

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	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症になってから、徐々に来客数が増えている。商店街のイベント開催も例年どおりに行われるようになり、コロナ禍前よりも人出が増えている。
(北海道)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行以降、順調に人出が増えてきている。特に高齢者が出掛けている様子がうかがえ、安どしている。まだコロナ禍前の水準には達していないが、大分近づきつつある。イベントなどへの集客も順調なことから、今後は大きく期待できそうだ。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・夏休み前にもかかわらず、小規模団体の旅行客がかなり増えている。特に年配者を中心とした団体が多い。年配者は購買意欲が強いため、客単価も必然的に上がっており、売上にも貢献している。また、修学旅行の行き先が海外から国内にシフトしていることもあって、修学旅行生が数年ぶりに増えている。その効果も大きく、売上に貢献している。
	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・6月に入り、売上が順調に回復している。日によるばらつきも少なくなっている。売上はコロナ禍前の2019年の水準に戻っている。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・季節要因に加えて、昨今の物価上昇の影響が宿泊価格にも反映され、客単価が上がっているものの、予約は顕著に伸びている。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・国内航空需要はビジネス会議のWeb移行などに伴う減少分を埋められないといわれており、コロナ禍前と比べると5%前後減少している。一方、観光需要は、初夏を迎えて北海道を訪れる観光客が増加しており、ほぼ回復したとみられる。ただ、宿泊、飲食、販売などの受け入れ側の人手不足が課題となっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・6月に入っても、地元客の動静は変わらないものの、道内外からの観光客が若干増加している。街中を歩いているときに店舗の場所を聞かれることが少しずつ増えており、旅行者とみられる人が買物袋を携行して歩いている姿を見掛けることも増えている。また、区域内ホテルの駐車場も満車表示の日が徐々に増えており、他都市からの旅行者が増加していることがうかがえる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・6月の売上は2022年比195.2%、2021年比1552.7%、2020年比998.5%となっている。コロナ禍前の2019年と比べても107.1%となっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・道外客や外国人客の来客数が伸びてきている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・国内からの観光客を中心に来道者が増加しており、それに伴って来客数も増加傾向にある。また、物価上昇に伴って、客単価も上昇傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・来客数はコロナ禍前の水準までには回復していないが、ファッション部門を中心に買上客数、客単価、販売量のいずれも2けた増で推移していることから、景気は良くなっている。
	○	スーパー（従業員）	単価の動き	・人件費の上昇及び光熱費の高騰にどこまで対応できるかにもよるが、景気はやや良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・一時期の落ち込みから回復するなど、トレンドが変化している。来客数も増加しているが、観光需要の多い店舗は不安定な状態が続いているため、更なるインバウンド需要の取り込みを期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・卵の流通量が不足していることで、卵の納品時間を狙って来店する客が増えている。買い回り品の販売量も伸びている。
	○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・6月後半になり、気温が上昇するとともに夏物家電の動きが良くなっており、前年をやや上回っている。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型車の発表に伴い、来場者が増えている。

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
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・人流が回復しつつあることで、売上が幾分回復してきている。ただ、大人数宴会については回復までもう少し時間が掛かることになる。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・観光客、特に外国人観光客を中心に来客数が徐々に増加している。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に変更されたこと、台湾からの直行便が再開されたこと、大型クルーズ船の寄港が続いていることが要因とみられる。
	○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・国内客、外国人客共に堅調な予約動向となっている。ただ、コロナ禍前の水準にはいまだ回復していない。本来であれば2019年を上回る来客数でもおかしくない状況であるため、景気が回復しているとは言い難い。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・問合せ件数や販売量が2019年比で約7割の水準まで回復している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・5月31日に当地のタクシー運賃が約14%引き上げられたことから、6月のタクシー1台当たりの売上は20%ほど増えている。コロナ禍前の2019年と比べても20%以上増えている。ただ、乗務員不足でタクシーの稼働が前年比で15%、2019年比で50%落ち込んでいるため、会社の売上は前年から5%ほどのプラスにとどまっている。2019年との比較では30%の減収となっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、人の流れが従来の8~9割近くの水準に戻りつつある。ただ、ここに来て新型コロナウイルスの感染状況を心配する声もみられるようになっているため、今後の動向を注視したい。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・イベントなどの開催が増えたことで人の動きが良くなっている。
	○	観光名所(従業員)	単価の動き	・3か月前はとにかく観光をという客の雰囲気があり、6月よりも多い利用人数がみられたが、売上も客単価も6月の方が上回っている。新型コロナウイルス感染症の収束に伴って、客の行動意欲も消費意欲も上向きになっている。
	○	美容室(経営者)	来客数の動き	・3か月前から売上及び来客数の回復傾向が継続しており、コロナ禍前の水準まで回復している。
	○	その他サービスの動向を把握できる者[フェリー](従業員)	来客数の動き	・予想していた輸送量を若干下回っているものの、コロナ禍が明けたことで順調に回復している。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・最近の状況をみると、客の反応が良くなっている傾向がみられる。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・水着、浴衣、行楽用品など、コロナ禍で低迷していたカテゴリーの売上は顕著に伸びている。一方、空調機器など、コロナ禍で大きく売上を伸ばしたカテゴリーは低迷している。トータルでの売上は微増にとどまっている。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・昨今の物価の上昇傾向が続く限り、見通しは厳しい。
	□	スーパー(店長)	単価の動き	・卵不足が影響して来客数が増えているが、客単価、買上点数が上向いてこない。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数が前年比104%となっているのに対して、販売点数は前年比98%にとどまっている。これは平均買上点数が前年の11点に対して、今年は10点となっており、前年よりも買上点数が1点減っていることが要因とみられる。物価高に伴う節約志向が依然としてみられており、競合店の価格と比べながら買い回りの客が増えている。売場にいると、他店よりも100円高いからここでは買わないといった客の声を聞くことがあり、店内で他社のレシートを見掛けることもある。
	□	スーパー(役員)	お客様の様子	・ポイント付きセールやシニア割引セールなど、お買い得な日の売上が顕著に増加していることから、客の節約志向が強まっている様子がうかがえる。
	□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・観光客や出張中のビジネス客の利用が増加しているが、日常的に利用している客は必要な商品だけを購入する動きにとどまっており、変化がみられない。
	□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・旅行など、非日常のための消費は行われているものの、日常的な商材については積極的な購買行動がみられない。

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
	□	衣料品専門店 (エリア担当)	乗客数の動き	・気温の変化に合わせて、乗客数、販売点数が変動する傾向がみられる。つまり、季節要因で需要が増加することはあっても、それ以外の要因で乗客数が伸びていないことから、景気は変わっていない。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新型車が発表されたが、生産台数に制約があったことから、希望数を下回る割当てとなり、発表会前に割当てを消化してしまう状況であった。生産台数がもっと増えるようになれば、景気は良くなる。
	□	自動車備品販売店 (店長)	お客様の様子	・物価が上昇している一方で、所得が上昇していないことから、景気は現状維持又は若干の下向きとみられる。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経営者)	販売量の動き	・石油製品価格が高止まりしていることから、客の節約志向が強く、厳しい販売量となっている。
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・売上がコロナ禍前の50%を超えそうで超えない状況が続いている。乗客数が増えているため、繁忙感が強いが、客単価が相変わらず低い。スタッフ不足も否めず、質の高いサービスの維持も難しくなっている。地方の店舗や宿泊施設も客が増えているのに、スタッフが集まらないため、受入れ人数や営業を制限しており、もったいない状況にある。
	□	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・3月頃から需要が上向いているが、更なる上乗せまではみられない状況である。また、海外旅行の販売量はコロナ禍前の水準にはほど遠い状況にある。
	□	タクシー運転手	乗客数の動き	・日中の利用者はある程度増えてきたが、夜間の利用者にはほとんど変化がみられない。繁華街では、中国や韓国、台湾などのアジアからの観光客が増えているようだが、ただ目立つだけで、タクシーの利用が急増するような状況にはない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・ウッドショックも落ち着き、木材合板の価格が低下している。ただ、値上がり幅が半分程度まで縮小している状況であり、ウッドショック前の水準までは戻っていない。
	□	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を来訪する客の購買意欲は高く、商談に要する時間も比較的短い。
	▲	一般小売店 (経営者)	乗客数の動き	・家の中で使うような商材に対する消費が抑えられている。
	▲	スーパー (企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症移行後、週末の集客が鈍くなっている。外食需要の高まりもあって、客の選択肢が増えていることが要因とみられる。
	▲	衣料品専門店 (店長)	乗客数の動き	・週末は近くの道が混み合うなど、にぎわっているように見えるが、郊外に向かう車ばかりで、当店への来店にはつながらない。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・販売量に弱さが出てきている。半導体問題の影響ではなく、客の購買意欲の問題とみられる。これまで我慢を強いられていた旅行や娯楽に活発な動きが出ている反面、物価高騰のあおりで高額商品への購買意欲が低下している。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・例年、夏場に落ち込みがみられることに加えて、新型車の発売を間近に控えていることもあって、販売台数が目標の6割にとどまっている。納車に時間が掛かることで売上也立ちづらく、全社を通じて厳しい状況にある。
	▲	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・客単価が上昇しているが、乗客数の減少と販売量の低下によって、売上が前年から大きく落ち込んでいる。
	▲	その他専門店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・医薬品小売業界は空前の不況に入ったようだ。調剤部門は安定しているが、医薬品は2020年をピークに尋常ではない落ち込みとなっている。
	▲	その他専門店 [造花] (店長)	お客様の様子	・景気が上向くような要因が見当たらない。景気は現状維持又は下向きでの推移となっている。
	▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・旅行需要はこれまでの急激な増加からの反動減がみられている。出張などのビジネス需要は増加しているものの、ホテルの宿泊費が上昇を続けていることから、見積りだけで終わる客が増加している。

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
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・通信機器の販売から、附帯するキャッシュレスサービスにシフトしつつあることもあって、一定の販売量減少を見込んでいたものの、想定外の7割程度の販売量まで落ち込んでいる。特に専門店での落ち込みが大きく、数店舗の閉鎖を検討せざるを得ない状況にある。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響で消費に消極的になっているとの話を客から聞くことが増えている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店は年配客が多いため、新型コロナウイルス感染症などの問題がいまだに影響しており、客足が減っている。そのため、明るい話題がなかなか見込めない。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・昼間の売上はコロナ禍前の水準まで回復したものの、夜間、特に深夜の人出が伸び悩んでいる。コロナ禍のライフスタイルが固定化しつつある。
	×	通信会社（エリア担当）	それ以外	・携帯電話業界全体の構造的な問題もあって景気は悪くなっている。販売代理店政策が悪化している状況にある。
	×	通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信キャリアの政策が影響して、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連	◎	*	*	*
(北海道)	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・人流の増加に伴って、今後の売上増加に向けて設備投資への意欲が高まっているとの話を各方面の客から聞く機会が増えている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格及びエネルギー価格が高騰していることで製造業や卸売業の業績は低調に推移しているものの、観光関連、飲食サービス関連の食品製造業、ホテル・旅館業、運輸業などの業況が回復傾向にある。
	○	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	・6月の当社の売上は前年比で微増にとどまっているものの、北海道全体では都市圏を中心に建設投資が堅調に推移している。ただ、地域によるばらつきもみられる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事共に、建設投資は堅調に推移している。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前や前年と比較しても、売上がやや悪い状況となっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・6月の販売量は前年比マイナス36%であった。3月の販売量は前年比マイナス51%であり、3か月前と比べると数字は改善しているが、引き続き厳しい状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設需要について、民間工事は案件が少なく、公共工事はあったとしても規模が小さくなっている。建設業全体としては需要が縮小傾向にある。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・技術職員の現場配置が完了したが、フル稼働の状況に変わりはない。都市部では再開に伴って民間建築の見積り依頼、引き合いが多くみられるものの、人手不足と建設コスト高から応じきれない状況にある。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙パルプの輸送量がなかなか回復してこない。製品と原材料の輸送が共に伸びてこないため、大きな影響が生じている。砂糖やでん粉などの農産関連製品には少し動きがみられるものの、雑貨のトレーラー輸送も低調である。各商品の値上げもあって、駆け込み需要と需要停滞を繰り返している状況にある。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴う各種イベントの再開や旅行需要の拡大などで人の動きが活発になっているものの、生活必需品や公共料金の値上げが相次いでいることから、景気はプラスマイナスゼロでの推移となっている。客先も広告費や販売促進費などの経費を引き締める動きがずっと続いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスへの感染対策が緩和されたことで、週末の飲食店にはにぎわいが戻ってきた。観光客が増加していることで宿泊施設では安どの声がかかってくるようになってきたが、人手不足への不安も出てきている。全体的には景気回復局面に転じつつあるが、諸物価の上昇がいまだに続いていることで個人消費にブレーキが掛かっているため、景気が回復するまで時間が必要な状況である。

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
	□	司法書士	取引先の様子	・取引先の観光バス関連事業者から、インバウンド需要が徐々に回復傾向にあるとの話を聞いているものの、電気料金や原油高、物価の上昇が続いており、プラスとマイナスが相殺するような状況にある。そのため、今後しばらくは景気に大きな変化はないとみられる。
	□	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	受注量や販売量の動き	・計画初期の見込みと比べれば、売上は順調に伸びているものの、ベース商品の動きが落ち着いているため、景気は変わらない。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6～8月は農産物の端境期となるため、景気はやや悪くなっている。
	▲	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・5月の新築住宅着工棟数が前年比81.9%と落ち込んでいる。1月からの累計でも前年比86%であり、前年からの落ち込みが止まらない状況にある。さらに、塗料やこん包材など、資材の値上げも止まらない。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(北海道)	○	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・2024年新卒者の内定獲得率はこの3年間で最も高く、大学に求人を出す業種も幅広く広がっている。ただ、実態は2020年新卒者採用の頃の状況にようやく戻っただけであり、辛うじて苦境から脱出できているだけでもいえる。企業の採用担当者からは、道民の購買力が回復しつつあるとの意見が多くみられるが、コロナ禍前の状況に戻っただけともいえる。
	□	求人情報誌製作 会社 (編集者)	周辺企業の様子	・現在の求人広告の動きから、タクシーやトラックなどの輸送業界が業界全体で人材確保に苦心している様子がうかがえる。募集広告の結果からは、深刻な状況になりつつあることもうかがえる。小さな会社では管理職も現場に駆り出されている。
	□	求人情報誌製作 会社 (編集者)	雇用形態の様子	・アルバイトやパートの求人数が減っている一方で、正社員の求人数が増えている。人材獲得が難しくなっているなか、アルバイトやパートの時給が上がっていることで、正社員への切替えが進んでいるようにみえる。新卒採用の動きも例年より早まっている。
	□	職業安定所 (職員)	それ以外	・物価上昇が収まらず、物価上昇に見合うだけの賃金上昇もみられないなど、景気が良くなる要素がない。
	□	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・5月の新規求職者数は前年から4.7%の増加と2か月ぶりに増加したが、有効求職者数は10か月連続で減少している。また、新規求人数は前年から25.0%の減少と4か月連続で減少したが、業況堅調な企業からの求人が引き続きみられている。
	▲	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・業種を問わず、求人数は横ばい若しくは微減傾向で推移している。
	▲	求人情報誌製作 会社 (編集者)	周辺企業の様子	・人手不足感が強いにもかかわらず、掲載申込件数が減少している。物価や原材料価格の高騰が影響しているとみられることから、この動きはしばらく続く見通しである。
	▲	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か月前との比較では0.08ポイント下回った。
	×	*	*	*

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	◎	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数が増加している。
(東北)	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・地元客は減少しているが来店頻度は高くなっている。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてからは、外国人を含む観光客が増えており来客数が増えている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・県内特産品の最盛期を迎え、インバウンドを含め観光客が増加している影響で観光施設がにぎわいをみせている。また、飲食店についてもビヤガーデンのオープン、宴会予約の増加の影響もあり、全体的に販売量が増加している。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	販売量の動き	・来客数は減少しているが客単価が上昇しており、今月の売上はここ半年間で最も良くなっている。

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
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数は増えているが、客単価は横ばい傾向となっている。
	○	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、外出需要が高まり、ファッションアイテムを中心にニーズが増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍で低迷していた夜間と週末の人の動きが回復している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は微減だが単価の上昇により売上は増加している。人流は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったようである。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻りつつある。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・冠婚葬祭や出張が例年どおりに動き始めたので、それに伴うニーズがある。また、気温も例年どおりなので、季節商材もよく動いている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの配車調整のお陰で登録納車が進んでおり、収益的には向上している。
	○	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・客の購買意欲、購入金額がコロナ禍の落ち込んでいた時期と比べると少し上向いている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・観光客は増えており、活気が戻りつつある。この勢いが観光業、飲食店まで波及すると経済も回り出す。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新幹線を中心とする旅客移動の増加や近隣の商業施設の開業により、周辺の客の流れが良くなっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドが増えており、外国人客が増えている。グループ客、個人客共に増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は少しずつ増えている。会社関係の団体の予約も新型コロナウイルス感染症発生前の6～7割まで戻っている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・リニューアルオープンによる好調が続いている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・物価高の影響か個人客は落ち着いてきたが、法人・団体旅行が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・6月のボーナス支給日以降、夏季販売が好調に推移している。東北でも徐々にインバウンドの需要がみられ、3か月前より環境は良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新幹線や航空機が非常に混んでいる。ホテルの価格も上昇傾向にある。個人旅行は堅調に推移している。団体旅行は先の分の問合せが増えている。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰により、中小の小売業は苦戦している。しかし、消費者は自分たちの生活を守るため、大手のスーパーや小売業の企業努力で安く販売しているものを選択して購入している。消費者の賢い選択が景気を上向きにしている。
	○	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価は上昇しているが、大半の企業で給与のベースアップを行っており、消費の落ち込みはみられない。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、全体的に景気は上向き傾向にある。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数の伸びに対し売上が伸びていない。客の財布のひもは固いわけではなく、単価の低い物は動いている。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・学校団体が新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況になってきており、前年を上回っている。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話で、旅行などに出掛けるという話が多く出る。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・ボーナスの時期になり、来客数、購買数、売上いずれも伸びており好調を維持している。
	○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数は前年同月比110%で推移している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客が増加傾向にあり街中ににぎわいが戻っているが、恩恵を受けているのは人気飲食店等であり、景気に大きな変化はない。

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
	□	商店街（代表者）	それ以外	・行動制限がなくなり入店は増えているものの、値上げ分を吸収できていない。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・6月の平均1品単価は値上げ品目が多いため前年より7%近く上昇している。買上点数は反比例するように前年より8%近く低下している。来客数は前月と同様の推移であり、既存店売上は前年より1%強低下している。消費状況は依然厳しい。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・即食性が高い総菜、生食、インスタント食品、レンジアップ品は売上が上がっているが、生鮮食品を中心に素材系は値上げの影響が、買上点数が上がってこない。価格より割引やポイントなどの販売促進に左右される傾向が強くなっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が伸びず、前年を割っている状況である。
	□	コンビニ（経営者）	それ以外	・人件費、電気料金の値上がり、物価高による原価の高騰により、利益が縮小している。客単価は上がっているが来客数が伸びず、利益は前年を大きく割っている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・5月以降、人の動きは良くなっているが、来客数は増えていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・単価が上昇した分、売上は増加している。新型コロナウイルス感染症は落ち着いたものの、来客数の増加はみられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北6県の客の動きを見ても、前年のコロナ禍の自粛期間と大きく変わっていない。標準小売価格の値上げが続いているため売上は上昇しているが、公共料金の値上げによる経費増も続いているため、利益は増加していない。景気回復はみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・洋上風力発電関連の企業から作業服等の受注が増加している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前月に引き続き来客数は減少している。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ダイレクトメールで販売促進を掛け、来客数は維持できているが、買上点数は確実に減少している。
	□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・売上は前年比90%で来客数は95%である。食料品や光熱費の値上がりなどから売れるのは単価の低い商品ばかりで、客単価が上がらない状況が続いている。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコン等の買換え需要は例年並みだが、新築需要は減少している。観光旅行に関心が向いているため、家電製品の買換え需要は伸びていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・個人客の販売量がなかなか増えない。
	□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は減少しているが売上に大きな変化はなく、例年どおり推移している。
	□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・現在、車両生産が堅調であるため、今までの受注残分で売上がある程度見込める状況である。一方で、新規受注は軟調である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・飲食店に人が戻り居酒屋等は大変混み合っているが、店自体が新型コロナウイルス感染症の影響で淘汰されているため、全体的な景気は変わっていないとみている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・値上げは一通り落ち着いた。動きは全体的に緩慢だが、県外都市部の飲食店では動きが出てきている。
	□	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・物価が上がるのに収入は上がらないことが消費マインドに影響している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は低調である。パーティー、演奏会、ウェディングといった団体の予約がぼつぼつ入ってきているため、何とか営業している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約が同じ日に集中する傾向があり、その日は何組もの予約を断っている。一方で全く人が来ない日もあり、景気が良いのか悪いのかはっきりといえない。
	□	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の新規受付終了が影響し、来客数は減少するとみていたが、3か月前と比べほぼ横ばいであった。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内、海外旅行の個人、団体それぞれの受注状況は3か月前とほぼ同じ水準で推移している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前から特段の変化はみられない。

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
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・放送サービスは新規加入者数に変化はないが、解約者数が減少傾向にあるため、加入者総数としては増加している。インターネットサービスは若年から高齢者まで幅広い年齢層の新規加入が続いており、放送サービス同様、解約者数は減少傾向にあるため、加入者総数は増加している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資に変化がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ガソリン価格が上昇してきたため、良くなると思っていた景気は結果的に変わっていない。
	□	通信会社（社会貢献担当）	来客数の動き	・契約や売上増加につながる来店が増えていない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・再来店率は前年比89～93%で、再来店までの期間も短くなっていない。美容室のようなサービス業に対しては余計な支出をする方向になく、自分の好きなことに金を回しているとみている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・常連客の人数は決まっているため変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅の受注内容は、建築費の高い注文建築より、安価かつ内覧で確認できる建売が多い。
	□	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交換工事が減っている。リフォームは補助金対象の設備交換工事が増えている。また、草刈りや害虫駆除などの便利サービスの受注も増えている。
	▲	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感染症の分類が5類感染症に移行したこともあり、今まで売れていた抗原検査キットや消毒液などの新型コロナウイルス感染症関連商品がほとんど売れなくなり、在庫が山のように残っている。また、夜間の売上も以前よりは良くない状態になっている。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年からウィズコロナの局面に入り、高額商品が好調に推移してきたが、ここに来て頭打ちになっている。一方で、食料品や光熱費の値上げの影響により、不要不急の買物を控える行動が顕在化し始めている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価は上がっているが買上点数が落ちている。値上げ品が更に増えて、全体的に買物金額が下がっている。
	▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比95.6%と落ち込んでいる。卵の不足で特集集客に影響があり、全体の数字の悪化につながっている。
	▲	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来客数の前期割れがやや大きくなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高騰が続き過ぎて、客の買い控えが増えている。また、近隣の建設関係の仕事がほとんど終わり、その分の客が減っている。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は悪くないが、単価の低い物を選んで買う傾向が強くなっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・クールビズ需要などビジネス関連商品の需要は回復しているが、ふだん着需要は不安定である。
	▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注量が減っているため、販売量が減少している。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されたことにより人の動きは多くなっているが、販売量は前年を割り込んでいる。高い販売価格により、節約志向が強まっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元客や県外からの観光客、法人関係の客は、中旬以降、夜の部が減少傾向にある。地元客はランチに出てくるものの、夜は週末に若者が出てくる程度である。前月までの勢いはなくなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症への警戒感は薄れてきているが、全国旅行支援もなくなり、来客数に多い少ないの波がある。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数に変化はみられないが、客単価が多少減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	単価の動き	・工事単価や労務単価の高騰を受け、工事内容の見直しや延期するケースが多く発生している。契約金額の変更ができないため、希望金額に合わせるための設計見直し等の対応に迫られ、新規契約を取りにいけない悪循環が発生している。

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
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・インフレ、物価高が止まらず、来店頻度と買上点数が減少しているため売上が落ち込んでいる。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・暑くなりエアコンや冷蔵機器もフル稼働になっている。電気代は今月から更に値上げされるが、金額が幾らになるのか怖い。
	×	その他専門店 〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・物価高騰の影響が大きい。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・前年までの取引先に加え、新規の顧客からの注文が1～2割増加している。特に20～30代の客からの注文が増えている。
	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お中元商戦が始まったが動きは良くない。しかし、人の動きが活発化しているため土産需要は増加しており、駅、空港、観光地の店舗の販売量は大きく伸びている。会社全体の売上は2けたの伸びになっている。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年を上回り、商品の回転が良くなっている。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍で伸ばした通販等の贈答や土産品は停滞しているものの、イベントの開催等、人流が増えていることで飲食店舗はにぎわっている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は堅調に推移している一方で、現場の人材確保に難儀している。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・観光・宿泊業では、直近の売上が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している業者もある等、改善が顕著である。また、飲食業も宴会予約が増えている等、前期比で増収基調にある。設備投資も回復傾向にある。一方、日用品など一般消費財は値上げの影響から回復は鈍い。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して以来、昼夜共に確実に来街者が増加している。
	○	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いているが、特売商品の動きが良かったため、前年をやや上回っている。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼは豊作だったものの、供給過多により価格が低く推移したため、収支としてはそれほど良くない。
	□	出版・印刷・同 関連産業（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分類が5類感染症に移行したものの、物価高騰などの影響で売上には反映されていない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出が主な顧客にとって円安は良い状況であるが、燃料等の購入費が増大しておりプラスマイナスゼロのようである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の良い客先が少なく、苦戦している状況が続いている。3か月前と比較しても余り変化がない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず客先の設備投資の動きは鈍く、部品加工の見積件数も横ばいの状況である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客対応はほぼ対面になっており、営業活動がしやすくなっている。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・街中や観光地の人出は順調に回復し、イベントも通常開催され、景気は上向いている。しかし、エネルギー価格を含め、各種値上げが足かせとなって広告出稿を控える企業も多く、広告業界全体としては上向きとはいえない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次決算状況から判断している。小売、飲食、サービス業は売上の増加等業績の改善傾向がみられる。製造、建設業は一定の利益等を確保しており、全体的にはやや良くなっている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・物価が上がっており、特に電気代は前年と比べ1000円単位で上昇していることから、消費行動に影響を及ぼしている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が修繕費用削減に取り組んでおり、その影響を受けている。	
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体、特にメモリ関連の顧客において、ネガティブな投資計画や開発計画の見直しが見受けられる。少しずつ上向き期待も持っていたが、3か月前と比べて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
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先に動きがなく、売上が伸びない。若干のマイナスになる見込みである。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・民間企業の設備投資計画が増えてきているが、人手不足のために断らざるを得ない案件が出ている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月の売上は前年比で7%近く落ち込んでいる。運賃は上昇傾向にあるものの、それ以上に多くの品目において物の動きが良くない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業の削減や民間需要の低迷により、需要が落ち込んでいる。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・人の動きが活発になり、飲食業や小売店では業績が拡大している。製造業は、仕入原価は高いものの販売量が増えており、調子が良い。また、建設業も仕事が復活している。あらゆる業種・業界で良い傾向になっている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・採用計画が大幅に増やす方向で見直されている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・夏祭りが完全復活し、経済も回り始めている。会合もリアルで行われ、夜の宴席も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が増加に転じている。求人数は、宿泊業・飲食サービス業で増えている。製造業では食料品・飲料製造で増加しているが、電子部品・機械器具製造では減少している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は毎月増減を繰り返しているが、5月は前年同月比で5.4%増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響は和らいでいる。製造業では海外の景気低迷を反映しており、減産が見受けられる。
	○	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対する規制の緩和により、経済活動が活発になりつつある。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の動きは改善がみられない。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・これといった大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・求人広告の件数は増えているが少しである。新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなっているものの、求人以外の広告では、チラシのサイズ縮小や、物価高騰の影響を受けた広告費削減などの動きが多く、厳しい状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・事業所の強い人手不足感は変わっていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰の影響が続いており、求人数が減少している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・増産や人員増加などの話がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・売上は春先から上向いているが、6月は前年を下回っている。
	×	—	—	—

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)	◎	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当店は観光地を控えているため、新型コロナウイルス感染症の5類移行後の行動制限解除で、雲泥の差というくらい、人出が多くなっている。本当に景気が良くなっているのを実感している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価上昇もあるが、販売量の動きが大きく影響している。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・季節要因かもしれないが、宴会が多くなっており、お中元商材も動き出している。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後の外出需要の回復が、地方にも波及し始めている。メイクアップを中心としたコスメアイテムや婦人衣料品の売上が前年を大きく超えるなど、回復基調にある。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・3～6月の来客数は前年比97%にとどまっており、新型コロナウイルス感染症の5類移行後も来客数は好転していない。月単位の比較では、徐々にではあるが回復傾向がみられる。

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
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の売上水準には戻っていないものの、前年比では100%を超えている。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・旅行の予定があるから服を買いに来たという客が少しずつ増えてきている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・以前より良い商材を購入してもらうケースが増えている。消耗品に関しては依然として安定した動きを見せている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・来店組数の増加よりも、1組当たりの人数が増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・客単価が良くなっている。安いものを求めるくらいなら、外食しないという感じがある。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、外国人や団体利用が増えている。しかし、2019年と比べればまだなので、やや良くなっているという判断である。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・この時期のメインでもある教育旅行は、順調に推移している。また、インバウンドの来訪も日々増加している。残念ながら、日帰り客がまだまだ多いものの、G7閣僚会合が開催されたため、メディアへの露出も多い。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良く、前年同月と比べて11%の増取である。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・5月頃から少しずつ見直し依頼も入り始め、6月からは受注につながりつつある。
	○	通信会社（社員）	来客数の動き	・自宅周辺は、衣食住関連の店が多いので、新型コロナウイルス感染症の5類移行後は、来客数が目に見えて増加している。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、個人や団体の旅行も少しずつ回復してきている。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・年初に値上げて半年が経過した。客単価は5500円から6000円に上がったため、売上は前年同期比10%増加している。それに対して来客数は4%減少しており、想定はしていたものの、光熱費や商材値上げが利益を圧迫している。
	○	設計事務所（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたところで、次の事業展開を見据えた動きがあり、建築計画の相談が出てきている。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・法人の設備投資がやや多くなっている。今までは必要に迫られた修繕が中心だったが、新築や増床の案件が増えている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、行動制限がなくなったものの、インフレの影響で無駄な買物はない様子がうかがえる。また、中心商店街には空き店舗が目立ち、郊外の大型専門店の影響は大きい。それに増して、商店街店主の高齢化と後継者等の問題も蓄積されており、商店街が淘汰されそうな厳しい状況である。
	□	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感染症の話題も余り聞かれなくなり、マスクをしていない人が増えている。行動制限が緩やかになったので、外出機会も増えているが、まだ活気はみられない。物の値上がりが続いているため、皆、控えめである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第9波の入口に差し掛かっていると専門家の分析が出されたが、感染症法上の扱いが変わってから、海外からの観光客が多く、日本人観光客も多い。売上達成度でみると、新型コロナウイルス感染症発生前の売上を超えていた3か月前の状況には追い付かないものの、確実に人の流れがあるため、希望が持てる。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・アパレル、化粧品等、外出関連商材の需要は回復基調にあるものの、トータルでは前年と同レベルである。
	□	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・来客数、客単価等に大きな変動がない状態が続いている。食料品の値上げがまだまだ落ち着かない状況で、客のシビアな買い方が続いている。

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
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で売上、乗客数は98%、客単価100%で推移している。5月の方が前年比100%以上で回復していたが、6月は週末の天候が悪く、ほぼ前年並みで推移している。物価上昇もあり、本当に必要な物だけという消費行動の変化を感じている。
	□	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・梅雨入りして、エアコンを中心に対策を実施し、前年比103%で推移している。白物家電全体では前年比97%と苦戦している。映像関連は同85%、パソコン関連は同88%と悪いが、OSソフトのサポート終了予定を案内して強化していく。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・相変わらずここ数か月は、新車、中古車いずれの販売も低迷しており、カバーするために車検等の整備部門に力を入れている。減収増益なので素直に喜べない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注状況は少し良くなっているものの、受注残は増加していない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量、乗客数、道路の人の往来をみても、余りにぎやかではない。
	□	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・観光や外出への需要はやや上向きだが、値上げのトレンドは依然として止まらず、3か月前と変わらない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・来客数の減少傾向は変わらない。各商品群の値上げの動きはいまだ発生しており、食品以外のほぼ全てのカテゴリーは、前年比マイナスで推移している。
	□	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感染症の5類移行後、マスクを着用していない人もかなりいるが、地方では60代以上はいまだに危機感が薄まっていない。店の場所によって差があるため、一概に良くなっているとは言い切れない。
	□	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・大人数での宴会等は増えてきているものの、予約のない平日は若干動きが鈍い。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・当地域ではまだ新型コロナウイルス感染症が再流行しておらず、イベント等も順調に再開されているため、新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ変わらない人出があるようである。
	□	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は全国旅行支援も終了間近となり、ひと頃の勢いはなくなっているが、その分、料飲部門では宴会需要が戻ってきており、ホテル全体としては好調を維持している。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・電気料金の値上げは今後もあるため、客の節約志向が続く可能性がある。
	□	ゴルフ場（従業員）	販売量の動き	・繁忙日に悪天候の影響を受けているが、販売量は変わらない。
	□	競輪場（職員）	来客数の動き	・大企業を中心とした業績の好調さとは別に、個人消費が当事業に反映されていない。
	□	その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・小型自動車を主に扱う整備工場だが、予防整備を経済的理由で回避する客が50%を超えている。車検に合格さえしていればよいという感じである。放置すれば時間の経過とともに安全性が失われ、故障の発生時には現行費用を超える負担となることは理解できても、目先の出費を最小限に済ませたいようである。そうしたことから整備売上は徐々に低下している。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・株価だけは変動が大きいですが、地価の動きは横ばいで、バブル景気の頃とは違って景気の回復傾向がみえない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・今月は、店舗関係への問合せがちらほらあるが、成約には至らない。いまだ人の動きは若干悪いような気がする。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数の減少や電気代の値上げ等が影響している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・比較的、土日に大雨が降ったり天候不順が続いており、全体としてはその分、来客数が減っている。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けの新型コロナウイルス感染症の5類移行直後くらいから、人の流れ、雰囲気、若干良い方向に向き始めたのかと思っていたが、すぐに全く人が動かなくなってしまった。ゴールデンウィーク疲れもあるだろうが、出るチャンスを失ってしまったような雰囲気が、高齢者には見受けられる。

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
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・事業所給食では、食材費、人件費、水道光熱費ほか、様々なコストが上がるなかで、取引条件の見直しをお願いしてきた。多数の受託先より新年度からの見直しを認めてもらったものの、その後も諸経費上昇が続いており、コストアップを吸収するまでには至っていない。改善努力を続けていくが、当面は収支面で厳しい状況となる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後も、当地ではいまだに外を1人で歩くのにマスクを着用している。このままでは飲食業界の景気は戻らない。国として「マスク不要」とならない限りは、変わらない。
	▲	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊予約の入数が落ちてきている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・地方では数少ない高齢者くらいしかタクシーを利用する客がいない。また、今まで利用していた客もかなり減ってきている。同時に電車に乗ってくる人も少なくなっているほか、駅前レンタカーの利用や自家用車での送迎がかなり増えており、タクシー利用客は減ってしまっている。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・前年同月の8割まで、販売台数が落ち込んでいる。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・これから先、増税があると思うので、皆の財布のひもは固いまま変わらない。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月に引き続き、前年比で大きく販売が減少し、76%で着地している。季節商材のエアコンが60%、冷蔵庫60%、洗濯機85%と振るわない。巣籠り需要の終息が見え始めている。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕事量の比較的多い状況が続いており、様々なコストアップを織り込んだ適正価格への変更依頼に対応してくれる取引先も増えて、経営が安定しつつある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先等の受注や販売量等が、若干ではあるものの、上がってきている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産台数はいまだに100%に戻ってきていないものの、半導体や部品調達面では安定している。
	○	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%を占めている。今期公共工事発注は前年比46%増加であり、有り難い状況である。ただ、前々年比95%と本格的な発注額ではない。当社受注はまだ少なく、当期売上は前年比10%減少だが、決算は黒字計上できそうである。
	○	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	・システムの納入件数が増加し、慌ただしい日々を送っており、うれしい悲鳴である。収益も改善されてきている。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気は良くも悪くもない状態だが、赤字決算にならずに済んで良かった。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降、受注が全般的に急に落ちており、最近はやや低空飛行になりつつある。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・電気代の高騰により、省エネ家電への買換えで、エアコンや電子扇風機、また、冷凍食品用の専用冷凍庫等の物量は増えている。しかし、円安による燃料価格の高騰も続き、利益は薄くなっている。
	□	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格交渉により値上げを受け入れてもらった取引先もあるものの、じわじわと上がっている燃料費や資材の値上げ分もあるため、利益がなかなか増加しない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍の落ち着きに伴い、消費が日常に戻ってきている様子がうかがえる。また、企業の生産活動も引き続き上向きで、下請企業等の生産量が増加しており、設備投資も増えている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・当事務所のある市部と周辺の郡部があるが、地域人口が年間約500人ずつ減り続けている。そういうなかで余り変わらない、むしろ、ほんの少し上向いている程度で、こしばらく推移している。そう考えるとまあ良い方なのではないか。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・物価上昇により消費者の家計支出先の選別が厳しくなっている。優先順位の低い業種では、賃金も余り上がっていない。

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
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大口取引先からの受注見通しが低調である。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料費や購入品の値上がりの影響か、発注元や親会社からの発注が抑え気味に感じる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ、中国向け製品に減少感がある。
	▲	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・ゼロゼロ金利融資の返済が始まっており、現状ではまだ業績の厳しい顧客が多い。取引先である印刷会社も、紙の広告受注が依然として回復傾向にないため、苦戦を強いられている。「広告はお金を掛けずに」という考えがかなり浸透して、安価なSNSをいろいろ試しながら宣伝をしているため、アナログの広告を扱う会社、特に地方企業は、かなり厳しい。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量が少なくなり、週1回一時帰休をしている。
雇用関連	◎	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人数がここにきてかなり増加している。業界によっては人材不足が深刻化しており、切羽詰まった状況も見受けられる。
(北関東)	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・周辺の主な宿泊施設と取引をしている人に話を聞くと、取引量が多くなっているとのことである。当社受託の客室清掃も稼働率が上がっている。季節的にこれからまた徐々に稼働が上がっていくので、2～3か月前と比べると活気が出ている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・職種に関係なく募集依頼が増えている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣採用数の増減が少ないため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、前年同月からの増減率がほぼ横ばいで推移している。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・求人募集をみると一般小売が多く、土木、建築関係は人手不足が目立っている。全般的に工事は入ってきているようだが、人手の集まりが悪い。生鮮食料品等の販売員や衣料品関係では安物買いにならないようにと、工夫はしているようだが、なかなか客の財布のひもが固いようである。生鮮食料品は既に数品目以上値上がりしているところで、かなり厳しい。
	×	*	*	*

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	◎	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・前月同様、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っていることから、確実に景気が持ち直していることがうかがえる（東京都）。
(南関東)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行したことにより、状況が良くなっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比200%以上で推移している（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・気温も暖かく、梅雨の割には降雨が少なく、客足は安定して伸びている。3か月前と比較すると来客数も10%ほど増加している。
	◎	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92%となり、景気はどちらもいえないが、3か月前と比べると約168%と良くなっている。競合他社対策として、少し価格を抑えた新商品を販売したことが販売量の増大につながっている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・イベントへのレスポンスやクレジットカードの取扱高は、新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行前後よりずっと回復基調にある。しかし、若年層の新規感染者の増加、沖縄での感染第9波や物価高騰により、5月頃の勢いはない。消費者も店側も少しずつマインドが冷めつつあるように感じる。健康や経済指標に過敏になる傾向は今後も続く（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・ここ1～2か月くらいで客からの見直し依頼が増えたことは事実である。ただし、それがこの先どのようにつながるかはまだ分からない（東京都）。
○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・各地でイベントや祭りが再開予定であり、個人客の需要も増えてきている。	

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
	○	一般小売店〔文具〕（経営者）	来客数の動き	・コンスタントにインバウンドの来店客があり、売上及び買上レジ客数をけん引している。今月も3～4月の文具繁忙期と同様の売上を維持できている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・6月は米国の利上げ停止を受けて株価が上昇し、日本の株価も3万5000円近くまで上昇している。来客数が増え、売上も伸びてきている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・来客数が増えている。数年買い控えていた人が、新規に購入している。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・海外旅行者の増加によりインバウンド売上は堅調に推移している。食料品は値上げの影響もあり、売上を伸ばしている。お中元ギフトについて、店頭受注は近隣店舗の閉店による客の増加がみられる一方、ネット受注は前年を若干割り込んでいる。全体では郊外店舗が厳しいなか、堅調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・月初めに館内の大型テナントがオープンしたことにより、月を通して来客数が大幅に伸び、売場面積は縮小したものの、好調に推移している。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・富裕層を中心としたロイヤルティの高い客による高額消費の勢いは、3か月前と比較しても特段衰えていない。この状況に、新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行で行動が活発化し始めた国内ミドルエイジの消費や、インバウンドの消費の緩やかな回復傾向がプラスされている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が増えている。ベビーカー利用の客や高齢層の客なども戻ってきており、売上が増加している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が2けた伸長している。管轄する商業施設は、現契約はコロナ禍の契約で、売上や来客数の伸びが直接収入の増加とならないスキームのため、今後の契約更新のタイミングで条件交渉を行って初めて利益となるため、やや良いとしている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドの増加が前年と比べてプラス要因となっている（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症の5類への分類移行、外出機会の拡大に伴い国内消費が改善している。また、インバウンドについても回復基調である（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・お中元ギフトは振るわないものの、衣料品や雑貨類の販売量が増えている（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客が値上げに慣れて、欲しい物を我慢せずに買うようになっている。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	単価の動き	・値上げの影響で単価が上昇しており、来客数も戻ってきているため、売上は微増している。最終保障供給から正規契約を結べたことで4月からの電気代が下がった分、経費は微減している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、ソフトドリンク、アイスクリームなどの販売量が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・暑さもあるが、来客数が増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品価格が上昇し、買い方に変化はみられるが、来客数は上向いている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当店では、まずは夜の動きが少し良くなってきて、来客数も全体的に良くなっている。コロナ禍が明けて、大分人が動いてきているようである。ただし、客単価は意外と伸びていない。
	○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・確実に人流が増えてきており、それに伴う来客数も増加している。その反面、単価は少し低下傾向だが、トータルの売上は増加している（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・最近では店舗の取扱商材を注文後30分以内に配達するサービスが好調である。このサービスは飲食店などというテイクアウト、出前のようなサービスになる。コンビニでも配達してほしいというニーズがあることを実感できる。ただし、詳しい理由は不明だが、単純に売上増加を見込めそうなこのサービスを始めないコンビニもあるそうである。理由は様々ありそうだが、客にとってニーズがあるならどんどん広げていくのも決して悪くないと感じている。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・価格に対してはシビアだが、旅行などのイベントが増えるとともに客の購買意欲の高まりを感じる（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
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・訪日外国人客の来店が増加している（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・6月に入り、完全にウィズコロナから新型コロナウイルス感染症発生前の世界を目指す段階に入っているという実感がある。売上に関しては、国内消費は前年未達の状態だが、物価高、エネルギー価格等のインフレが主因と考えている。一方、インバウンド需要は中国人の購買が戻らないなか、多様化した世界で前年を大きく超えており、結果として全体を下支えしている（東京都）。
	○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・6月の実績は、2019年比で売上88.6%、来客数75.9%、客単価126.9%となっている（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	お客様の様子	・6月は第1四半期末でもあり、従来イベントなどの多い月のため、問合せや予約なども多く、秋に向けての大口案件の問合せも増えてきている（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	単価の動き	・法人顧客が堅調に伸びていることに加え、物販においては客単価が10%程度上がっていることなどから良くなっている（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症が終息してから少しずつ伸びている。ケータリングも新型コロナウイルス感染症発生前と同じように、かなり復活している。ただし、人手不足で人員補充ができていないために、注文はたくさんあるが、受けることができず苦しんでいる。人手不足が景気を押し上げることはないのではないか。きちんと人手を確保できればよいのだが、なかなか難しい。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムに行列ができていいる店が目につくようになっていいる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気が上向いているというのとは違うような気がする。コロナ禍が明けて、行動が活発になっており、来客数が増え、売上もそこそこ伸びている。ただし、物価上昇等の影響でいつまで続くかは見当がつかない。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夜の時間帯に、若干だが4人以上の団体予約や来店が増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、外出機会の増加傾向が落ち着いた感じはあるが、週末は繁華街や観光地で人出が増えているので、来客数が増え、売上も伸びている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・順調に推移している（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	競争相手の様子	・当店の来客数に変化はないが、繁華街での人出やSNSでの人出の様子をみると、外出している人が増え、景気が上向いていることを感じる（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比の120%と増えている。コロナ禍が明けたことが要因だと考えられる（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・当社の給食事業にとって大きな収益源である取引先の社内宴会需要が確実に高まっており、収益のかさ上げに大きく寄与している。また、取引先との委託料又は食事提供単価の引上げ交渉が実を結び、本年4月から施行されていることも大きな収益増加につながっている（東京都）。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は増えているが、給料は上がらない（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更以降、特に、宿泊、法人宴会を中心に、客の戻りがかなり良くなっている。新型コロナウイルス感染症に関するニュースも少なくなったので、このまま完全終息の方向に向かえばよいが、また再拡大するのではないかと報道なども少しあるため、心配材料である。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客からの問合せや来店が増えてきているため、多少なりとも財布のひもが緩くなっているのではないかと。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、旅行実施への心理的ハードルが下がっている。団体行事での旅行企画が販売量として徐々に戻っている。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援のツアー申込みが順調に入っている（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・夏のシーズンを迎え、客の動向は良くなっている。

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
	○	タクシー運転手	それ以外	・行動制限が撤廃され、人出が新型コロナウイルス感染症発生前まで回復している。国内旅行者数、タクシー利用者数も着実に回復しており、景気は完全に戻った感がある。ターミナル周辺駅、どこの駅でも利用客の列ができていない時間帯がある（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から終電までは平均して利用があり、当社の無線オーダー、アプリ配車、駅出し等、平均して良い。終電後については、平日は1時間に1回程度の利用、週末は明け方まで利用がある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に引き下げられ、人の動きが大分戻りつつある。それに加え、法人タクシーの乗務員数が新型コロナウイルス感染症発生前と比べて1万人近く減っており、法人の車が7割くらいしか稼働していないということもあるため、忙しく感じるところがある（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの移動が増えて、昼間の利用が伸びている（東京都）。
	○	タクシー（団体役員）	競争相手の様子	・人手不足によりタクシーの稼働台数が非常に少なくなっている。乗客数は少ないが、タクシーの供給不足により売上は多少伸びている。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も終息に向かいつつあり、人の動きが出てきている（東京都）。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・来年度春のイベント事業に引き合いが出てきている。少し大げさな表現だが、新型コロナウイルス感染症の影響が払拭された象徴的な復活事例である。5類への分類移行宣言が大きく影響している（東京都）。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・前月に引き続き、前年比の滞納改善率が上がっている。電力に関するネガティブな反応はみられるものの、OTTや保険への志向が高まり、収益化している（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・多チャンネル放送やインターネットの契約数が前年同月と比べて増加してきている。
	○	通信会社（局長）	販売量の動き	・客単価は下落気味だが、契約数は伸びている。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・来客数や受注の状況から、やや良くなっている（東京都）。
	○	競輪場（職員）	来客数の動き	・コンテンツ自体を変え、満席にできることを確認できた。今後は通常の自転車レース以外にも新しいイベントを追加で入れていく。新規イベントのチケット売上も今までよりは好調に伸びている。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	来客数の動き	・3月のマスク着用が任意になった直後の客の動きからすると、ゴールデンウィーク明けからかなり回復すると考えていたが、企業懇親会などを2019年と比較すると、回復が鈍い。一般来場者数の動きはやや上向っており、夜9時以降の稼働が増えている（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更以降、人の動きは明らかに活発になっており、イベントやショッピングセンターの集客は堅調である。また、法人需要も回復傾向にある。直近では消費単価も上がってきており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある（東京都）。
	○	その他サービス [保険代理店]（経営者）	お客様の様子	・コロナ明けで客の様子が明るくなり、購買意欲も増し、ちゅうちょすることなく消費している。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前から徐々に景気が良くなっている。アパートを購入する富裕層の客の動きが活発になっている。大規模な金融緩和の維持や超低金利も大きく影響している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近の客の様子が非常に慎重になっていることと、このところ新型コロナウイルスの新規感染者数が少し増えてきていることから、消費意欲がかなり弱まっている。
	□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・暑くなってきたのでエアコンが動いている。いろいろな工事の依頼も増えている。他の家電製品は僅かに動いたくらいである。
	□	一般小売店 [家具]（経営者）	来客数の動き	・相変わらず景気が悪い。景気は業種によって違うが、耐久消費財である家具を扱っているため、非常に悪く、同業者もどんどん減っている。収益を上げないと従業員も雇えないが、そこまで上げられておらず、衰退している（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
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・プレミアム付商品券事業が5月一杯で有効期間終了となったが、商品券の取扱期間中と終了後を比べると、内容としてはほとんど変わらない。業種にもよると思うが、当店のような業種にはなかなか足を向けてもらえなかったもので、残念である。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・客の中には景気の良い方も悪い方もいるが、悪い方が多い印象で、プラスマイナスゼロに近い（東京都）。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きが活発になっている。3年間行動を自粛していた分、自由を満喫したいという動機があるのだろう。一方、光熱費や様々な固定費が増加していることから、消費に対する選別も始まっているのではないかと感じている。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	単価の動き	・3～4月は、卒業式、送別の花、お彼岸、入社式、入学式、プレゼントなどで花の需要がかなりあり、最も忙しい時期である。花屋は天候などにも左右されるし、なかなか難しいところがあるが、全体の景気としてはそれほど変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・当社としては新茶販売が終わったところなので、それほど売れていない。イベントでの販売も、客は徐々に増えてきてはいるものの、財布のひもが固く、余り売れない（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・平常期に入り、新型コロナウイルス感染症発生前よりは抑えられているものの、一定の販売量が保たれている（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、来客数は回復傾向が続いている。インバウンド消費についても、客単価が前年比1.2倍で推移しており、円安の影響が大きい（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・客の消費行動自体は、いわゆる通常の状態である。外国人観光客の増加に伴う売上の増加はあるものの、お中元商戦の出足が順調とはいえない部分もあり、景気が明らかに良くなっているとはいいい切れない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前月と比べてそれほど変化はなく、引き続き消費動向は堅調である。特に、夏物商材の動きが良く、お中元ギフト関係でもジュースなどの飲料が好調である（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・盛夏アイテムや夏休みの旅行ニーズに向けたトラベル関連が好調である。ただし、前月ほどの伸びはみられず、若干停滞気味である（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月も来客数の増加が続いており、売上も前年比では増加しているものの、3か月前と比較して大きな変化はみられない。また、月初めに季節外れの台風接近があった影響も大きく、その影響分を完全には取り戻せていない。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数、売上共に引き続き伸びているものの、3か月前と比べると鈍化している。ただし、アパレル、雑貨共に盛夏アイテムの動向は良く、悪化はしていない。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・売上自体は伸びているが、当社が設定した計画にはなかなか届かず、来客数が94.5%と厳しい状況である。単価でカバーしている。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・原材料高と光熱費等の値上がりを商品価格に転嫁し、1品単価は前年比107%、消費者の購入点数は前年比96%となっている。食料品への支出額は結果として微増であるが、販売量の減少は節約志向の反映と考えるべきである。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・余り変わらないが、来客数がなかなか改善しない（東京都）。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比96.3%と減少しているものの、値上げ効果により1品単価、客単価が上がっていることで、何とか売上を維持している（東京都）。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げにより、買上点数が若干減少気味である。コモディティ商材は抵抗なく買っているが、特に、調味料やし好品については、価格を見ながら買物をしている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みを維持しており、値上げの影響で単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている（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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・食料品を中心に客単価は上がっているものの、必要最低限の買物しかしていない状況に見受けられる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は継続して上がってきている。それに反比例するように販売量は落ち込んでいる。来客数の減少傾向も止まっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行に伴い、行楽、レジャー、旅行関連の動きは良いが、物価高から食料品などの客単価は落ちている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は新型コロナウイルス感染症発生前並みに回復しているが、人件費の大幅アップと利益率の低下により、経営が成り立たない状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・いろいろな商材を値下げしたり、ポイントに上乘せしたりしているが、購入量が少なくなっている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・前年から行っている値上げの影響が一巡しているため、販売量の伸び率が鈍化している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・旅行等の外出が増えてきている。セールへの反応も良く、来客数、売上共に良い。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず販売量、単価共に低調である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数には余り変化はなく、売上も落ち込んでいないが、物価上昇の影響が大きい。販売量も前年から伸びておらず、変化はない。
	<input type="checkbox"/>	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、販売については、客の来店はあるものの、なかなか成約に結び付いていない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量は前年より減少しており、整備部門で補う状態が続いている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行により行動パターンが変わり、旅行などの外出に意識が向いている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月と変わらず販売量、来場者数共に変化がない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・自動車整備においては、賃金ベースを相当上げて募集しても、整備士が集まらず、大変なようである。整備士不足は全体的な課題であり、何とかしなくてはいけない。外国人なども入れているが間に合わず、需要に追いつかないために売上が上がらず、利益も取れない。今後も現状が続くのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	単価の動き	・新車の出荷が少しずつだが改善しており、サービスも需要は減少しているものの、単価で維持できている。しかし、中古車の市況悪化でプラスマイナスゼロとなっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・拠点での販売台数は前年割れが続いており、回復の兆しがみられない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・商材の動きが鈍い。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	お客様の様子	・海外、特に欧米系の客が増加しているが、販売にはつながっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	単価の動き	・国の燃料油価格激変緩和対策事業により価格変動が少ない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・賃金上昇が伴っていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・コロナ禍よりは良くなっているが、伸び悩んでいる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・6月前半は好調をキープできたが、後半は失速している。

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
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の3月1日から31日までの前年比は、売上171.5%、来客数146.1%である。6月1日から29日までの前年比は、売上114.7%、来客数103.0%である。新型コロナウイルス感染症発生前である4年前の売上と比べると53.8%、来客数は43.5%である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日は宴会予約が入っており、週末もかなり多くのフリー客がSNSを見ながら来店してくれるため、この2～3か月はずっと来客数が多い状態が続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・早期予約の傾向にあり、夏休みの問合せはあるが、既に航空座席、ホテル、レンタカー等も空きがない状況で、間際の予約は取れない。需要があるのに供給ができない状態で、もったいない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・受注が増加せず、景気は変わらない状態が続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生以降、テレワークの浸透や、県をまたぐ転勤の減少等により、住民移動数は前年比で横ばいの状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	お客様の様子	・電気料金高騰の影響か、家計を見直す動きがみられ、当社のケーブルテレビサービスのような娯楽への支出に対しては、節約の観点からの解約が増加傾向にある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・客の様子をみると、商談のスピードが鈍くなっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・現時点では目標に近い数字で推移しているが、新型コロナウイルス感染症の第9波の影響も想定し、販売量の伸びは期待できない。したがって、悪いままで変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・コロナ禍でゴルフは安心してできるスポーツと評価され、人気が高まったものの、令和3年度がピークであり、前年度、今年度共にその来場者数には達していない。給料のベースアップがなく、年金生活者は年金収入が物価の上昇に追いつかず、財布のひもが固くなっている。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行により、経済社会活動の正常化に向けた動きが一段と加速しており、稼働率は高水準にある。他方、新型コロナウイルスの新規感染者数は大きく減少しているわけではなく、また、特に高齢層において、従前は雨天でもプレーしていたところを体調面を考慮してプレーを見合わせる動きが顕著になっており、天候の影響による稼働率のボラティリティが高い状況にある。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・5月に引き続き6月に入っても人の動きは活発になりつつある。一方、原材料等の値上げや、人手不足による人件費の上昇等で、収益が悪化している。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	来客数の動き	・若い客の来店頻度は大分戻ってきたが、50代以上の客の来店頻度はいまだに戻らない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は多少良い方向に向かっているが、設計の契約というような話になると、なかなか上向いてこない。度々訪問し、説明し、現況を訴えているが、なかなか設計には結び付かない。小さなものから少しずつ、もう安心なのだということを説明しながら取り組んでいきたい。一方、行政の仕事はかなり取れてきており、やや通常に戻っている。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・業務量に大きな変化はみられない。しばらくは同じような状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画は増えているものの前へは進まず、足踏み状態が続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	それ以外	・依然として例年と比べて受注ペースの鈍い状況が続いている（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
	□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率は、インバウンドのお陰で上がってきているものの、客単価はまだ低く、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。また、販売用のホテルも都内に5か所あるが、まだ売れていない。請負工事については、主に公共工事において、原価が上がっているにもかかわらず請負工事金額が上がらないため、困っている。
	□	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・資材高騰のなか、客のローコスト重視により価格転嫁が難しく、利益も圧迫されている。
	▲	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	来客数の動き	・毎年この時期は天候にも左右されるが、広告を出しても来店客が少ない。特に、今月は競合他社のインターネット販売に流れている。
	▲	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	単価の動き	・本社ビル建て替えのため、4月末に仮店舗に移転したが、まだその場所に定着していないためか、来客数が若干減っており、1人当たりの客単価も下落している。6月末に店舗において20%オフの電子クーポン券を発行し、利用する客が結構いるが、まとめ買いではなく、低単価商材をクーポンを使って購入するケースが増えており、余り良くない。購買意欲が薄れているのではないかと。
	▲	一般小売店 〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・ギフトの需要が少なく、売上が減少している。
	▲	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・3月から5月の客の来店動向や買上などに以前のような勢いがなく、鈍化している。また、インバウンド消費もほぼ横ばいで、中国人来訪者の増加を見据えていたが、少し拍子抜けした感じである(東京都)。
	▲	百貨店(販売促進担当)	それ以外	・物価高により、景気が良くなったとは思えない(東京都)。
	▲	スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・人の動きが活発になってきており、買物頻度が増えて、日々の来客数が前年度を超えてきている。
	▲	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・来客数は伸びておらず、主に食品の値上げによる商品単価の上昇で、売上は3%ほどプラスになっている。買上点数も、無駄な買物をしないようにメモを持って買い回る客が増え、生活防衛意識の高まりを感じる。
	▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・天候に恵まれた日でも売上が前年を割る日が多い。客はできるだけ安価な商材を求めており、景気の悪さを実感している。
	▲	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・前年好調だったドレス事業が低迷している。要因は、けん引商材であるパーティードレスの売上が、計画に対し2割程度減少していることである。結婚式等のお呼ばれ需要は、回数的には前年と大差ないものの、参加者絞り込みの影響を受けている。また、競合他社が当社に比べて2割程度低価格で勝負してきていることも要因である。一方、着物事業では、季節商材である浴衣が前年比1.6倍と予定どおりに進行している(東京都)。
	▲	衣料品専門店 (従業員)	お客様の様子	・来客数は多少良くなっているが、値上げラッシュが続いており、洋服等の購入にまでは至っていない。
	▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・家電量販店の扱う商材のうち、今の時期は季節商材の販売数量が売上を大きく左右するが、前年と比べて思ったような台数が出ていない。
	▲	住関連専門店 (統括)	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着き、客足が戻るとみられたが、いまだに以前の水準まで来客数が戻っていないのが現状である。
	▲	その他専門店 〔ドラッグストア〕 (経営者)	単価の動き	・単価の高い商材の動きが鈍い。
	▲	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症の5類への分類移行に伴い客が動き始めた感はあるが、高リスクである高齢者の利用がほぼ皆無であり、特に、レストランは昼夜共に苦戦している。海外からの客は若干増えているものの、販売量を大幅に押し上げるほどではない。期待していただけに、思ったほどの成果は得られていない。
	▲	通信会社(営業担当)	単価の動き	・今月に入って、機器の購入単価がまた高騰している。原材料の価格高騰が原因とみられる(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
	▲	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・加入者の総数が減少している。世帯主が亡くなったことを契機とした解約が多い。なるべく固定費を下げようと配慮される機会が増えている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・日中に来る客が減少している。リモートワークが下火になったことによりサラリーマン層が減少しており、シニア層の来場も2割減少している。休日に来る客も減少しているが、新型コロナウイルス感染症発生前のほかのレジャーに戻ったと考えるべきか。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	お客様の様子	・夏期講習の受講率が低い。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・長年大手企業との取引があるが、全く単価等の改善がみられない。つまるところ、大手ばかりがもうけている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が上がり、受注が減っている。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の動きが鈍化している。住宅着工件数の減少が実際に需要減少の数字として見え始めている（東京都）。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・相変わらず続く納期遅れに加え、車両代金、その他登録手数料の値上げと、客にはメリットのない状況が続いている（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベント、集会等が増え、まとまった売上があり、全体的に良くなっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・集客イベント等が増え、告知や配布する印刷物の需要が大きく増えている。
	○	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、名刺印刷などをしている。店受けと納入の仕事がある。今月は医療関係で特需があり、当地にセンターが1つできるために、法人関係の印鑑注文が6本あった。しかも、木製だと安い、チタンでの注文である。そうしたことから、やや上向いている（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が減っている、あるいは減る予定であることが通告されている取引先と、その逆の取引先がある。計算すると辛うじて増えているというのが現状なので、予断を許さない状況であることに変わりはない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ライバル企業との競争で大型物件をことごとく失注し、今期の業績はかなり後退している。しかし、今月後半から受注量が増加傾向にある（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは、部品調達不足もほぼ解消し、増産体制に入っている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・職人不足が解消されず、物価などの高騰が続いているものの、引き合いはある。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると受注量が増えている。前年同月比でも増えてきている。今まで止まっていたものが少し動き出している。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、受注量が確実に増えているため、景気は上向いている。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりは良くなっているが、先行きは不透明である。コロナ禍で増えた特徴的な受注が増えている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・資源、燃料等の価格高騰は各企業にかなり影響しているが、徐々に価格転嫁等ができて、現在はやや良くなっているように見受けられる。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・観光地や飲食店等で人出の増加がある。需要に応じて価格も引き上げられている。
	○	金融業（営業担当）	取引先の様子	・計数や財務等で明らかに景気が好転しているという事実は確認できていないが、商店の来店状況や工場の稼働状況などから、やや活気が戻りつつある雰囲気がある。また、新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行の影響か、飲食店の開業や増加運転資金の相談が増えている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの宿泊予約は順調に推移している（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
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの入居率が上がっている。テレワークが定着し、オフィススペースに余剰が出ているテナントもあるが、引き続き借りてくれているので有り難い（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・北海道へ旅行に行った際、空港もロビーもにぎわっており、飲食店も予約なしでは入店できないほどであった。飛行機も満席で活気にあふれていた。当地の飲食店も大人数の懇親会は早期に予約しないと開催できない状況になっている。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・新しい現場が増えてきている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・値上げの効果がまだ出てきていないので、全体的な動きは良くない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注は回復傾向にあるが、化粧品容器に関してはまだ勢いがいい。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体の価格に大きな変化はなく、景気は変わらない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・景気が良い業界もあれば、余り良くない業界もあり、この先どうなるのか予想がつかない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・訪日外国人が目に見えて増えてきており、街は大層なにぎわいで、景気の回復を感じるが、当社の業務に関しては、輸送量の低迷、人手不足、資材の高騰、高止まりが常態化しており、環境は厳しい（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期になり物量は伸びてきているが、燃料代の高騰、人件費の増加等、マイナス要因が多く、収益は増えていない。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期で物量が増えないが、燃料費の高騰は続いているため、収益が伸びない。
	□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・工事価格の高騰が止まらず、新規計画自体がやや厳しい印象が強くなったが、新築分譲での販売価格、進捗自体は変わらず好調である（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・当社はデザイン業だが、3か月前と特に変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・良い悪いで言えば「悪い」状態が続いており、その状況が「変わらない」ということである（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・周りには中小企業が多いが、どこもまだ悪い。夜10～11時過ぎに近隣駅まで歩きながら、商店街の飲食店をのぞくと、新型コロナウイルス感染症発生前のように客であふれているようなことは全くなく、大分すいている（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・会社を休眠したり、源泉所得税の納付ができない会社が見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・業種によって異なり、旅行業では引き続き好調だが、飲食業では夜間の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小の機械加工業では、取引は継続的にあり、多少増加もみられる。ただし、電気代や仕入材料費の値上がり等が大きく、利益を圧迫している。人件費に回せないために、昇給、ボーナスは今までと同様若しくは減少している（東京都）。
	□	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、受注量も回復しているが、まだ回復していない取引先もあるため、総じて変わらない。
	□	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	・既存契約の値上げ交渉にはもう少し時間が掛かりそうなので、現状が続く（東京都）。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・特に変わった話はない。良くも悪くもないといった話を聞いている（東京都）。
	□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が厳しい（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
	▲	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・前年と同じ物を受注しても、作成する数量が減っている（東京都）。
	▲	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・原料などが高騰している上、クライアントからの受注が減少してきている。
	▲	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生以来、景気の低迷が続く、設備投資が少なくなっている。仕事量もかなり少ない状態がいまだに続いている。
	▲	精密機械器具製 造業（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・販売価格交渉を行っており、原材料価格の上昇分は認めてもらえているが、電気などのエネルギー費や人件費の上昇分については認めてもらえない状況が続いているため、収益性が悪化している。
	▲	通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・今月は回復傾向が一服している（東京都）。
	▲	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・観光業では大分観光客が増え、売上が戻ってきている。小売業は食品関係の値上げが大きく影響し、売上がやや減少傾向である。運送業では人手不足と燃料価格の高騰が響き、利益の減少が続いている。建設、不動産業では資材価格の高騰が続いており、販売価格が上がり、売上がやや低迷している。全体的に景気はやや悪くなっている（東京都）。
	▲	不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・賃貸の動きは少なくなっている。駅前複合商業施設の区分所有している物件は、その店舗を利用して営業する客と契約した。同じ施設にあった当地で開業87年の食品店が、店主の健康上の都合で閉店した。メインの通りでコンビニが入るようだが、その隣の物件は空いてから1年6か月になる。（東京都）。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (南関東)	○	求人情報製作会 社（経営者）	周辺企業の様子	・取引先企業の新規事業投資の増加や、各種店舗の新規開店などが増えている。また、インバウンドもますます盛況となっている（東京都）。
	○	求人情報誌制作 会社（営業）	採用者数の動き	・知名度も効果も高いことで知られる求人情報専門の検索エンジンで採用をする企業が増えている。このような検索エンジンをうまく使いこなすことにより、求職者にアプローチできる。転職媒体やWeb採用サイトなどは数多く存在するが、うまく運用し、求職者にアプローチできた媒体が採用者数を伸ばし、企業に必要とされるサービスを提供し続けられると感じる。
	○	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・自社及び同業他社、周辺企業の様子をみると、どこの企業でも新卒、中途共に採用を増やしている。当然ながら良い人材には内定が集中し、良い人材の採用が難しくなっている（東京都）。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・正社員求人数は増加しており、企業の採用意欲は高いが、求職者の応募への慎重な様子は変わらない。
	○	職業安定所（職 員）	採用者数の動き	・全産業で新規求人数が増加している。4月までは採用数（充足数）の伸びが鈍かったが、足元では前年度を上回る伸びを示している（東京都）。
	○	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・海外からの旅行者がお金をたくさん使っている（東京都）。
	□	人材派遣会社 （経営者）	周辺企業の様子	・中小企業、小規模企業での人手不足、人離れは更に高まっている。4月に賃上げのなかった企業、特に中小企業からの転職者、転職希望者が増えている。
	□	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・物価上昇により影響が出ている部分もあるが、自身を含めて周囲の消費動向などには余り変化はみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・相変わらずサービス業に対する求職者がおらず、人手不足が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・求職者数が減少していることと、高齢化がある（東京都）。
	□	人材派遣会社 （支店長）	それ以外	・前年同月を上回る派遣依頼数があり、需要は堅調に推移している。一方で、依頼内容にマッチする人材が少ない状況は変わらず、成約数は伸び悩んでいる（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
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・今年度に入り、求人数が予測値より減少している。そのため、成約数も予測値を割って、減少している。ただし、派遣契約終了数においては、想定より少なく推移しており、総稼働者数の減少に対して多少のブレキとなっている点はまだ救われている(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズは変わらずに多い(東京都)。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・購買力に目に見えるような改善はみられない。魅力的な新商材、新技術の商品化等がみられない。これらを喚起するためには、政府の積極的な諸対策が必要だと考えるが、現在はそのような動きは見受けられない。現在、経済は安定はしているが、新たな動きは必須である。政府には是非この面での変革を期待したい(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・2～3か月前と比較して、全体的に求人数が減ってきている。
	▲	職業安定所(職 員)	それ以外	・電気料金の高騰、物価高で経済が低迷している。
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・長期派遣の求人数が3か月前比、前年同月比共に10%強落ち込んでおり、比例して新規の派遣契約者数も10%強の落ち込みになっている。求人数は3か月連続で3か月前比を下回っており、前年も割り込んでいることから、悪化トレンドが顕著になっている(東京都)。

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	・コロナ禍が終わって、当たり前前の日常が戻ってきたことを実感している。来客数、売上とも新型コロナウイルス感染症発生前と比べたら、甚だ不服ではあるが、確実に回復しつつあるため、とても有り難い。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前月からの好調が変わらず続いており、問合せや予約が日々増加している。個人の少人数利用が顕著に減少傾向にあるものの、法人や団体利用が格段に増加傾向で、全体的には来客数が非常に増加し、好調である。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・一般宴会、懇親会付きの宴会について、3か月前と比べて、大きく変わり、出席者数が増えている。また、6月に入ってから、当月に30～40人規模の宴会をしようという企業からの予約が合計で10件以上入っている。金額ベースにすると1000万円ほど、今月に入って増加している。
	◎	その他サービス [葬祭業](経営 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行となっても、葬儀内容は以前のようには戻っていない。少人数で安くという流れは、むしろ主流になっている。
	○	商店街(代表 者)	販売量の動き	・今年の3～4月にかけて新入生向けの販売をしたが、追加注文が結構多い。やはり今年はクラブ活動が通常どおり始まったので、今までよりも商材が動いて、大変うれしい。
	○	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5類移行と全国旅行支援の影響で、本来なら梅雨によって人出が止まる時期だが、旅行者を中心ににぎわいを感じている。
	○	スーパー(経営 者)	それ以外	・前年比で、売上は9%減少、来客数が29%減少と、売上、来客数共に減ってはいるが、弁当等の総菜売上は増えている。6月後半の週末は、前年に引き続き、県立高校の文化祭で販売するための弁当の注文を受注した。前年は3日間で300食だったが、今年は550食である。月末も球技大会から多くの注文を受けている。7月には地区の夏祭りがあり、毎週何かとイベントがあるので、大変有り難い。
	○	コンビニ(経営 者)	お客様の様子	・観光客の増加、特に外国人客が多く、やや良くなっている。
	○	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・前年比103%で推移している。
	○	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の供給制約緩和に伴い、販売台数は順調に伸びている。

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
	○	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・オイルやバッテリーを中心に売上が伸びており、客単価が上がっている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援の枠が残り僅かであったため、全国旅行支援による集客は少なかった。新型コロナウイルス感染症発生前は、6月に企業の会や老人会、同窓会、組合等の団体客がそれなりにあったが、いまだに少ない状況で、回復途上といったところである。
	○	旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、旅行需要が増加してきている。個人需要は回復傾向にあり、回復が遅れていた団体についても旅行相談や受注が増加している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・このところ、前年比105～110%で推移している。新型コロナウイルス感染症発生前の令和元年と比べて82%まで回復している。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・今月もインバウンドを中心に来客は多い。また、国内観光客の伸びも堅調である。
	○	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感染症の5類移行後、今までなかなか入らなかった企業や団体の予約が入り始めている。
	□	一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇している上に、電気代も下がらないため、家電業界では販売に影響が出ており、厳しい状況が続いている。省エネの商材を販売しようという施策をとっても、高額な商材のためなかなか購入までは結び付かない。
	□	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・客の来店状況は、ほぼ前年並みで推移しており、売上動向も同様である。若干のインバウンド効果はあるものの、衣料品や食品は伸び悩んでいる。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は堅調で、単価上昇分で買上点数の減少分をカバーしている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年をやや下回っているものの、客単価が伸びている分、若干上向いている。相対的に見れば前年と変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今のところ3か月前とそこまで差はない。6月後半にかけて少しずつ上がってきてはいるが、月前半は梅雨入りで売上も鈍っていたため、その穴を埋めている感じである。
	□	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の5類移行後、人々の動きは活発化しており、食や旅行には関心が高くお金を掛けているようだが、服飾関係には余り積極的ではないように見受けられる。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検、一般整備は順調に入庫している。車両販売は、低価格の中古車を希望する客と高額の新車を注文する客があり、最近の物価高のなか、客の格差の広がりがある。
	□	その他専門店 [酒]（店長）	お客様の様子	・6月の前半から中盤は非常に良かったが、後半は非常に厳しくなっている。相殺して変わらないような気がしているものの、6月は良くなるはずが、このところ失速気味である。新型コロナウイルス感染症の第9波が来ているということと、非常に物価高が効いてきている感じはする。これからかなり厳しいのではないかと。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇により、余暇に使う金額は抑えられる傾向にある。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・追加することはないが、景気の見通しは悪い。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・CMやSNSの発信で、ある程度は認知度の拡大につながっていると思う。特に、SNSはこれまでの客層とは違った年代へアプローチできている。
	□	遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行や旅行に対する機運が高い状況が続いており、来客数が増加している。
	□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・客の予約状況に変化はない。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数は多く、1人で何件も物件を受け持つ状況は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・客の問合せ等は以前に戻りつつあるが、成約に結び付かない。

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
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・コロナ禍は収まったが、客足は戻らない。中心街の街並みには日中いつも人通りがない。この環境で商売を続けていくのは大変である。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収まってきて、大分良くなったと思っていたが、梅雨の時期に入り、今年の当地方は梅雨らしい天候になったため、販売量の動きが悪く、例年同月と比べて若干良くない。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年との気温差もあり、夏物商材が苦戦している。
	▲	ゴルフ場（副支配人）	お客様の様子	・来場者が減少している。ただし、プレー代の値上げや周辺コースのイベント、ゴルフ以外への人の動きの活発化等も原因として考えられ、一概に景気によるものとは言い切れない。
	×	*	*	*
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	・インバウンド効果で、業務筋やホテル向けの出荷は上向きに推移している。工場来場者向けの売上はやや苦戦している。
	○	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感染症発生前の受注状況に戻りつつある。ただし、製造工程における人手不足が心配である。
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で全く外出していなかった人々が戻ってきている。催事への来場者数は少ないものの、売上額は増えている。その大きな要因は、金地金価格の高騰や円安進行によって商材価格が大幅に上がっていることである。製品によっては新型コロナウイルス感染症発生前の倍以上の価格になっている物もあり、売上額が上がっていても、収益率は低下しているのが現実である。
	○	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・物価上昇等の影響はあるものの、人流の回復が顕著になっている。個人消費が回復傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商材の受注状況は依然として低迷している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料関係の値上がりは続いているが、工事価格に少しずつ転嫁している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業では電子部品等で在庫調整が続いており、弱い動きがみられる。一方、非製造業は観光関連需要が底堅いほか、大型店売上や乗用車販売も前年を上回る状況にある。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・旅行業は前年比で順調に伸ばしているものの、折込広告は用紙代や燃料費高騰により出稿枚数が落ち込んでいる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・周囲でも活気のある話を余り聞かない。景気の良くないところへエネルギーコスト上昇が重くのし掛かっている。
	×	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・経費が増えて、利益が出る状態ではない。特に、電気代が劇的に上がっていて、深夜電力と昼間電力の価格差がなくなり、節約や製造時間の変更等の意味もなくなってしまっている。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	求人数の動き	・景気は回復しているのに、求人数は思ったほど増えていない。人手が足りないはずなのに、すぐにお金を出して求人募集をする感じにならない理由が、よく分からない。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人申込件数は、安定的に前年比で増加傾向を示している。事業主の人手不足感が顕著であることなどが、やや良くなっている理由である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・主に製造業では、原材料不足、エネルギー価格や諸物価の上昇の影響を受けて、求人を手控える状況が続いている。一方で、好調な業界である非製造業や人手不足な介護職等の派遣需要の高まり、新型コロナウイルス感染症の5類移行で対応が緩和ムードにシフトするなか、サービス業、卸、小売業で求人数が増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・業種間での差はあるものの、全体的には変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は若干減りつつあるが、現場作業者への影響は少ない。

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
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求職者からの問合せが減っているなか、精神的に疲れている人が今までより多くなっている。また、就職しても試用期間どころか1週間もたないうちに退職して相談に来るケースも多くなっている。条件がうまく整っていないのだろうと感じる。
	×	—	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	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	・観光客の動きが活発化している。延長された全国旅行支援が若年層の旅行に活用され、マイカー旅行が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に復活した。ただし、団体旅行はいまだに平成の頃と比べ3分の1程度の戻りで寂しい状況である。
	◎	コンビニ(商品 企画担当)	単価の動き	・引き続き旅行者の利用割合が高く高単価商品の売上構成比が高いことや値上げ効果もあり、売上が伸びている。
	◎	旅行代理店(営業 担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の増減はあるが、ほとんど意識することがなくなり、旅行申込みは新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。ここに来て団体旅行の実施、計画も増えており、夏休みやお盆にかかわらず旅行は増加の一途をたどっている。
	◎	旅行代理店(営業 担当)	販売量の動き	・直近の案件は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った程度だが、秋口の団体旅行が新型コロナウイルス感染症発生前以上の件数に迫っている。交通機関や宿泊施設等、全国的に既に大変混み合っているが、これから発生する案件に対応できるか懸念している。
	◎	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・インバウンドや日本人の団体旅行が増えてきた。
	○	商店街(代表 者)	お客様の様子	・若い人たちの動きはもう新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っているが、まだ感染を気にする年配者たちの動きが鈍い。
	○	一般小売店〔生 花〕(経営者)	単価の動き	・葬儀や開店祝いの花は10年以上値上げしていなかったが、最近20から30%値上げした。客は割と簡単に受け入れ、客単価を上げることができた。
	○	百貨店(売場主 任)	単価の動き	・平日昼間の来客数はそこそこあり、60から80代の年齢層の客が多い。カジュアルシューズの売行きが良い代わりに高額商品は余り売れていない。土日になるとクリアランスセールの下見に来る客が多い。プレミアム付商品券が出始めたため、それを使って高額商品も少しずつ売行きが上がっている。
	○	百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・海外特選ブランドの高額品需要は一巡していることもあり、伸び率は鈍化傾向にあるが、平日も来客数が多い。全国旅行支援なども引き続き利用者が多く、売上の底上げにつながっている。各種値上げ前の駆け込み需要も取り込んでおり、売上は新型コロナウイルス感染症発生前を超える状況となっている。
	○	百貨店(経理担 当)	お客様の様子	・梅雨入り後も天候にかかわらず活発な人出があり、レジャーや飲食関連の消費が底堅く推移している。
	○	百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・週末を中心に来客数が前年を上回っている。
	○	百貨店(販売担 当)	お客様の様子	・インバウンド需要は期待どおり増加し始め、中国、台湾の客が多く来店した。高額品も稼働し高単価傾向にある。物価高の影響も懸念したほどではなかった。
	○	スーパー(店 員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したが、旅行に出掛けたり、会食したりする様子が全くない。しばらく来店がなかった客からは、新型コロナウイルス感染症で家から出られなかったという声を多く聞き、買物どころではなかった雰囲気強く感じた。
	○	スーパー(販売 担当)	販売量の動き	・値上げの影響はかなり落ち着いてきた。小売の販売促進策もポイント付与やレジでの割引の効果が出ている。家電品ではサーキュレーターの商品ラインが売上を底上げしている。また、マスクの販売も回復している。
	○	スーパー(販売 担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛がなくなり、来客数が増えた。
	○	スーパー(支店 長)	お客様の様子	・少しずつ消費が増え始めている。

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（企画担当）	販売量の動き	・ほとんどの店舗が前年の売上を上回っており、特に旅行客の利用が多い店舗は、増加幅が大きい。
	○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・少しずつイベントでの発注が増えている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品値上げの影響で、売上は前年比で少しずつ上昇傾向にある。ただし、値上げ分を除くとそれほど増えているわけではない。ここしばらくの傾向として、インバウンドの動きが多少良くなっている。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・一定商品の購入でお茶をプレゼントするキャンペーンがあり、売上が好調であった。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・日本製の高額ブランド商品の動きが良くなってきた。
	○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・外商について、購入客の教に大きな変化はないものの、1人当たりの購入単価が少しずつであるが上昇している。
	○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・家族葬も多いなかで、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後は、葬式にきちんとした礼服で参加する人が結構増えた。夏物の礼服が欲しい、古くなったので新しい物に替えたいという客がこれまでより増えた。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行でいろいろな制限がなくなり、買物や遊びに出掛ける人が増えている。物価高はあるが、消費意欲は強い。
	○	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・滞っていた新車が納車されるようになってきた。まだ注文不可の車種もあるが、半年くらいで納車できる車も増えてきたため、受注しやすくなった。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・行動制限の緩和が段々と行き渡ってきて、客の行動も活発になってきた。しかし、生活に係る費用の増加が実感として捉えられるようになり、客の価格に対する選別の目がますます厳しくなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・特別に景気の上向きは感じないが、仕入価格が上昇しているため料金も上げざるを得ず、その結果、客単価が高くなっている。
	○	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・メニューを値上げして3か月たつが、すんなり受け入れられている。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価の上昇が雰囲気をよくしている。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の3月は、春休みまではそれほど動きは良くなかったが、20日以降は全国旅行支援が月内で終了すること、春休みであること、新型コロナウイルスの感染状況が収束していることが重なってかなり良かった。その3月下旬以降と比べても、今の景気はやや良くなっている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宴会利用者が前年比で大きく増加した。宿泊利用は、全国旅行支援の終了で予約が伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・観光ではなくビジネスで中国からの客が来るようになった。
	○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・宿泊、レストランでの飲食、宴会共に2018年や2019年並みに回復している。リモート会議の増加で国内出張は減っているが、インバウンド需要で十分カバーできている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宴会は5月8日以降に3年ぶりの受注が始まり、6月は新型コロナウイルス感染症発生前の7割近くまで回復した。レストランは、夜が依然厳しい。宿泊は徐々に回復しているが、コストが大幅に上昇し収益は厳しい。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、海外旅行の予約は新型コロナウイルス感染症発生前と同様に入っている。値段も高めで、国際線の運航便はまだ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていないため行き先は限られるが、好調の兆しなのでどんどん運航便を増やしてほしい。
	○	旅行代理店（経営者）	それ以外	・全国旅行支援の効果か、ターミナル駅前には観光客が多い。売店で土産物を買う人が行列となるばかりか、切符売場の混雑がひどい。まだ中国人観光客が本格的に戻っていない状況で今後が思いやられる。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・最近の客の出足は顕著に良くなっている。特に週末の出足は非常に多く、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
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・通学定期客は堅調である。通勤定期客は新型コロナウイルス感染症発生前の8割止まりであり、十分な回復には至っていない。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ボーナス支給後のため、少し購買意欲が上がっている様子である。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	販売量の動き	・動きはさほど変わらないが、間違いなく上振れの兆しがある。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・近隣の商店街や商業施設では閉店が多くみられる。空きテナントも埋まる様子がない。人の流れは増えているが、街の活気は余りない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・引き続き商店街への来客数は多く推移しているが、客単価は相変わらず上がってこない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客が物価上昇の話をしている様子から、景気はやや悪いまま変わらない。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・物価は高値安定で止まっている。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・当業界はまだ新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出していない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年比での売上の伸びが少し鈍化してきた。コロナ禍からの急回復は一段落し始めた感がある。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・週末の飲食店への来客数は回復傾向にある。しかし、アルコール飲料の販売量は戻っていない。当社スタッフは定時前に業務が終了している。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・商材の値上がりが続く、販売に影響している。
	□	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・現状、コロナ禍の影響はなくなってきており、相変わらず来客数も前年比で増加している。また、富裕層の需要も減少が心配されたが、維持している。
	□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・回復が遅れているだけなら良いが、首都圏と比べると地方の回復量は少ない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げが続く1品当たりの単価はまだ上昇していることで、前年と比較すると1人当たり買上点数は0.3点ほど減少している。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・値上げが続いている。輸入酒の値上げがあったが、ボトルのガラスに起因すると業者より聞いている。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・引き続き値上げにより売上金額は前年を超えているが、売上数量は前年を割る状態が続いている。
	□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・売上は前年比100%を超えた。商品の値上げもあり、金曜日は家飲みの買い出しで客が多い。家飲みが定番化している。
	□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・来客数、客単価共に前年を下回っている。客単価の下落は、各種値上げにより1品単価は上がっているものの買上点数が減少していることによる。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年梅雨の時期は少し販売量が減るが、今期は比較的客の購買量が増加傾向にある。特に、おにぎり、サンドイッチ、弁当や総菜類などメイン商材が比較的好調である。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価高騰により客単価は上がっているが、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に全く届かない状況に変わりはない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前程度の回復傾向にあり、夏季に入れば更に人の動きは活発になると考える。ボーナスの支給により客単価などは一時的に高まるかもしれないが、物価高の関係で大きくは伸びない。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・気温の上昇とともに来客数は順調に伸びているが、売上は僅かな伸びにとどまっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・節約志向が強くみられる客も多くいれば、ボーナス支給の関係が大量買いする客も多く、経済状況に隔たりを感じる。
	□	コンビニ（本部管理担当）	それ以外	・6月の売上は前年比102.9%であった。今年は梅雨入りが早く、小売業界には若干の売上ダウンとなる影響があった。また、継続して電気代などの経費が高騰しており、利益は前年比100%を割る加盟店も存在する。したがって、景気が良くなったという感覚はない。

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
	□	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・6月は問合せも少なく、販売量も今一つであった。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・半導体や部品供給の問題が一時的に緩和され、かなり納車が進んだ。しかし、現在でも人気車種は注文を受け付けておらず、バックオーダーの解消に努めている感覚である。
	□	乗用車販売店 (従業員)	単価の動き	・新型車が発売になり、発売3日で1年から1年半待ちになっている。車両本体が550万から900万円の車が飛ぶように売れ、会社は潤うが、他の車と同様にすぐにオーダーストップになり販売できなくなってしまふ。毎回これの繰り返しになる。
	□	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・客との会話でも景気の良い話が出ない。景気は少し低迷した状態が続いている。
	□	その他小売 [ショッピング センター] (経 理担当)	来客数の動き	・コロナ禍の収束は実感するものの、商業施設への来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前ほどには回復していない。この3年で消費スタイルが変わったのかどうか、引き続き注視していく必要がある。
	□	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・天候不順で始まった今月は、厳しい客足で前半が進み、後半はボーナス、給与支給があるなかでも伸び悩んだ。特に夜の客足が厳しい。
	□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・ビールなど季節商材の販売量が増えていない。
	□	その他飲食 [フ ィン輸入] (経 営企画担当)	販売量の動き	・来客数や客の購買意欲などは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻った感がある。一方で、円安やエネルギーコスト上昇による値上げの影響が大きい。この春までは、賃金の上昇と合わせて一定の理解があり、どこか先行きに安心感があったものの、終わりがみえないなかで秋冬の商談が始まり、このまま値上げをすれば取扱いの中止や変更も必要だという厳しい声を聞くようになった。
	□	旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・3～4月は新型コロナウイルス感染症が収束して景気が良くなる雰囲気はあったが、5～6月には、回復が少し鈍った。
	□	旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・秋の旅行への問合せは増えているが、まだ受注には至っていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・天候が悪い日が多く気温が高くなっているため、昼間の利用客が増えているが、夜の歓楽街では利用客が減っている。特に深夜の利用客が少ない状態が続いている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・横ばいである。
	□	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・機器の購入意欲や予算化の状況を客に確認すると、前年と同様厳しい状況である。
	□	美顔美容室 (経 営者)	販売量の動き	・紫外線予防のためUVカットの商品がよく出る。
	□	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・客は、イベントなどは結構あるが物価の上昇が非常に厳しいと言っている。
	□	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・やはり物価上昇の影響が大きい。水道光熱費は高騰し、スーパーでも物価が上がっている。
	□	その他サービス [介護サービ ス] (職員)	販売量の動き	・主力レンタル商品の在庫が増加傾向にある。出荷が思ったほど伸びていないなかで、解約案件が平時より少ないことに助けられている。
	□	設計事務所 (経 営者)	来客数の動き	・最悪の状態から変わらず、悪い状態が続いている。いつまで体力が続くか心配である。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売状況は横ばいが続いている。
	□	その他住宅 [展 示場] (従業 員)	来客数の動き	・5月から来場者数の減少が続いている。
	▲	一般小売店 [贈 答品] (経営 者)	お客様の様子	・お中元の早期受付をしている。物価上昇に合わせて価格設定が高くなっているが、飲料水やビールの購買意欲は戻っている。
	▲	一般小売店 [書 店] (営業担 当)	単価の動き	・為替の影響で法人客の購入予算が減っている。
	▲	百貨店 (営業担 当)	来客数の動き	・屋内より屋外へ向かっている客の関心を、百貨店へ引き寄せる施策が必要である。
	▲	スーパー (店 長)	来客数の動き	・来客数は前年比95%以下で推移している。
	▲	スーパー (総 務)	単価の動き	・相変わらず特売、割引に対して敏感になっている。

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
	▲	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・サマーセールスのダイレクトメールで来店する客のほとんどが前年と同じで、販売量が明らかに少なくなった。しかし、来店して何も買わずに帰るなじみ客はおらず、有り難い。
	▲	衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・前年は梅雨の合間での猛暑に対し、今年は比較的穏やかな気温で、来客数はもちろん特に客単価に影響している。前年から続く値上げ前のまとめ買いにより、売上は3から5%減少した。
	▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・来客数が前年と比べ大幅に少ない。単価も上がっていない。
	▲	家電量販店(フランチャイズ経営者)	来客数の動き	・来客数が少ない。巣籠り需要の反動と生活防衛意識のせい小物を買う客も減っている。
	▲	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・車両生産の制限と遅延がなかなか回復してこない。当初の予定からも遅れが発生し、さらにメーカー出荷停止車両も出てきたため、今月の売上が立たない。客への説明も不確定な点が多くなり、商談もスムーズに進まない。
	▲	一般レストラン(従業員)	お客様の様子	・多くの品物がまた値上がりし、客の財布のひもは固くなっている。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・解約件数はほぼ例年と同水準で推移しているものの、新規契約件数は減少傾向にある。
	▲	テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・5月の入園者数は前年と比べ74%である。4月も前年比94%で悪化幅が大きくなっているため、景気は悪くなっている。
	▲	観光名所(案内係)	お客様の様子	・前月同様、来訪者は一見客が多い。なじみ客もあるが滞在時間は短く早々に帰宅する。
	▲	パチンコ店(経営者)	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室(経営者)	来客数の動き	・客の来店間隔が段々と長くなっている。
	▲	設計事務所(職員)	お客様の様子	・客からは特に景気が良くなるような話は聞かない。
	▲	住宅販売会社(経営者)	競争相手の様子	・分譲する土地が少なくなっているため地価が上がりつつある。建築資材の価格も上がっているため利益が出ない。
	▲	住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・建売物件の売れ残りが目立ってきた。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	それ以外	・夏祭りも花火大会も制限なしでの開催が決定され、花火大会の手伝いをしているが、寄附が集まらず困っている。地元企業の経営者は経営が苦しいと口をそろえて言っている。企業で楽なところは1社もなく、地場産業がどんどん衰退していく。地元では明るい話は聞こえない。
	×	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・今月は来客数も少ない。また、新型車の発売日がメーカー側の事情で大幅な延期となり、発売日のめどすら立たない。
	×	乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・販売量は減少しており、客の様子も前向きではない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品 製造業(社員)	受注量や販売量の 動き	・コロナ禍が収束後、良くなった客と悪くなった客の差が大きい。パソコン用ハードディスクやスマートフォン関連は急に動きが鈍くなり、かなりの在庫をかかえて非常に稼働率が下がっている。逆に車関係、特にハイブリッド用電池関係は部品供給の回復とともに2倍以上の生産量になっている。
	○	通信業(総務担当)	それ以外	・街中で人の歩く姿をよく見るようになった。観光バスの往来もよく見掛ける。
	○	通信業(法人営業担当)	それ以外	・最近の株価高は年金運用にとってはかなりプラスであり、円安による輸出の増加も見込まれ好景気である。周辺では住宅や事業所の着工が目立つ。
	○	金融業(従業員)	それ以外	・身の回りの様子から、3か月前と比べ景気が良くなっている。特に、居酒屋や街中は人であふれており、活気が戻っている。
	○	金融業(従業員)	取引先の様子	・これまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた製造業では、物が入るようになって前年と比べるとかなり生産性も上がっている。車の納車も早くなってきた。
	○	不動産業(経営者)	受注量や販売量の 動き	・物件の引き合いが活発である。

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
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨天の日が多いが、新型コロナウイルス感染症に対する不安も更に減少していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。外出の増加に伴い、今月の売上は前年を上回る状況となっている。
	○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業側からの広告受注量はそれほど増減がなく、新規の引き合いにも特に目立った様子はみられない。
	○	公認会計士	受注価格や販売価格の動き	・新規営業先に行った際に、見積額の値引きなどを要求される機会が減っている。受注単価自体も、微増ではあるものの上昇傾向にある。顧客も、販売価格を少し上げているがそれにより受注量が減るということはなく、少しずつ回復傾向にある。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に大きな変化はない。円安により海外から拠点を移管する話があるが、秋以降にずれ込むようである。相変わらず大きな設備投資は控え気味である。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・価格改定後の受注量が減少傾向にあり、上昇の兆しははっきりしない状態が続く。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受けて人流は確実に活発になっており、今後に期待したい。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料薬品の出荷は引き続き低調で、年内は低調を継続する見込みである。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の収束による解放感で外出や購買、インバウンド等が戻っていることが1番の理由であるが、物価高に対して賃上げも実施されており、金の循環が急激に進んでいる。税収が伸びていることも景気には良い影響を与える。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量は引き続き多く堅調だが、コスト転嫁が進まず収益的に懸念がある。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気が悪いわけではないが、良いともいえない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界はお盆前の時期で設備投資が復活し、注文は入っているが、原価高騰を販売価格に転嫁できないことが問題で、苦しんでいる。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束とともに消費は上向いてきたが、原料高による物価高で頭を抑えられている。円安によってインバウンドは好調のようだが、日本人の海外旅行に対してはマイナスであり、国内旅行も海外からの旅行者が増加の影響で利用しにくくなっている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・5月は連休もあり若干生産量、販売量共に減少したが、6月に入り回復し通常に戻った。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は同じような生産量のまま推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・生産量は増えているが、円安や物価高が続くなかで良くなっているとは思えない。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・来場者数としては、良い物件も悪くて伸びない物件もある。契約者数も3か月前と変わらない。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・物価高に伴い給料を上げる予定の取引先などがある。収入は増えるが、仕事そのものは上向きでも下向きでもない。コロナ禍が収束しても、まだ継続の委託業務しか出てきていないため何ともいえない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は回復し、新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。問題は、売上額は以前の水準でも支出はそうではないことである。どこも同じだと思うが、諸経費の増大により利益は減っている。値上げに応じてくれる荷主はまだ少ない。
	□	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・景気が上向く気配が全くなく1年以上停滞している。毎月の取扱物量はこの1年ほど前年を下回っている一方、荷物単価は前年を上回っている。これは物価や人件費の高騰を反映しただけであって、経済が動いて荷物量が増加しているわけではない。経済そのものは停滞していて、上向く兆候は何もない。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域の住宅不動産市況には変化がない。
	□	行政書士	受注量や販売量	・車は稼働しているが貨物量が少なくなった。

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
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・物価上昇に対応して従業員に特別ボーナスを支給したり定期昇給の額を前年より増やす余力はまだあるが、売上や利益自体は、前年と同様又は減少している。新たな借入れを行うほどではないが、設備投資は余り行われていない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・全般的に荷動きが悪く、特に自動車関連が悪い。受注量、販売量共に減少しており、景気はやや悪い。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、引き合いも減少している。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米での自動車向け設備投資は、客がなかなか銀行からの融資を受けることができない、人件費高騰で生産人員が集まらないなどという理由で、数件のプロジェクトが凍結された。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連設備の荷動きが特に低調である。コロナ禍が下火になったときには回復傾向にあったが、ここに来て出荷が前年を10%ほど下回る客が増えてきた。工作機械部品メーカーの出荷も徐々に落ちてきており、特に輸出が減少傾向にある。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・出荷物量が前月よりも落ちている。特に自動車製造業などが回復していない模様である。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・法人企業は、当初予定していた通信料削減のための初期投資でも予算執行が遅れている。早期に実施すれば月ごとのランニングコストの削減効果を得られることが分かりながら、予算執行できないところに、企業経営者の景気に対する不安や葛藤がうかがえる。
	▲	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・競争が激化しており、従来どおりの価格での受注が厳しくなっている。給与アップによる人件費増加や仕入価格のアップによるコスト増加もあり、景気はやや下向きである。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の仕事量が増えない。今年度の新しい仕事はほぼない。通常であれば年度替わりで新たな見積りや試作が始まるが、今年はその量が例年から7～8割ダウンのイメージである。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・液晶、電子部品の生産が激減している。関連設備の調達状況が非常に悪い。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が激減している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・夏季のシーズンに向けて求人依頼が増えている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・メーカーに限らずアウトソーシング系の企業でも第二新卒やエンジニア未経験の人材の採用を積極的に実施しており、採用熱は3か月前よりも高まっている。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・国内自動車販売数の増加、半導体不足の解消に伴う生産台数の増加で人材供給は増えている。ただし、雇用条件が低いのか中小企業の求人には応募が見込めない状況である。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ危機からの経済停滞も通常の状態になり、インバウンドや価格値上げにより一部企業の業績は上向いている。企業の求人数は増加しており、採用難が加速している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・地元行事やイベントが完全復活し、人の動きも活発になっている。
	○	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足感は強くなっており、将来を見据えた人材確保の動きも活発になっている。建設業、卸売業、小売業といった一部の業種においては、前年比で新規求人数の減少が見受けられるが、全体としては新規求人数の増加傾向が続いている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の増加が続いており、飲食、宿泊業では4年前を超えている一方、製造業、運輸業等では減少傾向になりつつある。
	○	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・5月は観光業での求人の増加があった。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・新卒エンジニアの開発現場配属は順調に進捗している。単価も高まり、需要は堅調である。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・ロシア問題の影響から原油を始めとした各種価格上昇の波は収まる気配がなく、中小企業を中心に苦しい状況は改善していない。	

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
	□	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・求人数は変化なく多い状況であるが、より条件の良い企業へ人材が流動しているため、採用条件や待遇が厳しい企業は採用難が続いている。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・仕入価格の高騰、原材料費、燃料費や運送費等様々な物が値上がりしているが、価格に転嫁できず厳しい。資材が不足し受注があっても仕事ができない状態が続き、経常利益が下がっている。建設業、製造業、流通業、サービス業において人手不足を招いている。製造業においては、外国企業の中国からの撤退により受注が減少している。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べてほぼ変わっていない。業種では、生活関連サービス業、娯楽業の増加がみられ、続いて、飲食、サービス業の増加が目立った。逆に製造業が伸び悩んでいる。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人の回復傾向は業種によりばらつきがあり、全体では鈍化している。特に製造業が自動車関連を中心に伸び悩んでいる。
	□	民間職業紹介機関(営業担当)	採用者数の動き	・企業側の採用目線にて本質的な課題解決につながる人材の見極めにより、採用決定数の増加率が若干鈍化がみられる。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・例年ボーナス後に活動を開始する求職者が増加するが、今年はその動きが鈍い。特に、経理・総務など事務管理系のマネジメント層にその傾向が強くみられる。
	▲	求人情報誌(営業担当)	求職者数の動き	・比較対象の3か月前が盛況であった。また、今月はボーナス支給月ということもあり求職者の動きに活性化を見込んでいたが、中旬は少し鈍化した。
	×	—	—	—

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(店舗 管理)	来客数の動き	・今期の後半に向け、尻上がりに来客数が増加している。新型コロナウイルス感染症の影響からの脱却を強く実感している。
(北陸)	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・団体ツアー客の予約が好調に推移し、新型コロナウイルス感染症発生前との比較で稼働率は106%、客室単価は105%である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増加しており、特に外国人観光客が増えている。夜の繁華街は、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にまで回復している。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・日本人の来客数は少なく売上の半分近くは外国人観光客によるもので、前月と同様にインバウンド需要に支えられた月となっている。全国旅行支援のクーポンを利用する客は激減している。
	○	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・売上は前年比で1割程度上がっている。単価の上昇が主な原因だが、来客数も前年、前々年から好転している。前月も好調であり、値上げによる買い控えもなく高単価商材が動いているため、夏に向けて好調を維持すると期待している。
	○	その他小売 [ショッピング センター](統 括)	お客様の様子	・来客数は落ち着きつつあるが物販は堅調に推移しており、客の購買意欲は継続している。
	○	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは4年ぶりに行動制限がなく、更に5月8日からは新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、外出する機会が一層増えて人の動きが活発になっている。アフターコロナの状況で、各自治体も全国旅行支援など消費を促すキャンペーンを行っているため消費行動は継続している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・企業単位で来県し宿泊する人が増えているため、タクシー需要はやや増加している。
	□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・6月に開催された大規模な祭りは、天候にも恵まれ人出は予想以上で、露店での購入はそれなりに増加していたようである。商店街には、露店で買った食べ歩きのごみの始末のために立ち寄った様子であり、商店街を回遊する客は増加していない。

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
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・販売量、来客数共に下げ止まった感じはするが、決して良くはなっていない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・コロナ禍において、店全体の売上をけん引し、好調だったラグジュアリーブランドにおける売上の伸び率が鈍化している。
	□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・生活用品の価格高騰の傾向は変わらず、買い控えが続いている。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・相次ぐ値上げにより、プライベートブランド商材の売上構成比が上昇している。生鮮食品の売上構成比も上昇しているが買上件数は横ばいであり、値上げの影響によるものとみている。
	□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・この数か月を比較すると、既存店の来客数が100%を切っている状態だが、商品の値上げにより売上は100%を超える状態が続いており、大きな変化はないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足の戻りが落ち着いてきており、コロナ禍からの特別な回復状況はみられなくなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・販売量は余り変わらないが低価格車の比率が高くなっている。特に軽自動車が多く、小型自動車の中間層が売れない状況が続いている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車の配車状況は回復傾向が続いているが、納期は正常な状態になっていない。受注は引き続き順調なペースで推移している。
	□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・スタッドレスタイヤは値上げ前の駆け込み需要があり例年以上の販売量となったが、大口取引によるもので、個人への販売としては数量、金額共に計画に届かなかった。新車の納車は増えているが、オプション装着は安価な商品を選択する傾向が強い。ガソリン価格も上昇しており、給油量を抑える客が多くなっている状況で、景気の変化は感じない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して、店舗販売分の売上は増えていないが納品している取引先の売上が良くなっているため、ある程度利益が出ている。しかし、全体としては変わっていない。
	□	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発生前の常連客は高齢になったことや体調不良で来店しなくなったが、新規の客が定着し、以前より安定した状態である。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・コロナ禍後に売上は回復しつつあったが、現在は伸びなくなり前年並みの状態となっている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人客、団体旅行客共に受注は一段落した。今後は予約の問合せがあっても、予約を受けられない可能性が目を追うごとに増えている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの問合せや、購買動向に変化がない状態である。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、新規契約者数は前年と同レベルで好調に推移している。
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・サービス加入者数や解約者数に大きな変動はなく、利用料金の多寡等に関わる問合せがほとんどない。
	□	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	・利用者にとってはまだコロナ禍の状況が続いており、新型コロナウイルス感染症が1番影響している。新型コロナウイルス感染症が第9波に入ったという報道があれば、前向きに活動する利用者の動きにも間違いなく水を差すと考える。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・マスクを付けて来店する客の数は、5月以前と変わらない状態である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・問合せやイベントの来場者数が減少しており、販売金額が減少するとみていたが、大型のリフォーム案件が増加し、目標の販売金額を上回った。また、新規の分譲地販売が始まり、販売を待っていた客との契約が進んでいる。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・個人の新築注文住宅の受注はまだ力強さに欠け安定していないが、上向いている。リフォームは引き続き、計画を上回る受注が獲得できている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・本来であれば新しい展示場への来場者が増えるはずだが、来場者数は増加していない。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・3か月前は新生活に必要な商材やギフト用の需要があり、来客数、買上点数共に多かったが、現在は本当に必要な商材のみの購入である。

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（販売促進担当）	来客数の動き	・客が買物に慎重になっており、お中元の早期割引やポイントアップ企画などのタイミングでは売上が増加するが、企画のないときは売上が減少する傾向が強くなっている。実績は前年同月との比較では同程度だが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年との比較では下回っている。
	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・3月中旬以降、明らかに来客数が減少している。再開の大規模工事を実施している周辺の環境や、県や市による支援策の減少、電気料金の値上げなど様々な要因が考えられるが、特に新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の報道後、移行後の減少が激しい。集客のための新企画や父の日イベントにも反応は少なく、お中元も中旬から月末まで優待セールを実施しているが、来客数は大幅に減少している。食関連もやや苦戦しており、好調なのはトラベル関連商材くらいで、スーツケースやビジネスバッグの売上は伸長している。
	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・当店では来客数、買上単価、買上点数は伸びているが、競合店は値上げや物価高に対応できていない。しかし、当店もいつ同じ状況になるか分からない状態である。
	▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・原材料単価の高騰に加え、為替の影響で輸入品価格が大幅に高騰しており、単価が大きく上昇している。来客数、販売数にも大きな影響が出ている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今までになく客は価格に敏感になっている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・電気料金の高騰による買い控えが多く、家電の買換えによる節電効果を実感してもらえない。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・非常に厳しい状況である。エアコンの不振は気温の影響と考えるが、他の商品も厳しく、エアコンの不振をカバーできていない。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・インバウンドも含めて昼食時の来客数はあるが、夜の客は少なく、アルコール類も出ていない。
	▲	観光型旅館（経営者）	それ以外	・原材料や電気料金の値上がりを始めとして経費の支出が増加しており、利益を残すのに苦戦している。
	▲	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・当県で発生した大地震の影響で来客数が減少している。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・店頭での販売価格とインターネットでの販売価格にかい離があり過ぎる。そのため自分で手続きできる客は店頭に来ないため販売数が極端に減少しており、売上に影響している。
	▲	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・物価高もあり、客の予算の上限が徐々に下がっている。予算と要望のバランスが取れていない案件が増加している。
	×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・他県の同業者も5月からの売上が悪いようである。衣料品については売上不振のためか、ブランド品も例年より早くインターネット販売によるバーゲンセールを開催している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に婦人衣料の購買意欲が低下している。最近の物価高による影響か、買物に対して慎重になっている。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・週末の来客数も落ち込みが目立つようになっている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、客の動きが大変鈍くなっている。4月で全国旅行支援が受付終了した影響も大きいと考える。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられたことで、グループ客や団体客は徐々に回復傾向にあるが、個人客の動きは鈍くなっている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・原料やエネルギーのコストアップにより損益分岐点は上昇したままだが、人々の動きが戻ったことで売上は好調に推移しており、収益は改善傾向にある。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が安定しており、堅調に推移している。
	○	建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクを外した人も多く、街中や飲食街に活気が戻ってきている。

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
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・物価高を受けた消費者マインドの低迷により小売業は苦戦しているが、人流の増加により観光関連産業は回復傾向で、自動車関連産業も半導体不足の解消により受注は回復傾向にある。しかし、一般的に原材料価格の高騰や電気料金の値上げなどによるコストの増加が利益を圧迫している。
	○	司法書士	取引先の様子	・事業承継や新規事業のための不動産購入、新会社設立や役員増加など、企業活動が活発な依頼が多くなっている。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・原材料や光熱費等の価格高騰はあるものの、業種を問わず価格に転嫁できている。特に飲食業では、この1～2か月で新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っており、過去最高の売上で最高益となった取引先が多くなっている。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことにより、国内ファッション衣料の売行きが好調で、受注は引き続き堅調である。しかし、その一方で電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	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	・電気料金の高騰や物価高など、状況の改善はみられない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界の受注高は堅調に推移しているが、受注額は前年から少しずつ減少傾向が続いている。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内貨物の物量は前年を下回る水準が続いている。輸出入についても今年に入り低迷が続いている状態である。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量に変化は見受けられないが、電子帳簿保存法が来年1月に義務化されるため、客の関心が高く、提案件数が増加傾向にある。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは、活発な話を聞くことができない。
	▲	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークが明けてからは、物量が明らかに減少している。
	×	—	—	—
雇用関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・夏に向けた各種イベントの広告申込みが、前年や前々年と比べると盛況となっている。前年にもウィズコロナで復活した祭りなどはあったが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、今年は4年ぶりの開催と銘打つものが多く、実際に1万人規模の集客がみられたイベントもある。
	○	職業安定所（職員）	それ以外	・人流がコロナ禍のときよりも増加していることを実感している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・コロナ禍の落ち着きに合わせて、求人数が増加しつつある。求人数の増加は企業活動の再開に向けた意欲の表れだとみている。
	□	*	*	*
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・正社員、アルバイト共に求人数が減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・物価高による各種経費削減などにより、活発な経済活動が行われている感じがしない。

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
	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 (近畿)	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・6月に入って来客数がかなり増え、前年比で20%の増加となっている。また海外からの客が増加し、雑貨やジュエリーなどの商品によっては、インバウンド売上が前年の4倍以上と、かつての水準も上回る形となった。国内需要も増えるなか、来客数と客単価の両方が好調なバッグやアクセサリがけん引し、コスメや食品などの商材も順調に動いている。一方、気温に左右される商材は、例年よりも動きが遅い。気温に適した商材を買うという、購入スタイルが増えている。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新型車の効果で、来客数が増加している。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・全国旅行支援と新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、イベント開催の増加が追い風となり、増収となっている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	販売量の動き	・対面型での研修や出張の動きも戻っており、国内客、インバウンド共に好調であったが、単価は4～5月と比べて低い。
	◎	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行だけでなく、インバウンドの増加にけん引されるように、海外旅行が増えている。
	◎	タクシー運転手	販売量の動き	・5月31日からタクシー料金が値上げとなり、5000円以上の料金の半額割引も25年ぶりに撤廃されたため、営業収入の約2～3割のアップにつながっている。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10811円で、3か月前の8947円よりも上昇している。グレードの高い競走を開催したため、単価の上昇につながっている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ゴルフ場や飲食関係の取引先では、顕著な回復がみられる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・着物の販売では、前年まではいろいろな規制やイベントの中止もあり、浴衣も売れなかったが、今年は徐々にイベントが増えてきたため、少し良くなる。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は売上目標を達成する見込みであり、国内客の来店は前年比で増加している。ただし、外出の増加で関連商品の動きは良いが、かつての水準には達していない。一方、インバウンドの来店も増えており、特選洋品や化粧品を中心に売上が増加している。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、消費者が外出や買物を楽しむことへの抵抗感が次第に薄らいでいる。インバウンド需要もかつての状況にかなり戻っている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もこれまでの傾向に変化はなく、好調に推移している。特に、高級ブランド品や化粧品、婦人雑貨の需要が好調で、売上は前年比で約10%増えている。来客数も好調で、特にインバウンドが東南アジアを中心に増えており、売上の確保に貢献している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前のライフスタイルに戻りつつある。訪日観光客の増加も後押しとなり、景気は回復傾向にある。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・現状の環境に対する慣れが、少し良い方向にはたっている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているとのニュースも関心と呼ばず、街ではマスクを着けない人の割合が日に日に増え、インバウンドも増加傾向にある。物価の上昇は様々な品目で続いているが、人出が止まるほどではなくなっている。来客数の順調な増加に比例し、売上も堅調に推移している。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・東南アジアからの来訪の増加によるインバウンド需要の高まりで、以前から好調であった高級輸入商材に加え、化粧品もメイクアップ商品を中心に回復傾向にある。国内客についても、化粧品や婦人用品などが回復している。
	○	百貨店（外商担当）	単価の動き	・海外特選ブランドを中心とした、相次ぐ値上げにもかかわらず、客が競って買い求める光景を目にする。

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
	○	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・相次ぐ値上げの影響もあり、ゴールデンウィーク前後は特選ブランドを中心とする高額品の売行きがやや鈍化していたが、徐々に回復し、2019年比でも大きく伸びている。一方、インバウンドも想定以上の回復をみせており、売上は好調に推移している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計や海外ブランドの高額品を中心に、好調な売上が続いている。売上は2019年を上回る状況で推移しており、インバウンド関連も過去最大の売上となっている。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド向けの商材を中心に、3か月前と比べて売上が増えている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドがかなり増えており、円安効果も加わって、特選ブランドや時計、化粧品を中心に、予想を上回る売上となっている。梅雨入りが早く、季節商材が苦戦すると予想されたが、これもインバウンドの増加で堅調な動きがみられる。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的には、インバウンド需要の好調に支えられている。国内客の売上は前年比で数%前後の増加に落ち着いてきたが、ハレの日需要や外出の動きは活発で、化粧品や特選アイテムは好調に推移している。また、衣料品や食品関連については、全体的に来客数の減少を、商品単価の上昇で何とかカバーしている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品の原材料価格などが上昇するなか、販売価格に転嫁できているかどうかは別として、全体的な値上げの影響で、客単価がアップしている。来客数は少し減少しているが、売上は前年の水準をクリアしている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米からのインバウンドが増え、特に20時から22時頃の来客数が増加している。一方、東南アジアからの客は余り増えていない。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣オフィスの出社人数や、近隣ホテルの宿泊者数はかつての水準に完全に戻ったようで、来客数は回復している。また、多くの商品の値上げにより、客単価も上昇し、売上はかつての水準を超えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・徐々に気温が高くなり、冷たい商品が売れている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し上向いている。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3～4か月前と比べて、来客数や単価が少しずつ上向いている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・セール商品を期間限定で販売しているほか、晴れている日は売上がやや良いと感じる。
	○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、客の心理が少し明るくなり、消費マインドが喚起されている。
	○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・株価が上昇している影響か、販売量も増えている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響もかなり緩和され、部品が作られることで在庫量が徐々に増えつつある。客の購買意欲は高いため、希望の商品の在庫があれば、購入につながることから、販売量も増えている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車相場が少し戻り、購買意欲も高まっている印象を受ける。
	○	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5類感染症への移行後、顔用のスキンケア化粧品の購入が増えている。女性はもちろんであるが、若い男性による購入も増えている。単価は高くない商品ばかりであるが、買上点数などは前年比でプラスとなっている。
	○	その他専門店【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・UVや制汗関連、殺虫剤といった夏物商材に加え、ドリンクや感冒薬などの医薬品、制度化化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨なども順調に推移している。
	○	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	・夏物のユニフォームの購入が増えていることもあり、3か月前と比べると販売量が増加している。

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
	○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・トータルでは乗客数は横ばいであるが、乗店が集中する日とそうでない日の差が大きい。一方、商品価格の値上げの影響もあるが、それを除いても客単価は少し上がっている。新型コロナウイルス感染症発生前のように、複数の店を利用するよりも、1軒で済ますケースが増え、滞在時間が延びている。回転率は下がったが、リピート率は上がるなど、緩やかな回復がみられる。
	○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・観光業界は、インバウンド需要の安定や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による効果で、好調に推移している。
	○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊は好調に推移し、宴会も予約状況を見ると回復傾向にあるが、レストランは特にディナーの時間帯の集客が厳しい。ランチも、平日は予想以上に苦戦する状態が続いている。
	○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・全国旅行支援の効果で旅行需要が回復し、高額商品が売れているほか、2人以上での利用も増えている。
	○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・6月の稼働率は85%前後の予定である。ゴールデンウィーク明けも、コンサートや研修の団体客、インバウンドの需要が多い。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・団体旅行の受注が増えている。
	○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・夏休みに向けて、本格的な旅行への申込みの検討が増えている。4年ぶりの家族旅行や、断念した卒業旅行に行きたいという要望もみられる。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・ホテルでは観光客の利用が多く、客の財布のひもも緩くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・街の人出が多くなるなど、良くなっている。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール](職員)	来客数の動き	・3か月前と比較して、イベントの開催状況に大きな変化はない。集客も順調で、それに伴う物販の販売量も伸びている。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設](職員)	お客様の様子	・日常生活への回復傾向が鮮明になっている。食品などの日用品を中心とした消費から、他の商品へとシフトしている感覚がある。
	○	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	・インバウンドは引き続き増加傾向にあり、中国からの団体客も少しずつ戻ってきている。一方、今年のゴールデンウィークは、国内客は遠方に旅行する傾向がみられ、近隣の旅行が主体の当社は、前年よりも来客数が減少している。
	○	美容室(経営者)	来客数の動き	・新規の客が増えている。
	○	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・コロナ禍も一段落して、客の動きや要望が増えており、契約金額も上昇傾向にある。
	○	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・株価の上昇とインバウンド需要の拡大による活性化で、不動産価格の上昇期待が強くなっている。関西はマンション、戸建て住宅共に、高額物件への引き合いは一定レベルでみられる。ただし、低価格帯を中心にした実需物件の動きは鈍く、コロナ禍による反動とみられる影響が出ている。
	□	一般小売店[衣服] (経営者)	来客数の動き	・商店街への人出は増えており、以前と比べて来客数も増えているが、販売量が増えていない。
	□	一般小売店[菓子] (営業担当)	販売量の動き	・前月と比べても、販売量が伸び悩んでいる。仕入価格の値上げが続く一方、すぐには販売価格に上乗せできず、利益率も下がる一方である。
	□	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・外商を中心に、高額品は堅調な動きを示しているが、店頭への来客数はかつての水準に戻っていない。
	□	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・前月にみられた傾向が更に拡大している。外国人観光客が大幅に増えた一方、好調が続いていた外商売上が減速している。インバウンドは中国本土からの観光客の増加で、化粧品の売上が増え、特定の人気商品は店頭販売を中止するほどである。外商売上の減少は、人気の高級時計の入荷が厳しいことも影響している。
	□	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・3～4月は来客数が増加傾向にあったが、5月のゴールデンウィーク頃から減少傾向となっている。理由として、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後は、都心部への外出が増える傾向にある一方、郊外店は厳しくなっている。また、6月前半からは天候不順や大雨の影響もあり、苦戦している。

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
	□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・インバウンドは増えているが、国内客の数はかつての水準になかなか戻らない。ただし、客との会話では、コロナ禍の影響が薄まり、お金を使う場面の選択肢が増えているとの声が多いなど、出費は抑えているものの、消費自体は続けている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・競合店も厳しい状況である。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・観光客の回復によるメリットのある地域と、メリットのない地域がある。当店は後者であるため、ほとんど変化がない。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・値上がり相次ぐなか、悩みながら買物する客が多いと感じる。特価品はすぐ売れてしまう。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・ここ数か月は前年と同じ売上であり、良くも悪くもない状態である。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、消費者の動きにも、日常化に伴う落ち着きが出てきた。今の景気の変動要因は、完全に物価の上昇に変わっており、特売商品やプライベートブランド品に対する反応が敏感になっている。
	□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・売上は多少上向いているが、来客数はそこまで伸びていない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、行楽需要が復活しつつあるほか、商品の値上げによる客単価への影響もみられる。
	□	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数が回復し、値上げの影響で単価も上がっているため、売上は伸びている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの後は世間が動き出したようにみえたが、一時的な動きにとどまっている。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・日常的な物価の上昇により、昼ご飯を購入せずに、弁当を持参するなど、客の行動に変化がみられる。近隣企業の出勤者の大きな変動なども、今のところはみられない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・値上げによって客単価が上がっているほか、来客数も増えており、結果としては好調となっている。最初はコロナ禍の収束で観光客が増えていると考えていたが、普通に客の動きが活発になってきたと感じる。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・特に目立った変化はなく、来客数も安定して落ち着いている。単価が高いにもかかわらず、菓子や飲料水、日用品の動きも安定しており、販売量にも変化はみられない。
	□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さのせいで、揚げ物やパンの廃棄が目立ったが、ビールやアイスなど冷たい商品の売上が伸びたため、全体的に大きな変化はない。
	□	衣料品専門店（営業・販売担当）	単価の動き	・安い商品というよりも、良い物が売れている。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り需要から、飲食や観光、レジャー、運輸関連へと消費の流れが変わっている。家電、リフォームの売上は前年比80%前後で推移しており、来客数も70%台にまで落ち込んでいる。
	□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・インバウンド需要は戻りつつあるが、当社の業務内容には余り関係がない。物価の上昇が厳しく、購買意欲の低下がみられる。
	□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・予算が厳しく、値下げの相談を持ち掛ける客が増えている。その交渉に時間や日数を掛ける熱心な客も珍しくなく、当店は営業コストの増加で痛手となっている。
	□	その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べても物価の上昇は収まらず、2回目、3回目の値上げが続いている。客の心理は依然として不安定であり、景気の良くなる兆候はみえない。
	□	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、徐々に販売数量が減少している。大きく落ち込んでいるわけではないが、値上げの影響などが少しずつ出てきている。
	□	その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷は前年比でほぼ横ばいの推移であり、特に大きな変動はない。
	□	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・商品の材料である地金の相場が高止まりしており、来客数が少し増えても、売上の増加にはつながらない。ただし、宝飾品や宝石の収集を趣味としている客には、一定の購入がみられる。

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
	□	その他小売 〔ショッピング センター〕（総 括）	来客数の動き	・通行客数は前年比で3.2%減少しているが、売上は7.7%増加している。
	□	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・景気が一気に回復することはなく、緩やかな改善となっている。
	□	一般レストラン （店主）	来客数の動き	・様々な面で動きが出てきたが、全体の状況は天候にも左右される。これから天候が良くなれば、また多くの客が動き出すと予想される。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・雰囲気は上向いていると感じるが、値上げの波が止まらないため厳しい。
	□	観光型ホテル （経営者）	単価の動き	・団体客の申込みや問合せも増えてきたが、宿泊費や予算がシビアな案件も増えてきた。個人客の宿泊単価も、ここへきて少し伸び悩んでいる。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、コロナ禍で旅行に行けなかった人の需要も一巡したと考えられる。夏休みの旅行の予約も出足が悪い。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・状況は厳しいままであるが、きちんと商品の価値を伝えれば、値上げなども可能になる。
	□	都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・客室の平均単価の上昇はみられないが、稼働率が上昇傾向にあるため、全体的な状況は変わらない。
	□	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・かつてであれば、夏休みの家族旅行等の予約で、国内旅行の申込みがピークを迎えるはずが、来客数はそこまで増えておらず、受注が伸び悩んでいる。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・販売件数は年々減少しており、月次でみても、増えているとはいえない。
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・携帯電話の販売店を運営しているが、店舗での販売台数の減少傾向が顕著である。キャリアの販売方針が、他社からの乗換え販売に傾注しており、他の販売活動に手が回っていないため、販売は低調となっている。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・営業計画の予想どおりに、契約が落ち着いてきている。
	□	その他レジャー 〔スポーツ施設〕（業務担当）	来客数の動き	・人の動きは徐々に上向いているが、水道光熱費の増加や物価の上昇で経費がかさんでおり、景気が上向いているのかどうかの判断は難しい。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数などに大きな変化はないが、今月出た新商品に対する反応が良い。
	□	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・建築資材や設備価格の高騰は少し落ち着いたが、なかなか販売価格には転嫁できない。
	□	住宅販売会社 （従業員）	単価の動き	・新築分譲マンションの販売価格の上昇が止まらない。賃貸マンションにも波及しており、賃料が上昇している。
	□	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）	お客様の様子	・前月は悪化傾向にあったが、今月は不安定ながら、取引環境などに変化はみられない。
	▲	商店街（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇による買い控えで、衝動買いがなくなっている。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種に関係なく、前年比で売上が悪化している。
	▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・郊外の喫茶やカフェからの仕入れ注文が減少し、ゴールデンウィーク以降は来客数の落ち込みの相談も受けている。直営店でも、3月と比べて売上は低迷している。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・現時点で商売の大半はインバウンドに左右されている。3～4月は花見のシーズンと重なって活況であったが、今は少し落ち着き、売上もやや下降気味である。
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は前年比で10.8%の増加と好調であるが、食料品にも値上げの影響が出てきている。単価が上がっている一方、販売数量が落ち込み、前年の水準を下回るブランドが増えているため、今後の動向を注視している。

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
	▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・都心回帰の動きか、郊外店舗の来客数は前年比で3～4%の減少であるが、売上はそれ以上に悪化している。欲しい物は都心で買い、郊外は日常の買物だけという傾向が顕著であり、客単価も下がっている。客が自由に動けることで、商業の分野では売上の2極化につながっている。郊外の百貨店が抱えていた問題は、コロナ禍で先送りされる形となっていたが、再び直面する形となっている。
	▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、旅行や外食にお金を掛けるようになった反動で、生鮮食品は不調が続いている。さらに、物価の上昇で価格の高い牛肉が売れず、苦戦している。ファッション関連も、4～5月は外出需要を取り込んで好調であったが、6月に入って苦戦している。前年が新型コロナウイルスの感染流行の谷間であり、好調に売れていた反動も考えられる。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・物価の上昇で客単価は上がっているが、来客数が減少している。特に、天候不順の影響もあり、衣料品の販売は2か月連続で3%減っている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・天候の影響もあるが、衣料品の販売点数は前年比で83%と、3か月前よりも13%程度下がっている。食品の販売点数は前年の97%と健闘しているが、物価の上昇により、衣料品の買い控えにつながっている可能性がある。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・雨が多く、近隣の工事がストップしたこともあり、来客数が減っている。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇や、エネルギー価格の高騰など、国民にとって厳しい状況となっている。故障による買換え需要はあるが、わざわざ新しい物を購入する動きは減少している。一方、省エネ家電は手に入れたいが、食品価格も高騰が報じられるなか、資金の余裕はなく、購入には至らないのが現状である。省エネ家電の購入にも国からの補助が必要である。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今年は梅雨入りが早かったほか、天候も悪く、気温がそれほど上がっていない。それに伴い、この時期の売上をけん引するエアコンの販売は、前年と比べて台数が少ない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・生活用品の価格が上昇しているが、給与は余り変わらないため、消費が落ち込み、景気が悪化している。客の間では、買い控えの動きがみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、6月に入っても暇な状態である。新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、客から旅行などに行った話をよく聞く。まだ来客数は元のように戻らない。
	▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上は2019年比で高水準を維持しているが、ここ3か月で比較すると減少している。客単価に変化はないが、来客数の減少がみられる。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費の増加により、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・前年比で申込件数が減少している。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・コロナ禍の影響で一度離れてしまった客は、なかなか戻らない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	それ以外	・金融機関の融資が少し厳しくなってきたと感じる。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・当社の社長から一部の社員に対し、残業時間の抑制指示が出た。具体的には1か月で60時間を超えないようにとのことであったが、残業が常態化していたなかでの指示であり、困惑が広がっている。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・梅雨時期に入り、毎日の不安定な天候の影響で、来客数は減少する一方であった。加えて、コロナ禍関連の話題が再び増え、人の出足をくじいている。また、6月からはあらゆる物価が上がり、外出してお金を使おうという気分にはならない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品業界に限らず、相次ぐ値上げで家計が圧迫され、消費が落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・5月の母の日以降、6月末まで来客数がかなり減少した。売上も減少しており、70～80代が買物に出てこなくなっている。

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
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・平日の来客数が激減している。消耗品を定期的に入っていた客も、来店頻度が減っている。
	×	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・例年のように気温が上がらず、本来は夏のピークに向けて販売台数が増える、エアコンの売行きが振るわない。梅雨明けまでは、この状況が続きそうで心配している。電気料金が上がっているため、省エネ性能の高い、高性能のエアコンが売れていることが、唯一の救いである。
企業動向 関連 (近畿)	◎	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。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・外国人観光客の増加で、飲食店の客足が増え、飲料水の売上が少し良くなっている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電向け、車載関連向けの出荷量が増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4～5月とは明らかに空気が変わり、社内の雰囲気も良くなっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・僅かな感触であるが、引き合いや受注量が上向いている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気全体は良くないが、当社と関係の深い半導体業界に限っては活気がある。今は半導体業界に助けられて、景気は良いと判断している。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品の供給がかなり改善され、当社の出荷状況も改善している。価格転嫁の問題はあるが、とにかく流通が動き始めればスケールメリットも出てくるため、希望が持てる。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・新規設備案件の仕様書の受領が増えている。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日常生活も平常に戻りつつある。それに伴い、消費が活発化している。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地で宿泊業を営んでいる取引先は、インバウンドはかつての8割にまで回復しているという。ただし、今はまだ欧米からの観光客が多く、中国や韓国、台湾からは少ない。
	○	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	・今月に入り、特に業種間で格差が生じ始めている。土産品や旅行関連は好調で、飲食店はやや好調であるが、雑貨店やスーパーは、やや不調となっている。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・タオル製品の原価が前年比で2割ほど上昇するなか、価格転嫁も進んでいるため、最終の需要が減少しつつある。ただし、消費者や企業の需要の減少は、全体の1割強にとどまっているため、売上は伸びる傾向にある。
	□	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・見積りなどは増えているが、受注につながっていない。
	□	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	・数か月前と同じく、受注量は微増となっている。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上げ交渉が順調に進んでいるほか、コロナ禍が収束傾向にあることなどで、売上は順調に推移している。一方、物価の上昇やウクライナ危機などにより、原材料価格やエネルギー価格が高騰しており、利益を圧迫している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化もなく、期待外れ感が強い。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機といった主力商品の実売が、総じて前年割れで推移している。特に、エアコンの販売は前年を大きく下回っている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に横ばいである。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・インフレが続くなか、実質的な可処分所得が増えないため、衣料雑貨などに消費が回ってこない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・官庁関係の工事では、週休2日制の現場も増えている。民間工事もこの流れを引き継ぎ、工期や経費に対する理解を求めたい。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の上半期は受注が好調であったが、下半期は余り変化がみられず、受注の積み増しができていない。	

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
	□	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・株価が幾ら上がっても、物価の上昇が抑えられるわけではなく、一般の消費者に直接的な影響はない。それよりも、また進みつつある円安の抑制が求められる。景気はいつも良いときばかりではないが、このところ消費者が感じている景気の後退感は、主に政策要因とを感じる。
	□	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	・例年であれば、夏に売れる製品が活発に動き出す時期であるが、天候要因もあって良くない状況が続いている。
	▲	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・製品価格の値上げを実施したが、値上げ前の購入があった影響か、出荷ペースが少し落ちている。店頭価格も上がってきたため、買い控えも予想される。
	▲	繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・催事での販売が中心で、出張経費などが掛かる割に販売金額が伸びない。生産調整を行っているが、生産が途切れると再び稼働するのが難しいため、在庫の増加もリスクとなっている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・大企業からの受注を除き、中小企業からの受注量はかなり減少している。
	▲	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・1年ぶりに大規模な集客イベントを開催したが、来場者が少ない。
	▲	輸送業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前よりも受注量が減少しており、特に新製品の売上が芳しくない。取引先も急な人員の減少で動きが鈍っている。
	▲	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、家具を購入するよりも、旅行への支出が増えている。
	▲	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・ビルの1階店舗の撤退が止まらない。アパレルや貴金属などの物販店が入っていたが、撤退後のテナントがなかなか決まらない。賃料が下がり、空室率は上がるなど、景気が悪くなっている。
	▲	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・期初に比べて、今月は交通広告の受注が減少している。
	×	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上、利益共に、前年を大きく下回っている。
	×	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	・物価が安定しない。
雇用関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社(役員)	雇用形態の様子	・募集時給や給与の上昇傾向がみられるほか、正社員の求人も依然として増加傾向にある。
	○	人材派遣会社(管理担当)	求人数の動き	・街に外国人旅行者が戻ってきており、それに伴い、観光業にも活気が戻っている。
	○	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、インバウンドの回復や外食の増加など、業界によってはかつての水準に戻ってきたと感じる。ただし、円安の進行や物価の上昇など、消費者の視点では景気が良くなっているとはいえない。
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・2025年の卒業予定者を対象とした、インターンシップの募集が好調であり、メディアへの掲載やインターンシップフェアへの出展数も前年を上回っている。2024年卒の採用も、学生の売手市場となるなど、かつての動きに戻っている。
	○	学校〔大学〕(就職担当)	それ以外	・休日にどの観光地に出掛けても、国内客だけでなく、外国人客が多くみられる。行列のできている飲食店も増えており、コロナ禍の期間中とは様変わりしている。
	□	人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・コロナ禍関連の仕事がなくなったとみられる、50代後半や60代、更にそれ以上の年齢層からの応募が続いている。
	□	人材派遣会社(営業担当)	周辺企業の様子	・時給を改訂してくれる企業もあれば、DX化によって雇用が打ち止めとなるケースもある。
	□	新聞社〔求人広告〕(管理担当)	周辺企業の様子	・新聞の求人目立った変化はみられない。ただし、有名な観光地では、インバウンドを含む観光客が確実に増えるなど、飲食や観光関連の景気は上向いている。一方、円安や物価の上昇で原材料価格が高騰するなど、関西経済を支える下請の中小零細企業は、苦しい状況が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況を見ると、前年とほぼ変わらない。

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
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えている。増加した医療・福祉では、福祉や介護事業が慢性的な人手不足の状況にある。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を受け、数年ぶりにエステや美容業の求人にも増加がみられる。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業以外については、景気がかなり回復しつつある。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が前年と比べて増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年との比較で、月中旬までは新規求人数は増加傾向にあったが、第4週の途中から新規求人数が減少している。求職者の応募件数や就職件数も、前年比で減少している。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は右肩上がりが続いている。ただし、求職者数が増えているわけではなく、特に中途採用の市況は厳しくなっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・依然として採用活動は継続中であるが、活動の早期化の影響で、既に終了した企業もあるなど、全体的には一進一退となっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・2024年3月卒の採用が進んでおり、今月になって内定報告を行う学生が更に増えている。その一方、求人のために訪問してくる採用担当者も多いなど、人手不足が続いている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数は主要産業のほぼ全てで前年を上回り、全体でも23か月連続の増加となるなど、堅調に推移している。ただし、事業所からは人手不足による受注への悪影響や、価格の転嫁の遅れによる減益、半導体や資材の品薄状態など、厳しい声が上がっている。
	▲	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・例年のことであるが、第1四半期の求人数が落ちており、なかなか採用が決まらない。
	×	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍の特需が終わり、求人数が減っている上に、求職者も少なくなっている。

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	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)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・以前より高価格帯の商品が売れるようになってい
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて来客数はほぼ横ばいであるが、商品単価が上昇し、売上も増加している。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・G7広島サミット開催による認知度向上で、来客数が大きく伸びている。
	◎	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・来客数の増加はないが、客の様子から新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。
	○	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が落ち着き、景気はやや良くなっている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	単価の動き	・値上げ効果により売上は前年をクリアしている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・ビヤガーデンを含め、飲食関連の動きが好調に推移しており、商品購入以外の目的で来店する客が増えている。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円の美術工芸品、高級ブランドのバッグや洋服がかなり売れている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・前月から来客数が若干増えており、商品単価の上昇もあって、売上は前年を上回っている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・販売量が前年比130%と堅調に増加している。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・新しい商品の投入により、客の動きが活発になっている。
	○	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感染症の影響はほぼ解消されたと考えられる。
	○	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	・3か月前と比べて外出への忌避感はほとんどみられず、土日など休日の来客数も多く、館内の活気が戻ってきている。しかし、原材料の価格高騰や一般消費財の値上げが続き、給料の上昇がそれに追いつかず、客は余分な消費をしない傾向がある。

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
	○	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、宿泊や宴会の予約が増えている。
	○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後のマーケット環境の改善や全国旅行支援の追い風により観光客層が動いている。ビジネス層に関しては、新型コロナウイルス感染症発生以前の動きまでは回復していない。
	○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・レストランなど飲食全体の動きや来客数が5月よりも改善している。
	○	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・夏休みの家族旅行の相談が増えており、沖縄や北海道がメインとなっている。
	○	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・好調な個人国内旅行は今後も需要が見込める。団体やグループも少しずつ回復してきているが、海外旅行需要の回復が遅れており、気運の醸成が必要である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、街中にぎわいがあるが売上も好調である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の微増の影響はなく、ボーナスの支給もあり、飲み会が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・県外からの出張者が増え、人の動きが多少は良くなっている。
	○	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染対策解除に伴い、動きが出てきている。
	○	美容室(経営者)	お客様の様子	・1度離れた客は戻ってこないが、客の外出機会は増加している。
	○	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・イベントに来場する客の雰囲気良く、来客数も新型コロナウイルス感染症発生前の8割近くまで戻っている。
	○	住宅販売会社(営業担当)	お客様の様子	・公私共にマスクを着用しない人が目立ち始め、新型コロナウイルス感染症による自粛ムードがなくなっている。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街の店舗の入れ替わりで少しずつ変化はあるものの、来客数は減少している。
	□	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が少なくなっている。
	□	一般小売店[茶](経営者)	販売量の動き	・人の動きが良くなり、小売販売は好調であるが、卸売が悪くなっている。その原因は今のところ不明である。
	□	一般小売店[印章](経営者)	販売量の動き	・気候の影響なのか、人の動きが悪い。
	□	一般小売店[洋裁附属品](経営者)	来客数の動き	・土日にはイベントが開催されるようになり、人通りも多くなっている。
	□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・月の中旬から売上、来客数共に伸び始め、全部門で前年売上を上回っている。
	□	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った6月中旬以降、若者の動きが良くなり、ゴールデンウィーク以降、不調であった売上がほぼ前年並みとなっている。
	□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数は前年並みであるが、購入客数は減っている。セール商品の品ぞろえの減少や、値上げによる影響で購買に至らないケースが散見される。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数、売上共に前年比マイナスと厳しい状況である。シークレットセールやプレセールへの来店はあるものの、前年と比べて客の購買意欲が低い。
	□	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の位置付けが5類に引き下げられ、来客数は回復しているが、様々な商品や公共料金の値上げにより、客の消費マインドは改善していない。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・値上げ基調が止まらず、客の節約志向で買上点数も伸びず、割引日に客が集中する傾向で売上が上昇しない。新型コロナウイルス感染症の影響は薄くなっているが、収入の上昇はなく、物価や水道光熱費の高騰のなか、食費や衣料品への客の節約意識が高く、厳しい状況である。
	□	スーパー(店長)	来客数の動き	・商品価格の上昇で売上は増加しているが、ここ1～2か月にかけて、来客数に変化はない。
	□	スーパー(店長)	来客数の動き	・今月の来客数は前年比98.6%で推移している。6月は父の日があるので集客を期待したが、当日の来客数も前年比95%と前年割れである。客は外食に流れている。

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
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・商品の値上げの影響で売上は伸びているが、販売点数が3ポイント程度下がっている。
	□	スーパー（財務担当）	単価の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、既存店売上は前年を上回っているが、物価上昇による客の節約により、買上点数は前年を下回る状況が続いている。ただし、来客数は前年を維持している。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・引き続き物価高の影響で特売日以外は客が少ない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・6月は天候に左右される部分が大きいため、期待以上の来客数とはならず、前年と比べてほぼ変化はない。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数の伸長が鈍化している。天候の影響もあるが、前年同期と比べると来客数がマイナスとなっている日もあり、脱コロナの影響も薄れつつある。
	□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末を中心に客の動きはあるが、郊外エリアは繁華街と比べて鈍く感じる。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・株価は上がってきているが、実生活に特に影響はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・商品価格が上昇しているため、販売数量が伸びない。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・客の買い渋りが続いている。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年や3か月前と比べて、売上が減少している。
	□	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年を上回っているが、客単価が上昇していないため、売上は前年並みとなっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・生産状況は回復傾向にあるが、受注が取れず厳しい状況である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・最近では売上が落ち着いて、良くも悪くもない状態で推移している。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・観光バスの乗り入れが依然として増えないが、来客数に変化はない。しかし、土曜夜市の初日は大変にぎわっており、客の動向がつかめない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・6月初めの台風接近や前年より約2週間早い梅雨入りといった天候不順で、来客数が伸び悩んでいる。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客は飲食以外に金を使っているため、客単価がかなり低下している。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ここ数か月はインバウンドを中心に観光客が増加傾向で、来客数も増加している。
	□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・6月は閑散期なので3か月前と比べて大きく稼働が増えることはなく、2019年同月並みの水準である。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料延滞金額とその回収率にほぼ変化はない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍による行動制限が明け、レジャー関連の遊興費の支出が続いている。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・今年度に入って、サービスの引き合いが徐々に増えている。
	□	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・梅雨時期の6～7月の予約が低調であるが、8月以降は今のところ好調である。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1日の平均売上はほぼ横ばいである。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築物価が上昇しているなか、あらゆる消費財の価格も高騰しており、客が先行きを不安視している。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建材の値上げで工事費が高騰し、新築工事の着手見直しが続いているなか、住宅の耐震化やリフォーム工事に仕事内容がシフトしているが、絶対数は依然として少ない。
	□	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・展示場への来客数を始め、企画を打っても情報入手件数の減少傾向が続いている。
	▲	商店街（理事）	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、週末の人の動きが良くなっているが、買物目的の人は多くないので、景気は良くなっていない。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・依然として新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、客が商品を購入しない。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・あらゆる商品価格の高騰が景気の回復を妨げている。

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（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行から2か月が経過したが、客は近隣の大型商業施設に流れてしまい、厳しい状況である。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客は商品の値上がりに敏感であり、販売量が減少している。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・競合店が休業中にもかかわらず、来客数、買上点数共に減少している。
	▲	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ようやく人の流れが出てきたところだが、物価や光熱費の高騰により、消費には慎重な客の様子がうかがえる。
	▲	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・エアコンの動きが大きく遅れている。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が前年比78%と大きく落ち込んでいる。前年も一昨年比90%ほどに落ち込んでおり、家電業界全体の景気が悪くなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・平日はメンテナンスのための来客数が大幅に減少し、サービスの売上も減少している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・市場の動きが悪く、同業他社と同様に来客数が低下しており、今後の状況が不安である。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月までは値上げの影響で客単価が前年を上回っていたが、6月に入り、来客数や客単価が前年割れとなっている。客の節約志向が拡大し、昼食代や週末の外食費を抑えるようになってきている。特に、金曜日の午後9時以降の来客数は、前年の80%台まで落ち込んでいる。
	▲	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行しても、収入が上昇しないと客の購入意欲は高まらない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・国産タイヤの価格が上昇し、客は店頭販売より安いネット販売で購入し、持込み交換が増えている。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が著しく落ち込んでいる。
	×	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の予算を消化したので来客数が激減している。
	×	通信会社（広報担当）	来客数の動き	・物価上昇による買い控えがみられる。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高騰が続く一方で大半の客の所得は上昇しておらず、客の節約志向が日々強まっている。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産が引き続き順調である。
(中国)	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・人の動きが出てきて、個人消費活動も活発である。
	○	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・想定外の受注を含め、ある程度の受注のめどが立っている。また、物価高騰に対する価格転嫁も進んでいる。
	○	輸送業	受注量や販売量	・受注が増えている。
	○	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの引き合い量や見学訪問者が増加している。今年度中の構築に向けた動きも活発化しており、受注数も増加している。新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなり、計画的なデータセンター利用やサーバ構築に向けた動きが各企業に出ている。
	○	金融業（外交担当）	受注量や販売量の動き	・県の代表企業である大手自動車メーカーの国内生産量が回復基調にあり、下請企業も月間10万台に回復する勢いで生産量が回復している。また、飲食業と小売業では3か月前と比べて月間売上が1.2～1.5倍程度まで回復していることから、景気はやや良くなっている。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月比で来客数が約14%増加、成約件数は約5%増加となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏シーズンに向かって受注量が増加している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・人手不足からアウトソーシング化が進んでいる。DX化支援業務は補助金での対応効果も重なって増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・商品価格が上昇しても販売量が増加しないため、景気は良くない。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・商品価格の値上がりで売上は10～15%増加しているが、光熱費、物流費、人件費等の上昇もあり、増収減益で推移している。

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
	□	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入れ・販売共に一部値下げの傾向があり、先行きが不透明である。
	□	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	・生産量に変化はない。鉄鋼向け大口商品の対応があるが、生産量増加に結び付いていない。他の通常品の生産も思わしくない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・前月と動きが変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向に回復の基調がみられない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注量が増加していない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年1月から生産能力以上の受注量に超過勤務で対応している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け基板関係は、巣籠り需要が落ち着いたことにより減速傾向にあるが、堅調に推移している。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・大きなプラス要素や各取引先に目立った動きはなく、状況は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気は変動していないが、人件費等のコスト上昇が懸念材料である。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の鎮静化による人流の回復がサービス業の追い風になっているものの、原材料価格が依然高止まりしており、企業の収益改善にはまだ至っていない。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・主に消費財を中心に値上げが続き、住宅関連商品への客の購買意欲が下がっている。さらに、電気料金を始めとした経費などのコスト上昇により利益も減ってきている。
	×	*	*	*
	◎	*	*	*
雇用 関連 (中国)	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・特に理系の学生にとって新卒採用は売手市場であるが、企業側としては、年々就職サイトのエントリー数、会社説明会の参加者数、内定者数が減少傾向で、予定の採用者数を下回ることが多い。新卒は6月末時点で7割以上の学生が内定を保持しているが、企業側は前年よりかなり厳しい採用状況のため、年内一杯は採用活動を続けるところも多い。また、インターンシップを開催しても、その内容次第で学生の志望度が上下することから、内容の工夫に課題がある企業も少なくない。
	○	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で7.5%増加、有効求人倍率も前年比で0.09%増加している。産業別では、運輸業、販売業、宿泊業、飲食サービス業などの新規求人数が前年比プラスに転じている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・ある小売店の閉店がプレス発表されたところ、複数の取引先から当該店の店長や販売員を採用したいという声が上がっている。どの小売店も人手不足に悩まされていることを痛感する。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介業務において、求職者からの問合せ件数が約114%上昇しており、今後も夏に向けて増加する。
	□	人材派遣会社（支社長）	採用者数の動き	・求人数・求職者数共に高い水準で推移しているものの、長年の間、採用条件を変更してこなかった企業が多く、結果、双方が希望する条件の乖離が大きくなり、マッチングが進みにくい状況になっている。
	□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・人材が不足しており、稼働中のスタッフの契約終了希望も増加している。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・求人需要に対して、求職者確保が追い付いていない。また、制度改定に伴う法定福利費の上昇により、原価が上昇して利益率が低下している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・経済活動や採用活動は引き続き活発で、消費活動も回復基調にあるものの、景気が上向いているとはいえない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足感が解消されたという声は聞かれないものの、4～5月と直近2か月の新規求人数が前年同月を下回っており、今後の動向に注視が必要である。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・人手不足感は継続している。

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
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数の増加率に大きな変化はない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

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)	◎	—	—	—
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・相変わらずインバウンドを含め観光客の増加が続いており、人通りにはにぎわいがみられる。ただし、地元客にとっては終わりのみえない物価高に財布のひもが締まっており、前年同期と比べ、消費には慎重さがみられる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が前年比で多少伸びてきており、ようやく新型コロナウイルス感染症発生以前の水準に近づいてきている。様々なイベント等も活発に行われており客も行動的になっている。ただ企業等団体の動きが少し伸び悩んでおり難しい局面にあると考える。
	○	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感染症発生以前に戻り毎週末の夏のイベントが再開され、商店街や夜の繁華街にも人が多くなってきた。来客数が増えてにぎわいが元に戻った。
	○	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上は前年同月を下回ったが、外商が好調であった。今月後半から伸びて店頭と外商を含めた売上合計は前年同月を上回った。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍で苦戦していた大型の総合スーパーに客が徐々に戻ってきている。
	○	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新型車効果で販売が好調であった。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの生産台数における国内分がおおむね順調に推移しており、年末までは大きく崩れることはないと思われる。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着き、天候が暖かくなったことに伴い客の出入りが多い。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍が過ぎ、大分日常に戻りつつある。それに伴い複合施設に入っているレストランも売上が回復しつつある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・現状は、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行したので、夜の飲食などで少し客が増加している。しかしタクシー乗務員が不足していること、また個人タクシー廃業者数増加に伴い、タクシー台数も減少し、週末における客のタクシー待ち時間は1時間前後掛かっている。
	○	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・観光客が増加傾向にある。特に週末は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・イベントや旅行者数の増加に伴い、美容室の需要も増えてきた。
	○	設計事務所（所長）	来客数の動き	・工場と生産設備に対する建設の話が何件か増加してきた。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・アフターコロナということでかなり客が戻ってきている。それに伴い観光客も戻り、にぎわいがある。しかし金の使い方、客の様子がかなりシビアになっており、なかなか消費につながっていないようにみえる。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・想定される新型コロナウイルスの第9波の感染状況がどこまで広がるか、また、日本独自の低金利がどこまで耐えられるかがポイントだが、世界で最も出遅れていた株価が30年ぶりの3万円定着から、更に史上最高値を目指す場合は、可処分所得の増加が消費経済によりやくプラスに働き始めるのではないかと考える。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・繁華街も少しずつにぎわいを取り戻しているようだが、売上は減少したままである。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数と買上点数の減少傾向には変化がみられない。

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（財務担当）	お客様の様子	・買物はポイント強化日や特売日により集中している。また、ふだんは安い店で買い回りをしている。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数が増加している。来店客の様子も新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったと考える。一方で、客単価は伸びていない。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・5月から新型コロナウイルスの感染症法上の分類の5類移行により、人流が活発になり制限もなくなったことから来客数も前年を上回り売上も順調に前年比で増加していたが、6月に入ると同時に来客数が前年を下回っている。消費先の選択肢が増加したことが要因とも考えられる。
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・輸送料、電気代の高騰で商品原料に起因する値上げが継続している。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・2～3か月は大きく変わらないが、中にはついで買いの客もあり、雨等といった多少の天候要因の影響か、やや良くなっていると考える。いよいよ来月はボーナスが出そうなので期待したい。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度がコロナ禍の下よりも少し減っていると考える。電気代が上がったり、雇用保険料が上がったりして、客の買い控えもある。そのため、大企業で良いところは良いが、中小企業にとっては今のままだと厳しい状況が続くと考える。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・省エネ家電への買換えを検討しているものの、まだ様子見状態にあるようで、下見は多いが購入量は思ったほど伸びていない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援終了後、国内観光客の動きは鈍くなっている。インバウンドの本格回復まで谷間ができるとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の終わりをを受け宿泊者数の伸びが鈍化し、団体の催行回数が減少傾向にある。一方で宴会需要は新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻り、問合せも増加傾向にある。婚礼については一向に改善しない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・今年の春は、新型コロナウイルス感染症も多少収まって制限もなくなり、また四国遍路の仕事が忙しく3～6月と十分な売上となった。街のタクシーについては、四国遍路への対応や廃業によって、タクシー台数が減少する一方、需要はあるため、売上はそこそこ確保できていると考える。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・販売計画は達成見込みであるが、来客数は前年比で減少したままであり、回復の兆しがみえない。
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・料金を気にする客が増えた。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	販売量の動き	・電話での注文点数が減少している。また、注文内容としての数量の減少など、件数、商品の動きが鈍い。
	▲	スーパー（統括担当）	競争相手の様子	・新聞折込チラシの投入量が、全体として増加している。売上が前年を割っているスーパーが増加しているのではないかと考える。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・商品購入はやや減少しており、購買力に弱さがある。
	▲	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・3～5月は前年比10%以上で推移していたが、今月は強い雨の影響から前年並みに推移し、息切れしているのではないかと考える。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・前年度と比べ特にエアコンの販売台数が伸びておらず、前年を下回っている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の新車受注は前年比7割程度の推移である。また、登録台数では前年を上回るものの、前年は半導体不足や新型コロナウイルス感染症等の影響で悪すぎたせいでもある。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価上昇の影響が続いており、前年同月比で売上が減少し続けている。
	×	—	—	—
企業動向関連	◎	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も店頭での販売が好調である。特に都市部、観光地の小売店からの受注が旺盛であり、繊維雑貨品に関してはある程度、消費者が価格上昇を受け入れている。
(四国)	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が回復している。今後も回復傾向が続くと考える。

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
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・足元受注残もあり、生産・販売量もそこそこ良い。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格は高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人流がかなり増えている。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外とのイベントやボランティア活動について、参加者数が増加傾向にあるとともに、マスクの着用者も若干減少している印象があり、新型コロナウイルスの感染対策が必要でなくなったわけではないが、従来の生活様式に近づいている。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響もなくなり、原材料価格の値上がり分も価格転嫁できている。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・企業の売上が増加している。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・食料品の値上げが続いているが、生産費・原材料費の値上げが転嫁できる品目とできない品目がある。青果物については転嫁できない品目であり、天候要因等により出荷量が減らない限り卸売価格が上がる状況にない。量販店は青果物を利益商材として捉えており安売りもしない。消費者は財布のひもが固い。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が定かではなく、大きな案件がなかなか決まらないというのが現状であり、すぐには景気が回復してこないと考える。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・変わらず公共事業が出ていない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱物量からみる限り、発送到着物量共に前年を下回る状況が続いており、一般消費財を中心とした個人消費の停滞を強く感じる。7月以降は電気料金値上げ分の転嫁による一般消費財の値上げが予定されているが、駆け込み需要による取扱物量の増加はほとんど見受けられず、消費者の節約志向の強さの表れがみ取れる。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (四国)	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行した影響で、制限のないなか、県外旅行客が増加傾向にある。公共施設の利用者も新型コロナウイルス感染症発生前と同等の数値に戻りつつある。ただ電気代の高騰は前年比120%を超えるほどとなり、サービス提供の質を維持する努力が大きな課題となる。
	○	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・飲食・サービス業界で客足が戻りつつあり、景気は少し良くなっている。コロナ禍で減らしたスタッフの再確保や増員に伴う苦戦と賃金アップに伴う人件費増が課題として残っているものの、売上自体は回復基調のため、景気は良くなっていると判断する。
	○	職業安定所（求人開発）	それ以外	・就職率や充足率が上昇してきた。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・前年度まで採用が非常に少なかったブライダル系、事務関係の職種についても求人が復活しており、ほぼ全ての職種で採用活動が活発になっている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・インバウンド需要もあって人手不足感が非常に高まっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業からの依頼は一定数あり就労につながっているが、仕事の内容でミスマッチも多く発生していることが影響し、退職者数も一定数ある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・中小企業が大半である田舎の県では、所得への反映が難しいことから個人消費の伸びる要素がない。

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
	×	—	—	—

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 (九州)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・中心市街地で歩行者天国のイベントを開催したところ、新型コロナウイルス感染症発生前の来街者数に戻っていた。通常時でも来店がある状況になっている。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・インバウンドの需要の高まりもあり、都市部の店舗では高い伸長率で景気が推移している。また、国内観光客も増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っており、景気は上向きである。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・居酒屋等、各店舗が新型コロナウイルス感染症発生前の来客数に戻っている。
	◎	理容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話では、仕事量や販売量、来客数の動きが悪くなっている様子はない。新型コロナウイルス感染症が流行してきているが、この状況が続いていくことを願っている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・食料品を始めとした様々な商品の値上げにより、客の消費行動が活発にならず、来客数や販売量が新型コロナウイルス感染症発生前にはなかなか戻っていない。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買目的が外出や旅行になっており、人の動きが回復し、景気も上向いている。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・ギフト関係では、お中元時期になってかなり売上が伸びている。マンゴーを中心に県産や近隣のメロンなどは前年比130%で動いている一方、野菜や果物の販売状況は横ばいである。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・開店直後の来客数が増え、商品を買って回っている様子が見受けられるなど、景気はやや良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行され、催事は盛況となっている。客の行列も目立ち、本会場や別会場での買物を楽しみ、店頭への波及効果も大きい。また、来客数や販売量が伸長しており、商品価格上昇による客単価下落を補っている。加えて、クルーズ船の寄港が増加したことや、空港バス・新幹線利用の国内外からの人の動きが一段と増加し、周辺商店街のにぎわいも増加している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数や客単価共に前年を上回っている。心配をしていた値上げの影響もみられず、損益分岐点を越えた店も増え、経営面からも安どしている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の推移はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、景気状況は同時期より良いわけではない。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・週末を中心に、催事や行楽の人の動きが活発化しており、行動規制中の自粛ムードの反動で当店の利用が増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・値上げの影響はあるものの、来客数や客単価は前年を上回っており、購買行動に前向きの変化がみられる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、来客数や販売量は増加傾向である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・天候により来客数が安定しないが、販売量や買上点数は徐々に増加しているため、売上が前年を上回っている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高の影響でいまだ景気は悪いが、インバウンド需要により景気は少し上向いている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・話題性の高い新型車の発表に伴い、来客数、販売数共に増えている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・人気の新型車が発表され、受注台数が大幅に増加している。かなりの高額車にもかかわらず人気があり、期待をしている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・気温が高くなっており、夏場のアイスコーヒーが店頭でよく売れており、前年比でも増加している。

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
	○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・旅行会社と提携をしているため、6月に入り旅行客の来店が増えている。また、飛行機や鉄道、ホテル、土産店、飲食店の景気が良くなっており、この状況がしばらく続きそうである。
	○	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・今月で全国旅行支援が終わるため、個人客が激減しているが、団体客が徐々に増加している。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・海外からの富裕層が多く来館している。広めの部屋の需要があり、単価上昇につながっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今まで韓国中心であったインバウンドが、クルーズ船の寄港などによって様々な国の観光客の姿がみられるようになり、特に週末は活気付いている。梅雨に入り、通勤手段としての利用も増えている。
	○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・声掛け等による客の反応が徐々に増えてきている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者[介護サービス](管理担当)	来客数の動き	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことを受け、サービスキャンセルが減少傾向にあり、景気はやや良くなっている。
	○	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス補助事業対象となる新築住宅の割合が増加傾向となり、棟単価も上昇している。
	□	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分類も5類に変わり、人の集まりや人通りが増している。しかし、日用雑貨などの小売店はまだ厳しい。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・徐々に客が戻りつつあるが、コロナ禍で離れていった客はなかなか商店街に戻る気配がない。そのため、客のニーズに応えることができるよう、各商店が商品構成を工夫しなければならない。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・6月中旬にイベントがあり観光客でにぎわったが、それ以外は平常時の人通りと変わりが無い。
	□	一般小売店[精肉](店員)	単価の動き	・前月に引き続き高単価の商品がよく売れている。特に、飲食店から高単価、高品質の商品の引き合いが強い。
	□	一般小売店[茶](販売・事務)	お客様の様子	・株価が上昇しても景気が落ち着くわけではなく、個人経営の小売店では新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っていない。生活必需品の価格高騰は、かなり売上に響いている。高齢客は特に余分な買物はしない傾向であり、年金が少ないことをよく聞かされる。
	□	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・来客数は前年とほぼ変わらない状態で推移している。
	□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・売上では、婦人衣料や食料品は改善しているが、紳士服や雑貨関連は進捗が芳しくない状況である。前年の売上を超えているものの、商品によって浮き沈みがあり、全体的に勢いが無い。
	□	百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・行動制限がなくなったことで衣料品の売上は堅調に推移しており、前年以上の売上を確保している。一方で、従来好調であったブランド品や家庭用品が苦戦気味であり、購買内容に変化がみられる。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・3か月前から単価の上昇基調は変わらない。来客数は若干増加している程度で、1人当たりの購入点数も減少が続いている。生活必需品の購入はしているもののよく吟味しているため、消費マインドが上昇しておらず、景気の変動は少ない。
	□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・各種食品の値上げが浸透し、客の買上点数が前年比を下回る状況が続いている。新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行した後はレジャーや外食等に客足が取られており、売上は値上げ分を差し引くと前年並みか、やや下回る水準である。
	□	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・商品価格の値上げが続いており、客の購買動向が大きく変化している。無料キャンペーン等の大きなイベントでは来客数は多いが、少額割引商品には見向きもしないことから、家計状況の厳しさが増しているのではないかと推測している。
	□	衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・3か月前と比較すると、客の回遊は増加しているが、売上は変わっていない。
	□	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・メーカーからの供給が安定しており、納期が短縮される傾向にある。しかし、車種による納期格差は、まだ回復の見込みが不安定である。

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
	□	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・都市部でのキャンペーンは、乗客は若干あるが売上が余り良くない。
	□	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	・販売量の増加は前月に引き続き伸びており、事業の業績は改善している。一方、物価が著しく上がっており、まだ個人の給与には反映されていないため、景気は変わらない。社会保険料や住民税など支出は増えるため、更に厳しくなると想定される。
	□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束してからの旅行需要が一段落しているからか、稼働が伸びていない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・梅雨に入り、県外からの客が減少しており、夜や週末に人の動きが戻りつつあるが、今一つ伸び悩んでいる。
	□	通信会社(役員)	お客様の様子	・地域の景気はやや上向き傾向であるが、生活物資や燃料費の値上げ等で相殺されている。
	□	観光名所(従業員)	来客数の動き	・前年と比べると、来客数がかかなり多くなっているため、景気はやや良くなっている。
	□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・梅雨の入場者は天候によって大きく増減するが、地元客を中心に予約自体は堅調に推移している。
	□	美容室(経営者)	販売量の動き	・夏は景気が良くなる傾向であるが、3か月前から横ばいである。売上の急な上昇はないが、景気は徐々に回復している。夏のおしゃれシーズンに期待をしている。
	□	美容室(店長)	お客様の様子	・外出も多くなっているが、まだ、新型コロナウイルスの感染を警戒している人もいるため、景気が良くなっているとは考えられない。
	□	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	・会場使用の見学の引き合いは少しずつ増えているが、結果に結び付いていない。また、取引先の受注状況が芳しくないことから、景気は現在の状況が続く。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・これまで景気が順調に上向いていたが、今月は来客数が下降気味で売上も低迷している。
	▲	商店街(代表者)	販売量の動き	・梅雨に入り、天候が良い日には気温が30度を超す異常気象のため客足が鈍っており、店頭での売上は悪くなっている。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・6月に入り一気に客足が止まっており、売上の前年比が減少している。動きが落ちた原因は不明である。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・景気が良かった店も魚が少なくなり、仕入れに困っている状態である。一部商品は値段がかかなり上がり、小売店では太刀打ちできない段階にあり、養殖物や偏った品物ばかりにならざるを得ない。仲卸としては魚が少ないため、多少残っても次の日に売れる状況である。
	▲	一般小売店〔生花〕(経営者)	販売量の動き	・2～3か月前は卒業や退職への花束の販売量が多かったが、夏は花が保たないため、確実に販売量は減少する。
	▲	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、来客数は戻りつつあるが、買上率や購入単価は落ちている。日用品を中心とした値上がりやガソリン代、電気代の値上げが続いており、生活防衛のために買物を控える客が多い。
	▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・食品部門では、加工食品が商品値上げの影響もあり、商品単価の上昇がそのまま売上の増加につながっている。生鮮食品では、前年の内食傾向による好調を上回る売上である。一方で、外出の増加により、一時は回復傾向にあった衣料品や小物などが全般的に不調となっており、節約傾向が影響している。
	▲	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・4～5月の客の動きは、諸用や旅行など外出が増え、動きが多くなっているが、6月に入り若干鈍くなっている。
	▲	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・夏物需要期となり、早くもバーゲンセールを待っている客が多く、景気はやや悪くなっている。
	▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・来客数が前年比80%と低迷している。
	▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・3か月前と比較すると、更に売上が悪くなっている。6月になっているのにもかかわらず、特にエアコンの動きが出遅れている。
	▲	乗用車販売店(従業員)	単価の動き	・全体的な値上げで、客の財布のひもは固い。

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
	▲	住関連専門店 (従業員)	来客数の動き	・高単価の商品が平年並みに推移しているが、来客数が落ち込んでおり、売上が伸びない状態である。気温がなかなか上昇しないため、夏物商材も動かず、在庫をいかに絞るかを工夫しているところである。
	▲	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター] (支配人)	来客数の動き	・来客数は5月までと比較すると減少している。バーゲンセール開始でやや回復しているものの、5月までにバーゲンセール前の買い控えや人気映画のヒット作が立て続けにあった影響から、6月は土日でも駐車場や館内に活気がない状態である。
	▲	旅行代理店 (職員)	販売量の動き	・全国旅行支援は7月まで延長にはなっているが、需要の多い方面への支援予算はほぼ完売しているため、3か月前の春休みと比較すると販売量は減少している。
	▲	通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・インターネット用光回線の販売件数が低迷している。市場の広がりがないまま、競合同士で客を奪い合っている状況である。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者 [フィットネスクラブ] (営業)	来客数の動き	・健康産業やサービス業の前年比をみると、成人の利用が増加していない。
	▲	設計事務所 (所長)	単価の動き	・材料や製品単価は相変わらず値上がりし、生活必需品の価格上昇も続いている。しかし、人件費や仕事への対価は上昇しておらず、厳しい状況である。
	▲	設計事務所 (代表)	来客数の動き	・イベント等を行っても、以前と比べ客が減少している。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束で、インバウンドが増えている。外出もしやすくなり、来客数は増えているが、売上が増加しているわけではない。しかし、今後は、人の動きが増加すると、金の動きも出てくるため景気は良くなる。
	▲	住宅販売会社 (代表)	競争相手の様子	・業界誌情報では、大手ハウスメーカーで10%以上受注が落ち込んでおり、景気は悪くなっている。
	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年6月は株主総会後の食事などがあり忙しい月になっていたが、新型コロナウイルス感染症が発生してからは、客は減少したままである。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・6月は鳥インフルエンザによる鶏の原料不足も一服し、例年に近い状況を確保できており、生産も順調に推移している。販売では各方面鶏不足となっているため引き合いが強く、年度計画を達成している。利益においても計画を達成できる。例年6月は販売が厳しいが、今年は新型コロナウイルス感染症が落ち着き好条件となっている。
	○	窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・商品の値上げをしたが、受注関係は以前と比べると上向いている。しかし、原材料の価格高騰で、小売店では値上げがしづらい状況である。新商品は、新しいルートができ、受注が徐々に増加している。
	○	金属製品製造業 (事業統括)	取引先の様子	・仕事の引き合いが増加している。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・3月から取引先の体制が変わり、やっと落ち着いたところである。従来の動きを取り戻し、今後の景気の対策として、前向きな姿勢で動き始めている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置分野の金属加工部品は低調気味である。一方、二次電池など再生可能エネルギー関連の設備受注が決まり、忙しい状況である。
	○	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・各事業部で取引先からの引き合いが増加している。
	○	輸送用機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・半導体不足が起因となるライン停止や減産がない状態が続いている。
	○	建設業 (社員)	受注量や販売量の動き	・前年の残工事が完了し、若干閑散としている。これから多くの指名競争入札や一般競争入札が控えており、景気は良くなっていくと考えられる。手持ち工事の減少は余りなく、今後の発注に期待したい。
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケット、住宅の売上が回復しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上也増加している。また、賃上げを実施する企業に広がりが見られ、雇用・所得環境が改善している。

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
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症による制約がなくなり、明らかに人の動きが活発となっている。外食や旅行などサービス業、小売業での需要が高まっている。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・住宅ローンの借入れは減少傾向にあるものの、中小企業からの借入れは、前月に引き続き増加している。全体的には景気はやや良くなっている。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先の動きは、少しずつではあるが前向きである。受注先の数は苦戦が続いているが、各受注量は増加している企業も見受けられる。売上は前年比でマイナスが続いているが、景気マインドとしては3か月前と比べて良くなっている。
	○	広告代理店（役員）	取引先の様子	・アジアからのインバウンド増加を見込んだ商品に対する問合せが増えている。
	○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・発注の動きが出始め、景気は良くなっている。
	○	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・今年度は、市町村で高齢者福祉や障がい者福祉のアンケート調査や計画策定を行う年度である。加えて健康増進計画の策定年度にもなっているため、今月は多くの委託業務の発注が公募型プロポーザルや指名競争入札で行われている。公募型プロポーザルに参加する業者が少ないことから受注しやすくなっており、入札は予算に近い金額で落札されている。委託業者は受注が増えている状況で、景気が良くなっている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的には閑散期ではあるが、比較的順調な受注状況である。
	□	繊維工業（営業担当）	それ以外	・受注に関しては、リスクを避けるため前倒しで受けている。そのため、受注量は十分にあるが、多方面からの値上がりを受けているため楽観視することはできず、値上がりと工賃のバランスが整っていない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸入は、物価高による消費財の販売が低調となり在庫調整が行われているため、通関件数や入荷量など減少が続いている。輸出では、韓国へのビール輸出などが好調となり工場はひっ迫している。当県周辺では物流施設のしゅん工や建設予定が続いているが満床にはならない状況であり、賃料との駆け引きが発生すると予想される。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・地方にもインバウンドの姿が戻っている。飲食店の開店が増えるなど、にぎわいが戻っているが、出荷量や輸送量は余り増えていない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・地元の中小企業では、物価高騰や賃上げに対応するため、価格転嫁に苦慮している。また、幅広い業種で人手不足感が漂い、特に建設作業員やトラックドライバーなどで人手不足の傾向が強い。夏季ボーナスは、前年並みの支給が大半であり、現況は変わらない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べると新聞広告の地元出稿量は増えているものの、都心からの出稿量は減っている。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、相次ぐ値上げで品定めをしながら購入しているため、売上の増加にはつなげない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・当社の受注量に変化がないため、景気の状態は変わらない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・景気は緩やかに持ち直しており、企業業績の悪化にも歯止めが掛かりつつある。原材料費や燃料費の高止まりもあることから、大きな変動はなく推移している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・主要取引先からの受注の減少が続いているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・製造ラインの増設等、準備はできているが、価格の高騰や円安でなかなか受注が取れない状態である。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の会話から、景気が悪い状況がうかがえる。
	×	*	*	*
	雇用関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き

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
	○	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・注文が増加しており、人材を必要とする企業が多い。また、求職者からの応募もあり、人材不足であるが今月は契約件数が増加している。
	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、新型コロナウイルス感染症発生前の環境に戻りつつある。特に医療関係の新規登録者数の増加につながっている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・旅行者が増えており、特にインバウンドが目立つようになっている。
	○	新聞社[求人 広告](担当者)	周辺企業の様子	・5月以降、これまで中止や延期していた会合やイベント等が再開され、参加者が多くなっている。新型コロナウイルスの感染対策も懸念される場所であるが、人的交流の再開によりビジネスなど有効に働くことが予想される。
	○	新聞社[求人 広告](担当者)	それ以外	・中心市街地や駅ビルなどへの人出は、以前よりも増加している。インバウンドも多くなり、飲食店にもにぎわいが戻っている。
	○	学校[大学] (就職支援 業務)	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の大学生対象の求人倍率が上昇し、求人件数は前年と比較すると確実に増えている。採用活動を夏以降も継続して行う企業も増加傾向にあり、就職活動を継続している学生にとって追い風となる状況となっている。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・イベントや宴会などは増えているが婚礼が減少しており、全体では大きな変化はない。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は前月を上回っているが、3か月前との比較では減少している。新型コロナウイルス感染症が落ち着き売上は戻りつつあるものの、物価高騰等により利益が思うようには伸びていない。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、イベントや催事等が再開され、今後のインバウンドによる消費への期待も高くなっている。市街地や観光地など人の動きが活発化しており、人手不足ということもあって企業の求人意欲は高い状況が続いている。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

12. 沖縄(地域別調査機関:一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(—:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	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)	◎	その他専門店 [陶器](製 造)	販売量の動き	・販売個数が多くなっている。取引先でも在庫不足に悩んでいるという声を聞く。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類され、来客数も以前と比べれば少くは良くなっているようであるが、店によっては格差があり、大変である。
	○	一般小売店 [酒](店長)	販売量の動き	・また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、重症者が少ないため前年よりは比較的報道が少ない。
	○	スーパー(企画 担当)	来客数の動き	・5月は、入域観光客数の増加により県内経済が回復していることと、例年より梅雨入りが遅く、清明祭やゴールデンウィークなどのハレの日需要が高まったことで、来客数が増加となり、売上実績が前年を超過している。
	○	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・来客数が上向きになってきているため、売上が増加している。
	○	コンビニ(副店 長)	販売量の動き	・3か月前と比べ微増で良くなっているが、台風と梅雨の影響もあり期待していた実績ではなかったのが悔やまれる。
	○	その他飲食[居 酒屋](経営 者)	来客数の動き	・週末の入客は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復している。観光客、地元も団体客が増えてきている。しかし、平日は営業時間の前半のみで、午後9時以降はほとんど入客がない。
	○	観光型ホテル (代表取締役)	来客数の動き	・夏に向けて宿泊部門の予約に動きが出ており、2019年には届いていないが上向きである。料飲部門はまだ厳しい状況にあり、宴会など動きは出ているものの、2019年と比べて今一つである。

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
	○	旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・新規予約や問合せがかなり増えてきている。
	○	住宅販売会社（役員）	お客様の様子	・モデルルームへの来場者数が増えつつあり、対面での会話が弾むようになってきている。販売状況も順調に推移している。
	□	百貨店（経営担当）	お客様の様子	・物価の上昇に伴う節約志向や生活防衛意識の高まりにより、購買意欲が変化している。
	□	スーパー（販売企画）	単価の動き	・1品単価が約8%上昇しており売上を押し上げている。販売量は約5%落ちているが来客数が前年並みくらいで維持しているため売上は少し良い状況にある。
	□	乗用車販売店（経理担当）	お客様の様子	・購買意欲の落ち込み等はみられない。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数が前年比75%と低水準が続いている。買換えスパンが伸びていることと、日用品や水道光熱費の値上げにより消費意欲が落ちていることが要因と考えられる。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・新規の建築相談件数が減少傾向にある。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は忙しい日と暇な日の差が激しい。梅雨や台風で天候が悪い日が多かったこともあり、それだけが原因ではないと考えられるが、今月は売上が落ちている。
	▲	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数がまた増えてきて、来客数が少し減っているようにみられる。
	▲	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195%増加なのに対し、6月の販売室数は同比105%増加となり、プラス幅が小さくなっている。
	×	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・直近の来客数は前年比90%である。この数か月は同様の流れが続いている。全体的な値上げによる買い控え、また前年に大きく伸びた季節商材の反動減、この2点が大きな要因とみられる。
	×	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車販売台数は回復傾向にあったが、今月は、新型コロナウイルス感染症の影響で厳しかった前年実績を大きく割り込んでいる。
	企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
○		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・沖縄の梅雨時期にもかかわらず、観光客、修学旅行の回復が順調に進んでいる。県外地方からの沖縄フェア企画の商談もあり期待できる。
○		会計事務所（所長）	取引先の様子	・観光業は全般的に業績回復が著しい。V字回復となっている事業者も多い。ただし、ホテル業は過去の赤字負担が大きいため財務状況の改善には時間を要する。
□		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積り依頼は、公共工事、民間工事共に大型案件は減少し、小口案件が若干増加傾向である。
□		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・小額なりフォームの相談は多いが、高額な建築の相談が止まったままである。
▲		—	—	—
×		—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・長く依頼の途絶えていた客から、久しぶりに依頼があったり、新規の依頼も増えている。
	○	人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・観光客の増加に伴い、観光業等の景気が良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・沖縄県の南部地域の求人数が、前年同月よりも増加している。観光関連の業種だけでなく、全体的に増えている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・物価高騰により消費行動を抑える傾向が続いているとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・年明けから年度初めにかけて一定数あった求人数は、前月、今月と徐々に減少している。3か月前と比較すると今月は20%ほど減少している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・4月より多くの求人があったが、ここに来て学内説明会や新規求人依頼が少なくなっている。
	×	—	—	—