

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)	◎	コンビニ（従業員）	・冷凍食品売場の拡大による効果に加え、10月には大きな祭りも予定されている。観光客も引き続き多く、来客数は順調に伸びていることから、景気は良くなると予想している。当地区の来客数は伸びているものの、隣の地区などは苦戦しているようである。引き続き客のニーズに合わせて売上を伸ばしていけるようにしていく。
	○	商店街（代表者）	・緩やかな良い傾向が続く。中東情勢や米国の中間選挙など、不確定要素は大きいのが、影響が出るのは3か月より更に先ではないかとみている。しばらくは、都内には多くの人出があるため、堅調な状態が続く（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・希望的観測だが、涼しくなり客が路面店に足を向けてくれることを期待している。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・9月から11月に向けて文具見本市が多く開催される予定で、各文具メーカーでは新商品の導入が活発になる。このため店頭商品の販売も活性化し、来客数も増加傾向になるとみている。また、単価の高いダイアリーなどの取扱も増える時期であり、売上増加が期待できる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・宝飾、高級時計などの動きが良く、これから新たな宝飾ブランド、時計ブティックのオープンを控えるなど当店独自の状況もあり、プライダル、クリスマスギフトシーズンに期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の単価の動きや傾向から、やや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高など地政学リスクの低減により、消費環境が上向く（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・今のところ、今月の動きから変わる要素が見当たらない。
	○	百貨店（店長）	・近隣でマンション建設の計画が続き、最寄り駅近郊の人口増加は数年続くことが予測される。当施設も来客数の拡大から売上確保を目指す。
	○	スーパー（総務担当）	・特に若い人やパートの時給が上がっている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・米価が値下がり傾向のため、商材への良い影響が期待できる（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・秋は大きな祭りや公園などへの外出も増えてくる。夏に比べてアイスやドリンクなどの売上は落ちるものの、店内調理商材の導入を検討中で、新規客を増やせるように進めていきたい。
	○	家電量販店（店員）	・現在商談中の相当数のリフォーム案件が成約する見込みのため、良くなる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋には新型車が発表され、新車の売上が伸びる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・石油の調達状況次第である（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	・国外情勢の不安要素がありつつも低位安定が見込まれ、3か月先を含む6か月先までの予約は満席である（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の景気は、今よりは良くなる。8月はケータリングなどの外売りがほとんどないが、9月から11月になると外売りがかなり増えてきて、売上が大体1.5倍くらいにはなるとみているため、今よりはやや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年度と比較しても伸びている。今後も伸びると推測する（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・近隣の大型コンベンション施設での会議、イベント、フェス等が順調に入っているようである。したがって、宿泊は期待を持てる。また、宴会についても、秋から暮れにかけて増えていくとみている。一方で、水道光熱費や原価の高騰等が危惧され、現実に見えている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・団体利用などの受注もできている。インバウンドが復活することを期待しつつ、単価をコントロールしている。
	○	タクシー運転手	・全体的にタクシーの利用が多くなっているが、コロナ禍による退職者や高齢化により運転手が不足しており、仕事がかたせない状況である。結果的に現在稼働しているドライバーの売上はかなり上がっている。

☐	通信会社（経営者）	・客の様子から、やや良くなる（東京都）。
☐	通信会社（経営企画担当）	・商談の確定が少しずつ増加する方向で進んでいる（東京都）。
☐	観光名所（職員）	・酷暑が落ち着き、外出する人が増加すれば、観光地にも客が戻ってくると信じたい（東京都）。
☐	ゴルフ場（経営者）	・猛暑が落ち着けば客足が戻ると見込んでいる。
☐	ゴルフ場（経営者）	・11月は年後半のハイシーズンとなるため来場者数の増加が期待できるが、物価上昇や消費税減税の動向、最低賃金引上げ、中東情勢の不安定さに加え、コスト面では運営の不安要素が多い。単純に集客の増加だけでは利益の確保が難しくなっているのは間違いない。
☐	ゴルフ場（従業員）	・暑さが和らげば来客数が増える。
☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・今のところ問題なく順調に進捗している。ただし、地震や大雨等の自然災害の危険性が高まっており、レジャー系はいつ大打撃を受けるか分からない（東京都）。
☐	その他レジャー施設〔映画〕（総務担当）	・6月に鑑賞料金を値上げしたが、今のところ客の動員数にはそれほど影響がないようなので、秋以降は収益に寄与してくるものとみている（東京都）。
☐	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・急に依頼が立て込むことがある。年末にかけて寒くなってくると依頼が増える見込みである。
☐	設計事務所（経営者）	・新規案件は入ってきているが、具体的な関わり方はまだ分かっていない。
☐	住宅販売会社（経営者）	・都内ホテルの宿泊料金は前年から今年にかけて12%も上昇しているため、ホテル部門はますます良くなる。一方、建設部門は、建設費の高騰で厳しい。中小企業はいまだ厳しい環境下にあり、なかなか賃上げができていない。
☐	住宅販売会社（総務担当）	・食料品の消費税減税が決まり、今後、社会がどう動いていくのか、食品業界だけでなく経済全体の動きに注目していきたい。
☐	商店街（代表者）	・物価上昇と可処分所得という点から、客が買物に対して非常に消極的になっている。よほど小売店の方でしっかり特徴を出した売り方をしないと、買物には積極的になってもらえない。
☐	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・物価上昇などで利益も少し増える。
☐	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先も余り変わらないと思いながらも、先日の催事で契約が非常に良かったことで、やや良くなることへの期待もある。今まで契約に至るまでが大変難しかったが、意外とすんなり契約に結び付いたことを考えると、幾らか懐が良くなっているのかという感覚である（東京都）。
☐	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・物価の変動、食料品の値上がり、高温障害の農作物への被害、自然災害等に鑑みて、客は購買に非常に慎重になっている。購入力のある客とない客の差が出てきている（東京都）。
☐	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・夏場の7～8月が売上のピークだが、9月、10月も休日が多いため期待したい。
☐	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・主要な仕入先メーカーに価格改定の予定がない（東京都）。
☐	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月はお盆があつたが、花の売行きは余り良くない。この先2～3か月では10月にハロウィーンがあるが、さほど花が売れるわけもなく、行事という行事がない時期のため、売行きがどうなるのか分からない。今月と同じくらいであれば御の字である（東京都）。
☐	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商においてある程度は大口案件等があるものの、やはり数が少ない。小口案件も入ってきているが、物件、案件単価がどんどん下がっており、今後伸びるとは考えにくい。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・秋に向けて大体月1回くらいで催事等行っているが、最近は客がなかなか以前のように買ってくれないため、余り良くならない（東京都）。
☐	百貨店（売場主任）	・秋に向かい猛暑が落ち着くと、午前から昼間の来店率も前年並みに回復してくると見込んでいる。来月には上顧客限定の店内貸切りイベント、海外展などの企画がある。インバウンドも堅調のため、大きな変化はないとみている（東京都）。

☐	百貨店（総務担当）	・この数か月間の動きより、前月がたまたま良かっただけで、今後もこの傾向は変わらないのではないかとみている。円安傾向、物価高も継続している上に、10月からは最低賃金の引上げもあることから、中小企業の業績は厳しい状況が続く。特に、飲食業を始めとするサービス業の倒産件数が増加していることから、消費者もある程度生活防衛のために財布のひもを締めている。一方、富裕層については、株価の高止まりもあり、一般消費者との格差が更に広がりつつある。こうしたことから、収入格差による購買金額の増減はあるものの、全体としては現在の傾向が続く（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・店内改装に伴う来客数増加によって買い回りを促進することが重要である。
☐	百貨店（総務担当）	・地政学的リスクが依然として解消されていないものの、足元の消費動向は総じて堅調に推移している。一方で、世界経済を取り巻く環境は不確実性が高く、今後更に複雑化することが予想されることから、先行きについて楽観視できる状況にはない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・中東情勢の不透明さは残っているものの、現状ではほかに大きなマイナス要因はみられない（東京都）。
☐	百貨店（広報担当）	・インフレによりラグジュアリーブランドは値上がり傾向にあり、欲しいときに買っておいだ方が得だという心理が働いているため、高額品の好調さは2～3か月後も続くと想定している（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・国内では各地での豪雨を始め、令和8年熊本地震等の自然災害による国内客及びインバウンドの消費マインドの変化を見極められず、今後の見通しは難しい（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・国内客の購買行動に注目すると、食品やスイーツ、飲食店、また日用品や消耗品などの絶対単価の低い商品群の動きが好調である。ファッションや雑貨のカテゴリーよりも、そのような商材を購入することで、日々の生活を自分たちなりに楽しむ傾向は今後も継続する（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・現況から大きく変わる要因は見当たらず、このまま変わらない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・今後、免税売上においては高位安定するが、大きな伸びは難しい。国内需要においては、ボリュームファッションの秋冬物の動きが鍵となる（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・長期予報で秋も暑いと出ているため、アパレル中心に秋物商戦の省略化が懸念される（東京都）。
☐	百貨店（管理担当）	・気候に左右されることが多く、秋口に気温が下がってくれば秋物の需要が復活する可能性はあるが、今のところやや高温との予報が出ている（東京都）。
☐	スーパー（経営者）	・客の節約志向が続いており、単価は上がっているものの買上点数が落ちている。来客数も伸びないため、厳しい状況がこれからも続く。また、競合先が手強いいため、その影響もある。
☐	スーパー（経営者）	・相次ぐ仕入価格の高騰により、販売価格が上昇し続けており、先行き不透明である（東京都）。
☐	スーパー（店長）	・米は前年の高値基調から大きく値下がりしているため、売上の減少につながっている。以前であればパンの売上が増加するところだが、そこまでの大きな伸びはない。反面、規模は小さいものの、トルティーヤ、ナン等が伸びている。消費者側にも主食に対する考え方に変化が出てきている可能性がある。商材の値上げが続くなかで、状況に見合った購買に客がシフトしている。
☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きいいため、物価の上昇と所得のバランスが取れてくるまでは、同様の状況がしばらく続く（東京都）。
☐	スーパー（営業担当）	・単価の上昇は続くと思われるが、販売量次第で今後の売上が左右される（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	・まだしばらく値上げが続く。
☐	コンビニ（経営者）	・夏場で気温は高いものの、天候が良くない。また、コンビニより価格が安いスーパー等に客が流れている。
☐	コンビニ（経営者）	・変わる要素は見当たらないが、秋の気候が安定していれば、来客数も増えてくる可能性がある。

☐	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の環境が変わり、競合店が近い客はそちらを利用するようになっている。また、車で来る利用客が減っている。
☐	コンビニ（経営者）	・消費税が1%に減税されれば、しばらくは食品等の消費が伸びるかもしれないが、まだ半年以上先の話なので、当面は低空飛行が続く（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・価格高騰に対して、買い控えは感じるものの、購買自体は落ちていない。現状のまま変わらない（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・来客数が前年を割るというトレンドがこの半年くらい続いているため、今後2～3か月についても余り変わらない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・円安で輸入品等の価格が上がっていることなどもあり、各メーカーより10月頃から値上げをするという申請が多く来ている。今のところ、団体、会社等の売上はまあまあだが、個人消費の客がやや厳しい。9月以降のイベントなどにどう影響するか分からない。
☐	衣料品専門店（店長）	・富裕層の購買意欲は高いものの、一般消費者については、物価上昇により生活防衛にシフトしている（東京都）。
☐	衣料品専門店（役員）	・衣料品業界は諸物価高騰の影響をまともに受けている。
☐	衣料品専門店（従業員）	・物価の上昇がまだ続き、客の購買意欲がしばらく戻らないため、景気はなかなか上向かない。
☐	家電量販店（店長）	・景気動向が特別に良くなるような世の中の情勢ではない。世界情勢の不安定化などを背景に、インフレ傾向はますます進む可能性があり、この先も物価上昇が続くと考えれば、積極的な消費よりは将来への投資や貯蓄へ意識が向く層が増え、経済活動が縮小するとみている。
☐	家電量販店（店長）	・中東情勢や日中関係などの国際情勢が良くならない限り、しばらく変わらない。自然災害も多く、不安要素も大きい。
☐	家電量販店（店長）	・来店客の状況変化は予想ができず、しばらくは同様の傾向になると考えている（東京都）。
☐	家電量販店（店長）	・客の様子から見て変わらない（東京都）。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・決算をピークに減少傾向が懸念される。
☐	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。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・客の購買意欲をそぐような社会情勢の急激な変化がなければ、景気はやや良い状態が続く（東京都）。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・当業界においては、緊急的激変緩和補助金の継続でガソリンの個人支出額は当面横ばいと推測される。経済全般としても様々な政策によって大きなマイナスリスクは低いと考えている。ただし、中東情勢次第では急速に減退する懸念も無視できない（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・最近、地震や豪雨といったニュースが多く、消費者の不安感が高まっていることから、消費マインドの上昇は期待できない（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・依然としてウクライナや中東の情勢が落ち着かない。円高にはやや一服感があり、今後再び円安傾向に戻る可能性も捨てきれないことから、景気動向は不安定である。消費者もかなり敏感な動きをしているため、現状のまま余り良くならない、若しくは変わらない（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世の中の雰囲気がこう着状態になっており、諦めムードになっている（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予約状況は前年同様に推移している（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後もガソリン価格は下がりそうになく、より一層来客数が少なくなると考えられる。何とか現状を維持したい。
☐	一般レストラン（経営者）	・9月からの物価上昇で多少影響が出るとみられるが、今までと比べて横ばいで推移する。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・営業面で、スマートフォンやタブレット端末で注文する店が増えてきており、少しずつデジタル化が進んでいる（東京都）。

☐	その他飲食 [カフェ] (経営者)	・客から聞かれる言葉は、賃金が上がらないのに、物価が高くなり、今までのように買うことができないということである。メインの食事を優先するため、し好品は二の次になっている。当社としても、値上げをすると売上が落ちるため、ぎりぎりのラインで値上げを行い、売上をどうにか維持している。円安は止まりそうになく、この先もまだ物価が上がるのではないかという不安は否めない（東京都）。
☐	その他飲食 [居酒屋] (経営者)	・良いニュースが聞こえてこない状況では、景気の改善は難しい（東京都）。
☐	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・下期に最低賃金の引上げが行われることが減益要因となる。一方で、原材料価格の上昇が一服していることは増益要因としてあげられる。これらが相殺する結果、大きな変化はないものと予測する（東京都）。
☐	都市型ホテル (スタッフ)	・変わらないというより、分からない。中東情勢や消費税減税が今後どうなっていくかによって大きく変わる。
☐	旅行代理店 (従業員)	・変わらないというよりは、天候不順により先が見通せない状況である（東京都）。
☐	旅行代理店 (従業員)	・9月から燃油サーチャージが多少安くなるが、中東情勢が安定しないと今後の見通しが立たない。
☐	旅行代理店 (営業担当)	・物価上昇や自然災害などがあるため、生活優先になり、娯楽費を低く抑える傾向にある。
☐	旅行代理店 (営業担当)	・全ての単価が上がっているため、旅行全体の金額が底上げされ、仕事が難しくなっている（東京都）。
☐	タクシー (経営者)	・物価高が続くため、景気は変わらない。
☐	タクシー (団体役員)	・天候にもよるが、期待できそうな要素はなく、不安要素の方が多い。
☐	通信会社 (経営者)	・案件の受注が増加傾向になく、機器等の値上げもあり、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社 (局長)	・改善傾向がみられないため、この先も状況は変わらないと想定している（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)	・人件費高騰や物価高が元に戻らない限り、景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社 (経理担当)	・手取りが増える実感が薄い。
☐	通信会社 (管理担当)	・インフラ更新を行っても営業実績を上げられない状況について、打開策を見だせていない（東京都）。
☐	通信会社 (営業担当)	・特に大きなトピックはなく、変わらない（東京都）。
☐	通信会社 (経営企画担当)	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。
☐	観光名所 (職員)	・引き続きインバウンドは堅調に推移すると予測している。全体では良くはならないものの、当社にとっては引き続き下支えとなる（東京都）。
☐	ゴルフ場 (経営者)	・3か月後は中東情勢が良くなっていること、来月に行う設備投資が功を奏することを祈っている。
☐	ゴルフ場 (経理担当)	・経済の先行き不透明性の影響により、今後も素材、エネルギー価格の高止まりが続く。固定費の回収すら苦慮する経営環境にあり、利益を創出できない状況が続くことに変わりない。11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、飽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、高額レジャー支出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。
☐	パチンコ店 (経営者)	・中東情勢がこう着するなか、原材料費の値上げも懸念されるが、国内の消費マインドは安定している。情勢次第ではマイナス方向に進む懸念もあるが、現況はこのままのトレンドで推移する見込みである。
☐	競輪場 (職員)	・状況が変化しないことが予想される。
☐	その他レジャー施設 [ボウリング場] (従業員)	・大きな変化をもたらす要素がない（東京都）。
☐	その他レジャー施設 [複合文化施設] (財務担当)	・中東情勢が解決しないため、変わらない（東京都）。

□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・日本銀行の利上げ継続観測や米ドル自体の緩やかな下落基調から円高が進み、インバウンド減少の懸念はあるものの、急激な下落は考えにくく、景気への影響は限定的とみられる（東京都）。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数などは変わらないため、変化はみられない。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・客の来館状況から、数か月先の景気が好転する要因は見当たらない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・建設業界では全てにおいて単価が上がっており、事業を継続してよいのか皆考え込んでいる。営業に行ってもゴーサインがなかなか出ない。行政の仕事についても単価が見合わず、何度もやり直しをするというような、先が見えない状況である。
□	設計事務所（職員）	・期待値を込めて、変わらない。変わらないという状態から良くなしてほしいが、良くなる兆しが見受けられない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・商材の値上げ、金利上昇により様子見の客が増えている。みらいエコ住宅事業の補助金申請額も余り進捗していない。ハウスメーカー倒産のニュースも聞くようになり、景気が良くなりそうな気配がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・更に金利が上がる見込みのため、良くはならない。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・省エネ補助金の一部限度額に到達して打切りになってしまったため、LED照明と新たな省エネ基準になるエアコン需要に引き続き取り組もうと考えている。今後は、小口の案件を地道に積み重ねていく必要がある。
▲	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・夏に比べると消費行動が落ちる。
▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・ピークを過ぎ、まだ祭事はあるが、一旦は落ち着く。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・諸物価の上昇により、多くの客の懐事情が厳しくなっていると聞いている。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・世界情勢と円安が続いているため、やや悪くなる。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・日傘や晴雨兼用傘の売行きが一段落する。
▲	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・最低賃金引上げに伴うコスト増加や物価高、円安の長期化により、企業、教育機関共に支出に慎重になる。そのため、今後2～3か月先の景気はやや悪くなると見込んでいる（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・令和8年熊本地震に加え、令和8年8月千葉豪雨被害を受けて災害対策商材への意識は高まっているものの、一般商材については逆に買い控えが出るとみている。秋以降、更に商材価格の上昇が予定される上に、豪雨の影響による農産物の価格上昇も加わることから、消費に対する意識は更にシビアになる。
▲	百貨店（管理担当）	・直近の物価高などにより消費者の財布のひもは固くなっている。今月は必要に迫られた猛暑対策消費で伸びたが、今後はその反動で再び販売量は鈍化傾向に戻ると予想している（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・ちまたでは所得が増えていると報道されているが、飽くまで一部の企業の話で、郊外の当地では関係ない話である。インフレで可処分所得は減少し、エンゲル係数は上昇している。ますます買い控えが進んでいるため、景気は良くならない。
▲	スーパー（経営者）	・今後もメーカー側の値上げは続くため、消費マインドとのかい離が大きくなる。
▲	スーパー（仕入担当）	・在庫となっている令和7年産米は、問屋が令和8年産の新米より高い価格で買い付けているため、赤字で販売しなくてはならない。農家も概算金が2万円を割ったため、廃業に追い込まれるところも多く発生するとみている。
▲	スーパー（食品担当）	・9月以降も値上がり品目が多く、客は必要な物しか買わない。一般的な総合スーパーは苦戦を強いられる（東京都）。

▲	コンビニ（経営者）	・大幅に人件費が増えるため、売上増加は見込めず、状況の悪化が目に見えている。
▲	コンビニ（経営者）	・ここ半年から1年ほどは、売上、来客数共に前年比で5～6ポイント落ちている。これはコンビニという業態が少しずつ頭打ちになり、ミニスーパー等が出てきたり、ドラッグストアとの垣根がなくなってきたことがある。ブランドバリューとして大手チェーンに差を付けられているため、新たなサービスが必要かと考えている。まだ今は出口がみえない。
▲	コンビニ（経営者）	・世界情勢や天候不順により先行きが不透明である。来年度から食品の消費税率を1%に下げる方針に期待したいが、最低賃金引上げもあり、来年度まで当店が維持できるか不安である。
▲	コンビニ（エリア担当）	・インフルエンザの早期流行が客足を遠のかせるのではないかとみている（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・このまま円安が続き、ガソリン価格や輸入食料品などについても更なる値上がりが見込まれるため、景気は悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・所得の向上又は金利の低下がなければ、車を買ったり乗り換えることに対するハードルは高い（東京都）。
▲	住関連専門店（営業担当）	・中東情勢の沈静化や収束がなかなかみえないなかで、消費動向は慎重な方向に向かう（東京都）。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・9月からの各種値上げなどがあり、買い控えは今後も続く。
▲	高級レストラン（役員）	・為替介入などのニュースは見聞きするものの、生活に直結したり、好転している話とはならず、景気としては厳しいトレンドが続く（東京都）。
▲	高級レストラン（販売担当）	・依然として価格高騰が続いていることへの警戒感から、消費全体が落ち込む。また、いつか終わるであろうと考えていた中東情勢が長期化しており、収束がみられないことへの不安感により、悪化することが予想される（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・毎年9月はやや落ち着いて売上が落ちる。10月以降は涼しくなり、また来店が増える見込みである（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・飲食業は長期的な物価上昇による原材料等の値上げの影響を受けている。売価に転嫁せざるを得ない状況だが、急激な値上げは難しい。輸入卸販売事業は、円安の影響から抜け出せないでいる。仕入価格に加え国内物流、資材、燃料を含め様々な費用が値上がりし、価格を上げざるを得ないが、飲食業同様、小刻みにしか上げられない。客は、将来の更なる値上げに対する警戒感から消費に消極的である。また、当地域では令和8年8月千葉豪雨での水害で被害を受けた人も多く、イベントの中止も相次ぎ、全体的に活気がない。この状態からすぐには回復しないため、向こう3か月の経済動向に対して楽観はできない。
▲	旅行代理店（営業担当）	・円安に並行しており、やや悪くなる（東京都）。
▲	タクシー運転手	・物価上昇がどんどんエスカレートしており、今週もまたいろいろな物の値上げが発表された。やはり、物価が落ち着かない限りは客の利用は増えない。どこまで上昇が続くのかとみている。
▲	タクシー運転手	・今忙しいのは飽くまで夏の暑さと天候のせいである。雨天時の人の動きもあるため、天候次第では現状のままである。通常の快適な天候の時期になれば、利用は少し悪くなる（東京都）。
▲	タクシー運転手	・暑さが和らいでくるため、客の利用が落ち着いてくる。また、令和8年8月千葉豪雨のように最近は恐ろしい降雨があるため、営業しにくくなっている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・中東情勢が経済に与える影響が長引くことで、景気が今より悪くなっていくことを懸念している。
▲	ゴルフ場（従業員）	・物価の上昇は続くばかりである。また、資材不足も加わり、企業にとっても家庭にとっても厳しい状況が続くことが予想される。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上昇しているため、教育費をそこまで掛けられないという話を聞く。先々も景気が悪くなる。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購入意欲が感じられない。

企業 動向 関連 (南関東)	×	スーパー（役員）	・節約志向が高まって、1品単価上昇の割に売上が伸びないとみている。また、最低賃金引上げを含め、経費の増加が続き、利益の確保が更に難しくなる。
	×	乗用車販売店（営業）	・令和8年8月千葉豪雨で水没被害に遭った客の車の乗換えが一段落した後は、販売が低迷すると予測される。
	×	一般レストラン（経営者）	・円安が続くなか、食材等の価格が上がり続けている。加えて、食料品の消費税減税により、外食よりも内食を選ぶ動きが強まることも懸念され、飲食店の経営はますます厳しくなる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高により販売量が減少している。
	×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・令和8年8月千葉豪雨の影響で、近隣のパーキングでも機械の故障が相次いでおり、復旧日程に見込みが立たない上に、かなりの修理費用も掛かってくる。
	×	設計事務所（経営者）	・資材単価の高騰が落ち着いてきたとはいえ、価格下落はあり得そうになく、労務費も上がっているため、悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・受注のめどが立っていない。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の荷動きは少しずつ回復傾向にあるとみているが、先々の需要を確認すると、工期遅れやそれに伴う発注の抑制など後ろ向きの情報が増えている（東京都）。
	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月以降は当社特有の繁忙期に入るため、今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）	・中小企業も単価交渉で値上げできるようになってきている。受注量も増えている。
	○	食料品製造業（経営者）	・秋にかけてイベントが続くため、売上が期待できる。
	○	食料品製造業（経営者）	・中東情勢は先行き不透明ではあるものの、国内株価の堅調さ、円安の落ち着き、政府の経済対策効果等により、少しずつではあるものの景気は改善していく（東京都）。
	○	金属製品製造業（経営者）	・国際関係等には不安要素が多くあるが、世界経済は良くなってきている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からの内示を勘案するとやや良くなる見込みだが、過去の例から内示は必ずしも当てにならないため、様子を見たい。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーのサプライチェーンも復旧し、車両生産活動も回復している。
	○	輸送業（経営者）	・8月は動きが良い。年内は活発に動きそうである（東京都）。
	○	金融業（営業担当）	・景気全体は緩やかに回復するものの、取引先企業の受注量や販売量についてはまだ力強い回復には至らず、業種による差が広がる（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・来月に入ると受注が増える予定なので、期待している。
	□	化学工業（従業員）	・2～3か月先に納品を予定しているが、受注が大きく増えるとは考えられない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・中東情勢の影響により停滞している中東向け医療品関連の案件が決定すれば、V字回復も見込める。
	□	金属製品製造業（経営者）	・この先良くなるトピックスを聞かないため、3か月後も現状の悪いままで変わらない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連事業の拡大、増加する顧客からの要求に更に応えるべく設備投資を進めており、業績及び景気への影響はもう少し先になる。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・値上げ交渉を行っているが、原材料費、エネルギーコスト、人件費という3つの大きな費用に対して増額を認めてもらうことが難航している。
	□	建設業（経営者）	・所得が上がらず物価が上がっているため、経済が停滞している。当分は現状のまま変わらない。
	□	建設業（経営者）	・工事の受注見込み件数は変わらない。
	□	輸送業（総務担当）	・繁忙期に入るため荷主の国内出荷量は少しずつ増える。ただし、輸出はないため大きな増加は見込めない。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢に伴うナフサ価格の高騰は、建設業界にも深刻な影響を与えている。住宅設備機器の納期遅延で引渡しが遅れ、特に年間施工棟数の少ない中小工務店では、資金繰りの悪化を懸念している。一方、卸売業では、仕入コスト上昇分については取引先に理解を得て価格転嫁ができていているという前向きな声も聞いている（東京都）。

	□	金融業（営業担当）	・受注ベースでいえば、先の見通しは現状程度で推移するという声が多く、大きく売上が伸びる要因は少ない。むしろ急激な金利上昇によるコスト増加と、最近の原材料、労務単価の高騰とが重なり、収支を悪化させる懸念がある。価格転嫁が後手に回っている企業が多いようである。
	□	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件で、飲食、不動産、美容、住居テナントの入居率に変わりはない。テナントの話によると、猛暑のためか昼間の来客が極端に少なく、これからも続くのではないかと心配している。
	□	不動産業（経営者）	・金利上昇の不安はあるものの、国内政治は安定しているため、大きな不安は広がらない（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・前月からの動きに特段変化はなさそうである（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・賃料改定の交渉過程において、一部のテナントを除き、大きな拒否反応もないことから、当面の景気は変わらず良好に推移する（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・この先も単月ではやや良くなったといえる月があるかもしれないが、上向くとまではいえない（東京都）。
	□	税理士	・景気が変わらない大きな要因は円安である。大手輸出企業は、以前は1ドル100円でも、今は同じ物を買って160円くらい入ってきている。逆に、中小零細の輸入企業は、例えば小麦、食肉を輸入して、同じ物に1.6倍払わなければならない。人件費も上昇しており、中小零細の経営はとても苦しい（東京都）。
	□	税理士	・原油価格高騰の影響は懸念されていたほどではなく、住宅関連資材も当初より循環している様子である。エアコンの買換え需要は顕著で、株価、金利、為替も安定している。夏後半は猛暑日が減り、アパレル業界は外出機会の増加による秋物衣料需要に頼りたいところだろうが、横ばいと予想している。
	□	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	・原材料価格の高騰に加え、賃金上昇の影響が出てくる。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社との競争、また、資材等の値上げが続くこともあり、当社を取り巻く環境は変わらない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・10～11月という、3～4年前までは年賀状印刷の受注で大体上向っていたが、今はほとんど見込めなくなっている。名刺印刷とか印鑑、ゴム印の方は変わらないため、例年と比べるとやや悪くなっていく見通しである（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・中東情勢の影響による製品値上げの実施以後、受注量が減ってきている。
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・サロンの客の来店周期が長期化しているため、サロン向けの売上が低迷している。新規オープン需要も減っている（東京都）。
	▲	建設業（経営者）	・物価上昇により案件数が激減するのではないかと、先々が不安である。
	▲	建設業（営業担当）	・世界情勢が安定せず、資材の値上げが止まらないため、物件数は更に減っていくとみている。業界自体も倒産情報が増えている点がマイナス要素である。
	▲	輸送業（経営者）	・燃料を始め全ての資材が高騰し始めており、取扱量の増加も期待は持てず、先行きは暗い（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・中小零細企業は人材確保のため多大な経費を投入して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想定ほど上がっておらず、赤字の取引先が多くなっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・引き続き円安や人件費の高騰が続く見込みである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・原材料が全てとっていい範囲で値上がりしており、原油調達の問題だけではなくなっている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年予算内で納まらない案件が多く、案件自体の中止や安価な代替品に切り替えられる傾向が強く、厳しい状況はまだ続く（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・世界情勢が不安定である。
	×	輸送業（経営者）	・ロシアや中東における情勢が不安定なことにより影響を受ける（東京都）。
雇用 関連	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・人材派遣ニーズの上昇及び長期派遣稼働率100%超えの状況が続く（東京都）。

(両開き)

(用図米)	○	人材派遣会社（営業担当）	・ 例年、秋以降は欠員補充、業務繁忙のため、各企業で人材派遣を利用するケースが増えることもあり、人材ニーズが右肩上がりが増加してくる。急激な成長というより、求人数、求職者数が徐々に増えていき、それに伴い、総派遣就業者数の増加が見込まれる。特に外的要因がない限り、例年どおり年度末まで右肩上がりの成長が見込まれる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の影響は続いているものの、物資供給の目詰まりについては解消されたという声を聞く（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 求人、求職とは別に、A I 活用のビジネスモデルが定着し始めている過渡期のため、停滞が少し続くとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人数は今後も同じような推移になる見込みである。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 求人数に大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ A I に任せる仕事とエンジニアが担うべき仕事の切分け、整理が整うまでは、現状維持が予測される（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・ 景気が更に良くなっている実感はないが、悪くなる要素も余らない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・ 一時の厳しい状況からは落ち着いたとの話が出始めている。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求人数は増減を繰り返しているが、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・ 景気は上向きにみえるものの、急激に良くなることない。10月には最低賃金引上げ等があり、ますます厳しくなる事業所が増えるともみている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 製造業、販売業含め、各企業の売上と収益の状況は余り大きく変わっておらず、安定している（東京都）。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・ 派遣受注が堅調な一方、企業依頼にマッチする人材の不足への影響はますます大きくなるものと予想され、成約数は鈍化傾向とみている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 物価の上昇に賃金が追いついていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 年末にかけては他の月より募集が減少する傾向があるので、3か月先の11月は今月より悪くなることが予想される（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・ 10月からの最低賃金引上げや改正労働施策総合推進法の施行など、経営を取り巻く環境は厳しくなる（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	・ 物価上昇の継続や中東情勢の不安定化によるコスト増加が家計の実質購買力や企業収益を圧迫することで、回復ペースが抑制されやすく、不透明感が強い。
	▲	職業安定所（職員）	・ 製造関係の事業所から、中東情勢の不安定化による材料不足や材料費の上昇により、受注しても納品ができず、利益が見込めないという話を聞いている。
	×	学校〔大学〕（就職担当）	・ 自然災害が続いており、先行きが不透明である（東京都）。