

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)	◎	商店街（代表者）	・客の反応が良くなっており、世の中全体の動きも今と変わらないとみられることから、今後の景気は良くなる。
	◎	商店街（代表者）	・観光客の入込が好調で、特に高齢夫婦やグループ単位での旅行も回復している。また、社員や団体での旅行もみられ、観光のあるべき姿に戻ってきていることから、今後の景気は良くなる。ただ、人手不足の影響でバスやホテルを手配できない状況が続出しており、入込が好調な割に数字が伸びていない。コロナ禍前の水準を超えられないという点では深刻な状態ともいえる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光客の入込がコロナ禍前の85%程度まで回復してきた。6月の売上は、東京で新店舗が開店し、これまでの4店舗体制から5店舗体制になったことから、コロナ禍前から7%ほど増えている。さらに、中国本土からの観光客が間もなく戻ってくると見込まれるため、既存店の売上もコロナ禍前の水準に回復することが期待できる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後については、夏休みもあり、夏の繁忙期を迎えることになる。イベントなども通常どおり開催されることが多くなったことから、今年はかなりの来客を見込めると期待している。イベントを目的とした旅行者は消費意欲が高いことから、売上にも期待している。
	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴って売上が徐々に回復しており、今後もこうした傾向が続くとみられる。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が終了するとみられる7月中旬以降も予約が伸びている。宿泊単価、稼働率が高い水準で推移していることから、今後の景気は良くなる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・国内観光客が順調に回復している。さらに、国際便について、前年からの東南アジア路線の復便に加えて、7月から中国便が復便する予定であることから、インバウンドの増加も期待できる。これらのことから、今後の景気は良くなる。ただ、更なる国際便就航に向けて空港業務の人材確保が課題となっている。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇が続くなか、景気を上向かせるためにはバランスの良い賃金上昇が必要である。また、中小零細企業の倒産を抑えながら、新規に起業する人が増えるように誘導できれば、更に景気が良くなることになる。
	○	百貨店（売場主任）	・7月以降、新千歳空港において中国との直行便が再開されることから、外国人客の来店が増えると見込まれる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・これから夏に向けて様々なイベントが通常どおり開催されることで、来街者がますます増えることが見込まれる。また、中国から日本への渡航規制が解除されることになれば、来道客の増加が一層加速することになる。
	○	百貨店（マネージャー）	・低単価商材、高単価商材を問わず、直近3か月の買上動向が好調に推移している。客単価、販売量、買上客数のいずれも良い傾向で推移していることから、今後の景気も良くなる。
	○	スーパー（店長）	・学校行事、夏休みのイベントなどが通常どおりに行われるようになりつつあり、これまで控えられていた需要がまとまって発生することが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・中国便の再開に伴って中国人観光客の需要が取り込めるようになり、マーケットが拡大することになる。事前に準備を進めていくことで、更なる景気回復を期待している。
	○	家電量販店（経営者）	・夏の天候について、例年よりも高めの気温が予想されているため、夏物商戦が活発になると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後には新型車の販売が始まるため、売上が回復することを期待している。また、納車が増えることで売上にもつながることになる。これらのことから、今よりも景気が下向くとは考えにくい。
○	乗用車販売店（従業員）	・主力車種のモデルチェンジが予定されていることから、今後の景気はやや良くなる	

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
	○	高級レストラン（スタッフ）	・これ以上物価が上がらないことが条件ではあるが、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響がまだ残っており、各種イベントも様子見の状態であったが、一部を除いてコロナ禍前の状況に戻りつつあることから、来客数が増加している。今後の景気回復にも期待が持てる。
	○	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍が明け、全国旅行支援などの効果もあって需要が回復していることから、今後の景気はやや良くなる。ただ、来年以降の状況が少し心配である。
	○	旅行代理店（従業員）	・旅行需要について、急激に増加したことの反動で落ち込みがみられるが、これからまた緩やかに増加していくことを期待している。インバウンドについても、メールでの問合せが増加しているため、今後の増加を期待している。
	○	タクシー運転手	・イベント関係の予約や問合せが入ってくるようになっていくことから、景気はやや良くなると期待している。一方、インバウンドの利用については、海外からの観光客の姿が目立つようになってきたことから、利用が増加することを期待したいが、予約状況からほとんど変わらないとみられる。
	○	タクシー運転手	・地域のイベントが行われることもあって、人流の最も多い時期を迎えることになる。今年は通常どおりの集客が見込めるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・合理化と夏のサービス展開の効果で業績が改善することを期待している。
	○	観光名所（従業員）	・国際定期便の増便に伴う外国人観光客の増加が見込めることに加えて、当地において様々な団体の大会などの開催が増えていることから、観光関連業や各種サービス業への波及が期待できる。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせていることで、各社の事業収支が改善傾向にあることから、夏季ボーナスの支給などで個人所得が増加すると見込んでいる。それに伴って、個人消費も増加することになり、今後の景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・今後に向けて、スタッフ不足が課題となっており、スタッフの待遇改善のため、料金の値上げを検討している。現在の客の雰囲気から料金を引き上げても売上は減らないと見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後については、中国人を始めとしたインバウンドが増加すると見込めるため、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・住宅着工数は引き続き増えていないが、インバウンドがかなり増えていることから、飲食店やホテルを中心に景気が徐々に良くなっていく。それに伴って、住宅着工にもプラスの影響が出てくることを期待している。
	□	商店街（代表者）	・他都市からの旅行者の状況次第ではあるが、当地においては新型コロナウイルス感染症に対する住民の意識が和らぎつつあることから、6月と同様にやや良い状態で推移する。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和に伴って来客数が増加していることから、今後も店舗での売上は微増することになる。ただ、物価高の影響もあって、ECなどの動きは微減することが懸念される。
	□	一般小売店（経営者）	・家の中で使うような商材に対する需要の落ち込みは今が底だとみているが、消費行動が当業界に循環してくるまで一定の時間が掛かるとみられる。
	□	スーパー（店長）	・この夏からの電気料金の引上げに伴って大きな影響が生じることが懸念される。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴って、ゴールデンウィークの来客数が前年よりも増えたことから、8月のお盆の帰省客の利用も間違いなく増えることになる。現状の来客数を維持しつつ、持ち帰りギフトなどの高単価商材の需要が高まることになれば、客単価も上昇し、売上が増えることになる。ただ、競合他社も前年を上回る売上をみせており、売上差も拡大していることから、大幅な売上アップまでは見込めない。7月からの電気料金の引上げもマイナスである。
	□	スーパー（役員）	・食品などの値上がりが続くなか、電気料金の引上げも予定されていることから、今後、客の節約志向がますます強まることになる。それに伴って内食需要も強まるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（エリア担当）	・各種商品の値上げ、電気料金の引上げなどに伴って、客の生活防衛意識が強まり、買い控えが発生することが見込まれる。ただ、一定の値上げはやむを得ないが、当社では不要な値上げを避ける方針であることから、現状のマーケットシェアを維持できるとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・来客数がなかなか回復してこないため、当社では売価を上げることでどうにか売上を維持している状況である。来客数を増やしていかなければ、景気回復にはなかなかつながらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・夏までは客の消費マインドが高まり、引き続きイベントや旅行をきっかけとしたプラス効果が続くと考えるが、秋以降は物価高や光熱費の引上げを背景に節約志向にシフトすることが懸念される。
	□	衣料品専門店（経営者）	・最近の客の購買行動から、今後も景気は変わらない。
	□	家電量販店（店員）	・コロナ禍前の来客数、売上に近づいてきていることから、今後も好調なまま推移する。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表に伴って客の動きが活発になっており、受注も上向き傾向にあることから、今後も売上は堅調に推移する。ただ、新型車の受注が増えていくことでオーダーストップが生じることも見込まれるなど、今後に向けての懸念を払拭できない状況にある。
	□	乗用車販売店（従業員）	・車の生産状況が変わらない限り、景気は現状のまま変わらない。
	□	自動車備品販売店（店長）	・現状の客の動きから、短期間で景気は変わらない。
	□	その他専門店 [造花]（店長）	・物流の2024年問題の影響もあって、商品価格を上げる動きが出ており、客の買い控えがみられるようになってきている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・将来展望を見通しにくい。6月から輸入食材などが再度値上げとなり、本来なら、食材原価を見直してメニューの値上げを行わなくてはならないところであるが、来客数が増えても客単価が上がってこないことから、値上げは無理だと考えている。我慢の時期だとは思いますが、余計な気を遣ってマイナスに考えてしまうばかりである。
	□	観光型ホテル（経営者）	・今後についても6月と同様の予約動向となっている。目に見えてV字回復しているわけではないが、堅調に推移していることから、今後も景気は変わらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・今後については、全国旅行支援がほぼ終了するとみられるが、販売量、客の動きは現状と変わらないまま推移する。ただ、地域にかかわらず観光業界全体で人手不足が深刻になっていることが懸念材料となっている。特に運転手不足で貸切りバスを手配ができないことは問題である。
	□	タクシー運転手	・求人を出してもタクシードライバーの応募は少なく、高齢化の影響でこの先も退職者が増えていくことから、今後も乗務員不足はなかなか解消されない。今後、タクシーの利用客がコロナ禍前の水準に回復することで、タクシー1台当たりの売上が増えていくとしても、会社の売上は2019年比でマイナス20～30%程度で推移するとみられる。
	□	タクシー運転手	・夏場の本格的な観光シーズンに入り、利用客がどの程度回復するか、今後の動向を注視したい。
	□	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策次第の面があるため、今後も景気は変わらない。
	□	通信会社（エリア担当）	・景気が上向きような見通しが立たない。今後しばらくは悪いまま横ばいで推移する。
	□	美容室（経営者）	・この3か月間、売上、来客数共に大きな変化はないことから、今後も季節要因に伴う多少の変化以外はほとんど変わらないまま推移する。
	□	住宅販売会社（経営者）	・物価上昇が続くなか、分譲マンションの価格も値上がりが続いているが、今後も客の購買意欲に大きな変化はないとみられることから、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇が続いており、毎月のように商品などの値上げが行われていることから、消費マインドの回復がすぐには見込めない。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げに対応できるほど、賃金が上昇していないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・卵不足の影響で来客数が増えているが、今後はその恩恵がなくなってくるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇が続いていることで売上総額は伸びているが、1人当たりの買上点数がじわじわと落ちてきていることで、客単価は低下傾向が続いている。今後も物価上昇が続くことが見込まれるため、客の買い控えは当面継続することになる。
	▲	スーパー（企画担当）	・食について、外食と内食の選択肢が広がっている状況は今後も続くことになる。さらに、商品の値上げに伴って、買上点数の減少が見込まれることから、減収に拍車がかかることになる。
	▲	スーパー（従業員）	・電気料金が6月から上がることから、消費にも影響が生じることになる。
	▲	衣料品専門店（店長）	・客が観光に出掛けることが増えているため、スーツ関連の需要が回復するのはまだ先になる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、コロナ禍前と同じような社会活動や催事が行われている一方で、物価の上昇も続いている。今後については、家庭の支出に占める光熱費の割合が高まることになり、その分、他の物への消費が抑えられることになる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・旅行や娯楽への消費が活発な反面、物価高騰のあおりで高額商品への購買意欲が低下しており、今後はこうした動きが常態化することになる。
	▲	住関連専門店（役員）	・今後も商品の値上げが続くことで、来客数の更なる減少が見込まれる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・最近の落ち込みは物価高の影響というよりも、コロナ禍が明けたことでこれまでの健康管理思考からあえて離れて、旅行やレジャーを楽しみたいという気持ちが強くなっていることが理由とみられる。業界の今後が憂慮される事態となっている。
	▲	美容室（経営者）	・景気が良くなりそうな気が全くしない。人件費も高くなる一方で、中小企業はますます追い込まれていくことになる。
	×	スナック（経営者）	・段々と年を重ねていくなかで、自分のやる気がなくなっている面もあって、今後については厳しい状況となる。
	×	タクシー運転手	・インバウンドによって活況を呈している地域もあるようだが、当地は国内旅行客がほとんどであり、タクシー利用にはつながっていない。今年の観光シーズンも苦戦することが見込まれる。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	*	*
	○	農林水産業（経営者）	・9月からは青果物の出荷や輸出も盛んになることから、景気はやや良くなる。ただ、原材料価格の高騰が一層進みつつあることから、当社を始め、資材関係企業にとっては先行きが不透明な面もある。
	○	食料品製造業（従業員）	・設備投資とテレビCMの効果により、今後の販売量が増加することを期待している。
	○	建設業（経営者）	・今後については、工事の最盛期を迎えて、稼働率が上がることになる。ただ、人手不足、物価高などが足かせとなる懸念もある。また、観光客や株価の動きが好調なことから、街中の景況感が上向くことも期待できる。
	○	通信業（営業担当）	・燃料価格や物価の上昇、円安など、今後に向けての不安要素もあるが、現在の人流や売上の動きから、今後の景況感は上向くことになる。半導体製造工場の進出を受けて、多くの客から積極的な投資の話聞く機会も増えている。
	○	金融業（従業員）	・企業物価、消費者物価の上昇幅が縮小していくこと、原価やエネルギー価格の高騰に対応するための価格転嫁が進むことなどから、企業収益が改善すると期待している。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・コロナ禍からの景気回復が今後も堅調に進むとみられる。インバウンド需要が増加傾向を維持すると見込めることもプラスである。また、交通事故などが多発していることで、安全対策に対する投資が増加していくことも期待できる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・公共工事、民間工事共に建設投資が堅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）	・今のところ、景気が上向くような特段の案件もないことから、今後もこのままの状態が続く。
	□	建設業（役員）	・今年度上半期については、既に順調な完工高となる見通しが立っている。今後は人件費増などのコストアップをいかに吸収し、計画利益を確保するかが課題となっている。

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
	□	広告代理店（従業員）	・各種イベントの再開や旅行需要の拡大などで人の動きは活発になっているものの、生活必需品や公共料金の値上げが相次いでおり、プラスマイナスゼロで推移している。客先も広告費や販売促進費などの経費を引き締める動きがずっと続いている。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	□	司法書士	・株式市場において、株価上昇の気運がみられる反面、円安によってマイナスの影響が出てくることも考えられる。また、電気・ガス価格激変緩和対策事業が9月で終了する予定であるため、賃金上昇の効果が帳消しになることも懸念される。これらのことから、今後の景気は現状維持での推移が精一杯とみられる。
	□	司法書士	・地方都市においては、コロナ禍での経済停滞によって景気が大きく悪化している。デパートや大型店舗が相次いで閉店したことで、職を求めて大都市に人材が流出するという悪循環が続いており、今後、地域を活性化させるような要因が見当たらない。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・活況な市場が少なく、一部で忙しい様子がみられても全体的には動きが悪いことから、今後、案件の受注が少なくなるとみられる。
	▲	建設業（従業員）	・施工者の絶対数が不足している。案件が少なくなっているなかで大型案件が増えているため、施工者が集中的に集められており、北海道で行う案件に影響を及ぼしている。中型案件は施工者不足のため、計画を見送ったり、中止にする動きがみられる。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・取引先において外注費などの経費削減を強化しようとの話が出始めている。
	×	金属製品製造業（従業員）	・住宅市場については、人口減少や住宅価格の値上げ、カーボンニュートラルの影響で縮小する傾向にあり、今後もこうした傾向は変わらないとみられる。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数が2か月連続で前年を下回っている。ただ、産業や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い状態となる懸念もある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・少子化と大都市への人口流出によって、地域の生産人口が少しずつ少なくなっている。求人決定数も減少していることから、今後も厳しいまま変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価高やコスト高の影響で、今後も我慢の経営が続くとみられる。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇が収まらず、物価上昇に見合うだけの賃金上昇もみられない。こうした状況が好転する見通しも立たないことから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者が前年比で2か月ぶりに増加したことに加えて、原油価格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、業況堅調な事業所からコンスタントに新規求人数が出されていることもあって、有効求職者数は10か月連続で減少しており、今後も景気は変わらないまま推移する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒の大学生や専門学校生を取り巻く環境は、2～3か月後もほとんど変わらないとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・観光客の姿を見掛ける機会がかなり増えており、コロナ禍前の水準に近づいているものの、物価高の影響で先行き不透明感が強まっている。このため、景気が良くなっていくとは思えない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・老舗企業の事業縮小、閉業、閉店がみられるようになってきている。物価や原材料価格の高騰、経営者の高齢化、今年10月に始まるインボイス制度などの影響を総合的に勘案して見切りをつけているとみられる。

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

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)	○	*	*
	○	商店街（代表者）	・夏・秋祭り等のイベントが4年ぶりに通常開催を予定しており、街に活気が戻ってくるとみている。
	○	商店街（代表者）	・夏商戦が始まることに加え、気候的にも人が外に出やすくなる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りやお盆があるため、酒の需要もあって売れるのではないかと期待している。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年であれば夏に向かって売上が良くなる月になる。新型コロナウイルスの感染状況が変わらなければ客も動くため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・久しぶりの規制のない夏に、コロナ禍で控えていたピヤガーデン等を利用しての宴会、お中元を携えての挨拶回りなどが増加していけば、おのずと景気は良くなると期待している。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ようやく仕立ての注文が出てきている。粗利の上がる仕事ができるようになるため期待が持てる。
	○	百貨店（催事担当）	・食料品の価格高騰による買い控えもやや落ち着いてきている。
	○	スーパー（経営者）	・7月も実質可処分所得は増えず、消費動向にも変化はないとみている。しかし、予報どおり暑い日が続く、夏休みで観光やスポーツ、家族旅行等、人の移動が増え、更に帰省需要も回復すれば、前年よりは消費が回復することが期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏休み、帰省需要が高まりそうである。食品小売業は帰省需要が高まれば多くの商品が売れるため、景気は上向くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・商品は値上がりしたが買上点数は落ちず、客単価はアップしている。人の動きは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、更なる賃金アップが見込めることから、客単価の上昇は当面続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・関東圏から東北への人流は増加している。観光の流動客が増えれば来客数の増加につながり、景気も良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・街に出ている人の様子が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで観光客も増加し、各種行事や夏祭りも普通に行われるため、売上増加に結び付くとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋物が立ち上がる時期になるため、多少なりとも期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後の受注次第だが、受注残で納期遅れがあった車種の在庫見込みに加え、主要車種のフルモデルチェンジと新型車の追加で市場環境は良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・秋口までは登録納車が続くため、安定した収益確保ができるとみている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・夏に向けて移動も活発になり、その分個人消費も増えると思われている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後も値上げが続くことや、その他の要因が出てくる可能性も高いことから予断を許さない状態は続くが、徐々に上向きになるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・地元の経済も少しずつではあるが活性化している。観光客頼みでは心もとないが、それでも以前よりはずっと良い。今後、回り出した経済が地元で循環することを期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・株価上昇と経済活性化の効果が出てきているとみられ、その影響が小売流通にも及んでくることを期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰が負担になっているため、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないものの、少しずつ来客数が増えており、景気は良くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・景気が悪い状況が続くことはなく、今までよりはやや良くなるとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・法人・団体旅行が増加していくとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・支援策がなくても、夏休みシーズンは景気が上昇に転じるため、やや良くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・首都圏から地方へとインバウンド需要が今後更に拡大し、中国本土からの観光客も増加することを見込んでいる。
	○	旅行代理店（従業員）	・夏休みで個人旅行の動きが活発になる。新型コロナウイルス感染症に対する規制がないことに加え、インバウンドも増加傾向にあり、景気は良くなるとみている。
	○	テーマパーク（職員）	・この先、夏休みや秋の行楽シーズンが始まるため、来客数の増加が期待できる。
	○	観光名所（職員）	・単価の大きい商品は売れていないが、客の財布のひもは固いわけではなく、単価の小さい商品が少しずつ伸びている。今後もこの傾向は変わらないとみている。
	○	競艇場（職員）	・夏場はイベント等を計画しているため来客数が増え、売上も増加するとみている。
	○	美容室（経営者）	・製造業を中心に昇給もあり、ボーナスの支給額もかなり多いようなので、こちらにも回り回ってくることを期待している。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・物価の上昇が受け入れられ、販売数は値上げ後も減少していない。仕入価格も上がり、人件費も増やしているがうまく回転している状況は今後も続くと予想している。
	□	商店街（代表者）	・外食をするのは低単価の若い層に偏っている。全体的には景気が上向き要素は全くない。
	□	商店街（代表者）	・景気回復の業種間格差はすぐには改善されない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから夏祭りのシーズンとなり、当地にも多くの観光客が訪れるが、潤うのはホテルや土産屋であり、夜間の繁華街にはほとんど来ない。現在の悪い状況は変わらないとみている。
	□	百貨店（企画担当）	・物価高騰のなかでも、特に光熱費高騰の影響が見通せない。
	□	百貨店（経営者）	・旅行消費が最盛期となるため、買い控えは夏一杯続くとみている。しかし、週末の県外客は増えているため、イベント施策を連発し、消費喚起を促したい。
	□	百貨店（売場担当）	・緩やかではあるが来客数は増加している。新型コロナウイルスの感染状況が収まりつつあるとはいえ、旅行等の遠出というよりは近場の商業施設やイベントで過ごす傾向があり、来客数の増加は今後もしばらく続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・売上が若干伸びていることが救いだが、相変わらず特売日に限られている。それ以外は消費が全く動かないため、値引きロスが多くなっている。
	□	スーパー（店長）	・来客数は伸びておらず売上も横ばいであることから、景気は変わらないとみている。
	□	スーパー（総務担当）	・物価が上がり、電気料金やガソリン価格なども高止まりしており、客の買物傾向はますます価格重視になるとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・週末の集客が思うようにはできていない。特売品の価格を強化しても厳しい状況は変わらないとみている。
	□	スーパー（商品担当）	・外食産業の回復と反比例して、内食需要の低下は続くものと予測している。
	□	コンビニ（経営者）	・物価がこれだけ上がってくると、客が余分な買物をすることは期待できない。3か月後は台風シーズンだが、逆に晴れ間が続いて気温が下がらなければ景気はかなり良くなるため、そうなることを期待したい。
	□	コンビニ（経営者）	・経費が増え利益が縮小している状況は、しばらく続くとみている。経費削減に努めるしかない。
	□	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているが、来客数が増える見込みがない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・夏の間は来客数の増加が見込まれるものの、それ以降は再び今の状況に戻るとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が落ち着いた後の消費動向が一巡している。給料や物価の上昇についてはまだ先が見えないため、景気が大きく変わることはないとみている。

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
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・商品構成を変更しなければ状況は変わらないが、客のニーズと合致する商品構成にすることで、売上を回復させる予定である。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価高騰と電気料金の値上がりにより、買い控えが続いている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・賃上げが実施されたのは一部の大企業のみで、ほとんどの企業の給与はそのままのため、嗜好品の部類に入る商品の売上が厳しい状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・食品や電気料金等の値上がりで節約意識が高まっており、旅行以外の需要は減少するとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売台数に制限のある車や納期が不透明な車がまだある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足の解消が見込めない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・車両生産の増加に比例して下取り車も入ってきている。しかし、急激な中古車の増加により市場価格が下落しており、懸念材料となっている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており2～3か月先までは受注量が確定している。販売量をこれ以上伸ばすことも難しく、現状と変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・身の回りの景気が多少良くなったからといって急に良くなる業種ではないため、時間が掛かるとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気代だけでなくガソリン価格も値上げとなると、消費はますます冷え込むとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油も一番暇な時期となり販売量が落ち込む。軽油の配送もお盆休みなどがあり、増量は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・物価上昇に対して賃金も上がり好循環になっていけばよいが、東北は遅れがちであるため、どうなるか分からない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・年内は来客数と売上の増加が続くと予測している。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・材料の値上げによりメニューの値上げを実施したため、一般客には敬遠されている。今月同様、団体の予約が多少入っているため、何とか営業できるとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みに期待したいが、新型コロナウイルス感染症の影響が心配である。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・景気刺激策も検討されているようだが、実施されるまでは大きな変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・先行受注状況に極端な伸びはなく、夏休みシーズンの売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準である。景気は現状と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・状況が大きく変わるような要素は特に見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・様々なイベントが制限なしで再開され外出機会が増えているものの、依然自宅時間を活用している人がいるため、放送サービスは今後も新規加入者は微増傾向、解約者数は減少傾向が続くとみている。通信サービスはコロナ禍で必要性が強まり、今後も幅広い年齢層で自宅でのWi-Fi利用が必須となっていくため、加入者数の微増が続くものと期待している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・上場企業やデジタル関連企業の景気は上向いているが、中小企業の収益は不安定であり、2～3か月先も変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・当面、景気は現状維持とみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・電気代を含む物価上昇や今後の新型コロナウイルスの感染状況等、懸念されることもあるが、動向は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・他県からの出店による店舗用地及び工事に関する仕事を受注しており、今後も若干増えるとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器の駆け込み需要が減るとみている。リフォームは補助金対象工事の増加が続くとみている。また、草刈りや害虫駆除などの便利サービス利用者数も増加が続くとみている。

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
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場者数は前年よりも微増で推移するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症が拡大した場合は、来場者の動きは鈍化するとみている。
	▲	商店街（代表者）	・エネルギー価格や材料費の値上げ分を吸収し切れなため、ますます苦しくなるとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価上昇が続いており、長期的には消費の低下が企業業績の悪化につながり、回り回って自店の売上減少に至るとみている。
	▲	スーパー（店長）	・各種イベントや祭りが復活し、外出する機会が増えている。内食需要が減り、スーパーの利用者数はますます減少するとみている。
	▲	スーパー（店長）	・天候不順により地場特産品の生育が良くないとの情報があり、経済に影響することが懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・前月は観光客の来店が多かったため週末の売上が伸びたが、6月に入り落ち着き厳しい状態が続いているため、やや悪くなるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・秋にはガソリン補助金が終了するなどマイナスの話題が先行しており、消費マインドは冷えつつある。予断を許さない状況である。
	▲	コンビニ（店長）	・各種商品の値上げが続くなか、家計を圧迫していくことは否めない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・商品価格の値上げを予定しているため、購買に影響が生じることが予想される。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・政府の燃料油価格激変緩和対策事業による補助金減額が予定されており、9月に向けて毎週1円から2円の販売価格上昇を余儀なくされている。燃料使用の節約傾向が強まるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高が続いているなか、電気代も値上げされることから、経済活動に影響が出ることは否めない。企業も家庭も支出面での引締めが一段と強まるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格が徐々に上昇しており、その影響を受けるとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・工事価格の高騰で建築を諦める客が多くなっているため、価格が落ち着くまでは発注量が増えないとみている。
	×	スーパー（経営者）	・食品の値上げは続き、来店頻度と買上点数が減り、売上は減少するとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・夏場は電気使用量が上がるが、電気・ガス価格激変緩和対策事業は終わり、最低賃金も引き上げられるとみている。今後良くなることはあるのか。策も支援もなしではやっていけない。経営は既に限界である。
	×	一般レストラン（経営者）	・地元客は物価高騰による疲弊感があるため来店の期待は薄い。夏祭りやイベントでは露店で食べるため繁華街には足が向かない。観光客は海のあるエリアに取られる。景気はやや悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・桃の最盛期を迎える。今年は新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されているため観光客の増加が見込める。また、イベントも開催されるため、新規顧客の増加が見込める。
	◎	建設業（企画担当）	・働き方改革など制度の問題や人手不足など社会的な問題はあがるが、その都度それを克服するための新しい産業やビジネスが生まれるとみている。
	○	食料品製造業（経営者）	・人の動きが活発化しているため、売上は前年より伸びるとみているが、人件費や電気代のアップで利益的には厳しい。
	○	食料品製造業（製造担当）	・飲食店舗は好調に推移しており、スタッフも以前よりは確保できつつあるため、対応できるとみている。物販はお中元の動きによる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先状況は少し先に上向くという情報がある。引き合いも増えてきているため、良くなる見込みである。
	○	通信業（営業担当）	・6月に決算発表を終えた企業が多く、今年度の予算にて設備投資を検討する客からの声が増えている。
	○	経営コンサルタント	・夏に向けて入場者を制限しない様々なイベントが予定されており、大きな弾みになるとみている。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してから、小売、飲食、サービス業は少しずつ業績回復がみられる。この状況が続く、製造、建設業も現状維持であれば、今よりは景気が良くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・夏休みやお盆で交流人口が増加し、家庭用、業務用共に消費が拡大するとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	・値上げが受け入れられたことにより、販売量の前年超えは続くとみている。
	□	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9波が来れば、景気が冷え込むことも予想される。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方経済の現状、業界の動向からみて、景気好転の見通しが立たない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・受注は好調なものの、購入費の増大が予想される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・出張で東京に行ったところ、多くの外国人旅行者を見掛けた。景気が良くなること期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の在庫調整がまだ続き、生産回復には至らない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連顧客の投資マインドがポジティブに変わる材料が顧客から出ておらず、3か月後も景気は変わらないとみている。
	□	建設業（従業員）	・人手不足ではあるが、受注工事を1つ1つこなしていく状況は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・人手不足をすぐに解消できる見込みがないため、当面の景気は変わらない見通しである。
	□	通信業（営業担当）	・客は依然消極的である。
	□	金融業（広報担当）	・夏祭りの効果でインバウンド需要は好調を維持すると予想している。一方で、一般消費は好転のきっかけも見込めず現状程度で推移すると予想している。
	□	広告業協会（役員）	・旅行関連、娯楽施設、イベント告知の広告出稿は順調に回復する見通しである。しかし、エネルギー等の価格高騰の影響を受ける企業は広告費を削減する傾向にあり、広告業界全体としては横ばいの状況が続くとみている。
	□	広告代理店（経営者）	・今までよりは良くなるとみているが、世界情勢や円安等の要因により、引き続き先行きには不透明感がある。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	・依然値上げが続いているため変わらない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・景気回復につながる材料は見当たらない。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種業態により温度差が出始めている。輸送用や医療用の部品製造等は順調に推移しているが、半導体関連の部品製造等は低調となっている。
	▲	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高騰が続き、穀物乾燥用の燃料代が収支を圧迫するとみている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の業績が低下している。
	▲	輸送業（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、人流回復による経済活動の活発化は実感できるが、売上は依然として前年を下回っている。貨物取扱数量は、トラック輸送、鉄道コンテナや海上コンテナなど全般的に減少傾向で推移している。このような状況の下、燃料油価格激変緩和補助金は、6月以降段階的に縮減され9月に終了するため、燃料コスト増で収益を圧迫する懸念が大い。
▲	司法書士	・地元法務局の登記申請件数の減少傾向が続いている。	
×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需・民需の受注減少に加え、原材料費や燃料費の高騰等もあり、厳しい状況が続く。	
雇用関連	◎	—	—
(東北)	○	人材派遣会社（経営者）	・営業職や販売員、飲食店のスタッフの募集、工場の製造ライン増設や新しい事業のための人員強化など、景気が上向きになり、社員を増やす動きが活発になっている。経営者のマインドが新しいビジネスの立ち上げや、事業拡大の路線に入っているとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・組織課題は急速には解決できないため、今後もニーズがある状況は変わらない。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	・受注単価が幾らか上がっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・イベントが通常開催されるようになり、様々な広告の引き合いは増加傾向にあるため、徐々に回復に向かうとみている。インバウンド需要に対する関心も高まっている。

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
	○	新聞社〔求人広告〕 (経営者)	・夏祭りが完全復活し、経済も回り始めている。会合もリアルで行われ、夜の宴席も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	職業安定所(職員)	・物価高の影響で卸売小売業の採用意欲は下がっている。他の業種では新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人手不足が顕在化している。
	○	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で夏祭りやイベント等も通常開催され、街中ににぎわいが戻り、消費も上向くとみている。物価高の影響はあるが、賃上げの効果に期待したい。
	□	人材派遣会社(社員)	・コロナ禍からの立ち上がりで求人数は増加しているものの、賃金アップが物価高騰に追い付いていないため、実体経済はそれほど回復していない。また、インバウンド需要などが旺盛になっているものの、恩恵を受ける業界は限定されている。今後景気が良くなるかは不透明な状況である。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・夏祭りや催事の通常開催など売上のプラス要素はあるが、物価高で広告の動きに影響が出ている状況が続いているため、変わらないとみている。
	□	職業安定所(職員)	・求人倍率は高い状況が続いており、雇用調整の動きも見られない。
	□	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。しかし、全ての業種で光熱費の高騰が収益を圧迫しており、個人消費の回復は物価上昇の影響を受けている。景気は変わらないとみている。
	□	職業安定所(職員)	・物価高騰が続くとみている。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・増産や人員増加などの話はあるが、具体的な時期等は決まっていない。
	▲	学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルス感染症の第9波が経済活動にどう影響するのか予測できない。
	×	*	*

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)	◎	一般レストラン〔居酒屋〕 (経営者)	・夏祭りや花火大会等の日程が決まってきており、人出もかなり増える見込みのため、外食や飲み会の機会も増えてくる。
	◎	その他飲食〔ファーストフード〕 (経営者)	・円安が進行してドル高になっている。インバウンドは現在でもかなり増えているが、夏休みやその後の行楽シーズンの時期にはもっと増えると思う。国内でも新型コロナウイルス感染症の5類移行により、今ではほとんどの人がマスクをしないで、行動が活発化してきているため、今まで以上に掛ける機会が増えて、お金を落とすとしていく。
	◎	旅行代理店(従業員)	・国内外共に人の移動が多く、良くなる。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、行動制限がなくなったので、地元最大のイベントの祭りが目前に迫り、子どもたちはおはよしの練習も始まり盛り上がり始めている。前年の人出を上回るのではないかと期待をしている。
	○	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・例年6月は、国内個人客の動きが少し落ち着く時期で、今年も同様の傾向である。ただし、円安のためか外国人観光客の姿が目立っている。外国人観光客数は新型コロナウイルス感染症発生前より確実に多く、消費にも積極的である。8月は夏休みで書き入れ時であるため、観光地としての景気はやや良くなる。ただし、観光業全体としては人手不足が深刻なため、全ての観光客を受け入れられずに売上の機会損失となることが危惧されている。
	○	百貨店(店長)	・インバウンド効果が低位にある地方店舗のため、今後も来客数、売上の増加スピードは、緩やかなものと想定している。
	○	百貨店(店長)	・生鮮製品を含めて、回復傾向が続くと判断している。
	○	コンビニ(経営者)	・気温が上がれば、客足が伸びるため、やや良くなる。
	○	コンビニ(店長)	・今月はなぜか来客数の落ち込みが大きかったが、これは回復するとみている。
	○	衣料品専門店(統括)	・夏祭りの時期に入っている。多少、客の動きは伸びてきているため、これから夏祭り、秋祭りに向けて、消費が盛んになってくるのではないかと期待をしている。

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
	○	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、輸出に力を入れていて、日々数十台の車両運搬車が港へ向かって発進している。サプライチェーンも僅かではあるものの、元気がみえてきている。街の飲食店街にも活気が出てきたかもしれない。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・行動制限が解除されたので、コロナ禍と比べて雲泥の差というほど、実感として景気が良くなっている。ただし、第8波が収まった後、現在、再び感染拡大の噂が出ているが、それを払拭できるくらい観光客が出ているため、当社としてはこのまま良い状態が続くのではないかと。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・近隣の週末開催イベント等が数か月先まで予定が確定するなど、集客が見込める状況になっている。また、県外からの来訪者も増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	・梅雨が明ければ、夏休み、お盆等の行楽シーズンとなるため、より一層来客数は増える。
	○	都市型ホテル（経営者）	・若干戻りつつあると実感している。
	○	都市型ホテル（支配人）	・季節が秋から冬へ向かい、いまだ先行き不透明な部分も多少はある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊やレストラン、宴会共に、予約数は堅調に伸びている。物価高に伴う単価引上げのお願いも理解してもらえている。宴会件数はコロナ禍前には近づいてきているものの、1件当たりの人数の戻りがやや弱く、新型コロナウイルスの感染第9波などの報道が足かせとならないことを願いたい。
	○	旅行代理店（所長）	・来月に控えた新型特急車両の運行開始も起爆剤となり、夏休みに向けて、来訪客の増加に期待感が持てる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなるのではないかと。
	○	通信会社（経営者）	・現状の流れで受注が増えれば、多少なりとも売上は改善していく。ただし、今までの疲弊が激しかったので多少の改善があっても、通常運転に戻るには数年の時間を要する。
	○	テーマパーク（職員）	・旅行需要が回復傾向にあるものの、都市部の観光地に比べて、地方の観光地では急激な回復は見込めない。
	○	美容室（経営者）	・店頭小売販売の化粧品売上は、新型コロナウイルス感染症の5類移行後も下がったまま地味をはっている。いまだにマスクを外せない現状では打つ手がなく、サマーセール商材の仕入れも抑えなくてはならない。
	○	設計事務所（所長）	・価格高騰も踏まえた上で、これから徐々に建設をしていく動きがある。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・規模の大小はあるものの、積極的な設備投資の話が増えている。反転攻勢の姿勢に転換しつつあると感じている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・地域のイベント、祭り、体育祭等もできそうな様子なので、周辺の人々にも活気が出てきているが、まだしばらくは心配である。物価上昇の一因であるロシアとウクライナの戦争が終わってくれば、何とかなるのではないかと。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・しばらくはお中元の商材が動くので、変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・外出に伴う関連商材の回復は期待できるものの、電気料金の値上げを始めとした物価高騰による生活防衛意識も依然として高く、景気は横ばいが想定される。
	□	百貨店（営業担当）	・非食品の動きは回復基調にあるが、食品売場にはいまだに値上げやコスト高の影響があり、全体の売上回復については先行き不透明感が否めない。
	□	スーパー（総務担当）	・値上げが落ち着けば改善されると思うものの、どうなるか分からない。
	□	衣料品専門店（販売担当）	・当店のよう季節衣料を扱っている場合、通常でもこれから暇な8月に向かっていく。その上、新型コロナウイルス感染症の影響で外出を控えることが日常になった人が増えている場合、今後、今以上に人が回遊するような状況に戻るかどうかは相当に難しい。
	□	家電量販店（店長）	・来客数及び単価を上げていくのは、依然として厳しい状況にある。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注残の増加が良くない状況だが、車両の納期遅延状況は解消されてきている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・株高もあり、やや上向きの感じもあるが、身の回りでは良くなる条件が見当たらない。

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
	□	住関連専門店（店長）	・値上げを飲み込むほどの対策はなく、必要最低限の物しか買わない客が多いため、変わらない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・まだしばらくは単価上昇と来客数減少による販売の減少が続く。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の動向は現状のまま変わらない。後は、メーカーの生産と入荷が正常化することが大切な要素である。また、7月以降、販売価格の値上げ要求が増え、送料も確実に上がっている。こうした要因が重なって、現状が継続しそうである。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・競合ホテルが営業を再開して、一時的に稼働率等が落ち込むかもしれないが、インバウンドやスポーツ団体の受注が好調であり、料飲部門と合わせると、変わらず好調を維持できると見込んでいる。
	□	旅行代理店（経営者）	・これから先、仕事は増えるかもしれないが、旅行業では運転手が不足しており、仕事をこなす人が減っているために断る仕事が出てくるとみている。
	□	タクシー運転手	・タクシーの利用客は、これから先も増えそうにない。
	□	通信会社（社員）	・2～3か月先で考えると、悪くはならない。
	□	通信会社（営業担当）	・前年比では良くなると思うが、前月比では季節要因を取り除けば停滞気味になる。
	□	通信会社（局長）	・今のところ特にプラス要因、マイナス要因となるような政策がない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・猛暑が予想され、来場者数への影響が懸念される。
	□	競輪場（職員）	・個人消費の伸びが期待できる要因は考えられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着き始めたが、景気回復は見込めない。地価上昇の見込みや要因がみえてこないことが原因といえそうである。
	▲	スーパー（商品部担当）	・2か月先に商圈内に競合店が新規オープン予定であるため、やや悪くなると回答したが、どこまでの影響があるか分からない。内部的には、買上点数の減少は変わらないとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上が新型コロナウイルス感染症発生前まで回復することはかなり厳しく、前年並みで推移するとみられる。特に、大手企業の工場関係者が戻ってきていない。経営的には、電気代の高騰とその他雑費の値上げにより、利益の減少は避けられない状態が続いている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今後、物価高がどのくらい影響するのか。単価は高いままだが、来客数は減るのではないかと。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・事業所給食では、食材費、水道光熱費に加えて、人件費も上昇しているものの、新規採用が進まない状況にある。賃上げ等の報道があるなかで、人材確保が新規取引先の受託や業績拡大のネックになっており、今後は受託先の選別にも踏み込まざるを得ない状況となっている。
	▲	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染者の受入れ施設だった近隣ホテルが、8月に再オープンするため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（経営者）	・値上げ前の駆け込み需要が一周して、これからは買い控えになる。テレビ等では、度々賃金が上昇しているとの報道があるが、それは国内有数の大手企業の話で、地方や多くの中小零細企業は、仕入コスト上昇で苦しんでいるのが現状である。
	▲	通信会社（総務担当）	・国に統制されている値引き額への規制が更に厳しくなり、確実に新製品の販売は悪化する。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ガソリン価格高騰に始まり、物価高の追い打ちや働き方改革の波に付いていくには、企業体力を心配しながらの経営を強いられている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・国民の生活が苦しいのに増税をしようとしている。これ以上商売にならない。また、インボイスは弱者いじめの制度なのでやめてほしい。
	×	家電量販店（店員）	・耐久消費財の買換え需要を促進させる施策が欲しい。天候頼みだけでは景気は膨らまない。
企業動向関連	◎	—	—
(北関東)	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・いろいろなものが値上がりしているが、落ち着いてきたというか慣れてきたというべきか、現状のまま推移するような気がしている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車向けの応援生産が本格的に立ち上がる予定があり、売上増加が見込める。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・期待を込めてやや良くなるとしている。

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
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体や部品調達の不安は少しずつ解消しているものの、いまだに生産がストップすることもある。少しずつ生産計画台数が増えてきているため期待はある。ただし、いまだに当月になってみないと分からない。2～3か月先に関しては何ともいえない。
	○	経営コンサルタント	・賃金改定や人材確保のための賃金引上げの動きもあって、少しずつ家計収入の見通しが良くなる傾向である。ただし、物価上昇もあるため、なかなか地域経済の好転につなげにくい。企業では人手不足が心配される。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注状況からみても、納入件数は更に増加し、収益も良くなる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・これからも原材料価格の値上がり心配である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・現状はとても大変だが、仕事の打合せが入っているため、これから先のことには希望を持っている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・今年1年間の受注予定は低調なまま変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先に単価を上げることが了承してもらったら、受注量が下がってしまった。材料、人件費等が高騰しており、厳しい対応ではないか。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・現状と同じような生産計画で推移しているため、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先は十数社あるが、徐々に良くなっており、この2か月ほどは良くなっている。ただし、今後もこのまま取引先の様子や受注量等が伸びていくとは思えないため、2～3か月後は変わらないのではないかと。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・今もまだ物価高などが続いているため、変わらない。
	□	建設業（開発担当）	・5月末現在では、今期発注は2か月分で、まだ10か月残っている。当社受注が前年比10%減少となっているが、今後の発注に期待したい。
	□	輸送業（営業担当）	・梅雨も明け、本格的に、夏物家電、特に、省エネエアコン、電子扇風機、サーキュレーター等の物量は前年並みを確保しそうである。しかし、円安による燃料価格の高騰や協力運送車両費も高くなっているため、利益は薄くなりそうである。
	□	広告代理店（営業担当）	・良くなる材料は見当たらない。広告業や印刷業の苦境には、終わりがみえない。
	□	司法書士	・現状、投資や何か企画物があるに基づくということではなく、相続手続等を中心に、余り変わらない仕事が多くなっている。そのため、増えもしないが、余り減りもしない。
	□	社会保険労務士	・今年の夏は通常の夏に戻るだろうが、電気代が上がるなか今夏は暑くなりそうな予報で、各種商材の値上げも続くだろうし、景気は大きくは変わらない。
	▲	建設業（総務担当）	・とにかく工事量が足りない状況で、先行きが不安である。
	▲	不動産業（経営者）	・電気料金や諸物価が上がって管理費が上昇しているものの、賃貸等の賃料は変わらないため、やや悪くなる。
	▲	不動産業（管理担当）	・補助金縮小と円安のため、燃料費は今後も高い状態が続くとみられる。また、資機材の価格改定の話も出ているため、一段と厳しくなってくる。
	×	—	—
	雇用 関連 (北関東)	◎	学校〔専門学校〕（副校長）
○		人材派遣会社（社員）	・前年同月との比較で考えると、前年とは違い、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくなり、個人についても、段々と意識が薄れてきている。宿泊施設関係の稼働率は上がる見込みで、全体的な人の活動も活発化しているようだが、人手不足なので、仕事があっても受けられないところも多くなっており、その辺りが不安要素である。
○		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話修理業務の計画数が増加しており、やや良くなる。
□		人材派遣会社（社員）	・特別改善する要因はないものの、職種にかかわらず求人数は増加傾向にある。

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
	□	人材派遣会社（従業員）	・人材派遣業だが、人材が集まらない上に求職者数が少ない状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・3か月前と比べて、前年同月からの求人数増減率が、飲食、サービス業、医療、福祉分野では増加傾向が続いているものの、建設業、製造業では2か月連続で減少している。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・ボーナスシーズンではあるが、余り期待しているという話は聞いていないため、購買力は低下していくか、最小限に抑える傾向とみている。公共料金等も上がっているため、ボーナス支給等の収入があっても、無駄遣いは控えている様子がかがえる。
	▲	職業安定所（職員）	・G7を始めとするグローバルな動きで、物価上昇が続いている。
	×	*	*

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 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕 (店員)	・9月はお彼岸があり、全国規模なので、今よりはずっと売上が良くなる。6月は何も行事がなく花が売れない分、7月の新盆、8月の月遅れの盆、9月の旧盆と、仏花がたくさん売れることを期待している（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕 (役員)	・委託料又は食事提供単価の引上げに加え、宴会需要の盛り上がりから、現状での今年度の業績は好調に推移しており、今後も堅調に推移するものと予想している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドや団体の動きが良くなってきているため、間違いなく稼働及び単価も上昇する。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響で自粛していた各地のイベントが復活している。自粛から解放されたというマーケットの勢いがある（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・今年は、新型コロナウイルス感染症発生前と同程度まで需要が戻りそうだが、コロナ禍で当たり前となった通信販売等での購入分は戻らないとみている。
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・インバウンドの来店客は減少する要因がない上、今後は夏休みを迎え国内観光客の増加も見込めるため、景気は上向きになる。また、これらの観光客は客単価が高い傾向にあり、来客数が大幅に増加しなくても売上は増加する（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・株価がこのまま上昇すれば、更に売上も伸びると信じている。最近、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきているようだが、感染第9波とならないことを願っている。
	○	百貨店（総務担当）	・来客数は堅調である。マスク着用機会の減少や外出機会の増加により、夏物やスキンケアの需要が伸びる。インバウンドの回復も見込まれることから、景気は緩やかに良くなる（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・足元の好調はコロナ禍の反動のような一過性のもではなく、当社の主要戦略が奏功しているものだと考えている。今後も当社が相互コミュニケーションを取ることが可能な識別顧客が増えていきさえすれば、当面の間は売上の下振れリスクは見当たらない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・サマーギフト需要や帰省のためのギフト需要、また国内外から首都圏への旅行客の増加などで、好調に推移する（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・消費者の購買意欲はまだ継続している。コロナ明けの帰省シーズンであり、秋冬ファッションや暮らしの新たな需要に期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高に伴う堅実消費の影響はあるものの、アフターコロナのライフスタイルが定着し、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度の同期比でプラス推移が続いている。6月下旬時点では、街中でまだ半数以上はマスクを着用しているが、2～3か月後は本格的な夏となり、マスクを外して化粧品需要の復調が進めば、売上の上積みも期待できる（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・来客数は伸長しているものの、買上点数は減少している。株価を始めとした指標の今後の動向次第で消費者心理も大きく変動すると考えられ、必ずしも明るい要素ばかりではない。

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
	○	コンビニ（経営者）	・ここしばらく来客数が伸びている状況が続いている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・近隣のプールの営業が、前年よりも入場制限が緩和されたので、期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・物価高に加え電気代も上がっているが、同時に来客数も増えている。客単価は上がらないかもしれないが、来客数が上回っていくと予想している。また、夏を迎え、祭りや花火が復活するなかで、我々の商売は少し上向くのではないか。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前の来客数の動きに戻ってきており、盛夏期にかけて伸びが期待できる。前年、前々年は盛夏期のピークがないままの売上が続いたため、今年は大きく伸びるのではないか（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・天候次第にはなるが、人の動きが更に活発になることが予想されるため、来客数の増加だけでなく単価の上昇にも期待したい（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・景気自体はやや良くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響はかなり少なくなっている。そこで新たに配達サービスを始めることで、新規客の囲い込みなどもできるはずである。コロナ禍で得た教訓をまた違ったサービスに転換できるようにになれば、店の景気は順調に推移するのではないか。
	○	家電量販店（店長）	・中国からの訪日観光客に対する入国規制緩和が見込める（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・今の足元の景況感と同じ動きとなる。物価高などが落ち着くと、更に好循環になる可能性がある（東京都）。
	○	高級レストラン（営業担当）	・法人関連及び定例の団体宴会の予約や問合せが徐々に増えており、少しずつだが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・現在の来客数や問合せ、予約の増加傾向に鑑み、上昇傾向に向かう（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・外国人観光客は年々増える傾向にある（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・周辺の店で客が増えているという話をよく耳にするようになっている（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・店舗とは関係ないが、開業サポートをしており、新型コロナウイルス感染症発生前に開業を予定していた人々で、今年開業するという人が多い。コロナが明けるのを待っていたような感じで、気持ち的に良くなってくると予想する人が多いようである（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・売上面では、新型コロナウイルス感染症の終息に伴って、新型コロナウイルス感染症発生前に近づいていくことが予測される。一方で、夏場に差し掛かり、原材料費や水道光熱費の高騰が重くのし掛かるのではないかとみており、売上が伸びても経費負担が増えて、逆に利益が減ってしまうのではないかと危惧している。政府には、この辺の対策を具体化して示してもらいたい。そうでなければ、新型コロナウイルス感染症が終息しても、ホテル業界は先行きが暗くなってしまう。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況もかなり良くなり、経済活動が活発になる。ただし、原材料費や人件費の高騰がどれだけ続くかによって、企業の収益が圧迫されるため、なかなか読みにくいところがある。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いていけば、以前よりは良い状態が続く。
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が延長されたため、しばらく好調となる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・東アジア諸国や米国からの訪日客が増加していることに加え、近々中国から日本への団体旅行も解禁されると思われるため、景気は更に回復へ向かい、良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・昼間は以前同様に利用がある。余り心配はしていないが、コロナ禍により家飲み慣れたようで、店に向かうのがおっくうになっているようだと思われ、飲み屋のオーナーが話している。週末の利用は良いので、平日も少しずつ以前のにぎわいを取り戻すのではないか。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う制限がなくなったので、普通の生活にどんどん戻りつつあり、人の動きが活発になっている。良くなっていると思うが、物価が上がっているため、どのように影響するかは読めない（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
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の終息が見えてきている（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・受注数が3年前に戻っていないのが現実だが、明るい兆しがある。また、価格改定、値上げをできる雰囲気になっているため、復調していく（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・外的要因により競争環境に変化が起きる可能性がある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・夏の行楽需要を経て、生活の正常化を実感することで、消費意欲が高まると予想する。株高の落ち着きとともに現金化された資金が市場景気を刺激するのではないかと。周囲でも投資先の変更や株の現金化が身近な話題となっている（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	・人の動きが回復してきているため、景気も改善していく。
	○	通信会社（局長）	・徐々に改善傾向となっている。
	○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行や、法整備に伴うDX化の動きがある（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・台風シーズンではあるものの、ゴルフとしてはハイシーズン後半に向けて、来場者数の増加に期待している。例年の来客数の推移からも、秋のシーズンに向けて客足が増加することは分かっている。
	○	競輪場（職員）	・マスクをしない人も増えてきて、余暇を楽しむことが許されるような空気感が世の中に生まれてきている。
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策による制限が全くなかったことで動きは良くなると思うが、夏は旅行が多くなり、当社のような室内エンターテイメント施設は対策を要する（東京都）。
	○	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・中国からの入国規制が緩和されているのでインバウンド需要が更に勢いづく。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、周囲でも感染者が出てきていることから、報道の仕方によっては景気回復に水を差すことが懸念される（東京都）。
	○	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・一時の憂慮感が消え、今までの反動によって消費が増加し、新しい物に興味湧き、関心が高まる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いてきており、大企業は景気が回復しているようだが、我々中小企業はまだ不況のなかにいる。物価が上がっているにもかかわらず、賃金を上げることができないのが残念である。政府に、中小企業の景気対策をぜひお願いしたい。
	□	商店街（代表者）	・最近の状況だが、新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行し、街を歩く人のマスク着用もかなり減ってきている。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えつつある状況からすると、消費行動にもかなり影響が出てくるのではないかと。事実、来客数の伸びは若干鈍くなっている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の感染者数が増えると、世代にもよるが、豊かな財布を持っている層は、若干鈍くなる。イベント復活の勢いも、新型コロナウイルス感染症の影響を受ける。アフターコロナは、こうした上下を繰り返しながら新しい生活様式に落ち着くのかと注視しているところである（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今見積依頼が来ている仕事が決まったら多少良くなってくるとは思うが、この先どうなるかまだみえない部分が多いため、何ともいえない（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・以前と比べて来客数が減少している。加えて、新聞を取る人も減っており、新聞広告の反響もほとんどなくなっている。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エアコンは動くだろうが、余りにもいろいろな物の値上がりが続くので、必要な物以外の消費は控えるのではないかと。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・業種的に景気が非常に悪い業種になっている。当店の場合は家族経営のような感じで、修理やリフォーム等も多少やっているから、何とか維持できているというのが現状である（東京都）。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・印章業界全体が低迷している。特に、当時の行政改革担当大臣が俗に言う「印鑑不要論」のような発言を行ったことがダメージに拍車を掛けている。残念だが、優秀な技術者も非常に少なくなっている。もっと日の目をみるような業種になりたいが、なかなか難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・今後、物価高に進む方向にあるが、財布のひもが固くなる客と緩くなる客がいる。収入の高い客は今までどおりだろう。なかなか難しい時期である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕(店長)	・今は来客数が増えているので、このまま現状維持できればよい。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・変わらないというよりも、将来を見通せないのが現状である。店頭部においては、メーカーから聞いている商材の値上げがこれから多数あるため、購買意欲が薄れていくのではないかと危惧がある。やっと仮店舗が定着して来客数も伸びつつあるが、それに反して客単価が下がっていることが心配である。外商部においては、ある程度案件はあるが、今後も1案件当たりの価格が下がっていくことが危惧される。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・全体的に物価の上昇により財布のひもが固くなっている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・まだ新型コロナウイルス感染症の状況ははっきりせず、マスクを着けている人もたくさんいる。その上、物価の上昇などもあり、景気が良くなるとは思えない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・円安が続き、輸入商材の販売は抑えられるが、販売量の変化は大きくないとみている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	・客の動向では、夏の旅行に際しての準備需要の注文も多く、人気のスーツケースは数か月待ちの状況となっている。中高年層の行動が更に活発化していくことが予想される(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・当面は、インバウンド需要の取り込みによる売上の安定が続く。食料品の継続的な値上げが食品全体の売上を底上げしている一方で、買い控えも予想されることから、見極めが難しい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・来客数は確実に増えることが想定されるため、新しい客層の取り込み、来客数の増加を活かした施策を企画し、取組を強化する。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・引き続き外国人観光客の増加が見込まれていることや、株価の上昇など、景気上昇へのプラス要素は幾つかある。しかし、そのようななかでも、一般消費者がより安心して買物ができる経済環境にはなっていないとも感じている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・各商業施設では、アフターコロナのテナント出店意欲も増進していることから、大規模リニューアルを仕掛ける店舗も増えている。その効果が出るのは年末以降とみている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・中国からのインバウンド消費の回復などの好転要素も考えられるものの、国内消費は商品価格の上昇に伴って増加率が鈍化しているため、当面は現状のままで推移する(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・インバウンドも含めて人流が回復し、緩やかな改善傾向が今後も続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・通勤通学といった現役世代だけでなく、高齢層の客の外出が増えたことによる来客数の増加や、株価上昇も続いていることから、景気に対してはプラス要素もある。一方、モノやサービスの値上げなどマイナス要素も続いており、そのせめぎ合いで景気は大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・物価高により、生活も安定しない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(財務担当)	・国内消費は回復基調だが、今後、物価高、実質賃金のマイナスによる消費の減速も懸念される(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(管理担当)	・夏休みは旅行需要に消費が回る(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(店長)	・夏の旅行者数見込み等を見ると、落ち着く頃には節約志向が高まり、新しい秋の需要と相殺されてしまうのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・売上自体は前年と比べて伸びているものの、来客数が少なくなっており、商品単価が上がっているから何とかなっているという感じである。原材料費など、電気代を含めている物価が上昇しているため、やはり予算未達だと利益が出せず、非常に厳しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・商品単価は少し上がっているものの、販売量が落ちており、この傾向は変わらない。年金支給日前、給料日前は支払に細かいお金が増え、その後は1万円札が増える。以前と比べてその傾向が強まっているように感じる。

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
	□	スーパー（経営者）	・景気を動かす大量の預貯金は、将来の不安に対する備えに使われている。不安を取り除く生涯設計ができれば、余剰分の放出を期待できるが、2～3か月ではどうにもならない。預貯金が金融商品に変わったとしても、消費活動への影響は小さい。
	□	スーパー（経営者）	・値上げによる効果は多少出ているが、やはり来客数が増えないため、非常に厳しい（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・来客数が伸びないなか、1品単価、客単価の上昇により売上は維持できているが、利益が全く取れていない状況が続いている。3か月後も今と変わらず推移していくのではないかと（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・食料品だけでなく、光熱費等、身の回りの物が値上がりしていくなかで、食品の購入に関して慎重な傾向にある。
	□	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、食料品の値上げが頻繁にあるなか、今まで同様にシビアな買物を強いられるため、しばらくは同様の状態が続く（東京都）。
	□	スーパー（店員）	・食料品に関しては、必要な物しか買わない状況がこの先数か月は続く（東京都）。
	□	スーパー（総務担当）	・特に明るい材料がないため、現状のままで変わらない。
	□	スーパー（営業担当）	・単価の上昇と販売量の減少の双方がそれぞれ反発するような形で継続していく（東京都）。
	□	スーパー（販売担当）	・ボーナス商戦が始まるが、とても消費に回るとは考えにくい。お中元もスタートしたが前年を下回っており、週末の来客数も減少している。食品はそれでも堅調に推移するが、食品以外の商品分類は抑えられる。
	□	スーパー（食品担当）	・物価上昇の影響が続く（東京都）。
	□	コンビニ（経営者）	・今と同様に、来客数が全く増えないため、販売量や売上はさほど変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・食品、光熱費の値上げの影響で、不要不急の衣料品に対しては節約志向が強まる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、人の流れ等は良くなっており、良い傾向にある。しかし、円安によって、輸入品が非常に高騰しているため、今後どちらに振れていくか分からない。来客数は確かに増えているが、納期の遅れや値上がりによる不安を覚えている。
	□	衣料品専門店（店長）	・ドレス事業に関しては、今までどおりクオリティでいか、マーケット需要があるロープライス商材でいか、今後見極めが必要である。着物事業に関しては、好調な浴衣商材を通じて、ネクスト商材の開発が望まれる。以上のことから、2～3か月先も現状のままで推移する（東京都）。
	□	衣料品専門店（役員）	・食料品、電気料金などの値上げがこの先も続くようなので、衣料品への支出は期待できない。
	□	家電量販店（店長）	・社会全体の景気回復がないと、まだ現状は続く。毎月の商材の値上がりが響いている。
	□	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、販売が余り芳しくない。前年比で3割減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・整備部門はずっと順調に伸びているが、新車の販売が少し落ちてきているため、前年並みで推移する。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・3か月先までは変化がないとみている。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・円安に加え、輸入材料、特に原油などの物価高騰により、食料品や電気代、ガス代なども上がってきている。全体的に物価が上がっているにもかかわらず、賃金ベースは大きく変わっていないため、ますます財布のひもが固くなる。景気は良くない状態のまま続いていく（東京都）。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・現状の環境が続く予想で、大きな景気回復は見込めない。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産体制の正常化には時間を要する。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・明るい材料が一切ない（東京都）。
	□	住関連専門店（営業担当）	・現在をコロナ明けと行ってよいのか分からないが、リフォーム業においては客の投資意欲は回復しつつあり、当面その基調は変わらないものとみている（東京都）。
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・人の動きもそうだが、商材の動きがなかなか上向いていない。

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
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・コロナ禍で大きな影響を受けた飲食業界、旅行業界などは新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、良くなったように見受けられるが、身の回りの景気はそれほど変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・外国人客による売上構成比が9割を超えており、来客数、客単価共に前年を大きく上回っている。しばらく同様の推移が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価上昇と賃金上昇が比例しないため、可処分所得が減少傾向にあり、購買額が上がらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・新型コロナウイルス感染症の経験からか、客自身が余分な仕入れを控えるようになっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	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感染症の分類は5類に移行したが、周囲の状況からみて感染第9波が来ている模様で、新規感染者数の増加が顕著となっている。右肩上がりでの回復するのは難しい。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・商品価格の上昇が個人所得の増加につながって好循環になればよいが、まだ楽観できない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・需要が伸びていくとみられる一方、労働力の確保は大変厳しい。そのようななかでは、旺盛な需要にフルにこたえることは困難と考えるため、景気は横ばいと予測している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も少しずつ良くなっていくとは思いますが、人手が足りず、余り仕事を引き受けることができなくなっているため、現状と変わらない。需要があっても供給が追い付かない状況なので、余り期待できそうにない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・来客数は増加しているものの、材料費の値上げが続き、結果としてメニューを値上げするという声があちこちから聞かれる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も余り変わらない。コロナが明けてまだ行動が活発化するか、若しくは所得が伸びずに物価だけ上がり、生活が困窮して消費が冷え込むか、皆目見当が付かない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・現在、5店舗中1店舗は営業利益が出るようになったが、他の4店舗は、まだ利益が出そうにない。1店舗は家賃より営業損失の方が大きいために、6月27日から休業している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気の良い業種と悪い業種といろいろあると思うので、全ての客が夜に戻ってきてくれるとは考えにくい。トータルでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・6月から8月の売上推移を見ないとまだ分からないが、変わらないのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・来客数は増えているが、円安、物価高の影響で生活は楽にならない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・この先の状況がどうなるかは来店している客にもよく分からないため、完全な予約までは取れないが、今と余り変わらないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・回復に期待したいが、今後訪日観光客も更に増え、ますます航空座席やホテルの空きが争奪戦になる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・夏のシーズンから次の紅葉シーズンへと続くため、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・主にサラリーマン客からの情報では、出張は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。飲み会もほぼ戻っているが、以前のような2次会、3次会はほとんどなくなり、タクシーで帰ることもほぼなくなっている。また、仕事上の移動も公共交通機関の利用を勧められており、タクシーの利用はできるだけ控えるようにいわれているということである。会社としてはやや厳しくなっているようである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・根本的な乗客数の伸びがみられず、ここ最近では新型コロナウイルスの新規感染者数も増加しているため、不安要素がある。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・ここ数か月、商談案件はあるものの受注には至っていないため、身の回りの景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・転居等、人の移動は横ばいの状況が続くものとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・現状のエネルギー高騰問題が変わらないので、しばらくは同様の傾向が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（経営企画担当）	・現時点では今後の商談における進捗がみえない状況である。今後の好転を期待している（東京都）。
	□	通信会社（経営企画担当）	・徐々に物価高が進行して、財布のひもが固くなっているせい、サービス提供価格は変更していないにもかかわらず、顧客数はそれほど増えていない（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	・調達原価が好転する兆しがないため、状況としては悪いままで変わらない。「変わらない」を選択しているが、長期にわたることで、状況としては「やや悪くなる」ともいえる（東京都）。
	□	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行後、人流が増えたことにより、新規感染者数が増加傾向にある。さほど影響はしないが、好転もしない（東京都）。
	□	パチンコ店（経営者）	・物価の上昇と実質賃金の低下は消費者の消費意欲に影響を及ぼしており、収益の拡大を阻んでいる。
	□	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良くならない。
	□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・来客に変化がない。物価高騰により個人消費の伸びは期待できない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	・現在、当事務所では人材不足で、求人はしているが、どうしても大手に引っ張られてしまい、新規採用ができていない。そういった意味で、仕事が上向くか分からない。行政の方は頑張っているところだが、人数を必要とする民間においては、なかなか十分な体制を組むことができない。
	□	設計事務所（経営者）	・民間案件は低調のまま推移しているが、官庁案件は例年並みに確保できそうである。外注費アップ等の懸念材料が多少あるが、大きな変化はないとみている。
	□	設計事務所（所長）	・良くなっていく兆しはあるが、今までのように現状が続くと考えられるため、客の方からアプローチがあるまで多少待ってみようかという気になってしまっている（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	・悪くなる傾向だと考えるが、大きな変化とまではならないのではないかと（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・前年度に仕入れた分譲物件の建売住宅が在庫となっていたが、価格を見直して販売予定である。注文住宅の販売にプラスして分譲住宅の販売が進めば、今年並みの販売量を確保できるのではないかと。
	□	住宅販売会社（従業員）	・価格の上昇が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	・若干回復してきた景気が今後も続くか分からないが、急激な変化はないとみている。地価の高止まりや建築費の高騰がまだ続いているため、少し気になるところではある。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・資材、物価高騰に対する具体的な施策がない一方で、下請法対応を迫られており、厳しい状況が続いている。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・電気代などのエネルギー関連の値上げが家計に影響する。
	▲	百貨店（営業担当）	・国内の消費意欲が鈍化している。インバウンド消費はモノから体験などのコト消費への変化がある（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・沖縄で新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、感染第9波に入る気配がある。物価の上昇もあいまって消費は減少していく。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	・家庭用電力の値上げは、食料品の支出に影響する。
	▲	コンビニ（経営者）	・経費が増大し、大型店に挟まれ、日増しに厳しさが増している。
	▲	コンビニ（経営者）	・当店の場合、高齢層の客が多く、収入がないので買い控えをしている気がする。若い人たちは、コンビニよりスーパーへ買物に行くので、良い方向にはいかないのではないかと。
	▲	コンビニ（経営者）	・値上げしている商材が多々あり、消費者の購買意欲が低下している。この厳しい状況がいつまで続くのか、大変不安である。
	▲	衣料品専門店（従業員）	・食費や光熱費の増加がまだ続くため、節約志向が高まるとみられる。
	▲	家電量販店（店長）	・電気代の更なる負担と、燃料油価格激変緩和補助金が減ることで、日常生活の身近な負担がますます増えている。このことは消費行動を鈍化させ、必要な物に対しても生活防衛意識が働き、本来必要な性能を持った商材よりも、最低限の性能や機能で選ぶ傾向が見受けられる。

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
	▲	乗用車販売店（営業）	・販売台数、乗客数共に減ってきている。
	▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増え始めているため、景気はまだ戻らない。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今後も物価の上昇傾向は変わらない。財布のひもはますます固くなる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・為替の影響で、原油価格はまだ高値で推移しており、仕切価格も併せて高値で推移している。しかし、国の燃料油価格激変緩和対策事業は6月以降徐々に補助額が減ることから、仕切価格だけが上がってしまうため、消費者の買い控えが心配である。また、賃金アップによりコストも上昇する（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・暑気払いの名目での集まりがあればよいが、7月の宴会は大分落ちてきて、6月より予約数が少なくなっている。暑くなってくるので景気は悪くなる（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ウクライナとロシアの戦争が続くと仮定した場合には、新型コロナウイルス感染症の5類移行による衝動的な好景気は夏休み終了辺りから落ち着くのではないかと。また、輸出企業は潤うだろうが、全般としては賃上げが物価高に追い付かず、景気はやや悪くなると予想している。円安でインバウンドの増加はある程度見込めるが、動乱が続く世界情勢においては、以前のように海外旅行を楽しむことができる人は少ないため、思いの外伸びないとみている。また、輸入コストの上昇で食品や燃料の値上がり止まらず、結果として消費が落ち込むのではないかと。
	▲	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再び徐々に増えてきており、客の体調不良によるレストラン予約のキャンセルが目立ち始めている。宿泊については、夏休みということもあり期待をしているが、先々の予約は伸びておらず、様子見の状況である。元々婚礼宴会は閑散期だが、新規感染者数の増加傾向が更にブレーキとなっている。
	▲	タクシー運転手	・梅雨時に入って蒸し暑い、やはり物の値上がりが非常に響いており、なかなかタクシーを利用してもらえない状況が続いている。今後も暑くなるが、需要が増えるとは余り思えない。
	▲	通信会社（営業担当）	・月額利用料はなかなか値上げできないし、機器などの仕入単価が高騰している分、利益率が下がってきている（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・夏休み、お盆休みでお金を使った後の秋以降が続かないかもしれない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・アフターコロナが本格化して楽しめる娯楽の種類が戻ったことと、今までできなかった分、拍車がかかることを考えると、ゴルフ場が良くなる状況は想像しにくい。
	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・電力料金、食品等の値上げが続く（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているために、授業料などの教育費を削る親が多い。今後、景気はまた下がる。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・光熱費の上昇などをすぐに価格転嫁できず、広告宣伝などに力を入れられない。
	▲	設計事務所（所長）	・長年取引がある大手企業との間の単価見直しは一向にみられない。我々が幾ら申し出てなかなか聞き入れられないのは大手企業のエゴである。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築業界に一服感がある。前年から今年の原材料、燃料価格の高騰に伴う資材高騰に対応できていない業種や企業では、影響で本来進む話が止まっているものがあるという印象を受けている（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・商材の原価上昇に加え、物流コストが急上昇している。一方で、取引先の都合もあり売価は簡単に値上げできない。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高の影響が続いている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格は上がる一方であり、修繕費や消耗品購入も価格上昇が止まらず、利益が圧迫されている。その上、賃上げ圧力によりボーナスを増やさなければならない。このままだと雇用調整が必要になってしまう。

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
	×	ゴルフ場（従業員）	・サラリーマン、年金生活者は、物価の上昇等に悩まされ、生活が苦しくなっている。一方、株価の上昇で投資家はかなり潤い、高級タワーマンションが売れている。景気の良さあしは分からないが、やはり投資家だけでなく普通に働くサラリーマンが豊かに生活できる状況でない、景気が良いとはいえない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は、解決の見通しが立たず、要員不足による機会損失の発生などの悪材料も依然として根強く、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。特に、メンテナンス上必要な肥料薬剤の多くは輸入品であり、素材価格高に円安要因が加わり、調達価格が高騰している。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避と考えられる。設備の維持管理上必要な設備投資の着工遅れは緩和されつつも継続しており、BCPに影響を及ぼしている。
企業 動向 関連	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・新規客からの問合せが多くなっている。
(南関東)	○	食料品製造業（経営者）	・5月より毎月良くなっている。このまま続いてほしい。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・夏休みに向けたいろいろなイベントや催事の印刷案件の引き合いが増えており、更に良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の来客数や単価は余り変わらないが、法人関係がやや上向いてきている。今月特需のあったところ以外の医療関係や、大手鉄道会社からの注文が増えている。また、小さな会社でも名刺の注文が徐々に上向いている。これは、新型コロナウイルス感染症が段々と下火になり、人と会うことが徐々に増えてきていることに伴い、ショッピングカードや個人の名刺の需要が増えてきているためではないか（東京都）。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新規取引先への営業を活発化して開拓し、得意先がやや多くなっている状況にある。これからも努力を続け、頑張っていきたい。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・受注残の増加により、今後多少は身の回りの景気が良くなる（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の在庫調整が落ち着きつつある。受注数、価格は良い方向に向かっていくのではないかと。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは前年度の遅れを取り戻すべく増産体制にある。今後も景気は良くなる。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・アフターコロナの変化でサロン環境が活性化している（東京都）。
	○	建設業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行で、景気は上向いている。これでウクライナ戦争が終結すれば、良くなる。戦争の終結を願っている。
	○	建設業（営業担当）	・価格高騰も落ち着き始めており、価格に対しても消費者の理解を得られるようになってきたので、受注につながるような案件が増えてきている。
	○	通信業（広報担当）	・コロナ禍で抑えられていた需要はまだあるので、緩やかな回復傾向は続くと思込んでいる（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・経済活動の正常化が進むなか、地元の飲食業者からは「賃上げはしたもの、依然として従業員の確保が難しく、やむを得ず定休日を増やすなどして対応している」などの声も聞かれ、引き続き人手不足への対応に苦慮している事業者が多いようである（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・しばらくは景気が良くなるかと思うが、一時期のことである。
	○	金融業（従業員）	・マスクを着けずに外出する機会も増えており、今後も景気は良くなると思うが、新型コロナウイルス感染症の第9波も懸念されており、注意が必要である。
	○	金融業（営業担当）	・企業の資金ニーズからの推測ではあるが、設備投資や増加運転資金といった前向きな資金ニーズの相談がやや増えつつあり、これが継続していくのであれば景気のは好転は十分に期待できる。
	○	不動産業（総務担当）	・オフィスも店舗も今のところ解約の動きは見られない。2～3か月先までは大丈夫そうである（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
	○	税理士	・これから本格的な夏を迎え、梅雨明けと同時に観光産業はますます活性化する。各地の祭りや花火大会も4年ぶりの開催でにぎわいを取り戻している。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・良くはなるが、万年人材不足で計画どおりにはいかない。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・訪日外国人が増えており、飲食業、ホテル業が良くなっているため、今後に期待ができる（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	・現在でも取引先からの価格引下げの打診等があるため、景気は現状維持ではないか（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・受注量が増える要素がない。取引先からも良い話は聞けない。
	□	化学工業（総務担当）	・足元は前年より良くなっているが、この先プラスになる要素がみえない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在、円安が続いている。3か月先にどうなるかによっては、景気が後退するかもしれないため、心配である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件の立ち上げに期待しているが、現在、医療品容器の受注は横ばいで、8月の閑散期に向けて営業しているものの手ごたえがない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の仕事量の増減をプラスマイナスすると辛うじて増えている状況なので、どこかで停滞が起きるのではないかと考えている。
	□	建設業（経営者）	・物価が上昇しているものの、賃金は余り上がっていない。賃金が多少なりとも上がっていけばよいが、このままの状態では平均的な経済状況で変わらないのではないかと。
	□	建設業（経営者）	・若干動き出しているが、これから新型コロナウイルスの感染第9波の可能性もあり、注意が必要である。
	□	輸送業（経営者）	・イベントが復活してきているが、単身の引っ越しは横ばいのままで、新型コロナウイルス感染症発生前には戻らない。安価なサービスの利用が増えている（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・閑散期のため荷主の国内出荷量が増えず、輸出もない。夏までこの状況が続く予想である。
	□	不動産業（経営者）	・地政学的リスクは続くものの、国内では新型コロナウイルス感染症に対する脅威が徐々に和らぎ、人の移動も増え、街に活気が戻る方向にある。
	□	不動産業（従業員）	・受注価格、販売価格の状況に変化はないと予想している（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・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との話もあり、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・従来のメイン商材、商取引、取引先からの脱却に向けて施策を実行中であるものの、成果として表れるには時間を要する（東京都）。
	□	税理士	・周りには中小企業の顧客が多いが、まだ全く戻ってきていないし、戻るかどうか分からない。大企業などは良くなっており、株価も値上がりしているようだが、中小企業はまだである。飲食店などの客足が戻っていないところを見ると、まだ変わらない（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）。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・工場の稼働率が回復しつつある取引先もあるが、その反面、原材料の値上げ等も予定されており、変わらない状態が続くものと予想している。
	□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・先の景気も変わらない（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が減ることはあっても、増えることはない（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・世界経済が不安定ななか、景気がこれ以上良くなるとは考えにくい。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・燃料油価格激変緩和補助金が3か月後に終了するため、更なる物価の上昇が見込まれる。B to B販売価格は、販売先への交渉はしているものの認めてもらえないのが実情で、収益が更に悪化する。
	▲	輸送業（経営者）	・近年の夏の異常な暑さは今年も続く可能性が高く、当社の取扱量の減少につながるのではないかとということが危惧される（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	・燃料や資材の高騰、食品の値上げが続いており、今後も厳しい状況が続くことから、景気は戻らない（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
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行されたため、各種行事が開催されるようになり、好転することを期待している（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・クライアントからの大型コンペや、プロモーションの相談件数が減っている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・売上に大きな変化をもたらす要因はないが、コスト面では人件費上昇と人手不足、物価上昇などが大きいと、結果として景気に影響をもたらす。
	▲	経営コンサルタント	・物価の上昇基調はまだ変わらないとみえるため、一層の景気減速要因となる（東京都）。
	▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・既存契約金額は変わらないが、人手不足もあり募集金額は上げざるを得ない（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・職人不足等の根本的な問題は解決されていないからである。
雇用 関連 (南関東)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	・今後、年末の繁忙期に向けて、8～9月頃から求人数が徐々に増える予想である。
	○	人材派遣会社（支店長）	・官公庁関連の事務業務案件が取れたことで、一時的ではあるが業績はやや良くなっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・観光系を中心に、夏季の特需が新型コロナウイルス感染症発生前の水準になると予想している。実際に、短期求人が増加している。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、客の採用活動も活発になっている。そこで重要なのは、人材が欲しいと思ったときにきちんと採用できるようにサービスを提供することである。それを考えたとき、運用面でWebサービスを提供でき、売上に繋げていくことができている。企業のサービスという条件付きではあるが、採用活動を行う企業が増えている現状は、そこまで景気が悪いと感じるものではない。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・全般的に大手企業は利益が多く出ており、人材確保に力を入れている感じが強い。株価も上がって更に利益が出て、景気は良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人数の伸びが継続しており、企業の採用意欲は引き続き高い（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・賃金上昇は物価上昇の穴埋め程度で、消費の底上げに結び付くのはまだ先である。
	□	人材派遣会社（社員）	・悪影響と好影響が入り混じっており、結果的に景気は余り変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数の改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・6月の半期でも受注や決定に大きな変動はない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数について、大きな動きはないと予測している。野外イベントが再開されてきており、夏季休暇期間を中心に準備、運営サポート関連のスポット業務が期待できる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業でのエンジニア不足が継続しており、直近3か月以内での下降傾向はみえていない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・株価が高値安定しているうちは消費熱なども冷めないと思うが、金融政策が変わると一転する危険がある（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・このまま物価上昇が続けば、企業の収益を圧迫し、採用への意欲をそぐことが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・求人数、就職件数には大きな変動がない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・政治、経済的には安定しているが、常に経済発展は必須である。予算の見直しも含め、新展開を期待する（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・例年秋までは、売上を含めて派遣採用の求人数は増加せず、推移するため、今年もそのような動きになるとみている。現時点で求人数が少ない状態で推移していることの影響も出てくるとみられるため、数か月先はより厳しくなるのではないかと（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（所長）	・インボイス、物価高騰の影響がある。
	×	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の採用抑制とともに、シニア層を中心とした正社員の要員調整の相談も増え始めている。賃金の下方硬直性の問題もあり、人事制度改定の検討をする企業が増加しているものの、時間軸の問題もあり、パフォーマンスと報酬のミスマッチ社員の社外転進の相談が増えている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	職業安定所（職員）	・物価高と電気料金の高騰により、悪くなる。

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)	◎	スナック（経営者）	・3年もの間、宴会は危ないという認識で過ごしてきた社会が、そう簡単には認識を改められないのは仕方ないことであるが、ともかく着実に回復しつつある。今後も感染対策等、手を抜かないようにしつつ、夜の人出を呼び戻していきたい。
	◎	観光型旅館（経営者）	・これから夏～秋にかけて個人客が増えていく時期であり、個人需要については順調に回復をしているため、現状よりも良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・7月中旬から屋上のビヤガーデンを開催する。500円値上げしたにもかかわらず、予約が順調に伸び、6月の予約数で既に前年7月の実績を上回っている。前年までなかった20～40人規模の予約も順調に増えている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・子供のいない高齢者等身寄りのない方の葬儀は、市の福祉課が担当しているようである。遠方に親族がいる場合でも、葬儀は大きくならない。また、税金で賄う葬儀が増えてきたので、どこの地方自治体も予算が足りていない。この流れが今後も増えていく。
	○	スーパー（経営者）	・1月中旬から2月中旬は、イベント用弁当の注文が全くなく、とても困っていた記憶がある。このまま店を続けられるかとても不安だったが、新型コロナウイルス感染症の5類移行で、イベントが再開され、注文がかなり増えてきて、店を続けていける自信が戻ってきた。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、多少は外出機会が増えると思うので、我々コンビニ業界もやや向上向くのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数の増加、特に外国人客が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	・梅雨明け頃から気温上昇に伴って、飲料チルド関連商材が売れてくるため、来客数、売上共にやや良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・良くならないと困る。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車価格が上がっているなか、新車の受注ペースは落ちていないので、しばらくは売上の向上が期待できる。
	○	スナック（経営者）	・相変わらず、コロナ禍に辞めてしまったスタッフが戻ってこないのが、人材不足がずっと続いている。客の動きは、団体等も含めて確実に動いている傾向にあるため、徐々に良くなるのではないかと期待している。その動きに伴って、スタッフも急務で確保しなければならない状況である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は変わらず好調であり、減少傾向をみじんも感じない。しかし、コロナ禍から人手不足が続いているため、受注を完了することができるかが懸念材料でもある。現状からは好調に推移する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月頃は繁忙期で、予約もかなり動いているため、やや良くなる。
	○	通信会社（社員）	・若干ではあるが、エリア拡張や付加サービスの追加等で単価の上昇や加入者数の増加が見込めそうである。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、一層、万全な受入れ体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	商店街（代表者）	・世間では株価が大分上がって景気は良くなってきたというようなことを言っているが、物価ばかりが高くなっている。企業は幾らか良くなっているのはと思うが、我々の一般向けの小売店では驚くほど各商材が上がってしまっている。実際のところ思ったとおりの値上げはできないので、大変苦労している。
	□	商店街（代表者）	・これまで我慢していた外出願望のパワーと全国旅行支援終了によるマイナスのパワーの押し問答となる。本格的な夏のシーズンを迎えて今後の方向がみえてきそうである。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物は購入しなければよい話だが、光熱費やガソリン等の出費を抑えることには限度がある。出費の比率を光熱費等が占めている間は物の動きは回復しない。	

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
	□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、少しずつ客足は伸びてきているものの、大きな消費活動には至っていないと感じている。
	□	百貨店（営業担当）	・電気料金や食品の値上げが依然として続いており、これからも続くが、それに見合った賃金上昇はなかなか難しい。特に、中小企業では難しいと思うので、なかなか庶民レベルでは良くなる傾向はみえない。
	□	百貨店（店長）	・少し前には新型コロナウイルス感染症の5類移行後、来店者も増えるのではないかと期待していたが、思ったほど業績は上がっていない。当然、物価高の影響もある。この流れから、3か月後も余り変わらないのではないかと。
	□	コンビニ（経営者）	・5月頃までは少しずつ売上が良く思っていたが、6月に入って少し下がっている。電気代が上がり、物価高もあったからだともみている。これからもこのような推移となる。
	□	コンビニ（店長）	・季節的な関係で若干変わってくると思うが、余り大きな変化があるような気がしない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・理由はよく分からないが、当分変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・諸物価や燃料費等の高騰で、消費者の購買意欲がなくなっている。
	□	家電量販店（店長）	・夏場は天候状況に影響を受けるため、例年と変わらない。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・なかなか来客数が戻らず、減少している状況は変わらない。
	□	高級レストラン（経営者）	・物価高騰の先が見えてこないことや、政府の対応に安心感がないため、消費は控えめになる。
	□	一般レストラン（経営者）	・メニューとしてやっていなかった物をやるようになってきたが、個人レベルの消費が悪い。物価高とコロナ禍での意識変化が大きく影響しているように思う。
	□	一般レストラン（経営者）	・やや上向きの状態が続くようである。
	□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないようにという意味である。
	□	旅行代理店（副支店長）	・現状の需要の増加が継続し、さらに団体旅行や海外旅行の受注も規制緩和で増加傾向となる。夏休みから秋のトップシーズンに向けて、回復が見込める。
	□	タクシー運転手	・夜の動きは少しずつ良くなっている。ただし、高齢者の退職や病欠者が出てきて、夜の乗務員及び車両が足りなくなっている。
	□	通信会社（社員）	・原材料の価格高騰や物価高は変わらず、好材料が見当たらない。
	□	観光名所（職員）	・観光客は増えているものの、人手不足により店舗数、営業時間等を縮小したまま、受入れ態勢を戻せないでいる。
	□	ゴルフ場（経営者）	・日本株の急騰や急激な円安等、分かりにくい状況だと感じている。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・物価の上昇が終わる気配がないことや、新型コロナウイルス感染症による人の動きの変化は、今後は余り大きく変わることはない。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・企業や団体、育成会等の予約が戻ってくれば、回復が期待できる。
	□	設計事務所（職員）	・物件数が多いためなかなか仕事が進まず、業務遅延の状況は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・別荘の購入に際し、価格面など客の条件がシビアになっているため、販売の伸び悩みが続く。
	▲	商店街（代表者）	・マイナス要因は多いが、プラスに働く要因はない。
	▲	スーパー（経営者）	・しばらく値上げが続くので、消費マインドへの影響を懸念している。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇がまだ続くからである。
	▲	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・ロシアとウクライナの問題や中国と台湾の関係等、何も解決していないため、毎日が不安である。

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
	×	その他専門店〔酒〕 (店長)	・非常に悪くなるのではないかと。円安や燃料油価格激変緩和補助金が終了することで、ガソリン代や配送運賃等も高くなる。非常に物の動きが悪くなり、極端な話だが、物価だけが上がって給料に反映されない現状が、2～3か月後にはある程度、消費を圧迫してくるのではないかと予測している。軽いスタグフレーションのような気もしている。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	食料品製造業（営業統括）	・全国旅行支援が6月30日で終了する都道府県もあるが、ここにて円安が更に進んでおり、東南アジアへの輸出促進やインバウンド効果もあるため、前年を上回るものと考えている。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表イベントや数年ぶりの大きなクラフトフェア出店等もあるため、期待感も持てる。夏休みに向けてワークショップの予約増加が見込まれるが、未知数である。
	○	金融業（経営企画担当）	・人流の回復により、景気の先行きに期待ができる状況である。
	○	新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・個人及び社内旅行が順調に増えてきている。イベント等も開催の動きになっている。折込広告はインターネット広告との競争が激しく、厳しい状況ではあるものの、出稿枚数を増やすチャンスと捉えている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・今後の動向を注視しなければいけない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は横ばいである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量は増産傾向にあるが、部品の再値上げ、在庫増加等、収益を考えると厳しい状況にある。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・人々の動きが活発になることで、経済が回ることを期待している。一方、円安で生活インフラの高騰に追い付いていけない懸念もあり、ぜいたく品である宝飾品の将来需要への不安もある。今後の為替動向は製品づくり、販売、いずれにおいても大きな影響がある。
	□	建設業（経営者）	・今後、工事価格は仕入れと売上のバランスが取れてくると思う。
	□	金融業（調査担当）	・製造業の在庫調整の動向次第だが、引き続き下振れが続くとみられる。非製造業については、観光需要や個人消費が底堅く推移するとみている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・円安による調達コスト上昇に加え、消費行動がモノからコトへ移ってきていることから耐久消費財の販売が伸び悩んでいる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が減っている。今まで受注していた仕事が海外へ移管されるという話もあり、会社の維持に尽力している。
	×	食料品製造業（製造担当）	・他の資材価格もいまだに上昇しており、その分を吸収していくためには当社も価格を上げなければならないが、それもまた厳しい状況である。
	×	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）	・現時点で悪くなる要素が見当たらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス等が減っており、購買意欲が湧かないために消費しないので、景気は良くならない。
	□	職業安定所（職員）	・原材料不足や諸物価の上昇、人手不足などが景気に及ぼす影響は当分続く。商材価格への転嫁がもたらす家計への影響や、中小、零細企業のゼロゼロ融資の返済状況など、先行きには不安な要素が多い。
	□	職業安定所（職員）	・半導体製造関連では落ち着きがみられる一方、観光関連や医療、福祉では人手不足で求人数が増加しているため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・需要という点では伸びが見込めるものの、需要に対する人材確保がますます困難になっている。また、光熱費、原材料等の価格高騰が予想されており、需要を賄えるほどの業績アップが見込めないことなどが変わらないと判断した理由である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業において、高止まりしている円安の影響が強く、輸出関連中心の企業と国内販売を中心とする企業間では原材料高のために業績のばらつきが一層顕著になっている。

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
	▲	—	—
	×	—	—

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と予想する。
	◎	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も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と思定する。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で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長しそうである。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。	

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）	・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。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。
	○	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ようである。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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	○	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。
	□	商店街（代表者）	・良くなるのか悪くなるのか分からない。
	□	商店街（代表者）	・良くなりそうな要素が全くない。
	□	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。
	□	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ため、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。
	□	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。
	□	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。この先も上向く兆しがみえない。
	□	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。
	□	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。
	□	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。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。

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
	<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、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、現状でのまづまづ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考する。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。

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（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見えない。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県の旅行会社、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。

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も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単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、販売数量が減ってでも値上げをし、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るらない。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。

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で推移する。
	□	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。

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
	▲	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の購入がみられる。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も響いて、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み。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。	

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）	・機械部品加工の会社等で生産調整が始まったと聞く。
	×	—	—

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)	◎	都市型ホテル（役員）	・アフターコロナの夏休みシーズンに向けて、ファミリー層の予約数増加に期待している。
	○	商店街（代表者）	・観光のオフシーズンである6月に多くの外国人観光客が来店しており、当面はインバウンド需要に期待が持てる。また、新型コロナウイルス感染症対策の緩和後初めての夏休みシーズンとなるため日本人観光客にも期待したい。
	○	スーパー（総務担当）	・夏のボーナスが支給されれば、少し良くなると考える。
	○	コンビニ（店長）	・夏に向けて季節要因による売上増があると考えますが、最近の売上をみていると、新たな土地に新店を出した際と似た推移になっている。新店の場合は、売上が夏期に上昇し秋冬に減少するが、想定よりも高い値で下げ止まる場合がよくある。2月からの推移をみると、新店同様に8月に売上が増加し、9～10月に想定より高い値で下げ止まり、結果的に景気が良くなるような動きになっていくと考える。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型車の発売を契機に、更に受注が増加するとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・梅雨明けから夏休みにかけては外出機会が増えるため、引き続き好調に推移するとみており、関連商材の動きも良くなると考える。
	○	観光型旅館（経営者）	・7月の連休から個人客を中心に予約が堅調に入っている。また、バスを利用する団体客の問合せも増えている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症及び当県で発生した大地震の影響が減少すると考える。
	○	タクシー運転手	・夏にかけて行楽等で観光客が増加し、人々の外出が活発になるとみている。
	○	タクシー運転手	・消費を我慢していた分の金を使うことが多くなると、景気回復が数字にも表れてくると考える。
	○	テーマパーク（役員）	・7～8月は夏の旅行シーズンに入るため、問合せは増えており、グループ客や団体客も徐々に増加していることから、やや良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・賃上げが購買に結び付いていない。ボーナスに期待したいが、物価上昇分に吸収され景気を引っ張っていく気配がみられない。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価は上昇しているがそれに伴って給与が上がっているわけではなく、まだ余分なものを購入する状況にはないと考える。
	□	百貨店（売場主任）	・消費行動が商材の購入から旅行などへシフトしており、売上の急拡大は見込めない。晩夏から初秋にかけての端境期の売上は、前年並みで推移すると考える。
	□	百貨店（販売担当）	・しばらくは売上の低空飛行が続く我慢の時期であると考え。今までは新型コロナウイルス感染症の影響による近隣での消費だったが、現在は県外含む広い範囲での消費へと移行している。物価高騰や夏の家族旅行の費用増加などに対して、大幅な給与の増加がなく限られた金額内での消費のため、消費が分散している。当社の都心店はインバウンドなどで高額商品が好調のため高水準で売上が伸びているが、地方店は多くが苦戦しており、今後もこの格差が続くとみている。
	□	スーパー（店舗管理）	・生鮮品の売場を設けたドラッグストアの進出と、人口当たりの店舗数が飽和状態であることから、大きな改善は見込めない。
□	スーパー（経営企画）	・今後も商品の値上げが続くため、来客数や売上の傾向は変わらないとみている。ただし、猛暑になった場合には電気使用量の増加による電気料金の上昇も考えられ、その場合は家計の引締めが更に進み、悪い影響を及ぼす可能性があると考え。	
□	衣料品専門店（経営者）	・来客数や売上の上昇が鈍化しており、今後は必ずしも上昇していくとは限らない。	

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
	□	家電量販店（店長）	・気温が上昇しきっていないこともあるが、エアコンや冷蔵庫の売行きが悪い。商品価格も上がっているため客の想定する予算より高くなっており、県の省エネ家電購入支援策が始まって、買換えについては慎重な客が多い。
	□	家電量販店（本部）	・これ以上悪くならないよう期待しているが、良くなる要因が全くない状況である。
	□	自動車備品販売店（役員）	・各社から発表された基本給のベースアップや、新型コロナウイルス感染症の5類への移行で市況は活性化してきているが、各種値上げは続いており、自動車関係業界で消費マインドは戻ってきていない。
	□	住関連専門店（役員）	・夏休みに入り、観光など外向きの消費が更に加速するとみている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・人々は旅行などに金を使い、ふだんの飲食は節約する状況である。また、当店の納品先で利用はあるが、店舗販売は芳しくないため、平均すると変わらない状態が続くとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へと移行したことで、九州や東北など余り実績のない地方からの団体旅行が増え始めている。しかし、肝腎の地元家族層の利用が増加しておらず、全体では今年1～2月と同様に大苦戦となっている。
	□	一般レストラン（店長）	・地元客の動きが戻る気配が余りみえない。
	□	一般レストラン（統括）	・現在の消費行動は継続するとみているが、新型コロナウイルス感染症の再拡大や物価上昇の継続、光熱費による家計の圧迫、円安の継続など複数のマイナス要因もあるため、先行きは不透明である。
	□	スナック（経営者）	・国内外の情勢が大きく変化する状況では、先々を見通すことは難しい。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・食品や光熱費などの値上げが激しく、生活防衛意識が高まっている。政府の景気刺激策が徐々に減少し、物価高でコロナ禍のペントアップ需要がなくなったと考える。
	□	通信会社（職員）	・経済も物価状態も不安定であるため、変わる様子がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	・客の様子からは景気が良くなってきた兆しがみられず、価格重視で機種を選ぶ人が多い状態である。
	□	通信会社（営業担当）	・インターネットでの販売価格が安く、商材も最短で翌日には届くため、店舗特有のメリットがなければ販売数の増加は厳しいと考える。
	□	通信会社（役員）	・この先も新規契約者数は前年と同様に推移するとみているが、ここ1年の毎月の解約者数が、前年より若干多いレベルで推移していることが懸念材料である。
	□	通信会社（役員）	・変動要因が見当たらない。
	□	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の感染状況次第と考えるが、前向きな明るい動きが増加するかがみえない。新型コロナウイルス感染症に関する報道が減少しているため、徐々に前向きになってほしいと希望している。
	□	美容室（経営者）	・全国的に観光客は増加しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が不安である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格は高くなったままで下がる気配はないが、実需の動きは安定している。低金利のままであれば若年層でも借入れできる状況のため、安定した職業に就いている若い夫婦は早く家を建てる傾向である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価の安定と、先の状況が見通せるようになることが受注安定の絶対条件と考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰で状況が安定しないため、景気回復が期待できない。
	□	住宅販売会社（営業）	・物価高に終息の気配がみられず、客の財布のひもが固くなっている。実際の景気よりも客のマインドは低下していると考え。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来月以降も多品目の値上げが控えており、製造も販売も厳しい状況が続くとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・前年7月は新型コロナウイルス感染拡大警報の発出があった。今年はゴールデンウィーク同様に帰省客の増加が見込めるため、前年実績を超える要因は多いもの、お盆休み以降は厳しく、相当の企画を打ち出さないと前年を下回るとみている。

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
	▲	スーパー（店長）	・物価高が止まらず、給与は上がっていないため、買物指数は減少していくと考える。
	▲	スーパー（仕入担当）	・数か月は、為替の影響による価格高騰が続くとみている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大しつつあるとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・エネルギー価格の高騰は他の物価にも連鎖するため、支出は更に制限されると考える。
	▲	家電量販店（店長）	・節約のため、家電の買換えにはつながらないと考える。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカー各社が値上げしており、しばらくは販売量が低迷するとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売されたが、客の関心は低い状態である。
	×	商店街（代表者）	・天候に恵まれた春が終わり、猛暑や大雨、台風のシーズンに入るとまた人出が少なくなる。また、新型コロナウイルス感染症の収束ムードが盛り上がらない場合、今年後半の商戦が非常に心配である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・通常ならこの先の3か月はセール時期に入り販売に活気が出てくるが、今は安くても買わない傾向が顕著になっており、売れない時期になっていると考える。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・この先の出荷の予約状況も堅調に推移している。
	○	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症ワクチン接種の6回目の案内が65歳以上の対象者に来ているが、新規感染者数は確実に減少しており、企業や商店の動きは更に活気付くとみている。
	○	通信業（営業）	・電子帳簿保存法の施行や介護保険法改正を見据え、関連する業種では今年度末に向けて駆け込み需要が高まり、受注量も増加するとみている。
	○	金融業（融資担当）	・観光、外食、小売業の売上は回復に向かっている。原燃料価格の高騰や円安進行によるコスト増加分の価格転嫁の成否で、企業業績に明暗が出ている。一部製造業では部材供給に遅れが生じており、仕掛在庫が増加している。
	○	司法書士	・会社関係の登記、不動産売買、相続登記の依頼のほか、駅周辺の再開発事業に対応するための案件や相談が多いため、やや良くなるとみている。
	○	税理士（所長）	・夏のボーナスが増加傾向にあるため、レジャー産業や飲食業、小売業などが活況になるとみている。製造業は、原材料高や人手不足等の諸問題を解決できるかに懸かっている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・収支いずれも底を打った感はあるが、右肩上がりになるような材料も見当たらないため、変わらないとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・改善の気配がみられず、依然として困難な状況が続くと考える。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況をみて、変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ関係や産業機械関連の部品受注は、国内外共に依然として順調だが、主原料を中心に副資材や運賃、電力などの価格上昇は勢いに歯止めが掛からず、並行して価格転嫁の交渉をしている。旺盛な需要を期待どおり取り込めるかは難しいところである。
	□	建設業（役員）	・受注動向は依然として先行きが不透明である。価格については一服感があるが、今後については想定しにくい状況である。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元の荷動きからは、回復の兆しはみえてこない。
	□	輸送業（経理）	・新型コロナウイルス感染症や季節外のインフルエンザなどの新規感染者数が微増しており、景気回復の兆しがみられないため、変わらないと考える。
	□	金融業（融資担当）	・業種によりばらつきがあり、更に物価高によるコストの上昇や消費者マインドの低迷などマイナス要素もあり、先行きは不透明な状態である。
	□	不動産業（経営者）	・法人関係の間合せは全くない。個人客からの間合せもかなり少ない状態である。
	▲	繊維工業（総括）	・電気料金の値上げに加えて景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツ、アウトドア向けの受注に影響が出始めるなど、先行きの不透明感が強くなっている。

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
	▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	・政治、経済共に不透明な部分が多く、良くなる材料も考えにくい状況である。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(北陸)	○	職業安定所(職員)	・人流の拡大や、物価上昇に伴う賃金上昇といった流れが出てくる可能性があるともみている。
	□	人材派遣会社(役員)	・製造業からの派遣依頼は微減となっているが、販売、サービス業からの派遣依頼は増えているため、求人数は横ばいの状態である。もうしばらくこの状態が続くと考える。
	□	人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルス感染症の第9波が押し寄せる懸念も拭えず、求人数、求職数共に横ばいの状態が続くとみている。
	□	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ため、変わらない。
	□	新聞社[求人広告] (担当者)	・イベント告知などの広告出稿が回復基調にあり期待感こそあるが、紙代やインク代などの資材費等の高騰で、全体的な状況としては決して明るいわけではない。先行きが不透明なことに変わりない状況である。
	□	新聞社[求人広告] (営業)	・物価高による消費活動の低迷が長引くと考える。
	□	職業安定所(職員)	・人流も物流も少しずつ回復していることから求人を出す事業所もあるが、物価高により求人を控える事業所もあり、全体としては求人数の増減は少なくなっている。
	□	職業安定所(職員)	・新規求人数、求職者数の動きには大きな変化はなく、落ち着いた状態である。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	・年度替わりに定年となった人は求職活動を始めているようだが、高齢者の再就職については、企業の採用条件と本人の希望条件に差異があり厳しい状況だと聞いている。
	□	学校[大学](就職担当)	・物価の上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	—	—
	×	—	—

8. 近畿(地域別調査機関:りそな総合研究所株式会社)

(—:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	百貨店(服飾品担当)	・中国からの観光客の来店はまだ少なく、今後7~8月以降は増加が予想されるため、売上の増加が見込まれる。また、マスクの着用が徐々に減っていくなか、女性のメイク需要の回復が予測される。コスメなどの売行きが良く、サングラスの販売も前年の2倍以上に伸びているため、関連市場の成長が予想され、今後の売上に期待が持てる。
(近畿)	◎	百貨店(売場マネージャー)	・今後は長期休暇などで人流が活発化し、更なる回復が期待される。ただし、消費がモノからコトにシフトすることも考えられるため、小売業には大きな追い風とされない可能性もある。
	◎	乗用車販売店(支店長)	・コロナ禍の収束やインバウンドの回復、株価の更なる上昇により、経済の回復余地はまだあると予想される。
	◎	高級レストラン(企画)	・中国からのインバウンドの回復が予想されるほか、夜間を中心とした外食需要の回復が見込まれる。
	◎	一般レストラン(店主)	・季節的にもイベントや行事などが増えるため、客も多くなると予想される。
	◎	都市型ホテル(スタッフ)	・インバウンドの需要が大きく、外国人観光客の比率は7割と、国内客を大きく上回っている。全国旅行支援は終了となるが、手続きでスタッフが時間を取られることも無くなることで、シフト面での余裕が出てくる。一方、バーなどの食堂部門の人手が足りず、やむなく定休日を設けている状況であり、なかなか戻らないサービス要員の補充が急務となっている。
	◎	都市型ホテル(管理担当)	・インバウンドの増加により、増収が見込まれる。
	◎	旅行代理店(役員)	・クルーズ需要の回復や海外旅行の増加に加え、国内旅行の需要は更なる加速が見込まれる。
	◎	観光名所(企画担当)	・今年度のこれまでの状況に加え、今後も良い傾向が続くとすれば、以前の年間来場者数にまで回復すると予想している。

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
	○	一般小売店〔野菜〕 (店長)	・飲食関係は客が戻ってきており、旅行関係もかなりにぎわっている。後は、一般消費者が物価の上昇にどう反応していくか、物価の上昇がいつ止まるかによって変わってくる。
	○	一般小売店〔呉服〕 (店員)	・浴衣が動き始めたほか、客の間で着物を着て出掛けようという動きが増えてきた。気分転換に、着物を着て食事に行こうという客も増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・お中元商戦もあり、前月よりも多少の販売量の増加が期待される。
	○	百貨店(企画担当)	・中国本土からの観光客が更に増えると予想される。かつては、中国本土からの観光客の売上がほとんどであったが、現在はそれ以外の地域のシェアも上がっている。
	○	百貨店(サービス担当)	・今後も物価の上昇が懸念されるが、来客数や売上の増加傾向に変化はなく、好調な推移となる。また、イベントや催事を中心とした来店促進策を強化することで、夏商戦にも期待できそうである。
	○	百貨店(販売推進担当)	・インバウンドについては中国の動向次第であるが、増加する見通しである。国内客も、コロナ禍の収束で回復が見込まれる。
	○	百貨店(マネージャー)	・地元の商圈を中心に、国内客の消費が堅調であるほか、インバウンドの増加が売上の改善に大きく貢献している。直近は、中国人客による売上の増加が顕著である。
	○	百貨店(外商担当)	・現状に加えて、インバウンドの更なる増加が見込まれる。円安傾向が続くならば、インバウンドへの販売数量と販売価格の両方の改善が期待される。
	○	百貨店(外商担当)	・インバウンドについては、中国からの旅行者がまだ増えると予想される。国内では、富裕層が求める商品の供給がまだ十分ではないため、今後の供給の増加に伴い、売上の増加が見込まれる。
	○	百貨店(商品担当)	・インバウンド向けの商材が好調であり、今後はインバウンド関連の好調が、全体的な景気に波及すると予想される。
	○	百貨店(店長)	・6月末で店舗の改装が完成したため、来客数の回復が見込まれる。
	○	百貨店(マネージャー)	・業界はインバウンド需要に支えられ、一定の好調な動きが続く。一方、国内客は夏休みなどで人流がより活発となり、関連消費は期待できるが、生活必需品は選択消費の動きがより顕著となる。
	○	スーパー(企画担当)	・総菜やベーカリーの販売が堅調に伸びている。やはり、外食の値上げ幅が大きいため、需要が流れてきている。コロナ禍の収束後も、家庭での内食需要は減っておらず、価格が相対的に安いスーパーへの需要がみられる。
	○	スーパー(社員)	・この2～3年間は、コロナ禍の拡大による内食需要の増加と、その後の反動減により、スーパーの売上は大きく増減した。今年に入ってからは変動が落ち着いており、販売促進策によって需要が喚起できる状況になったと考えている。
	○	コンビニ(経営者)	・観光シーズンに入り、外国人観光客も増えているため、景気は良くなる。
	○	コンビニ(経営者)	・インバウンド需要が今よりも増えることが予想されるほか、値上げによる買い控えもほとんどみられない。来客数、客単価共に、現在よりもまだ上向きそうである。
	○	コンビニ(店員)	・天候が良い日が多くなる。
	○	コンビニ(店員)	・気温の上昇や外出の自粛傾向の終了で、来客数が増える。
	○	衣料品専門店(店長)	・マスクの着用が自由化され、人の動きも増えたことで、売上は増加している。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、不安は残る。
	○	衣料品専門店(店員)	・夏のクリアランスセールも7月に行われる予定であり、今後は良くなる見込みである。
	○	衣料品専門店(営業・販売担当)	・良くなってもらわなければ困る。
	○	家電量販店(経営者)	・2023年の住宅関連の補助金により、給湯器や水回りの商品の販売増加が期待できる。
	○	家電量販店(店員)	・今年の夏は暑くなる予想であり、梅雨が明けるとかなり気温が上がるため、主力のエアコン需要は増える見込みである。ただし、競合他社による出店もあり、需要が分散されることで厳しい状況も予想される。
	○	家電量販店(人事担当)	・梅雨明け以降、猛暑になると予想されているため、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の販売量が伸びる。

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（経営者）	・半導体の供給の遅れはいまだに解消されていないが、以前よりも納車までの期間が短くなっている。それに伴い、新車の予約が少しずつ増えている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・在庫量が回復しているため、今後は良くなると予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ようやく行動制限が解除され、観光客も増えつつある。来月はボーナス商戦もあり、客の財布のひもも緩むと期待している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・各種の制限もなくなり、海外旅行者も増加するなか、化粧品やし好品の販売が増えている。全体としても、生活必需品の値上げの影響を上回る伸びが期待できる。現時点ではインバウンドの増加による影響はほとんどないが、減少要因もみられないため、今後の伸びに期待したい。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍が少し落ち着いたと同時に、共存していかねばならないとの意識が高まっている。海外からの旅行客が増え、来客数もかなり増加しているため、今後は良くなる。
	○	観光型旅館（団体役員）	・例年は7～8月の夏休み期間で海水浴に来る客が多く、今後は繁忙期となるため、先行きが期待される。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・宿泊、宴会は以前の水準に戻るが、レストランはコロナ禍での3年間の自粛による影響か、飲酒を伴うディナーの回復に時間が掛かっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・夏のボーナスが軒並み支給されると聞いているため、夏休み前後の需要に期待している。
	○	都市型ホテル（フロント）	・全国旅行支援は終了したものの、夏休みに入るため、レジャー需要に期待したい。ただし、4～5月と比べて単価が1000円近く下がっているため、いかに単価を上げて販売するかが、今後の課題である。
	○	タクシー運転手	・全体の各種値上げが浸透してくれば、消費は安定してくると予想される。また、インバウンド効果もあり、少しずつ経済も上向きに転じる。
	○	遊園地（経営者）	・5月以降、消費活動は確実に活発化している実感はあるものの、消費の対象となる選択肢の拡大もあり、人気の観光地のような回復には至っていない。人手不足も引き続き課題であり、夏休みの需要を取り込むべく、体制の整備や集客施策の打ち出しに努めている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・引き続き、インバウンドの増加が期待される。施設によっては、中国からのインバウンドの回復により、かつての水準を上回る可能性もある。
	○	美容室（店員）	・マスクの着用が緩和され、外出の動きが増えているため、来店のパースがかつての水準に戻りつつある。6月末からの暑さによる予約の増加も、今後の売上の期待材料である。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・来客数の増加や、契約までの日数の短縮などで、全体的に契約量が増えている。
	□	商店街（代表者）	・買物が慎重になっている。単価の低い商品でも、購買の決定に時間が掛かっている。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・全く先が見通せないため、期待もできず、悲観することもできない。先日、新型コロナウイルスの感染第9波関連の報道があったが、5類感染症に分類されたことで、更に自己責任の度合いが強くなり、年配客は自ら行動制限を行うと予想される。ちょうど熱中症リスクも高まるため、人出は更に悪くなる。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・秋のシーズンが到来するまでは、しばらくはインバウンドも落ち着いた状況で推移する。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、商店街の人通りは増えたが、販売量は伸びていない。夏以降、コロナ禍がどう推移するのが全く予想できず、見通しが立たない。
	□	百貨店（売場主任）	・都心部では、一部の富裕層向け商品を除き、国内客の需要が大きく伸びない一方、インバウンド需要は増加傾向が続くと予想される。それに対し、地方は人口の減少や都市部への流出に加え、インバウンドの恩恵も少なく、苦戦が続く。また、所得が増えないなか、中間層の消費にも期待できない。
	□	百貨店（企画担当）	・売上は前年を上回っているものの、各品目の値上げの影響で、購買客数の伸びは小さい。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・来客数が減少傾向にあるほか、食料品価格の高騰や水道光熱費の値上げなど、生活必需品の価格の上昇で、生活防衛意識が強まっている。

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・コロナ禍の影響は更に収まることを期待したいが、資源価格や物価の上昇には落ち着く気配がなく、全体の景気は一進一退の状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・大きく変化する要素が見当たらないなか、現状の良い動きが続く。インバウンドを含む人出に支えられ、各種の消費の増加につながると予想される。ただし、大規模な回復には至らず、生活防衛を意識した動きになりそうである。全体的には、販売量の拡大と単価の上昇を狙う展開となる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・株価の続伸といった好材料はあるものの、その影響は一部の富裕層にしか波及していない。全体的には、相次ぐ値上げや社会保障負担の増加予想などで、消費マインドは回復しておらず、身の回りの景気が良くなる見込みは薄い。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・現状の売行きは回復傾向は今後も続き、インバウンドの動きも回復が続くことから、景況に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・ショッピングモールでさえ、最近では交通の便の良い立地に出店している。今後、郊外の店舗については、百貨店に限らず存続が難しくなってくる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・夏休みに向けて、旅行や観光に関連した消費が続くと予想されるが、あらゆる商品の値上げで販売点数は減少するため、景気に変化はないと予想している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇や円安の進行など、消費意欲を低下させる動きが続いており、景気の上昇を妨げる原因となっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・景気の変動材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・雨が続けば、野菜の価格が変わるほか、果物の生育状況も変わるため、今後の更なる値上げにつながれば、ますます厳しくなる。また、暑くなり過ぎても、同じように厳しい状況となる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合先による出店もないため、現状維持が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・日常生活に落ち着きが見られ、旅行や外食はかつての動きに戻っている。インバウンドの売上も回復が進んでおり、今後は物価の上昇と、夏休みを中心とした消費の活性化のせめぎ合いになる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・値上げによる買い控えの動きは、予想したほど目立っていない。ただし、商品の値上げ傾向に収束の見込みはないため、今後の販売量の動きを注視する必要がある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・7月になっても値上げラッシュが止まらず、収入も増える様子がない。政府は少子化対策を検討しているが、景気対策への関心は低い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・一部では盛り上がりが見られるが、忙しい店と暇な店が大きく分かれており、酒の販売は売上が伸びていない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・いかに近隣に施設が増えても、入居の状況は企業の動き次第であり、緩やかな変化にとどまる可能性もある。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスへの恐怖は早くも薄れそうであるが、新規感染者数がまた増え始めたというニュースもあり、今後も急に何が起きるか分からない。安定的に良い動きが続くとはなかなか思えないが、大阪・関西万博の盛り上がりには期待している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・特に目立った変化は感じられないため、しばらくはこのまま安定的に推移する。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・この先も物価の上昇が続くことで、客の買い控えが心配される。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・円安の進行による物価の上昇が予想される。その一方、賃金や年金は頭打ちであるため、個人消費は冷え込む可能性が高い。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・今の状況では何も変わらず、来客数が増えるとも思えない。政府による生活への支援により、少しでも楽な生活ができるようになれば、家電量販店に足を運ぶ人が増える。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気代を中心とした光熱費の値上げと、夏の猛暑が重なり、エアコンの利用の増加による家計への影響はかなり大きくなる。それに伴い、耐久消費財への消費はかなり落ち込むと予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・過去の契約分の納車にまだ追われており、業況は高位安定の状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	・しばらくは様子見の状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・これ以上は良くなる要素がないため、横ばいと予想している。

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
	□	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今の厳しい状態や、物価の上昇が改善する見通しのほか、景気が良くなる兆候は見当たらない。
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	・しばらくは、消費が低迷すると予測している。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・夏に向けて、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が予想されているが、5類感染症への移行で、経済活動への影響は限定的となる。また、各種の値上げで物価は確実に上昇しているものの、しばらくは現在の景況感が続くと予想される。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・コロナ禍の収束で旅行などの動きが増えている。円安の影響で海外旅行ではなく、国内での旅行や行楽に需要が向かっているため、業況の改善は難しい。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・インバウンドによる消費は増えているが、国内客の消費が減少気味である。物価の上昇関連の報道も多く、消費を抑える雰囲気がある。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・値上げの影響で一時は売上が減少していたが、それも落ち着いてきた感があり、今後も現在の動きが続く。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・前年と比べると回復傾向にあるが、ここ数か月は変わらないと予想される。
	□	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増えたと報じられると、高齢者が出歩かなくなるなど、一進一退の状態である。大きな宴会はなくなり、家族での会食が少しみられる程度である。物価が上がるなか、消費者の財布のひもは緩まない。
	□	一般レストラン（経営者）	・人件費や光熱費の上昇、7月からの仕入価格の更なる上昇など、利益を左右する問題に対応していかなければならない。まだそれほど売上は伸びていないため、見た目は景気が回復しているようでも、まだリスクや問題は山積みであり、実際の回復には時間が掛かる。
	□	一般レストラン（店員）	・価格の上昇が原因か、ほかに要因があるのかは分からないが、上向き要素が見当たらない。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・一部の人は給料も上がっているほか、非課税世帯への手当も増えているが、平均的なサラリーマン家庭は給料も上がらないなか、育児や生活費の負担は増えている。物価が上がるなか、生活は厳しくなっている。
	□	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が完全に終息していないため、世の中全体の動きが鈍い。
	□	観光型ホテル（経営者）	・7月以降も動きはそれほど活発ではなく、単価の安い商品を出さなければ、なかなか予約に結び付かない。
	□	観光型旅館（経営者）	・大きな出来事がなければ、現状維持が予想される。
	□	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドの回復は顕著であるが、単価の伸び悩みが懸念されるため、現状維持と予想される。
	□	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加を含む、新型コロナウイルスの5類感染症への移行効果はあるが、その他に大きなプラス材料は見当たらない。物価の上昇による節約傾向もしばらく続くなか、本格的な消費の回復にはまだ時間が掛かると予想される。
	□	旅行代理店（店長）	・週末などは、ハネムーンの客などで海外旅行の相談が増えてきた。ただし、旅行価格の高騰もあって、当店だけではなく、様々な旅行代理店を訪れる客が多く、なかなか受注につながらない。
	□	旅行代理店（従業員）	・円安傾向の進行で、海外旅行を控えている人が多い。
	□	旅行代理店（支店長）	・一定の需要の回復はみられるものの、その継続性には少し疑問が残る。物価が上がり、可処分所得が減るなかで、現状よりも良くなる可能性は低い。
	□	タクシー運転手	・タクシー料金も含め、様々な物の価格が値上がりしているが、暑くなるとタクシーの利用は増えると期待している。
	□	タクシー運転手	・特に良くなることもなく、大きな変化はない。
	□	通信会社（社員）	・キャリアの新料金プランが予想以上にインパクトに欠けるほか、客には分かりづらく、基本料金が実質値上げとなるケースも少なくない。他社からの乗換えでの最安プランが実質値上げとなったにもかかわらず、乗換えの目標値は上がるなど、異常な状態となっている。さらに、目標達成のために費用を投入することで、粗利も確保できない。

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（役員）	・キャリアの方針に変更はなく、キャリアショップの運営手数料は削減傾向が続く。端末販売台数の減少に加え、キャリアが注力している、他社からの乗換え販売を狙った販売促進費の負担が重い。
	□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者数を考慮すると、現状のような動きが続く。
	□	競艇場（職員）	・コロナ禍で増加した売上は、全国的にやや減少傾向となっているが、高水準での推移は変わらない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、客の動きの変化を注視する必要はあるが、しばらくは現状が続くと予想される。
	□	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・イベント開催予定が順調に入っているが、かつての状況に比べると、1件のイベントの価格は下がっている。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・株価の上昇や、堅調な企業業績といった好材料も多いが、新型コロナウイルスの感染第9波への不安もあり、今後の予測が難しい。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の主催試合が7試合あり、ほかにも多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を予想している。
	□	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・現状は経費の負担が増せば、景気の下降につながる。
	□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になると来客数が増える。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建設資材価格等は、しばらく高値での水準が続くと予想される。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの供給が抑えられており、需給バランスが悪化する状況にはない。事業主であるデベロッパーも、販売が不振でも在庫処分による大幅な値引きはしないと予想される。
	□	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・先行きは見通せないが、観光客の戻りなどを考えると、少し良くなると予想される。ただし、賃金の上昇がみられない一方、物価の上昇は続くことから、景気全体は変わらない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・短期的な変動要素は見当たらないが、不動産価格の全体的な上昇は継続しており、高価格帯の商品以外は、厳しい状況になる可能性が高い。
	▲	商店街（経営者）	・10月からのインボイス制度の開始を前に、個人店舗が事前に値上げをする動きがある。
	▲	百貨店（売場主任）	・値上げの動きに対して、収入の増加が追い付いていない。特に、年金世代の客が多い郊外店は、まともにその影響を受けている。
	▲	スーパー（店長）	・単価が上がっているだけで、来客数は戻っていない。
	▲	スーパー（店長）	・食料品は単価がやや上昇している一方、販売点数は若干減っている。売上全体の大きな落ち込みはないものの、衣料品の売上への影響はかなり出てくると予想される。
	▲	スーパー（企画）	・ガソリン代への補助が無くなるほか、物価の上昇が続くため、見通しは厳しい。
	▲	コンビニ（店員）	・秋頃、近隣に小さめのショッピングモールが開店予定である。スーパーやホームセンターが入っており、人の流れが変わることで、当店にも影響の出る可能性がある。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・極端に来客数と販売台数が落ちており、中間層による消費は厳しいと感じる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・好材料はないが、新たな案件が入り始めた。このまま増えるかどうかは分からないが、案件が入ることすらなかった状況と比べると、良くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・国内では株価が好調であるが、生活面では物価の上昇に直面している。原材料価格も高騰しているが、価格転嫁できない中小企業も多く、景気の先行きが見通せない。海外では、依然としてウクライナとロシアによる戦争が終結せず、メーカーは半導体不足も解消できていない。今後もこの状態がしばらく続くと予想される。
	▲	住関連専門店（店長）	・接客した感覚では、消費者の節約ムードが強まっている。レジャーやグルメ、イベントといった体験にはお金を使っても、当店が扱うような必需品以外の商品は買い控えるという傾向は、変わることのない消費トレンドである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（企画）	・賃金は増加したものの、それ以上に物価が上昇している。また、円安の影響もあり、更に物価は上昇すると予想される。それに伴い、外食に割ける費用も減少し、販売量は減少に転じることが懸念される。
	▲	観光型旅館（経営者）	・夏休み期間中は旅行が増えるが、直近の予約状況は悪い。大都市ではインバウンドの増加で景気は良いが、地方の状況は悪い。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援が終了する7月以降は、予約の受注ペースが鈍化している。コストが上昇するなか、予約の間際化傾向に対応し、価格を下げて販売せざるを得ず、利益の確保が難しくなっている。
	▲	通信会社（経営者）	・円安の進行で、更なる原材料費の増加につながる。
	▲	通信会社（社員）	・景気の先行きが見通せない。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇による買い渋りがまだ続く。
	▲	テーマパーク（職員）	・物価の上昇に昇給が追い付いていない。政権運営をみると、社会保険料の増加は実質的な増税とも判断できるため、景気の回復は期待できない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・教科数の削減や退会を検討する生徒が、徐々に始めている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・活発であった不動産の流通に、陰りが出てきたと感じる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・原材料価格の高騰に伴う消費マインドの低下は、当面続くと予想される。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・残業代ありきの月給で計算していた社員にとって、残業の抑制は収入の減少につながる。根本的には、残業しなくても高給が得られれば問題はないが、当社の給与体系を根本から見直さない限り、不満の解消は難しい。
	×	スーパー（経営者）	・食品業界に限らず、相次ぐ値上げで家計が圧迫され、消費が落ち込んでいくと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・6月末の時点で、仕入先に夏物の在庫がない状態となっている。
	×	家電量販店（店員）	・国の補助金に加えて、一部の家電に対する自治体の買換え補助金の発表もあり、一時的に購買は伸びたが、発表から1週間程度で動きが落ち着いてきた。買換えは購入のきっかけにはなるが、一部の客に限られてしまう。また、今回先取りした需要の分だけ、7月以降の買換えの減少は避けられない。
	×	競輪場（職員）	・前年と同じような動きが続いており、これを覆して好転する兆しがみられない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・再び円安が進み、コストが上がって利益を圧迫しているほか、製品価格の上昇で注文が減る可能性もある。現地での原料調達事情も不安定であり、別の仕入先も早急に調査しなければならない。
	○	化学工業（経営者）	・まだ力強さはないが、少しずつ問合せなども増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・多品種少量生産の商品の注文が増え、忙しい割に収益の増加にはつながらない。今は種まきの時期と捉え、今後の収穫を楽しみにしたい。
	○	金属製品製造業（経営者）	・各社の受注内示から判断して、今後は上向くことが期待される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・一にも二にも、半導体業界の景況に依存している。好調な期間は5年程度続くと予想しているが、日本が技術力で負ける懸念もある。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・部品に関しては問題がなくなってくる。今後の市場環境にはまだ不透明な部分があるものの、関係の業界には明るい兆しがみられる。
	○	金融業（副支店長）	・サービス業を主体に売上が増加傾向にあり、今後の景気の回復が見込まれる。
	○	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が前年から続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・今後は受注が少し戻りそうな兆しがある。
	○	経営コンサルタント	・取引先の宿泊業では、更にアジアからのインバウンドが増えれば、かつてのような業況への回復が期待できる。
○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・インバウンドの需要拡大が期待され、全体の景気を押し上げると予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（従業員）	・為替やエネルギー相場の推移が良くないため、再び原材料価格の値上げが予定されている。夏休みの需要といったプラス材料と相殺されたとしても、今後は良くならない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが見通せない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・今後も受注量は微増が続くと予想される。問合せ段階ではあるが、夏のイベント等で使用するうちわの制作依頼が久しぶりに入っており、コロナ禍の収束によるイベントの更なる増加に期待している。
	□	化学工業（企画担当）	・当面、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、インバウンドや内需の変化はないと予想される。
	□	化学工業（管理担当）	・現在のやや好調な出荷量が維持できそうである。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・今後も売上はしばらく順調に推移すると予想されるが、経費の増加も続くため、2～3か月後の景気も大きくは変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・景況は上向きつつあるが、やや良くなるとまではいえない。僅かな上向き傾向が続くと予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・生活面では収支のバランスの悪い状況が続いており、客は買い控えによって対応している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行など、先行き不透明な状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・目立った受注案件がなく、売上の増加にはつながらない。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	・年度内の納入が予定されている案件が少ない。
	□	建設業（経営者）	・コロナ禍や、ロシアのウクライナ侵攻による原材料価格やエネルギー価格の高騰で、取引先の決算報告も芳しくない。工事の凍結や延期、縮小の話も増えている。
	□	建設業（経営者）	・物価の上昇や電気・ガス代の高騰で、高額な出費には慎重にならざるを得ない。
	□	建設業（経営者）	・資材価格の上昇による影響が出てきている。取引先の予算と実際のコストとのかい離も出始めており、対策が必要となっている。
	□	輸送業（経営者）	・工事現場では順調に作業が続いている。また、夏物商材もクリアランスセールで売れると予想される。急に仕事量が増えるとは思えないが、これ以上減少するとも思えない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・毎年7～8月は酒類の需要は増えるが、家具の動きは落ちるため、全体的には変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・消費者が、家具の購入にお金を使おうとするまで、現状維持が予想される。
	□	通信業（管理担当）	・ボーナス商戦の開始や、コロナ禍からの解放感で消費は活発化するが、物価の上昇が影響し、全体としては大きな変化はない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・現在の政策では、景気が大きく変化する期待は乏しい。
	□	司法書士	・外国からの観光客が増えつつあるが、更なる物価の上昇が予想されるため、良くなるとは思えない。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・材料費が上がっている一方、大幅な値上げはできないため、経費がかさんでいる。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・3年間のコロナ禍を経て、本来はもう少しリベンジ消費が出てきてもおかしくないが、インフレがそれにふたをしている。外食や旅行といった外出意欲はあるものの、消耗品等の購入には節約志向が働いている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今年の夏は非常に暑くなるとの予想であり、今後は動きが活発になると期待される。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・物価や光熱費などが上昇し、消費者の購買意欲が少し下がるため、今後はやや悪くなる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・円安の影響で、再び原料や輸入品の仕入コストの上昇が目立ってきた。それに伴い、利益率の低下が進んでいる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売の増加を求める影響で、単価が上げられず、薄利となっている。コロナ禍の収束後は購買意欲が鈍化し、各種商品の値上げもあって、販売が徐々に減っている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・今夏以降、地域によっては電気代などが値上げされる。また、食料などを中心に今後も値上げ傾向が続けば、自然と個人消費は弱くなる。
	▲	輸送業（営業担当）	・お中元の予約が大幅に減っている。この数月間は、通販以外の荷物も全国的に減り続けている。

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
	▲	不動産業（営業担当）	・服飾やアパレル関係、小物類などがインターネット経由で購入できるようになって久しい。それに伴って実店舗の減少が続いており、今後も減少することが予想される。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・自動車業界では、エネルギーコストの上昇分は支払うが、人件費やその他のコスト上昇分の価格転嫁は一切認めないという風潮になっている。このままでは、行き詰まる下請企業が出てきて、サプライチェーンの崩壊につながってしまう。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済政策が不安定で、物価の調整もできないため、経済の発展が期待できない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・求人数の減少は一時的な動きであり、下期以降は回復すると予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・向こう3か月であれば、人流の回復傾向が続くと予想される。株価の上昇もあるため、個人消費も増加傾向となる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後は更に外国人旅行者が増えることが予想される。
	○	職業安定所（職員）	・景気が後退することはないが、上昇するかどうかは今後の動向次第である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・2024年卒の採用では、今年も内定辞退などで採用予定数に達しない企業が多くなると予想している。そのため、夏に追加募集の広告掲載が期待されるほか、2025年の卒業予定者が対象のインターンシップや、それに属する業界研究セミナー、オープンカンパニーなどの取組も増えることが予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・人の流れが変わってきている。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇や価格転嫁の不調、部品等の供給不足などが、景況感や雇用に影響を及ぼすことが懸念される。ただし、人手不足に関する声は産業を問わず多く聞かれるなど、今後も求人は堅調に推移する見込みである。また、就職件数が4か月連続で前年を上回っているほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による求人の増加や、求人の質の充実を期待した求職活動の増加の声もあるなど、求職活動が活発化していることから、人手不足の解消につながることを期待される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・夏休みもあり、大きな変化はないと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・一部の企業は景気が良く、一部では雇用の継続すら難しい状況を見ると、雇用の移動を自ら行わなければ、賃金の向上が見込めない可能性がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・インバウンドの回復の本格化や円安効果もあり、特に高級、高額なサービスや商品を扱う飲食店や百貨店、貴金属などの業種は、今後も好調な動きとなる。株価も上がっているが、過度な円安や物価の上昇は続いており、好調な動きは一部の大企業や個人に偏っている。全体的にみると、今後の景気は現状維持となることが予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業からの新聞広告の出稿見込みは、上期末までは現在と同じ水準を見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現段階では、景気はある程度の水準まで回復したと感じる。ただし、ウクライナとロシアの戦争は相変わらず続いており、物価の上昇が今後も続くという想定に立てば、更なる好転は望めない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増えているが、45歳未満の求職者数は減少している。民間の転職メディアの利用が増えている影響で、ハローワークの利用が減少している。
	□	職業安定所（職員）	・宿泊業などの観光サービス需要が増えると予想されるが、求職者の動きが鈍いため、先行きは不透明である。
□	職業安定所（職員）	・各種の制約がなくなり、営業活動が活発になった事業所もあるが、コロナ禍で落ち込んだ業績の回復が遅れている事業所もある。	
□	民間職業紹介機関（職員）	・物価の上昇による仕入コストなどの上昇もあり、中小零細企業にまで賃上げの動きは及んでいない。また、中小の建設業では慢性的な人手不足が続いている。求人を募集しても、新たな人材の見通しが立たないため、今後も受注を減らさざるを得ない。	

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
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・各種規制の緩和で、旅行や宿泊のほか、飲食業界などに活気が戻ってきている。ただし、それ以外の業種の採用担当者に聞く限り、景気が上向いているとは判断できない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・4月に入社した新入社員が、ボーナスの支給後に離職する動きは、毎年一定数みられる。一方、コロナ禍の特需による仕事を失った、高齢者層の求職の動きもみられるが、再就職は厳しそうである。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国の景気後退による影響が、日本経済に波及することが予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇に対し、所得の増加が追いついていない。
	×	民間職業紹介機関（営業担当）	・これから夏に向けて求人数が減る。

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・地元のホテルは満室の日が多く、飲食店でも週末は予約が必要なほど人の動きが回復している。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミット効果を最大限活用すべく商品展開を続けていく。
	◎	一般レストラン（経営者）	・夏休みシーズンに入るため、ゴールデンウィークのように人の動きが増える。
	◎	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で、コロナ発生前の生活に戻りつつあり、制限が緩和されたことで経済活動が活発になる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・客の様子から、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が更に弱まれば、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・賃金の上昇が景気回復の鍵である。大企業の賃金上昇が中小企業の賃金を押し上げることを期待する。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・人の動きから、景気が良くなると期待している。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が徐々に増加し、夏のイベントの準備も始まるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類になって以降、マスク非着用者が増加するに伴い、コロナ発生前の日常生活に戻り、景気は多少改善される。一方で、物価上昇や燃料価格の高騰など懸念事項があるため、大幅な改善にはならない。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今年には大幅に人流が回復する。2019年比で来客数が増える見込みであり、景気が良くなる。
	○	家電量販店（店長）	・猛暑によりエアコンの販売台数が増加すれば、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・受注残が多く、メーカーの生産台数に影響される。
	○	乗用車販売店（店長）	・客の買い控えは少なく、来客数が徐々に回復してくる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・新しい商品の販売が継続する。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光バスの乗り入れが増える見込みで、旅行代理店から多く予約をもらっているのを期待している。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・経済活動が通常どおりになると期待する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・台湾への直行便の動きが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っているため、インバウンドの高まりが期待できる。
	○	一般レストラン（店長）	・4月と比べるとインバウンドは一息ついた感があるが、国内の旅行客は増加傾向で、秋までの予約も既に入り始めており、今後も増える。
	○	バー（経営者）	・来客数の増加が期待できる。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・先の予約も順調に入っており、利用人数や予約件数が増えている。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みに入ってファミリー客が動くことに加えて、秋口よりインバウンドの利用も増えてくる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・今後2～3か月先の宿泊予約状況は、以前と比べて少し落ち着いているが、今月の中旬から回復傾向にある。

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
	○	旅行代理店（経営者）	・ボーナス時期になり、今まで控えていた旅行需要が高まってくる。
	○	旅行代理店（支店長）	・夏休みを控えており、販売量の更なる増加が見込める。
	○	タクシー運転手	・景気は好調に推移するが、物価高騰と従業員不足の影響で経営は厳しい状況が続く。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことで、バスツアーが増加し、インバウンドも増加している。タクシーは運賃の値上げで売上が増加する。
	○	タクシー運転手	・人の動きが良くなり、夜の繁華街にも結構客がいるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染対策解除に伴い、景気は良くなる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・前年の8～9月は余り良くなかったが、今年はコンペを中心に早めに予約が動いているため、客数は順調に伸びる。
	○	競艇場（企画営業担当）	・2か月後の8月初旬のG3競走やお盆に開催するレースで売上が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・少しずつ時間を掛けて新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ回復していく。
	○	住宅販売会社（営業所長）	・人の動きと経済活動は活発化している。観光業や飲食業の動きの回復が顕著であるが、物販消費にも今後は期待したい。
	□	商店街（理事）	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かっているが、まだ新規感染者数が増加しているため、2～3か月後の景気は変わらない。
	□	商店街（代表者）	・イベント時に通行量が増えるが、平時の来客数は減少し、客単価も低下している。新型コロナウイルスに関する規制が緩和されたが、景気は良くなっていない。
	□	商店街（代表者）	・来客数が少なく、商品を購入する客もほとんどいないため、今後も厳しい状況が続く。
	□	商店街（代表者）	・あらゆる商品が値上げの方向に向かっているため、景気は良くなる。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げが落ち着き、個人所得が増えるまでは食品スーパーでの客の購入量は増えない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・毎年、夏場に向けて売上は良くなる。
	□	百貨店（経理担当）	・相変わらずマスク着用者が多いが、夜市などのイベントでは人のにぎわいが戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症の第9波の兆しもみえているため、今後の状況が分かりづらい。
	□	百貨店（営業担当）	・月によって売上に変動があるが、高所得の固定客の売上が中心となっているため、顧客層に変化がなければ現状のまま推移する。
	□	百貨店（営業担当）	・現状と同様にセール商品の品ぞろえの減少や、価格改定の影響で購買に至らないケースが予想される。また、ゴールデンウィークと同様に、出費が夏の行楽へ回り、物品購入量は増加しない。
	□	百貨店（営業担当）	・地方店の景気の戻りが悪いと聞いている。新規客の来店が少ない。客の衣料に対する購買意欲、価値観が変化したまま戻っていない。
	□	百貨店（売場担当）	・繁忙期に入ってきたが、ここ2～3か月、客の購買行動に変化がない。客単価が上昇しても来客数が減少しており、前年売上をキープするのがやっとの状態が続く。
	□	百貨店（売場担当）	・顧客の流出はしばらく続くとみられる。年齢的にはサブターゲットである40から60歳の客の来店頻度の低下が顕著であり、苦戦が危惧される。
	□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症を気にしない生活に戻つつあるが、給料が上昇しないか物価上昇が大きく、現状より景気が良くなるとは考えにくい。
	□	スーパー（店長）	・今後も食品の値上げが予定されており、客はますます節約志向になる。しかし、前年と違って7～8月の夏休みとお盆については客の消費行動に期待が持てる。
	□	スーパー（店長）	・高齢化に伴い、来客数の増加が望めないため、売上を維持するのが精一杯である。
	□	スーパー（店長）	・売上は前年を上回った状態で推移しているが、商品価格の上昇も続くため景気は変わらない。

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
	□	スーパー（業務開発担当）	・食品に対する客の節約意識が強まっている。旅行や外食に出費しても、内食は節約しようとする考え方は続くため、スーパーは厳しい状況が続く。
	□	スーパー（販売担当）	・客の給料が物価と同等な上昇をしなければ、ボーナス等の一時的な収入では景気回復は望めない。
	□	スーパー（販売担当）	・物価高の影響で特売日に客が集中しており、客単価の下落で売上の伸びが余り見込めない。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・客単価は順調に上昇しているが、コンビニエンスストアの単価を客が割高に感じる懸念がある。来客数の動きも既に鈍化しており、これから更に光熱費やガソリン価格の上昇で来客数が減少する。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
	□	家電量販店（店長）	・商品価格の上昇が続いているため、景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足などによる納期遅延や、オーダー中止の車種がまだ多く、売上の見込みが少ない状況である。今後車両本体価格を引き上げる予定もあり、購入の検討を止める客が増えている。物価上昇による節約志向の客も多く、前年売上を上回ることはしばらく難しい。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・当面、先の状況が読めない。今後の市場の動きに期待したい。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・商品の値上げは続いており、客の財布のひもはまだ固い。また、新型コロナウイルスの感染状況も県によっては増加しており、規制がなくなったとはいえ楽観視できない状況が続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が懸念され、食料品の価格や電気料金の上昇もあり、今後も客の節約志向が続く。
	□	観光型ホテル（営業担当）	・団体客やインバウンドの集客はあるが、今後の景気は今の時点では分からない。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・大会や学会の開催が増加傾向であるが、ハイブリッド開催の定着でリアル参加の規模が縮小する傾向となる。県の全国旅行支援の延長も終了が見込まれ、また、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向になりつつあり、先行きは不透明である。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金の値上げが家計の圧迫につながる。
	□	通信会社（営業担当）	・景気動向を左右する要因が特に見当たらない。
	□	通信会社（企画担当）	・消費財の値上げが続いており、景気が良くなる方向ではない。
	□	テーマパーク（営業担当）	・施設の閑散期に向かうが、全国旅行支援の継続が決まったので今後は未知数である。
	□	美容室（経営者）	・1度離れた客は戻ってこないため、景気は回復しない。
	□	美容室（経営者）	・夏のボーナスで多少のゆとりが出るため、景気は現状を維持する。
	□	美容室（経営者）	・光熱費の高騰で利益が減少し、生活に係る固定費が上がって顧客の消費に対する意識が変わり始めている。
	□	設計事務所（経営者）	・物価の上昇はしばらく続くため、住宅政策などが出ない限り現状は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・今後、空き家等の利活用を進めるために自治体が助成金を出す検討をしている。その後押しでリフォーム、リノベーションが活発に動き出し、景気が良くなる。しかし、今は消費者の動きが全く読めない状況にある。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の自粛ムードはなくなっているが、物価高騰の影響で客の節約志向は継続する。
	▲	スーパー（店長）	・食品を中心に商品価格の上昇が続いており、客の買い控えや特売商品の購入が進んでいるため、今後も景気は上向かない。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上がり止まらない。
	▲	スーパー（総務担当）	・競合店の再開、新たな出店、価格の上昇など不安要素が多い。
	▲	スーパー（営業システム担当）	・競合が特売を組んでいないときの特売日に来客数が増加しており、客の節約志向が高まっている。値上げの影響で販売点数も横ばいの状況が続いており、売上の増加は厳しい。
	▲	スーパー（財務担当）	・現状は、客が単価の上昇を受け入れてくれているため売上が前年を上回っているが、価格上昇が続けば節約により売上が減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（支店長）	・ゼロゼロ融資の返済が始まり、収支が悪化する加盟店が増えていく。電気代高騰など経費の上昇も影響してくる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・商品価格が上昇し、品薄になっているため、今後は経営が厳しくなる。
	▲	衣料品専門店（代表）	・更に社会保障費が上がることになれば、消費が冷え込む。
	▲	家電量販店（販売担当）	・エアコンの販売が鍵となってくる。
	▲	家電量販店（企画担当）	・燃料費への補助が継続しないと、家計の負担が増加し、売上が減少する。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気代の値上げの影響で、消費を抑えようという客の節約志向が顕著になる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・車両高騰化と納期の長期化による影響で、例年の年度末商戦後より新車の販売量の落ち込みが大きくなっている。中古車も一時ほどの勢いはなく、マーケットが一息ついた様相である。数か月先も同様の状況が予想される。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・このままでは受注残が減っていき、物価高の影響による価格高騰が継続する。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発表されるが、1年間の販売台数が制限されるため、景気は良くならない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・価格が高騰しているため、客の消費マインドの低下が懸念される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが支給されれば客に余裕が出るが、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・中古物件の購入やリノベーション等、少額案件の動きは高まるが、予算に厳しい状況で新築案件の上乗せは難しい。
	×	コンビニ（エリア担当）	・5～6月は店の前の歩道や下水道の工事で何度も片側交互通行となり、非常に厳しい状況となった。7月からも店舗北側の橋の工事が始まり、片側交互通行となるため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・業界的に閑散期となる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・販売の環境は変わらない。
	×	通信会社（広報担当）	・物価上昇による買い控えがある。
	企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）
○		繊維工業（財務担当）	・夏季休暇の時期になり、個人消費活動がより活発になる。
○		鉄鋼業（総務担当）	・顧客の在庫が減ってくるので、受注が増える見込みである。
○		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先からの内示情報が今月より上向いている。
○		輸送業	・受注が増えている。
○		通信業（営業企画担当）	・データセンター利用などのIT関連に関する投資は継続的、計画的に進む。客との交渉のなかでも、投資を抑える話はなく、必要な投資は今後も継続される。
○		金融業（経済産業調査担当）	・海外のインフレが緩やかに低下し、個人消費がしばらく活発化することで、長期的には企業業績が改善していく。
○		金融業（外交担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息により、飲食業と小売業の動きが回復し、人流回帰や賃金のベースアップ等の影響で個人消費も高まる。企業については、大手自動車メーカーの生産回復により、サプライヤーや自動車関連事業の景気が回復しており、総合的に景気はやや良くなる。
○		広告代理店（営業担当）	・夏に向けて客からの受注が増えている。
□		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要因がない。
□		食料品製造業（経営者）	・秋冬商材の商談に入っているが、市場動向から戦略的に値上げをしない商品もあるため、厳しい状況が続く。
□		木材木製品製造業（経理担当）	・インバウンドの回復により景気は上向いているが、ウクライナ戦争の長期化で資材や原料の値上げはしばらく続く。
□		化学工業（総務担当）	・仕入れ・販売共に一部値下げの傾向で、当面は様子見の状況である。
□		化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向とウクライナ情勢の影響で景気は不安定である。
□		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現状の生産水準が変化する兆しがなく、輸出案件の新規注文の引き合いもない。
□		鉄鋼業（総務担当）	・建築案件など、大きな環境変化はない。

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
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材関係の受注量が増加する状況にない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・高騰した電気料金が低下傾向にある。鉄スクラップ相場も落ち着いており、コスト面では現状のまま推移していく。客先からの受注も続き、当面は落ち着いた状況となる。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・光熱費と原材料費の高騰を受け、市況から今月の動きが底と考えられ、現状が数か月は続く。
	□	建設業（経営者）	・取引先の調達担当部署は、以前と比べてより厳しさを増しているようであるが、物件量は変わらない。
	□	建設業（総務担当）	・景気の前予想が付かない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス要素や取引先に目立った動きはなく、状況は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・コストを吸収した上で成長しないといけないが、きっかけが見当たらない。
	□	不動産業（総務担当）	・例年どおり需要が落ち着く時期のため、今月と変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・コロナ禍からの景気回復は進み、マーケティング業務関連や設備投資関連の補助金支援業務が増加する。一方で、労働力不足が懸念される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・長納期化していた部品、設備関係の状況が少しずつ改善していることから、先行手配の動きがあった設備投資の需要が減速していく。
	×	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、景気は良くならない。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求職者数が足りない状況が続くため、雇用環境は良くなっていく。
	○	人材派遣会社（支社長）	・企業の採用条件の見直しが進み、双方が希望する条件の乖離がなくなることで、徐々に採用人数が増加する。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・現状の採用手法の見直しのため、予算を以前より高めに組む企業が増えている。学生は年々減少傾向にあるため、企業は合同説明会、Web説明会、学内説明会への参加など、直接会う機会を増やし、自社の説明会はWebと対面の両方で開催している。OBリクルーターの育成やWeb広告の活用など、採用活動が多岐にわたる。雇用形態については、中途採用を積極的に行い、派遣社員から正社員へ登用するなど、若年層の採用を中心に将来を見据えた人材確保に取り組む企業が増えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・公共料金の値上げは懸念材料だが、賃金上昇の動きは確かであり、消費活動も徐々に活発化する。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・夏のボーナスのタイミングとなり、求職者からの転職に関する問合せ件数が増加傾向になる。また、企業からの求人依頼件数も前月比約108%と増加傾向になっている。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、街中にぎわいがあって売上も好調に推移する。
	□	職業安定所（職員）	・4～5月と2か月連続で新規求人数が前年同月を下回っており、今後の動向に注視が必要である。また、複数の事業所から夏場の休業について相談が寄せられている。
	□	職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率が依然高く、また、来春新規高卒予定者の求人受理状況が前年比15%程度増加しており、人手不足を背景に企業の採用意欲は依然高いことから、今後の景気の盛り上がり期待される。一方で、物価高や電気料金の値上げ等による消費活動の低迷は不可避な状況にあり、賃上げ気運の高まりに期待したい。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・食品、電力などの値上がりが続くなか、多少の昇給は物価高と相殺され、従来余暇などに回っていた消費が抑制されて景気的好循環へとはつながらない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・製造業関連の求人数は増加傾向にあるが、それに見合う求職者数の増加はない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率は依然として高い水準であるものの、物価の上昇等により実質賃金が低下している状況は当面変わらない。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	・毎年夏場は求人、求職者共に減少傾向にある。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	・地元の大型店舗の閉店が影響してくる。

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
	×	—	—

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)	◎	設計事務所（所長）	・市内にある高度成長期に建造した建物の解体が進んでおり、大きな流れとして建物の更新が進むと予想される。
	○	商店街（代表者）	・燃料費の高騰や消耗品の価格上昇等、不安要素はいろいろとあるが人々の行動が段々と活発になってきており良い方向に向かっている。
	○	商店街（代表者）	・ウクライナ紛争の出口が見え、正常な商品の流通が復活し、燃料価格が安定してくれば、デフレ脱却により消費は上向くだろう。物価上昇が過度に加速しないように期待するとともに燃料価格、特に電気料金の値上がりは個人の家計に大きく響いてくるとみられる。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新規開店や発表会等、祝い用商品の予約が多くなっており、豪華な賞品を選ぶ人が増えてきている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ボーナスが出そう6月の末から7月にかけて、客単価が上昇してきた。商品価格もこのところ落ち着いており、今月の状態をみる限り、少し上向いてきている印象で、そこそこ期待ができるのではないかとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・本格的な電気代の値上げとボーナスの支給により、家電の販売量が伸びるとみられる。
	○	乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの国内分の生産台数がおおむね順調に推移しているため、年末までは大きく崩れることはないと思われるが、受注の調整が続いているため、受注残が解消されたのちに受注が回復するかは不透明である。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元の時期になり、暑い時期にもなるため飲物等がよく売れるとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・来館者数、販売額共に回復基調が継続しており、更なる物価高騰等の影響は危惧されるが、今後は大きなマイナスの出来事もないことから、当面回復基調が続くと考えられる。
	○	一般レストラン（経営者）	・夏休みにかけて、人の動きは良くなり、来客数の増加が期待される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・アフターコロナで徐々にではあるが、外食への回帰がみられる。新型コロナウイルス感染症発生以前までは戻らないかもしれないが、月を経るごとに業況は回復基調にあるとみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価高の影響により消費は停滞しているが、アフターコロナで外出する人は徐々に増えてきているため、少し先の景気は良くなっていくと想定される。
	○	観光遊園地（主幹）	・夏の様々なイベントが通常開催される予定であり、特に問題が起これば景気は回復していくとみられる。
	○	美容室（経営者）	・これからの夏休みやお盆により、人が動くようになれば美容室も活気が出るとみられる。
	□	商店街（代表者）	・客の消費動向がかなり変わっているようにみられる。また、燃料費の高騰や電気代の値上がり等、諸経費の上昇が消費にかなり影響を与えると予想される。
	□	商店街（常務理事）	・物価が上昇し続けており、政府によるガソリンや電気代の補助や国内の全国旅行支援が先細りとなるなかで、今以上の消費環境になることは期待できないとみられる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・光熱費や物価高騰の影響で、消費者の購買意欲が低下している。まだ物価上昇は続くので、これから先も景気は変わらないだろう。
	□	スーパー（店長）	・現状の景気が続くと考えられる。
	□	スーパー（企画担当）	・観光客の増加など、人流の動きにより景気自体は良くなっているようにみられる。一方、新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加していることに鑑みると、以前のような行動規制はしないにしても、先行きは不透明であるとみられる。
	□	コンビニ（店長）	・商品の価格が上昇しているため、買上点数が減少している。景気が良くなっているとはみられない。
□	コンビニ（店長）	・5月以降、今一つ売上、来店客が共に伸びておらず、しばらくは現状で推移すると見込まれる。	
□	コンビニ（総務）	・6月の状況が継続した場合、売上や来店客数が鈍化する可能性があり、先行きは不透明であるとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢、円安等の経済状況に変化がみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気はこのまま良くも悪くもなく、推移するとみられるが、いろいろなものが値上がりしているため、将来的に景気が良くなるとはみられない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・セールがスタートしているが、来客数が前年と比べて大幅に減少している。客の購買意欲が減退しているように感じており、7月以降も同様に推移するのではないかとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・猛暑等の急激な変化がない限り大きな変化は期待できないとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・部品不足による長納期化が解消されない限り、業況は良くならないだろう。
	□	観光型旅館（経営者）	・経済活動の平常化と物価高騰などのマイナス要素が相殺され、景気回復については足踏みするとみられる。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者が当地域も増えている。また、タクシー乗務員や営業車等の不足、個人タクシーの廃業等により、客に迷惑が掛かる状態が続くとみられる。
	□	通信会社（営業部長）	・7月以降料金プランを改定する。客からの反応も良く、活性化が見込まれるが、どちらかという節約のための料金プランの変更の意志が強いとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・客の動きが回復し、安定している。
	□	美容室（経営者）	・物価高で消費を抑える傾向が増えたようにみられるが、そのうち落ち着くのではないかとみられる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・今後、取扱商品の仕入単価の上昇が通知されるため、受注数の減少が予想される。
	▲	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの感染再拡大が予想される。
	▲	スーパー（店長）	・商品の価格上昇が今後も続くとみられ、消費者の節約志向が強まるとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価やコストの高騰など、いいニュースはないとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げで低価格志向がより強まり、安い店への買い回りが進むとみられる。
	▲	スーパー（人事）	・電気料金の値上げなど懸念事項があるとみられる。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	・新型車や人気車の生産枠の超過により、オーダーストップが続いている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・今月は車両のモデルチェンジの発表があるが、受注台数の減少傾向が今後もしばらく続くとみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・団体旅行客の利用が鈍化傾向にある。特に原材料価格の上昇や人手不足による人件費の上昇による収支悪化の懸念により、法人顧客の利用の鈍化が懸念される。
	▲	タクシー運転手	・四国遍路がほぼ終わったため、街のタクシー台数が増えており、やや売上は減少している。毎年のことであるが、秋になると四国遍路があるため売上の増加が期待できるが、夏は売上、収入共に減少するとみられる。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・秋になると、物価も安定してくるとみられ、それまでは厳しい状況が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・電気代やガソリン代等、生活に必要な様々なものの値上げが続くとみられる。
企業動向関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食品製造業において販売数量は、2019年時と比べ多少少ないが、販売価格の上昇が浸透し、利益確保が確実にできている。今後、インバウンド及び国内旅行の回復による販売量の増加が予想される。
	◎	繊維工業（経営者）	・現在、国内外の観光客が増えており、観光地の小売店は順調に推移している。海外からのクルーズ船入港の増加もあり、都市部、九州や北海道等は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。当地のタオル業界では、ホテルからの需要は順調であるが、コンサート向けの需要等は低調であり、特に仏事返礼品の需要は葬儀簡素化の影響により、大幅に縮小している。
	○	食料品製造業（経営者）	・観光業、外食産業等の市場は緩やかに回復していくと想定される。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注状況は低調に推移しているが、パワービルダーの受注状況が好調であり、今後は回復していくと見込まれる。

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
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・竹資源のエネルギー化や肥料化、また海藻の肥料化の試みが行われており、段々と実用化されそうになっているため景気は良くなると予想される。
	○	輸送業（経営者）	・株価の上昇や外国人の入国数の増加など雰囲気が良いとみられる。
	○	通信業（総務担当）	・社外でのイベントやボランティア活動についての参加者数の増加傾向は、もうしばらく続くと考えられる。ただし、新型コロナウイルス感染症発生以前の状態に一定程度戻っていることから、今後の変化は小さくなると想定される。
	○	税理士事務所	・消費者が物価上昇に慣れてきたことやインバウンド需要の効果による景気の回復が期待される。
	□	農林水産業（職員）	・一次産品については、委託販売であり、抜本的に変わる要素がないとみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの需要が落ちてきており売上が伸びていない。物価高による買い控えが影響している可能性があり、生活必需品以外は売上が減少すると予想される。
	□	化学工業（所長）	・ゴールデンウィーク等の国内の動きが盛んになり、海外からの観光客数も年間2000万人のペースまで回復したと聞いているが、実需が増加した実感が全くない。観光客の質の変化により、以前ほどインバウンドの大きな影響はなく、最小限の景気の回復にとどまる可能性が十分にあると考えられる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格は高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続くと予想される。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行になって以来、新型コロナウイルス感染症発生前のような経済活動や日常生活の動きに戻りつつあるものの、継続的な物価高騰及び円安基調により、今後の景気が劇的に改善していくとはみられない。
	□	輸送業（経営者）	・行動制限が緩和され消費が回復基調に転じているとの見方がある一方で、地域差はあるものの新型コロナウイルス感染症第9波の入り口のな見方もあり、地方圏における景気回復の先行きについてはいまだ不透明感が根強いとみられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に景気が良くなる話を聞いておらず、その見込みも立っていない。希望も含めて景気は変わらないと期待している。
	□	金融業（副支店長）	・引き続き原材料価格の値上がり等の影響は受けるが、販売価格への転嫁がしやすい環境下であり、現状程度の景気で推移すると考えられる。
	□	広告代理店（経営者）	・観光業関連の客先は徐々に販売促進の広告が戻ってきているが、多くの客先は広告費の削減傾向が続いており、全体としては余り変わらないと予想される。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・造船関連の受注は安定しているが、自動車関連設備の鋳鋼品の見積案件が急激に減少している。
▲	建設業（経営者）	・公共工事の受注件数に影響される。	
×	—	—	
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・夏休みに突入することもありこれまで縮小していた行事が何年かぶりに開催され売上増加も期待できる。新型コロナウイルス感染症を規制しない体制での人員確保が急がれるが、求職者とのマッチングが厳しい状況である。
	○	求人情報誌（営業）	・飲食・サービス業・観光業界を中心に客足が戻りつつあり、売上が軒並み回復している。そのため、周辺業界の景気も上向いてきており、引き続き景気は良くなってくると想定される。
	○	職業安定所（求人開発）	・食品製造業については、外食産業からの引き合いがあり、業況は若干上向きとの回答がある等、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による外出機会の増加の恩恵を受けている。
	○	民間職業紹介機関（所長）	・積極的な人材採用の動きは当面続くともみられる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感が強まってくるとみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業などの業種で求人数は増えているが、派遣に登録するも就労条件が合う方が少なく、大きな景気上昇にはつなげられていないとみられる。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・夏休みに入ると学生アルバイトの募集が減少すると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・中小企業が大半の地方では、所得への反映が難しく個人消費の伸びる要素がないが、観光だけには期待している。
	×	—	—

11.九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	観光名所（職員）	・各種イベント等で新型コロナウイルス感染症発生前を超える集客の勢いを感じる人が多い。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感はかなり弱まっている。梅雨明けすると国内観光客やインバウンドも増加し、商店街の来街者数も増えるため、売上は上向いてくる。
	○	百貨店（企画担当）	・県外や海外からの来客数が前年より増えることを予測している。
	○	百貨店（経理担当）	・今月は天候要因もあり若干苦戦気味ではあるが、催事等の客の動員は良くなっている。梅雨明け後、お中元ギフトを中心に衣料品等の売上の改善があると推測する。
	○	スーパー（店長）	・前年の物価高騰から約1年が経過するため、今後の1品単価の上昇はないと予測され、インバウンドや国内需要等の来客数は伸長すると見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第9波の報道があるが、現況では、客足に影響は出ていない。当面、今の流行が変わる好材料は見当たらない。
	○	コンビニ（経営者）	・夏物商材の販売は増加し、スポーツイベントの開催により、関係者や客の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻は終息に向かい始めると予想している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・前年まで外出を控えていた客の来店が多くなっている。梅雨明けに近づくにつれ、来客数や買上点数が伸び、客単価が上向くと推測され、売上が回復していくと予想される。
	○	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことで、外国の客が増え、インバウンド需要はかなり上向いている。物価高は続くと思うが、少しずつそれが当たり前の状態になりつつある。
	○	家電量販店（店員）	・電化製品は全般的に価格が上昇しているが、売上の落ち込みはなく前年を超えている。家電製品は値上げしているものの、新型コロナウイルス感染症が落ち着いたため、少々高額の商品でも説明をすることで購入しており、客の購買に活気が出ている。今後もこの状況が続くと予想している。
	○	乗用車販売店（役員）	・今後の供給は大幅に改善傾向であるが、商品置場確保や受入態勢に不安がある状況である。
	○	乗用車販売店（役員）	・取引先の生産が順調であるため、販売から納車まで高水準で期待できる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーへの受注が順調に増えている。新型車の投入効果もあり、受注や販売台数が前年を上回ることが予想される。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・季節要因もあるが、外国企業の新工場建設に伴う新規の客が見受けられる。この状態は来年以降も続く予想している。また、お中元シーズンに入りコーヒーの需要も多くなるため、2～3か月は売上が増加していく。
○	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）	・ゴールデンウィーク前後の映画館への来客数が予想以上に多いが、この状況がいつまで続くのか不透明である。新型コロナウイルス感染症が落ち着き行動制限が終わってから初のサマーバーゲンセールとなること、夏休みが始まることなど、景気に対する前向きな要素も多く、当施設としても仕掛けを多く計画しているため、景気回復に期待できる。	
○	高級レストラン（経営者）	・当市ではスポーツ大会や祭りなどイベントが控えており、先行きが明るく、景気が上昇すると予想される。	
○	観光型ホテル（専務）	・梅雨が明けて旅行シーズンになると団体客がますます増加すると予想される。	
○	都市型ホテル（スタッフ）	・国内のイベント関係も多く、海外からの飛行機の便数が増えるため、景気の上昇が予想される。	
○	タクシー運転手	・相変わらずの物価上昇や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加等不安材料があるものの、中心地の都市再開や充実したイベントの開催など景気は活性化しており、堅調に推移している。	

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
	○	通信会社（営業担当）	・多くのイベント等の開催が5月以降増えており、客も新型コロナウイルス感染症発生前のように行動しやすくなっている。
	○	観光名所（従業員）	・お盆などの連休があるため、景気はやや良くなることが予想される。
	○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の行動規制が解除された夏となるため、旅行等での人の動きが活発になり、経済がより活発に動き出すことがと考えられる。
	○	競馬場（職員）	・物価の上昇などマイナス面はあるものの、株価の上昇の影響等、プラス面が販売量の回復につながってきている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が定点観測では微増となっており、夏の感染拡大の懸念は残るが、現状の感染状況であれば利用が抑制されることはほとんどないと考えている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和され、慎重であった人が動き出している。景気が今以上に良くなることはないが、しばらく現状が維持されると予想している。
	□	商店街（代表者）	・今月の商況から判断すると、今後も景気は変わらない状況である。
	□	商店街（代表者）	・商店街が一丸となり、各店舗が特性を生かした販売をすることにしている。
	□	商店街（代表者）	・物価高騰により消費が慎重な行動になっており、商店街のイベントでも消費が促されているのはプレミアム付商品券の発行時くらいで、根本的な解決には至っていない。
	□	商店街（代表者）	・売上が落ちた原因が分からず、先行き不透明であるため、状況を見極めることができない。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	・前月に引き続き景気状況は変わらず、このペースが続くことが予想される。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・来月は土用の丑の日があり、既にウナギがかなり動いており、毎日20～30本さばいている。今年はハモが少なく、かなりの高値になっている。ウナギも高値になり、消費者の手元に届きにくいのが、何とか多くの消費を期待している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてはいるが、夏が終わって開店する店があるかもしれないが、今後の動きが読めないため景気は変わらない。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今後の売上が伸びていく要因もなく、厳しい状況は続くことと予想される。生活の要であるガソリン・電気料金・食料品の値上げが落ち着くと、売上也多少回復すると考えられる。
	□	百貨店（企画担当）	・大きなイベントや催事の商戦がないため、現状と余り変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・国内外からのクルーズ船来港や海外チャーター便の増加が一段と見込まれ、内外からの更なる人流増加も見込まれる。しかし、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増加の影響で、サテライト店の通販部門から店頭への来客数の影響が心配される。また自家需要の紳士雑貨・インテリアやし好性の高いブランド品・舶来雑貨は、価格上昇により商品単価は抑制されるが、購入意欲は高く、クレジット利用による来客数や商品単価が依然好調である。通販部門では、人流の増加にやや落ち着きがあるが、お中元ギフトやクリアランスセール開始により来客数が増加しており、自家需要やギフト、観光需要の美術工芸品や特産品増加が期待できる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により消費者の購入単価が下降している。引き続き商品の値上がりも予測されるため、景気が良くなるとはいえない状況である。
	□	百貨店（経営企画担当）	・衣料品や土産などの売上には前年を超える動きが期待できるが、ブランド品の推移が若干下降気味であるため、売上全体としてはほぼ横ばいであると考えられる。
	□	スーパー（店長）	・物価の上昇は止まらず、収入増加の実感がなく、景気上昇は見込めない。むしろ、生活防衛の意識が働き、消費マインドが冷え込む恐れがあり、内需は拡大しない。一方で、新型コロナウイルス感染症の収束で、インバウンドの高まりが消費をけん引する可能性も高く、一定の浮揚効果はある。そのため、景気はやや後退基調であるが、大きく悪化するものではないと考える。

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
	□	スーパー（総務担当）	・株価や為替動向、賃上げなど、大手企業にとっては好材料もあるが、地域密着型のスーパーマーケットを取り巻く環境は、ヒト・モノ・カネ・情報等において、非常に厳しい。
	□	コンビニ（経営者）	・物価上昇による買い控えなど、景気に関して楽観視できる材料は見当たらない。
	□	コンビニ（経営者）	・現況が続くと中間層の家計が最も厳しさを増し、税金や通信費など経費削減が必要になる。消費が増加するような状況になることを期待している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン等の生活インフラの値上げが景気悪化に影響を与える可能性があり、楽観視はできない。
	□	衣料品専門店（取締役）	・様々な商品が値上げされ、電気代の高騰もかなり購買意欲に影響してくる。暑さも厳しく、高額な衣類を着用することが減っており、購入の優先順位の回復が危惧される。
	□	家電量販店（店長）	・ここ数年で家電を既に買い換えている客が多いため、景気横ばいの傾向はしばらく続くと予想される。
	□	家電量販店（店員）	・今年に入り売上が低迷している。エアコンの需要に期待をしていたが、夏の商材ではなく年間商材になっているため、しばらく低迷が続くと考えている。
	□	高級レストラン（経営者）	・3か月先の予約は今月と変わらない状況と考えられる。お盆に近づくにつれ長期休暇などで企業の動きが少なくなるため、何らかの取組をして客の来店を呼び込みたい。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・値上げや増税等、景気の先行きは暗い。新型コロナウイルス感染症の景気対策が終わり、消費が沈静化している。
	□	スナック（経営者）	・コロナ禍の来客数減少は落ち着いたが、会社の宴会など団体利用の動きは少ない。観光客等人流は増加しており、観光客をターゲットにしている業種や店は潤っているが、他の市場に景気の波が回るのは、もう少し先になると予想される。
	□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価が下がらず、手取りの所得は減ると見込まれるため、景気は大幅には変わらない。
	□	観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門は、前年6月以降、毎月過去最高の売上を継続している。今年の8月以降も予約状況は順調であるが、更なる水道光熱費や原材料等の高騰で利益を圧迫することが予想される。
	□	旅行代理店（職員）	・夏から秋の海外旅行需要は今月より良くなると想定しているが、全国旅行支援終了の反動による減少も予想されるため、旅行全体の販売量は変わらない。
	□	タクシー運転手	・夏休みはレンタカーや自家用車が増えるが、タクシー需要は伸びない状況になる。
	□	通信会社（社員）	・売上が上がるような業界の話題がないため、景気は変わらない。
	□	通信会社（役員）	・観光や宿泊、土木業等の景気状況は上向きであるが、生活物資の値上げが続く、地域全体の賃金水準は変わらないため、景気には余り変動がない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が発生してからもゴルフはアウトドアレジャーとして選ばれる傾向が続いている。原材料価格や人件費等の高騰によるマイナス面はあるが、今後もしばらく景気が良い状態が続く。
	□	理容室（経営者）	・これから暑くなっていくため、消費などの動きは若干良くなると予想しているが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況による。
	□	美容室（経営者）	・真夏は、客の動きも活発化し、そのまま横ばいの状況が継続すると予想される。しかし、マスクを外す場面が多くなると化粧やヘアースタイルにも変化が出てくるため、景気にも変化が現れると考える。
	□	美容室（店長）	・来店をして気分転換をする客が多くなっているが、今月より売上が良くなる好材料がないため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・販売量は横ばいであるが、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス補助事業の公募期間中は、今の状況が続くと予想される。
	▲	商店街（代表者）	・7～8月は、人通りが少なくなり、売上が悪くなっていく。
	▲	商店街（代表者）	・物価が上昇しており、買回り品はそれなりに売れていくが、し好品や本などは、売上が落ちると予想している。天候にも左右され、暑い日は商店街への来街客は少なく、空調が効いている大型店等で1日を過ごす人が多い。

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
	▲	商店街（代表者）	・商品の値上がりによって家庭生活が厳しくなっている。
	▲	一般小売店〔青果〕 （店長）	・お中元は7月にピークを迎えるが、暑さで食欲が減り、その上、県外からの野菜が入荷するため、単価が高くなり、販売が厳しい状態になる。
	▲	百貨店（業務担当）	・夏にかけての電気代やその他の値上げを心配し、節約をしている客が多い。そのため、株高や景気の良い話は生活に連動していないと感じている。
	▲	スーパー（企画担当）	・加工食品の値上げのペースがとどまるところを知らず、単価の上昇により売上は増加傾向にある。しかし、販売数量は前年を下回っており、今後は継続的な物価高に対する消費マインドの低下が下振れ要因にならないか懸念がある。
	▲	衣料品専門店（店長）	・天候の影響もあり、人の動きがやや減少している。
	▲	家電量販店（従業員）	・暑くなったことで冷房器具の需要は増えても、近隣に同業大型店ができたために集客が分散され、前年ほどの売上は見込めず、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（代表）	・物価高騰等により、景気は悪くなっていく。
	▲	住関連専門店（経営者）	・インバウンドや旅行、外食などは新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復していると報道されているが、置き家具の動きは悪く、同業者も売れずに危惧している。
	▲	住関連専門店（従業員）	・今月より始まった当市のプレミアム付商品券に期待しているが、酷暑になると来客数が落ち込むことが予想される。そのため景気はやや悪くなると判断している。
	▲	通信会社（企画担当）	・企業規模の面で、顧客獲得に向けられる原資が劣後しており、販売件数の拡大が見込めない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・円安による物価高の影響が懸念される。
	▲	設計事務所（所長）	・材料や製品単価、生活必需品の価格上昇が今後も続くと思われ。また、人件費が高い職種については、仕事に対する対価が上昇せず人手不足となっている。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇による購買力の低下がみられる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・円安による恩恵でインバウンドが増え、購入額も増えており、国内の売上増加に影響を与えている。一方、輸入に関しては、物価が上がっている。抜本的な景気対策をしなければ弱者は耐えられなくなる。
	▲	住宅販売会社（代表）	・賃金が昇給しない中、物価が上昇し、建築資材や工事金額も値上げされている。そのため、客の買い控えがあり、着工棟数はかなり落ちてくることが懸念される。業界全体として、現況が続けば景気は悪くなっていく。
		×	*
	◎	—	—
企業 動向 関連 (九州)	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品の値上げが浸透し、また、新しい販売網も徐々に円滑になっているため、今後の動きは良くなっていく。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、様々な制約がなくなっている。原材料の価格高騰が売価に反映されつつあることに加え、外国人の入国が増加していることなど、経済の循環が活発になっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先が体質改善を積極的に行っており、2～3か月後には結果が出てくると考えられる。同時に当社もその対応ができるように動き始めている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・引き続き二次電池など再生可能エネルギー関連の設備の引き合いが数社あり、今後の商談に期待したい。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・電子部品の納期の調整や材料の価格上昇分は、売価への転嫁ができていく。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・客の予測から、景気はやや良くなると予想している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・4～6月も予算以上の売上を確保できている。客先からも半導体確保の報告を受けており、予算以上の計画が続くと予想される。
	○	建設業（社員）	・これから繁忙期を迎えるため、更に忙しくなり、第2四半期の発注が増えることに期待している。
	○	金融業（従業員）	・家電の販売はやや低調であるが、自動車の販売は回復傾向にあり、住宅販売も持ち直している。また、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、飲食店や旅行業界の売上も上向いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症や円安等のマイナス要因もあるが、自由な行動への渴望が強く、今後は夏に向かって、祭り等のイベントや休暇を利用した旅行はますます増加することが予想される。新型コロナウイルス感染症に関しては、完全に新しい生活様式が浸透しており、行動への大きな制限とはならないと考えている。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が発生しているが、新新規感染者数の増加に実感はない。また、ロシアによるウクライナ侵攻についても、様々な動きが出ているため進展が見込まれる。円安は進んでいるが、企業業績については底堅い状況である。今後は、回復基調になってくると予想している。
	○	広告代理店（役員）	・新型コロナウイルス感染症の収束に伴い地方自治体の事業が活性化している。また、当市を始め都心部における不動産投資の相談案件が増え始めている。
	○	経営コンサルタント（社員）	・発注が決まる見込みであるため、景気は良くなっていく。
	□	農林水産業（経営者）	・6月は原料となる鶏が多く入荷しているが、1年を通じてみると工場稼働に影響が出るほど原料不足となるため、目標とする売上を達成することは厳しい。梅雨明けになる7月後半から8月については、居酒屋やスーパーマーケットなどの量販店からの引き合いが強くなり、供給が追いつかない分、折り合いは厳しくなると考えられる。
	□	食料品製造業（経営者）	・閑散期がしばらく続くが、比較的順調な受注が見込んでいる。
	□	繊維工業（営業担当）	・工賃交渉は最低賃金が発表されるまで待つことが良策であるため、10月までは現状のままを予定している。
	□	家具製造業（従業員）	・訪日外国人だけでなく消費者全体として市場が活発的に動いており、売上が前年を上回り景気が上昇傾向にある。ただし、緩やかな上昇であるため、見通しとしては余り変わらない。
	□	化学工業（総務担当）	・本年度の売上や損益は前年度並みで推移する見込みである。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・半導体関連は全く生産が進んでおらず、年内は回復の見込みがないと危惧している。
	□	輸送業（従業員）	・輸入が回復しない限り、景気の回復は難しい。
	□	輸送業（総務担当）	・円安の影響で原油高となっており、電気代などエネルギー資源の高騰が家計に響いている。物価高に対する賃金上昇は景気対策として必須であると考えられる。
	□	通信業（職員）	・官庁が施主である営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
	□	金融業（調査担当）	・円安が続いており、再度の資材価格等の高騰による地場中小企業への影響を懸念している。為替介入の可能性もあり、見通しが不透明であるため、景気は変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・終わりのみえない物価高騰が企業の生産コスト増加や消費者の慎重な購買行動に影響している。新型コロナウイルス感染症の第9波をめぐる先行き不透明感も、景気回復の足かせとなっている。
	□	不動産業（経営者）	・景気の先行きは不透明で、見通しが立たない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気回復につながる好材料が見当たらない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・若い世代は実店舗よりネット通販を利用する傾向にある。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・問合せ件数に変化がないため、景気の状態は変わらない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・ウクライナ情勢等、現状の景気が悪化する要因は払拭されておらず、短期的な変動はない。
	□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今後2～3か月は市町村の委託業務の発注が続き、予算に近い金額で多くの本数の受注が可能となるため、景気は良い状態が続くと予想される。ただし、業者で作業できる量にも限界があるため受注を控えざるを得なくなり、3か月後にはこれ以上受注できない状態になると考えられる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・年内は受注が減少傾向にあるため、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
	▲	通信業（経理担当）	・外注先との契約更新作業が一段落したところであるが、どの取引先からも契約単価値上げの打診があり、内外の情勢に鑑み承諾している。一方、販売価格への転嫁はすぐに行えない状況である。
	×	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・企業への派遣求人数の間合せが増えている。新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻りつつあり、繁忙期対応のため人材紹介や直接雇用の求人も非常に多くなっている。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の成立も増えているが、直接雇用をしている求職者も多い。新型コロナウイルス感染症の影響もなくなっており、積極的な採用を行っている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・移動にマスクを外している人が多くなり、外出に制限がないことで旅行者も増えるため、夏需要が期待される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・梅雨明けすると、夏の消費需要や旅行者等で景気や消費も活発になる。しかし、全国旅行支援や持続化給付金などの支援が終わり、今後の景気への影響が心配である。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏休みやお盆などが控えており、今年は、帰省や旅行などにより景気が回復することが見込まれる。当県では空港もリニューアルされ、災害で観光できなかったスポットも復活していることから、インバウンドが景気に好影響を与えることが予想される。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・経済活動の正常化を背景に、内需を中心に緩やかに持ち直している。企業の新卒採用意欲は底堅く、今後もしばらくはこの状況が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（社員）	・単発案件は増えると見込まれるが、婚礼等の増加は見込めない。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数の前年割れが続いている。そのため、求人数が上がり、求職者数の転職が決定しづらい状況となっている。
	□	職業安定所（職員）	・介護事業所などでは物価高騰による経費の増加や人手不足により、業務縮小を検討している事業所が増えている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数や充足数が前年と比べ減少しており、人手不足が高まっているため、景気は変わらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・今後悪くなる要素は特に見当たらず、少子高齢化の人材不足もあいまって、多少景気が減速になっても当分は良い状況が続くと考えられる。
	▲	職業安定所（職員）	・光熱費や原材料費が値上がりしており、業種によっては製品に対する価格転嫁が十分できていない状況が見受けられる。賃上げを検討している企業は多いが、中小企業では賃金上昇が物価高に追い付くことができない可能性が高く、景気の悪化が懸念される。
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	◎	コンビニ（店長）	・航空便の国際線の増便など、観光客増加要因が多い。
	◎	コンビニ（副店長）	・来月から9月にかけてクルーズ船、特にアジア圏からの寄港回数の増加、梅雨明け、長期の休み期間で人流が大幅に上がる見込みなので販売数、来客数共に大いに期待できる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されており、3か月後は少しだけ期待はできるかなとみている。しかしそれもまだ部分的であり、大半は厳しい状況が続くとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	・観光客も今後も増えていくとみるが、また新型コロナウイルスの新規感染者数も増えていくので、65歳以上、基礎疾患、医療従事者のみのワクチン接種ではなくワクチン接種希望者は安い金額でどこの医療関係でも打てるようにしてほしい。それによって人材確保もできるとみている。
	○	百貨店（経営担当）	・国内需要は節約志向が続くものの、インバウンド需要は微増ながらも回復傾向が予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・夏休みでイベントや行楽が活発になってくるため飲料水やアイスクリーム、ファーストフードの売上が期待できる。

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
	○	コンビニ（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加しているが、県内景気に大きな影響はないと考える。今年度の夏休みにかけては前年より観光客が見込め、景気は今の状況よりやや良くなるかと考える。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・秋口の宿泊部門の予約も徐々に動いている。料飲部門はまだ動いていない。
	○	通信会社（営業担当）	・新料金プランが出たことによる来客数の増加と新商品発売により市場が活性化することを期待している。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。特に個人の動きが良く、Web販売が好調に推移している。
	○	住宅販売会社（役員）	・物価の上昇懸念は拭えないが法人個人問わず県外からの来客数が増えつつあるため、期待できる。
	□	一般小売店〔菓子〕（企画）	・今沖縄で新型コロナウイルス感染症感染者数もまた段々と増えてきていて、それが大変心配である。景気は変わらないと回答はしているが、新型コロナウイルス感染症の様子をちゃんと見ないと分からない。
	□	スーパー（企画担当）	・3か月先は、旧盆商戦後と夏休み明けで、入域観光客数の増加は一旦落ち着くと考え、景気は現在と変わらないと見込まれる。
	□	スーパー（販売企画）	・沖縄では新型コロナウイルス感染が第9波に入った可能性があるが、報道があり、来客数減少につながらないか懸念されるが、現状では来客数に変化を感じないため2～3か月先も変わらないのではないかと考えられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・前月の良い流れのまま今月も良くなっていくと期待していたが、2週目以降その流れが悪くなってきている。景気は今のところまだどうなるのか様子見である。
	□	家電量販店（営業担当）	・現状の流れが大きく変わることは、想像できない。外国人観光客数増加の効果も、予想ほど伸びてこない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・販売量が維持できる見込みである。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新車製造の部品不足により納期遅延が今後も続くため、厳しい状況は変わらない。
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	・このままでいけば夏の間は観光客も増え、陶器の需要は変わらない。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・全国旅行支援もほぼ終了し、個人消費は旅行代金の高騰もあり伸び悩んでくる。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	・繰越しの手持ち工事はあるものの、今後は工事受注が厳しくなることが予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・円安からの物価高、燃料費の高騰というような状況のなかで、身の回りで実質的な賃金が上がったという人の話は聞いたことがない。そのため実感として景気が上向くとは考えられない。
	▲	一般レストラン（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、皆警戒している。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光客はどんどん増えて、地元客も動いてきているが、求人数が厳しい上に、人件費は暴騰し、仕入原価もどんどん上がっている。客単価を上げるにも限度がある。
	×	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの6月の販売室数が前年比105%増加とプラスなのに対し、6月末時点での9月の予約室数は前年比4%減少で、マイナスに転じている。
企業動向関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・お中元ギフトシーズンでもあり、当県のトップシーズンでもある8月に向けて更ににぎやかになりそうだが、一方で県内の新型コロナウイルスの新規感染者数急増による影響も懸念される。
	○	窯業土石業（取締役）	・売上に大きな変化はないが一定程度の価格転嫁により、若干の収益回復が予想される。
	○	輸送業（経営企画室）	・2025年度までに大型の物流施設の建設予定が3件、会員制大型スーパーの開店など大きな雇用を創出する案件が増えている。
	□	建設業（経営者）	・高額な土地活用のアパート建築の引き合い件数が少ない。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進活動は、様々な経費が高騰する影響を受けて、実行予算を削減する傾向が強く、積極的に攻めていく姿勢が薄れている。
	□	会計事務所（所長）	・物価高の状況が続くので、し好みなど高付加価値商材の流通は一部の階層に限定的である。

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
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(沖縄)	○	人材派遣会社（経営者）	・経済全体が動き出し、人材についても求職、求人共に活発になっている。
	○	職業安定所（職員）	・ここ最近の求人について、賃金を上げている企業が多くなっている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大が急速に進んでいるため、今後の景気に影響が出てきそうである。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・直近の来月、再来月では急激な求人数の増加は見込めないが、9月以降の秋口から増加すると予測している。新型コロナウイルス感染症発生以前のような、定期的な求人数の増加減の周期に戻りつつある状態である。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新卒求人が落ち着いてきている状況であるため、現在と大きな変化はないと見込んでいる。ただし、10月以降は次々年度に向けた採用に依頼も出てくるため、また状況は回復するものとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高騰により消費行動を抑える傾向はしばらく続く。
		▲	—
	×	—	—