

Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比較すると、安定して増えている。それに伴って、これまでコロナ禍で抑圧されていた需要が増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前はまん延防止等重点措置の適用期間だったこともあり、宿泊予約の動きも鈍かったが、道民割の再開とブロック割の開始、当市の宿泊割引の再開などで買い得感が強くなっており、予約の伸びにつながっている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・5月の航空機利用者数は新型コロナウイルス発生前の65%程度の水準まで回復した。6月に入ってもこうした傾向が継続し、新型コロナウイルス発生前の70%台半ばの水準まで回復している。また、空港の駐車場利用者はほぼ新型コロナウイルス発生前と同様の水準に戻っており、ようやく本格的な回復基調に転じてきた。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。予約状況から7月以降も期待できる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べると新型コロナウイルスの影響も落ち着き、景気はやや良くなっている。徐々に新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・ツアー客の数がやや増えていることから、景気はやや良くなっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークを境に少しずつ人出が増えている。特に1次会の需要を受けるような居酒屋では予約は顕著に増えており、予約だけで満席になることもあるなど、まずまずの状況にある。ただし、夏のイベントやお祭りなどが中止となるなど、これまでの自粛の動きを払拭できない状況もみられ、経済の回復を遅らせることになるのではないかと懸念している。お祭りなどの野外イベントについては開催しても大丈夫だという強いメッセージが欲しい。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比795.3%、前々年比511.4%となっている。新型コロナウイルス発生前と比べても54.9%となり、ようやく50%を超えることができた。ただ、今でも企業にとっては経営が全く成り立たない厳しい状況にある。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の沈静化に伴い、飲食店やホテルに客足が戻っており、当社の売上増加につながっている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い、来客数は回復基調にあるが、2019年との比較では2けた以上のマイナスがいまだに続いている。ただ、買上率や買上単価の上昇で売上は新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。
		百貨店（営業販売促進担当）	それ以外	・服飾雑貨、リビング用品、子供用品が好調に推移している。ただ、アパレルを中心にセールを7月に繰り下げる動きがみられ、売上に悪影響を及ぼしている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が徐々に緩和されつつあり、様々なイベントなどが開催されるようになったことから、客の動きも活性化し始めている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・売上は前年を上回っているが、前年は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出されていた時期であることを考えると物足りない。特に衣料品、化粧品などはいまだに回復傾向がみられない。新型コロナウイルス発生前の2019年との比較では98%程度の水準にとどまっている。
	スーパー（役員）	お客様の様子	・夏祭りなどの地域行事が復活しているため、関連する商材が売れている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・観光について、個人客の動きが出始めており、景気はやや良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・前年と比べて客の行動が活発になっている。観光地などの店舗が前年や前々年と比べて上向いているため、好調に推移している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・予断を許さない状況ではあるが、人流がみられるようになっており、夏物が動いている。
		自動車備品販売店（店長）	それ以外	・商業施設などの人流が増えていることから、景気はやや良くなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ランチが活況で、売上は新型コロナウイルス発生前の6割ほどの水準まで回復している。ただ、昼は来客数が増えてはいるものの、客単価が低い。一方、夜は来客数も客単価も回復しておらず、低調な売上が続いている。旅館やホテルでは道民割などの利用客が増えているようだが、高級レストランにはそうした影響もみられない。低価格帯の居酒屋は早い時間帯は若年層を中心に混雑しているが、午後8時を過ぎると閑散とする店もみられる。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が収まりつつあり、懇親会などの需要が増えている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者が出ているが、ゴールデンウィーク期間中に移動自粛などの措置がなかったにもかかわらず、その後の感染拡大もみられないことから、来客数が徐々に増加傾向にある。当店も感染対策を施しながら観光客の受入れを継続している。
		旅行代理店（従業員）	それ以外	・旅行者が動き出していることから、景気はやや良くなっている。ただし、国の旅行政策がまだ中途半端なことから、余り過大な期待はできない。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数や電話などでの問合せが増えている。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・旅行希望者が着実に増加している。新型コロナウイルス発生前の水準にはまだ及ばないが、来客数や販売量の動きが上向いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜間のタクシー利用はまだ少ないが、稼働しているタクシーの6月の売上は新型コロナウイルス発生前のマイナス5%程度とほぼ回復している。ただ、高齢化とコロナ禍の影響でこの2年間で乗務員が約30%減っており、会社の売上は新型コロナウイルス発生前の2019年のマイナス35%となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・日中の客の動きは2019年と遜色なく推移している。ただし、夜の送客には回復の兆しが一向にみられない。
		通信会社（企画担当）	来客数の動き	・店舗への来客数は前年の8割程度に落ち込んでいるものの、大型商業施設などでの出張販売については人出が増えていることもあり、前年から5割以上の伸びとなっている。それに伴って端末の販売量も増えている。ただ、競合他社との間で、割引制限のない旧端末での価格合戦となっており、戦いはし烈を極めている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前は1日の利用者が平均1000人台だったが、6月は24日時点で平均2000人台となっている。ただ、新型コロナウイルス発生前と比べればまだまだの水準である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると明らかに人の動きが変わってきている。旅行、食事、文化サークルの活動、スポーツ観戦などの話題を客と話す機会が多くなっている。来店サイクルも新型コロナウイルス発生以前の水準に回復している。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・5～6月と売上が前月を上回るようになってきている。前年と比較してもやや良い状況にある。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は収束していないものの、感染状況が落ち着いてきていることから、3か月前と比べると観光客が増えている。それに伴って消費にも回復の兆しが見られる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみても難しい面があり、景気が良いとか悪いとかの問題ではなくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数は低い水準で落ち着いているものの、物価高が影響し、客足は遠のいたままである。道外からの旅行者は回復の兆しがみられるが、道内からの旅行者は依然として少ないままである。区域内の住民の買物は必要最小限となっており、当面不必要な商材の購入は控えられている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・原材料の値上げが続き、当社も価格を上げざるを得ないが、末端メーカーであるため、販売しても利益が少なく困っている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数の動きをみると、3月が前年比92%、4月が前年比93%、5月が前年比96%、6月が25日時点で前年比93%と余り変動がみられない。一方、買上客数の動きをみると、3月が前年比97%、4月が前年比109%、5月が前年比116%、6月が25日時点で前年比105%となっている。3月と比較すると良くなっているが、5月がピークともみられることから、どちらの方向ともいえない状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は前年を上回っているが、商材の価格が上がっていることも要因となっている。来客数が減少していることの影響も懸念される。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・4月からの値上げの影響で、6月前半はやや買い控えがみられたが、夏物家電の品不足のニュースが流れたことで、月後半は予約客が目立つようになっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量はそれなりにあるものの、海外のロックダウンの影響によって納期が長期していることで購入を見送る客もみられるなど、全体としては厳しい面がある。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	単価の動き	・石油製品価格の高止まりによって販売量が鈍化している。
		その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・ここ数か月、商材の値上がりが続いているため、買い控え傾向がみられる。今後も値上げが続くとみられるため、景気は不安定な状況にある。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・5月も6月も来客数は余り変わらなかった。6月になれば少しは良くなるとみていたが、見込みほどではなかった。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・道民割が実施されているが、北海道内の需要はほぼ一巡しており、客の反応がなくなっている。全国旅行支援が実施されなければ、景気が上向ききっかけもできない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除後から徐々に回復傾向にあるが、回復のスピードは遅く、コロナ禍以前の水準と比較すると、いまだに7割の壁を超えることのできない足踏み状態が続いている。また、ウクライナ情勢、原油高、円安の影響により消費マインドが抑えられていることもマイナスである。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策を行った上でのイベントは開催されるようになったものの、規模が縮小されているため、来客数もそれほど増えていない。全体的な来客数もほとんど変化がみられなかった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍のなか、いまだに先のみえない状況が続いている。人の流れはやや上向いてきたが、新型コロナウイルスの新規感染者数次第の面があり、まだまだ注視していく必要がある。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高を懸念している人が多いことから、景気は変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームに来訪する客の購買意欲は衰えていない。購入を決定するまでに要する時間も短い。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・自粛疲れの反動によるリベンジ消費が盛んであるが、値上げが一段と進んでいることに加えて、株価低迷が消費者心理に重くのしかかっている。来客数が減少している上、販売点数も減少気味である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車供給の状況がますます悪化している。これまでの受注残はマックスに膨らんでおり、解消には年単位の時間が掛かると見込まれる。新車や中古車の売上に期待を持ってない状況にあり、しばらくは現在の状態がスタンダードになるとみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・直近において、販売量が前年を下回ることが多くみられ、車検や点検の入庫台数が目標を割ることもみられる。客が価格の安い店舗を選ぶ傾向もみられるようになっている。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・車の納期が長期化していることが影響し、販売量が上向いてこない状況にある。ただ、メーカーの生産状況をみると、上海のロックダウン解除に伴って、納期が少し早くなっている。
		その他専門店 [医薬品](経営者)	単価の動き	・2020～2021年にかけては新型コロナウイルスの影響で景気が良かったが、現在の景気は落ち着いている。悪いことではないが、経営的にみると厳しい。
	x	スーパー(従業員)	お客様の様子	・販売価格の上昇に伴って、客単価の上昇、買上点数の減少、来客数の減少などの動きが顕著になっている。客の買い控え傾向が強まっている。
企業 動向 関連		*	*	*
(北海道)		建設業(役員)	受注量や販売量の動き	・前年度からの繰越し工事に加えて、新年度に受注した工事が本格的に着工した。当初計画を上回るペースで進行しており、出来高が順調に積み上がっている。
		輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・トレーラー輸送については、本州向けの生乳、紙パルプ関連が堅調に推移しており、農産品も前年度在庫品の荷動きが出始めている。また、本州内での一般雑貨も順調である。今後についても関東地区の早い梅雨明けによる飲料関連の伸びを期待している。倉庫についても、バター、粉乳の保管数量が依然として高い水準で推移しており、しばらく好調が続くと見込まれる。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・人の動きが活発化していることで、個人消費については持ち直しの動きがみられる。ただ、物価上昇による節約志向もみられるなど、2極化の状態にある。道内景気は力強さに欠けるものの、コロナ禍の影響が大きかった3か月前と比べるとやや良くなっている。
		司法書士	取引先の様子	・不動産業や観光業の取引先の様子から、新型コロナウイルスの影響による自粛の動きが段々と弱まっていることがうかがえる。また、道民割などの再開やブロック割の開始に伴って、旅行業や観光バス事業者などの業績も伸びている。不動産業は低調と言われているが、季節的に繁忙期となるため、3か月前と比べると取引量が増えている。
		その他サービス業[ソフトウェア開発](経営者)	受注価格や販売価格の動き	・人材不足のせいもあって受注単価が上昇している。
		食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらない売上となっている。
		輸送業(支店長)	取引先の様子	・景気はさほど変わっていない。現状維持で推移している。
		司法書士	取引先の様子	・全国的に新型コロナウイルスの感染者数が減少し、少数ではあるが外国からの観光客の受入れも開始されるなど、景気が上向く機運もみられる。ただ、ロシアのウクライナ侵攻に伴う、原油、ガスなどの価格高騰を要因とする諸物価の上昇が著しく、景気回復に水を差す状況となっている。不動産など、高額な商材の取引はまだ低迷したままである。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	受注量や販売量の動き	・5～6月の売上をみると、若干ではあるが、前年割れの状況が続いている。ただし、業界的には都心部を中心に再開などの民間設備投資が堅調に推移している。
		その他非製造業[鋼材卸売](従業員)	受注量や販売量の動き	・スポット案件などもあり、売上は順調に見えるが、ベース商材の動きが鈍く、全般的に仕事量が少なくなっている。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・当地の再開が注目されているが、その他の業務は少ない。報道されているように業界の年間業務量は半減している。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・通信・IT業界において、コロナ禍の影響による景況感悪化は軽微であったが、半導体の逼迫に伴って納期遅れが生じており、業績への影響が拡大している。景況感はやや悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	受注量や販売量の動き	・物価高と納期遅れのため景気が下向いている。
	x	-	-	-
雇用関連 (北海道)		-	-	-
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・ここ2～3か月、企業の潜在的な求人意欲が感じられたこともあり、地域の新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、求人件数も徐々に増加している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・前月に引き続き観光関連業界である飲食店や宿泊業の求人が堅調である。また、小売業の求人も増加傾向にある。ただ、求人数が増加している一方で、全体的に求職者の応募数が少なく、採用に苦慮している企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前と大きな変化はないものの、飲食業、宿泊業、小売業の求人数が若干増えるなど、明るい材料もみられる。新型コロナウイルス新規感染者数が落ち着き、個人消費が活発になっていること、外国人観光客の受入れが再開されたことなどによる期待感の表れとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・飲食業界、ナイトワーク業界からの広告掲載申込みが回復傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における5月の有効求人倍率は0.88倍であり、3か月前と同様の水準となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・企業の新卒採用活動が新型コロナウイルス発生前の状況に戻るなど、活発である。一方、学生は、コロナ禍での企業活動の停止、休止を強く意識しており、飲食、旅行、ホテルなどの業種から内定を得ていても就活を継続する動きがみられる。全体的にみると、企業の動きが非常に良いことから、景気は上向いている。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数が増加傾向にあるなど、企業の採用意欲は旺盛にみえる。また、採用基準が上がっていることから、良い人材を積極的に採用したいという意向もうかがえる。当社から提案した人材が一次面接につながる件数は前年比で5割増しとなっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・5月の新規求職者数が前年から12.2%増加し、新規求人数が前年から12.1%増加している。懸念材料はあるものの、業況が堅調な企業を中心に求人が増えている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・食品や日用品、光熱費、燃料費の大幅な値上がりと値上げの抑制がマイナス要因となっている。
	x	-	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東北)		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたためか、最近、新幹線を含め列車利用客も大幅に増えてきて、駅に隣接する当館内に入ってくる流動客も増加傾向にある。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・休平日や休日の動きが良いことに加えて、平日の動きが3か月前の来客数の3倍となっており、確実に良くなっているといえる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月はプロスポーツの試合やイベント、コンサートが開催されており、そこに集まる県内外からの客が大勢いる。また、観光地にも多くの流入が認められる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・プレミアム付商品券や地域共通クーポンが使えるため、来客数が増えている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・様々な規制緩和とブロック割や地域共通クーポンなどにより県外からの観光客が増加傾向にある。それに伴い観光施設への販売量が増加している。また、飲食店も少数でありながら予約も入るようになり、徐々に販売量が上昇しており、全体的に回復基調にある。
		百貨店（催事担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、来客数が増えている。衣料品を始め、ファッション関連商品の動きも復調している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響も次第に薄れてきているため、夜間と週末の動きに回復傾向がみられ、販売量も回復しつつある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冬が終わったこともあるが、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたのか来客数が徐々に増えてきている。特にホテル下の店舗では新型コロナウイルス発生前の売上に近づいている。過度な期待は持てないが多少は安心できる。ただし、経済が活性化してくると人手不足が起きるため怖い。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量、単価の増加が顕著に表れてきており、新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。反面、来客数の減少に歯止めが掛からず将来的な不安につながっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少と気温上昇に伴い、人の動きが良くなってきている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客単価の上昇、人流回復傾向にて、多少数値が改善している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・政府や県などからの新型コロナウイルス対策の制限を緩和するコメントが、外出する機会を増やしているとみられる。飲食店等の利用も増加し、来客数が新型コロナウイルス発生前に近づいている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・どこかに出掛けるといふ人の動きが多くなってきている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・少しずつ気持ちが外に向いてきているようで、外出の計画をしたり、出掛けることを想定した買物をする客も出てきている。しかし、年代が上の人は切り替えられずにいるようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・葬式や結婚式、出張、就職活動におけるリアル面談の再開といったことがあり、礼服、スーツが非常に順調に推移している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・旅行、ブライダルなど、モチベーション需要が新型コロナウイルス発生前の状態に戻りつつある。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数、客単価は前年並みに戻りつつある。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・3月の需要期と比較して、新規来客数は15%増加しており、成約台数も伸びてきている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新車部門は車両の生産能力に若干危うさがみられるものの、ある程度安定した車両供給がされているため、増収傾向にある。中古車部門はオークション相場が高騰、かつ小売用の車も追い付かず、減収傾向が払拭できないでいる。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は販売量が増加しているものの、受注残分を納品したためであり、景気はさほど変わっていない。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・前半は来客数も多かったが、暑さのせいも、後半は少なくなっている。客の年齢層が高いため仕方がない。
		その他専門店【酒】（経営者）	販売量の動き	・数字はまだまだ小さいが都市部では徐々に飲食店が動いてきている。一般店頭ではまだ悪い状況が続いており、当面は変わらないとみている。全体的に良くなっている状況ではないが若干好転の兆しがある。
		その他専門店【靴】（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が下げ止まりから増加傾向になっているため、来客数が思うようには増えてこない。2019年比では80%ほどで回復傾向が一服している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・県民割が延長になり販売が伸びている。問合せも多くあり、来客数も伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・少しずつ宴会などが入ってくるようになってきている。しかし、会社によってはまだ大人数での飲食を禁止したり、控えるよういわれているため、まだまだ景気は戻らないようである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月中旬辺りから徐々に客が来るようになった。来月の予約等も比較的に入るようになってきている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・自粛する人が少なくなり、来客数も増加傾向にある。法人旅行も増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新規感染者数が落ち着いてきていることもあり、活動再開の兆しがある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・今月に入り、来店を含め個人の申込みは増加傾向にある。ほぼ国内ではあるが、ようやく海外の申込みも出てきており、これまでの低迷していた状況とは明らかに違っている。また、団体においても個人ほどの増加傾向ではないものの、前月よりは問合せ案件含め増えてきており、緩やかに回復の兆しがみえてきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・2019年との対比では比較にならないほど悪いが、前年と比べれば良くなっているという水準である。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス発生前にみられていたボーナス支給後の夏季商戦が今季は明確に販売数値に表れている。コロナ禍でボーナス支給額の低下や支給がなかった前年や前々年とは状況が大きく変化している。
		観光名所（職員）	単価の動き	・売場での客の会話を聞いていると、周りに旅行に行くことを伝えてきているようで、土産の購入が以前よりも増えている。それはレジの客単価にも顕著に表れており、新型コロナウイルス発生以来の客単価になっている。
		美容室（経営者）	単価の動き	・人に会う機会や出掛けたりする機会が増えたため、パーマやカラーをする客が増え、単価が上がっている。
		その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が増え、成約率、契約額共に増加し、販売量も増えている。回復の兆しがみえている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、商店街の来街者や売上は横ばいとなっている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず低迷している。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・店頭の販売数量や客の様子を見ても、消費マインドは良い方向に上がってきている。一方で、物価上昇が少しずつ中間層に影響を与えており、お中元商戦の受注件数の減少などに現れ始めている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向になれば購買意欲も高まるとみていたが、改善の兆しがみられない。プレセールの来客数も例年より減っている。物価高が日常生活にも影響し、必需品の買い控えにつながっているとみられる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・物価の上昇により、客の買い控えが続いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・少し人が動き出してきたが、天候が悪すぎて今のところはなかなか上向いていない状況である。天候が良くなってくればまた変わってくる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなってきて、夕夜間の客が増えてきた。しかし、物価高による買い控えも影響して、売上前年比は100%を少し上回るくらいである。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の上昇により販売価格も上げざるを得ない状況になり、売上を上げるのが困難な事態になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月ほどの勢いはないが、3か月トータルでは売上が増加している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・6月に入り、コロナ禍で2年間ビジネス衣料を購入していなかったビジネスマンによる購入が増加している。
		家電量販店（従業員）	単価の動き	・来客数は減少し、商品単価も下がっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が出たにもかかわらず販売が余り伸びておらず、代わりに中古車などが出ているため、景気が悪い状況は変わっていない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・上海のロックダウンが解除になったが、納期遅れ解消には至らず、販売量も変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・車検入庫数は変わらないが交換部品は少ない。人や物の車による移動が少ない影響は1年又は2年後の車検時でないと分からないところがある。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染も収束しつつあり、少し良くなったような気がするがまだまだである。客は戻っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多かった時期と比べると多少は客が戻ってきている。しかし、ディナータイムの客は極端に少なく、曜日によってもかなり客が少ない状況が続いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・エネルギー価格の高騰により収益が悪化している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・順調であった集合住宅へのインターネットサービス、オーナー一括契約が伸び悩んでいる。個人の通信サービスへの加入も通信キャリアへの乗換えなどがあり、伸び悩んでいる。放送サービスはテレビのネット同時配信や動画配信事業者との競合が続いており、停滞したままである。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・金利の上昇による個人消費の冷え込みも懸念されるなか、なかなか上向き傾向がみられない。貯蓄傾向にあるため中小企業は投資意欲が後退している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられず、余り良くない状況に変化はみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・徐々に物価が上昇しており、経費削減要求も強くなっている。
		競艇場（職員）	来客数の動き	・毎日、固定客のみ来場している。電話の問合せが減っていることで新規客が少ないことが分かる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比93%前後で、売上も94%ほどである。客単価は若干増えているが、来客数がなかなか戻らない状況が続いている。当店としては深刻な状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・暖かくなると髪を手入れしたくなる人が増えるため、来客数が増えている。
		設計事務所（経営者）	単価の動き	・官公庁設計案件としては、新築案件は減少し、改修案件が増加している。受注状況は新築案件は低価格による受注が多く発生している。改修案件は価格の高止まりも増えており、何でも安くという状況ではない。ただし、物価高を考えると景気は下降しているのかもしれない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・土地、建物共に少額希望客が多く、受注しても客単価が低い。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器の交換工事が増えている。リフォームには塗装工事は減ったが、増改築工事は資材、商品の納品遅れが改善したことにより、工事の完了が増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・燃料費、原料費の値上がりで、価格の上昇が止まらない。
		一般小売店[書籍]（経営者）	販売量の動き	・出版社の出版企画の数が非常に少なくなっていることが、店頭の商品点数に非常に大きな影響を与えている。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況の収束が進んでいるため、繁華街にも本来なら人が戻るはずだが、深夜のサラリーマン客は全くと言っていいほど戻っていない。ただし、金土だけは若者が散歩に出ており、非常ににぎやかな状況になっている。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	販売量の動き	・今月に入り、新型コロナウイルス感染症関係の商品の動きも一段落している。前年と比べれば10%ほど落としている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・6月の平均1品単価は前年比103%まで上昇してきたが、買上点数は反比例するように前年比95%に近づいている。来客数は依然として変わらずよく推移している。原料高の価格転嫁が広く進み、消費動向は悪くなってきている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数が97.8%と前年を割っている。週末も前年のような来客数に戻らず来店頻度が減少している。
		スーパー（営業担当）	お客様の様子	・6月前半の低温から後半は酷暑と気温の寒暖差が大きく、季節商材の進捗が予想どおりに行かない。後半の酷暑は、消費量の減少にも影響している。農産物への影響も更に深まるようなので、財布のひもは更に固くなると考える。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・原油価格の高騰により商品価格が上がっており、客の消費意欲が下がっている。また、建設関係が震災前と同じくらいの不景気だということで、公共事業を中心に現場が激減していて、工事関係者の来客数が目に見えて減っている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・後半は暑くなりエアコンを中心に売上が伸びたが、テレビなどAV機器の売上は前年比90%程度と低くなっている。今後もウクライナ情勢や新型コロナウイルスの問題、値上がりなどの市場動向もあり、客の購買意欲は高まらないと予測している。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・農家の人の来店が減っている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数はあり受注もあるが、長納期状態により現在の収益にならず、3か月前より若干悪くなっている。
		その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・例年夏物の販売が多くなる時期であるが、今年は動きが非常に良くない。梅雨明けも早く、暑い夏になりそうであるが、景気は冷えているといった感じである。夏のイベントや祭りも縮小ながらも復活したが、今までどおりとはいかないようである。また、値上げの情報も来ている。
		その他専門店 〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・電気料金などのライフラインコストや物価の上昇で、し好みやぜいたく品の買い控えが始まっている。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・価格高騰により1回当たりの給油数量が減少している。満タン給油を避け、数量指定給油が多いことから、節約志向の強まりがうかがえる。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・暑い日が多く、灯油の販売数量が例年より落ちている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・シーズ的にさくらんぼに絡めた観光等の客もあり日中は人の流れがある。夜も週末は地元の若い世代が繁華街にちらほらみられるが、それ以外はまだまだ静かである。宿泊客はホテルから外に出てこないし、地元の人とは他のエリアから人が多数来ると、新型コロナウイルスに感染してしまう可能性を危険視して出てこない。心理的なブレーキにより景気は上昇が止まっている。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・3月の地震による調査は一段落し、タクシーが街中に戻っている。しかし、夜間の動きがみられない。他社も同様である。この景気では売上が上がらない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・インフレで各種物価が上昇しており、消費者の支出負担は徐々に増加傾向にある。収入は変わらず家計にダメージを与えている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・梅雨にもかかわらず天候はまずまずだったが、新型コロナウイルス感染症の影響が残り、学校団体の戻りが悪い。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・全体の来場組数と新規来場組数が前年比で10%減少している。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数も悪化しているが、それ以上に単価の下落が顕著であり、改善の兆しがみえない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・可処分所得が伸びないなか、あらゆるサービスの価格が上昇している。客はその値上げを受け入れているだけで、懐具合が良いわけではなく、買い控えている。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・総菜、菓子以外のカテゴリー全てで前年比マイナスとなっている。
企業 動向 関連 (東北)		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・仕事以外の身の回りの人からは景気は余り良くないように聞いているが、客との話ではそれほど悪さを感じていない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きが良くなり、特に駅や空港の売店は前年比倍くらいの売上になっている。しかし、新型コロナウイルス発生前までは追い付いていない。売上回復はうれしいが、それ以上に原材料や資材費等コストの負担増が厳しい。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・飲食に関するコロナ禍のブレーキが弱まり、アルコール摂取の機会が増えてきている。1店当たりの滞留時間も長くなっている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢や半導体不足などの懸念材料はあるものの、足元の受注状況は好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先の動きが良くなってきている。案件数の増加、引き合いからの正式注文件数も伸びてきており、以前よりも活発化している。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は増加傾向にあるが、資材価格の値上がり気味である。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、飲食、サービス業は前月以前に比較して売上、利益等改善している客が増加している。建設業などは一定の売上、業績を維持しているため、全体としてはやや回復しているとみている。
		その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・世界的に小麦粉不足で麦価が非常に上がっているが、カップや袋入りの即席めんの動きは非常に好調だった。6月1日に値上げが発表されたが、店頭売価に反映されたのが中旬だったことによる。そういった例が非常に多く、前年比約110%と全体的に伸びている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規事業は好調だが、本業の印刷は不調である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕入原価の値上げは2弾、3弾とあるのに、販売価格はなかなか引き上げられない。販売価格の引上げに見合ななければ、受注そのものが取下げられてしまう状況である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・各設備の予防保全において、事後保全にて対応している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・様々なもののオンライン化が進むなかで、ゲームでも進んでおり、電子関連需要の減退はみえない状況である。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・震災関連工事など、一定の受注量にて推移している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上自体は少しずつ上向いている。しかし、どうしても新型コロナウイルス発生前と比較してしまうので、まだまだ景気が上向いていると感じるところまでいかない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応をみる限り、少しずつ対面営業しやすくなってきている。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が一段落している状態で、夏に向けて景気上昇を期待していたが、円安、燃料価格高騰等、先行き不透明感が強いと、販促活動を手控える企業も多く、広告業界は停滞気味に推移している。
		経営コンサルタント	それ以外	・消費環境に大きな変化は感じられない。ウィズコロナの生活様式を模索する状態が続いている。
		その他企業 [企画業]（経営者）	それ以外	・町内温泉街への客足は春先から増えてきているものの微増である。夏休み宿泊客や日帰り客の増加に期待したい。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・購入した農業生産資材のほとんどが1～2割程度値上がりしている。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼの出荷価格は、県内全般で豊作にもかかわらず、前年比でそれほど下落しなかったものの、当園が不作だったため収入減少となっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比10%減少となっており、3か月前と比べてやや悪化している。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・需要の減少に加え、資材高騰等の影響により収益性が悪化している。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・観光宿泊関連は上向きが継続する一方で、仕入高・原料高・輸送コスト高とそれに伴う末端価格上昇により、消費意欲には陰りがみられる。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎月複数の仕入先から、事前の打診もなく一方的な商品値上げの通知が届いている。通知から1か月以内に実施されることが多いため、社内で検討する期間が短く対応に苦慮している。その結果、転嫁するタイミングが遅れて業績に多少の影響が出ている。
	x	*	*	*
雇用 関連		*	*	*
(東北)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は順調に推移している。その点では前月から変わっていない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・全国的に派遣需要が回復傾向になってきており、景気は徐々に回復傾向の兆しがある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・会議も増えてきているようである。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・求人広告の間合せが若干増えてきている。ただし、求人広告を掲載しても応募が少ないなど求職者の希望職種に偏りがあり、業種によっては求人難が続きマイナスに影響する可能性もある。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・自動車ディーラー関係の景気が若干上向いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数はほぼ全業種で前年同月より増加し、11か月連続で前年同月を上回っている。また、事業所からは人手不足の声が多く聞こえており、事業主都合の解雇者は13か月連続で減少している。
		学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症による経済活動の低迷も落ち着いてきており、様々なイベントやサービスが再開している。人も活動的になり、経済活動も活性化している。
		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・ウクライナ情勢による物価高を踏まえると先行き不透明なところはあるが、物流や飲食、ホテル業、旅館業などの求人数は増えている。
		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響が減少し、人手不足から企業の募集が活発である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・宿泊関連中心に徐々に投稿増の動きもあるが、新聞広告の売上回復には至っていない。
		職業安定所（職員）	それ以外	・食料品、燃料等あらゆるものの価格が上昇しており、直接生活への影響が大きくなっている。
	x	-	-	-

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北関東)		百貨店（店長）	来客数の動き	・店舗への来客数が前年を上回り、2019年の新型コロナウイルス感染拡大前の実績に戻つつあることから、商売のペースは大幅な回復基調になっていると認識している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当店は観光立地なので、新型コロナウイルス感染症の影響で観光客が少なかったが、感染状況が落ち着いてきたので来客数が増えている。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・1組4人以上の宴会も増えてきており、宴会以外でも問合せや来客が順調である。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宴会等の直近予約が入り始め、動きが出始めている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・県民割を中心に、宿泊の急激な回復は継続している。緩やかではあるが、料飲部門では少人数の宴会等も動いてきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響も収まってきたことから、明らかに外出時の客の動きが活発になってきている。店舗も混雑しているところが日に日に増している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・家に居ることに慣れたためか、外出をおっくうがる人が多い。ただし、若い世代は外出をちゅうちょすることなく計画をしているようである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後に危惧された感染爆発もなく、新型コロナウイルス新規感染者数が低く抑えられているためか、観光客が比較的出てくるようになってきている。4月から再開されている修学旅行や遠足も引き続き多い。一般観光客も、徐々に会社や友人に配るための土産を購入するようになってきている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス発生前の同月と比較して、若干マイナスではあるものの、売上は回復傾向にある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年は梅雨が6月に明けて猛暑になったため、この何日かで調理麺等がものすごい販売量となっている。その分、弁当等は少し落ちているが、冷たい麺が多く売れているので、今は良いのではないかと。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で、売上は103%、来客数は96%、客単価は107%となっている。6月に入り商材の値上げが続く、客単価は大きく伸びた一方で来客数は微減で推移しており、売上としては微増になっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は27日に最速の梅雨明けとなり、エアコン、冷蔵庫が売れ、前月比で111%、前年同月比で109%と、好調に推移している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ボーナスや年金支給等、お金が動く時期に、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、外食しやすくなったようで客の動きがある。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・教育旅行の団体客来訪が順調に進んでいる。ブロック割の効果もあり、その他の客層もある程度は伸びてきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・支店の販売量や新聞記事を見ても、増加傾向にある。ただし、先の予約なので、新型コロナウイルスの感染状況次第では取消しが発生することに注意しなければならない。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・5月に引き続き6月も動きが良く、新型コロナウイルス発生前の売上に戻っている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、個人客や学生団体が動き始め、回復傾向になってきている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・建設業は比較的仕事も増えて、忙しくなっている。飲食業、旅客業も来客数が増えているようである。
		設計事務所（所長）	それ以外	・周りを見ていても、人の動きが活発になっている。新型コロナウイルス感染症によるもろもろの行動制限も解除され、新型コロナウイルス発生前の生活に少しは戻りつつある。ただし、価格高騰の影響がどのくらいあるか、今後の見通しは立てにくい。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・前月まで検討していた物件に対する引き合いが、やっと契約段階になりつつある。店舗も秋からの契約で埋まりつつある。客はいまだ慎重なようで「また新型コロナウイルス感染症で封鎖されるのではないか」という心配があるようである。動きが少々良くなって来ていると思う。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきたように見受けられる。毎日の新規感染者数も少ない数で、上下している。地域の各種団体の会議やイベントなども始まるような機運になってきている。客も少し安心して買物できているのではないかと。
		一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症をきっかけに、ラーメン屋、飲食店等で、ぼつぼつと閉店するところも出始めている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は低水準で維持され、行動制限が緩和される状況下で、来客数も改善してきている。ただし、比較的堅調な富裕層に比べ、中間層の購買意欲は必ずしも改善してきているとはいえない。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・現在、商店街に来る客は多少増えてきているが、なかなか売上に結び付く行動にはなっていない。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス関連の行動制限緩和で、ホテル、ペンション等は、来客がそこそこきているので、良くなっている。ただし、飲食店、一般企業等の景気が良くなって、客が来ている様子はないので、まだ、そこまで良くなっているのではないかと。当社は観光地を控えているので、ホテル関係が良くなれば、徐々に良くなっていくと思うが、前月は少し上がり調子だと思ったが、今月は落ち着いてしまって、そんなに景気が良いと感じることはない。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたが、我々のメインターゲットである高齢層の来客が今一つ鈍い。外出を控えていた客の出足の回復を待たなければならない。店によっては回復しているところもあるが、全体としては鈍い状態である。メーカーの生産が少しずつ正常へ向かいつつある。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は収束傾向だとは感じているが、地方では顧客の広告代理店業界までは好影響が皆無で、いまだに厳しい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（社員）	単価の動き	・全てとはいわないが、メディアの情報も含めて物価は上昇していると感じている。生産者は、値上げをしたくてしているのではないと思うので、消費者と生産者の両面を公平に判断する必要がある。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・来店客からは、「食品値上げや電力高騰等により、消費行動を抑えねば」という声が聞かれる。
		ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・物の値段が上昇しているの、買物は慎重になっている。
		ゴルフ場（従業員）	販売量の動き	・原材料や資材価格の高騰により、利益を圧迫する懸念がある。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者は徐々に減少しつつあるが、来場者数は横ばい状態である。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	単価の動き	・街中ににぎわいが出てきているが、大方の消費は依然として低調である。車検整備や板金塗装等のメンテナンス売上は厳しく、客単価は当分回復しない。ボーナス支給時期の7～8月に期待する。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・資材調達が困難な上、物価高騰でコスト増加になっているので、全体的に動きは鈍い。
		その他住宅 [住宅管理・リフォーム]（営業）	お客様の様子	・原材料価格の高騰が続いており、品種も多岐にわたっている。最初の見積書提示から時間がたつほど金額が上がってしまい、見送りや未成約となるケースが続いている。
		一般小売店 [茶]（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の影響を不安視する動きや、必要な物以外は買わない等、買い控えの動きが出てくるのではないかと。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているのに、来客数が伸びない。
		スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・生活関連、電気、ガソリン、食料品等の値上げの影響が顕著に出てきている。プレミアム付商品券等の購入はするが、シビアに利用している感じがする。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・当地は、自動車関連の下請企業が多く、生産量が減っているため、経営が厳しいようだと感じる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売は、受注から納車までの時間が掛かり過ぎるせいなのか、販売台数が伸び悩んでいる。5月と同様、整備部門の売上でしのいでいる状況である。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・車両の納期遅延状況は少し解消されてきたが、各種値上げの影響で来店数が減少してきている。また、商談件数も減少してきている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今から2年前に新型コロナウイルスが発生し、子どもたちが学校を休んだ時期の2～3か月間は、かなり良くない状況だった。そのときのムードに非常に似ていて、客の動きが余り良くない。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染対策の緩和により、外出機会が少しずつ増えているようである。客は小売業以外のところでお金を使っているが、物価上昇により全体的な景気は下がっている。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・ここ数日の猛暑で、一気に夏物が動き出したが、それまでのマイナスをカバーするまでには至らない。天候の変化の幅が激し過ぎることや、いまだに商材の供給が安定しないため、需要があっても供給できない。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・ほとんどの仕入商材で、ひっきりなしに値上げがある。スーパーに行っても食品、日用品の値上げは当たり前で、これでは買物や出費を控えるようになるのは当然である。
		その他飲食 [ファーストフード]（経営者）	それ以外	・急激な気温上昇で体がまだ天候に慣れてないため、熱中症に対する警戒感などから人々の外出が減ったりして、3か月前と比べて消費は減っている。
		その他飲食 [給食・レストラン]（総務）	単価の動き	・事業所給食部門は、新年度から新規受託先を加えたことで、前年と比べて、売上は増加で推移している。ただし、食材費や経費の上昇により、収益面では前年水準を維持することが難しくなっている。献立等で工夫や改善を加えているが、価格が上昇する品目が増えてきて、逃げ場がなくなっている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・他キャリアからの乗換え以外は、販売数が減り続けている。
	x	一般小売店 [家電]（経営者）	来客数の動き	・必要最低限の物しか買わなくなっている。出費がしたくてもできないという方が結構いる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者は減少傾向だが、ロシア、ウクライナ戦争による世界的なインフレで、生活必需品が値上げとなっており、かなりの消費者が買い控えをしているようである。また、梅雨明けが極端に早く、今月後半は連日の酷暑のために買物客が非常に少ない。
	×	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・政治決断で外出制限が比較的緩和されてきて、さらに今月は年金支給月だったが、当店の顧客の多くを占める年金受給者の高齢者は外出の規制緩和がなされたにもかかわらず、暑い日が続いているせいもあり、本当にこない。この先どうなるか、明日が全く見えない。
	×	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・マスク必須の状態のままでは、外食産業に客が戻ってこない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・6月に入り、タクシー利用客が激減している。電車から降りてもタクシーを利用せず、駅前レンタカーを利用する客が増えている。月の後半からは、利用客がやや増えつつあるが、現在でも、夜の帰宅時間は早く、深夜の利用客は少ない。
	×	通信会社(経営者)	単価の動き	・日銀の異次元の緩和ももはやアリ地獄状態になっている。超低金利に甘んじてきた企業はぜい弱になり、今更金利を上げられない。日本政府も同様である。日銀もいつまで指し値オペを続けるのか。代償を払うのは国民なので、業績など良くなるはずがない。サプライチェーンの崩壊で、いまだに流通が滞っており、仕入コストばかりが上がっている。薄利で企業は一層ぜい弱になり、消費者には皮肉にも脱デフレのはずが、デフレマインドを一層助長する結果を招いている。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・オイルショックからの狂乱物価再来が頭をよぎる。相次ぐ商材の値上げは、消費者一人ではあらい難く、負担増の解消へ、政治の力を問う選挙になる。
企業 動向 関連 (北関東)	-	-	-	-
		金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・前月に比べて受注が増加している。特に、半導体関係の取引先からの受注が増えている。
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の場合、50社ほど取引先があるが、各社が少しずつ上向いている感じがするので、良くなっている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きは良くなっている。車で移動する郊外型のイベントやショッピングセンター等では、ガソリン価格高騰の影響からか、苦戦しているところもある。
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は大分下火になってきたが、まだまだ心配である。
		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたので、秋口から伸びるかという期待はあったが、受注量は減るような感じで、全く良い方向が見えてこない。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・この数か月で、若干良くなった会社もあるし、落ちたままの会社もある。総合的には余り変わらない。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・半導体不足による影響が否めない。
		その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。順調に受注件数や金額が確保されている。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・物価が上がっているにもかかわらず、価格を据え置いて対応しても、前年売上のクリアが難しい。経費の増加分を吸収できていない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車の組立ライン停止が常態化している。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・夏物家電のエアコン、扇風機等の物量はこのところの暑さ続きもあり、前年並みの物量を確保しているが、前年のようなオリンピックイベントもないので、大型テレビや白物家電の物量は10%ほど落ちている。燃料価格高騰もあり、輸送費等が高くなり、利益は薄くなっている。
	不動産業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・時期的に受注が増えるものの、建築資材等を始めとして全体的な物価の上昇の影響を感じている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・定期保守、スポット業務共に、業務量は復調してきている。ただし、資材や燃料費等の値上がり分を全て反映させた値上げは、受け入れてもらえない契約がまだ多くあり、利益率が低下している。
		広告代理店（営業担当）	それ以外	・当社も含めて、銀行への返済が始まる時期にきている。思うように売上が上がらない状態での返済は、かなり厳しい。取引先も同様であり、今後は倒産が増えるだろう。
		経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス禍がほぼ収束したと判断でき、消費マインドが高揚し始めたとみられる。ただし、収入が余り増えず、可処分所得の充足感が乏しいので、消費需要が盛り上がっていない。梅雨時の天候も災いして、観光地、観光スポット等への人出も少なく、地域経済も息切れしている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・やや悪くなっているといってもよいほどの落ち込みである。
		建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。今期の公共工事発注額は前年比35%減少と厳しく、当社受注も前期比10%減少と、新型コロナウイルス禍の影響を受けて、厳しい経営状況である。今後の発注に期待したい。
雇用 関連 (北関東)	x	*	*	*
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響は出ていたものの、官庁関係等では夏のボーナスが支給されたこともあり、公共料金の値上がりを前に購買力が伸びている。衣料品、食料品、生鮮食料品等も値上げ前に、購入している。この暑さで、食品、飲料もかなり伸びてきている。また、公共事業なども伸びているので、ここに来てやや上向きかとみている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣依頼数が、新型コロナウイルス発生以前の水準に戻っている。また、新規事務所開設に伴う求人も増えてきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月の新規求人は、前年同月比22.5%増と、直近3か月は同水準で推移している。特に、飲食サービス業は、来客数増加に対応するための求人が提出されている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・消費行動が活発化しており、新店舗も出店している状況のため、景気は回復傾向にある。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・派遣業務が安定していない。長期派遣が短期に変更になったり、短期契約が延長される等、安定しない状況にあるが、平均すると変わらない。
		*	*	*
	-	-	-	

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・繁華街や事務所周りの店を中心に、来客数が増えている。在宅勤務から出社に切り替えている人が増えているようである。また、飲み会が増えて、繁華街の店舗の売上が前年と比べて伸びている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に注意しながらも、普通の生活になってきている。家族旅行やイベントも復活し、需要も旺盛になってきている。梅雨が短く、暑くなってきているので、夏物の需要が力強くなっており、既に品不足の夏物商材もある。マスクについては、先が見えてきたので切上げ態勢に入っているが、いまだに売れ続けている。暑くてもマスクを外す雰囲気にはなっていないようである（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・行動制限の緩和から、会社に行く際のビジネス用品や、フォーマル需要の高まりによってフォーマル用品を求める客が増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、今まで少人数であった宴会予約に、かなり大勢での団体予約が何件か入り、とても店が活気付いている。ドリンクの単価を少し上げたが、客から特に値上がりしたことについても指摘されず、かなり「飲みたい」という気持ちが伝わってくる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3月にまん延防止等重点措置が解除になってから、ようやく客が戻ってきている。ただし、法人関係の宴会は戻りが鈍く、会議あるいは弁当程度という形になっている。そちらが戻ってくれば本格的な回復になると思うが、今はちょうど過渡期と認識している。
		旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・今月は、まず国内の個人旅行が順調に推移しており、秋に向けての予約も入っている。また、教育旅行についても、修学旅行を中心に順調に進んでおり、秋以降に向けた販売も進んでいる。インバウンドも6月から再開し、徐々にではあるが販売が進んでいる(東京都)。
		タクシー運転手	来客数の動き	・物価が少しずつ高くなっているが、新型コロナウイルス禍の頃に比べて、客が表に出てきているように感じる。その影響で、以前よりは良くなっている(東京都)。
		商店街(代表者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止の外出抑制が随分と薄れ、街には人がたくさん出てきている。イベントへの関心が高く、開催してほしいという熱意も強く伝わってきている。購買行動も含めて、新型コロナウイルスのリバウンド消費が確実にきている感じはある。クレジットカードの取扱高も好調である(東京都)。
		一般小売店[家電](経理担当)	来客数の動き	・毎年この時期はエアコンが売れているが、今年は特に、猛暑と半導体不足で新製品が入らない状態で、商材の確保が難しくなっている。また、猛暑で工事が集中しているので、工事件数をこなすのも大変である。
		一般小売店[家電](経理担当)	販売量の動き	・異常な暑さのせいでエアコン、冷蔵庫の問合せが増えているが、商材がなかなかない。前から手配してあった物で何とか回しているが、客の要望とおりにはいかないこともある。
		一般小売店[文房具](経営者)	お客様の様子	・梅雨に入っているにもかかわらず、天候に恵まれているので、週末を中心に来街者が増加している。当店への来客数及び売上も、微増ではあるが前月及び前年同月を上回っている。特に、6月になって外国人観光客の来店が増えてきているため、土産需要の文房具のまとめ買いが目立ってきている(東京都)。
		一般小売店[傘](店長)	販売量の動き	・状況が落ち着き、旅行や出社を予定している客の購入が増えている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い、来客数が新型コロナウイルス発生前を上回る状況にまで改善している。クリアランス前のプレセールも、高額ブランド品を中心に全体をけん引している(東京都)。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス発生前の水準には及ばないものの、客の消費行動はある程度の落ち着きを取り戻しているように感じる。特に、遅れていた都心店の回復基調が顕著になっている。引き続き、ブランド関連のファッション商材の動きは良い(東京都)。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・外出抑制という雰囲気が弱くなっているため、来客数が増加するとともに、外出機会の増加に伴う衣料品等の購入が増えている(東京都)。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることや、緊急事態宣言などの行動制限がかかっていないことから、人流回復、社会活動の正常化に向けた動きと、それに関連した個人消費の回復傾向が見受けられる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今まで実施してきた新型コロナウイルス対策の規制緩和により、外国人客の来店や人流が活発になっている。また、値上げ前の駆け込み需要なども影響し、売上が向上している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・担当する都心部の店舗においては、新型コロナウイルス禍以降、まだ来客数が戻ってきていない。郊外の店舗では徐々に来客数が戻ってきており、業績も戻りつつある(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・客の消費動向は回復傾向にある。儀礼ギフトの動きも活況であり、この2年の新型コロナウイルス禍で減少した売上は回復している。来客数も増加しており、特にお中元を求めるギフトセンターで、その傾向が顕著に表れている(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少に伴い、来客数は増加傾向にあり、宝飾品等の高額品が好調に推移している。お中元商戦はほぼ前年並みに推移している（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・人流の改善とともに来客数が増加している。ただし、必要な物だけの購入、今まで新型コロナウイルス禍で購入できなかった物を買うなど、理由が明確でないと購買にはつながりにくい。また、富裕層には資産保全の考え方から特選品、絵画、金などが好調である（東京都）。
		百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着き、前月同様、今月についても、ペントアップ需要、自粛の反動消費が継続している（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数が伸びていることに加え、高額品の動きが好調である。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・季節の変化もあり、夏に向けた商材を扱うテナントや理美容に関しては、比較的堅調に推移している。前年に巣籠り需要のあった食品関連は、値上げの与件もありやや苦戦しているが、来客数の増加で買上点数や単価のダウンをカバーしている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月は梅雨明けが早く、気温も上昇したため、客単価が上がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・梅雨が明けて、気温が高くなり、ファーストフードが好調である（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなり、人の動きが多くなり、単価も上がっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・確かに燃料高、物価高にはなっているが、やはり新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきていることから、来客数が増えてきている。人が動いており、特に、気温が上がった今週などはかなりの人出がある。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・買物頻度が確実に増えてきている（東京都）。
		コンビニ（従業員）	来客数の動き	・来客数の動きが増加している。コンビニの商材は生活必需品のため、そこまで大きな波があるわけではない。景気が下がっても上がっても、生活に必要な物はそろえなければいけない。ただし、景気が上向いてくれば、いつもの買物にプラスもう1品、2品と購入していく客も増えてくる。薄利多売の商売では、その積み重ねが大きな利益につながる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・人の動きが活発になっている、暑さも後押しして、婦人アウターが久しぶりに前年比を大きく超えている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・商材が値上がり傾向にあるなかでも、生活必需品を中心に購入意欲の高さが目立っている。中国上海のロックダウン解除により商品供給にめどが立ってきているものの、品薄感は継続中である（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・競争相手によって来客数にばらつきがある。
		その他専門店【雑貨】（営業担当）	来客数の動き	・修学旅行生や外国人観光客といった客層の来店が2年ぶりに戻り始めており、6月単月では全体の約20%のシェアを占め、来客数の底上げにつながっている（東京都）。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（団体役員）	販売量の動き	・補助金により販売価格は落ち着いており、天候が良かったこともあり、燃料油、油外商品共に全般的に良くなっている（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当月実績値は2019年比で約50%となっている。主にレストランの個人需要で構成されており、レストラン単体での比率は70%である。売上の柱である法人需要の宴会部門は40%である（東京都）。
		高級レストラン（役員）	お客様の様子	・高価格帯のレストランは予約が多く、休日のみならず平日夜の予約も満席になっている。イベント的にも、秋に向けての問合せや予約が微増傾向にある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の3月1～29日までの前年比は、売上84.2%、来客数83.1%である。今月6月1～26日までの前年比は、売上135.4%、来客数125.6%である。前年は5店舗中3店舗のみの営業であった（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・今まで新型コロナウイルス感染症を恐れていた客が、大分外に出て来店するようになっており、これから宴会の予約を入れるというような話も出るようになってきている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止のための制限が一応緩和されたので、ランチ客は複数名で来店するようになったが、飲食店はランチだけでは食べていけない。まだ夜に集まってお酒を飲もうという雰囲気にはならないので、ここからは国が何らかの対策を講じてくれないと、飲食店は皆なくなってしまう。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除後、すぐには戻らなかったが、徐々に回復している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日、休日共に夜9時以降の来客数の戻りが遅れており、回復には時間が掛かるとみている。一方、新型コロナウイルス禍で始まったデリバリー需要は、緊急事態宣言等が終了した現在も利用客数が伸びており、デリバリー形式での飲食は定着してきていると感じる。仕入食材、商材共に値上げが加速しており、どこまで現在の価格で対応できるか不安要素もあるので、一概に上向きとはいえない（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止の規制が解除され、公共や大手企業の客が増えている。また、領収書を切る客も増え、会社として飲食が可能になっていると感じる（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染対策としてのまん延防止等重点措置が解除され、飲食する客が増えてきている。アジアからの訪日客も増えてきている。ママ友や商談利用なども増えているようだが、以前に戻ってはいない。もう戻らないと思わないといけないと自覚している（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	お客様の様子	・外食部門に限ってみると、売上は新型コロナウイルス発生前の80%にまで戻っており、客の動きも同様である。ただし、多人数の宴会等はほとんど行われていないのが特徴的である（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着いているため、婚礼や宴会の開催も徐々に増えているが、規模は縮小傾向にあり、例年の販売量と比べると半分以下となっている。宿泊、レストランは県民割などにより好調に推移しているため、全体的には売上が伸びてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べると、県民割需要が寄与して来客数が増加している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることから、販売量が伸びている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍以降、ほぼ途絶していた一般団体旅行で、僅かではあるものの見積依頼の案件が出てきている。客の様子を見ると、新たな変異株が発生するまでは、少しずつでも元に戻るフェーズに入っている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行については少しずつ予約が入ってきているものの、新型コロナウイルス発生前に比べると、まだまだ需要は戻ってきていない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・申込みが増えてきている（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数は依然として減少していないが、都民割や県民割が実施され、来客数が増加しているため、前年同期比で70%ほど増収している。
		タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数が減少してきているニュースもあり、街に活気が出てきて、タクシー利用者も徐々に戻ってきている。ただし、夜は終電前に帰宅する習慣が身につけているせいで、ロング客は少ない（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・少しずつ利用客が増えてきており、昼間は以前同様に無線の鳴りも良く、終電までは仕事ができている。週末に限るが、終電後、駅で客が並んでいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・明らかに客が増えているが、景気が上向いているためか、それとも今の急激な暑さのためか。どちらも当てはまると思うが、どちらかという暑さが影響しているような気がする（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数も安定しているの、週末などには多少人出が出てきている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・他事業者の要因により、申込数が増加している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄くなってきており、転居に伴う人の動きが徐々に戻りつつある。それによりインターネットの販売数も増えつつある。
		通信会社（管理担当）	来客数の動き	・店舗への来客数や案件の発生状況から、やや良い方向へ推移している（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・イベントの再開や県民割等により、少しずつ人の動きが回復しつつある。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響で仕事が途絶えていたが、ここにきて幾らか客先へ訪問することができるようになってきている。しかし、まだ本格的な動きはなく、様子をつかがっているようである。民間の設計業務はそのような状況だが、行政の指名入札などはややプラスに感じる。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量が若干上向いている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気全体としては、前よりは幾らか良くなってきたという感じはある。ただし、来客数は前期と大して変わらないのだが、販売量の動きが若干鈍い。以前よりは少し改善しつつあると思うが、まだまだ新型コロナウイルス発生前の状況には程遠い。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が少なく、販売量も少ない、売りにくいという状況で、非常に悪い。景気が悪いままで変わっていない（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・印章業界全体にいえることだが、印鑑に対する需要は底ではないだろうかというくらい、需要がない。残念だが、非常に厳しい業種である。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・民間には少し回復の兆しが見えるが、行政が戻込みしているため、右へならえ状態になっている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上共に横ばいで、新型コロナウイルス発生前に戻るには、まだ時間が掛かりそうである。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・店頭については、2か月前に店舗の見直しをして、1店舗減らした結果、客が1つの店に集中することによって、ある程度売上が上がっている。また、外商の方も、客の訪問回数を増やすことによって、何とかある程度の実績を出している。ただし、まだまだ予断を許さない状況である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・ギフト需要があり、売上は伸びているが、来客数は減少している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて少しは良くなるかと思っていたが、変わらない。売出しをしても、客の購買意欲は新型コロナウイルス発生前と比べて良くなっていない。通常の営業も相変わらずで、販売量が伸びていない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・売上は、前年比では変化は少なく、3か月前と比べても大きくは変わらない。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、外出機会が増え、徐々に回復傾向にあったが、今月に入り若干足踏み状態となっている。お中元ギフトの早期受注期間であるものの、滑り出しは厳しい。外出機会の増加に伴い、衣料品、化粧品などの動きが出てきたものの、まだ回復したとは言えない。一方、時計、宝飾、ブランド品については好調であり、客の二極化が広がっているようである（東京都）。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数がまた増加し始めているが、外出需要は減っていないようである。ただし、物を買うよりは、交通や宿泊、飲食店での消費にお金が回っているような気がする（東京都）。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の目玉商品やタイムサービスで価格を下げて販売する商品、あるいはポイント何倍の日、時間帯など、同じ物なら少しでも安くお得に買い回ろうとする買物の様子が大変多く見受けられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・前月と同様、やや悪い状態がずっと続いており、変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑の影響により、飲料やアイス等、夏物商材の動きが急激に伸びている。また、総菜など調理の手間が掛からない商材の動きも良い。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているため、必要な物しか買わなくなっている。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は上がっているものの、それ以上に販売量の落ち込みが目立っている。さらに、内食化傾向が少なくなってきたり、来客数も前年を割り込んでいる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・店頭の通行量、昼の来客数は増加しているが、夜間、特に深夜の来客数は減少したままである。依然として客単価が伸びず、回復傾向がみられない。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・バーゲンの前なので消費者の買い控え傾向はあるものの、想定の上は確保できている（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・旅行や食事会に行くという客も増えてきているが、それでも商品単価は上がらず、安価な物が中心である。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇と先行き不安により、特にし好み、テレビ、パソコン等への関心が薄く、生活必需品に流れている（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・6月に入り、行動制限のないウィズコロナに移行している。一方で、ロシアのウクライナ侵攻を受けた物価上昇及び中国上海のロックダウンの影響により、製品輸出が停滞しており、それに伴う物不足の影響が現場にも表れている。売上数字のラップは前年を僅かに下回っており、善戦と考えている。また、インバウンドの数字に良い動きがある（東京都）。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染対策としての自粛が緩和されたが、急激な来客数の増加はない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・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。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車の供給がまだ遅延しており、受注できても納期が6か月くらい掛かる状態が続いている。
		乗用車販売店（総務担当）	それ以外	・半導体不足による生産遅延により、売上が立たない。
		乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産体制正常化のめどが立たない。
		乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・半導体や部品不足の状態が解消されないと、良くなるとは思えない（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・当店の販売量は大体変わらない。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・メディアによる物価高騰のニュースが消費者心理を慎重にさせ、購買意欲が低下している（東京都）。
		その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、客足が戻ったかという点、新型コロナウイルス発生前ほどでもなく、むしろ今度は物価の高騰に足を引っ張られている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は持続化給付金のようなものがあり、客も結構それを使ってくれたので、売上にも大分貢献してもらっていた。今はそうしたものがなく、ふだんどおりの営業で、まだケータリングも余り出していないので、若干悪いくらいで、余り変わらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数に関しては微増である。近隣のホテルでは僅かながら外国人観光客の姿を見かける（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、新型コロナウイルスの感染状況は大分収束しているものの、今度は円安の影響で物価がどんどん上がっているため、消費が伸び悩んでいる。材料等の値上がりもまだ続いているので、メニューの単価を上げているが、今度は客の所得の方が追い付いてこないのではないか。この先も一向に景気が良くなるような気がしない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客は取りあえず電話には対応してくれるが、なかなか契約までにはこぎ着けられない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・海外への渡航やインバウンド事業が、まだ本格的に稼働できていない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・依然として、受注案件では、半導体不足のために機器納品の先行きが見通せない状況が続いている（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・年度が替わり、少し引き合いがあったものの、受注は低調のままである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、より低価格のインターネットサービスへの乗換えを希望する客が増えている。
		通信会社（局長）	競争相手の様子	・テレビやインターネットサービスの契約は鈍化しているものの、電力やモバイルの契約は伸長していることから、他社への切替えと当社への切替えが、サービスによって偏ってきている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省き必要最小限という意識は相変わらず強い。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件の動きが余りなく、変わりがない様子がうかがえる（東京都）。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・安価な契約プランは売れているが、利益率は低い。利益確保のためのコスト削減で、人員削減にも影響が出てきている。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・前月と比較して、実績の変更はない。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・例年と比べて客の様子が良い悪いのどちらかに振れているとはいえない（東京都）。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・梅雨入りしてからも降雨日が少なく、旺盛なゴルフプレー意欲に下支えされ、来場者数は高水準を維持している。近年ではゴルフ会員権を取得するゴルファーも多く、会員制ゴルフ場においてはアクティブメンバー率が高くなっており、来場者の中心がメンバーとなる傾向が強く、収益性が低い状況が継続している。新型コロナウイルス禍でのレストラン運営上の規制も徐々に緩和され、平時に戻る環境が整いつつあるが、直ちに結果に表れてはいない。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・依然として販売数については厳しいままである。運用変更等の検討が必要である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・若い人の来店頻度は大分戻ってきているものの、中高年がまだ戻っていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・もらっている案件の数は変わらない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・4月からの新年度以降、仕事量はほぼ横ばいが続いている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画中の物件に多少の進歩がみられる（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。7月以降、観光業が回復することを期待している。また、住宅の売行きも良くなく、工事の請負業も少ないため、良くない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約67%となり、悪い。3か月前と比べると約105%ではあるが、景気は悪いままで変わらない。前月は値上げ前の駆け込み需要で販売量が増えたが、今月は反動で非常に悪くなっている。値上げによる競合負けが非常に多い。
		住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・展示場来場者数が横ばいである。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・仕事の相談は来ているが、具体的になるまでにどうしても時間が掛かっている。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要としては、一部現場が動き始めて上向いているものの、部材価格の高騰が続き、購入動向に歯止めが掛かる傾向もあるため、肌感覚としては良くなってはいない（東京都）。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・いろいろな物の値上げが続き、消費が落ち込んでいる。また、月末になり、例年にない梅雨明けの早さと猛暑続きで、やはり来客数が減少している。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・収入が上がらないなか、光熱費を始め物価が上昇しているため、消費意欲に影響している。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・平常期に入り受注量が落ちてきたこともあるが、急激な円安の進行が影響し、販売量が抑えられている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・月初から来客数が厳しく、27日には史上最速で梅雨明けし、猛暑日が続くなど、月を通じて厳しい状況が続いている。特に、衣料品の動きが悪く、単品での購入が多く、まとめ販売ができなかった。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数、単価は前年並みを維持しているものの、来客数の微減が続いている。以前と比べて客の来店頻度が減ってきている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、食品が前年を4～5%下回っている。衣料、住まいの品に関しては若干上回っているが、トータルでは前年を3～4%下回っている。また、ガソリンを含めた値上げや、新型コロナウイルス感染者数が下げ止まっていることから、客の購買動機となるものがない。例年より若干早く梅雨入りし、早々に明けたにもかかわらず、大きな売上を見込めていない。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・食品の値上げが第3波、第4波と続き、コスト削減で売価を維持してきたが、値上げ品目が1万点を超え、値上げ幅も10～15%と高く、店頭売価を上げざるを得なくなってきた。
		スーパー（ネット宅配担当）	来客数の動き	・月前半は天候不順による利用客数減少が大きく響いた。外食などへの回帰も考えられ、比較的好調な総菜部門もやや厳しい状況である。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・生活必需品や電気、ガス等のエネルギー価格上昇により、生活防衛のために少しでも価格の安い商品を買う傾向が強まっている。1人当たりの買上点数、買上単価も横ばいか下落が続いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・暑さのために水系の飲料が多少出るが、それ以外は全く売れなくなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・コンビニでも値上げとなった商材が多く、客が買い控えをしている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が見受けられる。家電製品は、本当に必要な商品でないと購入していかない。故障による買換えやエアコン等は必要に迫られてから購入する客が多い。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて販売数が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・円安の影響で、ユーザーも価格にシビアになり、相当値引きを交渉してくるようになっている。したがって、景気は良くない。今後、ウクライナ戦争が終わり、食料、燃料などの価格が安定して円安が落ち着けば、多少良くなるのではないかと期待しているが、当分は現状のままである（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	競争相手の様子	・自動車製造においては半導体不足が顕著であり、納期に時間が掛かっている（東京都）。
		住関連専門店（統括）	来客数の動き	・現在の来客数は以前と比べて半分以下に落ちている。したがって、販売量も半分以下に減少している。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・薬局の患者数がかなり減っている。受診を控えることが当たり前になっているようである。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・値上がりという言葉が世の中に広がり、購買について少し考えて行動する客が増加してきている様子がうかがえる（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3～5月にかけて増え続けていた来客数が、6月は減少している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・昨今、物価の高騰で生活費の見直しをしている家庭が増えてきているように感じる。結果として当社のケーブルテレビサービスは娯楽の要素があるので削る対象となり、解約数が増えてきている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による顧客獲得機会の減少により、獲得見込みが予算を割り込んでいる。また、インフラの稼働に必要な電気料金などの維持費高騰も影響している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・前年のゴルフブームは一段落してきている感じがする。旅行など他のレジャーが復活してきているので、相対的に来場者数が減ってきている。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	来客数の動き	・無駄な物にお金を使わない。また、商品の選別がより厳しくなっている印象を受ける（東京都）。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	来客数の動き	・物価が非常に高騰しており、客の消費意欲が冷え込んでいる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・顧客当たりの購入価格が徐々に減少している。商品の優劣ではなく、金額の多寡で判断している。
		設計事務所(所長)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症から続いて、ロシアのウクライナ侵攻の影響で材料費が高騰しているために、設計費が上がってしまい、なかなか前に進まないというのが現状である。1つの仕事が2年間くらい掛かるので、非常に厳しい。
		設計事務所(職員)	それ以外	・あらゆる物価高の影響により、市場の動きが不活発になっていると感じる(東京都)。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・引き続き地価が高騰していることと、建築資材の高騰がネックになっている。アパート販売の利回りが下がってきているので、客の動きが鈍くなっている。金融機関も融資に対して若干厳しい対応をしてきている。
	×	商店街(代表者)	販売量の動き	・ここ数年で一番悪い。
	×	一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いており、この暑さで多少は話があるものの、どうなるかよく分からない。また、商材に関して、ある物とない物がはっきりしてきており、手配に苦労している(東京都)。
	×	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・オーバーストアの状態である。
	×	一般小売店[生花] (店員)	販売量の動き	・3か月前の3~4月は、卒業式、入学式、お彼岸があり、花が売れる時期である。比べて6月は余り良くない月なので、ぐっと下がっている(東京都)。
	×	スーパー(経営者)	来客数の動き	・値上げからの買い控えが、売上が落ち込んでいる。
	×	スーパー(店長)	お客様の様子	・開店から2時間くらいは、年配客がチラシを持って、特売の安い物だけ購入していく。いわゆるバーゲンハンターだが、ここ最近は年配のバーゲンハンターが非常に多く見受けられる(東京都)。
	×	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・納期遅延などが大きく、客に提案しにくくなっている。
	×	ゴルフ場(経営者)	単価の動き	・シニア層を中心に、レジャーへの支出を控える動きが出てきている。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・円安や物価上昇の影響は大きいですが、賃上げは行われぬ。景気は悪くなっているとしがたい。
	×	その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍の影響を受けて以来、回復していない(東京都)。
企業 動向 関連 (南関東)		通信業(広報担当)	受注量や販売量の動き	・前月から回復の勢いが強まっている(東京都)。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料など全ての物が値上がり傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染状況が一応収束し始め、やや動き出している。
		建設業(従業員)	取引先の様子	・2か月ほど前から見積りを出していた仕事が決まりつつある。
		輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・仕事柄、直接、間接を問わず依頼が増加傾向にある。3か月前に動いていなかった業界からも依頼が入るようになってきている(東京都)。
		金融業(従業員)	取引先の様子	・今までは緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が、発出され、解除され、また発出される繰り返しだったが、継続的にそれらの再発出がなく、一般消費者が安心して消費ができるような環境やマインドが整ってきているように感じるので、景気は上向いてきている。
		不動産業(従業員)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍が収まりつつあり、ホテル需要も増えてきている(東京都)。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・問合せ案件が増えてきている(東京都)。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・月後半の猛暑で人が出てこない。特段の行事もなく、来客数が減っている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいる化粧品容器の受注に回復傾向がみられず、下げ止まったままである。さらに、材料値上げの要求額が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕事が動き出し、受注量も多くなってきているが、案件が小口化し、大口案件が少ないので、売上が伸びず大変である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪化するといわれていた取引先の取引量がそこまで悪くならず、新規の取引も若干増加したので、以前と同じか僅かに改善している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ、売上は前年と比べて良くも悪くもない状態が続いている。当社は輸出もしているの、海外の展示会などが始まれば、そちらに参加したいと思っている（東京都）。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、自動車メーカーは海外での部品調達がいまだに安定しておらず、当初計画に対して大幅な減産を余儀なくされている。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・燃料費、人件費等の経費が増加しているため、収益が伸びてこない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期で物量が減少していること、燃料価格の高騰が続いていることから、収益が下がっている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染者数が落ち着いてきており、外出や買物をする機会が増えているが、原油価格や物価高の影響で景気は低下しているように感じる。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除により、飲食業では客がやや増えているが、人件費の高騰に加え、まだ新型コロナウイルス発生前の人出には程遠く、厳しい。建設業では、半導体不足や材料の高騰により利幅が減少し、工期自体も長期化している。運送業やサービス業では燃料価格の高騰が響いている。観光業はやや人出があり、持ち直し傾向である。全体では現状維持である（東京都）。
		不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格は高値を維持しているが、販売自体も好調である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィステナントからの縮小移転や賃料減額の話はなくなってきたが、店舗系テナントからは、売上減少による賃料減額要請が続いており、足元の景気は変わらない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・良いか悪いかでいえば、良いとはいえない。新型コロナウイルス禍からの回復基調に陰りが見えるのは、ウクライナ情勢、値上げラッシュ、円安などの影響である（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街を通り窓越しにのぞいてみると、飲食店はやはり新型コロナウイルス感染症の影響があるようで、客入りが悪い。客が入っている店も一部にあるが、どの店の客入りもまだ弱い（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ雇用調整助成金を活用したい事業所が見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人出が戻ってきているものの、財布のひもが固い様子が見受けられる。
		その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の取引先工場等で稼働率の回復傾向がみられ、受注量も回復してきている。ただし、取引先によっては、廃業のための片付け依頼による受注増もある。
		その他サービス業 [警備]（経営者）	受注量や販売量の動き	・2号警備の交通誘導に関しては、仕事量は変わらずに推移している。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の契約単価は実勢を反映したもののだが、既存契約は現行のまま値上げができていない（東京都）。
		その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・若干の協力会社から単価アップの依頼があったが、例年より少なく感じられる。自社からの単価アップ依頼は難しい（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は受注量が少し増えたが、利益率の低いものが多い（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・ウクライナ情勢による影響などが大きく、紙等の価格高騰で受注率も低迷しつつある。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入コストの値上がり影響し、継続案件等でも、競合他社との見積比較等で受注できない案件が出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷をしている。店売りと、法人相手の外売りがあ。通常、月3～4本は会社設立印の注文があるのだが、今回は1本だけで、しかも民間の株式会社設立ではなく、スポーツ団体の一般社団法人設立であった。民間の会社が動いていないように感じている（東京都）。
		化学工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・消費は回復してきたが、消費動向の変化が、なかなか需要が回復できない。当社の場合は販促物に変化があったためかと危惧している。
		その他製造業 〔靴〕（経営 者）	取引先の様子	・材料屋や裁断屋などの関係者に話を聞くと、材料がそろわないなどの事由で景気が動かないと話している人が多い。当社得意先は、ぼちぼち動いてきている。
		建設業（経営 者）	それ以外	・商材の値上げ、物不足により、我々中小零細企業はなかなか仕事がしにくくなっているため、建設業界は大変になる。
		輸送業（経営 者）	それ以外	・取扱量が低量で安定してしまっている状況下、都心部の中規模店の閉鎖が相次ぎ、3か月前より悪化している（東京都）。
		不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・最近、都心の業者が管理している賃貸物件は、まだ居住中の物件と空室の物件でも内見なしで申込みを受け付けているようである。1番手から3番手くらいまでは受け付けているようだが、キャンセルも多いのではないかと見ないで決めるのはトラブルの原因にもなると思うが、これからの時代の流れだろうか（東京都）。
		広告代理店（経 営者）	受注価格や販売 価格の動き	・仕入価格の上昇や、自治体による観光事業への助成金の削減等がある（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・円安が予想を超えている。加えて、物価が上がり、公共料金も上昇しているところに、電力不足が重なってしまっている。海外からの観光客相手の一部業種については景気回復が見込めるものの、他業種までは広まらないだろうとみている。
		経営コンサル タート	取引先の様子	・新型コロナウイルス禍は続いているが、ウクライナ情勢の影響が、様々な形で中小製造業の環境を悪化させてつある（東京都）。
		その他サー ビス業〔情報サー ビス〕（従業員）	受注価格や販売 価格の動き	・半導体不足の影響で、需要があっても物が売れない状況になりつつある。
	×	精密機械器具製 造業（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・3か月前から比べて営業利益率が平均5ポイント下がっている。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・先行き不安と原材料費の高騰で、設備投資意欲が低下している。
	×	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・材料高騰で価格が上がり、設備投資を控えている。
	×	その他サー ビス業〔映像制作 〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・リモートの普及などにより、新型コロナウイルス発生前の状況に戻る様子がない（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・求人数の動きが求職者数を大きく上回っており、人手不足感が顕著である（東京都）。
		人材派遣会社 （経理担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだあるものの、求人数、求職者数共に増加傾向にある。ただし、求人数は増加傾向とはいえ、まだ新型コロナウイルス発生前より少ない水準のため、派遣スタッフ本人からの契約終了希望は少なく、派遣労働者数は増加傾向にある（東京都）。
		求人情報製作会 社（経営者）	求人数の動き	・新卒の就職内定率が上がっている。新規開店や新サービスの提供開始などに伴う採用数が増加している（東京都）。
		求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・求人数が前年よりも増加しているため、景気の上昇を感じる。イベントが通常どおりに開催されるようになり、人出が大きく増えていることが、景気の上向きにつながっている。前々年や前年には出ていなかった飲食店の求人などが増加しており、全体的に求人数を底上げしている。
		求人情報誌制作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・勤務先及び周辺企業共に採用者数を増やしている。新卒採用も増やす見込みの企業が多い。アフターコロナなのか、ウィズコロナなのかよく分からないが、今のうちに採用活動をしようという企業が多いようである（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・高齢層の求職申込みが増加している。背景には、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染拡大に歯止めが掛かっていることがある。高齢層が本格的に就職活動を開始している感があり、就職数も改善傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と変わらず求人数は多く、人材不足の状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で100%を下回っているが、前年同月比では100%を上回る水準を継続している。全体のトレンドとして伸び率は鈍化しているものの、好調を維持している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・需要はあるものの、人材が足りていない。また、人材育成も進んでいない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・インバウンド需要に依存している企業、原料不足により製品が製造できなくなっている企業では、当面の経費節減により人材採用を一時的にストップするところもある。新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢が企業業績に影響を及ぼし始めている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車メーカーからの派遣、委託ニーズは多く、景気の良さが感じられる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、人流が戻ってきている気はするものの、求人数はまだ新型コロナウイルス発生前には戻ってきていない。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は前年度を大きく上回っているものの、採用の伸びが鈍化している。求職者数も伸びているが、応募、紹介数は鈍化しており、採用活動の停滞がつかわれる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・学生の就職活動ではインターンシップ参加希望が依然として高いが、受皿の企業には、それほど熱心さは感じられない。より多くの学生を集めたいだけで、プログラム内容に新しさが感じられない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・売上、収益共に微増状態で、期待できるような改善はみられない（東京都）。
		-	-	-
	x	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・ボーナスが上がるといふニュースが流れているが、中小企業ではそのような話はない。仕事量が減っていると、人材を増やすまでに至らないなどの話が大半である。
	x	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・取引先の3分の2は中小企業だが、倒産、廃業が非常に増えている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (甲信越)		スナック（経営者）	来客数の動き	・5～6月と地元の名刹の大きなイベントがあって、県外からの入込客がかなりある。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたので、久しぶりにととても忙しくなっている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・県民割は前年から継続しているが、冬季は割引があっても新型コロナウイルス感染症が流行していたため、全く客がいなかった。ここにきて新規感染者数が減少し、また、感染したとしても軽症で済むようになったため、県民割を利用して旅行する方が急激に増えている。それでもいまだに団体旅行がないため、売上は例年の70%程度しかない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてからは、毎日、先の予約が増加し、フリー客の利用増加もあって順調に良くなってきている。また、ブロック割が、一層の利用客増加に寄与している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前と比べて、企業、団体が主催する宴会、懇親会付きの宴会が2倍以上に増えている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・3か月前と比べれば、来客数は減少している。一方で、6月は前年比123%と上回っているため、景気判断は良くなっている。6月は新アトラクション建設のため、メインアトラクションが休止となり、厳しい状況だが、音楽やコラボイベントの実施で、来客数を獲得することができている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	販売量の動き	・学校でクラブ活動が始まったようである。今年の1年生たちがクラブへ入るかどうかという疑問もあったが、いざ活動が始まると、やはり体操服等が用意しただけでは足りず、追加注文があり、驚いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少とブロック割で、人の流れが目に見えて増えている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・猛暑で夏物商材の動きが良くなっているが、商材不足で思うほどは伸びていない。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・前年を割らなくなってきている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き 来客数の動き	・前年比で売上は2%増、来客数は8%減となっている。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、経済活動も活発になりつつある。今日も県法人会の会議があり、8月に120人規模の「納涼パーティー」を開催することが決まった。新規感染者が増えれば中止の可能性もあるが、地元名刹の祭礼が6月末で終わっても、今後もいろいろなイベントを開催しながら、経済が回復することを期待している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も大変良くなり、割と気楽にいろいろなことができる状態になり、会合等も多くなっている。とにかく暑いので、冷たい商材が売れてきており、状況は良くなってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・梅雨明けが早く、客が外出し始めている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・気温が上がり、飲料等の購入単価も上がってきている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べれば若干売上は増えているが、ようやく前年並みに近づいた感じなので、余り芳しい状況ではない。新型コロナウイルス感染症に関連する制限は大分緩くなってきているが、それで変わってきているということではなく、天候等のわずかな変化の影響で、若干良い推移をしているだけだと思う。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節商材の需要が拡大してきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車購入目的での来場が増えてきており、前年と比べて新車受注の伸長も大きくなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は若干だが目標を上回っている。車両販売は半導体不足の影響により、新車の納車予定がはっきりしないなかでも、契約する客が増えてきている。しかし、新型コロナウイルス発生前と比べたら、全体的な数字はまだまだ戻ってきていない。
		自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・物価が上昇してきている影響か、客単価も上がってきている。来客数も一時期は前年割れだったが、今月は前年を超えており、景気が良くなってきている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当地の新型コロナウイルス新規感染者数が増加に転じ、更に農繁期とも重なったことから、6月の客足は少ない。しかし、7月に入れば土用の丑の日も控えていること、6月後半からは宴会予約も1組当たり的人数も増えてきているので、期待が持てる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数もかなり減少傾向にあり、人が街に出やすくなっているのではないかと感じる。また、早々の梅雨明け宣言に促された流れのようにも感じる。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が下方に向かっていることもあり、3か月前と比べて、団体旅行の相談等は相変わらず少ないものの、個人客や家族での来客数や旅行申込みが増加してきている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・3～6月は前年並みまでには下がらず、108～109%くらいで進んでいる。名刹のある中心街のタクシー会社は、祭礼があったため、ここ2～3か月は大変良いようである。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が増加しており、アフターコロナ時代に入れたと感じている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月も葬儀の相談は多かったが、墓じまいや粉骨の依頼も多くなっている。
		設計事務所（職員）	来客数の動き	・計画物件依頼数は増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は収まったものの、警戒心は変わらない。人出は全くなく、閑散とした日が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・梅雨が明け、猛暑の毎日でエアコンの動きが良くなり、オールシーズンを考慮したスペックの高い商材が動いている。商材不足はあるものの、取りあえず順調に進んでいる。ただし、全ての物が値上がりしていることに伴い、必要ない物への出費は控えている様子がかがえる。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・人の動きはなく、消費意欲もない。	
		スナック（経営者）	お客様の様子	・毎回同じような回答になるが、新型コロナウイルス感染症の影響かどうか何ともいえないが、良くなるような要素は1つもない。本当に地方は困っている。	
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・節約志向なのか、徐々にではあるが他社の割安なコースへ移行する家庭が増えてきている。	
		通信会社（社員）	販売量の動き	・有料テレビがインターネットの動画配信サービスへシフトしており、パック商品の販売が低調である。	
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴルフ場への来客数は、前年度に引き続き堅調である。	
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、徐々にではあるものの、団体客が戻ってきている。しかし、全体的には厳しい状況が続いている。	
		その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	それ以外	・景気は相変わらず良くない。そして、インフレ、原油高騰、いろいろな物価が上昇して大変厳しい状況のなかで、更に厳しくなっている。	
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・引き続き、来客数は減少しているものの、客単価上昇分で相殺されている。仕入原価は上昇している。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・諸物価の高騰や一時的な販売好調の反動等から、別荘の販売量が減少している。	
		×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ウクライナ問題と物価高騰、この夏の暑さ、これらの点でかなり厳しい。
企業 動向 関連 (甲信越)		*	*	*	
		食料品製造業（営業統括）	競争相手の様子	・来県者数も多くなってきて、工場への来場者も徐々に回復しつつある。また、業務関係の出荷状況も、新型コロナウイルス発生前の水準近くまで、回復しつつある。	
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きを見せ、受注は前月比で増加傾向にある。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注はある程度確保できているものの、特に、木材の値上がりが続いており、製品の納入遅れを心配している。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特注受注で一時的に動きはあったものの、受注量等は依然として低迷している。	
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は半導体関連の需要が堅調なものの、自動車関連で生産調整の動きがみられる。非製造業では、地元名刹の祭礼等のイベントにより観光関連の需要が増したが、県全体への波及はやや弱い。	
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・原油高や円安の影響によるコスト増に加え、新型コロナウイルス感染症による社会経済活動の停滞で、先行き不透明感がある。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・催事では来場客が順調に増えており、売上が前年実績を超える機会も多くなっている。しかし、来場客が50%以上増加しても、購買意欲のない客が多く、購入額は前年の20%増加程度にとどまるなど、購入率は明らかに低下している。客は楽しみとしてジュエリーを見に催事に来てくれてはいるが、旅行や食事会等の身に着ける機会が少ないことから、購入につながらないようである。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	それ以外	・燃料価格の高騰が様々な物価高を招き、消費が冷え込んでいる。また、いつ終わるか分からないロシア、ウクライナ問題が、先への不安要素となり、取引量に影響している。	
		×	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・全ての仕入商材価格が上がっているが、当社の商材原価はいじっておらず、利益が取れない状況にある。
		×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電子部品の入荷が止まり、受注量が減っている。休業もやむを得ない状況である。
雇用		-	-	-	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (甲信越)		職業安定所(職員)	求人数の動き	・業種にもよるが、新型コロナウイルスの感染状況を見据えてWithコロナで景気回復に向かう風潮から、求人が出てきている感触がある。また、製造業や介護分野での人手不足に対応するため、派遣や請負の求人も増加している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数は5月末時点で、14か月連続で前年同月比で増加している。新型コロナウイルス感染症の影響による巣籠もり需要や、しばらく受注が落ち込んでいた企業でも、まん延防止等重点措置の解除後は製造業を中心に受注が回復したこと等から求人は増加している。ただし、新型コロナウイルス禍前の状況までには回復していない。
		人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・相変わらず、求職条件のハードルを高くして仕事に就けない方が多い。当たり前のことだが、正社員を中心に就職活動をしていて、正社員ということだけで仕事を探すので、うまくいかないことが多い。試用期間中に退職して相談にくる方が後を絶たない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・ウクライナ情勢や中国上海のロックダウンにより、資材が入手しにくくなっているなか、製造業では、物価高騰により上昇した価格を商材に反映できず、据置きのまま対応せざるを得ない状況に、苦慮している。また、海外からの調達部品も入手できず生産が減少しているため、夏のボーナスに影響が出始めている。
	x	-	-	-

6. 東海(地域別調査機関:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		一般小売店[土産](経営者)	来客数の動き	・来客数の動向は極めて良くなっている。少人数のマイカー利用による旅行が復活している。ただし、観光バスの姿はほとんど見掛けない。新型コロナウイルス発生前に比しての復旧度合いは、80%くらいと見込まれる。
		百貨店(経理担当)	お客様の様子	・平日夜における個人、企業の飲食消費や、休日における個人のレジャー消費が着実に拡大している。
		百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症のネガティブなイメージが払拭され、客は普通に来店している。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・ウィズコロナが完全に定着したのか、客は増加傾向にある。値上がりする商品が非常に多いが、購買点数の減少も余りない。
		コンビニ(商品企画担当)	来客数の動き	・空梅雨で外出する機会が増えており、それに伴い来客数も増加傾向にある。特に、週末は新型コロナウイルス発生前と比較して8割を超える来客数があり、消費も増加傾向にある。
		観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・3か月前はまん延防止等重点措置が適用されていたため、客の動きが全く止まっていた。春休み以降は個人客を中心に回復し、今は新型コロナウイルスに対する不安感や警戒感がかなり薄らいできたため、来客数が戻ってきて良くなっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・週末の入出は、完全に新型コロナウイルス発生前に戻っている。ただし、客単価は低く、来客数が増えても総売上額は横ばいである。
		一般小売店[生活用品](販売担当)	お客様の様子	・入出が大分戻ってきた感じがあり、販売量も増えてきている。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向で、これまで消費を控えていたことに加え短い梅雨や猛暑もあり、来客数や売上也好調に推移している。特に、海外特選ブランドや時計を中心に、高額品の消費需要が旺盛である。
		百貨店(営業担当)	単価の動き	・入店客数は、前々年を上回り前年並みに戻ってきているが、新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていない。売上は、前々年、前年を上回り例年の実績近くまで戻している。
	百貨店(計画担当)	来客数の動き	・5月以降急激に来客数が増えており、今まで苦戦していた飲食店にも客がかなり戻ってきている。それに伴い特にここ最近まで苦戦傾向であった衣料品にも、動きが出てきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・テナントビルの施策や自店の新作投入もあり館内は徐々ににぎわい、来客数は伸びている。購買意欲が比較的高く、目的を持って来店する客が多かった。
		百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の影響を受けていた3月よりは少しずつ状況は回復しているものの、依然として売上は新型コロナウイルス発生前の水準には達していない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・6月前半は、売上、来客数共に少し苦戦したが、中旬・下旬にかけては、例年に比べて梅雨の時期としてはおにぎり、サンドイッチや冷麺などの販売量が多い状況であった。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・行楽地、繁華街、駅前やロードサイドなどに立地する店舗の売上は、前年を上回ってきている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・暑くなってきたので、冷たいドリンクやアイスクリームの販売量が増えたことに加えて、冷凍食品や総菜の販売量も増えてきた。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ小売業の状況は好転しており、新型コロナウイルス発生前の2019年と比較してほぼ100%に回復している。たまたまであるが6月は天候にも恵まれ、売上が上振れする見通しである。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・技能実習生の就労開始、人材派遣業の活発化、景気に左右されていない業種の活性化を客の注文状況から感じる。一方、解体業、車の製造に関わる下請会社やイベント関連などはまだ回復途中の状況にあり、景気は両極端となっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・気温が上がりエアコンや冷蔵庫の販売台数が伸びている。前年よりも価格の高い機種が多く売れている。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・今年は空梅雨で気温も高く、エアコン、扇風機等季節商材が売れている。コロナ禍、半導体不足、上海のロックダウンによる3重苦でタイトな商品供給も価格維持にはプラスに働き、売上増加につながっている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・全体的な流れは良くなってきている。元々そこまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていなかったが、動きが良くなっており、より良くなる方向にある。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・ウィズコロナの段階に入り、リフォーム物件や新築物件等についても引き合いが出始めている。資材高騰などで見積りができない物件も出ているが、夏頃には落ち着いて間に合ってくる状況である。
		その他専門店【貴金属】（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向となり、商店街にも人出が増えてきた。3か月前と比べると、店前通行者数も確実に増えた。
		その他専門店【雑貨】（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の心配がなくなり、入店時のマスクや手指消毒は依然行うが、検温はスルーする客もいる。
		高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・来客数は前年比で大きく改善傾向にある。特に週末の集客は、新型コロナウイルス発生前まで戻ってきている。一方、平日及びディナータイムの回復は遅れている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、海外までは行かないが市外へ出掛けたり、外で金を使うことが多くなっているようである。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客同士の会話のなかで、仕事が増えたとか旅行にも行けるようになって喜んでいるという話題が非常に多い。
		一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・団体での食事が増えてきている。
		その他飲食【仕出し】（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍での制約が徐々に緩和され、一定程度は通常の生活に戻りつつある。心理的には少し前向きになっている。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・来客数も増えつつある。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落したことで、客のマインドがポジティブになっている。レストランの利用客は新型コロナウイルス発生前に回復し、法人宴会も人数が少ない会食などは増加し、週末の宿泊も増加傾向にある。ビジネスマンの出張は50%程度まで回復傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が3月で解除となり、県民割等の効果もあって週末の宿泊は比較的好調である。平日は、出張客の戻りが鈍く競争も激化して単価が低迷している。レストランは、ランチは徐々に増えているが、ディナーは依然厳しい。宴会は徐々に戻りつつあるが、会食は少なく会議中心で規模も小さい。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・アフターコロナに向かっている。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・4月から再開された県民割が7月14日まで延長され、一時ほどの過熱ぶりはないものの、売上は堅調でやや良くなっている。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・県民割を利用する個人旅行が増えている。旅行需要は確実に戻ってきているが、収益が回復しているかという点、県民割は県外旅行を扱っても客に割引ができない不合理なルールのため、旅行会社を通さずに旅行する人が多く、収益は余り回復していない。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・バス1台に収まる小中規模グループではあるが、団体旅行の見積依頼件数が明らかに増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月前半は雨の日が多く後半は暑い日が続いている影響で、タクシー利用客が非常に多くなっている。新型コロナウイルス感染症の影響がひどかった時期と違って結婚式も非常に多くなっており、大型会場でのコンサートなどイベントでも客は随分活発に動いている。夜の利用客も、月曜～土曜まで以前とは比べものにならないほど利用してくれている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・春の学生団体客が新型コロナウイルス発生前の水準に戻ってきた。
		その他レジャー施設[鉄道会社] (職員)	来客数の動き	・地域イベントが徐々に復活し、参加者が鉄道を利用している様子であり、僅かながらプラスに働いている。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・紫外線がとて強くなってきたため、UV商品やホワイトニング商品の購入が多かった。
		一般小売店[結納品] (経営者)	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスによる不況からは抜け出ていない。その上、この暑さで客が来ない。
		一般小売店[高級精肉] (常勤監査役)	販売量の動き	・ウクライナの状況と新型コロナウイルスの感染状況には先行きが少し見通せてきたが、業績については、引き続き節約モードで厳しい。
		一般小売店[贈答品] (経営者)	お客様の様子	・6月は早期でお中元予約を取る時期である。売上は一部の大口客の伸びで全体の落ち込みを支えている。状況が悪い客では、残念だが買い控えが進んでおり、そういった客の数はまだ多い。
		一般小売店[酒類] (経営者)	販売量の動き	・飲食店の来客数は少し戻ってきているが、来店客の飲料のオーダーは増えていない。
		一般小売店[生花] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に特に変わりはない。
		一般小売店[書店] (営業担当)	販売量の動き	・円安の影響で買い控えがある。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・平日の昼間は70代の夫婦連れや1人で散歩がてら来店する男性が多いが、夕方には買物目的で来店する男性が少しずつ増えている。ネット上で完売の商品が、もしかしたら店頭にはあるかもしれないと来店する客も多いが、当売場でも入荷状況は厳しく、秋まで待ってもらうなど納品が厳しくなっている。
		衣料品専門店 (売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する行動規制等が緩和され、国としては経済の再開に向けて動いているものの、物価上昇が影響しているためか、日用品の消費という行動にまでは至っていない。
		衣料品専門店 (販売企画担当)	お客様の様子	・来客数や問合せは微増しているが、売上は変わらない。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・半導体不足に加え中国でのロックダウンの影響で、新車の納期が遅い状態が続いている。
		乗用車販売店 (経営者)	それ以外	・相変わらず新車の生産予定が立たない日々が続いている。販売需要も少ない。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・車検や事故など必要な作業での来店はあるものの、点検や新車購入などは行わなかったり先送りにされたりする。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の注文は前年並みで推移しているが、車が生産されないため、納期までに1年近く掛かる車種もざらにある。納期が掛かるため、車検近くの客でなくても新車販売を促進できるメリットはある。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・ガソリン料金の高騰が続いているため、燃費の良い軽自動車を中心に売れるようになってきたが、生産が不安定で納期が延びたり戻ったりするので、月単位での売上が読めず苦労している。また、生活用品の値上げも重なり遠出を控えるという客もいて、車の買換えの選択肢が減り思うようには販売が伸びない状況になっている。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・ごく僅かに生産回復の兆しがみえるが、十分な供給には至らず販売商品がそろわないため、商談も煮詰まらない傾向が続いている。納期が掛かっても、めどさえつけば話がしやすい。
		バー(経営者)	来客数の動き	・食事中心の店には客足が戻ってきている様子だが、2件目に利用される店では、まだまだ客足は鈍い。1件目で飲み終わる様子である。
		その他飲食[ワイン輸入] (経営企画担当)	販売量の動き	・春から商材の値上げが多く当社でも価格を改定した。販売量は5%程度減ったものの、値上げ幅も同程度で、売上には影響がなかった。当然、値上げは販売に悪影響であるが、消費者も昨今の状況をよく理解しており、多少の値上げは覚悟している様子である。
		観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前には及ばないものの、個人の宿泊者は増えつつある。ただし、県民割等による客だけが目立ち、それ以外の一般客は見受けられない。県民割等の配分金額も、すぐに上限に達してしまう。一般宴会も、大会や総会が多く、利用人数は増加しているが飲食が伴わないため、売上にはつながらない。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・県民割、ブロック割は延長となり全国旅行支援は未定、各都道府県がバラバラで既に全国からの客を受け入れ開始している都道府県もある。また、大手旅行会社やオンライン代理店の予約サイト、ホテル自社Webで受付開始となるなか、県ごとに支店はなく県内にしか事業所がないような個人旅行会社は蚊帳の外で、多くの営業妨害である。参議院選挙向けのアピールが、数日前にGo To Travel事業からのメールで全国旅行支援に参加できるような案内が来たが全く期待できない。現在入っている予約を安定させるためにも、直近予約で迷惑を掛けないようにすべきである。宿泊日数制限は必要であり、また、夏休みに全国で開始したら絶対に現場は混乱すると思う。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・居酒屋などには客足が戻ってきているようだが、以前のように2回転する状況ではなくなっている。2年半近くのコロナ禍により生活のスタイルは変わり、少子化の影響によって街自体が縮小している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・物価が上がってガソリン代も上がっているため、景気が良くなることはない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・販売の動きについては、物の値上がりもあり控えている様子だが、新型コロナウイルスの感染状況から規制が緩和されてきているなかで、積極的に購入される物もある。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・現状に変化なしである。また、機器搬入ができない。
		通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・ADSLサービスの終了に伴い光回線の新規開局ビルが増え、光回線への切替え申込みは増加しているが、据置き型のWi-Fiサービスや低価格のIP電話への乗換えのための廃止も増加している。
		レジャーランド (職員)	来客数の動き	・コロナ禍以前から6月は来場者が少ない月で、平年より遅い梅雨入りとなり天候には恵まれたが、新型コロナウイルス発生前の水準には至っていない。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・割引クーポンなど国や県の応援があるため週末は大分回復してきたが、平日は静かである。
		ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・今月の入場者はほぼ順調に推移している。予算には僅かに及ばないものの、前年よりは増加している。早々に梅雨入りしたものの雨の日は少なく、入場者はこの3か月も順調に確保できている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響に加えて6月末でのこの暑さに、客の足出が本当に悪くなってしまった。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話を聞いているとイベントが少しずつ戻りつつあり、髪のに気をを使う客が多くなってきた。しかし、物価が上昇しているため、その辺りは客もシビアにみているようである。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	それ以外	・受注量が減っているわけではないが、商品・資材の調達価格の値上げが続々と打診されている。最長でも来年春までには価格を改定するとの案内もある。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・変化はみられず横ばいが続いている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・閑散期で売上が伸びない状況であるが、例年並みには見込めそうである。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・若い人は活動的になって移動や飲食をしているが、年配者は生活習慣が非常に変わってしまったと実感している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に加えて、買上点数の減少にも陥ってきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・商品値上げが続き、1品当たりの単価は上がったが買上点数が落ちている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・前月までは販売単価の上昇で前年並みの売上を維持できている部分もあったが、販売点数のマイナスをカバーできない状況になってきている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・6月下旬の高温が大きく響いた。昼12時から夕方4時までの来客数がガクンと減った。総菜関連も、天ぷらや煮物などが売れ残ることが多くなり、厳しい状況が続いている。
		スーパー（販売担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染状況の落ち着きで、外食傾向に戻りつつある。商品の値上げもあり、売上、利益は良くない。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・コロナ禍は落ち着いてきているようであるが、全てが流行前に戻っているようではない。商品値上げの影響は限定的である。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・客単価、来客数の減少が続いている。光熱費の料金引上げに加え食品の値上げが相次ぎ、明らかに家計への影響があり、消費の引締めが起きている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・4～6月にかけて、例年ならば気温の上昇とともに売上も上がるが、今年は横ばいで推移しており、なかなか上がらない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・食品や日用品の値上げで、目的なしで洋服を新調しようとする消費者がいなくなった。
		衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・客からは、とにかく安い物、何かお買い得なものはないかという声が多くなってきた。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今は各メーカーがモノを造れないため、消費者の購買意欲は低下している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ガソリン価格の急激な上昇は、車が生活の足である地域では、非常に深刻に受け止められている。過去のオイルショックの際にはガソリンそのものが手に入らない状態であったので、燃費の良い車への代替促進も客に提案できたが、今の状態では燃費比較による客へ提案はインパクトが弱い。さらに、新車の納期が遅れているため、余り強く推すことも難しい。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・値上げの影響で、一般消費者が例年と比べてかなり金を使わなくなった。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・あらゆる商品が値上がりしたりガソリン価格が高騰したりで客が嘆いている。したがって、来客数も減っている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は伸び悩み、解約件数は高止まりで、オプションサービス契約数も減少傾向となっており、悪くなっている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・暑くなって客が増える時期だが、客が来てくれない。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は全く聞かない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・縮小開催ではあるが花火大会も町のイベントも開催が決定し、予算が組まれることになってホッとしているが、景気が回復したとまでは考えづらい。世の中では経済格差が激しく感じられるようになってきた。
	x	商店街（代表者）	それ以外	・資材や原材料の価格高騰により、仕入価格が軒並み上がっている。値上げ幅が大きすぎて販売価格に全てをすぐには転嫁できず、売っても赤字が増えていくだけであり、非常に苦しい状況である。
	x	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は極端に来客数が少ない。したがって、販売量や売上につながっていない。
	x	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数が少なく買上点数も少なくなっているため、売上は非常に厳しい。
	x	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数もさることながら、客単価の落ち込みが激しい。税金関係の支払なども重なって手持ち資金が余りない様子を接客時に感じるほど、厳しい状況を体感している。
	x	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	x	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	来客数の動き	・住宅関係業種では悪い材料しかない状況である。展示場への来場者数は前年より増加しているものの、購入層の来場は減少している。
	x	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新しい案件が全くない。計画案件もない。
	x	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・建築資材の高騰で見積りが適正にできない。
企業 動向 関連 (東海)		通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物流改善のシステム改修やコンサルティング受注が多数ある。荷物の動きが活発で、企業の物流改善投資が増えている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は間違いなく増えている。客先からの引き合いは順調に増えてきており、手配がギリギリの状態である。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店等は、3か月前と比較して来店客が戻りつつある様子である。それに伴って、仕入先や設備等の事業者へも良い影響を与えているようである。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業や建設業の客先は以前から比較的好調だが、飲食店にも来店客が戻ってきている。自動車メーカー関連の会社は、休業は発生しているが以前ほど深刻ではない。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・景気の良しあしに対して、ウクライナ情勢、円安や商品値上げはマイナスで、アフターコロナや空梅雨はプラスといえる。ぜいたく品が売れたり高めの飲食店が混んでいる様子から、コロナ禍で続いた我慢を発散する消費は、しばらく続くのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・ほぼ従来どおりの安定した受注状況に戻ってきた。特急の依頼も少なくなり、納入先の生産予定がはっきりするようになってきた。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格が上がっており、利益の確保が困難になっている。数量面でも、横ばいから減少傾向になっている製品がある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備は、引き合い、受注案件は減っていないが、大型案件は少なく、受注金額自体も少ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢などの影響も、直接的には出ていないが、改善する傾向もない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鋼材価格が1.5倍程度まで上がり、価格転嫁も進んでいるが、受注量、生産量共に横ばいが続いているため、それほど変わっていない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・取引先の設備投資意欲もあり、市場としては継続して好調であるが、一方、電子部品の需給問題やウクライナ侵攻などにより、この先の見通しへの不安感からか、株価にも好調さが反映されてこない。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅の完成在庫物件の販売が伸びた。資材の高騰などで旧物件に割安感がでてきた結果である。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・受注した仕事の見積金額は、前年の予算組みでそれほど変えられないが、部品の値上がりや未納があって仕事を完了させることができないと同業者や取引先からも聞く。一般の定期的な仕事の売上は変わっていない。外注工事は価格が変動している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（従業員）	取引先の様子	・燃料価格や原材料価格の高騰の影響で、思ったほど物量が伸びていない。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・職場では、遅れてきた新型コロナウイルス感染症の流行なのか第7波の始まりなのか、ようやくリモートワークから通常勤務に戻って飲み会やイベントが開催されるようになったのもつかのま、また、子供からの家庭内感染が増えてきている。そのお陰で予定していたイベントも次々と延期が決まり、心情的にも社会的にも復調の出端を控えている。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・記録的な円安の影響が大きい。生活保護申請、国民年金保険料免除申請の数がかなり増加している。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・材料の価格高騰が企業業績にじわじわと影響している。また、部品不足もあり材料価格の高騰に拍車がかかってきている。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・活発だった問合せが一段落している。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に雨の日が多いが、新型コロナウイルス新規感染者数が減少傾向にあり、外出や遠出する人が徐々に増加傾向となっている。売上は前年を上回る状況が継続している。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・最近のイベント開催では、来客数も以前と比べ増え始めてきているが、新型コロナウイルス発生前に戻るには、まだ時間が掛かりそうである。
		公認会計士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着き、消費が戻りつつあるなか、円安の影響により物価が上昇し、賃金が増えない状況で消費者の負担増となっている。大企業は少しずつ値上げを行っているが、価格転嫁ができない中小企業も多く、利益が圧迫されている取引先が多く存在している。
		行政書士	受注価格や販売価格の動き	・燃料の値上がりにより、荷主との運賃交渉に日参している。
		その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	取引先の様子	・営業マン、近隣の取引先や競合会社のどこを見ても良い動きは感じられない。仕事量の減少で、多くの企業は動きが慎重になっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・全ての原材料価格の高騰、円安、ウクライナ情勢、新型コロナウイルス感染症等による。特に、自動車関連は半導体不足の影響も大きく、景気は全般的にやや悪い。
		化学工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・国産ナフサ価格の高騰により、電力費や仕入製品が値上がりしている。全ての販売製品には値上げ分を転嫁できていないため、収益を圧迫している。
		金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・ステンレス材を中心に仕入材料の価格高騰が続くなか、価格転嫁もままならず、収益環境が一気に厳しくなっている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・部品や材料が軒並み値上がりしており、7月からはまた上がる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・鋼材、チップ類が不足気味で、取引先の生産が停滞している。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・6月は一部で休業を行った。そのため、売上は前年比で約8～9%減少となった。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・いろいろな物の価格上昇や円安等で、買い控えが起きそうである。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店向けの1店舗当たりの荷量が、前年比で5%ほど下がっている。様々な物が値上げされるなかで消費者の買い控えが始まったのではないかと。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・取引先の経営者や社員との話から、円安傾向が止まらない、国内金融機関等の含み損が多額であるなど、不安要素が多くある。
		不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・不動産価格の上昇は一段落しているが、資材等の高騰により工事費が上昇している。
		その他サービス業 [ソフト開発] (社員)	それ以外	・ガソリン価格の値上げが続いており、地方の移動手段として家計を圧迫している。
	x	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、販売数量が大きく減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月以降は全く動きが悪い。平年よりも20%くらい落ちている。客先の様々な製品の出荷が、半導体不足、原材料費の高騰や流通の問題など全ての要因が絡んで停滞している。
	x	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると景気は明らかに悪くなっている。当社が受託している1日当たりの貨物量は、前年比5ポイント以上の減少が日々発生している。3か月前も前年比を下回る日がちらほらあったが、今はほぼ毎日下回っている。明らかな景気の後退、減速を感じる。
雇用関連	-	-	-	-
(東海)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会では少人数ながら会食の利用が入ってきている。レストランの利用も増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・国内旅行を中心に観光関連の動きが戻ってきた。人の動きが出てきたことで、消費もある程度上向きになっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数が増加し続けている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き堅調である。世界情勢や物価高など外部環境面の変化は企業の採用数に影響を与えておらず、採用意欲は旺盛である。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発現場の人材需要は堅調で、新人配属も順調である。
		人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・原油高によるコスト増加により、生産が増加しても採算が合わない企業が多い。また、値上げラッシュに消費者の収入が追い付いていない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は、3か月前比では減少しているが前年同月比では増加しており、継続して回復傾向にある。
		人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・今年度に入って、人材紹介、人材派遣共に求人数は前年同期比では微増にとどまっている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・海外からの部品供給不足、半導体不足がなかなか改善されず、毎月のように自動車関連の生産調整が続く、収束が見通せない状況である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・もろもろの材料費や燃料費の高騰などにより、特に製造業は収益状況が非常に悪化している。以前から良くなかったため、悪いままの状態が続いている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・これまで増加傾向であった新規求人数について、増加がみられなかった。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前と比べると若干下回っているが前年比では上回っている。産業別では、製造業全体では増加しているが、食品、自動車関連以外は減少しているなど業種によってばらつきがある。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・給料は上がらない一方で物価上昇が止まらず、実質的な生活水準は落ちていると感じる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前は年度替わりのタイミングに向けた派遣募集が多かったが、今は募集数が減っている。ただし、前年同月比では、大きな違いはない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内企業では、原材料の仕入価格の上昇分を販売価格へ転嫁できず、経営を圧迫している。依然としてウクライナ情勢の影響により厳しい経営を強いられている。急激な円安により今後も原材料の価格高騰が続くと、値上げを余儀なくされる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が若干減少し求職者数は若干増加したため、有効求人倍率が若干悪化した。	
	x	-	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連		コンビニ（営業）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少したことや、梅雨明けしたことで良くなっている。
(北陸)		都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス客を中心に個人宿泊客が順調に回復しており、稼働率は2か月連続で新型コロナウイルス発生前の8割の水準となっている。しかし、回復の度合いは地域によって差があり、インバウンド需要が高かった当地では依然として回復に歯止めが掛かっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・高齢者層が日を遡うことに外出するようになり、平日の売上が少しずつ増加してきている。さらに、6月上旬に大型イベントが3年ぶりに開催され、県外からの観光客を含めた大勢の人でにぎわった。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月も2019年の実績を超えて推移していたが最後の3日間で失速し、3月から3か月間続いていた2019年の実績超えは途切れた。原因はクリアランスセールスタートという一過性のものであり、リベンジ消費は引き続き好調を維持している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・冠婚葬祭に関連したウェアや贈答品などの商材が動いており、各種集まりの中止や延期があった前年とは違う動きが出ている。ランチ中心ではあるが、レストラン街の動きが活発化し、通常に戻りつつある。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は減少しているが、1人当たりの買上単価が急上昇し、数年前は500円台だったのが現在は700円台になっている。買上単価が3割程度上がったことで売上は増加している。しかし、物価上昇により売上額が増加しているのに、景気が良くなっているとは捉えるには違和感がある。粗利が増えないなかで運営面での経費が増加しているため、経営側としては景気が良いとは全く感じない。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍における各種キャンペーンが効果を上げている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足が少しずつ戻り、前年の売上はクリアしているが新型コロナウイルス発生前の状態には届かず、まだかなり大きな差がある。
		家電量販店（本部）	単価の動き	・来客数は戻っていないが、気温が上がって暑くなっているため、エアコンなどの季節関連商材が好調に推移している。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前と比較しても来客数が回復しており、特にファミリー層が大幅に回復している。これに伴い、飲食店やエンターテインメント関係の利用が増加している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が戻ってきている。しかし、例年6月は大型バスによる県外からの団体旅行が多い月であるにもかかわらず、現状は20人を超える団体での利用は例年の3割以下と厳しい状態である。少人数での利用は回復しているが、全体では7割ほどの集客と低迷している。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まり、県民割の駆け込み需要もあることから、やや良くなっているとみている。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・現状も人の動きが活発だが、今後もこの状況がしばらく続くと考え。7月中旬以降、全国旅行支援が開始され3年ぶりの行動規制のないお盆に帰省できるなど、人が活発に動く要因があるためである。また、今年の夏はラニーニャ現象が続き、既に空梅雨で梅雨明けしてしまっていることも、更に人が動く要素の1つになるとみている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で常連客の一部しか戻っていないが、廃業した他店の常連客が紹介で来店しており、少し明るい兆しが出ている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・旅行支援策である県民割や修学旅行の利用により、宿泊客数は新型コロナウイルス発生前の6割近くまで回復している。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・全体の売上は前年同月比で259%と回復しているが、新型コロナウイルス発生前との比較では68%であり、まだ厳しい状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行に関する問合せや、見積依頼が増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・売上は3か月前と比較すると良くなっているが、新型コロナウイルス発生前との比較では7割程度の回復である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜は週末を中心に繁華街がにぎわっている。朝は県外からの出張者で動きが出ている。
		テーマパーク（役員）	来客数の動き	・団体客やインバウンド客は全くない状態だが、週末を中心に個人客がやや回復しつつあり、全体としてはやや上向きの傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		美容室（経営者）	販売量の動き	・数万円もするドライヤー等、単価の高い美容商材の売行きが非常によく、前年の3倍以上の台数を販売している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなったが、各種イベントの再開は今も先延ばしになっており、客足はこれからの状態で売上が回復するにはまだ時間が掛かる。物価が上昇しており購買意欲にも影響が出そうだが、景気が回復すれば物価高の影響は薄れると考える。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・飲食業界の回復に伴い内食需要が低下している。ぜいたく品としての肉の需要が下がってきており、下がったまま横ばいとなっている。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・平日の昼間や夕方はある程度客がいるが、土日の来客数が伸びない。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による自粛が緩和され、来客数は若干の増加傾向にある。しかし、多くの商品が値上げされた影響で購買には慎重さがみられる。価格に敏感な傾向もあり、優待セールや行政による需要喚起策がある間は購入意欲が上がり売上も増加するが、終了とともに減少する。一部の富裕層ではポップアップストアなどで実施するぜいたく品の購入が増えているが、大都市にある正規店舗に出向いて購入する傾向が強くなり、販売会での売上が前年実績を下回る状況となっている。
		スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・特売価格やポイントによる販売促進を強化しても、来客数に頭打ち感があり、実際の来客数にも表れている。新規の客層を獲得するためにも、品ぞろえによってドラッグストアやディスカウントストアとの差別化を図るとともに、部門単独ではなく店舗全体でのフェアなどの取組が必要だと考える。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・売上は少しずつ回復傾向にあるが、客は物価の上昇をにらみながら買物をしているようにみえる。
		自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・来客数は前年と比べて伸びており活気が戻っていると感じるが、相次ぐ値上げや先行きへの不安から、買物は必要品にとどまっている。
		通信会社（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍が落ち着き日常が戻ってきたが、来客数、訪問数共に増加していない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・他社からの乗換え需要は増加しているが、機種変更などがオンライン手続へ流れているのか、販売台数が伸びない状況である。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの契約者数は前年同期と比べてプラスで推移しているが、放送サービスは前年を若干下回った状態である。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅価格は上昇中で止まる気配はないが、客の動きは安定している。住宅価格は今後まだ上昇すると考える客が多く、少しでも安い時期に購入しようと考えているようである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・材料価格の高騰や納期が未定のものがあるといった理由や、こどもみらい住宅支援事業延長などで、多少の駆け込み需要がみられる。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・木材や建築資材の価格高騰で住宅の価格が安定せず、景気回復の兆しを感じない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・各種値上がりの影響は大きく、販売量はかなり減少している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品全般における値上げの影響か、買上点数に落ち込みがみられる。
		スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・商品価格の改定があり、買上点数が大きく減少している。
		スーパー（統括）	それ以外	・消費マインドの低下による節約志向は根強い。さらに、業種業態を超えた競争の激化や人件費の増加、原材料価格や電気料金等の高騰もあり、厳しい状況が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・社会は少しずつ落ち着きを取り戻そうとしているが、消費マインドについては警戒感が増したように感じる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・パソコンなどテレワークで需要の先食いがあった分の反動が出ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・6月に入ってからほとんどサービス関係での来店 で、新車購入が目的の客は減少している。新車購入に 対しては慎重な声を聞いている。
		その他専門店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・最近の物価高に円安も絡み、とにかく商品価格が高 くなっている。取引先のウナギ店では、暑くなり来客 数が増加して売上が伸びたということだが、客はウナ ギだけ食べてジュースやビールなどを飲まないため、 当店にとっては喜ばしくない状態である。
		通信会社(役 員)	単価の動き	・半導体不足や新型コロナウイルスの感染拡大による サプライチェーンの混乱に加え、ロシアのウクライナ 侵攻や円安が重なり物価が全般的に上昇している。当 社に直接関連する電子機器の価格も上昇しており、今 後も上昇若しくは高止まりになるのではないかと大き な懸念を抱いているが、料金等への転嫁はできない状 況である。
		その他レジャー 施設[スポーツ クラブ](総支 配人)	お客様の様子	・連日100人前後の新型コロナウイルス新規感染者が 出ている。新型コロナウイルス禍において、まだマス ク着用が必須の現状では前向きな行動がとりにくく、 会員の新規獲得は思うようにできていない。夏休みの 子供向け特別教室の募集を開始したが集客は良くない。 燃料費等の値上がりも続いており、大変厳しい状 況である。
		住宅販売会社 (営業)	お客様の様子	・原材料価格高騰のあおりを受けて価格改定が障害と なり、商談の遅延が増えてきている。また、受注の先 細り感も現場に出てきている。
	x	商店街(代表 者)	お客様の様子	・食料品は買上単価が下がり、それ以外のものについ ては顕著な買い控えがみられる。悪い意味で客に消費 還元割引が浸透していて、割引がない期間は買物を 控えている。その一方で高額品の購入もみられるが、 設備投資など補助金絡みの購入が多いようである。
	x	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・商品の仕入価格の値上がりが影響している。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		一般機械器具製 造業(総務担 当)	取引先の様子	・製造業では全体的に繁忙な状態が続いており、新卒 を中心に採用が活発になっている。
		精密機械器具製 造業(財務担 当)	受注量や販売量 の動き	・特に大手取引先からの受注が増加している。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前年同期と比べ公共工事の受注が増加している。
		輸送業(管理会 計担当)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスによる行動制限が解除され、若 干だが物量は回復傾向にある。
		税理士(所長)	取引先の様子	・3か月前と比較すると、新型コロナウイルスの感染 状況が落ち着いており、企業規模や物流ルートによっ て違いはあるものの、半導体などの部品が動き始めて きたことにより、製造業は良くなっている。販売業も 入出が徐々に戻ってきたことで良くなっている。
		食料品製造業 (経営企画)	それ以外	・市販用は苦戦気味だが業務用は好調に推移し、全体 の売上はプラスの傾向である。一方で、原材料や包装 資材などの材料費が上昇を続けており、急激に採算が 悪化している。
		化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量は変わらずに推移している。
		プラスチック製 品製造業(企画 担当)	受注量や販売量 の動き	・半導体不足や新型コロナウイルス感染症、ウクライ ナ情勢の長期化に伴う供給制約、物流費や原材料の価 格高騰などの影響は大きく、引き続き厳しい状況が続 いている。
		金融業(融資担 当)	取引先の様子	・取引先の話では、売上は回復傾向にあるが、資源価 格の高騰が影響して経費が増加し収益を圧迫しており、 売上改善のペースが落ちているということである。
		不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・現状は客が少なく、動きも鈍いと聞いている。
		司法書士	取引先の様子	・会社解散登記の依頼が多かったが、事業譲渡の不動 産取引や役員変更目的の変更等の会社登記も同数みら れる。
		繊維工業(総 括)	受注価格や販売 価格の動き	・受注状況は引き続き回復傾向にあるが、原材料価格 の高騰に拍車がかかり収益を圧迫している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3か月前は決算期の駆け込み需要による多くの受注があったが、現在はそれが落ち着き、景気も落ち着いている感じである。
	x	-	-	-
雇用 関連		-	-	-
(北陸)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規の人材募集が増加傾向である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月と比べて増加が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は緩やかに増加しているが、それに対する応募者が少ないため、人材探しに苦労している。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人への動きに大きな変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ガソリン価格の高止まりや食品類の値上げなど、生活に直結する物価がなかなか元に戻らないが、新型コロナウイルス禍の影響を感じる事が少なくなり、各企業の営業活動や催事などが活発になってきたように感じる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の受理件数は、変わらず好調である。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先の企業のなかに、売上は好調だが原材料価格の高騰によって利益が圧迫されるため、人件費を抑えてその分を利益に補おうと、派遣の契約を一部解除する動きがある。また、それと同時に派遣の求人依頼が取下げられている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・求人は出ているが、物価高で求職者の動きが少し鈍くなっている。
	x	-	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・国内客の来客数の増加は明らかであるが、インバウンド客の来店が久しぶりにみられるようになってきている。
(近畿)		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・物価は上昇しているが、コロナ禍が一定の落ち着きをみせるなか、オフィス勤務などの人流が活発になっている。気温の上昇もあり、国内の中間層向けの夏物ファッション商材が好調に動いている。婦人用サンダルやパラソル、紳士雑貨などは3年ぶりの活況であり、食品も気軽に食べられる総菜やベーカリーが好調である。また、富裕層については、時計や絵画、宝飾品、特選品が好調を維持している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・例年よりも早い梅雨明けで、必要な商品の購入が増えている。特に夏物家電のエアコンは、この猛暑で需要が増え、来客数が大きく伸びている。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・来客数が新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・修学旅行生の予約が7月中旬まで入っていて、超満員の状態である。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策が緩和され、前年にはなかった高齢者の旅行やレジャーが復活している。バスを利用した団体旅行も、少しずつ動きが増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・6月に入ってから売上上の勢いが鈍く、悪かった前年の水準にとどまる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・直営店舗の来客数が微増で推移しており、客単価も数%上昇している。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関連の客が多いが、かなり戻ってきている。ただし、注文が入ってくるようになったのは良いが、個人客の買物には、物価の上昇による影響が出ている。	
	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客足が少し店に向かっている。購入の有無にかかわらず、顔を出す客が増えてきている。	
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の目標は未達となりそうである。前年は、都心部の百貨店は休業明けで購入が増えたが、今年はその反動もあって苦戦している。客が不要不急の消費を抑える傾向に大きな変化はなく、新型コロナウイルス発生前の売上には程遠い状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・高額の動きが、引き続き好調である。春以降、特選プティックの値上げが増えており、値上げ前の駆け込み需要が目立つ。一方、インバウンドは6月10日に入国制限が緩和されたが、今のところは目立った変化がみられない。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月の実績も前年比で約7%増加となり、特に高級海外ブランドの特選洋品が好調に推移している。一方、食料品は原材料の値上げにより、全体的に売上が鈍化するなど苦戦している。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・来客数は、新型コロナウイルス発生前の水準に戻ってきている。富裕層による高級時計やブランド品の購買意欲は衰えておらず、更に高額の商品を買う傾向もみられる。
		百貨店（特選品担当）	販売量の動き	・物価の上昇による影響が懸念されるが、富裕層の高額品購入の動きは好調が続いている。一方、インバウンドの入国規制が緩和されたが、目立った動きはない。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・お中元商戦も前年を上回る来客数、売上となり、新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。また、今年は梅雨が短く、暑い日が続いたことで夏物需要が増え、来客数の減少する日がほとんどない。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・コロナ禍の状況でも好調であった高額品に加え、雑貨などの低価格品にも動きが始めている。低迷していたカテゴリーの商材が回復傾向にあるため、販売量の増加につながっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品は前年のコロナ禍による特需の反動で、やや苦戦しているが、衣服や住居関連商品は、スクール水着やリゾート商材、旅行用など、前年にはなかった活発な動きが見られる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・5月以降、外出関連の商品を買い求める客が増えている。キャリーケースを中心とした旅行需要や、子供の水着を中心としたリゾート関連の商品が目立って売れている。また、例年は7月以降に売れる浴衣も、6月に入って問合せが増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で20%ほど増えている。少人数であるが、外国人の客も来店するようになった。中小企業のテレワークの人数も10%ほどに減っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の中小企業でも、出社制限が解除された会社が多いようで、日中の労働者の数が元に戻りつつある。朝の通勤時間帯の来客数が、以前の水準にかなり近づいている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温が上がり、人の動きが良くなっている。新型コロナウイルスの新規感染者数はそれほど減っていないが、今の状況に慣れてきたように感じる。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・休日など、レジヤーに出掛ける前に飲料や食料品を買いに来る客が増え、レジ横の商品もよく売れている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・最近では活気が戻りつつあり、来客数も増えている。客がレジで並ぶ頻度も増えてきている。昼間は会社員や現場の作業員などの来客が増え、かなりのレジ待ちになる日も増えている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数、売上共に少し増えているが、客単価と買物頻度は落ちており、全体としては横ばいである。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍が収束に向かっており、経済活動が新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。物価は上昇しているが、客の消費意欲の旺盛さが感じられる。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着きをみせ、物価の上昇が徐々に進むなかで、まとめ買いの傾向がみられる。特にクーポンなどの配信状況は変わっていないが、来客数は増加気味である。
		その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	販売量の動き	・コロナ禍の状況がかなり落ち着いてきたこともあり、売上は改善している。その一方、競合他社の改装オープンの影響で、回復度合いは鈍い。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約件数、予約のグループ客の人数共に、増加傾向が目立っている。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月には売上が2019年の水準を上回り、今月もほぼ同じ水準を維持している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・6月に入り、少人数のグループなどの来客数が徐々に増えている。客も以前ほどは、新型コロナウイルスに対して神経質ではなくなってきた。販売量は2019年比で60%強まで回復している。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・動きが良くなることが期待されるものの、全国旅行支援の開始を待っていると感じる。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・コロナ禍による行動制限がないため、宿泊、レストラン、宴会共に、利用が増加している。
		都市型ホテル (総務担当)	お客様の様子	・飲食関係では、夜の利用が戻りつつある。宴会場を利用した飲食も、少しずつ増え始めている。
		都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・府民割などの効果で、旅行需要の回復傾向がみられる。特に週末の人流が増加し、駅のコインロッカーの使用率も高い。
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	・6月に入って営業時間が長くなり、来客数も増えてきた。ただし、全国旅行支援への問合せは多いが、具体的な日程が決まっていないため、相談のみとなるケースが多い。
		旅行代理店(役員)	来客数の動き	・ブロック割もあり、遠方への旅行需要も戻ってきた。一方、国内旅行は新型コロナウイルス発生前の販売量に近づきつつある。
		旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・訪日客の観光目的による入国再開や、1日当たりの入国者数の上限引上げなど、客が旅行に行くという雰囲気やマインドに変わりつつある。まだまだ間際の申込みが中心であり、2019年度には及ばないものの、夏休みを前に少しずつ予約が入っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍を基準に考えれば、何でも上向きに感じる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・平日も人出が格段に増えている。駅待ちのタクシーの回転率は良くなっているが、ホテル関係の利用はまだこれからである。
		タクシー運転手	お客様の様子	・気温の上昇とともに、客の乗車機会が増える傾向にあり、営業収入が2～3割増加している。
		観光名所(企画担当)	来客数の動き	・6月に入り、来場者の増加率が前月を上回り始めている。
		住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・分譲マンションは総じて好調であり、デベロッパー各社とも在庫が減っている。その一方、開発用地の情報は減っており、デベロッパーの取得競争の激化による土地価格の高騰が続いている。
		一般小売店 [花](経営者)	販売量の動き	・販売量は少しずつ増え始めているが、まだまだ鈍い。単価を抑える動きもあるため、景気が回復しているとはいえない。
		一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・コロナ禍もかなり落ち着き、以前のようなイベントや催しが再開し始めている。ただし、仕事のやり方が変わってしまったのか、商品の販売はまだまだ低調である。
		一般小売店[鮮魚](営業担当)	それ以外	・売上はほぼ横ばいで推移している。
		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・販売量、来客数共に目立った動きが感じられない。ただし、外出の自粛時と比べると来客数は増えており、商店街の人出も増えている。まだ販売量は増えていないため、楽観視は全くできない。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・前年は緊急事態宣言の発出もあり、郊外店である当店は生鮮品を中心に売上が大きく伸びた。その反動で、今年は26日までの生鮮品の売上が前年比で12.5%減少と、非常に苦戦している。また、来客数も3.5%減少と前年を下回っている。ただし、都心の店舗は来客数、売上共に順調に推移しており、全体としてはまずまずとなっている。
		百貨店(販促担当)	販売量の動き	・コロナ禍による自粛ムードはほとんど感じられず、一部に強い反応はあるものの、ほぼ通常の動きに戻っている。ただし、価格の上昇による心理面への影響が出始めており、特に生鮮食品で販売量な減少が見受けられる。今年は空梅雨の影響でレイングッズは不調であるが、UV関連は堅調に動いている。
		百貨店(宣伝担当)	単価の動き	・円安や物価上昇の影響で、消費者の節約志向がますます強まっているように感じる。ハイブランドとファストファッションの需要の二極化がより一層進み、百貨店の中心価格帯の動きが鈍い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・家族連れでの来店が増えているが、年配客の来店は余り回復していない。物価上昇の影響もあるのか、買上率も下がりつつある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・コロナ禍の影響は落ち着いてきたが、値上げを意識した買物に変わってきている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数に一喜一憂することが減り、イベントや旅行などで外出する機会が増えた。内食需要も減少傾向にあるが、消費者の行動変容がかなり定着した影響で、売上が大きく落ち込む状況にはない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年は夏祭りが開催される町会も増えており、少し景気が回復しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除から3か月が経過するが、高齢者の購買意欲が上がってこない。予想以上に慎重な行動が続いており、回復の兆しがみえない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・商品の欠品や納期の長期化に改善がみられず、販売や納品ができない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は減少しており、販売数も横ばいである。価格交渉の動きが増えている。
		乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・しばらくは様子見が続いている。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・人の流れは休日、平日共に戻ってきているが、来店客のうち購入に至る割合は、依然として低いままである。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・原油価格や物価の上昇による消費の減少を予想していたが、週末を中心とした行動制限の解除により、これまで抑制されていたレジャー需要が増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇で販売価格を値上げしたが、売上や来客数には大きな変化がない。ただし、遅い時間帯の来客数の減少で、座席の回転数が落ちているほか、仕入価格の上昇で利益率が下がっている。
		その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる影響は少なくなったが、3年前とは消費者の感覚が変わったと感じる。
		観光型ホテル（客室担当）	単価の動き	・府民割が再開し、やや回復傾向にある。
		都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・春先から4か月連続で、宿泊稼働率は50%台をキープしている。今月は59%の見込みで、宿泊人数は8800人と前月比で415人増えた。6月からスタートした、府民割の効果に期待していたが、土曜日は稼働率が90%程度まで伸びる一方、平日のビジネス客の利用はほとんど変わらない。レストランのランチも1日の平均が45人と、最近は安定している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引先の受注状況に大きな変化はない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・団体旅行に回復の兆しはみられるが、個人客の動きは相変わらずである。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場の出展企業による毎月の契約者数は、今期も順調である。
		その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	販売量の動き	・電装部材の欠品が引き続き深刻で、入荷時期が未定の状況が続いている。改善の見通しも立たない。
		一般小売店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・来客数が相変わらず少なく、開店休業という日も目立っている。やや高額な時計の修理代金が入ったため、今月は何とかしのぐことができた。他府県への割安な旅行に出費が回っていると感じ、まとめ買いや、ついて買いが減ったと感じている。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今年の3月から来客数は改善傾向にあったが、5月のゴールデンウィークを過ぎた頃から、再び減少傾向となった。主な要因としては、世界情勢の不安定化や原油、原料価格の高騰などで、消費者が生活防衛を強めていることが挙げられる。来客数の推移は、3月の前年比が16.1%の増加で、4月が0.2%の減少、5月が6.1%の増加で、6月が1.1%の増加となっている。
		百貨店（営業推進担当）	それ以外	・ウクライナ危機による納期の遅れや、原材料価格の高騰による値上げで、ボリューム層の購入が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・値上げの影響が確実に出ており、買上点数が減っている。また、予想外の梅雨明けと猛暑の到来で、月後半は来客数にも影響が出てきた。生鮮品の小分け販売など、少しでも価格を安くする工夫をしているが、売上の減少傾向が続くようである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品を中心に価格が大きく上昇し、買上点数が落ちている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の販売が低迷している。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・全体的に価格が少し上がっている影響で、果物類が余り売れなくなっている。広告の特価品ぐらいいしか売れていない。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・ここ数か月、前年比や目標比が90%を下回る月が続いている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・来客数の減少以上に、売上が減少している。1人当たりの買物が少なくなっている。
		スーパー（販売促進担当）	単価の動き	・来客数は前年並みであるが、客単価の低下で売上の減少につながっている。ウクライナ危機もあって商品の値上げが続いていることもあり、買い控え傾向が始まっている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・メーカーや取引先による商品価格の改定が続き、商品単価の上昇が続いている。一方、客の買上点数は前年比で大きく減少したため、客単価は下がっている。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・多くの商品の価格が値上げとなり、消費が抑え気味となっている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・物価の上昇で需要が減り、弁当や焼き立てパンの廃棄が目立つ。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・海外からの部品の調達不足で、商品の長期欠品が発生している。調達が可能となった商品は量販店でも取り合いとなり、結果的に予約注文のキャンセルにもつながっている。一方、商品が調達できていない競合他社は、欠品を逆手にとって極端な値引き案内を行い、集客を図ろうとしている。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・気温の上昇が遅く、季節商材の販売が振るわない。さらに、商品によっては上海のロックダウンや半導体不足の影響で、商品の在庫不足につながっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・依然として半導体不足の影響を受けている。新車が海外から入荷しないため、販売台数が伸びない。
		その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍は収まりつつあるが、円安による物価の上昇が家庭を直撃している。この状態がいつまで続くのか心配である。
		その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇の影響が大きい。秋に向けても値上げの情報しかないほか、今夏は電力不足や水不足で消費が更に落ち込む。
		その他小売 [インターネット通販]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も一段落し、客足が増えるかと思いきや、商店街は何も変わらず閑散としている。客が増える様子は見られない。
		その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・注文は入っても、中国のロックダウンの影響で入荷が遅れている商品が多く、売上の増加につながらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇や、府民割の影響で来客数が減少したため、売上が少ない。近隣の商店街の店舗やスナックなどからは、客が来ないという声が上がっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割も普及しているが、全国旅行支援の動きが遅い。参議院選挙を前に経済政策を控えているような状態で、経済が上向くはずはない。
		通信会社（社員）	単価の動き	・スマートフォンの販売が、利幅の薄い人気ブランド頼みになり、その他のブランドが売れない。販売量が伸びず、転売目的の客に販売せざるを得ない状況である。業界での転売対策は余り効果が上がっていない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・テレビサービスへの加入が増えないほか、既存の加入者の間でも、解約が増加傾向にある。
		その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	販売量の動き	・6月に入ってから、5月のような力強い回復がみられない。急激な円安や各種の値上げが、消費マインドを冷やしている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・新たな客を探す努力を続けているが、コロナ禍が完全に収まらないなか、厳しい状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材や設備関係の仕入価格が、かなり上昇している。
		住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・建築資材価格の高騰に伴い、住宅価格が上昇傾向にある。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・物価の上昇で消費が減少している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産価格の高騰は続いており、検討客の動きは鈍くなっている。また、住宅の建設現場での労働力不足や資材の調達不足により、施工遅れの問題も顕在化している。
	x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・百貨店やショッピングセンターには客が余り来ず、閑散とした状態が続いている。買物に行く習慣がなくなったように感じる。
	x	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り消費が落ち着いたらせいか、集客が激減している。急に暑くなってきたためエアコンだけは売れ始めたが、他の製品は売れておらず、先行きは見通せない。
	x	住関連専門店（店長）	それ以外	・仕入原価の高騰や止まらない円安で、販売価格を上げて追いつかず、利益率は悪化の一途をたどっている。
	x	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万1169円と、3か月前の1万4222円よりも低下している。
企業 動向 関連 (近畿)		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・各種イベントの再開で見積依頼が増えており、一部で受注にもつながっている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・問合せ件数が若干増えており、受注量も増加している。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、景気は少し良くなっているが、1年前との比較では依然として余り良くない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注案件がまだ少ない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここへきて引き合いが増えているほか、止まっていた案件が動き出している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・駅構内では明らかに人流が回復基調にある。業種による差はあるものの、来客数は前年比で120%前後、3月比で110～130%と増えている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は梅雨明けが早く、夏物の販売が急に好転している。5月以降の外出客の増加もあり、経済は正常化に向かっている。ただし、相変わらずイベントはフルに行えるわけではなく、イベント需要は低迷したままである。全体としては前年程度の売上となっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原材料価格や資材価格の上昇が始まっているが、製品価格に転嫁できていない。値上げが進んでいないため、まだ製品は少し動いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品や材料が入荷しないため、取引先からは納期の延期についての連絡が多い。月末になると、受注量が減少する。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車の減産を受け、部品会社向けの出荷量の減少が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は売上の60%以上を半導体関連が占めており、これまで1年以上はコロナ禍にかかわらず好調であった。一方、最近ロシアによるウクライナ侵襲で先が読めず、悪影響が出ている。先行きは厳しいと予想している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・見積案件は増えているが、電子部品が入手困難である。部品不足がいつまで続くのかも見通せない状況であり、生産計画が立てられない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・6月前半はAV関連、白物関連共に低調であったが、後半からの気温の上昇に伴い、エアコンや冷蔵庫の荷動きが活発になっている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・部品の納期が延びている影響で、納品ができないため、売上が増えない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格の高騰や、納期の遅延などが続いている。金額やしゅん工日が設備投資計画とかい離しており、新築物件の計画凍結や延期もある。改修物件は部分的な取りやめで、何とか進む予定であるが、今後どうなるかは不透明である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の感染状況は落ち着いてきたため、営業活動は進めやすくなってきた。客の購買意欲も高まることを期待している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・商品の9割を輸入に頼っているため、円安の影響が出ている。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・コロナ禍は収束に向かいつつあるが、急激な円安傾向が経済を混乱させている。円安は必ずしも悪いことではないが、ここまで急激な変化は好ましくない。金利を上げて何とか落ち着かせるよう、政府や日本銀行は対応してほしい。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍は落ち着きつつあるが、交通広告の受注は戻っていない。一方、イベント関係の広告は少し戻ってきている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・商店街の取引先の様子では、コロナ禍が落ち着きをみせ始めたほか、何らかの補助金が中小企業に行き渡った感があり、何とか前を向いて進んでいこうという雰囲気が見受けられる。ただし、コンサルタントに払える資金の余裕はなく、当社は忙しくなっているものの、無料に対応する時間が増え、売上自体は過去最低となっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や見積りの動きについては、2年以上前から悪い状態が続いている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いがあっても受注しても、製品が入ってこない結果、失注につながるケースもある。
		繊維工業（総務担当）	それ以外	・原材料や加工代の値上げが、製品の原価を押し上げている。ホテル代などの経費の増加も利益を圧迫しており、良い材料が見当たらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料価格の値上がりや、一部製品の不足により、生産に支障が出始めている。明らかな発注量の減少も目に付く。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・取引先に対して値上げの交渉を行っているが、理解を得ることができ、まずは順調に進んでいる。極端な円安やウクライナ危機、気候要因による不作といった要因により、足元で物価は軒並み上がっている。長らく賃金が上がっていないところに、久しぶりの物価上昇となったことで、景気は良くない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車メーカーに部品不足の影響が出ており、業界の工場稼働率が低下している。
		金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・自動車関連が主力の同業他社で、休業する会社が増えている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・様々な商品の値上げにより、家計のひっ迫が徐々に進んでいる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・コロナ禍とウクライナ危機の影響で、材料が入ってこない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・材料価格の高騰や円安の進行により、物価の上昇が止まらない。また、給料格差の拡大に歯止めが掛からない状況である。
	×	輸送業（経営者）	それ以外	・全ての必要経費が増加している。収入は増えない一方、燃料価格や税金などの経費だけが増加し、採算が合わない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除となり、外国からの観光客も入国するようになったが、まだまだ店舗の空室率は高い。アパレルもネット通販での販売が増えたため、実店舗が不要になっている。特に、都心部周辺の空室が埋まらない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価が上昇している。
雇用関連		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍に伴う行動制限も解除され、人の動きも活発となったことで、派遣の求人数は前年を上回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(近畿)		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・通常は求人数が減る時期であるが、余り落ちていない。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・前月に続いて求人数が多く、若手人材は引く手あまたとなっている。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数の前年比での動きは、引き続き順調である。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は前年比1.5倍の水準で推移している。
		アウトソーシング 企業(社員)	雇用形態の様子	・ボーナスが支給されたため、良くなる。
		求人情報誌製作 会社(営業担 当)	求人数の動き	・新規の求人数は増えているが、求職者の動きは横ばいに近い。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・周辺企業に、高卒の求人を2年ぶりに出す動きがあるなど、景気の回復が感じられる。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は、京都府全体では前年比で8.7%の増加、当所の管内では19.8%の増加となっている。また、当所の管内では、金融・保険業、専門サービス業、飲食・宿泊業、その他サービス業の順に、求人数が増えている。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・2023年卒の新卒採用では、この6月に最終面接を行い、内定通知を出した企業も多いが、内定の辞退が多く、追加募集や合同企業説明会の追加出展の動きが見られる。例年この時期は、中堅、中小企業が採用に苦戦するが、今年は大手企業でも苦戦するケースが多い。学生が企業名や企業規模よりも、給与や休暇といった条件面で企業を選んでいるように感じる。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・コロナ禍による特需は落ち着いたと感じていたが、通常の求人に加えて、コロナ禍関連の事務処理の求人が増えている。
		その他雇用の動 向を把握できる 者	採用者数の動き	・力強い回復はみられないが、大阪の就業地別の有効求人倍率が22か月ぶりに1倍台となるなど、徐々に上向き傾向となっている。求職者の動向をみると、依然として就職活動に慎重な姿勢から、活動が長期化する傾向がみられる一方、コロナ禍の落ち着きで就職活動を再開したり、転職活動を進める動きが多くみられる。求職者の心理も変化し始め、採用数も前年比で増加傾向に転じるなか、特にパートの就職数が上向いている。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いてきたため、企業心理にも明るさがみられる。直近ではテレワークが中心の依頼が多いため、今までのように地域を限定することなく、スタッフを集めることができる。マッチングもしやすくなるため、即決するケースも出てきており、この状態は当分続きそうである。
		新聞社[求人広 告](管理担 当)	求人数の動き	・国内外ともに不安材料が多い。ただし、業種による好不調はあるものの、求人数には一時期のような不安定さはなく、景気を左右するような動きや傾向はみられない。
		新聞社[求人広 告](営業担 当)	周辺企業の様子	・コロナ禍はある程度落ち着いてきたが、ロシアのウクライナ侵攻や円安による原材料価格の高騰など、不安要素が多く、景気が上向き動きは余り感じられない。
		新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみても、関西の地元企業からの広告出稿意欲が全くみられない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数全体は前月から減少したものの、前年比では10.5%増となった。業種別では小売業や運輸業、宿泊・飲食サービス業での増加が目立った。特に運輸業ではタクシーやバスなどの増加が目立ち、小売業ではフルタイムでの求人数が増えるなど、社会全体がコロナ禍から立ち直り、落ち着きを取り戻しつつある。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に、1年前よりも確実に増加している。
		学校[大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・医療職の人手不足は続いているが、看護職を除いて中途採用の動きは鈍い。看護職以外は退職者も少なく、安定したマーケットであるが、初任給などは余り増えていない。
		民間職業紹介機 関(支社長)	それ以外	・中途採用市場では、まだ景気の悪化は顕著ではない。ただし、身の回りの物価上昇や海外の動向を踏まえると、今後はますます厳しくなっていく。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・企業によっては、合格と内定を使い分ける動きが、今年になって増えたように感じる。
	x	-	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が回復し、新型コロナウイルス発生前の水準に近づいている。
		観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・県民割を利用する宿泊客が増加している。また、コロナ禍で自粛していた年配者の昼間の宴会の件数が増加してきている。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・これまで宿泊やレストランでの個人需要の回復が早い一方で、宴会や婚礼の回復が遅れていたが、新型コロナウイルスの影響緩和に伴い、懇親会や親睦会など食事付の宴会受注が明らかに増加している。県境を越える往來の制限がなくなったことで、全国規模の集會などの問合せが入ってきており、企業や団体も動き始めている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年同月と比べ1割程度増加している。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・時計、宝飾品、美術品などの高額商品の売行きは好調である。前月まで苦戦していた衣料品も回復傾向にある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・移動制限が緩和され、企業がテレワークから脱却する動きがあるので、平日の日中の来客数が大幅に回復している。
		コンビニ（支店長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、天候も良いので、来客数が増加しているが、商品単価の上昇で買い控えが発生している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がかなり弱まっている。
		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が来客数の減少につながるという構図はなくなってきている。今後、新型コロナウイルスオミクロン株などで、新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に拡大しない限り、現在の状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに関する行動制限が緩和され、休前日と休日の来客数や売上が、3か月前と比べて増加している。来客数や売上はランチタイム、ディナータイムに関係なく回復しているが、休日の夜9時以降の利用は、3か月前と変わらず低迷している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・自粛緩和の風潮がかなり浸透し、新型コロナウイルスに対する警戒感も少なく、客に外食利用のムードが出てきている。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・以前と比べると来客数が増加傾向にあり、今までは新型コロナウイルスの影響で来店を控えていたサラリーマン層も増加している。予約の中には約2年ぶりに来店する客もあり、新型コロナウイルスの影響は緩和している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・近隣利用者が多いレストランの来客数は順調に回復している一方で、宿泊客数は県外の利用者がなかなか元に戻らないため、伸び悩んでいる。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国的に新型コロナウイルスの感染拡大が抑えられている状況で、ブロック割の効果もあってビジネス層、観光層共に動きが活発化している。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることから、個人旅行が多少動き出しているが、グループ旅行の動向は依然として不透明である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる行動制限がなくなったことで人の動きが良くなり、夜の繁華街も忙しくなっている。
	タクシー運転手	販売量の動き	・売上が新型コロナウイルス発生前の95%程度まで回復している。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、地元客の生活や観光客の活動が通常に戻りつつある。	
	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、景気はやや良くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率が低下傾向にあり、延滞料金の回収率も上向いているため、景気はやや良くなっている。
		テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・客の動きや身の回りの行事の開催などいろいろなことが通常に戻りつつある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が僅かながら増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・大型イベントの再開や観光地のにぎわいなど、新型コロナウイルス発生前の頃に戻りつつあり、客の雰囲気明るく、活動的に感じる。
		商店街（理事）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が長期化する状況で、客の動きが多様化しており、景気の判断が難しくなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・前年の今頃と比べ、売上が2割程度減少している個店もある。商店街に新規出店があり、今まで見られなかった年齢層の人が通行するようになってきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・全国的に新型コロナウイルスの感染が拡大している。今後、夏休みやお盆に人の交流が増加すると、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加する。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・まだまだコロナ禍から抜け出せていない感が強く、このまま常態化する。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・お中元ギフトセンターを開設した食品や、化粧品、学生服、紳士服、観光部門は好調だが、婦人服、家庭用品は前年を下回っている。全体の売上は前年を10%程度上回る見込みである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前月から週末を中心に来客数が増加しているが、購買につながっていない。前年とセール時期に違いがあるのか客単価やセット率が前年と比べ低くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がある程度落ち着いたが、来客数は新型コロナウイルスの感染拡大期と余り変わらない状況が続いている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況を踏まえると、明らかに景気は好転しているように感じるが、ここに来て、円安やウクライナ等の世界情勢がマイナス要因としてかなり関与しており、売上が回復していない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円の美術品やぜいたく品が売れている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響の緩和で、客の外出や外食機会が増加する一方で、内食需要が減少している。商品の値上げに伴い、客が割引催事日に集中し、通常平日との来客数の格差が拡大している。ガソリン価格等の値上げもあり、遠方からの来客数が微減傾向にあり、節約志向の高まりで高単価商品の動きが鈍化傾向にある。
		スーパー（店長）	単価の動き	・物価の上昇で、客に低価格商品が支持されているため、客単価が低下している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げが続いているため、販売数量が伸び悩んでいる。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明け以降、物価高に伴い来客数の減少傾向が続いている。今年の数値が今後のベースになってくる。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・農村にある店舗のため、高齢化や人口減少の影響もあって来客数が鈍化している。食料品やエネルギーの価格が高騰しているため、今後の動向が気になっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・8月に着物で出掛けようと客を誘ったら、多くの方が出掛けてくれることになった。
		衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・コロナ禍で、客が外出を控える生活パターンが定着したため、購買意欲も上がらない状態が続いている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・故障を理由に商品を買換える客はいるが、新規需要はない。エアコンなどの白物家電の販売は前年並みである。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の7割程度となっているため、売上も厳しい状況にある。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・6月の販売量は前年比97%と厳しい状況である。受注があるのに生産が追い付かず、売上に結び付いていない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・景気は前年より良くなっているが、新型コロナウイルス発生前の状態には戻っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ここ2～3か月、販売に余力なき変動はないが、原価率が多少上昇したため利益が減少している。
		その他専門店 〔土産物〕（経営者）	単価の動き	・以前より客の財布のひもが固いように感じる。実際、客単価も下がっていて、客が最低限必要なものしか購入していない。
		その他専門店 〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減少せず、高齢者が多い地方では、安心して街に出る人が少ないため、依然として景気は良くない。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・土日祝日の客が比較的多くなっているが、来客数が増加しても客単価は伸びておらず、客の財布のひもはまだ固い。値上げ報道が過熱しており、光熱費など家計を圧迫する要因も多いため、客が余分な買物をしていない。これからボーナス時期に入るため、少しでも客の購買意欲が上がっていくことを期待している。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き始め、旅行機運は確実に高まっているが、全国旅行支援の内容が具体的に示されておらず、また、インフレや円安など経済的な問題もあるため、景気が急速に回復する雰囲気はまだ感じられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高ではあるが、消費が急激に悪化するような気配はなく、景気は横ばいの状態である。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・サービス拡張エリアの客の申込みが少し落ち着いており、景気に余力変化はない。
		テーマパーク （管理担当）	お客様の様子	・物価が高騰している状況で、減税措置等を行わず、大企業に対する優遇措置を継続し続けているため、景気は良くなっていない。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・景気は若干上向き傾向にある。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上がほぼ横ばいとなっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきたものの、引き合いは戻ってきていない。物価高など不安定な状況が続いているため、客が住まいを考えるとこまで至っていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・石油関連の製品価格や電気料金の上昇の影響が建築材料にも波及しているため、最近では客の建築に関する動きも悪くなっている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・非常に厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・材料の仕入価格が高騰しているが、販売価格に反映しにくい状況である。
		一般小売店 〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・今月に入って、市内に人が歩いていない。売上も前年を下回っている。また、業種としても、廃業する企業が出てきているため、大変不安を感じている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・ウクライナ問題、石油供給不足、サプライチェーンの崩壊を受け、諸物価が上昇していることから、消費者の節約意識が高まり、売上低迷につながっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・プレクリアランスセールが始まり、来客数が増加しているが、生活必需品の値上げの影響で客は洋服まで気が回らず、販売につながらないため苦戦している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ウィズコロナの状況で、客が行楽や外食へ流れる傾向が強くなり、スーパーへの来店頻度が低下している状況で、父の日の売上も前年割れとなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前に前年の97%だった来客数が前年の94%まで落ち込んでいる。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価は変わっていないが、購入数量が減少している。
		スーパー（営業システム担当）	販売量の動き	・値上げの影響で売上は維持しているが、販売数量が目に見えて落ち込んでいる。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品の相次ぐ値上げで販売点数が減少し、客の来店頻度も低下している。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・今月に入り、来客数は変わらないものの、客の買上点数が減少し、客単価が急激に低下している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンは好調だが、テレビやパソコンの販売は不振である。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新車の納車がずれ、下取り車の在庫が減少しているため、中古車の在庫が不足している。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇に伴う買い控えが確実に起きている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [時計] (経営者)	単価の動き	・高額品が販売できていない。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・ウクライナ情勢の影響で物価が上昇しているため、客が金を使うことに慎重になっている。
		通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・値上げは実施していないが、客の引き合いが少し鈍化している。
		通信会社 (広報担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いているが、物価上昇率が高いため、購買につなげていない。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・収入の伸びの鈍化で、客が購入に慎重になり、低価格志向になっている。新築ではなく、リノベーション物件に関心を持つ客も増えている。
		住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる外出自粛は落ち着いてきたが、円安等の影響による物価高などの影響で、客に買い控えをする心理が働いている。
	×	スーパー (財務担当)	販売量の動き	・商品の値上がりによる客の節約により、来客数や1人当たりの買上点数が前年実績を下回り、既存店売上が前年割れとなっている。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新車の納期が半年以上掛かるなど先が見えない状況で、客の給料も減少しているようであり、景気は悪くなっている。
	×	自動車備品販売店 (経営者)	単価の動き	・いろいろな商品が値上がりし、客の買い控えが進んでいることから、格安商品しか売れない状況である。
	×	美容室 (経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて客が戻ってきているが、単価の低いメニューを選ぶ客が残っているため、景気は良くなっていない。
	×	住宅販売会社 (営業所長)	単価の動き	・価格高騰の影響が家計で本格的に出てくるのはこれからである。
企業 動向 関連 (中国)		輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加していることから、景気は良くなっている。
		繊維工業 (財務担当)	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げにより、企業の利益が確保されている。
		電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・機械設備の更新を実施する既存客からの受注等により、受注量が増加している。
		農林水産業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢等の影響を受け、魚価が上昇しているが、高値だとなかなか動かないため、景気は良くなっていない。
		窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け大型案件の生産がピークを迎えている状況で、通常の工程品の生産も多いため、多忙な状態となっている。
		鉄鋼業 (総務担当)	取引先の様子	・今後の上海ロックダウンの影響は不透明である。
		金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べ、ほぼ同水準となっており、超過勤務をして生産を行っている。
		一般機械器具製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けながらも生産計画を維持している。
		輸送用機械器具製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・主要客からの受注量は3か月前も当月も通常より低いままである。
		建設業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・物件量はこの先1年安定しているが、資機材の高騰はとどまるところを知らない感がある。また、予定物件が急きょ延期、中止となったりすることが想定される。
		輸送業 (総務・人事担当)	受注量や販売量の動き	・上海ロックダウンの影響がなくなり、受注が増加する可能性もあるが、不確定要素も多いため、現時点では明るい兆しはみられない。
		輸送業 (業務推進担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が落ち着いているが、世界情勢の不安定が影響し、全体的な荷動きについては鈍い状態が続く。
		通信業 (営業企画担当)	受注量や販売量の動き	・データセンターサービスの引き合いや見学数などが例年の同時期と比べて変化がない。また、ICT関連の商談数も客の計画に合わせ、平均的な動きとなっている。
		金融業 (融資企画担当)	取引先の様子	・半導体不足などから地元完成車メーカーの国内生産は定時操業の5~6割程度の低水準が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注は低調な状況が続き、一部の企業では月次損益で赤字が出ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・人流が戻りつつあり、売上は回復傾向にある。ただ、原材料費や輸送費等のコストの上昇を価格に転嫁できず、収益を圧迫している企業も多い。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で受注量や販売量に変化がない。
		会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存客の収益力が低下し、サービス消費意欲が低下しつつある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品を値上げして2か月が過ぎたが、受注量は前年と比べ2～3%減少している。
		食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原料や原油の価格高騰がマイナス要因となっている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化の影響で物価高が加速し、客の購買意欲が低下傾向にあり、景気はやや悪くなっている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・これまで堅調であった受注状況にやや陰りが見え始めている。
		非鉄金属製造業（業務担当）	それ以外	・電気料金やコークス等の燃料価格の高騰、苛性ソーダ等の工業薬品の値上がりにより収益が圧迫されつつある。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数が約7%、申込件数が約8%減少している。
	x	-	-	-
雇用 関連 (中国)		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて当社が受注している求人数が1.3倍になっている。また、外国人の入国制限が緩和されたこともあり、技能実習生を前向きに検討する企業が増加している。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数が増加していることで、採用に困っている企業が増えている。
		人材派遣会社（副支店長）	求人数の動き	・求人数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（HR担当）	求人数の動き	・採用を強化したい企業が増加する一方で、求人数の増加により、採用に苦戦する企業も増加している。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・新卒採用市場は前年より若干良くなっており、中途採用市場も求人数や掲載企業数が6月頃より伸びており、ほぼ新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着き、就業状況が回復してきている。中途採用の活動実施率も中四国は43.2%と全国的にも高い。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・これまでなかなか価格転嫁できなかった製造業界において、近年の仕入価格の高騰、それに輪を掛けてのウクライナ情勢下における資材価格や原料費の高騰を背景に、取引先が値上げ要請に応じるケースが増加してきている。適正価格にしたことで、赤字から黒字に転換できた中小製造会社もある。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・ボリュームゾーンの採用活動は終了した様子だが、企業からの個別の求人がある。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・求職者数が増加してこない状況が続いている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は製造業、特に需要が回復傾向の観光土産物を中心とした食料品製造業の大幅増が目立つなど、社会経済活動に連動して改善が見込まれる業種で増加している。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で2.2%減少、前々年比では2.3%増加と、コロナ禍の2年間との比較では大きな動きはない。産業別に前年と比較すると、製造業、運輸業、娯楽業、医療福祉業などは増加したものの、卸・小売業、宿泊・飲食サービス業などは減少していることから、家庭の消費は持ち直していない。
		職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・5月の新規求人数は県民割の効果で宿泊飲食業が大幅に増加したことで、全体でも増加している。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は前年同期と同程度であり、景気の方向性には変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・百貨店等の売上は好調であるが、物価高の影響で中間所得者層以下の消費マインドは低下している。

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

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)		美容室（経営者）	来客数の動き	・各地でイベントが実施されるようになったことに加え、ボーナス支給月であったこともあり、人流が増加した。
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少や政府の行動制限の緩和を受け、週を追うごとに街の人流は増加している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生以前の水準までではないが、少しずつ夜の街に人が戻ってきており、特に週末は街がにぎわっている。また、新規出店や祝い事に関する注文も増加している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・週末や休日は来客数、客単価共に増加している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・各地でイベントやスポーツ大会が実施されるようになったことに加え、旅行者も多く訪れるようになり、以前より人の動きが良くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあり、来客数が増加している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・期待していたほど来客数は伸びていないが、全体的に悪くない水準で推移している。
		家電量販店（副店長）	販売量の動き	・依然として半導体不足の影響で一部の商品に影響が出ているものの、行動制限が緩和されたことで客の動きが良くなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあり、ビジネス客や観光客が少しずつ増加している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあることに加え、県民割等の効果もあり、人流が回復傾向にある。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあることに加え、県民割等の効果で個人、グループ共に旅行の予約数が増加している。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・3回目のワクチン接種が進み、手短な遊興としてポートレースの投票が増加している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・人の動きが増加している。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・建築単価が引き続き上昇している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ブロック割の影響で、観光客は増加している。一方、夜の街の人出はコロナ禍前の水準までは回復しておらず、状況は以前と大きく変わらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・来街客は多少増加傾向にあるものの、仕入価格の高騰などで必要以上に経費が掛かっており、依然として厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・人々の外食自粛ムードが緩和されてきており、飲食店への納品は少し増加したが、状況はあまり変わらない。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあるものの、景況感はあまり変わらない。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品の値上げが続いており、消費者がまとめ買いを行う傾向にあるが、利益率は以前とあまり変わらない。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染は収束傾向にあるものの、物価上昇の影響により、来客数は伸びていない。
	コンビニ（商品担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあり、売上は増加したが、ウクライナ情勢の影響で光熱費をはじめとする販管費が上昇しており、利益率は以前と変わらない。	
	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・依然として新型コロナウイルス発生前の水準と比較して低調な状況が続いている。	
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材の販売は好調であるが、その他の商品の動きは鈍く、全体としては変わらない。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの生産台数の遅れから、依然として登録台数が前年を下回る状況が続いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		乗用車販売店（役員）	それ以外	・メーカーの生産状況次第で業績が大きく変わる。生産が回復すれば売上も改善すると思うが、今のところ状況は変わらない。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・街に少しずつ人が戻ってきているように感じるが、気温上昇の影響で過路客が減少しており、全体的には変わらない。	
		通信会社（支店長）	来客数の動き	・依然として来客数が新型コロナウイルス発生前の水準と比べて低位で推移している。	
		観光遊園地（職員）	お客様の様子	・観光地や交通機関における客の動きは以前とあまり変わらない。	
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・梅雨が早く明けたことにより多少落ち込みは抑えられたが、店頭売上は前年比でマイナスであった。	
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客の来店頻度、買上点数共に減少傾向にある。	
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・各種食品の値上げにより、買上点数が減少している。	
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足や上海のロックダウン等の影響で新車が届かず、売上につながらない。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・梅雨の時期となり昼の人出は減少した。また、夜の街も家で晩酌をする人が増えたため、にぎわっていない。	
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・以前と比べ販売価格が上昇しており、売上が減少している。	
		通信会社（社員）	お客様の様子	・客への提案時の反応から、財布のひもが固くなっていると感じる。	
		x	商店街（代表者）	お客様の様子	・少子高齢化による生産年齢人口の減少、消費行動の多様化、海外金利の上昇による日本経済への影響等、消費経済が上向き要素が見つからない。
企業 動向 関連 (四国)		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料である綿糸価格が値上がりしていることに加え、原油価格高騰により様々なコストが上昇しているが、新型コロナウイルスの感染は収束傾向にあるため、値上げ後も受注は順調に推移している。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国の公共工事の受注量が増加した。	
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が順調に推移している。新型コロナウイルスに関するニュースも減り、全体的な雰囲気は良くなった。	
		通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にあり、社外イベントや社会貢献活動等が再開され始めている。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・先進国を中心としたワクチン接種の進展により、経済活動が再開され、景気は回復基調が続いている。一方、世界的な半導体不足による調達環境の悪化や原材料価格の高騰、ウクライナ情勢等の問題により、足元では先行き不透明な状況が深まっている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として電子部品等の材料の入荷が遅れており、状況は余り変わらない。	
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・国及び自治体の公共事業の発注並びに受注が堅調であり、本業の業績はやや良い状況が続いている。新型コロナウイルス新規感染者数の減少や規制の緩和により、学協会等のセミナーや交流、就職活動等が再開されているが、全体的な景況感は余り変わらない。	
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・依然として取扱物量が減少傾向にある。	
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・出荷量については、海外向け、国内向け共に大きな増減はみられない。	
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・依然として新型コロナウイルス感染症が経済に与えている影響や、仕入価格の上昇分を十分吸収できるだけの価格転嫁は進んでいない。	
		木材木製品製造業（営業部長）	受注価格や販売価格の動き	・売上は伸びているが、仕入価格も高騰しており、利益率は減少している。原油価格高騰による電気料金の上昇や実質賃金の停滞等、今後も不安な要素は多い。	
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・6月は特に都市部でのスポンサー広告出稿が不調であった。	
		税理士事務所	取引先の様子	・売上が悪化しており、利益率が低下している。	
		x	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、主要品目の一部品目を除き荷動き、価格とも低迷している。加えて、農業生産資材は肥料価格の暴騰等により高止まりの状態が続いており、生産農家の所得は大きく減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	化学工業（所長）	それ以外	・ウクライナ情勢による悪影響が拡大している。
雇用 関連		-	-	-
		*	*	*
(四国)		人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが完全には収束していないため、依然としてイベント等の集客行事は人数の制限を遵守した上で開催するという状況は変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求職者数の派遣の登録は一定数あるが、派遣就労にはつながらず、景気は変わらない。
		求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・中途採用で人材を募集している企業には、応募数が少なく採用の見込みが立っていない状況が続いているところも多い。特に中小企業では人手不足が続いており、景気は低調なまま推移している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・依然として景気が悪い状況が続いている。
		職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で8か月連続での増加となっている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいた宿泊業、製造業、サービス業等での求人数が以前の水準まで回復している。
	x	-	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時短要請が解除されたこともあり、販売量が大幅に上向いている。
(九州)		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺の事業所がテレワークから出社型に戻り、来客数が大幅に増加している。飲食店の営業時間規制がなくなり、終業後の人の動きも新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。
		衣料品専門店（店員）	それ以外	・新規感染者数の減少が継続しており、新型コロナウイルス発生前の日常に戻りつつある。しかし、新型コロナウイルス発生前までには回復していない。売上について、今月は前年比180%であるのに対し、2019年との比較では90%である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・県民割の延長に加え、自治体の飲食業向けのキャンペーンも実施され活気が出てきている。このまま新型コロナウイルス感染状況が落ち着き、外出控えが解消されることを期待している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除される前との比較であるが、飲食店の売上が戻ってきており、徐々に景気は良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンド客の不在や物価高の不安要素も多いが、国内旅行者数の増加やイベントの回復、夜の繁華街も順調に活気を取り戻している。売上は、新型コロナウイルス発生前に戻っている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気は、3月から前年と比較すると継続的に回復傾向である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・行動制限が緩和され、商店街への来街者が増加しているが、消費行動に結び付いていない。物価高や人手不足等の懸念材料を解消する必要がある。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による規制も緩和され、客の消費行動も活発になっているが、新型コロナウイルス発生前の状態には遠い。固定客へのクーポン付きダイレクトメールの回収率も以前の5割ほどである。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・春夏物の低単価商品が順調に動いているため、販売量が増加し、売上が微増している。
		一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	販売量の動き	・注文が途絶えていた客先から、注文が入っている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が縮小傾向にあることから、来客数は改善傾向である。県民割やプレミアム付商品券等の施策により、徐々に個人消費も回復している。外商客を中心に高額品が好調である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・出張や旅行をしている客が見受けられ、土産需要も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店4店の6月上見通しは前年比105.3%で、3か月前の前年比94.9%と比較して改善がみられる。婦人服等の売上は依然として苦戦しているが、化粧品や雑貨の売上が伸びている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・物産催事や商業施設効果で、土日・平日共に来客数は回復傾向にある。猛暑のなか、周辺商店街での観光客や散策で街のにぎわいが戻りつつある。感染症対策での分散催事ではあるが、客の催事への関心も戻り、午前中の駐車場入庫も増えている。店頭でのお中元商戦、ギフト通販も好調に推移し、また、オンライン利用や県下のサテライトショップ、ギフトショップ利用は堅調であるものの、外出自粛は依然継続している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価の伸びが小さくなったものの、依然として前年を上回る状況が続いている。また、比較的天候が良いこともあり、来客数も上回り、売上が増加している。しかし、新型コロナウイルス発生前の水準には達しておらず、経営的には厳しい。ただし、客の購買意欲に明るさを感じられ、希望を持っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前の人流に戻りつつあり、事業所のテレワークを除いてイベントや行楽、飲食の動きは活発化している。気温上昇もあり、移動途中のアイスクリームやドリンクの売上増加が顕著である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、また、天候にも恵まれているため、来客数と購入数が増加している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・最近では前年と比べ、内食用より外出用の需要が増加している。
		コンビニ（店長）	それ以外	・外部環境の変化により人流が減少する懸念はあるが、ライブや野球等イベントの制限が解除され、景気回復を期待している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・梅雨明けが早いことも影響しているが、晴天が続いているため、来客数や売上が若干前年より上昇している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・季節による要因が大きく、エアコンディショナーや冷蔵庫の販売量が増えており、暑さが追い風となっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・納期の長期化に対応した営業活動ができるようになってきている。
		住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・6月初旬まで春を思わせるような涼しい気候が続いていたため、例年であれば低価格帯の夏物が動く時期でもあったが、比較的単価が高い季節寝具の販売が長く続いた。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・梅雨明け、来客数も若干多くなっている。また、7～8月はお中元シーズンでもあり、売上が上昇すると予想しており、新規の客も増加している。
		その他専門店【ドラッグストア】（企画担当）	来客数の動き	・まだまだ少ないが、都市部の店舗に外国人観光客が来店している。
		その他小売の動向を把握できる者【ショッピングセンター】（支配人）	来客数の動き	・3月は、まん延防止等重点措置が解除された反動で、全館の集客は比較的良かった。6月の集客は3月より若干少ない程度である。しかし、売上の前年比は良くなっているが、エネルギー価格や各種物価の上昇が報道されているため、消費者心理は節約の方向に働いている。
		その他小売の動向を把握できる者【ショッピングセンター】（統括者）	来客数の動き	・来場者数が徐々に回復基調にある。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しつつあり、旅行業者の動きはあるが、地元の動きが悪い。インバウンドを期待している。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いており、県民割等の後押しもあり、高齢者の個人旅行やツアーが増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・旅行需要も戻ってきているのが実感できる。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、入出が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		美容室（店長）	お客様の様子	・高齢者は、新型コロナウイルスの感染に対して恐怖心を持っているが、感染症対策をしている人も多くなり、徐々に来客数も多くなっている。
		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）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第6波の感染拡大が減少傾向となり、サービスキャンセルも減少している。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・来客数が、徐々に増加しており、街でも人の動きが多くなっている。そのため、金の動きも出ており、景気も上向きである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・社会全体で物価上昇になり、高齢者の買い控えが多くなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の火災から3か月が経過したが、募金により火災の後始末ができており、客が徐々に増加すると予想している。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少していないが、行動制限は緩和され、少しずつではあるが、以前のように来客数が増加している。しかし、連日の物価上昇の報道を心配している客が多く、売上に結び付かない状況は依然として変わらない。
		百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、客単価は向上している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響だけではないが、来客数は相変わらず少ない。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・徐々に来客数や回遊が増加しているが、新型コロナウイルス発生前の状況には戻っていない。当店では、高額な衣類を多く置いており、まとめ買いのなじみ客は戻ってきているものの、まだまだ購入には結び付かない。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車受注は堅調に推移しているが、メーカーの生産が改善しない。半導体不足やコロナ禍の影響は理解するが、現状は自動車販売店にとって死活問題である。今年度第1四半期の経常利益は赤字を覚悟している。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数や売上が少なく、都市部でのキャンペーンもない。あらゆる部門での値上げが続いており、食料品など必需品以外での買い控えが継続している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・徐々に予約が増加しているが、会社関係で利用する頻度が、まだまだ少ない。しかし、大人数の宴会が若干あり、今までの状況とは変わってきている。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・休前日は家族連れを中心に満館となるが、平日は平常に戻っていない。全国旅行支援が開始され、忙しくなることを期待している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・徐々に街に人が増えているが、夜のタクシー利用が少ない。
		タクシー運転手	それ以外	・物価上昇が消費行動に影響を与えるため懸念される。
		通信会社（統括者）	販売量の動き	・今月の携帯電話販売台数は、前年値及び計画値を共に下回る見込みである。イベント等の効果があり、新規は好調であるが、買換えはやや苦戦している。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・梅雨に入り、人気アトラクションの運休が多くなり、それを目的とした旅行者の来町取消しが相次いだ。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候不良によるキャンセルは増えているものの、予約件数は順調に推移しており、ゴルフ人気はしばらく続く。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・販売では、売行きが変わっておらず、景気回復が緩やかであるため、横ばいが続いている。また、急に暑くなり客の動きも少なく、景気回復対策が必要である。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントの来店客が少ないため、売上は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベント来場者数等は、前月から大きな変動はない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・この猛暑で、他県の野菜が中心になり、相場が強くなっている。宮崎産のマンゴーが前年より割高となっており、販売しづらい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・物価の上昇に加え、漁獲量が少ないため、魚の販売価格が高くなり、売行きが悪い。毎日対応に困窮している。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	来客数の動き	・夏場は気温が高く、花が枯れやすいため、来客数が少なくなっている。
		一般小売店〔茶〕(販売・事務)	単価の動き	・梅雨にもかかわらず雨が少なく、暑い日が続いているため、売上が伸びない。人の動きは少なく、生活必需品の価格高騰により商品単価を上げたいが、小売店での値上げは厳しく、できないのが実情である。材料の仕入価格は上がっているが、現状維持で利幅を下げている状況であるため、今月も前年同月と変わらず低い売上である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・原油価格高騰による物価上昇が深刻化しており、その影響による販売点数減少や来客数減少は、値上げで補うことができない状況である。
		スーパー(総務担当)	来客数の動き	・外食やレジャーに消費が向いており、スーパーマーケットでは相次ぐ値上げで客足が遠のいている。
		スーパー(企画担当)	販売量の動き	・相次ぐ物価上昇に加え、光熱費等も上昇し、買い控えの傾向である。商品単価が上がったことで、販売量が伸びず、売上が減少している。
		スーパー(経理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの危機感が薄れ、社会全体は旅行や外食、催事等がここ2年で活性化しており、それにより内食を担うスーパーマーケットでは販売量が減少している。また、所得が増えず、ウクライナ情勢による食品の値上げで節約志向になり、買い控えが発生している。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・今年の梅雨は、降水量が少なく、気温上昇から飲料水の売上が多くなっている。しかし、原材料の価格高騰で単価が上がったことにより、客の購入点数が減少している。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・商品の供給が難しくなっており、業界全体で厳しい状況である。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・3か月前と比較すると、エアコンディショナーや冷蔵庫、洗濯機など商品が入荷するのに時間が掛かるという問題が発生しており、動きが悪くなっている。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が落ちている。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだまだ増加しており、景気が良くならない。
		その他サービスの動向を把握できる者(所長)	お客様の様子	・季節要因もあり、今月の売上は伸びているが、それ以上に身の回りの物品が全て値上がりし、大きく景気を圧迫している。
	×	商店街(代表者)	販売量の動き	・4～5月の景気は良くなっていたが、6月は来客数、販売量共に悪い状況である。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・物価高などが影響し、消費者は安い価格の商品を求め、地域商店ではなく量販店へ足を運んでいる。精肉店も客足が減少している。
	×	スーパー(店長)	販売量の動き	・食品全体の動きが鈍化傾向で、特に酒関連の売上減少が顕著である。原因は、新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で、家飲みから外飲みへの移行が大きく影響していると判断している。
	×	スーパー(統括者)	来客数の動き	・今までは来客数が減少しても、1品単価や買上点数の増加で補うことができていたが、買上点数の減少により、客単価で補うことが容易ではなくなっている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる影響が落ち着きつつあるが、来客数が戻らない。
	×	設計事務所(所長)	単価の動き	・前月に引き続き、材料単価や製品単価が上昇しており、それに対する収入や対価は上がっていない。
企業動向関連		経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、社会全体が動き始め、小売店や飲食店にはかなりの客が戻っている。
(九州)		農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今年の梅雨は、雨が少ないこともあり、順調に動いており、恐らく計画していた数字を上回りそうである。特に厳しい状況であった外食部門が戻りつつあり、商品によっては欠品になっているものもある。量販店向けの冷凍食品メーカー向けも順調に流れている。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置関連の金属加工の受注が依然として好調である。加えて、その他の機械設備の受注が増えつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは強い。しかし、部品によっては納期や価格等で困惑している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の生産が好調である。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・第1四半期を終えて、官公庁の発注予定は発表されたが、発注まで至っていないのが実情である。発注全体の70%が上半期であるにもかかわらず、実情では第1四半期で10%の発注である。地方の建設業者は公共工事に依存している業者が多く、早期の発注と補正を待っている状態である。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・供給面での制約から自動車の生産が抑制されているほか、家電販売が伸び悩んでいる。一方、百貨店やスーパーマーケットの売上は持ち直しており、旅行商品や飲食店の売上も回復している。
		金融業（営業）	取引先の様子	・3か月前と比べ、経済活動の幅は格段に広がっており、景気は上向きである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業からの研修依頼が増え、教育に金を回す余力が増している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料農作物の高騰により入荷量が不足し、受注量を賄えない状況となっている。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・受注は旺盛であるが、売上に結び付かず、受注残だけが増加している。建築設備業界での客の納期延期や工程延期が相次いでいる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前より状態が良くなっているにもかかわらず、具体的な売上の数字が上がらない。新型コロナウイルスによる生産や在庫量の調整、材料の輸入状況で採算を取ることができないなどが要因である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は好調を維持している。電力の高騰や原材料や部材、消耗品等調達困難なものも多く懸念される。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが海外からの原料・資材入荷遅れが続いており、生産量が増えず売上は平行線である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は低迷しており、特に食品関係の輸入は低調である。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年ゴールデンウィーク後は物量が減るが、今月は物量が前年比で増加しており、コロナ禍による悪影響から景気が回復していることがわかる。相変わらず海外のロックダウンの影響で商品が入荷されず、円安や原油高騰による物価高などから、買い控えや外食控えとなり、一部商品では出荷量が少ないため、在庫が増え回転率が悪くなっている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流の増加に伴い、サービス業の利用者数は増加しているが、まだ回復途上にある。また、製造業では、新型コロナウイルスの影響による材料供給不足が継続している。加えて、上海ロックダウンに起因する供給連鎖の混乱や急激な円安も大きく影響している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価高などの影響で、スーパーマーケットでは客の購入数量を抑制する動きが強まっている。一方、新型コロナウイルスの対策として打ち出されている自治体の飲食業向けのキャンペーンや県民割等に対する消費者の反応はまずまずである。また、水着や浴衣など夏物衣料品関連にも復調の兆しがみられる。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いたことで在宅率が下がり、通信販売業種の環境が悪くなっており、新聞広告の出稿が減少している。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業の集会で、新しい動きの報告はなく、景気は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・外国人研修生が入国できないため、人手不足で閉鎖や縮小する工場が多い。人件費や資材の価格高騰に中小企業は対応できておらず、求人募集しても応募がない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントが終わり、販売はやや下降気味である。特に燃料であるガスの高騰や10月には原材料である陶土の価格が上がり、加えて、外注加工費も上昇するため、受注関係は落ち込むと予想している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注価格や販売価格の動き	・ここ数日で、ほとんどの金属価格相場が大幅減少となり、商品が売れない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業は、仕入れや原料の価格高騰が顕著に出ており、販売商品やサービスへの転嫁がなかなか進んでいない。新型コロナウイルスの感染が落ち着き、売上の回復はあったものの、利益への反映は、原材料の価格高騰により難しくなっている。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先への訪問で、物価上昇やウクライナ情勢等で売上が落ちている企業が見受けられる。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス発生以来、売上が低迷している。最近ではロシアのウクライナ侵攻や急速な円安もあり、景気に対する先行きへの懸念が強まっているため、同業他社では値上げの動きがあり、当社も値上げに踏み切らざるを得ない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は軽微になっているが、急激な円安の影響による物価上昇など引き続き購買力抑制になる可能性がある。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の調査・計画・設計等の委託業務について、指名競争入札の入札会に参加しているが、建設コンサルタント関係の入札は、予定価格の4～5割台での応札がみられる。これまで建設コンサルタントでは6割台が応札の最低ラインであったが、調査・設計等の業務も価格競争が激しくなっている。このため、景気が悪い状況にある。
	x	-	-	-
雇用 関連 (九州)		新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・ホテルや旅行業からの新聞広告が復調している。特に、海外旅行の新聞広告は、新型コロナウイルス発生以降止まっていたが、ハワイなどの遠距離も含め、久しぶりの掲載となっている。また、国内旅行でも、県民割等の後押しが実り、補助額を前面に押し出した旅行商品の掲載が目立っている。しかし、九州地区に関東・関西からの誘客を目指した広告には、目立った動きはなく、新型コロナウイルス発生前と比較すると完全復調とはいえないが、今までにない力強さを感じている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・通常イベントの引き合いが増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の動きが活発になり、直接雇用の案件等も採用されるなど市場感としては良好である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・景気が上向いている実感はないが、求人数は持ち直しの傾向にあり、夏休み需要の程度で今後の景気が決まる。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・4年生の内定率が前年より高く、その一番の原因は景気が回復しているためと考えられる。インバウンド関係の業種は厳しい状況であるが、製造業やIT系を中心に求人数が増えている。しかし、文系の就職率は前年と比べ回復傾向であるが、新型コロナウイルス発生前と比較するとまだ厳しい状況である。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べ求人数が増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響で新卒採用等を停止していた企業が、第2新卒枠や即戦力の強化として採用している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2023年卒の求人数は、前年と比較して増加しており、今月の中旬からは内定報告を行う学生も次第に増えている。しかし、現在のウクライナ情勢の長期悪化や物価上昇が続くことになれば、日本経済にも大きな打撃を受けることになり、企業の求人への影響を懸念している。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・登録者数が前月に引き続き減少しており、登録予約のキャンセルも1割程度いる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が僅かではあるが、減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は、前年比増加が継続している。宿泊業や飲食サービス業、運輸業の求人数も増加が継続している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・生活に直結している食料品を始め、電気、ガス等で値上げが続いており、景気動向に悪影響を及ぼしている。	

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

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		コンビニ（副店長）	販売量の動き	・今月前半は例年の梅雨よりも豪雨が続き客足が遠のいていたが、梅雨明け以降は来客数も増え、それに伴い販売量も増えてきている。
		その他専門店 [陶器]（製造）	販売量の動き	・土日などは来客が増えているようで、販売数も増えている。
		観光型ホテル （企画担当）	販売量の動き	・ホテルの3月の販売室数が前年比4%増加なのに対し、6月の販売室数は前年比152%増加と、プラス幅が大きくなっている。
		一般小売店 [酒]（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は横ばいであるが、重症者数が減少しているため観光が盛り上がりつつある。今から観光客の来県は増えるとみている。
		百貨店（店舗企画）	来客数の動き	・6月は前年の営業制限による一部休業を余儀なくされた宝飾関連の落ち込みから、本年は反動増により売上の底上げが図れている。上旬から物産展催事による集客は拡大できているが、中旬まで日々雨続きとなり、期待より下回ったが、梅雨明けの下旬から客足が戻り、回復傾向にある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・セールスの効果などもあり、前年同期と比べると売上が増加している。
		乗用車販売店 （経理担当）	来客数の動き	・大型イベントへの来場者数が想定以上である。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・観光客が増えてきていることや、地元客は会食は4人2時間以内の制限が緩められて、徐々に地元の社員も戻ってきている。週末の売上は新型コロナウイルス発生前の70%、平日は50%程度戻ってきている。これからの夏の観光シーズンに感染拡大しないことを祈る。
		観光型ホテル （代表取締役）	来客数の動き	・宿泊客が増えている。ただし、2019年比の50%程度である。飲食宴会はまだ少ない状態が続いており、2019年比の40%程度である。
		旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・少しずつ出張や個人旅行の手配が増えてきている。しかし、依然として新型コロナウイルス新規感染者数は増えているため先行きは不安である。
		衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・沖縄の場合、6月前半は梅雨真っただ中ということで売上は落ちると予想していた。後半は梅雨も明け、景気は上向くと考えていたが、予想よりは来客数が伸びていない。
		住宅販売会社 （代表取締役）	お客様の様子	・住宅相談件数が減少傾向にある。とくに投資案件の建築相談において顕著である。
		住宅販売会社 （役員）	来客数の動き	・分譲マンション、一戸建て住宅の来客数は、まだまだ良いとはいえない。物価上昇や金利上昇の懸念があり得る。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比5%以上減少と厳しい状況である。社会全体の新型コロナウイルス感染症に対する意識の変化もみられ、外食やレジャーなど、外出する機会が増えているように見受けられる。そのため、スーパーへの来店頻度が前年と比べ減ったことが、来客数減少の大きな要因となっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数が前年の75%と落ち込んでいる。手続がオンラインに流れ端末の取替え周期も長くなっていることから、店頭で足を運ぶ機会が少なくなっていると考えられる。商業施設などに出張して、販売に力を入れるなどの対策を行っている。
	x	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響でまだまだ上向きにはならず、来客数も減っているが、ここ1週間前から会食の人数と時間の制限が解除になっているので、今後は少し良くなるかなと期待をしている。
企業 動向 関連		-	-	-
		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積りに大きな変化はなく、生産量、販売量ともに横ばいの状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(沖縄)		食料品製造業 (役員)	受注価格や販売 価格の動き	・売上については、4月以降好調に推移し、県外からの沖縄関連食材の引き合いも増えている。一方で、原油高、円安による売上原価の上昇が続き、販売価格への転嫁が追い付かない状況で内容的に厳しい。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・新築の契約がバタッと止まっている。
		輸送業(経営企 画室)	それ以外	・6月から原油価格の高騰などによる飲食店やスーパー等小売店の値上げが始まり、受注数量が減少傾向にある。
	x	-	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・観光関連の求人数が増加している。併せて人手不足の状況で、求人に応募がないという問合せも増えている。
		学校[専門学 校](就職担 当)	採用者数の動き	・ビジネス系、デザイン系のBPO企業より、採用予定数の引上げや新規での大量採用の情報が入ってきている。今後新たな求人募集となる可能性が高い。
		人材派遣会社 (総務担当)	求職者数の動き	・求人数は増加しているが、求職者の動きが鈍い。給与単価の高い求人に応募が多い。
		求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・求人数の減少を予測はしていたが、予測ほどの減少幅ではなく微減程度となっている。3か月前と比較するとやや悪くなっているものの、前年同月比では150%となっており求人活動は活性化していることがうかがえる。
		学校[大学] (就職支援担 当)	周辺企業の様子	・世界情勢における燃料費の高騰や円安のニュースなどのマイナス要因が企業側から聞こえてくる。
	x	-	-	-