

Ⅰ．景気の現状に対する判断理由等

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

1．北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・夏季は、国内観光の繁忙期であり、国内航空便については、全路線平均で高い搭乗率を維持するなど、堅調に伸びている。夏休みの帰省需要も好調に推移している。一方、国際便は、中国からの需要が減少しているものの、韓国からの観光需要及びゴルフ需要が伸びていることで、全体的には前年を上回る水準となっている。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・天候の影響もみられたものの、今年は9月の大型連休があったことで、旅客も車両も前年比で大幅な増加となった。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・ここ数か月、来客数と単価が上向きに推移している。ただし、金利が上昇傾向にあることから、伸びが鈍化し始めている。消費に対して、客が様子見る傾向がみられている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・例年9月は、夏休み後ということもあって、閑散期となるものの、今年は月末を迎えても来客数の落ち込みが余りみられない。夏休みをずらして、秋のイベントを目的に当地を訪れる客も多い。インバウンドは、アジア圏からの観光客に加え、国内線を乗り継いで当地を訪れる欧米からの観光客が増えている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価の上昇は続いているものの、以前と比べて、消費者の購買意欲が回復している。インバウンドの来店も安定的に伸びている。こうした状況はしばらくの間続くことになる。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・9月の大型連休が天候に恵まれたこともあって、帰省客や観光客が多くみられた。それにより、消費も活発になり、9月全体の売上の底上げにつながった。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月は大型連休があったことから、全体的に人の動きが活発であった。そのため、飲料やレジ横に陳列している商材の売行きが好調に推移した。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今年は9月の大型連休があったことから、インバウンドも含めた当地域外からの観光客の動きが非常に良く、消費も活発であった。そのため、景気は良い状態で推移している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売効果により、客の購入意欲が強まっている。来客数も増加しており、それに伴って商談の機会も増えている。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・9月の当地は、気温がそれほど高くなく、雨や台風の影響もほとんどなく、過ごしやすかったことから、客の来店動向や購買状況が好調に推移した。ただし、夏物商材は余り売れなかった。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・9月の大型連休の来客数は、お盆やゴールデンウィークと比べても多いほどである。特にインバウンドの来店が多く、直近では国内客を上回っている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年と比べて、観光客が多いことから、景気はやや良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・法人の先行販売状況は上向き傾向で推移している。これまでは、企業に一定の手控え感がみられていたものの、ここに来て、秋以降の案件が徐々に顕在化している。特に周年事業に関連した案件は活況を呈しており、記念イベントなどを含めた相談もみられている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・少しずつ乗務員を採用できるようになっていることに加え、4月からの値上げ効果もあいまって、売上が増加傾向にある。地域のイベントによる集客がみられたこともプラスであった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・端末の購入や料金プランの見直しに関する相談が継続していることから、店舗の利用客が安定的に推移している。客の様子をみると、最近は価格だけではなく、ポイント還元や金融サービス、映像サービスなども含めた総合的な価値を比較することが増えている。客の消費動向については、店舗や商圈による差はみられるものの、極端に落ち込んでいる様子はみられない。全体としては、客の慎重さはありつつも、需要は底堅く推移している。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・9月の天候が良好だったことから、当施設を訪れる観光客も順調に推移した。インバウンドは、多彩な国・地域からの利用があり、引き続き好調に推移した。国内観光客は、シルバー層や若者の小グループによる利用が多くみられたほか、売店では比較的単価の高い商品もよく売れていた。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・9月は、比較的天候に恵まれていたにもかかわらず、客の消費が伸び悩んでおり、売上は前年を下回った。特に駐車場の稼働率が低下していることから、燃料を始めとした物価の上昇が大きく影響していることがうかがえる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・有名な飲食店や菓子店には多くの客が来店しているものの、それ以外の店舗は相変わらず客が少ない状況にある。
	□	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年と横ばいで推移しているものの、来客数が減少している。
	□	百貨店（売場主任）	単価の動き	・ボリュームゾーンの客による購買額は減少傾向にあるものの、富裕層などの消費額の多い客による購買は好調であった。特に、ラグジュアリー、宝飾、時計などの高額品が好調に推移した。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・悪い意味で景気は全く変わらない。賃上げが物価上昇に追い付いていないこともあって、客から物価高で生活が困難という声をよく聞く。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・気温が低下していることで、秋物の動きが活発になっている。安価な商材だけでなく、機能性インナーやキャラクター商材など付加価値の高い商材の動きも良い。酒類は増税前の駆け込み需要が顕著にみられている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・買上点数の前年比が低下している。商品単価が上昇していることが影響しているとみられるものの、体感的には、それ以上に消費にブレーキが掛かっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年よりも天候に恵まれていることから、売上は前年を上回っているものの、物価高の影響で客の生活防衛意識が強まっている状況は変わっていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月の大型連休における人の動きが良かったことから、消費動向は良かったものの、当地の漁獲量が大幅に減少していることから、漁業関係者による消費の落ち込みが続いている。
	□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・観光客の動向に大きな変化がみられないことから、景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	単価の動き	・今年は前年のような残暑もなく、心地よい秋の訪れとなっている。そのため、秋物商材は比較的好調に推移している。ただし、客単価や買上点数は前年並みで推移しており、余り変化がみられない状況となっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・ここ3か月、新車、中古車の受注量に変化はみられない。これから秋の需要期を迎え、多少は販売量が増える見込まれるものの、大幅に上向くような兆しはみられない。経済に大きな変化が生じない限り、しばらくは同様の状況が続くことになる。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・売上の前年比をみると、3か月前と大きな変化はみられないことから、景気が良くなっているとも悪くなっているとも判断できない状況にある。セール期間中の特價商品の売上が好調であったことを踏まえると、客の節約志向は強いことがうかがえる。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊単価が上昇しているものの、旅行会社経由の客を中心に、来客数が少しずつ減少している。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・例年並みの来客数で推移していることから、景気は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・引き続き来客数が前年を10%ほど下回って推移している。九州ふっこう応援割に関する報道があったことで、問合せは増加したものの、販売につながるものではなかった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・9月のタクシー1台当たりの売上は、前年12月のタクシー運賃の値上げ効果もあって、前年比プラス6%ほどであった。稼働したタクシーは前年並みであったことから、会社の売上も前年比プラス6%ほどであった。乗務員の採用が順調な一方で、退職する乗務員もみられることから、在籍者の人数は若干の増加となっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・今年は漁港の水揚げ量が少なく、船団なども来ていない。当地は港町であることから、景気はそれほど良くない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客数が期待していたほど伸びなかったことから、余り変化がみられなかった。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・景気に大きな変化はみられない。ただし、僅かではあるものの、客の来店周期が短くなっていることで、売上が増加している。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・ここ数か月、売上が安定的に推移している。前年と比べても、大きな変化はみられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・一般住宅の着工数は、物価上昇の影響もあって、引き続き低調に推移しているものの、非住宅の建築物は、堅調に推移している。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・人件費や資材価格の高騰が続いていることから、新築住宅やマンションの価格が高止まりしている。また、住宅ローン金利も上昇傾向にあることから、客の購買意欲が低下している。
	▲	一般小売店「酒」（経営者）	お客様の様子	・周りから、物価高を嘆く声が多く聞こえてくる。客の財布のひもも一段と固くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・当地の新車及び中古車の受注量は、前年比88%と厳しい状況にある。物価上昇の影響により、特に高額商材で買い控えが強まっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・天候不順の影響に加え、今秋の値上げ品目が多いといったネガティブな報道があることから、客の購買意欲が低下している。
	▲	その他専門店「造花」（店長）	お客様の様子	・依然として、客の購買意欲が低下傾向にある。商品価格が上がっているにもかかわらず、売上は、価格上昇前と変わっていない。販売量は1割ほど減少している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・9月の大型連休の売上は見込みほどではなく、前年を下回った。周辺の宿泊施設では、9月の大型連休の利用客が多く、取引業者も忙しそうにしていたものの、当店は観光客の利用が少ないことから、余り恩恵がなかった。9月全体でも平日の売上が例年を下回るとみられることから、景気はやや悪くなっている。物価高の影響でスーパーの食品が軒並み値上がりしていることもあって、価格設定が高めの店の利用控えは仕方ない面がある。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・貸切バスの運賃改定や航空運賃の上昇により、当地を出発する企画旅行の費用が、初期見積りの段階で予算を超過することが増えており、計画を断念するケースが相次いでいる。地元中小企業では、コスト削減により、社員旅行を廃止するケースがみられる。また、高齢化に伴う町内会や老人クラブなどの地域コミュニティの衰退により、旅行を主催する団体も減少している。これらのことから、旅行の問合せ件数が減少している。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・季節要因により、売上は例年どおりに増加したものの、前年をやや下回った。消費に力強さを感じられないことから、景気はやや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・景気が全体的に上向いているわけではないことから、厳しい状況が続いている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・9月に入ってから、分譲マンションのモデルルームを訪れる客が減少している。金利が上昇していることで、住宅購入に慎重な客が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・今後も物価上昇と金利上昇が続くと考える客が増えており、高額な買物に対して、長期間の借入れをして返済することへの抵抗感が増している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安に端を発した物価上昇により、実質賃金が減少し、節約志向の強い状況が続いている。家計支出のうち、特に衣料品は節約対象になりやすく、客の買い控えが過去に経験がないほどの状況となっている。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・例年、季節の変わり目はオーダースーツ需要でにぎわいがみられるものの、半年前と比べても客の反応が悪くなっている。店頭では、客が価格を気にしている様子がうかがえる。物価が上昇しているなか、客単価を上げていきたいものの、むしろ下がっており、非常に苦しい状況にある。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・景気が余り良くなかった3か月前と比べても、景気は悪くなっている。新車、中古車の販売量は2割以上も落ち込んでいる。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物の生育状況をみると、早生種の生育が良好である。このまま順調に推移することで、一段と景気が上向くことを期待している。
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・当地への個人旅行客が増加傾向にあることから、当地での売上が比較的好調に推移している。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・各現場では、工事が順調に進捗しており、完成工事高は計画を上回るペースで推移している。さらに、民間デベロッパーによる大型開発案件の新規受注もあって、切れ目のない施工体制が続いている。管理技術者の現場稼働率もほぼ100%と高水準で推移していることから、利益確保につながっている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・農作物の収穫が好調に推移していることから、野菜の輸送量が前年から大幅に増加している。さらに、今後の収穫に備え、倉庫からの出庫を進める動きも旺盛である。また、紙パルプ関連の動きも堅調である。倉庫関連では、バターや粉乳などの乳製品、米が順調に数量を伸ばしている。鉄道の輸送障害の影響で、鉄道コンテナの取扱量は3割減となったものの、その分、トレーラー輸送に切り替える動きがみられた。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・農産物の収穫が好調なことから、物量が増加している。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・半導体関連産業やGX関連産業、副首都構想を巡る動きなどを受け、将来にわたって、関連業界を中心に景気が上向くことが期待できる。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・原価、人件費、諸経費の増加が企業の利益を圧迫している状況がみられるものの、製造業では価格転嫁が進み、販売量が回復傾向にある。ただし、非製造業では価格転嫁の進捗が停滞していることに加え、販売価格の上昇により販売量が伸び悩んでいる状況がみられる。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月は天候に恵まれ、イベントなどが順調に行われたことから、当社の売上も順調に推移した。
	○	司法書士	受注量や販売量の動き	・中古不動産の売買やリフォームなどの登記に関する売上が増加した。3か月前と比べると、個人、企業のいずれも不動産関連の取引がやや活発になっている。
	○	その他サービス業「建設機械リース」（営業担当）	取引先の様子	・人手不足や資材価格の高騰などの問題はあるものの、国内建設投資は引き続き堅調に推移している。
	○	その他非製造業「鋼材卸売」（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎月、案件が徐々に増えており、受注状況について、当初見込みを上回る数値となっている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人員配置の問題もあって、受注量、販売量に変化がみられない状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・案件は多いものの、対応できる技術者が不足しているため、契約件数を増やせない状況にある。そのため、景気は現状維持で推移している。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・OEM製品の受注が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築住宅の着工棟数は、前年とほとんど変わっていない。金利が上昇傾向にあることから、一定の駆け込み需要は生じているものの、地価が高騰しているため、戸建て住宅の床面積が減少傾向にある。また、高性能住宅が一般化していることで、熱源機メーカーや当社のようなパネルヒーターメーカーにとっては逆風となっている。材料価格の改定や人件費の引上げにより、製造原価が上昇していることもあって、大変厳しい状況にある。
	▲	司法書士	取引先の様子	・建築資材を始め、あらゆる物の価格が上昇しており、価格が上昇する間隔も短くなっている。このため、景気はやや悪くなっている。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・景気は大きく変わっていないものの、求職者の採用数がやや増加している。Webでの求人探しが中心となっているなか、フリーペーパーやリアルイベントを通じて応募する求職者が増えており、それで採用が決まるケースも増えている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は、業種を問わず、大きく変わっていない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・天候に恵まれ、農作物の収穫が好調に推移していることで、景気は好調に推移している。また、9月の大型連休があったことで、イベントなどの集客が好調に推移したこともプラスであった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体の求人数は前年を下回っているものの、小売業などの一部業種では、求人数が伸びている。また、医療や介護では、求人数が減少しているものの、企業からは、業界の人手不足が続いている状況は変わっていないとの話が多く聞かれる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における8月の月間有効求人倍率は0.72倍であり、前年を0.07ポイント下回った。一方、3か月前の月間有効求人倍率は0.71倍であり、前年を0.09ポイント下回った。水準は大きく変わっていないことから、景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は減少傾向にあるものの、季節要因などで求人数が増減する業種もあることから、景気の悪化によるものとはいえない状況にある。今後の物価上昇や人件費の引上げ、人口減少、少子高齢化などの影響を注視していく必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3か月前と比較して、求職者からの新規の面談申込みや登録の動きが目立って落ち込んでいる。企業の採用意欲は底堅く、求人数も多いものの、求職者の動きが鈍いことから、書類推薦や面接に進む候補者が集まりにくい状況となっている。人材紹介事業において、求職者の活動量の落ち込みは、数か月後の採用決定数の減少に直結することになる。求職者が、転職に対して慎重になっている様子がうかがえること、今後の自社の業績にマイナスの影響を及ぼす懸念があることから、身の回りの景気はやや悪くなっている。
	▲	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求職者について、60代以上の年齢層が非常に多くなっている。
	▲	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・正社員求人が減少しており、パートなどの非正規求人の比率が若干伸びている。正社員採用が抑制傾向にあることから、企業の事業活動が上向いているとは判断できない状況にある。
	▲	学校「大学」（就職担当）	求人数の動き	・人手不足を背景に、求人数は維持されているものの、求人数の伸び悩みや職種の偏りがみられるようになっており、企業の採用姿勢が以前よりも慎重になっている。物価高による企業収益の圧迫などの影響もあって、景気はやや下向いている。

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

２．東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東北)	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・各種大型イベント関連や連休等での需要があり、先行予約と直近の取り込みが好調である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドの個人予約が好調に推移している。欧米系の客の利用も好調である。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・入館者数は前年比125%である。9月の連休の入場者数としては過去最多となった。ファミリー層も多く、駐車場ではレンタカーに加え、西日本や九州ナンバーの車やバイクもみられた。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・旅行者が多く来店し、売上が上がっている。
	○	百貨店（経営者）	販売量の動き	・土日祝日を中心に県外からの来街者が増えており、食料品やイベントでの物販が好調に推移している。平日の来客数は減少しているものの、売上としては価格上昇分も含め前年を上回っている。
	○	百貨店（経営者）	来客数の動き	・春以降、来客数は前年比2けた増の状況が続いている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が上がっている。可処分所得が上昇していることが考えられる。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価、1品単価が上昇するなか、買上点数は落ち込むことなく推移し、売上は好調に推移している。
	○	スーパー（販促担当）	来客数の動き	・食品を中心に、特売品やお買い得品の販売点数が3か月前と比べて伸びており、来店客からは購買意欲が少しずつ回復している印象を受ける。特に値ごろ感のある商品への反応が強い。また、お彼岸や果物などの季節商材も動きが良い。週末や夕方にはまとめ買いをする客がみられ、必要な商品については価格を確認しながら購入する動きがある。一方で、物価高の影響から価格に対する意識は依然として高く、通常価格の商品よりも特売品やお買い得品に需要が集中する傾向は続いている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が上がっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候の影響もあってか、3か月前の初夏の頃と比べると来客数は前年比ではやや伸長している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・一部のたばこで値上げ前の駆け込み需要があり、売上が伸長している。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・例年よりも早く気温が低下し秋物需要が高まってきたなか、入替えを早めたことでニーズをとり込めている。
	○	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・残暑が厳しかった前年と比べて秋への移行が順調で、秋物が好調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の販売台数が前月より少し増えている。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・車の購入を検討する客が若干増加している。
	○	その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・客が他店やネットでの購入に流れているようで、来客数の減少が続いている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客が当施設の利用に慣れてきたことから、景気がやや良くなっている。
	○	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・9月の大型連休中の来客数は前年比102%となった。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・売上は3か月前比約27%増加している。特に宿泊売上の伸びが大きく、飲料や入浴などの主要科目も増加している。売店など一部で減少がみられるものの、全体として売上、数量共に増加しており、景気は上向いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・安定的に晴れ、台風の接近もなかったため、穏やかな夏の終盤から初秋となり、9月の大型連休中も多くの観光客がみられた。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、3か月前は95.9%だったが、今月は121.5%と上向いている。
	○	ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・直近の予約数が前年より増加している。
	○	競艇場（職員）	来客数の動き	・利用者数が増加し、売上も増加している。
	○	その他サービス「自動車整備業」（経営者）	販売量の動き	・販売単価は上昇し、契約件数や納品量も増加傾向にある。金利の上昇や賃上げに加え、原材料費や光熱費も上昇しているため、利益面ではまだ吸収し切れていないが、資金の回転は順調であり、業況は好調である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・値上げが常態化しており、値下がりすることはない。
	□	一般小売店「医薬品」（経営者）	競争相手の様子	・近隣に大型のドラッグストアが開店し、影響が出始めている。
	□	一般小売店「医薬品」（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比100.7%だが、売上は96%で、前年より40万円ほど落ちている。原因は客単価の低下と買上点数の減少とみている。
	□	一般小売店「酒」（経営者）	販売量の動き	・今月に入り9月の大型連休中も含めて急激に気温が低下し、悪天候も続いたことから、販売量は伸び悩んでいる。
	□	一般小売店「書籍」（営業担当）	販売量の動き	・当社は複数店舗を運営しているが、収支は前年と同程度で推移する店舗が多い。下回ったとしてもそれほど大きくはない。
	□	百貨店（企画担当）	単価の動き	・1品単価は前年とほぼ同様で推移するものの、1人当たりの購入点数が僅かに減少している。
	□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・来客数は増加傾向にあるが、売上が比例していない。物価高による買い控えの傾向がうかがえる。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月は4000品目以上の値上げがあったが、平均1品単価は前年比2%弱の上昇にとどまっている。買上点数、来客数は依然前年を割り込んでいるが、売上は前年並みに戻している。物価高による買い控えが進んでいるものの、売場で価格を抑えた販売品目を増やしたことが、買上点数の下げ止まりにつながりつつある。ただし、消費の傾向に変化はなく、厳しい状況が続いている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客は若干増えているものの、節約志向がみられ、販売点数は伸びていない。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・来店客をみると、生鮮食材を購入せず総菜や弁当で済ませる高齢者が増えており、値引きされた総菜や弁当を翌日分も含めて1人で2～3パック購入する様子が目立つ。特に値引きされた魚系の弁当に購買が集中することが多い。光熱費や食品価格の上昇による生活防衛意識の高まりの表れとみられる。
	□	スーパー（店舗運営）	来客数の動き	・今月は天候に恵まれず雨の日が多かったため、来客数が減少している。
	□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・物価高の影響による買い控えが続いている。
	□	スーパー（業務担当）	お客様の様子	・来客数は微減だが、売上は前年とほぼ同水準である。米の価格も安定してきたことから、単価も上がってきた印象を受ける。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商品の価格は上がっているが、客も慣れてきた様子である。物価高により客単価が少し上がり、売上は微増している。
	□	コンビニ（経営者）	それ以外	・売上は下がり経費が2倍になるなかで、人手は不足している。経営状態が悪い状況に変化はない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・販売量は横ばいで推移しているが、来客数の微減を客単価でカバーしている状況が続いている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・大きな変動はないものの、前年を下回らないよう日々努めている。物価高に加え、来月からは最低賃金が引き上げられるため、その対策もしなければならず、経営はぎりぎりの状態である。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・なかなか涼しくならないため秋冬物への移行が難しく、衣料品の売上が上がらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・来客数、販売点数共に減少傾向が続いている。売上及び来客数は前年比90%、販売点数は80%である。物価高に伴う商品単価の上昇により、売上は90%を保っている。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・高単価の新型商品の予約も含め、スマートフォンの販売が好調である。一方で、エアコン需要は終息している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・売れ筋車種はメーカー支援がなくなり販売量は落ちているものの、他車種の販売台数に変化はないため、全体的にみると変わっていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の配車量は安定してきているが、特に多いわけではない。また、エンドユーザーの都合により登録待ちの車両が増えており、利益になっていない。中古車の需要は増えているが、購入希望者とのマッチングがうまく進まず、収益的に伸び悩んでいる。
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・夏物の空調服の売行きが低調であった。今年の夏は前年と比べて涼しく、9月に入ると急に気温が下がったことから、夏物商材の売上はぼったり止まってしまった。前年は熱中症対策の義務化により関連商品の売行きが好調であったが、今年は各社に行き渡った感覚もあり動きは鈍い。ここ数か月の売上は横ばいで推移している。
	□	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数はここ数か月の減少傾向から下げ止まり、横ばいで推移している。目立った好転材料はないものの、減少傾向は落ち着いている。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客足が鈍い状況は変わらない。日常的に外食を控える状況にあるとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年並みに推移している。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・9月の大型連休中の来客数は多かったが、月単位でみれば良くない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・物価高や天候不順などもあり、景気は上向いていない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・燃油を始めとした物価高騰により、停滞ムードは変わらない。企業は好不調の2極化が進んでおり、動きが活発なのは一部の企業のみである。
	□	旅行代理店（従業員）	それ以外	・良くも悪くも変化はない。
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・サービスエリアの拡大で放送サービスの新規加入者は増加したが、インターネットサービスは若年層の加入が伸び悩んでおり、新規加入者数は伸びていない。固定インターネット回線の必要性や優先度はやや低くなっている。一方で、高齢者層では放送、通信サービス共に加入者数が増加している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数量は例年並みである。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・9月の大型連休は天候不順の影響により、例年を下回る結果となっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいの傾向にある。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、エアコンの省エネ基準の改定前の買換え需要が減り、コンロ、給湯器の買換えは多少増えている。リフォームは、物価高による買い控えや原材料、資材の価格高騰の影響による落ち込みが回復する兆しがみえない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上では、販売数の減少を単価上昇が打ち消す動きはある。しかし、物価高の影響が価格に顕著に表れたことで、来街者数が減少している。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・6月は来客数に若干の改善がみられた月であったため、3か月前比は横ばいである。ただし、来客数の減少傾向や売上が高単価の客層に偏っていることに変わりはない。
	▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・仕立てやカーテンの注文や予約が止まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品単価は上がっているが、客単価は上がっていない。米価は下落しており、売上を確保できていない。酒は値上げ前の駆け込み需要が全くない。客からは買物をかなり控えている印象を受ける。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・曇天や長雨の影響か、夜間と休日の来客数が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店の出店により、夜間の来客数が減少している。昼間は若干増えているものの、単価が落ちている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温が上がらず、週末の天候不良もあったことから、夏休みの行楽需要が不振になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数の減少を客単価の上昇で補い切れていない。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年より気温が低下しているにもかかわらず、来客数が大幅に減少している。特に礼服が前年の3割と厳しく、スーツの買換え需要も少なくなっている。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・上期決算セールを実施しているが、商品の入替えなどで新製品と旧製品の価格差があるにもかかわらず旧製品の処分が進まない。残暑が厳しかった前年と比べると8月末頃から夜が涼しくなったため、特に扇風機を始めとした夏物商材の処分が進まず、売上が厳しい。調理家電も新製品の入荷が進み、旧製品のお買い得感は増しているものの処分が進んでいない。来客数自体は前年より若干少ない程度なので、全体的な販売量が減っている印象を受ける。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車、中古車共に販売量は3か月前比99%とほぼ変わらないが、決算時期であることを加味するとやや悪い。メインである新車販売において、既存客への販売量は105%とやや良いが、新規客は78%と落ち込みが激しい。来客数も既存客は112%だが、新規客は88%と減少している。
	▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両販売についてはバックオーダーの車両生産が急ピッチで進み、登録に結び付いているため、ほぼ前年並みを維持している。一方、収益の柱であるサービス部門は、部品代や工賃上昇の影響により割安民間工場に入庫流出するケースも多く、ここ数か月で徐々に収益が減っている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・客は購入したマンションなどのインテリアオプション販売会などには参加するものの、購入金額は大幅に減少している。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・様々な商材の値上げを前にした特需は予想よりも少ない印象を受ける。地方での1番の関心事は今年の米の価格だが、購入者も生産者も様子見となっている。酒関連も動きはあるが大きくはない。月末ぎりぎりでも動く可能性もあるが、消費者の優先順位がより下がっているように見える。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・天候不順が影響し、燃料油の販売量は前年実績を大きく下回り、洗車台数も大きく減少している。売上は総じて減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・宴会の予約が例年より少ない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・節約できるようなルートを指定するなど料金をできるだけ安くしようとする客の様子がみられる。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高の影響を懸念し、新たな設備投資を抑制する傾向がみられる。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価の上昇が続いている。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・物価高の影響などもあるのか、そもそも観光に金を掛ける余裕がない人が多いとみている。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・今月は11年ぶりの9月の大型連休に期待していたが、秋雨前線や台風により天候不順となった。来客数は前年は上回るものの、11年前との比較では大きく下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価は前年比95%である。単価の高いパーマが前年比81%と激減し、カットやトリートメント等の施術への移行が多くなっており、技術売上の平均単価は前年比95.8%となっている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・客単価が低下している。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・天候不順により客足が悪くなっている。
	▲	その他サービス「寮管理」（管理人）	お客様の様子	・9月も多くの品目で値上げとなっており、加工品や菓子等食品の値上げも目立つ。寮に入居する学生の親からも、子供がアルバイトをしなければ学費の支払が厳しく、寮を出ることも考えなければならないという話を聞く。学生も大型連休中はアルバイトをしている様子がみられた。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁の応札において、最低制限価格同札抽選や低価格での応札が発生しており、受注競争が激化している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月は値上がりする商品の数が今年最大となり、客は買上点数を減らし消費を抑えている様子がみられる。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気が悪くなった1番の原因は雨の日が多すぎたことである。土砂降りになることも多かった。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・朝夕は涼しくなっても昼間が暑く感じる。なかなか涼しくならず秋物の気分にならないため、来客数は少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休があったため、連休前は消費を抑える動きがみられ、連休後は連休中の支出増加を受けた節約志向がみられる。来客数、売上、単価共に悪くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・食料品など生活に必要な物の値上げが止まらず、外食をする余裕がなくなっている。また、業者の納品数も減少しているという話を聞く。景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連事業を中心に、他事業の動きも活発化しているため、受注、売上共に良い状況となっている。
	○	その他非製造業「飲食料品卸売業」（経営者）	受注量や販売量の動き	・秋の行楽シーズンに突入したことと気温の低下が、日本酒の消費を押し上げる要因となっている。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・今年は長雨の影響により果樹全般の出来が今一つである。また、消費者に買い控えの傾向も見受けられる。しかし、良い物は継続的に売れる傾向もあり、全体でみると例年並みになっている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前半は動きが良くなかったが、9月の大型連休の土産需要が好調で、売上は前年を上回っている。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・9月の大型連休やイベント等で当地を訪れる客が増える時期は飲食店が好調である。ただし、土産品の売上には結び付きにくい。また、低価格帯志向もあり客単価が落ちている。
	□	木材木製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・6～7月と比べ8月は建築工事や合板等の大型納品が一巡したことで、売上、受注量が約3割減少した。地元工務店等の着工案件は前年比1～2割減少の低水準が続いており、景況感を底上げする大型物件も出てきていない。原木・製品市場でも他社の仕入れ抑制が目立ち、基礎工事向けの生コンクリート等を含め現場の荷動きは鈍い。価格の急落こそないものの、実需を伴う取扱量の本格回復はみられず、低調な水準のまま横ばいで推移している。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は秋のイベント告知の印刷物が多くなっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新製品開発に関する動きは若干活発になってきたが、既存製品の受注に関しては動きが鈍い。中東情勢に関連する調達リスクを慎重にみている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注はあるものの、低調な状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調で、工期に間に合うように入繰りをしている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・小口の受注契約のみにとどまっている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・増減の変化はないが、一定量の受注はある。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人件費を始めコストが増加しているなか、営業収入は料金交渉の進捗があり伸びている。最低限の利益確保はできている。しかし、貨物取扱数量は鈍化傾向が続いており、特に、令和8年熊本地震で被害を受けた熊本方面への農作物や米の取扱量が減少している。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先による値下げ要請の動きに変わりはない。
	□	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上がりの傾向は変わらない。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・今月から始まった大規模スポーツ大会の影響により、宿泊業は高稼働、高単価で推移しており、飲食店や交通機関にもプラスの影響がみられる。一方で、米の卸売は前年仕入れた在庫の損売りが始まり業績が悪化している。また、物価上昇の影響を受けて住宅着工件数は低迷が続いており、住宅ローン申込者数も減少している。企業の設備投資意欲や資金需要も上がっておらず、総じて景気は変わらない印象を受ける。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告市場は物価や原材料価格の高騰など経済環境が不安定であるため、広告費を増加する企業も少なく、前年実績を上回ることができない状況が続いている。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・顧客の様子にも変化はみられない。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・取引先の受注量や発注の勢いに目立った変化はなく、案件の動きや商談のペースも3か月前と変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・頻発する台風の影響もあり、観光地でのイベントが中止になるケースが少なくない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。建設業関係で、資材価格の高騰、人件費高騰などで工事の先延ばしや見直しを迫られて売上計上ができず、原価が先行して赤字となっている企業が多くみられる。製造業でも同じような状況だが、業種によりばらつきがある。サービス業、小売業は業績が堅調な顧客が多い。全体としては景気がやや悪い。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・雨の日が続いており、9月の大型連休も悪天候だったため、当地の観光施設や特産品販売店でも影響が出ている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	受注量や販売量の動き	・受注は順調であり量も価格も上昇している。中東の海峡封鎖による原材料、資材の入手困難が緩和したこともあるが、半導体・自動車関連の好調に引きずられて全体的な景況感は良くなっている。一方、資材価格は50%程度の高止まりで推移しており、利益増加にはつながっていない。さらに、好調な受注をこなそうにも人手不足から思うようには製造ができない状況がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いている。
	▲	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き合い案件数と受注案件数が減少し、悪くなっている。
	▲	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・花火大会や夏祭りといった夏のイベントは開催中止や規模縮小となったものもあり、秋の行楽シーズンに向けたイベント開催にも勢いがみられない。予算規模の縮小やスポンサー離れもみられる。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・農業団体から米価格の概算金が提示されたが、前年の半額程度まで下落している。物価高による生産コストの増加を考慮すると、収支は大幅に悪化する。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が大幅に減少しており、厳しい状況である。
	×	不動産業（従業員）	それ以外	・10月以降、各種金融機関の事業用ローン及び住宅ローンの金利は上昇傾向にある。分譲マンションの価格上昇も継続しており、中古市場を含め、出口顧客が価格上昇に追いついていない。

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
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人数、求職者数共に前年比ではプラス傾向で推移している。エリアによる大きな差もなく、各県で順調に進捗している。
	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求職者数の動き	・消費者の購買意欲が高まっている。周りを見ても高価なものが売れている。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数が2年ぶりに前年同月を上回っている。前月比でみると新規求人倍率は低下しているが、有効求人倍率は上昇している。製造業ではA I、自動車関係における半導体需要を背景に人手不足となっており、求人数が増えている。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が3か月連続で前年同月を上回り、連動して有効求人数も増加し、有効求人倍率が上昇している。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は3か月前より増加している。事業所からは、中東情勢の影響による資材の納入遅れなどが落ち着いてきたという声が聞かれ、一部で採用活動を再開、拡大する動きがみられる。
	□	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・特に中堅中小企業の状況が芳しくない。全産業で仕入価格が上がっており、利益確保が難しい状況である。大手企業は価格攻勢を掛けてくるため、消費者も安い大手を選んで、中堅中小企業の商品を買わない。結果的に業績も良くないため、雇用にも踏み切れない状況である。
	□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・当社としては売上が伸びているが、周辺企業においては退職者の補充等で求人を出していることから、景気が良いわけではない。
	□	求人情報誌製作会社 (経営者)	周辺企業の様子	・来月以降、賃上げによる人件費増加がある一方、経費改善の材料は余りなく、景気は変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・原材料費や人件費の高騰を価格に反映できず、業績が悪化している企業が多くある。
	▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・8月の有効求人数は前年同月比で減少し、有効求職者数は増加している。また、有効求人数と有効求人倍率は9か月連続で前年比マイナスが続き、総じて弱含んで推移している。
	×	アウトソーシング企業(経営者)	求人数の動き	・求人広告を出し、多くの応募者があったが、そのほとんどが副業希望であった。本業の収入だけでは生活が苦しくなっているのだとみている。

3. 北関東（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 (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	販売量の動き	・祭りがあった関係で需要がかなり多くなっている。
	○	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・値上げの影響はまだ続く。
	○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・9月は当地だけで見れば例年より雨は多かったものの、台風等の自然災害もなく、来客数は前年を上回っている。
	○	都市型ホテル (支配人)	単価の動き	・宿泊、料飲部門共に、客単価が上がっているため、やや良くなっている。
	○	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・成約に至らなくても、相談は増えている。
	○	タクシー(経営者)	お客様の様子	・昼も夜も全体的に動きが良かったので前年同月と比べて5%の増収である。
	○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・台風の接近による影響があったが、冷夏による過ごしやす気候と、9月の大型連休期間の来園者数増加などでやや良くなっている。
	□	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	お客様の様子	・今月は降雨日が多く、気温も下がってしのぎやすい日が続いているが、雨のため人の動きの悪い日が多い。主食の米価は値下がりが続いているものの、それ以外の品物は毎週のように値上がりしているため、買い控えが目立っている。特に、果物のなしやぶどうなどは買物せず横目で見ていただいているだけである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・値上げラッシュにより単価は上昇しているものの、買上点数がわずかに減少している。また、気候の影響による青果物の価格上昇も影響している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候不順が続いて来客数が落ちている。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・パソコンの販売数量が前年特需からの反動減の影響により、前年実績と比べると大きく低下している。一方、携帯電話や液晶テレビ等は単価が上昇するなかでも販売台数を維持しており、好調に売上を伸ばしている。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・この数か月、当地の産業、商業共に経済的な変化は見当たらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・普通車や一部モデルの販売低迷が続いている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・人の動きに目立った良い要因はないが、販売では、新規客の車両購入や既存客からの注文が少しずつ入る傾向にある。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・今月は降雨日が連続するという悪天候の影響が大きく、来客数の減少が大きなマイナス要因である。想定していた残暑による夏物商材の販売も想定以下となっている。
	□	その他専門店（総務担当）	販売量の動き	・売上が減少している。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・物価上昇は止まらず、インフルエンザの早期流行、何より気候の悪さが最大の影響である。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・給食部門では、年初より食材費の値上げは続いているが、秋口以降も多数の品目で値上げ予定がある。米価だけは値下がり傾向のため、これまでどおりの値上げ交渉がなかなか受け入れてもらえない状況で、収支面では厳しい状況が続くものと懸念される。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・3か月前と比べ、身の回りの販売単価が上昇している。自社サービスの料金は変えずに運用コストの削減を進めているものの、利益の改善は限定的で、料金改定を視野に入れている。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・米価の低下は好材料ではあるが、依然円安で仕入価格や肥料代などの影響から商品の値上げも重なっており、客の節約志向が変わる様子はない。
	□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・人気機種の新商品が発売され、販売数の継続的減少にブレーキが掛かっている。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・価格の高騰が影響して計画が進まない。
	□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・日本銀行の政策金利の引上げ発表前後で、駆け込みの顧客が成約となったが、特需か先食いのような動きで一時的なものである。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ほとんど動きがなく、店舗等について幾つか問合せがある程度で、事務所関係の出店等はない。アパート、マンション関係もここ最近では余り大きな動きはない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・対症療法的な依頼が継続しており、雨漏り等の何らかの事象が発生してから依頼案件が多くを占めている。先を見越したリフォームなどの依頼は相変わらず少ない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・長雨で行楽に出掛けられず、お茶を飲みに来店する客でにぎわいはあるものの、売上には結び付いていない。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・夏のピークが過ぎたことで売上が落ちるのは当然だが、やはり別の仕事に対する客のアプローチが減ってきている。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準とした売上達成度をみると、3か月前、今月共に数%下回っている。今年に入って6月と9月以外は前年を上回っているため、景気はやや悪いとした。お盆からの長雨の影響により、屋外の神社仏閣近くにある当店の売上は良くない。
	▲	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・大幅に値上がりしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・今月も来客数は前年を下回っている。9月の大型連休も台風の影響により、前年実績割れと厳しい状況である。
	▲	スーパー（経営企画）	単価の動き	・1人当たり買上点数の継続的な微減による。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今年は雨がやや多い。温度も下がっているため、冷たい麺や飲料、アイスクリーム等の売行きが落ちている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・お盆期間中の帰省や夏休みのレジャー需要が一巡し、人の移動や駅利用者が落ち着いたことで、当店の来客数の動きが鈍化している。帰省や旅行、学生のレジャー需要が減少したことで来客数は減少し、売上確保が厳しい状況となっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客が値段の高い物を買わなくなってきている。
	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・新築等の家電買換えの際、単価を抑える傾向が強くなってきている。高付加価値というよりコストパフォーマンス重視になってきている。単価が上がらないと前年維持が難しい。
	▲	一般レストラン[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・大型連休や悪天候の影響なのか、予約の入りが3か月前と比べて悪くなっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・9月の大型連休により団体旅行が減ったため、やや悪い。
	▲	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・長雨が続き、来訪者数が落ち込んでいる。日帰り客であれば容易に取りやめができてしまい、宿泊の新規予約にも影響がみられる。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・毎日のように雨が降っているが、タクシーの利用客は少ない。地方では送迎やレンタカーの利用が多い。例えばタクシーで片道5000円だと、往復で1万円かかるが、レンタカーでは半値で済むからである。景気の悪いときは、タクシーはぜいたく品になってしまう。ますます利用客はいなくなっている。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・仕入れのたびに価格が上がっているため、客が買い控えている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・このところ地元の老舗飲食店が相次いで閉店している。食材、燃料費高騰に加え、人件費増加が拍車を掛けている。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・受注、売上共に低下している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・以前と比べて来客数がかなり減少している。来店してもなかなか契約には結び付かない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・米は安くなってきているものの、食品の値上げ、特に青物野菜などの値上がりが続く、台風などの長雨も重なり、客足が減少している。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・9月までの予約は前年比110%程度で高い推移となっていたが、秋雨前線や台風の影響が大きく、キャンセルが多数出てしまっている。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前に懸念されていたサプライチェーン断絶のおそれは、現在は解消に向かっている。様々なコストアップ要因が懸念されているものの、設備関連の仕事で新規受注が動き出している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前期の設備投資は慎重だったが、下期に向けての増産対応、ライン改造に予算を付ける企業が複数出てきている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・消費行動は若干良くなっており、街中や行楽地にそこそこの人出があり、商店や商業施設等の買物行動に多少活気がみられる。また、中小、下請企業等の受注売上の業績も、最近の生産財の値上がりや為替変動にもかかわらず、落ち着いた堅調な推移である。
	□	化学工業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・業界全体の販売量は漸減傾向だが、当社は何とか販売量を維持できている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今までの流れと変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・先行きは少々心配だが、現状は変わらずに忙しく稼働している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量はそれなりにあり、4月から価格転嫁も進めているが、まだ思っているほど利益には反映されていない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産は、計画どおりに進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・9月は天候不順の日が多く、特に台風や大雨により、本来レジャー用品やキャンプ、バーベキュー用品等の動きがある予定だったが、大幅に落ち込んでいる。その分、涼しくなってきたことで、暖房器具、電気カーペット、ヒーター、石油ファンヒーター等の冬物商材の物量が早めに動き、全体的には前年並みの物量を確保できている。ただし、燃料価格の高騰やドライバー不足によるコスト高により、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・地元の経済関係者との会食で景気について話したが、結局どちらともいえず変わらないということで落ち着いた。今後どうなるかは先送りになっている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・天候不順の影響を受けた業種もあるだろうが、今のところ大きな変化はない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米穀業界では新米価格が暴落し、高値の古米を大量に抱えた業者は販売に苦戦し、処分に頭を抱えている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・7～9月と夏季休業や連休があり、受注量、販売量、取引先やその他の協力会社等も悪い状況である。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新たな設備投資計画を延期するケースが出てきている。
	▲	不動産業（管理担当）	それ以外	・資材価格が毎月上昇し続けているが、受注業務の値上げはそう簡単にはできないため、利益が減少傾向にある。退職者の補充もできていないため、新たな取引先から受注して売上増加を目指すことができない。
	▲	広告代理店（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社で発行しているタウン誌の広告出稿数が、9月に入って前年比15%程度減少している。2誌あるが、どちらも減少している。飲食店の減少は以前からだが、美容室の出稿数の減少が目立っている。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・9月の大型連休もあったため、販売員等の募集がかなり目立っている。台風の影響で被災した生産者は影響が大きく苦労している。ガソリン価格は落ち着いているとはいえ、公共料金でも電話など、値上げが多く、影響している。住宅関連も人手不足や材料価格の高騰もあって厳しい様子が見受けられる。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・特定の大手製造業では受注が増加し、安定的に人材のニーズはあるが、中小企業は欠員が出て既存社員でカバーするという企業が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・ホテル関係の取引先では、予算を圧縮したいということで、仕様の削減があり取引額が下がったところが2か所ほどある。ホテルの入込客数はさほど変わっていないと思うが、同業者に聞いても、やはり11月末で契約解除となるなどの動きが出ている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用者数に変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で2か月連続で増加したものの、微増であり、増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人状況にはさほど変化がなく、大きな影響がみられない。
	▲	＊	＊	＊

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

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始めたことから、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、化粧品などの動きも良くなり、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）。

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
	○	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まっている。
	○	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見える。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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・大候が落ち着いた日が続ぎ、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	・お彼岸に降雨が続ぎ、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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	その他専門店 〔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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他レジャー施設〔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で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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大候不順が続き、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、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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	ゴルフ場（経理担当）	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。ビク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。

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
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無いとの意見がある（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ない。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。売上ベ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付かず、利益率が悪化している企業が多い。

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
	□	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く（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、受注その後も問題ない（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）。

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
	▲	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付いていない（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）。

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
	×	—	—	—

５．甲信越（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 (甲信越)	◎	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・６月以降徐々に来客数や予約が増えており、９月の大型連休もあったことから売上は前年並みに上がっている。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・今月に関しては、８月と同じくらいの宿泊売上、収入があった。８月は１年のうち最も動きと収入のある月だが、それに匹敵する収入である。なかでも、９月の大型連休やアイドル系コンサート等のイベント開催で、県外からの客の動きが非常に多かった。客室単価も８月同様の高単価設定にもかかわらず、宿泊している。
	◎	その他サービス 〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は依頼が多くあった。
	◎	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・県内の製造業者は補助金の関係か工場新設や設備増設の動きが顕著である。相談や引き合いも増加傾向である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・空き店舗だったところに新しい店がオープンしたことで、街が幾らか活気付いている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・秋物婦人衣料の動きがあり、関連して服飾雑貨も堅調に推移している。９月の大型連休に企画した催事場の物産展も売上に貢献している。家電製品、地場産品、トラベル関連、生鮮食品も好調に推移しており、市内で使える地域共通クーポン券も売上増加に寄与している。
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年比では売上は９％増加、来客数は７％減少である。８月から老人ホームの食材の仕事が増え、８月分の請求は２８万円であった。また、車で３０分のホテルへの食材納品の仕事も増え、毎日ではないものの、１回につき５万円の仕事である。９月の大型連休は毎日秋祭りや敬老会の仕事で忙しかった。仕事が増えたと支払も増えるため、８月末に銀行から借入れもしている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・天候要因かもしれないが、来客の動きが良い。
	○	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年を超えてきており、売上が伸びている。
	○	その他専門店 〔酒〕（店長）	お客様の様子	・３か月前と比べると売上は良い。雨が多かったことや９月の大型連休と物価高で、家の中で消費する形が多く見受けられたことから、３か月前より良かったのではないかと推測している。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・例年９月は秋の紅葉シーズンと夏休みの間で客の来訪が減る時期だが、今年は大型連休のお陰で売上が非常に伸びた。また、連休が長かったため遠方からの客も多かった。
	○	タクシー（経営者）	販売量の動き	・秋の観光シーズンを迎え、観光客数が増えている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規エリアでの獲得も要因だが、既存エリアでの掘り起こしが好調で、新規申込みが増えている。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・今月は晴れの日が少なく、曇りや雨天の日が多かったため、ボウリング場は室内レジャーであることから、週末を中心に集客ができた。また、９月の大型連休もあったことから、かなりにぎわっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・２０１５年以来、何と１１年ぶりの９月の大型連休となり大いに期待していたが、天候に恵まれず期待はずれになっている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・雨続きで猛暑も落ち着きエアコンの動きも静かになっている。消費者は商品の値上がりにも慣れてしまったのか、買い急ぐことも買いだめの動きもない。消費への関心がみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・物価高による買い控えの懸念はあるものの、イベント等グッズの売上動向は悪くない。購買意欲の大きな部門も見受けられ、総合的な判断としては変わらない。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・天候不順も影響し、来客数などの減少、値上げによる買上点数の落ち込みから、客の節約志向は強い。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来店数の減少、買上点数は増加して買物頻度が低下する傾向は直近数か月よりも深まっている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商材単価上昇による買い控えが見受けられる。客単価は低下している。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらず、客単価を上げる施策が必要である。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・今月は比較的前半は涼しく推移したので、前年と比べれば少し落ちている。客は、気温が高く暑いと出てこないし、寒いとある程度出てくるが暑いときに売れる商材は売れない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・近隣で競合店の閉店セールがあり、その影響により当店の売上、来客数が減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車価格や整備料金が上がるなかでも、販売台数や入庫数は増加傾向にある。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・良くないまま安定してしまった感じである。物価高で財布のひもが固くなっているが少しずつ戻ってくるだろうと考えていたが、今のところ固いままである。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・9月は天候が悪く、宿泊予定者のキャンセルが続出し、集計しているところだが売上が前年同月比で大幅に減少する見込みである。特に、アウトドアや登山客向けの宿については、天候理由でのキャンセル料を受け取っていないことから、予約は好調で満室の日も多かっただけに残念である。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前が良かったこともあり、その状況から大きく変化はしていない。しかし、11年ぶりの9月の大型連休があったこと、周辺でのイベントも多数開催されたことで前年比では大幅に伸長している。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・9月の大型連休があったものの客の動きは変わらず鈍い。物価上昇や先行きの不透明感が強いようで、自宅で休暇を過ごす人や安近短の日帰りが目立っている。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・このところ食品の値上げに続いて電気代、ガス代等、いろいろな値上げの情報がある。景気は決して良くない。
	□	通信会社（社員）	来客数の動き	・市場動向も変わらず上向いてはいないためである。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・観光事業は天候に左右されることが多い。今年は大雨や台風ばかりで、天候に影響を受けている。せっかくの9月の大型連休も降雨により伸びはない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	単価の動き	・平日来場者の高価格帯の食事のオーダーの減少やプレー単価の低下、土日来場者の客単価上昇が継続している。
	▲	一般小売店〔文具・事務機〕（経営者）	販売量の動き	・9月は予想より天候が悪く、全国各地で水害等の災害が報告されている。来年度予算の見通しは過去最高額といわれているが、災害補助に相当流れ、一般の事務機器等の予算は少なくなりそうで心配である。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年と比べて来客数が伸び悩んでおり、いろいろな商材も値上がりしていることから、今後は売上の伸びは厳しくなる。寒くなることもあり、しばらくは悪くなる条件しかない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温、気候の状況で客入りが下降気味である。今月は例年より寒さが早めにきていることから飲料などの売行きが伸びていない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月の車検、一般整備は目標の80%となっている。車両販売は相変わらず低迷している。あらゆる物価が上昇して車両購入を抑える人が多い。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏のお盆や9月の大型連休と動きが多かったためか、平日はとても静かなことが多く、平均すると景気は余り良いとはいえない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	競争相手の様子	・会員制ゴルフ場であるが、ここに来て稼働会員数が明らかに減っている。いよいよ高齢化による市場縮小が始まった模様である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・9月は音楽やダンスのイベントで集客を図ったものの、大型連休期間を含め天候不順が続いたため、来場者数に大きな伸びがみられなかった。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は増加している。納期が逼迫した注文内容が増え、勢いのある取引先が増えている。
	○	電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注につながる問合せが若干多くなっている。
	□	その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	取引先の様子	・9月の大型連休と台風の影響で小売店は集客が難しく、売上の伸び悩みから仕入意欲は減退しており、売上は前月比で減少している。ただし、前月までの受注が好調だったこともあり、それらの商品の納品により、前年比では若干伸びている。
	□	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・前月と比べて物の動きは余り変わらない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業はA I関連は改善傾向にあるが、それ以外の分野では改善が遅れており、コスト高の影響もあって全体では横ばいである。非製造業は観光関連は天候の良かった時期の高原には順調な人出があったが、9月以降は天候に影響され伸び悩んだ模様である。物価高で消費者も節約志向が続いており、マインドも慎重姿勢が続いている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・中東情勢や物価高騰が収まる気配がなく、家計を圧迫している状況が続いている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・年末に向け、見込みなどの依頼が増える時期であるのに、余り問合せがない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・店頭商品の受注量も減少している。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注金額に変化はないものの、大口工事の件数が少なくなってきた。
	×	食料品製造業（製造担当）	取引先の様子	・消費者は安い商品を選んでシビアに購入している。スーパーも客を呼び寄せるのに大変苦労している。そのなかで値段の高い物は場所の確保や数量をさばくのが大変である。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・月間有効求人倍率が月を追うごとに上昇している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・毎月同じ状況が続いており、人手不足ではあるものの、就業先がなかなか決まらない人も少なくない。条件が合わず、折り合いが付かないことが多い。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・為替相場、金利の動向、長引く原材料費等の高騰のほか、中東情勢についても依然として不透明な状況にあり、企業においては引き続き収益の見通しの判断がしにくいことが予想されるものの、製造業を中心にA Iや半導体関連の需要拡大などによる改善傾向がみられ、求人も増加傾向にある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・業種により異なるが、現場の作業求人にも少し陰りが出てきたようである。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)	◎	都市型ホテル（従業員）	お客様の様子	・単価が2000～3000円高くなっても宿泊客は減らない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会の影響が大きい。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・国内外での異常気象により、休日の過ごし方が激変している。当地域は恵まれた天候で、来客数が増えている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・9月の大型連休は人の動きが非常に良かった。出掛けることに対して前向きな様子がうかがえた。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・改装、陳列替えを実施した店舗で来客数が増えているが、販売促進を強化している既存店舗でも週末を中心に増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・企画に対する客の反応が少しずつ良くなってきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・立地条件が良いからか、売上は伸びてきている。前年と明らかに違うのは、礼服の販売量がかなり伸びている点である。前年は家族葬など小規模の葬儀が行われていたが、状況が変わったのか、今夏辺りから礼服がかなり売れており、単価が高い物も動いている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会の開催に伴い、宿泊部屋の稼働率が非常に高い。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は9月の大型連休とアジア・アジアパラ競技大会があり、良い影響を受けている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・アジア・アジアパラ競技大会の真っ最中であり、大多数のドライバーが大会関係者の送迎に駆り出されているため、タクシー会社やドライバーはかなり潤っている状態とみる。一般利用者の市場もかなり潤っているはずだが、これはアジア・アジアパラ競技大会期間中に限られたことであり、良いのは今の時期だけである。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数はさほど変わらないものの、新規契約数は増加傾向にあり、折込チラシやSNS広告への反応なども含めて、上向いている。
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホームケア商品のキャンペーン中であるため、セット販売が順調である。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、ギフト関連商品を販売している会社では客が2極化しており、高額なプレゼントを購入する客と予算を厳しくしている客が半々になっている。基本的に2極化が進みながら、総合的な売上は変わらない状態が続いている。消費税の動向も現時点では変わらないため、客の財布のひもは少し固い。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・販売量はほぼ横ばいである。今月は敬老の日、お彼岸と物日が続くが、以前と比べて敬老の日への注文は減っている。お彼岸の花は前年と変わらず、まずまずの売上であった。値段は据置きにしている。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客数が伸びない状況が続いているため、飲料の販売も引き続き悪い。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・当地域はアジア・アジアパラ競技大会もあり、多くの客が食料品を中心に、土産などを購入している。一方で、大雨や洪水等の天候不良により、気象予報や実際の天候に左右されている状況で、天候が良くない日は来客数や売上の落ち込みが目立っている。株高も一服している状況であり、高額品の需要も落ち着いている。
	□	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・前年より売上、来客数共に減少している。9月前半に発生した豪雨の影響もあり、店舗でのイベントや大型連休も期待したほどの集客にはつながらなかった。ただし、高額品や自家需要向けの商品は購入がみられ、気に入った商品は購入される傾向がある。
	□	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・雨天の日が多いことが、客足の鈍さに影響している印象を受ける。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・相変わらずセールの日には客が集中している。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・毎週のように値上げが続いている。値段が下がったのは米だけである。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・祝日が多くあったり、雨が降ることが多かったりしたため、来客数はいつもの月より多い。
	□	スーパー（販売担当）	単価の動き	・単価が低い商品の動きは良いが、高額商品などは動きが悪い。広告に掲載された商品のみを購入する客も多く、無駄な物を買うことを控えている様子である。
	□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数はほぼ全ての店舗で減少しており、この傾向は継続している。これに対し各単価は上昇しており、売上は前年並みか前年を若干下回る程度を維持している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・相次ぐ商品の値上げにより、主力商品であるおにぎりや弁当、麺類などの販売数が前年比では減少している。パン類は比較的価格帯もラインアップがあるため、代替としてこちらに移行している分売上が上がっていたが、9月からの値上げにより少し影響が出てきている。客単価は伸びているが、販売数が思うようには上がらない。
	☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ数か月は商品値上げ等の影響もあり、売上が前年比約2%減少、来客数は5%減少で推移している。値上げ分の売上を考慮すると、全体的に1割程度減少している。
	☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月に限って言えば天候が余りに悪すぎる。連日雨ばかりで、来客数の面で厳しい月であった。
	☐	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・値下げされていても飛び付かず、本当に必要な物しか購入しないという手堅い消費動向がある。常連客の傾向として、周辺地域に仕事が少なく他府県への出張が増えているケースが見られる。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・客が購入するのは必要最低限の物にとどまり、それ以上は提案しても、検討しますとの返答があるのみである。
	☐	家電量販店（店員）	単価の動き	・前年と比べて売行きに差がない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
	☐	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・今月は比較的全体の動きが良くなった。涼しくなったため、季節要因とも考えられるが、それ以上に客の動向に勢いが出てきたとみる。ただし、列になって売れるほど好況というわけではない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話の中で、生活に関わる商品の価格が上がってきているため、今まで買っていた商品ではなく予算に見合った商品に替えていると聞く。今まで買ってきた物はもう買えないという、諦めに似た話も出ている。生活防衛のため余分な買物はせず、余り景気が良くなるような話は聞かれない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種以外は販売停止も解除され、徐々に新車が購入ができるようになり販売台数は前年並みを確保している。ただし、人気車種の多くは相変わらず販売停止が続いている。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売台数は増えても減ってもおらず、横ばいが続いている。売れてきているという感じもなければ、全く売れないということもない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・当地域では豪雨の被害が多かったため、その分販売台数も伸びた。
	☐	その他専門店「雑貨」（店長）	販売量の動き	・当地域の中心部ではアジア・アジアパラ競技大会により他府県・海外から観光客の流入があり、土産物関連の販売が好調である。
	☐	その他専門店「書籍」（社員）	販売量の動き	・教育機関における秋学期の販売量が順調に伸びている。
	☐	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・物価上昇と豪雨、雨天続きの天候不順から、平日の客足が伸び悩んでいる。週末の集まり、ハレ需要はおおむね好調に推移していることからメリハリ消費が鮮明になっている。
	☐	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は大型連休があった。約10年ぶりとなる5連休であったため、その影響により多くの来客があった。ただし、この先は分からない。
	☐	その他飲食「仕出し」（経営者）	お客様の様子	・多くの物価が上昇しているため、生活に必要な金の配分がおかしくなっている。
	☐	その他飲食「ワイン輸入」（経営企画担当）	お客様の様子	・9月より価格改定を行い値上げを実施したところ、販売数量は微減であったが、金額では前年比101%とプラスを維持した。客も値上げにより購入を控えるというよりも、代替品を探す意欲は残っており、購買意欲は依然として高い。
	☐	都市型ホテル（社員）	来客数の動き	・例年この時期は余り良くないが、今年はアジア・アジアパラ競技大会の開催と大型連休のおかげで多少良かった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会が開かれているが、宿泊価格を上げると途端に予約の入りは弱くなる。
	□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・主要駅から20分ほど離れた駅の構内では空き店舗が目立ち、テナントの出入りが激しい。最近開店した高単価で旅行客をターゲットとした飲食店は昼間でも閑古鳥が鳴いている。一方で、カプセルトイの無人店舗には客も多く、購買層や単価の違いによる景気の差がみられる。今後も飲食料品の高騰がこのまま続けば、飲食店消費の臨界点が来るとみる。
	□	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・台風や大雨のような天候不順や円安、物価高騰やインフルエンザの流行など旅行の催行を左右する事項がめじろ押しであるが、それでも客は旅行を中止する様子はない。やむを得ず断念する人もいるが、旅行を取りやめる人は少ない印象を受ける。秋の旅行シーズン到来で需要は減っていないことを考えると、景気は大きく変わることなく微動程度で推移しているとみる。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・前年と同様の状況である。
	□	パチンコ店（従業員）	来客数の動き	・近隣に同業他社が開業したが、さほど影響がなかった。
	□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	それ以外	・当地での新規事業として、貸別荘事業への投資が複数件進んでいるようである。先々への期待はあるものの、現状ではまだ変化は見られない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客が、物価が高くなっているという話題を挙げるものが多くなり、余り景気が良い印象は受けない。
	□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・9月の新規来客数は、不動産売買相談では売却2件、購入1件、契約0件、賃貸相談では2件、契約1件であった。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量の変化はない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・金利不安などから先買いもあるが、買い控えする人が多い印象を受ける。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・原価が余りにも高騰しすぎている。
	▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・長雨の影響もあるだろうが、これほど客足の鈍い月は初めてだった。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は余り変わらないが、昼間は来店が多い。閉店1時間前になると、ほとんど客がいなくなる状態が続いている。若い客の来店はあるが、欲しいブランドの在庫がないため売上に結び付かない。高額商品が売れず、商品が売れても単価が低いため、売上は厳しい。9月の大型連休で、土日は結構売上が良かったが、その他の日は平日並みの売上しかなく、来客数を見ても余り混んでいるという印象がなかった。
	▲	百貨店（経理担当）	それ以外	・依然として続く物価高に加え、台風や豪雨等による生鮮野菜等の高騰や外出控えが重なり、個人消費は更に落ち込んでいる。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・今月は雨が続き、目的買いをする客以外の来店が減っている。
	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の出店や価格訴求が強まる中、客の節約志向や買物先の選別が進んでいる。特に食品については価格への反応が強く、売上を確保するためには単純な値下げではなく、品質や品ぞろえ、サービスを含めた価値を伝える必要がある。また、人手不足による現場負担も大きく、景気の先行きについてはやや慎重にみている。
	▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・栗やりんご、みかんの初物が入荷したが、豪雨による葉物野菜の価格高騰が非常に厳しい。レタスやネギ、キャベツなどが長野の1か月近い長雨による直接的な影響を受け、著しく高価格になっている。
	▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・長期的に雨が続けているため、来客数が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・今月の長雨による野菜の価格高騰、特に葉物の価格と品薄が販売に影響を与えている。また、米の価格も、2年前の水準に戻っただけで割安感はない。しかし、当地域の指定ゴミ袋の品薄は落ち着いた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・ 今月は、交通障害を伴う天候不順による影響が顕著であり、来店に支障が出ている。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・ 9月の売上は前年比100.3%となった。内訳は客単価が106.1%と伸びたものの、来客数が94.5%と大きく落ち込んでおり、深刻な状況である。この来客数減少の背景には、9月の晴天日が僅か3日のみにとどまるなど、天候不順により客足が遠のいたことが挙げられる。こうした厳しい天候の影響は小売業全体に及んでおり、業界共通のダメージとなっている。なお、今回の天候不順は事前の想定を超えており、景気悪化につながると危惧している。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・ 介護用衣料関連の売上が減ってきている。年間通して余り減らない分野だったが、生活必需品の需要が減ってきた。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・ 来客数が減っている。元々目的買い中心の客が多いが、電池や蛍光灯などの小物を購入する客が減っている印象を受ける。大物は前年並みに売れているため、売上は微減で済んでいるが、それも故障で必要に迫られて購入する人がほとんどである。大物まで売れなくなると厳しい。
	▲	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・ エアコンやパソコンの動きが止まって、単価が大幅に下がっている。そのため、全体の来客数も下がっているが、購入する商品の単価が著しく低い。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 今月は商談数も少なく、全体的に盛り上がりには欠けた状況であった。
	▲	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・ 客単価が、1000～2000円ほど下がっている状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ 客の会話を聞くと、金を使わないよう節約を頑張っているとの話である。
	▲	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・ 天候も悪く、8月の反動から客が大きく減った。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 特殊要因かもしれないが、アジア・アジアパラ競技大会が32年ぶりに日本で開催されている。当地域のバス会社はほとんどのバスを大会関係者に回しているため、この地域からの旅行者が非常に少なくなっている。また、団体旅行が減っていることから、企業業績が悪化しているとみる。今月は需要が乏しい月となってしまった。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・ 今月は残暑の厳しさが例年ほどではなかったが、雨が降り続いて集客が激減した。9月の大型連休に期待したが、これも天候に恵まれず、イベントが満足に開催できなかった。
	▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・ 毎年この時期は閑散期のため、どうしても景気が悪くなる。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・ 客が余り来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・ 物価の上昇が1番大きな要因である。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・ 客からは、景気が良くなるような話は聞かない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・ 当地域では、物価高などへの対策支援事業でプレミアム付商品券が配られ、それを利用した仕事が増えている。物価高への対応策の結果がこれほどすぐに出たのは初めてであり、新規客の獲得に寄与している。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・ 金利変動により、住宅購入時の消費行動に変化が現れ始めている。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・ 同業者内の廃業、業態変更等が相次いでいる。後継者等がいるにもかかわらず、業績が伸びず先行きが不透明ということからの撤退である。地方の中小企業の景気は相変わらず低位で推移している。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 中東情勢不安定化の影響により、余りにもいろいろな物の価格が高くなり過ぎて、生活防衛のため非常に消費マインドが低い印象を受ける。
	×	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・ 猛暑が終わった後も長雨であり、商店街は大変である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・9月は雨の日が多く、気温も低めで飲料やアイスクリーム類の売上が悪く、売上全体も大きく減少した。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・9月は天候不順が多すぎて正確な判断は難しいが、客の様子から明らかに家計が苦しいことが分かる。
	×	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・仕入メーカーから廃業の連絡があり困っている。景気が悪い上に、客も減少しているため、新規メーカーに依頼する気持ちになれない。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価はどんどん上がっている。一方で給料は増えておらず、景気は悪化している。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・8～9月は雨の日が続く、客足がとても悪かった。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・悪いままの状態が続いている。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・8月は地震や大雨等によって荷主からの引き合いがかなり減少し、ほぼ止まったといっても過言でない状態であった。しかし、9月に入り、出荷量は少しずつ回復してきている。9月の大型連休は普通に稼働しており、今月はそれなりの状況で着地する見込みである。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・輸出については若干の増加傾向がみられるが、国内の販売量に大きな変化はない。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・金利が上がっており、NISAだけでなく預金にも分散する気運がある。また、金を持っている人には高金利の定期預金が勧められており、景況感的良好なムードである。若年層のローンを抱えている世代には厳しいが、金利のある時代というのは経済を感じる時代で、数十年ぶりに金利計算をしている人も多いとみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・A I データセンターで使用される記憶装置に使われる材料に関係する分野と、中国依存脱却を進めている磁石分野での増産が進んでおり、使用される耐火物の受注量が増えている。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物件の動きが若干出てきて、工場への投入が増えてきたが、これから年末に向けた動きとしては例年どおりと捉えている。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米系企業を中心とした半導体関連案件の受注は、やや落ち着きがみられるものの、例年と比較すると引き続き高水準で推移している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・良くも悪くも変化が乏しい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降や今月までの動きを見ても、生産量、販売量共に横ばいが続いている。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・仕事の引き合いはコンスタントに来ているが、増えたという実感はない。
	□	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価高の影響を受け、各地の業者から値上げの案内が届いている。来年度予算を立てるに当たり、金額が上がっているため、客側で予算を捻出できるかが不透明であり、受注金額としては上がっているが、それがもうけにはならないため難しい。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇による買い控えで、非耐久消費財・耐久消費財共に荷動きは低調に推移している。
	□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・前月と比較して国内物量が伸びていない。
	□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・使用する燃料について、中東情勢の不安定化に伴い原油価格は高騰しているものの、政府からの補助金が増額され、インタンク向け燃料価格は、前月と比較してほぼ変わらず、余り状況に変化がみられない。
	□	通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・民間企業の情報システムを更改受注したが、客の予算範囲内での更改であった。予算が7年前の現行システム導入価格であったことや半導体値上がりの影響を受け、2年前に提案した新機能の半分程度しか具備することができなかった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・2極化が進んでおり、大企業などで給料が増えている人はある程度良い生活ができるものの、現状で手取りが増えていない人はできるだけ生活費を抑えて過ごしている様子である。
	□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格面では発注者から請負業者への配慮がみられるようになってきたが、人件費や外注費も上昇しており、残る利益面への貢献には至っていない。
	□	不動産業（職員）	取引先の様子	・管理物件の集客状況については特に変化がなく、相変わらず好調に推移している。特に駅周辺は好調である。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・顧客である企業側に特に新しい動きはなく、落ち着いた印象を受ける。特に紙媒体の広告は、ほぼ変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・顧客の動向や物販量は平月の平均で推移している。前年と比べお盆期間に外出する客が多かった。
	□	行政書士	受注価格や販売価格の動き	・タクシー運賃が右肩上がりである。また、相変わらずドライバー不足の声は上がっている。物流業者では、課題としてドライバー不足と後継者問題を掲げる人が多い。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・賃金等の物価上昇を価格に転嫁することが進んでいるが、そのスピードはゆっくりである。
	□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来の取引先関連から新規の仕事が入ってきている。中国から引き上げた業者の仕事が入る等、円安は多方面において我が国の景気を回復させるとみる。中国における仕事を引き上げた会社が2000社を超えているということで、今後も期待できる。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・天候不順や物価高騰などから、消費意欲は極端に減退している。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・連日のゲリラ豪雨や台風の被害、物価高、燃料価格の高騰、円安の進行等の影響により、現状の景気はやや悪い。当地域で開催されているアジア・アジアパラ競技大会の影響はほとんどない。
	▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響により、7月までは樹脂容器の注文が多い状況であったが、実需に加え在庫積み増しを目的とした注文も多く含まれていた。その反動により、8月以降は在庫調整の動きが見られ、受注量は減少傾向である。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・需要の減少が大きい。中東情勢で止まってしまった案件なども影響しているとみる。
	▲	鉄鋼業（従業員）	それ以外	・新設鋼橋の発注量や民間建設投資、鉄骨需要は依然として低迷している。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・長雨のため野菜の価格が高騰している。
	▲	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が多く、外出や遠出をする人が減少傾向にある。今月の売上は前年を下回っている。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・業種によって差はあるが、天候不順の影響により、B to Cの業種は、前年比では売上が若干のマイナス傾向にある。特に、飲食業や建設業などはその動きが顕著である。また、金利上昇の影響もあり、法人が積極的な設備投資を控える傾向にある。来客数なども減少傾向にあり、3か月前と比較するとやや悪くなっている。
	▲	会計事務所（職員）	それ以外	・刃物や材料など生産に使用するあらゆる物の値上がりが続いており、受注先に値上げ交渉はしているものの、正直追い付いていない状況である。また、10月より最低賃金の引上げもあり、経営状態はますます厳しくなるとみる。資金に乏しく、原価の値上がり分を売値へ転嫁しづらい中小企業にとっては、強制的に給与の下限を上げられると利益を減らして吸収するしかないのが現状である。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。引き続き仕入価格も上昇しており、更に景気は悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・物価高騰に対して、消費者の危機感がなくなり、諦めムードになっている。食品スーパーに行っても、定価の総菜は誰も手にせず、割引シールのものだけが売れていく。そもそも来店者は休日夕方でもまばらである。
	×	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・工事費高騰の高止まりがまだつかめないこと、販売価格が工事費に追いついていないこと、金利上昇が景気悪化の理由として挙げられる。
雇用 関連	◎	—	—	—
(東海)	○	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・東海地区はアジア・アジアパラ競技大会開催の影響により活気付いている。飲食店はもちろんのこと、運送業者の車両が特に多く、中小企業を巻き込んで若干景気の上向き感がみられる。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・半導体関連の求人について増加の兆しがある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・10月採用に向け求人数は3か月前比で微増となったが、求職者数、採用数共に横ばいで推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・超大手企業以外、物価高に賃上げが追い付いていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・自動車部品メーカーにおいて、各所で業務終了の話が出たり、ピンポイントで1人必要という話が出たりと、総合的に現状維持ないしはやや人員減少という状態である。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・国内自動車販売は前年比プラスで推移している。当地域の大手自動車メーカーは好調を継続しており、別の国内自動車メーカーは新型車種効果か前年比プラスで車両販売全体をけん引している。また、原材料の調達難については、一部の製品を除き改善しているという声が上がっているが、更なる中東情勢の緩和に期待する。
	□	新聞社「求人広告」（営業担当）	求人数の動き	・企業の手不足感は依然として強く、中途採用やパート、アルバイトの求人出稿は一定の規模が維持されている。一方で、コスト削減の影響により大規模な求人広告の出稿を抑える動きも見られ、3か月前と比べて全体的な求人数、出稿単価はほぼ横ばいで推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前と比較して全体的に7.08%減少した。産業別の新規求人数は、情報通信業及び金融業・保険業は増加し、建設業や製造業、不動産業・物品賃貸業、宿泊業・飲食サービス業、そしてほかに分類されないサービス業は減少となった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・事業主は景気動向と関係なく、欠員補充のため引き続き求人を出している。新事業のための求人はほとんど聞かず、景気が良くなっているとはいえない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は1倍以上で推移しているものの、新規求人数及び新規求職申込者数は減少している。製造業や医療福祉の求人需要は底堅いものの、小売・サービス業を中心に減少がみられる。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求人倍率に大きな変動がない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・企業側は厳選採用を継続しており、現在の事業環境等を見据えた中でキャリア採用をすべきか、内部人材の強化をすべきか、2極化している。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・売上減少等に伴う廃業等が複数発生している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比較すると求人受注数は83%と減少している。また、募集を行った求人についても、新規採用ではなく社内調整により充足されるケースがみられ、その要因について分析を進めている。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北陸)	◎	コンビニ（店舗管理）	それ以外	・今月は日並びが良く、大型連休だったため、例年になく盛況である。
	○	商店街（代表者）	単価の動き	・今月は地元客が95万円の抹茶碗を即決購入するなど、地域内の富裕層や美術、茶道愛好家による購買意欲が非常に高い。また、インバウンドは米国人客の平均単価が前年と比べて約3倍に急伸し、台湾人客の来訪数も3倍以上増えている。9月の大型連休の活況に加え、平日、通常の週末における売上自体が底上げされており、過去最高レベルの好況感となっている。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	それ以外	・季節の2季化が進むなかで今月は気温が低下し、秋らしい気候となったことにより、衣料品が活発に動いている。特に長袖の売行きが良い。
	○	一般レストラン（経理）	来客数の動き	・当温泉地全体では、能登半島地震の発生から時間の経過とともに復興が進み、客も徐々に増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は後半に大型連休があったため、観光客が多く忙しかった。
	○	通信会社（役員）	お客様の様子	・3か月前と比べて解約数が減少している。新規契約数については前年並みである。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・今月の売上、来客数は前年同月比5%以上の伸びとなっている。このようなことは、今年に入って初めてである。ただし、その要因がはっきりしないため、来月以降もまだ不安である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・11年ぶりに5連休となった9月の大型連休中は、隣接する百貨店のイベント効果などにより来街者が多かった。飲食店や最寄り品店では、休日を楽しむ若者や家族連れ、キャリーバッグを携えた観光客でにぎわっていた。ただし、その期間以外は天候が悪く、閑散としている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・イベントが多かったことにより集客ができ、デイリー商品の動きは良いが、ギフト関係は大口注文がなく、余り良くない。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	販売量の動き	・販売量は依然として増えない。現在も変わらず、客の生活防衛意識は高いとみている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・11年ぶりの9月の大型連休が集客に寄与し、全商品群で前年実績を超えている。8月後半の大雨による落ち込みの反動と、9月の恵まれた天候や気温の低下を背景に、しばらく苦戦していた婦人服の販売が久々に好調に推移している。
	□	百貨店（販売促進担当）	競争相手の様子	・高額品等に対する富裕層の購買意欲は高いといえるが、物価高などで中間層の買い控えが日常的に続いている。それに加え、新しい商業施設がオープンするなど、縮小傾向にある市場のなかで奪い合いをしている印象が強い。
	□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・前年との企画内容の違いにより来客数に差はあるが、大幅な減少はない。期間限定店や食品催事などは好調に推移している。一方、気温の影響があり、衣料品などファッション全般が苦戦している。高単価商材の動きが悪く、収益全体の構造も悪化している。衣料品の単価が高騰し、ヒット商品がなく、量販店との価格差の広がりが必要とみている。また、客の購買行動は変化しており、食への関心が高く、メリハリ消費の傾向が強まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・平時は来客数が減少傾向だが、ポイントアップや優待期間に来店が集中するため月全体の来客数は横ばいである。物価高の影響により、食品は特売品や割引シールのついた商品の売行きが良い。また、季節商材や消耗品、秋物衣料などは、ポイントアップを狙って購入するなど客の動きがシビアである。
	□	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・お盆以降、天候が不安定な日が多かったが、週末を中心に来客数を大きく落とすことはなく、売上は好調に推移している。9月の大型連休での帰省が多かったことも要因とみている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・毎月、商品が値上がりしており、気付いたら高くなっていったという声をよく聞く。店舗側では人件費高騰により利益捻出が大変困難になり、商品廃棄を抑えるために陳列量を制限している。イベント時や週末には多くの商品を並べるが、平日の朝や昼のピーク時に加え、特に夕方以降は商品の陳列量を著しく制限しており、売場は閑散としている。そのため、客は必要な物だけを必要な量のみ購入する動きになっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大雨の影響も一定程度あり、来客数が減ってなかなか売上が上がらない。
	□	家電量販店（本部）	来客数の動き	・来客数、売上共にほぼ前年並みで、大きな変化はない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・イベントを開催したが来場者がなかなか増えない状況が続いている。他業種の人に聞いても同じ状況である。消費に慎重な様子がみられる。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・特に変動がなく、受注、在庫共に一定水準を維持している。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・今月の前半は比較的来客数が多く販売が伸びたが、9月の大型連休のスタート以降は想像以上に落ち込んでいる。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きが鈍い。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・連休など客の集中する日はあるものの、波がある。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・駅周辺は若い人でにぎわっているようだが、客の年齢層が高い当店では、新規客の獲得はなかなか期待できず、苦戦している。常連客からは経営が厳しいという声を聞く。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心に堅調に推移している。宴会部門はイベント開催の状況に左右され、9月の大型連休以降は宴会件数が減少している。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客の動向に変化はない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・値上がりしたタクシーよりも他の移動手段を選ぶ客が増え始めている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せ内容に変化がない。
	□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・大型連休の期間を中心として個人客の動きは好調に推移したが、台風の影響に加え、インバウンドや団体客の動きがやや鈍かったため、全体としては横ばいである。
	□	競輪場（職員）	販売量の動き	・現在の競輪事業における車券売上の状況は低迷期を脱したようである。前年度の売上を大きく下回ることも依然として多いが、開催日によっては前年の売上を上回ることも増えてきている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローンの金利が上昇し、客の動きが鈍い。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・ここ数か月は販売量が常に前年を下回り、来客数の減少も続いている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・物価が上昇しており、買い控えがみられる。
	▲	スーパー（役員）	販売量の動き	・加工食品の値上げが多数あり、商品全体の価格が高くなっている。また、急激な気温低下があり、夏物商材の売上は前年よりも減少している。米についても引き続き10～20%の売上減少が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コンビニを利用する客の減少傾向が続いている。1日複数回利用していた客の来店回数が減少しており、余裕が失われつつあるとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・夏の暑さが徐々に収まり、今月の後半からようやく秋物に対する関心が高まってきている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・晩夏から初秋にかけて災害級の天候が続いたことで先行きへの不安が拭い切れず、消費に前向きな思考にならない様子である。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年と比べてパソコンの販売数量が落ちている。OSサポート終了に伴う買換え需要増加の反動がある。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・受注が前年を下回っている。物価高を感じるという声が増えており、購買意欲にマイナスの影響を与えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新規の分譲地販売や住宅展示会を行ったが、問合せや来場者数が確実に減っており、契約件数も前年より少なくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・競争が激化し、契約までの時間が長期化している。販売価格が高騰したことにより、手頃な価格帯の住宅販売会社へとニーズがシフトしている。
	▲	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・住宅ローンの金利上昇がきっかけとなり、予算への不安による商談の滞りが複数発生している。
	×	—	—	—
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・倒産したという建設業者はほとんど見受けられない。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・今月は大型連休がありイベントが多いものの、小売業や飲食業などのBtoCにおいては買い控えがみられた。BtoBでは、半導体関連事業で大量受注があり活況である。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震から2年半余りが経過しているが、販売量、金額共に被災前の数字を超えることなく低迷が続いている。最近の人件費や原材料価格の上昇に加え、中東情勢の影響などあらゆるコスト増加が重なり、収支は更に悪化している。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢による影響の長期化により、主原料である石油由来の糸を始めとして、あらゆる原材料価格が高止まりした状態が続いている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらず推移している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一部の受注急増品に関しては、ここに来て落ち着いている。数か月前と比較すると、受注量はおおむね変動がなく、目先の急増品もない。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・株価の動向は6万5000円前後を行き来しているものの、各企業の決算状況などをみると業績は引き続き好調であり、景気も堅調に推移している。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・設備投資の相談は増加傾向である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは活発な話を全く聞かない。
	□	司法書士	取引先の様子	・6～7月決算の企業については、売上が比較的堅調に推移している先が多い。一方、一般経費が増加し、売上が伸びても利益には余り結び付いていないため、利益面では厳しい状況が続いている。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	受注量や販売量の動き	・物価高騰や値上げによる受注量の減少が継続している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内々定を得た学生の割合は、例年同様に高めで推移している。企業の採用意欲は依然として高い。
	□	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・求人数の引き合いは横ばいである。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・3か月前と比較した人手不足感に大きな変化はなく、建設や運輸、サービス業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。
	▲	人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・スタッフの派遣人数が3か月前と比べて1.4%減っている。

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も地方創生プロジェクト関連の催事を行うなど、従来の北海道物産展だけではない新たな取組を実施したことで、来客数と売上は前年の実績を上回った。また、リニューアルした特選品売場を中心に、高額商材が好調に推移している。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・SNSやテレビ番組などで取り上げられた商品は、金額にかかわらず販売が増えている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	単価の動き	・客が少しお金を使うようになっている。
	○	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・全国的に天候が悪いなか、それほど極端には崩れておらず、都心への人出は多くの場面で落ちていない。気温も前年と比べて極端に暑くなく、月後半には朝晩が秋めいた気温となったため、秋物商材の動きが良い。食料品に関しても、総菜を中心に秋の季節メニューが好調となっている。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・改装の影響も少しあるが、来客数が増加傾向にあるなど、順調に推移している。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・8月後半以降、明らかに来客数の増加がみられ、特にインバウンドの増加傾向が顕著となっている。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・食料品売場のイベント催事では行列が連日発生し、限定品などへの購買意欲が旺盛で、来客数は2けた増となった。また長いセール期間が明け、秋物商材の本格展開が始まった衣料品も好調に推移している。
	○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・8月の店舗全体の来客数は前年比で2.8%減であったが、客単価が12.8%上昇したため、売上は9.9%増となっている。
	○	スーパー（社員）	来客数の動き	・今年の春から夏は、多くの店舗で客単価は堅調に伸びた一方、来客数の減少が続いていたが、前月以降は来客数の増加や減少幅の縮小がみられる。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新たな省エネ基準の導入を気にして、今なおエアコンが堅調に売れている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しており、9月の大型連休中は、欧米や日本各地からの観光客が売上をけん引している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・前年は大阪・関西万博の影響で高単価販売がみられたため、今年は反動による悪化が懸念されたが、ハロウィーンの時期とも重なり、テーマパーク関連の宿泊需要は好調に推移している。
	○	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8459円であったが、今月は9020円に上昇している。
	○	競艇場（職員）	販売量の動き	・インターネット投票の伸びが前年比で4%程度に縮小したが、単価自体は大きく変わっていない。一方、拠点のレース場や場外発売場での投票は、前年比で減少の見込みとなっている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・9月前半は秋雨前線の停滞などで天候が悪く、集客に苦しんだが、後半の大型連休は比較的天候に恵まれ、売上はばん回できている。
	○	美容室（店員）	来客数の動き	・少し気温が下がった影響か、外出を控えていた高齢者層が来店するようになり、来客数が伸びている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・連休中の人出は久しぶりに増加したが、買物には慎重な姿勢がみられる。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	販売量の動き	・売上がある程度増えても、利益が増えない。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・可もなく不可もなく、横ばいの状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・近隣の姉妹店が1月に閉店したことで客の流入が続き、27日までの売上は前年比で13.8%増、来客数は5.0%増と好調を維持している。ただし、天候不順の影響もあり、関西全店では店頭売上が4.1%減と苦戦していることから、当店の状況は特殊ともいえる。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数は横ばいであるが、購買客数は減少している。また、客単価は上昇しているものの、一般的な消費は減っており、資産性のある高額品を購入する客の比率が高まっている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外商売上、外商を除く国内売上共に、顕著な変化はみられない。インバウンド売上も6月の水準は若干下回るものの、前年比ではプラスとなる見通しである。ただし、月内での変化は激しく、9月前半は前年の売上を大きく上回る日が続いたが、後半は国慶節が近づいて航空運賃の上昇が進むにつれて、中国からのインバウンドの売上が大きく減少している。
	□	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は好調に推移しており、特に過去数年と比べて9月の気温が低いことから、秋のファッション商材の動きが良好である。インバウンドの大半を占める中国人客は引き続き厳しい状況であるが、国内客の客単価が伸びており、インバウンド売上の減少分を補って余りある状況となっている。為替も一時、円高に振れた時期はあったが、基本的には円安基調であり、購買を後押ししている。
	□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比べて大きな変化はない。気温が低下するなか、中間層への秋物商材の販売が好調なほか、富裕層は資産価値が高い宝飾品や時計、美術品を中心に、売上は2けた増を維持している。また、インバウンドは客単価が60%上昇し、売上全体でも40%増加と改善傾向を維持している。品目別でも、一般品、消耗品共に好調で、台湾や韓国、東南アジアからのインバウンドによる購入の増加が続いている。
	□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は増えているが、レジ通過客数、買上率共に悪化しており、来客数の増加ほど売上が伸びていないため、相関関係が分かりにくい。
	□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンド消費はそれなりに堅調であり、国内客も特に土日、祝日の動きが活発であったため、大きな変化はない。
	□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンドの動きが好調となっている。前年は大阪・関西万博の終盤であり、店頭の通常商品の売上増加がみられなかったため、今年はその分だけ好調な数値となっている。一方、9月の大型連休は5連休となったが、行楽需要は盛り上がりせず、食品の売上も前年並みであった。ただし、ファッション部門は婦人服を中心に好調が続き、今後の天候次第では上振れの可能性も出てきている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は維持できているが、競合店との買い回りが続いている影響で、売上の動きが追い付いていない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいで推移しており、特に変化はない。
	□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数の伸びが鈍化し、売上が苦戦する傾向が続いている。商品単価の上昇による買い控えと、競合他社の出店による悪影響が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は伸び悩んでいるが、客単価の上昇は続いており、売上は横ばいとなっている。
	□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・余り大きな変化はない。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・物価の上昇により、消費者の節約志向が明らかに強まっている。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・物価上昇の影響が出ている。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価上昇の動きに変化はなく、購買マインドも変わらない。来客数に若干の変動はあるものの、先行きが不安である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・地場のハウスメーカーの倒産や、大手ハウスメーカーによる全国展開の終了など、建築関係では余り良い話がない。当社の事業は建築関連の景気に左右される部分があるため、見通しは良くない。
	☐	乗用車販売店（マネージャー）	来客数の動き	・はっきりと良くなっていることはない。
	☐	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車の販売台数が、久しぶりに目標をほぼ達成した。ただし、単価や利益率は悪化しているほか、従来は好調であった中古車の販売やサービスは不振であり、売上全体の目標は達成できていない。輸入車は車両価格が高騰しているため、新車の販売が厳しい状況は今後も続く予想される。
	☐	住関連専門店（店長）	それ以外	・物価上昇が続くなか、何とか価格を抑えなければ売れないが、円安で輸入品の利益が出にくくなっている。2年前と比べても、為替レートの影響で利益が1割ほど減っている。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・値上げなどの影響で、前年比では、売上に大きな減少はみられないが、工場での生産が大幅に減っている。新規取引などもあり、本来であれば生産量は増えるはずであるが、15%程度減っている。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・台風や雨の日が多く、来客数が足踏み状態となっている。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温が落ち着くと同時に、これまで好調であったスキンケア用品やUV関連、制汗剤などの化粧品や化粧品雑貨の販売がやや鈍化している。日用雑貨は好調であったが、食品や日配品などの生活必需品は横ばいとなり、医薬品や衛生用品は減少となった。3か月前と比べて客単価は上昇したものの、来客数はやや減少し、買上点数は横ばいとなっている。
	☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・受注の入電数に変化はなく、人気商品も出ていないため、余り変わらない。
	☐	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	お客様の様子	・アクセス数はあるが、購入に至らないケースが多い。おせちの注文も前年と比べて鈍化しているなど、景気が良くなっている印象は受けない。
	☐	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・来客数が減少しており、繁華街にある飲食店の話を聞いても景気は良くない。来客数の減少に加えて、仕入価格の上昇と販売単価の低下という悩みが多く、経営の継続にも不安感が広がりつつある。
	☐	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・天候不順もあり、売上、来客数共に前月と比べてやや減少しているが、3か月前からはほぼ横ばいで、前年の水準は上回っている。また、客単価も上昇するなど、営業は堅調な状況が続いている。
	☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・新設備の価格が上がっているほか、既存の設備も値上げを進めているが、既に設置済みの客には、なかなか値上げ交渉ができない。
	☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・9月の大型連休効果により、売上は前年比で好調に推移しているが、平常時は来客数が前年を下回る状況が続いている。
	☐	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・前年の9月は、大阪・関西万博で団体客が多かったが、今年は団体客の減少を個人客の増加でカバーできている。特に、大型連休中は、個人客で満室に近い状況が連日続いた。当地域では台風や大雨がなかったことも、大きなプラス要因となっている。
	☐	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・当地区ではインバウンドが多くない。
	☐	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・ホテルへの来客数は、関西地区ではまだ戻りきっていない。これから上向いていく要素も、今のところは少ない。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・9月の大型連休の予約は予想したほど伸びなかった。通常の連休は来客数が増える傾向となるが、特に土曜日の取り込みが伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（役員）	お客様の様子	・今年は夏休みの旅行を我慢して、9月の大型連休に旅行するという客が多かったが、天候不順でキャンセルや延期を余儀なくされているほか、災害も多く発生したため、客の購買マインドが低下している。10～11月にも連休はあるが、予約は伸びていないため、現状と変わらない。
	□	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・9月の大型連休は、旅行代金の高騰や節約志向の高まりを背景に、自宅や近隣で過ごす傾向がみられる。その影響で、受注件数は減少傾向が続いている。
	□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・貴金属相場の見通しがまだ不安定であり、購買意欲の上昇が見込めない。ただし、低額商品の一部では活発な動きもみられ、全てが悪いわけではない。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・現状のイベント企画がインバウンドの集客につながり、大きな需要となっている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売件数や集客状況は低調であるが、止まることなく動いている。
	□	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・状況は前月と大きく変わっておらず、良くなる雰囲気はない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・都心部のマンション価格は、一部で調整局面の動きがみられる。ただし、大幅な低下ではなく、かなり強気な価格であった物件で調整が進んでいる程度である。一方、全体として、徐々に金利上昇の影響が始めている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドが少ないほか、日本人客や近隣からの客も少ないなど、物価上昇の影響が大きく出ている。
	▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	単価の動き	・物価の高止まりに加え、今後も値上がりする商品が多いなか、ガス代や水道・電気代なども上がる気配があるため、客は価格に敏感になっている。高額商品はよほど必要でない限り売れない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・業界全体で悪化傾向となっており、来客数は減少が続いている。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・前年の水準は上回っているものの、インバウンド売上の厳しさが、景気の押し下げ要因となっている。
	▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・9月の中秋節から10月の国慶節までは航空券が安いため、例年どおりインバウンドが増えた一方、国内客の減少が顕著であった。9月の大型連休も想定よりも来客数が少ないなど、レジャーやイベントなどのコト消費へのシフトが進んでいる。
	▲	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・少し円高となった影響もあり、インバウンド売上が前年を下回っている。富裕層の購買意欲は高まっているものの、中間層の売上が低迷している。
	▲	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・天候不順により、婦人服を中心に秋冬商材の動きが鈍い。その一方、化粧品についてはインバウンドを中心に底堅く動いている。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・レジ通過客数が食料品を中心に減少している。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・関東地方の雨の影響で、葉物野菜の価格が大きく上昇したほか、入荷がない商品もあるなど、大きな影響が出ている。
	▲	スーパー（企画担当）	それ以外	・台風の影響で雨が続いたほか、気温の低下もあって季節の変化が早まり、前年は売れていた夏物商材の販売が減少した一方、秋冬商材の需要が高まって品薄状態となっている。鍋物やスープ、煮込み、おでん関連商品への対応が急務となり、今後は秋冬商材の更なる訴求と夏物商材の売切りが求められる。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・例年と比べて雨の日や降水量が多く、売上減少分は翌日以降も取り戻せず、その影響が残る。消費者の間では、当日購入しない場合は家庭内の在庫で対応し、節約する動きも多くみられる。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・厳しい経営環境が続いているが、9月から、新たなPOSレジが導入され、接客がスピードアップしたほか、自動釣銭機も同時に入ったため、お釣りの間違いがなくなった。店員の手があいた分、商品の前出しなどが可能となり、客のクレームも少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・秋の長雨による影響か、来客数が前年よりも少ない。さらに、残暑は厳しいものの、夏物商材の処分も進んでいない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が徐々に客の購買意欲を低下させており、見積依頼だけで受注に結び付かないケースが増えている。
	▲	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	競争相手の様子	・チェーン店などは商品の一括仕入れでコストが抑制でき、大幅な値上げは必要がないほか、一見客による購買も期待されるが、売上の増加にはつながっていない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷量は前年比で約7%減と、長雨や価格上昇の影響が出ている。10月から値上げとなる消費財も多いため、消費マインドはやや悪化している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今年は9月の大型連休が長かったものの、予定以外の外食の支出は控える動きが増えている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数や予約件数の推移のほか、周辺施設の来客状況を含めて、やや悪くなっている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・客室稼働率が低下し、単価も下がっている。
	▲	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・9月のインバウンドは団体客が好調であったものの、出張やレジャーでの宿泊単価が下がっており、売上に響いている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・依然として、中国からのインバウンドは、団体客、個人客共に少ない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・夏の暑さは少し落ち着いたが、相次ぐ災害で消費者が心理的に疲弊しているのか、夜の外出が少ない。タクシーの夜間の売上も、それに比例して減少している。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費の増加で、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・長引く物価の上昇や、端末価格の高騰もあり、販売が伸び悩んでいる。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・半導体メモリ価格が急上昇し、通信機器の仕入価格が高騰している。しかし、市場規模は変わらないため、競合他社との競争上、基本料金を上げることができず、利益が減少している。
	▲	その他レジャー施設（管理担当）	来客数の動き	・利用者が減っている。
	▲	美容室（店長）	それ以外	・客の動きはほぼ想定内であったが、物価の上昇で販促品等の値段が上がり、収益が圧迫されている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・客が住宅ローンなどの利用について、慎重に検討するようになってきている。
	▲	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）	それ以外	・物価の上昇や円安の進行などの影響で、消費は下降気味となっている。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・運営する住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べてやや減少傾向にある。住宅ローン金利の上昇や、建築費、住宅価格の高止まりなどで、住宅取得に対する消費者の慎重な姿勢が強まっている。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・令和8年8月千葉豪雨の影響で、首都圏エリアの仕事が正常に機能していない。大阪や福岡から人員を割いて応援に行く事態となっており、各地で人手不足になっている。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・連日の暑さは少し落ち着いてきたものの、1日の寒暖差が大きく、体調を崩す人が増えている。また、大きな災害を身近な問題として捉える人が増え、買物に出掛ける人が減り続けている。結果として、今年に入って来客数が最も少なかった。
	×	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・天候不順による来客数の減少で売上は前年比94%となった。ギフト需要が余り強くない9月は、秋の新商材の売上比率が高い時期であるが、雨の影響で新商材を試す動きがみられず、売上は前年を大きく下回った。一方、フレグランスなどの香り関連商品は好調で、今後のクリスマス商戦に期待が持てる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・消費者の買い控えが今まで以上に目立っている。物価上昇を理由に必要以上の物は購入せず、購入しても必要最低限に抑えるほか、これまでよりも低価格の商品を求めている。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・相次ぐ値上げにより、購入意欲が低下している。
	×	スーパー（企画）	来客数の動き	・3か月前と比べて、景気はやや悪くなっている。来客数や買上点数が前年を下回る状況が続いており、商品単価の上昇で売上は一定の水準を維持しているものの、客の買物は慎重になっている。価格訴求への反応は強く、競合先を意識した値引きも増えているなか、節約志向が強まり、商品を選別する動きが一段と強まっている。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏の繁忙期の後はいつも暇になるが、今年は9月の大型連休が重なって節約傾向が強まり、飲食店でも暇な店が増えている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ショーウィンドウに足を止めて、安くなっている商品には興味を示すものの、購入には至らない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・夏物商材が売れず、秋物商材もまだ売れない時期のため、来客数が少ない。来客数が増えてくれば、売行きの傾向も変わってくる。
	×	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・商品価格や工事費の値上げが続いている。特に競合先との価格差が大きいのが工事代であり、作業内容は似ていても、今までなかったような価格差が発生している。当社のようなチェーン店では、近隣の単独店のような個別価格の設定は困難であり、競合時の決定率が大きく低下している。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新たな省エネ基準の導入によるエアコンの特需も落ち着き、ヒット商品もなく長雨続きとあって、来客数が激減している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休は好調であったが、当店の来客数は天候に左右されやすく、9月全体では雨の日が多かったため、厳しい状況となった。近隣のスーパーや飲食店でも、特に夜間は客がほとんどみられない。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	来客数の動き	・物価の上昇で、ぜいたく品への関心が薄れている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・物の動きが活発になっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告全般で、8月までは前年比で厳しい動きであったが、9月は比較的好調な動きである。
	□	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・10月の酒税法の改正を控え、飲料よりも発泡酒類に売上が偏ったこともあり、飲料の売上はほぼ変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先からの受注は、月末に近づくると低調になることが多いが、今月は以前と比べて減少幅が小さい。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず円安と物価上昇が続いており、景気回復が続いているとの実感は薄い。ただし、製品価格の値上げを検討しているため、売上や利益は堅調な推移となる。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・最近の物価上昇に伴い、材料価格については、コスト上昇分の価格転嫁が問題なく了承される一方、副資材の上昇分の値上げは難航している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型案件が見当たらない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・物価の上昇で景気に悪影響が出ているが、消費者も生活面で工夫しているため、現状維持となっている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや電子レンジなど、店頭の荷動きが前年を上回る商品がある一方、気温の影響か、エアコンの荷動きは前年比で2けたの減少となったほか、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電も前年割れで推移している。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注が良くなっている印象は受けない。電子部品の価格高騰や、入手困難な状況によるリードタイムの延長などの対応に苦慮している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・暑さが落ち着きつつある一方、雨が多いため、販売店への来店が極端に減っている。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・工賃を始めとする、受注価格の引上げが困難である。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・現状は厳しい状態が続くなか、特に大きなプラス要素もマイナス要素もみられない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件の問合せの動きが、落ち着きつつある。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・中東情勢の影響か、建設資材の不足や納期の不安定化が進んでいる。契約後の価格高騰もみられるが、取引先に転嫁できない場合もあって苦慮している。
	□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・配送個数は前年比で3%減少しており、通販、百貨店共に、荷物の減少が続いている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・近隣に競合店がオープンしたため、配達件数が減っている。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価や人件費の上昇が足かせになっているが、業況に大きな変化はない。来客数は減少しているものの、客単価の上昇により、売上自体は変わっていない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・客からのヒアリングでは、受注状況に3か月前から変化はない。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期を過ぎても、売上は減少していない。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・2～3年前から商品の値上げが続いており、その作業に追われて通常の営業ができていないため、実績が上がっていない。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・生産量はお盆以降も伸びないほか、在庫の動きも停滞している。9月の大型連休などもあり、家庭内での消費が伸びていない。
	▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月は悪天候の日が続き、店舗の来客数や売上が落ち込んでいる。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売額や販売量が減少し、前年の80%の水準にとどまっている。イベントでの集客も減少しており、それに比例して客単価も低下している。月ごとの販売会では同じ客の参加が目立つなど、消費者が疲弊している状況で、購入者は一部の富裕層に偏っている。購入履歴の分析を行うとともに、商品の開発が必要となっている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件の問合せが減っており、成約率以前に、問合せ件数自体が少ない。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・住宅の建築費が高騰し、計画を見直す客が増えている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、遅れていた入荷が取引先に入り始めたが、無理に仕事を増やそうとはしていない。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・中東情勢の変化により、ガソリン価格などは上昇が続くなど、あらゆる物価が高騰している。その結果、給与が少々増えても消費には回らず、貯蓄の増加につながっている。消費者としては、今この商品が必要か、この商品がないと困るのが購入の基準となるため、景気の浮揚には時間が掛かる。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・外国人の就労条件が厳しくなったため、中国人によるタワーマンションなどの投げ売りが始まっており、新築マンションの価格が下がっている。
	▲	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・コンサルティングの経費が増えており、出張時のホテル代や飛行機代など、直前の手配が必要となる場合は、価格も非常に高くなる。受注額は変わらないため、採算が悪化している。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆期間の旅行や買物で支出が増えた影響や、9月に実施された食品の値上げの影響か、駅ナカでは食品の物販を中心に、来客数の減少が始まっている。直近の9月の大型連休で何とか回復傾向となったものの、全体への影響は限定的である。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・物価が高止まりし、人手不足も常態化している。当社の取引先によると、競合先や取引先の倒産や廃業が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他非製造業 「電気業」（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	＊	＊	＊
	○	人材派遣会社 （支店長）	採用者数の動き	・下期に向けて、徐々に採用数が増え始めている。
	□	人材派遣会社 （役員）	求職者数の動き	・例年、求職者の動きが鈍化する時期であり、今年も想定範囲内である。一方、求人数は高止まりするなど、企業の採用意欲は相変わらず強い。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	それ以外	・政策金利や長期金利が上昇し、為替は円高傾向となりつつあるが、原油等の輸入をめぐる動向は不透明である。企業物価の上昇が続いており、遅れて消費者物価に転嫁されるとみられるなか、9月以降の食品を始めとする生活関連価格の改定幅は大きくなるため、家計の負担増が懸念される。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・未経験でも応募可能な、好条件の事務関係の求人は依然としてみられない。企業からの求人は、低時給を受け入れる若手層か、経理・労務等の専門スキル保持者に2極化しており、最も層が厚い一般的な求職者層に紹介できない状況が続いている。このような構造的ミスマッチにより、求人と人材のマッチングが成立しないため、結果として景気が上向かない大きな要因になっている。
	□	人材派遣会社 （管理担当）	求人数の動き	・中国との取引の停滞や中東情勢の影響の長期化、物価の高騰などにより、派遣先の業績が低迷している。それに伴い、求人数も減少傾向にある。
	□	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・最低賃金は上がっているものの、給料は増えていない。
	□	新聞社「求人広告」 （担当者）	それ以外	・新聞やデジタルメディアへの広告出稿の動きは、前年比、前四半期比共に、大きな変化はない。
	□	新聞社「求人広告」 （営業担当）	それ以外	・景気の回復には至っていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数はほぼ横ばいで推移している。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中東情勢も落ち着いており、依然として原材料や備品の入手への警戒はみられるものの、一時期のような緊張感はなくなっている。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人数は製造業への派遣を中心に非常に多かったが、就職件数はそれほど増えていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の求人の動きは、前年よりも低調となっている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設現場の動き自体は、特に変わっていない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・9月は新卒採用の学生も夏休みに入っているため、動きがみられない。企業は秋のインターンシップイベントへの申込みを受け付けているが、前年よりも動きはやや鈍く、特に理系学生の集客に苦戦している。
	□	学校「大学」 （就職担当）	求人数の動き	・求人数は事業所による差がみられるものの、医療福祉業界は若年層の人手不足感が強いと、堅調に推移している。
	□	学校「大学」 （就職担当）	求職者数の動き	・新卒採用に意欲的な企業が多く、大きな変化はみられない。
	□	学校「大学」 （就職担当）	それ以外	・10月からの食料品などの値上げを含め、物価の上昇局面が継続している。一方、最低賃金の引上げなどで、非正規労働者は恩恵を受ける形となる。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・8月の新規求人数は、半導体やデータセンター関連の産業が集積している地域では、製造業の増加傾向が続いている一方、物価上昇の影響が大きい卸売・小売や宿泊・飲食では、減少傾向が続いている。
	▲	—	—	—

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)	◎	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・3か月前の時点では、ほぼ前年並みで推移していた9月の客室予約が、当月に入り前年比10%以上の伸びとなっている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・商店街に新規出店の話が出ており、周辺でのイベントも行われるようになり、人の流れが発生し始めている。
	○	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・商店街に大型食品スーパーがオープンした。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の伸び以上に、販売点数の伸長率が大幅に改善している。1人当たりの買上点数の増加が要因であり、客単価の大幅な改善にもつながっている。特に食品の伸長が顕著であり、食への支出は回復傾向にある。週末に限らず平日においても同様の伸長がみられる。値上げ基調ではあるが、現時点では買上点数に大きな変化はない。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は3.3ポイント、売上は約6ポイント良くなっている。商品単価は高くなっているのに、来客数が増加している理由は明確ではないが、来月の加熱式たばこの値上げを控え、値上げ前の需要が来客数の増加につながっている可能性がある。
	○	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・来客数と見込み客の増加がある。他社からの買い回りも多く、客の動きが活発になっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月に入り、決算月ということもあり、来客数と販売量が増加しており、市場動向も上向き傾向にある。今期も残り僅かであるが、過去の遅れ分を取り返すべく追い込みを掛けていきたい。
	○	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休には県内外から多くの客が訪れ、来場者数を押し上げた。高単価のシャインマスカットが好調に売れており、好況感があった。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・物価高騰や食品価格の上昇など、依然として家計を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。一方で、当館では飲食店の業績が伸長しており、特に休日にはファミリー層が昼食を目的に来館する傾向がみられる。衣料品は苦戦しているが、住居関連では生活雑貨を中心に、猛暑対策グッズが好調である。
	○	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・当地方は天候にも恵まれ、大型連休の影響も大きかった。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数の落ち込みが回復傾向にあり、前年比では約2%増で推移している。
	○	バー（経営者）	来客数の動き	・仕入れや雑費など、あらゆるコストの上昇が続いているものの、景気はやや良くなっている。
	○	その他飲食 〔パーキングエリア内レストラン〕	販売量の動き	・土産品の購入量がやや増加している。
	○	都市型ホテル (企画担当)	単価の動き	・収入単価は上がっているものの、それ以上に原価が掛かっており、更なる価格転嫁も検討しなければならない。また、物価高騰に加え、人件費の高騰の問題も出てきているが、全体としては堅調に推移している。
	○	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・9月の大型連休による旅行需要の増加で、宿泊と飲食関連の単価が上昇している。消費も堅調に推移しているため、3か月前と比べて景気はやや良くなっているとみられる。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・9月の大型連休もあり、個人需要は前年比120%前後で推移している。連休ということで、もっと大きな伸びを期待していたが、夏のお盆需要と分散したこともあり、想定ほど伸びていない。引き続き国内旅行需要は堅調に推移している。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ボーナス月以降、対面販売は落ち込むことなく維持できている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・8月は過去最低となったが、9月に入り涼しくなり、日並びや天候にも恵まれたことで、前年を上回る来客数となった。
	○	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・気候も秋らしくなり、来月から繁忙期に入る。予約状況やコースの状態も、夏季と比べて回復しており、今後の集客が期待できる。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・来場者数に関しては、金利上昇を見据えた駆け込み需要があるようにみられる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・原材料の値上がりが続くなか、売値を上げることも難しく、人手不足も重なり、引き続き厳しい状況にある。
	□	商店街（理事）	来客数の動き	・値上げが相次ぐなか、雨天も続いており、物価上昇による節約志向もあいまって、客の購買意欲は相変わらず低調である。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・気温は多少落ち着いてきたものの、依然として低調に推移している。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・涼しくなってきたが、雨の日が多いため客足は鈍い。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費動向が安定せず、判断しづらいが、価格志向は進んでいると考えられる。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・売上、来客数共に大きな変化がみられない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・入店客数は2けた増であるが、購入金額や訪問販売の売上金額は変わらない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・当館の特性として、地下に食品スーパーがオープンしたことで客層が変化している。特に40～50代の客が増加し、対象売場も活性化している。一方で、駐車場が不足気味で、従来客のミセス層からシルバー層の客足が遠のいている。全体としては大きな変化はないものと判断した。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・9月の大型連休中には敬老の日や秋のお彼岸、十五夜など、催事の多い月となった。来客数は前年並みに推移しているが、客の財布のひもは固く、買上点数が伸びない状況が続いており、前年比97%となっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価が上がり、前年売上を何とか維持できているが、依然として買上点数は前年を割る状況が続いている。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・来客数、販売点数共に前年をクリアしており、商品単価が上昇していることもあり、売上増加となっている。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・販売促進の強化や価格訴求により、来客数は前年を上回っているが、1人当たり買上点数は前年を下回る状況が続いている。客単価はほぼ前年並みであるが、来客数の増加により、売上は前年を上回っている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・物価高の影響もあり、客単価が下がっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・来客数と販売単価が横ばいで推移している。景気が良いとはいえないが、お買い得な商品を選ぶなど、無駄な支出を抑える傾向がみられる。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続いているものの、物価上昇による客単価の押し上げにより、売上が維持できている。特に夕方から深夜にかけての来客数が減少しており、自宅で過ごす時間が増えている傾向が見受けられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・景気が良くなるような話はなく、新聞などにも明るい情報はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・業界によって好調なところと苦戦しているところがあり、それぞれが相殺されている。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・特に食品の値上がりにより、家計に余裕がないとの声を多く聞く。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・販売量に変化はなく、3か月前と状況は変わっていない。
	□	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・大手自動車メーカーでは納期が半年以上の車種が多く、販売台数を制限しているようにも見受けられ、客の購入意欲も低下しているようにみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売量は前年と変わらず、新型車効果が出ていない。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	来客数の動き	・イベントを開催しても来客数は大きく増加せず、商談数にも目立った変化はない。
	☐	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高も多少落ち着きを見せ始め、客の購買意欲も平常に戻りつつあるが、販売量は微増にとどまっている。
	☐	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休は予想以上の人出があった。
	☐	その他専門店 〔革製品〕（店主）	来客数の動き	・依然として来客数が増えない状況が続いている。この夏も厳しい暑さが続いたため、涼しくなってくれば、来客数の増加が期待されるものの、現時点では目立った変化はない。
	☐	その他専門店 〔宝石店〕（店員）	お客様の様子	・9月の大型連休には、県外客を始めとして多くの来店があり、来客数は前年の105%と好調に推移した。一方で、節約志向の客が多く、ブライダルやアニバーサリーといった目的のある商品以外については購入に至らないケースが多く、購入動向に大きな変化はなかった。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休が長かったこともあり、県外からの観光客が多かったが、その週以外は平常どおりである。
	☐	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・地域的に豪雨等による悪天候被害もなく、日並びにも恵まれた例年でない9月の大型連休となった。この期間を中心に売上は前年から2けたの伸長し、好調に推移している。また、九州や関西方面などへの車での旅行を控える動きも見られた一方、日帰りでのレジャー需要が高まり、その帰りの夕食利用も増加した。こうした需要の増加がみられたものの、これらは大型連休による一時的な動きとみられ、景気全体としては大きな変化はない。
	☐	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・9月の大型連休があったので、その期間は宿泊が多く、一般の来館者の利用も多くあったが、天候の影響もあり、それ以外の日は少なかった。
	☐	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・9月の大型連休による特需もあり、国内レジャーを中心に高稼働、高単価で販売できたが、通常時においては販売量、単価共に3か月前と比べて大きな変動はない。
	☐	旅行代理店（支店長）	それ以外	・9月の客の動向は例年どおりであった。
	☐	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・景気に大きな変化はない。駅構内や待機所でのタクシー利用者数に大きな増減はみられず、回転率もおおむね前年並みで推移している。また、前年同期と比較した売上についても、大幅な増減はなく、全体として安定した状況が続いている。一方で、人件費や物価上昇によるコスト増加は継続しており、収益環境は依然として厳しい状況である。景況感としては横ばいと判断している。
	☐	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・新規商品の販売は引き続き上昇傾向だが、伸びは鈍化している。
	☐	通信会社（総務担当）	それ以外	・企業活動としては、サービス提供用設備構築における建設資機材の価格上昇や納期末定状況が継続しており、客の要望に応えられない状況や売上への影響が懸念される。
	☐	通信会社（運用担当）	それ以外	・中東情勢の影響による経済の不安定さが継続している。
	☐	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・ケーブルテレビの利用料金の延滞割合、延滞解消割合共に大きな変化はない。
	☐	観光名所（観光振興担当）	来客数の動き	・景気が上向く要素がない。
	☐	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上は横ばいで推移している。
	☐	美容室（経営者）	お客様の様子	・景気の良さが報じられているが、客からは実感が少ないという声が多い。物価上昇の影響による節約志向が続いており、景気回復や株価上昇もみられず、客は引き続き節約している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談が減ることもなく、進行中案件の中断もない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の新築やリノベーションの引き合いはあるものの、予算と建築費の折り合いが付かず成約しない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客に購入意欲はあるが、金利及び建築費の上昇を受けて足踏み状態である。複数の業者を回り、購入の可能性を検討している客が増えている。ただし、資金力のある客の意欲は変わらず、希望に合った提案を受け、建築に進んでいる。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	来客数の動き	・立地条件が良く、比較的安価な物件も少なくなっていることに加え、金利上昇の影響もあり、来場者数、成約進捗共に横ばいの状況が続いている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・地元客の来店が減少している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客が購入を迷う場面が多く、購入意欲が低い。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・7月と8月は来客数が安定していたが、9月は天候不順で減少している。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・輸出は順調だが、国内の販売は大変厳しい状況である。品薄で価格が上昇し、スーパーに納品する商品がない状況である。
	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・物価高に加え、台風や地震といった災害の影響もあり、顧客の購買意欲は低下している。積極的に買物をする状況ではない。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円超えのブランド品が数点売れているが、前年実績には及ばず、厳しい状況となっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・半襟や足袋など細かな商品についても仕入価格が上昇している。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・前月までの暑さや省エネ需要の追い風も落ち着き、客の購買行動が慎重になっている。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・パソコンの販売数が前年比50%と低調である。長らく好調な販売が続いていた反動もあるとみられるが、弱含みの状況となっている。冷蔵庫や洗濯機についても前年をやや下回っており、厳しい実績となっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の予算が限られ、修理費も抑える傾向にある。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車への注目度が低下してきた。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客は価格の安い商品を求めており、品質に余り目が向いていない。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ここ数か月にわたって、高齢者のサブスクリプション契約の解約状況が増加傾向のまま推移している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・仕入商品の値上がりにより、店頭価格も最低限の値上げを行っているため、消費が落ち込んでいる。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客足が少なく、以前のような活気もなく、人の動きも少ない。
	×	美容室（経営者）	販売量の動き	・商品や新メニューを提案しても、最低限の施術を希望する客が多く、財布のひもが固いとみられる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の自動車メーカーも好調で、繁忙な状況である。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年も同期間に同様の販売促進施策を実施しているが、今年は受注量が前年の1.5倍となっている。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・生産活動の水準が上がっており、それに伴う要員の確保や配置への対応に苦慮している。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	取引先の様子	・取引先では受注回復や設備投資の動きが見られ、景況感はやや改善している。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・天候不順で消費行動が鈍化している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・米中問題や米国の中間選挙等の地政学リスクに加え、様々な懸念材料も重なり、引き続き慎重な動きが見られる。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の荷動きが鈍く、在庫過多な状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産能力以上の受注があるため、事務スタッフによる現場応援やシフト変更等で納期対応をしている。この状況は今年5月から変わっていない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内は横ばい、欧州は減少傾向であるが、引き続き米国向けは好調に推移している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・A I 関連向けのパッケージ基板の需要が増加していることから、関連設備の受注の増加が続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大型プロジェクトが進行中で、当面は安定した受注が見込まれる。ただし、売上に占める大型プロジェクトの割合が高いため、想定外の事態が発生した場合のリスクは大きい。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・設備納入業者も仕事を多く抱えており、工事業者もなかなか手配できない状況が続いているが、もうけ自体はそれほど増えていないと聞いている。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客ヒアリングにおいて、受注量に大きな変化はなく、新規の見積依頼は限定的である。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・年初以降、生産活動は持ち直しの動きが続いている。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備投資の検討先が増えているが、補助金活用を前提条件とする場合が多い。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月から値上げを実施したところ、注文数量が減少し、値上げ率以上に落ち込んでいる。セール企画を実施したものの、前年比85～90%と低下している。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・依然として物価高が続いており、先行き不透明な流れとなっている。
	▲	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・主力商材に係る資材価格の高騰が費用増加に拍車を掛け、利益を圧迫している。
	▲	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、データセンター関連の引き合い量は一定水準を維持しているものの、I C T 関連機器の販売量や受注量は減少している。前年から続く資材価格の高騰に加え、納期遅延などの影響も出てきているとみられる。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は約7%減少、成約件数は約10%減少となっており、やや落ち込んでいる。
	×	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先が法人であるため、景気が悪化すると受注が減少しやすく、当社の業績にも影響する。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・派遣先企業への料金改定も進んだことから、売上は前年を超過しており、派遣スタッフの稼働人数も前年を上回る水準で推移している。一方、料金改定による増収分は、主に派遣スタッフの時給引上げに充当しており、支払給与に加え、法定福利費も増加している。そのため、売上の伸長に比して利益率の改善には至っていないものの、業況は堅調に推移している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・求人広告数は横ばいで推移している。県内主要地域の市場動向については、飲食店の集客も大きな変化はなく、やや減少しているとの情報がある。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	採用者数の動き	・新卒の採用計画は企業の長期的な事業展開を見据えて策定されるため、直近3か月間の景気の変動によって採用枠を急きょ増減させることは基本的にない。今月に関しても、年度当初に定めた採用目標数に沿って予定どおりに選考活動を進めている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価高騰によって日用品や食料品の消費は著しく鈍っているが、金利上昇による高価格商品の購買は堅調であり、小売業を支えている様子である。しかし、住宅や車両、家電等は物価高騰の影響を受け、当面様子見の模様である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少傾向が続いているものの、直近3か月前と比べて人手不足感に大きな変化はみられず、依然として医療福祉、建設業、運輸業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。一方、中東情勢については、一部で原材料価格の上昇や資材調達の難化を懸念する声があるものの、現時点で雇用への直接的な影響は確認されていない。
	□	職業安定所（事業所部門）	周辺企業の様子	・2極化がより進んでいる。物価高騰や最低賃金引上げなどの影響から先行きを不安視する企業が増加している一方で、そういった要因を差し引いても好調を維持している企業も多い。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・景気動向は3か月前と大きく変わらないが、外国人留学生の就職活動は難航している。在留資格の技術、人文知識、国際業務の審査要件の厳格化が影響している。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・新規派遣登録者数の前年割れが続く、人材業界の景気がやや悪くなっている。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・求人数が増加する一方で、登録者数、応募者数、内定者数は減少しており、採用がますます難しくなっている。登録人材との面談のなかで、在職企業の黒字倒産の可能性を聞いたが、採用ができないことも、一要因であるとのことであった。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前と比較して20%減少している。採用企業が求人検索サイトの有料掲載サービスを利用するケースが増えており、その影響が大きい。当社も有料掲載サービスを申し込んだが、現時点で大きな影響はない。一方、求人検索サイトに依存している採用企業は、これまでのような広告投下では同程度の応募数を確保できない状況となっている。
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)	◎	＊	＊	＊
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・9月の大型連休は、地元客と大幅に増えた県外からの観光客によって、商店街が大いににぎわった。ただし、客の多くは地方観光やイベント、物産展、地元グルメ等が目的のため、商店街の物販店での買物は少なかった。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数が増加し、客単価も上昇しつつある。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は台風などによる雨の被害の影響が少なかった。また、気候が秋めいてきたことから単価の高い季節商材が売れ始め、前年と比べると比較的良い。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・夏休みシーズン及び9月の大型連休に来客数が増加した。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休は、帰省した客が多く来店した。旅行などに行く客が少なかったため、サロンへの来客数が増加したとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	販売量の動き	・売上は、2～3か月前と比べると少し増加しているものの、前年と比べると変わらない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・小規模の祝いをする客が増加しているため、高額ではない贈答品がよく売れている。
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・食品や日用品に関しては売上金額、売上点数共に前年より若干マイナスだが、食品を中心とした催事は好調である。メリハリのある消費が続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・相次ぐ商品価格の上昇により、買上点数の減少傾向が続いている。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・米の単価の下落が大きいものの、他の商品の価格上昇分で帳消しになっている。前年より来客数が減少していることが売上に影響している。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価上昇に起因する生活防衛意識により、節約志向は顕著になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（財務担当）	単価の動き	・単価の上昇により、大きく売上が増加している。
	□	スーパー（人件）	お客様の様子	・前半は雨が多く客足が鈍かったが、9月の大型連休は天気に恵まれ、人の動きが多かった。
	□	スーパー（統括担当）	お客様の様子	・物価高にもかかわらず、購入単価は余り上昇していない。この傾向は、今年に入ってから変わっていない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が減少し、インフレによって単価が上昇している。コンビニで買物ができない、又はしない人が増加しているとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・肉に続いて、野菜の価格も上昇している。米の価格は落ち着いたものの、商品価格への反映に時間差がある。
	□	コンビニ（総務）	販売量の動き	・売上は、前年比100%を何とか維持している状態である。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上は、前年と比べて減少しており、悪い状況が続いている。また、来客数そのものも減少しており、物価高の影響で購買意欲が低い。
	□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・主要商品では、前月に引き続きテレビ、冷蔵庫が前年比120%で推移している。また、2027年末の蛍光灯の製造終了に伴い、シーリングライトも前年比160%で推移している。
	□	乗用車販売店（役員）	単価の動き	・車の購入価格に大きな変動はない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・10月初旬の秋祭りの影響に加え、ビール等の価格改定もあるため、商品がかなり売れている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・来客数は引き続き好調を維持し、前年を10%程度超えて推移している。特に、9月の大型連休の入館、集客が好調で、飲食や土産の売上が大きく増加した。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・売上や来客数は前年と比べてほぼ横ばいである。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・9月の大型連休は、ホテルまで乗車する県外の客が多かった。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続いているため、景気は変わらないとみられる。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・前年と比べて来客数の推移に大きな変動はなく、前年を上回る状況が続いている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休は人の動きがあったが、それ以外は変わらない。
	□	設計事務所（所長）	販売量の動き	・大手ゼネコンからの設計依頼が増加している。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・物価の上昇を少しずつ感じるようになってきた。ネットで商品を購入する傾向が更に高まり、大型店舗でも売上の実質伸び率は、横ばいから右肩下がりになっているとみられる。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・土日を中心に、9月の大型連休は大変な人出でにぎわった。しかし、自己防衛意識の高まりにより客単価、購入量ともかなり抑えられている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・為替変動や燃料価格の上昇による物価高の影響で、客の消費意欲が低下傾向にあるとみられる。また、客の行動意欲も低下気味で、難しい状況が続いている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店用や家庭用の売上が低迷したままである。アルコール飲料離れの影響や家計の節約により、消費者は節約傾向にある。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上はプラスで、外商売上はマイナスとなった。全体ではマイナスだったが、支出は経費を削減した効果が出たため、収支はプラスの結果が出た。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めが掛からない。9月の大型連休のみ改善したが、その後は再度減少した。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材の需要が落ち着き、他の商品も売上が減少している。また、ついで買いや衝動買いも減少している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車両価格や付属品の価格が年々上昇していることに加え、日常生活に必要な商品の価格上昇もあり、支出の負担を感じて買換えを慎重に考える客が増加した。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・宿泊需要は堅調若しくは好調であるが、地元の宴会需要は低調である。
	▲	旅行代理店（部長）	販売量の動き	・物価の上昇や賃金の伸び悩みに加えて、し好が多様化したことによる若年層の旅行離れや、介護等の理由による高齢層の旅行需要の陰りがみえる。
	×	*	*	*
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	受注価格や販売価格の動き	・為替変動の動向により、食品を含め、輸入品の価格が低下する傾向にある。今後、値上げ圧力が低下する可能性が大きいとみられる。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・災害や天候不順の影響があるものの、全体としてはインバウンドの増加で受注が順調に推移している。ただし、インバウンドの影響が少ない小売店は、良くないとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が増加している。今後もこの状況が継続する見込みだが、長雨の影響で工事が遅れているとの情報もあるため、先行きは不透明である。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・為替の動向に不安があるが、おおむね変わらないとみられる。
	□	通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・実績は、計画どおり堅調である。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客の状況等に、大きな変化はない。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・土地の売買をする際、価格の低いものしか売れない。事業用の大型の土地や収益用一棟マンションの商談が少ない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共事業のコンサルタントをする中で、財源がないという理由から受注につながらないことが多い。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・資材価格や人件費の上昇が利益を圧迫してきている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・省庁を中心に公共事業が非常に少ない。
	▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・10月に用紙の最大15%の値上げが控えている。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・人件費や物価の上昇を売上に転嫁できていないところが多く、利益が圧迫されている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
	○	*	*	*
雇用 関連 (四国)	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はなく、就業人数も微増である。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者の動きが、人材ビジネスの景気に左右されている。
	□	学校「大学」（就職担当）	求人数の動き	・大きな変化はないが、求人数のトレンドや動きがピークよりやや落ち着いてきた。
	▲	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・周辺企業では、建設、介護、飲食などを中心に深刻な人手不足が常態化しており、受注機会の損失や人件費上昇が企業の収益を圧迫しているという声を多く聞く。その他の職種でも人手不足は継続しており、案件はあるが採算確保と人員手配の難航が頻発している。
	▲	新聞社「求人広告」（担当者）	周辺企業の様子	・現状としては、それほどひどくないと話す企業もあるが、3か月前の想定と比べると徐々に下がってきている。下げ止まっている印象を受けている企業もあった。
	▲	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・製造業などで技術職の求人数は十分にあるものの、事務職の求人数は減少傾向が強く、求職者数は苦戦している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・各企業から、材料費等の上昇によって自努力だけではどうしようもなくなり商品に価格転嫁したという話や、その後の動向が気になるという話を多数聞いた。

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・九州新幹線が全線再開し、当県独自の観光応援割など支援の影響もあり、9月の大型連休を境に大きく伸びている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前までは厳しい商況が続いていたが、猛暑でありながらもバーゲンセールが好調だった。また、秋物商材も販売量が前年より増えている状況である。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・気候が穏やかになり客は外出が楽になったようだが、商圈内にはスーパーマーケットが多く、商店街に足が向いていない。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・暑さが和らぎ、秋物への関心が見受けられる。9月の大型連休の来客数も多く、全体的ににぎわいがあった。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・衣料品全般の売上は苦戦を強いられているが、その他の部門においては、プレミアム付商品券の効果もあり、好調に推移している。特に化粧品や時計、宝飾関連及び食品催事が好調である。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・消費拡大の地域振興策であったり、自治体による消費購買意欲を高める対策の効果が出ている。
	○	百貨店（経営企画担当）	それ以外	・6月は前年比98.4%であったが、7月100.1%、8月105.3%、9月24日時点で107.5%と、月を追うごとに改善が進み、足元では売上の持ち直しがみられた。富裕層による高額品の購入に加え、韓国、台湾を中心としたインバウンド需要が堅調で、全体の売上を下支えする要因となっている。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・一般食品は値上げの影響により販売量が伸びない状況が続いているが、生鮮食品は相場が安定しており、特に農産品において販売量が伸長している。この流れが継続しており、消費自体は回復基調にある。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・決算セールや他社の大型イベントもあり、買い回りの客の来店が多かった。9月の大型連休でも多くの来客数があり、注文も上向いた。
	○	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・当社モバイルクーポンの影響により、高価格帯の家具の動きが良い。
	○	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・地域のプレミアム付商品券のお陰で、高額商品の売上が好調である。加えて、昼間の気温も順当に下がってきたため、秋冬商材を買い求めに来店する客が増えている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	来客数の動き	・来客数が新規客を含めて増加傾向にある。それに伴い客単価が上昇し、販売量も増えており、景気は良くなっている状況である。
	○	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)	お客様の様子	・3か月前は前年同期に続いた公開作品の強い反動により苦しんでいたが、その時期と比べると今は回復基調にある。また、当エリアにおいては、気温が例年より低く、これまで苦戦してきたアパレル店舗の秋物新作が順当に稼働し始めている。9月の大型連休の来客数は前年と比べると本年の方が良いため期待をしている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休の来客数が前年より多い。
	○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・暑さが落ち着き旅行シーズンに入っているため、来客数の動きが良くなる。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・秋の連休のバスツアーが好調である。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・観光産業においては九州ふっこう応援割の影響により、予約状況も良くなっている。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・7月の運賃改定により客単価が上昇している。改定に対する大きなトラブルも見受けられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ 6月、8月は猛暑と雨の影響により、入場者や売上共に落ち込みが大きかったものの、9月以降は国内や韓国の予約が順調に推移している。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ 政策金利の利上げに伴う客の動きに変化が出ている反面、資材価格の高騰や金利負担等で予算調整を検討する客が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 3か月前から来客数や販売量共に悪い状態が続いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 前月と比べて長期休日が多く、娯楽に散財して消費が激減している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 来客数が減少し、来店しても購入まで進まず、慎重に選んでいる。収入が増加している情報もあるが、実際は物価が上昇しているため買物にはシビアになっている。
	□	一般小売店「青果」（店長）	単価の動き	・ 料理のベースとなる玉ねぎの生産地域が動き、生産量が落ちていたため玉ねぎ、じゃがいもの販売がしやすくなっている。一方、高温障害で当地特産のトマト、キュウリ、ピーマンの価格が高いが、サラダ関係が動く時期のため、相互の単価で相殺されると考えている。
	□	一般小売店「茶」（販売・事務）	販売量の動き	・ 来客数は減少しているが、今月は敬老の日の大量注文もあり前年同月と変わらない売上であった。中東情勢の影響により生活必需品である茶袋等の仕入価格が高騰し利幅は減少している。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ 令和8年熊本地震のマイナスの影響を危惧していたが、インバウンドや国内客の売上の影響は見受けられなかった。国内客の売上は3か月前の水準とほぼ変わらず、購買商品も高額商品が中心であることには変わりが無い。インバウンドの売上も地震の影響で減少することではなく、3か月前と同程度の販売量を維持している。
	□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・ 来客数は増加していないが、気温の低下とともに購買意欲の高まりがうかがえる。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 消費者の生活防衛意識が高いまま維持されており、平日の来客数の減少と特売日へ集中する動きが顕著に表れている。毎月のように続く値上げに対し、顧客がよりシビアに買物のタイミングや場所を選別している。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・ 各種食品の値上げが続いており、それに伴い消費者の財布のひもはますます固くなってきている。特売商品や特売企画やハレの日以外は来客数、購買点数等で前年を下回る水準が続いている。
	□	スーパー（従業員）	お客様の様子	・ 売上は順調に数値が伸びているが、客の購買動向や自身の身の回りは、景気に関しては変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 複数購入は減少しており、買上点数は前年比98%である。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 物価高の影響により、来客数が減っている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 例年と比べて天候も良く秋らしい気候になり、客の購買行動の後押しになっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 大きな経済、政治などの変動が見受けられない。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・ 店舗が事業所立地なので、連休が続くと来客数が減少し、売上も伸び悩んでいる。
	□	衣料品専門店	来客数の動き	・ 衣料品販売では、前年よりも若干気温の低下が早かったことが早期購買につながっている。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ 客の動きをみると景気には変わりはない。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・ 猛暑が過ぎて突然秋になり、シーズン物である新作を求めに来店する客が多くなる時期である。しかし、値上げで慎重な購買になっているため、買い回りは少ない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・ エアコンの新たな省エネ基準導入の影響等、今年度の特需となる要素はあるが、来客数は前年の80%台で回復していない。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・ 来客数の回復もままならない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前年はプレミアム付商品券の効果が多かったが、今月は前年のような効果はないものの、都市部でのキャンペーンは前年を上回っているため、全体的に横ばいの販売量である。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	販売量の動き	・6月時点から好転する材料が見当たらない。値上げによる売上増加はあるが販売量や来客数は好転していない。
	□	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・前月に引き続き来客数が鈍化している。ショッピングセンター内の店舗への来客数が前年を下回っていて、特にファミリー層の動きが鈍化しているため、景気への影響がある。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・雨や暑さで昼の利用が多かった。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・足元の売上はやや鈍化しているものの、検討中の見込み客との商談や新たな引き合いは続いている。自治体向けの公募案件も一定数あり、顧客の需要に大きな変化はないことから、3か月前と比べても景況は大きく変わっていない。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・大変な状況であるとはみられるが、そこまでの切迫感伝わってこない。
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・新規加入の案内やオプションサービスの追加に対して反応が悪い。
	□	美容室（店長）	単価の動き	・客の様子、来客数は良いときもあれば悪いときもあり、どちらともいえない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	それ以外	・8月の猛暑による来客数の減少から9月は回復していない。さらに、6月からの介護報酬改定により社員の賃上げは実施できているが、他業界並みの賃上げには至っておらず、9月も社員数は減少傾向となっている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月前半は、猛暑続きで客足が鈍かった。連休後に何とか徐々に客足が戻ってきているが、売上は余り伸びなかった。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価上昇の中で、特に食料品の値上げが食料品以外の商品の購買を抑制している。客は必要最小限の買物を済ませて、家路に就く午後からは商店街の人影もまばらになっている。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・小売、卸売共に客単価が落ちている。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・当店はギフトがメインの花屋で、令和8年熊本地震の影響により様々な催物が縮小や中止になり、花の需要がなくなっている。
	▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・令和8年熊本地震から2か月たつが、周りの交通手段が復旧せず、被災地では多数の人が日常を取り戻せていないため、県内の生活者に無言の自粛ムードがある。不要不急の買物をする気にならないという声がある。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・単価の上昇が続くなか、可処分所得が上がらないため、消費者の生活防衛意識は高い。1人当たりの買上点数が前年を下回っている状況が続いている。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・物価は上がっているが、年金や給与は上がらない。
	▲	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・客単価は前年比101.3%と上がっているが、来客数が前年比98.5%、買上点数が前年比98.0%と価格上昇の影響が出ている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上自体は前年並みを保っているものの、徐々に買上点数が減ってきている。商品の値上げにより、前年売上にどうにかたどり着いている状態である。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品の継続した値上げで、客はある程度慣れてきているが、販売側としては良くない傾向だと懸念している。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・最近目に見えて来客数が減少している。客層が2極化し、ターゲットのボリュームゾーンである中間層で苦戦している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・稼働率を上げるためには最安値を提供することで集客を図るが、今月は平日が弱く、料金調整が多くある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・物価高の影響により飲食の機会が減っているため、タクシーの利用客も減少し景気は悪くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に給与が追いついていない。
	▲	観光名所（職員）	単価の動き	・あらゆるものが値上げになり、良い方向に流れているとは考えられない。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価高により、客の動きが悪いため困っている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	販売量の動き	・物価高騰や観光客の減少などが要因で、地域の景気は上向いていない。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築資材や製品の価格が高値で安定している割には、特に地方の中小企業や個人事業主の仕事の対価が上がってこない。また、生活必需品の値上げが続いており、支出は膨らんでいるが収入は増えていない。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高や金利上昇により、物件の単価が上がっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・周囲の景気は良いところと悪いところが両極になっている。投資関係は良いが、現場関係では人件費、資材が高騰していて利益が上げられない状況である。
	×	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・パソコンの価格高騰が続く、売上が減少傾向にある。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・令和8年熊本地震の発生後に宴会のキャンセルがあり、いまだ先行きが不透明である。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前よりも材料の仕入状況が良くなっている。恐らくナフサの輸入量が、若干増えているとみられる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・引き続き半導体関連からの引き合いが強いが、投資、人員、スペースが要件となって、金利上昇の傾向もあるためタイミングが悩ましい状況である。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月はかなり厳しいと考えていたが、終盤の売上で計画は達成できた。しかし、今月はかなり苦戦している。残暑、台風、雨などの影響により、居酒屋業態や量販店など含めてかなり厳しく、少しずつ節約志向が出てきているため心配している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先のオーダーは多少増えているものの単価が厳しい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き主要取引先からの受注は旺盛である。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・ここ最近までは生産量が増えていたが、今は原料調達の状況により横ばいになっている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・瞬間的な受注量の増加はあるが、継続していないため変動が激しい。業務を行うに当たっても非常にやりにくい状況である。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気が悪いと判断するほどでもないが、9月の大型連休前の出荷量が期待していたものではなく、例年と比べて物量が少し減っていることが気になる。
	□	金融業（経営者）	それ以外	・会員数が徐々に横ばいとなっている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・金利の上昇により、支払利息の負担が増加傾向にあり、企業は収益の維持に苦慮している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・当県独自の観光需要向上対策の効果により、9月の大型連休期間中の県内主要観光地には多くの来訪があった。しかし、物価は高止まりし家計の負担感変わらず、天候不順の日が多いため野菜価格がやや上昇している。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・9月の大型連休は天候不順で活気がなかった。天候、時事ニュースなどを含めて停滞感がある。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注状況に変化がなく、企業の人材投資に対するスタンスに変化がない。
	▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・物価高や賃金上昇で街の工場は対応できずにいる状態で、今年は知り合いが何件も閉鎖した。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月は半期決算のため例年であれば荷動きが活発になるが、今年は例月並みで半期決算の影響がほとんどない。数年前から中小企業も含めた賃上げ傾向により収入は増加していたが、賃金の増加以上の物価高と賃上げ疲れもあり、収入が追いつかず物の荷動きが悪い。特に、マンション等は人件費や中東情勢によるコスト上昇に加え、販売価格の改定で売れ残りもあり、マンション建設が中止になると資材関係の荷動きが悪くなる。食料品の値上げも続いているため輸入量が減少している。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業は、資材、人件費等の高騰や借入金の利上げに伴う経費負担が増加し、資金面での不安感から保証協会の制度融資である中東情勢対応緊急つなぎ融資の利用が増えている。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の話聞いて、異業種も同業者も景気は悪くなっているとみている。
	▲	広告代理店（役員）	それ以外	・金利の上昇が買い控えを誘発している。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・1人当たりの購入額が減少しており、在庫の回転が滞っている。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村から、街づくりや福祉に関する住民向けのアンケート調査や計画策定の委託業務を請け負っているが、9月の補正予算に基づく委託業務の発注が例年と比較して少ない。指名競争入札では、低価格で応札する業者があり、それを下回る価格では利益が出ないため、受注ができない状況にある。この時期は当初予算に上がっていた業務の発注がほぼ終わっているため、極端に低い価格で入札する業者は少なくなるが、今年は年度初めから今まで厳しい価格競争が続いている。
	×	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和8年熊本地震の影響で、お盆の帰省客の売上が前年を下回っている。9月の大型連休で取り戻せるかと期待したが、期待外れであった。地震からの復興は、経済面においても時間も要し、容易ではないため今後は懸念される。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は微増しているものの、物価高騰や人件費増加の影響の声を聞く。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業側は採用や人員補充に慎重な姿勢がみられ、採用意欲に大きな変化はみられない。特に退職補充以外の長期案件については動きが鈍く、短期やスポット案件が中心となっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・景況感としては、業界によって受注に偏りがあり、介護やサービス業界の問合せは相変わらず多いが、求職者が求める事務職などは少ないため、稼働スタートに至らず横ばいである。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・景気の停滞感に慣れてしまっている状態である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・AIが更に進化し、企業での導入による省人化の動きが見られる。一方、人手不足の業種では、ホテル清掃など依然採用需要が根強く、求人市場は業種によるが堅調に推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4～8月までの5か月連続で前年同月を上回っており、9月も前年同月と同水準で推移している。令和8年熊本地震の影響については、企業の採用意欲に大きな変動は生じていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体として人手不足は依然として強い。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・企業の人手不足感は依然として強く、9月以降も採用活動を継続する企業が多い。2027卒採用に関する相談も引き続き寄せられており、採用充足に苦戦する企業が見受けられる。また、2027卒から新たに新卒採用を始める企業からの相談もあり、若手の採用に苦慮している様子もある。売手市場の状況に大きな変化はなく、採用活動の長期化傾向が続いている。

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
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年だと9月は求人数が増加するが、今年は前月よりも約4割、前年よりも約6割減少しており、自社で対応する企業が増えたため、ここ数か月毎月求人数が減少している。しかし、医療関係では、求職者を探し切れず対応できないため、増加傾向になっている。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	周辺企業の様子	・求人は年度初めに比べ減少し、人数から質へ転換している。
	×	—	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (沖縄)	◎	その他飲食店〔ファーストフード〕（総務部）	来客数の動き	・9月は観光需要が高く、特に学生の観光客が多く訪れたことで景気は好調となっている。他方で、今年は例年より台風の影響が大きく、景気を下押ししている。
	○	一般小売店〔土産〕（営業部長）	来客数の動き	・7～8月は台風の影響により観光客数が減少したが、9月は大型連休の影響で増加している。
	○	百貨店（経営担当）	来客数の動き	・催事やイベントの開催等で来客数が増加している。
	○	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・旧盆商戦の時期が異なるため単純比較はできないが、想定より来客数が2～3%減少している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年を上回る売上となっている。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	お客様の様子	・知事交代により、景気が回復することを期待している。
	○	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・9月の大型連休の影響で、来客数が増加した。
	○	観光型ホテル（専務取締役）	来客数の動き	・これまで台風の影響で来客数が落ち込んでいたものの、9月の大型連休が好天に恵まれたことで状況が改善し、全体的に来客数は回復傾向にある。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・団体旅行や大型イベントの受注により販売量は前年比約130%と大幅に増加している一方、個人旅行の需要は伸び悩んでいる。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・9月の大型連休が好天に恵まれたことで、月間の来客数は前年を上回っている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・分譲住宅への問合せが活況である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店はやや好調な一方、小売店は苦戦している。全体的に一長一短の状態が続いており、景気動向の判断が難しい状況である。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・物価高騰の影響で、高価格帯の商品が売れにくい状況となっている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・旧盆の時期が異なるため単純比較は難しいものの、実質ベースでは前年水準を維持しており、個人消費など景気の実勢は堅調に推移している。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・常連客の顔ぶれや購入商品に大きな変化はみられない。
	□	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・物価高による単価上昇で、売上は前年比100%を上回ったものの、来客数は減少している。
	□	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・例年にないイベントを開催したところ、多くの来場があり、購買意欲は衰えていないことが確認できた。
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・夏や9月の大型連休前の大型発注が一段落し、需要は落ち着いている。
	□	観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・台風の影響で実績は前年を下回ったものの、台風がなければ前年並みだったとみられる。
	□	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・端末価格の高騰や買換えサイクルの長期化で台数の伸びは鈍化しているものの、一定の買換え需要があり、3か月前と同水準で推移している。
	□	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・中古住宅や投資物件の需要は堅調だが、金利上昇で値引き交渉が増加している。他方で、新築マンションは人気エリアを中心に高価格帯でも好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・台風の多発により客足が減少したことで、飲料やアイスクリームなどの季節商品の動向も低調となっている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インフレが外的要因とした場合、実際の景気は更に悪化すると思う。
	×	その他飲食店「バー」（経営者）	来客数の動き	・団体客の減少に伴い、月間の来客数も減少している。
	×	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・6月の販売室数が前年比19%増加に対し、9月は前年比0.4%減少でマイナスに転じている。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・受注案件の増加に伴い生産が拡大しており、売上の回復が見込まれている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原価高騰による価格転嫁が受注に影響しており、利益率が低下している。
	□	輸送業（経営企画部）	それ以外	・外国人運転手の採用で人手不足は一部緩和されたものの、人件費や物流コストの上昇が続いている。
	□	通信業（総務）	それ以外	・観光需要は好調を維持しているものの、人手不足や物価高、特に資材価格の上昇が課題となっている。
	□	会計事務所（所長）	取引先の様子	・物価高や金利上昇への懸念はあるものの、現時点では事業者への影響は限定的である。
	▲	—	—	—
	×	＊	＊	＊
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	学校「大学」（就職支援担当）	それ以外	・物価高は続いているものの、食品・生活用品の購入や外食・旅行などに活気が見られ、身の回りでは景気がやや改善していると感じられる。
	□	人材派遣会社（総務担当）	採用者数の動き	・求人案件はあるものの、若年層や長期就業人材の確保が難しく、採用のマッチングに時間を要している。
	□	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・IT関連や接客・サービス関連の求人は微増する一方、他業種は微減または横ばいとなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年比で求人数が減少している。
	□	学校「専門学校」（就職担当）	採用者数の動き	・2027年3月卒業予定者向け求人は停滞しているが、医療事務系の就職活動開始により今後は若干の増加が見込まれる。2028年3月卒業予定者向け求人は徐々に増えているものの、採用数は前年並みかやや減少傾向にある。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—