

・景気の先行きに対する判断理由

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

１．北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	○	商店街（代表者）	・ 賃上げの動きがみられるなか、物価の上昇が続いていることから、商品の購入を考えている人は、値上げ前に早めに買おうという意識が強まっている。このため、今後の景気はやや良くなる。
	○	百貨店（売場主任）	・ ファッション関連の秋物商材の動き出しが好調なことに加え、10月以降、インバウンドが好調に推移すると見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・ 依然として物価高が続いているものの、客の購買行動が以前よりも活発になっている。年末に向けて、大きなイベントが控えていることもあって、こうした傾向はしばらく続くことになる。
	○	スーパー（役員）	・ 米の価格が大幅に値下がりすることから、今後、ごはんの増量セールやおにぎりの値下げセールなどが行われ、それに伴って、消費が多少活発になるとみられる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・ 第4四半期までは、現在の販売量の増加傾向が続くとみられる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・ 9月に大型連休があることから、秋の観光客増加が見込まれる。当店の集客増につながることを期待している。
	○	観光型ホテル（経営者）	・ 9月以降、暑さが一段落し、当地では紅葉シーズンを迎えることになる。国内外からの集客が、比較的好調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・ 今夏の韓国便の季節運航、今後予定されている関西圏との定期運航などの影響により、個人需要がやや上向いている。法人需要についても、秋以降、周年事業を実施する企業が控えていることから、上向くことが見込まれる。
	○	通信会社（企画担当）	・ 今後については、秋の新機種商戦や各種販売施策により、一定の需要喚起が期待される。それに伴って、料金プランや金融・エンターテインメントサービスの提案機会も増えるとみられる。一方、物価上昇を背景に、客の生活防衛意識が根強いことから、高額商品や不要不急の支出に対して慎重な姿勢が続くことも見込まれる。これらのことから、景気的大幅な改善は見込みにくいものの、現状よりもやや良い水準で推移することになる。
	□	商店街（代表者）	・ 欧米からのインバウンドが増えていることから、今後も好調を維持することになる。ただし、欧米系のインバウンドは物に対する消費行動が今一つであるため、百貨店を中心に売上が低迷することが懸念される。
	□	商店街（代表者）	・ 9月以降、当地では大きなイベントがないことから、例年どおりの状況が見込まれる。来客数の増加を見込めないため、今後も景気は変わらない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 物価高が落ち着くまで、景気の基調は変わらない。
	□	一般小売店（経営者）	・ 景気の変化につながりそうな要因も特段ないため、しばらくは今の状態が続くことになる。
	□	スーパー（店長）	・ 今後も同様の状況が続くことになる。
	□	スーパー（店長）	・ 今後については、電気料金の負担増が懸念されていることもあって、現状と同様に、生活防衛意識の強い状況が続くことになる。
	□	スーパー（店長）	・ 株式市場や為替の動きと同様に、今後の動きを全く読めない状況となっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ 9月以降も様々な商品の値上げを控えている。正規雇用労働者の給与は増加傾向にあるものの、当地域においては、非正規雇用労働者や年金受給者の割合が多いことから、消費が伸びることは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	コンビニ（エリア担当）	・景気が良くなっている印象はない。客は必要な物しか買っておらず、価格にも敏感なことから、今後も景気は変わらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・中東情勢は落ち着いているものの、原材料価格の高騰による商品の値上げが続いていることから、消費を控えようとする客のマインドは、今後も変わらない。
	☐	家電量販店（経営者）	・エアコンなどの季節商材は堅調に推移するとみられるものの、その他の一般家電製品は横ばいで推移するとみられる。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・先行き不透明な経済環境を背景に、消費者の購買意欲が低下し、新車受注は伸び悩むとみられる。また、地震や水害などの自然災害の影響により、中古車の流通量が不足し、仕入れに影響を及ぼすことも懸念される。中古車の取扱量が減少することになれば、販売にも影響が生じることになる。これらのことから、今後、売上及び利益の確保が難しくなるとみられる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後については、タイヤ交換の時期となるため、来客数の動きによっては、景気が向上することも考えられるものの、現状からは、8月と同様の状況が続くとみられる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・賃金の増加が、物価上昇に追い付いていないことから、車などの高額商品まで消費が回らない状況にある。中古車は、在庫不足も影響している。これらのことから、今後も、思うように収益を確保できない状況が続くことになる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・新車については、年内に新型車が発表される予定がない。中古車については、商品不足がみられる。これらのことから、今後の車両販売については、厳しい状況が続くことになる。
	☐	自動車備品販売店（店長）	・物価高により、大半の商品が値上げ傾向にあることから、景気が良くなることは考えにくい。市場の動きなどを踏まえても、消費を上向かせるような要因が見当たらないことから、数年は現在と同様の傾向が続くことになる。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・相談業務に対応できるドラッグストアはほとんどないため、当店の存在価値を客から認められつつある。今後に向けて、客への周知活動が重要な局面になっている。
	☐	その他専門店〔造花〕（店長）	・年々、イベントの需要が落ち込んでいる。ディスプレイ部門や装飾部門に変化はみられないものの、小売販売に活気がみられないことから、今後も厳しい状況が続くことになる。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・客室の稼働率が低下しているものの、客室単価が前年を上回って推移していることから、全体的には前年をやや上回って推移している。こうした傾向は、シーズンの繁閑にかかわらず、ここ1～2年変わっていないことから、今後も同様の傾向が続くことになる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・秋季を迎え、インバウンドについては、需要の端境期となるものの、首都圏や関西圏との路線を中心に、当地域の航空需要は堅調に推移すると見込まれる。国際線については、中国路線の運休が続いているものの、韓国路線を中心に他路線の需要が伸びていることから、今後の需要が落ち込む要素は少ないとみられる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・国内旅行需要については、下げ止まりがみられ、やや回復しつつあるものの、海外旅行需要については、減少傾向が続いている。全体的には、今後も緩やかな下降線が続くことが見込まれる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・旅行相談が例年よりも少ない件数で推移している状況は、今後も大きく変わらない。客の予約行動は、早期化と直前化の2極化が進み、旅行の意思決定が全体的に後倒しになっている。また、オンライン旅行代理店のようなWeb上での検討が定着していることで、旅行代理店への相談に至るまでの期間が長期化している。物価上昇の影響による様子見の動きも強まっている。こうした影響は、短期間では解消できないとみられる。
	☐	タクシー運転手	・運賃改定による売上の増加幅が、改定率を下回っていることに加え、乗務員不足も続いていることから、今後の景気が向上することは期待薄である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光名所（従業員）	・今後については、天候次第の面もあるものの、例年並みの観光入込が見込まれることから、目立ったプラスもマイナスもなく推移することになる。
	□	美容室（経営者）	・今後の景気について、良くはならないものの、悪くもならないといった雰囲気がある。そのため、客の来店周期や客単価が固定化する傾向が、当分続くと思われる。
	□	美容室（経営者）	・特に悪い要素も、良い要素も見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅需要について、高額物件とローコスト住宅の2極化が進んでいることから、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・客が物価上昇に慣れてきた雰囲気があるものの、手元資金の圧迫感が強まっていることから、購買心理がなかなか上向いてこない。そのため、買い控え又はローコスト住宅を購入する傾向が強まるとみられる。一方、富裕層は、動きが活発であり、客の取り合いになっている。
	▲	スーパー（企画担当）	・足元の物価動向は、米の価格が前年と比べて大幅に低下しているものの、それ以外の商材の価格は引き続き上昇している。秋口には、食品の値上げが相次ぐ見通しであるため、この先、客の財布のひもはますます固くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・単価の高い米の価格が安くなるとみられることから、米で前年並みの売上を維持することは厳しいとみられる。米以外の商品については、値上げが続いていることで、買上点数の減少は必至である。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・中東情勢の影響により、秋以降、包材などの値上げが予定されている。米の価格はかなり安くなる見通しではあるものの、米だけで原価の上昇分をカバーすることはできないことから、今後も商品の値上げが続くことになる。さらに、米の価格が安くなっているにもかかわらず、弁当の価格が安くないことで、客との認識の違いが強まることになり、販売量がかなり落ち込むことが懸念される。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・物価が安くなるような要因が見当たらないことに加え、当地では、これから光熱費が上昇する季節を迎えることになる。気候要因以外に、景気が良くなる要素がないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店員）	・7月以降、気温が余り上がらなかったことから、エアコンの動きが悪くなった。今後については、石油暖房器具の動き次第の面はあるものの、年々販売台数が減少傾向にあることから、景気はやや悪くなる。
	▲	住関連専門店（役員）	・今後については、多くの商品で値上げが予定されていることから、消費者の節約志向が一段と強まり、商品の販売量が減少するとみられる。そのため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・灯油の在庫水準が例年を下回っていることが、冬季に向けての不安要素となっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・物価高の影響を受けて、今後の景気はやや悪くなる。近所のスーパーでは、以前は食品売場で珍しい魚介類等を扱っていたものの、最近は品ぞろえが抑えられており、セール日でも売れる商品ばかりが目立つようになっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・他の地域の気候が涼しくなってくことで、涼しさを売りにしている当地を訪れる観光客が徐々に減ることになるとみられる。
	▲	タクシー運転手	・例年、夏が過ぎ、涼しくなってくると、タクシーの利用が少なくなる。今年もこれから過ごしやすい季節となることから、タクシーの利用が減り、それに伴って売上も減少するとみられる。
	▲	タクシー運転手	・ここ最近、住民が意図的に外出機会を減らし、消費支出を抑えている様子がうかがえる。そのため、前年並みの売上を確保することは難しいとみられる。これから閑散期を迎えることもマイナスである。
	▲	タクシー運転手	・全体的な景気が上向いてこない限り、当業界の景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	タクシー運転手	・暑い季節が過ぎ、これから徒歩や自転車などの移動手段が増えてくるため、今後のタクシー利用率の低下が見込まれる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・季節的なこともあって、今後、旅客、車両共に、観光客の利用が減少すると見込まれる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・今後も、金利と物価の上昇が続くとみられることから、住宅購入について余裕を持って資金調達できる客は減ってくることになる。住宅購入に対して、需要を喚起するような対策が行われない限り、業界の景気が上向くことは考えにくい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安が続いていることから、今後の景気は悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・物価高の影響で、スーツ関連の売上が大幅に減少している。生活必需品の価格が落ち着かない限り、当業界の消費は上向いてこないとみられる。
企業 動向 関連 (北海道)		農林水産業（経営者）	・今後については、りんごの収穫最盛期を迎えることになる。それ以外の青果物についても、最盛期は過ぎているものの、収穫の続いている時期である。豊作になることで、景気が良くなることを期待している。
	○	通信業（営業担当）	・データセンター、GX関連産業の動きが活発になっていることで、経済の盛り上がりが見られることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・補助金などを活用できていることで、案件の受注確率が上昇している。今後も設備更新や省力化に関連した案件が継続して増えていくとみられることから、景気はやや良くなる。
	□	食料品製造業（従業員）	・この先の売上が大きく増減するような案件が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	食料品製造業（従業員）	・道内の売上は増加傾向にあるものの、売上が低迷している地域については、中国からのインバウンドの減少による影響が大きく、今後も大きな変化があるとは考えにくい。
	□	家具製造業（経営者）	・今後の景気がどうなるか判断が難しい状況にある。中東情勢の影響に加え、9月以降、食料品で相当数の品目が値上げされると見込まれることから、消費者の動向に大きな影響が生じることを懸念している。
	□	建設業（従業員）	・相談を受ける案件の数も、対応できる人材の数も大きく変わらないとみられることから、現状維持のまま推移する。
	□	建設業（役員）	・円安や物価高騰による建設コストの増加、金利上昇に伴う投資マインドの低下が影響して、受注量が減少することが懸念される。さらに、台風や局地的豪雨による工事遅延も懸念される。こうした環境下で、コスト増加や受注環境の変化に対応しながら、利益を確保していくことが課題となっている。
	□	輸送業（支店長）	・今後も中東情勢などの地政学リスクが懸念されるため、現状維持で推移する。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢の影響の長期化、輸入物価及び企業物価の上昇を要因とした消費者物価の上昇、円安、金利上昇などの懸念材料があることから、今後も景況感は変わらない。
	□	広告代理店（従業員）	・今のところ、順調に推移しているものの、景気が大きく上向くような要因も見当たらないことから、景気は変わらない。
	□	司法書士	・相続関連業務が堅調に推移していることから、今後も景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・インフレが進みつつあるものの、受注残の状況に加え、当面国内建設投資が堅調に推移すると期待できることから、今後も景気は変わらない。ただし、施工床面積やセメント使用量の減少に言及する報道が一部でみられており、今後の動向を注視している。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・人口減少が予想よりも速いスピードで進んでいるため、景気が良くなることは考えにくい。半導体関連企業やAI関連企業の景気が良くなったとしても、大半の企業の業績は悪化するとみられる。
	▲	建設業（経営者）	・複数のメーカーから、材料の単価が上がるとの連絡があったことから、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	司法書士	・業務量は維持できているものの、事業経費に加え、食料品や電気などの生計費の上昇が続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるには、来年から実施予定の食料品の消費税引下げに加え、無駄を省いて価格を抑える仕組みや便乗値上げを防ぐ対策を講じていくことが必要である。
	×	*	*
雇用 関連		-	-
(北海道)	○	人材派遣会社（社員）	・直近の動きとして、求職者の書類推薦や1次面接の件数が増加傾向にあり、選考に進んでいる候補者が潤沢な状態にある。人材紹介では、こうした選考活動が内定や採用に結びつくまで、通常1～2か月掛かることから、現在の企業や求職者の活発な動きが、今後の採用に結果として現れてくることが期待できる。そのため、今後の景気はやや良くなる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人情数は底を打ったとみられるものの、中東情勢の影響や株の乱高下で先を見通せない状況にある。求人件数が大きく増加するような要因は見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・10月から最低賃金が56円引き上げられる予定であることから、今後の人件費負担の増加を懸念する企業が多くみられる。人員配置や採用計画を見直す動きもみられ始めている。
	□	職業安定所（職員）	・観光需要の回復や堅調な公共投資を背景に、景気は緩やかに持ち直していくと期待している。ただし、物価高に伴う個人消費の低迷がみられることで、新規求人数が減少することも懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・当地の新規求人数は前年比で2.0%の増加となり、2か月に前年を上回った。一方、月間有効求人数は、9か月連続で前年を下回った。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少が続いているものの、それが景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。ただし、事業主の高齢化や後継者不足による事業廃止の動きが増えていることは気掛かりである。また、最低賃金引上げの影響が出てくるとも懸念される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価高を背景に、企業の採用姿勢が慎重になっており、求人数が伸び悩んでいる。ただし、建設業や医療福祉関連などは人手不足が続いており、採用数の増加を期待できる業種も一部ある。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価高に歯止めがかからないことから、中小企業のコスト負担が大きくなっている。そのため、今後の景気が良くなることは考えにくい。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の先行きが引き続き不透明なことが懸念材料となっている。ナフサ関連については、以前のような流通段階での目詰まりは解消しているものの、価格が高止まりしており、業種を問わず経営を圧迫している。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	*	*

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉シーズンに入るため、国内客、インバウンド共に増加するとみている。
(東北)		観光名所（職員）	・物価高による影響はみられない。円安傾向が続いていることもあり、インバウンドも多い。売店の客単価も前年比では上昇している。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ようやく布団の仕立てやカーテンの注文がみられるようになってきている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・例年8月は売上が大きく落ち込むが、今年は良い。この先も良い状況が続くことを期待したい。
	○	百貨店（営業担当）	・催事が多く、売上が伸びる時期になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（経営者）	・春以降、来客数は増加傾向が続いている。商機はあるとみている。
	○	スーパー（商品担当）	・今夏は例年よりも気温が低く苦戦したが、秋商戦への移行に伴い、天候の影響が和らぐとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本番の時期を迎えるため期待できる。
	○	衣料品専門店（店員）	・残暑が厳しくなければ、秋の衣替えが順調に進むとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・利益率の高い車種の配車量が若干増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期を迎える。新型車発売の予定もある。
	○	乗用車販売店（店長）	・中古車市場の盛り上がりが顕著であり、足元の販売実績も前年比110%と好調である。卸売相場も高騰しており、全体収益に大きく貢献している。エリア内の競合店でも同様の傾向がみられ、今後しばらくは好調が続くとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・9～10月の予約状況から、やや良くなるとみている。暑さが若干落ち着くため人出も増える。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年は10月を過ぎてから、せり鍋を目的とした県外客が多く来店した。今年も同様の状況が期待できる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋の行楽シーズンの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・10月からは県の宿泊クーポンの発行が予定されており、11月以降はクーポン利用による宿泊率の上昇が見込める。
	○	タクシー運転手	・お盆や夏場の旅行シーズンは終わったが、行楽シーズンは引き続き続くため、よくなることが見込まれる。
	○	通信会社（経営者）	・サービスエリアの拡大による新規加入者数の増加が期待できる。新規エリアには集合住宅が多いため、アパートなどのオーナーによるインターネットサービスの一括導入も見込める。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特段の懸念事項はない。
	○	設計事務所（経営者）	・年末に向けて大型案件の業務が完工するため、資金的に余力が生まれる。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・自然災害などが発生しなければ、今月と同じ状況が続くとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価は上昇しているが、客が必要な物を迷わず購入している状況は2～3か月後も変わらないとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月には酒税法改正による酒類の価格改定が控えている。客先の飲食店でもドリンク全般の価格見直しが求められる。主力商品であるビールの値下がり後、それが販売価格にすぐに反映されるかは別問題で、小売店、飲食店共に様々な対応が求められている。その影響が一般消費者にどこまで波及するのかわからない。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・10～11月になるとゴルフのラウンド数も減少していく。9月に発売する新作がヒット商品となることを期待したい。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・消費者は物価高に慣れつつあるようにみられ、しばらくは小康状態が続くとみている。この先、消費税減税が実施されれば、消費の動きに変化が現れる可能性がある。
	□	百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上は伸長しているが、分母が小さいため大きな影響はない。化粧品や食品領域を強化カテゴリーとして施策を打ち出し、来客数の増加を図っていきたい。
	□	百貨店（経営者）	・セール期間が終わり、価格に対して慎重な消費行動に戻るとみている。衣料品や食料品は厳しい商戦となる。ただし、金融資産を保有する層には消費余力があるとみられ、宝飾品や時計などは引き続き活発に動くとみている。
	□	百貨店（従業員）	・米の価格は下落が見込まれるものの、原油価格は改善が見込めない。消費者は欲しいものには金を掛ける一方、生活防衛意識は根強く、必要最低限の購買行動に変化はないとみている。
	□	スーパー（店長）	・新米価格は若干下がると予想しているが、その他の商品は値上げが相次ぐ。景気が上向く要因が見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・物価が上がり、特売品や値引き商品の需要が高まるなか、数か月で景気が上向くとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（店長）	・10月の酒税法改正により税率が引上げられる商品もあるが、買上点数は今月とそれほど変わらないとみている。
	☐	スーパー（店舗運営）	・9月以降も相当数の商品で値上げが予定されているため、買上点数の減少はしばらく続くとみている。
	☐	スーパー（業務担当）	・先行きが不透明な状況にある。
	☐	スーパー（販促担当）	・10月の最低賃金引上げにより、可処分所得は増えるともみている。しかし、原材料価格の高騰による価格転嫁やメーカーの値上げにより販売価格が高くなっているため、消費環境は変わらないとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・商品価格が上昇し、買上点数は減少しているが、客単価はそれほど変わらない。この状況は変わらないとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・売上、利益共に前年並みを予想している。ただし、最低賃金引上げが懸念材料となっている。
	☐	コンビニ（経営者）	・競合店の出店により、来客数は3か月先も前年比減少の傾向が続く見込みである。
	☐	コンビニ（経営者）	・気温が低くなり販売量は減少する。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・天候要因や外部環境の変化がない限り、景気は変わらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・雨天の日が多く、来客数に影響が出ている。今後も天候不順が続くと予想されることから、来客数が低調な状況は続くとみている。
	☐	コンビニ（店長）	・これ以上悪化しないよう、現状を維持するべく試行錯誤をしている。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・夏祭り用品の販売がおおむね順調であったため、これを手掛かりに他の商品も売り込んでいく。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰の影響による消費者の節約志向は変わらないとみている。
	☐	衣料品専門店（店長）	・食料品など物価上昇が止まらないなか、消費者は生活防衛意識が強くなり、必要な物を必要なときに必要なだけ購入するようになるとみている。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	・他業種を含めても景気が良い話を聞かない。車がなければ生活できない地域では、燃料費の上昇が家計を圧迫しており、購買に回せる金額が減少している。
	☐	家電量販店（従業員）	・10～11月は冬物商材の展開、調理家電や暖房エアコンの新製品発売などがあり、コーナーによっては新製品が多くなるため、タイミング的に価格が高くなったようにみえる。9月の上期決算も終わり大きなイベントもないため、売上が伸びる要素はない。景気は変わらないとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・この先2～3か月の間に新型車の投入はなく、販売量の伸びは期待できない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・販売量は現状と同程度で推移していくとみる。年末に向けて販売量に大きく影響するような販売促進施策やモデルチェンジの予定はなく、残価設定型クレジットの低金利施策があるくらいであり、年内は販売台数の急激な増加はないとみている。
	☐	住関連専門店（経営者）	・半年先までの受注状況は余り芳しくない。
	☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・建築業界では、多少落ち着いてきているものの、資材不足による値上げが続いている。
	☐	その他専門店〔靴〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報によると暖かい日が続くようなので、配達灯油の販売量もしばらく低迷するとみている。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在の環境に大きな変化はなく、景気への影響も余りないとみている。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価高が収まらず、これまで3か月に1回来店していた客が半年に1回になるなど来店頻度が低下している。客からも頻繁に来店できなくなったという話をよく聞く。今後も同様の状況が続くとみている。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・各地で災害が発生しており、旅行マインドの低下が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型旅館（経営者）	・悪くなる要因が多い。消費に回す余裕がないとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・中東情勢の不透明感や円安、物価高が続く限り、消費マインドの改善は期待できない。
	□	旅行代理店（従業員）	・先行きが見通せない。
	□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しい。
	□	通信会社（営業担当）	・例年並みの販売数量を見込んでいる。
	□	遊園地（経営者）	・物価上昇が続く限り、家計への影響は避けられないとみている。
	□	美容室（経営者）	・客との会話では、景気が良いという話があれば、悪いという話も聞く。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコンの駆け込み需要が落ち着き、コンロや給湯器交換の問合せが多少増えるとみている。リフォームは中東情勢の先行きが不透明であるため、苦戦が続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・お盆明け以降、客足が止まっており、予約も全くない状況である。近隣の居酒屋においても来客数は低迷している。今後も消費は伸び悩むとみている。
	▲	商店街（代表者）	・社会情勢、国際情勢、自然環境はいずれも不安定な状況が常態化している。
	▲	商店街（代表者）	・物価高や人件費高騰の影響が商店街店舗の経営を圧迫している。
	▲	商店街（代表者）	・8月は夏祭りの開催により観光客や来街者が多くなり、消費も増える時期である。9月以降はその反動で来街者数や消費は落ち着くことが予想され、今月と比較すると景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・中東情勢の緊迫化を受け、エネルギーや原材料価格の高騰が続いている。それに伴う物価高も続いており、改善する見通しは立っていない。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りが終わり、観光客は減少するとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・あらゆる品物がネット通販で購入され、地域に金が落ちなくなっており、地場の小売業界では閉店が相次いでいる。また、インフレが消費者の懐を圧迫しているため、生活防衛意識は更に強まるとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・9月にはメーカー各社が値上げを予定している。原油や液化石油ガスの価格も高騰しているため、経費負担は一層重たくなる。そこに円安が加われば、メーカーや卸売各社の経営コスト増加は避けられず、製品価格への更なる転嫁が予想され、経営は厳しさを増す。よって、小売でも値上げ品目の価格転嫁を進めるとともに経費削減対策を一段と強めることになる。実質可処分所得が低下し、消費環境は今後も良くない傾向が続くとみている。
	▲	スーパー（店長）	・9月から値上げする商品が多数あり、消費が低迷する可能性が高い。
	▲	スーパー（店長）	・9月以降も値上げラッシュが控えており、節約志向が強まるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・値上げにより客単価が上昇しているものの、買上点数は減少している。来月からは主力商品であるたばこの値上げも予定されており、買上点数の減少をカバーするような売上は見込めない。
	▲	コンビニ（経営者）	・人口減少は歯止めがかからず、米価の下落が大きな影響を及ぼすとみている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・10月から最低賃金が引上げられるが、経営者にとっては上昇分がそのまま経費の増加につながるため、経営が厳しくなる可能性がある。
	▲	衣料品専門店（店長）	・競合店の改装開店に加え、9月の気温は前年より低くなると予想され、夏物の消化は苦戦するとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・エアコン需要は一服するとみている。先食いによる反動減を懸念している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・中古車販売は増加しているものの、新車販売台数は減少している。中古車販売の増加は、新車購入を見送る人が増えていることの現れであり、景気の低迷を反映していると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（従業員）	・前月同様、新型車効果で新車販売台数は上向いているが、10月からクレジット金利が上昇するため先行きは不透明である。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の価格動向も懸念されるが、それ以上に米の流通在庫の停滞や米離れの加速が懸念材料となっている。こうした傾向が数字として表れれば、一般消費の冷え込みにつながる可能性がある。
	▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・冬場の売上の核となるものがなく、冬物の動きは年々悪くなっている。軽防寒着やインナーで寒さ対策をしているため、防寒着のなかでもアウターの需要が激減している。また、量販店の安売りや競合他社との競争激化なども拍車が掛かっている。少ない案件を取り合っており利益は薄い。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢が収束せず、燃料油価格の高止まりや物価上昇が続くなか、節約志向が強まっている。よって、燃料油の販売量は回復しないとみている。
	▲	高級レストラン（支配人）	・外食需要の力強い回復は期待しづらく、当面は低調な利用状況が続く見通しである。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・客はイベントがあれば来店するが、ディナーは平日の来客数を大きく落としており、日曜日も減少傾向にある。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・客単価は下がる見込みである。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始の旅行を除き、消費控えが起こるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・景気が悪くなる要因しか見当たらない。
	▲	テーマパーク（職員）	・夏休みが終わり、集客が弱くなるとみている。
	▲	観光名所（職員）	・予約状況は前年並みである。振り客の落ち込みはこの先も変わらず、売上等に影響が出るとみている。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・景気の先行きが不透明で、消費が上向く兆しはみられない。
	▲	競艇場（職員）	・来場促進イベントを計画している。また、大口客の来場の有無によっても売上は大きく変わる。
	▲	美容室（経営者）	・石油関連商品の値上がりは続き、美容関連商品の販売価格も上昇が続く見込みである。消費抑制の方向へ進んでいる。
	▲	美容室（経営者）	・何もかも値上がりしており、消費者は美容に掛ける金を抑えている。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・値上げの動きは変わらず、購買意欲の更なる低下が懸念される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価高により市場の動きが鈍化している。起爆剤となるような新しいビジネス手法を確立しない限り、景気は悪くなる。
	×	スーパー（経営者）	・物価高は収まらず、商品の値上げは続き、景気は悪くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・今年も最低賃金が大幅に引上げられる。コンビニは24時間営業で、人手がないと経営が成り立たない。売上は上がらず、経費は増え続けている。本当に厳しい状況である。
企業 動向 関連 (東北)	×	自動車備品販売店（経営者）	・農業が盛んな当地では、米の概算金の下落が消費活動に与える影響は大きい。
	×	一般レストラン（経営者）	・金利は上昇傾向にあり、中東情勢の先行きも不透明である。景気は悪くなるとみている。
	×	観光名所（職員）	・行楽シーズンであり、観光客数が増加する時期だが、予約の入りはかなり緩やかである。近隣の観光施設の話からも観光が低迷している状況がうかがえる。
		建設業（従業員）	・受注契約のリミット時期であり、交渉はまとまっているとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・販売促進用のカレンダーなどが動く時期である。また、年末に向けてイベントや広告も増える。
	○	金属製品製造業（経営者）	・中東情勢が更に改善すれば、受注が上向くことが期待できる。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の業種によっては、冬以降の相談が少しずつ増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・半導体関連事業の受注売上は、2～3か月先も好調が続く見通しである。
	○	通信業（営業担当）	・下期予算が動き出す時期のため、生成AIの普及やデータセンター需要が上昇する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・秋の観光シーズンに入り外食市場が回復する。また、気温の低下が日本酒の消費量増加に結び付くことが見込まれる。
	□	食料品製造業（経営者）	・9月から製品の値上げを実施するため、どのような動きになるか懸念している。
	□	食料品製造業（営業担当）	・来月に製品の値上げを控えており、販売の苦戦が続くとみている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・取り巻く環境が変わらず、人件費の増加等で収益が厳しくなれば、価格転嫁も必要になってくる。
	□	木材木製品製造業（従業員）	・今後2～3か月先の見通しについては、目立った大型案件は見当たらないものの、直近の見積り引き合いの動向から一定の需要は下支えされると見ており、これ以上の悪化は避けられる見込みである。ただし、本格的な回復には至らず、低調な推移が続くとみている。また、大規模災害に伴う復興・復旧需要について、東北地域の木材業界やサプライチェーンにどのような形で波及・影響してくるかは未知数であり、先行きを注視している。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月からの最低賃金引上げは、地方の中小企業にとって大きな課題である。人件費の増加を抑制するべく、労働条件の見直しにより対応している。労働者側は実質賃金の上昇より、支給額の増額を望んでいる。また、同一労働同一賃金への対応に伴い、人件費や福利厚生費の負担が増している。一方で、人手不足が生じている部署があり、人員配置の見直しを進める必要が生じている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・案件は増えているが、なかなか受注に至らない。いまだ入手に時間の掛かる製品もあり出荷できないものもある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体業界の引き合いは強いが、自動車関連の伸びが低調である。
	□	建設業（従業員）	・業況は堅調に推移するとみている。
	□	建設業（従業員）	・人手不足により受注量を増やすことができないため、変わらない。
	□	建設業（従業員）	・現状維持を見込んでいる。
	□	輸送業（経営者）	・中東情勢や円安の影響による原油価格の高止まり、物価高は続くとみている。また、高い水準での最低賃金引上げは、経営資源が限られた中小零細企業にとって、倒産リスクの増加や事業縮小を招く可能性があり、更に危機感が強まる。
	□	通信業（営業担当）	・取引先からの値下げ要請に対しては、価格が適正である根拠を丁寧に説明していく。
	□	通信業（営業担当）	・今後も定期的な価格上昇は続く見込みである。
	□	金融業（広報担当）	・米の卸売業者が前年に高値で仕入れた在庫を抱えており、損切りして販売せざるを得ない状況が見受けられるなど特定の業種に先行きの厳しさがうかがえる。しかし、多くの業種では先行きの景気は変わらないとみている。
	□	広告業協会（役員）	・消費行動には慎重さがみられる。このような状況では、大胆な販売促進策を打ち出す企業も少なく、広告業界の景気は当面向上かない。
	□	広告代理店（経営者）	・A Iや人手不足への対応など広告領域が拡大する余地はあるが、全体を押し上げるほどのポテンシャルがあるかは、現時点では未知数である。
	□	広告代理店（従業員）	・取引先において、投資や発注を大幅に縮小する動きはみられないものの、新規事業や新規発注に向けた積極的な動きも乏しい。現状維持を選択している状況がうかがえる。
	□	経営コンサルタント	・秋の到来による購買意欲の向上に期待している。
	□	司法書士	・受託件数は横ばいである。地元登記所の申請件数も同様である。
	□	公認会計士	・小売業、サービス業は好調を維持する顧客が多いとみている。製造業、建設業は低調な状況が続くとみている。全体としてはやや景気が悪い状態が続くとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・秋の観光シーズンへの期待はあるが、景気にどれほどの影響をもたらすかは見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・IT化や自動化によって生産性を高めている企業もあるが、多くの中小企業ではそのための資金や人材が不足している。さらに、慢性的な人手不足や働き方改革への対応、流通コストの増加などから、受注が好調でも、生産体制が追いついていない状況にある。このため、現状維持が精一杯とみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・米の概算金が前年の60%程度になる可能性がある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・メモリやSSDなどの部材高騰による価格改定の影響か、大口顧客が慎重な姿勢を示しており、この先の受注は落ち込む見通しである。
	×	農林水産業（従業者）	・最近の米生産に係る農業機械、資材、燃料等の値上がり、令和8年産新米の農業団体概算金の大幅引下げにより、収益は大幅に縮小することが予想される。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量は減少しており、厳しい状況が続く。
	×	不動産業（従業員）	・価格上昇に合わせて、年末に向けて金利上昇も見込まれるなか、実需は限定的とみている。郊外の不動産相場が現在の相場水準に近づくにはかなりの時間を要するため、不動産市場全体として景気は下り坂にあるといえる。
雇用 関連 (東北)		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣市場では、9月末と12月末に契約期間が満了となる人が多い。それに伴い求人数の大幅な増加が見込まれ、売上の伸びが期待できる。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人数は弱含みながら増加傾向にある。一方、雇用保険受給の新規求職者数は3か月連続で前年を下回っている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・求人数は増加しているものの、中東情勢や物価高とそれに伴う原料価格高騰の影響があるため、景気の見通しは立たない状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は減少しているが、大手企業を中心に実働部隊として30代ぐらいまでの層で募集するケースは多くなっており、それを複数の会社で取り合う構造になっている。企業は、漠然と若手を求めるのではなく、募集に当たり求める役割や要件を明確化する必要があるが、そのような動きが取れる企業は限られているため、当面は現状のままとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・地政学的リスクは依然として存在しており、インフレによる景気悪化への懸念もある。景気改善の材料は見当たらない。強いて言えば、AIによる生産性向上や株価の上昇があるものの、景気にどの程度影響を及ぼすかは不透明である。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状の前年比プラスの傾向が続くとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安が続けば、地方は厳しい状況になるとみている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高が続くなか、最低賃金引上げによる人件費の上昇が見込まれることから、収益の悪化を避けるため、求人数が大きく増加することはないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・主要産業の新規求人数を前年同月比でみると、運輸業、医療・福祉業、サービス業はプラスになったが、建設業、卸売小売業、宿泊・飲食サービス業はマイナスになり、全体では4.2%減少している。なお、新規求職者数はこのところ減少傾向で推移しており、急激な雇用情勢の変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・先行き不透明な状況が続いており、募集を控えているという声を聞く。
	□	学校〔専門学校〕	・国内外の情勢を踏まえると、経済を押し上げるような要因は余り見当たらない。良くて現状維持とみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り状況は変わらない。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・県内に景気が活性化するような材料はない。最低賃金引上げによるベースアップ、社会保険料負担の増加など費用面の負担は増す。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	アウトソーシング企業（経営者）	・最低賃金の引上げが続いており、価格転嫁ができないまま人件費は増加している。賃上げを実施しても半分近くは社会保険料などであり、手取り額は余り増えていない。また、企業の社会保険料負担も増え、当社のような小規模事業者は負担が重くなっている。個人も企業も苦しい状況にあり、景気が良くなることはない。

３．北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては前年比２倍の売上で、今後も同水準での予約がある。
		旅行代理店（経営者）	・２～３か月先は繁忙期に入り販売量が増えるため、景気は上向く。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響がまだしばらくは続き、売上はやや良くなる。
	○	コンビニ（店長）	・涼しさの到来とともに、来客数は少し良くなると考えている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・現時点で、先の団体貸切りの宴会や少人数の食事会、飲み会等の問合せ、予約が入ってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンの天候が安定し、残暑も厳しくなければ期待できる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋はイベントが多く予約状況から判断しても、やや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが良くなってきているため、この先も良くなる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・秋のトップシーズンに入るが、前年の予約状況と比べて、土日は伸びているものの平日の予約は直近化が顕著になっている。
	□	商店街（代表者）	・客の購買意欲は上向いていない上に、生活防衛意識が強く、一段と消費マインドは冷え込むと予想される。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・米は安くなっているが、その他の商材は値上がりしたままなので、客がチラシを片手に見比べて買物している。このような状態が続いているため、期待は持てない。
	□	百貨店（店長）	・富裕層の売上は堅調に推移している一方で、中間層の売上は前年を下回る状況が続いている。物価上昇による消費者の節約志向は続いており、今後も高額品や衣料品等の需要拡大は限定的だと考えられるため、今後２～３か月の景気は今月と大きく変わらず横ばいで推移する。
	□	スーパー（経営企画）	・景気が上下する要素は見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・特段、良くなる要素は見当たらない。
	□	家電量販店（店員）	・現状から下がるような要因は見当たらない。
	□	家電量販店（企画担当）	・下期にかけてエアコンが堅調に推移する一方、パソコンは、前年の特需による反動減の影響が大きくなる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産台数は、輸出も含めてほぼ順調に推移している。また、売上は分らないが、近隣の大規模小売店の駐車場は客の車でかなり混み合っている。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・短期的には、物価高による節約志向や買上点数の減少が続く。可処分所得の減少により、余暇に回る金額も減少し、閉塞感のある個人消費は変わらない。
	□	その他専門店（総務担当）	・先の受注は見込めない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・インバウンドを見込めるわけでもなく、円相場や気候変動をみる限り、好転する要素は乏しい。上昇し続ける物価も要因の１つである。
	□	一般レストラン（経営者）	・涼しくなり、人が動く時期ではあるものの、値上げ商材もどんどん増え、節約志向は変わらない。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・主力の給食部門の運営は、人に依存するウエイトが大きい。人員確保が進まない一方で、働き方改革や社会保険加入等に対する社員の考え方を組み入れた人員体制やシフト組みが必要となっている。秋の最低賃金の引上げで人件費は上がるため、収支確保に向けた取組が一段と求められている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型ホテル（経営者）	・変わらないと回答したが、分からないというのが正直なところである。旅行消費マインドの再分析とリサーチが必要だと実感している。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、飲食、宴会共に前年比107%ほどで推移している。近隣のスポーツイベントやMICE案件等で、宿泊と宴会場を両方利用するケースもあり、1年前と比べて人流が回復していると実感できる。一方で、原材料価格は高止まりしており、価格転嫁を検討せざるを得ない状況で、競合先の動向を注視している。
	□	旅行代理店（所長）	・今年は台風の発生が多く、台風の影響を受けると紅葉は余り色づきが良くないとのことなので、懸念される。
	□	旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージ等を含め、動向が気になるところである。
	□	旅行代理店（営業担当）	・来客数が伸びていない。ボーナスの状況にもよるが静観したい。
	□	タクシー運転手	・地方では、今後も景気が良くならない。タクシーに関しては利用客が増えそうにない。
	□	通信会社（社員）	・今後2～3か月先は変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・世界情勢の不安定さは、いまだ油断できない状況が続いているため、消費者が身構える状況は変わらない。
	□	通信会社（総務担当）	・人気機種が数機種モデルチェンジされる予定である。ただし、大幅に売価が上がるようならば、例年並みの販売は見込めない。
	□	テーマパーク（職員）	・前々年並みに戻りつつあるが、依然として物価高などが影響し、レジャー費を劣後とする状況が見受けられる。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・依頼や見積提出までは進むものの、建築コストの高止まりで、相変わらず受注にはなかなか結び付かないケースが多い。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・前月は令和8年熊本地震があり、今月も各地を豪雨等の災害が襲った。国内で大きな災害が起きると、旅行のような娯楽を控える傾向が出るため、当社の従事する観光業の景気は、今後はやや悪くなる。この傾向は紅葉観光シーズンも継続するのではないかと、地元の個人商店主の多くから聞いている。一方で、外資や国内資本を問わず、高価格帯のホテルなどは堅調に推移している。観光面でも格差の広がりを実感している。
	▲	スーパー（総務担当）	・来年からの食品の消費税減税があり、年末年始辺りからは買い控えも起こりそうである。物価も下がらず、景気が良くなる見込みはない。
	▲	スーパー（商品部担当）	・良くなる理由が見当たらない。値上げ傾向はいまだに続き、全てを商材単価には反映できず、利益が圧迫されている。また、最近ではゲリラ豪雨の影響も大きい。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・この先、大型イベントや人流の増加につながる要因が少なくなるため、お盆期間やイベント開催時と比較すると、来客数や購買動向は落ち着くことが予想される。景気は現状維持かやや悪化していく可能性がある。
	▲	家電量販店（営業担当）	・金利上昇で利益が圧迫される。資材価格の高騰も止まらないため、薄利多売で乗り切る対策を実施するしかない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢による物価高の影響が懸念される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・令和8年熊本地震による部品供給網の寸断と工場稼働停止が響き、一部の車両や部品の納期が大幅に遅延しており、販売実績に大きな打撃を与えている。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・販売価格は今後も上がり、消費者が離れていくのではないかと心配である。
	▲	美容室（経営者）	・今月末で地元百貨店が閉店する。百貨店を目当てに来ていた近隣の買物客が減少することは確実である。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・材料価格の高騰が止まらず、全体的な物価の上昇で物件の購入がしにくくなっている。これから顕著に影響が出てくる兆候がある。
	×	乗用車販売店（経営者）	・国内や米国政権の不安定さで悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・明らかに物が売れなくなっている。このまま円安、原油価格高騰が続くと、かなり厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信会社（局長）	・中東情勢の改善はみられず、今後の見通しも立たない不安定な状況で、物価上昇も収まらず、今後の生活に対する不安が大きいのしかかっている。利上げも進みそうで、投資家には良いかもしれないが、住宅ローン等のローンを抱えている一般消費者にとっては、更に苦しい状況となる。
	×	美容室（経営者）	・このところ株価などから景気そのものは悪くないといわれがちであるが、実際の一般消費者は生活が苦しいという声が大半で、ギャップがある。倒産、破産が増えている実感もあり、小規模店主としては不安である。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・暑さが収まってくれば、品物は動くようになる。実際に涼しい日には動きがあるので、これから秋に向かって期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造関連のロボットや自動車向けの仕事に増産計画があり、売上は増える見込みである。
	□	化学工業（管理担当）	・3か月後の受注量は現時点と変わらないが、その後の受注は低調である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・いろいろな物の値上がりに苦慮しており、対策を考えている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの受注量は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の受注先は、上場企業が10社、中堅企業20社、零細企業20社と個人客である。全て半導体関係ではない業種で、積極的な設備投資は行われておらず、様子見の雰囲気漂っている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・現在の受注量とほぼ変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・お盆に続き、9月も大型連休があるため、取引先の受注量等が回復しない。余り良くない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況が依然続いているため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・2027年に省エネ基準が改定される影響により、エアコン等はまだ物量が増える予定である。白物家電、冷蔵庫、冷凍庫等、秋物インテリア、じゅうたんやカーテン等も前年並みの物量を確保予定である。ただし、中東情勢は落ち着いておらず、燃料価格の高騰、コスト上昇の状況もあり、利益確保は難しそうである。
	□	経営コンサルタント	・中小企業の生産活動や消費者の消費行動も現状並みで推移するとみている。
	□	司法書士	・日常の仕事は可もなく不可もなく、良いことが多いということもないし、悪すぎるといったこともない。変わらないままずっと続いている。
	□	社会保険労務士	・最低賃金引上げ額が決まったが、以前は最低賃金に抵触していなかった企業も引っかかり始めるため、これまでより企業に与える影響は大きい。
	▲	食料品製造業（経営者）	・更なる物価上昇が控えており、若干収入が増えたものの物価上昇には追い付かず、消費者の生活は一段と厳しくなることが予想される。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今のところ、主要取引先の生産は計画どおりに進んでいるものの、中東情勢や令和8年熊本地震の影響等が、これからの生産にどう影響するか非常に不安である。
	▲	建設業（総務担当）	・発注量が足りておらず、発注のペースも遅い。発注見通しを見ても、余り改善するとは考えられない。
	▲	金融業（営業担当）	・現状、資材等が入らないことはないが、中東情勢の長期化により、入手が難しくなるのではないかと心配している取引先が多い。
	×	不動産業（管理担当）	・テナント先の部署統合が10月から本格的に始まり、賃貸面積縮小か退去を前提としているため、順次、清掃等の業務が減っていく予定である。また、最近は空室の内見も減ってきている。管理物件の稼働率が全く上がらないなか、現状維持で何とか長く続いてきたが、減少へ向かうため、賃貸収入と管理費の減少が見込まれる。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	・石油関連の影響が多少出てくるかもしれないが、ガソリン価格もほぼ安定している。住宅関連は、夏休み前から工事等が入ったのか、結構伸びているが、材料費が調達できるかどうか心配なところである。自動車関連もこれから動きが出てくるようで、工場関係にやや活発さがある。米価が安くなっている点が、消費者には良い影響である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・買換えによるスマートフォンの下取り検品業務が増えるため、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・元々、7～8月は当地に観光客の入込が多い時期だが、9月以降も数か月先までは、前年比でインバウンドが増えて明るい状況になるとみている。ただし、物価高がこのまま続き、土産物店等への納入品などに買い控えが発生してくるようであれば多少は心配である。
	□	人材派遣会社（社員）	・職種による需給バランスの偏りが解消されていない。事務職希望は多いものの、専門性のある職種の人材不足は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月と横ばいで推移する。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・特段大きな変化は予想できず、景気動向の変化も影響はない。
	▲	*	*
	×	-	-

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		コンビニ（従業員）	・冷凍食品売場の拡大による効果に加え、10月には大きな祭りも予定されている。観光客も引き続き多く、来客数は順調に伸びていることから、景気は良くなると予想している。当地区の来客数は伸びているものの、隣の地区などは苦戦しているようである。引き続き客のニーズに合わせて売上を伸ばしていけるようにしていく。
	○	商店街（代表者）	・緩やかな良い傾向が続く。中東情勢や米国の中間選挙など、不確定要素は大きいですが、影響が出るのは3か月より更に先ではないかとみている。しばらくは、都内には多くの人出があるため、堅調な状態が続く（東京都）。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・希望的観測だが、涼しくなり客が路面店に足を向けてくれることを期待している。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・9月から11月に向けて文具見本市が多く開催される予定で、各文具メーカーでは新商品の導入が活発になる。このため店頭商品の販売も活性化し、来客数も増加傾向になるとみている。また、単価の高いダイアリーなどの取扱も増える時期であり、売上増加が期待できる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・宝飾、高級時計などの動きが良く、これから新たな宝飾ブランド、時計ブティックのオープンを抑えるなど当店独自の状況もあり、プライダル、クリスマスギフトシーズンに期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・直近の単価の動きや傾向から、やや良くなる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高など地政学リスクの低減により、消費環境が上向く（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・今のところ、今月の動きから変わる要素が見当たらない。
	○	百貨店（店長）	・近隣でマンション建設の計画が続き、最寄り駅近郊の人口増加は数年続くことが予測される。当施設も来客数の拡大から売上確保を目指す。
	○	スーパー（総務担当）	・特に若い人やパートの時給が上がっている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・米価が値下がり傾向のため、商材への良い影響が期待できる（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・秋は大きな祭りや公園などへの外出も増えてくる。夏に比べてアイスやドリンクなどの売上は落ちるものの、店内調理商材の導入を検討中で、新規客を増やせるように進めていきたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	家電量販店（店員）	・現在商談中の相当数のリフォーム案件が成約する見込みのため、良くなる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋には新型車が発表され、新車の売上が伸びる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・石油の調達状況次第である（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	・国外情勢の不安要素がありつつも低位安定が見込まれ、3か月先を含む6か月先までの予約は満席である（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の景気は、今よりは良くなる。8月はケータリングなどの外売りがほとんどないが、9月から11月になると外売りがかなり増えてきて、売上が大体1.5倍くらいにはなるとみているため、今よりはやや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年度と比較しても伸びている。今後も伸びると推測する（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・近隣の大型コンベンション施設での会議、イベント、フェス等が順調に入っているようである。したがって、宿泊は期待を持てる。また、宴会についても、秋から暮れにかけて増えていくとみている。一方で、水道光熱費や原価の高騰等が危惧され、現実に現れている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・団体利用などの受注もできている。インバウンドが復活することを期待しつつ、単価をコントロールしている。
	○	タクシー運転手	・全体的にタクシーの利用が多くなっているが、コロナ禍による退職者や高齢化により運転手が不足しており、仕事が必要な状況である。結果的に現在稼働しているドライバーの売上はかなり上がっている。
	○	通信会社（経営者）	・客の様子から、やや良くなる（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・商談の確定が少しずつ増加する方向で進んでいる（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・酷暑が落ち着き、外出する人が増加すれば、観光地にも客が戻ってくると信じている（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・猛暑が落ち着けば客足が戻ると見込んでいる。
	○	ゴルフ場（経営者）	・11月は年後半のハイシーズンとなるため来場者数の増加が期待できるが、物価上昇や消費税減税の動向、最低賃金引上げ、中東情勢の不安定さに加え、コスト面では運営の不安要素が多い。単純に集客の増加だけでは利益の確保が難しくなってきたのは間違いない。
	○	ゴルフ場（従業員）	・暑さが和らげば来客数が増える。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・今のところ問題なく順調に進捗している。ただし、地震や大雨等の自然災害の危険性が高まっており、レジャー系はいつ大打撃を受けるか分からない（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [映画]（総務担当）	・6月に鑑賞料金を値上げしたが、今のところ客の動員数にはそれほど影響がないようなので、秋以降は収益に寄与してくるものとみている（東京都）。
	○	その他サービス[葬祭業]（経営者）	・急に依頼が立て込むことがある。年末にかけて寒くなってくると依頼が増える見込みである。
	○	設計事務所（経営者）	・新規案件は入ってきているが、具体的な関わり方はまだ分かっていない。
	○	住宅販売会社（経営者）	・都内ホテルの宿泊料金は前年から今年にかけて12%も上昇しているため、ホテル部門はますます良くなる。一方、建設部門は、建設費の高騰で厳しい。中小企業はまだまだ厳しい環境下にあり、なかなか賃上げができていない。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・食料品の消費税減税が決まり、今後、社会がどう動いていくのか、食品業界だけでなく経済全体の動きに注目していきたい。
	□	商店街（代表者）	・物価上昇と可処分所得という点から、客が買物に対して非常に消極的になっている。よほど小売店の方でしっかり特徴を出した売り方をしないと、買物には積極的になってもらえない。
	□	一般小売店[家電]（経理担当）	・物価上昇などで利益も少し増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・これから先も余り変わらないと思いながらも、先日の催事で契約が非常に良かったことで、やや良くなることへの期待もある。今まで契約に至るまでが大変難しかったが、意外とすんなり契約に結び付いたことを考えると、幾らか懐が良くなっているのかという感覚である（東京都）。
	☐	一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・物価の変動、食料品の値上がり、高温障害の農作物への被害、自然災害等に鑑みて、客は購買に非常に慎重になっている。購入力のある客とない客の差が出てきている（東京都）。
	☐	一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・夏場の7～8月が売上のピークだが、9月、10月も休日が多いため期待したい。
	☐	一般小売店〔乳業〕 （経営者）	・主要な仕入先メーカーに価格改定の予定がない（東京都）。
	☐	一般小売店〔生花〕 （店員）	・今月はお盆があったが、花の売行きは余り良くない。この先2～3か月では10月にハロウィーンがあるが、さほど花が売れるわけでもなく、行事という行事がない時期のため、売行きがどうなるのか分からない。今月と同じくらいであれば御の字である（東京都）。
	☐	一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・外商においてある程度は大口案件等があるものの、やはり数が少ない。小口案件も入ってきているが、物件、案件単価がどんどん下がっており、今後伸びるとは考えにくい。
	☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・秋に向けて大体月1回くらいで催事等行っているが、最近客がなかなか以前のように買ってくれないため、余り良くならない（東京都）。
	☐	百貨店（売場主任）	・秋に向かい猛暑が落ち着くと、午前から昼間の来店率も前年並みに回復してくると見込んでいる。来月には上顧客限定の店内貸切りイベント、海外展などの企画がある。インバウンドも堅調のため、大きな変化はないとみている（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・この数か月間の動きより、前月がたまたま良かっただけで、今後もこの傾向は変わらないのではないかとみている。円安傾向、物価高も継続している上に、10月からは最低賃金の上げもあることから、中小企業の業績は厳しい状況が続く。特に、飲食業を始めとするサービス業の倒産件数が増加していることから、消費者もある程度生活防衛のために財布のひもを締めている。一方、富裕層については、株価の高止まりもあり、一般消費者との格差が更に広がっている。こうしたことから、収入格差による購買金額の増減はあるものの、全体としては現在の傾向が続く（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・店内改装に伴う来客数増加によって買い回りを促進することが重要である。
	☐	百貨店（総務担当）	・地政学的リスクが依然として解消されていないものの、足元の消費動向は総じて堅調に推移している。一方で、世界経済を取り巻く環境は不確実性が高く、今後更に複雑化することが予想されることから、先行きについて楽観視できる状況にはない（東京都）。
	☐	百貨店（総務担当）	・中東情勢の不透明さは残っているものの、現状ではほかに大きなマイナス要因はみられない（東京都）。
	☐	百貨店（広報担当）	・インフレによりラグジュアリーブランドは値上がり傾向にあり、欲しいときに買っておいの方が得だという心理が働いているため、高額品の好調さは2～3か月後も続く想定している（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・国内では各地での豪雨を始め、令和8年熊本地震等の自然災害による国内客及びインバウンドの消費マインドの変化を見極められず、今後の見通しは難しい（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・国内客の購買行動に注目すると、食品やスイーツ、飲食店、また日用品や消耗品などの絶対単価の低い商品群の動きが好調である。ファッションや雑貨のカテゴリーよりも、そのような商材を購入することで、日々の生活を自分たちなりに楽しむ傾向は今後も継続する（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・現況から大きく変わる要因は見当たらず、このまま変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（営業担当）	・今後、免税売上においては高位安定するが、大きな伸びは難しい。国内需要においては、ボリュームファッションの秋冬物の動きが鍵となる（東京都）。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・長期予報で秋も暑いと出ているため、アパレル中心に秋物商戦の省略化が懸念される（東京都）。
	☐	百貨店（管理担当）	・気候に左右されることが多く、秋口に気温が下がってくれば秋物の需要が復活する可能性はあるが、今のところやや高温との予報が出ている（東京都）。
	☐	スーパー（経営者）	・客の節約志向が続いており、単価は上がっているものの買上点数が落ちている。来客数も伸びないため、厳しい状況がこれからも続く。また、競合先が手強いいため、その影響もある。
	☐	スーパー（経営者）	・相次ぐ仕入価格の高騰により、販売価格が上昇し続けており、先行き不透明である（東京都）。
	☐	スーパー（店長）	・米は前年の高値基調から大きく値下がりしているため、売上の減少につながっている。以前であればパンの売上が増加するところだが、そこまでの大きな伸びはない。反面、規模は小さいものの、トルティーヤ、ナン等が伸びている。消費者側にも主食に対する考え方に変化が出てきている可能性がある。商材の値上げが続くなかで、状況に見合った購買に客がシフトしている。
	☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きいいため、物価の上昇と所得のバランスが取れてくるまでは、同様の状況がしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー（営業担当）	・単価の上昇は続くともみられるが、販売量次第で今後の売上が左右される（東京都）。
	☐	スーパー（販売担当）	・まだしばらく値上げが続く。
	☐	コンビニ（経営者）	・夏場で気温は高いものの、天候が良くない。また、コンビニより価格が安いスーパー等に客が流れている。
	☐	コンビニ（経営者）	・変わる要素は見当たらないが、秋の気候が安定していれば、来客数も増えてくる可能性がある。
	☐	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の環境が変わり、競合店が近い客はそちらを利用するようになっている。また、車で来る利用客が減っている。
	☐	コンビニ（経営者）	・消費税が1%に減税されれば、しばらくは食品等の消費が伸びるかもしれないが、まだ半年以上先の話なので、当面は低空飛行が続く（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・価格高騰に対して、買い控えは感じるものの、購買自体は落ちていない。現状のまま変わらない（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・来客数が前年を割るというトレンドがこの半年くらい続いているため、今後2～3か月についても余り変わらない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・円安で輸入品等の価格が上がっていることなどもあり、各メーカーより10月頃から値上げをするという申請が多く来ている。今のところ、団体、会社等の売上はまあまあだが、個人消費の客がやや厳しい。9月以降のイベントなどにどう影響するか分からない。
	☐	衣料品専門店（店長）	・富裕層の購買意欲は高いものの、一般消費者については、物価上昇により生活防衛にシフトしている（東京都）。
	☐	衣料品専門店（役員）	・衣料品業界は諸物価高騰の影響をまともに受けている。
	☐	衣料品専門店（従業員）	・物価の上昇がまだ続き、客の購買意欲がしばらく戻らないため、景気はなかなか上向かない。
	☐	家電量販店（店長）	・景気動向が特別に良くなるような世の中の情勢ではない。世界情勢の不安定化などを背景に、インフレ傾向はますます進む可能性があり、この先も物価上昇が続くと考えれば、積極的な消費よりは将来への投資や貯蓄へ意識が向く層が増え、経済活動が縮小するとみている。
	☐	家電量販店（店長）	・中東情勢や日中関係などの国際情勢が良くならない限り、しばらく変わらない。自然災害も多く、不安要素も大きい。
	☐	家電量販店（店長）	・来店客の状況変化は予想ができず、しばらくは同様の傾向になると考えている（東京都）。
	☐	家電量販店（店長）	・客の様子から見て変わらない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・決算をピークに減少傾向が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境に変化はないと見込んでいる。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・客の購買意欲をそぐような社会情勢の急激な変化がなければ、景気はやや良い状態が続く（東京都）。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・当業界においては、緊急的激変緩和補助金の継続でガソリンの個人支出額は当面横ばいと推測される。経済全般としても様々な政策によって大きなマイナスリスクは低いと考えている。ただし、中東情勢次第では急速に減退する懸念も無視できない（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・最近、地震や豪雨といったニュースが多く、消費者の不安感が高まっていることから、消費マインドの上昇は期待できない（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・依然としてウクライナや中東の情勢が落ち着かない。円高にはやや一服感があり、今後再び円安傾向に戻る可能性も捨てきれないことから、景気動向は不安定である。消費者もかなり敏感な動きをしているため、現状のまま余り良くならない、若しくは変わらない（東京都）。
	☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世の中の雰囲気がかう着状態になっており、諦めムードになっている（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・2～3か月先の法人関連の予約状況は前年同様に推移している（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後もガソリン価格は下がりそうになく、より一層来客数が少なくなると考えられる。何とか現状を維持したい。
	☐	一般レストラン（経営者）	・9月からの物価上昇で多少影響が出るとみられるが、今までと比べて横ばいで推移する。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・営業面で、スマートフォンやタブレット端末で注文する店が増えてきており、少しずつデジタル化が進んでいる（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・客から聞かれる言葉は、賃金が上がらないのに、物価が高くなり、今までのように買うことができないということである。メインの食事を優先するため、し好品は二の次になっている。当社としても、値上げをすると売上が落ちるため、ぎりぎりのラインで値上げを行い、売上がどうにか維持している。円安は止まりそうになく、この先もまだ物価が上がるのではないかという不安は否めない（東京都）。
	☐	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・良いニュースが聞こえてこない状況では、景気の改善は難しい（東京都）。
	☐	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・下期に最低賃金の引上げが行われることが減益要因となる。一方で、原材料価格の上昇が一服していることは増益要因としてあげられる。これらが相殺する結果、大きな変化はないものと予測する（東京都）。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・変わらないというより、分からない。中東情勢や消費税減税が今後どうなっていくかによって大きく変わる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・変わらないというよりは、天候不順により先が見通せない状況である（東京都）。
	☐	旅行代理店（従業員）	・9月から燃油サーチャージが多少安くなるが、中東情勢が安定しないと今後の見通しが立たない。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇や自然災害などがあるため、生活優先になり、娯楽費を低く抑える傾向にある。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・全ての単価が上がっているため、旅行全体の金額が底上げされ、仕事が難しくなっている（東京都）。
	☐	タクシー（経営者）	・物価高が続くため、景気は変わらない。
	☐	タクシー（団体役員）	・天候にもよるが、期待できそうな要素はなく、不安要素の方が多い。
	☐	通信会社（経営者）	・案件の受注が増加傾向になく、機器等の値上げもあり、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（局長）	・改善傾向がみられないため、この先も状況は変わらないと想定している（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
	☐	通信会社（営業担当）	・人件費高騰や物価高が元に戻らない限り、景気は変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（経理担当）	・手取りが増える実感が薄い。
	☐	通信会社（管理担当）	・インフラ更新を行っても営業実績を上げられない状況について、打開策を見いだせていない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（営業担当）	・特に大きなトピックはなく、変わらない（東京都）。
	□	通信会社（経営企画担当）	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。
	□	観光名所（職員）	・引き続きインバウンドは堅調に推移すると予測している。全体では良くはならないものの、当社にとっては引き続き下支えとなる（東京都）。
	□	ゴルフ場（経営者）	・3か月後は中東情勢が良くなっていること、来月に行う設備投資が功を奏することを祈っている。
	□	ゴルフ場（経理担当）	・経済の先行き不透明性の影響により、今後も素材、エネルギー価格の高止まりが続く。固定費の回収すら苦慮する経営環境にあり、利益を創出できない状況が続くことには変わりない。11月になれば猛暑も緩和され、稼働率改善が期待できないわけではないものの、飽くまで季節要因にとどまり、景気要因での来客数改善は期待できない。物価上昇、実質賃金低下により生活防衛を意識し、高額レジャー支出の抑制行動が顕著となる状況を総合すれば、景況感の回復を展望することは困難である。
	□	パチンコ店（経営者）	・中東情勢がこう着するなか、原材料費の値上げも懸念されるが、国内の消費マインドは安定している。情勢次第ではマイナス方向に進む懸念もあるが、現況はこのままのトレンドで推移する見込みである。
	□	競輪場（職員）	・状況が変化しないことが予想される。
	□	その他レジャー施設 【ボウリング場】（従業員）	・大きな変化をもたらす要素がない（東京都）。
	□	その他レジャー施設 【複合文化施設】（財務担当）	・中東情勢が解決しないため、変わらない（東京都）。
	□	その他レジャー施設 【総合】（経営企画担当）	・日本銀行の利上げ継続観測や米ドル自体の緩やかな下落基調から円高が進み、インバウンド減少の懸念はあるものの、急激な下落は考えにくく、景気への影響は限定的とみられる（東京都）。
	□	その他サービス【学習塾】（経営者）	・問合せ件数などは変わらないため、変化はみられない。
	□	その他サービス 【フィットネスクラブ】（エリア統括）	・客の来館状況から、数か月先の景気が好転する要因は見当たらない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	・建設業界では全てにおいて単価が上がっており、事業を継続してよいのか皆考え込んでいる。営業に行ってもゴーサインがなかなか出ない。行政の仕事についても単価が見合わず、何度もやり直しをするというような、先が見えない状況である。
	□	設計事務所（職員）	・期待値を込めて、変わらない。変わらないという状態から良くなってほしいが、良くなる兆しが見受けられない（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・商材の値上げ、金利上昇により様子見の客が増えている。みらいエコ住宅事業の補助金申請額も余り進捗していない。ハウスメーカー倒産のニュースも聞くようになり、景気が良くなりそうな気配がない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化がない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・更に金利が上がる見込みのため、良くはならない。
	▲	一般小売店【家電】（経理担当）	・省エネ補助金の一部限度額に到達して打切りになってしまったため、LED照明と新たな省エネ基準になるエアコン需要に引き続き取り組み組もうと考えている。今後は、小口の案件を地道に積み重ねていく必要がある。
	▲	一般小売店【食料雑貨】（経営者）	・夏に比べると消費行動が落ちる。
	▲	一般小売店【祭用品】（経営者）	・ピークを過ぎ、まだ祭事はあるが、一旦は落ち着く。
	▲	一般小売店【酒類】（経営者）	・諸物価の上昇により、多くの客の懐事情が厳しくなっていると聞いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・世界情勢と円安が続いているため、やや悪くなる。
	▲	一般小売店〔傘〕(店 長)	・日傘や晴雨兼用傘の売行きが一段落する。
	▲	一般小売店〔書店〕 (総務担当)	・最低賃金引上げに伴うコスト増加や物価高、円安の長期化により、企業、教育機関共に支出に慎重になる。そのため、今後2～3か月先の景気はやや悪くなると見込んでいる(東京都)。
	▲	百貨店(販売促進担 当)	・令和8年熊本地震に加え、令和8年8月千葉豪雨被害を受けて災害対策商材への意識は高まっているものの、一般商材については逆に買い控えが出るとみている。秋以降、更に商材価格の上昇が予定される上に、豪雨の影響による農産物の価格上昇も加わることから、消費に対する意識は更にシビアになる。
	▲	百貨店(管理担当)	・直近の物価高などにより消費者の財布のひもは固くなっている。今月は必要に迫られた猛暑対策消費で伸びたが、今後はその反動で再び販売量は鈍化傾向に戻ると予想している(東京都)。
	▲	スーパー(経営者)	・ちまたでは所得が増えていると報道されているが、飽くまで一部の企業の話で、郊外の当地では関係ない話である。インフレで可処分所得は減少し、エンゲル係数は上昇している。ますます買い控えが進んでいるため、景気は良くならない。
	▲	スーパー(経営者)	・今後もメーカー側の値上げは続くため、消費マインドとのかい離が大きくなる。
	▲	スーパー(仕入担当)	・在庫となっている令和7年産米は、問屋が令和8年産の新米より高い価格で買い付けているため、赤字で販売しなくてはならない。農家も概算金が2万円を割ったため、廃業に追い込まれるところも多く発生するとみている。
	▲	スーパー(食品担当)	・9月以降も値上がり品目が多く、客は必要な物しか買わない。一般的な総合スーパーは苦戦を強いられる(東京都)。
	▲	コンビニ(経営者)	・大幅に人件費が増えるため、売上増加は見込めず、状況の悪化が目に見えている。
	▲	コンビニ(経営者)	・ここ半年から1年ほどは、売上、来客数共に前年比で5～6ポイント落ちている。これはコンビニという業態が少しずつ頭打ちになり、ミニスーパー等が出てきたり、ドラッグストアとの垣根がなくなってきたことがある。ブランドバリューとして大手チェーンに差を付けられているため、新たなサービスが必要かと考えている。まだ今は出口がみえない。
	▲	コンビニ(経営者)	・世界情勢や天候不順により先行きが不透明である。来年度から食品の消費税率を1%に下げの方針に期待したいが、最低賃金引上げもあり、来年度まで当店が維持できるか不安である。
	▲	コンビニ(エリア担 当)	・インフルエンザの早期流行が客足を遠のかせるのではないかとみている(東京都)。
	▲	乗用車販売店(販売担 当)	・このまま円安が続く、ガソリン価格や輸入食料品などについても更なる値上がりが見込まれるため、景気は悪くなる(東京都)。
	▲	乗用車販売店(営業担 当)	・所得の向上又は金利の低下がなければ、車を買ったり乗り換えることに対するハードルは高い(東京都)。
	▲	住関連専門店(営業担 当)	・中東情勢の沈静化や収束がなかなかみえないなかで、消費動向は慎重な方向に向かう(東京都)。
	▲	その他専門店〔ドラッ グストア〕(経営者)	・9月からの各種値上げなどがあり、買い控えは今後も続く。
	▲	高級レストラン(役 員)	・為替介入などのニュースは見聞きするものの、生活に直結したり、好転している話とはならず、景気としては厳しいトレンドが続く(東京都)。
	▲	高級レストラン(販売 担当)	・依然として価格高騰が続いていることへの警戒感から、消費全体が落ち込む。また、いつか終わるであろうと考えていた中東情勢が長期化しており、収束がみられないことへの不安感により、悪化することが予想される(東京都)。
	▲	一般レストラン(経営 者)	・毎年9月はやや落ち着いて売上が落ちる。10月以降は涼しくなり、また来店が増える見込みである(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・飲食業は長期的な物価上昇による原材料等の値上げの影響を受けている。売価に転嫁せざるを得ない状況だが、急激な値上げは難しい。輸入卸販売事業は、円安の影響から抜け出せないでいる。仕入価格に加え国内物流、資材、燃料を含め様々な費用が値上がりし、価格を上げざるを得ないが、飲食業同様、小刻みにしか上げられない。客は、将来の更なる値上げに対する警戒感から消費に消極的である。また、当地域では令和8年8月千葉豪雨での水害で被害を受けた人も多く、イベントの中止も相次ぎ、全体的に活気がない。この状態からすぐには回復しないため、向こう3か月の経済動向に対して楽観はできない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・円安に並行しており、やや悪くなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・物価上昇がどんどんエスカレートしており、今週もまたいろいろなもの値上げが発表された。やはり、物価が落ち着かない限りは客の利用は増えない。どこまで上昇が続くのかとみている。
	▲	タクシー運転手	・今忙しいのは飽くまで夏の暑さと天候のせいである。雨天時の人の動きもあるため、天候次第では現状のままである。通常の快適な天候の時期になれば、利用は少し悪くなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・暑さが和らいでくるため、客の利用が落ち着いてくる。また、令和8年8月千葉豪雨のように最近は恐ろしい降雨があるため、営業しにくくなっている（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	・中東情勢が経済に与える影響が長引くことで、景気が今より悪くなっていくことを懸念している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・物価の上昇は続くばかりである。また、資材不足も加わり、企業にとっても家庭にとっても厳しい状況が続くことが予想される。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上昇しているため、教育費をそこまで掛けられないという話を聞く。先々も景気が悪くなる。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購入意欲が感じられない。
	×	スーパー（役員）	・節約志向が高まって、1品単価上昇の割に売上が伸びないとみている。また、最低賃金引上げを含め、経費の増加が続く、利益の確保が更に難しくなる。
	×	乗用車販売店（営業）	・令和8年8月千葉豪雨で水没被害に遭った客の車の乗換えが一段落した後は、販売が低迷すると予測される。
	×	一般レストラン（経営者）	・円安が続くなか、食材等の価格が上がり続けている。加えて、食料品の消費税減税により、外食よりも内食を選ぶ動きが強まることも懸念され、飲食店の経営はますます厳しくなる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高により販売量が減少している。
	×	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・令和8年8月千葉豪雨の影響で、近隣のパーキングでも機械の故障が相次いでおり、復旧日程に見込みが立たない上に、かなりの修理費用も掛かってくる。
	×	設計事務所（経営者）	・資材単価の高騰が落ち着いてきたとはいえ、価格下落はあり得そうになく、労務費も上がっているため、悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・受注のめどが立っていない。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の荷動きは少しずつ回復傾向にあるとみているが、先々の需要を確認すると、工期遅れやそれに伴う発注の抑制など後向きな情報が増えている（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月以降は当社特有の繁忙期に入るため、今より景気は良くなる（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・中小企業も単価交渉で値上げできるようになってきている。受注量も増えている。
	○	食料品製造業（経営者）	・秋にかけてイベントが続くため、売上が期待できる。
	○	食料品製造業（経営者）	・中東情勢は先行き不透明ではあるものの、国内株価の堅調さ、円安の落ち着き、政府の経済対策効果等により、少しずつではあるものの景気は改善していく（東京都）。
	○	金属製品製造業（経営者）	・国際関係等には不安要素が多くあるが、世界経済は良くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からの内示を勘案するとやや良くなる見込みだが、過去の例から内示は必ずしも当てにならないため、様子を見たい。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーのサプライチェーンも復旧し、車両生産活動も回復している。
	○	輸送業（経営者）	・8月は動きが良い。年内は活発に動きそうである（東京都）。
	○	金融業（営業担当）	・景気全体は緩やかに回復するものの、取引先企業の受注量や販売量についてはまだ力強い回復には至らず、業種による差が広がる（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・来月に入ると受注が増える予定なので、期待している。
	□	化学工業（従業員）	・2～3か月先に納品を予定しているが、受注が大きく増えるとは考えられない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・中東情勢の影響により停滞している中東向け医療品関連の案件が決定すれば、V字回復も見込める。
	□	金属製品製造業（経営者）	・この先良くなるトピックスを聞かないため、3か月後も現状の悪いままで変わらない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連事業の拡大、増加する顧客からの要求に更に対応べく設備投資を進めており、業績及び景気への影響はもう少し先になる。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・値上げ交渉を行っているが、原材料費、エネルギーコスト、人件費という3つの大きな費用に対して増額を認めてもらうことが難航している。
	□	建設業（経営者）	・所得が上がらず物価が上がっているため、経済が停滞している。当分は現状のまま変わらない。
	□	建設業（経営者）	・工事の受注見込み件数は変わらない。
	□	輸送業（総務担当）	・繁忙期に入るため荷主の国内出荷量は少しずつ増える。ただし、輸出はないため大きな増加は見込めない。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢に伴うナフサ価格の高騰は、建設業界にも深刻な影響を与えている。住宅設備機器の納期遅延で引渡しが遅れ、特に年間施工棟数の少ない中小工務店では、資金繰りの悪化を懸念している。一方、卸売業では、仕入コスト上昇分については取引先に理解を得て価格転嫁ができていているという前向きな声も聞いている（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・受注ベースでいえば、先の見通しは現状程度で推移するという声が多く、大きく売上が伸びる要因は少ない。むしろ急激な金利上昇によるコスト増加と、最近の原材料、労務単価の高騰とが重なり、収支を悪化させる懸念がある。価格転嫁が後手に回っている企業が多いようである。
	□	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件で、飲食、不動産、美容、住居テナントの入居率に変わりはない。テナントの話によると、猛暑のためか昼間の来客が極端に少なく、これからは続くのではないかと心配している。
	□	不動産業（経営者）	・金利上昇の不安はあるものの、国内政治は安定しているため、大きな不安は広がらない（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・前月からの動きに特段変化はなさそうである（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・賃料改定の交渉過程において、一部のテナントを除き、大きな拒否反応もないことから、当面の景気は変わらず良好に推移する（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・この先も単月ではやや良くなったといえる月があるかもしれないが、上向くとまではいえない（東京都）。
	□	税理士	・景気が変わらない大きな要因は円安である。大手輸出企業は、以前は1ドル100円でも、今は同じ物を買って160円くらい入ってきている。逆に、中小零細の輸入企業は、例えば小麦、食肉を輸入して、同じ物に1.6倍払わなければならない。人件費も上昇しており、中小零細の経営はとても苦しい（東京都）。
	□	税理士	・原油価格高騰の影響は懸念されていたほどではなく、住宅関連資材も当初より循環している様子である。エアコンの買換え需要は顕著で、株価、金利、為替も安定している。夏後半は猛暑日が減り、アパレル業界は外出機会の増加による秋物衣料需要に頼りたいところだろうが、横ばいと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	☐	経営コンサルタント	・原材料価格の高騰に加え、賃金上昇の影響が出てくる。
	☐	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社との競争、また、資材等の値上げが続くこともあり、当社を取り巻く環境は変わらない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・10～11月という、3～4年前までは年賀状印刷の受注で大体上向っていたが、今はほとんど見込めなくなっている。名刺印刷とか印鑑、ゴム印の方は変わらないため、例年と比べるとやや悪くなっていく見通しである（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・中東情勢の影響による製品値上げの実施以後、受注量が減ってきている。
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・サロンの客の来店周期が長期化しているため、サロン向けの売上が低迷している。新規オープン需要も減っている（東京都）。
	▲	建設業（経営者）	・物価上昇により案件数が激減するのではないかと、先々が不安である。
	▲	建設業（営業担当）	・世界情勢が安定せず、資材の値上げが止まらないため、物件数は更に減っていくとみている。業界自体も倒産情報が増えている点がマイナス要素である。
	▲	輸送業（経営者）	・燃料を始め全ての資材が高騰し始めており、取扱量の増加も期待は持てず、先行きは暗い（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・中小零細企業は人材確保のため多大な経費を投入して雇用の維持に努めているが、原材料価格の上昇も重なるなか、発注先からの単価は想定ほど上がっておらず、赤字の取引先が多くなっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・引き続き円安や人件費の高騰が続く見込みである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・原材料が全てとっていい範囲で値上がりしており、原油調達の問題だけではなくなっている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年予算内で納まらない案件が多く、案件自体の中止や安価な代替品に切り替えられる傾向が強く、厳しい状況はまだ続く（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・世界情勢が不安定である。
	×	輸送業（経営者）	・ロシアや中東における情勢が不安定なことにより影響を受ける（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・人材派遣ニーズの上昇及び長期派遣稼働率100%超えの状況が続く（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・例年、秋以降は欠員補充、業務繁忙のため、各企業で人材派遣を利用するケースが増えることもあり、人材ニーズが右肩上がり増加してくる。急激な成長というより、求人数、求職者数が徐々に増えていき、それに伴い、総派遣就業者数の増加が見込まれる。特に外的要因がない限り、例年どおり年度末まで右肩上がりの成長が見込まれる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響は続いているものの、物資供給の目詰まりについては解消されたという声を聞く（東京都）。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・求人、求職とは別に、AI活用のビジネスモデルが定着し始めている過渡期のため、停滞が少し続くとみている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数は今後も同じような推移になる見込みである。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな変化はない。
	☐	人材派遣会社（営業担当）	・AIに任せる仕事とエンジニアが担うべき仕事の切分け、整理が整うまでは、現状維持が予測される（東京都）。
	☐	求人情報誌製作会社（広報担当）	・景気が更に良くなっている実感はないが、悪くなる要素も余りない（東京都）。
	☐	求人情報誌製作会社（所長）	・一時的に厳しい状況からは落ち着いたとの話が出始めている。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数は増減を繰り返しているが、大きな変化はみられない。
	☐	職業安定所（職員）	・景気は上向きに見えるものの、急激に良くなることない。10月には最低賃金引上げ等があり、ますます厳しくなる事業所が増えるという見込みがある。
	☐	民間職業紹介機関（経営者）	・製造業、販売業含め、各企業の売上と収益の状況は余り大きく変わっておらず、安定している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	人材派遣会社（支店長）	・派遣受注が堅調な一方、企業依頼にマッチする人材の不足への影響はますます大きくなるものと予想され、成約数は鈍化傾向とみている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃金が追いついていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・年末にかけては他の月より募集が減少する傾向があるので、3か月先の11月は今月より悪くなることが予想される（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・10月からの最低賃金引上げや改正労働施策総合推進法の施行など、経営を取り巻く環境は厳しくなる（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	・物価上昇の継続や中東情勢の不安定化によるコスト増加が家計の実質購買力や企業収益を圧迫することで、回復ペースが抑制されやすく、不透明感が強い。
	▲	職業安定所（職員）	・製造関係の事業所から、中東情勢の不安定化による材料不足や材料費の上昇により、受注しても納品ができず、利益が見込めないという話を聞いている。
	×	学校〔大学〕（就職担当）	・自然災害が続いており、先行きが不透明である（東京都）。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (甲信越)		設計事務所（経営者）	・利益率向上に伴う賃上げの実現が、業界や社会全体で進めば、身の回りの景気向上が期待できる。
	○	商店街（代表者）	・若い経営者が空き家を借りて開業するようになって、私たちのような昔ながらの販売方法とは違う形で、客集めに奔走している。将来が楽しみである。
	○	高級レストラン（経営者）	・人の動きは良くなってきているが、物価高騰の影響はまだ残っている。さほど良くはならないだろうが、やや改善するとみている。
	○	観光型旅館（経営者）	・予約状況からみてやや良くなると判断している。また、当社では3か月後の値上げ実施を表明している。利用者からは、おおむね理解し、受け入れてもらえる流れになっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・今年度は多くのイベントが予定されていることもあり、先の予約は堅調に推移している。円安による物価高、コスト高が止まらない状況ではあるものの、それとは裏腹に人の動きに大きな変化はない。イベント開催の分、プラスで推移していきそうである。
	○	観光名所（職員）	・物価高や宿泊費の高騰はあるものの、夏に入り、国内客や外国人観光客が増加傾向にある。過度な期待はできないが、観光客は戻りつつある。
	○	遊園地（職員）	・学生の夏季休暇期間に加え、音楽イベントの開催も控えていることから、学割キャンペーンの実施や積極的な情報発信を通じて、更なる来園者数の増加を見込んでいる。
	□	商店街（代表者）	・秋の行楽シーズンから年末の贈答シーズンを迎えるが、9月からの値上げの連絡をみると、買い控えが起きるのではないかと不安である。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新たな省エネ基準が開始される関連で、家電製品に多少の風は吹いているものの、省エネ基準を満たさない安価な商材に集中している傾向が見られる。最終的に省エネ基準適合商材が普及してくるまでには時間が掛かるとみているが、目先の売上は伸びている。ただし、先は見えない。
	□	百貨店（経理担当）	・9月から特に食品で多くの品目の値上げが予定されており、消費の冷え込みが想定される。このところ、高額品が売れる一方で、デイリーユースが伸び悩んでおり、高所得者と一般消費者の消費の2極化がうかがえる。世界情勢も依然として混とんとしており、小売における消費拡大は期待できない。
	□	百貨店（営業担当）	・変わらないというよりは、分らない。今後も物価は再び食品を中心に上昇するし、中東情勢も不透明である。円安がまた進んでしまうのかなど、いろいろな不安材料があるため、余り良くなる傾向とは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（経営者）	・米価は下がっているが、この秋も多くの商材価格が上昇する見込みである。実感として物価が上がったことに、客がどう反応するか気掛かりである。
	□	スーパー（経営者）	・良くなるような材料はないが、何とか来ている仕事をこなしていきたい。
	□	スーパー（店長）	・物価高の状況は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・段々と天候が寒くなり日も短くなるため、冷たい商材が売れず、来客数は伸び悩む。売上の厳しい状態になっていく。
	□	コンビニ（経営者）	・最初は落ち込むが、年末商戦に向けて徐々に戻るとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・気温が下がるにつれて、夏に売れていた商材は売れなくなってくる。米価が下がることで米飯等の商材も手が出しやすくなることに期待している。
	□	コンビニ（店長）	・中東情勢やウクライナの情勢等の影響により、いろいろな物が入荷しなくなり、全体的に価格が上がってきているが、景気自体は変わっていくような状況ではない。
	□	家電量販店（店長）	・年々、来客数が減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・受注残が売上につながり、しばらくは販売台数、売上については安定的に伸びると期待できる。
	□	一般レストラン（経営者）	・よほどの物価の低下や賃金上昇がない限り、現状のやや悪い状態が続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・やや良くなっている動きのまま、変わらない。
	□	スナック（経営者）	・お盆前もさほど忙しくはなかったが、お盆明けは一気に暇になって、毎日が暇である。いつも繁盛している居酒屋に聞いてみても、お盆明けは本当に暇だという話なので、やはり、景気が悪いのかと実感している。今後も期待できる材料は余りない。
	□	観光型旅館（経営者）	・今まで団体旅行は減退の一途だったが、一昔前ほどではないものの、今年の秋は団体旅行が増えている。また、今年は9月の大型連休と、11月の勤労感謝の日が連休になっているため、秋の売上が増えている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・単月で8月は過去最高の売上になったが、9月に関してはそこまでではないものの、前年実績の20%増加ほど客室予約が入っている。客室単価が高くても購入してくれることを実感している。特に、9月の大型連休は好調に販売できている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・団体旅行の今後の受注状況は前年とほぼ同じである。一方で、個人客の動きは悪く申込みも減少している。物価上昇による旅行費用の値上げも影響している。
	□	タクシー運転手	・当地のタクシー運賃が来月から値上げになる。およそ1割の値上げ見込みで、今後は客が減らなければ、期待できそうである。
	□	通信会社（社員）	・新規サービス提供エリアでの加入も安定しているため、しばらくはこのまま推移していく。
	□	通信会社（社員）	・物価高の影響は相変わらずで、商材価格が上がっても利益に還元されることはなく、コストの上昇分を吸収できるようになるとは考えにくい。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・プレーヤーの高齢化や物価上昇に終わりがみえず、厳しい状況が続く。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・団体利用が減少傾向にある点が気になるが、その分を一般客で盛り返している。
	▲	百貨店（店長）	・近隣店舗のリニューアルオープンを控え、一時的にはあるが、多少の来客数減少が懸念される。
	▲	スーパー（企画担当）	・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、物価上昇が継続すれば、再び財布のひもが固くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・8月の繁忙期と違い、11月はイベントや年末商材もないため、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・10月から最低賃金が50円以上引き上げられるが、前年と同様にこれで生活が楽になるとは全く考えられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・今後の値上げで、来客数が落ち込むとみている。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・物価上昇と周りの経済状況が重なって、どのような影響があるかは分からないが、良くはならない。今後、失業等が増えてくるとやや良い動きも帳消しになる。今年の米価は非常に安い、こうした点を皆がどういう風に捉えるか次第である。マイナスに捉えたと影響は大きくなる。総合的にはやや悪くなると判断している。
	▲	スナック（経営者）	・物価高で財布のひもが固い。そう簡単には良くなりませんと考えている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・例年8月がピークで、ここから少し悪くなっていく。平均単価を上げたこともあり、来客数の動きが減少すると予想している。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・高齢化によって稼働会員数の減少が始まっている。全体の経済指標ではなく、地域イノベーションによって1人当たりの豊かさを増やすような取組が求められていると考える。
	×	商店街（代表者）	・店舗が入れ替わるのは、物販店から飲食店に変わるのみで、昼間のにぎやかさは望めない。
	×	スーパー（副店長）	・余りにも災害が頻繁に起こり、ぜいたくに対する自粛傾向がみられる。また、秋からの値上がり品目もかなり多く、現状より更に買い控えが進む。
	×	コンビニ（経営者）	・人件費の増加やエネルギー高による経費の圧迫で、中小企業は非常に厳しい状態である。特に、コンビニのようなフランチャイズ契約の場合、本部へのチャージは経費が増えても変わらず、アルバイト従業員は最低賃金引上げで守られ、事業主は毎年経費が上がるのみで、限界が近づいている。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、良くなる。
	○	食料品製造業（営業統括）	・本来夏場には落ち込む売上がやや上向きで推移したため、今後はやや良くなるのではないかと。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先まで受注できているため、景気は良くなる。原材料は一部で値上がりは止まり、また、一部で値下げされている。
	○	電気機械器具製造業（従業員）	・受注につながるような問合せが結構来ている。受注できれば、景気は良くなるとみている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の高騰が変わらなければ、現状のままと考える。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の展開もあり、期待は持てる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・為替介入はあったものの、円安水準は変わらない。調達コストは下がり、相変わらず生活防衛意識が強いため、耐久消費財への支出が伸びてこない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・円安の影響により、材料や素材の価格が毎月のように上昇している。催事売上の好調は、ヘビーユーザーの購入や製品価格の上昇によるところが大きく、顧客の購入率の下降は止まっておらず、先行きの見通しは決して明るくない。
	□	建設業（経営者）	・全体の景気が少しずつ良くなることを期待している。
	□	金融業（調査担当）	・製造業では引き続きAI関連の需要が底堅く、IT関連も持ち直しの動きが続くと予想される。非製造業では物価高に伴う消費者の支出抑制が継続し、弱めの動きが続く。
	□	金融業（経営企画担当）	・中東情勢はこのまま不安定な状態が続くと考えている。物価高騰に歯止めがかからないこと等を勘案して、現状維持だと予測する。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・10月にまた紙代が上昇するが、取引先への価格転嫁は依然として厳しい状況である。
	×	食料品製造業（製造担当）	・原料価格高騰で更に値上げをしていかないといけないため、非常に厳しい。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連		-	-
	○	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が上昇していることや求人数が伸びていることから、やや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(甲信越)	☐	職業安定所（職員）	・食料品等の秋～冬にかけての値上げが心配であるとの求職者の声や、長引く中東情勢を理由として、人材確保の動きが低調な状況が直ちに好転するとは考えにくい。
	☐	職業安定所（職員）	・製造業では新規事業に伴う増員の動きから、求人数が増加している。一方、中東情勢の影響を受けて厳しい状況にある業種も存在し、全体としては横ばいで推移している。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・最近の派遣契約更新者の相談内容から、今まで以上に求職活動は今後の景気動向に左右されるとみている。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・円安傾向や物価高に賃金が追いつかず、先行き不安が続く。
	×	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連		都市型ホテル（従業員）	・アジア・アジアパラ競技大会で、現地に泊まれない客からたくさん予約が入っている。
		旅行代理店（営業担当）	・10～11月にかけて職場旅行等の団体旅行のトップシーズンであり、例年並みの多数の案件の取扱を見込んでいる。
(東海)	○	商店街（職員）	・各店舗で、売上、来客数共に増加している。高層ビルの開業効果が出ている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・天候が回復して秋風が吹けば少し良くなるとみる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・来客数、単価共に少しずつ増加している。当面この傾向が続く見込みである。
	○	スーパー（店長）	・店舗改装の効果に期待したい。
	○	スーパー（店員）	・暑さも和らいで来店しやすい環境になっていく。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・時期的にスーツが必要な時期になる。繁忙期が1～3月であるため、学生への販売量も増える見込みである。ただし、夏物のセットアップを購入した客が、冬もスーツでなく冬物のセットアップを採ることが増えているため、スーツは予想より伸びていない。その代わりセットアップ商品の方が売れ筋は良いため、これから2～3か月先もその傾向が続くとみる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・秋になるにつれて、少しではあるが改善が期待される。
	○	乗用車販売店（従業員）	・客の様子やリアクションから動きは悪くない。ただし、具体的な理由は不明で、車の値段的にもどちらとも言えず、高いのか安いのか分からない。現在は少し安く、特段の理由もなく売れていく雰囲気がある。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・秋以降は新学期向けの受注量増加が期待できる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・引き続き宴会、食堂部門の予約は低調だが、アジア・アジアパラ競技大会の開催により、宿泊予約が好調である。
	○	都市型ホテル（社員）	・宴会の予約状況は良くなっている。
	○	旅行代理店（経営者）	・最近の地震や台風が多さが目立つが、秋に向かっては特に自然災害もなく緩やかであるとみられ、景気は良くなる。
	○	タクシー運転手	・物価対策の影響がみられる。
	○	タクシー運転手	・3か月先は年末前で各企業も忙しくなる時期であり、接待や早めの忘年会で少しでも客足を期待したい。
	○	通信会社（企画担当）	・消費税減税が多少なりとも現実味を帯びており、財源不安や実施時期の問題はあるものの、先行きの明るさだけでも足元の景気にはプラスに働いて多少改善されるとみる。
	○	通信会社（サービス担当）	・高齢者のインターネットの利用が増加している。また、リモートをする企業が増え、光回線の注文が今後増加するとみられる。
	○	美容室（経営者）	・2～3か月先は涼しくなってくるため、客の入りも良くなる。
	☐	商店街（代表者）	・高単価商品ではなく、商店街の平均的な商品単価である低単価商品の購買が旺盛である。
	☐	商店街（代表者）	・仕入価格、資材の高騰が止まらず、ここ1年ほどずっと状況が変わらない。3か月後もそのまま変わる見込みはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	商店街（代表者）	・ 猛暑の影響によりエアコンの販売は良かったが、資材の高騰が利益を圧迫している現状がある。今後は製品価格及び工事料金の値上げが必要となるため、大きな改善は望めそうにない。
	☐	一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 西日本では水不足に悩まされ、ひいては景気失速を招く恐れがある。
	☐	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・ 2～3か月先程度では、今のまま変わらない状況が続くとみられる。現在は、一部高収入の客が売上をけん引しているが、6割の人は非常に財布のひもが固く、今の状況は変わらない。この先も全体としては変わらない状況が続く。
	☐	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 秋には、酒税変更に伴う値上げ、メーカーの値上げ、アルコール類の値上げが予定されている。そのほか、食品値上げの予定も発表され、消費者の飲食店利用は、ごく一部の店を除き、更に控える傾向にあるとみられる。
	☐	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 物価の上昇はとどまる所を知らず、景気が良くなる材料がない。
	☐	一般小売店〔果物〕（店員）	・ 3か月ほどでは変わらない。
	☐	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・ 物価高などの影響を受け、消費は引き続き落ち込むとみる。
	☐	百貨店（総務担当）	・ 市内のプレミアム付商品券が8月末から利用開始となることから、その消費喚起に伴う売上効果が今後数か月見込まれる。一方で、中東情勢が大きく変動しない中で、商品の値上げなどが続く状況であり、消費者の財布のひもは固いと想定している。また、資材の高騰などが続いており、今後の改装や補修等の建設コストの大幅な増加が見込まれる状況であり、会社収益を圧迫するおそれがある。
	☐	百貨店（経理担当）	・ 3か月先も中東情勢の安定化や金利の上昇圧力の低下など個人消費の拡大につながる環境変化は期待できず、少なくとも食料品の消費税減税が実施されるまでは、景気の悪化が続く。
	☐	百貨店（営業担当）	・ 基調が変わらない。
	☐	百貨店（販売担当）	・ 購入意欲のある客は引き続きみられるが、慎重に購入を決める傾向も続いている。目的買いの需要は今後も続く見込みだが、景気は大きく変わらないとみる。
	☐	スーパー（経営者）	・ 地震を始め災害が多発している。気候と価格の安定なくして購買意欲の増加は困難である。
	☐	スーパー（店員）	・ お盆商戦が終わり、高額購入するイベントが年末までないため、2～3か月後は現状のまま変わらないとみる。
	☐	スーパー（店員）	・ これからりんごやみかんなど秋に旬を迎えるものが入荷予定であるため期待するが、地震や豪雨災害などの影響がどう響くか注視している。
	☐	スーパー（販売担当）	・ 賃金は上がるが、商品の値上げも続くため、景気は余り変わらない。
	☐	スーパー（販売担当）	・ 平日はともかく、土日は来客数が特に増えているため、トータルで変わらないとみる。
	☐	コンビニ（企画担当）	・ 来客数の減少を客単価の上昇で補い切れない状態が継続しており、改善の糸口は見えてこない。気温の上昇による飲料の売上増加を期待したが、大きな影響は出ていない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・ 値上げによる客単価の上昇と、客の節約志向が強まる傾向に改善は見込めず、売上、来客数増加のための材料がなかなか見いだせない現状がある。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・ アジア・アジアパラ競技大会の一時的な特需が一部地域で見込まれるが、恒久的なインバウンド需要にはならない。
	☐	コンビニ（店長）	・ 減少する販売数を販売促進等で下がりきらないように押し上げるとい状況が続く。ただし、商品の値上げについて、コンビニ自体が高くて使えないという市場の流れがあるため、スーパーとの価格差が大きくなるとつらい。
	☐	コンビニ（店長）	・ 中東情勢や円安の影響が今後どのように出てくるか予想がつかない。すぐに悪くなるとは考えられないが、良くなる要素も見当たらない。
	☐	コンビニ（商品企画担当）	・ 9月の大型連休の曜日配列や10月の酒税改正などが追い風となるものの、直近の円安や物価高の影響から景気は横ばいとみる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	衣料品専門店（店長）	・現場が遠方になってしまった客の来店頻度は減少のまま続く見込みである。また、暑さは今後もしばらく続くと思われるため、夏物も冬物も購入の必要がない期間が例年以上に長くなる見込みで、景気の状況は現在と大きく変わらない。
	☐	衣料品専門店（販売企画担当）	・インフレが落ち着いて、給与や年金が上がらない限りは変わらない。
	☐	家電量販店（店員）	・生活必需品以外の買物が余り見受けられないため、勢いはなさそうである。
	☐	家電量販店（営業担当）	・市のプレミアム付商品券の利用が始まり、2～3か月先も利用期間中であるため期待したいが、前年も同様の施策があったためどうなるか判断が難しい。エアコン、冷蔵庫の省エネ家電買換えの補助金も終わりを迎える時期のため、変わらないとみる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・円安の影響もあって食料品等の値上げが続いており、支出の増加が影響して景気は横ばいとみる。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・やや悪いという状態で安定してしまっている。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・収入が多くなっているというが、当社の周りでは余り実感はない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・なかなか物価高騰が収まる気配がなく、客の商品選択の目は相変わらず厳しい。そのようななかで秋に向けた各社の新型車両発表も行われ、車への関心が向くことを期待したいが、車両性能が驚くほど変わるという要素はなく、なかなか市場が活発に動くとは考えづらい。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・中東情勢の影響により、ガソリン代以外のオイル類が高騰したままになっている。入荷制限があったオイル類も現在は供給量が戻ってきているが、価格も上がってきたため、客にとってはかなりの負担増加になっている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・物価が上がった分、何らかの補助や少し値下げになる等の景気対策がない限り、すぐに賃金上がることはないため、悪い状態は変わらない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・新型が出る予定の年末頃までは目新しいトピックもなく、特にイベントも予定していない。何とか現状を維持するのが精一杯で、上向き要素がない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・フルモデルチェンジの車両がデビューしたことに加え、現在感謝祭のイベントを実施している。ただし、元々販売が低迷しているため、どこまで効果を上げられるか悩ましい。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・仕入価格や商材、工賃の上昇や職人不足など現場がスムーズに進まないことが続いているため、住宅を含め、新築工事自体は横ばいである。反面、小規模改修工事などについては順調に出ており、新築とリフォーム工事を合わせると、変わらない状況が続く見込みである。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・天候的に外出しやすくなるだろうが、社会経済の改善がみられないため、消費をあおることができない。
	☐	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・自然災害への不安から、不要不急な品物の消費減少傾向が常在化するとみる。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・物価高から節約志向のメリハリ消費が続いており、年末に向けても法人需要も同様に進むとみる。
	☐	一般レストラン（経営者）	・気象を始め、不安定な材料が多く、良くなる見込みはない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価高によるものである。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・賃金の上昇、安定した株価のお陰で先々を楽観視している消費者が多い。値上げに対する寛容度も現状は高く、景気は底堅く推移する。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況は前年比5%程度の後れを取っているが、それほど悪い状況ではないため、秋の行楽シーズンを迎え、前年並みの集客が得られる見込みである。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・中東情勢などの不確実さはあるが、先行する予約の状況などを踏まえると現状維持の見込みである。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	・時期的に余り特需がないため、大きく変わることはない見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（経営者）	・秋の行楽シーズンに向かうため良くなると期待するが、国内外の災害が多発しており、今後その影響が出る懸念があるため楽観的にみることが難しい。
	□	旅行代理店（経営者）	・客の様子をみると、年末年始よりもそれ以外の時期で旅行を計画する姿が見受けられる。また、具体的な目的のある旅行計画が多い。
	□	旅行代理店（経営者）	・令和8年熊本地震や大雨等の災害が続き、国内の旅行先も一部制限されている状況であり、客の選択肢が少なくなっている。
	□	旅行代理店（営業担当）	・物価高や燃料費の高騰が続く限り、急激な景気回復はないとみる。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・前年度と同様の傾向で、猛暑であっても事前に周知が行き届いた催事等の開催日は来客数が比較的良かった。今後予定の秋季イベントに対してもPRに注力し、夏季の集客の低迷分を少しでも挽回していきたい。
	□	パチンコ店（経営者）	・例年これから年末に向けては時期的に減少傾向となる。売上、粗利を増やすためにいろいろな施策を実施しているが、外的要因もありなかなか厳しい。
	□	その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・観光地として貸別荘業への新たな参入が何件か計画されており、今後の期待が膨らむが、実際に動き出すのは冬季観光シーズン以降になる見込みで、2～3か月先の時点では変わらない。
	□	美顔美容室（経営者）	・実施中のキャンペーンが12月末まで継続するため、現在の調子が続く見込みである。
	□	美容室（経営者）	・物価はかなり上がっているが、給料やその他の部分が残りが変わっていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・大きな変化はない見込みである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・10月は半期締めの日だが、現状維持とみる。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築物件はほとんどなく、見積依頼があっても価格高騰のため白紙となる。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材の高騰などマイナス要因が多い。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・円安傾向や物価高、依頼先企業の減調が影響する。
	▲	百貨店（売場主任）	・紳士靴は売上が厳しい状況である。お盆を過ぎて高額商品が少し売れるようになっているが、それはごく一部の客に限られ、全体的な売上は振るわない。メーカーも余り在庫を持たないため、店舗間で在庫商品を行ったり来たりさせており、今後もより厳しい状況になっていく。
	▲	スーパー（店長）	・商品単価の引上げが続いているため、更に節約志向が高まる。
	▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーにおいては9月に多くの値上げを控えており、非常にリスクが高い。
	▲	スーパー（支店長）	・物価上昇に加え猛暑の影響による電気代の上昇で、個人消費には厳しい状況が続く。
	▲	コンビニ（店長）	・商品の値上げが続いており、来客数も減り続けている。上向く理由が見つからないため、この状態が続くとみる。
	▲	コンビニ（店長）	・米の価格は下がるようだが、まだ商品価格の高騰が続いているため、売上は低迷するとみる。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・今後3か月間において、景気が大きく上向く可能性は低い。特に自身が身を置く小売業は、生活環境が好転しないことによる来客数減少の課題が続く見通しである。背景には、長引く物価高に伴う消費者の節約志向の定着がある。まとめ買いや不要不急の購入を控える行動が習慣化し、来店頻度自体が減少している。さらに、実質賃金の伸び悩みにより可処分所得が増加せず、日常的な衝動買いが強く抑えられている点も影響している。このような生活防衛意識の高まりや購買行動の変化により、秋口にかけても来客数は回復せず、厳しい環境が続く見込みである。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	・国内外の情勢が不安定な状況を勘案すると、景気が良くなることはないとする。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・エアコンの需要も一巡し、これからは照明とパソコンが話題に上がるとみるが、エアコンと比べ照明器具は単価が低く、単価の高いパソコンは値上がりでお買い得感がないため販売数が伸びない。単価の低い照明をたくさん売ることになるが、人手不足で忙しい割にもうけは少ない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・以前より購入できる車種が増えているが、販売台数に結び付いていない。モデルチェンジもなく、販売台数が増加する要素がみられない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・客の体調や自身の体調もあり、これから売上を上げていこうとする気力や体力がない。
	▲	一般レストラン（従業員）	・値上げラッシュが追い打ちを掛ける。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・物価上昇と世界の不安定感で景気は悪くなっていく。
	▲	タクシー（従業員）	・円安や中東情勢などの要因により、燃料費を始めタイヤ、オイル、塗装全てにおいて高騰しており、値上げによる売上の増加を打ち消してしまっている。また、最低賃金引上げも費用増加につながっている。気温や天候不順により、タクシー利用は若干増えているが、利益面では安心できない状況が続いている。この先も、不安要素が少しでも減らない限り、景気が上向く見込みはない。
	▲	テーマパーク（職員）	・秋から値上げされるものが多いため、旅行の予定を控えるおそれがある。
	▲	観光名所（案内係）	・これから秋の値上げがある。これでは今後物価が安くなることはないとみる。
	▲	パチンコ店（従業員）	・良くなる要因がない。
	▲	理美容室（経営者）	・段々と物価が上がり、生活が苦しくなるとみる。
	▲	美容室（経営者）	・物価が上がると、どこかにマイナスがくる。そう考えると、美容院などは月に1回来ていた客が2か月に1回になる、カラーを行っていた客が自宅でカラーをするということのように悪循環になるとみられる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・減益傾向に陥れば、離職や採用難にも大きく影響する。世間の賃上げの水準に追い付いていない。
	▲	設計事務所（職員）	・しばらく円安が続く限り、なかなか景気回復の糸口はつかめないとみられる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・令和8年熊本地震や各地の大雨など自然災害の影響もあり、大きく来場者が減っているため、先の契約数の減少が見込まれる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築関係者から、資材関係が値上がりすると聞いており、明るいニュースが見当たらない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・各種のリフォーム補助金が出ても、材料価格の高騰で客も慎重になり、なかなか進まない。ますます厳しい状況が続く。
	×	コンビニ（店長）	・競合店の撤退等、商圈内に大きな環境変化が起きない限りは厳しい状況が続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・残暑がずれ込み、秋物の衣替えは期待できない。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
	○	化学工業（営業担当）	・A I関連の電子材料薬品に使用されるクリーン容器は、今後も需要の増加傾向が続く見込みである。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界での大手チェーン店のリニューアルが続くそうであるため、年末に向けて設備投資の量が増えたと期待している。
	○	輸送業（従業員）	・いずれの荷主も、これから年内後半に向けて出荷の計画はある様子で、計画どおりになるよう期待したい。
	○	輸送業（従業員）	・短期的に災害や景気後退の影響を受けやすいが、中長期では復旧需要、防災、老朽化更新、物流関連施設投資などに支えられ、建設・建材分野は比較的底堅く推移するとみる。
	○	輸送業（エリア担当）	・7月から若干の価格改定が実施され、単価が上昇した。数量も微増が続いている。今後も定期的に単価を上げてもらえるとの回答を得ている。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売量の見込みから判断した。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	新聞販売店〔広告〕 （店主）	・中東情勢の影響は良くも悪くもない。しかし、最低賃金引上げがみられるため、今後の景気が良くなることが期待できる。
	□	食料品製造業（社員）	・中東情勢は不透明で消費マインドは上がらない。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・景気が上向く要素は限られている。消費者の商品選択基準はますます厳しくなる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量から考えても大幅な上昇は見込めない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年は秋需で受注量や販売量は増加予定を立てているが、今年は取引先からも良い情報が全くなく不安定であるため、現在のままの景気が続くとする。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・現状まだ良くなる要素はあるが、原料は中国依存の部分があり、中国の輸出規制の対象になる可能性も否定できないため、少し慎重にならざるを得ない。国内の原料メーカーの中には設備の老朽化と受注量の減少を理由に生産をやめるメーカーがあって、海外に頼らざるを得ない部分がある。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・ガソリン価格の補助金が継続されることは物価対策としては順当だが、景気を上向かせられるほどの効果は期待できない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画、余り変わらないという情報がある。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・大きな好転材料がない。
	□	建設業（役員）	・資材、建築費が下がる要素が見当たらず、今後もしばらく住宅業界は厳しい状況が続く。
	□	建設業（営業担当）	・物価高の影響はあるが、やらざるを得ない仕事が多いため、営業利益が大きく下がる状況にはない。ただし、今後の変化はあるため、見据えながら進めていかなければならない。世の中の物価高と仕事の有無は業種的に関係ないとする。
	□	輸送業（経営者）	・物価高に対する消費者の防衛意識が変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・軽油の仕入れについては安定してきたものの、米国と中東の対立が解消されたわけではないため、引き続き高性能の潤滑油が高止まりしている。先の見通しが立っておらず、現状がしばらく続く見込みである。
	□	金融業（従業員）	・再度値上げのニュース等もあり、需要は減るとみる。一方で、年末にかけて人の流れがあり、景気は維持される。
	□	金融業（企画担当）	・発注単価が受注業者への配慮がみられる金額になってきているものの、浸透にはもう少し時間を要す見込みである。大手企業ほどの賃上げはできないなかで、中小企業の従業員にも賃上げの実感が湧いてこないと個人消費も伸びず、景気は上向かない。
	□	不動産業（経営者）	・秋になっても前年よりも暑い日が多くなりそうだが、外出や遠出をする人はやや増加するとみる。今後の売上は増加し、前年を上回る状況が続く。
	□	不動産業（職員）	・アジア・アジアパラ競技大会の開催が迫り需要の喚起を期待するが、そこまでの底上げにはならないとする。
	□	広告代理店（制作担当）	・近年は猛暑が続いているため、秋が短くなり、旬に打つ広告は期間がかなり限られる。
	□	公認会計士	・国際情勢も落ち着かず、物価高騰への懸念が続くと予想されるため、企業が投資を控える傾向が続く。また、来年までに金利上昇があと数回予想されていることから、積極的に動ける企業も少ないとみる。インバウンドの需要も、中国などからの訪日客の減少が今後響いてくることが見込まれる。観光産業においては、外国人向けの価格高騰により、日本人の消費衰退の一因になっており、この状況が今後も継続する。
	□	会計事務所（職員）	・景気の良し悪しに関わる材料が見当たらない。
	□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・海外情勢は混んとしており、なかなか国内景気は好転しない。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。品物が動かず、仕入原価や人件費、輸送コストなど全てが値上がりしているのに対して、売上が全く伸びない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	鉄鋼業（従業員）	・先行きの不透明感は変わらない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・元々物件が動く端境期である上に、中東情勢の影響などで工程が延びたり、内容が縮小、中断したりと、先行きの仕事量の見通しは良くない。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	・A I 関連の設備投資需要は引き続き高水準で推移しているものの、現状はやや過熱気味である。需要の拡大に供給が十分に追いついていない状況であり、足元の高い受注水準が長期間にわたり継続する可能性は高くないとみる。
	▲	通信業（法人営業担当）	・人件費、半導体など全てが値上がりする中、モノの値段は上がる一方である。景気は良くなり、悪い方へ向かう。
	▲	金融業（従業員）	・数か月先を考えた場合、物価がどんどん高くなり住宅から食品等まで全てにおいて金額が上がっていることから、将来的不安がより一層増してきている。今後の景気はどちらかという衰退していくと予想する人が多いため、景気はやや悪くなると判断した。
	▲	会計事務所（職員）	・受注の状況は安定しており、石油関連資材の不足も解消されつつある。一方で、10月より最低賃金がまた大幅に上がるため、客先に値上げの交渉をしなければ、現在生産している製品のなかで赤字となるものが発生する。あらゆるものが値上がりするなか、利益を削るにも限界がある。
	×	金属製品製造業（経営者）	・10月以降、諸材料に価格改定の動きがある。先行きの状況を見極める動きがある。
	×	通信業（総務担当）	・前向きに捉えられる要素がなく、先行きが暗い。この状況では景気など良くならない。
雇用 関連 (東海)	-	-	-
	○	職業安定所（職員）	・中東情勢の進展で石油関連商品の産出については問題があるかもしれないが、半導体の増産などの話があり、それによって輸送業など波及効果が得られるとみる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・12月末若しくは年度末転職を目指し、求職者側の活動意欲が高まる時期である。企業側は上期の採用予実を踏まえ、下期採用ポジションにおいてのチューニングを掛けた上で採用意欲が高まる見込みである。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・長期の夏季休暇を経て、メーカーを中心に春に次いで人選依頼の需要が高まる時期に入る。また、派遣登録も案件に伴い、キャンペーンも併用し増加の見込みへの期待を持てる。
	□	人材派遣業（営業担当）	・地震や大雨の影響により景気の大きな回復は見込めず、引き続き慎重な動きが各企業に見られるため、大きな変化は起きない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・人材供給面で大きな改善材料は見られず、求職者数は現状水準で推移する可能性が高い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連では、全体感として人員予算が厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人数は現状維持をもくろむ顧客が多く、少しずつ業務終了者が発生する状態であり、2～3か月スパンでは大きな変化が見られない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・令和8年熊本地震や台風の影響により自動車製造関連の一時的な稼働停止があったが数日で回復した。ナフサ問題では、国内の流通は海外に比べて確保ができるため、海外生産を日本へ戻す動きがあり、電子機器関連製造において忙しくなる見込みである。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人手不足の構造課題から企業の採用意欲自体は底堅いが、原材料やエネルギー価格高騰に伴うコスト負担が重荷となり、積極的な増員、人件費拡大には慎重な姿勢が続く見通しである。また、下期に向けた求人需要の発生はあるものの、求人数、採用数ともに大きな好転や急激な悪化は見込まれず、今後2～3か月後も横ばいで推移する。
	□	職業安定所（職員）	・令和8年熊本地震、中東情勢は当地域の事業所への影響が限定的であり、しかし景気の動向を決定づける出来事や材料がなく、引き続き堅調な動きが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・原材料価格やエネルギー価格、人件費などの各コストの上昇・高止まりや物価高による消費低迷傾向により、企業の事業活動への負担が長期継続しており、特に中小企業にとっては大変厳しい状況となっている。また、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念から、人材不足は感じていても、新たな求人提出を控え、様子見をしている産業も少なくない。求人提出を控えている産業が一部見受けられるものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、直近の景気動向に大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるものの、パート求職者数は比較的安定して推移している。働きやすさや職場環境、仕事と家庭の両立を重視する求職者数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・前月と比べて有効求人倍率が上がったものの、年間を通してみると、そこまで大きな変化ではない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用については、今後2～3か月程度では大きな変化は見込まれないものの、長期的に下降傾向にある。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比べ、卒業見込み者の内定率が若干下がっている。公務員採用試験など今後実施される試験を除いても、前年と同じ法人での内定数が減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・企業業績の悪化等で従業員を削減する会社が複数発生している。
	▲	職業安定所（職員）	・原油価格の高騰及び供給不安が継続していることから、経営体力に限りのある中小企業を中心に、将来の事業継続や収益確保に対する不安の声が広がっている。
	×	人材派遣会社（社員）	・中東情勢や地震の影響など不安要素がある。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)		-	-
	○	商店街（代表者）	・夏季休暇の終了に伴い一時的に需要は落ち着くだろうが、秋の行楽シーズンに向けて国内旅行需要の底堅さは続くともみている。欧米圏を中心としたインバウンドが定着し、特定の国による一時的な商品の大量購入に左右されない安定した集客基盤が形成されており、今後も前年並みの高い売上水準を維持できるとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・客が値上げを受け入れ始めるとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・高騰していた米の仕入価格が大きく値下がりする影響が大きい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・これからの時期は、各メーカーで新型車の発表が多くなるため、来場者や購入者が増えるともみている。
	○	一般レストラン（経理）	・能登半島地震による被災から当温泉地では少しずつ復興が進んでおり、客も増えつつある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、秋の予約が順調に入っている。
	□	商店街（代表者）	・最寄りの空港発着の国際線が再開したことにより、観光客の入込が増えるともみられ、その波及効果に期待している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・値上げが一旦落ち着いたとみていたが、9月、10月にまた仕入価格が上昇するため、値上げを検討しなくてはならない。値上げによる売上への影響は不透明である。
	□	百貨店（売場主任）	・物価高の影響により、消費者の節約志向はますます強くなっていくともみている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・世界情勢と日本経済が連動している。ウクライナや中東など、世界情勢が安定しなければ、経済成長は空回りが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（販売担当）	・厳しい暑さの影響により秋物への移行が進みにくく、衣料品は当面苦戦するとみている。この秋は各ブランドで手頃な価格帯の商材がやや拡大するため、これを起点に消費者に訴求する。また、秋色の高気温対応商材の販売を拡大することで、近年減少してきた秋商材の売上を補えると期待している。しかし、秋は連休など休みが多く、レジャーや旅行の支出が増えるため、衣料品の購入にはつながりにくく、コンテンツ関連商品の販売や旅行アイテムの拡大が必須になるとみている。
	☐	百貨店（売場担当）	・毎月、取引先から値上げの報告があり、物価高が止まらない。今後は消費者の購買行動がますます慎重になるとみている。
	☐	スーパー（仕入担当）	・観光客の増加などにより来客数が増加する一方、9月以降の価格改定による悪影響も見込まれ、どちらに転ぶか分からない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・3か月後は秋シーズン真っただ中であるため売上増加が期待できる。気候や社会情勢が安定することを期待している。
	☐	家電量販店（店長）	・故障するなど必要になった場合にしか、客は商品を購入しないとみている。
	☐	家電量販店（本部）	・前年と比べて趣味に関連する商材の売上が増加している。春先には特需でエアコンが動いたが、最近の一般的な耐久財の売行きは堅調な範囲で、景気を左右するほどの影響はないとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・当分は現状のままとみている。
	☐	乗用車販売店（経理）	・中東情勢や物価上昇など先行き不透明な部分はあるが、政府のガソリンに対する補助金の継続方針等を踏まえ、受注面には大きな影響がないとみている。
	☐	住関連専門店（役員）	・本来は最も需要が膨らむ四半期であるが、現在の市況や販売の動きを見ると、回復に向かうとは考えられない。
	☐	その他専門店〔酒〕（経営者）	・更なる値上げのニュースが出ており、この先、良くなる要素は全くない。状況が変わらなければ、まだ良い方である。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・秋は県外からの団体旅行が最も多い時期だが、2～3か月先までの受注に好材料は少なく、例年並みの状況で推移している。
	☐	一般レストラン（店長）	・連休等はそれなりに集客が期待できるが、平日はそれほどでもない。
	☐	一般レストラン（統括）	・今後は急激な変化はなく、前年と比較して好調な現状を維持するとみている。
	☐	スナック（経営者）	・世界情勢の不透明さに加え、特に物価高が影響していると考える。
	☐	旅行代理店（従業員）	・回復に時間が掛かるとみている。
	☐	通信会社（職員）	・景気が良くなりそうであっても、物価高騰がストップを掛けるとみている。
	☐	通信会社（営業担当）	・新機種の発売に伴い来客数は増えると思われているが、景気が良くなる起爆剤になるかは不透明である。
	☐	通信会社（役員）	・新規獲得数が前年を若干下回り、解約数は前年より増えると思われている。
	☐	通信会社（役員）	・円安や原油価格高騰による物価上昇が続き、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足が発生しているが、景気が悪くなるほどの影響はないとみている。
	☐	テーマパーク（役員）	・9月の大型連休により旅行需要が高まる一方、物価高の影響があるため、全体としては変わらないとみている。
	☐	パチンコ店（経理）	・業界の状況、経済の状況共に、目先に大きな変化がみられない。
	☐	美容室（経営者）	・物価上昇が収まらなると消費者の購買意欲は上向かない。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・新たな分譲地の販売イベントの開催や住宅展示会の計画があり、一定の成果は得られるとみている。ただし、建築件数が減っているなかで安定した契約金額を維持するためには、設備のグレードアップや外構の整備までしっかり提案することが大切である。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・地価が上がり、建築資材も値上がりしており、客が動かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔鮮魚〕 (経営全般)	・10月以降は最低賃金引上げや更なる物価上昇という2つのコスト増加が重なり、厳しい状況になるとみている。物価上昇は来店頻度の減少や買い控えにつながるため、来客数や買上点数が落ち込み、全体の売上が下がるとみている。
	▲	スーパー(店長)	・自然災害等が身近になってきている。この調子では景気が上向かない。
	▲	スーパー(総務担当)	・水害などの影響により、損害が大きい企業が出るとみている。
	▲	スーパー(役員)	・10月からの最低賃金引上げに加え、電気・ガス代の補助金がなくなること、中東情勢が改善する見通しが立っていないことなどメーカー側が値上げする要因が多く、今後も商品仕入価格の上昇が続くとみている。客の節約志向をみても、すぐに前向きな購買状況にはならないとみている。
	▲	コンビニ(店長)	・今年は例年ほどの猛暑に見舞われず、結果としてソフトドリンクやアイスクリームの販売が不調である。例年であれば9月頃にもう1度販売の山はあるが、今年は早々にピークアウトの兆しがある。特にソフトドリンクの不調は、コンビニにおいて販売量や利益率の減少につながり、厳しいと言わざるを得ない。
	▲	乗用車販売店(総務担当)	・値上げ商品の増加により物価上昇を感じることが増えており、客の購買意欲が下がるとみている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・近隣に競合店がオープンしたため、影響を受ける可能性が高い。
	▲	タクシー運転手	・8月が良すぎたこともあり、観光客は多少減るとみている。10月に入れば秋の観光シーズンとなり、再び観光客が増えると期待している。
	▲	タクシー運転手	・物価高が続く限りは、金が掛かるものに支出はしないとみている。
	▲	競輪場(職員)	・物価高による生活費高騰の影響が大きい。短期では改善せず、景況感はやや悪くなるとみている。
	▲	住宅販売会社(従業員)	・物価や金利の上昇を踏まえ、1円の価値が下がる前に借入れをするという積極的な姿勢が広がってほしいが、やや悪くなるとみている。
	▲	住宅販売会社(営業)	・価格の高騰や金利の上昇が続くことは避けられないため、今年度の下期は客足が滞るとみている。徐々に競合負けや計画中止の商談が増え、見込み客が減ってきている。
	×	商店街(代表者)	・9月から値上げがあるとの連絡が多く、更に物価は上がるとみている。所得が上がらない限り、景気は良くならないとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕(従業員)	・9月に入っても多品目で値上げがあり、その影響は大きく、厳しい状況が続くとみている。
	×	コンビニ(店長)	・営業時間を短縮した方が利益が増加するため、夜間営業の停止を検討している。景気を良くする動きではないものの、事業所の維持を優先せざるを得ない。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	-
	○	化学工業(総務担当)	・今後は受注高が増える予定である。
	○	プラスチック製品製造業(広報)	・今は様子見の姿勢が強く、後半に少し持ち直すともみているが、外部環境が変わらなければ一過性にとどまるとみている。
	○	建設業(経営者)	・同業他社も施工の最盛期を迎え、下請け業者や材料納入業者も多忙になるとみている。
	○	不動産業(経営者)	・法人からの問合せや相談が出てきている。
	□	一般機械器具製造業(経理担当)	・国内は前月発生した令和8年熊本地震の影響により、熊本を拠点とする客先の今後の生産が不透明で、受注見通しの見極めが難しい。海外は欧州向け二輪車用部品の受注が引き続き好調である一方、米国向け産業機械用部品の受注は高関税率の影響などにより低調である。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	・産業機器関連の受注が好転し、この後も継続若しくは増加傾向であることが、客先への確認で判断できているが、民生用関連の動きが余り良くない。車載関連は、現状維持から若干の増加傾向との見方もあるが、現時点では確実に上向くような情報は得られていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（管理会計担当）	・ 足元の状況から判断すると、3か月先の物量に大きな変化はないとみている。
	□	輸送業（経理）	・ 中東情勢に大きな変化がみられない。
	□	通信業（営業）	・ 現状どおり当面は好景気が続くともっているが、米国の中間選挙が山場であり、結果次第では景気が大きく左右される可能性があるともっている。
	□	金融業（融資担当）	・ 賃上げ圧力が強く、企業業績の利益率悪化の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。また、今後は豪雨災害の影響が出てくる可能性がある。
	□	司法書士	・ 6月決算の状況は悪くないが、人手不足や材料費高騰、融資金利の上昇など不安要素が多い。
	□	税理士（所長）	・ 8月末に豪雨災害があり混とんとした状況である。災害に見舞われたのは一部地域だが、消費行動は全体的に慎重になるとみている。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・ いろいろなコストアップを踏まえ、9月に値上げを実施する。販売数量の減少は避けられないが、採算性を考えるとやむを得ない。
	▲	繊維工業（総括）	・ 中東情勢の影響による受注減少は懸念したほどではないものの、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・ 原材料価格が安定しないなか、受注価格の上昇基調も続いている。今後の受注については不透明感があり、先行きが良くなるとは考えにくい。
	▲	金融業（融資担当）	・ 円安の進行に起因する物価高、原油価格の高止まり、海外情勢の不透明感、日中関係の影響によるインバウンド需要の減少など景気の下振れリスクは大きい。更に北陸地域では豪雨災害の影響が大きく、景気が好転するような明るい材料が少ない。
雇用 関連 (北陸)	×	-	-
		-	-
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人見込み数が増加している。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物資や原材料の不足が収束に向かっており、事業継続の安定感や雇用拡大への期待感がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の影響を懸念する声は、これまでと大きくは変わっていない印象を受ける。雇用面でもはっきりした影響はみえていない。
	□	職業安定所（職員）	・ 今後も賃上げや物価上昇、中東情勢の影響等について注視していく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・ 物価高騰や中東情勢の影響など先行きの不透明感が払拭されないため、今後もこのままの状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社（役員）	・ 求職数の確保が難しくなっている。
	×	-	-

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（サービス担当）	・ 今後も集客のための催事やイベントの強化のほか、インバウンド売上の回復で売上は増える見通しである。また、外商売上も高級ブランドを中心に好調な推移が予想される。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ ツアーコンダクターからの予約が入っているため、少しは期待できそうである。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・ 外的要因を除けば前年の売上を超えていることから、年末に向けての商戦は期待がもたれるほか、フレグランス関連商品の売行きも良く、ギフト商戦の活発化が予想される。一方、基礎化粧品は韓国系ブランドが伸び、客の流出が起きていることから、苦戦が続くと予想している。ただし、年末に向けたギフト市場の拡大の方がボリュームは大きいので、トータルでは前年を上回ると予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・ 当店の周辺で特選ブランドの新規開店が相次ぐ予定であり、エリア全体への波及効果が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・ 来客数が少し戻りつつあるほか、値上げが今後も続き、単価の上昇により売上も微増となりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	衣料品専門店（店員）	・気温が下がり、外出が増える見込みであるほか、購買意欲も高まることが予想される。
	○	家電量販店（企画担当）	・10月からの水回りリフォーム商品の値上げに伴う、駆け込み需要が見込まれる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新車の販売台数は現状が底であり、今後は新型モデルの発表が相次ぐため、商談の増加が期待される。ただし、輸入車であるため、中東情勢の変化による納期の遅れや、オプション選択ができないといった状況もあり得る。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節の変化による新商品の購入期待や、10月の最低賃金引上げなどにより、購買意欲も高まる。
	○	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・ここ1か月の金相場や貴金属相場の持ち直しが、プラスの動きとなる可能性がある。
	○	通信会社（社員）	・A I関連の需要の伸びが顕著であり、それに伴ってブロードバンド接続の高速化の需要も増えている。この傾向は今後も続くと言われている。
	○	ゴルフ場（支配人）	・予約価格を若干高めに設定しても、予約状況はますます順調に推移しているため、現状よりもやや良くなる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・夏の猛暑が落ち着き、秋の行楽シーズンとなれば、外出意欲が高まってくる。
	□	商店街（代表者）	・状況に大きな変化はない。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・来月から今まで以上に値上げの動きが出てくる。時計もウォッチ、クロック共に、価格改定の通知があり、前年に続いている値上げとなる。先行きがどうなるのか見通せないなか、良くはならないという認識が求められる。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・売上は少し伸びているが、相変わらず値上げの動きは多く、経費の負担が増えている。
	□	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・消費者が値上げに慣れて、鈍感になっている。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・呉服はどうしても必要な物ではないため、ほかに必要な旅行や学費の方に、家計の予算が回っている。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・次は9月の大型連休に期待している。
	□	百貨店（売場主任）	・物価の上昇による節約志向が広がっており、駆け込みで安く買うというよりも、そもそも大きな買物を見送るという声が多い。
	□	百貨店（企画担当）	・免税売上のなかで大きな割合を占める、中国からの客の動きが不安定であり、予測が難しい。一方、2～3か月先の国内売上については、大きな変化はなさそうである。
	□	百貨店（広報担当）	・国内客、インバウンド共に、今の傾向に大きな変化はないと予想される。
	□	百貨店（営業推進担当）	・来客数は増加傾向が続いており、食料品などのデイリー商材の動きは良いが、衣料品の動きはそれほど良くないため、全体的に大きな変化はない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・直近の状況が続くと予想され、目立った上振れ材料や下振れ材料は見当たらない。
	□	百貨店（マネージャー）	・大きく変化する要因が特に見当たらない。ただし、中国からのインバウンドが直近は前年比で約30%減と悪化しているが、今後は若干の回復が期待される。特に、現状は関西での減少が顕著である一方、東京や札幌では約20%の増加となっているため、関西でも回復の可能性がある。
	□	百貨店（マネージャー）	・国内外の外的要因による多少の影響はあるが、全体的な構図は変わらない。国内の中間層は節約消費が続くため、好評な集客コンテンツによる動員を図る。また、資産価値を重視した消費がみられる富裕層には、効果的な大型催事や個別対応のアプローチを行う。唯一の不確定要素がインバウンドであるが、中国人客は減少しているものの、タイアップ企画による韓国、台湾人客などの増加でカバーできている。
	□	百貨店（販売推進担当）	・世界情勢、株式市場共に、先行き不透明な部分が多く、今後の景気動向を判断しにくい。
	□	百貨店（外商担当）	・株価は一進一退の状態であり、富裕層の消費マインドが高まることは期待できない。インバウンド売上も、従来は中心を担っていた中国人客が増える見込みはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（マネージャー）	・国際情勢もいまだ不安定であり、実感としても景気の回復感はない。
	☐	百貨店（商品担当）	・中東情勢が不透明な状況で、物価や株価は踊り場となっている。ファッション関連では残暑の影響が予想され、9月、10月の動きは年々鈍くなっている。売れ筋は汎用性が高いデザインカラーで、春夏秋の3シーズンウェアが多く、秋物需要がなくなっている。今年は特にその傾向が強い。
	☐	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドは外的要因による変動が大きいいため、売上の基盤となる国内客への対策を強化している。特に外商客に対するアプローチで客単価が上昇しているため、しばらくは現在の動きを維持できそうである。
	☐	百貨店（販促担当）	・ここ数年は10月も高い気温が続いており、衣食住の全てで難しい季節となっている。今年も、高い気温が続く前提で計画を立てているが、少し涼しくなれば商機につながる。いずれにしても、気温の変化に敏感に対応した提案を行い、丁寧に取り組む必要がある。
	☐	百貨店（管理担当）	・物価上昇の影響もあり、売上の大幅な拡大が望めないなか、他社との競合で市場の奪い合いが続く。
	☐	百貨店（売場統括）	・中東情勢の先行きが不透明ななか、生活防衛意識が払拭される見通しは立っていないため、現時点では改善が見込めない。
	☐	スーパー（店長）	・収入が大きく増えていない一方、物価の上昇が続いている。
	☐	スーパー（店長）	・競合店が減ることはなく、物価も高止まりとなるなど、回復する要素が見当たらない。
	☐	スーパー（店長）	・良くなる兆しがない。
	☐	スーパー（店員）	・これからも天候の影響で価格が変化するものの、高くても仕方なく購入している人がほとんどであり、大きな影響はない。
	☐	スーパー（企画担当）	・食料品の値上げが続くなか、客も必要な物だけを求めている、プラス1品を購入する心理にはならない。残暑もあり、需要に合った売場づくりが重要となる。
	☐	スーパー（企画担当）	・競合の出店予定もなく、現状の動きが続くと予想される。
	☐	スーパー（社員）	・物価上昇による客の節約志向や低価格志向は、特に食品分野で強まっている。また、気温の高い日が続いており、秋物商材の動きも弱いいため、当面は売上の確保が難しい。
	☐	スーパー（企画）	・物価の上昇で1品単価や客単価が上がっている一方、販売点数は減少し、売上全体としては目標比、前年比共にプラスとなっている。当地域の最低賃金は10月に大幅に上昇し、商品原価の値上げが続くことから、足元の動きも継続することが予想される。
	☐	スーパー（企画）	・物価が高止まりするなか、今後もまだ上がると予想されるため、生活防衛意識は高いままとなる。
	☐	コンビニ（経営者）	・客に節約の動きがみられるが、商品の値上げが落ち着いてきたため、販売量に変化はない。
	☐	コンビニ（店長）	・前年は大阪・関西万博の影響でインバウンドが多数来店していたが、今年はその動きがないなど、反動が出ている。
	☐	コンビニ（店員）	・平均的に来客数は多い状態が続くと予想され、販売量も好調な推移が続くため、売上は伸びる。
	☐	コンビニ（店員）	・物価上昇の影響で、消費者の節約志向は今後も続く。
	☐	コンビニ（店員）	・物価上昇による影響が大きい。
	☐	衣料品専門店（店長）	・ここへきて原材料価格の上昇や為替の問題により、売上が圧迫されつつある。来客に関しては、インバウンドは高水準で推移しているが、国内客の動きは鈍化している。
	☐	家電量販店（経営者）	・現在のエアコンやLED関連の案件の増加傾向は、今後も続く。
	☐	家電量販店（店員）	・景気が少しでも回復すれば、客の動きも出てくるものの、まだ先行きが不透明であるため、厳しい状況が続く。
	☐	家電量販店（店員）	・材料価格の高騰や物価の上昇、値上げの動きなどが続くため、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の価格が上がり、客は購入に慎重となる。9月は決算もあって一時的に良くなるものの、10月には再び落ち込む。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・消費者心理が冷え込むなか、消費税率の引下げの発表がどう作用するかに注目している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢の変化による影響で、オイルなどの入荷がないため、整備関連の売上が増えない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・商品価格の上昇が一服し、客にも一定の納得感が広がりつつある。ある程度の期間をおけば、更に価格が受け入れられそうである。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・抜本的な変化がなければ、景気が良くなったという実感は得られない。企業の収益が増えて社員に還元されて初めて、実感が出てくる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇に対して何らかの安心材料がない限り、節約志向は変わらず、消費に影響が出る。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・部品や油脂価格の高騰など、自動車を取り巻く環境が改善されない限り、景気の回復感は見られない。
	☐	乗用車販売店（マネージャー）	・大きな影響をもたらす外部要因がない限り、大きな変化はない。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・所得が今の物価上昇に追い付くまでは、変化はないと予想される。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・プチプライスで分類されていた商品も、何度も値上げが行われた結果、気軽に購入できなくなっている。新たな客層をつかむにも、提案できるような価格帯の商品がない。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・暑い日が続く、夏物商材やスキンケア用品は順調であったが、気温が落ち着き、秋冬商材へシフトしていくなかで、全体としては減少傾向となっている。食品の値上げも続くなか、大きな上昇要因が見当たらない。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・中東情勢の先行きやガソリン補助金の財源問題など、不透明な部分が多いものの、現在の景況感は大きく変わらない。
	☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・商品価格が少しずつ値上がりしているため、送料を気にする客が増えている。
	☐	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・敬老の日や秋の行楽シーズンに向けた、ギフトや新商品の早期予約への反応が、ECサイト上でも例年と比べて鈍い。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・ここから年末までは、大きな変化はないと予想される。
	☐	高級レストラン（企画）	・引き続きインバウンド需要が低迷しており、国内需要の増加ではカバーし切れない。客単価も前年や前々年を下回るケースがみられる。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価上昇の継続に対し、賃金はなかなか増えないため、節約志向による外食利用の低迷は今後も続く。また、来年4月からの消費税率引下げが決まり、関連の補助金が検討されているものの、最終的に閉店となる店舗が増えそうである。
	☐	一般レストラン（企画）	・食料品や公共料金の値上げなど、家計を圧迫する要因がある一方、中東情勢は混々としており、上向きになることはない。
	☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・自動販売機で商品を購入する人は、それほど家計がひっ迫していないため、今後も変化は少ないと予想される。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・9月も前年と比べて団体の予約は少ないが、9月の大型連休を中心に個人客の増加が期待できる。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊需要は10月に年間のピークを迎えるが、現時点では前年並みのため、直近での単価調整による売上の増加が見込まれる。一方、レストランはバスツアーのランチ需要などで、好調を維持している。
	☐	都市型ホテル（客室担当）	・直近は国内客の動きが多様化している。
	☐	都市型ホテル（管理担当）	・景気が上向くための要因が特に見当たらない。
	☐	都市型ホテル（フロント）	・テーマパーク周辺や都市部の客室稼働率や単価の低下が、周辺エリアにも波及しており、今後3か月も価格競争の激化が予想される。宿泊需要を押し上げる大きな要素に乏しいため、宿泊業界全体の景気は弱含みで推移しそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	・実質賃金が上がっている影響が、レストランでは料金が高いメニューの注文が徐々に増えている。また、グループ客による予約もいきなり入ることが多く、秋の宴会の問合せも少し入っている。一方、客室の利用は9月や10月の予約が伸びてこないため、心配している。近隣のビジネスホテルも同じように苦労しているとの情報がある。
	□	旅行代理店（役員）	・海外情勢をみる限り、景況感が良くなる要素は見当たらない。身近な商品が値上がりしている状況であるため、生活の防衛を優先する客が多く、先行きの環境が良くなることはない。
	□	旅行代理店（役員）	・物価の上昇や円安の影響もあり、大きな改善は期待できない。一方、涼しくなる時期に向けた旅行の予約や問合せは増えているほか、暑さで旅行を控えていた客の動きも、今後は出てくると予想される。
	□	通信会社（社員）	・若年層や家族向けのプランが発表されても、端末の販売は伸びない一方、乗換え件数など、キャリアからの要求は強く悪循環となっている。値上げの結果として、端末価格が高くなり過ぎている。
	□	通信会社（役員）	・販売量が伸びないほか、携帯電話のキャリアショップに対する手数料の支払条件も厳しくなっていることから、先行きは厳しい。
	□	観光名所（企画担当）	・前年に開催された大阪・関西万博の反動を注視しているが、前年比で大きな変化はなく、少し上回っている程度である。
	□	競艇場（職員）	・賃上げや物価上昇のほか、海外情勢や政治情勢の変化といった様々な要因が、どのように作用するのかを見極めるのは難しい。
	□	その他レジャー〔スポーツ施設〕（経理担当）	・日本銀行による金融政策に大きく左右される。
	□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暑い時期の方が来客数が多い。2～3か月後もまだ暖かいため、来客数は変わらない。
	□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇が頭打ちとなるまで、今の状況が続く。そのなかで、どこまで子供の教育費に予算を割けるかが不安視される。
	□	住宅販売会社（従業員）	・現在販売中の新築マンションは、商談の動きは遅いものの、止まるまでには至っていない。今後も販売価格が大幅に下がることは想定できないため、現状の動きが続くと予想される。
	□	住宅販売会社（企画担当）	・地価や建築費の高騰により、顧客の購買マインドが盛り上がりにくいいため、厳しい状況が続く。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・50代以上のシニア層を中心に、高額物件の成約が増加傾向にある。今後の景気も、総じて現状並みの水準で推移すると予想される。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・引き続き底堅い動きとなる見込みである。ただし、実需層向けの物件は、支払への不安や金利の上昇傾向の影響で、動きが鈍化傾向となっている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・社会全体では現状維持の流れが予想されるが、当社は書店業界の下向き傾向による影響を受ける。
	▲	百貨店（売場主任）	・中東情勢の不安定感が強まり、ガソリン価格が高騰している。百貨店業界では、配送費を含めた物流コストの上昇や、包材などのナフサ由来製品の価格上昇に対する懸念が高まっている。かなりの品目で毎月のように値上げが進んでいるため、早期の解決がなければ、景気の後退が避けられない。
	▲	百貨店（商品担当）	・収入は変わらないが、物価上昇の継続や世界情勢の不安定化を勘案すると、良くなることはない。良くて現状維持であり、今の流れではやや悪くなると予想している。
	▲	スーパー（経営者）	・消費者の格差がより一層明確になっている。
	▲	スーパー（経理担当）	・スポーツイベントも多いなか、消費の盛り上がりにつなげたいが、値上げ品目数は増加するなど、消費マインドの向上にはマイナス材料が多い。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・現時点で回復につながりそうな要素はなく、現状の苦戦が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金上がり、物価も毎月上がるという、中小企業には厳しい状況となっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・人件費の増加による影響が、どこまで出てくるかは分からない。
	▲	コンビニ（経営者）	・販売量が減る月であるが、いろいろなアイデアを出して対応していく。
	▲	コンビニ（店員）	・夏休みシーズンが終わるため、来客数は減ると予想している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・米の価格の低下が、多少の安心材料となっている。ただし、物価の上昇は収まらず、あらゆる商品の価格が上昇している。原油の供給状況や為替が安定し、安心して暮らせる状態にならない限り、本当の意味での景気回復にはならない。
	▲	家電量販店（人事担当）	・ここ数年は残暑が厳しく、例年は秋物商材とされているような炊飯器やオープンレンジなどの調理器具の売行きが芳しくない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・9月もまた物価が上昇するため、消費者の財布のひもはますます固くなる。
	▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・駅ビル工事による仮囲いの設置で、店舗前の通路が狭くなり、通行客が店舗を利用しにくくなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・予約の動きが前年比で遅く、高額な施設ほど顕著に遅れがみられる。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・ハロウィーン期間は高額での販売が期待され、Web経由の予約も前年を少し上回っているが、旅行会社経由の予約は伸び悩み、前年を大きく下回っているため、単価を上げての販売は難しい。エリア全体でも、前年は大阪・関西万博の需要で高額での販売が可能であったが、今年は困難な状況である。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・長引く中国の渡航自粛や、先のみえない中東情勢、ウクライナ情勢に加え、国内では度重なる地震や異常な豪雨などが続いており、先行きには不安ばかりが募る。
	▲	タクシー運転手	・秋になれば、昼間のタクシー利用率の低下が予想される。一方、夜間の利用の悪化については、外出が減少しているのか、タクシーに乗らなくなったのかが分からず、今後の不安要素となっている。
	▲	通信会社（営業担当）	・販売量は今後も変わらないが、貸し出している通信機器の購入費が値上がりするため、利益は減る見込みである。
	▲	遊園地（経営者）	・燃料価格の高騰による影響が電気代に出始めている。金額的には目を引くような大きな影響がないとしても、レジャーや余暇消費を中心に、消費意欲の冷え込みが予想される。
	▲	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価上昇の影響を受けているが、すぐには価格転嫁ができない。設備投資に係る費用も増加しており、利益が減少する見込みである。
	▲	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月はコンサートが開催されるため集客が期待されるが、プロ野球シーズンが終了する10月以降は企業イベント等が主となるため、集客は減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・現実的に消費者の需要が回復する水準まで、地価の調整が進むと予想され、それに伴って一時的に流通が鈍くなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・客は様子見の状態、動きが鈍い。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・先行きの見通しは芳しくなく、街の魅力の創出が急がれる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・金利の上昇や建築費の高騰による影響で、住宅や投資物件の売行きが鈍くなっている。
	▲	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）	・今後も金利の上昇が見込まれるため、不動産市況は悪化する。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・繁忙期が過ぎた反動で、若干のベースダウンとなる見通しである。特に、部品価格の上昇で需要が減り、部品交換の売上が減少すると予想される。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇や気候変動、中東情勢など、先行きが読めない不安要素ばかりである。それは世界全体でも同様であり、この先景気が良くなることはない。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・全く先が見通せなくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で、食料品や日用品が値上げとなるため、花の購買意欲は低下する。
	×	スーパー（開発担当）	・食品の値上げが止まらず、毎月値上がりしているが、値上げは見込めないため、景気が良くなることはない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・夏が終わって秋冬商材が中心になると、商品単価が上がリ、更に売れにくくなるため、景気が落ち込む。
	×	家電量販店（店員）	・夏の需要が一段落したのに加え、前年によく売れたゲーム機やパソコンに代わる需要が、今年はみられない。
	×	家電量販店（店員）	・商品単価が上がっているため、売上は維持できているが、契約件数は明らかに減少している。今購入を控えている客からみれば、値上げは更に進むことから、購買力はますます低下する。
	×	住関連専門店（店長）	・今後も円安が進行し、販売価格を更に上げざるを得ないため、ますます受注しにくくなる。
	×	一般レストラン（店員）	・今年に入って来客数が減少しているが、客単価もかなり下がっており、今後も低下が続くと予想される。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客離れが続いている。
	×	競輪場（職員）	・物価が更に上昇しているのに対して、一般家庭の収入が大きく増えることはないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の問題はまだ続きそうで、仕入れに伴う船の運賃や航海日数にも影響が出るなど、先行きが見通せず、売上、利益共に減少している。ただし、今までの木材関連の取扱商品に加えて、全く異なる品目の引き合いが出始めている。情報収集を進め、見積依頼に積極的に対応しているが、伸びる可能性が高いと予想される。
		化学工業（企画担当）	・例年、夏は食品の需要が低迷するが、今年は猛暑の影響が大きく、消費マインドが大きく低迷している。一方、秋から冬にかけては需要が年間で最も増える。
	○	食料品製造業（従業員）	・秋口に入ると夏物商材から秋冬商材に入れ替わり、食品全般の売上が持ち直す。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温の落ち着きで、当社の取扱製品を求める消費者の動きが出てくる。また、9月の人事異動による地域間の移動も増えることで、需要の増加につながる。
	○	輸送業（営業担当）	・全体的に新たな冷房機器の費用がかなり増えたが、労働環境の改善により、仕事の効率アップや利益の拡大につながっている。
	□	食料品製造業（管理担当）	・大きな増減の要因は見当たらない。
	□	繊維工業（総務担当）	・商品だけではなく、サービスの面でも付加価値を考慮して、消費者にとっての魅力を高める必要がある。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現時点で増産の情報はない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末に向けて各種イベントの問合せは入っているが、例年と変わらない動きであり、景気が好調とまではいえない。
	□	化学工業（管理担当）	・中東情勢の変化が長引く懸念がある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・注文自体は通常の数値で入っているが、新規の案件が少ない。3か月先は変わらないものの、その後は不安である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇や円安基調が続いており、その傾向に今後も変化はないとみられる。ただし、米の価格は低下傾向にあり、円安基調にも歯止めがかかりつつあるため、一進一退の状況となりそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・特に明るいニュースは見当たらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・客の設備投資は生産設備が対象ではなく、IT分野へと変化する傾向が今後も続く。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・原油価格の上昇などによる不安要素はあるが、国から補助金が出ている間は現状を維持できそうである。物価の上昇で生活必需品関連の販売に不安はあるが、今までの無駄を省くなど、業務の見直しを行うことで対応していく。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・本来は冬に向けて活況となるべき時期であるが、先行きが不透明なため、様子見の動きとなっている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇や不安定な世界情勢については、今後も変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	・仕入価格の上昇に伴う価格転嫁については、特に自動車関係のメーカーに対する要請が困難である。
	□	建設業（経営者）	・競合が増える状況は今後も続く予想される。
	□	建設業（経営者）	・仕事量が増加しても、監理技術者や技能労働者の確保に苦慮しているほか、建設資材の不安定な納期で工期内のしゅん工が厳しい案件もある。また、建設資材価格の高騰で予算とのかい離が広がり、新たな契約も厳しい状況である。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年10～12月は売上が少し低迷するため、現状のままか、少し悪化することが予想される。
	□	輸送業（サービス担当）	・自然災害が続いており、景気の回復気運は高まらない。円安や物価の上昇など良い材料も少なく、悪い材料が増えている。世界各地の混乱も落ち着くことはなく、先行きは不透明である。
	□	金融業（営業担当）	・状況はなかなか厳しく、繁忙期を迎える時期も、人件費などの増加で利益率は低い。今後も取引先への値上げ交渉を続ける予定である。
	□	広告代理店（営業担当）	・下期に向けても良い話はないため、現状の動きが続くと予想される。
	□	経営コンサルタント	・インバウンド売上が景気の回復に貢献しているとの見方があるが、外国人が多く住む地域では、外国人の買物による売上の増加はみられる一方、日本人客が店の利用を避けるようになっている。
	□	司法書士	・今月も国内外で大きな災害が発生し、景気が良くなる要素も見当たらないため、芳しくない状況が続く。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・お盆休み明けも在庫台数が増えないため、大きな利益が上がらない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・9月以降も食品を中心に値上げが行われる見込みであり、消費マインドの更なる低下が懸念される一方、本当に必要な商材は惜しみなく購入する傾向が続く。
	□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・原材料価格の高騰や円安に歯止めがかからない限り、食品価格は下がらない。価格が下がらない以上、今の状況は当分続くことになる。賃金の増加が物価の上昇を上回っているという見方もあるが、客の動きをみる限り、全体的な波及効果はみられない。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・いまだに値上げが続いており、3か月後に止まることはないため、現状を打開することはできない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・10月以降に価格改定があり、販売価格が上がるため、需要の減少で売上は少し悪くなりそうである。
	▲	繊維工業（管理担当）	・原価の高騰による、価格の改定が多い。
	▲	化学工業（経営者）	・現在の販売量は好調であるが、受注ベースでは悪化し始めているため、今後は景気が後退する。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安によるコストの増加と、中東情勢の変化による影響などで、やや悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・今後も物価や金利の上昇が予想される。
	▲	輸送業（経営者）	・電気設備の資材関連の取引先から、専属の配送車の減車に関する連絡があった。配送量が落ち込み、経費が出ないとのこと、現状は運賃の値上げ交渉どころではない。
	▲	金融業〔保険〕（経営者）	・原材料価格や人件費の高騰で、中小企業の存続が危ぶまれる状態が続く。金利上昇も重なり、今後の悪材料となっている。
	▲	金融業（営業担当）	・中東情勢の変化による仕入れ面の問題は続いており、価格の上昇による利益の減少や、仕入れが困難なことによる売上の減少などが予想される。
	▲	不動産業（営業担当）	・今後も、中国人の入居の動きは厳しいと予想され、日本の不動産が売られることで、価格が下がってくる。タワーマンションなどの数億円の物件を売却する動きも増えている。
	×	通信業（管理担当）	・日ごとに物価が上昇する傾向にあるため、消費を控える動きが加速すると予想される。
雇用関連		-	-
	○	人材派遣会社（支店長）	・投資が抑えられていた上半期の反動が、そろそろ出てくると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(近畿)	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて、企業では年末調整や各種事務などの業務が増加するため、事務関係を中心とした求人が増える。また、年度末に向けた体制強化や欠員補充の動きも見込まれることから、現在よりもやや良くなる。
	□	人材派遣会社（役員）	・DX対応の求人が増えてきた印象を受ける一方、全体としては高止まり傾向であり、今後も大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げはみられるが、企業物価の上昇に伴い、消費者物価も数か月後に上昇することが懸念される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全ての業界でAIの導入や業務効率化が急速に進むなか、事務職求人はより高度なスキルや優れたコミュニケーション能力を要する形にシフトしている。ただし、求職者側のスキルが追いつくには時間を要するため、人選の難航やマッチング率の低迷という構造的課題が今後も続く。当面は需要の変化に対する人材のミスマッチが解消されないため、事業環境としては、良くなる要素と悪くなる要素が相殺される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーションなどの費用は特に変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の変化による影響を含めて、物価の上昇や資材不足に関する声が続いている。値上げによって販売量が減少したという声や、他社との競合のため、取引先への価格転嫁が難しく、利益が圧迫されているとの声もある。その一方、取引先にコスト上昇分を価格転嫁しても、業況への影響はないという声もある。今後、最低賃金の引上げを控えているが、どこまで景気に影響が出るかは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・倒産や廃業の話は聞いたが、内容としては黒字倒産であり、特に業績悪化の話は聞くことはなかったため、景気が大きく変化することはない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・工事現場の数や規模は変わらないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・2027年3月卒業予定者の採用活動は、今年度も長期化しそうな見込みであるが、学生はまだ焦っておらず苦戦している。それに伴い、企業も良い学生がいれば採用する意欲をみせている。一方、2028年3月卒業予定者向けのインターンシップ広報は、夏ほどではないものの、秋以降も続く見通しである。ただし、学生の集客が良くないため、夏に接触した学生のフォローや早期選考に動く企業が増える見込みである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・中東情勢の変化や消費税減税に関する停滞感はあるが、若年層の人手不足という傾向があるため、求人は堅調に推移すると予想される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・電子部品関連の事業所を中心に、半導体やデータセンターの需要は続くという声があり、今後も製造業の求人は増加するとみられる。一方、卸売・小売・宿泊・飲食の求人には下げ止まる兆しがみられず、全体として求人数が増加傾向に転じるかは見通せない。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・中国の渡航自粛の動きや、中東情勢の変化が長期化すればするほど、更に悪化が進む。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安の進行と物価の上昇に加え、金利も上昇しているため、景気は悪くなる一方である。
	▲	職業安定所（職員）	・物価の上昇が続くなか、10～11月の最低賃金の引上げによる人件費の増加で、求人の依頼を控える動きが出てくる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・前年度に比べ、新卒求人の締切り時期を早める企業が増えている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・9月から食料品などの値上げが発表されており、消費マインドの冷え込みが予想される。また、中東情勢の変化が落ち着く見込みは立っておらず、原油に関わる諸問題の解決の道筋も不透明である。

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		バー（経営者）	・日々、再来店客数を増やす努力をしている。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・秋の観光シーズンを迎え、宿泊やレストラン、宴会の利用増加が見込まれる。地域イベントや行楽需要による人の動きも活発になると予想され、来客数の増加につながると考えられる。また、企業の会合や各種宴会需要も高まる時期であり、今月より景気は良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・涼しくなるにつれ、昼間の人の出入りが増えることが期待される。また、秋のイベントも前年より開催予定が増えているため、今後は人の流れが戻ってくることを期待している。
	○	商店街（代表者）	・10月から観光シーズンに入るため、景気の回復が期待できる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価上昇も一段落し、徐々に購買意欲が高まってくるとみられる。
	○	百貨店（売場担当）	・当面の間は、店のオープン景気でこの状況は継続するとみられる。
	○	スーパー（業務開発担当）	・商品の値上げが10月にもあるが、客は不満を持ちながらも値上げを容認している様子である。
	○	乗用車販売店（経営者）	・今後2か月程度は販売予定があるものの、その後については未定である。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車発売の効果が出てくる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・決算の案内を開始したため、買換えを保留していた客が動き始めている。新規客の来場も増え始めており、9月に向けて盛り上がり始めている。
	○	乗用車販売店（店長）	・9月は多くの会社が上半期の決算期を迎えるため、販売促進活動も活発になるとみられる。各販売会社からの施策も出てくるため、来客の動きも活発になる可能性が高い。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・決算期には市場の動きが活発になることが予想されるため、販売量が伸び、売上の増加が見込まれる。そのための対策を早急に講じ、来月初めから販売を一気に伸ばせるよう、今期を乗り切っていきたいと考えている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・冬季商材が動き始めるため、今後2～3か月は良くなるとみている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・9月の大型連休に期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・経済対策が徐々に効果を発揮し、冬のボーナスの支給によって、少しでも景気が回復することが期待できる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・9月の客室稼働率は、前年比5%以上の伸びが見込まれており、10月も同様の傾向が続くと予想される。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・9月の大型連休の受注は好調で、宿泊、レストラン部門は前年を超える動きとなっている。ただし、宴会部門においては、9月以降の秋口にかけて苦戦している状況となっている。今後3か月は繁忙期に入るため、今月より状況は良化すると見込んでいる。
	○	旅行代理店（支店長）	・令和8年熊本地震や関東の大雨等の影響により、延期や振替となった旅行需要が、この秋に実施される予定となっている。
	○	タクシー会社（営業所長）	・猛暑予報が出ており、移動にタクシーを選択するケースが増えている。今後も続くと予想している。
	○	通信会社（企画・総務担当）	・新規サービスへの関心から、売上増加につながるとみられる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・9月に大きなイベントの開催予定があり、10月になると秋の繁忙期を迎える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	テーマパーク（業務担当）	・ 9月の大型連休、それ以降の予約状況が好調であり、前年と同じ水準となっている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・ 金利上昇にも徐々に慣れてくる時期であり、10月は顧客の流れも良くなる傾向がある。
	□	商店街（理事）	・ 消費税減税といった良い話もあるため、今後に期待したい。
	□	商店街（代表者）	・ 中東情勢が不安定な状況が続き、物価や金利も上昇していることから、当面は現状が続くとみられる。
	□	一般小売店〔食品〕	・ 中東情勢の影響が大きく、原材料価格の上昇により、顧客の節約志向も続いていくとみられる。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 全ての仕入価格が高くなり、生活物価も上がり、しばらくは現状のまま推移する。
	□	百貨店（営業担当）	・ 月によって差はあるが、高額商品を購入する客や購入数は一定数あり、購入できない客層にも大きな増減はないため、景気は変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・ 景気回復の兆しがない。
	□	百貨店（営業担当）	・ 直近の状況から、大きな変化はないとみられる。
	□	百貨店（外商担当）	・ 夏が終わり、秋、冬と気温が低下すれば、購買動向は高まってくると考えられるが、残暑が長引けば、厳しい秋冬商戦になるとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 現状は今後もしばらく続くとみられ、ここ数か月は安定した伸長率を維持している。値上げ傾向は続いているが、買上点数の減少には至っておらず、今後も堅調に推移すると考えられる。食品は順調であるが、非食品や衣料品は不調である。気温の影響もあるが、住居や余暇関連への支出については大きな変化はなく、消費は食品に偏る傾向である。
	□	スーパー（店長）	・ 来春に食料品の消費税が1%に引き下げられることで、景気が回復することを期待したい。それまでは現状と変わらないとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 特売日に集客が集中しており、依然として節約志向が強い。
	□	スーパー（営業システム担当）	・ 中東情勢の不安定な状況が長期化しており、物価上昇も続いている。特売日と通常日の売上の差が大きく、売上点数を伸ばすには厳しい状況が続いている。クリスマス商戦も近づいているが、ケーキの価格上昇もあり、どこまで予約数を確保できるかが課題となる。
	□	スーパー（財務担当）	・ 今後も販売価格の上昇が続き、売上は前年を上回る状況が続くとみられる。一方で、節約により1人当たり買上点数と客単価の前年割れは続く。
	□	スーパー（販売担当）	・ 景気が良くなる理由がない。
	□	スーパー（販売担当）	・ 物価高が続くとみられ、現状好転の兆しが見られない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ 8月は暑かったが、前年と比べてお茶や水の売行きが良くない。飲料価格の上昇による影響が大きく、今後も値上げが予定されているため、厳しい状況は続く。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・ 物価の上昇が続き、緊急購買以外では価格に慎重になる消費者が増えてくるとみられる。経営面については、最低賃金引上げは経費の圧迫に直結するため、早急に対応が必要となる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 株価は上昇しているものの、一般消費者にその恩恵があるとは考えられない。また、所得の上昇を上回るペースで物価が上昇すると考えられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 時給が上がる分、購買につながると考えられる。
	□	家電量販店（店長）	・ 来客数に変化はないとみられる。
	□	家電量販店（店長）	・ 医療費の自己負担が1割から2割となる人がいるほか、物価も高騰している。一部で値下げされている商品はあるものの、我々を取り巻く環境は依然として厳しい。
	□	家電量販店（副店長）	・ 来客数がほぼ前年並みで推移していることから、今後も売上や景気は余り変わらないと考えられる。
	□	家電量販店（企画担当）	・ プレミアム付商品券による影響が現在はほとんどなく、当面は現状のままと見込まれる。
	□	乗用車販売店（リース担当）	・ 工賃レート等が上昇しており、支払う費用が高くなっているため、景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（業務担当）	・ 販売台数、生産台数が安定してきているため、今後も大きく変化はしない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・今後も商品の値上げが予定されており、景気が良くなってもいく雰囲気ではない。節約をしながら、使うときには使うといった消費者が多いとみられる。
	□	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・9月の大型連休が控えており、モノよりコトに消費が向かう傾向が高まるため、当社に大きな影響はないとみられる。また、クリスマスに向けて買い控えが始まる時期になるため、9月と10月は厳しい状況となる。
	□	一般レストラン（経営者）	・食材や資材価格の高止まりに加え、値上げも続いており、さらに10月からは最低賃金引上げも予定されていることから、粗利、経費共にひっ迫した状況が続くとみられる。米価格の値下がりだけでは、他の食材の値上がりに相殺され、効果としてはさほど変化はないとみられる。
	□	一般レストラン（経営者）	・良くなる見込みがないため現状を維持できるだけでも十分だと考えている。ただ、災害が多発しているため、不安を感じている。
	□	一般レストラン（店長）	・良くなる材料はなく、しばらくはこの状態が続くとみられる。
	□	その他飲食〔パーキングエリア内レストラン〕	・物価上昇が収まらないなか、旅行や娯楽など遠出をすると費用がかかるため、近場で金を使わない生活スタイルに変わってきている。
	□	観光型ホテル（副支配人）	・秋シーズンの予約について、現在余り動きがない。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	・今後2～3か月先には、現状よりも観光需要が増加すると予測しているが、大きなイベントもないことから、例年並みの水準で推移するものとみている。
	□	旅行代理店（支店長）	・引き続き、物価上昇や世界情勢の不安といったマイナス要因があるため、大幅な回復は見込めない。こうした状況のなか、アジア・アジアパシフィック競技大会を始めとする各種イベントや年末年始需要に期待したい。
	□	通信会社（運用担当）	・中東情勢の影響により、経済が不安定な状況となっている。
	□	通信会社（企画担当）	・3か月後の年末にかけて、当社サービスの営業面の話題で明るい材料は乏しい。落ち込まないように何とか動いていくものの、景気が良くなるとは言いにくい状況である。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・10月以降の予約状況は例年並みで推移している。繁忙期に入るため、このまま予約が増えることが期待できる。
	□	美容室（経営者）	・株価は上昇し、景気が良くなっている雰囲気はあるが、実際には物価の上昇が続いており、景気が良くなったという実感はない。客も節約を意識しており、厳しい状況が続いている様子である。
	□	美容室（経営者）	・物価高への対策を講じながら生活している状況であり、2～3か月の短期間では生活スタイルに大きな変化はないため、景気にも目立った動きはない。
	□	設計事務所	・大型案件については時間を掛けて慎重に吟味している印象を受けるものの、必要と判断された案件は着実に進行している。
	□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が続いているため、予算と建築費が折り合わない状況が続くとみられる。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・今後も販売価格や金利動向に大きな変化はないとみられ、客の動きについても大きな変動はないと予想される。夏場の休暇シーズンの影響から、来客数は若干減少するとみられるものの、大幅な落ち込みには至らないと考えられる。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・価格が下がる可能性は低い、購入者層は減少しており、収入が上がる見込みもない。
	▲	商店街（代表者）	・景気が回復する兆しはみられず、購入を検討するものの、最終的に購入を見送る客が多い。消費意欲も低く、厳しい状況が続いており、危機感を持って対応する必要がある。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・商品の値上げラッシュが続いており、消費者の購買力が落ちてきている。
	▲	百貨店（営業担当）	・国際情勢等が不安定な状況にあり、先行きが見通しにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（売場担当）	・食品では、お買い得感のある商品が好調に推移している。一方で、カプセルトイのような趣味性の高いものについては、価格を問わず購入する動きも見られ、年齢層による購買行動の変化が顕著になっている。そのなかで従来の百貨店店材は厳しい局面を迎えている。
	▲	スーパー（店長）	・9月と10月は値上げラッシュとなるため、来客数は今月よりも減少するとみられ、更に厳しい状況になると見込まれる。収入はほとんど変わらないなか、厳しさが増すとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・現状、1品単価は上昇し続け、1人当たりの購入点数は減少している状況である。最近では、米の値段は下がったが、野菜の相場が高騰している。実質賃金の上昇が必須となる。
	▲	コンビニ（店長）	・毎月のように商品価格の値上がり率が当たり前となっている。石油の状況も先行きが見通せないことから、今後も値上げは続くと思われる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・買回品の値上げが続いており、財布のひもは固くなり、厳しい状況となる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後、商品のラインアップが更に限定される。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・商品の値上げが進むことで、これまで高収益だったプレミアム商品からランクが下の商品へ売れ筋が移行し、結果として収益が低下するという悪循環に陥る。
	▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	▲	その他専門店〔革製品〕（店主）	・11月は、1年のなかでも特に暇になりがちな月である。特にイベントもなく、翌月のクリスマスや年末年始に備え、消費意欲が低くなる月なので、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（総務担当）	・事業活動の状況に好転の兆しが見られないため、サービス提供への影響も懸念され、売上は減少するとみられる。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・今後、中東情勢の影響が家計にも及ぶ可能性がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・何ら対策措置がなく、家計の引締めは続く。
	▲	通信会社（広報担当）	・物価上昇で購買意欲は落ちている。良い物より安い物を選ぶ傾向が続いている。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・10月以降は冬時間となり、発売時間が短くなることから、売上は減少するとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・顧客の消費傾向は慎重になっているようにみられる。企業側も、最低賃金の引上げや物価高、社会保障費の増加、人口減少などの影響から、長期的にみても大きな事業拡大や動きは難しいと考えられる。
	▲	設計事務所（経営者）	・金利上昇を受け入れるまでには一定の時間が必要であり、また、資材価格の上昇も足かせとなっている。
	×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・しばらく暑さが続くので、客足が伸びない状況は続く。
	×	住関連専門店（営業担当）	・外的要因もますます悪化しているため、先行きが見通しにくい。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も多忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・気候が落ち着いてくると、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・来年についても北米需要が見込まれている。主力製品は落ち着いており、横ばい若しくは減少が見込まれるものの、全体としては上振れすると推測する。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・取引先企業では、更新投資や省力化投資に向けた動きが見られ、運転資金需要も引き続き堅調である。受注環境の改善を見込む先も増えており、取引先の様子から判断すると、今後2～3か月先の景気は今月よりやや良くなるとみられる。
	○	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期でもあり、景気はやや上向きになると予測する。
	○	広告代理店（営業担当）	・物価上昇の影響で個人消費が抑えられる状況は続いているが、半導体などの需要や生産の持ち直しがプラスに働き、今後は少しずつ景気が持ち直していくとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	化学工業（総務担当）	・地政学リスクの影響が大きいとみられ、様子見の取引先は多いものとみている。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格が下がらない限り、変わらないとみられる。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・消費税減税が実施されるまでは、特段の景気変動はないものと推測する。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野とも好転する材料がなく、現状から大きく改善する見込みがない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・現時点で、製品の出荷量や顧客の動向に大きな変化はみられない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・今月と同様に、半導体や船用関連の受注は安定的にあるものの、自動車業界からの受注は減少したまま推移する見通しである。原材料や電気代の上昇が懸念されるものの、収益面については現状と変わらないと想定している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・プリント基板製造装置関連は引き続き需要が見込める状況にあるものの、その他事業は横ばいの状況が続く見通しである。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の長期内示情報によると、景気に変化はない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢や地震、豪雨災害などの影響が続いているものの、企業の投資や個人消費は低迷することなく、現状を維持していくと見込まれる。
	□	建設業（総務担当）	・今後予定されている大型案件があり、当面は安定した状況が続くと考えられる。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	輸送業（企画担当）	・今後の米国政権の動きや国内の政情にも依存するが、大きく変わっていくとは考えにくい。
	□	輸送業（営業担当）	・顧客ヒアリングにおいて、積極的な動きは余り見られない。
	□	通信業（営業担当）	・景気を左右するほどの情勢の変化が起きていない。
	□	通信業（企画担当）	・地政学的リスクや更なるＩＣＴ関連機器の資材の高騰が考えられる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・年末商戦に向けた商談が始まり、今回も値上がりが見込まれている。物量を調整した上で取り扱ってもらう商品がある一方、取扱中止となる商品もあり、当面厳しい経営状態が続く。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・他メーカー含め、値上げラッシュとなる。
	▲	建設業	・物価上昇が続いていく。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・コストの価格転嫁は滞っており、収益が圧迫される環境が続くと予想する。
	▲	会計事務所（経営者）	・人件費負担増や人手不足は続く。また、物価高や金利負担の増加もマイナス要因となる。
	×	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新規ラインを稼働させるための準備をしているが、初期投資のため資金が必要になる。
雇用 関連 (中国)		-	-
	○	人材派遣会社（支店長）	・官公庁関連の事業において、需要が見込まれる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・採用意欲が高まる一方で、求職登録者数は減少しており、今後、人材争奪戦がますます激化すると予測する。スカウトサイトにおける返信率も減少傾向にあり、スカウトを送っても返信が得られない状況が続いている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・第２新卒を中心に、年内の転職や新年度から心機一転の転職を考える顕在層が増えるタイミングとなる。ただし、中途採用を行う企業では、無資格、未経験者向けの求人について、人材紹介会社への発注控えが進んでいる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・人材派遣料金の更なる上昇を企業が受け入れ続けるとは考えにくい一方で、最低賃金は上昇し続けるため、利益率の悪化が見込まれる。また、一部報道を受け、人材派遣業界全体にとって逆風となる可能性があると警戒している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・客先を訪問した際の会話において、前向きな発言がほとんどない。これは特定の業種に限ったことではなく、全般的にみられる傾向である。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・今後2～3か月先の見通しについて、新卒採用という業務の性質上、採用計画に急激な変更が生じることは想定していない。現状の採用意欲も一定水準を維持しており、短期間で状況が大きく好転、悪化するような要素は見受けられないため、今後も景気は変わらないと判断している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一部の企業間取引を中心とする企業や輸出関連企業、輸送業、金融業等は好業績が続いており、全く悲観する状況ではない。いずれにしても政府の物価対策が功を奏することを期待する。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金の改定が進んでおり、賃上げに期待するものの、物価高の影響は引き続き深刻である。また、一部の企業では中東情勢の影響をいまだ受けているため、今後の情勢も先行きを見通せない状況が続くとみられる。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人動向は産業によって差がみられるものの、医療福祉、建設業、運輸業などを中心に人手不足の状況が続いており、当面この傾向が続くと見込まれる。一方、物価上昇や中東情勢は依然として先行きの不透明感が残っており、引き続き今後の動向を注視する必要がある。
	□	職業安定所（事業所部門）	・最低賃金引上げによる影響がどのように出てくるか注視している。労働者にとっては収入の増加である一方、中小事業者にとっては人件費の負担をどのように吸収して事業を継続していくかが課題となるが、その影響は半年から1年単位で出てくる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・今後も求人数は順調に増加すると見込まれるが、求職者とマッチングしない求人も多くある。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・物価高による企業収益へのマイナスの影響、最低賃金引上げに伴う派遣料金の上昇等、企業の負担能力によっては派遣サービス活用の抑制が増加すると予測される。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・10月勤務開始希望の求職者が多く、毎年年末に向けて求職者の動きが鈍くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・10月に最低賃金引上げが予定されており、今年も大幅な引上げとなるため、苦境に立たされる事業所が多くなると予想される。
	×	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)		-	-
	○	商店街（常務理事）	・季節商材の需要は伸び悩んだが、前年より涼しくなる時期が早まり、衣料品や雑貨を中心に秋物の動きが良くなるとみられる。
	○	百貨店（企画担当）	・リニューアルオープンするショップがあるため、良くなるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・秋の観光シーズンに入り、更に来客数の増加が見込まれる。
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇は継続している。来客数が減少しない限り、売上は安定して推移するとみられる。
	○	コンビニ（総務）	・芸術祭の反動があり、8月は非常に苦戦している。3か月後の芸術祭秋会期は期間が短いため、影響は8月に比べ少なく、改善するとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新規客が増加している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はイベントがあり、大量に商品が動くので、良くなるとみられる。
	○	通信会社（営業部長）	・新商品の発売があれば、売上が増加する可能性がある。
	○	設計事務所（所長）	・大手や県外の建設会社などからの設計協力依頼が増加しており、断るケースが出てきている。
	□	商店街（代表者）	・今後も物価上昇が続くため、消費者マインドの改善は難しいとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・しばらくは物価高が続くとみられ、客の行動も活発になりにくい。金利は上昇傾向にあるが、儲かっている人とそうでない人の2極化が顕著になってきている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・仕入商品に関する値上げの連絡があった。今年で2～3回目の値上げとなるメーカーもある。品物はある程度入ってくるとみているが、大幅な値上げが予定されている。今後数か月については、どんな状態になるのか見通しが立たない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・商品の値上げが続く、家計にも大きく響いてきている。このまま節約志向が続くとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・今後も物価上昇や実質賃金の伸び悩みによる節約志向が続く一方、大幅な景気後退を示す動きも見られず、消費者の購買行動は当面横ばいで推移するとみられる。催事や新規企画による一時的な販売増加は期待できるものの、基調としての来客数、客単価に大きな変化はないとみている。周辺の商況や取引先の状況からも、急激な好転や悪化の兆しはみられない。先行きの景気も現状とほぼ同水準で推移するとみられる。
	□	スーパー（人事）	・為替、物価上昇、中東情勢など不安定な要素があるため、見通しが立たない。
	□	コンビニ（商品担当）	・米や輸入肉価格、また物流費増加といった価格の上昇要因は、短期間では解消しない。同時に、客が購入品数を抑える生活防衛の姿勢も定着しており、消費意欲が回復する材料が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・猛暑により厳しい状態が続いている。今後も残暑が続くため、当面は現在の状況が続くとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・暑さや災害、物価上昇の話題が多く、購買意欲の低下がみられる。暑さも続き、心理的に不安なことが多く、景気が回復する要因がない。
	□	家電量販店（店員）	・価格の上昇が続いているため、大きな伸びは期待できないものの、必要な物は購入するという状況は変わらないとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・景気が良くなる要素はない。下期より一部の商品は、値上げが発表されており、先は見えていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・現時点では景気回復を後押しする要因もなく、しばらくは現在の市場環境が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・人気車種の受注停止が続くなか、車両価格や金利の上昇により買換えに対する負担が増加しており、慎重な購入動向が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・受注見込みや来客数に大きな変動なし。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・10月以降も週末の集客が大きく減る要因は見当たらず、近隣で県主催のイベント実施などがあることから、集客が期待できる。
	□	観光型旅館（経営者）	・予約状況に鑑み、災害等がなければこのままよい状況が続くとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・物価の上昇、消費税、最低賃金引上げ等により、経済環境の先行きが不透明である。
	□	タクシー運転手	・猛暑が続いており、入出が少ないため良くならない。タクシーは、65歳以上の高齢者の雇用が増加している。営業車両の台数については、廃業、インボイス制度、75歳定年等により20年前と比べて半分程度まで減少しているが、客の需要に対応できている状態である。
	□	通信会社（営業部長）	・賃上げが続いているが物価上昇も続いている。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数に大きな変化はないが、物価上昇の影響がある。下見の客も増加しており、購入や契約に慎重になっている。
	□	観光遊園地（主幹）	・インバウンドが好調であることに加え、秋の行楽シーズンに大型連休もあることから、一定の来客が見込まれる。
	□	美容室（経営者）	・10～11月はイベントも少ないため、変わらないとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・15年掛けてようやく再開発の一部であるホテルが完成したが、オープンの目途が立っていない。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・前年と同じ金額の商品にするか、もう少し安い商品で済ますかを考えて予約をする客が多くなってきた。
	▲	スーパー（財務担当）	・年末までは節約志向が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（統括担当）	・販売単価の上昇は続いているが、販売量が減少傾向である。財布のひもが固くなっていると感じる。
	▲	コンビニ（店長）	・飲料などの季節商材が落ち着けば、客も冷静に買物をするようになり、節約志向になるとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・例年9～11月は、閑散期である。今年も前年と同じくらい暑かったため、11月辺りから客足が戻ってくる。
	▲	旅行代理店（部長）	・中東情勢の影響により、景況感は悪化する。
	▲	美容室（経営者）	・10～11月は毎年売上が落ちる傾向がある。
	×	コンビニ（店長）	・9月にはまた商品価格の改定が多く予定されており、更に購買意欲の低下、生活防衛、買い控えにより状況悪化は避けられないとみている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が止まらない。
企業 動向 関連 (四国)	-	-	-
	○	食料品製造業（商品統括）	・利益は確保しやすくなっている。しかし、消費者の購買行動の価格に対する目は一段と厳しくなっており、安易な値上げは行いにくい状況にある。
	○	繊維工業（経営者）	・今後も受注は活発に推移すると考えるが、来月から一段と加工業者からの値上げが予定されている。小売価格への転嫁にも限界があり、今後人件費の高騰も併せて採算的に厳しくなるとみている。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・下期は受注状況が改善するとみられる。価格改定も完了して業績は回復する見込みである。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・中東情勢の影響による資材価格の上昇については、販売価格に転嫁することができたが、大きく利益を出す水準ではない。しばらく値上げ交渉はできないが、粘り強く対応していく必要がある。
	□	食料品製造業（経営者）	・中東情勢や為替の影響により、原材料、資材、商品の仕入コストの上昇が継続する。コストの上昇分全てを販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されることが予想される。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・回復はもう少し先のようみられる。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・中東情勢や為替の動向について、大きな変化がみられない。
	□	建設業（経営者）	・取引先の動向からも、大きく変わることはないと思われる。
	□	建設業（経営者）	・今の状況が2～3か月では変わらないとみられる。
	□	輸送業（経営者）	・大きな変化がなく、このままの状態で推移するとみられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・大きく変化するトピックは現状ない。
	□	通信業（総務担当）	・この2か月ほとんど動きが見られず、伸び悩んでいる。
	□	広告代理店（経営者）	・中東情勢の影響によりエネルギー価格等の上昇が続き、多くの客先の販売促進広告関係は低調である。一方、旅行、ホテル関係の客先に限っては、広告は順調に推移している。また、人手不足のため採用関連の仕事は、増加している。したがって、全体として余り変わらないとみられる。
	□	税理士事務所	・大きく変わる要素が見当たらない。
	▲	化学工業（所長）	・急激に増えた需要は、価格競争に転じていくリスクを抱えているとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・ナフサ不足や政策金利の上昇の影響により、景気が悪化する可能性が高い。
	▲	不動産業（経営者）	・物価、建築費、金利上昇等により、今後も現状より良くなるとは考えられない。
	▲	広告代理店（経営者）	・状況が好転する材料がない。
	×	-	-
雇用 関連 (四国)	-	-	-
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・繁忙期に入り求人数は増加するとみられる。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げが将来の業界の景気を左右するとみられる。
	□	求人情報誌（営業）	・人手不足の解決策を見いだせていない。A I の導入やD X で業務の効率化を図ってはいるが、人手不足解消には至っておらず、景気は変わらないとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	民間職業紹介機関（所長）	・大きな変化は考えにくい。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇、あるいは為替の影響について見通しがつかない。
	▲	人材派遣会社（オフィス責任者）	・最低賃金引上げに伴う人件費の増加や価格への転嫁の難しさがある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇の影響がある。大きく変化する要因がないという話をよく聞く。厳しい状況になるとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	・商品の売上が減少しているなかで、仕入価格は上昇している。仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁した影響が表面化するとみられる。

11．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (九州)		住関連専門店（従業員）	・高単価の秋冬商材のニーズにより売上が好調に推移すると推測される。また、プレミアム付商品券もまだ予算があるため、良いカンフル剤となっており期待をしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・10月以降は年間を通して繁忙期であり、既にオンバンドでも高稼働が予想され、値付けも高い設定である。これを踏まえ景気の上昇が考えられる。
		タクシー（統括者）	・客単価上昇に合わせて、乗務員採用も好調に推移している。
		ゴルフ場（営業）	・降雪や寒さが厳しくなければ、来客数は大幅に伸びる可能性はある。
	○	商店街（代表者）	・商店街での店舗の開業が秋口に2～3件予定があるため、景気は回復傾向にあると予想している。
	○	百貨店（企画担当）	・クリスマスや年末年始に向けた需要や近隣施設でのイベントにより来客数の増加が見込める。
	○	百貨店（リーダー）	・夏から秋への気候の変化が影響すると予想される。行楽シーズンを迎え、外出スタイルの需要が高まることが期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・年末に向け、SUVの注文再開が予定されているため、多くの来客が見込まれる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年と動きはほぼ同じで、夏場を過ぎ秋口に入るとコーヒーの消費量も増えてくる。それに伴い家庭用のコーヒーの消費も増えてくる。当地は大規模半導体工場が立地しているため、一見客も含め来訪者数は増加する傾向にあり、やや良くなると予想している。
	○	観光旅館組合（職員）	・九州ふっこう応援割で客の動きが少しでも良くなることを期待している。
	○	観光型ホテル（総務）	・九州ふっこう応援割など景気喚起の対策に期待している。
	○	観光型ホテル（専務）	・当県でも10月から九州ふっこう応援割が始まると発表されたため増客を見込んでいる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・令和8年熊本地震によって、夏休み期間中の多くの宿泊、宴会の予約がキャンセルとなったため、九州ふっこう応援割等の支援に期待している。10月以降は団体受客も前年よりプラスで推移しているため良くなるとみられる。
	○	旅行代理店（職員）	・秋のバスツアーと国内企画商品の予約が好調である。
	○	旅行代理店（統括者）	・令和8年熊本地震に関する被災者の生活となりわい支援のためのパッケージに期待している。
	○	タクシー運転手	・秋のゴルフシーズンの入出を期待したい。
	○	通信会社（社員）	・前年は調子良かったが、今年も同等の数値で推移している。新しい商材が増える予定なので、更に伸びると推測している。
	○	テーマパーク職員	・中国発クルーズ船の博多湾への寄港が復活していて、インバウンドの増加が見込める可能性がある。
	○	観光名所（職員）	・プレミアム付商品券等の取組により、一時的に消費が上向くと予測している。
	○	理容室（経営者）	・客の年齢層が高いため、今月は暑すぎて外出を控えた客が多かったが、今後涼しくなっていくため客の動きに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	商店街（代表者）	・ベースアップが行われても、実際のところ、給与はほとんど変わらない人もいる一方、物価は上がっているため、客の消費活動はとて抑えられている。
	☐	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が見当たらないため、商店街、来街者、客の様子も今と変わらない。
	☐	商店街（代表者）	・商店街の景気は変わらず悪い。
	☐	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券の発行により多少の売上が見込める。
	☐	商店街（代表者）	・暑さが和らぐ気配もないため、引き続き客足の減少が続くと危惧している。
	☐	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今後2～3か月で大幅に売上が増加する要因もなく、平行線を予想している。天候は不安定で、中東情勢の先行きも不透明ではあるものの、今後の売上は現状維持と考えている。
	☐	百貨店（経理担当）	・衣料品を除いた部門では売上の改善がみられつつあるが、売上のメインである婦人服関連の売上が伸び悩んでいる。インバウンド需要は回復傾向である。
	☐	百貨店（営業担当）	・ガソリン、エネルギー価格の上昇が高止まりしていて、食品の値上げも続いているため厳しい状況である。
	☐	百貨店（営業企画担当）	・消費税減税への期待感から消費マインドは若干持ち直してくると期待している。
	☐	百貨店（業務担当）	・現在は買回品やし好品といった需要より、最寄品や生活必需品の需要が高まっている。これから景気が良くなることは考えにくく、現状が続くと判断している。
	☐	百貨店（経営企画担当）	・売上は7月以降回復傾向にあるものの、売上の基盤となる婦人衣料品が前年割れで推移しているため、今後2～3か月の景気については、今月と同水準で推移するものと見込んでいる。
	☐	スーパー（店長）	・今後も同様の状況で変わらないと判断しており、可処分所得が上がりなければ消費自体は上がってこないと予測される。10月からはビール類の値上げがありインパクトは大きいと判断しており、来客数への影響が懸念される。
	☐	スーパー（総務担当）	・大手スーパーは値下げを行っており、この競争環境下で前年比プラスに転じるのはかなりハードルが高い状況である。
	☐	スーパー（企画担当）	・本来であれば、インフレ率に比例して商品単価、客単価は上昇していくとみられるが、客が特売日に集中することからインフレ率までの伸長はみられない。ただし、まとめ買いで買上点数は伸長しているため、景気に変化はない。
	☐	スーパー（従業員）	・物価高騰や人手不足等が続き、景気は変わらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・特に景気が上向くような材料は見当たらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・節約志向は継続するため、買上点数の回復には時間が掛かると見込んでいる。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・引き続き値上げによる物価高の影響は変わらない。
	☐	コンビニ（店長）	・中東情勢の混迷化や物価高によって、悪い状態が続く。
	☐	コンビニ（エリア担当・店長）	・残暑が続くと夏物商材の残存があるものの、その他の商品は前年と変わらないため、売上に伸びがないと予想される。
	☐	衣料品専門店（店長）	・国内外で自然災害が発生し、世界情勢が不安定であるため、景気は余り良くない状態が続く。
	☐	衣料品専門店（取締役）	・11月は気候が良くなり、景気に非常に影響すると考えている。特に服飾に関しては、気分的にも装いに変化が出て8月より動きが良くなると見込んでいる。しかし、石油価格や金利など様々な要因が国民の生活に関連してくるため、安心できる景気には遠いと考えている。
	☐	家電量販店（店長）	・家電の買換え補助金やリフォームの補助金などの特殊要因により、現在は好調である。補助金がある間は、同じような動きが続くと見込んでいる。
	☐	家電量販店（店長）	・景気が上向く要素が見当たらない。
	☐	家電量販店（店員）	・景気の先行きが不透明のままで、景気回復の期待も現実的ではない。
	☐	家電量販店（従業員）	・暑さが続き冷房器具の需要は一旦増えたが、お盆明けで買い控えが増えたため、現在は落ち着いている。
	☐	乗用車販売店（役員）	・現状より改善する要因が思い付かない。
	☐	乗用車販売店（代表）	・販売量の動きが変わるような要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住関連専門店（経営者）	・中東情勢やウクライナ情勢が収束する気配がない。また、生活必需品や食品の値上げが続いており、置き家具については必要最小限度の購入が続く。
	□	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）	・8月の持ち直しを維持するのが精一杯で、これより上がる要素がない。
	□	高級レストラン（経営者）	・先の見通しが立たないため、先々が不安である。さらに、状況が悪くなることも考えられ危惧している。
	□	スナック（経営者）	・令和8年熊本地震や関東の水害に加え、連日の猛暑で夜の外食を控える傾向になっている。特に法人の団体利用が減っていて、インバウンドの利用は増えているが、日本人利用客の減少を補えるほどではない。
	□	旅行代理店（統括者）	・燃油価格の高騰など、物価高騰の先行きは不透明なものの、現在の販売動向から変化する要素が見当たらない。
	□	タクシー運転手	・来客数が減る時期になるが、客単価が上がっているため前年と変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	・次年度に向けた見積り依頼や相談は一定数あり、顧客の検討意欲は維持されている。一方で、足元の案件については引き続き受注までに時間を要しており、今後の案件化の程度も見通しにくい。2～3か月先についても、販売量は現状と大きく変わらないとみている。
	□	通信会社（役員）	・電気料金等への補助額削減、中東情勢の停滞、新生活物資の値上がり等、地域経済改善のきっかけになる要素が見当たらない。
	□	通信会社（企画担当）	・景気の変化する理由が見当たらない。
	□	通信会社（営業担当）	・景気回復は、給与の変動が発生しないと難しい。
	□	美容室（経営者）	・2～3か月先になると少しずつ涼しくなり、景気は良くなるとみられるが、商品が値上がり傾向であるため、景気回復は望めず現状と変わらない。
	□	美容室（店長）	・新規の客はなく、従来の固定客のみのため来客数に変わりがない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・今後の受注量は、ほぼ横ばいを予想している。
	□	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）	・報酬改定に伴う賃上げ額は、他産業との比較では少額にすぎず、業界全体の担い手不足の解消には至っていない。外国人材採用も特定技能制度で進めているが、飲食業界と同様に受入枠上限数に近づいており、来年度には受入れ停止が想定されるため、人材不足による機会損失の解消は困難である。
	□	設計事務所（所長）	・2～3か月先も今月と同様で変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・当地は、令和8年熊本地震と猛暑によって来街者が少なくなっているため、各店舗の売上も通常より随分と悪くなると予想している。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・売上や人件費などの経費が高騰しており、値上げがまだ追い付いていないため、景気は悪くなる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・令和8年熊本地震の発生後、被災地から離れた飲食店は繁盛していると聞く。しかし、花屋である自社では復興での新築祝い事などの特需はあるかもしれないが、しばらくは現状と変わらず停滞した時期が続くとみている。
	▲	百貨店（企画担当）	・今月の景気判断からでは、インバウンドの売上が好調をけん引する原動力となっているため、現状の物価上昇と国内客による売上傾向を考えると若干のマイナス基調になるとみられる。九州ふっこう応援割も10月から始まるが、売上の影響はそれほど見込めないと推察する。
	▲	スーパー（店長）	・国際情勢の悪い状態が続いており、原料輸入への影響が徐々に大きくなるとみられる。物価上昇の圧力がより強まってくことで、更なる単価上昇は避けられず、一般消費者への悪影響が大きくなり、一層の景気後退につながると考えている。
	▲	スーパー（経理担当）	・イラン情勢がいまだ収束しておらず、インフレ傾向が続くと推測している。
	▲	コンビニ（経営者）	・世界情勢によって厳しさが増している。国内の様々な対策により景気が上向くことを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高に変化がない限り、今後も変わらない。
	▲	衣料品専門店	・中東情勢などで先行き不透明な状況が長く続いているため、来客数はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（従業員）	・中東情勢の不透明な状況が続いており、いつまた工部材等の入手困難な状況が発生するか不透明である。
	▲	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・オープンした8月の売上が想定以上に好調であったため、9月の売上は悪くなると予想する。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・人気雑貨等のアイテムは期待を持てるものの、文具雑貨ブームが落ち着き始めている点や、物価高騰の影響により、アパレルを中心に現状より落ち込むと考えている。3か月予報でも例年以上に残暑が多く、涼しくなるのは遅いと予報されているため、単価の高い冬物商材の需要につながることを期待している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる要因が見当たらず、年末に向けて消費も落ち込むと推測している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・ナフサ不足による問題は徐々に回復すると考えるが、猛暑と地震の影響は当分の間続くと予想される。
	▲	設計事務所（所長）	・自然災害や中東情勢等の影響がどこまで続くのか不透明で、景況感は今後の国際情勢に左右されると推測される。
	▲	設計事務所（代表）	・更なる物価や金利の上昇により景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・前月までは来場者数は微増傾向であったが、令和8年熊本地震以降は減少に転じており、しばらくこの状態が続くと予想される。
	×	*	*
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	・今後も受注は更に増える見込みであるが、既にキャパオーバーの状態、残業を含む生産対応が課題となっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・2～3か月以内に主要地区の出版予定を控えている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先は更に材料の供給量が増加して、今後は受注量が若干増えてくると予測している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の客から景気が良くなるとの情報があり、売上は若干良くなると予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・大手企業では、AI半導体への投資が避けられない状況となっているが、既存の半導体も重要であり、その製造やメンテナンスを受け入れる先としての需要もあると見込んでいる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車の立ち上げや令和8年熊本地震の復興などにより、若干ではあるが上振れを見込んでいる。
	○	広告代理店（役員）	・補助金や政府、地方自治体の様々な戦略的バックアップによって景況感は良くなると見込む。
	□	農林水産業（経営者）	・9月、10月は原料となる鶏の入荷が増えるが、今年の異常な暑さと節約志向の影響で先行きが読めない状況である。従来だと秋の行楽シーズンである10～11月は消費も大いに伸びる月であるが、今年の先行きは分からないというのが本音である。
	□	家具製造業（従業員）	・インバウンドやレジャーの回復に伴い、大規模施設や宿泊施設の案件は安定してくると見込んでいる。
	□	化学工業（総務担当）	・拡販等を進める予定だが、中東情勢や世界経済の影響で先行きが不透明である。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績目標から変わらないと予測している。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・顧客の情報によると、今後の増産は見込めておらず、現状のまま推移するとの見解で、今のところ生産が落ちることはない。
	□	輸送業（従業員）	・最低賃金の引上げ等も考えると良くなるとは考えられないが、現状を維持することは可能だと見込んでいる。
	□	輸送業（総務担当）	・物価高や中東情勢など気になる要素はあるものの、予測の範囲とすれば今月と余り変わらない。賃金上昇の影響もあるが、人材が採れず、人手不足が景気の足を引っ張る可能性が考えられる。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業件数に関する情報が大きく不足した状態が続いており、入札の失注なども発生している。今後の営業活動及び情報収集で充当する必要があるが、現時点で見込みが立っていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（経理担当）	・令和8年熊本地震の影響により、複数の顧客において、当年度の稼働を予定していた案件が次年度以降に延期となっている。現時点では損益に重大な影響はないと認識しているが、今後も進捗状況を注視する必要がある。
	□	金融業（経営者）	・会員数や受託の引き合いの動きが鈍く、今のところ急増する見込みはない。
	□	金融業（調査担当）	・今年度の県内企業の設備投資は前年度に比べて増加が見込まれるが、物価高や不安定な国際情勢などの影響もあり、当面の景気は現状程度で推移するものとみられる。
	□	金融業（営業担当）	・金利の一層の引き上げが見込まれており、事業者のマインドは低い。収益面の低下が不安要因となっている。
	□	金融業（営業）	・災害や猛暑により今夏は行動を控えた人の反転需要を期待したいが、気分的な停滞感が気になり、大きな変化はないと見込んでいる。
	□	金融業（調査担当）	・中東情勢も大きな影響がなく、現在と同程度の状況が続くと予想している。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・販売量が増加する好材料が見当たらない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数、問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・様々な対策は行ってみたが芳しくないため、これ以上の対応策は現在考えておらず、今後も変わらない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・酒類の販売面では、インバウンドは高価な酒類を購入し、国内客は低価格の酒類を購入する傾向になっている。
	▲	農林水産業（従業者）	・米の需給に関しては農業生産側の経営を圧迫していて、離農が増える見込みである。米不足から前年米の価格が急高騰したため、一時的に農業者の懐は温まったが、米の価格高騰により消費が減少した。加えて、輸入米が増加した結果、需給を大きく逆転してしまった。当面は米余りの状況が続き、北陸、東北、北海道も豊作傾向が見込まれるため、今後は、非常に難しいかじ取りが迫られる。
	▲	不動産業（経営者）	・今後の仕事の量や価格は減少しているため、やや売上が悪くなる。
	▲	広告代理店（従業員）	・国内の状況は相変わらず円安が続いており、賃上げも抑えられている。国際情勢の先行きも不透明であるため、3か月後もやや悪くなっていると予測される。
雇用 関連 (九州)	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今後の市町村の調査や計画策定の業務における補正予算化が見通せず、地域によっては発注が変更になり、景気がやや悪くなることが推察される。また、各業者の受注量が減少し、今後の発注時に価格競争のおそれがあるため、受注に至らず、今後の景気は悪くなると予想している。
	×	繊維工業（営業担当）	・物価上昇に対応できない工場が多いため、次々に倒産や閉鎖があると推測している。失業率が増えていくことを懸念している。
	×	経営コンサルタント（代表取締役）	・令和8年熊本地震の影響が徐々に出てきているため、景気は下降する。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・令和8年熊本地震で停滞し、落ち込んでしまった経済が少しずつ回復していくと推察している。国主導の支援策や九州ふっこう応援割なども順次適用されることから、景気も少しずつ上昇していくものと期待をしている。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後についても短期案件を中心とした依頼は継続する見込みであり、全体としては現状維持で推移すると予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者からは先付け案件の問合せが強く、事務職系の求人等の動きにもよると推察される。しかし、条件面によりエントリーにも至らないケースが多く、景況感としては余り変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・最低賃金が年々高くなり、更に求人の出し控えが出てきそうである。前年の最低賃金の大幅アップの影響により、企業側は今年の上げ幅にとっても関心を持っている。雇用者の現行、新規共に賃金を上げていかなければいけないため、更なる業務効率化を図り、人件費を抑えていくしかないという声もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇や自然災害の発生などがあるものの、景気は変わらないと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・令和8年熊本地震の影響により休業をした管内の事業所の多くは業務を再開しているが、管内及び隣接するハローワーク管内の商業施設が8月下旬の時点でも閉鎖しているため、事業主及び労働者から支援策等の相談を多数受けている。8月の求人数は前年を上回る水準で推移しているが、今後の事業所の対応や助成金等の支援策の活用状況を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・物価の上昇が続いているが、最低賃金も上昇する見込みのため、変わらないと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・当面大きな変化をもたらすような要因が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・物価上昇の継続による消費マインドへの影響に加え、国内外の経済情勢や企業業績の先行きに対する不透明感が続いている。人手不足を背景とした採用需要は底堅いものの、企業の採用や投資に対する慎重な姿勢に大きな変化はみられない。個人消費、企業活動共に力強さを欠く状況が続いており、今後2～3か月で景気が大きく改善又は悪化する要因は乏しいことから、現状と大きく変わらないと考えている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	・秋の値上げラッシュに、好景気への材料を見いだせない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・最近では値上げの話題が出ない打合せはほとんどない。原材料や光熱費の上昇分を価格に転嫁せざるを得ない企業が増え、これまで据え置いてきた分もまとめて値上げに踏み切るケースが目立つ。今年の夏は猛暑と天候不順が続き、来客数や売上が落ち込んだという声も複数の企業から聞いている。求人広告の出稿状況を見ても、積極採用よりも欠員補充にとどまる企業が多く、先行きに慎重な空気がある。当面、景気が上向く材料は見当たらず、この数か月先も余り良くならない。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・人員を必要とする企業が減少している背景には、IT企業における案件の減少や一般企業における店舗やオフィス拡張の機会の減少にあると推察する。
	x	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		-	-
	○	商店街（代表者）	・夏休み期間に入ったことで国内外から観光客が訪れており、景気がやや良くなるとみられる。
	○	百貨店（経営担当）	・催事や企画イベントの開催による来客数増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	・毎年秋冬は陶器が売れる季節であり、イベント増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	・知事選挙や首里城の復興を受けて、当地域が活気付いていくとみている。
	○	一般レストラン（代表者）	・9月の大型連休があるため、来客数増加が見込まれる。
	○	観光型ホテル（専務取締役）	・台風の接近がないことが前提であるが、9月以降の来客数の見込みは順調に推移しているため、現状より期待を持っている。
	○	観光型ホテル（企画担当）	・8月の販売室数は前年比9%減少に対して、8月末時点での11月の予約室数は前年比7%減少で、マイナス幅が小さくなっている。
	○	通信会社（サービス担当）	・9月からの新型スマートフォン発売による買換え需要や来客数の増加が見込まれる。また、直近まで続いた悪天候が落ち着き客足が戻るほか、関連商品や契約等の併売効果による売上増加も期待できる。
	○	観光名所（職員）	・8月は台風などの影響もあり景気は悪かったが、9月以降は大型連休もあり、景気が良くなるとみられる。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・建築単価や販売価格の上昇が顧客に受け入れられている。値上げがしやすい状況とみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	・ 具体的な物価高対策を講じなければ景気は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔土産〕（営業部長）	・ 今年は台風の発生件数が多く、その影響が続くと考える。
	□	スーパー（企画担当）	・ 夏休みやお盆の最需要期を過ぎて人出は一旦落ち着くものの、物価高などの影響も含めて消費動向に大きな変化は見込まれない。目立った変化要因もなく、景気は横ばいで推移するとみている。
	□	スーパー（店舗管理）	・ 売上と収益は堅調に推移しているが、2か月後の賃上げ、社会保険適用範囲の拡大は、企業として確実に影響を受けるとみられる。
	□	コンビニ（経営者）	・ 値上げ等の影響により客単価が上昇しているため、売上は維持できている。
	□	コンビニ（店長）	・ 依然として商品の値上げは収束せず継続傾向にある。買上点数減少による売上の減少が懸念される。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 今月は夏物のセール期だったが、売上は想定より伸びなかった。客の動きも悪いため、景気が良くなる気配がみえない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 景気は短期間で変わらないとみている。円安や国際情勢など、経済に明るい要因がみえてこない、景気は良くならないと考えている。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・ イベント開催時は多くの客が来店した。販売に直結するものではなかったが、客の動向や雰囲気は良いものであり、景気が悪くなる兆候はないとみられる。
	□	観光型ホテル（総支配人）	・ 多少の価格調整が必要だが、集客に大きな変動要素はみられない。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・ 物価高が続くなか、まだ景気が良くなる要素はみられない。
	□	観光名所（職員）	・ 10月から九州ふっこう応援割が始まるため、旅行先を沖縄から変更する客が増えると見込んでいる。
	□	住宅販売会社（役員）	・ ホテル建設などの需要は旺盛なものの、収益物件等への融資厳格化による成約鈍化は続くともみられる。これらが相殺され、先行きは横ばいと見込んでいる。
	▲	コンビニ（経営企画担当）	・ 台風の発生ペースが速く、秋以降もこの傾向が続くとみている。
	▲	家電量販店（営業担当）	・ おきなわ省エネ家電購入応援キャンペーンが9月4日に終了予定のため、前倒し需要の反動減が発生するとみられる。
	▲	その他飲食店〔ファーストフード〕（総務部）	・ 繁忙期である8月と比べると、台風の影響があるとはいえ、現状よりも悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・ 米国の利上げがあれば円安になり、輸入物価が上昇する。我が国も米国に合わせて利上げを行うと、景気は悪化するとみている。
	▲	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・ 先行きの受注状況はほぼ前年並みで推移している。台風や自然災害が頻繁に発生しており、今後の観光需要に悪影響を及ぼすとみられる。
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・ 物価高の影響で、世間の人の財布のひもがどんどん固くなっているように見える。景気が良くなる要素がない。
企業 動向 関連 (沖縄)	-	-	-
	○	食料品製造業（総務部）	・ 原油価格や為替の動向は一進一退で先が読めない状況が続いているものの、やや良くなるとみている。
	○	窯業土石業（取締役）	・ 年内は受注案件の施工が続き、7月まで低迷した売上の回復が見込まれる。
	○	輸送業（総務経理担当）	・ 運賃交渉の成果により、景気はやや良いとみている。
	○	輸送業（経営企画部）	・ 人手不足や物価上昇等の課題はあるものの、物流センター再編や新たな物流施設整備に向けた検討案件の進展が期待される。
	○	広告代理店（ストラテジックプランニング部）	・ 首里城の復興に向けた動きが加速することで、行政関連業務と観光業が活発化するとみられる。県内景気は全体的に上向きで推移する可能性が高いと見込んでいる。
	□	建設業（経営者）	・ 仕事を受けたくても現場代理人が足りない状況もあり、現状維持と考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（総務）	・観光関連需要は引き続き堅調である一方、物価高による消費抑制もみられるため、景気は現状と大きく変わらないと見込んでいる。
	□	会計事務所（所長）	・賃上げが進む一方で、企業が労働時間を短縮して人件費を調整する動きもみられる。
	▲	-	-
	×	*	*
雇用 関連 (沖縄)		-	-
	○	求人情報誌製作会社（審査）	・年末商戦に向けて採用が活発化する時期であり、観光・小売・飲食業を中心に求人需要が高まることから、今後は求人の動きが上向くと予想する。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2028年3月卒業予定者向けの学内説明会の依頼や求人票の増加見込みにより改善が期待されるものの、採用予定人数についてはA Iを含めた情勢次第で減少する可能性があることを懸念している。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・物価高と人手不足が成長の足かせになっている状況である。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気は若干持ち直したとみるが、不安要素は山積しており、持続的な好転は期待できない。
	▲	-	-
	×	-	-