

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	○	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・これから冬を迎え、インバウンドが増えることで景気はやや良くなる。国内客は、日用品の値上げの影響により、買い控えや客単価の低下といった動きがみられるものの、インバウンドはそのような影響がないことから、来客数及び客単価が回復していくと期待している。
	○	衣料品専門店（店長）	・スーツを着用するとの相談が増えていることから、今後、スーツの需要が増加することを期待している。イベントなどで外出する機会も増えているため、景気は回復傾向に転じることになる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売予定を踏まえると、今後の販売量は上向くことになる。また、車検対象の車が増えることで、サービス部門の入庫量も増えることになり、売上が増加することになる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表を抑えていることから、今後の景気を多少押し上げることが期待している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・小規模薬局において、中高齢者の健康意欲を引き出すことが役割と考えていることから、病院では対応できない細かな健康相談に対応していくことが重要になる。顧客に対して適切に対応することで、景気は上向くと期待している。
	○	観光型ホテル（経営者）	・紅葉シーズンが始まったことで、若干、国内客が回復傾向にある。インバウンドの予約も、冬季シーズンに向けて回復傾向にある。このため、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・夜間の人出が増加している。景気が好転している兆しと捉えられることから、年末年始の輸送繁忙期への期待が持てる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・政権政党の新総裁が打ち出す経済政策により、今後の景気が良くなることを期待している。株式市場も堅調なことから、消費、建築需要が上向くことを期待している。
	□	商店街（代表者）	・前々年以降、居酒屋などの夜型飲食店の景気は上向いているものの、ここ数年、日中の来街者の少ない状況が継続している。今後については、年末を抑える時期とはいえ、必要最小限の買物しかない生活スタイルが定着していることから、例年以上の売上までは期待できない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・今後については、年末まで来客数が横ばいで推移するとみられる。インバウンドの入込数にも大きな変化はないとみられる。本格的な雪のシーズンが訪れるまで、来客数及び客単価は、余り変化のないまま推移することになる。
	□	スーパー（店長）	・効果的な打開策が見当たらないため、今後すぐに景気が良くなることは考えにくい。賃上げが物価上昇に追い付くまで、あと何年かかるのか心配である。
	□	スーパー（店長）	・国による現金給付などの物価高対策も進んでいないことから、現状では、景気が大きく変わるような要素が見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・今後も景気は変わらない。ただし、政権政党の総裁選挙の結果によっては、情勢が変わる可能性もある。
	□	コンビニ（エリア担当）	・売上については、価格上昇による上乗せ分があるため、どうにか前年並みを維持しているものの、来客数及び買上点数は前年割れが続いている。今後もこうした状況は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金が引き上げられるものの、米などの価格高騰が続いていることから、今後の景気が大きく変わることはない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候不順、物価高による節約志向の強まり、人手不足などが、景気の悪さの要因となっており、こうした状況はすぐには変わらないことから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（店員）	・ エアコンの販売期間が終わった。大型暖房機は出足こそ良いものの、売行きの良い期間はすぐに終わってしまう。そのため、今後の景気は、年末年始にどれだけ来客数が増えるかにもよるが、余り期待はできない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ 当地はこれから冬を迎えることから、当店の繁忙期を迎えることになる。忙しくなるなかで、行うべきことをしっかりと行うことができれば、売上にもつながってくる。ただし、売上が飛躍的に伸びたり、落ち込むことは考えにくい。また、いろいろな物の値上げが続いていることで、客の消費が余り車に向いていないこともマイナスである。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ ここ数か月、新型車の発売も特になく、同じような状況が続いていることから、今後も景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ 米国の関税の影響による中古車相場の変動、競合他社の動向の変化による客の動きの変化などはあるかもしれないが、どの程度の影響が生じるかは判断が付かない。系列メーカーの動きにも大きな変化はないと想定されていることから、収益が大幅に変化することはない。
	□	自動車備品販売店（店長）	・ 物価が高騰し、値上げなども続いていることから、景気が良くなるような要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（役員）	・ 10月に食品などで値上げが予定されていることから、今後も客の節約志向が続くことになる。ただし、消費動向が大きく悪化することもないとみられるため、この先の景気は変わらない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・ 今後については、ガソリンの暫定税率がどうなるかで変化することになる。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・ 客の様子から、購入の判断がシビアになっていることがうかがえる。特に大口購入が減少しているため、今後も厳しいまま変わらない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・ 10月から仕入れ食材がまた値上げされることから、価格の見直しが避けられず、客の外食機会が減少することが懸念される。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・ 景気が大きく変動するような要素が特に見当たらないため、今後も景気は変わらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・ 物価上昇が続くなか、当地の主要産業である農業において、作物不作の傾向がみられることから、前年よりも需要が落ち込むとみられる。特に海外旅行については、物価上昇に加え、燃油サーチャージの値上げが影響して、大きく落ち込むことが懸念される。
	□	タクシー運転手	・ これから気温が低くなることで、客のタクシー利用が多少増えるとみられるものの、イベント関係や観光客の予約状況が例年よりも若干少なめに推移していることから、全体的には変わらないとみられる。
	□	タクシー運転手	・ 人材不足を解消しない限り、景気が良くなることは考えにくい。
	□	観光名所（従業員）	・ 現状、当施設の利用者は高水準で推移している。当地の宿泊規模、当施設のキャパシティを考えると、現状の利用者数は上限近くに達しており、天候や自然災害、予期せぬ事故などを除けば、マイナス要因は見当たらないことから、このまま良い状態が続くと期待できる。
	□	美容室（経営者）	・ ここ3か月の売上、来客数をみると、前年と比べて安定して推移している。今のところ、悪化するような要素も特に見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 建築単価の高止まりに加え、金利上昇、物価上昇などの動きも続いていることから、消費者の購入マインドが上向くことは考えにくい。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・ 客の様子は決して良いものではない。物の価格が上昇していることで、買い控えが進んでいるため、今後の景気が良くなるとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・外国人観光客について、中国本土からの観光客が減少していることから、消費額の大きかった百貨店などが苦戦を強いられている。当地の冬の観光は雪が降ってからが本番となるため、それまでは景気の悪い状態が続くことになる。ただし、店頭での難しい接客が減少していることで、店が安どしている様子もみられる。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月に相当数の商品が値上げされることになる。主食である米の価格も下がっていない。最低賃金が1000円を超えるようになったものの、国民の生活が楽になるわけではないことから、今後の景気はやや悪くなる。米国の動向が見通しづらいこともマイナスである。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・観光客数は好調に推移しているものの、地元客の消費意欲が低調に推移している。そのため、今後、売上が増えることは考えにくい。
	▲	百貨店（売場主任）	・インバウンドについては、前年に売上を大きく伸ばした反動でやや落ち込んでいる。国内客については、政権政党の総裁選挙の結果次第の面もあるが、今後も物価高が続くとみられることから、良くて現状維持とみられる。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・10月から食料品を中心に3000品目以上の値上げが行われるほか、電気・ガス料金負担軽減支援事業が9月で終了することから、電気料金などの光熱費も値上がりすることになる。家計を取り巻く環境はますます厳しくなるため、客の消費行動にマイナスの影響が生じることになる。
	▲	スーパー（企画担当）	・こここのところ、株価が最高値を更新しているものの、消費動向に与える影響は限定的とみられる。今年の夏の消費が増えた反動で、客の節約志向が一段と強まっているため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（役員）	・原材料価格や物流費など、あらゆる物やサービスの価格が値上がりしているため、クリスマスケーキや餅などの季節商材も大幅に値上がりすることになる。年末に向けて、客の購買意欲が落ち込むとみられる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金の引上げにより、小売店の経営状況が圧迫されるようになり、今後、経営を断念する店が増えることが懸念される。今年の最低賃金引上げのインパクトは相当大きいと考えられる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・新米の販売価格が上昇しており、3か月後も価格が高いまま推移するとみられる。そのため、客の買い控えが強まることになり、景気はやや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・物価高が止まらないことから、衣料品への支出について、必要なときに必要な物を買うという行動がますます広がることになる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・賃金の引上げに伴う人件費負担の増加により、今後も物価の上昇が続くことになる。経費もあらゆる物が高くなっていることから、相当の削減をしない限り、値下げの動きは生じない。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・夏と冬で客層が変わってくる傾向があり、夏ほどの売上が見込めない。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・原材料を始め、あらゆる物の価格が高騰しているなか、10月から食料品を中心に多数の品目で値上げが行われることから、景気が良くなるような見通しが立たない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・夏季繁忙期が終わり、観光需要の端境期を迎えることから、インバウンドの動きは落ち込むことになる。一方、アウトバウンドについては、修学旅行などで動きが上向く時期となるものの、大阪・関西万博が終了すること、物価高騰による生活防衛意識が強まることで、旅行需要の低下が懸念される。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・宿泊代金の高騰により、企業の出張などが徐々に減少しており、今後も減少傾向で推移するとみられる。個人旅行も、旅行費用が高止まりしているため、好転する材料が見当たらない。このため、今後の景気は緩やかに下向くことになる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・様々なサービスや食品などの価格が上昇していることで、可処分所得が減っており、旅行に回す費用が減っている傾向にあることから、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	タクシー運転手	・例年、涼しくて過ごしやすい気候になってくると、タクシーの利用が減り、売上も減ることになる。これから雪の降る時期まで、タクシーの売上は前年並み又は前年を下回って推移するとみられる。
	▲	通信会社（企画担当）	・通信端末の価格を維持するため、販売促進費が大幅に削減されている状況にあり、今後、その影響が出てくる懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・ここに来て、物価が上がりすぎているため、客との会話から美容や衣服への出費を控えている様子がうかがえる。そのため、今後、客の来店周期が長くなることで、売上が減少することが懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・ここまで物価が上昇しているなか、賃金の引上げを行うことになると、店が潰れかねない状況となる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・秋から冬にかけては、観光客の利用が減少する時期であり、天候の悪化も懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築費の上昇が続いており、それに伴い新築分譲マンションの価格上昇も続いている。そのため、一部の富裕層による分譲マンションの購入はあるものの、一般的な需要層による購入が極端に減少している。現在、首都圏などで表面化している住宅問題が、地方圏においても深刻な問題となることが懸念される。
	×	商店街（代表者）	・減税などで、国民の使える金が増えない限り、景気が良くなることはない。
	×	一般小売店（経営者）	・周りの話を聞いても、飲食店以外は軒並み景気が悪くなっている。そのため、今後の景気は悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・灯油の価格が高くなっていることから、冬に備え、貯蓄に回る金が増えることになる。物価も一段と高くなっていることから、今後の景気が良くなるとは考えにくい。
企業 動向 関連 (北海道)	-	-	-
	○	食料品製造業（従業員）	・冬に向けて、受注量の増加が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信業（営業担当）	・全体的に費用負担が増加していることから、企業では、投資や計画の具体化に慎重になっているものの、コスト上昇分に見合った価格転嫁も進みつつある。そのため、来期の計画について、具体化が始まる3か月後の景況感は現状よりも上向くことになる。
	○	広告代理店（従業員）	・政権政党が新体制となることで、景気が良くなると期待している。
	○	司法書士	・新築や相続を中心に、不動産登記の依頼が増えている。新築住宅の価格高騰はよく耳にするが、中古住宅を購入してリノベーションするといった案件もそれなりに依頼があることから、景気は少しずつ良くなっている。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・国内建設投資について、当面堅調に推移すると見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	農林水産業（経営者）	・今は景気が非常に悪い状態にあることから、これ以上、景気が落ち込むことは考えにくい。
	□	食料品製造業（従業員）	・観光需要が好調に推移しているものの、ここから一段と需要を伸ばすには、空港の就航便数など、観光客の受入れ体制もかかわってくることになる。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	家具製造業（経営者）	・今後の景気については、米国の関税の動向、政権政党の総裁選挙の結果次第で変わることになる。
	□	金属製品製造業（従業員）	・人口減少、金利上昇、資材価格の高騰による建築費の上昇などを考慮すると、景気が回復するような兆しは見当たらない。着工棟数の減少は全国的な傾向であることから、今後も同じような状況が続くことになる。
	□	建設業（従業員）	・人材不足はすぐに解消されないため、今後も現状維持で推移するとみられる。
	□	建設業（役員）	・年度内の工事量はほぼ確定した。建設コストの高止まりと人件費負担の増加が懸念材料であることには変わりはないが、計画どおりの完工高と利益は確保できる見通しにある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（支店長）	・今後の荷動きについて、大きく変わらないと見込んでいる。雪が降る前の駆け込み需要に期待したい。
	□	金融業（従業員）	・価格転嫁は進んでいるものの、企業からは、他社との競合から十分な値上げができないという声や10月からの最低賃金引上げによる人件費増加を懸念する声を多く聞くため、3か月先も景況感は変わらない。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・働き方改革などの影響で、就業時間に上限があることから、生産量を大幅に増やすことは難しい状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	建設業（経営者）	・今後については、新規の受注は余り見込めない。現場の稼働はピークとなり、一部では人手不足が発生することになる。また、積雪寒冷期を迎え、日照時間の減少や除排雪作業などにより、作業効率が低下することになり、採算性が悪化することになる。
	▲	司法書士	・物価の上昇が続いている一方で、国民負担が増すばかりであることから、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるためには、減税など、国民の手取りを増やすような政策が必要である。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・関税や為替レートを巡る米国の動向が不透明なため、輸出の多い自動車業界などで投資控えの噂を聞くようになった。
	×	-	-
雇用 関連 (北海道)	○	-	-
	○	-	-
	□	人材派遣会社（社員）	・企業のニーズと人材のモチベーションのギャップが埋まらず、採用につながっていないケースが多くみられることから、今後も景気は変わらない。求人数の動きから、人材側がいつでも転職できる、すぐに採用されるといった誤った認識を持っていることもマイナスである。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年どおり、観光関連や冬季特有の除雪業務で一定の需要が見込まれるものの、人口減少や労働力不足、働き手の意欲低下により、今後も市場の縮小傾向は避けられない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少要因が継続しているものの、求人数の減少が景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。
	□	職業安定所（職員）	・当地の7月の新規求人数は前年を7.1%下回り、2か月連続での減少となった。月間有効求人数も2か月連続で前年を下回った。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・10月以降、企業の採用姿勢が慎重になると見込まれるものの、景気が大きく変化するような状況は考えにくい。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・10月からの最低賃金の引上げや商品の値上げが、雇用面に影響を与えるとみられる。ただし、企業が省人化や正社員化を進めるなか、新たな雇用が生じることは考えにくい。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客は堅調に推移するとみられる一方で、国内客の消費活動は、効果的な物価高対策が打ち出されない限り、上向いてこないとみられるため、今後の景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げ、物価高、原材料価格の高騰に耐えられず、倒産や廃業を選ぶ企業が増えてくることが懸念される。
	×	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉の時期を迎えるため、インバウンドが回復していく。
	○	スーパー（店長）	・売上が前年を上回っている。競合店対策もしっかり行っているため、来客数も確保している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げにより客単価が上昇し、買上点数も前年比3%アップしている。物価高と騒がれている割に購買意欲は低い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（店長）	・最低賃金引上げにより、財布のひもが緩むことが期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材が本番を迎えるため期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・整備の繁忙期に入ることに加え、新型車の発売も控えていることから、やや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車が出たこともあり、客の動きがかなり活発化している。引き続き、新車の販売台数、来客数共に伸びが期待できる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており販売量は確定している。今月よりやや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・気温も下がってくるため、客の外出頻度が増える。また、鍋の季節になるため、今よりやや忙しくなる。
	○	観光型旅館（経営者）	・繁忙期に向けて予約も順調に入ってきており、やや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋の行楽シーズンを迎える。また、冬の訪日インパウンドの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・10月以降の下期の受注数は上期よりも多い。
	○	タクシー運転手	・行楽シーズンで県外からも多くの人を訪れる。
	○	通信会社（経営者）	・10月からのサービスエリアの拡大により新規加入者の獲得が期待できる。特に、年末年始の特別番組効果などでテレビサービスの加入者数の増加が期待できる。また、格安携帯電話サービスへの問合せが増えており、今後は通信サービスとセットで加入する人が増えることも期待できる。
	○	通信会社（営業担当）	・首相が変わるため、景気はやや良くなるとみている。
	○	観光名所（職員）	・やや早めに予約が入り始めている印象を受ける。
	○	競艇場（職員）	・今月の売上が非常に悪いと、これ以上の売上減少は考えづらい。来月以降は、来場促進イベントを開催する予定もあることから、売上は多少なりとも増加するとみている。
	○	美容室（経営者）	・国の物価高対策がようやく進みつつあり、消費向上につながるものと期待している。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、気温が下がることで給湯器交換の問合せが増えると思われている。リフォームは、暑さが落ち着くため屋外工事の問合せが増えると思われている。
	□	商店街（代表者）	・大きな変化は起きないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これまでの値上げで消費者には物を買わない習慣がついているため、景気が悪い状態は変わらないまま年末を迎えると思われている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・健康志向は変わらないが、食品、医薬品、雑貨なども価格が上昇しているため、買い控えが起こることが考えられる。今の状況が大きく変わることはない。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在のどん底の状態からこれ以上悪くなるようならば、対策を講じなければならない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気はどん底ではないものの、低め安定が続くとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新米の販売が開始されたが、価格は前年よりも1000円以上値上がりしている。生活に直結するものがここまで値上がりすると影響は大きい。当地は米どころであり、新米を食べたいし贈りたいという気持ちが強いと、他を節約するという意識が高まるとみている。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・新作発売後の動きは予想よりも良くない状況である。今後も新作の発売はあるが、意外と伸びない可能性がある。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・政権政党の総裁選挙が終了し連立政権の枠組みが決まらないという点は、何ともいえない。
	□	百貨店（企画担当）	・近隣に大型商業施設がオープンすることもあり、引き続き景気は厳しくなることが予想される。
	□	百貨店（経営者）	・現在の厳しいマイナス局面が変わるだけの材料が見当たらない。政局が安定し、物価高対策が打ち出され、消費が喚起されることを期待したい。それまでは地道に客1人1人に来店の働きかけをしていくしかない。
	□	百貨店（従業員）	・物価高が改善するとは思えにくい。生活防衛意識は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（経営者）	・10月も商品の値上げがある。また、最低賃金の大幅な引上げと採用時給アップや既存スタッフの給与引上げ調整もあり、経費負担が増加するため、経営環境は良くない。一方、米国の関税引上げや米価の上昇等があり、消費への負の影響が懸念されたが、株価は堅調である。賃上げと併せて消費に良い環境となることを期待したいが、良くなる要因は見当たらない。消費行動に変化はないとみている。
	☐	スーパー（店長）	・夏場のピークが過ぎて商品の動きは落ち着いている。売上は現状で推移するとみている。
	☐	スーパー（店長）	・好転する材料が少ない。
	☐	スーパー（店長）	・外部要因に変化はないとみているため、しばらくは現状のまま変わらないとみている。
	☐	スーパー（企画担当）	・年金生活者の多い地域においては、物価の上昇は生活費の減少につながるため、景気が良くなることはない。
	☐	スーパー（商品担当）	・買い控えによる来店頻度の低下が続くとみている。
	☐	スーパー（業務担当）	・政治への期待感が薄れている。短期間での景気回復は期待できない。
	☐	コンビニ（経営者）	・今後2～3か月は現状と変わらないとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・来客数の減少は続き、景気は変わらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・天候、気温、降雪状況による変動はあるが、外部環境が変わらない限り、消費行動に変化はないとみている。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・気温が低下するため、現状以上の売上増加は見込めない。また、人口減少の影響により、都市部以外の店舗の売上は厳しいとみている。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・秋の行楽シーズンで外出は増えるが、気温が下がるため来客数の増加は期待できない。
	☐	コンビニ（店長）	・世の中の何かが変わらない限り、景気は良くならない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材の販売戦略を見直しながら、店舗展開や法人の訪問回数を増やすことなどの対策を講じていく。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰により、節約志向はますます高まるとみている。
	☐	衣料品専門店（店長）	・秋物需要が動き始めても、客が手に取るのはスーツに比べて単価が安いビジネスカジュアルやオフィスカジュアルなどの軽衣料になることを懸念している。
	☐	衣料品専門店（店長）	・ビジネスや旅行用途といったオカージョン需要はある程度見込める。しかし、残暑の影響により秋物需要が不安定であり、一気に冬物需要へと移り変わることが予想される。先が読みづらい。
	☐	衣料品専門店（店長）	・物価高が続く一方、賃上げは実感できないため、客の財布のひもは更に固くなるとみている。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	・最低賃金が上昇したことを実感できるようになれば、期待も持てるようになるが、しばらくは現状で推移するとみている。
	☐	家電量販店（従業員）	・客は買物に慎重になっている。景気が良くなる気配がない。
	☐	家電量販店（従業員）	・パソコンの現行OSのサポートが10月に終了しても、すぐに買換えできない客が多くいるため、需要は年末まで継続する可能性がある。ただし、パソコンの利用者数が増えるわけではないため、景気が良くなるほどの勢いはないとみている。夏の気温が高いと冬の気温が大きく下がる傾向にあるため、冬物商材の売行きが良くなることが期待できる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車の販売は伸び悩み、2～3か月先の新型車発売もないため、景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・新車価格が高額になり販売台数が伸び悩んでいる。中古車の販売は以前よりも安定しているが、新車が計画割れしているため営業利益は変わらない。
	☐	乗用車販売店（店長）	・受注できない車種も多く、思ったような受注活動ができない状況が続く。一方、それにより中古車の商談は増えており、前年超えの実績になると見込んでいる。ただし、米国の関税政策の影響により中古車の卸売価格は下落傾向にある。全体でみると停滞状態が続くことが予想される。
	☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・政治が安定せず、物価は上がるばかりである。天候も安定しないため野菜なども大変高くなっている。明るい将来がみえてこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・冬もいろいろな商品を提案していくつもりだが、夏のファン付き作業服のような売行きは期待できない。特に防寒着は年々売上が落ち込んでいる。最近のメーカーの動向を見ても期待はできない。
	□	その他専門店〔靴〕（経営者）	・物価上昇が続く一方で、景気が良くなる要素は見当たらない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報も穏やかな見通しであり、販売量の大幅な増加は見込めない。
	□	高級レストラン（支配人）	・6月以降来客数が伸びず、売上も低迷している。この先も大きな変化は期待できない。
	□	一般レストラン（経営者）	・今よりも悪くなりようがないほど現状の景気が悪く、良くなりそうな雰囲気もない。予約状況からも現状と変わらないとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響により生活は一向に楽にならない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・地元の中小企業は旅行を控えている。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・所得が増える見込みがないまま物価上昇は続いている。景気が良くなる要素は見当たらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・法人需要の動きは前年並みで推移しているため変わらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先3か月の先行販売額は、ほぼ前年同期比並である。
	□	タクシー運転手	・2～3か月先はイベントの数が少なく、会場を訪れる人の利用は減る。しかし、忘年会シーズンに入るため利用者は増え、雪が降り足元が悪くなれば更に増える。
	□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、現状維持が続くとみている。
	□	観光名所（職員）	・予約状況や振り客の入込は前年並みで、半年前から上がり始めた客単価もここ1～2か月は落ち着いている。2～3か月先も変わらないとみている。
	□	観光名所（職員）	・12月には鉄道会社のキャンペーンが始まる。来館者数は引き続き増加するとみている。
	□	遊園地（経営者）	・景気や消費の動向が見通せない。最低賃金上げが物価高を打ち消すほどの効果があるのか分からない。
	□	美容室（経営者）	・10月にまた物価が上がると客がオプションメニューを控えるため、単価は上がりづらくなる。景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が来ない状況は変わらない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・このまま好調を維持するとみているが、利上げが実施されれば悪くなる懸念がある。
	□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価高対策は議論ばかりで実行されていない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建て売りや中古リフォーム物件の動きは良いが、土地取得による注文住宅の受注は相変わらず少ない。
	▲	商店街（代表者）	・賃上げより先に物価高対策が打たれなければ、商店街の景気は良くならない。
	▲	商店街（代表者）	・物価高が止まらないため景気は悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・冬が近づくとつれて外出を控えるようになる。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・米を始め生活必需品の価格上昇は止まらないが、給与はそれに応じて上がってはならず、生活防衛意識は更に高まるとみている。
	▲	スーパー（店舗運営）	・更なる物価上昇により、買い控えが強まるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・今後も商品の値上げは続くともっており、プラスの要素は見当たらない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・中古車は需要があるものの在庫が不足している。新車は納期が読めない。売上は前年と同水準、若しくは前年に届かないことも考えられる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暫定税率廃止や補助事業を巡る今後の動きが見通せない。価格が大幅に変動すれば、買い控えが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・10月以降も多数の品目で値上げがあることに加え、電気・ガス料金に対する国の補助金も9月で終了する。消費者は先行きが不透明ななかで、食費を抑える傾向がみられる。ファッションも機能性と価格のバランスが良い、長く快適に着られる服へのニーズがある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・10月から再び値上げラッシュがあるため、消費者の気持ちが萎えることを懸念している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・家族が集まるイベントがあるとそれなりの人数になるため、引き続きモーニングやランチタイムでは来客数が前年比100%を超えることが期待できるものの、ディナータイムでは減少が予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・値上げを上回る物価上昇が続くとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・客の様子から、景気がやや悪くなりそうな空気がうかがえる。
	▲	テーマパーク（職員）	・この先もホテル内の改装計画による店舗の改装及び閉店の影響がある。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・政権政党の総裁選挙後に景気は若干上向くとみているが、大幅な改善は期待できない。
	×	商店街（代表者）	・繁華街を歩く人が減っている。また、飲食店の閉店が増えている。米国の関税政策や円安が消費に影響している。消費者が金を使わない。
	×	スーパー（経営者）	・最低賃金が過去最高の上げ幅となるが、物価上昇はそれを上回っている。物価上昇を上回る賃上げ実現の見通しが立たないため、客の財布のひもは更に固くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・今月も来月も値上がりする商品がある。上げ幅がこれまでよりも大きいことから、2～3か月先は消費がかなり抑えられ、景気は落ち込むとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬に向けて売上が下がっていく一方、光熱費や除雪代等の経費は格段に増える。11月に最低賃金が大幅に上がったなら完全に立ち行かなくなる。人がいないと成り立たない商売なのに人を雇うと経営できない。自分の力ではどうしようもない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新米の価格高騰による悪影響が予想される。政府の早急な対応が必要であり、外国産米の緊急輸入等の思い切った手段を行わなければ収拾が付かなくなる。また、米の増産等がいわれるなか、長期的な取組に関しても、具体的に方針や目標を示してもらわなければ、民間企業は対応が難しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国との関税問題に見通しが立たない限り国内経済は回復しない。当地には上場企業の工場も多いが、その辺りがネックとなり接待関係の動きが悪く、個人客の動きも悪いままである。
	×	設計事務所（経営者）	・不動産価格や建設費の高騰に伴い、事業の見直しや規模縮小などの検討が予想される。見直しや検討には多くの人手やコストが掛かるが、その分の費用を負担していただくことはまれであるため、新規案件に取り組み人工も確保できず、受注機会を逃すことにつながる。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	・米価は今後も高値で推移するとみられる。また、稲刈り中だが豊作の見込みである。
		建設業（従業員）	・現在契約交渉中の民間案件の契約が見込める。
	○	農林水産業（従業者）	・前年と比べ米が高値予想のため、景気はやや良くなるとみている。
	○	金属製品製造業（経営者）	・良くなるという話があっても実際の予定に反映されない状況が続いていたが、来月以降の見通しは上向いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・省人化設備の引き合いが増えている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・年明け以降に動きそうな案件の話が少しずつ出てきている。
	○	金融業（広報担当）	・インバウンド消費の好調維持や年末商戦の時期を見据えた個人消費の活況が期待できる。設備投資の面でも、人手不足を受けたソフトウェア投資やDX・物流等の中長期的な視点での投資拡大が期待できる。ただし、米を始めとする食品価格の高騰や米国の関税政策の不透明さが懸念事項である。
	○	経営コンサルタント	・政権政党の総裁選挙で掲げられる経済対策がきっかけとなり、消費促進が進むことを期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	食料品製造業（製造担当）	・原材料価格の高騰、各種値上げ、賃上げ等、経費負担が更に増す。収益性重視の戦略を立てなければ、現場は忙しいのに利益が生まれにくい構図になりかねない。
	☐	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・好材料が見当たらない。
	☐	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では相当数の中小企業が危機感を持っている。
	☐	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いは若干増えてきているが、価格競争が厳しくなかなか受注につながらない。2～3か月先の状況も同じか、悪くなるとみている。
	☐	電気機械器具製造業（総務担当）	・企業の通信機器関連の投資が好調で、取引先からの受注見通しは明るい。
	☐	輸送用機械器具製造業（経営者）	・いずれの事業においても良い情報が入ってこない。今年度はこのままの状況が続く見込みである。
	☐	建設業（従業員）	・資材価格の高騰、人材不足、労務費の上昇により、先が見通せない状況である。
	☐	建設業（従業員）	・人手不足のため、受注量をこれ以上増やすことは難しい。
	☐	建設業（従業員）	・受注量は数年先の分まで確保できている。
	☐	輸送業（経営者）	・最低賃金が初の1000円超えとなった。過去最大の上げ幅となり負担が増している。米国の関税政策や物価高への対策など課題は山積しており、政治の安定化を期待する。
	☐	通信業（営業担当）	・顧客からの細かい要望に対しては、誠意ある対応を継続していくしかない。
	☐	通信業（営業担当）	・物価が下がることは期待できない。
	☐	広告業協会（役員）	・年内に物価高対策が実行されるか微妙だが、明確なメッセージがなければ先行きの見通しは厳しい。広告市場拡大の要素である消費意欲を喚起する政策に期待したい。
	☐	コピーサービス業（従業員）	・政治が不安定であり、先行き不透明な状況が続くとみている。
	☐	その他企業〔企画業〕（経営者）	・地域のスーパーや地場産品を扱う店などはにぎわっているが、地域全体の景気が大きく上向いているとは言い切れない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げ等により、販売量は更に減少するとみている。
	▲	通信業（営業担当）	・サービス料金の値上げが影響し、解約する客が少なからず出るとみている。
	▲	広告代理店（経営者）	・様々な要因から経済状況の不透明さが続く見通しのなかで、広告意欲が高まるという予想は立てづらい。
	▲	司法書士	・売買に関する登記の受託は前年同月比で10%程度減少している。相続に関する登記の受託は同8%減少している。
	▲	公認会計士	・小売業やサービス業関係は好調な企業が多いが、製造業、特に建設業は業績が悪くなっている企業が多い。2～3か月で業績が回復する見通しも立たず、全体的な景気はやや悪くなるとみている。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の発注先の業況は先行き不透明である。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量は減少しているため、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)		-	-
	○	*	*
	☐	人材派遣会社（経営者）	・人材不足のため、事業展開が進まない企業が多くなる。米国の関税政策については、依然不透明感はあるものの直ちに大きな影響が出ることはない。景気は変わらないとみている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数は緩やかに増加しているものの、採用数が横ばいの状況は続くとみている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策にはやや落ち着きがみられる。しかし、米国の景気動向やデフォルトの懸念、国内では政権政党総裁選挙の行方など先行きは不透明である。求人数は足元で減少傾向にあり、景気が良くなるとは言い難い状況である。
	☐	求人情報誌製作会社（経営者）	・中小企業では、現在の事業の維持に注力する企業が多いという印象を受ける。新しく何かを立ち上げる動きは見られない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高が続いており、景気回復の実感はない。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金引き上げもあり、収入は増えるともみているが、物価高が続けば景気は変わらず、消費拡大にはつながらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比で増加しているが、米国の関税政策の影響も出ており、考慮する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・先行きの不透明さから求人提出を控える事業所も見受けられ、新規求人数の減少は今後も続くともみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高による建設業や製造業での収益の減少及び卸売業や小売業での採用意欲の低下は続くともみている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・人でしかできない仕事とAIを使う仕事に分かれていく。受注量は減少に向かうともみている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月からまた値上がりする商品が増える。
	▲	職業安定所（職員）	・最低賃金引き上げに伴う人件費の増加により、大きな影響が出るとみている。
	▲	学校〔専門学校〕	・米国の関税政策の影響により、経済活動が停滞することが予想される。
	×	人材派遣会社（社員）	・最低賃金引き上げや2026年春の賃上げなどの影響により離職社員の後任を採用しない企業や業績悪化により賃上げに応じられない企業が増加傾向にある。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		コンビニ（エリア担当）	・観光や行楽シーズンに入るため、通勤客に加え行楽客が増加する。また、外国人客の利用が顕著となっており、この動きが強まるとみている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・忘年会の予約が徐々に入ってきている。特に、8名前後の問合せが多い。
		都市型ホテル（支配人）	・秋口から年末にかけての受注状況は、前年比140％程度の予約を獲得できている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・大阪・関西万博も10月には閉幕となるため、紅葉シーズンや年末年始の旅行先として当地が選ばれるのではないかと期待する話を聞くことが多くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後も売上が伸びるのは、物価高の影響が1番大きい。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・経済政策や年末に向けての需要に期待したい。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて動き出す時期になり、季節商材は高くても売れる時期でもある。今はまだ不景気だが、多少は良くなることを期待したい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は前年よりも団体客が多く入り、それにつられるようにレストランの朝食売上も堅調に伸びている。割合こそまだ低いですが、企業系のインバウンドも増えており、宿泊、料飲部門は今秋のめどが立っている。一方、宴会は前年実績は超えているものの、件数は伸び悩んでいる。
	○	旅行代理店（従業員）	・販売量と来客数が伸びている。
	○	タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが良くなってきているため、これから良くなる。
	○	美容室（経営者）	・10月からのドラマの舞台になったため、インバウンドの恩恵に期待している。
	○	設計事務所（所長）	・首相の交代により景気対策の効果を期待したい。
	□	商店街（代表者）	・秋に市をあげてのイベントが予定されている。暑さの落ち着き次第で、期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・植物をみれば秋の気配がある。しかし、物価は値上げばかりで良いことはないため、見通しは暗い。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・しばらく行事もないので、このまま変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・一部富裕層による動きがみられるものの、限定的である。大多数を占める中間層の生活防衛意識は依然として高いままである。向こう数か月は現状維持が想定される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（営業担当）	・10月末にかけて気温が高めで推移するとの予報と、値上げや価格高騰の影響で、秋冬衣料品、住居関係商材の苦戦は避けられないと考える。顧客の秋の行楽に向けたアイテム購買等に目立った動きはなく、今後の季節イベント、モチベーション需要をどのように喚起するか、試行錯誤は続く。
	□	百貨店（店長）	・環境に影響を受ける側面が強く、様々な要素が不安定ななか、どちらにも転ぶ可能性があるため、変わらない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・特に良くなる理由は見当たらないが、ガソリン価格への対応や減税等があると人の動きが大きく変わるため、減税等の実施がみえてくれば消費に結び付いてくるかとみている。今まで良くなかったことと、このところの安定した売行きを相殺すると変わらない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・物価高に伴う可処分所得の減少は短期的には改善されず、季節変動による増減だけがマイナス要因をカバーする状況は、当面変わらない。
	□	その他専門店（総務担当）	・先の仕事のみえてこない。
	□	旅行代理店（経営者）	・繁忙期が終わり年末に向かうため、変わらない。
	□	旅行代理店（所長）	・総裁選挙が来月早々に行われ、新政権に変わるが、どのような施策が行われるのか不透明で、先が見えない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・物価高も進行し、レジャーへの支出は期待できない。
	□	タクシー運転手	・地方の田舎では、景気回復が望めない。
	□	通信会社（営業担当）	・具体的な景気対策が打たれない限り、物価高が続き、悪化はしても良くなることはない。
	□	通信会社（総務担当）	・新商品の発売や半年後に使えなくなるモデルの巻き取りなど、通常であれば販売数が増加する要素が控えているはずだが、ここ半年の販売状況をみると、期待できない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・11月は前年同月より土日祝日の日数が2日多いものの、予約がその分増えてはいない。予約が直近化している影響もあるが、トップシーズンなのでもう少し動きが出ていてもおかしくない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・政治的な動きが停滞しているため、住宅ローン金利の上昇もあり、減税等の政策が打ち出されないと顧客の動きは更に悪くなる。
	□	住宅販売会社（経営者）	・最近では、客からの不動産に関する問合せが少なくなっている。店舗等は空きが目立ってきている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・客の価格重視の基準は根強く、金額を引き上げたくても引き上げられない状況は続き、利益を削る状況も変わらない。
	▲	スーパー（総務担当）	・10月に更なる値上げが発表されており、米価も結局高止まりのため、景気は悪くなる。
	▲	スーパー（商品部担当）	・食料品などの値上げが止まらない。家計のやりくりで1番影響を及ぼす飲食費は抑えられる傾向が続く。
	▲	コンビニ（店長）	・当店の商圏内の見込客数が、かなり減少していくようである。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・今後はしっかりと物価高対策が出て、国民生活を後押ししてくれる状況になれば、ある程度、嗜好品にまで消費が伸びてくる可能性はある。今のままなら長期的に景気の悪い状況は続き、じわじわと首を絞めるような感覚で、一層、生活が圧迫されていく。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注が減少しているため、受注残も良くない状況が続いている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・最低賃金の引上げに加え、食材の中心となる米は、10月から品薄で単価も大幅に引上げとなる。野菜類も盛夏の影響で供給が不安定となる懸念があり、収支確保が難しくなる懸念がある。再々となる価格引上げ交渉を進めているが、決着には今までより時間を要するとみている。
	▲	通信会社（社員）	・今後の経済状況にもよるが、食料品を中心に販売単価が上がっており、生活費への影響がある。
	▲	通信会社（局長）	・このまま景気対策が行われなければ、悪くなっていくという実感しかない。
	▲	テーマパーク（職員）	・物価高などにより、レジャー費は劣後になるため、改善の見込みがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・各種値上げにより、消費意欲の低下がみられると考える。
	×	商店街（代表者）	・中心街の橋の架け替え工事や区画整理事業が進み、店舗や住宅の閉店、移転が多数発生している。通行止め区域は今後も拡大予定でその上、市役所の移転問題もあり、中心街の空洞化は避けられない状況で、打開策はない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・中小企業の我々にとって、インボイス制度、消費税など負担が大きく、国は税金を取りすぎだと感じている。これで、社会保険料まで上げられたら、とてもでないが会社を維持していくのは厳しい。
	×	家電量販店（店員）	・耐久消費財が伸びないと厳しい。
	×	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産台数は横ばいで推移しているものの、米国の関税による下請企業への価格転嫁が心配である。生活関連のスーパーマーケット、商店、レストランや食堂等では、10～20%ほど価格が上昇している。
	×	乗用車販売店（経営者）	・日米共に不安定な政権運営のため、消費者の買い控え感が強い。
	×	住関連専門店（店長）	・景気が良くなる兆しはない。政治の空白による先行きへの不安からくる貯蓄の増加がみられる。
	×	通信会社（経営者）	・中小企業の7割近くが赤字経営という状況下で、あらゆるコストが上昇している。地方の景気は非常に悪い。倒産件数を見れば、一目瞭然である。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・暑さが収まれば、良くなってくる。
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・需要期に向かうため、少し良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連で組立て拠点の多極化が決まり、数量の増加を見込んでいる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・若干の受注増加の情報や連絡をもらっていることや、飛び込みでの受注があったため、やや良くなる。
	○	経営コンサルタント	・インフレの進行度合いにもよるが、行楽シーズンの終盤に当たるとともに、年末消費に向けて多少上向くとみている。ただし、全体の見通しでは、さほど景気の盛り上がりは期待できない。中小企業の業績見通しにも大きな変化はない。
	□	食料品製造業（経営者）	・消費者の収入が伸びないなか、食品類は米を中心に更なる値上げとなっており、客は生活防衛のため必要最小限の購入に限定している。相次ぐ値上げは、今後の景気にも影響が出ることが予想される。
	□	化学工業（管理担当）	・製品の購入者が限定されており、消費量に変動がない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・このままずっと似たような感じで推移していくとみている。上がりもしなければ下がりもしない。ただし、徐々に上がっていくかもしれない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、競争相手の様子が、10月頃から若干良くなるという話が多く出ている。その先は分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況がいまだに続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・今後は季節変わりにより、秋冬物の家電、電気カーペットやエアコン、ヒーター、こたつ、寝具、インテリア等は前年並みの物量を確保予定である。しかし、関東圏外の遠方向けの車両数が少なくなっており、コスト高により利益が薄い。また、燃料価格の高騰も続いているため、厳しい状況は続きそうである。
	□	金融業（営業担当）	・地方においては、マーケットの縮小が徐々に進んでおり、金利のある世界への移行に伴い、企業の資金調達コストは上昇する。今後、大幅な金利上昇が起きた場合は消費や投資が縮小する懸念も多くなる。
	□	司法書士	・今の状況は変わらないとみている。今後何が起きるか分からないが、何か特別なことが発生しない限り、このまま順調にいく。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・同業者のイベントで、小規模から大企業の社長まで、10名程と話したが、全社で減収減益で、試作や開発関係の受注も例年より明らかに減っており、先行きが不安ということであった。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・ 2～3か月先に主要取引先の減産が決まっており、かなり厳しい状況になる見通しである。
	▲	建設業（総務担当）	・ ようやく業務量も増えてきた感はあるが、公共事業の発注見通しをみてもこの先は不安である。また、民間業務も将来の見通しが不透明である。
	×	不動産業（管理担当）	・ 新規管理先の受注が幾らか入ってはいるものの、人材募集がなかなか進まず、パートの人件費で試算しているのに正社員を派遣せざるを得なくなることが予想されるため、人件費増加が今後も続くともみている。テナントについても、新規入居の反応が良くないため、しばらくは空室が埋まることはなさそうである。
雇用 関連 (北関東)		-	-
	○	人材派遣会社（経営者）	・ 時期的に、観光地等への来店客、訪問客等も増えていく。まだ暑い日もあるが、暑さが一段落すると、平年並みの気温差で多少は冷え込むため、衣料関係や一部の家電が伸びていく期待もあり、傾向としてはやや良くなる。ただし、ガソリン、灯油等の燃料価格が上がっていくと、買い控え、節約ムードも出てくる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 周辺の宿泊施設や物産店に話を聞いたところ、インバウンドは相変わらず多く、やや良い状態でしばらく変わっていないとのことである。宿泊施設の稼働率も依然高く、身の回りでは3か月後も良い状態が変わらないとみている。当社の派遣先はサービス業で、仕事の依頼はあるものの人手不足である。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人依頼数及び新規求職者数の伸びがみられないため、当面、状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求人数を前年同月と比べると、製造業は増減を繰り返している一方、医療、福祉分野は増加傾向で推移している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・ 求人の動きは、物価高騰により現在の人件費上昇を考慮した動きになっている。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・ 自動車部品製造の減産やサービス派遣減少の予定がある。
	×	-	-

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)		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・ 新店舗がオープンするため、良くなる。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・ インバウンドの来店が大変多く、まとめ買いがあるため、客単価が上昇している。今後の旅行シーズンに向けて、更に来客数の増加が見込まれ、売上も上向きになる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・ 資金が持つか心配はあるものの、幾つも新しいことにチャレンジしている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・ 暮れに向かって需要が出てくる。今取り組んでいる仕事の採択が下りれば、その工事に入る。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 秋になり年末を迎えるので、期待している。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・ 10月は行事が少し開催されるという情報を耳にしている。気候が良くなり、人出も増える。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・ 寒くなると通常レンズしか売れなくなるが、何とかやりくりして頑張りたい。米国の株式市場はFRBの利下げで株価上昇が見込まれる。その反動で日本株の上昇も期待できる。その恩恵を受けたい。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・ 外商において、民間で大体決まっている案件が幾つかある。官公庁でも幾つか案件があることから、ある程度上向きになる。
	○	百貨店（売場主任）	・ 様々な物の値上げに消費者が慣れてきて、価格によって必要な商材の購買をやめることはない。年末年始に向かって消費行動が活発になると予測している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（広報担当）	・秋冬らしい気候になる前提で、年末商戦に向けた需要は国内客、インバウンド共に底堅いとみている。ただし、インバウンドについては、その力強さが本物かどうか中期的な目線で注視する必要がある。いずれにしても現時点で顕在化している大きなリスク要素はないため、緩やかな改善に期待している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・物価高などの影響は依然として続くものの、年末に向けた食品やファッションの動きは堅調に推移する。加えて、海外旅行客数のマイナス幅が圧縮されてきている傾向から、全体の来客数は前年を上回ると予測している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・単価が上がっているなか、食品領域は新ブランド、新商品を中心に価格を気にせずにも買ってもらえている。おせちを始め、年末年始商材への問合せが多く、期待値も高い。ファッション領域は改装中のこともあり、一部のブランドでけん引せざるを得ない（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現状の9月は気候的に夏の延長であり、本来の秋とは大きく変化しているため、商売的にニーズ獲得が非常に難しい。2～3か月先のクリスマスシーズンは気候、ニーズの安定により改善が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からやや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・インバウンドの販売量については大きな変化はなく推移する見通しである。一方、国内客は経済対策等により更なる消費マインドの改善が見込まれ、販売量増大につながる（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金の改定により基本時給が上がり、デイリー商材を販売しているコンビニとしては、買上点数や単価の上昇を期待している。9月は降雨も少なく暑いままで季節商材が売れなかったが、冬番になれば季節雑貨や温かい飲料などによる売上の伸長が期待できる。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・株価は引き続き好調である。総裁選挙で新しい風が吹けば、景気への更なる追い風になるかと期待している（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・年末のイベントにより、少し忙しくなると予想している。プール営業時ほどの大きな変化はないものの、年末年始の予約商品の販売がある。夏の反動で9月は少し売上が落ちる傾向もあり、10月からの行楽シーズンではまた売上を伸ばしていける。
	○	家電量販店（店長）	・新しい首相が物価高対策を講じることができれば上向きになる。国民生活に目を向けて、適切な物価対策が打たれば、年末頃からはやや良くなるとみている。
	○	家電量販店（店長）	・訪日旅行客数は今後も増加傾向の予測で、来客数も前年を上回るとみている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋に向けて新型車の発表会やセールを行うため、効果が期待できる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・政権政党の総裁も変わるため、期待感が大きくなっている（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・来年度のリフォーム関連の国の補助金事業が不透明であるため、年内は駆け込み需要が起きる可能性がある（東京都）。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・政権政党総裁選挙の影響がどう出るかわからないが、通常はプラスになる。
	○	高級レストラン（仕入担当）	・政権政党総裁選挙の影響を受け、年末に向けて消費が活発になり、景気は上振れすると予想している（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	・米国との関税交渉が決着し、企業業績も見通しやすい状況が浸透すると予測する。法人客の接待利用の動きも上向くとみている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の12月は飲食業では一番の書き入れ時で忙しくなる。ケータリングも12月前半はクリスマスパーティーなどが結構あるため、今よりは若干良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・10月から宴会予約の料金を少し上げることにしている。それでも当店を使ってくれる客を大事にして、予約を取っていききたい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・季節指数を考えても良くなっていく（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・展示会を行ったため、売上は伸びてくるとみている。コーヒー豆の価格上昇を考えると、販売価格の見直しや生産性向上が必要である（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・今後も近隣大型コンベンション施設の予約状況が非常に良いため、宿泊については10月以降も好調が見込まれる。宴会等も忘年会シーズンに向けて活発になってくる見込みであり、やや良くなっていく。ただし、各種仕入れ関係や水道光熱費等、原価の高騰により収益悪化の懸念があることが不安材料である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・団体需要などで予約を確保できており、見通しは良い。
	○	タクシー運転手	・やや涼しくなり、利用客が多少減ると予想していたが、意外と増えている。午前中の病院、会社の送迎も平均しており、ロングの客も昼夜問わずある。この状況がしばらく続けば良くなる。
	○	通信会社（経営者）	・客の様子から、やや良くなる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・祭りなどへの投資やイベント企画が積極的に行われている。明るい兆しが継続しており、景気が上向き期待がある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・富裕層の拡大に伴い、季節イベント消費が活発になる（東京都）。
	○	通信会社（経理担当）	・物価が上がり続けてはいるが、年末年始くらいは少しゼイタクをして、経済が明るくなってくれることを願っている。
	○	通信会社（営業担当）	・組織変更による効果が実績に出始めている（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・メディアへの露出による好影響がどこまで続くかによる（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・大阪・関西万博が終了する10月中旬以降、関東圏への来客増加に期待している。また、政権政党総裁選挙の結果によっては景気への良い影響が生まれてくる（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・猛暑も去り、年末の流れが再開すれば、客の流れも回復する。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・今後の政治的な動きは分からないが、最近地域の雰囲気は新しくなってきたので期待している（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・企業や団体による予約が増加傾向にあり、年末に向かって需要が高まる気配がある（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国との関税交渉が一段落し、経済が落ち着く（東京都）。
	○	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・現状、季節の変わり目で忙しくなっている。
	○	設計事務所（経営者）	・営業が頑張っているので仕事は取れているが、実際に仕事を手掛けるスタッフが少なくなっている。そういった意味では年々心配であるが、大変良い仕事に巡り合えている。
	○	設計事務所（経営者）	・プロジェクトが動き始めそうである。今はまだ事前打合せの段階だが、数か月の間に具体的な打合せに入りそうな予定である。
	○	設計事務所（経営者）	・資材が流通するようになり、取引も一時の買い控えではなく、現在の価格に対応した購買の準備をしている。
	○	住宅販売会社（経営者）	・都内のホテル宿泊料金が上昇しつつあるため、ホテル業界、当社ホテル部門は良くなる。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）	・問合せ件数が増加傾向にあることから、やや良くなっていく。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・株価が史上最高値を更新しており、景気も上向きとみている。
	□	商店街（代表者）	・物価高が続き、10月も数千点の物が値上がりするという報道があるが、賃金はそれほど上がっていない現状からすると、買い控えが強まる。余り良くない状況だが、やむを得ない。

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
	☐	商店街（代表者）	・これから予定しているイベントへのレスポンスが、例年より鈍い。これまで微増ながら右肩上がりであったが、政治、世界経済などの不安要素によるマインドの下振れリスクがある。猛暑のリベンジ消費の流れが出てくれば多少は回復基調になる可能性がある（東京都）。
	☐	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・業務委託先の稼働状況次第である（東京都）。
	☐	一般小売店〔傘〕（店長）	・購買につながる好材料が見つからない。
	☐	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月のお彼岸、12月のクリスマス、どちらも花屋にとっては大イベントである。当店の場合、お彼岸の方が単価は低いものの来客数がかかなり多いため、売上はやや良い。9月も12月もほどほどに売れる（東京都）。
	☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・お先真っ暗である。従業員は全員頑張っているのだが、いつ会社が潰れてもおかしくない。それほど当社にとっては景気が良くない（東京都）。
	☐	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・外国為替の変動によって状況が左右される可能性はあるが、現時点では売上を伸ばす要因に乏しい。仮に総裁選挙で教育関連の予算や使途が示されたとしても、当社の売上増加に直結する可能性は低く、少なくとも数か月以内には影響が見込めない（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・気候により売上に変化が出る状態では、消費から本来の景気上昇が見込める感じではないと考えている。物価高も続いており、消費者心理の改善も見込めず、先行きは不透明である（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・前年後半はインバウンドの伸びが落ち着いていたこともあり、このままの状況で推移する（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・インバウンドは回復の兆しがみられず、国内は値上げの話ばかりで、消費が上向き材料が見当たらない（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・消費の勢いはあるものの、値上げがまだ続いていることを考えると、景気上昇までは難しい（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・ここ数か月は同じトレンドで、売上、利益共に中程度の水準で、継続的に薄利が続いている。国内客の日常生活をサポートする業態としては、インバウンド、春節にも影響を受けず、このまま変わらない（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・依然としてインバウンドは流動的で、景気の回復にはつながらない（東京都）。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・物価高に対して、政府が様々な対策を実施、検討しているものの、食品を始め、今後も価格が上がるニュースもあることから、消費者の行動は変わらない。
	☐	百貨店（企画宣伝担当）	・株価上昇や新しい首相への期待など好材料はあるものの、継続性があるかは不透明である。
	☐	百貨店（管理担当）	・継続的な値上げや不安定な気温の影響で、消費者心理が冷え込む（東京都）。
	☐	百貨店（店長）	・10月からの最低賃金の見直しに対応できない企業が増えてくるのが想定される。また、低賃金の小売業では従業員の離職が想定されるため、経営状態が厳しくなる。
	☐	スーパー（経営者）	・賃上げや最低賃金上昇が可処分所得の増加につながっていない。
	☐	スーパー（経営者）	・原材料の値上げが止まらず、先行きが不透明である（東京都）。
	☐	スーパー（店長）	・商材の価格改定がまだ続いており、客も販売価格に敏感になっている。野菜や魚、肉などの生鮮品の相場が上昇基調になっており、1品単価は引き続き上がるものの、買上点数が緩やかに減少している。
	☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きい。日々の生活のなかで物価の上昇を実感せざるを得ない状況では、所得水準が更に上昇しないことには、まだしばらく現状が続く（東京都）。
	☐	スーパー（総務担当）	・良くなる要因がない。
	☐	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られる。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）	・前年にはなかった競合店オープンの影響により、1年間は苦戦する（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	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）	・今のところ、近隣にスーパーができた影響で年末年始はやや厳しくなりそうである。
	☐	コンビニ（経営者）	・来客数の前年回復を目標としているものの、厳しさが続きそうである。
	☐	コンビニ（経営者）	・経済政策によって具体的に所得が増える状況がみえない。例えお金があったとしても消費志向は高くないとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・物価高は続く見込みであり、政治経済もこれといったトピックはない。今のところ良くなる兆しは見いだせないため、特に状況は変わらない（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・前年比では好調な状態を維持していく見通しだが、販売促進対象商材の売行きによっては落ちる可能性もある（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・物価高もあり現在よりも更に良くなるとは考えにくい、悪くはならず現状維持ではないかとみている。
	☐	コンビニ（従業員）	・冬に入っても特に大きな動きはなさそうである。景気に関しては流動的かとみられるが、消費者の所得が増える大きなきっかけや期待できそうな政策などがあると、購買の動きも変わってくる。
	☐	衣料品専門店（店長）	・物価の上昇がやや落ち着いたようにみられるが、一時的なものかもしれない。
	☐	衣料品専門店（店長）	・依然として物価上昇に伴う消費者の生活防衛消費への流れから、着物、ドレス等の非日常商材を扱う当社は、一定の富裕層を対象としたビジネスに特化せざるを得ない（東京都）。
	☐	衣料品専門店（役員）	・相変わらず財布のひもが固い。衣料品業界はまだ厳しそうである。
	☐	衣料品専門店（従業員）	・この先もまだ少しずつ物価が上昇する傾向が見受けられる。社会的な不安も残り、衣料品を買うところまではいかない。
	☐	家電量販店（店長）	・物価高対策に期待できないため、しばらくは現状のまま変わらない。買物に慎重な客も多い。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っている。販売は余り良くなかったのだが、新型車が出たことで来客数が増えているため、この先少しは良くなる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・このまま年末まで流れると予想している。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・輸入食料品の価格が異常に高くなっている。電気やガス、消耗品も値上がりしている。一方、賃金が見合うほど上がっているかというと、一部の大企業ではそれなりに上がっているようだが、中小企業ではほぼ上がっていない状態が続いているため、この先も現状のまま変わらない。また、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ攻撃などが景気にも悪影響を与えている（東京都）。
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売量の増減に影響を及ぼす要因が見当たらない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・新車販売は苦戦しているものの、中古車販売は好調である（東京都）。
	☐	住関連専門店（店員）	・何の対策も採られていない（東京都）。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・価格へのシビアさが増しているため、年末商戦も厳しくなる。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・販売数量の減少、販売単価の上昇共に一段落してきていることから、大きな変化はない（東京都）。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・ガソリンの暫定税率廃止はほぼ確定とみられるものの、財源確保のため何らかの税制が付加されることが予想されるため、結果的に現状と変わらない（東京都）。
	☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・この先の正月需要も年々下火になっているため、期待は薄い（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴席予約の推移は、ほぼ前年と同様の推移をしている（東京都）。
	☐	高級レストラン（役員）	・この先も物価高が続き、厳しい状況は変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般レストラン（経営者）	・ 3 か月後も物価高などで景気が良くなる気配はない。富裕層と年金生活で厳しい人との格差があるため、3 か月後も今と変わらない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・ 政権政党総裁選挙の結果による。貸借対照表重視の緊縮経済が続く限り、日本の経済力は回復しない。公共投資を増やし、国内経済の活性化を図るべきだと考える。消費税についても議論をして変更してほしい。レジ等の改定作業の煩雑さを避けるために、統一規格を設ける必要がある。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・ 駅周辺が5年、隣接地が8年という再開発が進んでいる。その計画の外にある当地域にもその余波が及んでいる（東京都）。
	☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 特に大きな景気上昇要因がない限りは、10月も今月と同等の状況になる（東京都）。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・ 不安定になっている政局がどうなるか次第で景気もかなり変わってくる。
	☐	旅行代理店（経営者）	・ 政権政党総裁選挙もあるし、とにかく米の値上がりが激しいため、大変である。景気が良くなってほしいとは願うものの、決して良くならない。現状のまま変わらない。
	☐	旅行代理店（従業員）	・ 大阪・関西万博も終了し、インバウンドマーケットも落ち着く見込みである（東京都）。
	☐	旅行代理店（従業員）	・ これ以上の旅行費用の増加が続くと、例年実施している団体でも中止や縮小を考え始めるのではないかという不安がある。
	☐	旅行代理店（従業員）	・ 上期は大阪・関西万博があったが、下期は特にイベントもなく、引き続き物価高や円安の影響で伸びる気配は乏しい（東京都）。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・ 前回の選挙後も政治に大きく変わったところがないため、経済的な動きもみられない（東京都）。
	☐	タクシー運転手	・ 特別良くなる気がしない。例年どおりの売上で変わらない（東京都）。
	☐	タクシー（団体役員）	・ 夜間や深夜帯の利用が全くなく、売上の伸びが期待できない。
	☐	通信会社（経営者）	・ 案件の受注及び工事等が増加傾向ではないため、この先の景気は変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・ 節約やコンパクト化を目指す消費者の全体的な流れに大きな変化はない。
	☐	通信会社（局長）	・ 現在の政治経済環境下では景気が浮上する要素が余りない（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・ 良くなる材料がない。
	☐	通信会社（経営企画担当）	・ 見通しはまだ安定していないが、しばらくは今月同様少しずつ伸びると予想している（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・ いろいろな物が値上がりするなか、賃金が上がらない限り、景気は上向きにならない（東京都）。
	☐	通信会社（管理担当）	・ 契約数が伸び悩む状況は早急には変わらない。やや悪い状況が続く（東京都）。
	☐	通信会社（管理担当）	・ 物価上昇の影響から引き続き個人消費が落ち着くこと、年度末に向けた需要の落ち着きとのバランスを考えると、同程度になる（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・ 総裁選挙の結果によりどのくらい変化があるか分からない（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ていない（東京都）。
	☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・ 予約の問合せが減っている（東京都）。
	☐	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・ 企業業績は悪くなく、株価も安定している（東京都）。
	☐	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・ 物価上昇や住宅ローン金利上昇による心理的な節約志向は続くと思われるが、一方で株価が高水準で推移しており、景気が大きく変動する要素は少ない（東京都）。
	☐	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・ 物価の上昇が家計を圧迫し続けているなか、政治が停滞している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（従業員）	・11月に来年度の政策補助金が発表されれば客の動きが出てくる。住宅ローン金利は上昇しそうだが、建て替えは底堅い需要があるため、販売量も現状維持が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化はない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・リフォーム関係や工事の話などはあるが、かなり厳しい価格をいわれるケースが多々ある。そういう仕事を無理にとってしまうと赤字になってしまうため、様子をみながらという形になる。先が見えないため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・9月、10月と売れる主力商材がないため、売上は望めない。量販店などは住宅設備商材に力を入れているようだが、当店でもほかにも販売する物を考える時期にきている。
	▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	・物価が上がっているため購買意欲がそがれている。また、米価も大分上がっているため、消費者の財布のひもが固くなっている、やや悪くなる（東京都）。
	▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・食料品全般で物価が上がっている。クリスマスや正月商戦に向けた食材や伝統的な材料が高騰し、財布のひもが固くなる（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・暑さは落ち着いてきたものの、諸物価の上昇による節約志向を強く感じる。
	▲	百貨店（総務担当）	・最低賃金の改定に伴う人件費上昇により、企業負担も増加していることから、本来購買力のある中所得者、高所得者に対して賃金上昇の不透明感が強まり、ますます財布のひもを締める動きが強まるとみている。外国人観光客の誘致についても一巡した感があり、今までのように絶えず増加していくことは見込めないため、現状維持、若しくは悪化傾向に進んでいくとみている（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	・多岐にわたる商材の値上げ等、消費に対して慎重な姿勢が続くことが予想される。
	▲	スーパー（経営者）	・食品の値上げが相次いでおり、生鮮食品も品薄、高値の状況が続いている。そうしたなかで、来客数、買上点数の落ち込みが激しく、単価上昇だけではカバーし切れない。この先もこの状況が続くそうであり、今月は特に良くないため、先行きは非常に不透明で楽観できない。
	▲	スーパー（経営者）	・可処分所得が増えないことには、景気は良くならない。
	▲	スーパー（仕入担当）	・食品の値上げが続いており、生活者の節約志向は高まっていく。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	・最低賃金の上昇により利益が圧迫される。
	▲	コンビニ（経営者）	・本部提供の商材のマンネリ化が進み、若年層の客のニーズに応えきれず、近隣大型店や専門店で客が流れ、ますます厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・来客数が前年比で10%程度落ちている。消費期限の改ざん問題の影響で、手作りのおにぎりや弁当などの販売はまだ再開していない。少しずつ準備を進めているが、販売を再開し、客から再び認められるまでは、現状が続いていく。
	▲	コンビニ（経営者）	・景気が良くなる感じがしない。客からも同様の声を聞いている。10月から最低賃金が引き上げられるため、店舗自体が持ちこたえられるか不安である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・近隣に競合店が開業し、来客数がやや落ち込んでいる（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・10月に入り、価格改定がまた実施されることから、今まで以上に客足が遠のくことが予想される。2～3か月後は悪くなるのではないかとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続いている。中小の小売店では従業員が高齢化しており、当地では飲食店と繊維関係で何軒か廃業が出ている。特に、学校に納入しているところの廃業が続いて、地域では大変困っている。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・先行きが不透明であり、買い控えが続くとみている。
	▲	乗用車販売店（店長）	・コストが増大しているため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業）	・販売車種が少なくなっているため、販売量が減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・経済対策もどっちつかずで当てにできないため、将来不安が払拭できない（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・経済対策を早く打たないことには、仕事が終わってからお酒を飲むという環境がすたれてしまう。安い酒を飲みに出歩く人しかいなくなってしまう。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・10月から最低賃金の引上げが実施され、その影響が非常に大きいことから、利益が一段落ちると想定している（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・物価が上昇しても賃金は変わらないため、宿泊ではなく日帰り旅行が増えている。
	▲	タクシー運転手	・前年から物価の上昇が激しく、来月以降も年末に向けて値上がり感が加速していくような話で、消費者は頭を痛めている。物価上昇が収まらないと正月頃は危ない。
	▲	タクシー運転手	・この先、例年どおり涼しくなると、今まで利用してきた客が多少減る。ただし、12月頃になると年末ということでもた忙しくなる（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・最低賃金の大幅上昇があり、そろそろ雇用人数を減らして対応するしかない状況である。中小企業の体力を考えていない改定にへき易している。また、社会保険料の企業負担もじわじわと増えている。景気を悪化させる政策はそろそろ何とかしてほしい。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・止まらない物価上昇の影響により、レジャー消費はますます冷え込んでいくことが予想される。日経平均株価は高値を更新し続けているが、末端のレジャー施設、スポーツ施設への影響は皆無であり、冬のボーナス商戦に向けて何か策を講じなければ、ジリ貧になっていきかねない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・どんなに政治家が賃上げを主張しても、大企業と違い、中小企業ではその財源確保が非常に難しい。中小企業の多い周辺においては当社と同じ状況のところほとんどである。
	▲	パチンコ店（経営者）	・まだ賃上げが物価上昇に追いついていない。最低賃金が改定されるとはいえ、物価高の流れは変わらず、先行きに不安が残る。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価の上昇が止まらないことから、教育費に掛ける割合が減り、生徒も減少し続けている。景気は良くならない。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・物価高に加え、近隣に商業施設が増えないために街が活性化していない。当社も影響を受けている。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・商材の比較説明をしても、大きな値上げ感から購入を控える客が多い。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規問合せ件数が減少しているため、やや悪くなる。
	▲	設計事務所（所長）	・受注のめどが立っていない。
	▲	設計事務所（職員）	・良化すると判断できる材料がない（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売数は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・参議院選挙が終わり2か月が経過しても、相変わらず素材、エネルギー価格の高止まりは収束の兆しをみせず、固定費の回収すら苦慮し、利益を創出できない経営環境が続いている。3か月後に当たる12月は例年少雨もあって底堅い需要が見込めるが、現下の物価上昇、実質賃金の低下により、生活防衛が意識され高額レジャー支出の抑制行動が顕著化している状況に鑑みれば、景況感の回復を展望することは困難である。
	×	競輪場（職員）	・経営判断により一部事業の一時休止を判断したため、悪くなる。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材需要は新築着工数に左右されるが、上向くことはない。今後はリフォーム需要を取り込めるところしか生き残れない（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月以降、受注量が増加する予定ではあるものの、実際にどうなるかは分からない（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・7月の定期昇給も前年を上回り、受注量も増えてきている。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注見込みが増加している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	食料品製造業（経営者）	・秋にかけてイベントが続くため、良くなっていく。
	○	金属製品製造業（経営者）	・年内一杯は見通しがついたという同業他社が以前より増えている。当社もこの流れに乗りたところである。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先から今後取引量が増えるとの内示が出ている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・現在のＡＩ関連受注拡大の好影響はしばらく続くと予測している。
	○	広告代理店（経営者）	・今後は猛暑が落ち着き、季節需要の回復が期待できる。飲食店では秋冬に向けた新メニューやキャンペーンの準備が進んでおり、来店需要の回復に向けた取組がみられる。当社への依頼に関しても、年末商戦や忘年会シーズンに合わせたメニュー改定や販売促進関連の制作相談が出始めており、一定の需要増加につながる可能性がある。急激な回復は見込みにくいものの、現状よりはやや改善する見通しである（東京都）。
	○	税理士	・猛暑であった夏の気配がようやく秋めいてきて、外出機会が増え、活動範囲が広がる様子がうかがえる。大阪・関西万博への駆け込み需要もあった。総裁選挙による首相交代への期待は想定以上に大きいとみている。
	□	化学工業（従業員）	・輸出は少し受注が増加しそうだが、国内の建築関連はやや減少しそうである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現時点では低迷しているが、新企画が具現化すれば一気に利益が生じる。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーが米国現地生産を増やす方針を明確に打ち出していないため、下請企業は今までどおりと認識している。
	□	建設業（経営者）	・物価はどんどん上がっているが、それに比例して所得が上がっていないため、経済が回っていない。景気は現状のままが当分続く。
	□	建設業（従業員）	・物価や燃料費の高騰が落ち着いてほしいが、難しい問題である。このままでは日々の生活が不安である。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量はまだ低迷が続いている。今後もこの状況が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・低迷している状況がしばらく続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・米国の関税政策など不透明な経済情勢や仕入価格の上昇により、利益の確保が難しい局面となっている。多くの業種で課題となっていた価格転嫁については、社会に価格転嫁への理解が広がったと感じるという声が聞こえている。賃上げなど経費の増加も加味した設定価格の見直しに取り組む事業者もある（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	・来月も食品を中心に値上げが実施される予定で、小売業にはマイナスの影響がある。運送業は、燃料費の高騰、人手不足による利益減少が今後も続きそうである。建設業は原材料価格の高騰が続いているため、価格転嫁をしても利益は減少傾向である。更に最低賃金が高くなることで、中小企業では人件費上昇が経営に響いてくる。ここに来て融資延滞が増えており、特に、住宅ローンや個人ローン先が多くなっていることに鑑みると、個人客も厳しくなっていく（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・取引先各社からは、現状の低水準の受注は米国の関税政策等の間接的な影響であり、先の受注はみえているが時期が不明という話が多く聞かれる。受注回復の水準、回復時期は不透明であり、当面は現状程度の推移が見込まれる。
	□	不動産業（経営者）	・インターネット経由での問合せが増えている。今日も数件あり、早速返事をしたが、なかなか反応がない（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・賃貸物件の入居率に変化はない。テナントからの情報では、客足は横ばいで推移するとみられるが、物価高、人手不足により利益率は下がる一方とのことである。しばらく改善は見込めず、景況は変わらない。
	□	不動産業（総務担当）	・引き続き世界経済は先行きの不透明感が強いが、賃貸マーケットには遅れて影響が出るため、当面は現在の好調を維持できる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	広告代理店（従業員）	・先行きが不透明であるため、良くなるとはいえない（東京都）。
	□	税理士	・日本の景気は米中の景気に大きく左右される。米国の関税政策によりどの程度影響を受けるかと思ったが、15%の関税分がどこかで吸収されているのか、それほど変わらない。円安なので大企業は利益が出ており恩恵を受ける一方、下請の中小企業は大分影響を受けており、材料高、人手不足、人件費高騰で経営状況が悪いところが多い（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	・景気は芳しくないまま推移する。AIなどの進展でITをうまく事業に活用できている企業は伸びる可能性がある。今後は、いろいろな分野の自動化が課題になる。公共事業は、重要なエネルギーや道路、その他の基盤インフラの老朽化が問題だが、政府の後押しが不足している（東京都）。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらく大きな変化がないまま推移する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・値上げに対する慣れはあるとみられるが、家計自体は追い付いていない（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今までは年賀状や喪中がきの印刷がかなりあったが、今日では年賀状離れが進み、紙ベースのものがなくなってきている。これは景気というよりも時代の流れである。僅かに明るい部分としては、外国人が増えてきて、郵便局の口座を作るために印鑑が必要ということで単価は安いものの一定の本数が出ている。全体的には紙離れということで悪くなる見通しである（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・1～2か月先の受注が想定していたほど入っていない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・経済は良くなっていないが、賃上げを進めているため、中小企業は無理な賃上げで苦しいところに、仕入価格の上昇があり、厳しくなっている。部品単価を上げることは、競合先が国内だけであれば問題はないが、中国や東南アジアとの価格比較となると現在の単価でも日本製は高いため、厳しい。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・3か月先くらいから受注量、金額共に20%ダウンという厳しい内示が提示されている。
	▲	建設業（経営者）	・物価高で予算が合わず、入札が不調となることが多くなってきている。
	▲	建設業（営業担当）	・打合せ物件数が少ない上に、工事内容は小規模改修の物件が多く、受注に際しての競争も多いため、確実な受注が見込めない。
	▲	輸送業（経営者）	・現在進行中の取引先の配送ルートの見直し、再検討に伴う運賃収入の減少と、車両や燃料を始めとする資材価格の高騰、高止まりにより、収益の悪化が危惧される（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・中小零細企業は人材確保のために多大な経費を投入し、雇用の維持に努めているが、原材料価格の上昇も重なるなか、発注先からの単価は思うようには上がっておらず、赤字の取引先が多くなってきている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・中長期的な大型案件の話が入ってきていないため、先行きは不透明である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・賃金上昇分を補う価格転嫁を上回る形で物価高が続くとみられる。消費者の財布のひもは固く、賃金上昇分がプラスの効果を生み出すような消費には回っていかない。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月から追い打ちを掛けるように原材料等の値上げがある。また、取引先工場の移転、閉鎖などもあり、しばらく低迷が続く。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・10月からの用紙や配送運賃値上げが確定し、厳しい状況が更に続くことが予想される（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・政策の効果が出ていない。
	×	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の大幅な上昇により人件費が増加する（東京都）。
雇用 関連		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・条件より、価値観に合った優秀な人材が集まりやすい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(南関東)	○	人材派遣会社（営業担当）	・これから年末、年度末に向けて各企業も繁忙期に入ってくるため、求人数の増加が見込まれる。時期的な需要や短期間での採用も増えてくるとみられるため、今月よりは良くなる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・有効求人数が3か月連続で増加しており、当面この傾向は続く。
	□	人材派遣会社（支店長）	・人手不足感から時給の上昇圧力がある。一方、企業への請求交渉にも限度があるため、条件で折り合わなくなるケースが増えていくことが予想される（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、今後も人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気が急に上向きになるような理由が見つからない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・大きなイベントも見込まれず、横ばいが続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車業界ではまだエンジニアの派遣ニーズ低下はみられず、今後も継続する見通しである（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・最低賃金の上昇や物価高の影響など、新規雇用の生まれる要素が乏しく、労働市場の冷え込みは地域経済の冷え込みにつながる（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・今のところまだ世界情勢に左右されない企業も多数あるとみられるため、急速に景気が悪くなることはない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・最低賃金引上げの影響により、まだ鈍化が続く。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・まだ先行きが見通せないとみている企業が多く、良くなるとは考えられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・製造、販売含めて企業から幅広い職種の求人があり、現時点ではすぐ変わるような状況ではない（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求職者の動きが読みにくい（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に歯止めが掛からない一方、賃金は上昇していない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・毎年12月は求人依頼が減る傾向にある。年末の12月や年始の1月に求人を出すより、3月、4月スタートの求人を1月末から2月に出す傾向が強いためである（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・コスト増加による収益悪化や、人手不足による受注減少など、周辺企業から先行きに対する不安の声が多く聞こえてくる。
	▲	職業安定所（職員）	・求人数が減少傾向を示し始めているが、求職者数は増加傾向のため、有効求人倍率は下がり始めている。
	▲	職業安定所（職員）	・求人数に足踏みがみられる（東京都）。
	×	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	・年末に向かい、更に会合、食事会や接待等が増加傾向で、先の予約が入ってきている。
		タクシー（経営者）	・秋の観光シーズンに向けて、予約数が増加している。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・墓の中が一杯で粉骨の依頼、相談が増えている。また、今月は1人暮らしの方が亡くなったという依頼が多く入っている。
	○	商店街（代表者）	・10～11月は秋の運動会や各種競技会が詰まっているため、スポーツ店にとって、これからはやや上向きになる。
	○	コンビニ（経営者）	・クリスマスに向けて消費が増える予想である。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型イベント効果で、新車受注が増加傾向となり、発売開始で売上の拡大が期待される。
	○	一般レストラン（経営者）	・地元の祭りもあるため、多少は上向きになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 予約状況は変わらず好調に推移している。今月のように、予約以外の動きもここ数か月続いていることから、先に関しても期待を持てる。また、直接的な影響はないかもしれないが、政権政党総選挙の結果次第で、更に伸長する方向に向かうか、逆方向になるか気になるところで、それによって変わることも考えられる。
	○	遊園地（職員）	・ 9月末にイベント開催を控えているため、積極的に情報発信を行い、より多くの客の獲得につなげていきたい。
	□	百貨店（営業担当）	・ 変わらないというより分からない。新政権で、物価高騰対策がスムーズに行われるかどうかや米国の関税政策の影響次第のため、その先は読みにくい。
	□	百貨店（店長）	・ 秋の催事が続き、現状は維持できるとの見立てをしている。ファッションでは重衣料の動きに期待している。
	□	スーパー（経営者）	・ 電気料金も含めて値上げが続くので、どこまで消費者が我慢できるかである。一方で、最低賃金上がるのはコスト増加となるものの、アルバイトや短時間労働者にとってはプラスとなる。
	□	スーパー（経営者）	・ 現在と変わらず、忙しい状況が続く。
	□	コンビニ（経営者）	・ 今までは日が長くて、客が夕方までそこそこ来店していたが、日が短くなるにつれて、来客数も伸び悩んでくるため、売上の伸びはそれほど良くはなくなる。
	□	コンビニ（経営者）	・ クリスマスも控えているため、今月より多少は売上も伸びる。賃金は上がっているものの、消費には直結しないと考えている。
	□	コンビニ（店長）	・ 来月からまた、最低賃金が上がって、幾らか皆の懐が良くなるのではないかとみている。ただし、値上げ等で厳しい状況は変わらないため、今後も余り変わらない。
	□	家電量販店（店長）	・ 政府からの景気対策が出てこない。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・ 価格に敏感な客の動きは早いものの、物価高もあるため、低価格帯の商材を選ぶ傾向にある。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	・ 3か月後は12月で、最も物量が動く時期である。客も動く時期なので、9月と比較すると売上は伸びるが、価格転嫁が非常にスピードを増しているため、どのように変化していくかは3か月後になってみないと分からず、非常に難しいところである。9月は収穫の月だが、12月に価格転嫁が起きるのではないかとみている。酒米から販売用の米に転作が進んでいる。
	□	一般レストラン（経営者）	・ 物価上昇等に対して、負の気持ちが慢性化しており、目に見えた景気回復はない。
	□	スナック（経営者）	・ 企業が朝にアルコールチェックを始めるようになってから、23時を過ぎると本当に客が帰ってしまい、その他の客も来店しない。このまま何かが改善しない限りは厳しい状況が続く。
	□	観光型旅館（経営者）	・ 予約状況を見ると、11月は3連休が2回あるため、例年よりも動きが良い。現在のやや良い状態はしばらく続く。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・ 8月のように増えるとは考えにくい。極端に下がることもないが、値上げや物価高によりホテルの利用を控えている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・ インバウンドや周辺施設の建設ラッシュによる宿泊増加で、連日の満室が予想される。
	□	通信会社（社員）	・ 大容量サービスが本格的に開始となるため、他社からの乗換え促進を図っていきたい。
	□	通信会社（社員）	・ 依然として、良くなるような兆しがみえない。物価高は相変わらず続いているため、横ばいを保つのが精一杯である。
	□	観光名所（職員）	・ 今期の傾向として、西日本からの来客数は増えているものの、それ以上に近県や東日本からの来客数が伸びていない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・ 物価上昇に伴う原価の上昇や、客の出費に対する引締めがみられ、改善される要因が見当たらない。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・ これから天候が良くなり、外でのレジャーが盛んになっていくため、売上は低下する時期である。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・ 観光業は良いようだが、我々の業界は新型コロナウイルス感染症の収束後、なかなか以前のように戻らず、原油価格の高騰と物価高、人件費の上昇で大変厳しい環境だと、同業者からよく聞く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・10～11月の値上げ通知をみると、長年のデフレ分を取り戻すような値上げで、インフレのようである。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・食品等、生活に1番身近な物の値上がりは止まらず、他の物への支出は必要に迫られた出費にとどまっている。物がなくなるわけではなく、いつでも購入でき、購入手段も多様ななかで、実店舗を構えて商売を継続していくのは厳しい状況である。
	▲	百貨店（経理担当）	・天候と連動した衣料品の販売推移には期待するものの、世界情勢、物価上昇の懸念が払拭できていない。新米価格も変わらず高値で、食料品の販売にも儉約ムードがあることは否めない。
	▲	スーパー（店長）	・秋の値上げにより、今後の原価にも影響が出てきて、今以上にセール日に集中した買い回りになると見込んでいる。以前のように複数店舗を回って特売品を買う人は減っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・可処分所得が増えていない。
	▲	旅行代理店（副支店長）	・製造業の仕事量が落ち込んでおり、休日を増やす企業が出てきている。輸出時の関税や物価高により、娯楽への消費は落ち込む。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価や人件費等の高騰、労働時間抑制の三重苦で、正直厳しい環境である。価格転嫁や生産性向上には時間が必要である。
	×	コンビニ（経営者）	・物価上昇の上に、寒くなると来客数が減少するため、売上は下がる。
	×	コンビニ（経営者）	・良くなる要素がない。
	×	スナック（経営者）	・自転車での飲酒運転の取締りが始まったことで、利用客が激減しており、元に戻る見込みはない。他の方向で来客を増やす努力を始めているものの、なかなか厳しい。市街地の居酒屋にとっては冬の時代が来ている。
	×	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・先行きは悪くなる。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・通常、10月から年末にかけて繁忙期であるが、注文件数からみて、早めに動き出したようである。ただし、材料費等は高騰し続けているため、楽観視できない。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・今後数か月は、現状同様、やや良くなる状況が予想される。
	□	食料品製造業（営業統括）	・10月は食料品の値上げがめじろ押しで、消費者の購買意欲はますます落ち込むとみている。特に、ワインのような嗜好品は敬遠されがちである。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品の受注見込みもあり、年内は現状のまま推移する見通しである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・毎月日用品が値上げされるため、客は生活防衛意識の高まりから耐久消費財への支出に慎重になっている。また、海外メーカー、特に中国企業の進出により価格競争にもさらされ、厳しい状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・当社は7月末から変圧器メーカーの受注が停止となっている。現在は受注残で何とか生産計画が立っているが、今後は受注できない予想もあるため、世間の動きとは違うかもしれないが、先行きが非常に心配である。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・猛暑も一段落し、ジュエリーを身に着ける季節になってくる。金価格は高騰しながらも、工夫して制作した新商品の価格に客が慣れ、購入につながることを期待する。
	□	建設業（経営者）	・工事単価も少しずつ変わってきている。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の高騰が続いている。
	▲	金融業（調査担当）	・製造業は米国の関税政策の影響が徐々に表面化することが懸念される。非製造業は物価上昇に伴う価格転嫁の動向に加え、消費の弱さが企業マインドを押し下げる見込みである。観光関連は、秋の行楽シーズンを迎え、底堅く推移する見通しとなっている。
	▲	金融業（経営企画担当）	・米国の関税政策と利上げの影響が出てくるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ 毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連		-	-
	○	-	-
(甲信越)	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 政治が不安定なことも含めて世界の動きと生活が直結している。また、国内でもふるさと納税の問題や米騒動など、何1つ解決していないので、状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求人数、月間有効求人倍率共に横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	・ 10月の最低賃金引上げに伴う企業体力の変化や省力化といった対応を見極める企業が多いと考えられるため、直ちに景況が変動する状況にない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 求人をけん引する製造業において、今までにない新製品を研究、開発する傾向は少ない。
	▲	職業安定所（職員）	・ 有効求人数の前年同月比が、17か月連続で減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・ 中国の景気減速傾向が高まってきていることに加え、米国の政権の相互関税政策が今後の日本経済にどの程度影響を及ぼすか不透明であり、日本企業の収益悪化が懸念される。
	×	-	-

6．東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		商店街（代表者）	・ 世界的にも景気が良く、我が国の株価も上がっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 季節が平年並みに戻ればやや良くなる。
(東海)	○	スーパー（経営者）	・ 生鮮食品の価格が安定しつつある。大阪・関西万博も終了し、地元での支出増加に期待したい。
	○	スーパー（店員）	・ サンマなど秋物の食材が安価に出回っており、豚肉はやや高騰しているが販売量が好調であるため期待している。
	○	スーパー（支店長）	・ 上昇し続けている物価に加え、政治の不安定化に伴う経済政策の停滞により、消費者の懐も厳しい状況が続いている。物価上昇についてはやむを得ないが、政府の政策に期待をするしかない。
	○	スーパー（販売担当）	・ 今後はハロウィーンやクリスマスなどいろいろなイベントがめじろ押しで、来客数の増加が期待され、比例して売上も上がる。
	○	コンビニ（店長）	・ 希望的観測であるが、このまま来客数の増加、単価の上昇を期待したい。最近比較的近いところに新しい道の駅がオープンし、多少の影響を覚悟していたが、全くといっていいほど影響はみられない。
	○	衣料品専門店（店長）	・ 長期予報で寒くなると予測されており、冬物の販売が増える見込みである。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・ これからの時期がスーツ販売の本番となる。成人式、就職活動、フレッシュャーズなどでスーツを必要とする人が増えるため、良くならないと困る。
	○	家電量販店（営業担当）	・ 政権政党の体制が変わり、政策が少し動き出すことに期待する。期間限定ではあるが自治体のプレミアム付商品券も始まるため、やや良くなる見込みである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・ 暑さが和らいできたため今後に期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 問合せ件数や人の動きが良くなっており、今後も伸びが期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 総裁選挙の動向に懸かっているが、新しくなる体制には期待を持てる。また、年末に向かうことで景気は良くなる。
	○	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・ 気温の変化とともに消費の伸長が期待できる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・ 新たな内閣に期待する。
	○	バー（経営者）	・ 年末に向けてやや良くなる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・ 利益率の高い宿泊部門の予約が引き続き堅調である。料飲部門は良くも悪くもないといった予約状況である。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・ 大阪・関西万博も終了し、時期的にも宿泊需要、レストラン需要の増加を期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（経営者）	・暑い日が長く続いたため、旅行に出る客の動きが鈍かった。秋になり涼しくなれば少し良くなる。
	○	タクシー運転手	・1年間の傾向として、秋から冬の年末にかけて全体的に良くなっていく。
	○	テーマパーク（職員）	・大阪・関西万博が終了することで当地域に観光客が戻る。
	○	パチンコ店（経営者）	・年末を迎えるため良くなる。
	○	美容室（経営者）	・秋を迎え涼しくなれば、夏の間外出を控えてきた客が戻ってくる。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・このまま人が動けば期待できる。
	□	商店街（代表者）	・物販は変化がない。テイクアウト商品は数人でシェアして人数分は買わない。週末の飲食店のランチタイムはどこも行列である。
	□	商店街（代表者）	・単価が高くなり過ぎて、特に高付加価値商品はなかなか買えなくなっているため、買換えるとしても今と同程度の商品が選ばれる。
	□	商店街（代表者）	・今後の政策によるが、既存の延長線上であれば、全く期待を持ってない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらないため、当分この状態が続く。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇は避けられず、ますます購買力が落ちる。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・10月から日本酒、焼酎、ワインが値上げのため、飲食店でのアルコールの販売は更に厳しい状況になる。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・10月から値上げする商品も多く、3か月先も物価高が続く見込みであることから財布のひもは固いまま変わらない。消費者は今の生活を維持することが精一杯の状況である。個人の給料や法人の売上が増加しても、それ以上に物価上昇のペースが速すぎて追いつかない。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	百貨店（総務担当）	・今年の冬は寒くなるような予報が出ていたが、冬物衣料は値段が高いこともあり、以前に購入した衣料品の着回しになり、なかなか売上を押し上げる要因が見当たらない。インバウンド消費もなかなか回復しない状況であり、百貨店としてはいろいろな転換期に差し掛かっている。
	□	百貨店（営業担当）	・季節要因を除くと春先以降の来客数は横ばいが続いており、今後も大きく変化する兆候はない。
	□	百貨店（営業担当）	・国際情勢も悪い意味で変化がなく、大きな変化要因がない。政権政党の総裁選挙も景気に影響はないと考える。
	□	百貨店（販売担当）	・国内需要の高まりやインバウンドの安定があれば上向くが、現状維持と予想する。
	□	百貨店（販売担当）	・秋冬商材の販売時期が短くなるため、想定よりも売上は上がらない。
	□	スーパー（店長）	・価格競争で他社に勝てない。
	□	スーパー（店員）	・お歳暮や年末商戦を前に来客数は伸びない。
	□	スーパー（店員）	・全く変わっていない。
	□	スーパー（販売担当）	・年末に向けてこのまま進む。悪くなる要因が見つからない。
	□	コンビニ（企画担当）	・客単価の上昇による売上の増加傾向は続いており、この状態は当面継続する見込みである。
	□	コンビニ（エリア担当）	・春先のような来客数が多いインパクトは薄れている印象で、大きな伸長は余り期待できない。
	□	コンビニ（店長）	・業績その他が余り芳しくない状況であり、前年と比べて客の動きも鈍っている。
	□	コンビニ（本部管理担当）	・政権政党の総裁選挙があり、今後の大きな経済指標のトピックスとなることが想定されるが、小売業界に影響があるかは疑問である。また、株価は上昇しているが、小売業界がその恩恵を受けている感覚はない。
	□	衣料品専門店（売場担当）	・年末年始を迎え、ボーナス支給時期ということもあり、多少の景気回復の要素にはなるだろうが、根本的な回復とはいえない。
	□	家電量販店（店員）	・グレードの高い商品の受けが良く、しばらくは現状のままの見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・株価が上昇しているが、景気が良くなっているとは考えられない。収入が増えていてもそれ以上に支出が増えていて、収入が増えていない実感がない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・給与所得も上がりつつあるが、様々な物やサービスの値段がそれ以上に上がっているため、消費に息切れ感がある。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ほかに出費が多いため、車関係への支出は最低限の状況が続く。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・景気が上向く要素がない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後は生活に関連する費用や商品価格の引上げが発表されている。これから秋の増販期を迎える。猛暑の影響もあり客の動きも弱かったが、これから気候も良くなり客の活動も上向くと期待される。一方で、基礎的なコストの上昇が客の行動の足かせとなると懸念される。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・再販価格が高い車がまだ多いため、高額車両が売れるうちは販売単価は高い。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・ガソリン代も以前と比べて高値のままで、車検、点検、保険などを含めると車の維持費が高いという声が多くなっている。こういう声が多いときは車の販売が鈍る傾向がある。依然、先行きは不透明と言わざるを得ない。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、企業の設備投資、官公庁関係など全体的に低調だが、大規模改修や中小のリフォーム工事は伸びている。商業施設についても改修工事が多くなっている。
	☐	その他専門店〔書籍〕（社員）	・年末に向け受注量増加の傾向はあるが、輸入商品に為替の変動が大きく影響する。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・米国による関税や物価、エネルギー価格の高騰の影響を見極めていく必要がある。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・物価高騰から節約志向は続き、横ばいで推移する見込みである。繁忙期へ向け販売促進強化による来客数増加を試みる。
	☐	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・自店の周りでは、大都市のような景気の良さを感じることはない。諸物価の上昇が著しく、生活が追い付かない。
	☐	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年内は良くも悪くもない状況が続く。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費者は物価高を気にしているものの、消費を抑える行動には出ていない。年末に向けて、消費動向は大きくは変わらない。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・予約数の前年比では、2～3か月後の宿泊客が8～10%程度増加傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復しつつあることと、秋の行楽シーズンで需要が底堅い。
	☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	・米国関税も現状では影響が少ない様子であり、株式も安定している。為替も変わらない状況を勘案すると、余り変化がない見込みである。懸念点である我が国の政局や物価高は余り影響しない。
	☐	旅行代理店（経営者）	・少し良くなった状態を維持できる。
	☐	旅行代理店（経営者）	・年末にかけての申込みは旅行費用がますます上がるような傾向になり、春以降も早い計画が求められるなか、休暇の段取りとの兼ね合いが正月明けは難しい傾向にある。また、受験シーズンに入るため春休み、ゴールデンウィークの需要まではそれに関係ない客層を狙う必要があり、年配の客層には物価高の海外旅行よりも国内発クルーズ旅行が好調である。
	☐	旅行代理店（経営者）	・高齢者の蓄えがあるうちは大都市圏では目立たないが、およそ1時間ほど郊外へ車で移動すれば、駅前ですえ閉店した飲食店や食料品店が目立って増えている。賃上げとインフレに頼っていては、じわじわと経済活動の衰退を待つばかりで、ばん回はできない。産業構造の転換を早期に都市づくりや農業、水産業なども含めて指針を作り長期計画を立てない限りは、ゆでガエルと同じ状況下とみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（営業担当）	・ 例年社員旅行などは年末にかけて取扱が減る時期だが、ドライバー不足によってバスが手配できず、秋から12月へ実施時期をずらしてもらった客先もあり、例年より取扱件数は増えている。
	□	旅行代理店（営業担当）	・ 急に夏が終わり短い秋に突入した感じであるが、行楽シーズンに合わせた旅行と秋の紅葉見物の旅行申込みは例年と大して変わらない。3連休を利用した旅行は相変わらず申込みが多い。しばらくは良しあしが変わらない状態が続くとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・ 物価高騰の流れが止まらない。
	□	テーマパーク（職員）	・ 客の様子は変わらない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・ 集客はずっと伸び悩んでいる。秋季イベント開催によるばん回が期待できるが、気候に左右されやすい屋外イベントが多く、心配の種が尽きない。
	□	パチンコ店（従業員）	・ スロットの来客数は微増し、パチンコは微減という傾向は今後も続く。
	□	美顔美容室（経営者）	・ 自宅用ケア商品のキャンペーンが継続中であるため、今のペースが続く見込みである。
	□	美容室（経営者）	・ 米の値段が下らず、その他の物価も上がり続けており、明るいニュースがないため当分現状のままである。
	□	美容室（経営者）	・ 物価高騰への対策が必要である。減税等の措置を執らない限り生活は楽にならず、飲食店や美容院は厳しいままである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 人件費や資材費の高騰はあるが、大きな変化はない見込みである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 良くなる要因が何も見つからない。スナック菓子など食料品はまた値上げの波が来つつあり、来月は変わらなくても11月頃から下降するかもしれない。新内閣には期待する。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・ 住宅新築現場が減ってきている。
	▲	商店街（代表者）	・ 様々な物が値上がりしており、今後は米国の関税の影響により輸出企業がダメージを受けることが予想され、景気の先行きは悪い。
	▲	一般小売店〔書店〕（経営者）	・ 物価はまだ上がっているのに、給料も年金も上がらない。景気はこのまま徐々に悪くなっていく。
	▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・ 暑さが10月後半まで続くとの予報で、秋冬商材の需要が見込めない。
	▲	百貨店（企画担当）	・ これまで好調だった食料品、特に菓子類の動きが急に鈍くなっている。以前から価格の高騰については取り上げられていたが、それほど影響なく推移していたものの、9月に入った辺りから毎日売上が前年を下回るようになり、現在も続いている。この先、影響が他のアイテムに広がっていくことを懸念している。
	▲	百貨店（経理担当）	・ 富裕層に限っては株高に伴い消費は堅調に推移しているが、富裕層以外の所得者層では物価高に伴う買い控えがみられ、また、インバウンド消費も盛り上がりの兆しはみられず、景気は緩やかな下降曲線をたどる。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・ インバウンドの落ち込みと景況感の悪化もあり、今後しばらく下向きが続く。
	▲	スーパー（店長）	・ 商品の値上げ要請は継続している。
	▲	スーパー（店長）	・ 継続する商品価格の上昇に伴い、来客数の減少傾向が続く。
	▲	スーパー（店員）	・ 担当カテゴリーの商品価格が原料事情により高騰することが予測される。
	▲	スーパー（販売担当）	・ いろいろな内外の環境の不透明感が払拭されているとはいえず、政治の不安定なことから経済政策が進むとは考えにくい。寒さの到来による季節商材の需要拡大頼みが強い。
	▲	コンビニ（店長）	・ 10月から食品が値上げのため、景気に影響がある。電気・ガス料金の補助金もなくなるため、買い控えが起こる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・ 政府による電気代の補助金がなくなり、更に物価が上がることを考えると楽観的な予想はできない。
	▲	コンビニ（店長）	・ 売れ筋商品が10月から大幅に値上げするため、その影響を受けるおそれがある。値引き販売促進商品が以前よりよく売れている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・10月も値上げ品目が多く、ますます節約志向が高まることで、ディスカウントストアやドラッグストアに客が流れる。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・物価高が続けば、衣料品は最初に打撃を受けるため、景気は悪くなっていく。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・現行OSのサポート切れが迫り、パソコンの売行きが伸びている。高単価な商品が売れているため売上は前年並みだが、来客数が前年比15%減少のため今後の売上に影響が出る見込みである。パソコン特需も10月一杯で終わりそう。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・ここ半年くらい、徐々に新車の販売台数が減り、代わりに中古車の販売台数が増えてきた。来店客の反応をみていると、この先も同じ傾向が続く見込みである。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・車両本体価格がかなり上がり、金利も上がっている。新規の客も大分減ってきており、今後も厳しい状態が続く。
	▲	通信会社（企画担当）	・新首相の政策により大きく変わってくるであろうが、今のままの政策では物価高の影響が継続し、景気は下降の一途をたどる。
	▲	観光名所（案内係）	・夏のような暑さが続き、今後の景気にも天候が大きく影響する。あちこちで災害のような雨が降り、このような状況が続くとイベントの多い我が国は大きく影響を受ける。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・最低賃金引上げに伴う人件費の昇が、今後の経営に影響を及ぼす。
	▲	理美容室（経営者）	・様々な物が値上がりし、生活が苦しくなっている。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険制度による価格設定の制約が物価高騰による市場環境に適合せず、サービス事業者が身を削るばかりである。
	▲	設計事務所（職員）	・総裁選挙や、米国関税の影響などで景気が不安定な状態が続く。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・物価高騰の影響は止まらず、値上げラッシュが続きますます営業がしづらくなっている。この先景気の後退が心配である。
	×	百貨店（売場主任）	・サンダルを履いてブーツを探しに来る人やネットで靴を買って失敗したからといって店頭に見に来る人は多いが、いずれも試着程度で購入には至らない。スーツ用の紳士靴も今年は入荷が遅く、10月末頃になるとメーカーから連絡があった。ファッションに敏感な客の来店はあるが、それに伴う商品がそろっていないため売上は厳しい。
	×	コンビニ（店長）	・報道されているように10月からの多品種にわたる値上げは、かなり深刻な心理的影響を消費者に与えることが予想され、厳しい状況になることを覚悟している。9月から既にそうであったが、涼しくなってドリンクの購入が圧倒的に減るのに、まだ温かい物も欲しくないという消費行動により、10月も来客数、客単価共に伸びが見込めない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・天候や景気に関係なく、シーズンごとに値の張る商品を購入してくれた客が立て続けに亡くなった。そういった常連客に支えられて今日まできたが、今後はますます厳しい。
	×	一般レストラン（従業員）	・最低賃金も上がって経営側は厳しい。
	×	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅のみならずリフォームの受注量も減ってきたため、先行きが全く見通せなくなってきた。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・テナント抜けが増加している。
企業 動向 関連 (東海)	-	-	-
	○	化学工業（営業担当）	・来年1月以降、電子材料薬液は更に増量の見込みである。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて需要が見込まれるため、受注量が増える。見積りも多数出しており、競合先の様子にもよるが、年末にかけて景気は良くなる。
	○	輸送業（従業員）	・総裁選挙で新たな首相が決まることで、消費の伸び悩みが解消され、取扱物量の増加が期待できる。
	○	輸送業（エリア担当）	・米国との関税交渉の決着により、やや良くなる。
	○	金融業（従業員）	・年末年始の帰省などにより、景気は活発になる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年であれば秋の需要で受注量や販売量が増える時期であるが、10月から原材料の値上げが始まり、販売価格への転嫁は大変難しく、採算面で苦境が予想されるため景気は今と変わらない見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	化学工業（総務秘書）	・ 特段景気が悪くなるトピックが見当たらない。政権政党の総裁が変わり、景気対策に注力する可能性が高そうである。株価が高値更新を繰り返しているが、その反動が起きることは懸念している。
	☐	窯業・土石製品製造業（社員）	・ 米国の関税についてはまだ不安要素はあるが、生産量の大幅な落ち込みはなさそうで、しばらく現状維持の様相である。
	☐	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・ 受注量、販売量見込みから判断した。
	☐	一般機械器具製造業（営業担当）	・ 関税により設備の価格が高くなるため、北米地域での半導体関連設備投資の勢いが弱くなっている。他地域ではこの落ち込みをカバーするほどの勢いが無い。
	☐	電気機械器具製造業（経営者）	・ 現状は必要数量の生産に戻っている。
	☐	建設業（役員）	・ 子育て世代の世帯、特に子供が2人以上いる世帯が新築物件を購入する割合が減っている。代わりにシングル世帯や高齢者の購入割合が増えている。
	☐	建設業（経営者）	・ 政治が安定するように、新内閣には責任を持って取り組んでほしい。旧態依然で変化がなければ、先行きに期待はできない。
	☐	建設業（営業担当）	・ 消費者は値上がりや先行きの値上がり予想などを踏まえて金を使うので、先の備えで消費は減っていく。受注額が上がっても結果的に別のところで支出が増えるため、景気は良くならない。
	☐	輸送業（経営者）	・ 物価高に対する消費意欲の低迷が収まらないと消費財、耐久財及びその関連も含め物量の増加が望めない。
	☐	輸送業（従業員）	・ 運送業は規制がいろいろと厳しくなっており、人手不足も課題である。今期後半の見通し次第だが、荷主だけでなく同業他社の動向も注視したい。
	☐	輸送業（従業員）	・ 景気や給料が特に上がっている実感はないため、個人消費が伸びていない。
	☐	輸送業（エリア担当）	・ 半年ほど前に行った単価交渉の回答が全く出てこない。単価を上げる気がなくなってしまったのか、法改正もあったため単価上昇には期待していたが、荷主の現状認識に疑問を持つ。交渉のテーブルにつくよう行政の後押しに期待する。
	☐	金融業（従業員）	・ 国民の生活が2極化している印象が強い。総裁選挙の結果次第で将来の景気は大きく左右される可能性はあるが、現状は横ばいのまま推移する見込みである。
	☐	金融業（企画担当）	・ 特に中小企業にとっては、人件費の上昇は原価率の上昇に直結し、会社の業績にも直結してくるため、大手ほどすぐに上げることは容易ではない。中小企業の賃上げが広がってこないと景気は良くならない。
	☐	不動産業（経営者）	・ 今後は例年同様に晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人は増加する見込みである。売上の増加傾向は変わらず、前年を上回る状況が続く。
	☐	広告代理店（制作担当）	・ 顧客企業の積極的な動きは余りみられず、新規の広告も単発的な依頼が微増する程度である。
	☐	新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 最低賃金の急な上昇に将来を不安視している。新規事業や第2の収入源確保が課題として残っている。
	☐	公認会計士	・ 米国関税については一旦は落ち着いたものの、海外取引を行う企業では投資意欲は横ばいのままである。雇用についてはどの企業も積極的に行っており、求人倍率などはどの企業でも上がっている。しかし、総裁選挙が来月に行われることから、10月から物の価格が上がり、光熱費の補助も終了することから、個人消費は年末までは動きが鈍くなることが予想される。
	☐	会計事務所（職員）	・ 冬のボーナスが出る時期で、正月準備に幾らかは消費に回るとみているが、例年のことであり景気としては変わらない。
	☐	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・ インバウンドによる問題が数多く出てきているが、多くの人々が来日するのは有り難いことであり、我が国はこれにうまく対応する必要がある。食事や景色ばかりでなく、いろいろな生業や芸術・芸能を体験してもらい、我が国の魅力を海外にアピールするべきである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	食料品製造業（社員）	・食料品の値上げが発表されたことに加え、電気料金、ガソリン価格の補助金縮小も見込まれ、消費の先行きは厳しい。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げの影響により販売数は低下の傾向が続いている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・仕事量の落ち込みがどの程度になるか、皆とても気にしている。安値受注につながらないことを祈る。
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・米国の関税問題が解決するまで先行きが分からない。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・賃金が上がったら物価も上がって景気回復しているの分からない。物価が高すぎるため逆に賃金下がったとみている。
	▲	通信業（総務担当）	・ゆとりのない生活が将来も続く予想されるため、心にも安心感がなく、金に余裕がないつらい日々を実感している。
	▲	会計事務所（職員）	・最低賃金の引上げなど賃上げの風潮が続いているが、以前からなかなか販売価格に転嫁できておらず、実質自社の負担が大きくなっている。また、米国の関税の影響により受注が減り、今後も厳しい状況が続く見込みである。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がなく、先の見積りもない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・受注量の減少が続いており、景気は悪くなる。
(東海)		*	*
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末の転職及びボーナスをもらってから転職を検討し始める、活動意欲を持ち合わせた転職希望者が増加する。
	□	人材派遣会社（社員）	・先の予約状況は余り良くない。来月中旬頃には忘年会の予約の問合せが増え良くなると期待する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全体の採用数について大きな変化はないと予想される一方、派遣社員の直接雇用を求める派遣先企業が増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・政府から賃上げのための具体的なアクションが示されていない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・地元自動車メーカーは堅調で推移しているが、他の自動車メーカーは、販売不振や新型車種の売行きに左右される。派遣労働者の採用においても動きがあるため、より良い人材を確保し福利厚生を充実させて定着を図る。
	□	職業安定所（職員）	・一部の自動車部品製造業から米国関税を不安視する声は聞かれるものの、人手不足の状況は変わらず、現時点で大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	・今後の米国関税、最低賃金引上げの影響を懸念しているという声が聞かれ、先行き不透明な状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業において、原材料費、燃料費、運送費など各経費の高騰が引き続き事業活動への負担となっており、人件費に費やす予算の捻出が困難になっている状況が見受けられる。一部産業での人手不足はかなり深刻な状況となっているものの、物価高騰に伴う消費動向の停滞等により、受注などが堅調に推移している産業でも、新たな求人提出を控え、様子見をしている企業がある。この先の経済動向が予測できない状況は続いているものの、現段階において大きな生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、当面、景気動向の大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金引上げに加え、物価の高止まりによる影響により、大きな改善は期待できない。特に中小企業の経営維持についても懸念される。AIの活用が、雇用にどのような影響を及ぼすかも注視したい。
	□	職業安定所（職員）	・求人数に大きな変動はみられないが、最低賃金の引上げによる影響が懸念される。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は増加しているものの求職者数が一定数を超えず、この状況を脱しない限り景気は上向かない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・2026年の大学新卒求人について、現在も継続して採用活動が続けている企業は多いが、前年度と比較して求人数自体に大きな変動はない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・年内に開催予定の大学3年生に向けた就職ガイダンスで、参加希望法人の数は前年とほぼ同数で、ほぼ同じ法人であることより、法人の採用意欲に大きな変動はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	人材派遣業（営業担当）	・物価上昇に加え最低賃金引上げにより企業の利益率は圧迫されることから、景気が好転する要素が見当たらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・例年10～11月は求職者の動きが低迷する。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連において、米国関税の兼ね合いで人員投資は様子見ムードが強まり、先進運転支援システムでは中国勢との競争でコスト抑制の話が聞こえている。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人倍率が下がっている。事業所から最低賃金の引上げが企業収益を圧迫しているという声を聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高が続くなか、人手不足で人件費も上昇しており、企業を取り巻く環境はより一層困難になっていると多くの事業所から聞く。
	×	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)		-	-
	○	商店街（代表者）	・過ごししやすい時期になり、秋の紅葉などを目的に外に出る人が多くなる。おいしい食べ物や旅行の記念のため、財布のひもが緩むとみている。ただし、製造元の人手不足や原材料価格の高騰で、商品が品薄状態になっている。
	○	商店街（代表者）	・秋の観光シーズンが始まることに加え、商店街の店舗の約半数が参加するポイント還元事業を実施する予定であるため、例年以上の人流が期待できる。
	○	スーパー（店長）	・10月の最低賃金引上げにより手取りが増えることで、食費にかけられる金額が増加すると期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新規店のオープンを予定しており、来客数の増加が期待できる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・大阪・関西万博後の宿泊予約が入ってきている。宴会部門は学会の予約が回復している。
	○	タクシー運転手	・猛暑の夏だったため、秋の行楽に出る人が多くなり、観光客も増えると思われている。
	○	美容室（経営者）	・暑さが一段落すれば客足も戻ってくると期待したい。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ずっと変わらない状況が続いており、このままではいけないかと考えている。単価が上がっているため、販売量が変わらなければ売上も増加するとみている。天候にも左右されるが、来客数が増えることを期待している。
	□	百貨店（売場主任）	・物価高騰が続く、客の購買意欲が低下している。前年は好調に推移したインバウンドにおいて、今年は来客数が前年並みを維持しつつも、円高により客単価が低下している。すぐに消費環境が好転するとは考えにくい。
	□	スーパー（総務担当）	・総裁選挙によって景気が変わるとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現状の節約志向が大きく変わるとは考えられず、苦戦は続くものとみている。
	□	家電量販店（店長）	・期待できる商品はなく、物価高による客の買い控えが続くそうである。
	□	家電量販店（店長）	・パソコンは現行OSの切替えで大きく伸びているが、テレビ、冷蔵庫、洗濯機は前年に比べて下がり、店全体では前年を割っている。
	□	家電量販店（本部）	・現状では大きな変化は見込めないが、趣味に関連する商材の販売量が増加する可能性はある。
	□	乗用車販売店（経営者）	・物価上昇の傾向は変わらず、可処分所得も増えない状況が続いているため、景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・景況に大きな変化はみられない。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・車が生活に欠かせない地域であるため、直近の販売量は今の水準が続くとみている。
	□	乗用車販売店（経理）	・新車の受注は前年並みの見通しで、引き続き新型車に関する問合せなどが多い。
	□	住関連専門店（役員）	・中価格帯商材の動きが悪い。比較的構成比の大きい中間層の動きが活発にならないと厳しい状況が続く。現在の市況から、景気が回復に向かうとはとても考えられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上、景気が悪くならないことを願っている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・人件費や物価の上昇に合わせて商品価格を上げたが、その分来客数が減少している。売上確保のため低単価商品を販売したいが、スタッフの補充が追いつかず行き詰まっている。
	□	一般レストラン（統括）	・来客数は秋冬に向けて好調を維持するとみている。しかし、10月から3000品目以上の食品の値上げが予定されているため自由に使える金が減り、外食費や娯楽費の減少につながると考える。また、政治では総裁選挙による外交の変化など悪くなる要因が幾つかあるため、景気はこれ以上良くはならないとみている。
	□	スナック（経営者）	・生活しにくくなっており、先々の状況は良くなないとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・10月以降は40名までの団体客の問合せが多い。
	□	観光型旅館（経理）	・前年発生した能登半島地震以降休業状態が続いており、再開までに1年以上の期間を要する。
	□	タクシー運転手	・国内の政治状況に変化がなく、減税などの施策もないため、景気は変わらない。
	□	通信会社（職員）	・景気が改善する要素が見当たらない。
	□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売に伴い、来客数や販売量も少し増えたが、一過性のものであると考えている。
	□	通信会社（役員）	・年末商戦を迎える時期になるが、特段のイベントもなく、前年と同様の契約数で推移すると考える。
	□	通信会社（役員）	・物価高の一方で、株価が上昇し賃上げも行われており、当面の景気は変わらないとみている。
	□	パチンコ店（経理）	・総裁選挙が行われるが、景気回復は難しそうである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅取得やリフォームに関する補助金などのメリットが多いため、しばらくやや良い状態が続くそうである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場の来場者数が増加する兆しがなく、景気回復がみられない。
	□	住宅販売会社（営業）	・やや悪くなるに近いが、景気は変わらないとみている。じわじわと価格上昇が継続している上、新たな住宅政策への期待感が薄いことから、現状では良くなるとは考えにくい。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価の上昇に加え、政府の方針も定まっておらず、生活状況の改善がみられない。食料品などの生活必需品以外はまだ買い控えがあり、更に状況が悪くなると危惧している。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・10月も多品目で値上げがあり、物価高騰に対する経済対策も進んでいないため、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・異常気象による猛暑で、四季がみられなくなっている。秋や春の季節が短くなっており、ファッションに大きく影響している。また、人口減少により需要自体が減る傾向は継続すると考える。
	▲	百貨店（販売担当）	・近隣エリアは再開発で飲食店のみが拡大し、街の集客力は高くなったが、飲食以外の魅力が低下している。マンションが増え、食品の売上はようやく下げ止まりつつある。また、株や金などの資産価値が高騰し、富裕層によるラグジュアリー商材の購入も下げ止まっている。しかし、主力である衣料品は、気温の影響や商品単価が上がっていることにより不振が続いている。これらの理由により、当面収益面では悪化傾向が続くとみている。
	▲	スーパー（役員）	・厳しい家計状況が続くなかで、今後は米国の関税の影響が出るとみている。好調であった外需産業の業績も厳しくなるため、家計が苦しい世帯の割合が増えると考え。
	▲	コンビニ（店長）	・コンビニ加盟店が事業として成立するように値上げを繰り返すと、販売数そのものが減少すると考える。チェーン本部が負担する営業費や固定費は微増で、加盟店が主に負担する営業費は高騰しているため、値上げによってチェーン本部は増収増益、加盟店は売上こそ維持できているが減益で、事業として成り立つぎりぎりの状態になっている。赤字で運営している店舗では、満足なサービス提供もできず、来店頻度は減少している。客の様子などからも景気の悪化がみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・10月は最低賃金引上げを受けて人件費の増加を見込んでいる。各種原価の上昇も止まるところを知らず、利益の確保に苦慮している。コストカットによる利益率の改善には限界があり、頭を悩ませている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・最低賃金が大きく上がり、商品の値上げを断行するしかない。売上に悪影響が出ることは避けられないとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・婦人アパレルは特に気候に左右されやすい業種である。この先も気温が例年ほど下がらないとの予報で、客の動きも鈍くなるとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・前年と比べてやや悪い状況が続いている。11月頃まで暖かいという予報から重衣料の需要が例年以上に減少するとみている。
	▲	都市型ホテル（役員）	・スポーツ大会や学会等のイベント団体予約は好調であるが、ビジネス、レジャー共に個人予約の動きが弱く、販売価格が低下している。
	▲	テーマパーク（役員）	・先行する団体客の予約状況をみると前年と比べて悪くなっており、今後もこの状況が続くと考える。
	▲	競輪場（職員）	・10月に多品目で値上げがあるため、一時的に出費を抑制する動きが再び出るとみている。
	×	商店街（代表者）	・客の様子からも景気の悪化を実感する。もはや危機的状況と言わざるを得ない。これは地方だけの状況なのだろうか。
	×	旅行代理店（従業員）	・冬は例年売上が下がる。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
	○	税理士（所長）	・税制改正により今年の年末調整は大多数の人が還付を受ける。冬のボーナスとあいまって、消費者の懐事情が良くなることから、消費マインドは高まるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・いまだ能登半島地震による被災のダメージから抜け出せていないが、年末年始の最需要期を前に、地道に販売促進を重ねるほかない状況である。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・受注量、販売量の見込みに変化がない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、景気は変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連製品の受注は依然として低調で、中国向けを中心に厳しい状況が続いている。一方で、二輪車関連製品及び産業機械関連製品の受注は海外向けを中心に順調に推移している。米国の関税により影響が出始めている北米向けについては、国内完成車メーカーが米国生産にシフトしつつあり、今後の受注に影響が出るとみている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・米国の関税の影響が今後どの程度波及してくるかが不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規に量産を開始する案件がなく、また、2～3か月後の受注増加につながる材料もない状況である。ただし、新規案件の引き合いが増加傾向にあり、半年から1年後には数品目の量産稼働が見込まれ、受注増加につながるとみている。
	□	建設業（役員）	・受注案件が数多くあっても、対応できる人員に限りがある状況である。この先の人繰りに懸念が大きく、先行きが明るいとはいえない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・今後も企業間物流の物量に大きな変動はない見込みである。
	□	通信業（営業）	・下振れ要素はないため、今後も現在の安定した状態が続くとみている。
	□	金融業（融資担当）	・米国の関税による景気悪化が想定されるが、現状では直接的な影響は見受けられない。しばらくは特段の変化なく推移するとみている。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せや訪問が少ない。
	□	司法書士	・建設業での人手不足、製造業での原料価格高騰や輸送コスト増加など今後の不安材料について話を聞く機会が多いが、決算状況としては売上、利益共に特に悪くはない。
	▲	繊維工業（総括）	・最低賃金の大幅な引上げに加え、今後は米国の関税引上げの影響が顕在化することを危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	金融業（融資担当）	・物価高や賃上げなどによるコストアップ分の価格転嫁ができていない企業と、できていない企業で、業績が2極化している。新型コロナウイルス関連融資の返済も重なり、延命してきた中小企業の倒産件数は増加局面に入り、厳しい状況が続くとみている。
	×	-	-
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人広告数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・観光関係は好調である。また、米国の関税が決まったことで、受注の回復、在庫の解消が進んだ企業もある。ただし、依然として燃料費、資材価格の高騰が続いており、企業の負担感は解消されていない。したがって、景気全体としては変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・ここ数か月の状況に変化がみられない。
	□	職業安定所（職員）	・原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などにより企業環境が厳しくなっており、前年同月と比較すると有効求人倍率が徐々に下がっている。さらに、米国の新関税率や10月からの最低賃金の大幅な引上げにより、先行きを不安視する事業所も少なくない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・最低賃金の大幅な引上げと物価高騰によるコストの増加から、企業は人件費を抑制せざるを得ない。今後も企業の人手不足は続くと思われることから、このままの状況が続くと考える。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安、前年の能登半島地震と豪雨災害の影響に加え、米国の関税、参議院選挙の結果に伴う影響が懸念され、状況が好転する要素や気配がみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・求人数は横ばい、あるいは減少しており、求職者数も減っている。
	×	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 (近畿)		コンビニ（店員）	・これからは外出が増え、行楽地に出掛ける人も増える。近隣のホテルも満室となるなか、当店は立地も良いため、先行きに期待できる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・紅葉のシーズンを迎えて、先行予約が結構入っている。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・ようやく気候も落ち着くことで、短いながらも、食欲の秋を迎えることに期待している。
	○	百貨店（マネージャー）	・春の食料品フロアの改装効果もあって、8月のお盆需要は好調であったため、クリスマスから年末にかけての需要も好調な推移が見込まれる。
	○	百貨店（サービス担当）	・残暑が落ち着き、秋物商材の食料品や婦人服などを中心に、好調な推移が予想される。また、大阪・関西万博の閉幕が迫って来場者の増加が予想されるなか、引き続き万博の関連売場では売上の拡大が見込まれる。
	○	百貨店（販促担当）	・新たな景気対策も予想されるため、購買気運の上昇に期待している。気候面では秋が短く、すぐに冬になることが予想されるなか、気温の大きな変化がファッション関連の動きを後押しするとみられる。さらに、食料品でも暖かいメニューをタイミング良く投入することで、売場の活性化を図っていく。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・季節の変化とともに、アパレル関係の需要は活性化が見込まれる。インバウンド消費も少し落ち着いてきたため、大阪・関西万博の閉幕後は、お金の使い道が観光から通常の買物にシフトする可能性もある。
	○	スーパー（企画担当）	・10月に入っても暑さが残る状態であるが、確実に気温は下がり、朝夕は過ごしやすくなっている。気候は来店動機を左右する重要な要素であるため、今後の動きに期待したい。売場では、夏物商材を徐々に減らしながら、秋冬商戦に向けた対応を進めていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・10月はイベントが増えるため、期待している。
	○	衣料品専門店（店長）	・月末になって、朝夕を中心にしのぎやすくなり、来客数も戻りつつある。それでも客との商談では、価格の上昇に対する懸念がまだ根強くみられる。また、為替の影響による仕入価格の上昇は当面続きそう、景気の上昇が実感できるまでには、まだ時間が掛かる。
	○	衣料品専門店（店員）	・気温が下がるため、秋冬商材の動きが出てくる。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金の締切りを前に、駆け込み需要が出てくるため、販売量の増加が期待される。
	○	家電量販店（企画担当）	・リフォーム補助金の受付が終盤となり、駆け込み需要が見込まれる。また、秋物商戦で調理家電も動き出している。
	○	乗用車販売店（支店長）	・政権政党の総裁選挙の結果によっては、今後の経済成長への期待から、株価が大きく上振れする可能性もある。また、米国大統領の来日スケジュールも発表され、国民の関心も高まっている。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・支払方法の選択肢が増えるため、受注量の増加が期待される。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・過ごしやすい気候となり、大阪・関西万博も閉幕するため、予約の回復が予想される。
	○	高級レストラン（企画）	・大阪・関西万博の終了に伴い、大阪に需要が集中していた状況が緩和される。また、中国を中心としたインバウンド需要の増加にも期待される。
	○	一般レストラン（店員）	・今年は特に暑かったため、来客数がかなり減少したが、今後は気温が下がるため、増加が期待される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・人気の観光地に近いこともあり、インバウンドが多く訪れている。これから秋になって季節が良くなれば、来客数は更に増加する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・各セクションでの単価の上昇が進まないなか、インバウンドを中心に売上を確保している。国内需要の伸び悩みはあるものの、宿泊プランやイベントの工夫で集客を図る。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・紅葉シーズンに入り、予約は比較的好調であるが、前年の水準には及ばない。インターネット経由の予約に前年ほどの勢いはなく、顧客離れの影響が顕在化している。
	○	旅行代理店（役員）	・政権政党の総裁選挙による影響は懸念されるが、朝晩は少しずつ涼しくなり、秋の気配を感じるようになってきた。気候も穏やかになって動きやすくなるため、温泉や秋の味覚を楽しむ旅行需要の増加が見込まれる。また、大阪・関西万博の終了に伴い、今後は関西以外への旅行も活発化すると予想される。
	○	遊園地（経営者）	・大阪・関西万博が終了し、周辺の観光地やレジャー施設に、一定数の客が戻ってくると予想される。
	○	競輪場（職員）	・この時期は一時的に悪くなるが、年末に向けて上向く傾向となる。ただし、様々な物の値上げが予定されているため、改善の動きは小さいと予想される。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・大阪・関西万博が終了し、来客数が回復することが期待できる。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・客の間には、大阪・関西万博などのレジャーにお金を掛ける動きがみられる。
	□	百貨店（売場主任）	・インバウンド消費が前年割れとなる傾向は、少しずつ落ち着いている。ただし、前年はクリスマス商戦から中国の国慶節にかけて大きく売上が伸びたため、このまま来客数の改善が進んでも、前年比でプラスとなるだけの勢いには欠ける。
	□	百貨店（広報担当）	・免税売上はしばらく横ばいの動きが見込まれる。一方、国内客の動きは気温に左右される部分もあり、不透明感が強い。
	□	百貨店（外商担当）	・大阪・関西万博が終了するため、来客数の面での相乗効果はなくなるものの、高額品の需要増は続く予想される。
	□	百貨店（商品担当）	・大阪・関西万博の閉幕後の動きには読みにくい部分があるが、大きくは変わらないと予想している。
	□	百貨店（販売推進担当）	・前年の年末商戦では特選ブランド商材がよく売れたため、その実績を維持できるかがポイントとなる。食料品などは、おおむね順調に推移することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（営業推進担当）	・商品の値上げの動きは、まだ続く可能性が高いなか、賃上げがそれに追いつかないことが懸念される。
	☐	百貨店（マネージャー）	・8月からインバウンドに復調の兆しがみられる。7月の地震の噂による落ち込みから2か月を経て、旅行客の回復が顕著となった。その一方で国内客の動きは鈍く、8月から一転して来客数、購買客数共に減少している。消費全体が不安定な状況では、回復への期待は持てない。
	☐	百貨店（マネージャー）	・国内消費の動向は変わらず、クリスマスや年末商戦は一定の盛り上がりが見られるものの、その前後は限られた所得のなかで慎重な消費が予想される。政策面では減税の実施なども考えられるが、直接的な好影響は期待できない。その一方、インバウンド需要は空港の利用拡充といった特殊要因の恩恵がしばらく続く。
	☐	百貨店（商品担当）	・大阪・関西万博関連の売上が大きいと、閉幕による影響が懸念される。株高傾向が終われば、消費マインドも変調する危険性がある。政権政党の総裁選挙などによる株価や為替への影響も不透明であり、減税や物価高対策の動きなどを含めて、消費はしばらく様子見の動きとなる。
	☐	スーパー（店長）	・依然として、食料品の値上げが報じられている。新米の販売後も米の価格は下がらず、客の生活防衛意識が続くと予想される。
	☐	スーパー（店長）	・物価高対策のほか、減税が給付金かという方向性もみえないなか、消費者はまだ様子見を続けそうな雰囲気である。
	☐	スーパー（店長）	・商品価格の高騰に収入の増加が追いついていないため、衣料品関連の売行きは厳しい。
	☐	スーパー（店員）	・鍋物商材が少し売れ始めているが、果物の価格が余り下がらないなど、天候要因の影響がみられるため、まだしばらくは厳しい状況となる。
	☐	スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、来客数は安定することが予想される。
	☐	スーパー（経理担当）	・相変わらず食品は値上げラッシュが続いており、終息の気配がみえない。新米の販売による米価格の低下も期待できず、節約ムードの解消は見込めない。おせちなどの年末商材の予約がスタートしているが、高級品と低価格品の2極化が更に進むなど、メリハリの強い年末年始商戦となることが予想される。
	☐	スーパー（販売促進担当）	・政権政党の総裁選挙などの結果にもよるが、現状は大きな変化が見込まれず、現状の傾向がしばらく続くと予想される。
	☐	スーパー（企画）	・10月から最低賃金が63円上がるが、同時に値上げも予定されているため、景気を左右するような影響はないと予想される。
	☐	スーパー（企画）	・生鮮品を含む食料品全体は好調に動いているが、洗剤などの家庭用品の売上はやや不調である。生活必需品も我慢できる物は購入を減らしているなど、生活防衛意識は依然として高い。
	☐	コンビニ（店員）	・大きな変動はなく、この先も横ばいのまま推移する。
	☐	家電量販店（人事担当）	・10月の終わりまで夏日が続く予報のため、例年は秋から冬に売れる家電の販売が見込めない。前年と同様に、秋が来れば冬がすぐに訪れそうである。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・先行きの不透明感が増している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・流通網の崩壊で取引業者が次々と廃業しており、このような状況が好転する気配はない。
	☐	乗用車販売店（役員）	・車両単価の上昇が続くほか、インパクトのある新型車両の発売もなく、新車の販売台数が大幅に伸びることは考えにくい。富裕層対象の車両でも、物価の上昇もあって購入の動きには積極性が欠ける。米国の関税問題も落ち着き、株価の上昇など外部環境には幾つかのプラス材料があるものの、景気が良くなっている実感はない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・具体的な景気対策が示されるまでは、横ばい傾向が続くと予想される。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価上昇の動きに、まだ所得の増加が追いつくことはなく、数年は掛かると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・10月から最低賃金は上がるが、物価上昇の動きには追いつかないため、生活のレベルは変わらない。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・暑い日が続く、夏物商材やスキンケア用品の動きは順調であったが、気温が落ち着いて秋冬商材にシフトするなかで、全体として鈍化傾向となっている。食品の値上げも続いているなど、大きな上昇要因が見当たらない。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・政権政党の総裁選挙などの影響で、今後の政策には不透明な部分が多いものの、景況感が大きく変わることはない。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価上昇の影響があるほか、今後の政策も見通せないため、購買意欲は高まらない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価上昇の影響で、価格の据置きにも限界がきており、値上げせざるを得なくなっている。今後は値上げの影響により、来客数の動きが不安定になると予想される。
	☐	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博を訪れた客は、財布のひもが緩くなる傾向にあるが、物価の上昇に気付くと、再び固くなる。
	☐	一般レストラン（企画）	・物価の継続的な上昇に加えて、10月以降は電気・ガス料金の補助金の廃止や、予想を上回る最低賃金の引上げなどで、経営環境は厳しさを増す。
	☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・10月は残暑の影響が続く、11月は急な冷え込みが予想されるなど、気温の変化による影響を受ける。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・10月以降の大阪・関西万博の閉幕後も、団体客の先行予約は引き続き好調である。
	☐	観光型旅館（経営者）	・大阪・関西万博が終了すれば、大阪以外にも人が出掛けることが期待されるものの、現時点ではまだその動きは鈍い。
	☐	都市型ホテル（管理担当）	・景気が上向き材料に乏しく、政局も引き続き不安定な状態が続く。
	☐	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博が閉幕し、盛り上がっていた需要が落ち込む懸念はあるが、その分、周囲の観光地への需要が増えることが予想される。
	☐	通信会社（社員）	・年末にかけての申込状況には、大きな変化が期待できる要素は少ない。
	☐	通信会社（社員）	・一旦、新型スマートフォンの販売は落ち着くが、冬のボーナス商戦期に入り、キャリアの乗換客の獲得熱も年度末に向けて更に高まる。ただし、回線の販売が伸びても、端末の販売が増えなければ、収益の増加が見込めない。
	☐	通信会社（役員）	・今年度の販売は前年並みとなっており、物価上昇の影響で客の購買意欲に慎重さがみられるため、景気の先行きは不安である。
	☐	観光名所（企画担当）	・年間で客の多い、5月、7月、8月に大阪・関西万博の影響が出ている。今後回復したとしても、それほど来場者は増えないと予想される。
	☐	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場状況をみると、例年並みの推移と判断される。今後も同様の状況が予想されることから、景気に大きな変化はない。
	☐	競艇場（職員）	・賃上げなどのプラス要因と、物価上昇や社会情勢の変化といったマイナス要因があり、どちらが上回るかは見極めが難しい。
	☐	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・売上は前年と比べて大差はなく、横ばいの動きである。今後は最低賃金の引上げに伴う、人件費の増加が予想されるなか、すぐに施設の利用料金には転嫁できないため、経費の削減が必要となる。
	☐	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・イベントシーズンで繁忙期となるが、客の利用状況や天候などにも左右される。最近の異常気象の状況をみると、先行きの見通しが立たない。
	☐	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンは終了するが、11～12月には人気グループのコンサートが開催されるため、例年どおりの集客が期待される。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・今後もしばらくは、投資家による不動産の売買が景気を支えると予想される。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・為替の推移がやや円高傾向となるため、資材の仕入価格の動きは落ち着くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（企画担当）	・特に良くなりそうな要素もなく、悪化する要因も見当たらない。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅の建築単価の上昇による影響はみられるものの、依然としてシニア層の動きは堅調であり、今後もこの傾向が続くと予想される。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・割高感を持つ客も増え始めており、物件をみる目は徐々に厳しくなる傾向がある。ただし、全体的には供給数が少ないこともあり、引き続き企業側の価格設定は強気の状態が続いている。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・慢性的な人手不足が全く改善されない状況に危機感を覚える。会社は求人を出しているが、条件に合わない人しか来ない。面接を経て採用したが、研修の途中に勝手に帰り、そのまま音信不通となったケースもみられた。即戦力になるような人材はなかなかいない。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・年末に向けて慌ただしくなる時期であるが、今年は少し違う雰囲気になりそうである。物価の上昇を含め、世の中がどの程度落ち着くかが不透明であり、現状のままでは、華やかな気分で生活必需品以外にお金を使うことは考えにくいため、先行きは楽観できない。
	▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・4～6月のインバウンドの減少による、取引先での資金繰り調整の結果、新たな商材の投入が前年よりも大幅に遅れている。10月と11月の初旬は厳しい状況が続くなか、クリスマス商戦でどの程度巻き返せるかで、今後の推移が決まる。客の購買意欲は右肩上がりではないが、話題性のある商品には一定の動きがみられるため、この部分に焦点を当てることが求められる。全体的に安心、安全志向がみられるなか、新たな消費の動きが待たれる。
	▲	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・ここ数か月は、大阪・関西万博の開催による需要で売上は好調であったが、もう少しで万博も終了するため、売上の落ち込みが予想される。
	▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・物価の上昇幅が大きく、特に高齢の年金生活者にとっては、厳しい社会情勢となっている。
	▲	百貨店（企画担当）	・大阪・関西万博の終了で外国人観光客が減少するほか、前年は12月からインバウンド売上が急激に増加したため、今年は反動減が予想される。何とか前年の水準を目指せるように、各種の施策を打ち出していく。
	▲	百貨店（外商担当）	・価格改定の動きが止まらないなか、人気が集まっていた高級ブランド品や高級時計の勢いにも陰りがみられる。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・大阪・関西万博閉幕後の来客数の減少が懸念されるほか、秋の季節が短くなっているため、単価の高い重衣料の動き出しが遅れると予想している。店舗の会員向け販売を強化しているが、インバウンドを中心に人の流れが変わる可能性がある。
	▲	スーパー（社員）	・食品部門では多くのメーカーによる値上げが続いているため、買上単価は上昇傾向にある。ただし、来客数の減少による影響は大きく、売上が伸び悩む状況は当面続きそうである。
	▲	スーパー（開発担当）	・政権政党の総裁選挙が始まったが、具体的な景気対策の話はないため、物価の上昇に伴って景気は悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博の閉幕により、来客数の減少傾向が予想される。
	▲	コンビニ（経営者）	・賃金の改定による影響が出てくる。
	▲	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博が終わり、インバウンドや地方からの国内客も減少するため、従来の客に満足してもらうためのセルフのホットスナックを導入し、売上をカバーする。
	▲	コンビニ（店員）	・1年前から店長が不在で、近隣店舗の社員がフォローに来ている。最近は若い社員が来るケースが多く、発注漏れによる商品不足もあるため、売り逃しが発生している。
	▲	コンビニ（店員）	・大阪・関西万博が閉幕すれば、大阪を訪れる観光客が減るため、来客数も減ることが予想される。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・大阪・関西万博が閉幕してインバウンドが減少するため、売行きが悪くなると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店員）	・今後の新内閣発足の行方などに大きく左右されるが、消費マインドは更に悪化する可能性がある。先行き不安が多いなかで、景気が上向くことはない。
	▲	家電量販店（営業担当）	・大阪・関西万博も来月に終わるため、それ以降の関西の景気動向が心配である。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きが良くなく、車検の予約も余り入っていない。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・政権政党の総裁選挙の行方による消費への影響はあるものの、自動車業界では価格の上昇もあり、新車の販売台数の増加は見込めない。中古車市場でも販売台数は減少傾向にあるため、今が我慢のしどころである。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・物価上昇の影響で、客との会話でも購入意欲の低下がみられる。まずは、賃上げによって手取りの増えた実感が出てくる必要がある。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・賃上げと物価の上昇がリンクしなければ、景気が良くなったという実感は得られない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・国内需要の落ち込みが予想される。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇による買い控えが増える。
	▲	タクシー運転手	・大阪・関西万博が終わりに近づき、気候も良くなるため、タクシーの利用が減る。
	▲	タクシー運転手	・10月13日の大阪・関西万博の閉幕による影響が懸念される。
	▲	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・売れる商品が限られているなど、客の購買意欲が少し減退している。
	▲	通信会社（経営者）	・円安傾向の継続や、建築関係での倒産の増加が予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・野球の世界大会の放送権を動画配信サービス企業が独占する形となり、ケーブルテレビのコンテンツが弱くなるため、販売量が落ちる可能性がある。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・この1か月間で退会者が続々と増え、入会者数を上回っている。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージでは着替えるため、寒い時期よりも暑い時期の方が来客数は増加する。
	▲	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）	・今後も値上げの動きが続くなか、物価の上昇に賃金の増加が追いついておらず、タクシーの利用も減少している。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・政治的不安定化による影響が出る。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇で、買い控えを行う客が増えている。食料品を中心とした値上げが続くなか、実質賃金が増える見込みもないため、消費者の買い控えの動きは続くことが懸念される。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・足元の株価の上昇は内需の拡大によるものではなく、他の要素に振り回されている状況であり、先行きが不安である。
	×	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の終了に伴う、来客数の落ち込みが予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・以前は秋に旅行する人が多かったが、最近は余りみられないなど、お金を使わない生活に慣れてきている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価は上昇しているが、収入は増えず、スタグフレーションの状況にある。せめて金利を上げて、利子による収入を増やす必要がある。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連では補助金を意識した購入がみられたが、補助制度が間もなく終了となる。やはり補助金には、一時的であってもメーカーにはメリットがある。仮に小規模の買換えやリフォームでも還元が受けられる補助制度があれば、需要に一定の変化が期待できる。
	×	住関連専門店（店長）	・原価や経費が上がり続けている。売上が増えても利益が減る状況は、1年前から顕著となっている。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安の進行よりも、地金の高騰による影響が大きく、売上の増加につながる商品をそろえるのが難しい。また、催事などでは、製品ではなく、製品になる前の石や原石自体がコレクション対象として注目されており、購入者の年齢層にも低下がみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (近畿)	×	その他飲食〔ジャズバー〕(店員)	・物価の上昇で生活が困難になっているという話が増えている。
	×	観光型旅館(経営者)	・人件費や物価、仕入価格が高騰して利益が圧迫されているなど、良くなる理由がない。
	×	都市型ホテル(総務担当)	・大阪・関西万博の終了による影響が出る。
		木材木製品製造業(経営者)	・米国の関税による影響が世界的に出てきており、海外からの仕入価格の上昇が、今まで以上に利益を圧迫する結果となっている。当社はここへきて新たな事業の芽が出てきたため、将来を見据えて挑戦していく。
		電気機械器具製造業(経理担当)	・受注の内諾が入り始めたため、動きは活発になっていく。ただし、原材料価格や人件費が高騰しているため、利益率は良くならない。
		輸送業(営業担当)	・近年は大型の物流倉庫が多数新設されたため、業界全体の労働環境の改善が進めば、今後の人手不足の解消につながる。
	○	化学工業(企画担当)	・食品需要の低迷した猛暑がようやく終わり、年末年始に向けて需要が増えたと予想される。
	○	プラスチック製品製造業(経営者)	・現状の取組が利益の増加に直結することはないが、将来への種まきという認識である。販売先から選ばれる会社であれば、市場の伸びがなくなっても業績は維持できる。
	○	輸送用機械器具製造業(役員)	・受注から納入完了までの期間の設定が短くなっている。
	○	建設業(経営者)	・年末や年度末までに、物件を完成させたいという取引先の意向もあるため、受注はやや増えたと予想される。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・別注品の動きはイベントが終わればなくなるものの、全国的にイベントの開催が増えているほか、映画館の入込客の増加はトレンドとして続いているため、しばらくは好調な状況が続くと予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・一部を除いて、増産に関する情報がない。
	□	化学工業(製造担当)	・米国の関税などに対する経済対策も特にみられないため、大きな景気の変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業(管理担当)	・物価の上昇は続いているが、株価の推移は順調である。需要も現状は安定しているため、今後も大きな変化はないと予想される。ただし、政権政党の総裁選挙の結果によって政策が転換する可能性があるため、先行きの変動要因と捉えている。
	□	金属製品製造業(経営者)	・米国の関税による影響が落ち着くまでには時間が掛かる。
	□	金属製品製造業(製造担当)	・ここ数か月は少なかった注文が、通常の動きに戻りつつあるものの、良くなるまでには至らない。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	・当社は精密検査機器の製造、販売を行っているが、製造業の衰退により、日本での検査業務の環境が変わってきている。
	□	一般機械器具製造業(設計担当)	・物価の上昇により、消費意欲が低下気味であることは間違いないが、無駄な買物やぜいたくな消費が減少しただけで、消費者の支出自体が減っているわけではない。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	・政権政党の総裁選挙を控えて政治も不安定であり、先行きの不透明感が高まっている。
	□	輸送用機械器具製造業(経営者)	・11月頃は気温もまだ下がっていないため、通常の購買の動きが期待される。大阪・関西万博が閉幕し、期間限定で使用していた物など、当社の扱っている製品の中古品などが流通する可能性もあるなか、どのような影響が出るかは不透明である。
	□	建設業(経営者)	・現在も建設費が上昇するなか、今後は米国の関税による建設資材価格の高騰や、人手不足による人件費の高騰で、現状のコストが予算の計画とかい離し、案件の凍結や延期の可能性も出てくる。
	□	建設業(経営者)	・物価は上がる一方であるが、所得の増加が追い付くまでには、かなりの時間を要する。住宅需要を喚起する、起爆剤としての対策が求められる。
	□	輸送業(経営者)	・荷物の種類や行き先は少し変化しているが、荷物量に大きな変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（営業担当）	・購買意欲が高まるようなイベントもないため、今後も変わらない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年どおり、今年も11～1月は販売量が減少する。
	□	金融業（営業担当）	・物価が上昇するなか、野菜の料金も値上がりしている。
	□	司法書士	・物価の上昇が続くため、節約志向の動きがしばらくは続く。
	□	経営コンサルタント	・商店街の店主は、大阪・関西万博が終了した途端に来街者が減るとは考えていないが、インパウンドの増加による弊害に嫌気が差している部分もある。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きな変化はなく、無難な動きが続いている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが落ち着き、売上の増加が期待されたが、前年比では増えていない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・一部の原材料価格は下がっているが、大部分では値上げの交渉が続いている。原材料価格が上がれば、製品価格にも影響が出るが、低価格品が中心の量販店が勢いを増すなか、値上げは難しい。特に、年末にかけて安く販売する動きが増えるため、ますます厳しい状況となる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・10月13日で大阪・関西万博が閉幕し、外国人観光客も減少するため、飲料の売上はやや悪くなる。
	▲	食料品製造業（管理担当）	・大阪・関西万博が終了するため、やや悪くなる。
	▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の閉幕後の、年末に向けた動きが予想しにくい。問合せなどの状況から判断すると、販売の若干の減少が予想される。
	▲	化学工業（経営者）	・受注額が減少しているため、景気は更に悪くなる。
	▲	通信業（管理担当）	・米の価格が下がる見込みはないほか、更なる値上げの傾向がみられるため、景気の冷え込みが必至である。
	▲	金融業（営業担当）	・融資の返済が少しずつ難しくなり、条件を変更してほしいとの申出が増えているなど、景気は少し下振れる可能性が出てきている。
	▲	不動産業（営業担当）	・実店舗の必要性が低下しており、この傾向は今後も加速することから、将来的に景気は悪くなる。
	▲	広告代理店（営業担当）	・年内は広告出稿の動きが少し減ると予想される。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・大阪・関西万博の閉幕後は、関西への訪問客が大幅に減少すると予想されるが、外国人客には一定の来訪が見込まれる。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・取引先の鉄鋼会社では、売上が前年比で2割程度減っているため、今後はやや悪くなると予想される。また、エンゲル係数が43年前の水準に上がっているが、その原因は食費の上昇に加え、食費以外の消費の全体的な減少によるものとみられる。賃上げを行った企業が多いなかで、このような状況に陥っているのは、結局のところ賃金が増えても預金に回り、消費の増加には回らないことが原因であるため、景気の先行きには期待できない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安の進行による物価の上昇は最悪のパターンであり、コストの増加分の価格転嫁ができない状況に陥っている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政権政党の総裁選挙でしかるべき人物が選ばれなければ、経済全体の浮上はない。景気に関しては、積極的な財政出動が不可欠である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・産業構造の転換が求められる。
雇用 関連 (近畿)		-	-
	○	人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲は引き続き高く、求職者の動きも活発である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博での就業者による再就労の動きに加え、年末に向けた動きによって求人数が増える。
	□	人材派遣会社（支店長）	・下期に向けて採用人数が増えることを期待したい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人募集時の時給が上がらなければ、なかなか全体の底上げにはつながらず、就業中の労働者への波及もない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催も残すところ僅かとなり、万博への人材提供は減少に向かう。一方、閉幕後は万博での就業者が一般案件に流れてくることが期待される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・インバウンドは非常に増えており、観光業は活気があるため、飲食や宿泊業では継続した雇用が期待される。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政権政党の総裁選挙後は少し良くなってほしいが、大きな変化は期待できない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業からの、広告や宣伝といったプロモーション関連の動きは、特に変化がないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・今後も物価の上昇に伴う影響や、最低賃金の大幅な引上げに伴う影響を注視していく必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・今後の求人数の動きについて、最低賃金の引上げによる影響が懸念されるものの、現時点では悲観的な声が出ていない。
	□	職業安定所（職員）	・景気は緩やかに回復しているものの、米国の関税による影響や、物価上昇に伴う消費の減退で、景気の停滞が予想される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・公共工事、民間工事共に、需要拡大の期待が薄い。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用活動の早期化が進んでおり、年内はこのままのペースで、インターンシップに向けた広報が続く見込みである。2026年卒の採用については、求人の増減は内定式後に内定辞退などがどれだけ発生するかによって、動きが変わる。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期間での回復要因が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・政権政党の総裁選挙では消費税減税への言及はみられないが、プライマリーバランス黒字化の凍結を掲げる動きもあり、結果を見守る必要がある。期待としては、医療や福祉に従事する職員の収入が向上するような施策が望ましい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・大阪・関西万博の開催中は、インバウンドの増加などで活発な動きがみられたが、今後は万博の閉幕による影響が懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・最低賃金の大幅な引上げにより、中小企業からは負担増への不安の声が上がっている。人件費の負担増や物価上昇による影響についても、少なからず出てくると予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・給与水準の改善は業界ごとの格差が顕著であり、物価上昇の動きに対応できていない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・中東などの紛争が解決する見通しが立たず、国内でも米国の関税問題を抱えているため、製造業を中心に減益となる企業が出てくる。
	×	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)		バー（経営者）	・サービスの改善を考えている。
		観光型ホテル（副支配人）	・秋の昼の宴会の予約が順調に入っており、単価の高いプランの予約が増えている。
		タクシー運転手	・景気は良くなるが、天候が心配である。
	○	商店街（代表者）	・売上は回復傾向である。
	○	商店街（代表者）	・9月下旬から始まる当市を舞台にしたテレビドラマの観光効果が期待できる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末にかけては例年良くなる。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・景気が上向きになる。
	○	百貨店（総務・経理担当）	・年末まではハレの日やイベントが多くなってくることから景況感が高まってくる。
	○	スーパー（販売担当）	・総裁選挙後の経済対策によっては良くなることを期待する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の注目度の高さを利用して良くなると期待したい。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の発売により販売増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（業務担当）	・生産量が増えて登録台数が増加し、やや良くなる。
	○	その他専門店〔革製品〕（店主）	・年末年始には盛り上がり期待される。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・猛暑が続き、9～10月の商売は難しい状況であるが、今冬は寒い予報が出ているので、商売には追い風となる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・秋の行楽シーズンに向け、団体予約が前年より入っている。
	○	一般レストラン（経営者）	・新しい首相が経済対策を実施すれば、少し景気が良くなると期待している。
	○	観光型ホテル（予約担当）	・猛暑が落ち着き、外出の機会が増えることが予想される。連休についてはほぼ満室になるまで予約が入っているが、平日は予約数が全く増えない。平日に旅行ができる客層に対して、出掛けなくなる仕掛けを打ち出したい。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・10月の宿泊予約は前年に比べて5%以上増加している。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・行楽シーズンを迎え、団体客の獲得ができており、週末の集客も好調なことから、安定した稼働率を維持できている。
	○	旅行代理店（支店長）	・年末年始の需要獲得のため海外チャーター商品を増やしており、国内旅行の予約も動き出している。販売増加に期待したい。
	○	タクシー会社（営業所長）	・秋の観光シーズンを迎え、車両の入替えなどを進めてきた。芸術祭の秋会期も始まるため期待している。乗務員の採用も比較的好調である。
	○	通信会社（運用担当）	・客の話から、景気は上向く。
	○	通信会社（企画・総務担当）	・同業他社との販売競争は相変わらず激しいが、客の新サービスに対する購買意欲は高い。
	○	通信会社（企画担当）	・年末に向けて引き合いは増えてくる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・秋の行楽シーズン、冬のイルミネーションの時期を迎える。
	○	テーマパーク（業務担当）	・気温も落ち着き、秋の行楽シーズン、冬のイルミネーションのシーズンに向け、徐々に予約数が増加している。
	□	商店街（代表者）	・予想以上に客の財布のひもが固くなっており、来店頻度や購入額が減っている。
	□	一般小売店〔食品〕	・商品の値上げが続き、客の節約志向により販売数量が減少しているが、単価上昇により売上は現状維持が当面続く。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・秋茶の時期となるが、非常に高値で取引されており、仕入れが十分にできるか大変心配している。
	□	百貨店（広報担当）	・物価高が続き、先行きが不透明ながら、大きな増減はほとんどないと考えられる。
	□	百貨店（営業担当）	・資産性や希少性を備えた商品など該当ブランドは好調である。高価格商品と低価格商品の購入の2極化が進んでくる。
	□	百貨店（営業担当）	・3か月前より販売量の減少に歯止めがかかっていない。
	□	百貨店（売場担当）	・消費者の立場からみれば、アルバイトの最低賃金が段階的に引き上げられていることは、一定の生活防衛につながっている。しかし、人件費の増加に対応するため、企業は勤務時間や日数の削減を進めざるを得ず、それによって販売機会の損失が生じる可能性も否定できない。
	□	百貨店（外商担当）	・物価高が続く限り、大きな景気回復は見込めず、現状維持となる。
	□	スーパー（店長）	・この秋からパートの最低賃金が引き上げられるが、短時間勤務者には収入制限の壁があるため、世帯収入は増えない。また、景気対策もみられず、大きな景気回復は考えにくい。
	□	スーパー（店長）	・景気が改善していく材料が見当たらない。また、近隣の競合店出店等もあり、より厳しくなる。年末年始についても現状と変わらないとみられる。しかし、賃金は上昇する傾向なので、少しずつ変わっていく可能性もある。
	□	スーパー（店長）	・客単価や買上点数等を考えると、今後も景気が上向くとは考えられない。
	□	スーパー（店長）	・割引や販売促進の企画が継続しているなか、特売日にまとめ買いをして、通常は必要最低限の買物にとどめる傾向が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（業務開発担当）	・食品の値上げの影響で、客はディスカウントストアに足が向き、買物回数も減らし、生活防衛に努めている。
	☐	スーパー（営業システム担当）	・値上げの影響で客単価が上昇しているが、販売数量が前年並みかそれ以下となる。特売日に客が集中する傾向が非常に強く、売上は前年を上回っても、粗利益率の改善は見込めない。
	☐	スーパー（販売担当）	・物価高の影響が強く、しばらく変化はないとみられる。
	☐	コンビニ（店長）	・最低賃金が過去最大の引上げとなったものの、社会保障負担が余りに重く、生活が潤っている実感には乏しい。国民全体が豊かにならなければ、景気上昇はない。
	☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・値上げが一段落したら、当業種は割高感もあり、売上が頭打ちとなる懸念がある。今後は来店促進キャンペーンなどを通じて客を増やしていく必要がある。
	☐	コンビニ（支店長）	・大きな経済対策がない限り、好景気への転換はないとみられる。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・景気が停滞しているようにみられる。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・買回品などの価格上昇が家計を圧迫しており、今後も大変な状況は続く。
	☐	衣料品専門店（代表）	・景気の活性化を導く減税案が全くない。
	☐	家電量販店（店長）	・朝夕に秋風を感じ、過ごしやすくなってくるが、特に景気対策の効果がなく、商売は低調のまま推移する。
	☐	家電量販店（企画担当）	・新しいスマートフォンが出たが、販売量は前年比で大きく伸びているわけではない。景気施策が打たれることは期待できないため、現状と変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・現時点で今後の案件が少ない。
	☐	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・度重なる値上げで生活に余裕がないため、しばらく現状が続く。
	☐	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・値上げが続くが、収入は上がらないため景気は変わらない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・総裁選挙後の政府による物価安定策、特に食品価格の抑制に対する迅速な対応に期待している。10月からの最低賃金引上げ、光熱費の値上がりに加え、次の繁忙期に向けた設備修繕費も上昇しており、週末のファミリー層によるディナー利用も減少傾向にある現状では、売上の回復は期待できず、経営の厳しさは続く。9月までの夏季商戦は、7～8月の好調で乗り切れたが、食材価格の高止まりで、これ以上の価格転嫁は困難な状況である。
	☐	一般レストラン（経営者）	・ここ最近では外国人観光客が増えており、インバウンドに期待するしかない。
	☐	一般レストラン（店長）	・10月から食品の値上げがあり、今以上に厳しい状況が続くとみている。客の買い控えや来店頻度の低下が懸念される。
	☐	都市型ホテル（宿泊担当）	・全体的に前年を若干上回る推移となっており、現状の好調が続く。
	☐	タクシー運転手	・天候不順などもあり、今後も余り期待できない。
	☐	タクシー運転手	・人々の気持ちを刺激するような要素はなく、物価上昇が継続する現状では、今以上に良くなるとは考えられない。
	☐	通信会社（営業担当）	・景気に変化が生じる要因が全くなく、様子見が続く。
	☐	放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、大きな動きはないが、物価上昇による可処分所得への影響が懸念される。
	☐	通信会社（総務担当）	・現状の景気に慣れていることや政局の進展にも時間を要すると予想されるため、変化はないとみられる。
	☐	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況としては、例年どおり変わらず集客できている。
	☐	美容室（経営者）	・2～3か月の短いスパンでは大きな変化はないとみられるが、客の節約傾向が高まっており、所得が上がらないと景気はもっと悪くなる。
	☐	美容室（経営者）	・客足が戻るか不安である。
	☐	設計事務所	・新たに将来計画の見直しが増えた情報はない。
	☐	設計事務所（経営者）	・建築費の高止まりや現場の人手不足は今後も継続されると予想されるため、順調に進む案件は今後も少ないとみられる。
	☐	設計事務所（経営者）	・徐々に価格の上昇を受け入れつつも、客の慎重な姿勢は続いており、大きな動きになりにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（従業員）	・政治の不安定さが続くものとみられ、景気対策の遅れが目立つ。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・物価高騰は続いており、年収とのバランスで購入に踏み切れない客が少しずつ増えている。賃金の上げや政府による支援等、強力な施策がない限り、景気回復は難しいとみられる。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・入手できる情報量が増えないと、販売量の増加は見込めない。
	▲	商店街（理事）	・景気が良くなる要素がない。高齢化社会となり、気温の変化で体調を崩し、外出を控える客も多い。
	▲	百貨店（営業担当）	・気温の高さが季節商材の動きを鈍らせ、売るタイミングを逃し、値下げ販売をする状況が生じている。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げは段階的に進められており、売上への影響は軽微だが、来客数の減少は続く。
	▲	スーパー（財務担当）	・今後も1品単価の上昇が続き、節約志向がますます強まり、1人当たりの買上点数の前年割れが続く。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇や賃上げが進んでいるとはいえ、消費が拡大するとは思えない。消費が良いこととされる風潮ではない。必要な物を必要なだけ購入し、大切に使うという価値観に合わせた仕組みが必要である。
	▲	家電量販店（副店長）	・パソコンの現行OSのサポート終了の需要がなくなると売上が落ちてくる。テレビ、冷蔵庫、洗濯機は横ばいで推移するが、来客数の落ち込みが予想され、景気は少し悪くなる。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・販売台数が伸びることは考えられず、金利も上昇する傾向なので、景気が良くなることはない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・人気車種に需要が偏っているため、それらの受注が停止になったとき、市場は弱まると予想される。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・期が変わり市場の動きが鈍くなってくることが予想されるが、どこまで落ち込みを抑えられるかにより、来期の景気状況が変わってくる。何とか現状を維持して、来期も取り組んでいきたい。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・物価上昇が続くなか、一部の企業では賃上げが実施されているものの、全く賃金が上がらない中小企業が圧倒的に多い。格差の拡大が懸念され、景気が良くなる兆しはない。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増えてこない。
	▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・物価高が継続しているが、それに対する政府の対策が求められる。
	▲	通信会社（広報担当）	・物品の値上げに予算が追い付かず、とにかく安さのみを求める状況となっている。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・今月下旬に開催した全国発売のレース同様の売上が確保できるレースがない。
	▲	美容室（経営者）	・経済的な不安が広がっている。
企業 動向 関連 (中国)	×	商店街（代表者）	・駅に新施設が誕生し、商店街の来客数が極端に減少している。市の中心部が同じ状況となっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今後も物価上昇が予想される。
	×	コンビニ（エリア担当）	・当県には価格転嫁ができない事業所が約25%存在するとされており、加えて天候の影響により米価格の値上げは避けられないとの報道がある。この先、売上と来客数が増加する要素が全くない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・首都圏の大企業は堅調かもしれないが、地方では少子高齢化と人口減少が加速しており、非常に厳しい。時給1500円といった水準を支える原資がなく、また、首都圏に若者が流出してますます地方は弱体化していく。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後に新車が立ち上がるため忙しくなる。
		通信業（営業担当）	・IT分野への投資拡大は継続すると考えられる。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元からの長期内示情報より、景気は良くなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（副支店長）	・地域において、大手製造会社の新工場建造計画があり、付随する物流サービス業者や下請業者の受注量が増加する期待があり、今後景気は上向きになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	農林水産業（従業員）	・ 好転する要素がない。
	☐	食料品製造業（経営者）	・ 朝夕涼しくなり、販売量が増えつつあるが、値上げと経費の上昇で厳しい状況が続く。
	☐	食料品製造業（営業担当）	・ 価格改定を実施する。
	☐	繊維工業（財務担当）	・ 秋の期間が短縮傾向にあることで、季節商品の購買意欲が湧かなくなる。
	☐	化学工業（総務担当）	・ 物価高の影響で今後も現在の状況が続く。
	☐	化学工業（総務担当）	・ 11月決算の着地に向けて、現状及び前年比で大きな変化はなく、好転あるいは悪化の兆しはない。
	☐	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ ガラス業界向け生産は年内一杯継続する見込みである。このため現在の多忙感も継続する。
	☐	鉄鋼業（総務担当）	・ 販売環境に大きな変化はみられない。
	☐	非鉄金属製造業（業務担当）	・ 業種や製品によって受注量の増減はあるが、はっきりとした景気変動はみられない。
	☐	一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の動きに変化はない。
	☐	建設業（経営者）	・ 2～3年先に着工の建築工事業件の引き合いが来ているため、景気は変化しないと推測する。
	☐	建設業（総務担当）	・ 資材の価格高騰は継続しているが、価格転嫁の環境が整ってきている。継続的に営業している案件について、価格転嫁をしての受注が予想される。
	☐	輸送業（業務推進担当）	・ 特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	☐	輸送業（企画担当）	・ 米国や海外情勢には不透明感があるものの、大きく変化することはない。
	☐	輸送業（営業担当）	・ 客の様子から、積極的な動向はみられない。
	☐	通信業（企画担当）	・ 電気代の高騰や半導体などの資材不足のリスクは少ないため、余り変化はないと予想する。ＩＣＴ関連は主に5年周期で更改が実施されるため、景気に余り左右されず、計画的に実施される。
	☐	不動産業（総務担当）	・ 年末までの賃貸住宅の需要は余り変わらないとみられる。
	☐	広告代理店（営業担当）	・ 大企業による広告掲出が前年と比べ減っており、売上が下がっている。
	☐	会計事務所（経営者）	・ 効率化や生産性向上を目的としたシステム関連の受託増加への期待はあるものの、人件費の上昇や米国の関税が収益を圧迫する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・ 工作機械関係の客先からの大型案件が9月で終わるため、受注量の減少は不可避である。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・ 米国の関税の影響や為替変動の影響が、実績に影響を及ぼす。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量はしばらく停滞が続く見通しであり、最低賃金の引上げやそれに伴う人件費の増加も年々負担が大きくなり、利益確保が難しい状況になっている。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・ 米国経済の減速による、県内輸出や生産活動への更なる下振れを懸念する。
雇用 関連 (中国)	×	-	-
		-	-
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・ 物価上昇で個人の財布のひもは固くなるが、企業が得られた利益を活用し、将来を見据えた新規部署の設置や新たな取組に着手する動きが広がっている。特にＤＸや情報関連分野で多いとみられる。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ 転職希望の頭在層はもちろんのこと、潜在層も具体的行動を始める時期となってくるため、求職者からのエントリー数は引き続き増加傾向となる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・ 派遣料金の値上げに対して、企業がどこまで応じてくれるか不透明である。一部企業においては、既に支払うことが難しい水準に達している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 年末に向けての期間限定の業務依頼が激減しており、スポットバイト等の利用者が増えているようである。大きな変化は期待できない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ 広告掲載社数や飲食店の集客状況が減少傾向である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・政治が停滞している状況で、今後の見込みは立たない状況にある。
	□	職業安定所（事業所担当）	・企業の人手不足感が大きいなかで、最低賃金の引上げにより、企業の採用意欲の動きが気になるが、当面は、景気動向に大きな変化は生じないと考えられる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・今後2～3か月も同様に、保育系の就職活動は順調に進むとみられるが、主な要因は保育士不足であり、新規採用数の増加によるものではない。そのため、景気の好転を示すとはいえない。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・最低賃金が引き上げられ、採用しにくい企業が増える。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・コロナ禍以降、人手不足を背景として活性化していた転職市場は、賃金上昇や条件緩和などに一服感があり、踊り場を迎えた印象である。今後、更なる賃金改善や条件緩和が進むには、一定の時間を要する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価が高値で推移しており、米国の関税問題も落ち着きつつあるため、大きな影響はないとみているが、物価高騰による消費停滞は避けられない。金利上昇によって住宅や自動車の購入にも影響が出始めている。
	▲	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げを目前に控え、中小零細企業からは悲痛な声が多数聞こえてくる。商品への価格転嫁は難しく、従業員の解雇や廃業も考えなくてはならないといった話もあり、先行きの見通しは暗い。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・企業の動向には明るい話題と懸念材料の両方があるものの、どちらかというと懸念材料の方が多い印象を受ける。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・飲食業界では、ランチ営業の縮小や店舗の閉鎖が相次いでいる。また、新規オープンした店も例外なく集客に苦戦している。外食機会の減少や弁当持参者の増加など、消費者の節約志向が強まっている。
	x	-	-

10．四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		その他専門店〔酒〕（経営者）	・歳暮商戦、年末商戦に向けて良くなるとみられる。
	○	商店街（代表者）	・我が国の技術力の高い分野への投資や、地方重視の成長政策などに期待したい。
	○	商店街（代表者）	・物価高や人件費の高騰、政局などに不安要素はあるが、観光客を中心に動きが活発になるとみられる。
	○	スーパー（企画担当）	・引き続き単価の上昇は続くので売上の伸びは続いていくとみられる。
	○	スーパー（企画担当）	・9月中旬からは猛暑も和らぎ、外部要因による影響はやや落ち着くとみられる。秋めいた気候になれば季節商材も動いてくるとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・夏は猛暑の影響から売上が減少した。これからは季節が秋めいてくることから、売上は回復するとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・冬のボーナス商戦と春の新生活準備需要に期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・コンベンションなどの状況は悪くなく、大型客船来航などの予定も前年より増加を見込んでいる。国際定期便の運休の影響があるが、全体として良い方向で推移するとみられる。
	○	タクシー運転手	・運転手不足の影響で、車両の稼働率は平日が40%、休日が45%となっている。客に迷惑をかけている状態である。
	○	通信会社（営業部長）	・大きな商戦期である年末を控え、販売の最大化に向けた対応を検討している。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数、販売数共に安定しており、新商品の販売や年末商戦に向けて期待している。
	○	観光遊園地（主幹）	・国際定期便の増便が予定されており、インバウンド客の増加が見込まれるため、先行きはやや良くなるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・景気の回復や賃上げが進まず、現状を維持するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（常務理事）	・ 想定よりも気温の低下が早く、秋物の動きに期待を持てるようになった。国内外から観光客も多く、街ににぎわいがある。必ずしも通行量の増加が売上に比例はしないが、消費環境としては悪くはない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ 例年並みの年末商戦になるとみられる。一部の客は付加価値のある高級商品を好む傾向もみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 祝い商品の予約は入ってきているが、送別商品の予約も入ってきているためどちらともいえない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 10月にメーカー値上げの商品がある。生活必需品の食品が上げれば生活しにくくなる。
	□	百貨店（マネージャー）	・ 今後も物価高が続くとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 今の状況がしばらく続くとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 今のところ変化の兆候はみられないため、横ばいとみている。
	□	コンビニ（総務）	・ 芸術祭の終了後のイベントが今のところ見当たらない。現状は好調だが、これ以上伸長する明確な要素が見当たらない。
	□	コンビニ（商品担当）	・ 株価が上昇しても、物価上昇と消費者の節約志向により、コンビニでの消費は厳しい状況を予想している。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・ 気温が高く推移しているため秋物の動きが悪く、前年に続いて秋物商戦は厳しいとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・ 10月に各種の値上げを控えており、景気が良くなる要素は見当たらない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・ 人気車種の受注再開は見込めないため、先行きは横ばいとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ 物価高の影響により、客の購買意欲が上がらないため動きが良くない。
	□	乗用車販売店（役員）	・ 株価含めた景気動向が不透明のため、先行きは横ばいとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・ 来客数は増加しているが、客単価が減少しているため、景気は変わらないとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・ 政局がどのように影響するか分からないため、変化はないとみられる。
	□	競艇場（マネージャー）	・ 若い家族層を取り込むイベントを、散発的に実施しており、来館の客層は、幅広くなってきているが、先行きは横ばいとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・ 資材や食品において、値上げが当たり前になっている。
	▲	スーパー（財務担当）	・ ディスカウント店の出店が続いており、客が流出するとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・ 物価高のなか、消費は更に引締めの方角に向かっていくようにみえる。
	▲	コンビニ（店長）	・ 10月に多品目の値上げを予定しており、客の購買意欲が低下すると懸念している。
	▲	コンビニ（店長）	・ 物価上昇のため買上点数が減少している。今後は来客数が更に減少するとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ 地方の企業は、一部を除いて景気が良くなりそうにないとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ 賃金も上昇しているが、物価高に追い付いておらず悪くなるとみられる。
	▲	観光型旅館（経営者）	・ 電気・ガス料金の補助の終了や、生活必需品の更なる値上げにともない、余暇にまわす支出が減ると考える。
	▲	美容室（経営者）	・ あまり客が動かない時期のため、先行きはやや悪いとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・ 人手不足や物価高でやや悪化するとみている。
	×	*	*
企業 動向 関連 (四国)		-	-
	○	食料品製造業（商品統括）	・ 最低賃金引上げが行われるなかでも人手の集まらない職種が多い。中小企業にとっては人材確保を行うため、より収入アップさせることと働きやすい仕組み構築を進めているので、やや良いとみている。
	○	繊維工業（経営者）	・ 年末に一部商品の値上げが予定されており、値上げ後の受注に不安はあるが、景気そのものは悪くないためおおむね現状のまま推移するものとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	鉄鋼業（総務部長）	・期待感を含めてではあるが、米国の関税問題が落ち着けば投資が進んでいくとみている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・日本株や米国株が上昇基調であることから、景気は良くなるとみられる。
	○	輸送業（経営者）	・我が国の変化に期待しているため、やや良くなるとみられる。
	□	食料品製造業（経営者）	・最低賃金引上げが、製品価格に転嫁できず、利益を圧迫するとみられる。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注速報は若干の減少が続いており、今後も厳しい状態が継続するとみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・原材料価格の高騰により製造原価が上昇している。販売価格に転嫁しなければ利益が取れない。11～12月は年末の掃除に向けてウェットクリーナーの売上が増加するとみられる。
	□	化学工業（所長）	・物価高により、当社のような包装材料メーカーの状況は改善しないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の関税政策による影響や地政学的リスクの高まりなどにより、先行きの不透明感が増すなか、世界経済の下振れを懸念している。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・米国の関税の先行き不透明感、円安、物価高など改善の兆候はみられず、先行きは横ばいとみている。
	□	建設業（経営者）	・政権が変われば、流れが変わるとみられる。
	□	建設業（経営者）	・資材の高騰、政治の動きから先行きは横ばいを見込んでいる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・芸術祭の秋会期のため、観光客に対するPR強化で広告費が増えることを期待している。
	□	通信会社（総務担当）	・第3四半期に新たな受注の上積みが見込めないため、変わらないとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・小売流通の販売促進関係予算は、下げ止まり傾向である。また、人材不足のため採用関連の受注は増えているが、全体としてはあまり変わらないとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・賃金が上昇しない状況で物価が上昇しているため、やや悪くなるとみられる。
	▲	税理士事務所	・株価は上昇しているが、人件費の高騰などで中小企業を取り巻く環境が厳しくなっていくとみている。
雇用 関連 (四国)	×	-	-
		-	-
	○	-	-
	□	求人情報誌（営業）	・県内企業での景気に関して、良くも悪くもトビックスが少なく変化がみられない。そのため景気は変わらないとみられる。
	□	職業安定所（求人開発）	・景況について、変わらないと回答している企業が多く、特段の増減要因を想定していないという声が多いため、横ばいをとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きを見る限り、目立った動きは見られないため、横ばいとみている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は引き続き好調とみられる。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げが、人材ビジネスに悪い影響を与えるとみている。
	▲	人材派遣会社（オフィス責任者）	・最低賃金引上げの影響から、やや悪化するとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・人件費や物価の上昇により採用を控える企業が増えてきており、今後の求人数は減少するとみている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・民間の景気が良くならない限りは、厳しさは続くともみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		住関連専門店（従業員）	・本格的な秋冬の到来により、高単価の秋冬商材が動くことが期待できる。9月から始まったプレミアム付商品券がまだ完売していないため、これからの高単価商品の提案のときにプレミアム付商品券が購買意欲を促進して、うまく機能してくれると考えている。
	○	商店街（代表者）	・長い夏が続いたため夏物衣料が売れてはいたが、秋物は特に必要に迫られていないため購入は少なかった。今から秋になるため涼しくなり需要が期待される。
	○	商店街（代表者）	・10月には大イベントがあるため催しが増え、経済効果が上がるとみられる。
	○	商店街（代表者）	・希望的観測であるが、秋に向けてイベントが増加するため、広報資材の需要が増えることが期待できる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・毎年の傾向で9月、10月になると、近郊の野菜や地元の商品が増えてくる。そのため、幾らか単価が落ち、また、気候も安定するため客の購買意欲の増加につながり、少しずつ売上が伸びていくと判断している。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・現状でも需要が旺盛であるが、需要に供給が追いつけば更に景気が良くなる。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから2～3か月は気候も良くなり、花を消費に使うイベントや発表会、開店祝い事などがあるため、9月より伸びると期待している。
	○	百貨店（営業担当）	・10月1日より商品価格が上昇するが、全店催事・クレジット催事、毎年恒例の物産催事・企業協賛催事では来客数が見込める。嗜好性の高いブランド品・化粧品やリビング用品も商品価格上昇で、絞り込みはあるものの自家需要が見込める。また、国内ツアー・クルーズ船寄港の増加で国内外からの人の流入が多くなっており、インバウンド需要や土産・工芸品・特産品需要が継続している。そのため、プレミアム付商品券やコード決済などの決済手段の多様化やクレジット決済利用での購買が一層期待できる。
	○	百貨店（リーダー）	・2～3か月後は冬の贈物や迎春準備等の需要があるため、来客数が増える。
	○	スーパー（総務担当）	・猛暑が落ち着き過ぎやすい秋冬の気候に移り変わると、生鮮を中心とした鍋物商材の売行きが良くなる傾向がある。物価高など消費マインドにマイナス要因はあるものの、株価上昇や企業業績の好調報道などのプラス要因が続けば、例年、年末年始に向けて消費者の財布のひもがやや緩くなる傾向があることを見込んでいる。
	○	コンビニ（経営者）	・実質賃金など議論はあるが、多少の値上げでも購入はあると見込んでいる。
	○	コンビニ（経営者）	・秋の新商品が大量推奨されることで、客の購入目的の来店が増加すると予測している。
	○	家電量販店（店員）	・米国市場の景気上昇に伴い日本への影響があると予想される。しかし、限定的であるため全体的に波及するかは疑問である。影響が一部の企業のみになれば景気の動向も怪しい。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなると暖房器具の需要が増えるが、今年はまだ暑さが残るため当分は現状のままと予想される。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーからの配車増加に伴う売上台数・売上の向上や秋の大型イベントによる集客、受注増加が見込める。また、EV車の発売にも期待したい。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーへのオーダーができない車種が多くなっているが、今後のオーダー再開に伴い来客数や注文数が期待できる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・新規の客が増加している。これから気候が涼しくなり、コーヒー飲料系など冬場の需要が増えるため、年末にかけて安定的な売上が見込め、やや景気が良くなると判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	高級レストラン（経営者）	・ 2～3 か月先は飲食店にとって、繁忙期に入り動きが良くなる。大人数の予約が入ることに期待をしているが、全体的な動きは例年と比較すると不安である。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・ 夏が暑すぎたので、これからの過ごしやすい時期に期待している。依然として経済対策は何も効果なく、米を含めて食料品から日用品、何もかも全てが物価高で苦しい。
	○	観光型ホテル（営業）	・ 先行受注をみる限り、今より悪くはならない見込みである。
	○	観光型ホテル（専務）	・ これから先は、団体の予約が入り始めたため、良くなることが期待できる。
	○	観光型ホテル（管理）	・ 年末年始に向けての動向はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（総務）	・ 例年どおり年末にかけての宴会需要過多で、国内旅行インバウンドと稼働単価共に上がりつつある状況である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 先の予約状況は現時点より着実に上がっている。物量や単価共に上向き傾向であり、やはりインバウンドの渡航次第で景気も変わってくる。
	○	旅行代理店（統括者）	・ 海外旅行者やインバウンドのマーケットは順調な拡大を予測している。業績好調な企業のインセンティブ旅行やボーナス増加しているアッパーミドル層の個人旅行の拡大、また、補正予算による観光や経済対策の財政支出を予測している。
	○	旅行代理店（統括者）	・ 秋の旅行需要は例年よりも多くの受注があり、上期で伸び悩んだ分が下期の需要で補えると見込んでいる。
	○	タクシー（統括者）	・ 10月から更なる単価向上のための取組を実施し、採用についても対策を講じていくため景気は若干良くなる。
	○	通信会社（社員）	・ 前年比では順調に推移しており、そのまま良くなるとみられる。
	○	観光名所（職員）	・ 秋に向けて市内の各地域でイベントや祭りが続くため、流動人口が期待できる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・ 前年は韓国など国外からの来場者が多かったが、今年はそれを上回ると予想している。
	○	美容室（経営者）	・ 2～3 か月先の景気は、年末も近づき景気回復に期待ができる。おしゃれ産業としても季節や衣類の変化により、客の購買意欲も上がっている。これから、年末に向かいメーカーにも新製品が出てくる予定になっているため、景気は向上してくる。
	○	理容室（経営者）	・ 9月は非常に暑すぎて来客数の回転が悪い。また、徐々に高齢化も進んできている影響が否めない。10月中旬頃から涼しくなってくるため、景気が良くなることが期待できる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・ 取引先の工場操業が2026年度まで埋まっており、人員増加の要求等もあり期待している。
	□	商店街（代表者）	・ 変わらず販売の苦戦が続くと予想され、危惧している。
	□	商店街（代表者）	・ 10月以降は様々な商品の値上げがあり、物価が一段と高くなっている。景気が良くなる分消費が復活するとは限らないため、今の悪い状態が続くと予想される。
	□	商店街（代表者）	・ 地方では3～4 か月で所得が増加する見込みは少なく、買い控えが目立っている。買物の様子でも厳しい状況が見られる。飲食店では特に仕入価格が高くなっており、利益が出にくくなっている。
	□	商店街（代表者）	・ この暑さは10月まで続くと予報されているため、当商店街の屋根がない現状では、売上の見通しが想像できない。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ 小売店での商品単価はここ数年値上げせずに頑張っているが、生活必需品の物価高騰の影響により、いつも購入している金額より更に低い商品の購入をする客が増加している。今後は収入増加になる要因があれば、客は少しぜいたくな生活ができると推察される。
	□	百貨店（企画担当）	・ 価格だけではなく、本当に欲しいものや汎用性の高さなど1点を吟味しての購入が多い。冬のクリアランスセール時期も苦戦が続くのではないかと考えている。
	□	百貨店（企画担当）	・ 次期首相や政権運営などの不透明な部分はあるが、株式市場などの商況から現時点で大きくマイナスになる見込みはない。この2 か月は国内消費やインバウンド共に安定しているようであり見通しは堅調である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（企画担当）	・乗客数や売上などの商況は月ごとに好不調があり、不調の月の方が多くなっている。特に食品において価格高騰による買い控えが顕著になっている。
	☐	百貨店（経理担当）	・依然として消費マインドが弱く売上が伸びにくい状況である。インバウンド需要も落ち着きを見せているため、余り期待できない。
	☐	百貨店（営業企画担当）	・慎重な消費マインドは今後も変わらないと想定している。
	☐	百貨店（経営企画担当）	・先々のプラス要因もマイナス要因もないため、今月の傾向がしばらく継続する。
	☐	スーパー（店長）	・政権政党総裁の交代で何らかの物価高騰対策支援が出てくると想定されるが、現在の消費者物価指数の高止まりを到底カバーできるものではないと予測しており、景気は差ほど変わらないと判断している。
	☐	スーパー（店員）	・客から、給料の昇給はなく、年金も上がることがないため、支出の節約しかないという声をよく耳にする。
	☐	スーパー（経理担当）	・単価の上昇が予想されるが、売上減少の傾向は続くと思われる。
	☐	コンビニ（経営者）	・景気が上向く特段の要素は見当たらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・全体的に客単価の上昇が見受けられ、乗客数は変わらない状況であり、乗客数に変化はない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・物価高対策への期待もあるが、コンビニでの消費動向にはつながらないと見込んでいる。
	☐	コンビニ（エリア担当・店長）	・夏物が売れなくなる代わりに冬物のおでん、中華まんなどレジ周りのファーストフード商品、ホットドリンクなどが伸びてくると予想している。
	☐	衣料品専門店（店長）	・身の回りの景気が回復する様子がなく、引き続き値上がりが続いており景気の先行きが不安である。
	☐	家電量販店（店長）	・業界自体が若干回復気味ではあるが、2～3か月先で売上が伸びる要素が見つからないため、横ばいが続くと予想している。
	☐	家電量販店（店長）	・続く値上げに対して対策の効果がなければ、消費活動は停滞した状態になると見込んでいる。
	☐	乗用車販売店（代表）	・変わるような要因が見当たらない。
	☐	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）	・インバウンド売上のシェアを、中国が韓国を抜いたこともあり、中国人観光客の売上が韓国人観光客の売上減少を支える構図が予測でき、下降傾向にならないとみている。
	☐	旅行代理店（職員）	・例年11～12月の年末前は、旅行販売量が一旦落ち着く。
	☐	タクシー運転手	・イベントはいろいろあるが、例年と余り変わらない。
	☐	タクシー運転手	・アプリ配車の影響により、若い乗務員が増加し、運転手の世代交代が進んでいる。不確定要素が多い世相ではあるが、今のところ一定の収入は維持できるとみられる。
	☐	通信会社（企画担当）	・見積依頼は多いが、次年度検討案件が多い。
	☐	通信会社（役員）	・当地域の住民の多くが自宅からの通勤者であり、その意味では生活基盤は安定している。しかし、生活物資の値上げは地方でも都市部と変わらず進んでおり、賃上げは余り望めず地域経済の好転は考えにくい。
	☐	テーマパーク職員	・直近6か月の来館者数は、おおむね前年比微増の傾向であるため、今後の景気はやや良い状態が続く。
	☐	競馬場（職員）	・外的要因で不安定な要素があるため、先行きを見通すのは難しい状況であるが、現時点では変化を判断する要素は見当たらない。
	☐	美容室（店長）	・演奏会や発表会など集まる機会はあるものの感染症が流行しており、外出をちゅうちょする人も多く、景気は変わらない。
	☐	設計事務所（所長）	・今月の景気は若干良くなっており、仕事量としては3か月先につながるため、良くなる見込みである。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・省エネ基準の引上げとZEHの定義見直しにより建物仕様も良くなることから、今後も単価は上昇すると考えられ、価格比較で他社競合も今以上に厳しい状況になる。
	☐	住宅販売会社（代表）	・日本全体の所得が上がっていくことがない限り、現状は変わらない。住宅に対する消費税や補助金が改善されない限り、景気が上がっていく要素はないと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・景気の悪化は気候の変動が一因ではあるが、やはり物価高による買い控えが1番の要因と推察される。現役世代は賃金上昇があるが、高齢者は収入が増えることはないため、購買もより慎重になっている。
	▲	商店街（代表者）	・諸物価高騰のため地方の小規模小売業の集まりである商店街は、厳しい状況にある。米を含む食料品の高騰により、し好品や書籍類は買い控えをするため、売上は上がらないと予想される。また、最低賃金が高くなっており、売上と賃金の支払で、各店のオーナーは頭が痛い状況だと推察され、力が弱い店は倒産する可能性があり、商店街の荒廃にも通じる危機感がある。
	▲	百貨店（総務担当）	・物価高騰で売上がやや悪くなる。
	▲	百貨店（業務担当）	・人の動きが活発になり、来客数が急に増加することは考えにくい。この景況感が続くと予想される。米の価格上昇以降、全ての物が値上がりしていると考えている客も多く、必要な物以外は買わないなど慎重さが更に強くなっていく。
	▲	スーパー（店長）	・消費者の消費意欲が高くないことに加え、最低賃金上昇の動きにより、中小企業の収益に悪影響が大きいと推測される。消費者も企業も自己防衛意識が高まり、景況感は悪化する。
	▲	スーパー（企画担当）	・梅雨明けが早まったことと長引く猛暑により、夏物衣料が好調に推移したが、商品供給に限りがあり機会損失になっている。秋冬商材衣料の商品確保を最優先に行っているが、今後の気象状況が左右するところもあり、物価高による買い控えが大きく影響するとみられる。
	▲	コンビニ（経営者）	・更に物価が上昇していくため、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年12月は閑散期に当たり、初売りも控えているため来客数が激減すると予測される。
	▲	住関連専門店（経営者）	・米国関税が高値安定で、国内の消費をけん引していたが、自動車を中心とする輸出が減少し、国内全体の景気に影響すると予想される。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今の好調な推移が特需による恩恵であるため、今後は落ち着いた状況に戻ると予想している。一方で、当館にも新規テナントのオープンが幾つかあり、その状況次第では映画館特需による反動も極小に抑えることができると見込んでいる。
	▲	観光型ホテル（支配人）	・売上は各部門で前年並みを見込んでいるものの、更なる物価高騰、最低賃金引上げ等もあり費用が増加する見込みである。
	▲	通信会社（営業担当）	・収入が増えない限り、景気は悪くなる。
	▲	通信会社（企画担当）	・低迷している光回線の販売件数の改善が見込めない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・冬場を迎え、来場者数の減少や客単価の低下が予想される。
	▲	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）	・価格転嫁ができないため、今年度の賃上げ財源も困難となっている。他業界の給与水準増加が大きく、待遇面で大きな差が発生していることから、人材流出に伴う担い手不足が懸念される。
	▲	設計事務所（所長）	・世界経済の先行きが不透明で、国内経済への影響が予想できない。材料や製品の単価も高止まりで推移し、人件費を主とする職種の収入は上がってこないと予測している。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高や金利上昇の影響により景気が若干下降することが予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・経済や景気が良くなる可能性は、貿易黒字になることだと考えるが、関税で輸出入が厳しいため悪くなってくると予想している。
	×	スナック（経営者）	・今月は過去最低な売上を更新しそうな動きである。株価だけが過去最高を更新し、物価は毎月上がっている。大企業以外では給与の大幅な上昇はなく、完全に外食やレジャー費は儉約モードに入っているとみられる。加えて、法人の団体利用も減少している。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
	○	化学工業（総務担当）	・前年比では損益は回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想している。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しい商品が決まっており、量的にも売上が伸びることが期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・ 関税の問題が解決次第、それなりの客の対応があり、その後当社へ何らかの指示を受けることになる。過去の不明な点から徐々に数字がはっきり現れてきていることで、今後の先行きは上り調子になると客から伝わっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・ 米国関税15%の確定により影響の度合いが図れるようになり、景気好転が期待できる。
	○	輸送業（従業員）	・ 年末に向けて、物量の増加が見込める。
	○	輸送業（総務担当）	・ 今後の日本政府の物価高対策に期待している。目立って大きな改革はないと考えるが、消費者心理が少しでも上がれば経済にとって良い方向に向かうと考えている。
	○	金融業（経営者）	・ 仕事の引き合いがあり、調査もスタートしているため、3か月後には本格化してくる。
	○	金融業（営業）	・ 物価高対策では、政治に期待している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・ 現在、営業を積極的に進めており、その効果が期待できる。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・ 自社Webのアクセス数や問合せ件数が増加傾向にある。
	□	農林水産業（経営者）	・ 10月までは鳥インフルエンザの後遺症で若干影響が出そうであるが、12月以降は原料が安定し、工場稼働も順調に動きそうである。販売は11月、12月の行楽シーズンや年末に期待しても問題はないとみられる。やはり心配は鳥インフルエンザの発生で、既に韓国で発生しているため、我が国に影響があることは間違いなく危惧している。
	□	家具製造業（従業員）	・ 案件情報や仕掛案件を含め、年内は変わらないと予想している。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 買換え需要が少ないと考えられ、新版出版の予定が少ない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ 他分野への営業展開を図っているが現時点でその効果は出ていない。最低賃金の大幅な引上げに経営課題が多すぎる状態である。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・ 今後も予算計画以上の数量で推移するが、更なる生産量の上乗せはない。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ 徐々に先を見据えた話が各所から出ているが、時期は未定との回答が多い。
	□	輸送業（従業員）	・ 10月以降、年末に向けて荷主も策を考えているが、関税や物価高による消費者の購買意欲の低下、消費財に対して財布のひもが固くなっていることから、なかなか景気が回復する条件がない。
	□	通信業（職員）	・ 今年度の受注目標と比較すると、営業件名情報が不足している。上期までの営業活動及び情報収集で充当できていないため、受注量が伸びない可能性がある。
	□	通信業（経理担当）	・ 販売に関しては引き続き好調をキープすると考えている。その一方で、物品やサービスの価格上昇が続いているため、状況を注視する必要がある。
	□	金融業（調査担当）	・ 物価上昇の影響により先行きが不透明であり、現状程度が見込まれる。
	□	金融業（調査担当）	・ 長引く物価高による家計のひっ迫感が払拭されるような好材料が見当たらず、景気は現状程度で推移するものと見込んでいる。
	□	不動産業（経営者）	・ 今後の仕事の状況も、余り変動がない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・ 好材料が見当たらないため、景気に変化がない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・ 顧客からの情報より予測している。
	▲	金融業（営業担当）	・ 総裁選挙の結果によるが、連立政権と政策決定と実施までに時間を要するため、景気は更に悪くなるとみられる。
	▲	広告代理店（従業員）	・ 今後も、新聞の発行部数の減少に歯止めがかからず、新聞折込広告の業況としてもプラスに転じる要素が見当たらない。また、国内外の不安定な状態は続き、景気は3か月後も現時点と同様にやや悪くなると予想している。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・ 原材料価格の高騰により値上げするメーカーが増加し、消費者の好みの多様化でアルコール離れが増えているため、先行きは若干悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の委託業務の発注は10～11月で終了するため、今後は発注のベースがこのまま少ない場合は受注する可能性が低くなる。受注する場合は低価格で入札する必要があるため、利益の確保が難しくなり、景気はやや悪くなるとみられる。
	×	繊維工業（営業担当）	・同業者アイテムは違うが、工場閉鎖が続くとみており、国内の縫製工場の存続に不安感を持っている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・今後年末に向けて主要取引先からの受注は減少する見込みである。
雇用 関連 (九州)	-	-	-
	○	-	-
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者の動きは活発化しているが、求人数が1割程度減少している。最低賃金引上げを踏まえ、募集を控えている企業や社内調整の限界で募集を掛ける企業が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣部分に関して芳しくない状況が続くと予想され、人材紹介案件や業務委託などの業務も展開しながらの動きになるため、結果的に変わらない状況を予想している。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・穏やかな気候になり、イベントなど行楽に伴い景気上昇につながることが期待できる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドの力強さはそのまま継続すると予想されるが、10月以降も物価の上昇が見込まれ、企業においては最低賃金引上げへの対応などが控えていることもあり、全体の景気としては現状と余り変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げの動向を踏まえた募集控えは、小規模事業所で可能性はあるものの、人手不足感は相変わらず強く、大幅に募集人数を減らす動きは全体としては今のところみられない。
	□	職業安定所（職員）	・今月の新規求人数は前年比で減少しているが、求人数は微増であるため、企業の人手不足の状況に大きな変更はないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・米国政権が打ち出す、米国への輸入品に対する関税措置や自国優先主義など様々な政策が、国際経済の不確実性を高め、日本政府や企業も具体的な対応策を模索している状況が続いており、先行きの不透明感が非常に強い。また、追加関税などの報道により、為替相場や株価も影響を受け、物価高騰は収まる気配がなく、実質賃金が大幅に改善する見通しも立たず、景気が上向く実感が無い。
	▲	人材派遣会社（社員）	・最低賃金の引上げが企業の人件費負担を増加させるため、採用抑制や求人数の減少につながる可能性が高くなる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求人や求職数が現在も横ばいとなっており、最低賃金の引上げに伴う利益圧迫が見込まれる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月以降も物価が上昇傾向にある。賃金が確実に上昇しなければこの物価高に追い付けない。この秋はサンマが安く、珍しくスーパーで品切れ状態になることも見受けられる。物価が賃金が落ち着かなければ景気が良くなるとは実感しづらい。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価上昇が続いており、消費者の節約志向が更に強くなるため、身の回りの経済活動全体がやや鈍化する可能性がある。
	×	-	-

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		コンビニ（店長）	・年末年始に向けて、人の動きが活発になる。催事の高単価商品等の予約販売が見込める。売上増加に期待している。
	○	商店街（代表者）	・街中は、飲食店が段々と多くなり、物販は減少しているが、商売全体をみると、客に利用していただければ良くなる可能性がある。
	○	一般小売店〔土産〕（営業部長）	・今後も入域観光客数が増加するとみている。
	○	百貨店（経営担当）	・10月は国慶節などアジア圏からの来客数の増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（企画担当）	・ 9月で政府の電気・ガス料金支援が終了し、食料品の値上げによる家計負担増で不透明感が残るものの、年末商戦に向けた消費の活性化が景気を下支えすることで、全体としては緩やかな回復基調を維持する見込みである。
	○	コンビニ（経営者）	・ 周辺にスーパーがないため野菜や果物の売上が伸びている。
	○	家電量販店（営業担当）	・ エアコンの売上が徐々に回復しており、前年並みに推移するとみている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ 秋商戦に向けて販売台数が増えることに期待している。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	・ 秋冬はイベントも多く販売量が増える時期である。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	・ 年末に向けて観光客が増え、県内では最低賃金が上昇し消費も増えるとみている。
	○	一般レストラン（代表者）	・ イベントなどが増え、来客も増えることに期待している。
	○	観光型ホテル（総支配人）	・ 新規大型レジャー施設需要が継続して追い風となっており、大阪・関西万博が終了することにより観光需要が全国に分散するとみている。
	○	通信会社（サービス担当）	・ 新型スマートフォンの在庫確保や旧型スマートフォンの価格動向次第で、今後の販売状況は左右される可能性がある。
	○	観光名所（職員）	・ インパウンドの来場者が増加しているため、今後も期待できる。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・ 先行きの受注状況は前年と比べて上向きに推移している。個人利用が断続的に伸びており、今後も続くともみている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・ 資材人件費の高騰を消費者が受け入れ始め、住宅購入の意思決定を後押ししている。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	・ 物価高による賃金見直しの早急な対策が必要とみている。
	□	スーパー（店舗管理）	・ 生活インフラの値上げは消費者の購買意欲に直結する。また、賃上げによる企業負担と物価高騰対策による値引きセールにより体力の消耗戦がみられる。見通しは不透明だが、変わらないことを期待している。
	□	コンビニ（店長）	・ 回復する要因がなく、しばらく停滞する見込みである。
	□	コンビニ（経営企画担当）	・ 9月に入り客足が伸びていることから、今後2～3か月先も変わらず推移するとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 今月は例年になく暑さで、新しい季節の商品の売行きが良くない。気候の影響で景気が良くなる気配はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 良くなる理由がみられない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・ 季節要因を除いて大きな変化はない。
	□	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・ 人が出ているときは流れが良くなっているようにみられるが、全体的には良くなっていないため、当面は変わらないとみている。
	□	住宅販売会社（役員）	・ 観光客は増加傾向にあるが、住宅の販売に影響を与えるようなインパクトはないとみられる。
企業	▲	コンビニ（店長）	・ 沖縄では12月から最低賃金が1023円になるが、当店では10月の雇用契約更新に併せて時給引上げを予定している。時給改定により人件費が増加しても売上増加はせず、徐々に来客数も減少して、スーパーに客が流れるとみている。
	▲	その他飲食店〔ファーストフード〕（総務部）	・ 観光に左右される事業なので、夏季に比べて冬季は若干売上は落ちる。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ 9月の販売室数が前年比18%増加なのに対し、9月末時点の12月の予約室数は前年比13%増加で、プラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・ 物価高が続き、個人の財布のひもが固くなり、宿泊等の値段も常に高いため、なかなか個人旅行が増えないとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・ 支出を気にする場面が多く、物価上昇の影響で必要な支出だけに抑えている。
	×	-	-
	-	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (沖縄)	○	建設業（経営者）	・ 商談中の案件がまとまるとみており、商談量も落ちていない。技術者の配置をコントロールしながら、良い物件を受注する考えである。
	○	輸送業（総務経理担当）	・ 運賃交渉の成果がみられる。
	○	通信業（総務）	・ 大型レジャー施設の開業等で国内やインバウンドの客が増加している。
	□	食料品製造業（役員）	・ 引き続き観光関連は好調に推移するとみているが、県内の消費者は12月の賃上げを待たなければ変わらないとみている。
	□	窯業土石業（取締役）	・ 公共、民間工事共に見積依頼に大きな変化はなく、当面の受注も現状維持を見込む。
	□	広告代理店（営業担当）	・ 県内企業の販売促進活動は、原材料や人件費の高騰などの影響もあり、大きく伸長する要因が見当たらない。
	□	会計事務所（所長）	・ 国内政治情勢が不透明で今後の経済対策などが見通せない状況である。
	▲	-	-
	×	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 2027年卒向けの学内説明会の問合せがかなり増えているため、年内では多くの求人があるとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・ 物価上昇も歯止めがかからず、景気は変わらないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・ 物価高騰の状況はすぐには改善されないとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	・ 12月からの最低賃金が1023円に引上げられることにより、人件費上昇分を価格転嫁できない中小企業や体力の弱い業種では、求人を控える動きが懸念される。特にサービス業や小売業は影響を受けやすく、人手不足の深刻化や雇用環境の停滞につながる可能性がある。
	×	-	-