

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北海道)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・今後については、夏の暑さを避けることを目的に当地でショートステイする人が減るものの、秋のイベント、紅葉、温泉を目的に当地を訪れる人が増えることになる。中高年の小団体向けのバスツアーが充実していることもプラスとなる。インバウンドも、雪が降り始める頃から増えてくることになる。これらのことから、当地域外からの観光客はそれほど落ち込まずに推移することになり、それに伴って、当店の物販、飲食の売上も底堅く推移する。
	○	商店街（代表者）	・今後については、客が徐々に物価高に慣れ、賃上げの動きもあいまって、消費マインドが高まることになる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・年末に向けて、様々なイベントが控えていることから、消費者の購買行動が活発になると見込まれる。正月料理の予約もスタートから好調に推移している。これらのことから、年末商戦に期待を持てる状況にある。
	○	タクシー運転手	・例年10月から雪の降る時期までは、タクシーの利用客が減ることになる。今年は、例年よりも暖かい日が続いていることから、初雪が降るまでは前年並みの利用客で推移するとみられるものの、雪が降った後は利用客が増加すると期待できる。
	○	タクシー運転手	・乗務員の採用が少しずつ増えていることから、今後も売上の増加傾向が続くことになる。
	○	タクシー運転手	・冬を迎え、一般客及び観光客の利用が増えることが見込まれる。
	○	通信会社（企画担当）	・年末商戦に向けた準備が本格化することで、通信サービスや端末の買換え需要が徐々に増えてくると期待している。また、秋の行楽需要やイベントが続くことで、人流や消費行動も比較的堅調に推移することになる。一方、物価上昇が続いていることで、客の節約志向が依然として強いことから、大幅な景気回復までは見込めない。これらのことから、今後の景気は、緩やかな改善傾向が続くことになる。
	○	観光名所（従業員）	・物価高、国際情勢不安などの先行きへの懸念材料はあるものの、日頃の客の様子をみると、それはそれと割り切って、積極的に旅行を楽しんでいる様子がうかがえる。当施設の利用状況は、天候に左右される面があるものの、引き続き好調に推移すると期待している。
	○	美容室（経営者）	・以前と比べると、客の来店周期が多少短くなる傾向がみられることから、今後の景気はやや良くなると期待している。
	□	商店街（代表者）	・国内旅行客が堅調に推移していることから、秋観光も比較的好調に推移すると見込まれる。インバウンドも、特に欧米系の伸び率が高く、順調に推移している。
	□	商店街（代表者）	・当地は、居酒屋などの夜型飲食店の割合が高いため、夕方以降は一定の来客数があるものの、昼間の来客数が相変わらず少ないことから、今後も景気は変わらない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ最近の基調がしばらく続くことになる。
	□	百貨店（売場主任）	・様々な商材で値上げが進むなか、ボリュームゾーンの客による購買は下向くとみられるものの、富裕層による購買は引き続き好調に推移すると見込まれる。インバウンドの購買も好調を維持すると見込まれる。
	□	スーパー（店長）	・冬を迎えて、灯油代の支出がかさむ時期となる。特に当地のような寒冷地では、負担が大きいことから、家計が相当苦しくなると見込まれる。
	□	スーパー（店長）	・この先のガソリン価格がどうなるか、先行きへの不透明感が根強いことから、消費が安定的に上向くことは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（店長）	・今後については、米国の中間選挙もあるため、先行き不透明である。
	☐	スーパー（企画担当）	・前年と比べて新米が安価になっていること、酒税法改正によりビールの値下げが見込まれることなどのプラス要因はあるものの、影響は限定的である。その他の商材で値上げが進むことで、今後も客の購買意欲が低下している状態が続くことになる。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・夏から秋にかけての行楽客の増加により、行楽需要の多い一部の店舗では、売上が増えているものの、少子高齢化により、人口が減少している地域の店舗では、売上の減少が続いている。年金受給者などの所得が余り増えていない客が消費を控えていることに加え、人口減少によりマーケット自体が縮小していることから、今後も景気は変わらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・値上げに伴う客単価上昇により、売上はどうか前年を上回っているものの、客の来店動向や買物の仕方に変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・当地の漁獲量について、回復の見通しが立っていないことから、今後も厳しい状況が続く。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・原油価格高騰の影響により、値上げを予定している商品が多くみられることがマイナス要因としてある。ただし、原油価格については、動きが読めない面があり、これから価格が落ち着くことも考えられる。一方、米の価格が安くなっていることがプラス要因としてあり、関連商品も含めて、売行きが良くなることも考えられる。今後の景気については、プラス要因とマイナス要因があることから、良いとも悪いともいえない状況となる。
	☐	衣料品専門店（エリア担当）	・衣料品のみならず、弁当などでも低価格商品が発売されるようになっていることから、客の低価格志向は、今後ますます強まることになる。一方、客の買上点数は、前年並みで推移すると見込まれる。
	☐	家電量販店（経営者）	・景気が良くなるような材料は見当たらないものの、暖房器具などの季節商材は、例年どおりの動きが見込まれることから、今後も景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・現在の物価高や国内外を取り巻く環境は、今後も大きく変わらないとみられることから、高額商材の消費動向は、引き続き弱めの動きが続くことになる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後については、タイヤ交換のシーズンを迎え、来場者が増えることになる。それに伴って、販売につながる機会が増え、景気が上向くと期待したいものの、新車の販売動向が厳しいことから、劇的に良くなることは考えにくい。そのため、今後の景気は変わらない又はやや下向くことになる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後の景気が上向くような要因が見当たらない。電気料金の値上げが予定されていることもあって、しばらくは現状のまま推移する。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続くなか、自動車の価格がかなり高くなっていることから、車を乗換えず、長く乗り続ける傾向が強くなっている。そのため、今後も景気は変わらない。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・季節の移り変わりを余り感じられない年は、来客数が落ち込む傾向がある。ただし、ポップやダイレクトメールなどで需要喚起を図ることで、来客数を維持できるとみられる。
	☐	その他専門店〔造花〕（店長）	・食料品の消費税引下げの効果で、負担が減る分を他の消費に充てるようになることで、多少は景気が上向くことを期待している。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・宿泊単価は引き続き上昇しているものの、当地の火山活動の活発化や本州の大雨などの影響で客の反応が鈍く、予約に伸びがみられない状況にある。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・今後については、宿泊客の減少するシーズンとなることから、例年並みで推移すると見込まれる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・物価上昇が続いており、燃油サーチャージも高止まりしている。また、全国各地で降雨による被害も相次いでいる。旅行需要につながるような、プラス材料が余りないことから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（従業員）	・法人需要の動きをみると、これまでの旅行控えの雰囲気が徐々に薄れ、秋以降の案件が顕在化しつつある。特に周年事業やイベント関連の引き合いが活発化しており、先行販売も上向き傾向にある。ただし、物価上昇や各種コスト負担の増加などを要因とした慎重さも、引き続きみられることから、全体的な景況感全体としては横ばいでの推移が見込まれる。
	□	美容室（経営者）	・物価上昇が続いていることが、不安要素であるものの、その影響がすぐに出てくるとは考えにくいから、今後も景気は変わらない。ただし、その先の売上は心配である。
	□	住宅販売会社（経営者）	・ここに来て金利が上昇していることに加え、物価や人件費の高騰も続いていることから、現在と同様の状況が続くことになる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・資材価格の高騰や人件費引上げの動きは、今後も続くこととみられることから、新築住宅やマンションの価格は高止まりすると見込まれる。住宅ローンの金利が更に上昇すると見込まれることもマイナスである。
	▲	一般小売店（経営者）	・商品を販売しても、在庫のないケースが多く、売上を計上するまで時間が掛かるようになっている。経営面で難しい状況となっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・飲食品メーカーが10月から多数の品目で値上げを実施すると発表していること、電気・ガス料金支援による補助金が9月使用分で終了し、家庭用電気料金が大幅に引き上げられることから、エネルギーコストのかさむ冬場を迎え、消費者の節約志向に一層の拍車がかかることが危惧される。
	▲	スーパー（役員）	・米の価格が低下し、買いやすい価格になっているものの、他の食品の値上げが続いていることから、今後も客の節約志向が続くことになる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・円相場の動向から、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店員）	・物価高の影響に加え、灯油価格の引上げにより、客が本当に必要な物しか購入しなくなるとみられる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・冬季を迎え、客の購入意欲が落ち込むことが見込まれる。金利が上昇していることもマイナス要因となる。
	▲	住関連専門店（役員）	・毎月のように商品の値上げが行われていることから、客の節約志向が一段と強まることになる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年であれば、そろそろ閑散期に入る時期であるものの、9月の大型連休の客足が落ち込むことまでは想定できなかった。長期金利の上昇や食料品の消費税引下げなどの動きは、個人としてはありがたい面があるものの、飲食店の経営面では外食マインドの低下につながるマイナスイメージしか持てない。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・観光客が高止まり傾向にあるなか、今後は特に大きなイベントの予定もないことから、来客数が減少することになる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・観光の閑散期を迎え、例年と同様に、観光客が徐々に減っていくことが見込まれる。少しでも客の取り込みを増やせるように努力したい。
	▲	旅行代理店（従業員）	・10月以降は、当地の観光端境期となり、国内航空需要は、夏場と比べて、減少することになる。ただし、主力となる関東圏との路線は、ビジネス需要が堅調に推移していることから、大幅な減少は考えにくい。一方、国際線は12月に新規路線が就航することから、下期の伸びが期待できる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・これから冬場を迎え、光熱費などの負担が増えることで、旅行に充てる費用の捻出が厳しいと判断するケースが多くなると見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・中東情勢の影響で、石油製品の供給体制の不安定な状況が継続していることから、今後も関連製品の値上げが続くと見込まれる。そのため、個人消費が一段と落ち込むことになり、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・今後の景気はやや悪くなる。景気を回復させるには、物価高の解消と減税などによる支援が望まれる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築価格と金利の上昇により、新築分譲マンション市場の需給バランスが一段と悪化している。改善する兆しが全くないことから、今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・年末年始が近づくにつれて、内向きの消費が増え、生活必需品以外の消費を抑える傾向が強まると見込まれる。
	×	衣料品専門店（店長）	・秋冬物の立ち上がり厳しい状況にあることから、これから実売期を迎え、一段と厳しさを増すことが見込まれる。なかなか変化の進まない業界ということもあって、我慢比べのような状況が続くことになる。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・灯油価格が10月1日から大幅に値上げされることから、家計の負担が増し、節約志向が強まることになる。
	×	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・来年の観光需要期までの休業を決めている宿泊施設が多いことから、10月以降の景気には期待できない状況にある。
企業動向関連 (北海道)	◎	*	*
	○	通信業（営業担当）	・半導体関連産業やGX関連産業、副首都構想を巡る動きが盛り上がりを見せており、今後、徐々に景気が上向くことが見込まれる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・国内建設投資は、引き続き堅調に推移することが見込まれる。
	○	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・これまでは景況感の良くない状況が続いていたものの、ここに来て企業の購入意欲が上向いている。特に効率化や人手不足対策などのニーズの高いものについては、補助金などを活用しながら、設備の入替を進める動きが強くなっている。
	□	農林水産業（経営者）	・現在の本州の長雨が青果物の生育に影響を及ぼすことが懸念される。ただし、これから日照条件が改善することで、例年並みの生育状況に回復することを期待している。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後も現状と同様の受注状況が続くことが見込まれる。
	□	食料品製造業（従業員）	・売上は増加傾向にあるものの、そこから一段と上向くような材料は見当たらない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・人口減少が続いていることから、基本的な景気が良くなることは考えにくい。日経平均株価は、6万円台と信じられないほどの水準となっているものの、半導体関連やAI関連などの限られた企業の株価が高騰しているためであり、国内全体的に、景気が良くなっている実感はない。
	□	建設業（経営者）	・年内はこのままのペースでの施工が続くとみられるため、今後の景気は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・業務量に対して、技術者が不足している傾向があり、業務量と技術者のバランスはすぐには変わらないため、今後の受注量は、現状と同水準若しくは若干の減少で推移するとみられる。
	□	建設業（役員）	・年度内の工事量がほぼ確定し、今後も安定した施工量を確保できる見通しとなっている。このため、引き続き、計画を上回る完工高と利益が見込まれる。ただし、円安や物価上昇を要因とした建設コストの高止まり、金利上昇がもたらす建設投資への影響などが、今後に向けての懸念材料となっている。
	□	輸送業（支店長）	・引き続き、中東情勢を始め、世界情勢の影響を大きく受けるとみられるため、今後も景気は変わらない。多少は景気が上向くことを期待している。
	□	金融業（従業員）	・中東情勢の影響が長期化し、今後も輸入物価や企業物価の上昇が消費者物価に波及していくことになる。また、金利引上げ後も、円安が続いていることから、景況感是不変ではない。
	□	広告代理店（従業員）	・今後に向けて、大きなマイナス要因は特に見当たらないことから、景気は変わらない。
	□	司法書士	・相続関連業務は、引き続き堅調に推移している。ただし、ここ最近の物価上昇により、一定の受注量を保つだけでは、実質的な利益が減少してしまうことになる。そのため、物価上昇に見合った適正な報酬額を検討していきたい。
	▲	司法書士	・景気が良くなるような要素が見当たらない。食料品の消費税引下げの効果も、今後の更なる物価上昇で相殺されることが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(北海道)	○	人材派遣会社（社員）	・ 今後については、冬のボーナス支給後の1月入社を目標に転職活動を始める求職者が増加するとみられることから、景気はやや良くなる。足元の動きをみると、求職者の動きが鈍化しているものの、例年秋口から人材の流動性が高まることから、今年も同様の状況が見込まれる。企業の採用意欲は引き続き底堅いことから、求職者の活動が活発になれば、マッチングの機会が大きく増え、採用決定数や雇用機会も増えることになる。このため、身の回りの景気は現在よりもやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 今後の動向について、判断が付かない状況にある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 物価上昇や中東情勢などの大きな課題が解決しない限り、企業が安心して採用を検討できないとみられることから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 最低賃金の引上げを控え、企業では、今後の人件費増加を見据え、採用に慎重な動きをみせている。一方、求人数が減少していることで、応募者の増加傾向が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・ 観光関連が堅調に推移していることから、良くも悪くも景気が変わるような要素が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・ 当地の新規求人数は前年比で14.6%の減少となった。一方、月間有効求人数は、10か月連続で前年を下回った。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求人数の減少が続いているものの、それが景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。ただし、事業主の高齢化や後継者の不在による事業廃止の動きが増えていることは気掛かりである。最低賃金引上げの影響が出てくるとも懸念される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価高や原材料価格の上昇、人件費負担の増加が続いていることで、多くの企業が採用や設備投資に慎重になっている。このため、景気が大きく上向くことは考えにくい。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 物価高が続いていること、中小企業の給与がそれほど上がっていないこと、個人消費に伸びがみられないことから、景気が上向く要素が見当たらない。
	▲	職業安定所（職員）	・ 物価の上昇が続いていることで、消費者の負担が増している。このため、今後の景気が上向くことは考えにくい。
	×	—	—

２．東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・ 紅葉が見頃の時期であり、予約状況は非常に好調である。
(東北)	○	コンビニ（エリア担当）	・ 天候不順が落ち着き、客の動きが良くなると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ 9月は例年よりも雨の日が多く、来客数も例年より少なかった。今後2～3か月は、雨の影響が少なければ来客数は改善するとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ 冬物が動く時期になる。
	○	衣料品専門店（店員）	・ 安い物でいいという層は一定数動いているが、ある程度品質の良い物が欲しい、良い物を着たいという客も少しずつ増えている。
	○	家電量販店（従業員）	・ 12月は年間でも3番目に忙しくなる時期であり景気はやや良くなる。クリスマスや冬のボーナスなど商戦に活気が出るとみている。また、寒い冬になれば冬物商材の販売数量が伸びる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 決算後、登録台数が増え、収益は増加するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・11月に市内を会場に大型イベントの開催が予定されている。
	○	一般レストラン（経営者）	・暑さも終わり鍋のシーズンに入るため、予約数が増えることが期待できる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始や冬の観光需要があるため、売上の増加傾向は続くともっている。宿泊部門を中心に、団体や家族旅行の利用増加を見込んでいる。現状の集客力とサービス力を活かすことで業績の好調を維持したい。ただし、季節要因や外部環境の変化には引き続き注意が必要である。
	○	都市型ホテル（支配人）	・紅葉シーズンの国内客とインバウンド、冬季のインバウンドの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・紅葉の時期を迎える。11月からは県発行の宿泊クーポンによる割引も始まるため、PR効果に期待したい。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に懸念材料は見当たらない。
	○	設計事務所（経営者）	・大型案件の納期であることに加え、新規案件の受注予定がある。
	□	商店街（代表者）	・年末に向けた消費需要は期待できるものの、物価高による節約志向が続いており、大きく改善する材料は見当たらない。今後2～3か月の景気は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・年末は売上が見込めるものの、内容は今と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・様々な消費喚起策が出ているが効果は一時的である。良くなる材料も見当たらないため、今と変わらないとみている。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・当地は雪の降り方によって経済状況が変わる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月からは酒税法改正による価格改定でビールなど値下がりする商品も出てくる一方、生ビールには欠かせない炭酸ガスは倍近く値上がりする。値下がりすることだけに焦点を置かれるが、燃料費等の上昇や人件費、採算確保なども踏まえ、小売店、飲食店共に様々な対応を求められる。この改正がどこまで消費者マインドに影響するかが不透明である。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・良くなる材料は見当たらないが、現状の物価高に慣れてきている様子もみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数は減少し、客単価は横ばいが続いている。集客コンテンツのプロモーションや施策の計画をより一層強化していく必要がある。
	□	百貨店（経営者）	・物価上昇が続き、金利も上がれば、消費は富裕層と中間層で2極化が進むとみている。中間層は選別消費が顕著になっており、売手側の提案力が大きなポイントになってくる。
	□	百貨店（従業員）	・欲しいものには金を掛けるが、各種値上がりによる生活防衛意識の高まりから買い控え傾向は今後も続き、状況に変化はないとみている。
	□	百貨店（経営者）	・客単価については、高額品の動きがやや鈍化している。
	□	スーパー（経営者）	・10月の値上げ品目は3000を超え、電気・ガス料金等の値上げも加わる。天候不順により農作物の生育も芳しくなく、最低賃金引上げに伴い人件費も増加する。また、原材料費や物流費の上昇も続いていることから、価格転嫁の動きは更に広がる。消費者の生活防衛意識がこれ以上強くないことを願っている。しかし、地方の企業活動や個人消費は当面は厳しい状況が続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・米の価格は新米登場を受けて更に落ち込む。酒はビールが値下がりするが、他の商品は上がるため、し好品としては売上が下がるとみている。
	□	スーパー（店長）	・年末商戦に入るが、値上げラッシュが続くため買い控えが発生する。買物は予算の範囲内で行い、大きな無駄遣いはしないとみている。
	□	スーパー（店長）	・当店は高齢者が多い地域に立地していることから、更に悪くなるか、良くても現状維持にとどまる。また、若い世代は車で複数店舗を買い回りできる一方、高齢者はそれが難しい人も多く、販売状況の改善にはつながりにくいと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（店長）	・酒税改正などプラスとマイナスの要因があり、現状と大きくは変わらない。
	☐	スーパー（店長）	・値上げは続くが、購買行動に大きな変化はない。
	☐	スーパー（店舗運営）	・買上点数は回復せず、客単価に変化はないとみている。
	☐	スーパー（商品担当）	・物価高の影響による買い控えは続く。
	☐	スーパー（販促担当）	・食品を中心に値上げが続いている。客の価格に対する意識は非常に高く、特売品や低価格品を中心に購入する傾向が続いている。年末に向けて季節商材の需要は見込まれるものの、必要な商品を優先して購入し、不要な商品は控える動きが強い。特に日常的な食品や生活用品では節約志向が続くとみられ、消費全体が大きく伸びる状況ではない。物価上昇の影響は大きく、今後2～3か月で景気が大きく改善するとは考えにくい。
	☐	スーパー（業務担当）	・毎月のように値上げがあるため、買上点数は伸び悩んでいる。
	☐	コンビニ（経営者）	・今年は特に天候が悪いことが売上に響いている。2か月後くらいまでは土砂降りや雷雨の発生が続くことが予想されることから、来客数が少なく、売上も低い状況は変わらないとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・今後2～3か月は現状のまま推移する。
	☐	コンビニ（経営者）	・人口の減少が止まらないことから、今後も来客数の減少を単価でカバーする状況は続く。また、商品の値上げは今後も続くことが予想されることから、来客数の更なる減少が懸念される。
	☐	コンビニ（経営者）	・景気が変動する要素は見当たらない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・年末に向けてのイベントや天候次第ではあるが、外的環境に変化がなければ変わらない見込みである。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・猛暑や大雨といった天候不順の影響が大きい。また、仕入価格の高騰で販売価格設定に苦慮している。こういった状況は変わらないとみている。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇による節約志向は続く。
	☐	衣料品専門店（店長）	・秋物の立ち上がりが早く、好調に推移しているが、中期予報どおり平年より高い気温で推移した場合は需要の停滞が危惧される。
	☐	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に伴い、消費行動が大きく冷え込んでいる。さらに、スーツ離れも影響しているため、苦戦が予想される。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	・食料品等の値上げが続いており、衣料やし好性の高い商品の購入は依然として厳しい状況である。また、住宅ローン金利等の上昇が懸念されるなか、ファミリー層を客層とする小売業は更に買い控え等の影響を受けるとみている。
	☐	家電量販店（従業員）	・節約志向が広がることへの懸念はあるが、商品単価が上昇しているため、売上は維持できるとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・キャンペーンの期間が来月まで延長されたため、好調が少し維持できるとみている。
	☐	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・秋冬商材が本格的に動き出すが、近年は防寒服の売行きが芳しくない。冬物で売れる商材が少ないことに加え、一般アパレルとの競合もある。また、冬の期間が短くなっているほか、気温や降雪状況も以前とは大きく変化しており、薄手のものを着るようになってきている。年末の売上が心配である。
	☐	その他専門店〔靴〕（経営者）	・商品が値上がりし、気軽に買うことができなくなっている。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬予想が出ているため、家庭用、工業用共に例年並み若しくは低迷が予想される。
	☐	一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ても、この先大きく増加することは期待できない。他の飲食店の話を聞いても、同じように厳しい状況が続いており、不安を抱いていた。外食を控える傾向は変わらず、厳しい状況が続くとみている。
	☐	一般レストラン（スタッフ）	・物価高も買い控えも続いており、外食は家族が集まるイベント時や週末など特別なときだけになっている。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・長雨の影響により来客数が多少落ち込む可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・先行予約も良くないため、景気は変わらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・プラスよりマイナスの要因が多く、当面は低調な状況が続く。
	□	旅行代理店（従業員）	・物価高が続くとみており、景気は変わらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・先行きは不透明である。
	□	通信会社（経営者）	・年末に向けてサービスエリアの更なる拡大を予定しており、高齢者層を中心に新規加入者数の増加が期待できる。特に放送サービスは、年末特番などコンテンツが充実することから、加入者数の増加を見込んでいる。しかし、拡大エリアは学生が多い住宅街であり、若者のテレビ離れの影響もあることから、若年層における放送サービスの加入者数増加は期待できない。インターネットサービスについては、キャンペーンの実施により、低価格コースの加入者数増加が見込まれる。解約者数は減少傾向にあるため、大幅な加入者数の減少はないが、大きな伸びも期待できない。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料が乏しい。
	□	通信会社（営業担当）	・冬季に入り、原油価格の動向に一喜一憂することが予想される。資材、流通コストの増加を懸念する声も聞く。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
	□	観光名所（職員）	・ここ数か月、予約状況も振り客も前年並みの状況が続いている。この先も変わらないとみている。
	□	観光名所（職員）	・団体旅行の予約も入っており、好調が続くとみている。当地発着の航空便が定期的に運行している台湾からの団体ツアーの予約も増加している。
	□	遊園地（経営者）	・物価上昇が続いていることから、家計や個人消費への下押し圧力が強まることが懸念される。
	□	ゴルフ場（支配人）	・地方では物価上昇に賃金上昇が追いついていないため、消費は横ばいかやや減少するとみている。
	□	美容室（経営者）	・物価高で財布のひもが固くなっている。
	□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客がいない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ここ数か月の実績と起爆剤となるような明るい材料がないことから、変わらないとみている。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、コンロ、給湯器交換の問合せが増える。リフォームは、中東情勢の先行き見通しが不透明であるため、苦戦が続く。
	▲	商店街（代表者）	・年末に向かうが、需要の増加は見込めない。
	▲	商店街（代表者）	・物価や人件費の上昇が続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・依然として中東情勢の先行きに対する不安が払拭できず、物価高の動向も見通せない状況にある。物価上昇に所得が追いつかない実態から、節約志向が一段と強まり、景気の腰折れが懸念される。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・国際情勢が厳しさを増している。さらに、世界的な異常気象による農産物の不作のなかで、我が国においても生活必需品の価格が更に上がる可能性が高い。消費者の財布のひもは更に固くなる。
	▲	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・ゴルフにおいては、例年11月頃からオフに入る客が出始める。
	▲	コンビニ（経営者）	・商品の相次ぐ値上げで客単価が上昇しているものの、買上単価は横ばいであり、来客数は減少している。来月からは税改正による酒類やたばこの値上げが控えており、先行きは暗い見通しである。
	▲	コンビニ（経営者）	・雨が降ると来客数が極端に減る。この先も天候が悪い日が多いと厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・コンビニの売上は夏に伸び冬は下がる傾向があるため、売上は減少する。
	▲	コンビニ（店長）	・止まらない物価上昇と最低賃金引上げが懸念材料である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年、年末は販売量が減少する。現状でも販売台数に大きな伸びはなく、この先も変わらないとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・販売価格は上がっているものの、利益は想定以上に少ない。また、人件費などの上昇が利益を圧迫している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売台数は落ち込んでいるものの、中古車の販売台数は新車と同じかそれ以上に売れている。全体的に新車が落ち込み、中古車が売れている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（従業員）	・10月からクレジット金利が上昇することから、買い控えが予想される。
	▲	乗用車販売店（店長）	・電気自動車、プラグインハイブリッドカーの受注はこれまで好調だったが、クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の今年度分の申請受付が終了間近との報道があり、当該車種の商談が軒並み落ち込んでいる。補助金の額が大きかっただけにネガティブなインパクトも大きく、受注活動に影響が出ている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・世界情勢の影響により物価は上昇し、気候変動の影響により災害が発生している。景気が良くなるような気配は全くない。
	▲	その他専門店「ガソリンスタンド」（営業担当）	・現在適用されている燃料油の補助事業の基準変更が見込まれ、売価の上昇につながる可能性がある。更なる買い控えの発生が見込まれる。
	▲	高級レストラン（支配人）	・来館者数は下げ止まり、一定水準で横ばいに推移している。一方で、客単価の低下傾向が続いており、売上総額は緩やかに減少している。
	▲	通信会社（営業担当）	・10月以降も多数の食品で値上げの予定がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・商品原価高騰による販売数量の減少が見込まれる。
	▲	テーマパーク（職員）	・9月は雨の日が多かったため、屋内施設を多く備える当施設では大型連休を中心に集客が好調であったが、10月以降は集客が弱くなっていく。
	▲	競艇場（職員）	・来場促進イベントの計画がないため、利用者数は減り、売上も減少するとみている。
	▲	美容室（経営者）	・急激な物価上昇や最低賃金引上げ等による人件費の上昇などにより、サービス業を中心とする中小企業の経営環境は悪化する見込みである。
	▲	その他サービス「寮管理」（管理人）	・物価上昇が続いており、家計負担は更に増える。教育費の上昇も避けられない。また、豪雨災害による農産物への影響も懸念される。景気はやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・米国の政策の影響により、国内外の情勢が不安定になっている。飲食業の当店でも10～11月は予約がほとんど入っていない。
	×	一般小売店「寝具」（経営者）	・仕立てやカーテンの注文や予約が止まってしまい、売上の見込みが立たない。
	×	スーパー（経営者）	・商品価格や物価の上昇は止まらず、生活防衛型の消費が更に進むとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・最低賃金が引き上げられ、除雪費用が掛かる冬が来たらいよいよ限界を迎える。利益は見込めず、打開策もない。
	×	その他専門店「酒」（経営者）	・米が高くて買わない状況にもかかわらず高い価格を維持しようという風潮がある。余計に在庫を増やした上に米離れを加速させることを危惧している。結果、地元の農業の衰退を招くことになる。
	×	一般レストラン（経営者）	・来店客からは値上げや物価高の話を多く聞く。メディアが値上げの話題を多く取り上げることで、消費を抑える人が多くなっていると考え。
	×	一般レストラン（経営者）	・中東情勢が収束しない限り、景気の回復は難しい。家計支出の負担も増していることから、景気は悪化する。
	×	タクシー運転手	・日用品は値上がりし、ガソリン価格も高値を維持している。先行きに明るい材料は見当たらない。
	×	観光名所（職員）	・物価高などで家計に余裕がないなか、観光や娯楽などに金を掛けにくい状況になっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・交渉中の大型案件の契約を見込んでいる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量や案件は増えているが、競合他社との相見積りで発注が決まるため、労務費や材料価格の上昇分を価格転嫁しようとする失注し、受注できたとしても利益を出すのが難しい現状にある。今後は景気が上向きになることを期待したい。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体業界が好調をけん引しており、部品納期も長くなってきている。
	○	その他非製造業「飲食料品卸売業」（経営者）	・金利の引上げによる有効求人倍率の低下は懸念材料だが、それ以外に年末に向けて消費マインドを冷え込ませる要因は見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	食料品製造業（経営者）	・同業者の自己破産が続いている。今後は原料価格の更なる上昇が見込まれるため、製品価格の再値上げも検討しなければならない。製品価格の上昇による売行きへの影響を懸念している。
	☐	家具製造業（従業員）	・引き合い案件の状況やそれに伴う見込み案件の推移から、景気は現状維持で推移するとみている。
	☐	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・景気は一進一退の状況が続いている。新しい提案をしていかななくては行けない。
	☐	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前年にはあった受注の見送りや定例受注の減少又は規模縮小により、受注量はここ5年で1番少ない状況である。業種的に構造不況業種になっている総合印刷業から、情報産業業種に転換できるかが大きなポイントになっている。
	☐	金属製品製造業（経営者）	・半年ぐらい先には新製品開発が活発化しプラスになるとみているが、当面は大きな動きはなさそうである。
	☐	電気機械器具製造業（総務担当）	・当面大きな変化はないとみている。
	☐	輸送用機械器具製造業（経営者）	・来月以降の受注状況、客先からの情報を見ても、2～3か月先までは良い状況が続く見込みである。
	☐	建設業（従業員）	・受注案件について、工期に間に合うように人員配置を考えて対応していく。
	☐	建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やせないため変わらない。
	☐	輸送業（経営者）	・食料品の値上げラッシュが続くなか、10月分からは電気・ガス料金も値上がりする。また、金利上昇や高い水準での最低賃金上げは、家計と中小企業に大きな影響を及ぼす。
	☐	通信業（営業担当）	・取引先からの値下げ要請に対しては、価格が適正であることを説明し、理解を求めている。
	☐	通信業（営業担当）	・世界情勢に変化はなく、物価上昇も続くともみている。
	☐	金融業（広報担当）	・政策金利の引上げは、多くの事業者が既に織り込み済みではあるものの、設備投資意欲にはややマイナスな影響が出始める可能性がある。住宅着工件数も更に減少するとみている。一方で、有価証券や株の保有者にとってはプラス材料となる。物価高の抑制がどの程度実現するかにもよるが、企業間、個人間で差はあるものの、総じて消費マインドが急に落ちることはなく、景気は変わらないとみている。
	☐	広告業協会（役員）	・物価の上昇が続く限り、消費行動は慎重になる。このような状況では、広告業界において大きな変化が起こる見込みはなく、景気は変わらない。
	☐	広告代理店（経営者）	・中東情勢など不安定要因があることから広告投資は伸びないものの、極端に予算を減らすような動きも見られない。当面はこの傾向に変化はないとみている。
	☐	広告代理店（従業員）	・日々接する取引先の事業姿勢や予算感に着目した。設備投資や新規発注を急激に抑えるような動きがない一方で、業務内容を積極的に拡大する気配も薄く、現状維持を優先する様子が全体から強うかがえる。
	☐	経営コンサルタント	・観光シーズンを迎えるが、天候不順や人手不足、物価高騰など不確定要素が多い。
	☐	公認会計士	・円安による輸入価格の上昇や原油供給の不安定化に伴う資材価格高騰などの影響は続く。そのため、建設業、製造業では資材価格の高騰による工事売上への減少や工事原価の上昇が続く。2～3か月で改善することは見込めず、厳しい状況が続く。
	☐	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地の主要産業である観光は天候に左右されるため、判断がしづらい。
	☐	その他企業〔協同組合〕（職員）	・景況感が良いことから設備投資を増やすなど強気の経営戦略を立てている企業がある一方、人手不足や金利上昇への懸念からちゅうちょする企業もあり、2極化がみられる。総じて、全体的な景況感是不変とみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・米価が下落している。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げによる販売量の減少が見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・原料、資材、人件費の高騰により、価格改定に踏み切らなければならない、規格変更や代替メニュー等、客離れを抑える提案を試行錯誤している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	木材木製品製造業（従業員）	・見積りの引き合いは一定数あるものの、手元案件の成約・着工への結び付きが弱く、2～3か月先も目ぼしい大型物件が見当たらない。また、各地の豪雨災害に伴う復興需要は被災地周辺にとどまり、当地域への資材発注として波及する見込みは立っていない。さらに、災害対応等の影響もあり足元では現場の職人を確保しにくく、工期遅延や着工停滞の懸念が強まっている。脱炭素関連の木質化需要の開拓を模索しているが、案件不足と施工制約により先行きは一段と厳しくなる。
	▲	不動産業（従業員）	・不動産ストック型の中小企業では経営悪化が予想される。金利が上昇するなか、資材価格の高騰が落ち着き、不動産価格が適正水準に戻るまでは、取引件数の減少が続く。
	▲	司法書士	・不動産取引や住宅新築件数の減少傾向が続いている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しているため、厳しい状況は続く。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・主力のパソコン生産において、10月以降大幅な落ち込みが予想される。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋の観光・行楽需要や年末商戦、企業の年度後半の予算執行などがあり、景気は若干上向く。
	□	人材派遣会社（経営者）	・景気が良くなる話は聞かれず、仕入価格の上昇や中東情勢への不安も今に始まったことではない。そのなかで事業を行っているため、良い要素も悪い要素も見当たらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・物価高が家計に影響しており、消費は減退する可能性がある。求人も人件費の高騰などから慎重になる企業が増えている。AI需要という押し上げ要素はあるが、景気はやや悪くなることも考えられる。
	□	人材派遣会社（社員）	・媒体からの応募数などを見ても、今以上に伸びるような反響はないため、現状維持とみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・周辺企業から生産量や受注の増加といった話は来ていないため、景気に変化はないとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞紙面の求人広告の掲載にはばらつきがあり、ある月とない月がある。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数、有効求人倍率共に幾分改善がみられるものの、中東情勢を背景とした物価上昇など不透明な部分があることから、横ばいで推移するとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向で推移しているが、10月からの最低賃金引上げの負担感が大きい。経費を圧迫するという事業所の声もあり、雇用に与える影響を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で主要産業のうち建設業、運輸業、医療福祉業でマイナスになったが、製造業、卸小売業、宿泊・飲食サービス業、サービス業ではプラスになり、全体では前年同月比で3.2%減少している。なお、新規求人数の募集は底堅く、急激な雇用情勢の変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や中東情勢の影響の継続が見込まれる。また、最低賃金引上げに伴う人件費の増加により、経費負担の増加を懸念する声を聞く。このため、一部事業所では採用に慎重な動きがみられる可能性がある。
	□	学校〔専門学校〕	・経済状況が改善する要因が少ない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り、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い状況は変わらないとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気回復の実感に乏しく、大きな投資ができない状況が長く続いている。利益が減少する企業も多いことから、当面は厳しい状況が続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	アウトソーシング企業（経営者）	・10月から最低賃金が引き上げられるが、小さな会社では対応が非常に厳しい。また、賃上げを実施しても、社会保険料負担の増加などにより労働者本人の手取り額はそれほど増えず、物価上昇にも追い付かない。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・この時期から年末に向けて団体宴会、少人数の会食や飲み会の予約が増えてきている。
	◎	旅行代理店（経営者）	・例年よりも受注見込みが多い。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・8～9月と雨ばかりで、日本各地で災害が発生しているため、旅行のマインドが抑えられた月であった。久々の曇りや小雨の日は売上が良かったことから、10月以降、天候が安定すれば観光需要も戻ってくると考えて、2～3か月後の景気はやや良くなるとした。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後も値上げの影響が続く。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後は秋のレジャー、行楽シーズンに加え、年末年始の帰省客増加も見込まれるため、来客数の回復による売上増加が期待される。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・余り良くないところで長く足踏み状態が続いている。ただし、そろそろ必要に迫られて、購買意欲も出てくると期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンで人出があるため、例年11月は忙しくなる。
	○	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドが前年比で倍増している。
	○	都市型ホテル（支配人）	・年末に向けて、料飲部門の予約状況を見ても、やや良くなると判断している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・前年と比べて、宿泊は団体予約が若干多い。宴会も大口利用が前年よりも多く受注できて良い傾向である。懸念としては、直近の小宴会場利用の伸びが鈍化していることと、年末に向け食材原価の更なる上昇が見込まれるため、値上げに踏み切る商材もあることである。社会全体の景況感次第だが、消費者に受け入れられるか不安である。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなっているため、この先も良くなる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・エルニーニョ現象が続き、今年の冬は全国的に暖冬の予測が出ている。予約は前年並みに推移しているが、今後の予約に期待したい。
	□	商店街（代表者）	・長雨による影響が大きく、更に追い打ちを掛けるように取扱商品が値上がりしているため、客は悲鳴をあげている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・3か月先、暮れの商戦でも、生活必需品の値上がりは続く見込みから、景気の上向きは見込めない。
	□	百貨店（店長）	・富裕層の売上は堅調に推移する一方、中間層の売上は前年を下回る状況が続いている。来客数も前年割れが継続している。今後も外部要因は変わらないことが想定されるため、2～3か月先の景気については現在と大きく変わらない。
	□	スーパー（総務担当）	・景気が良くなる見込みがない。長雨で野菜も高騰しており、客の買い控えは続くともっている。
	□	スーパー（商品部担当）	・物価高の影響は続きそうで苦戦が強いられる。価格訴求商品のみ動きが良いものの、その他はシビアな買物をしている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・好転する材料が見受けられない。
	□	家電量販店（営業担当）	・エアコン販売は前年比105%で推移しており、今後の値上げに対する取組により前倒しで確保できている。映像関連は前年比95%、白物家電は同92%と苦戦している。資材関連は大幅な値上げにより、仕入れに大きく影響している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産状況に変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住関連専門店（仕入担当）	・天候の予測も難しく、不確定要素が多い。来春予定されている食料品の消費税減税のような大きな変化がないと変わりようがない。
	□	その他専門店（総務担当）	・見積依頼が少ない状況は変わらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・農作物の不作、高騰は仕入れに大きく響き、また、酒税法改正の影響も一定程度あるとみている。年末期に向かい、少しでも活性化することに期待している。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて期待したいが、現状のままとみている。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・最低賃金の見直しが今年も10月に実施されたが、労働集約型の産業に属する給食事業にとっては、人手不足や採用難が業務運営の重しとなっている。人材の採用や定着の確保が一段と重みを増しており、労働条件だけではない働きがいの確保が重要なテーマとなっている。
	□	旅行代理店（所長）	・月が変われば天候も安定していくと考えるが、長雨や台風による天候不順で、紅葉の色づき具合も懸念され、来訪者数の減少につながらないか心配である。
	□	旅行代理店（従業員）	・海外情勢が余り好転しない見込みである。
	□	旅行代理店（営業担当）	・これから紅葉シーズンを迎えるが、これまでの流れを考えると増加は考えにくい。
	□	タクシー運転手	・今後もこのような客離れが続く。
	□	通信会社（社員）	・今後2～3か月は、値上がりによる買い控えも懸念されるため、景気は現状と大きく変わらないと考えている。
	□	通信会社（営業担当）	・円安で売上を伸ばしている。一部企業を除き、多くの消費者の実質賃金が低下している状況では、景気は変わらない。
	□	通信会社（総務担当）	・人気機種の新商品需要は限定的で、トータルの販売数を大きく上昇させる力にはならない。
	□	テーマパーク（職員）	・物価高騰によるレジャー費の劣後傾向や、度重なる台風の接近による外出控えなど不確定要素が多く、来園者数が増加するとは考えられない。
	□	美容室（経営者）	・食品ほか日用品の値上げが家計を圧迫し始めている。引き続き重点支援地方交付金を活用して発行された商品券を利用するフリー客が期待できる。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築コストが高止まりしており、客の予算と見積金額の折り合いがなかなか付かない。今後も同様のケースが続くとみている。
	▲	一般小売店〔青果〕（店長）	・長雨で、秋から年末にかけての野菜の作付け、種まきができない状態で、これ以上遅れると年内出荷は難しいという話も出ている。今後は野菜もかなり価格高騰するのではないかとみている。
	▲	スーパー（経営企画）	・継続的な物価上昇に対し、収入に変化がないため、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（店長）	・9月中の悪天候の割には来客数は結構あった。世帯人数の少ない年配客が多く、雨のなか、自宅から程近い当店で買物をする機会が多かったようである。今月と比べると2～3か月後はマイナスになる。
	▲	家電量販店（店員）	・単価が下がっているため、やや悪くなる。単価が上がらないことには景気は上向かない。
	▲	家電量販店（企画担当）	・前年の10月以降は、パソコン特需の最盛期であり、反動減の影響が一層大きくなるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・市場の需要停滞、車両価格の高騰に金利上昇が重なり、買い控えや選択肢の見直しが進む。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・金利の上昇や車両価格の値上がりなど買い控えになる要素があるため、しばらくは現状が続くのではないかと思う。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・不透明な経済及び世界情勢のなかで、価格及びし好の2極化が進み、特に、国内旅行の旅行需要は下降すると推察される。
	▲	通信会社（局長）	・日本銀行の金利政策が発表され、一部の投資家などに関しては円高や株価の上昇で、恩恵がある。しかし、多くの一般消費者は、住宅ローンを始めとした各種ローン金利の上昇見込みから、支払利息等が増えることへの懸念により、買い控えや節約傾向になっていく。これからは2極化が進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・物価の上昇に賃金が追いつかない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・地方では生活に余裕のない客がかなり多く、高い買物はなかなかしづらい状況になっている。一般消費者の税負担が大きいと、商売をしていて切に感じている。
	×	通信会社（経営者）	・物価の上昇が止まらない現状では、先行き不安から消費者の購買意欲が全くないといえるくらいである。食費を抑えているようでは、他のものにまでお金は回らない。地方は人口減少、少子高齢化、貧困化の三重苦である。景気が良くなるはずがない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物価と金利上昇による景気の悪化が予想され、原価割れの業者が出てきている。廃業等の業者も増えており、悪化に向かっている。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	＊	＊
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年10月から年末にかけては受注量が集中するため、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・設備投資関連の動きが売上増加につながるとともに、中東情勢により生産が落ち込んでいた自動車関連の仕事も秋から年末に向けて増産計画があり、確実に上向く見込みである。
	○	経営コンサルタント	・諸物価の上昇や金利上昇、為替の大きな変動の下でも、消費行動は底堅く落ち着き、企業の生産活動も同様に堅調な状態が続くとみている。
	□	食料品製造業（経営者）	・米を取り巻く環境は、過去に例を見ないほど最悪の状況に陥っている。新米価格の暴落により生産者の生産意欲は落ち込み、廃業が増加している。取扱業者のなかにも、高値で購入した古米の在庫を大量に抱え、事業の存続自体が危うくなっているという話も聞かしている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・客は必要な物しか買わない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・大きな変化はないと考えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からの情報や受注量から判断して、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後2～3か月先のことは全く分からないが、今よりも悪くはならず、やや良くなるかわからないくらいで推移するとみている。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況などもまだ続いているため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・季節物の初回配送が始まり、特に暖房、電気ヒーター、電気カーペット、エアコン、石油ヒーターや冬物寝具などは前年並みの物量を確保する予定であるが、ドライバー不足で人件費も上がり、燃料コストの高止まりもあるため、全体的に利益は薄くなりそうである。
	□	社会保険労務士	・坪単価が上がりすぎて今後の新規宅地開発は様子見だと話す不動産事業者が増えてきている。
	▲	化学工業（管理担当）	・一部製品は需要が縮小しており、代替品へ変更可能な物は替えられている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの受注予測より、先行きはやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・金利上昇が設備投資に悪影響を及ぼすとみている。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産は計画どおりに進んでいるものの、生産は減産傾向にある。このところの災害級の天候や、中東情勢の影響などの不安感から、新車が売れていない。先行き不透明である。
	▲	建設業（総務担当）	・測量業務はとにかく業務量が足りていない。この時期にこれだけなければ、数か月後は不安しかない。
	▲	金融業（営業担当）	・価格転嫁しても、すぐに仕入原価が上がるため、収益性の改善が進まない。
	▲	不動産業（管理担当）	・経費を削減しても資材の値上げ傾向は続く見込みである。取引先も物価上昇の影響を受けているため、受注金額についてはシビアである。空きテナントの入居もなく、拠点整理が始まっていることから、賃貸面積や物件数が減る見通しのため、売上は減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（管理担当）	・スマートフォンの新商品発売により、下取りしたスマートフォンの検品業務が増え、派遣社員が増員されるため、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・10月から電気料金等の値上げも予定されており、金利の上昇による負担も重くなってくる。製造や加工関係、建設業関係でも電気はどうしても必要だが、材料の調達や全体的な出し渋りもあり、住宅の増改築などはやや厳しさが増している。全般的に財布のひもは少し締められている。
	□	人材派遣会社（社員）	・給与額について、企業側と求職者側の要求の乖離が大きくなっており、一部の特定のスキルや経験を持った人材以外は厳しい状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・当地域の観光客数は変わらず順調に推移するかと考えるが、物価高と人件費上昇からどの企業も契約相手との値上げ交渉をしている。最低賃金引上げに付随してスタッフの賃上げもあるため、厳しい状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月と横ばいで推移している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・今後も求人状況の変化や経済への影響はみられない。
	▲	*	*
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社DBJ総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	商店街（代表者）	・天候が大きく影響してくるので何ともいえないが、異常気象の影響がない前提で、今の当地域の景気はとても良い。来街者数もキャッシュレス決済の数字も好調を維持している。イベントへのレスポンスも良く、当地域を取り巻く消費者の動向は活発である（東京都）。
(南関東)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・年末商材である手帳などの販売数量にも動きが出てきており、文具店に求められるニーズが高まってきている。相変わらずインバウンドの来店も多く、秋の旅行シーズンに向けて、来客数及び売上の増加が期待できる。各文具メーカーでは新商品の発売も多く予定されており、客も発売を待っている状況から、今後の売上増加につながる（東京都）。
	◎	高級レストラン（店長）	・営業の仕方次第で、緩やかではあるものの当社や身の回りなどについては良くなる見込みである（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・9月は売上がとても悪く、最低であった。10月の宴会予約表をみると多くの予約が入っているため、天候にもよるが、今よりは良くなる（東京都）。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月と比べてどうかは分からないが、年末にかけて依頼が増える見込みである。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・周年イベントがあるため、やや良くなる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・2～3か月後という年末も含まれるため、大きな動きはないとみられるが、多少期待している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・秋雨シーズンが過ぎて秋晴れとなれば、客足が戻り、売上も伸びてくる。天候次第である。
	○	百貨店（売場主任）	・年末に向けておせち、お歳暮、対象顧客限定イベントを用意しており、購買意欲は維持されるものとみているが、来月からまた値上がりする食料品も多く、値札を見て慎重に買物をする客も増えており、懸念材料もある（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・現状は、過去に例を見ない秋の豪雨により来客数に大打撃を受けているが、2～3か月先の冬物商戦においては、来客数の回復及び商況改善を見込んでいる（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・要因は分析中だが、直近の流れを踏まえると、来客数が増える想定である。
	○	百貨店（管理担当）	・食品を始めとして、衣料品も売れている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・これ以上天候が悪くなることはないため、今よりは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候、気温は別として、価格上昇に対応することや、大型の販売促進を行って集客を図ることで、直近での落ち込みからは改善してくる見込みである（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	・仕入計画に対して90%で推移しており、資金繰りについては、改善されている。売上については、計画値には至っていないものの、ほぼ前年並みである。消費者動向として、富裕層についてはイベント催事等で好調である一方、日々の店頭売上は苦戦している（東京都）。
	○	衣料品専門店（統括）	・長期予報を見る限りでは、この先の天候は前年とほぼ変わらないようである。よほどの天候不順でない限り、今底を打っている来客数を下回ることではないと考えている。
	○	家電量販店（店長）	・年末調整で基礎控除や給与所得控除額が上がり手取りが増えることにより、消費が刺激されるとみている。ボーナスも平均で増える傾向にあるため、期待している。
	○	家電量販店（店長）	・エアコンの買換え需要が見込まれる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の11～12月は暮れが近づいてくことで、客足が伸び、9月よりは売上も増える。ケータリングも11月の方が多くなってくるため、現在より2割くらいは売上が増加するとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・質が高く、商材も接客も高いクオリティを維持できれば、今後も客に選んでもらえる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・客の動向を見ると、来客数がやや増えているものの、しばらく様子をみないと分からない（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・現在、売り方や商品ラインアップ、メニュー変更、SNSなどでの新規ファンの獲得、体験型も加えて来客数などを増やす努力を進めているため、結果が出てくることを期待している。大企業のみが伸びていて、中小企業には厳しい社会になってきており、所得の2極化が進んでいく。高価格帯の商材を売っているが、高くても買えないという声もかなり聞かれる（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・下期は最低賃金引上げによるコスト増加がある一方、新米価格が更に40%程度値下がりする見込みから、全体のコスト面では増加傾向が一服すると予想している。このため、上期並みの利益水準を維持できるとみている（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・年末に向けて書き入れ時となるため、売上が伸びることを期待している。一方、仕入価格の上昇に歯止めがかからず、利幅は縮小している。エネルギー関係も不安定な見通しのため、先行きを心配している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・年末までは高単価のままで推移する予測である。
	○	タクシー運転手	・物価高のなか、タクシーの利用客が多いことに驚いている。駅、病院、会社と利用があり、平均して仕事ができている。飲み屋街からのオーダーがやや少ないことが気になるものの、目標の売上は達成できている。
	○	タクシー運転手	・これから年末に向けて街に人の動きが多くなるため、よほどのことがない限り、悪くなることはない。このまま順調に今の動きが続けば、年末は例年どおり忙しくなる（東京都）。
	○	タクシー（団体役員）	・期待を込めてではあるが、年末に向かって繁忙期に入ってくるため、良くなってほしい。
	○	通信会社（経営者）	・加入に関する問合せが多くなっている（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・年末年始の問合せが多あることから、やや良くなる（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国の中間選挙の結果次第である（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	・新規案件が動き出す予定である。
	○	住宅販売会社（経営者）	・都内のホテルの宿泊料金が、1年に12%以上上昇しつつあり、ホテル業界はますます良くなる。一方、建設業は建設費が高騰しており、困っている。我々中小企業はいまだに厳しい経営環境のなかにあり、賃金をなかなかスムーズに上げることができない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	住宅販売会社（従業員）	・販売価格の改定が続き、住宅ローン金利も上昇し、客の動きが悪くなっている。他社との競合も激しくなり販売量を落としていたが、値引き幅を増やして販売量を増加する方針になった。年末、年度末に向けて販売量がやや増え、景気もやや良くなる見込みである。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・金利のある世界がプラスに作用することが増えてきている。
	□	商店街（代表者）	・毎月のように何千品目という食材が値上がりしており、消費者の購入意欲が大きく減退している。特に、当店の取り扱う着物はぜいたく品とまでは言わないものの、そのときどきで消費者心理が変わっていく。そのようなことから、着物の消費やレンタルについては非常に慎重になっている。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・現状が変わるとは余り考えられない。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・テレビのキャンペーンをやるようだが、余り期待はできない。照明器具は、2027年末に蛍光灯が生産終了となるため、まだ期待できそうである。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先も悪いままで変わらない。良くなるにはもう少し時間が掛かると考えている。客の様子からなかなか購買に結び付くような状況ではなく、来客数自体も少ないため、将来的には良くなるかもしれないが、3か月では変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・台風シーズンが終わり良くなるかとみていたが、豪雨や台風被害の影響により行事が中止になっている。この先も同様の状況が続く。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・世界経済との兼ね合いもあり、今は変革のときだとみられるため、この先どうなるかは判断しかねる。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	・9月の長雨と台風で、傘の破損による修理依頼が増えている反面、新規購入はそれほど伸びていない。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	・12月はクリスマスシーズンのためそれなりに期待しているが、近年はクリスマスに花が余り売れないため、期待外れに終わりそうである。9月は長雨で販売量がかなり減少したので、9月と比べれば変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・天候はこれから安定していくものとみられるため、来客数もまた増えてくるが、物価上昇に関してはどうしようもない。それでもやはりこれは欲しいという魅力のある商品や企画を考えているものの、何とか現状を維持するのが精一杯である。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今の世の中あらゆる物が値上がりしているため、期待はできない。当社の販売量はささやかではあるものの、消費者が節約志向になると、売上に影響が出てくる（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・円安による物価上昇は継続するとみられるが、一時期のマイナス基調は改善され、前年を捉える様子もうかがえる。インバウンドを中心に来街者数は堅調に推移していることから、当面の間は前年と同程度の売上を見込める。9月は天候には恵まれなかった。10～11月の購買については旅行などの需要が伸びる可能性があるものの、それも一時的なもので、当面は堅調に推移する（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・来客数の増加は見込めるものの、高額商材等の動きの活性化が見込めない。
	□	百貨店（総務担当）	・依然として物価上昇の収束が見通せない状況が続いていることに加え、世界情勢の先行きについても不透明感がある。そのため、景気が明らかに急上昇する局面を迎える可能性は高くない（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・引き続き現在と同様の傾向で推移する（東京都）。
	□	百貨店（広報担当）	・直近のトレンドは月によって大きく変わっていない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・原材料価格や物流費の高騰を受け、食品やサービス、電気、ガスなど幅広い分野で値上げの動きが広がっているなかで、今後消費者の消費マインドがどのように変化していくか、先行きを見通すことは難しい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（営業担当）	・郊外のショッピングセンターについて、景気の指標となる来客数と客単価をみると、来客数はインバウンドの影響を余り受けなかったため増えず、客単価はファッションやアクセサリーの動きが余り良くないため上がらない。そうしたことから、この先も状況は変わらない（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・関東を中心とした天候不順による農作物への影響が不透明ななか、食料品を中心とした消費動向の悪化が懸念されるが、大きな影響はないと考えている（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・免税売上は引き続き高位安定するが、前年も回復基調にあったことから、伸び率は鈍化してくる。国内需要においては好調な食品とボリュームファッションの冬物の動きが鍵となる（東京都）。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて変わらない（東京都）。
	☐	百貨店（店長）	・10月から最低賃金引き上げはあるが、市場環境や原価、コストの変動による値上げラッシュも続く予想から、購買意欲が高まることはない。
	☐	スーパー（経営者）	・9月に関しては、例年より早く気温が下がり、夏物が売れなくなっている。食品では精肉の動きが良い。秋冬に売れる商材の動きが良く、いかに対応できるかが勝負であるが、出遅れた部分もある。全体的に天候不順だったので難しい月である。世界情勢も混んとして、悪い状況がずっと続いており、この先もまだしばらく状況は変わらない。
	☐	スーパー（経営者）	・単価上昇が続く見込みである。
	☐	スーパー（店長）	・酒税改正に伴う酒類の価格変更や天候不順に伴う相場高、いまだ続く値上げにより、来客数や買上点数が厳しい状況は変わらない。特に、日用品については各社共に価格志向になってきている。
	☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、消費マインドを引き下げる要因の1つとなっている。同様の状態がもうしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー（総務担当）	・良くなる要因がない。
	☐	スーパー（営業担当）	・天候回復を期待したいところだが、また台風が発生しているため、来客数はしばらく低調が続く（東京都）。
	☐	スーパー（販売担当）	・まだ値上げが続く。
	☐	コンビニ（経営者）	・近隣の状況等が現状のまま全く変わらないため、来客数が増えず、客単価も上がらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・9月にも更に物価が上がり、今後下がる見込みもない。原油価格も不安定なため、低位安定が続く（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・米の値下がりの影響はあるものの、食料品の消費税減税が控えているため、来年4月までは変わらない（東京都）。
	☐	コンビニ（店長）	・良くなる材料が見当たらない。先行きが読めないことが不安である（東京都）。
	☐	コンビニ（商品開発担当）	・今後も台風などの悪天候が予想される（東京都）。
	☐	コンビニ（従業員）	・来月は地元で大きな祭りがあるため、いつもより売上が増える。祭りの日以外は特別変わらないが、前月と比べて売上が伸びる。祭りに向けた準備は必要である。天候にもよるが、前年よりも売上が増えるように準備していきたい。
	☐	コンビニ（従業員）	・特別大きく変わる要素はない。新たに店内調理品が導入されるため、それに合わせて新規客を取り込む努力が必要になってくる。日々のキャンペーンもそうだが、少しの工夫で客の反応は変わるため、新しい取組を考えていきたい。
	☐	衣料品専門店（従業員）	・10月からの食品等の値上げについてよく耳にするため、消費は落ち、景気も良くならないとみている。
	☐	家電量販店（店長）	・地域性もあるが、自然災害が重なり、慎重な客が多い。毎月行われる値上げも影響が大きい。
	☐	家電量販店（店長）	・中国からのインバウンドの回復見込みがない。物価高の影響から国内客の買い控えも予想される（東京都）。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量は前年並みを維持するのが精一杯である。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢の不安定な状況が長期化しそうである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・決算も終わり、大幅な増加は期待できない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・世界情勢がいろいろな物の価格を押し上げている。ウクライナ情勢が不安定なことにより、小麦粉の生産量が減っている。中東情勢の影響で原油価格が上がるなど、暮らしのなかの様々な物が世界情勢の影響を受けている。こうした情勢が落ち着かないことには、景気が安定して良くなるとは考えられない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境の変化はないと見込んでいる。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・円安、原油価格高騰など経済を取り巻く状況に変化はなく、リフォーム業においても当面大きな変化はないものと考え（東京都）。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・最近では台風の影響による来客数の減少もあるが、大きな変化はみられない（東京都）。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・中東情勢が不透明ななか、ガソリンスタンド業界においては、補助金により売価は安定するものの、直近の補助金は1リットル当たり51円と過去最高になっている。今後も原油調達リスクは継続するとみられるため、このまま補助金が継続されれば変わらない（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状のまま継続する（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ウクライナや中東の不安定な情勢が変わらず、物価は毎月上昇し続けており、物を買える客とそうでない客に2極化している。収入があり、何でも買える客については景気の実感が良いと考えられ、物がどんどん売れていくが、そうでない客については、じっくり吟味して買う傾向が継続している。したがって、景気は現状のまま変わらないが、貧富の差は激しくなっていく（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・翌月以降の法人予約及び12～1月の忘年会や新年会が増える商戦期は、ほぼ例年と同等の受注状況となっている（東京都）。
	☐	高級レストラン（役員）	・半導体、A Iによる経済拡張、関連株価の上昇などの明るい話もあるものの、A Iの危険事案も生じており、国際経済の連携が見通せない。現状、生活に直結する好転要因はみえず、景況感是不変（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後も変わらず円安の影響による物価高が続く。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価上昇が続き、外食に回せるお金が少なくなっている。企業案件は変わらず横ばいではあるものの、一般消費者の絶対数が減ってきている。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・農作物、海産物の季節がずれ、収穫量、漁獲量が減り、価格上昇を招いている。それがそのまま値上げに直結している（東京都）。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・原油関係は引き続き気になるものの、今のところすぐには原価に反映しない上に、直近では売価で吸収できている（東京都）。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・物価高や食料品の消費税減税がどのように影響するのが読めないため、変わらないというより分からない。
	☐	旅行代理店（従業員）	・先行きは前年の105%見込みである（東京都）。
	☐	タクシー運転手	・前年から続く物価上昇が収まる気配がない。年末に向けて不安が募ってきているという話が周りで聞かれる。
	☐	タクシー運転手	・最近では景気が良いと話す乗客はほとんどいない。タクシーは天候に左右されるが、冷夏により何が本当なのか分からなくなっている。世の中のタクシーアプリなどの利用者数増加をみると、これからますますコンピューターによる営業の影響が出てくる（東京都）。
	☐	タクシー（経営者）	・景気そのものは少しずつ良くなっているが、物価高が大きな足かせとなってきた。原油価格や物価の上昇が落ち着いてくれば、景気も大きく改善する。
	☐	通信会社（経営者）	・交渉中の案件は早急に受注段階にはならないため、結果として景気は変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	通信会社（営業担当）	・物価高や物不足が今後も続いていくと考えられることから、先行きを見通せない状況がしばらく続く。
	☐	通信会社（局長）	・ヒット商材がない限り、現状の不安定な世相においては、BtoC営業は変わらず厳しい（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
	☐	通信会社（経営企画担当）	・現状で回復の兆しがまだみえてこない（東京都）。
	☐	通信会社（経理担当）	・年末に向けて客の財布のひもが緩みそうな気配がない。
	☐	通信会社（管理担当）	・当社が置かれている市場環境に変化がないため、状況は変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・そこまで大きな環境変化はない。10月は人の移動が増える時期でもあるため、多少は変化がある見込みである（東京都）。
	☐	通信会社（経営企画担当）	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。
	☐	観光名所（職員）	・ここまで悪いことはここ最近ではなかった。これ以上悪くなることはないと考えているが、良くなるにも時間が掛かりそうである（東京都）。
	☐	ゴルフ場（経営者）	・特に好材料が存在しない。
	☐	ゴルフ場（経営者）	・例年どおりであれば今月と大差ない集客を望める。8～9月の異常気象で県内に大きな被害が出たが、10月からの新たな値上げや継続する物価上昇、最低賃金引上げなど、対策に取り組まなくてはならない事案が多すぎて困惑している。
	☐	競輪場（職員）	・状況に変化がないため、変わらない。
	☐	その他レジャー施設 「ボウリング場」（従業員）	・年末は例年同様の稼働を見込んでいるが、大きな動きがあるとは考えられない（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 「映画」（総務担当）	・秋から年末にかけての映画は余り作品がそろっていないため、来客数に大きな変化はなさそうである（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 「総合」（経営企画担当）	・紅葉シーズンに入り、かつ、円安基調が続いていることから、インバウンド集客の活況は続く（東京都）。
	☐	美容室（経営者）	・この長雨が早く終わり、天候が良くなることを祈っている。
	☐	その他サービス「学習塾」（経営者）	・夏季講習などの客単価が前年より落ちている。
	☐	その他サービス 「フィットネスクラブ」（エリア統括）	・物価上昇に伴う個人消費の低迷が続く（東京都）。
	☐	設計事務所（職員）	・円安、世界情勢によるエネルギー価格の高騰の動向次第だが、大きく変化する兆しはみえない（東京都）。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・資料請求件数に変化がない。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・金利が上がり、銀行融資のハードルが高くなっているものの、法人の社宅需要及び富裕層の相続税対策としてのアパート購入需要は当分続くとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・周りには石油化学の工場が多いが、各社の景気が余り良くないため、当分は良くならない。
	▲	一般小売店「米穀」（経営者）	・例年では高温障害、つまり暑さによる問題から水の問題にシフトする。今年も長雨による影響で、農産物の不良品や遅れ、欠陥が出てくるとみている（東京都）。
	▲	一般小売店「酒類」（経営者）	・今後も台風や天候不順の要素と、食品を始めとする様々な物の値上げが続くため、回復するとは考えられない。
	▲	一般小売店「乳業」（経営者）	・新規客の獲得は困難である（東京都）。
	▲	一般小売店「書店」（総務担当）	・売上減少に歯止めがかからない状況が続いており、高等教育機関における秋学期の教科書販売量も一層減少していることから、今後はやや悪くなる見込みである（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・度重なる豪雨被害が大きいことに加え、様々な商材の値上げが続いている。さらに、豪雨の影響により農産物も価格高騰が見込まれることから、県内の消費マインドは冷え込む。
	▲	百貨店（財務担当）	・金利上昇や物価高により消費環境が悪化する（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（管理担当）	・物価高や為替の影響、ガソリン補助金等の懸念される要素が多く、少しでも状況が変化すると消費者の財布のひもが急激に固くなることが予想される（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	・原材料価格の上昇が止まらない（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・8月の旧盆から9月の大型連休にかけて安近短の行動が目立ち、年末に向けてますます節約志向が高まる。
	▲	スーパー（役員）	・商品原価や人件費を始めとした経費の高騰で、収益が悪化している。また、消費者の節約志向は更に高まることが想定され、価格競争も激しくなる。
	▲	スーパー（食品担当）	・世界情勢が悪化しており、今後も物価高が続く（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金や時給の大幅な引上げに関して、地理的に都内に近い地域のため、負担となっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・9月も降雨が多く、人の動きが悪い。
	▲	コンビニ（経営者）	・現在、売上の前年比95%程度であり、5ポイントほど落ちている。これは天候によるところが大きい。2～3か月後は今よりも少し寒くなるため、季節的にも例年同様に今月より悪くなるとみている。前月比でも95%と落ちていることからみても、やはりコンビニの客層は少しずつ他の業態に流れている。
	▲	コンビニ（経営者）	・10月も天候がどうなるか心配しているところだが、商材の値上がりや追い打ちを掛けており、景気が良くなる気配がない。その上、最低賃金も引き上げられるため人件費が増加し、事業の存続が厳しくなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も価格改定の予定があるため、現状のままの状況が続く。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・9月に入り、天候の影響もあるが、いろいろな物が値上がりしていることもあって落ち込んでいる。今後も良い材料がないため、はっきりしたことはいえないものの、若干落ちるのではないかと考えている。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・新型車効果が薄れてくる時期であり、売上が鈍化すると予想している。
	▲	乗用車販売店（営業）	・水害等が多く、今後の買い控え等が予想される。
	▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・これから年末に向かうが、期待はできない（東京都）。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・中東情勢等、懸念事項が多い。物価上昇が消費活動に悪影響を及ぼす。
	▲	高級レストラン（販売担当）	・インフレ基調が続く、世界情勢を含め明るい材料に乏しく、経済に息切れ感が出てくることを懸念する（東京都）。
	▲	高級レストラン（経理担当）	・客単価や稼働率が頭打ちに近い状況のなかで円高傾向が継続すると、インバウンドが減少し、売上に対する下降圧力が懸念される（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・相変わらず金利と物価の上昇が続く見込みである。不安定な世界情勢の影響を受け、エネルギー補給路とサプライチェーンが十分に機能せず、経営において明日を見通すことさえ難しくなっている。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・値上げのニュースばかりが聞こえ、賃上げにつながる話は年内は聞かなくてこない（東京都）。
	▲	旅行代理店（従業員）	・中東情勢が見通せないなか、物価高の影響を見通すことができない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・円安が続くため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇が止まらない。
	▲	通信会社（社員）	・日米、日中関係に良化の兆しはなく、中途半端な円高傾向で経済の方向性も定まらない。改善に向かう兆候が何1つない（東京都）。
	▲	観光名所（職員）	・今後の家計を見据えて外出する人が少なくなるとみている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・豪雨、地震など自然災害への対策について、今以上に考えていかなくてはいけない状況である。経済にも大きく影響してくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	パチンコ店（経営者）	・物価上昇の流れが続いており、消費者の財布のひもが固く、消費気運が低迷する流れが続く。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価高が急速に進んでいるため、先々の景気が良くなることは考えにくい。生徒や親からもそういう話が出ている。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・依然として物価高やエネルギー関連の価格高騰が続き、豪雨によって故障した機械の修理費や、修理時期に見通しが立っていないため、先行きに不安が残る。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価の上昇に追い付かない。
	▲	設計事務所（経営者）	・全体の単価の上昇、気候変動の影響による値上げ、また、各市町村での地盤と地域の対応などから、建築するようなムードになっていない。単価の大幅な上昇が最たる理由で、2番目が異常気象による影響である。自然災害が余りにも多いため、目的が達成できないという話をよく聞く。加えて人手不足も問題である。
	▲	設計事務所（所長）	・受注が少ない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の建築資材の需要はみえているものの、大口案件が少なくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・見積依頼があっても成約まで至らないなど、いろいろ話があるものの、途中で話が途切れてしまうことが多い。競争も激しくなっている（東京都）。
	×	衣料品専門店（役員）	・諸物価高騰の影響により、衣料品に使うお金がどんどん減っていく。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は横ばいとなっている。
	×	通信会社（営業担当）	・毎月値上がりし続けている。値上げの動きが続く限り、景気悪化は止まらない（東京都）。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・経済の先行き不透明性の影響により、今後も素材、エネルギー価格の高止まりが続き、固定費の回収すら苦慮する経営環境にあり、利益を創出できない状況が続くことになり変わらない。12月になれば降水量も少なく、例年であれば底堅い稼働が期待できるが、季節要因にとどまり、景気要因での来客数改善は期待できない。物価上昇、実質賃金の減少により生活防衛を意識し高額レジャー支出の抑制行動が顕著となる状況を総合すれば、景況感の回復を展望することは困難である。
	×	設計事務所（経営者）	・事業計画見直しの速度よりも、社会経済のインフレ速度が速く、対応が追い付かないため、事業が進まない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年受注量が増える時期であり、今年も受注予定が入っている（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・設備投資を開始し、修繕や社用車の買換えなどを検討している。仕事の受注量も増えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・天候の影響が多分にあるため、天候が回復すれば売上も増える（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・これから秋のイベントへの出店が続くため、売上増加を期待できる。
	○	食料品製造業（経営者）	・天候不良が回復し、秋の行楽シーズンが例年どおり活況となれば、少なくとも7月以前の景気には戻ると期待している（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・内示も考慮して、通常どおり1か月20日以上稼働日となれば、仕事量は春先や初夏と同等程度に戻る。
	○	不動産業（従業員）	・宿泊需要は引き続き堅調に推移する見込みである（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・来年3月に開催される2027年国際園芸博覧会に関する広報やPR等の業務が少しずつ発生している。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注量の動きからみて、やや良くなる（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・時代の流れで年賀状印刷の注文がほとんどなくなってきていることはやむを得ない。以前なら11～12月は忙しいはずだったが、近年は見込めない。個人の印鑑や印鑑リフォームの注文が少しずつ増えてきているため、相殺されて変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・最近、原料の値上げの話が出てきており、不安定な状況が続くそうである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注低迷を医療品容器の受注で何とか補っているが、数か月先の情報は余り芳しくない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	金属製品製造業（経営者）	・円安や不安定な世界情勢などの影響はあるものの、長引いていることによる経済の変動は少ない。
	☐	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I 関連事業及び携帯電子機器向け製品の事業拡大のための設備投資が完了するまでは、現状の景気がほぼ維持され、大きな変化はないと予測する。
	☐	精密機械器具製造業（経営者）	・売上は非常に伸びているものの、利益は出ない。
	☐	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの生産は当初の計画どおりに進む見込みのため、景気は横ばいで推移する。
	☐	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・長雨による外出機会の減少や物価高によるサロン来店周期の長期化が収まらないことには、サロン専売品の売上は上がらない（東京都）。
	☐	建設業（経営者）	・地政学的な問題が国内外の経済に影響し、景気は良くなったり悪くなったりする。国内においては現状がしばらく続く。
	☐	建設業（経営者）	・自然災害対策や生産性向上に向けた設備投資など受注拡大の材料はあるものの、実感として発注者の動きは鈍く、回復傾向にはない。
	☐	輸送業（経営者）	・受注状況から、引き続き好調を維持できる見込みである（東京都）。
	☐	輸送業（経営者）	・先行きが見えない（東京都）。
	☐	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は増えているものの、低迷が続いている。輸出量はなく、今後も現状のままだと予想している。
	☐	通信業（広報担当）	・D X 推進の気運が高まっている。一方で、原材料高や人手不足などの影響もあり、大きな伸びは見込みにくい（東京都）。
	☐	金融業（従業員）	・中東情勢の影響で電気代や仕入価格の高騰は続くものの、小売業は、価格転嫁等の営業努力や固定客に支えられて持ちこたえている。また、製造業では、大手からの安定受注を背景に、材料価格の高騰を販売価格に転嫁して利益を確保できているといった前向きな声も聞かれる（東京都）。
	☐	金融業（営業担当）	・先の見えない受注予測からも、現状では今後大きく業況が改善する材料は見当たらない。年末に向けて増加要因があるものとみられるが、例年程度の伸び率にとどまるだろうとの経営者の声が多く聞かれる。
	☐	不動産業（経営者）	・当社の賃貸物件の入居率に変化はない見込みである。戸建て住宅やマンションなど住居販売を主とした不動産屋では、住宅の貸出し金利上昇の影響が出始めているという話がある。
	☐	不動産業（経営者）	・インフレ傾向と賃上げ傾向は続いているが、中東情勢、円安、米国の政策等で流れが変わってしまう恐れがある（東京都）。
	☐	不動産業（従業員）	・工事費の高騰が続いているが、販売価格、賃貸料金は高値を維持している（東京都）。
	☐	不動産業（総務担当）	・今後予定される契約更新テナントに対する事前打診の感触では、賃料アップの要請に応じてもらえそうなテナントもいれば、多少立地条件は悪くなっても、賃料の安いオフィスに移転する予定のテナントもいて、各社の業績により2 極化が顕著になっている（東京都）。
	☐	広告代理店（経営者）	・取引先の様子としては、引き続き慎重な経営判断がみられる。一方で、秋から年末に向けた販売促進や新メニューの準備、新規案件の相談も徐々に始まっており、事業活動が大きく停滞する状況ではない。猛暑や天候不順などの要因も引き続き心配ではあるものの、急激に悪化する状況とまではいかず、例年よりやや控えめの発注数になると予想している。今後2～3 か月で景況感が大きく改善する要因は少ない（東京都）。
	☐	広告代理店（従業員）	・改善傾向にあるのかについては、四半期、半期単位での検証と総括が必要で、先が読めないというのが正直なところである（東京都）。
	☐	税理士	・円安が輸出企業、輸入企業双方に影響している。大手の輸出企業は1 ドル100円の時代と比べて1.6倍のお金が入ってくるが、逆に輸入している中小零細企業では、仕入価格が1.6倍になっている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	税理士	・年内残りの3か月で、景気に大きな変化はないとみている。株価はIT関連株によって大きな値動きもなく高値で安定している。円安もこのままの水準で変わらず推移する見込みである。日中関係は冷え込んだままではあるものの、インバウンドを中国に頼らずとも他国で成り立っている。原油価格の高騰についても補助金があり、石油関連商材の流通も案じたほど悪くはない。年内はほぼ現状のままで変わらない。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・良くなる材料が見当たらない。最低賃金上がるものの、可処分所得にどの程度反映されるのかが問題である。
	□	経営コンサルタント	・重油関係の輸入の問題で、多くの石油製品において値上げや品薄状態が発生しており、不確定要素が大きく、先行きは不透明である。中小製造業は先が見通せず、危機感がある（東京都）。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注が増える見込みもあるが、来月からまた原材料等の値上げがあり、利益が増えない状態がしばらく続く。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・大きな変化はなく推移する。
	▲	化学工業（総務担当）	・原材料価格の高騰の影響により製品を値上げしたが、その後受注量が減少している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・今のところ単発受注が続いている状態で、生産計画を立てられるほど長期の案件や見込みがないため、やや悪くなると予想している。
	▲	建設業（経営者）	・木造の新築住宅案件は全くなっている。
	▲	建設業（営業担当）	・当社及び協力業者の人手不足により、受注可能な物件があっても手を出せず、現状請け負っている業務の工事完了を待っての受注活動となっていることから、短期的には良くならない。
	▲	輸送業（経営者）	・取扱量の低迷、資材の高騰、人手不足などについて短期間での改善は望めない状況下、原油流通の不安定化、燃料への国の補助金の継続等、先行きの不透明感が増している（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金引上げにより収益が圧迫される（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後オイル関連の不足が起こるとみている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・経費削減のため一番最初に見直されるものとして広告宣伝費が多く、ネットプリント等の金額を抑えられる類似サービスへ需要が流出する傾向が今後加速する（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・インフレの影響と人手不足が続く。
	×	不動産業（経営者）	・23区内のマンション価格の下落や気候の影響により、一定の地域で地価が下がる傾向にある（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・秋以降、人材ビジネス業界は繁忙期に入る。各取引先も繁忙期となるため、短期人材活用を含めて需要が高まる。外的要因が特になければ、例年どおり人材ビジネスとしては景気が良くなる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・各企業の給与が増えていけば、景気は良くなっていく（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼は堅調だが、中途採用は良い人がいればといった形のニーズが多く、正社員については厳選傾向が強い。そうしたことから、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・変化の兆しがみえない。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の影響、求人数の堅調な推移が変わらず続くことが見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・案件の問題もあるかもしれないが、求職者数が増加する要因は考えにくい（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況に変化はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな変化はない。省人化を図りたい、自動化を進めたいという話はあるものの、人材を削減するという話には発展せず、現場レベルでは人数を維持したい意向が強い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・下期以降回復するとの見通しを聞くこともあるが、明確な根拠はなく、現時点では不透明である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	求人情報誌製作会社（経営者）	・10月からの最低賃金の引上げは、多くの事業者には負担が掛かる。さらに、公共料金の値上げなどが消費を鈍らせる（東京都）。
	☐	求人情報誌製作会社（所長）	・有効求人倍率のバランスが安定しない。
	☐	求人情報誌製作会社（営業）	・先々の求人予定が前年より少なく、早めに年内求人をストップする予定の中小企業が多い。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比では微減傾向が続いている。
	☐	職業安定所（職員）	・米価は下がってきているものの、台風等の影響により青果物等の価格は相変わらず高い。賃金は変わらないため、景気は特に変わらない。
	☐	民間職業紹介機関（経営者）	・求人に対する応募状況と、採用後の就業年数からみると、人手不足の状況は余り変わっていない（東京都）。
	☐	学校「大学」（就職担当）	・景気が良いという実感が全くない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に対して賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・次のピークである4月採用まで、緩やかに求人数は減少する見込みである（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響により製造業や建設業で資材が不足しているため、受注に影響があるとの話を聞いている。また、令和8年8月千葉豪雨や台風の影響も考えられる。
	×	*	*

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)	◎	コンビニ（経営者）	・12月はイベントも多く、年末商材もあるため、来客数、客単価共に良くなるとみている。
	◎	その他サービス「葬祭業」（経営者）	・住宅の解体依頼も徐々に入ってくるようになっている。借地権が設定されていると、住む人がいなくなると更地にして返却しないといけませんが、100万円単位のお金が掛かることなので大変である。
	◎	設計事務所（経営者）	・既に受注した業務や今後の傾向を踏まえ、2～3か月先という短期の見通しでは景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新しい店がオープンして、客の流れが幾らかにぎやかになったようである。まだ、2～3店は空き店舗があるので、埋まってくれば、かなり客を呼ぶことができるのではないかと期待している。
	○	スーパー（経営者）	・周りの店の営業終了や高齢化に伴い、当店の仕事が増えている。ようやく調子が良くなってきたような気がしている。
	○	その他専門店「酒」（店長）	・10月は8月や9月の大型連休等の支出もあり落ち着いてくるとみているが、11月、12月と秋から冬に向かっては当店の販売の中心である日本酒の需要期となる。原料の米も前年のような状況にはないことから、価格上昇も割と落ち着いてくるとみており、2～3か月後は好転していくことを期待している。
	○	高級レストラン（経営者）	・年末年始にかけて売上の上昇に期待を持っている。
	○	一般レストラン（経営者）	・恒例の10月の祭りによる観光客の入込に期待している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・いまだ堅調な予約状況であり、全体的な雰囲気でも悪い方向に進む気配は見受けられない。しかし、止まらぬ物価高、エネルギーコスト高などが続くことで、年末に向けて、買い控え、消費控えが進みそうな懸念もある。
	○	タクシー（経営者）	・年末に向けて人の動きが多くなるため、やや良くなる。
	○	通信会社（社員）	・現在のペースで新規獲得が継続できれば安定した売上増加が見込めそうである。一方でリソース不足により工事の進捗が遅れているため、早めの改善が必要である。
	○	遊園地（職員）	・好評を博しているコラボ企画や各種イベントを継続的に展開するとともに、情報発信を強化することで、新規顧客及びリピーターの獲得を図る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	商店街（代表者）	・10月からは多くの商品が値上げとなる。客も値上げラッシュに麻ひしてきたのか高くなったとの指摘はなくなってきたが、買上点数は減少している。
	☐	一般小売店〔家電〕（経営者）	・電気料金の値上げが発表され、ますます消費者の財布のひもは締められそうである。欲しい物があっても食料品等の生活必需品への支出が優先されるため、家電等の生活用品の動きは制限されてしまいそうである。厳しい年末商戦を予測している。
	☐	百貨店（経理担当）	・燃料費の補助終了により、水道光熱費の値上がりで消費が一時的に鈍ると予測している。市内で使える地域共通クーポン券の利用促進を図るとともに、冬物衣料が売れるような気温の低下を期待する。
	☐	百貨店（営業担当）	・物価高が続いていることや、10月以降も食品の値上げ等があり、ガソリン価格も決して安くはないため、極端に悪くなることはないものの、ほぼこれまでと同じような推移でいくとみている。
	☐	百貨店（店長）	・予想より早い秋の訪れで、衣料品や身の回り品に対する購買意欲は悪くない状況が続くが、全体的なところは不透明である。
	☐	スーパー（経営者）	・天候が晴れないことには消費者の気持ちも晴れず、困っている。米価の低下くらいしか明るい話題がない。
	☐	スーパー（店長）	・値上げ基調は変わらず、生活費を抑える傾向は続く。
	☐	スーパー（企画担当）	・好天が続けばという条件付きである。
	☐	コンビニ（経営者）	・食料品の消費税が来年から1%になるということもあって、消費者は物価が上がるとしてもいろいろなことで迷う面があるとみている。我々もレジ改修を含めていろいろ厳しい。難しい時代に入ってくる。
	☐	コンビニ（経営者）	・賃金上昇で経費が増える。売上も横ばいの見込みである。クリスマスまで売上増加につながるイベントなどはないため、クリスマスに期待したい。
	☐	コンビニ（店長）	・客の生活がかなり悪い状況で落ち着いているため、日々の利用が多いコンビニは余り変動しない。
	☐	コンビニ（総務担当）	・商品の値上げ、気温の低下など売上の良くなる要素は見当たらない。
	☐	家電量販店（店長）	・来客数が年々減少している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車税環境性能割廃止と新型モデルの投入効果で、販売は堅調に推移するとみているが、ガソリン価格や電気料金等の高騰により、客の消費活動が影響を受ける懸念がある。
	☐	スナック（経営者）	・これから忘年会シーズンに入ってくるが、最近は金曜日の接待が減っている。休みをきっちり休みたいのか、週末の接待をできるだけ入れないように動く傾向がみられるため、今後も厳しい状態が続いていく。
	☐	観光型旅館（経営者）	・これ以上大きな落ち込みはないと想定している。8月までは売上が伸びていたため、9月の減少分と相殺し、10月以降は変わらず堅調に推移していく見込みである。ただし、新たな台風や災害が発生すると状況はシビアになってくる。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・10月は、良かった8～9月よりは若干売上を落とすものの、市内で多くのイベントが開催予定のため、県外からの客の予約が既に入っており、前年同月を10%以上上回っている。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・これまでの来客数や単価の推移から、変わらないと考える。全体的に単価は上昇傾向にあり、主要ターミナル駅前のビジネスホテルのため、堅調に推移するとみている。
	☐	旅行代理店（副支店長）	・秋の繁忙期を前に団体旅行、ツアーの需要が低迷している。個人の動向も鈍く、予約状況が減少していることから景気は良くないままで変わらない。
	☐	タクシー運転手	・景気や人の動き等、余り良い状態ではないものの、数か月前から、新人が2～3人入社したため、何か月ぶりかで前年を上回る予定である。更にもう1人採用するべく活動している。
	☐	通信会社（社員）	・先行きの不透明感と物価上昇を考えると変わらない。
	☐	観光名所（職員）	・問合せや予約は順調だが、当日のフリー客の伸びがない。雨続きによって客足が鈍ることを懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	ゴルフ場（副支配人）	・物価上昇が止まらず、金額に対して敏感な平日来場者の節約志向や、土日来場者の価格転嫁の受入れ姿勢は変わらない。
	□	その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者）	・気候も良くなり屋外のレジャーが盛んになる時期ではあるが、今年は長雨などいつもと状況が違っている。一般の客は天候に左右される部分もある。団体利用が少ない時期ではあるため、増えてくれればと考えている。
	▲	コンビニ（経営者）	・加熱式たばこの増税や、酒税法改正の影響により、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・中東情勢の不安定性、物価高、金利上昇によりやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・暖冬の予報もあり、客足が伸び悩むことが予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・10月に入ってから物価上昇を見込み、秋のイベントなど人の動きはあるようだが、消費の動きは抑えられている。
	▲	スナック（経営者）	・財布のひもが固い状態が続いており、なかなか上向いてこない。周辺で居酒屋の閉店が増えている。新規の開店は見掛けないため、業界全体が落ち込んでいっているようにみえる。
	▲	観光型旅館（経営者）	・冬季は道路凍結の影響により、首都圏からの客は減少し、県内客の割合が増えてくる。しかし、従来、地元客が利用していた忘年会や新年会の需要は減少傾向が止まらない。地元客が減った分、インバウンドが増えればよいが、近隣の観光地では中国からの客が多かったため、日中関係の影響からホテルの空室が埋まらず、周辺地域である当地への波及、客の流入は少ない状況である。
	×	コンビニ（経営者）	・人件費、エネルギー価格等の経費増加により、中小企業は良い兆しが全くない。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体の回復により良くなる。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・現状、受注量は多く継続性もあるため、2～3か月は勢いが衰えそうにない。
	○	食料品製造業（営業統括）	・低価格品の納入が進んできたので、3か月先には動きが出てくると予想される。
	○	電気機械器具製造業（従業員）	・原材料の値上げ等、納期遅延が続いているが、現在受注に対する問合せが多くなっているため、それらを受注できれば、景気は良くなる。
	○	その他製造業「宝石・貴金属」（経営者）	・金価格の高騰や円安基調の長期化が続くなか、商材価格の高騰に対する抵抗感も徐々に薄れ、現在の価格帯が市場や消費者に受け入れられつつある。直近で開催された海外の宝飾展示会では、日本ブースは好調であったことから、業界全体の高まりを期待している。ただし、全体的な物価高の影響によって宝飾品離れも起きつつあるため、成り行きを注視している。
	□	食料品製造業（総務担当）	・原材料価格が安定するまでは、今のような景気が続く。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・季節商材の受注は見込まれるが、特注品や店頭商品受注の見込みは薄い。当社新商品の展開に期待感を持っている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・一部製品の売上で季節的に好調なものもあったが、全体的には物価高の継続により耐久消費財への支出が抑えられる傾向にある。
	□	建設業（経営者）	・全体の景気が良くなるのは、もう少し時間が掛かる。
	□	輸送業（経営者）	・余り変化がないと受け止めている。
	□	金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に一段と押し上げるような環境ではないため、現状程度が続く。
	□	金融業（経営企画担当）	・中東情勢や物価高騰について、先がまだ見通せない。
	▲	＊	＊
	×	食料品製造業（製造担当）	・原材料価格高騰がいまだ止まらないことから、値上げを検討しているが、スーパーで売上を確保するのは更に難しくなるとみている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用	◎	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (甲信越)	○	職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が月を追うごとに上昇している。求職者数は月を追うごとに減少しているため、相対的に求人数が増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・社会状況なのか、就職の際の条件に対する求職者の権利主張が続く限り、景気動向も動かない。
	□	職業安定所（職員）	・長期にわたる物価高騰に伴い、より良い雇用条件を求める求職者や、家計補助のため就労を希望する求職者の動きも増加傾向にある点、為替や金利の動向、原材料高や中東情勢などから人手不足を解消するための方策が講じにくいという点を考えると、直ちに好転あるいは悪化するという状況にない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・拡大基調の勢いが大変弱く、現場求人にも影響が出てきている。
	▲	—	—
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・天候が安定すれば、景気は回復する。
	◎	美容室（経営者）	・前月、今月と客の入りが悪く、客も髪を切らずに我慢していることから、今後1～2か月は忙しくなる。
	○	商店街（代表者）	・中国からのインバウンドが減ったが、他国から多数の外国人が訪れており、飽和状態が続く。客単価も上がっている。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・商店街であるため天候に左右される。この先は秋晴れの清々しい日を期待する。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの動きは低調だが、富裕層の動きは活発で、インバウンドの落ち込みをカバーするほどの動きがある。
	○	スーパー（経営者）	・天候不順が落ち着き、来客数の回復と生鮮食品の安定供給が図られることを期待したい。
	○	スーパー（店員）	・お歳暮商戦や年末商戦があるため、確実に来客数は増える。
	○	スーパー（販売担当）	・イベントが多くなる時期のため、来客数は増加し売上も増加するとみる。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来月は閑散期のため期待できないが、2～3か月後にはエアコンやLED照明、パソコンの買換え需要が期待される。
	○	乗用車販売店（経営者）	・イベントの多くなる10月以降は少し良くなる見込みである。
	○	一般レストラン（従業員）	・天候も良くなると期待したい。
	○	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は前年比90%程度で、ほぼ前年並みの数字は確保できている。アジア・アジアパラ競技大会が終わり、秋の旅行シーズンでもあるため、全体的に団体旅行が弱含みとなっている。一方で、当ホテルのように団体旅行を受け入れるホテルや旅館が減っていることもあり、残存者利益を享受できるとみる。気になるのは台風等の天候である。現在は台風によるキャンセルはないが、10月も同様の天候が続くと景気を冷やす要因になるため、警戒する必要がある。
	○	都市型ホテル（社員）	・法人利用の忘年会予約が順調に増えている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・11月の行楽シーズンに向けた需要拡大が期待できる。ただし、予約の入り具合はまだこれからという印象を受ける。年末年始の動きは弱い。
	○	旅行代理店（経営者）	・予約状況から推測すると良くなるとみるが、大きな災害、世界情勢の変化によりキャンセルが出る場合があるため、樂觀視できない部分がある。
	○	旅行代理店（経営者）	・米国の中間選挙が終わり、中東情勢が落ち着けば、景気は少し良くなるとみる。
	○	タクシー運転手	・2～3か月後は年末年始で忘年会や新年会等のイベントがあるため、例年どおりやや良くなる。
	○	パチンコ店（経営者）	・年末に向かえば少し良くなるとみる。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・現在進行中の新規事業がウィンターシーズンに間に合うようであれば、若干のにぎわいが期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・ 3か月先の時点ではまだ消費税の減税は行われず、物価も10月以降は更に高くなるため、消費マインドは下がるおそれがある。ただし、株価等で多くの利益を出している一部の客の大きな購買力に支えられ、売上は同レベルで推移していくが、中身は2極化するとみる。この先も全体的な景気は変わらない状態が続く。
	☐	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・ 飲食料品の値上げが続いているため、飲食店への客の増加が期待できない。
	☐	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・ 物価の上昇はとどまるところを知らず、厳しくなるとみる。景況感としてはしばらく現状のままである。
	☐	一般小売店〔果物〕 (店員)	・ 3か月ほどでは変わらない。
	☐	百貨店(総務担当)	・ 食料品を中心とした値上げや、大雨等により入荷が少なくなっている生鮮食料品を中心に価格が高騰し、なかなか消費者の手が伸びない。天候も優れず、気温も大きく下がらないため、秋物衣料品の動きも鈍い。当地域では物価対応策として電子商品券を発行しており、その需要に期待している。
	☐	百貨店(営業担当)	・ 国際情勢や株価の変動以外の好転要素が見当たらない。
	☐	百貨店(販売担当)	・ ギフト需要が見込まれる時期であるが、大きく景気が上向く要素は少なく、余り変わらないとみる。
	☐	スーパー(店長)	・ 今後値上げが見込まれているため、余分なものの購入は控えられるとみる。
	☐	スーパー(店員)	・ 特にイベントがなく、集客が見込めない。
	☐	スーパー(店員)	・ 担当カテゴリーにおいては、主要メーカーで9月頃までにひとまず値上げが完了するため、年末にかけてのタイミングでは大きな値上げはないとみる。ただし、年末商戦に向けてどのような消費行動が見られるのかについてはまだ不明な部分があり、判断し難い。
	☐	スーパー(支店長)	・ 個人消費が余りにも厳しい状況である。物価高に加え、金利上昇により消費マインドが下降しつつある印象を受ける。世界情勢も余り穏やかでないなか、国内での経済政策による景気向上を期待したい。
	☐	スーパー(販売担当)	・ 今後の天候は不明だが、価格上昇の流れは止まらない。国際情勢に明るい兆候も見られず、劇的に状況が変わる展開は考えにくい。
	☐	スーパー(販売担当)	・ パートの時給も少し上がるが、商品の値上げも続くため、これまでと変わらない。
	☐	コンビニ(企画担当)	・ 来客数は減り続けているが、売上は前年に近い数字を維持している。この状況が変動する要因は余り見当たらない。
	☐	コンビニ(店長)	・ 10月に食品の値上げが予定されているが、消費者が値上げに慣れてきている様子であり、景気は変わらないとみる。
	☐	コンビニ(エリア担当)	・ 企画に対する反応に改善はみられるが、今後の物価高によるマイナスの影響が大きい。
	☐	コンビニ(店長)	・ こしばかりはイベントがなく、変化を見込める材料がない。来年4月に消費税の減税が実施されれば、その頃には売上が伸びる。
	☐	コンビニ(店長)	・ 天候が回復すれば来客数は戻るとみるが、継続的な価格改定があるなかで、消費者の財布のひもが緩むかどうかは不透明である。また、中東情勢が落ち着くめどが立たず、2～3か月後の景気が良くなる要因は見当たらない。
	☐	コンビニ(本部管理担当)	・ 今後の天候が景気の動向を大きく左右するとみられる。現時点で既に、日照不足の影響により葉物野菜などが通常の約2倍の価格で販売されるといった事態が生じている。また、小売業全体を見ても、雨天が長引くことで客足が鈍化し、売上の減少につながる。今後の天候不順が続くか否かが、将来的な景気を左右する重要な要因になる。
	☐	衣料品専門店(経営者)	・ 物価高と天候の悪さにより、客の来店が望めない。
	☐	衣料品専門店(店長)	・ 中東情勢の動向や天候不順、物価上昇など客を取り巻く環境は依然として厳しい経営環境を醸成している。今の状況は大きく変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	衣料品専門店（売場担当）	・秋冬物のスーツが入荷したこともあるが、夏から引き続きスーツよりも使い勝手が良い秋物のセットアップを探しに来店する客が増えている。また、セットアップのインナーに関する質問もよくあり、今後これらを購入する客が増えるとみる。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	・引き続き、生活必需品の価格高騰が見込まれるなど景気が良くなるような要素が見当たらない。
	☐	家電量販店（店員）	・消費者の購買意欲が余りみられず、買換え需要が中心となっている。
	☐	家電量販店（営業担当）	・冬物商材が動き出し、年末商戦へと入っていくが、省エネ補助金も終了を迎え、景気が変わる期待はできない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・賃上げにより収入は増えているものの、食費等の生活費も増えているため、景気が良い印象は受けない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・平均年収が過去最高とのことだが、一部の上位層が引っ張り上げているにすぎない。客の様子を見ていると、確かに余裕のある生活を送ることができる人が増えたような印象を受けるが、全体としては決して良くなってはいない。また、その状況がこの先数か月で大きく変わることはないとみる。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・新車に買い換える人が増えてきているが、同時に支払が苦しい人も増えている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・全体的に欲しい物は買うという傾向がみられ、悪くはない。過去には欲しくても経済状況が悪く皆買えないということも発生しており、それに比べれば良い状況である。ただし、それほど楽観視はできず、少し様子をみながら判断する必要がある、どちらともいえない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今月は雨続きの天候に見舞われ、その影響が客の活発な行動が見られなかった。その分、今後は秋の行楽に出掛けるなどわくわくするような消費行動が生まれることを期待する。新型車両の話題も各社で発表されており、客に少しでも関心を持ってもらえることを期待する。ただし、様々な物の価格が高止まりをしている印象が強いため、客はどのようなタイミングで何を購入するのか、なかなか決断できない様子であり悩ましい。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・販売停止対象の車両は徐々に減り、一部の車種は購入できるようになっているが、人気車種の多くは相変わらず販売停止が続いている。人気車種の販売を再開した月だけ大幅に売れ、その後半年はまた販売停止となり全体的に売れないという流れが続いている。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・最近、コロナ禍の頃の販売台数の少なさが、今になって代替や車検といった台数に影響が出てきているとみる。9月の大型連休が終わったが、行楽シーズンに入っていくため、比較的在庫はあるものの、販売量は増えないとみる。
	☐	その他専門店〔書籍〕（社員）	・年末に向けた販売量の増加が期待される。一方で、為替の影響により輸入商品の減少が予測される。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・大きく変化することはない。最低賃金の更なる上昇、市町村等の生活支援策等により所得環境の改善が消費に回することを期待したいが、物価上昇との相殺になるとみる。
	☐	一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ていると、賃金等の底上げがない限り、景気が良くなるとは考えられない。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価高といわれているが、消費者のイベント等への関心は高く、購買意欲も依然として高い。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・インバウンドの先行きに不確実さはあるものの、秋のイベントや行楽などで順調に推移する。
	☐	旅行代理店（経営者）	・10月以降も祝日が多く、既に年末までの予約は好調である。その先の予約の問合せが少し低調なため、予約が増えるよう宣伝をしていきたい。既に来年のゴールデンウィークも長い休みが取れる日並びであるため予約の問合せが入っており、この先に期待したい。九州ふっこう応援割については、取り直し不可の予約であっても、利用者がインターネット等を通じて可能な限り予約の取り直しを行っている。
	☐	旅行代理店（経営者）	・物価の上昇が著しく、原油価格の動向も不安定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（経営者）	・中間所得層が減り、今後高齢者による消費も先細れば、デパートが減っていくように消費もしぼんでいく。賃金や年金給付額が多少上がっても、税金が増えればおのずと消費はしなくなる。
	□	旅行代理店（営業担当）	・晩秋から初冬にかけインフルエンザや新型コロナウイルス感染症が再流行すると、一気に旅行景気は悪くなるため注視していきたい。
	□	通信会社（企画担当）	・米国や中東情勢次第ではあるが、インフレや金利上昇にも慣れてきた様子で、現状維持で推移するとみる。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が変わるきっかけになりそうな事由がない。
	□	テーマパーク（職員）	・状況が激変するようなトピックがみられない限りは例年どおりである。
	□	テーマパーク（職員）	・値上げが続いていても客単価の動きは安定しているため、良くも悪くも変わらない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・集客がずっと伸び悩んでいる。秋季イベントは集客が多数見込めるためばん回を図りたいが、気候に影響される屋外ステージ等が多く、無事に開催できるか不安視している。
	□	パチンコ店（従業員）	・良くなる要因がない。
	□	美顔美容室（経営者）	・現在実施しているキャンペーンが12月末まで続くため、このままのペースでいけるとみる。
	□	美容室（経営者）	・災害や天候不良の話題が多く、また、物価もまだ上がる見込みであるため、余り良い材料がなく変化はないとみる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・材料価格の高騰はあるが、横ばいが続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・良くなる要素がない。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積りなどの引き合いはあるが、なかなか受注につながらない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・原価が余りにも高騰しすぎている。
	▲	商店街（代表者）	・原材料や仕入価格の高騰が止まらない。大企業ばかりがもうかる仕組みでは、いつまでたっても景気が回復しない。
	▲	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・物価は更に高騰し買い控えが続く。明るい材料がない。
	▲	百貨店（経理担当）	・3か月後には中東情勢の安定化が期待されるものの、原油価格が大きく下落するほどの水準には至らないとみる。また、足元の円高も再度円安に振れるほか、金利も更なる上昇が見込まれることから、景気は個人消費の減退に連動して悪化する。
	▲	百貨店（販売担当）	・文具雑貨ブームが終わりヒット商品がないなかで、天候不順により季節商材の動きが弱い。天候不順が長く続き、客の滞在時間も短くなるのではという印象を受ける。
	▲	スーパー（店長）	・今後も円安の影響を受け物価高が続くとみる。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇が続くなかで、食品を含めた生活必需品への支出負担は今後しばらく続く。また、競合店の出店や価格訴求も強まり、客の節約志向や価格への意識は更に高まるとみる。一方で、賃金上昇や経済対策などによる改善要素もあるため、大きくは悪化しないとみるが、今後2～3か月は消費動向を慎重に注視していく必要がある。
	▲	スーパー（店員）	・野菜の価格についてはしばらく高止まりが続くとみる。その上10月からは麺類や一部商品の値上げが決まっており、その影響が出る。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今よりも物価高が進むことで、更に厳しい状況になるとみる。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・依然として景気回復の要素がなく、引き続き値上げの影響も続くとみられることから、景気は下降気味になる。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・生活必需品の需要が減るという状況はこれまで余りないことだが、物価高の影響なのか、それが実際に起きている。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・当地域では豪雨の被害が大きく、水没する車両が多数出た。仕方なく買い換える客で販売台数は伸びたが、後は物価上昇もありなかなか厳しいとみる。
	▲	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・アジア・アジアパラ競技大会が開催される今月及び来月と比較すると、2～3か月後には集客が従来の水準に戻る見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・常連客が皆、定年退職したり、自営業だった人が辞めたりしている状況で、状況は徐々に良くない方へ進んでいる。
	▲	観光型ホテル（支配人）	・アジア・アジアパラ競技大会に伴う特需はなくなるものの、前年を上回る予約状況である。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から景気はやや悪くなるとみる。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行は11月下旬でピークを終え、12月は忘年会の食事会や送迎バスなど小規模案件の手配がメインとなり、売上は減少する見込みである。
	▲	タクシー（従業員）	・アジア・アジアパラ競技大会が開催されることもあり、輸送ニーズが大幅に高まっている。反面、11月以降の動向には不確定要素が多く、現状より景気は下向くと予測している。
	▲	観光名所（案内係）	・世界情勢が明らかに不安定な状況であり、これがしばらく続くことが懸念される。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話で様々な食料品の値段が上がっているため、段々と生活が苦しくなってくるとみる。
	▲	美容室（経営者）	・全ての物価が上昇していることに伴い、客が金を使わなくなっている。
	▲	設計事務所（職員）	・基本的に円安が続く限り、景気は良くならない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・インフレと金利上昇の局面で住宅販売に駆け込み需要があるものの、この先で反動が来るとみる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの金利上昇の影響が出てくるとみるが、事業用の賃貸相談が引き続き見込まれる。9月の賃貸相談内容は、増床のための貸地や工場を探してほしいとの依頼であった。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・このところまとまった大規模案件はなく、小さな仕事の依頼ばかりで、必要最低限の案件ばかりである。物価高騰で地主も戻込みをしている様子で、まだこの先が心配である。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・金利動向の影響を受ける。
	×	商店街（代表者）	・消費者は物価高のため買い控えする。
	×	商店街（代表者）	・値上げが収まる気配がないため、全く先が見えない状態である。
	×	百貨店（売場主任）	・来月中旬にも値上げをするメーカーがある。2000～3000円程度ならまだよいが、値上げ幅が大きいいため、購入を躊躇う客が増えるおそれがある。最近は店舗で紳士靴の在庫を余り持っていないため、売上が厳しくなっている。
	×	コンビニ（店長）	・10月には発泡酒や加熱式たばこ等の値上げがあり、ますます節約志向が強まる。
	×	コンビニ（店長）	・10月の値上げラッシュの影響は、計りしれない状況を生むはずである。コンビニの利用頻度の高い客でさえスーパーやドラッグストアへ足を運ぶようになっているが、その流れがより顕著になるとみる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・今は若い人もそうだが、高齢者が先行きへの不安を強く持っている。これから年末に向かっていくが、よほど具体的な策の効果がない限り、間違いなく景気は悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価やインフラコスト、人件費が高騰している。
	×	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・10月から仕入価格や調達価格の改定がある。販売案件は価格転嫁も可能だが、福祉用具レンタルの価格転嫁は実質不可能であるため、経費が上昇しても自助努力によるコスト削減で対応せざるを得ない。
	×	設計事務所（経営者）	・良くなる材料がなく、全く見通しが立たない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・在庫調整の動きはなくなり、通常需要に戻る見込みである。また、電子材料用薬液の需要は引き続き好調である。
	○	輸送業（従業員）	・荷主からは、これから年内までは結構な予定が入っていると聞いており、8月の減少分はばん回できる見込みである。問題は年明け以降の見通しが不透明な点である。
	○	輸送業（従業員）	・政府による燃料の補助金は、現在の水準を維持するとみられることから、物流についても年末商戦に向けて動き出すとみられる。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売予測から判断した。
	○	輸送業（エリア担当）	・単価は前月に若干上がった。受注量も増加し続けている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	不動産業（経営者）	・ 今後は前年と同様に晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人がやや増加するとみる。今後の売上は増加し、前年を上回る見込みである。
	○	その他非製造業「ソフト開発」（経営者）	・ 海外情勢も少しずつ落ち着いて、原油価格も少しずつ下がってくるとみる。仕入れの原価が非常に高くなっており、今後不透明なところがある。新しい物を開発して、新規事業に頼るしかない。
	□	食料品製造業（社員）	・ 当面は消費動向に影響のありそうな要因が見当たらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・ 例年の季節需要が期待できるものの、中東情勢の長期化や円安、金利上昇等の影響により、景気は今と余り変わらないとみる。
	□	化学工業（総務秘書）	・ 特段景気が悪くなるトピックが見当たらない。2～3か月先は悪くなると思えないが、数年先になると少子高齢化等が続き景気は悪化するとみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・ A I 関連と磁石関連の増産傾向は、まだしばらく続きそうである。
	□	金属製品製造業（従業員）	・ 物件の動きは引き続きやや重たく、活況という状態ではない。一方で、暇すぎるほどでもないため景気は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・ 受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 余り変化は見込めない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ 固定の仕事の生産計画も余り上下せずに進捗しているため、景気は変わらないとみる。
	□	建設業（営業担当）	・ 来年度の予算を立てるに当たり、相手方から多岐にわたる追加業務の実施を求めるような前向きな追加作業の依頼は出ていないため、例年どおりか若しくはそれよりも下がった状態で設計をしていかなければならないような雰囲気は漂っている。
	□	輸送業（経営者）	・ 為替や原油、賃金、気候や環境対策など列举できないくらいのコストアップの要因があるなかで、消費マインドの上昇が見込めない。
	□	輸送業（従業員）	・ 長期的には災害等の復旧・復興に伴う公共事業や建設需要の増加により、景気が押し上げられる可能性がある。一方で、長期金利が上昇すると、企業の設備投資や家計の住宅投資に係る資金調達コストが増し、民間投資が抑制される可能性もある。そのため、景気全体への影響は一概にはいえず、不透明である。
	□	金融業（企画担当）	・ 中小企業では、まだ大手企業ほど物価上昇を価格面に転嫁できておらず、給料の上げ幅も大手企業ほど上げられていない。中小企業でも、物価上昇に賃上げが追い付いてこない、まだ景気は良くなっていかない。
	□	不動産業（職員）	・ 現状からしばらくは安定した状況が続くとみる。特に変化が起きていく兆候はみられない。
	□	広告代理店（制作担当）	・ 新規の企画も、異常な物価高に伴い単発的になりがちで、企業側の積極的な動きは余りみられない。
	□	公認会計士	・ 大幅に変わることはないとする。イラン、ウクライナを始めとする国際情勢の不安定化により、輸出産業の状況も変化がない。物価高についても、10月で大きく値上げするものも多く、季節変動の影響もなく個人消費も鈍化することが予測される。天候不順もしばらく続くことが予想され、自然災害の影響もしばらく残る。米国の中間選挙の影響次第では、少し好転する可能性もある。
	□	会計事務所（職員）	・ 最低賃金が上がっても、生産性向上にはなかなかつながらず、この先数か月で景気が良くなる見込みはない。
	□	会計事務所（職員）	・ 受注状況としては生産数が減少することなく、例年並みであるが、消耗品や材料の値上がり、最低賃金上げで経費が大幅に増加し利益が圧迫されている。人手不足と人件費の値上がりは今後も続いていくため、生産設備の自動化などで、人員削減を進めていかなければ、経営状況は悪化していく一方である。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・ 引き続き原材料価格の高騰は避けられず、商品への価格転嫁も限界にきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注と販売数が減少している。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・良い傾向の仕事がない。夏以降、ずっと状況は悪いままで続いている。
	▲	鉄鋼業（従業員）	・先行きの不透明感が変わらない。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の中間選挙を控え、北米系企業の設備投資計画に先送りや見直しの動きが見られることから、今後の受注はやや減速する可能性がある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・10月以降、素材や鉄鋼の値上がりりが通知されており、受注に支障を来すおそれがある。まだ副資材や人件費の値上がりも続いており、受注の減少が見込まれる。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・10月も相変わらず値上げが続き、今後もガソリン代や電気代の値上げが予測される。
	▲	通信業（法人営業担当）	・半導体値上がりのスピードが、システムインテグレーターである我々の提案スピードと構築スピードを上回っているため、客との価格折衝がうまく運ばないケースが多発している。半導体の値上がり、全体の物価高騰をけん引する状況は、消費生活全体を硬直させる。
	▲	金融業（従業員）	・2極化が進んでいるが、そのウエイトをみると貧しい生活になっている人が多く、ローンなどを必死で返しながらか自転車操業のような生活をしている人の割合が増えている。工場などは安定しており収入にも問題がなさそうだが、自身の周囲では物価やガソリン代等が上がって、生活が大変そうな人が多い。
	▲	新聞販売店「広告」（店主）	・金利の上昇が発表されて住宅ローンや借入れに対して不安要素が多いため、必要最低限の投資や買換えにとどまる。
	▲	行政書士	・外食時のレストランの価格やコンビニ商品の値上げなど物価の上昇が著しく、就業中であれば弁当を持参し、夕食はレストランを利用する代わりに家で済ませようという動きが見られ、経済の流れは金を守る方向に皆動いている。ただし、その反面スーパー等の食品等の動きが良いとみる。ここ3か月で景気が悪くなったという実感はないが、今後の経済における資金の回りを考えると悪くなる見込みである。
雇用 関連 (東海)	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、引き続き悪くなる。
	×	通信業（総務担当）	・景況を上向かせるきっかけがない。飲食料品における消費税が1%になっても割安感を実感できず、7%分を余分に購入することはない。金はためておきたいという心理になるとみる。
	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・半導体関連の求人だけでなく、求人全体の数が増加している。
	□	人材派遣業（営業担当）	・アジア・アジアパラ競技大会による企業への好影響が残り、経済は活性化するものの、大会運営に対する課題は山積していることから、マスコミの報道姿勢によっては風評被害により経済悪化へつながるおそれがある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者数に増加の兆候がないため、採用数は横ばいで推移する見通しである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・来年4月から始まる飲食料品の減税も、効果は限定的とみる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連では、全体感として人員予算も厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人員は現状維持をもくろむ顧客が多く、少しずつ業務終了者が発生する状態は2～3か月スパンでは大きく変化しない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連の生産において、各メーカー新型車種の販売が好調で、海外輸出においても増加傾向にあり、請負や派遣といった労働者供給における残業時間も増加傾向だが、人材採用では苦戦している。
	□	新聞社「求人広告」（営業担当）	・今後数か月間も人手不足の構造は変わらず、企業の採用意欲は底堅く推移する見込みである。一方で、原材料高や人件費増加によるコストの増加から求人広告予算を抑える企業も多く、即座に出稿数が急増する要素は乏しい。結果としては横ばいが続くとする。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・ 原材料価格やエネルギー価格、人件費などの各コスト増加と高止まり、物価高に伴う消費低迷傾向による企業の事業活動への負担は解消されておらず、特に中小企業にとって厳しい状況が継続している。人材不足が深刻化している産業もみられるが、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念や求人を出しても応募者がいないなどの理由により、新たな求人提出を控え、様子見をしている産業も少なくない。一部で新たな求人提出を抑える産業が存在するものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、直近の景気動向に大きな変化は生じないとみる。
	□	職業安定所（職員）	・ 事業主は引き続き欠員の補充のため求人を出しており、人手不足の印象を受けるが、他方で新規事業の話はほとんど聞かず、景気の動向を見極めるのが難しい状況である。
	□	職業安定所（職員）	・ 医療福祉や建設業では高い人材需要が続いている。製造業では生産活動がおおむね堅調に推移している一方、引き続き米国関税や原材料価格高騰など先行き不透明要因もみられる。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数、求職者数共に大きな変動が見込めない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 転職における潜在層は一定数存在するものの、明確に活動に移る人はそこまで増減しない見込みである。年度末での転職を視野に入れながら、自分に合う会社があるかを模索し始める段階の人が増えてくる時期となる。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・ 派遣受注において大手企業を経費や体制の見直しが進むなかで、これまでのように伸びが見込めるかどうかは不透明である。派遣就業において登録者数の確保は常に必要だが、登録者が何を求めるかによって状況は変わり、他社との無期雇用転換のタイミングのずれなどにより、今後の求職者数の確保が懸念される。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 中核規模の医療系機関では採用が好調で追加募集もある一方、国立や大学附属など大規模機関の募集については採用数に変化はないが、2次、3次の追加募集が減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・ 物価上昇や最低賃金引上げ等に対して、利益確保が困難な状況にあるようで、事業規模の縮小や事業譲渡等に伴う多数離職等の相談がある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 新卒採用について、業績等の影響に伴い一部求人状況に陰りがみられる。
	×	人材派遣会社（社員）	・ 先行きの不透明感と人件費の上昇から、景気が好転する状況を見いだせない。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・ 10～11月は秋の行楽、紅葉シーズンを迎えるため、客足が更に増えるとみている。欧米、特に米国からのインバウンドによる購買が堅調なほか、台湾からのインバウンドも定着している。さらに、地元客や富裕層による指名買いも多く、強固な顧客基盤が形成されているため、秋の需要期に向けて売上は拡大し、好調が続くとみている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・ 年末年始の季節商材が徐々に入荷しているため、良くなると期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・ 改装を終えた海外ブランドが10月にリニューアルオープンするため、しばらくは特需が期待できる。
	○	一般レストラン（経理）	・ 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。
	○	美容室（経営者）	・ 9月の数字が非常に良かったため、今後にも期待している。
	□	商店街（代表者）	・ 秋の観光シーズンからクリスマスや年末に向けて節約志向は変わらず、様子見の状況が続くとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ ギフト関係は大口注文の時期が変化しており、デイリー商材は物価高の影響により、今後の動きが予測できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（販売促進担当）	・地方における人口減少、購入手段の多様化、物価高の継続により、店舗における個人消費は活発にならない。また、最低賃金引上げ後も、実質的な可処分所得はゆとりある水準に届かないとみている。
	☐	百貨店（販売担当）	・富裕層の高額商品の購買は前年並みながら、伸び幅は縮小している。ボリューム層向けのファッション関連は当面苦戦するとみている。一方、低収益ながらも来客数増加が期待できる食品については、食品催事の拡大や企画内容を変化させることで、やや高額でも一時的に購買意欲が高まる傾向にある。しかし、ファッション関連に比べて単価が低く低収益のため、全体としては低調なままとみている。
	☐	百貨店（売場担当）	・景気が回復する情報はなく、物価高による買い控えが続くとみている。一方、10月以降は旅行や行事、イベント参加により人の動きが活発になるため、購買意欲が高まることを期待している。
	☐	スーパー（役員）	・9月に続いて加工食品の値上げが多数あり、全体的に価格帯が上がる。ビールは減税により値下げとなるが、全体への影響は少ないとみている。
	☐	コンビニ（店長）	・今が底であり、この状況はまだ続くとみている。利益が増えて賃金が上がるのではなく、著しい賃上げによって赤字にならないよう販売価格を上げざるを得ない状況は、景気が良くなる構図ではないため、悪い状態が続くとみている。賃金が上げ止まり、物価上昇が緩やかにならないと、身の回りの景気は良くなれないと考える。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・節約志向が高まっており、売上が簡単には上がっていない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・現在のやや良い状況については、毎シーズンの値上げに慣れてきた、または今のうちに買わないと後になるほど高くなると客が考えていることが要因かもしれない。若しくは、前年より気温が低いため秋の支度が早まっている可能性もあり、劇的に良くなることはないとみている。
	☐	家電量販店（本部）	・春先に好調だったエアコンの反動減が予想されるものの、黒物家電を中心に高額商材の需要が高まっており、全体としては横ばいの水準になるとみている。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・物価高や住宅ローンの金利上昇などについて耳にすることが多くなっており、しばらくはこの状況が続くとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・物価高が収まらない限り、景気回復は見込めない。
	☐	乗用車販売店（経理）	・物価高騰の影響がないわけではないものの、現時点で変動する要素は見当たらない。車種によって個別の影響はあるものの、全体としては変わらないとみている。
	☐	住関連専門店（役員）	・市場の環境や経済情勢に根本的な変化がないなかで、回復のめどは立たない。
	☐	その他専門店〔酒〕（経営者）	・10月からの値上げもあり、悪くなる材料はたくさんあるが、良くなる材料は全く見当たらない。変わらないことを期待している。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・週末の来客数は前年に比べて僅かに増え、高単価商品が売れて好調だが、平日の夜の客足が鈍化しており、地元の景気の影響を強く受けているとみている。さらに、食品の仕入価格や人件費が上昇しているが、価格転嫁が難しい状況が続いている。
	☐	一般レストラン（店長）	・予約の出だしが余り良くない。
	☐	スナック（経営者）	・国内外の状況と物価高の影響が続くとみている。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門はインバウンドの予約が順調に入っているが、国内客は弱い。宴会部門やレストラン部門は前年並みの予約件数で、余り改善していない。
	☐	タクシー運転手	・秋の行楽で観光客が全体として多いため、今月と余り変わらないとみている。
	☐	タクシー運転手	・景気悪化と乗務員不足により、運賃収入の減少が続くとみている。
	☐	通信会社（職員）	・物価高騰により消費者の購買意欲が減退する。
	☐	通信会社（役員）	・商戦期を迎えるが、前年並みの契約数で推移するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（役員）	・ AI 需要の拡大による半導体不足や円安の影響により、設備や端末の価格上昇や供給不足が継続している。しかし、業績悪化に直結するレベルではなく、2～3か月程度の期間では、影響は限定的とみている。
	□	テーマパーク（役員）	・ 物価高の影響やエネルギー価格の上昇が10月以降に本格化するため、国内客の動きがやや鈍くなり、全体としては横ばいで推移するとみている。
	□	競輪場（職員）	・ 売上低迷の影響が続いているが、不況を脱した雰囲気がある。今後の取組により、再び売上が増加する可能性がある。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 景気が回復しないと、状況は変化しないとみている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ 10月に入ってから多品目で値上げがある。厳しい状況がまだ続くともっている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（経営全般）	・ 冬にかけての更なる値上げに加え、エネルギーコストの上昇や賃上げもあるため、景気は良くならないとみている。
	▲	スーパー（店長）	・ 最近は毎日、水害や地震に関する報道があり、景気が良くなるようにはみえない。
	▲	スーパー（仕入担当）	・ 酒を中心とした食料品値上げの影響により、来客数を維持しても売上が減少するとみている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・ 今月の好調は一過性のものであり、維持できないとみている。一方、米の値下がりにより利益改善が期待できる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ 秋物商材の実需期になるが、災害の発生を考えると慎重になり、ぜいたく品等の購入意欲が低下するとみている。
	▲	家電量販店（店長）	・ OSサポート終了に伴う買換えやエアコンの省エネ基準改定に伴う需要増加の反動があるとみている。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・ 原油価格高騰や円安の影響などにより、物価高を感じるという声が増えている。この影響はしばらく継続し、やや悪くなるとみている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ 競合の新規出店により、売上に一時的な影響が出るとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・ 原油価格の高止まりが旅行需要に影響を与えるとみている。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（経営者）	・ 物価高騰の影響により、やや悪くなるとみている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 金利が上昇し、住宅価格が高止まりしているため、住宅ローンの返済額が増え、資金計画が厳しい客が増えている。この状況が続くと、住宅建築に踏み切れない客が増えるともっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・ 新築住宅の受注は厳しい状況が続く。根強いニーズがあったリフォーム工事についても、少しずつ減少している。
	▲	住宅販売会社（営業）	・ 物価上昇の継続に加え、住宅ローンの金利上昇が現実となり、客の購買意欲が確実に低下していくとみている。
	×	コンビニ（店長）	・ 物価高に加え、スタッフの賃上げを実施し、もはや削れる経費もほとんどないなか、経営者が身を削って何とか事業を継続している中小の小売業は多いとみている。僅かな賃上げ幅では客足の回復を見込むにも心許なく、足元の先行きは暗い。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 二輪車用部品は令和8年熊本地震の影響による減産からばん回し、受注が急速に回復している。一方、産業機械用部品は価格改定の影響などにより慎重な需要動向が続いている。全体としては、二輪車用部品の回復がけん引し、今月よりやや良くなるとみている。
	○	建設業（経営者）	・ 年末にかけて工事の発注量が増え、工事現場が動くことにより、関係業者への発注が増える。
	○	輸送業（経理）	・ 運送業において適正原価が採用されることにより、どちらかといえば良い方向に進むとみている。
	○	税理士（所長）	・ 冬のボーナス時期を迎えることに加え、最低賃金引上げがあり、消費行動は上向きになるとみている。企業においては、継続する人手不足をどのように解決できるか次第である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（経営企画）	・様々なコスト増加への対応として、今秋から来春にかけて製品価格の改定に踏み切るため、販売量の減少は避けられないとみている。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・当社に関わる住宅市場においては、今後半年間は大きく状況が変わらないとみている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・産業機器関連の製品の受注が徐々に増加する情報が入っているが、ベースとなる数量は少なく、大幅な受注増加にはならないとみている。先々については、車載関連で売上のベースを確保しており、民生関連の受注動向は不安定で増加が見込めないため、全体としては大きな変動はないとみている。
	□	通信業（営業）	・今秋の米国中間選挙の結果が今後の景気を左右するとみている。
	□	金融業（融資担当）	・設備投資の相談は増加傾向である。値上げや金利上昇を見越した前倒しの設備投資も含まれるため、その反動での落ち込みを懸念している。一方、補助金等の支援施策により、当面は相応の設備投資需要が続くとみている。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが全くない。法人も問合せや相談が余りない状況である。
	□	司法書士	・建築資材などの材料価格の高騰が続き、人件費やその他経費も上昇しているため、今後も企業の利益を圧迫する状況が続くとみている。景気が大きく上向くことは期待しにくい。
	▲	繊維工業（総括）	・中東情勢長期化の影響による受注の減退は懸念されたほどではないものの、先行きについては不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・現状からみて、先行きの受注増加は期待できない。
	▲	金融業（融資担当）	・中小零細企業においては、物価高や賃上げによるコスト増加に加え、金利上昇による利息負担も収益を圧迫する。資金繰りの厳しい企業が増加傾向にあり、景気回復につながる明るい材料は乏しい。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社「求人広告」(担当者)	・求人の見込み数が増加傾向である。
	○	学校「大学」(就職担当)	・物資や原材料の不足は、一部を除いて解消されたとみている。事業継続の安定感や雇用拡大に対する期待感がある。
	□	職業安定所（職員）	・業種によって差はあるが、受注が増えたことによる人手不足から求人募集を行う事業所が多い印象を受ける。一時的なものであるか注視していく。
	□	職業安定所（職員）	・今後も賃上げや物価上昇に加え、中東情勢の影響について注視していく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・物価高騰や自然災害発生の影響はあるものの、景気はこのままの状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社（役員）	・主要取引先から、10月末から12月末にかけて4～10人の派遣契約を解除する旨の通知があった。例年より解除人数が多い。
	×	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	コンビニ（経営者）	・年末に向けて、メーカーなどが販売促進策を仕掛けてくるなか、少しでも値引きしている物は売れる。
	○	一般小売店「鮮魚」(営業担当)	・10月に入って予約などが増えてきたため、少し期待している。
	○	一般小売店「化粧品」(経営者)	・天候要因を除けば、前年の売上を上回る日もあるなど、客の購買意欲が完全になくなったとはいえない。12月のクリスマス商戦は前年もフレグランス関連が大きく伸びたが、今年は前年を上回る推移が続いていることから、年末のギフト商戦は好調となる可能性が高い。また、ボーナス商戦も賃金環境の好転に伴い、現状を上回る増加が見込まれる。
	○	百貨店（マネージャー）	・前年比で30%減と大きく減っていた中国からのインバウンドの来店が、2か月ほど前から徐々に戻りつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（マネージャー）	・ 8月以外はコンスタントに来客数が増えており、売上も毎月増加している。ただし、金利の引上げによる影響や、中東情勢の先行きも不透明なため、全体的な景気の大改善は見込めず、今後も富裕層の消費がけん引する形となる。
	☐	スーパー（企画担当）	・ 前年は米の売上が異常に伸びた一方、今年は新米が安価となり、古米に対しても一定の価格訴求ができるため、販売量は増加傾向にある。雨天続きで野菜の相場が高騰しているが、必要な商品は購入せざるを得ないため、青果売上も増加傾向となっている。冷凍野菜の需要も高まっており、野菜相場の高騰にうまく対応できれば、他部門も含めた売上全体の増加につながる。
	☐	コンビニ（経営者）	・ 来客数に大きな変化はなさそうであるが、まだ商品の値上げが続いているため、客単価の上昇が期待できる。
	☐	コンビニ（経営者）	・ 秋祭りや運動会をきっかけに、一気に景気が回復してほしい。
	☐	コンビニ（店員）	・ 気候が良くなり、行楽地に出掛ける機会が増えるため、売上は少し伸びる。近隣のホテルも9月の大型連休はにぎわっていた。一方、平日の昼間の弁当類は、少し売上が伸び悩んでいる。
	☐	コンビニ（店員）	・ 先行きには少し期待できるが、物価の上昇が続く限り、現状よりも大幅に良くなることはない。
	☐	家電量販店（店員）	・ 年末にかけてエアコンの駆け込み需要が出てくる。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ 新車の売行きが少し良くなり、修理の予約も増えている。部品やオイル類も入荷するようになりつつある。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・ 月後半は少し回復してきたため、来月以降に期待できる。
	☐	都市型ホテル（客室担当）	・ 紅葉シーズンが始まり、客室は高い稼働率となる見込みである。
	☐	テーマパーク（職員）	・ 消費税減税の動きが具体化していくなか、減税は消費拡大につながる大きな要素となるため、先行きへの期待は大きい。
	☐	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ 秋雨前線が通り過ぎれば、10～11月は秋の行楽客の集客に期待できる。
	☐	商店街（代表者）	・ 客の購買マインドが慎重となっている。
	☐	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・ 値上がりによる買い控えが続くと予想される。
	☐	一般小売店〔呉服〕（店員）	・ 今月の客単価をみると、現状維持が精一杯である。
	☐	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・ 気候が良くなり、少しでも販売量が増えることが期待される。
	☐	百貨店（売場主任）	・ 不安定な経済状況などもあり、先が見通せないため、積極的な消費というよりも、資産性や投資という部分でお金が動いている。
	☐	百貨店（売場主任）	・ 関西全店の売上をみると、インバウンド消費がやや落ち着き、富裕層の高額消費も伸び悩んでいることから、今後は一進一退の状況が続くそうである。中東情勢の推移次第では、原油価格の高騰も不安視されるなど、先行きは不透明感が強い。
	☐	百貨店（企画担当）	・ 国内売上については、外商、それ以外共に、大きな変化はない。インバウンドは中国の動きが読みにくいものの、前年は大きく落ち込んだことから、前年の実績は上回ると予想される。
	☐	百貨店（広報担当）	・ 国内客は好調な動きが続くと予想される。インバウンドについては為替に左右される部分もあるが、ここ数か月の動きをみると、極端な円高が進まない限り、ある程度は現状が維持されそうである。
	☐	百貨店（サービス担当）	・ 今後も催事や店舗のリニューアル効果により、来客数の増加や売上の確保が見込まれる。
	☐	百貨店（外商担当）	・ 富裕客のイベントや催事への来場予定は増加傾向にあり、直近の好調の継続が見込まれる。
	☐	百貨店（営業推進担当）	・ 物価上昇や燃料費の高騰による影響で、今後は景気が冷え込む可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（マネージャー）	・中間層のこだわり消費や推し消費ともいわれる選択消費と、富裕層による資産価値消費の傾向は変わらない。インバウンド向けの消費税の免税制度は、11月からリファンド方式に変更されるため、一部の転売目的の購入には影響が予想されるが、全体的には急激な為替変動などの大きな外的要因がない限り、今後も好調が続くとみられる。
	☐	百貨店（販売推進担当）	・来客数と客単価は上向いているが、買上率は低下しているなど、必要な物以外は購入しないという生活防衛意識は依然として高い。
	☐	百貨店（外商担当）	・株価も変動が少なく、為替の動きも鈍いことから、変化は少ないと予想される。
	☐	百貨店（マネージャー）	・海外情勢が不安定であるなど、明確に良くなるとはいえない。
	☐	百貨店（商品担当）	・円高の進行により、インバウンド売上に影響が出ると予想される。ただし、他の百貨店と比べてインバウンド売上の比率が低いと、国内客でカバーできる範囲でもある。一方、10月以降は物価上昇の影響も出てくるため、気温の変化に対応できるような、汎用性の高いファッションを提案するほか、催事やイベントで集客力を高め、今しか買えないような鮮度の高い商品を提案していく。
	☐	百貨店（管理担当）	・全体としては、物価上昇の影響や先行きの不安感から、目立った需要の盛り上がりは期待できない。
	☐	百貨店（商品担当）	・インバウンド、国内客共に変化の波が大きいため、先行きは不透明である。インバウンドは好不調の波が大きく、特に週単位での変動が激しい。一方、国内客のファッション関連の購買動向は、季節要因から実需対応に変化しており、特に気温による変化が大きくなっている。
	☐	スーパー（店長）	・競合の激化が続き、更に消費税減税前の買い控えが起きると予想されるため、減税が始まるまでは厳しい状況となる。
	☐	スーパー（店長）	・良くなる兆しが見当たらない。
	☐	スーパー（店員）	・台風や雨の影響がまだ続くため、今後も価格は落ち着かず、厳しい状況が続く。
	☐	スーパー（企画担当）	・金利が上がっても、コスト要因による物価上昇は抑えられない。食料品は売上点数が減るものの、単価の上昇で売上全体は変わらないと予想される。
	☐	スーパー（経理担当）	・直近の天候要因はなくなるが、新たに台風が接近してくる懸念は残る。また、店頭では低額品の動きが良いなど、消費者の節約志向は依然として強いと、売上の伸びは予測しにくい。
	☐	スーパー（販売促進担当）	・人口の増加や維持が見込める商圈では、他地域からの競合店の進出が続くため、商圈内の競争は更に激しくなる。
	☐	スーパー（社員）	・長期にわたる商品価格の上昇は、買い控えによる買上点数の減少につながっているが、価格の上昇は確実に売上の押し上げにつながっている。
	☐	スーパー（企画）	・酒税が改正となるなか、ビールは税率が下がり、第3のビールは上がるため、改定後も全体としては一定の動きとなり、売上への大きな寄与はない。店全体としても、単価が上昇し、販売点数が減少することで、売上は前年並みとなる傾向に変化はない。
	☐	スーパー（企画）	・先行きも、やや悪い状態が続くそうである。商品の値上げで客単価は上がるものの、来客数や買上点数の回復は期待できない。客の価格をみる目は以前よりも厳しく、ディスカウント店との使い分けも進んでいる。価格の安い商品や特売品を選んで購入する傾向は今後も続く。
	☐	コンビニ（店員）	・今後も値上げとなる商品が多いなか、たばこの値上げは客にとってかなりの痛手となる。酒類の値上げも重なるため、客足が遠のく可能性もある。
	☐	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続く限り、来客数は増えない。
	☐	衣料品専門店（店員）	・物価上昇は続くが、期間限定セールなどの開催により、需要の回復を見込む。
	☐	家電量販店（店員）	・物価の上昇にめどが立たない限り、景気の回復には期待できない。
	☐	家電量販店（営業担当）	・10月1日から様々な商品が値上げとなるなど、前向きな話がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	家電量販店（人事担当）	・今年も残暑が長引き、冬の訪れは遅くなると予想される。秋はスポーツイベントも多いため、テレビやプロジェクターなどの映像関連商品の販売が増えるほか、秋の調理家電などの売行きにも期待している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・法人所有の新車への部品取付けが、かなり減り始めている。今後についても、余り手応えのある情報がない。
	☐	乗用車販売店（役員）	・物価上昇が続くなかで車両価格の高騰が進み、特に輸入車の販売は大幅な改善の見込みが薄い。ただし、取扱ブランドで新型モデルが発売されるため、従来と比べると期待できる。
	☐	乗用車販売店（マネージャー）	・今後の見通しが良くなる材料が少ない。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・時間は掛かるが、物価の上昇に所得が追い付くまで我慢するしかない。大型小売店などは依然として低価格戦略を続けているが、安売りには弊害が大きい。大手企業が安売りを進めれば進めるほど、全体が上向くには時間が掛かる。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・10月以降は最低賃金も改定されるが、それ以上に物価上昇の影響が大きく、手取り収入の増加が追い付かないため、景気が良くなることはない。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・通常の販売による売上が少ない。催事などで客単価が上がるような商品展開や集客を図らなければ、先行きは厳しくなる。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温が落ち着き、順調であった夏物商材やスキンケア用品の販売が減少に転じた。秋冬商材へとシフトするなかで、売上全体は減少傾向となっている。食品の値上げも依然として続いているなど、大きな上昇要因が見当たらない。
	☐	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・お歳暮商戦が控えているが、前年よりも値上げしている商品が多いため、早期予約も動きが鈍くなる見込みである。
	☐	高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンドの動きは依然として鈍いものの、国内客の旅行需要の増加がカバーする形となっている。
	☐	一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンに入るため、企業による宴会需要が見込まれるが、災害の影響に加え、長引く仕入価格の高騰や光熱費の上昇により、利益が増える見込みは薄い。
	☐	一般レストラン（企画）	・販売状況は堅調であるが、材料費や人件費、エネルギー価格、石油由来の消耗品費などの上昇が続いており、利益の確保が厳しくなっている。
	☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・物価の上昇に賃金の増加が追い付いておらず、ここ数か月は財布のひもが固くなっている。
	☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・商品価格が確実に上がっているなか、値上げに対する消費者の感覚が鈍くなっている。
	☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・駅構内の工事による影響もあり、当面は厳しい状況が続く見込みである。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・10月は団体予約が好調であり、11月もまだこれからではあるが、団体客が好調に動いている。自然災害さえなければ良い結果を期待できそうである。
	☐	観光型旅館（経営者）	・12月までの予約状況を見ると、前年の水準に達していない。
	☐	都市型ホテル（管理担当）	・今後に向けたプラス材料が今のところは少ない。食料品に対する消費税率の引下げも、レストランにとっては逆風である。
	☐	都市型ホテル（客室担当）	・10月のハロウィーン以降は、前年よりも予約のペースは遅く、高単価プランの先行販売が難しい状況にある。地域全体で販売価格が上げにくくなっている。
	☐	旅行代理店（支店長）	・九州ふっこう応援割の報道はあるが、大きな効果はなく、逆に営業面ではマイナスとなる。
	☐	旅行代理店（役員）	・今年の年末年始は休みが少ないため、余り期待ができない。今後のイベントも客の大規模な動員が期待できるものは控えておらず、何か起爆剤がなければ、現状は変わらない。一方、関西では阪球団が優勝すれば、小売や外食の需要が伸び、来年のキャンプツアーなどの受注も増えると期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（役員）	・ 今年度は猛暑の影響で、夏の旅行需要は低調となったが、今後は暑さが和らぎ、旅行需要の増加が見込まれる。イベントシーズンを迎えるため、大型レジャー施設関連の需要拡大にも期待している。一方、九州各県では九州ふっこう応援割が予定されているが、実店舗で取扱可能な旅行会社は限られており、その影響は限定的とみられる。
	□	タクシー運転手	・ 前年は大阪・関西万博の開催によって景気が良かったが、今はタクシーの台数と乗客数のバランスが取れていない。
	□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・ 全体的には、市場の動向に対して様子見の部分がある。
	□	通信会社（役員）	・ キャリアショップでの携帯端末の販売台数が、端末価格の高騰や市場環境の変化により、前年比で10%程度の落ち込みが続いている。
	□	観光名所（企画担当）	・ 国内客は前年と同水準であるが、インバウンドは中国が全く回復せず、他国からの増加で何とかしのいでいる。今後もしばらくは、現状が続くと予想している。
	□	ゴルフ場（支配人）	・ 予約状況や客単価のほか、仕入価格や水道光熱費、燃料費などに大きな変化がないため、良くなることも、悪くなることもない。
	□	競艇場（職員）	・ 賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、政治関連による影響など、様々な要因がどう作用するかを見極めるのは難しい。
	□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・ プロ野球シーズンは終了するが、10～12月には多くのコンサートが開催されるため、例年どおりの集客が期待できる。
	□	住宅販売会社（企画担当）	・ 建築費や地価の上昇で、購入層が限定されており、今後大きく変わることはない。
	▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・ 天候不良による生鮮食品の値上がりや、輸入品価格の高騰の継続などによる影響が、今後は様々な面で出てくる。
	▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・ 今の物価の動きをみると、景気が良くなることはない。今後、ガス代や水道代、電気代などが上がってくれば、厳しい年末になる。
	▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・ 長期的な観点でも、業界全体で来客数の減少がみられる。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	・ 現時点では、景況感が改善する明確な要因は見当たらない。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・ 9月中旬以降、中国の渡航自粛による影響が大きく、インバウンド売上が大きく減少している。これまで売上をけん引していた高級ブランドも、度重なる価格改定で国内の中間層の離反が進んでいる。優待などの販売促進策がある期間に売上が集中する傾向となっており、消費の基調の悪化を懸念している。
	▲	百貨店（販促担当）	・ 今冬は、スーパーエルニーニョ現象による冬物商材への影響が懸念される。気温の動きに合わせた提案の工夫が重要となるほか、高額品に関しても大きな材料がないなか、資産価値のある商品の提案を強化していく。最繁忙期での来客数の確保に向けて、期間限定での企画による変化が必要となる。
	▲	スーパー（開発担当）	・ 物価上昇がいつまでも落ち着かない一方、賃金は上昇していない。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 今よりもインバウンドが減少し、値上がりする商品も増えるため、売上が3～5%減少する傾向となる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 金利の上昇により、少しずつ消費者心理に悪影響が出始めている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 食料品を対象とした消費税減税など、政府が物価対策を検討しているが、為替の円安傾向は続くほか、ウクライナ情勢や中東情勢も落ち着きそうにない。輸入品の価格高騰も消費マインドを低下させていることから、しばらく景気は悪くなっていく。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ ガソリン補助金の財源問題などは、これから年末にかけて議論が進むと予想されるが、仮に補助金の基準価格が引上げとなれば、社会全体に影響が出る。
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・ 商品の値上げや送料の負担増などがあり、企業負担でなければ買い控える傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・円高の影響による、インバウンドの減少が予想される。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・販売量は来年と大きく変わっていないが、個人客の動きが低調で料金の調整を余儀なくされており、単価に影響している。
	▲	都市型ホテル（フロント）	・宿泊が減少傾向にあり、客室単価が下がってきている。ライブやイベントの開催がなければ、人気のテーマパークだけでは厳しい。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・10月からのあらゆる物品や食料品の値上げが、景気の懸念材料となる。
	▲	都市型ホテル（営業担当）	・10月から物価の大幅な上昇が進むため、国民の生活が苦しくなる。旅行の見送りや値上がり品の買い控えにより、単価が下がる可能性がある一方、観光業界としてはインバウンドの動きに期待している。
	▲	通信会社（経営者）	・原油価格が高止まりしている。
	▲	通信会社（社員）	・乗換え需要がなくなり、月を追うごとに販売は厳しくなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	・半導体メモリ価格の高騰が落ち着かないため、通信機器の仕入価格の高騰も続くと予想される。
	▲	遊園地（経営者）	・10月以降、電気代や食品価格が上昇することもあり、特にレジャー業界にとっては逆風となる。
	▲	競輪場（職員）	・物価も天井知らずの上昇となっているなど、遊興費は減ることが予想される。
	▲	その他サービス「マッサージ」（スタッフ）	・アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減る。
	▲	その他サービス「学習塾」（スタッフ）	・現時点で生徒数は維持できているが、10月からの値上げラッシュによる影響が懸念される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部を始め、ここ数年で地価が上昇した地域の相場が下落基調である。投資家の意欲が低下しているほか、流通在庫も増加気味であり、今後は価格調整が進むと予想される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅の購入意欲の低下が予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・先行きの金利上昇が予想されるなか、借入れは契約時点ではなくしゅん工時点の金利となるため、今後が不安である。しゅん工が1年以上先の物件については、現時点での契約にはリスクを伴うことから、契約をためらう客が増える。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者「不動産仲介」（経営者）	・今後も金利の上昇や円安の動きは続くため、消費は下降気味となる。
	▲	その他住宅「展示場」（従業員）	・今後も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姿勢は更に慎重となる。
	▲	その他住宅「情報誌」（編集者）	・このまま住宅ローン金利の上昇が進めば、購入をためらう動きが顕在化する。それに伴う全体的な販売不調により、価格の低下につながる可能性がある。
	▲	その他住宅「住宅設備」（営業担当）	・水害による冠水被害の復旧には3か月程度掛かるため、正常化がいつ頃になるのか、現段階では読めない。
	×	一般小売店「時計」（経営者）	・災害等に対する不安が落ち着かないなか、物価の上昇速度が普通ではないなど、先行きに安心感が持てない。一旦値上がりした商品は下がることはないため、今後も生活が圧迫されることは避けられず、明るい材料が見当たらない。
	×	一般小売店「衣服」（経営者）	・10月は更に様々な商品の値上げが予定されており、これから景気が上向いていく要素は全く見当たらない。
	×	一般小売店「ガラス細工」（店長）	・相次ぐ値上げのなかでの酒税の改正や、様々な補助の打ち切りなど、タイミングが悪すぎる。年末までの動きが全く読めず、不安である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安の進行による物価の上昇が、落ち着く気配はみられない。また、金利の上昇で景気にも陰りが出始めている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・女性が服を買うゆとりがない。
	×	家電量販店（店員）	・補助金による後押しはあるが、他店との競合時の割引は困難となっている。今後の価格改定後も、更なる買い控えが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	家電量販店（企画担当）	・水回りのリフォーム商品であるキッチンやバスが、10月から1～2割の値上げとなるため、不具合や緊急性がない限り、需要の見込みが立たない。
	×	住関連専門店（店長）	・物価や原材料価格の上昇に歯止めがかからない。輸入業では海外の物価変動の影響を大きく受けるため、輸送費などの高騰によって利益が大幅に減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	・10月からの物価上昇を前に、客の財布のひもは既に固い。取引先のおしぼり業者によると、どの店も暇であるため、先行きの見通しは暗い。
	×	一般レストラン（店員）	・来客数、客単価共に悪化しており、このまま物価の上昇が続けば、状況は更に悪くなる。
	×	その他飲食「ジャズバー」（店員）	・時代の流れとして、消費者の意識が変わってきている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の変化により、船の運航の遅れや、運賃の高騰につながっており、すぐに製品の価格などに影響が出るため、いつも気が気ではない。既存の商材は、売上、利益共に何とかやりくりしているため、新たな商材を1～2種類開発し、売上や利益の増加を目指す。今までの木材、木製品とは違う分野での開発を進めており、2～3か月後にはある程度のめどが立つ可能性がある。
	◎	化学工業（企画担当）	・猛暑や地震などが影響し、夏季の食品需要は予想以上に悪かったが、今後は最も需要が増える季節となるため、回復に向かうことが予想される。
	○	化学工業（管理担当）	・日本と米国の良好な関係を背景に、先行きはやや良くなる。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・他社で製造中止となった物を生産することになり、その部分は売上に上乗せとなるが、全体的には以前よりも注文が減っている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・冬から春にかけて業界は繁忙期となるほか、価格転嫁についても、取引先には以前と比べてかなり柔軟に対応してもらえ。ただし、現状のような度重なる価格交渉は労力を要するほか、心証も良くないため、社員が疲弊してきている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今月は天候による影響が出たため、それが落ち着く12月頃は、消費者の動きが例年並みに戻る。
	○	輸送業（営業担当）	・今月はスーツケースなどの旅行用の荷物がかなり増えている。帰省や旅行の増加から、景気は良いと判断できる。
	□	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格の改定が止まらないなど、原価は上がる一方であるが、製品の値上げは何度もできないため、良くなることはない。
	□	食料品製造業（管理担当）	・好転する材料がない。
	□	繊維工業（総務担当）	・金利の上昇は、経費の増加や価格の上昇を助長しかねない。経費の増加分を販売価格に転嫁することが困難ななか、ますます利益の確保が難しい状況が続く。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・特に大きなイベントもないため、例年どおりの年末商戦となる。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安基調や物価の上昇が続いているが、受注量に大きな影響はない。今後2～3か月先の景気動向にも変化はなく、横ばいでの推移が予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・大きな市場の変化もなく、低水準のまま推移すると予想される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先による投資の動きが弱い。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・消費者をめぐる景気の悪化が報じられているが、実際は横ばいの動きが続いている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・少し円高の動きが進んでいるとの報道もあるが、まだまだ円安傾向であることに変化はなく、市況全体の変化も見込めない。
	□	建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・建設資材の高騰や品不足、納期の不安定化に加え、監理技術者や技能労務者の不足により、工期内でのしゅん工が難しいケースも出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年9～11月は酒の売上が落ちるため、今後も例年の動きとなる。
	□	輸送業（サービス担当）	・気候が悪く、良い材料が少ない。猛暑の後の長雨や台風という気候の下では、消費に対して前向きにならない。
	□	輸送業（営業担当）	・客が興味を持つようなイベントもないため、今後も状況に変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・今後も現状の動きと大きな変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・今後の受注についても、大幅な増加が見込めない取引先が多い。
	□	広告代理店（営業担当）	・11月頃までは、比較的広告出稿が好調なため、しばらくは8月以前よりも良い状態が続く。
	□	経営コンサルタント	・経費はダイナミックプライシングで変動するが、売上は固定されている。この構造が改善される見込みはないため、今後も厳しい状況が続く。
	□	司法書士	・今月は案件や事件が少ないほか、国内外での未解決の問題や災害も多いため、景気が上向くことは難しい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価上昇の影響で材料費の負担が増えており、かなり苦しい。
	□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・来年4月からの食料品を対象とした消費税減税は、消費者にとってプラス材料となるが、取引先の食品メーカーや卸売業者の間では、減税前に販売単価を引き上げる動きも出てくるため、実質的な負担軽減効果は限定的となる。また、減税を控えた来年2～3月には消費者の買い控えも予想され、需要減少への対応に迫られる取引先も既に出始めている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが続く限り、それに伴う仕事が増えて、通常の営業が難しくなる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・10～11月には飲料の価格も上がるため、景気はやや悪くなる。
	▲	化学工業（経営者）	・今は、春のナフサ不足による値上げで、売上は良い状態にあるが、消費者物価が上がる今秋以降は需要の冷え込みが予想されるため、景気は悪くなる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・現状維持で精一杯であり、先行きの不透明感も強いので、腰を落着けて先を見据えられる状況ではない。
	▲	建設業（経営者）	・新築住宅の需要は、一部のパワーカップルに限られている。
	▲	輸送業（経営者）	・取引先が優秀な社員を赤字部門に集め、対応を進める方針であるため、新規の有望な仕事が入ってくる可能性がある。ただし、全体としては厳しい環境が続く。
	▲	金融業〔保険〕（経営者）	・中小企業や飲食店などでは、原材料価格の高騰や更なる最低賃金の引上げにより、収益の圧迫が進む。価格転嫁は難しいため、厳しい状況が続くと予想される。
	▲	不動産業（営業担当）	・中国人などの就労が厳しくなっており、タワーマンションを含む高額マンションの投げ売りが続くため、不動産価格が下がり、景気の悪化を招く。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・10月以降も、食品を中心に値上げが相次ぐことから、駅ナカでもドラッグストアや100円ショップ、スーパーを除いて、当面は来客数の減少による売上減少が続く。
雇用 関連 (近畿)	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・世界的な供給不足に陥れば、自然とコストの増加につながる。
	×	通信業（管理担当）	・毎月のように値上げが行われるなか、経済全体は回るのかもしれないが、買い控えなどで大きな買物は出てこない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円安の動きが止まらない。
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・上半期が芳しくなかったため、下半期にまとまった動きが出てくると予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・今月は台風の影響で現場が止まっていた部分もあったが、年末に向けて駆け込み受注が増える見込みである。
	□	人材派遣会社（役員）	・冬のボーナス支給以降、求職者の動きが活発化すると予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・来年4月以降の消費税減税による、日本経済や景気への影響も、現時点では見通しにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ AI の台頭で、現状の変化は更に加速するとみられる。今後3か月の身の回りの景気も、現状維持か、やや悪くなることが予想される。今後、事務職として働き続けるには、高いヒューマンスキルや関係者間の調整といった、人が介在する価値のある業務へのシフトが不可欠となる。企業側の劇的な変化は期待できないため、求職者自身が強い危機感を持ち、自らのスキル向上や意識改革にどう取り組むかで今後の明暗が分かれる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・ 現状の世界情勢が良くならない限り、改善されることはない。
	□	アウトソーシング企業（社員）	・ 冬のボーナスが支給されるものの、当社の雇用形態については変化がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 中東情勢が落ち着くなどの大きな材料がない限り、数か月間で景気が上向くことはない。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の影響も含め、物価の上昇が続いている一方、コストを十分に価格転嫁できず、利益が圧迫されている。また、最低賃金の引上げによる人件費の負担増加への懸念も高まっている。現時点では、最低賃金の引上げを理由とした求人の削減は特にみられないものの、今後の景気や求人動向への影響については楽観できない。
	□	職業安定所（職員）	・ 年末年始に向けた消費の拡大に期待しているが、10月以降の値上げもあり、景気全体が良くなるほどの影響はない。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数は増加しているものの、中東情勢の変化による物品価格の上昇が進んでいるなど、景気が良くなるとは一概にはいえない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 今後2～3か月では、大きな変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 医療福祉業界は労働集約的であり、人材の獲得競争が続いているため、今後も求人は堅調に推移すると予想される。一方、他業界と同様に初任給が上昇する事業所が出始めており、これが業界全体の賃金上昇につながるのか、格差の拡大につながるのかは見通せない。若年層の雇用に影響を及ぼすため、今後の推移に注目したい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・ 大企業による希望退職の募集に加え、小規模事業所を中心とした後継者難や業績不振による事業の廃止や縮小、シニア層などの事務職等の契約終了や派遣期間の満了など、事業主都合による離職者が増えている。突然の退職を余儀なくされた人は、再就職への意欲が高くなりやすく、すぐに再就職が決まるケースもあるが、前職と同程度の労働条件にこだわり、求職期間が長引くケースもあるため、今後も求職者数は高止まり傾向が続くと予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 年末商戦に向けた、地元企業からの新聞やデジタルメディアへの広告出稿は、物価上昇などでプロモーション費の削減が見込まれるため、前年比や前四半期比でも若干の減少が予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・ 長引く物価上昇に加えて、最低賃金の引上げによる人件費の上昇で、求人票の提出を控える動きがみられる。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 夏のインターンシップに力を入れる企業が増える一方、秋、冬は動きがやや減少する見込みである。ここ2年は求人倍率も低下しているなど、2028年卒の新卒採用は売手市場も高止まりとなり、やや鈍化傾向が出てくる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価が上昇する一方、雇用条件の改善は余りみられない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 現在のところは中東情勢が落ち着く兆しがないため、原油の安定供給が見込めず、石油の派生製品が不足している。ガソリン補助金も長引いており、財源がいつまで続くかは見通せない。仮に打ち切りとなった場合は、物流面を含む多くの分野で甚大な影響が出る。

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	◎	衣料品専門店（経営者）	・反物を始めとして、半襟や足袋など細かな商品に至るまで仕入価格の上昇が続いているが、先行きについては景気回復を期待したい。
	◎	都市型ホテル（宿泊担当）	・年末に向けて旅行や外食の機会が増え、人の動きや消費が活発になると見込まれるため、景気は今年より良くなると考えられる。特に観光やレジャー関連の需要拡大に期待している。
	○	商店街（代表者）	・祭事の期間を迎えるため、観光客の増加が見込まれる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末にかけて季節商材が増えると思われる。
	○	百貨店（売場担当）	・商店街への買物客の流入は当面続くと考えられ、既存店が、これらをどう取り込んでいくかが課題である。
	○	百貨店（売場担当）	・周辺や当館への来客数は確実に増加すると見込まれるが、それが当館全体へ効率よく好影響を与えるかという点、厳しい面もある。しかし、対象商品の拡充により、売上拡大の可能性はある。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車効果による増販が見込まれる。
	○	乗用車販売店（店長）	・下半期へ向けて販売促進活動が活発化してくるため、連動して市場も動く予想される。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、例年であれば市場状況が低迷していく時期ではあるが、現在の好調な状況がしばらく継続することも期待される。この状況を維持していくことができれば、下期のスタートダッシュにつながるものと考えられる。好条件を有効に活用し、販売計画を立てていきたい。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・円高になれば輸入品の値下げにつながる可能性があり、それによって客の購買意欲が高まり、相乗的に販売が伸びることも期待できる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・9月の大型連休同様の盛り上がりや10月の行楽シーズンにも期待できる。観光バス等の乗り入れ予約が順調に入っており、商品をしっかりそろえて準備したい。
	○	その他専門店〔革製品〕（店主）	・年末はクリスマスやボーナスの支給などにより、買物をする機会が増えるため、景気はやや良くなる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今年度の売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度を上回る見込みである。前年度は、米やガソリンの価格高騰が家計に直接的な負担を与えたが、今年はこうした影響がないことから、消費回復が見込まれる。
	○	バー（経営者）	・サービスの基本に立ち返り、日々接客に取り組んでいる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・秋の行楽シーズンを迎えインバウンドの動きも活発になることから12月中旬までは高稼働が続くものと予測している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・10月の予約ペースは、前月まで前年並みで推移していたが、現時点では前年比5%以上の伸びとなっている。
	○	旅行代理店（支店長）	・為替の不安定さによる海外旅行への影響が懸念されるものの、旅行業界では10月と11月が最繁忙期となることから、旅行需要は好調に推移するとみられる。
	○	通信会社（企画担当）	・対面営業で接する顧客層に限った見方ではあるが、給与水準の上昇や販売の上向きといった景気に関する明るい情報が、悪化を示す情報より若干多い。
	○	テーマパーク（営業担当）	・秋の観光シーズンや冬のイルミネーション期間を迎えるため、景気はやや良くなる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・年末までの予約状況は好調に推移しており、インバウンドの集客も予定どおり進んでいることから、今後も堅調な集客が期待される。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・金利が上昇傾向にあることから、来場者数はやや増加するとみている。
	□	商店街（代表者）	・現在の状況を継続することが望ましいが、一過性のものとして終わらせないための取組が必要であると感じている。
	□	商店街（代表者）	・原材料費や人件費が上昇するなか、売値を上げられず、厳しい状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般小売店〔食品〕	・商品単価の上昇により、売上は前年を上回ると見込まれるが、顧客の節約志向により販売数量の減少は今後も続くと思われる。
	☐	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・客の動きが悪く、景気は変わらない。
	☐	百貨店（営業担当）	・ハイブランドの購入金額は一定又はやや増加しているが、中間層の買上金額は横ばい、若しくは5%ほど低下しており、全体的に購買状況は変わらないと考えられる。
	☐	百貨店（営業担当）	・消費動向は安定せず、判断が難しい状況にあるが、価格志向は強まっていくと考えられる。
	☐	百貨店（営業担当）	・景気が大きく変わる要素はない。
	☐	百貨店（外商担当）	・全国的に明るい話題がなく、震災の影響に加え、食料品を中心とした値上げも続いており、購買意欲が上がる要因が見当たらない。
	☐	スーパー（店長）	・景気は上向いているものの、今後、更に良い方向へ向かう材料は乏しく、現状を維持していくことが望ましいと考える。秋から更なる値上げも予定されているので、先行きは不透明な状況である。食品については現状と大きく変わらないとみているが、衣料品等は厳しい状況になると予想する。また、収入面で大幅な増加も見込めないことから、今後も節約志向が続くと予測する。
	☐	スーパー（店長）	・10月から最低賃金の引上げが予定されており、景気の上昇が期待される一方、物価上昇も続くことから、景気がすぐに好転するとは考えにくい。
	☐	スーパー（店長）	・商品単価は上昇しているものの、高単価商品は徐々に動きが活発になっている。しかし、現状以上に高単価商品の動きが良くなるとは考えにくい。
	☐	スーパー（店長）	・節約志向が続く、セール品や特売日への購買集中も続いている。
	☐	スーパー（営業システム担当）	・米単価は大幅に低下したものの、他の商品の値上げが続いており、特売日に来客が増える傾向が更に強まっている。
	☐	スーパー（業務開発担当）	・10月も値上げが相次ぐことから、客はメモを見ながら必要な商品だけを購入し、余分な買物や衝動買いはほとんど見られない状況が続く。
	☐	スーパー（販売担当）	・原油価格の安定が見込めない。
	☐	スーパー（販売担当）	・取扱商品が生活必需品ではないため、値上げの影響で販売が鈍化している。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・値上げにより、加熱式たばこの売上が減少するとみられる。ただし、おにぎりや弁当の販売価格が下がっているため、来客数が回復すれば売上は確保できるとみられる。早期の物価安定を望む。
	☐	コンビニ（店長）	・値上げは毎月のように続いており、値上げ幅は落ち着いてきた感覚があるものの、気がつけば大幅な価格上昇となっている。ただし、米価格の下落により、おむすびなど一部商品の価格は下がっている。セット販売など、お買い得になる商品の売行きが好調なことから、客は少しでもお得に購入できる商品を求める傾向が続くとみられる。
	☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価上昇が続くなか、価格競争では不利な状況にあり、今後は人件費の上昇も見込まれることから、経営環境は一層厳しくなる。そのため、利益率の高いファーストフードの販売構成比を高めていく戦略が必要である。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるような要素はない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・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状況が続くとみられる。洋服については、ビジネスシーンにおける高級感のあるカジュアル化への対応や、正統派のスーツを着用する機会を捉えた販売戦略の構築が重要になる。
	☐	衣料品専門店（代表）	・衣料品は減税の予定がないため、経済の活性化が望めない。
	☐	家電量販店（店長）	・新商品がなく、キャッシュバックキャンペーンはある一方、エアコンは先取り需要の時期でもあることから、今後も現状と大きく変わらない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	家電量販店（企画担当）	・物価高騰が続いており、家電にまで金が回らないため、景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・部品などの仕入価格が上がっているが、客の予算にも限りがあり、売価を余り上げることができない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・決算時期を迎え、新規来場者が増えている。一方、10月からの酒類の値上げが話題となっており、今後も節約志向が強まることが予想される。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・商品ラインアップの減少に加え、商品単価も上昇する見込みである。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	・景気の影響もあり、客の動きは鈍い。
	☐	自動車備品販売店（経営者）	・冬季商材の販売は伸びるとみているが、年々、日本製品に比べて安価なアジア製品の需要が高まっており、日本製品メーカーとの取引量は大幅に減少している。
	☐	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・インバウンドも期待できず、客が増加する要素は見当たらない。
	☐	高級レストラン（事業戦略担当）	・秋の行楽シーズンを迎えているが、予約数は大きな変動もなく、おおむね堅調に推移している。
	☐	一般レストラン（経営者）	・年末にかけて本来は景気が良くなる時期であるが、金利の上昇や円安が続いていることから、景気が良くなるとは考えられない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・気候的にもイベント開催などが増え、人の動きは見込まれるものの、天候に左右されるため、大きな伸びは期待しにくい。
	☐	その他飲食〔パーキングエリア内レストラン〕	・1000円前後の土産品の購入や食事を考える客が多いとみられる。
	☐	都市型ホテル（企画担当）	・3か月先も同じような傾向が続くと予想される。
	☐	旅行代理店（支店長）	・引き続き物価高や円安の影響を受け、遠距離の海外旅行需要は回復が遅れる見込みである。国内旅行についても、申込数は前年比90%前後にとどまっている。
	☐	タクシー会社（営業所長）	・今後の景気に大きな変化はないと見込んでいる。駅構内や待機所の利用状況はおおむね前年並みで推移しており、回転率や売上についても大幅な増減はみられない。また、地域経済に大きな影響を与える新規開発や大型イベントの予定もなく、需要が急激に増加する要因は限定的であると考えている。一方で、物価や人件費の上昇は続いているものの、利用動向は安定していることから、当面の景況感は横ばいで推移すると判断している。
	☐	通信会社（企画・総務担当）	・利益確保に向けて価格改定が予定されているが、値上げ後の客の反応は予測しにくい。
	☐	通信会社（総務担当）	・これまでの状況が改善する見込みはなく、今後も好転は期待できない。
	☐	通信会社（運用担当）	・中東情勢による経済への影響は続く。
	☐	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高による家計への影響も想定されるが、ここ数か月は大きな変動がみられない。
	☐	テーマパーク（業務担当）	・今後の天候次第で状況は大きく変わり、週末の天候が良ければ来客が見込まれる一方、悪天候の場合はキャンセルにつながる可能性がある。
	☐	設計事務所	・今の投資ができる状況がいつまで続くか分からないなかで、優先順位をつけて進めているようにみえる。
	☐	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が一段落したものの、高止まりの状況が続いている。施主の予算に合わないケースが増加しているため、しばらく状況は変わらないとみられる。
	☐	設計事務所（経営者）	・客が金利上昇に慣れ、購入意欲が回復するまでには、しばらく時間が掛かるとみられる。
	☐	住宅販売会社（住宅設計担当）	・顧客の動きや情報収集の状況をみても、これまでと大きな変化はみられない。
	▲	商店街（理事）	・値上げが相次ぐなか、長雨も重なり、客の買物意欲は低調となっている。必要な商品以外の購入を控える状況が続く限り、景気は良くならない。
	▲	商店街（代表者）	・客の購入意欲が低い状態は続くともみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・10月も食料品の値上げがあるため、高額商品の売行きが悪化するとみられる。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶畑が抹茶生産へシフトしていることから、煎茶系商品の更なる品薄や価格上昇が懸念される。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇が今後も続くことで、低価格志向と、1人当たりの買上点数の減少が進む一方、コストも増加し、収益力の悪化が懸念される。
	▲	家電量販店（副店長）	・今年エアコン特需も終わり、パソコンも低調が続くとみられるため、景気は低迷していく。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・自動車業界に限らず、他の業種でも仕事はあるものの、部品などの価格上昇により、現在の工賃では赤字となるケースもあり、景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・物価上昇が続くことに加え、自然災害による生活への影響も懸念されることから、ぜいたく品とされるジュエリー業界は、今後も厳しい状況が続くことが予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・飲食料品の消費税が引下げられるなか、外食は対象外となり10%が維持されることから、外食控えの動きが強まると考えられる。米には値下がりの動きがあるものの、円安や悪天候による肉や魚、野菜などの高騰が家計を圧迫しており、肉食による節約志向は引き続き強い。特に平日や給料日前の外食需要の落ち込みが懸念される。
	▲	一般レストラン（店長）	・10月からの値上げにより外食離れが進み、しばらく厳しい状況が続くとみられる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・台風の発生が相次いでおり、旅行客の移動に影響が出ている。
	▲	通信会社（営業担当）	・高齢者にとって、今後も負担増が見込まれることから、状況は更に厳しくなるとみられる。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格の安い商品を求める傾向が続いており、しばらくこの状況は変わらない。
	▲	観光名所（観光振興担当）	・地域が農村地帯であり、高齢化や異常気象の影響が大きい。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・冬時間により販売時間が短くなるため、売上は現状より減少する。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響が大きく、財布のひもは固くなっている。街中の人出も減少しているように感じられる。また、コストの上昇が速く、価格転嫁が追いついていない状況にある。
	▲	美容室（経営者）	・物価が下がらないと景気回復の実感はなく、自由に金を使うこともできない。物価上昇が続いているため、景気は良くならない。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	・50年ローンでも返済負担が大きく、金利も上昇傾向にあることから、需要回復につながる要因は少ない。購入意欲があっても、先行きへの不安感がより強い状況である。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来店客数が少ない状況が続く。
	×	美容室（経営者）	・仕入商品の価格上昇により支出が増えているため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産は繁忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・気候が安定し、行楽シーズンにも入るため、消費行動が活発になる。
	○	化学工業（総務担当）	・不透明感のある問題が少しずつ解決していくとみられ、徐々に景気回復が浸透してくるとみられる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・年内一杯、生産活動は高水準のまま推移する予定である。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・今後2～3か月は、物価高や人手不足の影響が懸念されるものの、取引先では受注や設備投資に前向きな動きが見られており、景気は緩やかに改善していくものと見込まれる。
	□	化学工業（総務担当）	・中東情勢が解決しない限り、景気回復の兆しはみえてこない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気が大きく好転する要素はなく、販売環境にも特に変化がみられない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・取引先により違いはあるが、現時点で大きな変化はみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	金属製品製造業（総務担当）	・経営に大きな影響を与える情報は入ってきていない。現状と同じく、生産能力以上の受注が続くと見込んでいる。
	☐	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	☐	一般機械器具製造業（管理担当）	・状況に変化はない。
	☐	電気機械器具製造業（総務担当）	・A I 関連向けの設備は引き続き受注が続いており、消耗部品の販売も増加していることから、しばらくは今の状況が続く見通しである。
	☐	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報によると、状況に変化はない。
	☐	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新規車種の立ち上がりもなく、当面は今月の売上水準で推移すると考えられる。
	☐	建設業（経営者）	・取引量は横ばいが続き、価格が上昇しても原価も上昇していることから、利益面でも改善は見込めず、当面は現状が続くとみられる。
	☐	建設業（総務担当）	・順調に推移しているが、技術職の手待ちや空気が生じた場合に備え、対応可能な物件を確保する必要がある。
	☐	輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス要素やマイナス要素はなく、今後も取引先の動向に目立った変化はないとみられる。
	☐	輸送業（企画担当）	・米国の政策による世界的混乱が続くなか、中東情勢にも大きな変化はなく、当面現状が続くとみられる。
	☐	輸送業（営業担当）	・顧客へのヒアリングでは、受注量に目立った変化はなく、新規の見積依頼も限定的な状況となっている。
	☐	通信業（企画担当）	・資材価格の高騰や納期遅延の問題についても改善の兆しがみられず、受注量や取引量が減少する要因が増えつつある。
	☐	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅需要が落ち着く時期でもあり、変わらないと予測する。
	☐	広告代理店（営業担当）	・当面は、物価高や国際情勢の影響から、企業、消費者共に慎重な姿勢が続くとみられる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・今後も原料不足などの不安要素が多く、年末商品も値上げが予定されていることから、更に厳しい状況になるとみられる。また、金利上昇により、返済への不安も高まると考えられる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・12月以降、価格改定を予定しており、今後の販売動向は競合メーカーの動向にも左右されるとみられる。
	▲	建設業	・今後も物価高が続いていくと考えられ、先行き不透明な流れとなっている。
	▲	通信業（営業担当）	・10月、1月と節目の時期に、これまで販売価格の改定を見送っていた企業でも、値上げが一段と進むと予想される。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢の先行きに不透明感が強まるなど、景気の下押し要因が増えつつある。
	▲	会計事務所（経営者）	・金利負担の増加が顕著になりつつあり、過去の低金利時代の資金調達足かせとなっている。
雇用 関連 (中国)	×	—	—
	◎	—	—
	○	—	—
	☐	人材派遣会社（事業部長）	・人材派遣の求人受注数は前年比では増加しているが、一部の企業を除き、業績好調や事業拡大による増員ではなく、人口減少を背景とした人手不足によるものが大半である。また、中小企業では、原材料費や最低賃金引上げによる人件費などのコスト上昇分について、価格転嫁が進んでいない。こうした状況から、2～3か月で現状が好転するとは考えられない。
	☐	人材派遣会社（経営企画担当）	・これまで当社では、最低賃金引上げに連動して、派遣先企業に派遣料金の改定への協力を求めてきた。一方、毎年のように派遣料金が上昇しており、コスト増加を吸収し切れず、改定への対応が難しい企業も一部みられる。また、人材派遣業界を巡る問題の影響により、派遣料金の改定に対する取引先の反応が一層慎重になる可能性もある。
	☐	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ここ数年、最低賃金の引上げ時期には、各企業が求人広告の掲載を控える傾向がみられる。これは、景気が上向いていた時期には見られなかった動きである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・新卒採用という業務の性質上、採用活動のペースや採用予定数に大きな変更が生じることは想定していない。企業側の採用意欲も年間を通じて一定水準を維持する傾向にあるため、数か月という短期間で採用市場を取り巻く景況感が急激に好転、悪化するような要素は少ない。今後も現状と大きく変わらない状態が続くと判断している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・海外情勢の不透明感が解消されない限り、景気の上向きは期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金引上げがあったものの、物価上昇に見合う水準には至っておらず、中間層の賃上げも進んでいない。中東情勢の不透明な状況が続くなかで、徐々に企業の体力が奪われつつある。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人動向は産業によって差がみられるものの、医療福祉、建設業、運輸業などを中心に人手不足が続いており、当面はこの状況が続くものと見込まれる。一方、中東情勢の影響によるコスト増加や最低賃金引上げに伴う人件費の増加が、今後の雇用動向に及ぼす影響について注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・求人数が増加傾向にあることから、景気が更に悪化するとは考えにくい。人材を確保できれば事業を維持し、売上を伸ばせる状況は続くともみられる。景気は大きく改善せず、現在の状況が続くと考えられる。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求人検索サイトで採用活動を行うのであれば、広告を使わない求人への応募は今後も減少していくため、スポンサー広告の費用を見直す必要がある。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数は多く、日本人学生については順調な内定獲得が予想される。一方で、外国人留学生については、在留資格の技術、人文知識、国際業務の審査要件の厳格化の影響もあり、今後も厳しい就職活動が続くと見込まれる。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・例年、応募数の鈍化がみられる。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・人材不足が続くと予想されるため、今後の景気についても、現状維持又は悪化するとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・10月の最低賃金引上げが、雇用情勢や失業情勢に悪影響を及ぼす可能性がある。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・原油価格の高騰や人件費の上昇により、物価上昇が更に進むことが予想される。
	×	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	衣料品専門店（経営者）	・これから寒くなり、アウター購入等につながることから売上が増加するとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・気候が秋めいており、単価の高い秋冬物の販売が増加する。
	○	家電量販店（店員）	・ボーナスを見込んだ買換えや新生活準備で売上が増加するとみられる。
	○	タクシー運転手	・例年、暮れに近づくとも人の動きも良くなる。
	○	通信会社（営業部長）	・年末商戦により、一定の景気上昇の効果がみられる。
	○	美容室（経営者）	・年末に向けて客数が増加するとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・9月の大型連休を中心に、イベント参加やレジャー、街歩き、体験を中心とする消費への積極性、意欲は目覚ましく、今後も同様の消費動向が続くとみられる。
	□	商店街（代表者）	・国内観光客を中心に、インバウンドも含めて来訪客は増加している。しかし、客の自己防衛意識が働き、消費意欲が高まらない状態が続いていくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・9月以降の食品等の値上げにより、客の負担は増加している。消費意欲は低下に向かっていくとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・石油関連の商品については、今年度に入り値上げが続いていたが、現状の価格は落ち着いている。ただし、今後の動向は不透明である。それ以外の商品については、価格に大きな変動はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・繁華街においては、流行の店舗の開店が続いており、新しい人の流れができてきている。
	□	百貨店（企画担当）	・先行きに不透明感がある。
	□	百貨店（企画担当）	・物価上昇による節約志向は根強く続くとみられ、来客数、買上点数が急に伸びる要因は見当たらない一方、大幅な悪化を示す動きも見られない。年末に向けた催事やプロモーションによる一時的な販売増加は見込まれるものの、基調としては横ばいが続くとみられる。
	□	スーパー（店長）	・今後も断続的に商品値上げが予定されており、当面今の状況が続くとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・商品の値上げは10月以降も続くとみられるため、客の他店と比較購買する動きが高まるとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・物価の上昇に伴う節約志向が顕著になっている。
	□	スーパー（財務担当）	・単価の上昇が、今後も続くとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・競合店の出店が多く環境面では悪化が続いている。客単価上昇で来客数の減少分を何とか補っているが、来客数が戻るための具体的な策が現時点ではみえない。
	□	コンビニ（商品担当）	・消費拡大につながる要因がない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・消費行動が活発になる要素が少なく、厳しい状況が続くとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・販売増加となる要素がない。10月以降値上げ商品もあり、購入に対し慎重になるとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・中東情勢についても先行きが不透明であり、当面は現状が続くものとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・物価の上昇はあるが、賃金も上がってきている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・主要なコンベンションなども前年と変わらずに計画されており、現状より大きく落ちる要素は見当たらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・九州ふっこう応援割の影響を懸念していたが、杞憂に終わっており、現状程度で推移するとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は安定しているが、廉価な商品を選択する傾向が強い。今後も物価上昇等の影響により、傾向は変わらないとみられる。
	□	観光遊園地（主幹）	・インバウンドの動きが引き続き好調であり、これまでと同程度の来客が見込まれる。
	□	設計事務所（所長）	・都市部での開発計画が続いており、郊外においても、製造工場への設備投資が増加している。
	▲	商店街（代表者）	・大型実店舗については、大きな過渡期を迎えている。
	▲	スーパー（統括担当）	・買い控えは続くとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・コンビニを利用できる客層が減少していくとみられる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後も人気車種の受注停止が続くことに加え、車両価格や金利の上昇による購入負担増のため、買換え時期を先送りするなど慎重な購入動向が続くとみられる。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元等の時期を過ぎると、12月までは閑散期となる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・例年10～11月は、飲食店の閑散期である。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・金利、物価の上昇から、節約志向が強まっている。
	▲	旅行代理店（部長）	・好調なインバウンドには期待を持てるが、国内需要の低下が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・例年10～11月は低調である。また商品の値上げの影響が懸念される。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月からの値上げ商品が多数あり、光熱費も上がり、物価上昇に歯止めがかからない状態である。
	×	コンビニ（店長）	・10月からの電気料金の値上げや、商品価格の上昇等により、家計防衛のため、消費を控えていくとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇ペースが速く、賃上げが追いついていない。
企業動向関連	◎	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	・食品業界の値上げが続いているが、消費税減税が予定されていることから、業界が活性化するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(四国)	○	木材木製品製造業（営業部長）	・販売価格への転嫁を終えたことから、業績は回復見込みで推移する。ただし、価格と金利上昇の影響による販売の減少について懸念している。
	○	通信業（企画・売上管理）	・新商品の発売により、今後通信事業者や競合他社の広告が増えることなどが期待できる。
	□	食料品製造業（経営者）	・2026年11月より最低賃金が大幅に上がることで、電気代や原材料、資材包材の値上げが控えていることから、原価は上昇する。全てを販売価格に転嫁できず、利益を圧迫するとみられる。
	□	繊維工業（経営者）	・原材料の値上げラッシュが続いているため、当社も商品ごとに値上げをしており、今後は受注に影響が出ることが予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・中東情勢の影響により原料価格が上昇しているが、販売価格に転嫁ができた。しかしながら、今後も原料価格の上昇が見込まれるため、収益は圧迫されるとみられる。短い期間での値上げ交渉は難しいため、コスト削減が必要である。
	□	化学工業（所長）	・物価が上昇しており、消費は一旦落ち込むが、その後安定するとみられる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・受注は増加するが、コストも上昇している。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・物価や為替の動向に大きな変化がない。
	□	建設業（経営者）	・公共工事、民間工事ともに見通しが立たない状況である。
	□	輸送業（経営者）	・中東情勢に変化がない。
	□	通信業（総務担当）	・下期の動向についても、大きな変化がない。
	□	不動産業（経営者）	・良くなる理由が見当たらない。現状のまま推移するとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・多くの客先で人手不足は続いており、採用等の関連業務は増えている。一方、小売、流通関連の客先は、依然として広告費の削減傾向が続いている。全体としては余り変わらないとみられる。
	□	税理士事務所	・良くなる要因がみられない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・先行きが不安定である。
	▲	建設業（経営者）	・資材価格、人件費の上昇が収益に影響を与える。
	▲	金融業（副支店長）	・物価や金利の上昇により、住宅ローンの申込件数は減少している。収益物件等の投資についても減っている。
	▲	広告代理店（経営者）	・引き続き資材価格が上昇する。
	×	—	—
	◎	—	—
(四国)	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・年末年始のアルバイト募集の増加が予想される。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動向や最低賃金引上げ率により左右されるとみられる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・先行きがみえない。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・A I活用が飛躍的に進んでおり、事務職系求人数は今後も減少していくと予想されるため、全体では大きな変化はないとみられる。
	▲	人材派遣会社（オフィス責任者）	・物価上昇や人件費が増加しているが、販売価格への転嫁は一部にとどまる。
	▲	求人情報誌（営業）	・人手不足が改善する要素がなく、景気は悪化していくとみられる。人手不足に加え、最低賃金が大幅に引き上げられ、人員の多くをアルバイトやパートタイマーで賄っている飲食、流通、サービス業などの経営環境は一段と厳しさを増すとみられる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価、エネルギー価格や仕入コストの上昇等によって、収益に影響が出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	職業安定所（求人開発）	・管内の利用者は、様々な努力をしているが、物価上昇の影響により、良い状況になっていない。地域が衰退していくとみられる。

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (九州)	◎	住関連専門店（従業員）	・高単価の羽毛ふとんを始めとした秋冬商材が好調に推移すると期待している。
	◎	観光型ホテル（専務）	・旅行シーズンに入る上に10月から九州ふっこう応援割が始まるため、予約が増えることが期待できる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・これから接客業界はシーズンを迎え、既に予約が多数入っている。販売量、単価共に1年を通して1番の繁忙期になる。
	○	商店街（代表者）	・11月中旬に一部の店舗が新規開店する予定であるため、商店街ににぎわいが戻ると期待している。
	○	商店街（代表者）	・様々な集客イベントがあり、気候も良くなるため客足が増加すると期待している。
	○	商店街（代表者）	・これから秋から冬へ変わり、気候の変わり目になると婦人服の需要が増えるため状況は良くなっていく。
	○	商店街（代表者）	・今後は前年より更に営業活動に取り組むので、良くなると期待できる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・気候も穏やかになり、当地の野菜が出回るため単価が下落すると予想される。また、お中元のマンゴーの動きが良かったため、年末の柑橘類の動きも期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・花の通信販売、組織の配達区域が変更され、震災後の復興の新装オープンなどの注文があるため、今後も需要が見込めると期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・年末年始は購買意欲が高く、目的買い以外の衝動買いも期待できる。
	○	百貨店（リーダー）	・年末の進物や年末年始のイベント準備に向けた需要が高まると予想している。
	○	百貨店（経営企画担当）	・9月24、25日にプレミアム付商品券が発売されるが、5月の発売があった際には、売上が前年比105.0%と大きく伸長したことから、今回も一定の売上波及効果を見込んでいる。
	○	スーパー（店長）	・当地では、令和8年熊本地震の九州ふっこう応援割が10月1日から12月25日まで実施される。旅行先では観光客の増加が見込めるためプラスに働くと考えており、景気は若干向上すると期待している。
	○	スーパー（総務担当）	・年末にかけては気温の低下に伴い、生鮮の売上が良くなる傾向がある。年末特有の消費行動もプラス要因となり、やや良くなると予想している。
	○	スーパー（企画担当）	・8月まではプレミアム付商品券等の発行が消費を引き上げたが、利用期間が終了した9月以降も売上は安定している。特に生鮮食品が堅実な売行きを続けており、景気は回復傾向にあるとみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・ネットアプリクーポンの認知や利用が増え、1品を追加する購入が微増すると見込んでいる。
	○	家電量販店（従業員）	・9月の大型連休前から一気に販売量が減ったが、これから気温が下がることで暖房器具の需要が増えると予想している。
	○	乗用車販売店（役員）	・年末に向け、新型車の発売や注文停止車種の注文再開が予定されているため、多くの来客が見込まれる。
	○	住関連専門店（店長）	・11月30日まではモバイルクーポンの影響により動きがあると予測している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・特に新規来客数の増加傾向がみられる。また、これから秋冬にかけて気温が下がり、コーヒーの需要が多くなるシーズンになるため、例年年末にかけて売上が増加傾向にある。顧客が増加する分、景気も若干良い方向になると期待している。
	○	観光型ホテル（総務）	・年末にかけて宴会が多くなり繁忙期となるため、景気は上向く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	観光型ホテル（支配人）	・ 8月は令和8年熊本地震の影響によりキャンセルが多発し、9月は10月から開始する九州ふっこう応援割を控えた旅行の需要は抑え気味な傾向にある。10月以降は問合せも多いため、九州ふっこう応援割に期待するところである。
	○	タクシー運転手	・ ゴルフ場の利用など県外の客に期待している。
	○	タクシー（統括者）	・ 単価上昇が継続されるため、やや状況が良くなると予想している。
	○	通信会社（社員）	・ 新たな商材とスタッフ向けの独自キャンペーンにより数字が上がる予想をしている。
	○	ゴルフ場（従業員）	・ 9月以降の国内や韓国からの予約は順調に推移している。
	○	理容室（経営者）	・ 客からの情報によると、全体的に少しずつ良くなっている。仕事量は継続しており、先の見通しも出ている。また、気温も下がり、来客も増えてくるためやや良くなってくると期待している。
	○	美容室（経営者）	・ 年末は繁忙期であるため期待しているが、今後の営業を危惧している。
	○	美容室（店長）	・ 外出先の食事処で、今までにない人数でのにぎわいがあり、これから良くなるような期待をしている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・ 住宅ローンの金利上昇傾向で慎重になっている客が一定数いるが、全体的に住宅計画のタイミングとしては駆け込みの要因になっている。
	□	商店街（代表者）	・ 景気が良くなる要素が全くないため、今の状況が続く。
	□	商店街（代表者）	・ 物価高のなか、災害や天候不順も重なり売上が減少している。先日発行された商店街のプレミアム付商品券による売上だけが好調で、手取りの上昇がない年金暮らしの多い地方の商店街では、景気の好転は見込めない。
	□	商店街（代表者）	・ この2～3年は景気が全く読めない。
	□	商店街（代表者）	・ 小規模小売業は、売上が増えないため、賃金を上げようがない状態である。今後も物価上昇が続くため、景気はなかなか良くならない。
	□	百貨店（企画担当）	・ 国内金利の上昇によるメリット、デメリットの要因は想定されるが、株価も安定しているため当社においては、差し引きゼロ程度の影響に収まると予測している。
	□	百貨店（経理担当）	・ 今月は、プレミアム付商品券の効果も若干あり、売上ベースで全体的にやや改善傾向になっている。しかし、依然として婦人服中心に衣料品の売上の改善がみられず、今後も売上全般においては前年並みに推移する見込みである。
	□	百貨店（営業担当）	・ 地域政策である地域限定の消費向上策の期限があり、終了した3か月後の景気は変わらない。
	□	百貨店（営業企画担当）	・ 物価高など明るい話題はないものの、気候の後押しで商戦への高まりが消費に直結することを期待したい。
	□	百貨店（業務担当）	・ 全国の至る所で災害が発生し、物価高でもあるため、明るい兆しは見当たらない。しばらくは景気の好転を期待できない。
	□	スーパー（経理担当）	・ イラン情勢の収束が見通せないため、石油由来製品の値上げが止まらない。
	□	コンビニ（経営者）	・ 季節指数の推移は前年並みで、景気変動につながる要素は見当たらない。
	□	コンビニ（経営者）	・ 中東情勢など景気悪化の懸念が顕在する危惧はあるが、客に悲観的な様子は見受けられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ 最低賃金の引上げも10月からの値上げを上回る押し上げ要因にならない。
	□	衣料品専門店	・ いまだ良くなり得る要素が見当たらない。
	□	衣料品専門店（店長）	・ 相変わらず様々な種類の物価は上がるが、一般消費者の生活そのものに余り影響はない。
	□	衣料品専門店（取締役）	・ 現実的には景気が良くなっているという実感がある人は少ない。引き続き気を引き締めて企業努力をしていかなければいけない。
	□	家電量販店（店長）	・ 今月は家電業界全体が不振である。今年は新型スマートフォンの発売があったが従来よりも売れておらず、来客数も減少傾向となり全体で厳しくなっている。
	□	家電量販店（店長）	・ 物価の上昇が続いており、それを補う収入の増加がないと厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（従業員）	・中東情勢のこう着状態が続いており、AI産業の推進によるICチップ不足も継続すると推測している。
	□	乗用車販売店（役員）	・短期的に変わらないが、金利が上昇していることもあり、長期的に良くなると見込んでいる。
	□	乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（経営者）	・仕入れの値上がりが止まらず、値上げ部分を商品の価格に反映しにくい。プレミアム付商品券がまだ継続されており、秋の産業祭ではその効果が出ると予想されるが、今後の先行きは厳しい状況である。
	□	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）	・シールのブームが終了しかけており、映画のヒットも見込めない状況のため、現在の来客数は気候の状況に依存しており、依然としてアパレルも厳しい商況に変わりはない。想定外のヒット作やヒットアイテムが出てこない限り、現状と大きく変わらないとみている。また、インフレがモール全体の売上に始めており、全国的な水準からすると小さいながら、来客数はやや減少しているが、売上は変わらないと推測している。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・9月の大型連休はお盆商戦より販売量も伸びたが、冬物商戦にかけての国内客の販売量が伸びる要素が見当たらない。
	□	スナック（経営者）	・中東情勢の影響により経費での宴会は今後も減少が予想される。ターゲット層であるサラリーマン層は減少しているが、円安でインバウンドが増え、その分を補っているため、全体的に変わらない。
	□	旅行代理店（統括者）	・先行きが不透明ではあるが、大きな環境変化はみられないと想定している。
	□	タクシー運転手	・10～11月は元々閑散期ではあるが、最近の物価高の状況により更に厳しい売上になると予測している。
	□	通信会社（企画担当）	・今年度予算はおおむね固まっているものの、見込み客との商談や引き合いは継続している。自治体向けの公募案件は今後減少するとみられるが、民間を含めた相談や検討案件に大きな変化はないため、2～3か月先についても現状と同程度で推移すると予測している。
	□	通信会社（企画担当）	・余り急激な変化は想定できないため変わらない。
	□	通信会社（業務担当）	・今月から年度末にかけて案件は増える傾向にあるが、仕入価格の上昇分を価格に反映しにくいと変わらない。
	□	テーマパーク職員	・引き続き、国内客やインバウンドが好調に推移すると見込んでいる。
	□	美容室（経営者）	・秋から年末に向けての需要の増加が見込め、美容業界は非常に活発になり、景況感は少しずつ上昇してくると予想される。また、天候にもよるが外出する機会が多くなると、おしゃれ産業は活発になってきて、新製品も出る時期になるため売上増加が期待できる。
	□	設計事務所（所長）	・2～3か月先に現在の結果が出るため、変わらない。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇が依然として続き、全国での大雨の影響により農作物の値上がりもあるため、引き続き売上に響いてくる状況である。
	▲	スーパー（店長）	・景気が好転する要素が見当たらない。一方で単価上昇は続いており、景況感は横ばいか、若しくは悪化すると考えている。
	▲	スーパー（店員）	・景気が良くなる要素が全く見当たらない。
	▲	スーパー（従業員）	・今年に入り、月を追うごとに食料品の値上げの品目がすさまじく、買物の購入金額や外食での値上がり率等をみると、今後悪くなると予想している。
	▲	コンビニ（経営者）	・このまま商品価格の不安定さが続くなら、景気の回復は見込めないと予想している。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高により景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・10月からのたばこの値上げで月末にかけての需要を予想していたが、度重なる値上げで客の反応は今一つであり、買いだめの傾向もない。来月以降はビールの単価の下落による需要増を期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店員）	・10月からの電気代の値上がりで、省エネ商品の売行きは不透明である。食品の消費税の減税は来年の施行予定のため、すぐに景気が好転するとは考えにくい。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・物価高騰により景気は悪くなるばかりで、今後の対応策もほぼない。
	▲	旅行代理店（職員）	・11～12月の個人旅行バスツアーは、9月、10月より需要が減少する。
	▲	旅行代理店（統括者）	・九州ふっこう応援割が終了すると反動があると想定している。
	▲	通信会社（役員）	・10月からも多数の生活商品の値上げが続き、生活を徐々に圧迫する状況が続く。
	▲	通信会社（営業担当）	・飲食店やスーパーマーケットが値上げをしているが、急激な最低賃金の引上げがあっても、中小企業では給与が上がらないため実質給与減となっている。
	▲	観光名所（職員）	・値上げが続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・季節要因により冬場は売上が落ちる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・来年度に実施される介護報酬改定次第ではあるが、物価高騰により経営環境の厳しさは進んでおり、人材不足も重なって廃業する事業所が増加することを懸念している。
	▲	設計事務所（所長）	・世界情勢の先行きが見通せないため、建築資材や製品の価格、生活必需品価格の上昇がいつまで続くのか先行き不透明である。また、一部の業種のみ景気が良いようであるが、地方にも景気上向きが波及するかは、懸念される。
	▲	設計事務所（代表）	・更なる金利上昇や物価高騰が予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価高騰になっても賃金は上がらず、加えて正規雇用もできず、費用だけが掛かっている。景気の良い投資関係は利益を上げられるが、掛かる費用は変わらないため、消費税の減税はあるが、格差が発生すると予想している。
	×	*	*
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年末から年度末へ向けた納品を控えているため、景気は若干良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客の動きが良くなっている。供給される材料が順調に入っているため、今後もこの状態が続くと予想され、2～3か月先には、動きも順調になっていくとみられる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・スペースや海外実習生などの人員の確保が必須の状況である。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績目標情報よりやや良くなると予測している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新規車両の生産を控え、対象商品の増産が計画されている。
	□	農林水産業（経営者）	・従来だと10～11月は行楽シーズンで気候も良くなり商品も伸びる時期であるが、今年は現状が読めなく、最近の値上げモードが消費をかなり抑えているようにみられる。12月の年末需要は工場生産の原料調達も安定しており、この3か月は生産、販売共に期待している。
	□	家具製造業（従業員）	・中東情勢の緊張緩和により、停滞していた案件が少しずつ動き出している。しかし、原材料価格の高騰やコスト高における利益確保は依然として難しい状況である。
	□	化学工業（総務担当）	・前年と比べて販路拡大等を進める予定だが、中東情勢の影響等で世界経済の先行きが不透明で状況は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後は少し受注量が増えると情報があり、それに合わせた単価の上昇が期待できる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・年内はこの旺盛な需要が継続していくと考えている。
	□	輸送業（従業員）	・上期末では、通常であれば多少の荷動きがあるはずだが、通常と同様の動きで夏の飲料系の波動は終わっている。良くなる見込みはないが、大きく減る要素も見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較して、営業先情報が大きく不足した状態が続いており、入札などの失注も発生している。今後の営業活動及び情報収集で補う必要はあるが、現時点で見込みが立っていない。
	☐	通信業（経理担当）	・令和8年熊本地震による影響について精査した結果、現状では一部案件のスケジュール変更はあるものの、当期の業績に与える影響は軽微であると判断している。
	☐	金融業（経営者）	・問合せの増加や新サービスの提供ができるなど会員が急激に増える状況にない。
	☐	金融業（調査担当）	・様々な業種で人手不足が常態化しており、長引く物価高騰や賃上げ圧力なども企業の業績向上の足かせとなることから、景気は現状程度で推移すると予想している。
	☐	金融業（営業担当）	・当面、物価の上昇が続き、緩やかに消費が減少していく見通しである。中小企業も現時点では売上の増加のための策を模索中であり、今後の景況感は変わらない。
	☐	金融業（営業）	・物価高を上回る賃上げが実施されていない。デフレーションに比べると消費活動は改善しているが、景気は横ばいが続く予想している。
	☐	金融業（調査担当）	・金利の上昇が続いており、企業は積極的な投資に踏み切れず現状維持が続くと予測している。
	☐	新聞社「広告」（担当者）	・好材料が見当たらないため、動きは変わらない。
	☐	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	☐	経営コンサルタント（社員）	・貯蓄に回す傾向があるため、景気は変わらない。
	▲	その他製造業「産業廃棄物処理業」	・為替の動きや金利の上昇で材料相場も上昇傾向になり、安価での調達が難しくなると予測している。
	▲	輸送業（総務担当）	・原材料価格の高騰や最低賃金の大幅な上昇、人手不足などの影響により中小企業は厳しさを増している。全体的に物量が減少していることから、需要の減退が懸念される。
	▲	不動産業（経営者）	・金融機関の担当者が、金利上昇による零細企業の倒産増加を予想しており、今後が危惧される。
	▲	広告代理店（役員）	・物価上昇に加え、金利上昇による住宅や自家用車の買い控えが深刻である。旅行においても海外は円安、国内は宿泊代の高騰が顕著で控える傾向がある。これまでのマーケットの考え方では成り立たなくなり、金利上昇はこの流れに追い打ちを掛けている。
	▲	その他サービス業「コンサルタント」（代表取締役）	・市町村の9月の補正予算に計上された委託業務の発注は、現時点で指名の件数が少なく、今後は入札等の機会が減少し、受注できる機会が少なくなると予想されるため、景気がやや悪くなると推測している。
雇用 関連 (九州)	×	繊維工業（営業担当）	・賃金が増えるが、工賃は今年も満額では値上げできないと見込んでいる。前年分と今年分とダブルで上昇分を被らなければいけない可能性がある。
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・時期的に、コールセンターや年末繁忙期のサービス業などから問合せが増えると予想しているため、やや良くなる。
	○	人材派遣会社（社員）	・年末へ向けての依頼時期である。夏場に工場作業で多く人員を派遣できたため、冬のお歳暮時期も同じような人数で依頼がきている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・今後についても退職補充や短期案件を中心とした依頼は継続する見込みであり、全体としては現状維持で推移すると考えている。
	☐	新聞社「求人広告」（社員）	・秋の行楽、イベントの盛り上がりで日常消費につながる事が期待できる。
	☐	職業安定所（職員）	・令和8年熊本地震の影響により休業していた企業から、業績に影響が生じる可能性はあるが事業はおおむね再開しており雇用に影響はないという情報があった。雇用調整助成金の特例措置の実施等企業への各種支援策も開始されており、当面雇用は維持されるとみられる。ただし、企業によっては一定数の人員整理を行う可能性もあり、今後の情勢については注視する必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	職業安定所（職員）	・最低賃金が上昇するが、物価上昇も予想されるため、結局は変わらない。
	☐	職業安定所（職員）	・短期間で大きく変動するような要素がない。
	☐	学校〔大学〕（就職支援業務）	・物価上昇の影響により生活を維持するための意識は引き続き強く、個人消費の大幅な回復は見込みにくい。一方で、企業の採用需要は人手不足を背景に底堅く推移しているが、先行きの不透明感から採用拡大には慎重な姿勢がみられる。景気を大きく左右する材料も限定的であり、世界的な情勢不安が改善されない限り、今後2～3か月の景気は現状と大きく変わらないと考えている。
	☐	学校〔専門学校〕（就職担当）	・A Iや外国人材の受入れの厳格化など外的要素が多いため、企業が静観している状況が見受けられる。そのため、宿泊や外食等、外国人材に頼っていた業界は人材不足が強まり、業績が悪くなる懸念がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後もA I活用による採用構造の変化が進むと推察されるが、人手不足分野の需要は継続する見込みである。一方で、災害や物価動向の影響が企業の採用意欲を下押しする懸念がある。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)	◎	観光型ホテル（専務取締役）	・1人当たり消費額が9～12月の期間で前年を上回る見込みのため、景気は好調を維持するとみている。
	○	一般小売店〔土産〕（営業部長）	・10月以降は修学旅行シーズンのため、観光客数・売上共に増加が見込まれる。
	○	百貨店（経営担当）	・高単価の冬物衣料やギフト需要の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・景気の回復に伴い、客単価の上昇が期待される。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・年末イベントを契機に、景気の回復と販売の活発化が期待される。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	・知事交代を機に景気が回復するとみている。
	○	一般レストラン（代表者）	・イベントの増加に伴い、来客数の増加を期待している。
	○	通信会社（サービス担当）	・物価上昇への警戒から消費者の様子見姿勢が続く、需要は大きく変動せず、当面は横ばいで推移するとみている。
	○	観光名所（職員）	・気温の低下に伴い、来客数が増加するとみている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・マンションや分譲住宅の販売が好調で、景気拡大が見込まれるなど、先行きは明るい。
	□	商店街（代表者）	・天候不順の影響により、景気動向の判断が難しい状況にある。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	・知事の交代に伴い、経済成長を期待している。
	□	スーパー（企画担当）	・家計の節約志向が続く一方、年末年始の需要が下支えし、景気は大きく崩れず横ばいで推移するとみている。
	□	スーパー（店舗管理）	・食料品の値上げや酒税改正前の駆け込み需要で9月末の売上は確保できる見込みだが、その反動による消費低迷が懸念され、現状の消費水準の継続は見込みにくい。
	□	コンビニ（店長）	・酒税改定やたばこ値上げなどにより物価高が続く見込みのため、景気は現状の水準で推移するとみている。
	□	コンビニ（経営企画担当）	・全国的な悪天候により、観光客の減少や農作物の不作など、経済への悪影響が懸念される。
	□	衣料品専門店（経営者）	・高温が続く先買い需要が減少していることから、景気は様子見の状況だとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・売上拡大に努める一方、現時点では景気改善の材料は見当たらない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・景気動向を判断する材料がないため、現状維持が見込まれる。
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	・今後はイベントの増加を予定している。
	□	観光型ホテル（総支配人）	・相次ぐ自然災害による消費マインドの低下を懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（マネージャー）	・取扱量や売上が増加しても固定費・間接経費の上昇により、収益の伸びは限定的である。
	□	住宅販売会社（役員）	・中古住宅や投資物件の需要は堅調だが、金利上昇で購入姿勢は慎重になっている。新築マンションは人気エリアを中心に好調で、今後2～3か月の景気は横ばいとみている。
	▲	家電量販店（営業担当）	・おきなわ省エネ家電購入応援キャンペーンにより対象商品の売上が伸びた一方、今後は前倒し需要の反動減が見込まれる。
	▲	その他飲食店〔ファーストフード〕（総務部）	・観光客が落ち着く時期に入ったことで、来客数が減少するとみている。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・9月の販売室数が前年比0.4%減少に対し、9月末時点での12月の予約室数は前年比11%減少で、マイナス幅が大きくなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	・景気改善の材料が乏しく、最低賃金引上げによる販管費増加も懸念される。また、低所得層の賃金は一部改善するものの、中間層への波及は限定的とみている。
	▲	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・受注状況は前年並みで推移しているものの、各地での自然災害発生による旅行控えが起これば、今後の受注に悪影響を及ぼすとみている。
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・物価高が続いており、景気改善につながる要素が見当たらない。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	窯業土石業（取締役）	・年内は複数の受注案件の施工が続き、製造を含め繁忙期となるため、売上の増加を期待している。
	○	輸送業（総務経理担当）	・運賃交渉を継続して進めており、徐々に成果が表れている。
	○	広告代理店（ストラテジックプランニング部）	・首里城正殿の完成に向けた動きが活発化し、観光業界への波及効果を期待している。
	□	食料品製造業（総務部）	・景気は足踏みと改善を繰り返しながら徐々に上向いているものの、今後3か月はやや足踏み状態が続くとみている。
	□	建設業（経営者）	・中東情勢の影響は不透明だが、現時点では景気は大きく悪化しないとみている。
	□	輸送業（経営企画部）	・外国人ドライバーの採用で人材確保は進んでいるものの、人件費や各種コストの上昇が続くため、景況感の大幅な改善は見込みにくい。
	□	通信業（総務）	・秋の観光シーズンやイベントによる需要拡大が期待される一方、物価高や人件費増加の影響が続いている。
	▲	会計事務所（所長）	・金利上昇は業種を問わず、事業者の経営に悪影響を及ぼす可能性が高いとみている。
	×	＊	＊
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2028年3月卒業予定者向け求人の増加で改善が見込まれる一方、A I 普及の影響による先行きは楽観視できない。特にIT企業ではA I 活用を前提とした人材育成が急務となっている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・物価上昇や最低賃金引上げを背景に、派遣料金の改定交渉やスタッフの待遇改善、同一労働同一賃金への対応が重要な経営課題となっている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・今後の景気は小幅な変動を繰り返して推移するとみられるが、賃金引上げにより物価とのバランスが徐々に改善することを期待している。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	・物価高や12月の賃上げによるコスト増加を背景に、企業の求人抑制が懸念される。
	×	—	—