

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	-	-	-
	○	商店街（代表者）	・食料品の消費税減税が実現することで、景気が上向くことを期待している。
	○	商店街（代表者）	・最近では、欧米系のインバウンドが増えてきた。物販への消費はそれほど多くないものの、それ以外の消費行動はしてくれるため、景気にとってはプラスである。また、今年は、グループ旅行を中心に、国内からの旅行客が好調に推移している。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・8月に、当地最大のイベントと全国有数の花火大会が開催されることから、これらの効果で景気が上向くことを期待している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・景況感は今一つであるものの、買い控えなどによる節約疲れがみられ始めていることから、今後、客の購買意欲が徐々に高まってくると期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・待ち望んでいた新型車が2車種発売されたことから、市場の盛り上がりが見られる。このため、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・地元の祭りなどのイベントが予定されていることから、今後については、乗降客数の増加が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・今後については、イベント関係や観光客の利用が増加すると見込まれるため、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・夏から秋にかけて、観光客の増加や地域イベントの開催による人流増加が見込まれ、消費行動も引き続き底堅く推移することになる。通信分野においても、端末の買換えや通信環境の見直しといった需要は継続すると見込まれる。各種販売施策や顧客接点強化の取組も進めていることから、景気はやや良くなると期待している。ただし、物価上昇による家計の負担増が続いていることから、景気の回復は緩やかなものにとどまるとみられる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・避暑目的で当地を訪れる人が増加することが見込まれる。一般的な観光客も合わせると、当地への入込客が若干増加することになり、それに伴って景気が良くなると期待している。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・夏休みを迎えて、家族客が増えることになる。今年は、お盆休みに加え、9月に大型連休があることから、今後も来客数が好調に推移すると見込まれる。また、客の様子をみると、せっかく旅行に来たのだから、おいしい物を食べるなどして、より楽しもうという考えが強くなっており、小売店や飲食店にとっては一層のプラス要因となる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価高が続いていることから、売上の増加を期待できない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。
	□	一般小売店（経営者）	・物価高の動きが落ち着かない限り、景気は変わらない。
	□	百貨店（売場主任）	・ボリュームゾーンである国内客の購買が増えてくることになれば、全体の底上げにつながるものの、そうした動きは見込みにくいから、今後も現状のトレンドで推移することになる。
	□	スーパー（店長）	・食品スーパーの立場としては、食料品の消費税が減税されることで、現在の停滞している流れが変わることを期待している。
	□	スーパー（店長）	・景気が上向くような要素が見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・今後も値上げが続くと見込まれることから、客の消費行動はますますシビアになる。客が安価な商品を求める傾向は一層強まることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	コンビニ（エリア担当）	・様々な商品の値上げがまだに続いているものの、ここに来て販売量が落ち込み始めている。今の店頭価格は、これ以上価格を上げると客に購入してもらえなくなる金額になっている。米も価格が上がりすぎたことで、麺やパンなどに需要が移行してしまった。これらの理由から、秋以降、商品の価格は落ち着いてくるとみられる。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・今後、大きな変化が起きるような要因は見当たらないことから、客の節約志向は続くともみられる。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・今後の景気が上向くような要因はないことから、今後も景気の悪い状況が続くことになる。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・円安の動きが収まらないことから、今後も景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるような要素やきっかけが見当たらない。残価設定ローンによる販売が中心となっていることから、金利の上昇傾向はマイナスであり、今後も厳しい状況が続くことになる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・先行き不透明感が拭えない限り、車などの高額消費にはなかなかつながらない。商談において、まだ乗れるから買換えを我慢するという客が多くみられる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後、数か月にわたり、新型車の発売予定がないため、景気は変わらない。
	☐	その他専門店「造花」（店長）	・中東情勢の影響による仕入れ状況と価格の不安定さが変わらない限り、必要最低限の購入が続くことになる。このため、景気が大きく上向くことは見込めない。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・9月以降、観光客が段々と減っていくと見込まれるため、今後の景気は横ばいで推移することになる。
	☐	スナック（経営者）	・景気がほとんど変わらないため、今後も横ばいで推移することになる。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・紅葉シーズンの予約は堅調であるものの、令和8年熊本地震の影響でインバウンドの需要が若干減少することが懸念される。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・中東情勢や米国の関税動向などの海外情勢を要因としたコスト上昇により、今後も賃金や株価上昇などの恩恵が消費に回りにくい状況が続くことになる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・7月の来店予約の落ち込みが一時的なものであれば、ある程度の期間を経て自然と持ち直すことも考えられるものの、現在の状況は、来店予約がじわじわと減り続け、低水準で推移しており、落ち込み幅が下げ止まるといった回復の兆しが見られない。客の様子見姿勢も根強く、意識的に来店を控えている様子もうかがえる。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	☐	旅行代理店（従業員）	・景気が大きく上向く要因や下振れする懸念材料も見当たらないことから、今後も前年並みの水準を維持しながら、横ばいで推移すると見込まれる。
	☐	タクシー運転手	・国内観光客の入込が少しずつ増えていることから、今後も景気は変わらない。
	☐	観光名所（従業員）	・ここ最近、中東情勢の影響による景気の落ち込みを懸念しつつも、国内観光客は例年と同様の水準で推移している。インバウンドも好調に推移している。一般消費者として、物価高の影響は至る所で感じるものの、事業者としては売上、利益共に、それほど変化はみられないことから、今後もこのまま横ばいで推移することになる。
	☐	観光名所（職員）	・現状の来客数の動きからは、景気に変化するような要素が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
	☐	美容室（経営者）	・商品販売は相変わらず厳しい状況にあるものの、技術売上はやや上向いている。除雪や暖房の負担がある時期ではないことから、ある程度は客のゆとりが感じられる。そのため、今後も景気は変わらない。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・今後、住宅着工数が増えるとは考えにくい。原価も、円安や金利高の影響により、厳しい状況が続くとみられる。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・建築単価の高止まり、金利の上昇により、客の購入意欲が低下していることから、今後も景気は変わらない。ただし、高所得者層には購入意欲がみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（企画担当）	・ 6月以降、特売チラシの対象商品の売上が伸びる一方で、全体売上が伸び悩む傾向がみられる。客の消費行動が、明らかに価格重視に変わっており、今後も円安が続くことで、更なる物価高が続くとみられることから、先行きの景気は厳しくなる。
	▲	スーパー（役員）	・ 9月以降も食料品の値上げが続くとみられることから、客の節約志向が一層強まることになる。
	▲	スーパー（従業員）	・ 物価や人件費が上昇していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・ 現在の物価上昇と客の購入の様子から、景気が上向くような兆しはうかがえない。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・ 原油価格の高騰により、食品を始めとした生活必需商品が値上がりしており、家計を圧迫している。趣味し好の品やファッションなどへの支出が抑えられている状況にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店員）	・ 今年は気温がそこまで高くないことから、夏物商材や冷蔵庫の販売量が落ち込んでいる。物価高の影響もあって、特に高価格帯の商品の動きが鈍くなっている。エアコンの新たな省エネ基準の導入による買換えの動きも落ち着き始めている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 9月以降の整備工場への入庫対象台数が、前年と比べて減少している。これまで整備工場への入庫が順調に推移してきた反動がみられ始めており、全体売上に大きな影響が生じることが懸念される。
	▲	住関連専門店（役員）	・ 一般消費財について、石油関連製品の値上げに伴う価格転嫁が予定されている。今後の値上げ商品の拡大により、消費は低迷することが見込まれる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ 季節商材の販売がこのまま伸び悩んで推移することで、秋冬商材にも影響が生じることが懸念される。ダイレクトメールやチラシによる販促活動も見直しが必要となってくる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・ 食料品の価格が一段と上がっていることから、飲食店やスーパーにおいて、少しでも価格を抑えようという動きが強まっている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・ 地域一体となった人気アニメのイベントが終了することから、観光客の動きは、通常の状態に戻っていくことになる。ここ数年、お盆期間はオーバーツーリズム状態になっていたことから、イベント効果が薄れることで、これまでのような上積みは厳しいことが見込まれる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・ 中東情勢の動向次第ではあるものの、このまま生活防衛意識が強い状態で推移することになれば、夏季繁忙期が終わり次第、国内観光などのレジャー消費が抑制されると見込まれる。インバウンドも、冬季需要が拡大する12月まで端境期となる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・ 海外旅行がやや回復しているのは、このまま様子見していても値上げが進むと判断した客が申込みに来ていることが要因であり、国内旅行の減少は、物価高に伴う旅行控えが要因となっている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・ 円安、物価高、燃油サーチャージの引上げなどによる旅行業界への影響が大きいことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・ 気温が30度を超え、湿度が高くなると、タクシーの利用が増えてくる。今年の夏は、今のところ気温が30度を超えるほど高くないため、タクシーの利用が前年と比べて減少している。また、小売業者や飲食関係者から、前年と比べて売上が減っているとの話を聞く機会が増えているため、今後のタクシー利用も前年を下回って推移することになる。
	▲	美容室（経営者）	・ 減税などのプラス要因がない限り、景気が上向くことは考えにくい。
	×	スーパー（店長）	・ 食料品の消費税がどうなるか不透明なことから、今後の景気については、何ともいえない状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	衣料品専門店（店長）	・衣料品への消費行動が、完全に後回しになっていることから、非常に苦しい状況にある。客の購買意欲が上向くような材料も見当たらないことから、今後の景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・建築価格の上昇により、マンション価格が高騰していることに加え、金利上昇により、マンション購入客の返済総額が増加している。この2つの点から、今後のマンション市場は一段と縮小すると見込まれる。
企業 動向 関連 (北海道)	-	-	-
	○	農林水産業（経営者）	・今後、りんごなどの収穫期を迎えることから、販売動向も少しは改善すると期待している。
	○	食料品製造業（従業員）	・6月末頃から販売量が増加傾向にあることに加え、観光客が増えてくる時期でもあることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信業（営業担当）	・今後も、半導体産業やGX関連で活発な動きが続くとみられることから、景気はやや良くなる。
	○	金融業（従業員）	・中東情勢の先行きは不透明であるものの、物価対策の効果でエネルギー価格が安定している。前年に高騰した米は、在庫が増加していることで価格低下局面に移行している。全体的に、物価上昇率の伸びが鈍化することで、消費マインドが上向くと期待している。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・物価上昇などのマイナス要因はあるものの、国内の総建設投資は引き続き堅調に推移すると期待している。
	□	食料品製造業（従業員）	・例年並みの受注が見込まれていることから、今後も景気は変わらない。
	□	食料品製造業（従業員）	・主要販売先の1社と直接取引することを検討しているため、今後の販売量の増加が見込まれる。
	□	家具製造業（経営者）	・中東情勢の先行きが不透明なこともあって、円安、物価高などの動きはしばらく続くとみられる。消費を活性化する要素がなかなか見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	建設業（経営者）	・現在のところ、中東情勢の影響は限定的になっているものの、塗料系の商材の入荷がいまだに遅れがちであることから、その影響で工事に遅れが生じることを懸念している。
	□	建設業（従業員）	・人手不足はすぐには解決しない問題であるため、今後も見送る案件の多い状況が続くことになる。
	□	建設業（役員）	・受注済みの工事が計画を上回っていることから、上半期中は安定した施工状況が続くことになる。ただし、中東情勢の先行きが不透明なことから、円安や物価高騰による資材価格、施工コストの上昇が利益面に影響してくる懸念がある。
	□	輸送業（支店長）	・中東情勢の影響がいまだ大きいことから、今後も現状維持のまま変わらない。
	□	広告代理店（従業員）	・先行きの景気が良くなるような兆しがみえない。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・補助金などの活用で設備の更新や新設を考えている取引先については、設備投資への意欲が高いため、案件をうまく進めることができれば、好調が続くことになる。消耗品などは物資の供給不足などの懸念があるため、動きの悪い状況が続くことになる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・中東情勢の影響が収まらないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	司法書士	・最近では、社会情勢に何か問題が発生すると、瞬時に価格が跳ね上がり、問題が収束した後も元の価格に戻らない。便乗値上げも少なからずあるとみられることから、これらが抑制されない限り、今後も景気は変わらない。
	▲	司法書士	・相続関連業務は引き続き堅調に推移しているものの、その他の業務にはばらつきがみられる。そのため、7月と比べれば、売上はやや減ると見込まれる。
	×	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・新規案件の話が出てこないことに加え、周りから人員の縮減を心配する声も聞かれることから、今後の受注量が減ることが懸念される。
雇用 関連	-	-	-
	○	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(北海道)	□	人材派遣会社（社員）	・お盆があることで、企業の採用活動が一時停滞することになる。ただし、求職者側の動きも鈍るため、全体的には今後も景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・相変わらず人手不足の状況にあることから、人材派遣のニーズが高まっている。このため、今後も好調が続くことになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・先行きの見通しが不透明なことから、今後も景気は変わらない。また、AIでカバーできる業務が増えてきたことで、企業の省人化傾向が一段と進むことが懸念される。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・中東情勢の影響はやや和らいでいるものの、設備投資や個人消費については、金利上昇や物価高を要因に、慎重な状況が続いていることから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・良くも悪くも変化につながるような話が聞こえてこないことから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・当地の新規求人数は前年比で3.3%の減少となり、2か月連続で前年を下回った。一方、月間有効求人数は、8か月連続で前年を下回った。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少が続いているものの、それが景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	職業安定所（職員）	・あらゆる物の価格が高騰し、消費者の負担感が強くなっていることが、景気にマイナスとなっている。こうした状況は続くと思われるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足を背景に、企業の採用活動は維持されることになる。ただし、物価高や経済情勢への懸念から、採用枠の拡大に慎重な企業が増加する懸念がある。
	×	*	*

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)		都市型ホテル（支配人）	・9月の大型連休を始め、秋の行楽シーズンの先行予約が好調である。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りなどで人出が増え、忙しくなることが予想される。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・暑さが和らぎ夏祭りも終われば、街に人やにぎわいが戻り、景気も多少良くなるとみている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・梅雨が長引き外出を伴う消費行動が低迷したが、夏以降は改善に向かうことが期待される。
	○	百貨店（経営者）	・春以降、来客数の増加が続いており、大きく伸びている。
	○	スーパー（店舗運営）	・盛夏になれば、来客数の増加や涼味食材の売上回復が期待できる。
	○	スーパー（商品担当）	・夏から秋へ変わり、天候や気温による影響が緩和される。
	○	コンビニ（経営者）	・販売量は前年比では増加傾向が続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇が続けば、夏物食材の売上が伸びてくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温が例年より高くなる見込みのため、冷たい食材の販売強化により売上は増加するとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売が後押しして良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・比較的買い求めやすい低価格帯から中価格帯の生産体制が十分確保されているため、販売台数の伸びが期待できる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・3か月先の予約数は、現時点で前年実績の2割となっている。このペースで推移すれば、今月をやや上回る実績となる見込みである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・9月の大型連休は、国内旅行需要が高まる時期であるため、旅行需要の増加が見込まれる。
	○	旅行代理店（従業員）	・自治体が発行している宿泊クーポンが秋以降に再び発行される情報があるため、連動した動きが期待できる。暑さの状況や夏休み後の動きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	通信会社（経営者）	・引き続き、サービスエリアの拡大による新規加入者の獲得が期待できる。特に学校施設へのサービス導入に伴い、学生を中心としたWi-Fiサービスの加入者数増加が見込まれる。また、高齢者世帯で固定インターネットサービスの需要が高まっており、町内会等からの説明会開催の要望もあることから、利用者数の増加が期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・当施設はほとんどが屋内にあるため天候に左右されない。夏休みは子供や孫を連れたファミリー層が多く訪れる。
	○	観光名所（職員）	・予約や問合せの状況からも好調が続く見通しである。また、10月に当地で全国規模のスポーツ大会が開催されるため、県外客の増加が見込まれる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・懸念材料は見当たらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は自分の状態を見て、暑い日は暑いなりに商品を選んで購入しているため、景気は悪くない。ただし、来客数の減少が続けば悪くなることも懸念される。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・秋に入り新作が発売される時期になるが、物価高の影響を受け販売が伸び悩む可能性もある。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向が続いているため、1人当たりの購入点数の増加を含めた販売施策を強化し、客単価の上昇を図る。
	□	百貨店（経営者）	・秋以降の物価上昇や株価の影響が不透明なだけに、消費の2極化はしばらく続くともみている。食料品やアパレルにおいて消費喚起の施策を実施し、何とか現状を維持していきたい。
	□	百貨店（従業員）	・中東情勢をめぐる不安や物価高騰に改善がみられないことから、生活防衛のための買い控えや節約志向に変化はないとみている。
	□	スーパー（店長）	・客はし好品である酒類、特にビールやギフト商品を買わなくなっている。一般食品の売上低調は、米や飲料、ギフト商品の影響が大きい。一方、青果はキウイやもも、魚は刺身やウナギが好調に推移している。全体としてはやや悪くなっている。
	□	スーパー（店長）	・値上げにより客単価は上がっているが、販売点数は増えていないため、横ばいとみる。
	□	スーパー（店長）	・高齢者が多い地域であるため、物価上昇が続けば買上点数はますます減少していく。
	□	スーパー（店長）	・酒税改正などがあり、消費は冷え込むとみている。
	□	スーパー（業務担当）	・先行きの見通しは不透明である。
	□	スーパー（販促担当）	・物価上昇の影響から、消費者の節約志向は引き続き強い。一方で、食品など生活必需品の需要は一定程度維持されており、売上に大きな変化はない。特売やポイント企画などお買い得感のある商品への反応は引き続き良いものの、通常価格の商品は買い控えの傾向が続いている。こういった状況は、今後2～3か月は変わらないとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・何もかもが値上がりしており、家計への負担が増している。賃金が上がらないなか物価上昇はこの先も続き、厳しい状況は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・現時点では外的環境の改善は見込めない。ただし、秋も気温が高い状態が続く場合は、来客数の増加や客単価の上昇が期待できる。
	□	コンビニ（店長）	・今月の売上は前年並みとなったが、物価上昇により客単価が上がったためであり、景気は良くなっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・店舗でのお中元販売は徐々に回復の兆しがみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材の販売が始まるが、円安の影響により輸入商品の価格上昇が止まらない。日々の生活においても物価高が続いており、良くなる材料は見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高による個人消費の停滞は続くともみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・気温の低下がなければ、夏物需要は順調に推移するとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・ビジネス市場の需要減少傾向は変わらないが、猛暑になれば、半袖シャツ、ポロシャツ、パンツの売行きが良くなる可能性が高い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	衣料品専門店（総務担当）	・客は衣食住の関連商品の中で優先順位を決めており、嗜好品等の購買は抑えているようにみえる。
	□	家電量販店（従業員）	・中東情勢の影響により、一部メーカーでは部品供給が間に合わずに長期欠品状態となっているが、その状況が改善し、各メーカーからの商品出荷が安定するとみている。9月を過ぎると気温も落ち着き、冬までの間は特に大きなイベントもないため、景気に大きな変化はないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・配車量が若干増加しているものの、売上が大きく増加する量ではない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・賃上げのため少しでも経費を抑えようとする客の動きがみられる。
	□	住関連専門店（経営者）	・中東情勢により資材価格は高騰して安定せず、受注活動に影響が出ている。景気回復は見通せない。
	□	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・世界情勢は見通せず、物価は上がる一方である。気温も昔より高くなっており、生活するのが大変である。景気が良くなる要因は見当たらない。
	□	その他専門店〔靴〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の販売量は、猛暑の影響もあり例年と比べて落ちている。中東情勢の影響から、潤滑油の配送も制限が出ている。
	□	高級レストラン（支配人）	・来客数は低迷している。景気が改善する材料は見当たらず、現状維持が続くとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・中長期的な予約状況をみても期待は薄い。円安の影響により物価高が進んでいるため、購買意欲は高まらなないとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・低価格帯の店は混雑する一方で、高価格帯の店は来客が少ないという2極化の状況が続くとみている。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・売上を伸ばすためには、施策が当たるまで続けるか、従業員を増やして接客を強化し、来客数を伸ばすことが必要である。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・中東情勢の終息に時間が掛かるとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・来客数が少ない状況は変わらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・夏休みとお盆以外に良くなる要素は見当たらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・中東情勢が不透明であることや物価高の解消が見込めないことから、旅行などへの支出は避ける傾向にある。
	□	旅行代理店（従業員）	・先行きの見通しが立たない状況である。
	□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、現状維持とみている。
	□	通信会社（営業担当）	・良い材料が見当たらない。
	□	遊園地（経営者）	・中東情勢や物価上昇の基調に変化がなく、家計の好転は見込みにくい。
	□	ゴルフ場（支配人）	・地方経済においては、好景気を実感できない。
	□	競艇場（職員）	・定期的に来場促進イベントなどを行っているが、来場者数は増えていない。今後も増加は期待できない。
	□	美容室（経営者）	・毎月来店するのは常連客だけである。
	□	設計事務所（経営者）	・受注・納品計画が予定どおりに進んでおり、景気は変わらないとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・良くなる要素は特に見当たらないが、悪くなるともいえない。
	▲	商店街（代表者）	・座敷の予約は横ばいで推移しているが、テーブルやカウンター席の予約はほぼない。物価高が浸透し、個人客の来店が減少している状況はこの先も続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・先行きの不透明感から、消費者の買い控えが進むとみている。
	▲	商店街（代表者）	・物価高が続いている。特に人件費の上昇や材料価格の高騰は影響が大きく、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・秋の紅葉シーズンまでは比較的安定した人流が見込まれるものの、その後は気温の低下や降雪の影響により、来街者数は減少傾向となる。
	▲	商店街（代表者）	・世界情勢の不安要素が拭い切れない。物価上昇により実質賃金がマイナスで推移し、購買力は更に低下するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・仕入価格の上昇を見越して在庫を積み増し、店頭価格の上昇を抑えてきた。しかし、ここに来て在庫が底を突き、商品の値上げを検討せざるを得ない状況であり、今後は消費者の生活防衛意識が更に強まることが予想される。
	▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価高の影響により、消費者は買い控えをしている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今まで踏ん張ってきた企業が芋づる式に経営破綻してしまうのではないかと不安があるなか、景気が良くなる要素が見つからない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・物価上昇が続いており、今後その影響が出るとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・天候不順が続いていることに加え、災害への危機感が一層強まることで買い控えが進み、消費の低迷が長期間続くことを危惧している。
	▲	コンビニ（経営者）	・相次ぐ値上げで客単価は上昇しているものの、来客数は減少しており、買上点数も横ばいである。今後も物価高が続く見通しのため、景気は若干減速するとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・最近はこのコンビニも値引き競争が激化しており、利益の減少が懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・現状を改善する要素は見当たらず、当面は来客数、販売量共に微減が続くとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・現在の来客数は月初めと比較して95%程度まで減少している。2か月先もこの水準で推移するとみている。
	▲	衣料品専門店（店員）	・ビジネススタイルの軽装化が続いている。当店でも扱っている商品はあるが、売れるのは単価が低い商品であり、このまま何もしなければ厳しい状況になる。
	▲	家電量販店（従業員）	・インフレの影響により、エアコン以外は需要が低下している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表になり受注が伸びているが、生産移管がありオーダーストップが予想されるため、受注が少し弱くなるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・上期は新型車への切替えに伴うメーカー支援などもあり、受注残で売上を確保できていた。しかし、受注は計画を下回る月もあり、今後の新型車の受注動向については不透明な状況にある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・販売台数はここ2～3か月横ばいが続いているものの、修理関係の客はかなり落ち込んでいるため、動きとしては悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車効果で現状は上向いているが、クレジット金利も上がる予想であり、販売の先行きは不透明である。
	▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・秋口からは防寒着の販売を行うが、取扱数量は大幅に減少しており、売上確保は難しくなっている。毎年支給する企業が減ったことに加え、重防寒着の需要が激減しているためである。軽量防寒着の需要はあるものの単価が低く、更新頻度も高くない。防寒着販売は厳しい状況が続くとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢の影響に伴い、自動車燃料の販売価格は高水準で推移すると予想されるため、販売量の回復は見込めない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・暑さが影響し、売上は多少減少するとみている。
	▲	タクシー運転手	・客からは、節約をしており、飲食や遠出は行き先を厳選し、無駄な支出を控えているという話を聞く。
	▲	通信会社（営業担当）	・良くなる要因が見当たらない。
	▲	通信会社（営業担当）	・商品価格が高騰している。
	▲	観光名所（職員）	・来月の予約状況が悪く、現在の振り客も夏休みに入り子供は増えているものの、少し買い控えの様子がみられる。よって、景気は後退するとみている。
	▲	美容室（経営者）	・中東情勢は長期化の様相が見え始めており、物価上昇は一段と進むとみている。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響により、売上が伸び悩んでいる。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・中東情勢や米国の関税政策といったマイナス要素がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・エアコンは受注過多による交換工事遅延への対応が課題となる。リフォームは、中東情勢が再燃する見通しであり、厳しさは更に増すとみている。
	×	スーパー（経営者）	・円安が進行し、あらゆるものの価格が上がることで、客の財布のひもは更に固くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・気温が上がらないため来客数が伸びていない。今後も厳しくなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・時代の流れにより最低賃金が上昇傾向にある。経営状況が厳しいため、今年も上がった対応できるか分からない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・物価が上昇傾向にあるなか、地元農業の主力である米は市場在庫が積み上がった状況にある。この状態で新米が出回ると、市場に悪影響が出ることが懸念される。特に新米の価格が予想を上回った場合は、状況が更に緊迫化することが懸念される。
	×	一般レストラン（経営者）	・我が国は米国政策の影響も大きく受けるため、米国の中間選挙までは中東情勢や株価の影響を受けて、消費に慎重な姿勢は変わらないとみている。ウクライナ情勢を警戒している人も増えている。景気は悪化するとみている。
	×	観光名所（職員）	・熊本の地震を受け、観光を控える動きが広がるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	・お盆需要により販売量の増加が期待される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・予断を許さない状況は変わらないものの、直近の受注予測は若干上向いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・鋼材や工具類の仕入価格、オイル代や電気代等の上昇が利益を圧迫する状況が続いている。しかし、新規の引き合いが増えているため、順調に受注できれば2～3か月先はやや良くなるとみている。
	○	建設業（従業員）	・2か月以内に大型民間投資の受注が見込まれるため、景気は上向くとみている。
	○	経営コンサルタント	・夏季ボーナスと夏のイベントによる消費喚起に期待している。
	○	その他企業〔協同組合〕（職員）	・中東の海峡封鎖や中国によるレアアース等の輸出制限など先行きが見通せない状況にある。しかし、我が国では、大企業にとどまらず中小企業においても、過去に幾多の困難を乗り越えてきた経験から、常に何らかの打開策を打ち出していく。
	□	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の売上減少分を新商品で賄えていない。原材料価格の上昇が続いているため、利益を上げることも非常に厳しくなっている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・原料価格などの値下がりには期待できず、価格改定や内容量を見直さざるを得ない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷分野においては、インターネットで安価に発注する流れが定着しているため、事業環境は厳しくなる。印刷以外の事業領域を拡大していく必要がある。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年どおり、あるいは前年に実施したことを踏襲して開催する案件は減少している。県の施策についても、対外的な集客イベントから、人口減少対策や婚活支援などの内向けのものに変化している。本業である印刷、出版物の制作、製造は減少する一方、委託事業の需要は増加しており、事業の軸足を移さざるを得ない状況である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体、通信関連は好調だが、自動車は低調であり、業種によって差がみられる。全体としては一進一退の状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・世界情勢も為替の動きも不透明で、客先の動きも非常に鈍い。先が全く見通せない状況である。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・部材の入手状況が不安定で、先行きは不透明である。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先各社の動きが活発になっており、この先も良くなる見込みである。
	□	建設業（従業員）	・受注は堅調だが、人手不足が課題である。
	□	建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やすことができず、景気は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・これ以上対応できない状況にある。世界情勢の影響があるかもしれないが、現時点では悪化要因は見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（営業担当）	・取引先からの既存契約の価格引下げ要請は今後も続くことが予想されるが、価格の適正さを伝えていく。
	□	通信業（営業担当）	・製品の値上げが加速しているため新品の受注は減少しているが、レンタルや新古品の需要があるため、トータルでの受注は変わらないとみている。
	□	通信業（営業担当）	・仕入価格の上昇を予想している。
	□	金融業（広報担当）	・原油由来製品の品不足により、一部業種やサービスに大きな影響が出ているものの、総じて企業の設備投資意欲や個人消費に変化はない。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足を背景に、人材採用、企業価値向上施策のニーズは依然として高く、この領域の業務を取り込めるよう営業を推進している。
	□	広告代理店（従業員）	・取引先の動向を見る限り、需要が短期間で大幅に増減する兆候はみられない。
	□	司法書士	・材料価格の高騰により工事の受注が延期されていたが、それは解消されつつある。一方、金利上昇もあり、全体としては前年並みに推移するとみている。
	□	公認会計士	・製造業、建設業の業績が2～3か月で劇的に改善することは見込みにくい。今後の物価動向にもよるが、小売業、サービス業が好調を維持できれば、全体としての景気はやや悪い状況が続くとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・小売流通業の動向を見ると、景気は変わらないとみられる。
	▲	農林水産業（従業者）	・米の市場価格が下がり続けており、今秋の新米価格の上昇も期待できない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・9月から商品の値上げを予定しており、受け入れられるかどうか不安がある。
	▲	木材木製品製造業（従業員）	・当地域における取引先の受注案件数が減少傾向にあり、実需の弱さを強く実感している。最近の倒産件数増加に関する報道についても、現場の感覚と合致しており、連鎖倒産や与信管理上のリスクを含め、今後の動向には強い警戒感を持っている。需要の根本的な回復が見込めないなか、当面は慎重な事業運営とリスク管理が必要である。
	▲	輸送業（経営者）	・中東情勢の緊迫化や熊本地震によるインフラ被害で物流が停滞することにより、日本経済に悪影響を及ぼすとみている。
	▲	不動産業（従業員）	・価格下落の進行が遅れるため、供給過多になり、購入判断が遅れることが予想される。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しているため、厳しい状況は続く。
雇用 関連 (東北)	-	-	-
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中東の海峡封鎖の解除を期待したい。
	□	人材派遣会社（経営者）	・中東情勢が収束しないことには先行きが見通せないと話す経営者が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	・地政学的リスクや半導体市場の停滞から、様子見ムードが続いており、求人数に大きな変動はない。今後は、AI投資が企業業績にどのような影響を及ぼすか、その効果がどこまで広がるかが鍵になるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ここ1か月で状況に変化がみられ、2～3か月後の求職者の動きは現時点では判断が難しい。
	□	人材派遣会社（社員）	・例年9月は求人数が大きく動く時期だが、派遣労働需要として退職者も大幅に増加するため、プラスマイナスゼロになる可能性が高い。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰、中東情勢など先行きの不透明感が払拭されないため、現状が大きく変わることはないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰、中東情勢など先行きを懸念する事業所の声は多いものの、雇用への影響は限定的である。求人、求職者の動きに大きな変化はないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は、主要産業のうち建設業、運輸業、宿泊・飲食サービス業、医療・福祉業でマイナスとなり、全体では前年同月比で8.4%減少している。なお、新規求職者数はこのところ横ばい圏内で推移しており、雇用情勢に急激な変化はみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・中東情勢の影響による物価高や原材料の入手困難が続く限り、多くの業種で業績が低下している状況は変わらない。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・現状の物価高対策として賃上げだけでは十分とはいえない。生活が苦しい状況は今後ますます強まるとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・止まらない物価高に加え、数か月後の最低賃金引上げが大きく影響することを強く危惧している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内では業種を問わず厳しい状況にあり、良い話を全く聞かない。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響による物価高騰や原材料不足が続いており、今後の調達等を不安視している企業が多い。
	▲	学校〔専門学校〕	・求人に付される採用条件が更に厳しくなり、採用の難易度が上がることが予想される。
	×	*	*

３．北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)		観光型ホテル（経営者）	・観光シーズンに突入するため良くなる。ただし、災害等の懸念から、観光シーズンという要因を除いた景況感は厳しくなる。
		旅行代理店（経営者）	・9月は前年並み、10月は前年以上の販売量が見込まれている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響もあるが、来客数もそれほど落ちていないため、やや良くなる。
	○	コンビニ（店長）	・近隣に住んでいる人の多くは高齢者のため、この暑さのなか、人出がかなり落ち込んでいる。涼くなれば少しは回復すると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・2027年に新たな省エネ基準が開始されることと、天候により、夏後半のエアコン販売にも期待が持てる。
	○	一般レストラン（経営者）	・夏休みとお盆で客足が増えるはずなので、やや良くなる。
	○	都市型ホテル（経営者）	・季節的に宴会は少ないものの、宿泊予約は立地条件的にインバウンドは無関係であるが、前年比1.5倍と良くなっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会件数は前年と比べて増加しており、明らかに前年より業界団体の集まり等が増えている。宿泊も近隣施設、特にスポーツ関連施設の利用に関連した予約が増えている。一方、中東情勢の影響により企業の団体旅行等によるレストランのバスストップ利用が減っており、懸念材料ではあるものの、全体としてはおおむね良い流れである。
	○	タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが良かったので、この先も良くなる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先も残暑が続く予報であり、来場意欲の低下やキャンセルの増加が懸念される。また、物価上昇による生活防衛意識の高まりから、レジャー支出を抑える動きも続く。
	○	美容室（経営者）	・酷暑対策としてメニュー化したクールシャンプーを希望する客の増加が期待できる。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・暑さの影響がなくなっている頃かとみているが、主食の米価も安定してきているため、一般的には落ち着くとみている。ただし、景気はまだしばらくは変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今月は、国内外の旅行客共に順調に土産物類を購入してもらっていたが、月末に令和8年熊本地震が発生した。国内で大きな災害が起きると、旅行のような娯楽を抑える傾向が出るため、観光業は今後はやや厳しくなる。
	□	百貨店（営業担当）	・終わりのみえない価格高騰を消費者も我々も恐れている。そのなかで、商品のお買い得情報への機敏な反応、高額品でも購入の決断の早さに目を見張るものがある。ますます消費者は堅実かつ慎重な購買行動を取っていくとみられる。
	□	百貨店（店長）	・前月同様に富裕層の購買は維持できているものの、中間層の来店や売上が前年を下回る状況が継続している。物価上昇などの環境が当面変わることはない想定されるため、今後もこの状況が継続する。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価高騰の影響により、客の節約志向や買い控えは続いており、販売環境は依然として不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	衣料品専門店（経営者）	・良くなる根拠が見当たらない。
	□	家電量販店（企画担当）	・2027年のエアコンの省エネ基準を背景に、下期にかけてもエアコンが堅調に売上を伸ばすことが期待できる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産台数は比較的順調で安定している。
	□	乗用車販売店（従業員）	・相次ぐ物価上昇により家計は引き締められ、高額品の購入が敬遠される傾向は、今後も変わらず長期化する。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・身の回りでは、良くなる材料や極端に悪い材料もない状態で現状を維持している。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・食料品中心に値上げが続き、ガソリン代も高止まりしている。値ごろ感のあるものだけは堅調だが、それ以外、特にレジャー関連品は下げ止まりがみえない。
	□	その他専門店（総務担当）	・見積が少ない状況は変わらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・食材や資材の値上がりが続いており、人件費の高騰もあいまって、利益確保が難しい。
	□	一般レストラン（経営者）	・賃上げや景気が良くなる気配はない。しばらくはこのままではないかと考える。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・天候や地政学等、世界的な要因で先行きは非常に不透明であり、給食事業への中長期的な影響が読みにくい状況である。人件費の上昇も含めて取引条件の引上げ交渉を行うにしても、根拠が明示しにくく、クライアントとの交渉を進めにくい。結果、収支面が圧迫されていくことが懸念される。
	□	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は夏休み期間に入り、イベント等もあるため高単価かつ高稼働が見込める。料飲部門は夏は閑散期となるため、両部門を合わせると変わらない。
	□	旅行代理店（所長）	・秋の旅行シーズンを迎えるが、懸念されるのは中東情勢に関連した先行き不安感によるインバウンドの減少である。国内旅行者も同様の懸念があることから、良くなる兆しがみえない。
	□	旅行代理店（従業員）	・伸びがない状況は変わらない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・ガソリン価格や物価高など、生活に直結する部分の影響が大きい。レジャー産業の景気上昇は、まず生活がある程度落ち着いてからとなる。
	□	通信会社（営業担当）	・世界情勢の影響により、近隣諸国を含めた燃料費の高騰から、輸入品は影響を受けている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・問合せ等が減っており、動きも大変鈍くなっている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・あらゆる物が高騰し続けているとの認識は、客にもある程度は深まっているが、依頼や受注が増えるとは考えにくい。現状と変わらない状況がまだしばらくは続く。
	▲	商店街（代表者）	・今月に入って、メーカーからの値上げ通知があり、今後も様々な商材の価格上昇があるようである。中東情勢の影響もあるため、先行きは不安である。
	▲	スーパー（商品部担当）	・現状が悪く、回復の兆しがみえない。中東情勢の影響や食料品の値上げには落ち着く気配もなく、厳しい状況が続くとみている。猛暑、酷暑の影響により、一部商材の数字は良いものの、全体的に影響が出るほどではない。
	▲	スーパー（経営企画）	・値上げはあるが、賃金は上がらない。
	▲	家電量販店（営業担当）	・季節指数が高いことは良い状況とはいえない。反動で大きく悪化となる。しかし、今年はエアコンの低価格帯商材確保が急務な課題である。協力会社と連携して取り組んでいる。
	▲	タクシー運転手	・物価上昇の影響からタクシー利用客は少ない。地方ではレンタカーの利用が増えている。
	▲	通信会社（社員）	・現状が続くことを前提に、やや悪くなる可能性がある。当社サービス料金の値上げを検討せざるを得ない。
	▲	通信会社（総務担当）	・更に値上げが進むとみている。
	▲	テーマパーク（職員）	・中東情勢に加え、円安、猛暑等の外部要因による外出控えや、レジャー費は劣後に回ることから、旅行自体を懸念するのではないかとみている。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・商材単価の改定により、客の購買点数が減少している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・手取りが増えないなど、この状態なら、皆、消費はしなくなる。
	×	乗用車販売店（経営者）	・米国、中国、国内の不安定さもあり、悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・円安による資材価格の高騰が大きい。以前より価格転嫁しやすい環境にはなりつつあるが、売れなければ価格を下げざるを得ない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・ナフサ不足が本格化し、各部材への影響も表面化していく。全体的に状況は悪化していく。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
	○	出版・印刷・関連連産業（経営者）	・9月、10月になれば猛暑が過ぎ、過ごしやすい行楽シーズンが訪れ、猛暑の反動で屋外を楽しみたい人々の行動が活発になるとみており、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・秋口から半導体関連の仕事に増産予定があり、多少上向く見込みである。
	○	経営コンサルタント	・一部の中小製造業は、原材料等の諸物価の上昇対策として価格転嫁を進め、当分の間は業況の先行き不安はないが、顧客流出の防止と新規客の獲得が新たな課題となっている。自動車部品の下請製造業では、受注の回復から増加に転じつつあり、先行きの生産見通しは明るくなっている。
	□	食料品製造業（経営者）	・昇給時期を過ぎたが、それ以上に物価上昇が予想される。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・令和8年熊本地震の発生時にはスマートフォンに震度7の緊急地震速報が入り、非常に驚いた。今の生活が続いていけばよいと考える。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・猛暑のなか、変わらずに稼働している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・景況感は低調な状況で変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先は大手企業を含み50社ほどあるが、景気の良さそうな会社がなく、気掛かりである。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・製造業全体でも受注量、販売量は落ちている。取引先等もこれから急激に販売が増える様子はないため、悪くなるかわからないかのどちらかである。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等が、依然として続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・8月も暑い日が続きそうで、エアコン、冷蔵庫、冷凍庫等の物量は前年並み以上を確保予定である。中東情勢等もあり、燃料価格の高騰、エンジンオイルの高値など、しばらくはコスト高が続きそうなので、利益確保には不安がある。
	□	社会保険労務士	・円安が進んでいるため、外資が大型投資してくれればよいが、内需は今と変わらないとみている。
	▲	化学工業（管理担当）	・電気代、アセトンなど各種材料の値上げが続き、製造原価を押し上げている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・今がピークの受注量で、今後は多少下がる。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今までは中東情勢の影響を余り受けることなく生産を続けることができたが、主要取引先から生産に使用する油脂類に問題が出てきそうだと連絡があった。現時点でどうなるかの回答はない。中東情勢がいまだ安定していないため、今後が不安である。
	▲	建設業（総務担当）	・とにかく業務量が不足している。発注見通しを見ても件数が少なく不安である。
	▲	金融業（営業担当）	・中東情勢の混乱が長引いており、石油由来の資材調達が再び困難になる可能性が高まっている。
	×	不動産業（管理担当）	・円安による原料費の高止まりと今後も続く資材の値上げに対し、受注金額の引上げができるかが分からない。人手不足による業務受注減少なども見込まれるため、今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連 (北関東)		-	-
	○	人材派遣会社（経営者）	・購買力等が全般的に少し持ち直して、今までよりやや良くなるとみており、購買力も伸びてくる。夏休みの関係で、観光地も含めたレジャー産業等の購買力は伸びていく。住宅、建設関係は、天候に左右されることもあり、人手がなかなか確保できず、やや沈滞ムードである。
	□	人材派遣会社（社員）	・物価高騰が続く限り、特に、中小企業は採用も厳しい状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月と横ばいで推移している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・様々な要因により不透明な部分が多くあるため、各企業が様子見の状況である。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・製造派遣の減産計画が発表され、3か月後から減産になる。派遣が縮小又は終了するため、やや悪くなる。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・地域の企業が売上拡大に向けた取組を継続していることから、景気は良くなるとみている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・9月はお彼岸があるため、今よりは売行きが大分良くなるとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・免税においては回復が遅れていた中国からのインバウンドの売上が前々年並みに戻ってきており、この動きは今後も継続するとみている。国内需要においても食品を中心に安定的な推移である（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・上期の最需要月で、客の動向も活発化してくると予想する。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は少し涼しくなり、客足が良くなる。また、9月、10月はケータリングの需要がかなり増えることから、売上は3～4割増えて、今よりは良くなる。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・今年は周年事業があり、若干ではあるものの需要が増える。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・9月、10月にかけては、手帳などの季節商材の入荷により客単価が上がり、売上も向上する。地域のイベントも多く開催され、来街者数の増加に伴い当店の来客数も向上し、売上増加につながる（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・店内改装が終わり、来客数の増加が見込まれ、買い回りが期待できる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて、やや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・季節商材の入替えが進めば、客の動きも変わってくるものと期待している。
	○	コンビニ（従業員）	・8～9月までは夏休みの学生等の来店増加が続く。夏は特に飲料やアイスが売れる。アイスなどは粗利が良いため、積極的に種類を増やして準備していきたい。のどの渇きにくい寒い時期とは売れ方が違っているため、暑い夏の利点をいかして販売を強化していくが必要になる。
	○	一般レストラン（経営者）	・季節要因もあるが、今年に入ってから来客数が前年比ではずっと伸び続けているため、今後も変わらない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて企業の団体案件が増えてくる。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・主原料である米の単価下落から収益は改善している。これは秋の新米も含め今年度も続く予想から、収益は良化方向と想定している（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・これから夏休みに入り、その後秋を迎えるが、近隣の大規模コンベンション施設では多くの催事やフェスなどが入っているため、宿泊部門は上昇に転じる。宴会部門については、7月に引き続き8月もやや落ちるが、秋以降は順調に予約が入っているため、今よりやや良くなる見込みである。ただし、中東情勢や円安等、様々な要因で経営は圧迫されている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・秋のシーズンに向け団体客を確保するべく準備している。取りこぼしがないように進めれば、状況は良化する。
	○	タクシー運転手	・まだ暑い日が続いているため、タクシーの利用が増える。昼間の利用は配車アプリや会社の無線配車が良く、最近では夜の飲み屋からの配車も増えてきているため、期待できそうである。このところ長距離の利用もあり、売上が伸びている。
	○	通信会社（経営者）	・販売量の動きからみて、やや良くなる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・CMの引き合いやイベントの情報は増えておらず、売上増加を見込める状況ではないものの、商店街の活性化の活動に期待ができそうである（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・9月頃から動きが活発化する見込みである（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・猛暑が落ち着けば、来客数が増加する（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・暑さが落ち着き、来場者数が増えるため、売上の増加が予想される。ただし、各営業資材の値上げや10月には最低賃金の引上げが見込まれることもあり、何らかの対策を考えなくては行けない。毎年の人件費の上昇が自社のサービス料金の値上げに追い付いておらず、利益率の悪化を防ぐことができていない。
	○	ゴルフ場（従業員）	・暑さが和らげば客が増える。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・中学生から大学生くらいの若者の来場が増え勢いがあるため、この先も期待できる（東京都）。
	○	その他サービス[葬祭業]（経営者）	・ここ数年時期がずれてはいるものの、8～9月頃は忙しい。
	○	設計事務所（経営者）	・新規プロジェクトがあるという話を聞いている。
	○	住宅販売会社（経営者）	・都内のホテルの宿泊料金は前年から今年にかけて12%も上昇しており、ホテル業界は良くなる。一方、建設業では、建設費の高騰によりスムーズな受注ができないことがある。また、我々中小企業は厳しい環境のなかでなかなか賃金を上げることができない。
	□	商店街（代表者）	・現状、商店街の客の動向は余り良くない。やはり物価高に対応するため、買物には慎重になっている。今後も余り期待できない。
	□	商店街（代表者）	・天候、気温が35度ラインを超えるかどうか、中東を含む世界情勢、食料品の消費税率等により先行きは大きく左右されるため、一概には予想できない。何も問題が生じないことを前提に考えれば、良い流れが続く（東京都）。
	□	一般小売店[家電]（経営者）	・今夏の暑さで空調関係の問合せが多くあり、エアコンの売上が伸びていることから、前年並みとなっている。ただし、この先3か月の仕事はどうなるかはまだみえておらず、とても不安である（東京都）。
	□	一般小売店[家電]（経理担当）	・物価の上昇により消費が冷え込む。
	□	一般小売店[家具]（経営者）	・客の様子から、なかなか耐久消費財を買う余裕がなくなっているのが現実で、この先も状況は変わらない（東京都）。
	□	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	・経済状況次第だが、直近では変わらない。
	□	一般小売店[印章]（経営者）	・路面の独立店舗は、歩いていても直射日光が当たる。ビルの中に入って涼しい環境でショッピングができる量販店とは違う。インターネット販売での購入もできる。客はそうした買物形態に完全に慣れつつあり、路面店としては商売に不向きな環境になりつつある。
	□	一般小売店[傘]（店長）	・残暑が長引けば、今の需要が続く。
	□	一般小売店[文具]（販売企画担当）	・外商においては、8月から年末に向けて、既に幾つかのある程度大きな案件等が決まっており、そういった点では有り難い。一方で、中東情勢の影響により入ってこない商材が多々あることが懸念材料である。また、令和8年熊本地震で製紙工場が被災したことで、文房具業界にどう影響が及ぶのか。紙関係で供給できない商材が出てくるのではないかという不安がある。そのようなことから、今のところ先が読めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・通常の販売数もやっとなどところに、イベント出店でも最近では売上がなかなか伸びない（東京都）。
	☐	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・今後2～3か月で景況感を大きく左右する要因は見当たらず、当面は横ばいで推移する見込みである（東京都）。
	☐	百貨店（売場主任）	・お盆などがあるため、帰省の土産など人出が増えることは想定内である。このまま猛暑の影響で昼間の来客数が大きく減少しないよう、得意先の秋のイベントに向けた施策を拡充させてフォローしていく（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・地政学的リスクによる先行き不透明な状況が続いており、今後の消費動向が景気に与える影響を見通すことは非常に難しい。何らかのきっかけで景気が上振れ又は下振れする可能性がある（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・中東情勢の不透明さは残るものの、消費者心理へのこれ以上の影響は考えにくい（東京都）。
	☐	百貨店（広報担当）	・消費が2極化しており、高価格帯の商材は好調ではあるものの、節約志向の部分はしっかり節約されているため、これ以上景気が良くなるとは考えられない（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・気温、イベント時期、観光動向、株価などの外的要因が活発に動き、見通しも揺れやすい環境である（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・客のお金の使い方の多様化傾向は余り変わらないと考えている。加えて、円安や天候不順の影響により、消費財の価格高騰の懸念は拭えず、積極的な消費行動に向かうかは疑問が残る。インバウンドによる消費は継続して増えるため、現状と変わらないトレンドが続く（東京都）。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィークと同様にお盆休みも近場で過ごす人が多くなれば期待ができるプラス側面と、7月後半からの高気温が8月も続くことや、令和8年熊本地震の心理的影響、また、中東情勢の停滞等のマイナス側面があり、売上は大きく変わらない。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・2か月後の秋口に開催する招待会の予約状況や希望商材リストから、来客数、客単価共に現状維持の商況が見込まれる（東京都）。
	☐	スーパー（経営者）	・月後半から暑さが本格的になり、売上が少し盛り返してきているが、これは気候の影響で、客の節約志向は変わっていない。今後も同様の状況が続く。
	☐	スーパー（店長）	・買上点数アップのため、各社共に価格抑制を進めており、生活必需品は値上げ前の売価での販売が続いている。全体的には値上げしているが、客が必要な商材だけ買い回りをする状況は続く。
	☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、物価の上昇と所得のバランスが取れてくるまでは、現状がしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー（総務担当）	・良くなる要因も悪くなる要因もない。物価高は止まらないが、客も極力消費をしない方法を身に付け始めている。
	☐	スーパー（営業担当）	・単価の上昇はまだ継続するとみられるが、販売数、来客数の動向次第で今後の売上が変わってくる（東京都）。
	☐	スーパー（販売担当）	・気温上昇の影響により、昼間の来客数が見込めない。
	☐	コンビニ（経営者）	・ここ数か月、この1年をみると、来客数の伸びが非常に悪い。良い商材や割引セールなどのときは結構売れているものの、売上の伸びは変わらない。来客数の伸びがあれば売行きももっと良くなる。
	☐	コンビニ（経営者）	・特に状況は変わらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・令和8年熊本地震の被害は深刻である。原油調達不安定で、株価も低迷している。景気は下げ止まった感があるものの、安心はできない（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月来客数の動きは変わっていないため、先行きも変わらない。
	☐	衣料品専門店（店長）	・中東情勢の不透明感に加え、円安の伸長等、物価上昇が更に進行し、一般消費者の購買意欲が高まらない。活路は、富裕層の一層の取り込みにある。いずれせよ、全体的に売上が伸び悩む一方でコストは増加傾向にあり、厳しい状況は変わらない（東京都）。
	☐	衣料品専門店（統括）	・毎年、2～3か月後の売上はほぼ変わらないため、気温等の季節要因がない限り、大きくは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	衣料品専門店（役員）	・ 8月は衣料品の売上が減少する月だが、この物価高でますます厳しくなる。
	☐	衣料品専門店（従業員）	・ 世界情勢に明るいニュースがなく、同業者の話でも、余り状態が良くないと聞いているため、良い方向にはまだいかない。
	☐	家電量販店（店長）	・ 中東情勢が落ち着かず、燃料費も高止まりしたままで、全ての物が値上がりしているため、変わらない。
	☐	家電量販店（店長）	・ 市況で大きなニュースが飛び込んでこない限りは、国内客及びインバウンドの動きに変化はないと予測している（東京都）。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ 期待を込めてであるが、中東情勢次第で大きく悪化しないか不安である（東京都）。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・ 決算期を迎えるものの、主力車種の攻勢が悪い。
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・ 販売環境に変化はないと見込んでいる。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・ 中東情勢が予測不能であり、資材調達状況や客の消費マインドを含め、見通しは不透明である（東京都）。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・ 厳しい暑さ、豪雨などの天候要因で来客数に影響があるかもしれないが、実店舗以外にも通販サイトで販売可能なため、全体的な販売量は変化しない（東京都）。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・ 中東情勢の先行き不透明感は拭えないまま、税制にゆだねる部分はあるものの、石油業界においては需給バランスが保たれた状況が続く（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 今まで施設の中心となっていた衣料品がぱっとしない。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 世界情勢について、一旦落ち着くかとみていたが、現時点では長期化する見込みになっている。物価高や客の購買動向から、円安の影響もあるとみられるため、年内は景気は変わらない（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・ 2～3か月先の法人関連の宴席予約状況は、ほぼ例年どおりのペースで推移している（東京都）。
	☐	高級レストラン（役員）	・ 好景気へ転換する要素は見受けられない。引き続き物価高、円安などへの不安感が大きいと、景況感は変わらない（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	・ 8月は調理人も暑いと、夏季休業して休ませるつもりである。休みがある方が、営業日に客が集まりやすいなど変動があるため、景気は変わらない（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・ 新規参入店舗の価格設定は総じて高く、既存店の数倍ということも珍しくない。例えばランチ1000円に対して新しい店では3000円という具合である（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・ 飲食店の消費税減税はないようなので、飲食店利用が減っていくことも懸念材料である。金利が上がることで円安が止まればよいが、止まらなければ金利上昇と円安でダブルパンチになる。先が見えないというのが正直なところである（東京都）。
	☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 景気が良い客も一部いるものの、全体的な景気としては、物価高の影響もあり、上がり基調とはいえない（東京都）。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・ 物価高や中東情勢等が今後どのようになるか次第のため、不透明である。
	☐	旅行代理店（従業員）	・ この2～3か月は前年比105%程度で推移しており、この先も同様に推移する（東京都）。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・ 物価上昇のため、金額的に抑えられるところは抑えている。
	☐	タクシー運転手	・ 前年からずっと続いている物価上昇は落ち着く気配がみえず、今後も回復傾向にないことが最大の悩みの種である。客も不安が募ってきている様子である。
	☐	タクシー（団体役員）	・ 中東情勢も混とんとしており、余り良くなる要素がない。
	☐	通信会社（経営者）	・ 交渉中の案件が増加傾向にならないと、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・ 良くなる材料がない。
	☐	通信会社（営業担当）	・ 物価高が収まらない限り変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（管理担当）	・ 通信回線の光ファイバー化を進めているものの、短期間での回復を見込むことは難しい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	通信会社（管理担当）	・第3四半期では需要の波が落ち着き、新たな提案を通して案件創出を図る時期のため、平均程度になる見込みである（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・特に変化はない（東京都）。
	☐	観光名所（職員）	・これ以上悪くはないと予想しているが、短期的に良くなる要素も見当たらない（東京都）。
	☐	ゴルフ場（経理担当）	・経済の先行き不透明感の影響により、今後も素材、エネルギー価格の高止まりは続き、固定費の回収すら苦慮する経営環境で利益を創出できない状況が続くことに変わりはない。10月になれば猛暑も緩和され、稼働率改善が期待できないわけではないものの、あくまで季節要因にとどまり、景気要因での来客数改善は期待できない。物価上昇、実質賃金低下により、生活防衛を意識して高額レジャー支出への抑制行動が顕著となる状況を総合すれば、景況感の回復を展望することは困難である。
	☐	競輪場（職員）	・状況に変わりはない。
	☐	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従業員）	・これ以上の悪化は考えにくい、良くなる要素も見当たらない（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕（財務担当）	・中東情勢が不透明である（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 〔映画〕（営業担当）	・前年より動員客数が増える要素はないものの、前々年と比べて悪いわけではない（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・3か月前からの動向を踏まえると、3か月後に大きな変化が生じる可能性は低い（東京都）。
	☐	美容室（経営者）	・以前のように仕事に必要な資材が早く回ってくるとよい。
	☐	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・取り立てて良い変化はない。
	☐	その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・来客数の動きを見ても、上向いているようにはみえない。相変わらず物価上昇に歯止めがかからず、先行きは不透明である（東京都）。
	☐	設計事務所（職員）	・世界情勢や社会情勢が良い方向に向かうとの期待を込めたとしても、上向くことは考えられない（東京都）。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・人件費や資材の高騰により販売価格を改定しているが、ここ数か月間の販売量は安定しているため、しばらくはこのままで推移するとみている。中小企業の倒産のニュースを聞くようになり、当社のような多角経営をしている大手企業ならば多少は安心感があるということから、販売量を維持できているものと考えている。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・中東情勢がまだ収束していないが、当社のターゲットである富裕層及び法人客の不動産への需要はしばらく変化がないとみている。
	☐	住宅販売会社（総務担当）	・しばらくは現在の小康状態が続くとみている。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・秋は祭り関係の電気工事などがあり、照明器具の動きも続くともみているが、金額面ではエアコンのようにはいかない。電気自動車関連の工事が続けば有り難い。
	▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・気候変動並びに世界情勢の影響にかかわらず物価高で非常に厳しい経済動向となっている。物価高は止まらず、消費者物価指数が上がり、生活者は苦しむとみている（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・財布のひもが固く、嗜好品への予算が減少している。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・3か月後の10月末は、今の売上よりもやや落ちる予想である。
	▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・新規客の獲得が難しくなっているため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	・7月は6月の落ち込みに対する反動で伸びている。円安に伴いインバウンドによる免税実績が大きく伸びているものの、今後の動きは予想しにくく、中東情勢や継続する原材料価格の高騰も踏まえると、楽観できない。また、令和8年熊本地震の影響により、心理的に購買意欲が鈍化するとみている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（営業担当）	・中東情勢の不安定さが再燃している状況下、これまでのナフサ調達の影響のみならず、様々な分野や業種で影響が出始めており、厳しくなるものと予測される（東京都）。
	▲	百貨店（財務担当）	・過度な円安が続くと、輸入物価等に影響を及ぼし、特に中間層の消費が減速し、景気を押し下げる可能性がある（東京都）。
	▲	百貨店（管理担当）	・一旦落ち着くかとみられた中東情勢が長期化する可能性が出てきており、先行きの不透明感が強くなっている（東京都）。
	▲	百貨店（店長）	・世界情勢に不安があり、商品価格の高騰、株価の下落等が続くことが予測されるため、良くなるとは考えにくい。また、猛暑日が続くなか、外出機会も少なくなっている。
	▲	百貨店（管理担当）	・家電専門店のエアコン特需は一過性の傾向である一方、電気代の値上がり等の動きが顕著になってきたため、財布のひもが固くなると予想している（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	・インフレのため、実質賃金は減少し、1人当たりの買上点数の減少が続いている。食料品価格が下がらないと、この先の見通しが立たない。
	▲	スーパー（経営者）	・原材料費、各種経費が高騰しており、先行きが不透明である（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・円安、中東情勢の影響により食料品を中心に値上げが続く、財布のひもがますます固くなる。
	▲	スーパー（役員）	・売上は良くなってきているものの、原価上昇などで利益率が低下している。また、経費も大幅に増えている科目が多く、最終利益が厳しくなる。
	▲	スーパー（食品担当）	・世界情勢が落ち着かない限り、物価上昇は収まらない（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・当チェーン全体としては、良くはない。加盟店各店と同じように、来客数は1日当たり50人程度、1時間当たり2人くらい減っており、売上は95%程度になっている。この状況がここ1年間ほど続いている。客単価を上げられていないのはどうしてか、魅力的ではないのか、若しくは今の物価高、円安が絡んでいるのか分からない。客離れを何とかするべく、今後の対策として価格戦略を考えていかなければならない。
	▲	コンビニ（経営者）	・中東情勢の不確定要素や円安が続いているため、商材の値上げが続く客離れが顕著になっている。10月に最低賃金が上がると、当店も含めて立ち行かない企業や店舗が増えると危惧している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今年は残暑が長引かない予報が出ているため、前年ほどの売上を維持できないとみている。また、価格高騰による買い控えが徐々に影響してくる（東京都）。
	▲	コンビニ（商品開発担当）	・世界情勢と高い気温の影響により、客足及び客単価は厳しさが続くと想定している（東京都）。
	▲	コンビニ（従業員）	・10月には7月より更に大きい祭りが控えている。それまではふだんのキャンペーンなどをしっかり行い、定期的な顧客獲得を目指す。秋は売上がやや落ち着く時期で、商材が売れるのは秋よりも夏だと考えているが、10月の祭りに向けて更に準備をしていく。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・円安でまだ物価の上昇が続いている。いろいろな商材を買い控えしている傾向が強く、いつもより販売数が減っている。今後もしばらくはこのような状況が続く。
	▲	家電量販店（店長）	・世界情勢の不安定さからエネルギー価格が上昇傾向にあり、それに伴い様々な物が値上がり傾向にある。1度値上がりしたら下がることは余り考えられない。賃金上昇以上に物価が上昇することで購入量は減り、結果として消費活動が停滞する。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・猛暑が続くと来客数が減少し、サービス部門も作業効率が悪くなり、売上が落ちる。
	▲	乗用車販売店（営業）	・新型車が出てくる予定もなく、下取り車種の価格も下がっていることを考えると、今後はなかなか厳しい。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・まだ暑さが残るため、少しでも涼を感じてもらえる工夫が必要である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・先行き不透明な状況が続くとみている（東京都）。
	▲	高級レストラン（販売担当）	・価格高騰の影響によりインフレになる可能性がある（東京都）。
	▲	高級レストラン（経理担当）	・資源価格の上昇トレンドが継続している上に、恒常的な円安が予想される。人手不足の解消も望めず、供給不足から景気は後退すると予測する（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・中東情勢が不透明さを増していることからガソリン価格も上がっている。それに伴い更なる値上げが重なっていくため、この先の景気も悪化が目に見えている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・天候等の影響のほか、円安、金利上昇、世界情勢の先行き不安に起因する消費意欲の減退が起きると予想している。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・売価の上昇が一段落していたところへ、様々な仕入価格の値上がりが追い付いてきて、余裕がなくなってきている（東京都）。
	▲	旅行代理店（従業員）	・旅行に関連するあらゆる物価が上がっている。団体旅行などは例年の予算内での実施が難しいため、今後実施が困難になる予想である。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・一部の業種が株価を大きく上げているものの、他の業種に伸びがみられない（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・前年のように、この高気温が9月、10月頃まで続くとすれば変わらないかもしれないが、中東情勢が不安定なままだと、エネルギーを始めとして、更に悪くなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後には暑さも大分落ち着いてくるため、客の利用も減る（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	・中東情勢など世界情勢は一区切り付くだろうが、原油の供給状況が元に戻るまでには相当時間が掛かりそうである。また、影響が更に深刻化する可能性もある（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	・中東情勢が悪化する懸念があり、今後も日本経済の足かせとなる可能性が高い。
	▲	通信会社（局長）	・中東情勢の影響によるナフサ調達の問題で、様々な業種で価格上昇と納期遅延が発生しており、良くなる兆しがない（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・原油価格高騰はまだしばらく続きそうなので、物価高に備えておく必要がある。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・良いニュースが見当たらない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・金利が上昇しているにもかかわらず、円安傾向が続いている。原材料、生活関連、食料品等、値上げ傾向にはまだ歯止めがかかっていない。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（総務担当）	・現在、夏休み興行を迎えており、全店で好調に推移しているが、秋以降は人気作品が少なく、集客の減少が予想される（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・当地域では人口減少が進んでおり、経済的に苦しい人も多い。教育費を削らなければならない人が多く、生徒も減っている。今後の景気は悪くなる。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・変わらないどころか、中東情勢の影響により物価高が続いているため、全く期待できない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・販売単価の改定予定がある。
	▲	設計事務所（経営者）	・人材の確保ができなかったこともあるが、春から仕事がほとんど増えていない。行政の方向性もみえず、先が見通せない。営業面でもっと頑張っていかなければならないと考えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建物単価が上昇している。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は横ばいとなっている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・消耗品や設備投資が前年よりも平均で15～20%程度上昇し、利益を圧迫している。
	×	設計事務所（経営者）	・建材費、労務費の高騰が止まらず、長期スパンとなる建設計画が進まなくなっている。
	×	設計事務所（所長）	・受注の見込みがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・中東情勢が落ち着いたとしても、高騰している建材費が以前の価格に戻るとは考えにくく、住宅関連の購買意欲につながる時期はまだ先になる（東京都）。
企業 動向 関連 （南関東）		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月以降、当社特有の繁忙期に入るため、現在より景気は良くなる（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量の増加に伴い人員確保が問題であったが、ここにきて応募者数が増えて採用につながっている。A Iを取り入れながら業務拡大中である。
	○	食料品製造業（経営者）	・原材料、包装資材の値上げが一段落し、利益を確保できそうである。
	○	金属製品製造業（経営者）	・国際社会全体からみると良くなるとは考えにくい、身の回りでは前年と比較して生産量が増加しており、内示情報も増えているため、この先も増える予想している。
	○	建設業（経営者）	・今秋以降の工事案件が徐々に出てきている。
	○	建設業（営業担当）	・資材関係の入荷が落ち着いてきていることから、受注量は上向きになるとみている。
	○	輸送業（経営者）	・半導体、機械関係の受注は引き続き多くありそうである（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	・ホテル部門の宿泊需要はインバウンドを中心として堅調な動向が継続する見込みである（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・外部環境が好転する兆しがみえない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年であれば、10月は年賀状の売出し時期でやや良くなるが、このところ年賀状自体を出さないという時代になってきており、需要が見込めない。また、法人需要は伸びてきているものの、個人客の伸びが余りないため、変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の入手は安定してきたものの、製品の動きが悪くなっている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・中東情勢が解決しない限り、原材料価格の高騰などが続き、景気好転は期待できない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・変わらないというより、分からないというのが実情である。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品事業としては現在の良い状態が継続するため、取引先からの要求を確実にこなしていくことで、景気は更に良くなる。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・令和8年熊本地震の影響により、九州地区での減産が見込まれる。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が現状より増える見込みだが、輸出量はなく、景気は低迷が続く。
	□	通信業（広報担当）	・円安や原材料高など負の要素も多く、大きな伸びは期待できない（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢の影響や物価上昇により、幅広い業種で原材料価格の上昇や経費の増加が続いている。価格転嫁を進める動きがある一方で、十分に価格転嫁できず利益率が低下しているという声も聞く。不動産業では、物価上昇を背景とした家賃改定交渉に苦慮しているほか、物件の仕入価格も上昇しており、慎重な物件選定が求められる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・製造関連では、短期、中期的な受注動向をおおむね横ばいとみている企業が多く、大きな改善の要因は見当たらない。不動産関連では、急激な市場冷え込みによる減速が懸念されており、既に郊外では販売が難航する物件が増加しているなど、やや影響が出始めている。
	□	金融業（営業担当）	・今後も中東情勢による影響があるため、数か月先も現状と変わらない（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件入居率に変化はない。特に悪くなる兆しはないものの、猛暑が続くと外出を控える傾向を心配する店主も多い。
	□	不動産業（従業員）	・物価上昇や販売価格の高止まりが続いているが、不動産の取引状況はすぐには変わらない（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・世界情勢の収束時期にもよるが、2～3か月先までであれば、取引先の様子からみて、景気は現状維持で進み、変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	広告代理店（経営者）	・物価上昇や人件費の増加などにより、取引先では依然として慎重な経営判断が続いており、先行きへの不安感がある。一方で、新店舗やリニューアルに伴う制作相談、新規案件の問合せは継続して寄せられており、事業活動が大きく停滞している印象は受けない。高価格帯の業態では慎重な動きが続く一方、低価格帯業態は比較的堅調であることから、今後2～3か月についても大きな改善や悪化はなく、現在と同様の景況感で推移すると見込んでいる（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・単月ごとの浮き沈みはあるものの、景気が回復傾向にあるとは考えられない（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・物価上昇や円安が続くため、今と変わらない（東京都）。
	□	税理士	・大手の輸出企業は、円安の影響によりかなり利益が出ている。十数年前の1ドル75円の頃と比べると、同じ物を輸出しても倍以上の売上になる。一方、中小の輸入企業は、小麦でも牛肉でも仕入価格が十数年前の2倍以上になっている（東京都）。
	□	税理士	・業種間の格差が広がっている。今より悪くなる業種がある一方、好調を維持する業種もある。全体的には横ばいで推移する。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・円安や不安定な中東情勢の影響により、今後も諸物価の上昇が予想され、消費者の消費マインドが上がりにくい。
	▲	化学工業（総務担当）	・中東情勢の影響により値上げを打ち出し、駆け込み受注で現状は忙しいが、新規の受注は減っている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・ナフサ不足の影響がまだ長引きそうである（東京都）。
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の影響でヘアサロン、エステサロンの来店周期が長期化している（東京都）。
	▲	建設業（経営者）	・単価が上がり、客が発注を控えて様子見になっている。
	▲	輸送業（経営者）	・輸送量の増加は見込めず、納品先は徐々に減少し続けている。良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・中小零細企業は人材確保のために多くの経費を投入し、雇用の維持に努めているが、原材料価格の上昇も重なるなか、発注先からの単価は思うようには上がっておらず、赤字の取引先が多くなっている。
	▲	不動産業（経営者）	・半導体等の一部は景気が良いだろうが、ほかは物価の上昇傾向が続き、政策金利の引上げ以外に下がる見込みがないため、先行きの景気は落ち込む（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・中小企業では、仕入価格の上昇が激しく、入手できなくなっている物もある。特に、樹脂関係がひどく、子供のおもちゃやお祭りの景品のような安価品でも多くの樹脂加工品を使用しているため、仕入価格が20～30%上昇し、大幅な業績悪化の兆しが出ている。部品加工業でも同様の傾向がみられる（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料や後工程が値上げとなるため、動きが悪くなることが予想される。
	▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・来月はお盆休みがあるため、売上に響く。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安が続くとインフレになる（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・不安定な状態で先行きが見通せない以上、資材価格の更なる上昇は避けられない。クライアント側でも値上げを機に案件中止等が多々発生している（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先から案件は来ているが、ほとんどが相見積りである。利益の少ない仕事は受注できるものの、利益率の高い仕事はほぼ失注しているか、延期になっている。社内の体制を変更しているが、限界があり、良くなる兆しがみえない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・補助金が終了し、物価上昇は止まらず、販売価格にも転嫁できず、先行きが不安である。
	×	建設業（経営者）	・世界経済の不透明さからくる先行き不安がある。
雇用関連		-	-
	○	人材派遣会社（支店長）	・業種や規模を問わず人手不足感があり、オフィス系の派遣依頼は堅調な見通しである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	・10月採用に向けて、8月後半から9月にかけて依頼数が増加する見込みである（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・例年の動きだが、秋以降に派遣、人材紹介共に求人数、求職者数が増加してくる。年明けの繁忙期に向けて、人材サービスの景気は上向いてくる。業種、業界共に今のところ外的要因は余りなく、特に偏りはない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・求人数が増加しない。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足により引き続き求人が充足せず、新規求人数が積み上がる状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・改善の兆しが見受けられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな変動はない。入札や定期的な業者選定プロポーザルへの参加依頼はあるものの、ベンダーが変わるだけで景気には影響ないものとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・令和8年熊本地震の影響、消費税減税のニュースなどを鑑み、ほぼ横ばいとみている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・AIの台頭によりエンジニアの派遣ニーズに影響が出ている。現時点では今後の変動について予測できず、様子見が必要である（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気や為替の状況を背景に、企業の採用意欲が盛り上がっていない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・中小企業では景気が良くなる要素が余り見受けられない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・中東情勢の影響がまだ残るため、建築資材の流通遅延がある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増減を繰り返している。
	□	職業安定所（職員）	・物価高の継続、中東情勢への不安により、事業所も求人充足に慎重になっている。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響は依然としてあるものの、企業からはその状況に慣れつつあるという声を聞く（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・令和9年3月卒業予定の高卒求人の受理をしているが、前年と受理数が変わらないため、この数か月では急激な変化はない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業、行政が良くなっているところもあるが、逆に悪くなっているところもある。余り変わらないところが多い（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒で仕事に就くことに対して焦りを感じていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃金が追い付いていない（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	・先行きが見通せない。
	×	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)		設計事務所（経営者）	・受注拡大により、新規受注については適正価格の業務を選べるようになり、結果的に価格転嫁が実現し、従業員の賃金への反映を進めている。業界全体で価格の適正化が進めば、景気に影響力のある業種のため、景気は上向くのではないかとみている。
	○	商店街（代表者）	・商店街にかなりの空き店舗が出ているが、ここのところ、ちらほらと若い経営者が入ってきている。その人たちがこれからどういう経営をするか期待している。今までよりも良くなることを期待している。
	○	スーパー（経営者）	・新規で高齢者施設に納品する仕事が増えるため、恐らく良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・夏休みやお盆シーズン到来で帰省客が増えるため、やや良くなる。
	○	観光型旅館（経営者）	・中東情勢や令和8年熊本地震の発生等もあるものの、予約状況は比較的好調なため、改善傾向でやや良くなると想定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 8月は、1番の繁忙期で、特に宿泊の繁忙期となる。前年よりも客室単価を上げて販売しているが、前年より予約数が多くなっている。また、9月、10月に関しても同様で、前年比5%以上増加の予約成立数になっている。需要が高い時期については、高価格で販売している分もある程度予約が入っており、需要の弱いときも、前年より高い料金設定をしているが、販売できている。宿泊に関しては、客がある程度値上げに対して仕方ないという認識を持っている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 8月の売上が、既に前年比の6割程度みえている。例年より高単価で販売ができそうだが、下旬からイベント等が一段落して予約自体が弱くなると考えている。
	○	タクシー（経営者）	・ 猛暑日が多くなり、客の利用は増える傾向にあるため、やや良くなる。
	○	通信会社（社員）	・ 8月から新規エリアが開局予定である。獲得数の見込みは不透明だが、問合せも増えてきている。ただし、解約も微増傾向のため、抑止策を講じていく。
	○	遊園地（職員）	・ 夏休みシーズンのコラボイベントなどの実施に加え、新エリアのオープンを契機に積極的な情報発信を行い、より多くの客の来園を期待している。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ エアコンやLED照明器具の購入はまだ続いており、家電業界の売上の伸びは期待できそうである。ただし、機材や部材の値上がりは収まらず、消費者の財布のひもは固くなりそうである。
	□	百貨店（営業担当）	・ 相変わらず物価高が続き、この先はどうなるか分からない。円安もまた進んでおり、更にインフレ、値上げの問題が出てくる。ガソリン代も補助金がなくなると徐々に上がってくるため、良くなる可能性は余りない。
	□	スーパー（経営者）	・ 原油やナフサの調達難から、価格の高止まりが続くと予想している。客の消費意欲は低下したままで変わらない。
	□	スーパー（店長）	・ 猛暑や降雨の影響により、生鮮食料品の価格に影響が出てくるとみている。ガソリン代の高騰等、値上げ基調の流れは変わらない。
	□	スーパー（企画担当）	・ 多少の猛暑需要はあるかもしれないが、影響がありそうな外的要因に乏しい。
	□	コンビニ（経営者）	・ 現状は暑さから冷たい商材がいろいろ売れているが、しばらくすれば多少落ち着いて前年並みの状況になる。
	□	コンビニ（経営者）	・ 来月以降も高温予報のため来店頻度は高くなるが、物価高もあり、買上点数に響くとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ 今後の天候次第で、大きく影響される。
	□	コンビニ（店長）	・ 直近はどちらかというと気温の関係で若干上下がある程度で、特別大きく変化することはない。客の財布のひもはかなり固くなってきているが、日々買物する分は特に変わらないとみている。
	□	コンビニ（総務担当）	・ 猛暑のため、飲料、氷菓、冷たい麺等の販売量の増加は、来月以降も続く。
	□	家電量販店（店長）	・ 季節商材の工事枠が9月まで埋まっているため、これ以上の売上が見込めない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 新車受注が堅調に推移していることから、販売台数も今の好調さを維持できると予想している。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・ タイヤは値上げ前の需要が見込まれるものの、廉価タイヤへのシフトが進んでいるため、変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・ 天候の影響が大いにある。
	□	スナック（経営者）	・ 急激に暑くなり、皆、酒が飲みたいのか、久しぶりに来店する客も増えたり、少し良い傾向にはあるが、一時的なものではないかとみている。相変わらず、団体の予約も余り入らず、見通しは余り明るくない。
	□	観光型旅館（経営者）	・ 7月以降、11月頃までの予約の動きが例年よりも若干良い状況となっている。秋までは現状同様にやや良い状況が続くとみている。しかし、冬は悪くなる要因と良くなる要因が混在しており、状況が全く見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は堅調に推移しており、フリー客の動きもある。直近の月は更に動きが出る月でもあるため、その後は徐々に落ち着いた動きとなり、今月と同じくらいの推移で進むとみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・現在の受注状況は、物価高による国内旅行消費の低下、燃油サーチャージの高騰や円安による海外旅行の足踏み状況が続く、旅行需要の陰りが見え始めている。
	□	タクシー運転手	・前年12月に1人、3月に1人、今月1人入社したため、徐々に当社の売上は上がってくる見込みだが、周りの景気については何ともいえない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・物価高騰、円安、異常気象、災害、プレー人口の高齢化と、余暇への支出が伸びる要素が見込めない。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・猛暑が続くと、外出の機会が減る可能性はある。
	▲	商店街（代表者）	・中東情勢や値上げに関する報道、そこに令和8年熊本地震の発生と、客の購買マインドが下がっている。
	▲	百貨店（経理担当）	・中東情勢や円安が安定しない限り、しばらく悪い状況は続くともみている。また、令和8年熊本地震や猛暑、酷暑対応で更に消費が鈍る可能性があり、地方百貨店はインバウンド需要も期待できず、取り巻く環境は依然として厳しいことが予想される。
	▲	百貨店（店長）	・残暑の影響により、例年以上に秋物の動きが鈍いのではと懸念している。
	▲	コンビニ（経営者）	・3か月後は特に目立った連休やイベントのない月のため、夏よりは来客数が減少する。天候が良ければ紅葉などで客足は増えそうだが、余り期待できない。
	▲	高級レストラン（経営者）	・物価高や円安、中東情勢も混迷を極めているなど、景気の良くなる要素が見つからない。
	▲	スナック（経営者）	・居酒屋業界は本当に厳しくなっている。前月からバイトの人数も減らしてコロナ禍の頃の態勢に戻している。席数の多い店が閉店するのをよく見掛けるようになり、空き店舗も増えている。
	▲	通信会社（社員）	・物価の高止まりが続いているため、良くなることはない。
	▲	観光名所（職員）	・観光客の増加は見込めず、燃料や食料品の原材料価格の高騰が利益を圧迫する。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・世界情勢が不安定なため、やや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・客足の回復をひたすら待つしかない。
	×	スーパー（副店長）	・物価高騰、中東情勢、令和8年熊本地震の発生と、今まで以上に将来に不安がある。現状の生活にゆとりがなく、景気が上向きイメージが全く湧かない。
	×	コンビニ（経営者）	・円安や物価高で、悪くなる。
	×	その他専門店〔酒〕 （店長）	・今までのウクライナや中東情勢に、令和8年熊本地震も加わって、非常に厳しい状況になるのではないかと考える。今まで価格弾力性の低い商材で、売上が維持されてきた部分もあるが、そういった商材を中心に、どこまで持ちこたえられるか。これからのインフレは加速していくことを前提に経営をしていくが、人的な部分や自然災害も重なり、悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体需給が回復し、良くなる。
	○	食料品製造業（営業統括）	・低価格帯の商材が中心ではあるものの、引き続き問合せ件数は増えているため、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・特需的な要素はあるが、案件が増加しているため期待は持てそうである。ただし、調達部品の入荷が遅れており、懸念はある。
	○	建設業（経営者）	・全体の景気が良くなることを期待しており、また、実際に少しずつ良くなっている。
	○	金融業（経営企画担当）	・現在の報道等から今後は中東情勢が落ち着きを見せるのではないかと期待している。
	□	食料品製造業（総務担当）	・原材料費が高騰している間は、景気は上向かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・量販店の自社企画製品小売業化や、他業種からの参入等、市場環境は厳しい状況が継続している。加えて歴史的な円安により原価高騰も続いている。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・様々な物が値上がりしているが、受注量自体はそれほど変化がなく推移している。ただし、材料等の入荷が遅延している関係上、多少不安が残る。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・海外で金やプラチナの価格が下がっても、円安のため、国内価格は変わらない。人件費や材料の高騰で商品価格が下がり、生産現場は引き続き厳しい状況にある。
	□	金融業（調査担当）	・不透明な中東情勢の影響から、企業の先行きのマインドは慎重な見通しとなっている。ただし、製造業の受注はA I 関連を中心に底堅く推移するほか、非製造業は夏場の観光需要は例年並みの予約状況を維持しており、横ばいとなる。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏休みのワークショップの予約見込みに期待感があるものの、製品生産量は減少予定である。
	▲	輸送業（経営者）	・中東情勢による燃料価格上昇が懸念されている。
	×	食料品製造業（製造担当）	・ナフサ関連商材の値上げが止まらないため、当店も再度値上げをしないとますます財務状況が悪くなる。しかし、値上げをすると売れなくなるという、非常に厳しい状態が続く。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
	○	-	-
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス商戦でも購買意欲が湧かず、何も変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・今後の景気は、製造業に復調の兆しがみられるものの、中東情勢の不透明感が強く、依然として先行きに対する不安は大きい。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響がじわじわと出てきている。休業する事業所も出始めている。
	▲	職業安定所（職員）	・物価が上がり続けているということを多くの求職者が意識している点が、より顕著になってきた。入職時の処遇もさることながら、中長期的な収入の見通しを意識した求職活動を行う求職者の動きが確認されている。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をつねに引する製造業において、新製品開発に関連したデザインを含む機械設計の求人は少なく、手堅い現行製品のアレンジに終始する傾向が高まっている。
	×	-	-

6．東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)		旅行代理店（営業担当）	・団体旅行については、9月下旬～11月下旬までの出発を多く受注しており、10月が件数のピークとなる。
		美顔美容室（経営者）	・ホームケア商品のセット販売が8月から始まるため期待できる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・秋風が吹けば、少し人出も多くなり良くなる。
	○	百貨店（総務担当）	・令和8年熊本地震による一時的な消費マインドの低下が気になるところである。今年は海外旅行よりも国内旅行が多いという報道もあり、土産の需要に期待したい。また、当地域はアジア・アジアパラ競技大会が開催されるということもあり、海外からの関係者やインバウンドの消費に期待している。
	○	スーパー（店長）	・店舗の改装効果が現れる。
	○	スーパー（店員）	・気温的に涼しくなってくる時期であるため、来客数も増えることを期待する。
	○	スーパー（店員）	・9月まではこの暑さが続くため、飲料の販売は落ちない。
	○	コンビニ（店長）	・価格の高い商品でも、比較的販売数や来客数は落ちていない。ただし、おにぎりは明確に販売数が前年比で下がっており、主力カテゴリーに対して不安はある。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・エアコンと照明器具の新たな省エネ基準の導入による影響が今年度末まで続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（経営者）	・ 9月以降は天候も落ち着くとみられるため期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 暑さだけが原因で客が来ないのであれば、季節性のものであるため、すぐに回復するとみる。7月は全く駄目だったが、そこまで悲観はしていない。3か月先の景気は少々良くなると期待する。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・ 輸入商品の販売は為替の影響が続くが、秋の新学期に向けた販売増加が一定量見込まれる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・ 9月からアジア競技大会の開催されることに伴い、更に宿泊需要が高まり、単価上昇が期待できる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・ アジア競技大会の特需を期待する。
	○	タクシー運転手	・ 景気対策としていろいろな政策が進んでいる。
	○	タクシー（従業員）	・ 当地域では、9～10月にかけてアジア・アジアパラ競技大会が開催され、国内外から多数の関係者や観戦者が来訪すると期待されている。期間中は、ホテルなどの宿泊施設不足やタクシーなどの交通機関不足が予測されるなど景気に好影響を及ぼすとみられる。
	○	美容室（経営者）	・ 9月頃になれば、猛暑や酷暑も和らぐとみられ、客足も良くなる。
	□	商店街（代表者）	・ 週末の来客数は飽和状態を維持しており変化はない。
	□	商店街（代表者）	・ なかなか所得が増えている実感がなく、所得が増えない限りは消費も増えない。数か月では現在とさほど景気の状況は変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 物価高が止まらない。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・ 2～3か月程度では、今の情勢は変わらない。金を持っている一部の人たちによって売上は上がるが、大半の市民は物価上昇で生活が厳しい状態が続いている。この2極化した状態が3か月先も続く見込みで、結果的な数字は変わらないが、中身としてはこれまでと大きく変わるものとみる。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 食品や飲料の値上げが止まらず、新たな値上げがまた発表され、飲食店も価格の改定を実施している。客の利用控えもそれに続くという悪循環がこのまま続く。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・ 3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ 国内政治が不安定なこと、それにより円安が進むこと、加えて米国大統領の動向が非常に難しいことから、先行きは不透明である。
	□	百貨店（売場主任）	・ 商品が足りないわけではないものの、他店から商品を譲ってもらうなど、メーカーではほとんど在庫を持っていない状態である。また、靴を修理に出す客が少なくなった。メーカーに出すより隣接する修理工房の方が安く済むため、皆が工房を選択している。平日はほぼ売上目標を達成しているが、土日は来客数が多いものの、売上は厳しい状態が続いている。
	□	百貨店（経理担当）	・ 景気を好転させるようなプラス材料は一切ないが、金利の急上昇や円安の更なる進行などは考えられず、景気が現状から更に悪化するほどのマイナス材料もないため、悪いながらも現状と同じ水準で推移する。
	□	百貨店（営業担当）	・ 夏休み期間は主なターゲットであるファミリー層の動きに変化がない。
	□	百貨店（営業企画担当）	・ 値上げが続く見込みである。
	□	百貨店（販売担当）	・ 購入マインドはあるものの、価格の影響により購入を迷う客も多い。目的買いの需要は続く見込みだが、景気は大きく変わらない。
	□	スーパー（経営者）	・ 2～3か月後には涼しくなり、客足が伸びることを期待したい。ただし、台風等の影響も心配である。
	□	スーパー（販売担当）	・ 自店舗は多少良くなったとしても、会社全体として考えたときに他店と比べて特別魅力的な物がないため、この先良くなるとは考えられない。差別化できるようなことをしていけないと競合には勝てない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（販売担当）	・対外的な環境が変わらない見込みで、品不足が出てくるおそれがある。減税実施前の買い控えも想定される。そのため、小売の販売戦略が企業の実績を左右する。
	☐	コンビニ（店長）	・社会情勢も特に変化がないため変わらない。
	☐	コンビニ（企画担当）	・気温が高いことで飲料の売上が増加することが多少期待できるが、来客数の回復には至らない。
	☐	コンビニ（店長）	・来客数、売上共に前年よりマイナスが続いている。その傾向はずっと続くとみる。特に何らかの理由がなければ上向かない。
	☐	コンビニ（店長）	・政治の動きを注視していかなければいけない。消費税減税などの動きがどれくらい消費者マインドに影響を与えるかが気になる。何よりも賃上げに資する政策が打ち出されなければ、景気は根本的に現状維持か、緩やかに下降していくことが予測される。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・残暑がずれ込めば、秋物を販売する時期がなくなる。
	☐	衣料品専門店（店長）	・中東情勢の不透明感により、地域経済は恐らく良くても現状維持である。また、法人客は県外の仕事に活路を見いだし、地元へ金が落ちてこない。3か月後は暑さが続くが夏物の購入は少なくなり、秋冬商材はまだ購入気分になれず、一般客による消費の伸びも余り期待できない。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	・景気が良くなりそうな理由も悪くなりそうな理由も、どちらも見当たらない。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	・気温が下がってくことで今よりスーツの売が増え、成人式に向けた準備をする客も増えとみる。例年であれば夏の閑散期を終え、10月頃から客が入ってくるようになるため多少は期待したい。
	☐	家電量販店（店員）	・エアコンの工事枠がいっぱいであるため、これ以上伸びる余地がない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・物価高対策は期待できず、中東情勢も暗雲が立ち込めている状況であり、好転要素はない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後も生活に関わる物価高騰を抑えるため、いろいろな施策が発表されるとみているが、いずれも先の話で現状を改善するものではないと諦めの言葉を聞く。これからの生活に関わる商品やインフラ関係の物価上昇圧力が節約行動に拍車を掛け、消費意欲が落ち込むことが心配である。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・人気車種は購入できないものが多く販売台数は見込めないが、既存の車種を大切に売ることにより利益は確保できる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・世界情勢が良くないなか、買い控えの雰囲気はみられず、客の反応は余り変わらない。かといって、客からは良くなっていくような印象も受けない。しばらく同じような状態が続くような気配がある。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・8月1日に新型車がデビューするため、その動向次第では景気が少し改善される可能性がある。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・建築業界や中小規模のリフォーム・改修工事、商業施設など幅広く手掛けている業者においては、価格が1か月ごとに上がっていく。また、これまでいわれてきた職人不足等で、市場自体に仕事はあっても、実際には利益を求めると採算が合わない物件が出始めている。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・物価高を受け節約志向は継続するなか、夏休みの販売促進強化により前年の売上を超えるよう準備する。
	☐	一般レストラン（経営者）	・良くなる様子が見られない。
	☐	一般レストラン（従業員）	・2～3か月後もまだ猛暑が続き、外へ出るのを控えるとみる。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費者も円安による物価上昇を気にしている。今後2～3か月は現状維持とみるが、更なる値上げとなった場合は急激に消費意欲が悪化するおそれがある。
	☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・中東情勢の不安定さは変わらず、現状のままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（経営者）	・熊本で大きな地震が発生したことで、南海トラフへの懸念から既存予約に対する風評被害が心配である。今後も我が国のあちこちで地震や台風等の被害が発生するおそれがあり、その点も心配である。夏の猛暑を避けて旅行計画を立てたり季節のイベントに参加したりする旅行者は多く、秋以降の旅行は常に人気があるが、9～10月はアジア・アジアパラ競技大会の影響により航空券が取りにくい。
	□	旅行代理店（経営者）	・暑さが収まるまで変化はない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・なかなか短期間では円安や物価高が収まることの見込めないため、旅行需要も極端に少なくなることはないが、急激に増えることもない。
	□	タクシー運転手	・3か月先は暑さもかなり収まることが予想されるが、景気は余り変わらないとみる。
	□	通信会社（企画担当）	・明るい兆しが見えつつあるものの、猛暑やゲリラ豪雨、地震などの自然災害など先行きの不透明感は消えていない。
	□	通信会社（営業担当）	・機器等の値上がり著しく、2～3月先の見積りが取れない状況である。予算を立てるのが難しく、案件の見込みが立たない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・屋外施設ならではのイベントや納涼企画を用意しPRに努めているが、この炎天下では、そもそも当園へ積極的に足を運べる状況になく、大変悩ましい。年々暑さが増しており、夏季の集客については、今後も低めに予測せざるを得ない。
	□	その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・行政の事業も縮小方向に進んでおり、観光事業へのてこ入れもなく、現状維持止まりとみる。
	□	美容室（経営者）	・明るい話題やニュースがないため、当分このような状況が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	・大きな変動はないとみるが、どうなっていくのか先が読めない状況である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・食料品などの消費税率が議論されており、決まれば多少は景気が上向くかもしれないが、中東情勢の影響により物価上昇が更に深刻化するとみる。そのため、景気は現状維持かそれ以下になる。
	□	その他住宅[室内装飾業]（従業員）	・大型リフォーム工事の引き合いはあるが件数は少なく、全体的に元請の動きも悪く、良い材料がない。
	□	その他住宅[展示場]（従業員）	・良くなる要因がない。
	□	その他住宅[不動産賃貸及び売買]（営業）	・単価の上昇が落ち着かない限り変わらない。
	▲	一般小売店[生花]（経営者）	・円安が続く、物価高もまだ続くとみられ、必要な物以外には財布のひもは固くなる。
	▲	一般小売店[生活用品]（販売担当）	・今年も猛暑が続くと客足が伸びない。
	▲	百貨店（販売担当）	・猛暑で客は活気がない様子が見受けられる。年ごとに夏物の売れる時期がずれるため、先読みが難しい状態である。ただし、エンターテインメント系の商品は動きが良い。
	▲	スーパー（店長）	・価格競争が一層加速している。
	▲	スーパー（店長）	・今後も石油の値上がりがあり、食品を中心とした節約が続くとみる。
	▲	スーパー（店員）	・8月からアイスの値段が上がり、加えてこん包資材の高騰でいわゆる総菜や野菜、果物の入れ物にかかる負担がかなり重くのしかかっている。最近の酷暑といい、プラスになるような点が見当たらない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も大幅な商品の値上げが続く中で、必要以上の商品は購入しないという、客の購買心理が更に冷え込みそうである。
	▲	コンビニ（店長）	・客から電気代の高騰が心配で節約しなければ、という声を聞く。物価高などによる節約志向がまだ続く見込みである。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・消費低迷や気候影響による買い控えが続くとみる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・景気が上向かないと考える理由は、物価高に賃金の伸びが追い付かず個人消費が低迷しているためである。エネルギーや生活必需品の値上がり有家計を圧迫し、節約志向が強まっている。また、中小企業を中心にコスト増加を価格へ十分に転嫁できず、収益悪化から設備投資や賃上げに慎重な姿勢が続いている。さらに、主要国の経済減速や地政学リスクといった海外環境の不透明感も根強く、国内景気を強気に押し上げる材料に乏しいのが現状である。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・単価が上がり、より一層厳しくなる。
	▲	家電量販店（営業担当）	・季節商材の落ち着きと、省エネ家電への買換え促進を目的とした支援の終了が重なり、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・高騰した株価が下がり始めたため、どこまで下がるかにもよるが、気分的に不景気という印象を与え消費が落ちるとみる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・熊本の地震後、自動車自体の納期が遅れ始めている。現地には半導体の工場もあり、影響が長引けば納期にも影響してくるため、非常に不安な状況である。
	▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・景気が上向く要因がない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・自身の経営能力の衰えが著しく、先行きが見通せない状況である。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・見通しが立たない状況では、景気は上向かない。
	▲	テーマパーク（職員）	・世界情勢や令和8年熊本地震等の不安が多く、良くなる要因が少ない。
	▲	テーマパーク（職員）	・過去3か月で客単価がやや悪くなっている。
	▲	観光名所（案内係）	・この天候では身体が暑さですっかり疲労してしまう。
	▲	パチンコ店（経営者）	・物価が全体的に上がっており、娯楽に充てる費用が圧迫され、一度に使用できる遊技費が少なくなっている。
	▲	パチンコ店（従業員）	・競合他社が来月オープン予定であり、顧客の流出が予想される。
	▲	理美容室（経営者）	・客の話から、いろいろな物の価格が上がるのに、賃金が上がらないため生活が苦しくなっている様子である。
	▲	美容室（経営者）	・物価が安定しない限り、今のままであれば景気回復は当然無理である。
	▲	設計事務所（職員）	・今後は、円安方向には進むが円高方向には進まないため、景気は悪くなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・資材価格の高騰、金利の上昇などにより住宅不動産の販売に逆風が吹いており、集客に影響が出始めている。先々の契約への影響が懸念される。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕事の依頼に対して見積りを出しても、最低限度の工事止まりで、まだこの状態が続くとみられる。物価高騰が続く限り、好転する材料が見当たらない。
	×	商店街（代表者）	・中東情勢の影響が全く終息するめどが立っていない。また、この暑さでショッピングセンターやその他のいろいろな店、飲食店へ行っても人が少なく、皆暑すぎると外に出なくなるため大変なことになる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・この先値上げされる品目が次々と発表されているため、景気はどんどん悪くなる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・今年は9月にアジア競技大会が開催されるため、東海3県のバスがそちらに出払い、もう余裕がないと聞いており、当地へ団体旅行で来店する客の足が減るといふ悪い材料がある。10月にもアジアパラ競技大会が開催される。前年も9月は暑く外出控えがあったが、それと比較しても前年の水準には達していない。暑さとアジア競技大会、企業業績が余り良くないという状況のため、皆旅行を控えるとみられる。
	×	旅行代理店（経営者）	・猛暑日が続いているため外出を控える上に、飲食料品の値上がりが続かなかで金利も上がっていく見込みで、ますます消費は冷え込むとみる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・最近の物価上昇に対応できる客は少ない。
企業動向	-	-	-
	○	化学工業（営業担当）	・プラスチックの原料価格が下がる見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (東海)	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・需要の大幅な落ち込みはないが、特にエネルギーや食品の物価高が続いているため積極的な消費は期待できない。大手の賃上げはあるがその流れが中小まで広がっていない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先店舗における設備投資の程度はよく読めないが、年末にかけて業界全体の業績が上がっていくことが考えられるため、取引先との関係を考えると景気は若干良くなっていくと判断した。
	○	輸送業（エリア担当）	・放射性医薬品輸送の受注量が増えている。そのなかで、若干の単価上昇も認められた。公正取引委員会の動向も踏まえ、段階的に値上げを進める方針であるとのことである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中東情勢で世界が大きく変動したが、和平交渉が進展すれば世界が安定する動きになるとみため、景気は少し良くなると見込まれる。新しい商品と新しい顧客の開拓がまず必要である。
	□	食料品製造業（社員）	・消費税減税等の景気対策による効果はまだ先の様子であり、当面は現状の消費傾向が続く。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・中東情勢が落ち着いても景気はすぐに良くなるとは考えられない。また、円安や物価高の影響もあり、景気はしばらく現在と同程度の情勢が続くとみられる。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気を悪化させる特段のトピックがない。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・中国から部品を入手できないリスクを避けるため、米国でも新規に製造装置を導入する話が進んでおり、これに付随する自社製消耗品の注文が入り始めた。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資の勢いが衰えず、設備の納期が長くなっているため、しばらく高い受注水準が続く見込みである。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・9月までは特に変化は起きない見込みである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・価格の改定が続いているが、それでも客はやむを得ず購入する。受注量や生産量に対しては変動がない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画上でも今後は少し上がるようにはなっているが、まだ確定ではない。
	□	建設業（役員）	・この先2～3か月で景気が良くなる要素が見当たらない。
	□	輸送業（経営者）	・最低賃金は上がるものの、人件費以外のコスト上昇も続いており、モノやサービスの価格はそれ以上の上昇をし続ける見込みで、消費が鈍い状況は変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・現状、原油の流通は小康状態のようであり、落ち着いているように見える。この状態が続いてほしいが、いつまで続くのか不透明である。
	□	輸送業（エリア担当）	・中東情勢に不確実な要因が多い。
	□	通信業（法人営業担当）	・消費税1%への減税が話題だが、消費税を1%にしたからといって、消費税が下がった分だけ実際の物価が下がるとは考えにくい。事実、レジの改修や税率変更への対応などの事業者支出は避けられないとみられる。期待値が大きい分、期待はずれになったときの落胆が消費行動に与える影響が大きいと考える。
	□	金融業（従業員）	・秋になり行楽シーズンを迎えるため、需要の増加が見込まれる。一方で、物価の上昇が止まらず、日常生活はまだ厳しい状況が続く。
	□	金融業（企画担当）	・請負業者のコストを価格でカバーできるようになり、従業員の給与に反映されることが明確になるまでにはもう少し時間を要する。所得の増加が実際に消費者の目に見えてこない、景気の回復には至らない。
	□	不動産業（経営者）	・今後は前年よりも暑い日が多くなりそうであるが、外出や遠出をする人はやや増加する見込みである。今後の売上は増加し、前年を上回る状況が続く。
	□	不動産業（職員）	・今後も暑さが継続することは気になるが、現状需要の低迷はみられないため、今後も堅調に推移していくとみる。
	□	広告代理店（制作担当）	・秋に向けての広告、特に屋外でのイベントは、9月を過ぎても猛暑が続く予想のため、余り企業側としても積極的に動いていない。
	□	会計事務所（職員）	・顧問先からは大掛かりな設備投資の予定は聞かず、新規事業へ参入する話もない。現状維持である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	会計事務所（職員）	・受注量に変化はないが、工作機械で使用する刃物や消耗品の値上がりが続く、利益が目減りしている。値上げ要請は行っているが、なかなか満額回答とはならないため、依然として厳しい状態が続く見込みである。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・大きな自然災害が発生し、全体的な市場縮小ムードが予測される。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数がいずれも落ち込んでいる。
	▲	鉄鋼業（従業員）	・中東情勢の緊迫状態は変わらず、先行きの不透明感も変わらない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・2026年が元々踊り場局面であるところに中東情勢が輪を掛けて、物件の動きが鈍い状況が顕在化してくるとみる。建材業界の落ち込み方としては新型コロナウイルス時のショック以上に大きいと懸念される。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・続く物価高や令和8年熊本地震の影響、猛暑による光熱費の上昇など心配事が尽きない。
	▲	輸送業（従業員）	・7月の中旬に更なる中東情勢の不安定化が報じられて以降、取扱物量が徐々に減っている。中東情勢については前回同様、1度情勢が下向くと数か月続くことからこの傾向はしばらく続く見込んでいる。
	▲	輸送業（従業員）	・令和8年熊本地震の影響により短期的に物量が減少する。中長期的に建材を中心に増加するとみられるが、原油価格の高騰とともにどこまで影響があるか不透明である。
	▲	金融業（従業員）	・物価上昇への解決策や見通しにおいて改善する見込みがないため、金を出し渋っている印象を受ける。旅行等の娯楽については、今までどおりストレスの発散をかねて金を使っている。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・異常な気温で外出を控える傾向にある。暑さでアクティブ度は下がり、消費は縮小傾向にある。
	▲	公認会計士	・金利上昇による個人消費の低下や海外情勢による物価高による利益率の悪化、米国関税の引上げなどを受けて全体的に企業も投資を控える傾向が予想される。また、先日発生した熊本の地震により、部分的かもしれないが少なからず日本経済に影響があるものとみる。
	×	鉄鋼業（経営者）	・9月から仕事があるという話も聞こえてくるが、信憑性に乏しく、一概に秋口からの好転を期待できない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、更に景気の悪化が進むとみる。
雇用 関連 (東海)	×	通信業（総務担当）	・先が見えないため、今欲しいものに対して金を消費できない。先行き不安で消費が後退しているため、このまま景気は悪くなる。
		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・来月はイベントがあり、予約状況も良くなっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・お盆前後は転職希望者の活動意欲が弱まることが想定されるが、法人側の採用意欲は引き続き旺盛な状況が継続すると見込まれ、入社決定数は増加する。
	□	人材派遣業（営業担当）	・政府支援が徐々に判明し、期待の声が増えるもまだ景気回復への道のりは険しく、各企業の我慢比べが続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者数の増加は見込みにくく、当面はこの状況が続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・消費税を1%に減税するという話もあるが、2年間限定とのことで、効果は限定的とみる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連では、全体感として人員予算も厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人員は現状維持をまくる顧客が多く、ぼつりぼつりと業務終了者が発生する状態は2～3か月のスパンでは大きく変化しない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・以前と比べると電気自動車の販売数が伸び、生産体制も増加に向かっている。しかし、令和8年熊本地震で部品供給が滞り生産停止の措置が取られるおそれがある。長期化は避けてほしい。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・不安定な中東情勢の長期化や株価、様々な商品やサービスの値上げをみると、採用計画なども今後見直しの可能性はあるが、各社とも人材不足の状況は変わらず、今年度中は変わらず推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	職業安定所（職員）	・中東情勢に関する景気動向は落ち着いているようにみえるため、状況が変わらなければ景気の悪化はないとみるが、その反面、景気を上昇させる要因もない。
	☐	職業安定所（職員）	・求人数は増えているものの、中東情勢の動向により影響があるおそれがある。
	☐	職業安定所（職員）	・原材料費、燃料費、運送費及び人件費などの各経費の高止まり、不安定な中東情勢に起因する原油由来資材の高騰などによって、各産業の事業活動への負担が長期間継続しており、特に中小企業においては大変厳しい状況となっている。また、物価高騰による消費動向の停滞、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念等により、新たな求人提出を控え、引き続き様子見をしている産業も少なくない。求人提出を控えている産業が一部見受けられるものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、直近での景気動向の大きな変化は生じないと判断する。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求職者数は4月をピークに落ち着いた動きとなっている。一方で、事業所都合による離職者の増加がみられるなど物価高や中東情勢による影響も現れ始めており、今後の動向を注視する必要がある。
	☐	職業安定所（職員）	・求職者数がやや増加している。
	☐	民間職業紹介機関（窓口担当）	・順調に派遣依頼のある求人数に対して求職者数が足りない印象が否めない。求職者が長期安定が見込める直接雇用を目指したいという背景が大きくなっている。
	☐	学校〔大学〕（就職担当）	・社会情勢や景気動向等により今後は若干採用数が減っていく懸念はあるが、新卒採用については今後2～3か月で現状維持から大きく変化することはない。
	▲	職業安定所（職員）	・小規模企業の倒産や廃業が継続的に発生している。その発生理由として物価高の影響を挙げる者が大半で、物価上昇が落ち着いた限りこの状況が続く。
	×	人材派遣会社（社員）	・中東情勢や地震の影響などの不安要素がある。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)		-	-
	○	商店街（代表者）	・8月はお盆休みや夏休みのピークを迎えるため、国内の家族連れや観光客の更なる増加が期待できる。欧米や台湾を中心としたインパウンドの客単価が高い傾向は定着しており、国内外の観光需要も重なって、高い売上水準が続くとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・主要客層となる建設、建築系の仕事の中東情勢の影響によって鈍化していたが、このところ急に動き出しているという声を多く聞く。以前のように飲食店に出掛ける状況に戻れば、衣料の売上も期待できる。
	○	一般レストラン（統括）	・現状が良くないため、今後少し改善するとみている。
	○	一般レストラン（経理）	・当温泉地において2軒の旅館が営業を再開したため、来客数が増えると思われている。
	○	都市型ホテル（役員）	・夏休みに向けてスポーツ等の団体予約が好調である。一部不通となっていた観光鉄道の全線開通や新ルート開通など誘客に向けた明るい話題もあり、レジャー客の入込が期待できる。
	☐	商店街（代表者）	・消費動向は不透明だが、複数の空き店舗が埋まると聞いており、商店街のにぎわいにつながると期待できる。
	☐	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ギフトの動きが悪い状況は変わらないが、デイリー商品は前年並みで推移するとみている。少し心配なのは暑さであり、暑い日は外出控えが目立つため注意が必要である。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・世界情勢がすぐには改善せず、食料品の消費税減税などの国内政策も決まらない。株価は一部しか良くなっていないため、景気が良くなる要素は非常に少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（販売担当）	・毎月のように続く商品の値上げにより物価高が止まらず、購買行動が慎重になっている。富裕層は高齢世代の購買意欲が低下している。その下の世代の富裕層では、高額なラグジュアリー商材の購入はあるが、成約後のキャンセルが増加しており、どの客層も購買行動に慎重さが増している。低価格志向の客層は多いが、低価格化には限界があり、当面は低調な状況が続くとみている。
	☐	百貨店（売場担当）	・来客数は減少傾向だが、商品価格が上昇しているため、売上の減少は小さい。必要な物は、多少高価でも購入する傾向がみられる。
	☐	スーパー（店長）	・世界情勢がなかなか落ち着かないため、節約志向の顧客が多いとみている。
	☐	スーパー（役員）	・今の状態が続くとみている。ただし、10月以降は電気とガスに対する政府の補助金がなくなるため、円安と中東情勢の影響が電気代等へ反映されることを強く懸念している。
	☐	コンビニ（店長）	・現状と変わらず、悪いままだとみている。10月には最低賃金が再び上昇し、それに伴う値上げにより、物価高は止まらなと考える。店の経営面では、人件費が5%上昇すると、現在の販売単価で営業を続けることはできない。
	☐	コンビニ（店舗管理）	・県独自の観光振興策のキャンペーン第2弾があり、第1弾と同様の効果が期待できる。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・食品が値上がりし、ガソリン価格は高止まりしているため、将来について全く楽観できない。
	☐	家電量販店（店長）	・物価高が続いており、価格上昇が止まらない。
	☐	家電量販店（店長）	・気温が高くエアコンなどの季節商材の販売は伸びているが、パソコンなど価格が上昇した商品の売行きが良くない。
	☐	家電量販店（本部）	・エアコンを除く耐久財の動きは、すぐには変わらない。一方で、趣味のための製品の売上は右肩上がりであり、欲しい物への投資を惜しまなくなっていることは好材料である。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・給与がある程度増えても可処分所得が余り変わらないことが、販売量が増えない要因の1つとみている。
	☐	乗用車販売店（総務担当）	・ボーナス支給は購買意欲の向上につながるが、物価上昇が消費マインドを悪化させており、全体としては横ばいとみている。
	☐	乗用車販売店（経理）	・車のモデル改良が少なく、先行きはやや不透明であるが、これまでの受注状況等を踏まえ、引き続き一定水準で推移するとみている。
	☐	住関連専門店（役員）	・夏休みや9月の大型連休で外向き消費が活発になるため、耐久財の消費は抑制する傾向になるとみている。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今春からのリニューアルに向けた設備投資により、テナントの新規出店が増えている。新店開店の効果が年内は継続すると見込んでおり、自社の状況は変わらないとみている。
	☐	一般レストラン（店長）	・客が集中する日は忙しいが、全体としては平年並みとみている。
	☐	スナック（経営者）	・物価高が大きく影響している。内外情勢や世界的な要因などもあり、ますます客足が遠のくとみている。
	☐	観光型旅館（経営者）	・9月からは当県独自の宿泊応援施策があり、大型連休の日並びも良いため、夏休みから10月にかけて順調に集客できている。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・国内客については、お盆や夏休みがある8月の予約状況が低調である。夏休みは安近短で終わるとみっており、地元客向けの企画を実施している。
	☐	タクシー運転手	・まだ暑い日が続くとみられ、熱中症を防ぐため、今月と同様にタクシーの利用は多いとみている。
	☐	タクシー運転手	・客の景気が良くなると、乗客数が増えることはない。早期の景気回復を期待している。
	☐	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期も重なり来客数は多いようだが、販売量は前年と比べて大きな変化がみられない。
	☐	通信会社（役員）	・新規契約獲得数が前年同期並みで推移するとみている。
	☐	テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況は、全体として前年同月と同じ水準になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	競輪場（職員）	・中東情勢の影響による先行きの不安定感を取り除かれつつあるが、依然として物価高や円安が続いているため、消費者は娯楽産業への支出に対して引き続き慎重になるとみている。
	□	美容室（経営者）	・賃金の伸びが物価高に追い付くには、まだしばらく時間が掛かるとみている。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・世界情勢を含めて、景気が上向くような明るい兆しがみえない。また、商品の値上げが続き、消費者の買い控えも多く、景気は上向かない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・物価上昇による買い控えが長期化するとみている。繁忙期の一時的な需要はあるが、最近はその反動が激しく、繁忙期後の停滞期間が徐々に長くなっている。
	▲	スーパー（仕入担当）	・9月、10月に大きな価格改定が予定されているため、買い控えや様子見状態になると考える。外食から内食へシフトする可能性もあるが、景気は下向きになるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・最低賃金の引上げはパートタイム従業員にとっては前向きなニュースだが、個人経営の店舗にとっては負担が重い。中東情勢の影響による原価の上昇と併せて、苦しい風向きが続くことは避けられない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・在庫量が少ないため、残暑が続くと売上が維持できない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いており、良くなる要素がない。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、中京方面からの団体予約が多い時期だが、今年はアジアのスポーツ大会が9月19日から10月4日まで名古屋で開催されるため、旅行用のバスが不足し、受注がなく厳しい状況である。
	▲	旅行代理店（従業員）	・石油市場の動向と全体的な旅行費用の増加が影響し、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（職員）	・円安による物価高騰が経済の閉塞感につながるとみている。
	▲	通信会社（役員）	・中東情勢に不透明感が漂い始めている。円安や原油価格高騰による物価上昇が続き、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足につながると懸念している。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（経営者）	・物価やエネルギー価格が高騰している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建築件数は間違いなく減る方向だが、建築単価が高いため、売上は前年と同程度かそれ以上になるとみている。新たな住宅地の供給を行っており、今後は住宅展示会での集客に力を入れて、顧客を獲得していく。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・当面の間、建築資材の高止まりは続くともみている。また、金利上昇などの影響も懸念している。
	▲	住宅販売会社（営業）	・多くの取引業者からの値上げ要請が続いており、販売価格に転嫁せざるを得ない。値上げをすれば、売上に影響することは避けられず、ますます身の回りの景気は落ち込むとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・現在の状況はまだ続き、良くならないとみている。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ニュースを見ても、景気が良くなる様子が全くない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・金利や住宅価格の上昇などにより、新築住宅の販売は厳しい。リフォームは受注計画を上回っているが、部材や人件費の上昇が続いており、今後の受注は減少するとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	-
	○	化学工業（総務担当）	・受注量はやや良くなるとみている。
	○	建設業（経営者）	・これから公共工事が発注される時期になるため、建設業界は景気が良くなるとみている。
	○	輸送業（経理）	・軽油の価格次第で、今期の数字が大きく上振れる可能性がある。
	○	不動産業（経営者）	・少しずつではあるが、法人客の動きが出てきている。
	○	税理士（所長）	・受注残を抱えている顧問先が多く、少なくとも年内は好況とみている。ただし、中東情勢が終結したわけではなく、不確実な要素がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（経営企画）	・最近の原料価格や様々なコスト増加を吸収するため、秋口以降に値上げをする予定である。しかし、ここ数年は毎年のように値上げをしており、販売量の減少は避けられないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・二輪車用部品は、欧州市場向けを中心に受注が好調に推移している。一方、自動車用部品は中国市場における日系自動車メーカーの販売不振、産業機械用部品は北米市場での受注低迷のため、全体として業績の伸びは限定的である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・夏季休暇の影響は多少あるとみられるが、新規案件の引き合いが若干減少傾向である。夏季休暇明けから9月にかけての新規引き合い件数の傾向を注視している。
	□	輸送業（管理会計担当）	・輸送する物量に大きな変化はないと見込んでいる。
	□	通信業（営業）	・株価の下落や円安傾向は続くが、2～3か月後の景気への影響はないとみている。しかし、11月の米国中間選挙の結果は景気に影響を与えるとみている。
	□	金融業（融資担当）	・中東情勢の影響により先行きは不透明であり、資材価格等は高止まりしているが、ある程度は織り込み済みとなってきた。現状のコストを前提として価格交渉を行う動きもあり、時流から取引先が値上げ要請に応じるようになってきている。
	□	司法書士	・飲食業や建設業の売上は悪くないが、人件費や材料費の価格転嫁ができないため利益が出ず、人手不足により営業時間を短くせざるを得ないため利益につながらないと聞く。
	▲	繊維工業（総括）	・これまで好調であったスポーツやアウトドア用途の製品に一服感がみられることに加え、中東情勢は最終合意までの道筋がみえず、先行きが不透明である。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・ナフサは確保できたが、全体的な物価上昇により消費マインドが悪化するとみている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・石油製品の不足への懸念による需要が発生しているが、実需ではないようである。仮需要であるため、その反動で減少するとみている。
	▲	建設業（役員）	・受注価格の上昇により、受注量が減少傾向になるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・これまでの物価高により費用負担が増加し、中小企業は疲弊している。国内での更なる金利引上げや不安定な国際情勢など外部環境は厳しく、中小企業の淘汰が進むとみている。
	×	-	-
雇用 関連 (北陸)			-
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響について懸念する事業所はあるものの、7月は新規求人件数が今年度初めて増加している。ただし、今後の状況については引き続き注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇や中東情勢の影響について、引き続き注視していく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足が深刻な状況である。求人の動きは業界によってばらつきがあるが、大きな動きは見られない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・中東情勢や物価高の影響に対する不安が大きい。派遣登録者数が伸びる要素はないため、大規模な優良派遣先企業の開拓や求職者市場の変動がない限り、状況は良くならないとみている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・諸経費の高騰や資材の調達難が一層進み、価格転嫁ができない製造業等は利益が確保できず、内部留保の切り崩しや倒産が増えるなどみている。

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

8．近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（サービス担当）	・夏休みのイベントとして、アニメのコラボレーション企画を導入する予定である。来客数が増えることで、売上の増加が期待できるほか、猛暑対策商材の展開を増やすことで、前年の実績を上回ることが期待される。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・取引先では9月から宴会の予約が少し入ってきたため、卸売での注文が少し良くなる傾向にある。
	○	百貨店（営業推進担当）	・足元の来客数が前年を上回っているほか、食料品も好調に推移している。
	○	スーパー（店員）	・お盆もあり、果物がよく売れる。家で集まる機会も増えるため、野菜も少し価格が高くても売れると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・気温の上昇に伴い、夏物商材の販売が一気に増加し、前年を上回る売上となっている。8月は夏休みやお盆などの季節的な催事も多く、年間で12月に次ぐ売上となるだけに期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は今の水準のまま推移し、商品の値上げが今後も続くため、客単価の上昇が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・外出機会が増えるなか、暑さのためアイスやコーヒーなどを気軽に買えるコンビニは、利用の機会が増えると予想される。既に来客数はかなり増えてきている。
	○	衣料品専門店（店長）	・為替や株価の動向次第であるが、消費税減税に対する期待感が、客との会話でも少しうかがえる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型モデルの発売もあり、徐々に商談や受注の件数が増えているため、現状よりも良くなる。ただし、比較的年齢層の高い客や富裕層には受け入れられても、若年層やファミリー層での新規客の獲得が進んでおらず、大幅な回復にはつながらない。今後は景気の安定に加え、自動運転や電動化の取組の進展も望まれる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・最低賃金も全国で少し上がるため、物価上昇が進むなかで生活水準も上げたいという意識が出てくる。収入が増えれば購入意欲も高まってくる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・猛暑が少し落ち着けば、昼夜共に、売上の回復が期待される。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの利用は好調な受注が続いている。国内客は単価の調整によって予約を獲得できているが、収入は伸び悩んでいる。一方、食堂はバス旅行でのランチ利用やイベントで収入を確保できている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・秋口にかけた販売の増加期待が大きい。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・オンライン経由の予約は前年並みである一方、旅行会社経由の予約状況は前年をかなり下回っているが、ハロウィーン期間中は高単価での販売が可能となる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・夏が過ぎれば、外出に関する意欲も高まってくると予想される。
	□	商店街（代表者）	・今の状況が長らく続いており、今後も変わらないと予想される。
	□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・とにかく暑いため、商売どころではない。売る方も買う方も動きが悪く、気持ちも乗らない。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・消費マインドは決して良くないが、企画の内容によってカバーしている。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・野菜に関しては、熊本の地震で入荷状況が悪くなり、価格も上がるため厳しくなる。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物を着て楽しむという文化が薄れつつあるため、厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・これだけ暑い日が続けば、冷やして食べるゼリーよりも、飲料やアイスの売上の方が多い。
	□	百貨店（企画担当）	・為替や株価の変化による影響を大きく受けるため、今後の状況次第では悪くなる可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（広報担当）	・中東情勢の変化に対する不透明感は続くが、景気の基調としては、現在の水準がしばらくは続く。
	☐	百貨店（外商担当）	・例年以上に厳しい気象条件が予想され、特に酷暑日が多い状況では、来客数の減少が心配される。秋物商材の新作も、動きが鈍くなると予想される。
	☐	百貨店（売場マネージャー）	・世界情勢や経済状況の変動などの不確定要素は残るものの、今のところは好調な状況が大きく変化する要素はない。
	☐	百貨店（商品担当）	・国内消費は物価に左右されるため、先行きは見通せない。インバウンドも7月中旬以降の傾向をみると、上振れは期待しにくい。
	☐	百貨店（マネージャー）	・現在安定しているのは、外商を中心とした国内の富裕層とインバウンド売上の安定が要因である。今後も国内の富裕層は安定した動きが予想されるが、インバウンドについては2点の変動要因が挙げられる。まずは中国からの訪日意欲の緩やかな回復であり、大きく落ち込んでいた来客数は少しずつ回復している。一方、現在の好調要因である円安基調が円高に転換すれば、たちまち消費は落ち込むことになるため、この影響は小さくないと予想される。
	☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンドや富裕層の購買力は、外的要因の大きな変化がない限り、今後も増加が継続すると予想される。その一方、中間層の消費を活性化させるコンテンツを、どれだけ商品とリンクして訴求できるかがポイントであり、特に記念日や晴れの日での提案が重要となる。
	☐	百貨店（販売推進担当）	・中東情勢の今後に加え、株価や為替、金相場、原油価格なども読みにくく、どちらに転ぶかが全く分からない。
	☐	百貨店（外商担当）	・円安の進行により、インバウンド売上が更に伸びる可能性がある一方、世界的な政情不安で株価が下落し、富裕層の購買意欲が減退する可能性もある。
	☐	百貨店（マネージャー）	・良くも悪くも、景気は米国の動きに左右される面が強く、米国の現政権が継続限り、先行きは不安定である。
	☐	百貨店（商品担当）	・中東情勢が不透明ななか、原料価格や物価の上昇による需要の減退が予想される。また、今後は暑さが長引くことで消費意欲が減退するほか、物価の上昇で海外旅行を含む旅行需要が減少し、関連商材の販売も不振となる。さらに、残暑による秋物衣料の販売不振も予想される。
	☐	スーパー（店長）	・物価の上昇が続く間は、現状は改善されない。
	☐	スーパー（店長）	・良くなる理由、悪くなる理由共に見当たらない。
	☐	スーパー（企画担当）	・食料品の値上げは続くものの、生活必需品の動きに変化はない。
	☐	スーパー（経理担当）	・ようやく消費税減税の方向性がみえてきたが、実現は不透明であり、消費者の意識を変えるまでには至っていない。円安の進行が物価に大きな影響を及ぼすことが判明してきたなかで、消費者も円安が輸出増や景気の改善につながるとは考えなくなっている。むしろ、物価高対策として円高への期待が高まる可能性もある。
	☐	スーパー（販売促進担当）	・現時点では、来客数が大幅に上向く要素はなく、しばらくは現状のまま推移する。消費税減税が正式に決定すれば、景況感の回復につながることが期待される。
	☐	スーパー（社員）	・客の来店を促進するための、チラシの配布やイベントの実施を前年以上に行っているが、何とか前年の売上を維持するのが精一杯で、当面は厳しい状況が続く。
	☐	スーパー（企画）	・物価の上昇が続くなか、最低賃金の引上げで、パート社員だけでなく正社員の賃金も底上げされているが、可処分所得は減少する傾向にある。それに伴い、来客数は横ばいで、販売点数は減少、商品単価は上昇する傾向が続くと予想される。
	☐	スーパー（企画）	・当面は消費者の節約志向が続くと予想されるが、原材料費や包装材の価格も上昇するなど、今まで以上に全てのコストが上昇傾向にあるため、商品価格を下げることは難しい。
	☐	コンビニ（経営者）	・3か月先も気温は余り変わらないようである。飲料の販売量を現状並みに維持するほか、冷凍食品の売行きも良いため、冷凍ケースを3面から4面に増やして販売を行う。
	☐	コンビニ（経営者）	・猛暑が続くため、引き続き一定の需要が見込まれる。
	☐	コンビニ（店員）	・常連客が大半であるため、今と変わらない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	コンビニ（店員）	・この先も厳しい暑さが続くため、大きな変化はない。
	☐	家電量販店（店員）	・良くもならず、悪くもならないと予想される。先行きの見通しが立たない限り、今の状況は変わらない。
	☐	家電量販店（人事担当）	・気温が高くなり過ぎることで、客の外出の減少が懸念される。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・オイル類の価格が高騰しているほか、入荷が滞っているため、今後も整備には予算を掛けられない状態が続く。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・復調の兆しがなく、部品の調達もままならない状況では、先が見通せない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・購入層の幅が広がるためには、景気や実質賃金が改善したという実感が必要である。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・抜本的な景気の改善が進まなければ、変化は望めない。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地金価格の高騰後は、新商品もスムーズに売れていない。価格調整前の在庫品が売れて、利益は出ているが、新たな商品の仕入れにはそれ以上のコストが掛かるため、仕入れをためらう状況となっている。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・夏物商材やボディケア用品は順調に推移しているが、季節商材を除けば横ばいか、減少傾向が続いている。気温の上昇により、飲料などでは売上の増加が見込まれるものの、食品の値上げも続いているなかで、食品や日配品などの売上は現状の水準を何とか維持したい。全体としては大きな上昇要因は見当たらないが、UV関連や制汗剤などの夏物商材では、化粧品や化粧雑貨の好調が予想される。
	☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料の無料キャンペーンは終わるが、季節の変わり目で秋冬物商材の売上増加が期待できる。
	☐	高級レストラン（企画）	・中東情勢が引き続き不透明で、欧州や北米からのインパウンド需要の低迷も続くなか、国内旅行の需要増ではカバーし切れないと予想される。
	☐	一般レストラン（企画）	・食材価格の高騰で、原材料価格の見直しが必要な状況が続くなか、売上の増加が利益の改善につながっていない。今後もこの傾向が続くと予想している。
	☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・中東情勢の変化で、周囲でも財布のひもが顕著に固まっている。一方、消費税率の引下げによる影響については、当初は購入金額が増えるかと予想される。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・8月は実際の予約が増えるため、現時点ではまだ判断できないが、お盆休み前後の予約は入ってきているため、前年並みの販売量は達成できそうである。一方、9月は団体客の先行予約が弱いと、苦戦を強いられており、大型連休で個人客の予約を積み上げるしかない。
	☐	観光型旅館（経営者）	・良くなる要因が乏しい。
	☐	都市型ホテル（管理担当）	・台風の接近や令和8年熊本地震など、自然災害による悪影響が年々大きくなっている。
	☐	都市型ホテル（フロント）	・8月の夏休み以外は厳しい状況となる。
	☐	旅行代理店（支店長）	・令和8年熊本地震と台風で大きく落ち込んだ後、9月の大型連休での回復を予想している。
	☐	旅行代理店（役員）	・9月までの猛暑の予想や、消費税率引下げ議論の停滞感などがある一方、客の購買マインドを刺激するイベントもないため、状況が好転する期待は薄い。
	☐	通信会社（社員）	・景気回復の兆しが出てきたが、当社のサービスへの申込数は若干の増加にとどまる。解約数も増えているため、大きな純増は見込めない。他社からの乗換えに対する、通信回線費用の割引プランの適用が増えているものの、先行きは不透明である。
	☐	テーマパーク（職員）	・しばらくは外出を控えるような暑さが続く。
	☐	観光名所（企画担当）	・春先は来場者数も若干増加していたが、6月以降は前年並みとなった。しばらくはこの傾向が続くと予想される。
	☐	遊園地（経営者）	・原油問題の解決の方向性がみえなければ、先行きの改善への期待は薄い。
	☐	ゴルフ場（支配人）	・入込客数や予約状況等を考慮すると、今後2～3か月先は現状並みの推移となり、仕入価格、水道・光熱費も現状維持が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	競艇場（職員）	・ 賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、国内政治の動きなど、様々な要素がどのように作用するのか、見極めるのは難しい。
	□	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・ 物価の上昇で、催事に必要な経費の削減を続けているが、収益の増加にはつなげていない。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・ 夏休み期間となり、8月にはプロ野球の公式戦が6試合開催されるほか、コンサートも予定されているため、前年並みの来場者が見込まれる。
	□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・ アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減少する一方、暑い時期は増加するが、9月、10月はそれほど変わらない。
	□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・ 新規入会者と退会者のバランスをみると、現在は何とか現状を維持できており、今後も大きな変化はない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・ 周辺の住宅や宅地が活発に取引される状態にならなければ、景気が良くなったとはいえない。現状はまだその兆しがみられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・ 原価の動きは気になるが、ひとまずは様子見となる。
	□	その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・ 金利の更なる上昇が進んだ場合は、不動産市場では減速傾向が明確になる可能性が高いものの、現時点では横ばいの見通しである。
	▲	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・ 消費税率の引下げがどうなるのか、いまだはっきりしていない。物価は依然として高いままで、ナフサ不足の問題も解決していない。生活に直結する身近な問題が滞ったままであるため、安心できる状態にならなければ、景気は上向かない。
	▲	一般小売店〔化粧品〕 （経営者）	・ 生活必需品としてのメイク商材を多く扱っているが、消費意欲の変化による増減が大きく、今後も令和8年熊本地震の影響がショッピングモールへの不信という形で出てくる。一方、化粧品以外のギフト関連の商材は好調を維持している。希少性の高い商材で来店を誘導し、この時期ならではの接客により、店の価値を維持していくことが重要である。
	▲	一般小売店〔書籍〕 （管理担当）	・ 異常な暑さにより、外出や消費を抑える動きが出てくる。
	▲	百貨店（売場主任）	・ 生活コストが増えるなかで、ファッション関連の支出が抑えられる傾向が変わる気配はない。
	▲	百貨店（売場主任）	・ 今後の中東情勢は不透明ななか、物価上昇への懸念が大きい。既にナフサ由来の包材などの、資材価格の高騰が続いている。今後更に悪化した場合は、物価の上昇による客の買い控えが強まる。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・ 年々猛暑が厳しくなり、季節も四季から二季へと変化している。これまでは8月末から秋物商戦が始まったが、10月頃まで衣替えをしない人も増えている。季節商材を中心にメーカーも生産を抑制しているため、苦戦が予想される。
	▲	百貨店（販促担当）	・ 一気に猛暑となったが、仮に10月頃まで暑さが続けば、消費に悪影響が出る。秋物商材の展開が難しくなるなか、秋色夏素材の商材や、秋の食材を使ったさっぱりメニューの提案など、気候に応じた提案の工夫が求められる。
	▲	スーパー（経営者）	・ 客の様子をみると、必要な物以外は買わず、特にディスカウント商品しか購入しない。
	▲	スーパー（開発担当）	・ 景気対策の内容がいまだ明確でない状態では、景気は良くならない。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 例年、繁忙期の後は落ち着くため、需要の喚起を図る。
	▲	コンビニ（店員）	・ このまま値上げが続けば、業況は悪化していく。
	▲	衣料品専門店（店員）	・ 閑散期に入るほか、気温の高い日が続くため、購買意欲は低下する。
	▲	家電量販店（店員）	・ 暑さによる需要が短期間に集中しているため、今後は揺り戻しがある。
	▲	家電量販店（企画担当）	・ 10月からキッチンやバスなどの水回りのリフォーム商品や、関連工事の部材の値上げが決まっているため、買い控えが予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 金利の上昇による、自動車ローンの負担の増加が、販売には悪影響となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・中東情勢の変化や円ドル相場の先行きに明るさはなく、受注にも陰りがみられる。今後はやや下向きのイメージを持っておく必要がある。
	▲	乗用車販売店（マネージャー）	・株価は上昇しているものの、消費に大きな影響をもたらすとは考えにくい。それ以上に、物価の高騰に賃金の上昇が追い付いていないことが問題である。
	▲	住関連専門店（店員）	・物価高対策で政府に新たな動きはない一方、猛暑で電気代の負担は増えているなど、景気が良くなる要素はない。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価の上昇に所得の増加が追い付かないため、景気の回復には時間が掛かる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・中東情勢の変化が長期化するなか、ガソリン補助金の基準価格が見直されれば、物価の上昇に拍車が掛かり、景気はやや後退する。
	▲	一般レストラン（経営者）	・猛暑が毎日続いているほか、商品の値上げで生活に影響が出ているなど、外食の需要が減っている理由が多い。また、期待していたプレミアム付商品券の利用も前回ほどはみられない。今後の消費税率引下げに向けて、外食の大手企業はテイクアウトの拡大に動いているなど、資金力のある企業が生き残る、弱肉強食の状況になりつつある。今後、外食産業で業況の回復が進むかどうかは疑問である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が続いているため、消費者の財布のひもは固く、客との会話でも同様の声が増えている。
	▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・例年以上の猛暑が見込まれることから、厳しい状況が続くと予想される。
	▲	都市型ホテル（営業担当）	・人件費や光熱費、配送費などの経費がどんどん増えているほか、猛暑によるレジャー消費の鈍化など、将来への不安による買い控えもあり、景気が良くなる材料は見当たらない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・中東情勢は先行きがみえないほか、インバウンドでも中国からの個人客の減少傾向が解消されない。
	▲	旅行代理店（役員）	・猛暑の影響もあり、夏休み期間の予約は鈍化している。また、物価の上昇に伴う家計負担の増加も、家族旅行の計画に大きく影響している。さらに、円安の進行や燃油サーチャージの高止まりが続くなか、海外旅行の需要回復を後押しする要因が見当たらない。
	▲	タクシー運転手	・8月はお盆休みで、タクシーよりも電車や飛行機の利用が増える。また、海外への渡航や、田舎への帰省などもあるため、消費は控えめとなる。
	▲	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・中東情勢が不安定なほか、円安の進行や金価格の低迷など、良い材料が見当たらない。
	▲	通信会社（社員）	・新型スマートフォンが発売されないという情報があるほか、端末価格の上昇による影響も懸念される。
	▲	通信会社（営業担当）	・通信機器の価格高騰や、工事会社の作業コストの高騰が続くため、今後やや悪くなる。
	▲	通信会社（役員）	・全体的な物価の上昇で、客足にも買い控えの傾向がみられる。通信事業者から支払われる代理店手数料や、支払条件のノルマも厳しくなっている。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（経理担当）	・政策金利の上昇が見込まれる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの供給戸数は減少している一方、竣工済み物件の在庫は、売行きの鈍化に伴って増加傾向にある。デベロッパー各社は資金面で余裕があり、値下げをせずに販売を継続しているが、長くは続けられない。金利の上昇に伴い、一部の物件は資金化を急ぐため、値下げの上で売却すると予想される。
	▲	住宅販売会社（企画担当）	・受注状況が厳しいため、売上の増加につながらない。この流れは当面続くことが予想される。
	▲	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）	・企業の倒産や閉鎖の増加がみられる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格の高騰に伴う建築単価の上昇や、住宅ローン金利の上昇の影響を受け、消費マインドは更に冷え込むことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・原油不足の影響が出ており、オイルやシリコンなどの部材の入荷時期が読めなくなっている。納期が未定の部材が増えることで、事業の流れが悪くなると予想される。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・物価上昇による悪影響が出る。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇や中東情勢の悪化など、良くなる要素が見当たらない。円安も更に進む懸念が強く、そうなれば社会や経済の状況は更に悪化することが予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ランチに行くといつも混んでいる飲食店も、空席が目立つようになっている。
	×	住関連専門店（店長）	・地震のあった熊本は取引先が多い地域のため、今後は受注の減少が懸念される。
	×	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・お中元や夏物ギフトの需要では、単価や件数が悪化傾向のまま、商戦の後半を終えつつある。また、秋の行楽や行事向けの商品の早期予約も、例年と比べて出足が鈍い。
	×	一般レストラン（店員）	・物価の上昇が続けば、自然と外食が控えられるため、今後は悪くなる。
	×	観光型旅館（経営者）	・予約状況をみると、先行きは厳しい。
	×	競輪場（職員）	・令和8年熊本地震の影響による、物価の更なる上昇が予想される。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・為替は更に円安が進む見込みであり、ますます苦しい状況となる。一方、木材関連以外の事業にも複数の引き合いがあるため、積極的に対応していく。これからは更に広い分野で、商材を確保していく予定である。
	○	繊維工業（管理担当）	・資材単価が1割以上高くなっているほか、海外調達の資材は輸送費の高騰が進んでいるため、仕入れの際には注意が必要となっている。現状は受注数に大きな変化はないものの、今後は上向く見込みである。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・I R関係の注文が入ってくるようであり、先行きが期待される。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱製品の年間で2番目の需要期に入るほか、気温が下がることで外出頻度も増えてくる。
	○	建設業（経営者）	・今後も受注の増加が予想される。
	○	輸送業（経営者）	・取引先での商品の値上げも一段落し、価格の動きが落ち着き始めたため、延期になっていた仕事が再開される。さらに、厳しい暑さで社員の健康のために断っていた仕事も、今後は徐々に受けられるようになる。
	□	食料品製造業（管理担当）	・特に変化の材料は見当たらない。
	□	繊維工業（総務担当）	・コストの上昇分が販売価格に上乗せできなければ、販売現場の状況は上向かない。コストや原材料の見直しを行っているが、既に限界にきているため、今後も薄利の状況に変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新製品に関する案件は出てきているが、契約数量が減るケースが多い。原材料費が上昇する一方で、販売価格を上げられない状態が続いている。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・コストの上昇分を全て転嫁することはできないため、利益面では厳しい状態が続く。
	□	化学工業（企画担当）	・値上げが浸透して適正な利益が確保できる状況になっている。ただし、今後は猛暑で食品の消費が低迷する予想もあるため、大きくは変わらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・中東情勢の影響で、プラスチック製品の入荷が安定しない。5月末に注文したポリカーボネート板の生産が8月になるという。早めに動いて確保に努めているが、改善が見込まれる要素はなく、大幅な受注増があっても対応が難しい。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価上昇や円安基調に加え、中東情勢が不透明であり、消費税減税の実施時期も見通せない状況であるが、他社の生産停止分の引受けといった特殊要因もあり、業況は堅調な推移となる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・異常な暑さと作業員不足で、各現場の作業が遅れ、荷動きの改善はみられない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数ヶ月の景況はそれほど良くなく、今後もこの状況が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇で景気が悪くなるとの予想が多いが、まだ経済は落ち込むことなく回っている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・根本的な解決策が何も出ていない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行や、物価上昇の動きは今後も変わらない。
	□	建設業（経営者）	・異常気象により、作業所では熱中症の危険性が高まっている。作業効率の悪さや、建設資材の納期の不安定化もあり、工期の順守が厳しい状況にある。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年8～9月は酒類の販売が伸びるため、現状並みか、少し良くなると予想される。
	□	輸送業（サービス担当）	・中東情勢の終息の見通しが遠のいているほか、米国による新たな関税の導入や、猛暑による悪影響も出ている。物価と収入のバランスの悪さに加え、利上げによるメリットもみえにくいなか、様々なデメリットが個人消費に影響し、悪化傾向となっている。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	・良い材料が見当たらない一方、消費者や企業が現状に慣れてきているため、現状維持となる可能性が高い。
	□	金融業（営業担当）	・中東情勢の問題は、先行きがやや不透明である。
	□	広告代理店（営業担当）	・9月までの良い材料が見当たらない。
	□	経営コンサルタント	・クレジットカード決済代行会社の倒産による影響も、直近は景気がそれなりに良く、被害を受けた小売店なども損失を吸収できるため、直ちに倒産などには至らない。
	□	司法書士	・中東情勢の問題が続くなか、大規模な災害が起こるなど、良くなる要因が見当たらない。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇で材料費などが増える一方、それに伴う工賃の引上げがないたため、状況は厳しい。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・物価上昇の影響が徐々に広がっているものの、必要な消費を行う傾向に変化はない。抑える部分とそうでない部分を分ける、メリハリ消費が続くと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・価格改正の動きが終わるまでは、落ち着かない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・食品全般が値上げ基調となって買い控えが進んでいるほか、原材料や資材価格の上昇で利益率も落ちている。製品価格を更に上げなければ、利益が出なくなっているが、値上げをすれば商品の動きは止まる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・秋には新たな値上げの話も浮上しており、客の買い控えが始まると予想されるため、景気は少し悪くなる。
	▲	化学工業（経営者）	・今後は春の値上げによる悪影響が出てくるため、景気は悪くなる。
	▲	化学工業（管理担当）	・今後の中東情勢の動きに左右される。
	▲	輸送用機械器具製造業（役員）	・仕入価格の上昇分を、販売価格に転嫁しにくい。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・中東情勢の変化や長引く円安、人手不足といった悪材料は多い一方、景気の好材料は見当たらない。
	▲	建設業（経営者）	・依然として中東情勢が不透明ななか、円安の進行や金利の上昇が追い打ちとなり、誰もこの時期に住宅投資をしようとは考えない。
	▲	輸送業（営業担当）	・前年まで利益の良かったお中元の荷物は、運賃の安い他社に流れており、荷物量がかかり減って利益も落ちている。
	▲	不動産業（営業担当）	・中東情勢の影響により全ての物価が上がっているが、なかなか価格転嫁が進まない。家主も管理費は上がっているが、賃料に転嫁できない状況が続いている。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・一部のA I関連や防衛関連企業の業況は良さそうであるが、それ以外は原材料費の高止まりに加えて、原油由来製品の供給不足の問題も解決されておらず、中小企業を中心に倒産や廃業が増えることが予想される。
	×	通信業（管理担当）	・原油の輸入状況の不安定さに加え、物価の上昇によって消費が冷え込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・過度な円安の長期化が響いている。輸入コストが上昇するなか、業者間の価格転嫁は遅れて進むため、流通の中間段階での採算割れによる倒産の増加が懸念される。一方、価格転嫁が進んだ場合は、小売価格の相当な上昇が避けられない。中東情勢の先行きがまだ不透明であるため、石油由来製品の大幅な価格上昇による影響も見逃せず、半年以内に個人消費が極めて厳しい状況に陥る可能性は大きい。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	○	人材派遣会社（支店長）	・経済環境は混とんとしているが、必要な情報化投資を行いながら、下半期に期待したい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・中途採用者の早期離職や採用のミスマッチによる企業の損失は、GDPの0.2%に達するともいわれる。AIの活用により、低コストでマッチング精度を向上できるとしても、人材業界の存在意義を改めて考えなければならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・令和8年熊本地震の影響がどの程度出るかは分からないが、関西企業のプロモーション費用は今月と同水準が見込まれる。
	□	職業安定所（職員）	・半導体関連で一部の製造業が好調となり、求人数も増加しているが、長引く物価の上昇や、中東情勢の変化で求人を控える動きもあり、状況を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢による影響も含めて、物価の上昇や資材不足に関する声が続いている。問題が長引く場合は、景気への影響も予想されるが、現状は企業努力によって耐えている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・建設現場の数については、今後大きな増減はないと予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・現状は若年層の労働力が不足しているため、本学への求人は堅調な動きとなっている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・求人数の減少傾向には歯止めがかかってきたが、求職者数は増加が続いており、特に事業主都合離職者の増加が目立つ。大企業による早期退職の実施のほか、中小企業の後継者難や業績不振による廃業、解雇に加え、契約社員や派遣社員の雇止めもみられる。この傾向は今後もしばらくは続くと言想される。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・人件費や原材料費などのコスト増により、企業側での新規採用の抑制や、派遣、契約社員などの求人の絞り込みがみられる。人材採用のハードルが上がっており、雇用市場全体で活気が失われつつある。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・中東情勢の変化により、今後は更なる物価の上昇や商品の不足が懸念される。中東情勢が落ち着かない限り、この状態が改善されることはない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安の進行や物価の上昇に対する具体的な対策が進まない限り、景気は悪くなっていく。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の変化の長期化や、猛暑の影響もあり、今後は更に物価の上昇が進むと予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の変化による影響から、原材料や備品の品薄感は続いているものの、雇用への影響は限定的である。ただし、情勢の改善が遅れることになれば、影響が出てくる可能性が高まる。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・3か月後は夏休み明けであり、2028年3月卒業者向けの早期選考や秋冬インターンが盛んになるが、秋冬インターンは企業側でやや縮小傾向にあるため、イベントの出展などを控える企業も出てきそうである。当社主催のインターンシップ合同企業説明会も、前年と比較して会場の規模を6割程度に抑える予定となっている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇に歯止めがかからないなか、多くの企業で雇用条件の改善が追い付いていない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・熊本地震が発生し、現地の工場が被害を受けているほか、住環境やインフラなどの再建も必要となる。

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		観光型ホテル（予約担当）	・夏季休暇もあり、現時点では連日ほぼ満室である。
	○	商店街（理事）	・景気が良くなることを期待したい。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・涼しくなれば客の動きが出てくる。
	○	百貨店（売場担当）	・県内の中心商店街に生鮮スーパーが進出してきた。来客数の絶対数は増えてくるため、相乗効果を見込める。
	○	スーパー（店長）	・夏場に向けて、食品以外についても販売点数の増加が期待される。相変わらず値上げ基調であるが、値下げの動きも進んでおり、買いやすい環境となれば、買上点数の増加につながる。
	○	スーパー（営業システム担当）	・一部店舗では改装を進めており、店内の雰囲気が変わっていくことで、来客数は増加傾向にある。今後、各店舗にも取組を展開することができれば、来客数の増加が見込める。
	○	コンビニ（店長）	・暑さもあるが、夏休みに入って人の動きが活発になってきており、インバウンドも好調である。日常的に来店する客数を伸ばせれば、前年並みの水準になるとみられる。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車発表による販売増加効果が期待できる。
	○	乗用車販売店（店長）	・納期の安定化や販売制限の解消により、購入しやすい環境になってきた。今購入しなければ入手できないという状況ではなくなったため、消費者も十分に検討してから購入できるようになっている。
	○	一般レストラン（経営者）	・現在のような環境から、少し良くなっていき、最低の状況からは徐々に脱していくとみられる。
	○	バー（経営者）	・再来店客数の増加に向けた工夫をしている。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みや秋の行楽シーズンを控え、旅行需要や観光需要の高まりが期待される。猛暑の影響もありインバウンド需要の伸びは低調であるものの、宿泊予約の動きは比較的堅調に推移している。
	○	テーマパーク（営業担当）	・猛暑の閑散期から秋の行楽シーズンに移行するため、来客数の増加が期待できる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・台風などの天候次第では、短期的に来場者数が左右される可能性があるが、秋に向けて猛暑が落ち着けば、増加が期待できる。インバウンド需要も戻ってきているため、プラス要因になるとみられる。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・金利は上昇すると考えられるが、駆け込み需要が発生することで、目先では一定の動きが見られるものと考えている。
	□	商店街（代表者）	・10月からの観光シーズンにおける観光客の動きに期待している。一方で、地元客の回復に時間が掛かるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・中東情勢が落ち着かないと客の購買意欲は回復せず、来客はあっても客単価は低下したままである。
	□	一般小売店〔食品〕	・中東情勢が安定せず、食品価格の上昇が続いている。一方で、値上げについては既に周知されていることから、売上が落ち込むことはほとんどなく、現状維持の状況が続くとみられる。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・この暑さのなかで上向きになる要素はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（店長）	・消費税減税や現金給付などの施策により、景気が少しでも上向くことを期待したいが、現時点では議論が続いている状況のため、数か月先も景気動向は変わらないとみられる。
	☐	スーパー（店長）	・毎月のように値上げが続いているものの、来客数は大きく減少していない。一方で、低単価商品の購入傾向が高まっているため、売上は現状維持で推移するとみられる。
	☐	スーパー（店長）	・節約志向は依然として強く、安いときに購入する傾向や他店との使い分けの動きがみられる。
	☐	スーパー（販売担当）	・物価高が続いており、衣料品は必要な商品だけを購入している様子であり、景気は変わらないとみられる。
	☐	スーパー（販売担当）	・中東情勢の影響により、原油価格の上昇に起因する各種価格上昇が今後も続くともみられる。
	☐	スーパー（販売担当）	・7月以降も、値上がりが続いており、買い控えが続くとみられる。
	☐	スーパー（業務開発担当）	・商品単価を引き上げたいが、競合他社との厳しい競争や客の購買意欲の低下の影響で、価格改定が難しい。この流れは今後もしばらく続くともみられる。
	☐	スーパー（財務担当）	・節約志向は今後とも続くと考えられるが、値上げによる1品単価の上昇も継続しており、売上は前年を上回る状況が続く。
	☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・大きなイベントがないため、今後の来客数の増加に期待できない。前年に続く高温の影響もあり、来客数は横ばいで推移することが予測される。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素ない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・買回品が値上がりしているため、今後も厳しい状況は続く。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高による景気の停滞感は続く。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・現在のところ良くなる要素がない。
	☐	乗用車販売店（リース担当）	・新入社員の初任給は上昇しているものの、それ以外の従業員の給与は十分に上昇しておらず、物価上昇にも追い付いていないことから、まだ景気は良くならない。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	・現状が続いていく。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・車両価格が高くなっていることから、車検を受ける客が増えている。一方で、メンテナンス費も高くなっているため、車検代の安い会社と比較されるケースが増えおり、現状は今後も続くともみられる。
	☐	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・夏の暑さが続くことが予想され、楽観的な見通しが立てにくい。イベントを企画しているが、その期間が猛暑日にならないことを願っている。
	☐	その他専門店〔時計〕（経営者）	・物価高騰の影響はあるが、購買意欲は引き続き維持されると考える。
	☐	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が増加する要素は見当たらない。
	☐	高級レストラン（事業戦略担当）	・大きな話題や動きはなく、来客数にも変化はない。
	☐	一般レストラン（店長）	・当市のプレミアム付商品券については、期待したほどの効果はなく、厳しい状況はしばらく続くと考えられる。
	☐	都市型ホテル（宿泊担当）	・秋に向けてインバウンド需要は高まると見込まれるものの、新規参入施設等の競合環境の変化もあることから、大きなプラスに転じることはないものと予測している。
	☐	都市型ホテル（総支配人）	・当月になってから、宿泊、飲食共に前年を上回る結果が想定されている。
	☐	旅行代理店（支店長）	・9月には暑さも和らぎ、大型連休もあることから、回復基調に向かうとみられる。
	☐	タクシー会社（営業所長）	・大きなイベントはないものの、猛暑が予想されているので、そこは期待を持っている。
	☐	通信会社（総務担当）	・情報通信事業における設備構築に必要な資機材調達の状況がすぐに解消される見込みはない。また、生活面においても物価対策が進む兆しはみられず、仮に進んだとしても、物価高がすぐに解消されるとは考えられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（運用担当）	・中東情勢の影響による経済の不安定さは続く。
	□	通信会社（企画担当）	・夏季休暇中の動きは、やや好調に推移すると予想しているが、秋口以降は特段の営業活性化につながる話題に乏しい。
	□	テーマパーク（業務担当）	・9月も暑さが予想され、大型連休についても事前予約が少ない。季節に関係なく、事前予約ではなく直近での予約、天候を見ながらの判断になっており、先の見通しが立たない。
	□	競艇場（企画営業担当）	・今月と同様のレースの組立てなので、売上は横ばいであるとみられる。
	□	設計事務所（経営者）	・中東情勢の長期化に加え、今後は令和8年熊本地震の影響も出てくるとみられる。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・景気が不安定なので、富裕層も無理のないローン計画で購入を検討する傾向が強まっており、市中の多くを占める4500万円超の物件の成約が進みにくくなっている。
	▲	商店街（代表者）	・購入前に迷う客が多く、すぐに必要ではない商品の購入は控える傾向であり、客の財布のひもは固い。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶業界では加工用抹茶の供給過多が顕在化しつつある。価格が急激に上昇したため、品質が追いついておらず、下級品については中国産に需要を取られている。
	▲	百貨店（外商担当）	・金価格や株価の下落に加え、食品を中心にした物価高の影響により、景気向上の要因が見当たらない。
	▲	スーパー（店長）	・米価格は落ち着いてきたが、その他の商品価格は着実に上昇している。また、農産物についても相場が上昇しており、家計を更に圧迫していくとみられる。
	▲	家電量販店（店長）	・補助金施策の影響により、需要の先取りが進んでおり、今後は懸念される。
	▲	家電量販店（店長）	・来客数、客単価共に減少している。
	▲	家電量販店（副店長）	・エアコン需要が一服すると考えられる。夏物需要が落ち着いたときに、来客数、売上共に減少することが予想される。
	▲	家電量販店（企画担当）	・食料品を中心としたインフレの影響により、必要ではない家電を購入する機会が減少している。今後もインフレが継続した場合、家電製品は売れず、売上の減少につながる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・決算期を終え、商品の入れ替わりも少なく、生産車両も減少する。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後の状況が不透明であることから、現在の方針を見直し、新たな施策を検討することで、今後の方向性を定めていく必要がある。今期の後れを取り戻すべく、対策を練り直していきたい。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・何一つ良くなる要素はなく、円安と中東情勢が続く限り、徐々に業績が悪化する可能性がある。
	▲	その他専門店〔革製品〕（店主）	・材料の仕入価格については、短期間の間に数回の価格改定が行われ、値上げが続いている状況である。元の値段とは言わないまでも、値下がりする要素は見当たらない。
	▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・8月上旬に価格改定を控えており、その影響により8月後半は来客数の減少が予想される。8月のお盆休みや9月の大型連休が続き、そこでお金を使うことにより、ぜいたく品であるジュエリーの購入にはつながりにくいとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・7月に、主力食材である輸入牛肉メニューの価格改定を実施したことにより、リピートまでの間隔が長くなり、来店頻度が低下する懸念がある。また、様々な商品の値上げが続くなか、予定しているランチメニューの値上げについても、来客数の減少につながる可能性がある。来客数が前年比96%を下回れば、値上げによる客単価の上昇だけでは前年売上の維持は難しい。その場合、現状の牛肉主体のメニューを大きく変更しなくてはならず、業態変更も視野に入れた対応を検討する必要があるとみられる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・宿泊や宴会の予約が余り入っていない。物価高と暑い日が続いていることから、行楽客の動きが鈍い様子である。
	▲	都市型ホテル（企画担当）	・先行きの利益見込みでは、宿泊、レストラン部門は前年並みで推移しているが、宴会部門の影響により、全体としてはやや下向きに推移するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	旅行代理店（支店長）	・アジア競技大会などの各種スポーツイベントが開催予定であり、スポーツイベントの需要は高いことから、しっかり取り込んでいきたい。一方で、中東情勢を筆頭に不確定要素が多く、原油や物資の価格高騰は今後も避けられない状況になると想定されるため、今より良くなる可能性は低い。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・金利上昇や中東情勢の影響により、物価高に進む可能性を払拭できない。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰に加え、金利上昇幅も大きく、設備に対する投資が進めにくい状況となっている。既存借入れや住宅ローンの返済負担が増すなどの外的要因も重なり、消費者の購買意欲が低下していくと考えられる。
	▲	美容室（経営者）	・商品の値上がりが続いているため、買い控えなどがみられ、何らかの施策の効果がなければ景気は良くなる。株価は上昇しているが、実生活は厳しさを増しており、多くの人が負担を感じている。
	▲	設計事務所	・工事費の高止まりが続いており、現時点で中止となった案件はないものの、今後は中止を含めた見直しを検討する可能性がある。
	▲	設計事務所（経営者）	・客が金利上昇及び建築費の高騰を受け入れる状況になるまでには時間が掛かるとみられる。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・住宅販売において、資材価格の高騰の影響が大きく、販売単価の上昇傾向が強くなっている。競合各社においても、軒並み価格上昇が進んでおり、購入者数の減少が見込まれる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・給与がほとんど上がらないなかで、総菜や日用品など約60アイテムが値上げとなり、来月にはおむすびや弁当、サンドイッチ、調理麺、サラダ、デザートなど約90アイテムの値上げが予定されている。給与が増えない一方で値上げが続いており、コンビニ業界にとっては厳しい状況である。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・中東情勢が解決しない限り、石油製品の価格上昇には歯止めがかからず、不景気は続き、貧富の差は更に拡大することが懸念される。
	×	住関連専門店（営業担当）	・生活必需品の値上がりが大きく、家具のような耐久消費財の購買意欲が低下している。また、住宅着工件数が減少しているなかで、単価も上がらない。
	×	一般レストラン（経営者）	・良いときと悪いときの差が激しく、インパウンドも低迷気味である。食品の消費税率1%への引下げが検討されるなか、当面は厳しい状況が続くものとみられる。
	×	通信会社（広報担当）	・値上げに対して、購入する客の収入は増えていないため、購買行動につながっていない。
	×	美容室（経営者）	・物価上昇により客の家計は厳しさを増しており、夏の予定支出を終えた2～3か月後には、財布のひもが固くなるという話も聞かれ、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・製造は順調で、忙しい状況が続く。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報によると景気は良くなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・外部環境の状況にもよるが、ナフサ価格の影響などは落ち着いており、様子見の状況が改善されることで、景気回復に向かっていると考えられる。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおり、賃貸住宅需要はやや増えてくる。
	○	会計事務所（経営者）	・人手不足や人件費負担の増加が大きく、改善のスピードは緩やかであるが、物価高騰や金利上昇などの環境変化に適応することで、経済活動の活性化や財務支援、コンサルティング提供の機会が増える。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が変わる要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・気温や気候が安定すれば、活動は活発になると予測するが、しばらくはこのままの状態が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・中東情勢が解決しない限り景気の変動はなく、むしろ解決しなければ悪くなると懸念している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・景気が変わる要素として、中東情勢の今後の状況や円安の動向が大きく影響すると考えられる。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や資材価格の高騰による建築案件の先送りや見直しの懸念がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・ロシアのウクライナ侵攻や中東情勢が収まらないため、経済の先行きに不透明感があり、今後の景気が読めない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・現状がしばらく続く。
	□	建設業（経営者）	・関係各社が慎重に事を進めているため、景気が良くなることもないが、悪くならないとみられる。
	□	建設業（総務担当）	・受注環境に大きな変化が生じる不安を抱いているが、順調に推移している。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	輸送業（企画担当）	・中東情勢やロシアのウクライナ侵攻に終わりがみえないが、大きな環境変化による影響は限定的とみられる。一方で、急激に景気が上向く要素も見当たらない。
	□	輸送業（営業担当）	・顧客ヒアリングでは、2～3か月後に大きな動きが生じる様子はみられない。
	□	通信業（営業担当）	・2～3か月で景気が回復するほどの好転材料がない。
	□	広告代理店（営業担当）	・良くなる要素がない。しばらくはこのままの状態が続くとみている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げを予定しており、影響は大きい。
	▲	化学工業（総務担当）	・モノの動きに加え、更なる値上げも予想され、景気回復には一定の時間を要するとみる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・自動車業界の主要客先からの受注が減少する見込みである。半導体や造船等の他業種からの仕事量確保に向け、受注活動を進めているが、減少分全てを補うことは難しい状況である。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・原材料等の価格上昇が継続しており、落ち着きをみせていない。また、納期の長期化により先行して手配を受けている受注物件については、値上げ分は自社吸収もあるため、利益を圧迫する要因となる。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・今後も受注量が減少していく見込みである。
	▲	建設業	・中東情勢の先行きが不透明であり、石油製品を始め様々な物の価格が上昇している。
	▲	通信業（企画担当）	・中東情勢による影響が多方面に出ており、エネルギー関連資材の価格高騰も考えられるため、中長期的に景気悪化の影響が顕在化してくるとみられる。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢の緊迫化による原油価格の高騰に起因したコスト上昇が進み、収益の圧迫が懸念される。
	×	食料品製造業（経営者）	・原材料価格の高騰や供給不足に伴い、再値上げ交渉を進めることとなっており、今後は更に厳しい経営状況となる見込みである。
雇用 関連 (中国)		-	-
	○	職業安定所（職員）	・大手企業の事業所閉鎖で多くの離職者が出たものの、今後2～3か月の間に再就職が進むことで、人手不足の状況に一定程度の効果があると考えられる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・採用が順調に推移している企業も多くあり、人員体制の地固め、組織基盤の強化づくりができています。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・保育系の就職活動は9月以降に本格化する傾向にあるが、それに合わせて求人数も順調に増加している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・直近2～3か月は横ばいで推移している印象であるが、年末以降、地域開発に係る人材募集が増えれば、今後動きが出る可能性がある。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣最低賃金の上昇を受け、派遣先企業に対する請求金額の引上げを進めてきたものの、企業側の収益改善を上回るペースでコスト負担が増加していることから、今後は理解を得ることが難しくなる可能性がある。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	・例年どおりであれば、年末に向けて求職者の動きが鈍くなる。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・現時点の求人数と求職者数から判断すると、急激に良くなることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・今後2～3か月先においても、新卒採用に関する企業の採用計画に大きな変更が生じる要素は、現時点では見当たらない。物価高や先行きの不透明感から、採用活動を慎重に進める企業がある一方で、慢性的な人手不足を背景とした採用ニーズは継続している。これらプラスとマイナスの要因が相互に影響するとみられるため、全体としての求人動向は現在と変わらない水準で推移すると予想している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当面は地方経済の状況が変わる期待は薄い。
	□	職業安定所（職員）	・依然として物価高に賃金が追いつかない状況である。また、当管内の有効求人倍率は1倍を切る状況である。中東情勢の不透明な状況の影響が徐々に広がりつつある。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人動向は産業によって差がみられ、医療福祉、建設業、運輸業などを中心に人手不足が続いており、当面この状況は継続するものとみられる。一方、中東情勢は依然として先行き不透明であるため、今後の動向を注視していく必要がある。
	□	職業安定所（事業所部門）	・物価高騰に歯止めがかからない状況では、企業も思い切った施策が取りづらく、家計消費も伸びないため、景気は良くなりづらい。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・人手不足が進むなか、企業からの人材ニーズは多くなることが見込まれるが、限られた労働市場において、求職者を募集し、マッチングするため、同業他社との競合がより激しくなる。また、ITツールの台頭で事務職求人数が減少すると見込まれる。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求人情報サービスのポリシー変更により、人材紹介会社や派遣会社では、広告費への継続的な投資をしていかないと、従来と同程度の応募数を確保できない。そのため、投資資金が乏しい中小規模の事業者は、求職者獲得競争の激化により、淘汰される可能性がある。
	×	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		*	*
	○	百貨店（企画担当）	・ショップのリニューアルにより売上の増加が見込まれる。
	○	スーパー（店長）	・先般行われた観光関連の調査において、当地が総合第1位となった。秋の行楽シーズンに入り、県外からの観光客が増加すると見込んでいる。
	○	コンビニ（店長）	・現在売上は好調であり、今後も継続することが見込まれる。客の様子も明るく、物価高の影響はない。
	○	衣料品専門店（経営者）	・インバウンドの需要は見込めないが、日本人観光客も購買意欲が出てきている。
	○	タクシー運転手	・秋は遍路の仕事が入ってくるため、今より良くなる。全体的には、現状維持で推移するとみられる。
	○	通信会社（営業部長）	・お盆や帰省時期に合わせた来客数増加が見込まれる。
	○	美容室（経営者）	・お盆に帰省客が増えるため、客も増加するとみられる。
	□	商店街（代表者）	・イベントへの来外客は多い。しかしながら、消費者の不安が募る状況もあることから、現状で推移していくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・中東情勢の影響により、原油価格の上昇等が続いている。顧客の買い控えが進んでいる。
	□	商店街（常務理事）	・観光客の増加で、飲食店や土産物店は今後も好調を維持する。物販店等、地元客が主な顧客の店舗は、生活防衛からくる顧客の慎重な消費行動により、しばらくは厳しい状況が続くとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・一部の商品は客からの問合せは多いが、入荷予定が不明であり、売上が減少している。物価や人件費の上昇等を販売価格に転嫁できず、利益も減少している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・必要性が高いものについては予約が入ってきている。しかしながら、節約できるものは、安価なものであっても、直前まで悩んで予約をせず購入する傾向が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（企画担当）	・生活防衛意識による節約志向が当面続くとみられ、買上点数の伸び悩み傾向は今後も続くとみられる。
	□	スーパー（店長）	・大幅な伸長は当地では見込めないとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・中東情勢の影響により、仕入原価や物流コストなどは上昇が続いている。消費者マインドは冷え込んでいる。
	□	スーパー（企画担当）	・競合条件は落ち着いてきており、販売単価の上昇は継続しているため、売上の増加が見込まれる。経費、人件費の上昇は大きく、利益面において影響があるとみられる。
	□	スーパー（財務担当）	・1品単価の上昇がこれからも続き、来客数の減少を補っていくとみられる。
	□	スーパー（人事）	・株価や為替変動、中東情勢の影響等により、先行きが読めない。
	□	コンビニ（店長）	・来客数の回復が見込めない状況が続いている。商品価格の改定が続いており、客は余分な購買はしない傾向である。また来店頻度の低下がみられる。
	□	コンビニ（総務）	・芸術祭の反動で、前年比での苦戦が予想されるが、全体に及ぼす影響はそこまで大きくないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・例年お盆を境に厳しくなってくる。また、残暑も厳しいことが予想されるため、状態はこのまま継続するとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・客からは経済状況が厳しいという話を聞く。また、物価上昇を気にする客も多い。改善する気配を感じない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・景気回復の要因がなく、しばらくは現状のままとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・価格や金利の上昇により、購入を見送る客が増えていることから、大きな回復は期待できない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・秋にイベントがあるため、良くなるとみられる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・来街者数が多くなる時期の売上、入館者数は見込める。しかしながら、大きなイベントがない9～10月頃は現在と変わらない状況とみられる。
	□	一般レストラン（経営者）	・例年9～10月は来客数が伸び悩むが、前年は猛暑のため秋口から客足が伸びた。今より来客数が増加することはないと思うが、現状程度で推移するとみられる。
	□	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・暑さもまだ続くため、家での調理よりも外食で済ませようとする人も多いとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・先行きの見通しがたたない。
	□	タクシー運転手	・8月はイベントがあり、数日間は忙しくなる見込みであるが、状況は大きな変化がないとみられる。客からは、小遣いがカットされたという声を聞く。
	□	通信会社（営業部長）	・数か月では変化はないとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は安定している。廉価品をメインに購入も増え、相乗的に安価な携帯関連商品やサービスの販売につながっている。
	□	観光遊園地（主幹）	・屋外施設のため、猛暑の影響を受ける可能性はある。しかしながら、イベントやインバウンドが好調に推移しており、現状を維持できるとみられる。
	□	美容室（経営者）	・新規客は少なく、既往の顧客中心の営業となっている。大きな変化はないとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・受注量は今年度分は確保できている。建築費の高止まりの状態がこれからも続くとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・買い控えは続くとみられる。
	▲	コンビニ（商品担当）	・中東情勢の影響による食料品の価格上昇に加え、猛暑による作物への影響で来期以降も価格が上昇するとみられる。
	▲	家電量販店（店員）	・値上げの情報が増えてきている。ボーナス商戦が終わると買い控えが起これとみられる。
	▲	家電量販店（副店長）	・夏物商材の先取りの影響もあり、9月以降影響が出てくるとみられる。
	▲	乗用車販売店（役員）	・中東情勢等により不透明感がある。
	▲	観光型旅館（経営者）	・猛暑の影響で8～9月の集客は低調である。10～11月は例年好調であり、涼しくなってから人流は動く気配がある。
	▲	旅行代理店（部長）	・人件費の上昇や物価上昇により、法人需要が減速する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・価格の上昇により、買い控えがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (四国)		-	-
	○	繊維工業（経営者）	・現状の受注傾向が秋口までは続くと思われる。特にネットでの注文が増加している。買物の利便性と併せて、猛暑や雨天など天候に関係なく自宅で注文できるなどの点で今後も増えていくとみられる。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・6～8月に値上げが実施でき、原材料価格の高騰の価格転嫁が少し進んだ。依然として原材料価格の上昇が進んでいるため価格転嫁を再度実施しないといけない。今後の値上げは難航するとみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・再生資源を開発しているが、段々と企業、特に行政が興味を持ち始めている。現在の経済情勢に困っており、良くなりたいという気持ちを持つ人が多い。
	□	食料品製造業（経営者）	・中東情勢や為替変動の影響にて原材料、資材、包材の価格上昇が続くことが見込まれる。全てを価格転嫁できず、利益への影響が懸念される。
	□	化学工業（所長）	・先行受注の反動が秋口から始まるため、全体での景気は変わらないとみられる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・特に大きな変動要因はないとみられる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・関税や中東情勢の影響等、先行きの不透明感が増している。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・関税や中東情勢の影響がある中、国内において大きく変わるような要因がみられない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・今より良くなるような特筆すべきトピックはない。
	□	通信業（総務担当）	・長期的な案件の動きがみられない。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連の仕事は少し増えている。しかし、多くの客先は原材料価格の高騰もあり、販売促進広告については慎重である。また、ある会社は、販売促進広告費を9月以降大幅に削減傾向である。全体としては、余り変わらないとみられる。
	□	税理士事務所	・状況が回復する要因が見当たらない。
	▲	食料品製造業（商品統括）	・地震の影響で野菜の一大産地でもある九州からの出荷停滞が予測される。食品業界としても減産、遅延の発生が見込まれる。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・中東情勢の影響を受け、各住宅メーカーが販売価格を値上げしている。販売棟数の減少が懸念される。
	▲	建設業（経営者）	・建設、住宅市場共に、動きが鈍い。資材価格の高止まりや金利の上昇が要因である。
	▲	建設業（経営者）	・公共事業も民間工事も見通しが暗い。
	▲	輸送業（経営者）	・株価下落の影響が懸念される。
	▲	金融業（副支店長）	・中東情勢の影響、金利や物価上昇の影響が継続し、販売等が抑制されるとみられる。
	▲	不動産業（経営者）	・中東情勢の影響が長期化するとみられる。
	▲	広告代理店（経営者）	・原材料価格の上昇分を販売価格へ転嫁することが困難である。
雇用 関連 (四国)	×	-	-
		-	-
	○	人材派遣会社（マネージャー）	・8月は季節商材の需要が多く、レジャーや設備投資などで良くなるとみている。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り求人数が増加するとみられる。
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	・最低賃金引上げにより、引き続き人件費は上昇していくが、その全てを価格転嫁ができない状況が継続する。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げの影響がある。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・全体的には横ばいであるが、製造系以外の職種については、従来問題なく内定を獲得できていた企業でも、前々年辺りから難易度が上がっているようにみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・地元企業の人手不足感は続いている。一方で企業収益、物価上昇等による影響は不透明である。当面、横ばいとみられるが先行きは不透明感が出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	求人情報誌（営業）	・全業種で、仕入れ、原価、人件費が上がっているが、その分を売上金額に転嫁できておらず、利益を圧迫している。大きな打開策や改善が見込めないため、その傾向はしばらく続くとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中東情勢の影響が不透明であり、地方にも影響が出てくるとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	・中東情勢と為替変動の先行きが見えないため、原価上昇分を販売価格に転嫁すると、今度は消費が減少するという悪循環になっている。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (九州)		住関連専門店（従業員）	・例年と比べてプレミアム付商品券の予算があり、しばらくは良い影響を及ぼすと期待している。
		観光型ホテル（専務）	・秋のシーズンに入るため、団体、個人共に客は増えると期待している。
		タクシー（統括者）	・運賃改定効果による客単価の上昇だけでなく、乗務員数も増加傾向であるため、総収入が増加すると見込んでいる。
		ゴルフ場（営業）	・例年どおり、繁忙期は満場の日が多い。
	○	商店街（代表者）	・気候的に少し涼しくなり、新規の商店街がオープンするため、にぎわいが良くなることが期待できる。
	○	スーパー（総務担当）	・新米が出回り極端な低価格での販売が減少することで、幾らか来客数や買上点数の増加に結び付くことに期待している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・令和8年熊本地震の影響もあり、月末には売上が伸びたが一時的なものとみられる。このまま晴天や猛暑が続けば、来客数は若干伸びると予想されるが、気温が高すぎると外出機会が減り、前年並みに落ち着くと見込んでいる。
	○	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・移転により立地が良くなり、景気も良くなることが期待できる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・7～8月と例年になく来客数の多さが見受けられるが、3か月後には旅行シーズンを迎えるため、更なる需要増加が予想される。
	○	旅行代理店（統括者）	・観光に対する予算が大きくなっており、大手グループのキャンペーンも実施される。
	○	通信会社（社員）	・新しい商材が出るため、スタートダッシュを狙うことができる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・9月以降の予約は順調に推移しており、前年に引き続き海外からの来場も前年を上回ると予想している。
	○	理容室（経営者）	・涼しくなって動きやすくなると、現状に変化が出ると予想されるため、今後期待している。
	○	美容室（経営者）	・2～3か月後は秋口になるため暑さも和らぎ、徐々に客のおしゃれ感覚が出て客の動きも出始める。徐々に上昇気運が現れることが期待できる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・客先において、ナフサ由来の塗料の入手が困難な状況から脱しつつあることから、若干好転すると期待している。
	□	商店街（代表者）	・当店では特に年金受給者が多く、収入は増えていないが、物価上昇が続く、支出が増加している。加えて、天候の影響により来客数が減少し、売上が良くなる可能性はない。
	□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く見当たらず、悪い状態が続くとみられる。
	□	商店街（代表者）	・街の商店街は、長い間厳しい状況が続いているが、何とか前年比を保てるように社員一同で対策している。
	□	商店街（代表者）	・物価対策で始まったプレミアム付商品券で売上増加を期待したいが、多くの客が節約志向であるため、景気上昇には一定の効果しか期待できない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・県外商品が中心になっているため輸送コストを考えると、価格が高くなる。加えて暑さで来客数が伸びず、販売が難しい状況が続くことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般小売店〔生花〕（経営者）	・令和8年熊本地震が発生し、前回の地震のときは建物に被害があったが、今回は対策工事をしていたため建物の被害もなく、物の落下等で済んでいる。8月はお盆があるため売上はある程度見込んでいるが、それ以外では少なくなる。2～3か月先は気候も良くなり、8月より回復すると期待している。
	☐	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年敬老会で多くの注文が入る時期になり、売上に期待はできる。世界情勢の影響は、まだ続いているため売上が左右される。
	☐	百貨店（企画担当）	・暑さが続き、秋冬商材の需要は遅れると予想している。
	☐	百貨店（経理担当）	・物価高による節約志向は、今後も続くと考えられ、衣料品関連の売上は今後も余り期待できない。
	☐	百貨店（営業担当）	・消費者物価指数が高止まりしているが、まだ値上げが続くことが懸念される。
	☐	百貨店（経営企画担当）	・8～9月は猛暑が予想され、主要顧客である60～70代の来店への影響が大きく、今後数か月、来客数の増加は見込みにくいことから、売上環境は引き続き厳しい状況が続くとみられる。
	☐	スーパー（店長）	・今後も物価上昇は続くと考え、消費者マインドは変わらないと判断している。
	☐	スーパー（店員）	・食料品の消費税の減税はまだ先の話であり、生活は変わらない。
	☐	スーパー（経理担当）	・中東情勢が不透明であるため、電気代等の高騰を懸念している。
	☐	スーパー（従業員）	・中東情勢や関税、消費減税の有無等、明るい先行きが明示されていない。
	☐	コンビニ（経営者）	・今のところ景気が上向くような要素は見当たらないが、下降するような状況もみられない。
	☐	コンビニ（経営者）	・円安によるインバウンドの増加などプラスの影響もあり、来客数の改善が見込める。
	☐	コンビニ（経営者）	・食料品を中心とした値上げに続き、ナフサを原料とする商品の値上げもあり、値上げに対する抵抗力が限界にきている状況である。
	☐	コンビニ（経営者）	・今後の消費税に関する施策により売上アップが期待される。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・今後の物価上昇に懸念がある。
	☐	衣料品専門店（店長）	・状態が悪いままで景気は変わらない。
	☐	衣料品専門店（取締役）	・世界情勢の混迷や猛暑、円安の定着などから、3か月先は更に物価が高騰している可能性もある。何一つ景気が良くなる材料がなく、先行きは現状と変わらないと予想している。
	☐	家電量販店（店長）	・エアコンの省エネ基準改定を控え集客が増加し、しばらくは特需が続くと考えている。
	☐	家電量販店（店長）	・来客数が増える要素が季節要因以外に見当たらない。
	☐	家電量販店（店員）	・今後世界を含めた株価の値動きで大きく変わると推測される。
	☐	家電量販店（従業員）	・急に暑くなり、冷房器具の需要が増えている。
	☐	乗用車販売店（代表）	・状況が変わるような要因が見当たらない。
	☐	住関連専門店（経営者）	・落ち着くとみられた中東情勢も先行き不透明となり、仕入原価の値上がりで物価高騰も続いている。プレミアム付商品券の発行で地域の活性化につながることを期待している。
	☐	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏のコーヒー事業も一段落していることもあり、前年との比較で数字は変わらない状況である。残暑も続き、客の外出減少が考えられるため、景気は若干悪くなる。
	☐	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）	・公開予定の映画に目ぼしい作品の見込みがない。人気玩具による高需要はあるが、シールほどのインパクトはないというのが実情である。人気の玩具や賃金のベースアップは当地でも耳にはするが、著しく景気が良くなることはないとみられる。特に建築資材や人件費の高騰により、建物の修繕工事までこれまで以上に滞る可能性がある。
	☐	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〕（統括者）	・この先も傾向が変わるような話題が乏しく、円安、金利上昇が負の影響として捉えられている状況も変わらないと予想される。株価の乱高下に対する一般消費者の距離感も変わらず冷めたものと推察している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	高級レストラン（経営者）	・ 今月は最も悪く、低調な状態である。この低迷が2～3か月先も続くのではないかと危惧している。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・ 円安が続く、原材料が高騰しているため、値上げで対応している。そのため、売上は増加しているように見えるが、その場しのぎで、見通しが立っていない。
	□	観光型ホテル（支配人）	・ 物価高騰や猛暑等の影響により、宿泊や宴会、婚礼と各部門の先予約が芳しくない。今期に入って各部門で前年割れをしている。
	□	旅行代理店（統括者）	・ 燃油や円安の動向が先行き不透明ではあるものの、大きな外的要因がみられない。
	□	タクシー運転手	・ 7月から運賃改定が行われ客単価が約10%増加したが、タクシー需要の伸び方は前年と比べて減っている。特に午前中の人の動きが少ない。
	□	タクシー運転手	・ 夏休みの間は自家用車やレンタカー利用が増えるため、タクシー利用が減る。夏休み以降はゴルフ客などが増えてくるため、持ち直すことが期待できる。
	□	通信会社（企画担当）	・ 引き合いや相談は継続しており、顧客の情報収集や検討意欲も維持されている。一方で、案件化までには引き続き一定の期間を要する傾向がみられるため、今後2～3か月についても販売量は現状と大きく変わらず、横ばいで推移すると見込んでいる。
	□	通信会社（企画担当）	・ 低価格志向が強まれば、安価な光回線サービスの需要が出てくる可能性はあるが、予想できない。
	□	通信会社（営業担当）	・ 所得が増加する材料が見当たらない。
	□	テーマパーク職員	・ インバウンドが好調に推移しており、現状を損なう環境ではないと推察される。
	□	観光名所（職員）	・ 生活必需品の高騰により景気の回復は難しい。
	□	美容室（経営者）	・ 実際の経営状況は悪くなっていくと予想しているが、せめて横ばいであることを期待している。低価格で運営しており厳しい状況である。
	□	美容室（店長）	・ 2か月先の景気に変化はない。給料や材料の支払で店の経営が難しくなっている。
	□	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）	・ 社員の採用環境は厳しく短期的な好転は見込めないため、当面、機会損失による損益悪化が懸念される。
	□	設計事務所（所長）	・ 3か月後に現在の仕事の結果が出るため、現状が続く景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 総来客数の減少は見受けられるものの、新規顧客の来場は前月より微増しており商談の来客数も前月同様に推移している状況から、景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・ 9月頃まで暑さが続くと予想され不安が募っている。
	▲	商店街（代表者）	・ この猛暑で、とても客足が悪い。全体的に景気が悪くなっている。
	▲	商店街（代表者）	・ 2～3か月後は現在より過ごしやすくなるが、食品関係の儉約は続くと予想される。何もかもが値上げしているが、景気は良くならない。
	▲	商店街（代表者）	・ この暑さは2か月ほど続くとみられ、楽観的な見通しが立たない。
	▲	百貨店（企画担当）	・ 高額品やインバウンドの売上に大きなマイナス要因は見当たらない。中東情勢などの物価に直接影響する問題の見通しが不透明であることが課題として残っている。
	▲	百貨店（リーダー）	・ 贈物の時期も終わり、暑さが続くことを考えると、秋に向けての準備もなかなか着手できないと予想している。
	▲	百貨店（業務担当）	・ 令和8年熊本地震の発生で、全ての動きが変わってしまった。終わりがみえない余震が続いているが、日常を取り戻すため、懸命に復興に向けて取り組んでいる。消費というよりも生活必需品が不足しており、景気の前に通常の生活に戻す期間になると考えている。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・ 物価高の影響から更に節約志向が高まると想定している。また、近年の気温の推移から従来の秋冬商材の販売機会の損失に影響すると予測している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（店長）	・国際情勢が好転する兆しがみえない。原材料の不足によって、多くの物品の単価は上昇する傾向がより強まっており、可処分所得は更に減少する。これにより生活防衛意識が一層高まり、消費意欲が低迷し、景気も横ばいから悪化傾向が続く。
	▲	スーパー（企画担当）	・中東情勢の動向が不透明であり、円安によるインフレも進んでいるため、かなり売上に影響すると見込んでいる。消費者の買い控え傾向が更に進むことが懸念される。
	▲	コンビニ（店長）	・中東情勢により、今後も経済への悪影響が続くのではないかと心配している。
	▲	衣料品専門店	・依然として良くなる要素がない。
	▲	家電量販店（従業員）	・中東情勢により物資不足の影響を懸念している。
	▲	スナック（経営者）	・中東情勢により石油不足への懸念が再燃し、加えて円安が進み、経済の先行きへの不安が高くなっている。気温30度を下回っていた7月前半に比べ、昼間の気温が35度を超え出した中旬以降夜の外出が少なく、猛暑が予想される8～9月の売上は期待できない。
	▲	都市型ホテル（販売担当）	・売上が減少するため、景気は悪くなる。
	▲	旅行代理店（職員）	・令和8年熊本地震の影響により、南九州行きのバスツアーの減少を懸念している。
	▲	通信会社（役員）	・生活物資や仕入単価の上昇が続いており、地域経済の好転の兆しがみえない。
	▲	設計事務所（所長）	・国際情勢や令和8年熊本地震の影響がこれから出てくると推測される。材料や製品の単価は下がりず、生活必需品の価格も落ち着かない。
	▲	設計事務所（代表）	・金利上昇や物価上昇による買い控えで、販売状況が悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・猛暑のため外出を控える人が多くなっているため、消費が減少している。エアコン代が高くなることも考えて支出を控えていることもあり、景気は若干悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・客は少しでも安いところで購入する傾向にあるため、景気は悪くなると見込んでいる。
	×	観光型ホテル（総務）	・7月末からの状況は良くなると予想しているが、前月比は悪くなる。3か月後も特に宴会の落ち込みが回復しないと想定している。
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	・A I向け半導体の需要に対応するため、製造装置の需要が更に高まることを見込まれる。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・9月は主要都市への出版を控えており、買換え需要を見込んでいる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・材料の入荷が現在より回復し、恐らく底は抜けると考えている。客からの回答も同様で、現況よりも若干上向きになると予測され、その体制で動いている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績目標や情報によると受注量が増加している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・有名半導体メーカーには到底及ばないが、取組次第では1～2年後に今までになかった案件を取り込めると見込んでいる。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・当社のどの顧客もマイナスな話はなく、見通しが明るい状況である。
	□	農林水産業（経営者）	・供給面では、原料となる鶏が様々な影響により少なくなり、工場のフル稼働とまではいかないため、商品供給に不安が残っている。消費も猛暑の影響により今一つ伸びがなく、8～10月まで厳しい内容になることを心配している。
	□	農林水産業（従業者）	・エルニーニョ現象による猛暑の影響により、九州の主力である秋作以降の作付が難しく、特に九州では適地適作の再検討が求められている。
	□	家具製造業（従業員）	・円安と物価高の連鎖で仕入価格の高騰に歯止めがきかず、利益確保が難しい状況が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・中東情勢の影響等の世界経済の先行きが不透明であるが、前年度と比較しながら拡販等を進める予定である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量を増やすためには設備投資が必要であるが、客の発注数量の保障のリスクが出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・中国向け車両生産の減少がしばらく続く見通しである。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業先情報が大きく不足した状態が続いており、入札件名などの失注も発生している。今後の営業活動及び情報収集で充当する必要があるが、現時点で見込みが立っていない。
	□	通信業（経理担当）	・令和8年熊本地震の被害による得意先を含めた影響を注視している。
	□	金融業（経営者）	・ここ数か月順調であったが、会員数の伸びに鈍化傾向がみられる。
	□	金融業（調査担当）	・中東情勢の懸念がいまだ残っているため、状況確認が続く。
	□	金融業（調査担当）	・物価動向や中東情勢に対する不安や先行きの不透明感が漂っており、景気は現状程度で推移すると予測している。
	□	金融業（営業担当）	・取引先の中小企業は、物価高や人件費の高騰等を売上の増加に吸収できない状況が続いているため、当面低迷が続く見通しである。
	□	金融業（営業）	・イラン情勢の影響などにより、物価の先行きは不透明である。中長期的に消費税の引下げの影響も予想がつかない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・今月も同様に販売促進を行う予定であるが、余り期待できない。
	▲	輸送業（従業員）	・商品等の高騰が続いていて、ディスカウントショップ等の動きは良いが、コンビニやスーパーマーケットの動きが悪い。
	▲	輸送業（総務担当）	・中東情勢の長期化に伴い、資材価格の高騰又は手に入りにくい状況に陥る可能性が高い。物流においてはかなり打撃を受ける。
	▲	不動産業（経営者）	・取引先や競合他社の話を聞いても、悪くなると予測している。
	▲	新聞社〔広告〕（担当者）	・令和8年熊本地震の影響もあり、様々な案件が中止になってきている。
	▲	広告代理店（従業員）	・3か月前と比較すると、今後3か月で景気が好転するとは考えにくく、やや悪くなると予想される。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・当初予算での業務の発注がほぼ終了し、補正予算の業務の発注も少ないため、今後受注できる可能性は低く景気が悪くなることが予想される。また、県内の市町村は令和8年度熊本地震の対応で予算を災害対応に充てる可能性があるため、補正予算による今後の発注量が少なくなり、景気がやや悪くなると予想される。
	×	繊維工業（営業担当）	・最低賃金がまだ上昇していて、どのように対応すればよいのか不安である。近隣の工場や商店では、倒産ではなく閉鎖が進んでいる。
雇用 関連 (九州)		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・新規派遣登録者の就業開始時期が先付けで登録依頼を受けることが多いため、そこに合わせて受注稼働の動きをとることで、やや景気が良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後については、企業側の採用に対する慎重姿勢が続くとみられるものの、短期案件を中心とした依頼は継続する見込みであり、全体としては現状維持で推移するとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・過去に取引があった企業を集中的に訪問しているが、人材採用については派遣ではなく、自社で対応している企業や対応予定の企業が約3割である。派遣料金の上昇で依頼が難しい企業もあり、今後の最低賃金引上げを危惧している企業が多い。
	□	職業安定所（職員）	・令和8年熊本地震の影響や中東情勢等に伴う原材料価格の高騰等不透明な要因が多い。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰などの懸念材料はあるが、景気への影響は抑えられていて、当面この状況は続くと考えている。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響はあるものの、求人数は前年より増加し人手不足の声が多方面より上がっている。企業も価格転嫁等により何とか乗り切っているが、今後の景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・世界的な情勢不安や金融市場の変動、米国の追加関税の動きにより、企業の先行きへの不透明感は強まっている。これに伴い、人員計画や採用に慎重な姿勢が維持されており、一部では見直しの動きも見られる。人手不足で苦しむ業界もあるなか、新卒採用について売手市場が続くかは不透明である。物価上昇の影響もあり個人消費の力強さを欠くなか、短期的に景気が大きく改善する要因は乏しく、現状維持から大きな変化はないと考える。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	・依然として高止まり感のある物価に加え、令和8年熊本地震も影響して、景気後退が懸念される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・最近の家のリフォーム状況では、原材料価格の高騰に加え、イラン情勢によるナフサ不足の影響により資材の入荷が大きく遅れ、業者は更に値上げの可能性もあると示唆している。生活の身近なところまで供給不安と価格上昇が及んでいる。企業側もコスト転嫁を続けざるを得ない状況が続いており、今後景気が良くなる材料は見えにくく、景気は今年より悪化に向かうと判断している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・AIの台頭によりIT系の中小企業については、仕事量が減少している。今後は採用の方針を含め修正が入ると予測される。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・令和8年熊本地震による影響が大きく、特に県南地域は、被害がひどく、物流や経済がストップする状況になっている。市内でもイベントの中止などが相次ぎ、しばらく景気は後退すると危惧される。

12．沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		観光名所（職員）	・夏休みや9月の大型連休の需要増加により、景気は回復するとみている。
	○	百貨店（経営担当）	・地元客の旧盆需要や夏休み期間中の家族連れ来店により、来客数の増加が見込まれる。
	○	一般レストラン（代表者）	・夏休みに入り、地元客、観光客共に増加するとみている。
	○	通信会社（サービス担当）	・今後予定されている新型スマートフォンや新サービスの投入に加え、既存顧客の更新期も重なることから、来客数、契約件数、売上の増加が期待される。
	○	観光名所（職員）	・インバウンドの問合せが増加している。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・分譲住宅や注文住宅の需要は堅調に推移しており、中東情勢の影響に伴う資材不足も改善傾向にある。
	□	商店街（代表者）	・飲食店が増加する一方、小売店は減少傾向にあり、景気判断は難しい状況にある。
	□	スーパー（企画担当）	・7月の好調は天候の影響による部分が大きく先行きは不透明である一方、国の電気・ガス料金負担軽減支援により、購買意欲の大幅な低下は考えにくく、当面は現状と同水準の好調を維持するとみている。
	□	スーパー（店舗管理）	・旧盆商戦は、観光客の増加や前年との日程差を踏まえ、来客数は前年の数値からやや増加するとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・自治体発行のプレミアム付商品券の利用増加を背景に、売上は増加するとみている。
	□	コンビニ（店長）	・観光客や地域在住の外国人客が客単価と売上を下支えしている一方、商品値上げの影響で中食や日用品の販売数量は鈍化しており、全体では横ばいで推移するとみている。
	□	コンビニ（経営企画担当）	・飲料やアイスクリームは好調である一方、値上げ幅の大きい中食は厳しい状況が続いており、売行きは天候の影響を受けるとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・夏のセール期であるものの売上は伸び悩んでおり、現時点では有効な打開策はみえていない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・来客数や客の反応に大きな変化はなく、現状維持とみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・当面は現状と変わらない見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	・夏休み終了後は一時的に落ち着くものの、その後は秋のイベント期に向けた準備が本格化する。
	□	その他専門店〔書籍〕（部長）	・7～8月は人流が活発な時期であるため、秋頃には現在より落ち着いた状況になるとみている。
	□	その他飲食店〔ファーストフード〕（総務部）	・7～9月は観光需要が高まる時期であり、大学生等の夏休みが9月まで続くことも来客数増加の要因となる。
	□	観光型ホテル（専務取締役）	・夏の繁忙期後は先行きに不安があるものの、物価上昇による旅行需要の減少を、海外旅行から国内旅行へ切り替える客層の需要が補うことから、今後数か月は横ばいで推移すると見込んでいる。
	□	観光型ホテル（総支配人）	・年末に向けた団体需要は堅調で、個人旅行は夏以降の需要分散に期待している。
	□	通信会社（営業担当）	・代理店元による手数料の減額が続いており、大企業では利益が出ている一方、その恩恵が中小企業まで十分に波及していない。
	□	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は前年並みで推移しており、顧客別にも大きな変動がないことから、今後も現状維持が見込まれる。
	□	住宅販売会社（役員）	・住宅需要の停滞が続く一方で、事業用需要は堅調に推移しており、両者が均衡することから、今後も景況は大きな変化なく横ばいで推移すると見込まれる。
	▲	一般小売店〔酒〕（店長）	・物価高対策を早急に取りまとめ、速やかな実施を期待している。
	▲	コンビニ（店長）	・7月は繁忙期のため来客数や客単価が好調に推移しており、今後は現状以上の大幅な伸長は見込みにくい。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・円安が進行する現状では、景況は改善よりも悪化する可能性が高いとみている。
	▲	家電量販店（営業担当）	・おきなわ省エネ家電購入応援キャンペーン終了に伴い、エアコン需要は落ち着くとみている。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・7月の販売室数が前年比18%増加に対し、7月末時点での10月の予約室数は前年比5%増加で、プラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・物価高の影響で、中小企業の経営は厳しさを増している。
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・物価高など景気悪化要因はある一方、景気を押し上げる材料は見当たらない。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
	○	食料品製造業（総務部）	・物価高騰の影響で消費者の節約志向が強まっていたものの、足元では現状の水準に慣れつつある。今後も注視が必要であるが、消費マインドは改善傾向にあるとみている。
	○	窯業土石業（取締役）	・受注済み工事の着工が来月以降に集中するため、年内は繁忙な状況が続くとみている。
	○	輸送業（総務経理担当）	・運賃交渉等の成果だとみている。
	○	輸送業（経営企画部）	・中東情勢の影響による輸送コストの上昇や輸送遅延が懸念されるものの、代替航路の活用等により物流機能は維持されている。また、台風を見据えた荷主による在庫積み増しの動きが見込まれる。
	□	通信業（総務）	・夏の観光需要による観光客増加や商業施設のにぎわいから景況感はやや良好である一方、物価上昇による生活負担は継続している。
	▲	建設業（経営者）	・建設資材価格の上昇が続く中、中東情勢の影響も懸念されており、受注前後の原価上昇による利益率の低下が見込まれる。
	▲	広告代理店（ストラテジックプランニング部）	・中東情勢の長期化に伴い、エネルギーや資材価格高騰が継続すると見込まれることから、企業ではプロモーション費用を抑制するとみている。
	▲	会計事務所（所長）	・国際情勢や為替動向の影響次第だが、今後の動向は、やや悪くなるとみている。
	×	*	*
雇用 関連 (沖縄)		-	-
	○	求人情報誌製作会社（審査）	・年末商戦や観光需要による求人増加が見込まれる一方、賞与後の転職活動活発化により、採用環境は引き続き厳しい状況が続くと見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2028年3月卒業予定者向けの説明会依頼や求人票の増加により改善が期待されるものの、一部企業では採用枠縮小の動きも見られ、先行きは厳しい状況が続くと見込まれる。今後は求人企業への丁寧な対応と、就職希望者へのきめ細かな支援が重要になるとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・夏に向けて観光業の景況改善が期待されるものの、人手不足の解消には至っていない。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・インフレの状態がしばらく続くとみている。
	▲	-	-
	×	-	-