４．南関東（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （南関東）	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・10月の売上はしばらくぶりに好調で、既存客以外にも40代、50代の来店も多かったことから、店頭の販売力が高まっていることに期待したい。
	◎	家電量販店（店員）	・新生活需要が出てくることと、食料品の消費税減税が近づいているため、調理家電がよく売れるとみている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・これから暮れに向かうが、11～12月の忘年会の団体予約がかなり入ってきているため、今月よりも更に売上が増える（東京都）。
	◎	その他飲食［給食・レストラン］（役員）	・年末にかけてパーティー需要が高まり、新米価格も大幅に低下している。売上、経常利益共に好調が続く予想である（東京都）。
	◎	設計事務所（経営者）	・新規案件が２件ほどある。ただし、すぐに動き出すかはっきりしていない。
	○	一般小売店［祭用品］（経営者）	・例年であれば、年末に向かって需要が増える。
	○	一般小売店［文房具］（経営者）	・カレンダーや手帳などの季節商材の動きが良く、購入単価を引き上げている（東京都）。
	○	一般小売店［眼鏡］（経営者）	・これから先の12月末から正月にかけての年末年始は例年繁忙期のため、期待できる。あとは、11月の米国中間選挙の結果次第である。過去のデータによると、中間選挙後は株価が上昇するようなので期待している。
	○	一般小売店［酒類］（経営者）	・仕事柄年末が忙しいため、景気はおのずと上がってくる。ただし、前年比で各店舗の売上が伸びてくるかというと、減少するとみている。
	○	一般小売店［生花］（店員）	・12月はクリスマスや正月に向け心も体も活発に動く時期である。期待も込めて、良くなる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・年末年始に向かうなか、人の移動にまつわるギフト需要もある。また、お歳暮、クリスマス、おせちの需要が高まる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・食品、化粧品など日常的な消耗品の単価の伸び悩みが続くが、好調な宝飾ジュエリーの動きはますます活発になるとみている。日常生活は堅実に抑えて、ここぞというタイミングで高額品を購入するといった２極化した消費傾向が見受けられる。年末年始も挟んで、国内外からの来客数も増え、売上に期待を持てる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・数年ぶりに秋らしい秋を迎え、アパレル中心に買換え需要が顕著となり、客とのコンタクトもコンスタントに取れている。歳末期に向けたＶＩＰ客向け招待会のブッキング状況も良好であるため、今後景気が上向くことを期待できる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高への懸念はあるものの、冬のボーナス等を含む実質賃金の上昇による消費改善が景気を押し上げる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・改装で閉めている区画がオープンし、食品売場を拡充するため、来客数の増加が期待できる（東京都）。
	○	スーパー（販売担当）	・クリスマスや年末年始商戦があるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（従業員）	・正月は近くに神社があるため来客数がやや増える。人出の多い時期を逃さないように施策を打ち、温かい飲料や中華まんなど購入を見込める商材を多めに準備していきたい。
	○	衣料品専門店（店長）	・年末年始の季節需要に期待したい。既に着物事業については、年末年始に来店してもらうためのツールを準備し、予約が徐々に入り始めている。ドレス事業は、新規客に向けた戦略商材を投入していく。セットアップ商材のバリエーションを整え、計画達成に向けて準備を終えている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型自動車の販売が始まり、来客数が増え、販売台数も伸びる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・12月はボーナス支給月のため、客の購入意欲が高まることを期待している。
	○	住関連専門店（営業担当）	・食料品の消費税減税等の政策に対する期待感や効果等で、消費マインドが上向きになることを期待している（東京都）。

○	高級レストラン（販売担当）	・年末に向かい、商流がいつにも増して活発になり、景気が上向くと予想している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・食料品は値上がりにより購買数に影響が出ているようだが、当店においては来客数、売上共に影響はなく、前年比でも毎月上昇傾向にある（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・最大の書き入れ時である年末年始に向かって、売上が伸びることを期待している。近隣の大型コンベンション施設における様々なイベント、忘年会や新年会、クリスマスなどを通じて売上が増加すると見込んでいる。
○	タクシー運転手	・11～12月、年末にかけて人の動きが増えるため、多少良くなる。社会情勢によってどうなるか分からないが、通常どおりであれば現状の傾向が続く。ただし、年が明けてからどうなるかやや心配である（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・客の表情が明るくなっている（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・ＩＴ関連問題の対策や解決によって左右されるが、２～３か月先は回復する（東京都）。
○	観光名所（職員）	・米国の中間選挙が予想どおりの結果となれば、不安定な部分が改善される方向に向かうと期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・暖冬との予報が出ており、余り寒くない冬になりそうである。
○	ゴルフ場（従業員）	・気候が良くなるため、来客数が増えてくる。
○	その他レジャー施設［ボウリング場］（支配人）	・法人予約の動きが良い（東京都）。
○	その他レジャー施設［ボウリング場］（従業員）	・年末に向けて問合せが増えている（東京都）。
○	その他サービス［葬祭業］（経営者）	・寒い時期が続くので、季節柄依頼が増える。
○	住宅販売会社（経営者）	・都内ホテルの宿泊料金は前年から今年にかけて平均12%強上昇しており、ホテル業界はますます良くなる。一方、建設業では、建設費の高騰が続いており、中小企業はまだ厳しい環境のなかでなかなか賃金を上げることができない。
○	住宅販売会社（総務担当）	・現状を打開するための施策が有効に展開できそうな雰囲気がある。
□	商店街（代表者）	・呉服販売をしているが、最近、着物は購入が減少し、徐々にレンタルにシフトしている。そのため、売上が想定したようには伸びない。レンタル料金だけではなかなか厳しい。
□	商店街（代表者）	・しばらくは良い状況が続く。アクティブシニアの動きがすこぶる良く、数字の大きな部分を占めている。その分、気候変動や異常気象に対しては心もとない。冬の寒さや大雪などが真っ先に響く（東京都）。
□	一般小売店［家電］（経理担当）	・エアコンの需要が減っており、それほど売れない。
□	一般小売店［家電］（経理担当）	・照明器具とエアコンの需要は年度内は続くとみられる。暮れに向かってテレビに動きがあればと考えている。
□	一般小売店［家具］（経営者）	・今後も悪いままで変わらない。販売形態の変化に加え、物価が上昇しており、景気が良くなるとは考えられない（東京都）。
□	一般小売店［印章］（経営者）	・問屋筋からの情報ではインターネット販売は好調のようだが、当店は独立した路面店のため、低迷している。
□	一般小売店［乳業］（経営者）	・新規客開拓の営業人員を確保できるか分からない（東京都）。
□	一般小売店［傘］（店長）	・良くなる要素がない。
□	一般小売店［文具］（販売企画担当）	・店頭においては、路面店のため天候によって相当状況が変わってくるが、今月は天候が安定していたため良くなっている。ただし、客が良い商品だと手に取った後で、価格を見て高いと話しているのをよく耳にする。物価の上昇に賃金が追い付いていないことがうかがえる。そのようななかでもある程度買ってくれている客がいるため、店頭の売上は伸びている。一方で、外商の方はやはり物価の上昇が顕著であるため、予算となかなか見合わないこともあり、文具事務用品等はやや控えめになっている。そうしたことから、どちらでもないと回答している。

□	一般小売店［茶］（営業担当）	・これから年末に向けてそれほど伸びるとは考えられない。時々出展するイベントでの売上に期待している。客の消費が伸びることを祈っている（東京都）。
□	一般小売店［書店］（総務担当）	・海外から輸入、販売している雑誌の売上は低調な推移だが、その他の商材やサービスによる売上増加が見込まれることから、２～３か月後の景気は例年並みと予想している（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・人件費、物価の上昇傾向は続いており、加えて天候不順により食料品の価格高騰もじわじわと影響している。最低賃金引上げなど所得自体は増加傾向にあっても、物価上昇に追い付いていない。また、中小企業にとっては、作業委託費を含む賃金上昇の影響により経営への影響が心配される。事実、飲食を含む食品関係では倒産件数が増加傾向にあり、テナント誘致にも影響が出てくると予想している。来年度の食料品の消費税減税施策により、事前の買い控えなどが徐々に出てくる可能性がある。なお、年末年始のクリスマス、おせちなどの商材は軒並み単価が上がっていることもあり、早期受注状況を注視する必要性も高まっている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・物価高の影響もあり、消費に対して慎重な姿勢が続く。
□	百貨店（総務担当）	・物価上昇の継続が懸念されるなかで、客の消費行動は一層慎重になると予想される。加えて、世界情勢の先行きも不透明であり、景気の本格的な上昇を見通すことは難しい（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・米国の中間選挙以外には大きな政情不安等がない（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	・11月からの免税制度の変更により、一時的に売上が鈍化する可能性がある。一方、消耗品の限度額が撤廃されるプラス部分もあるため、総体的には変わらないと見込んでいる（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・食料品や日用品の値上げが続くなか、消費マインドの変化を見通すのは難しいが、大きな変化が起こるような材料は見当たらない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・来客数はこの１年間ほぼ同じ割合で伸びている。内訳としては、インバウンドの伸びが国内客の伸びを上回っており、円安を背景としたこのトレンドは、今後も変わらないと見込んでいる。インバウンドも、中国に頼らずとも他のアジア諸国を始めとして欧米からの来店も増えつつあり、この傾向も変わらないとみている。また、国内客も購買額の多い客が伸びていることから、安定的に推移する（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・前年に回復基調であった免税売上は伸び悩むものの、年末年始のギフトや食料品需要は順調に推移するとみられる。また、暖冬により停滞していたコート等の冬物衣料の需要も、気温の低下とともに12月末のセール期や初売り期に活性化すると予想される（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）。
□	スーパー（経営者）	・降雨が多かった９月と比べると、10月はやや良い。月前半は良かったが、後半は台風の影響により降雨があり、なかなか良い形にならなかった。今後もこうした一進一退の状態が続くとみている。
□	スーパー（経営者）	・所得の増加に比べて支出負担の上昇が大きい。
□	スーパー（店長）	・来客数、客単価は前年並み若しくは前年を超えているが、買上点数は減少傾向にある。各社共に価格訴求により買上点数アップを図っているものの、消費者の買い回り等により想定したほどの数字を確保できていない。
□	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、継続的な値上げの影響も大きく、買い控えが広がる要因となっている（東京都）。
□	スーパー（営業担当）	・単価の上昇は続くとみられるが、台風発生が続き、天候悪化により売上が落ちる（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	・これから年末を迎えるに当たり、予約商品があるにもかかわらず、来客数及び客単価が減る見込みである。
□	コンビニ（経営者）	・夏の天候不順以降、来客数が戻ってきていない。この先の天候が安定してくれば戻ると期待している。

□	コンビニ（エリア担当）	・直近のキャンペーン等も奏功し、売上の改善傾向が続いている（東京都）。
□	コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復は余り望めないため、現状の景気のままで変わらない。
□	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇の影響により客が買い控えをするとみている（東京都）。
□	コンビニ（商品開発担当）	・悪くはならなくても、良くなる要素も余りみえてこない（東京都）。
□	衣料品専門店（統括）	・景気の回復、所得の増加が見込めない限り、購買動向が劇的に変化するとは考えにくい。
□	衣料品専門店（従業員）	・この先も物価高が続き、現状の良くない状態がしばらく続くとみられるため、変わらない。
□	家電量販店（店長）	・米国の中間選挙後の動向で国内景気が大きな影響を受ける可能性もあり難しいが、仮に現状のままとして、大きく良くなる要素は見当たらない。物価高に賃上げが追い付いていない状況がある限り、家電業界の景気は外的要因に左右される。
□	家電量販店（店長）	・食料品の消費税減税があるが、一時的なものであり、現状がまだ続く。
□	家電量販店（店長）	・国内客及びインバウンドの動向に変化はないと予想している（東京都）。
□	家電量販店（店長）	・販売数などは前年度と比べて変わらない（東京都）。
□	乗用車販売店（営業担当）	・金利の上昇に伴い買い控えが発生しており、過去のような年末商戦などは期待できない。
□	乗用車販売店（販売担当）	・物価高で、特に食料品が２～３割値上がりしており、今後食料品の消費税が減税されても、それで抑えられるような状況ではない。来年４月以降に賃金が相当に上がれば景気は良くなるだろうが、現状のままでは買い控えが発生しそうである。景気はまだしばらく変わらない（東京都）。
□	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境に変化はないと見込んでいる。
□	その他専門店［貴金属］（統括）	・物価高により購買意欲が低下しており、販売数量の減少がみられる。ただし、仕入価格の上昇に伴い販売単価は上げているため、販売額に大きな変化はない（東京都）。
□	その他専門店［ガソリンスタンド］（団体役員）	・中東情勢を踏まえた緊急的激変緩和補助金が12月以降段階的に縮小される見通しであるが、経済全体としてダメージが少なく、むしろ正常化へ向けた動きと考えられる。株価や為替については多少値動きがあるとみられるものの、大きなインパクトはなさそうである。今後の懸念はＡＩを駆使した個人情報漏えいに端を発するリスク拡大だが、現段階では予測不可能である（東京都）。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・来年の春闘に関する報道内容次第だが、消費マインドが向上することを期待したい（東京都）。
□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・不安定な世界情勢が依然続き、それらが沈静化しなければ景気は良くならない。一方で、中国以外からのインバウンドも増えており、これ以上悪くはならないと考え、全体的な景気は変わらない（東京都）。
□	高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴会予約、忘年会や新年会の問合せ、受注ペースはほぼ前年と同様である。ここ数年と比較すると、個々の宴会規模は縮小傾向にあり、その分、件数を確保している（東京都）。
□	高級レストラン（役員）	・引き続き富裕層はいるものの、２極化は変わらない。ＡＩや半導体に対する期待もサイバー攻撃などにより不安感の方が強まっている。自然災害や世界情勢の不透明感も継続し、生活に直結する好転要因がみえないため、変わらない（東京都）。
□	一般レストラン（経営者）	・年末は法人利用で売上が増加するが、物価高で一般客は今一つ伸びないと予想している。
□	その他飲食［カフェ］（経営者）	・依然として中国からのインバウンド増加はみられないものの、インド等のアジア系及び欧米系の客の増加が、減少分を十二分にカバーしている（東京都）。

□	その他飲食［カフェ］（経営者）	・来年４月からの食料品の消費税減税による影響が良く出るか悪く出るか疑問である。最初の数か月は購買が増えても、その後は再び買い控えに戻るとみられ、２年後に税率が戻った際の消費の冷え込みの方が心配である。年末商戦がそろそろ始まるため、影響が出ないことを願うばかりである（東京都）。
□	その他飲食［居酒屋］（経営者）	・明るいニュースがない限り、状況は変わらない（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	・９月、10月と同じようなトレンドが続いている（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	・円安が影響している（東京都）。
□	タクシー運転手	・物価高が続き、毎月のように値上げ品目が報道され、消費者にとって大きな負担になると客が口々に言っている。物価高が収まらないことには利用客が増えない。
□	タクシー運転手	・利用回数は減っているものの、最近ロングの客がいるため、売上は目標近くまで伸びてきている。病院の送迎利用は確実にあるが、駅出しは短距離が多く、会社の送迎もやや減っている。
□	タクシー（経営者）	・景気そのものは上向くとみられるが、物価高が足を引っ張り相殺される。
□	タクシー（団体役員）	・既存の営業スタイルでは続かない。営業方法の転換を図らなければ営業収入の増加は難しい。
□	通信会社（経営者）	・現状では案件受注及び工事依頼が増加傾向にないため、変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・前年度と比べて横ばいが続く。大きく好転していく材料が見当たらない。
□	通信会社（局長）	・しばらくは現状のまま余り景気が良くなる要素はない。年末に向けてもほぼ変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
□	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が収まらない限り、変わらない（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・冬に冷え込みが強くなると物が売れる。暖冬なら今手元にある物で過ごせそうである。
□	通信会社（管理担当）	・販売量が計画値を割っており、解約とのバランスでは解約が先行している。光ファイバー化による劣後解消は行われているものの、営業面での効果が発揮できていない。そのため、これまでの懸念点は変わらない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・ＢｔｏＢは堅調なものの、コンシューマ系ビジネスの影響を踏まえると、変わらない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・国内ではすぐに大きな影響は出ないとみている。ボーナスシーズンまでは現状維持かもしれない（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）	・11月は最繁忙期になるが、前年は超えられない見込みである（東京都）。
□	競輪場（職員）	・一時的な事業の休止が続く。
□	その他レジャー施設［映画］（総務担当）	・公開予定作品からみて、今後２～３か月は全体として大きな増減要因が見当たらない。物価高による消費者の節約志向も続いており、景気は今月と同程度で推移する（東京都）。
□	その他レジャー施設［映画］（営業担当）	・景気に変動を与える大きな事象は起こっていない（東京都）。
□	その他レジャー施設［複合文化施設］（財務担当）	・原油価格高騰が改善されるかは米国中間選挙の結果次第である（東京都）。
□	その他レジャー施設［総合］（経営企画担当）	・９月の長雨による生鮮食品の高騰、10月からの最低賃金引上げに伴う値上げ、不安定な株価や世界情勢の不透明感、利上げの継続等、不安要素が多くあり、景気が上向くような雰囲気はない（東京都）。
□	その他サービス［フィットネスクラブ］（エリア統括）	・金利や物価の上昇に伴う個人消費の伸び悩みが予想される（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・新商品の販売開始や建売分譲の値引き、注文建築も競合した場合は値引き幅を弾力的に検討して販売量を確保していく方針となった。ただし、何とか現状の販売量を確保するだけで、景気が良くなるほど販売量は伸ばせない。

□	住宅販売会社（従業員）	・資料請求数の増加が望めない。
□	住宅販売会社（従業員）	・当面は状況が大幅に変わることはなく、同様の状況が続く。ただし、個人、法人共に２極化が進んでいく。
▲	一般小売店［米穀］（経営者）	・食料品は天候に左右される。また、諸物価の上昇により消費者物価指数が上がっているため、客は買物により慎重になる（東京都）。
▲	一般小売店［酒類］（経営者）	・今後も食料品を始めとして生活に密接する物の値上げが見込まれる。し好品を扱う当店には厳しい状況が続く。
▲	百貨店（営業担当）	・オンライン上でのトラブルに関し、消費者の不安感を拭えないことに加え、メンテナンス多発による利便性低下が結果として受注の減少につながっている。この先もこの傾向が続くものと予想する（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高に対する警戒心を強く感じる。今後も農畜産物を始め、食料品の価格が高止まりすると、景気が良くなるにはまだしばらく時間が掛かる。
▲	百貨店（店長）	・物価の上昇に対し、賃上げが追い付いておらず、預貯金を切り崩しているという声を多数聞く。また、ＮＩＳＡ等で海外株式に投資している客でも目減りを気にする人が増えている。
▲	百貨店（管理担当）	・最近のサイバー攻撃リスクやエネルギーコストの懸念から、消費者の財布のひもが固くなると予想する（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・食料品の消費税が１％に減税される前は、消費者の買い控えが予想される（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・節約では間に合わず、お金を使わずに過ごす工夫をし始めている。
▲	スーパー（仕入担当）	・年末に向けてサイバー攻撃による個人情報漏えいが相次ぎ、消費者の不安が高まり、節約志向も増す。
▲	スーパー（食品担当）	・金利上昇に伴いローン金利も上がるなど景況感が悪く、買い控えが発生している（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・大規模店の攻勢が激しいことに加え、パートやアルバイトの応募が全くなく、厳しさが増している。
▲	コンビニ（経営者）	・地域住民の年齢層などを考えると、商材だけでなくいろいろな物の値上がりに対して、追い付くどころか実質的な収入が減っており、小売業の景気はますます悪くなる一方である。
▲	コンビニ（経営者）	・前年同期比で売上は97%程度、来客数は94%程度であり、来客数がかなり落ちている。これは、例えばおにぎり１つ買っても200円近くするなど物価高の影響とみられる。今後どのように集客していくかをしっかりと考えていかなければならない。また、最近はアパレル商材など新たなサービスも取り入れており、その辺りの商材が売れてくるとみている。コンビニに毎日行こうという動機はなくなってきている。
▲	コンビニ（経営者）	・賃上げが物価高に追い付いていない。10月から最低賃金が引き上げられたが、経営上厳しい。
▲	コンビニ（経営者）	・気温が低下し、電気料金が上がり、燃料費も高止まりしている現状において、食品もまだ値上がりしそうなので、良くなるとは考えられない（東京都）。
▲	コンビニ（従業員）	・冬はそこまで大きな売上にはならない。クリスマスケーキやチキンなどもあるが、売上的にはふだんの揚げ物セールの方が多くなる。11月には揚げ物半額セールがある。動きが少ない時期だからこそセールで盛り上げたいという狙いがある。冬のイベントで単価上昇を図る。
▲	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇が続いているなか、客が買物に慎重になっている。必要最低限の物は買うが、ついで買いなどは少なくなっている。
▲	衣料品専門店（役員）	・次々に値上げのニュースが出てくるため、衣料品に関しては厳しくなると予想している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額が見直されるため、やや悪くなる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額が見直されるため、年明け以降の販売台数は減少傾向となる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業）	・販売量が落ちてきている。水害による買換え需要もなくなり、停滞する見込みである。

▲	その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・物価が上がっているため、年末に買い控えが起こりそうである。
▲	その他小売［生鮮魚介卸売］（営業）	・年末年始の対応もそろそろ考えるべきだが、現状からは想定しにくい（東京都）。
▲	高級レストラン（経理担当）	・株式相場は勢いを弱めながらゆっくりと後退している。個人の消費マインドがこの状況に影響されつつあるのか、個人客の予約が減ってきている（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・２～３か月先については、12月までは良いが、１～２月になると寒さが厳しくなり客足が悪くなってくるため、今よりも売上が２～３割減ってくる。
▲	一般レストラン（経営者）	・重油の価格がどんどん上がっており、ガソリンやビニール資材等、石油関連製品が全て高騰している。その分、今よりも物価が上昇し、景気は悪くなってくる。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価が上がり、今の若い人たちはかなり安価な店に飲みに行っているようである。忘年会なども今年はあるのか分からない。
▲	都市型ホテル（経営者）	・やや悲観的かもしれないが、表面上はほぼ横ばいではあるものの、物価や人件費の上昇に売価が追い付いていない。来客数から見て、値上げをすると競合他社に客が流れることが予想されるため、なかなか厳しい。そうしたことから、現状は変わらず、将来的にはじわじわと悪くなる（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・今月は、団体客の需要が売上に寄与しているが、２～３か月先は取り込みに苦慮している。個人客をターゲットとしているが、ある程度単価を下げる必要がありそうである。
▲	旅行代理店（従業員）	・物価高、燃油サーチャージを含む燃料代の高騰、円安の影響により、特に海外旅行は先細りしていくとみている。
▲	旅行代理店（営業担当）	・寒くなるため光熱費が掛かる。灯油や電気料金などを含め全ての物が値上がりし、余裕がなくなる。
▲	旅行代理店（営業担当）	・食料品の消費税が減税されても、ガソリン料金の補助がなくなれば流通コストが上がるため、値上げしないと維持できなくなり、結局のところ景気が悪くなる（東京都）。
▲	タクシー運転手	・今年は天候が不順であり、景気の良しあしよりも降雨が客の増減に影響しているため、非常に見通しにくい（東京都）。
▲	通信会社（社員）	・景気が良くならないことが気持ちを沈ませ、諦めムードも広がっている。国内旅行も国内客にとっては大幅に価格が上がっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・金利の上昇により住宅ローンを抱える子育て世代の家計が悪化する懸念がある。
▲	ゴルフ場（経営者）	・真冬の来場者数は、寒さの影響からどうしても減少するため、どこまでその影響を小さくできるかが課題である。加えて、政府による電気料金の補助再開が発表されたものの、中東情勢の影響により依然として原油価格や物価の上昇が続いており、運営コストが増え続けているため、経営的には不安が残る。また、最低賃金引上げや採用コストの増加など、部材調達部分での物価上昇と人件費の高騰が経営を圧迫しているため、コスト面での見直しを図らなければ事業継続が厳しくなる一方である。
▲	パチンコ店（経営者）	・値上げラッシュが続き、消費者は節約傾向になっている。政府の積極財政に期待するが、効果が現れるのはまだ先である。
▲	その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・駐車場のため定期契約の客がいるが、定年退職で契約をやめる客や経費削減のために契約数を見直す企業が増加傾向にあるため、先行きの景気は悪くなると予想している。
▲	その他サービス［学習塾］（経営者）	・問合せ件数などが減少している。
▲	設計事務所（経営者）	・行政の仕事が６割、民間の仕事が４割という状況で営業活動をしている。行政の仕事は新しい物が見受けられないが、民間についてはここ２～３か月は客を見付けることがやや大変という状況が続いている。目標を設定しながら何とか客と会話をしたいと考えているが、それには現在の物価が大きな障害になっており、新しい仕事を取ることが非常に難しくなっている。
▲	設計事務所（所長）	・受注が少ない。

	▲	その他住宅［住宅資材］（営業）	・先々の建築資材の荷動き情報を確認すると、一部の大口物件が目立つものの、全体の景況感は底上げできない（東京都）。
	×	一般小売店［家電］（経営者）	・仕事の話が途絶えがちになっており、新たな話もないため、何となく不安である（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・台風などの自然災害により、地域全体でかなりの被害が出ている。土砂崩れ、冠水、停電など復旧に多額の個人負担が発生するとみられる。そのためか買上点数が減少しており、特にし好品ではケーキなどが前年比で４割減少となっている。この傾向はしばらく続く。
	×	一般レストラン（経営者）	・世界情勢が不安定なこと、多発する災害などが一般消費者の心理に悪影響を与えている。円安による物価高も人々の消費意欲を減退させている。飲食業についていえば、原材料費の値上がりで利益が減っている。さらに、最低賃金引上げがあることで一般管理費が膨れ上がるため、今後は廃業、閉業、倒産が増えていく。また、今年は令和８年８月千葉豪雨やその後の台風被害がひどく、飲食業への経済的影響としては、これから景気の落ち込みが始まるとみている。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は下降トレンドとなっている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・物価上昇及び実質賃金の低下により、生活防衛を意識し、高額レジャー支出を抑制する動きが続く。
	×	その他サービス［学習塾］（経営者）	・当校に通う生徒の場合は、教育費がかなり負担になっている家庭が多い。辞めていく生徒も多く、景気は悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・工事費の先行きが不透明で、中小企業の事業主が考えるような事業の採算が合わない状態が続いている。
企業動向関連 （南関東）	◎	その他サービス業［ソフト開発］（従業員）	・値上げ交渉が進み、中途採用者など人材確保に動きが出てきている。仕事量が増えているため景気拡大を維持できそうである。
	○	食料品製造業（経営者）	・大口の注文が入ってきているため、今より売上は増える。小麦、砂糖の値上げ通知が来ているため、利益が減る心配もあるが、もち米の価格が大分下がってきたため、相殺される。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からの内示によるとやや良くなる見込みだが、予断を許さない。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在、自動車メーカーの生産状況は好転しており、３月末の期末決算に向けて更に上向くとみている。
	○	その他製造業［化粧品］（営業担当）	・今後は補助金、食料品の消費税減税などの効果により、消費者のマインドが上向く（東京都）。
	○	通信業（従業員）	・食料品の消費税が１％へと減税されれば、やや良くなる（東京都）。
	○	金融業（営業担当）	・製造業はＡＩや半導体関連の需要により緩やかに良くなっていく。非製造業は回復にばらつきがあり、価格転嫁や人件費負担への対応が急務である（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	・取引先の飲食店では、年末に向けた予約や問合せが入り始めており、団体利用の相談も少しずつ増えている。また、一時期落ち込んでいた中国を始めとするアジア圏からの来店客にも回復の兆しがみられ、インバウンド需要の持ち直しが期待できる。原材料費や人件費の高騰など、経営上の課題は依然として残るものの、忘年会や会食需要が高まる時期を迎えることから、今後２～３か月は飲食店を中心に売上や集客がやや改善し、景況感も上向くと見込んでいる（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・楽観はできないものの、今年度新たに受注した案件があり、11月か12月に計上される見込みである（東京都）。
	○	その他サービス業［警備］（経営者）	・時期的に今後も仕事量が増えていく。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年は11～12月に年賀状印刷の注文があり上向きになるが、ここ１～２年は見込めない。実際に、今月後半に入っても年賀状印刷の注文に関する話が少ない。一方で、印鑑のリフォーム需要は若干伸びており、やや上向きである。合わせると、ほぼ変わらない見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・例年年末になると荷動きが多少良くなるが、今年は変化がありそうにない。

□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在は医療品容器関連の受注増加で活気があるものの、中東向けの企画が凍結されており、先行きは不安定である。
□	金属製品製造業（経営者）	・半導体関連を中心に生産量が増えているが、インフレや世界情勢の不安定さ等があり、それらをにらみながらの生産となる予想である。
□	金属製品製造業（経営者）	・年度内は現状のままである。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・現在の景気の良い状態が、今後もＡＩ関連製品に支えられて継続する予想である。品薄が続く状況がしばらく継続する。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・依然として半導体関連の受注量は堅調に推移するとみられるが、原材料費は価格転嫁ができても、エネルギー、人件費については100%満額の回答はもらえず、50%程度のため、利益面ではまだ難局が続く。
□	建設業（経営者）	・コストアップに伴う物価上昇に対して、金利上昇により需要と供給を引き締めれば、当然、景気は後退する。
□	建設業（営業担当）	・資材価格の高騰が継続しているが、物件数的には下げ止まった様子のため、短期的には余り変わらない。
□	輸送業（経営者）	・年末年始に向けて取扱量の増加を期待したいところではあるが、近年の傾向からすると期待薄とみられ、例月と変わらない動きになると推測している。燃料を始めとする資材の高騰が大変気掛かりである（東京都）。
□	輸送業（経営者）	・継続して受注がある（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は低迷しており、輸出に関しては全くない。今後も現状のままという予想である。
□	金融業（従業員）	・売上は増加している企業が多いが、業種を問わず物価上昇に関する悩みの声が多く聞かれる。価格転嫁が進んでいる企業が多いものの、取引先との関係などから遅れている企業もあり、２極化が進んでいる。また、価格転嫁が進んでいる企業でも、値上げ交渉そのものが大きな負担になっているという声が寄せられている（東京都）。
□	金融業（営業担当）	・年末に向けて、本来であればある程度受注の伸びが期待できる時期だが、先行き不透明な状況が続いており、今後の動きが読めないという声が多く聞かれる。発注元からの計画が３か月程度しか開示されず、期末に向けた受注体制を整えられないと訴える企業もあり、先の見通しが立たない状況が続いている。
□	不動産業（経営者）	・当社が管理する賃貸物件の入居率に変化はない。この先、契約更新が数件あるが、貸主、借主共に金利、諸物価、人件費の上昇に苦慮しており、賃料改定について難儀しそうである。
□	広告代理店（営業担当）	・新規客獲得については、当社としても積極的に動いており、需要もあるとみているものの、各社の宣伝費が増えておらず、受注額が縮小している。この先もしばらく変わらない（東京都）。
□	税理士	・大手の輸出企業は１ドル160円前後という円安の恩恵で好調である。逆に、輸入企業は円安により原材料価格が上がっていることに加え人件費も上がり、経営が非常に苦しい（東京都）。
□	税理士	・サイバー攻撃対策に時間が掛かりそうであり、インターネット取引に影響が出ている。株価にも影響が出ているようで、これから年末までの時間で善処できるか不透明で、不安である。一方、消費者の購買意欲は高まっているようで、冬季ボーナスへの期待感は大きく、中小企業の業績もここ数年を上回っている。
□	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	・良くなる材料が余りない。
□	その他サービス業［廃棄物処理］（経営者）	・原材料、資材等の値上げがあり、厳しい状況が続く。
▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月までは受注量が多いものの、１月から大幅に減るため、景気は悪くなる（東京都）。
▲	化学工業（総務担当）	・取扱製品の需要減少期に当たることに加え、値上げの影響により受注が減っている。
▲	建設業（経営者）	・世界情勢が不安定であるため、今後は悪くなる。
▲	建設業（経営者）	・原油が高騰し、建築コストも上がり、物件自体がなくなっている。

	▲	輸送業（経営者）	・先行き不透明な部分が多い（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・建築基準法の改正により、建築確認の許可が下りるまで２～３か月の遅れが常態化している。その影響により、建設業、製造業の業績悪化が限界に達している。
	▲	不動産業（従業員）	・超高価格帯の物件の好調な動きは続くものの、中間層の動きは鈍化する（東京都）。
	▲	不動産業（総務担当）	・飲食テナントの集客力に変わりはないが、客単価は落ちているようで売上の伸びがなく、歩合賃料は下落気味である。また、人手不足でランチ営業をやめざるを得ないテナントも出てきていることは懸念材料である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・原油調達の問題が原材料価格高騰の根底にあるため、徐々に中小企業を締め付けていく（東京都）。
	▲	その他サービス業［ビルメンテナンス］（経営者）	・最低賃金引上げで現行の人件費が上がり、新たに募集する単価が更に上昇している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・物価上昇の更なる影響により広告宣伝費の見直しが発生している。資材価格は低下する状況にはないため、ますます状況は悪化する（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・インフレは良いが、発注単価とかい離してしまっている。
	×	不動産業（経営者）	・良くなる見通しが全くない（東京都）。
	×	その他サービス業［ソフト開発］（経営者）	・米国の中間選挙後に混乱が起こり、景気の変動が激しくなると予想している（東京都）。
雇用関連 （南関東）	◎	－	－
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求人数については若干増加傾向にある。年度末に向けて繁忙時期に入り、景気も上向きになる見込みである（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・離職者補充の動きがあり、どの会社も忙しくしているが、景気回復の兆しはみえにくい。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は引き続き堅調に推移することが見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数が改善に向かう好要因が見当たらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人自体は継続して発生しているものの、人数に大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・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中の状況にあり、先行きは不透明である。しばらくはこの状況が続き、セキュリティ関連費用を多く計上したり、個人情報漏えいの見舞金として特別損失の引き当てを調整しているようである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・世界情勢の不安定感、米国との貿易摩擦、ＡＩの台頭、セキュリティ上の脅威などネガティブな問題が多いなか、ポジティブな話もないため、当面景気の回復は見込めない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・国内景気、海外情勢、消費動向、円相場の動向、株価の高騰など不安材料がめじろ押しである（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・ＡＩの導入により採用人数を抑えていく動きがあり、各企業での雇用者数は増えていかない（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（所長）	・企業の求人手法が多様化しており、数字を確認しにくくなっている。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・このまま物価高が続くと、変わる気配はない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増減を繰り返しているものの、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価高がまだ続くため、景気が良くなるとは考えられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人件数はそれなりにあるが、適した人材がなかなかおらず、採用が増えていかないため、余り変わらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・業務効率の観点からＩＴ化やＡＩ活用を進める企業が増えてきて、事務業務での人手の必要がなくなり、事務派遣のポジションを減らす企業が出始めている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・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）	・例年、年内から年明けにかけては人材の流動が落ち着くため、企業が依頼を控える傾向にある。１月下旬以降は新年度に向けた増員や現ポストの入れ替わりが発生するため、依頼の増加が見込まれる（東京都）。
	×	＊	＊