

Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------------|---------|--------------------------------------|--------|--|
| 家計 動向 関連 (北海道) | ◎ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・来街者が順調に回復しており、コロナ禍前並みになってきた。ただ、コロナ禍で生活習慣が変化したこと、特に高齢者の客足が鈍く、このまま回復しないのではないかと心配している。また、猛暑の影響で外出をためらう人もみられる。暑い日の中心市街地は閑散としており、残念な結果となっている。 |
| | ◎ | 一般小売店 〔酒〕（経営 | 販売量の動き | ・毎日の売上の変動が少なくなっている。月全体の売上も安定していることから、景気は良くなっている。 |
| | ◎ | 観光型ホテル （スタッフ） | 単価の動き | ・ホテルの稼働状況は、人手不足の影響でいまだにフル稼働とはなっていないものの、客室単価が前年を上回るようになっている。コロナ禍前の2019年と比べても客室単価が上昇していることから、景気は良くなっている。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・タクシー運賃について5月31日から約15%の値上げをしたことに加えて、7月後半に暑い日が多かったことで特に日中のタクシーの売上が伸びている。7月のタクシーの売上は、日勤で前年比プラス30%程度、夜勤で前年比プラス15%程度であった。ただ、乗務員不足の影響でタクシーの稼働率が15%程度落ち込んでいるため、会社の売上は前年比で3%程度の増加にとどまっており、コロナ禍前と比べると20%程度の減少となっている。 |
| | ◎ | 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 | ・旅客、車両共に、輸送量が順調に伸びている。特に車両は乗用車の伸びが大きくなっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になり、祭りや商店街のイベントをコロナ禍前のように開催できるようになったことで、再開を待ち望んでいた多くの来街者でにぎわっている。人出はコロナ禍前よりも増えているほどである。各商店の来客数や売上も以前の状態に回復しつつある。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・6月中旬以降、当区域における駐車場の利用状況などから、郊外客及び道内外からの観光客が増加していることがうかがえる。地元百貨店閉店の影響を受けて、全体的には来街者数が減少しているものの、買物袋を携行している歩行者が多く、各店の売上も増加している。ホテルや交通関連、土産店、夜型飲食店についても、7月上旬に農機具関連のイベントが開催されたことで売上を伸ばしている。 |
| | ○ | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | 販売量の動き | ・売上は2022年比179.3%、2021年比545.4%、2020年比723.3%となっている。コロナ禍前の2019年と比べても107.7%となっている。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・シニア世代及びミドル世代におけるアパレル用品の動きが好調である。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | 単価の動き | ・客の購買単価が上昇している。商品単価が上昇していることに加えて、まとめ買いなども増えていることが要因となっている。 |
| | ○ | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・来客数、客単価は3か月前とほぼ変わらないが、販売促進企画が奏功していることもあって、買上客数が引き続き大幅に増加している。販売量も買上客数に比例して増加しており、景気は良くなっている。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・夏休みからお盆にかけての社会行事や地域行事がコロナ禍前と同様に開催されるようになったことで、前年まで需要が縮小していた水着、浴衣、トラベル商材、化粧品などの売上が好調に推移している。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 単価の動き | ・卵の集客効果は薄れてきたものの、来客数が引き続き前年を上回って推移している。また、これまで余り良くなかった客単価も前年を上回るようになってきた。 |

| 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 |
|----|---------|---------------|--------|--|
| | ○ | スーパー（企画担当） | 単価の動き | ・値上げの影響で販売量が減少しているが、値上げに伴う増収が販売量の減少を補っている。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数が前年と比べて増加しており、売上回復の要因となっている。また、当地では売上が天候に左右される店舗が多いが、現状、天候もプラス要因となっている。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・イベントや学会などが活発に行われていることもあって人流が増加しており、この影響を受ける店舗は好調である。ただ、通勤客や通学客がメインの店舗は余り変わっていない。 |
| | ○ | 衣料品専門店（エリア担当） | 来客数の動き | ・光熱費の引上げや新型コロナウイルスの感染拡大傾向がみられるものの、来客数が前年と比べて増加傾向にある。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・半導体不足の影響が薄まっていることもあって、売上が徐々に持ち直している。ただ、今後については各種燃料などの値上げに伴って持ち直しの動きにブレーキが掛かることが懸念される。 |
| | ○ | 高級レストラン（スタッフ） | お客様の様子 | ・当店も観光客の利用が増えており、売上もようやくコロナ禍前の50%を超えそうだ。ただ、原材料費や人件費、電気料金のことを考えると頭が痛い。昼食や夕食前の時間帯にデパ地下に行くと、外国人を中心に観光客らしき人でごった返しており、弁当やおかずを購入している姿がみられることから、当店でも観光客への周知を検討したい。求人面では小規模飲食店の求人数が急増していることから、当店もそろそろ人材の補充を考えていきたい。観光地のレストランではコロナ禍前の売上を超えているなど、活況を呈している。 |
| | ○ | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響が収まり、人流が増加していることから、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・週末の来客数が増えており、外国人観光客も増加傾向にある。観光シーズンに向けて好材料がみられるようになっている。 |
| | ○ | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・夏の繁忙期に入り宿泊客が増えている。ただ、個人客の動きが若干鈍い。 |
| | ○ | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・観光繁忙期を迎えて、個人客、団体客共に、旅行需要が拡大している。ただ、需要回復と物価高騰に伴ってビジネスホテルなどの宿泊料金が値上がりしており、観光業界の人手不足と併せて、今後への懸念材料となっている。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 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、各種イベントが開催されるようになったことで人流が回復しており、タクシーの乗客数も増加に転じている。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・夏場の観光シーズンという季節要因もあるが、コロナ禍が明けて人の動きが増えている。また、イベントなどが開催されていることもプラスである。こうした動きが続くことになれば、景気は更に良くなる。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・全体的に人の動きが良くなっている。 |
| | ○ | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・当地において、業界団体や学術系の大会、スポーツイベントなどの開催が増加してきた。それに併せて当施設の利用客も増加していることから、地元経済にも効果が波及していることがうかがえる。混雑時にはタクシーを手配できないほどである。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・全体的に人の動きが活発になっており、当店の売上も増加している。ただ、年金生活者においては、年金支給額の増額が物価上昇に追いついていないこともあって、来店周期が徐々に長くなっている。 |
| | ○ | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・今のところ、住宅着工数は伸びていないが、観光客が増えていることから、これからじわじわと効果が現れてくることになる。 |
| | □ | 一般小売店（経営者） | 販売量の動き | ・客単価は上昇しているものの、来客数が依然として少ないため、景気は変わらない。 |
| | □ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・現在、来客数が前年比103%と前年を上回っているのに対して、売上は前年割れが続いている。買上点数は前年並みに近づいているが、客単価が低下しており、セール品のみ購入する客が以前にも増して多くみられるようになってきた。来客数が増加したとはいえ、物価高騰による節約志向が続いていることから、景気が上向きになっているとは言いにくい。 |
| | □ | スーパー（従業員） | 販売量の動き | ・物価高の影響で販売量が減っている。ただ、商品価格が上昇していることで売上は良くみえる。 |

| 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 |
|----|---------|---------------------------|--------|---|
| | □ | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・買物の様子を見ると、値引きクーポンや無料券などを利用する買い方が以前よりも増えている。また、単価の高い商品の動きが鈍化している。 |
| | □ | 乗用車販売店（従業員） | 単価の動き | ・新型車の商品展開の動きが落ち着き、景気を刺激するような販売施策もないことから、現状維持の状態が続いている。 |
| | □ | 自動車備品販売店（店長） | お客様の様子 | ・長期的に状況が変わっていない。 |
| | □ | 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おり、客の節約志向が強いまま変わらない。 |
| | □ | その他専門店 [造花]（店長） | お客様の様子 | ・客単価が低めに抑えられているため、注文件数の割に粗利が少なくなっている。 |
| | □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・日中の利用者が順調に推移している一方で、夜間の利用者はそれほど変化がみられない。イベント関係での利用もそれほど変化がみられない。 |
| | □ | 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様子を見ると、現在のインフレに対して慎重である。ただ、先行きについては明るさを感じているようである。 |
| | ▲ | 一般小売店 [土産]（経営者） | お客様の様子 | ・全国旅行支援の利用者が減っていることもあり、7月の動きは春先と比べると落ち着いている。これから夏休みを迎えるが、燃料油価格激変緩和対策事業などの公的支援の終了が近づいているため、余暇の過ごし方や消費動向がどのような動きになるのか注視したい。 |
| | ▲ | スーパー（役員） | お客様の様子 | ・お買い得なセールを行う日の売上が顕著に増加しており、客の節約志向が強まっていることがうかがえる。 |
| | ▲ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・6月と比べると来客数の伸びが鈍化している。商品の値上げに伴って買い控えの動きが出てきていることがうかがえる。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・シャツなどの低単価商材は好調だが、先物の秋物スーツが全く動かない。例年であれば、この時期はオーダー商品が動き始める時期だが、今年は暑過ぎるため、全く動きがみられない。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・2～3か月前と比べると、販売台数が大きく落ち込んでいる。夏枯れという季節要因もあるが、人気車種がフルモデルチェンジを控えていることも影響している。ただ、2～3か月後には新型車が発売されるため、今後は回復が見込める。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・コロナ禍明けの行楽シーズンを迎えて、これまで開催を自粛していた各イベントなどが再開されていることもあって、客がイベントなどに出掛けることが増えている。そのため、当店への来場が少なく、販売量も減少している。 |
| | ▲ | 住関連専門店（役員） | 販売量の動き | ・レジャー用品や夏物家電などの季節商材の動きが前年と比べて悪い。 |
| | ▲ | その他専門店 [医薬品]（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症が5類に移行してから、軽医療業界は低迷している。新型コロナウイルス感染症に対する客の緊迫感が薄れたためとみられる。 |
| | ▲ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・旅費が高騰していることで、見積りをみた際に料金が折り合わず旅行を断念する客が散見される。特にホテルの宿泊料金は高騰が著しく、例年の1.5倍から3倍となっている宿泊施設も多い。ビジネス客についても成約に結び付かない状況がみられる。 |
| | ▲ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・コロナ禍明けの需要拡大傾向も落ち着き、3か月前と比較すると団体旅行の見積依頼や問合せが減少している。海外旅行も依然として完全回復には程遠い状況にある。 |
| | ▲ | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・コロナ禍が明け、各種イベントが再開されていることで乗客数が大幅に増えているが、これは一時的な需要であり、景気が上向いているとは言いにくい。 |
| | ▲ | 通信会社（企画担当） | 来客数の動き | ・通信サービスや端末を販売する専門店舗の来客数がコロナ禍前の水準にまで回復してこない。商業施設などでの出張販売における集客も上限となりつつあり、集客方法を含めて見直しを検討している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------|------------|--------------------------|-----------------------------------|--|
| | ▲ | 美容室（経営者） | それ以外 | ・いろいろな物が毎月のように値上がりしており、価格改定を考えなければならない状況となっている。ただ、値上げを行えば客にも負担が掛かることになってしまう。 |
| | × | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・商品価格が上昇しているため、景気は悪くなっている。 |
| | × | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・同じ飲食店でも、食事がメインのところや居酒屋は少しずつ景気が良くなっているようだが、スナックやラウンジは現状維持が精一杯である。景気が良くなっているということではなく、とても苦勞している。 |
| | × | 通信会社（エリア担当） | それ以外 | ・現在の通信キャリアの方針は当社にとって厳しいものであり、景気は悪くなっている。 |
| | × | 通信会社（エリア担当） | それ以外 | ・営業成績に関係なく、通信キャリアからの代理店手数料が大幅に削減されている。 |
| 企業動向関連 (北海道) | ◎ | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う国内外観光客の増加、半導体製造工場の進出、北海道新幹線関連工事、都心部周辺の再開発事業の本格化など、明るい話題が続いており、それとともに実需も回復している。企業においても先々への新規投資や事業規模拡大を検討することが増えている。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・物価上昇や賃上げなどに伴う企業収益の悪化を懸念する声は聞こえるものの、景気は緩やかに回復しているとする企業の声や、横ばいや悪化とする企業の声を上回ってきている。 |
| | ○ | 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月までの微増傾向と比べて、増加幅がやや拡大している。インバウンドの動きやイベント開催が目に見えて活発になっていることから、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 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 | ・建設需要が着実に伸びている。 |
| | □ | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・7月は引き続き端境期であるため、景気は変わらない。 |
| | □ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・建設現場では作業員不足が問題となっている。物価、労務単価の上昇が続いていることも影響しているが、それ以上に作業員不足の影響が大きくなっている。金額の大小に関係なく発注しようとしても作業員がいないため、工事ができず、結果的に中止となる案件もみられる。今後は、設計対応していた案件が無駄になってしまうことも懸念される。 |
| | □ | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・技術職員の現場配置はフル稼働状態が続いている。天候が安定していることもあって、各現場が計画工期どおりに順調に進捗していることもプラスである。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | 取引先の様子 | ・直近3か月の物量、売上が全く変わらない状況にある。受注価格が上昇していることで、売上目標こそ達成できているが、物量が伴ってこない。予算を数%下方修正しているといった声も聞こえてくるなど、景気が良くなる傾向にはない。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・人の動きは回復しつつあるが、物流の動きはまだ回復していない。鉄道貨物の輸送障害に伴う代替輸送はあるものの、ここ数か月、全国のトレーラー輸送は計画を5%下回る状況が続いている。また、生乳や紙パルプ、飲料の動きも相変わらず鈍い。猛暑による飲料関連の需要増加を期待したい。 |
| | □ | 広告代理店（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・商品の正味量を削減する動きがみられる一方で、価格については値上げ又は据置きとなっていることから、企業の経営環境が厳しくなっていることがうかがえる。 |
| | □ | 司法書士 | 取引先の様子 | ・観光関連や飲食業はコロナ禍が明けて回復傾向にあるが、住宅建築関係は建築資材の価格高騰もあって足踏み状態にある。当地では中心街の再開発などに伴ってビルなどの新築が活発であるが、一般的な住宅建築はまだ回復傾向にはない。今後についても、建築資材の価格が落ち着くまで時間が掛かるとみられることから、厳しい状況が続く。 |
| | ▲ | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・7月の売上は3か月前と比べて減少している。前年と比べても少し落ち込んでいる。 |
| ▲ | 家具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・客がモノ消費から、コト消費に移行しているため、厳しい状況にある。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------|--------------------|----------------------------|--|---|
| | ▲ | 司法書士 | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢を要因とした景気悪化に、円安の影響が加わることで、材料不足や資源価格の高騰、それを背景にした物価高が続いており、景気はやや悪くなっている。当地ではインバウンド需要が回復しているものの、物価高でその効果が相殺されている。ホテルなどの宿泊費が以前と比べて高騰していることもマイナスである。 |
| | ▲ | その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員) | 受注量や販売量の動き | ・以前と比べると、売上が見込みよりもやや良くなっているが、最近では受注量が減ってきているため、安心できない状況にある。 |
| | × | 金属製品製造業 (従業員) | 受注量や販売量の動き | ・前年の新築住宅着工棟数は前年比マイナス18%であったが、今年は前年から更に10%程度下がっている。前々年との比較では約3割の減少となっている。 |
| 雇用 関連 (北海道) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | * | * | * |
| | □ | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・求人数が堅調に増加しており、企業における採用ニーズの強い状況が継続している。こちらからの提案人材への反応も素早く、面接希望数が3か月前と比べて3割ほど増えている。 |
| | □ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・業種や業態を問わず、人材不足感がますます強まっている。労働力人口が減少していることから、求人への潜在的な需要は大きいとみられるものの、求人広告件数の増加に結び付いていない。 |
| | □ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・人手不足ではあるが、物価高、コスト高の影響で採用を手控えたり、既存の人材で対応しようとする企業が多い。一方、観光産業は好調であるものの、人手不足でフル営業ができない状況が続いている。 |
| | □ | 職業安定所(職員) | それ以外 | ・食料品や生活必需品、燃料の値上げ、光熱費の引上げなど、物価が上昇しているが、賃上げがそれに追いついていない。高止まりしている原材料費を価格転嫁できない中小企業も多く、雇用環境は悪化している。 |
| | □ | 職業安定所(職員) | 求職者数の動き | ・6月の新規求職者数は前年比で6.6%の増加と2か月連続で増加したものの、有効求職者数は11か月連続で減少している。一方、新規求人数は前年比で16.6%の減少と5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。 |
| | □ | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・当地における6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。 |
| | □ | 学校[大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・2024年新卒者の採用活動はほぼ終了しているが、学生を確保できた企業と不十分な企業に二分されている。ただ、卒業年次の学生や企業採用担当者として接しているなかで、企業側の好況感も不況感もさほどつかえない。また、学生の退学者数にも大きな変化はみられず、景気の動向がつかみにくい状況にある。 |
| | ▲ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・コロナ禍からの回復基調が鈍化している。外国人を含めて観光客は増えているが、エネルギーや資材、原材料などの価格高騰により、回復基調にブレーキが掛かっている。また、少子高齢化に伴って、企業が求める年代の人手不足感も強まっている。 |
| ▲ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・求人の掲載申込件数が前年の8～9割にとどまっている。特に介護、建設業界の出し控えが顕著である。 | |
| × | — | — | — | |

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(—:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------------------|---------|------------------------------|--------|---|
| 家計 動向 関連 (東北) | ◎ | 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・大雨の影響で水没した車が多いため、代替購入が多く発生している。 |
| | ◎ | その他サービス [自動車整備 業](経営者) | 単価の動き | ・コロナ禍からは脱出したとみている。原材料価格や人件費の高騰も、価格転嫁で対応できている。物価が上がると売上も上がるサイクルがみられ好況感がある。購買意欲の表れか、販売価格の単価も上昇している。 |
| | ○ | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・4年ぶりに夏のイベントが通常開催され、人流が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。 |
| | ○ | 一般小売店[医 薬品](経営 者) | 単価の動き | ・7月に入ってからも値上がりは続いている。高級品の値上がり前に買いだめをする客が増えており、客単価が上がっている。 |

| 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 |
|----|---------|------------------------|--------|---|
| | ○ | 一般小売店〔酒〕(経営者) | 販売量の動き | ・飲食店への販売量が好転している。特にピヤガーデンなどに大人数での予約が入るようになり、販売量は前年比で大きく増加している。また、今年は地方自治体主催のイベントも多く実施されることから、自治会・町内会単位で開催するピヤガーデンや祭り等のための飲料受注も多くなっている。様々な面で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。 |
| | ○ | 一般小売店〔寝具〕(経営者) | 販売量の動き | ・予約のあった仕立て、カーテン等の売上があった。 |
| | ○ | 百貨店(企画担当) | 単価の動き | ・来客数は微増だが、1品単価、購入点数がいずれも上昇しており、客単価は比較的好調に推移している。 |
| | ○ | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・値上げによる単価の上昇で買上点数は減少しているものの、夏祭りや気温上昇により飲料、アイスなどの購買が増加している。 |
| | ○ | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・お盆用品、ギフト関係の動きが良くなっている。 |
| | ○ | スーパー(企画担当) | 販売量の動き | ・販売量の動きは前年並みに戻っている。 |
| | ○ | コンビニ(経営者) | 来客数の動き | ・相変わらず夜間の動きが良い。また、休日のイベントへの反応も良く、人出が良くなっている。 |
| | ○ | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・行動制限がなくなり、立地によっては来客数が好調に推移している。 |
| | ○ | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・来客数が少しずつ増加していることに加え、値上げによる単価上昇がプラス要因になっている。 |
| | ○ | 衣料品専門店(経営者) | 販売量の動き | ・各種行事や大会が開催され人出も増加しており、店舗がにぎやかになっている。法人関係のお中元も例年より増加している。 |
| | ○ | 衣料品専門店(経営者) | 単価の動き | ・猛暑の影響で来客数は少ないが、客単価でカバーしている。 |
| | ○ | 乗用車販売店(従業員) | 販売量の動き | ・メーカーの配車が増えて登録納車が進んでおり、収益的に向上している。 |
| | ○ | その他専門店〔酒〕(経営者) | 来客数の動き | ・値上げやコロナ禍からの回復といった様々な要因があり見通しが立てにくかったが、結果的に回復基調の数字になっている。 |
| | ○ | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(経営者) | 販売量の動き | ・祭りやイベントが再開されたことにより、制服の方も動きが出ている。観光客も大勢来るようになり、観光地にもぎわっている。少しずつではあるが新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつある。 |
| | ○ | 高級レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・宿泊予約数が増えており、法人旅行や修学旅行も新型コロナウイルス感染症発生前に近づいてきている。また、海外からの客も増えている。 |
| | ○ | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・会社関係の集まりはやや増えている。新型コロナウイルス感染症発生前のような忙しさはなく、忙しい日と暇な日の格差があるものの、やや良くなっている。 |
| | ○ | 観光型ホテル(スタッフ) | 来客数の動き | ・物価高により客単価は上がったが予約は好調である。 |
| | ○ | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスが5類感染症に移行して以降、マスク着用も自己判断となり、開放的な雰囲気が広がっている。今夏は天候も良く8月の動きも活発なことから、3か月前との比較ではやや良くなっている。 |
| | ○ | 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・個人旅行は店舗への来客数が増え、団体旅行も問合せが増えているが、海外旅行は増えていない。新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。 |
| | ○ | 通信会社(経営者) | お客様の様子 | ・3か月前と比べ、放送サービスの解約者数が半減している。新規加入者数は変わっていない。少しずつ生活に余裕が出て、娯楽に金を使えるようになってきたことの表れとみている。通信サービスも、解約者数は減少し新規加入者数は順調に増加している。 |
| | ○ | 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・物価高騰は続いているものの不況に慣れつつある。メディアの情報発信が景気動向を左右している。人の動きは活発化しているが一時的なものとみている。 |
| | ○ | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・物価の上昇が相次いでいる。大半の企業は売上、利益共に伸びている。また、給与のベースアップがあり、需給のバランスが取れつつある。 |
| | ○ | 遊園地(経営者) | 来客数の動き | ・学校団体客が徐々に戻り、降雨量が少ないこともあり、来客数は前年を少し上回っている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|-------------------|--------|--|
| | ○ | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・美容業界でも4月に料金の値上げを実施した。総来客数は前年まで戻っていないが、単価は前年を上回っている。再来店率は若干回復基調にあり前年比90～95%である。単価的には客の懐具合は悪い状況ではない。 |
| | ○ | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | 販売量の動き | ・住宅設備機器は気温上昇に伴いエアコン工事が増えている。リフォームは大規模な増改築工事と屋根外壁工事が増えている。エアコンのクリーニングも大きく増えている。多少は家計にゆとりが出てきたようである。 |
| | □ | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 来客数の動き | ・通常ならば、この暑さなので薬局は売上が伸びる月になる。しかし、抗原検査キット等の新型コロナウイルス関係の商品が落ちていることや、大雨の影響があり、その分が落ち込んでいる。 |
| | □ | 百貨店（経営者） | 販売量の動き | ・夏の儀礼ギフトやセール品は若干の減少となっている。全体的には週末の来客数が増えており、若い客を中心に帽子・サンダルなどの季節商材が活発に動き、ギフトの減少をカバーしている。 |
| | □ | 百貨店（僱事担当） | 来客数の動き | ・リニューアルオープンの効果や、気温が高めに推移したことによるファッション関連需要の増加により、来客数が伸びている。 |
| | □ | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・7月は、平均1品単価は前年比で6%台の上昇にとどまっているが、買上点数は前年比で5%落ちている。来客数は前年比で横ばいになってきたので、売上は前年を超えている。ただし、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないため、消費の推移は値上げに慣れてきた程度で、これまでと同じであるとみている。 |
| | □ | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・価格訴求、ポイント、値引きなどサービスの有無により、買物をする店を選択する傾向がある。ただし、高付加価値商品や信頼性の高い商品には支出をちゅうちょしない傾向もみられ、2極化が進んでいる。 |
| | □ | スーパー（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が前年比96%と厳しい。平日は前年並みだが週末の来客数が大きく下がっている。 |
| | □ | スーパー（商品担当） | 来客数の動き | ・値引き券など販売促進の効果があり、来客数が増加している。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・売上は2～3か月前と変わらないが、商品の値段が上がっていることが客に響いているようで、買上点数が増えていない。良い状況ではない。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・一定の販売量はあるが、売上、来客数共に前年割れの状況である。単価がマイナス要素をカバーし売上を維持している。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・県外ナンバーの車もみられ、人の動きは良くなっているが、来客数が増えていない。 |
| | □ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・天候が不順で行楽に出掛ける人が少ない状況が続いている。前年と比較しても来客数の増加がみられず、景気回復には至っていない。 |
| | □ | 衣料品専門店（店長） | お客様の様子 | ・レジャーや出張用途など目的買いの需要は回復しているが、商品構成変更後、値ごろな商品を購入する客層が減少したため、想定していた売上を確保できていない。 |
| | □ | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・セール訴求で来客数は一時的に増加するが、単価が伸び悩み、売上は前年並みで推移している。 |
| | □ | 衣料品専門店（総務担当） | 来客数の動き | ・前年比で売上106%、来客数99%であるが、客単価及び買上点数が105%と購入金額が上昇している。 |
| | □ | 家電量販店（従業員） | 販売量の動き | ・テレビの大型製品が売れており、単価が上がっている。販売台数は前年比で微増である。暑さの影響で季節商材が好調となっており、単価もメーカーの値上がりの影響で微増となっている。 |
| | □ | 乗用車販売店（従業員） | それ以外 | ・新車の販売量は年初からの納車遅れの影響が多少出ている。車検はその月の対象台数がほぼ決まっているため、例年とほぼ同様に推移している。 |
| | □ | 乗用車販売店（店長） | 販売量の動き | ・メーカーの車体生産ペースが高水準を維持している影響で、新車部門の収益は前年超えの状態が続いている。一方で、中古車の在庫不足はまだ解消しておらず、販売量、収益共に前年を大きく割り込んでいる。 |
| | □ | 自動車備品販売店（経営者） | お客様の様子 | ・客の在庫数は多くない。故障車も多くなく、車検時の交換部品も出ていない。 |

| 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 |
|----|---------|------------------------------------|--------|--|
| | □ | 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 | ・客の様子や購入意欲からは、景気が良くなっている ようにはみえない。 |
| | □ | 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の行動制限がなくなった ことにより移動需要の増加を期待していたが、販売価 格の上昇などにより、販売量は増えず低調である。 |
| | □ | その他小売 〔ショッピング センター〕(統 括) | 来客数の動き | ・7月の買上客数は前年比109%で3か月前と変わら ない。2018年同月比では90%であり、新型コロナウイ ルス感染症発生前の水準までは回復していない。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・ここ1～2か月は、良いときと悪いときの差が激し すぎて、景気が良いのか悪いのか判断しかねる状況で ある。何度も客を断る日もあれば、客が1人も来ない 日もある。 |
| | □ | 観光型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・食料品、光熱費などの値上げにより、生活に余裕が なくなっている。 |
| | □ | 旅行代理店(従 業員) | 販売量の動き | ・国内・海外旅行の個人、団体共に大幅な受注増加に は至っておらず、先行予約状況も申込みが鈍化してい る。トップシーズンである夏休み期間中においても間 際の申込みが多い傾向にある。猛暑や物価高によ り、様子うかがいの客が多い。 |
| | □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・5月末から運賃の値上げをしたため利用者数の減少 を懸念していたが、新型コロナウイルス感染症の影響 が減ったこともあり、変わっていない。 |
| | □ | 通信会社(営業 担当) | お客様の様子 | ・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。 |
| | □ | 通信会社(営業 担当) | お客様の様子 | ・光熱費、燃料費等の値上げ分を価格転嫁できない状 況が続いているという話をよく聞く。体力勝負の状況 が続いている。 |
| | □ | 通信会社(社会 貢献担当) | 来客数の動き | ・来客数に伸びはなく、前月から変化がない状況であ る。また、販売につながる来店よりも、問合せや変更 での来店が多い。 |
| | □ | 観光名所(職 員) | 販売量の動き | ・入出は少し落ち着いている。来客数は例年並みまで はいかないものの7割方回復している。買物に関して は購入品目が少なく販売量も落ちている。 |
| | □ | 住宅販売会社 (経営者) | 来客数の動き | ・展示会の来場者数は、注文建築よりも土地と建物の 価格が分かりやすい建売の方が多くなっている。 |
| | □ | 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でみると若干の増加傾向にあ るが、4月以降ほぼ同数で推移しており、新型コロナ ウイルス感染症に対する規制の解除の影響は余りな い。 |
| | ▲ | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・値上がりが続く購買意欲が低下している。 |
| | ▲ | 一般小売店〔医 薬品〕(経営 者) | お客様の様子 | ・メーカーの価格改定や仕入価格の上昇で、主要な取 扱品の多くが値上げを予定している。定期購入してい る顧客に値上げを周知した結果、駆け込み需要が発生 している。しかし、それ以外の品物の動きは大変悪 い。 |
| | ▲ | コンビニ(経営 者) | 来客数の動き | ・近隣に最近開店したドラッグストアの影響を受け、 飲料や即席麺の売上が減少している。来客数も減少し ており、苦戦している。 |
| | ▲ | コンビニ(経営 者) | それ以外 | ・気温が高く来客数は多少増えているが、新型コロナ ウイルス感染症発生前には届いていない。エアコンや 冷蔵機器もフル稼働なので、光熱費の請求が非常に怖 い。 |
| | ▲ | コンビニ(店 長) | 単価の動き | ・電気代やガソリン代など物価が上がっているため、 購入点数を1品減らしているようであり、客単価が下 がっている。 |
| | ▲ | 衣料品専門店 (店長) | 来客数の動き | ・前年は新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いた ことによる特需か、礼服やスーツが売れた。今年は 前年と比べると厳しくなっている。 |
| | ▲ | 住関連専門店 (経営者) | 販売量の動き | ・受注生産をしているが、受注量が減少しているため 販売量も減少している。 |
| | ▲ | 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。 |

| 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） | お客様の様子 | ・景気だけではなく、いろいろなことが読めない時代になっている。これ以上続けるのは難しい状況である。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・気温が高いせい客の出足が鈍い。ディナータイムの客は相変わらず低調である。当地には観光客は余り来ていないのではないか。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・夜の部は、法人や組合団体の予約は変わらず入っているものの、一般の振り客は物価上昇の影響のためか落ち込んでいる。大きな宴会はいまだに新型コロナウイルス感染症が理由のキャンセルがある。 |
| | ▲ | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・夏休み、お盆休みの前の手控え感がある。 |
| | ▲ | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・物価高は続いている。ガソリン価格も燃料油価格激変緩和補助金の縮小により上がってきている。 |
| | ▲ | 競艇場（職員） | 単価の動き | ・来場者数は減っていないが、1人当たりの購買額が少なくなっている。 |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・猛暑のため、客の出足が悪くなっている。 |
| | ▲ | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・福祉法人を運営している客から、現在の収入だけでは新築の施設を建てても費用回収するまでに約30年掛かる。本来のサービスに支障が出るため、当面建設はできないという話があった。 |
| | × | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・物価高に付いていけない人が更に増加しているため、買上点数が落ちている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・長雨が続き来客数が低迷したが、その後暑くなり夏物の需要が増えたものの品薄になっている。この時期はバランスが難しい。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | ◎ | * | * | * |
| | ○ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・駅や空港、サービスエリア等での土産需要は引き続き好調に推移している。しかし、お中元商戦は前年比95～97%の動きである。物価高の影響もあり送り先を絞る傾向がある。トータルで前年はクリアしている。 |
| | ○ | 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る月が増えてきており、徐々に景気が良くなっている。 |
| | ○ | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・通販、お中元ギフトが前年より減少しているが、実店舗の飲食、物販が好調で全体としては継続して前年を上回っている。人流は増えているが、土産需要は伸び悩んでいる状況である。 |
| | ○ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は相応にある。反面、職人の数が不足しており、苦慮している。材料価格上昇の影響は今のところない。 |
| | □ | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・広告収入は動きが出てきている。しかし、印刷に関してはデジタル化の流れと、ネット印刷の台頭で苦しんでいる。 |
| | □ | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・業種柄、コロナ禍でのリモートワークやイベント開催自粛等があったことにより、ペーパーレス化がスピードアップし販売量が激減している。原価の高騰に販売価格の引上げ交渉が追い付いていない。世間の景気回復とは裏腹に、新たな事業転換も視野に入れなければならない状況である。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・客先により温度差はあるが、全体的には安定した受注が見込める状況にある。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・目立って好調な業界が少なく、受注、売上共に横ばいの状態が続いている。客先の設備投資の話題も少ない状況である。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・半導体メモリ関連顧客の受注量見込みは3か月前と比べて変化がない。受注量が少ない状況が続いている。 |
| | □ | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・少しずつではあるが、客に新型コロナウイルス感染症発生前と同じような反応がみられるようになってきている。 |
| | □ | 金融業（広報担当） | 取引先の様子 | ・消費意欲、生産意欲はコロナ禍の頃より高まっているものの、原料高や資材高に変化がないため、生産の上積みは様子見といった雰囲気がある。 |
| | □ | 広告業協会（役員） | 受注量や販売量の動き | ・熱中症対策や旅行関連の広告出稿は活発であるが、多くの企業で物価高騰により広告費を削減する傾向が続いており、広告業界全体の業績は横ばいである。 |
| | □ | 広告代理店（経営者） | 取引先の様子 | ・ロシアとウクライナの戦争の長期化、原油価格の高止まり、3%以上の物価上昇で、客先の業績がみえない。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------|---------|----------------------------|--------------|--|
| | □ | 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規制が緩和されたことによるプラス効果と物価高によるマイナス効果が景気への影響を打ち消し合っている。 |
| | □ | 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、サービス関係は売上等が増加しており、景気回復傾向が続いている。製造業は、部品不足で生産が遅れ、売上が上がらず、赤字が続いている顧客が何社かある。建設関係は好調な会社が多い。全体としての景気はやや良いとみている。 |
| | □ | コピーサービス業（従業員） | 取引先の様子 | ・電子帳簿保存法など法制度対応の商材は動きがあるが、積極的な投資、購入の動きは見られない。 |
| | □ | 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 | ・飲料は受注量、販売量共に前年を上回っているが、他の食品は前年をやや下回っている。 |
| | □ | その他企業〔企画業〕（経営者） | それ以外 | ・スーパーでは、最寄り品、買回り品、食料品などふだんの生活に不可欠な物品しか出ない状態が継続している。 |
| | ▲ | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・前年、前々年と比べて1箱当たりの桃の取引価格が100～200円下がっている。巣籠り需要が減り、ネット販売は受注量が減っているが、観光などの需要が増えており、道の駅の客入り及び売上は良好である。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・各予防保全案件において、客から費用低減を強く求められている。 |
| | ▲ | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・一部の事業では動きがあるものの、全体的には動きが悪い。 |
| | ▲ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・大口の受注契約がない。 |
| | ▲ | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・4月から7月までの売上は前年比92%となっている。国内の消費動向は全体的には持ち直しているが、当社の取扱品目に限っては、そのような気配はまだない。 |
| | × | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・さくらんぼが豊作で、取引価格が大きく下落している。 |
| | × | 窯業・土石製品製造業（職員） | 受注量や販売量の動き | ・官需、民需共に低調で需要は落ち込んでいる。 |
| 雇用 関連 (東北) | ◎ | * | * | * |
| | ○ | 人材派遣会社（経営者） | 周辺企業の様子 | ・求人掛けても応募がなく、転職による人材流出も起きている。企業からすると、人が採れないどころか、他の求人によって人材が流出するという状況が生まれている。この状況から、企業の景気は回復基調にあるといえる。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・4月から大手を中心にベースアップが盛んになっている。待遇面では中小企業との差が以前よりも広がり、採用ができない中小企業が増えているが、人事制度の改定や給与改善などに取り組む中小企業が出てきている。 |
| | ○ | アウトソーシング企業（経営者） | それ以外 | ・人件費の高騰に対応できるだけの値上げができていない。 |
| | ○ | 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おり、6月は前年比110.2%となっている。新型コロナウイルス感染症の行動制限がなくなったことにより飲食店の求人数が大幅に増加している。反面、製造業は海外の景気低迷を反映して一部で減産しており、それに伴い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 | ・住宅用資材を扱う企業で増産の話が出ており、人員補充の相談を受けている。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | 周辺企業の様子 | ・夏祭りに向けて経済が動き始めているが、地方では労働力不足が顕著で、生産性が低い。 |
| | □ | 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類感染症移行により、飲食や宿泊などの業種では求人数が増えているが、物価上昇により卸売小売業の求人数が減少している。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・原材料やエネルギー価格高騰の影響で、新規求人への勢いがなく一服感がみられる。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・前年同月比で求人数が減少している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|----------------|---------|--|
| | □ | 学校〔専門学校〕 | 周辺企業の様子 | ・給与のベースアップなどの処遇改善はみられるが、デフレ脱却への糸口はみえない。地域格差もあり、地方になればなるほどデフレ脱却が困難な状況にある。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求職者の動きが悪化している。 |
| | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、経済は活発化すると想定していたが、期待ほどの変化はない。むしろ、諸物価高騰の影響で減速している。特に本業である広告の落ち込みがひどい。 |
| | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・前月に続き出稿の動きが鈍く、売上も前年を下回っている。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・6月の有効求人倍率が2年ぶりに前年同月比で0.11ポイント低下している。 |
| | × | * | * | * |

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) | ◎ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・3か月前と比べると、来客数はかなり増えている。 |
| | ◎ | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・少人数の飲み会や大人数の宴会が、バランス良く入っている。当日予約のお断り等、動きが良い日も多々ある。 |
| | ◎ | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・海外旅行への問合せが、非常に多くなっている。 |
| | ◎ | 設計事務所（所長） | 来客数の動き | ・これまで滞っていた問合せも入り、建築しようという動きが感じられる。 |
| | ○ | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・3月から6月の来客数が99%にとどまっている。新型コロナウイルス感染症の5類移行後には、来客数が大幅に改善されると想定していたが、いまだその水準に至っていない。 |
| | ○ | 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2018年と比べると、売上は100%超にはなっていないものの、回復傾向にある。客の動向も以前の状態に戻りつつある。 |
| | ○ | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・7月に入り、売上が徐々に上向いている。 |
| | ○ | スーパー（商品部担当） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、消費者の行動変化が大きく、祭りやイベント等の地域行事が再開され、注文等が増えている。いまだ値上げによる1品単価への影響が大きい。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・このところ、特に、月末に近づくほど猛暑日が続いて、冷たい飲料、アイスクリーム等が大きく伸長し、購入客もかなり多い。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・前年比で、来客数は99.5%、客単価は103.6%、売上が103.9%で推移している。来客数が前年並みで、客単価が上がったため、売上も104%まで回復している。特に良い印象として、今月は来客数の回復傾向を感じている。 |
| | ○ | 衣料品専門店（統括） | 来客数の動き | ・前年までは、全国の祭りが中止になっていた。今年はほとんどの地区で祭りが再開され、例年にないほど祭り関連の客が増えてきている。そのお陰である。 |
| | ○ | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・季節商材の動きが前年比105%と良いものの、映像関連やパソコン関連は前年比95%と若干悪いが、全体としてはやや良くなっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（販売担当） | 来客数の動き | ・当社だけの話かもしれないが、来客数が極端に増えている。新車、中古車の販売関係の商談や車検、定期点検、板金塗装での来社等、とにかく数段、来客数が多くなり、本当に良くなっていると実感している。 |
| | ○ | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・特に目立った動きはないものの、販売の方では、今までより問合せがやや増えている感じがする。 |
| | ○ | 住関連専門店（仕入担当） | 販売量の動き | ・7月に入り、季節商材の動きが活発になっている。暑さのせいで日中の来客数は伸び悩んでいるものの、夏物商材の動きで売上は相殺され、6月と比較してやや上向いている。 |
| ○ | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨が明け、夕立も少なくなっている。猛暑が続いていることに比例して、来客が増え、県外客も増えている。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|--------------------|--------|--|
| | ○ | 都市型ホテル (経営者) | 販売量の動き | ・マスク着用率をみると、1年前の来館客は100%だったが、現状は70%程度である。外食業界への客の戻りと連動している。 |
| | ○ | 都市型ホテル (支配人) | 来客数の動き | ・インバウンドの回復やビジネス関係の外国人客の予約が増えてきているため、やや良くなっている。 |
| | ○ | 旅行代理店(所 長) | 来客数の動き | ・私鉄の新型特急車両導入があり、メディアでも各方面に大きく紹介されたこともあり、夏休み前の連休も、これまでにない道路渋滞が発生した。宿泊、観光施設への来訪客も増えている。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月中旬以降、週末はタクシー乗り場に行列ができるようになった。タクシーの台数が少ないせいもあると思うが、行列のできる時間は1時間ほどで今までにない光景である。乗車は、2000円前後が多く、10分程度の距離である。売上も月に10万円前後増えている。ただし、相変わらず、深夜は客が少ない。 |
| | ○ | タクシー(経営 者) | お客様の様子 | ・昼の動きは良くなってきたので、前年同月と比べて18%の増収である。 |
| | ○ | 通信会社(経営 者) | 販売量の動き | ・一般はまだだが、行政や外郭団体等からの見積りや受注が増えてきている。 |
| | ○ | 通信会社(営業 担当) | 販売量の動き | ・物価は高止まりしているものの、コロナ明けの影響で、消費意欲が高まっている。 |
| | ○ | 通信会社(局 長) | お客様の様子 | ・来客数が伸びており、店内の人の動きが活発になっている。 |
| | ○ | テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・個人客が少しずつ回復傾向にあり、夏季繁忙期に向けて良くなっている。 |
| | ○ | 美容室(経営 者) | 来客数の動き | ・猛暑で外出を控える人が増えており、例年の夏のような来客数まで伸びてこない。 |
| | ○ | 住宅販売会社 (経営者) | 販売量の動き | ・夏休み期間に入り、販売量に変化が出てきている。子供と一緒に過ごす時間が影響しているかは不明だが、急に増加している。 |
| | □ | 一般小売店〔精 肉〕(経営者) | お客様の様子 | ・連日の猛暑のなか、ニュース等でも「不要不急の外出は控えるように」といわれている。客は暑さに負けずに、何とか買物に出ているが、冷房設備のあるスーパーでも人の動きは少ない。また、各種値上がりも影響している。 |
| | □ | 一般小売店〔土 産〕(経営者) | 販売量の動き | ・売上は前月と変わらないものの、新型コロナウイルス感染症発生前の売上と比較すると、前月よりも達成度が悪くなっている。理由としては、修学旅行等が6月と比べて少なくなっていること、酷暑による出控え等が考えられる。外国人旅行客の出足は堅調だが、国内旅行客が少なく、また、財布のひもも緩まない状況である。 |
| | □ | 百貨店(営業担 当) | 販売量の動き | ・マスク着用者は依然として多いものの、人流は活発になっている。化粧品やアパレル等の外出関連商材は、引き続き堅調に推移しているものの、大幅なプラスには至っていない。 |
| | □ | 百貨店(営業担 当) | 販売量の動き | ・値上げや生活防衛意識の高まりのせいか、食品の動きが芳しくない。特に、生鮮品の売上が厳しい。一方で、ファッション、雑貨の動きは良くなっている。化粧品については、メイクアイテムを中心として、引き続き好調に推移している。 |
| | □ | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・この数か月、同じような状況が続いている。新車販売が落ち込み、中古車販売が少し前へ進んできている。車検等の整備売上は相変わらず安定しているため、減収増益は変わらない。 |
| | □ | 乗用車販売店 (従業員) | 販売量の動き | ・受注は堅調に推移しているものの、受注残が増えていない。 |
| | □ | 住関連専門店 (店長) | 来客数の動き | ・コロナ明けで観光や外出需要は若干上がるかもしれないが、値上げのトレンドは継続しているため、相対的には変わらない。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・値上がり続きのせいか、客単価は良くない。 |
| | □ | 観光型ホテル (経営者) | お客様の様子 | ・一部報道では、宿泊業界の持ち直しが取り上げられているが、微増はしているものの、他地域の知り合いにヒアリングしてみたところ、多くの地域の同業者から、予想していた状態より悪いと聞いている。前年比で、売上や利益が減少している観光関連事業者は多い。実際に当地でも客の流れは出てきているが、地域内の勝ち負けが大きく、全体的な回復には程遠い。 |

| 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 |
|----------------|---------|-----------------------|------------|---|
| | □ | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・全国旅行支援の終了に伴い、確実に勢いは落ちているが、団体やインバウンドが伸びているので、好調を維持できている。 |
| | □ | 通信会社(社員) | 単価の動き | ・全体的に販売単価の高騰を感じている。身近なところでは、光熱費やエネルギー関連は、現在の補助金もなくなるので、今後は生活への負担増を一層感じる。 |
| | □ | 住宅販売会社 (経営者) | お客様の様子 | ・いまだに不動産の引き合いが少なく、逆に飲食店関係の撤退が続いている。特に、貸店舗等で空室が多少目立ってきている。新規の問合せは大変少ない。 |
| | □ | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕(営業) | お客様の様子 | ・コロナ禍による巣籠り需要も終わり、大型リフォームの問合せが減っている。一方で、節電に対する関心が高まっており、エアコン等の設備機器の入替えや内窓設置等の小型案件の問合せが多い。 |
| | ▲ | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・生活必需品や公共料金の値上げが相次いでいるなか、新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和されてはきたものの、この夏の異常な暑さもあって、街中の人も店への来客数も激減している。 |
| | ▲ | 衣料品専門店(店長) | 来客数の動き | ・猛暑の影響で、極端に来客数が少なく、売上も最悪である。 |
| | ▲ | 衣料品専門店(販売担当) | 来客数の動き | ・とにかく人が出てこない。毎朝テレビ等の天気予報でも、「不要な外出は避けるように」という話をしている。当店の顧客は高齢者がかなり多いため、この酷暑のなかでは、身の危険を感じて外出を控えるようになってしまっている。 |
| | ▲ | 家電量販店(店員) | 販売量の動き | ・前月からの伸びは125%となっている。ただし、前年比では97%と大きな伸びはない。主力商材ではエアコンが前年比108%、冷蔵庫84%、洗濯機81%、パソコン本体59%、テレビ90%と全体的に振るわず着地している。 |
| | ▲ | 乗用車販売店(営業担当) | 来客数の動き | ・全体的な物価高の影響か、買い控えが増えているような気がする。 |
| | ▲ | その他専門店〔靴小売業〕(経営者) | 来客数の動き | ・当店の中心客層が60代以上なので、猛暑のために出足が急激に落ちてしまっている。毎日、天気予報で屋外への外出の注意喚起が多く、買物も必要最低限に絞っている。 |
| | ▲ | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・連日の異常な猛暑続きで、来客数が減っている。繁閑日の差が大きい。 |
| | ▲ | その他飲食〔給食・レストラン〕(総務) | 単価の動き | ・4月の新年度から、給食事業では多くのクライアントで取引条件、単価の見直しに応じてもらったが、収支の改善には至っていない。4月以降も食材費や水道光熱費等の上昇が続いているため、取引条件の見直しが続いていない状況である。 |
| | ▲ | 通信会社(経営者) | 販売量の動き | ・物価高騰による買い控えが目立つようになっている。 |
| | ▲ | 通信会社(総務担当) | 販売量の動き | ・販売数は4月と比べ約2割ダウンしている。販売数をけん引する廉価商材が枯渇している。 |
| | ▲ | ゴルフ練習場(経営者) | お客様の様子 | ・原材料の価格高騰や維持費等、営業経費の全てが値上がりしている。 |
| | ▲ | ゴルフ場(従業員) | お客様の様子 | ・来場者数が減少している。雨や猛暑といった天候による影響もあるが、旅行等、他のレジャーに客が流れているとしたら、今後も影響が出てくるのではないかと。 |
| | ▲ | その他サービス〔自動車整備業〕(経営者) | それ以外 | ・人手不足が深刻化している。職務範囲を狭めて対応せざるを得ない。したがって、売上は下降する。物価高による影響もじかに受けているが、商材価格への転嫁は難しい。 |
| | × | 一般小売店〔家電〕(経営者) | 販売量の動き | ・時期的にエアコン類の売上は好調だが、他の物は、客の財布のひもが固く、壊れない限りは買わない。 |
| | × | 乗用車販売店(経営者) | お客様の様子 | ・工場の稼働停止や商材納期の不安定な状態が続いている。 |
| 企業 動向 関連 | ◎ | — | — | — |
| (北関東) | ○ | 一般機械器具製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・高水準の受注が続いているものの、人手不足が原因で協力工場の生産能力が上がり、綱渡りの納入が続いている。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業(経営者) | 取引先の様子 | ・10社ほど取引先があるが、どちらもいえない会社、やや良くなっている会社があり、全体的には若干良くなっている。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業(総務担当) | 取引先の様子 | ・いまだに部品調達の不安はあるものの、生産は安定している。 |

| 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 |
|-------------------|-----------|-----------------------|---|--|
| | ○ | 不動産業（管理担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・収益改善のための値上げを了承してくれた取引先が、予定より多い。 |
| | ○ | 広告代理店（営業担当） | 取引先の様子 | ・ホテルのレストランで、50名以上の宴会が新型コロナウイルス感染症発生前くらいに戻ってきている。しかも、警察や学校等の公的機関の宴会が増えている。駅近辺の居酒屋は、予約なしでは入れない日もあり、夜の街にも活気が出てきている。 |
| | ○ | 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 | ・納入案件が多く、収益は改善されつつある。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・依然として、原材料価格は値上がりしており、どこまで続くのか心配である。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の様子から、9月くらいまでは仕事がないといわれているところもある。また、別の取引先からは検討中といわれているため、先のことは分からず、とても心配である。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は減少傾向である。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・取引先によって、上向きや下向きの差が大き過ぎるため、プラスマイナスゼロという判断で変わらない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今までだと9～12月くらいまでは、かなり忙しい状況が続いていたと思うが、今年はなぜか異変が起きているような気がする。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・現状は変動なく推移している。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・暑い夏になったことや電気代高騰等もあり、省エネ家電、扇風機、サーキュレーター、移動式エアコン等の物量が増えている。また、ハンドファン、クールネックリング等の清涼グッズの物量も増えているが、全体的な物量は前年並みである。九州方面の大雨による災害で、九州方面の車両代が高騰しており、燃料価格の高騰もあるために利益が薄くなっている。 |
| | □ | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・世の中が安定している気がする。当事務所にとっては、以前と比べれば、低位安定で余り変化がない。かといって困ってしまうほどではない。 |
| | □ | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・回復している業種もあるものの、特に、日用品に対して生活防衛意識が強く出ている。 |
| | ▲ | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・年度初めから、工事量が足りない状況が続いている。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント | それ以外 | ・コロナ禍の落ち着きに従い、企業の生産活動や個人消費が通常に戻る兆しもある一方で、受注の低迷や顧客の戻りの悪さに遭遇している事業所は少なくない。特に、食品絡みの物流関連等で受注の落ち込みがある。また、飲食店関係ではコロナ禍の緊急資金で耐えてきたところが、返済が始まりバタバタと廃業に追い込まれている。 |
| × | 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。今期公共工事は前年比15%増加している。ただし、前々年比では19%減少であり、全体的には厳しい。 | |
| 雇用 関連 (北関東) | ◎ | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・当市には観光で来る客が多いが、地元の商店街等を利用する観光客もかなり増えている。平日、祝日変わりなく各商店は繁盛しており、特に、外国人客が戻ってきたことが大きいと聞いている。 |
| | ◎ | 学校〔専門学校〕（副校長） | 求人数の動き | ・求人数が前年比1.5倍になっており、景気回復を顕著に感じている。特に、製造業と観光業が増加している。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数の前年同月からの増減率が、3か月前と比べ連続して微増で推移している。 |
| | □ | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・販売、小売関係、衣料品、食料品関係、スーパー等の求人は結構、活発さを見せている。ただし、購入側からみると、全般的に値上がりしているため、買い控えもある。購入する物を選択して最小限にとどめているのではないか。建設関係では、解体や外装関係が非常に人手不足もありながらも、増えている。全般的にはやや厳しいのではないか。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・人材募集の依頼は増えているものの、求職者の確保が追い付いていない状況が続いている。 |
| | □ | 人材派遣会社（管理担当） | 採用者数の動き | ・7月の派遣採用数に変化はない。新型コロナウイルス感染症の影響は感じなくなっている。 |

| 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 |
|----|---------|-------|-------|----------------|
| | ▲ | * | * | * |
| | × | * | * | * |

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------------|-----------|-----------------|---|--|
| 家計 動向 関連 (南関東) | ◎ | 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類への移行以来、明らかに潮目が変わり、飲食業が一気に活気付いている。さすがに夜中までとはならないが、若い世代の団体は結構にぎわっている。イベントのレスポンスもとても良く、早めの盆踊り大会を開催したが、過去最高の人出であった（東京都）。 |
| | ◎ | 百貨店（企画宣伝担当） | お客様の様子 | ・富裕層の消費は底堅く、売上全体を押し上げている。 |
| | ◎ | スーパー（ネット宅配担当） | 販売量の動き | ・値上げによる単価上昇が更に進んでいることに加え、販売点数の落ち込みもなくなり、売上が増加している。 |
| | ◎ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行後、販売量は新型コロナウイルス感染症発生前の水準で推移している。直近では猛暑の影響もあり、飲料やアイスクリームを中心に売上が伸長している。3連休も天候に恵まれ、売上が大幅に伸びている（東京都）。 |
| | ◎ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・前月、前々月の同時期と比較して、訪日客による免税品購入数が上昇している（東京都）。 |
| | ◎ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・単月の取扱高が前年比200%を超えている（東京都）。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | それ以外 | ・景気は完全に戻っている。月末の金曜日などは、車が足りなくて空車の奪い合いが発生するほどである。運転手不足でタクシー会社の休車が多く、忙しかった。景気は良い（東京都）。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・前月と同様、新型コロナウイルス感染症の影響で辞めた乗務員がいるため乗務員不足で大分忙しい。稼働している台数が少ないことが大きな理由である。それに加えて、今月は暑い日が続いており、利用率が高くなっている（東京都）。 |
| | ○ | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・例年、今の時期はエアコン工事で忙しいが、今年は低価格帯のエアコンの動きも悪く、売上が伸び悩んでいる。それでも容量の大きいエアコンの買換え需要があり、例年より多く売れている。 |
| | ○ | 一般小売店〔家電〕（経理担当） | 販売量の動き | ・この暑さのためエアコンが動いている。省エネ対策の補助金もあり、高額機種が動いている。催事も行えるようになってきたので、イベントや祭り関係の電気工事依頼も増えている。 |
| | ○ | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が増えている。需要も高まりつつある。 |
| | ○ | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | 販売量の動き | ・外国人旅行客の来店がコンスタントにあり、文房具のまとめ買いが多いため、客単価を押し上げ、売上増加につながっている。3か月前の4月の新学期シーズンと比較すると売上は落ちるものの、景気としては大分上向いている（東京都）。 |
| | ○ | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | お客様の様子 | ・行動が活発になり、客の笑顔から明るさを感じる。 |
| | ○ | 一般小売店〔眼鏡〕（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類に移行してから、来客数が増えてきて、売上も上がっている。 |
| | ○ | 一般小売店〔傘〕（店長） | 来客数の動き | ・旅行や外出の機会が増えて、日傘の買換え需要が高まっているため、全般的に来客数が増えている。 |
| ○ | 百貨店（総務担当） | 販売量の動き | ・改装があるため、来客数が増加し、想定を上回ってはいるものの、目標には届いていない。 | |
| ○ | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・前年と比較すると行動制限の解除も浸透し、客の購買行動は、通常に戻りつつある。新型コロナウイルス感染症への対応に追われていた時期のように食料品などの日用品の売上に偏ることはなく、ファッション関連を中心とした、紳士、婦人衣料雑貨の動きが良い（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 |
|----|---------|-----------------------|--------|---|
| | ○ | 百貨店（広報担当） | お客様の様子 | ・高付加価値の物を求める消費者の購買意欲は底堅く、都心店舗を中心に前年プラスで推移している。またアフターコロナで、人々の外出や対面機会の増加を背景とした関連消費も伸長している。特に、気温上昇を受けたUV関連のファッションニーズや、食品ギフトのニーズが高まっている（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・今月は4年ぶりの大規模なセール実施により来客数が増加し、比例して売上も拡大している。加えて、訪日外国人旅行者の来店も伸長しており、大きくプラスとなっている（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・来客数の増加が継続し、売上も3か月前との比較でも前年比でも増加している。外出機会の増加に伴い、カジュアル衣料、雑貨、化粧品等が前年比でプラスとなっている。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・高額品が好調である（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（財務担当） | 販売量の動き | ・国内消費については大きな変化はないが、インバウンドが増大し、全体を押し上げている（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（管理担当） | 販売量の動き | ・クリアランスセールに対する客の反応が良く、衣料品が売れている（東京都）。 |
| | ○ | 百貨店（店長） | お客様の様子 | ・物価上昇の影響を受けているカテゴリーもあるが、スポーツジムやゴルフスクールなど趣味関連の入会は増えており、生活必需品以外への関心も高い。 |
| | ○ | スーパー（食品担当） | 単価の動き | ・人の動きが活発になり、衣料品、レジャー関連の動向が良い。食品は値上げにより全体の単価が上がっている（東京都）。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・前月頃から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 | ・近隣のプールがオープンし、前年の入場規制が緩和されたことにより来客数が増えている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・天候が良く、気温も高くなったことで、客が夜遅くまで結構出ており、来客数が4%くらい増加している。 |
| | ○ | コンビニ（商品開発担当） | 販売量の動き | ・来店頻度はそこまで増えていないが、買上点数と客単価は増えてきている。休日需要が見込めれば、更なる売上の増加が期待できる（東京都）。 |
| | ○ | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・街のイベントも大変な盛り上がりで、旅行などの準備品も活発に動いている（東京都）。 |
| | ○ | 家電量販店（経営企画担当） | 販売量の動き | ・7月に入り、関東でも梅雨が明けたが、長梅雨となった。猛暑が来襲し、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行後初の夏休みとなり、我々の業界的にはエアコン等の需要が真っ盛りとなる。季節家電は水ものと呼ばれるが、これからが本番である（東京都）。 |
| | ○ | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・7月は需要月であり、新車、サービスが堅調に推移している。ただし、依然として中古車市況の回復にめどが立っていない。 |
| | ○ | その他専門店〔貴金属〕（統括） | 来客数の動き | ・全体的に来客数、特に海外からの客が増加してきている。また、以前のインバウンド需要では少なかった欧米系の客が増加している（東京都）。 |
| | ○ | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | 販売量の動き | ・全般的に商材が動いている。 |
| | ○ | 高級レストラン（営業担当） | 来客数の動き | ・2019年と比べると、7月は売上81.7%、来客数69.7%、客単価117.3%となっている（東京都）。 |
| | ○ | 高級レストラン（役員） | お客様の様子 | ・予約状況などの問合せが徐々に増えており、秋のイベントシーズンについては大口案件やイベント案件もある（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収束してから、店も落ち着いて通常営業できるようになっている。ケータリングも徐々に増えてきており、売上がやや良くなっている。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症に伴う制限解除後、同業者3軒の新規出店があった（東京都）。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・インバウンドの影響で来客数の外国人比率が上がっている店舗が増えてきている。今後もインバウンド需要に対応できれば、景気は良くなっていく（東京都）。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|---------------------|---------|---|
| | ○ | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | 単価の動き | ・以前と違って、遅い時間の乗客数が増えてきている。また、客単価も上がっている（東京都）。 |
| | ○ | その他飲食〔カフェ〕（経営者） | 来客数の動き | ・関東近郊の避暑地と都内に店舗がある。新型コロナウイルス感染症が収束し、避暑地は観光地のため、大きく伸びている。逆に、都内店舗は暑さのため伸び悩んでいる。新型コロナウイルス感染症収束後の戻りは観光地の方が早いようである（東京都）。 |
| | ○ | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | 単価の動き | ・取引先との交渉により、約4割の店舗で委託料の引上げが実施されたため、今年度の4月から収益が改善している。引き続き残りの取引先とも交渉を継続しており、更に収益改善を図れるものとみている（東京都）。 |
| | ○ | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・全国旅行支援は6月で終了したが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、夏休みに入るといことで、引き続き来客数は増えている。また、宴会等についても、6月は株主総会の多い月であり、7月も前半までは回復している。やや持ち直している状況のまま、夏休みに入るのではないかと。 |
| | ○ | 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類への移行以来、人の動きが活発になり、3か月前と比べれば宿泊、食堂、宴会いずれも販売量自体は増えている。景気が上向いている実感はあるが、人手不足による休業が売上目標達成の足かせになっている。 |
| | ○ | 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の発生前の状況に近づきつつあり、稼働は高くなっている。 |
| | ○ | 旅行代理店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が大分増えてきている。単価に関しては余り動きはないが、いろいろな客が来て問合せもあるので、大分景気が良くなっているのではないかと。 |
| | ○ | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、時間がたつにつれて旅行マインドも元に戻りつつある。3年ぶり、4年ぶりの旅行案件も増加している。 |
| | ○ | 旅行代理店（営業担当） | 競争相手の様子 | ・他社との競合が非常に多くなっている（東京都）。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・これから夏本番を迎えるため、例年だと少しでも暑さを避け、タクシーを使って出掛けるはずだが、今年は大変な暑さが続いているためか、昼間は少し利用が少ない。ピーク時間帯がずれているようで、朝方と夕方以降に利用が集中している。全体の利用回数、金額は以前より良くなっているため、期待できる。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今年の猛暑と、新型コロナウイルス感染症の影響が和らいだことで、タクシーの利用者がやや極端に増えている（東京都）。 |
| | ○ | タクシー（経営者） | 来客数の動き | ・記録的な猛暑の影響がある。 |
| | ○ | タクシー（団体役員） | 競争相手の様子 | ・タクシー業界は、人手不足により全体の稼働率が低下している。乗務回数の増加によって、何とかしのいでいる。 |
| | ○ | 通信会社（社員） | お客様の様子 | ・夏のイベント復活や告知CMの引き合いが増加している（東京都）。 |
| | ○ | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・加入件数の純増が続いている。解約は一定数で横ばいが続くものの、新規契約数が伸びている。ライフライン系商品以外のオプション契約も伸びており、嗜好品や娯楽への消費が活発化している（東京都）。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・人の動きや建物着工数は新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないものの、回復傾向にあり、それに伴い契約数も回復傾向にある。 |
| | ○ | 通信会社（管理担当） | お客様の様子 | ・電子化の法整備が進み、方向性として後押しがあるが、為替相場等に加え、物価上昇による利益への影響など、設備投資等に対してブレーキとなる要素がある（東京都）。 |
| | ○ | パチンコ店（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行から3か月がたち、人々の動きも活発になっている。依然として、原材料を始めとした諸物価の上昇に伴う収益力の低下は否めない状況だが、売上はやや増加方向に進んでいる。 |
| | ○ | 競輪場（職員） | 来客数の動き | ・キャンペーンを実施すると、100人単位だが増加傾向がみられる。 |

| 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 |
|----|---------|---------------------------|--------|--|
| | ○ | その他レジャー施設 [ボウリング場] (従業員) | お客様の様子 | ・来場者数が増加し、企業懇親会の件数も増えてきている。飲食を含め客単価も上昇傾向にある(東京都)。 |
| | ○ | その他レジャー施設 [複合文化施設] (財務担当) | お客様の様子 | ・来客数がやや良くなっている(東京都)。 |
| | ○ | その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当) | 来客数の動き | ・3か月前は新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行前だったので、それに比べると5類移行後は明らかに来客数が増えている。特に、インバウンドの回復は著しく、売上の増加につながっている(東京都)。 |
| | ○ | 設計事務所 (経営者) | 販売量の動き | ・当事務所においては行政からの仕事がたくさん取れ、こなし切れないほどの忙しさになっているため非常に良くなっているが、地域全体の景気としては、やはり不景気である。 |
| | □ | 商店街 (代表者) | 販売量の動き | ・大分回復しつつあったが、やはり猛暑の影響で客足が減ってしまっている。販売量も少し回復してきていたが、ここに来てまた鈍ってしまっている。 |
| | □ | 一般小売店 [家具] (経営者) | 販売量の動き | ・販売数は悪いものの、催事を行ったときの客の反応が以前より少し良くなってきた。幾らか成約も出てきており、悪いながらも、変わらない(東京都)。 |
| | □ | 一般小売店 [文具] (販売企画担当) | 来客数の動き | ・今月は、以前からの案件等の刈取りができたので、その分少し良くなっている。ただし、暑さのせいも、来客数が若干減っているようである。店舗を移転して、まだ認知度が低いことを考慮しても、この暑さで、雰囲気的に良くない。 |
| | □ | 一般小売店 [茶] (営業担当) | 販売量の動き | ・身の回りでは何も変わらず、どちらかというと悪くなっている。会社の販売数も上がらず、現状維持が精一杯である。営業に回っても売れるわけもない。イベントでも今までのようには売れない(東京都)。 |
| | □ | 一般小売店 [書店] (営業担当) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症発生前の購入量が戻ってきているが、まだ勢いがあるとはいえない(東京都)。 |
| | □ | 百貨店 (売場主任) | 販売量の動き | ・クリアランスセールがスタートし、全館の来客数は多くなっている。食品は生鮮、輸入品共に価格改定による値上げが多く、買上点数の伸びはみられない(東京都)。 |
| | □ | 百貨店 (総務担当) | 販売量の動き | ・外国人観光客の増加に伴い、免税実績は今年に入っても堅調に推移している。サマーギフトについては、近年縮小傾向が続いていたが、今年は前年と比べて若干プラスになっている。食料品を軸に化粧品、雑貨なども前年比で2けたの伸びを示している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているとの報道があるものの、購買意欲には大きな影響はないようである(東京都)。 |
| | □ | 百貨店 (営業担当) | 販売量の動き | ・全体的な売上は好調に推移している。しかし、中身としては、インバウンド消費が新型コロナウイルス感染症発生前の2019年実績を上回る金額で推移し始めた一方、足元の国内客の消費が鈍化しており、底堅いとはいえない。価格高騰の影響は今後も続くこととみられ、楽観視はできない(東京都)。 |
| | □ | 百貨店 (販売促進担当) | 来客数の動き | ・クリアランスセール、お中元のピークに合わせて、来客数が大幅に増加している。売上もラグジュアリーブランドを中心に好調に推移している。お中元商戦はギフトセンター、EC共に前年を上回っている(東京都)。 |
| | □ | スーパー (経営者) | 来客数の動き | ・今月は、天候に恵まれ、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、外出機会がやや多くなり、来客数が増えている。ただし、ここに来て猛暑続きで、日中は客が出てこない。プラスマイナスを考慮して、今月に関してはやや良い状態である。 |
| | □ | スーパー (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症に伴う規制緩和後、外に出掛けることが多くなったものの、思ったほど来客数が増加していない(東京都)。 |
| | □ | スーパー (店長) | 販売量の動き | ・猛暑の影響により飲料を中心とした夏物商材の動きが良いが、値上げの影響により1品単価は上がっても、買上点数が若干落ちてきているため、大きな伸びにはつながっていない。 |

| 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 |
|----|--------------------------|-------------------------|--------|--|
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・値上げの影響が大きく、販売数量の前年割れが続いている（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 来客数の動き | ・夏休みに入り、前年と大きく違うところは、イベント、旅行等に消費が回っているため、小売は横ばいになっていることである（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・商材に続いてサービスも値上げになり、戸惑っている。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（営業担当） | 単価の動き | ・1品当たりの単価の上昇は今なお継続しているが、販売量並びに来客数については相反する状況になっており、互いに相殺している（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（仕入担当） | 単価の動き | ・毎月の値上げが続いていることから1品単価が前年比107%と大幅に上がっており、売上はクリアしているものの、来客数は前年と変わっていない。 |
| | <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の水準のほぼ100%まで回復したが、従業員が集まらず、やむなく時給を大幅にアップしたため、結果的に利益が減少している。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（従業員） | 来客数の動き | ・来客数の動きからは特別景気が良くなっている様子は見受けられない。決して悪いわけではなく、平均的なところで落ち着いているといった感じである。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・天候に恵まれ、暑さ対策グッズが好調である。おしゃれ着は低価格商材を中心に売れている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・着物事業は、花火大会等、各種イベントの再開により、浴衣の売上が2割増しで推移している。特に、SNS効果で、20代の客が増えている。一方、催事による売上は集客が厳しく、計画の8割で終了している。もう一方の主力事業であるドレス事業は、猛暑の影響によりセレモニー商材であるサマーブラックが好調に推移している。ただし、主力のパーティードレスは、計画の15%減少で終わっている（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（統括） | 来客数の動き | ・前年同月は新型コロナウイルス感染拡大第7波の影響で行動が抑制され、来客数が減少していた時期で、それに対して、今年では行動制限のない状態で来客数が伸びている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（役員） | 販売量の動き | ・衣料品は必要のあるふだん使いのものがほとんどで、帰省や旅行用の需要はほとんどない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（従業員） | 来客数の動き | ・今月は暇な日と忙しい日の差が余りにも激しい。天候の影響も大きかったため、売上が余り伸びず、落ち込んでしまっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・繁忙期になっても来客数が余り増えない。物価高に合わせて商品単価も上昇しているが、来客数と販売点数は減少傾向である。 |
| | <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数に大きな変化はなく、買い控えは感じないが、状況も変わっていない。 |
| | <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、販売が前年比で2割減少している。 |
| | <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やや減少しているものの、その分サービス部門の売上が増加し、前年並みとなっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・個人単位で見ると分からないが、法人全体では販売量の前年割れが続いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（販売担当） | お客様の様子 | ・車の半導体不足については徐々に改善されて、新車の納期も正常化しつつあるようなので、そこそこ売れているが、やはり物価高、石油高のなか、新車から中古車に移る客も増えてきている。全体的な流れでいえば、新車より値頃感のある中古車に集中し、中古車の価格は少し上がっているが、利益については相当落ち込んでいる（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（営業担当） | お客様の様子 | ・車両本体価格が値上がりした上、金利が上がっているため、買い控えが発生している（東京都）。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他専門店 [ドラッグストア]（経営者） | 来客数の動き | ・なかなか景気の回復が遅いように感じている。 |
| | <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の9月末での終了予定に向けて、6月以降、補助額が大幅に減額されていくなかで、価格転嫁が難しい（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 |
|----|--------------------------|------------------------------------|--------|---|
| | <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 | ・客の活動は活発化しているが、購買意欲は比例していない(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 | ・このところの猛暑で、生鮮品の売行きが落ちている。食材の値上げも影響している(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 高級レストラン (仕入担当) | 来客数の動き | ・春から変わらず来客数は2019年比で良い結果を示している(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 高級レストラン (経理担当) | 販売量の動き | ・3か月前には既に新型コロナウイルス感染症発生前の売上に回復しており、足元でもこの状況は変わらない(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・3か月前と比べて客の雰囲気も変わってきてはいるが、コロナ禍でたまっていた分、外に出るようになってきている。外食も多少するようになってきているものの、景気が良くなったかという、そうは感じられない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前の4月1日から30日までの前年比は、売上126.8%、来客数107.5%である。今月7月1日から30日までの前年比は、売上144.8%、来客数125.5%である。前年は、1店舗が新型コロナウイルス感染症の影響と人手不足で休業していた(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・一時期はランチ時間帯に4人とか6人で来店する客が増えたのだが、今はまた1人～2人の客が主になっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・今月も、前月、前々月と同じように、来客数の良い状態が続いている。暑気払いでの来客数も増えている(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 旅行代理店(従 業員) | 販売量の動き | ・業界全体では需要過多、供給不足の傾向にある。インバウンドや早期予約で航空座席は既に夏場の供給がなく、間際予約が取れず、販売チャンスを逃す傾向にある。今後も需要過多の傾向のため、早期予約を促すなどして対策をしなければならない(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(経営 者) | 販売量の動き | ・前月同様、今月も商談案件はあるが、受注の増加には至っていない(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(営業 担当) | お客様の様子 | ・新規サービスの契約数は増加してきているが、支出を必要最小限に抑えたいという客が多く見受けられる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(局 長) | 単価の動き | ・通信サービスの契約数は伸長しているものの、ユーザー平均単価が下がっているため、結果的に売上は今までと変わらず横ばいとなっている(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(経営 企画担当) | お客様の様子 | ・前月と比較しても商談における動きに余り変化はみられない。動きが鈍い状況が続いている(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(経理 担当) | 単価の動き | ・客単価が月10円程度下がる傾向が続いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(経営 企画担当) | 販売量の動き | ・加入件数が増えている反面、解約件数も増えており、プラスマイナスゼロである(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信会社(管理 担当) | 販売量の動き | ・戸建て住宅の販売は前年比135%だが、成約に至らないケースが増加している。また、集合住宅の提供は前年比69%と低調であり、状況が好転している感触はない(東京都)。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他サービス [保険代理店] (経営者) | 販売量の動き | ・当初見込んでいたほどの販売量の増加がみられない。新型コロナウイルス感染症の影響が減少し、大きく売上が増加するかに見えたが、やはりまだ影響があるようである。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他サービス [学習塾](経 営者) | お客様の様子 | ・季節講習の受講率が例年並みである。 |
| | <input type="checkbox"/> | 設計事務所(経 営者) | お客様の様子 | ・新しい案件もなく、相談自体がない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 設計事務所(経 営者) | お客様の様子 | ・受注状況は横ばいのまま推移している。民間が低調な分を官庁案件でカバーしている状況は変わらない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 設計事務所(所 長) | お客様の様子 | ・計画は同じような状態がずっと続いているが、なぜか話が前には進まない(東京都)。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------------------|--------|---|
| | □ | 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、客単価がまだ低く、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金額は上がっていない。 |
| | □ | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・3か月前と比べて、販売が好調に推移している。客の新築アパートの購入意欲が強く、販売に結び付いている。富裕層の動きも良く、金融機関の融資も付きやすい。 |
| | ▲ | 一般小売店〔和菓子〕 (経営者) | 来客数の動き | ・連日の猛暑続きで、来客数がかなり減っている。 |
| | ▲ | 一般小売店〔生花〕 (店員) | 販売量の動き | ・外に出している花には、1日に5回も6回も水をやっているが、それでも駄目になってしまう商材が出てくる。客もこの暑さで全く出て来ないため、大変な日々を送っている。切り花の方も、暑さのせいで墓参りの客などが少なくなっており、新型コロナウイルス感染症と猛暑のとダブルパンチで、本当に困っている(東京都)。 |
| | ▲ | 一般小売店〔茶〕 (営業担当) | 来客数の動き | ・来客数が減少している。ギフトが少なく、売上も減少している。 |
| | ▲ | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・3～4月に売上全体を底上げした免税実績動向も鈍化している。免税売上を除くファッション関連は、ワンピースやカットソーなどの盛夏対応商材に動きがあるものの、全体としては厳しい状況が継続している(東京都)。 |
| | ▲ | スーパー(経営者) | 来客数の動き | ・値上げに対して、嗜好品類の買い控えが顕著になっている。 |
| | ▲ | スーパー(販売担当) | 来客数の動き | ・引き続き来客数は戻っておらず、月末や給料日の前には特に顕著に落ち込む。今までは1人当たりの買上単価が前年を上回っていたが、最近では横ばいのため、トータル売上が前年を割ってきている。ボーナス後も大きな変化はみられない。 |
| | ▲ | コンビニ(経営者) | 販売量の動き | ・この夏場で気温が高過ぎるために、昼間の客が減少している。その分夜に来るかと思いきや、変わらない。全体的には良くない。 |
| | ▲ | コンビニ(経営者) | 販売量の動き | ・酷暑となっているが、飲料の伸びが鈍化している。通常の商材でも、安価な商材の方が売れている。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (経営者) | 単価の動き | ・仕入価格が上がっている。 |
| | ▲ | 住関連専門店 (統括) | 来客数の動き | ・まだ新型コロナウイルス感染症発生前の来客数には届かない。したがって、販売量も減っている。 |
| | ▲ | その他専門店 〔ドラッグストア〕 (経営者) | 来客数の動き | ・暑過ぎて、客が買物に出てこられない。 |
| | ▲ | 旅行代理店(営業担当) | 販売量の動き | ・全国旅行支援の効果が頭打ちとなっている(東京都)。 |
| | ▲ | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・買い控えているのか、新規客からの問合せが激減している(東京都)。 |
| | ▲ | ゴルフ場(経営者) | 来客数の動き | ・連日続く猛暑の影響で、来場者数が3か月前と比べて13%近くも減っている。電気料金値上げもあり、空調や照明で使用電力量も増えているため、経費面でも経営が圧迫されている。 |
| | ▲ | 美容室(経営者) | 来客数の動き | ・猛暑のため、客の来店頻度が鈍っているような気がする。 |
| | ▲ | 設計事務所(所長) | 単価の動き | ・仕事はあるようでないような感じである。人手不足ということもあるが、景気が非常に偏っていて、良くなるとは思えない。 |
| | ▲ | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・価格が上がり過ぎてしまっている。 |
| | ▲ | その他住宅〔住宅資材〕 (営業) | 販売量の動き | ・一定の建材需要は見込んでいるが、例年より低水準で推移している(東京都)。 |
| | × | 一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症が収束し、前年よりは売上が増えているものの、経費の上昇分ほど利益は増えていない。 |

| 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〔印章〕（経営者） | 来客数の動き | ・当店は路面店で、単独路面店のような感じなので、この1か月ほどは猛暑でほとんど客が歩いておらず、厳しい。 |
| | × | ゴルフ場（経営者） | 来客数の動き | ・7月は猛暑の影響も大きく、日中に来場する客が通常の3分の2まで減っている。特にシニア層の減少が大きい。 |
| | × | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・都心に近いゴルフ場では、この夏の酷暑で来場者数が激減している。命に関わる暑さであれば、手の打ちようがない。 |
| | × | ゴルフ場（経理担当） | 来客数の動き | ・7月後半は暑さ指数（WBGT）が熱中症危険水準の31に近い値で推移しており、ゴルフ競技中にプレーヤーが熱中症により死亡した報道もあって、高齢者層を中心に酷暑下のプレーを忌避する動きが目立ち、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。立地上、インパウンドの恩恵は全く享受できていない。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・今月の販売量は目標数字の約64%となり、3か月前と比べても約30%落ちているため、景気は悪くなっている。付き合いのある不動産業者の話でも、建て売りの販売が進んでいないとのことである。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | ◎ | 出版・印刷・同 関連産業（所 長） | 受注価格や販売 価格の動き | ・受注案件の値上げについてクライアントにも理解してもらえ環境ができ、スムーズに進行できている。 |
| | ○ | 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、ゴム印の仕事をしている。今月は2件の特需があり、1件は公共交通機関の支社からのゴム印と浸透印のまとまった数の注文である。もう1件は通信販売部門への占い師の人からの注文で、ふだんは個人の実印だが、会社設立の印鑑3本の特需があった。石印材ということで、普通は石印材にしても4～5万円くらいだが、25万円の売上になっている（東京都）。 |
| | ○ | 電気機械器具製 造業（経営者） | 受注量や販売量 の動き | ・受注量の動きを見ているとやや増加傾向にあり、前年同期と比べても増加している（東京都）。 |
| | ○ | 輸送用機械器具 製造業（総務担 当） | 取引先の様子 | ・自動車メーカーでは部品調達不足も解消し、増産体制に入っているため、良くなっている。 |
| | ○ | 建設業（経営 者） | 競争相手の様子 | ・競合他社も大手企業、協力業者も忙しく、人手が足りない。ただし、潤っているかといわれると難しい。 |
| | ○ | 建設業（経営 者） | 受注量や販売量 の動き | ・計画の止まっていた案件が動き出している。見積案件も徐々に増えつつある。 |
| | ○ | 輸送業（経営 者） | 受注量や販売量 の動き | ・各イベントが復活して輸送需要が増えている（東京都）。 |
| | ○ | 通信業（広報担 当） | 受注量や販売量 の動き | ・前月は若干悪化したが、今月はこれまでの回復傾向に戻っている（東京都）。 |
| | ○ | 金融業（従業 員） | 受注量や販売量 の動き | ・夏季休暇においては観光、飲食関連の需要が更に増加する。 |
| | ○ | 金融業（総務担 当） | 取引先の様子 | ・取引先の様子だが、サービス業や小売業の売上が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前と同等になっている。飲食業も人出が増えていることから、好調である。ただし、食品の値上げやガソリン価格高騰が家計を圧迫しており、いつまで続くかは不透明である。現状では景気は良い方向に進んでいるが、本調子とはいえない（東京都）。 |
| | ○ | 金融業（営業担 当） | 受注量や販売量 の動き | ・業種、職種によりムラはあるものの、受注実績、受注残高共に緩やかな増加傾向がみられる。売上増加は材料、労働単価の高騰による価格交渉、単価改善による部分も大きく、必ずしも売上の増加率のみで判断できる状況ではないが、取引先の回答からも中長期的な回復の動きがみられる。 |
| | ○ | 不動産業（従業 員） | 受注価格や販売 価格の動き | ・ホテル部門の宿泊予約は順調で、価格も上昇基調である（東京都）。 |
| | ○ | 不動産業（総務 担当） | 取引先の様子 | ・コロナ禍が終息し、出社率が高まったこともあり、既存テナントからの増床ニーズが高まっている。新型コロナウイルス感染症発生前から空いていた店舗区画も埋まり、景気は良くなっている（東京都）。 |
| ○ | 税理士 | 取引先の様子 | ・各地で夏祭りや花火大会が4年ぶりに開催され、それに伴い人出も多くなっている。衣料品の売行きや飲食店の予約状況も好調なようである。猛暑により高齢者の外出が減ることは、ある程度景気に影響を与えている。 | |

| 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 |
|----|---------|-------------------------|--------------|---|
| | ○ | その他サービス業〔警備〕（経営者） | 取引先の様子 | ・受注が増えているが、人手不足で売上自体はそれほど伸びていない。 |
| | □ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・猛暑のために、来客数が減っている。 |
| | □ | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | それ以外 | ・原料や燃料の価格高騰に円安が拍車を掛けている。今後の対処が難しい。 |
| | □ | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・原材料等が値上がりしてきているなかで、まだ値上げが続くとみられるため、全体的に慎重な動きになる。 |
| | □ | プラスチック製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・今月は、順調だった医療品容器の受注が、アフターコロナの特需が一服して減少したことと、仕入価格の値上がりで利益が激減している。 |
| | □ | 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 | ・半導体製品の大口価格に下げ止まり感がある。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・全体的に見て良い業種もあれば、停滞している業種もある。当社においては、最近やや停滞気味である。 |
| | □ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が増えても、燃料費などの高騰が続いているため、変化はない。 |
| | □ | 輸送業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・繁忙期に入り物量は増えているが、燃料費の高騰等で、苦しい状況は変わらない。 |
| | □ | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・現在は閑散期により物量は少ないが、燃料価格は高騰しているため、収益が伸びない。 |
| | □ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・経済の活性化により、企業などの売上は伸びているものの、原材料の価格高騰により数値の方は決して上向きにはなっていない。 |
| | □ | 不動産業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・物価上昇で工事費が上がっているが、不動産販売価格は高値を維持している（東京都）。 |
| | □ | 広告代理店（経営者） | 取引先の様子 | ・観光地の取引先飲食店などは、繁忙期に突入している感があるが、日常地域の店舗などは良くも悪くもなっていない。むしろ、体調不良者を含むスタッフ不足により営業に影響の出ている店などもある。制作会社としての仕事の受注量などは変わらないが、慢性的なスタッフ不足を嘆く関係会社は多い（東京都）。 |
| | □ | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・悪い状況は続いているものの、4月から6月と比べればまだましである（東京都）。 |
| | □ | 広告代理店（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・夏の各種イベントが復活し、前年と比べると売上も良い（東京都）。 |
| | □ | 税理士 | それ以外 | ・夜、近隣駅まで商店街の飲食店を外からのぞきながら歩いているが、新型コロナウイルス感染症の影響で客入りの悪かった店も、新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで客が戻ってきている。ただし、4割くらいの方がまだマスクをしている状況で、以前は満席の店も多かったが、まだそこまでは客が戻っていない（東京都）。 |
| | □ | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・資金繰りが厳しく廃業する会社があったり、源泉納付が滞っている会社も見受けられる（東京都）。 |
| | □ | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・人出が増えているようにみえるが、小売店からは客の財布のひもが固いと聞いている。 |
| | □ | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・一部の取引先工場等で稼働率の回復傾向がみられるものの、全体的な受注量はまだ回復してきているとは言え切れず、変動があるので変わらない。 |
| | □ | 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 | ・新規物件の見積件数はほぼ変わらない（東京都）。 |
| | □ | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は変わらず推移している。人手不足の影響で受注を逃すこともあるが、おおむね変わらない（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 | ・受注状況から、変わらない（東京都）。 |
| | ▲ | 金属製品製造業（経営者） | それ以外 | ・内示、受注量共に前年と同様だが、一部欧州向けの在庫が残っているという情報がある。 |
| | ▲ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・取引が無くなる取引先はないものの、取引量は減少したままで低空飛行を続けている。 |
| | ▲ | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体関係の在庫が減らず、調整が続いているため、3か月前より受注が悪化している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------------|---------|------------------|------------|--|
| | ▲ | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・観光地や飲食店の混雑は、新型コロナウイルス感染症発生前の好況が戻りつつあるように見えるが、当業界では、輸送量、納品先店舗の減少が続くなか、低廉な運賃と資材価格の高騰で収支が悪化している（東京都）。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・前月報告した賃貸物件だが、役員会議があったので「駅前の一等地、しかも角地の1階で最も目立つところが1年半も空室だと皆さん不思議に思うのでは」と尋ねたが、大した意見も出なかったようである。30人くらいのオーナーが共有で所有権を持ち、借入れもない物件のため、大手の管理は甘い。我々のような小さな会社だと、すぐそっぽを向かれる（東京都）。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・中小製造業では、大手のように大幅な賃上げはできず、限られた範囲内のボーナスしか出せない。材料費等の値上がりも激しく、人材の採用もできない。八方塞がりのなかで事業を続けている。売上は大きく落ちてはいないが、利益が大幅に減少している（東京都）。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・例年この時期は景気が悪くなるので、想定内の動きである（東京都）。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・景気は悪いままではあるが、大口の仕事がないため、小口ながら営業力でつないでいる。 |
| 雇用 関連 (南関東) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・受注と決定が堅調に伸びている（東京都）。 |
| | ○ | 求人情報誌制作会社（営業） | 求人数の動き | ・やや良くなっている。ここ最近では、飲食店やサービス業の客がまた求人を出し始めている。これは新型コロナウイルス感染症が落ち着き、観光客の増加や外食などにお金を落とすようになったのが効果として表れているのではないかと。客が少し増えたからといって、すぐに募集を出して人を増やそうとはならない。一定期間、現状の人手で様子を見て、それでもやはり忙しくて人手が必要になり、募集を掛ける。そういった企業、店が増えている。 |
| | ○ | 求人情報誌制作会社（広報担当） | 採用者数の動き | ・当社内で中途採用人数を大幅に増やすことになった。周辺企業やクライアントでも同様の話を聞くことが多い。売り手市場になっており、良い人材をなかなか採用できないとも聞いている（東京都）。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | 採用者数の動き | ・新規求人数は前年比で20%以上の伸びが続いている。事業主からも、資源価格の高騰が一服し、人材確保に本腰を入れる余裕ができたという声が多く聞かれる（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・景況は業界による。半導体関連、電子部品、印刷関連は業務量が減ってきているようで、派遣契約の更新がなかったりする。 |
| | □ | 人材派遣会社（社員） | それ以外 | ・コロナ禍が一段落し、インバウンドも復活してきているため、景気が回復しつつあるようにみえる。ただし、物価の上昇は止まらないが給与は増えない構図は変わらないため、結局景気は変わらない（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への求職者がいない（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（支店長） | それ以外 | ・IT、Webなどの専門的経験や知識が必要な職種、若手の営業職の人材紹介ニーズが増えているが、マッチする人材が少ない職種でもあり、成約数が伸び悩んでいる（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・派遣求人数が前年比で減少している。契約終了者数は抑えられており、総稼働者数は大きな減少とはなっていない。ただし、求人件数の減少に伴い、新たな稼働者数も比例して少なくなっているため、当初計画値よりは少ない推移となっている（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・自動車を筆頭に製造業におけるエンジニア不足は継続しており、エンジニア派遣のニーズは高い（東京都）。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数は現段階で一定量はあるものの、求職者数が少なく、マッチングに苦戦する状況が続いている。求人数が多く、景気が良いようにみえるのだが、実態を伴っていない。 |

| 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 |
|----|---------|----------------|---------|--|
| | □ | 求人情報製作会社（経営者） | 周辺企業の様子 | ・インバウンドは活況だが、観光地の飲食店は人手不足で営業時間を縮小したり、タクシーなどの交通機関も乗務員不足で稼働が落ちたりしており、需要と供給のバランスが悪くなっている。また、この酷暑が消費にも影響し始めている（東京都）。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・運送関係と介護関係の求人がそれなりに入る程度である。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人は前年と比べて正社員が減少する一方で、派遣求人が増加しているが、求人数としては若干減少している。紹介、就職件数は減少気味である。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（経営者） | 採用者数の動き | ・求人職種、採用者数等の大きな変化はない。また、求職者数にも大きな変化はみられない（東京都）。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（経営者） | 求職者数の動き | ・高い時給を設定しても求職者数の増加にはつながらない。月単位で見ても、4月以降は求職者数が減少傾向にある。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・派遣求人数は3か月前比、前年同月比共に10%弱下回っており、全体的なトレンドとしても減少傾向にある。人材紹介の求人数は3か月前比、前年同月比共に10%以上上回っており、中途採用意欲は引き続き高い状況である（東京都）。 |
| | ▲ | 求人情報誌製作会社（所長） | 求人数の動き | ・理由は様々だと考えるが、雇用に後ろ向きの企業が増した感覚である。できない、ではなく、不安で動けない、というような企業があるようである。 |
| | × | — | — | — |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-----------------|---------|--------------|--------|--|
| 家計動向関連 (甲信越) | ◎ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・心配していた新型コロナウイルスの感染再流行は、それほどでもなく、世の中が安心してくれたことが大きい。マスク着用や手指消毒も自然と生活に溶け込んだので、こういう生活をしていけば大丈夫なのではないか。 |
| | ◎ | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・7月後半に入り、急激に忙しくなっている。通常、ゴールデンウィーク明けから6月にかけては法人需要や同窓会等の団体需要が多い時期だが、まだ多少新型コロナウイルス感染症の影響が残っていた。7月後半からは夏休みで家族や個人需要がメインの時期となるため、すっかり新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きになり、逆に以前よりも増えているぐらいである。 |
| | ◎ | 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発生前の状況とほぼ同じ来客数になっているなか、コロナ禍で自粛していた企業や個人の利用が一気に動いている。新型コロナウイルス感染症発生前よりも利用の勢いが強い。新型コロナウイルスの新規感染者数増加の報道があっても、勢いは全く変わらず、平時以上の状況である。 |
| | ◎ | 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・3か月前と比べると、4月はまだ新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当であったため、客がまだ非常に慎重なところもあった。5月以降は、かなり客の動きの様子が違う。4月からビヤガーデンを開始しており、単価を500円上げたにもかかわらず、前年7月と比べて、来客数は130%となっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・記録的な暑さのため、日中の人出が伸び悩んでしまっている。しかし、前年からの値上げがある程度受け入れられ、平均的に買上単価が上がっている。 |
| | ○ | スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・今月は前年比で売上は10%増加、来客数は24%減少となっている。夏祭りやイベントが再開されつつあり、イベントの開催時は忙しい。最近の高温で、外出を控えているのか、周りに人がいないのかと思うほどに外を出歩く人が減少している。9月から新規に、保育園2件、銀行1件、老人ホーム1件から野菜等の注文が入る。取引先が閉店するために当店が引き継ぐことになったもので、とても有り難い。来客数の減少をカバーしたい。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・とにかく暑いので、いろいろな商材が割と傷みやすい分、若干、販売量が上向いている気がする。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・周辺でのイベント再開に伴う予約品や買上点数の増加で、やや良くなっている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------------|--------|---|
| | ○ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・行事等がかなり戻ってきたので、今までに比べて地域の動きが良くなり、売上も増えている。 |
| | ○ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・高温の影響があるようで、来客数や購入率が上がっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新車に関しては、客の動きが活発化している。供給制約の緩和により、登録や納車も進んできている。 |
| | ○ | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・ほぼ行動制限がなくなり、国内や海外旅行等の機会が増えたためか、物価高騰が響いているせい、外食に掛ける金額は抑えられている。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、若干動きが良くなっている。 |
| | ○ | 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類移行当初は動きが鈍かったものの、現在は客の動きが活発化しており、販売量、受注は増加している。圧倒的に個人客が多いが、団体客も相談件数、受注共に増加傾向である。 |
| | ○ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・観光客の入込客数は、新型コロナウイルス感染症発生前に匹敵する程度まで戻っているものの、土産や飲食の売上はそれほどではない。 |
| | ○ | その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者） | 来客数の動き | ・企業や団体の予約が増えてきている。一般の来客数も増えている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・月初めの七夕祭りでは出店の屋台の人気は高く、人出そのものは異常に多かったものの、既存店舗への客入りは平常時と変わらない。 |
| | □ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・昔は、学校が休みに入ってもクラブ活動が盛んだったので、関連用品の需要が結構あった。現在は、休みに活動をするクラブも少ないため、夏休みといっても余り期待はできない。 |
| | □ | 一般小売店「家電」（経営者） | お客様の様子 | ・このところの猛暑で、やっとなエアコンの動きが出てきたところである。買換え需要が多く、買い増しや新規購入は少ない。思いの外、消費意欲がない。 |
| | □ | 百貨店（経理担当） | お客様の様子 | ・梅雨明けの猛暑により客の消費意欲が落ちているようである。中元需要も前年割れとなっている。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・人出がないので、全く変わらない。 |
| | □ | 自動車備品販売店（従業員） | お客様の様子 | ・全体的な売上は、単価上昇の影響で前年実績を超えるものの、来客数は前年割れが続いている。 |
| | □ | その他専門店「酒」（店長） | 単価の動き | ・物価が高騰しており、客単価が低くなった印象を受けている。幸いにも当店の売上は伸びたが、周りの飲食店や同業者に様子を聞くと、乱高下が非常に激しいということである。4月くらいにインバウンド需要で高まっていたリゾート地に話を聞くと、少し落ち着いてきたということであり、物価上昇分も含めて、どちらともいえない状況である。 |
| | □ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・飲食店は本当に困っている。変わらないほど景気が良くないということでの回答である。 |
| | □ | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・今年に入り、売上は前年比110～115%くらいで推移している。 |
| | □ | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・新規エリアの開局で加入数は伸びているものの、恒常的な要因ではないため、今後継続できるかは何ともいえない。 |
| | □ | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・商材価格が上がって客単価が上がったとしても、販売量の増加が伴わないと、上向いているとは考えられない。 |
| | □ | 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類移行や旅行機運が高い状況に加え、新アトラクションのオープンや園内イベント等の実施により、来客数が増加している。 |
| | □ | ゴルフ場（副支配人） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、他のレクリエーションに移行する人が増えて、ゴルフ場への来場が減っている。 |
| | □ | 設計事務所（職員） | 来客数の動き | ・相変わらず、依頼数の多い状況が続いている。 |
| | □ | 住宅販売会社（経営者） | それ以外 | ・前年から続いている経費増加による収益の悪化が、いまだに改善しない。 |
| | ▲ | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・引き続き、来客数は堅調なもの、買上点数に陰りがある。少し財布のひもを引き締める動きがみられる。 |

| 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 |
|----------------|---------|---------------------|--------------|---|
| | ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・売上のうち、電子マネーや趣味に使うギフトカードの購入が減っている。物価高騰や諸経費等の上昇が、経営を圧迫し始めている。ここ3か月は副業をしたいとの理由でのアルバイト応募も増えている。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・前月と比べて、車検、一般整備、車両販売のいずれも目標を下回っている。ガソリン代や生活必需品の値上がり等、マイナスの影響が出ているように感じている。 |
| | × | * | * | * |
| 企業 動向 関連 | ◎ | — | — | — |
| (甲信越) | ○ | 金融業（経営企画担当） | 取引先の様子 | ・サービス業の業況が改善傾向にある。 |
| | □ | 食料品製造業（営業統括） | 受注量や販売量の動き | ・連日の猛暑の影響で、他の清涼飲料に押されて苦戦を強いられている。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・クラフトフェア等、イベントでの動きは回復している。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・資材や電力料金の高騰等で厳しいなか、資材の納期遅れもあり、効率の悪い生産調整を強いられている。 |
| | □ | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・ルートセールスで小売店を回っていると、「7月になってから店頭に来ない客が多いので、売上が立たない」という声が多く聞かれる。月初めに開催した催事の来場者も前年より30%ダウンしている。ただし、少ない顧客ながらも購買率は良くなっており、そのお陰で売上は何とか前年並みを維持している。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・資材関係の値上がりは続いているが、以前より値上がり幅は小さくなっている。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・製造業は業種により方向感が異なり、電子部品はやや弱い動き、自動車部品は持ち直している。非製造業は観光関連を中心に業況感は改善しているものの、人手不足や仕入価格の上昇もあり、伸び悩んでいる。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・半導体関連企業からの受注量が減っている。 |
| | × | 食料品製造業（製造担当） | それ以外 | ・電気代と原材料価格の高騰が、値上げ分を相殺してしまう。 |
| 雇用 関連 | ◎ | — | — | — |
| (甲信越) | ○ | * | * | * |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数は相変わらずで、条件もハードルが高く、該当者がいない。マッチングがうまくいかない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数は緩やかな減少傾向となっている。主に製造業で、原材料不足や物価高騰の影響から、どこまで回復するか見通しが立たない状況である。一方、物流の増加や観光需要の高まり、消費拡大への期待感から、求人は出てきている。ただし、業績が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻っているという声は余り聞こえない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・半導体関連の製造業や派遣業は、落ち着きを見せ始め、求人数が減少している。一方で、医療や福祉分野は人手不足のためか求人数の多い状況が続いている。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・人の流動性に対して人材不足が解消しない。一方で、光熱費、原材料の価格高騰が続いていることから、期待していたほど景況感が改善せず、上向き感が減退している。 |
| | ▲ | 求人情報製作会社（総務担当） | 求人数の動き | ・当社も含めた周辺の求人情報誌に求人を掲載する会社が、想像以上に減少している。ただし、理由は不明である。 |
| | × | — | — | — |

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 | ◎ | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き | ・コロナ禍も落ち着き観光客が増え、新型コロナウイルス感染症発生前の動向に近づいている。マスクを着用しない人も半数を超えている。 |
| (東海) | ◎ | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・昼の飲食は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。ただし、夜の飲食は戻っていない。インバウンドの売上が急速に回復し始めた。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------|--------|---|
| | ◎ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・特に6月末以降は週末を中心に来客数が増えており、猛暑もあって衣料品、服飾雑貨などの動きが良い。 |
| | ◎ | 百貨店（販売促進担当） | 来客数の動き | ・東南アジアからのインバウンドが増加している印象を受ける。 |
| | ◎ | 一般レストラン（従業員） | 来客数の動き | ・地元で花火大会が開催された際、テイクアウトだけでなく手羽先、ギョウザ、おでんが全て売り切れてしまい、店を営業途中で閉める状態となった。大変忙しかった。 |
| | ◎ | 観光型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・6月に続き7月も前年比で収益が向上した。 |
| | ◎ | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・自粛していた団体旅行が一気に再開しており、対応に追われている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・飲食、ホテルや観光地の様子などをみるとかなり戻っているが、新型コロナウイルス感染症発生前のようになぎわいにはまだ届かない。 |
| | ○ | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | お客様の様子 | ・7月はイベントが復活し、記念品や贈答品及びイベント用品の需要が高まった。客の購買力は高くボーナスが出たところも多く、お中元はいつもより早めの購入があり、客が金を使うシーンが増えた。経済が活性化しており、コロナ禍で今まで抑制されていたものが解放されて、3か月前と比べてかなり良くなった。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・来客数が少し増えた。昼間は70代から80代の年配客が男性1人や夫婦で買物途中に立ち寄って、それほど高い商品ではないが購入している。夏休みに入ると、県外から靴を買いに来る親子連れの客が増えた。夕方にはインバウンドの来店が多くなり、免税の案内で少し忙しい。 |
| | ○ | 百貨店（総務担当） | お客様の様子 | ・全国旅行支援が終了し来客数が少なくなると想定していたが、変化はほとんどなく、日々客でにぎわう状況が続いている。来客数は新型コロナウイルス感染症発生前には及ばないものの、猛暑のため日傘やハンカチなどの雑貨や紫外線対策の化粧品などの動きが顕著である。また、インバウンドも増加している状況で、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復しつつある。 |
| | ○ | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・食品、レストランが引き続き好調であるほか、脱スーツでカジュアル化が進んでいることにより紳士服が伸長している。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・来客数は天候の関係もあり前年並みで推移しているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前のレベルには戻っていない。売上は前年プラス10%で推移しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいてきている。 |
| | ○ | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・テナントビルや自店のイベントで来客数が増加した。購買意欲の高い客が多く、高額品も稼働した。値上げ前の駆け込み需要もみられたため、反動が懸念される。 |
| | ○ | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・来客数が前年を上回り始め、値上げによって1品単価が上がったことで、売上が前年を上回るようになってきた。 |
| | ○ | スーパー（店員） | お客様の様子 | ・値上げは継続して発生しているが、他店に比べ安価な商品を提供していることから、客の購入意欲が高まりつつある。 |
| | ○ | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・暑さの影響で季節物を中心に販売量が増えている。以前からの値上げの波もようやく落ち着きつつあり、全体的に販売量は増えている。 |
| | ○ | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症に対するいろいろな規制が緩和され、来客数が増えた。必然的に販売量も増える。 |
| | ○ | コンビニ（企画担当） | 販売量の動き | ・全体としては、前年を上回っており好調を維持している。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいているが、市内中心部の店舗は回復が弱い傾向がある。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・夏祭りや地域イベントが復活し、少し街に活気が出てきた。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・7月後半は猛暑日が続き客足が鈍ったが、中旬までは飲料水やアイスの売上が伸び、7月全体では前年の売上をやや上回った。 |

| 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 |
|----|---------|---------------------|---------|---|
| | ○ | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・暑くなり冷たいドリンクやアイスを求めて来客数が増えた。大盛商品のフェアを行っていて、スイーツの売上も好調だった。 |
| | ○ | 家電量販店（店員） | 単価の動き | ・売上は、売行きが良かった前年並みである。高単価商品を案内してそのまま成約する客が増えている。 |
| | ○ | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | 販売量の動き | ・猛暑のお陰でエアコンが売れている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | それ以外 | ・ガソリン代は高値のままだが、車種によって新車が納車できるようになり、注文も以前よりは受けやすくなってきている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・いろいろ物価は高騰しているが、やはり新型コロナウイルス感染症の収束による解放感から、お盆休みが近づいてきて皆少し浮き足立っている。その分景気は良くなっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・ここ1年くらい停滞していた販売が少しずつ上向きになってきた。客の購買意欲も少しずつ上がってきている。 |
| | ○ | 高級レストラン（経営企画） | 来客数の動き | ・平日はまだ厳しいが、週末は2019年並みの来客数であった。都心部ではインバウンドの来店がかなり増加している。 |
| | ○ | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | 単価の動き | ・値上げの割には消費が上向いているように見受けられる。 |
| | ○ | 都市型ホテル（従業員） | 来客数の動き | ・人手不足でフルに客を受け入れることはできない。 |
| | ○ | 都市型ホテル（営業担当） | 単価の動き | ・インバウンドは時間がたつにつれて増加しており、円安傾向もあり高単価を維持できている。国内客も株高で高単価の飲食系が好調である。宿泊、料飲部門が引っ張っている状況である。 |
| | ○ | 都市型ホテル（総支配人） | 競争相手の様子 | ・宿泊は外国人客が戻ってきた。宴会もようやく増えてきた。レストランは夜が鈍い。 |
| | ○ | 旅行代理店（経営者） | それ以外 | ・夏休みに猛暑のせいもあって、ターミナル駅前には高齢者より若者が繰り出している。コロナ禍明けのリベンジ消費が昼間は広がっている。新幹線などの交通機関も乗客が増えている。 |
| | ○ | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・夏休み、お盆期間の旅行申込みは、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。物価上昇で旅行代金も高騰しているが、それでも旅行申込みは増加している。懐に余裕が出ている感じで、しばらくは増加傾向が続きそうである。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が第9波に入ったとの報道もあるが、以前のように毎日報道されなくなったため、客の新型コロナウイルス感染症に対する意識がかなり低下している。新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増えているにもかかわらず、客足は非常に増えている。特に夜の繁華街は、曜日によって違いはあるものの、新型コロナウイルス感染症発生前のような人出になるときもあり、暑さも手伝って人出は増加している。 |
| | ○ | その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員） | 来客数の動き | ・観光目的で鉄道を利用する人が、春先に比べて目立つようになった。 |
| | ○ | 美顔美容室（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症はまだ収まっていないが、マスク着用ルールの見直しで、マスクを外した際の口元が気になるといって来店する客が増えた。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・客の話から、夏休みに入り外出する人やイベントに出掛ける人が大変多くなっている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・客は相変わらず安い商品ばかりを求めてくる。高価格帯の商品はほとんど売れず、厳しい状況が続いている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・景気は3か月前と変わらない。客もそう言っている。 |
| | □ | 一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役） | 販売量の動き | ・高値で安定しており、その高値が平準化している。 |
| | □ | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | 単価の動き | ・商店街は気温が高く暑いいため、人が出てこない。 |

| 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 |
|----|--------------------------|-------------------|--------|---|
| | <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | 単価の動き | ・街に人が出てきて来客数は増えているが、行楽などに消費するためか、客単価は落ち込んでいる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔書店〕（営業担当） | 単価の動き | ・円安の影響がある。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 単価の動き | ・記録的な猛暑が来客数の減少に大きく影響している。特に、昼の13時から夕方16時にかけては駐車場がガラ空き状態になっている。心配された前月の大雨は影響が余りなく、野菜や果物が順調に売れている。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・相変わらず販売数量は前年比90%台前半で推移しているが、販売金額としては前年超えの状況である。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（販売担当） | お客様の様子 | ・売上予算は達成している。最近暑くて日中の来客数は少なく、暑さが落ち着いてから急に忙しくなる。土用の丑の日はウナギの予約も予算を達成した。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（営業企画） | お客様の様子 | ・来客数、客単価共に3か月前と比べて大きな変化はない。各種値上げにより、生活防衛の消費スタイルが定着している。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・連日の猛暑で冷麺、飲料・酒などの冷たい商品が例年よりも多く出ていて、客の購入量も増えている。また、週末などは行楽客中心に、おにぎりやサンドイッチなどが前年よりも多く売れている。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・売上は前年も新型コロナウイルス感染症発生前も超えているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の9割しかない。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・来客数は増えているが、微増にとどまっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・今月だけを捉えるなら結果は悪くないが、新商品や販売促進セールが小さく当たった程度であった。むしろ、まだ買い控える傾向を多くの客から強く感じる。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（商品企画担当） | 単価の動き | ・3か月前と比較して傾向に変化はなく、来客数の伸びよりも客単価の伸びが顕著である。結果として、売上は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況が続いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（本部管理担当） | 来客数の動き | ・売上は前年比105.7%であった。梅雨明けが全国的に早く、梅雨明け後も天候の崩れはないため、売上は好調に推移した。相変わらず経費の高騰で利益の捻出に苦しんでいるが、売上高は増加傾向なので消費マインドは下がっていない。結果的に、景気の変動は感じない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は前年比90%で推移、余分な買物はしない風潮が続いている。特に高単価商品にその傾向が強く、ランクを下げて安い商品を選ぶ傾向がみられる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（販売企画担当） | 販売量の動き | ・高額ファッション品が動き出している。定番品も鈍いながらも売れている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（売場担当） | お客様の様子 | ・物価上昇の影響か、必要最低限の物しか購入しない傾向がある。将来への不安等で貯蓄に回っているのか、賃上げ効果は余りみられない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（売場担当） | 単価の動き | ・特に季節に左右される仕事のため、今の時季は1日の達成予算も月の予算も低くなる。スーツが売れないのは当然であるが、礼服やノーアイロンワイシャツのセット売りで何とか良い方向に向かっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・確かに客の動きは出てきているが、車両価格が今乗っている車の1.3～1.5倍くらい高くなっているため、素直に話に入ってこない客も多い。生活インフラに関わる支出も増加しているなか、必要性をよほど感じないと具体的に進まない。それほど市場は厳しい状況が続いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員） | お客様の様子 | ・相変わらず新車の納期は不透明で、生産の遅れや停止が度々起こり、売上が思うようには上がらない。ただし、世間では人の流れが活発になりつつあるのか、来客数が増えている。また、各業界でサブスクリプションが浸透してきたこともあり、自動車も税金、保険、メンテナンスなどをまとめて月々定額で支払えるプランがここに来て急に増え始めた。急な出費を回避できることが受けている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新車の販売台数は前年比75%で推移している。人気車種の多くが納期の関係で販売停止になっており、売らなくても売れない状態が続いている。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------------------------|--------|--|
| | □ | 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 | ・コロナ禍が明けた様相ではあるが、少なくとも1年 を通して注視していかなければならない。先行き不透 明感拭えない。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・仕入れや物品全てが値上げのため、客単価も上がっ ているというより上げざるを得ない状況で、どうしよ うもない。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・暑くなりビールなどは出るようになったが、全体的 に販売量は以前と変わらない。 |
| | □ | バー (経営者) | 来客数の動き | ・すっかりコロナ禍での生活に慣れてしまい、新型コ ロナウイルス感染症発生前の生活に戻るのには厳しい。 |
| | □ | その他飲食 [ワ イン輸入] (経 営企画担当) | 販売量の動き | ・ボーナス商戦は前年同期比115%と好調であった。 消費者には、物価高を気にする様子があるものの、消 費意欲がある。 |
| | □ | 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・4月から6月は全国旅行支援で個人への割引があっ た。7月に入り割引がなくなったが、割引がなくても 4月並みの宿泊者数であるため、比較的維持してい る。ただし、相対的には変わらないという評価であ る。 |
| | □ | 旅行代理店 (経 営者) | 販売量の動き | ・全国旅行支援も終了に近づき、関連の客は減少して いるが、その反面、コロナ禍が明けた反動で海外旅行 の希望者が若干増えている。 |
| | □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・客足は底で動いており、上がる要素がない。 |
| | □ | 通信会社 (企画 担当) | 販売量の動き | ・新規契約件数は前月より微増しているものの、解約 件数は前年同レベル程度あり、停滞している。 |
| | □ | 通信会社 (営業 担当) | お客様の様子 | ・客が予算取りできずNGになる案件がみられる。 |
| | □ | 通信会社 (サー ビス担当) | 販売量の動き | ・最近の客の傾向は、より速い通信速度や品質を求め る客と、つながればよいので低価格で利用したいとい う客に分かれている。ほとんどの家庭や企業でイン ターネットの導入が終わっているため、通信業界の景 気は低迷するばかりである。 |
| | □ | テーマパーク職 員 (総務担当) | お客様の様子 | ・来客数が前年同月比92%、4月からの累計では前年 比77%となっている。入園料収入も前年同月比94%で あった。 |
| | □ | ゴルフ場 (支配 人) | 来客数の動き | ・3か月前の4月頃よりも雨天の日が多く、入場者数 は低調なまま継続している。今月は梅雨明けとなった ものの中旬過ぎまで雨模様が続き、前年と比べても入 場者は減少している。4月以降、景気はやや悪いまま 変わらず推移している。 |
| | □ | 美容室 (経営 者) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移 行して大分動きが出てきたと思ったら、また最近是新 型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、客足 が少し悪くなった。 |
| | □ | その他サービス [介護サービ ス] (職員) | 販売量の動き | ・福祉用具レンタル契約の新規受注が伸び悩んでい る。介護認定が出るまでの期間が長くなっているため であろうか。 |
| | □ | 住宅販売会社 (従業員) | 来客数の動き | ・例年どおりの来場者数であった。 |
| | □ | 住宅販売会社 (従業員) | 販売量の動き | ・販売量は横ばいである。大きな変化はみられない。 |
| | □ | その他住宅 [展 示場] (従業 員) | 来客数の動き | ・最近、来場者数が減少するのは景気が原因ではな く、我が国の人口が減少しているため当然と考えるよ うになった。 |
| | □ | その他住宅 [不 動産賃貸及び 売買] (営業) | 単価の動き | ・閑散期のため3か月前より売上は当然悪いが、例年 よりは上がっている。 |
| | ▲ | 商店街 (代表 者) | 販売量の動き | ・元々客単価は低かったが、最近では購買個数も少な くなっている。 |
| | ▲ | 一般小売店 [酒 類] (経営者) | 販売量の動き | ・飲食店の客ではアルコール飲料の利用が増えていな い。 |
| | ▲ | スーパー (店 長) | 販売量の動き | ・買上点数は前年比92%から98%で推移している。 |
| | ▲ | スーパー (総 務) | 単価の動き | ・全ての商品で価格が高く感じられる。 |
| | ▲ | 衣料品専門店 (経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、諸物価 も落ち着き始めていたところに連日の猛暑で、バーゲ ンセール中にもかかわらず、なじみ客も一見客も来店 がほとんどない。 |

| 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) | それ以外 | ・購入を決めかねる人が多い。買わなさそうで購入客もあれば買いそうだったがやめる場合もあり、良いか悪いかという悪い。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (販売担当) | お客様の様子 | ・車両本体価格が非常に上がっており、客の購買マインドが下がっている。 |
| | ▲ | その他専門店 〔貴金属〕(経営者) | 来客数の動き | ・最近の猛暑で客足が鈍くなっている。増税の話題や物価高など社会経済が不安定で、購買意欲が減退している。 |
| | ▲ | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・前年と比べ、少しイベントも開催されて外売りが増えてきたが、暑さの影響なので店内販売が少し落ち込んだ。 |
| | ▲ | 旅行代理店(経営者) | お客様の様子 | ・夏休みの海外旅行の予約は大変好調だが、9月以降の海外旅行を含む新規予約が非常に悪い。全ての物価が上がっていることもあり、ようやく燃油サーチャージも下がりつつあるなかで現地のホテル代、ガイド代や車代が高騰しているため、値段を聞いて契約に至らないケースがとても多い。夏休みは富裕層が4年ぶりに海外旅行を計画しただけかもしれない、もう少し価格が落ち着かないと一般的には厳しい様子が見受けられる。 |
| | ▲ | 観光名所(案内係) | お客様の様子 | ・一見、街中にはぎやかになっているが、日本人は早めに帰宅して、遅くまで滞在するのは外国人観光客が多い。余り経済の活性化には影響がないという気がする。 |
| | ▲ | 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 | ・暑くなって忙しくなる時期であるが、客が余り来ない。 |
| | ▲ | 設計事務所(経営者) | 来客数の動き | ・案件数が圧倒的に少ない。 |
| | ▲ | 設計事務所(職員) | お客様の様子 | ・客からは景気の良くなる話は全く聞かない。 |
| | ▲ | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・改築などのリフォーム工事も減ってきた。しかし、外壁塗装など維持をするための工事は、まだ堅調にある。 |
| | ▲ | その他住宅〔住宅管理〕(経営者) | それ以外 | ・取引先によると、職人は仕事がない地域から災害で求人があるところへ流れているとのことである。被災地では、見習い職人まで取り合いになっているらしい。 |
| | × | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・メーカーの不正問題で新型車の発売日が未定となり、テレビCMも放映中止となった。客の動きも悪く、非常に厳しい月であった。 |
| | × | 美容室(経営者) | お客様の様子 | ・少し前は暑いといってもまだしれていたが、今は当地では37度から38度の気温で客が外出できなくなっており、売上は良くない。 |
| | × | 住宅販売会社 (経営者) | 来客数の動き | ・広告を出しても来客は少ない。また、客は不動産を購入するに当たって頭金が少なく、結果的に購入できない状況である。 |
| 企業 動向 関連 | ◎ | * | * | * |
| (東海) | ○ | 食料品製造業 (経営企画担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・3月に値上げした商品の出荷数量がようやく回復してきた。天候要因も追い風となっている。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業(経営者) | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症も収束に近づいており、客先業界でも設備投資が進んでいる。主要取引先の設備投資が復活したことにより、当社受注量が増えている。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業(企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなっているが、物価高により財布のひもはなかなか緩まない。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業(品質管理担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・生産計画が少し増えている。 |
| | ○ | 通信業(総務担当) | それ以外 | ・週末の駅前通りの様子を見ると、ショッピングセンターの買物袋を持った人や市内を走る観光バスの交通量が確実に増えている。 |
| | ○ | 通信業(法人営業担当) | それ以外 | ・税収は増え、円安による輸出企業や訪日客の増加による観光業は好調で、かなり景気の良いムードである。 |

| 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 | ・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルス感染症に対する不安も更に解消していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向になっている。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。 |
| | ○ | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・業種によって多少ばらつきはあるが、3か月前と比較すると売上や来客数が増加傾向にある。サービス業の個人消費は回復しつつある。また、半導体などの供給に制限があった自動車産業なども制限が緩和されたことで販売台数は増加傾向にあり、関連製造業などの景気も回復傾向にある。 |
| | ○ | 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 | ・売上、取引量共に前月と同程度である。大きな仕事は契約までなかなか大変である。新しい環境商品の開発で毎日を忙しく過ごしている。 |
| | □ | 化学工業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・引き続き半導体向けの需要が低調である。 |
| | □ | 化学工業（総務秘書） | それ以外 | ・過酷な暑さは気になるが、それでも街には人波が戻ってきており、駅、飲食店やイベント会場の人混みは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。週末には夏のセール会場も人で一杯であった。人気の飲食店は予約をしなければ入れない状況である。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（社員） | 受注価格や販売価格の動き | ・原料価格の高騰は一段落し、原料価格の上昇分をある程度製品価格に転嫁できた。ただし、客は原料純度を下げた製品への切替えや他社製品への切替えによるコストダウンの取組を始めている。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・販売量が減少傾向にある一方で、原材料価格が高止まりである。 |
| | □ | 金属製品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・比較的受注は好調で、忙しい状態が続くそうである。理由がつかみづらいが、工事が動いている一方で製品供給が足りていない様子である。ただし、価格転嫁が進まず収益につながらない業界の構造は、厳しいところである。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・スポットで大型案件が受注できることもあるが、全体的に自動車向け新規設備投資は低調である。引き合い件数も少ない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・新製品も出ているが、今のところ大きな動きにはなっていない。 |
| | □ | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・建設の受注に関しては、底堅く好調を維持しているが、人手不足の問題がある。分譲住宅販売に関しては、新規物件が価格高騰のため、在庫物件には割安感と値引きで動きが少しあるが、特段の好調感はない。 |
| | □ | 建設業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先が新しく大手業者に統合され、ボーナスなど社員の処遇が変わっていると聞いた。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は新型コロナウイルス感染症発生前の水準にほぼ戻っており、あと一息といったところか。しかし、経費の増加は新型コロナウイルス感染症発生前を上回っている。景気の見通しは荷主との値上げ交渉が進むかどうかによるが、現状では不透明である。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・個人消費向けの企業は堅調であるものの、電子部品・デバイスなどの大手企業において、まだ半導体供給の影響があり、物量が伸びてこない。 |
| | □ | 通信業（法人営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先のなかでも会社規模や業種により景気の手握り方に温度差がある。コロナ禍で事業継続のため借入れを余儀なくされた小売店や飲食店は、返済が始まったにもかかわらず客足が戻らず頭を抱えるが、大企業の経常利益は軒並み拡大し、通信設備への投資も増加傾向にある。大企業の収支が上向きになっても社員の給与に反映するまでにはタイムラグがあるため、まだ消費活動に活気はなく、景気の下降ムードは続いている。 |
| | □ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・特に飲食店にはぎわっている様子である。しかし、物価が上昇しており、厳しい状況であることに変わりはない。 |
| | □ | 金融業（企画担当） | 取引先の様子 | ・物価上昇により仕入価格が非常に厳しくなっているが、販売価格に転嫁できず原価率がかなり上がっている。販売価格に転嫁できるような業種や企業はよいが、原価削減にも限度があり、この状況が続くと業績は非常に厳しい。 |

| 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 |
|------------------|---------|-------------------|--------------|--|
| | □ | 不動産業（開発担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・大幅ではないものの工事費の上昇が止まらない。エンドユーザーへ提供する価格には転嫁しづらい。 |
| | □ | 広告代理店（制作担当） | 取引先の様子 | ・コロナ禍は落ち着いてきているが、日常生活必需品や、ガス、電気、水道料金の引上げにより、企業でも広告の発注を抑えている様子が多少みられる。 |
| | □ | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・新聞購読者も折込広告も、減少傾向にある。 |
| | □ | 行政書士 | 受注量や販売量の動き | ・ドライバー不足で車が遊んでいる。ドライバーがそろってれば仕事を拡張できるのにと残念がる業者もいる。 |
| | □ | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・売上が伸びている顧問先は多いが、給与や諸経費が増えているため利益は減少気味である。設備投資等先に向かっての支出は余りない。 |
| | ▲ | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | 受注量や販売量の動き | ・今月も全般的に受注量、販売量が減少しており、特に自動車関連の荷動きが悪く、景気はやや悪い。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・工作機械関連の受注が極端に落ち込み、生産量にすると約3割減少の状態になっている。 |
| | ▲ | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | それ以外 | ・相変わらず続く値上げやガソリン価格の高騰と、良いことが何1つない。ボーナスも例年より低く、好条件はない。 |
| | ▲ | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・観光、外食などの消費は増えているようだが、製造業の物量はここ数か月減少している。特に、工作機械や建材系の物量で減少幅が大きい。 |
| | ▲ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・円安の影響により、インバウンドが増えて活性化している部分も一部にはあるが、食料品の高騰などで一般消費者にとっては毎月の支出が大きくなっている。金をセーブして堅実な使い方をする人が多い。 |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、発注量共に平時から1割以上落ちている。明確な要因が不明であるため、いつまで続くか予測不能である。 |
| | × | 輸送業（エリア担当） | 競争相手の様子 | ・港湾関係の運送事業者からの話では、大阪や神戸の港は荷動きが非常に悪く、関西の主要企業は輸出が軒並み減少し、関西経済圏が低迷しているとのことであった。中部圏の港湾関係も同様で、それ程良い業績ではないようである。 |
| 雇用 関連 (東海) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・リゾートホテルは繁忙期に入り良くなっている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・各社のエンジニア採用熱は、3か月前よりも高まっている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・派遣の新規求人数が増えている。 |
| | ○ | アウトソーシング企業（エリア担当） | 周辺企業の様子 | ・自動車の生産が上向きつつあるため、売上が増加した企業が増えた。人材供給業の組合員においても人材採用数は増加しているが、中小企業の募集条件では、なかなか採用までたどり着けない。 |
| | ○ | 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である。建設業、卸売業、小売業といった一部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） | 求職者数の動き | ・新規求職者のうち、フルタイムでは在職中の求職登録者が大幅に減少し、パートタイムでは高齢者等の無業者での登録者が大幅に減少した。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・人材不足感が全体に広がり、業種や職種によるばらつきはあるが、積極的な採用の動きが強まっている。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | それ以外 | ・地域イベントの復活もあり観光関連や飲食店にはぎわいを取り戻しているが、ふだんの生活のなかで消費が戻ってきた印象は薄い。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・社会経済活動の正常化や半導体の供給制約緩和で、幅広い業種で業況が改善している。食料品ではコスト上昇分の価格転嫁が進み、改善につながっている。その一方で、電気機械製造業や生産用機械製造業は海外経済の減速による需要低迷で悪化している。また、円安の進行や原材料の価格高騰に伴う価格転嫁の遅れ、海外経済の下振れなど企業の減益リスクは残る。 |

| 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 |
|----|---------|----------------|---------|--|
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数は3か月前と比べ大口の求人が増えている。業種別では、小売業、宿泊業、飲食サービス業で増加がみられる。人の動きが活発となり、人手不足が大きく影響している。反面、製造業等は余り変わらない。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・企業からの案件依頼は、増加率が徐々に下がりつつある。欠員補充から事業成長に向けた戦力性の高い人材確保に変化しつつある。 |
| | ▲ | 人材派遣業（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・物価高の影響が継続しており、中小企業の利益向上につながる様子はない。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・求人ニーズが日ごとに高まる一方で、求職者の動きが非常に鈍い。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・物価高等の不安要素などから求人数は製造業を中心に緩やかな減少傾向が続く一方で、求職者数は緩やかな増加傾向が続いている。 |
| | × | — | — | — |

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 (北陸) | ◎ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・7月もインバウンド需要に助けられている。新型コロナウイルス感染症発生前は、アジアからの観光客が中心だったが、欧米を中心とした幅広い国々からの客が購入している。特に米国からの若い世代が増加している。 |
| | ◎ | コンビニ（店舗管理） | 単価の動き | ・原材料やエネルギー価格の高騰が容認されているのか、1人当たりの買上単価が1割弱増加している。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・7月に入り、インバウンドを含めて観光客の数が増加している。さらに、毎日暑い日が続くため、タクシー利用が多くなっている。 |
| | ○ | スーパー（総務担当） | お客様の様子 | ・観光客数が増加している。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・1日の売上が前年比8%程度上昇している。経費の増加はあるが、売上増加により利益も前年と比べて微増しており、夏に向けて好調に推移している。ただし、来客数は減少しており、商品単価の上昇による売上増加であるため、不安が残る。 |
| | ○ | 自動車備品販売店（役員） | 販売量の動き | ・マスクをしない人が多くなり、週末の客も戻ってきている。買上単価はまだ低いですが買上点数は増えており、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っている。 |
| | ○ | その他小売 [ショッピングセンター]（統括） | 来客数の動き | ・地域行事の再開などで活性化していることや、気温上昇に伴うマスク着用率の低下で、生活様式が元に戻った感覚がある。来客数が回復しており、買上率も上昇しつつあるが、一方で各種値上げに対する生活防衛意識から、セール実施日の来客数と買上率が上昇する傾向にある。 |
| | ○ | 一般レストラン（統括） | お客様の様子 | ・4月に外出や外食が活発化し始めたことに加えて、5月に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、客の行動が更に活発化した。それ以降も同様の状態を維持している。 |
| | ○ | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・7月に入り、宿泊客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年より減少しているが、売上は同程度に戻っている。 |
| | ○ | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・個人旅行、団体旅行共に、取扱件数が増加している。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・売上が高止まりしている。働き手の数は3年前の半分になっているが、安定している。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | 来客数の動き | ・新しい料金プランが発表されスマートフォンを安く使える環境が整ってきた。それに伴い料金プランの見直しや追加提案ができるようになり、数か月前より販売数が増加している。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・7月からカット料金を10%値上げしたが来客数に変動はなく、1人当たりの単価が上昇した分だけ売上が増加している。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・売上不振で衣料品は早くからバーゲンセールに入っている。高額商材は売れ始めているが勢いが無い。平日の夕方は人も少なく、まだ不景気風に吹かれている。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・イベント開催時の人出は多いが、通常時は余り増加しているようにみえない。インバウンドも昼の飲食には寄与しているようだが、夜の来客数増加には結び付いていない。小学校など一部にまだ新型コロナウイルスへの感染懸念があるようだが、大方落ち着いており、夏休みの街中のにぎわいに期待している。 |
| | □ | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き | ・平日の来客数がかなり減少している。 |
| | □ | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・7月は婦人衣料やメンズファッション、食品は好調に推移したが、ラグジュアリーブランドが不振だったことから、全体ではほぼ前年並みである。コロナ禍において地元で消費していた富裕層が5月以降外出機会が増えたことで、首都圏や関西圏に高額商材の需要が流出している。 |
| | □ | スーパー（仕入担当） | 単価の動き | ・商品価格の改定に加え、市場で取引される商材や輸入品の高騰があいまって、商品価格が急速に高騰している。 |
| | □ | スーパー（店舗管理） | お客様の様子 | ・値上げの影響により売上は確保できているが、光熱費の高騰を鑑みると実質はマイナスだと考える。更に物価高が続くと、生鮮食料品以外の商品購入はドラッグストアに流れる可能性が高い。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症は、客の仕事や生活を変えており、その変化を受け入れなければならないと考える。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・リベンジ消費も一段落し、売上は伸び悩んでいる。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはまだ戻っていない。 |
| | □ | 家電量販店（本部） | 販売量の動き | ・気温上昇の影響でエアコンの販売は伸びているが、景気が回復しているとは考えられない。 |
| | □ | 乗用車販売店（役員） | 単価の動き | ・原材料価格の高騰も売価への価格転嫁が完了しており、販売量が変わらない状態が数か月間続いている。 |
| | □ | 住関連専門店（役員） | 販売量の動き | ・全体の買上点数が減少したまま回復しない。必要なもの以外は買わない傾向が続いている。 |
| | □ | その他専門店〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・人の動きが活発になりイベントの開催も確実に増えているが、物価高や原油不足などの影響で開催できないものも多くなる。 |
| | □ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・7月中旬から暑さが続き、高齢者が外出を控えている。新規客の来店により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、付近は人通りが非常に少ない。 |
| | □ | 通信会社（職員） | お客様の様子 | ・問合せ内容に変化がみられない。 |
| | □ | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・通信、放送共に新規契約者数は、引き続き前年同月と同レベルで推移している。 |
| | □ | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・契約状況を見る限り、消費拡大、消費縮小いずれの兆候も見受けられない。 |
| | □ | テーマパーク（役員） | 来客数の動き | ・梅雨の大雨や猛暑の影響により、個人客の動きは前年同月と同様になっている。 |
| | □ | その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人） | お客様の様子 | ・この3年間に減少した会員数がほとんど増加していない。新規会員獲得のために実施する夏休み特別教室も集客が悪く、そこからの入会がないため当然会員数は増えていない。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・例年お盆までの1か月間は、客の動きが緩慢で契約者数も契約高も伸びない。今年も同様の動きだが、今後のために地道に客への対応を行い、これからの契約につながるような行動を繰り返している。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・1戸当たりの平均受注額が増加しており、客層が限定されてきている。早期に客層の拡大と掘り起こしを行う必要がある。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | 単価の動き | ・建築資材の高騰による商品の値上げなどで、回復が期待できない。 |
| | □ | 住宅販売会社（営業） | 来客数の動き | ・展示場の来場者数の低迷が長期にわたっているが、今のところ改善の気配がみられない。 |
| | ▲ | 一般小売店〔精肉〕（店長） | 来客数の動き | ・お中元ギフトは早期割引商材にシフトしている。7月は暑さで来客数が少なくなっているようである。 |

| 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） | お客様の様子 | ・各種値上げの影響で節約傾向となり、お中元ギフトの動きが良くない。個人客、法人客共に送り先の見直しや予算の削減などを行っていることが影響し、前年より10%程度のマイナスとなっている。梅雨明け以降の猛暑により、昼間の来客数が減少していることも影響している。 |
| | ▲ | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・セールになり価格が低下するため販売増加を期待したが、客は変わらず吟味して購入しており、今まで以上に買物に慎重である。また、県の支援策がなくなった影響も出ている。月末にかけてバッグやスーツケースなどの旅行雑貨の需要が高まっており、旅行などの外出消費に向かっているようである。さらに、高い気温による外出控えや、集会、宴会などの飲食関連消費の増加で、衣料品などを扱う店舗での販売が減少していると考えられる。 |
| | ▲ | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・各種商品の値上げが止まらない。その一方で給料は上がっていないため、無駄な物は買わず、必要最低限の商品しか買わない。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・消費者はお買い得感がなければ購入しない雰囲気である。コロナ禍では行政の手厚い支援策によるお買い得感が購入につながっていたが、それも順次終了してきたために消費が低迷していると考えられる。 |
| | ▲ | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・猛暑が続いているが、エアコンの売上が伸びない。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（経営者） | 来客数の動き | ・イベントを開催しても来場者数が少ない。購入に対して慎重な状態が続いているようである。 |
| | ▲ | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・観光客も少ないが、地元客の動きも悪くなっている。 |
| | ▲ | 観光型旅館（経理） | 来客数の動き | ・材料費やエネルギーコストの増加により、現状はやや悪くなっている。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・7月に入り、前月までの売上回復の勢いが急に弱くなっている。特に宿泊部門は、日本人の個人旅行、団体旅行共に宿泊者数が伸びず、単価もなかなか上げられない。レストラン部門も来客数が伸びない。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（役員） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の終了により、個人の宿泊予約の伸びが鈍化している。その結果、新型コロナウイルス感染症発生前の同月稼働率を下回っている。 |
| | × | * | * | * |
| 企業 動向 関連 (北陸) | ◎ | 税理士（所長） | 取引先の様子 | ・全体的に高揚感があり、特に新型コロナウイルス感染症の影響でダメージを受けた飲食、小売、観光、イベントなどの業種に勢いがある。しかし、その一方で人手不足が深刻である。 |
| | ○ | 食料品製造業（経営企画） | 受注量や販売量の動き | ・原材料価格やエネルギーコストは現在も高止まり状態だが、人々の動きが活発になっている影響か、外食や中食向け商品がけん引する形で全体の売上が増加しており、収益は改善傾向にある。 |
| | ○ | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・当社は土木舗装工事や電気設備工事、アスファルト合材の製造販売をメイン事業としている。6月決算の売上は目標を下回ったが利益は目標を上回り、利益率も9%と満足できるものとなっている。 |
| | ○ | 通信業（営業） | 受注量や販売量の動き | ・サービス業を中心に販売量が増加傾向にあり、当面は好調を維持すると考える。 |
| | ○ | 金融業（融資担当） | 受注量や販売量の動き | ・業種によりばらつきがある。売上が増加している企業が多いが、原材料高やエネルギー高、人件費の増加などによりコストが上昇しており、利益を圧迫している。前年度から原材料価格の上昇分は価格転嫁して値上げしているが、各種コストアップまではカバーできていない企業が多いと考える。 |
| | ○ | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、製造業では半導体などの部品調達が改善し、出荷が進んでいる。飲食業は地元の宴会やインバウンドを含めた観光客の回復で収益が改善している。宿泊業もインバウンドを中心に平日を含めた宿泊が回復している。 |
| | ○ | 司法書士 | 取引先の様子 | ・新事務所の用地取得や、賃借していた主たる営業所の土地買取、親会社から賃借していた不動産の買取など大きな取引が複数ある。 |

| 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 |
|------|---------|-------------------|------------|--|
| | □ | 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5類感染症への移行により国内ファッション衣料の売行きが好調であるなど、受注は引き続き堅調である。その一方で、原材料価格の高騰、特に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、販売量共に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 | ・コロナ禍からの需要回復に一部期待していたが、エネルギー価格の高止まりや様々なものの価格上昇、賃上げの不服感などで消費意欲が減退しており、状況は変わっていない。 |
| | □ | 輸送業（管理会計担当） | 受注量や販売量の動き | ・国内企業間の物流量は前年割れが続いている。 |
| | □ | 輸送業（経理） | 受注量や販売量の動き | ・物流の配送量がゴールデンウィークから減少し、現在も余り回復していない。 |
| | □ | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・個人客からの問合せが少ないことに加えて、同業者の動きも悪い。 |
| | ▲ | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・今期に入り自動車関係、産業用関係共に想定を下回る受注状況で推移している。自動車に関してはメーカーの生産回復の遅れ、産業用関係は設備投資ペースの鈍化のためと考える。 |
| | × | — | — | — |
| | ◎ | — | — | — |
| 雇用関連 | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・新規の派遣先や、過去に取引のあった派遣先からの募集が微増している。 |
| (北陸) | ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・周辺企業の採用活動は一旦落ち着いたが、2025年以降の採用に向けたインターンシップや、社会人と学生による座談会など、各種イベントへの企業からの関心が高く、参加希望企業数が前年を上回っている。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・訪問する事業所の採用意欲は引き続き高いが、採用には至っていない。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・コロナ禍が落ち着きをみせるなかで人手不足が続いており、求人数は少しずつ増加し、当県の有効求人倍率も前月より上昇している。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（営業） | 周辺企業の様子 | ・物価高や光熱費高騰などの影響が大きいと考える。 |
| | ▲ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・求人数が減少している。 |
| | × | — | — | — |

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 | ◎ | 一般小売店〔野菜〕（店長） | それ以外 | ・インバウンドの動きで百貨店などの来客数はかなり増えているが、小さな小売店では余り恩恵はない。ただし、景気全体としてはかなり上向いてきている。 |
| (近畿) | ◎ | 百貨店（服飾品担当） | 来客数の動き | ・コロナ禍が落ち着いて、初めての夏のセール時期を迎えたこともあり、来客数が大きく増え、都心店舗では前年比130%と大きく増えた。訪日外国人の来店も多く、主要品目ではラグジュアリー関連が10%増、コスメ関連が25%増、婦人衣料が20%増、フード関連が10%増となっている。気温の上昇とともに、盛夏商材が定価でも大きく動き、サングラスなどの商材が好調に売れている。 |
| | ◎ | 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月もインバウンド効果が好調で、化粧品や海外特選ブランド品の需要が多い。一方、猛暑による熱中症対策の商品が好調で、日傘やネックウォーマーなどの婦人用品がよく売れており、売上をけん引している。 |
| | ◎ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・気温が35度を超えるような暑い日が続いているため、水やスポーツドリンク、ジュース、お茶などの冷たい飲料水が売れている。また、冷やしうどんや冷麺なども、弁当に代わって売れており、来客数が前年比で8%ほど増えている。 |
| | ◎ | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・夏は例年、売上や来客数が増えるが、今年はかなり早い段階から増えている。夏休みに入り、祭りや各種の行事、部活動なども普通に行われるようになり、人もかなり動いている。 |
| | ◎ | 都市型ホテル（フロント） | 単価の動き | ・宿泊、宴会共に完全に回復しているほか、単価を上げたにもかかわらず、客室稼働率も上昇している。 |

| 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 |
|----|---------|------------------------------|--------|---|
| | ◎ | 旅行代理店（役員） | 来客数の動き | ・燃油サーチャージの高騰で、海外旅行は単価が上がっているにもかかわらず、需要は急増している。国内旅行も、全国旅行支援が終了となった地域が多い一方、間際の申込みが増えている。 |
| | ◎ | その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | 来客数の動き | ・7月の3連休や梅雨明け後の週末は、天候にもおおむね恵まれ、多くの施設で来客数が増加傾向にある。インバウンドについても、中国からの旅行者が徐々に戻っている。 |
| | ○ | 一般小売店〔呉服〕（店員） | お客様の様子 | ・ここ2～3年は着物が売れなかったが、今年は夏祭りや花火大会が開催されるため、浴衣が売れるようになっている。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月の売上は目標を上回る見込みである。ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、完全ではないものの、かつてのライフスタイルに戻りつつある。それに伴い、衣料品や雑貨などの売上が良くなっている。ただし、客の財布のひもが緩くなったとはいえない。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・インバウンド効果に支えられ、当社の都市部の店舗は絶好調である。郊外店でも、今月の来客数は前年比で3.2%の増加となり、店頭売上も29日までに1.4%の増加となるなど、底堅さがみられる。 |
| | ○ | 百貨店（管理担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症への不安が収まりつつあり、消費者の外出意欲や購買意欲が高まっている。特に、店頭ではレストランを含めた食品のほか、化粧品や靴、アクセサリといった夏物商材の販売が好調に推移している。 |
| | ○ | 百貨店（外商担当） | 販売量の動き | ・依然として、富裕層による高額品の需要増加が続いている。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、客のイベント参加や旅行が増えたのに伴い、婦人服や紳士服の売上も増えている。さらに、インバウンド売上は2019年の水準を上回っている。 |
| | ○ | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・6月末で今期の改装が完了し、来客数、売上共に、回復傾向にある。前年がコロナ禍の影響で不振となったこともあり、前年比では好調に推移している。 |
| | ○ | 百貨店（外商担当） | 来客数の動き | ・当店や周辺の店舗への来客数が更に増えている。特に、中国からの旅行者の増加が目立っている。 |
| | ○ | 百貨店（売場マネージャー） | 来客数の動き | ・国内客の動きも前年を上回るなど、来客数は改善傾向が続いている。訪日外国人も増えており、景気の改善を後押ししている。 |
| | ○ | 百貨店（宣伝担当） | 来客数の動き | ・インバウンド効果もあり、来客数は前年よりも大きく増えている。夏休みに向けて、外出や旅行の機会が増えており、帽子やパラソルなどの需要が増えている。また、マスクの着用率がかなり低下しており、メイク関連商材の売上が急増している。 |
| | ○ | 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・7月に入り、気温の高さと人流の増加で、国内の中間層向けの衣料品やアクセサリといった、ファッション商材が好調に推移している。特に、化粧品の売上は前年比で30%増となっている。また、物価の上昇もあり、食品ベーカーリーや総菜、加工食品を中心に、2けたの増加となっている。富裕層やインバウンドも好調を維持し、来客数は全体で2けた増となっている。 |
| | ○ | 百貨店（商品担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、販売量の増加に加え、来客数も大きく増えている。特に、土日、祝日の来客数が増えている。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今月は猛暑日が続く、夏物商材の動きが活発になっている。衣料品では水着や浴衣、キャリーケースといったリゾート商材のほか、UV関連商材が売れている。また、食品では飲料やビール、アイス類などの販売が、前年比で10%以上増えている。 |
| | ○ | スーパー（企画担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日々の来客数も少し増加傾向にある。特に、総菜やインスタベーカーリーの売上が堅調なほか、気温の上昇に伴い、フライや天ぷらなどの揚げ物がよく売れているなど、家庭での調理を控える様子が見られる。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------------|--------|--|
| | ○ | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・7月は売上が堅調に推移しており、客足に猛暑の影響はみられない。物価の上昇で販売価格も上がるなか、節約意識は高いものの、ボーナスの増加などで所得も増えているため、全体的には売上の好調につながっている。 |
| | ○ | スーパー（企画） | 来客数の動き | ・来客数が2019年と比べて増えている。値上げによる単価の上昇もあり、売上は増加している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・祭りやイベントが規制なく開催され始めたので、いろいろと盛り上がってきている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・周辺企業への通勤客はかつての水準に完全に戻ったようである。また、観光客や出張による周辺ホテルへの宿泊も増えているため、来客数の増加傾向が続いている。 |
| | ○ | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・レジャーに出掛ける前の早朝の時間帯に、買物客や旅行者による来店が増えている。 |
| | ○ | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・猛暑やインバウンドの増加で来客数が増え、冷たい商品の購入がみられる。 |
| | ○ | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・3か月前と比べて、来客数、単価、販売量共に上向いている。 |
| | ○ | 家電量販店（経営者） | お客様の様子 | ・マスク着用の生活から解放されたほか、今夏が猛暑となったこともあり、エアコンなどの夏商戦が活気付いている。 |
| | ○ | 家電量販店（人事担当） | 販売量の動き | ・梅雨が明けて、夏の暑さが本番を迎えたことで、ようやくエアコンの販売が伸びてきた。ただし、行楽や旅行などに客が流れているのか、来客数は前年を下回っている。今年は例年以上に気温が高いことから、外向きの消費からイエナカ消費にシフトすることを期待している。 |
| | ○ | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・販売量が徐々に増加傾向にある。在庫車種もある程度増えており、このまま増えることを期待している。 |
| | ○ | 乗用車販売店（支店長） | 販売量の動き | ・株価の上昇が続いているが、客は様子見をしており、どうも販売量が芳しくない。 |
| | ○ | その他専門店【ドラッグストア】（店員） | 販売量の動き | ・来客数に変化はないが、買上点数と客単価が上向いている。全体的には、クーポンやキャンペーンの影響で売上が増えており、特に熱中症対策や日焼け止め、虫除け対策といった、外出時に必要な商品の売上が増えている。 |
| | ○ | その他専門店【医薬品】（管理担当） | 販売量の動き | ・UV関連や制汗関連、殺虫剤といった夏用の商材に加えて、気温の上昇による飲料の販売が大幅に増えた。また、ドリンク類や感冒薬などの医薬品、化粧品や化粧雑貨なども順調に売れている。 |
| | ○ | その他小売【ショッピングセンター】（総括） | 販売量の動き | ・当施設では、売上が前年比で115.7%となっている。 |
| | ○ | 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 | ・暑い日が続いていることもあり、冷たい商品を含めて、大量にまとめ買いする客が増えている。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・来客数は依然として日ごとのばらつきがみられ、客が多い日と少ない日の差が非常に大きい。トータルではかつての水準には届かないものの、ほぼ戻りつつある。ただし、来客数の落差により、従業員のモチベーションの維持が非常に難しく、何らかの対策が必要となっている。 |
| | ○ | 一般レストラン（店主） | 来客数の動き | ・観光客の来店が増えている。特に、家族客を中心とした外国人観光客の動きが良い。 |
| | ○ | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・観光地ごとの入込状況の差が激しい。有名な観光地はコロナ禍による落ち込みの反動で人気がある一方、それ以外の観光地は、インバウンドも含めて状況は悪い。 |
| | ○ | 観光型旅館（団体役員） | 来客数の動き | ・夏休み期間に入り、大きな天候の崩れもなく、海水浴を楽しむ観光客が増えている。 |
| | ○ | 都市型ホテル（総務担当） | 来客数の動き | ・宿泊客は順調に増加が進み、宴会需要も増えているものの、レストランは猛暑の影響もあり、依然として集客が伸び悩んでいる。 |
| | ○ | 都市型ホテル（管理担当） | 来客数の動き | ・4～5月と比べると、単価は下落傾向にあるが、稼働率は上昇しており、利用客に占める外国人比率も上昇傾向となっている。 |

| 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 | 単価の動き | ・タクシー料金の値上げや、インバウンドの増加効果、夏の暑さによる追い風で、ドライバーの給料は久しぶりに上向いている。 |
| | ○ | 通信会社（社員） | 来客数の動き | ・新料金への問合せや、店舗の来客数が増えている。さらに、総販売台数も前月と比べて増えているが、前年比では少しプラスとなる程度である。 |
| | ○ | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は9141円となり、3か月前の8656円よりも上がっている。 |
| | ○ | その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員） | 来客数の動き | ・来店客の様子をみると、アフターコロナの段階に移っており、マスクの着用率も低下している。 |
| | ○ | 住宅販売会社（総務担当） | 販売量の動き | ・契約予定客が増加傾向にあり、交渉の進捗状況も良い。 |
| | □ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後も、買回り品の売上が前年よりも悪い。インバウンドの増加の恩恵も受けていない。 |
| | □ | 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | 販売量の動き | ・大阪・関西万博のバビロンの建設問題にみられるように、材料不足のなかで価格が上がっている。思ったとおりに物事が進まず、この先が思いやられる。 |
| | □ | 一般小売店〔家具〕（経営者） | 来客数の動き | ・暑さのせいでも人が外出しない。 |
| | □ | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | 販売量の動き | ・バーゲンセール時期であるが、来客数、販売量共に増えていない。 |
| | □ | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・各社の相次ぐ値上げに対し、すぐには販売価格に転嫁できず、利益の確保が困難な状況が続いている。 |
| | □ | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・免税売上は前月と変わっておらず、中国本土からの客の購入が60%程度を占めている。前月までと比べて、化粧品の購入が減少した一方、特選ブティックの販売が伸びている。外商客は少し厳しい状況が続いているが、外商を除く国内売上は、横ばいから少しプラスとなっている。 |
| | □ | 百貨店（販促担当） | 販売量の動き | ・ここ数か月の来客数は堅調で、コロナ禍関連のニュースに左右されることもほぼない。マスクについても、着用している人の方が少ない印象を受ける。前年以上の来客数や暑さなどの影響で、夏物商材の動きは良いが、食品には値上げの影響が徐々に出ており、販売点数の減少につながっている。 |
| | □ | 百貨店（販売推進担当） | お客様の様子 | ・今月の初旬は天候不順で、日傘や帽子といった季節商材が不振であったが、中旬以降は猛暑日が続く、回復してきた。一方、高級輸入ブランドの一部では、値上げ後に売上不振となるなど、高額輸入品全体では売上の伸びが鈍化している。 |
| | □ | 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・人流が活発になり、来客数は増えているが、コロナ禍で生活の嗜好が変わり、買物の仕方にも変化がみられる。高額商材の購入層も、年配客から若い高所得層に変わりつつあるため、郊外店の売上が回復する可能性は低い。一般消費者は、物価の上昇による影響が厳しいのか、食料品関連への消費はあるが、全体としては余り増えていない。 |
| | □ | 百貨店（売場マネージャー） | 来客数の動き | ・来客数は5月が前年比で6.1%増、6月が2.0%増、7月が6.1%増と増加傾向にあり、前年を上回っている。一方で、買上客数は伸びておらず、国内客の売上は横ばいとなっている。ただし、外国人観光客は増加傾向にあり、インバウンド売上は前年の約5倍に増えている。 |
| | □ | 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・コロナ禍の収束で、富裕層の消費意欲は引き続き活発であり、インバウンドも増加傾向が続いている。ただし、売上は前年比でプラスを確保しているものの、来客数や売上の規模はまだかつての水準に戻っていない。一方、インバウンドの増加が続くなか、社内では対応に向けた課題が出ているほか、客との会話ではオーバーツーリズムの話題が出始めている。 |
| | □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・衣料品は4～6月にかけて夏物商材が不振であった反動もあり、梅雨明け前から夏物が好調に動き、販売点数は前年比で95%まで回復した。その一方、食料品は販売点数が92%と伸び悩んでいる。また、衣料品、食料品共に、来客数は97%と伸びていない。 |
| | □ | スーパー（店長） | 単価の動き | ・単価は上がったままであるが、来店回数が減っている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|--------------------------|------------------------|--------|--|
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | 来客数の動き | ・梅雨明け以降は、猛暑続きで朝と昼の客が減っているが、夕方から夜の客が増えている。果物、野菜共に値上がりが進んでいるため、客の買物の様子は厳しくなっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・来客数の変化はなく、安定している。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・特に目立った動きはなく、暑さの影響でドリンク類の販売が多い程度である。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・販売量はそれほど変わらず、来客数も目立って増えたわけではないが、相次ぐ値上げで客単価が伸び、売上は好調となっている。ただし、仕入コストやその他の経費も増えており、利益が増えるほどの景気の良さはみられない。 |
| | <input type="checkbox"/> | コンビニ（店員） | 販売量の動き | ・今月も異常な暑さが続いており、アイス類や冷たい商品の売上は好調であるが、手作り弁当や揚げ物は廃棄が多いため、品ぞろえを減らしている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・物価の上昇で、客の消費マインドが悪化傾向となり、必要最低限の商品だけを購入している。来客数も前年比で8割程度にとどまるなど、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、外出の動きは増えているが、状況は厳しい。 |
| | <input type="checkbox"/> | 家電量販店（企画担当） | 来客数の動き | ・酷暑に伴い、エアコンを中心とした季節商材の販売が好調である。特に、電気代の上昇を意識した高額な省エネ冷蔵庫の販売が好調であるが、それ以外の家電やリフォーム商材は厳しい状況である。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・新型車の生産台数に限りがあるため、販売量は落ち着いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・特に悪くはないが、良くもない。来客数は減っている一方、販売量は横ばいである。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他専門店【宝石】（経営者） | お客様の様子 | ・食料品の値上げがまだ続いている。この傾向は以前と変わっていない。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他専門店【食品】（経営者） | 販売量の動き | ・様々な商品を値上げして販売しているが、売上は前年と余り差がない。取引先が特に減ったわけでもないため、取引先の販売量が減っていると考えられる。徐々に物価の上昇による影響が広がっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他専門店【宝飾品】（販売担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の発生前に、一定の消費活動を行っていた年齢層が、コロナ禍の3年分を取り戻すかのように、旅行や会食の計画を立てている。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当） | 販売量の動き | ・ガソリンの出荷量は、前月は梅雨や天候不順の影響もあり、前年の実績を下回った。今月は、中旬から梅雨が明けて猛暑となったため、週末には前年の実績を上回る出荷量となっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 一般レストラン（企画） | 販売量の動き | ・2019年との比較では、前月は少し悪化したが、今年の1月から115%以上を維持しており、大きな変化はみられない。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当） | 販売量の動き | ・気温の上昇により、売上は好調である。 |
| | <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・都市近郊の観光地である当地域は、7月はオフシーズンであるが、今年は猛暑の影響もあり、予想を下回る人出となっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・夏の繁忙期ということもあり、販売は好調である。コロナ禍で止まっていたイベントの再開による影響もある。 |
| | <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（客室担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数がやや増えてきたほか、全国旅行支援も終了し、営業状況はやや落ち着いている。夏休みに入り、花火大会やイベントなどが開催されているが、稼働率は落ち込んでいる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（客室担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、インバウンドの増加といったプラス要素と、物価の上昇などのマイナス要素が混在する状況が続いている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（店長） | お客様の様子 | ・平日と週末の来客数に差があり、平日は予想以上に少ない。夏休みの旅行について、駆け込みの相談や問合せは多いが、特に海外旅行は高額であるため、諦める人が多い。 |

| 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 |
|----|---------|-------------------------------|---------|---|
| | □ | 旅行代理店（支店長） | お客様の様子 | ・夏休みの旅行の申込みでは、国内旅行は回復しているものの、海外旅行はまだ回復途上である。かつては海外旅行に毎年行っていた客が、今年も国内旅行にするなど、状況は好転していない。 |
| | □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・タクシー料金が値上げとなり、従来よりも客単価は上がっている。その一方、料金メーターをみながら、料金が加算される前に降りる乗客も多い。 |
| | □ | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・受注状況は悪くないが、原材料価格の高騰による影響が出ている。 |
| | □ | その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当） | 来客数の動き | ・天候不良により施設が運営できず、客足が減少している。 |
| | □ | 美容室（店員） | お客様の様子 | ・イベントが多いため、浴衣のレンタルやヘアセットの注文が増えている。 |
| | □ | 住宅販売会社（経営者） | 単価の動き | ・客の動きは余り変わらない。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・新築マンションの開発用地の取得競争が激化している。建設費が高騰しているにもかかわらず、地価は上昇している。 |
| | □ | 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） | それ以外 | ・全体としては、景気に変化はみられない。 |
| | □ | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | お客様の様子 | ・新築分譲住宅は、土地価格と資材価格の高騰や、人件費の上昇による悪影響を受けている。販売面では、高額物件には一定のニーズが存在し、堅調な動きが続いている一方、それ以外の物件は徐々に厳しい環境になりつつある。 |
| | ▲ | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | 販売量の動き | ・卸売での販売量が減少している。 |
| | ▲ | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | 来客数の動き | ・インバウンドによる来店数の減少で、売上も前月比で10%減っている。 |
| | ▲ | 百貨店（営業推進担当） | 来客数の動き | ・外商を中心とした、富裕層による売上の伸びが鈍化している。これまでは高額品を中心に大きく売上が伸びていたが、コロナ禍からの回復に伴い、消費の対象が増えている。 |
| | ▲ | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客が外食に移った影響か、客単価が良くない。また、前年にオープンした競合先による影響も残っている。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（店員） | それ以外 | ・需要の閑散期であり、景気は悪いものの、売上目標は達成している。 |
| | ▲ | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・梅雨時期から続く異常な暑さのせい、客足が伸びない。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・7月中旬以降は暑さが厳しく、特にランチ営業の来客数が減少している。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（客室担当） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の終了後は予約が減少している。インバウンドの需要は増加傾向にあるが、満室稼働には遠く及ばない。有名な祭りの開催中は高稼働で推移したが、7月全体では6割程度の稼働率である。 |
| | ▲ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・2～3か月前と比べると落ち込んできている。 |
| | ▲ | 通信会社（役員） | それ以外 | ・キャリアショップを運営しているが、基盤となるキャリア手数料の条件の悪化や、端末購入のオンライン対応、端末利用期間の長期化など、購入需要の減少と併せて、事業環境が厳しくなっている。 |
| | ▲ | 通信会社（営業担当） | お客様の様子 | ・物価上昇の影響もあり、客からの問合せが減っている。 |
| | ▲ | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・税収は過去最高額となったが、増税を財源とした景気対策の検討で消費マインドが低下し、景気回復の鈍化につながっている。 |
| | ▲ | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・今月は非常に暑かったため、高齢の客が外出を控え、予約がかなりキャンセルとなっている。 |
| | ▲ | その他住宅〔展示場〕（従業員） | 単価の動き | ・3か月前と比較しても、建設資材価格の上昇傾向が続いている。 |
| | ▲ | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | それ以外 | ・夏期ボーナスが支給されたが、報じられているような額ではなかった。物価の上昇をカバーできるほどの収入にはまだ程遠い。 |

| 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〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・連日の猛暑が続くなか、先日は当地域が日本で最も気温の高い地域になった。自治体からは不要不急の外出の自粛要請があり、人の姿をみることで体が減っている。また、年配客の間では、新型コロナウイルスへの感染が怖いという理由で、マスクを外さない人も多い。暑さと息苦しさとで、買物に出る気持ちの余裕もなく、来客数は減る一方である。時計の受取での来店を延期したいという電話も複数入っている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・バーゲンセールでの客の反応が悪い。飲食費や旅行費用が軒並み20～30%上昇するなか、洋服以外への支出で精一杯のようである。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨明け以降は猛暑となり、来客数がかなり減少している。 |
| | × | 住関連専門店（店長） | お客様の様子 | ・在庫処分の特価品ばかり売れて、本来の主力商品については、客の数が少ないままである。 |
| 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。 |
| | ○ | 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 | ・極端な増加ではないが、数か月前と比べて、受注量は増加している。 |
| | ○ | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・自動車やオートバイ向けの電装品を中心に、出荷量が増加している。 |
| | ○ | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前が悪かったため、現状は元に戻った程度である。売上の大きな目玉はなく、コツコツと積み上げる動きを続けている。 |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍が収束したわけではないが、5月8日以降はかつての状況に戻りつつある。インバウンドの増加による効果が出ているほか、各種イベントも通常開催となっており、当社も毎月の売上が増加している。3か月前と比較しても、売上、利益共に増加傾向にある。 |
| | ○ | 金属製品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・半導体不足が徐々に解消されており、自動車向けの出荷が少しずつ増えている。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・全体的な景気は良いとはいえないが、売上の中心を占める半導体業界向けが伸びている影響で、将来への期待につながっている。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業（役員） | 取引先の様子 | ・新規の設備納入案件の見積依頼が増加している。 |
| | ○ | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・業務の関係で、全国各地の中心市街地によく行くが、観光客の増加が顕著である。 |
| | ○ | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、コロナ禍が一段落し、気持ちが明るくなる情報が増えている。売上や利益の増加を目指す、積極的なマーケティングの支援が増えている。 |
| | ○ | その他非製造業〔商社〕（営業担当） | それ以外 | ・大きな変化はないが、商談する機会が増えてきたので、良くなることを願いたい。 |
| | □ | 食料品製造業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・一部の企業では値上げを受け入れてもらえたが、原料や資材価格の上昇分との差は大きい。生産量は少し増えているとはいえ、売れても利益の出ない製品が多く、苦戦している。 |
| | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月と同じく、月末に近づくに在庫調整が始まる。好調な取引先と不調な取引先の差が広がっている。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・荷動きは一進一退となっており、余り大きな変化はない。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・業況は上向いているが、実際の受注はわずかな増加にとどまる。 |
| □ | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | ・猛暑の影響で、エアコンや扇風機などの夏物商材の売上は、前年比で2けたの増加となっているが、冷蔵庫や洗濯機は前年並み、テレビは前年を割り込む推移となっている。 | |
| □ | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注、売上共に、予定額を下回っている。 | |
| □ | その他製造業〔履物〕（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍の収束に伴う、これまでの自粛の反動は特に目立たない。想定よりも需要の動きは弱い。 | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|------------------|---------|-----------------------------|--------------|---|
| | □ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・一部の建設資材価格の高騰や、納期の不安定化が続いている。技能労務者不足も加わり、工期が確定できない状況が続いている。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・引き合いはあるが、材料費の上昇を見積価格に転嫁せざるを得ない。直近では、取引先と交渉中という案件が複数ある。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・物価上昇の影響で、商談中の客が、立て続けに低価格の建設業者に流れている。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・家具の売上が、前年比で75%程度になっている。 |
| | □ | 金融業（副支店長） | 取引先の様子 | ・取引先からは、大阪・関西万博が近づいているといっても、受注は増えていないという声が多い。 |
| | □ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・大手企業は給与も上向いているが、零細企業は物価の上昇に付いていけない。 |
| | □ | 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 | ・梅雨が明けて、非常に暑くなっているが、夏物商材の動きは前年よりも悪い。 |
| | ▲ | 繊維工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・コストの上昇分が販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されている。消費者への催事での売り方が変わり、経費を意識すれば販売価格を上げる必要がある一方、販売を優先すれば、価格を下げる必要がある。 |
| | ▲ | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・今年の初めに、商品の大幅値上げの前に販売店が大量に仕入れたため、メーカーの出庫が例年よりも減っている。足元は商品の売行きが良くないため、販売店からの追加注文もほとんどない。また、当社や取引先で社員の突然死や体調不良が相次ぎ、人手不足で新規の仕事を獲得しにくい状況である。 |
| | ▲ | 金融業 [投資運用業]（代表） | それ以外 | ・物価の上昇や、ガソリンなどの燃料価格の高騰に加え、今後は国民の税負担が増えるという不安がある。 |
| | ▲ | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・インターネット経由での購入の増加で、アパレル店舗の解約が続いている。それに伴い、1階部分の賃料が下がるなど、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 | ・7月は交通広告の発注が、前月や前年と比べて減少している。 |
| | ▲ | その他サービス業 [店舗開発]（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・4～5月初旬に比べれば、明らかに鉄道の利用客が減少しており、その影響で駅ナカ店舗も実績が落ちている。特に物販店舗が影響を受けている。 |
| | × | 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 | ・食料品の価格がかなり高騰している。 |
| 雇用 関連 (近畿) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（管理担当） | 周辺企業の様子 | ・全体的な改善傾向が、ボーナスの金額に反映されている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（役員） | 周辺企業の様子 | ・街で見掛ける外国人の数が増え、百貨店や繁華街の人流も増えている。各社の売上の増大に伴い、人員拡大の動きも正社員を中心に増えている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（管理担当） | 求人数の動き | ・海外からの旅行客も増え、観光産業は活気が戻ってきた。また、企業の間でも宴会需要が高まり、ホテル全体の人材の募集が増えている。 |
| | ○ | 新聞社 [求人広告]（営業担当） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、景気に大きな影響が出ている。インバウンドの増加や観光、飲食業界の復活など、状況は目に見えて良くなっている。ただし、依然としてロシアのウクライナ侵攻は終わりがみえず、原材料価格の高騰なども続くなど、まだまだ先が見えない状況である。 |
| | ○ | 新聞社 [求人広告]（管理担当） | それ以外 | ・新聞の求人広告に、景気動向の判断につながるような動きはみられない。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大の報道があっても、電車内や商業施設ではマスクを着用しない人が増えるなど、コロナ禍による景気への悪影響はほとんどなくなったと感じる。また、人気のある観光地ではインバウンドが増えたほか、夏休みやボーナスの支給などで国内の旅行客も増えている。季節要因ともみられるが、一時的にせよ景気が少し良くなっている。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比で減少し、前月比では増加となった。前年比で増えた運輸・郵便業は、主にバス運転手の求人が増えている。また、宿泊・飲食サービス業では、夏の行楽シーズンで国内外からの旅行者が増える見込んでおり、今後も増加傾向で推移すると予想される。 |

| 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 |
|----|---------|-----------------|---------|--|
| | ○ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・人手不足感が強い。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・7月の採用募集企業への調査では、採用予算の増加を見込む企業の数が、減少を見込む企業を大幅に上回るなど、採用に意欲的な企業が増えている。特に、早くから活動している学生を取り込むため、インターシップやオープンカンパニーへの予算の増加が見込まれる。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | それ以外 | ・7月の3連休は天候にも恵まれたこともあるが、観光地でのにぎわいは、かつての状況に戻った感覚がある。インバウンドの消費行動が活発な点は好材料である。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新聞広告の動きをみると、3か月前とほぼ同じ水準で推移している。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・今月は、特に前月と変わった点はないが、景気の先行きは不透明である。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（支社長） | 求人数の動き | ・景況感の悪化の際にみられる、企業の内定率の低下が一部の地域で散見されるが、全国的な動きにはなっていない。景気が悪化するのか、横ばいで推移するのか、見通しが困難な状況である。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・物価は上昇しているが、依然として求人数は横ばいである。大企業は採用活動を早期に終了している一方、それ以外の企業は苦戦している。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職担当） | それ以外 | ・酷暑で人出が減っており、百貨店でも早々とお中元コーナーが縮小されている。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、周囲では新規感染者数が増えており、買物客が一度に購入する量も減っている。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職担当） | 採用者数の動き | ・採用活動を既に終えた企業がある一方、職種にもよるが、文系、理系を問わず、企業への訪問を続けている採用担当者も少なくない。人手不足の状況が引き続きみられる。 |
| | □ | その他雇用の動向を把握できる者 | 求人数の動き | ・新規求人数の原数値は24か月連続で前年を上回っている。業種を問わず人手不足であり、求人動向は堅調に推移している。その一方、原材料や燃料、人件費などの上昇による企業収益の圧迫や、資材の供給不足による受注への悪影響が、採用活動の縮小につながっているとの声もある。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・生成AIやDX関連の取組が進み、事務系の仕事が減っているため、仕事が見つかる人と見つからない人が出始めている。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・例年のように、第1四半期は少し落ち着いており、入職者数は余り増えていない。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・求人については、観光サービス業などの業種で需要が増えている。ただし、求職者の動きが鈍く、求人への応募数や就職数が、前年比でも前月比でも減少している。 |
| | × | 民間職業紹介機関（営業担当） | 求人数の動き | ・求人、求職者共に減っており、マッチングが難しい状況である。 |

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） | 来客数の動き | ・地元客を始め、遠方からの来客数も増加している。 |
| | ◎ | 家電量販店（販売担当） | 販売量の動き | ・猛暑により、エアコンや冷蔵庫の売上が好調である。 |
| | ◎ | 高級レストラン（事業戦略担当） | 来客数の動き | ・5月開催のG7広島サミットの影響で、景気は良くなっている。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ボーナスの支給やお盆前の会社関係の飲み会もあり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきている。 |
| | ◎ | テーマパーク（業務担当） | 来客数の動き | ・夏休みの動きが良い。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、来客数が平常に戻りつつある。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|------------------------------------|--------|--|
| | ○ | 商店街（理事） | お客様の様子 | ・夏休みに入る前から、土日に少しずつ家族連れ の来客数が増加している。新型コロナウイルス感染 症は終息していないが、マスク着用が自由になっ たため、外出者が増加している。ただし、買物が 目的の外出は少ないようである。 |
| | ○ | 一般小売店〔食 品〕（経営者） | 単価の動き | ・物価高騰のなか、消費者が節約志向で賢い買物 をしている。単価の上昇で売上は前年を上回っ ている。 |
| | ○ | 一般小売店 〔茶〕（経営 者） | 来客数の動き | ・夏祭りも復活して、イベントの来客数が増加し ている。必ずしも消費が増加しているわけでは ないが、活気が戻ってきている。 |
| | ○ | 百貨店（広報担 当） | お客様の様子 | ・旅行客が目立つようになり、消費が活発になっ ている。 |
| | ○ | 百貨店（売場担 当） | 販売量の動き | ・100万円を超える美術品が売れるなど好調であ る。来月もこの流れが続く。 |
| | ○ | スーパー（店 長） | 来客数の動き | ・来客数が半年以上、前年の96%前後で推移し ているが、商品の値上げにより、売上は前年を 上回っている。最近では来客数も若干上向いて いる。 |
| | ○ | コンビニ（エリ ア担当） | 販売量の動き | ・値上げによる価格高騰で一時消費が減少傾向 にあったが、賃上げもあり、販売量が増加して いる。売上は新型コロナウイルス感染症発生前と 同水準まで回復している。 |
| | ○ | コンビニ（支店 長） | 来客数の動き | ・週末を中心に来客数が増加している。お盆商 戦も人が動きそうである。 |
| | ○ | 家電量販店（店 長） | 販売量の動き | ・暑い日が続いているため、エアコンなど季節商 材の売上が増加している。 |
| | ○ | 家電量販店（企 画担当） | 販売量の動き | ・今年の夏は非常に暑いため、季節商材が好調 である。 |
| | ○ | 乗用車販売店 （業務担当） | 販売量の動き | ・新商品投入などで客の動きも良くなっている。 |
| | ○ | 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増加しており、段々と 観光客が戻ってきている。外国人観光客も少 しずつ増加してきたので今後を期待している。 |
| | ○ | その他小売 〔ショッピング センター〕（支 配人） | 来客数の動き | ・これまでは来客数はほぼ前年並みで、客単 価が上昇した分、売上が伸びているという状 況だったが、ここに来て来客数も増加傾向に あり、売上が更に伸びている。 |
| | ○ | 観光型ホテル （副支配人） | 来客数の動き | ・全国旅行支援が終了し、一時期宿泊の利用が 少なくなったが、夏休みに入り宿泊の予約が 順調に増えてきている。 |
| | ○ | 都市型ホテル （総支配人） | 来客数の動き | ・県単独の全国旅行支援延長により団体、個人 共に動きがある。一方で、足元では個人の全 国旅行支援が終了したため、夏休みを迎える が、伸び悩みが見受けられる。 |
| | ○ | 都市型ホテル （総支配人） | 来客数の動き | ・3か月前も既に景気が良くなり、来客数が 2019年に近い数値になっていたが、その時 と比べても、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 都市型ホテル （宿泊担当） | 単価の動き | ・単価については、前年同期と比べ、27.5ポ イントの増加となっており、今月も高水準を 維持している。 |
| | ○ | 旅行代理店（経 営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、 この暑さで避暑を目的とした旅行の希望者 が出てきており、北海道への旅行希望者が 増加している。 |
| | ○ | 旅行代理店（支 店長） | 販売量の動き | ・海外旅行全般並びに団体の動きはまだ鈍 いが、国内個人旅行は堅調に回復し、2019 年並みとなっている。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・売上が100万円を超える運転手が1割弱に 達するなど、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 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症対策の緩和によ り、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 通信会社（企画 担当） | お客様の様子 | ・夏季休暇時期に入って、サービスに関する 問合せや引き合いが増加している。 |
| | ○ | 観光名所（観光 振興担当） | 来客数の動き | ・温泉の来客数の増加で、宴会や会食なども 増えており、客単価が上昇している。 |
| | ○ | 設計事務所（経 営者） | お客様の様子 | ・新築物件は建築資材の高騰で以前より20 ~30%ほど値上がりしている。逆に中古物 件を購入してのリフォームは、土地と合わ せても若い人の予算内となるのか、相談が 多くなっている。 |
| | ○ | 住宅販売会社 （従業員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付 けが5類に引き下げられて以降、再開され たイベント等での集客が戻りつつあるのが 明らかである。 |
| | ○ | 住宅販売会社 （営業担当） | お客様の様子 | ・自粛ムードなど新型コロナウイルス感染症 の影響がほぼなくなったようである。 |

| 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 |
|----|---------|------------------|--------|---|
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・業種により景気の回復度にまだ差がある。やはり一般小売業はまだ厳しい。様々な物価の上昇によるダメージが大きい。 |
| | □ | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 来客数の動き | ・酷暑の季節を迎え、外出する人も少なくなっている。 |
| | □ | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・食料品以外は好調で、前年の売上を大幅に上回っている。 |
| | □ | 百貨店（広報担当） | 来客数の動き | ・週末等の瞬間的な来客数が前年を上回ることもあるが、月を通してみるとほぼ前年並みか少し上回る程度で、売上もほぼ前年並みにとどまっている。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・6月のプレクリアランスセールでは、既存顧客の来店で売上を確保した。しかし、7月のクリアランスセールでは、来客数は増加したが、婦人服フロアに客を呼び込むことができず、売上は厳しくなっている。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・衣料品のバーゲンセール時期であるが、安くなってもなかなか購入に結び付かないケースが多い。昨今の各メーカーの値上げの影響もあるが、客の消費マインドが低下しているようである。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・月の前半にバーゲンセールを開始したが、2度の大雨の影響で、来客数が少なかった。後半は、当館のイベントなどもあり、にぎわいもあった。 |
| | □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、世の中の動向も変わっている反面、食料品中心に値上げが止まらず、客の節約志向は続いている。若い世代よりも団塊ジュニア世代の節約志向が強く、継続性のある客層だけに影響は大きい。割引時の来客数や販売点数が多く、通常時との差がますます拡大している。 |
| | □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今月は値上げにより1品単価が前年比103%超えと上昇しているが、買上点数が前年比96.7%と前年割れとなり、客の財布のひもは固い。土用の丑の日の予約も前年比90%と前年を下回る。 |
| | □ | スーパー（業務開発担当） | 来客数の動き | ・売上は商品の値上げもあり、前年と比べ、4ポイントほど増加しているものの、来客数が前年並みとなっている。 |
| | □ | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・値上げにより商品の1品単価は上昇しているが、買上点数が前年の95%と落ち込んでいる。来客数も同様に落ち込んでいる。 |
| | □ | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・再値上げ商品が多数発生しており、以前から比べると商品がかなり割高になっている。物価高の影響もあり、買上点数が伸びていない。 |
| | □ | コンビニ（副地域ブロック長） | 来客数の動き | ・前年同期は新型コロナウイルス感染症が終息する兆しがあり、来客数が増加していたが、今年は、物価の高騰もあり、節約志向の顧客が敬遠するのではないかと懸念がある。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・中小企業には景気の良い話はない。 |
| | □ | 衣料品専門店（代表） | 販売量の動き | ・食事や旅行用の衣類を求める客が戻ってきてはいるが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上には到底届かない。 |
| | □ | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたため、客の心理が少し良くなっているが、消費の増加にはつなげていない。 |
| | □ | 家電量販店（副店長） | 来客数の動き | ・来客数が前年並みで推移している。大物家電の販売は好調だが、リフォームの売上が低迷している。 |
| | □ | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・7月の販売量は前年比98%となっている。 |
| | □ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・生産の流れは良くなっているが、販売量が少ない。 |
| | □ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・新型車が発売されたが、メーカーの生産台数が制限されているため、販売台数が伸びていない。 |
| | □ | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・景気が良くなっているのか、悪くなっているのかが分からないくらい売上に変化がなく、先行きも不透明である。 |
| | □ | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・依然としてマスク着用率が高いため、今以上の景気回復は難しい。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|--------------------------------------|--------|--|
| | □ | その他小売 [ショッピング センター] (管 理担当) | お客様の様子 | ・コロナ禍における外出等に対する忌避感のようなものがなくなってきて、土日祝の来客数も増加している。ただし、ガソリン代、電気料金、一般消費財の価格の上昇などもあり、客が余分な買物をしない傾向が残っている。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・季節のせいかインバウンドが落ち着いている。 |
| | □ | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・平日と比べ、休日の売上の回復が遅れている。家族での利用や予約の減少が続いており、苦戦している。若い世代の家庭は、外食を控え、節約に努めている。会社関係の飲み会は徐々に増加しているが、夜9時以降の売上の増加にはつなげていない。 |
| | □ | 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、来客数が大幅に伸びているわけではなく、売上も思ったほど伸びていない。イベントで来客数が増加することはあるが、今一つ伸び悩んでいる。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、ここ1か月、予約のキャンセルが増加傾向にあることが影響していると思われる。 |
| | □ | バー (経営者) | 来客数の動き | ・依然として、新型コロナウイルス感染症の影響が残っているため、景気は変わっていない。 |
| | □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・景気は良い状況が続いている。一方で、燃料費等の高騰で、収支は厳しい状況である。また、人手不足が改善されず、稼働率が上昇しないため、好景気の恩恵を十分取り込めていない。 |
| | □ | 放送通信サービス (総務経理担 当) | お客様の様子 | ・ケーブルテレビの利用料金の延滞率や延滞の回収率はほぼ横ばいである。 |
| | □ | 通信会社 (営業 担当) | お客様の様子 | ・消費はレジャーだけでなく、大型テレビなど耐久消費財の購入においても好転しているように見受けられる。 |
| | □ | 通信会社 (経理 担当) | お客様の様子 | ・拡張エリア先での加入者も変わらずあり、特に変化はみられない。 |
| | □ | ゴルフ場 (営業 担当) | 来客数の動き | ・天候不順の日が多く、予約も減少していたなか、7月上旬は豪雨によりキャンセルが増加したため、来場者は減少している。 |
| | □ | 美容室 (経営 者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、客の動きが元に戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の生活スタイルには戻っていない。以前のようにイベントがあるから髪を切るといった感じではないため、来客数は余り増加していない。 |
| | □ | 設計事務所 (経 営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の収束により、人流は増加しているが、引き合いは増えていない。 |
| | ▲ | 商店街 (代表 者) | 単価の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響が続き、売上が非常に悪くなっている。 |
| | ▲ | 一般小売店 [洋 裁附属品] (経 営者) | 販売量の動き | ・とても暑く、イベントが中止になったりしているため、来客数が少なくなっている。 |
| | ▲ | 百貨店 (外商担 当) | お客様の様子 | ・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もあり、生活防衛のために買物を控えている客が多い。 |
| | ▲ | 百貨店 (営業企 画担当) | お客様の様子 | ・物価高騰により、客の来店頻度が低下している。 |
| | ▲ | 百貨店 (売場担 当) | お客様の様子 | ・60代以下の顧客の他都市への流出に歯止めがきかない状況が継続している。 |
| | ▲ | スーパー (総務 担当) | 来客数の動き | ・客単価に変わりが無いが、来客数が減少している。 |
| | ▲ | スーパー (財務 担当) | 販売量の動き | ・仕入価格の上昇がまだ続いており、節約による1人当たり買上点数の前年割れと、来客数の前年割れが続いている。売上は、1品単価の上昇により前年を上回っている。 |
| | ▲ | 衣料品専門店 (経営者) | 単価の動き | ・生地代や染代が上昇し、着物業界でも商品の値上げが続いているため、厳しい状況である。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (店長) | お客様の様子 | ・長期連休前で、客の買い控えが進んでいる印象を受ける。販売可能な商品も少なく、商品を提案するものも少ない。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (営業担当) | 来客数の動き | ・7月の単月だけでも、来客数の減少に歯止めが掛からない状況である。市場の冷え込みが影響しているのか、この先の動向が不安である。 |

| 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 |
|----------------------------|----------------|----------------------|----------------------|--|
| | ▲ | その他専門店 [時計] (経営者) | 単価の動き | ・都市部では富裕層を中心に高額品が売れているが、地方の零細店では高額品の消費は少なく、厳しい商況である。 |
| | ▲ | 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・公務員にボーナスが支給され、少し景気が良くなると思ったが、景気は回復していない。 |
| | ▲ | 通信会社 (広報担当) | お客様の様子 | ・度重なる値上げもあり、自社製品は値上げをしていなくとも、その影響は受けている。 |
| | ▲ | 競艇場 (企画営業担当) | 販売量の動き | ・一般レースの1日平均の売上が3か月前と比べて若干減少している。 |
| | ▲ | 美容室 (経営者) | 来客数の動き | ・暑いためか新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているためか分からないが、来客数が極端に減少している。 |
| | ▲ | 設計事務所 (経営者) | お客様の様子 | ・客に資金面での余裕がなくなっており、なかなか契約につながらない。 |
| | ▲ | 住宅販売会社 (営業所長) | 来客数の動き | ・6月と比較して来客数が減少傾向、引き合い件数も鈍化しており、今後も浮上する材料が少ない。 |
| | × | コンビニ (エリア担当) | 販売量の動き | ・客の給料が増加せず、客が単価の低い商品しか購入しないため、来客数は若干増加しているが、売上は減少している。 |
| | × | 自動車備品販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・原価高騰で何度も値上げしたため、消費者の買い渋りが多い。 |
| | × | 観光型ホテル (営業担当) | 来客数の動き | ・来客数が激減している。全国旅行支援が終了しているのが理由の1つであると考えられる。 |
| | × | テーマパーク (管理担当) | お客様の様子 | ・依然として来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っておらず、景気は悪くなっている。 |
| 企業 動向 関連 (中国) | ◎ | 輸送用機械器具 製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・生産が順調で、忙しい状況が続いている。 |
| | ◎ | 通信業 (営業企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・データセンターの見学会の回数が以前と比べて大幅に増加している。見積りの頻度も増え、客のニーズが高まっている。また、ICT関連のソリューションの引き合いも増加している。 |
| | ○ | 繊維工業 (財務担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料価格や燃料費の高騰が続いているが、消費行動は引き続き活発である。 |
| | ○ | 鉄鋼業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注の回復力は弱いですが、徐々に回復している。 |
| | ○ | 建設業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・予定する物件数は多いが、発注のタイミングと技術者の稼働次第で状況が変わるリスクはある。物価上昇などについて、ある程度価格転嫁もできている。 |
| | ○ | 輸送業 | 受注価格や販売価格の動き | ・受注が増加するなど、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 金融業 (外交担当) | 取引先の様子 | ・飲食、小売、サービス業の単月売上は約1.2~1.3倍程度増加している。製造業も地元自動車メーカーの関連企業等が安定した売上を確保している。 |
| | ○ | 金融業 (経済産業調査担当) | それ以外 | ・賃上げが反映され始めたこともあり、消費者マインドはやや改善しているようである。サービス消費は引き続き好調である。 |
| | ○ | 不動産業 (総務担当) | それ以外 | ・前月と比べ、来客数は約5%、成約件数は約10%増加しており、前年と比べても来客数や成約件数は約5%増加している。 |
| | ○ | 広告代理店 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の進行が続くなかでも、夏の動きで受注は増加している。 |
| | □ | 農林水産業 (従業員) | 受注価格や販売価格の動き | ・相変わらず、価格の高い商品の動きが悪い。 |
| | □ | 食料品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・異常な暑さと集中豪雨が発生したことで、物流に影響が出ている。販売数量は減少しているが、価格の上昇で売上は維持している。 |
| | □ | 木材木製品製造業 (経理担当) | 受注量や販売量の動き | ・長引くロシアによるウクライナ侵攻の影響に加え、円安、原油高、海外の金利高が続いていることで、景気は数か月前から低迷状態が続いている。 |
| | □ | 化学工業 (総務担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・一時は仕入れ、販売共に値上げの傾向があったが、一部では値下げの事案が発生しており、価格対応の変化で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 | ・鉄鋼向け生産に変化はない。低水準の生産が継続している。 |
| | □ | 鉄鋼業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・春先から大きな変化もなく、景気は横ばい状態である。 |
| □ | 非鉄金属製造業 (業務担当) | 受注量や販売量の動き | ・電子材料関係の素材受注は伸びていない。 | |

| 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 |
|------|---------|---------------------|--------------|--|
| | □ | 輸送業（業務推進担当） | 取引先の様子 | ・景気に関する大きなプラス要素がなく、取引先にも目立った動きがないため、状況は余り変わっていないと判断する。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・販売価格は上昇しているが、仕入価格も上昇しているため、利益が出にくくなっている。 |
| | □ | 会計事務所（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなっているため、新規案件やマーケティング関連分野の業務受注が増加している。 |
| | ▲ | 金属製品製造業（総務担当） | 競争相手の様子 | ・業界団体の会合に参加したが、仕事量がある同業者は数社で、仕事量が減少している同業者が多くなっている。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・コロナ禍によるインフレや長納期化で、特に電子部品製造装置に先行発注の動きがあり、受注は堅調に推移していた。しかし、今年に入り、電子部品製造装置の受注は減少傾向で、半導体関連も在庫調整がみられ、受注は全体的に下向きとなっている。 |
| | × | — | — | — |
| 雇用関連 | ◎ | — | — | — |
| (中国) | ○ | 求人情報誌製作会社（広告担当） | それ以外 | ・景気の回復傾向に伴い、人材確保が多くの企業で課題となっている。新卒・中途採用共に難しくなっていること、また、若年層の確保がひいては企業の雇用安定につながり、中長期的に企業を存続させるために必要不可欠であることなどの理由から、企業の多くが採用に意欲を見せているが、人が集まらない状況である。こうしたことから、採用ブランディング、企業認知のための広報、初任給のアップなど、採用予算を増やす企業が多くなっている。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・ボーナス時期で、転職活動が活発化しているため、職業紹介事業における問合せ数が前月比146%となっている。 |
| | □ | 人材派遣会社（支社長） | 採用者数の動き | ・新規求人数、新規求職者数が共に高水準で推移しているものの、双方の条件の乖離が大きく、マッチングが進まない状況が続いている。足元では徐々に賃金の上昇が始まっているが、これまでのような企業業績の向上による賃金上昇ではなく、人手不足によるもののため、今後、企業業績にマイナスの影響を与えていく。 |
| | □ | 人材派遣会社（副支店長） | 採用者数の動き | ・求人数は増加しているが、依頼内容にマッチする人材が少ない状況である。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・一部のB to B企業以外に地方企業の賃金は上昇しておらず、物価高騰によって消費は鈍化しており、景気が上向き兆しが無い。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（職員） | 採用者数の動き | ・欠員補充のための新規採用よりも拡大のための採用が増加している。また、将来を見越しての若年層の採用など積極的な雇用が増加傾向にある。 |
| | □ | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | 求人数の動き | ・例年と比べ、求人数に大きな違いがない。 |
| | ▲ | 職業安定所（事業所担当） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年と比べ6.1%減少、有効求人数も前年と比べ0.5%減少している。産業別では、ほとんどの産業で新規求人数が前年比マイナスに転じている。 |
| | × | — | — | — |

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 | ◎ | 乗用車販売店（役員） | 販売量の動き | ・メーカーの生産量の増加と新型車の発表により、客の購買意欲が活性化している。 |
| (四国) | ◎ | その他専門店〔酒〕（経営者） | 単価の動き | ・お中元時期ということから、お中元商品が売れている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|----------------------------|--------|---|
| | ○ | 商店街（常務理事） | 来客数の動き | ・現在も新型コロナウイルス感染症にはある程度の感染リスクを感じる人は多いものの、増えてきた集客イベントや催しものには若い人を中心に人出があり、連日、商店街には多くの客でにぎわいがみられる。ただし、高額品や宿泊・観光、サービス、一部の飲食店は好調だが、その他の物販を含む多くの業種では新型コロナウイルス感染症発生前の売上金額には回復していない。 |
| | ○ | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | 販売量の動き | ・店頭売上の落ち込みを外商売上がカバーして前年同月比プラスになった。外商売上が非常に良い。 |
| | ○ | スーパー（企画担当） | 単価の動き | ・来客数が増加したことに加え、商品単価の上昇が重なり、売上は伸びている。 |
| | ○ | コンビニ（総務） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し初めて制限のない夏休みということと、イベントの復活や梅雨明けも重なり、人出が活発で来客数が前年比で増加している。これまでの商品単価の上昇による売上増加の傾向が変わりつつある。 |
| | ○ | 衣料品専門店（経営者） | 販売量の動き | ・6月までの2～3か月は厳しかったが、7月の来客数は、バーゲンセールが始まったことと、天候にも恵まれたことから、徐々に微増で推移した。 |
| | ○ | その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長） | 販売量の動き | ・周辺イベントの開催等により、人流は順調に新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ戻りつつある状況である。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行してから平日以外の人の動きは良くなったと考える。特に金曜日・土曜日は、20%から30%人出が増加している。しかし、タクシーの稼働率が悪いので、客がタクシーを拾うのに時間が掛かっている。 |
| | ○ | 観光遊園地（主幹） | 来客数の動き | ・国際線の再開に伴い、アジア圏からの観光客が増加した。 |
| | □ | 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もなくなりつつあり、前年比で売上が増加しているが、円安や燃料価格の高騰等の影響で必要経費も上昇している。また、顧客の動向が新型コロナウイルス感染症発生前の状況から変わってしまい、以前のような遅い営業時間帯での来客数は回復傾向に向かっている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になって以来、マインド的にはかなり消費者も経営者も豊かになったように考えるが、ここに来てまた新型コロナウイルスの感染拡大と、客の購買力の回復には至っておらず、まだコロナ禍が長引いているように考える。 |
| | □ | 一般小売店〔酒〕（経営者） | お客様の様子 | ・猛暑の影響により飲料関係商品の売上が大幅に伸びる傾向にあるなか、量販店に対して客が流れているため、個人商店はなかなか売上が伸びない。 |
| | □ | スーパー（財務担当） | お客様の様子 | ・価格が上昇したウナギの予約が極めて低調である。 |
| | □ | スーパー（統括担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年比で減少傾向であるが、値上げの影響により買上単価は上昇している。 |
| | □ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・物価上昇に伴う客単価の上昇や、競合店の閉店により来客数が増加しているが、物価上昇の影響により前年と比べ1人当たりの買上点数は減少している。 |
| | □ | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・ボーナス商戦が思ったほど盛り上がり、エアコンを中心とする季節商材に支えられている状況である。 |
| | □ | 家電量販店（副店長） | 販売量の動き | ・エアコンなどの買換え需要は順調に推移している反面、情報系の商品の販売が苦戦している。 |
| | □ | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・アフターコロナによる人流の安定と人手不足や仕入価格の高騰が相殺するため、横ばいが続くと思われる。 |
| | □ | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・建築単価は依然として高くなっており、今後も更に上昇する気配がみえている。 |
| | ▲ | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | 販売量の動き | ・取引先からの毎月の注文量、回数が少なくなっており、以前は1ケース・1箱単位の注文であったが、現在は最小単位のバラ注文になっている。 |
| | ▲ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の発生以前のように、たくさんの人出で街はにぎわっていたが、少し落ち着いてきた。週末は依然としてにぎわっているが、平日は人が少なくなっている。 |

| 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 | |
|----|------------------------|----------------------|--------------|---|---|
| | ▲ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・商品価格の上昇が消費者の節約志向の強まりに影響している。 | |
| | ▲ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・販売促進効果が弱まり、買上点数の減少がみられる。 | |
| | ▲ | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・4月と5月は良かったが、6月から人の動きに陰りがみえてきており、7月に入り人の動きや購買意欲が減退している。 | |
| | ▲ | コンビニ（商品担当） | 単価の動き | ・原価・輸送費・光熱費などの販管費の高騰が続いている。 | |
| | ▲ | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・電気代やその他のいろいろなものが値上がりした影響から、来客数が少し減少しており、かなり買い控えがあると考える。インバウンドが来ている地区や店は良いといわれているが、国内はさほど良くないと考える。 | |
| | ▲ | 乗用車販売業（営業担当） | 販売量の動き | ・新車の長納期化により、販売できない車種が多いため苦戦している。 | |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・前月モデルチェンジを行った車両は売れているが、総受注台数は前年並みである。 | |
| | ▲ | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） | 来客数の動き | ・全体的に売上が低調である。 | |
| | ▲ | 都市型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・全国旅行支援が終了し、日本人観光客の団体入込来客数が減少し、単価も伸びない。 | |
| | ▲ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・四国遍路の仕事がほぼなくなったことが影響し余り良くないが、街のタクシー台数が減っていることと、暑さの影響もあり需要はある。 | |
| | ▲ | 競輪競馬（マネージャー） | 販売量の動き | ・物価上昇が続いており、遊興に対し金を使うことに、ブレーキが掛かっている。 | |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・近隣で新型コロナウイルス感染症のり患者が増加しているため、なかなか人が動かなくなってきた。 | |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・客との会話において、物価高と節約の話題が多くなった。 | |
| | × | — | — | — | — |
| | 企業 動向 関連 (四国) | ◎ | 繊維工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今月に入って洪水被害を受けた地域があるものの、全国的に気温が上昇しており、夏商材の動きが活発になっている。新型コロナウイルス感染症の収束やインバウンドの増加等とあいまって、全体的には新型コロナウイルス感染症発生前よりも受注が増えている。ただし、消費者の購買動向が変化しており、厳しいところもみられる。 |
| ○ | | 鉄鋼業（総務部長） | 受注価格や販売価格の動き | ・生産量と販売量は共に若干減少しているが、販売価格の上昇が売上を支えている。 | |
| ○ | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・ここ1か月以内に省庁の工事が3件受注できたが、民間工事の受注が少ない。 | |
| ○ | | 輸送業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注価格が上がってきている様子から、人件費の見直しをしやすくなると考える。 | |
| ○ | | 通信業（総務担当） | それ以外 | ・社外イベントやボランティア活動について、参加者数が引き続き増加傾向にあり、マスクの着用者も感覚としては減少傾向にあり、従来の生活様式に戻りつつあると考えられる。 | |
| ○ | | 金融業（副支店長） | 取引先の様子 | ・原材料価格の値上がり分に対する価格転嫁ができていないことから、引き続き業績は回復傾向であると考えられる。 | |
| □ | | 農林水産業（職員） | 受注価格や販売価格の動き | ・青果物の卸売価格は、全体としては前年並みであるが、品目により格差がみられる。7月は例年荷動きがよい月ではないが、薬味等の品目を除き低調な荷動きが続いている。 | |
| □ | | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・環境に大きな変化はない。 | |
| □ | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・いろいろな意味で景気は良くないと考えている。それは、大型案件（太陽光・風力・バイオマス発電）の受注を狙っているが、費用面の上昇に対して、値上げによる価格転嫁ができないといった企業がたくさんあるため、発注を控えていることが要因である。 | |
| □ | | 税理士事務所 | 取引先の様子 | ・大きく利益や損失が出ているところはない。 | |

| 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 |
|------|---------|----------------|------------|--|
| | ▲ | 木材木製品製造業（営業部長） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が減少しており、今後も低調に推移する見込みである。また、資材高騰の影響を受け、各社の住宅販売価格がアップしており、契約件数の落ち込みが発生している。 |
| | ▲ | 通信業（企画・売上管理） | 受注量や販売量の動き | ・特に東京を本社に置くメーカーの広告費が伸びない。 |
| | × | — | — | — |
| 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感染症の警戒感のなくなった久々の夏休みということもあり、野外の公共施設には家族連れが多く集まり、猛暑続きではあるものの前年比130%を超えるにぎわいが戻ってきている。ただし、繁忙時期に必要な職員の不足も発生している状況が課題である。 |
| | ○ | 求人情報誌（営業） | 周辺企業の様子 | ・飲食・観光の業界及びその周辺業界では、来客数、売上共に軒並み増加しており、コロナ禍だった前年・前々年と比較して大幅に回復している。人員が不足しているという課題は残っているものの景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 職業安定所（求人開発） | 周辺企業の様子 | ・乾物を扱う食品製造業で6月に1社、7月に1社が外食産業向けの売上増加で業況が良いという発信・発言があった。 |
| | ○ | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・特に非製造業で人手不足感が強まっているように考える。 |
| | □ | * | * | * |
| | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの感染拡大を経て、仮に新型コロナウイルス感染症発生前までの水準に売上が戻った場合でも、民間企業は1度削減した広告費の予算を元に戻さない傾向にある。 |
| | × | — | — | — |

11．九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の現状判断 | 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 | ◎ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・インバウンドの利用が多い店舗では、インバウンド需要が新型コロナウイルス感染症発生前に近い数値になっている。全体的に見ても、来客数が増加傾向であり、単価上昇につながっていることが好調の要因である。 |
| (九州) | ◎ | 理容室（経営者） | お客様の様子 | ・客との会話によれば、売上回復や繁忙による人手不足などの話を聞いているが、理美容業界ではまだまだ景気回復していない。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・イベントを開催しているが、来街者数は増加傾向で、売上も増加している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・来客数の伸びはないが、客単価が増加しており、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | お客様の様子 | ・全体的に漁獲量が少ないこともあるが、ウナギの売行きが好調である。しかし、海水温が高く魚が少ないことが問題となっており、ウナギを扱わない店はかなり経営が厳しい。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・インバウンドが増加し、複数の売場を買い回っている様子が見受けられ、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・催事やクリアランスセール、夏休みの催事などで平日の来客数は通常どおりに戻っている。お中元のギフトセンターは新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により一服しており、サテライトショップやWebでの購入が戻っている。街では、クルーズ船寄港、空港バスや新幹線利用といった国内外からの人の動きが一段と増している。一方、祭りはにぎわったが、猛暑と新型コロナウイルス感染症の流行やインフルエンザ回避で土日祝の来客数が伸びていない。 |
| | ○ | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・長梅雨にもかかわらず、イベントの本格再開によって来客数が前年並みに回復している。客単価の上昇もあり、売上はやや良くなっている。 |
| | ○ | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・沿線などの都市部の景気回復が大きく、インバウンド需要も増えている。しかし、一部の地域の落ち込みは続いており、商品値上げの影響による単価上昇が来客数や買上点数の減少を補っている。 |

| 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 |
|----|---------|--------------------|--------|--|
| | ○ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・今夏の祭事が通常どおり開催されたことに象徴されるように、全てが新型コロナウイルス感染症の流行以前の状況に戻ってきている。来客数はそろそろ頭打ちとみられるものの、客単価は伸び続けている。商品値上げの影響もあって買上点数の伸びは僅かであるが、景況感の明るさを予感させる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・当県では世界水泳選手権をはじめ多くのイベントが開催されており、国内外からの観光客が増加しているため、来客数も増えている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・インバウンドの増加や行楽、イベント関連の人流は活発である。大規模再開発や国際大会の需要で消費が拡大しており、おおむね景気は好調である。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・商品値上げの影響により、買上点数は減少傾向が続いているものの、来客数が上向きである。 |
| | ○ | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車の配給台数が順調に伸長している。新車の売上が増えることで他の売上や利益も増加するため、企業全体の景気が回復している。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | 来客数の動き | ・話題性の高い新型車の発表に伴い、来客数が増えている。また、メーカーの供給制限の緩和により、販売も増えている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | それ以外 | ・メーカーからの供給は安定傾向で、販売量は増加している。しかし、新型車が発売されてもオーダー数に制限が掛かっているため、全体的に受注量が伸びていない。 |
| | ○ | 住関連専門店（従業員） | 来客数の動き | ・行政の施策やプレミアム付商品券の利用により、高単価の商材の購入や「ついで買い」などが生じている。また、店頭での催事も好調で、施策がうまく機能している実感がある。 |
| | ○ | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | 来客数の動き | ・売上は前年比でほぼ横ばいであるが、新規の客が増加しており、徐々に上向いている。 |
| | ○ | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・インバウンドや県外からの観光客が多くなっているが、市内の客は1次会のみで21時には帰宅するため、売上は余り伸びていない。 |
| | ○ | 観光型ホテル（総務） | 単価の動き | ・単価は上昇しているが、人手不足により量をさばくことが困難になっている。 |
| | ○ | 観光型ホテル（専務） | お客様の様子 | ・全国旅行支援が一旦終了したため個人客が減っているが、団体の予約が秋に向けて増えている。 |
| | ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | お客様の様子 | ・客層が月単位で変わっており、国内外からの客の動きが日増しに増加している。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・夏休みに入り、国内外の観光客の増加に加えて世界的なスポーツ大会の開催などイベントがめじろ押しで、当地においては非常に活気付いている。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | それ以外 | ・消費の節約志向が薄れている。 |
| | ○ | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・悪天候が続く、来客数が大幅に減っている。 |
| | ○ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・当市は「食の街づくり」を掲げているため、居酒屋等を中心とする飲食店の来客に注目している。週末だけでなく平日でも客の充足率が高くなっているほか、市内の宿泊施設はビジネスホテルを中心に常に7割近く埋まっている。 |
| | ○ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・展示場やイベントの来場者の増加傾向が続いている。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・2度目の火災前までは商店街に地域外の観光客が来街していたが、最近では各店の足並みがそろわず、来街者数が減少している。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・梅雨明けの後に猛暑が続く、天候不順もあるため、客の出足が鈍い。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・暑さが影響して、店頭への来客数が激減している。 |
| | □ | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・婦人服や食料品、飲食の売上が前年より改善しており、3か月前から同じ流れで好調を保っている。子供関連では、少子化もありやや苦戦している。 |
| | □ | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・前年との比較では、売上が若干増加しているものの、新型コロナウイルス感染症の発生以前と比較すると客の来店頻度は減少している。客の購入意欲は依然慎重であり、必需品以外の購入はしない状況が続いている。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|---------|----------------------------------|---------|--|
| | □ | 百貨店（経営企画担当） | お客様の様子 | ・全体としては前年と同じ水準の利益を確保しており、衣料品は堅調であるが、高額ブランド品の売上水準は前年に達していない。 |
| | □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・販売量は増加せず、むしろ減少が続いている。消費者の生活防衛意識は高いままである。 |
| | □ | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・買上点数や来客数が前年を下回っており、広範囲の値上げの影響で生活防衛意識が強く出ている。 |
| | □ | 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、来客数は前年を大きく下回っている。客の収入は増加していないため、景気が良くなる兆しがない。 |
| | □ | 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終息に向かいつつあるが、予想外に販売が伸びていない。 |
| | □ | コンビニ（エリア担当・店長） | 販売量の動き | ・買上点数が若干前年を上回っている。しかし、来客数の前年比は余り伸びておらず、来客数が少ない分、売上は前年並みである。 |
| | □ | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・3か月前と比べると景気はほとんど変わらず、良くも悪くもない。 |
| | □ | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・7月はバーゲンセール時期であるが、4月に様々な物が値上げされたため客の財布のひもは固く、最低限の物のみを購入する傾向が定着している。そのため、景気は落ち込んだままである。 |
| | □ | 家電量販店（店長） | 競争相手の様子 | ・売上は前年を超えてはいるが、同業他社や量販店でも伸ばしているため、季節要因が大きいと考えられ、当店の景気が良くなったわけではない。 |
| | □ | 家電量販店（従業員） | 単価の動き | ・気候を原因とする需要が増加している。しかし、行動制限は解除され来客数は戻ってきているものの、物価高騰により客単価の下落傾向が一定期間続いている。 |
| | □ | その他専門店〔書籍〕（副店長） | 販売量の動き | ・7月前半の天候不良により、来客数や販売量が減少している。 |
| | □ | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者） | お客様の様子 | ・販売価格へのコストの転嫁によって客単価は上昇しており、売上は上昇傾向にある。一方、来場者の予算は、前年を下回る傾向にある。 |
| | □ | 旅行代理店（職員） | 販売量の動き | ・3か月前は全国旅行支援を利用した旅行商材の購入が多かった。しかし、今月は全国旅行支援の販売終了が多いため、夏休みの予約は堅調ではあるものの、販売量に余り変わりがない。 |
| | □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・夏休みに入り人の流れは多いが、タクシー利用は伸びていない。 |
| | □ | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・天候による変動はあるが、予約は堅調に推移している。物価高騰により徐々に厳しさを増しつつある。 |
| | □ | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前と比較すると「夏枯れ」の傾向にあるが、コロナ禍でも普通の生活に戻っており、客の動きも活発になっている。しかし、暑さもあり、余り景気回復は見込まれておらず、横ばいである。 |
| | □ | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・特に外出の予定がないため、来店を控えており、その間隔も延びている。 |
| | □ | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | 販売量の動き | ・季節要因もあり、7月は売上が伸びている。また、飲食の販売が増加している。 |
| | □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・物価高ではあるものの賃金の上昇もあり、客の状況は余り変わっていないが、所得の格差が若干出ている。 |
| | ▲ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・毎月の生活必需品の値上がりで消費マインドが落ち込んでおり、加えて、猛暑のため午前中に食料品を購入して帰宅する客が多い。そのため、午後から商店街の人通りが極端に少なく、売上也期待できない。 |
| | ▲ | 一般小売店〔青果〕（店長） | 販売量の動き | ・この猛暑で地元産の野菜が入荷せず、県外からの単価の高い商材が入っている。また、この暑さで来客数も減少し、厳しい状況が続いている。 |
| | ▲ | 一般小売店〔精肉〕（店員） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の直後から販売量が増えていたが、今は購入が減少している。 |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------------------|---------|--------------------------------------|------------|---|
| | ▲ | 一般小売店 〔茶〕（販売・事務） | お客様の様子 | ・仕入価格が高騰しているが、販売価格を値上げすると客は一段下の商品を購入するため、味が変わり苦情が出てくる。そのため、値上げができない。これが商品を値上げするたびに繰り返されている。新型コロナウイルス感染症発生から来客数は減り続け、売上も回復しない状況である。加えて、7月に入り、毎日猛暑が続き外出する人は少なく、売上は伸びていない。 |
| | ▲ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・インバウンドの来客数は増加傾向であるが、地元客の減少が著しいため、景気はやや悪くなっている。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（店員） | お客様の様子 | ・クリアランスセールが年々盛り上がり、割引のない月と変わらない状況である。 |
| | ▲ | 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・都市部でのキャンペーンや店舗では、来客数が少なく、販売状況は余り良くない。 |
| | ▲ | その他専門店 〔ドラッグストア〕（企画担当） | 販売量の動き | ・商品の値上げにより商品単価は上がっているが、来客数や客単価は下落している。 |
| | ▲ | その他小売の動向を把握できる者 〔ショッピングセンター〕（支配人） | 販売量の動き | ・3か月前は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行が決定され、行動制限が解除されたゴールデンウィークであった。そのため、財布のひもが緩んでおり、また、人気映画のヒットが施設の売上の追い風になっていた。その頃と比較すると、異常気象や物価高騰の報道が悪影響となり、物販店舗の客は若干支出を控えているようだ。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・インバウンドは好調に推移しているが、国内客の勢いが弱まっている。 |
| | ▲ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・光回線の販売件数が低迷している。 |
| | ▲ | 通信会社（役員） | お客様の様子 | ・建設業や観光・宿泊業は引き続き堅調に推移しているが、生活物資の高騰に比べ賃金は上がっておらず、当社の加入者や地域市民の消費意欲は減退している。 |
| | ▲ | その他サービスの動向を把握できる者 〔介護サービス〕（管理担当） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴い、顧客のキャンセルは減少傾向であったが、第9波と考えられる感染拡大傾向により、キャンセルが徐々に増加している。 |
| | ▲ | 設計事務所（所長） | 単価の動き | ・建築関係では材料や製品単価の上昇が続いているが、収入の増加はない。一方、生活必需品の価格が上昇しているため、景気はやや悪い。特に、地方の中小企業や個人事業主は厳しい状況である。 |
| | ▲ | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・イベントを開催しても来店客が少ない。 |
| | ▲ | 住宅販売会社（代表） | 来客数の動き | ・電気光熱費の上昇や商品価格の高騰の一方で給与が余り昇給しないため買い控えがあり、景気が悪くなる傾向にある。リフォームや新築の補助金は促進剤にはなっているが、弱い状況である。 |
| | × | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・6月末の急激な気温上昇をきっかけに、当店だけではなく、メーカーでも急に売上が落ちている。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・天候に影響されて人通りが少ない。飲食店以外の小売店や衣料品店はとても厳しい状況である。 |
| | × | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月は1年のなかで最も動きが悪い状態である。 |
| 企業 動向 関連 (九州) | ◎ | 金属製品製造業（事業統括） | 受注量や販売量の動き | ・原材料の価格上昇が落ち着きをみせており、景気は良くなっている。 |
| | ◎ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 取引先の様子 | ・取引先の話では、受注や売上が増加しているため、景気が良い状況と判断できる。 |
| | ◎ | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・市町村からの福祉計画等の調査や、計画策定の委託業務を請けているが、今年度はアンケート調査や計画策定の業務が各市町村から発注されており、既に前年度ベースの受注が可能な見通しとなっている。このため、景気は良くなっているといえる。 |
| | ○ | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・7月は鳥インフルエンザによる原料減少も一段落し、工場生産も順調に進んでいる。販売でも、落ち込んでいた居酒屋の状況も元に戻り、引き合いが強くなっている。特に梅雨明けにより、ビール消費と相性がいい商品の引き合いが強い。 |

| 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 |
|----|---------|-------------------------|------------|--|
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の経営改革が落ち着き新体制が動き出し、協力工場もそれに応じて動き始めている。今後は周囲の状況を確認しながら、徐々に当社も動きが出てくることになる。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | 取引先の様子 | ・電気自動車関連業務の引き合いは依然強いものがあり、人や車両の動きも活発になっている。 |
| | ○ | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・お盆前は若干閑散としているが、入札はめじろ押しとなっている。第2回発注見通しを確認しても、多くの一般競争入札や指名競争入札が予定されている。元請だけでなく、特殊工事の下請工事の依頼にも期待をしている。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・家電の販売はやや弱いのが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上也増加している。また、人手不足のため、賃上げに踏み切る企業が増加しており、労働者の所得環境も改善の動きがみられる。 |
| | ○ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・中小企業からの借入れは、増加傾向が続いている。住宅ローンも同様に推移しており、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が他県に比べ高い水準で推移している。夏休みを迎え、県内の観光業は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近い活況を取り戻しつつあるが、コロナ禍で抑制した働き手の再確保が進まず、フル稼働に踏み切れない施設もある。人材の獲得競争が激しさを増している。 |
| | ○ | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行後、人の流れを始めとして、様々なものが正常化に向かっている。 |
| | ○ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・観光業や飲食業、小売業では売上が増加し、客単価も上昇している。 |
| | ○ | 広告代理店（従業員） | 取引先の様子 | ・取引先では、少しずつではあるが前向きな動きがみられる。受注先数は、配布先の紙面離れ等もあり苦戦しているが、受注先別の受注量は徐々に戻ってきており、景気動向は前月に引き続きやや良くなっている。 |
| | ○ | 経営コンサルタント（社員） | 取引先の様子 | ・最近、依頼が2～3件あり、景気は上向きとなっている。 |
| | ○ | 経営コンサルタント（社員） | 受注量や販売量の動き | ・食品の値上げが進んでおり、客は購入を最小限に抑えるため、商品を吟味している。一方、インバウンド需要が増加し、日本酒やウイスキーなどの売行きが好調で、品切れする店舗も出ている。 |
| | □ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・比較的順調な受注で推移している。 |
| | □ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・お中元ギフトが徐々に売れており、お盆用のお返しギフトなども引き合いがある。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注関係は前月と変わっていないが、全ての商品を値上げしているわけではなく、原材料費や光熱費、人件費は上昇しているため、難しい状況になっている。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体製造装置に関する金属加工品の受注量が減少傾向にある。 |
| | □ | その他製造業 [産業廃棄物処理業] | 取引先の様子 | ・半導体の生産が余り良くない。一部の部品関連が若干伸びているため、何とか踏ん張っているが、全体の生産量は余り増加していない。 |
| | □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・物価上昇に伴い消費量の落ち込みが続いており、国内生産及び輸入は、低調が続いている。特に飲食関係の食材などはその傾向が強い。住宅関連でも建設資材の高騰などで注文が止まっていることもあり、木材輸入が大幅に減少している。一方、日韓関係の変化で韓国への輸出が回復している業界もある。 |
| | □ | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・運賃値上げの要望が各運送会社から出ているが、寄託者から運賃値上げ分の料金改定をするには時間が掛かるため、経費圧迫や利益減少につながっている。物量は横ばいが続いており、売上は減少傾向である。 |
| | □ | 不動産業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先や同業他社は景気が良い企業と悪い企業にはっきり分かれている。 |
| | □ | 広告代理店（役員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が大幅に増える傾向にない。 |
| | □ | その他サービス業 [物品リース]（職員） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の影響は鈍化し、景気はやや持ち直しているが、市況については大きな変動はない。 |

| 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 |
|----------------------|---------|------------------|------------|--|
| | ▲ | 繊維工業（営業担当） | それ以外 | ・電気料金や原材料の物価上昇の影響が大きく、工賃交渉により上乗せできても、半年もしないうちにまた値上げしていく状況である。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体分野での景気の不況が継続しており、半導体製造装置の受注低迷が続いている。一部、パワー半導体や米国の輸出規制を受けない旧型装置等の新規受注も見受けられるが、当社が担当している部品には影響がなく、しばらく低迷が続くと考えられる。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント（代表取締役） | それ以外 | ・在宅勤務の採用をしているが、報酬条件が以前と変わらないにもかかわらず応募が増えている。他社が採用を抑えていることも考えられ、景気がやや後退している兆候である。 |
| | × | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・半導体関連を中心に受注量が減少している。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・大学4年生の内定状況は前年より良く、採用継続中の企業も多い。今まで大卒のみを対象にしていた企業が、専門学校や高校へ求人を出すケースも増加しており、人手不足の深刻化もあり、新型コロナウイルス感染症発生前より非常に景気が良いといえる。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人受注は増えているが、行政関連の新型コロナウイルス特需がなくなり、今後の派遣状況が不透明である。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・企業の求人の動きだけでなく求職者の動きも活発となり、新規派遣登録者数も増え、景気は若干良くなっている。派遣だけではなく、人材紹介などの直接雇用についての問合せも増加傾向にある。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・企業から新規採用の注文が増えている。派遣登録の予約の後に採用が決まり登録辞退する人や、登録後すぐに仕事が決まる人が増えている。後任の採用だけでなく、増員で募集している企業も多い。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・イベントや展示会などの注文が増えている。 |
| | ○ | 新聞社 [求人広告]（社員） | それ以外 | ・インバウンドが増加しており、個人で行動するより、4～5人のグループで動いている。 |
| | ○ | 学校 [大学]（就職支援業務） | 求人数の動き | ・2024年3月卒業予定の学生対象の大卒求人倍率が上昇したことから、求人件数は前年と比較すると確実に増えている。学生にとっては有利な状況であるが、採用活動を行う企業や団体にとっては、苦戦しているところもあり、夏以降も継続して採用活動を行う企業が増えている。 |
| | □ | 新聞社 [求人広告]（担当者） | 周辺企業の様子 | ・イベントや会合が再開され、企業主催も増えている。イベント等への参加機会が増え、情報交換などビジネス交流会も盛んになっている。しかし、参加会費の値上げも多く、交流は増えているが物価の上昇も感じられる。 |
| | ▲ | 求人情報誌制作会社（編集者） | 周辺企業の様子 | ・4月の求人取扱件数は、前年と比べ大幅に伸びているが、5～6月は低迷している。夏休みを控え、今年の求人件数は大幅に伸びると期待していたが、企業は慎重な姿勢である。夏休みに入ってからインバウンドに期待したいところであるが、客足の伸びが少ない。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・メーカーの下請企業や大手のグループ企業では原材料費の上昇分を価格転嫁できているが、多くの企業では、物価高騰の影響を受け、仕事を受けても利益は減少している状況で、前年の2倍以上の電気代を支払っている事業所もある。全体的な人手不足は続いているが、求人数の伸びは鈍化している。 |
| × | — | — | — | — |

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 | ◎ | 一般小売店 [酒]（店長） | 来客数の動き | ・海外からの客が増えている。 |
| | ◎ | コンビニ（副店長） | 来客数の動き | ・今月も前月に引き続きアジア圏からのクルーズ船寄港に伴い来客数、販売量が大幅に伸びている。 |

| 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 |
|----------------------------|---------|--------------------|------------|---|
| (沖縄) | ◎ | その他専門店 〔陶器〕（製造） | 販売量の動き | ・販売数が明らかに増えている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・外国人観光客が増えている。 |
| | ○ | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・7月の販売台数は6月までの前年比より4～5%の改善がみられる。 |
| | ○ | 観光型ホテル （代表取締役） | 来客数の動き | ・宿泊予約は堅調に動いている。ただし2019年比の65%程度である。飲食宴会も動いてきているが、こちらも2019年比の70%程度である。 |
| | ○ | 旅行代理店（マネージャー） | 販売量の動き | ・販売量はかなり戻ってきている。物価上昇に伴う価格高騰が続きかなり高めの旅行代金設定となっているため、購買意欲が落ちないかが心配である。 |
| | □ | 百貨店（経営担当） | 単価の動き | ・3か月前と比べ、インバウンド需要や中元需要などで単価の動きに大きな変化はない。 |
| | □ | 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。 |
| | □ | 住宅販売会社 （代表取締役） | 来客数の動き | ・住宅建築や不動産投資の新規相談件数が減少傾向にある。 |
| | □ | 住宅販売会社 （役員） | 販売量の動き | ・分譲マンションの来客数に変化はないが契約率は高くなっている。 |
| | ▲ | 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少しだけ良くなっているようで、店によっては少し良くなっているが、全体的にはまだ厳しい状態が続いている。 |
| | ▲ | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・今月は、夏のトップシーズンとなることから、入域観光客数の増加により県内経済が良くなると見込まれていたが、商品値上げが続くなかで買い控えによる影響からか、来客数が3か月前と比べると減少し、苦戦を強いられている。 |
| | ▲ | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・例年夏休みに入ると、帰省学生や観光客で入客が増えるが、今年は平日、週末共に地元客が動いている様子がない。 |
| | × | 観光型ホテル （企画担当） | 販売量の動き | ・ホテルの4月の販売室数が前年比177%増加とプラスなのに対し、7月は前年比5%減少とマイナスに転じている。 |
| 企業 動向 関連 (沖縄) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 食料品製造業 （役員） | 受注量や販売量の動き | ・空港の国際線も徐々に便数が増え、外国人観光客数も増えてきている。イベントも増えており、新型コロナウイルス感染症の第9波の影響はみられないが、医療関係は大変なようである。 |
| | ○ | 会計事務所（所長） | それ以外 | ・観光が基幹産業となっており、観光シーズンに入り景況は上向きとなっている。 |
| | □ | 窯業土石業（取締役） | 受注量や販売量の動き | ・見積依頼は3か月前と比較すると公共工事が若干増加傾向であるが、受注は横ばいの状況である。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新築及びリフォームの契約件数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 | ・幅広い業種からの派遣依頼が増えている。既存ユーザーからも人員増加や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 | ・観光客数の増加により景況が活性化している。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・求人数が前年より多くなっている。また、小売業、飲食業で時給を大幅に上げている事業所も多々ある。 |
| | □ | 学校〔専門学校〕 （就職担当） | 求人数の動き | ・2024年卒向けの求人数は減少しているが、夏休みに向けて、2025年卒を対象としたインターンシップの案内が続々と届いているため、相殺して変わらないとしている。 |
| | □ | 学校〔大学〕 （就職支援担当） | それ以外 | ・消費者にとっては円安、物価高によるマイナスの影響が大きいとみている。 |
| | ▲ | 求人情報誌製作 会社（営業） | 求人数の動き | ・春先の採用活動が活発な3か月前と比較すると求人数は減少している。また前年同期比でも1割程度の減少がみられる。ただし、飲食、接客、小売業界は若干ながら微増している。 |
| × | — | — | — | — |