

・景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・夏季繁忙期を迎え、国内線、国際線共に、航空需要が伸びている。観光や帰省などでの利用に加え、半導体関連やコールセンターなどに代表されるビジネス関連の利用が堅調に推移しているほか、プロスポーツの2軍誘致やスポーツ合宿などの新たな話題がみられることもプラスであった。
	○	百貨店（売場主任）	それ以外	・前年と比べて、気温が低めに推移しているため、秋物のファッションアイテムやライフスタイルアイテムが、前年よりも早い8月後半から動き始めている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数が緩やかに増加している。それに伴って、購買件数、購買金額も増加している。この傾向は、今後とも続くと思われる。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量の増加に伴い、利益率及び経費率が改善している。
	○	その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・今年の当地域は、注意報が出るような高温の日がほとんどなく、夏としては過ごしやすことから、客足が途切れず、売上も安定的に推移している。夏物商材の動きは落ち込んでいるものの、定番品は順調に推移している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・4月にタクシー運賃を改定したことで、若干の乗り控えがみられたものの、そうした影響が落ち着きつつあることで、当社の経営状態も上向いている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・通信料金やサービス内容の見直しニーズが継続している。見直しの内容も、単なる価格重視ではなく、ポイント還元や付帯サービスを含めて、総合的に判断する利用者が増えている。一方、都市部と地方での需要の差、商圏や店舗による客の来店動向のばらつきもみられる。通信サービスに対する需要は堅調に推移しているものの、客の選別志向が続いており、契約に対する判断が慎重になっている傾向がうかがえる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・観光最盛期を迎え、国内客、インバウンド共に、特に個人客の利用が好調であった。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・売上の動きが徐々に良くなっている。ただし、商品単価の上昇による部分が大きく、来客数は売上ほど伸びていない。商品を買える人と買えない人がはっきりと分かれ始めていることがうかがえ、将来的には不安である。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・他地域と比べると、当地域は比較的過ごしやす気温で推移していることから、道外からの避暑を目的に、当地を訪れる観光客が多くみられた。そのため、観光関連業種や飲食店は、比較的順調に推移した。一方、一般消費については、物価やガソリン価格の高騰による影響もあって、低迷している。駐車場の稼働率も低下している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・8月前半は、地域の主要イベントが開催されていたこともあって、にぎわいがみられたものの、月末に近づくにつれて、利用客が減少する傾向がみられた。区域内の有料駐車場は、利用状況が3割程度となっており、そのうち管外ナンバーの車両による利用は3割程度にとどまっている。一方、有名飲食店や菓子店などは、多くの観光客が訪れていた。
	□	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから、売上が低調に推移しており、勢いがみられない。夏場は祭りなどのイベントが多く、例年であれば、売上も大きく増加するものの、今年は例年ほどの伸びがみられない状況にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・年金で生活している客が多いため、物価高が続いていることで、相当厳しい状況となっている。客から、商品を買いたいけれど買えないという声を聞く機会が増えている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・例年よりも涼しいことから、夏物商材の在庫消化が進まない。衣料品だけでなく、寝具や空調機器なども在庫が過剰になりつつある。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・7月は前年よりも気温が低かったことで、売上が前年を下回ったものの、8月は6月までと同様の水準に回復している。来客数は微減傾向にあるものの、値上げ分の上乗せがあることで、売上が前年を上回る傾向が続いている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・8月は気温が高めで推移したこともあって、飲料などの夏物商材の動きが良かった。また、イベント効果がみられたほか、観光客の動きも良かった。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温が上昇していることで、来客数は3か月前よりも増えている。ただし、前年の水準を下回る傾向が続いており、景気の落ち込みがうかがえる。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・商品単価が上昇傾向にあるなか、来客数、買上点数が頭打ちになっている。客は、生活必需品には金を掛けるものの、それ以外の商品については、今必要な商品かどうかを考えた上で、買物していることがうかがえる。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーによる一部車種の増産もあって、販売できる車種が増えているものの、客の動きが鈍く、なかなか販売につながらない。客が購入をなかなか決断できない様子もみられ、特に高額車種の動きが悪くなっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前は、新車、中古車共に、前年比120%程度の販売量と良かったものの、8月は新車が前年比80%、中古車が前年比160%となっている。中古車が新車の落ち込みをカバーしている状況となっている。
	□	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べて、カーオーディオなどの電装品や車内小物用品の売上が10%減少しているものの、タイヤ、ホイール、エンジンオイル、洗車用品の売上が伸びている。全体的にみると、自家用車に必要な商品の購入が目立つ一方で、便利グッズなどの必須ではない商品の購入が落ち込んでおり、客の購買動向にメリハリがみられるようになっている。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、中東情勢の影響が薄れていることで、関連商品の動きに変化がみられるものの、それ以外の商品に大きな変化はみられない。全体的に、一般消費者の購買動向は良くも悪くもなっていないため、景気は変わっていない。
	□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経営者）	単価の動き	・燃料油価格激変緩和対策事業が継続していることから、販売価格に変化がみられず、安定的に推移している。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数の前年比をみると、前年から1割減となっており、3か月前と傾向は変わっていない。一方、令和8年熊本地震の影響については、予約動向にそれほど変化はみられなかった。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・法人部門においては、周年事業や大型イベント案件が少なかったことから、需要が低調に推移しており、低迷が続いている。個人旅行については、需要に大きな増減はみられず、前年と同様の動きで推移している。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・イベント効果により、人出はあるものの、イベントの規模が例年と同様なことから、想定内の売上にとどまった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・人出は増えているものの、利用客が少なかった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客の動きが余り良くなく、乗客数に伸びがみられなかった。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・食品などの値上げの動きが落ち着いたこと、米が値下がりしていることから、客の支出引締め動きがやや和らいでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上は前月よりも良かったものの、来客数はほとんど変わっていない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ゼネコン業界は比較的好調なものの、住宅業界は厳しい状況となっている。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームに来訪する客の様子をみると、一部の客ではあるものの、今後の販売価格の上昇を見込んで、価格が安いうちにマンションを購入する動きがみられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・金利の上昇と資材価格の高騰が、今後も見込まれていることから、厳しい状況が続いている。
	□	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量、来客数の動きから、ほとんど変化のない状況となっている。
	▲	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・客の購買意欲が余り感じられない。ただし、極端に悪くなっている様子もみられない。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・例年、お盆期間は稼ぎ時であるものの、今年は気温の低い日が多かったことから、焼き肉用品や行楽用品などの夏物商材の販売が不振であった。8月中旬以降は、気温が上昇したことで回復傾向に転じたものの、全体的には、商品の価格高騰の影響や前年の備蓄米販売に伴う反動減もあって、客の買上点数が伸びてこない状況にある。
	▲	スーパー（従業員）	お客様の様子	・商品の値上げが続いていることから、売上はプラスになっているものの、客の節約志向が依然として強いことから、景気はやや悪くなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・値上げの影響もあって、売上が伸びている日もみられるものの、販売量が上向いてこない。8月は、天候が良かったにもかかわらず、販売量の動きが良くなっていないことから、景気が良いとはいえない状況にある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・暑さの影響はそれほどみられないものの、夏枯れという时期的な影響もあって、車の販売量はやや落ち込んでいる。令和8年熊本地震の影響により、メーカーの生産遅れがみられることもマイナスであり、全体的な景気は厳しい状況にある。
	▲	その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・仕入商材の値上げが続いていることから、消耗品などのふだん使いの資材の使用を抑えるようにしている。また、商品を過剰にストックしないよう仕入れを調整している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・来客数は例年並みであるものの、売上が前年を下回りそうなことから、景気はやや悪い。今年は気温の高い日が少なかったため、ビールの売上が少なかった。ただし、当地の夏の風物詩である大規模ピヤガーデンについては、前年を12%上回る来客数がみられたようである。食材の納品業者からは、ホテル向けの朝食用の納品量が増えたという話を聞いた。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・お盆期間も含めて、夏場の集客が減少傾向にある。全国的な猛暑や食料品価格の上昇により、客の旅行控えが顕在化している。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・例年であれば、8月末から、紅葉シーズン、年末年始、冬休みの旅行相談に加え、スキーやスノーボードを目的とした当地域内リゾートへの旅行相談が徐々に増えてくるものの、今年は、例年と比較して、相談件数が明らかに低い水準にとどまっている。
	▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・天候不順の影響により、期待していた来客数を下回った。観光客は、インバウンドだけではなく、国内観光客もそれなりの人数が当地を訪れていたものの、天候が影響して、現地での行動が抑制され、当施設の利用につながらなかった。
	▲	美容室（経営者）	それ以外	・円安の影響により、輸入商材が年に2回くらいの頻度で値上げしている。客からも、もう買えないなどの声を聞く機会が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安が景気悪化の根本的な要因となっている。円安により、消費者物価が上昇していることで、実質賃金が減少し、客の節約志向を招いている。ある調査によると、衣食住のうち、衣が1番の節約対象となっており、おしゃれ度の高いものほど節約するということであった。当社の商品は、比較のおしゃれ度が高く、低価格帯の商品ではないため、大きな影響を受けている。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・セールの開催により、少しでもにぎわいを取り戻すことを期待していたものの、集客が厳しく、オーダー商品の買い控えも多くみられた。厳しい状況からなかなか抜け出せずにいる。
企業 動向 関連 (北海道)	-	-	-	-
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・7月以降、当地域内での売上が増加傾向にある。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・残暑が続いているものの、現場での熱中症対策が浸透、徹底されていることから、工程への影響は生じていない。おおむね好天に恵まれていることで、各現場の進捗は良好であり、出来高も順調に積み上がっている。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・受注量が増加している。物量も増えていることから、景気はやや良くなっている。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・データセンターやGX関連産業の動きが活発になっていることで、当地経済の盛り上がりが見られる。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・受注単価や販売単価が上昇している企業が増加している。特に非製造業で価格転嫁を進めているという声を聞く機会が増えている。ただし、原材料価格や仕入価格の上昇、人件費の増加が収益を圧迫しているという声も多い。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・現状、順調に売上目標を達成していることから、景気はやや良くなっている。
	○	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・建設業の業績が順調に推移している。取引先の様子や設備投資の動きをみても、前年より好調な企業が増えている。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	取引先の様子	・人手不足や資材価格高騰などの影響もあって、先行き不透明感や企業間の差異はみられるものの、底堅い公共投資、着実な民間設備投資を背景に、国内全体の建設投資は伸びがみられる。そのため、景気はやや良くなっている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・本格的な収穫期を間際に控えているなか、りんごについては、まずまずの動き出しとなっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・価格改定に伴い、受注量が減っているものの、売上は横ばいで推移している。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・住宅着工棟数が増加しそうな雰囲気もあるものの、金利上昇の動きを受けて、戸建て住宅の購買意欲が落ち込むことが懸念される。戸建て住宅を取得するために必要な年収が平均1000万円まで上昇していると言われていることもあって、当社を取り巻く環境は厳しい状況にある。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間建設の契約が徐々に成立していることで、景気が上向いている面もあるものの、物価高の影響により、利益をそれほど得られない状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・案件自体はあることから、景気は上向いている。ただし、対応できる人材が不足していることで、案件を断るケースも生じている。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・乳製品関連は、例年と比べて、本州での生乳生産が堅調なことから、本州向けの物量が減少している。それと連動して、バター、粉乳の在庫も積み上がっている。トレーラー輸送は、イワシが不漁なことで、魚粉の保管、輸送で大きな打撃を受けている。また、台風などの影響により、輸送ダイヤが乱れ、コンテナ専用台車の滞留が発生しており、解消のためのコスト負担が増加している。一方、農産物関連は、新玉ねぎが順調に動いており、今後に向けて、大いに期待できる見込みとなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、ベース商品の売上見込みが減少傾向で推移している。多種にわたる商品が値上がりしているなか、売上が減少することは取扱量が減っているということになる。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・受注量は、例年よりやや少ないものの、件数的には足りている。ただし、資材価格や電気料金などの経費が上昇していることから、経営的には厳しい状況となっている。一部では、賃上げや業績改善により、景気が緩やかに持ち直しているとの見方もあるものの、地方都市においては、賃上げなどの話を聞く機会は余りないのが実情である。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・時期的な要因もあって、8月の売上は例年とそれほど変わらないものの、3か月前の業績がかなり良かったことから、3か月前と比較すると、景気は若干悪くなっている。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-	-
	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・直近3か月の新規面談実施数は落ち着いているものの、書類推薦数や1次面接に進む件数は増加傾向にある。これは、転職相談にとどまる層よりも、転職を実際に進める意欲の高い求職者数が増えているためとみられる。求職者の具体的な行動が活発化しており、内定や入社に直結する前向きな動きがみられることから、景気はやや良くなっている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・運輸業、不動産、外食産業などで改善の動きがみられることで、求人情報誌が横ばいとなった。ただし、宿泊業や建設業、小売業は低迷している。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・季節要因を考慮すると、業種にかかわらず、求人数は3か月前と大きく変わっていない。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	周辺企業の様子	・農業については、収穫期を迎え、順調に推移している。観光関連も好調で、これまで季節運航便であった航空路線の通年就航が決定したほか、来年には4つのホテルの開業や民泊の増加が予定されていることから、今後の需要拡大も期待できる。ただし、こうした好況の恩恵を受けているのは一部の業種にとどまっている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が減少傾向であることに変わりはないものの、求人事業所数が横ばいとなったことから、人手不足を要因に、企業の雇用意欲の高い状態が続いている。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・管内の新規求人数は前年を下回っているものの、人手不足と求人抑制が並行して進んでいることから、景気の良しあしを判断しづらい状況となっている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・当地の7月の月間有効求人倍率は0.73倍であり、前年を0.08ポイント下回り、12か月連続で前年を下回った。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、減少傾向で推移している。ただし、減少幅は月によって上下しており、求人数の減少が景気の悪化によるものとはいえない状況にある。物価高騰や人件費負担の増加、人口減少及び少子高齢化の進行といった様々な要因を注視することが必要になっている。
	▲	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・物価高や企業収益の先行き不透明感から、採用を抑制する企業が増えており、求人数が減少傾向にある。
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・夏祭り、夏休み、お盆休みにより需要が増加している。
	○	一般小売店 [酒](経営者)	来客数の動き	・夏祭りがあり、観光客が増加している。
	○	一般小売店[医薬品] (経営者)	お客様の様子	・お盆休みが長く帰省客が多かったようで、数年ぶりに来店した客が多くみられた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（経営者）	販売量の動き	・セール期間に入り、今まで生活防衛意識を背景に控えられていた衣料品の消費が活発になっており、徐々に衣食住の全領域で好調に推移している。また、祭りやお盆の時期においては、県外から訪れた若年層のファミリーや友人同士でショッピングを楽しむ客が多くみられた。
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比2けた以上の伸びとなっている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの影響もあり1品単価は前年より上昇しているものの、買上点数は変わらず、結果的に売上は前年より良くなっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・今年のお盆商戦は良い物を必要な分購入する傾向が強くみられた。全体でみても買上点数は増加、客単価は上昇しており、売上は比較的良好である。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーによる生産調整が奏功し、若干ではあるが利益率の高い車種の配車量が増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・車の購入を検討している客の来店が増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車販売台数は3か月前比102%、中古車販売台数も同106%と上向いている。既存客の動きに変化はないが、新規客への販売台数が同139%と好調である。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・ここ数か月の販売台数は新車、中古車共に順調に推移している。新車は環境性能割終了の影響によりやや陰りがみられるものの、前年比110%を維持し、全体収益を押し上げている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・お盆休みの影響により今月は客足が鈍かったものの、来月以降の予約状況は良い。
	○	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・お盆期間中の来客数は前年比103%となっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・8月はイベントが多数あり、インバウンドよりも国内客の動きが良くなっている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し100.8%となっている。予算を達成し、おおむね好調といえる。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は3か月前の伸び率には及ばないものの、前年を上回っている。物価高の影響はみられない。
	○	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が上昇している。大口客が数日来場したためとみている。
	○	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・物価の上昇や人件費の増加はあるが、販売価格も引上げており、売上は増加している。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年と変わらない。猛暑のため滋養強壮剤などがよく動いているが、販売量の動きは良いときと悪いときがある。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・夏物商材の動きは依然として鈍く、仕立ての注文もない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は3か月前比ではやや良くなっているものの、前年比では減少している。物価上昇に加え、地方では賃上げの実感が乏しく、消費マインドは低調である。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・話題の本や地元ゆかりの作家の作品は堅調に動いているが、それ以外の商品への購買の広がりはみられない。
	□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・来客数は前年より増加しているが、売上は比例していない。必要最低限の購買行動が続いている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・景気が上向く要因が見当たらず、消費者の購買意欲も低調な状態が続いている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・特売やイベントなどを実施して販売促進の強化を図っているが、買上点数に結び付いておらず、客単価も上がっていない。お盆も購入は必要最低限で、あと1品を手にとってもらえない。ごちそうも材料を購入して作るのではなく、即食性の高い商品だけを購入している。
	□	スーパー（店舗運営）	販売量の動き	・お盆期間中は前年並みだったが、前半とお盆明け以降は買上点数の減少がみられ、やや苦戦している。
	□	スーパー（業務担当）	お客様の様子	・中東情勢の先行きは依然として不透明であり、物価高も続いているため、客の購買行動にも変化はみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・前年より気温が低く夏物商材が苦戦している。今夏はシーズンを通して同様の傾向となっている。
	☐	スーパー（販促担当）	単価の動き	・お盆商戦が終わると消費が落ち込む時期に入る。ナフサ関連の影響やメーカーによる値上げ分の価格転嫁により、平均単価は前年比103%と上昇しているが、販売点数は前年比98.3%となっている。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・天候が悪く、商品の値上がりに賃上げが追い付いていない状況に変化もないため、3か月前とそれほど変わらない。ただし、店舗前の工事の影響により道路が片側通行になったため、来客数が減少している。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・物価の上昇も今月は落ち着いており、景気に変化はない。
	☐	コンビニ（経営者）	それ以外	・夏は繁忙期だが、経費の著しい増加により経営が厳しくなっている状況に変化はない。相次ぐ値上げにより来客数も減少傾向にある。例年は夏の収益で冬の経費増加分を補っているが、今年はそれも難しい状況である。
	☐	コンビニ（店長）	お客様の様子	・現状を維持できるよう試行錯誤をしている。
	☐	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・企業のお中元の増加に加え、作業服の受注も増加しており、好調である。
	☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・競合店の完全閉店と別の競合店の改装により来客数が増加し、一時的に売上が増加している。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・物価上昇が続くなか、来客数は減少が続いている。
	☐	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・省エネ基準の変更を前に、引き続きエアコンが好調である。パソコンは前年の買換え需要の反動減がみられる。テレビや白物家電は、値上がりしているものの買換え需要は根強いと、単価が高くなり売上が増加している。
	☐	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・取引先では、顧客の要望により部品の交換を先延ばしする事案が多いという話を聞いている。
	☐	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産のため数か月先に販売する商品の受注活動をしており、変化を求めることが難しい。
	☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・早い段階で完売するマンションもあれば、販売に苦戦している物件もある。立地がよく資産価値のある物件は売れている。客の様子からは金の使い方などに差がうかがえる。全体でみると変わらない。
	☐	その他専門店【酒】（経営者）	来客数の動き	・来客数はお盆を挟んで小康状態が続いたものの、帰省客の来店や猛暑が続いたことにより商品に動きがみられた。
	☐	その他専門店【白衣・ユニフォーム】（経営者）	販売量の動き	・前年は熱中症対策の義務化もあり、空調服はメーカー在庫が底を突くほどの売行きだったが、今年は夏物の動きが今一つである。
	☐	その他専門店【靴】（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少が続いている。夏だからサンダルという風潮も薄れてきている。
	☐	その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・天候や気温の影響により、販売量が前年比5%以上減少している。販売価格が高止まりしている影響も含めて1台当たりの給油量が減少している。
	☐	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	お客様の様子	・来客数や販売好調な店舗の業績に余り変化はない。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・上旬の来客数は比較的好調だったが、中旬以降は大きく減少し、客単価も低下している。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・良くも悪くもない状況が続いている。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が少ない状況は変わらない。県内の夏祭りの来場者数も減少している。
	☐	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・売上は例年並みだが、問合せ件数などは例年より少ない。
	☐	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・先行きの見通しが立たないような状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・夏季休暇により営業日数が少なかったため契約数は減少したが、既存利用者の解約数も少なかったため、契約者数は純増となっている。特にインターネットサービスの解約者数の減少が目立っており、夏期間のデータ通信量も大幅に増加している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数量は例年並みである。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・お盆を中心に雨に見舞われたものの涼しく、上旬に開催したイベントの効果もあり、来客数は猛暑だった前年を少し上回っている。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・常連客の高齢化に伴い、来店頻度の低下や来客数の減少がみられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来客数に変化はない。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はエアコンの省エネ基準変更前の買換え需要に落ち着きがみられる。リフォームは物価高による買い控えや原材料、資材の価格高騰の影響から、低迷が更に進んでいる。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・小売価格の上昇が続いている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・地域住民を含む来街者数が減少している。生活防衛意識による消費への慎重姿勢が見受けられる。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少傾向にあり、今月は3年前の約半分である。一方、売上は3年前比2割減少にとどまっている。これは高単価商品の購入客の比重が高まっていることを意味している。医薬品もほとんどがネット通販で入手できる時代であり、価格や利便性だけでなくトータルなサービスが求められている。
	▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・天候不順もあり、入店客数は前年比マイナスである。ただし、ラグジュアリー商材の売上好調に伴い、客単価及び1品単価が伸長している構図は変わらない。
	▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・8月の平均1品単価の前年比伸び率は2%強の推移となっている。全国各地の自然災害や天候不順の影響もあり、買い控えがあるようにみえる。来客数、買上点数も前年比マイナスが続いており、消費環境は芳しくない。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が低く、売上は若干低下している。米は前年比93.7%、飲料は95%、ビール類91.9%、アイス90.9%となっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数は3ポイント減少しており、やや買い控えの傾向にある。値上げにより客単価は1.2ポイント上昇しているが、減少分を補い切れていない。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量、来客数共に微減となっており、客単価の上昇ではカバーし切れず、前年割れの状況が続いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今年の夏は例年のような気温上昇がみられなかったことから来客数に影響が出ており、季節トレンドに沿った推移とはなっていない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・梅雨明けが遅く、明けてからも雨が続き、週末を中心に来客数が減少し、売上も伸びていない。全国的に自然災害が頻発していることも、客の動きに影響を与えている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年と比べて雨の日が多く、気温が30度を超える日も少ないので、販売量が減少している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・春夏物は終わるが秋物にはまだ早く、客足が鈍くなる時期である。それに加え、物価高の影響も少なからずあるようにみえる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は前月以上に減少している。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・梅雨明けが遅れ、夏らしさを感じる日が少ないままお盆を迎えたことで、夏物商材を購入する消費者が減っている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・今年は梅雨が長くお盆前後もそれほど暑くならなかったため、夏物の需要が低迷し、買換えの機会が減少しており、厳しい状況となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・8月は夏物商材の構成比が高く、気温の高い日が続かなければ、売上、販売量共に伸びなくなる。前半は気温が高く、エアコンを中心に夏物商材がにぎわいを見せ、販売量だけでなく来客数も伸びていた。しかし、お盆を過ぎた頃から台風など天候の悪い日が続いたため、販売量、来客数共に減少している。特に夜間の気温低下が激しく、熱帯夜がほとんどなかったため、エアコンなど夏物商材が失速している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売になっているものの、販売量が伸びない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・稼働日数は3か月前とほぼ変わらないが、販売量は7割程度で推移している。新型車の発売がなく、メーカー支援も減少していることから、販売量は減少傾向にある。
	▲	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数は低水準で推移しており、緩やかな減少傾向が続いている。
	▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・前半の売上は悪くなかったが、お盆明けは急激に落ち込んでいる。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・スーパーへの行き帰りの車内などで、客とお買い得品や節約について話すことが増えている。また、外食に出かける人が減っている。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇により先が見えない状況である。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・予約客は前年並みだが、振り客が減少している。来店すればそれなりに買物をしており、客単価も前年を超えているが、来客数が総体的に減っている。金に余裕のある人は来るが、ない人は来ないという2極化が進んでいるとみている。
	▲	ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・予約数が減少している。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価が96.8%と前年割れとなっている。猛暑も原因の1つか、施術内容をパーマからカットに変更する客が増えている。
	▲	その他サービス[寮管理]（管理人）	お客様の様子	・帰省しない学生が前年よりも増加している。アルバイトをしている学生も多く、家計を意識している様子がうかがえる。学生の親からは、教育費負担が増しており大変だという声を聞く。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・県内官公庁における発注件数や予算規模が減少しており、地元設計事務所を取り巻く環境は悪化している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・プレミアム付商品券が販売されたが、売上は特に伸びていない。根底には物価高に対する消費の節約・儉約志向がある。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前の来客数は前年比118.6%だったが、今月は同100.8%となっている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・来客数が減少しており、業者の納品数も減少している。周りの飲食店でも同様とのことである。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光客数は、夏祭り期間は例年並みだったが、それ以外の期間は非常に少なくなっている。
企業動向 関連 (東北)		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大口工事、一般工事共に受注は堅調に推移している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連事業の動きが良い。また、一部デバイス関連事業の需要も伸びている。
	○	その他企業[協同組合]（職員）	受注量や販売量の動き	・原油・ナフサ由来の原料や資材の調達環境は改善しており、半導体や自動車関連を中心に受注や引き合いが増加している。一方、仕入価格の高止まりや価格転嫁の難しさに加え、人手不足に伴う人件費の増加などから、十分な利益確保には至っていない。しかし、先行受注も相応量が見込めるとの期待感もあり、景況感は好転している。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年並みで推移している。夏祭り期間中は好調だったが、お盆休みの土産需要と一部重なったとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、景気が悪い状況に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	食料品製造業（製造担当）	受注価格や販売価格の動き	・取扱商品の原料価格が高止まりしており苦戦を強いられている。また、土日の観光客と平日の地元客、サラリーマン客との差が大きい。
	□	木材木製品製造業（従業員）	取引先の様子	・見積りの引き合い件数は前月より増加しているが、これは季節要因によるところが大きい。一方で、実際の受注確定や現物の出荷・納品といった荷動きに伸びはみられず、依然停滞している。足元の引き合い増加が本格的な需要回復につながるかは不透明である。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの受注において、前年まであった定例案件が廃止又は失注となるなど取引先の発注環境に変化がみられる。適正価格での見積り、値上げ要請が影響している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客からは中東情勢の影響は軽減しているとの話を聞くが、受注状況は依然として低調である。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・受注の動きには余り変化がない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築工事の受注は少ないが、改築、改修工事の受注は毎月一定数ある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・数年先までの受注量が確保できている。景気が良い状況に変化はない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・延期が続いていた中国向け機械装置の出荷が確定した。しかし、その他の輸出貨物や国内輸送貨物の取扱は、荷動きの鈍化が続いている。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からの値下げ要請の傾向に変わりはない。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・8月は祭りを始め県内各地で県外からの観光客の流入が好調であり、取引先の飲食・宿泊業の売上、稼働率は前年同月と同水準かそれ以上で推移している。一方で、住宅着工件数は伸び悩み、住宅ローンの受付は低迷している。原油由来製品の調達困難や価格上昇の影響を受けている特定の業種は苦戦が続いている。企業の設備投資動向、資金需要も変化はなく、総じて景気は変わっていない印象を受ける。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告市場は3か月前とほぼ変わらず、前年同月比では微減で推移している。イベント関連や娯楽施設の広告出稿はやや好調だが、人件費や原材料価格の高騰が販売促進費を押し下げる要因となっている。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の広告費などに大きな変更はみられない。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・取引先の受注量や発注頻度に変化はなく、商談のペースや取引条件も3か月前と変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・飲食業、小売業共に値上げが目立つ。消費者の購買意欲を減退させている可能性がある。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業は業績が安定している顧客が多い。一方、製造業、建設業は業績がまちまちだが、特に建設業では業績が悪い顧客が多い。人手不足や資材価格の高騰などが影響し、利益を出しづらい状況にある。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆前までの受注が低調だった。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・天候不順が続いたため、観光地への集客が伸び悩んでおり、影響が出ている。
	▲	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・果物の取引価格は例年並みである。しかし、資材価格、人件費の増加により利益率が下がっている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主力である印刷の仕事が減っている。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力であるノートパソコンの受託生産においては、受注数が減少傾向にある。メモリやSSDなどの部材高騰による価格改定の影響が、大口顧客が慎重になっている。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・予定していた案件の契約が物価上昇の影響により遅延している。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・仕入価格の高騰に加え、競合他社の動きも活発化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	不動産業（従業員）	それ以外	・不動産の供給過多が続くなか、新築分譲住宅の価格高騰により、購入検討者とのミスマッチが生じている。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・令和8年産の新米の取引価格が前年比大幅減となる見通しであることから、令和7年産の米の在庫も値下げせざるを得ない状況である。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が大幅に減少しており、厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	-	-	-	-
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・物価高や中東情勢への懸念は残るものの、あらゆる業種や業界で求人意欲が強くなっており、相談も増えていることを実感している。
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数は増加傾向にあり、前年比では3か月前の約80%から110%近くまで回復している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が2か月連続で前年実績を上回り、有効求人数は4か月ぶりに前年を上回っている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の増加もなく、景気に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求職者数は増加、有効求人数は減少が続いている。新規求人数は製造業が5か月連続で前年同月を上回っている。半導体関連を中心に活況であり、業種を問わず求人の申込みがある。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中東情勢の影響により、多くの企業がナフサ関連資材の仕入れに時間を要しており、物価高の影響も受けている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・物価高の影響により、卸売小売業で求人を控える動きが続いている。また、製造業からは資材価格の上昇分を単価に上乗せできないという声が上がっている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・社会情勢や円安を要因とした資材等の原価高騰により、予算が足りず求人広告等に費用を掛けられない企業が多くなっている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・少子高齢化に加え、就職期の女性を始めとする若年層の県外流出が加速しており、医療福祉や公共交通分野における担い手不足が深刻化している。また、物価上昇に伴う家計負担の増加などから、個人消費は不安定な動きとなっている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の有効求人数は前年同月比で減少し、有効求職者数は増加している。また、有効求人数と有効求人倍率は8か月連続で前年比マイナスが続いている。総じて弱含みで推移している。
	×	アウトソーシング企業（経営者）	求職者数の動き	・前月にスタッフの募集を行ったが、副業として希望する人が非常に多かった。物価上昇が続くなか、本業の収入だけでは生活ができなくなっているためとみている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	-	-	-	-
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・値上げの影響が大きいいため、今後もまだしばらくは売上が増えていく。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・お盆期間や各種イベントの開催により、来店客が増加し、店内の購買意欲も高まっている。全体的に売上は好調に推移し、良い状況となっている。特に、お盆期間中は帰省や行楽等の客の来店もあり、通常とは異なる時間帯でも多くの客が利用している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・一部改良した主力モデルが好評を博し、順調に販売数を伸ばしている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが良かったので、前年同月比で8%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年と比べて猛暑が厳しくないことや、前年開催の大阪・関西万博の反動等により、来園者数が増加している。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・若い世代に人気のあるフェードカットのスタイルが中高年層にも抵抗なく波及してきている。地域で先んじてメニュー化していたため、先行者利益が得られている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・政策金利上昇により住宅ローン金利が上昇する危機感からか、駆け込みに近い需要が増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・取引業者から値上げの要請があり、販売価格に転嫁せざるを得ない状態だが、必要な物は多少高価でも買い求める客が増えてきている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月はお盆休みがあり、各地でイベント、納涼祭や花火大会が行われ、皆が出掛けており、とてもにぎやかで良かった。しかし、平日は暑さが厳しいことや天候不順が続いているため、外出を控えている人が多い。大型店はクーラーが効いているため、遊びに行くように買物をしているが、大した期待はできない。
	□	スーパー（経営企画）	お客様の様子	・値上げになった商材もあり、1人当たりの買上点数は減少傾向が続いているが、客単価は上昇傾向である。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・諸物価がかなり上がっている影響もあるのか、新車や中古車の販売が微減で推移している。
	□	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・平均単価は105%以上で推移しているが、販売数の落ち込みは止まらない。結果として売上はマイナスが続いている。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主力の給食部門では、食材関連の値動きが大きい状況が続いており、収支面への影響も大きくなっている。クライアントにも了解をもらい、献立や食材構成を柔軟に調整することで影響を緩和し、提供内容の維持向上に努めている。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・例年8月はハイシーズンである。月間を通して3か月前の5月より確実に来客数は増えなくてはいけないところ、今年は動きが非常に鈍かった。天候や地震災害等、消費マインドや生活環境の変化、生活費の上昇等から、旅行控えがあったと推測される。
	□	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は、夏休み期間や地域のイベント等もあったため、高単価、高稼働で推移している。料飲部門は低調であり、全体としては変わらない。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3か月前の5月は繁忙期のため、8月より販売量が多いのは通常どおりである。今月については例年並みである。
	□	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・売上が大きくは伸びていない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・販売量に注目すると、8月に入ってから、物価高騰対策で各市町村経由で配布されているプレミアム付商品券を利用して購入する客が少しだが発生している。換金性もあり、利用期間が決まっているため、一時的ではあるものの、経済効果を実感している。今後も定期的な対策の実施を期待している。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・米価の低下は実感できるが、他の食品を含めて値上げが控えているものも多く、決して消費が改善する状況にはならない。
	□	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・今月に入るまでは予約は好調に伸びていたものの、台風や降雨の影響もあり、キャンセルが多数出ている。期待していたお盆期間の影響が大きかった。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築業界はコスト調整が極めて困難であるため、価格高騰が抑えられず、プロジェクト進行が停滞する。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、物件の問合せが少ない。特に、小さな飲食店は閉業が目立っており、後継者等の問題で廃業する店舗も増えている。不動産、貸店舗、アパート等についての問合せも余り増えていない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・以前と変わらず、依頼事項は一時的な依頼が多く、景気が良くなったからという積極的な依頼ではない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年からのシールブームが一段落している影響により、文具部門の落ち込みは、今後激しくなる予想である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で3か月前と比較すると、8月、3か月前共に前年の売上は上回っているものの、3か月前より1割程度下回って、やや悪くなっている。7月末に発生した令和8年熊本地震、令和8年8月千葉豪雨、そして8月末の北陸での大雨と、大きな災害が続いている。国民性として、大きな災害があると娯楽を控える側面があるため、観光業を営む当社の売上は必然的に3か月前よりも良くない。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・今月も来客数は前年割れとなっており、売上も前年未達である。今後も回復の兆しはみえない。
	▲	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・以前と比べ、チラシ発行時の集客が8%程度悪い。物価高騰の影響は否めず、買上点数の減少が続いている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・関東地方、特に首都圏に大雨が降り、観光客の数が大幅に減っている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・天候に左右されやすいこの時期は、季節商材の伸びが鍵となるが、一旦猛暑も落ち着いて、エアコンの伸びは一つである。
	▲	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・2027年に新たな省エネ基準が開始されることを背景としたエアコンの買換え特需が一服し、来客数も低調な推移となっている。また、前年のパソコン特需の反動減もあり、販売数量が前年を大きく下回っている。
	▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・地震や台風等、全国的な災害や悪天候が続いたことが、直接影響している。
	▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・8月はお盆休みもあってそれなりに動いたものの、単価はいつもより低めである。暑さもあるが、物価高もあるため、できるだけ出費を抑えたい心理が表れている。
	▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前はフリー客の動きは弱いものの、事前予約である程度席が埋まっていたが、今月は空席が目立つ。
	▲	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・夏らしい天候にならず不安定な天候が続いているため、日帰りのインバウンドの来訪に影響が出ている。
	▲	通信会社（総務担当）	単価の動き	・現行商材の値上げが続き、販売は減少している。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・季節が変わりエアコン需要が減ってくるため、売上も下がってくる。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・台風や地震等の自然災害が頻発しているため、生活必需品以外の購買意欲が鈍化している。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・様々な物の原価が上がっており悪くなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・8月に入り、極端に利用客が少なく驚いている。今までは午前中くらいは動いていたが、今は朝から動かず、待機の時間が長い。お盆時期でも帰省客は少ない上に、送迎車も多く、タクシー利用客は減っている。夜間の利用客もいない。車社会の当地では、6月の料金値上げの影響が出ている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・多数のメーカーから値上げの連絡があり、当社も販売価格を上げざるを得ない。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-	-
	○	*	*	*
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・収入が若干増えた消費者は、多少余裕が出てきたためか購買意欲がみられる。しかし、この先も物価上昇が控えており、先行きは不透明である。当社仕入先の農産物生産者は、肥料や資材の価格高騰が激しく、特に、価格暴落が予想される米穀の生産者は中小規模を中心に、今後の事業継続に悩んでいる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・必要なものだけが購入されている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏休みで工場の稼働も落ちており、これといって目立った仕事の動きはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・どちらかというと下向きのイメージだったが、50社ほどある取引先企業からではなく、個人客から2件の高額製品受注が入ったため、売上は今期の単月で最高になっている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全ての取引先が、お盆に9連休で仕事を抑えたため、非常に少なく大変な状況である。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産は計画どおりに進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・暑い日が続き、夏物家電のエアコン、冷風機、スポットクーラー、サーキュレーター、熱中症対策の空調ベストや工業扇風機など、物量は前年比15%ほど増えている。しかし、燃料、コスト、人件費等は高騰しており、荷主からの運賃値上げもあり、利益的には薄くなっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・多くの取引先で仕入単価が上昇しており、価格転嫁もしているものの、1度上がった価格が下がることはなく、業況的に変化は少ない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・SNS広告は活況なものの、広告代理店に依頼する件数は少ない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・消費行動は例年並みである。夏休み時期ということも考慮しても、行楽地などの人出はさほどではない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・中東情勢の影響による材料価格上昇分について、企業間取引では価格転嫁が進んでいる。
	▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い物件はあるものの、発注に至らない。
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の部署再編が行われる予定があり、定期業務、特に清掃部門において業務の削減が始まっており、売上が減少している。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・この時期は夏休みの学生を対象として、お盆等の人手不足を解消することを目的とした募集が多い。食料品、野菜を中心とした総菜、贈答品等の購買が増えている。生産はお盆の長期休みがあったが、販売は良く、観光地等の客足もかなり伸びていたようなので、全体としてはやや良くなっている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・人気機種の新型販売が予定されているため、下取り検品業務の増加等が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・当地区は観光地だが、国内観光客の入込数は順調で、インバウンドも8月については、多く来ている。土産物店、宿泊施設関係の納入業者等に聞くと、非常に動きがあるとのことである。ただし、物価高もあって、買い控えやサービス提供の減少等もあるため、総じて変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人員募集の背景として、業績拡大による増員は少なく、欠員補充が多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で3か月ぶりに増加したものの微増であり、増減を繰り返している状況は変わらない。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・ここ最近の求人数の動きを前年と比較しても、大きな変化は見られない。
	▲	*	*	*
	×	*	*	*

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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔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きている。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寄せている。
	○	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、仕事が回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、売上ベ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）。

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
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・暑さに加え、最近では降雨が多いため、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てしまったが、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、少なくともの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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・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びていることに加え、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 카테고리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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（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べている。
	□	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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（役員）	お客様の様子	・し好品やぜいたく品などのカテゴリ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が、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る（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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	ゴルフ場（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思われる、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、まだ景況感の良いくない（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上となっており、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見える（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ところで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		*	*	*

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
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り、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、ペ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・同関連産業（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、落ち着いている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きている。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	・ 暑さのせいか、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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	税理士	それ以外	・夜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で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・同関連産業（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・同関連産業（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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・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。
	×	*	*	*

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏祭りや土用の丑の日、お盆期間等もあったが、前年同月比でもプラスになっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・開業して50年近いが、8月の客室売上が過去最高となっている。花火大会、大きな祭り、各週の土曜日で、客室単価が10%以上も上がり、販売量も増え、客室総収入が前年実績の20%増加となっている。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・業務発注件数が増え、利益率の良い業務を選べる環境になり、価格転嫁も実現している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・8月は学校が休みになり、皆あちこちに出掛ける習慣が昔からあり、多少は活気付いて街もかなりにぎわっている。現状のまま推移することを期待している。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・店舗全体の売上は前年を上回る見通しである。催事、リモデルした化粧品、小型店が堅調に推移している。また、プレミアム付商品券の利用もあり、売上の押し上げに貢献している。ただし、値上げや災害、世界情勢による影響は引き続き不透明であり、不安材料を払拭し切れない。
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・売上は前年比100%で横ばい、来客数は8%減少している。客数は減少しているものの、8月から高齢者施設に食材の納品が始まり、1か月たって売上が幾らになるか、売上確保はできているのでうれしい。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・賃上げやボーナスの増額等で、多少財布のひもが緩んだかもしれないが、これが持続するかどうかは疑問である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・猛暑により、飲料や冷凍商材の動きが上がっている。お盆も例年なら落ち込むが、今年は例年ほど落ち込むことがなかった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 新型車や電気自動車への補助金等の効果により、新車受注が好調で、供給不安も早期受注に拍車を掛けている。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・ 3 か月前と比べて今月の販売量は前年よりも良かった。物価上昇や休みが多かったことで、特にお盆の前半は良かったが、後半は令和 8 年熊本地震の影響や、令和 8 年 8 月千葉豪雨、また、直近では、石川、富山、福井などに豪雨災害があり、落ちてきている。ただし、8 月ということで販売量は動いてやや良いのは当然の結果である。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ お盆期間は予想外に来客が少なかったものの、前後の平日は安定した来客数があった。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・ 物価高で財布のひもが固くなり余り良くないが、少しだけ上向いてきている。この先消費税減税で食料品は安くなるが、その分割高になる外食は悪くなるだろうと心配している。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 予約状況や宿泊実績等から判断して、前年より上向いている。当館を利用したいというニーズの底堅さを実感している。ただし、人の動向が天候に左右されやすい業種なので、天候の大きな変動には、絶えず注目している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ コロナ禍以降、夏休み関連の動きは、お盆等の一部に集中するというよりも、1 か月を通して分散する形が続いている。そうしたなかで、今年は月を通して宿泊客の動きが活発で、売上、収支が大幅に伸長している。
	○	タクシー（経営者）	販売量の動き	・ 運賃改定を行い、営業収益の増加につながっている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・ 引き続き、新規加入者は順調に増えているため問題はないが、リソースの不足もあり、工事自体の遅れが課題になっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・ 天候にも助けられ、夏休みは国内観光客、特に家族連れが多くにぎわった。今年は県内の各観光地で来客数が多いと聞いている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・ 今年の夏は災害続きだが、来客数は前年並みを確保できそうである。客の買上点数は多くないものの、各種値上げが続いているため、客単価が上がっている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・ 季節商材の動きが緩やかになり、7 月までの動きは見られない。9 月、10 月と商材や部材等のメーカーから値上げ情報の通達が続いているが、消費者の買い急ぎはみられない。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・ アパレル系は苦戦しているものの、高額寝具等の売行きは悪くない。全体としては良くも悪くもない。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・ 祭りやお盆のようなハレの日と通常の日の落差が大きい。同様に年配客対象の一律 5 % 割引日への集中も加速しており、節約意識がうかがえる。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 買い回り頻度が低下し、まとめ買いの傾向は継続している。客の購入の仕方をみても、日常使いのものは一段階グレードを落とした商材の構成比が増加している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 当店の客は比較的高齢者が多く、どこかに引っ越したり様々な事情で来店が減り、来客数的に厳しいため、売上も同様に厳しい。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・ 前年に続き、気温がかなり高く推移しており、客の動きも変化してきて、やや難しい方向になっている。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・ 夏物需要が低下し、前年と比べて来客数が減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 今月も車検、一般整備は目標をクリアしているが、車両販売は価格の安い中古車以外は低迷している。物価高の影響により、客がかなり慎重になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・今年の夏は前年よりも出だしが悪く、大変心配していたものの、7月中旬から予約が急増し、結果的には過去最高売上を更新する状況である。ただし、来客数、客室販売数は前年とほぼ同じで、売上増加の主な要因は、インターネット販売での単価調整と宿泊税導入による値上げである。現状の価格だと地元客には敬遠されるが、首都圏客には近隣観光地と比べてリーズナブルな価格のため、単価を上げていてもすぐに予約が埋まる。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・相変わらず動きが鈍い。夏休みも、安近短の旅行が多く、日帰りや自宅で過ごした人も多い。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・新入社員が3月に1人、7月中旬に1人入社し、順調に育っているため、今後の売上に期待している。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・少なくとも良くはなっていない。
	□	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・変わらない部分もあるが、個別にはナフサ不足による経営状況の悪化などの話を聞いている。
	□	ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・予約の伸びが弱く、毎月集客のためプレー料金の値下げが必要になっている。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑といわれるなか、屋外レジャーより屋内が好まれたのか、家族連れや学生でにぎわっている。お盆期間も前年より休日が1日少なかったものの、売上が伸びている。
	▲	一般小売店〔文具・事務機〕（経営者）	販売量の動き	・当社は新年度に入ったところなので、前年比では悪いが通年比では若干悪い程度である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・相変わらず、来客数の減少が続いている。この状態が年単位で続いており、来客への対策ではない何か別の対応が必要だと実感している。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・値上げ前の時期でも、来客数が前年割れの状態である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼間に人影のない街は、悪い景気の特徴である。それでも中心街といわれている場所なのに、人影のなさに情けない限りである。閉業する店が多いのも致し方ない。
	×	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価高の影響か、買い控えが増えている。
企業 動向 関連 (甲信越)		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・単価の低い商材に集中しているものの、出荷量が増えている。そのため、金額的には微増であるが、新しい市場に展開できている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えており現在の景気は良いものの、特需的な案件もあるため、やや懸念はある。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・折込出稿に関しては、地域によって多少の差はあるものの、スーパー等の新規出店が複数あり、該当店舗だけでなく、周辺の同業からの受注も増え、受注、売上共に前年比プラスになっている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・店頭販売品受注は少ないながら、安定的に推移している。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き、今月も催事売上は良かったものの、店頭販売はお盆休みも影響し、来客数が少なく、売上は前年より低下している。結果的には前年並みで変わらない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体の受注金額に変化はないものの、小口工事の件数が少なくなっている。その分、大口工事が増えている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業はA I関連の部品需要が底堅い。IT関連部品でも一部に持ち直しの動きがみられる。非製造業は観光関連需要が堅調なもの、大型小売店では物価高に伴う消費者の支出抑制から弱い動きとなっている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・観光業等に景気回復の兆しがみられるものの、物価高騰による消費の伸び悩みや不安定な中東情勢等に影響を受ける企業も少なくないため、変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・徐々に数量が落ちてきている。
	×	*	*	*
雇用 関連		-	-	-
(甲信越)	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率が上昇している。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では原材料や人件費の価格転嫁がある程度進んでおり、データセンターやＡＩ関連の周辺部材の受注にも回復の兆しを確認できる。一方、飲食店では省力化が進み、求人募集が低調に推移するなど、業種によりばらつきもある。中長期的には先行きを懸念したなかでの人材確保の意向がうかがえる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・現場の求人は増える傾向にあり、ハイレベルな求人は減少傾向が目立っている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・９月に契約満了を迎える方の更新時期がきており、相談内容が、従来よりも給料アップ以外のお金の相談が多い。生活の先行き不安もあり、心配ごとが増えているようである。
	×	-	-	-

６．東海（地域別調査機関：三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連		タクシー運転手	お客様の様子	・物価対策の効果がみられる。
(東海)	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・地域の行事が終わってやや平常を取り戻した。しかし、好天続きで暑さがひどく、土産物の購入意欲が減少し、水物が中心の売行きになっている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・店舗改装を行ったことで、新規客が多数来店している。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日の来客数が特に増えた。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・毎月のように商品は値上がりしているものの、販売数、来客数ともに増加している。ただし、主要カテゴリーのおにぎりは継続して販売数が減少している。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・全体的に悪くなく、３か月前と比べたら随分動き出した印象を受ける。しかし、猛暑の影響もあり、売行きが良いわけではないため、判断が難しいところである。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・物価は相変わらず上がっているが、ナフサ関連の流通は戻りつつあるため、少し安心感が出てきた印象を受ける。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・夏休みの観光需要が強く、宿泊部門は好調である。一方で、人件費、原材料価格の高騰に伴い値上げした影響からか、宴会、食堂部門が低調である。
	○	都市型ホテル（社員）	来客数の動き	・イベント、宿泊の来客数は多く良かったが、宴会利用が少なかった。
	○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・アジア・アジアパラ競技大会の影響で出場選手と観光客の宿泊予約が増加している。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・アジア・アジアパラ競技大会が近づき、プロ、社会人、大学・高校・中学の部活動といったスポーツ団体の動きも活発である。試合の遠征や大会などで貸切バス、宿泊ホテル、弁当などの依頼が多くなっている。物価高騰による値上げは続いているが、それでも行事優先で依頼がある。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数にはさほど変化がないものの、解約件数は減少傾向にあり、現状の景気が良いとはいえないまでも、以前より多少良くなっている印象を受ける。
	○	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・アナログ回線の終了に伴い、光回線への切替えと、この機会にインターネットを始める人が増加している。
	○	テーマパーク（職員）	単価の動き	・前年同月、過去３か月共に比較して客単価が上昇している。
	○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・繁忙期であるお盆を迎えたため、やや良かった。
	○	パチンコ店（従業員）	来客数の動き	・お盆の繁忙期で集客が増加した。近隣に同業他社がオープンしたが、影響度合いは想定以下であった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホームケア商品のキャンペーンが始まり、キャンペーン中の特典を目的に購入する人が多い。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・週末はもちろん、平日でもここは日本なのかと疑問に思うぐらい商店街全体に多国籍の外国人が訪れ、安定したにぎわいがみられる。
	□	商店街（代表者）	競争相手の様子	・同業者の閉店や廃業が幾つかみられる。また、仕入先等の縮小もあり、零細小売業はどんどん小さくなってしまっている。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて天候は大して変わっておらず、商店街の暑さを避ける人は来ない。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・確実に2極化が進んでいる。景気が良い人は2割程度いて、その層が売上の半分を占めている。非常に厳しい生活を送っている人が8割で、その層の売上は全体の半分である。景気を底上げしている層と、生活が厳しく消費が伸びない層に明確に分かれており、状況は極端に異なるが、両者を併せると景気全体としては平均的な状態になっている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・お盆の仏花、墓花等の売上は前年とほぼ同じで、来客数もほぼ横ばいで落ち込むことはなかった。若い人も結構墓参りに行く様子で、少し安心した。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	お客様の様子	・県外からの客が比較的高額な商品を購入したことで売上が上がっている。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・夏休みのため若者の来店が多いが、若年層に人気の商品在庫が少ないため、売上に結び付かない。さらに、店頭で試し履きをした後にネットで購入する人が多く、店頭での販売は厳しい。また、年配者も来店するが、売場をぐるぐる回って話をして帰るだけであり、売上には結び付いていない。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・株高による資産価値の増加を背景とした高額品需要が頭打ちとなっている。一方で、国民的テレビドラマの影響と考えるが、朝の早い時間帯から食料品売場を中心に集客が前年よりも多く、土産物の買上需要が非常に高い。気温が非常に高い日が続いており、引き続き猛暑対策の雑貨が売上を伸ばしている。一方で、衣料品が苦戦している傾向には変わりはない。
	□	百貨店（経理担当）	それ以外	・食品や日用品の物価高による消費マインドの低下が続いていることに加え、インバウンド関連消費も低調に推移している。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に前年と同程度で、大きな変化がない。
	□	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・上旬から中旬のお盆時期は来客数が通常より多かったが、下旬になるにつれ減っていき、通常に戻っていった。
	□	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・お盆期間はファミリー層の来店が多く、館内を回遊している客が多かった。購入する人は目的がはっきりしており、女性の自家需要は好調で、高額ラインの販売もみられた。総じて来客数、売上共に前年並みで、大きな変化はみられない。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響により生鮮品の価格が高騰し、売上は増加しているが、販売量の増加によるものではない。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・商品単価が値上がりしているにもかかわらず売上が変わっていないため、買い控えが発生しているとみる。
	□	スーパー（店員）	来客数の動き	・お中元商戦で来客数は増えたものの、猛暑で来客数が減った。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・お盆商戦の時期に雨が降らなかったことにより、生花の売上が順調であった。ただし、夕方を過ぎても気温が高い猛暑の影響をもろに受け客足が鈍った。帰省時の手土産の果物などの売上は想定よりも伸びなかった。
	□	スーパー（販売担当）	単価の動き	・高額商品などは買い控えがある。単価の低いチラシ商品は動きが良い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・来客数に大きな変動はないが、商品の買上点数が少しずつ下がり始めている。特に主食のおにぎりや弁当など米価が大幅に上がっているものが著しく下落している。各種商品の値上げにより客単価は上昇しているが、客の節約志向は強くなっている。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・天候に恵まれ食品や菓子類の販売が好調である。飲料、アイスクリームも好調ではあるが、値上げ分を考慮すると客単価は上がっておらず、むしろ下がっているともいえる。
	□	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・前月に引き続き、来客数が前年を上回り、売上も好調に推移している。特にお盆期間中は前年を大きく上回る実績となった。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・物価高になると、衣料は真っ先に家庭の予算枠から外れる。一部ブランド品の動きは良いところもあるが、全体的に厳しい。
	□	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・必要な物だけを買求める客が増えた。ついでにあれもこれもということが少なくなっており、今日はこれと決めて買物をする客が今月は多かった。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・工事可能な枠が決まっているため、エアコンの販売台数は例年と大きく変わらないが、物価が上昇しているのに単価も変わらなかった。
	□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・今月は、お盆まではエアコン、冷蔵庫の販売が伸び、前年以上の推移で売上が伸びたが、後半はエアコンがストップした。商品全体の販売量は前年と比べ減ったが、単価の上昇により、売上は前年と変わらない状況である。来客数もお盆以降減少したが、景気としては3か月前と比べて変わらないと判断する。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・消費者が金を使うことに消極的になっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・必要な車の買換えはあるが、新車の購入は少なく、購入単価も大きくない。
	□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・今月は長期の夏季休暇もあり、家族が久々に集まったり、旅行に出掛けたりといろいろ支出も重なり、人が活発に行動した。さらに、猛暑日が続きクーラーなしでの生活は考えられず、光熱費等でも支出が多くなっているとみる。客の日々の買物も、商品価格が上がってきている中でお買い得品を一生懸命に探している様子がみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・車両が高額になっているため、できるだけオプション品を減らそうという客が増えた。実際、1台当たりの単価をみると前年比では80%ほどになっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・夏季休暇もあり、業界としては閑散期に当たるが、来場もそれなりにあり、落ち込みは少ない印象を受ける。新車よりも中古車の引き合いが多い傾向もここしばらく変わっていない。
	□	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・夏季の閑散期に入ったため、受注量に伸びがみられない。
	□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・夏休みやお盆営業に期待したものの、平日夜はさほどの伸びがなく、日によっては前年割れとなった。ただし、イベントや週末の祝いは手堅い需要がある。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当店の客は高齢者が多く、常連客が減少傾向にあるため、景気は微妙である。
	□	一般レストラン（従業員）	販売量の動き	・夏休みで連日忙しかった。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・様々な物の価格が上がり消費の減退を心配しているが、消費者は物価が上がることに對して一定の理解があり、売上に大きな減少はない。むしろ、販売量は2%程度微減だが、売上は5%程度上昇している。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・物価高であっても、今しか行けない旅行の予定はスケジュールやホテルを調整して計画する様子で、全く計画がないわけでもない。しかし、秋以降来年にかけての予約はまだ少ない。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・物価高騰が影響している様子で、客の反応が今一つ良くない。中東情勢と円安傾向が収まらない限り、客の動きは良くならない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・毎日全く状況が違い、特に客足を期待する週末について先週は良かったのに今週は全く人出がないというようなことの繰り返しで、売上が伸び悩んでいる。毎月変化のない状態が続いているが、少しずつでも良くなることを期待している。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・夏休みは前年どおりの来客数であった。観光地のため、値上げの影響は余りみられない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・8月に入り、猛暑や酷暑の影響は恐れていたほど深刻ではなくなり、集客の回復傾向を若干感じたが、それでもやや目標値を下回った。一方で、各種体験・飲食物提供等による園内消費はやや好調であり、苦戦している中で収益の確保に寄与した。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・夏休みで一見景気が良さそうに見えるが、単価が非常に高くなっており、これでは駄目である。
	□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	それ以外	・夏季休暇の観光ハイシーズンの終盤であるが、今夏は暑さや自然災害の印象が強く、十分な客を迎えたとは考えられない状況である。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話題は、ほとんど物価が上がっているとか、光熱費等の値上がりを嘆く声が多いため、余り景気がよい状態ではない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・調達取引先からの価格改定案内が後を絶たない。レンタル商材のメンテナンスコスト、資材・部品、委託管理費全ての費用が値上げされる。一方で、介護報酬福祉用具貸与は上限価格が商品ごとに決められているため、値上げ改定もできない状況である。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅に先高感があり、在庫の売行きは悪くない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・今月は新規不動産売買の相談がなかった。新規賃貸の相談が3件あったうち、居住用が2件、事業用1件であった。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。ナフサ不足の影響はやや緩和された。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・来場者数とイベント参加率は良かった。物価高で旅行などを抑えて家にいる率が高いせい、来場者は多かったが、契約は伸び悩んでおり、状況は悪い。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・足元の実績をみると、生活必需品はある程度手堅いが、嗜好品を中心に実績が良くない。
	▲	コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・前年も来客数は減少傾向であったが、その前年と比べても更に減少している。客単価の上昇では補い切れていない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少は相変わらずだが、客単価の下落も併せてみられるようになってきた。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比7～8%の減少で推移している。この夏の異常な暑さも影響しているとみる。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月も猛暑日が続く、外出を控えたり、エアコン等の電気代がかさんだりした影響もあるが、来客数、売上ともに前年割れの状態が続いている。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・全国約1万6000店舗のF C店における8月実績は、売上が前年比100.3%となり横ばいで推移している。内訳は、来客数が前年比97.4%、客単価は前年比103.3%という状況である。来客数減少の背景には、猛暑による外出手控えや相次ぐ天候不順、人流の変化などが影響している。一方、客単価の上昇は継続する物価高の影響が色濃く反映された結果である。来客数の減少を客単価の上昇で補い売上を維持する傾向は、小売業全体に通じるものとみる。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・法人顧客の消耗品購入が少ない。仕事が周辺地域でなく遠方にシフトしており、長期間来店がない客が増加している。また、夏の暑さがおさまり、一般客の来店も減っている。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・今までは壊れていなくても古いエアコンを買換える客がいたが、それが一服した印象を受ける。需要を先食いした分、最近ではエアコンの売上が落ちている。エアコンの売上が大きい分、売れなくなったときの反動も大きい。客の来店頻度も減っており、必要以上の買物は控えている様子である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月はここ数か月で最も販売台数が落ち込んでおり、前年と比較しても販売台数が大幅に減少している。
	▲	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑やゲリラ豪雨、地震災害、物価高騰、円安為替など消費者の購買意欲を減退させる要因が影響し、来客数、売上ともに減少という結果につながった。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の様子として、来店回数が減っている。会話においては、いずれも値上がりの話をよくしている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・5月は良かったが、6～7月の宿泊者数が前年を10%程度下回っている。暑さや物価高、海外渡航者が減っているなど、マスコミによる旅行に対する割高感とネガティブな報道が消費者行動に悪影響を及ぼしている。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客との話で景気は余り良くないということだったため、景気は良くならないとみる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・今年の夏の暑さはけた違いであり、客足はかなり悪くなった。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・来店する客の中で、景気が良くなる話は聞かない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・二重窓に断熱材という各種のリフォーム補助金を使ったりリフォームについて、せっかくの補助金を利用できるチャンスだが、見積りを出してもなかなか決まらず、見送りになる物件もある。ついでに別の提案をしても、補助金が出ないと分かると補助金が出る工事だけに収まる。客は支出に慎重になっており、この先良くなる要因はない。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・総合住宅展示場の集客が悪くなっている。前年比では8割程度である。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・例年と比べて、アルコールでなく食事をメインとする店も来客数が減少している。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新しい道路が開通して、交通の流れが変わったことが1つの要因ではあるが、それを差し引いても来客数の減少が大きく表れている。どの商品も高価格になり、消費者にとって気軽に立ち寄って買物を楽しむ店ではなくなっているのかもしれない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・猛暑のため不要不急の外出を控えている上に、自然災害が余りにも頻発しているため、衣服に対する消費者マインドは冷え切っている。
企業 動向 関連 (東海)	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は稼働日が少ないこともあり、動きが極端に鈍い。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・買物に行くと、物価の上昇を肌で感じる。皆、節約志向であり、景気は悪い。ただし、このところ米の値下がりやコンビニでのおにぎりの値下げがみられ、上がった価格が下がる傾向になれば、少し回復するとみる。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・AIやインフラ、半導体関連の設備投資の勢いが止まらず、受注状況は好調である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先業界全体としては悪いが、このところパチンコ店がいろいろと設備投資を始めたため、若干良くなっている。
	○	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・トラックの燃料について政府からの補助金が継続的に出されていることもあり、価格面、仕入状況ともに順調であり、平静を取り戻しつつある。
	○	金融業（企画担当）	取引先の様子	・発注業者の金額をみると、発注単価が受注業者への配慮がみられる水準になっている。
	○	新聞販売店〔広告〕（店主）	取引先の様子	・数か月前と比べ、解約件数が多少減少している。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・受注額の上位を占める数社が、全てフル稼働状態で、特にトップの会社からは納期前倒しや追加納入の依頼があり、順調に推移している。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量が乏しいという同業者間での声が多い中で、自社は少しずつ仕事が出てきている感覚があるため、どちらとも言い難い。

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
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・前月同様、需要が上向くような動きは見られない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前月と余り変わらない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅の販売価格が下がる要素がない。マンションにおいては、所得が上位2割の人が購入対象者であり、半数以上の人は購入できない価格となっている。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・一部の材料等の高騰と物自体が入らないことにより、仕事自体の見積りは出せるが、作業に至るまで比較的速度が遅い。景気の上下というより、なかなか仕事が進んでいかないイメージがある。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内の輸送量は前年をやや上回っており、度重なる自然災害の影響を考慮しても、全体として増加傾向にある。
	□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・上期の受注量は、例年と比較すると増えている。半導体の値上がりや品不足により、できるときに、品物があるときに、これ以上値上がりする前に、という焦りからか、客側の投資判断スピードは上がっている。しかし、客の事業収益が増えている様子はうかがえず、下期予算を狙って提案するものの、新しい提案が受け入れられる確率は、従来どおり変わらず低い。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が多く、外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
	□	不動産業（職員）	受注量や販売量の動き	・ターミナル駅の状況には特に変化がなく、にぎわいは続いており、大きく需要が減退している様子はない。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・紙媒体及びWeb媒体等の広告受注量はほぼ変わっていないが、予算の面で厳しい案件があり、利益の面でも芳しくない。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・8月に決算を申告した法人のうち、半数は利益が出て半数は赤字だった。赤字だった法人の中には、原油不足からくる材料の入荷遅れで仕事ができなかったところもある。黒字の建設会社は、たまたま完成工事が決算時期にあたったという理由はあるが、いずれも景気の動向とは直接関係していないとみられるため、変わらないと判断した。
	□	その他非製造業【ソフト開発】（経営者）	受注量や販売量の動き	・古い取引先から久しぶりに正式に仕事を受注し、大変喜ばしい。一旦業務を停止していたが、円安のため海外生産から国内に移行して続けて行うとのことである。しかし、中小企業は相変わらず厳しい状態である。
	▲	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・飲食店を中心に販売量が減少している。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価高騰の影響を受けて需要減退している印象を受ける。天候不順もマイナスに作用している。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・中東情勢が落ち着いているものの、燃料価格の高騰や物価高、円安の進行、また、連日の猛暑の影響により農産物や青果物の減産等があり、景気はやや悪い状況である。
	▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の不安定化が生じて以降、4～7月まで容器の注文が多かったが、8月は在庫調整の影響もあり、受注数量が減少している。
	▲	鉄鋼業（従業員）	それ以外	・新設鋼橋発注量や民間建設投資、鉄骨需要は依然として低迷している。資材の高騰もあり、工事進捗にも遅れが出ている状況である。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・ホームセンター、ドラッグストア向けの配送個数が数%下落している。商品通貨額についても、多くの商品が値上げしているにもかかわらず横ばいか下落に転じている。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・7月までは前年並みの荷動きだったが、この8月は荷量が減っている。各荷主とも動きは鈍い。
	▲	金融業（従業員）	それ以外	・日常生活や周りの様子、各地での地震や豪雨の影響から、決して景気が良いとはいえない状況である。また、物価も引き続き上昇している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・お盆の休日を挟み、金を多少なりとも浪費した分の節約という考えや、節約をしないと生活が非常に厳しいという考えもあることから景気はやや悪くなっていると判断した。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・今月は季節柄、営業日数が少ないこともあり、多くの企業で売上は減少傾向にある。また、各地で雨の災害や令和8年熊本地震など災害の影響もあり、景気は停滞しているとみる。特に物流関連の企業の景気が悪化している。個人消費も、例年と比較すると物価高の影響もあり、余り活発ではない。B to Cのビジネスを展開する企業も売上は停滞気味である。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は特に7～8月の状況が非常に悪い。通常時よりも2割程度落ち込んでいる。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、引き合い共に減少しており、仕入品や諸経費の上昇が続いている。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・物価高騰がとめどなく続き、食料品以外にも自動車関連保険料などが連動して上昇している。賃上げとはかけ離れたスピードで生活費が上昇しているため、暮らしに困窮している状況であり、人々の心に全く余裕がない。景気の良さあしを語る気になれない。
	×	不動産業（開発担当）	競争相手の様子	・市内中心部のマンション販売状況は危機的と感じる水準である。
雇用 関連 (東海)	-	-	-	-
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・半導体関連製品の増産の話が事業者からあり、それに伴って50人程度の求人を出すという情報があった。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	求人数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会での人員稼働が予想よりもプラスで着地した。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・引き続き物価コストの増加で企業の動きは慎重なままだである。原油政策の政府による補助金が継続になることで、悪化をある程度防いでいる様子である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人ニーズは堅調に維持されている。一方で、求職者数の増加が限定的であることから、採用実績に大きな変動はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・引き続き、物価上昇に賃金上昇が追い付いていない印象を受ける。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車部品メーカーにおいて、下期に向けた予算の考え方は引き続きシビアな状態だが、大幅な人員削減といった話が出ていない。所々で業務終了の話が出たり、ピンポイントで1人必要という話が出たりと、総合的に現状維持ないしはやや人員減少という状況で、景気は3か月前とほぼ同様である。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車国内販売は3か月連続で前年比プラスで推移している。大手自動車メーカーも堅調に推移し、全体の自動車生産計画は前年を若干上回る。8月以降においても堅調な推移を見込むが、利益は厳しい。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・県内の有効求人倍率はほぼ横ばいを維持しており、人手不足を背景とした求人は依然として存在するものの、製造業や運輸業など一部の産業で求人数の伸び悩みがみられ、企業の積極的な人員増員・採用拡大への動きは余りない。中途採用市場においても求職者数は一定数維持されている。一方で、企業側の選考基準の厳格化や採用枠の絞り込みもみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一連の企業は景気の動向について確信を持つことができない状況にあり、必要であれば求人を出したり、設備投資をしたりしているが、停滞した状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比較して、全体で5.73%減少した。産業別では、製造業、卸売小売業の新規求人数が増加、建設業や情報通信業、運輸業・郵便業、宿泊業・飲食サービス業、医療福祉の新規求人数は減少となった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数に大きな変化がない。

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
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、製造業において前月に引き続き増加傾向がみられるものの、全体では前年同月比で僅かに減少している。医療福祉と製造業で堅調な求人需要が続く一方、運輸業や卸売小売業では減少傾向がみられ、業種間の採用動向にばらつきが生じている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き厳選採用の傾向は強いが、企業ごとに中核人材・ハイクラス人材の獲得などは熱量高く動いている状況である。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・人手不足といわれる中でも、採用対象者の選別が進んでおり、物価高で年金だけでは生活できないと相談に来所する者が増えているにもかかわらず、就職が進まない状況にある。
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・8月の求人受付数は前年の約60%まで落ち込み低調である。5月から少しずつ減少していたが、8月は特に大きく減少しており危機感を持っている。

7．北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北陸)		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・夏休みやお盆がある8月は例年帰省客でにぎわうが、今年は前年以上に帰省客の数が多かった。また、国内観光客やインバウンドも多く、外食産業全体がにぎわっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は暑い日が続く、近いところでもタクシーを利用するようになってきている。また、お盆期間の帰省客や観光客、インバウンドも多く、忙しい。
	○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・地域の街おこしイベント等により、観光客を始め来客数が増えてきているため、全体的に業績は上向きである。しかし、いつまで続くかは見通せない。
	○	一般レストラン（経理）	来客数の動き	・2年前の能登半島地震から当温泉地は少しずつ復興が進んでおり、来客数も増えつつある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上は前年同期比で約7%増加し、堅調に推移している。欧米やオーストラリアからのインバウンドは前年と同水準を維持しているが、前年目立った中国からのインバウンドによる高額品のまとめ買いが落ち着き、免税売上は減少している。一方、お盆期間を中心に日本人観光客による購入が急増しており、一般売上が前年比で約6割増加と大幅に伸長している。インバウンドの高額消費に過度に依存せず、国内需要の強さが全体の売上を力強く下支えしている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月はお盆期間を含め、前年同期より入出が多い。観光客や帰省客を始め、休み中は家族連れで飲食店がにぎわっている一方、宝飾店や衣料品店等の買回品店の客は少ない印象を受ける。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・牛肉の売上は徐々に回復しているが、ギフトの売上はまだ回復しない。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・頻繁な値上げが客の買い控えにつながっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・8月の後半にレベル5大雨特別警報が発表され、管内及び市内中心部から人が消えて閑散とした状況となり、売上が低迷した。しかし、月前半が好調に推移していたため、月全体では前年の実績を超えている。国内富裕層による高額品の売上が好調に推移し、全体をけん引している。
	□	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・中東情勢は好転せず、依然として物価高の状況である。AI関連銘柄などの株価高騰や最低賃金引上げ、米価格の下落など不確定要素が多い。一部では景気の良い層もあるが、大多数を占める一般中間層以下においては必要最低限の消費しかない。
	□	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・お中元ギフトを求める客は減少しているが、帰省時の手土産やお盆期間の来客に備えて商品を購入する客が多く、全体では前年並みの来客数である。今年は帰省客の滞在期間が長く、節約志向から自宅で料理を振る舞う人が多いようで、オードブルなどの総菜が動いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上は前年並みである。猛暑日が続いているが、エアコン販売などの大きな動きにはつながらなかった。
	□	家電量販店（本部）	来客数の動き	・気温の変動に伴い来客数が増減しているが、良くも悪くも平年並みである。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・来場者が車の購入に慎重な様子は変わらず、車検整備をして乗り続ける人が多くなっている。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・今月は稼働日数が少ないため、3か月前と比べて全体の販売台数は減少しているが、新型車登場の効果もあり、1日当たりの受注台数は同水準である。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・毎年8月前半のお盆までは比較的需要が増加するが、お盆を過ぎた後半は来客数と売上の伸び悩みが著しい。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・取引先のうなぎ料理店は連日の猛暑で大変忙しい様子である。しかし、当店の来客数は少なく、全体として引き続き大変悪い状態である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・夏休みに予定していたイベントが中止や延期となり、来客数に影響が出ているが、お盆期間の帰省客を始めとした来客数は前年度と変わらない。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・来客数の動向で繁閑差が大きい。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心に前年より回復している。レストラン部門、宴会部門は前年並みだが、8月の後半は急に弱くなった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・来客数の動きを見ると悪い状態が続いている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せ内容に特に変化はない。
	□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・国内の団体客やインバウンドの動きはやや鈍いものの、個人客の動きが良いため、全体としては変わらない。
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・来客数の減少は少しずつ収まっているが、前年まで順調だった客単価は下落が続いている。同業者も同じような状況らしく、物価高の影響との認識で一致している。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・お盆を過ぎて客の動きは出てきているが、住宅建設契約数は前年より若干減っている。契約金額は建築費の上昇により横ばいである。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・中古住宅の問合せなど不動産流通に関する問合せが多い。資材価格や人件費の上昇及び金利の先高観があり、新築の契約数は計画を下回っている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建築資材の高騰によって、客の動きが鈍い。
	□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・価格高騰や金利上昇が続いているが、客の動きには大きな変化がみられない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・ここ数か月は来客数の減少が続き、販売量の落ち込みも目立つようになってきた。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	お客様の様子	・お盆期間は飲食部門が好調だったが、物販は非常に苦戦した。生活防衛意識が非常に高まっているとみられ、客単価は前年割れが続いている。お盆明けの反動減も顕著であり、節約ムードが続いている。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・気温の影響やセール商材の減少などにより、衣料品が特に苦戦している。夏季の長さに対応し、前年から夏の定価販売商材が増えており、セール販売が減少している。特に衣料品はセールで安く商品を購入したいと考える客が多いため、夏の定価販売商材への移行が進まず苦戦している。一方、肌着などのデイリー商材はリカバリーウェアなどのヒット商材が一部あり、好調に推移している。また、カプセルトイなどのコンテンツやキャラクター販売も単価上昇の影響はなく、数千円の購入をする客は多い。
	▲	スーパー（総務担当）	それ以外	・物価高の影響により、最低限のものしか買わない客が多い。
	▲	スーパー（役員）	お客様の様子	・客の購買行動には、特売日のまとめ買いや低価格商品に集中する傾向がみられ、節約志向が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・客の購買力が低下している。記録が確認できる2024年から現在にかけて、買上点数が右肩下がりとなっている。先日、コンビニ各社とスーパーがおにぎりの販売価格を下げるとの報道があったが、値下げは客の併せ買いにつながらず、むしろ客単価の下押し要因になることを危惧している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・猛暑と豪雨により、客が街に出にくい状況が続いている。前年と比べて、お盆の帰省客も少なかった。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・シーズンの過渡期であり、気温の変化や台風、豪雨の影響により売上が変動する不安定な時期である。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・前年と比べて大きく受注が減少している。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・全体的な商品価格の上昇により、買い控え傾向がみられ、来客数は減少傾向だが、客単価は上昇している。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・取引先企業は余り良くない様子である。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規獲得数が前年同期を下回り、解約数は前年同月より増えている。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・競輪事業は例年どおり開催できているものの、前年と比べて車券の売上が減少することが多くなっている。消費者の景況感が悪くなっていることが影響しているとみられる。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・小売店の倒産や廃業の話は春頃から聞いていたが、ここに来て問屋の廃業も多くなっている。季節の変わり目で一区切りつける会社が増えている。9月からは、また値上げラッシュである。
	×	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前のピーク時と比較して3分の2まで減少し、売上も減少している。これに対して、客単価や商品単価は4割程度上昇している。前年の売上を何とか維持できている要因は、商品単価の高騰のみである。コンビニのおにぎりが200円を超え、その他の商品の価格もそれ以上に上昇しているため、低価格の飲食店との競合も新たに始まっている。また、特に人件費などの経費が高騰しており、値上げしても追いつかない。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は休日が多くあったが、開店以来初めて固定費も賄えず赤字である。数少ない来店客からも、今月は厳しいという声を聞いている。開店休業状態の日もあり、大変苦しい状況である。
企業 動向 関連 (北陸)		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・中東情勢が落ち着き、株価が上昇に転じている背景から、受注量は増加している。設備投資は旺盛であり、新規事業も増加していることにより、販売量は伸びている。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・過当競争がなくなってきた。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・顧問先の決算状況では、価格転嫁などにより売上が軒並み増加している。ただし、資材価格や人件費が上昇しているため、粗利益率が低下しているか、良くても横ばいといった会社が多い。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響が長期化し、主原料である石油由来の糸を始め、いろいろな原材料の価格が高止まりしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注高は変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	取引先の様子	・原材料調達に関する不安は小さくなったが、価格高騰に対する市場の反応が良くないとする客先が多い。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客先の受注は依然として好調だが、受注が増えた製品に関しては市場が狭く、今後、市況が良くなり受注が伸びるか判断しにくい。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・物量は若干減少しているが、単価が上昇しているため、売上は横ばいである。
	□	輸送業（経理）	取引先の様子	・主要取引先に変化があったが、状況は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・依然として中東情勢の不透明感は払拭できず、各種の材料価格は高止まり傾向である。一方で値上げについてはどの業種も理解を得やすい環境にあり、一定の利幅は確保されている。なお、賃上げ圧力は強く、企業業績の利益率の悪化要因となっているが、今後の賃上げが消費の底上げにつながるかは不透明である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に、個人客から活発な話を聞かない。
	□	司法書士	取引先の様子	・不動産取引は通常よりかなり多いが、相続財産の処分や投資目的の売買であり、景気動向との関連は不明である。
	▲	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災から2年半余り、1度失われた売上は、もはや元には戻らない。さらに、中東情勢に限らず、原材料費や人件費などいろいろな物の価格上昇が重なり、収支は悪化するばかりである。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前月発生した令和8年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先への納入が停止している。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内々定を得た学生の割合が、前年同期と比較して増加している。企業の採用意欲は高く、事業拡大に備えた動きであるとみている。
	□	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・県内の求人倍率は上昇傾向にあるが、周囲の状況は変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・物価上昇や原材料価格の高騰が幅広い業種に影響を及ぼすなか、求人の動きは職種によってばらつきがあるが、人手不足の傾向は続いている。また、従業員の高齢化も引き続き深刻な状況である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・派遣しているスタッフ数が3か月前と比べて1.3%減っている。
	×	-	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も夏休みの人気キャラクターの催事や、インバウンド売上が好調であり、売上全体は5か月連続で前年を上回っている。また、土用の丑の日商戦や、紫外線対策商材も好調な動きとなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今年1月に近隣の姉妹店が閉店したため、8月30日までの来客数は前年比で5.8%増と好調に推移している。また、食料品は売上全体が前年比10.6%増となっており、特に百貨店が得意とする食料品ギフトが36.0%増、和洋菓子が17.6%増と好調であった。姉妹店の閉店による影響が一巡するまでは、今の好調が続く見込みである。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は、前年比で約1割の増加が続いている。その一方、免税売上は前年を上回っているが、前月までと比べて勢いがやや鈍化している。これが円高傾向の影響か、令和8年熊本地震などによる一時的な影響かは、今後注視する必要がある。
	○	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は来客数が好調に推移している。大きな天候の崩れもなく、暑さの影響で昼間の来客数はやや減少しているが、夕方からは増え、1日の平均では前年を上回っている。夕方からの来客数の増加で食品フロアの売上も伸びており、総菜や生鮮品に加え、菓子類も好調となっている。また、暑さ対策商材も好調であり、機能のしっかりした商材は、少し価格が高くても売れる傾向にある。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・前年が大阪・関西万博の開催で落ち込んだ反動もあるが、3か月前と比べて、来客数、買上客数共に増加傾向にある。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・お盆の期間は商品価格が上がっていたにもかかわらず、お供え用の果物がよく売れた。野菜も天候の影響で値上がりしていたが、よく売れている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・暑い日が続く、ソフトドリンクの販売が伸びている。昼間の時間帯には、イートインスペースに涼みに来る年配客も増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・猛暑が続くことで、エアコンや扇風機、ハンディファンなどの、暑さ対策商材の販売が引き続き伸びた。お盆以降は販売量が落ちてきたため、9月以降の動きが少し心配である。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・8月はお盆に帰省した客が増え、売上が伸びている。特に必要な物だけでなく、それ以外にも購入する客が多くなっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・コース料理に加え、ワインのペアリングをオーダーする客が増えてきたため、客単価が少し上昇している。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・6月にやや悪化したが、7～8月は上向き傾向が続く、売上の前年比も今年度最大となった。また、来客数、客単価も同様に好調となっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・旅行会社経由の予約の取り込みが弱く、想定を大きく下回っている。前年は好調であった夏休み期間の利用も、今年の販売価格はエリア全体で低下傾向にあるなど、単価を下げて販売せざるを得ない。ただし、Web経由の予約はやや順調となっている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・AI需要の伸びが顕著であるに伴い、ブロードバンド接続の高速化需要も伸びている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・イベントで集客が増えている施設は好調であるが、年配客が比較的多い施設については、暑さによる外出控えの影響がみられる。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・リニューアル工事の受注残が多く、夏休み返上で対応したこともあり、売上は好調な見通しとなった。8月の年度末決算も目標が達成できている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・人出は多いが、買物には慎重になっている。
	□	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・消費税率の引下げ動向次第である。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・取扱品は高額であり、生活にどうしても必要とはいえないため、客が購入を避けている。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・残暑が続いており、商品の動きが芳しくない。早く気候が良くなって、購買意欲が高まることを期待したい。
	□	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・夏のシーズンを通して、客の動きが安定している。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・8月に入り、全体の傾向が変化している。インバウンドが来客数、客単価共に悪化傾向にあるなか、国内客も中間層の動きが鈍化している。
	□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比べて、大きな流れは変わらず、国内中間層の売上も4.9%増と堅調である。富裕層も特別招待会の実施により、宝飾品や美術品、特選中心の限定品など、資産価値の高い商品を中心に21.8%増と好調となっている。インバウンドも前年の大阪・関西万博の開催による反動で、来客数は30%減となったものの、客単価が57%アップし、売上は10%増となった。また、今月は気温が高かったため、クリアランスセールではサンダルやバラソル、サングラス、冷却商材などの動きが良くなっている。
	□	百貨店（マネージャー）	それ以外	・来客数や売上は増加傾向にあるものの、周辺人口も増えているため、好調な要因の把握が難しい。
	□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・8月前半は、売上や販売量が前年比で厳しい状況となったが、後半は売上も回復傾向となった。客の購買意欲にも変化がみられ、月の前半と後半では違う動きとなっている。
	□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・猛暑の影響もあり、来店頻度の減少がみられるが、インバウンドの来店増によりカバーできている。
	□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・来客数は増加しているものの、買上率、買上点数共に悪化しており、売上は前年並みとなっている。商品ごとの単価は上がっているものの、高額商品の販売が厳しいため、平均単価は前年並みにとどまっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・インバウンド売上は好調で、前年比で30%増となっている。株高による効果で、富裕層を中心とした外商売上も好調である。一方、売上へのシェアが大きい食料品などのデイリー商品は苦戦しており、物価の上昇による節約志向がみられる。夏休みは子供向けのイベントやかき氷などのイベントによる集客には成功したが、関連商品に対する売上効果は少なかった。
	□	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・インバウンドの動きは、大阪・関西万博が開催された前年並みの水準を維持しているが、国籍が大幅に変化している。特に夏休み期間は中国人客が大きく減り、東南アジアや欧米からの客が大きく伸びた。それに伴い、売れ筋商品が変化し、コト消費としてレストラン街が好調となっている。
	□	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・前年比でみると、来客数が減少し、買上客数が増加する傾向が続いている。売上では、国内現金客の一定の増加はみられるものの、けん引役は富裕層やインバウンドであり、景気が回復しているとは言いがたい。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、3か月前と比べても変化はない。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年の備蓄米の販売点数や売上の多さは異常であったが、今年は新米価格が低くなっている。在庫の単一銘柄米やブレンド米なども飽和状態であり、価格を下げて販売しているため、利益率は低下傾向にある。
	□	スーパー（企画）	販売量の動き	・特売品は売れるが、それ以外の通常品は購入を絞る傾向に変化はない。米価格の値崩れもあり、売上は伸びていない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏の繁忙期が終わって販売量が一気に減るほか、物価上昇の影響もあるなど、不安材料が多い。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数はやや減少しているが、値上げ効果による客単価の上昇傾向は続いているため、売上は横ばいで推移している。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・この数か月は来客数の多い状況が続いている。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・猛暑の影響で来客数が伸びず、店が閑散としている時間帯が多い。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数や客単価は横ばいとなっている。前月は夏のボーナスの支給もあり、他の業界も含めて好調であったが、8月は売上が鈍化している。
	□	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新たな省エネ基準の導入や蛍光灯の生産終了により、エアコンやLED関連の案件が多く、3か月前から注文の多い状態が続いている。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費者の購入マインドに変化はない。物価の上昇や円安などの状況次第で変わると予想されるが、その見通しは立たないため、今後も現状維持が予想される。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・金利の上昇による悪影響を懸念していたが、今のところは影響がみられない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や購入を検討する客はやや増えたものの、かなり慎重な姿勢であり、検討期間が長くなっている。
	□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・依然として厳しい環境にあり、中小企業の取引先からも景気が良くなったという話は出てこない。
	□	乗用車販売店（マネージャー）	お客様の様子	・良くも悪くも、大きな変化の兆しはみられない。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は数年ぶりに新型モデルが発売され、新車の販売台数の増加を期待したものの、目標には達していない。車両単価が高騰しており、商談の開始から成約までに時間が掛かるほか、失注もあるなど、順調とは言いがたい。一方、中古車の販売やサービスの受注は従来どおり順調に推移している。客は価格と価値のバランスを以前よりもシビアに検討する傾向があり、新車の販売台数の大きな伸びは期待できない。
	□	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・今月はボーナスの支給もあり、この時期に買換えを検討する客が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・スキンケア用品のほか、UV関連、制汗剤などの化粧品や化粧雑貨は順調に推移し、食品や日用雑貨などの生活必需品も好調であったが、医薬品や衛生用品の販売は減少が続いている。3か月前と比べて、客単価は上昇しているものの、猛暑の影響で来客数の伸びない状況が続いている。
	□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・来客数に変化はなく、売上も低迷したままであり、地金相場の上昇で仕入コストだけが増加している。
	□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷量は前年比で105%と増えている。西日本は天候要因による大きな影響もなく、前年比ではプラスの推移となった。中東情勢の変化による影響でガソリン価格は高止まりしているが、出荷量には影響していない。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・受電数には変化がなく、受注量にも目立った動きはない。
	□	その他小売 〔ネット通販〕（管理担当）	お客様の様子	・サイトへの一定数のアクセスはあるものの、買物カートに入れた後に離脱する、カゴ落ちの割合が高くなっている。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月の第1週は全くといってよいほど人通りがなく、近隣のスーパーにも客が余りいなかった。お盆は忙しかったが、その他の期間は暑過ぎたため、来客数は伸びていない。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・単価は上がっているが、値上げはできていない。夏という季節要因で客は増えているものの、景気が良いとはいえない。
	□	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・8月は大型の団体客の予約はなかったものの、個人客の利用が増えたため、大阪・関西万博が開催された前年とほぼ同じ販売量となっている。当地区では大雨や台風などの災害がなかったことが主な要因である。
	□	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・来客数はそれほど変わっていない。
	□	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・稼働率が伸びず、特に欧米からのインバウンドの減少がみられる。
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	販売量の動き	・8月の客室部門は、見込みよりも売上や宿泊者数が少ない。春先から7月まではまずまずの動きであったが、今月の不調の理由は見当たらない。8月だけを見ると、大阪・関西万博の開催で好調となった前年は別として、前々年の水準も下回っており、売上は5%減で、稼働率も82%台と少し低い。レストランも3か月ほど前から不調となっており、例年6～7月は不調となる時期であるが、例年と比べても来客数も少なく、活気がない。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・中東情勢の変化による影響は横ばいであるが、燃油サーチャージの引上げなどで上向きとはいえないほか、令和8年熊本地震の影響もあって不安定である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・暑さの影響で、昼間はタクシー利用率が上昇傾向にあるものの、夜間の利用率は少しずつ低下している。
	□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	お客様の様子	・直近3か月については、客の動きに大きな変化はない。不要な買物はしないため、商品が少し余っている。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量は3か月前と比べて変わらない。ただし、メモリ価格の高騰の影響で、貸出機器の料金が上がっている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・販売量は前年比で10%程度落ち込んでおり、過去3か月と同じような状況にある。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・猛暑のため、外出を控える必要がある状況で、来客数を増やすのは困難である。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・消費が上向く要因がない。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・今月中旬は心配されたほど暑くなく、台風の雨もそれほど多くなかったため、来客数が予想よりも増えている。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・都市部に比べて、周辺地域では地価の上昇が見込めない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・建築費の高騰が続く、不動産価格は引き続き上昇傾向にあるが、都心のタワーマンションを中心とした投機目的での転売物件は、一部で価格調整が始まっている。ただし、高騰していた物件価格も若干の価格調整で成約に至っていることから、富裕層の動きは引き続き底堅いともいえる。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑日や酷暑日が続くなか、外出控えに対する行政の要請やマスコミの報道もあり、極端に来客数が落ち込んでいる。商業施設のような全館冷房が困難なほか、時計は不要不急の消費でもあるため、仕方ないとみられる。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇による節約志向が顕著であるほか、インバウンドも欧米系が多く、小物の購入や食べ物のシェアが多いため、厳しい状況である。
	▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	それ以外	・8月前半は、台風や令和8年熊本地震などの影響で、ショッピングモールに対する客の不安がかなり高まり、売上が大きく減少した。ただし、月後半は徐々に客足が戻り前年を超え、月全体では99%とやや前年を下回る結果となった。客単価の上昇が来客数の減少で相殺された形であるが、この数か月は来客数が前年比で95%、客単価が105%という傾向が続いている。商品別には、フレグランスなどの香り関連商品が好調な一方、基礎化粧品などは厳しい結果となっている。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少と同時に、購入金額も下がっているなど、消費者の購入意欲の低下がみられる。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年の風評被害による反動で、前月の免税売上は前年比で2けた増となった一方、今月は2けた減となる見込みである。旅行代金が上がった8月前半から20日にかけて、中国からのインバウンドの売上が大幅に減少したことが主な要因である。なお、中国以外のインバウンド売上は前年比で2けた増であった。21日以降は旅行代金が落ち着いてきたこともあり、中国人客の売上も回復傾向となってきたが、国内客の売上には、外商、その他販売共に大きな変化はみられない。
	▲	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・前年は大阪・関西万博が開催された影響もあるが、来客数が前年比で10%減となっている。猛暑のため、新作の秋冬商材の動きも遅い。
	▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・営業面積の縮小により、前年比で売上が大幅に減少したものの、店内イベントでの集客が奏功し、減少幅は予想よりも小さい。
	▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・ディスカウント商品を中心に、客の購入は必要最小限となっている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は維持しているが、売上が減少している。1人当たりの売上が減っているため、他店との間で、安い商品の買い回りが増えているとみられる。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・お盆商戦は盛り上がり欠け、高額商品の動きも例年に比べて低調となった。ハレの日にもぜいたく品を買わないなど、消費者の間では節約志向が更に強まっている。
	▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・ここ数年続いている商品価格の上昇で、客単価の上昇傾向が続いている。ただし、来客数は競合店が増えた店舗だけでなく、昼間の暑さもあって多くの店舗で減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・最近の傾向として客単価が約5%低下している。昼食時に1人用の総菜やグリルチキン、サラダチキンなどを買い、グミやチョコレートやビスケットなどで小腹を満たすといった節約志向がみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・8月に入って、ショーウィンドウに立ち止まる客が増えているほか、店内に入ってくる客も少し増加している。ただし、実売は厳しく、財布のひもは依然として固いままである。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・気温の高い日が続いているほか、お盆期間の帰省の動きと重なり、購買意欲や来客数が鈍化している。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・夏の需要が一段落してきたが、今年は前年に大きく売れたゲーム機やパソコンに代わる需要がみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新たな省エネ基準の導入や猛暑による影響で、エアコンの販売がお盆商戦までは非常に好調であったが、お盆明け以降は来客数が激減している。リフォーム補助金も、省エネ型給湯器と内窓関連にしか活用できていない。
	▲	家電量販店（営業担当）	それ以外	・地元の工務店の倒産が増えており、当社の客との商談も、その影響で打ち切りとなるケースがみられる。
	▲	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・値上げをしているにもかかわらず、売上が横ばいである。
	▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・来客数が減少しているほか、販売量の減少で客単価も低下している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・期待していたプレミアム付商品券の利用状況は、好調であった前回には程遠い。会社の経費で支払われる宴会などは、一定の需要がみられるが、割り勘での利用や、仕事終わりでの軽めの利用が激減している。特に月中旬からはディナータイムの動きが悪化しているなど、外食では節約志向が目立っている。
	▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・5月以降、前年を下回る動きが続いている。駅ビルの工事が完了するまでは、厳しい状況が想定される。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・駐車場の利用状況には、平日と週末で大きな差があるが、週末でも満車になりにくい。
	▲	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・都市部やテーマパーク周辺での宿泊需要が鈍化し、各ホテルの稼働率や客室単価が低下している。競争の激化に伴い、周辺ホテルでも値下げの動きが広がり、収益環境は厳しさを増しているなど、業界の景況感は悪化傾向にある。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・お盆休み明けは新規受注が取り込めていないなど、顕著にインバウンドの減少が見受けられる。9月初旬も予約の動きが鈍い。
	▲	旅行代理店（役員）	お客様の様子	・夏休みの旅行の間際予約も少なく、9月の大型連休の申込状況も芳しくない。客との会話でも、様々な生活必需品の値上げで余裕がないため、旅行はもちろん、外食も控えているという声が多い。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・猛暑の影響もあり、夏休み期間中の旅行需要が伸び悩んだほか、今年は台風の発生が多く、ツアーの中止やキャンセルが発生したため、販売環境は厳しいものとなっている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・物価や原材料価格の上昇で、利益が圧迫されている。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8357円で、3か月前の8994円よりも下がっている。
	▲	競艇場（職員）	販売量の動き	・ネット投票の伸びが縮小し、前年並みとなりそうであるが、単価全体は大きく変わっていない。一方、拠点のレース場や場外発売場での販売は、前年比で減少の見込みとなっている。
	▲	その他レジャー 〔スポーツ施設〕（経理担当）	それ以外	・為替レートの悪化が続いている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・市内中心部の地価が下降気味であり、金融機関の融資が厳しくなっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・建築資材や設備の仕入価格が上がる一方、価格転嫁はできない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションについては、金利の上昇やローン審査の厳格化で、実需用、投資用共に動きが厳しくなっている。その結果、月間契約数が減少し、完売までの販売期間が延びている。
	▲	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・地価や建築費の高騰により、受注状況が更に厳しくなっている。
	▲	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）	販売量の動き	・物価や金利の上昇による影響が大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・運営している住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比較して、僅かながら減少傾向にある。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	それ以外	・石油不足がいつまでも続く状況では、商品が生産できない。
	×	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・近畿は来客数と販売量の両面で苦戦している。ドラッグストアや競合チェーン店の進出に加え、前年の大阪・関西万博の反動による来客数の減少が大きく影響している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・売上が前年よりも40%程度落ちている。暑さの影響もあるが、とにかく来客数が少ない。
	×	家電量販店（店員）	お客様の様子	・商品価格の値上げや作業費の高騰により、買換えではなく、修理で対応できないかという質問が多い。客も買換えの必要性を理解しているものの、なかなか諦めがつかず、納得するまでの時間が以前よりもかなり長くなっている。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・輸入品の販売では、全ての客に価格が高いといわれる。国内客の値頃感の低さは、長かったデフレによる輸入元の欧州と日本の物価の差に起因するが、実際の価格は円安の影響で上昇が続いている。
企業 動向 関連 (近畿)	-	-	-	-
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑日が続くなかで、新商品のヒットもあり、炭酸飲料の売上が少し上向いている。
	○	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・8月の限定商品の売行きが予想を上回っている。
	○	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今は好調が続いているが、ナフサ問題による春の大幅な値上げで需要の減退が始まっているため、今後は景気が悪くなる。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載関連製品の受注が伸びている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の小売店、飲食店では売上が増えている。値上げが最大の要因であるが、今はどの商品も値上がりしているという理由で、客に値上げを受け入れてもらえたという店主が増えている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は稼働日数が少ないことを考慮すると、大きくは変わっていない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量自体に変化はなく、通常の数値や納期での推移となっている。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇と円安傾向の動きは大きく変わらず、身の回りの景気にも大きな変化はない。物価の上昇は続いているが、米の価格は低下傾向であるほか、歴史的な円安基調も日米協調介入で1ドル160円台から150円台に変化するなど、一進一退の動きがみられることから、全体としては変わらない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先には材料価格の上昇分に加えて、加工費の上昇分の値上げ交渉を行っているが、難航している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫、エアコンなどの大型商品は、店頭の荷動きが前年をやや下回る水準で推移している。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品や樹脂成型品の価格高騰が進んでおり、当面は下がる様子がない。今後の動向次第では、設備投資の動きが更に鈍くなるとの意見も多い。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・5月以降は景気が良いとはいえない。消費者物価の上昇で耐久消費財に予算が回っておらず、2024年4月以降の運送業の勤務体制変更による運賃上昇の影響も出ている。また、高い気温が続いているため、屋外で使用する物については、来客数の減少がみられる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は増えているが、競合先も増えつつあり、相見積りとなって受注できない案件も出てきている。粗利益は増えているものの、売上は伸びていない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先の業績が好調であり、受注件数が増えているが、建設資材の不安定な納期や価格の高騰に苦慮している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・全体の荷物量が減少傾向にあり、主に小売業の荷物が前年比で10%減となっている。また、猛暑の影響で購買意欲が低下している。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・原価が下がっている商材もなくはないが、総じて上昇傾向にあるほか、10月からの最低賃金の引上げに伴う雇止めの話もある。当社でも以前からの人件費の高騰に伴い、アルバイトの募集はストップした。店舗が入れ替わる周期も早くなっているため、外食業では今後も倒産件数は増えると思われる。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の資料では、受注量の増加は確認できないほか、会話の中にも受注量が増えているという内容は少ない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月以降は交通広告の受注に大きな動きがなく、前年よりも注文の規模が小さい状況が続いている。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆期間中の人出は、令和8年熊本地震の影響のほか、足元の物価や旅行代金の上昇もあり、前年比でやや減少している。
	□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	受注量や販売量の動き	・原材料不足により、販売単価を全体的に引き上げたところ、客の買物は購入量、購入品数共に減少している。購入品数は前年の約8割で、品質より価格を重視した商品が売れている。また、し好品はセール時や特典のポイントが2倍の日に合わせて買っている。米に関しては、価格が下がってきているものの、想定していた以上に買わない。その一方、パンやパスタの売上は堅調に推移している。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・石油関係の商品の動きがまだ滞っているほか、値上げも続いているため、動きが悪い。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆休みが終わってから、売上が徐々に落ちていく。夏休み中の支出の増加や、猛暑で昼間の外出が減ったことも影響している。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・問屋経由の注文の6割は消費者への販売であり、物価の上昇などで購買意欲が左右され、売上は減少している。一方、一部の富裕層への販売は他社との競争が激化し、商品の付加価値に加えて、おもてなしの競争となりつつある。メーカーが今まで対応できなかった領域でも発想の転換が求められるなか、地理的な要素も考えながら、販売の展開を考えていきたい。
	▲	繊維工業（管理担当）	それ以外	・原材料価格が高騰している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注は減少傾向であり、売上の内容は既存設備の改修が中心となっている。取引先の投資が設備に向っていないことは明らかで、対象がAIなどに変化しているとみられる。ものづくりに関する産業構造の変化を実感している。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・コストの上昇分を販売価格に転嫁できず、収益が圧迫されている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅価格が上がり過ぎて、計画を変更せざるを得ない客が増えている。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・建築資材の輸送量が減っており、特に至急扱いの荷物がなくなっている。
雇用 関連 (近畿)	▲	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期を過ぎて、忙しさも一段落したが、取引先との値上げ交渉は進まず、経費の削減も厳しい状態である。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・中国人の居住条件が厳しくなり、タワーマンションを売却する動きが増えている。大都市のタワーマンションの値下がりも始まるなど、景気は悪くなっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・インフレが続いている。
	-	-	-	-
(近畿)	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・下期に向けて、少しずつであるが求人数が増えている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価上昇の影響は続いているが、中東情勢による資材不足には落ち着きが見られるほか、求人数にも前年比で若干の増加が見られる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・学校などの夏休み中の改修工事が増えている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・DX対応の求人が増えてきた印象を受けるが、全体としては高止まり傾向で大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・今年の春闘の賃上げ率は5%を超えたが、輸入価格の上昇に伴う、企業のコストや物価の上昇が予想されるため、結果としては変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・建設業界や一般企業向けの派遣は、人手不足に伴って事務職の求人が堅調に増えている。一方、通信業界向けの派遣では、AIの導入や業務の効率化により、従来の事務職の求人が減少傾向にある。通信分野では高度なスキルを要する求人が増えるなか、求職者の希望条件とのギャップが生じ、人選や成約が難しくなっている。全体としては、一部業界での求人増というプラス要素と、通信業界における求人減や条件のミスマッチというマイナスの要素が相殺し合っている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・物価の上昇は進んでいるが、特に広告関連の動きに変化はない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・3か月前は中東情勢の影響により不透明感があった。直近は、以前と同じではないものの、原料や商品が供給され、事業への影響が少なくなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は例年並みで推移しているが、就職件数は微減となっている。事業所からの話では、物価上昇は続いているものの、中東情勢の影響による原料不足は解消傾向にある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の求人の動きは、前年と比べても大きくは変わらない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2027年3月卒業予定者の採用は、学生、企業共に苦戦している。現時点でも、知名度はないが条件の良い企業の求人がまだ残っている。一方、2028年3月卒業予定者の採用に向けたインターンシップの広報は夏がピークで、秋以降は緩やかな下降傾向となる。当社の秋のイベントも縮小予定であるほか、大学内での合同説明会も秋は見送りや縮小の動きが出ている。全体的に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人件数や派遣依頼件数は、例年どおりで大きな変化はなく、3か月前から大きな増減はみられない。また、企業の採用意欲や派遣スタッフの稼働状況にも大きな変化はないため、景気全体も特に変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人事業所数は前年よりもやや増えているが、新卒採用の早期化によるものとみられる。募集人数が増加傾向となっているわけではなく、他業界に比べて選考時期の遅い、医療業界でも早期化が進み始めている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒求人の動きをみていると、活発な採用活動が続いている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・近畿の新規求人数は前年比で2か月ぶりの減少となった。下水道などのインフラ更新需要が好調な建設業や、半導体関連が好調な製造業、人手不足が深刻な医療福祉などは増加が続いている一方、物価上昇による購入控えなどの影響が大きい、卸売・小売、宿泊・飲食では減少が続いている。全産業に占める割合が大きい、卸売・小売、宿泊・飲食の求人が上向かなければ、全体の求人数もなかなか増加しない。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・中国からの渡航自粛に加え、中東情勢の影響が長期化し、派遣先のホテルの業績が悪化している。それに伴い、派遣社員の採用や期間の延長を控える施設が増えている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・円安の進行や物価の上昇に、賃金の動きが追いついておらず、景気は悪くなる一方である。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・少し前から金利が上昇傾向にあり、消費者、企業共に、金利負担の増加による悪影響を受けている。

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		-	-	-
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・県外からの来店客が増え、高額商品が売れるようになり、客単価が上がっている。
	○	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・地下スーパーの開店に伴い、入店客数は増加している。また、近郊の商店街においても、来街者数が明らかに増えている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・猛暑が続くなか、夏休みの子供向けイベントなど、集客催事により、来客数が好調に推移している。日傘やUV手袋などの猛暑対策商品も好調に動いている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・揚げ物や弁当の動きが良くなっているが、冷たい麺類やおにぎりの売上は前年と比較して伸びが鈍い。一方で、3か月前と比べて来客数は戻りつつあり、それに伴い売上も良くなっている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・新たな省エネ基準を意識したエアコン需要の先取り感もあり、来年の需要動向が懸念される。一方で、報道を受けて客の反応は良く、暑さの影響もあり、今夏のエアコン販売は好調に推移している。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・梅雨明けの7月からじわじわと客が増え、8月は前年比110%程度で推移している。観光バスが毎日のように来ており、来客数増加につながっている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・夏休みに入り、客足は好調に推移している。一方、猛暑の影響から屋外での活動は低調となっている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夏休みということもあり、物価高とはいえ生活に変わりはない様子である。
	○	その他飲食〔パーキングエリア内レストラン〕	来客数の動き	・飲食の客が1日当たり5～10人増えた。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・8月の宿泊稼働は、3か月前の時点では前年比5%ほどマイナスだったが、現在は前年とほぼ同じペースとなっている。飲食も同じ傾向となっている。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・中東情勢や中国渡航制限などの問題も縮小しており、直近3か月でみると、インバウンド需要が戻ってきている様子である。また、前年比でも客数、単価共に向上している。
	○	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・7月実績で前年比113%と、値上げ分を差し引いても前年同実績である。6月までは前年割れの状態であったことを考えると、上向きと捉えることができる。
	○	通信会社（企画・総務担当）	お客様の様子	・新規サービスに関する問合せが増える傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・外気温の高さも一因と推察されるが、高齢者を主な客層とする店舗では、昼間の来客数が激減している。涼しい夕方に来店する傾向がみられる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・お盆を過ぎても厳しい暑さが続いており、地元客も朝夕にしか来店しない状況となっている。
	□	一般小売店〔食品〕	お客様の様子	・販売数量と来客数に変化はなく、現状維持の状況が続いている。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・暑さが和らいだことなども影響しているとみられ、客足は回復している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費動向に大きな変化は見受けられない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上の動向に変化がない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・館内に大型ディスカウント食品スーパーが入り、客数が大幅に増加したことによる他フロアへの一定の波及効果が期待されたものの、効果は限定的となっている。従来の百貨店商材についても、依然として前年実績を下回っており、厳しい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の増加に加え、買上点数の伸長が大きく、客単価も上昇しており、売上の増加につながっている。特に食品の伸びは大きく、一般食品や日配商品といった日常に欠かせない商品の買上点数が堅調に増加している。単価については、基本的に低単価傾向であるが、高単価商品の動きも伸長している。週末中心の集客ではあるが、平日の伸長率も大きく、前年を大きく上回る結果となっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比104%と増えているが、買上点数が前年比96%と伸びていない状況である。客からは値段が高くなったという声が多く、財布のひもは固い。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年の98～99%で推移している。値上げにより売上は何とか前年並みを維持している。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上は前年比4ポイント増まで伸長し、プラスに転じている。販売点数も前年比1.2ポイント増、来客数については前年比0.5ポイント増と小さいながら前年を上回る水準を維持している。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・物価上昇のため、節約による買い回りにより、来客数は前年を上回る状況が続いているが、1人当たり買上点数は前年を下回る状況が続いている。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・毎日の生活において食事は切り離せないが、単価を下げたり、購入商品を見直したりする客が多いとみられる。弁当の購入を控え、サンドイッチやパンなどにシフトしている傾向がうかがえる。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・猛暑が続く、昼間の来客数が減少している。朝夕の来客数は増加しているが、主力商品の米飯類が前年ほどの勢いがなく、低迷している。商品単価も上昇し、消費者が価格に敏感になっている様子である。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・景気が良くなる様子はない。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・当市のプレミアム付商品券の利用を目的とした来客が増加しているが、物価上昇により購買意欲は停滞しているとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・これまで好調だったエアコン需要は、今月は前年並みとなっている。売上は前年を下回っているが、来客数は前年並みを維持していることから、景気は悪くないとみられる。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・エアコン、冷蔵庫、洗濯機、テレビといった主要商品は好調に推移しているものの、その他商品の販売量は落ち込んでおり、3か月前と比べても状況に大きな変化はみられない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・積極的な購買というよりも、買換えが必要となった際に購入するなど、必要に迫られた購買が中心となっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・最需要期ではあるが、商品のラインアップが少ないため、販売量が予想より少ない。
	□	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・個人経営をしている客からは、仕事があっても利益がほとんどないものばかりとのことで、景気は依然として悪い状況である。
	□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・8月の販売量は前年比98%となっている。
	□	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・余り変化はみられない。受注制限や長納期のものが落ちてきたため、急いで結論を出す必要がなくなってきたことが理由と考えられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売数は低迷しているが、来客数は微増している。ただし、売上につながっていないため、横ばいで推移している。今後、市場も決算期を迎えることから、最終まで実績を積み上げていきたい。
	□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・生産台数が安定してきたため、受注台数、販売台数共に大きな変化はない。
	□	その他専門店 〔革製品〕（店主）	単価の動き	・今月は、暑さが続くなかでも来客数、販売数共に増加している。しかし、低単価商品が多く動いていることから、景気に変化はみられない。買物をしたいという需要はあるが、節約志向もあり、比較的低価格な商品が選ばれる傾向がある。ただし、低価格商品の新作を増やしたことも、こうした販売動向に影響している可能性がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔宝石店〕（店員）	お客様の様子	・中東情勢を始めとする現在の経済状況に慣れてきている様子が、客との会話からうかがえる。また、今後も金価格の高騰が予想されるなか、欲しいときに、欲しい物を買うという意識がみられる。
	□	バー（経営者）	来客数の動き	・お盆などの関係もあり、来客数にばらつきがあった。
	□	都市型ホテル （宿泊担当）	単価の動き	・客単価に大きな変動はなく、宿泊、レストラン共に3か月前と同程度で推移している。客の消費動向にも大きな変化はみられず、景気は横ばいが続いている。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・特需もなく、販売量は想定通りに推移しており、前年と比べても大きな変化はない。
	□	通信会社（総務担当）	それ以外	・事業活動においては、設備構築用の資機材納入が滞っており、サービス提供にかなりの影響を及ぼしている。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・お盆休暇で帰省する人の移動が増えることから、新たな営業案件の引き合いが出てくることを期待していたが、特に新しい引き合いはなく、静かな状況であった。
	□	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・中東情勢により経済が不安定になっている。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・料金の延滞率や延滞解消率に大きな変化はない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・猛暑が連日続き、直前でキャンセルする客が増えている。熱中症対策用に氷のサービスや冷風機、塩あめなどの提供をしているが、集客は難しい。気温が落ち着けば、予約状況にも変化が出てくるとみられる。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上が横ばいである。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客は安さを求めており、景気は良くない。
	□	設計事務所	お客様の様子	・新たな大型案件の相談もあり、縮小している雰囲気はしない。かといって大量に動き始める話も聞かない。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・住宅の新築やリノベーションの引き合いはあるが、予算に見合わない状況で先に進まない。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	お客様の様子	・販売価格や金利動向に大きな変化はなく、客の動きもさほど変わらない。夏場の休暇シーズンの影響から、来客数は若干減少しているが、大きな落ち込みには至っていない。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・市中のマンション価格は軒並み5000万円台となっており、50年ローンを利用しても購入が見込めない世帯が多く、先が読めない状況である。しかし、建築費の高騰は続いており、価格が下がる見込みもない。
	□	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・金利上昇により客の動きが鈍化しており、3か月前と比べても状況に改善はみられない。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・購入を迷った末に見送る客が多く、苦戦している。
	▲	一般小売店 〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・売上は国内外共に伸び悩んでいる。また、先週開催された商店街のイベントについても低調であった。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・毎月、100万円以上の商品を10人以上の客が購入していたが、今月は10人に達しておらず、景気は悪い状況である。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円超えのブランドジュエリーや数十万円のバッグは数点売れたが、新店舗のオープン後も期待したほど客足は伸びず、厳しい状況となっている。来月も引き続き厳しい状況が続く見通しである。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を超えているが、販売点数は前年を下回っている。
	▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・値上がり商品が多々あるなか、節約志向が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・呉服業界では仕入価格が上昇しているが、販売価格を上げることも難しく、厳しい状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・購入アイテムの単価が上がった分、購入点数が減った。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・値上げが続くなが、9月からも更なる値上げが予定されており、近年の値上げサイクルの短期化が、客離れの一因となっている。
	▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・令和8年熊本地震や中国からのインバウンド客の減少が客数に影響している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前までは来客数が前年を2けた伸長していたものの、月を追うごとに徐々に伸びが鈍化し、今月は前年を下回っている。来客数の増加をけん引してきたランチタイムについても、厳しい気温や気象条件の影響を受け、前年を割り込む状況となっている。一方で、夏場商戦を前に7月より実施した値上げによる客単価の上昇に支えられ、売上は前年並みの水準を維持している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数が前年比4%の減少となっている。暑さの影響もあるとみられるが、客の来店控えがみられる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	お客様の様子	・暑い日が続いて外出を控えているのか、客の動きが例年より少ない様子である。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・エリア内の競合環境に変化があり、受注数は減少傾向となっている。新規開業やリニューアルオープンが相次ぐなかで稼働が減少していることから、エリア全体としての純増も大きな伸びは見込めないと予測している。
	▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・地震や台風といった自然災害の影響により取消しが相次ぎ、取扱金額が大幅に減少していることから、最繁忙期である夏休み需要にも影響が出ている。海外については、取扱額が前年比102%となっているが、取扱人員は前年比95%にとどまっている。中東情勢の影響による催行中止も続いており、遠方への影響が大きい。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・良い物を選ぶというより、価格の安い物を選ぶ傾向にある。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・悪化状況に変化はなく、サブスクリプション型サービスの解約が増加している。
	▲	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・猛暑の影響もあり、屋外での活動を控える傾向がみられる。コテージは前年比80%であったが、キャンプは70%と落ち込んでいる。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅借入金金利の上昇で支払の余裕がなくなり、購入に対して慎重な動きが見られる。若年層では、住宅に対するこだわりや要望が強くなり、意思決定が遅れる傾向も見受けられる。
	×	商店街（理事）	お客様の様子	・当初は、相次ぐ値上げにより客も慎重な購入姿勢であったが、最近は猛暑が続き、買物に出掛けること自体を控える傾向で、買物以前の問題となっている。
	×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・今年は暑さが長く続いており、客足も伸び悩んでいるため、なかなか売上につながらない状況である。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・米国の関税の影響が強く、客の消費は抑えられている様子がうかがえる。業界全体として、前年同月比で悪い状況である。
企業動向関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新車の立ち上がりの時期となり、忙しい状況である。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内需要は若干落ち着いているものの、北米需要が引き続き全体をけん引している。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	金融業（主任）	取引先の様子	・取引先企業への訪問時に、受注の増加や設備更新の計画など、前向きな話題が増えている。また、資金需要も底堅く推移しており、取引先の様子から、景気は3か月前と比べてやや良くなっているとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・単価、販売数量共にそれほど変わらない。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・夏の酷暑、台風の直撃、全国での地震、豪雨などで消費活動が鈍化している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・モノや値動きについては若干落ち着いているものの、様子見の取引先が多く、景気を押し上げるほどの動きは感じられない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・受注量や発注量などに特段の変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	それ以外	・民間の設備投資や建築需要は依然として低迷している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶関連や車載関連は客の生産調整の影響に伴い減少しているものの、プリント基板関連はAI関連の半導体向けなどの装置需要増加が続いており、好調に推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は相変わらず減少したままである。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の価格や納期については不安定な面があるが、価格転嫁の対応や客先の理解が進んでいる。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・米国政権の影響により、世界的に地球温暖化対策に対する政策の姿勢が弱まっていると考えられるものの、関連する設備投資は引き続き行われている。関係するエンジニアリング会社や機器メーカーでは多くの案件を抱えており、工事事業者についても当面の受注案件が確保されていることから、納期が長期化しているケースもみられる。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客ヒアリングにおいて積極的な動きは見られない。
	□	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響により、資材調達価格の高騰が続いているものの、3か月前と比べて大きな変化はない。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約5%増加しているが、成約率は約3%低下している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・人件費負担が増加しているものの、M&A手数料収入など、非定型業務による収入が増加しており、コスト増を補っている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品価格が高騰するなか、定番から外れる商品も出ており、対応に苦慮している。さらに、物量も減少しており、一段と厳しい状況が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・お盆過ぎから受注量が極端に減少傾向となっている。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・5～7月は短納期対応のため工場負荷が高く、超過勤務や他部署からの応援を行っていたが、受注のピークを越え、現在は定時操業に戻っている。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・様々な品目で物価上昇が続いている。
雇用 関連 (中国)	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・中東情勢の影響による不確実性は薄れつつあるものの、原材料価格や人件費の増加により、企業のコスト負担は高まっている。
	×	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ICT関連機器の資材価格高騰などを背景に、サーバーや通信機器などの受注量が減少している。これに伴い、データセンターの利用や利用時期の見直しにも影響が出始めている。
	-	-	-	-
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・面接数や内定数など、いずれの指標も伸長している。未取引先からの新規求人依頼も増加傾向にあるが、十分に対応しきれない状況となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・当社の人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前と比較して124%増となっている。8月のお盆期間についても、7月と比較して108%増となった。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	採用者数の動き	・ここ数年、最低賃金引上げに合わせる形で、人材派遣料金の値上げを続けてきた。あくまでも派遣労働者に対する適正処遇を実現することが目的であったが、一部の中小企業では、派遣料金高騰に対応しきれず、派遣利用に負担感が生じている。こうしたことから、人材派遣の利用を最小限にとどめる動きも見られる。そのため、派遣料金の単価は上昇しているものの、派遣労働者の数自体は計画どおりに増えていない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求人数の動き	・現時点では、良くも悪くもない状況である。今後、繁華街への人の出入の減少や、最低賃金の改定が各企業のマイナス要因になると考えられる。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	採用者数の動き	・新卒の採用活動は中長期的な事業計画に基づいて実施されるため、3か月という短期間の景気変動が、採用枠や実際の採用者数に影響することはほとんどない。現在も当初の計画どおりに採用活動を継続しており、直近の採用者数の動きに変化はない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少傾向が続いているものの、直近3か月前と比較した人手不足感に大きな変化はなく、医療福祉、建設業、運輸業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。一方、中東情勢の影響については、一部で原材料価格の上昇や資材調達の難化を懸念する声があるものの、現時点で雇用への直接的な影響は確認されていない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は順調に増加しているものの、求職者が希望する職種と一致しない求人も多く、景気が良くなっているとは判断できない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求職者数の動き	・当社求人への応募や新規登録者数など、求職者の動きが鈍化している。7月と8月は例年と同様の動きであるが、新規登録者が前年比80%程度まで落ち込んでいる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ここ数か月、物価高、猛暑による外出控え、海外情勢の不安定化、想定外の災害等、消費を刺激するニュースはない。地方経済に良い影響がない状況が続いている。
	×	-	-	-

10．四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上は8月下旬まで低迷していたが、最後の週で盛り返し、前年を少し下回る程度まで回復した。外商売上は好調で、前年を大幅に上回った。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・相次ぐ商品価格の上昇によって客単価は低下傾向だが、来客数が好調なため売上はほぼ前年並みである。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品単価の上昇によって売上の増加が続き、来客数の減少を補完できている。競合他社の出店が一時より落ち着いたため来客数の変動が少なくなり、売上が安定してきている。
	○	スーパー（財務担当）	単価の動き	・お盆の月のため、品質が良い物の売上が増加した。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量共に良くなっている。比較的高単価の商品を多く扱っているものの、地元客によるまとめ買いの頻度が増加している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・季節商材の売上が増加している。秋祭り用の商品の予約が入っている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	販売量の動き	・昨年も前年比120%と大きく売上が増加したが、今年も前年比115%と好調に推移している。特にお盆期間は、県外からの客やインバウンドが増加する時期であり、例年以上に売上が好調だった。ピークの4日間は、土産が前年比115%、飲食店が110%と非常に好調だった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・広告効果もあってか、売上が前年と比べ2割ほど増加しており、値上げ率を差し引いても、1割強は増加している。
	○	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数は微増しているものの、販売数が増加しない。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・お盆休みが長かったため遠方からの帰省客が多く、売上が好調だった。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・市内中心部で、建物の建て替えが増加してきた。
	□	商店街（常務理事）	来客数の動き	・商店街の通行量は国内外からの観光客増加により、右肩上がりである。夏場は地元の高齢者層の客が減少し、観光を目的とした若中年層の客が増加している。そのため、物販店は苦戦している一方、飲食、土産、宿泊観光は好調で、明暗が分かれている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・再開発の遅延や中止が続出し、地域の活性化の気運が盛り上がらない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・祭りに関する人手がかなり増加している。イベントには人が集まるためにぎわってはいるが、価格上昇から財布のひもはかなり固いとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・多少入荷が増加している。ただし、希望する数量より少ないため、売上は前年と比べると減少している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・酒類の消費量は、飲食店向けも家庭向けも共に減少している。健康志向もあいまって、なかなか売上が増加しない。
	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・価格上昇や猛暑による意識の変化で慎重さは持続しているものの、夏休みの影響もあり、全てを節約するのではなくメリハリのある消費をしている。
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・仕入価格が高いため価格を下げる余力がない。客は購入数量を減らして生活を防衛するなどの買い控えも顕著であるため、現場の景況感は厳しい。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材は売れているが、それ以外の商品の販売が減少しており、総量としては変わらない。
	□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・大型の主要商品の売上については、計画どおり推移している。残暑が厳しい状態が続いているものの、季節商材のエアコンの売上は落ち着いており、前年比110%で推移している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・人気車種の受注停止が続いていることに加え、お盆期間の休業による営業日数の減少で販売期間が限られたため、受注台数が伸び悩んでいる。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・受注状況に大きな変化はない。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・国内旅行の人数は微減しているが、インバウンド旅行者数が年々増加傾向にあり、全体としては好調に推移している。
	□	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・先行きが不透明であり、停滞感がある。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・祭りの開催時期前後は売上が好調だったが、その後はタクシーの利用度が減少し、例年どおり横ばいであった。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・猛暑が続いているもののイベント実施の効果などもあり、来客数は前年同期程度で推移し、好調を維持している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・原油高や為替の影響による価格上昇が続いており、必要最低限の買物はするものの、嗜好品の買い控えが続くなど、客の購買意欲が減少傾向にある。夏の暑さの影響から、客が買物へ行く機会も減少しているとみられる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・猛暑と物価上昇により、お盆のお供え物を節約したいという人が多かった。お供えをする行事についても一度で済ませようとする人もいた。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価上昇による節約志向は高まっており、来客数にも影響が出ている。単価は上昇し続けているが、全てを価格転嫁することは難しく、物価上昇分を補えないため、結果として売上は苦戦している。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みである。インフレのため売上は前年を超えたが、買上点数は減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・8月中旬頃までは例年を上回る良い調子であったが、それ以降は猛暑の影響によって来客数が激減し、非常に厳しい状態である。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の高齢化が進み、来店が困難になったり来店周期が長くなった方が増加傾向にある。
	×	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・リニューアルに備えたショップのクローズと猛暑の影響により、来客数が減少した。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。お盆までは前年並みで推移していたが、お盆以降急激に来客数、売上共に減少に転じ、前年割れとなった。
	×	コンビニ（総務）	販売量の動き	・3か月前まで前年比103%を超えていた売上について、今は何とか100%でキープしている。来客数が大きく前年を下回っているため、3か月前と比較して悪化している。また、前年開催された大規模イベントの反動もある。
	×	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前年比では15%程度販売量が減少している。暑さによる外出控えや、客から災害、物価上昇の話題が多く聞かれ、購買意欲の低下がみられる。
企業 動向 関連 (四国)	-	-	-	-
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・九州地区は地震の影響でインパウンドの数が減少しており、受注もやや低調ではあるものの、他地区の小売店からの受注は活発である。特に店頭での季節商材の回転が良く、比較的単価のものがよく売れている。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・価格転嫁交渉は完了した。ただし、販売価格の改定時期は下期となり、仕入価格の方が先行して改定するため、8～9月は利益が大きく下がる見込みである。
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・主要取引先の売上は微減だが、地元スポンサーのCM出稿量が増加したため、全社としては微増である。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・賃上げが続いているが、取引金額自体も上昇しているため、少し利益が上がった。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・特に目立った動きはなく、平調に推移している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・価格は据え置かれているものの、取引価格は下値で推移しているため、厳しい事業環境が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の設備投資や資材価格の動き等に変化が見られない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事が少ないため心配している。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・世の中の大きな変化がみられない。
	□	通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ほとんど動きがみられない。
	▲	化学工業（所長）	取引先の様子	・中東情勢の影響により受注量が春以降急激に増加したものの、現在は取引先にも陰りが見え始めている。結果的に需要の先食いであったと認識しており、全体の景気は改善しているとはいえない。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・物価上昇による建築価格上昇と金利の上昇があいまって、建築関係の動きが鈍くなっている。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産の売却依頼も購入相談も時間を要するがまとまらない。売主、買主ともに慎重さが増した。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格は高止まりか上昇傾向だが、売価転嫁が難しい状況は変わっていない。
	×	-	-	-
雇用 関連 (四国)	-	-	-	-
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	求職者数の動き	・例年どおり夏は求職者の動きが鈍り、変化が起きづらい。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者の動向により景気が左右される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人数に大きな動きは見られないが、事務関係を中心に事務職の求人数が減少傾向にある。特に、留学生の高度人材採用については非常に厳しくなっており、日本での就職を希望する学生数に対して求人数が圧倒的に少ない。

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
	▲	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・県内の企業では求人数が増加しているが、実際に採用が充足している企業は少なく、どの企業も人手不足が続いている。現場スタッフとしてのアルバイト、パートスタッフはもちろんのこと、会社の次世代を担う可能性のあるコア人材の採用にも苦戦しており、慢性的な人手不足への対応方法が見つかっていない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求職者数の動き	・材料費や商品価格がかなり上昇しているという話をよく聞く。値上げせざるを得ない状態になってきているとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・物価の上昇等により持ちこたえられない事業所が多く、商品への価格転嫁や人員の経費削減で人員整理をする企業がある。

11．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (九州)		住関連専門店（従業員）	単価の動き	・地域のプレミアム付商品券が功を奏している。例年と比べて1人当たりの購入上限額が増額したことで、高額な単価の商品の提案がしやすく、顕著に数字として現れている。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	販売量の動き	・8月に移転オープンし、想定以上の売上となっている。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・衣料品を除く部門においては、前年の売上を上回っている。時計、宝飾関連も好調で、飲食を含む食料品も好調である。反対に婦人服を中心に衣料品全般は売上において依然として苦戦を強いられている。
	○	百貨店（経営企画担当）	単価の動き	・3月から6月は前年比98.5%と苦戦したが、7月以降は前年を上回る水準で推移している。具体的に、7月の売上は前年比100.8%、8月24日時点は前年比106.0%となっている。外商顧客を始めとした富裕層による高額品の需要が回復基調にあり、売上全体の底上げに寄与している。
	○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・来客数が前年比を100.3%で推移している。8月はお盆の行事があったことに加え、当県ではほぼ雨が降らなかったため、一時的な現象の可能性はある。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコンの工事部材等の入手困難な状況が改善した。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・ほぼ販売目標どおりに受注できている。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・ミニバンの購入を中心に、来客数が多い。他社との競合も多くなっている。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	販売量の動き	・8月は3か月前と比べ国内客の動きが見られた。猛暑に功罪はあるが、家電の好調、好天継続が結果として良かった。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・夏休みのバスツアーや国内企画商品が好調であった。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・客単価に直結する運賃改定が実施され、その効果が継続している。
	○	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）	それ以外	・6月からの診療報酬改定や介護報酬臨時改定により、社員の賃上げ財源が一定程度確保できたことで、採用環境にもプラス要素となっている。また、報酬改定のなかで新たな加算取得に伴い増収もあり、期首との比較では若干の経営環境好転がみられる。
	○	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・市内の中心部の分譲価格が急激に上昇しており、周辺の開発が進んでいる。賃貸や分譲マンションの着工、家屋の建て替えも行われており景気が良くなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候により人流が変わる状況は、前年と同様であるため、来客数の動きは変わらない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑が継続しているため、客の来店が厳しくなっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・食品や様々な物が値上がりをしている状況で、客の消費マインドが冷えている。やや悪い状態が数か月続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	一般小売店 〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・株価は高騰し続けているが、小売店での景気は厳しい。猛暑の影響により外出も控え気味であり、物価の上昇も販売量にかなり響いている。
	☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・食品の値上げが大きな原因である。
	☐	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はみられないが、現状は天候等に左右される不安定さを含みながら推移している。
	☐	百貨店（リーダー）	お客様の様子	・現在セール商材が多いが、安さだけでは客の購入にはつながらない。客はしっかりと見極めた上で判断し、必要な物だけを購入している。
	☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向に変化はなく、厳しい状況は続いている。特に通常日での減少が見受けられる。消費者の生活防衛意識が高止まりし、特売日などに集中して来店しているため、来店頻度が落ちている。
	☐	スーパー（店長）	単価の動き	・単価の上昇傾向は変わらず、可処分所得は減少が続いており、消費意欲は低い状態である。行政の支援が多少あるが、一時的であり景気が好転する要素が見当たらない。
	☐	スーパー（店員）	お客様の様子	・主食の米価は下がってきているが、食品や消耗品がおおむね5～7%値上がりしている現状では景気の上がりようがない。
	☐	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・お中元商戦は、価格の下落を予測していたとおりの結果であった。日常使いの商品は売行きが良い。まとめ買いのため、特に特売日に来客数が多く集中し、特売日とその他の日の来客数のギャップが激しい。
	☐	スーパー（従業員）	お客様の様子	・当社の売上や来客数の推移は上昇傾向にあるが、全体的に景気が良くなってきているとは実感できない。
	☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・仕事やイベントでの利用に変化はないが、家族連れの行楽は減少しており、特に週末の来客数が減少している。
	☐	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・20年ぶりのキャンペーン企画等への客の反応も良好である。
	☐	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・来客数の動きは曜日や気温によって変わることがあるが、1週間の平均でみると前年と比べて変わらない。天候にかかわらず、夏物商材の売行きがその日によって違うため、一概に景気が良くなっているとはいえない。
	☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ここ2～3か月の景気は、悪い状態が続いている。
	☐	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前と比べて、8月は災害や暑さ、値上げ、世界情勢など余りにも様々なことが起こり、買物をするような気分にはなれない状況である。生活必需品を除いてざいたく品に関しては、厳しい月であった。
	☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・売上は前年並みではあるが、来客数は前年を下回った状態が続いている。特にお盆期間の落ち込みが大きく、令和8年熊本地震の影響もあったとみられる。
	☐	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は前年より増えているが、客単価の低下で売上増加になっていない状況である。
	☐	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月の店舗での販売企画は、売上に効果が出ている。しかし、仕入れ等の値上がり分を補うには厳しい状況である。
	☐	その他専門店 〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前と比較すると、夏場の売上の動きは変わらない。販売量、来客数、客単価もほぼ横ばいである。
	☐	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・令和8年熊本地震により、当初はキャンセルや予約控えがあったが、最近は落ち着いてきている。
	☐	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・来客数が前年を下回っている傾向は3か月前と変わらないが、総販売量も平行に推移しているため、景気の動向は同じく変化していないと捉えている。
	☐	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の猛暑の影響により、短い距離でもタクシー利用が多い。
	☐	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・引き合いや提案の機会は一定数あり、営業活動量に大きな落ち込みはみられない。一方で、次年度に向けた見積依頼など中長期の検討案件も多く、足元の受注拡大にはつながりにくい状況が続いている。販売量としては3か月前と比べて大きな変化はなく、横ばいとみている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売が伸び悩んでいる。
	□	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に給与が追い付いていない。
	□	通信会社（役員）	それ以外	・地域で宿泊業、建設業等の一部の業種を除き、景気が改善している状況が見られない。
	□	テーマパーク職員	来客数の動き	・インバウンドが継続しており、依然として来館者数が高水準である。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前から比べると変わっていない。暑い時期のため、美容業界では夏枯れで現状は変わらず、景気回復の状態ではない。秋口になるまでこの状態が続く。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・暑い日が続いているが来客数に変化はない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築材料や製品の単価が高止まりしているが、仕事の対価である人件費は上がってこない。生活必需品の価格上昇も続いているため、景気の良さは感じない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・当商店街では、現在再開発の建物などで一部は完成したが、河川上にあるため工事が分割され客に不便な状態である。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価高や猛暑により外出を控える人が多く、アーケード設備のない当商店街では午後から人通りが激減している。最近は災害が続いていて、生活必需品以外の消費を極力控えている。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・客単価は値上げの影響により上昇しているが、暑さの影響から来客数が前年比では減少している。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・令和8年熊本地震により、当店の被害は少なかったものの、その影響が残っているなかで花屋を営んでいくには、お盆の時期ではあったとはいえ厳しい状況であった。
	▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンドが多いが、複数での来店でも買上は1人だけなど売上につながりにくい状況である。国内客については、残暑が厳しいため、秋冬商材への需要がまだみられない。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上は3か月前と比較しても同水準の販売量で推移しているが、令和8年熊本地震以降、国内顧客の動きが若干鈍っており、結論を出すには経過観察が必要だが、国内景気が少し鈍りそうな雰囲気がある。
	▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・令和8年熊本地震があり、大きな被害を受けた。特に県南ではいまだ生活インフラも戻らず、通常の生活ができない人が多数いる。被害の大小にかかわらず、県全体でつながっているところが多く、現段階では生活復興より生活再建の途上であり、3か月前と比較すると単純に比較はできないが悪くなっている。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・特売企画を前面に出した日以外は、なかなか来客数が前年比を超えない。消費者の財布のひもがますます固くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高のため、より安い物を購入するために買い回りをしている。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・物価高で財布のひもは固く、猛暑で来客数が減っている。
	▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・今月の第4週以降は暑さが戻ったため、顧客の興味が秋物定価販売に向かない。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・5月頃までは全体の売上が順調であったが、6月以降は少し下降基調になっている。映画館を抱える当館では前年のヒット映画により特需が発生していたことによる反動もあるが、2025年末頃から継続的にヒットしていたシールの恩恵が薄まっている点が挙げられる。今は他の雑貨がヒットしてはいるものの、映画やシールほどではなく、モール全体で前年比を基準に考えると厳しい推移である。
	▲	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・令和8年熊本地震の影響により、キャンセル発生から九州ふっこう応援割の開始までに外出控えがあり、客足が余り良くない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・今月はインバウンドを含め来客数が多い。宿泊では数か月前と比べて比較的安価になっている。市内競合による価格設定が低いこともあり、各社で宿泊客をめぐって競合している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・運賃改定により単価は上がっているが、夜の売上が伸びていない。特に仕事終わりの飲み会が減っている。
	▲	観光名所（職員）	単価の動き	・物価高騰の影響により購入意欲が伸びていない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ナフサ不足から景気が若干悪くなっているところに、猛暑や令和8年熊本地震があり該当地域への国内旅行の縮小が見受けられる。
	▲	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・猛暑での来場者数は、想定どおりのダウンである。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・3か月前は、利益率が良い案件があり、営利が良かった。しかし、今月は猛暑のため用役費の負担が大きく利益を圧迫している。
	▲	設計事務所（代表）	お客様の様子	・物価や金利の上昇による買い控えが発生している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・令和8年熊本地震の影響により来場者数が減少している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・お盆明けの消費能力の低下と猛暑で客足が格段に減少している。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・店の前を通る人の流れはあるが、入店や店先の商品を見ることはなく、購買意欲もみられないため、来客数が減り、売上も減っている。
	×	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商品の値上げ等によって、一定の客離れが進んでいる。全体的に来客数の減少が発生している。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・閑散期の8月はお盆の行事があったが客の動きが少なく、売上が1番少ない月になりそうである。
	×	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・令和8年熊本地震により、九州新幹線が全線開通していない影響がとて大きく、売上に響いている。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・令和8年熊本地震の影響により、宴会がほぼ開催されない。
企業 動向 関連 (九州)		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの受注量が過去2～3か月前と比べると少しずつ増加している。材料の調達が可能になったとみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注は増加傾向である。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・A I半導体を大手企業が取り組まざるを得ない状況となっている。装置メーカーから2027年度の引き合いがあり、A I半導体ではない別の装置メーカーからの基盤作成要請がある。
	○	広告代理店（役員）	取引先の様子	・新規事業や投資を行おうとする企業の声がある。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来は盆暮の消費拡大で8月の販売量は伸びる時期だが今年は伸びていない。消費者の節約志向と推察され、年度計画の予定額に足りない状況である。従来の原料不足で工場生産も悪く、供給不足も影響しているとみられる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置の金属部品受託については、そこそ受注量が増えてきている。しかし、その他の分野についてはさほど変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・令和8年熊本地震の影響が多少はあるものの、計画台数分の仕事は維持している。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・このところ生産量が増えていたが、若干頭打ちのような状態で横ばいになっている。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・物価高騰による値上げが様々なところに波及しており、多方面から値上げの連絡を受けている。商品の動きは悪くないが、収入がカバーできていない。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・寄託者別に増減はあるものの、物量は全体的に平均であった。猛暑が続く、消費は増えているようにみられるが思いのほか伸びていない。
	□	金融業（経営者）	それ以外	・会員数の回復傾向から一進一退に転じている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・取引先企業の業況に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・7月の令和8年熊本地震の影響により、夏の書き入れ時を迎えていた県内の宿泊施設でも相当数のキャンセルが発生した。米価は低下が顕著であるが、その他の食料品関連では価格上昇若しくは高止まりの傾向が続いている。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先と業況について意見交換をしても大きな変化がみられない。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・この数か月のダイレクトメールを送付した反応は、芳しくない状況である。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・東北地方の梅雨明けに伴い、全国的に気温が上昇したため、野菜に関しては不足気味となり、家庭を圧迫している。
	▲	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・前年から最低賃金や運賃、附属品の価格上昇に対して工賃の値上げが望めず、還元されないため、工場はどこも切羽詰まっている状況である。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・以前から取引している荷主の取扱量は減少傾向になっている。特に輸入に関しては中東情勢の影響が続いており、港が使用できないことから代替ルートで調達しているが、割高となるため全体の量を減らしている。また、輸出に関しては徐々に回復しているが、中東情勢の混乱前とは程遠い状況である。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業は、日本銀行の利上げに対し、利益面での減少を余儀なくされている。資金面の不安から中東情勢の混迷化に関する制度融資の申込みが増えている。
	▲	金融業（営業）	取引先の様子	・大きな変化はないが、物価高が続くなか、地震による災害や猛暑、台風、大雨等が続いており、停滞感がある。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前から仕事量が減少傾向にあり、景気が少し悪くなっている。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の売上については前月比ではプラスであるが前年比ではマイナスとなっており、マイナス基調は変わらない。国内の状況は物価の上昇に賃金が追い付いておらず、円安にも歯止めがかかっていない。海外の状況についても先行きがみえず流動化となっている。このような状態であることから景気は3か月前と比較するとやや悪くなっている。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・今月は物価の上昇が顕著にあったため、買い控えが多くなった。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の調査、計画策定の委託業務を受注しているなか、当県内では当初予算や6月の補正予算の委託業務の発注時期が終盤になり、例年と比べて発注件数が減少している。また、令和8年熊本地震の影響により、他県の市町村では発注が遅くなっている業務がみられ、予算が災害対応に充当されているものと推察される。このため、入札においては、建設コンサルタント、高齢者や障がい者福祉計画策定の役務とも予定価格の5～6割の低価格で応札する業者がみられ、利益は僅かとなり対抗するのが難しい状況にある。このため、景気が悪い。
	×	食料品製造業（経営者）	それ以外	・令和8年熊本地震による人的被害はなかったが、工場の損傷があった。発生後3日目から通常営業をしているが、景気が良い悪いどころではない。
雇用 関連 (九州)		-	-	-
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業側は採用や人員補充に慎重な姿勢がみられ、採用意欲に大きな変化はない。特に退職の補充以外の長期案件については動きが鈍く、短期、スポット案件が中心となっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・物価高もあり、景気の停滞感を持っており好景気への兆しがみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は4月から7月まで連続して前年より増加しており、8月も前年を上回る勢いで推移していて、企業の採用意欲は高い状況にある。一方で、就職件数等は前年と比べて7月は減少し、8月も前年を下回っており、ミスマッチが生じている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・正社員の求人募集が継続的に行われている。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・企業の人手不足感は依然として強く、8月以降も採用活動を継続する企業が多い。2027年卒の採用に関する相談も引き続き寄せられており、採用充足に苦戦する企業が見受けられる。売手市場の状況に大きな変化はなく、採用活動の長期化傾向が続いている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣登録者が希望する事務関係の求人数は少なく、医療や介護系の求人問合せは多い状態が続いているが、稼働全体が伸び悩んでいる。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・7月に続き注文が減少していて、3か月前と比べて3割強程度の減少である。派遣スタッフの退職者が出て、今いる人員で対処する企業が多く、ハローワークの求人も減っている。自社で見付けることができない場合に派遣会社へ依頼するという従来の傾向がなくなり、企業は自社の求人を出し控えしている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・この数か月は若手の求人を出しても応募がないという声をよく聞いている。結果として、定年延長や再雇用制度を活用し、60代や70代の再雇用で穴を埋める企業が目立って増えている。以前は新卒や中途の正社員募集が中心だったが、最近はシニア対象の求人や短時間、嘱託といった募集条件の見直しが多い。人手不足の解消というより、当面をしのぐための高齢者活用という色合いが強く、雇用面から見たここ数か月の景気は決して明るいとはいえない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・令和8年熊本地震によるインフラの被害で、人流や物流に大きな影響が出ている。震源地に近い地域や比較的被害が小さかった地域でも自粛などの動きがあり経済は停滞している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	周辺企業の様子	・求人の依頼で来校する企業が減少している。新卒人員の確保のため、求人の依頼数は内定式前の7～8月にかけて減少している。例年は1日に5～6社であったが、現在は2～3社になっている。
	×	-	-	-

12．沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (沖縄)		-	-	-
	○	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・夏の特需と低価格戦略により、売上と販売量の回復がみられる。物価高は継続しているが、買上点数の減少も緩やかに緩和されつつある。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・沖縄在住の外国人は、客単価が高い。中食や飲料、酒などの買上点数が増えており売上が増加している。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・商品の注文頻度が高まっている。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	来客数の動き	・来客数は、微増だが右肩上がりです推移している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・小売店が減少しており、飲食店は増加している。景気の状態はどちらともいえない状況である。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・台風の影響で一時的に消費は落ち込んだが、景気に大きな変化はなく横ばいで推移している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価は微増しているが、客の様子から価格を意識した購買傾向がみられる。
	□	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・台風接近に伴い、来客数の大幅な減少が続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客の9割が日本人となっており、来客数は多くない状況である。また、消費者には慎重な購買傾向がみられ、背景には物価高や円安による経済的な厳しさがあると考えられる。
	□	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・台風接近の影響により、休業や時短営業が発生している。台風需要のポータブル電源、電池、懐中電灯などの売行きは伸びているが、その他は不振となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・自社イベント時は来客数が多く、客の動向も良好で、景気悪化の兆候はみられない。
	□	観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・台風の影響を除けば、集客状況に大きな変動はないが、前年の大型レジャー施設開業による特需の反動で、客単価は前年割れが続くとみている。
	□	旅行代理店（マネージャー）	単価の動き	・景気は回復していないものの、客が現状に慣れてきたのか、売上は横ばいで推移している。
	□	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・分譲住宅への問合せが引き続き旺盛である。
	□	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・建築費の高騰により中古住宅に対する関心は高いものの、金利上昇や収益物件向け融資の厳格化で成約は鈍化しており、景気は横ばいで推移するとみている。
	▲	一般小売店〔酒〕（店長）	単価の動き	・景気回復に向けた対策が必要である。
	▲	一般小売店〔土産〕（営業部長）	販売量の動き	・台風の影響で航空便が欠航し、観光客数が減少したことで、売上が伸びていない。
	▲	百貨店（経営担当）	それ以外	・台風の影響により、2日間臨時休業となった。
	▲	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・台風の影響で苦戦している。
	▲	観光型ホテル（専務取締役）	来客数の動き	・度重なる台風の影響で宿泊キャンセルが大量に発生した。年間で最大の繁忙期にもかかわらず赤字となり、経営へのダメージが大きい。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・燃料費の高騰など、景気に対する安心材料がみられない。
	▲	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・台風が相次いで接近・直撃した影響により、来客数及び商品の販売数量が激減した。
	▲	観光名所（職員）	それ以外	・台風の影響でキャンセルが多くみられた。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・8月のイベント来場者数が予想を下回った。
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	来客数の動き	・台風やお盆などの影響にかかわらず、1か月を通して景気が悪く、週末も人の動きがみられなかった。
	×	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・5月の販売室数が前年比29%増加に対し、8月は前年比9%減少でマイナスとなっている。
企業 動向 関連 (沖縄)	-	-	-	-
	○	食料品製造業（総務部）	受注価格や販売価格の動き	・取引先との取引条件の改善で業績はやや上向いているが、消費者の購買動向を注視しており、今後消費者の財布のひもが緩むことを期待している。
	○	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・複数の受注案件開始に伴い増産となり、売上増加を見込んでいる。
	○	輸送業（経営企画部）	受注量や販売量の動き	・人手不足や物流コスト増加の影響は続いているものの、受注量や顧客からの引き合いは堅調で、物流関連案件の相談も継続している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・引き合いは堅調で、業界全体も順調な動きをみせているが、中東情勢の影響により、更なる原価高を懸念している。
	□	通信業（総務）	それ以外	・商業施設、飲食店、観光地にはにぎわいをみせる一方、物価高による生活防衛意識は続いている。
	□	会計事務所（所長）	取引先の様子	・物価高や国内金利の上昇により購買意欲はまだ弱いとみている。
	▲	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)	×	*	*	*
	-	-	-	-
	○	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・燃料費や食品価格は安定傾向にあり、不安要素は残るものの、以前より景気回復の兆しがみられる。
	□	人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・国内外からの旅行需要は堅調だが、観光・サービス業では人材確保が課題となっている。
	□	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・4～5月の求人が一巡したことに加え、台風の影響で新規求人数が減少し、求人動向はやや落ち着いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年比で求人数は減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・2027年3月卒業予定者向けの求人数は減少しており、2028年3月卒業予定者向けインターンシップの案内も伸び悩んでいる。
	×	-	-	-