

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社DBJ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・景気は良くなっている。米価が今年に入り10％程度と大きく下がりはじめたことから、原材料費の上昇ペースが鈍化しており、利益改善の大きな要因となっている（東京都）。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	販売量の動き	・過ごしやすい気候が続いているものの、今年度で依頼件数が最も多くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月はテレビ番組での紹介や新しい商業施設の開業があったことから、来街者数がとても多くなっている。ただし、天候不順と台風、降雨が休日まで影響したため、好天であったらもっと数字を伸ばしたのではないかと考えている（東京都）。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・天候が回復したことにより良くなっている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・来客数はそこまで多くない。在庫の動きも鈍いため、3か月前と比べて大きくは変わらないものの、やや良い。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・商品単価の上昇に伴って客単価も上昇しており、売上も3％増加しているものの、このまま続くのか不安である。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・例年になく降雨の多い9月ということもあり、衣類関連の動きが悪い。一方で、食料品は酒税改正前の駆け込み需要も要因の1つとみられ、前年比102％と堅調な動きを見せている。また、服飾雑貨、化粧品も良くなり、全体の回復傾向の一因となっている。インバウンドについては、売上が2けたの伸びを示しており、購買単価もアップしている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・国内客の売上も堅調だが、インバウンドの売上が特に伸びている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・台風によるマイナスはあったものの、3か月前と同様に前年比プラス傾向が続いている。前月伸び率が鈍化した免税売上も回復し、国内需要においても気温の低下に伴いアウト需要が活発化し始めている（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・客の来店頻度が上がっている。また、40～50歳代の客も少しずつ増えている。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・今月は天候不順がかなり続いたが、その割には来客数も多く、売上も伸びている（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・アパレルや家電製品などは物価高などによる値上がりがあるにもかかわらず、客の購買意欲が高い（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・降雨が多く、来客数が増加傾向にある（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	単価の動き	・物価の上昇に伴い全体的に単価が上がり、来客数が減っているという話をよく聞く。幸いにして当店では来客数も増えているが、価格上昇による客離れに気を付けなければならない。価格上昇分の価値を常に考えることが重要である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・月初めから厳しい数字だったが、月末が近づくにつれて尻上がりに良くなってきている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・上期決算月でもあり、新車需要が伸長している。
	○	高級レストラン（店長）	来客数の動き	・積極的に前に出る営業をしているため、その効果が大きい（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・客単価は横ばいの状況ながらも数量ベースで増加しており、期初の予想から2％以上の販売額増加となっている（東京都）。

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 9月は天候不順の日が多く外出も少なくなるのではないかと考えていたが、来客数は減っていない。当店は客単価が高い方だが、売上も客単価も下がっていない（東京都）。
○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ 6～7月は近隣の大型コンベンション施設での催事が少なかった関係で宿泊部門が低迷していたが、9月はゲーム関連の大規模イベントを中心として催事が非常に多く、売上が伸びている。宴会は夏休み後ということでやや低迷しているものの、これから上向きになると期待している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ 2～3か月前と比べれば稼働は上がっているものの、9月本来の動きとしては物足りない。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・ 9月に入って長雨が続き、タクシーの利用が多く、1日を通して平均して仕事ができている。特に、午前中は無線配車、アプリ配車で仕事が集中している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・ 天候の影響もあり、3か月前と比べてやや良くなっている。例年9月は売上がやや落ちるが、今月は降雨日がとても多かったため、利用が増えている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・ 問合せが増えており、明るい内容も多くなっている（東京都）。
○	その他レジャー施設「ボウリング場」（支配人）	来客数の動き	・ 予約人数や件数の推移から、やや良くなっている（東京都）。
○	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・ 当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用のホテルを扱っているが、インバウンドが増え続けているため、ホテルの稼働率もますます上がっていく。一方、建設業では、材料費、人件費が大幅に上昇しており、公共工事を含めてスムーズな受注ができない状態である。
○	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・ 件数としては横ばい若しくは減少しているかもしれないが、単価上昇や効率化によるコストダウン等が奏功し、売上及び粗利は増加傾向にある。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ やはり物価高がかなり影響している。所得が上がっておらず、客は買物に慎重にならざるを得ない。
□	一般小売店「家電」（経理担当）	販売量の動き	・ 電気自動車用の設備工事、電気工事、照明器具の交換などが動いている。家電製品の動きはぼつぼつといったところである。白物家電では洗濯機が好調で、インターフォンは問合せや交換が多い。
□	一般小売店「文房具」（経営者）	お客様の様子	・ 3か月前と比較して売上、来客数共にほぼ変わらない。今月は景気の良しあしではなく、天候不順による影響が大きい（東京都）。
□	一般小売店「眼鏡」（経営者）	来客数の動き	・ 9月の台風、秋雨前線による長雨の影響か、前年より来客数、売上が減少している。
□	一般小売店「生花」（店員）	来客数の動き	・ 今月はお彼岸があり、毎年売上が良い月のため、とても期待をしていたが、今年は長雨の影響があり、期待外れであった（東京都）。
□	一般小売店「茶」（営業担当）	販売量の動き	・ 客の財布のひもが固く、販売数が伸びない。現状維持が精一杯である。売上が上がらないことには会社がもうからず、当然社員への還元もない。催事等の出展先での販売数も前回の金額に届くかどうかというところである（東京都）。
□	一般小売店「書店」（総務担当）	販売量の動き	・ 3か月前から売上減少に歯止めがかからない状況が続いており、景況に大きな変化はみられない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 9月は台風、長雨の影響がある。来客数は例年と比べると午前中は落ち着いている。対象顧客限定イベントに対する反応は良い（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ インバウンドに加え、一般客を含めた購買行動は堅調に推移しているようにみえる。しかし、今月は天候不良の日が余りにも長く続き、通常どおりとは言い難いため、身の回りの景気が実際に良いのか悪いのか判断しにくい（東京都）。

☐	百貨店（広報担当）	単価の動き	・直近は、宝飾品、時計、ラグジュアリーブランドの商材の売上が引き続き好調である。3か月前から傾向は変わっていない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・天候が落ち着かない日が続き、為替も変動するなど、決して追い風ばかりの環境ではなかったが、それでも多くの客に来店してもらえた。ロイヤリティの高い顧客向けイベントに加え、こだわり消費ニーズを捉えるイベントなど、客との多様な接点創出が売上拡大に寄与している（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	単価の動き	・軽飲食や雑貨などの気軽に食べたり買ったりできる商品や買換え需要のある日用品などの動きは好調である。また、売上にはつながらないが、金の買取りはここ数か月間ずっと来客が絶えない状況が続いている（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・高額品を中心とした国内客の消費動向、インバウンドの消費動向共に大きな変化は見受けられない（東京都）。
☐	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客、インバウンド販売量共に3か月前と比べて大きな変化はない（東京都）。
☐	百貨店（店長）	お客様の様子	・台風や豪雨などの天候要因に左右され、ファッションでは季節商材の動きが悪く、雑貨の動きが中心となり、買換え需要も不振である。食品に関しても、市場価格の見直しによる客単価の上昇により何とか売上を確保できている状況である。
☐	スーパー（経営者）	販売量の動き	・お彼岸に降雨が続き、予定が狂ってしまった。晴れた日は売上が伸びるが、やはり全体的に厳しい結果となっている。
☐	スーパー（店長）	単価の動き	・天候不順による影響により、各社共に来客数若しくは買上点数対策として、主力商材を中心とした価格の打出しが多くなっている。酒税改正に伴う前倒し需要も想定していたほど伸びていない。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年並みを維持しているものの、依然として買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価の上昇が止まらないが、賃金も上がっている。
☐	スーパー（食品担当）	来客数の動き	・物価高による景況感悪化に加え、天候も悪く、衣料品や行楽用品が大きく不振である（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・低単価の物がよく動いている。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年の夏場は前年を7%程度下回っており、稼ぎ時にもかかわらず今一つだったと前月回答したが、9月も同様の傾向が続いている。さらに、悪天候の日が多く、それが重なると下落幅も拡大するため、おおむね1割弱来客数が減っている。10月以降、秋晴れが続けば多少はばん回できるかもしれないので、期待したい（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・販売量の動き、来客数の動き共に前年比97%と下回っている。
☐	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きは横ばいだが、日によって増減はある。天候によってもかなり変わってくるが、総合すると同じくらいに落ち着く。これから涼しくなってくると、温かい麺類、ホット飲料などが売れてくる時期となり、逆に冷たい商材は売れにくくなる。
☐	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力である着物事業においては、既存客を動員する催事で日々の売上不足分を補い、計画値100%を達成している。もう一つの主力であるドレス事業については、入居ビルのセールと連動して業績を伸ばし、前年実績は上回ったものの、計画値までは至っていない（東京都）。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価上昇が収まらないことや中東情勢、自然災害など不安要素が重なっている。しばらくは現状が続く。
☐	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・天候不順が続いて来客数が減少しているため、四半期のセールを実施したものの、盛り上がらなかった。

☐	乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・全てにおいて物価が上がっている。食料品はもちろん電気、ガス、水道、それにまつわるいろいろな物の価格が上昇しているなか、所得がそれ以上に増えているとは考えられない。そうしたことから景気はずっと悪いままである（東京都）。
☐	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・販売量は微増傾向が続いているものの、大きな変化はみられない（東京都）。
☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕 （営業）	競争相手の様子	・ここ何か月も同じ状況が続いており、少しも良い方向に動いていない（東京都）。
☐	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・前年同月はキーテナントが退店した直後だったので、それと比べれば良いが、一昨年と比べるとやや良い程度である。
☐	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客の来店は決して少なくない。新しいテナントがオープンすれば、来店客は増えているが、来店しても買うわけではなく、見ることに終始している客が多い。価格を吟味して買うような形で高い物は買わない客もいる。一方で、価格を見ずに買う客も多く、2極化している（東京都）。
☐	高級レストラン （営業担当）	来客数の動き	・9月の実績は前年比で売上94.3%、来客数97.7%となっている（東京都）。
☐	高級レストラン （役員）	それ以外	・世界経済も引き続き不安定なことに加え、自然災害も続くなか、不確定要素も多く、将来不安などにより景気が好転するとは考えられない（東京都）。
☐	高級レストラン （販売担当）	販売量の動き	・景気の停滞感はなく、前月同様に高止まり感はあるものの、悪くはない。一方、仕入品の価格高騰はとどまることがなく、利益を圧迫している（東京都）。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・価格転嫁をしたため売上は伸びているものの、利益率が悪く、余り良い結果が出ていない。販売数量が伸びてくれば状況も変わってくる。SNSの強化や広告出稿、新商品を増やすなどしているが、売りたいばかりでは難しいため、他の方法を考えて販売を強化している（東京都）。
☐	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・物価は上昇しているものの、案件自体は減少していない。
☐	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・他の業界と比較して単価の動きが鈍い（東京都）。
☐	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は増えているものの、インターネット予約ができないために来店している客も多い。
☐	タクシー運転手	お客様の様子	・例年と異なり、結果的に冷夏であったため、猛暑による利用客の増加が余りなかった（東京都）。
☐	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・改定した新運賃が浸透したからか、利用控えが起こっているように見受けられる。また、アプリでの配車が増えており、配車アプリを導入していないと流しの客も拾えなくなっている。
☐	通信会社（経営者）	販売量の動き	・ここ2～3か月は交渉中の案件が増加傾向にはない（東京都）。
☐	通信会社（社員）	単価の動き	・個々の商材を見れば価格の安定や下落もあるものの、総体として消費刺激にはつながっていない。買い控え、節約志向が常態化し、天候同様どんよりとした停滞ムードが続いている（東京都）。
☐	通信会社（局長）	販売量の動き	・BtoC営業においてはかなり厳しい状況ではあるものの、BtoB営業は順調に推移していることから、チャネルによってばらつきがある（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する傾向が相変わらず強い。
☐	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・客と話をすると、10月から値上がりする物があり、今はできるだけ節約しようと意図する返事がよく返ってくる。
☐	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・契約数の伸び悩みが継続している。また、部材費や労務費を始め、費用の高騰が続いており、利益率の維持が難しい。これらは当事業に限ったことではないが、確実に影響している（東京都）。

□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・そこまで大きな環境変化はない。10月は人の移動が増える時期でもあるため、多少は変化がある見込みである（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年比では大きな成長がない（東京都）。
□	競輪場（職員）	それ以外	・事業を一時休止しているため、変化はない。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・客の様子をみても、変化がありそうな雰囲気がない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	来客数の動き	・天候不順や物価動向、金利上昇により国内客の消費意欲は落ちているものの、インバウンド集客は旺盛であり、全体としては前期並みの収益を確保できている（東京都）。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・この長雨が影響していると考える。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	来客数の動き	・9月は台風や悪天候が続き、客の来店が少ない（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・次の案件もまだ動きがなく、変わっていない。
□	設計事務所（職員）	販売量の動き	・9月期決算は、海外の大型案件の受注があったため、前年の受注を上回る結果となる見通しだが、それ以外は前年と変わらず、良くも悪くもない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約75%となり、景気はやや悪い。3か月前と比べるとほぼ変わっていない。前月は販売量がかなり落ち込んだため、今月は値引き幅を増やしても販売量を確保しようと動いている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・業績好調な法人が社宅として当社の販売するアパートを購入するケースが増えている。人材確保のため社宅の需要が高まっている。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・降雨続きで来客数や仕事が減っている。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・景気は悪い方向に向かっている。まず、来客数が少なくなっている。催事の際には客が来店し成約ができたが、その後は来客数が減っている（東京都）。
▲	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・令和8年8月千葉豪雨に続き、9月も台風でイベントが中止され、客足が鈍っている。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	単価の動き	・客の買い方が少量になり、買物に慎重な姿勢が見受けられる（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・8月中旬から降雨が多く、来店動機が減少している。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・売上の単価と購入頻度が下がっている。酒税改定の兼ね合いもあるのではないかとみている。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・夏物商材が一段落したため、販売量が減少している。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・月間を通して天候が悪く、台風の影響もあり、食品、非食品共に来客数、客単価が前年を大きく下回る結果となっている。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・令和8年8月千葉豪雨に続き、今月も台風の影響により近隣自治体に被害が出ている。県内で大きな影響が出ていることから消費マインドが更に低下しており、来客数も前年比で大きく減少している。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・1品単価の上昇に対して、バスケット単価は上がっていない。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・野菜や調味料を中心とした食料品価格の上昇傾向がいまだ継続している。記録的な長雨の影響により来客数が全く伸びず、前年を大きく割り込んでおり、販売数全体も前年割れとなっている。したがって、売上は前年に届いていない（東京都）。

▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・当県は降雨量が平年の1.8倍、日照時間が30%未満と降雨続きで買上点数が減っている。特に、9月の大型連休には台風の影響があった。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数と客単価が前年を割っている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・台風、大雨などの異常気象により来客数が大幅に減少しており、大変厳しい状況である。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・令和8年8月千葉豪雨、今月の台風と、降雨日が非常に多く、晴れた日が少ないため、来客数がかなり減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候不順が続き、客の外出が減ったため、来客数も減っている。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・週末に雨天が続いていることで、期待する売上に届いていない。9月の大型連休では販売の押し上げがあったものの、トータルでは厳しい（東京都）。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・客は低単価商品を求めている（東京都）。
▲	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・全ては天候不順の影響である。店頭に来店する客が確実に減少している（東京都）。
▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・例年と比べて気温の低下により夏物の最終需要がなく、来客数が減少している。降雨が秋物需要にも影響している。
▲	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・以前は売出しのときには客は少なくとも3～4枚買っていたものだが、今は買っても1～2枚である。必要な物しか買わない傾向が見受けられる。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンの新たな省エネ基準により、販売量が増えて各社売上増加に寄与していたが、気温の低下とともに落ち着いてきている。また、前年はOSサポート終了に伴いパソコンの販売台数が増えていたが、それも一段落し、全体的に販売量が増えないなど、要因が多くある。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価上昇が続いている。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今年は9月の大型連休が長すぎて来客数が少なく、厳しかった。燃料代の高騰もあり苦戦している（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	販売量の動き	・令和8年8月千葉豪雨による水没で車を買換える客も大分落ち着いてきている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・長雨と自然災害、メディアでの10月以降の値上げ報道も重なり、将来不安が先行している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月は毎日のように降雨が続いたり、海がしけて漁ができなかったりで、食材も余り調達できないことから客足が遠のき、来客数が前年比2割ほど、売上も1割程度減少している。この先がやや心配である。
▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今夏は異常気象が大きく影響し、売上が想定どおりに伸びていない。また、国内では金利を上げる方向性が明確で、円安も影響して、物価高が避けられない状況である。
▲	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・近隣の飲食店にも人が来ていない。
▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・気候変動に伴う猛暑、豪雨の影響が客足、売上に大きく現れている（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・9月の大型連休があったが、台風の影響により首都圏の人の流れが悪く、前年比では104%程度となっている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高が続いていることから、客がより低価格のサービスを選択するケースが増えている。
▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・新規案件が少なく、終了案件は毎月減っている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・仕入価格は、一部値上がりしていない物もあったが、前月までにそれらを含む全ての価格が上がっている。値上がり傾向が止まらない（東京都）。

▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前も梅雨らしく降雨が多かったが、それ以上の警報級の豪雨に加え、物価高もあり、客の動きが鈍い。期待した9月の大型連休も台風で残念な結果となった（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・単価は3％程度上昇しているものの、来客数が3％弱減少している。台風と長雨が影響している。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・夏の猛暑から更に天候不良が続き、ゴルフ場の来場者数は増えていない。原因として、地球温暖化の問題がある。
▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・9月は台風によるクローズ、若しくはクローズには至らなくとも降雨の影響により著しく稼働率が下がっている。降雨時のゴルフプレー忌避傾向が経営に与えるインパクトは相当大きい上、来場者の中心が会員のため、収益性の改善は極めて限定的である。ビジター需要の低迷は特に著しく、物価上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識し、高額レジャー費を抑制する動きはかなり強い。止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方であり、利益を創出できる状況にない。
▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・あらゆる物に対する物価上昇の流れが止まらないなか、消費者の生活も徐々に圧迫されており、結果として消費動向も下がり始めている。
▲	その他サービス [立体駐車場] （経営者）	来客数の動き	・令和8年8月千葉豪雨に更に2度の台風が続いてしまい、イベントが中止となるなか、店舗の来客数も減少を余儀なくされている。豪雨による機械の故障に伴い確保スペースの減少も発生している。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・どこに行ってもやはり物価の上昇が問題になっている。建築プランなどの打合せでも、客は、現在のマンションの値上がり問題ではないが、全体の価格上昇に非常に疑問を持っており、元に戻るとは考えていないようである。足元の単価上昇が1番の問題である。
▲	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・新築着工数の減少とともに建材需要が上向くことはなく、荷動きの悪さが顕著になっている（東京都）。
×	一般小売店[家電]（経営者）	販売量の動き	・見積依頼はあるものの、成約までつながらないことが多い。同業他社も皆いろいろと対応しているのだろうが、材料費が上がったことにより、見積価格について苦しくなっている（東京都）。
×	一般小売店[文具]（販売企画担当）	お客様の様子	・今月は天候が非常に悪かった。当店は路面店のため降雨日には来客数が極端に減る。また、最近の物価上昇は余りにも激しく、商品単価、定価が徐々に上がっているため、生活必需品の食料品を優先して、嗜好品の購買を減らすということがある。また、外商の方も人手不足と引継ぎが不十分なのか、メーカー側のミスなどが重なり、現状うまくいっていない。
×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月は台風や線状降水帯発生、その他停電があったりで、来客数が低調になっている。
×	スーパー（役員）	来客数の動き	・長雨の影響が大きく来客数が減少している。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今夏は気温などは平年並みだとはいえ、天候不順が多く、売上、来客数共に前年を割っている。
×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・気温が高い影響もあるが、秋物衣料の出足がここ数年で最も悪い。
×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・国内客及びインバウンドの来客数が、3か月前、前年同月共に落ちている（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、やはり天候不順が最も大きく影響している。物価高も含めていまだかつてないほど良くない。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は長雨の上に台風が来て、宴会の客が台風の影響によって来店できないということがあった。週末も客が来ず、天候に左右された月である（東京都）。
×	その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて格段に来客数、来街者数が少なくなっている。9月の大型連休の影響か、外食に掛けるお金が少ないことも要因だとみている（東京都）。

	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円安、物価高の影響により海外旅行が全く伸びない。国内旅行でカバーしたいが、今年は台風が多く、キャンセルが続出している（東京都）。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・天候不順により来客数が減少している（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来場者数が92.3%とかなり苦しい。前年比でも91.9%と減少している。今年の9月は気温は高くなかったものの、雨が降り続き、悪天候から来場者数が伸びていない。また、台風の影響により周辺道路の事情も余り良くなく、施設に実質的な被害はないものの、客足が遠のく要因とみられる。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資材単価、労務費の高騰により、事業計画の見直しをするものの採算が合わず、見送る案件が引き続き発生している。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・景気は悪いままだが、3か月前と比べて受注量は多少増えている（東京都）。
	○	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷をしている。インターネット販売では全国から注文が入り、実店舗でも注文を受けている。今月は会社設立印の注文は2本と少なかったものの、印鑑リフォームは通常月の2倍くらい注文がある。残りは外国人客からの注文である。そうした状況から、受注量がやや上向いている（東京都）。
	○	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・取引先や同業他社は順調に受注量を伸ばしており、他業種の知り合いも忙しい様子である。当社も受注量が増えてきている。
	○	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・A I 関連事業及び携帯電子機器向け製品の受注量が安定して好調で、その恩恵が従業員の給与へも反映されつつある。
	○	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・半導体とそれに伴う工作機械の荷動きが引き続き好調である（東京都）。
	○	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・多少は潮目が変わったような気がする（東京都）。
	○	不動産業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・宿泊需要は引き続き堅調である（東京都）。
	○	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・当月の結果のみを見ればやや良くなっている。しかし、果たしてこれが改善傾向にあるのかは疑問であり、四半期、半期単位での検証と総括が必要である（東京都）。
	○	その他サービス 業〔ビルメンテ ナンス〕（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・既存契約の値上げも、多少ではあるものの動き出している（東京都）。
	□	繊維工業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・一部の組合員企業では創業以来の売上減少で打つ手がないとの意見がある（東京都）。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・3か月前と比べて受注が減少しており、単価も厳しい状況が続いている。全体的に仕事量が減っており、景況感は引き続き悪くなっている。
	□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・医療品容器の受注や新企画は前年同期より活発ではあるものの、化粧品容器に関しては大幅に落ち込んでいる。
	□	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・当社の受注量は落ちることなく、安定して高水準で推移している。
	□	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・お盆休み、9月の大型連休と通常とは異なる条件があるため、実際の仕事量の動向を確認するためにはもう少し様子を見なければならぬ。ここ2か月では変わっていないように見える。
	□	輸送用機械器具 製造業（総務担 当）	取引先の様子	・台風、豪雨の影響により、自動車メーカーのサプライチェーンにやや乱れはあるものの、生産はほぼ予定どおりで進捗している。
	□	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・物価だけが上がり、賃金が上がらないため、経済が停滞している。

□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コスト増加に伴う価格転嫁が障害となり、受注につながらない。また、発注者の動き自体も変わらず鈍い。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・例年どおり、繁忙期を過ぎたため物量が落ち着いてきている。慢性的な人手不足が続いている。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り、少しずつ物量が増えてきているが、予定より伸び悩んでいる。また、燃料価格の高騰が続いているため、収益は伸びていない。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前年同月を若干上回る水準での推移が続いている（東京都）。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当エリアの主要産業となる製造業だが、依然として先の見通せない受注状況が継続しており、前年秋頃より続いている低調な受注水準を辛うじて維持している。売上ペースではやや増加している企業が多いものの、単価上昇によるものであり、むしろ原価高騰に価格転嫁が追いつかず、利益率が悪化している企業が多い。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・新築戸建て住宅の販売価格が頭打ちになっており、高値で売出ししてもじわじわと値下げしている。中古物件は数が少ないため、まだ強気で動いている（東京都）。
□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・工事費の高騰が続いているが、販売価格、賃貸料金は高値を維持している（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィス、商業テナント共に入れ替わりはほとんどなく、高入居率を維持している。契約更新の際もおおむね賃料アップの要請に応じてもらっている（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅までの商店街を通して飲食店内の様子をうかがうと、以前から客が入っている店は変わらず入っているが、新型コロナウイルス感染症発生前ほどにはにぎわっていない（東京都）。
□	税理士	取引先の様子	・令和8年8月千葉豪雨やその後の台風による影響で復旧作業が続いており、鉄道など交通機関にも影響が出ている。9月は降雨ばかりで晴れ間がほとんどなく、農作物に多大な影響が出ている。一方、新米は令和7年産より安価で市中に出ており、外食産業ではご飯大盛りが無料になる店もある。金利上昇により建築関係には危機感があるが、他産業への影響はさほどないとみている。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・元々資金繰りの厳しい会社、補助金や助成金などを活用したい会社が見受けられる（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・やむを得ず価格改定をしているものの、客が価格にますます敏感になっていると取引先から聞いている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・大手取引先に対する値上げ交渉が多少進むようになり、中小製造業、特に金属加工関係ではある程度売上の維持ができている（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少を価格改定で補っている。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・この時期は新規案件も少ないため、しばらくこのままで推移していく。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・人手不足は変わらないものの、受注その他も問題ない（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・数字が悪いのは、降雨が多く来客数が少ないためである（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・天候不順のため降雨が多く、来客数が減っている。売上も3か月前より減少している。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8～9月にかけて関東を中心に天候不良が続いているため、8月のお盆や9月の大型連休の需要が伸びず、売上が厳しくなっている。労務費や原材料費の上昇が続き、利益が押し下げられている（東京都）。

	▲	精密機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格の改定交渉を行っているものの、なかなか認めてもらえない。特に、鉄などを切削する金属加工で使用するタングステン含有切削工具が5割以上値上がりしていることに加え、他の材質も3割以上値上がりしているため交渉をしているが、難航している。人件費は、最低賃金が3年前と比べて大きく上がっている。主要取引先は大手自動車メーカーの下請会社だが、そこにも認めてもらえない。中小企業は非常に厳しく、悪い方向へ向かっている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・インフレの影響により受注機会が減少している。人手も不足している。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築コストが高騰しており、計画していても予算が合わず中断している。事業用の賃貸案件は収支が全く合わない。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量の低迷、燃料を始めとする資材の高騰や高止まり、9月の大型連休による稼働日数の減少で生じた売上減少などの悪化要因が重なり、厳しい状況が続いている（東京都）。
	▲	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の仕入単価や受注単価が上昇しており、工期が長い案件への対応は慎重になっている（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が激しい（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・資金繰りに苦慮している取引先が幾つか見受けられ、支払時期や投資計画を慎重に見直す動きも出てきている。また、猛暑や長雨、台風の影響に加え、お盆休みによる営業日数減少や人出の変化もあり、飲食店では来客数や売上が伸び悩んでいるという声を聞く。特に、天候に左右されやすい業態では影響が大きく、販売促進を強化しても十分な集客につながらないケースもみられる。全体として、3か月前と比べると景況感はやや厳しくなっている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・どこの企業も販売促進に対する経費削減が非常に多く見受けられる。受注額の減少や中止が非常に多い（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・4月1日の次に多いのが10月1日採用のため、年間で2番目に求人が多い月で良くなっている（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・求人にかかる費用が増加している（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	それ以外	・当社から転職していく方が、業種、職種、仕事内容いずれも大差ないが給与は大幅に上がると話していた。身近にも転職して給与が上がる人が増えていることを実感している（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月比でマイナスが続いているものの、前月及び今月は前年並みの水準まで回復しており、持ち直しの動きがみられる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人手不足感が強い中小企業を中心に、人材依頼は引き続き堅調であり、前年比110%程度のニーズがある（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・後任補充の求人が多く、業務量の増加や新規事業に伴う募集が増えてこない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は引き続き堅調に推移しているものの、人材不足により採用につなげていない。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が9月に入っても伸びてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・社会課題解決型の請負案件は好調に推移している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣のニーズはここ数か月減少しており、変化がない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	周辺企業の様子	・前年までは9月に求人を出していた企業が、今年は求人を出し控えている。食品関連などで若干動きが出てきている。

	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内の製造関係の事業所では、原油価格が高騰しているものの受注も回復してきたと聞いている。ただし、人手不足は深刻になっている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・採用後の定着状況をみたいところだが、採用者数の動きに大きな変化はみられない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に対して賃上げが追いついていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・今月は各企業からの派遣依頼が若干減少している。派遣利用企業の特定の業界に限らず、全体的に微減しており、動きが鈍っている。そのため、マッチングにも影響が出ており、例月ほど契約確定数が伸びていない（東京都）。
	×	—	—	—