Ⅰ．景気の現状に対する判断理由等

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

１．北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北海道)	◎	一般小売店［土産］（経営者）	来客数の動き	・10月に入っても、国内線の乗降客数が順調に伸びていることから、景気は良くなっている。平日や週末にかかわらず、若年の方から年配の方まで、幅広い年代の客が当地を訪れており、特に個人客や小規模団体客での利用が多くみられる。インバウンドについては、例年と同様に、乗降客数は少ないものの、高単価商品を購入する客が多くみられる。これらのことから、売上は順調に推移している。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数、売上、客単価のいずれの指標も少しずつ上向いている。インバウンドによる購買については、以前と比べると、弱さがみられるものの、全体的には堅調に推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数がようやく前年並みに回復してきた。ただし、買上点数は、依然として厳しい状況にある。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売効果により、販売量が増加しており、収益増につながっている。
	○	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・時期的なこともあって、スタッドレスタイヤを購入する客が多く、売上が好調に推移している。タイヤ関連商材の購入や作業依頼も多く、売上は前年比110%で推移している。そのほか、洗車ニーズの高まりにより、洗車用品の売上も好調に推移している。洗車用品については、単価の高い商材がよく売れていることから、価格よりも質を重視する客が増加していることがうかがえる。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・国内線の旅客数は、観光需要や帰省需要に加え、次世代半導体関連やデータセンター関連などのビジネス需要が堅調に推移し、前年比で５%程度の増加となった。国際線の旅客数は、中国からのインバウンドが８割の減少となったものの、韓国を中心としたアジア圏からの需要で減少分を補完し、前年比で７%程度の増加となった。当地の航空需要は、国内線、国際線のいずれも好調に推移している。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・教育分野で、海外研修の需要が回復しており、案件数、参加人数のいずれも堅調に推移している。企業分野では、周年事業や記念行事に関連した案件で、参加人数が増加傾向にあり、従業員のエンゲージメント向上や企業文化の醸成を目的とした参加型イベントに対する企業の意欲が高まっている状況がうかがえる。教育分野及び企業分野において、前年を上回る動きがみられることから、市場環境は総じて良くなっている。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・来客数について、ここ３か月の動きをみると、例年を10%程度上回って推移している。特にインバウンドの個人型観光客による利用が多く、主力の台湾を始め、多くの国・地域からの来訪がみられる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月に入り、最高気温が10度台前半に低下するなか、観光客の入込が減少している。当地のホテルに宿泊するビジネス客や観光客も減っている。
	□	一般小売店［酒］（経営者）	販売量の動き	・10月に入ってから、売上がやや回復しているものの、基調が変わったとみるほどの状況ではない。
	□	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・来客数が減っているものの、客単価が上昇していることから、売上としては余り変化がみられない状況にある。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価高を背景に、客の買い控えが長期間にわたって続いている。また、灯油について、記録的な高値が見込まれていると報道されていることもマイナスである。既に厳しい状態にあるなか、悪いまま横ばいで推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が高めで推移していることもあって、衣料品や日用品について、秋物及び冬物の動きが悪く、販売量が計画を下回っている。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。特に来店頻度が低下していることから、節約のため、購入点数を減らすだけでなく、来店回数そのものを減らす傾向がうかがえる。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・家計の支出が増える話ばかりであり、景気が良くなるような要因が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安を要因とした物価高騰によって、客の節約志向がかつてないほど高まっている。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・売上の前年比の動きをみると、３か月前と変化がみられないことから、景気は変わらない。一方で、セールの売上が好調だったことから、客の節約志向が強く、値頃感を意識した購買行動となっていることがうかがえる。
	□	その他専門店［医薬品］（経営者）	販売量の動き	・客足は天候に左右される面がある。10月の当地は、特に荒れた天候もみられなかったことから、主要客層となる中高年の人出が良かった。
	□	その他専門店［造花］（店長）	お客様の様子	・クリスマス商材の購買行動が鈍化している。年を追うごとに落ち込む傾向にあり、需要が低迷している状況にある。
	□	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・秋シーズンに入っても、来客数、客単価を維持できており、比較的好調な状況が続いている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・景気は変わっていない。今後については、インバウンドの宿泊人数の動向に注目している。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・オフシーズンに入り、来客数や販売量が減少する時期となっている。前年を下回る傾向は３か月前と変わらないものの、減少幅がやや拡大している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・10月は天候の良い日が多く、気温も月末までは平年を上回っていたことから、タクシーの利用客は前年よりもやや減っている。タクシー１台当たりの売上は、前年比プラス３％ほどであったものの、前年12月に約10％の値上げを実施したことを踏まえると、今一つであった。ただし、当社ではドライバーの採用に注力している効果で、前年よりもドライバーの人数がやや増えており、それに伴ってタクシーの稼働台数も増えているため、会社の売上は前年比プラス10％ほどであった。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・10月に入り、寒暖差が大きくなっていることから、利用客数が減少している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・当地は港町であり、今年は魚の水揚げが少なく、船団の寄港も減っていることから、景気の悪い状況が続いている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客の利用が余り伸びず、地元客の動きも余り良くなかったことから、景気は変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・携帯電話について、今年度上期は他社からの乗換えが前年を上回る水準で推移していたものの、足元の販売量の動きは一服感がみられる。料金プランの変更や端末、固定通信などに対する需要は引き続きみられるものの、販売実績をみる限り、大きく伸びている状況にはない。このため、景気は、３か月前とおおむね横ばいでの推移となっている。
	□	その他サービスの動向を把握できる者［フェリー］（従業員）	来客数の動き	・閑散期を迎えるなか、旅客及び車両の輸送量は例年とほとんど変わっていないものの、今年は天候要因による欠航が目立っている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築費の高止まりに加え、金利が上昇基調にあることから、客の購買意欲が上向いてこない。
	□	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・物価上昇の動きに客が慣れてきた面はあるものの、これからも物価上昇が続くと見込まれることから、客の意識が生活防衛に向きやすくなっている。そのため、景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高騰により客の買い控えが強まり始めている。また、駐車場の稼働率も低下している。ガソリン料金が高騰していることで、車での来店を控えているとみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・当地の初雪が前年よりも１週間ほど遅かったこともあって、冬物の出足が鈍くなっている。また、インバウンドについては、国慶節における中国人観光客の動員が厳しかったことから、苦戦した。全体としては、10月はやや苦戦した。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・世の中の動きがつかみづらくなっていることで、消費が落ち込んでいる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・販売動向をみると、ビール類の売上減少が顕著にみられる。酒税法の改正により、ビールは値下がりしたものの、発泡酒が値上がりしたことで、これまで発泡酒を購入していた客の購買が減少しており、全体の売上を押し下げている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・10月に入り、加熱式たばこが値上げされたこと、酒税法の改正により発泡酒など第３のビールが値上げされたことから、たばこ及び酒類の買い控えが進んでいる。販売量が相当落ち込んでおり、売上の足を引っ張っている。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・ガソリン料金や灯油価格が上昇しているなか、気温が低下するにつれて、来客数が伸びている。特に、冬物衣料の販売量が増加している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・経済の先行きが不透明なことから、個人消費が鈍化傾向にある。新車受注や中古車販売も厳しい状況にあり、収益環境は前年と比べても厳しくなっている。また、台風が続いたことで、新車輸送に生じた遅れが解消できず、新車販売に影響が出ている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数が前年を２割ほど下回っている。新型車が少ないこと、金利が高いことから、厳しい販売状況にあり、当店も含めて全店で目標を達成できていない状況にある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・イベントの来場者数は前年並みで推移しているものの、受注台数は前年を下回っている。景気の先行き不安から、車の買換え時期を迎えても、車検を受けて乗り続けることを選択する客が増えている。
	▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（経営者）	単価の動き	・灯油価格が高騰していることで、販売量及び利益が厳しい状況となっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・気温の影響もあって、来客数が前年を下回っており、売上はやや悪い状況にある。取引先の飲料業者では、特に高額品の予約が不調なようで、購入依頼の連絡があった。一方、ホテルのビュッフェ店は、開店前から行列のできる店もみられるなど盛況なようである。コース料理中心の店では考えにくい状況であり、羨ましくもある。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・10月の来客数が減少傾向にある。客単価も伸び悩んでいる。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・10月は、旅行に関する相談件数、見積件数のいずれも前年を下回った。新規の問合せが伸び悩んでいることに加え、案件の具体化に伴って見積りを提示するケースが減少している。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・10月に入り、観光需要が一段落し、地元住民による利用が主体となっている。当地全体の景気が良いとはいえない状況にあることもあって、タクシーの運行本数は、前年を１割ほど下回っている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・灯油価格がガソリン料金に近い水準まで上昇していることで、客の節約志向が顕著にみられるようになっている。これから除雪に関する支出が増えることもあって、今後も同様の状況が続くことになれば、売上がかなり落ち込むことになる。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・10月の売上は、前月や前年と比べて、約５％の落ち込みとなっている。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・店頭商品が値上げされたことで、欲しくても買うことを諦める客が増えている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・非住宅部門は割と堅調に推移しているものの、一般住宅は着工数がほとんど増えておらず、引き続き非常に厳しい状況にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームに来訪する客について、予算制約が厳しくなっていることがうかがえる。購入に至るまでの判断に時間を要するようになっている。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・10月後半に寒気が流入したことで、冬物需要が高まったものの、価格にシビアな客が多く、購買を決めるまで数日にわたって下見を続けるようなケースが増えている。
企業動向関連 （北海道）	◎	－	－	－
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・９月以降、受注量が上向き始めている。３か月前と比較すると、景気は上向き傾向にある。
	○	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部ではあるものの、設備投資を含め、法人需要が活発になっている。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、各現場では年度内の完工に向けて、工事が順調に進捗している。今年は、台風や豪雨による工事への影響がほとんどなかったことも、工事利益を確保する上でプラスとなっている。また、追加工事に伴う変更契約も随時決まっており、完工高、利益共に、当初の見込みを上回る状況となっている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫保管については、バターなどの乳製品の在庫が引き続き堅調に推移している。農畜産物の輸送については、玉ねぎが豊作であったことから、国内向けが大幅に増加しているほか、輸出向けも増加している。また、紙パルプの輸送についても、工場の生産が順調なことから好調な荷動きとなっている。今年は荒天の影響により、貨物船便数が減っているものの、陸送への切替えなどで対応できている。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・半導体関連やデータセンターなどを巡る動きが明らかになるにつれて、ビジネスとして期待できるような話題もみられるようになっている。
	○	その他サービス業［建設機械リース］（営業担当）	取引先の様子	・人手不足、資材価格の高騰などの懸念事項はあるものの、国内の建設投資は緩やかな増加傾向で推移している。
	○	その他非製造業［鋼材卸売］（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注案件が順調に増えている。また、設備の更新も含め、設備投資に興味を持つ客先が増えている。ただし、客先において、人材不足や働き方についての改善が順調に進んでいないことは気掛かりである。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の動きは変わっていないものの、前年と比較すると、売上も販売量も減少している。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・住宅関連業界の景気は下向きのまま変わっていない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・案件はあるものの、建設費高騰や技術者不足のため、契約に至らないケースが多くみられる。計画がストップする案件も増えている。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・農畜産物の物流が順調に推移している。ただし、これは例年の動きであり、物量が特別増加しているわけではない。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・中途採用、新卒採用、外国人雇用のいずれについても、離職者が増加しているという企業の声が多く、人手不足感が強まっている。ただし、募集賃金の引上げなど更なるコストを掛けて人材を雇用しようという動きは弱まっている。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・売上目標に対して、上振れも下振れもなく推移している。客先の状況も特に変化がみられない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・相続以外の不動産取引に関連する登記業務の売上がそれなりにあることから、３か月前とさほど変わらない。周りの同業者をみても、仕事に困っている様子はみられない。ただし、建築資材などの物価高騰の影響を案じていることが多く、景気は良くも悪くもない状況にある。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・セキュリティの重要性を認識する企業は多いものの、実際に対策を講じる企業の絶対数は非常に少ない。設備投資に対して、十分に積極的になれない企業が多いとみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービス業［ソフトウェア開発］（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ＡＩ関連で余り良くない話を耳にする機会はあるものの、まだ直接的な影響が生じているわけではない。
	▲	農林水産業（経営者）	それ以外	・関東地方などの長雨の影響で、農作物の価格が高いまま推移している。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・例年と比べ、受注量が減少している。新築建物やリフォーム工事に必要な資材を始め、様々な物の価格が高騰していることが要因とみられ、改善する要素が見当たらないことから、景気はやや悪くなっている。
	×	－	－	－
雇用関連 (北海道)	◎	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・秋口に入り、冬のボーナス受給後の年明け入社を見据え、本格的に転職活動を始める求職者数が増えている。企業側の採用意欲も引き続き底堅いことから、求職者が転職に対して具体的に動き出したことで、面接から採用決定までスムーズに進むケースが増加している。選考のスピード感も増している。人材の流動性が高まり、現場の活況が感じられることから、景気は良くなっている。
	○	－	－	－
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	雇用形態の様子	・アルバイトやパートの求人数の減少は底を打ったとみられる。一方、正社員の求人数は依然として減少している。人手が必要と捉えている企業は多いものの、より中核人材の募集にシフトしているため、なかなか求める人材を採用できない状況にある。また、採用手法を模索している企業は多いものの、経費をそれほど掛けることができないとする企業が多い。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・季節要因を除けば、業種を問わず求人数は大きく変わっていない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・10年ほど前に進出してきた全国大手の競合が当地から撤退した。地方都市における今後のビジネス機会の乏しさが要因とみられる。中長期的な視点から、将来性や収益性が期待できないエリアとみなす企業が、今後、増加することを懸念している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年や直近数か月と比べると、求人数は減少しているものの、企業の話からは、引き続き採用意欲が高いことがうかがえる。
	□	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・企業の採用活動の様子をみると、当地の経済動向は足踏み感がみられる。一方、人手不足が続いている産業については、採用活動が常態的に行われていることから、景気に左右されるものではないとみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における９月の月間有効求人倍率は、前年を0.07ポイント下回る0.73倍であった。一方、３か月前の有効求人倍率は、前年を0.07ポイント下回る0.71倍であったことから、景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は減少傾向にあるものの、求人数の減少幅は月によって変動している。また、業種によっては外国人雇用で対応する事業所もみられる。そのため、求人数の減少が総じて景気の悪化によるものとは判断できない状況にある。今後も、物価高騰や人件費増加、人口減少、少子高齢化の影響など様々な動きを注視する必要がある。
	□	学校［大学］（就職担当）	採用者数の動き	・観光需要や個人消費に支えられ、緩やかな持ち直しの動きが続いている。一方、企業の採用者数や求人状況には大きな変化はみられない。人手不足感は強いものの、おおむね横ばいでの推移となっている。
	▲	＊	＊	＊
	×	－	－	－

２．東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	－	－	－
	○	一般小売店［医薬品］（経営者）	お客様の様子	・10月はインフルエンザが流行しており、そのような症状が出た人が相談のため来店し、来客数が若干増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(東北)	○	一般小売店［医薬品］（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比105%、売上は前年比107%である。来客数が増えたことで販売量が増加しており、毎日の売上が前年を超えている。
	○	一般小売店［寝具］（経営者）	販売量の動き	・カーテンの注文が数件入っている。布団の仕立ては相変わらず少ない。
	○	一般小売店［書籍］（営業担当）	販売量の動き	・小規模チェーン店だが、売場を縮小した１店舗を除き売上は僅かながら伸びている。前年の売上も大きかったとはいえないが、それを上回る状況が続いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・新米価格が前年より安いため、販売点数が伸びている。来客数、販売点数は前年比２%ほど伸長しており、売上の増加につながっている。
	○	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・気温の低下により売上が低迷していた夏商品の販売が、秋になり持ち直している。
	○	スーパー（販促担当）	来客数の動き	・特売日や割引日、クーポン配布日は来客数が増加し、チラシ掲載商品やお買い得商品の売行きが良くなっている。また、総菜や弁当など手軽に食べられる商品の需要増加もみられる。来客数や商品の売行きから、消費の動きはやや改善しているとみている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しており、好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・冷夏であり売上に影響が出ていた３か月前と比較すると良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上は前年比103.5%、来客数は100.2%、客単価は103.3%となっている。店内調理の商品の売上が好調である。消費期限が近くなったものを値引きしていることもあり、売り切ることができている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・客の財布のひもが多少緩くなっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・高額車両や附属品の販売により、１台当たりの販売単価が高くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前半は予約が全くなかったが、後半になり盛り返しており、通してみると例年並みである。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンは国内客、インバウンド共に好調であり、冬季のインバウンド先行予約も好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・紅葉の時期であり宿泊客は多い。ただし、台風30号等の影響によるキャンセルも発生している。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・紅葉の時期であることに加え、熊出没に関する報道が少ないことによる安心感から、客足は増加傾向にある。
	○	通信会社（営業担当）	単価の動き	・販売単価を下げずとも受注につながる案件が増えている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドの動きが好調で、この先も増えそうな状況である。
	○	その他サービス［自動車整備業］（経営者）	販売量の動き	・この時期は例年忙しいが、今年は例年以上に仕事量が多い。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量が増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が高止まりしていることに客が慣れ始めている。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・資産効果により、富裕層の宝飾品を中心とした高額品消費は堅調に推移している。物価上昇が選別消費に拍車を掛けているのか、節約対象アイテムとなる衣料品の動きは厳しいが、ポイント還元など価格訴求に対しては敏感に反応している。気温の低下により、婦人服は若干の動きがみられる。
	□	百貨店（従業員）	単価の動き	・前年にはなかった販売促進施策を実施したことで来客数は増加し、一時的に売上は伸びている。しかし、客単価は変わらず、必要最低限の購買行動にも変化はみられない。
	□	百貨店（経営者）	来客数の動き	・来客数の前年比２けた増は変わらず、売上も前年を大きく上回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・10月の平均１品単価は前年比101%強で推移している。来客数は伸びず、前年比横ばいとなっている。買上点数は前年比では２%強減少している。各メーカーの商品値上げや諸経費の増加が続くなか、消費行動は低価格訴求品へシフトする傾向がみられ、家計防衛意識の高まりがみられる。消費の傾向に大きな変化はみられない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの状況は変わらない。酒税改正の前後で需要の変化はみられない。米価も下落し、売上を作れておらず、低調な推移が続いている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・若年層や高齢層の客は低価格商品や値引き商品を吟味して買物をしている。それに対し、中高年層の客は多少値が張っても気に入った商品を購入しているようにみえる。商品値上げの影響により、全体的に買上点数は減少傾向にあり、サービスや価格競争などで利益を出しにくい状況は変わっていない。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価、買上率共に前年比に大きな変化はみられない。
	□	スーパー（店舗運営）	販売量の動き	・日替わり商品や特価品の販売量に大きな変化はないものの、通常品の買い控えが続いており、買上点数が低調な状況は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の競合店が改装のため１か月半休業している。その影響か、朝の通勤時間帯の来客数が増加している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比102%と前年とほぼ変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・秋冬物の衣料品が動き出したことに加え、企業の作業服の受注が増えている。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・寒暖の差があるとはいえ、例年よりも気温が高く推移していることで、全体的に冬物商材の立ち上がりが遅れている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表から２か月ほどだが、その効果が薄れてきている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の登録台数は若干増加しており、売上も増加している。しかし、物価上昇の影響により原価も上昇している。
	□	その他専門店［靴］（経営者）	販売量の動き	・食料品や生活必需品の価格上昇の影響により、購入を慎重に考える客が増えているようで、商品の試し履きをしても購入には至らないケースが多くなっている。
	□	その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	販売量の動き	・天候が回復し販売量は前年に近づいたものの、超えてはいない。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	お客様の様子	・購買点数、客単価に変化はみられない。
	□	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・例月と比較して特段の変化はみられず、景況感や顧客動向などに大きな動きはない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・土日の来客数はやや増加しているが、平日の客足はランチ、ディナー共に非常に鈍い。景気が悪い状況が続いている。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元客の来店は少ないが、せり鍋を目的に関東から訪れる客が多くなっている。
	□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は、土日に増加しても平日は昼夜共に減少しているため、全体的にプラスになっていない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は増えず、問合せも少ない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・季節要因もあり来客数は増えているが、景気が上向いているといえるほどではない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価上昇が更に進んでいることに加え、燃油サーチャージの高騰もあり、海外旅行を中心に支出を控える傾向が継続している。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・客との会話では、スーパーの買物で安い物を探したことや飲み会は選んで出席しているといった話を聞く。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高が続いている。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・入場者数が好調であることに変わりはなく、さらに、今月は大規模スポーツ大会関係の来場者も1000人を超えた。一方で、大会開催によりホテルが取れないという声も多く聞かれた。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・第３週の週末を除き天候に恵まれたため、来客数は前年を上回っているが、前々年は下回っている。
	□	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・予約数が前年を上回っている。
	□	その他住宅［リフォーム］（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、給湯器やコンロの交換が増えている。省エネ型給湯器の工事も僅かに増えている。リフォームは、庭木のせん定が増えているものの、物価高による買い控え、原材料や資材の価格高騰の影響による落ち込みが続いている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者数は横ばいで推移しているものの、物価高の影響が顕著となっており、ぜいたく品を中心に買い控えがみられる。
	▲	一般小売店［医薬品］（経営者）	来客数の動き	・来客数は年金支給日から数日を除いて大きく減少している。また、食品や灯油などの生活必需品の値上がりにより、店頭売上も減少している。
	▲	一般小売店［酒］（経営者）	販売量の動き	・取引先の飲食店に関しては、特に平日の販売量が低下している。予約がない日は臨時休業するなどして対応している店も少なくない。値上げできる店、低価格でも回転率を上げられる店、インバウンドに対応できる店が少ない地方では厳しい状況が続いている。また、家計節約の影響は依然として大きく、抑えられる支出は抑えようとする傾向が強いため、消費マインドが上向かない。
	▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・天候不順も重なり、来客数が大幅に減少している。街のイベントに連動した施策を打ち出したが、来店喚起には至らなかった。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・他社の特売価格の打ち出しがかなり激化しており、来客数が前年を割っている。
	▲	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・特売品しか売れていない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり落ち込んでいる。前月に続き天候が悪かったことに加え、雨が続き農家が稲刈りできなかったことも要因とみている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にあり、販売量も前年割れの状況である。買上点数と客単価は横ばいで推移している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響により、買上点数が前年より少なくなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は３か月にわたり前年比90%で推移している。天候の影響もあるが、１番の要因は物価上昇による消費マインドの低下とみている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・台風などの天候要因もあってか、秋への移行が進まない。夏なのか秋なのか分からないような天候が続いているため衣替えが進まず、潜在的なニーズが顕在化しにくくなっている。来客数が伸び悩んでいる。
	▲	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・終わりがみえない燃料や食料品等の価格上昇が生活に影響し、来店頻度や購買機会が減少している。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型スマートフォンの販売は好調だが、パソコンの売上減少分をカバーするには至っていない。エアコン需要は終息しており、季節商材や白物家電も低調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・上期決算セールやイベントが落ち着き、テレビや冷蔵庫など大型家電は冬のボーナス商戦に向けた下見の客が増えてきている。季節商材のコーナーは夏物から冬物へ変更しているが、まだ涼しい程度の気温のため、冬物商材に関しても下見の客が多い印象を受ける。それでも洗濯機や新型スマートフォンが発売されたことによる下支えがあるため、やや悪くなっている状況である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は中古車が増加しているものの新車は減少している。新車については商談件数も減少している。価格の高騰や新型車の発売がないことに加え、金利上昇も影響している可能性がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売量は３か月前比99%だが、中古車は同94%となっている。大きな落ち込みではないようにみえるが、前年は新車が109%、中古車が122%と好調であったことを踏まえると、景気は悪くなっている。また、来客数については、既存顧客が115%となる一方で、新規客は88%と減少している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・中古車や中古部品等の購入で費用を抑える客が増えている。
	▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・収益状況は新車のバックオーダーを抱えているため良好である。しかし、足元では相次ぐ物価上昇やクリーンエネルギー自動車導入促進補助金縮小の報道等、ネガティブ要素も多く、客の購買意欲は急速に低下している。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・収入は増えず、物価は上がっていくばかりである。食費や教育費を抑えるには限度がある。そうなるとインテリアなどは、住宅購入の際に思い切ってそろえるより、今ある物を使う人が多くなる。
	▲	その他専門店［白衣・ユニフォーム］（経営者）	販売量の動き	・今年は秋が早く来たため、既に防寒着の注文が入っている。しかし、単価の高い物は出なくなっており、軽防寒で単価の低い物が主流になっている。また、現在メーカー在庫がひっ迫しており、売りたくても売れない状況が続いている。まだ本格的な冬ではないため、何とか持ちこたえている状況である。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	それ以外	・物価高の影響が続いている。特に輸入品はかなり高くなっている。
	▲	タクシー運転手	単価の動き	・利用客、客単価共に伸び悩んでいる。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新規加入者数は放送サービス、インターネットサービス共に減少している。特に放送サービスでは、定額制の映像サービスへの移行者が増加傾向にあることや若年者のテレビ離れにより、解約者数も増えている。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、３か月前は95.6%だったが、今月は87.3%と下向いている。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は天候不順による落ち込みがみられる。また、予約数の減少分を補っていた振り客が前月辺りから減少しており、全体的に数値が落ちている。景気は下向いている。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数に変化はないが、客単価が大幅に低下している。大口客の動きにより、売上に影響が出ている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・施術料金を改定し前年より上げているにもかかわらず、客単価は前年比98%である。ヘッドスパなど施術を追加する客が減っている。
	▲	その他サービス［寮管理］（管理人）	お客様の様子	・寮費よりも安い一般賃貸物件に移る学生が増えている。物価高の影響により、教育費以外を節約する傾向がみられる。親の負担を少しでも減らすためにアルバイトをする学生も増えている。
	▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁発注の設計・工事監理案件は減少や小規模化が進んでおり、落札率の低下による低価格化も顕著となっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月も食品の値上がりが止まらず物価高が進み、かつ、可処分所得が増えないため、客の購買意欲が落ちている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・気温が下がると来客数や売上も減少する。また、今月は最低賃金引上げや電気料金の高騰、除雪代の値上がりと悪い材料が多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・円安の影響により輸入商品の値上がりは著しく、物価高も続いている。また、地方では賃金も上がっていないことから、購買意欲がある消費者は限られている。
	×	その他専門店［酒］（経営者）	それ以外	・売上を始め、全体の動きがかなり鈍くなっている。地元農家の収穫作業が残っていることの影響もあるが、価格変更もあいまって店頭、飲食店共に動きが悪い。対応できる手段も段々と少なくなってきている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・取引先の納入業者からは商品の受注量が減少しているという話を聞く。客からは生活必需品の価格上昇に苦しんでいるという話を聞く。
企業動向関連 (東北)	◎	＊	＊	＊
	○	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注案件が増加している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連事業の動きが良くなっており、受注量及び売上が伸びている。
	○	輸送業（経営者）	それ以外	・大規模スポーツ大会の開催に伴い、他県からの来訪者が増え、宿泊施設の予約が取れないなど観光や飲食はにぎわいをみせている。また、タクシーやバスといった旅客輸送関連でも高いニーズがある。地域経済への効果を実感している。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・水稲は停滞しているものの、価格が低い分引き合いは多い。りんごは例年どおりだが、価格が低い傾向にある。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要駅や観光地の店舗は好調である。商品の値上げで動きが心配されたが影響は少ない。一方で、百貨店の店舗は動きが悪い。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・原料や資材の価格、人件費等の高騰により、飲食店舗では価格改定に踏み切った。来客数はやや減少したものの客単価が上がり、全体でみると微増となっている。
	□	木材木製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・景況感は依然として低迷したまま、固定化している。東北は全体的に案件数が乏しく、数少ない既存案件に競合業者が集中した結果、極めて激しい価格競争に陥り採算を圧迫している。また、鉄やセメント等の資材に対しては価格を受け入れている発注側が、木材に対しては値引き要求をしてくる傾向が強く、適正な利益確保が困難な低水準の状況から脱却できずにいる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間企業からの受注は増えているが、官公庁関連の案件は価格競争が激しく、受注につながっていない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や代理店からの受注が減少している。同業の代理店などの廃業が相次ぎ、地方の同業、業界を取り巻く環境の厳しさが露呈している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新製品の予定があり忙しくなっているが、既存製品は横ばいである。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・受注金額、取引量共に低迷したまま横ばいの状況が続いている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・秋雨の影響はあるが、段取りを組んで工期に間に合うように作業をしている。受注は順調である。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化がない。大規模受注はなく、小規模はコンスタントに受注している。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は数年後の分まで確保できている。物価上昇についてもコストに反映できている状況である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先による値下げ要請の動きに変わりはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・住宅着工件数や自動車販売台数の低迷により、住宅ローンや自動車ローンの申込者数は減少傾向が続いている。一方、事業者は物価高による仕入価格の上昇で必要運転資金が増加していることから、運転資金の借入れニーズは高いものの、更なる金利上昇を警戒し、設備投資には慎重な姿勢である。大規模スポーツ大会の開催により、前月に続いて宿泊業や飲食業は好調だが、元々紅葉シーズンで需要が高まる時期であるため、稼働率や売上増加率の上昇幅は例年と比べてそれほど大きくない。また、大会関連の宿泊単価には上限が設定されており、景気への影響は限定的である。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界の主要業種である流通・小売・エネルギー関連の広告出稿は依然として低調である。広告市場は３か月前と同様、前年をやや下回っている状況である。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・先行きが不透明な状況に変わりはないものの、現時点では取引先に予算を大幅に削減する動きはみられない。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・主要取引先の注文状況は安定しており、定期的な案件を中心に発注量は一定を維持している。ただし、物価高などの影響から各社ともコスト管理や投資には慎重である。景況感は３か月前と変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・物価上昇が収束せず、全体的に消費環境は良くない。生活必需品を比較、選別しながら購入するといった、守りの消費が続いている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業は前月同様、一定程度の売上と業績を確保している顧客が多い。製造業、建設業は工事の遅れなどにより売上が上がらないことに加え、資材不足や人手不足などにより原価が上昇していることから業績の悪い顧客が多い。これは２～３か月前と同じような状況である。
	□	その他企業［協同組合］（職員）	受注量や販売量の動き	・受注量は夏場から大きく増加しており、特に半導体関連は来年まで高めの発注が見込まれる。発注をこなすことが優先されているため価格も採算が取れる程度の額となっている。しかし、原料・資材価格は倍増で高止まりが続いていることから、収益増加には至っていない。また、人手不足が問題となっており、それに対処するための人件費増加が大きな負担となっている。さらに、運送費の増加と運送手段の確保が厳しい状況が続いていることもネックになっている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが常態化しているなか、原材料価格の高騰に伴う製品価格の引上げにより、売上の減少に拍車が掛かっている。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・目立った受注契約がない状況である。
	▲	その他企業［企画業］（経営者）	それ以外	・当地の観光施設は、休日の悪天候が続いた影響により客足が鈍くなっている。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・農業団体に出荷した米の概算金が入金されたが、生産コストを差し引くと収支は赤字である。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が大幅に減少しており厳しい状況である。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力のパソコン市場が落ち込んでおり、受注量が前年比70%となっている。
	×	不動産業（従業員）	それ以外	・価格高騰が影響して不動産の供給過多が継続している。売却については様子見の動きがみられる。
	×	その他非製造業［飲食料品卸売業］（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に10月の酒税改正の影響が出ている。流通側で酒税が変わった商材の対応に追われたとみている。
雇用関連 (東北)	◎	－	－	－
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・夏場以降、新規求人の動きがやや活発になっている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・飲食店を新規開業する企業が何社かある。また、卸売業や製造業でも新しく人を採用したいというニーズが出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大きな動きはなく、求人数に変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・前月から新規求人の依頼は増えているものの、有効求人倍率などに大きな変化はない。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	採用者数の動き	・離職者数が採用者数を上回っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の新規求人倍率、有効求人倍率は前年同月を上回ったが、新規求職者数、有効求職者数が減少に転じたためであり、新規求人数、有効求人数は微減となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比9.3%減少となっており、物価高騰や最低賃金引上げに伴う人件費負担の増加を背景に、求人を控える企業もみられる。中東情勢の影響は落ち着きつつあるものの、企業の採用意欲は依然として慎重である。
	□	学校［専門学校］	求人数の動き	・求人数は前年同月とほぼ変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰分を価格に反映できない企業が多い。また、卸売小売業において物価高で業績が悪化しているという声がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は若干減少傾向にある。中堅・管理職層の採用は活発だが、ボリュームゾーンである若手層の採用市況は悪化している。人手不足への対応として、企業は採用に加え、業務効率化やＩＴツール導入なども検討していることが要因とみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数の動きが急速に鈍化しており、前年比89%となっている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・ＡＩの進化により仕事が減っている。廃業を考えている同業他社も出ている。
	▲	新聞社［求人広告］（担当者）	求職者数の動き	・人手不足ではあるが、求人広告を掲載しても応募が集まらないという見方が強く、求人広告の掲載申込みがない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の有効求人数は前年同月比で減少し、有効求職者数は横ばいである。また、有効求人数と有効求人倍率は10か月連続で前年比マイナスが続き、総じて弱含んで推移している。
	×	＊	＊	＊

３．北関東（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 （北関東）	◎	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・宿泊部門では特需日も多く、前年比118%と高単価、高稼働で着地している。料飲部門の件数は若干減少したものの、単価の上昇から前年実績、目標共に上振れで着地している。
	◎	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・直近の２か月は最繁忙期のため、３か月前より販売量が増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月も値上げの影響が１番大きい。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は大型テレビで65型以上が好調に売れている。新築物件の客が多く、85型なども６台以上需要があった。
	○	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	来客数の動き	・物価上昇と農作物の不作の影響は変わらないものの、県外からの出張や観光での来客が増えている。
	○	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	来客数の動き	・予約客以外にも当日の問合せやフリー客の動きが良くなっている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが良かったので、前年同月と比べて10%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・10月の３連休は、全日天候に恵まれたこともあり、客の数が多かった。また、前年に比べて、過ごしやすい天気も多くなり、観光に出掛ける方も多くなったとみられる。
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズンに入り、来場者数は前年比108%と好調に伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他住宅［住宅管理・リフォーム］（営業）	販売量の動き	・例年と比べて、年末から年度末に向けて改修案件の依頼が多い。特に、業績が好調な法人関係の動きが顕著である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客が物価高に慣れてきたようで、節約マインドが薄れている。ただし、まだ多くの客は買い控えの傾向が強い。当店は買回品と最寄り品を扱っているが、買回品は苦戦している一方、最寄り品は順調に伸びている。
	□	一般小売店［精肉］（経営者）	単価の動き	・今月は市民総参加の秋祭りや市民運動会など、行事が多く、支出がかさんで家計に響いている。物価が上昇しているため、毎日チラシを見比べて、買物は控えめにしている客が多く見受けられる。
	□	一般小売店［土産］（経営者）	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で３か月前と比較すると、前年の売上を１割程度上回っており、景気動向は変わらない。今月は比較的安定した天候の日が多く、神社仏閣目当ての観光客の動きも堅調だった。また、夏の猛暑時期を避けた観光が根付いてきたようである。小中学校の秋休みが広がっているようで、平日にも親子連れが目立っている。インバウンドも非常に多くなっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・通常営業が中心で、特に大きなイベントや集客につながる催事がなかったことから、来客数は変動なく横ばいで推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数がほぼ横ばいのため、変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月、新車や中古車の販売が低位安定で推移している。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・景気の感触はほとんど変わらない。ディスカウント施策に対する反応は大きく、物価高に対する厳しい個人消費が反映されている。今月だけみれば、前月の台風や降雨の影響により悪かった分の反動で、やや数値は持ち直している。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・地域のプレミアム付商品券が利用できる期間に入ったため、客入りは良くなっている。例年と比べ、プレミアム付商品券での売上が多い。逆に言えば、ふだんいかにお金を使えない、又は使わないということかが、よく分かる。
	□	その他飲食［給食・レストラン］（総務）	単価の動き	・主力の給食部門では、米価が値下がりしているものの、10月から値上げとなった食材や経費が多かったこと、人件費も最低賃金引上げに伴い、賃上げしたことから、収支面は圧迫されている。クライアントに対して、取引条件の引上げを交渉せざるを得ない状況が続いている。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月は９月の大型連休後で外出が控えられるかと懸念していたが、例年どおりの動きである。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・猛暑や長雨にさいなまれてきたが、ようやく天候も回復し、台風の影響もほぼなく、順調に推移している。
	□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・販売量が一定量から増えず、前年同期と比べても大きな変化はない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は天候も良くなりゴルフシーズンで、週末はゴルフ客の利用が増えている。午前中の利用客が増え、タクシー車両が少ないこともあり、乗り場に列を作るようになっている。ただし、午後から夜、深夜の時間帯は客待ちのタクシーが並んでいる。飲み会があっても１次会での解散が多いようである。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・当社サービスは原価高騰を受け、来年から値上げを決定した。同業他社の動きを調査して決定したものだが、今後も単価の動きに関しては注視していく予定である。
	□	通信会社（営業担当）	それ以外	・ガソリン等の補助金縮小や電気料金の上昇等もあり、物価高のため、節約志向が強い。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・20～30歳代をターゲットにしたパーマが人気で、新規客が増えている。若年層でもお金に余裕のある人が増えている印象である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近は事務所等の問合せはほとんどなく、動きがない。後継者問題等で個人商店が閉業し、売上が伸びないせいか、シャッターの下りた店が増えている。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れの状況が続いており、売上も前年を下回っている。
	▲	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・食料品の値上げは農作物や水産物等の値上がりの影響とみているが、買上点数や客単価は低下しており、集客を試みても売上の増加につながらない。来客数に対して２％程度売上が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（経営企画）	お客様の様子	・客単価は各商材の値上げの影響により横ばいだが、買上点数は継続して微減となっている。また、特売品の購入が集中している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中間決算月による一時的な押し上げがみられるものの、景気の勢いは弱い。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・例年この時期に発売される販売をけん引する新製品に、動きが出ていない。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・食料品を始め、生活必需品全ての価格が上昇しており、節約志向が強まっている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・破産、倒産のニュースが多い。どの業種でもあり、頑張っているものの他人事とは思えない。２極化とよくいわれるが、自分がどちらかに該当するか、つらいことだが分かっている。業種によっては、景気が良いところもあるかもしれないが、この年末は２極化が現実味を帯びながら、実感するとみている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・住宅ローン等長期金利が上昇傾向となり、様子見の状況が継続している。
	×	一般小売店［家電］（経営者）	来客数の動き	・地方では景気が上向いていない実感は確実にある。苦しいと話す客も結構多い。
	×	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・パソコンは前年の特需による反動減で、販売量が前年実績より大きく落ちている。一方、携帯電話は販売台数が減少するなか、単価上昇により売上は好調に伸びている。夏季までのエアコン特需は一服している。
企業動向関連 （北関東）	◎	－	－	－
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・データセンターや半導体関連分野において、設備投資の動きが加速度的に上向いており、仕事が広がりつつある。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・街や行楽地の人出も、商店や商業施設等での買物客等が増え、以前より消費行動に活気がみられる。一方で、中小や下請企業等の受注、売上は足踏み状態で、物流関係の包装資材等、製造業の業況は落ち込んでいる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景況感は余り変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注先の状況改善がみられない上に、各種材料仕入先の状況が芳しくないのを目の当たりにしている。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産、計画共に大きな変更もなく順調に進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節商材、冬物対応のエアコン、電気ストーブ、電気ヒーターや石油ファンヒーター等、冬物カーペット、カーテン、ラグ等の物量は前年並みを確保している。出荷が月の中旬から月末にかけて偏りがちで、車両不足が発生し、協力会社等のコスト高もあり、利益が薄くなっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・資材価格は高止まりしているものの、入手困難な資材はなく、安定して調達できる状況が続いている。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・広告出稿件数は、前年とほぼ同じである。アナログな紙広告は、今後も増えることはない。ＳＮＳを活用したコンパクトな手法で広告を打つケースが主流になっており、印刷を伴う広告は徐々に減っている。
	□	司法書士	取引先の様子	・当地は地方の小さな街で、人口も当たり前のように減り続けている。そのため、景気が良くなることはもちろんなく、目に見えて分かるほどの動きのない静かな毎日を送っている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・物価対策よりも物の値上がりの進行が速い。値上げの間隔も短くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・収入が増えないなか、食料品を中心に価格高騰が収まらず、消費者の購買意欲は非常に冷え込んでいる。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・買い控えがある。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全ての取引先で受注や販売量が減っており、非常に大変な状況である。
	×	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の値上がりが続いており、受注価格に反映させたいが、価格上昇分全てを上乗せすることができないため、利益は減少している。
雇用関連 (北関東)	◎	－	－	－
	○	－	－	－
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・住宅関連等の増改築や新築工事は、賃上げ分を見据え、低金利のときに資金調達したとみられる工事が目立っている。人手不足を急ピッチで解消することはなかなか難しいものの、建築関連や建設の状況は良いようである。生鮮食料品等の食材小売部門では、外国人がやや減っているものの、求人募集はうまくいっている。ただし、給料等が上がらないからか、客の買い控えがみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・募集の多くが欠員補充であり、受注増加による増員は少ない。社員による配置転換で対応することを基本とし、繁忙期対応としての期間限定での依頼が多い。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用者数は増加傾向だが、退職者もあるため、総じて変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で３か月ぶりに減少となったが、増減を繰り返しているため、変わらない。
	□	学校［専門学校］（副校長）	求人数の動き	・求人企業の状況を確認すると、特に大きな変化はない。
	▲	＊	＊	＊
	×	＊	＊	＊

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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	住宅販売会社（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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他小売［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）。

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
	□	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。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営者）	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。

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

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
	□	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）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	不動産業（経営者）	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）。

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

５．甲信越（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (甲信越)	◎	遊園地（職員）	来客数の動き	・３連休を含む週末は好天に恵まれ、多くの客に来場してもらえたほか、人気アイドルグループとのコラボ企画や人気動画クリエイターによるイベント開催も、集客に寄与している。
	◎	その他サービス［葬祭業］（経営者）	お客様の様子	・今月は依頼が非常に多かった。ただし、その９割は簡素なものである。
	◎	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・顧客からの見積依頼や具体的に業務受託が可能かどうかの問合せが増えている。配置技術者が充てられない場合や、見積額とのかい離があれば受注を見送ることもある。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今まで空き店舗だったところに新店舗が入居し、それなりに客を呼び込む要素を持って営業しているので、期待している。
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年比では売上は７％増加、来客数は１％増加と７か月ぶりに来客数が増えている。８月から新規に高齢者施設への納品が始まり、１か月30万円ほど売上があったことが１番大きな要因である。来客数は少ないものの、納品の仕事があるため、午前も午後も忙しく、午前中だけで店内で１万歩ほど走り回っている。顧問税理士からは売上も増えたが、それ以上に経費が増えていると忠告されている。
	○	その他専門店［酒］（店長）	単価の動き	・３か月前や前年と比べても売上はかなり良いが、季節的な要因に加え、単価が非常に上がっているので、一概に景気が良いとはいえない。また、繁閑が非常にはっきりしていて、景気が良いかどうか判断しにくい状況である。単価は当然高くなっているが、消費者にどれくらいの負担になっているか少し読めない。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・今月は天候も安定しているためか来客数は多い。予約は１か月前くらいから大きく動くが、今月に関してはガソリンやナフサなどの話題も少なかったため、社会的な不安が少なく、安心して旅行をする雰囲気があったものと考えている。特に、首都圏と東海からの客の動きが、例年よりも多くなっている。
	○	旅行代理店（副支店長）	来客数の動き	・来客数に動きが出ており、行楽シーズンに向けて客の動向が活発である。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・今春から２人乗務員が入社したため、８月からの３か月間は前年比100%を超えている。今後は更に２人ほど増員したいが、増やして需要があるかどうかが問題である。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・飲食店への人の流れが非常に良くなっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・個人客は天候に左右されるが、団体のツアー客が伸びている。紅葉シーズンになり、アジア圏からのインバウンドが大幅に伸びている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月は天候が安定し、紅葉シーズンで客も多かったが、財布のひもは固いままである。
	□	一般小売店［家電］（経営者）	お客様の様子	・商材の値上げ報道にも慣れてきているものの、影響もあるようで消費意欲に歯止めを掛けている様子がうかがえる。年末商戦を控えても消費者の購入意欲はみえない。
	□	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・化粧品、ブティック、食品催事や物産展、レストラン、小型店は好調に推移している。一方、衣料品、その他の動きが鈍く、前年並みで推移している。高額品が動く一方で、デイリーユースの動きが鈍い点からも、まだ消費に消極的な状況が続いていると実感している。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・物価高に関する報道はあるものの、実際の現場ではそれほどの悲壮感はない。買いたいものにはしっかりお金を掛けて購入する傾向は変わらないが、楽観的ともいえない。

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
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、客の節約志向は強い。買上点数と来客数、単価のトレードオフのような状態で推移している。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数が増加し、来店頻度が減少する傾向は変わらない。し好品などは特売やセール日を意識した購入傾向にある。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・値上げの影響により、客単価は前年を上回っているものの、来客数の前年割れが続いている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・天候の影響もあるだろうが、降雨になるとすぐに来客数が極端に減る。今まではそこまで極端には動かなかった。傾向としては余り変わっていないが、厳しい面はある。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。新規カテゴリーの販売強化を行っている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車効果で新車販売が堅調である。客の来場と受注は増加傾向にある。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は、目標をクリアしているが、車両販売は厳しい状況が続いている。あらゆる物の価格上昇が影響している。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・地域恒例の祭りが開催され、来客数を見込んでいたが、予想外に少なかった。祭りの見学者も例年より少なかったようである。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・９月の長雨に続き、10月は週末の天候が良くなかったこと等がマイナス要因である。予約数は多くあるものの、キャンセルが多く発生し、来客数の減少で実質的に売上が伸びておらず、残念ながら変わらない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・加入者数の増加は爆発的ではないものの、安定して伸びている。特に目立った要因はないが、ここ数か月の傾向としては悪くない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・大きく下がることはないが、現状維持が精一杯である。
	□	ゴルフ場（副支配人）	お客様の様子	・天候が悪くなる前はそれなりに状況も悪くなかったが、悪天候で動きや売上が落ち、全体としては３か月前と変わらない。
	□	その他レジャー施設［ボウリング場］（経営者）	来客数の動き	・天候が良い日が続いており、過ごしやすい気温で屋外レジャーが盛んになっているため、今までより多少、客入りが良くない。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣に新たに大型店が出店した影響により、セールや特売をしているが、売上的に厳しくなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・気温が下がり、飲料の売行きは落ちている。10月から最低賃金は上がったものの、売上や来客数には反映してこない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・１年以上、来客数の減少が止まらない。来客数増加を考えるよりも、客単価引上げなどそれ以外の方法が必要である。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高騰により、様々な商材価格が高くなっていることもあり、客の買い控えが発生している。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・街で酒を飲む人が減り続けている状況には、歯止めがかからない。物価高も一因だが、恐らくそれだけが原因ではなく、飲酒後の移動手段が限られることも影響している。早く自動運転技術が向上し、家まで帰れるようにしてもらわないと、街で酒を飲む文化がなくなってしまう。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・上がり調子からの中休みなのか、平日の動きが減少傾向となっている。週末は街中でも旅行客が多く、大きな落ち込みはないものの、地元客中心の平日になると、今までとは違い、明らかに人の動きが減少している。
	×	スーパー（副店長）	単価の動き	・本当に何もかも高過ぎる。買物の量は減り、娯楽に掛ける金額も大幅に減っている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・電気料金、人件費等の経費が高騰している。経営者への支援等は全くなく、先行きが悪すぎる。
企業動向関連 (甲信越)	◎	＊	＊	＊
	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・飲食店からの発注は少ないが、観光施設からの受注は増えている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上昇傾向というより、３か月前から良い状態が継続しており、受注量は多めに確保できている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	電気機械器具製造業（従業員）	競争相手の様子	・当社仕入先の情報によると、同業者はどこも忙しいという話で、景気はやや良くなっているとみている。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業はＡＩサーバー向け部品の需要拡大に伴い、電子部品やデバイス、生産用機械などの受注増加がけん引し、業況感は大幅に改善している。一方、非製造業は、製造業の受注改善に伴って機械器具卸売業の業況感が改善している。観光業関連も国内客やインバウンド需要が順調だったが、消費者の節約志向の強まりや人件費、エネルギーコストの上昇が利益を圧迫し、全体の業況感はやや悪化している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注金額に変化はないものの、大口工事の件数が少なく、工事が小口化している。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・インフレや中東情勢の影響による原油価格上昇を背景に、国内消費はやや下向きと考えるが、インバウンドは、そこまでの変化はみられない。
	▲	食料品製造業（製造担当）	取引先の様子	・大手はともかく、地元や県内の同業者は値上げに動いている。経費の増加で利益を出すのが厳しくなっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏季トップシーズンも過ぎ、ワークショップの予約状況も低迷している。商材受注も減少傾向である。
	▲	その他製造業［宝石・貴金属］（経営者）	受注量や販売量の動き	・ルートセールスは今月も全般的に不振である。催事は小売店でも自社で工夫をして若い購買層を育てている店は好調である。一方で、集客は行うものの企画や販売を問屋や催事業者に依存している店では、客も購入は難しいものの店から度々の誘いがあるから顔だけ出しているという様子で、購入意欲は余りない。ごく一部の高額品を購入できる顧客が来場するかしないかで売上が決まるのが現状で、不振の催事が多い。受注では新型コロナウイルス感染症発生前と異なり、クリスマスや年末に向けての発注はほとんどなく、あっても量が大幅に減少している。経費面では社員の出張時の宿泊代が高騰しており、採算が取れないときもある。
	×	＊	＊	＊
雇用関連 (甲信越)	◎	－	－	－
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人倍率が、ここ数か月大幅に上昇している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・世の中の動きが早く、一般消費者は対応し切れない。冷静に考えることができるはずなのに、なかなか難しいため、しばらくは変わらない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・為替相場や金利の動向などを注視する事業所の姿勢が続くなか、最低賃金引上げなど人件費の捻出に苦慮する傾向もあり、求人申込みの勢いは弱くなっている。求職申込みは天候不順による農作物の価格高騰などが影響し、パートを希望する求職者の増加もみられるほか、賃金引上げを期待した求職活動の活発化も見受けられる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所から聞く話では、製造業は引き続き好調である。一方で、中東情勢の影響は業種によって差があり、中小零細企業ではコスト増加や賃上げ対応による負担が生じているものの、現時点で深刻な状況には至っていない。今後も、中東情勢の動向を注視する必要はあるものの、全体として景況感に大きな変化はみられず、変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人をけん引する製造業において、現場作業求人や総務人事、経理等、専門職求人が多く、新製品の開発設計求人が目立たない。新しい製品開発の話題も聞こえてこないため、不安が残る。
	▲	－	－	－

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

６．東海（地域別調査機関：三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東海)	◎	＊	＊	＊
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月はアジア・アジアパラ競技大会があったため、多くの外国人が商店街を訪れ活気があった。
	○	一般小売店［土産］（経営者）	来客数の動き	・にぎわってはいるが、行事に参加する地元住民が多く、商品購入に結び付く割合が少ない。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数はやや落ちているが、１品単価や来客数が増えていることで売上は増加傾向にある。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・平日の変化はないが、土日祝日の来客数が以前より２割程度増えている。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・白物家電の単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・全体的に流れは良い。数字が圧倒的に良いわけではないものの、前向きな購入意欲がみられる。実際売れてもいる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・変わらず新車よりも中古車の引き合いが強いが、販売量は増えている。中古車でも比較的価格の高い、高年式の車両が売れている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会の開催により、宿泊部門が好調である。
	○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・アジア・アジアパラ競技大会の影響により、市内に泊まれない客の利用があった。
	○	都市型ホテル（社員）	来客数の動き	・今月はアジア・アジアパラ競技大会の需要があり、やや良かった。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は、行楽シーズンにアジア・アジアパラ競技大会も重なり比較的良い。ディナーは引き続き苦戦中であるが、ランチの需要や喫茶の需要は良い。
	○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・秋の行楽シーズンのピークであり、特に団体旅行の動きが活発である。一時見られなくなった社員旅行や労働組合による家族参加型の旅行など、企業や自治体による旅行が復活し実施される傾向にある。福利厚生の一環で物を配るのではなく、旅行を実施する団体が増えている。企業の景気も上向きの様子である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・政府による景気対策の効果が少しずつ現れている様子である。
	○	タクシー運転手	それ以外	・アジア・アジアパラ競技大会の影響により、当地域のタクシー業界は一時的なバブル状態である。ドライバーの８割程度が大会のドライバーとして派遣されているため、市内におけるタクシーの絶対数が大きく減少している。それに伴い、大会関係以外のタクシーも乗車率が高くなっている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・周辺の店舗等の閉店、廃業が幾つか続いている。客足が全く良くならない。
	□	一般小売店［結納品］（経営者）	販売量の動き	・秋になれば少し客が戻ると予測していたが、残暑が長く続いた後で突然寒くなり、商店街には人通りがない。
	□	一般小売店［酒類］（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客が、非常に悪い。それに伴い、飲料の販売も悪化している。
	□	一般小売店［贈答品］（経営者）	お客様の様子	・客の様子からは経済は良くなり、伸びている様子が見受けられるが、実際の給料が物価上昇に合わせて増えていないため、客の財布事情は厳しい印象を受ける。ただし、一部の法人における経営状況は良くなり、上場企業に勤める人の給料は増えているため、それにより高額商品は売れている。一般的な消費者の財布のひもは固いようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・アジア・アジアパラ競技大会開催に伴い、インバウンド顧客の免税売上が大きく伸びることを期待していたが、想定以上に伸び悩んでいる。自店が会場から離れていることも影響したとみる。10月も例年になく暑い月となったことから、衣料品の動きが鈍く、海外特選ブランドの売上もこれまでのような勢いがみられない。節約志向もあるのか、旅行で現地に赴いて楽しむのではなく、各地の物産展を利用するようでその売上が大きく伸長している。また、台風から変わった低気圧の影響による天候不良で大きく売上が落ち込み、天候が悪い日の来客数が大きく減る傾向が顕著になっている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・天候が足かせとなっているが、来店すれば購入意欲はある。
	□	百貨店（販売担当）	単価の動き	・高額品の稼働は今月も好調で、新作の立ち上がりに伴い自家需要も増加している。目的買いはみられるが、明確な目的のない客は購入に慎重な傾向が続いている。インバウンドは中国圏からの客が増加している。
	□	スーパー（店長）	競争相手の様子	・売上や粗利、来客数は前年を上回っており、足元の販売状況は堅調に推移している。一方で、競合環境では百貨店の改装オープンなど周辺商業施設の集客力や売場に変化がみられ、今後の顧客動向への影響が懸念される。自店の実績は安定しているものの、競争環境は厳しさを増しており、３か月前と比較して景況感に大きな変化はない。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・10月中旬までは残暑と長雨の影響により農作物の価格が高値で推移していたが、10月後半に入るとかなり価格が下がり、購入する姿が見受けられる。
	□	スーパー（店員）	来客数の動き	・競合店がオープンして半年がたつが、来客数に大きな変化はなく安定している。
	□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数の減少は続いており、この傾向は当面変わらないとみる。客単価の上昇により売上は何とか維持している。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・１年以上前年割れしていた来客数が、久しぶりに前年を超えた。企画や新商品に対する反応が良くなっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・長い間比較的好調な月が続いていたが、ここに来てやや停滞気味である。雨の日が多かったことが影響しているとみる。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数と売上が前年比数％の減少で推移している。原因は様々だが、インバウンドの影響が大きいとみる。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・中東情勢による建設資材等の入手困難な状況は緩和されているが、客の懐事情はそれほど変わっておらず、買物では必要な物以外は購入しないという行動パターンが多い。
	□	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・売上自体は悪くなく、日々の予算達成状況は夏に比べて良好であるが、買い控えや下見の客が増えている。競合店を比較して、品質ではなく価格が安い物を探している客が多い様子である。販売量としては現状それほど悪くはないが、買い控えが多い印象を受ける。
	□	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・必須である車検の来客数は変わらないが、点検の来客数が減っている。
	□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・生活に関わる商品の価格がじわじわと上がり、物価上昇を肌感覚で実感するようになった、という言葉を客から聞くことが増えている。安くなっているのは米の値段だけで、米農家の苦悩がうかがわれる。賃上げ幅も今の物価上昇分を補うほど上がっている様子はなく、どうしても必要と判断されなければ新車の話に乗ってもらえない。なかなか客の財布のひもは固い市場である。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年並みで推移している。以前より販売停止の車種が減り、購入できる車種が増えていることが１つの要因である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売されても、そもそも車両の金額が高額になったため、若い世代への販売は芳しくない。また、オイル類の仕入価格が高止まりしているため収益が悪化している。
	□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・当地域では先日の大雨により水没被害が数多く出たため、販売数は伸びた。ただし、今月は車両本体価格の値上がりがかなり大きくなっているため、なかなか販売数が伸びない状況が続いている。また、金利が高くなっているため販売促進もできていない状況である。
	□	その他専門店［貴金属］（経営者）	来客数の動き	・円安ドル高で輸入品の腕時計は軒並み価格が高騰し、食品も物価高騰で消費者の購入意欲が低下している。
	□	その他専門店［雑貨］（店長）	お客様の様子	・地震や気温の急激な変化、決済端末等の不具合やＡＩによる情報漏えいなど、不安なことが続き消費に影響が出ている。
	□	その他専門店［書籍］（社員）	販売量の動き	・円安の影響により輸入商品の価格が前年より大幅に上昇し、その影響により販売量が伸びていないとみる。
	□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・来客数は前年比では若干落ちている一方、客単価は値上げをせずとも上昇傾向である。週末はハレの日需要により客単価が上昇している。
	□	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・来客数は安定しているが、値段は安い物を選んでいる。
	□	その他飲食［仕出し］（経営者）	お客様の様子	・何ともいえない閉塞感が漂っており、人手不足も深刻である。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・７～10月は宿泊者数が前年比５～７％ほど落ちている。大きくは変わらない状況であるが、やや前年よりも宿泊者数が伸び悩み停滞がみられ、それが継続している。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・来年２月の大口団体の受注は入っているが、物価高騰の影響によりまだ他の受注がない。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行計画が早い人からは、来年の問合せが見受けられる。直近の新規予約は少なく、温暖化の影響により10月末現在も台風が発生し、予定が右往左往されて大変であった。季節は急に秋から冬に向かうため、年末年始のおせちや取り寄せ商品のお知らせに忙しい。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約数は若干減少しているものの、解約件数も低水準で、良いとも悪いともいえない状況である。
	□	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・電話回線や光回線の新規申込みが増えているが、電話回線は解約も増えている。物価高で節約することを考えたときに、削れる費用が利用していない固定電話代になるという客が多い。
	□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・物価高や世界情勢の影響がどうなるか分からない。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・このところ祭り等の催物があり、10月の状況はやや良い。ただし、客は誰に聞いても景気は良くないと言っている。
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・前年の同月と比べ売上は横ばいであるが、来客数は微減している。
	□	その他レジャー施設［鉄道会社］（職員）	それ以外	・知人の話では、兼業農家による米の収穫や出荷も一段落したところで収支をざっくり見たところ、経費の増加と米価格の下落により割に合わない状況にあると聞く。
	□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・ホームケア商品のセットと、新しく出たファンデーションの売行きが良い。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話題が、物価が高くなっているというものや、値上がりしているというものが多いため、余り良い状況ではないとみられる。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・８月頃までは暑すぎて、今は雨ばかりという天候であり、客足はかなり悪くなっている。
	□	その他サービス［介護サービス］（職員）	単価の動き	・物価高騰に伴い取引先からの仕入原価が上がっているが、福祉用具レンタル価格への転嫁ができる状態ではない。介護保険報酬における福祉用具の上限価格制度があるため、この状況でも価格を上げられない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいで、大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・様々な品物が値上がりする状況が変わらず続いており、購入意欲が高まる要因がない。
	□	その他住宅［不動産賃貸及び売買］（営業）	来客数の動き	・物価が高くなり引っ越しが少ない。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数はそれほど変わらない。店頭でビジネスシューズからカジュアルシューズのコーナーを見た後、またカジュアルからビジネスに戻る客がいる。ビジネスコーナーで立ち止まっている客に声掛けをすると、見ているだけという反応でこちらを無視する人も少なくない。試し履きまではせず、ただ商品を見ていろいろ観察しているだけで、購買意欲がないのか時間潰しのような客が多いとみる。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・値上げに対する意識が強い様子で、目的買い以外の購入が少ない。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・ポイント還元などのセールがなければ、客の購買は顕著に落ちる。
	▲	スーパー（販売担当）	単価の動き	・農作物の価格高騰が止まらず、特に葉物を中心として顕著である。一般食品も高止まりしており、大手のプライベートブランドで対応している。家庭用紙についてもパルプ使用製品の特売がほとんどなくなっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・毎月商品の値上げが続いているが、10月は値上げ幅が大きく、飲料や菓子などドライ商品の販売数が減少した。それ以外の商品についても、販売数では前年割れを起こしているカテゴリーが多い。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が止まらない。コンビニで扱う主要なアイテムが、消費者からコストパフォーマンスの悪い商品として見られているのが主因とみる。消費者にとって、コンビニは気軽に寄れて満足できる場所ではなくなっている印象を受ける。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・10月の酒税法改正によりビール類の売上は伸長傾向にあるが、天候不順等による全体的な来客数の減少から、その他部門を含めて総合的に厳しい状況である。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・購入意欲がみられない。これまで購入してくれていた客が、最近は商品を提案しても購入につながらない傾向にある。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・10月に入ってエアコンの販売が前年割れしている。第２四半期までは新たな省エネ基準の改定を背景によく売れていたが、その反動が出始めた様子である。次の販売ピークは駆け込み需要の３月とみており、それまでエアコンの動きは期待できない。パソコンの動きに期待したいが、半導体不足の影響により値上がりが激しく、様子見の客も多い。
	▲	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・暑さと、新たな省エネ基準の改定、それに対する買換えの補助金によりエアコンの販売が非常に伸びた３か月前と比べると、今月は勢いに欠ける。前年のこの時期は、パソコンの現行ＯＳのサポート終了に伴いパソコンの販売が盛り上がっていたため、今月は更に景気が悪い印象を受ける要因になっている。
	▲	その他専門店［絵画］（従業員）	販売量の動き	・夏商戦が終わり、年末に向けての買い控え時期とみられる。全体的な景気は格差が年々広がっている印象を受ける。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・つまみの注文などメニューの金額を確認してから注文する客が多くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・日本が完全に格差社会になっていることを実感する。豊かな人は非常に余裕があり、貧しい人は極めて厳しい。自店の客層の生活レベルをみる限り、とても景気が良いといえるような状況ではない。
	▲	その他飲食［ワイン輸入］（経営企画担当）	お客様の様子	・10月の売上は前年同期や前月までと比べて苦戦した。企画やキャンペーンに対する客の反応が薄く、また、ギフトやまとめ買いの需要も減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	旅行代理店（経営者）	それ以外	・駅前地下街がリニューアルされたにもかかわらず飲食店や土産物では来客数が伸び悩み、総菜店も今一つ活気がみられない。他のビル内にある物販店や飲食店も以前より行列が短くなりつつあるだけでなく、店舗の入れ替わりが目立つようになっている。オフィスのテナントも以前と比較して空室期間が長くなっており、景気が良くなっている気配がない。駅近のタワーマンションも電気が灯っていない部屋が多い。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・今月は天候が比較的良かったため、来客数の飛躍的な増加を期待したが、結果は月次目標程度となった。他レジャー施設との競合や地域の秋季行事との兼ね合いもあり、集客が伸び悩んでいる。
	▲	パチンコ店（従業員）	来客数の動き	・広告及び販売促進活動の縮小が集客の減少につながっている。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価が上がって、客が金の使い方を考え始めた。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・来店する客からは、景気が良くなる話を聞かない。
	▲	その他住宅［住宅管理］（経営者）	お客様の様子	・客に外装塗装のリピーターがいるが、その当時使った塗料によって、10年・15年・20年と持ちが違い、前回施工した当時の金額と今回の見積りとの差が余りに大き過ぎて困惑している様子である。材料費や足場人件費の高騰を説明し、施主も物価高を何とか納得しているようだが、仕事は取りづらい。
	▲	その他住宅［展示場］（従業員）	来客数の動き	・総合住宅展示場の来場者数は減っている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・とにかく物価が急激に上がっており、こうした状況下では使える金が限られる。そのため、経済全般に行き渡らないとみられる。
	×	一般小売店［生活用品］（販売担当）	販売量の動き	・前月はこれまでになく客足も売上も伸びなかった。今月は多少の戻りを期待していたが、全く変わらなかった。
	×	百貨店（経理担当）	それ以外	・右肩上がりの物価高に伴い、消費者の生活防衛意識が顕著にみられる。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前月より天候に恵まれたが、今月は酒類の売上減少率が大きかった。発泡酒や酎ハイ等の税金値上げの影響とみる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・年配の富裕層は物価高の話題を余り口にしないが、残暑がいつまでも続いている上に雨で足場が悪いため、外出を極端に控えている様子である。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・顧客の動きが悪い。良くなる材料がほとんどない。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との話は、現在の世界情勢の不安定化や物価高ということしかない。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・案件がほとんどない。
	×	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・10月の新規相談数や売買相談数、賃貸相談数は前月より減少している。
企業動向関連 (東海)	◎	－	－	－
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ＡＩ半導体向け需要が好調である。国内、海外向け共に電子材料薬品のピュア樹脂容器の注文が多い。
	○	金融業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の発注価格が、原材料、人件費等の高騰を考慮した価格に変わっており、会社の業績にとってはプラス要素となっている。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に３か月前と大きな変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・例年であれば今月は季節需要で景気が上向いてくる時期であるが、中東情勢の長期化や円安、物価高や気候が悪い等の理由で余り変化がない。また、自動車関連も横ばいであり、景気は余り変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・株高基調であること、11月は見送られるものの高い金利であること、良好な中間決算値の報道がみられること、そして30万円超の初任給が設定されていること等、景気は上向きを維持している状況にある。一方で、物価上昇、特に食料品価格が大きく上昇していることもあり、住宅ローンなどを抱える若年層は好況感に浮かれる気持ちではないとみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・データセンター用ＨＤＤ関係とスマートフォン用高純度金属関係、自動車用電池関係の３部門が３本柱となっていずれも好調である。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・自社は仕事量が少ないというほどでもないが、同業間でも業績はまちまちで、景況感としては変わらない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連を中心に、米国への設備投資が引き続き好調である。円安による日本製設備の割安感もあり、３か月前と比べても高い水準が続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ半年近く、生産量は数%の上下がある程度で、完全に横ばいである。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・求人を出した際の人の集まりが以前より少し鈍くなっており、多少状況が悪くなっているかもしれないが、それほど変わらない。
	□	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・入札金額等の予算取りの方がなかなか難しく受注が減少している。公共の工事であっても金額内でもう少し安くできるところを探すというような状況になっており、例年どおりの維持管理的な物件や毎年行っているような仕事の単価が上がらない。その上で物価高や人件費の高騰があり、景気は良くなっていない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スーパーやドラッグストア、ホームセンターなどの量販店における日用雑貨の物量低迷が続いている。店舗の時間指定により、トラックの積載率が落ちている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ３か月程度はほどほどの忙しさが続いており、ほぼ前年並みである。荷主の話では、年内は今より微増程度とのことであり、おおむね安定している。
	□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・ＩＴ投資の方向性が変わり、自社運用で一括投資する案件は激減している。また、セキュリティ以外の新規案件がなかなか前に進まない。生成ＡＩの台頭であらゆる効率化が進み、案件はサブスクリプションに向かっている。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が多いが、この時期にしては余り寒さを感じないこともあり、外出や遠出をする人がやや増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
	□	不動産業（職員）	取引先の様子	・アジア・アジアパラ競技大会の開催により、インバウンドを含めたにぎわいが一時的に生まれたが、一過性のものとみる。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・紙媒体等の広告や秋のイベントは、前年と比較してほぼ変わっていない様子である。
	□	新聞販売店［広告］（店主）	受注量や販売量の動き	・消耗品は仕入価格が上がっても必要となるが、備蓄用のストック分を購入するまでの余裕はないとみられる。以前は問屋の余りを見切り値や在庫処分価格などで販売することもあったが、最近は問屋も在庫を抱えなくなった。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・法人が毎月決算を迎えているが、どの会社も前期と比べ余り利益が増減していない。
	□	その他非製造業［ソフト開発］（経営者）	受注量や販売量の動き	・自社において５年ぶりとなるほどの売上を計上した。ただし、競合他社は非常に良くない様子である。長らく取引がなかった会社と、通常の取引先からの仕事で今月は大きく売上が伸びた。いずれも中国からの引上げに絡むものである。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品関連では消費需要の減退が一層進んでいる様子である。低単価のプライベートブランド商品などへのシフトが顕著である。
	▲	鉄鋼業（従業員）	それ以外	・新設橋りょうの発注量は毎年減少している。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・業務の影響により部署の人員が減る予定である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・部品代の値上がりが相変わらず続いている。生産品のコストは上がっているが、それを販売価格に置き換えることができず、利益率はかなり悪くなっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・会社の利益対策としての残業削減やいつまで続くか分からない値上げ、中東情勢問題など、不安要素しかない。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月より全荷主を対象に燃料サーチャージを導入した。これまでは一部の顧客が対象であったが、長引く燃料の高騰を打破するため、全荷主への導入となった。お陰で荷主から受領する運賃は上がったが、取扱物量は同業他社へ流れるなどで失注が響き微減となっている。
	▲	公認会計士	それ以外	・サイバー攻撃の影響により、各社情報漏えいのリスクが高まっている。それに伴いＷｅｂを活用したマーケティング戦略の見直しや、Ｗｅｂ会員の脱会など売上に影響が出る事象が発生している。取引先などでも発生しており、仕入れが遅れたり工期が遅れたりなど今後も長く続く可能性が高い。景気を支えていたＡＩ関連の会社もダメージを受けており、景気悪化に直接の影響が出ている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年より１割ほど受注量が落ちている。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
	×	通信業（総務担当）	それ以外	・週末に１週間分の買物をするが、恒常的な生活必需品は全て値上げとなり、購入量を減らすか、商品の質を落とすか、割引商品の購入で対応するのが現状である。陳列棚を見ても割安な商品が売れている。ガソリンスタンドの店員が、満タン指定で給油する客より1000～2000円分など金額指定で給油する人が１年前よりどんどん増えていると話していた。消費者の生活は厳しくなっている。
雇用関連 (東海)	◎	－	－	－
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車製造において、当地域の大手自動車メーカーが市況をけん引している状況は変わらない。別の国内自動車メーカーも新型車の効果があり、前年比プラスとなっている。ＡＩや半導体関連需要に支えられている一般機械や電気機械の景況感が大きく上向いている。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・中小企業を中心に人材不足による採用活動は引き続き活発だが、採用が困難な状況は変わらず継続している。物価高が続くも景気の後退感はなく、現状維持である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数に大きな変化はないものの、求職者数の増加が見込めないため、採用数は横ばいで推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き自動車部品メーカーにおいて、所々で業務終了の話が出たり、ピンポイントで１人必要という話が出たりという状態は変わらないが、限られた人員予算のなかで必要な人材は確保する動きであり、大きく取引が減る状態ではない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇に賃上げが追い付いていない。
	□	新聞社［求人広告］（営業担当）	求職者数の動き	・県内企業の人手不足感は根強く、正社員を中心とした求人需要は底堅いものの、求職者の動きは依然として慎重である。求人全体の出稿量としては一進一退が続いており、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数について、３か月前と比較して全体的に7.33%減少している。産業別では、製造業や情報通信業の新規求人数が増加し、建設業、運輸業・郵便業、不動産業・物品賃貸業、サービス業の新規求人数が減少となった。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人数は減っていないが、求職者数が増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加しており、企業の採用意欲は堅調である。製造業では事業拡大等に伴う求人の増加、宿泊業ではパート求人数の増加がみられる。一方、新規求職者数は減少しており、人手不足感が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数に変動はあるが、大きな変動はない見込みである。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・安定的に求人は出ているが、企業の稼働が増加しているわけではないため、欠員補充のための求人が多く、急募求人も少ない。良い人がいなければ採用しないため、求人数の割に採用者数は少ない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・キャリア採用の案件自体は継続して残っているが、人材獲得競争が激化している点及び事業方針に沿った厳選採用も色濃いなかで、採用すべき人材の選別に動いている様子である。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前月に続き求人受注数は低下しており、３か月前と比べると約75%の水準となっている。これに伴い新規登録者数も減少傾向にある。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業向け派遣業の倒産が当所や隣接所で複数発生し、ソフトウェア業など他の産業でも廃業や業務縮小などが相次いでいる。
	×	－	－	－

７．北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・９月の大型連休以降、国内観光客とインバウンドが増えている印象を受ける。また、11月６日からのカニ漁解禁により、県外からの観光客とインバウンドがより一層増えると考える。例年どおりだと、地元客の忘年会などの宴会シーズンとも重なるため、このにぎわいが年末年始まで続くとみている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・観光や学会イベント等の予約客が好調に推移し、団体客は前年同月比で30%上昇した。全体の稼働率も６か月連続で前年を上回っている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上は前年同期比で約40%増加と極めて好調に推移している。特筆すべきは、地元の優良顧客による高額美術品の継続的な購入である。前月に続いて、同じ客が66万円の抹茶わんを即決で購入するなど、地元にいる富裕層の購買意欲が非常に高い。インバウンドについても、中国人観光客は前年並みの売上水準を維持する一方、米国人観光客は前年比で約2.6倍、ドイツ人観光客は約4.6倍に売上が急増しており、欧米圏の観光客による高額商材への需要が売上全体を力強く押し上げている。高額商材による単発の特需を除いても、売上は前年比で２割以上増加しており、当店の景況感は最高水準にある。
	○	一般小売店［精肉］（店長）	販売量の動き	・販売量は少し良い程度だが、値上げなどにより売上は増加している。高額商材が売れ出している。
	○	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・気温が例年並みで推移し、商品価格が高いなかでも販売量は落ちていない。現状の短期的な業績としては好調である。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・今月は今年初めて、全ての部門で売上が前年を上回っている。県外団体客の売上単価が高いことが好調の要因である。
	○	一般レストラン（経理）	来客数の動き	・2024年１月に発生した能登半島地震以降、徐々に復興は進んでおり、来客数は増加傾向にある。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・県の宿泊支援策などにより、個人、団体共に好調であり、10月単月では新型コロナウイルス発生以降で最高の売上となっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・行楽シーズンで観光客が増えている。また、クルーズ船が何隻も寄港しているため、タクシーの需要が多い。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に新規契約数は前年同期と同水準で推移している。また、放送サービスの解約数が減少傾向である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・今月は秋の行楽客や隣接する百貨店の食に関するイベントの来街者に加えて、期間限定のポイント還元キャンペーンなどにより、飲食店や最寄り品店はにぎわっている。一方、衣料品店では販売の動きが鈍い状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月中旬に改装を終えた海外ブランド部門が全館の売上をけん引した。また、食品物産展やワールドフェアといった催事も集客に寄与し、婦人服や化粧品など各階への買い回り効果が出ている。
	□	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・ここ最近は気候が秋らしくなっており、ファッション関連は堅調な動きといえるが、エネルギー情勢などによる物価高や世界情勢の先行きに不透明感があり、良い方向には向かっていない。
	□	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・取り寄せグルメや食品の限定販売には早朝から長蛇の列ができるなど来客数が増えた。しかし、10月は例年より雨天の日が多く、地域イベントからの集客や館内への入店が減少したため、来客数全体では横ばいである。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・前年と比べて売上は上がっているが、来客数は減少傾向のため、トータルでは変わらないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇は続いているが、提案力のある商品については購買意欲が強くなっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候不順という要因もあるが、根本的に節約志向が強いため、販売の拡大につながらない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年はパソコンのＯＳサポート終了に伴う買換え需要が販売を押し上げたが、今年はその反動減の影響が大きい。
	□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・パソコンについては、前年にＯＳサポート終了に伴う特需があり、その反動減が大きくなっているものの、家電全体では前年と同水準であるため堅調である。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・客が現状に慣れたのか、販売量は余り変わらない。
	□	乗用車販売店（経理）	販売量の動き	・金利や物価の上昇に加えて、自動車の販売価格も上がっているが、受注台数は一定水準を維持している。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・販売価格の微増によって支えられているが、販売数量は依然として減少傾向である。
	□	その他専門店［酒］（経営者）	来客数の動き	・今年で閉店すると客に伝えたためか、来客数が更に減っている。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	お客様の様子	・前月は大型連休があったため、衣料品を始めとして行楽関連商材の売行きが良かったが、10月に入り購買行動が変化し、客は衣料品や服飾品への支出を控えている。趣味関連の商材の売行きは好調である。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インバウンドも含めて、昼はある程度の来客数はあるが、夜は少ない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・限られた常連客は高齢者が多く、身体を悪くするなどして来店頻度が下がり、当店は６月くらいからやや悪い状態が続いている。若い年代が行く居酒屋などはにぎわっていると聞いている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心として堅調に推移している。一方、宴会部門やレストラン部門は、配膳員やアルバイトの人件費及び、物価上昇に対して価格転嫁が難しく、収益を圧迫している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・先行きを不安視する消費者が多く、ぜいたく消費と考えるものには金を使わない。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客の問合せ内容に変化はみられない。
	□	競輪場（職員）	販売量の動き	・開催レースによって前年の水準を上回ることもあれば、下回ることもある。今月はＷｅｂシステムのぜい弱性の影響で一部売場において売上が大きく下がっている。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・数か月前に新しく集客システムを導入し、約１年ぶりに売上と来客数は増加している。しかし、新システム導入の経費を考慮すると、経営的にはまだ厳しい。物価高の影響なのか、技術料の客単価が５％ほど低下している。商品の売上は前年並みである。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・イベント来場者数が少なくなっており、問合せも少なくなっている。ただし、契約者数は減っておらず前年と同様のため、商品内容やサービスについて客の理解が得られ、評価されていると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・建築資材の高騰で客の動きが鈍く、住宅着工戸数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・新規来客数や商談数に大きな動きは見られない。
	▲	一般小売店［書籍］（従業員）	お客様の様子	・買い控えや節約の傾向が顕著にうかがえる。
	▲	一般小売店［鮮魚］（経営全般）	販売量の動き	・販売量が目に見えて減ってきている。水産物の価格が上昇し、景気が悪いのに仕入価格だけが跳ね上がっている。食品全般で値上げラッシュが続いており、生活防衛としての買い控えが完全に定着している。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・衣料品販売は、前半の３連休までは気温低下で前年より好調に推移したが、後半は低迷したため、月全体ではやや低迷している。しかし、化粧品やバッグなどの雑貨は好調に推移している。一方、富裕層の購買行動は金融情勢に左右されているのか、慎重さがみられる。高級ブランドなど期間限定販売の雑貨は好調だったが、絵画や宝飾、資産になる金などがやや低迷している。全体として来客数は維持しているが、食品催事などの低単価商材の動きが強いことから、全体としてはやや低迷が続いている。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響はまだ続くと考える。
	▲	スーパー（役員）	来客数の動き	・来店頻度の数値が下がっている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・７月と同様に県独自で物価高対策のキャンペーンを実施しているが、客の反応は鈍くなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・３か月前は辛うじて前年の売上を上回ったが、当月は前年を下回っている。この１～２か月は気候変動による異常気象で、安心して買物ができる状況ではなかったと考える。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車、中古車、サービス利用共に受注が苦戦している。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べると個人客、国内団体客、インバウンドのいずれも少なくなっている。
	▲	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（経営者）	来客数の動き	・物価高騰により、来客数の動きがやや悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・県や市がいろいろなプレミアム付商品券を発行しているが、景気を刺激しているというより、生活の足しになっているだけである。買上点数の増加や、高付加価値商品を選択するといった購買行動にはつながっていない。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売価格の上昇により来客数が減少し、売上が減っている。カウンターで販売するコーヒー類の値段は他のコンビニチェーンより20円程度高く、当店では来客数の減少が止まらない。人件費は高騰しており、経費抑制のため、賞味期限の短い商品の発注量を極限まで絞っていることから、棚に陳列する商品数量が少なくなり、販売が落ち込んでいる。
	×	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築業者の動きから、一部地域での仕事が減っているとみている。
企業動向関連 (北陸)	◎	－	－	－
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きが良くなっている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は６月決算だが、電気工事部門では既に受注目標金額を達成している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・住宅関連でも特にリフォーム関連事業が堅調である。ただし、相変わらず人手不足は続いており、今後は受注をこなせるかどうかが課題である。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の被災から間もなく３年が経過するが、どのような種別で見ても、ほとんどで震災前の生産量、販売量を下回って推移している。
	□	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響で原材料価格は高止まりしており、厳しい経営状況が続いている。しかし、受注状況については懸念していたほど悪化していない。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	取引先の様子	・物価高が継続し、消費者の買い控え傾向というネガティブな状況は変わらないと考える。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・目先の受注動向はほぼ横ばいである。客からの情報に特に良い事象はなく、車載部品の一部は若干の減少傾向である。民生品はほぼ変化がない。産業機器関係は、数量が増加して推移する製品はあるが、全体に大きく影響を与えるほどではない。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・米国の中間選挙の結果次第では、株価変動などにより景気の方向性が変わるかもしれないが、現状の市場は様子見の状態なのか、受注量は変化していない。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰から、取引各社ともおおむね値上げを実施している。値上げ効果により増収となっているものの、原材料価格の高騰分を吸収できない上、人件費の高騰もあり利益率は悪化傾向にある企業が多い。この状況は３か月以上前から継続している。
	□	司法書士	取引先の様子	・特に飲食業では廃業する店舗が多く、厳しい経営環境が続いている。一方で、駅周辺では新規開店する店舗もみられるなど地域によって動きに差があることから、景気は一進一退の状況にあると考える。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産関連では、活発な話が聞こえてこない。
	×	－	－	－
雇用関連 (北陸)	◎	－	－	－
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・半導体関連の求人数が増加傾向にある。
	○	学校［大学］（就職担当）	採用者数の動き	・内定や内々定を得た学生の数は、例年同様に高めで推移している。早期選考の時期は、前年よりも１～２か月前倒しとなっている。
	□	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・求人数は、自動車部品メーカーからの派遣依頼が急回復するなどして好調である。しかし、求職者数の確保は依然として厳しく、求人数が増えても派遣人員数が増えないため、横ばいである。
	□	新聞社［求人広告］（営業）	周辺企業の様子	・新聞広告の営業状況からみると、好調とも不調とも言えない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・建設や運輸、サービス業等では慢性的な人手不足が続いており、人手不足感に大きな変化はない。また、従業員の高齢化が深刻な状況に加えて求職者も高齢者が多く、求人企業とのマッチングが難しい。
	▲	－	－	－
	×	－	－	－

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も物産展や新規の催事などが盛況で、来客数やインバウンド売上、総売上が好調となり、前年の実績を上回った。また、新たにオープンしたブランドショップも好調に推移している。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣に大きな公園があり、前年に続いてスポーツの国際大会が開催されるなど、利用客による来店が増えたため、売上が前年比で５％増えている。
	○	一般小売店［時計］（経営者）	来客数の動き	・月初めは天候が不安定で、全く来客数が伸びず心配したが、結果的にはまずまずの実績となった。時計の販売は低調なままであり、売上は伸び悩んでいるものの、来客数は増えている。
	○	一般小売店［鮮魚］（営業担当）	お客様の様子	・10月の紅葉の季節に入り、インバウンドが売上の増加にかなり貢献している。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月も気候の大きな変化はなく、来客数も堅調に推移している。朝晩の気温が秋らしい日もあり、衣食住での秋物商材の動きが総じて順調となっている。株価の変動は大きいものの、高額品の動きも例年並みであり、全体的に好調な推移となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・今月の入店客数は前年比で12.9%増と大幅に増え、３か月前の1.6%増と比べても大きく伸びた。レジ客数も7.1%増と堅調に推移している。これに伴い、３か月前に4.0%減と落ち込んでいた売上も、今月は7.1%増と増加し、さらにテナントを含む総売上では9.7%増と好転するなど、来客数の伸びが全体の業績回復を力強くけん引している。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・国内客は横ばいであるが、インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響か、比較的好調となっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・カウンター商材のおでんや揚げ物、コーヒーの販売が伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数はほぼ横ばいが続いているが、値上げの効果で客単価は少し上がっている。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・朝晩と昼間の気温差が大きく、秋冬商材のまとめ買いや、羽織物の購入が増えるなど、購買意欲が少し上向いている。
	○	その他専門店［ドラッグストア］（店員）	販売量の動き	・来店客の平均購入額が100円程度上がっており、防災意識の高まりなどで、関連商品がよく売れている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月の予約状況や予約の進捗、同業者の利用状況をみると、比較的好調となっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・秋口になって、欧米からのインバウンドが活発に動いている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・修学旅行の受入れが順調に推移し、前年を上回る集客となっている。販売単価は前年を下回っているが、客室数の動きは順調である。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・秋になって申込件数は持ち直しており、新たなプランを導入した効果が出ている。
	○	その他住宅［住宅設備］（営業担当）	販売量の動き	・首都圏での全体的な需要の好調や、リフォーム需要の好調が決め手となり、決算は過去最高益となっている。
	□	一般小売店［化粧品］（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、降雨の影響もあって、来客数の減少する店舗や施設が増えている。買上客数も同様に減少し前年比95%となった一方、値上げの影響で客単価は105%と上昇し、売上は前年並みとなっている。自分自身をケアする需要が活発化し、スキンケアが105%と好調に推移したほか、フレグランスもこの数か月は好調に推移し、ギフト需要と自家需要の両方が支持されるなど、クリスマス商戦に期待が持てる内容となっている。
	□	一般小売店［衣服］（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が続いており、来客数が減っているほか、客の平均購入額も減少している。
	□	一般小売店［雑貨］（店長）	お客様の様子	・固定客数には変化がみられない。
	□	一般小売店［呉服］（店員）	それ以外	・着物の販売は少し良くなってきたものの、インフルエンザの流行により、店員と接する着装が敬遠され、来客数が減少している。
	□	一般小売店［菓子］（営業担当）	販売量の動き	・現状は可もなく不可もないが、今後は気候も良くなるため、購買意欲の上昇が進む。
	□	一般小売店［書籍］（管理担当）	お客様の様子	・この１か月で大きな変化はなく、大阪・関西万博の閉幕から１年が過ぎたことで、前年比の数値も落ち着いてきている。
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・富裕層の購買が中心となって、売上を支える構図が続いている。中間層には消費に対する前向きな反応がみられないため、販売量の増加によって利益を稼いでいる食品フロアは厳しい状況にある。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上や外商売上、外商を除く国内売上共に、前年比で約10%の増加となっている。免税売上は、中国人インバウンドの売上が非常に不安定な状況が続いており、10月１～７日の国慶節期間中は30%減少したものの、その後は再び増加に転じ、２けた増となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の購買動向は引き続き好調に推移している。気温の低下により秋物衣料の需要が増えているほか、免税売上も前年の好調な実績を上回っている。国慶節の月であるにもかかわらず、中国からのインバウンドは依然として厳しい状況であったが、富裕層は全体的に多く来店し、特に高額商品が人気となっている。
	□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で0.8%増と微増であり、売上も前年並みとなったが、富裕層がけん引する構造は変わらず、インバウンド消費の鈍化も続いている。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・直近の景況感に目立った変化はみられない。先行き不透明な情勢が続くなか、今後の個人消費も不安定となる。
	□	百貨店（管理担当）	それ以外	・改装によって売場の一部を閉鎖しているため、来客数が減少している。
	□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・今月の中旬は天候も悪く苦戦したものの、下旬から衣料品、食料品共に好調となり、前年の売上を上回っている。物価上昇による買上率の低下も、ほぼ前年並みにとどまっている。
	□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・夏から好調が続いている、当店や近隣商業施設への来客数は高水準を保っており、特にインバウンドは近年で最高水準となっている。
	□	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・来客数は横ばいであり、客単価は少し上がっているものの、販売量が減少傾向にある。
	□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的に大きな変化はなく、富裕層による資産価値の高い商品の購入は引き続き好調である。特に美術品や宝飾品、時計の人気が高く、売上は前年比２けた増となっている。一方、国内の中間層は選択消費の傾向が顕著で、ファッション関連商品や冬物寝具は好調であるものの、食品は価格上昇の影響で販売量が減少している。インバウンド売上は２けた増を維持しており、消耗品の販売や客単価が好調である。
	□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・改装などで新しくなった売場の数字は上向くが、効果は長続きしない。また、来客数の増加ほどは売上が増えないため、資材価格の高騰で施工費が上がり、償却が長引いている一方、増収幅は限られる。株価の先行きも不透明ななか、９月は気温の低下でファッション関連は良かったものの、気温に左右される分、先行きの見通しは立てにくい状況にある。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客は複数店舗を買い回りしているようで、売上の前年比が来客数以上に悪化する状況が続いている。また、夕方以降の値引きのタイミングで、来客数が集中的に増える傾向がある。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・関西の人気球団による優勝セールが行われるが、他の日は売れないため、トータルではそれほど変わらない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比に変化はなく、売上も安定している。
	□	スーパー（企画担当）	それ以外	・台風の影響や、雨の日の多さ、気温の低下の遅れといった要因が重なり、本来売れるべき商品の動きが良くないほか、前年に米の販売が急増した反動が出ている。米については、新米と古米の価格のバランスもおかしくなり、利益の確保が厳しい状況となっている。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・９月と比べて、天候要因による影響は減少したが、大雨の被害や農作物価格の高騰などによる影響は少し残っている。さらに、節約ムードもあるため、売上に大きな伸びはみられない。
	□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数と販売量の伸び悩みが続いており、悪い状態に変化はない。特に、近畿圏では他エリアからの競合店の参入で、客の奪い合いが激しくなっている。
	□	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いており、なかなか回復がみられない。食品価格の上昇が続くなか、特売品や低額品への反応は大きい。また、ディスカウントスーパーの出店などで来客数が減少する店舗もあるなど、客の価格に対する意識は引き続き強い。
	□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・商品の廃棄が目立つ日もあったが、来客数や売上に大きな変動はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・３か月前と比べて、来客数や客単価に大きな変化はないが、例年の10月と比べて来客数には減少がみられる一方、客単価は横ばいとなっている。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価上昇の動きに変化はなく、客の消費マインドも厳しいままであるが、年末に向けて少し変化が出てくる。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車の目標販売台数を下回りそうである。新型モデルが久々に発売されたものの、発売当初の勢いがなくなっている。高級輸入車は円安の影響や装備のグレードアップで車両単価が上がっており、客層が更に絞られている。その一方、価格面で訴求力のある中古車の動きは堅調であるほか、乗り換えずに車検を受ける客の増加で、部品需要や修理サービスについても堅調となっている。
	□	乗用車販売店（マネージャー）	販売量の動き	・月ごとの変動はあるものの、前向きな変化はみられない。
	□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・富裕層による極端に高額な商談が徐々に増えている一方、日々の売上を支えている中間層の案件は減っているため、売上全体に大きな変化はない。
	□	その他専門店［ガソリンスタンド］（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で横ばいである。原油価格は高騰しているものの、政府による補助金で価格が維持されているため、大きな影響はない。
	□	その他専門店［宝飾品］（販売担当）	競争相手の様子	・後継者がおらず、客も高齢化している店舗では、新規客を獲得する見通しも立たず、閉店を考える動きがみられる。
	□	その他専門店［医薬品］（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、これまで低調であった医薬品や衛生用品の動きが上向いているほか、化粧品や美容関連も順調に推移している。一方、食品や日用雑貨などの生活必需品は、値上げの影響もあり低調となった。全体的に大きな変動はみられず、３か月前と比べて客単価は上昇しているが、来客数や買上点数に大きな変化はない。
	□	その他飲食［自動販売機（飲料）］（管理担当）	販売量の動き	・値上げの動き自体は続いているが、交渉しなければ値上げは困難であるなど、なかなか進まないのが実情である。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が開催された前年と比べて、今月は大型の団体客が少なかったものの、個人客やグループでの集客が増えている。ただし、大型の団体客が少なかったため、飲料などの附帯売上は減少している。
	□	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・客の購入金額などに、良くなっている様子はみられない。
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・前年と比べて、客室部門では売上、利用人数共に大きく減少した。前年が大阪・関西万博の開催で好調となったため、今年の売上は前年比で15%減少し、目標も下回る形となった。客層別にみても、全体の４%減に対し、インバウンドは４割減と大きく減少している。料飲部門でも、朝食は宿泊客による利用が激減した一方、ランチは利用が増加し、特に一般客の利用が少し増えている。また、宴会も売上が19%増えるなど、春先から好調が続いている。その一方、インバウンドは料金などの条件は前年と同じであったが、増加はみられない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行の予約は相変わらず低調である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博が開催された前年との比較はできないが、最近の客の様子をみると、週末や休日以外は余裕のある客が減っている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・通信大手の値上げによって他のキャリアが攻勢を強めており、乗換え需要が純減となるなど、客の取り込みに影響が出ている。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドを中心に来場客は増加傾向にあるものの、国内客の伸びが今一つである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	競艇場（職員）	販売量の動き	・インターネット投票は前年比で約７％伸びているが、単価は大きく変わっていない。一方、拠点のレース場や場外発売の売上は、前年を下回る見込みである。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・一定の来客数はみられるが、コストの増加に苦しんでおり、利益は増えていない。
	□	その他サービス［マッサージ］（スタッフ）	お客様の様子	・夏から秋にかけては、まだ暖かい日が続くため、来客数に変化はない。
	□	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・材料価格や地価の高騰により、客の動きが鈍くなっている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・購入の決定に慎重になっている。
	▲	一般小売店［手ぬぐい］（経営者）	販売量の動き	・取扱品は季節商材であるが、前年比でみると悪化している。
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・10月28日までの売上は、前年比で9.3%増、来客数も6.8%増と好調を維持しているものの、周辺環境の変化や商品の値上げによる影響が大きい。販売数量の鈍化が懸念材料であり、高額な牛肉は苦戦する一方、割安な鶏肉や豚肉は値上がりが進んでいるが好調である。また、共働き世帯の増加に伴い、販売の中心が総菜にシフトしている。全体としては、消費者が生活防衛姿勢を強めているほか、今後のガソリン料金の動向を含めて、不透明性が高まっている。
	▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・これまで非常に好調であった富裕層の高額消費に陰りが出始めている。購買自体は依然として堅調であるが、1000万円以上の受注が前年よりもかなり減少し、商品単価が全体的に低下している。
	▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・売上全体の３割を占める、インバウンド売上の基調が悪化している。免税制度にかかる11月の税制改正を前に、一部では単価が低い化粧品等で駆け込み購入がみられるが、円安効果の一巡や、関西国際空港での中国の団体客減少など、複数の要因で高級ブランドや宝飾品、時計の売上が落ちている。国内客についても、前年が大阪・関西万博の開催効果で来客数が大きく増えたため、今年はその反動で減少している。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・葉物野菜の産地が関東地方のため、雨の影響で農作物価格が高騰しており、余り売行きが伸びていない。
	▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・商品価格の上昇が続いているため、客の節約志向の高まりによる買い控えも、長期にわたって続いている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ビールの値下げと発泡酒の値上げなどで、まとめ買いや節約の動きが増え、販売量が不安定になっている。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・雨の日が多く、現場作業員などの来店が減っている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は少し増えているが、購入までには至らない。売上のほとんどがサービス品であるほか、コロナ禍で廃業したメーカーの商品など、市場にない商品への問合せが多い。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・決算月が終わって閑散期に入ったため、売上は厳しくなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や商談数の減少で、仕入量も減っているほか、試乗用の車も減少している。
	▲	乗用車販売店（営業企画）	競争相手の様子	・関係各所のシステム障害による影響が出ている。
	▲	その他専門店［食品］（経営者）	販売量の動き	・販売量が徐々に減少しており、家庭用の商材は業務用よりも更に減少が目立つ。業務用を購入する取引先は減っていないが、使用量が明らかに減少している。
	▲	その他小売［ネット通販］（管理担当）	単価の動き	・10月の食品や日用品の大規模な値上げが、売上に大きな影響を及ぼしている。３か月前と比べても、商品の勢いが戻った印象は受けない。
	▲	その他小売［インターネット通販］（オペレーター）	販売量の動き	・注文の際に送料を気にする客が増えており、送料が掛かることが分かると、注文をやめる客もいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・気候の不安定な日が多かった影響で、全体的に低調である。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全体的に来客数は減少しており、ディナーの団体予約で売上は維持できたものの、中旬からは特に減少が目立ち、ランチの客は15%以上減っている。急に気温が下がったことも原因の１つとみられるが、社会全体の悩みである物価上昇の影響もある。
	▲	一般レストラン（企画）	来客数の動き	・売上は前年の実績を上回るものの、やや下降気味であり、来客数はそれ以上の落ち込みとなっている。特に、日曜日や祝日における減少が大きい。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	お客様の様子	・中国の渡航自粛や中東情勢、ウクライナ情勢の変化、10月からの値上げによる物価の上昇、サイバー攻撃などによる情報漏えい、台風などの自然災害等、連日不安なニュースが流れている状況では、明るい見通しは持てない。
	▲	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・様々な物価の上昇が更に進むなか、会社では全てのコストが上昇し、利益の出にくさが課題となっている。事業を継続させるには、売上の増加のために単価を上げざるを得ない。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンを迎えているものの、相次ぐ台風の影響に加え、物価や宿泊料金の上昇などで旅行費用の負担が増え、旅行需要は伸び悩んでいる。また、九州ふっこう応援割が始まっているが、当社での取扱は限られており、需要が大手旅行会社や旅行予約サイトに集中していることから、九州方面の販売は前年を下回っている。
	▲	旅行代理店（役員）	お客様の様子	・長雨や台風の影響については、ＳＮＳを含めた情報面からの旅行意欲の低下と、身の回りでの天候悪化による直接的な影響がみられる。さらに、身近な商品の値上がりなどで、娯楽に対する消費が明らかに減っている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や人件費の増加によって、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社［貴金属オークション］（経営者）	お客様の様子	・客は予算を節約しており、必要な物以外は買わない傾向が目立っている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・前年との比較では、携帯端末価格の高騰やオンライン販売の増加で、当店での販売が１割程度減少している。前年比での減少幅も、月を追うごとに大きくなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・通信機器価格の上昇が止まらない。半導体メモリ価格が一時期と比べて10倍となっていることが要因であるが、それに対応して販売価格を上げざるを得ない一方、競合他社が価格を据え置いているため、値上げができずに減益となっている。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8707円と、３か月前の9126円よりも低下している。
	▲	その他レジャー施設［飲食・物販系滞在型施設］（企画担当）	来客数の動き	・９月、10月は秋雨前線の停滞で雨の日が多く、屋外施設の多い当社は大きな影響を受けている。９月は大型連休があったため、10月の外出予定が９月に前倒しとなった可能性もある。
	▲	美容室（店員）	来客数の動き	・気候の変化により、例年の予定を元に計画を立てても実行が難しくなっている。今月は特に、客の動きに変化がみられる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・具体的な問合せや資料請求、現地案内などの動きが減少している。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・客が住宅ローン金利の上昇に対してかなり敏感になっている。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者［不動産仲介］（経営者）	単価の動き	・金利が上昇するなか、金融機関の融資姿勢が厳しくなっている。
	▲	その他住宅［展示場］（従業員）	販売量の動き	・運営する住宅展示場全体の成約件数は、３か月前と比べて減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他住宅［情報誌］（編集者）	お客様の様子	・不動産価格の高騰や金利の先高観、情報漏えい事件の増加をきっかけに、消費に対する心理的な悪影響が広がっている。
	×	一般小売店［ガラス細工］（店長）	お客様の様子	・客の行動力が落ちており、外出への意欲が低下している。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比で７～８％減少し、客の平均購入量も、値上げの影響で減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、客単価も前年と比べて低下している。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・商品価格の改定が続くなか、競合他社との価格の差が広がっている。量販店と専門店の違いによる価格差も大きく、商品によっては考えられない価格が広告に掲載されている。最近は来店による商談に至らないまま、電話対応で終了するなど、スタートラインにすら立てなくなっている。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・今月に入り、中東情勢やナフサ由来での水回り商品の大幅な値上げが進み、来客数の伸びが一段と厳しくなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチの時間帯の来客数は横ばいであるが、平日の夜は特に壊滅的であり、近隣のスーパーも人がまばらである。
	×	その他飲食［洋菓子］（管理担当）	来客数の動き	・駅構内の工事による通行量の減少や、９月の大型連休の反動と物価上昇による消費の低迷で、買い控えの傾向が高まり、客単価が低下している。結果として、売上は前年を下回って推移している。
企業動向関連 (近畿)	◎	＊	＊	＊
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今までの営業努力の結果が出ている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・リピート品に対して定期的に注文が入っている。納期は短めであるが、残業が必要なレベルではなく、在庫調整がようやく終わり、生産が再び始まっている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・新規設備の見積依頼が増加している。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社への引き合いのほか、取引先の受注状況も良くなっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・下半期に入り、交通広告の需要が増えている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・生産量や販売量に少し増減はみられるものの、全体的には前月や前年と比べても変化がない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は、25日以降の受注量が極端に減少している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価の上昇が続いている。景気回復の実感はないが、引き続き製品価格の改定を検討しており、売上や利益は堅調な推移が続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料や資材価格、人件費などの値上げが進むなか、受注量は減少気味であるが、価格転嫁によって製品価格は上昇しているため、売上は微増となっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先による設備投資が停滞している。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・コストの増加に対する理解は得られるものの、価格の細かな調整で苦戦している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンは前年を上回る店頭の荷動きをみせているが、洗濯機や冷蔵庫などの大型商品の動きは前年を下回っている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上が増えても、原材料費や人件費が上がっているため、利益はそれほど増えていない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・６月以降、景気の回復感はなく、雨の多さや気温要因で来客数が減少したほか、生活必需品の価格上昇による耐久消費財の買い控えもみられる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の業績好調により、年度末までのしゅん工を条件とする改修工事の引き合いが増えている。業績が好調な企業と、そうでない企業との２極化が進んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・荷物量の動きは横ばいであり、催事などのイベント関連の荷物は増えているものの、通常の荷物が微減となっている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・商品の値上げにより、今までの安価なイメージがなくなったため、売上が落ちている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・協力会社との取引価格に変動はない一方、人件費の高騰で利益が圧迫されている。
	□	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・行政の発注でイベントなどを実施しているが、以前と比べて来場者が増加しており、販売額も増えている。ただし、行政の発注額は景気や物価上昇に連動しておらず、当社の業況に改善はみられない。
	□	その他サービス業［受託調査］（調査担当）	取引先の様子	・取引先によると、食料品価格の上昇に対する客の理解があるうちは、売上は何とかなる。
	□	その他非製造業［衣服卸］（経営者）	受注量や販売量の動き	・食料品の値上げが激しいため、不要不急の消費が減り、家庭用品は店頭での販売点数の減少につながっている。一方、期間限定の売場では推し活需要などが好調で、駅前施設や百貨店では期間限定の店舗が増え、景気を下支えしている。全体としては販売価格が上昇しているものの、販売先の店舗が減っているため、売上も減少傾向となっている。
	▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・商品選定のミスも重なり、10月の限定商品の売上が芳しくない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・11月から飲料価格も値上げの方向であるが、値上げ前の購入が増えるはずの10月の売上は、予想に反して少し悪化がみられる。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・イベントでも集客の減少に伴い、１日当たりの売上が減っている。さらに、来場客も約６割が同じ顔ぶれであるため、値崩れする商品が増えている。その影響で利益が圧迫されており、採算割れとなるケースもある。
	▲	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまでは春の値上げ効果で景気は良かったが、市場全体での価格上昇に伴い、少しずつ陰りが出始めている。
	▲	その他製造業［履物］（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市場の動きが鈍く、コストの増加を価格転嫁でカバーできない状態が続いている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇により、消費マインドが低下している。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・全ての経費が増えている一方、運賃の値上げ交渉については、取引先も経費がかさんでいるため難しい状況である。採算割れとなる仕事が多いものの、長い付き合いの取引先は断りにくい。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先は仕入価格の上昇に直面しており、販売価格に転嫁するまでには時間が掛かるため、しばらくは辛抱となる。
	▲	金融業［投資運用業］（代表）	それ以外	・物価の上昇や、中東情勢の変化など、マインドが上向くようなトピックがほとんどない。少なくともあと２～３年はこのような状況が続くと予想される。
	▲	その他サービス業［店舗開発］（従業員）	受注量や販売量の動き	・駅ナカでは、消耗品や食品を扱う店舗はおおむね好調に推移している一方、スイーツや雑貨などのし好品を扱う店舗では、節約志向の影響か、やや苦戦を強いられている。
	×	繊維工業（管理担当）	それ以外	・原材料価格の高騰を始め、資材価格が軒並み引上げとなっている。
	×	その他非製造業［電気業］（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・食料品などの物価の上昇が止まらない。
雇用関連 (近畿)	◎	－	－	－
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・案件の確度が増し、成約が続いている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣社員の処遇改善につき、企業の理解が得られるケースが増えつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・電話応対のないデータ入力や、単純な事務職の求人は減少が続いている一方、関係各所との折衝や調整が必要な事務と、労務や経理などの専門技術を兼ね備えた、事務プラスアルファの求人が主流になっている。単なるルーティンワークにとどまらず、状況に応じた調整力や実務の専門性が不可欠となっており、事務職に求められる役割のハードルが日を追うごとに高まっている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・世界情勢や物価上昇などの影響により、求人数は伸び悩んでいる。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみても、大きな変動がない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は足踏み状態が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数はおおむね横ばいで推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の求人数は前年よりも減少したが、求人事業所数は大きく変わっておらず、10月の求人数にも大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・ＡＩの導入や設備の整備などで業績が良くなった企業がある一方、最低賃金の引上げや物価上昇による経費の圧迫を訴える企業もみられる。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用では2027年卒業予定者と、2028年卒業予定者の両方が対象となっている。2027年卒の求人については、年内で締め切る企業が出てきており、特に知名度のある企業や条件の良い求人は年内で終了となる見込みである。その一方、施工管理職やＩＴ関連など、学生が簡単に応募できない求人はまだ残っている。 2028年卒の求人については、採用の開始を前年よりも１～２か月早める企業も出ており、早期選考の動きが進んでいる。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人の依頼は継続的にあるが、人材不足が続いている。派遣スタッフの就業状況や、企業の採用意欲に大きな変化はなく、３か月前と比べて景気は横ばいである。
	□	学校［大学］（就職担当）	求人数の動き	・医療機関も採用活動の早期化が進んでいるため、医療系の学生の就職活動に変化が起きている。臨床実習期間中に就職活動をする学生や、それを認める医療機関が増え始めた。ただし、通年での求人事業所数に際立った変化はみられないため、求人活動が過熱しているというよりも、人手不足の影響で早めに人材を確保する動きが増えている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・近畿の有効求人倍率は、求職者数の減少で18か月ぶりに上昇したが、傾向が変わったのではなく、天候不順でハローワークへの来所が減った影響が大きい。引き続き希望退職の募集がみられるほか、小規模事業所を中心とした後継者不足の影響もみられる。また、業績不振による事業の廃止や縮小、シニアを中心とした事務職の契約満了を含む、事業主都合の離職者の動きも続いているほか、来年４月の保育所入所を見越した育児中の求職者や、年金だけでは生活が苦しいシニア層の動きもみられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・米価格の低下や、政府のエネルギー補助による物価抑制効果も薄れるほど、原油価格の上昇による影響が出ている。特に日用品の多くで値上がりが続いており、家計が圧迫されている。
	▲	新聞社［求人広告］（営業担当）	それ以外	・状況はほとんど変わっていないが、物価が継続して上がっている点や実質賃金の上昇度合いをみると、景気は悪くなっている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	それ以外	・物価の上昇に伴い、業界ごとの求人条件の格差が広がっている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	それ以外	・物価上昇による買い控えが顕著であるほか、天候不順の影響で食料品価格が上昇し、一般家庭や飲食店などに影響が出ている。

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

９．中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・10月の宿泊について、３か月前の時点では前年比マイナス５％の予約ペースだったが、現在は前年比プラス10%以上のペースとなっている。
	○	一般小売店［洋裁附属品］（経営者）	来客数の動き	・イベントの開催に向けて準備を進めており、客足が伸び始めている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・直近３か月前と比べると、美術品やブランド品等の高額商品の動きが明らかに良くなってきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・来客数が増加しているわけではないものの、商品価格の上昇に客が慣れてきたことで、財布のひもが緩みつつあるとみられる。給与は上がらないが、節約を続けることにも限界があり、これまで購入を控えていた商品を買う動きが増えているようにみられる。
	○	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ようやく気温が下がってきたため、秋冬商材を求める客が増えてきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・現在、故障などをきっかけとした乗換えの案件があるため、販売量が一時的に増えている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期を終えると、例年は市場の動きが落ち着き、低迷する傾向にある。しかし、10月を迎えた現在も、微増ではあるものの、来客数と販売量が増加傾向にある。今後もこの状況が継続してほしい。
	○	その他専門店［土産物］（経営者）	来客数の動き	・観光バスの来場が増えてきたことや、イベント開催時の集客状況を見ても、徐々に良くなってきている。
	○	その他専門店［和菓子］（経営者）	来客数の動き	・修学旅行での来場者が増えた。
	○	その他専門店［革製品］（店主）	単価の動き	・今月は、来客数がそれほど増えてはいないが、単価が少し高かったため、結果として良かった。ただし、景気が良くなったことで単価が上がったというよりも、たまたま高価な商品を必要とする客が重なったという印象を受ける。
	○	その他小売［ショッピングセンター］（支配人）	来客数の動き	・売上と来客数が前年を上回っており、好調である。特に飲食関連のレストランやフードコートが大きく伸びている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・行楽シーズンを迎え、インバウンドを中心に来客数が増えている。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・３か月前と比べると、来客数は前年比で約８％改善している。曜日によるばらつきは大きいものの、客の流れは若干良くなっている。
	○	その他飲食［パーキングエリア内レストラン］	販売量の動き	・家族連れの観光客が多くなっている。秋はイベントや紅葉シーズンを迎え、人の移動も増加してくるとみられる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・宿泊需要は引き続き堅調に推移しており、観光客に加え、ビジネス利用も増加傾向である。特に週末やイベント開催日における稼働率が高く、来客数は３か月前と比較して増加している。また、客室単価も比較的高い水準で推移していることから、身の回りの景気はやや良くなっているとみられる。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・10月と11月は旅行会社の法人営業において、団体旅行の実施が最も多い繁忙期であり、販売量、収益共にピークである。
	○	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・価格の見直し等も実施し、社内の気運も加わり、景気は上向くとみられる。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・秋のベストシーズンを迎え、９月、10月共に順調に推移している。台風の影響で１週間分がキャンセルとなったが、前年を上回る実績となっている。
	○	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・ようやく涼しくなり、来場者が増えてきた。天候によるキャンセルはあるが、予約状況は良い。

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
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・ここ数か月、ある店舗の販売量が前年比で減少傾向である。常連客の来店頻度が減少している様子である。
	□	一般小売店［印章］（経営者）	販売量の動き	・暑さは和らいだが、客足は回復していない様子である。
	□	一般小売店［茶］（経営者）	販売量の動き	・秋になって観光客も増えてきたが、天候によるイベントの中止など、様々な条件が重なり、売上は低迷している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・売上と来客数に変化はない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・本格ブランドやハイブランドを購入する客層は引き続き購買意欲が高い一方で、国内ブランドを購入する客層には依然として買い控えが見受けられ、消費の２極化が続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数に加え、１人当たりの買上点数が大幅に増加したことで客単価が上昇し、売上も大幅に伸長している。平日の来客数が大きく伸長していることからも、消費に対しての動きは活発化していると考えられる。特に食品に関しては、単価の高い商品の動きも良くなっており、これまで低単価商品が中心だった商品構成も、高単価商品の割合が増えている。買上点数を指標として判断しているが、この傾向は継続していることから、良い方向に向かっていると考えられる。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年比97%と前年割れとなっている。10月に入ってからも商品の値上げが続き、客の買物籠の中身は増えない状況が続いている。客からも値段が高くなったとの声が多く聞かれる。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・９月と10月の値上げの影響により、売上は増加しているが、来客数が前年の99%となっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は伸びているが、買上点数が減少している。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売点数は前年比２ポイント上昇しているが、売上の伸びに比べると少ない。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる１品単価の上昇や、消費者の節約志向による買い回り、セルフレジの導入、一部店舗での24時間営業開始などにより、売上は前年を上回っている。一方で、１人当たりの買上点数は前年を下回る状況が続いている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・物価高騰が続くなか、衣料品の購入は必要最低限にとどまっている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・雑貨業界では、１アイテム当たりの販売量が少ない。シーズン商品なども動きが悪く、買い控えがみられる。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・毎月のように実施される商品値上げが、既に恒例化している。前年と比べて来客数は減少している。自社製品に限っては値下がりもみられるが、余り客に浸透していない様子である。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・物価上昇が加速している。値引きした商品から早く売れていく傾向にあるので、利益率の悪化が懸念される。
	□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・電気料金の補助金廃止や最低賃金引上げ等により、営業コストの負担が増加している。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・人口減少に伴い、消費の勢いは確実に弱まっているが、販売店の努力などにより横ばいで推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の上昇や織元の廃業など厳しい状況が続いている。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来年、蛍光灯の製造が中止になるとの報道があり、省エネ商品としての需要に加え、補助金制度も後押しとなり、例年よりもＬＥＤ照明の動きが良い。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年を下回り、売上も低調に推移しているものの、３か月前と比べて大きな変化はない。
	□	乗用車販売店（リース担当）	単価の動き	・油脂関係の価格が毎月のように上昇しており、客からは購入しづらくなったという声を聞く。
	□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比95%となっており、新型車効果が出ていない。
	□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響もあってか、新型車が発売されても販売台数は伸びてこない。

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
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高で仕入価格が上昇し、販売価格への転嫁を余儀なくされており、客の購買意欲の低下が懸念される。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・中東の海峡封鎖後、あらゆる商品の価格が上昇し、消費者の財布のひもは固くなっている。国産品が高額であるため、アジア製の格安商品を購入する客が増えている。このままでは国内メーカーの需要が減少することが懸念される。
	□	その他専門店［宝石店］（店員）	来客数の動き	・金価格の高騰により、商品の販売価格も上昇していることから、売上は総じて好調に推移している。一方、来客数や購入客数はここ数か月、前年の８割程度で推移しており、今月も同じ状況となっている。
	□	一般レストラン（経営者）	それ以外	・10月から最低賃金が引き上げられ、雇用する側としては悩ましい状況となっている。
	□	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え、紅葉を目的とした日帰り宴会の利用客は増えているものの、宿泊予約については、まだ動きが鈍い状況である。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・観光シーズンを迎えたものの、３か月前や前年と比較して大きな変動はなく、おおむね前年並みで推移している。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・物価高などの影響により国内旅行需要は伸び悩み、前年実績を下回る状況が続いている。海外旅行についても、中東情勢の影響で、欧州を始めとする長距離方面の需要が低迷している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は通院や買物などによる利用が安定してあるものの、夜の飲食店利用客の動きが余り良くない。特に深夜時間帯の利用客が少なくなっている。
	□	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・売上は前年比109%で推移しているものの、前年に実施した約13%の運賃改定を考慮すると、実質的な利用状況は前年を下回っており、景気回復の実感は乏しい。大きなイベントや人の動きを活発化させる要因も少なく、タクシー需要に力強さはみられない。今後についても大幅な需要増加は期待しにくい状況である。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ＡＩ関連の話題は絶えないものの、パソコンの利用動向に大きな変化はなく、高価格帯商品の需要が高まっている様子もない。スマートフォンについても同様で、ハイエンドモデルよりも普及価格帯の商品に対する需要が堅調である。
	□	通信会社（総務担当）	それ以外	・サービス提供用設備の構築においては、依然として資機材の価格高騰や納期未定の状況が続いており、サービス提供にも支障が出ている。また、食料品等の値上がりも続いており、衣食住全てにおいて負担感しかない。
	□	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・中東情勢の影響により、経済の不安定な状況が続いている。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・料金の延滞率、延滞解消率共に大きな変化はみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サブスクリプションサービスの解約が増加傾向にあるなど、家計の引締めが続いている。
	□	設計事務所	お客様の様子	・工事費は上昇しているが、設計完了後に工事を見送る判断となった案件はわずかである。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築やリノベーションの引き合いはあるものの、建築費の高騰により予算に収まらず、成約に至っていない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が上昇しているが、所得は増えていない。
	▲	商店街（理事）	お客様の様子	・猛暑や豪雨などの異常気象に加え、相次ぐ値上げにより、生活防衛意識が一層強まり、必要性の低い商品は購入を控える傾向が広がっている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客はいるものの、地元客は減少している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・購入を迷う客が多く、購買に至るまでに時間を要するなど、慎重な姿勢が顕著となっており、非常に厳しい状況が続いている。
	▲	一般小売店［眼鏡］（経営者）	単価の動き	・低価格商品が売れるようになり、特に高齢者を中心に、高価格帯商品の販売が伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・相次ぐ商品の値上げや先行きの不透明感から客の節約志向が強まっている様子である。これまで比較的高価格帯の婦人服を購入していた客の来店が減少したとの声もある。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前年のブティックオープン時に好調な売上を記録した反動もあり、今年は苦戦している。来月もその影響が予想される。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・洗濯機やエアコン、クリーナーの販売数が80%程度と低迷している。来客数も90%程度と伸びていない。
	▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・来場者数の減少と、見込み客の発生頻度の低下がみられる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車効果が薄れてきている。
	▲	その他専門店［時計］（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンということもあり、レジャー関連に消費が向かい、高額品が売れない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・３か月前までは、全曜日、全時間帯において来客数が前年を上回って推移していたが、今月に入り、平日のランチタイムは前年の80%台前半まで落ち込んでいる。また、ファミリー客が中心となる週末のディナータイムも90%台にとどまっており、全体の来客数も前年の96%となっている。一方、夏場商戦前に実施した値上げが定着したことで、客単価が前年の108%、売上は104%を維持している状況である。サラリーマン層やファミリー層の外食に対する考え方や行動が大きく変化していると考えられる。
	▲	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊は前年を上回っているものの、ここ３か月では伸びが鈍化している。また、宴会についても前年と比べて伸びが鈍く、最近の動きも弱まっている。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・前月に引き続き、客は性能よりも価格を重視して商品を選ぶ傾向にある。ただし、最近のサイバーセキュリティ関連の問題を受け、セキュリティ対策には費用を掛ける傾向がある。しかし、その分、他の支出を削減する動きになるため、消費は鈍化している。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・３か月前の売上と比較すると、発売時間が冬時間で短くなったため、１日平均の売上は下がっている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・低価格の店舗が大盛況となる一方、その他の店舗は厳しい状況となっている。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・将来の生活に対する不安から住宅購入意欲が低下しており、今後の収入と支出のバランスを見直す動きが見られる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・周辺の業者との話でも、戸建て住宅、マンション共に来場者数が減少しているとのことである。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・住宅ローン金利の上昇が確定し、週によっては来場者が全くない物件もあるなど、住宅販売を取り巻く環境は厳しさを増している。また、購入希望があっても、最終的に借入れへの不安から購入を断念するケースが多い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・町から人が減り、来客数も減少しており、回復の見通しが立たない。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・サラリーマンや年金生活者の来店間隔に変化はないが、自営業者は仕事量が増えているものの、利益率が悪いとのことで、景気は厳しい状況にある。
企業動向関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・順調で多忙な状況となっている。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・気候が安定し、衣料の需要が増えてきた。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は海外向け、国内向け共に好調であり、従来の人員に加えて応援要員を必要としている。この先１か月は活況が続くと見込んでいる。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル製造装置の販売量は減少しているものの、プリント基板製造装置については、ＡＩ関連向けパッケージ基板の需要が続いており、全体としては好調な状況である。
	○	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	金融業（主任）	取引先の様子	・取引先の受注状況や営業活動をみると、以前と比べて動きが改善傾向であり、身近な景気はやや良くなっているとみられる。
	○	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・県内製造業の生産活動は持ち直し基調が続いている。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・引き続き、様々な商品の値上げが続いており、取引先でも様子見の姿勢を取るところが多い。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に低調な動きが続いている。国内景気は緩やかな回復基調にあるものの、原材料やエネルギー価格の上昇、海外経済や通商政策の不透明感などから、一部業種では先行きに対する慎重な動きも見られ、需要の本格的な回復には至っていない。今後も市場動向を注視していく必要がある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・荷動きに大きな変化はなく、依然として低調のままである。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・定時生産工数分の受注量は確保できている。自動車業界からの受注に波はあるものの、舶用部品や半導体製造装置部品の受注は底堅く、生産を支えている。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・米国向けの輸出は引き続き旺盛であるものの、欧州向けは減少傾向にあり、全体としては横ばいで推移している。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・安定した受注と受注見込みを確保できている。一方で、価格転嫁は受け入れられやすい環境にあるものの、資機材の価格上昇は依然として予断を許さず、利益率の低下が懸念される。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・発注先企業との打合せでは、受注高は一定程度確保できており、当面は問題ないものの、物価高騰により利益が圧迫されているとのことである。さらに、人材不足もあり、これ以上の受注拡大は難しい状況とみられる。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客へのヒアリングでは、積極的な企業活動や新規引き合いがある様子はみられない。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数に変化はない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、売上共に堅調に推移しているが、人件費や金利負担の増加により、高コスト体質が徐々に顕在化している状況である。
	▲	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・単価が高くなり、物の動きが悪い。
	▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・原材料価格の高騰で、各社が値上げを実施しているが、大手企業と中小企業では価格転嫁力に大きな差があり、値上げ幅にも大きな開きがある。値上げ後は物量も減少しており、需要期に入るなか、ヒト・モノ・カネの全ての面で厳しさが増している。
	▲	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・小売店の販売状況が芳しくない。
	▲	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・米価下落により農業機械の販売量が減少している。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・原材料等の高騰が続いている。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・中東情勢の悪化による資材価格の高騰を背景に、仕入原価の上昇が続いている。
	▲	通信業（企画担当）	それ以外	・物価上昇や中東情勢の悪化に加え、不正アクセスによる情報漏えいなどのセキュリティ事案も重なり、経済環境の悪化に対する懸念が続いている。
	×	－	－	－
雇用関連	◎	－	－	－
	○	－	－	－
(中国)	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・稼働者数は前年水準を維持できるかどうかの厳しい状況が続いている。派遣料金は上昇傾向にあるものの、顧客側のコスト負担は限界に近づきつつあり、今後の単価維持や需要の先行きは不透明な状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（事業部長）	それ以外	・業績は前年に比べ微増で推移しているものの、主な要因は既存取引先へのサービス価格改定によるものであり、成約件数が増加しているわけではない。そのため、実質的に業績が向上しているとはいえない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人広告案件や職業紹介事業への応募状況は、数か月前と比べて大きな変化はない。季節要因も考えられるが、最近は年間を通して同様の傾向である。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・新卒採用は中長期的な経営計画に基づいて行われるため、過去３か月間の短期的な景気変動によって、採用計画や採用者数が左右されることはない。現在も当初の予定どおり選考や内定者フォローなどを進めており、採用活動に特段の変化は見受けられない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・有効求人数は前年比で減少傾向が続いているものの、医療福祉や建設業、運輸業等では慢性的な人手不足が続いており、人材確保に苦慮している。一方、中東情勢の影響が懸念されるものの、雇用面への影響は限定的となっている。
	□	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・全体の求人数は横ばいから微減で推移しているものの、企業の採用意欲は引き続き維持されている。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・求人媒体の採用企業向け有料サービスを利用して以降、安定的に求職者からの問合せが寄せられている。
	□	学校［短期大学］（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒の夏採用が終了したこともあり、求人数の増加が停滞傾向にある。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前年比で求人数が減少している。
	▲	新聞社［求人広告］（担当者）	周辺企業の様子	・円安や物価高騰、海外情勢の不安定化など、先行き不透明な状況が続くなか、金利上昇も重なり、地域の消費活動は一段と冷え込んでいる。一方、一部の富裕層による消費や企業の設備投資は引き続き活発であるものの、企業は思い切った賃上げに踏み切れない状況にある。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・例年10月は、多くの企業で下期がスタートする期の変わり目に当たるため、他の月と比べて入社数が増加する傾向にあるが、今年は減少した。また、９月や11月への入社時期の前倒し、後倒しによる変動ではなく、純粋な減少であり、前年同月と比較しても減少している。
	×	－	－	－

10．四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (四国)	◎	－	－	－
	○	一般小売店［生花］（経営者）	お客様の様子	・年末イベントにおける贈答品等への関心が高まっており、予約や購入が増加している。また、店舗の新装開店が増加し、開店祝いの需要も増加している。
	○	一般小売店［書籍］（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上は前年並みだったが、外商売上が好調だったため、全体で前年を上回った。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが若干増加した。景気は少しずつ良くなるとみられる。
	○	その他小売［ショッピングセンター］（館長）	来客数の動き	・10月の入館者数は前年比115%の状況であり、好調であった。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・様々な商品の価格が上昇したが、客は慣れてきたようにみえる。高価格の飲食店についても、客数は減少していない。
	○	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・前年同月と比べて、来客数は増加している。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・川をいかしたまちづくりの推進により、川沿いに並ぶ屋台がアーケード街まで広がってきた。新たな方向性が見えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・観光客やインバウンドを含め、来客数は増加した。しかしながら、地元客を中心に、生活防衛のための節約志向が高まっている。
	□	商店街（常務理事）	来客数の動き	・物価上昇により物の消費が伸び悩むなか、体験価値を重視した消費の需要が大きな柱となっている。
	□	一般小売店［文具店］（経営者）	販売量の動き	・２～３か月前と比べると販売価格は落ち着いている。来客数はわずかに減少したものの、例年並みの推移である。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い季節商材の売上は増加している。また、高額品や催事が堅調な一方で、物価上昇による生活防衛意識から日常の買い回りは慎重である。全体としては３か月前と同水準で推移している。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・販売量は減少したものの、商品単価は上昇した。また、物価上昇の影響により、商品購入にはメリハリがあり、個人差も大きくなった。
	□	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合他社の大規模な販売促進施策により、来客数は減少しているが、一時的なものとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・前年と比較すると、米の価格は大幅に低下しているが、農作物の価格は天候の影響により大幅に上昇している。他の商品の価格上昇を含めると、全体では販売価格は高くなっており、客は少しでも安く販売されている業態で購入する傾向にある。
	□	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・買い控えの傾向は変わらない。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・来客数が若干減少したものの、特に１品単価の大幅な上昇によって、売上は増加傾向にある。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は、天候の影響により若干減少した。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・2027年度末の蛍光灯製造終了に伴う需要で、照明器具の販売は前年比114%と増加している。また、新型機種の発売によりスマートフォン売上は前年比118%の状況であるが、冷蔵庫や洗濯機の売上は減少している。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて、客単価は上昇し、客数も増加している。行政によるイベント開催効果と、それぞれの施設の施策が良い結果につながっている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・車の稼働率は平日が30%、週末が40%程度である。現在の稼働率で客の送迎が賄えている状況であり、客の移動の需要は減少している。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数は販売エリアによって増減はあるものの、全体としてはほぼ横ばいである。販売量に大きな変化はない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築資材の価格は、高止まりが続いている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価の上昇が日々の生活を圧迫しており、客の遊興費が減少している。少しでも無駄遣いを減らそうという気持ちから、客の消費行動が消極的である。
	▲	一般小売店［鞄］（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇によって客の購買意欲は低下しており、買上点数が減少している。
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価の上昇により、芳しくない。節約志向がより一層高まるとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年とほぼ同じだが、来客数は減少し、客単価の上昇により補っている。景気は悪くなっているとみられる。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・天候不良や輸入品の値上げなどにより、野菜をはじめ、商品価格が高止まりしている。また、米の市場価格は下がっているが、商品価格への転嫁が遅れており、値下げの時期が不透明である。
	▲	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・販売量は、前年と比べ10%以上減少している。購入金額を抑えようとする客が増加している。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・多くの商品が値上がりしており、下見や見積り止まりの件数が増加している。
	▲	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・業況が芳しくない客や会社が増加している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車両価格や金利の上昇が、車の購入の大きな負担となっている。そのため、買換えに慎重な客が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他専門店［酒］（経営者）	来客数の動き	・10月初旬の地方祭終了後は、売上が減少している。
	▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宴会需要が減少した。国際情勢の不透明さや、企業へのサイバー攻撃等、心理的不安要素が高まっているため、慎重になっているとみられる。
	▲	旅行代理店（部長）	販売量の動き	・原材料価格やエネルギーコストの上昇、また賃上げ対応に伴う人件費の増加等が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が生活を圧迫しているといった声が多く聞かれる。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・客単価は上昇しているが、来客数は大幅に減少している。客は家計の状況が厳しくなっており、低価格の業態で購入しているとみられる。
	×	コンビニ（総務）	販売量の動き	・３か月前と比較すると、売上は前年と比べて低下している。来客数は前年比で減少しており、客単価の上昇により一定の売上を確保している状況である。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・来店頻度が低下している。生活必需品の価格上昇によって、ぜいたくと判断する消費を抑えているとみられる。
企業動向関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年は閑散期であるが、今年は順調に発注が入っている。インバウンドを中心とした観光客向けの小売店は、全国的に販売が増加しており、売上増加につながっている。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・10月は天候に恵まれ、受注が回復した。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・週末のイベントへの参加者が、前回と比べて130%に増加した。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・特に変わりはない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇や電気料金の値上げにより、採算が合わない。物価の上昇が景気に大きく影響している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備投資は堅調に推移しているものの、住宅の買い控えは続いている。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きな変化は感じない。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客の受注状況等に大きな変化はみられない。
	▲	化学工業（所長）	競争相手の様子	・競合先において、低価格を武器に受注を確保しようとする動きが顕著であり、防戦している状況である。全体での景気は悪いとみられる。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業が少ないため、競争が厳しく、なかなか受注に結び付かない。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・成約に至らない商談が増加している。売主、買主共に慎重で、様子見が多い。
	▲	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格の上昇に見合った販売価格への転嫁が、十分ではない。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・物価の上昇によって経費が増加しているが、販売価格へ転嫁できていないため、状況は悪くなってきている。
	×	－	－	－
雇用関連 (四国)	◎	－	－	－
	○	－	－	－
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	採用者数の動き	・人材の不足感はあるが、費用面で採用に至らない。
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者数の増加が、業界の景気を左右する。
	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・全国平均を上回る求人倍率が維持されているものの、周辺企業の求人数はやや減少している。サービス業や運輸業、製造業、建設業などでは求人数がやや増加しており、業種による偏りが大きい。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	周辺企業の様子	・イベントの影響で好転しているという話もあるが、効果は限定的であり、厳しい状態の企業も多い。総合的に変わらないとみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・大手で中東情勢の影響が少ない企業は、業績の改善がみられるが、小さな企業では相変わらず厳しい状態である。商品の値上げが続き、なかなか利益が増加しないという企業が多く、厳しい状態が続くとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・全体的に大きな変化はないが、事務関係の求人については減少傾向にある。
	▲	－	－	－
	×	－	－	－

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (九州)	◎	一般小売店［青果］（店長）	単価の動き	・主力商品である玉ねぎや人参、じゃがいもの産地は北海道に移り、かなり単価が下がったため、全体的に販売しやすくなっている。また、地物の葉物などの農作物の単価も安くなり、相対的に動きやすい単価になっているため、商売がしやすい状況になっている。
	◎	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・セールスイベント等もあり、来店客が多く、月間受注台数が新記録となった。
	◎	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、秋は行楽シーズンなので来客数は増加している。10月から九州ふっこう応援割がスタートしているが、全体予算が少なく電話回線がパンクするほど殺到してスタッフの業務に支障が出るほどである。しかし、実際の予約はとても少なく、今後は予約方法等を見直すことも必要である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・10月は企業のインセンティブに加えて旅行シーズンでもあり、需要が高まっている。毎年この期間の利用者や企業の団体も多く、需要が増加している。
	○	一般小売店［生花］（経営者）	販売量の動き	・ギフトがメインの花屋である当店では、気温が高い７月から涼しくなった10月にイベントも増えるため売上が若干増加している。また、店への来客数よりも花の通信販売からのＷｅｂ注文が意外と伸びている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドで特に韓国の来店が目立っている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・韓国を始めとして、インバウンドの売上が伸長している。特に国内の高所得層の購買意欲が減少しておらず、売上が減少していない。また、天候も秋らしくなり近年では珍しく秋冬商材が順調に推移している。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・10月初旬は、気温の低下がみられたものの、中旬から下旬にかけて高温傾向が続き、特に秋冬商材を展開している衣料品の売行きが厳しい。食品は、生鮮食品を中心に堅実な動きとなり、販売数量は前年を上回っていて、今後も堅調に推移するものとみている。衣料品の売上は気温の低下に依存する。
	○	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・寝具が活躍する夜間では気温は冷え込んできたものの、買物をする昼間の気温が依然として高いため来客数がなかなか伸びない。
	○	その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	販売量の動き	・顧客による店頭でのコーヒーの売上と比べて卸先の販売量が増えている。インバウンド客や行楽シーズンの旅行客が増加したため、卸先のコーヒー需要が増加しているとみられる。
	○	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・九州ふっこう応援割の影響は多少あるが、インバウンドの方が伸長が良い。
	○	観光型ホテル（総務）	販売量の動き	・令和８年熊本地震で宴会需要が落ち込み９月までキャンセルや延期が続いていたが、10月からは安定的に開催する企業が多くなっている。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・10月から開始された九州ふっこう応援割の効果により、宿泊プランや募集型ツアーを中心に販売量が増加している。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・九州ふっこう応援割の影響により、販売量が増加している。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・運賃改定以降、客単価は継続して上昇している。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え、指標としている市外からの来客数も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・インバウンドや忘年ゴルフ等の問合せの予約は順調に推移している。
	○	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・秋のコンペシーズンの来場が増えているため、来客数に動きが出ている。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・前月比では20%ほど来客数が増加していて、住宅ローン金利の影響も大きな要因となっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・前月までは少し景気が良くなりつつあったが、今月は厳しい状況になっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者数が、伸び悩んでいる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年との比較ができず、忙しい月もあれば閑散としている月もある状況である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・今までは、衝動買いが多少あったが、現在は生活必需品だけを購入するようになりシビアになっている。
	□	一般小売店［精肉］（店員）	販売量の動き	・飲食店向けの販売が想定以上に伸びていない。飲食店では人手不足による休業日が多く設定されていることも要因である。
	□	一般小売店［茶］（販売・事務）	お客様の様子	・物価高騰で客の購買意欲は下がっている。固定客は安定して来店しているが、必要な物だけを購入しているため、購入金額は抑え気味である。買い控えは続くと予想され、休みが多くなると人の動きは大型店へ行くため、売上が減少している。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・リビング関連及びインバウンドによる化粧品の売上は好調に推移しているが、依然として婦人服を中心に衣料品全般の売上が良くなく、全般的に売上は前年を下回っている。
	□	百貨店（経営企画担当）	それ以外	・売上と来客数の前年比では、７月は100.1%と104.9%、８月は105.3%と102.2%、９月は104.7%と96.4%、10月26日時点で100.7%と99.2%である。前月までの売上は微増傾向が続いていたものの、来客数は微減傾向にある。９月末に発売されたプレミアム付商品券による消費喚起を期待したが、売上及び来客数共に大きな押し上げ効果はみられない。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・令和８年熊本地震から約３か月が経過しているが、大きな被害が出た地区はいまだ商業施設はもちろん、生活インフラさえ復旧していない。そのため、買物をする場所がなくなり、被害の少なかった商業施設や商店では、その被災者受入れにより前年度に比べて売上が伸びているところもある。しかし、売上が伸びているのは食料品やリビング商品など生活必需品の買い回りが多いためで、地域全体での消費はいまだ回復していない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・九州地区では、10月から九州ふっこう応援割がスタートしているため、観光地は追い風にはなっているが、その他エリアについては変わらない状況である。物価高騰もある程度落ち着きを見せているものの、消費者の生活防衛意識は依然として高く、なかなか消費につながらず、来客数の前年割れが続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数や客単価は上昇しているが、１人当たりの買上点数は下落しており、客が吟味した上で商品を購入している様子がうかがえる。生活防衛意識は高く、消費意欲が高いとはいえないため、景気は悪いまま横ばいである。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・物価上昇の影響により、ディスカウント店ではない当社の来客数は前年を下回る水準で推移し、併せて販売量も前年を下回っている状況である。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候悪化で行楽イベントの人の動きが悪い。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価の上げ止まりがなく、商品の売上が日々下がっている状況になり利益が下がっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人目を引き付ける商品として需要が拡大している青果などの農作物は天候不順のあおりで厳しい状況にあるが、全体的に大きな変化はない。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・10月のたばこの値上げによって、売上単価が下がり、来客数も伸び悩んでいる。
	□	衣料品専門店	来客数の動き	・３か月前の悪い状況のまま変わらない。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の動きに変化はなく、２～３か月前と変わらない状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・冷え込みが一服すると、顧客の来店も停滞し、来客数が前年比85%で推移している。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・気候は高額商品の売上に大きく影響してくる。金に余裕があると普通に買物をしているが、気候が良くなっている10月でも一般の客は買い控えをしている人は多い。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・数か月間、来客数の前年比80～90%という状況が続いていて、なかなか回復しない。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・10月末からの大型イベントの広告を含むダイレクトメール効果もあり、来客数や問合せが増えている。
	□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・今月は、イベントやプレミアム付商品券の影響により、店舗での売上は順調である。しかし、新規事業でクレームがあり、売上に影響している。
	□	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］（支配人）	単価の動き	・３か月前から、特に映画館においては前年の邦画のヒットによる反動で、厳しい推移が続いている。全館的なレジ通過来客数はやや前年より下回っているものの、客単価が伸長しているため、結果として売上は前年と同水準で維持することができている。飲食店のメニュー価格改定やアパレル店舗における商品単価の上昇に対応する店舗も少しずつ増えてきている。しかし、全国的な物価上昇の動きと比較すると、インフレの影響は限定的で、実際の数値としてモール全体の前年比ほぼ横ばいである。
	□	その他小売の動向を把握できる者［ショッピングセンター］（統括者）	単価の動き	・商品単価は上がっているが、買上点数が抑えられ、客単価が追い付いていない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが増加し、売上を支えている。
	□	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・来客数に大きな変化がみられず、また、前年比の販売状況も３か月前と大きく変化していない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・電話予約が減少し、Ｗｅｂ予約が増え始めている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・朝から夕方までの来客数は前年並みだが、夜10時以降の来客数が減っている。会社の飲み会が減少しているため、利用者が減っているとみられる。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・市場の動きがほぼないため、景気は変わらない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・地域経済を取り巻く環境は、これまでと比べると改善が見受けられない。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価上昇は日々の生活で感じており、小売店などの売上が増加していると予測されるが、給与に反映されているかどうかは分からない。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・２～３か月前と比較すると少しずつ景気回復しているが、先行きは緩やかに良くなると考えている。これから年末に向かうため、美容業界では季節の変わり目でもあり衣類に変化が出て、徐々に購買意欲も出てくると予想される。
	□	美容室（店長）	お客様の様子	・何もかもが値上がりして生活が苦しくなっている。
	□	その他サービスの動向を把握できる者［フィットネスクラブ］（営業）	販売量の動き	・20～30歳代の利用が減少傾向にあり、その家族の子供の利用も減少している。しかし、40歳代以上の利用はそれほど落ち込んでいない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が高止まりしていて、特に地方の事業者は仕事の対価としての収入が増えていないが、生活必需品の価格は上昇するばかりである。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・一般的に景気の良しあしを金融関係でみれば、景気は上向きである。しかし、実際は質素倹約な状況で、景気動向としては消費活動は低迷している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者や来客数、買上点数、売上単価、売上全てにおいて下落傾向であり、物価高の影響は続いている。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・相次ぐ食料品の値上げやエネルギー価格の上昇により、先行きが不安である。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・前年度と比べ、表面の売上は増加しているが、物価上昇を考えると利幅は少ない。

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
	▲	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は98.8%と不調である。一方、客単価が102.8%となっており、物価高による影響が顕著である。
	▲	スーパー（従業員）	来客数の動き	・株価の低迷、金利の上昇、物価の上昇、相次ぐ食料品の値上げ等で、来客数は頭打ちである。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高のため、商品の動きが悪くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ごく僅かではあるが、来客数の減少により売上は前年を下回っている。客単価は上回っているものの、値上げの影響もあり買上点数が減少している。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年を超えない月が続き、客単価も上がる気配がない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月と比べて、来客数が大幅に減り、販売台数が落ちている。
	▲	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）	それ以外	・介護報酬臨時改定に伴う賃上げ財源確保により一定程度の賃上げは実施できたが、他産業と比較すると賃上げ額や賃上げ率も到底及ばない。また、他産業の月額賃金においても９万円前後の格差があるため、退職者の補充採用が困難であり、来客数や売上が減少している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・原因が不明であるが、９月中旬から商店街の通行量が落ち、危機的な状況である。
企業動向関連 (九州)	◎	＊	＊	＊
	○	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・関東が植付けできない状況だったが、九州産の農作物の出荷先は潤沢にあるため、九州や四国に注文が殺到している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・２～３か月前よりも材料の入荷が良い状態が続いている。また、客からの受注量が若干増加しつつあるため、このまま上向きになると期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は好調に推移しているが、ここに来て部材調達等に滞りが起こってきたため、その影響を見極めていく必要がある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先からＡＩ半導体関連、又はそれ以外の半導体に関する引き合いが出ている。
	○	金融業（経営者）	それ以外	・会員数が少し増えている程度である。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月は、夏の動きと比較するとかなり厳しくなると予想していたが、予想に反して計画していた売上が達成できそうである。10月中旬までは夏の暑さが残っていたが、居酒屋等外食では一般向けや家庭向けの量販店の動きも好調で引き合いが強い。工場の稼働も原料となる鶏も10月は順調で問題なく動いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製造装置向けの金属部品の加工の受注価格が大変厳しく、引き合いはそこそこ増えてはいるが受注にはつながっていない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中国向け車両は不調であるが、他車種は増産調整をしているため生産量に大きな変化はない。
	□	その他製造業［産業廃棄物処理業］	取引先の様子	・生産状況は変わらず材料の調達が困難なこともあり、余り生産量が変わっていない。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・取引先の荷動きが余り良くないため、保管商品が増え、出荷が増えない。年末対策とも考えられるが、動くような気配がない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価や人件費は上昇しているが、一定の水準での価格転嫁により、現状に大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・夏の長雨の影響により、葉物野菜などの農作物の価格は高止まりしている。宿泊や観光関連は、キャンペーンなどの支援策が追い風となり比較的堅調に推移している。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・物価高によるマイナスの影響もあるが、多くの企業で価格転嫁が進んでいる。最終消費者の賃上げもおおむね浸透し、やや良くなっているが、物価高や人件費増加の企業の利益縮小、人材の奪い合いなどのマイナス面もあるため、状況は変わらないと考える。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・借入金が多い取引先の中小企業では、ここ１年の急激な金利の上昇により利益面で徐々に悪影響が出始めている。増加する経費負担に対し、売上と利益の増加が追い付かない状況である。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・今月の受注内容等を確認しても、３か月前とさほど変動がない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注量に大きな変化がないため、企業の人材投資も大きな変化がないと判断している。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・少しでも安いところを探すため遠方まで出掛け、まとめ買いをしている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和８年熊本地震の影響により、商品の売行きが鈍化している。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響や台風の影響により10月は船のスケジュールが大幅に乱れている。そのため、船社が正常なスケジュールに戻すため抜港や本船を減らしていることから、コンテナ到着の遅れや減少が続いており、全体的な流通量が減少している。一方、米は前年の問題もあり、令和７年産が大量に余っており温度管理が必要であるため倉庫を探している。また、令和８年産も市場に出ているため定温倉庫は奪い合いとなっており、流通量の減少が価格の上昇につながり、取扱量が減少している。
	▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価高による影響かどうか理由は分からないが、出荷量が例年と比べて減少している。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の売上は前年比や前月比いずれもプラスになっているが微増であり、減収傾向に歯止めがかからない状況が継続し、実質的な所得も物価高騰に追い付いていない。最近では各企業へのサイバー攻撃があり、世界情勢等も沈静化の兆候がみられず明るい話題に乏しい。景気の判断として３か月前と比較するとやや悪くなっている。
	▲	その他サービス業［コンサルタント］（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定支援、設計等の役務や建設コンサルタントの委託業務を受注しているが、当初予算で発注が行われていなかった業務について、指名競争入札が数件行われた。通常、10月では価格競争が緩和され、予算の70%くらいまでで落札されるが、まだ60%で応札が行われており、７～９月にかけての発注件数が少ないことも影響しているとみられ、景気はやや悪くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・最低賃金が上がるのに、取引先から毎年の工賃値上げを承諾してもらえない。満額回答は毎年ではないが今年の賃上げは大変厳しい状況である。
雇用関連 (九州)	◎	－	－	－
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	それ以外	・７月の令和８年熊本地震から３か月が経過し、流通や飲食などの分野の復旧に伴い、地域間による差はあるものの一般消費者の消費活動も上がっている。また、九州ふっこう応援割などの支援策で、県内へのインバウンドも多くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業側の採用や人員補充に大きな変化はみられない。特に退職補充以外の長期案件については動きが鈍く、短期・スポット案件が中心となっている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・今月は業界問わず、企業からの派遣求人の動きが多かったが、営業や店舗巡回担当などの募集が多く、結局稼働につながらない状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ数か月の注文数はほぼ横ばいで、今月は若干注文が続いてきたが、下旬になって止まっている。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	採用者数の動き	・求人広告による応募だけでは採用が難しくなっている。特にＡＩやＩＴ分野のスタートアップ企業では、社員や取引先からの紹介によるリファラル採用を重視する傾向が高まっている。また、求人市場に現れにくい採用も増えていて、求めるスキルと応募者の経験にミスマッチがみられ、人材確保は依然として容易ではない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・４月以降５か月連続で前年比を増強していた新規求人数は、９月には前年同月を下回ったが、稼働日数が１日少ないことを考慮するとほぼ横ばいの状況であった。また、10月も途中経過であるが前年同月と比べ横ばい、又は微増の状況であることから求人数に大きな変動はなく、令和８年熊本地震後も企業の採用意欲に大きな変化は見受けられない。
	□	学校［大学］（就職支援業務）	求人数の動き	・企業の人手不足感は依然として強く、10月以降も採用活動を継続する企業が多い。2027年卒採用に加え、2028年卒採用に向けた相談や情報収集の動きも見られるが、採用予定数を大きく見直す企業は少ない。売手市場の状況に大きな変化はなく、引き続き採用充足に苦戦する企業が見受けられる。求人の動向を見る限り、景気は横ばいで推移している。
	□	学校［専門学校］（就職担当）	採用者数の動き	・ＩＴエンジニアや事務職については３か月前より縮小傾向が継続している。留学生を採用していた企業については、入管の規制強化が進み、採用を控える企業が出ている。
	▲	＊	＊	＊
	×	－	－	－

12．沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (沖縄)	◎	－	－	－
	○	百貨店（経営担当）	来客数の動き	・催事企画の好調に加え、インバウンドが増加している。
	○	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・夏商戦終了後も来客数の減少は限定的で、10月の酒税改定による酒類の売上や来店頻度の減少幅も想定を下回った。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価・来客数共に増加している。
	○	その他専門店［書籍］（部長）	来客数の動き	・来客数・売上共に微増となっている。
	○	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新型スマートフォンの発売により買換え需要が高まり、販売台数の増加を背景に客単価・売上共に好調を維持している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店は増加する一方、小売店は減少しており、客の様子もばらつきがあることから、景気判断が難しい状況にある。
	□	一般小売店［土産］（営業部長）	販売量の動き	・売上は前年並みにとどまり、天候等の影響で入域観光客の伸びも鈍化している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・10月は台風接近など天候不順の影響で、日によって来客数にばらつきが生じた。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車販売台数・新規来店客数共に低迷し、厳しい状況が続いている。
	□	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・来客数が予想を下回っている。
	□	観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・繁忙期の後も団体・個人需要は堅調で、ラーケーションの普及もありファミリー層の利用も維持されている。
	□	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・旅行商品の販売量は徐々に減少しているものの、価格は1.2～1.4倍に上昇している。そのため、売上は横ばいだが、利益率は低下している。
	□	観光名所（職員）	来客数の動き	・週末の悪天候が影響し、来客数が伸び悩んでいる。
	□	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・建売分譲住宅への問合せが引き続き好調である。
	□	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・中古住宅等の問合せは横ばいで、低価格帯の物件に需要がみられる一方、収益物件では融資条件を重視する傾向にある。
	▲	一般小売店［酒］（店長）	お客様の様子	・物価高騰を背景として、飲食店は酒類を安価なスーパー等で自ら購入するなど、経費削減を図っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・夏の観光・レジャー需要の一巡により来客数が減少し、物価高による節約志向も根強く、景気は３か月前に比べてやや悪化している。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・相次ぐ値上げにより、売上は維持されているものの、販売数量は減少傾向が続いている。
	▲	コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・観光客の減少に加え、台風や悪天候の影響で来客数が減少している。
	▲	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・前年のＯＳサポート終了に伴うパソコンの駆け込み需要やおきなわ省エネ家電購入応援キャンペーン終了の反動減に加え、台風による店舗休業も重なり、売上が減少している。
	▲	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・売上が落ち込んでいる。
	▲	その他専門店［陶器］（製造）	お客様の様子	・注文数に大きな変化はないものの、周囲の声から日本人の消費意欲の低下がうかがえる。
	▲	観光型ホテル（専務取締役）	単価の動き	・台風の影響で稼働率が低下し、売上・利益共に前年を下回った。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・物価上昇に所得の伸びが追い付かず、家計の負担が増加し、生活が厳しさを増している。
	×	その他飲食店［バー］（経営者）	競争相手の様子	・大型飲食店でも来客がない日があるなど、飲食業全体で来客数が減少しているとみられる。
	×	その他飲食店［ファーストフード］（総務部）	来客数の動き	・７月の繁忙期と比べると景気は悪化しているものの、前年比ではほぼ横ばいとなっている。
	×	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・７月の販売室数が前年比17%増加に対し、10月は前年比１％減少で、マイナスに転じている。
企業動向関連 (沖縄)	◎	－	－	－
	○	食料品製造業（総務部）	受注価格や販売価格の動き	・景況感は改善しているものの、依然として物価上昇が賃金の伸びを上回っており、消費者の節約志向は根強い。今後の消費・取引動向を注視している。
	○	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・公共・民間の工事需要や増産を背景に、売上が回復している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築資材が高騰しているが価格転嫁できず、発注者との交渉難航による利益減少を懸念している。さらに、生コンクリートの値上げも予定されており、不安に感じている。
	□	輸送業（経営企画部）	それ以外	・売上・受注量は前年比で増加しているものの、海上輸送の燃料費調整金など物流コストの負担が重く、利益の実質的な増加には至っていない。
	□	通信業（総務）	それ以外	・物価上昇に賃上げが追い付かず、実質的な購買力が低下し、生活の余裕が失われている。
	□	会計事務所（所長）	それ以外	・為替変動に加え、金利上昇への懸念もあり、消費マインドは慎重になっているとみられる。
	▲	＊	＊	＊
	×	－	－	－
雇用関連 (沖縄)	◎	－	－	－
	○	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・ＩＴ・情報通信関連に加え、年末の繁忙期を見据えたホテル・飲食サービス関連の求人も増加している。
	○	学校［専門学校］（就職担当）	求人数の動き	・2028年３月卒業予定者向け採用の問合せは前年並みで推移し、10月以降の就職活動本格化に伴い、医療事務関連の求人が増加している。
	○	学校［大学］（就職支援担当）	求人数の動き	・大学新卒向け求人数は横ばいながら、多くの企業で初任給が引き上げられ、求職条件は改善している。
	□	人材派遣会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人案件は確保できているものの、求職者とのマッチングが難航しており、人材確保が引き続き課題となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年比で減少している。
	▲	－	－	－
	×	－	－	－