

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	＊	＊	＊
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードや来街者数の動きは堅調である。国内全体では酷暑であるが、東京はそこまでではなく救われている。飲食も良い（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・8月はまだ全体的に暑さもあり、エアコン需要が高い。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず店頭の来客数と販売量が悪く、景気は良くないが、催事での来客数と成約数が今までにないくらい良かったため、幾らか良くなりつつある（東京都）。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・夏になり消費行動が活発になっている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・祭事があって需要が増えたものの、災害により中止となった祭事もあり、今一つである。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・インバウンドのまとめ買いが多くあった。特に、単価の高い筆記具の売上が好調なため、客単価も平均より上がっている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・国内客の来客数に伸びがみられるとともに、インバウンドに関しても欧米を中心に増加傾向にある（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数の増加とともに生活必需品の購買は安定している。また、富裕層の消費も依然として底堅い。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・改装中のため閉めている区画はあるが、衣料品の販売量がやや好調である（東京都）。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数が増えており、館内の買い回りが増加し、買上率も伸長している。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・月前半まではコストばかり増加しており販売量が伸び悩んでいたが、月後半から猛暑対策としての家電やアパレルの販売量が伸びてきている（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は減少傾向にあるものの、値上げやインバウンドの影響もあり、売上は良くなってきている（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数がやや増えている。今月、当店の冷凍庫が新しくなり、冷凍食品の売場容量が半分以上増えて、種類も品ぞろえなどが充実し、早速効果が出ている。今までは狭い冷凍スペースを考慮しながらの発注だったが、全く気にせず発注することができるようになっていた。今の冷凍食品は、以前と違って味がとても良く、冷蔵と遜色ないくらいまでできており、日持ちもするため重宝されている。品ぞろえ強化により今後の売上増加にも大きく期待を持っている。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・発注や売場作りを見直し、接客の向上を図ったことで、自然と販売量が増え、来客数が増加している。店舗の近くで灯籠流しのイベントがあり、そちらでも来客数が増えている。まずは身近なニーズを再確認し進めていくことが重要と考えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量が前年より良くなっており、サービス部門が暑さで停滞している分を補えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・建築関係の客もナフサ不足の話が少なくなってきた、仕事が終わっているのか購買意欲が上がっている（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・8月後半に入り、半期の決算も始まり、客の動きが活性化している。
	○	高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・例年8月は客足が著しく減少する月であるが、今年も同様である。ただし、売上ペースでは前年を超えるほど増加しており、単価の上昇が顕著である（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・定食業態の飲食店である。1800円以上となる客単価は落ちておらず、来客数も増えている（東京都）。

○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・米価が徐々に下がってきていることと価格転嫁交渉の成果とがあいまって、原材料価格の高騰が沈静化していることから収益が改善してきている（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏季のシーズンなので、宿泊稼働及び単価が上がっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方まで無線配車、アプリ配車の鳴りが非常に良くなっている。夜から深夜は駅出しとアプリ配車で仕事ができている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの仕事は天候に左右されるところがかなり大きい。今月は夏の暑さと降雨などにより利用客が多くなっている。ただし、生活習慣の変化により、深夜、終電後の客の動きは少なくなっている（東京都）。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・暑さに加え、最近は降雨が多いため、利用客が増えている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の態度が明るくなっている（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・9月に向かって商談数が増えており、成立が増えるように動きが活発化している（東京都）。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	販売量の動き	・予約の状況などからみて、やや良くなっている（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用のホテルを扱っているが、インバウンドがかなり増えてきているため、これからますますホテルの稼働率は上がってくる。一方、建設業の方は相変わらず材料費、人件費等が高くなっており、公共工事を含めてスムーズな受注ができない状態である。
○	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・金利のある世界となり、物価高が続いていることもあるが、買い控えよりも先を見越して動いておくといった行動を取る人が増えている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近、毎月のように物価が上昇しており、消費者が買物に対して非常に慎重になっている。そのようななかで、より低価格な店を選んで買物をしていると強く感じられる。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・家電製品は動いており、小さな工事なども多々入っている。ただし、入荷に時間が掛かる商材が多く、困っている。一部の省エネ関連補助金が限度額に達して打ち切りとなったが、まだ受注はあったので、残念である。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・物価高に加え軽減税率の議論や猛暑による生活リズムの乱れから、客の財布のひもは固く、スローテンポになっている（東京都）。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・夏場は、通常レンズとサングラスの2本が売れることがあり、1人当たりの客単価が上がっているものの、材料費、人件費も上がっているため決して喜べる売上ではない。もう少し売上が伸びてほしい。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・晴雨兼用傘、特に男性用の需要が継続している。
□	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・今月はお盆があるため、多く売れるはずの時期だが、台風や大雨などの悪天候で、毎日が厳しく、いつもどおりに仕入れてよいのか、少なくした方がよいかわからず、本当に苦労した月である。最終的には前年よりは落ちるとみている。客の財布のひもが固いことを実感している（東京都）。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・来客数がやや伸びている。値上げにより売上の増加が続いている。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・当社の製品は季節に左右されないため、特に販売量は増えていない。何とか現状維持できるように全従業員で頑張っている（東京都）。

□	一般小売店〔書店〕（総務担当）	お客様の様子	・大学などの高等教育機関が長期休暇中のため、図書資料購入の動きは鈍くなっているが、この傾向は例年どおりであり、市況に大きな変化はみられない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・夏休み期間は海外より近場で過ごす人が多く、例年であれば帰省期間に落ち込む常連の上顧客の来店率は落ちなかったものの、客単価が上がらず前年を割っている。インバウンドがそのマイナス分をカバーしている状況である（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・7月の売上が大きく伸びた反動もあり、前年には若干届かず、ほぼ3か月前の水準に戻っている。お盆期間は連日降雨が続き、特に災害級の大雨も数回あったことから、来街者数の減少に伴って売上の伸びが鈍化した。食料品は値上げの影響もあり前年より若干プラスとなったものの、服飾雑貨、衣料品の動きが鈍化している。特に、衣料品や家電製品の大型専門店の売上が大きく落ち込んでいる。なお、免税売上実績も全体の数値同様に落ち込みがみられる（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・改装が終了して来客数が増加し、一部買い回りが進んでいるものの、想定ほどの売上増加にはつながっていない。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・インバウンドによる売上が引き続き伸長していることに加え、国内客の購買行動も底堅く推移しており、全体としては堅調さが継続している。一方で、高額ブランド品などの好調が売上を支えている側面も大きく、今後の動向については注視が必要である（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	単価の動き	・引き続き宝飾、時計、ラグジュアリーブランドなど単価の高い商材の動きが目立っている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・引き続き国内客の売上は堅調に推移し、インバウンドの売上も来訪元の広がりを伴って好調を維持している。国内客の売上は高感度で上質なコンテンツの精度の高い提案が客単価の向上につながっている。海外客売上についても、高付加価値商材への関心が引き続き高く、国内客同様に客単価の向上が目立つ（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・夏物セールを前年より前倒ししたことは奏功したものの、3か月前と特に変わらない。年間買上額の多い客による売上は伸びた一方、新規客はそれほど増えていない。インバウンドは継続して前年を上回っている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・国内客、インバウンド共に堅調に推移しているが、景気が上向いている実感はない。食料品のカテゴリーでは購買単価が上がっている傾向にあるものの、購買点数は横ばいのため、商品の値上げが大きく影響しているものとみられる（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・物価高による買い控えが続くなか、連日の猛暑が来客数に影響している。食品売場では帰省土産、猛暑対策として火を使わない総菜をクローズアップするなどのアプローチも行い、堅調な動きとなっている（東京都）。
□	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客及びインバウンドの販売量について、3か月前と比較して大きな変化はなく、安定して推移している（東京都）。
□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・相変わらず節約志向が続いているのか、買い控えがあり、来客数自体も減っている。それ以外に天候にも多少左右されている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・8月初旬から中旬にかけて、天候要因により夏物商材の動きが鈍かったものの、後半からの残暑により、動きの鈍かった商材も何とか消化できるような状況になっている。秋物商材への切替えをしているが、菓子等の嗜好品の需要は高いものの、加工食品の需要はそれほどでもない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。

☐	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・諦めて値上げを受け入れるようになり、賃金も上がってきている。
☐	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・後半の猛暑により飲料を中心とした夏物商材の稼働が良いものの、販売量全体としては前年並みとなっている。単価は継続して上昇傾向にあるが、生活防衛意識がまだ強く、来店頻度は依然として低調である（東京都）。
☐	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商材単価が上がり、客の購入量が減少している。天候の影響で来客数が5%増加しており、何とか前年の数値を上回っている。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節要因もあり3か月前より来客数自体は増えているものの、前年比では94%程度で、6ポイントくらい落ちている。この流れが半年くらい続いているため、やはり景気としては良くない。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・8月も終わるが、前年より4%ほど来客数が少ない。4月からずっと同様の状況で、物価上昇の影響によるコンビニ離れが続いているとみられる。9月から値上げする商材も多くあり、当面は客足の戻りにくい状況が続く（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月は、令和8年8月千葉豪雨の影響もあり一時的に売上が低迷したものの、平均するとトレンドは変わらずに推移している。売価の上昇分がそのまま売上増加となっている（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の動きは97.4%であり、やや悪い。売上は、今までは単価の上昇により100%をクリアしていたが、伸び率がやや鈍化している。
☐	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・気温は夏らしくなったが、災害が多発しており、消費マインドがなかなか上がってこない（東京都）。
☐	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・着物事業において、季節商材である浴衣は前年比ではマイナス傾向だが、コラボ企画商材は、計画に対し1.5倍の売上になっている。ドレス事業については横ばいである（東京都）。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・8月は来客数が特に少ない。お盆期間中も家族での来店は例年より少なかった。物価高の影響が大きい。
☐	家電量販店（店長）	お客様の様子	・助成金がある商品などが売れている（東京都）。
☐	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・ガソリン代や食品を始め、様々な物価が上がっていることもあり、客が普通車から維持費の安い軽自動車に乗り換えるという話をしている（東京都）。
☐	その他専門店【貴金属】（統括）	それ以外	・客の購買意欲、販売量、単価共に大きな変化はなく、景気はやや良い状態を維持している（東京都）。
☐	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・引き続き可処分所得の増加が見込めないことから変化はない（東京都）。
☐	その他小売【生鮮魚介卸売】（営業）	お客様の様子	・ずっと同じ状況が続いており、良くなるきっかけなどあるのかという話になることが多い（東京都）。
☐	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・今月は前年比でみて売上97.3%、来客数95.1%であり、総合的に景気は変わらない（東京都）。
☐	高級レストラン（販売担当）	販売量の動き	・景気の停滞感はなく、販売量は減ることもなく変わらず推移している。一方、商品価格の高騰が続いているため、どこかの時点で息切れし、停滞することが懸念される（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べてガソリン代が上がっているため、例年の夏休みよりも来客数がやや少ない。やはり物価高及びガソリン価格の上昇に対して一般消費者がなかなか付いてこれていないものとみられ、多少だが来客数が減っている。
☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・この8月は夏祭りなどがあり、そちらにほとんど客が流れてしまい、来客数が少なかった（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響は余りなく、来客数、客単価共に横ばいである。

☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	それ以外	・気候変動は営業面において様々な影響がある。特に猛暑はエアコン稼働時間の増加による光熱費負担の増大で、収支にダメージを与えている（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・観光地にある店舗では、8月は繁忙期のため前年より売上が伸びている。しかし、今年は不景気なのか観光客自体が少ない。都内の店舗やオンラインショップ、卸業務の売上は悪い。暑さもあり飲食、購買共に伸びておらず、景気が良いと実感することは余りない（東京都）。
☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・お盆休み期間とその後数日は閑散期になることから、客の懷事情が厳しい状況がうかがえる（東京都）。
☐	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・売上については、夏休みということもあり宿泊は順調に入っている一方で、宴会関係は低調である。全体的に、3か月前と比べて良くもなく悪くもない。
☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・最近の線状降水帯発生などの天候不順によって、旅行マインドが減退している様子が見受けられる。とはいえ、現状では前年比105%で推移しているため、大きな変化はない（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の場合、予算を上げたり、バスの運行時間や走行距離を短くするなどの工夫をしている。ニーズ自体に変化は見受けられない。
☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価上昇により元々の予約状況が悪い上に、今年は台風が多く、キャンセル料を徴収できない旅行取消しや、令和8年熊本地震により九州方面の旅行に影響が出ている（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・来店客はインターネットで料金を比較している。
☐	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・団体旅行は宿泊や食事単価で全体の費用が決まる。今までと同様の内容では予算オーバーとなるため、利益を減らしてもニーズに応えられるような努力が必要となる（東京都）。
☐	タクシー（団体役員）	お客様の様子	・天候不良時には乗客がいるものの、それ以外には利用がない。暑さにも慣れてきて、酷暑時には外出を避けているものとみられる。
☐	通信会社（経営者）	販売量の動き	・交渉中の案件の受注及び工事関係が増加傾向にはない（東京都）。
☐	通信会社（社員）	それ以外	・物価上昇の勢いに比べ、所得は増えていない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する傾向は相変わらず強い。
☐	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・物価高により、固定費削減のための解約相談が増えている。
☐	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・インフラ更新を行ったエリアにおいても営業実績が芳しくなく、実績を上げられていない。この点は3か月前と変わらない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	単価の動き	・影響は余り見受けられない（東京都）。
☐	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・猛暑のために来客数が減っている。
☐	競輪場（職員）	それ以外	・状況に変化がない。
☐	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	来客数の動き	・インバウンドは中国の訪日渡航自粛の影響により前年を大幅に下回っているものの、その他アジアや欧米からの訪日客でカバーしており、来客数は3か月前から変わらず好調に推移している（東京都）。
☐	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度が鈍い。
☐	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	来客数の動き	・現在は依頼が少ない。
☐	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・現在は今までと同じ仕事をしているため、変わらない。
☐	設計事務所（職員）	それ以外	・どちらの方向にも具体的な変化を感じる事象がない（東京都）。

□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・依然として当社の新築アパートへの需要は多いものの、融資金利の上昇により購入できない客も出てきている。富裕層の客は従来どおり購入に動いている。
▲	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	来客数の動き	・8月は台風や連日の豪雨の影響を受け、厳しい状態が続いている。
▲	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	単価の動き	・店頭においては、天候不良で来客数が少なかったこともあるが、何よりも客単価が低下している。このところ値上げラッシュで商材単価もどんどん上がっているため、買い控えが多少見受けられる。外商の方も、大きな案件がやや減っている。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・自然災害による購買意欲の減退もあり、特に国内需要の伸びが鈍化傾向にある。加えて、免税売上は前年8月より回復基調となったため、前年比での伸び率が鈍化傾向になっている(東京都)。
▲	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・今月は雨天日数が前年と比べて6日多い10日間となり、特に令和8年8月千葉豪雨では、当店には影響がなかったものの、市内、近隣自治体に被害が出ている。そのため、売上は前年を確保しているが、来客数は前年比で大きく減少しており、消費マインドは低下している。
▲	スーパー(経営者)	販売量の動き	・値上げに対して許容されなくなっている。
▲	スーパー(仕入担当)	単価の動き	・米の売価が前年は4000円超であったのに対し、今年は3200円程度である。関東の令和8年産の新米価格が3000円を切り、令和7年産の販売動向が悪く、問屋では過剰在庫となっている。
▲	スーパー(役員)	お客様の様子	・し好品やぜいたく品などのカテゴリーで売上が落ちている一方で、コモディティー商材の動きが良い。ただし、経費が大幅に増えており、利益を大きく圧迫している。
▲	スーパー(食品担当)	販売量の動き	・来客数は前年並みであり、前月までは客単価の上昇により売上をキープしていたが、今月は買上点数が前年を割り込み、売上確保が厳しい(東京都)。
▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・天候不順で来客数が伸びていない。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今年は梅雨明けが遅く、梅雨明け後は降雨日が多かったため、来客数が90%と落ち込んでいる。
▲	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・当店の周辺環境が変わり、競合店の方が立地的に利用しやすいため、来客数がかなり減少し、いろいろな商材が売れなくなっている。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・8月は天候不順のために前年比95%程度の売上である。ゲリラ豪雨の予報により外出が減っており、来客数も減少している。
▲	衣料品専門店 (役員)	販売量の動き	・例年8月は売上が良くないが、今年は特に悪い。お盆以降、客足が極端に少ない。
▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・家電製品が壊れてからの買換え需要は変わらないものの、新たな省エネ基準に伴うエアコンの特需は一旦落ち着いている。エネルギー価格や円安の影響などで商材価格は上昇傾向が続いており、消費者は購入に際しインターネットで情報や価格を確認してから来店しており、価格の比較にシビアになっている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・値上げの影響がある。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	単価の動き	・部品や車両の価格が上がっており、比較的安価な中国メーカーの車を選ぶ客が増えている(東京都)。
▲	乗用車販売店 (営業)	販売量の動き	・現状、令和8年8月千葉豪雨による被害で車が水没し、買わなければならない客からの注文が入っているが、それ以外の人には買い控えがみられる。
▲	その他専門店 〔ドラッグストア〕 (経営者)	来客数の動き	・来客数が減少している。夏の暑さの影響もあるが、客の来店回数が減っている。
▲	その他小売 〔ショッピングセンター〕 (統括)	単価の動き	・来客数は余り変わらないか、やや増えているが、商材をかなり吟味して購入する傾向が高まっており、単価の低い物、内容量の多い物、お得感のある物を選んでいく(東京都)。

▲	高級レストラン（役員）	それ以外	・ A I、半導体関連の国内株の急激な上昇により、継続する円安、物価高の不安要素を若干払拭する時期もあったが一時的なものである。世界情勢の危うさ、身近では酷暑に加え天災が世界的にも各地で起こることなど不安要素も増え、景気への不安も続いている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 3か月前と比べるとやや悪くなっている。8月はケータリング等の仕事がほとんどなく、売上はレストランのみになってしまう。そのため、3か月前とレストラン売上は変わらないものの、外売りの売上がほとんどないため、やや悪くなっている。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ 気候変動による悪天候と災害により売上が減少している。短期的な原因は、お盆の書き入れ時を含めて前後に悪天候が続いたこと、長期的な原因は、原材料の値上がり等と考えている。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・ 値上げが業界としてうまく進んでいない（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	来客数の動き	・ 物価高の影響が非常に大きい。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 中東情勢や円安傾向が継続しており、客が低価格のサービスプランや価格見直しを希望することが増えている。
▲	通信会社（局長）	販売量の動き	・ ケーブルテレビに加え、インターネットの個人契約が今までより減少している（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 最近、客が今まで以上にランニングコストに対して細かくなっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ 元々集客に苦しむ8月にしては、前年と比べて気温が低く、そこまで猛暑でもなかったため、順調に集客できている。降雨日数が多く想定ほどは伸びなかったものの、前年比では5%増加している。ただし、3か月前と比べると12%減少しており、令和8年8月千葉豪雨の影響もあるものとみている。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ 気候変動により高温の日が続いているため、ゴルフをする環境ではない。今年に限らず今後も続くともみられ、ゴルフ場の営業は深刻である。
▲	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	販売量の動き	・ 昼間のシニア層の客単価に変化はないが、夜間の一般来場客の客単価が下がっている（東京都）。
▲	その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・ 客はお勧め商品の購入はしないし、増額もしない。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 全体的に景気の流れが非常に悪くなっている。単価が上がっているなかで、ゴーサインは出ていないが、業務を継続していいのか又は中止なのかと悩みながら仕事をしている。
▲	その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・ 中東情勢の影響が残っていることもあり、本来の建材需要を取り戻せるタイミングには至っておらず、まだ景況感はいくれない（東京都）。
×	一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・ 猛暑のため客が非常に少ない。そのため商材の動きもない。当店は路面店で駐車場もないため、暑いなかをアスファルトの道路を歩いてくることが、目的以上につらいのかもしれない。
×	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・ 最近の災害等で客の購買意欲が低下している。
×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・ 国内客の来客数は変わらないものの、インバウンドは減少している。英語圏の客は前年より伸びているが、中国からのインバウンドは前年の半分以下となっており、影響が大きい（東京都）。
×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・ 開店セールが終わり、本来の来客数に落ち着いたため、景気が悪くなったようにみえる（東京都）。
×	観光名所（職員）	来客数の動き	・ 暑さに加え、大雨、地震といった自然現象の影響が大きく感じる。特に降雨はその量とともに、当地で降っていないくとも近隣のどこかでは降っている日が続く、客、特に日本人観光客が動かない又は動けない状況だったように推測する（東京都）。

	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・猛暑と線状降水帯発生、競合の新サービスの影響により、来場者数は前年比で8%減少している。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・8月においても、前月に引き続き猛暑の影響が顕著であり、週末、祝日を含む稼働率は40%水準にも達せず、著しい低迷を示している。酷暑下におけるゴルフプレー忌避傾向が経営に与えるインパクトは相当大きい上、来場者の中心が会員のため、収益の改善は極めて限定的である。特にビジター需要の低迷は著しく、物価上昇、実質賃金低下から生活防衛を意識し、高額レジャー費を抑制する動きはかなり強い。止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、利益を創出できる状況にない。
	×	その他サービス [立体駐車場] （経営者）	それ以外	・一般貸し駐車場と月極駐車場を営んでいるが、令和8年8月千葉豪雨の影響で、機械の一部やテナントのエアコン室外機が故障したほか、重要な収入源である年に1度の祭りが中止となった。また、機械の故障により9月の大型連休に開催する音楽フェスでの駐車枠数の削減でかなりの損失があるものと予想している。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・事業用建物の計画に当たって、建設費の試算まで概要を作成するが、予算、採算性が合わず、持ち越し検討となっている。
	×	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約60%となり、3か月前と比べても3分の2と落ち込んでいるため、悪くなっている。住宅ローン金利の上昇、資材の値上げに伴う商材の更なる値上げにより、来場者数、商談数、販売量いずれも落ち込んでいる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・8月から値上げをしたが来客数は減っておらず、客単価が上がり、利益を確保できている。
	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・7月後半辺りから少しずつ販売量が上向き始め、8月も最盛期のお盆は商材がよく売れた（東京都）。
	○	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・取引先が生産計画を上方修正している。忙しさが続いているようである。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が好調なため売上は増加しているが、仕入価格が高騰しているため、利益は減少している。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の業種だが、明らかに前年と比べて荷物の動きが良い。値上げ効果もあり、ベースアップを飲み込んだ上で増収増益基調が続いている（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・宿泊需要はインバウンドや国内レジャー客で引き続き堅調であり、今後もその傾向が続く（東京都）。
	○	その他非製造業 [商社]（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きから、やや良くなっている（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一部の組合企業からは、単発の依頼も増え、生産効率を高めることも難しさが増している上に、打合せやサンプル等のリードタイム及び工数が増え、コストの合っていない仕事が増えているとの報告が上がっている。あらゆる切り口で挑戦や努力はしているものの、業界全体や市況を含め、個社ではどうすることもできない環境にあり、アパレル製造という業種に限界を感じているとの声もある（東京都）。
	□	出版・印刷・関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。実店舗とインターネット注文があるが、まだ実店舗の売上のほうが多い。今月は問屋への支払いが通常月の半分程度で、8月は夏休みということを考えても少なく、やや下向きになっている（東京都）。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・化粧品関連の受注は大幅に落ち込んでいるものの、医療品関連に関しては新企画の立ち上がり等で活気を帯びてきている。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・相変わらず忙しい取引先と、落ち着いた取引先の比率は変わっていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆休みを挟んでいることもあり、現時点では大きな変化はみられない。より正確な状況の把握には、今少し時間が掛かる。

□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ A I 関連製品開発が順調に進捗しており、景気としては良い状態が続いている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ 物件価格が高止まりしており、流通が滞っている。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ 繁忙期を迎え、例年どおり物量も増えているが、人件費や燃料費が高騰しており、収益には結び付かない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・ これから繁忙期になり、物量が少しずつ増えていく見込みである。ただし、燃料価格の高騰は続いているため、収益が伸び悩む可能性が高い。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 製造関連の受注推移はおおむね横ばいで、大きな変動はみられない。建築関連も特に目立った変動はないが、郊外地区の不動産余りがやや顕在化しているため、今後の冷え込みが懸念される。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・ 新築戸建て住宅の動きが鈍くなっている。金利上昇への不安もあり、当地区の戸建て住宅はやや値上がりし過ぎてサラリーマンが買える価格ではなくなってきたため、動きが悪く値下げする物件も出ている。条件の良い物件は相変わらず強気な取引がされている（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ テナントとの賃貸借契約更新時に賃料引上げ交渉をしているが、おおむね受け入れてもらえている（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・ 暑さのせい、イベント会場への来場者数が例年と比べて1割くらい減っている。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・ 7～8月と見込みより悪くはないが、上向き傾向にあるとまではいえない（東京都）。
□	税理士	それ以外	・ 夜9時半過ぎに近隣駅まで商店街を通り飲食店等をのぞくが、新型コロナウイルス感染症発生前は結構客が入ってにぎわっていた店も、現在はそれほど入っていない（東京都）。
□	税理士	取引先の様子	・ 株価が高値安定で推移している。新米価格は令和7年産米より安価で安心材料である。一方、令和8年8月千葉豪雨により当地では被害が出ており、自動車の損害が今後響いてくるとみている。また、令和8年熊本地震や石川、富山の豪雨被害に加え、今後の自然災害が気掛かりである。ただし、これらの災害の影響は各地域内にとどまり、全国的な景気への波及はなさそうである。金利の上昇が今後大幅に進めば経済への影響も考えられるが、現時点では大きな変化はみられない。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・ 助成金、補助金を活用したい会社や、まだ資金繰りの厳しい会社が見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・ 原材料価格が高騰し、値上げをせざるを得ない。段階的に上げているものの、客の許容範囲内の価格に抑えることも限界に近いと、店舗経営者から聞いている。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 取引先工場等への同業他社との価格競争が激しく、受注量が伸び悩んでいる。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・ お盆明けのため、動きが今一つ良くない。
▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・ 令和8年熊本地震の影響により、自動車メーカーもサプライチェーンに影響があり、減産を余儀なくされている。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ 世界情勢が安定していない。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 材料価格の上昇や人件費の高騰があり、計画案件でも中止になるケースが増え始め、同業者間でも話題になっている。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 夏季休暇による稼働日の減少と、低迷が続いている取扱量があいまって売上が落ち込み、収支の悪化が際立つ月となっている（東京都）。

	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・建築基準法の改正により、建築確認の遅れが発生し、建築業のみならず、建材、部材を提供している様々な業界に悪影響を及ぼしている。
	▲	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価高の影響や、今後の金利の上昇傾向から、価格と販売量が悪化している。先行き不安からの買い控えの印象が強い（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当社だけの問題かもしれないが、大型宣伝プロモーションのコンペ勝率が悪い（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・諸物価、原材料の極端な値上がりが中小製造業を困らせている。確かに以前よりも取引先に値上げ要請がしやすくなったものの、取引先の無言の圧力があり、取引の継続性を考えると、立場の弱い中小企業は何もいえなくなっている（東京都）。
	×	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先からの注文回数は変わらないものの、1回の注文数量が少しずつ減っている（東京都）。
	×	出版・印刷・関連産業（所長）	取引先の様子	・資材の値上げが全てにおいて影響しており、受注量が減少している（東京都）。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷主が運賃に対して相当シビアになっている（東京都）。
雇用関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・9月末更新で終了となるポストに対しての求人依頼、下期増員等の依頼が徐々に増加傾向にある（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材派遣ニーズの上昇並びに長期派遣稼働数100%超えの状況が継続している（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・採用市場は活発ではある。ただし、賃金上昇に伴い零細事業者の経営状況がひっ迫しているのも事実である（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月より新規求人数は増加している。企業は人材確保に意欲的である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月比で減少が続いていたものの、6月に10か月ぶりに増加に転じ、今月もやや良くなっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣受注は前年同月比で110%程度と堅調に推移している。成約数も前年を超えてはいるものの、人材不足の傾向は変わらず、人選に難航する状態が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・余り大きく変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が3か月前と同程度で推移している。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・中長期案件への求職者数が増えてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人材派遣の求人数は大きな変化もなく推移しているが、今月は夏休みなどもあり、若干求人依頼数が減少している。全体的な派遣人材の総就業者数は例月どおりの推移となっており、現状において変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・A Iの台頭により製造業からのエンジニア派遣ニーズが減っている（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	求職者数の動き	・景気が良い状態が続いているが、更に良くなっている実感はない（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人企業からの求人数は特別増えているわけではない。職種も営業、技術系を中心にそれほど悪くない。その他の職種は以前と余り変わらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に賃金が追いついていない（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・8月はお盆があり、季節要因で採用活動が一時停滞したが、その後も余り活発な様子はない。
	×	*	*	*