４．南関東（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連（南関東）	◎	商店街（代表者）	それ以外	・今月は、大型商業施設のオープン、年間で最大のイベントがあったこと、高視聴率番組での放送と、３つの要素が重なったため、とても良い数字となっている。これで効果がなかったらと危機感を持っていたので、順当な結果が出て安心している。きちんと仕掛けをすればはっきりとレスポンスがあることから、景気は良い（東京都）。
	◎	その他飲食［給食・レストラン］（役員）	単価の動き	・米価を始めとした材料費が下がっているほか、前年度に行った価格転嫁交渉の成果により、利益は好調である（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月は団体客の需要が高まり、残室が少ない状況でスタートした。周辺ホテルも同様の動きであり、客室単価も高水準である。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・令和８年８月千葉豪雨、９月の台風25号の被害は受けなかったものの、降雨により来場者数が大きく減少した。今月は３か月前との比較で来場者数は112%とかなり順調である。10月に入り天候が安定していることと、秋のハイシーズンに入ってきたことで、来場者数は改善している。
	◎	その他サービス［葬祭業］（経営者）	来客数の動き	・Ｗｅｂからの問合せ、事前相談の電話が増えている。時期的なものかは分からないが、他社も同じような動きだと聞いている。
	○	一般小売店［文房具］（経営者）	来客数の動き	・商材のまとめ買いが多く、客単価が上がってきている（東京都）。
	○	一般小売店［文具］（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭においては前月、前々月の長雨続きで来客数が減っていたが、今月は天候が安定していたことで元に戻り、やや良くなっている。ただし、外商の方は余り芳しくない。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・インバウンドが復調傾向にある。また、ギフトシーズンを迎えるタイミングであり投資的な意味もあるのか、宝飾、高級雑貨の売上が好調で、けん引している。気温の低下に伴いアウターなどの需要が高まり、低迷が続いていたファッション領域にも動きが出てきている（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・気温の低下に伴い、ファッションの動きが良くなってきている。また、商材の値上げにもかかわらず、物産展も好調である。
	○	百貨店（管理担当）	単価の動き	・店頭商材の単価が上がっており、結果として売上も前年を上回っている（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・９月と比較して晴天日数が増えたことが奏功し、客足や販売数の増加につながっている（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は３か月前と比較して回復傾向にあるため、良くなっている。100%は切っているものの、99.3%ということでほぼ前年並みである。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・10月は大きな祭りがあった。幸いにも天候が良く、街の中心地に立地する店のため、全時間帯で祭り客の来店が多く、ふだんの３倍の来客数があった。祭りの日の売上は通常よりも増えるが、景気が悪ければ来客数の減少も考えられる。天候の影響が大きかったが、今年は２日間を通して前年よりも売上が多くなっている。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・当店にも店内調理機器が導入され、人気の定番商材で客単価の向上を図っている。売上は来客数と客単価で大きく変わる。少しずつ売れているので、１点、２点と購入してもらえるようにしていきたい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額変更の影響により、やや良くなっている（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額変更の影響により、車の販売台数が伸びている（東京都）。

○	高級レストラン（販売担当）	販売量の動き	・仕入価格の高騰が続き経費を圧迫していることがマイナス要因ではあるものの、売上は好調を維持している（東京都）。
○	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・特に法人客で比較的規模の大きい宴席が増えている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・夏の暑い時期が過ぎ、人の動きがやや活発になってきている。販売量やケータリングなども３か月前と比べて多くなっている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月の週末は天候が良く、長雨の９月よりも来客数がかなり増えたので、良くなっている（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・食料品の値上げは生活に密着しているため購買数に影響が出ているとの報道もあるが、飲食店においては、来客数も売上も影響はなく、前年比でも毎月上昇傾向にある（東京都）。
○	その他飲食［カフェ］（経営者）	競争相手の様子	・暑さが一段落したことに伴い、来客数が回復している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・各企業のＤＸの深化により、需要は堅調である。創出した案件のうち受注件数は増加傾向にある。コンシューマ系ビジネスでは物価上昇による買い控えもあるものの、ＢｔｏＢに関しては案件受注数の増加からも緩やかながら改善に向かっている（東京都）。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数だけをみると、梅雨以降の天候不順が落ち着き、悪かった状況を脱した感はあるものの、まだ正常値には戻っていない（東京都）。
○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・10月に入ってからは天候が良いため、来客数が増えている。
○	その他レジャー施設［ボウリング場］（従業員）	来客数の動き	・昼間はシニア層の来場が多くなっている。また、深夜の来場客が増えている（東京都）。
○	その他レジャー施設［総合］（経営企画担当）	来客数の動き	・気候が良くなり、インバウンドは堅調に推移している。中国の訪日渡航自粛の継続により中国からの団体客は激減しているものの、その分アジアや欧米の個人旅行の客で穴埋めできている。国内客は９月の長雨の反動か、10月は来客数が増えている（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用のホテルを扱っているが、インバウンドが増え続けているため、ホテルの稼働率もますます上がってくる。一方、建設業の方は、材料費と人件費が大幅に上昇しており、公共工事を含めてスムーズな受注ができない状態である。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近客の入店率が悪くなっているが、それ以外にも客の買物に対する考え方がややシビアになっており、考えているような商売ができていない。
□	一般小売店［家電］（経営者）	販売量の動き	・毎回そうだが、悪い状況がずっと続いており、売上自体もそれほど上がっていない。物価上昇の影響か、今まであったリフォームやリノベーション、店舗の内装などの話がぱったり途絶えている（東京都）。
□	一般小売店［家電］（経理担当）	販売量の動き	・照明器具のＬＥＤ化やエアコンの新たな省エネ基準などで関連商材が動いている。配線器具などの修理に関する問合せも多くなっている。
□	一般小売店［家具］（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なく、相変わらず景気は良くない。専門店のため、来店する年配客を相手に商売をしている（東京都）。
□	一般小売店［印章］（経営者）	販売量の動き	・販売量に大きな動きは見受けられない。当業界は低迷の一途である。
□	一般小売店［祭用品］（経営者）	来客数の動き	・災害の影響により、行事やイベントが中止となり、需要につながっていない。
□	一般小売店［眼鏡］（経営者）	来客数の動き	・夏場は通常レンズと度付きサングラスの２本が売れていたが、９月、10月と降雨が続き、日ざしが少なかったことから、通常レンズのみの購入客が多く、７～８月と比べて来客数、売上共に落ちている。

□	一般小売店［生花］（店員）	販売量の動き	・10月に入りようやく天候が回復し、例年並みになってきている。３か月前の７～８月は仏花が売れる月で、まだ大雨が降る前だったのでそこそこ売れた。今月もそれほど販売量が多いわけではないものの、７～９月にかけて降雨で余りにも売れていないため、変わらない（東京都）。
□	一般小売店［茶］（営業担当）	販売量の動き	・使用期限が10月末までの商品券の駆け込み利用があり、売上が増加している。
□	一般小売店［茶］（営業担当）	販売量の動き	・売上が伸びない。現状維持が精一杯である。皆頑張ってはいるものの、競合先もおり、それほど需要が変わるものでもないため、苦戦している（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンドは変わらず前年を上回っている。中国からのインバウンドは前年比130%ベースで復調しており、東南アジアからのインバウンドも増加している。国内富裕層については、今月は大きなイベントがないため変化はない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・３か月前は前月の反動によって伸長したものと推察される。その後、台風の到来等、天候不順の影響を受けていたが、今月に入り、婦人服、服飾雑貨に動きが出てきている。食料品は前年実績を捉えているものの、物価上昇の影響を考えると購入点数が少なくなっている。全体を通してみると、服飾雑貨、特に化粧品の動きが回復しているようにみえるが、比例して免税売上も伸びており、11月の法改正を前にした一部駆け込み需要の要素も否定できない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・客の購買行動は総じて慎重になっており、個人消費については、これまでの勢いからやや頭打ちの状況にあるとみている。長期間好調を維持してきた高額ブランド品についても、引き続き堅調ではあるものの、全体を大きくけん引する勢いはやや弱まっている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・天候不良等により原材料価格が上昇していることもあり、食料品の売上が苦戦していることに加え、高額品に関してもこれまでと比べて伸びが鈍化している（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	単価の動き	・引き続き高額品を中心に売上が好調である（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・集客イベントや客との関係性を深めるイベントが好調で、来客数を伸ばしている。インバウンドの売上についても、９月と比べて前年超えのハードルが高まるなか、引き続き宝飾品や時計などを中心に高付加価値商材の売上が好調に推移している。客単価がけん引する構造は継続しているものの、購買客数についても前年を大きく上回っている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全体の売上は３か月前と同水準で、前年比でプラス傾向が続いている。免税売上においては、国慶節期間中の中国の分が減少したものの、全体としては好調に推移している。気候要因による秋物衣料の買い控えも予測されたが、大きなマイナスにはなっていない（東京都）。
□	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・国内客及びインバウンド共に販売量に大きな変化はない（東京都）。
□	百貨店（店長）	販売量の動き	・商品単価の高騰により売上は前年達成が続いているものの、購入点数は前年未達である。ただし、当施設におけるテナント間の利用率は拡大している。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・来客数はそれほど変わっていないものの、やはり買上点数がやや減っているため、厳しい状況が続いている。
□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・原材料費や光熱費の値上げが続いており、先行きが不透明である（東京都）。

□	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温低下に伴い、秋冬商材の動きが良くなってきたが、野菜などの農作物相場の高騰や商材の値上げ等により、買上点数が若干落ちている。各社共に価格訴求により来客数と買上点数のアップを図っているものの、消費者は必要な分しか購入しないため、想定したほどは売上につながっていない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上、客単価は前年並みを維持しているものの、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。
□	スーパー（販売担当）	単価の動き	・商材の買上単価が下がっている。大型パックの動きが落ちている。
□	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・全体的に販売量が落ちている（東京都）。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力事業である着物事業は、客の動員催事が堅調に推移しているものの、新規客目標については残念ながら計画値をクリアできていない。ドレス事業に関しては、ステージドレスが好調に推移し、前年を上回っている（東京都）。
□	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・目的の商材のみの購入にとどまり、ついで買いにつながらない傾向が続いている。
□	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・中旬から気温が下がり、秋冬商材の売上が伸びてきて、ようやく平年並みになっている。
□	衣料品専門店（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きからみて、客は必要な物のみ購入し、余分な物は買わないようにする様子が見受けられる。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・毎月値上げがあり、景気上昇にはまだ時間が掛かる。来客数が増えている様子はない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・天候不順が続き、来客数が減少したものの、新車の販売台数は前年並みである。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客からの注文依頼数には余り変化がなかったものの、９月の大型連休で業務や作業に支障を来している（東京都）。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半期決算明けのため、やはり想定よりも販売台数が伸びない。
□	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・全体的に価格が上がっているため客が価格に敏感になっており、点検なども相当厳しくみられている。部品なども、まだ使えるならば交換しなくてよい、オイル交換はディーラーだと高いので自分でやると言われるなど、少しでも安くしたい様子である（東京都）。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・上期の需要月が過ぎて一服感が出ており、新車、中古車、サービスの販売量が伸び悩んでいる。
□	その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	販売量の動き	・３か月前と比べて気候の変化が激しく、体調不良の客の薬購入が増えている。全体の来客数は減っており、前年並みである。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	お客様の様子	・物価高に賃上げが追い付いていない（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・今月の売上は前年比106.9%、来客数は前年比101.7%、客単価は前年比105.1%となっている（東京都）。
□	高級レストラン（役員）	それ以外	・食料品の消費税減税など政府の施策は進行しているものの、世界経済の不透明感が継続している。これから年間の最終四半期に入り、年末の書き入れ時に向かうが、景気の好転は見込めない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客入りの状況は日によってばらつきがある（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は３か月前から横ばいで、ほぼ前年並みである。客単価も前年と余り変わらない。
□	その他飲食［居酒屋］（経営者）	来客数の動き	・以前と比べて領収書の発行を求める客が減った。仲間内での利用が多い（東京都）。
□	その他飲食［カフェ］（経営者）	単価の動き	・大きく良くも悪くもなっておらず、変わらない。価格帯についても客が慣れてきたようである（東京都）。

□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊部門については、今月は近隣の大型コンベンション施設でのイベント開催状況が余り良くなく、売上が伸びていない。また、宴会についても、やはり物価上昇等の影響によりやや鈍化している。したがって、景気としては余り良くない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年比105%の販売量で推移している。９月の長雨の反動で予想より多少上振れしている。インバウンドより国内の販売が増えている（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・業界特有の事情か、客が単価にシビアになっている（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・手配した当初よりも食事代を値上げしたという店が増えている。団体の昼食代も以前のように手頃な価格帯が少なくなり、全体的に値上がりしている（東京都）。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界は天候に大きく左右されるところがある。このところは降雨続きで、利用してもらえる機会が多かったため、良い状態が続いている（東京都）。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・３か月前は猛暑というより天候不順が続き、降雨の影響により乗客が増えていたため、例年と異なる動きとなっていた。それと比べて、今は客が増えているのか減っているのか、動向が分かりにくくなっている（東京都）。
□	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・営業の仕方により大分変わってくる。今までは流しの乗客がいたが、アプリ配車に移行してからは流し営業が成り立たない。固定客の利用は依然としてあるものの、流し営業は苦戦している。
□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・案件の受注が増加傾向になく、工事依頼も増加傾向に至っていない状況が続いている（東京都）。
□	通信会社（社員）	それ以外	・世界情勢、国内では物価や賃金、いずれも改善の傾向がなく停滞している。フランスの暴動も先進国の内政の乱れとして、重苦しい空気をなお重くしている。天候も悪く、浮き足立つような話題もない。景気を上向かせることにつながる理由が１つもない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入の客も必要最低限でのオプション追加を希望している。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省く意識は相変わらず強い。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・仕入価格が相変わらず高騰しているものの、売価はなかなか上げられないため、利益が減少している（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・米価は下がっているものの、他の値上げを吸収するほどではないと客から聞いている。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・特に大きな動きはなく、景気の変動はみられない。米国の中間選挙後に動きがあるとみている（東京都）。
□	観光名所（職員）	お客様の様子	・天候に左右される業種であり、９月の減収分を取り返せていない（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・物価上昇と賃金引上げのはざ間で消費動向は踊り場である。
□	競輪場（職員）	それ以外	・一時的に事業を休止しているため変わらない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・現在の景気が大きな問題のような気がしている。余りにも物価の変動が激しく、全ての物が上がっている。このような状況では、客との会話が非常に難しく、年末に向かうなかでも動きが見通せない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今のところ３か月前から変わっていない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字を何とか達成したというところであり、景気はどちらともいえない。また、３か月前と比べると微増にとどまっている。ここ２か月は悪かったが、新商品の販売開始、建売分譲の値下げ販売、注文建築の大幅値引きにより、何とか販売量を確保できている。

□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の様子は変わっておらず、景気は良くなっているとも悪くなっているともいえない。当社の販売する不動産は銀行から融資を受けて購入されるケースがほとんどだが、金利上昇の影響を懸念する客が増えてきている。
□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・物価高の影響がじわじわと浸透しているが、客が消費を抑制することで生活の維持を図っている。
▲	一般小売店［家電］（経理担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響や来客数の減少により、夏ほど商材が動いていない。
▲	一般小売店［酒類］（経営者）	来客数の動き	・毎回同様だが、物価上昇による生活費の圧迫から、選別消費の傾向が強くなっている。
▲	一般小売店［傘］（店長）	販売量の動き	・夏物商材の終売に伴い販売量が減少している。
▲	一般小売店［書店］（総務担当）	販売量の動き	・海外から輸入、販売をしている雑誌の売上が想定以上に伸び悩んでおり、売上の見通しを下方修正している（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は堅調であるものの、買い回りや高額品の動きが悪く、全体として目標を下回っている。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・長雨の影響やサイバーインシデントに伴うオンライン受注の後退など、外的要因により消費行動に少なからず負の影響が出ている（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・３か月前と比べて来客数は増加しているものの、指標となる各数値が前年を割っている。令和８年８月千葉豪雨と台風による消費マインドの低下が響いている。特に、衣料品は婦人、紳士共に不振であり、食品等の生活必需品にお金を使っている様子である。
▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・好天が多かったものの、衣料品などの販売量は多くない（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・前年と比較して米価は５キロ当たり1000円以上下がったが、その他食料品の価格上昇で吸収され、支出は増える一方である。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価の上昇が続き、過度に節約意識がある。
▲	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・買上単価は継続して上昇傾向にあり、客の生活防衛意識が強く、買上点数は依然として減少している。長雨が一段落し、来客数は前年並みまで回復しつつあるものの、総体的に低調である（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・野菜などの農作物相場が高く、購買頻度が減っている。米価が平均3000円を割り込んでおり、前年の70%の売上となっている。
▲	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みである。商品単価が上がっているものの、物価高から１人当たりの買上点数、客単価が上がらず、売上が前年を超えるかどうかの瀬戸際である（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、客単価共に下がっている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・大規模店の連日の特売企画に影響を受け、来客数が大幅に減少している。近隣店舗でのパート、アルバイトの時給が大幅に上昇し、非常に厳しい状況である。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・店でも売上を伸ばそうといろいろなキャンペーンを打っているが、反応する客がいない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニ業界全体として来客数が減少傾向にある。特に当店ブランドにおいてはそれより更に５ポイントくらい落ちている。商品単価が上がり、コンビニに割高感があることに加え、他業態との垣根もなくなってきていることが要因と考えている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に伴い、当然ながら売上も減っている。

▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・９月は天候不順でかなり悪かった。10月はそれなりに好天が続いたものの売上、来客数共に伸びず、前年比２％マイナスで終わりそうである。客単価は前年より80円ほど上がっているものの、値上げが相次ぎ、販売単価が上昇しているため、コンビニの客離れが起きていると推測している。消費者が価格に慣れてくるまでは厳しい状況が続く（東京都）。
▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価が下落している（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・年度初めから夏まではエアコンの新たな省エネ基準に関連して販売数量が大幅に伸びたが、今月はその反動もあり、前年比で減少傾向にある。また、前年はパソコンの買換え特需もあったため、ならすと厳しくなっている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・３か月前と比較して来客数、レジ通過客数、売上いずれも減少しているが、前年同月と比べるとほぼ変わらない。インバウンドの購入商材が変化しているほか、国内客は猛暑によるエアコン特需が落ち着き、販売量が減っている（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価が上昇しているため、やや悪くなっている。
▲	その他専門店［貴金属］（統括）	お客様の様子	・社会全体で物価高が続いているため、購買に至らないことがやや増えてきている（東京都）。
▲	その他小売［生鮮魚介卸売］（営業）	お客様の様子	・サンマやサケなどが不漁で、いまだに夏のような気候が続いており、秋物商材への切替えが難しくなっている（東京都）。
▲	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	販売量の動き	・一見すると、来客数が増え、購買動向も悪い様子はない。ただし、消費者の購買行動には２極化の傾向がみられ、価格に関係なく物を買う人がいる一方、価格を見て商材を選んで購入している人がいる様子がよく分かる。価格に敏感な人が増えているため、景気はやや悪くなっている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・株価の動きからは景気は上向いているのかもしれないが、一般消費者としては、どちらかというと悪化している。やはり物価の上昇が最大の要因である。もちろん天候不順等の影響もあるが、景気が上向いている実感はなく、貧富の差がますます開いているような気がしている。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・繁華街にある飲食店だが、ランチは仕方なく客が食べに来るが、夜に飲みに来る客は激減している。
▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・物価高、燃料代の高騰、円安の影響により景気が悪くなっている。
▲	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・商材の値上げ、フランスでの暴動、個人情報漏えい問題と良いことがない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は晴天が続き、一気に利用が減っている。待機時間が増え、利用回数は減り、短距離利用の客が増えている。
▲	通信会社（局長）	それ以外	・サイバー攻撃もあり株価が下落しているなか、当社もセキュリティ更新に負荷が掛かっていることが影響し、サービス展開や信頼度にやや支障が生じている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・税金や社会保障に関する負担が年々増え、可処分所得が減っているという声を聞くことがある。
▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・平日のゴルフ場は高齢の客の利用が多いが、夏は猛暑で利用が減っていた。気候の影響ばかりを気にしていたが、ゴルフシーズンになっても予想したほど高齢の客の利用が伸びず、年金生活者には物価上昇の影響が大きいのではないかとみている。
▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・ビジター需要の低迷は特に著しく、物価上昇や実質賃金の低下から、生活防衛を意識して高額レジャー費を抑制する動きはかなり強い。
▲	その他サービス［立体駐車場］（経営者）	お客様の様子	・近隣に商業施設が少ない上、令和８年８月千葉豪雨及び台風による被害の影響が続いている。

	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・資料請求数が減っている。
	▲	その他住宅［住宅資材］（営業）	販売量の動き	・建材需要が低迷しており、上向く要素が見当たらない。まとまった案件があったとしても、全体量の底上げには至っていない（東京都）。
	×	一般小売店［酒類］（経営者）	販売量の動き	・販売量が減少し、閉店、倒産する店舗が増えている。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・10月に入り急激に来客数が減っている。元々閑散期ではあるが、平日と土日でも極端な差がある。新店がオープンして３か月が経過して落ち着いたため、現状が本来の水準であると想定される（東京都）。
	×	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・サイバー攻撃やＷｅｂシステムのぜい弱性対応などＩＴ関連の問題の影響により新規業務が止まっており、厳しくなっている（東京都）。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・値上がりする材料が依然多く、建設費用を確定できないまま時間が経過していく。計画があっても実質的に工事が始まらないことには経済が回らない。
企業動向関連 （南関東）	◎	その他非製造業［商社］（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注が増加している（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はイベントが多く、売上が伸びている。天候が安定してきて来客数も増えている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注件数が増えている。ただし、１件当たりの受注量が減っており、想定ほど景気が良い実感はない（東京都）。
	○	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先は順調に受注を伸ばしている。ただし、当社にはまだ案件が回ってきていない。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体の大口価格が安定しているのと同時に、特にＡＩ関連製品の業績が相変わらず好調で、景気としては徐々に良くなっている。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は３か月前と比べても25%増加し、ピークになっている。工場設備はフル稼働している。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・ここ最近の自動車の売行きは順調であり、メーカーの生産状況も上向いている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量などはやや回復基調にあるものの、金利上昇により設備投資ができず、供給力不足が懸念される。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・製造業は全体的に受注量が増加傾向にある。依然として物価上昇傾向にあるものの、その他の業種も受注量が増加している。価格転嫁には慎重な対応を取る企業が多い（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・インバウンドは前年と同等であるが、宿泊単価は前年より上昇しており、この傾向が続くと予想される（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先の飲食店では、年末の繁忙期に向けた準備が進み、忘年会や会食需要を見据えた販売促進活動、新メニューの開発など、前向きな動きがみられる。夏場から続いていた集客面での厳しさは残るものの、年末商戦に向けて新たな施策を検討する店舗もあり、全体として事業活動が活発になりつつある印象を受けている。原材料費や人件費の高騰などの課題は依然としてあるものの、３か月前と比較すると取引先の動きにやや明るさがみえる（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・円安が安定し、物価も高値ではあるが安定している。インバウンドは中国から他国に変遷しているものの、十分に見込めている。一般企業も徐々に賃上げが進んでいる。中東情勢の影響による住宅資材不足は解消に向かいつつあるようにみえる。
	○	その他サービス業［警備］（経営者）	取引先の様子	・公共事業の警備依頼が増えてきており、人手が不足している。外国人を採用しているものの、言葉の問題もあり、なかなか難しい。
	□	繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・アパレル業界という縮小傾向にある市場においては価格転嫁がしにくく、発注量もコントロールできず、生産効率も上げにくいという状況が年々強まっている（東京都）。

□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などをしている。実店舗とインターネット販売がある。問屋には注文を受けてから発注するため、支払は大体注文どおりに反映されているが、今月の支払は12万円で、通常の月と同じくらいである。景気の目安となる法人の設立印は、今月の注文は２本で、やや下り坂か同程度である。印鑑リフォームの注文はトータルで14万円で、例月同様である（東京都）。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器のクライアントは新企画スタートや受注増加など活気はあるが、化粧品容器関連が大幅に落ち込んでいるため、利益が生まれない。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年初の生産計画を上方修正したまま生産が進んでいる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・９月の大型連休を挟んでいるため通常どおりとはいえないものの、余り変化がない。
□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・首都圏はただ単に人手不足で忙しいだけである。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体関係の受注は相変わらず好調である（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	それ以外	・荷主に賃上げ交渉を行い、満額ではないものの受け入れてもらえている。しかし、燃料費の高騰、車両維持費の上昇等に相殺され、想定どおりに収益が伸びず、従業員への給与還元につながっていない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入り物量が増えつつあるが、燃料価格の高騰も続いており、収益が伸び悩んでいる。
□	金融業（支店長）	取引先の様子	・人材確保のための人件費増加、資材費及び燃料費の高騰により、経営難の企業が多くなっている。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・試算表等より足元の業績を確認するが、どの業界もおおむね同水準で売上が推移している。当エリアの主要業種である鋳物業界では、少し受注の上向き感が出始めているものの、依然として動きの鈍い状況が続いている。地価の高止まりもあり不動産業界はやや活況のようである。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・大半のテナントは賃料更新時にさほど抵抗もなく増額に応じてくれているが、業種によっては収益が悪化しているテナントも出ており、２極化が徐々に進んでいる（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年度実績と比べて減少している（東京都）。
□	税理士	それ以外	・健康のために近隣の駅まで歩きながら、途中にある飲食店をのぞくが、新型コロナウイルス感染症の発生前はにぎわっていた店が、今はそれほどにぎわっていない（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・補助金や助成金を活用したい会社が多い（東京都）。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・サービス業の取引先から、客がこれまで以上に価格に敏感になっているという話を聞いている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・業績の良い企業と苦しい企業とに分かれており、悪くはないものの、良くもない（東京都）。
□	その他サービス業［ソフト開発］（経営者）	競争相手の様子	・特に問題ないが、人材は不足している（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・印刷需要の減少や取引先企業の発注抑制に加え、原材料費や物流費の高騰も続いている。今後の発注減少や収益悪化が懸念され、先行きに不安を感じている。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格高騰により計画案件が見直され、中止になっている。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・３か月前と比べ、納品先店舗数、取扱数量が減少している（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新築戸建て住宅について、今春くらいまでは高めの価格設定でも売れていたが、夏以降は動きが止まっており、前月辺りからは値下げする物件が多く出ている（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・金利や物価の上昇により、やや悪くなっている（東京都）。

	▲	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・超高価格帯の物件の動きは継続して良いものの、中間層の動きが鈍くなっている（東京都）。
	▲	その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げアナウンスの影響か、取引頻度が下がり、受注量が減少傾向にある。前年同期比でも下回っている。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年発生していた案件が今回は見送りとなるケースが多く、景気は非常に悪い（東京都）。
雇用関連 （南関東）	◎	－	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・３か月前の７～８月と比べると、求人依頼は多めである。理由としては、現派遣ポストの入れ替わりや下期の繁忙に向けた求人依頼の増加がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・前年同月比で110%近い派遣受注量があり、依頼は引き続き好調である。一方、人材不足の状況が変わらないため、成約数は伸び悩んでいる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・欠員補充の受注が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は変わらず堅調に推移している。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が伸びてこない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・案件はあり、受注も可能だが、稼働人材が不足している（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・サイバー攻撃等の影響により各社がシステム管理費用や個人情報管理に対してナーバスになっており、更なる費用投入を検討している状況にある。この先の不透明感はあるものの、現時点では変わっていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・例年であれば、秋以降、年度末に向けて繁忙期に入るが、現時点では微増程度で、大きく上向く兆しは見受けられない。マイナス面もなく、ほぼ変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニア派遣のニーズは今年度の期初より減っている。大きく減少しているわけではないものの、回復もしていない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・ＡＩ等を駆使して中途や新卒採用の人数を抑えていく動きが、当社及び周辺企業で生まれている。この傾向はしばらく続き、採用人数を控える企業は増えていくとみている（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人材不足は加速しているものの、最低賃金が引き上げられ、負担が厳しいという声を聞く。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の新規求人数は１年ぶりに前年同月比でプラスとなっているが、有効求人数は前年比マイナスの状況が続いている（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・求人情報は多くあるものの、適任者がいないため、なかなか採用が決まらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・最低賃金引上げが採用控えにつながっている（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・人手不足が続いているため、企業側の採用意欲はまだあるものの、求職者、企業共に物価高をかなり意識している。求人募集が必要な状況ではあるが、企業側も幾らでも採用にお金を掛けられる状態ではない。採用コスト、給与、応募数をかなりシビアにみるところが多く、予算が減っている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	採用者数の動き	・採用の目線が厳しくなっている（東京都）。
	×	＊	＊	＊