

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)	◎	商店街（代表者）	・天候が大きく影響してくるので何ともいえないが、異常気象の影響がない前提で、今の当地域の景気はとても良い。来街者数もキャッシュレス決済の数字も好調を維持している。イベントへのレスポンスも良く、当地域を取り巻く消費者の動向は活発である（東京都）。
	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・年末商材である手帳などの販売数量にも動きが出てきており、文具店に求められるニーズが高まってきている。相変わらずインバウンドの来店も多く、秋の旅行シーズンに向けて、来客数及び売上の増加が期待できる。各文具メーカーでは新商品の発売も多く予定されており、客も発売を待っている状況から、今後の売上増加につながる（東京都）。
	◎	高級レストラン（店長）	・営業の仕方次第で、緩やかではあるものの当社や身の回りなどについては良くなる見込みである（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・9月は売上がとても悪く、最低であった。10月の宴会予約表をみると多くの予約が入っているため、天候にもよるが、今月よりは良くなる（東京都）。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月と比べてどうかは分からないが、年末にかけて依頼が増える見込みである。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・周年イベントがあるため、やや良くなる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・2～3か月後という年末も含まれるため、大きな動きはないとみられるが、多少期待している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・秋雨シーズンが過ぎて秋晴れとなれば、客足が戻り、売上も伸びてくる。天候次第である。
	○	百貨店（売場主任）	・年末に向けておせち、お歳暮、対象顧客限定イベントを用意しており、購買意欲は維持されるものとみているが、来月からまた値上がりする食料品も多く、値札を見て慎重に買物をする客も増えており、懸念材料もある（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現状は、過去に例を見ない秋の豪雨により来客数に大打撃を受けているが、2～3か月先の冬物商戦においては、来客数の回復及び商況改善を見込んでいる（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・要因は分析中だが、直近の流れを踏まえると、来客数が増える想定である。
	○	百貨店（管理担当）	・食品を始めとして、衣料品も売れている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・これ以上天候が悪くなることはないため、今よりは良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候、気温は別として、価格上昇に対応することや、大型の販売促進を行って集客を図ることで、直近での落ち込みからは改善してくる見込みである（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	・仕入計画に対して90%で推移しており、資金繰りについては、改善されている。売上については、計画値には至っていないものの、ほぼ前年並みである。消費者動向として、富裕層についてはイベント催事等で好調である一方、日々の店頭売上は苦戦している（東京都）。
	○	衣料品専門店（統括）	・長期予報を見る限りでは、この先の天候は前年とほぼ変わらないようである。よほどの天候不順でない限り、今底を打っている来客数を下回ることはないと考えている。
	○	家電量販店（店長）	・年末調整で基礎控除や給与所得控除額が上がり手取りが増えることにより、消費が刺激されるとみている。ボーナスも平均で増える傾向にあるため、期待している。
	○	家電量販店（店長）	・エアコンの買換え需要が見込まれる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の11～12月は暮れが近づいてくことで、客足が伸び、9月よりは売上も増える。ケータリングも11月の方が多くなってくるため、現在より2割くらいは売上が増加するとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・質が高く、商材も接客も高いクオリティを維持できれば、今後も客に選んでもらえる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・客の動向を見ると、来客数がやや増えているものの、しばらく様子をみないと分からない（東京都）。

○	その他飲食〔カフェ〕 （経営者）	・現在、売り方や商品ラインアップ、メニュー変更、SNSなどでの新規ファンの獲得、体験型も加えて来客数などを増やす努力を進めているため、結果が出てくることを期待している。大企業のみが伸びていて、中小企業には厳しい社会になってきており、所得の2極化が進んでいく。高価格帯の商材を売っているが、高くて買えないという声もかなり聞かれる（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・下期は最低賃金引上げによるコスト増加がある一方、新米価格が更に40%程度値下がりする見込みから、全体のコスト面では増加傾向が一服すると予想している。このため、上期並みの利益水準を維持できるとみている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・年末に向けて書き入れ時となるため、売上が伸びることを期待している。一方、仕入価格の上昇に歯止めがかからず、利幅は縮小している。エネルギー関係も不安定な見通しのため、先行きを心配している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・年末までは高単価のままで推移する予測である。
○	タクシー運転手	・物価高のなか、タクシーの利用客が多いことに驚いている。駅、病院、会社と利用があり、平均して仕事ができている。飲み屋街からのオーダーがやや少ないことが気になるものの、目標の売上は達成できている。
○	タクシー運転手	・これから年末に向けて街に人の動きが多くなるため、よほどのことがない限り、悪くなることはない。このまま順調に今の動きが続けば、年末は例年どおり忙しくなる（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	・期待を込めてではあるが、年末に向かって繁忙期に入ってくるため、良くなってほしい。
○	通信会社（経営者）	・加入に関する問合せが多くなっている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・年末年始の問合せが多くあることから、やや良くなる（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国の中間選挙の結果次第である（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・新規案件が動き出す予定である。
○	住宅販売会社（経営者）	・都内のホテルの宿泊料金が、1年に12%以上上昇しつつあり、ホテル業界はますます良くなる。一方、建設業は建設費が高騰しており、困っている。我々中小企業はいまだに厳しい経営環境のなかであり、賃金をなかなかスムーズに上げることができない。
○	住宅販売会社（従業員）	・販売価格の改定が続き、住宅ローン金利も上昇し、客の動きが悪くなっている。他社との競合も激しくなり販売量を落としていたが、値引き幅を増やして販売量を増加する方針になった。年末、年度末に向けて販売量がやや増え、景気もやや良くなる見込みである。
○	住宅販売会社（総務担当）	・金利のある世界がプラスに作用することが増えてきている。
□	商店街（代表者）	・毎月のように何千品目という食材が値上がりしており、消費者の購入意欲が大きく減退している。特に、当店の取り扱う着物はぜいたく品とまでは言わないものの、そのときどきで消費者心理が変わっていく。そのようなことから、着物の消費やレンタルについては非常に慎重になっている。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・現状が変わるとは余り考えられない。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・テレビのキャンペーンをやるようだが、余り期待はできない。照明器具は、2027年末に蛍光灯が生産終了となるため、まだ期待できそうである。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先も悪いままで変わらない。良くなるにはもう少し時間が掛かると考えている。客の様子からなかなか購買に結び付くような状況ではなく、来客数自体も少ないため、将来的には良くなるかもしれないが、3か月では変わらない（東京都）。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・台風シーズンが終わり良くなるかとみていたが、豪雨や台風被害の影響により行事が中止になっている。この先も同様の状況が続く。

☐	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・世界経済との兼ね合いもあり、今は変革のときだとみられるため、この先どうなるかは判断しかねる。
☐	一般小売店〔傘〕（店長）	・9月の長雨と台風で、傘の破損による修理依頼が増えている反面、新規購入はそれほど伸びていない。
☐	一般小売店〔生花〕（店員）	・12月はクリスマスシーズンのためそれなりに期待しているが、近年はクリスマスに花が余り売れないため、期待外れに終わりそうである。9月は長雨で販売量がかなり減少したので、9月と比べれば変わらない（東京都）。
☐	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・天候はこれから安定していくものとみられるため、来客数もまた増えてくるが、物価上昇に関してはどうしようもない。それでもやはりこれは欲しいという魅力のある商品や企画を考えているものの、何とか現状を維持するのが精一杯である。
☐	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今の世の中あらゆる物が値上がりしているため、期待はできない。当社の販売量はささやかではあるものの、消費者が節約志向になると、売上に影響が出てくる（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・円安による物価上昇は継続するとみられるが、一時期のマイナス基調は改善され、前年を捉える様子もうかがえる。インバウンドを中心に来街者数は堅調に推移していることから、当面の間は前年と同程度の売上を見込める。9月は天候には恵まれなかった。10～11月の購買については旅行などの需要が伸びる可能性があるものの、それも一時的なもので、当面は堅調に推移する（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・来客数の増加は見込めるものの、高額商材等の動きの活性化が見込めない。
☐	百貨店（総務担当）	・依然として物価上昇の収束が見通せない状況が続いていることに加え、世界情勢の先行きについても不透明感がある。そのため、景気が明らかに急上昇する局面を迎える可能性は高くない（東京都）。
☐	百貨店（総務担当）	・引き続き現在と同様の傾向で推移する（東京都）。
☐	百貨店（広報担当）	・直近のトレンドは月によって大きく変わっていない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・原材料価格や物流費の高騰を受け、食品やサービス、電気、ガスなど幅広い分野で値上げの動きが広がっているなかで、今後消費者の消費マインドがどのように変化していくか、先行きを見通すことは難しい（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・郊外のショッピングセンターについて、景気の指標となる来客数と客単価をみると、来客数はインバウンドの影響を余り受けたいため増えず、客単価はファッションやアクセサリーの動きが余り良くないため上がらない。そうしたことから、この先も状況は変わらない（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・関東を中心とした天候不順による農作物への影響が不透明ななか、食料品を中心とした消費動向の悪化が懸念されるが、大きな影響はないと考えている（東京都）。
☐	百貨店（営業担当）	・免税売上は引き続き高位安定するが、前年も回復基調にあったことから、伸び率は鈍化してくる。国内需要においては好調な食品とボリュームファッションの冬物の動きが鍵となる（東京都）。
☐	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて変わらない（東京都）。
☐	百貨店（店長）	・10月から最低賃金引上げはあるが、市場環境や原価、コストの変動による値上げラッシュも続く予想から、購買意欲が高まることはない。
☐	スーパー（経営者）	・9月に関しては、例年より早く気温が下がり、夏物が売れなくなっている。食品では精肉の動きが良い。秋冬に売れる商材の動きが良く、いかに対応できるかが勝負であるが、出遅れた部分もある。全体的に天候不順だったので難しい月である。世界情勢も混んとし、悪い状況がずっと続いており、この先もまだしばらく状況は変わらない。
☐	スーパー（経営者）	・単価上昇が続く見込みである。
☐	スーパー（店長）	・酒税改正に伴う酒類の価格変更や天候不順に伴う相場高、いまだ続く値上げにより、来客数や買上点数が厳しい状況は変わらない。特に、日用品については各社共に価格志向になってきている。

☐	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く、消費マインドを引き下げる要因の1つとなっている。同様の状態がもうしばらく続く（東京都）。
☐	スーパー（総務担当）	・良くなる要因がない。
☐	スーパー（営業担当）	・天候回復を期待したいところだが、また台風が発生しているため、来客数はしばらく低調が続く（東京都）。
☐	スーパー（販売担当）	・まだ値上げが続く。
☐	コンビニ（経営者）	・近隣の状況等が現状のまま全く変わらないため、来客数が増えず、客単価も上がらない。
☐	コンビニ（経営者）	・9月にも更に物価が上がり、今後下がる見込みもない。原油価格も不安定なため、低位安定が続く（東京都）。
☐	コンビニ（エリア担当）	・米の値下がりの影響はあるものの、食料品の消費税減税が控えているため、来年4月までは変わらない（東京都）。
☐	コンビニ（店長）	・良くなる材料が見当たらない。先行きが読めないことが不安である（東京都）。
☐	コンビニ（商品開発担当）	・今後も台風などの悪天候が予想される（東京都）。
☐	コンビニ（従業員）	・来月は地元で大きな祭りがあるため、いつもより売上が増える。祭りの日以外は特別変わらないが、前月と比べて売上が伸びる。祭りに向けた準備は必要である。天候にもよるが、前年よりも売上が増えるように準備していきたい。
☐	コンビニ（従業員）	・特別大きく変わる要素はない。新たに店内調理品が導入されるため、それに合わせて新規客を取り込む努力が必要になってくる。日々のキャンペーンもそうだが、少しの工夫で客の反応は変わるため、新しい取組を考えていきたい。
☐	衣料品専門店（従業員）	・10月からの食品等の値上げについてよく耳にするため、消費は落ち、景気も良くならないとみている。
☐	家電量販店（店長）	・地域性もあるが、自然災害が重なり、慎重な客が多い。毎月行われる値上げも影響が大きい。
☐	家電量販店（店長）	・中国からのインバウンドの回復見込みがない。物価高の影響から国内客の買い控えも予想される（東京都）。
☐	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量は前年並みを維持するのが精一杯である。
☐	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢の不安定な状況が長期化しそうである（東京都）。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・決算も終わり、大幅な増加は期待できない。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・世界情勢がいろいろな物の価格を押し上げている。ウクライナ情勢が不安定なことにより、小麦粉の生産量が減っている。中東情勢の影響で原油価格が上がるなど、暮らしのなかの様々な物が世界情勢の影響を受けている。こうした情勢が落ち着かないことには、景気が安定して良くなるとは考えられない（東京都）。
☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境の変化はないと見込んでいる。
☐	住関連専門店（営業担当）	・円安、原油価格高騰など経済を取り巻く状況に変化はなく、リフォーム業においても当面大きな変化はないものとする（東京都）。
☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・最近では台風の影響による来客数の減少もあるが、大きな変化はみられない（東京都）。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・中東情勢が不透明ななか、ガソリンスタンド業界においては、補助金により売価は安定するものの、直近の補助金は1リットル当たり51円と過去最高になっている。今後も原油調達リスクは継続するとみられるため、このまま補助金が継続されれば変わらない（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状のまま継続する（東京都）。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ウクライナや中東の不安定な情勢が変わらず、物価は毎月上昇し続けており、物を買える客とそうでない客に2極化している。収入があり、何でも買える客については景気の実感が良いと考えられ、物がどんどん売れていくが、そうでない客については、じっくり吟味して買う傾向が継続している。したがって、景気は現状のまま変わらないが、貧富の差は激しくなっていく（東京都）。

☐	高級レストラン（営業担当）	・翌月以降の法人予約及び12～1月の忘年会や新年会が増える商戦期は、ほぼ例年と同等の受注状況となっている（東京都）。
☐	高級レストラン（役員）	・半導体、A I による経済拡張、関連株価の上昇などの明るい話もあるものの、A I の危険事案も生じており、国際経済の連携が見通せない。現状、生活に直結する好転要因はみえず、景況感は変わらない（東京都）。
☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後も変わらず円安の影響による物価高が続く。
☐	一般レストラン（経営者）	・物価上昇が続き、外食に回せるお金が少なくなっている。企業案件は変わらず横ばいではあるものの、一般消費者の絶対数が減ってきている。
☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・農作物、海産物の季節がずれ、収穫量、漁獲量が減り、価格上昇を招いている。それがそのまま値上げに直結している（東京都）。
☐	都市型ホテル（経営者）	・原油関係は引き続き気になるものの、今のところすぐには原価に反映しない上に、直近では売価で吸収できている（東京都）。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・物価高や食料品の消費税減税がどのように影響するのかが読めないため、変わらないというより分からない。
☐	旅行代理店（従業員）	・先行きは前年の105%見込みである（東京都）。
☐	タクシー運転手	・前年から続く物価上昇が収まる気配がない。年末に向けて不安が募ってきているという話が周りで聞かれる。
☐	タクシー運転手	・最近は景気が良いと話す乗客はほとんどいない。タクシーは天候に左右されるが、冷夏により何が本当なのか分からなくなっている。世の中のタクシーアプリなどの利用者数増加をみると、これからますますコンピューターによる営業の影響が出てくる（東京都）。
☐	タクシー（経営者）	・景気そのものは少しずつ良くなっているが、物価高が大きな足かせとなってきた。原油価格や物価の上昇が落ち着いてくれば、景気も大きく改善する。
☐	通信会社（経営者）	・交渉中の案件は早急に受注段階にはならないため、結果として景気は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・物価高や物不足が今後も続いていくと考えられることから、先行きを見通せない状況がしばらく続く。
☐	通信会社（局長）	・ヒット商材がない限り、現状の不安定な世相においては、B t o C 営業は変わらず厳しい（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
☐	通信会社（経営企画担当）	・現状で回復の兆しがまだみえてこない（東京都）。
☐	通信会社（経理担当）	・年末に向けて客の財布のひもが緩みそうな気配がない。
☐	通信会社（管理担当）	・当社が置かれている市場環境に変化がないため、状況は変わらない（東京都）。
☐	通信会社（営業担当）	・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（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）	・ここまで悪いことはここ最近ではなかった。これ以上悪くなることはないと考えているが、良くなるにも時間が掛かりそうである（東京都）。
☐	ゴルフ場（経営者）	・特に好材料が存在しない。
☐	ゴルフ場（経営者）	・例年どおりであれば今月と大差ない集客を望める。8～9月の異常気象で県内に大きな被害が出たが、10月からの新たな値上げや継続する物価上昇、最低賃金引上げなど、対策に取り組まなくてはならない事案が多すぎて困惑している。
☐	競輪場（職員）	・状況に変化がないため、変わらない。
☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・年末は例年同様の稼働を見込んでいるが、大きな動きがあるとは考えられない（東京都）。
☐	その他レジャー施設〔映画〕（総務担当）	・秋から年末にかけての映画は余り作品がそろっていないため、来客数に大きな変化はなさそうである（東京都）。
☐	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・紅葉シーズンに入り、かつ、円安基調が続いていることから、インバウンド集客の活況は続く（東京都）。

□	美容室（経営者）	・この長雨が早く終わり、天候が良くなることを祈っている。
□	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏季講習などの客単価が前年より落ちている。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・物価上昇に伴う個人消費の低迷が続く（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・円安、世界情勢によるエネルギー価格の高騰の動向次第だが、大きく変化する兆しはみえない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・資料請求件数に変化がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・金利が上がり、銀行融資のハードルが高くなっているものの、法人の社宅需要及び富裕層の相続税対策としてのアパート購入需要は当分続くともられる。
▲	商店街（代表者）	・周りには石油化学の工場が多いが、各社の景気が余り良くないため、当分は良くならない。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・例年では高温障害、つまり暑さによる問題から水の問題にシフトする。今年も長雨による影響で、農産物の不良品や遅れ、欠陥が出てくるとみている（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今後も台風や天候不順の要素と、食品を始めとする様々な物の値上げが続くため、回復するとは考えられない。
▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・新規客の獲得は困難である（東京都）。
▲	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・売上減少に歯止めがかからない状況が続いており、高等教育機関における秋学期の教科書販売量も一層減少していることから、今後はやや悪くなる見込みである（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・度重なる豪雨被害が大きいことに加え、様々な商材の値上げが続いている。さらに、豪雨の影響により農産物も価格高騰が見込まれることから、県内の消費マインドは冷え込む。
▲	百貨店（財務担当）	・金利上昇や物価高により消費環境が悪化する（東京都）。
▲	百貨店（管理担当）	・物価高や為替の影響、ガソリン補助金等の懸念される要素が多く、少しでも状況が変化すると消費者の財布のひもが急激に固くなることが予想される（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・原材料価格の上昇が止まらない（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	・8月の旧盆から9月の大型連休にかけて安近短の行動が目立ち、年末に向けてますます節約志向が高まる。
▲	スーパー（役員）	・商品原価や人件費を始めとした経費の高騰で、収益が悪化している。また、消費者の節約志向は更に高まることが想定され、価格競争も激しくなる。
▲	スーパー（食品担当）	・世界情勢が悪化しており、今後も物価高が続く（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金や時給の大幅な引上げに関して、地理的に都内に近い地域のため、負担となっている。
▲	コンビニ（経営者）	・9月も降雨が多く、人の動きが悪い。
▲	コンビニ（経営者）	・現在、売上の的には前年比95％程度であり、5ポイントほど落ちている。これは天候によるところが大きい。2～3か月後は今よりもう少し寒くなるため、季節的にも例年同様に今月より悪くするとみている。前月比でも95％と落ちていることからみても、やはりコンビニの客層は少しずつ他の業態に流れている。
▲	コンビニ（経営者）	・10月も天候がどうなるか心配しているところだが、商材の値上がりや追い打ちを掛けており、景気が良くなる気配がない。その上、最低賃金も引き上げられるため人件費が増加し、事業の存続が厳しくなっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も価格改定の予定があるため、現状のままの状況が続く。
▲	衣料品専門店（経営者）	・9月に入り、天候の影響もあるが、いろいろな物が値上がりしていることもあって落ち込んでいる。今後も良い材料がないため、はっきりしたことはいえないものの、若干落ちるのではないかと考えている。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・新型車効果が薄れてくる時期であり、売上が鈍化すると予想している。
▲	乗用車販売店（営業）	・水害等が多く、今後の買い控え等が予想される。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・これから年末に向かうが、期待はできない（東京都）。

▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・中東情勢等、懸念事項が多い。物価上昇が消費活動に悪影響を及ぼす。
▲	高級レストラン（販売担当）	・インフレ基調が続き、世界情勢を含め明るい材料に乏しく、経済に息切れ感が出てくることを懸念する（東京都）。
▲	高級レストラン（経理担当）	・客単価や稼働率が頭打ちに近い状況のなかで円高傾向が継続すると、インバウンドが減少し、売上に対する下降圧力が懸念される（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・相変わらず金利と物価の上昇が続く見込みである。不安定な世界情勢の影響を受け、エネルギー補給路とサプライチェーンが十分に機能せず、経営において明日を見通すことさえ難しくなっている。
▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・値上げのニュースばかりが聞こえ、賃上げにつながる話は年内は聞こえてこない（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	・中東情勢が見通せないなか、物価高の影響を見通すことができない。
▲	旅行代理店（営業担当）	・円安が続くため、やや悪くなる（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇が止まらない。
▲	通信会社（社員）	・日米、日中関係に良化の兆しはなく、中途半端な円高傾向で経済の方向性も定まらない。改善に向かう兆候が何1つない（東京都）。
▲	観光名所（職員）	・今後の家計を見据えて外出する人が少なくなるとみている（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	・豪雨、地震など自然災害への対策について、今以上に考えていかなくてはならない状況である。経済にも大きく影響してくる。
▲	パチンコ店（経営者）	・物価上昇の流れが続いており、消費者の財布のひもが固く、消費気運が低迷する流れが続く。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価高が急速に進んでいるため、先々の景気が良くなることは考えにくい。生徒や親からもそういう話が出ている。
▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・依然として物価高やエネルギー関連の価格高騰が続き、豪雨によって故障した機械の修理費や、修理時期に見通しが立っていないため、先行きに不安が残る。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価の上昇に追い付かない。
▲	設計事務所（経営者）	・全体の単価の上昇、気候変動の影響による値上げ、また、各市町村での地盤と地域の対応などから、建築するようなムードになっていない。単価の大幅な上昇が最たる理由で、2番目が異常気象による影響である。自然災害が余りにも多いため、目的が達成できないという話をよく聞く。加えて人手不足も問題である。
▲	設計事務所（所長）	・受注が少ない。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の建築資材の需要はみえているものの、大口案件が少なくなっている（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・見積依頼があっても成約まで至らないなど、いろいろ話があるものの、途中で話が途切れてしまうことが多い。競争も激しくなっている（東京都）。
×	衣料品専門店（役員）	・諸物価高騰の影響により、衣料品に使うお金がどんどん減っていく。
×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は横ばいとなっている。
×	通信会社（営業担当）	・毎月値上がりし続けている。値上げの動きが続く限り、景気悪化は止まらない（東京都）。
×	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き、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。12月になれば降水量も少なく、例年であれば底堅い稼働が期待できるが、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、実質賃金の減少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。
×	設計事務所（経営者）	・事業計画見直しの速度よりも、社会経済のインフレ速度が速く、対応が追い付かないため、事業が進まない。

企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年受注量が増える時期であり、今年も受注予定が入っている（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・設備投資を開始し、修繕や社用車の買換えなどを検討している。仕事の受注量も増えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・天候の影響が多分にあるため、天候が回復すれば売上も増える（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・これから秋のイベントへの出店が続くため、売上増加を期待できる。
	○	食料品製造業（経営者）	・天候不良が回復し、秋の行楽シーズンが例年どおり活況となれば、少なくとも7月以前の景気には戻ると期待している（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・内示も考慮して、通常どおり1か月20日以上稼働日となれば、仕事量は春先や初夏と同等程度に戻る。
	○	不動産業（従業員）	・宿泊需要は引き続き堅調に推移する見込みである（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・来年3月に開催される2027年国際園芸博覧会に関する広報やPR等の業務が少しずつ発生している。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注量の動きからみて、やや良くなる（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・時代の流れで年賀状印刷の注文がほとんどなくなってきていることはやむを得ない。以前なら11～12月は忙しいはずだったが、近年は見込めない。個人の印鑑や印鑑リフォームの注文が少しずつ増えてきているため、相殺されて変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・最近、原料の値上げの話が出てきており、不安定な状況が続くそうである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注低迷を医療品容器の受注で何とか補っているが、数か月先の情報は余り芳しくない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・円安や不安定な世界情勢などの影響はあるものの、長引いていることによる経済の変動は少ない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連事業及び携帯電子機器向け製品の事業拡大のための設備投資が完了するまでは、現状の景気がほぼ維持され、大きな変化はないと予測する。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・売上は非常に伸びているものの、利益は出ない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの生産は当初の計画どおりに進む見込みのため、景気は横ばいで推移する。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・長雨による外出機会の減少や物価高によるサロン来店周期の長期化が収まらないことには、サロン専売品の売上は上がらない（東京都）。
	□	建設業（経営者）	・地政学的な問題が国内外の経済に影響し、景気は良くなったり悪くなったりする。国内においては現状がしばらく続く。
	□	建設業（経営者）	・自然災害対策や生産性向上に向けた設備投資など受注拡大の材料はあるものの、実感として発注者の動きは鈍く、回復傾向にはない。
	□	輸送業（経営者）	・受注状況から、引き続き好調を維持できる見込みである（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	・先行きが見えない（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は増えているものの、低迷が続いている。輸血量はなく、今後も現状のままだと予想している。
	□	通信業（広報担当）	・DX推進の気運が高まっている。一方で、原材料高や人手不足などの影響もあり、大きな伸びは見込みにくい（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢の影響で電気代や仕入価格の高騰は続くものの、小売業は、価格転嫁等の営業努力や固定客に支えられて持ちこたえている。また、製造業では、大手からの安定受注を背景に、材料価格の高騰を販売価格に転嫁して利益を確保できているといった前向きな声も聞かれる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・先の見えない受注予測からも、現状では今後大きく業況が改善する材料は見当たらない。年末に向けて増加要因があるものとみられるが、例年程度の伸び率にとどまるだろうとの経営者の声が多く聞かれる。

□	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件の入居率に変化はない見込みである。戸建て住宅やマンションなど住居販売を主とした不動産屋では、住宅の貸出し金利上昇の影響が出始めているという話がある。
□	不動産業（経営者）	・インフレ傾向と賃上げ傾向は続いているが、中東情勢、円安、米国の政策等で流れが変わってしまう恐れがある（東京都）。
□	不動産業（従業員）	・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）	・今後予定される契約更新テナントに対する事前打診の感触では、賃料アップの要請に応じてもらえそうなテナントもいれば、多少立地条件は悪くなっても、賃料の安いオフィスに移転する予定のテナントもいて、各社の業績により2極化が顕著になっている（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・取引先の様子としては、引き続き慎重な経営判断がみられる。一方で、秋から年末に向けた販売促進や新メニューの準備、新規案件の相談も徐々に始まっており、事業活動が大きく停滞する状況ではない。猛暑や天候不順などの要因も引き続き心配ではあるものの、急激に悪化する状況とまではいかず、例年よりやや控えめの発注数になると予想している。今後2～3か月で景況感が大きく改善する要因は少ない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・改善傾向にあるのかについては、四半期、半期単位での検証と総括が必要で、先が読めないというのが正直なところである（東京都）。
□	税理士	・円安が輸出企業、輸入企業双方に影響している。大手の輸出企業は1ドル100円の時代と比べて1.6倍のお金が入ってくるが、逆に輸入している中小零細企業では、仕入価格が1.6倍になっている（東京都）。
□	税理士	・年内残りの3か月で、景気に大きな変化はないとみている。株価はIT関連株によって大きな値動きもなく高値で安定している。円安もこのままの水準で変わらず推移する見込みである。日中関係は冷え込んだままではあるものの、インバウンドを中国に頼らずとも他国で成り立っている。原油価格の高騰についても補助金があり、石油関連商材の流通も案じたほど悪くはない。年内はほぼ現状のままで変わらない。
□	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	・良くなる材料が見当たらない。最低賃金上がるものの、可処分所得にどの程度反映されるのが問題である。
□	経営コンサルタント	・重油関係の輸入の問題で、多くの石油製品において値上げや品薄状態が発生しており、不確定要素が大きく、先行きは不透明である。中小製造業は先が見通せず、危機感がある（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注が増える見込みもあるが、来月からまた原材料等の値上げがあり、利益が増えない状態がしばらく続く。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・大きな変化はなく推移する。
▲	化学工業（総務担当）	・原材料価格の高騰の影響により製品を値上げしたが、その後受注量が減少している。
▲	金属製品製造業（経営者）	・今のところ単発受注が続いている状態で、生産計画を立てられるほど長期の案件や見込みがないため、やや悪くなると予想している。
▲	建設業（経営者）	・木造の新築住宅案件は全くなっている。
▲	建設業（営業担当）	・当社及び協力業者の人手不足により、受注可能な物件があっても手を出せず、現状請け負っている業務の工事完了を待っての受注活動となっていることから、短期的には良くならない。
▲	輸送業（経営者）	・取扱量の低迷、資材の高騰、人手不足などについて短期間での改善は望めない状況下、原油流通の不安定化、燃料への国の補助金の継続等、先行きの不透明感が増している（東京都）。
▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金引上げにより収益が圧迫される（東京都）。

	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後オイル関連の不足が起こるとみている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・経費削減のため一番最初に見直されるものとして広告宣伝費が多く、ネットプリント等の金額を抑えられる類似サービスへ需要が流出する傾向が今後加速する（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・インフレの影響と人手不足が続く。
	×	不動産業（経営者）	・23区内のマンション価格の下落や気候の影響により、一定の地域で地価が下がる傾向にある（東京都）。
雇用 関連 （南関東）	◎	人材派遣会社（営業担当）	・秋以降、人材ビジネス業界は繁忙期に入る。各取引先も繁忙期となるため、短期人材活用を含めて需要が高まる。外的要因が特になれば、例年どおり人材ビジネスとしては景気が良くなる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・各企業の給与が増えていけば、景気は良くなっていく（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼は堅調だが、中途採用は良い人がいればといった形のニーズが多く、正社員については厳選傾向が強い。そうしたことから、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・変化の兆しがみえない。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の影響、求人数の堅調な推移が変わらず続くことが見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・案件の問題もあるかもしれないが、求職者数が増加する要因は考えにくい（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況に変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな変化はない。省人化を図りたい、自動化を進めたいという話が出るものの、人材を削減するという話には発展せず、現場レベルでは人数を維持したい意向が強い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・下期以降回復するとの見通しを聞くこともあるが、明確な根拠はなく、現時点では不透明である（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・10月からの最低賃金の上げは、多くの事業者には負担が掛かる。さらに、公共料金の値上げなどが消費を鈍らせる（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・有効求人倍率のバランスが安定しない。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・先々の求人予定が前年より少なく、早めに年内求人をストップする予定の中小企業が多い。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比では微減傾向が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・米価は下がってきているものの、台風等の影響により青果物等の価格は相変わらず高い。賃金は変わらないため、景気は特に変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人に対する応募状況と、採用後の就業年数からみると、人手不足の状況は余り変わっていない（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・景気が良いという実感が全くない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に対して賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・次のピークである4月採用まで、緩やかに求人数は減少する見込みである（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響により製造業や建設業で資材が不足しているため、受注に影響があるとの話を聞いている。また、令和8年8月千葉豪雨や台風の影響も考えられる。
	×	*	*