

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)	◎	コンビニ（企画担当）	・インバウンドが徐々に戻りつつあり、今後中国などから本格的に旅行客が回復すると、更なる売上の増加が見込まれる。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・中国からのインバウンド需要を期待している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が6月で一旦終了するが、引き続き団体旅行に限って秋まで延長する県が数県ある。この施策を利用して団体旅行を実施する組織や企業が増える見込みがあるため、旅行業界の景気は更に回復していくと推測する。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・確実に取扱いが増えることは見込めるが、オーバーツーリズムによる観光地の混乱、旅行者の安全を懸念している。
	◎	タクシー運転手	・最近夜の客足が非常に良く、特に若い人たちの出足が多い。これからも徐々に増える予想する。
	◎	美顔美容室（経営者）	・8月から年末まで人気セット商品のキャンペーン販売が始まる。
	○	商店街（代表者）	・大手の飲食店などは客足がかなり戻っているが、人手不足のためにフロアを全て開けられない状態が続いている。人手不足が解消できないと完全には戻らない。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国や自治体の支援策は無くなるが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ろうとする気運が高まって、経済回復への動きが強くなる。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は第9波が来ているようだが、このまま少しずつ景気は上向きになる。飲食店、ショッピングセンター等にぎわいを取り戻しつつある。
	○	百貨店（総務担当）	・食料品を始めとした各種値上げが続き、消費者の食料品や飲食などの消費需要は弱くなると予想するが、ボーナスの増加や株価高に伴う資産増加の効果などを含め、富裕層を中心とした消費は今後も堅調に続く想定する。インバウンドも東南アジアや韓国、欧米を中心に回復し、新型コロナウイルス感染症発生前を超える水準にある。中国からも、飛行機の再開もあいまって徐々に回復傾向にあり、今後の売上を支える要因になり得る。
	○	百貨店（企画担当）	・物価高騰への対応で各企業共に賃金やボーナスが上昇傾向にあること、前年以上にお盆を含めた夏休みの人の動きが活発になることが見込まれるため、食品関係やトラベル関係、カジュアルファッションなど関連商品の売上増加に期待している。
	○	百貨店（営業担当）	・マスクを着用しない来店する客の数も半数くらいに増えている。着実にマインドが変わってきており、各種イベント等も増え外出の機会が増えつつあり、景気はやや上向き傾向にある。
	○	百貨店（販売促進担当）	・国内消費、インバウンド消費共に引き続き伸びると予測する。
	○	百貨店（販売担当）	・これからインバウンド需要は増加すると考えられる。販売促進施策もあり、緩やかではあるが好調に向かっていると期待している。
	○	スーパー（店長）	・6月の電気代やガス代の請求額が以前より安くなってきており、2～3か月続けば財布のひもは緩くなると予想する。
	○	スーパー（販売担当）	・夏休みが近づくと家族総出で買物に来る。来客数、販売量が増え売上も上がる。
	○	スーパー（販売担当）	・気象予報で暑さが例年以上とされており、季節商材の増加が期待できる。日焼け止めの供給増加も報道され、前年のような天候不順がなければ伸ばしそうである。ただし、売手側の努力が業績を左右する流れは変わらない。試食販売なども新型コロナウイルス感染症発生前の頻度で実施するところが増えている。
	○	スーパー（支店長）	・表面上は新型コロナウイルス感染症も収束しつつあり、景気は上向き傾向とみられ、同時に個人消費も加速する。このまま景気が良くなると信じたい。
	○	コンビニ（エリア担当）	・イベントが復活して少しずつ良くなる。
○	コンビニ（店長）	・お盆は人が非常に動くと考える。ゴールデンウィークには新型コロナウイルス感染症発生前と同等の来客数があったため、お盆明けまでは来客数は増加傾向となる。	

<input type="radio"/>	コンビニ (店長)	・インバウンドの動きについて、最近東南アジアからの外国人が増えているが、まだ中国人は増えていないそうである。中国からの訪日客が少しずつ増えてくればその影響がどのように出るか、経営に良い影響が出るように期待する。
<input type="radio"/>	コンビニ (店員)	・残暑で冷たい物の販売量が好調になると予想する。
<input type="radio"/>	コンビニ (商品企画担当)	・引き続き旅行者の利用が見込まれ、夏休みやお盆を中心に売上の伸長が見込める。
<input type="radio"/>	衣料品専門店 (売場担当)	・前年までのコロナ禍から正常期に戻ったことで、夏休み期間中の旅行者が増え、消費が拡大する。
<input type="radio"/>	乗用車販売店 (営業担当)	・3年間コロナ禍の生活で我慢していた分、これから買物や旅行に金を使うことが増えていく。
<input type="radio"/>	乗用車販売店 (経営者)	・客の様子が通常時に戻ってきた。自動車の販売から生産への流れが回復してきた。
<input type="radio"/>	乗用車販売店 (従業員)	・6月の景気が今一つだった理由はよく分からないが、雰囲気は悪くないため、中期的にみると良くなる。
<input type="radio"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (経理担当)	・景気はやや良くなると期待したい。
<input type="radio"/>	高級レストラン (経営企画)	・新型コロナウイルス感染症第9波の影響が心配されるが、インバウンドの都心から地方への展開と、制限のない夏休みへの期待がある。
<input type="radio"/>	一般レストラン (従業員)	・新型コロナウイルス感染症の影響が気になるが、この夏は予約も増えているため期待している。
<input type="radio"/>	その他飲食 [仕出し] (経営者)	・良い感じの雰囲気を保てれば、気が実を伴わせる。
<input type="radio"/>	観光型ホテル (支配人)	・中国からのインバウンド利用の回復を期待している。
<input type="radio"/>	都市型ホテル (総支配人)	・新型コロナウイルスの感染状況がある程度の範囲であれば経済は動くことを期待する。航空機の発着数が増えればインバウンドも増加すると期待する。後は、コスト上昇分を価格に転嫁できるか、スタッフの確保ができるかである。大手企業、官公庁が出張費の上限見直しを行うことを期待する。
<input type="radio"/>	旅行代理店 (経営者)	・旅行業では7～9月にかけては1年で最大の売上となる季節になるため、大いに期待したい。
<input type="radio"/>	テーマパーク (職員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきていることは気になる。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	・これから鉄道沿線での催事の開催を予定しており、臨時列車等の対応も実施するなど、これまでより集客が進みそうである。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・良くなるのか悪くなるのか分からない。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・良くなりそうな要素が全くない。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・商品価格が上がっているため、なかなか販売量が増えない。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・省エネ性能がより高い高付加価値商品を勧めるが、なかなか成約に結び付かない。特に、エアコンは価格差が大きいので、経営に与える影響が大きい。商材等も値上がりしていて、特に白物家電の価格上昇が著しく販売が芳しくない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [高級精肉] (常勤監査役)	・物価は高いままで安定している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [結納品] (経営者)	・なかなか新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出せない。この先も上向き兆しがみえない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [贈答品] (経営者)	・ボーナスが出て購買意欲も高まり、物価が上昇しても購入してくれる方向にある。売上状況や客の様子は、3か月後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [酒類] (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、飲食店でのアルコール飲料の注文を控える客が出てきている。ソフトドリンクのみ、水のみである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [土産] (経営者)	・大きくは変わらないとみる。国内の景気に左右されないように、主力商品の海外輸出を増やそうと考えている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [果物] (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・ウクライナ問題、円安や物価高と先行きが見えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	・明るい材料ははまだ見当たらず、しばらくは横ばいが続く。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・今月中旬頃からクリアランスセールの間合せが入り始めた。商品数が少なくサイズもそろっていないため、クリアランスセールの売上は厳しいと予想する。その分値下げ品ではない通常価格の商品を購入する客もいるため、売上はそれほど減少しないとみる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・人出の回復に伴うレジャー・飲食関連消費の盛り上がりや、物品からサービスにも広がる物価高が打ち消すことで、景気は一旦踊り場を迎える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・若い客の購買意欲は高いと感じるが、購入までに時間が掛かる印象を受けることが多い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・来客数や買上状況から、現状でのまずまずの推移がすぐに低下するとは考えられず、しばらくは維持されると見込む。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・深刻な人手不足で客の対応も十分できない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・先の見通しが難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・菓子などは値段が変わらず量が減り、実質値上げとなっている。購入を控えることはないだろうが、売上が増えるわけでもない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・コロナ禍で身に付いた習慣がそのまま続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・今後、現状よりも消費が上向くような要因が見当たらないため、当面景気回復は期待できない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・現状の流れに大きな変化はなく、ファーストフードなどコンビニのメイン商材の販売量は、今後も継続して増加すると見込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・たばこは定価販売なのでどこで買っても同じ価格であるが、それ以外の商品はスーパーやドラッグストアと比べ価格が高いためやや苦戦しており、今後もこの傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・商品の値上げはまだ続き、消費もやや抑制的に推移するとみる。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えても以前のような措置を執ることはなく、夏季は人流も通常モードになる。スポーツやレジャーで人は動くため、キャンペーンや新商品の投入にやや期待が持てる。マイナス要素とプラス要素があり、先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・物価高の流れが変わらず上がり続けている。コロナ禍からの脱却による効果は高いが、上がり続ける物価が懸念事項である。高い気温が続けばマイナス要因は払拭されると予想するが、双方に鑑みて先行きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・株価高騰の良いニュースがあるものの、小売業界には悪い意味で影響がない。実体経済と株価高騰のロジックがシンクロしていないことが原因と思料する。先行きに関しては、現状に変化がなければ将来の景気に明るい見通しは立たない。今後の電気代の値上がりも、懸念材料である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・一見客を取り込むことはもう諦めている。なじみ客の体調や気分次第の商売がしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・前年の新型コロナウイルス感染症がまん延した時期と比べれば、そのときほどの消費の落ち込みはないと思われるが、購入額については相変わらず慎重な動きが予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・全体的にはまだ良くなっているわけではないが、一部で改善傾向にある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・やはり物価上昇のためどうしても買い渋る客も増えている。安い物を大量に購入する客もいるし、今の時期に安くなっている物を購入する人も増えている。クールビズからスーツに替わる秋にかけてスーツの販売量は増えるかもしれないが、物価上昇の影響もあり分からない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・買換え需要があるため、これ以上は悪くならない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・あらゆる物が値上がり傾向にある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後もこのような状態がしばらく続くと予想する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が相変わらず改善されていない。メーカーからは半年後くらいから改善されるとの報告を受けている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・先行きが良くなるとはまだ思えない。

□	乗用車販売店（従業員）	・この夏は猛暑の予想もあり、ますます電気料金など生活に必要なとする費用がかさんでくる。燃料価格の上昇も懸念され、客は今どうしても必要な物だけへの支出を重視する。新型車両の発表があっても、客の購買意欲をどこまで刺激するか手応えがはっきりしない。
□	乗用車販売店（従業員）	・新型車が出れば飛ぶように売れるが、すぐにオーダーストップになってしまい販売できなくなる。人気車のほとんどが販売停止になっており1台当たりの利益は出るが販売台数は大幅に減少している。
□	乗用車販売店（従業員）	・やや悪い状態が続く。怖いのは大きな自然災害の発生やロシアによる戦争の状況が急変することで、悪い方に向かえば一気に景気が悪くなる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・車両供給に関するメーカーからの回答も不明確で、今のところ回復の兆しがみえない。まだしばらく状況は変わらないと推測する。売る物がなく売上が立たないため、広告をやめるなど経費削減でしのぐしかない。
□	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、昨年末から春にかけては、この2～3年できなかった新築工事、リフォーム工事などが一時的にまとまって出てきたが、その工事も一段落した。これから夏以降に向けて新しい物件の見積り中であるが、資材が大きく高騰して予算オーバーになり、客が動揺している。
□	一般レストラン（経営者）	・物価高騰により外食に使える金が減っているため、なかなか難しい。
□	一般レストラン（経営者）	・現状維持でこのまま進むしかない。
□	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の終了がマイナス要因であるが、当県では9月まで団体枠の全国旅行支援があるため、それを利用して地元や近隣の旅行会社、企業、団体が動けば良くなるが、今のところ何ともいえない。他県でも独自に補助政策を行えば観光事業は盛り上がると思うが、個人客への優遇策が無くなるため、非常に見通しが立てづらい。
□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
□	旅行代理店（経営者）	・予約状況はこのまま横ばいの可能性が高く、回復まではもう少しばかり掛かる。第2弾の夏の予約キャンペーンを開催しておりもっと予約が入れば助かる。団体での海外旅行の動きもあるため、秋から年末にかけても期待している。
□	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援が終わると日本人観光客が減る。その穴埋めにインバウンドが増えるが、土産品は今売られている物と売れ筋が変わる。
□	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援が終了するため、先行きが不透明である。
□	タクシー運転手	・先行きは横ばいと予想する。
□	通信会社（企画担当）	・円安、エネルギー価格上昇、物価高と、消費活動の抑制は当面続く。
□	通信会社（営業担当）	・客から予算の状況を聞くと、2～3か月間という短期間では状況が良くなる感じはない。
□	美容室（経営者）	・まだ賃上げや景気の良い話を客から聞かないため、当分この状態が続く。
□	美容室（経営者）	・光熱費や物価が上がるとなると、やはり抑えるところは美容院への支出となる。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・暑さが本番になれば、季節商材が伸びる一方で、レンタル解約数も増加が見込まれる。解約状況により売上の上振れを期待するほか材料がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・横ばいが当分続く。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・悪いままで変わらないとみる。国の経済政策にも有効性がみられない上、有効な政策の発案すらされていない。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・新築、リフォーム、企業設備投資など全ての部門で見積りなどの引き合い件数が少ない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新築物件が、この地域ではなかなか伸び悩んでいる。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・為替の影響で客の予算が減っている。
▲	スーパー（店長）	・買上点数も上がらない。

	▲	スーパー（店員）	・大雨の影響で葉物野菜の価格が高騰している。当地産のスイカが大雨の影響をまろに受けているとの報告があり、今後の梅雨の状況も含め、不安要素が非常に多い。
	▲	スーパー（店員）	・8月に担当部門の商品で大きな価格改定がある。
	▲	スーパー（総務）	・客の買物動向は、家族連れが増えにぎやかにみえるが、無駄な買物はしない印象があり、財布のひもは相変わらず固い。
	▲	コンビニ（店長）	・身の回りで新型コロナウイルス感染症の第9波がじわじわと広がっている。夏のイベント本番の時期に影響が出そうである。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・白物商材を中心とした値上げや巣籠り需要の反動もあり、壊れたりしないと買わない客が多い。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・再度、生産制限のアナウンスがあり、とてもではないが良い方へ向かうとは到底思えない。余り変化がないのが、最近の実感である。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・輸入車を取り扱っているため為替の影響で新車の価格がかなり上がっている。一方、下取り価格は下がっており、客にとっても厳しい状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・いろいろな値上げが響いてくる。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安やエネルギー価格の高騰を受けた価格改定が複数回にわたるなか、これまでの値上げにはやむを得ないという理解があったが、今秋の価格交渉は難航している。これ以上値上げすれば売れないだろうという感覚を私たち売手も持つが、販売数量が減っても値上げをし、最低限の利益は確保していく方針である。販売量や販売先の減少は避けられず、将来の景気に悪影響を与えると予想する。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	・6月の入場者数も前年に比べ少なく、目標値にも至らず94%の状態である。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体が収縮傾向にあり、来客数も減少傾向にある。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がり生活が苦しくなる。
	▲	設計事務所（職員）	・円安が続く限り、景気は上がらない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅業者の資金繰りが心配である。
	×	設計事務所（経営者）	・現時点で良くなる材料が何1つない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・給料のアップ以上に物価が上昇しているため、どうしても売行きが悪い状況である。今後も先行きは不透明である。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・この先景気がますます悪くなり、地場産業は立ち直れないだろう。思い切った経済対策がないと景気は良くならない。地元では明るい先行きが見えてこない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画担当）	・4年ぶりに様々なイベントも復活するため、全国的な消費マインドの盛り上がり期待したい。
	○	化学工業（営業担当）	・今より需要が悪くなる情報は入っていない。ディスプレイ関係など一部需要に回復傾向の情報がある。人の動きが活発であり、香料・色素関係など飲食向け需要は、好調が続くと見込む。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・夏のボーナスがプラスの影響をもたらせば景気にも良い影響があるかもしれないが、物価上昇に賃金引上げが追い付かなければ景気停滞が続く。
	○	通信業（法人営業担当）	・就活生の内定率は7割以上となっている。石油減産による相場の底上げで夏場に向けて電気・ガスの値上げが心配であったり、6月にも食料等の値上げがかなりあって消費者物価指数は高いが、新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなっており、財布のひもは少しずつ緩んできている。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄くなり、これまで不安があった仕入れなどもスムーズにいくケースが増えてきた。ただし、円安や物価上昇などから、国民の暮らしについては先行きの見通しは良くない。
	○	金融業（従業員）	・お盆周辺の夏休みには、帰省や旅行等で人出が増える。
	○	広告代理店（制作担当）	・今までと比べ、周りでも人の動きがかなり活発になってきており、室内だけでなく屋外でのイベントの予定も増えている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の政策は変わらないということで円安が続いているが、我々開発者にとってはチャンスが広がる。そのためどんどん新しい仕事や製品を考え、世の中に提案していきたい。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・2～3か月先も受注量、販売量が増加するような明るい情報もなく、現状の景気で推移する。
□	化学工業（総務秘書）	・特段悪くなる要素が見当たらない。株価が上がっており今後も上がることが予測されている。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・稼働率の低い客は、在庫消化に半年は掛かるとみているし、稼働率の高い客は、半年以上現在の繁忙が続くと聞いているため、しばらく現状のまま推移する。
□	金属製品製造業（経営者）	・原料高による市場縮小の影響が出てくる。在庫量が多いため、発注量を減らして調整する。
□	金属製品製造業（従業員）	・全国的な傾向であるが、引き続きこの業界の仕事量はありそうなので、まずは一安心している。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・海外での融資や人件費の問題は一朝一夕では何ともしようがなく、しばらく続くと考える。
□	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、先行きは変わらない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界がまだ新型コロナウイルス感染症の影響を受けて復活していないため、業界の設備投資の先行きには見通しが立っていない状況であり、現状維持ができれば良い方である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・変化する要素が見当たらない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・客先からの見込みと予定表によると、受注量はほぼ横ばいで予定されている。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・部品代、材料代共に高騰が続いているが、受注はずっと変わらずにある。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ロシアとウクライナの戦争が続き、電気やガソリン価格の高騰、その他いろいろな値上げが続くなか、景気が良くなるとは思えない。
□	建設業（役員）	・夏休みを控え新型コロナウイルス感染症の収束でレジャーや旅行に客がシフトすると、今後、住宅に対しての動きは鈍くなるかもしれない。
□	建設業（経営者）	・政策をみても良い方向に向かっているのか分からない。
□	建設業（営業担当）	・売上金額は上がっても物価高や材料の価格高騰などが伴うため、収支を考えるとすぐに景気回復とはならない。前年や前々年のマイナス分を考慮すると、いきなり景気が良い状況にはならない。
□	輸送業（経営者）	・メーカーの生産計画が下方修正され始めている。
□	輸送業（従業員）	・世間では値上げを受容する雰囲気という。協力会社からの値上げ要請もどんどん増えているが、荷主の考えは違うようである。2024年問題もあるため、早く値上げを進めたい。
□	輸送業（エリア担当）	・変動要因がないため、現状が続く。
□	輸送業（エリア担当）	・荷物量は伸びておらず若干減っている。単価もそれほど上がっていない。
□	金融業（企画担当）	・コスト増加分を価格に転嫁できればよいが、競争激化により転嫁は困難な面が多い。当面は現状の景気が続く。
□	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症に対する不安は減少していくとみられることから、外出や遠出をする人は更に増加する。外出の増加に伴い今後の売上は増加していき、前年を上回る状況を継続すると予測する。
□	不動産業（経営者）	・現状維持である。
□	不動産業（開発担当）	・今のところ販売価格や売行きに変化が起きる兆しがない。
□	行政書士	・現状維持である。
□	会計事務所（職員）	・円安や燃料価格の高騰が続いており、いつ収束するか見通しが立たないため、現状を維持する方向で日々の業務を行っている会社がほとんどである。
▲	食料品製造業（営業担当）	・受注量が前年比で減少し、増える要因が見つからない。
▲	通信業（総務担当）	・物価が上がり続けている。賃金上昇は一部の人のみで、定年後の雇用を継続してもらっている嘱託社員の収入は下がり続けているため、生きている張りが無い。
▲	通信業（法人営業担当）	・企業に対する提案は、目先の費用削減であれば積極的に聞いてもらえる印象だが、BCP対策や人材育成など目線を上げた提案には取り組める状況ではない様子である。企業活動が小さくまとまっている状況なので、景気が大きく上向きになる期待はできない。

	▲	公認会計士	・現在は株価の上昇により、大企業の景気が徐々に回復していることで少しずつ中小企業にもその影響は出ている。しかし、政府の金利政策による可能性もあるが円安が急激に進んでおり、3か月後には今の状況より景気は悪化が予想される。国際情勢の安定もみえず、物価高の波は収まることは考えにくい。物価高騰に対する政府の施策も10月頃に終わるものも多く、消費意欲の減少につながることも予想される。
	▲	会計事務所（職員）	・物価の高騰が続いている影響なのか、ここ最近特に消費者には節約志向が強い。店舗販売ではセット商品を選ばず必要な物だけ単品での購入が増えたり、価格についてもインターネットや競合他社と比較してから購入がみられる。経費面ではガソリン代や労災保険料等が高くなり利益を圧迫しているため、経営は依然厳しい状況にある。
	×	鉄鋼業（経営者）	・改善要因がみえない。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・5G化が進むまではこの調子であろう。欧州自転車メーカー向けの補助モーターも非常に少ない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・インフレの影響で用紙代が値上がりし続けており、折込広告が減少している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・夏季は良くなる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・4月に一旦求人ピークを迎えこの2か月は求人数が落ち着いていたが、これから2か月ほどは、下期に向けての人材流動が出てくる。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・新型車種の販売が好調である。海外への輸出枠も増加傾向で生産工場は多忙だが、労働者不足で人材供給業は人材の募集・採用に苦戦している。
	○	職業安定所（所長）	・物価高騰、原材料不足の影響が懸念されるが、人手不足の声は強く、コロナ禍後の社会経済活動の正常化に伴い、業種業態によって差異はあるものの、景気は回復すると見込む。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・当地では医療系の新卒採用時期が前月にピークを過ぎたが、今月末になっても追加の採用案内や第二新卒などの照会が前年同期比で増加しており、採用に意欲的である。
	□	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（営業担当）	・求職者の減少により、待遇面の悪い企業は採用が厳しくなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・材料費、人件費の高騰は続いているが、当社を含め周辺企業も当面は積極採用が続く見込みで、景況感はやや良い状態が続くと予想する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・株価が高値で推移しているものの、依然として物価高は続いており、個人の生活レベルでは景気が良いという実感はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・飲食や観光などの分野は動きが戻っているが、物価高騰による生活への影響は続いている。右肩上がりでは景気が良くなっている感覚はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部業種の企業業績は上向いているが、一方で、地方では賃金はなかなか上がっておらず、景気上昇の底上げはまだである。
	□	職業安定所（職員）	・業種によってはアフターコロナとして順調に業績を上げているところも見受けられるが、中小企業では物価高騰の影響や人手不足が続いており、まだしばらく様子見の状態が続く。
	□	職業安定所（職員）	・引き続き、様々な経費が高止まりして利益の確保が難しい。建築資材の値上がりが響いて、一般住宅の建築工事は減少が止まらない。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が4か月連続して低下している。こうしたなかで直ちに好転するとは思えない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・登録者動向もお盆前まで鈍くなる面はあるが、募集求人数に関しては大きく変化する予兆もなく、引き続きキャリア採用の意欲は高い。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・人材の流動化が進み、正社員採用が順調な状況下で、一定数の派遣需要はあるが伸び悩む。求められるスキルと人材のギャップもあり、人材の確保も例年になく厳しい状況が続いているため、需要と供給のバランスも取れていない。
▲	人材派遣業（営業担当）	・値上げの波に賃上げが追い付く様子もなく、夏のボーナスが回復しても景気好転へつながることは不可能と予測する。	
▲	人材派遣会社（社員）	・例年の傾向から夏場は低迷する。	

	▲	職業安定所（職員）	・機械部品加工の会社等で生産調整が始まったと聞く。
	×	—	—