したが、末端の消費者の意識が変わってくるまでは時間が掛かる（東京都）。
☐	スーパー（経営者）	・猛暑続きで作物がなかなか安定しない。単価も上がっているため、客も買い控えしている。給料はある程度増えているようだが、やはり物価上昇にはなかなか追い付かないため、今後も同じような状態が続く。
☐	スーパー（店長）	・各社共に単価に影響しないポイント施策を積極的に実施しているが、ディスカウントタイプのチェーン店が価格強化を打ち出しているなかで、各社の打ち出しもチラシ等による価格競争に少しずつ傾いている。価格を切り口にしたスーパーが話題になっている現状では、今後も価格による集客比率が多くなってくる。
☐	スーパー（店長）	・消費者には依然として節約志向が根付いており、買い控えをしている。同様の状態がまだしばらくは続く（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	・商材の値上げが止まらない。

☐	スーパー（営業担当）	・単価の上昇、来客数の減少傾向はまだ続くとみている。販売量の増減が今後の売上を左右する要因となる（東京都）。
☐	スーパー（食品担当）	・米の品薄も解消されつつあり、銘柄米から備蓄米まで豊富に扱う当社の優位性が薄れつつある（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	・まだ値上げが続くため、変わらない。
☐	コンビニ（経営者）	・これから9月、10月になると台風など悪天候が続くため、売上、来客数共に減る。
☐	コンビニ（経営者）	・客足が伸びることを期待したいが、良くなる要素は余りないため、変わらない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響が余りみられず、来客数の落ち込みがないことから、今までのトレンドが続く（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・店舗周辺での大型イベントが控えているものの、久々の開催であるため、どの程度の集客となるかが読めない。その他の店舗も徐々に来客数が減少している傾向にある（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・依然として値上げが続いているものの、来客数は横ばいである。2～3か月後も現状とほぼ変わらずに推移していくとみている。
☐	コンビニ（エリア担当）	・猛暑により来店動機となる飲料が伸びている。9月、10月も例年より暑くなる予報のため、前年比では好調に推移する見込みである。9月には食料品の更なる値上げがあるが、直近の値上げ後の動きを見ると、そこまで買い控えの影響はない。
☐	コンビニ（エリア担当）	・現在と比較して、突出して景気が上向くとは考えにくい、年末に向けて良くなる。
☐	コンビニ（商品開発担当）	・この先も高温が続く予報が出ているため、全体の消費向上は余り期待できない（東京都）。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価が高止まりしており、消費が上向くことは考えにくい。これから徐々に売上が伸びていく期待はあるが、どうなるかまだ予想がつかない。
☐	衣料品専門店（店長）	・物価上昇による一般消費者の買物志向が、生活防衛型にシフトしたままである。富裕層を軸とした展示会等は順調に推移しており、この流れはしばらく続く（東京都）。
☐	衣料品専門店（役員）	・食料品や光熱費等の値上がりで、家計に余裕がない。
☐	家電量販店（店長）	・物価上昇が収まらないと、現在の状況はまだ続く。
☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場は結構あるものの、なかなか成約に結び付かない。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・ウクライナは小麦の大生産地だが、ロシアによるウクライナ侵攻の影響で小麦や関連する食料品の価格が上がっている。また、イスラエルのガザ侵攻の影響で原油高になっている。輸入する物全て値上がりしている割に、賃金はそれほど上がっていないため、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
☐	乗用車販売店（総務担当）	・米国の関税政策の影響等により先行きが不透明であり、厳しい状況が続く。
☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境に大きな変化はない。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・金利、補助金の施策が打たれない限り、新車販売は良くはならない（東京都）。
☐	住関連専門店（営業担当）	・国の住宅省エネ補助金事業、特に先進的窓リノベ補助金事業への消費者の認知が高まっており、引き合い、成約共に堅調である。補助金予算の消化までまだ余裕があるとみられるため、しばらくこの状況が続くものと考えている（東京都）。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月以降に最低賃金の引上げがある。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・どうも余り景気が良くないようで、先行き不安である。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・訪日客と国内客の比率、販売数量の動向などは大きな変化がなく、販売単価が若干高い状態はしばらく続くとみられるため、先行きの景気もやや良い状態で変わらない（東京都）。

☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和事業から暫定税率廃止の流れになるものの、現在の原油価格、為替の影響がないと仮定すると、仕入価格に大きな変動はない。したがって、売価も安定するため、暫定税率廃止等への対応時の報道が不十分だと、客に誤解を与えかねないという不安もある（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・猛暑の影響もあるのか、食事に対する消費者の意欲が落ちている。したがって、食材の売行きも悪い（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在は好調ではあるものの、物価高の影響で伸びは限定的とみている。
☐	高級レストラン（営業担当）	・秋以降の法人関連の宴会受注状況はほぼ前年と同様に推移している（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・物価が上がり過ぎている。今はまだ消費者に余力があるだろうが、徐々に苦しくなってくる。3か月後は今月と余り変わらない。
☐	一般レストラン（経営者）	・9月、10月もこの暑さが続くと、やはり外へ出て飲食しようという気がそう起こらなくなる。夜もコンビニで買って終わりにになってしまい、店で飲んで帰る機会はなかなかないのではないかとみている。
☐	一般レストラン（経営者）	・当社の料飲部門は、不景気といわれる状況で売上が伸びることが往々にしてあるため、やや良くなると回答したいが、今後、米国の関税政策の影響や輸入食材の値上がりが進み、日本経済にダメージを与える要素が多く出てくるため、相殺した結果、現状と変わらない。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新規出店の同業者は、短期間に来客数を伸ばしている。商店街のイメージが徐々に変わってきている（東京都）。
☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・9月以降も会社員の収入が増える見込みはないため、景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・前月と同様だが、売上は伸びているものの、その他の経費が上がり、利益率が低下している。コーヒー豆の価格がかなり上がっているため、価格転嫁が課題となっている（東京都）。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・米国の状況や国内の政局によって、先行きはなかなか読めない。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・引き続きインバウンドが顕著に伸び、単価、売上共に向上していく（東京都）。
☐	旅行代理店（経営者）	・物価がますます上昇しているなか、給料は全く上がらず、皆大変困惑している。
☐	旅行代理店（従業員）	・旅行費用のなかで特に貸切りバスと宿泊費が高騰している。先行きは見通せない。
☐	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇が収まらないと、世の中にお金が回らない。
☐	タクシー運転手	・毎日猛暑が続き、野菜はもちろんのこと様々な物が値上がりしており、客からは物価高で生活が苦しいという声が聞かれ、タクシーを利用してくれる人が減っている。物価高対策が急務である。
☐	タクシー運転手	・あくまで気温が高いままという前提で、変わらないとみている。9月になると暑さが少し収まるため、その辺りがどうなるか分からない。米国の関税政策の影響がどのように出るかが心配である。ただし、現状の気温がまだ1か月続くとすると、客の動きはある（東京都）。
☐	通信会社（経営者）	・今のところ景気が良くなるような商談がない。案件の受注も増加傾向にはない。2～3か月先も景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（社員）	・参議院選挙で主張された消費刺激策はいずれも実現の見通しが立たず、物価高も収まる気配がない。米価の値下がりも期待できず、景気改善の糸口が見つからない（東京都）。
☐	通信会社（局長）	・米国の関税政策の影響や物価高などが世間では問題視されているものの、当社への影響は余りない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
☐	通信会社（営業担当）	・政府が何らかの手を打たないと、物価高に伴う、便乗値上げも含めた値上がりが見止まらない（東京都）。
☐	通信会社（管理担当）	・インフラ更新を行った新規営業エリアにおいても成約数が計画に達していない（東京都）。

□	通信会社（管理担当）	・物価上昇による個人消費の冷え込みが続く見込みのため、B to Bのプラス分が相殺され、結果として変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・イベント的にもやや踊り場ではないかと考える。国会の動きによつては変化がみられるかもしれない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・外的環境よりも内的要因が大きい（東京都）。
□	通信会社（経営企画担当）	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。
□	ゴルフ場（従業員）	・暑すぎるため、景気は変わらない。
□	パチンコ店（経営者）	・国の景気対策が期待されるところだが、秋以降になるとみている。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・最低賃金の上昇により、様子見となる（東京都）。
□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・物価上昇に見合う大幅な賃金上昇がなければ、景気が良くなるとは考えられない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・気候の良いシーズンに向けて、インバウンドの個人客を中心に予測は回復傾向にある（東京都）。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・良くも悪くも変化がみられない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・米を始めとする食料品の物価高により、買い控えが継続している（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・為替の関係で、自分たちがどう動けばよいか判断しかねている人が多い。
□	設計事務所（職員）	・様々な社会的背景が改善する期待は持てないものの、より悪化することもない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅相談窓口からの紹介が非常に増えている。販売量は変わらずに推移するとみている。今後は中小ハウスメーカーの倒産が更に増えることが予想されるため、倒産の心配のない大手系列の当社は迷っている客の受皿になれる。閣議決定により来年度の補助金のはっきりすれば、様子見の客の動きも出てくる。
□	住宅販売会社（従業員）	・情報数は変わらない。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年、6月から8月のエアコンの売行きで年間の販売額が決まってしまう。9月以降は売上が見込めず、減少する。売れる商材が見当たらない。
▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・秋は、夏に比べて行事が一段落し、消費も減る。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・生活に関わる物価の上昇が収まらず、し好品を扱う当店などは厳しい状況が続く。
▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・ほぼ全ての物価が上昇しているなかで、選ばれる商材、サービスの淘汰が予想される（東京都）。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・日傘のシーズンが終わるため、やや悪くなる。
▲	百貨店（総務担当）	・物価高が続く一方で、最低賃金の引上げなど賃金増加によってある程度の売上は維持できるが、人件費上昇分を吸収し切れない中小企業の経営悪化、倒産は増加傾向にある。所得格差による消費の減退を注視していきたい。この暑さによる農作物等の不作により、更に物価が上がることも予想されるため、購買点数の減少が全体の売上に影響を及ぼす懸念がある（東京都）。
▲	百貨店（店長）	・米国経済の先行きが見えず、中国不動産もマイナスで、インバウンド縮小の歯止めとなる施策は不明確である。国内でも、最低賃金の引上げにより経営が立ち行かなくなる企業が増加する。
▲	スーパー（経営者）	・商品単価の上昇が止まらず、来客数、買上点数共に微減である。最低賃金の引上げにより経営は厳しくなっていき、やや悪くなる傾向が続く。
▲	スーパー（仕入担当）	・最低賃金が更に引き上げられることで、中小企業は人件費が増加し、利益が圧迫されていく。

▲	スーパー（ネット宅配担当）	・野菜の価格上昇はしばらく続くとみられる。また、米国の関税政策の影響や最低賃金の引上げなどを含めると、数字的には厳しくなることが予想される。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足を解決するために時給を更に上げざるを得ず、明るい兆しが全くみえない状況が続く。
▲	コンビニ（経営者）	・何らかの物価対策を打ち出してほしい。
▲	コンビニ（経営者）	・食品の消費期限不適切表示問題が世間を騒がせていることから、風評被害等もあり、来客数が8%程度減少している。これが少しずつなくなっていけばよいが、まだ出口がみえない。
▲	コンビニ（経営者）	・株価が上昇しており、世間的には景気が良くなる予想もあるものの、当店周辺にそのような恩恵を受けている家庭は少ない。10月から最低賃金が引上げられ、当店の経営も悪化する予想である。
▲	コンビニ（従業員）	・夏の市民プール解放期間は客足が伸びるが、終わると客足も少し落ち着く。これに関しては景気の良さとしてはないため、景況は特別悪くない。当店のプライベートブランド商材は客観的にみても他のコンビニよりおいしい商材が多い印象で、そのような声もよく聞かれる。大事なのは、客足が伸びる時期にどれだけニーズをしっかりとつかめるかである。
▲	衣料品専門店（統括）	・気温によって客の来店、売上が左右される業界のため、これからの気候の変化がないと、来客数には期待できない。
▲	家電量販店（店長）	・インフレ傾向は変わらず、給与所得が物価上昇に追いついていないのが現状で、良くなる未来は想定できない。
▲	乗用車販売店（営業）	・今後は新車種が増える予定も少ないため、車の販売はなかなか厳しい。家庭の使える金額が減ると更に厳しくなるのではないかと予想している。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・所得の増加に比例して税金も上がり、物価高も重なって悪化の一途をたどっている（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・良くなる見通しが乏しい。商品価格の高騰は依然として続いており、消費行動がどこかで息切れするのではないかと懸念している（東京都）。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・下期に最低賃金の引上げが予定されていることから、利益の伸びが抑制されると予想している（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・10～11月は団体需要もあり、予約段階で高稼働となっているが、今月ほどではないため、やや下降を見込んでいる。
▲	旅行代理店（従業員）	・夏休みが終わり、人流が落ち着く予想である（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・小売を含めて9月以降も値上げが続くため、金額に対する感覚が厳しくなり、景気は悪くなっていく（東京都）。
▲	タクシー運転手	・今年も猛暑の影響でタクシー利用客が増えているが、2～3か月後には落ち着いている（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・気温が落ち着いてきたら乗客が減ってしまうのではないかと危惧している。
▲	通信会社（営業担当）	・先行きへの不透明感があるため、消費者の節約志向は継続する。
▲	通信会社（経理担当）	・食品の毎月の値上げが止まらず、賃金上昇分を超えているためである。
▲	ゴルフ場（経営者）	・残暑が厳しい予想のため、来客数の減少が見込まれる。また、猛暑やインフレの影響もあり個人消費自体が縮小すると見込んでいる。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上昇しているため、通塾を週2日から週1日に減らす生徒が出ている。景気は今後も悪くなる。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・今までと異なる新しい物を購買するようにならない。
▲	設計事務所（経営者）	・現状があまりにも悪すぎる。米を始め諸物価が上がり、政権も不安定で、先が見えない。物価高が影響しているのか現場も動いていない。新しい仕事のための営業も大変難しい。こうしたときこそ先を見据えて考えなければいけない。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の荷動きに期待感が薄く、先々の注文が目減りしている（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・いろいろな補助金等が出ているが、当店のような末端には客からそういう話も来ないし、こちらからアプローチを掛けても量販店にいつてしまうことが多い。そうした意味で悪くなる（東京都）。

	×	衣料品専門店（店長）	・物流経費及び人件費高騰の状況下で、利益が減少している。
	×	衣料品専門店（従業員）	・まだ暑さが続く見込みであり、景気回復の兆しも見えない。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材及びエネルギー価格の高止まりによる固定費負担の深刻化は依然として解消の兆しをみせず、収益性を確保し得る経営環境には程遠い。11月以降は酷暑の収束に伴う稼働率の漸進的改善も全くの期待薄とはいえないものの、季節変動による一時的要因の域を出ない。
	×	競輪場（職員）	・一時的な事業縮小を検討している。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の繁忙期に入るため、受注量が増える見込みである（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量が増え、仕事を断らなければならないことも出てきている。同時に、人員確保のため求人を出している。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印鑑は大きく分けて個人用と法人用があるが、個人用は必要に応じて出るだけで、さほど変わらない。法人用は会社設立が絡んでくるが、現状からみて会社の設立が徐々に増えている。二重丸の登録印ではなく、角印も作りたいという客が出てきているため、法人需要が少し見込める（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・1～2か月先までの受注は順調に入っている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・各取引先からの内示を総合すると、やや良くなる予測である。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	・半導体関係受注は取引先によってばらつきが大きいが、全体の受注量は伸びている。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注の見込みがあるため、やや良くなる（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・残暑が続くようであれば、期待はできない。秋に期待している。
	□	化学工業（従業員）	・原材料価格が高止まりしており、これから先の受注量も大きな影響はなく、現状維持が続く。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・米国との関税交渉の決着がまだ付いていない。これからいつどんな形で決着するのかによって、景気はかなり変わってくる。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在抱えている新規案件が立ち上がらない限り、業績アップは見込めない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・案件自体は出てきているものの、低価格及び少量のため、全体的には変わらない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連事業の業績が景気を大きく左右するが、米国のA I 業界のリーディングカンパニーが半導体キーデバイスを自社開発する可能性があるとの噂があり、それによって今後多大な影響を受ける。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーにおいて、米国での増産や国内の減産方針が定まっておらず、現時点では影響が不透明である。
	□	建設業（経営者）	・物価が高止まりしているなか、給料が上がらないため、景気は停滞気味である。
	□	建設業（従業員）	・受注があっても、物価上昇がこのまま続くようであれば、今までと変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・戦争、紛争の継続、物価高、不安定な政治など様々な要因でプラスマイナスゼロである（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・閑散期のため、荷主の国内出荷量が少なくなる。輸出量は現在もない。
	□	通信業（広報担当）	・更なる悪化は想定していないが、当面は現状が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・建設業では、官民間わず発注量が増えており、中小企業の受注が安定してきたという声を聞く。一方、人手不足は解消しておらず、頭を悩ませる経営者も増えている。新規受注を獲得したいが職人を確保できずに断念せざるを得ないとの声も聞かれる（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	・燃料や資材高騰、食品の値上げが続いており、先行きの景気は不透明である。省エネ家電買換え施策が始まるため、家電販売業では売上が期待できる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・先の受注見込みからも大きく好転する材料は見当たらず、年末にかけても現状程度の業績推移が見込まれている。

□	不動産業（経営者）	・インターネットで多くの反響はあるが、当社からメールを送っても返答はなく、電話を掛けても不通だったりする。どうしたら客を呼べるか、そればかり考えている（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・賃貸物件の入居率に変化はないとみているが、一部のテナントが人手不足によりしばしば休業しており、心配している。
□	不動産業（総務担当）	・米国の関税政策を含め先行きに不透明さはあるものの、特に、客の気になる動きもなく、今後2～3か月は変わらない（東京都）。
□	税理士	・大企業は米国の関税政策の影響もありつつ円安でもうかっているが、中小企業は変わらない。円安による原材料高や、人件費の上昇はあるが、中小企業の多くは払えないため、景気は良くない。それに伴い飲食店なども良くない状態である（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・年末に向けて人が動く時期に向かうが、特に良くなる要因がない。
□	税理士	・米国の関税政策の影響がどう出るかが不透明ではあるものの、円安の状況は変わらず、輸出産業の景気は順調と予測している。ただし、それほどの伸びは予想しにくく、現状のままである。
▲	食料品製造業（経営者）	・お金を使う単位が少し小さくなってきている（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	・サービス業全体のトレンドとして、値上げによって確保した売上を上回る原価高騰や、採用コストも含めた人件費負担の増大など、経費の増加による利益の減少が今後も続く（東京都）。
▲	金属製品製造業（経営者）	・米国の相互関税が15%になった影響がこれから本格的に出てくる。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・今夏の酷暑の影響で、やや悪くなる（東京都）。
▲	建設業（営業担当）	・民間の新築工事の物件数が減少しており、今後も工事価格の高騰が続くため、現状維持から更に下降傾向とみられる。
▲	輸送業（経営者）	・年内に配送ルートの再編成が行われ、それに伴い配車車両が削減されるため、収入の減少度合いが懸念される（東京都）。
▲	金融業（支店長）	・建築基準法の改正により建築許可が下りるまでに2～3か月の遅れが常態化している。その影響で、建設業やそれに関連する製造業の業績悪化が限界に達している。
▲	不動産業（従業員）	・販売価格、賃料は高値で取引されており、利益は維持しているものの、郊外エリアの取引額が頭打ちになってくると予想している（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	・物価高の影響により、消費者の買い控えや企業側の経費削減が続いており、全体的に先行きへの不安感が強まっている。当社のようなデザイン業でも受注量はやや減少傾向にあり、特に、小規模案件の見送りや先延ばしが増えている。加えてAIツールの普及により簡易なデザインを内製化する動きも加速しており、短期的には景気の回復は見込みにくい（東京都）。
▲	広告代理店（従業員）	・当社の予算事情もあり、半期末の9月、下期期初の10月の予算は高め設定となっているため、現状の見込みからは厳しい結果と判断せざるを得ない（東京都）。
▲	広告代理店（営業担当）	・世の中の物価上昇に比べ、クライアントの宣伝費などの施策に使われる予算が余り上がってない。結果として我々のような業種にとっては売上や利益率が上がらず、苦しい（東京都）。
▲	経営コンサルタント	・輸出が大きく減少することが見込まれる。国は、農産物の会社方式への認可や農業法人化を大車輪で進め、高度成長期に行われた橋や下水道の補修などの大型公共投資に力を入れることで、内需を拡大するのがよい（東京都）。
▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・資材等の値上げ実施のほか、取引先等の倒産や廃業もあり、当社を取り巻く環境は変わらず厳しい。
▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・単価が上がらないまま経費が上がり、経営的に厳しい状態が続いている。

	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の引上げに伴い、人件費が高騰する（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・ 今後は農作物の不作と輸入食料品の価格高騰が見込まれ、生活費の高止まりが考えられる。賃上げがどこまで広がるかが課題である（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・ 印刷を取り巻く環境が非常に悪化しており、資材値上げの動きも加わり更に悪化する。
	×	建設業（経営者）	・ 政府の景気対策の効果が出ていない。
雇用 関連 （南関東）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・ 例年、秋以降は人材流動化が活発になる。人材派遣、人材紹介共に求人数及び求職者数が増加する傾向のため、3か月後は繁忙になる。特に、現時点で法改正などを含めた外的要因も想定されていない。ただし、市場は飽和状態のため、他社とのシェアの奪い合いとなる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・ 直近でみえている派遣引き合いだけで判断すると、下期に向けた案件があるため、上向きにみえる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・ 年末に向けての需要が増えてくる時期である。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 物価高を背景に派遣料金の値上げについては理解してくれる企業が増えてきている一方、各社人材争奪が激しいところもあり、自社の景況感としては現状維持の見通しである（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 求人、求職共に同じような動きが続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 今後も米国の関税政策の影響で採用を控える動きが続くそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人及び求職者の依頼状況が大きく変わる要因は見当たらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 専門性のある人材の確保が困難になっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人数に大きな変化はみられず、変動の見込みもない。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 大きな変化の兆候はみられず、判断としては横ばいである（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・ 異常気象による作物の不作、円安による資材高騰、人件費増加による人手不足の影響など、上向き材料はない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・ 求人数、応募数、採用数のバランスを見て、良くなる兆しが無い。
	□	職業安定所（職員）	・ 有効求人数について、4月以降、3か月連続で前年同月を上回るなど回復の兆しはあるものの、動きは弱く、先行き不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・ 人手不足ではあるが、物価上昇分以上に賃金は上昇していない。最低賃金引上げにより上昇する見込みはあるものの、賃上げできない事業所は雇用者数を減らす検討をしているようで、全体的にみて賃金上昇の効果が相殺される可能性がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数は微減傾向ではあるものの、業種によりばらつきがあり、全体としては大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人は引き続き多くあり、事業所に確認をしても人手不足が続いている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 物価の上昇が止まらないが、給与水準は変わらないため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 10～11月は9月末の契約更新に伴う派遣スタッフの入替え、増員の依頼も落ち着く。また、12月に入ると年末年始を控えて例年依頼が落ち込む傾向にあることから、8月よりは落ち込む（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（広報担当）	・ 思うようには業績を上げられず、人員を増やせない状況は、周辺企業でも同様との話を耳にする。景気が良くなる見込みは余りない（東京都）。
	×	—	—