

I. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	－	－	－
(北海道)	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年の競合店出店の反動もあって、来客数が前年を上回っている。ただし、商品の値上げが続いていることで、販売量は前年を下回っている。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・暑い日が続いたことで、衣替えの時期が遅れたものの、羽織物のコートが前年比120％と大幅に改善している。スーツの需要も回復しつつある。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・主要量販店を中心に、上期の通信サービス、関連カードサービス、光通信関連の販売が好調であった。ただし、都市部、地方を問わず、競合他社への流出が顕著なことから、更なる対策が求められている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新政権の誕生によって、消費者が積極財政と減税への期待を持ち始めている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当区域の有料駐車場及び店舗の駐車場の利用状況を見ると、3か月前と比べて、平日午前中の利用が目に見えて少なくなっている。また、ホテルの駐車場も、10月は満車の日が数回にとどまっており、観光客及びビジネス客が減少していることがうかがえる。物販店も、外から眺める限り、混んでいる日は多くなかった。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・百貨店を始め、インバウンド消費の落ち込みでマイナスとなっているところが多いものの、当商店街は好調を維持している。ただし、依然として、中国からの観光客は低調であり、国慶節の影響もほとんどみられなかった。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・売上は、2024年比で105.5％、2023年比で152.1％、2022年比で206.5％、2021年比で410.7％、2020年比で329.9％、2019年比で160.5％となっている。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・例年であれば、北海道観光の閑散期に入る頃だが、今年は来客数が増えている。ただし、客単価が若干落ち込んでいる。客の様子をみると、買物の際に価格を確認する客が増えている。非日常の買物であるはずの土産品についても、客が価格に敏感になっており、余計な土産を買わないようにしていることがうかがえる。
	□	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は相変わらず少ないものの、客単価が上昇していることで助けられている。
	□	百貨店（売場主任）	単価の動き	・気温が低下したことで、秋冬商材に動きが出ている。売上は良くなっているものの、需要を先食いしている面が強いことから、景況感是不変である。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価高の影響もあって、来客数が前年を若干下回っている。売上は、物価上昇に伴う客単価の上昇もあって、前年並みをキープしている。ただし、インバウンドの来客数が若干減少傾向にあり、この状況が年末まで続くことが懸念される。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客は、必要な商品は買い控えることなく購入している。一方、割引などのセール品に対する反応も強く、少しでも支出を抑えようとする客の様子がうかがえる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・イベントを開催すると、前年を上回る集客ができるものの、なかなか販売につながらない。高額商材や受注できる車種がいまだに少ないことから、景気の改善には至っていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注台数が、相変わらず前年を下回っている。新車の購入を検討して来店する客も少なくなっている。
	□	自動車備品販売店（店長）	単価の動き	・売上は、前年比148%、前々年比128%となっており、来客数は、前年比138%、前々年比115%となっている。売上や来客数の数字が良いことから、景気が良いとみることもできるものの、大半が冬タイヤの購入によるものであることから、判断に難しい面がある。冬タイヤの販売が落ち着く12月以降の販売動向次第の面がある。
	□	その他専門店「造花」（店長）	お客様の様子	・年々クリスマス需要が少なくなっており、秋冬商材の需要期が徐々に正月に移行していることから、全体的に客の動きが鈍くなっている。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・観光客が来店することもなく、新規客が増えることもない。毎月の来客数はほとんど変わらないため、景気は変わっていない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・当地は農業が主要産業の1つであり、今夏の異常気象の影響で、一部の作物が不作となっている。そのため、農家が農閑期である冬季の旅行を控える傾向がみられ、前年と比較して、景気がやや悪くなっている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価高騰が続いていることから、ここ数か月、旅行に充てる費用を控える傾向がみられる。そのため、旅行の申込件数、新規受注額に大きな変化はみられない。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・夏や秋のイベントが一段落し、タクシーの需要が1年間で最も落ち込む時期となっている。利用者の増加につながるような要素も見当たらないため、前年と同じような売上で推移している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・イベント関連での利用も、インバウンドによる利用も、来客数に大きな変化はみられない。
	□	観光名所（従業員）	販売量の動き	・当施設の利用客は、引き続き盛況に推移している。最近では、インバウンドが飲食で1人1品注文することが当たり前になりつつあり、物販でも単価の高いキャラクターグッズの人気の高くなっているなど、インバウンドによる消費が売上に貢献している。
	□	観光名所（職員）	単価の動き	・物価が高止まりしているため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・エネルギー価格や人件費の高騰に加え、金利高の影響もあって、住宅業界は引き続き低調に推移している。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・投資目的ではなく、別荘としてセカンドハウスを購入する客が少しずつ増えている。遠方の客に多く、年に数か月滞在することが多い。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・コスト高騰により、新築戸建て住宅やマンションの販売価格が高止まりしている。中古住宅も需要が増えていることで、市場価格が上昇している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・米国大統領が日本を訪れたことから、その言動によって、景気が左右されることになる。ただし、どのような影響が出てくるか、現時点では判断が付かない。
	▲	一般小売店「酒」（経営者）	販売量の動き	・10月に入り、景況感は一段と悪くなっている。観光客の入込はまずまずだが、地元企業はどれも潤っていない。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客から、買いたくても買えない、新米の価格が高いといった声を聞いたため、景気はやや悪くなっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・新政権が誕生したが、その影響が出てくるのはこれからとなる。
	▲	スーパー（従業員）	単価の動き	・物価高騰の影響で、景気はやや悪くなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新米の高値推移、光熱費の値上げなどの影響で、客の来店が減っている。また、相変わらず必要な商品しか購入しない客が多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前の7月は、8月よりも暑い日が多く、飲料やアイスの販売量が大きく増加した。一方、10月に入り、例年よりも気温が低く、天候の悪い日が続いていることから、飲料を始め、販売量が見込みを下回っている。そのため、景気はやや悪くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新商品の発売前ということもあって、現行の商品では購入には至らないことが多い。買い控えが発生しているため、注文は低調に推移している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・当地域の販売店では、販売量や売上について、どうか目標を達成できている。一方、他地域では、以前よりもやや落ち込んでいる販売店もみられる。新型車の販売戦略に左右されている面もあるが、全体的にみると、景気はやや悪くなっている。
	▲	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・売上の前年比をみると、3か月前よりも低下している。特に生活用品などの売上が低調なことから、生活防衛のために、客が支出を抑制している様子が見える。そのため、景気はやや悪くなっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・10月中旬からの気温低下とともに、ランチ客が減っていることから、売上は前年を下回るとみられる。例年、産地から直送してもらっている農産物がかんりの不作となっており、大きさがそろわなかったり、収穫量が半減するなどしている。また、秋冬野菜が不足していることから、市場の取引価格が上昇しているほか、輸入品の価格も高騰している。メニュー価格の再設定を考える必要があるなど、頭の痛い状況にある。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・大型客船の寄港などでインバウンドは増加しているものの、夏場と比較すると、来客数は減少している。当地ではこれから紅葉シーズンを迎えることになるが、紅葉の期間が短いため、余り期待はできない。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・夏季以降のインバウンドの回復が鈍いことに加え、道内客の減少が目立つため、景気はやや悪くなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・観光の端境期である第3四半期を迎え、イベントや観光の要素が少なくなっていることから、国内客、外国人客のいずれも観光需要が減少している。ただし、9月の航空便の利用客数は、国内線も、国際線も前年を上回っているなど、堅調に推移している。特に国際線は前年比で2けたの伸びとなっている。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・自社ツアー、他社ツアーにかかわらず、募集型企画旅行へのニーズは堅調に推移しているものの、個人型旅行が低迷し始めている。例年、予約販売が減少する時期ではあるが、例年と比べても減少幅が大きくなっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・10月のタクシー1台当たりの売上は、前年と比べて、若干のマイナスであった。ただし、当社では、ドライバーの採用に注力し、ドライバーが増えていることから、タクシーの稼働台数が約15%増加しており、会社の売上は、前年比で約15%の増加となっている。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・気温が急激に低下したことで、客の外出機会が大きく減っている。それに伴って、当社の業績も落ち込んでいる。
	▲	通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信キャリアの施策が影響して、景気はやや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・食料品の値上げに加え、冬を控えて灯油価格や除雪費用の値上げ幅も大きくなっていることから、出費を控えようとする客の雰囲気が強くなっている。パーマをやめてカットだけにする客やロングヘアをショートヘアに変更する客が増加している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客単価が低下しているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・今年の観光シーズンがほぼ終了したこともあって、旅客、車両共に輸送量が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (北海道)	×	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は、計画の110%で推移している。一方、買上点数や客単価が大幅に下がっていることから、客が必要な物しか買っていないことがうかがえる。これから冬を迎え、灯油代への出費がかさむことから、客の節約志向が強まっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安を要因として、秋に入ってから、物価高がますます進んでいることから、客の節約志向が一段と強まっている。
	◎	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の販売量は前年比マイナス1%であった。3か月前の7月の販売量は前年比マイナス8%であったため、景気は良くなっている。
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・外国人観光客を中心とした販路で、7月以降、客単価の低下がみられている。状況は脱しきっていないが、改善傾向がみられるため、景気はやや良くなっている。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・10月に入り、輸送依頼及び問合せの件数が増加している。
	○	司法書士	受注量や販売量の動き	・アパート物件において、企業を始めとした事業者による不動産取引の販売量が増加した。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	取引先の様子	・人手不足問題などはあるものの、国内の建設投資は堅調に推移している。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、販売量がやや増えているものの、前年と比べると、減少している。
	□	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気は変わらない。今後、新政権の物価高対策の効果が出てくることを期待している。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・人材不足のため、案件があっても、対応できず、成約できない案件が増えている。さらに、建設工事費の上昇に拍車がかかっていることで、案件を見送るケースが増えつつある。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、各現場では、年度内の完工に向けて、工事が順調に進んでいる。これまで長雨や台風、局地的豪雨といった天候面での悪影響を受けることがほとんどなかったことから、計画スケジュールを上回るペースで工事が進行している状況に変わりはしない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・トレーラーの回転率の低下は、前月と比べると解消してきたものの、コンテナ専用台車の不足感はいまだに続いており、空車を回送して補っている。本州向けの荷物は、生乳が低調なほか、農産物も不作や生育不調の影響で減少傾向にある。本州からの紙パルプ関連、飲料、雑貨で減少分をカバーしている状況にある。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業からは、原価上昇分の価格転嫁は進んでいる一方で、人件費や一般経費の上昇分の転嫁は難しいという声を多く聞く。このため、景況感が変わっていない。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・年末に近づいているものの、受注量に余り変化がみられない。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・取引先の様子をみると、人手不足を補いながら、業績を伸ばしている。ただし、給与が上がっている様子はないことから、景気としては横ばいで推移している。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・青果物の高温障害が深刻なことから、景気はやや悪くなっている。鮮度保持技術や栽培方法による対策など、将来的な視点での対策が急務である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築戸建て住宅の着工棟数について、前年を下回る状況が続いている。パネルヒーターの出荷台数もそれに比例して減少傾向で推移している。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新たな案件の話や人を探している話を聞かなくなった。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・販売実績について、予測を上回る結果が出てきているものの、依然としてベース商材の動きが悪い。人材不足や就業時間の上限規制の影響もあって、ものづくりの現場の状況は余り変わっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	司法書士	受注価格や販売価格の動き	・不動産取引の受注量は前年並みであるものの、物価上昇の影響を大きく受けている。紙や文房具、事務所機材の価格上昇が続いていることで支出が増え、利益が減っている。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は堅調に推移している。10月の求人数は、3か月前と比べて5割増加しており、企業の人材需要の高まりに変わりはみられない。ただし、企業が求めるスキルの水準は高く、採用に当たって妥協することもない。10月の人材の提案数は3か月前の2倍になっているが、面接に進んだ件数は3か月前と変わらない。一方、人材側では、転職への強い意思がみられなくなっている。世の中に多数の求人があることから、どこでも決まるはずという安易な考えが見え隠れしている。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・时期的な要因を除くと、業種を問わず、景気は大きく変わらずに推移している。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・就職した若手が長続きしない傾向が強まっている。定着率の低下を受け、未経験者の育成よりも即戦力の確保を重視する企業が増え始めている。企業が、現場の負担軽減を優先せざるを得ない状況であり、結果として労働市場の硬直化につながる事が懸念される。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で2.6%の増加となり、3か月ぶりに前年を上回った。一方、月間有効求人数は前年比で7.6%の減少となり、求人数が継続的に増加している状況ではないため、景気は変わらない。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・当地における9月の有効求人倍率は0.80倍であり、前年を0.04ポイント下回り、2か月連続で前年を下回った。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ハローワークの求人数は減少傾向にあるものの、企業からは人手不足との声を聞く。ただし、ハローワークや民間求人誌などに求人を出してもなかなか応募がないとの声も聞かれる。企業においては、景気が悪いわけでもなく、受注も取れる状況であるにもかかわらず、人材不足で思うように受注できない状況が続いている。
	□	職業安定所（職 員）	採用者数の動き	・企業の採用動向から、特に景気に影響するような動きはみられない。
	□	学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・求人数が減少傾向にあるものの、採用活動を継続している企業もみられるため、景気が上向いているとはいえない状況にある。
	▲	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・最低賃金の大幅な引上げ、食料品の値上げなどの影響で、10月に入ってから、状況が変わりつつある。人材採用コストの見直し、アルバイトやパートの正社員化で対応する企業が増えており、求人数が一段と減っている。
	×	—	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（一：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)	◎	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・紅葉の時期となり、地震の影響も少なくなっていることから来客数は好調に推移している。インバウンドはアジアのみならず欧米からの動きも良い。
	◎	その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	販売量の動き	・新政権になり、先行きの見通しが明るいようで、販売量、単価共に前年比約130%となっている。
	○	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	お客様の様子	・10月は3か月前と比べて売上が5%良くなっている。特にインバウンドが多くなっているが、彼らはスマートフォンの翻訳アプリを使いながら商品を選んでいる。
	○	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	単価の動き	・来客数は依然として前年を下回っているが、客単価が良いため、売上は前年比103.4%になっている。寒くなったため、化粧品や医薬品の販売が好調である。
	○	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・衣料品では秋冬商材に動きが出ており、前年より客単価、買上点数共に伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加と買上率の向上により、売上が増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の増加により売上が若干伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年割れしているものの、売上で客単価が上がっているため、利益は前年より増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は減少傾向にある。しかし、客単価が上昇しているため、売上は前年から大幅に伸びている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・気温の低下に伴い来客数も増え、売上也安定してきた。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・OSのサポート終了に伴い、パソコンの売上が前年比160%と好調である。しかし、テレビが前年比80%と低調であるため、全体の売上は前年比約108%となっている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・OSのサポート終了によるパソコンの買換え需要が最盛期となり、販売台数は前年比150%で推移し、単価も上がっている。しかし、洗濯機などの白物家電やテレビなどの黒物家電の売上は前年より落ちており、全体ではやや良くなっているという程度である。
	○	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・メーカーのオーダーストップは徐々に解消しており、新車商談の来客も多くなっている。車両生産も進んできたため、客への納車が進み、中古車展示も安定している。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・紅葉シーズンのインバウンドの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・当社契約宿泊施設の先行販売額は、3か月前と比較して数%アップしている。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・タクシー配車アプリの利用者が多くみられる。また、長距離客も多くなっている。
	○	観光名所（職員）	単価の動き	・来客数、客単価共に2～3か月前から大幅に伸びている。
	○	ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・来客数の推移がやや良い状況にある。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価は前年比103%である。販売価格上昇に対する客の抵抗感が薄らいでいるとみている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価高騰が続いており、来街者の購買意欲も変わらない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・首長が決まり景気が良くなると思ったが、サイバー攻撃などにより経済状況が不安定になっている。
	□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・購買客数が減少しているため、客単価は前年を上回っているものの、売上は前年を下回っている。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・現在も物価上昇の流れは止まらず、食料品を中心に販売量を落としつつある。ただし、物産展の商品など背景がしっかりしているアイテムやブランドはプチゼいたくとして好調に推移している。
	□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・来客数は前年を上回っているが、販売点数は下回っている。値上げや物価高が続き、生活防衛意識から購入は必要最低限にしている様子がうかがえる。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・1品単価は前年比104%強で推移している。ただし、来客数は前年並みで、買上点数は前年を若干割っている。商品価格の上昇や価格転嫁により、営業収入は前年を超えたが、消費環境が厳しい状況は変わっていない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・商品が値上がりし、食費の節約志向は更に強くなっている。より安い商品、より安い店での購入を選択する客が増えている。
	□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・これまで週3回来店していた客が1回しか来店しなくなった。また、前年とは違い、野菜相場が下がっているにもかかわらず、客の購買意欲は上向いていない。少しでも安い物を購入しようとドラッグストアやディスカウントストアに客が流れている。
	□	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・値上げの影響により客は余計なものを買わないため、買上点数が伸びない。
	□	スーパー（店舗運営）	販売量の動き	・商品の相次ぐ値上げによる買上点数の減少が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少傾向は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北全体でみると、来客数は前年を下回る傾向にあるが、商品の値上がりにより売上は前年を上回っている。
	☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・賃金引上げへの期待から、購買意欲は上がるとみていたが、変化はみられない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・防寒衣料の売上が思いのほか良くなっている。
	☐	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・朝晩と冷え込んできた最近はやや秋冬商材の需要が増えてきた。しかし、前半から中盤にかけては気温が高めに推移し需要が低調だったことと合わせると、プラスマイナスゼロになる。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・急激な気温の低下により衣料品を中心に動きが見られ、久しぶりに売上、来客数、客単価が前年を超えている。しかし、景気が良くなっているというわけではない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売になったが、受注は思うようには伸びていない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・タイヤ交換の時期に入り来客数は増加しているが、販売量に変化はない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数とサービス入庫はそれなりにある。しかし、新車の受注に対して配車量が増えず、配車があっても利幅が小さいコンパクト車両が多いため、景気は鈍化傾向にある。
	☐	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・フェアを開催したが来客数に変化はない。
	☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・マンションや家を購入しても家具やインテリアを一新する人は少ない。購入する物があっても相見積りを取って検討している。全てを予算内に収める傾向がみられる。
	☐	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・10月に入り急に気温が下がり衣替えが進んだが、制服の動きに影響はない。追加の注文ばかりで新規案件はほとんどない。防寒着も年々売上が落ちている。
	☐	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年比約97%で推移している。
	☐	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・観光シーズンで来客数は増えているものの、景気が上向いているといえるほどではない。
	☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・宿泊販売は一部好調なエリアはあるものの、県全体では前年並みである。
	☐	タクシー運転手	来客数の動き	・通常業務のほか、スポーツ大会やイベントの開催により、選手や関係者の送迎業務も多くなっている。
	☐	通信会社（経営者）	お客様の様子	・連休があったことと行楽シーズンを迎えたことで外出機会が増えた。自宅で映像コンテンツに触れる機会が減少したため、有料の映像サービスや通信サービスの新規申込者数は増えることなく3か月前と同じである。
	☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	☐	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価が上がりすぎている。
	☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・業種にかかわらず、法人客の動向に変化はない。
	☐	競艇場（職員）	来客数の動き	・来客数が増えないため、売上もほぼ変わっていない。
	☐	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	お客様の様子	・サービス業では依然、仕入価格の高騰や人手不足が続いている。また、スーパーでは商品価格が目に見えて高くなっている。最低賃金は上がったものの物価上昇に追いついておらず、消費は依然低迷している。
	☐	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間工事の受注は順調だが、公共工事は安価で工期が短く、諸手続が煩雑といったことがあり、積極的に取り組めないでいる。
	☐	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・高額注文住宅の受注もあるが、依然、少額資金での規格住宅や建売住宅の受注が多い。
	☐	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、3か月前と比べて給湯器、コンロの交換工事とFF式暖房器具の工事が増えている。リフォームは、屋外の工事が多少増え、屋内の軽微な修繕工事も増えているが、大型の増改築工事は減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数が減少している。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・高単価商品の売上比重が大きく、その動きにより日々の売上が極端に振れるようになっている。手頃な価格の商品を購入する中間層の顧客がごっそり抜け落ちているようにみえる。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・新米の発売が始まって主食の米の価格が更に上がったことにより、生活防衛意識も高まっている。さらに、前月末に発生した大手飲料メーカーへのサイバー攻撃の影響により、商品の欠品、入荷の遅延があり、飲食店に大きく影響している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・ディスカウントストアのチラシの価格が非常に安く、会社全体での来客数が97.8%と前年割れを起こしている。商品価格、特に米の値段が高いため、食費をかなり抑えて買物をしている印象を受ける。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・米の価格上昇もあり、買上点数が伸び悩んでいる。
	▲	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・物価高の影響により客単価は上昇傾向だが、3か月前と比較すると来客数が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・週末は天候が悪く客足が伸び悩んだため、順調に推移していた売上も一服状態にある。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価は長期にわたって少しずつ上がっているが、地方では給料がなかなか上がらない。そのため、買い控えがあり、売上も客単価も厳しい状態が続いている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・購買単価は上昇傾向にあるが、来客数の減少が顕著で販売量は減少している。熊の出没により、特に夜間の人流が少ない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今月に入り、例年より気温が下がっていることや熊の出没騒動もあって、来客数が減っている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・熊の出没騒動で夜8時以降の来客数が減少している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は、寒くなり始めた月末に増えたものの月全体では少なく、秋物の動きが悪い。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・残暑が続く、秋物に移行するタイミングが例年より1～2週間遅く、前年と比べても更に遅くなっているため、苦戦している。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今月はダイレクトメールを投かんしたが、プレゼント交換の来店が多く、冬物のビジネスウェアを目的とした来店は非常に少ない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・客は少し前までは値上げは致し方ないと受け入れていたが、今は経費を抑えるため、ギリギリまで辛抱する傾向にある。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・様々な商品を10月から値上げしており、全体の動きが悪い。米の価格が高値安定になったことも消費者の不安を大きくさせている。国として主食に対する関心が薄い印象が拭えない。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少が続いている。季節が夏から冬へと急激に変わったため秋物商材が売れない。だからといって冬物商材が動いているわけでもない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・ガソリン税の暫定税率廃止の報道を受けて、燃料油の給油を抑える動きがあり、下旬にかけて販売量が減少している。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・売上は前年比108.8%、レジ通過客数は同100.6%となっている。ポイントアップキャンペーンの実施により売上が3～5%増えたものの、レジ通過客数は増えていない。購買行動はシビアである。
	▲	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・夏以降、来客数が前年より少ない状況が続いている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・暑さは収まったが来客数は戻っていない。物価高の影響か、消費行動が抑制されていることを肌で感じている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて予約数が少ない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少し、客単価も落ちてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉シーズンだが、例年より来客数が少ない。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・ドリンクの注文でも2極化が進んでいる。宿泊単価の高い客は高い飲物、低い客は飲まないあるいは単価の低い飲物を注文している。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行の相談での来店が減少している。販売量も前年割れしている。
	▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数が少なくなっている。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、3か月前は101.6%だったが、今は97.0%と下向いている。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドは増加しているが、日本人客は明らかに減少傾向にある。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・10月から物価が上がったからか、急に寒くなったからか、来客数が減少している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価高対策が全く進んでいない。消費者には買い回りや買い控えがみられる。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・物価高によりコンビニで買物をする人が減少するなか、気温の低下とともに来客数は更に減っている。人口減少と高齢化が進み、インバウンドも立ち寄らない地域での経営は非常に厳しい。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・売上が例年の水準よりも低い。食料品の値上げに対して賃上げが追い付いておらず、人流も回復していない。
	×	遊園地（経営者）	来客数の動き	・3連休の週を含め週末の天候が不順で、大規模イベントも不発だったことから、来客数は前年を大きく下回っている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米価は少し値下がりしているものの、依然高値が続いている。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・行楽シーズンでツアーや修学旅行等の団体客の利用があり、飲食部門が伸びている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・年末から年明けにかけて受注につながりそうな商談が増えている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一部が先行発注された大型案件に着手している。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・新米の買い控えなどの報道もあるが、米、果樹共に売行きは変わっていない。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが常態化している。3か月前と変わらず悪い状態が続いている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・広告、チラシ折込の受注量が前年より伸びない。
	□	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・前年同月と比較すると微増だが、依然厳しい状況である。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米国の関税政策の見通しが立ってきたことや株価上昇といった比較的良好なニュースはあるが、受注量の増加には結び付いていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・OSのサポート終了に伴うパソコンの更新需要が引き続き好調である。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・年内の工事受注は確保できているが、人手不足のなか期限内に現場を終了させることが課題である。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・改修や改築工事は毎月一定量の受注があるものの、受注額に大きな変動はない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・数年先まで案件が予定されており、景気が良い状況が継続している。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の製造業では生産量、製品出荷量共に低迷が続いている。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・値引き前提の話題が多く、厳しい状況に置かれている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・物価高に伴う価格転嫁が進み、消費者もこれまでの価格転嫁をおおむね受け入れていることから、流通業の売上は底堅く推移している。観光を含むサービス消費も着実に増加している。倒産件数は横ばいで推移している。一方で、住宅価格の上昇により住宅着工戸数は大きく低下している。人手不足により業務内容を拡大できない企業もあり、設備投資マインドはそこまで強くない。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界の景気動向は、3か月前とほぼ変わらず、前年比ややマイナスで推移している。個人消費が弱い状況では、広告市場の活性化は見込めない。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の広告出稿意欲は前月から変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・食品の値上げが続くなか、購買者のコストパフォーマンスを意識した選別消費の傾向が顕著になっている。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・特に変化はみられない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・熊の出没騒ぎが影響し、行楽シーズンの人出は期待したほどではない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・駅売店の動きが良くない。10月から多数の食品が値上がりしており、消費者の財布のひもが固くなっている。
	▲	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・住宅ローン金利の見直しとコロナ禍以降の不動産相場の上昇が重なり、供給過多で全体として様子見の状況にある。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。製造業、建設業は業績の悪化が目立つようになっている。前年比売上、利益共に悪化している法人が少し増えている。小売業、サービス業の業績は安定している。全体的に悪化している。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	それ以外	・半導体製造装置関連業界の先行きが不透明になっている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先からの引き合い、見積件数の減少に伴い、売上の減少が続いている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業、卸売業、小売業、農業法人、飲食店と業種や業界を問わず、採用意欲が旺盛な状態が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一部の大手企業で求人数は増えているが、中小企業は変化がない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は3か月前と同水準で、前年の約95%である。一方で、求職者数は前年比10%以上の伸びとなっている。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・受注量はおおむね安定している。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・新規事業に係る求人募集はなく、ほとんどが人手不足による求人である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は横ばいが続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年より増加している。一方、大企業、中小企業共に企業整備による人員削減の動きが見られる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近3か月の新規求人数は前年同月比で増減はあるが、大きな変化はない。
	□	学校〔専門学校〕	求人数の動き	・求人数は前年と変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・物価高騰のため卸売業や小売業、宿泊業などで求人を抑える動きが続いている。また、原料価格の上昇分を価格に反映できない製造業で、廃業や生産拠点集約の動きが続いている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・広告の動きがほとんどみられず、売上も前年を大きく割っている。

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

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊部門は相変わらず高単価、高稼働で推移している。料飲部門は、8～9月の時期は少し減っていたが、10～11月は受注件数、単価共に上昇している。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・株価高などの影響が大きく、富裕層を中心に消費に力強さが戻ってきている。中間層も含めた全体の底上げとまではいかないが、若干改善している印象を受ける。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べても、単価が上がっているためか、売上は好調である状況は変わらない。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注、販売共に増加傾向となっている。車両販売も全体的に動きが出てきている。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・少しずつだが客単価が良くなっている。安いから食べるのではなく、高くても食べたい物を食べるという状況に戻ってきている。
	○	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・当日のフリー客の動きが良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・小さい案件も増えてきている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが良かったので、前年同月と比べて、8%の増収である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・新内閣の発足後、積極財政に向けた動きがあるため、マインド的に消費意欲が高まる可能性がある。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・新政権の政治改革推進とインフレ総合経済対策に期待している。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・新政権で株価も上がってきている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・幼稚園、小学校の運動会は、時間を短縮しながらも開催されている。前年より児童数が激減しているため、写真の注文数が不安である。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・祭りや運動会等があり、秋らしい天候にもなったが、主食の米の値段は高止まりしているため、皆考えながら買物をしている。当店の扱っている食肉も売行きが悪いのか、相場が少し下がってきている。野菜類も高いため、食卓には加工品が多いようである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上達成度について、3か月前と今月を前年同月比で比較すると、いずれも前年売上を1割ほど上回っており、ほぼ変わらない。観光業にとって10～11月は秋の行楽シーズンで繁忙期となるが、土日ごとに悪天候が多く、予想より売上は伸びていない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食料品の価格上昇に伴い、客単価、商材単価は前年を上回っているものの、買上点数、購買客数は減少し、売上は前年実績を確保できていない。一部に富裕層の動きは見られるものの、中間層の消費は依然として弱い。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・価格高騰の影響により、消費マインドの低下からの回復はなかなか見受けられない。全く購買しないわけではないものの、商品レベルや購入量を抑える傾向は継続している。また、事前に準備するより必要なときに必要な物という形で、直前になってから購買する傾向も最近気になっている。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みに戻りつつある。商材単価は上がっているものの、客単価は前年並みで、ほぼ横ばいである。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は徐々に少なくなってきている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月の車両販売、修理等のサービス部門の売上が横ばいである。販売会議などで議論をし、売上がどうやったら伸びるかを考えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ここ2～3か月は売上はやや良い状態である。政権も代わって期待しているところだが、どうなるのか様子見という客が多い。ここに来て、販売、人の動き等、少し落ち着きが見えている。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は変わらないが、店の滞在時間が短く、早く帰る客が多い。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・取引条件の見直しで、4月から引上げを認めてもらった取引先も多く、直近では、採算を確保できている。ただし、10月以降は、主要経費の人員費、食材費の大幅引上げが予定されているため、一気に収支が悪化する懸念もあり、更なる対応を進めていく必要に迫られている。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・10月の販売は前年よりも増加しているものの、3か月前の販売も多かったため、変わらない。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・当地への来訪者数は、平日は外国人を中心に、週末は日本人も加わり、やや良い状況である。
	□	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・紅葉シーズンに入ったが、前年と比べて状況は悪い。現役世代の旅行者が少ない。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・物価高の影響もあり、当社サービス料金についての問合せは増加傾向にある。政府主導の物価高対策に期待しているが、当社サービスの営業強化や解約防止対応による顧客の維持と継続的な顧客満足対策に努めたい。
	□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・4月から販売量がずっと横ばいである。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、貸店舗の撤収、閉店が再び増えてきている。事務所関係も空室が目立っている。数か月前から街中のテナント募集も、ほとんど進展がない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・破損や緊急対応等、必要に迫られた内容の依頼が大半で、金額も余り高くない。快適さの向上や先を見越した比較的規模の大きいリフォーム等の依頼は少ない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	来客数の動き	・時期的なものもあるかもしれないが、客の反応が鈍いことは事実である。
	▲	スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・来店頻度、買上点数、客単価のいずれの数値を比較しても、前年割れが続いている。ただし、イベント時やポイント還元実施時等は、前年並みで推移している。客の節約志向がうかがえる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・駅構内イベントの減少や観光客の動きが落ち着いている影響により、週末の来客数の伸びが鈍化している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・10月に入っても暑い日が続いたため、秋物の立ち上がりはかなり悪かったが、中旬以降は急に涼しくなり、秋物がほぼ動かない状況が続いており、余り良くない。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・当店の客はほとんどが年金生活者であるため、この物価高が相当影響していて、買物に出るチャンスも少なくなっている。余分なものはお金ができれば買うという環境のため、婦人服は最後の最後に回されている。物価高対策をきちんとしてもらわないと、営業が続けられない。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・政府の物価高対策はいまだ不透明で、物価だけが上昇している。今のままでは年末年始商戦にも影響し、消費は先細りしていく。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・身の回りの物が値上がりしている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・10月は中旬頃まで暑い日が続き、予約が伸び悩んでしまった。中旬以降は気温は落ち着いたものの、降雨等、天候に左右されている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・首都圏ではマンション等の価格高騰の報道がされている一方、地方では不動産の動きが悪く、物価高騰のあおりで建築費、工事費等が上昇し、購入できない状態である。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・中心街に隣接する橋の工事が長期化しており、踏切の廃止等、多大な影響を受けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は全体で前年比99%となっている。好調な商材はパソコン本体で、サポート終了を受けた買換え需要の継続で280%の伸びである。ただし、大半の商材は大きく前年を下回っており、エアコンが68%、テレビは80%、冷蔵庫75%、洗濯機90%と伸びない。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・相変わらず、消費マインドが非常に下がっている。
	×	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・冬物商材の動向が顕著に悪く、客の財布のひもが固い。また、消耗品も付加価値のある高額商材は売れず、価格訴求のある安い物ばかりが売れている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・10月は、ここ数年にないほど利用客が少ない。電車に乗っている人も少なく、降車してきてタクシーに乗る客は少ない。夜にタクシーを呼ぶ電話も少ないため、売上は2～3割減っている。
	×	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・期待していた連休や週末に降雨が多く、また、8月からの猛暑も長く続いたため、来園者は減少している。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・稼働時期に入り、順調に推移している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いや来客数も増えており、動きが始めている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社は該当しないが、ガスタービンの受注が増え、取引先が外注先を探している。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・収まらない物価高で消費者の購買意欲が減退し、節約志向は相変わらず強いままで、改善の兆しがみえない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子、競争相手の様子について、ほとんどの会社で仕事量、受注量が非常に減少している。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先に特段変化はなく、計画どおりに進んでいる。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注減少、販売減少を懸念している客が多くみられる。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けた広告出稿は、前年の2割減ほどで発注がきている。SNSの活用はもちろんだが、AIの利用等で、客側で文章を作成できる環境もあるため、外注率が下がっている。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・街中や商業地への人出はふだんと余り変わりなく、個人消費も大きな変化はなさそうである。中小企業の業績も同様で、特段変化はない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・余り変化がなく、多少、良い状態が続いている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・一般消費者の節約志向が強いため、個人相手の小売などは苦戦している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年11～12月の受注量と比べると、2～3割少なくなっており、状況としてはかなり良くない。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・天候も涼しくなり、冬物商材、特にエアコン、電気カーペット、ヒーター等の家電や寝具は、前年並みの輸送量を確保している。しかし、一部でシステム障害等により取引先の出荷が止まっていることもあり、輸送量全体の15%ほどが減少しており、利益確保も厳しい状態である。
	×	不動産業（管理担当）	それ以外	・物価上昇により仕入価格が毎月のように上がっており、その分を転嫁しようと値上げをしているが、追い付かない。また、求人を出しても応募が来ないため、恒常的な人手不足で、業務を新規受注することが難しくなっている。
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人数は依然として増加している。人手不足はどの業界でもあるようで、しばらくは続きそうである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(北関東)	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・小売、サービス関連の販売員については、募集がかなり増えている。インバウンドに関するものと、定期的に子供や家族の行事による販売員等の応援要請があったようである。購買力は全般的に伸びがみられ、特に、野菜等がやや動いている。また、米価は安くなったとはいえ、購買力の回復はゆっくりである。全体的には変わらないが、やや上向きである。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・50代以上の求職者は多いものの、企業側の求める条件とのギャップがあるため、大きな変動はない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数を前年同月比でみると増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社 (管理担当)	採用者数の動き	・派遣のオーダーはあるものの、採用に至らないケースが多くなっている。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・客単価及びレジ客数が2～3割程度増加している。また、近隣の客のみならず、秋の観光シーズンでもあることから観光客や遠方からの来店客も増加している（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・今月は天候が良く、3か月前と比較すると来場者数は105%と増加している。前年比では97%となっている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・例年10月は売上が落ちる。月前半はやはり来客数、販売量共に前年を下回っていたが、中旬以降は高単価商材が売れて、月トータルでは前月、前年よりも売上が良くなっている。急に寒くなってきた、エアコン等の買換えが増えたためではないかとみている。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	それ以外	・政権が代わり、期待感で一杯である。来街者などとも話すが、とても期待をしており、将来に幾らか希望が出てきた様子である（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・おせち、クリスマスケーキ、お歳暮などの受注は前年比をクリアしている。富裕層は安定した購買が継続しているが、主に日配品を求める客は値上がり幅をかなり気にしており、購入数を抑える動きがある（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・与党総裁選挙が終わり新政権が発足した。政局も落ち着き、株価が史上最高値を更新し続けていることもあり、富裕層の心理に安心感が生まれ、購買意欲が伸びている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・国内客の動向は3か月前と大きな変化はなく、高付加価値消費への堅調なニーズが続いている。一方で、海外客の動向は客単価、来客数共に7月からは改善がみられる。宝飾、時計、ラグジュアリーブランドのような高額商材購買による客単価の上昇がけん引役だが、国慶節などの連休に合わせた中国人客の増加も緩やかながら表れている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・外国人客減少の影響により来客数は前年比でマイナスが続いているが、国内客の客単価が上がってきていることで、売上は回復基調にある（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月上旬は気温が高く来客数が増加したものの、購買は厳しいスタートであった。中旬以降は気温低下に伴い売上が伸び、前年を上回っている。食品の価格上昇は今月も続いており、儉約志向の客が増えている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・上半期と比較してもインバウンドの減少幅が縮小してきており、比較的堅調に推移している。国内客の消費も安定的であり、大きな動きは見られない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・免税売上は、客単価が前年を下回っているものの来客数が上回っていることや消耗品の好調により、全体のマイナスは1けたまで縮まってきた。国内需要は食品や婦人服を中心に増加傾向が続いている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・各カテゴリー共に前年比ではプラスとなっている。食品は物価上昇による買い控え傾向があるためか微増にとどまっているが、月後半に気温が下がってきたこともあり、季節商材に動きが出たことで、紳士服、雑貨、リビング用品などは前年よりも伸びている。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客やインバウンドの販売量が増加している（東京都）。
	○	スーパー（営業担当）	単価の動き	・米及び野菜全般の価格が依然として高く、調味料等の値上げも続いているため、単価の上昇傾向は継続している。そのため、生活防衛意識が強く、販売量、来客数は低調である。単価の上昇分が販売量、来客数の減少分を若干上回っている分、売上は3か月前及び前年よりも伸びている。ただし、特売売上構成割合が高くなっているため、利益率は低下している（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・多くの取組をしているため、やや良くなっている。
	○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・主要事業であるドレス事業は、価格改定を実施し、改定前と比べて単価が2.2%上昇している。一方、着物事業は横ばいで、全体としてはやや上向きである（東京都）。
	○	衣料品専門店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドの増加傾向がある（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が増加しており、サービス部門も順調である。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・年末に向かう影響もあってか、利用頻度は活発であり、景気後退感は見受けられない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の8月は暑い時期で、ケータリングはほとんどなく、店舗の売上だけだったが、今は店舗の売上に加えてケータリングがかなり入ってきているため、その分、やや良くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食業、輸入業共に夏向け商材が多く、今年は猛暑だったので比較的売れた。しかし、仕入価格の上昇、輸入品の値上がり止まらないため、売上の伸びの割に利益は伸びていない。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7月頃に1度落ち込んだが、8月から10月は近隣の大型コンベンション施設での催事、展示会、イベント、ライブ等が順調に入っており、その影響により宿泊部門は好調を維持している。宴会予約も年末に向けて徐々に増えてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンド及び大阪・関西万博の効果が、当初の想定よりも持続している（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月は大口の団体予約が複数件あり、稼働率が高くなっている。例年同様に団体の動きが活発で、見込みどおりである。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比107%ほどで推移している（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・良い物にはお金を掛けても良いと考えている様子がうかがえる。
	○	通信会社（経営者）	競争相手の様子	・皆が積極的な気持ちになり、各販売店の動きが活発になっている（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・受注が前月、今月と少しずつ伸びている（東京都）。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・10月に入ってから週末の天候が良くないものの、3か月前と比べると客が増えている。大阪・関西万博閉幕間際の入場締切報道等で、行っても入れないことが周知されたことや、閉幕自体も影響していると考え（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・既に12月や年末の予約が入ってきている（東京都）。
	○	その他サービス [葬祭業]（経営者）	販売量の動き	・季節の変わり目で体調不良を起こしてしまう人も多く、依頼が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・現在設計を受注している客の様子をみていると、状況は良いものの何となく先が見えず、住宅価格が高すぎることに悩んでいる客が多い。しかし、全体の流れとしては非常に良い。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新規案件が動き始め、打合せが多くなってきている。
	○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、インバウンドがかなり増えてきたため、ホテルの稼働率も上がってくる。一方、建設業では、材料費がかなり高騰しており、公共工事を含め、スムーズな受注ができない状態である。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客からの問合せ、成約件数共に増加している。
	○	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・2極化が進み、良くなっていない層との接触機会が余りないためかもしれないが、グレードにこだわる層が増えているようである。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・最近の着物業界は、ほとんどが販売からレンタルに変わり、そうしないと商売を維持できない状況になっている。レンタルでは若年層をターゲットにせざるを得ないが、若年層は、できるだけ低単価でという消費行動である。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・暑すぎる夏の影響から徐々に抜け出せているが、急激な気温の変化や天候不順がいまだに不安定さを誘発している。クレジットカードの取扱高にも乱高下があり、物販は良いものの飲食が低調というような現象が起きている（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品の動きはそれなりにある。小さな電気工事や分電盤の取替え工事などもある。ほかに、補助金申請手続の手伝いなどにも追われている。
	□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・新規事業がこれから始まる。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・売上が非常に低迷している。問屋筋からの情報によると、全体的にそのような傾向にあり、インターネット販売の終点になる業者においては売上が良好とのことで、やはりインターネット販売に押されていることは事実である。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・イベントシーズンになったが、今一つ盛り上がりに欠けている。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・物価が上がっている割に客の収入は変わらない。食料品の単価も高くなっているため、買い方が慎重になっている（東京都）。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・目の悪い人にとって眼鏡は必需品なのでコンスタントに来店してくれるが、季節としては夏の方が売上が良く、冬は少し悪い。これから冬を迎え、来客数がやや減るが、良い接客をして客単価を上げる努力を忘れないことが大事である。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・今月も来客数、売上共に前年と同様の推移をしている。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・売上が伸びず、何とか現状を維持している状況のため、とても良いとはいえない。新規受注もなかなか取れず、苦戦している。人員も減り、社内で袋詰め作業なども行っているため、営業にも行けず、外の状況が余り分からない（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・6～7月はギフトの不調が大きく影響し、数字を落としたため、その時期と比較すると復調の兆しがみられるものの、8月以降の推移から見ても販売実績は芳しくない。継続的な値上がりにより購買単価は5%程度上昇しているものの、購入点数及び来客数が減少し、売上は伸び悩んでいる（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・気温の低下に伴い、月を通して衣料品の動きが好調である。一部の高額品の動きが良く、全店で善戦しているものの、食料品の苦戦により目標に僅かの差で届いていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月に入り、訪日外国人の購買行動に勢いが出てきている。秋冬商材の衣料品の動きも、紳士、婦人共に良い傾向が続いている。株高や政治的な変化もあり、消費の面から見た景気の動向は平行線ではあるものの、やや上向きになっている（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	単価の動き	・担当しているショッピングセンター内のテナントでは、スーパーや化粧品などで全般的に価格が上がっている。必需品のために単価が上がっても購入することから、結果としてテナントの売上自体は伸びている状況が続いている（東京都）。
	☐	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・気温が下がってきて衣料品が売れてはいるものの、来客数は増えていない（東京都）。
	☐	百貨店（店長）	販売量の動き	・食品の売上動向を見ても、来客数は維持しているものの、買上点数は減少している。商品単価の上昇により、売上が増加している。
	☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・やや悪い状態がずっと続いている。販売量、来客数共に減少している。
	☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・商品原価の上昇は継続しており、売価も同様に上昇している。そのため、余計な物は買わない節約志向が根強く残っている。
	☐	スーパー（店長）	それ以外	・急激な気温低下により、商品の売れ筋が大きく変わっている。値上げの影響により、買上点数は下落しているが、買上単価の上昇により、売上自体に大きな変化はない。客は価格を見ながら商材を購入している。
	☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
	☐	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・市のキャッシュレス決済キャンペーンにより、来客数が増加している。
	☐	スーパー（食品担当）	単価の動き	・気温が下がり、防寒商材、ホットメニューが売れ始め、月間では前年並みの売上となっているものの、食品は商品単価の上昇、来客数の減少、買上点数は横ばいのままで変わらない（東京都）。
	☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の伸びが少ない状況が変わらない。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏場から売上が若干落ちているが、今のところ戻る気配がない。おおむね7%落ち込んでいるが、更に下がる様子はなく、物価高が落ち着けば下げ止まるかもしれない。ガソリン暫定税率が廃止されれば、良い変化も起きるのではないかとみている（東京都）。
	☐	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・政治関連では比較的前向きの体制となり株価も好調だが、消費の実態は気温も急激に下がってきて落ち込んでいる。また、最低賃金引上げによる企業利益の圧迫も心配である（東京都）。
	☐	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・景気は良くも悪くもない。夏季に比べて来客数は減っているものの、それ以外の時期と比べると同様の景況であり、1年前、2年前の同時期と比べても同じような水準である。客の購入の仕方もいつもと変わらない。景気が良くなればちょっとしたぜいたくをするかもしれないが、そういった傾向も余りみられない。
	☐	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・景気は特に変わらない。今月は大きな祭りがあり、週末の2日間は売上が大きく伸びたが、祭りでの売上増加は一時的なものであり、祭りの客がふだんも当店を利用してくれる可能性は少ないため、景気が良いとはいえない。ただし、安定感があるのもコンビニの強みである。数か月前と比べて景気が変わらなくても、何かのきっかけで売上が伸びる可能性もある。
	☐	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・物価高が相当影響しており、買い控えが目立っている。
	☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価高の影響もあって来客数が伸びない。欠品商材はほとんどないが、この状況はまだしばらく続く。
	☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらず前年同等の伸び率である（東京都）。
	☐	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・商談発生数は変わっていない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期の反動減が暮れまで続くと予想している。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が多少増加している。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・値上げにより売上は増加したが、販売数量はほぼ変化していないため、景気そのものは変わらない（東京都）。
	☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・これまで高値だった一部の鮮魚が豊漁となり、一時的には売れるものの、食料品全般の値上げ報道のため、しばらくすると伸び悩む（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・10月の実績は、前年比で売上が99.9%、来客数が96.0%、客単価が104.1%となっている（東京都）。
	☐	高級レストラン（役員）	それ以外	・現時点では来客数、売上共に悪くはないものの、仕入れなどのコスト高により利益圧迫の状況が続いており、3か月前の景況と変わらない（東京都）。
	☐	高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・単価は引き続き高止まりしている（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月はかなり大勢の宴会が2～3件入っていたため、とても良い。それ以外はそれほど動きがなかった（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は週末の天候が悪く、売上や来客数に影響が出ている。店舗によって違いはあるものの、来客数や客単価が落ちている店もある。繁華街の店舗はレジャー性が高い（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	お客様の様子	・当店は現金のみの対応だが、日に何人か現金を持たずに来店する客がいる（東京都）。
	☐	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・9月までは前年度に行った価格転嫁交渉の効果で前年度を上回る利益を計上できているが、10月以降は最低賃金が新たに引き上げられ、原材料価格の高止まりの影響もあり、利益が圧縮される（東京都）。
	☐	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・米を始め、食品類や諸物価が上昇している。時間とお金に余裕のある客が来店する商売のため、客がとても来店できる状況ではなく、前月、前々月と比べると開店休業状態で、販売量の動きもほとんどない。
	☐	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行においては、例年の予算での実施はますます厳しくなっている。特に、宿泊費と貸切バス代の上昇が顕著である。
	☐	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・例年申込みのある客は政局をにらみながらなのか実施に踏み切らないことが多くある反面、新規客も増えているため、トータルでは変わらない（東京都）。
	☐	タクシー運転手	来客数の動き	・平日の夜は終電後しばらくすると客の動きが激減する。昼間の営業は暖かいときは客が出てきて、少し雨が降ると利用がかなり伸びる（東京都）。
	☐	通信会社（社員）	お客様の様子	・今月は新規の番組提供の案件が進んでいる。短期の見込みだが、メディアへの投資が小規模の店舗に広がっている事例である（東京都）。
	☐	通信会社（社員）	それ以外	・当社はストックビジネスで値上げが難しく、売上伸長のためには加入者数の増加しかないが、低調な獲得が続いている。社員の給与も頭打ちで、物価高を節約でしのいでいる状態である。離職者は増えていないものの、新規採用では応募者が全く集まらず、人手不足が続いている（東京都）。
	☐	通信会社（局長）	販売量の動き	・契約数に伸びはないが、前年同月比では微増しており、良くも悪くもない状況が続いている（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識が相変わらず強い。
	☐	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・いろいろな生活用品の値上げが続いており、気が付いたら毎月の生活費を使い切っているため、余暇には余りお金を回していないと客が話している。
	☐	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・通信回線の光ファイバー化のエリアを広げたが、顧客獲得に対する改善効果は薄く、販売量に結び付いていない状況が続いている（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・マーケットに対する新政権発足の影響はまだそこまで現れていない（東京都）。
	☐	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・天候が悪く、客足が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・前政権から新政権誕生までの間、国会が開催されず、減税や景気対策等の遅れが響いている。
	□	その他レジャー施設「ボウリング場」（従業員）	お客様の様子	・平日の客の動向を見ていると、来場客数自体が少ない。法人予約の問合せはあるものの、年末の繁忙期も例年同様の予約状況である（東京都）。
	□	その他レジャー施設「総合」（経営企画担当）	単価の動き	・秋に入り、インバウンドは回復傾向にあるものの、単価はさほど伸びていない（東京都）。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来店頻度がなかなか戻ってこない。
	□	その他サービス「立体駐車場」（経営者）	来客数の動き	・特別に来客数が増えるわけでもなく、横ばいである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約62%となり、景気は悪い。3か月前と比べると販売量がやや落ちているが、景気が悪い結果に変わりはない。来年度の住宅に関する補助金はどうなるのかは、例年11月に分かるため、様子見の客が増えている。また、金利が上がりローン破綻の可能性というニュースを見る機会が増えたため、客の動きが停滞している。
	▲	一般小売店「家具」（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると悪くなっている。やはり物価高の影響かとみている。来客数が少なく、販売量もやや落ちている。新政権となり、この先どのように変わるか様子をみていきたい（東京都）。
	▲	一般小売店「酒類」（経営者）	来客数の動き	・秋から多くの食品が更に値上がりし、生活者は苦しい状況に置かれている。
	▲	一般小売店「傘」（店長）	来客数の動き	・晴雨兼用傘の需要が一段落し、来客数が減っている。
	▲	一般小売店「書店」（総務担当）	お客様の様子	・米国での大学に対する補助金削減などの影響により、米国の大学における学術資料購入数が減少している。影響を受け、当社の受注も落ち込んでいる（東京都）。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	単価の動き	・高額品を購入できる層と、日用品の値上がりに負担を感じる層とに2極化している。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているため、節約志向が強い。プライベートブランド商材が売れている。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・来客数が減少している。会員の来店情報をみると、来客数は大きく変化していないが、来店回数が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に落ちている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・大型店の特売合戦が続いているため、ますます大型店に客が流れている。売上、来客数の減少が続き、利益が大幅に減っている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は物価上昇に伴って上がっているが、その分買上点数が減少し、来客数も5%程度減少している。気温が下がり、夜の売上がやや落ちている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商材の値上がりのため、客単価は変わっていないものの、来客数が前年比4～5%減少する状態が続いている。客はドラッグストア等、できるだけ安価に販売している店舗に行っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・最近の急激な気温低下で来客数が減り、ソフトドリンクや酒類の売上が減少している。弁当、おにぎりといった主食系は変わらずに推移しているものの、全体的な客足の減少が今後どのように影響してくるか心配である（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・担当店舗の近隣に競合店となるスーパーが開業したため、来客数が前年を大きく割っている。特に、総菜や飲料の落ち込みが激しく、女性客が遠のいている（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年割れし始めている。3か月前は100%を超えていたが、今月は99.6%と低調に推移している。
	▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・気温が下がらず秋物需要が伸び悩み、来客数は苦戦している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節要因として、気温が高い日が続く、暖房器具の立ち上がりが遅く、来客数が想定より少ない日が続いている。客の生活防衛意識が強く、1度の来店で購入に至ることが少なくなっている。競合他社との比較が依然として多く、財布のひもは固い。
	▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価上昇が続いている。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新車の売行きが良くなく、客から継続車検にすることにしたとか極力安く行いたいという依頼があることから、景気は良くない。また、他社の話だが、大手自動車グループが合併会社化を図っている。新車の売行きが良くないことから、販売子会社を合併し、総数を減らしている（東京都）。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の需要が低下し、販売量、売上が著しく落ちている。
	▲	乗用車販売店（営業）	それ以外	・車の買取価格が下がっているため、支払単価も変わってきて、客の動きが悪くなっている。買取りが悪いと乗り換える客もいる。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・天候不順が続いたため、来客数が少ない。客単価も下がっている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・物価高による可処分所得減少からか、相変わらず財布のひもが固い客が多い（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街の飲食店だが、ランチはまだ客が来店するものの、夜は接待もなくなり、職場の飲み会も減っている。どうにか景気を良くして、人々の考え方が変わらないと、飲食店全てが厳しくなる。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・客層が、お金に余裕がある層、領収書を切れる層が多く、会社員同士の来店はほとんどない。物価高の影響で当店のような客単価5000～6000円の店には来店しにくくなっているとみている（東京都）。
	▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・今夏は暑かったため、客足が少なかった。涼しくなり客足が戻ってくると考えていたが、なかなか戻らない。食料品や日用品の値上がりで、生活必需品が優先され、嗜好品への支出を抑えているのが現状のようである。安価な物が売れやすい傾向にある（東京都）。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は全体的に仕事ができている。病院、会社、駅等において、平均して利用があつて良い。夕方は居酒屋等の送迎が少なくなっている。店仕舞する居酒屋が増え、夜の仕事に苦戦している。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・暑さが落ち着いてきたため、利用客が減っている（東京都）。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・天候が安定しているため、電車やバスでの移動が苦にならないようである。また、引き続き夜間の人出がなく、長距離の乗客は皆無である。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・交渉中の案件が受注まで時間が掛かっている。工事等も減少傾向である（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・必要最低限のサービスを希望する客が多い。以前よりも価格の見直しを希望する客が増えている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・これまで1度も値上げをしてこなかったが、仕入価格の上昇が止まらないため、来年1月より当社も値上げせざるを得なくなった（東京都）。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・週末の天候不順による影響が大きい（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・来場者数が前年同月比98%で推移している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・10月も中旬を過ぎ、本来なら暑さもなく過ごしやすい季節で絶好のゴルフシーズンである。しかし、急激な気温低下や天候不良が多く、思うようには来場者が増えてこない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・顧客が減少しており、それに伴い売上も減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・円安、物価上昇から消費活動を控える動きが多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	設計事務所（職員）	販売量の動き	・単純に市場の発注量が減っており、受注も伸びない（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・半期決算後の月だが、いつもより受注がやや悪い。
	×	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭部においては、今月は降雨日がとても多く日照時間が少なかったことと、急激に寒くなったこともあって、そもそも人出が少なく、来客数が2割ほど減少している。加えて10月から値上げされた商材が相当数あり、紙製品等が値上がりしたため、価格を見て買い控える客が結構多い。外商部では、通信販売も行っているものの、代理店となっている大手通信販売会社がランサムウェア攻撃を受けている影響により、システムが利用できなくなってしまうている。
	×	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・ここ数年で最も悪い。上旬の気温の高さの影響もあったが、寒くなった下旬も客足が伸びない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・10月に入り猛暑も一服し、稼働率は前月比で一定の改善を示したものの、その効果は夏季の業績低迷を穴埋めするには遠く及ばず、限定的である。プレーフィーが高額なビジター需要の低迷は著しく、物価上昇及び実質賃金低下を背景に、生活防衛を意識した高額レジャー支出抑制の動向が強固に定着している。来場者の中心が会員であるため、収益の確保は困難である。止まらない物価上昇により営業費用は累増の一途をたどり、到底利益を創出できる状況になく、事業継続に関わる問題となっている。
	×	競輪場（職員）	それ以外	・一時的な事業休止により悪くなっている。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・新築着工数減少による建材需要への影響は大きく、まとまった物件があったとしても総量は漸減となり、歯止めになっていない（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年どおり、この時期は受注量が増える（東京都）。
	◎	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して確実に良くなっている（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・気温が落ち着き、来客数が真夏の1.5倍くらいになり、売上も伸びてきている。
	○	出版・印刷・関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、名刺印刷の仕事をしている。今月は、会社設立は1件だけだったが、長く使える印材が良いとか、正方形の角印やゴム印など、会社設立に関してかなりお金を掛けても良いという客であったため、客単価が上がっている（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品の大口価格が、AI普及の影響とみられる品薄感から継続して上昇している。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドの宿泊需要は引き続き堅調であり、今後も継続が見込まれる（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィス、店舗共に満床状態が続き、店舗の売上も前年同月比で増加しており、景気は上向きである（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・新首相が行う経済対策への期待が大きい。株価は5万円を超える勢いで上昇している。米国大統領との会談で少しでも有利な関税交渉ができれば、景気の上向き感に拍車がかかる。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・米国の関税政策の影響がある程度で落ち着き、経済活動が動き始めている。中小製造業の受注がやや回復しつつある（東京都）。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・新政権になり、期待から大きく株価が上がっているため、含み益が大きくなっている（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きからみて、やや良くなっている（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げによる売上増加はあるものの、販売量は微増である。客は値上げに対して否定的ではないものの、先行きは不透明である（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年の春夏物の受注量については結果的に回復傾向がみられたが、秋冬物については低迷している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	競争相手の様子	・見積依頼は多いものの、実際に仕事につながる割合は必ずしも高くない。今後は新政権下で中小企業にとってより良い環境が整うことを期待している。
	☐	金属製品製造業 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・単価の高い仕事はもらえるが、絶対数が少ない。
	☐	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・多少の波はあるものの、取引量は総じて一定以上の水準を保っており、今後も同様の状態が続く。
	☐	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・自動車メーカーの生産動向に変わりはない。米国の関税政策の影響も落ち着いてきている。
	☐	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・物価が高止まりしているため、停滞している。
	☐	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・官庁案件で入札不調となる案件が増えてきている。価格が上昇しているのに、予算額がそれに付いてきていない。
	☐	輸送業（経営 者）	それ以外	・運賃改定を受け、収支は改善に向かっているものの、取扱量や納品先が減少している。また、車両手配や燃料価格等、全てに渡って価格が高騰、高止まりしているため、先行きを注視している（東京都）。
	☐	輸送業（経理担 当）	それ以外	・燃料価格の高騰、人件費の増加が続いており、収益が伸び悩んでいる。
	☐	輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・繁忙期になり、物量も多少増えてきたが、燃料価格の高騰が続いており、想定以上の収益は見込めない。
	☐	通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・一時期よりやや良くなってきてはいるものの、依然として低迷している（東京都）。
	☐	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・建設業では仕事が3年先まで決まっているところが多く、特に収益物件のビル工事の受注が多い。収益物件の売買先はR E I Tが占めている。現場では監督を含めて人手確保が大変で、人手さえ確保できれば仕事は幾らでもあるとのことである。小売業では食品関係の値上げが続いており、消費者の必要最低限の購買も続いているため、売上は横ばいである。運送業は、やはり燃料価格の高騰と人手不足に伴う人件費増加が収益を圧迫している。不動産業は、在庫が増えて売行きが落ちており、金融機関の金利上昇によって利息負担が増加している。観光業はインバウンド効果が続いている（東京都）。
	☐	金融業（支店 長）	取引先の様子	・中小企業は物価高、賃金上昇に悩んでいる。また、大手企業並みには賃上げできないため、人材不足が解消されず、求人状況も芳しくなく、倒産の危機に直面している企業も多い。
	☐	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・当エリアの主幹業種である鋳物関連の受注状況は依然として低調なまま推移している。年末に向けた受注の上積みも余りみられず、近々に好転する兆しも見受けられない。また、円高定着の影響から輸入卸関連業種の収益性悪化が顕在化しつつある。不動産業においても、建築基準法改定の影響もあり、着工の大幅遅延等、ブレーキが掛かっているようである。
	☐	不動産業（経営 者）	取引先の様子	・景気の動向は変わらない。当ビルで長らく営業していた精肉加工販売店が後継者不在で閉店し、昔からの入居テナントはパチンコ店のみとなった。店舗面積が40平米くらいの喫茶店があるが、付近にファーストフードや大手コーヒーチェーンがあるため、客もまばらで営業していけるのか心配していたところ、案の定、今月中旬で閉店の貼り紙が出され、2年足らずで閉店することとなった（東京都）。
	☐	広告代理店（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・取引先の飲食店では、猛暑のピークが過ぎても客足の戻りは限定的で、売上水準はおおむね横ばいとなっている。秋の新メニューやキャンペーンの準備は進んでいるものの、販売数量や予約状況に大きな伸びはみられない。一方、当社へのデザイン依頼件数も前月と同程度かやや少なめで推移している。全体としては、動きはあるものの景気の方角感を見極めにくい状況が続いている（東京都）。
	☐	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・9月は悪すぎたが、10月はやや良いという程度である（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで商店街の飲食店をのぞいて帰るが、新型コロナウイルス感染症発生前は結構客が入っていた店でもやはり満員とはいかず、7～8割程度である。客が入っていない店は潰れていくが、入っている店でもそのような状態である（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りが厳しい会社や、補助金や助成金などを活用したい会社が見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・最低賃金引上げの影響などもあり、利益は圧迫されているが、更なる価格転嫁は難しくなっている。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・福利厚生費が負担になり、利益が圧迫されている。物価高に伴って料金を上げられないのが現状である。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げ交渉が保留になっている（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	取引先の様子	・年末に向けて一旦閑散期となるタイミングではあるが、広告宣伝に掛ける予算が年々減少し、自前で作成する傾向が非常に強くなってきている（東京都）。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年度当初からリニューアルした化粧品容器の受注が一段落し、売上が激減している。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体部品関係の安定した受注がなく、苦しい。
	▲	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・物価高の影響により、受注量が増えても利幅がとて少ないため、今後は心配である。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げアナウンスの影響か、客の取引頻度が下がり、受注量が減少傾向にある。例年同期比で1割程度下回っている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は建設機械部品を製造しているが、国内向け受注が減少している。工事費が上がっていることで、工事を発注したいが見送ろうと考える人が増えてきているためだと聞いている。
	×	建設業（経営者）	競争相手の様子	・原材料価格の高騰と人手不足で、忙しいのに良いと考えられない。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・請負案件の受注が好調である（東京都）。
	○	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・前年比110%弱の勢いで派遣依頼が堅調である。成約数も同程度となっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末の繁忙期に向けて求人数が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・全体的に中途採用の求人数が増えている。それに加えて賃金も高くなっている。大手企業を中心に景気が良くなってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣求人数が増える時期ではあるが、依頼背景は社員、派遣スタッフの欠員のためである。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・年末が近づき、求職者数が減ってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・若干上向いているようにも見受けられるが、現時点では変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・下期に向けての派遣社員の交替や増員案件も落ち着いたため、前月と比較すると求人数は減少しているものの、3か月前と比較した場合、求人数はおおむね横ばいである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・今月は求人数が若干鈍化している。前年比、前月比共に減少している。求職者数をみても、新規派遣登録者数が若干伸び悩んでいる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・製造業からのエンジニアの引き合いは変わらず多い（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・建設業等の事業所閉鎖が増えている一方、飲食店の出店は増えている。ただし、飲食店や介護等のサービス業は人手不足により十分に稼働できず、計画どおりの収益を確保できていない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人数と応募者数は多いが、マッチする人がなかなかおらず、決まらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇スピードに賃上げのスピードが全く追いついていない（東京都）。

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

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	*	*	*
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・10月後半より急に気温が下がり、冬物衣料の動きが良くなっている。また、食品催事、ブティック、家具、家電が前年を上回り、店全体の売上を押し上げている。ふるさと納税返礼品の駆け込み受注もプラスとなっている。食品もギフト需要より自家需要が売上を伸ばしている。
	○	スーパー（副店長）	お客様の様子	・新しい首相になり、物価高騰を始め各種問題に対して積極的な取り組みがみられ、消費者も今後に期待している様子が景気にも表れている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の工事需要があり、今月の売上は増えている。いつまで続くか分からない点が心配である。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車のモデルチェンジがあり、新車の受注は上向ってきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前の7月は例年、1年のなかでも繁忙期である。今月は7月に引けを取らず、宿泊客数が2%ほど増えている。また、客室単価は前年同月と比べても上がっており、前月比では5%ほど上昇している。景気は少し上向きになっている。
	○	タクシー（経営者）	来客数の動き	・イベント開催で、人の動きがはっきりと確認できる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・客が全く街に出てこなくなっている。本当にどうなってしまうのかと、心配している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・値上げのためか売上は微増で推移しているものの、販売点数が伸びていない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず必要な物だけを購入する状況が続いており、販売施策に呼応する動きが見られない。季節商材に関しては、電気代が安いわけではないものの、灯油価格の高騰により、エアコン購入が増えてきている。
	□	百貨店（店長）	来客数の動き	・集客に向けて、人気催事を開催する等で来客数を維持できている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の売上は堅調なものの、来客数は微減となっている。買上点数と単価の上昇分でカバーしている状態である。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比では売上は7%増加、来客数は12%減少となっている。近隣の大型商業施設開業の影響もあるのか、来客数は減っている。ただし、外販が順調で、売上は増えている。10月は市長選挙の開票会場から昼夜の弁当注文、病院から祭りでのおにぎり200個や敬老会の弁当注文など、いろいろと注文が重なり大変だった。11月上旬も大型施設でのコンサートスタッフ向けの弁当等、昼夜各100個ほどと注文が多く入っている。何とか乗り切りたい。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が減少しており、まとめ買いの傾向がある。買物頻度が下がっており、支出を抑えている印象である。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年の夏は猛暑で、割と売上は良かった。今月はかなり寒くなり、売上は前年と同じ状況であるため、変わらない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・パソコンの駆け込み需要があり、売上は前年を上回っているものの、来客数は横ばいである。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検、一般整備は前年とほぼ同じで、良くも悪くもない。車両販売については、あらゆる物価高騰により、購入を控えると話す客が多い。
	□	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・冬タイヤが売れる時期だが、来客数は大幅な前年割れとなっている。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	お客様の様子	・前年と比べて売上自体はかなり伸びているものの、物価上昇が追い打ちを掛けている。客の様子をみると、非常に高価な物を求める客と商材価格が上がった分、いつもより安い物を求める客の差が顕著である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数は減ったまま戻らないが、値上げしてもそれほど変化がなくなってきた、利益を減らさずにやりくりできている。景気が良くなっているのかといわれると微妙だが、最悪という状況でもない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ここ数か月、改善の方向に進んでいたが、年末や行楽シーズン前の小休止なのか、フリー客の動きが落ち着いている。元々、予約受注の動きは悪くなかったこともあり、減少幅は大きくないが、ここ数か月で比較するとかなり落ち着いている。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・受注状況等は横ばいである。行楽シーズンを迎え繁忙期に入り、客の旅行意識も高まってきており、旅行相談も増加傾向にあるものの、即決での申込みや予約が少ない。各種の値上がりが必要とみられる。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・前月と比べて若干ではあるものの、売上が伸びている。内訳をみると、寒くなってきた20日頃から近距離の客が増えている。また、障がい者割引の利用客も増えている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・ある程度、予算に対して獲得は安定している状況だが、あくまで最低限の水準で、大幅な売上増加には至っていない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・上向く兆しはないが、政権が変わり物価高対策で消費が増加することを期待している。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光地は天候に左右されることが多々ある。夏までは比較的好調だった来客数は、このところ、連休や週末の悪天候により、個人客の客足が鈍くなっている。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・秋は行楽の季節で屋外レジャーが盛んになり、通常だと売上が低い月になるが、週末に天候が崩れた日が多かったこともあり、売上は落ちずに集客できている。また、このところ、夜間も若者を中心に集客できている。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・閉店を考えている人が意外と多く、結果として街の魅力が薄くなっていく。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数や客単価の低迷により、やや悪くなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・地方のコンビニでは、夕方以降の来客数減少の動きが顕著である。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は前年並みに推移しているが、若干低い状態が続いているため、やや厳しい。
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・今年の夏は猛暑だったため、比較的涼しい当地への旅行者が例年よりも多かった。秋になって前年より来客数が減っている。気温が下がってきたため、紅葉前の当地へ行く魅力がなかったことや大阪・関西万博に客が流れたからではないかと考える。
	▲	遊園地（職員）	来客数の動き	・今月は3連休もあり、多くのイベントを実施したが、降雨が多かったことや台風接近に伴う悪天候が影響し、大きな伸びはみられなかった。
	▲	ゴルフ場（副支配人）	単価の動き	・以前は、プレー代は上げられなくても、食事代等で客単価を上げることができていたが、最近は、食事も費用が掛からない物を選ぶ客が増えている。
企業 動向 関連 (甲信越)	×	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価高でやや悪くなっている。
	×	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	競争相手の様子	・郊外に大型施設ができたため、来店客がいない。
	◎	—	—	—
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、折込出稿が前年比でプラス7%で推移している。なかでも食品スーパー、衣料品、家電量販店等が大きく前年を超えている。
	□	食料品製造業（製造担当）	取引先の様子	・販売量は2割ほど落ち込んだ状態で推移している。
	□	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・諸物価の上昇の影響や一時の新酒ブームに陰りがみえてきて、苦戦を強いられている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量に大きな増減はないが、材料の入荷や取引先からの受注などに若干鈍さがみられる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事の受注量は順調に増えてきており、単価もそれにつれて変化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・企業の業況感は、製造業ではマイナス水準のなかでの改善、非製造業はやや改善してプラス水準を維持している。全体では大きな変化はみられない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大口受注対応が済み、例年の受注対応となっている。夏休みのワークショップ予約も落ち着いたため、予約件数が減少している。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	競争相手の様子	・建築業界では新築工事が少ないため、物の流通が少なくなっている。
	▲	その他製造業「宝石・貴金属」（経営者）	取引先の様子	・金地金、プラチナ地金共に、年当初と比較しても50%を超える高騰となっている。その影響もあり、9月、10月はジュエリーの繁忙期だが、金製品は全てが高いというイメージが生まれている。小売店では商材を見る前から客の買い控えが進んでいると実感するという話を出される。そのような店に仕入意欲はない。
	×	*	*	*
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・人材不足が続いているなか、大型総合スーパーの開店に伴い、オープン時だけ破格の時給が用意されているため、多くの人が流れてしまい、人材が集まらない状況となっている。スーパー自体、どの程度各店舗が持ちこたえられるか心配だが、要員確保の難しい状況は続く。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で、月により増減はあるものの大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・高齢者層を中心に求職活動を活発化させる傾向がうかがえるものの、原材料や光熱費の高止まり等から、就職活動は長期化している。人手不足のなかでも高齢者層の雇用は進んでいない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所管内の9月の有効求人倍率は1.28倍で、前年同月比で0.13ポイント下降している。月間有効求人倍率が前年同月を下回るのは17か月連続である。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)	◎	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕に向けてのラストスパートで、当地域でも鉄道利用者が増加し、売上が堅調に推移している。
	◎	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門が好調である。宿泊者数、客単価共に予算を大きく上回る。個人客、団体客共に増加し、インバウンドの宿泊も堅調である。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・株価の高値更新が影響している。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・今月中旬にタクシー料金が約1割値上げとなったため多少の乗り控えを覚悟していたが、全く影響はなく乗車率はむしろ上昇傾向にある。3か月前と比べても良くなっており、売上も顕著に上がっている。
	○	一般小売店「結納品」（経営者）	販売量の動き	・夏の間は余りにも悪い状況だったので、それに比べると多少良くなっている。
	○	一般小売店「贈答品」（経営者）	お客様の様子	・客の様子をみると購買意欲が少し高まっている。法人客も個人客も明るい様子に見受けられ、今月はやや良い状況であった。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・株高などの資産効果か海外特選ブランド品を中心に宝飾や時計などに動きが出てきた。インバウンドも前年並みの数字を確保することができ、中心となる売上が固まってきたこともあり、前年をクリアできそうな状況である。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・気温の低下により秋冬向け衣料や服飾雑貨の売上が伸長している。夏季の外出控えへの反動から来客数も増加しており、食品、レストラン部門も好調である。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・6月から悪化が続いていた景気は10月に入って回復している印象を受ける。気温が下がったことも影響しているが、政治の安定も一因とみられる。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・気温が下がり秋の訪れが体感できる気候になり、鍋物商材の野菜や肉などが売れるようになった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・営業時間を早くしたため今まで利用できなかった客の来店が増え、売上が伸びた。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・売上はやや上向きだが、来客数はここ数か月変わらないため景気が上向きといえるかは悩ましい。缶コーヒー、ペットボトル飲料、ベーカリーなどは、値上がりしているが以前と変わらず売れており、値上げの分売上は増加している。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・気温の低下により来客数が増加し、前年比10%ほど増加している。前年は減っていた作業服などの買換えが今年は増えてきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・寒くなってきた、スーツの購入客はまだそれほど多くないが、シャツやパンツをまとめ買いする客が増えている。3枚、5枚といったセット商品の動きが良い。ノーアイロンのシャツは、相変わらずよく売れている。
	○	その他専門店「貴金属」（経営者）	来客数の動き	・金の価格高騰により売買客が増加している。初の女性首相誕生の効果か株価高騰の影響なのか、消費者の動きがやや活性化している。
	○	その他飲食「仕出し」（経営者）	お客様の様子	・いろいろな問題も落ち着いた印象を受ける。何より株価の高値更新で、雰囲気明るくなっている。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は猛暑により個人客が伸び悩んでいたが、10月になり団体旅行のシーズンとあいまって集客が上向いている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕や、旅行シーズンや各種大会などの季節要因もあり、宿泊は客足が戻った。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前は参議院選挙があり、また、余りに暑い日が続いたため業界的に、その頃と比べればやや良くなっている。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・3か月前は余りの猛暑で客足が伸びなかったが、気温が下がり秋らしくなって来客数が増えてきた。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街への来客数は依然として多く、最近では修学旅行生も増えてきた。ただし、客単価は上がっていない。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・販売商品の仕入れでは、メーカーの廃番が非常に増えて商品選択の幅が極めて狭くなっている。景気の良い時期は商品の選択肢が多かったが、今では画一的な物が多くなり、客にとって魅力的な品ぞろえを整えるのが難しく、より客離れを促進してしまう。
	□	一般小売店「土産」（経営者）	来客数の動き	・猛暑が長引いた影響で、観光客には本来観光で消費する時間に涼を求めて喫茶店などで過ごす動きが目立った。本当の秋と呼べる気候は中旬以降であった。観光バスの動きは、コロナ禍での状況のままである。
	□	一般小売店「生花」（経営者）	来客数の動き	・来客数は少しずつであるが減っている。ギフト以外の仏花など家庭用は、ホームセンターの安い物で対応している様子である。
	□	一般小売店「生活用品」（販売担当）	販売量の動き	・涼しくなり来客数は増えたが、財布のひもが依然として固く、販売量は増えない。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・目的買いのみで、買い回りをしない傾向は変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ほぼ変わらない来客数を維持しており、買上にも特に変化がない。富裕層は金製品への関心が高く、売上が好調に推移している。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・富裕層の高額商品需要は変わらず好調である。物価高の影響が現れており一般客の購買意欲は低迷している。インバウンド需要も減少傾向である。買い方にも変化があり、客は悩んで厳選して買うかどうかを決めている。
	□	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・高額品、ラグジュアリー商材やブランド品の値上げによる影響が大きい。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・一気に冷え込み、冬物が一時的に売れ始めた。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・自社でも販売促進を強化し集客対策を行っているが、競合先でも同様に強化しており、来客数が増加しない。
	□	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数はほぼ一定の伸びで安定している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・物価が高いため花などのあってもなくても困らない物への消費が減っている。周辺に競合先がないこともあり来客数は前年比110%と好調だが、花だけでみるとなかなか厳しい状況である。
	☐	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ほとんどの店舗で来客数が前年割れであるが、客単価の上昇により売上は全体で前年並みを維持している。ただし、売上も前年割れの店舗が半数近い状況である。
	☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・10月上旬から中旬の気温が高かったこともあり、秋物商材のホット商材の売行きが鈍かったが、その反面サンドイッチや冷たい飲料などが例年よりも好調であった。景気としては夏頃と比べて大きな変動はないが、売れる商材が例年とは少し異なっている。
	☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比15%ほど増加しているが、来客数はほぼ横ばいである。売上の伸びは商品の値上げによるもので、来客数が増えていないため景気が良いとはいえない。余り変わらない状況が続いている。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・客に声掛けしても余り購入につながっていない。理由を聞くと、物価が上がっているため、迷ったときは必要最低限の物だけ購入するとのことであった。
	☐	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・仕入単価が高くなった分を価格に転嫁していることもあり、売上点数が減ったままである。
	☐	家電量販店（店員）	単価の動き	・購買意欲が余りみられない。必要最小限の買換えが中心の様子である。
	☐	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・今月の来客数は前年比では、ここ数か月と変わりない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・物価が全体的に高く、客は出費を抑えようという雰囲気がある。
	☐	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・3か月前から悪い状態が続いている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・来客数は前年並みで、新しいモデルが発売されていない割にまずまずの成約数であった。今年は大規模な自動車ショーが開催されるため、新型車の発売などに関する問合せが増えており、客の関心の高さがうかがえる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・生産はそれなりにできているようで入荷状況は悪くないものの、価格が高くなった新車の売行きは良くない。新車の販売台数が減った分、中古車は売れている。
	☐	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・秋学期向けの販売が順調に推移している。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数はおおむね堅調だが、売上は横ばいである。物価高や燃料価格高騰の影響には、引き続き注視していく必要がある。
	☐	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・前月と比較すると曜日変動の影響はあるが、おおむね横ばいで推移している。平日と土日祝の状況から節約志向は継続している。
	☐	一般レストラン（従業員）	販売量の動き	・価格の上昇が続いている。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・様々な物の価格が上昇しているため、消費意欲が旺盛というほどではないが、イベントやフェアの売上は前年並みからプラス5%程度で推移している。
	☐	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・ホテルの朝食料金を約1000円で設定しているが、物価高の影響を受け、節約のため朝食を付けずコンビニで済ませる客が多い。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・インバウンド需要、株高、米国の関税問題も一段落など、マイナスの要素は見当たらない。接待などの企業利用と家族利用も高止まりし、この状態が平時になりつつある。
	☐	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末以降の商品はまだ売上が見通せない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・秋の旅行シーズンから年末年始での予約に続き、春休みの問合せも増えているが、インバウンド需要の影響か航空代金や宿泊料金がかかなり高騰し、物価高が押し寄せている。ただし、消費者の理解も徐々に進み、旅行代金の高騰は仕方ないとみる客も多い。
	□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・ターミナル駅前のレストラン街にある和食店は、以前は満席の日も多く予約が必要であったが、料理単価が上がったためか満席の日がみられなくなり、特に夜の空席が目立っている。他のレストランでも、夜の来店客がかかなり少なくなっている。
	□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・毎月物価が上がり仕入料金も上がっているため、旅行代金も値上げしている。宿泊代金、航空代金はダイナミックプライシングと呼ばれる変動料金制が主流となってきた日々変動している。前日に案内した料金より数千円高くなっても予約は入るため、懐に余裕がある人が多い様子である。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数、解約数共に、前年同月より低いレベルで推移している。人が動いていない印象を受ける。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・来年度に向けた予算取りが多くなっている様子であるが、実際に契約締結に至るような具体的な動きはみえない。
	□	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・固定電話は新規申込みと同程度、解約や料金見直しの申込みが増えている。インターネット回線については、リモートワークの関係で申込みが増えている。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・今月の来客数は前年より少なかった。大阪・関西万博が閉幕し、紅葉時期を迎えれば前年並みに戻るかもしれない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・今月は、涼しくなり来客数の増加を期待した矢先に、週末等のイベント開催日がほとんど雨天だったため、月次目標は未達で前年も下回った。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・年配者の元気がなくなっている。街に出る人が少なく、タクシー運転手は商売が上がったりだと言っている。
	□	パチンコ店（従業員）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いており、良くなる要素は特にない。
	□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・現在のキャンペーンセールは好調で、新たな美容商品のキャンペーンも開始する。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の会話では、物価高を嘆く声と価格が下がらない米の話題がほとんどである。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話からもいろいろな面で景気の悪化がみられる。物価高がかかなり響いている様子である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・低調な状況が変わらず、契約は少なく来場者数も横ばいである。早く税制改正の大綱が決まり来年に向けて後押しとなる明るいニュースが出ないと、先に進まない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・例年と比べ退去が多い。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は減っていない。午前中は年配客が多く、実際に購入する客としない客が半々である。現役世代サラリーマンの来店もあるが、購入に至る客は少ない。金曜日は店頭を見て回る人が多いが、声を掛けても反応がない。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年割れが続いている。特売比率が上がっているが、買上点数は前年割れしている。
	▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今月は天候が悪い日が多く、来客数が減った。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今月の来客数は前年比マイナス５％と大きく悪化した。今までは多少の減少でも３％ほどの客単価上昇でカバーしていたが、いよいよカバーできなくなってきた。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は周期的に雨が降り、気温も低くなったため来客数が前月比で５％ほど減少した。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて1日当たり50人減少と著しく減っている。週末の雨天、価格高騰や本部販売促進が弱いなどの要因から想定はしていたが、ここまでの落ち込みに驚いている。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・1日当たり売上は前年比99.6%で、来客数は前年比96.4%、客単価が前年比103.0%であった。関東以外では特に来客数の落ち込みが激しくなっており、インバウンド需要が少なれば来客数が伸び悩む傾向は明らかである。これは小売業全体に共通する課題である。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が減り続けている。10月単月では前年比2割減少した。元々閑散期であるが、期待していたパソコン買換え需要も一服し、気温が高めであるため冬物もまだ売れない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売停止の車種が多く、人気車種のほとんどが売れない状況が続いている。客が欲しくても大半の車種が買えない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話では、生活必需品の価格上昇がますます家計を苦しめていると、嘆きに近い声を聞くことが多くなった。生活の基盤となる品物の価格上昇は、客の消費を委縮させ生活防衛に傾くため、すぐに必要ではない新車買換えの話には関心を持ってもらえない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の様子をみていると、物価上昇の影響を受け日々の生活に精一杯で、外食にまで足が向かないようである。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・全国での熊被害の報道による影響と、秋の行楽日和と呼べるような天候の日が少なく、来客数が減少した。
	▲	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・価格に対する客の反応がシビアである。
	▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・性能的にハイリスクハイリターンな遊技機が多くなるにつれて、客の来店頻度が明らかに減っている。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・景気が変わる要素がない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・土地、住宅の価格が上がり過ぎて、客はなかなか購入できない。諸物価も上がり続けており、先行きへの不安がある。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・競合他社に負けないよう丁寧に説明して仕事を受注しているが、良い物を選びたい、品質に妥協したくないという客でも、他社により低価格な見積りを出されると受注できない。品質保証で安心を約束して施工する信念を持っているが、価格競争が進むと、今後ますます仕事が取れなくなりそうな不安がある。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・厳しい状況が続いているという話をよく聞く。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・周りの経営者をみていると、少々の値上げでは追い付かないほど様々な物価が上がっていて、利益がほとんど出ていない様子である。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・取引先の飲食店では、日によって来客数がゼロという店が幾つかある。今後どうしたらよいか、来店を促すいい案はないかといった相談が、日を追うごとに多くなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月に入っても残暑が続いた上に、諸物価の上昇が重くのしかかり、秋物を出す機会を逸して店頭に出していない商品がバックヤードに残っている。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量が増加しない。今一つ成約に結び付かない商談が多い。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は動きが余りなく、これまでやや良かった分、肩透かしを受けた印象が強い。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・仕入単価が上昇しており、来客数も激減している。できるだけ金を使うことを控えている様子が客には見受けられる。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・他社では個人住宅部門が赤字で、下請け業者も仕事量が減っていると聞いた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (東海)	◎	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東南アジアで半導体向け設備投資の引き合いや受注が増えている。米国資本の企業で大型の設備投資が多い。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・10～12月にかけては繁忙期であり、取引先の業種にかかわらず全般的に販売量、受注量が5～8%程度増加している。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・主要取引先では電池材料、半導体関係等の全てで設備増強、増産体制になっており、停滞から抜け出した印象を受ける。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・仕事量は多少増えているが、人員が全く足りていない。募集を掛けても全く応募がない。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・新首相の就任により、株価など経済の様子が良い方向に向かっている印象を受ける。まだ身の回りの生活にまでは変化がみられないが、今後良くなる期待が持てる。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・目に見えて景気が良いという実感はないが、新首相の誕生で将来への期待感が強まっている。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・国内の受注量、販売量に大きな変化はみられない。輸出については微増している。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・最先端の半導体向けの電子材料薬品は引き続き好調である。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新内閣が好感を持って受け止められ、景気は横ばいからやや上向きが期待される。株価が過去最高を更新し続けているため、景気が良くなってようにも見受けられるが、AIへの期待に対する先行投資であり、実体経済が良くなっているわけではない。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・予想より仕事量が出てきており、工場の稼働は高い水準で推移している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・客先業界の設備投資が減るなかで、メーカー同士の競争が激しくなり、価格がどんどん下がって厳しい状況になっている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・現状のプロジェクトが12月までのため、それまでは変化に乏しい。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・コストプッシュ型のインフレで燃料や食品の価格が高止まりしている。支出を抑えて生活防衛をしている人が多い。セカンドユースや安売りの店は平日でもにぎわっているが、高級品を扱う店の客足は今一つである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は稼働日数の関係もあり生産量、販売量共に減少したが、そこから余り戻っていない。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・値上げが止まらない。米や卵なども価格は高止まりしており、給料が増えても生活は楽にならない。
	□	建設業（役員）	競争相手の様子	・投資で成功している人は別として、大多数の人はいかに節約するか考えながら生活している。
	□	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価高で仕入原価が上がり、工具等の価格も大幅に上がっている。売上額としては大きくなるが、そもそも発注自体が難しくなる。公共的な事業では見積りが予算オーバーとなることが多い。物価高の影響により、工事が受注できれば大きな売上が見込めるが、受注できなければゼロになるため、なかなか難しい。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業の出荷物量が引き続き低迷している。消費財についても物量ベースでは前年並みである。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・荷主の話や実際の取引量は以前と比べてそれほど変わっていない。ただし、同業他社からは余り良い話が聞こえてこない。仕事はあっても、運賃がそれほど変わらず経費は増えているため経営が苦しい状況である。いまだに価格転嫁ができていないという話をよく聞く。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内物量が鈍化している。個人消費が伸びてこない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・企業のIT投資は、前年度と同様に予算化の段階で提案が却下されることが多い。提案を求められる事項はランニング費の低減につながるものばかりで、新たな顧客獲得につながるような提案には興味を示さない。AIへの過剰な期待感があり、固定費となる人件費削減にもつながるようなAI提案は、辛うじて検討の土台に載せてもらえる状況である。
	□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業において、受注価格は相応に原価が考慮されているが、人件費や材料費等の上昇には追いついておらず、原価率は以前と比べると上がっている。そのため、大手企業ほど給与を上げることができていない状況である。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が多いが、余り寒くないこともあり、外出や遠出をする人がやや増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
	□	広告代理店（制作担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体での定期的な広告受注は余り変わっておらず、売上の的にもほぼ横ばいである。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	それ以外	・従来からのメディアである新聞を始め、報道では前向きな記事は目に留まらない。政府の動向に期待感はあるが、いまだ不透明である。今後を注視して期待したい。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・企業相手の顧客はおおむね売上、利益共に順調だが、個人客を相手にしている飲食店や小売店、クリーニング店等の顧客は売上が減っている。以前から同じ傾向が続いているため、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）	受注量や販売量の動き	・米国の関税政策により製品単価が上昇し、米国企業に仕事を取られるケースが発生している。自社だけでなく我が国の至るところで同様のことが起こっていると考えられる。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・不順な季節変動の影響を受けて、秋冬向け商材が出遅れている。
	▲	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・物価高による費用増加が著しいことから、10月から少額取引荷主へ10%の一律運賃値上げを行っており、運賃改定直後から荷主からの荷物引取り依頼が落ち込んでいる。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・物価は日々上がっている。食料品等の買物についても、購買量や購買回数を減らすなど必要に迫られており、景気が悪くなっている印象を持っている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年この時期は、受注量、販売量共に他の月より10%以上多くなるが、今年はむしろ5%ほど下振れしている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売数量が減少している。仕入価格が上がっているため販売単価も上昇している。そのため売上としては微減である。利益率、利益額共に落ちている。
雇用 関連 (東海)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者側の好条件や高待遇な企業を選ぶ傾向に変化はない。高スキル人材を求める求人企業側が、提示年収を上昇させた印象を受ける。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・政治の停滞により企業が大きくかじを切ることができず、現状維持が継続している。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・法人関係の利用が少なかった印象を受ける。前年と比べても減少している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職者が大きく増えることはないが、今よりも時給などの条件が良いところがあれば転職を希望する派遣スタッフは増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車関連や航空宇宙関連を中心に人材の引き合いは依然多く、3か月先から契約開始の引き合いでも、十分な人材提案が難しい状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に対して賃金上昇が追いついていない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・国内の自動車販売は前年比マイナスで、輸出を含む生産台数は横ばいで推移し不安定な状況が続く。自動車メーカー各社において秋以降に発売される新型車種に期待したい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・採用数を極端に増やしたり減らしたりする企業は特にないが、大学生の新卒が採用できなくなっているため、高校生や転職者など様々な世代へのアプローチが必要になっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価が引き続き高止まりしている状況に加え、人件費の高騰は企業の経営に影響を与えている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲は依然高いが、一部企業で企業再編のための人員整理の情報がある。
	□	職業安定所（職員）	それ以外	・有効求人倍率に大きな変化がみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前と比較して全体で2.5%の減少であった。産業別では、卸売小売業、不動産業・物品賃貸業、生活関連サービス・娯楽業の新規求人数が増加する一方、建設業、運輸業・郵便業、学術研究・専門・技術サービス業、宿泊業・飲食サービス業、教育・学習支援業の新規求人数は減少となった。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・転職活動に踏み出す希望者が時期的にも鈍化する傾向にあり、企業によっては採用意欲の減退もあるものの、大きくは売手市場の様相に変化はない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は微減で、求職者数及び採用者数は減少している。引き続き売手市場で、求職者はより条件の良い企業へ応募する傾向が高まっている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・地場産業であるアパレル関連の卸売業や縫製業の企業において、廃業や倒産が増加している。
	×	—	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月は前年同月と比較して売上が2けた増加し、好調に推移している。安定したインバウンド需要に加え、国内客による高額品の購入もあった。天候回復による来客数の増加と、高額品販売による単価の上昇が重なり、売上を押し上げる非常に良い流れが生まれている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	単価の動き	・個人客の購入単価は高いが、購入数量は少ない。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・季節が変わり、気温の変化に合わせて売れる商材も変化している。最近は安価な商品を中心に買上点数が増えてきているため、単価が上昇しているなかでは良い傾向になりつつある。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・季節が順当に移り変わっており、客は秋冬商材を買い求めている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・婦人アパレルは季節と気候に影響される業種であるため、秋の深まりとともに客と商品の動きが活発になっている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・パソコンの現行OSサポート終了による買換え需要が高い。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・我が国の首相が新しく決まり、物価高は継続しつつも、ガソリンの暫定税率廃止の方向など日本が少しずつ変わるというマインドがある。10月に3000品目以上の食品が値上げされたにもかかわらず、客の外出頻度は下がっている様子がみられない。また、北陸は観光地化しており、インバウンドは減少傾向だが、相変わらず週末は観光客でにぎわっている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・前月に引き続き、前年と比べて売上が伸びている。賃上げの影響などで、客の余剰資金が増えているとみられる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・秋の山岳観光シーズンを迎え、県外客や外国人客の姿が目立っている。加えて、週末ごとにイベントがあるため人流が多い。衣料品店では月後半から急に朝晩寒くなったことで冬物の売上が順調である。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・あらゆる物価が高くなっているため、牛肉の動きが芳しくない。贈答用も同様で、豚肉や鶏肉にシフトする傾向が強く、これらは非常に動きが良い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売量は下げ止まったままで、良くなる兆しはみられない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月に続いて食品物産催事は過去最高売上を更新した。また、輸入高級時計も好調に推移している反面、秋物衣料品の動きは鈍く売上が低迷している。店全体では前年実績を上回っている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・客の視線は変わらず厳しい。特にコンビニは世間的にコスパが悪いという評価であるため、来客数を増やす施策を実施している。
	□	コンビニ（店舗管理）	それ以外	・米価格が想定以上に高騰している。また、最低賃金も大幅に上がって、利益を圧迫している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の節約志向が強く、すぐに必要ではない商品の購入には慎重になる傾向がある。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・現行OSのサポート終了に伴ってパソコンの売上は伸長するものの、全体の売上は横ばいである。市場としては堅調な推移となっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車の販売量が依然として増えていない。反面、中古車の販売量が増加する状況が続いている。高額消費に対する客の慎重な様子は変わらない。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・新車については販売台数、売上共に若干増加しているが、中古車サービス等がやや減少し、売上全体では横ばいである。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・気温の低下に伴って衣料品需要が拡大しているが、全体として大きな変動はない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕した影響か、10月の連休くらいから予約が増えている。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・前年の1月1日に発生した能登半島地震以降休業状態が続いており、再開までにまだかなりの期間を要する。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・秋の行楽で観光客が増えている。インバウンドも多くなっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・天候の状況や熊の出没などで観光客が減少し、タクシーの利用客も自然と減少するという状況が続いている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客の問合せ内容に特に変化がない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規契約数が前年同期と同レベルの数字で推移している。また、解約数は若干落ちついてきている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店間隔が延びており、結果として来客数が前年割れとなっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅着工戸数に目立った変化がない。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・3か月前と比べて、状況が極端に良いわけでもない悪いわけでもない。低値安定傾向が続いている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・食料品は比較的堅調に推移しているが、最近の値上げにより客の購買に慎重さが出ている。ファッションについては人口減少や高齢化、気候状況により依然低調な状況が続いている。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・来客数はやや改善傾向にあるが、客の購買行動が変化しており、単品購入、低価格商品の選定、購買率の低迷が顕著になっている。また、優待やポイントアップ時期に購入が集中し、それ以外は低調である。客は生活防衛に動いている。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・前月までに販売した自動車の登録は一定水準で推移しているが、今月は新車の受注状況が厳しくなっている。物価上昇により高額品に対する購買意欲が低下している可能性がある。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年にはあった北陸応援割の反動や大阪・関西万博の影響もあり、団体客、個人客共に動きがやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・土地に関する問合せや建物の契約数が減っている。工事費の上昇により、新しい土地も高くなり建物価格も上昇しているなか、新築購入時の借入れが4000～5000万円の高額になっており、ちゅうちょする人が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の住宅購入に慎重な姿勢がみえる。物価の上昇が続く先行きが見通せないなか、建築価格も上昇していることで購入のタイミングを計りかねている様子である。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・大阪・関西万博が閉幕し、観光客数は戻りつつあるが、まだ活気がない。客はこれまで以上に価格に敏感で、単純に値上げしたのでは全く売れない。むしろ、原価が上がっていても目新しさがなければ従来品は値下げせざるを得ない様子である。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・来客数の減少に伴い、買上客数も減少している。週末の来客数減少が止まらない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・値上げが続く、物価高が止まらないという状況で、客の財布のひもは更に固まっている。持ち出しが毎月少しずつあるため、今後経営を続けていけるのか不安な状態である。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・客足が遠のいている。物価高のため来店を控えているという声が聞かれ、体調を崩しているという客も目立つ。今月の売上は例年の75%で、四苦八苦の状態である。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年より受注量はやや少ないが、利益率の高い工事が受注できている。
	○	金融業（融資担当）	取引先の様子	・総じて多くの業種で増収基調にあり、受注が増加している。又は値上げや単価の引上げが奏功していることがうかがえる。一方で人件費や材料費等のコストも上昇しており、利益率は前年と比べて悪化している場合が多い。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震発生からもうすぐ2年となるが、被災のため失った商売はいまだ戻り切らないままである。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・繊維産業はサプライチェーンが長いいため、米国の関税引上げの影響はまだ顕在化していないものの、中国市場の低迷が長期化している。また、スポーツやアウトドア向け製品は堅調な状況が続いている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べて変わらず推移している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の引き合いはある程度あるが、目先の試作対応案件が多く、量産化の日程が開示されていないものが多い。また、車載製品に関しては、予定が3～4か月単位で後倒しになっており、新規量産用金型の受注や設備起工が進まない状況である。
	□	輸送業（経理）	取引先の様子	・取引先に運賃交渉をするものの、価格が上昇しない。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・株価の上昇とともに設備投資の好調も続いており、業種にもよるが全体的に投資意欲は旺盛である。一括購入が増えている一方で、サブスクリプションの受注量は伸び悩んでいる。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者の情報では個人からの問合せが少ないという声が多い。
	□	司法書士	取引先の様子	・年内に会社を解散する手続の依頼や相談が多い一方、若い世代への代表者変更登記の依頼も多い。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・最低賃金引上げにより、人件費の上昇が中小企業に重くのし掛かっている。また、顕著な物価高により、消費者の購買意欲が低下している。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・株価高などで決算に好影響がありそうな状況ではあるが、本業が好調な企業は必ずしも多いわけではない。引き続き、業種によって差が大きい。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数、紹介件数、就職者数に大きな変化はないが、前年同月で比較すると有効求人倍率が徐々に下がりに続いている。人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・業種により求人数の増減はみられるが、全体の傾向として大きな変化はみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・新規取引件数が前年と比べて減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人数が減少に転じてきたのに対し、求職者数は増加に転じている。特に高齢者が増えている。
	×	—	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も恒例の物産や新規の催事が好調で、集客効果がみられたほか、大阪・関西万博の関連売場が好調で、売上は前年を上回る推移となっている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、大阪からの客の予約が入り始めている。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響は大きく、3か月前とは比べられないが、万博閉幕後の10月13日以降も、稼働率、客室料金共に以前と比べて少し良くなっている。11月以降もまずまずの動きであり、少し良い状況となっている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・今月に入り、インバウンドが増加している。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催期間中は、当エリアは来客数の増加による恩恵は少なかったが、ようやく来客数が回復しつつある。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上が好調に推移している。月前半の国慶節の期間中は高額品の販売が増え、国慶節や大阪・関西万博が閉幕し、航空運賃や宿泊料金が下がってからは、化粧品の上売が前年を大きく上回っている。外商売上、外商以外の国内売上共に前年並みの状況であり、来客数は万博閉幕後も前年を上回るなど、減少している様子はない。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は、前年を上回る堅調な推移となっている。残暑が長引いて秋物衣類は苦戦しているが、宝飾品などの高額品需要が好調なほか、円安傾向を受けて免税売上も前年を上回っている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の盛り上がりに合わせて、10月は来客数が前年よりも大きく伸びた。閉幕後の落ち込みを懸念していたが、前年比での伸び率は低下したものの、プラスの動きは維持しており、国内客、インバウンド共に売上は堅調である。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・3月以降、前年の実績を下回っていたインバウンド売上が、前年を上回る推移となっている。少し円安傾向に戻ったことが要因とみられる。その一方、気温の高い日が続いたことで、婦人服や紳士服は冬物商材が売れていない。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・中旬以降は気温が大きく下がり、衣料品の販売が前年比で2けた以上の増加となった。当店は郊外型の店舗であるが、インバウンド需要も高まっており、売上は久しぶりに前年を上回っている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・当地域では国際線就航の影響もあり、インバウンドが前年比で70.6%増え、売上も69.7%増と全体を引っ張っている。国内客の消費も、気温の低下とともに冬物衣料が堅調に動いているほか、富裕層を中心に宝飾品や時計、特選品の動きが好調を維持している。さらに、キャラクター関連の催事などで、来客数も増えている。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・大阪・関西万博の閉幕後も、関連グッズの販売を継続しており、好調が続いている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・気温の低下を受けて、アパレル関連が好調に推移している。また、インバウンド需要の好調もあり、個人消費が活性化する傾向がみられる。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博は閉幕したが、店舗周辺の人出は明らかに増加傾向にある。当店の通常の営業体制に戻っているが、当店の売上や店舗内の各ショップの売上には増加の兆しがみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・3か月前の7月が、猛暑や物価上昇の影響で苦戦していたため、今月はやや改善傾向にある。一方、前年の10月はまだ暑さが続いていたが、今年は秋らしい気候となっており、婦人向けの秋冬衣料の動きも早まっている。一方、食品は苦戦が続いているが、3か月前よりも売上の増加率は改善している。
	○	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・新政権への期待感による株価の上昇を受け、外商売上は好調を維持しているほか、現金客の売上も前年並みとなるなど、免税売上を除く国内売上が増加傾向にある。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・猛暑の影響で入店客数は減少していたが、10月に入って気温が低下したことで、入店客数が増加傾向にある。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕以降は、客の間で購買の動きが増えている。
	○	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンド売上が回復気味で、大阪・関西万博の閉幕後も関連売上は好調であった。副首都構想などによる株高効果もあり、宝飾品や時計の動きも好調となるなど、明るいムードとなっている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数や単価がやや改善した。7月の猛暑から一変し、10月には秋風が吹いて秋物商戦が動くなど、気候面の変化による影響が大きい。一方、大阪・関西万博の閉幕前は、大阪市内でも国内客、インバウンド共に来店客が多くみられ、業績へのプラス材料となっている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・来客数の増加による影響や、期間限定で単価を下げた販売強化を行った効果が出ている。
	○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・客の予算が以前よりも増えているが、単純に物価上昇が影響している部分もある。
	○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・株価が史上初めて5万円台となり、特に富裕層は利益が出ている様子であるため、今後は消費に好影響が出ると予想される。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営店のカフェでは、欧米からの外国人観光客を中心に、来客数が増加した。卸売関連でも、地域差はあるものの、順調に注文が入ってきている。
	○	その他飲食「洋菓子」（管理担当）	来客数の動き	・前年は駅の工事で人の動線が変わり、店舗前の動きが増えたことで好調となったため、今年は前年比で90%と厳しい状況であるが、2年前よりも増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・首相の交代による高揚感が広がっており、何となく期待感が高まっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・秋の観光シーズンに入り、高単価での販売は難しいが、直近の予約状況は回復傾向にある。
	○	通信会社「貴金属オークション」（経営者）	単価の動き	・金相場の上昇が一気に加速する傾向にあり、一時的には下落しても、更なる上昇を見込んだ動きが目立っている。
	○	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9185円と、3か月前の9075円よりも上がっている。
	○	その他レジャー施設「飲食・物販系滞在型施設」（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催期間中に比べて、団体客の動きが回復傾向にある。また、暑さがかなり和らぎ、外出する意欲が高まっている。国慶節期間中の中国からの来訪も、例年と比べて多い印象を受ける。
	○	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建材価格や資材価格の上昇の動きが、かなり落ち着いてきている。
	○	その他住宅「住宅設備」（営業担当）	販売量の動き	・8月決算の結果をみると、想定を上回る売上が達成できた。首都圏での売上増に加え、改修工事の売上増加が全体の改善につながっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街での店の状況は、業種ごとのばらつきはあるが、低価格の商品が売れている。
	□	一般小売店「時計」（経営者）	販売量の動き	・最近になって新しい客が増えたようである。住宅街の路面店としては余り良くない立地であるが、量販店でない点に興味を持ち、インターネットで知ったという客や、以前から関心のあった客の来店がみられる。その結果、売上の増加につながっただけでなく、時計に興味のある人が多いことを知った。こうした客を、従来の客とともに大事にしていきたい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、気温の低下で月前半は好調に推移したが、後半の失速により売上は前年比で97%となった。客単価は104%と上昇したが、来客数が前年を下回った。直近の数期で商品単価が10～20%上昇したため、客離れが続き、メイク商材などにその影響が出ている。一方、フレグランス関連は男性客の新たな動きで好調に推移するなど、今後のギフト市場は好調な動きが期待される。
	☐	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・冬物衣料の動きが少し出てきたものの、気候要因によるものであり、景気の変化は余りみられない。
	☐	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・価格の高い物は売れにくく、卵なども値段が上がると思われ、少しセールをするとよく売れる。
	☐	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・着物については、客の購入機会が減少している。
	☐	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・贈答品の売上の低迷が続いており、11月も横ばいとなることが予想される。
	☐	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・近隣でのスーパーの出店ラッシュから1年が経過し、入店客数は27日現在で前年比1.2%減、売上は横ばいと、前年並みの動きがみられるようになった。大阪・関西万博の閉幕前の1週間は、入店が都心部に集まり、郊外店の当店は入店数が非常に悪くなった。その影響を勘案しても、前年並みの数字は確保できている。
	☐	百貨店（企画担当）	単価の動き	・購入の動きが高額商品と低額商品に2極化しており、中間価格帯の商品の不振が続いている。
	☐	スーパー（経営者）	お客様の様子	・来客数の落ち込みよりも売上の落ち込みが大きく、ディスカウント商品を求めて、客が競合他社を買い回りしている。
	☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げの影響で客単価は上がっているが、購入量は減っている。家計の収入と支出のバランスも悪い。
	☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・必要な物を厳選して購入する動きがみられる。
	☐	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいで安定している。
	☐	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・残暑から一転して気温が低下し、鍋物食材や冬物衣料といった冬物商材の動きが活発化しているが、天候不順や激しい気温変動の悪影響もある。一方、大阪・関西万博の閉幕や大手飲料メーカーの出荷制限といったマイナス材料はあるが、影響は限定的である。
	☐	スーパー（企画）	販売量の動き	・売上は4月から好調を維持しており、買上点数以外の来客数や客単価といった数値は伸びている。部門としては、水産関連以外は目標を達成しており、特に米の売上が大きく伸びている。
	☐	スーパー（企画）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数の増加が続いており、売上の伸びも継続している。
	☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・月前半は大阪・関西万博の効果で来客数がかなり多かったが、万博閉幕後は、特に夕方以降の来客数が明らかに減少している。
	☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、日中はインバウンドが少し減ったようであるが、それでも来客数は多く、毎日忙しい。
	☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕して外国人観光客が減ると予想されたが、特に変化はなく、多くの観光客の来店がみられる。
	☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数の伸び悩む状況が続いており、大きな変動はない。
	☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・一気に寒くなり、冷たい物は余り売れなくなった。年末にかけて旅行客が増えることを期待している。
	☐	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客にダイレクトメールを送付しても反応が極めて悪い。修理業者も暇なようで、連絡をすれば商品をすぐに受け取りに来る。
	☐	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・補助金の締切り間際で、問合せが増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	家電量販店（店員）	単価の動き	・商品単価は前年比で低下している。物価の上昇で必要最低限だけを購入する動きが目立ち、特に高付加価値品が厳しく、単価の下落がみられる。今後は新内閣発足や米国の関税による影響に左右されるが、良い方向に進むことを期待している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・様々な要因で状況の把握が困難となるなか、他のメーカーも苦勞している。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は横ばいの動きが続いている。
	☐	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来客数が減少している。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数に変化はなく、景気が上向く動きはみられない。
	☐	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月も新車の販売台数は目標を達成できず、ここ数か月は苦戦が続いているが、中古車の販売台数や修理関連の売上は好調を維持している。新車販売の苦戦は、車両単価の高騰に加え、電気自動車政策の見直しによる新型車種の不足、話題性のある車種の不足により、新規客への販売が減少したことが要因とみられる。
	☐	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新規客が減っている。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・5月以降は販売量が低迷しており、景気が上向いている感覚はない。さらに、今回の最低賃金引上げにより、利益は圧迫される一方である。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	単価の動き	・商品の単価が上がり続けるなか、連動して値上げを行っている店もあるとみられる。売上や客単価は値上げの影響で上向いているが、来客数はそれほど増えておらず、景気が良くなっているわけではない。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で微増となっている。原油価格はやや低位で推移しており、景気判断に大きな変化はない。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・恒例の催事では、客単価が前年よりも上がっている。これは材料相場の高騰による商品価格の上昇に加え、今後は更に値上がりするという消費者の意識が働き、客単価の上昇につながっている。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴う、季節商材の大きな動きはみられない。10月も化粧品や美容関連用品は順調に動いている一方、食品や日用雑貨などの生活必需品は横ばいで、医薬品や健康食品、衛生用品は減少が続いている。3か月前と比較して客単価は上昇しているが、来客数や買上点数に大きな変化はない。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	来客数の動き	・大阪・関西万博の関連売上の好調を除けば、ややプラスではあるものの、今後大きく伸びる様子はない。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・急激な気温の変化に左右されている。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、近隣の商店街の人通りも徐々に戻ってきたが、依然として客単価は低い。
	☐	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比は105%前後で継続的に増えているが、来客数はまだ前年の水準に届かず、横ばいの状況が続いている。
	☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・新たな首相となり、何となく景気が上向く期待はあるが、実際にはまだ何も変わっていない。
	☐	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後も引き続き団体客が多く、販売量も前年を上回っている。
	☐	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・大阪・関西万博の閉幕に伴い、国内需要は減少傾向にあるものの、欧州からのインバウンドの動きが出てきている。
	☐	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・大阪・関西万博の閉幕間際の駆け込み需要により、宿泊は高単価、高稼働となり、コロナ禍以降で最高収益となっている。
	☐	タクシー運転手	来客数の動き	・大阪・関西万博は閉幕したが、アプリ経由での利用や、駅などでの利用状況は横ばいとなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や人件費の高騰で、利益が圧迫されている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・前年比では販売件数が増えているが、他の代理店と比べると負けている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・9月頃から加入件数の伸びが少し鈍化している。全体的にインターネットサービスの利用はやや好調であるが、テレビ関連のサービスは芳しくない。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・女性初の首相が誕生し、株価は上昇傾向となっているが、販売量が増えるまでには至っていない。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・政権が交代し、これまでの緊縮財政から積極財政へと転換するとみられるが、具体的な政策の実施はこれからである。
	□	競艇場（職員）	販売量の動き	・引き続きインターネット投票が前年比でプラスとなっており、客単価も上昇している。
	□	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	単価の動き	・相変わらず原価や経費が高騰しており、売上も前年比で約2%減っている。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数は徐々に戻ってきているが、新しい客が増えない分、水準としてはまだ低い。
	□	美容室（店員）	単価の動き	・ハイライトカラーやパーマなどをオーダーする場合は、トリートメントなどを控える客が多い。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・活発な取引が見受けられない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売状況は、都心部の好立地は価格が上昇しても売行きは良いが、郊外になると、一部の駅前立地以外は鈍い動きがみられる。しゅん工時点でも完売しないどころか、しゅん工後1年以上も販売を続けているマンションが多い。
	□	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・受注量は順調に推移しており、景気の悪化傾向はみられない。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・運営する住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べて、ほぼ横ばいで推移している。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産価格の上昇により、物件によっては販売に陰りがみられるなか、建築費の上昇は続いている。さらに、新築価格の上昇も続いているが、富裕層向けの物件は引き続き好調であるため、高額物件は強気の販売姿勢が続いている。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・北海道で雨が多かった影響で、土物野菜が値上がりしたほか、果物の価格も今年は高いままであるため、客の様子も厳しくなっている。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・食料品の値上げが続き、米の価格も下がらないなか、手作り弁当を値上げせざるを得ず、販売量が減少している。単価の上昇で売上は維持できているが、今後も厳しい状況が続くそうである。
	▲	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・大きな変化はないが、関西では大阪・関西万博の開幕に伴い、外国人を含む観光客が前年比で2～3%の減少となっている。万博開催中は都市部やホテル周辺店舗で、夜の時間帯に夜食や翌日の朝食のための買物があつたため、その分が減少したとみられる。
	▲	スーパー（社員）	単価の動き	・卵を始めとする商品価格の上昇が続いており、店頭では客が購入をためらう動きがみられる。価格の安い商品の販売が増え、結果的に客単価の低下につながっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・秋祭りが終わり、買い控えの動きがみられる。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月に入り、大手飲料メーカーのサイバー攻撃問題などで物流が止まり、飲食店にかなり影響が出ている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕して約10日が経過し、インパウンドの団体客は増えつつあるが、夜9時から11時半までの売上が5%ほど減少している。
	▲	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・家電や水回りのリフォーム商品の値上げが響き、販売量が左右されている。
	▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・夏の暑さが一段落した一方、週末ごとに雨が降り、気温の乱高下も続いている。朝と昼の寒暖差が大きいいため、暖房器具も今一つ販売量が伸びていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・例年と比べて、新カタログ発刊後の受注量が伸びていない。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・食品や日用品価格の更なる引上げや、円安の進行も影響し、国内旅行、海外旅行共に、予約額の前年比は3か月前よりも悪化している。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・大阪・関西万博が閉幕し、客の心理が万博ロス状態になっている。何か別のことに向かう準備段階といった客も多く、万博に取られていた周辺観光地への旅行の戻りもまだまだである。このまま年末に向かえば、景況感は良くならない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博も閉幕し、客の消費が減っている。
	▲	通信会社（役員）	お客様の様子	・上半期の総販売台数は、前年比で少し増加する傾向が続いているが、やや減速感もある。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・円安傾向が続くなかで、物価の上昇で消費が低迷している。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	販売量の動き	・客足の減少により、販売量が減少している。
	×	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後、来客数の減少が顕著である。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量が前年比で80%と右肩下がりの動きが続いている。故障による買換えが見込める商品でも、最近では修理が優先される傾向が強い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・企業の大人数の宴会など、一定の予約客による来店はみられるが、9～10月中旬頃までは個人客や少人数での利用が激減した。特に中年層の利用が減ったほか、商品価格を上げざるを得ない状況となり、10月中旬に一部の値上げを行ったため、来客数の不安定な状況が続いている。
	×	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・インバウンドの減少がみられるほか、物価の上昇で地元の客も全く動いていない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・業界の需要期に入ってきている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量がやや増加傾向にある。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・偶然の動きによるものか、受注の増加が続いている。傾向としては、過去のリピート客と久しぶりの取引が増えている。
	○	金属製品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・取引先が製造をやめ、その分の注文が回ってきたため、生産量が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連業界の動きは依然として悪いが、今期に入ってから受注状況はかなり好転している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・状況は少し良くなっているものの、取扱製品や他の消費財の価格上昇により、新たな製品の購入が減っている。基本的には、現在使用している製品を修理して使い続ける傾向にある。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末に向けた動きが出てきたのか、問合せや受注が増えている。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・この時期は引っ越しなどで需要が増えることから、売上は増加傾向となる。
	○	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・数社の取引先に業況を聞くと、米国の関税による影響は予想したほどではなく、順調に推移しているとの声がある。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の取引先を除いて、月末に近づくとも全体的に受注量が減少する。
	□	化学工業（製造担当）	それ以外	・受注量は大幅に増えているが、中国による米国向けの関税対策であり、各国での製造コストの比較による増産であるため、景気が良くなっているわけではない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はないが、新政権には期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この数か月は景況感に変化はない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注価格や販売価格の動き	・10月に入っても気温の高い日があったためか、店頭の実売はエアコンが前年を上回る荷動きとなったが、冷蔵庫や洗濯機の動きは総じて前年を下回っている。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・案件の受注に際し、一旦様子見する動きが増えている。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・技能労務者不足や監理技術者不足に苦慮している。案件は出てきているが、人手不足で積極的な受注活動ができない。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	取引先の様子	・特段良くなっているわけではなく、取引量も例年と比べて変化はない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・いよいよ大阪・関西万博が閉幕し、首相も交代したが、具体的な経済対策はこれからであり、今のところは変化がない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・インバウンドや大阪・関西万博の開催といった個別の材料ではなく、期待できるリーダーが現れたことは朗報であり、経済の復活に向けた動きに期待したい。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月までは大阪・関西万博関連の広告出稿があったため、引き続き好調である。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕前には、駆け込みで大阪を訪れる観光客が急増した。その結果、ターミナル駅を中心に大いににぎわったが、その他の駅は何とか前年並みの推移となっている。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポーツイベントに伴う需要などが伸びているが、店頭での日用品の販売はばらつきが大きく、全体としては減少している。衣料品の量販チェーンでも、来客数、客単価共に前年を上回る企業がある一方、店頭売上が2割減となった企業もみられる。また、GMS大手も売上が1割減と低迷しており、特に中高年の主婦層をターゲットにしている小売チェーンは不調である。一方、30代以下の実需層をターゲットとするチェーンは堅調な動きが続いている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇が落ち着けば良くなる。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家庭用商品も良くないが、業務用商品の落ち込みも大きい。気候の急激な変化が影響しているのか、外食関係が特に苦戦している。
	▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の効果がなくなってきた店舗がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中旬以降、急な気温の低下で飲料の売上が少し減っているほか、価格改定の影響も少し出ている。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博への人の動きが、催事の集客力の減少につながっている。減少した販売が回復せず、ここ3か月は売上が前年比で10%減少している。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体のトレンドとして、需要は減少傾向にある。当社の受注量も少し減少傾向にあり、売上も微減となっている。この傾向は今後も続く予想されるため、受注状況を注視していく必要がある。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・あらゆる商品の価格が高騰し、賃上げが追い付いていないため、住宅などの高額な消費は抑制される傾向にある。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷動きは少し減っているが、他の運送会社が人員を減らしているため、極端に運賃の安い仕事の依頼が回ってくる。長年の取引先であり、赤字でも引き受けざるを得ない。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・送料の値上げで商品が売れなくなっている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・都心部の有名な商店街でも、物販店の撤退が続いている。賃料が下がり、空室率が上がるなど、景気は悪くなっている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・円安によるコストの増加や物価の上昇で、消費者の買い控え傾向が更に強まっている。景気が良くなる材料が見当たらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	民間職業紹介機 関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用市場では、2026年卒と2027年卒が対象となっている。2026年卒の求人では、内定式の後もまだ優良な求人が残っており、求人紹介も続いているなど、求職者にとってはチャンスが多い。企業の間でも、2026年卒の採用活動を年内は続けるところが増えている。
	□	人材派遣会社 （管理担当）	求職者数の動き	・求人数は増加しているが、条件に合った求職者の応募が増えない状況が続いている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・60～70代の派遣求人への応募は鈍化していない。大阪・関西万博での勤務経験者が派遣市場に流れているが、当社の扱う求人は、特に語学力の必要がないオフィスワークが多いため、活用が難しい。
	□	人材派遣会社 （支店長）	採用者数の動き	・今期に入ってから状況の変化はないが、首相の交代や円安などの影響で、投資を控える動きがみられる。
	□	新聞社〔求人広 告〕（営業担 当）	それ以外	・新首相の就任で株価は上向いているが、物価上昇などの状況は変わらず、景気に大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル広告の出稿状況を見ると、四半期ベースではほぼ変わらない。ただし、大阪・関西万博などの影響もあり、前年を上回る状態が続いている。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月と比較して、7か月連続で減少している。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人は減少傾向が続いている。多くの産業で人手不足や後継者不足の声はあるが、物価の上昇や人件費の引上げなどで、求人票の提出を控える動きが続いている。
	□	職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・失業率全体は低下傾向であるものの、県内の有効求人倍率は依然として低いほか、米国による関税の影響も不透明である。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・8～9月は前年よりも求人数が増えたものの、10月は前年を下回る推移となっている。一部の求人は持ち直しの動きがみられるものの、10月に入って最低賃金引上げによる影響がみられる。景気が上向きとはいえないが、下向きかといえ、求人を増やす動きもあるため、全体としては変わらない。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数自体は減少傾向にあるものの、減少の理由は人手不足の充足ではない。一部の業種では、最低賃金引上げを理由とした求人申込の見直しが始まっていることから、今後の推移には注意が求められる。
	□	民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・例年、年末に向けて求人が増える時期であるが、今年はまだ動きが少ない。
	□	民間職業紹介機 関（営業担当）	求職者数の動き	・大阪・関西万博の就労スタッフによる求職を期待していたが、すぐに就職活動を行う人は意外と少なく、求職者は例年よりも減っている。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	雇用形態の様子	・求人条件の動きには、特に変化がみられない。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	採用者数の動き	・採用活動の早期化が、採用人数の増加につながっているわけではない。学生の内定獲得状況は前年よりもやや早く進んでいるが、採用人数を増やす動きだけでなく、減らす動きも幾つかみられる。
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	求人数の動き	・米国の関税による大きな影響はみられないが、事業者は為替相場の動向を注視している。また、最低賃金引上げによる人件費の負担増を危惧する声がある一方、求職者からは最低賃金の引上げ効果を期待する声もある。
	▲	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・事務関係で就職したい人材は多い一方、求人数は減少傾向にあるほか、賃金の上昇もみられない。

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)	◎	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・10月はインバウンドを中心としたレジャー利用の需要が高く、稼働を落とすことなく高単価で推移している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・海外からの客が増えつつある。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・涼しくなったためか、客の動きが多少良くなっている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・抹茶ブームとインバウンド需要の高まりで、売上は増加しているが、先行きの面で心配な問題が起こってきている。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ハイブランドジュエリーやブランドバッグの動きが良く、今月は好調である。来月もこの流れが続くそうである。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・金価格と株価の上昇により、富裕層の購買意欲が向上している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・3か月前の7月は、これから夏に向けて人出が増え始める時期であったが、10月は夏が終わり、人の流れが落ち着く傾向にある。しかし、来客数はむしろ増加しており、特にインバウンドが多い。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの生産も安定的に進んでおり、販売台数が増えている。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、観光客や修学旅行生が戻ってきている。
	○	その他専門店〔革製品〕（店主）	販売量の動き	・客単価はそれほど高くないものの、販売量は徐々に増加傾向にある。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・自治体等が主催する各種イベントへの参加が奏功し、来客数が増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・秋に入ったためか、インバウンドの客が大幅に増えている。
	○	観光型ホテル（予約担当）	来客数の動き	・行楽シーズン真っただ中で、土曜日は個人客の予約も多く、平日は団体ツアーの集客状況も良いが、単価は低い。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・秋の行楽シーズンに入り、レジャー目的の客が増加し、2人以上での宿泊利用が増加している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊に関しては、9月時点での10月と11月の予想を上回る、8%前後の上積みが見込めている。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催の影響で、当県ではインバウンドの減少傾向が続いていたものの、増加傾向にある。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・秋の繁忙期から年末年始にかけて、受注は徐々に増加傾向にある。前年比130%で推移しており、海外旅行の先行予約も増加してきている。
	○	通信会社（総務担当）	それ以外	・首相交代により、これまで停滞していた施策が前に進んでいく可能性がある。
	○	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・個人向けインターネットの新規契約件数が増加している。
	○	通信会社（運用担当）	それ以外	・首相交代による好影響を期待する。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・天候の影響によりキャンセルが発生することもあるが、土曜日と休日前のテントサイトは予約が集中する人気ぶりである。
	□	商店街（理事）	お客様の様子	・猛暑から一気に冬へと移り変わり、冬支度に追われる客が慌てて買物をしている様子が見受けられる。何を着ればよいのか分からないといった声も聞かれ、景気よりも気候の変化が購買行動を左右している。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・3か月前と比べ、客の購買意欲が高まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	商店街（代表者）	お客様の様子	・景気は依然として低迷しているものの、新首相の就任により、これ以上の悪化は避けられるという声を聞く。
	☐	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	単価の動き	・涼しくなってイベントも増えているが、裏通りに面している店舗なので、景気に変化はない。
	☐	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・催事やブランド数の強化だけでは不十分で、ハイブランドがそろっていなければ、集客や購入につながらない。高価格帯を求める客と低価格帯を求める客の2極化が激しくなっている。
	☐	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・催事によって来客数は増加しても、販売量は変わらない。
	☐	百貨店（総務・経理担当）	来客数の動き	・来客数はおおむね前年並みに推移している。
	☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は依然として横ばいで停滞傾向である。週末や割引日の来客数は増加するものの、平日との差は広がっており、来店頻度の低下が懸念される。商品単価の上昇により売上確保はできているが、買上点数が伸びない。低単価商品は堅調に推移しているが、高単価商品の需要は鈍化している。
	☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年比97%で推移している。客の財布のひもは固く、買物籠の中身が増えにくい状況が続いている。広告を出した日は売上が大きく伸びるが、平日が厳しい。
	☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年同月比99%の状態が続いているが、値上げの影響により売上は102%となっている。販売点数は前年割れの状況が続いている。
	☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上の前年比は横ばいで推移しており、依然として節約志向が続いている。来客数は微増であるが、販売点数は前年を割っている状況が続いている。
	☐	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上げが続いている影響で、生活必需品以外は販売量が落ちており、前年の売上を下回っている。
	☐	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みであるが、販売点数は2%減少しており、低調な状況が続いている。
	☐	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・前年同月に来客数の急速な回復があったものの、現在はその伸びが鈍化し、減少傾向にある。売上も頭打ちの状態となっている。
	☐	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・お茶会が開かれるようになったり、着物で出掛ける客も増えていることから、景気が上向いている。
	☐	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・物価高が購買を控える原因になっている。
	☐	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇が影響しており、客は必要最低限の商品だけを購入する傾向である。
	☐	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・季節要因でゲーム機とパソコンの動きは順調であるが、全体の販売量は落ち込んでいる。ただし、単価が上がっているため、3か月前と売上は変わらない状況である。
	☐	乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・店舗ごとの来客数は、増加している店舗もあれば、減少している店舗もあり、当社全体としては来客数がやや減少傾向にある。
	☐	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・販売車種が限られてくるため、販売量の減少が見込まれる。
	☐	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・9～10月にかけて観光バスの来訪は増加したものの、週末の雨などで来客数は伸びなかった。暑さが長引いたことも一因とみている。
	☐	その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・夏季に比べ、来客数は増加したようであるが、販売にはつながらない。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・3か月前の7月と大きな違いはない。毎年のように夏が長くなって、特に衣料品の販売が難しくなっている。9～10月に気温が高いと夏物は売れにくく、秋物も動きづらい状況となる。秋物の販売期間が短縮される傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ランチメニューは値上げせず提供しているため、平日の来客数が増え、前年比では110%を超える好調な推移となっている。休日前のディナーに関しては、会社関係の宴会利用はあるものの、早めに終了するケースが多く、夜9時以降の売上につながらず、減少傾向である。節約志向の高まりで、日曜日のランチ、ディナー共にファミリー客が減少している。
	□	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・前年は周年記念イベントの効果で宿泊数が大きく伸びたが、今年はその反動もあり、前年を大きく下回っている。一方で、昼宴会の利用は前年を上回るペースで増えている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・日中は通院や買物、観光、出張等での利用客が例年並みに推移している一方で、夜の利用者が相変わらず少なく、伸び悩んでいる。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の客数が少ない。天候も不安定で、外出機会が減少している。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・前月、価格改定を実施したが、9月と10月の解約件数はおおむね想定範囲内となり、売上への影響は軽微にとどまった。当社サービスは新規顧客への訴求力は強くないが、既存顧客の継続利用においては安定している。これらの状況を踏まえ、現時点での景気動向は横ばいと判断する。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率、延滞解消率共に大きな動きはない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・予約状況は変わらない。涼しくなってきたので、予約増加が期待できる。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日平均売上は安定して推移している。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・いろいろな商品が値上がりしている。来店頻度が低下しており、自分で染髪をするなど売上が減少している。
	□	設計事務所	お客様の様子	・予定どおりに進行している案件もある一方で、様子見により一時停止している案件も見受けられる。新規の相談については、継続的に一定数ある。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅や小規模ビルの引き合いが続いているが、建築費の高騰からプロジェクトがなかなか前に進まない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・収入が増えていない客と高収入の客で2極化している様子である。一定の需要はあるが、全体の伸びが欠けている。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・販売進捗に若干の波はあるが、購入に必要な年収水準が高くなっているため、購入したいが予算的に購入できない、かなり無理をして購入を検討するといった状況が続いている。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・今月は販売量が芳しくないが、例年どおりと考えられる。政府による補助金の有無により販売量に波が生じるなか、谷間の時期ともいえる。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・低価格商品がよく売れており、節約志向の客が増えている。
	▲	百貨店（営業担当）	単価の動き	・値上げによる単価上昇が影響し、客の買い控えが見受けられる。
	▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・食品を中心とした生活必需品の価格上昇が、徐々に影響し始めている。価格帯別では中間層の動きが鈍く、高価格帯と低価格帯の2極化となっている。固定客の管理が不十分な売場では苦戦を強いられる。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価が上昇しており、高い牛肉や果実等の販売量が低下している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・来客数の増加と値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を上回る状況が続いている。一方で、野菜や米の価格高騰が落ち着き、1人当たりの買上点数と客単価が前年を下回っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1日を通して来客数が前年より4～5%ほど減少しており、チェーン全体のなかでも当県が最も苦戦している。
	▲	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・米国の関税引上げ以降、当地にある大手自動車メーカーの工場では生産台数が減少し、それに伴い労働人口も減少傾向にある。この影響は店舗の来客数にも顕著に表れている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数が多い日と少ない日の差が大きく、気が抜けない。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・パソコンの現行OSのサポート終了に伴い、パソコンの販売は絶好調だが、テレビや冷蔵庫の落ち込みが激しく、以前より売上が低下している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客は少額の支出に対しても慎重になっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月の決算以降、客の動きは鈍化している。例年どおりの動きではあるが、今年は特に低迷感が強い。年末に向けて徐々に上向いてくることが予想されるが、現在は踏ん張り時である。
	▲	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比70%と大変厳しい状況となっている。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・円安で輸入品の値段が上がり、客足が鈍っている。販売の中心が、1～2段階下の価格帯の商品へ移っている。
	▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	来客数の動き	・3か月前と比較して来客数が1割減少している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・好調だった予約が減少傾向にあり、来客数も昼夜共に減っている状況である。客との会話でも来店控えの傾向がうかがえる。10月からの各種値上げが影響していると考えられる。
	▲	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・ハイヤーなどの観光業務については、前年とほぼ同水準であるが、普通車タクシーの稼働状況は、日中、夜間共に動きが鈍い。配車回数は微減で、単価も下がっているように見受けられる。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰による月次支出の切り詰めが一層強まっており、月額サービス関連の解約が増加傾向にある。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客は利便性よりも価格を優先する傾向が強まっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月に入ってから極端に来客数が減っている。店舗によっては売上が前年同月比で30%も減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新首相の就任に伴い、景気回復への期待が高まっていたが、株価が乱高下しており、景気が好転することはないとみられる。
企業 動向 関連 (中国)	×	美容室（経営者）	単価の動き	・客に新しいサービスや商品を勧めるが、売上に繋がらない。客の節約志向は強まっている。
	◎	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・9月と比べ、大幅に受注が伸びている。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多忙な状況が続いている。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節の移ろいがみられるようになり、季節商材の販売量が増加している。市場価格の上昇が続くなかでも、健闘がみられる。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・猛暑が落ち着き、秋の3連休で各地のイベントが開催され、人の動きも活発になっている。物価上昇のなかであるが、購買行動は鈍化していない。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・一時保留となっていた大口案件の生産を再開した。一時的ではあるが、多忙な状況となっている。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・DXやAI等の分野の引き合いが増加している。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・地場建設業界における公共工事入札量が増加しており、受注量は安定している。
	□	化学工業（総務担当）	競争相手の様子	・米国の関税政策による影響について、取引先は今後の動向に変化が生じる可能性がある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・荷動きに大きな変化はなく、依然として低調のままである。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は3か月前と変わっておらず、定時工数以上の受注を確保している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・米国の関税の影響で販売面に影響は出ているものの、他地域への販売拡大や生産拠点の見直しを実施することにより、変動が最小限となる対策が進んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の設備投資の動きが鈍く、産業機械向けの機械装置や電子部品は減少傾向にある。また、原材料も値上げが続いているものの、同業他社との兼ね合い等により、自社で吸収せざるを得ない部分もあり、利益圧迫となっている。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・企業の設備投資は様子見状態が続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・予定物件は十分にあり、今後は繁忙になる。現時点では案件の切れ目が重なり、一時的に技術職が待機している状況である。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・現米国政権になってから地球温暖化対策に関する国際的な動向、特に我が国の政策の方向性が不明瞭になっている。2050年を目標とした温暖化対策に関連するビジネス展開がみえなくなっている。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・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（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、顧客ヒヤリング時に大きな変化はなく、動向は安定して推移している。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・物価上昇が続くなか、個人消費は回復力が乏しい展開が続いている。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備投資に関するコンサルティング案件の受注は伸び悩んでいる。コスト上昇や人件費負担の増加への対応が優先されている状況である。
	▲	農林水産業（従業員）	取引先の様子	・売上が伸び悩んでいるとの話を耳にすることが増えている。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・資材価格や労務費の高騰、食料品等の価格上昇が続いており、賃金上昇が追い付いていない。
	▲	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・クラウド事業を展開する企業においては、米国大手半導体企業による仮想化ソフトウェア企業の買収の影響が徐々に出てきており、クラウド関連の価格改定などにより、販売価格と販売数量が減少している。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約3%、申込件数は約5%減少となっている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (中国)	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・米国の関税の影響が明確になったことで、これまで慎重だった企業の採用意欲が徐々に高まりつつある。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・現経営者を中心とした体制を継続しつつ、将来的な世代交代を見据え、体制強化に向けた人材確保に注力する企業が複数みられる。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・3か月前と比べ、求人数はやや上昇傾向ではあるが、引き続き求職者の動きが鈍く、登録者数は伸び悩んでいる。すぐに働きたいわけではなく、条件の良い職場があれば転職を検討する状況が目立っており、1～2か月先を視野に入れ動いている様子である。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と同じ割合で応募があり、横ばいで推移している。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・人手不足を背景に、企業が派遣スタッフの直接雇用を進めている。当社としては、紹介手数料の発生により短期的には業績にプラスとなるものの、派遣スタッフを確保し続ける必要があり、中長期的には人材供給力の維持が課題となっている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・年末に向けて、飲食店による忘年会関連の広告展開は増加傾向にあるものの、一時的な傾向と考えられ、3か月前と比べて大きな動きはない。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	採用者数の動き	・2026年4月と2027年4月の採用予定人数は、3か月前から変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・新卒採用に関しては、現時点で内定取得者が全体の9割を超えている状況である。就職活動を継続する学生は少なく、落ち着いた状況である。採用予定者数に達していない企業は、学生からのエントリーもほぼなく、採用予定者数未達のまま採用活動を終えざるを得ない。就業環境に関する希望としては、フルリモート勤務を望む学生は全体の1割程度にとどまり、大多数は対面での出社を希望している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は前月と変わらず1.12倍となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・有効求人数は、前年比で減少傾向にあるが、3か月前と比べて求人数が大きく減少しているわけではない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・企業の採用意欲はあるが、景気の状態に変化がない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒採用活動が一段落し、求人数の増加に鈍化傾向がみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価高騰や政治的な不安定要因により、先行きの不透明感が拭えないなか、10月からの食料品等の値上げによって、消費が鈍っている。地域の大手スーパーによれば、来客数及び購買点数がそれぞれ0.02%減少しているとの報告がある。
	▲	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・最低賃金の引上げに伴う対応について憂慮している中小企業が多数ある。最低賃金の引上げは全般的に良いことであるが、体力のない事業所にとっては負担が大きく、対応が難しい状況も見受けられる。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介において、求職者のエントリー件数が3か月前の89%となっている。例年と比べ、問合せの減少時期が早まっている傾向も見受けられる。
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月の来客数は個人旅行・団体旅行ともに増加している。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・芸術祭の秋会期が始まり、観光客を中心に来客数が増加している。気温も下がり、季節商材の需要が喚起されている。ただし、物価高により消費者の財布のひもは固く、手放して喜べる状況にはない。
	○	コンビニ（総務）	販売量の動き	・売上高は前年同月比で増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月前半は気温が高く売上は前期比で減少となるが、後半は気温が下がり、売上が増加した。10月全体では売上は前期比微増である。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・現行OSのサポート終了に伴う買換え需要で販売数は増加した。
	○	旅行代理店（部長）	販売量の動き	・底堅い上向き感ではないが、若干の好感触である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夏前から始めた新たな配車サービスによる乗車が増えてきている。固定客の利用も堅調である。四国遍路に関連した仕事も増えており、売上は増加している。
	○	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築見積依頼に応じない建設業者が始めている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・個人所得、可処分所得の増加が期待できる環境が整いつつある。この状況をいかに定着させるかが、地方都市再生の唯一無二の試金石であるとみられる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・顧客の様子や話からは、まだ景気は難しい状況が続いていると感じる。株高は続いているが従業員への給与への反映は程遠い状況にあり、レジャー産業には厳しい状況が続いている。顧客からは活発な購買に対する話はない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・週によってばらつきがある。以前より景気が落ち込んでいる。
	□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・食料品の値上げなど物価高により購買意欲が上がらない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価高騰による販売数の減少傾向が続いている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・販売単価は上がり、販売数量は落ちている。客単価自体の変動はない。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・かなりの期間、商品単価の上昇が続いている。生鮮商品の単価が下がってもカバーできない状況にある。来客数は前年より減少しているが、売上は前年比増加で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・新米価格も高止まりしており、10月から多くの商品などが値上げとなったことから、消費マインドはやや鈍っている。各家庭内で、支出を抑えるところと、しっかり使うところでメリハリをつけているのが最近の傾向であるが、更に加速している。
	□	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・低価格帯の同業者の進出により、買い回りする客が増加している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・減少し続けていた来客数がようやく下げ止まった。客単価は前年同月比105%の状況にあるが、物価上昇により来客数は今後減少するとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・相変わらず来客数は少なく、客単価も低い。今は洋服に掛ける金額は少ないとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・依然として地元宴会の動きが低調である。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・訪問営業時に客の警戒度が以前よりかなり高くなっており、接触できなくなっている。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・来客数は前年同期比で変化がない。
	□	競艇場（マネージャー）	お客様の様子	・来客の動向に大きな変化はなく、3か月前と変わらない。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・気候が安定しないことから、秋物販売が低調である。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・大手飲料メーカーに対するサイバー攻撃による商品欠品の影響がある。また物価高で消費者の酒類を含む外食が低迷しており、飲食店への売上は減少したままである。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・米の値段が高止まりする中、予算を減らしたり値段の安い商品を見る客が増加している。繁華街も週末だけしか人出がない。節約傾向がみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・来客数が減少している。また、物価高による買い控えが進行している。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・これまでは物価高の影響により客単価は高かったが、最近では購入数が減少しており、客単価も低下傾向である。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・最近の商品価格上昇により売上は、ほぼ前年並みに推移しているが、来客数の減少傾向が7月より続いている。価格上昇分を除くと、実質売上、来客数共に減少している。物価上昇のなか、消費意欲の低下を感じている。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・原材料の値上げが厳しい。特に米の価格上昇が厳しく、来客数減少につながりかねない。
	▲	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・月中は暑さが続いていたため、秋物の動きが鈍く、売上は前年比減少で推移していた。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・パソコンは現行OSのサポート終了に伴う買換え需要により、売上高は前期比280%で推移しているが、白物家電の販売が低迷しており、全体での売上は減少している。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・受注停止車種が多数あり販売できない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・様々な商品が値上がりをしており、また、大手飲料メーカーの受注停止により売上は減少している。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・9月との比較では売上増加しているが、7月との比較では売上は減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・10月、11月は例年閑散期である。気温の上昇により、繁盛期の夏場は売上減少。そのまま閑散期に入った様子である。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・賃金の上昇を上回る物価上昇が続いており、家計は厳しい状況が続いている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・毎年10月、11月は来客数の増加はない。さらに、インフルエンザ、コロナも少しずつ増え始めたことも来客数の増加しない要因である。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・物価高の影響か、ヘアカラーの客が自宅で染髪するため客単価が下がっている。
	×	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (四国)	◎	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量は増加している。第3四半期に入り12月までは受注は好調に推移する。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月から主力商品の一部を値上げするため、今月中旬から値上げ前の需要があり、受注が旺盛である。それに加え、都市圏や地方都市でも景況感は良くなっている。ただし、売れる商品と売れない商品がはっきりしており、全体的に前年並みという小売店が多い。
	○	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・10月の受注状況は前月と比較して増加している。継続できるかどうかで状況が見えてくる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・女性初の首相の発言や所信表明演説が強く景気に結び付いているとみられる。行政の動きが良くなっている。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・全体として大きな変動はない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅販売の客の減少と買い控えが影響している。公共工事も減少している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところほとんど受注がなく、これまでに受注した工事を消化しているだけである。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・政治の停滞感がある。
	□	通信会社（総務担当）	それ以外	・ボランティア活動の参加人数、フードバンクへの寄贈量について、参加人数・数量共に3か月前と大幅な変化がない。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・業績が悪化している取引先が散見される。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（マネージャー）	求職者数の動き	・採用活動を年間通して実施しているが、求職者の動きがかなり増加している。不満や不服を感じてというより、より良い待遇や職場環境を求めている転職活動が多く、企業側の好待遇求人も増えている。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者数が増えれば業界の景気も上向くとみられる。
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	求職者数の動き	・求人数に対し求職者数が変わらず不足している。
	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・周辺企業で求人数が増えつつあり、裏付けるように県内求人倍率も上昇している。ただし、景気が良くなっているとはいえ、人手不足に対して打ち手がなく苦勞し続ける企業が増加している。
	□	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・新規求人数は、おおむね前年同月と同水準で推移しているものの、新たな好材料は見当たらない。数か月前と変化がない状況が続いている。物価の上昇が続くなか、年金だけでは生活ができないとする高齢求職者数の増加が続いている。
	□	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・募集職種により差異はあるが、全体的に求人数の推移に大きな変化はみられない。
	▲	新聞社「求人広告」（担当者）	それ以外	・地方の広告に関して、官公庁以外の出稿は減少している。例年ある少額の広告も減少し続けている。
	×	—	—	—

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・プレミアム付商品券が活力源となっており、客の単価が上昇している。加えて、朝晩の気温が少しずつ下がっているため、秋冬商材の需要が高まっており売上も好調である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・10月に入り、総合的に増加が見受けられる。販売量は最も多かったが、単価や来館数も前年比を超える動きがある。特に今月はイベントも多く売上増加につながっている。
	◎	観光名所（従業員）	販売量の動き	・当協会内の直轄事業所における売上の前年比が7月から108%、125%、140%と推移しており顕著な伸びがみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・急に暑さが和らぎ、コンベ客以外の来場が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・季節の変わり目で客の動きが良くなり、来店して商品を見る回数や来客数が増えており、それに伴い売上が上がっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑が落ち着き客足が日中から増加している。また、企業の年末商戦の準備で印刷物が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・イベントも開催され、商店街への客足も若干多くなっている。気温も下がり始め衣料品等や買上点数も増加している。しかし、物価高の影響により1点当たりの販売単価が伸びず、売上はさほど伸びがない。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・単価は、2～3か月前の高温時と比べると、基本的に落ち着き県外産の野菜から当県産中心に変わっており、特に葉物関係は安定している。しかし、当県産のトマトやきゅうりが天候や県外への引き合いで暴騰し、記録的な高値になっている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内客の購買量は減少傾向であるが、インバウンドの購買量が回復し、拡大基調にあるため、国内消費を上回る状況にある。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月後半に気温が低くなり、ようやく冬物衣料品が動き始めている。しかし、売上不振などを原因にショップ退店が断続的に生じていることから、品ぞろえが以前と比較すると十分でなく売上確保が不安である。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・友の会100年を冠にしたイベントや全店特商、クレジット催事を開催し、大催事場では毎年盛況の物産催事や新規催事の開催により来客数が増加した。新規催事では入場料・入場制限があるなか多くの来場者があり、国内物産展や海外物産催事では、連日盛況となり購買意欲が旺盛であった。また、イートインコーナーでは、待ち時間が発生したものの飲食を楽しむ多くの客でにぎわっていた。
	○	百貨店（リーダー）	お客様の様子	・季節が変わり、外出用衣類への関心が高まっている。
	○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・来客数が前年比100.1%と好調となり、1品単価は103.2%と上昇傾向が続いている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月は猛暑の影響により、ドリンクの販売数が増加しており全体的な売上が増加している。この影響は今後も続いていくと予想される。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価高の影響により来客数は大きな伸長はないものの、引き続き売上は堅調である。高気温も多く夏物商材の売行きが影響している。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・最近急に寒くなり、ニットやコート等の高単価な商品が稼動し始めている。また、旅行や商戦需要も増えている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・前月は開業以来過去最低の売上であったが、今月はやや盛り返し24日時点で前年の売上を達成できている。
	○	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・地震に関する予言の報道が落ち着き、インバウンドや観光客が少しずつ増えている。
	○	観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・今月は例年と比較すると現状は今一つであるが、売上が悪かった夏と比較すると若干良くなっている。
	○	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・法人客では企業業績の好調に伴い、1企業当たりの取扱額や営業担当1人当たりの営業収入が増加傾向にある。一方、個人客ではアップミドル層に固い需要がみられ、富裕層では旅行単価の上昇が顕著になっている。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・販売量が前年と比べて増加している。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・客単価上昇のため、追加料金施策を実施しているが、問題なく単価上昇につながっている。しかし、労働力である乗務員数が減少傾向であるため総実質所得が減少している。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・猛暑が和らいだため、この1か月は人の動きが活発になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から比べると、やや良くなってきている。涼しくなりファッション業界もコスチュームが変わり、ヘアスタイルや化粧の動きも出て、女性が首相になったことも含め、これからの動きが非常に活発になる傾向になると予測している。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・客の受注状況や現在の手持ち工事量の状況等からやや売上が良くなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の商品購入が減っている。変わらず景気は良くない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・食品や様々な物の値上げの影響が大きく、人通りも極端に減っている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月に入り生活用品の物価上昇が続いており、3か月前と比較してもやや景気が悪い状況が続いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では、現在片側だけで営業しているため商店が少なくなっており、商品の選択ができず来客数が減少している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・引き続き高単価の商品の販売量が旺盛である。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・当店はギフトがメインの花屋であるため企業や個人客があり、収入が多い客や経費で花を購入することができ、そのおかげで経営が成り立っている。しかし、予算が少ない客もいるため2極化を実感しており、今後の営業方針を考えている。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高の影響もあり、依然として消費マインドが回復しない。食品催事等の開催期間中は、来客数は伸びるが、衣料品関連の売上が伸びない。
	□	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・株価上昇や気温低下の影響によりアイテムの好不調はあるが、総じて商況の悪い状態は変わらない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・変わらない物価高騰に対する消費者の生活防衛意識は高止まりした状態であり、営業面ではエンゲル係数が多くなっている。食品は好調な推移ではあるものの、衣料品、住居余暇に関しては買い控えが数値に表れており、販売点数や来客数の伸び悩みが顕著で業績不振に陥っている。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・やはり単価の低いお買い得品が中心に売れており、特売品の問合せが多数ある。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費者の買上点数が前年比0.1ポイント程度下回っている。これは物価高に対する消費者の家計調整機能が働いていると考える。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・食品部門は、基礎調味料、米などの値上げ商品は単価上昇により売上が伸長しており、一方で嗜好品は菓子などが買い控えの影響により不振が続いている。生鮮食品は長らく不振であった精肉が改善傾向で、海産物はサンマの豊漁等により好調である。結果的に客単価が上がっているが販売量は落ちており、売上は変わらない状況である。
	□	スーパー（従業員）	お客様の様子	・必要な商品以外のついで買いがみられない。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が上がっており状況は悪くないが、来客数が横ばいになり、やはり値上がりの影響がみられる。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・7～8月は猛暑日が多く飲料の販売が好調に推移していたが、10月に入り気温が多少落ち着いてきたため、売上は前年並みになっている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高騰が続いており、節約志向が更に顕著になり購入量が減少している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新政権が誕生したばかりで、どう経済が動いていくか予想できない。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・天候に左右される部分もあるが、値上げ商品が多くなっているのが最大の要因かと推測され、客単価は上がらず、買上点数も多くない状況である。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新政権となり今後の景気対策に期待したい。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・物価上昇が続いており、所得は増加していない。また、政治も不安定で余り良くない状況が続いており、今まで以上に買物もできず財布のひもは固い状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が回復しない。回復する兆しもみえず、今後もこの傾向が続くようである。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・耐久消費財の消費落ち込みが顕著に表れている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算後であるため、来客数、販売量、利益共に落ち込んでいる。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・オーダー停止車種があるため、注文数に多少の影響が出ている。しかし、新型車の商談や試乗の来客数は多い。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月の産業祭りは前年並みで推移しているが、都市部でのキャンペーンは相変わらず低迷している。
	□	その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	お客様の様子	・店頭の売上はエンドユーザーによる一般家庭用のコーヒーの購入から構成されているが、前年と比べやや来客数と客単価が若干減っている。一方で、特定地域の旅館やホテルの卸業務に関しては、インバウンドの影響により若干増えているような状況である。
	□	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）	販売量の動き	・3か月前は、当館では映画館の好調により全館で好影響を受けていた。現状の推移をその時期と比較すると、同等かそれ以上の動向となっている。要因としては、継続するヒット作による映画館好調に加え、人気ディスカウントストアがイベントを開催していることから、館全体としては順調に推移している。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕 （統括者）	販売量の動き	・インバウンドの恩恵を受けている好調な店舗と、郊外でインバウンドの影響を受けないテナントの売上傾向に変化がない。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は2～3か月前と変わらない状況である。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・暑さが落ち着いて団体旅行が増えてきている。
	□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・国内外共に個人旅行の売上は、3か月前と比べてほぼ同じである。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・県外からの客は増加しているが、夜の繁華街の動きは良くない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・大型クルーズ船の寄港など相変わらずインバウンドが好調であり、アプリを利用したタクシー需要も増加している。当地においては、大型の催しも多くタクシー利用が増えている。一方、物価高における節約志向は強く、通勤時間の利用や夜の繁華街の人出は減少している。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・顧客からは引き続き投資意欲がうかがえるものの、既に年度内の予算配分がほぼ固まっており、新規の動きは限定的である。そのため、全体としては前月並みの水準が続いている。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が引き続き低迷している。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・9月は天候不順が多かったが、10月は天候に恵まれた。前年はコースコンディションに苦しんだが、今年は何とか維持していることも入場者維持に貢献している。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量の実績は、おおむね横ばいで推移しており景気動向に変化はみられない。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数には変化がないため、景気が良くなったとは考えられない。
	□	設計事務所（代表）	来客数の動き	・株価は上昇しているが、来客数は少ない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の動きは変わらない状況が続いており、一部住宅支援事業上限枠の終了などのタイミングをみている客の割合が多く見受けられる。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月、10月にかけて集客イベントが開催されたが、景気の底上げにはつながらなかった。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・仕入価格は上昇し、国産米の価格は下がり、生活必需品の高騰が落ち着く気配もなく客の購入意欲は低くなっている。時期的に売上が増加する時期であるが、客の来店は少ない。
	▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・平日の来客数が少なく、インバウンドが目立っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・これまでは気温が下がれば衣類の購入をしていた客が、最近では秋物を着る機会が少ないため購入を控えることが多い。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・9月も売上が良くなかったが、10月は一層悪化している。来客数、買上点数共に減少しており、消費意欲の減退が見てとれ、物価上昇の影響によるものと推察する。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価高となり購買状況がやや悪くなっている。
	▲	観光型ホテル（総務）	お客様の様子	・前年と比べ売上が悪くなっている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・過去3か月を前年と比較すると来店客が減少傾向である。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・何か対策しなければ来客がないため、価格を下げている。どうにか反応があり来客はあるが、価格を下げたため体力的にきつく、疲弊している。中小企業への補助が期待される。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	販売量の動き	・コストプッシュ型インフレ等の影響により、20～40歳代の家庭における可処分所得が減少しているため、習い事などのサービス業に使う費用が減少しているとみられる。
	▲	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）	それ以外	・最低賃金が引き上げられ過去最高額となったことに伴い、人件費が大幅な増加となっている。一方で、介護事業の収入の柱である介護報酬は3年ごとの改定であるため、価格転嫁ができず減益の大きな要因となっている。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が高止まりしているが、人件費を主体とした仕事の対価は上がらない。特に地方の個人事業主は厳しい。また、生活必需品も値上がりが続いている。
	▲	住宅販売会社（代表）	競争相手の様子	・物価と建築資材の高騰、そして金利が上昇していくのではないかと不安から客が動き出していないため、集客はどこもできていない。
企業動向関連 (九州)	×	衣料品専門店	来客数の動き	・地元商店街の来街者の数が減少している。
	◎	—	—	—
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏の暑さが10月まで残り、行楽消費や居酒屋等の外食に影響があるかと予想していたが、10月も計画どおり売上が伸びている。スーパーマーケット関連も引き合いが強く順調に伸びているところである。加工メーカー向け原料肉が豚、牛共に価格が高くなっており、成型肉への引き合いが強く一段と要求度が強まっている。しかし、値段が高くなることで消費離れが出ることを心配している。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係はある程度順調に推移している。また、ふるさと納税が幾らか落ち込んでいると考えるが、受注は少し良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・既存のビジネスをしっかり捉えることと、同時に将来取り込むビジネスを並行して実施することが、今1番求められている状況である。
	○	輸送業（総務担当）	競争相手の様子	・市内において競合他社による大型物流倉庫が建設ラッシュとなっている。供給過多のようにみられていたが、3か月前と比べて倉庫需要が高まっていることから景気が良い方向に向かっていると判断している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業の人材投資に対する意欲が高まっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・2～3か月前から受注量、販売量及び受注価格、販売価格の動きなど取引先の状態は変わらない。この状態が維持されるか上昇するのかに関する判断は、もうしばらく注視しなければいけない。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・取引先では、先行投資で設備を拡張している状況であるが、テストばかりで生産体制には至っておらず、今のところ受注が入っていない。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・若干の荷動きはあるが、荷物の動きが改善されていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・情報セキュリティやカスハラ対策等、顧客のビジネスリスクへの対応については堅調な伸びを見せつつも、通信関連投資の伸びはおおむね横ばいで大きな変化はみられない。
	□	金融業（経営者）	それ以外	・会員数や会費額が一進一退の横ばいである。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物流費や人件費増加への対応に苦慮する企業が非常に多い。企業の倒産件数がじわじわと増加しているのも懸念材料となっている。旅行関連では、高額ツアーが一定の人気を維持している一方、修学旅行では今後の旅行プラン策定において、日数を短縮して高騰する旅行費用を例年程度に抑制する動きも出ている。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・国民全てではないものの、賃上げによる所得の増加と物価高が相殺され、景気は良くも悪くもない状況である。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・受注量や受注額共に増加傾向にあるが、経費も増加しており利益水準は変わらない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・物価高の状況は続いている。特に中小企業事業者が建物の新築計画を立てる際に、建築費が予想金額を大幅に超えた見積書を提示されるため、借入金の金額が増加し、計画の見直しや断念をするケースが増えている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自社の受注状況や受注価格の動向は、余り変動がない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・好材料が見当たらない。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・短期的に上向く要因は見当たらない。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・前月パンフレットを作成・配布しており、現在その結果を待っているが、今のところ目立った反応はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・酒類メーカーの売上が低迷しているが、清酒メーカーが発売したノンアルコール清酒が若い人を中心に売れ始めている。
	□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定の委託業務としては、高齢者福祉計画・介護保険事業計画や障がい者福祉計画に関する調査や計画策定の発注が全国的に行われており、当県でも同様である。10月で発注は終了し、例年この時期の入札では、辞退者や低価格で応札しない業者がいるが、今年はまだ、低価格の4割引等で応札する業者がいる。今年度はほかに発注される業務が少ないことが要因と考えられ、受注の機会が少なくなっており景気がやや悪い。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価高が続いており、今まで以上に消費者は価格に敏感になっている。人件費や物流費の高騰でメーカーは料金転嫁しなければ厳しい状況となり、大企業は転嫁可能であるが中小企業では転嫁が難しく、経営を圧迫している。価格を上げると売れなくなるため、付加価値の付け方を悩んでいる。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の売上の前月比及び前年比はマイナスとなっている。新聞折込広告の効果が薄れていることや新聞自体の発行部数が低迷していることが原因として考えられる。景気は3か月前と比べやや悪い状態が続いている。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・今年から外国人技能実習生の受入れができない企業が増えており、その上、従業員削減の方向へ進み出している。急激な賃上げは悪い影響に傾いており、中小零細企業のことは問題視されていない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置の需要低迷により主要取引先からの受注が激減している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人に対する問合せや登録者が約1割増えている。求人媒体に掛けた予算は同額であるが、応募者が多くなっている。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・派遣就業を開始した件数は、3か月前と比べると設定している目標値より増加している。受注数も社員欠員補充や時間外縮減の目的に伴い依頼が増えており、今月は伸長傾向である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の採用意欲に大きな変化はみられない。人手不足感はあるが、新規採用を積極的に拡大する動きは見られず、当社に対する求人数も横ばいである。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・物価の高止まりに慣れてきたのか、景気の判断に戸惑っている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・来年度の新卒募集が終わり次年度の募集が始まるが、人手不足もあり求人数は多いようである。しかし、学生側は希望する職業を選ぶ傾向にあり、必ずしも求人数が多いことが景気に結び付いているとは限らない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・物価高を背景に、高齢者の就職やより良い雇用条件の職場を探す転職者が増えていることから求職者数の増加傾向が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比較すると新規求人数は増加しているが、3か月前も当月も前年比では減少しており、雇用の状況に大きな変動はないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・深刻な人手不足を背景に、10月以降も採用活動を継続している企業は増えており、学生に有利な状況である。一方で、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては、人材確保が深刻な課題になっている。人手不足の状況は今後も続くことが予想され、採用活動に苦戦している企業や団体も多く、11月以降も採用活動を継続する企業は少なくない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が前年比では減っており、回復の見通しも不透明である。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (沖縄)	◎	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・8月は客単価の押し上げにより、売上は好調だったが、来客数は減少していた。一方、10月は来客数が持ち直し、売上も好調に推移している。
	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・7月の販売室数が前年比10%減少に対し、10月は前年比18%増加に転じている。
	○	百貨店（経営担当）	来客数の動き	・地元客に加えて、アジア圏からのインバウンドが多く来店している。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・10月は、イベントが相次ぎ、人流が増加したことによる売上増加が顕著である。また、十五夜の関連商材も販売好調であるため、景気は3か月前と比べ回復基調にある。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・弁当の販売量が増えて、廃棄が減少したため、売上が前年度より上がっている。
	○	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・前年の省エネ家電買換えキャンペーンによる反動減から、売上が回復傾向にある。また、パソコンのOSサポート終了により、パソコンの需要が大きく伸びている。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	来客数の動き	・前年の売上を僅かに上回っている。
	○	その他飲食店〔バー〕（経営者）	来客数の動き	・今月上旬は来客数が少ない日もあったが、全体的に客入りが良く、前月と比べて来客数が増えている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・マンション、分譲戸建て住宅への問合せや販売状況が好調に推移している。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・物価高は変わらず、人手不足もあり、具体的な対策の効果がみられない。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・夏場からの観光需要が継続しているが、当社への恩恵は少ない。個人消費も緩やかに回復しているが、大きな変化はない。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・新規客数や客の来店頻度、買上点数などの定量的な変化はみられない。また、客の声などの定性的な変化もみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・国内客やインバウンドは、3か月前と比べても変わらず来店しているが、県内客は減少傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・秋期は注文が増えて、イベントも多くあるが、11月に集中するため、現状は変化がない。
	□	旅行代理店（マナージャー）	販売量の動き	・販売量は微増ではあるが、販売コストが高くなり減収となっている。
	□	住宅販売会社（役員）	競争相手の様子	・街中を見ても依然として観光客は増加しているが、住宅市場はそこまで活発化していない。
	▲	その他飲食店 〔ファーストフード〕（総務部）	来客数の動き	・観光客の動向に左右されやすいため、7月と比較すると今月は悪くなるが、前年同月比では良くなっている。
	▲	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響により、来客数や購買意欲がやや鈍化している。加えて、新型スマートフォンの入荷待ちが続いていることが、販売機会損失の一因となり、3か月前と比較して景気はやや悪化している。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・9月より来客数が減少傾向にある。インバウンドの落ち込みは感じないが、地元客の入園者数の減少が大きくなっている。
	×	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・祭りや運動会などのイベント、大型レジャー施設開業の影響により、人の流れが変わっているとみられる。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に関しては順調である。他社の手持ち工事も多くあるとみている。
	○	輸送業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年同月と比べ増収増益である。
	□	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・米を中心とした食料品の価格高騰が続いており、消費者の財布のひもが固くなっている。新首相の発言で円安が進み更に食品価格が上昇しないか懸念がある。
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・受注は特に変化なく、製造も横ばいの状況である。
	□	輸送業（経営企画室）	それ以外	・季節変動を含めて特段変動がなく、例年どおりの状況である。
	□	会計事務所（所長）	それ以外	・新政権の物価高対策などの内容が明らかになってから、消費や景気動向に影響がでるとみている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・2027年卒向け求人数が増えてきている。例年、求人を出している一部の企業から、求人が出ていない状況もあるため、総合的にやや良いとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人に対して、求職者との条件が合わず、なかなかマッチングにつながらない。求職者の動きが読めない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で求人数は減少しているが、求人者から人手不足の相談は多い。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・物価高騰が続いているが、円安の状況が変わらなければ、影響は続くとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・コンビニや飲食、観光業、サービス業などで求人数が一服している。時期的な採用需要が落ち着いたほか、最低賃金引上げを懸念した採用の手控えもみられる。
	×	—	—	—