II．景気の先行きに対する判断理由

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

１．北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北海道)	◎	一般小売店［土産］（経営者）	・今後については、国内客が堅調に推移すると見込まれる。また、これから雪のシーズンを迎えること、北米路線が12月から新規就航することから、インバウンドも増加すると期待できる。
	◎	タクシー運転手	・これから雪の降る時期となることから、タクシーの利用客が増えてくると期待できる。また、12月10日から、冬季割増運賃が適用され、運賃が２割増しとなる。年末の忘年会シーズンと重なることもあいまって、10月と比べて、大幅な売上増加が見込まれる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・年末年始にかけて、イベントが多くなるにつれて、来客数、客単価も上向くと見込まれる。物価上昇が続く厳しい局面ではあるものの、インバウンドを含め、観光客の単価上昇が見込めるため、売上全体が増加することになる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・例年、年が明け、新車及び中古車の動きが活発になると同時に、各社が施策を実施することになるため、これらの相乗効果で販売量が増加することになる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・12月の販売量は一時的に落ち着くとみられるものの、決算に向けて１月以降の販売量が一段と上向くことが見込まれる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・金利上昇の影響が大きいものの、これからメーカー側でも施策を打ち出してくることになり、施策に基づいた対応を進めることで、年明け以降、販売台数が回復することが見込まれる。
	○	自動車備品販売店（店長）	・タイヤ関連商材の購入や作業依頼が好調に推移しており、洗車用品も単価の高い商材を中心によく売れていることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、冬季の暖房費やガソリン料金の動向によっては、客の商品購入に影響が出てくることも懸念される。
	○	旅行代理店（従業員）	・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。先行数値からは、今年いっぱいは上向き傾向が続くと見込まれる。
	○	タクシー運転手	・冬を迎え、観光客の利用増加が見込まれる。地元客についても、道路状況が悪くなることで、タクシー利用が増えてくると期待できる。
	○	観光名所（従業員）	・冬季観光のシーズンを迎えることに加え、国際路線の定期便の増加、チャーター便の就航などが予定されている。プラス要素が多い上、マイナス要素が見当たらないことから、今後の景気はやや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・客が思い切って買物できない状況がしばらく続くことになる。
	□	商店街（代表者）	・これから冬季を迎え、来客数が増えるような要因に乏しいことから、例年と同様の傾向で推移することになる。
	□	一般小売店［酒］（経営者）	・物価の上昇が続いていることが、販売量増加の足かせとなっている。物価上昇が収まらない限り、景気回復は見込めない。
	□	一般小売店（経営者）	・大きく変化するような動きは見当たらないため、今後も景気は変わらない。
	□	スーパー（店長）	・景気が良くなるような要因が見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・水道光熱費が上昇していること、先行き不透明感が続いていることから、今後の景気が劇的に回復するような要素が見当たらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・年末商材のおせちやクリスマスケーキの予約が前年よりも少なくなっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・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ことから、今後も同様の状況が続くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住関連専門店（役員）	・電気料金や灯油価格が上昇していることで、冬場の支出が増えると見込まれるため、客の節約志向が一段と強まることになる。景気が上向くような兆しも見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
	□	その他専門店［医薬品］（経営者）	・当業界にとって、地道な啓発活動が最も重要である。実際に、客からのニーズが高く、効果が認められているような商品は、景気がそれほど良くない時期でもよく売れていた。
	□	その他専門店［造花］（店長）	・新年を迎え、祝い行事の増える時期となるため、景気が上向くことを期待したいものの、そのような要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・集客につながるようなイベントもないため、今後も景気は変わらない。年末商戦にも余り期待はできない。
	□	タクシー運転手	・今後については、天候次第の面があるものの、現状からは余り期待できない。
	□	通信会社（企画担当）	・年末に向けて、端末の買換えや通信サービスの見直しなどで一定の需要が見込まれる。業務上でも、店頭での顧客との接点を増やし、携帯電話だけでなく、固定通信や各種サービスを含めた提案を強化する動きが進んでいる。ただし、足元の販売状況から、急速な需要拡大を見込める状況とまではいえないことから、今後については、一定の需要を維持しながら、現在と大きく変わらないまま推移する。
	□	観光名所（職員）	・物価高などの不安要素はあるものの、身の回りでは景気の大きな変化が生じていないことから、当面は同じような状況で推移する。
	□	住宅販売会社（経営者）	・金利が高止まりしていること、円安傾向が続いていることから、今後も物価や人件費の高騰が続くことになる。そのため、住宅着工も厳しい状況が続くとみられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築費の高止まりに加え、金利が上昇傾向にあることから、消費者の購買意欲が停滞している。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・空港の様子をみると、国内客については、グループ客を中心に活発な動きがみられている。インバウンドについても、大きな減少はみられない。ただし、インバウンド向けの消費税免税制度の改正により、利便性が低下することになるため、今後の消費の落ち込みが懸念される。
	▲	百貨店（売場主任）	・インバウンドについては、中国人観光客の減少が12月で一巡することから、前年比では回復すると見込まれる。一方、国内客については、光熱費高騰の影響で、ボリュームゾーンの客層による消費が落ち込むと見込まれる。
	▲	スーパー（企画担当）	・足元の物価上昇はとどまることを知らず、一方で電気料金やガス料金などのエネルギーコストの負担増などもあり、財布のひもはますます固くなるものとみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	・今後については、本格的な降雪期を迎えることから、家計におけるエネルギーコストの負担が強まり、買い控えが一段と進むことが懸念される。
	▲	スーパー（役員）	・食料品の消費税減税が予定どおり４月に行われることになれば、３月中旬以降、消費者の買い控えの動きが強まり、売上が減少することになる。４月にその反動が生じることも見込まれるものの、限定的な影響にとどまるとみられ、全体の景気は下向くことになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・当地は、灯油の価格上昇が家計に与える影響が大きいことから、今後については、客が必要最低限な商品のみを購入する傾向が強まるとみられる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・これから冬にかけて、灯油価格が上昇するとの報道がみられることから、家計における暖房費の負担が増えると見込まれる。そのため、小売業界の景気は悪くなる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・報道などでは、景気は悪くないとする内容が多いものの、食料品の価格が高騰していることもあって、景気が良いという実感はない。また、燃料価格の高騰も続いている。
	▲	家電量販店（経営者）	・商品の仕入価格の改定が続いていることから、販売価格を改定せざるを得ない状況にある。今年は暖冬が見込まれることもあって、暖房商品の販売量が落ち込むとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店員）	・灯油の価格が上昇していることもあって、大型暖房機の動きが悪くなっている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇と金利上昇が消費に与える影響が大きくなっている。賃金が物価上昇に追い付いていない中小企業が多いこともあって、生活費を優先し、車などの高額商品に手が出ない客が多いとみられる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車、中古車、サービス部門の売上は３か月前と大きく変わっていないものの、新車購入を検討する客が大きく減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・食料品の消費税減税の影響がどうなるかは、まだ何ともいえないものの、他の物に金を掛けようといった動きが出てくることになれば、当業界にマイナスの影響が出てくることが懸念される。
	▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（経営者）	・ガソリン補助金が、12月以降、段階的に減額されることで、客にとっては値上げとなるため、今後の景気はやや悪くなる。灯油価格が高騰していることもマイナスである。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・食料品の消費税減税が予定されている一方で、飲食店の消費税は10%のままであることから、今後、飲食店の利用控えが深刻になるとみられる。コロナ禍でのゼロゼロ融資の返済が残っている高級飲食店もみられ、この先、負担が重くのしかかってくることも懸念される。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・今後については、本格的な冬季観光シーズンが始まるまでの端境期であり、燃料価格高騰の影響などもあって、地元客の予約に伸びがみられない状況にある。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・国内路線は、観光需要や帰省需要の端境期となり、夏季に比べると乗降客数が減少することになる。国際路線も、観光需要の端境期となることで乗降客数の減少が見込まれる。ただし、国際路線については、12月から北米路線が就航することで、新規需要の増加を期待できる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・当地においては、冬場の燃料が生活に直結するものの、燃料価格の高騰が収まらないことから、来客数、販売量共に、減少幅が拡大することが懸念される。販売面では、特に問合せ件数の減少が顕著にみられている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・長引く物価高騰を背景に、景況感が停滞しており、ここ数か月、企業の経費削減の動きが強まっている。報奨旅行や福利厚生関連の行事を縮小したり、見送ったりする傾向が顕著にみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・当地においては、景気回復の材料が何も見当たらない状況にある。さらに、暖房に必要な燃料も価格高騰が見込まれていることから、地域住民の財布のひもはますます固くなる。
	▲	タクシー運転手	・最近、個人情報の漏えいが増えていることで、消費行動について警戒する人が増えている。そのため、今後の景気が良くなることは考えにくい。
	▲	美容室（経営者）	・今後の灯油価格の動きによって、売上が大きく変化すると見込まれる。現状の価格のまま推移することになれば、今後の売上はかなり厳しくなるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・灯油の値上げが家計に大きな影響を及ぼすとみられ、美容関連への支出が抑えられることを懸念している。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者［フェリー］（従業員）	・厳冬期を迎え、天候の悪化が見込まれる。それに伴って、輸送量も大きく減少することになる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建設費の高騰が続いていることで、分譲マンションの販売価格が一段と高くなっている。需要はあっても、価格が上昇しすぎていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・ウクライナ情勢や中東情勢の影響が長引いていることに加え、極端な気候の影響で自然災害などが多く生じていることから、消費行動よりも生活防衛に目を向ける消費者が増えている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・今後の景気は悪くなるとみられるものの、米国の中間選挙の結果によって、流れが変わることも考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン補助金が、12月以降、段階的に縮小することに加え、当地では、冬季の暖房で灯油の消費量が増えることから、家計の支出が増え、その分、消費が大きく落ち込むことになる。
	×	衣料品専門店（店長）	・食料品の値上げが進んでいることで、消費者の価格に向ける目が一段と厳しくなっている。財布のひもがますます固くなるとみられることから、今後の景気は悪くなる。
	×	高級レストラン（スタッフ）	・閑散期に入るため、今後の景気は悪くなる。どのように対応していくのかは、毎年の課題である。
	×	美容室（経営者）	・景気が良くなるような要素が見当たらない。
企業動向関連 （北海道）	◎	－	－
	○	通信業（営業担当）	・半導体関連やデータセンターなどを巡る動きが進みつつある。景気に直結するような動きが出てくるまで、まだしばらく時間を要するとみられるものの、今後の景気は徐々に上向くことになる。
	○	その他サービス業［建設機械リース］（営業担当）	・世界的な景気動向の変化に留意する必要はあるものの、建設会社の受注残を踏まえると、国内の建設投資は、今後も緩やかな増加傾向が見込まれる。
	□	農林水産業（経営者）	・関東地方などの長雨の影響が今後も続くとみられる。農作物の価格は、年末年始まで厳しい状況で推移するとみられる。
	□	食料品製造業（従業員）	・季節要因により、11月の受注量はやや落ち着くとみられることもあって、現状と比べて、景気が大きく変化するほどの動きはないとみられる。
	□	建設業（従業員）	・建設費の高騰や技術者不足について、すぐに改善することは見込めないため、今後も現状維持のまま推移する。
	□	建設業（役員）	・当地では、例年並みの時期での初雪となった。今後の降雪状況次第ではあるものの、悪天候が続かない限り、各現場では、予定どおりに完工を迎えるとみられる。完工高及び利益について、計画を大きく上回る見通しに変わりはなく、今後も堅調な状況が続くと見込まれる。
	□	輸送業（支店長）	・中東情勢の影響が続いていることから、今後も景気は変わらない。また、前月以降、企業や自治体を狙った不正アクセスやそれによる情報漏えいが相次いでおり、これらの問題がいつまで続くか分からないことも懸念材料である。
	□	金融業（従業員）	・電気料金やガス料金の補助金の縮小、輸入物価の上昇を要因とした消費者物価の上昇などにより、物価上昇が続くことが懸念される。消費者マインドの回復には、しばらく時間を要するとみられることから、今後も景気は変わらない。
	□	広告代理店（従業員）	・景気が変動するような要素が特に見当たらない。
	□	司法書士	・不動産登記業務について、引き合いの多い状況が続いており、季節要因を考慮しても、景気が悪くなることはないとみられる。
	□	その他サービス業［ソフトウェア開発］（経営者）	・ＡＩの普及によって、人員を削減するような動きがみられるものの、減員となるのは来年４月以降とみられる。そのため、当面は現状維持で推移することになる。
	□	その他非製造業［鋼材卸売］（従業員）	・ベース商材の動きは相変わらず低調である。大型の工事案件は多少みられるものの、影響は一部の関係者だけの動きにとどまっている。今後、働き方改革に向けた取組が進むことになれば、状況が多少改善する可能性はあるものの、当面景気は変わらない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・価格改定に伴い、販売量が減ることが見込まれる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・金利の上昇に伴って、新築住宅着工棟数が落ち込むと見込まれる。エネルギー価格の上昇などの影響もあって、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・年末から年始にかけては厳冬期となるため、現在よりも受注環境が悪化すると見込まれる。
	▲	司法書士	・物価上昇が落ち着くような動きがみられないことから、建築関連にとどまらず、あらゆる分野で価格の上昇が続くことになる。社会保障費の負担額が増加傾向にあることもマイナスである。
	×	－	－
雇用	◎	－	－

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北海道)	○	人材派遣会社（社員）	・景気が大きく上向くことまでは考えにくいものの、多少は良くなる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・米国の中間選挙の結果により、どのような影響が生じるのか、様子見している企業が多いことから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・Ｗｅｂシステムのぜい弱性が見つかったことにより、多くの企業でＷｅｂサービスの緊急メンテナンスが実施された。顧客への補償対応が生じた企業も多く、今後、売上や利益の減少に加え、作業工数の増加によるマイナスの影響が出てくることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・当地の９月の新規求人数は前年比で4.6%の減少となった。一方、月間有効求人数は、11か月連続で前年を下回った。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少が続いているものの、それが景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。ただし、事業主の高齢化や後継者の不在による事業廃止の動きが増えていること、冬季を控え、灯油の価格が急騰していることは気掛かりである。
	□	学校［大学］（就職担当）	・企業の採用者数に大きな増減がみられないことから、今後も横ばいでの推移となる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・例年、年末年始は、企業における面接進行や採用活動が一時的にストップする時期である。求職者も休暇期間中の活動を控える傾向があることから、市場全体の動きが鈍化する。現在は、企業も求職者も活発に動いているものの、今後については、企業及び求職者の活動が落ち込むことになり、採用決定数や自社の売上が減少するため、景気はやや悪くなる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価高に加え、暖房に不可欠な灯油の価格、電気・ガス料金などエネルギー価格の高騰が消費の足かせとなる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。死活問題になりかねないことと懸念している。
	▲	職業安定所（職員）	・灯油の値上がりにより、消費者の節約志向が強まるとみられる。企業においても、施設のボイラーなどの経費負担が大きくなると見込まれる。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・最近の物価高、灯油の値上がりなどにより、消費者の負担増が見込まれることから、景気が上向くことは考えにくい。
	×	－	－

２．東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東北)	◎	一般レストラン（経営者）	・鍋のシーズンになるため予約も少しずつ入り始めている。11～12月は忘年会の予約も入っており、忙しくなるとみている。
	○	一般小売店［酒］（経営者）	・年末になるため商品の売行きが良くなる。
	○	一般小売店［医薬品］（経営者）	・自治体発行のプレミアム付商品券などが出回っており、客にとっては目的のものを買いやすい状況になっている。12月末の使用期限までは良い状況が続く。
	○	一般小売店［書籍］（営業担当）	・中東情勢の先行きに対する不透明感から景気悪化の懸念はあるものの、食料品の消費税減税への期待感は膨らむとみている。
	○	スーパー（店長）	・来客数を伸ばすことができているため、年末商戦に向けてこの状態を維持できると考えている。
	○	スーパー（販促担当）	・今後２～３か月は、気温の低下に伴い鍋物商材や温かい総菜の需要が高まり、関連商品の販売増加が見込まれる。また、クリスマスや年末年始には、肉、刺身、すし、オードブルなどのごちそう需要に加え、準備品や正月食材のまとめ買いも増えるため、客単価の上昇と売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・近隣の店舗が閉店したため来客数が増えている。当面は好調が続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後２～３か月先にクリスマス、年末商戦があるため、景気は良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・冬のボーナス商戦や初売りがあるため、やや良くなる予想である。燃料費の高騰から冬物商材を省エネモデルに買い換える客や新型スマートフォンを求める客、逆に安くなっている旧型のスマートフォンを求める客などにより景気の活性化が予想される。ただし、中東情勢が不安定であり、燃料費高騰の不安から一定数の買い控えもある。
	○	その他専門店［白衣・ユニフォーム］（経営者）	・年末に向けて多少の動きはあるが大きな波ではない。防寒着や冬物の商材も年を越してしまうと売上が止まってしまうので年内が勝負である。早めに雪が降ると動きが活発になるため期待したい。また、在庫がそろえば売りやすくなるとみている。
	○	高級レストラン（支配人）	・年末年始に向けた季節需要の高まりが期待されることから、若干の需要増加が見込まれるものの、全体としては大きな変化のない状況が続く。
	○	都市型ホテル（支配人）	・冬季のインバウンド先行予約が好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・雪の便りが聞こえ始めており、東南アジアや東アジアから訪れる個人客の増加が見込まれる。
	○	旅行代理店（従業員）	・11月から自治体が発行する宿泊クーポンの利用が始まる。
	○	通信会社（経営者）	・年末年始の放送コンテンツの充実により、放送サービスの新規加入者数の増加が期待できる。また、サービス価格で商品を提供する加入促進キャンペーンを実施するため、新規加入者数と他社サービスからの乗換え加入者数の増加が見込まれる。
	○	その他サービス［自動車整備業］（経営者）	・価格は高止まりしているものの、原材料の不足が解消されて十分な量が入手できるようになったため、増産や受注増加に対応できる。
	□	商店街（代表者）	・年末年始の時期を迎えるが、以前のような季節感はみられなくなっている。景気に大きな変化はないとみている。
	□	商店街（代表者）	・物価高による消費者の節約志向が続くなか、年末に向けて一定の消費需要は期待できるが、景気を大きく押し上げるには至らない。
	□	一般小売店［医薬品］（経営者）	・物価上昇が続くなか、大手企業以外は賃金が上がっていない。消費者のなかでは、値上がりしたものは買わず、より低価格のものを買う傾向が定着している。
	□	一般小売店［茶］（経営者）	・10月はイベントシーズンであり繁忙期にもかかわらず景気が今一つであったことから、この先も期待できない。
	□	一般小売店［酒］（経営者）	・当地域は降雪量が多いため、冬になれば灯油代、除雪費など削りにくい支出が多くなる。それに加え野菜などの農作物の価格や灯油価格が高騰している現状を鑑みると、厳しい状況が続く。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数の減少と客単価の低下が顕著となっている。施策や訴求内容を再検討し、来店喚起につなげたい。
	□	百貨店（従業員）	・物価高に改善の兆しがみられないなか、欲しいものには金を掛けるが、生活防衛的な必要最低限の購買行動も継続するとみている。
	□	百貨店（経営者）	・幅広い商品で値上げが続いており、消費者は購入に当たり吟味する様子がよくみられる。
	□	スーパー（経営者）	・ガソリン補助金の段階的削減が始まるが、高騰が続く電気料金への補助は再開する見込みであり、家計の実質負担感に変化はないとみている。最低賃金は上昇したものの、原材料価格は依然高止まりしている。また、最近の不正アクセスによる個人情報漏えいへの不安感が、消費行動に悪影響を及ぼさないことを願っている。当面は金利、円相場、株価市況は横ばいで推移するとみられ、国際情勢の先行きも見通せないことから、消費は横ばいが続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・売上に大きく影響するものがなく、プラスに転じる兆しはない。強いて挙げると、米が安くなり総菜の単価が安くなれば、売上が上がる可能性はある。
	□	スーパー（店長）	・最低賃金引上げにより、企業の経営環境は厳しさを増している。
	□	スーパー（店長）	・好転を期待できる材料に乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（店長）	・価格競争が激化し、より安い商品を買い回る傾向が続くとみている。
	□	スーパー（店舗運営）	・少しでも安く買物をしたいというニーズが高まっており、節約志向は続くとみている。
	□	スーパー（商品担当）	・消費者の家計防衛意識が高い状況は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・今年は農作物の生育が不良で農家も厳しく、景気が良くなる要素は見当たらない。天候が良くなることを期待したい。
	□	コンビニ（経営者）	・この先２～３か月も大きな変化はないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・外的環境に変化は見込めない。年末年始商戦次第である。
	□	コンビニ（店長）	・消費者は物価高に慣れ、家計をやりくりしながら消費している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・暖冬の予想が出ているため、冬物の動きを注視していく。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高による節約志向は続くとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・中長期予報では平年より気温が高めに推移すると見込まれており、冬物商材の需要は伸び悩むと予想される。
	□	衣料品専門店（店長）	・冬になると灯油の使用により暖房費が上昇する。さらに、電気料金やガソリン料金、食品の値上がりも予想されるため、消費マインドは更に低下し、買い控えが続くとみている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・これから冬に向かうなかで、灯油価格等光熱費の高騰が続くことを懸念している。
	□	乗用車販売店（従業員）	・雪の影響が出てくることも考えられ、例年この時期は販売台数が大きく伸びることはない。ただし、年末にメーカーの来年度方針が発表になるため、新型車の価格が更に上がる場合は、現行モデルに動きが出る可能性がある。
	□	乗用車販売店（従業員）	・販売単価は上昇しており改善の兆しはあるものの、原価上昇の影響により現状と変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・大きなイベントの予定もないため変わらない。
	□	乗用車販売店（店長）	・固定収益であるはずのサービス部門も、相次ぐ用品値上げや工賃アップ、冬タイヤなど季節商材の値上げが重なり、売上が前年比90%前後と大変苦戦している。特に地域的、時期的に冬タイヤの売上減少は痛手である。例年以上に量販店に流れる傾向も顕著である。
	□	その他専門店［靴］（経営者）	・灯油価格が高くなっており、冬場の支出に影響があるとみている。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・景気の流れを変えるような出来事は、雰囲気を含めて見当たらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・地元客の来店は見込めない。県外客の動向次第である。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・良くなる施策も特にないため、店舗スタッフの頑張りに期待するしかない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・石油価格と為替相場に大きな変化はないとみている。
	□	観光型旅館（経営者）	・物価上昇が続いており、景気が上向くとは考えにくい。
	□	旅行代理店（従業員）	・先行きの見通しが立たない。
	□	タクシー運転手	・朝の時間帯は配車アプリの利用が多くみられる。一方、昼間は客が極端に少なくなっている。
	□	タクシー運転手	・消費者に節約志向が根付いてしまっている。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しく、余り変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・良くなる要素が見当たらない。
	□	通信会社（営業担当）	・見込み案件は例年並みである。
	□	観光名所（職員）	・冬は寒さで客足が伸びにくくなるため、例年どおりの閑散期を予想している。一方で、雪や寒さを楽しむ台湾などからのインバウンド需要の増加には期待している。
	□	観光名所（職員）	・問合せもあり、予約状況は良好である。
	□	遊園地（経営者）	・値上げのきっかけを探っているが、物価上昇が止まらないため実施の見通しが立たない。
	□	ゴルフ場（支配人）	・景気回復の動きが地方では実感しにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	競艇場（職員）	・常連客のみで新規客が増えない。大口客の来場頻度は一定ではなく、来ない月もある。来場促進イベントは定期的に開催しているが、結果が出ていない。当面、売上に変化はない。
	□	美容室（経営者）	・いろいろな物が値上がりしているため、消費者は美容に掛ける金を節約している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・例年の傾向から、受注量の増加が続く可能性は低い。
	□	その他住宅［リフォーム］（従業員）	・住宅設備機器は、コンロや給湯器の交換に関する問合せが増えるとみている。リフォームは、中東情勢の悪化による苦戦が長引くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・物価高による値上がりが続いており、年末需要による消費拡大は期待できない。景気好転の材料が見当たらない。
	▲	一般小売店［医薬品］（経営者）	・中東情勢が不透明であり、原油価格は上昇傾向にある。当地の灯油価格も前年より格段に高くなっている。消費者の生活防衛意識はより高まっていくとみている。
	▲	一般小売店［寝具］（経営者）	・先が見通せない。
	▲	一般小売店［スポーツ用品］（店員）	・ここからの寒い時期はオフシーズンとなるため、商品の動きも悪くなる。大手メーカーが新商品の発売スケジュールを見直したこともあるため、来春には影響が出ることが予想される。
	▲	百貨店（経営者）	・物価上昇が続いていることから、年度末にかけて消費者の支出は慎重になるとみている。年末年始の需要期においては選別消費が進み、高額商品とセール品に需要が２極化する動きが中心になるとみている。その結果、消費活動はマイナス方向に推移するとみている。
	▲	スーパー（業務担当）	・ガソリン料金や電気料金が高くなっていることから、景気は良くならないとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・現在休業している競合店が来月中旬に再オープンする。現状では朝の通勤時間帯の売上が伸びているが、買上点数は前年比101%とほぼ横ばいである。客単価は相次ぐ値上げにより若干増加している。買上点数が伸びていないことと、来客数が微増にとどまっていることから、再オープン後は悪くなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・当地の人口減少に比例して来客数も減少しており、回復の見通しは立っていない。販売量の減少も続くとみている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン料金、電気料金等の値上がりによる消費の低迷が予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・寒い地域での灯油価格の高騰は生活に響く。
	▲	衣料品専門店（店員）	・物価高などの影響により、衣料品の購入を控える傾向がみられる。今持っているスラックスを補正して使い続けたいといった申出が多くなっている。
	▲	家電量販店（従業員）	・インフレ傾向が高まるなか、客は買物に慎重になっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売効果が薄れてくる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・今月から新型車の先行予約が開始となり、その契約は増えたが、それ以外は横ばい又は減少している状況であり、先行きも期待できない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・２～３か月先は、例年、季節要因により落ち込む傾向にある。また、最近は既存顧客、新規顧客共に減少傾向にあり、景気が上向く材料は少ない。
	▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	・中東情勢を踏まえた緊急的激変緩和措置の変更により、現状も高い販売価格が更に上昇することが懸念される。それにより、節約志向も更に高まるとみている。
	▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（営業担当）	・朝晩の気温が低くなり、配達灯油の需要は増えているが、灯油の流通量に制限が出て値上がりすることなども予想される。買い控えが出るとの懸念がある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価高が続いており、外食することに慎重な姿勢が更に強まっている。飲食店の需要回復は見込みにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・例年１月は悪くなる傾向があるものの、今年はこれまでのシーズン全てで来客数が前年を超えているため、やや悪い程度になるとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・地方都市においては厳しい状況が続く。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価上昇が賃金上昇を上回っている。これから冬になると光熱費の負担が増して更に厳しくなる。
	▲	テーマパーク（職員）	・繁忙期である夏の需要が落ち着き、今後は気温が低下していくことから、客足は緩やかに低下していく。
	▲	観光名所（職員）	・来客数は減少傾向にあり、先行きを明るくする材料も見当たらない。予約数も前年並みかやや少ない状況であり、景気は下向きに推移するとみている。
	▲	美容室（経営者）	・電気・ガス料金支援の終了などによる支出の増加が家計を圧迫する。年末に向けて、食料品の支出負担も更に増すため、家計支出を抑える方向に進む。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響により、来店のサイクルが少しずつ伸びている。
	▲	その他サービス［寮管理］（管理人）	・値上がり品目は毎月増えており、先行きは不透明である。中東情勢の影響により建物の修繕に必要なシンナーの入荷が少ないため、修繕工事ができなくなる恐れもある。
	▲	設計事務所（経営者）	・設計完了案件の工事発注遅延に伴い、工事監理の発注が次年度以降に先送りされる傾向が業界全体で強くなっており、当社の収入見込みにも後倒しの影響が生じている。
	×	商店街（代表者）	・当店では予約が止まっている。米国の中間選挙の結果にもよるが、景気は低迷が続くとみている。
	×	スーパー（経営者）	・灯油価格を始め、物価上昇が続いているため、消費マインドの低下と家計負担の増加が続く。
	×	コンビニ（経営者）	・来客数の減少が著しく、このままだと店を閉めざるを得ない状況である。
	×	コンビニ（経営者）	・最低賃金引上げ、光熱費の高騰、除雪費用と不安要素しかない。
	×	その他専門店［酒］（経営者）	・米は価格が下がっても動いていない。このまま大きな変化がみられなければ、米と同様に、景況が全体的に悪くなることを懸念している。
	×	一般レストラン（経営者）	・景気の悪化の最大要因である中東情勢やウクライナ情勢が収束しなければ、実需を伴う良い流れにはならない。消費者は生活防衛に重きを置かざるを得ず、景気は悪くなる一方である。
企業動向関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・協議中の大型案件の契約を控えている。協議が長引いているものの、２～３か月後には契約が完了する見通しである。
	○	家具製造業（従業員）	・受注案件の増加が見込まれる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新製品に加え、既存製品も若干ではあるが予定数量が増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き合い案件はあり、良くなる見込みである。
	○	その他非製造業［飲食料品卸売業］（経営者）	・酒税改正の影響が落ち着く。
	○	その他企業［企画業］（経営者）	・休日の天候が良くなれば、当地を訪れる観光客も増加するとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・りんごの出来は良いが、他県産りんごの輸出が少なく、国内市場が飽和状態である。市場価格が上がる見込みがない。
	□	食料品製造業（製造担当）	・取り巻く環境からみると良くはならない。しかし、イベント等により当地への人流が活発になると予想されることから、特に飲食店への集客が見込まれる。
	□	木材木製品製造業（従業員）	・一部で超大型物件の計画はあるものの、それ以外の案件は極めて乏しい。今年度の厳しさを見越して来期案件の開拓に着手したものの、東北エリアでは案件そのものがなく苦戦が続いている。都内案件の引き合いは安定しているが、現場の働き方改革や週休２日制の導入に伴い、納期の遅延や後倒しが頻発しており、サプライヤー側の生産・工程管理の負担が増している。大型物件の端境期を埋める小規模案件の確保に奔走しているが、先行きは一段と慎重さを要する。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価上昇が収まらない限り、節約志向は続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末を迎える前に、事業停止に追い込まれる同業者が出ている。長引く原材料価格の上昇を取り込めない地方の中小企業の疲弊感がピークとなり、休廃業、事業停止に至っている。構造不況型倒産の典型である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・工具や加工油、材料など生産に必要な物の値上がりが続いている。客先に値上げ交渉は行っているが、主に相見積りで発注先が決定するため、見積価格が高ければ失注する。厳しい状況は２～３か月後も変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の需要増加はあるが、既に生産能力不足、人手不足感があり供給が追い付いていない面がある。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・商談の内容に余り目立ったものはなく、様子見をしている気配がうかがえる。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・市場回復の材料に乏しいことから、現状維持とみている。
	□	建設業（従業員）	・雪が降ると工事の進捗が遅くなるため、降雪前に工事を終えられるように人繰りをしている。
	□	建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やせないため変わらない。
	□	建設業（従業員）	・受注は数年後の分まで確保できている状況である。
	□	通信業（営業担当）	・取引先からの値下げ要請に対しては、今後も価格が適正であることを説明していく。
	□	通信業（営業担当）	・Ｗｅｂシステムのぜい弱性の影響により、セキュリティ対策の相談は一定数増えるものの、直近の利益には影響はないとみている。
	□	金融業（広報担当）	・当社グループの調査部門が実施したアンケートによると、仕入単価の上昇は今後も続くとみる事業者が多く、業況判断指数はやや低下傾向との結果が出ている。
	□	広告業協会（役員）	・物価高の収束が見通せない状況では、景気が上向く可能性は低い。景気が上向きにならなければ、広告業界が浮上することはなく、しばらくは厳しい状態が続くとみている。
	□	広告代理店（経営者）	・中東やウクライナの情勢が落ち着けば、積極投資に向かう取引先も増えそうだが、今のところその兆しはない。
	□	広告代理店（従業員）	・先行きに対する取引先の姿勢は依然として慎重であり、発注量の大幅な増減はないとみている。案件規模や注文量は現状維持が続いており、コスト増加への対応から、積極的な事業展開を控える姿勢が続くとみられる。景気の悪化や好転の要因も見当たらないことから、今後２～３か月も今月と同様の状況が続くとみている。
	□	経営コンサルタント	・景気を好転させる材料が見当たらない。
	□	公認会計士	・円安による資材価格の高騰や人手不足が２～３か月で好転することはない。小売業、サービス業は一定程度の売上と業績を維持するが、製造業や建設業では悪い状況が変わらず、受注や工事の延期なども懸念され、全体としてはやや悪い状況がもう少し続くとみている。
	□	その他企業［協同組合］（職員）	・好調な受注見通しを背景に機械化やＩＴ化など設備投資による生産性向上を進めている企業がある一方、潤沢な資金がなく先行き見通しに自信が持てない零細企業は、人手不足の解消策が見つからず残業等の労働強化でしのぐしかない状態にある。派遣や外注の受け手は少なく、あっても価格は高止まりしている。総じて２極化の状況にある。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原料費の高騰や供給不安から、年明けには再度商品の値上げを実施する予定のため、動きが心配である。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・既存品、新商品、リニューアル商品共に売上が芳しくなく、回復の見込みがない。
	▲	輸送業（経営者）	・金利上昇や最低賃金引上げで、中小企業の負担が増加している。また、不正アクセスによる個人情報漏えいや不正取引の増加で警戒感が強まっていることで、当面、デジタル取引による個人消費が減少することが予想される。
	▲	司法書士	・特に不動産業者が購入する物件の売買件数が減少傾向にある。
	×	農林水産業（従業者）	・この先数年は米余りが続くとみている。米価の低迷が今後の収支を圧迫すると予想している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しており、厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	不動産業（従業員）	・不動産売買取引は行われているものの、景気を左右する実需取引の活況感は薄れつつある。首都圏におけるインバウンド効果の一服が当地にも波及し、新築マンション市場の停滞が中古市場にも広がっている。また、実勢価格と適正価格とのかい離や金利上昇による顧客の不安感も、景気悪化要因の１つとなっている。
雇用関連 (東北)	◎	－	－
	○	－	－
	□	人材派遣会社（経営者）	・個人情報の漏えいやＡＩによる不正アクセスのニュースが、業種・業界を問わず経営者のマインドに影を落としている。その辺りが解決しないことには、景気は上向かない。
	□	人材派遣会社（社員）	・ＡＩ・半導体関連の景況感も先行きへの不安感から停滞している。求人の動きは、ＡＩ関連エンジニアは旺盛だがそれ以外は停滞気味であり、景況感が大幅に改善するとは考えにくい。政府の消費減税策も外食産業などへの不安がぬぐえず、求人にも影響するとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数が増加する見込みはあるが、時期的なものであり、景気が大きく変わることはない。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・物価高により企業活動が鈍化していることから、先行きは不透明である。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・物価上昇は続き、米国の中間選挙の影響も出るとみている。
	□	職業安定所（職員）	・資材価格やエネルギーコスト、輸送費、人件費の上昇が経営を圧迫している。人手不足感はあるものの、求人には慎重にならざるを得ない状況が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加傾向で推移しており、有効求人倍率は前年同月比３か月連続で上昇している。一方で小規模事業所の急な閉鎖や年末にかけて雇用調整の予定が複数あることから、企業の動向に引き続き注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比は、主要産業のうち建設業、製造業、卸小売業、宿泊・飲食サービス業でマイナスになったが、運輸業、サービス業ではプラスになり、全体では2.3%減少している。なお、新規求人の募集は底堅く、急激な雇用情勢の変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰や最低賃金引上げに伴う人件費負担の増加に加え、先行きの不透明感も根強く、企業の採用意欲は慎重な状況が続くとみている。
	□	学校［専門学校］	・経済活動に大きな変化がみられないことから、求人数は変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り、現状維持とみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求職者のサイト登録予約数は７営業日連続で前年を下回っており、今後も登録数の減少傾向が続くと予想される。
	▲	新聞社［求人広告］（担当者）	・情報セキュリティ問題や情報漏えい事案の影響により、景気は悪くなるとみている。
	×	アウトソーシング企業（経営者）	・ＡＩは現在の産業構造を変える。しばらくの間、既存の会社はダメージを受けるため、景気は悪くなるとみている。

３．北関東（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北関東)	◎	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	・忘年会の予約が徐々に入り出している。予約で埋まっている日も何日かあるため、先行きは好調と予測している。
	◎	一般レストラン（経営者）	・紅葉の行楽シーズンに期待したい。
	○	一般小売店［酒類］（経営者）	・贈答品がそろそろ動き出す頃だとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げとともに客単価も上がっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・年末年始は帰省や旅行、各種イベント開催に伴い、駅の利用者数の増加が見込まれるため、当店への来客数も増加すると見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（店長）	・10月は来客数はやや減少で済んだものの、なぜか客単価はかなり低下している。年末年始は来客数、単価共に通常に戻ると期待している。
	○	都市型ホテル（経営者）	・宿泊、レストラン、宴会、婚礼利用とあるが、宿泊の利用人数が前年比２倍となっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・年末に向けて、受注状況から宿泊、料飲部門共に若干良くなる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降、宴会、宿泊、レストランいずれも前年の売上実績を超えると見込まれる。宴会に関しては件数、単価共に上昇している。宿泊もスポーツ等の団体利用が多く入っており、売上の下支えになっている。レストランに関しては11月から人気のフェアが始まるため、単価上昇に期待したい。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなっているため、この先も良くなる。
	○	通信会社（総務担当）	・年末年始商戦の時期に販売が伸びることを期待している。
	○	その他住宅［住宅管理・リフォーム］（営業）	・年度末に向けて業績が好調な法人ほど依頼が増えるとみている。ただし、施工能力や対応人員にも限界があり、全てが受注できるかは分からない。
	□	商店街（代表者）	・今後も物価高が続く状況が終わらない限り、景気回復は難しい。
	□	一般小売店［精肉］（経営者）	・依然として値上がりの状態が続いており、買物も控えめになっている。来年、食料品の消費税減税があるため、景気が良くなって活気が出てくるかもしれない。
	□	一般小売店［土産］（経営者）	・国内客、インバウンド共に出足が好調で、土産物などの購買意欲も低くないため、良い状況が続くとみている。
	□	一般小売店［青果］（店長）	・長雨の影響により、農作物の作付けがかなり遅れているため、入荷状況次第である。
	□	百貨店（店長）	・前月同様の状態が継続している。富裕層の売上は堅調な一方、中間層の売上は苦戦して前年を下回っている。来客数の前年割れが継続している状況も変わらない。今後２～３か月で大きく変化するような外部要因はないと想定するため、景気は変わらない。
	□	スーパー（総務担当）	・食料品の消費税減税の予定もあり、それまでは買い控えも増えるとみている。また、物価高も解消の兆しがみえない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・特別上向く要素がない。
	□	家電量販店（店員）	・単価は上がっているものの、総数が伸びていない。
	□	家電量販店（企画担当）	・前年10月以降はパソコン特需の最盛期であるため、前年比ではその反動減の影響が、一層大きく見込まれる。また、秋口からの食料品値上げのほか、電気ガス等の補助金縮小によって消費者の節約志向の高まりが懸念される。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、車種ごとの生産変化はあるものの、総生産量は余り変わっていないようである。また、地域の大規模小売店も、売上は分からないが集客数は多い。
	□	乗用車販売店（従業員）	・景気の先行きに対する懸念材料は、払拭し切れていない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・９月の大雨災害から最近では個人情報の漏えい問題など、ネガティブな話題が多く、こうしたことが新規会員獲得の減少につながっている。
	□	その他専門店（総務担当）	・見積依頼が少な過ぎる。
	□	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	・Ｗｅｂシステムのぜい弱性問題対応の影響により、役所、金融、関連企業の人は出るのを控えざるを得ないのか、非常に少ない。
	□	一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券の利用期間が来年１月末まであるため、その間はそれなりに良くなるとみているが、本当の意味で景気が良くなったとはいえない。
	□	その他飲食［給食・レストラン］（総務）	・主力の給食部門は、収支面で厳しい状況が続いている。労働集約型の業種であることから、人材不足が今後は更に重みを増してくるものと懸念される。特に、首都圏と競合するエリアや早朝や休日勤務のある職場での人材確保が厳しい状況が続いている。何らかの形で、一層の省力化を図らなければならない状況である。
	□	旅行代理店（所長）	・季節変動もあり来訪者数は減少するが、一般的な景気としては、ほぼ変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（従業員）	・当店のエリアでは大きな動きがない時期に入るため、伸びよりも減少が心配である。
	□	旅行代理店（営業担当）	・来客数の動きからも、良くなる要因が見つからない。
	□	タクシー運転手	・毎回同じで、なかなか景気が良くならない。
	□	通信会社（社員）	・今後２～３か月では変わらないと考えるが、来年に実施される食料品の消費税減税も視野に入れ、注視していきたい。
	□	通信会社（営業担当）	・世界情勢は依然として安心できない状況で、不安要素が払拭できない。
	□	テーマパーク（職員）	・好天により、来園者数が増加しているものの、物価高騰など足元は厳しく、依然としてレジャー費が劣後に回る状況は続いている。
	□	設計事務所（所長）	・このまま年末年始を迎えても、価格高騰が続いたままでは消費につながらない。
	▲	スーパー（商品部担当）	・商圏エリアに新規ドラッグストアの出店が予定されており、苦戦することは間違いない。また、値上げや物価高の影響は、引き続き大きいとみている。
	▲	スーパー（経営企画）	・値上げのペースに賃上げが追い付いておらず、相対的に収入が減っている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・最繁忙期が終わり、来年度に向けての準備期間になるため、販売量は減少する。
	▲	通信会社（局長）	・ガソリンなどの補助金等も徐々に縮小されていくのではないかといった不安も大きい。物価高は続いているが、賃上げが追い付いていない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・電気料金や燃料費の高止まりが続いており、コストへの影響が大きくなっている。
	▲	美容室（経営者）	・農作物の価格高騰のほか日用品の値上げが家計を圧迫し、当店のような業種にしわ寄せが来ると予想する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・12月の日本銀行の政策金利次第となるが、金利上昇により住宅購入が困難となることが予想される。
	×	一般小売店［家電］（経営者）	・余り良いニュースがない。正直、一般消費者に関しては、生活が厳しいというのが本音ではないかと考える。
	×	家電量販店（営業担当）	・食料品関係の業種に関しては一時的に良くなるとみているが、それ以外の業種は、単価が高騰し、大変厳しい状況である。全国で自然災害が発生し、保険料も前年の３倍くらいに値上げしている。エアコン関連も値上げ幅が大き過ぎて苦戦している。
	×	観光型ホテル（経営者）	・11月から年明け１月の客の動きが非常に悪い。８月のようになる懸念がある。
	×	通信会社（経営者）	・物価高が続いている以上、エンドユーザーの消費意欲が上がるはずはなく、今後も低迷が続く。
企業動向関連 (北関東)	◎	一般機械器具製造業（経営者）	・新たな仕事の動きも出始め、受注残が過去３年で１番の水準にある。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・11～12月末にかけて、繁忙期となるため、やや良くなる。
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・季節要因で多少良くなるとみている。ただし、原材料等の値上がりにどう対応するか悩むところである。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の主力取引先が、年明けから設備改善等の予定があり、大型案件の受注が見込まれる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状のままとみている。なかなか商材が出ない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・人手不足ということもあり、仕事自体はあると予想する。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先のうち、今後やや良くなるという会社はほとんどないため、現状と変わらない。
	□	その他製造業［消防用品］（営業担当）	・依然として、物価高などが続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・年末に向かい、白物家電の冷蔵庫、洗濯機、テレビ、電子レンジ等や暖房器具の電気カーペット、電気ストーブ、石油ファンヒーター、こたつ等も前年並みの物量を確保予定である。しかし、コスト高も心配である。
	□	経営コンサルタント	・諸物価の上昇が続き、金利上昇と為替変動の下でも、消費行動はやや順調である。一方で、企業の生産活動にブレーキが掛かっており、先行きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	司法書士	・何か大きな経済的なアクション、動きがあると考えてはいるが、ほとんど変わらない。
	□	社会保険労務士	・日本銀行が、再度の利上げをしている頃かと考えるが、物価上昇はすぐには落ち着かない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・いまだ食料品の価格高騰は収まらず、かなりの品目が今後も値上げとなる。消費者の生活は一段と厳しくなることが予想される。
	▲	化学工業（管理担当）	・受注量が減少しており、やや悪くなる。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・長引く中東情勢や欧州の暴動等の影響が、今後の生産に影響するおそれがある。物価高の影響もあり、消費者も買い控えの動きがあることから、なかなか自動車も売れない。先行きは一段と不透明感がある。
	▲	建設業（総務担当）	・公共工事の発注見通しをみても業務量が足りず、民間の動きも悪いため、大変不安である。
	▲	金融業（営業担当）	・中小企業の設備投資が控えられている。また、新品から中古品へ着目が移っている。
	×	不動産業（管理担当）	・従業員の欠員状態が続いており、時給を上げるなど待遇改善をしたいが、利益が減少している状況では原資がなく経費削減できる余地も残っていないため、欠員のままでの業務拡大が難しい。退職者が増えると受注も減らさざるを得ないため、人材不足による業績への影響が今後見込まれている。
雇用関連 (北関東)	◎	―	―
	○	人材派遣会社（管理担当）	・スマートフォンの人気機種の新型販売が始まり、下取り検品業務で増員になる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・住宅関連については、増改築や新築の着工はスムーズだが、人材募集等ではかなり悩みがあるとみている。時期的には紅葉シーズンから冬に向けて、観光地の人出は多いが、販売や案内等のサービスにおける人材調達はやや難しい状況にある。客の財布のひもはかなり固く、出し渋りもあるようで、変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・特段、好転するような要因はない。一部で工場新設の話もあるが、数年先となる見込みのため、短期的な人材需要は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が、前年同月と横ばいで推移している。
	□	学校［専門学校］（副校長）	・しばらくは景気変動に大きく影響するものはない。
	▲	＊	＊
	×	＊	＊

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (南関東)	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・10月の売上はしばらくぶりに好調で、既存客以外にも40代、50代の来店も多かったことから、店頭の販売力が高まっていることに期待したい。
	◎	家電量販店（店員）	・新生活需要が出てくることと、食料品の消費税減税が近づいているため、調理家電がよく売れるとみている（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・これから暮れに向かうが、11～12月の忘年会の団体予約がかなり入ってきているため、今月よりも更に売上が増える（東京都）。
	◎	その他飲食［給食・レストラン］（役員）	・年末にかけてパーティー需要が高まり、新米価格も大幅に低下している。売上、経常利益共に好調が続く予想である（東京都）。
	◎	設計事務所（経営者）	・新規案件が２件ほどある。ただし、すぐに動き出すかはっきりしていない。
	○	一般小売店［祭用品］（経営者）	・例年であれば、年末に向かって需要が増える。
	○	一般小売店［文房具］（経営者）	・カレンダーや手帳などの季節商材の動きが良く、購入単価を引き上げている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店［眼鏡］（経営者）	・これから先の12月末から正月にかけての年末年始は例年繁忙期のため、期待できる。あとは、11月の米国中間選挙の結果次第である。過去のデータによると、中間選挙後は株価が上昇するようなので期待している。
	○	一般小売店［酒類］（経営者）	・仕事柄年末が忙しいため、景気はおのずと上がってくる。ただし、前年比で各店舗の売上が伸びてくるかというと、減少するとみている。
	○	一般小売店［生花］（店員）	・12月はクリスマスや正月に向け心も体も活発に動く時期である。期待も込めて、良くなる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・年末年始に向かうなか、人の移動にまつわるギフト需要もある。また、お歳暮、クリスマス、おせちの需要が高まる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・食品、化粧品など日常的な消耗品の単価の伸び悩みが続くが、好調な宝飾ジュエリーの動きはますます活発になるとみている。日常生活は堅実に抑えて、ここぞというタイミングで高額品を購入するといった２極化した消費傾向が見受けられる。年末年始も挟んで、国内外からの来客数も増え、売上に期待を持てる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・数年ぶりに秋らしい秋を迎え、アパレル中心に買換え需要が顕著となり、客とのコンタクトもコンスタントに取れている。歳末期に向けたＶＩＰ客向け招待会のブッキング状況も良好であるため、今後景気が上向くことを期待できる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高への懸念はあるものの、冬のボーナス等を含む実質賃金の上昇による消費改善が景気を押し上げる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・改装で閉めている区画がオープンし、食品売場を拡充するため、来客数の増加が期待できる（東京都）。
	○	スーパー（販売担当）	・クリスマスや年末年始商戦があるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（従業員）	・正月は近くに神社があるため来客数がやや増える。人出の多い時期を逃さないように施策を打ち、温かい飲料や中華まんなど購入を見込める商材を多めに準備していきたい。
	○	衣料品専門店（店長）	・年末年始の季節需要に期待したい。既に着物事業については、年末年始に来店してもらうためのツールを準備し、予約が徐々に入り始めている。ドレス事業は、新規客に向けた戦略商材を投入していく。セットアップ商材のバリエーションを整え、計画達成に向けて準備を終えている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型自動車の販売が始まり、来客数が増え、販売台数も伸びる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・12月はボーナス支給月のため、客の購入意欲が高まることを期待している。
	○	住関連専門店（営業担当）	・食料品の消費税減税等の政策に対する期待感や効果等で、消費マインドが上向きになることを期待している（東京都）。
	○	高級レストラン（販売担当）	・年末に向かい、商流がいつにも増して活発になり、景気が上向くと予想している（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・食料品は値上がりにより購買数に影響が出ているようだが、当店においては来客数、売上共に影響はなく、前年比でも毎月上昇傾向にある（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・最大の書き入れ時である年末年始に向かって、売上が伸びることを期待している。近隣の大型コンベンション施設における様々なイベント、忘年会や新年会、クリスマスなどを通じて売上が増加すると見込んでいる。
	○	タクシー運転手	・11～12月、年末にかけて人の動きが増えるため、多少良くなる。社会情勢によってどうなるか分からないが、通常どおりであれば現状の傾向が続く。ただし、年が明けてからどうなるかやや心配である（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・客の表情が明るくなっている（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・ＩＴ関連問題の対策や解決によって左右されるが、２～３か月先は回復する（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・米国の中間選挙が予想どおりの結果となれば、不安定な部分が改善される方向に向かうと期待している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・暖冬との予報が出ており、余り寒くない冬になりそうである。
	○	ゴルフ場（従業員）	・気候が良くなるため、来客数が増えてくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他レジャー施設［ボウリング場］（支配人）	・法人予約の動きが良い（東京都）。
	○	その他レジャー施設［ボウリング場］（従業員）	・年末に向けて問合せが増えている（東京都）。
	○	その他サービス［葬祭業］（経営者）	・寒い時期が続くので、季節柄依頼が増える。
	○	住宅販売会社（経営者）	・都内ホテルの宿泊料金は前年から今年にかけて平均12%強上昇しており、ホテル業界はますます良くなる。一方、建設業では、建設費の高騰が続いており、中小企業はまだ厳しい環境のなかでなかなか賃金を上げることができない。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・現状を打開するための施策が有効に展開できそうな雰囲気がある。
	□	商店街（代表者）	・呉服販売をしているが、最近、着物は購入が減少し、徐々にレンタルにシフトしている。そのため、売上が想定したようには伸びない。レンタル料金だけではなかなか厳しい。
	□	商店街（代表者）	・しばらくは良い状況が続く。アクティブシニアの動きがすこぶる良く、数字の大きな部分を占めている。その分、気候変動や異常気象に対しては心もとない。冬の寒さや大雪などが真っ先に響く（東京都）。
	□	一般小売店［家電］（経理担当）	・エアコンの需要が減っており、それほど売れない。
	□	一般小売店［家電］（経理担当）	・照明器具とエアコンの需要は年度内は続くとみられる。暮れに向かってテレビに動きがあればと考えている。
	□	一般小売店［家具］（経営者）	・今後も悪いままで変わらない。販売形態の変化に加え、物価が上昇しており、景気が良くなるとは考えられない（東京都）。
	□	一般小売店［印章］（経営者）	・問屋筋からの情報ではインターネット販売は好調のようだが、当店は独立した路面店のため、低迷している。
	□	一般小売店［乳業］（経営者）	・新規客開拓の営業人員を確保できるか分からない（東京都）。
	□	一般小売店［傘］（店長）	・良くなる要素がない。
	□	一般小売店［文具］（販売企画担当）	・店頭においては、路面店のため天候によって相当状況が変わってくるが、今月は天候が安定していたため良くなっている。ただし、客が良い商品だと手に取った後で、価格を見て高いと話しているのをよく耳にする。物価の上昇に賃金が追い付いていないことがうかがえる。そのようななかでもある程度買ってくれている客がいるため、店頭の売上は伸びている。一方で、外商の方はやはり物価の上昇が顕著であるため、予算となかなか見合わないこともあり、文具事務用品等はやや控えめになっている。そうしたことから、どちらでもないと回答している。
	□	一般小売店［茶］（営業担当）	・これから年末に向けてそれほど伸びるとは考えられない。時々出展するイベントでの売上に期待している。客の消費が伸びることを祈っている（東京都）。
	□	一般小売店［書店］（総務担当）	・海外から輸入、販売している雑誌の売上は低調な推移だが、その他の商材やサービスによる売上増加が見込まれることから、２～３か月後の景気は例年並みと予想している（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・人件費、物価の上昇傾向は続いており、加えて天候不順により食料品の価格高騰もじわじわと影響している。最低賃金引上げなど所得自体は増加傾向にあっても、物価上昇に追い付いていない。また、中小企業にとっては、作業委託費を含む賃金上昇の影響により経営への影響が心配される。事実、飲食を含む食品関係では倒産件数が増加傾向にあり、テナント誘致にも影響が出てくると予想している。来年度の食料品の消費税減税施策により、事前の買い控えなどが徐々に出てくる可能性がある。なお、年末年始のクリスマス、おせちなどの商材は軒並み単価が上がっていることもあり、早期受注状況を注視する必要性も高まっている（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・物価高の影響もあり、消費に対して慎重な姿勢が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（総務担当）	・物価上昇の継続が懸念されるなかで、客の消費行動は一層慎重になると予想される。加えて、世界情勢の先行きも不透明であり、景気の本格的な上昇を見通すことは難しい（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・米国の中間選挙以外には大きな政情不安等がない（東京都）。
	□	百貨店（広報担当）	・11月からの免税制度の変更により、一時的に売上が鈍化する可能性がある。一方、消耗品の限度額が撤廃されるプラス部分もあるため、総体的には変わらないと見込んでいる（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・食料品や日用品の値上げが続くなか、消費マインドの変化を見通すのは難しいが、大きな変化が起こるような材料は見当たらない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・来客数はこの１年間ほぼ同じ割合で伸びている。内訳としては、インバウンドの伸びが国内客の伸びを上回っており、円安を背景としたこのトレンドは、今後も変わらないと見込んでいる。インバウンドも、中国に頼らずとも他のアジア諸国を始めとして欧米からの来店も増えつつあり、この傾向も変わらないとみている。また、国内客も購買額の多い客が伸びていることから、安定的に推移する（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・前年に回復基調であった免税売上は伸び悩むものの、年末年始のギフトや食料品需要は順調に推移するとみられる。また、暖冬により停滞していたコート等の冬物衣料の需要も、気温の低下とともに12月末のセール期や初売り期に活性化すると予想される（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて、変わらない（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	・降雨が多かった９月と比べると、10月はやや良い。月前半は良かったが、後半は台風の影響により降雨があり、なかなか良い形にならなかった。今後もこうした一進一退の状態が続くとみている。
	□	スーパー（経営者）	・所得の増加に比べて支出負担の上昇が大きい。
	□	スーパー（店長）	・来客数、客単価は前年並み若しくは前年を超えているが、買上点数は減少傾向にある。各社共に価格訴求により買上点数アップを図っているものの、消費者の買い回り等により想定したほどの数字を確保できていない。
	□	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、継続的な値上げの影響も大きく、買い控えが広がる要因となっている（東京都）。
	□	スーパー（営業担当）	・単価の上昇は続くとみられるが、台風発生が続き、天候悪化により売上が落ちる（東京都）。
	□	コンビニ（経営者）	・これから年末を迎えるに当たり、予約商品があるにもかかわらず、来客数及び客単価が減る見込みである。
	□	コンビニ（経営者）	・夏の天候不順以降、来客数が戻ってきていない。この先の天候が安定してくれば戻ると期待している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・直近のキャンペーン等も奏功し、売上の改善傾向が続いている（東京都）。
	□	コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復は余り望めないため、現状の景気のままで変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇の影響により客が買い控えをするとみている（東京都）。
	□	コンビニ（商品開発担当）	・悪くはならなくても、良くなる要素も余りみえてこない（東京都）。
	□	衣料品専門店（統括）	・景気の回復、所得の増加が見込めない限り、購買動向が劇的に変化するとは考えにくい。
	□	衣料品専門店（従業員）	・この先も物価高が続き、現状の良くない状態がしばらく続くとみられるため、変わらない。
	□	家電量販店（店長）	・米国の中間選挙後の動向で国内景気が大きな影響を受ける可能性もあり難しいが、仮に現状のままとして、大きく良くなる要素は見当たらない。物価高に賃上げが追い付いていない状況がある限り、家電業界の景気は外的要因に左右される。
	□	家電量販店（店長）	・食料品の消費税減税があるが、一時的なものであり、現状がまだ続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（店長）	・国内客及びインバウンドの動向に変化はないと予想している（東京都）。
	□	家電量販店（店長）	・販売数などは前年度と比べて変わらない（東京都）。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・金利の上昇に伴い買い控えが発生しており、過去のような年末商戦などは期待できない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・物価高で、特に食料品が２～３割値上がりしており、今後食料品の消費税が減税されても、それで抑えられるような状況ではない。来年４月以降に賃金が相当に上がれば景気は良くなるだろうが、現状のままでは買い控えが発生しそうである。景気はまだしばらく変わらない（東京都）。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	・販売環境に変化はないと見込んでいる。
	□	その他専門店［貴金属］（統括）	・物価高により購買意欲が低下しており、販売数量の減少がみられる。ただし、仕入価格の上昇に伴い販売単価は上げているため、販売額に大きな変化はない（東京都）。
	□	その他専門店［ガソリンスタンド］（団体役員）	・中東情勢を踏まえた緊急的激変緩和補助金が12月以降段階的に縮小される見通しであるが、経済全体としてダメージが少なく、むしろ正常化へ向けた動きと考えられる。株価や為替については多少値動きがあるとみられるものの、大きなインパクトはなさそうである。今後の懸念はＡＩを駆使した個人情報漏えいに端を発するリスク拡大だが、現段階では予測不可能である（東京都）。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・来年の春闘に関する報道内容次第だが、消費マインドが向上することを期待したい（東京都）。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・不安定な世界情勢が依然続き、それらが沈静化しなければ景気は良くならない。一方で、中国以外からのインバウンドも増えており、これ以上悪くはならないと考え、全体的な景気は変わらない（東京都）。
	□	高級レストラン（営業担当）	・法人関連の宴会予約、忘年会や新年会の問合せ、受注ペースはほぼ前年と同様である。ここ数年と比較すると、個々の宴会規模は縮小傾向にあり、その分、件数を確保している（東京都）。
	□	高級レストラン（役員）	・引き続き富裕層はいるものの、２極化は変わらない。ＡＩや半導体に対する期待もサイバー攻撃などにより不安感の方が強まっている。自然災害や世界情勢の不透明感も継続し、生活に直結する好転要因がみえないため、変わらない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末は法人利用で売上が増加するが、物価高で一般客は今一つ伸びないと予想している。
	□	その他飲食［カフェ］（経営者）	・依然として中国からのインバウンド増加はみられないものの、インド等のアジア系及び欧米系の客の増加が、減少分を十二分にカバーしている（東京都）。
	□	その他飲食［カフェ］（経営者）	・来年４月からの食料品の消費税減税による影響が良く出るか悪く出るか疑問である。最初の数か月は購買が増えても、その後は再び買い控えに戻るとみられ、２年後に税率が戻った際の消費の冷え込みの方が心配である。年末商戦がそろそろ始まるため、影響が出ないことを願うばかりである（東京都）。
	□	その他飲食［居酒屋］（経営者）	・明るいニュースがない限り、状況は変わらない（東京都）。
	□	旅行代理店（従業員）	・９月、10月と同じようなトレンドが続いている（東京都）。
	□	旅行代理店（営業担当）	・円安が影響している（東京都）。
	□	タクシー運転手	・物価高が続き、毎月のように値上げ品目が報道され、消費者にとって大きな負担になると客が口々に言っている。物価高が収まらないことには利用客が増えない。
	□	タクシー運転手	・利用回数は減っているものの、最近ロングの客がいるため、売上は目標近くまで伸びてきている。病院の送迎利用は確実にあるが、駅出しは短距離が多く、会社の送迎もやや減っている。
	□	タクシー（経営者）	・景気そのものは上向くとみられるが、物価高が足を引っ張り相殺される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー（団体役員）	・既存の営業スタイルでは続かない。営業方法の転換を図らなければ営業収入の増加は難しい。
	□	通信会社（経営者）	・現状では案件受注及び工事依頼が増加傾向にないため、変わらない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・前年度と比べて横ばいが続く。大きく好転していく材料が見当たらない。
	□	通信会社（局長）	・しばらくは現状のまま余り景気が良くなる要素はない。年末に向けてもほぼ変わらない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
	□	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が収まらない限り、変わらない（東京都）。
	□	通信会社（経理担当）	・冬に冷え込みが強くなると物が売れる。暖冬なら今手元にある物で過ごせそうである。
	□	通信会社（管理担当）	・販売量が計画値を割っており、解約とのバランスでは解約が先行している。光ファイバー化による劣後解消は行われているものの、営業面での効果が発揮できていない。そのため、これまでの懸念点は変わらない（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	・ＢｔｏＢは堅調なものの、コンシューマ系ビジネスの影響を踏まえると、変わらない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・国内ではすぐに大きな影響は出ないとみている。ボーナスシーズンまでは現状維持かもしれない（東京都）。
	□	通信会社（経営企画担当）	・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない（東京都）。
	□	観光名所（職員）	・11月は最繁忙期になるが、前年は超えられない見込みである（東京都）。
	□	競輪場（職員）	・一時的な事業の休止が続く。
	□	その他レジャー施設［映画］（総務担当）	・公開予定作品からみて、今後２～３か月は全体として大きな増減要因が見当たらない。物価高による消費者の節約志向も続いており、景気は今月と同程度で推移する（東京都）。
	□	その他レジャー施設［映画］（営業担当）	・景気に変動を与える大きな事象は起こっていない（東京都）。
	□	その他レジャー施設［複合文化施設］（財務担当）	・原油価格高騰が改善されるかは米国中間選挙の結果次第である（東京都）。
	□	その他レジャー施設［総合］（経営企画担当）	・９月の長雨による生鮮食品の高騰、10月からの最低賃金引上げに伴う値上げ、不安定な株価や世界情勢の不透明感、利上げの継続等、不安要素が多くあり、景気が上向くような雰囲気はない（東京都）。
	□	その他サービス［フィットネスクラブ］（エリア統括）	・金利や物価の上昇に伴う個人消費の伸び悩みが予想される（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新商品の販売開始や建売分譲の値引き、注文建築も競合した場合は値引き幅を弾力的に検討して販売量を確保していく方針となった。ただし、何とか現状の販売量を確保するだけで、景気が良くなるほど販売量は伸ばせない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・資料請求数の増加が望めない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・当面は状況が大幅に変わることはなく、同様の状況が続く。ただし、個人、法人共に２極化が進んでいく。
	▲	一般小売店［米穀］（経営者）	・食料品は天候に左右される。また、諸物価の上昇により消費者物価指数が上がっているため、客は買物により慎重になる（東京都）。
	▲	一般小売店［酒類］（経営者）	・今後も食料品を始めとして生活に密接する物の値上げが見込まれる。し好品を扱う当店には厳しい状況が続く。
	▲	百貨店（営業担当）	・オンライン上でのトラブルに関し、消費者の不安感を拭えないことに加え、メンテナンス多発による利便性低下が結果として受注の減少につながっている。この先もこの傾向が続くものと予想する（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高に対する警戒心を強く感じる。今後も農畜産物を始め、食料品の価格が高止まりすると、景気が良くなるにはまだしばらく時間が掛かる。
	▲	百貨店（店長）	・物価の上昇に対し、賃上げが追い付いておらず、預貯金を切り崩しているという声を多数聞く。また、ＮＩＳＡ等で海外株式に投資している客でも目減りを気にする人が増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（管理担当）	・最近のサイバー攻撃リスクやエネルギーコストの懸念から、消費者の財布のひもが固くなると予想する（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	・食料品の消費税が１％に減税される前は、消費者の買い控えが予想される（東京都）。
	▲	スーパー（総務担当）	・節約では間に合わず、お金を使わずに過ごす工夫をし始めている。
	▲	スーパー（仕入担当）	・年末に向けてサイバー攻撃による個人情報漏えいが相次ぎ、消費者の不安が高まり、節約志向も増す。
	▲	スーパー（食品担当）	・金利上昇に伴いローン金利も上がるなど景況感が悪く、買い控えが発生している（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・大規模店の攻勢が激しいことに加え、パートやアルバイトの応募が全くなく、厳しさが増している。
	▲	コンビニ（経営者）	・地域住民の年齢層などを考えると、商材だけでなくいろいろな物の値上がりに対して、追い付くどころか実質的な収入が減っており、小売業の景気はますます悪くなる一方である。
	▲	コンビニ（経営者）	・前年同期比で売上は97%程度、来客数は94%程度であり、来客数がかなり落ちている。これは、例えばおにぎり１つ買っても200円近くするなど物価高の影響とみられる。今後どのように集客していくかをしっかりと考えていかなければならない。また、最近はアパレル商材など新たなサービスも取り入れており、その辺りの商材が売れてくるとみている。コンビニに毎日行こうという動機はなくなってきている。
	▲	コンビニ（経営者）	・賃上げが物価高に追い付いていない。10月から最低賃金が引き上げられたが、経営上厳しい。
	▲	コンビニ（経営者）	・気温が低下し、電気料金が上がり、燃料費も高止まりしている現状において、食品もまだ値上がりしそうなので、良くなるとは考えられない（東京都）。
	▲	コンビニ（従業員）	・冬はそこまで大きな売上にはならない。クリスマスケーキやチキンなどもあるが、売上的にはふだんの揚げ物セールの方が多くなる。11月には揚げ物半額セールがある。動きが少ない時期だからこそセールで盛り上げたいという狙いがある。冬のイベントで単価上昇を図る。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇が続いているなか、客が買物に慎重になっている。必要最低限の物は買うが、ついで買いなどは少なくなっている。
	▲	衣料品専門店（役員）	・次々に値上げのニュースが出てくるため、衣料品に関しては厳しくなると予想している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額が見直されるため、やや悪くなる（東京都）。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額が見直されるため、年明け以降の販売台数は減少傾向となる（東京都）。
	▲	乗用車販売店（営業）	・販売量が落ちてきている。水害による買換え需要もなくなり、停滞する見込みである。
	▲	その他専門店［ドラッグストア］（経営者）	・物価が上がっているため、年末に買い控えが起こりそうである。
	▲	その他小売［生鮮魚介卸売］（営業）	・年末年始の対応もそろそろ考えるべきだが、現状からは想定しにくい（東京都）。
	▲	高級レストラン（経理担当）	・株式相場は勢いを弱めながらゆっくりと後退している。個人の消費マインドがこの状況に影響されつつあるのか、個人客の予約が減ってきている（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・２～３か月先については、12月までは良いが、１～２月になると寒さが厳しくなり客足が悪くなってくるため、今よりも売上が２～３割減ってくる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・重油の価格がどんどん上がっており、ガソリンやビニール資材等、石油関連製品が全て高騰している。その分、今よりも物価が上昇し、景気は悪くなってくる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価が上がり、今の若い人たちはかなり安価な店に飲みに行っているようである。忘年会なども今年はあるのか分からない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	都市型ホテル（経営者）	・やや悲観的かもしれないが、表面上はほぼ横ばいではあるものの、物価や人件費の上昇に売価が追い付いていない。来客数から見て、値上げをすると競合他社に客が流れることが予想されるため、なかなか厳しい。そうしたことから、現状は変わらず、将来的にはじわじわと悪くなる（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・今月は、団体客の需要が売上に寄与しているが、２～３か月先は取り込みに苦慮している。個人客をターゲットとしているが、ある程度単価を下げる必要がありそうである。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価高、燃油サーチャージを含む燃料代の高騰、円安の影響により、特に海外旅行は先細りしていくとみている。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・寒くなるため光熱費が掛かる。灯油や電気料金などを含め全ての物が値上がりし、余裕がなくなる。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・食料品の消費税が減税されても、ガソリン料金の補助がなくなれば流通コストが上がるため、値上げしないと維持できなくなり、結局のところ景気が悪くなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・今年は天候が不順であり、景気の良しあしよりも降雨が客の増減に影響しているため、非常に見通しにくい（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	・景気が良くならないことが気持ちを沈ませ、諦めムードも広がっている。国内旅行も国内客にとっては大幅に価格が上がっている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・金利の上昇により住宅ローンを抱える子育て世代の家計が悪化する懸念がある。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・真冬の来場者数は、寒さの影響からどうしても減少するため、どこまでその影響を小さくできるかが課題である。加えて、政府による電気料金の補助再開が発表されたものの、中東情勢の影響により依然として原油価格や物価の上昇が続いており、運営コストが増え続けているため、経営的には不安が残る。また、最低賃金引上げや採用コストの増加など、部材調達部分での物価上昇と人件費の高騰が経営を圧迫しているため、コスト面での見直しを図らなければ事業継続が厳しくなる一方である。
	▲	パチンコ店（経営者）	・値上げラッシュが続き、消費者は節約傾向になっている。政府の積極財政に期待するが、効果が現れるのはまだ先である。
	▲	その他サービス［立体駐車場］（経営者）	・駐車場のため定期契約の客がいるが、定年退職で契約をやめる客や経費削減のために契約数を見直す企業が増加傾向にあるため、先行きの景気は悪くなると予想している。
	▲	その他サービス［学習塾］（経営者）	・問合せ件数などが減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	・行政の仕事が６割、民間の仕事が４割という状況で営業活動をしている。行政の仕事は新しい物が見受けられないが、民間についてはここ２～３か月は客を見付けることがやや大変という状況が続いている。目標を設定しながら何とか客と会話をしたいと考えているが、それには現在の物価が大きな障害になっており、新しい仕事を取ることが非常に難しくなっている。
	▲	設計事務所（所長）	・受注が少ない。
	▲	その他住宅［住宅資材］（営業）	・先々の建築資材の荷動き情報を確認すると、一部の大口物件が目立つものの、全体の景況感は底上げできない（東京都）。
	×	一般小売店［家電］（経営者）	・仕事の話が途絶えがちになっており、新たな話もないため、何となく不安である（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・台風などの自然災害により、地域全体でかなりの被害が出ている。土砂崩れ、冠水、停電など復旧に多額の個人負担が発生するとみられる。そのためか買上点数が減少しており、特にし好品ではケーキなどが前年比で４割減少となっている。この傾向はしばらく続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経営者）	・世界情勢が不安定なこと、多発する災害などが一般消費者の心理に悪影響を与えている。円安による物価高も人々の消費意欲を減退させている。飲食業についていえば、原材料費の値上がりで利益が減っている。さらに、最低賃金引上げがあることで一般管理費が膨れ上がるため、今後は廃業、閉業、倒産が増えていく。また、今年は令和８年８月千葉豪雨やその後の台風被害がひどく、飲食業への経済的影響としては、これから景気の落ち込みが始まるとみている。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により販売量は下降トレンドとなっている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・物価上昇及び実質賃金の低下により、生活防衛を意識し、高額レジャー支出を抑制する動きが続く。
	×	その他サービス［学習塾］（経営者）	・当校に通う生徒の場合は、教育費がかなり負担になっている家庭が多い。辞めていく生徒も多く、景気は悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・工事費の先行きが不透明で、中小企業の事業主が考えるような事業の採算が合わない状態が続いている。
企業動向関連 （南関東）	◎	その他サービス業［ソフト開発］（従業員）	・値上げ交渉が進み、中途採用者など人材確保に動きが出てきている。仕事量が増えているため景気拡大を維持できそうである。
	○	食料品製造業（経営者）	・大口の注文が入ってきているため、今より売上は増える。小麦、砂糖の値上げ通知が来ているため、利益が減る心配もあるが、もち米の価格が大分下がってきたため、相殺される。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からの内示によるとやや良くなる見込みだが、予断を許さない。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在、自動車メーカーの生産状況は好転しており、３月末の期末決算に向けて更に上向くとみている。
	○	その他製造業［化粧品］（営業担当）	・今後は補助金、食料品の消費税減税などの効果により、消費者のマインドが上向く（東京都）。
	○	通信業（従業員）	・食料品の消費税が１％へと減税されれば、やや良くなる（東京都）。
	○	金融業（営業担当）	・製造業はＡＩや半導体関連の需要により緩やかに良くなっていく。非製造業は回復にばらつきがあり、価格転嫁や人件費負担への対応が急務である（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	・取引先の飲食店では、年末に向けた予約や問合せが入り始めており、団体利用の相談も少しずつ増えている。また、一時期落ち込んでいた中国を始めとするアジア圏からの来店客にも回復の兆しがみられ、インバウンド需要の持ち直しが期待できる。原材料費や人件費の高騰など、経営上の課題は依然として残るものの、忘年会や会食需要が高まる時期を迎えることから、今後２～３か月は飲食店を中心に売上や集客がやや改善し、景況感も上向くと見込んでいる（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・楽観はできないものの、今年度新たに受注した案件があり、11月か12月に計上される見込みである（東京都）。
	○	その他サービス業［警備］（経営者）	・時期的に今後も仕事量が増えていく。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年は11～12月に年賀状印刷の注文があり上向きになるが、ここ１～２年は見込めない。実際に、今月後半に入っても年賀状印刷の注文に関する話が少ない。一方で、印鑑のリフォーム需要は若干伸びており、やや上向きである。合わせると、ほぼ変わらない見通しである（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・例年年末になると荷動きが多少良くなるが、今年は変化がありそうにない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在は医療品容器関連の受注増加で活気があるものの、中東向けの企画が凍結されており、先行きは不安定である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・半導体関連を中心に生産量が増えているが、インフレや世界情勢の不安定さ等があり、それらをにらみながらの生産となる予想である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・年度内は現状のままである。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・現在の景気の良い状態が、今後もＡＩ関連製品に支えられて継続する予想である。品薄が続く状況がしばらく継続する。

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

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

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

５．甲信越（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (甲信越)	◎	タクシー（経営者）	・年末に向けて、特段トラブルがなければ一段と動きが良くなるとみている。
	◎	その他サービス［葬祭業］（経営者）	・11月には戸建て住宅の整理依頼が入っている。今後もこうした依頼は増えるとみている。
	◎	設計事務所（経営者）	・２～３か月先までは年度内の業務分で満たされており、業界全体を含め、身の回りの景気は良くなる傾向である。
	○	スーパー（経営者）	・９月は長雨の影響もあり、キャベツ、白菜、ほうれん草等の農作物が高騰していたが、10月後半になって落ち着いてきている。年末に向けて売上を伸ばしていきたい。
	○	コンビニ（経営者）	・年末年始の需要でやや良くなる。
	○	その他専門店［酒］（店長）	・今月の売上は非常に良かったが、周囲の飲食店や顧客は良くなかったと聞いている。３か月後はもちろんやや良くなるとみているが、物価高が厳しく、客が飲食店に足を運びづらい状況のため、飲食店の回転数も非常に少なくなっている。今後は不透明ではあるものの、売上を伸ばすよういろいろな努力をして、実を結ぶことを期待する。
	○	高級レストラン（経営者）	・年末に向かい、食事会や宴会等も増えてくる。
	○	一般レストラン（経営者）	・来年は地元古刹の祭礼に向けたイベントが開催されるため、良くなってほしいという期待感がある。
	○	スナック（経営者）	・忘年会シーズンに入ってきて、団体等で飲みに出る機会が結構増えてくるとみている。例年のようにはいかないかもしれないが、いつもの月よりは２割程度売上が上がることを期待している。
	○	観光型旅館（経営者）	・天候状況次第ではあるが、冬季の予約数が比較的好調なことに加え、問合せ、宿泊ニーズに手応えを実感している。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベント開催など、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、より多くの客の獲得につなげていきたい。
	□	商店街（代表者）	・当店のある商店街は、中心市街地の最も大きい商店街だったが、商売がうまくいかなくて撤退したり大型店が閉鎖して、客がぴたりと街に出なくなってしまった。このままだと、空き家ばかりになってしまうと心配していたら、ぽつぽつと新しい人が入ってきたので、今後に期待している。
	□	商店街（代表者）	・贈答シーズンが近づくので期待したいが、日用品、エネルギー関連の値上げが連日報道されていることから、支出が抑えられるのではないかと不安である。
	□	百貨店（経理担当）	・デイリー使いの物の消費が活発になれば景気が上向く気配を感じ取れるが、物価高騰や燃料補助金の縮小等、いまだ商環境が整っているとはいえない。景気は変わらないか悪くなる傾向にある。
	□	百貨店（店長）	・経済対策に、現時点ではそれほどの期待感はない。即効のカンフル剤とはならず、悪くもならないだろうが良くなる確信もないため、現状維持と考える。
	□	スーパー（経営者）	・ガソリン、灯油、電気等のエネルギーコストの増加が、どれほど消費マインドに響くかが懸念される。
	□	スーパー（店長）	・最低賃金は上がったが、企業としては賃上げを実施するために価格転嫁しているところもあるため、物価高傾向は変わらない。買い回り頻度などは直近と同様の傾向を維持すると考える。
	□	スーパー（企画担当）	・秋の値上げの影響はあるが、やや悪くなるというほどの影響はない。
	□	コンビニ（経営者）	・人件費や光熱料金の高騰で経費はかなり増えている。売上は上がったとしても、期待するほどは残らない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・来年４月から始まる食料品の消費税減税に期待している部分はある。しかし、可処分所得が上がっていないのが現実であり、減税分が消費に回るとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（店長）	・一般的な景気の悪さは、皆、体で分かっている。日常生活は余り変わらないとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高の影響もあり、購買力が落ちている状況は変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・引き続き、新型車の発表や環境性能割廃止効果で、新車販売は伸びると予想する。ただし、クリーンエネルギー自動車導入促進補助金の補助額見直しにより、１～３月の新車登録への影響が懸念される。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・伸長していた予約の動きが鈍くなっている。また、エネルギーコスト高など、良くなる情報が聞こえてこないため、毎日の人の動きも鈍く、先の予約に影響が出ている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・市内のイベントがかなり多く、来客数も平均単価も右肩上がりになっている。特に、土曜日のイベントのため、平日も準備のために団体宿泊が多くなっている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・行楽シーズンに向け、個人や団体共に動きが活発化している。８月、９月の猛暑や災害の影響もあり、旅行時期を変えたことも一因ではないかと考える。冬季の低迷が懸念される。
	□	タクシー運転手	・物価が非常に上がっているため、タクシー利用にお金が回らなくなるとみている。
	□	通信会社（社員）	・ある程度の需要は見込めているが、リソース不足によりサービス提供が遅れている。これを解消することが現在の課題になっている。
	□	通信会社（社員）	・物価の高止まりや上昇に加え、取扱商材の値上げが重なると、やや悪くなる可能性もある。
	□	観光名所（職員）	・国内客が堅調のなか、インバウンドの増加に期待をしている。この先は暖冬による雪不足が心配である。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・周辺の状況は何も変わっていない。
	□	その他レジャー施設［ボウリング場］（経営者）	・年末年始のため、一般利用は増えていくとみている。団体利用が増えてくれれば、申し分ない。
	▲	一般小売店［家電］（経営者）	・年末商戦は衣食住のうち、食への支出が大半を占める。ボーナス商戦がなくなり、諸物価の上昇に伴い、販売側としては全体的に厳しい年末になる。消費意欲も抑えられてしまいそうである。
	▲	百貨店（営業担当）	・農作物を中心に値上げが多い上に、これから冬に向かって、ガソリン補助金は縮小してくるため、決して良くなるということはない。中東情勢もこれから先どうなるか未知数で、不安材料が多い。
	▲	コンビニ（経営者）	・10月は例年なら秋晴れで天候が良いはずだが、今年は割と天候不順で降雨が多かったため、売上は厳しくなっている。また、近隣に大型店が出店したのも痛手で、売上がやや厳しくなっている。
	▲	コンビニ（総務担当）	・商材の値上げ等により節約志向が高まるなか、良くなる要素は見当たらない。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・今年は暖冬予想も出ており、季節商材の購入が伸び悩むことが予想される。
	▲	スナック（経営者）	・お金を使わない世の中になりつつある。街で酒を飲む人が非常に減っている。客の気持ち的なところから景気が良くなってもらいたい。
	▲	観光型旅館（経営者）	・今冬は例年より動きが悪い。このところ灯油価格の高騰が話題になっており、旅行をする雰囲気が減っている。また、前年と比較して関西方面からの客が減っている。インバウンドについては、中国からのインバウンド予約は全くない状況が続いている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・世界情勢の影響が継続的に出ると考えている。
	×	スーパー（副店長）	・景気が良くなる理由が見当たらない。
	×	コンビニ（経営者）	・今年は秋が早く訪れ、寒くなるのも早く、期間が長い。今後更に寒くなると、灯油や電気、水道料金が掛かるため、定価販売のコンビニでは購入しづらくなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・どこかで経費増加の流れをストップしないと、従業員の勤務時間等にしわ寄せが出てしまう。
企業動向	◎	食料品製造業（営業統括）	・既に年末に向けての受注予約が確定している。例年より件数が多く入っているため、良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、良くなる。
	○	電気機械器具製造業（従業員）	・仕事への問合せは結構来ており、一時よりも景気は良いと実感しているが、部材の納期が大分掛かっており、すんなりと受注できない状況にある。納期が短縮されて順調に入ってくるようになれば、受注ができ、景気も良くなるとみており、希望を込めての回答である。
	○	その他製造業［宝石・貴金属］（経営者）	・着るものも厚手の物に変わって、ジュエリーを身に着ける機会が増えてくることから、新たな購入だけでなくリフォーム、リメイク需要が徐々に増えている。また、卸売は、秋冬から来年に向けての新作がそろいつつある。金価格高騰で、仕入れは難しいといっていた小売店も、年末に向かって、何か新しい商材を希望しているため、売上アップに期待する。
	□	食料品製造業（総務担当）	・原材料費が高止まりしている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・地域独自の製品販売サイトの新商品審査に採用され、国内はもとより、海外バイヤー向けの展開も視野にあるため、期待感は持てる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・日用品の値上げが継続しており、耐久消費財への支出の戻りが遅れている。また、海外メーカーの台頭による価格競争も激しく、収益確保が難しい状況にある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・大型案件はないものの、受注量が確保できている現状が、変わらず続くとみている。
	□	建設業（経営者）	・全体の景気が良くなるにはもう少し時間が掛かる。
	□	金融業（調査担当）	・製造業はＡＩサーバー向け部品の需要増加が続くほか、観光需要も順調に推移する見通しである。中東情勢の影響に伴うエネルギー価格の動向や不透明感、各種コスト増加が企業マインドを下押しする懸念がある。
	□	金融業（経営企画担当）	・インフレにより消費は落ち込みがみられるものの、国内金利及び為替市場は落ち着いている。しかし、欧州を中心に金利上昇が進んでいることや11月の米国の中間選挙の行方によっては、日本への影響も想定される。
	▲	＊	＊
	×	食料品製造業（製造担当）	・最低賃金が引き上げられ、資材価格も上がっているが、まだ価格転嫁はできていない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用関連 (甲信越)	◎	－	－
	○	職業安定所（職員）	・４月以降、有効求人倍率が右肩上がりに上昇している。
	□	職業安定所（職員）	・光熱費の高止まりや灯油価格等の上昇で、日々の生活が苦しいという声を聞く。より良い条件を希望する求職者の動きが今後も続くものとみている。人件費や原材料費の価格転嫁もじわじわと進んでおり、景気の不透明感は続くものの、直ちに雇用情勢が大きく変化する状況にはない。ＡＩ関連の動きが低調になり、景気や業績への影響を懸念する事業所もわずかにみられる。
	□	職業安定所（職員）	・先の景気は、ＡＩ需要を背景とした製造業の好調が期待される。一方、物価高騰の長期化による影響は依然として不透明なため、景気を押し上げる要因と下押しする要因の双方が存在している。
	▲	－	－
	×	－	－

６．東海（地域別調査機関：三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	商店街（代表者）	・全体的に消費者の収入が増えている様子である。
	◎	一般小売店［土産］（経営者）	・にぎわいは回復するが、商品購入単価は低い状況が続く見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(東海)	◎	美容室（経営者）	・今夏の猛暑から、秋にかけては大雨等の天候不順が続き、客も高齢化していることから客足は非常に悪い状態が続いている。２か月先は年末年始を迎えるため、今までパーマを掛けられなかった客が年越しくらいは身ぎれいにしたいと考えて来店することが見込まれ、景気は良くなるとみる。良くなってほしいという期待もある。
	○	スーパー（経営者）	・主に農作物の価格が安定し、販売量が増えることを期待する。
	○	スーパー（店員）	・これから寒くなるため、鍋食材などの売行きが期待できる。また、みかんが最盛期に入るため売上は伸びる見込みである。
	○	スーパー（店員）	・年末商戦に向けて高単価商品が増えるため、売上は増加する見込みである。
	○	衣料品専門店（店長）	・かつて自店客の活動先は県外出張の傾向が強く、それが少しずつではあるが戻りつつある。暖冬で高価格のものは売行きが厳しいが、販売数は戻ってきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・年明けから繁忙期となるが、新人とみられる若い社会人の客はセットアップを買い求めることが多い。年配者はスーツ、若年層はセットアップの販売量が徐々に増えており、今後はそれに加え成人式や就職活動用のスーツが売れるようになるため、景気は良くなる見込みである。
	○	家電量販店（店員）	・購入の予算が高めの客が一部で見られるようになっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・メーカー側もマイナーチェンジの車種を増やす時期であるため、今より改善する見込みである。
	○	タクシー運転手	・政府の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	・現状はアジア・アジアパラ競技大会の残務があるため仕事量はある。これから年末にかけて忘年会等で集まる機会が間違いなく増えるためやや良くなる。
	○	パチンコ店（経営者）	・年末年始を迎えることを加味すれば、やや良くなると判断する。
	□	商店街（代表者）	・自店が立地する商店街に関しては、国内・海外を問わず多くの観光客が訪れており、安定して活気がある。
	□	一般小売店［結納品］（経営者）	・良くなる要素がなく、現状が続く。
	□	一般小売店［酒類］（経営者）	・飲食店への客の流れは悪いままで、飲料の販売量も期待できない。飲食店へ飲料を販売していた酒販店が廃業する事案が出てきた。
	□	一般小売店［贈答品］（経営者）	・この先３か月程度では変わらない状態が続く。10～11月でまだ多くの商品で値上げがあり、そのなかで家計のやりくりを考える一般的な消費者は財布のひもが固いままとなる。ただし、現状売上が伸びており、その要因は大企業に勤める人のボーナスや給料が確実に増えているためであり、そのような世帯では高額消費が期待できる。景気全体としては変わらないが、一般的な消費者の生活をみると、多くの人は財布のひもが固く、消費は伸びないとみる。
	□	一般小売店［果物］（店員）	・３か月ほどでは変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・景気が変わる要素が見当たらない。
	□	百貨店（販売担当）	・ギフト需要が高まる時期になり、購入意欲の高まりが期待される。しかし、物価上昇の影響もあり価格に慎重な客は増えるとみる。
	□	スーパー（店長）	・年末年始を控え、消費者は海外旅行や遊びに出掛けるため余分な金を使わず節約志向になるとみる。ただし、値上げによる１品単価が上昇しており、年末年始にはふだんより豪華な食事をすると見込まれることから、売上は変わらない見込みである。
	□	スーパー（店員）	・年末商戦の時期であるが、来客数に大きな変動はない見込みである。
	□	コンビニ（店長）	・酒税法改正がありビールが値下げされ、第３のビールや発泡酒は値上げとなったが、販売量に大きな変化はない。消費者もマスコミ報道ほどは食品の値上げに対して敏感でなく、織り込み済みの様子である。食品の消費税引下げによる景況感の向上を期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲が上昇する様子はみられるが、電気料金等が値上がりしているなかで楽観視はできない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・販売数が上がるポジティブな要素が少なく、市況を含め現状が続く見込みである。
	□	コンビニ（店長）	・中東情勢の先が見えないことが不安である。最近の個人情報漏えい問題も、今後の買い控えにつながるおそれがある。正直全く先が読めない状況である。
	□	コンビニ（店長）	・売上、来客数共に減少傾向が続いている。来春の消費税減税がどのように消費に影響してくるか分からないなかで、景気はやや低迷気味で推移する。
	□	衣料品専門店（売場担当）	・景気が好転する要素が見当たらない。
	□	家電量販店（営業担当）	・今年は全国的に暖冬傾向となる見込みのようで、冬物商材に期待ができない。エアコンや冷蔵庫の買換え補助金も12月で終了し、プレミアム付商品券も終盤のため、身の回りで景気が上向く要素が見当たらない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・相変わらずの円安と株安で消費マインドが良くなる要素がない。金利の上昇で住宅ローンの負担が増えて固定費が上がり、消費が落ちてくる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・景気が変わる要素がない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・一部の人気車種は現在も販売停止の状況にあるが、８割近くの車が購入できるようになり、販売台数が大幅に落ち込むことはない見込みである。
	□	乗用車販売店（従業員）	・あと２か月ほどで年末に向かうため、多少景気が良くなってほしいという期待はあるが、これだけ世の中が不安定な状態でそれが変わらなければ、現状のままとみる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車と中古車共に販売量は維持できる見込みであるが、修理工場で使用するオイルなどの仕入価格の上昇に対して、販売価格がなかなか上乗せできないため、収益は厳しい状況である。また、最近発生している個人情報漏えいの影響で新規客からメールアドレス等の情報が取りづらく、コンタクトを取るための手段が大幅に制約されている。したがって、販売手法に苦慮する状況が続くとみる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・そこまでのアクティブな材料がない。仕入単価で言えば高くなっているが、利益に通じるほどの悲観も楽観もない。
	□	住関連専門店（営業担当）	・新規購入の大型物件については、金利の上昇に加え、資材価格の高騰などによりまだ建築原価の実態が不透明なこと、早い段階での値上げなどが不定期に行われることにより、様子見の傾向が強くなっている。
	□	その他専門店［絵画］（従業員）	・全体の景気は下向いていくが、し好品への欲求は高まるとみる。
	□	高級レストラン（経営企画）	・節約志向、選別消費がより鮮明になり、店舗間競争が激しい。年末年始における予約のスタートは順調である。平日が伸び悩むが、少人数グループの宴会需要に期待する。
	□	一般レストラン（従業員）	・市が配布、実施しているクーポン事業が終了した。
	□	その他飲食［仕出し］（経営者）	・社会全体が明るい兆しを欲しており、何かのきっかけが景気を左右する。
	□	観光型ホテル（支配人）	・アジア・アジアパラ競技大会開催による需要がなくなり、宿泊部門の予約はやや減収傾向だが、忘年会や新年会の予約が前年と比べ好調で、宴会部門の予約は増収の見込みである。
	□	都市型ホテル（社員）	・次月は厳しいがその先は予約状況が良く、現状では今月同様良い状況である。
	□	旅行代理店（経営者）	・物価上昇と原油市場の不透明感が落ち着かない限り、この状況は変わらない。
	□	旅行代理店（経営者）	・駅前などの中心街は、とりあえず人通りだけは絶え間なく続いており、一気に大きな影響として現れる状況にはない。クリスマス、年末年始と消費は続くが、大型の一過性のスポーツイベントが終わった影響が出始める来年以降までは、以前より悪いか横ばいとなるため２～３か月後の状況も大きくは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（経営者）	・冬季の旅行需要に向けた予約が入り始める時期であるが、例年と比べやや動きが鈍い印象を受ける。
	□	旅行代理店（営業担当）	・今冬の天候次第であるが、大雪や災害が多く発生したり、細菌性ウイルスなどが流行したりすると旅行需要は一気に冷え込むものの、その要因を除くと物価高騰の割に旅行需要は伸びている。
	□	通信会社（企画担当）	・米国の中間選挙を始めとする世界の動向に景気は大きく左右される。食料品高騰などインフレは進んでいるものの、消費者がこの状況に慣れてきた印象もあり、人が余り動かず、今の状況が続くとみる。
	□	通信会社（サービス担当）	・米のように安くなる物もあれば、値上がりする物もある。消費者にとっては結局は何も変わっていない状況で、景気が良くなるとは考えられない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・安定的な財源を確保するため、入園料収入は最も主要な財源である。例年11～12月は来客数が多いため、今年も同程度又はそれ以上の集客が期待できる。
	□	観光名所（案内係）	・米国の様子を始め、世界情勢をみても景気が良くなる見通しはほとんどない。前向きに考えても景気は変わらず現状維持とみる。
	□	パチンコ店（従業員）	・良くなる要因が特にない。
	□	美顔美容室（経営者）	・12月末までホームケア商品のキャンペーンが続くことに加え、新しいファンデーションやホワイトニング商品もキャンペーン中であるため、今後も変わらないとみる。
	□	美容室（経営者）	・余り明るい話題がないため、当分この状況が続くとみられる。
	□	美容室（経営者）	・物価上昇に歯止めがかからない。この状況をどんどん変えていかないと、客が金を使えなくなる。
	□	その他サービス［介護サービス］（職員）	・介護保険制度が変わらなければこの状況は変わらず、長い目で見れば悪化するばかりである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・大きな変化はないとみる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・金利上昇の不安が高まるとみる。
	□	その他住宅［室内装飾業］（従業員）	・今のところ好転するような材料が見当たらない。
	□	その他住宅［不動産賃貸及び売買］（営業）	・閑散期は全く変化が望めない。
	▲	商店街（代表者）	・中東情勢の不安定化は全く終わる気配がなく、いろいろな物の価格が高止まりしている。ましてや夏の間は雨が多く天候不順だったため、農作物が非常に高い。これでは余りにも高すぎて、皆生活には非常に四苦八苦している状態がまだ続くと懸念される。
	▲	商店街（代表者）	・中東やロシア、ウクライナでの不安定な状態が長引いており、世界各地でエネルギー高によるコスト上昇や物価上昇が発生している。これが日本経済にも波及するおそれがある。また、企業や官公庁へのサイバー攻撃が続いており、対策費等の上昇によるコストアップで更なる景気悪化につながる。
	▲	百貨店（売場主任）	・紳士靴売場については、百貨店は種類が多くて見やすく、また、地下街には婦人靴を扱うショップはあるが紳士靴を扱うショップはなかなかないため、来店する客は多い。ただし、毎月どこかしらのメーカー製品が値上がりしているため、これほど高い靴は買えないという客もいる。まずスマートフォンでどういった靴が欲しいのかを検索して、取扱店舗を調べたところ百貨店と表示され、当店に問合せの電話を入れることは多い。店頭でも、自分で調べてきた靴以外も履いてみたいと言われ履いてみたところ、また考えると言って帰ってしまう。履いてみるだけで売上にはつながらず、今後も厳しい状態が続くとみる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（総務担当）	・食料品の値上げが目立つようになり、客の財布のひもは固くなっている。Ｗｅｂシステムのぜい弱性問題による影響で、各種予約やサイトの立ち上げが難しくなっており、告知や販売体制が一部できなくなっている。特にＥＣサイトでの販売売上の落ち込みが懸念され、一過性ではなく、年内いっぱい続くのではないかと懸念している。秋らしい気候もなく、今年はエルニーニョ現象による温暖予報もあり、衣料品などが厳しい状況が続くとみる。
	▲	百貨店（経理担当）	・中東情勢が落ち着く兆しがなく、高止まりする原油価格や夏場の天候不順による農作物価格の高騰などの影響を受けて、更なる物価高が消費の萎縮、減退を招く。
	▲	百貨店（販売担当）	・販売量は控えめとなる見込みである。
	▲	スーパー（店長）	・今後も物価高騰と、セール日への集中で必要最低限の購入行動になるとみる。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇による生活防衛意識が引き続き強く、消費者の節約志向が続くとみる。近隣では百貨店の改装オープンを始め、競合各社の集客施策や販売強化による競争激化も予想される。年末商戦に向けて一定の需要は期待できるものの、消費動向や競合環境を踏まえると、今後２～３か月の景況感はやや厳しくなる。
	▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーの中では米価下落の影響が大きく、数量ベースではそこまで大きく伸長していない状況が続くとみる。
	▲	スーパー（支店長）	・物価上昇がかなり消費者の購買意欲を抑える要因になっている。また、企業もサイバー攻撃等を受けて投資がかさみ、個人も自己資産の流出を不安視するため厳しい状況が続くとみる。
	▲	スーパー（販売担当）	・国際情勢の混迷状態は続き、原油使用商品の価格上昇は避けられず、また、プライベートブランドの価格上昇も避けられず、冬物の季節商材に頼るしかない。店頭では生活必需品の対応が中心であるが、需要喚起の商品が見いだせていない。
	▲	コンビニ（企画担当）	・電気料金やガソリン料金など、今後値上げされるものが多く、この影響が徐々に出てくることが懸念される。
	▲	コンビニ（店長）	・世界情勢が良くない方向に動いている。また、ガソリン料金の値上げも報道されており、商品や送料の相次ぐ値上げが発生するおそれがある。
	▲	コンビニ（店長）	・物価高による節約志向はまだ続く。
	▲	コンビニ（店長）	・最低賃金引上げにより、消費意欲が喚起されることを期待するが、家計に余力はみられず、節約傾向は変わらないとみる。会社本部の販売促進として、クーポン発布など常連客のためとなる施策を繰り返し打ち出してくれることを期待する。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・継続する天候不順やそれに伴う農作物や魚介類などの不漁その他による各種値上げに歯止めがかかっていないため、今後も厳しい状況が続く。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・エアコンもパソコンも販売減少が見込まれ、大物が売れないと売上は期待できない。単価は低いが照明器具のＬＥＤ化やセキュリティ機器等、工事が伴う商品を販売し粗利を稼ぎたい。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・買い控えで売上は増えず、物価高で支出は増す一方である。小規模の会社や個人店はいよいよ厳しい経営状況になっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・これからガソリン等に対する補助金の縮小や電気･ガス料金の値上げ等、生活に関わるコストが増加することや、年末にかけての準備等で何かと金が必要になることから、なかなか高額な買物の話に乗ってくれる人が減ることが懸念される。金に余裕のある人とない人の差が大きくなっているため、余裕のある人がより大きな消費をしてくれることを期待し、景気が回っていくことを期待する。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・買換えのタイミングが合致する客が購入してくれているが、コロナ禍の頃に落ちた販売が響いて買換えの対象車が少なく、アプローチ先に乏しい。販売施策も弱く、年内の販売は厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他専門店［書籍］（社員）	・年度末向けの販売量に余り勢いがみられない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・客の中には個人事業主が多くおり、ボーナスなどは期待されていない。毎月のように値上げの話ばかりで、全く金を使うという気にならない様子である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・格差が広がっており、年金生活者や売上の悪い店の経営者などの生活レベルは悪化する一方で手の打ちようがない。
	▲	その他飲食［ワイン輸入］（経営企画担当）	・これまでは、値上げに対して客の許容度が高かったが、電気料金が上がるといった生活コストの増加に言及する人が増えており、生活必需品以外の購買意欲の減退がみられる。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・毎週、前年比での宿泊予約スピードをみているがやや下降気味で、何となく景気が停滞している印象を受ける。特に経済対策もなく、地域的な話題もないため致し方ないが、コロナ禍を経て、社員旅行や忘年会、新年会を再開できる会社と、成績不振のためできない会社がはっきりしてきている。新たに取り組む企業や団体はないため、このような状況になっている。加えて、最低賃金引上げや光熱料金の高騰など、企業を取り巻く環境が非常に悪くなっており、リゾートホテルのような宿泊と飲食を伴う事業にとっては向かい風であり、景気は悪化する。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は12～１月の予約状況が芳しくない。飲食においても、クリスマスから正月にかけての受注はこれからといったところで、特段よい状況でもない。リネン代が今秋３年連続で値上げされたり、清掃コストも大幅な値上げ要求があったり、販売価格への転嫁が進まず収益を圧迫している。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の取扱は10～11月がピークとなり、１月は新年会の食事手配など比較的小規模な案件が中心となる。例年１月は大雪への警戒から団体旅行の計画が立てにくい時期ではあるが、今年は暖冬が予想されていることもあり、今後の新規受注や取扱の増加に期待したい。
	▲	タクシー（従業員）	・当地域では、９月中旬から10月下旬にかけてアジア・アジアパラ競技大会が開催され、タクシーの需要が大幅に高まったが、11月以降はその反動で、出社人員の減少による稼働車両減少から売上はやや下回る見込みである。
	▲	テーマパーク（職員）	・物価高などが影響する。
	▲	その他レジャー施設［鉄道会社］（職員）	・暖冬傾向によりウィンタースポーツへの関心が弱まることが懸念される。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、食料品の値段が今後も上がり、消費者の生活は苦しくなるとみる。
	▲	設計事務所（職員）	・景気は全く上がってこない。成長は鈍っている。円安が続く限りは、相対的に景気が悪い。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・この半年は住宅の先高感のなかで駆け込み需要もあったとみるが、今後は金利や資材及び人件費の値上がりにより、月々の支払額に与える影響も大きくなり、不動産住宅販売にはブレーキが掛かる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・銀行金利の上昇、物価高で購入希望者のマインドが悪くなっている。
	▲	その他住宅［住宅管理］（経営者）	・物価高騰でリピーターになかなか応えられない物件も出てくる。施主にも理解してもらってはいるが、この先どんどん仕事は取りづらくなる。
	▲	その他住宅［展示場］（従業員）	・資材の高騰で住宅価格が値上がりしており、住宅購入希望者が減っている。
	×	一般小売店［生活用品］（販売担当）	・今後も物価高が進み、消費者の財布のひもは固くなる一方である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今年も暖冬であるといわれているため、単価の高いセーターの売行きが心配である。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高と消費税減税の影響から景気は悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・良くなる気配は全くない。
企業	◎	－	－

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向関連 (東海)	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・政府が推進する責任ある積極財政が国民に浸透してきたようで、消費に関する防衛意識が薄らいできている。食料品への消費税１％減税適用に対する期待も大きく、実現すれば前倒しの消費拡大も期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界は年末に向けて設備投資が期待でき、当社の売上が多くなることから、この先２～３か月は期待ができる。
	○	輸送業（従業員）	・燃料サーチャージの導入がある程度浸透すれば、元どおりの物量に落ち着く見込みである。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・時期的な特需も終わりに近づいて、現在の物価高や円安等の影響により景気は今と余り変わらないとみる。
	□	化学工業（営業担当）	・引き続きＡＩ向け半導体の需要が好調である。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気が悪くなるような特段のトピックがない。我が国の株価はまだ値上がりの余地があるとの見方が強い様子で、好景気の維持が期待できるビジネスマンも多いとみる。
	□	金属製品製造業（従業員）	・例年であれば繁忙期を迎えるが、今年はそれほどの繁忙状態にはならない見込みであり、物件の動きはやや鈍いとみる。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化が見込めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格が10%近く上がったため、受注量と生産量に大きな影響が出ることが懸念される。ただし、価格転嫁はやむを得ずといった様子で、すんなり販売価格に転嫁できている点においては現状は問題ないが、今後じわじわと影響が出るおそれがある。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・求人に対して応募が来たとしても、すぐに次の仕事が見つかるため余り長続きしない。
	□	建設業（営業担当）	・当然ながらある程度仕事をしないと基本的に金は入らないが、十分に業務を行っていない者のフォローや単価の固定など、身の回りではそのような対応が多くみられる。業務遂行上の問題点について十分な指摘や改善が行われない状況が続けば、業界全体にとっても望ましくなく、人口減少が進行する中で、今の段階で意識改革を図らなければ景気の好転は困難であると考えられる。
	□	輸送業（経営者）	・生活必需品に対する消費者の節約志向は、物価の上昇が続く限り収まらない。
	□	輸送業（従業員）	・経費が大幅に増えており、今後どれだけ無駄な経費を削減できるかが問題である。収入増加が期待できなければ、支出を抑えるしかない。
	□	輸送業（エリア担当）	・販売予測から判断した。
	□	輸送業（エリア担当）	・受注量は微増の状態が続いている。運賃単価も若干上がり、今後も継続的に上昇する見込みである。
	□	通信業（法人営業担当）	・世の中の動きが速過ぎて、客も決定打を打てない状況であり、このまま硬直が見込まれる。
	□	金融業（企画担当）	・中小企業においては、大企業のように給与を上げることは非常に厳しく、物価上昇に追い付いていない現状である。中小企業まで賃上げが浸透してくれば個人消費も伸び、景気も良くなる。
	□	不動産業（経営者）	・今後は平年同様に晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人は増加する見込みである。今後の売上は増加し、前年を上回る状況が続く。
	□	不動産業（職員）	・現状、取引先の動きを受けて販売管理費の上昇が続いているが、大きな変化はみられない。
	□	広告代理店（制作担当）	・物価上昇の影響もあり、冬に向けたイベントや印刷物が増える兆しが余りみえない。
	□	会計事務所（職員）	・あと２か月ほどで年末年始の休暇になるが、周りからは旅行に行くなどの消費につながる行動が聞こえてこない。自分自身もどこかに行く、何かをするといった予定はない。
	□	会計事務所（職員）	・受注量は好調であるが、賃上げによる人件費増加と切削刃物や切削油、潤滑油などの消耗品の値上がりが利益を圧迫しているため、予想よりも利益が出ていない。今後もこの状況は続く見込みで、景気が良くなることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他非製造業［ソフト開発］（経営者）	・原油価格の高止まりと、それに関連した一連の物価上昇により、我が国の生産は非常に困窮している。どんどん海外から事業者が撤退している。我が国の製造業が活況を呈するようにしたいが、人手不足が問題であり、解決のためには高齢者をもっと使うべきである。
	▲	食料品製造業（社員）	・売上は現状大きな落ち込みはないが、原材料価格の高騰で利益確保ができない状況が続いており、各社が値上げを検討している様子である。それにより消費が鈍化することが懸念される。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・良くなる要素が全くない。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・国内の原材料メーカーが段々と淘汰されてきているが、最近は設備の老朽化を理由に残ったメーカーでさえも次の段階として製造から撤退する動きが出ている。設備を更新しても現在の価格では投資を回収できないようで、今後は海外頼みとなりそうだが、顧客から原料変更の承認を得ることは簡単ではなく、不安要素となっている。
	▲	鉄鋼業（従業員）	・発注量が少ないなかで、入札に対して応札できるかどうかがポイントとなるが、他社との競合においてはかなり厳しい状況である。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	・１年近く高水準の設備投資が続いており、そろそろ投資の勢いが鈍化するおそれがある。また、米国における中間選挙の結果によっては補助金政策などに影響が出る可能性もあり、先行きにはやや不透明感が漂っている。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・続く値上げ、中東情勢の不安定化などに加え、寒くなり光熱費等の負担が増える。
	▲	新聞販売店［広告］（店主）	・物価高が続く中、ガソリン補助金も徐々に減額される。最低賃金も毎年更新されるが、固定費が増すばかりである。
	▲	公認会計士	・ＡＩ等による情報漏えいの問題は、まだ今後も拡大が予想され様々な業種で影響が長引くとみる。物価対策としてのガソリン補助金の補助額が引き下げられることも影響し、個人の消費マインドも低下する。また、１月から変動金利が上がることも影響し、今後の景気は下降気味となる。
	×	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴い、取引先からはどこも苦しいという声が多い。販売数も更に減少している。
	×	鉄鋼業（経営者）	・先の受注も見積りも減っている。例年であれば前月より大きく売上を増やす月であるが全く伸びない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・受注量も引き合いも減少しており、市場が縮小している印象を受ける。
	×	通信業（総務担当）	・生活に不可欠な消費財の高騰が深刻化しており、財布のひもをもっと締めなくてはいけない、というマインドが全国民に及ぶことになる。
雇用関連 (東海)	◎	－	－
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造業の中小企業においては災害の混乱から脱し、通常稼働に戻る回復の兆しをみせ受注量や出荷量は持ち直したものの、原油価格高騰や円安に伴うエネルギー価格や資材費の高止まり、人件費増加が引き続き採算を圧迫している。また、労働者供給において人材確保の問題が残る。
	□	人材派遣業（営業担当）	・物価高が続くなかではあるが、これによる景気後退感はなく、仕方ないと受け止める企業が多い。このため、今後も景気は現状維持の見込みである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は今後もおおむね横ばいで推移すると見込まれる一方、求職者数の減少傾向が続いていることから、採用数の伸びは期待しにくく、現状維持か若しくはやや減少傾向となる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・急速な賃上げや減税、社会保険料の減額がない限り日本経済は回復しない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連では、全体感として人員予算も厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人員は現状維持とすることをもくろむ顧客が多く、ぽつぽつと業務終了者が発生している。一方で、別顧客では人材ニーズが少し出るという状態は、２～３か月スパンでは大きく変わらない見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・原材料やエネルギー価格、人件費など各コストの高止まりや物価高に伴う消費低迷傾向による企業の事業活動への負担感は、特に中小企業で強まっている様子である。一部人材不足が深刻化している産業もみられるが、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念、求人を提出しても応募者がいないなどの理由により、また、９月は台風や長雨など天候不順の影響による経済活動の停滞もあり、新たな求人提出を控えて様子見をしている産業が少なくないとみる。一部で新たな求人提出を予定する産業が存在するものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、直近の景気動向に大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の変動は余りなく、求職者数がやや増えているが、景況感に変化を及ぼすほどではない。
	□	職業安定所（職員）	・製造業や医療福祉分野の求人需要は当面堅調に推移する見込みである。一方、最低賃金引上げに伴う人件費負担の増加が中小企業の採用意欲に影響することが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・物価高が一段と進む一方、賃金も後追いで上昇している。また、人手不足感は常にあり、採用者数も若干ではあるが増加している。
	□	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に月によって変動はあるものの、有効求人倍率に大きな変動はない。
	□	職業安定所（職員）	・新規事業立ち上げによる求人増加の話は全く聞かないため、引き続き欠員補充のための求人数がほとんどである。労働需要の拡大は限定的であるため、景気上昇の動きはみられない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末にかけて徐々に転職潜在層が動き始める時期であり、企業側も下期において採用しなければならないポジションでの人材獲得を年内で完結させるために動くとみる。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・アジア・アジアパラ競技大会の需要から10月までは求人数が増えたが、この先は12月から年明けの求人が入ってくると見込む。ＡＩを利用して自分に合った派遣会社を探すという方法も一般的になっており、求職者も会社特性を理解して登録するためマッチングにも期待できる。
	▲	新聞社［求人広告］（営業担当）	・人手不足感はあるものの、物価高やコスト負担の増加に伴い、中小企業を中心に採用広告費を抑制、厳選する姿勢もみえる。また、条件面のミスマッチにより採用活動が長期化し、出稿を見合わせる動きも懸念される。年末年始の一時的需要はあるかもしれないが、年明け以降の求人全体の出稿規模や企業の積極姿勢は不透明である。全体としては、景気はやや悪化するとみる。
	▲	職業安定所（職員）	・有効求人の動向をみると、55歳以上の滞留が顕著になっており、人手不足といわれるものの、対象者を選別する動きが顕著になっている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	・大卒採用について、一部の企業や機関などで採用数を減らす動きが見られる。
	×	人材派遣会社（社員）	・人件費の上昇やＡＩを活用した省力化などの影響を受けた採用控えとみられる動きもあり、好転する要因も見いだせない。

７．北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	・今後は年末年始まで地域の外食産業は全体的ににぎわうと予測している。国内観光客とインバウンドが増えていることに加え、今後は、地元客の宴会シーズンとも重なり、冬の幸が出そろうなど、外食市場が良くなる要因が多くなる。
	◎	タクシー運転手	・これから年の瀬に入り、ボーナス時期になる。忘年会などが多いと予想されるため、忙しくなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	商店街（代表者）	・11月は紅葉やカニなど冬の味覚を目的とした国内観光客が年間で最も活発になる時期であり、更なる観光客の増加が期待できる。また、米国やドイツを始めとする欧米客の来客数や客単価の伸長傾向が定着していることに加え、地元客との強固な信頼関係による高額品の需要も盤石である。秋冬の観光が本格化するシーズンに向けても高水準の売上が続くとみている。
	○	百貨店（売場主任）	・今冬は暖冬予想のため衣料品の動きには注視が必要だが、前年のような記録的な寒波や大雪の影響により外出できない状況が回避できれば、今年の繁忙期の集客は期待できる。
	○	コンビニ（店舗管理）	・米の仕入価格が劇的に下がるはずである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・客が少しずつ現状に慣れてきて、消費が回復するとみている。
	○	一般レストラン（経理）	・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。
	○	都市型ホテル（役員）	・市内全体の販売価格が上昇しているが、適正な価格コントロールにより前年を上回る予約を受注できたため、11月までは高稼働をキープできている。
	□	一般小売店［精肉］（店長）	・日販品の動きは少しずつ良くなっている。11月はギフトの時期だが、年々縮小傾向にあるため相殺されている。
	□	一般小売店［書籍］（従業員）	・現状と変わらないと考える。
	□	百貨店（販売促進担当）	・ここ最近のサイバー攻撃など、世間には新たな不安感がある。
	□	百貨店（販売担当）	・食品売場や食の催事、クリスマスやおせちについては前年並みを維持すると見込んでいる。一方、ランドセルは前年より大幅に低迷するとみている。ここ数年のランドセルブームが完全に終了したことや商品価格の高騰が影響し、孫や子供のための購入にも価格訴求が浸透している。また、前年好調に推移した防寒アウターは、気候に左右されるため、今年の主力衣料品の動きが読めない。さらに、富裕層の高額品購入にばらつきがあり、今後への不透明感がある。当面は現状維持かやや低迷するとみている。
	□	スーパー（仕入担当）	・価格改定が落ち着く様子もなく、今後も単価上昇による販売量ダウンの傾向にあるなかで、販売量の維持が重要になってくる。年末の繁忙期は財布のひもが緩むことに期待できるが、年明けに若干の不安はある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続き、当分の間は節約志向も続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・2027年に省エネ基準が大幅に引き上げられるためエアコンの販売は伸びている。しかし、他の商品の下げ幅が大きいためトータルでは変わらないと考える。
	□	家電量販店（店長）	・主要商品の単価は変わらないが、調理家電やクリーナーの単価が下がっており、販売構成に変化が出てきている。
	□	家電量販店（本部）	・ある程度は堅調に推移するとみているが、エアコンについては2027年の省エネ基準改定を目前に控えており、注視が必要である。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価高の継続が購買意欲の低下につながっている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・物価高で、客の購買マインドが向上しにくい環境がしばらく続くと考える。
	□	乗用車販売店（経理）	・年末年始の稼働日減少による影響はあるものの、受注台数等は現状と同じ水準を維持できる見通しである。
	□	住関連専門店（役員）	・年内は季節の変わり目による需要が増加するため、一定の期待は持てる。しかし、積雪の影響や継続する販売量の減少と相殺され、回復には向かわないとみている。
	□	その他専門店［酒］（経営者）	・景気は大変冷え込んでいるが、これ以上悪くならないことから変わらないと考える。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（統括）	・衣料品の売行き不振をカバーするため、競合店とポイント付与やセールを競い合っており、コストが増加している。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・週末を中心に企業や公共団体の忘年会の受注が進んでいるが、ほぼ例年並みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（店長）	・予約状況では混雑の時間が集中し、閑散とした時間帯と差がある。
	□	スナック（経営者）	・世界情勢や物価高などの影響により、景気が悪いという声をよく聞く。
	□	観光型旅館（経営者）	・11月以降は県の宿泊支援策の効果がなくなるものの、予約は順調に推移している。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・急激な物価高や航空運賃の上昇など、先行きが見通せない。
	□	タクシー運転手	・物価高が止まらない。
	□	通信会社（職員）	・物価高騰による閉塞感や食料品の消費税減税がどう影響するか注視している。
	□	通信会社（営業担当）	・新機種の発売により来客数は伸びているが、販売面で大きな変化を感じるほどではない。
	□	通信会社（役員）	・年末年始の商戦期に入るが、獲得契約数は前期並みを想定している。解約数は、放送サービスが若干減少するとみている。
	□	通信会社（役員）	・ＡＩ需要拡大を背景とした半導体不足により、設備や端末の価格上昇や供給不足が続いているものの、業績悪化に直結するほどではないため、２～３か月程度の短期的な影響は限定的とみている。
	□	パチンコ店（経理）	・景気回復に寄与する要因が見当たらない。
	□	競輪場（職員）	・公営競技におけるポイント制度の見直しの影響は薄れてきているものの、物価高の影響が大きく、今後の予測が難しい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅販売業界としては客が減っていることを実感するが、競合他社に負けない商品力とサービスをしっかりと行っていくことで、前年と同様の成果は出せると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅は厳しい状況が続くとみているが、リフォーム関係の受注は順調に進んでいる。新築は物価が安定し、先が見える環境にならないと改善は厳しい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰に価格転嫁が追い付かない。契約につながることが減っている。
	▲	商店街（代表者）	・現在の個人消費が弱い状況のなか、冬季を迎える品ぞろえに各店舗が苦労している。
	▲	一般小売店［事務用品］（店長）	・今年は長雨や台風などの自然災害が多く、食料品価格が高騰すると考える。さらに、電気・ガス料金支援がないと、消費者の購買意欲低下につながるため、特に小売業が打撃を受けることを懸念している。
	▲	一般小売店［鮮魚］（経営全般）	・この先、寒くなるにつれ、家庭の電気料金やガス料金が跳ね上がり、生活防衛意識が更に高まると考える。年末年始で一瞬の盛り上がりはあるとみているが、年を越すと元の厳しい状況に戻ると考える。
	▲	百貨店（売場担当）	・以前は年金給付月に高齢者の来店が増えてまとめ買いもあったが、８月頃から減ってきている。天候や物価高の影響もあるが、高齢者は生活防衛意識が高いようである。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇の流れは変わらず、厳しい状態が続いている。
	▲	スーパー（総務担当）	・右肩下がりで悪くなっている。
	▲	スーパー（役員）	・商品の値上げが続いていることから、やや悪くなると考える。
	▲	コンビニ（店長）	・最低賃金引上げにより、フランチャイズ加盟店の負担は重い。店によってはワンオペの時間帯を設けたり、オーナーが自らシフトに出たりするなどして対策を講じていると聞くが、人件費は店舗の問題であるというフランチャイズ本部のスタンスに変化がなければ、数年以内に廃業する加盟店も出てくると考える。
	▲	テーマパーク（役員）	・物価高などにより全体的に消費がやや鈍り、旅行需要にも影響が出ているため、やや悪くなるとみている。
	▲	その他レジャー施設［スポーツクラブ］（経営者）	・物価高騰により、やや悪くなると考える。
	▲	美容室（経営者）	・ここ最近、中小零細企業の倒産のニュースが多い。物価高や人手不足は深刻な問題である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（営業）	・厳しい外部環境が続くが、客の動きはむしろ活発化している。物価高による建築価格上昇と住宅ローン金利上昇に備え、駆け込み需要が一部で発生している。しかし、この動きは長く続かず、年度終盤には客の動きが鈍化すると懸念している。
	×	商店街（代表者）	・地方では企業の増収や増益の話はあっても、昇給の話は聞こえてこない。客の様子をみても、景気が良くなっているのか、甚だ疑問である。
	×	コンビニ（店長）	・同業他社のチェーン加盟店と比較して商品単価が高いことに加えて、本部ロイヤリティも高いため経費が使えない。本部が行う対策も目立つイベントはなく、おにぎり１個200円以上で販売しているコンビニの現状では、販売量を上げる方法はかなり限られている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・客が安心して楽しんで買物をしようという高揚した気持ちになるためには、心のゆとりが不可欠である。社会情勢や気候などの安定を期待したい。
企業動向関連 (北陸)	◎	－	－
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内では、物流設備やインフラ関連など一部の産業分野において需要は堅調である。一方、海外では北米を中心として需要の弱さや在庫調整の影響が続いている。なお、補修関連の需要は底堅く推移しており、全体としては市場や地域によってばらつきがみられる。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・工作機械業界の受注状況は引き続き好調である。
	○	建設業（経営者）	・年末に向けて、降雪前の発注量が増える。
	□	食料品製造業（経営企画）	・年末の最需要期を迎えて数字は確実に上向くだろうが、相変わらず原料価格は上昇し続けており、収支として厳しい状況に変わりはない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・２～３か月先の受注状況をみて、変わらないと考える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・一部の民生品や産業機器関係の新規製品の引き合いが活発な状況が続いている。ここ２～３か月では、金型や設備関係の受注は見込めるが、製品販売に結び付く状況ではないため、大きな変動はないとみている。
	□	建設業（役員）	・現状の情勢から判断し、２～３か月先については現状と変わらないと考える。
	□	通信業（営業）	・現状は市場に明るいニュースや材料がないため、大きな変化はないか、やや悪くなるとみている。
	□	金融業（融資担当）	・中小零細企業は物価高、賃上げ、金利引上げ等の影響により収益が圧迫される厳しい状況が続くとみられる。米国の中間選挙以降の海外情勢の先行きは不安定で、現状維持から大きく変化する要素が見当たらない。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せがかなり少なく、法人客からの問合せも減ってきている。
	□	司法書士	・コスト増加や人手不足が重荷となり先行きは不透明ではあるが、現時点で売上は堅調であり、悪くなるとまでは言えない。
	□	税理士（所長）	・例年であれば年末に向けて景気は良くなってくるはずだが、中東情勢や米国の中間選挙など不確実な外的要因により、混とんとしている。飲食料品販売業や飲食業からは、不安の声を聞いている。
	▲	繊維工業（総括）	・原材料価格がここに来て更に高騰する傾向にあることに加え、欧米の政情不安から先行きを懸念する声が高まっている。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・150円台を維持する為替、ナフサ価格の高止まり、物価高など改善に向けた情報が乏しい。
	▲	輸送業（経理）	・原油価格の高止まりが続いていることから、やや悪くなるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・原材料価格の高騰を見据えた設備投資の一巡も想定され、今後は企業業績の悪化から、投資の抑制等の影響を懸念している。
	×	－	－
雇用	◎	－	－

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北陸)	○	新聞社［求人広告］（担当者）	・求人数が増加傾向にある。
	○	学校［大学］（就職担当）	・原材料や資材の価格は高騰しているが需要は減っておらず、製品への価格転嫁の進展により利益が確保されている。
	□	人材派遣会社（役員）	・派遣依頼数は増えるとみているが、新規の派遣登録者数が増える気配はない。
	□	新聞社［求人広告］（営業）	・企業レベルでは資材価格の高騰で投資に着手しにくい状況が続き、個人レベルでも消費が喚起されていない。
	□	職業安定所（職員）	・一部好調な業界があるものの、引き続き中東情勢や物価高の影響を注視していく必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・受注増加に対応するための新工場建設や小売業での新店舗開設による人材の需要増加がある。一方で、原材料価格の高騰などにより、不安定な状況を見守るしかないといった声もあることから、全体として変わらないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・今後も賃上げや物価上昇、中東情勢等の影響について注視していく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・人手不足が改善する要素がなく、最低賃金が大幅に引き上げられて経営環境の厳しさは増すものの、景気はこのままの状況が続くとみている。
	▲	－	－
	×	－	－

８．近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も、地下の食料品フロアでブランドショップがオープンするほか、子供向けフロアの改装などで来客数が増えるため、売上の確保につながる。
	◎	家電量販店（店員）	・新たな省エネ基準の導入による駆け込み需要が、年末年始には顕著となる。
	◎	その他レジャー施設［球場］（経理担当）	・10月はプロ野球の公式戦が開催されず、来場者数は減少するが、11月から１月には多くのコンサートが開催されるため、集客の増加が予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・２～３か月先は、お歳暮や年末年始商戦を迎え、例年は消費意欲が高まる時期となる。今月の実績も、食品部門が前年比で8.6%の増加、催事会場等での売上が90.5%の増加など、進物需要の動きは良好である。足元で来客数の増加傾向も定着しているため、年末商戦の本格化に伴い、高単価ギフトの更なる取り込みが見込めるため、景況感は今月よりも上向きそうである。
	○	百貨店（管理担当）	・11月下旬から一部店舗のオープンも控えているため、年末商戦での集客が期待できる。
	○	スーパー（店員）	・急に寒くなって鍋物野菜が売れ出したため、前月よりも良くなっている。
	○	スーパー（企画担当）	・気温もようやく低下傾向となり、高騰していた葉物関連の農作物価格も落ち着き、鍋物関連や煮込み料理といった冬物商材の販売量が一気に増えている。ビール関連の価格変動で新商品が売れ出すなど、年末商戦に向けた売場作りが必要となっている。
	○	コンビニ（経営者）	・今後もまだ値上げ予定の商品が多く、客単価の更なる上昇が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・外食価格の上昇に伴い、自宅での食事の需要が高まっている。
	○	コンビニ（店員）	・例年、年末は忙しくなる。
	○	家電量販店（店員）	・新たな省エネ基準の導入で、エアコンの需要は来月以降も更に増える見込みである。その動きに、年末年始商戦による需要も加わる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・11月、12月は最も忙しくなる時期であり、より一層気を引き締める必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・宿泊部門の先行予約は、11月、12月共に一定の予約が入っている。先行予約だけをみると、景気は緩やかな右肩上がりが予想され、今後は競合ホテルとの兼ね合いもあるが、稼働率は90%程度となることが予想される。需要が増えてきたとの見方もあるなか、11月からは当ホテルも単価をアップして販売を行う。稼働率が落ちる可能性はあるが、まずは動向を見守りたい。
	○	テーマパーク（職員）	・消費税減税が実現すれば、一旦は消費動向が改善するため、その効果に期待したい。
	○	その他レジャー施設［飲食・物販系滞在型施設］（企画担当）	・11月の秋の行楽や、12月以降のウィンタースポーツに伴う、需要の拡大に期待している。
	○	その他住宅［住宅設備］（営業担当）	・年末の繁忙期に向けて、仕事が途切れなく続くと予想される。年末ボーナスの増額にも期待が持てるなど、先行きはやや良くなると予想される。
	□	商店街（代表者）	・足元の厳しい状況が長らく続いており、今後も変化はないとみられる。
	□	一般小売店［時計］（経営者）	・物価の上昇が、来店客の挨拶代わりとなっている。食料品はもちろん、習い事や子供の塾代など、生活関連の費用も高くなり、長く続けてきた趣味を断念せざるを得ないなど、生活の潤いを失っている客が増えている。
	□	一般小売店［鮮魚］（営業担当）	・インバウンドの動きは引き続き好調であるが、国内客の消費は悪く、財布のひもが固い。
	□	一般小売店［化粧品］（経営者）	・クリスマス用の化粧品セットの早期販売が10月後半から始まったが、売行きはほぼ前年並みであり、サイズが大きく価格が1000円前後のリーズナブルな商品が好調となっている。値上げとなる商品が多いなか、価格帯に変更のない商品はサイズダウンしているため、ギフト市場の大幅な回復は見込みにくいが、フレグランス商材は好調な推移が予想される。
	□	一般小売店［雑貨］（店長）	・値上げの動きが一巡している。
	□	一般小売店［菓子］（営業担当）	・年末に向けて、忙しくなることが期待される。
	□	百貨店（企画担当）	・11月からの免税制度の改定による影響は不透明であるが、前年の12月は免税売上が大きく減ったこともあり、その反動が出てくる。
	□	百貨店（広報担当）	・国内客、海外客共に、現在の良い傾向が続くと予想される。
	□	百貨店（マネージャー）	・今後２～３か月で景気を左右する大きなイベントはないため、現状維持が予想される。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・今年は暖冬の予報もあるため、アパレルを中心とした冬物商戦の苦戦が予想されるが、景気自体に大きな変化はないとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・10月は景気の悪化というよりも、台風などによる降雨の影響で状況は厳しい。景気自体は数か月前から大きな変化はなく、国内客の動きは富裕層を中心に堅調となっている。インバウンドも今月上旬の中国の大型連休中は前年比で20%減と厳しかったものの、連休明け以降は上旬のマイナスを補う増加となり、結果的に直近の数か月と変わらない傾向に落ち着いている。
	□	百貨店（販売推進担当）	・株価の推移などが不安定であり、高額品の動きはやや鈍くなっている。一方、生活必需品は今後も物価の上昇と連動し、売上の増加が予想される。
	□	百貨店（外商担当）	・特選ファッションブランドによる価格改定の頻度も落ち着き、従来の購買動向に戻りつつあるため、安定した消費が見込まれる。
	□	百貨店（営業推進担当）	・今後も物価や燃料費の高騰が予想されるため、状況は変わらない。
	□	百貨店（商品担当）	・インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響が見通せないものの、国内客は横ばいとみられ、全体的にも変わらないと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（商品担当）	・11月からの免税制度の変更で、インバウンド売上の先行きは不透明となっている。国内滞在中のインバウンドによる転売需要の減少は、９月、10月の駆け込み需要をみると影響は大きいと予想される。今後は物産展の開催件数を増やすことで、インバウンド売上の減少をカバーする方針である。
	□	百貨店（マネージャー）	・全体的には変わらないと予想されるが、富裕層向けにどれだけ良い商品を提案できるかが重要となる。また、中間層も話題の商材による集客がポイントとなるなか、おせちやクリスマスケーキなどは好調に動いており、季節商材でどれだけ鮮度の高い提案ができるかがポイントとなる。一方、インバウンドは消費税の取扱がリファンド方式となるものの、大きな変化はないと予想される。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇や天候不良に伴う農作物価格の上昇が続くなど、景気のプラス材料が見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・変わる要素が見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・商品の値上げを行っても、来客数に変化はない。競合店の出店予定もないため、売上も含めて安定した推移となる。
	□	スーパー（経理担当）	・ハロウィーンが終わり、いよいよ年間最大のクリスマス、年末商戦を迎える。前年と違って気温の変化は平年に近いため、天候要因などによる影響は小さいものの、中東情勢の変化やサイバー攻撃による個人情報漏えいで世の中のムードは明るくないため、商戦の行方に影響を与えることが心配される。
	□	スーパー（社員）	・客の節約志向は当面続くと予想される。当社の中心商品である食品の消費は堅調であるが、上向くことは難しい。
	□	スーパー（企画）	・今後も食品の値上げが予定されており、客の節約志向は続くとみられる。米など一部の価格は下がってきたものの、全体としては来客数が増える材料は少ない。また、競合店との価格競争も厳しく、当面はこの状況が続くと予想される。
	□	スーパー（企画）	・10月は来客数が前年比で101%、買上点数は99%、売上は100%となり、客単価が今年初めて100%となった。今後の変化は、来年４月の消費税減税のタイミングとなるため、それまではトレンドに変化はないと予想される。
	□	コンビニ（経営者）	・まだ不安定な状況が続いているが、早く安定すれば、活気が出てくると予想される。
	□	コンビニ（店員）	・物価の上昇による消費者の節約志向が、今後も続くと予想される。
	□	コンビニ（店員）	・消費税減税の話題もそれほど大きく捉えられず、客や周囲の雰囲気も諦めムードであり、大きな変化はない。
	□	コンビニ（店員）	・大きな変化はないが、商品単価が軒並み値上がりしているほか、客からの不満の声も多い。
	□	衣料品専門店（店長）	・いまだ商品の原価や材料費、配送費の高騰が続くなか、販売価格の上昇につながって販売が難しくなっている。
	□	衣料品専門店（店員）	・年末年始を迎えるが、それほど大きな変化はない。
	□	衣料品専門店（販売担当）	・食品に対する消費税率は下がる予定であるが、アパレル関連には効果がない。
	□	家電量販店（店員）	・先行きは不透明であり、現状と大きく変わらないと予想されるが、年末に向けた消費マインドの変化で、少し動きが出てくる。
	□	家電量販店（営業担当）	・大手ハウスメーカーによる全国展開の終了など、特に個人向けの新築件数が減っている。それに伴い、新築の相談件数も減っている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・株価上昇の恩恵に浴する層と、それ以外の層による２極化が進んでいる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・車検の予約や新車販売の申込みが少ないほか、オイルや部品の値上がりに伴い、整備も難しくなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・企業による車両の架装が極端に減っているため、今後の予定が組めない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・景気回復の起爆剤が見当たらないまま、淡々と１年が過ぎているようで、市場の活性化は余り期待できない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売や、購入補助金などの大型施策がなければ、好転するのは難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（役員）	・世界経済が不安定で物価の上昇が続くなか、自動車などの高額な耐久消費財の需要は厳しく、劇的に良くなることはない。今後は電気自動車に関する戦略の再構築や、自動運転技術の導入が業界活性化のキーワードとなるが、日本は決して進んでいるとは言い難く、先が見通せない。
	□	その他専門店［ドラッグストア］（店員）	・最低賃金が引き上げられたが、それを上回る物価の上昇が続いているため、付加価値を高めなければ、商品の売上は改善しない。
	□	その他専門店［宝飾品］（販売担当）	・催事場でも購入者の高齢化が顕著である。住宅ローンを組むほど購買意欲が旺盛で、宝飾品にも興味のある若年客がそもそも減っている。
	□	その他専門店［医薬品］（管理担当）	・気温の低下により、風邪薬や衛生用品の動きが緩やかに上向いており、今後はカイロなどの冬物商材も動き出す。食品や生活必需品は、値上げの影響もあって客単価が上がっているものの、全体としては低調となっている。化粧品やスキンケア用品にも大きな変動はみられないなど、季節商材を除いて大きな上昇要因は見当たらない。
	□	その他小売［インターネット通販］（オペレーター）	・物価上昇の影響で、会社負担の制服以外の注文は減少している。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて利用機会が増えるため、今後が期待されるものの、10月からの来店を増やしていくための広告費や、来年の消費税率引下げに伴うシステム変更の費用が必要となる。さらに、仕入価格の高騰などで支出がかさむため、景気が良くなる兆しは乏しい。
	□	その他飲食［自動販売機（飲料）］（管理担当）	・特に大きな変化はなく、値上げの動きは続くとみられる。客も次第にその状況に慣れてきている。
	□	その他飲食［洋菓子］（管理担当）	・駅構内では今後も工事が続くため、通行量の増加は見込めない。また、原材料価格の高騰で価格改定が必要となった場合は、買い控え傾向がより一層強まるため、厳しい状況が予想される。
	□	観光型ホテル（経営者）	・11月は団体客、個人客共に好調である。12月以降はまだ予測できないが、特に悪い材料も良い材料もないため、秋の好調がそのまま維持できればよい。
	□	観光型旅館（経営者）	・予約や集客の状況をみると、少し減少気味であるが、大きな変化はみられない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・販売量は前年並みであるが、単価が上がらない。海外からの団体客の動きも例年並みであるものの、一般客の取り込みは苦戦している。食堂のイベントは問題なく集客できているため、客室の予約単価の底上げで売上を伸ばさざるを得ない。
	□	都市型ホテル（客室担当）	・団体客の動きが活発化する。
	□	旅行代理店（従業員）	・為替相場の更なる円高進行に期待している。
	□	旅行代理店（役員）	・今後も物価や旅行費用の増加が旅行需要に影響を及ぼすため、大幅な改善は見込みにくい。当面は現状維持か弱含みで推移すると予想される。
	□	旅行代理店（役員）	・年末年始の休日は、12月28日を休めば９連休になる。既に長距離の旅行の申込みはピークを過ぎたものの、今一つ伸びが悪い。
	□	タクシー運転手	・今後はしのぎやすい気候になると同時に、景気の改善も進むことで、タクシーの利用を控える人よりも、必要に応じて利用する人が上回ることが期待できる。
	□	通信会社［貴金属オークション］（経営者）	・国際情勢の好転が見込めないなか、年内は現状からの改善は難しい。
	□	通信会社（社員）	・良くなる要素が、冬のボーナス商戦といった季節的な材料しか見当たらない。
	□	通信会社（社員）	・ブロードバンドサービスはかなりの世帯に普及しているため、新規の獲得は他社からの移行が中心となっている。恐らく他社も同様の状況とみられるため、大きな変化は起きにくい。
	□	通信会社（役員）	・悪くなる方向で景気の影響を受けつつあるが、数か月単位では市場環境に大きな変化はないと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、日によって好不調はあるものの、おおむね今月と同じ推移となっている。仕入価格や水道光熱費の推移にも大きな変化はないため、景気は横ばいと予想される。
	□	競輪場（職員）	・年末年始となり、消費が伸びる可能性はあるが、最近の物価上昇や世界情勢の混迷といった様々な要因により、余り期待はできない。
	□	競艇場（職員）	・賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、政治的な影響など、様々な要因がどのように作用するかを見極めるのは難しい。
	□	その他レジャー施設［イベントホール］（職員）	・催事が安定的に開催され、観客の動員数も安定しているなど、一見すると堅調な状況であるが、維持管理費が物価上昇の影響で上がっており、原価管理における工夫が求められる。
	□	その他サービス［学習塾］（スタッフ）	・退会者が少し出ているが、一定の入会者もみられるなど、全体としては生徒数が維持できている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建材や資材価格の上昇は少し落ち着いてきたため、安定した住宅の供給が可能となる。
	□	住宅販売会社（企画担当）	・材料費や地価が高騰したまま、高止まりの状態であるなど、好転する材料が見当たらない。
	▲	一般小売店［手ぬぐい］（経営者）	・取扱商品は季節商材が中心であり、需要は既にピークを過ぎている。
	▲	一般小売店［呉服］（店員）	・インフルエンザが猛威を振るえば、更に景気は悪くなる。
	▲	一般小売店［書籍］（管理担当）	・売上は安定してきたものの、来客数の減少が目立つなど、先行きが懸念される。
	▲	百貨店（売場主任）	・富裕層にも先の見通しが立たない経済状況となり、資産として残る宝飾品などに消費が偏っている。景気の良い時期は、ファッションなどの消費が活発化してくるが、守りの消費が中心となっている。
	▲	百貨店（売場主任）	・中東情勢の影響による原油価格の上昇が、最大の懸念材料である。原油価格が下がってインフレが落ち着けば、景気は基本的に上向くと予想されるが、現時点では不透明感が強い。
	▲	百貨店（外商担当）	・政情不安や株価の低下により、富裕層の資産額が以前よりも減りつつあるため、高額品の購買も減ることが予想される。
	▲	百貨店（マネージャー）	・長引く物価の上昇に加え、度重なるサイバー攻撃や災害に対する備えの意識が消費者の間で高まるなど、生活防衛意識が更に強まると予想される。
	▲	百貨店（販促担当）	・今冬はスーパーエルニーニョ現象の影響で、暖冬予測が大勢を占めるなか、冬物商戦の動きが懸念される。商品単価の高い冬物商材の動きが鈍くなれば、来客数や消費意欲が変わらなくても、客単価の低下が懸念される。今後は気温の推移を常にチェックし、ライトダウンなどの着回し提案を行うなど、柔軟な対応が求められる。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドに対する、11月からの消費税免税制度の変更により、売上に下押し懸念がある。国内客も物価上昇による節約志向で、不要不急の消費を控える傾向があるため、下半期で最大となる年末商戦の売行きが懸念される。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇が続いている一方、給与や年金は大きく増えていないため、先行き不安により、不要な商品の買い控えが増える。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・来年度に予定される消費税減税は追い風となるが、減税を見据え、直近の数か月は買い控えの発生が懸念されるため、消費を促す取組を実施していく。
	▲	スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰や物品価格の改定が相次いでいる。中小企業の多い大阪では賃金が上がらず、家計がひっ迫しているため、このままでは景気は良くならない。
	▲	コンビニ（経営者）	・先行きは厳しい状況が予想される。それに対応し、セルフレジで買物のスピードアップを図るほか、付加価値の高い高価な果物や、クレーンゲーム、カプセルトイなどのアミューズメント関連の品ぞろえを増やすことで、集客の増加を目指す。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（マネージャー）	・明るい材料が見当たらない。
	▲	住関連専門店（店長）	・終わりのみえない物価の上昇のほか、流通やコストの問題により、受注、納品共に時間の掛かるケースが増えている。それに伴い、売上の入金時期も延びる傾向にあり、資金繰りに注意が必要となっている。
	▲	その他専門店［食品］（経営者）	・状況の改善につながる対策が特に見当たらない。
	▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（経理担当）	・政府のガソリン補助金について、基準価格の見直しが見込まれており、社会や経済への影響は間違いなく出てくる。
	▲	その他小売［ネット通販］（管理担当）	・冬場に向けた光熱費の上昇が家計にのしかかり、節約志向が続くため、２～３か月先も厳しい消費環境が続く。
	▲	高級レストラン（企画）	・季節要因を除いても、国内旅行の需要がインバウンドの減少をカバーし切れない状況が続くと予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・年末年始も消費者の財布のひもは固いと予想される。
	▲	一般レストラン（企画）	・物価上昇による食品価格の高騰に加え、葉物野菜等の農作物の価格高騰で家庭の食費負担が増えており、外食に出掛ける余裕がなくなっている。また、中東情勢の影響で、エネルギー価格、ガソリン料金等の不安定な状況が続いており、景気は先行き不透明な状態にある。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・中国の渡航自粛のほか、中東情勢やウクライナ情勢の変化、10月からの値上げによる物価上昇、サイバー攻撃による情報漏えい、台風などの自然災害等、連日不安なニュースばかりで明るい見通しが立てられない。
	▲	都市型ホテル（営業担当）	・物価の上昇に伴い、ふだんの消費を節約せざるを得ず、これから良くなっていくことはない。２～３か月後の１～３月頃は寒い時期であり、消費やレジャーの盛り上がりは余り期待できないものの、インバウンドの入込状況で変わる。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・販売単価が上がらずに苦戦しており、旅行会社からの予約の受注も低迷している。
	▲	通信会社（経営者）	・今後も材料価格の高騰が予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・通信機器価格の上昇が止まらないため、将来的にも景気の回復は見込めない。
	▲	観光名所（企画担当）	・10月に入り、若干ながら来場者数が減少している。これから増加する要素が見当たらないため、減少傾向が続くと予想される。
	▲	遊園地（経営者）	・電気料金やガソリン料金を始め、各種の料金が10月以降は上昇しており、レジャーや余暇関連の消費は抑えられる。
	▲	その他サービス［マッサージ］（スタッフ）	・これからクリスマスや正月を迎え、お金を使う時期となるため、マッサージに予算を割く余裕がなくなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・流通が滞っており、その原因の解消も見込めないため、しばらくは厳しい状況が予想される。
	▲	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）	・経済全体が悪化傾向にある。
	▲	その他住宅［展示場］（従業員）	・建築資材価格の高騰に伴う、住宅価格の高止まりに加え、最近の金利上昇により、住宅の購入意欲は更なる低下が予想される。
	▲	その他住宅［情報誌］（編集者）	・ＡＩの進化により、サイバー攻撃などのリスクが急速に表面化し、経済全体で防御的な思考に陥る可能性が高いため、消費への悪影響が心配される。
	×	一般小売店［衣服］（経営者）	・世界情勢が不安定ななか、景気の上向く要素が全く見当たらない。世界は変化しているものの、それがどの方向に向かっているかが全く読めず、判断が難しい。
	×	一般小売店［ガラス細工］（店長）	・不安材料ばかりが報道され、明るい見通しが立てられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・買回品に対する購買行動の変化について、その要因は定かではないが、食べることに精一杯で、洋服にまで予算が回っていない。円高にならない限り、物価の上昇は落ち着かず、厳しい状況が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・以前と比べて、高齢者も若年層も実店舗での買物が少なくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連では、今年度も補助金による購買の活性化につながっているが、10月以降の価格改定もあり、更なる買い控えは避けられない。限られた客の取り合いになるため、価格競争の激化が予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・食料品が耐久消費財以上に値上がりしているほか、台風や大雨の被害で、野菜や果物などの農作物の大幅な値上がりが予想される。それに伴い、しばらくは厳しい消費環境が続く。
	×	その他飲食［ジャズバー］（店員）	・更なる物価の上昇で厳しくなる。
企業動向関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の変化による、船舶の運賃の高騰やスケジュールの大幅な遅れなどで、通常の営業に様々な影響が出ている。ただし、従来の木質系の事業に加え、化学系の事業を立ち上げているため、正常な状況に戻れば、新事業も早く前に進めることができる。
	◎	電気機械器具製造業（経理担当）	・景気自体が良くなるわけではないものの、季節要因もあって上向くことが予想される。
	○	化学工業（企画担当）	・猛暑の上に悪天候が続いた影響で、例年は販売量の好転する９月になっても需要が回復しなかったが、年末が近付けば、さすがに好転することが予想される。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件が徐々に入ってきており、来年以降は立ち上がってくるなど、傾向としては悪くない。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・他社が撤退し、生産が自社のみとなった製品が増えたため、今後は売上アップにつながる。建設、土木関連では、今後ＩＲ関連の建設が進めば更に売上が増加する。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・新規設備に関する技術相談が増加している。
	○	建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くと予想している。
	○	輸送業（営業担当）	・前年の値上げで減少した、個人間や企業間の荷物が増えている。単価が上昇した影響で、利益も増えている。
	○	金融業（営業担当）	・繁忙期も近いことから、協力会社からの受注が増加する。
	□	食料品製造業（管理担当）	・回復の目途が立たない。
	□	繊維工業（総務担当）	・新商品も、次の催事では値引きの対象となっているため、目新しさや付加価値に対する見直しが必要となっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の客を除いて、月末が近づくと在庫調整の動きが始まる。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末年始のイベントに対する問合せはあるが、例年どおりの動きであり、景気が良いとは言い難い。
	□	化学工業（管理担当）	・今後は海外営業の展開を加速させる。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安や物価上昇が続いているが、受注量に大きな影響はない。今後２～３か月の景気にも変化はなく、横ばいでの推移が予想される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先による投資活動が停滞している。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・世界情勢、国内情勢共に大きな変化が予想されるが、まだ現状維持は可能とみられる。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・材料費が高騰している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・不安定な世界情勢や物価の上昇が続くなか、短期的な改善は見込みにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後は気温が下がるため、元々業況は良くならないが、10月までに購入できなかった分の代替需要が存在するため、全体としては変わらないと予想される。
	□	建設業（経営者）	・監理技術者不足や技能労務者不足のため、残念ながら受注できないケースもある。建設資材や人件費の高騰もあり、案件はあっても受注できないという、厳しい状況にある。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年11月から１月にかけては、家具や酒類の売上が減る。
	□	輸送業（営業担当）	・低価格のイメージを取り戻さなければ、客は増えない。
	□	広告代理店（営業担当）	・12月頃までは、比較的好調な状態が続きそうである。
	□	司法書士	・長年続いた会社の解散登記の依頼が続くなど、景気が良くなる材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス［自動車修理］（経営者）	・材料費が値上がりしても、それに合わせた工賃の値上げが進まない。
	□	その他サービス業［受託調査］（調査担当）	・食料品を対象とした消費税率が、来年４月に１％となる予定であるが、それまでは余り変わらない。一方、２月の終わりから３月末にかけて、買い控えが増えると予想している取引先が多い。
	▲	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格の改定が止まらない一方、すぐには価格転嫁できない。年末需要はあるものの、先行きは一時的に悪くなる可能性がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・11月から飲料価格が上がるため、消費税率が１％に下がる、来年４月まではやや悪くなる。
	▲	繊維工業（管理担当）	・原価の高騰のため、粗利益は当初の見込みと比べて１割減となる。
	▲	化学工業（経営者）	・飲食店向けの業界など、消費者に近い業界を中心に、売上が落ち始めている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・原材料や資材価格のほか、人件費などの上昇でコスト高が先行し、製品価格の引上げは遅れるため、採算が悪化している。
	▲	その他製造業［履物］（団体職員）	・原油価格の上昇によるコストアップに加え、消費者の買い控えが進んでいる。
	▲	建設業（経営者）	・働き方改革や賃上げを進めた結果、コスト増加分を価格転嫁しても利益が出なくなっている。価格についても、これ以上値上げすれば売れなくなる水準にある。
	▲	輸送業（サービス担当）	・最大の取引先からの荷物量が減少しており、前年比で95%程度となっている。今後は天候が良くなるものの、景気の先行きに好材料はないため、需要が増える見込みは立たない。
	▲	金融業（営業担当）	・原油価格の上昇による、仕入価格の高騰が続きそうであり、景気の先行きにも停滞感がある。
	▲	不動産業（営業担当）	・タワーマンションを始め、東京の高額物件の価格が低下し始めている。この状況は今後も続くと予想され、当地域の市況も悪くなる。
	▲	その他サービス業［店舗開発］（従業員）	・食品を中心とする物価の上昇で、更なる節約志向の高まりが懸念される。一方、過去２年間と同様にイベント消費は増える見込みであり、抑えるところは抑えつつ、メリハリのある消費となる。
	×	輸送業（経営者）	・経費が更に増加する見込みである。そろそろトラックを買い換える時期となるが、採算が合わないため、買い換えずに台数を減らす予定である。
	×	通信業（管理担当）	・物価上昇に合わせた給与の増加もないなか、更に物価が上昇すれば厳しい状況となる。
	×	その他非製造業［衣服卸］（経営者）	・11月よりも、食品の値上げが更に多くの品目で進むとの報道もあり、消費者の財布のひもが固くなることは避けられない。
	×	その他非製造業［電気業］（営業担当）	・円安の動きや物価の上昇が止まらない。
雇用関連 (近畿)	◎	＊	＊
	○	人材派遣会社（役員）	・冬のボーナス時期を過ぎると、求職者の動きが活発になる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・システム障害などによる特需も見込まれ、今後は少し上向き傾向となる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて、営業事務や経理事務を中心に企業の採用ニーズが高まるものの、人材不足の影響でマッチングには苦戦する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者が簡単で時給が高く、在宅での仕事を希望する一方、企業側は専門スキルを持つ若手人材を求めているなど、需給ギャップが存在するため、最適な仕事を紹介できていない。この問題の解消には双方の歩み寄りが不可欠であり、企業側の要件緩和はもちろん、求職者側はリスキリングやヒューマンスキルの向上に努めなければ、市場から淘汰されかねない。幅広い層に雇用が行き渡らなければ、消費も活性化しないため、結果として景気の好循環も生まれにくい。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢が好転しない限り、現状の維持が精一杯である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・関西企業によるプロモーション予算の見込みは、今月と大きく変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・10月の求人数は例年と変わらない水準で推移しているが、就職件数はやや伸び悩んでいる。一方、中東情勢の影響は少し緩和傾向にあり、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価の上昇や、最低賃金の引上げに伴う人件費の増加に対し、価格転嫁が十分に進んでいない事業所からは、利益が圧迫されているという声がある。現時点では、最低賃金の引上げを理由とした求人の減少は見受けられないものの、今後の景気や求人への影響は不透明な状況である。なお、医療介護分野では人手不足感がより一層強まっているという声が多い。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げや物価の上昇による経費の増加は続いているが、クリスマスや年末年始などのイベントが続くため、消費の拡大が期待される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・年末年始の休暇の時期となり、特に建設現場の特需も見込めない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・2027年卒業予定の求人の打切りと、2028年卒業予定の求人の開始で、新卒求人全体としてはプラスマイナスゼロと予想される。一方、学生の内定率は前年よりも少し下がってきたため、選考のハードルは余り変わらないか、やや厳しくなっている。
	□	学校［大学］（就職担当）	・医療業界でも、物価の上昇以上の賃上げが進むかどうかは不透明である。現状は初任給の上昇がみられるものの、他の業界ほどではないため、今後の動向に注目したい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・近畿の産業別にみた新規求人数は、卸売・小売業が35か月連続の減少、宿泊・飲食サービス業が15か月連続の減少と、長期にわたる減少が続いているが、物価上昇による消費の抑制や、原材料価格の上昇に対する価格転嫁の遅れ、人件費の高騰、大阪･関西万博の開催効果の反動、インバウンド消費の鈍化などが原因とみられる。最近ではセルフレジのほか、スマートフォンやタブレット端末からの注文も導入されるなど省人化が進んでおり、求人が増加に転じる兆しはみられない。一方、ＡＩやデータセンター関連の求人が好調な、製造業の求人は増加傾向にあるため、新規求人全体はしばらく横ばいが続く。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・実質賃金は年明けに前年割れとなる可能性が高く、消費の落ち込みが懸念される。
	▲	新聞社［求人広告］（営業担当）	・海外からの輸入価格を考えると、物価が今よりも下がる可能性は低いため、急激な実質賃金の上昇がない限り、景気は悪くなる一方となる。
	▲	職業安定所（職員）	・以前からの物価上昇に加えて、最低賃金の引上げによる人件費の上昇で、求人票の提出を控える可能性がある。
	▲	学校［大学］（就職担当）	・物価の上昇に歯止めがかからないなか、雇用条件の改善が伴っていない業界が多い。
	▲	学校［大学］（就職担当）	・米国の中間選挙の結果による影響が出る。また、ガソリンなどのエネルギー関連の補助も徐々に縮小され、物流コストが上昇する。
	×	－	－

９．中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (中国)	◎	自動車備品販売店（経営者）	・前年同月比では減少が予想されるものの、年末に向けて冬季商材の動きが活発になり、３か月後は現在より良くなると考えられる。
	◎	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に向けて、イルミネーション期間が始まる。
	○	一般小売店［茶］（経営者）	・抹茶ブームに関連した企画に関する商談が、これまで以上に増加している。すぐに成果へ結びつくものではないが、今後の展開次第では先行きは明るい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（業務開発担当）	・商品の値段は上がったが、客は受け入れている面もあり、最低賃金引上げの効果が出てくる時期でもあるので期待している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・同業他社も好調な様子であり、今後も高水準を維持できると予想する。年末に向けて市場の動きも活発化するため、現状を維持したまま年度末を迎えたい。
	○	その他専門店［土産物］（経営者）	・消費税減税に向け、テイクアウトコーナーの需要拡大が見込めることから、メニュー開発を進め、商品力を強化しているため、良い方向に進むと考えられる。
	○	その他専門店［時計］（経営者）	・クリスマスシーズンを迎え、高額品の動きに期待している。
	○	その他専門店［革製品］（店主）	・これからクリスマスやボーナスの支給に加え、年越しや正月商戦と続き、最も繁忙期となる12月を迎えることから、景気は良くなる。ただし、以前と比べてクリスマスを始めとして各種イベントの盛り上がりは落ち着いているため、景気判断はやや良くなるとしている。
	○	バー（経営者）	・接客、無料サービスの見直しなどで、来客数が増えてきている。
	○	旅行代理店（支店長）	・世界情勢の不透明さや物価高が続いており、旅行需要の回復が見込めない。しかし、年末年始を控え、近場の海外旅行を始めとして、各種商品を取りそろえ、積極的に販売額の拡大を図る戦略を取っていることから、今後の成果に期待している。
	○	タクシー運転手	・繁忙期を迎えることに加え、キャンペーンの実施による観光客の増加が期待できる。
	○	通信会社（企画・総務担当）	・他社と同様、情報漏えい事例による影響は大きいものの、その後の適切な対応によって信頼を取り戻しつつあり、景気の上向き傾向は今後も続くとみられる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・年末までの予約は順調に増えると期待している。
	□	商店街（代表者）	・年末にかけて消費行動の活発化が予想されるが、従来の水準まで回復するのは、なかなか難しいと考えられる。
	□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因もなく、現状のまま推移する。
	□	一般小売店［食品］	・最低賃金が引き上げられたが、食品価格も上昇しており、景気が良くなる見通しは立たない。
	□	一般小売店［印章］（経営者）	・相変わらず材料価格の高騰が続いており、年末に向けても不安が残る。
	□	一般小売店［洋裁附属品］（経営者）	・季節商材の販売が本格化する時期を迎えるが、今後の動向を注視する必要がある。
	□	百貨店（営業担当）	・ハイブランドを購入する客層は購買を継続するが、国内ブランドでも購入を控える客は今後も買い控えが続き、消費の２極化に変化はないとみられる。
	□	百貨店（営業担当）	・国際情勢が不安定であるため、先行きの見通しが立たない。
	□	百貨店（売場担当）	・年末に向けても状況に変化はないと考えられる。クリスマス商戦やお歳暮商戦についても好材料は見当たらず、現在の厳しい状況が続くと予想される。
	□	百貨店（外商担当）	・食品の消費税減税などの話題もあるが、現状より景気が大きく改善される要素は見当たらない。
	□	スーパー（店長）	・現状の傾向が続くとみられる。年末年始にかけては需要が高まる時期となるため、現在の流れを維持できれば、一定の成果が期待できる。しかし、収入面に大きな変化はないため、今以上の改善は難しく、直近と同様の水準を維持するものと考えられる。また、商品の値上げは毎月のように続いており、価格改定が落ち着くことを期待している。
	□	スーパー（店長）	・政府が進める所得税の負担軽減や食品の消費税引下げなどが実施されれば、一定の景気回復が期待できるが、現状のままでは難しい。
	□	スーパー（店長）	・食品の消費税引下げが実施されるまでは、値上げが段階的に続くと見込まれる。来客数は前年を下回る一方、値上げの影響により売上は前年の102～103%で推移しており、今後も同様の状況が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（店長）	・店舗の業績に大きな変化はなく、１品単価が緩やかに上昇している。米相場の下落が、こうした業績に大きく影響しているとみられる。
	□	スーパー（店長）	・客の節約志向に変化はなく、割引日に来客が集中する状況は続く。
	□	スーパー（営業システム担当）	・12月を迎えることで、値上げは一旦落ち着くとみられる。包材費についても一部商品が値下げされたものの、依然として高止まりしており、コスト削減にも限界があることから、収益の増加は厳しい状況である。また、鍋物に使う葉物野菜も高騰しているが、人参やじゃがいも、玉ねぎなどの日常的に使用する農作物は安値で推移しているため、シチューなどの販売促進に生かしていきたい。
	□	スーパー（販売担当）	・物価高騰が続いており、今後も厳しい状況は続く。
	□	スーパー（販売担当）	・商品の値上げは落ち着きつつあるものの、客の購買行動に大きな変化はないとみられる。
	□	スーパー（販売担当）	・社会情勢の影響もあるが、インバウンド需要を除けば、国内向けの販売に大きな変化はないとみられる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・商品価格の上昇に客が慣れ、値上がりしたたばこの売行きは変わらない。低価格の弁当を販売すれば売上につながるなど、所得は伸び悩むなかでも消費は続いている。この傾向が今後も続くことを期待したい。
	□	コンビニ（店長）	・物価の上昇は続くが、収入は大きく変わらないため、支出を抑える動きが続くとみられる。余分な商品や高い商品は敬遠される傾向にあると考えられる。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価や人件費の上昇、光熱費の高騰が今後も見込まれることから、売上を拡大していかなければ、収益は下降又は横ばいで推移すると予想される。
	□	衣料品専門店（経営者）	・買回品の値上がりが続き、今後も厳しい状況に変化はないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・販売店の努力次第で、実績に差が生じるとみられる。
	□	衣料品専門店（代表）	・食品の値上がりに関する話題が多い。食品の消費税減税による経済の活性化に期待したい。
	□	家電量販店（店長）	・エアコン需要のピークは過ぎたものの、特に目玉商品もなく、今後も現状と大きく変わらない状況が続くとみられる。
	□	家電量販店（企画担当）	・今後は気温の低下に伴い、季節商材の需要増加が期待されるものの、新製品など目新しい動きは見られず、景況感に大きな変化はないとみられる。
	□	乗用車販売店（経営者）	・案件は一時的であるため、先行きは不透明であるが、車検などがあるため、プラスマイナスで変わらないと判断する。
	□	乗用車販売店（統括）	・良い材料はなく、現状が続く。
	□	乗用車販売店（店長）	・年末にかけても、現状と同様の厳しい状況が続くと予想される。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新規の来客数は２～３か月前から変わっておらず、販売台数や点検車検の入庫数も横ばいである。今後も大きな変化はないとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・来店数や商談状況に大きな変化はなく、購入検討の客の動向も現状と変わらないことが見込まれる。
	□	乗用車販売店（業務担当）	・当面は客も経済情勢を見極めながら購買を判断するとみられ、販売台数も余り変化は見込めない。
	□	その他専門店［和菓子］（経営者）	・今以上には良くならないとみられる。
	□	その他専門店［宝石店］（店員）	・例年であれば、ボーナス支給を控え、購入を検討する下見客が増える時期であるが、今年は半減している印象を受ける。物価高と金利上昇のダブルパンチにより、ぜいたく品に対する購買意欲は更に鈍化し、今後も慎重な購買姿勢が続くとみられる。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（支配人）	・物価上昇や原材料価格の高止まりなど、先行き不透明な要因はあるものの、雇用環境や個人消費は大きく変化する見込みがなく、今後２～３か月の身の回りの景気は現在と大きく変わらず、おおむね横ばいで推移すると考えられる。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	・景気が変化するような大きな話題はなく、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・ボーナスが支給されれば、多少の改善は期待できるものの、景気全体が良くなるまでには至らないとみられる。
	□	一般レストラン（店長）	・忘年会の予約も前年並みに入っており、今後も増加が期待できることから、引き続きある程度の好調を維持できるとみている。
	□	その他飲食［パーキングエリア内レストラン］	・冬季は当地で降雪が多くなるため、客足が鈍くなる傾向にある。
	□	観光型ホテル（副支配人）	・景気が良くなる材料が特に見当たらない。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	・現状、予約保有数においては前年をやや下回る水準で推移している。需要を促すイベントもないことから、大きな変動はないものと予測している。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・当初、今後３か月間は前年を上回ると見込んでいたものの、現時点では前年並みの収入にとどまると予測している。
	□	タクシー会社（営業所長）	・年末に向けて忘年会などによる夜間需要の増加は見込まれるものの、当地ではタクシー利用を大きく押し上げるようなイベントなどの好材料が少なく、全体的な需要回復は期待しにくい。物価上昇による消費者の節約志向も続いており、年末の一時的な需要増加はあっても、今後２～３か月の景気はおおむね横ばいで推移すると考えられる。
	□	通信会社（運用担当）	・中東情勢の影響により、経済の不安定な状況が続く。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価上昇は続いているものの、ここ１年の客動向に大きな変化はない。
	□	通信会社（営業担当）	・何ら回復措置が講じられていないため、状況は下げ止まりの状態から抜け出せていない。
	□	テーマパーク（業務担当）	・11月と12月の予約が伸びてきていない。
	□	競艇場（企画営業担当）	・２～３か月後も現状と同じ冬時間で、発売時間が短いため売上は伸びない。
	□	美容室（経営者）	・物価高や給与が上がらないことから節約志向が高まっており、２～３か月で景気が良くなることはない。
	□	設計事務所	・新規案件の相談が減ることもなく、淡々と計画が進められている印象を受ける。
	□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰や人手不足が続くことが予想されるため、現状は変わる見込みがない。
	□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・来年度の補助金制度の発表を待つ時期に当たり、客の動きは停滞しているとみられる。今後も景気に大きな変化はないと予想している。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・景気回復につながる要因は見当たらず、今後は安価な物件が完売し、坪単価250万円以上の物件が中心になるため、景気の回復は見込めない。
	▲	商店街（代表者）	・年末年始を迎えても、現状が大きく変わるとは考えにくい。
	▲	商店街（理事）	・異常な天候や値上げラッシュなど、景気が良くなる材料がなく、今後も生活防衛意識の高まりにより、自ら景気を悪くさせるような状況が続くとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・客の購買意欲は非常に弱く、購入を迷った末に見送るケースも多く、今後もこうした慎重な購買姿勢が続くとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・今後も物価上昇が続き、消費者の節約志向による買い回りにより、１人当たりの買上点数の前年割れが続く。
	▲	コンビニ（支店長）	・実質賃金が上がり、消費者の購買意欲が高まらなければ、大きな変化はない。
	▲	家電量販店（副店長）	・来客数の改善が見込めないことに加え、商品ごとの販売数にもばらつきがあり、全体としては低下傾向にある。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・物価上昇が続くことで、景気が更に悪化することへの懸念や、物価高への対策を求める客の声が聞かれる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・金利の上昇により、設備投資や運転資金への影響が懸念される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・４月からの消費税率引下げを前に、事前に物価が引き上げられるのではないかとの懸念もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・畜産物や水産物、農作物を始めとする生鮮食品の価格高騰や供給不足が続くなか、暮らしや家計を守る生活者としての意識が強まっている。生活防衛を重視するライフスタイルが定着し、外食控えに加え、店選びやメニュー選びも厳しさを増している。地方の中小規模の既存店は、水道光熱費の高騰や人件費の上昇、人手不足への対応など経営コストの増加が続いている。消費税減税への対応も含め、厳しい経営環境のなかでの営業が続く。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・来客数は堅調に推移しているが、季節要因による観光需要の落ち着きも予想されるため、宿泊客数や地域全体の人の動きはやや弱含みになると考えられる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・11月と12月の宿泊予約ペースが前年比マイナス５％で動いている。おせちの販売状況も３％程度、前年より遅くなっている。
	▲	旅行代理店（支店長）	・12～１月にかけての旅行会社の法人営業は、団体旅行の繁忙期を過ぎることから、販売量、収益共に減少する傾向にある。
	▲	通信会社（企画担当）	・身の回りの様々な商品の値上げが続いており、電気料金や燃料費も重なることから、年末年始に向けて家計への影響必至とみられる。利用者との会話でも、物価上昇による家計への負担を懸念する声が多く聞かれる。
	▲	通信会社（広報担当）	・使える費用は変わらないのに、物価だけが上がるため、消費行動は鈍化していく。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の検討意欲はあるものの、金利高、物価高騰の勢いが落ち着きを見せるまでの間は住宅の購入意欲が低く、来場、購入に結び付かないとみられる。
	×	一般小売店［眼鏡］（経営者）	・物価上昇が止まる見込みがない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・現在の市場環境が改善しなければ、景気はどんどん悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・明らかに物価高騰の影響は出ている。金利上昇や最低賃金引上げのスピードに中小企業がついていけない。
	×	美容室（経営者）	・一般消費者の生活は苦しく、厳しい状況に置かれている。今後も景気の悪化が懸念される。
	×	住宅販売会社（営業担当）	・販売が停滞するとみられる。
企業動向関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状と同様に繁忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・年末にかけて、購買活動が活発になる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・年内、受注量は増加傾向の様相である。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国向けの輸出計画が上振れしており、設備投資を含めた対応を進めている。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・今後も取引先の業況改善や設備投資、需要の回復などが期待されることから、２～３か月先の景気は今月よりやや良くなると見込んでいる。
	○	広告代理店（営業担当）	・食品や日用品、光熱費などの物価上昇は引き続き家計の負担となるものの、年末に向けて消費が活発になり、景気はやや良くなるとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・短期的には、中東情勢や米国の中間選挙の動向を注視する動きもあり、様子見の状態が続き、大きな変化はないとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・今後３か月については、景気の緩やかな持ち直しを背景に、一定の需要回復が期待される。一方で、原材料価格の上昇や海外経済の不透明感もあり、受注量、販売量共に大幅な改善には至らず、おおむね横ばいで推移する見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野とも上向きの情報がなく、現状のまま推移する。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・当面、電子部品関係の需要は堅調に推移する見通しである。一方、冬場の燃料供給についてはやや不安が残る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金属製品製造業（総務担当）	・自動車業界からの案件情報を以前より聞かなくなっていることもあり、この先は減少する可能性が高い。しかし、舶用部品や半導体製造装置部品の引き合いは非常に多い。この先も総じて受注は確保でき、安定して推移すると見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・プリント基板製造装置の受注が続くなか、その他事業が横ばいの状況が続く見通しである。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・今後３か月の売上予想をみても、受注量に変化はなく、売上の増加につながる要因も見当たらない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢が国内の経済活動を翻弄している状況で、建築費の高騰が続いているが、極端な受注減少には至っていない。
	□	建設業（総務担当）	・引き続き、安定した受注を確保しており、今後の受注見込みも堅調である。一方、価格転嫁は進め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不透明であり、利益率への影響が懸念される。
	□	輸送業（業務推進担当）	・大きな好材料や懸念材料はなく、取引先の動向についても特段の変化はない。
	□	輸送業（企画担当）	・会社の設備投資は維持しており、他社や関係会社においても同様の状況が続いていることから、当面は大きな変化はないとみられる。
	□	輸送業（営業担当）	・客からのヒアリングにおいて、積極的な企業活動や新規の引き合い等はみられない。
	□	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、賃貸住宅の需要が落ち着く時期になるため、余り変わらないと予測する。
	▲	農林水産業（従業員）	・価格上昇が続くなか、商品の売行きは徐々に鈍くなっていく。
	▲	食料品製造業（経営者）	・資金力のある企業が原材料を確保し、生産を維持している一方、中小企業は原材料の調達に苦慮しており、人手不足も重なって市場競争で厳しい状況に置かれている。中小企業が生き残りを賭けた厳しい戦いを強いられている状況は、今後も変わらないとみられる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・小売店の状況に回復の見込みがない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの内示情報では、景気は悪化すると見込まれる。
	▲	建設業	・原材料や人件費等の高騰により、企業の設備投資にも影響が出てきている。
	▲	通信業（企画担当）	・現在の社会や経済情勢に対する不安が解消されなければ、景気が改善に向かうことはない。
	▲	通信業（営業担当）	・資材価格の高騰に加え、世界的に問題となっているサイバー攻撃による不正アクセスやＷｅｂシステムのぜい弱性などの影響が広がることで、取引先の状況にも変化が生じるとみられる。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢を背景に原油価格は上昇傾向にあり、物流費などのコスト増加が続くことが懸念される。
	▲	会計事務所（経営者）	・人件費や金利負担の増加は業績へ悪影響を及ぼす。
	×	－	－
雇用関連 (中国)	◎	－	－
	○	－	－
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・今後の単価維持や需要の先行きは不透明な状況であり、人材派遣業界を巡る問題の影響も見極める必要がある。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・イベント開催時には飲食店などが盛況となる一方、それ以外の時期は集客に苦労しているとの声が多く聞かれる。前年比、前月比共にマイナスが続いている。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・新卒採用は年間を通じて計画的に実施されるため、短期間で採用枠を拡大、縮小させることは基本的にない。企業の採用意欲も年間計画に沿って一定に推移しており、数か月先の近い将来において、採用市場が急激に好転、悪化するような要因は見当たらないと判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・世界情勢が落ち着き、安全な原料や燃料の確保が保証されない限り、好転することは考えにくい。米国の中間選挙の結果にもよるが、今年度中に状況が大きく変わるとは考えられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇が賃上げ幅を上回っており、生活を圧迫している。また、先行きが不透明ななか、中東情勢の影響もあってか、求人数も減少傾向にある。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人動向は産業によって差がみられるものの、医療福祉、建設業、運輸業等では人手不足が続いており、当面この傾向が続くものと見込まれる。一方、中東情勢による原材料価格の上昇や最低賃金引上げに伴う人件費の増加については、今後の雇用動向への影響を注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・入社数は減少傾向にあるものの、求人数は増加傾向にある。ミスマッチの解消が進めば、入社率は高まり、景気を上向かせる要因となる。
	□	学校［短期大学］（進路指導担当）	・秋採用に向けた求人依頼は、現時点では余り活発な動きが見られない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・物価の更なる上昇が見込まれるなか、顧客企業のコスト抑制や競争激化などにより、価格改定のハードルは高まっている。一方で、仕入れを始めとする原価の上昇は続いており、売上総利益率の悪化が懸念される。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・季節要因により求職活動を一時中断したり、先送りしたりする傾向があるため、例年応募数は減少する。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・登録者数は年初から横ばいで推移しているものの、年々減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・ガソリン補助金の段階的縮小が発表されたことで、企業活動はますます苦しくなり、採用活動の抑制につながると考えられる。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・物価高の影響で消費意欲がやや冷え込んでおり、その状況を懸念する事業所の声を耳にすることがある。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求人媒体の採用企業向け有料サービスに仕様変更があれば、求職者の確保にも少なからず影響が出るとみられる。特に、採用企業向け有料サービスのアカウント数が増えているため、他社との差別化がより難しくなると感じている。
	×	－	－

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)	◎	その他専門店［酒］（経営者）	・年末商戦により、売上は増加するとみられる。
	○	一般小売店［生花］（経営者）	・下見や、イベントより早めに予約注文する客もみられ、客数は増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・気温も下がり、アウター関係の販売が増加するとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・光熱費の上昇により、省エネ製品への買換えに興味を示す客が増えている。冬のボーナスでの買換え需要により、売上は増加する。
	○	タクシー運転手	・年末のイベント等により、良くなるとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数に大きな変動はないが、大型家電の購入が減少している。年末年始やボーナスシーズンでの、購入意欲の増加が期待できる。
	○	通信会社（営業部長）	・年末年始は年度末と並ぶ大きな商戦期であり、来客、販売数は増加するとみられるが、物価上昇の影響により、昨対比で大きく伸びる要素は見当たらない。
	○	観光遊園地（主幹）	・国際線の新規就航が予定されており、インバウンドの増加が見込まれている。
	□	商店街（代表者）	・年末に向け、イベントが多く、客の増加が見込める。しかし、販売単価や買上点数は減少し、現状程度で推移するとみられる。
	□	商店街（代表者）	・物価や原材料価格の上昇が継続し、厳しい状況が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・商店街の空き店舗を売買する動きがみられるが、不動産取得が目的で購入した先が商売をするケースは少ない。
	□	商店街（常務理事）	・商品やサービス価格の改定は毎月、多数の品目で行われており、この傾向は今後も続くとみられる。消費者の節約志向が強まっているが、旅行、レジャー等の消費については拡大の傾向にあるとみられる。
	□	一般小売店［文具店］（経営者）	・仕入価格の上昇については、落ち着きをみせている。年末や年度末に向けての見積り依頼はあるが、売上は前年並みの水準になるとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・年末年始の商戦において、季節商材の売上増加が見込まれる。一方、食料品を始めとする物価の上昇が続いており、客の生活防衛意識は根強く、日常の買物では必要な物を厳選する傾向が続くとみられる。景気の基調としては大きく変わらないとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・先行きに不透明さがある。
	□	スーパー（店長）	・競合他社の販売促進施策の影響があるが、その他に自社の売上に影響を与える要因は見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・単価が上昇し、他業種の出店も続いているため顧客の争奪戦は継続していくとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・物価の上昇により、より節約志向が高まるとみられる。
	□	スーパー（財務担当）	・客数は減少するが、客単価が増加する傾向が続くとみられる。
	□	コンビニ（店長）	・良くなる理由はなく、現状と変わらないとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・客単価自体はインフレの影響により上昇するが、来客数は減少する。来客数の回復がなければ、売上改善が見込めない。
	□	コンビニ（商品担当）	・単価の状況は変わらないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・暖冬の影響により、厳しい状況が続くとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・客の様子からは、景気が改善する気配は乏しく、厳しい環境が続くとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・光熱費の上昇や値上げ等の影響で、良くなる見込みがない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価や金利の上昇や車両価格の高止まりにより、客の購入負担感は強く、慎重な購買姿勢が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	・世の中の動きが不安定である。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・人気車種の受注停止に加え、車両価格や金利の上昇等が購入に影響を与えている。販売環境は厳しい状況が続くとみられる。
	□	一般レストラン（経営者）	・飲食店の閑散期であり、年末に向け予約は増えてほしいが、時勢から団体予約は少ないとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・宿泊予約者の推移より、客単価や稼働率の上昇が見込まれる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・状況が改善されるかどうか不透明である。人手不足、最低賃金引上げによる中小企業の経営意欲低下が懸念される。
	□	通信会社（営業部長）	・中東情勢の影響による原油価格や原材料価格の上昇が継続するとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・設備投資について、建築費の上昇により建設を中止する企業が出てきている。
	▲	一般小売店［鞄］（経営者）	・物価の上昇により、購買率が低下するとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・来客数減少とともに、客単価も減少傾向にある。
	▲	その他小売［ショッピングセンター］（館長）	・客数が少なくなる時期であり、売上は減少するとみられる。
	▲	旅行代理店（部長）	・人材不足や物価上昇の影響が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・商品の買い控えや来店頻度の減少がみられる。特に子育て世代の客からは生活の不安に対する話が多い。
	×	コンビニ（店長）	・値上げが継続する中、電気料金等も上昇し、家計を圧迫するため、消費意欲は低下し、更に厳しくなるとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇の影響がある。
	×	美容室（経営者）	・生活必需品以外への消費意欲が低下している。
企業	◎	―	―

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向関連 (四国)	○	繊維工業（経営者）	・一部の小売店では厳しい状況が続いているが、インバウンド向けの商品展開やネット販売に力を入れている小売店は順調に推移しており、今後しばらくはこの状況が続くとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・中東情勢の影響による価格転嫁が完了して下期は利益面で改善する。受注量も増加し、業績は良くなる。
	○	不動産業（経営者）	・住宅メーカー等による商品土地仕入れが活発化するとみられる。
	□	食料品製造業（経営者）	・最低賃金引上げによる人件費、労務費上昇や電気料金の値上げを、製品価格に転嫁できず、利益が減少することが予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・原材料価格の上昇分について販売価格の値上げを実施したが、その反動で販売数が減少している。物価の上昇が継続すれば、更なる値上げを検討する必要がある。
	□	化学工業（所長）	・中東情勢の影響により、先行きが不透明である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・企業は積極的であり、改善したいという意識が強い。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・前月同様、国際情勢について大きな変化もなく、国内経済も物価の上昇や為替の動向に変化がない。
	□	建設業（経営者）	・設備投資は堅調に推移しているが、住宅購入者の買い控えが継続している。
	□	通信業（総務担当）	・年末及び年度末へ向けて、受注見込み案件の積上げが進んでいない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・目新しいトピックがなく、現状程度で推移するとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・人材不足に伴う採用関係の仕事は、製造業を中心に増えている。一方、小売流通関係の客先は、エネルギー等の諸経費上昇の影響もあり、販売促進広告関係は削減傾向である。
	□	税理士事務所	・最低賃金の上昇による経費増加の影響があるとみられる。
	▲	食料品製造業（商品統括）	・中東情勢の影響による価格上昇がみられる。消費者は、食料品の値上げに対し、厳しい目を向けており、販売状況は厳しい状態が続くとみられる。
	▲	建設業（経営者）	・民間工事は少なく、公共事業頼りである。
	▲	輸送業（経営者）	・先行きに不安感がある。
	▲	金融業（副支店長）	・政策金利の上昇により、住宅関連の建築需要や住宅ローンの取扱件数等に減少の動きがみられる。
	×	－	－
雇用関連 (四国)	◎	－	－
	○	－	－
	□	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げにより、業界全体が冷え込むとみられる。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・年末年始に向け、求職者の動きはあるだろうが、長期や正社員雇用についての需要は、変化がみられない。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・客からは、厳しい状況が続くという話を聞くことが多い。
	□	職業安定所（求人開発）	・資材価格の上昇を販売価格へ転嫁する企業は多い。現状程度で推移するとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・ＡＩの普及により、事務職求人数は減少傾向であるが、外国人の高度人材については需要が多い。全体的には買手市場になるとみられる。
	□	学校［大学］（就職担当）	・構造的な人手不足は変わらない。収益面において、原材料価格の上昇で、不透明感が出てきている。
	▲	人材派遣会社（オフィス責任者）	・情報漏えいのリスク等により保守的な動きが中心になるとみられる。
	▲	求人情報誌（営業）	・特定の業種、職種では人材が充足せず、人手不足感は変わらない。しかしながら、全体の求人倍率は減少し、景気の悪化を実感する機会が増えるとみられる。

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

11．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (九州)	◎	タクシー（統括者）	・乗務員の採用が好調に推移している。
	○	商店街（代表者）	・年末を控え、一部の店舗がオープンするため、活気のあった商店街に戻っていくのではないかと期待をしている。再び当地域の台所として復活させたい。
	○	商店街（代表者）	・年末に向けてキャンペーン関係の依頼がくると期待している。
	○	一般小売店［青果］（店長）	・生産もこれから５～６月まで落ち着いていくと予想され、単価も横ばいで続くとみられる。また、夏のギフトの売上が順調であったので、年末年始の柑橘類のギフト商品に期待をしている。
	○	一般小売店［生花］（経営者）	・これからは年末年始需要やお供え用の花の注文が見込まれ、今の時期より売上が多くなると予想している。
	○	百貨店（リーダー）	・年末年始の挨拶として贈答品の需要が伸長すると期待している。
	○	スーパー（店長）	・物価高騰がピークアウトしつつあるため、消費者の購買動向に変化が出てくると期待している。今後の消費税率の引下げは小売業にとって最大級の追い風となるため、施行されると一気に上昇すると考えている。
	○	スーパー（総務担当）	・年末年始特有の購買意欲の上昇傾向により、元来、生鮮がメインである当社への来客数の増加を期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・９月に加工食品を中心に値上げが行われたが、販売数量は堅調に推移している。来店頻度が落ちて、客単価が上がっているという傾向は続いているが、消費自体の冷え込みはみられない。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具の需要が増えているため、景気は良くなっていく。
	○	乗用車販売店（役員）	・注文客が増えるとともに新たな客の紹介等の機会も増えてくると予想している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・初売り特需を見込んでいる。
	○	乗用車販売店（役員）	・年末に向け、新型車の発売や注文停止車種の注文再開が予定されているため、多くの客を見込んでいる。
	○	その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	・今後のコーヒー需要は、例年年末にかけて増加していく傾向にある。今年は、九州ふっこう応援割によって観光客も増加し、当店の取引先の業績も良くなると考えられ、売上は増加していくと見込んでいる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・年末に近づいているため需要が増えているが、景気の底上げにはならない。公共料金、税金、物価高などの影響により、景気回復には程遠い状況である。
	○	観光型ホテル（総務）	・年末年始は繁忙期を迎えることに加え、令和８年熊本地震後の災害支援や九州ふっこう応援割などの施策及び宴会の延期分の開催などで、やや良くなると予想している。
	○	旅行代理店（職員）	・12月まで実施の九州ふっこう応援割による販売増加の効果を想定している。
	○	旅行代理店（統括者）	・しばらくは九州ふっこう応援割で需要が増加すると予測している。
	○	タクシー運転手	・冬になると県外からのゴルフ客等の増加で利用が多くなる。
	○	通信会社（社員）	・手数料が良くなる傾向にある。
	○	観光名所（職員）	・これから年末に向けて様々なイベント等が予定されており、市外から客の増加も見込めると予測している。
	○	ゴルフ場（従業員）	・過去最高のインバウンド来場者数を上回るペースで推移するとみられる。
	○	理容室（経営者）	・年度末に近づいていくため、徐々に全体的な動きが良くなってくる。客との会話でも仕事量が減少している話は聞くが、舞い込んでくる仕事のお陰で空きがなくなっており、年度末に向かって景気は良くなっていくと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	住宅販売会社（従業員）	・今後は金利の上昇傾向が続けば客の動きもしばらく続くと予測している。
	□	商店街（代表者）	・食料品や生活必需品が次々に値上げしているため、節約できるものとの区別の意識が強くなっており、今以上に厳しくなっている。
	□	商店街（代表者）	・今月の売上や来客数の状態をみていると、２～３か月先の景気は不安である。
	□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が見つからないため、12月に向けての歳末商戦についても期待ができない。
	□	商店街（代表者）	・物価高で苦戦しているなか、商店街発行のプレミアム付商品券だけが各店舗の売上を何とか下支えしている。
	□	商店街（代表者）	・一般消費者は賃金の上昇が余りないが、物価は年に数回上がり家計が大変になっている。一部の業種に限り給与にも反映されている。教育費負担の軽減などの支援も行われているが、生活にゆとりがない状況である。
	□	百貨店（企画担当）	・年末にかけて来店や需要が増え、年明けは少し落ち着くと予想している。
	□	百貨店（企画担当）	・３か月後も今のトレンドが大きく変化するほどの要素が見当たらない。
	□	百貨店（経理担当）	・インバウンド需要は徐々に回復傾向にあるが、物価高の影響もあり、婦人服を中心に衣料品の売上は回復していないため、今後の売上は横ばいが続く。
	□	百貨店（業務担当）	・物価の上昇について客のダメージは相当大きく、生活に必要な支出は１割以上増えていると嘆く客もいる。米の価格の値下がりやガソリン補助などがある一方で、誰もが必要とするモノ、光熱費、家賃などの値上がりに困っている人が多い。特に高齢者が多い地方都市では、年金生活の比率が高く、生活防衛意識が非常に高い。
	□	百貨店（営業企画担当）	・物価高により消費が減速する。
	□	百貨店（経営企画担当）	・プレミアム付商品券による消費喚起効果が限定的で、消費者の生活防衛意識の高まりの裏付けと捉えており、今後も支出を抑える傾向は継続すると見込んでいる。
	□	スーパー（店員）	・米価は５キロで2000円を切る商品も出ているが、食料品を含め全体的に値下がりする商品は少ない。給料や年金が上がっていないため、景気が上向きになる未来が全くみえない。
	□	スーパー（経理担当）	・この物価高の影響は、まだ続く可能性が高いため、現状のままである。
	□	コンビニ（経営者）	・物価上昇で節約ムードが続く見込みである。
	□	コンビニ（経営者）	・景気変動の要素は見当たらない。
	□	コンビニ（経営者）	・諸物価の上昇により、消費マインドが落ちてきている。
	□	コンビニ（経営者）	・客の一部には、価格上昇が普通になっている気運はあるが、収入自体に大きな変化はなく厳しい状況が続いている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・特に期待できる事案が見当たらない。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	・台風などの災害対策で、水やパン、おにぎりなどの食料が購入されることがある。時期的に災害も少なくなってくるため、備蓄食品としての売上は期待できない。
	□	衣料品専門店	・引き続き良くなる要因を感じない。
	□	衣料品専門店（店長）	・２～３か月後も客の動きに変化はないと推測している。
	□	衣料品専門店（取締役）	・様々な品目が値上がりしているため、ぜいたく品購入は一部の人に限られる。多少無理をしてでも購入していた層は、以前と比べて劇的に減少している。元々当店の顧客は富裕層であるが、先行きは多少不安である。今後も引き続き良い商品を扱っていく価値観で経営していくことを考えている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高の影響により、客の財布のひもが固い。家電よりも日用品に金を使っているため、しばらくはこの傾向が続く。
	□	家電量販店（店長）	・エアコンの省エネ基準の改定を控えた影響によりある程度需要はあるが、一過性のものでしかないため、景気が良くなる要素がない。
	□	乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（経営者）	・売上が、仕入価格や諸経費の上昇を補えず、業界としても採算が取れず厳しい状況が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住関連専門店（従業員）	・高単価の秋冬商材への期待をしている。夏から地域経済のカンフル剤としていたプレミアム付商品券が売り切れとなっているが、売上に関してプラスとマイナスの両方の要因があり、結果として変わりない。
	□	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）	・前年は年末まで邦画の好調が続き、その後は文具雑貨ブームの特需でモール全体がにぎわっていた時期でもあり、今後の３か月はそこを超えるのは難しいと考えている。しかし、シールほどではないものの、カプセルトイに一定の集客力を期待していて、物価高に関しても大きなきっかけ等がない限り、当館への影響は緩やかであると予測している。
	□	その他小売の動向を把握できる者［ショッピングセンター］（統括者）	・インバウンドは変わらず伸長傾向ではあるが、国内客がいまだ戻っていない。
	□	スナック（経営者）	・年末に向け宴会利用などが期待されるが、電気料金などの補助が終わり個人消費の冷え込みが予想され、全体的に売上の伸びは期待できない。今月は個人利用が減り、インバウンドで売上が確保できた状況である。
	□	観光型ホテル（専務）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
	□	観光型ホテル（支配人）	・10～12月の九州ふっこう応援割の効果には期待できるが、問合せや事務作業に大きな時間を取られ、集客効果は限定的であるため期待を大きく下回っている。
	□	旅行代理店（統括者）	・燃油価格の高騰や物価高が影響し、環境の変化が起きる要素を特定できないため、先行き不透明である。
	□	タクシー運転手	・自社や他会社の乗務員が増えているため来客数や売上は伸びない。
	□	通信会社（企画担当）	・２～３か月は変化が起きるようなイベントがないため、状況は変わらない。
	□	通信会社（業務担当）	・仕入価格が上がった分を価格に転嫁する予定なので、利益は変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・２～３か月先、給与に反映されるとは考えにくい。
	□	テーマパーク職員	・インバウンドの来館が継続しており、今後も期待できると現時点では予想している。
	□	美容室（経営者）	・２～３か月先は年末年始になるため、業界としては徐々に上向いてくるが、今までのような季節需要は見込めず、横ばいを予想している。新商品が発売されることもあり、現状維持が続くと予測される。
	□	美容室（店長）	・将来の景気は、今のところ判断できない。
	□	設計事務所（所長）	・３か月先も変わらない状況と予測している。
	□	設計事務所（所長）	・中東情勢が不透明で日本への影響が危惧される。材料や製品の単価も落ち着きがみられず、仕事の対価としての収入は増える見込みがなく、生活必需品の価格上昇傾向は続くとみられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・景気動向は、金融商品としては投資意欲があり調子が良いが、消費動向としては余り伸びていない。現金が動く公共投資が少ない状況では、景気は良くならないとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・通行量不足や販売の伸び悩みなどの原因がつかめず苦慮している。
	▲	一般小売店［精肉］（店員）	・食料品の消費税の減税を見据え、大半の取引先である外食産業が落ち込みつつある。
	▲	一般小売店［茶］（販売・事務）	・物価高騰が続いているため、高額な商品の購入は慎重になっている。仕入価格や必要な消耗品の袋等も値上がりしているため売値を抑えることができず、今後数か月は今まで以上に厳しい状況が続く。
	▲	百貨店（営業担当）	・相次ぐ食料品の値上げやエネルギー価格の変動が原因で、先行きが見通せない状況である。
	▲	スーパー（店長）	・景気が好転する要素が見当たらず、単価上昇は続いており、消費者の生活は一層圧迫されると予測される。今後は支出の大きくなる月に向かっていくため、より防衛意識は高まり景況感は悪化に向かう。
	▲	スーパー（従業員）	・経済状況、会社の経営指数、来店客の動向等を総合的に判断するとやや悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・今後も物価高が続くとみられるため、先行きが不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店員）	・これから需要期を迎える灯油の価格が落ち着かないため、景気が良くなるとは考えにくく、電気料金の値上げも行われるため更なる落ち込みが懸念される。
	▲	家電量販店（従業員）	・今後の光熱料金の上昇により、購買意欲の低下が予想される。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・現在が年間でトップシーズンであるため、１番来客数が多い時期である。来客数が大きく下がることはないが、業界の２～３か月先は現状よりもやや悪くなると想定している。
	▲	通信会社（役員）	・10月からも生活必需品で多数品目が値上げされ、燃料の補助金も縮小傾向にあり、建設業や観光業を除き上向きになる要素がみられない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・当社の季節要因や最低賃金引上げ、賃金要件の撤廃等の影響によりパートやアルバイトの人件費が、年度当初計画より増加する見通しである。
	▲	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）	・訪問介護においては、有効求人倍率が介護業界のなかでも高く、特に主力であるヘルパーの高齢化で５年後には多数の退職者が発生し社員数が減少する可能性もあり、外国人材も含めた採用が大きく好転しない限り、大幅な損益改善は見込めない。
	▲	設計事務所（代表）	・物価や金利の上昇の影響により、景気がやや悪くなる。
	×	＊	＊
企業動向関連 （九州）	◎	－	－
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注見込みよりやや良くなると判断している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客や外注企業はそれなりの動きになっていると考えられ、従来と比較すると材料の入荷が良くなっている。今後の問題は、従業員の確保が挙げられるが、現状では順調に進んでいる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・来年度以降の引き合いがあり実際に受注も多く、やや良くなるとみられる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今後も中国向け車両の生産量は減少傾向であるが、直近の生産動向と同様に他車増産が見込まれている。
	□	農林水産業（経営者）	・値上げによる節約志向を心配していたが、業界では目立った動きはない。しかし、他の業界では値上げによる影響により、節約志向になり売行きが今一つの店も多く、今後の動きを注視したい。向こう３か月間では、11月は卵の価格高騰が、12月、１月は原料となる鶏が若干少ないことが懸念点ではあるが、原料入荷は問題ないと考えている。販売も繁忙期を迎えるため売上が伸びてくると予想している。
	□	家具製造業（従業員）	・インバウンド関連の事業は安定しているが、原油の高止まり、資材単価上昇の影響もあり厳しい状況が続くと予想している。
	□	化学工業（総務担当）	・前年比では拡販等を進める予定だが、中東情勢の影響等で世界経済の先行きが不透明であるため、景気は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注単価を要求価格に合わせるには、設備投資及び勤務体制の変更をして効率を上げる必要があり、作業員に負荷を掛けることになる。そのため、経営判断が必要となる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・部材調達の滞りの影響により、今後の景気判断が大きく左右される。
	□	その他製造業［産業廃棄物処理業］	・増産したいが材料調達が難しく、この状況が変わらなければ景気は良くならない。
	□	輸送業（従業員）	・保管倉庫の増床の動きもなく、保管商品を預かっている状態になっている。12月に入るまでは現状のままとみられる。
	□	輸送業（従業員）	・本船のスケジュール調整は今後も続くと予想され、物流費や人件費の上昇も続くことから当面景気が良くなることは考えにくい。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業先情報が不足した状態が続いている。営業活動及び情報収集で充当しているが、現時点で受注目標に届く可能性は低い。
	□	通信業（経理担当）	・情報通信機器の価格高騰と納期の長期化が顕著になっている。仕入れ販売分は価格転嫁を進めているため、業績への影響は軽微と見込んでいる。ただし、当初の見積価格では販売できず再見積りが必要となる事例が多く、今後の動向を注視していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（経営者）	・余り大きな動きは見られず、一進一退である。
	□	金融業（調査担当）	・引き続き物価や人件費の上昇が見込まれるため、現在と比較しても変化はないと予想している。
	□	金融業（調査担当）	・最低賃金引上げや仕入価格の上昇など企業を取り巻く収益環境は依然として厳しいことから、景気は現状程度で推移する。
	□	金融業（営業担当）	・今後も日本銀行による利上げを予想しており、中小企業の収益面の改善は当面期待できない。
	□	金融業（営業）	・最低賃金引上げにより、更なる賃上げが実現する。物価高が一段落すれば全体として良い方向に進むと期待している。
	□	不動産業（経営者）	・零細企業や小企業の倒産が増えているが、今後の会社の仕事内容としては余り変動がないと予想される。
	□	新聞社［広告］（担当者）	・プロスポーツチーム優勝による購買心理に期待するものの、具体的な好材料は見当たらない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Ｗｅｂのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・物流や倉庫の人手不足が加速し、価格に転嫁されている。
	▲	輸送業（総務担当）	・物価上昇が止まらない。最低賃金引上げや円安など様々な要因により消費動向が抑えられる傾向は続くと見込んでいる。消費税の減税により特に飲食店はダメージを受けると予想される。
	▲	広告代理店（従業員）	・過去３か月の状況からでは、長期的に明るい材料に乏しく、３か月後も景気は下降傾向だとみられる。
	▲	その他サービス業［コンサルタント］（代表取締役）	・市町村の９月の補正予算において、調査や計画、設計の委託業務の計上が少ないため、今後の新たな発注は多くは見込めないと推測される。市町村は来年度の予算づくりの時期に入っているため、市町村からの依頼は来年度の予算用の見積書の提出が多い。このため、今年度の新たな受注を見込むことは難しい状況にあり、景気はやや悪くなるとみられる。
	×	農林水産業（従業者）	・九州の景気は良いが、米や玉ねぎ、じゃがいもなどの農作物は暴落している。今後は２～３か月にかけて価格は高値止まりをすると予想されるが、春以降は暴落する可能性がある。九州の農業界は、稼ぎ時を把握し、しっかり販売していく必要がある。
	×	繊維工業（営業担当）	・現行の支援金額では到底賄えない。今後の対応方法が難しい状態である。
雇用関連 (九州)	◎	－	－
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	・これから年末年始にかけてはイベントも多くなり、人流も活発になるとみられる。令和８年熊本地震からの復旧、復興も進み、消費活動も一層活発になると予想される。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後についても短期案件を中心とした依頼は継続する見込みであり、全体としては現状維持で推移するとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣だけでなく、直接雇用の注文も減り、採用意欲が低下している。取引先の企業担当者も、最低賃金引上げで大変であるため、増員するよりも今の在籍人数でしのぐ傾向にある。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・ＡＩ関連やデジタル分野の成長企業では引き続き採用需要が見込まれる一方、介護、警備、建設などの現場系職種では慢性的な人手不足が続いている。賃金上昇への対応や各種コスト負担の増加により、正規雇用の拡大に慎重な企業も少なくない。求人需要は底堅いものの、業種間の格差が大きく、人材不足の解消に時間を要するとみている。
	□	職業安定所（職員）	・大きな変化をもたらすような要素が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加、又は横ばいの状況が続いている。管内の警備会社では、震災復旧関連工事に係る仕事の依頼を多数受けている業種もあるが、事業所閉鎖に伴う離職も出ており、景気が良くなるとは一概にはいえない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	学校［大学］（就職支援業務）	・物価上昇が続くなか、生活を維持するための意識は依然として強く、個人消費の大幅な回復は見込みにくい。一方で、企業の人手不足感は引き続き強く、2027年卒採用に加え、2028年卒採用に向けた情報収集や相談もみられることから、採用需要は底堅く推移している。ただし、採用予定数を大きく増やす動きは限定的で、企業には先行きへの慎重な姿勢もうかがえる。景気を大きく押し上げる材料も押し下げる材料も乏しく、今後２～３か月の景気は現状と大きく変わらないと考える。
	▲	人材派遣会社（社員）	・企業側も若手を育てたいという要望が多いが、求職者に関しては20～30歳代の若い年齢層の動きが鈍く、人選に苦戦している。また、就業開始に至るまで非常に時間を要しているケースが多い。
	▲	職業安定所（職員）	・企業は最低賃金引上げの影響を受けている。ガソリン補助金が縮小となれば、企業だけでなく消費者も影響を受けることになり、今後の景気が心配である。
	▲	学校［専門学校］（就職担当）	・製造業や外食、宿泊業では外国籍の在留資格更新が厳しい状況にあり、これまで予定していた出店計画などを見直す動きが出ている。この動きは携帯販売会社等にも発生しており、数年は多くの業界で人材確保に苦戦を強いられると予想している。
	×	－	－

12．沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 （沖縄）	◎	百貨店（経営担当）	・ギフト需要の活発化に加え、高単価な冬物衣料の需要拡大が見込まれる。
	◎	観光型ホテル（専務取締役）	・先行きは来客数・消費単価共に前年を大幅に上回る見込みとなっている。
	◎	観光型ホテル（企画担当）	・10月の販売室数が前年比１％減少に対し、10月末時点での１月の予約室数は前年比10%増加で、プラスに転じている。
	○	商店街（代表者）	・飲食店の増加やインバウンド需要を背景に、冬季の景況改善を期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・観光客の増加に伴い、土産品を購入する外国人観光客が増えている。
	○	コンビニ（店長）	・年末年始の人流増加に期待するものの、景況感に大きな変化はないとみている。
	○	家電量販店（営業担当）	・エアコンの省エネ基準改定に伴い、駆け込み需要の増加が見込まれる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・初売りの前倒しによる、年末年始の来客数の増加に期待している。
	○	その他専門店［書籍］（部長）	・新知事の就任を契機に、景気の大幅な改善を期待している。
	○	一般レストラン（代表者）	・首里城復興により、人流が増加することに期待している。
	○	その他飲食店［ファーストフード］（総務部）	・年末に向けて繁忙期を迎えることから、台風などの天候による影響は小さくなるとみられる。
	○	通信会社（サービス担当）	・新型スマートフォンの販売好調が続く見込みに加え、年末年始商戦に向けて買換え需要や新規契約の更なる増加が期待される。
	○	観光名所（職員）	・年末に向けてイベントの開催を予定しており、景気はやや良くなるとみている。
	□	一般小売店［酒］（店長）	・物価高対策が必要だとみている。
	□	一般小売店［土産］（営業部長）	・台風などの天候要因により、観光客数の見通しが不透明となっている。
	□	スーパー（企画担当）	・年末年始の繁忙期により大幅な買い控えは避けられるものの、電気料金補助の終了など家計負担の増加が懸念されるため、景気は現状水準で横ばいに推移するとみられる。
	□	コンビニ（店長）	・景気の先行きに明るい兆しが見えず、現状の景気水準が続くとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（経営企画担当）	・悪天候による来客数の減少に加え、値上げした一部商品の売上も伸び悩んでおり、消費者ニーズへの対応が難しい状況にある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・暑さが続いた影響で季節商品の販売が伸び悩んでおり、客の動向や景況感も様子見の状況にある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気改善につながる要因が見当たらず、サイバー攻撃や国際情勢等の影響により、景気が停滞する懸念が強まっている。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・今後の情勢や動向次第で、景気が変動する可能性がある。
	□	その他専門店［陶器］（製造）	・最低賃金引上げなどの動きはあるものの、景気がすぐに上向くことは難しいとみられる。
	□	観光型ホテル（総支配人）	・首里城復興による影響を期待するが、北部地域への効果は限定的とみている。
	□	その他サービス［レンタカー］（営業）	・先行きの受注状況は前年並みで推移しており、今後は首里城正殿の完成に伴う特需に期待している。
	□	住宅販売会社（役員）	・中古住宅等の需要は底堅いものの、購入判断は融資条件に左右されており、当面は現状の市場環境が続くとみられる。
	▲	スーパー（店舗管理）	・Ｗｅｂシステムのぜい弱性問題により自社サービスにも一部影響が生じており、解消までには時間を要する見込みである。また、問題解消後も物流などへの影響は長期化し、顧客囲い込み戦略や新規入会の促進にも支障が出るとみられる。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・固定費の負担が急速に増加しており、価格転嫁が進まず苦慮している。
	▲	通信会社（営業担当）	・現状が続けば景気のさらなる悪化が懸念されるため、中小企業の経営改善に向けた対策が必要と考えている。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・住宅ローン金利の上昇により、不動産購入需要への影響が出るとみている。
	×	その他飲食店［バー］（経営者）	・物価高騰が続いており、景気回復につながる要因が見当たらない。
企業動向関連 (沖縄)	◎	－	－
	○	食料品製造業（総務部）	・価格転嫁の効果を期待しており、景気はやや良くなるとみている。
	○	窯業土石業（取締役）	・下半期は受注工事の施工が続く見込みであり、上半期の売上低迷を補い、通期では前期並みまで回復するとみられる。
	○	輸送業（総務経理担当）	・料金交渉の成果が出ており、景気はやや良くなるとみられる。
	○	広告代理店（ストラテジックプランニング部）	・首里城復興に向けて発注が増加しており、緩やかな景気回復が見込まれる。
	□	建設業（経営者）	・発注者の意欲は高いものの、原価高騰により見積りの提示が難しい状況にある。
	□	輸送業（経営企画部）	・燃料費調整金は下落傾向にあるものの、前年比では依然高水準にあり、燃料価格の再上昇リスクも踏まえると、物流コストの先行きは不透明である。
	□	通信業（総務）	・物価上昇は続くとみられるものの、景気を大きく変動させる要因は見当たらず、現状水準で推移するとみている。
	□	会計事務所（所長）	・物価上昇に賃金の伸びが追い付くかは勤務先の業績に左右されるため、今後の景況感は円安や金利上昇の動向次第とみられる。
	▲	－	－
	×	－	－
雇用関連 (沖縄)	◎	学校［専門学校］（就職担当）	・2028年３月卒業予定者向けの学内説明会の開催依頼が増加しており、今後、多くの求人が見込まれる。
	○	－	－
	□	人材派遣会社（総務担当）	・景気は拡大基調にあるものの、今後のガソリン料金の高騰など、先行きには課題が残る。
	□	学校［大学］（就職支援担当）	・賃上げが進む一方、物価高も続いており、当面はこの状況が継続するとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	・最低賃金の引上げに伴う企業の求人抑制により、求人数はやや減少する見込みである。一方、年末にかけて季節的な短期求人は増加するものの、年始以降は繁忙期の終了に伴い、求人数は落ち着くとみられる。
	×	－	－