

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)		百貨店（営業販促担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着くことで、客足がますます上向くことになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後、新型コロナウイルス感染症について、感染症法上の位置付けの見直しや待機期間の短縮などが行われることになれば、全国旅行支援の可能性が高まり、旅行へ行く機運も高まると期待している。ライブの開催やスポーツイベント、地域の祭りなど少しずつ正常化に向けて進んでいることもプラスである。
		旅行代理店（従業員）	・今後、新型コロナウイルス感染症に対する国の対策が変化することで景気が良くなることを期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は続いているが、段々と症状が軽くなっていることから、人の動きがどんどん増えていくことが期待できる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスへの規制がなくなり、通常時の状態に戻れば、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・青果物が順調に収穫されることで景気が良くなることを期待している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後は観光シーズンも終わり、閑散期に入ることになるが、旅行客が時期を少しずらすなどして分散化する動きがみられるため、閑散期の旅行客が増えることが見込まれる。修学旅行や体験学習などが増えるとの声が聞こえることもプラスである。ただ、今後は比較的小規模の団体旅行が増える一方で、大型バスを貸し切るような大型ツアーがなくなるのではないかと心配している。
		百貨店（販売促進担当）	・今後は、年末に向けてのイベントも増え、カレンダーマーケットが前年よりも盛り上がるのが期待される。消費マインドはますます活性化することになる。
		スーパー（役員）	・今後も食料品の値上がりが続く、値上がりによる上乗せ分が節約によるマイナス分を上回るとみられる。そのため、全体的には消費額がプラスになり、景気が良く感じるようになる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後は新型コロナウイルス感染症について、流行風邪という認識で世の中が動いていくとみられる。そのため、客の行動も制限されないようになり、従来の動きに戻ると期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波の鎮静化に伴って、人流の増加、購買意欲の向上がみられるようになると期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表があるため、今後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・お盆休みも終わり、多少は地域での金回りが良くなることを期待している。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・以前のような個々の客による健康相談が増えているなど、良い傾向がみられる。こうした新しい客の動きが今後も続くことで景気が良くなると期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況が少しは落ち着くことで景気はやや良くなると期待している。
		旅行代理店（従業員）	・ウィズコロナの浸透、新型コロナウイルス感染者の待機期間縮小などの緩和措置の拡大、全国旅行支援の開始などによって景気が良くなることを期待している。
	観光名所（従業員）	・接客するなかで、日常生活やレジャー、余暇活動について、積極的に取り返そう、楽しもうという客のムードが強くなっている。実際に、国内客は日を追うごとに例年ベースに近づいており、よほどのことがない限り、こうした傾向は続く。	
	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波のピークが過ぎて、感染状況が落ち着くことで、今後の輸送量が回復することになる。	

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
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 諸物価が高騰していることもあり、今後については楽観できない状況が続く。
		スーパー（店長）	・ ここしばらくは景気が良くなったり悪くなったりの状態が続くとみられ、結果として景気は横ばいで推移することになる。
		スーパー（企画担当）	・ 観光地は景気が良くなっているようだが、物価の上昇が重く押しかかることで、今後の景気は現状と余り変化なく推移する。
		スーパー（従業員）	・ 商材の値上がりが継続することに加えて、外食、観光などの回復がみられることから、今後の内食需要の低下が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 今後の景気は新型コロナウイルスの感染状況によって変動するとみられるが、感染状況が落ち着くことで観光客の動きも元に戻ってくることを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることで、店の売上、来客数に影響が始めている。このまま新規感染者数が増え続けるとますます来客数が減ることになる。
		家電量販店（経営者）	・ 景気が変動するような要因がないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店員）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・ 新車の長納期化が回復してこないため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・ これから新型車が発売されるため、その販売効果が出てくるとみられるが、納期との兼ね合いから、新車登録が進まない限り、売上は立たない。納期の問題はしばらく解決しないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・ 新型車の投入が予定されているが、生産状況が不透明なことから今後の景気が良くなるとは考え難い。ただ、客の動きが堅調なため、今後も現状維持の状態が続く。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・ 新型コロナウイルス新規感染者数が増加する状況に世の中が慣れており、行動が大きく制限されることもないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 北海道内の新型コロナウイルス新規感染者数が落ち着きを見せるなか、県民割が9月一杯まで延長されたこともあって、今後の景気は若干良くなると期待している。例年の売上の50%を目標にワインにもう少し向けてもらえるように施策を考えていきたい。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 新型コロナウイルスの感染状況次第とみられるが、新規感染者数が落ち着いたとしても、すぐに人出が好転するとも考え難い。ただ、感染が拡大したとしても、現在のような対策や制限のない状況が続くのであれば、今後も景気は変わらずに推移する。
		旅行代理店（従業員）	・ 新型コロナウイルスの感染状況や県民割の実施状況などによって、景気が左右されるため、何ともいえない状況にある。
		タクシー運転手	・ 観光客が増えてきているが、観光客でのタクシー利用は少ない。乗務員は募集しても集まらないため、減る一方である。人出は今の状況が今後も続くともみられるため、会社の売上は前年を上回ったとしても、新型コロナウイルス感染症発生前の20～30%減で推移することになる。
		タクシー運転手	・ 問合せや予約の状況から、今後の来客数の増加を期待できる材料がなく、景気はこのまま変化なく推移する。
		タクシー運転手	・ 現在の新型コロナウイルスの感染状況のみを限り、政府などが行っている様々な対策は、今後も人流を止めずに同様の対策を続けていくとみられる。そのため、感染状況を注視する必要はあるが、今後も景気は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・ 今後、新型コロナウイルス感染症の影響を余り受けずに推移する雰囲気があるため、現状と同じような状況が続くことになる。
		美容室（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症の影響で客の行動は慎重になっているが、来客数はそれほど変化がないまま推移している。ただ、景気が更に良くなるような要因も考えられないため、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・今後も景気は変わらない。ただ、新型コロナウイルス感染症について、スタッフの感染者や濃厚接触者が増えており、人手が少なくなっていることが悩みである。材料の価格高騰にも頭を悩ませている。
		商店街（代表者）	・今後、寒冷期に入るため、出控えなどにより、新型コロナウイルスの感染状況にかかわらず来街者の減少する時期となる。季節的には冬物衣料品などの売上が活発となる時期だが、日配品などの物価上昇や原油高の影響もあって、今後の動向については不確定要素が多い。ただ、8月よりも景気が上向くことは考え難い。
		商店街（代表者）	・様々な物が値上げしていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・夏観光は比較的堅調に推移しており、2019年比で80%程度までの回復がみられた。ただ、これは県民割などの支援事業のお陰である。今のところ、県民割は9月一杯までの予定となっていることから、10月以降の急激な売上減少が懸念される。このままでは冬を迎える北海道観光はどん底に逆戻りするため、全国旅行支援の早期実施が急務である。
		百貨店（売場主任）	・今後、商材の値上がりが増え続けることになるため、客の買上頻度、買上率の低下が見込まれる。
		百貨店（マネージャー）	・7～8月は特にファッションゾーンのクリアランスセールが好調に推移しているが、物価高の影響で割安感のある商材だから売れていると仮定すると、これからの秋冬商戦の定価販売において苦戦する可能性が高い。今後は売上や客の動向を注視して戦略を考えていく必要がある。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響が続くが、物価上昇、ウクライナ情勢の影響も出ているため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・今後、原価の高騰に伴う値上げが続々と行われるため、客の生活防衛意識が間違いなく高まることになる。
		スーパー（企画担当）	・この秋、本格的な値上げラッシュが続くとみられることから、エネルギーコストのかさむ冬場を迎えるに当たり、客の生活防衛意識がますます強まるとみられる。消費環境が一層厳しくなることから、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・契約先の店舗において、営業経費上昇に伴う経営ひっ迫により仕入れを控えるなどの動きが出てくることが考えられ、店舗の来客数減少につながる懸念がある。そのため、今後については販売量が上がり、出荷量が減る心配がある。
		衣料品専門店（店長）	・世界情勢が悪いなか、競合他社の不祥事の影響で、勘違いのひぼう中傷電話までみられる状況であり、業界全体での客離れが起こっていると日々感じることから、今後の景気はやや悪くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・今後について、物価上昇の影響を懸念している。商材が品薄なことマイナスである。
		旅行代理店（従業員）	・8月中旬以降、新型コロナウイルス感染症の第7波の影響で航空需要の伸びが鈍化している。全国旅行支援などの需要喚起策の開始が遅れると、閑散期となる11～12月の観光需要が伸びず、航空需要全体に影響が出ることになる。
		タクシー運転手	・地域の活性化策が講じられない限り、景気はますます悪化することになる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が増えることで、景気はやや落ち込むことになる。
		通信会社（企画担当）	・通信端末の大幅な値上がりが見込まれていることから、今後の景気はやや悪くなる。通信契約のみでも客を獲得できるように対策を検討しているが、前年と比べて受注数、予約数のいずれも陰りがみえる。
		観光名所（職員）	・若干の回復基調にはあるものの、新型コロナウイルス感染症の第7波の影響もあり、依然として不安な状況が続いている。新規感染者数の全数把握廃止や感染症法上の位置付けの5類への引下げなど、新型コロナウイルスに対する根本的な考え方が変わりつつあるなか、観光に対してもより深く効果的な施策の実施が望まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・建築資材などの価格が上昇しているため、分譲マンションの販売価格の上昇傾向は今後も続くとみられる。一方、この状況に我々の所得の上昇が追い付いていない現状を考え合わせると、今後の住宅市場の成長に難しさを感じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第7波における新規感染者数の急増と病床数不足への対策として、政府が何らかの強い手段を打つてくると考えられる。ただし、このような状況下であっても、外国人観光客の受入拡大に向けた取組を進めなければ、観光関連を中心に倒産が続出する懸念がある。
	×	スーパー(店長)	・9～10月と値上げラッシュが続くことから、今後、客の購買力が落ち込む懸念がある。
	×	スナック(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況がこれだけ拡大しているなか、身近でも何十人も感染者がみられるようになってきている。そのため、以前の状況に戻るまでにはかなりの時間が掛かることになる。
	×	観光型ホテル(経営者)	・新型コロナウイルス感染症について、感染症法上の分類の5類への変更や入国制限の緩和などの取組が遅々として進んでいない。ここまで傷んだ観光産業を回復させるための経済対策と補償がいまだに取られていないことから、冬場に向けて景気は悪くなる一方である。
	×	タクシー運転手	・巣籠りがスタンダードとなり、それに伴う需要が発生する業種がある一方で、タクシー事業は需要が減少している。新型コロナウイルスの感染の波が来るたびに需要の落ち込み幅が拡大していることから、今後の景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)		*	*
		建設業(経営者)	・工事の最盛期を迎え、土木、建築共に稼働率が上がる。ただし、例年のような人手不足が発生することに加えて、資機材の納入遅れや値上がりも見込まれることから、工程や原価への影響がどの程度になるのかははっきりと読めない面もある。公共工事もそうだが、特に民間工事の設計変更が採算性を左右することになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症対策は引き続き行われるものの、ウィズコロナが主流となりつつあり、従前のような行動規制などが緩和されていることから、観光を中心とした景気対策が引き続き活発に行われるとみられる。建設投資も景気対策としての公共工事が発注されることに加えて、都市部を中心とした民間設備投資も順調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。
		食料品製造業(従業員)	・今後の見込みについても、現在と変わらない水準で推移するとみられる。
		建設業(従業員)	・景気は既にかなり悪くなっており、改善するような兆しもないことから、今後も景気は変わらない。
		建設業(役員)	・上半期の好調な流れは下半期も基本的に変わらない。ただ、燃料や原材料の価格高騰に伴う建設資材の値上がりが今後も相次ぐことから、工事の採算を確保した受発注が厳しくなることを懸念している。
		金融業(従業員)	・個人消費は物価上昇がおもしとなり、持ち直しの動きが減速することになる。住宅投資も資材価格の高騰により低調な推移が見込まれる。民間設備投資は堅調さが見込まれるものの、世界経済の減速リスクが高まっている。これらのことから、今後の道内経済は横ばいでの推移にとどまる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕(経営者)	・3か月先までの受注が既に確定しており、これ以上の仕事を受けようにも人手が足りない。同業他社も似たような状況のようだ。
		その他サービス業〔建設機械リース〕(営業担当)	・北海道新幹線の札幌延伸関連工事、再開発などの都市部を中心とした民間建築工事、再生可能エネルギー関連工事などの継続案件はあるものの、それ以外の大きな工事案件が特に見当たらない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕(支店長)	・今後への見通しは良くない。このまま悪い状況が続くとみられる。
		輸送業(支店長)	・北海道特有の傾向で、冬季に入ると景気が下向くのが通常のパターンとなるため、今後の景気はやや悪くなる。
		通信業(営業担当)	・エネルギーや原材料の値上げなどのインフレが下期始め頃から経済や企業活動に顕著な影響を与え始めることを懸念している。
		司法書士	・景気が良くなるような状況が見いだせない。電気代、ガス代などの光熱費がますます上昇する一方で、収入が増えるような要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		司法書士	・これから冬季に向かうなか、不動産業や建築業は徐々に取引量が少なくなることから、景気はやや悪くなる。円安や物価上昇も取引量の減少に拍車を掛けることになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・市場の動きをみてもそれほど忙しくない。また、ベース商材の動きが悪く、案件を受注しても納品まで時間が掛かるため、単月での積上げは大変厳しい状況にある。今後の世界情勢などの動きも見据えながら状況を判断しなければならず、先行きを読みにくい状況にある。
	x	-	-
雇用関連 (北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種や職種を問わず、人材不足又は人手不足感が強く、求人への潜在的な需要があることから、今後、求人数が上向きになるとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルス感染症対策よりも経済を回す方にかじ取りが行われるようになってきていることから、今後、国内、海外からの観光客が増加することを期待している。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年4か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しが見られる。ただ、産業、業種によってその度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せなくなる懸念もある。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、企業側はおおむね落ち着くことを想定して動き出している。一方、求職者の動きが8月に入ってから鈍くなっており、登録数が低迷している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・物価の高騰に合わせて、社会保険の適用拡大や最低賃金の改定が行われるため、総合的に判断すると景気は今後も大きく変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、観光地である当地にとって、この秋は3年ぶりに大中小規模の各種イベントの開催が控えていることから、先行きへの見通しは明るい。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波による経済への影響、原油や原材料価格の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、業況が堅調な事業所からの求人もあって、新規求人数は維持できていることから、今後も景気は変わらない。新規求職者数が前年から減少していることも持ち直しにつながっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・例年9～10月は予定している採用枠を満たせていない部分の補充程度でしか内定出しが行われないことから、今後2か月ほどは大きな変化がないまま推移する。
		-	-
	x	職業安定所（職員）	・年末に掛けて更なる値上げが続くとみられることから、今後の景気は悪くなる。

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本格的な時期を迎える。単価も高くなるため売上が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・宿泊の割引が全国に拡大することで、東北のメインである首都圏への旅行需要の急激な回復が見込める。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束するとみている。
		百貨店（経営者）	・秋に向けて新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いてくると予想している。物価上昇による食料品などへの影響はあるとみているが、再び外出自粛緩和の傾向となり、来客数も増え、衣料品、服飾雑貨などを中心に活発に動くのではないかと期待する。
		コンビニ（経営者）	・販売価格の値上げが続いているものの、買上点数はマイナスにはならず、プラスで堅調に推移している。また、休日や夜間の動きが良くなってきて、来客数も増加に転じている。商品の値上げを消化しているのが何よりの強みである。
		コンビニ（経営者）	・当面は現状のまま推移し、前年よりも若干良くなるかとみている。しかし、新型コロナウイルス感染症の終息時期は不透明であり、先行きに不安がつかまとう。

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）	・年末に向けて行楽需要、消費拡大の見込みがある。
		コンビニ（エリア担当）	・東京で新型コロナウイルスの新規感染者数が減り始めているため、全国でも減り始めることが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症第7波のピークアウトにより、来客数は増加してくると予測している。
		衣料品専門店（店長）	・オンラインで行われていた会社の行事、面接等々がスーツを着ながらのリアルなものになりつつある。新型コロナウイルス新規感染者数が減少すれば、出張などの機会が再開し、当業界は潤ってくるとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・大分人の流れが戻ってきており、経済活動も活発化してくるとみている。しかし、政府の矛盾した対応には首を傾げる。経済を回すといいながら一方で新型コロナウイルスの新規感染者数であるというマッチポンプのようなことをしているようでは、こちらも耐え切れない。いっそのことPCR検査と新規感染者数のニュースをやめるなどの措置を執らないと整合性が取れない。対応いかにで経済の動きは激変するとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの感染状況による不安定要素は多少あるものの、ウィズコロナでの消費マインドは徐々に上向きになってくるとみている。
		高級レストラン（支配人）	・全国旅行支援などの消費喚起策があるため、良くなるとみている。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の状況次第だが、今よりは少し良くなるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・ウィズコロナが進むなかで、新型コロナウイルス感染症対策の見直しも行われている。それにより、人の動きも活発化するとみている。
		タクシー運転手	・東北地方に限らず、様々な広告媒体を使って秋の催物のPRがされている。4月以降の傾向から、政府からの行動制限が出ない限り、人が動くともみている。実際にタクシー利用客から、秋の旅行を兼ねて家族で出掛けるという話も聞いている。景気は上向き傾向にあるとみている。
		設計事務所（経営者）	・これまで静観していた客から、事業の再開や修正設計の依頼が入ってきている。待っても価格高騰や資材不足などの状況が変わらないか、むしろもっとひどくなると考え、実行の決断に至った客からの問合せが多く入ってきている。今後は現状価格がある程度受け入れられれば、景気は改善する方向に向かうとみている。
		商店街（代表者）	・自主的な行動制限は変わりなく続き、購買意欲は回復しないとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・これといったベストセラーがない状況が続いており、メーカーも新製品の販売を抑制している傾向にある。各地域の客の消費マインドに懸かっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症関連商品の好調はまだしばらく続く。いつまで続くかは不明であるが、まだ売れる要素はあるとみている。感染を気にしないで買物に来る客と、そうでない客の2極化が続くとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感は多少なりとも緩くなってきているが、まだまだ消費者の出控え傾向は続くとみられる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在の世界情勢、生活環境のなかでは、客の購買意欲が湧いてくる気がしない。しばらくはこの状況が続くとみている。
		百貨店（売場担当）	・購買意欲が高まっている印象を受ける。今後ウィズコロナで外出も増えてくれば、今の傾向が続くとみている。
		百貨店（催事担当）	・ウィズコロナが浸透し、ある程度の消費行動は期待できる一方で、物価の上昇により生活防衛意識が高まり、消費が抑制されることも懸念される。
		スーパー（店長）	・いまだに商品の値上がりが続いていて、買いにくい価格の商品が増えている。また、新型コロナウイルスの感染拡大も続いており、来店を自粛する傾向がみられる。この状況は続きそうである。
		スーパー（店長）	・現在、売上が悪いながらも横ばいが続いている。これ以上の悪化は考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・ コロナ禍はまだまだ続いている。値上げが続き販売量が下 げ傾向にあったが、消費者が慣れてきてまた販売量が元に戻 りつつある。食品小売業としてはある程度の水準で推移しそ うである。
		スーパー（営業担当）	・ 内食需要は増加傾向にある。しかし、来客数が横ばい、若 しくは減少が続けば売上は減少に転ずる。目玉企画など集客 対策が重要なポイントになる。
		コンビニ（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症の影響は一段落したとみてい る。新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが極 端な来客数の変動はない。
		コンビニ（経営者）	・ 正直何ともいえない。人の動きが活発になり始めている反 面、新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続けており、 店の運営が困難となっている。
		コンビニ（経営者）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあるた め、人の動きは変わらず、景気は変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担 当）	・ 燃料価格の上昇に伴う値上げラッシュが続くが、所得の増 加は望めない状況で、個人消費は落ち込む可能性がある。景 気上昇の要因が見つからない。
		コンビニ（店長）	・ ウクライナ情勢もどうなるか分からない状況でガソリン価 格も高止まりしているが、そういった状況に慣れてきたとい う感じが強い。基本的には悪くなく、変わらないとみてい る。
		衣料品専門店（経営 者）	・ 依然として新型コロナウイルスの新規感染者数は多く、こ の先も増加することを懸念している。
		衣料品専門店（店長）	・ 景気は変わらないが、新型コロナウイルス感染症の影響で 自粛されていた就活や冠婚葬祭ができるようになったこと で、スーツ、フォーマル需要が回復している。
		衣料品専門店（総務担 当）	・ 密を避けられるアウトドア商材の売行きも伸びていない。 新型コロナウイルス感染症発生前の水準にはまだまだ戻ら ず、現状が続くとみている。
		家電量販店（店長）	・ 季節要因で多少の増減はするが、ガソリンや灯油などの価 格が上昇しているなど、消費者マインドを冷やす景気後退局 面とみている。買換え需要がある商品に関しては単価を上げ る努力はしているが、客の傾向としては節約志向に向かっ ているとみている。
		家電量販店（従業員）	・ 新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、明らかに来 客数が減っている。よって、販売量も低迷が続くことが予想 される。
		乗用車販売店（従業 員）	・ 新車の納期がなかなか早くならない上に、個人客の受注も 伸びない。
		乗用車販売店（従業 員）	・ 2～3か月で長納期が改善されるとは思えない。もろもろ の物価も上昇している。景気は現状維持か若干悪くなるとみ ている。
		乗用車販売店（従業 員）	・ 半導体不足の解消がないと上向くことはない。
		乗用車販売店（店長）	・ 直近は車両生産や出荷スピードが全く安定せず、営業ス タッフのモチベーションにも影響が出ている。納期の比較的 早い少数の車種グレードでは商談があるが、その他大多数の 車種では客の購買意欲も余り高くない。
		住関連専門店（経営 者）	・ 営業活動はある程度できるようになってきていたが、新型 コロナウイルス感染症の第7波により受注等の動きが鈍く なっている。受注量の増加は望めない状況である。
		その他専門店〔酒〕 （経営者）	・ 国も自治体も、新型コロナウイルス感染症による景況への 明確な抜本的対応をしていない。民間でできることは限界を 迎つつある。落ち込んだまま先を見通せない状況が続くの ではないかという不安が大きい。
		その他専門店〔ガソリ ンスタンド〕（営業担 当）	・ 燃料油は補助金適用の成果により販売価格の上昇は抑えら れているものの、年内は現行販売価格のまま高値で推移する とみている。節約志向が強くなると予想している。
		その他専門店〔ガソリ ンスタンド〕（営業担 当）	・ 残暑が厳しい見通しで、灯油の販売量増加も余り見込め ないのではないかとみている。
		高級レストラン（経営 者）	・ 新型コロナウイルス感染症に皆が慣れるしかないが、そう 簡単にはいかないかとみている。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況は一向に良くならないことに加えて、エネルギー価格や物価の上昇もあり、しばらく景気は変わらない。いつまでも先行きは不透明のままで、政府と国民が変わらない限り決して景気は上向かない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が依然収束していないことに加え、物価の上昇による買い控えもみられる。スポット的に客が来るタイミングはあるかもしれないが、総じて低調な状態が続くのではないかと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第としか言いようがない。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するにつれ状況は悪くなるため、今後を予想するのは難しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・県民割の延長により多少の集客は望める。秋口以降の感染状況によるが、楽観はできない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着かないとみている。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染拡大による行動制限がなくなり人の動きが活発になったのは良いが、客から聞く話や身近なところでも新型コロナウイルス感染症の濃厚接触者が出てきている。行動制限が出ていないため、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に向かう状況になく、少し心配である。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は続いているが、前年と違い訪問営業に大きな影響は出ていない。しかし、今後大きな加入増加を期待できる材料は乏しい。放送サービスは特番等が増える年末には持ち直しも期待できるが、通信サービスは同業者との競争がますます厳しくなるため、キャリアとの客の奪い合いがしばらく続くことが予想される。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しく、良くない状況は継続するものと予測している。
		通信会社（営業担当）	・コロナ禍での生活パターンが定着しつつあるが、あらゆるものの価格高騰を賄うほどの経済余力がない。
		テーマパーク（職員）	・地元でも新型コロナウイルスの新規感染者数が多くなっている。宿泊客数への影響は以前と比べるとさほどない。しかし、買い控えの傾向は以前よりも強まってきており、来館数が増えても売上に結び付かなくなってきた。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に関係なく行動に制限が掛かることはなくなったが、かといって明るい話題があるわけでもない。コロナ禍においては良い状況といえる現在の景気が続くとみている。
		遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くかどうか、物価上昇が家計にどう響くかによるが、このまま推移するとみている。
		美容室（経営者）	・このところのリターン率の変化をみると、前年比マイナスではほぼ横ばいであり、大きく変化する兆候はない。また、賃金ベースアップといった政府の政策も内容がはっきりせず、客の反応も今一つである。当地にはサービス業が多く、賃金の上げ幅も、工場勤務と比べるとかなりの差があるようである。この状況ではなかなか消費に向かわないとみている。
		美容室（経営者）	・客の年齢層が決まっており、新規客の獲得は難しい。また、物価高が続いているため、客も価格に敏感になっているようである。
		住宅販売会社（経営者）	・短工期工法で価格が明確な建売を推進する。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、給湯器の納品遅れ状態が長期化すると予想している。リフォームも資材、商品の納品状況が工事に影響している。工事待ちの状態が続いている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・集客イベントの実施が難しいため、来場者数が前年よりも少ない状況が続くとみている。
		商店街（代表者）	・景況は新型コロナウイルスの新規感染者数に連動している。景気回復には時間を要する。
		商店街（代表者）	・夏祭り、お盆が終わった後に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・祭りやお盆が終わって来客数が減ってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・現在の我が国は国葬や政治家と宗教団体の問題、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まっている状況から、生活を静かに楽しむという雰囲気は全くななくなっている。そのせいで個人消費も減少の傾向になっていくのではないかとみている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・取り扱う商材が医薬品であるため、新型コロナウイルスの感染拡大による一時的な売上アップがあったと考えている。この要素がなくなれば、景気の実態を反映して悪化することになる。また、ウクライナ情勢が長期化することにより、エネルギーや食料の価格上昇が固定化され、消費意欲は低下する。
		スーパー(経営者)	・多くの商品が値上げされている。秋にかけて更に値上げされることになれば、買上点数が更に下がったり、安い商品を求めて客がドラッグストア等に流れたりすることが予想される。
		スーパー(店長)	・値上げラッシュはまだ続くと予測している。客の節約志向は更に高まるとみており、ディスカウントストアへの客の流動を懸念している。
		スーパー(営業担当)	・値上げは続く。新型コロナウイルス感染症対策の見直しで経済状況が活性化されてくるのかは不透明である。夏場の天候が地場産業にマイナスに作用しないか不安である。
		コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり減らなければ、景気は横ばいしないし下がってくるとみている。ワクチン接種をしても感染する人はするため怖がっている人はまだまだ多く、外出を控える人は多いとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・物価の上昇が続くとみている。
		コンビニ(店長)	・値上げが各分野で続くなか、先行き不安が募り、節約意識が高くなるのではないかとみている。
		衣料品専門店(店長)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれば、旅行、買物へと動く消費者が増えることに期待が持てる。しかし、インフレによる物価高により消費に慎重な人も増えてきている。
		家電量販店(店長)	・良くなる兆しが見えない。
		乗用車販売店(従業員)	・市場環境がこのまま変わらなければ、今現在の受注残での売上見込みが減少しているため、景気は良くならない。
		自動車備品販売店(経営者)	・8月の豪雨による農作物被害で、地域の主力である米、枝豆等々の収穫に影響し、収入が減ることが予想される。
		住関連専門店(経営者)	・年末が近づき大売出しなどが至る所で企画されるが、昨今はポイントが流行しており、キャッシュレスやポイントを取り扱わない小規模な当店は苦戦を強いられる。
		その他専門店〔靴〕 (従業員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による来客数の大幅な減少は、この先も続くとみている。また、値上げラッシュで財布のひもは固くなるのが考えられる。特に東北地方は冬季の灯油代が家計に占める割合が高いため、生活必需品以外への支出が減ることが予想される。
		一般レストラン(経営者)	・物価が上昇し、油関係など材料の仕入価格が上がっている。来客数も減少している。同業他社も同じ状況である。景気が良くなる要素は何もない。
		旅行代理店(従業員)	・新型コロナウイルス感染症第7波の影響により、個人旅行及び団体旅行の新規予約が鈍化傾向にある。また、当事者が感染者又は濃厚接触者になってしまったことによるキャンセルも発生していることから、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にならない限り、売上アップには至らない。旅行・観光業界における景気は悪化傾向にある。
		旅行代理店(従業員)	・新型コロナウイルスの感染が拡大しており、延期や中止が増えている。
		通信会社(営業担当)	・10月1日に過熱式たばこを始め様々なものの値上げが予定されており、以降も続くことが予想される。また、天候が不安定であるため、9～10月の豪雨被害等も心配される。
		通信会社(営業担当)	・一部の企業や行政においては、物価上昇の補填として給与補助あるいは支援金給付を行っているが、全体的な収入の底上げにはならない。今後は消費の伸びが低迷し景気は少しずつ悪くなる方向に向かう。
		通信会社(営業担当)	・ますます物価が上がることを予想される。

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
		競艇場（職員）	・毎年、この時期は売上が落ちる傾向にある。イベント等で来場促進に力を入れてもリピーターにならず、それきりの来場で終わってしまう。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・しばらくは、回復しないのではないかとみている。
	×	商店街（代表者）	・予約状況は完全に白紙状態である。新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に収束するような状況でもないため、先行きはかなり悪くなる。
	×	スーパー（経営者）	・10月にはまた一斉値上げがあるため、買い控えが強まり、消費の厳しさは更に増すとみている。身近に明るい話題が聞こえてこない。各自治体や政府は消費喚起策のプレミアム付商品券発行やマイナポイント付与等を打ち出しているが、利用の仕方が分からない人も多く、利用は限定的とみられる。10月からは最低賃金も上がるが、それ以上の率で支出・負担増があるため、消費はまだ低迷するとみている。
	×	スーパー（経営者）	・可処分所得が伸びないなか、秋冬にかけて更なる値上げが予定されている。消費者は節約志向、倹約志向にならざるを得ない状況である。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に減ってきている。それが来客数の増加にはなかなか結び付かないため、厳しくなるとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・秋には更なる物価高が予想される。
	×	一般レストラン（経営者）	・会社や学校には行かなければならないため、新型コロナウイルスに感染するリスクの高いエリアへの移動が減ることが考えられ、その影響を受けやすい業種にとっては最悪の景気が続くとみている。気にせず行動しても大丈夫とはっきり言ってもらえないと負の連鎖は田舎ほど継続、若しくは増大する。
企業 動向 関連 (東北)		*	*
		農林水産業（従業者）	・8月販売のももの精算書はJAからまだ届いていないが、天候が非常に良く品質も良くなったため、7月同様販売単価に期待が持てる。
		食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然落ち着かないが、人の動きは良くなってくるとみている。売上の回復は期待できるが、原価高騰で収益が心配である。
		食料品製造業（製造担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による自粛はあっても人流が大きく落ちることがないため、売上は右肩上がりが見込まれる。ただし、あらゆる物が値上がりしているため、商品設計や価格設定等、収益構造の見直しを迫られる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波以降も行動制限がないことを期待している。
		金属製品製造業（経営者）	・更に増産の情報が出ている。
		建設業（従業者）	・受注案件は相応にあるため、天候等の影響で進捗が遅れなければ良くなる。
		建設業（従業者）	・年末に向けて官民で比較的大型の工事契約が進む見通しもあり、景気は若干上向き可能性がある。
		司法書士	・登記所における不動産登記申請件数は前年並みである。しかし、建売住宅販売会社の土地購入に、これまで以上の積極性がみられるようになっている。
		公認会計士	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりの状況であるが、政府や自治体が行動制限を掛けなければ、小売、サービス業関係は売上、利益共に改善傾向が続くとみている。飲食関係はよくて現状維持、建設業や製造業は売上、利益が増加傾向なので、全体として景気が良くなるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・円安や燃料価格の高騰などの悪条件があるなかで、商品の値上げが続いている。生活者はよく計算して購買しており、高い物はなかなか売れず、安い物や必需品が動いている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・感染拡大がピークアウトし、人の移動に対しての心理的な障害が下がり、社内の移動に関するルールも引き下げられるとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・7～8月は新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による温泉街への人出の影響は少なかった。これが口コミで広がり、秋もある程度の人出は確保できると考えている。加えて宿泊施設での感染対策の評価も後押しするとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		食料品製造業（営業担当）	・好転する要素が見当たらない。今後も販売不振が続くとともに、原材料等の値上げの影響で利益確保が難しくなってくる。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種的に新たな事業転換を図らなければならない時期に来ている。新型コロナウイルス感染症を理由とした業況の停滞に話をすり替えている現状を打破しない限り、将来の景気、事業の回復にも明るさがみえてこない。	
		窯業・土石製品製造業（役員）	・特需や大型プロジェクトがなく、官需、民需共に低調である。資材や燃料等の高騰が続いており、価格の値上げを打ち出しているが、経営環境は厳しい。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先での増産や新規設備の話題は増えつつあるが、なかなか発注には至らない。材料価格は高止まりしている。構造部品や制御部品の入手もまだ困難な状況が続いている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体部品不足が解消されず、生産調整が今後も続くともみている。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症による影響が落ち着くのを待つ時期になるとみている。	
		輸送業（経営者）	・8月になって人流が増えたせいか、新型コロナウイルスの新規感染者数が更に拡大している。ドライバーの感染も増え、一部において仕事の受注にも影響が出ている。加えて燃油費が高止まりしているなか、トラックメーカーのエンジンに関する不正により新車代替がタイトになっており、その影響もあり新車も中古車も高騰している。さらに、タイヤも10%以上の値上げがあり、業界の状況は非常に厳しい。	
		通信業（営業担当）	・客との良好な関係を築いていけるよう努力を続けていく。	
		通信業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価上昇の影響が大きく、契約に消極的になっている取引先が多い。	
		金融業（広報担当）	・地域によっては大雨被害の影響を引き起こすことになるが、その他外的要因に問題がなければ、コロナ禍にあっても個人の消費意欲は旺盛な水準が継続するものと見込まれる。また、二次産業においても製造ペースは変わらず高水準を維持するものと予想している。	
		広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの感染拡大による行動制限が行われていないため、秋の行楽シーズンに向けた旅行や観光系の広告出稿に期待している。	
		広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、原油、電力不安、戦争の長期化など、不透明な要素が山積している。	
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注量、受注金額等に特段の変化は見受けられない。	
			輸送用機械器具製造業（経営者）	・各事業それぞれで取引先各社の動きが鈍化している。先々の情報も良い話は少ない。次期案件の減少など、先が見えてこない状況である。
			経営コンサルタント	・ゼロゼロ融資の返済が迫るなか、資金繰りに余裕のない企業に業容立て直しのために残された時間は少ない。
			コピーサービス業（従業員）	・価格変更のタイミングを計っているメーカー及び卸会社がいつ値上げに踏み切るかが気掛かりである。現在来年度のカタログを発注している段階だが、ほとんどのメーカーが5～10%程度値上げするようである。値上げ前の駆け込み受注を期待したいが、新型コロナウイルス感染症の影響で先行きが不透明であるため、客先も慎重である。
	x	農林水産業（従業者）	・肥料価格はこれまでにないレベルで高騰している。さらに、秋の収穫期の穀物乾燥機用灯油価格が引き続き高騰すると予想される。	
雇用 関連 (東北)		人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に拡大傾向にある。	
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・求人広告を始め、客に積極的な動きが出てきている。海外からの旅行客受入れが進み、国内旅行も刺激策が出されれば、かなり良くなるとみている。物価やエネルギー価格の上昇が回復の足を引っ張ったとしても、回復傾向は変わらないとみている。	
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は第5類的な感覚で市民に浸透しており、新型コロナウイルス感染症への抵抗感が薄れてきている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・例年、秋口から人手が欲しいという問合せが入ることが多い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（経営者）	・製造業や飲食業などでは、資材や原料の価格高騰、あるいは燃料費の高騰による厳しい経営環境は続くともみている。引き続き採用活動は行うものの、先行き不透明なので、パワーやコストをしっかりと掛けて行う企業は少ないようである。
		人材派遣会社（社員）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策が今一つはつきりしない。新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・インフレ抑制のための米国の利上げ、行き過ぎの円安など、恩恵のある業界とそうでない業界があり、景気回復にはつながらない。新型コロナウイルスの新規感染者数も依然高止まりしており、今後が見通しにくい。
		職業安定所（職員）	・受注が順調で人手不足を訴える求人事業所は相変わらず多い状況だが、燃料・電気・資材等の価格高騰に加え、10月の最低賃金改定や社会保険改定による会社負担増が足かせとなり、設備投資や新規事業が減少する可能性がある。景況感是不変らなるとみている。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着くとみている。これから秋の行楽シーズンを迎えプラス材料はあるものの、物価上昇に歯止めが掛からないため、景気は横ばいが続くともみている。
		職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、燃料の価格高騰や物価高などが事業者や求職者に影響を与えることも想定され、状況を注視する必要がある。
		学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルス感染症の影響で自粛していた経済活動が回復する一方、給与据置きでインフレが継続し、出費を控える傾向になるとみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・企業の採用意欲は高く、定着のため従業員の処遇改善を図る動きもある。この傾向は継続していくとみられる。
		アウトソーシング企業（経営者）	・コロナ慣れしたためか、会議開催回数に回復がみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりや物価高による経済活動への影響が懸念される。
	x	-	-

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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 (北関東)		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の低減とともに、乗客数増加に直結すると考えられる。
		コンビニ（店長）	・イベントなども再開しているため、今後も良くなっていく。
		観光型ホテル（経営者）	・希望を込めて、良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・いまだ新型コロナウイルス感染症の発生前には届かないものの、料飲部門も先の予約は前年比130%以上で獲得できている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が少し収まれば、もう少し良くなる。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば、消費は回復すると予測している。
		コンビニ（経営者）	・外部要因に大きな変化がないため、現状よりはやや良くなるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の騒ぎも、普通の生活の一部とみなされるような状態に近くなるのではないかと。
		衣料品専門店（統括）	・当店で、祭りがあるかないかで、販売量がかなり変わってくる。この近辺や全国的にも祭りが徐々に開催されてきている。また、新型コロナウイルスの感染対策は必要ではあるが、当地域では夏～秋と、段々と祭りが増えているので、客の動きは半分変わってきた印象がある。これから良くなるのではないかと。
	家電量販店（店員）	・コロナ禍で、徐々に行動範囲が広がって制限も解除されてきているので、消費マインドも強くなっていく。	

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
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、夏休みを少し長めにして、休み明けから生産台数のアップを図り、新型コロナウイルス感染症の発生前の90%近くまで回復してきているので、期待している。ただし、心配なことは近隣の大規模小売店への来客数が70%程度に落ち込んでいることである。
		都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第7波が、3か月以内に終息に向かうだろうという予測の元、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンがなくなったが、次の施策に期待している。
		テーマパーク（職員）	・緊急事態宣言等が発出されなければ、県民割などの影響もあり、来園者は増加する。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・秋口になって気温も平年並みになってくれば、人の動きも良くなり、イベント等もできるようになってくると思っている。少しは安心できるのではないかと。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光業にとって書き入れ時の夏休みであるが、新型コロナウイルス感染症の過去最大の感染拡大が起き、入出に大きな影響を与えたと思われる販売量になっている。政府による行動制限はほとんどなかったが、新規感染者数の高止まりが各個人へ行動制限を掛けていたように感じている。前年や前々年に比べれば人出は多いが、売上にはつながらないという思いが、近隣の同業他社の認識である。なし崩し的に行動制限の緩和がなされていくのかもしれないが、観光客の購買意欲回復までに至るのかは、疑問である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が激減しない限り、今の状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は多少落ち着くと思われる一方で、エネルギー価格や食料品価格の高騰等、本格的な景気改善には至らない。
		スーパー（商品部担当）	・良くなるキーワードが見つからず、現状以上に良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月後のことをはっきりとはいえないが、新車販売は、本当にどうしようもないほど車が届かないので困っている。その分、中古車は多少売れている。サービス関係も、車検等は定期的に来るものなのでやや良い。サービスと中古車市場は何とかなるが、新車販売の状況は2～3か月たっても恐らく変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・値上げ圧力が完全に賃金上昇カーブを越えている。ただし、そうしたなかでも、これまで我慢を強いられてきたレジャー等への支出は増えていく。現在の値上げの状況に慣れが出るまでは、相当厳しい状況が続くことを想定している。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・前年並みの売上は確保しているが、利益面ではまだまだである。売上は、外的要因である新型コロナウイルス感染症の影響がまだまだ大きく、また、ロシアとウクライナの戦争の影響で値上げせざるを得ないこともあり、改善されにくい状況が続く。これらが足かせになっているので、足取りが重い状態のままではないかと。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・来客数は徐々に回復すると思うが、仕入価格の高騰が続く、景気という意味合いでの回復はまだ先になると思う。どのくらい先になるかは全く分からない。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、減少によるので、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の発生当初のような、急激な悪さはなくなっている。かといってここ2年、上向きになっているとは感じられない。
		都市型ホテル（総支配人）	・不透明ではあるものの、予約状況から判断して、ある程度現状に近い売上は確保していけると見込んでいる。
		旅行代理店（所長）	・県民割等の延長も決まり、大きな変化はないものの、個人消費の落ち込みはないと想定される。秋の行楽シーズンに向かい、全国旅行支援制度のスタートに期待したい。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、しばらくは変わりそうもない。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況は、全国で感染者数は違うものの増減傾向は似ていると感じている。あくまでも個人的な予測だが、秋からの新規感染者数減少による消費者行動の活性化を期待しつつ、状況は悪くはならないのではないかと。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・社会情勢等の外的要因が不安定なため、政府が景気対策等を行わない限り、現状からの変化はない。
		通信会社（総務担当）	・物価上昇により家計支出が大幅に増えれば、販売は一層減少する。
		通信会社（局長）	・現状での販売が伸び悩んでいる外部要因である新型コロナウイルス感染症、半導体不足、物価高騰等が回復する見込みは薄い、こうした環境下でのサービスもできつつあるため、変わらない。
		競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束や、物価の安定がみえない状態では、今後の見通しも不透明である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・物価上昇と新型コロナウイルス感染症が収まらない限り、景気は回復しない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・良くなっていく気がしない。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が見込めない限り、景気が上向くことは難しい。ワクチンや特效薬の普及次第といったところではないか。
		設計事務所（所長）	・秋の価格高騰を受け、買い控えが出てくると思われる。
		住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍は、新型コロナウイルスの感染第7波がピークアウトしても、状況は改善されないと予想する。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・今後も原材料高が続くと見込んでおり、値上がり分を転嫁した適正価格での商売が、どう評価されるかが懸念事項である。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きが不透明で、ウクライナ問題、円安の影響による値上げラッシュ等、商環境に良化の見込みがない。
		スーパー（総務担当）	・今後は、更に値上げが増えていくので、良くなるとは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がいつまで続くか気掛かりである。不況感が出てきたように感じている。商材の値上げによるダメージで、どこまで購買力を下げるのかと心配している。
		乗用車販売店（従業員）	・受注は減少している。車両の納期遅延も続いており、見通しが立たない状況が続く。
		自動車備品販売店（経営者）	・ずっとコロナ禍のムードに飲まれている。皆、気持ちが詰まったままの状態である。政府などが思い切って対応方針を変え、他国と同じようにレベルを下げるなどして、経済をしっかりと回す方針や施策を取ってほしい。
		住関連専門店（店長）	・来客数アップとなる外部要因は今のところない。物価上昇とともに、景気はやや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・当店は値上げせずに頑張ってきたが、このまま物価高が続けば値上げは必須であり、客がついてこられるか心配である。また、家計にじわじわと影響が出ており、客の来店頻度は減るだろう。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・食材費や経費全般の上昇に加えて、最低賃金上昇に伴う従業員の勤務時間減少や支払賃金の増加により、当面収支面の圧迫が懸念される。単価等の提供条件見直しをクライアント先に依頼していくことが収益確保に必須とみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会需要は新型コロナウイルスの感染第7波の影響を受け、キャンセルや飲食なしの会議のみへの変更があり、この1か月で10月分の予約が1千万円減少している。料飲部門でもランチのキャンセルが増えてきており、飲食に関する人の流れが鈍くなっていると感じている。一方、行動制限がなく県民割等の補助がある宿泊は好調を維持しており、過去最高の売上となる見込みである。
		通信会社（経営者）	・円安による仕入れコストの上昇が続き、利益率が低下している。食品やエネルギー価格の高騰による消費者の買い控えもあり、とても景気が良いとはいえない。
		ゴルフ練習場（経営者）	・消費者の買い控えで、やや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・前年は写真館での七五三撮影予約や問合せがあったが、今年はほとんどない。これから先にも期待が持てないので、不安が募り楽観視できない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・このまま物価高と円安が続いたら、ほとんどの庶民は買物がおぼつかなくなるのではないか。
	×	コンビニ（経営者）	・現在、コロナ禍で客が全く来ないことが、悪くなっている理由である。

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
	×	衣料品専門店（販売担当）	・今後3か月くらいは、国民が新型コロナウイルス感染症との付き合い方はこういうことだと、きちっと対応力ができた上での社会活動をするようになってくると思う。まず、医療や薬等の具体的な話が出てこない限り、なかなか行動半径は広がらない。そのため、しばらくは悪くなっていく。政治に頼れる時代が来れば良いと思うが、残念ながら期待薄ではないか。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・為替も円安方向に進んできており、当社の場合は海外からのコンテナ入港が遅れて、物が入ってこなくなっている。また、年末に向け、原料の小麦や油等の値上げという報告も来ているので、今後、売価に転嫁せざるを得ない。そのため、客の購買は若干落ちるかともみている。また、新型コロナウイルス感染症が少し収まって来てはいるものの、一向に落ち着かず、いまだに新規感染者数も非常に多い。学校も始まるし、また年末に向けて感染拡大して、大変な状態になるのではないかと考えている。
	×	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症による不景気が直撃している。
	×	美容室（経営者）	・海外では、パルセロナオリンピックの成功で資金繰りは好転し、サグラダファミリア教会の建設が飛躍的に早まり2026年の完成が見えてきた。観光客も増えるに相違ない。対する東京はどうだろうか。東京オリンピックの幹部が贈収賄で逮捕されるなど陳腐な興行におとしめて、まさに貧すれば鈍するである。
企業 動向 関連 (北関東)		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車の組立ラインが通常稼働することを期待しているが、内示情報では極めて不確実な状況が続いており、予断を許さない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の製造機メーカー1社とは、来年まで受注が既に決まっていて、これ以上はどうにもならないという話もあり、良くなる方向だと思う。ただし、国内向けではなく全てが輸出なので、果たして日本は大丈夫かと不安になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が増え、人手不足気味になってきている。そうしたこともあり、これからは多少良くなっていくと思っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・第3四半期の生産計画では、中国向け部材を中心に生産数が2割程度増産となる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況は非常に良くない。特に、半導体関係等は落ち込みが大きい。今後は、競争相手等も含めて若干良くなることを期待している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体不足が解消されれば、増産の見込みである。
		経営コンサルタント	・ウクライナ戦争や新型コロナウイルスオミクロン株の別系統のまん延は、社会の行動制約要因としては大きくなく、先行きの不透明感は薄れてきている。石油製品を始めとする諸物価の値上がり傾向も落ち着きを見せつつあり、消費活動は徐々に上向いてくる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今までは余り出なかった商材が動くようになってきている。この先もこのまま続く予定なので、変わらない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・酷暑のなかでも、製造や売上は共に順調に推移しているので良かったと思っている。
		金属製品製造業（経営者）	・おそらく新型コロナウイルス感染症の影響だと思うが、人の動きも少なく、本当に先のことは分からない。困っている。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
		輸送業（営業担当）	・季節家電である秋冬物のヒーター、電気カーペットやレジャー、キャンプ用品等は前年並みの物量を確保予定である。ただし、燃料コストの高止まりやドライバー不足も続きそう。車両確保等の厳しい状況は続きそうである。
		司法書士	・大きな流れが変わったわけではないので、変わらないということが、間違いのないところではないか。
		社会保険労務士	・最低賃金が上がるので、価格転嫁が進んでいないサービス業のうち、最低賃金で雇用する従業員が多い事業所では影響が大きい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注状況からも特段変化は見られない。多少は増加するのではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（経営者）	・原材料価格の高騰等もあり、良くなる要因が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先からの受注予定数量が減少する。
		建設業（総務担当）	・とにかく発注のペースが遅く、現場監督が遊んでいる状況で、この先の見通しも怪しい。
		広告代理店（営業担当）	・良くなる要素が、何も見当たらない。
	x	建設業（開発担当）	・現与党政権の下、公共工事は順調に推移してきたが、コロナ禍で、今期の公共工事発注は前年比23%減となり、当社の今期決算は大変厳しい予想である。建設業では社員の高齢化に歯止めがかからず、ここ数年、新卒社員がゼロで今後も期待できない状況である。ただ、自然災害が避けられない我が国において、建設業は不可欠な業種である。今後も大変厳しいが、前を向いてチャレンジしていきたい。
	x	不動産業（管理担当）	・資機材の値上げが続き、最低賃金も上がるため、経費増加要因が続くことや取引先の解約や縮小等で、売上の減少が見込まれる。
雇用関連		-	-
(北関東)		人材派遣会社（社員）	・新規感染者数も高止まりしているが、日々の生活はかなり落ち着いてきている。これから2～3か月先は紅葉の時期も含めて、当地区を含めた県内への観光客入込数が増えるかと予想している。ホテル等施設の宿泊者数も順調に伸びるのではないかと。当社のようなサービス業では、人手不足が1番大変である。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルス感染症も新たなフェーズに入っていくと感じている。また、中期的にみても前向きな動きを感じている。ただし、希望的観測の方が強いかもしれない。
		人材派遣会社（経営者）	・求職者が少ない。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、一時的な人員不足等が発生している派遣先からの依頼が増えているが、求職者不足の状況はしばらく続くと思われるため、変わらない。
		人材派遣会社（管理担当）	・秋からの生産計画が不透明で、生産が増えて良くなるか生産減で悪くなるかは、来月に降に判明予定である。現時点では変わらないとみており、過剰な準備は避けている。
		職業安定所（職員）	・国の新型コロナウイルス感染症対策の施策が、足を引っ張っている。
		職業安定所（職員）	・前年同月と比較して求人数が上回っている状況が続いているが、新規求職者数は5月と比べて15%減少、前年同月比では5.4%減少している。新型コロナウイルス感染症が長期化するなかで、雇用や求職活動に与える影響等が懸念される。
		人材派遣会社（経営者）	・夏休みも終わり、購買力が全般的に落ち込み、電気等の公共料金も上がると見越しているため、いろいろ控えているのではないかと。旅行関係も期待はしているが、まだ不透明感がある。住宅は依然として横ばいで、堅調である。
	x	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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		衣料品専門店（統括）	・今月同様、新型コロナウイルス感染症対策のため行動制限されていた前年と比べれば、2～3か月後の来客数は上回ると予想している。
(南関東)		都市型ホテル（スタッフ）	・毎度のことだが、新型コロナウイルス感染症が収束すると信じて準備を進めていくしかない。また、訪日客に対する規制緩和を加速させればインバウンド需要が戻ってくることから、状況は改善する。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの来客数も前年度に比べ非常に増加しており、訪日客もかなり増えていると感じる（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は秋の旅行シーズンに入るので、教育旅行も修学旅行を中心に販売量が増えるかとみている。また、今後、全国旅行支援などが再開されれば、更なるプラス材料となる（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
		商店街（代表者）	・さすがに新型コロナウイルスの感染第7波は落ち着いてくる。これまでの例から、波の後には必ずリベンジ消費が来る。加えて、10月に予定しているイベントに対するレスポンスも良い（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・自治会からの敬老の日向けの注文が前年度より増えている。秋のお祭りも現段階では開催する方向で進んでいるので、売上が多少見込めるのではないかと。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・原価等が上がり、商品価格も上がっている。正直、それに伴って来客数が減るのではないかと危惧していたが、意外にも今までどおりの売上がしっかりある。外商の方でも、これから数か月後の物件などが幾つか取れているので、若干上向くのではないかと。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症は続くと思われるが、秋期から年度末に掛けて、受注増が見込まれる（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・物価上昇の影響で買い控えのアイテムがあると予測されるが、年末に向かい、お歳暮商戦、おせち受注などの前倒しにより客単価が上がるものと予測している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今後もコストアップによる価格上昇が続くことが想定され、国内市場の継続した伸長は期待できない。外国人観光客の需要拡大に期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・トラベル関連のファッション需要、プライダルなどのライフイベントが復活する。天候予測から、重衣料の動きに期待している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症に関しては、行動制限のない夏を過ごしたことで、秋の行楽需要なども回復基調に向かうとみている。気象条件としても、現在の記録的な猛暑と比較すれば、過ごしやすい秋は良い傾向での推移に期待が持てる（東京都）。
		百貨店（店長）	・前年も10月以降は行動制限がなかった。新型コロナウイルスの感染第7波が収束し、2～3か月後には人流に一定の回復があるとみている。前年10～11月はコートなど秋物商材が堅調であったが、コロナ禍で買物ができなかった方たちに行き渡っているわけではないので、今年もそういった秋物商材需要が見込める（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染第7波の影響が一定程度収束に向かえば、景気が上向くと想定している（東京都）。
		百貨店（管理担当）	・過去の傾向から、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくれば、気候も良いので外出気運が高まってくる（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・このまま行動制限がなく、インバウンド需要なども増えてくれば、売上改善が続くのではないかと期待している（東京都）。
		家電量販店（店長）	・緩やかな回復基調を期待している。年末に掛けて新型コロナウイルス感染症関連報道が過熱しなければ、リベンジ消費の方向に向かっていくのではないかと（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・若干楽観的な見方もかもしれないが、新型コロナウイルス感染症への対応が一段と高度化し、国民も新型コロナウイルス感染症を意識しつつも、ウィズコロナ対策が有効に機能する。また、インバウンド政策も入国者制限の上限見直し等で底堅く需要が推移すると考えると、楽観シナリオも現実味を帯びてくる（東京都）。
		家電量販店（従業員）	・出かける人が増えてくれば、どんどん良くなる。物価の上昇が止まらないのが心配である。
		高級レストラン（役員）	・9月は秋のイベントが多い時期だが、新型コロナウイルスの感染拡大を抑えられていないなかでもキャンセルは少なく、予約や問合せも若干増加傾向にある。これから年末に向けて今のままで推移すれば、消費が増える時期でもあり、好転を期待できるのではないかと（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・下半期から年末に向けて、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）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の景気だが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれば、ケータリングのパーティーなどは復活してくると思うので、売上が少しずつ伸びていくのではないかと。主にケータリングの仕事についてだが、少しずつ良くなる。

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
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は少し落ち着いてきている。このまま少しずつでもいいので減少してほしい。ロシアのウクライナ侵攻や円安による原価、経費の上昇が続いている。もう、神頼みするしかない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・東京都の新型コロナウイルスの新規感染者数が、前週よりもかなり減ってきている。高止まりもピークアウトしつつあり、この先会社での飲み会などの予約が何件か入ってくるのではないかと思うので、今までよりは店も潤って景気も良くなっていくのではないかと（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・希望的観測である（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・当自治体独自のプレミアム付商品券やキャッシュレス決済のポイント還元など、消費促進のためのキャンペーンが来月から本格化する（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・このままの状況が続けば、経営が困難になる。政府はウィズコロナにかじを切り、早急に感染症法上の分類を2類から5類に変更してもらいたい。それに伴って、法人の利用が再開しなければ、シティホテル経営は非常に難しくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・やや良くなると答えたものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が減れば、普通に考えれば良くなる。ただし、政府の中途半端な対策の緩め方と、日本人の真面目な性格からいって、相当緩やかなカーブになる。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に伴う移動に関する規制や、外国人の受入態勢の緩和も検討されているので、それらが実行されれば予約や来客数も増えてくるのではないかと（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・海外渡航において、9月から入国時、帰国時のPCR検査が不要となるため、控えられていた海外旅行に期待ができる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援等の施策が始まれば、大きく募集もできる（東京都）。
		タクシー運転手	・昼間の仕事はコロナ禍でもかなりできている。特に病院、駅、会社の送迎は以前と変わらない。深夜は仕事が少ないが、一度の出番でロングの客が1回程度はあり、売上は上がっている。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の発生前も同様だが、9月は人の流れが少し悪くなる。新型コロナウイルスの感染状況により変化はあると思うが、新規感染者数がどんどん減っていけば、年末に掛けてまた人の流れが活発になると期待している（東京都）。
		タクシー（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくれば自然と回復する。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との共存に慣れていく（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・業務案件と技術者が少しずつ増加してきており、今後も回復を期待している（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着くことが期待できる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大に陰りを感じるので、3か月後は大丈夫だろうという感覚がある。
		ゴルフ場（経営者）	・秋のハイシーズンに入ることから、来場者数は夏場より増える傾向がある。
		競輪場（職員）	・今のところは、事業改善する試みを打ち出して、原状回復を重ねていくしかない。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・過去に新型コロナウイルスに感染したことがある人が増え、逆転現象のようなことになるのではないかと。ワクチン接種者よりも無敵な感じで行動している（東京都）。
		その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、今夏同様に、年末年始も人の動きが活発になるのではないかと（東京都）。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・新型コロナウイルスの感染第7波以降も断続的に感染拡大の波が来るとは思うが、重症者率が上がらなければ、徐々に景気が回復していく（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・直接的に景気が良くなるとは思っていないが、新しい相談を受けている。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が早めに収束してほしい。

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
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材需要の先行きは、一定レベルで推移するなかでまとまった案件スタートも増えてきているので、動きが良くなる見込みである（東京都）。
		商店街（代表者）	・商店街の状況を見てみると、最近少しずつではあるが撤退する店が出てきており、その後新店舗が入ってくるまで時間が掛かっている。長いと半年や1年以上たってもまだ入らない店もある。商店街の店が少しずつ抜けてきており、このままでは非常に大変な状況になる。新型コロナウイルス感染症の収束を願っているが、我々も何としても商店街、あるいは店を維持するために、頑張らなければいけない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・全体的に見ると、今年も猛暑であったが、半導体不足などのため、エアコンを含めて商材の需給が追いつかず、売上はもう一步である。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・食品の売上が他の消費を抑えるような気がする。電化製品も徐々に価格が上がってきている。どうしても必要な物以外は買い控えるのではない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・当社の環境においては、値上がりは当たり前のようにある。世間でよく値上がりといわれており、特に食品関係の話題が多いが、購買意欲が低下する気がする。これ以上購買意欲が低下しては困るが、何とか頑張っていきたい。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・既に中止になったイベントや行事がある。新型コロナウイルスの新規感染者数が減り、自主的緩和が解消されるまでは変わらない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、このままでは秋から年末に掛けての来街者数が余り見込めない。したがって、来客数も余り期待ができず、景気が上向きには程遠い（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・良くなる材料が見当たらないが、やはり、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ることが、1番の景気回復要因になると期待している。
		一般小売店〔生花〕（店員）	・花屋は1か月に1回は行事があるような気がしていたが、8月のお盆が過ぎると、9～11月は花の需要がなくなる時期である。頑張るつもりだが、余り変わらない（東京都）。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が収まらないと、どうしようもない。商売ができず、客が来ないようでは売上どころではない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・様々な施策に関し、効果が出ている面も感じられるが、衣料品の低調な動きは継続することが予想される。
		百貨店（総務担当）	・コロナ禍、ウクライナ情勢、円安等、景気に影響を与えかねない与件がどれも先行き不透明で、予断を許さない状況である。過去の比較対象となるコロナ禍前の2019年10月は消費税増税が行われた年月であり、景気が良く見えるのか、悪く見えるのか、判断が難しい（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症対策は緩和に向かっているが、エネルギーや食料品などの物価高は今後も見込まれるため、引き続き消費には慎重な行動になる（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・マクロ経済状況や新型コロナウイルスの感染状況次第なので、先行きは不透明である。ただし、現状よりも悪化又は好転する材料は、向こう2～3か月単位では見当たらない。インバウンドも、段階的な制限解除があるとはいえ、観光客の来日状況は現状とほぼ変わらない見込みである（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・現状は新型コロナウイルス感染症対策による行動制限の反動の影響が大きく、先行きの不透明感は続いている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりに加え、今後も想定される様々な物価上昇に対して、消費者の意識は厳しくなるため、今月と変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策次第である（東京都）。
		百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響について、先行きは不透明であるものの、行動制限等の規制がなければ、来街者数は徐々に回復する。ただし、燃料費を始めとする原材料及び食料品等の値上げにより、財布のひもは更に固くなる。引き続き、先の読めない状況が続く（東京都）。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛よりも、物価高騰による買い控えの影響が今後も続くと想定されるため、好転の要素は少ない。

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
		スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、平均単価が低下傾向にある。販売量としては、客は前年並みかそれ以上に買ってきているが、単価が下がっている分、客1人当たりの買上額がなかなか前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
		スーパー（経営者）	・打つ手がない。
		スーパー（経営者）	・天候によって大分左右される。前年は天候不順で非常に良くなかったが、今年のお盆期間中は比較的良かった。13日は台風だったが、前日と翌日でカバーできたのが大きい。9月から値上げラッシュが続くことと、青果は猛暑や集中豪雨の影響で相場高になるとみている。青果の売上は良くなるが、一般的には値上げにより節約、買い控え傾向になるので、やはりやや悪い状況がずっと続く。
		スーパー（店長）	・現状、店ではいろいろな販促を行っているが、なかなか来客数が増えず、買上点数も伸びない。各地方自治体では、例えば、県独自にキャッシュレス決済の買上金額の最大20%がポイント還元されるキャンペーンなど、いろいろな取組をしており、盛り上がっているようである。そうしたイベントが当地にもあれば、景気も上向くのではないかとと思うが、現段階では変わらない（東京都）。
		スーパー（店長）	・食品は更なる値上げが予定されているため、客の買い方もより一層変化していくことが予想される。
		スーパー（総務担当）	・物価は上がるが、最低賃金も上がる。
		スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価は上がると思うが、トータルでは買上単価や販売量の落ち込みが今後もまだ続く（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が大きいのが、年末等に向かって日常の消費は節約志向が継続し、買物回数や購入額の抑制傾向が続く。また、年金や老後の不安から、消費よりも貯蓄へと自己防衛意識の増大が予測されることから、景気上昇への課題は多い。
		コンビニ（経営者）	・夏場で休暇もあるので、客単価が上がって飲料等が売れ、単価が上がっている。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないので、秋以降も不安が残る。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束しないので、サークル活動等も縮小し、外出自粛が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・8月はもともと悪いので9月以降に期待したいが、いろいろな物が値上がりしているため、景気はまだ上昇傾向にならないのではないか。期待感と不安感を合わせて、変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波に伴う行動制限により、消費活動の縮小や売上減少の可能性があることと、物価上昇によるコスト負担増加が懸念されるが、今のところは計画どおりに進行している（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・通常、秋は衣料品の需要が多い時期だが、残暑、新型コロナウイルス感染症、物価高の影響で先が見えてこない。
		家電量販店（店長）	・家電製品でいえば買換え需要は見込まれるが、単価を上げにくくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。半導体不足で生産が遅れており、注文後、納期まで3か月～半年掛かるので、客が敬遠しているのではないか。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が早くなる見込みはまだないので、現状維持が続く。整備部門も前年と同じくらいである。
		乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の動向による。
		乗用車販売店（営業担当）	・いまだに納期が不透明で、先行きが不安である。
		乗用車販売店（店長）	・納期遅延が解消しない限り、景気回復はない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が正常化する見込みが立たない。
		乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足が解消される見込みがない（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	・特に変化を感じない。
		住関連専門店（店員）	・国からの支援策は特になく、物価が上がるだけなので、変わらない（東京都）。
		その他専門店[ドラッグストア]（経営者）	・どう見ても余り景気が良くなりそうな感じがしない。

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
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響で来客数が減少することはなくなってきているため、景気が悪くなるとは思わないが、この数か月のすう勢を見る限り、すぐに良くなるとも思えない（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・社会経済活動がこのまま止まることなく維持され続けられ、人流の回復は更に加速し、来客数の増加が期待できる。一方で、秋以降に原材料の値上げが本格化すれば、その対応として売価への転嫁も検討せざるを得ないため、客の購買意欲の低下も懸念される（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	・先行きが予想できない。良くなる見込みがない。
		高級レストラン（営業担当）	・当面の間は新型コロナウイルスの感染拡大と縮小、それに伴った売上の上昇と下降の繰り返しと考えている。変化に柔軟に対応できるような営業体制の確立、利益が生まれる体制づくりが喫緊の課題である（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・休業補償に伴う手続が一段落した現在、新型コロナウイルス感染症の影響による売上減少が依然として続いている（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症と経済がかなり深く結び付いており、影響が大きい。皆にうまく付き合っていくという雰囲気が見受けられるので、良くなっていくとは感じる。しかし、原材料費の高騰、円安が今後もじわじわと企業や生活を圧迫していくので、まだ良くならない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているなか、宿泊やレストランの一部には活発な動きがある一方、感染状況を見据えて、法人利用などの動きは全く止まっており、先行き不透明な状況が続いている。ピークアウトの兆しもあるものの、すぐには回復も難しいことから、景気は変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・物価上昇はあるものの、人の「欲」は変わらない。物価が現行の2倍、3倍となれば話は別だが、小幅な値上げ程度では人の「欲」は変わらない。
		タクシー運転手	・昼間の利用者の中心であるサラリーマンがやや戻りつつある。加えて、新型コロナウイルス感染症もあるが、街中には人も車も増えているので、やや希望を持っている（東京都）。
		通信会社（経営者）	・しばらくは半導体不足の状況が続くため、2～3か月先も景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・CMの依頼が小規模だが続いている。興行の復活もあるので、期待できる（東京都）。
		通信会社（社員）	・大きなイベントがないことから、さほど変わらない見通しである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・好転していく材料が見つからない。現状が当面続いていくと考えられる。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は限定的になっているものの、物価高、転入居者数の横ばい傾向等で、景気自体もしばらく横ばいの状況が続く。
		通信会社（管理担当）	・物価高の影響について報道がなされており、不安感が続く。その見通しや改善状況が報道されることにより、消費意欲が増加する。ガソリン価格の補助についても、補助の恩恵を受けていることが分かりにくく、電子マネーへの還元として消費を喚起すべきである。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（経理担当）	・9～10月に生活用品の値上げ告知が多く見受けられるため、一般的に何にお金を使って、何に使わなくなってくるのか、動向を注視していく。
		通信会社（局長）	・市場の状況から特に改善は見込めない。
		通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響により客との接触が制限されているなか、顧客獲得への過大な期待は難しい。また、電気代、機器代など、原価上昇への影響が避けられない状況は当面継続するものとみている。また、個人消費の冷え込みによる加入意欲、継続意欲の低下も引き続き存在している（東京都）。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数を見ている限り、また何かしらの制限が出るのではと感じてしまうため、期待を持ってない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [複合文化施設] (財務担当)	・新型コロナウイルスの感染第7波に対して、内服薬の特例承認もなく、収束に向かう鍵が見えない(東京都)。
		その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	・客がコロナ禍での消費に慣れてきていると感じる(東京都)。
		美容室(経営者)	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
		その他サービス[立体 駐車場] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
		その他サービス[保険 代理店] (経営者)	・物価の上昇にも慣れて、購買意欲もやや上昇するも、実態として感じない。実感としての売上増加は期待できない。
		設計事務所(所長)	・ほとんど変わっていく様子はないが、多少土地の売買が出てきている。ただし、地形が悪く、地価が高い。また、建築コストもまだ高い(東京都)。
		住宅販売会社(経営者)	・新型コロナウイルス感染症が収まらない限り、また、ウクライナ情勢が改善しない限り、景気は良くならない。早期の新型コロナウイルス感染症の収束と、ウクライナ情勢の解決を期待している。また、政府には景気対策も期待している。
		住宅販売会社(従業員)	・政策による「こどもみらい住宅支援事業」は、対象となる子育て世代や若者夫婦世帯には多少優遇があるが、対象外の世帯にとっては政策や税制のメリットが感じられず、建築費の値上げや住宅ローンの長期金利が上昇してきているため、様子見の客が増えている感じがする。
		住宅販売会社(従業員)	・やはりまだ景気が良くなるとは思えない。地価の高止まり、建築資材の高騰、中国のロックダウンによる住設関係の遅延など不安要素が多くあり、景気の回復はまだ先になるのではないかと。
		その他住宅[住宅管理・ リフォーム] (経営者)	・決まるまでに時間が掛かる仕事のために、すぐに好転するという事は考えにくい。
		一般小売店[家具] (経営者)	・とにかく景気が悪い。ここに来て新型コロナウイルス感染症がかなり流行していることと、物を買うような状況、雰囲気になっていない。これからもこの状況が続くのではないかと(東京都)。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・10月頃から、酒類業界の値上げが一斉に始まるため、更なる買い控えが起きることが予測される。物価上昇と所得のバランスが崩れている。
		一般小売店[傘] (店長)	・仕入価格の上昇による価格設定の変更、新型コロナウイルスの感染第7波の先行き不透明感から、売上は良くならない。
		一般小売店[茶] (営業担当)	・商店街にあった生鮮製品のスーパーが6月に閉店し、客足が分散したのか、通行量が減少している。今月は加えて炭火焼き肉店が閉店している。
		百貨店(営業担当)	・原材料費の高騰や物価上昇の影響による消費者の購買動向の変化が、今後本格的に出てくることが予想される(東京都)。
		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いる。この先も商材の値上げが行われるため、購買意欲が更に薄れていく可能性がある。当面は消費が上向きになるとは考えにくい(東京都)。
		スーパー(総務担当)	・光熱費等々の値上げがあるが、賃金がそれほど上がっている実感がないなかで、日常使いのスーパーでの商材の購入が非常に厳しくなる。特に、生活の基盤である食料品や日用品、住まいの品などの売上はこれからも厳しくなっていく。ガソリン価格を含めた光熱費等の値上げがやはり家計に響いてくる。
		コンビニ(経営者)	・値上がり商材が増え、客がディスカウント店に流れているのがはっきり見てとれる。この先はますます厳しさが増す。
		コンビニ(経営者)	・かなりの商材が少しずつ値上がりしている。周りが高齢者が割と多いが、年金などが減り、収入が少ないと思われるので、景気は余り良くならない。
		コンビニ(経営者)	・現在は行動制限のない生活となっているが、やはり物価が上がり、原油その他も上がり、客単価が大きく下がっている。また、季節要因もあり、この先、夏よりはかなり落ちていくだろうと感じている。来客数は変わらないが、単価が落ちていく。

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
		コンビニ（経営者）	・様々な物の価格が上昇しており、景気はやや悪くなる。新型コロナウイルス感染症の収束と、ロシアのウクライナ侵攻の終結が見えないと厳しい。
		コンビニ（商品開発担当）	・やはり新型コロナウイルス感染症と、昨今の原料、燃料価格の大幅値上げによる影響が懸念される（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・長期休みなどの後は来客数が少し落ち着く傾向にある。とはいえ、地域密着のコンビニは、そこまで大きく景気が上下しないのがメリットでもある。新型コロナウイルスの感染第7波により新規感染者数は増加しているが、そこまで経営に影響するほどではなさそうである。今後の動向に注目している。
		家電量販店（店長）	・毎月、商材の価格が上がっているため、趣味の品等で買い控えが懸念される（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	・前月は変わらないと考えていたが、今は若干悪くなるとみている。それはやはり、この十数年大きく変わらなかった物価が、ここ数か月の間に随分上がっているためである。特に、燃料関係や生鮮食料品なども上がってきているなかで、給料が上がらない状況なので、今後景気は悪くなる（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・サービスの需要が厳しくなるとみており、合わせて中古車市況が落ち込むと予想している。
		住関連専門店（営業担当）	・現状は住宅設備機器の値上げによる駆け込み需要があるが、値上げの一巡後は反動による落ち込みが懸念される（東京都）。
		住関連専門店（統括）	・今年一杯はコロナ禍が収束しない。まだまだ景気が戻ることはないのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月からの社会保険適用拡大や物価高により、今よりも厳しくなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・今月は夏期休暇等により燃料需要が多かったが、3か月後は今月よりは減少する（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・円安や物価上昇に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数も減っていない。政府に世の中を良い方向に持っていこうという意気込みがなければ、景気も良くなるのではないかと（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・10月に値上げラッシュが控えているので、給与のベースアップが追い付いていかないと、消費が冷え込む。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が少しピークアウトしてきたように見受けられるが、現政権が本格的な景気対策を打たず、米国の方も景気が腰折れする先を見越すと、これから徐々に悪くなるような気がする（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・何も対策をしない現政権のままでは、経済は決して良くなることはない。全てが悪い方へ悪い方へと、更に向かっている。
		一般レストラン（経営者）	・円安による輸入食品の値上がりや世界的な食糧不足、長引くロシアのウクライナ侵攻の影響がある。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・10月以降、材料費、光熱費の上昇は更に加速する予想である。加えて下期から最低賃金の引上げ等が実施されるほか、取引先の委託料の引上げ等も容易に進まないであろうと推測できることから、景気回復は当分想定し難い（東京都）。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている。国民は感染対策にも慣れて、やるべきことはやっているが、政府が思い切った対策をしてくれない限り、病院の方が心配である。これから感染者が減っていく要素は見当たらないので、余計に不安である。
		タクシー運転手	・東京都区内のタクシー運賃が今年11月頃に新運賃に改定になりそうである。そのため、しばらくの間タクシー乗車を控える人が出てくると思うので、多少悪くなる（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染状況によるので、正直分からない。飲み薬や感染症法5類への変更等がないと、客足は戻ってこないと思われるが、新型コロナウイルス感染症の発生前に回復することは期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（局長）	・物価高に加え、政府による新型コロナウイルス感染症の5類への変更によって、財布のひもが更に固くなる。通信費の削減傾向がますます強くなり、安価なサービスに傾いていくと、当社のような娯楽であるケーブルテレビは解約数の増加が見込まれ、大手通信会社の通信障害の影響に加え、大きなダメージを受けやすい（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の動きを見ていると、節約傾向にあるので、当面上向きにはならない（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・足元では、契約件数が伸びないなか、費用が減少しているため、一定の利益を確保できているが、徐々に原料高による費用の増加が見込まれるため、不透明感が強い（東京都）。
		ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染第7波の渦中にあっても、秋の繁忙期の予約状況は良好であるが、その中心はメンバーである。新型コロナウイルス感染症との共生社会を意識し、接待やコンペ開催の規制を緩和する法人もみられるが、その動きも限定的であり、収益性の低い状況が続き、資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収に苦慮するものと考えられる。レストランにおいても、客単価は2019年比で20%低下しており、今後も厳しい運営を余儀なくされる。
		パチンコ店（経営者）	・コロナ禍に対する政府の経済支援策も明確に打ち出せず、続く円安に伴う原材料等の値上がりや消費者物価上昇のあおりを受けて、企業の収支バランスが悪化していくことが予想される。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏の集客期に反応が鈍かったため、先行きもやや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で動きが取れない。また、今計画を組んでも、木材の値上がりがひどく、輸入等を考えるとなかなか物が手に入らない状況がある。内装面を考えても、やはり資材の高騰や、材木不足、新型コロナウイルス感染症の影響、それに加えて賃金アップと、全部が問題である。話はあっても皆が真剣に考えることができない。落ち着いた、実のある打合せをしたいと思っているが、相手がなかなか付いてこない。
		設計事務所（経営者）	・コロナ禍が解消される兆しが見えず、閉塞感がある。問合せや相談件数が非常に少ないので、先行きは厳しい。
		設計事務所（職員）	・ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染症による影響の収束が見通せない（東京都）。
		住宅販売会社（総務担当）	・資材の高騰に伴い、先行き不透明感がある。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今後どういふふうに動いていくのか分からない状態である。何軒か潰れた取引先もある。この先どうなっていくかが分からず、とにかくつらい（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がある。
	×	スーパー（経営者）	・今までも悪くなっていたが、旧盆明けから一段と厳しくなっている。インフレにより生活がかなり苦しくなっている。
	×	スーパー（仕入担当）	・コロナ禍の出口は見えず、値上げにより消費者物価が上昇し続けると思われるので、生活防衛意識が高まり、消費は冷え込む。
	×	コンビニ（経営者）	・物価の高騰による悪影響がある（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻による資材価格高騰の影響が秋口から売価に反映してくる予定であり、物価上昇による買い控えが深刻化すると予想している。
	×	衣料品専門店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が見通せないことや、先行きが非常に不透明であり、物価の上昇もマイナス要因となることから、景気回復にはかなり時間が掛かるものとみている。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・この先、価格高騰からくる家計ひっ迫の実感をきっかけに、消費マインドが低下する（東京都）。
	×	旅行代理店（従業員）	・前年比では、販売量は伸長すると予測しているが、2～3か月後の景気は、物価上昇の影響で買い控えが起きて悪くなる（東京都）。
	×	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響次第では、既存の学校団体案件まで中止又は延期になることが懸念される。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇により買い控えが起きる。

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
	x	ゴルフ場（経営者）	・具体的な経済対策が乏しいなか、物価上昇と最低賃金引上げでは、中小企業は苦しくなるだけである。
	x	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第7波はピークを過ぎたかもしれないが、新規感染者数が高止まりしているなか、日常生活に戻せば戻すほど、感染の波は継続する。さらに、ロシアのウクライナ侵攻等の影響で物価が高騰するなか、政治家と宗教団体の問題で信頼を失うとともに、人々が政治に関心を持たなくなってしまうとしたら、日本は危機的状況に陥る。与党の信頼回復がなければ、景気は良くならない。
	x	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・夏季講習期間と、新型コロナウイルスの感染第7波の影響で生徒がなかなか集まらない。収束しないと厳しい。
	x	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症が非常に長引いている影響で、全ての仕事が延び延びになっている。材料費の値上がりなどもあり、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年同様に、当社特有の繁忙期になるので、受注量が増える（東京都）。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・10月以降の問合せ案件が、まだ最終決定ではないものの、新型コロナウイルス感染症の発生前の量に戻りつつある（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・中小企業からの受注が増えてきている。
		食料品製造業（経営者）	・外で飲食する割合が増えてきているようなので、期待している（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収まり、個人消費やイベント開催に加え、年末商戦の回復を期待したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・建築に関連する工事でベテラン作業員を確保できないことが多々あるようで、当社が開発した省力化システムが見直され、将来の受注残として残っている（東京都）。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が今より減少する。また、飲み薬が承認されると、感染症法上の取扱いが5類に引き下げられる可能性がある（東京都）。
		通信業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束により向上するのではないかと（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・値上げがまだ続いており、購買意欲が下がったままのようである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は動き始めていると感じているが、一方で、個人の実印や銀行印、ゴム印などは全然動いていない。それどころか、少なくなっているように感じている。合わせると、先の見通しとしては変わらない（東京都）。
		化学工業（従業員）	・取引先の話では、材料の品不足がまだ続いているため、仕事量が元に戻らず、少ない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・この先もまだまだ値上げが続くと思うので、動向がはっきりしない限り、景気の上昇は見込めないのではないかと。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・各クライアントにおいて、新型コロナウイルス感染症の影響で先延ばしされていた新企画が徐々に動き始めているようである。まだ話の段階で具現化すれば一気に活気付くのだが、確実性に欠ける。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大手商用車メーカーのエンジン不正問題がどういった影響を及ぼすのか不透明なので、何ともいえない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今後3か月予想の受注量は、微増ではあるものの堅調に推移する。ただし、原油価格、輸送コスト、人件費が更に上がる場合は、打ち消されて変わらなくなるのではないかと。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体の需給バランスは徐々に解消されているようである。供給不足が自動車業界特有の問題でなければ良いが、予断は許さない。景気回復はまだまだ先である。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・最近良くなっている兆しが見えているものの、これから更に急激に良くなる雰囲気はまだない。徐々に良くなるような気がする。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・円安、新型コロナウイルス感染症の影響などがあり、不安要素はありつつも、小康状態である（東京都）。	
	建設業（経営者）	・現政府における方向性が全く分からない。昨日言ったことが今日変わる、そのような状態で経済が良くなるのか、またコロナ禍においてどのような対策をしているのかということが見えないので、多分すぐに景気が良くなることはあり得ない。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出货量もない状態である。今後も現状が続く予想である。	

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
		通信業（広報担当）	・これまでの半導体不足、ロックダウンの影響が和らぎ、しばらくはこの傾向が続く見込みである（東京都）。
		金融業（従業員）	・地元では、新型コロナウイルス感染症対策を講じながら夏の祭礼が3年ぶりに開催されるなど、コロナ禍での地域活性化への取組に多くの関係者が知恵を絞っている。一部の小売業者では猛暑の影響で売上が伸びたところもあるようだが、原材料価格の高騰には依然として歯止めが掛からず、幅広い業種で先行きが懸念されている（東京都）。
		不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が広まりつつも街中、飲食店街のテナントのにぎわいは回復してくる。
		不動産業（従業員）	・物価上昇や価格の高騰もあるが、新築マンション市場は好調のまま推移するとみている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・オフィス系テナントの動きは余りみられないが、飲食系テナントからの賃料減額の継続要請が止まらない。退店されても新規で開店してくれる店もないので、売上が回復するまでは減額に応じざるを得ず、厳しい状況が続く（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・引き続き新型コロナウイルスの感染状況などに左右される（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・現状ではプラス要因や好転する要素が見当たらない（東京都）。
		税理士	・以前は、国内よりも米中の景気に影響されるところが大きいとずっと言ってきたが、今は国内の新型コロナウイルス感染症の影響や、ロシアのウクライナ侵攻の影響による燃料や食料価格の上昇による影響が大きく、景気は悪い。いろいろな要因が重なっているので、悪いままで変わらない（東京都）。
		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	・好転する材料が見当たらない。
		税理士	・人の活動が徐々に新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っても、訪日外国人のインバウンド回復までは望めない。ウクライナ情勢が改善され、エネルギーと物資の供給が元に戻るまでは、景気の上向きは望めない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が収まってくれば、全体的な取扱量は回復基調になると思われるが、資材等の値上げもあるため、当社を取り巻く環境は変わらないものと予想される。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人を手当てできなければ受注できないので、売上増加は余り見込めない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができない状況なので、現状維持で推移しそうである（東京都）。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・夏のレジャーシーズンが終了することと、新型コロナウイルスの感染が再拡大していることから、変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、集客することに消極的な感じで案件自体が目減りしているため、まだまだ不安な状況が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・営業に力を入れて仕事を確保する。入った仕事は速やかに見積りを出して確保し、次の受注につなげるようにする。
		金属製品製造業（経営者）	・大企業が協力企業に、材料価格だけでなくエネルギー、副資材、人件費アップ等の転嫁を認めないと、従業員の給与アップが難しい。しかし、そう簡単に大企業が価格転嫁を認めるとは思えない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現時点でまだ実感はないが、電子部品、半導体製品の過剰生産により在庫調整が必要になるとの予測が高まりつつあり、景気としては悪くなる可能性がある。
		建設業（経営者）	・円安が進み、かつ価格が上がる傾向にあるので、物件が少なくなるのではないかと。
		輸送業（経営者）	・多くの品が値上がりしてきており、今後も値上がりする品が増えてくるので、先行きの悪化が懸念される（東京都）。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が拡大しているため、一般消費者が少し警戒している。ただし、無症状者に対して外出許可を出すなど、政府の新型コロナウイルス感染症対策が緩くなっているため、経済活動が活性化する可能性がある。
		金融業（従業員）	・材料不足、人員不足等で回収までの時間が長期化し、資金繰りに影響を及ぼすことで、景気が悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（総務担当）	・あらゆる物に値上げや燃料費の高騰があり、今後も続くこと予想されるため、景気は悪くなる。また、新型コロナウイルス感染症対策を緩めているので、新規感染者数はまだ増えると思われ、飲食業を中心に景気は落ち込む（東京都）。
		不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で客足が少なくなっている。対策を練るのは商売人として当然のことだが、人との交流が少なくなり、心配である（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・経済状況の悪化が懸念される（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・夏季のリアルイベント受注が盛り上がっているため、秋にはまた落ち着く。円安も長く続いているので、宣伝費の引締めも入ってくるのではないかと（東京都）。
		経営コンサルタント	・値上がりの圧力が激しい。下請企業では、原材料や電気代の値上がり分の転嫁を取引先に交渉しにくい状況は変わらない。このままでは利益の減少、来年の昇給見送り、賞与の減額も想定される（東京都）。
	x	建設業（経営者）	・物価が上昇する。
	x	建設業（営業担当）	・資材高騰が継続しており、3か月後も高騰は続いていると考えられる。見積りを提出できないような状況のため、受注売上の減少が予想される。
	x	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・異常気象の影響で、輸入食品の値上げや品薄が続く、景気が大きく減速する（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		*	*
		人材派遣会社（社員）	・年末に向けて、求人数の更なる増加が見込まれる。
		人材派遣会社（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も大分落ち着いてきている。毎年秋以降は派遣市場における繁忙期となるため、今年度も同様に求人数の増加が見込まれるのではないかと（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・県内では、国際空港の航空機の復便が目立ってきている。来春頃には求人数を含め増加していくのではないかと。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は治まっていないが、以前に比べて特に大きな行動制限もなく過ごせているので、余り景気が下向き要素はないのではないかと（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今のところ9月末～10月にかけての計画をかなりもらっているため、相当期待できるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は収束していないものの、求人数、採用数には大きく改善傾向がみられる。現状の不安要素は原材料高、燃料高であり、ものづくり企業の業績悪化は中長期的に雇用状況にマイナスに作用することが懸念される（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・今後も幅広い職種で安定的な求人需要が続く（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスワクチンの普及や、感染症法上の分類引下げなど、ポジティブな要因も増えてきている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染第7波が、簡単に収束に向かうとは思えない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・長期就業を前提とした派遣求人数は、安定して前年同月比2けた増加となっており、トレンドも安定していることから、当面この傾向は継続することが予想される（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が収束しなければ、引き続きニーズが残るため、需要と供給のバランスは維持される（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人に関し、特に大きな変動要素はない見込みである。瞬間的には、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により欠勤者が増え、売上に影響を及ぼしているが、2～3か月後には落ち着いてきていると推測している。
		人材派遣会社（営業担当）	・短期的視点ではITエンジニアニーズに変化は見込めず、今後も開発は止まらないと予測している（東京都）。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・政府与党から抜本的な対策が出てきたとは言えず、様子見がほとんどではないかと（東京都）。
	求人情報誌製作会社（営業）	・時期的な問題で、夏季に比べると求人数はやや増えるものの、景気という面では平行線である。新型コロナウイルスの感染状況が大きく収束していけないと、求人数は増加していない。企業努力としての景気の上下はあるが、世の中の景気が良くなることで求人数が大幅に増加することを期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・このまま新型コロナウイルスの感染拡大と物価上昇が続けば、再び経済の停滞を招きかねず、予断を許さない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べて2か月ぶりに増加し、4.4%増加している。前年比では14.4%の増加で、8か月連続して前年同月を上回り、期間中で最も高い上げ幅であった。新規求人数が前年比118.1%と大きく増加したので、有効求人倍率が0.06ポイント上昇している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・今の経済環境で、採用に予算を掛ける企業はない。これまでもそうだが、景気が良くなっても採用コストの増額は最後のアクションであり、2年後くらいではないかと予想している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・可処分所得が変わらない間は悪化していく一方である（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・業績見通しから投資を控える傾向にある企業が増えている印象である。人材投資についても、本当に必要なスキルを持った人材が欲しいと、厳選採用の傾向がある（東京都）。
		職業安定所（職員）	・物価上昇が要因である。
	x	求人情報誌製作会社（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かないと厳しい。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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 (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は、紹介の紹介で、墓じまいや仏壇処分の依頼が多い。新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、それにかこつけて、小さな葬儀が本当に増えている。この流れは変わらない。
		商店街（代表者）	・毎年のことだが、秋は「スポーツの秋」ということで、スポーツも盛んになる。いろいろな道具や着る物などを新しくしようということ、良くなることを期待している。新型コロナウイルス感染症の影響かどうか分からないが、今年もこれまでずっと、クラブ活動の少ない状況が続いていたので、これからはもう少し良くなると期待している。
		商店街（代表者）	・国の新型コロナウイルス感染症への対応が、諸外国並みに変わってくれば人流も増え、経済も良い方向に向かうのではないかと。
		百貨店（店長）	・催事等は新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ってはいないものの、地方百貨店の売上自体はまだ戻っていない。今後、新型コロナウイルス感染症が減らなくても、以前のような規制をかけることはなさそうなので、徐々にではあるだろうが、売上も回復してくるのではないかと。ただし、そのスピードは非常に遅いとみている。
		スーパー（経営者）	・9月から、購入した店でのみ使用できる当市独自のプレミアム付商品券が販売される。5000円券が3000円で買え、2000円分は市の補助となっている。当店では170冊×5000円＝85万円の売上が見込まれている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、部品供給が増えることで、販売台数増加が見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大第7波が、秋になり落ち着いてくれば、会食の機会も増えてくる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症ありきの経済活動なので、本当の景気回復にはならないし、消費者に根付いた防御心理は、今後、大きな影響を及ぼす。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じれば、客席数を増やし座席の間隔を狭める等の受入態勢を変更して、売上が増加するよう対応したい。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の状況下でも行動制限がなく、皆が感染対策をしながら旅行をする等、行動に変化が見られる。また、県民割などの後押しなどもあって、徐々に以前のように旅行をする方が増えてきている。今後も緩やかだが回復傾向が続くとみている。

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
		都市型ホテル(スタッフ)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加することで団体や法人関係の利用は極端に減少する。ただし、徐々にではあるものの、感染者数に関係なく予定のまま実施、利用する団体も増えてきている。新規感染者数の全数把握を止める方向に進んでいるので、これも利用者数増加につながり、同じ状況下でも良くなっていくのではないかと。
		旅行代理店(副支店長)	・新型コロナウイルス感染症の影響は大きいですが、以前とは違い行動制限がないことで、確実に旅行需要は増加している。秋口の個人、団体ともに、受注状況は前年を大きく上回っている。為替変動や原油高で海外旅行の需要は少ないが、その分、国内旅行は長期や高額商材への需要が高まっている。新型コロナウイルスの感染状況に左右されるものの、徐々に景気回復傾向と捉えている。
		遊園地(職員)	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底し万全な受入体制を整えたとともに、積極的に集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
		設計事務所(職員)	・多くの物件が進んできているので、これから忙しくなる。
		一般小売店[家電](経営者)	・行政の新型コロナウイルス感染症対策は、多少は始まっているものの、どの程度浸透して消費動向がどこへ向かうかが見えてこない。必要な物を必要なときに調達している様子が見えてくるので、出費は抑えているようである。
		一般小売店[家電](経営者)	・物価の値上がり心が心配されるものの、各種プレミアム付商品券の発行により、客の買換えが促進されるのではないかと。
		百貨店(経理担当)	・新型コロナウイルス感染症と物価高が今後、どのようになっていくのか、先行きが不透明なため、変わらない。
		スーパー(経営者)	・新型コロナウイルスの感染第7波が終息しないような気がしている。追い風の一方で、人手不足が営業維持へのリスクにもなっている。
		コンビニ(店長)	・変わらないと回答したが、良くなる材料もないので、今の良くない状況が変わっていくとは思えない。
		衣料品専門店(経営者)	・先の見通しが立たない。
		家電量販店(店長)	・物価高に対する対策がないため、変わらない。
		スナック(経営者)	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきて、客が若干戻ってきてくれたと思っていたら、また、新規感染者数が増え始め、急に来客数が半減してしまった。なかなか出口が見えないので、このまま新規感染者数が減ってくればよいが、しばらく続くようだとなかなか厳しく、出口を抜けれない感じである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、当県内でも3000人ほど出ているため、行動マインドがかなり低下しており、この先どうなるか全く読めない状況である。これ以上悪くならないでほしい。
		タクシー運転手	・現状、やや良い状態だが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くかどうか次第なので、先行きは不透明である。皆が慣れてきた昼間は動いているが、夜はどうしても酒を飲みに行く人がなかなか増えない。
		通信会社(社員)	・今期もまだ折り返し段階なので、巻き返しを図る意味で、購買意欲を刺激する新サービスや広告手法が必要である。
		ゴルフ場(経営者)	・高原コースなので暑さはしのげる環境にあるが、天候不順によるキャンセルが多い。感染第7波のコロナ禍で、プレーヤーはクラブハウス内はしっかりとマスクをしている。また、施設側でも換気対策に十分に努めている。
		ゴルフ場(経営者)	・戦争、新型コロナウイルス感染症、災害等の影響が強ければ、どちらかに振れると考えるが、当社の事業環境においては余り変化はないだろうと予測している。
		住宅販売会社(経営者)	・別荘の売却依頼が徐々に増加している一方、購入希望者は減少傾向にある。
		百貨店(営業担当)	・ガソリン等の価格高騰が続いていることと、食品関係やその他、電気等、生活に直結した値上がりが見え、じわじわと効いてくるので、若干買い控えが起こり、景気は悪くなる。
		コンビニ(経営者)	・段々、涼しくなるというか寒くなる傾向にあって、客の動き自体も来客数を比べても暖かいときよりは厳しくなるし、物価が上がっていることもあるので、厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・夏は人も騒ぎ、行事もいろいろあるので、売上は伸びている。特に、今年は暑かったので、前年よりも売上があったように思う。3か月後は秋なので、売上は当然落ちる。
		コンビニ（経営者）	・電気代、燃料費が下がらない限り、景気は冷え込む。
		コンビニ（経営者）	・物価も上がり、これからは節約傾向になる。賃上げもあるだろうが、大して購買意欲には変化がないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・最低賃金が31円上昇しているが、数か月前から行われている商材の値上げに対応した上昇幅ではない。無駄に従業員の給料が増え、雇用側の費用が増加するだけとなっている。
		自動車備品販売店（従業員）	・自動車メーカーの減産状況はいまだに解消されておらず、新車が売れないことによる関連販売の伸び悩みや再値上げによる反動なども見込まれる。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・酒の値段も資材高騰等の影響から上がり始めている。非常に高額な商材から、極端な上がり方をし、その次くらいの非日常的な酒の値段も上がり、9～12月に向けては値上がりラッシュが続く。かなり生活に近い酒の値段までもが上がる予想が出ている。そうなるとじわじわと影響が出て、業界の景気は悪くなっていくと危惧している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状、余り予約が入っていないため、やや悪くなる。
		観光名所（職員）	・原材料や燃料費等の値上げによる販売価格の上昇が懸念される。その割に収入は変わらない国民が大半ではないだろうか。
	×	商店街（代表者）	・中心街がその機能を果たせなくなる。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	・客の財布のひもがかなり固くなってきている。余り消費喚起は起きていない。物価高並びに新型コロナウイルス感染症の収束が見えない。また、いろいろな資源やエネルギー等の状況が非常に苦しく、不安感が大きいので、消費に結び付かない。政府には、新型コロナウイルスの対策も含めて、至急、しっかりとした経済対策を実施してほしい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・これから秋冬を迎えるが、燃料費が高騰している状況だと、買い回り商材や物が売れなくなる。
	×	スナック（経営者）	・閉店する店は増えてきているが、分かる気がする。この不景気に物価まで上がってはやっていけない。何とか生き残っていけるように知恵を絞りたい。
	×	スナック（経営者）	・現状が本当に悪いので、この先も悪くなると回答したが、本当に前を向く良い回答が1つもできない。ただぼう然とするばかりである。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・新規感染者数が減らないことには、客は戻ってこない。新型コロナウイルスの感染第7波が早く収まることを願う。新型コロナウイルス感染症以外にも物価や光熱費の上昇が、今後どのように影響を及ぼすかも心配なところである。
企業動向関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体不足で好調である。
		食料品製造業（営業統括）	・今年は天候に恵まれていて、今のところ、ヴィンテージヤーが期待できる。また、円安に振れており、輸入ワインの価格がかなり値上がりしているの、国産ワインには有利に働く。秋からの需要が望まれる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・11月には催事も本格化することから、3か月後は売上も前年並みまでは戻るとみている。宝飾業界の景気は今が底なので、隔離期間の短縮や海外からの旅行者の受入緩和等、新型コロナウイルス感染症対策が進み、人が動くようになれば、回復は期待できる。
		食料品製造業（製造担当）	・取引先との値上げ交渉が全て終わったが、交渉中も最低賃金の30円以上アップが決まり、人件費が増大している。値上げによる生産数の減少で売上も落ちると予測するなか、今回の値上げがどこまで持つのか、とんとん以上になれば幸だが、この様子だと変わらない気がする。
		食料品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息次第である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ワークショップのPRや企業マッチングの展開など、取組を種々行っているものの、先行きは予想が立たない。取引先からの受注も激減状態であり、経営も非常に厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・調達コストを価格に転嫁した後の売上や数量の減少が予測される。円安による調達コスト上昇の影響が、更に収益性を圧迫する要因になる懸念もある。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・部材が入荷すれば短納期対応で忙しくなるが、部材の納入が滞れば、機械も手も空いてしまう。常に部材との兼ね合いになっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注は月によりばらつきがあるものの、ある程度の生産量は確保されている。
		建設業（経営者）	・資材の値上がりが続いているので、景気はもう少し現状が続く。
		金融業（調査担当）	・製造業では、半導体不足の影響が続く見込みである。非製造業は新型コロナウイルス感染症の影響がピークを迎えることが予想され、その後の物価上昇も踏まえた消費への影響、観光面の動向を注視する必要がある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多いなか、行動制限はせずに経済を動かしてはいるものの、物価上昇が続くことが予想されるため、厳しい状況になる。
		*	*
	x	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)		-	-
		求人情報製作会社（総務担当）	・人が動いているため、サービス業などが活発になっていくとみている。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や、物価高騰による雇用への影響が懸念されるが、巣籠り需要や行動制限緩和による人流の活発化により、サービス業を中心に人手不足感がうかがえる。
		人材派遣会社（営業担当）	・就職活動状況に変化はなく、求職者は自分のスキル、会社側は給与等の見直しもせず、互いに好条件ばかりを求めている。将来に不安が募るばかりではないか。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をつねに引する製造業では、正社員求人は増えている。ただし、円安や新型コロナウイルス感染症の今後の見通しが立たないため、慎重な姿勢が続き、充足しない求人が増加して、求人数を押し上げている。
		職業安定所（職員）	・原材料不足や輸送コスト、電力コストなどの相次ぐ値上げによる影響が懸念される。
	x	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)		住関連専門店（営業担当）	・インテリア関係の小規模工事の受注、企業のリフォームや商業施設の工事が多くなっている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・秋になり少し気温も下がり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・8月には行動制限のない夏休み・お盆ということで、人の移動が活発になり、それに伴ってファッション系商材の動きを期待していたが、7月中旬以降、毎日報道で新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高といったネガティブな情報が流れていたこともあり、主要客層である高齢者を中心に来客数が大幅に減少したことで、売上も予想を大きく下回る結果となった。
		百貨店（業績管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数にかかわらず外出する人が増えてきている。2～3か月後には新型コロナウイルスの感染状況も落ち着くと考えられるため、景気は今より良くなると考えている。
		スーパー（販売担当）	・秋の改装を機に商品構成等を変えることにより、来客数、売上の増加を期待する。
		コンビニ（店員）	・気候が良くなれば、秋の行楽への人出に期待したい。
		コンビニ（本部管理担当）	・政府も新型コロナウイルス感染症対策の更なる緩和を目指す方針であり、前年比ならば小売業界の見通しは明るい。今後の課題は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年に比して、どこまで利益を回復させることができるかとなる。
		衣料品専門店（店長）	・経済の回転は高まっているが所得への影響は感じられず、消費者はまだまだ慎重な買物を行っている。新型コロナウイルス感染による人手不足もあり、企業は仕事を多くこなせなくなっている。少しずつではあるが、改善の方向に向かっている。

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
		衣料品専門店（売場担当）	・これからの季節が衣替えや上下そろえて着るという意味で、スーツ業界としては一番販売しやすい時期になる。閑散期であった夏場を過ぎてこれからは本番である。成人式や就活が始まる時期にもなるため、ぼちぼちそちらの動きも出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス次第であるが、多少収束に向かうと見込まれるため、それに合わせて景気も少し戻ってくるのではないかと。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトし、社会に安心感が広まることで、外出意欲、買物意欲の向上を期待する。
		高級レストラン（経営企画）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、ディナー客の回復が予想される。また、ウィズコロナの自主対策、店舗対策の実施により、年末に向けて各社、各店では機会創出を行っていく。
		バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、新規感染者数の把握等、政府の考え方が変わってくると思われ、年末に向けて少しずつ人の動きも出てくる。
		観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍でも、行動制限の緩和により需要増加が期待できる。
		都市型ホテル（従業員）	・大型集客施設のオープンや新しい工業団地へ進出する工場の準備で、関係者の宿泊を見込む。
		都市型ホテル（経営者）	・もし一棟貸しが中止されたら困る。
		都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大は落ち着くという希望的観測を持っている。
		旅行代理店（経営者）	・3年目となった新型コロナウイルスの感染状況が収束して落ち着いてくれば、景気も少し良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着くという意味で良化を期待するが、何らかの国の施策が実施されない限り、またしばらくしたら同じ波の繰り返しである。
		通信会社（営業担当）	・本格的な設備工事が始まる。
		テーマパーク（職員）	・今後、国の新型コロナウイルス感染症対策の緩和でインバウンドなどが期待できる。
		テーマパーク（職員）	・秋の集客キャンペーンが始まる。
		レジャーランド（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着くまでは、新型コロナウイルス感染症以前の7割程度になると予測している。過去2年とも秋季期間は感染状況が落ち着いており、政府の新型コロナウイルスへの対応が緩和する方向になれば、来場者数は回復してくると考えている。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、それぞれ順調に推移している。10～11月はゴルフシーズンとなるため、例年と大きな変動はないと見込まれ、今月より景気は良くなる。
		美容室（経営者）	・徐々に客足も戻ってきており、これから少し涼しくなるため客の出足も良くなる。
		商店街（代表者）	・9～10月といろいろな物が値上がりするという情報が出ている。したがって、なかなか個人消費の拡大まで客の懐具合が回復しない状況が、ここ数か月は続くと考える。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くかどうか全く分からないため、先が読めない。
		商店街（代表者）	・原材料、エネルギーの価格上昇や所得の状況、国の政策等をみる限り、短期間で景気の状態は変わらない。
		商店街（代表者）	・変わらないというより、分からない。商店街は、新型コロナウイルスの感染状況ですぐに変化してしまう。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・先の回復状況が予測できない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波の影響と10月からのビール、焼酎の値上げで、日常の外食はますます控えらる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ物価が上がると、どの支出を削るかということになり、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・個人の財布のひもはコロナ禍において固くなっている。個人の付き合いは葬式、結婚式を含む全てで減少傾向と見込む。しかし、法人需要は秋口に向かってイベントの復活等により需要が伸びており予約も入ってきている。全体で考えるとプラスマイナスゼロという状況であるが、中身が変わる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・新型コロナウイルスの感染状況によって景気が大きく左右されるため、先行きが分からない。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・為替の影響で買い控えが継続すると予想される。
		百貨店(売場主任)	・定番商品の入荷も厳しく新作の納期も少し遅れるようである。これから売場改組に入り売場の状況が把握できないため、売上はやや落ちる。
		百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の第7波による新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となるが、様々な商品の値上がりなどにより、衣料品や食料品などの購入を手控えする動きが顕著になってくる。
		百貨店(営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らない。原材料費高騰に伴う物価高などにより、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にまでは戻らない。
		百貨店(販売促進担当)	・行動規制がないため、好景気は当面継続すると予測する。
		百貨店(販売担当)	・先が見えないため判断は難しいが、現状のまま変化はないと考える。
		百貨店(計画担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減により客の動きも変化するが、大きく状況が変化するという感触はない。
		スーパー(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の終息を祈っているが、困難なようである。新型コロナウイルス感染症とうまく付き合いながらの景気回復には、まだまだ時間を要する。
		スーパー(店長)	・商品の値上げ以外にも電気料金の値上げも控えており、買い控えの状況はまだ続く。
		スーパー(総務)	・商品の値上げが相次ぐなかで客の財布のひもは固くなると見込んだが、売上動向をみると、買上単価は当然上がっているが買上点数も若干上がっており、消費動向は若干良い。したがって、同じような景気が続くと判断する。
		スーパー(支店長)	・相変わらず新型コロナウイルスに振り回されている。景気の回復傾向は少しみられるものの、現場サイドでは物価高に拍車がかかり、消費が冷え込んでいる状況はまだ続く。政治と宗教の問題がいつまでも取り上げられ、景気回復策への期待が持てないことが不安でならない。
		コンビニ(エリア担当)	・新型コロナウイルスの感染状況には落ち着く兆しがみえず、現状の流れのまま低空飛行で、秋の行楽時期を迎えようである。
		コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスの感染状況は高止まりが続いている。新型コロナウイルスの新規感染者数がある程度収束に向かわないことには、現状から変わらない。
		コンビニ(店長)	・近所の飲食店から、8月中旬になって徐々に来客数が回復しつつあると聞いた。当店は僅かに上向き傾向にあるが、先行きは不透明である。
		家電量販店(店員)	・来客数が増えていないため、余り伸びそうにない。現状維持となりそうである。
		家電量販店(営業担当)	・物価は上昇しているが賃金は上昇せず、来客数は前年より減少している。
		乗用車販売店(営業担当)	・2か月後には新型コロナウイルス感染症の第7波は落ち着いていると見込まれるが、コロナ禍はまだ続くであろうし、いろいろな物の値上げが心理的に影響して、消費は上がらない。
		乗用車販売店(経営者)	・今後も当分は足元の状況が続く。
		乗用車販売店(経営者)	・物価高の影響が今後どのように出てくるかを注視する。
		乗用車販売店(従業員)	・単純に材料がないという今の流れから考えると、期待はできない。
		乗用車販売店(従業員)	・夏休みも終わりこれから増販を期待したいが、多くの客からは、生活に係る費用はより増えるため財布のひもを締めようという思いが強く感じ取れる。生活に余裕を持つことはなかなか難しく、市場の動きは重い。
		乗用車販売店(営業担当)	・自社で販売する商品もそうだが、納期が延びたり未定の車種まで出てきている。少しずつ購買の動きが出てきているなか、製品がなければ売れず、景気の回復まではまだまだ時間が掛かる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・前々年と比べれば持ち直してきた状況であるが、コロナ禍の環境で依然先行きには不透明感がある。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・世界がどのように変わっていくのか、見守るしかない。
		都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらない限り、期待は薄い。世の中の雰囲気が変わらないと難しい。
		旅行代理店（経営者）	・既存政策の延長線上では、諸外国と比較してもスピード感に欠ける。労働人口の高齢化とともに消費行動も減少しているため、地域ごとによりきめ細かい政策を考え、全国一律での実施は再考するべきである。
		旅行代理店（営業担当）	・職場旅行や団体旅行といった一般的な旅行が新型コロナウイルス感染症発生前のように実施される要素は、今のところ見当たらない。新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、カンフル剤となるGo To Travelが延期状態では話にならない。政府に振り回される状況が続くうんざりしている。
		タクシー運転手	・現首相の政策による。
		タクシー運転手	・秋にはいろいろな物価上昇が懸念されるため、良くなるどころまではいかず、現状維持と考える。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたとしても、半導体不足や物価高の影響により、元には戻らない。
		通信会社（営業担当）	・情報通信機器の単価が上がり続けていて、客の購入意欲が下がっている。2～3か月で意欲が回復するとは考えにくい。
		通信会社（サービス担当）	・ADSLサービスの終了に伴って光回線の新規開局ビルが増え、光回線の新規申込みが増えていくが、競合会社も提供を開始するので、現状と変わらない程度の販売量となる。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・一時のように新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いた状況が続けば好転しそうだが、今のところ期待薄である。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・今年に入ってウクライナ情勢の悪影響、円安、マスコミ等の報道で失われた30年の問題が表面化してから状況が非常に悪化している。どの問題も早期の解決は期待できないため、しばらくはこの状況が続くことを危惧している。
		美顔美容室（経営者）	・年末までキャンペーンによるセット商品の複数購入が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・このままの状態が続くそうである。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・第2繁忙期に入るので、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数は高止まりではあるが期待したい。
		商店街（代表者）	・電化製品の単価上昇が激しい。特に、テレビや冷蔵庫、洗濯機などである。買いたくてもなかなか買えない状況になってくるのではないかと。
		商店街（代表者）	・ウクライナ情勢が好転すれば景気は良くなり、悪化すれば景気は悪くなる。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・新型コロナウイルス感染症の終息後には、明るい将来を期待したい。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・秋以降円安による商材の値上げがまだまだ控えていて、買い渋りが予想される。
		百貨店（販売担当）	・景気動向は余り大きく影響しないが、ファミリー層の客が多く買上点数が減っている。
		スーパー（店長）	・電気料金値上げによるコスト増と商品の値上げによる買い控えが続く。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーにおいては、9月以降更に値上げが発生する。
		スーパー（店員）	・東北地方を襲った豪雨の影響がこの後どう響いていくか。特に、りんごの収穫量の動向が大きく注目される。
		スーパー（営業企画）	・原料費値上げの影響が段々と拡大しており、商品単価の上昇は更に進むと見込まれる。それに伴って日用品の消費も引き締められる。
		スーパー（販売担当）	・余りイベントがない季節になるため、来客数が減る。
		コンビニ（企画担当）	・今後、新型コロナウイルス感染症の影響よりも物価上昇の影響が出てくるのが予想され、景気が悪化する。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症からの回復があっても、物価高により、先行きは不安である。

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
		コンビニ（店長）	・最低賃金の引上げにより非正規社員の給与は増えるが、会社としては人件費の増加につながる。単価が上がる分、会社が要員数を減らすと、支払われる給与は減少する。
		コンビニ（商品企画担当）	・生活必需品の値上げに伴い、消費が冷え込むと予測する。
		コンビニ（商品開発担当）	・単価割れが目立つ状況である。光熱費の上昇や価格上昇が続く、購買意欲は低下すると予想される。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で期待をしていたが、売上は伸びなかった。
		衣料品専門店（売場担当）	・足元の物価上昇の状況に鑑みると、生活者の消費動向は、より慎重になる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株は、重症化の可能性は低いようだが今までよりも身近なところで感染拡大を感じる。感染率が下がらないまま新型コロナウイルス感染症の第8波突入も懸念されるなかで、新型コロナウイルス感染拡大の初期のような在宅特需もないため、売上増加は期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期遅れには改善の兆しがみえない。最低でも年度内は、この状態が続くと予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・納期が全く読めない車を販売しており、伝えた納期より半年以上遅れるケースもざらにあり、販売する方でもかなりストレスを感じる。
		乗用車販売店（販売担当）	・やはり半導体不足が影響しており、車の生産量もかなり絞られている。車を販売したくてもできない状態が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車購入の動向において、下取り車の価格がこれまで以上に上がってきたが、昨今は下がり気味になっており、この状況が続くと新車の売行きも一度に落ちていくのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・相次ぐ値上げと新型コロナウイルス感染症の影響で、まだまだこれからも厳しい状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安や社会的な不安要素で、客の外食への意欲が低下する。
		一般レストラン（経営者）	・テレビでは全国的に皆がいろいろ移動して楽しんでいる様子が見られる。しかし、余りにも物価が上がり過ぎて、これから先の収入や消費のことを考えると少し無理がある。
		一般レストラン（従業員）	・物価の上昇で消費を控えている。
		その他飲食[ワイン輸入]（経営企画担当）	・円安による値上げを秋に控えており、販売量は減少を見込んでいる。卸先からもより安価な商材の要望が増えているが、利益率も低く販売量を維持して利益減少となる見通しである。
		観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であり、先を読むことは非常に難しい。団体需要の回復や小グループの復活があれば、持ち直す可能性はあるが、2～3か月先の大きな団体客はすぐ決定することはないため、やや弱含みで進むと考える。
		旅行代理店（経営者）	・県民割が継続されているため足元の事業は好調であるが、県民割が停止された場合、今の好調は続かないので不安がある。
		旅行代理店（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が改善しないと、先行きが心配である。9月7日以降のワクチン3回接種者の帰国前PCR検査不要は非常に一歩である。どんどん海外に行くチャンスが訪れるようになってくれたらうれしい。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大が収まらなさそうなので、何も変わらないかみしれず、むしろ先行きは少し心配である。再度、補助金の支援をお願いしたい。
		テーマパーク職員（総務担当）	・10月に商品の値上げが多数あり、それに伴う影響が今後大きくなる。
		観光名所（案内係）	・年代によって人出は少し戻ってきたものの、更なる諸物価の上昇が見込まれる。3年目のコロナ禍で、外出意欲は非常に削がれ在宅優先になっており、どうしたらよいのかよく分からない。
		パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が持続して、従前の売上に戻らない。
		理美容室（経営者）	・いろいろな物価が上がり、余り出掛けたくないと言っている。
		美容室（経営者）	・まだ今のところ景気には値上げの影響がそれほど出ていないが、2～3か月後には顕著に出てくる。

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
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスオミクロン株B A . 5には困っている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・燃料費やこの秋から本格化する仕入原価の値上げなど、全ては原価の高騰にある。介護保険制度による福祉用具のレンタル料金は価格上限が設定されているため、値上げの改定ができない。物価に連動した制度にはなっていないため、身を切る制度となっている。他の介護保険サービスではいろいろと加算助成があるが、福祉用具は除外されている。何とかしてほしい。
		設計事務所（職員）	・今の政府の状況をみると、景気が上向きになる様子はない。
		住宅販売会社（従業員）	・購入を後押しする税制などもあるが弱い。中古住宅など価格が分かりやすく安い物件に流れている。新築住宅は伸び悩む。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・食品、光熱費、生活費が全て値上がりして、経済格差というべきか、家計の苦しい家庭がますます増える。経済対策を待つよりも自己防衛に入っている。
	×	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着くと考えるが、物価高や中国のゼロコロナ政策が引き金となって世界的に景気は後退し、我が国でも企業業績の悪化や個人消費の減退が間違いなく起きる。
	×	スーパー（店員）	・このまま商品全体の値上がりが続けば、当然価格を上げざるを得ない。利益には結び付かず商品も動かなければ、景気は悪くなる一方である。
	×	コンビニ（店長）	・7月辺りから来客数が減り続けている。10月からの値上げラッシュで明るい材料は見当たらない。
	×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増、物価高、天候不順などは9～10月も変わらない。天候不順に関しては、雨天などではなく気温低下が早まる可能性が想定され、その場合、ドリンク、アルコール、アイスなどの販売が一気に低下する懸念がある。
	×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束しても、当分は気が乗らなくて、店にまで足を運んでくれる客は少ないと考える。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価などの上昇が原因である。
	×	設計事務所（経営者）	・現時点で計画案件がないと、先につながる仕事はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売地が少ないため分譲住宅が販売しにくい。土地があっても高く買えず、非常に厳しい状況である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・材料不足は解消されつつあるが、部材費がいまだに高騰している。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		化学工業（営業担当）	・台湾向けの空容器輸出需要は徐々に増えていくと見込む。
		化学工業（総務秘書）	・物価が上がるなかベースアップを実施する企業の報道も相次ぐ。物価上昇と賃金アップは資本主義経済の健全な成長の構図であり、物価高に社会全体で対処できたら、それも悪いことではない。国葬により、海外の首脳に慕われた我が国の宰相を日本人自身が再認識し、物価高には前向きに取り組んでいけば、景気は上向く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かえば、客先のリニューアルで設備投資がある程度期待できる。
		公認会計士	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、少しずつ海外からのインバウンド需要も戻ってくるのが予想される。国内だけでなく、海外からのヒトやモノの流れが戻ることによって少しずつ景気が回復していくと予想される。国内についても、新型コロナウイルス新規感染者数の集計方法が変わることにより行動制限も緩和され、今以上に経済が流れてくるのではないかと考える。
		会計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として多いが、以前のような行動規制がなく、旅行に出掛けるとバスは満席に近く、観劇についても演目によってはチケットが取りにくいものも多くなっている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・悪い時期は必ず終わりがあり、新型コロナウイルス不況もそろそろ終わりが近いと考える。世界は経済優先で動き始めており、あと少しの辛抱である。

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
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・ 2～3か月先は例年秋需で景気が良い時期となるが、今年 は、原材料の2回目の値上げが10月から実施されると発表が あり、コスト上昇分を販売価格に転嫁できず、景気は厳しく 現状の悪いままが続くと見込む。
		金属製品製造業（経営者）	・ 原材料価格の上昇に対する価格転嫁の要請を続けている。 値上がりを見越した早めの受注が出ているため、将来的には 伸びはないと考える。
		金属製品製造業（従業員）	・ 東京での再開案件が活発になるという見方もあるが、果 たして当地域にまで波及があるか、また本当に動き出すの か、余り楽観的にはみられない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・ 北米向け案件は余り受注できなかったが、引き合いは減っ ておらず、欧州・アジア向けも引き合いは多く、設備投資意 欲が旺盛である。ただし、部材費や輸送費の高騰で利益確保 は難しい状況である。
		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変わらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ 新型コロナウイルスやウクライナ問題の影響が比較的少な く、上向きを見込む。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 販売量、受注量共に横ばいが続いている。販売量に変動が ないため売上金額としては2割アップだが、今後値上げの影 響が若干出る心配があるため、横ばいと見込む。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ 景気が上向きになる材料は何もない。
		建設業（経営者）	・ 国際情勢ではウクライナ問題などいろいろあり、我が国も 巻き込まれている。新型コロナウイルスのこともあり、暗く てはっきりしない。
		建設業（営業担当）	・ コロナ禍で仕事がなくなったり縮小したり、受注をして も部品がなくてできなかったり早くできないなど、いろいろ な状態があるため、一概に良くなるともいえない。ただし、い ずれは通常どおりに戻っていくので、昔から仕事がある会社 は、回復していくのではないかと見込む。
		輸送業（従業員）	・ 荷主でも協力会社でも新型コロナウイルス感染症の影響が どんどん出ている。原材料の価格高騰も含め、忙しくはな っても利益につながらない状況が続く。
		輸送業（エリア担当）	・ 物量は安定している。
		輸送業（エリア担当）	・ 一部のEC以外では、物の動きが悪くなっている。
		金融業（従業員）	・ 物価の上昇が収まらず、景気が良くなるとは考えにくい。
		金融業（企画担当）	・ コスト増を価格に転嫁できないため、給料としての人件費 の伸びがほとんど期待できない中小企業が多い。給料が上が らなると景気回復は期待できず、当面現状の景気が続く。
		不動産業（経営者）	・ 今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に減少 し、外出や遠出をする人は徐々に増加傾向になっていくと予 測している。売上は引き続き増加し、前年を上回る状況が続 くと見込んでいる。
		広告代理店（制作担当）	・ 新型コロナウイルスの感染拡大に加え、物価高も止まらな いため、新しい企画にも今一步踏み込めない。
		行政書士	・ 業績も上に伸びるといことがなくなり、横並びである。
		食料品製造業（営業担当）	・ 物価の上昇に伴い、嗜好品離れが進んでいる。販売量から みても回復は難しい。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・ 一部電機部品の入手難のため、装置や車等の生産が滞っ ているが、なかなか回復の兆しがみえず生産調整を余儀なくさ れている。しばらくは受注量の低下が予想される。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 現状よりも悪くなる。特に中国向け製品は減少傾向にあ る。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ まだまだ続く物価高と円安で、良くなる見込みはない。
		建設業（役員）	・ 今後の好転を見込める情報が見当たらない。むしろ、資材 の価格高騰や納期の遅れなど不安材料が多い。
		輸送業（経営者）	・ 最低賃金の上昇、低迷する乗用車生産に追い討ちをかけた トラックメーカーの生産停止、人手不足とトラック不足、高 止まりする軽油と倉庫の電気料金の値上げ交渉など、物流業 にとって明るい材料は何一つない。
		通信業（総務担当）	・ 新型コロナウイルス感染拡大、物価高騰と賃金の伸び悩み は、まだまだ続くと思料する。

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
		通信業（法人営業担当）	・コロナ禍でも打撃を受けない現状維持の企業や大打撃の負け組企業は、よくメディアに取り上げられるが、コロナ太りの勝ち組企業には意外とスポットが当たらない。勝ち組企業は、瞬間風速の資金を社屋建て替えや負債返済に充てているケースが多い。これからは新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、悪い企業は悪いまま、良かった企業も業績に好影響を与えていた新型コロナウイルス感染症の影響が減ることで経営は下向きになる。全体として下がる要素ばかりである。
		通信業（法人営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、若者の新型コロナウイルスに対する意識の低下と生活弱者での感染拡大等、非常に厳しい状況にある。ロシアのウクライナ侵略による諸物価の上昇が消費者心理を冷やしている。当社としても先行きは今一つという部分がある。どうなるか分からないが、良い面よりも悪い面が多い。
		金融業（従業員）	・円安傾向と世界的に株価が暴落していることから、景気に対する先行き不安がある。ただし、今と変わらないという業種もあるため、全体としては若干悪くなくとも考える。
		不動産業（経営者）	・消費物価の上昇により、マンション価格では緩やかな下降が予想される。
		会計事務所（職員）	・仕入原価が上がっているが、販売価格に転嫁できていない企業では利益率が悪化している。今後も物価上昇が続き、消費者の買い控え傾向が強くなってくると、販売価格を抑えざるを得なくなり、状況はますます苦しくなる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・9～10月にまた値上げの情報が出ているが、給与が増える見込みがない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・全く景気が良くなる雰囲気ではない。物価は上がり給料はそのままか、もしかしたら下がるという状況である。まだまだ新型コロナウイルスの問題もあり、景気は悪くなる。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなるという客がほばいない状況である。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・参議院選挙後に経済対策が実行されるものと期待していたが、何ら具体策もなく落胆している。周りの状況をみても何も変わらない。こういう感覚を持ってしまうと、景況感は悪くなるばかりとなる。
	×	輸送業（エリア担当）	・新築工事の原材料費、工賃だけではなくて修繕に係る費用も上がってきている。その間隔が、半年単位ではなく1か月ごとに上がっている。こういう状況では金の循環が滞り、景気は悪くなる。予定工事が取りやめになるケースも出てくる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの出稿が増える見込みが全くない。
雇用関連 (東海)		-	-
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大型集客施設がオープンするため、県内の観光関連産業は良くなると予測する。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向にあるものの、有効求職者数のうちパートタイム求職者数は、増減を繰り返している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスによる行動制限も緩和しており、本学学生の子主な就職先である医療機関では、直近2年と比べ採用数も採用件数も増加傾向である。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に大きな変化の兆しはない。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に減らないと、良くなる見込みはない。
		人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルスの感染拡大にも慣れてきた感があり、ある意味で落ち着きを見せている。
		人材派遣会社（営業担当）	・今年度上期は人材不足から求人数が一気に増えているが、この状況は製造業やサービス業を中心に変わらず求人数は推移すると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加傾向が落ち着き、採用数が横ばいとなってきている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーは、9月から11月の生産台数の発表で増産を打ち出したが、部品供給・半導体不足が解消されなければならない。また、エネルギー価格の高騰が続き、収益悪化が顕著になっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現在のマイナス要素は全て織り込んでいるため、今以上に悪くなることは考えにくい。停滞した現状が当面続くと考えられる。

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
		職業安定所（所長）	・一部の業種では新規求人数に減少もみられることから、今後に向けては注意が必要である。
		職業安定所（職員）	・久しぶりに行動制限のない夏を迎え、人の流れも増えた実感している。反面、新型コロナウイルスの新規感染者数が日々増えている状況にある。ウクライナ情勢も長期化し、食料品を中心に値上げも続いているなか、景気の上昇は難しい。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症のまん延状況、海外情勢や為替の状況により、今後の景気情勢には不安要素が大きい。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加し有効求人倍率が良くなるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・原材料やエネルギー価格の高騰、新型コロナウイルス感染症の再拡大といった要素が、今後の景気にどのような影響を及ぼすか不透明である。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるものの、事業活動は活発化している。引き続きガソリン価格の高止まりや物価上昇があると思われるため、今の景気は変わらないと考える。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ここから年度末に向けては、時期的に潜在転職層となっている求職者が動き出し、法人側の採用意欲も減退がないことから、採用決定者は増加すると見込む。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は収まりつつあるが、世界情勢による経済失速の影響もある。最近の物価上昇などから、今までと同レベルの生活をするのが難しいと感じてきている。業界としても、景気が上向きになる要素が見当たらない。
		人材派遣業（営業担当）	・最低賃金改定により、中小企業事業者を中心に収益確保がますます難しくなると想定される。助成金が存在するものの一時的な措置に過ぎず、厳しい状況は変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・今月は季節性のある派遣募集増加であるため、2～3か月後は人材募集が落ち着くと考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	・円安や物価高で生活費が増加する一方で、収入は変わらない。
	x	-	-

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)		コンビニ（店舗管理）	・お盆期間に豪雨が重なるなど8月の環境の悪さは一時的なものであると考える。
		一般レストラン（一括）	・10～12月は年末に向けて、外出や外食機会など客の動きが増えたとみている。
		商店街（代表者）	・良くなると思うが、本当に数字に表れる時期が来てほしい。
		高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の状況次第だが、今の状況が景気の底に近いとみているため、3か月後には回復すると考える。県外からの秋の団体予約も、前年や前々年と比べるとかなり回復している。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、秋の行楽シーズンにも入るため観光客が増加するのではないかとみている。
		タクシー運転手	・9月末頃には、新型コロナウイルス感染症の第7波も収束に向かうと考える。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売の影響で今より販売数は増加するとみているが、オンラインで購入する客も増えており、店頭での販売は接客努力が必要である。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりし、高齢の感染者の死亡が連日報告されている。客が安心して出歩けるようになるには、まだ時間が掛かりそうである。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・猛暑などの天候不順により、他地域からの来客が減少している。9月は台風の時期でもあり、やや悪い状態がこのまま継続すると考える。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・来店して購入するよりも、インターネット通販への志向が強くなると考える。
	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・売上は回復傾向だが、原料や資材の価格高騰が影響し利益を確保するのが難しくなっている。	

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
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・新型コロナウイルス感染症の大規模な対策がない限り、現状が大きく変わることはないと考える。
		百貨店(売場主任)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、外出を自粛する傾向は変わらないため来客数の大幅な増加は見込めないが、富裕層の旺盛な購買意欲に支えられていくという流れは変わらない。
		百貨店(販売担当)	・夏休みが終了し新型コロナウイルスの感染が一旦落ち着いても、旅行などの需要が一気に盛り上がる雰囲気はない。購買行動が慎重になっている点や、行政の支援策の有無で売上が変化していることが要因とみている。洋服を始めとして旅をテーマにした企画はするが、物価高もありセール品などの価格提案商品や、実需品の動きが中心である。しかし、旅行に行けないストレスから、目新しい商材やおいしい食べ物には客の反応があるため、このポイントを訴求すれば改善する可能性があると考える。
		スーパー(統括)	・原材料価格の高騰による商品値上げや、電気料金を中心としたエネルギー価格の高騰が今後も継続するとみられ、今の状態と変わらないと考える。
		衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症第7波の収束は見通しが立たないが、新型コロナウイルス感染症と経済の両立を目指さなければならぬと考える。
		衣料品専門店(経営者)	・世の中が非常に不安定であるため警戒心が強まっており、良くなる要因が見当たらない。
		家電量販店(店長)	・物価上昇の影響が出てきており、客のニーズに沿った商品よりも希望の予算での商品購入が多く、平均単価が下がっている。
		家電量販店(本部)	・行動制限がないため期待しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少スピードが遅く、景気は変わらないとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・良くならないのは外的要因が大きいため、景気が回復するためにはもう少しばらく時間が掛かると考える。
		自動車備品販売店(役員)	・自動車業界は新車の販売台数に大きく影響されるため、新車納入までのスピードが上がらなければ、今の状況は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)	・新型コロナウイルスの新規感染者数には波があるが、人々の行動抑制の波はなくなってきている。そのため日常生活における需要の動きは顕著であるが、一方で外出や旅行、晴れの場など非日常における需要の回復が弱い。この傾向は今後も続くと思っている。
		一般レストラン(店長)	・コロナ禍が長期化するなかで人々が動き出したくなっている雰囲気はあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、人の動きが良くなる気配が見えない状態である。
		スナック(経営者)	・新型コロナウイルス感染症次第で、先々の見通しが立たない状態である。状況は8月とそれほど変わらないとみている。
		観光型旅館(経営者)	・コロナ禍により予約が間際になって入ってくるため予測は難しいが、ウィズコロナの生活に人々が慣れてきており、客は動くと考える。
		観光型旅館(スタッフ)	・新型コロナウイルス感染症第7波による予約取消しは前回の感染拡大時と比べて少ないが、新規予約の勢いが止まっている。都道府県ごとの県民割が9月末まで延長されたが、全国旅行支援が実施されないと本格的な回復は難しいと考える。
		都市型ホテル(スタッフ)	・新型コロナウイルス感染症第7波の収束の見通しが立たない。
		旅行代理店(従業員)	・2～3か月後に新型コロナウイルスの感染状況が改善しても、1度キャンセルになった旅行は戻らないため、売上が積み増すことは非常に困難である。
		通信会社(営業担当)	・夏のボーナス商戦が終わり、新機種発売の情報は少しずつ入っているが客からの問合せは少なく、今後大きく変化する要因が見当たらない状況である。
		通信会社(役員)	・契約者数に特段影響を与えるイベントがなく、現在と同様の獲得契約者数の傾向で推移すると考える。
		通信会社(役員)	・物価上昇の傾向に変化の兆しはない。楽観的な見込みではあるが、今の状況がしばらく継続すると考える。

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）	・築15～25年ほどの住宅に関するリフォーム需要は底堅いものがある。物価の上昇や世界情勢が変化しない限り、今の状況は変わらないと考える。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、景気回復は難しいと考える。
		百貨店（販売促進担当）	・冠婚葬祭や旅行、企業の行事などでアパレルや記念品の需要があると考えますが、売上は大きく伸びないとみており、新型コロナウイルス感染症発生前の実績を超えるのは難しい。また、生活必需品の値上げや長引くマスク生活により化粧品などの需要が大きく様変わりしており、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年実績までには回復しないと見込んでいる。
		スーパー（店長）	・今後も一般食料品の値上げがあり、生活のなかで節約志向が一層強まると見込んでいる。
		スーパー（仕入担当）	・10月に控えている大型値上げの影響で買上点数が減少するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の推移と、物価の上昇という不確実な要素を払拭することができない状態である。
		家電量販店（店長）	・値上げ商品が多くなり、買い渋りの様子が見られる。
		乗用車販売店（従業員）	・新車納期の長期化等、何も改善されていない。
		乗用車販売店（役員）	・物価上昇やエネルギー不足、新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりなどに対する政府の対策には全く進展がなく、無為無策を痛感している。
		通信会社（職員）	・物価上昇などによる先行きの不安定さから、やや悪くなる。
		テーマパーク（役員）	・この先3か月間の予約をみると、直近の新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、予約状況が悪くなっている。
		パチンコ店（経理）	・9月以降の物価上昇により、消費が減少すると考える。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・新型コロナウイルス感染症で休業するスタッフの補充手が限界にきており、これ以上広がれば仕事の確保が困難になる。また、電気や油などの高熱費の高騰による経費の増加が経営に影響を与えており、更に10月には最低賃金の改定で人件費も上昇することから、厳しい経営が続くと考える。
		美容室（経営者）	・秋から生活必需品の値上げが更に増えるとの報道もあり、消費者は節約志向に向かっていくと考える。
		住宅販売会社（従業員）	・商品の価格上昇が止まらない状況で、買い控えを検討する客が増えるかとみている。価格はまだ上昇するから早く決めたいという人より、様子見して時間を掛けて検討する人の割合が増加すると考える。
		住宅販売会社（営業）	・住宅業界で原材料価格高騰の影響が本格化するのはいずれかと考える。それに対する税制や取得者への支援制度などの政府の対策が全くみえないため、景気の落ち込みを懸念しており、先行きについては不安しかない。
	×	商店街（代表者）	・例年新型コロナウイルスの新規感染者数が収まる10～11月に、どれだけ売上が回復できるかが課題になる。年末から先は、現在の基準が変わらない限り新型コロナウイルスの新規感染者数が増加すると見込んでいる。買い控えは当面続くと考える。
	×	スーパー（店舗管理）	・競合店の新規出店が確実である。
	×	コンビニ（店長）	・仕入原価からくる販売価格の上昇による売上増加は、景気が良いというより様々な負担が増えているだけだと考える。実際に当社社員の給与は減少しており、金の動きはあるが景気は悪くなるとみている。
	×	住関連専門店（役員）	・今後の新型コロナウイルス感染症に対する国の施策の内容にもよるが、予定されている食品の値上げ実施により耐久消費財や、嗜好品への支出は減少すると考える。
	×	その他専門店[酒] (経営者)	・消費者の所得が増加しないのに、光熱費や食品など生活するために不可欠なものが全て値上がりしている。酒類も10月に値上げが決まっており、今よりも更に売れなくなる最悪のシナリオの始まりだと考える。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・オートバイメーカーでは、4月から6月の半導体不足や中国でのロックダウン等の影響による生産減少をばん回す動きがあり、受注の増加が期待できる。産業用も国内の設備投資の回復により、受注が増加している状態である。

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
		精密機械器具製造業（財務担当）	・大手企業を中心に底堅い受注があるため、やや良くなるとみている。
		税理士（所長）	・今まで落ち込んでいた観光業やサービス業、飲食業関係も一時期と比べると少しずつ盛り上がりが出てきている。この先の課題に給与の上昇があるが、ウィズコロナとなり、今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するとみている人も多いため、旅行業や観光業、飲食業関係は期待できると考える。景気は全般的に良くなる方向への手応えがある。
		食料品製造業（経営企画）	・様々なコストアップを受け、今年の春に続きこの秋も製品価格の値上げを実施する予定だが、それによって販売量は若干減少するとみている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染再拡大に加え、ウクライナ情勢の長期化に伴う供給制限や製品の値上げ、原材料費の高止まり等の影響で、当面個人消費は本格的に回復しないとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・引き続き工作機械の需要は堅調に推移するとみているが、資材の高騰や納期の長期化が解決するとは考えにくい状況である。
		建設業（役員）	・調達資材価格の先行き動向が依然として不透明であり、現状と余り変わらないと考える。
		輸送業（役員）	・世界情勢の停滞や、新型コロナウイルス感染症の収束が不透明である。
		輸送業（管理会計担当）	・運賃の引上げが思うようには進まず、業績に対するマイナス要因となっている。さらに、海外景気の不安定要素もあり、比較的好調な国際貨物の動向に先行きの不透明感がある。
		金融業（融資担当）	・ウクライナ情勢等による原料価格の高騰で各企業とも厳しい状況が続いているが、このまま移動制限がない生活環境で年末商戦を迎えることができれば、現状と変わらない経済活動が期待できる。
		金融業（融資担当）	・行動制限のない8月は旅客業や観光業の需要は増加したが、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており持続性に欠けると考える。燃料や原材料価格の高騰が続いており、企業の収益減少の要因となっている。
		不動産業（経営者）	・法人客、個人客共に問合せはほとんどない状態で、良い話を聞くことができない。
		司法書士	・新幹線の延伸に合わせて駅周辺で再開発が進んでいるが、空き店舗の状態が長く続いている物件も多数あり、駅前活性化については、まだ分からない状態である。
		繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰が長期化する懸念がある。
		建設業（経営者）	・大量に使用しているガソリンや重油の価格が、ウクライナ情勢や円安の影響で高騰しているが、今後更に高騰すると考える。
		通信業（営業）	・それぞれの自治体施策の動向次第とみている。
	x	-	-
雇用関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・求人数が増加し始めており、今後それが減少する雰囲気はみられない。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が増加することで求職者の多様なニーズにマッチした雇用機会が増加するとみている。雇用が決まることで、世間の様々な出来事に良い変化が起こると考える。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、さらに、入出国規制等の新型コロナウイルス感染症の影響による規制が緩和されるとみている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・延期や中止になっていた行事が徐々に復活し、経済活動も活発になると考える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・様々な活動がようやく再開された状況であり、一回りするまでは変わらないとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ウクライナ侵攻から半年経過するが戦争状態は続いており、燃料価格の高騰などの影響からはすぐに回復しないと考えるため、当分は現在のような状態が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・時期的なものであり、例年から変化はないと考える。

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）	・ 8月の求人数は前年同月とほぼ同数となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ 求人数の状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	x	-	-

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（外商担当）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトして収束に向かうと、一気に回復が進むと予想される。
		高級レストラン（企画）	・ 全国旅行支援や府民割の再開や、インバウンドの回復などで、来客数、単価共に改善することが予想される。
		都市型ホテル（販促担当）	・ 今月の新型コロナウイルスの感染状況でも、稼働率や単価が改善したことから、今後は繁忙期を迎える。
		旅行代理店（役員）	・ 全国旅行支援の開始による需要の拡大が予想される。まだまだ新型コロナウイルス感染症発生前の30%程度ではあるが、前年と比べると改善している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・ 海外からの入国制限が緩和され、インバウンドが戻れば、市内の繁華街のカフェや飲食店では、販売量の増加が期待できる。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・ 今後、新型コロナウイルス感染症の影響がどう変化するか分からないが、感染状況が落ち着けば、物の動きが出てくるため、少し良くなる。
		百貨店（売場主任）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば上向いてくる。ただし、長期の自粛生活による生活の変化が、消費行動にどう影響するのは不透明である。
		百貨店（企画担当）	・ 新型コロナウイルスの感染状況が、ある程度は落ち着くと期待している。
		百貨店（マネージャー）	・ 国内外の行動制限が縮小し、規制が緩和されるなか、自己責任による生活防衛の動きが中心となっている。活発な人流は更に拡大し、外出の機会や場面が増え、必要となる商材が増えることで、ファッション商材は一定の回復が進むと予想される。ただし、心理的に原料価格の高騰による影響を受けやすい食品関係は、一進一退の動きが続く。
		百貨店（外商担当）	・ 4回目のワクチン接種が進むことで、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着く。新規感染者数が減少すれば、来客数も更に増え、全体的に消費マインドが高まると予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・ 展開する商品そのものが変わっており、消費行動の前向きな変化が期待される。
		百貨店（サービス担当）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりの傾向にあるが、来月以降も景気に大きな変化はなく、好調に推移すると予想される。また、食料品フロアへの新たなスイーツショップの導入や、婦人服フロアへの新ショップの導入により、来客数が更に増え、売上の拡大につながることが期待される。
		百貨店（店長）	・ コロナ禍に対する報道などにも免疫ができてきたため、若い世代を中心に社会活動は活発になっている。旅行などの規制が更に緩和されれば、関連消費もどんどん活発化し、小売関連の業績もアップしていくと予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・ 新型コロナウイルスの感染第7波を、何とかしのぎつつある。感染が今後再拡大しても、ウィズコロナ型の対応でやっていけるめどがついたと感じる。
	百貨店（マネージャー）	・ 新型コロナウイルス感染症の影響の緩和が追い風となっている。高齢者を中心とする外出の活発化に加え、インバウンドの復活はまだ遠いものの、国内旅行者の動きは近いうちに活発になると予想されるため、来街者の大幅な増加が見込まれる。	

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（服飾品担当）	・秋の新商材の入荷とともに、特にラグジュアリー関連の動きが良いことから、秋も今の傾向が続くと予想される。また、インバウンドが徐々に戻りつつあるなかで、秋冬にかけて更なる入国規制の緩和が見込まれるため、消費の上乗せにつながると期待される。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えても、客のマインドが解放的なままである点も大きい。外出機会の増加とともに、コロナ禍の反動もあって衣料品の購買意欲は強まるため、今後は上向いていくと予想される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数についての予測は難しいが、高水準であったとしても、その頃には企業による出勤者数の制限の緩和や、インバウンド需要の緩やかな回復も期待され、来客数は増加が予想される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策への規制が緩和され、テレワークも減少して出社する人が増えるため、売上は新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度に戻る。
		コンビニ（店員）	・既に人流が増えつつあるなか、これから秋を迎えて外出の機会も増えるため、販売量や客単価も上向いてくる。また、最近では若年層の間ではキャッシュレス決済が増えているため、手元に現金がなくても買物ができるという状況もプラスに働いている。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車の生産が始まれば、客への案内も再開できるため、販売台数は増える見込みである。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う、まとめ買いでの大量購入もあるが、化粧品などの動きが良くなっている。コロナ禍の収束に向けて、人の意識も、以前の生活に戻ろうと前向きになっていると感じる。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が収束すれば、旅行需要のほか、秋冬物を中心に売上の増加が期待できる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・コロナ禍関連の注文が増えているほか、新カタログの反響もあるため、今後は良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今はかなり悪い状況であるため、さすがに少しずつ良くなっていくと期待したい。
		観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が2年以上続いており、その間は営業が成り立たない状態が続いている。これから改善されると思った矢先に、新型コロナウイルスの感染第7波が到来したが、今後は景気が良くなると期待している。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・先の見通しが立たないため、宿泊は直近での予約が増えている。来月の稼働率は64%前後を見込んでおり、延期されていた修学旅行が少しずつ入ってきている。宴会場の利用も、10～11月の予約がよく入っており、コロナ禍の状況次第では客が少し動き出す可能性がある。
		都市型ホテル（客室担当）	・1日当たり2万人の外国人観光客の受入れが始まっている。年間で720万人と以前のピークには遠く及ばないが、当地では観光目的の外国人客が増加している。秋のシーズンに向けた府民割の延長や、対象範囲の拡大、Go To Travelの再開への期待から、景気は良い方向に向かうと予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、全国旅行支援や府民割が再開されれば、秋の行楽シーズンと重なって観光需要が高まり、企業活動も活発化する。
		都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば、景気も良くなる。また、9月からは海外からの入国条件も緩和される見込みであり、インバウンド客の利用に期待したい。
		旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が始まれば、今よりも申込みが増えそうであり、問合せも増えてきている。海外からの帰国前検査などの水際対策も緩和されれば、海外旅行も徐々に復活すると予想される。
		旅行代理店（支店長）	・入国72時間前のPCR検査等の免除や、1日当たり入国者数の上限引上げの検討が発表された。海外旅行の増加に直結しなくても、移動の容認と受け取る客も多く、今後は良くなっていくことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型 施設] (企画担当)	・新型コロナウイルスの感染第7波が収束し、客の行動が活発になると予想される。感染症法上の指定を2類相当から5類相当に変更し、ウィズコロナの動きが進めば、活発な動きの継続につながる。
		住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスへの恐怖心も徐々に薄まり、経済活動に良い兆しが出てくる時期となる。
		商店街 (代表者)	・商店街は高齢の客が多いため、新型コロナウイルスの新規感染者数が多い間は、人出、売上共になかなか戻らない。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・前受注もなく、全く代わり映えがない。沈滞ムードが漂っている。
		一般小売店 [呉服] (店員)	・呉服はぜいたく品ということもあり、どうしても欲しいという客が減っている。
		百貨店 (売場主任)	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来する懸念や、ウクライナ危機を含む世界情勢の先行き不透明感、物価の上昇といった不安材料が多く、改善する材料に乏しい。さらに、消費者の所得が増えないなかで物価の上昇が続くなど、一部のアイテムを除いて売上が増えるとは考えにくい。
		百貨店 (売場主任)	・コロナ禍への慣れもあり、来客数への影響は減りつつあるが、ウクライナ危機を発端とする世界各国の本格的な景気後退が懸念されるなか、先行きは不透明だと感じる。
		百貨店 (企画担当)	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、新規感染者数が減っても売上の劇的な回復は見込めない。この2年半で生活スタイルが様変わりしている。
		百貨店 (マネージャー)	・物価の上昇や社会不安など、景気の改善を阻害する要因がなくなるらない。
		百貨店 (特選品担当)	・ウクライナ危機やインフレなどが今後も続き、先行きは見通せない。
		百貨店 (販促担当)	・コロナ禍の影響は今と余り変わらないと予想される。高齢の客を中心に、感染リスクを気にする人の間では一定の影響が続く。物価上昇もすぐに解消されることはなく、生活防衛意識の強まる傾向が続く。ただし、前年よりも明らかに意識は外向きであり、秋の行楽関連での提案に対する反響を期待している。
		百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染状況は、前年と同じような推移で増減している。一旦、9月から12月頃までは来客数が増えるものの、来年の1～2月から減少することが予想される。
		百貨店 (宣伝担当)	・抜本的な景気対策が示されない限り、消費者心理は変わらない。9月も取り扱っている全アイテムで値上げが実施されるため、売上への影響を懸念している。
		百貨店 (営業推進担当)	・原材料価格の高騰による物価の上昇で、ボリューム層の動きは引き続き鈍くなるが、富裕層による高額品の購買の動きは続く。
		スーパー (経営者)	・新型コロナウイルスの感染第7波は収束が予想されるが、集客の目玉であった食品の値上げが広がり、他店の価格をみながら、どこまで上げられるかの駆け引きとなっている。最低賃金が上がり、光熱費や物流費も上がっているため、売上以上に利益の確保が厳しい状況が続く。
		スーパー (店長)	・コロナ禍への対応方針が変わらないため、当分は今の状況が続く。
		スーパー (店長)	・原料価格や配送費の高騰が落ち着き、商品の価格が元に戻ればよいが、その気配がないため、現状のままと予想される。
		スーパー (店長)	・しばらくは今の状況が続くと考えられる。
		スーパー (店員)	・秋の果物は多いが、価格が高いとなかなか手に取ってもらえない。まだまだ暑さや雨が続けば、野菜の仕入れもどうなるかわからず、かなり厳しい状況が続く。
		スーパー (企画担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりで、外部要因の悪化も落ち着いてきたため、当面は今の状態が続くと予想される
		スーパー (企画担当)	・今後も更なる値上げが予定されている。10月にはビールの値上げがあり、その前に需要が一時的に増えるものの、反動は必ず出る。ただし、今後数か月は、自治体によるプレミアム付商品券の販売や、ポイント付与などのキャンペーンが予定されており、若干の売上の増加につながる可能性は高い。

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（経理担当）	・物価の上昇で節約傾向が進むなか、客の争奪や価格競争の激化が予想される。商品の値上げが避けられないなか、小売の現場では、利幅を縮小して対応せざるを得ない状況もあり得る。
		スーパー（社員）	・当面は内食需要の落ち込みもあり、売上の確保が難しい状況が続くそうである。販促活動を強化して消費喚起を続け、売上の維持を図る。
		コンビニ（経営者）	・コロナ禍が落ち着くことを願っている。
		コンビニ（経営者）	・最低賃金の改定や物価の上昇のほか、コロナ禍などの状況が変わっても、劇的な変化があるとは思えない。
		コンビニ（店員）	・これから涼しくなっていくため、飲料やアイス類は余り売れなくなる。
		コンビニ（店員）	・店は高齢者の客が多く、年金で暮らしている人が多いため、大きな変化はない。たばこやいろいろな商品が値上がりしても、買い控えたりする客は余りいない。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くなか、景気が良くなる材料が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染はまだまだまん延しており、長期化が予想されるほか、ウクライナ危機を始めとする世界情勢の不安定化も、景気に影を落としている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・土日や平日の夕方以降も、人通りが少ない。
		家電量販店（人事担当）	・コロナ禍による巣籠り需要の反動減も、ようやく収まりつつある。今後は、ようやく例年のような状況に戻る事が期待される。
		家電量販店（企画担当）	・リフォーム商品は、こどもみらい住宅支援事業の予算がなくなるまでは、順調に推移しそうである。ただし、在庫不足の影響で安定的に伸びるかどうかは不透明である。
		乗用車販売店（販売担当）	・納品遅れの解消にめどが立ちつつあるようだが、実際はそれほど回復しているとは感じられない。もう少し時間が掛かりそうである。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・コロナ禍への対応が、まだまだウィズコロナではなく、マスコミの過度な報道が行動の自粛につながっている。これらが日本経済を鈍化させている状況であり、まだまだ回復までには時間が掛かる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇が秋以降も続く予想されるため、景気の悪い状況は変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安や物価上昇の影響で、ますます消費にはシビアになるが、来客数、売上共に増える要因が見当たらない。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・内服薬や健康食品、化粧品の売上は好調に推移するが、来客数は横ばいが続く予想される。
		一般レストラン（店員）	・商品の値上げをすることになったため、その影響が出てくる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束する見込みはなく、新規感染者数が増減を繰り返している。客は不安を感じており、今後も状況は変わらない。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げが加速し、市場の流れが変わる可能性もある。最低賃金も微増にとどまり、値上げの波には勝てない。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に連動するため、予想が難しい。
		タクシー運転手	・暑さや豪雨の影響で、昼間の利用は増えているが、夜は人出が少ないままである。
		タクシー運転手	・夏休みも終わり、財布のひもが少し固くなっている。
		通信会社（社員）	・キャリアによる代理店への規制が厳し過ぎる。転売目的ありきの販売計画で、全く見直されない。目標を達成しなければ店舗の存続も危うくなる。キャリアが施策を変えなければ、代理店の収益確保は厳しい。
		通信会社（企画担当）	・地域インフラにもなっているため、これまでの傾向から大きな変化はない。テレビの契約は微減で、インターネットの契約は微増が続くと予想される。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の収益はプライズゲームに偏っており、メダルゲームなどには回復の兆しがみられない。
		観光名所（企画担当）	・回復傾向にあった来場者が、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたことで、急にストップした。今月は、予想していた来場者数を下回りそうである。

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
		遊園地（経営者）	・行動制限のない夏であったが、新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、出控えの傾向が顕著にみられる。前年、前々年よりも回復はしているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前には程遠い。今後の感染状況も、これまでと同様に拡大と収束を繰り返すとみられ、感染状況と来客数は連動するため、楽観的な展望をもつまでには至らない。
		ゴルフ場（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が続いているが、来場者数の減少は想定範囲内であるため、今後の景気はやや良くなる。
		競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、例年の動きと余り変わらないと予想される。
		競艇場（職員）	・S G競走の売上がやや低迷しているが、業界全体の売上は依然として高止まり傾向にある。しばらくは現状の推移が続くと予想されるが、G 1などのグレード競走の売上が気になる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・新型コロナウイルス感染症への意識が変わり、インフルエンザ程度に認識する人が以前よりも増えているなど、かつての日常に戻りつつあると感じる。これで物価上昇の影響が賃金アップにつながれば、景気の回復が進む。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・新型コロナウイルスの感染第7波のピークアウトが近づいており、新型コロナウイルス変異株に対応したワクチン接種も秋に始まる見込みである。また、新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握が見直されれば、医療機関の負担減少につながり、コロナ禍の対応が落ち着く可能性がある。ただし、資源相場の上昇や円安が更なる値上げにつながり、消費マインドの悪化が懸念されるほか、ウクライナ危機の長期化といった悪材料も多い。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者が発生しているが、プロ野球やコンサートなどは入場規制がかかっておらず、多くの客が来場し、にぎわいを取り戻しつつある。ただし、3か月後の状況は不透明であり、現状と変わらないと予想している。
		美容室（店員）	・お盆に外出し、かなり散財している客も多いため、秋にお金を使う客は少し減ると予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅では販売価格への転嫁が少しずつ進んでおり、正常な動きであると感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの供給数が増えることがない限り、需給バランスが崩れることはなく、市況の大きな悪化は考えにくい。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・自宅待機者の増加による悪影響を取り戻すために、各社員に負担が掛かっている。社員の疲労がたまっているが、改善の余地はなく、今は頑張るしかない。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・時計やバンドなど、各メーカーからの値上げの通知が相次いでいる。商品自体の価格のほか、配送費や仕入れ条件といった、表に出ない部分の値上げが厳しい。この先、いつまで店を続けられるか、どの程度辛抱できるか考えどころである。
		一般小売店 [事務用品] (経営者)	・まだまだ企業の購買意欲は上向かず、我慢の状態が続く。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・コロナ禍の収束時期がなかなか見通せないなか、ぜいたく品やし好品の買い控えが心配である。
		スーパー（店長）	・商品の値上がりやコロナ禍の高止まり傾向が続く限り、客の消費意欲は上がらない。生活防衛意識の高まりで消費が減少するなか、今後の景気は不透明感が強い。
		スーパー（店長）	・光熱費や原材料価格の高騰で、ますます節約傾向が進む。
		スーパー（販売促進担当）	・秋以降の各メーカーからの値上げ要請により、販売価格の上昇が至る所で発生する見込みである。時間とともに落ち着いてくると予想しているが、値上げの直後は買い控えによる販売量の減少が避けられない。
		スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらず、賃金も上がらないため、買い控えが増えている。このままでは景気回復は期待できない。
		コンビニ（店長）	・全ての商品の価格が上がっており、家庭の支出増加が更に顕著になってくる。それに伴い、まずは買上点数に影響が出るほか、スーパーなどとの価格競争の激化も心配である。
		コンビニ（店員）	・8月末から学校も始まり、通常の動きに戻ったと感じる。

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
		衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍への対応が後手に回っている。安心して社会生活を送ることができなければ、景気は低迷する。新型コロナウイルスの新規感染者数が、このまま高止まりすることが一番怖い。企業にとっては、緊急事態宣言などが発出されなければ十分な支援が得られず、事業の継続が難しくなる。
		家電量販店（店員）	・10月頃に商品の値上げが全国的に発生する。9～10月は旧モデルの需要がある程度見込まれるが、供給に限りがある。今後、新たな設定価格で市場が安定するまでは買い控えが増え、12月のボーナスシーズンまでは続く予想される。
		家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かなければ、来客数は増えてこない。厳しい状況は2～3か月先も続きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇により消費意欲が減退する。
		乗用車販売店（経営者）	・取引先は、仕入価格の上昇分の価格転嫁に苦労しており、我々への価格設定も厳しくなっている。価格が厳しいのはまだ良い方で、もう仕事も出さなくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・まだまだコロナ禍が続くなか、企業間の取引はある程度みられるが、来店客などによる需要は少ない。政治家と宗教団体の問題やウクライナ危機などの影響もあり、消費の回復はまだまだ進まないと予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・半導体不足の影響で、新車の納期が3か月～半年待ちとなっている。中古車価格が値上がりして車が売れないほか、客の車離れがひどい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・お盆以降の家計の引締めが予想される。物価は確実に上昇しており、賃金の上げがない場合は、家計は支出を抑制せざるを得ない。
		一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることで、地元の客の動きが悪くなる。
		一般レストラン（企画）	・物価の上昇で家計の余裕が少なくなり、外食への支出も減少傾向が続く。新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くまでは、厳しい状況が続くと予想される。
		観光型旅館（団体役員）	・当地域に多くの人々が訪れる、海水浴シーズンが終わるため、入込客は大幅に減少すると予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、10月の予約がキャンセルになっている。県民割も継続されず、9月から始まる当市のプレミアム付商品券もホテルは対象外であり、回復につながる材料が少ない。レストランも予約は入るものの、フリーの客が圧倒的に少ない。宴会は家族客などの少人数での受注はあるが、年配客の同窓会や総会は軒並みキャンセルとなっている。
		旅行代理店（従業員）	・従来のコロナ禍対策の方針転換や、感染症法上の分類見直しを進め、経済を優先させる時期にさしかかっている。このタイミングに移行しなければ手遅れになる。
		タクシー運転手	・街の雰囲気が悪くなっているように感じる。
		通信会社（社員）	・景気の浮揚する兆しが全くみられない。
		通信会社（役員）	・加速するインフレの影響が家計にも出始めており、客の購買意欲の低下が心配される。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大による出控えのほか、物価の上昇や相対的な賃金の減少、景気の悪化と悪循環が続いている。現政権による増税への不安も少なからずあり、景気が上向き要素が見当たらない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・コロナ禍に加え、値上げの影響も徐々に出てきている。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロママッサージでは服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
		住宅販売会社（総務担当）	・契約までに要する時間が伸びているほか、資材価格の上昇により、受注は減少傾向にある。
		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）	・インフレの影響で、国民の生活は苦しくなっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・コロナ禍による住宅市場への追い風がなくなり、今後は需要の前倒し分の反動減が顕在化する可能性も高まっている。
	x	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・現状の来客数や販売数の減少、冬以降の新型コロナウイルスの感染状況を考えると、楽観視はできない。通常であれば、冬は夏よりも衣料品が大きく動くが、今後の物価上昇などを考えると、景気が悪くなるという不安だけが高まる。

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）	・社会の情勢不安に加え、秋以降の更なる物価上昇に向けて、生活防衛意識が強まる。
	×	スーパー（店員）	・秋にはまた商品の値上げが予定されているが、上がったばかりのタイミングは、より一層高く感じるため、買い控えの動きが心配される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は海外から入ってくる物が多く、円安で仕入単価が上がっているため、買い控えが起きる。
	×	住関連専門店（店長）	・輸入業では、円安や海外輸送費の高騰による悪影響が止まらない。原価価格の高騰により価格は上げざるを得ないが、消費者の購買は鈍いなど、二重苦、三重苦の状況である。上半期だけで、通常の1年分の仕入れ予算が必要となる状況で、これをばん回すことは容易ではない。
	×	住関連専門店（店員）	・物価の上昇で良くなる要素が全くなく、国の支援も全く届いていない。
	×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・商店街の企画は消極的な内容で、良くなる要因が全くない。ただ店を開けている状態では、売上が減るしかない。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇で、当店もついに値上げせざるを得なくなった。10月からの値上げを考えているが、客離れにつながらないか心配している。個人店舗や商店街の店舗は値上げが難しいため、状況は厳しい。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅資材の値上がり激しく、来月くらいから建築単価が上がるとの情報もあり、しばらくは厳しい状況が続くそうである。
企業 動向 関連 (近畿)		食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も少し減少気味であり、秋冬のイベントの開催で人の流れが変われば、少し良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・円安傾向や国際海上運賃の高騰で、輸入品が極端に値上がりしており、当社の製品も以前と比べて受注が落ちている。海上運賃は少し下がっているが、まだまだ以前の水準には戻っていない。今後は新規受注を増やすことで、業績の回復を目指す。
		化学工業（経営者）	・売上は確実に回復基調にあるため、今後は多少強引にでも値上げを強行していくことで、景気は少し良くなると予想される。
		金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社が重視している半導体関連業界には、少なくとも期待ができる。もちろん自社の努力が大いに必要であり、今後の努力次第である。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入ってから、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
		繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染防止策が現状のままであれば、新規感染者数の高止まりが続くと予想される。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・月末に近づくと、取引先が在庫調整を行っている。このような状況では、なかなか良くならない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、今のままの流れでいけば、受注量の増加が続くそうである。
		化学工業（企画担当）	・加工度の高い、利益の取れる商材は売れず、利益率の低い安価な商材は売れるが、販売量は伸びない。年末に向けて需要の増加が見込まれるものの、この構造は変わらないと予想される。
		化学工業（管理担当）	・自動車の減産が続くほか、化学品の値上げも更に進むと予想され、利益の減少が懸念される。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・引き続きウクライナ情勢も不安定であるほか、原材料費や燃料費などの高騰により、欧米ほどではないが物価も上昇する。その一方、取引先からは値上げを要請されているが、当社も自社製品の値上げを依頼しており、しばらくは状況を静観したい。
		金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ対策や、猛暑による停電で、中国の工場稼働率が低下している。中国からの部品の出荷が安定するまでは、回復は期待できない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今は上向き傾向といっても、微々たる動きであり、景気は停滞したままである。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・先行きが全く読めない。

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
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ 部品の調達状況が改善されない限り、今の状態が続く。
		建設業（経営者）	・ 悪化の要因は不明であるが、資材の不足や価格の高騰は要因の1つである。ウクライナ危機が収まるまでは、今の状態が続くと予想される。
		建設業（経営者）	・ 来年4月から、コンクリート価格が5割上昇するのを始め、急激な建設資材価格の高騰が予想される。今でも設備投資の予算と実態の乖離が大きくなっているが、先行きは見通せない。
		金融業（副支店長）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は今の水準で推移するため、景気の動向も横ばいとなることが予想される。
		広告代理店（営業担当）	・ コロナ禍が落ち着くまでは、今以上の回復は進まない。
		司法書士	・ ウクライナ危機が続いているほか、新型コロナウイルスの感染再拡大や円安もあり、難しい状況が続く。
		経営コンサルタント	・ 地元の商店街の空き店舗は、長期的に増えると予想される。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ 物価の上昇で、家計に影響が出ている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・ 2～3か月では、大きな変化はない。
		食料品製造業（従業員）	・ いろいろな製品が値上げに動いており、当社の製品も値上げの方向となるが、家庭用は価格が上がれば、販売量が必ず減る。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・ 問合せが減っている。受注が問合せの量に比例する業界であるため、先行きが懸念される。また、問合せの減少により、案件の早期立ち上がりは期待できない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 家電の価格も値上げの方向にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ 材料が入ってこない。
		建設業（経営者）	・ 10月からは、多くの建築資材や住宅設備機器などで値上げが予定されている。新築、リフォームにかかわらず、確実に価格は上昇するため、購買意欲の低下が予想される。
		輸送業（経営者）	・ これまでの半年間で、輸入品の入荷の遅れがほとんど取り戻せており、納品待ちの客への輸送もほぼ完了した。一方、値上げの影響もあり、今後は新規の発注が少なくなるため、今年の後半は大きく落ち込む。
		輸送業（商品管理担当）	・ 毎年9～10月は売上が落ちるため、2～3か月先の景気は悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・ 中小の通販会社が、大手の通販会社を經由して荷物を送り始めている。荷物の量は増えたが、利益は減っている。
		通信業（管理担当）	・ ロシアのウクライナ侵攻による小麦価格の高騰やエネルギー問題で、物価が上昇し、不景気が続く。
		金融業（営業担当）	・ 値上げの影響が大きい。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・ ウクライナ危機の終息も見通せず、コロナ禍の収束時期も不透明である。物価の上昇は今後ますます進み、台湾付近の情勢も不安が大きい。このような状況で、年内の景気回復は期待しにくい。
		経営コンサルタント	・ 業種や地域、企業の規模などでばらつきは大きいですが、全体としては値上げが相次いでいるなど、悪い材料が多い。政府も有効な対策を打っていないため、今後は悪くなる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、円安の状態が続いており、輸入品の更なる値上げもあるため、悪くなる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・ 基本的に地合いが悪化しつつあるなか、改善に向けた対策やきっかけがないまま、年末に向かう可能性が高く、現在よりも厳しい展開が予想される。
	×	繊維工業（総務担当）	・ 新たな為替の予約レートに見合う、値上げ幅が維持できないため、収益の悪化につながる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・ 最終ユーザーである自動車メーカーに値上げを認めてもらえず、それに伴い、値上げの受入れを渋る取引先が数件ある。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・ 物価上昇が続くそうであり、新型コロナウイルスの感染拡大も長引いている。
	×	不動産業（営業担当）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続くため、景気は悪くなっていく。

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
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・社会情勢が混とんとしており、経済の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き求人環境は好調であり、若年層向けだけではなく、中高年に対する求人も多い。
		人材派遣会社（支店長）	・下期に向けて、更に求人数が増えると予想される。
		職業安定所（職員）	・原油相場の上昇が落ち着くことを期待している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・23年卒の採用では大手企業も内定の辞退が多く、苦戦したところが多かったため、秋冬のインターンシップには力を入れる企業が増えそうである。その分、インターンシップの募集広告が増えることが期待される。
		人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだかなり多いが、多くの人は余り神経質にならず、活動を続けている。その影響であらゆる業種から求人が出ており、マッチングにはかなり苦労を要する。一過性とは考えられるが、企業は出遅れまいと求人に労力を掛け始めており、その影響でミスマッチが増えている。
		人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルスの感染第7波が猛威を振っているが、政府の規制も緩やかになりつつある。全体として、プラスの動きとマイナスの動きが相殺され、景気は良くも悪くもない状態が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・特に、景気が好転する材料は見当たらない。
		人材派遣会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の推移によって変動すると予想されるが、現状が大幅に改善するとも、悪化するとも思えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用情勢と景気の連動性については不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・コロナ禍に加え、円安や資源相場の高騰による物価の上昇、ウクライナ危機、中国経済の減速、台湾有事への不安など、国内外に懸念材料が山積している。関西は体力の弱い中小企業が多く、各社もこれらの不安材料を意識して、本格的な求人に踏み込んでいない。どの懸念材料も解消される見通しが立っておらず、今後も厳しい状況が続くと予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後はコロナ禍の状況次第である。学内での新型コロナウイルスの新規感染者数が減っておらず、前期試験の追試対策で大変である。
		その他雇用の動向を把握できる者	・求人数は堅調に持ち直し、底堅く推移している一方、新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい状況が続いている。また、世界的な供給制約による部品調達の遅れや、原材料や燃料費の高騰、円安などによる収益の圧迫で、先行きへの不安の声は多い。人手不足感も強まるなか、現状は労働市場の活発化がみられず、先行きの不透明感は強い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現在の物価の上昇や円安といった環境を変えるべく、何らかの具体的な対策がないままでは、悪くなる一方である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍の急拡大や物価の上昇などで、関西の地元産業では販売促進などの予算を削減する動きが予想される。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大で求職活動を控える動きが増え、新規求職者数の減少につながっている。特に、高齢者の動きが鈍化している。コロナ禍が拡大するなか、社会や経済に与える影響を注視する必要がある。
	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や、原油価格の高騰の影響が出る。さらに、医療・福祉関係では新型コロナウイルスの感染拡大で深刻な人手不足となり、求人募集にまで手が回らないという声もある。	
	民間職業紹介機関（職員）	・今後も、資材価格の高騰や部品不足による価格の上昇が続く、悪影響が出る。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・世界的なインフレと米国の景気後退が、日本経済にも影響を及ぼすことが予想される。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が猛威を振り、今後の経済への影響が見通せない。飲食業界を中心に景気が悪くなり、採用人数も減少することが懸念される。	

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

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)		一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・新型コロナウイルス感染症による物不足も徐々に解消されつつあり、円安による企業の収益増が市場にも還元される。
		コンビニ（エリア担当）	・今後、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しても、行動制限がなければ、経済は以前の状態に戻ってくる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・大型イベント等が新型コロナウイルス感染症の発生前のように開催されるようになりつつあり、飲食に関する制限も少しずつ緩和されているので、今後、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まっており、人の動きがやや停滞気味ではあるが、以前のような自粛感はなく、近いうちに回復する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・コロナ禍で外出を自粛していた人たちが外出するようになるため、新規客の増加が見込める。
		百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は、今夏が最悪の状況で、新規感染者数も徐々に減少するため、旅行などで人が動き出し、需要も増加する。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が余りなく、帰省土産などの商品が好調だった。また、連日の猛暑で、婦人衣料の盛夏物が動くようになってきている。今後も、現在の良い状況が続く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・物価の高騰がマイナス要因となるが、品ぞろえの拡大や商品内容の精査による廃棄ロスの減少で、利益が拡大する。
		衣料品専門店（代表）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類変更で、ウィズコロナが進めば、客が元の生活に戻り、景気は回復傾向になる。
		家電量販店（店長）	・来客数の動きや客の購買意欲から判断すると、今後、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の発表による販売効果で、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発売されたり、生産状況が改善されたりするため、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（店長）	・生産調整が行われているが、納車サイクルをある程度読めるようになってきているため、今後、状況は改善に向かう。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者の療養期間短縮が検討されるなど制限解除に向かっているため、景気はやや良くなる。
		一般レストラン（店長）	・現在でも、客が新型コロナウイルス感染症を余り気にしていないように感じるが、今後、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、来客数が増加する。
		観光型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制がない状態が続けば、景気はやや良くなる。全国旅行支援が開始するのを期待している。
		都市型ホテル（総支配人）	・例年10月以降は秋の観光シーズンとなること、全国旅行支援の実施が検討されていること、インパウンドの水際対策の緩和により入国者数の増加が期待できることなどから、景気はやや良くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・入国制限の緩和など政府の前向きな政策の実施で、景気はやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・現在、客がウィズコロナということで割り切った行動をしているが、今後、更に各種施策が加わることで、需要が拡大していく。
		通信会社（経理担当）	・エリア拡張に伴い、新規加入者が増加する。
	通信会社（企画担当）	・人々の生活スタイルが新型コロナウイルス感染症に順応するようになってきているため、新型コロナウイルスの新規感染者数の大幅な増加や医療機関のひっ迫がない限り、客の購買活動は日常に戻っていく。	
	観光名所（管理担当）	・コロナ禍での経済活動を制限する規制が今より緩和されるため、景気はやや良くなる。	
	ゴルフ場（営業担当）	・秋に向けてのコンペの予約が順調なため、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、景気はやや良くなる。	
	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関わる行動制限がなく、行事も開催されるため、外出者が増え、消費も増加する。	

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
		商店街（理事）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客に生活防衛意識が働くため、景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の重症化率が低いため、徐々に従来の状況に戻ってきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増加しているため、このままだと景気が頭打ちになる可能性がある。
		商店街（代表者）	・閉店したり、廃業したりする店舗があったが、ここ数か月で数店舗の新規開業もあり、新しい客層の獲得が期待できる。
		商店街（代表者）	・今後も景気の悪い状況が続く。
		商店街（代表者）	・今後、新型コロナウイルスの新規感染者数が更に拡大し、物価も上昇するため、景気は良くならない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・取扱商品の特性から上向きになる要素が少ない。年末になれば多少は良くなる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これからセールが始まるが、新型コロナウイルス感染症の先行きが不透明であるため、景気は良くならない。
		百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大、原材料価格の高騰による商品の値上げ、電気料金やガソリン価格の高騰など前月から状況に変化がない。景気が回復するには多くの問題が残っているため、今の状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、すぐに来客数や売上に反映されにくい状況が続いている。値上げラッシュ等のマイナス要因もあるため、景気の回復には時間を要する。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、衣料品などの売上はすぐには回復しない。外商客を中心にラグジュアリーなど高額商品の売上が見込めるが、物価高の影響で、中間層の客の購買意欲の低下が続く。
		百貨店（営業担当）	・客の生活スタイルが一変し、会合が減少しているため、景気は元に戻らない。
		百貨店（外商担当）	・具体的な新型コロナウイルス感染症対策がないため、客の購買意欲が高まる要因が見当たらない。
		百貨店（営業企画担当）	・景気が上向き兆しがないため、景気は良くならない。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波や食品の値上げ等の影響で、消費者の不安が高まっており、今後、財布のひもも固くなるため、景気回復は見込めない。
		スーパー（店長）	・10月から最低賃金が上昇し、客の収入が増加するが、一方で、商品価格も上昇するため、消費は上向かない。
		スーパー（店長）	・今後も商品の値上げラッシュが続くため、ディスカウントという業態の強みをいかすことができる。ただし、客の買上点数が減少している現状を考えると、景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・物価が上昇し、買上点数が増加しない状況が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・無症状の新型コロナウイルス感染者の外出規制をなくしても、家族に感染者が出れば、その家族は近所の手前、外出しづらいし、人の集まるスーパーには行きにくくなる。
		スーパー（営業システム担当）	・値上げが続き、客の節約志向が強まるため、客単価は変わらずとも販売点数の減少が見込まれる。
		スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりしており、今一つ市場に活気がないため、今後も景気は良くならない。
		スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息しない限り、景気は回復しない。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ半年、売上が前年を上回っており、月後半以降、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しても、良い状況に変わりはない。今後もウィズコロナが進めば、景気は現状を維持する。
		衣料品専門店（経営者）	・物価が上昇し、従来どおりの買物をして購入金額が増加する。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、今後も景気は変わらない。
		家電量販店（店長）	・生活必需品の売上は変わらないが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かない限り、景気は良くならない。
		家電量販店（販売担当）	・決算期、年末に景気が回復することを期待したい。
		家電量販店（企画担当）	・景気を刺激するような政策が実施されない限り、景気は現状維持、あるいは更に悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・物価が上昇する一方で、客の給料は増加しないため、景気は良くならない。
		乗用車販売店（業務担当）	・受注は増加するが、新型コロナウイルス感染症などの影響で、生産工場の正常運転の見通しが立たず、商品が入ってこないため、販売につながらない。今後もこの状況が続く。
		乗用車販売店（店長）	・自動車業界の納期遅延問題などが改善される見込みがないため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足や海外ロックダウンの影響による納期遅延の影響が大きく、購入を見送る客が多い。今後も日用品や食料品の値上げによる節約志向の影響で、景気は良くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・市場が上向かない限り、景気は余り変化しない。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気にとって悪い要素はどんどん増加しているが、良い要素は余りないため、先行きは不透明である。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・電気料金などの光熱費や料飲部門の仕入単価が上昇しているため、苦しい状態である。新型コロナウイルス感染症の影響で、観光クーポンなどの使用が余り増加しないため、しばらくは厳しい状況が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の先行きが不透明な状況で、景気が良くなる材料も乏しいため、ここ数か月で景気が大幅に変化することはない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響や飲食店が悪いとの認識が薄れてきている。
		都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援の実施が延期になり、期待していた爆発的な観光需要の増加も当面は見込めない。プレミアム付食事券の再発行など自治体による需要喚起施策は一時的な対策にとどまっているが、エンターテインメントの業界がようやく積極的に動き出しており、ディナーショーの開催による集客が見込めるようになってきている。
		都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援が実施されない限り、景気の回復は見込めない。
		通信会社（営業担当）	・何ら対策が打たれていないが、今のところ目立った景気悪化要因もないことから、景気は現状のままで推移する。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・今後も新型コロナウイルス感染症の影響が続くため、景気の先行きは不透明である。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するため、景気は良くならない。
		テーマパーク（営業担当）	・6月末から新型コロナウイルスの感染第7波の影響が長期にわたって続いており、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まっているため、景気の先行きは不透明である。
		テーマパーク（管理担当）	・政府による経済対策が見込めないため、景気は良くならない。
		美容室（経営者）	・コロナ禍で体調不良の客が増加し、来店自粛をする人が出てきている。新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加で、今後の景気の先行きは不透明である。
		美容室（経営者）	・景気が良くなると思うと、再び悪くなるといった状況が続いているため、今後も景気は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・建築コストだけでなく、エネルギーコストや身の回りの物価も上昇が続いている。移動制限はなくなったものの、大きな投資を考えるには状況が不安定である。
		住宅販売会社（従業員）	・1度上がった価格が下がることは考えにくいから、今後もしばらく現在の状況が続く。
		住宅販売会社（営業所長）	・客が現在の社会問題に中長期にわたり対処していくことに精一杯で、自分の将来設計を描きにくくなっている。迷ったり、十分考慮したりしながら、消費行動しているから、これまでよりも量やスピードが鈍化する。
		住宅販売会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しても、行動制限等が出てこないこともあり、人出が大幅に減少することはない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今後、景気がどうなるのか見通しが立たない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・電気やガスの料金を含め、物価の上昇が続き、客の食品購買意欲が低下していることから、今後、景気はやや悪くなる。
		百貨店（販売計画担当）	・個人所得の伸び悩みや原価高騰による商品価格の上昇の影響もあり、今後、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症や商品の値上げラッシュの影響で、今後、客の動きが少しずつ悪くなる。
		スーパー（店長）	・10月からの食品の値上げが、パンなど日々購入される商品の買上点数に与える影響は大きい。新型コロナウイルスの感染による従業員の休みも増加し、いつ営業ができなくなるかという大きな不安材料もある。今後は商品価格の値上げで客の一層の節約が進み、競合店との価格競争も激しくなる。
		家電量販店（店長）	・物価高に加え、夏需要がなくなり、客の家電への関心ががなり薄れるため、今後、消費は低迷する。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・政府が新型コロナウイルス感染症に関する行動制限を緩和しているが、景気はすぐには良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、今後、人の動きが悪くなるため、売上も減少する。また、食材の値上げや平均時給の上昇で、経営状況も厳しくなる。
		観光型ホテル（副支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、宴会の予約が少しずつキャンセルになり、宿泊の予約も入っていないため、景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（経営者）	・若者のワクチン接種を進め、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を防がないと、客に旅行のことを考える余裕が出てこない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客が行動を自粛するため、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が引き続き増加すれば、景気はやや悪くなる。
		競艇場（企画営業担当）	・西日の問題で、舟券の発売時間が短くなるため、売上確保が難しくなる。
		設計事務所（経営者）	・来客数が増加しない、客の総予算が伸びない、契約件数が増加しない、契約までの期間が長期化するなど厳しい状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・民間では建材や建築製品の値上がり影響で、工事契約を先に延ばすといった傾向が見受けられる。こういった空気感では先行きの見通しが立たず、駆け込み需要が生まれる雰囲気も出てこない。
	×	スーパー（財務担当）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続くが、内食需要は戻らず、資源価格の高騰による物価の上昇で、売上の前年割れが続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・値上げが続き、客の買い控えが増加する。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・現代の日本人は、安心安全な国産商品よりも多少質が落ちても安い輸入品を購入するため、低価格商品が売れ、売上や粗利が低迷する。今後、人口が増加し、国産商品への愛着心が根付かないと、日本の産業は非常に厳しくなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・原材料価格の高騰等によるコスト高で、商品価格の上昇が止まらず、客が買い控えしているため、今後、景気は悪くなる。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	・円安等の影響で食品価格が高騰するが、当店のような商品を扱う店舗でも売上が厳しくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がいつ終息するか分からないし、ウクライナ情勢が落ち着いても、世界中の物が以前のように当たり前のように流通するようにはならないため、今後も非常に厳しい状況が続く。
	×	通信会社（広報担当）	・値上げにより客の購買意欲が低下するため、景気は悪くなる。
企業動向関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが繁忙期に入るため、下期も忙しくなる。
(中国)		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先からの内示情報が良くなっているため、今後、景気は良くなる。
		繊維工業（財務担当）	・客が必要な品物であれば、少々価格が高騰しても購入するようになる。
		化学工業（総務担当）	・景気は緩やかに回復する。
		輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
		農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類を2類相当から5類へ変更しない限り、新型コロナウイルスの感染状況が簡単に落ち着かない。
		化学工業（総務担当）	・特に景気に変化する要因がないため、景気は変わらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・足元の動きから判断すると、景気が大幅に変化することはない。

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
		鉄鋼業（総務担当）	・現時点では、受注の減少が続くのか、回復するのかが判断できない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気は変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・部材の調達難や調達コストが生産に与える影響が大きくなっており、また、7月以降、新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増加しているため、景気が下振れる懸念がある。
		建設業（経営者）	・工事の引き合いが徐々に増加してきているが、人手不足や資材高騰などマイナス要因もあるため、景気は変わらない。
		建設業（総務担当）	・資機材の納期遅延や価格の高騰がしばらく継続するが、民間の物件では価格転嫁が難しい。また、予定物件についても、工程の見直しなど中止や時期の延期のリスクが高まる。
		輸送業（業務推進担当）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等の影響もあり、景気が好転する要素がない。
		輸送業（総務・人事担当）	・景気が悪化する要因もないが、回復する要因もないため、今年中は横ばい状態が続く。
		通信業（営業企画担当）	・半導体不足やICT関連機器の納期が改善されず、企業の計画的な動きに影響が出ているため、3か月後に現在の状況が改善される見込みが立ちにくい。ウクライナ情勢や物価高などの影響で、企業が計画どおり、投資を進める判断が厳しくなっているため、今後も景気は良くならない。
		金融業（融資企画担当）	・半導体不足などの解消には相当期間を要し、地元完成車メーカーの国内生産が今後も低調となるため、系列の地元部品メーカーの受注も厳しい状況が続く。
		金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス感染症、円安、原材料の高騰が長引いており、企業の収益力回復は当面期待できない。
		不動産業（総務担当）	・9月は需要時期であり、一時的に良くなるが、10月以降は現在と同じような状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着く心配がなく、客からの受注も上向きにならないため、今後も景気は良くならない。
		会計事務所（経営者）	・円安阻止よりも景気の下支えを優先する金融政策では、原材料高や燃料コストの上昇を抑えることは難しく、新型コロナウイルス感染症の影響による資材不足の解消も先行きが見通せない。新型コロナウイルス感染症による人手不足が顕在化し、企業活動の回復を妨げることを懸念している。
		食料品製造業（経営者）	・秋口に再度、商品の値上げを実施するため、消費低迷につながるおそれがあり、当面、厳しい状況が続く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化や中国の景気の低迷の影響で、今後、日本の景気も減速する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型案件の生産が終了するが、鉄鋼業向け流れ品の需要が強くなく減産の見込みである。このため、生産量は減少する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・原材料やエネルギーコストの高騰が収益を圧迫する。
		金属製品製造業（総務担当）	・5月から下落傾向にあった鉄原材料価格がこれから上昇に転じてくる。加えて、電力の燃料調整費が過去にない値上がりとなっており、電力の多消費産業である当社には大きな痛手となってくる。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇が生産や販売に悪影響を及ぼす。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		求人情報誌製作会社（HR担当）	・企業側の採用意欲が高いため、今後、景気は良くなる。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	・短期的には、新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトすることで景気が良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・これまで抑制していた中途採用を再開する企業が増加している。また、企業が事業拡大へ向けての増員を図ってきている。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・8月後半以降も引き続き相談件数が伸び、それに比例して求人者からの案件受注も伸びていることから、今後、景気はやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・人流は戻ってきているが、世界情勢が不安定で、物価上昇に歯止めが掛からないため、引き続き、景気は停滞する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（雇用関連担当）	・一部の部品の納期が遅れている企業もあるが、生産ラインを止めたり、客に納入ができなくなったりする等の影響は出ていない。最低賃金の引上げについては、パート比率が高い企業では、人件費負担増の影響が大きくなるが、企業がどの程度コスト負担に耐えられるか注視する必要がある。
		職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年と比べ、67.6%減少していること、また、求人数が全体的に増加していることなどから、景気は回復している。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加、それに伴う医療体制のひっ迫、食料品等の値上げなどの懸念材料があるため、景気は良くならない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・周辺企業に秋採用に向けた積極的な動きが余りないため、景気は変わらない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・政府が経済活動を優先した新型コロナウイルス感染症対応を取っているが、依然として、規制等が多く、人流が思った以上に活発化していないため、今後も景気は良くならない。
		人材派遣会社（支社長）	・新型コロナウイルスの感染拡大で、今後、経済活動が若干滞る。
		人材派遣会社（副支店長）	・今後も物価が上昇し、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、景気はやや悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後、物価が更に高騰し、個人消費が低迷するため、景気はやや悪くなる。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で予想を上回る物価の上昇に応じて価格転嫁を行えない企業が出てきている状況で、社会保険適用拡大や最低賃金への対応も待たないとなつているため、やむを得ず求人を取り下げる企業が出てくる。
	x	-	-

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)		*	*
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する政府の対策が前向きに進んでおり、客の行動が活発になってきている。国内で治療薬が認可されれば、景気は更に上向くと思う。
		百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルス感染症の状況が少し落ち着くと予想する。
		コンビニ（店長）	・物価上昇の影響で競合店との価格差が縮まり、来客数の増加につながると推測する。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、しばらくこの状況が続くと思うが、客の動きは鈍化していないため、いずれ景気は回復すると思う。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染再拡大が続いているが、秋の衣替えシーズンとなるため売上増加を期待している。
		乗用車販売店（役員）	・9月以降メーカーの生産が回復すると予想されるため、年度末にかけて景気は回復すると予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・酒類は値上げする前に買いためする客が多く、ここ数か月は売上が安定すると思う。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くと予想する。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、修学旅行以外の団体旅行が動き出すことを期待している。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、秋の過路客が戻ってくることを期待している。
		通信会社（営業部長）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収まれば景気は回復すると思う。
		通信会社（営業担当）	・客の動きが回復しており、年末商戦に向けて期待している。
		観光遊園地（職員）	・新型コロナウイルスの感染第7波が収束に向かい、秋の行楽シーズンになれば観光客が増加すると思う。
		商店街（事務局長）	・行動制限がなくなったことでリベンジ消費を期待していたが、急激な物価高となつてしまったため、しばらくは全体的に消費意欲が弱いまま推移すると思う。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・お盆の時期に人流が活発化したことにより、新型コロナウイルス感染症が再拡大しており、しばらくは現状が続くと予想する。

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
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、引き続き来客数が減少したまま推移すると予想する。
		百貨店（営業統括担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりのままではあるが、来客数に大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況次第のため、先行きが見通せない。
		スーパー（企画担当）	・引き続き商品の値上げによる買上単価の上昇は続くと思う。また、値上げ前の買いだめも今の傾向が続くと予想する。
		コンビニ（商品担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限はなくなったが、電気代や燃料代の高騰の影響により、景況感是不変ではない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束傾向に向かわなければ、景気の回復はまだ遠いと思う。
		家電量販店（店員）	・今後も継続的な値上げが予想されるため、客が本当に必要な物しか購入しない傾向が続くと思う。
		家電量販店（副店長）	・物価高騰による消費の冷え込みは続いており、しばらくこの状況は続くと思われる。
		乗用車販売業（営業担当）	・半導体不足が早期に解消することは困難であるため、状況は変わらないと思う。
		都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右され、来客数の動向が読みづらい。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
		通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、活発な活動ができない状況が続いている。
		通信会社（支店長）	・ウクライナ情勢の長期化に伴い、関連商品の値上げが続いている。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
		設計事務所（所長）	・大手企業を中心としてSDGsやカーボンニュートラルに対する投資を進める企業が増加しているが、先行きは不透明である。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・10月の酒類値上げ前に消費者の買いだめ傾向が強まり、一時的に売上は増加するが、その後は景気が悪化すると予想する。
		スーパー（店長）	・今後も値上げが続くことで、客の購買意欲が低下し、来客数の減少につながると予想する。
		スーパー（人事）	・急激な円安の進行や燃料費の高騰、またそれに起因する物価上昇等の不安要素が大きく、新型コロナウイルス感染症が再拡大しており、景気が回復する要因がない。
		スーパー（財務担当）	・更なる値上げで販売数量が落ち込むと思う。
		コンビニ（店長）	・お盆明け頃から来客数がやや減少しており、今後もこの傾向は続くと思予想する。
		コンビニ（総務）	・お盆に行動制限がなかった分、その反動として新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、景気は再び悪化すると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産の遅れが解消されない限り回復しない。長納期化などにより客の購買意欲も下がってきていると感じる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大により、社員の勤怠にも影響しており対応に苦勞をしている会社も多いと聞くため、先行きは不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・直近の売上が減少傾向で推移している。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束が遅れ、全国旅行支援の開始が更にずれ込むと予想する。このままの状況では夏休みのような需要回復は望めず、景気は悪化と思う。
		競輪競馬（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が長引き、更に物価高が続くことで、客の遊興費が減少すると予想する。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、しばらく現状が続くことで景気が悪化と思う。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況によって売上が左右されるため、経営者にとって厳しい状態が続いている。秋冬のイベントも準備しているが、無事開催できるか先行きに対する不安を抱えている。

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
	x	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢の影響より物流が停滞していることが、物価上昇につながっている。科学技術の発展や生活様式の変化により、新型コロナウイルス感染症はある程度防げるようになったが、ロシアとウクライナの戦争が収束しない限り、景気の回復は見込めない。
	x	スーパー（統括担当）	・光熱費の高騰に加え、取引先から商品値上げの要請もあり、今後景気は悪化すると予想する。
	x	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇の影響による買い控えが今後も続くと思う。
企業 動向 関連 (四国)		電気機械器具製造業（経営者）	・バイオマスによるカーボンニュートラルの取組を進めているが、今までの研究成果がようやく結果として表れてきており、努力次第では状況は良くなると思う。
		繊維工業（経営者）	・原材料価格高騰により、今後は仕入価格が7～8割高くなった綿糸を使用しなければいけない状況である。綿糸以外にも光熱費や運搬費、その他副資材の値上げも続いており採算は悪化する見込みである。最近の米国の金利上昇やパキスタンでの洪水による綿花収穫不足等、材料費高騰が一段と進むことが予測され、先行きは不透明である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響で除菌や掃除用のウェットクリーナーの需要は多いが、同業他社の供給も多いため売上は横ばいである。
		化学工業（所長）	・新型コロナウイルス感染症の収束時期が不透明であり、今後が見通せない。
		電気機械器具製造業（経理）	・ウクライナ情勢の長期化及び円安基調による物価高の継続に加え、新型コロナウイルスの感染第7波の到来もあり、先行きは不透明である。
		建設業（経営者）	・公共事業予算の執行及び受発注については堅調に推移している。一方、新型コロナウイルスの感染拡大状況や行動制限の有無等によって景気は左右されるため、先行きは不透明である。
		建設業（経営者）	・年末まで余り状況は変わらないと思う。
		輸送業（経営者）	・ウクライナ情勢次第である。
		輸送業（営業）	・新型コロナウイルスの第7波による感染拡大が収束に向かわない限り、景気の回復は見込めない。
		輸送業（経理）	・海外向けの輸出入計画は堅調に推移しているが、国内向けは依然として低調なままである。
		通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染症数の急増により、社外イベントの自粛や運営方法の見直しが必要とされる可能性が高まっており、見通しが立てづらい。
		通信業（企画・売上管理）	・良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素もないため、現状が続くと予想する。
		広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が続いており、客先のイベントや販売促進活動の復活が予想よりも遅くなっているため、しばらく状況は変わらないと予想する。
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーが材料価格高騰のため販売価格を改定し始めており、住宅の契約者数が減少している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染急拡大等の懸念があり、先行きの不透明感が強まっている。
		金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染再拡大やウクライナ情勢、天候不順、急速な円安等により資源価格の高騰や物流コストの増加が懸念され、景気が下振れすると予想する。
	x	農林水産業（職員）	・新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せず、秋には日販品を中心に更なる値上げが予定されている。青果物は、米余りのなかでも小売価格は余り下がらないことを例に、量販店の利益商材化が顕著であり、今後もこの傾向が強まることから、野菜の卸売価格は厳しさが増す見込みである。
	x	食料品製造業（経営者）	・様々な原材料仕入価格が高騰しており、10月から製品価格へ転嫁するため、売上高及び販売数量が減少すると予想する。
	x	鉄鋼業（総務部長）	・原材料価格の高止まりや価格交渉の遅れにより、収益状況は悪化しており、回復のめどが立っていない。また、電気料金の燃料調整費の上限撤廃により、更に収益環境は悪化する見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	税理士事務所	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇の影響で景気は悪化すると予想する。
雇用 関連		-	-
(四国)		求人情報誌製作会社 (従業員)	・異動の時期となるため、求人数が増加すると予想する。
		人材派遣会社(営業担 当)	・求人数の状況に大きな変化はない。
		学校[大学](就職担 当)	・企業の人手不足感は余り変わらない。
		求人情報誌(営業)	・景気の停滞感から転職の動きが鈍く、企業の人手不足が解消される見込みが低い。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・物価の上昇により、景気が悪化すると思う。
		職業安定所(求人開 発)	・この数か月増加していた宿泊業や飲食サービス業の求人数が前月比で大幅に減少しており、今後は他の産業にも影響が生じると予想する。
	x	-	-

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		住関連専門店(従業 員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており危惧されるが、これから高単価の秋冬商材が動き始めるため、単価は良くなると想定している。
(九州)		商店街(代表者)	・気候が良くなり、新型コロナウイルス感染症対策ができるようになり安心感が出始め、加えて旅行支援の効果もあり、現状より多少良くなると考えられる。
		商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症の状況にもよるが、秋物の動きが活発になっており、秋も深まれば少しずつ景気は良くなる。
		一般小売店[青果] (店長)	・9月まで当地では、30度を超える気温になると予想される。しかし、全国的には気温が落ち着いて良い商品が出回るようになり、また、涼しくなることで購買意欲も上がり、9月から11月は状況が良くなると想定している。
		百貨店(営業担当)	・感染を警戒している状況であるが、Webや通販部門は堅調である。また、嗜好性の高い舶来雑貨・時計・美術・画廊や自家需要の高いリビング用品・家電・食品・和洋酒に加え、スポーツ関連も堅調で、客単価や購買単価は維持している。加えて、非接触QR決済が増え、回復が望める状況である。
		コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルス感染症に対する危機意識が薄れており、このまま行動制限が適用されなければ、自粛の反動もあり、人の行動は更に活発になる。
		コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響もなく、来客数、客単価共に上向きであるため、先行きが悪くなる状況にはない。
		コンビニ(経営者)	・外国人受入れの増加や各種イベントの開催により、人の動きは確実に伸びていく。一時期低迷していた深夜時間帯の来客数も再び増加に転ずると予測している。
		コンビニ(エリア担 当)	・インバウンドを含め、人の流れが活性化することが期待できる。
		家電量販店(店員)	・今年の夏商戦は非常に売上が悪い状況である。しかし、家電には波があり現在底であるため、3か月先には若干現況より良くなると考えている。
		家電量販店(従業員)	・寒くなると暖房器具の需要が増えるため、先行きは良くなる。
		乗用車販売店(従業 員)	・9月は半期決算のため、来客数に期待できる。
		乗用車販売店(総務担 当)	・新車生産が滞っているが、新型車投入効果で売上増加を期待している。
		乗用車販売店(役員)	・新型車の投入効果やメーカーの生産台数改善により、販売台数が増加する。
		乗用車販売店(役員)	・新型車効果により受注は上向きを維持できると予想するが、供給面は2~3か月では解消の見込みがなく、不安要素も残る。

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
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・気候の問題もあるが、気温が高くなると客の動きは鈍くなる。コーヒー飲料の夏場の需要は減少するが、店頭での購入量や来客数、客単価を比較すると若干増加傾向である。特に新規の客が目立つようになっている。
		一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の拡大で自粛している状態であるが、次第に慣れ始め食事会など増加していく。
		居酒屋（経営者）	・物価高騰など心配な要因はあるが、新型コロナウイルス感染症に対する意識の変化があり、新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着くと景気も良くなる。
		観光型ホテル（総務）	・経済活動をやめない国の方針であるということは、いずれ新型コロナウイルス感染症について、感染症法に基づく分類が5類へ変更され、普通の感染症とみなされていくことが予想される。
		観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の流行が落ち着き、行動制限が緩和されることにより、景気回復に向けた動きが活発になる。
		旅行代理店（職員）	・全国旅行支援の開始により、旅行需要が高まると予想される。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限の解除等で、事業の動きが活発化している。客先を含め新型コロナウイルスの新規感染者数は増加し支障が出ているものの、売上や購入意欲への影響は少ない。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波次第だが、新型コロナウイルス感染症発生前のイベントや催しが復活すれば、経済は上向きになる。
		美容室（経営者）	・秋口になるとおしゃれシーズンになり、客の動きも出てくる。新型コロナウイルス感染症も落ち着くと予想されるため、客の動きは良くなり、3か月先の景気は上向くと確信している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・新型コロナウイルス感染症第7波で新規感染者数が多くなり、客先でも感染者や濃厚接触者が毎日出ている状況ではある。しかし、対応に慣れてきており、経済活動そのものが活発になってくると考えている。2～3か月先は楽観的ではあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も減少していると期待している。
		商店街（代表者）	・ここ2～3年の傾向から、全く予測が成り立たない。したがって、先行き不透明であるため、今後は懸念される。
		商店街（代表者）	・夏物商材の売上は過去最低の状態となり、景気回復の兆しは見当たらない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収まり、第8波がどのような状況で発生するのか全く想像できない。新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増加しなければ景気は若干良くなるが、新型コロナウイルス感染症の第7波のように感染拡大すると更に景気は落ち込むと考えている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症は終息せず、加えて、客は商品や食品の値上げにも関心を持っている。慎重な購買は今後も続いていく。
		商店街（代表者）	・今後の新型コロナウイルス感染症の感染状況が分からないため、先行きが不透明で景気は変わらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・8月はお盆があり、12月はクリスマスや正月があるが、9月から10月には特にイベントがないため、大型店舗のオープンがなければ売上は変わらない。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の状況は不透明で、物価は高騰し、ヒット商品もでないと考えられる。
		百貨店（企画担当）	・大きなイベントや催事がないため、現状維持を予想している。
		百貨店（企画担当）	・プレミアム付商品券等による景気刺激策はあるものの、新型コロナウイルスの感染拡大にめどが立たないため、効果としては限定的だと考えられる。また、商品供給量の減少や原材料の価格高騰等のリスクが多いことから、今後も足踏み状態が継続する。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症や円安、物価高騰などで、今後の影響が不透明であるため予測が付かない。
		百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、高齢客が伸びていない。売上は前年を上回っているが、2019年度の新型コロナウイルス感染症発生前の90%前後で推移している。

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
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少を見込めないため、売上や来客数共に変わらない。
		百貨店（経営企画担当）	・現況では食料品や衣料品等の動きは悪くないが、物価高や気温上昇によるエネルギー消費量の増加により、買い控え傾向となることが予想される。
		百貨店（業務担当）	・客の生活様式が、新型コロナウイルス感染症と共存する状態で安定すると、客の購買行動は大きく変化しない。
		スーパー（店長）	・3か月後も現状と余り変化がないと判断しているが、更に悪化する可能性もある。物価高騰対策で、政府の支援があれば景気が上向き可能性もあるが、消費者の支出は低下した状態が続くため、景気回復はなかなか望めない。
		スーパー（総務担当）	・値上げが今後も続く見込みであり、また、世界情勢の変化で光熱費も高騰していることから、年末を控えた11月は景気が上向き材料が見当たらない。
		スーパー（経理担当）	・値上げの影響が数値にはつきりと出ている。今後も単価の上昇により買上点数が減少し、結果として買上金額の減少が続くと予想される。
		コンビニ（経営者）	・3か月後に周辺環境が変わるとは考えられず、厳しい状況が今後も続く予想される。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・台風で、水や非常用食品などの需要が一時的に多くなる。10月にはたばこの値上げがあるが、それ以降は売上や来客数が伸び悩むと予想している。
		衣料品専門店（店長）	・秋冬商材が動いてほしいが、今の状況と変化はない。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数に来客数が反比例する傾向は変わらず、落ち着くまではこの状態は続く。
		家電量販店（店長）	・商品の安定供給の見通しが立たず値上げが続いていることから、すぐに購入に至らないケースが散見される。新型コロナウイルス感染症の第7波が想像以上に長引いており、すぐに状況は変わらない。
		家電量販店（店員）	・半導体不足や原油高で家電商材も単価が上がっている。しかし、必要としている客は購入しているため、全体の売上に変化はない。この傾向はしばらく継続すると考えられる。
		家電量販店（従業員）	・来客数が伸長している一方で、買上単価と買上点数が減少する傾向が続いており、身の回りの景気は余り変わらないと考えている。しかし、停滞していた物流が動き出し、商品入荷の不安が解消されつつあるため、在庫不足による機会損失は少ないと予測している。
		乗用車販売店（従業員）	・現在、生産のめどが立たないため、好転する見込みはない。
		住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は月末には緩やかに減少する傾向にある。プレミアム付商品券の効果もあり、経済活動は活発に見えるが、新型コロナウイルス感染症が終息したわけではないため、先行きは不透明である。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・原発の再稼働でエネルギー価格が下がれば、現状より経済状況が和らぎ、財布のひもも緩むと考えられる。また、当ショッピングセンターでは、映画のヒット作品にも大きく影響される。そのため、先行きは物価高騰の報道やシネマ及び原発の稼働次第で状況が変わる。
		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）	・インバウンドの回復が遅い。
		高級レストラン（経営者）	・企業相手のレストランであるため、お盆休みの影響もあり8月の売上が最低であった。2～3か月後はこれ以上悪い状況にはならないと考える。
		高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で外出自粛に慣れ、外食をすることもなくなり、今後を懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の状況次第であるが、国の早急な対策や判断が必要である。
		観光旅館組合（職員）	・気候は良くなるが、新型コロナウイルスの感染状況に左右される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・外国人の入国緩和が大きなポイントであるが、まだまだ時間が掛かると予想している。
		タクシー運転手	・ゴルフシーズンになるが、新型コロナウイルス感染症の収束が分からないため、人の動向は余り変わらない。

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
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている状態でも、ある程度の景気回復が続いており、しばらくは維持できると予想される。
		通信会社（社員）	・半導体不足で商品が入らず、景気が良くなる好材料が特にない。
		通信会社（企画担当）	・光回線販売件数の減少傾向の改善がみられない。
		通信会社（統括者）	・来客数増加策として、シニア向けのスマートフォン教室等を開催しているが、その影響は見受けられない。来店には、予約制が浸透しており来客数増加は見込めないが、来月発売予定の商品の販売増加を期待する。
		理容室（経営者）	・当地でも新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、製造業では回復傾向の企業もある。一方、美容室関係では、客の来店期間が延びており、厳しい状況が続いている。
		美容室（店長）	・現況では、景気が良くなるとは考えられず、今月の来客数も減少している。
		設計事務所（所長）	・今月の実績は3か月後に出るため、景気には変化がない。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症関連の考え方に変化があり、コロナ禍ではあるが行動制限はないため、外出が多くなっている。人に動きがあれば金も動くため、景気も若干良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅関連の補助支援が影響し、住宅を検討している客の動きは今後も続いていく。
		商店街（代表者）	・商店街の来街者数が、夏休みにもかかわらず大変少なくなっている。その要因は、猛暑と新型コロナウイルス感染症の拡大により、外出を控えていることにあり、各店が苦戦している。小売店ではWeb販売等に押され、売上が落ち一段と難しい状態になっており、小売店に限らず、飲食業でも厳しい状況である。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今後もこの最悪な状況が継続するのではないかと危惧している。このままでは魚屋が廃業し、魚屋という文化がなくなるのではないかと危機感を持っている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇と新型コロナウイルス感染症の影響により、収入が減少することで購買意欲が減少しており、必要がない商品の購入は控えている。加えて、レジでの追加購入をしていた客も必需品のみの購入になっており、今後の売上に期待できない。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が運営面に影響している。
		乗用車販売店（代表）	・物価高や新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、更に景気は悪くなる。
		スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえないため、中高年層の会社員の来客数が激減している。さらに、ロシアのウクライナ侵攻による物価高騰も加わり、外食への出費もますます減少することが予想される。インバウンドの全面解禁もみえないため、景気が良くなる要因が見当たらない。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続けている状態で夏休みが終わる。学校の再開で更に感染が拡大すると予想され、景気は悪い状態が数か月続く。
		観光型ホテル（専務）	・夏休みが終わると家族連れが激減する。新型コロナウイルスの新規感染者数が多いため、秋のシーズンに多かった団体客の減少が危惧される。
		通信会社（役員）	・生活に物価上昇の影響が出ており、身の回りの物価が緩やかであるが、確実に上昇している。また、円安も続いており、景気が回復する要素が見当たらない。
		ゴルフ場（従業員）	・コロナ禍が日常となり、新型コロナウイルス感染症が落ち着くまでは、もう少し期間が必要であり、その間は厳しい状況が続く。
		ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生し、新型コロナウイルスの感染再拡大で、再び人流抑制が行われると考えられる。
		競馬場（職員）	・仕入れで値上げの話が増えており、多方面に影響が出るおそれがある。
		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）	・新型コロナウイルス感染症の方向性見直しで、感染防止対策による消耗品購入の増加やエネルギー等の負担が大きくなり、一層の収益悪化が予想される。
		設計事務所（代表）	・物価が上昇しているが、賃金は上がっておらず、先行きが不安である。

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
	x	商店街（代表者）	・商店街では4月と8月に火災があり、2分の1が消失している。そのため、市や県、国の協力で営業を継続しながら再開が進んでいる。被害に遭った店の立ち直りが今後の商店街の重要な課題になるため、状況を模索しながら営業を継続し、支援を期待している。
	x	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が感染拡大しているが、店は都心部にあるため、行動が規制されていないため客の行動が内食から外食へ移行することは避けられない。
	x	設計事務所（所長）	・世界情勢にも左右されるが、今後も材料や製品の価格上昇は続くため、景気の回復は期待が薄い。
企業 動向 関連 (九州)		農林水産業（従業者）	・現在、九州の産地は秋冬野菜の種まき定植が終わり、9月に向けて収穫シーズンとなっていく。現在のまま、北海道の出荷が低迷すれば、収穫初期は高値の恩恵を受けられる可能性がある。新型コロナウイルス感染症の影響による物流や外食消費が止まらないことを願っている。
		食料品製造業（経営者）	・季節性のある商品の製造、販売共に繁忙期となる。
		化学工業（総務担当）	・今期の損益状況は上昇しており、その傾向が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の動きが良くなっており、それに対する対策が採られているため、業界全体の動きが良くなっている。客からもそれなりの受注量を受けている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・来年以降の自動車や半導体は、共に若干強気の見通しである。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・増産体制はできており、今後の原材料調達がうまくいけば景気は良くなると予想される。
		金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第7波の状況次第では、3か月先はピークアウトしていると考えられる。しかし、今回は行動制限がないため、景気への悪影響は少ないことも予想される。
		金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の拡大が落ち着き、収束に向かえば人流減少による影響が徐々に緩和される。また、製造業に影響を与えている資源価格の高騰や供給不足については、回復するまでにはまだ時間を要すると予想する。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社のWebや資料請求サイトの問合せが増加している。
		農林水産業（経営者）	・原料調達も計画の段階では、この秋口には順調に推移していくと予想する。工場生産も厳しかった8月と比較すると9月から10月には大きな問題は見当たらない。ただし、資材の値上げ等で、費用が大きな負担となっており、それを補うために商品の値上げをしたいところであるが、取引先の返答は厳しい。前年の秋とは違い厳しい状態になる。
		家具製造業（従業者）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が今後も適用されなければ、今以上に市場が冷え込むことはない。しかし、長期の大型案件情報はあるものの速急な案件はなく、年内まで厳しい状況が続くことが予想される。
		金属製品製造業（事業統括）	・物価高騰の改善について見通しが立たない限り景気は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況では、電子部品が品薄で入荷が遅れているため、自社の製造工程が遅れている。その影響のため、当社への調達も見送られている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注は、引き続き好調が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産数は内示計画を維持しているが、10月以降も半導体不足が予測されており、先行きは不透明である。
		建設業（従業者）	・官庁の工事入札に参加するが受注に結び付かない。大きな物件が受注できず規模が縮小するため、景気は変わらない。
		建設業（社員）	・第3四半期までは、発注予定が多くあるようだが、社員間で新型コロナウイルス感染症に感染しないようあらゆる感染対策を実施し、元請にも迷惑の掛からない施工を実施している。多くの補正予算計上を望んでいる。
		輸送業（従業者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の景気が戻るとは考えていない荷主も数多く、新規事業案を従業者から募集している企業もある。倉庫も空坪が目立っており、従来は同業者からの引き合いも多かったが、最近は減少傾向である。
		通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、受注目標に対し厳しい状況となっている。

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
		通信業（経理担当）	・予算見直しの時期であるが、利益目標は当初予算の水準を維持する見込みである。
		金融業（従業員）	・百貨店の売上や住宅販売は持ち直しており、また、旅行業界や飲食店の売上も次第に回復傾向を示している。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が高水準にあることから、一部にキャンセルの動きが出ている。
		金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、今後緩やかに減少すると予測されるが、景気回復は全体的な物価高の影響で利潤は少なく、余り見込めない。消費者マインドも変わらないと考えられるため、やや悪い状況が2～3か月先も変わらない。
		金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえず、当面は慎重な行動が続く。
		不動産業（経営者）	・先行き不透明であるため、現況と変わらない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、今後も変化がない。
		広告代理店（従業員）	・ロシアによるウクライナ侵攻が長期化しており、また、新型コロナウイルス感染症の影響で、物価上昇が企業収益を圧迫している。この傾向がしばらく続くと予想している。
		広告代理店（役員）	・3か月予想では、大きな変化が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルスの感染状況で大きく変動すると考えられる。
		経営コンサルタント（社員）	・これまで目立った動きが見られず、今後もこの動きは変わりそうにない。
		その他サービス業〔物リース〕（職員）	・今後も変動する要因は見当たらず、大きな変化はみられない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の委託業務の発注は、8月でおおむね終わり、今後の市町村からの発注は、少なくなる。6月補正予算でも調査や計画、設計等に対して委託業務への予算計上は減少しており、受注できる機会も少ないまま推移していき、景気は悪い状態が継続すると考えられる。
		繊維工業（営業担当）	・毎年最低賃金が大きく上昇するが、工賃を上げることは難しい状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・客の予想では、景気はやや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・更なる物価の上昇や最低賃金の上昇、社会保険適用の拡大等、地域経済に影響を及ぼす要因が控えている。痛みを伴うため、一時的に景気が悪くなるおそれがあるが、個人消費が増えれば経済も徐々に回復すると期待している。
		経営コンサルタント（社員）	・急激な円安の影響が、すぐに戻るとは考えられない。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ふるさと納税では、商品よりも食品を選んでいるような状況である。今後の商社の動向について、今まで納品していた商品が継続できるかは、値上げの影響を受け難くなっている。今後、どのような状態で商品の流通が変わっていくか大変懸念される。
雇用 関連 (九州)		民間職業紹介機関（職員）	・新卒の就職市場は、物価上昇やロシア、ウクライナ情勢による影響を受けにくく、経済活動も復活しており、今後は更に良くなると期待される。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症による行動規制の緩和もあり、施工が増えていくと予想される。
		人材派遣会社（社員）	・安定的に新型コロナウイルス感染症の発生前を上回る求人数となっており、求職者の動きも賃金の高い就業先への動きが活発化している。
		人材派遣会社（社員）	・お中元の注文があった企業からは、お歳暮の問合せがある時期となる。
		人材派遣会社（社員）	・不景気のときは控えていた直接雇用を派遣へ切り替えるなどの相談が多数あり、求職者の動きも出ている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波、第8波の状況次第ではあるが、新型コロナウイルス感染症の第7波における新規感染者数が減少しつつあり、2～3か月先の景気は、現状より若干改善されると推測される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が落ち着けば、消費活動やイベントなども活発化してくる。秋には連休も多く、観光やレジャーなどで盛り上がりが見られると考える。

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)	・新型コロナウイルス感染症が収束する気配がないが、経済活動は緩やかに増えつつある。
		民間職業紹介機関(社員)	・百貨店等今まで採用を控えていた業界が採用に動き出しているため、全体的に景気上昇に向かってしていると予測できる。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・秋から年末にかけて行楽シーズンになるため、景気上昇を期待しているが、一方では新型コロナウイルス感染症の第7波の影響が長引いており、先行き不透明である。求人需要も積極的であるとはいえない。
		学校〔大学〕(就職支援業務)	・新型コロナウイルス感染症の第7波の終息は先が見えないが、新型コロナウイルス感染症の防疫と経済活動の両立が進み、日本経済には明るい兆しもある。一方で、依然ロシア、ウクライナ情勢の長期化や今後も物価高が続く見通しであるなど、日本経済への影響も大きくなっている。秋以降には値上げが控えており、この状況はしばらく続く予想されるため、今後の景気状況や企業の求人数にも注視が必要である。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの感染拡大で、宿泊業からは予約のキャンセルが発生している。また、新型コロナウイルス感染症の感染や原材料の価格高騰により、地元の事業所が業績不振を原因に倒産が続いている。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が前年11月以降、10か月ぶりに前年比を下回ると予想される。新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談や雇用調整助成金の申請件数が、3月以降、6か月ぶりに増加へ転じている。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルス感染症の影響に伴う特例である雇用調整助成金の見直しが10月以降見直された場合に、体力低下している中小企業が雇用を維持できるのか懸念される。
	x	-	-

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)		コンビニ(代表者)	・県民の動きは予想以上のものであり、加えて観光客も増加しており、この経済の流れは今後も継続するであろうと判断する。
		スーパー(企画担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が、現状よりも低い水準で落ち着けば、外出する機会が増え、それに伴い消費意欲も高まると考えている。
		コンビニ(経営者)	・人の動きが活発になってきているため、販売量が増えて客単価も上昇している。
		コンビニ(副店長)	・国の政策も臨機応変に対応し、更に規制緩和へと進み経済が動く予想する。
		その他専門店〔陶器〕 (製造)	・新型コロナウイルス感染症の影響がなければ、秋冬は沖縄では陶器の販売量が増えるため、期待している。
		旅行代理店(マネージャー)	・隔離期間や濃厚接触者の待機期間が実生活とかなり離れているところがあると思うが、問合せや予約数は微増傾向にあるため多少期待している。
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルス感染症も収まってきており、新商品の発売もあるため客足は増えるのではないかと期待している。
		その他サービス〔レンタカー〕 (営業)	・県内のレンタカー保有台数が、需要に対して不足気味であることを背景に、個人や法人利用の先行受注が好調に推移している。
		百貨店(店舗企画)	・これから来客数は伸びていくとみているが、商品の物価高に加え、光熱費の高騰が年末に向けて懸念され、客の懐事情に影響するのではないかと。
		スーパー(販売企画)	・商品値上げ等の物価高、電気等の光熱費高、コロナ禍、ウクライナ戦争等、先々の景気を良くすることが考えられない。
		衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の流行が落ち着けば少し良くなりそうだが、物価高や燃料費高騰でプラスマイナスゼロかとみている。
		家電量販店(営業担当)	・部材高騰による全体的な商品値上げの影響で、来客数が大きく伸びないことが予想される。
	乗用車販売店(経理担当)	・商品の供給不足が当面続くため、客の意識の変化が心配である。	

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
		観光型ホテル（代表取締役）	・先々の宿泊客の予約数は増えている。ただし、ここ数日新型コロナウイルス感染症の影響で修学旅行のキャンセルが出ており、予断を許さない。現時点での売上予測は2019年比の40から45%程度と厳しい状態が続いている。飲食に関しては夕食宴会の予約は出てきているが、このまま予約が一気に増えるとは考えにくい。
		住宅販売会社（代表取締役）	・民間の個人住宅や投資案件に関しては減少傾向にあるが、その分を公共工事で埋め合わせられないか期待したい。
		住宅販売会社（役員）	・コロナ禍なので、まだまだ人流が活発化されるとは言い難く、当面は客の動向に変化はないとみられる。
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの8月の販売室数は前年比240%増加なのに対し、8月末時点での11月の予約室数が前年比76%増加とプラス幅が小さくなっている。
	x	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がある限りは小売店など、商店街は危機的状況にあるとみている。また、商売以外の面でも、この新型コロナウイルス感染症の影響が広がっており大変危惧している。
	x	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・雇用調整助成金があるうちは、客の来ない平日は閉めて、週末のみの営業をしている店舗がかなりあるが、助成金が止まった後はどうなることか。来客数以外にも、最低賃金の上昇や、食材の異常な値上がりで、商品の値上げも限界にきている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		輸送業（経営企画室）	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束し、観光客の来訪も落ち着くため、現在より景気が良くなっていると推測する。
		広告代理店（営業担当）	・急激に増加した新型コロナウイルスの新規感染者数に対する警戒感から、ウィズコロナ社会に適應する販促活動として静観から攻めに移行する動きが出始めている。2019年には届かないとみているが、リアルなイベントも動き出している。
		食料品製造業（役員）	・10月の最低賃金の上昇による人件費の上昇等や、燃料費、原材料費の高値水準が続くそうなので、赤字にならないか心配である。
		建設業（経営者）	・新規の相談の来客数が止まったままである。
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島の建設関連は、官需部門においては石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調に進み、民需部門では宮古島や石垣島のホテル等で回復がみられる。ウクライナ問題の影響が、フィリピン産川砂の入荷が滞り、本島からの輸送に切り替わることで県内輸送が増加するが、新型コロナウイルスオミクロン株別系統の影響が現場にて深刻化している。
		会計事務所（所長）	・特に好転するような気運はないとみられる。
		窯業土石業（取締役）	・売上は減少傾向で、原材料も高騰が続き収益を圧迫しており、販売価格の再値上げを検討している。
x	-	-	
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることで企業の求人件数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（営業）	・コロナ禍でも変わらず、秋シーズンは求人数が増加している。年周期の動きとしてみており、増加を予測している。
		人材派遣会社（経営者）	・現在の新型コロナウイルス感染症による影響は少なくなり、派遣スタッフも仕事に復帰できる人は増えると期待しているが、他の不安要素が消えないため厳しい環境は続くともみている。
		人材派遣会社（総務担当）	・今後の新型コロナウイルス新規感染者数の増減に左右されそうである。
		職業安定所（職員）	・業種によっては、コロナ禍での行動制限のない観光シーズンを経験したことでバランスを取れる方法を会得しているところもあるが、雇用調整助成金の特例終了が間近などで、本格的に事業をたたむ必要があるところも出るとみられる。どの事業も恒常的に人手不足気味で、最低賃金も例年以上に上がる見込みである。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・10月からの早期出社に向けた求人数がそろそろ出始めてくるが、定期採用求人数は徐々に減少しているため、求人数から見ると変わらないということとなる。	
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・新型コロナウイルス感染症、燃料費の高騰、円安など経済の悪条件がしばらく続くともみられる。	

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