

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	商店街（代表者）	・観光客の動向が良く、コロナ禍前のような勢いが感じられることから、今後の景気は良くなる。外国人観光客も個人客を中心に好調である。ただ、個人客が堅調に推移している一方で、団体客は貸切りバスが圧倒的に不足していることもあって不調である。
	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・6月及び7月の売上がコロナ禍前の水準に回復してきたことから、これからよほどのアクシデントがない限り、景気は良くなる。
	◎	観光名所（従業員）	・インバウンドが顕著に増加している。団体客はもちろん、個人客が急激な伸びをみせている。国内観光客も好調であり、平日であっても週末並みの利用がみられる日が増えていく。こうした傾向が減速するような要因はみられないことから、今後の景気は一層良くなっていく。
	◎	住宅販売会社（経営者）	・観光客が徐々に増えていることで、ホテルの宿泊単価が上がってきている。また、飲食店の消費単価も増えている。そのため、これから徐々に景気が良くなり、住宅着工数も底を打って増加に転じることを期待している。
	○	商店街（代表者）	・人出がコロナ禍前よりも増えていること、それに伴って各商店の来客数や売上も回復しつつあることから、今後の景気は良くなる。ただ、物価や金利の動きによって状況が変化することも懸念される。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・少子化の影響で漁師の数が減っていることで、仕入値が上昇している。また、光熱費や人件費も上昇していることから、当社にとっては利益がほとんど出ていない状況であるものの、観光客が好調に回復していること、特に東南アジアからの観光客の客単価が伸びていることなどから、今後の景気は良くなる。多くの客から海外旅行の話聞く機会が増えているなど、客の気分が明るくなっていることもプラスである。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・シニア層の旅行意欲が高まっていることから、夏休みシーズンはもちろんのこと、秋の行楽シーズンにおいてもシニア層の需要が期待できる。これから秋にかけて、景気は上向くことになる。
	○	百貨店（売場主任）	・10月以降、中国人観光客の入込が増えると期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響で消費者の購買意欲は低下しつつあるが、富裕層の購買意欲が活発であり、物価高に伴って商品単価も上昇しているため、今後も景気の良い状態がしばらく続く。
	○	百貨店（マネージャー）	・客の買上動向から、今後も販売促進企画を継続して行うことで、買上客数の増加が続くとみられるため、景気は良くなる。
	○	スーパー（店長）	・このままコロナ禍前と同様の経済活動が行われることになれば、9月以降もトラベル商材や重衣料などの売上増加が見込める。
	○	コンビニ（エリア担当）	・現状の需要に見合った経営が十分にできているなか、これからインバウンドなどの需要が活発になることを期待している。インバウンドのニーズに合わせた品ぞろえを充実させるとともに、セット商品を展開することで、一層の売上を確保できるようになる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・現在は、最も人気のある車種のフルモデルチェンジを控えて、苦しんでいる時期であるが、2～3か月後にはフルモデルチェンジの効果が期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・主力車種のモデルチェンジがこの秋に予定されていることから、今後の景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	高級レストラン（スタッフ）	・国内外からの観光客が増えており、観光地では8月末まで満室続きのホテルもみられる。それに伴って、周辺の飲食店も繁盛すると期待している。観光シーズンが終わった後の動向や経費増など、心配な面もあるが、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・引き続き人流が増加していくことが期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・コロナ禍の間、旅行できなかったことの反動で、ここ数か月、観光客が増加しており、年内はこうした傾向が続くとみられることから、景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・今後の景気はやや良くなると期待している。ただ、新型コロナウイルス感染症が再流行していることから、今後、旅行需要が落ち込むことも懸念される。
	○	タクシー運転手	・今後も夏のイベントなどが予定されていることから、例年並みの状態に回復することを期待している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで、以前のような人の動きがみられていることから、今後の景気はやや良くなる。さらに、ウクライナ情勢などが落ち着けば、景気は一層上向くことになる。
	○	通信会社（企画担当）	・毎年秋に販売される人気の通信端末の効果による売上回復を期待している。ただ、円安の影響で通信端末の価格が高騰しているため、首都圏と比べて所得水準の低い北海道においてどこまで効果が期待できるのか心配な面もある。
	○	美容室（経営者）	・今後については、新型コロナウイルスの感染がよほど拡大しない限り、人の動きは活発になっていく。それに伴って、客の来店頻度が上向くことを期待している。
	□	一般小売店（経営者）	・全体の景気の底上げが、当社の商売につながるまでまだ時間が掛かるとみられるため、今後も景気は変わらない。
	□	スーパー（店長）	・生鮮部門において、即食系の総菜は好調であるが、野菜、魚、肉などはコロナ禍で内食需要が高まったことの反動でやや落ち込んでいる。これらの商材の回復がみえてこない限り、景気は良くならない。冷凍食品や即席麺、菓子、飲料、レンジ商品などは好調であるが、商圈内にディスカウントストアのイメージが強い競合店が増えているため、客の節約意識が強まることになれば、より価格の安い他店に客が流れてしまうことが懸念される。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	□	スーパー（従業員）	・物価の高騰が落ち着くような動きがみえてこないため、今後も景気は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・商品の値上げ、光熱費の引上げを背景に、今後も消費者の生活防衛意識の強い状態が続くとみられるものの、コロナ禍の終息に伴って人流が回復していることから、全体ではプラスマイナスゼロで推移することになる。各店舗の経営面においても、値上げの影響で売上がプラスになる一方で、営業経費が増加していることから、余り変化はないものとみられる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・当業界では新型コロナウイルス感染症の影響がプラスに作用していたが、コロナ禍が終息したことから、それまで上乗せされていた分の需要がなくなっている。ここ数か月、状況は変わっていないため、今後も今と変わらないような売上で推移する。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が変わるような気配がない。
	□	衣料品専門店（店長）	・他業界では客の動きが良くなっているようであるが、当業界においては客の購買意欲が高いとはいえない状況にある。ライフスタイルの変化によりスーツ需要が落ち込んでいるため、今後も厳しいまま推移する。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・社会行事や地域行事がコロナ禍前と同じように行われていることで、人の流れが活発になっている。ただ、今後については、物価が高止まりすることも懸念されるため、現状よりも景気が良くなるとは考えにくい。
	□	家電量販店（経営者）	・夏商戦が落ち着き、秋に向かう時期となるため、今後の売上は落ち込むことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（経営者）	・販売量は堅調に推移している。一方、受注状況については、新型車が発売された際に一時的に改善したが、生産が追いつかずオーダーストップとなったことから、ブレーキが掛かった状態となっている。競合店も厳しい状況にある。ただ、観光業は人の動きが活発なことから好調である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・外国人観光客が増加していることで、観光関連業は景気が良くなるとみられるが、生活にかかわるような消費財については、値上げの影響もあって消費が抑制されることになる。そのため、今後の景気は現在と変わらない又はやや悪くなる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型車の生産量が回復するまで、今と同様の状態が続くことになる。現状、販売できない車種が多く、生産状況が改善されない限り、景気は良くならない。
	□	自動車備品販売店（店長）	・何らかの動きが起こらない限り、今後も景気は変わらない。
	□	住関連専門店（役員）	・商品の値上げの影響もあって、客は必要な物を必要な量だけ買う傾向が続いている。そのため、今後も7月と変わらずに推移する。
	□	観光型ホテル（経営者）	・紅葉シーズンの予約が好調に推移していることから、今後も好調な状態が続く。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・コロナ禍においてみられていた直前の予約が多い状況は今も大きく変わっていない。そのため、現時点の状況から判断すると、2～3か月後も特に目立って良い状況とはならない。
	□	旅行代理店（従業員）	・現在の宿泊代金の高騰は、観光業界の人材不足や円安の影響によるものであり、今後、インフレ傾向から脱却していくことを期待している。ただ、年金受給者の消費は減るとみられるため、全体的な見通しは今後も変わらない。
	□	タクシー運転手	・観光客が増えてきていることに加えて、今年の夏は暑い日が続くことなどから、タクシーの利用は前年よりも増えることになる。タクシー1台当たりの売上は大きく増えると期待しているが、乗務員が不足しており、思うように補充もできないため、会社の売上は若干の増加にとどまることになる。
	□	タクシー運転手	・商品やサービスの値上げが続いているが、円安に伴う原油価格や輸入商材の高騰を要因としたものであり、国内消費や景気を押し上げるような値上げではないことから、今後も景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・問合せはあるものの、事前キャンセルとなることも多く、予約状況は上向きとはいえない。期待していた観光客の予約も若干の減少となっていることから、今後も景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・コロナ禍の3年間で退職者が増えたことで稼働している車が足りない状況にある。人の動きが活発になっていることから、売上は増えるとみているが、どの程度の増加幅となるのかを注視している。今後も今と同じような状況が続いてくれることを期待している。
	□	通信会社（エリア担当）	・先行きの見通しが立たない。
	□	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの方針に左右される部分が大きく、自社努力だけでは解決できる問題ではないことから、今後も景気は変わらない。
	□	観光名所（職員）	・物価の上昇に伴って、売手の景気が少しずつ良くなることを期待している。ただ、買手からすると消費をちゅうちよすることも懸念される。これらのことから、物価が高止まりしたとしても、景気は現状とさほど変わらないまま推移する。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・10月頃まで観光客の利用が期待できるため、今後も好調なまま推移する。
	□	住宅販売会社（経営者）	・所得の増加が物価の上昇を下回る状況が続いているため、この状況がなるべく早く逆転することを期待している。分譲マンション市場が持続的に成長するためには、緩やかなインフレとそれを上回る確かな所得の増加が必要である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に加えて金利も上昇していることから、住宅購入に向けた消費者マインドが回復するまで時間が掛かるものとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・客との会話で、値上げの話ばかりで良いことがないとの話をよく聞くため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・今後については、当地の主なイベントがほぼ終了しているため、日配品を購入する区域内の住民を除けば、来街者は減少することになる。また、観光客も周辺の観光地だけを訪れるようになる。これらのことから、中心部の店舗において売上が増えるような材料はなく、景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで、来客数が増加傾向にあるが、増税や値上げの話題が絶えないことから、今後、買い控えの動きが強まることや来客数が減少することが懸念される。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇に加えて、エネルギーコストも上昇していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・光熱費が引き上げられ、原材料価格も高騰しているため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・前年の秋頃から値上げの動きが進んでいることで、来客数は横ばい又はやや減少している。これまでは来客数が多少減ったとしても、客単価の上昇で落ち込み分をカバーできていたが、今後は卵の集客効果の恩恵がなくなっていくこと、値上げの動きが一巡することから、売上が前年を下回ることも懸念される。
	▲	スーパー（企画担当）	・足元の販売状況をみると、商品単価の上昇に伴って、買上点数が落ち込む傾向が続いている。客の購買動向はこれまで価格上昇をある程度許容してきたが、徐々に価格上昇に付いていくことができない状態に変化しつつある。
	▲	スーパー（企画担当）	・今後も販売量の減少が続くとみられる。また、売上の減少分を物価の上昇によって補う構造は今後も変わらないとみられるが、物価上昇の天井がみえてこない、年末に向けて客の節約志向が高まり、消費行動が冷え込むことが懸念される。
	▲	スーパー（役員）	・電気料金が引き上げられ、食料品などの値上げもまだ続いていることから、家で調理することで節約しようとする客が増えている。このため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・夏休み以降、観光需要が一巡し落ち着くことが見込まれる。さらに、光熱費の負担増、物価高の影響で客の節約志向が強まることも懸念される。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良くなるような要素が見当たらない。今後については、客に対して健康に関する啓もう活動や店頭活動を続けていくことで少しでも販売につなげていくだけである。
	▲	その他専門店〔造花〕（店長）	・物流の2024年問題について、今後、どのような影響が生じてくるのか分からないため、楽観的に受け止めることができない。
	▲	スナック（経営者）	・現状、とても苦勞していることから、今後の景気はやや悪くなる。ただ、夏休みが終わる頃になれば、暑さも収まってくるため、少しでも景気が回復してくることを期待している。
	▲	旅行代理店（従業員）	・国内客については、夏季繁忙期が過ぎれば観光需要もやや落ち着くことになる。一方、インバウンドについては、7月に上海や北京といった中国路線が再開したが、まだ中国からの団体旅行が解禁されていないというマイナス要素があるため、本格的な回復まで時間が掛かることになる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の終了、宿泊料金や貸切りバス料金の高騰、運転手不足による貸切りバスの不足などのマイナス要因により、今後、販売量がやや減少することになる。
▲	美容室（経営者）	・今後について、景気が良くなるような見通しが無い。中小企業に対して何らかの経済対策が行われることを期待したい。	
	×	—	—
企業 動向 関連 (北海道)	◎	通信業（営業担当）	・観光客の回復、飲食業の活況などの効果で、今後、当地の景況感は着実な回復傾向を示すことになる。繁華街の人出はコロナ禍前の水準まで回復している。
	○	農林水産業（経営者）	・9月又は10月になれば、青果物の動きが良くなるとみられることから、今後の景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	金融業（従業員）	・先行きへの懸念材料として、電気料金の動向を挙げる企業が多いが、9月までは電気・ガス価格激変緩和対策が続くことになる。また、人流の回復、インバウンドの増加により、サービスも含めた個人消費が増加することが期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・都心部の再開発が引き続き好調に推移していること、インバウンドの一層の増加が期待できることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設需要が着実に伸びていることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後も売上がやや落ち込んだ状況が続くとみられる。
	□	建設業（経営者）	・土木、建築共に、ほぼフル稼働の状態が続くとみられるものの、人手不足の影響が懸念される。また、農業土木工事について、天候による影響が生じることが懸念される。
	□	建設業（従業員）	・建設業における作業員不足の問題はしばらく改善する見通しが立たない状況にある。むしろ、今後、作業員不足が加速することも見込まれ、それに伴って設計案件も後倒しになることが懸念される。
	□	建設業（役員）	・上半期については、これからも順調に推移する見通しに変わりはない。今後は、年度後半に向けて、利益を上積みできるような工事案件の受注活動に注力していくことになる。
	□	輸送業（従業員）	・当社のみならず、同業他社についても物量の減少が続いている。また、燃料価格の先行きが不透明なこともあって、厳しい状況にある。燃料油価格激変緩和補助金が予定どおり9月末に終了することになれば、経費は更に増えるため、景気が良くなるとは考えにくい。
	□	輸送業（支店長）	・今後については、確定している大型案件等が少ないため、景気は変わらないまま推移する。
	□	司法書士	・建築資材の高騰などにより、建築単価が上昇しており、住宅建築を考える客がちゅうちょする一因となっている。また、物価上昇により賃上げの効果が打ち消されていることも住宅新築に影響を与えており、景気回復はかなり遅れることになる。景気が回復しているのは一部の業種にとどまっており、現状と変化のないまま推移することになる。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・案件はいろいろと出てきているが、人材が確保できないため、思うように受注できない状況にある。今後についても、人手不足に伴うチャンスロスがしばらく続きそうである。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・限られた業種の一部の企業は忙しいようだが、全体的には受注量が減っているため、今後の景気が悪くなりそうな心配がある。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・住宅価格の高騰、地価の上昇、生活にかかわる物価の上昇などの動きがみられる一方で、賃金の上昇が追いついていないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	広告代理店（従業員）	・今後も様々な商材の値上げが予定されていることから、景気はやや悪くなる。
	▲	司法書士	・地方都市において、大型店舗が相次いで閉店しており、衰退の勢いがすさまじい。人口も毎年減少していることから、景気は徐々に悪化することになる。
	▲	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・コスト上昇、設備価格の高騰、物流の2024年問題など、取り巻く環境が厳しいことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北海道)	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は3か月連続で前年を下回っているが、産業や業種によってその度合いは異なっており、全体的には今後の景気はやや良くなるとみている。ただ、新型コロナウイルスの感染状況、経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	□	人材派遣会社（社員）	・飲食業やホテル・旅館業などでの人材不足が報道され、今後も採用困難な状況が継続することを懸念しているのか、今のうちに人材を採用しようという動きがみられる。そのため、今後も採用ニーズの強い状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人市場の需給バランスにゆがみを感じる。どこの企業も人材を求めてあらゆる手段で人手を確保しようと努めているものの、地域において供給できる人材の不足が否めない状況となっていることから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・企業においてスタッフ数は足りないが、人件費を掛けることができないという状況がしばらく続くと思われる。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者が2か月連続で前年を上回ったことに加えて、原油価格や原材料価格の高騰など、企業の事業環境の悪化を招く要因も多いものの、有効求職者数が11か月連続で減少していること、業況堅調な事業所からの新規求人が引き続きみられることから、今後も景気は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・インバウンドや円安で恩恵を受ける業界を除けば、今後の採用活動に対して慎重な姿勢が続くことになり、未内定学生の就職活動も停滞することになる。9月頃までは学外の景気が分かりづらい状況が続くことになる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・秋に向けて、一層の物価高が報道されていることから、慎重な企業がますます増えることになる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価が下がるようなプラス材料がなければ、景気は良くなる見込みはない。
	▲	職業安定所（職員）	・食料品や生活必需品、光熱水費、燃料代の値上げに歯止めが掛からないこと、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いことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)	◎	高級レストラン（支配人）	・客単価が上向いている。
	◎	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏のボーナスから需要期へと、このまま好調が続くとみている。
	○	商店街（代表者）	・マスクをしている人はまだ多いが、外出や観光、飲食等において制限なく自由に行動しているため、景気は上向くとみている。
	○	商店街（代表者）	・観光客が増加している。特にインバウンドが急増しており、免税売上が2019年を超えている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・熱中症を避けて人が街を出歩かない状態が続いているが、この暑さが終わり、しのぎやすい季節になれば、人が街に出てきて消費意欲も湧いてくる。それにより少し良くなるとみている。
	○	百貨店（企画担当）	・街のイベントの再開により人流が増えており、来客数は引き続き前年を上回るとみている。
	○	百貨店（経営者）	・若い新規客が増えてきており、少しずつ売上がつながってきている。従来の顧客層は高齢化により多少消費意欲が減退しているが、勤労世帯の夏のボーナスアップなどが少しずつ消費に影響し、好循環を促すことを期待している。
	○	百貨店（催事担当）	・アパレル関連売場のリニューアルオープンを控えていることや、外商顧客向けの催事を計画していることもあり、売上の伸長が見込まれる。
	○	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、販売数量が前年並みまで戻っており、売上は前年を上回っている。商品の値上げ分が売上を押し上げる形となっている。客の買い控えもかなり落ち着いており、良くなるとみている。
	○	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、お盆の帰省に伴う消費が拡大することを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げが続くなかでも客足は減少せず、単価、買上点数共に安定している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候に左右されない立地においては、秋以降も来客数は伸長する見込みである。
	○	コンビニ（エリア担当）	・猛暑は続くが、夏休みに入り人の動きが出始めている。今後開催される祭りの人出、来客数の増加に期待している。
○	コンビニ（エリア担当）	・夏休みは人出が増えると思われている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本格的に売れる時期になるため期待はあるが、輸入品の価格が上がっていることや、生活面での物価高の影響が不安材料である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・例年どおり開催されるイベントにより、消費行動が活発化することを期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・10月にフルモデルチェンジの車種があることに加え、12月には新型車の発表も控えているため、現行モデルの売り切りと新型車の提案が増え、市場は盛り上がりつつあるとみている。
	○	乗用車販売店（店長）	・中古車の在庫不足は順次解消に向かっている。サービス部門も比較的堅調に推移しているため、年内に全部門での前年超えも期待できる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注量が増えることが決まっているため、生産量、販売量も増える。現状よりはやや良くなる見通しである。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・大雨被害の影響が懸念されるが、直近では小康状態が続くとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍が落ち着き旅行者が増え、人の動きが活発化している。会社関係の客は100%までは戻っていないが、コロナ禍の頃よりは良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・今後、イベントなども増えて、人も増え、今よりは多少良くなるのではないかとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・予約が増えており、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻るとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・10月下旬以降は旅行も秋シーズンとなり、夏に比べて団体客も多くなる。近年の夏の暑さに比べて過ごしやすいためこの季節を選ぶ人が多くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンド需要の拡大に期待している。東北の観光業従事者からの、地方国際路線再開などへの期待は大きく、その期待にこたえる動きがあるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・首都圏の動きが活発であるため、東北地域においても遅れて動きが出てくるとみている。
	○	通信会社（経営者）	・夏祭りが4年ぶりに通常開催されることもあり、地域に活気が出てきている。観光客の入込数も大きく増えており、インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。このため、1度は解約した飲食店や個人事業者が再加入する傾向がみられる。特にモバイル系の通信端末サービスが堅調で、若年層を中心に今後も期待できる。
	○	通信会社（社会貢献担当）	・9月以降の新機種が発売されるタイミングで需要が伸びるとみている。
	○	美容室（経営者）	・消費量は少ないが単価が上がっている。客は金を使わないのではなく、必要などころには使っているため、単価の高い商品を客に提供していけるとみている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は気温上昇に伴いエアコン交換の問合せが急増するとみている。リフォームは断熱効果を伴う工事が増えることとみている。
	□	商店街（代表者）	・値上がりはまだ落ち着かないとみている。
	□	商店街（代表者）	・夏季商戦、旅行シーズンも終わり、落ち着きを取り戻すとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・常連客が来店するかどうか懸かっているが、どうなるか予測が付かない。
	□	百貨店（売場担当）	・保守的な地域だが、ようやく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。回復傾向は今後もしばらく続くとみている。
	□	スーパー（経営者）	・梅雨明け後から異常な暑さが続いており、来客数の減少が懸念されるが、涼味・飲料商品、焼き肉系商材の動きが良くなっているなど、様々な値上げが続いているものの受忍範囲で消費されている。しかし、購入の量も点数も減少傾向にある。この状況は続くとみている。国は最低賃金の改定を進めているが、インフラ費用の支出が下がり、実質可処分所得が増えるよう、消費回復を軌道に乗せてほしい。
	□	スーパー（店長）	・特売日だけ売上が上がる状況はこの先も続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・当面は気温も上昇し、飲料やアイスなどが売れる状況は続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・消費は活性化しているといわれているが、光熱費やガソリン代の高騰で食品の支出額が減少するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・ポイント倍セールや、お買い得商品がチラシに入った日に来客数が集中しており、販売促進のない日や日替わり目玉商品の弱い日の売上が以前より悪くなっている。その状況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・節約儉約志向が強くなるとみている。来店頻度を上げる対策が必要である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・小売業全体的にいえることだが、商品の値段がかなり上がっているため、売上は同じでも買上点数が減っているのが現状であり、これ以上悪くならないことを願っている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数が減少し、単価の上昇が売上をカバーする状況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているが、来客数が増えない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・ウクライナ情勢は先が見えず、物価高は続くとみている。それにより、生活防衛の意識が働き、購入点数を1品減らすような消費行動も続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・物価高の影響は続き、現状のまま推移するとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・夏祭りは多くの人出が予想され、土産品や県産品の売上増加が見込まれる。お中元商戦は最後の追い込みとなる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・秋の改装までは仮売場での営業となるため、今の状況から大きく変わることはないとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍の収束で旅行は伸びているが、衣料はそれほど伸びておらず、今後も買い控えは継続するとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費及び生活必需品の比重が高い食料品等の値上げが続いているため、支出を抑える傾向が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・客の関心は観光旅行に向いており、家電製品の需要は伸びていない。天候に左右されるとみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・客の動向は旅行や娯楽に向いているため、小売業を取り巻く景気の変動は余りないとみている。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・お盆前の物流増加に期待したいところだが、それ以外は良い材料がない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・現状の景気がやや良くなっているため、このまま継続してほしい。暑さの影響が経済的に良い方向に向かうことを期待している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気料金に加え、ガソリン価格も上昇するととなると、ますます消費は冷え込むとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・酷暑が続き配達灯油の配送は激減している。残暑が厳しい予報もあるため、しばらくは販売量の増加は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ターミナル駅に隣接しており、利用客の割合は地元客6割、旅行出張客4割である。地元客の利用が新型コロナウイルス感染症発生前まで回復していない。全国旅行支援やプレミアム付商品券等、前年の実績を大きく伸ばした国や行政による経済施策が今年はなく、景気が上向く要素がない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・景気は回復しており、インバウンドもこのまま増加が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・賃金が上がりにくい状況のなかで物価が上がっており、外食に対する意識は厳しくなっている。この状況はしばらく変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・中小企業は相変わらず賃上げなどの余裕はない。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇に追い付いていない。何らかの刺激策がなければ上向かないとみている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・長引く物価高により、検討中から次年度へ持ち越しとなる案件も発生している。先行予約状況や販売量も現状とほぼ変化がないことから、3か月先の水準も今月と変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・利用者数、売上共に少しずつ上がってきているものの、大きな変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・災害等がなければ変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価高でも販売量の落ち込みはみられない。当面の間、景気は現状維持とみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しい。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・地方では大半が物価上昇を賄える収入増加には至っておらず、結果的に最低限の消費にとどまるとみている。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・旅行シーズンに突入するため年配者も多くなり、来客数も多くなる見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光名所（職員）	・人出も購買意欲も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。現在の来客数や販売量は変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・猛暑の影響と値上げの動向が懸念される。そう大きく変わらないとみている。
	□	競艇場（職員）	・今後も物価高騰や公共料金の値上げが続き金に余裕がなくなるため、ファッションやギャンブルに使う金は減っていくとみている。
	□	美容室（経営者）	・新規客が増える見込みもないため、変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅よりも、構造物の一般建築の受注が多い状況は変わらないとみている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・大きな要因がないため、変わらないとみている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りやお盆が終わり疲れが出てくるため、静かになるとみている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月からまたビール及びアルコール類の多くが価格改定される。酒税法改正により価格が下がるものも出てくるが、その分、小売店の混乱は避けられないとみている。ビール類の値上げ対象は業務用中心になるため、ようやく回復の兆しがみえ始めた外食産業への影響が出ることを懸念している。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナ戦争が長期化の様相を見せていて、資源エネルギー価格の上昇トレンドは継続しそうである。生活必需品の価格上昇は避けられない反面、顧客の多くは年金生活者、あるいは給与所得者で実収入は上がっていない。どうしても節約志向が強くなり、必要性の低い順から出費が削られていくとみている。
	▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今月は予約がないため、来月以降は不安がある。
	▲	スーパー（店長）	・お盆で客の消費が活発になるため、お盆後の消費動向は余り良くないとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高の影響もあり客単価が下がっている。必要以上の買物をしてくれない。この状況は続くとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・物価高騰により販売価格を上げていくなかで、前年並みの販売量を維持できないのではないかと懸念がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・秋口までは安定した収益確保が見込める。しかし、現在の受注量が減っているため、秋口以降の収益確保に影響が出るとみている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・収入は変わらないなか、物価や光熱費は上がる一方であり、景気が良くなる要素がない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和対策事業の縮小により、販売価格はまだ上昇する見通しであり、販売量は更に減少するとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・賃上げ以上に物価が上昇しており、経費削減しなければならない状況は続くとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・建設コスト高、工事期間の長期化などを考えると、建設意欲は低下していくとみている。
	×	スーパー（経営者）	・新聞の値上げで購読すらやめる年金生活者が多数いる。この層はより一層厳しくなる。
	×	コンビニ（経営者）	・光熱費が上がり、利益は減り続けている。10月に最低賃金が上がれば経営は更に厳しくなる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・大雨の影響で水没した代替車の特需的な受注があるが、今後は収まるとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	・景気が上向くのは年末頃からとみている。それまでは相当厳しい状況が続く。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地では夏のシーズンは観光需要が少なくなるため、観光客増加の期待は薄い。お盆のときにだけ売上が集中し、前後は客が激減するとみている。お盆明けに法人需要が増えることを期待するしかない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	・人の動きは引き続き良くなることが予想され、土産需要は好調に推移するとみている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・10月に値上げを控えているが、そこをうまく乗り越えられれば、状況は更に良くなるとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・今年は観光、イベント等で人流が活発化し客が増えるともみている。原材料費や固定費は高騰しているため、収益構造をどのように組み立てるかがポイントとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・広告収入が伸びるとみている。また、選挙も控えており印刷も動くともみている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・相見積りや短納期の案件が多いため確実に受注できるかは難しいところだが、少しずつ引き合いの件数が増えてきているため期待が持てる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・良くなるという客先情報や案件が出始めており、秋口より動き出しそうな情報もある。受注の伸びが期待できる。
	○	建設業（従業員）	・受注量は相応にあるため見通しは明るい。ただし、職人の確保が課題である。
	○	建設業（従業員）	・選別受注が前提ではあるが、一定量の受注契約が見込まれる。
	○	通信業（営業担当）	・新商品への期待の声を聞くため、一定の受注増加が見込まれる。
	○	金融業（広報担当）	・夏祭りの時期を迎え、県外や国外からの観光客の大幅増加が期待できる。一方で、宿泊業や飲食業での人手不足が依然解消していない点が懸念材料となっている。
	○	経営コンサルタント	・長期間抑え込まれてきた消費マインドは、何かきっかけがあれば一気に高まるとみている。
	○	司法書士	・不動産登記の受託件数に増加がみられ、前年並みまで戻っている。
	○	公認会計士	・小売、サービス関係はこのまま売上回復が進み、建設業も好調を維持するとみている。問題は製造業の部品不足がいつまで続くかであるが、これが解消しないと本格的な景気回復は難しい。全体としての景気はやや良いと判断している。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・行楽シーズン突入で観光における人の動きが活発化し、外食や宿泊を中心に景気は上向くとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことにより、観光需要が高まりをみせている。しばらくは観光など外出時の支出を多くするため、買い控えが進むのではないかとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・顧客各社の販売予測が例年と比べて不明確なので、何ともいえない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件の引き合い数は横ばいである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の経営状況が厳しい。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の設備投資計画が後ろ倒しになるなど不明確な状況が続いており、直近の改善が見込めない。
	□	通信業（営業担当）	・客の反応が少しずつ出てきているが、新規契約につながらないことは変わらない。顧客に寄り添う姿勢で対応していくしかない。
	□	広告業協会（役員）	・アフターコロナで一気に広告業界の業績も上向くと期待しているが、資材価格、エネルギー価格の高騰により、販売促進費を縮小する企業も多く、新型コロナウイルス感染症発生前の実績に戻るにはもう少し時間が掛かるとみている。
	□	広告代理店（経営者）	・ウクライナ情勢の状況にもよるが、このままの推移であれば景気は変わらないとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇等、先行きが不透明である。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続いているため変わらない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・食料品に加え、ガソリン価格も上昇するなど、この先の物価上昇への不安が強まっている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・依然、半導体関連などが低調で、景気が上向く材料が見つからない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・高齢化の進行、若年労働者の中央への集中と、全てにおいて格差の拡大が止まらない。地方経済の疲弊解消に具体的な動きがみられ、実感しないと、地方経済は元気を取り戻せない。
	▲	輸送業（経営者）	・プラス要因は見当たらず、2024年問題、人手不足、賃金上昇、燃油費高騰、各助成金の停止、取引先の生産減等、圧倒的にマイナス要因が多い。悲観的にならざるを得ない。
	×	農林水産業（従業者）	・猛暑の影響で、米やその他の作物の収量が減少することが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注減少に加え、原材料費や燃料費の高騰等もあり、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・物流倉庫業の企業からの求人に関する相談が非常に増えている。物が動いており、既存の従業員では対応し切れないような仕事量になっている。経済的には上向き基調にあるとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・採用難は変わらないため、求人数は今後も増加し続ける見込みである。
	○	職業安定所（職員）	・イベント・夏祭りの通常開催や帰省・旅行等による消費拡大が見込まれ、景気はやや良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・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。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業の様子見感が強いとみているため、全体的な求人の動きに大きな変化はないとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・現時点では先が読めない。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数はサービス業中心に増加しているが、全業種でみると横ばいの状況である。コロナ禍からの回復途上であり、まだ景気が上向くとは言い難い。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	・値上げができたため、人件費の高騰に対応できる。
	□	新聞社 [求人広告]（経営者）	・夏祭り後の経済の動向が不透明である。
	□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・イベントや催事の復活により、観光関連など一部業種で明るい材料もあるが、景気回復を実感するには程遠い。
	□	職業安定所（職員）	・物価が落ち着くまでは、卸売小売業の求人数が減少している状況は変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・現在、求人数は求職者数を上回る状況が続いている。電気代高騰が企業収益を圧迫している状況や、物価上昇が個人消費の回復に影響している状況は変わらないとみており、求人数に影響が出ることを懸念している。
	□	職業安定所（職員）	・プラスになるような要素が見当たらない。
	□	学校 [専門学校]	・デフレ脱却は目前との話も聞かれ、経済活動は改善するとみているが、地域格差は否めず、地方の状況は変化がないか悪くなる可能性がある。
	▲	新聞社 [求人広告]（経営者）	・業種による差もあるが、好況といえそうな企業は見当たらない。特に広告、マスコミ業界は継続的に売上が減少しており、改善がみえない。
▲	職業安定所（職員）	・企業の手不足感が根強い一方で、求職者数は徐々に増加している。	
	×	*	*

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	その他飲食 [ファーストフード]（経営者）	・アフターコロナでたくさんの方がいろいろな場所に出ているし、買う物も増えている。イベント、花火大会、コンサート、行楽地や観光地も大変にぎわいである。実際、土産業の仕事もしているが、外国人客も非常に多い。月後半に都内の繁華街に行った際も外国人の割合が8割くらいと非常に多くて驚いたが、まだ、中国人旅行客をほとんど見掛けないため、様々な問題が片付き、中国人インバウンドが大挙して訪れるようになると、もっと経済的にも良くなる。
	◎	観光型ホテル（経営者）	・来客数が増加しているのは、飽くまでもハイシーズンに向かっていているためである。今月と比較すると「良くなる」と答えざるを得ない。
	◎	旅行代理店（経営者）	・旅行業では、1年の最繁忙期を迎えるため、良くなる。
	○	百貨店（店長）	・7月後半に来客数がようやく前年比100%を上回ってきた状況を踏まえ、今後は、徐々に来客数は増加傾向となると考えている。
	○	百貨店（店長）	・現状同様の傾向が続くと考えている。
	○	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症も収まりつつあり、夏のイベントも開催され、景況感が良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドを含めて、観光客は大きく伸びていくだろうとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	衣料品専門店（統括）	・これから、夏祭り、秋の祭りど、あと3～4か月くらい続く。今まで行けなかった間に、祭りの衣装等のサイズが合わなくなったり、もっとデザインの変った物が欲しいという客が増えている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・ここ数か月間、余り動きが良くなかったが、多少動きの兆しが出ているため、良くなっていくのではないかと。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・猛暑が続くと、日々暑気払いをしたくなるものである。各種イベントの来客も順調で、花火、夏祭り、お盆等、これまで外出を控えていた分の蓄積を使う人が多くなるのではないかと。
	○	一般レストラン（経営者）	・暑さも落ち着いて外食に目が向く頃だと思っている。物価高は続いているが、客が慣れてきている感はある。
	○	一般レストラン（経営者）	・夏休みやお盆期間なので、少し期待したい。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数等が話題に出なくなり、感染拡大第何波などとマスコミが大騒ぎしなくなったことが大きい。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋以降も近隣地域でのイベントや同窓会、忘年会等の団体での宴会場利用が増えてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会は前年比115～120%で推移しているものの、2018年との比較では80%程度となっている。件数は2018年に近づいているため、1件当たりの人数が回復してくることを待ちたい。料飲部門、レストランでは人手不足もあり、今年度から定休日を設定しているが、前年比88%、計画比100%と堅調に推移している。宿泊は全国旅行支援の追い風がなくなって、前年比95～105%で推移している。ただし、全館では7月に2018年比100%になっており、コロナ禍のマイナスイメージから消費者も脱却してきていると感じている。
	○	旅行代理店（従業員）	・為替レートは高いが、国内のガソリン価格高騰等もあるため、海外での会議が増えるかとみている。
	○	タクシー運転手	・連日、気温も高く週末には暑気払いをする人が多いのかもしれない。また、新型コロナウイルス感染症の感染者数も増えてきている。
	○	タクシー（経営者）	・昼の動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	通信会社（経営者）	・見積り依頼も増えているため、今後の受注に少しは期待が持てる。しかし、一般からの受注はまだしばらく先になるとみている。
	○	通信会社（総務担当）	・人気機種モデルチェンジの予定があるため、一定数の販売増加が期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・個人客の増加に伴って客単価も向上しているものの、全国旅行支援の終了がどの程度影響するのか不安は残る。
	○	美容室（経営者）	・客単価を上げる付加価値メニューを新たに導入した。年初に値上げをしたばかりなので、思わくどおりに成果があがるよう、丁寧な説明を続けている。
	○	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、消費活動が以前のように戻っている。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・電気料金への関心が高く、各家庭でコスト削減に注力している様子が見える。連日、高温が続いており、コスト削減に向けたリフォームは今後も続く。
	□	商店街（代表者）	・行動制限が緩和され、人出が見込める夏のイベントや家族とのレジャー等に今まで我慢していた人が動き出しても、景気が今以上に良くなるとは考えられない。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・暑さが去って爽やかな季節に入ってくれば、人の動きも少しは出てくるのではないかと。客も諸物価の上昇について、もう半分は諦めているため、このまま変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・酷暑による外出忌避による旅行客の減少と、受入れ側の人手不足により、新型コロナウイルス感染症の影響をさほど感じない昨今でも、新型コロナウイルス感染症発生前の売上の8割程度にとどまっている。円安の影響もあり、外国人旅行客の消費意欲は依然として積極的で、この傾向はしばらく続く。売上面で見ると、円安は有り難いが、仕入れ面からすると痛手のため、もう少し適切な為替レートに落ち着いてほしい。
	□	百貨店（営業担当）	・現状の堅調な傾向は継続するものの、電気料金の値上げを始めとした物価高に伴う生活防衛意識は依然として高く、一進一退の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（営業担当）	・食品売上の低迷、非食品の好調さの流れは、近い将来も変わらず続く。
	□	コンビニ（経営者）	・値上げによる客単価の上昇はあったものの、買上点数が伸びていないことが心配である。ガソリン価格の上昇や光熱費の値上げと続き、自由に使える小遣いが減ったように感じる。時給アップ等がうまく回り、景気回復につながることを期待している。店の経営としては、光熱費の上昇で利益が圧迫されていることが心配の種になっている。
	□	家電量販店（店長）	・消耗品や必需品の需要は安定しているものの、し好品に対する需要は伸びにくい傾向がある。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、生産、出荷共にほぼ安定している。ただし、諸物価高騰により消費者の顔色は今一つである。大規模小売店への来客数は比較的多いものの、この暑さによる避難所の様相を呈している感があり、売上の実情は分からない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・現在良くなっている客の動向が限界だと考えている。これ以上、来客数が増加すればうれしいが、多分これ以上は望めない。
	□	住関連専門店（店長）	・夏休みで多少の行楽需要はあるにせよ、景気回復とまではいかない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・季節要因で、7月はやや上向き感が出ているが、今後の予測は不透明で楽観視していない。当面は来客数の減少を単価の上昇分でカバーする現状の傾向が続く。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・現状の天候が続くとすれば、現状のまま悪くなっていくのではないかと。メーカーは、製品を相当絞り込んで生産している。また、問屋でも在庫を持たないようになってきている。こうした状況は、より顕著になっていくように思われるため、悪くならない状況に変わるのは、秋頃からだろうか。
	□	その他専門店（総務担当）	・単価の上昇が止まらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・シルバーウィーク等、人が動く要素があるため、何となくだが、今後も変わらずに人は動くのではないかと予測している。
	□	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の軽症感染者受入れ施設となっていた200室超の近隣ホテルが再オープンするため、顧客が流れる可能性がある。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊に関しては、正直大きな伸びは期待できないが、その分、料飲部門が宴会を中心に伸ばせるような状況になっている。
	□	旅行代理店（所長）	・インバウンドの来訪者も順調に増えている感触がある。秋の行楽シーズンに向け、このまま伸びていくことが期待できそうである。
	□	通信会社（社員）	・2～3か月先では、それほど変わらないと思うが、冬場にかけて電気代等が更に高騰するのではないかと。収入が増えないと想定した場合、支出を抑えるしかないため、今のうちから支出内容の見直しをしている。
	□	通信会社（営業担当）	・今後、各種補助金が無くなることで、確実に出費が増えるため、今以上に良くなる要因は見当たらない。
	□	通信会社（局長）	・電気代、ガソリン代等のエネルギー価格の高騰等で、まだ物価高である。変わらないか悪くなるか、先行きは少し読めない。
	□	競輪場（職員）	・賃金上昇があっても、ウクライナ問題等、将来的な不安が残るため、変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・金利上昇の可能性が出てきているが、駆け込み需要がありそうである。
	□	住宅販売会社（経営者）	・不動産に対する問合せ、引き合いが本当に少なくなっている。また、高齢者の相続等なのか、売地が大分増えてきた感じがしている。
	▲	スーパー（商品部担当）	・商圏内での競合他社の新規出店が控えており、厳しくなることが予想される。
	▲	コンビニ（店長）	・7月は連日の猛暑と4年ぶりの夏祭りが平常催行となったお陰で、飲料等を買って求める客に予想以上の増加があったため、先行きはその反動があるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・例年でも暇な2月と8月であり、8月頃は季節商材を扱っていて、人出が悪い上に、長期予報でも10月くらいまではこの暑さが続くということである。高齢の客が多い当店では、今後も客の出足が相当悪くなってしまふ。人が動かなければお金も止まってしまうので、残念ながら、苦しい状況がまだ続く。
	▲	家電量販店（店員）	・伸びる理由がないので、消費喚起の施策が欲しい。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注残は少なく、販売台数も増加していない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・この先も物価が上がり続けるようであれば、まだしばらくは景気は悪くなる。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食事業においては、人材不足が続いている。新規受託先だけでなく既存の受託先においても、適正な人員を充足できない状況となっている。今後、最低賃金の引上げを控えて、人材獲得に向けての競争が更に厳しくなる。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・コロナ禍を脱し、ゴルフから他のレジャーに移る懸念がある。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・業務縮小による売上減少で、企業体質は悪化が必至と予想される。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ネガティブな報道ばかりで、客が危機感を持っている。このまま本当に増税が続くようなら、生活が成り立たなくなる可能性がある。
	×	乗用車販売店（経営者）	・まだしばらくは、業界全体の新車納期が短縮されない。
	×	通信会社（経営者）	・ここまで低金利を維持したり、補助金を乱発するよりは、もっと大きな課題に向け、集中して資金を投じるべきではないか。地方は年々じり貧になっていく。まずは少子高齢化に全力で取り組んでほしい。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	・価格転嫁できない物に関しては利益が減っている。
企業動向関連 (北関東)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	・親会社でも、当社の仕事がないことを心配して、「検討している」といわれている状況なので、期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・希望的観測や、良くなってほしいという思いを込めて、やや良くなるとしている。少し明るい材料もぼつぼつと出始めている。
	○	不動産業（管理担当）	・従業員給与のベースアップを行ったため、人件費は増えている。ただし、継続して行っている取引先への値上げ交渉もほぼ計画どおりに進んでいるため、収益は微増の見込みである。
	○	広告代理店（営業担当）	・旅行や飲食等、新型コロナウイルス感染症の影響で打撃を受けていた業界に、客がかなり戻っている。ただし、スタッフ不足は解消していない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今まで順調に伸びていたが、この暑さのせいが出荷が少し滞っている。今後は天候次第で、台風等の季節にもなるので、やや不安である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・受注、販売共に、堅調に推移しており、当面は現状継続できるとみている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・予算、生産計画によると大きな変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・やや良くなっているという取引先が多い。今後はこの調子で、格段に良くはならないものの、やや良い程度で2～3か月推移するのではないかと。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・生産は安定しているものの、いまだに減産もある。以前のような大幅な減産ではないが、不安を感じている。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高などの状況がいまだに続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染対策の行動制限もなくなり、キャンプ用品、テント、テーブル、チェア、バーベキュー用品等のレジャー用品の物量は、お盆頃までは前年並みを確保予定である。しかし、燃料価格の高騰も続きそうなので、利益は薄くなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	経営コンサルタント	・給与の見直しによる人件費の増加や人手不足等のため、企業の生産活動が制約されるケースが出ている。家計支出も賃金等の上昇格差により、一様に上向いているわけではない。一方で、自動車関連の下請企業の中には親会社等の生産の国内回帰により、受注状況が安定から増加傾向になっているところもある。地域経済全体としては、まだら模様である。
	□	司法書士	・現状の低位安定の流れは変わらないと思うので、このまましばらくは続いていくと受け止めている。
	□	社会保険労務士	・ガソリン価格がじわじわ上がってきているが、今後も上がり続けると影響が出てきそうである。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・同業者の工場では、稼働日数を減らしているところがある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・今まで好調だった産業機械分野で、内示よりも大幅に減少した計画が出てきており、先行きには注意が必要な状況である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・9月の注文書が届いたが例年の3分の1以下で、このままでは会社が少しまずいくらいに落ち込んでしまっているため、かなり参っている。
	▲	建設業（総務担当）	・発注見通しをみてもそれほど多くはないため、先行きが大変不安である。
	▲	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・今が良過ぎるので、通常に戻るとみている。
	×	建設業（開発担当）	・6月末時点の今期発注は3か月分で、残り9か月あるものの、当社受注は前年比10%減少である。今後の発注に期待したい。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・学生の夏休みで、かなり購買力が伸びてくる。暑さから、レジャー産業ではプール等と、関連施設等への伸びが期待できるのではないかとみている。また、外国人等の観光地での購買力も伸びていくとみている。これらが2～3か月先まで続くかどうかとは思もの、幾分期待は持てそうな感じはする。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・電気自動車等の生産計画が増産のため、部品の製造や検品の派遣がやや良くなる。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・景気は上向いているものの、今後、人材不足が大きな問題となり景気後退の可能性もある。
	□	人材派遣会社（社員）	・現在の景気の良さが2～3か月先も続くとみている。今は夏休みということもあり、人の動きが多いが、3か月先くらいの紅葉の時期には、また、紅葉目的の観光客が多く来て人の動きも活発になってくるため、変わらない。
	□	人材派遣会社（従業員）	・先の人材の依頼が減っている。
	□	職業安定所（職員）	・前年同月からの新規求人数の増減率が、医療、福祉では連続して増加しているが、建設業、製造業等は増加と減少を繰り返しているため、総じて変わらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・電気料金の値上げ等、物価高騰が製造業を始めとする企業活動に影響をもたらしている。短期的なコスト削減策として、教育研修費用や派遣スタッフを削減する取組先も出てきている。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症のワクチン接種が9月から再開される。他の国では行われていないなかでの再開なので、今後の気掛かりである。
×	*	*	

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・9月以降、店頭の改装やイベントを多く控えており、効果が出てくる。
	◎	スーパー（ネット宅配担当）	・前年と比べて電気代が大きく値下がりしているため、経費は前年をやや下回るようになり、売上も緩やかに上昇している。
	◎	家電量販店（店長）	・訪日客による免税品購入の勢いが収まる理由が見当たらない（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍の規制が完全になくなり、これまでのうっぷんを晴らすように、外出が活況である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	◎	タクシー運転手	・暑くなり、利用率が高くなっている。また、夏休みなどで人の動きが随分活発化しているため、この先もまだ忙しくなるのではないかと（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏本番を迎え、多少は良くなると思うが、3年のブランクは大きく、思ったほど需要が伸びない。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・この1か月間、暑さで来客数も落ちるところだが、外国人旅行者は天候や気温に関係なく来店があるため、従来のように7～8月の売上や来客数は落ちない。また、近隣の夏のイベントも毎週末のように頻繁に開催され、来街者数も増加傾向にあり、来客数及び売上の増加が期待できる（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の大統領選挙が控えているが、例年、大統領選挙時は、米国の株価が上がっているため、今年は期待できそうである。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・9月のお彼岸は全国的な規模なので、良くなると期待しているし、良くなると本当にやっていけない。暑さが心配である（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・秋期から年度末までの販売量増加が見込まれるため、期待できる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・祭りなど、大勢で集まるイベントも多く、ケータリングなどのオードブルや弁当の大口注文も多く入り始めている。旅行目的で訪れた客の買い回りも期待できる（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・行動制限が解除され、緩やかに消費が伸びていくという、今の流れは継続する。加えて、外国人観光客の増加に伴いインバウンド需要も確実に伸びると予想され、消費の増加による身の回りの景気の上昇が期待できる。しかし、それを余り実感できないという不思議な状態でもある（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・日本人の消費が堅調である。訪日外国人も増加傾向にあることから、しばらくは良い状況が続く（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・当面、大きなリスクや下振れ要因が見たらないことが大きい。さらに、夏の行楽に向けた需要の伸長は、富裕層だけでなく幅広い顧客に対して期待できることに加え、中国を中心としたインバウンド需要についても、航空便の再開、増便に合わせて一段の伸びを期待できる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、人流は更に拡大するとみている。今まで抑えていた売出しの企画も実施する予定であり、期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの復活により、高額服飾品や化粧品品の売上が順調に復調している。国内需要に関しても、値上げに対する消費者の買い控え傾向が薄まりつつあり、今後の景気回復に期待が持てる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・国内消費は物価高、実質賃金のマイナス等の影響もあり、大きな回復は見込めないが、インバウンドの拡大が今後も景気を押し上げる（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・今月末からまた県独自のキャッシュレス事業が始まるため、話題になっている。また、夏休みは旅行に行く人が多い。
	○	スーパー（営業担当）	・販売量並びに来客数は鈍っているものの、単価は上昇している。このところ季節商材の動きがやや活発化しており、今後の売上についても期待できそうである（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数、売上共に伸びてきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・8月まではこのまま行楽への動きが高まるので、期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・やはり、この気温と新型コロナウイルス感染症が収束したことが1番大きい。来客数はもう少し前年よりも伸びていくとみている。また、降雨日が少なくかなり気温が高いことも、我々コンビニにとっては来客数が増える要因になっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・8月第1週目の売上が盛夏期の最大のピークになるが、直近2年は新型コロナウイルス感染症の影響で低調に推移した。今年は新型コロナウイルス感染症発生前の売上が期待できる（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・これから8月に向けて天候に恵まれ、残暑も続く予報が出ているため、夏物商材が継続的に売れる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（従業員）	・近くの観光地には、週末、観光客が押し寄せている。観光客は年々増加しており、それに伴い近くの当店に立ち寄り客も増えている。地元客は相変わらず安定して来店しており、単価も上がっている。徐々に景気が良くなっていると感じているため、近い将来、大きな景気回復を実感できる日が来ればよい。
	○	衣料品専門店（店長）	・4月からスタートしているメディアへの新作商材の露出施策により、客からの引き合いが出始めている。今後更に加速させることにより、売上の改善を見込んでいる（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・秋口の景気の見立ては、ネガティブ要因が減るとみている。新型コロナウイルス感染症、円安、エネルギー高、物価高騰等の要因が1つ1つ減ることで、景気は回復してくる。また、インバウンド需要では中国からの個人旅行が解禁されることを期待している（東京都）。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・半期の決算があるので期待できる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・客の購入意欲と納期遅れの解消により、売上が伸びると予想している。
	○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・夏休みを迎え、外出機会が増加していることから、来客数も同時に増加する（東京都）。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数自体は増えているが、表立って大きなニュースとはなっていない。重症化率が目に見えて上がれば景気が一気に悪くなる可能性はあるが、現在の流れでは上向き傾向は変わらない。
	○	高級レストラン（営業担当）	・法人関連、宴会予約は、徐々に回復の兆しがみられるものの、いずれも規模の縮小傾向が強く、件数の確保が求められている（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・ちょうど季節の良い秋シーズンでもあり、現状の傾向、流れであれば、期待できる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制緩和の結果が大きいことや、円安で輸出関連企業が潤っていることが大きな要因だが、今後の中国の景気や政策次第では後退もあり得る状況なので、安心は禁物である。また、いわゆるゼロゼロ融資の返済苦で倒産する会社も増えるので、業種によって好不調が分かれる状況が続く。
	○	一般レストラン（経営者）	・インバウンド需要に積極的に対応できれば、景気も良くなっていく（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・外出する人が増え、夏休みに向けて更に消費が活発になると予想している（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・店舗のある観光地と住宅地の違いを考えたとき、コロナ禍では、観光地は壊滅的で、住宅地の方が影響が少なかったが、新型コロナウイルス感染症が収束した途端、観光地には客が戻ってきて、住宅地では少しずつ戻っている印象がある（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・人件費の増加、原材料費の増加傾向は続いているものの、価格、委託料への転嫁も進んでいることから、収益は改善方向にある（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、客は戻ってきているので、やや良くなる。一方で、原価、水道光熱費の高騰が重くのし掛かっている。このため、売上が増えても結局は利益が減ってしまい、経営はまた厳しい局面を迎える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・普通に考えれば、コロナ禍明けで徐々に景気が戻ってくると予想されるが、原材料の価格高騰やロシアによるウクライナ侵攻、光熱費の上昇、この辺りがどう動くかによって、景気に大きな影響を与える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えてきているが、5類への移行後から客が戻ってきており、宿泊や宴会を中心に販売量も持ち直しつつある。このまま落ち着いた状況が続けば景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・大型団体の予約が複数入っているため、良くなる。
	○	タクシー運転手	・物価高で消費の伸びが心配されるが、訪日外国人による消費が新型コロナウイルス感染症発生前の9割程度の水準まで回復したというニュースもあるので、景気はやや良くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	タクシー運転手	・午前中の利用は以前と変わらず良いが、午後の利用が少し減っている。大変な暑さ続きで、外出を控えているようである。夕方頃から徐々に利用が戻り、終電まで利用がある。終電後は期待できないが、週末だけは明け方まで利用が続く。
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、街に出掛ける人が増えてくる。それに伴い、消費も活発化する（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・引き合いがそのまま売上につながっておらず、売上の回復にはまだ時間が掛かりそうである。インボイスの導入が目前に迫り、対応しない取引先が明確になってきて、その後の利益圧迫が確実になっているため、その分をカバーしていく必要がある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・天災がない限り、新型コロナウイルス感染症発生前の季節イベントが従前どおり行われる予定のため、イベント消費が見込まれる。インバウンドも順調に回復しており、旅行者の消費も期待できる（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が減少していることで転居件数が回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症発生前までは戻らないものの、契約数は徐々に回復していく。
	○	通信会社（経営企画担当）	・例年、四半期ごとのタイミングで案件が増加する傾向にあるため、第2四半期に向け、案件数の増加を期待する（東京都）。
	○	通信会社（局長）	・徐々に改善傾向がみられる。
	○	通信会社（管理担当）	・電子化の後押しもあるため、微増ではあるが景気としては良くなる（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・気候も穏やかになり、来場者数は自然に増える見込みである。ただし、これまで同様、電気料金の値上げの影響は大きく、じゅう器や備品の値上げも続いていることから、課題が山積していることは間違いない。
	○	競輪場（職員）	・周辺の公園整備が終了し、客が来場しやすい環境づくりを行うことで、来客数を増やしていけると見込んでいる。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・9月までの団体予約が増えてきている（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・予約の間合せも多くなり、忘年会シーズンに向けて、企業が福利厚生として親睦会開催を予定するなど、2019年と同じような流れになっている（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	・当事務所としては新規の仕事が随分取れ、行政の仕事もかなりあり、今は13名で対応しているが、それでも間に合わないくらいである。このまま年末を迎えられるのではないかと思うが、全体としては、やはり先が見えない状態で、不景気である。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いてきており、大企業は景気が回復しているようだが、我々中小企業はまだ不況のなかにいる。物価が上がっているにもかかわらず、賃金を上げることができない。中小企業への景気対策をお願いしたい。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪かったため、今月よりはやや良くなると思っているが、根拠となる理由が余り見当たらない。住宅ローン金利は変わりなく低金利で推移しているが、こどもエコすまい支援事業の予算が増額となったことは明るいニュースである。
	□	商店街（代表者）	・最近になって、大分良くなりつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べるとまだ弱い。コロナ以前の80%程度まで回復してきているが、暑さの影響を受けてその先の戻りがない。店の経営としては、ゼロゼロ融資の返済が始まるため、これからまだ厳しい状況が続く。
	□	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・まだこの猛暑が続きそうなので、客の来店が見込めない。
	□	一般小売店 [家電]（経理担当）	・いろいろな商材の価格が上がっているため、販売しにくくなっている。
	□	一般小売店 [家具]（経営者）	・この先も状況は変わらない。物価も上がっているし、なかなか生活にゆとりが出てこないと思うので、悪いままで変わらない（東京都）。
	□	一般小売店 [印章]（経営者）	・この猛暑が早く終わり、心地良い秋風が吹いてくれることを祈っている。当店は路面店なので、猛暑の影響で通行人がほとんどいないのは非常に残念である。自然の摂理だから仕方ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・行動が活発になっている一方、値上げが続いている。客の財布のひもを考えると、プラスマイナスゼロではないか。
	□	一般小売店〔傘〕(店長)	・旅行シーズンと猛暑により、日傘の使用機会が増えていくため、10月頃までは現状維持となる。
	□	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・数か月先までの大きな案件は、余り数が決まっていない。決まっても、金額がさほど高くはない。事業者のリニューアル等の話はあるものの、決定しているものが余り多くはないため、まだ分からない。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・まだマスクを着けているような状態では、客の気持ちも財布の中身も、いろいろな物の値上げもあり出てこない。人の流れは増えても、当社には影響がない(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・秋にかけて現在の堅調な推移は変わらないと思うが、前年秋から冬にかけて、新型コロナウイルス感染症による影響は薄れてきているため、数字上での伸びは鈍化すると予想している。秋には最低賃金の上昇による所得の増加に期待する一方、円安基調、燃料費の増加に伴う物価高、人材不足による中小企業の労働力不足、人件費負担の増加による消費の冷え込みに多少の懸念を持っている(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	・現状の来客数はキープできると想定している。プラスワンの声掛け購買につなげ、売上にプラスしていく。
	□	百貨店(営業担当)	・現在の来客数の前年比2割増しというトレンドは、今後も継続する。来店したら購買する客が多いため、景気自体も第1四半期のトレンドのまま推移すると予測している(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・生活防衛意識による国内消費の鈍化は続くと思われる一方、円安が続く状況からインバウンドの増加が見込めるため、現状と余り変わらないのではないかと。インバウンド消費を喚起、あるいは需要にこたえる商材の確保が課題である(東京都)。
	□	百貨店(営業担当)	・中国を始めとした訪日客の増加次第である。国内の現状延長線では、景気の良さは変わらないか、やや悪くなると予想している(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行後、来街者も非常に多く、街自体がにぎわい、来客数は好調を継続している。この傾向は今後も継続していく(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・消費者の購買意欲は衰えを見せず継続しており、現在も売上は好調に推移している。その勢いが増すまではいかないものの、継続しながら、秋の旅行、ファッション、インテリアなどの需要に期待している。インバウンド、宝飾絵画なども大きく伸ばしていくと予想している(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	・猛暑ではあるものの、外出に対してのハードルが低く来客数は引き続き前年比で大きく増えている。加えて、株価の上昇もあり、売上も前年より増加している。一方で、賃上げ傾向はみられるものの、物やサービスの値上げが続くため、景気は急激に良くなるわけではなく、緩やかに良くなる。
	□	百貨店(販売促進担当)	・物価高、電気代の値上げがある(東京都)。
	□	百貨店(管理担当)	・郊外店において、インバウンド需要などの特別な要素はないが、緩やかに需要が回復してきている(東京都)。
	□	百貨店(店長)	・更なる値上げが控えており、政府の補助金の継続も不透明なことから、生活防衛の意識が緩むことはない。
	□	スーパー(経営者)	・今月に関しては、まず天候に恵まれたことと、いろいろな行事にうまく対応できたことから、前年よりは多少良くなっている。ただし、これは今月だけで、天候によっては来月以降はまた不安定な状態となる。
	□	スーパー(店長)	・今後も値上げが続くため、1品単価の上昇と買上点数の減少は変わらない。少なからず天候要因の影響もある。
	□	スーパー(店長)	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響もあって単価が上がっているため、日々の食生活においては引き続き節約を強いられる。同様の状態がもうしばらくは続く(東京都)。
	□	スーパー(店員)	・販売点数、単価面においても良くなる傾向は見受けられない。恐らく横ばいになる(東京都)。
	□	スーパー(食品担当)	・前年の新型コロナウイルス感染症の影響が和らぎ、しばらく前年比では良くなる見込みである(東京都)。
	□	コンビニ(経営者)	・ここ3~4か月は来客数の減少が著しく、今後も上がることは非常に難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・暑さが続いて、7月に8月の売上を前倒ししているため、期待できない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・当社では、今年から復活したお祭り等の関連商材が大分売れているため、良い数字を残せそうである。しかし、品不足や価格の高騰による弊害も出ており、納期も遅れている。商材の値上がりや納期の遅れという不安材料もあり、この先どうなるか心配している部分もある。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・衣料品業界は、食料品、その他の物価高騰の影響がかなりある。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・これまでと同様、食料品や光熱費の値上げの影響が続くため、余り変わらないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・消費行動がレジャーや旅行に向かっているため、電化製品についてはしばらくは買換え需要がメインとなり、ヒット商品がなければ、状況は大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が収まらないと、現状は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・サービス部門が好調のため、販売部門の減少をカバーできる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ガソリンや電気含め、身の回りの物価が目に見えて上がっているなか、給料はなかなか上がっていない。このままの状態であれば、給料が上がる以上に物価が上がってしまうため、景気は今ままで変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産の実質的な正常化にはまだ時間を要する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・過去に行った、自動ブレーキが付いている車には補助金が出るなどの国や自治体主導の施策がないと、販売は厳しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業）	・物価の上昇が続く。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界は政府の大型補助金事業にけん引され好調という認識であったが、予算消化による補助金受付終了が視野に入ってきた現段階においても、引き合いや契約は好調であり、この先も需要は堅調とみている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・何となく景気が良くなるような感じがしない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・4～5月のゴールデンウィークから好調を維持している。その要因としては、国内客よりも客単価が高いことや購買点数が多い外国人旅行者が客層の8割を占めていることが大きい。3か月後もこの傾向は続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・人件費、光熱費、消耗品等の諸経費の値上がりが進むなかで、その分のコスト転嫁が難しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・引き続きエネルギーコストが上昇傾向にあるが、可処分所得の上昇が追い付いていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・観光地やインバウンドはにぎやかだが、一般消費の伸びには結び付いていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・2019年比では良くなっているものの、個人消費は頭打ち感があり、インフレが好循環で回らない限り、現状のままで変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ケータリングが徐々に増えてきて、店も客が少しずつ入っているが、テイクアウトなどはほとんどなくなっている。2～3か月先も現状とさほど変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・家賃の値上がり傾向を受けて、新規出店は個人よりも異業種からの飲食業参入が目立っている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。原材料価格、人件費の上昇や円安で、なかなか企業がもうかる状況にはなっていない。もうかれれば時給も給与も上げられると思うが、物価も上がっているために利益が出ない。客が来ても同じであり、悪循環である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息したわけでもなく、また新たな感染症なども発生している。積極的に足を運ぶ客は今一つなので、現在と余り変わらないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・また次の新型コロナウイルス感染症の波が来ているため、現在決定している案件でも、今後の催行を検討する団体が出てきている。予断を許さない状況は今後も続く。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・消費が落ち込んでいる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・猛暑は取まるだろうし、深夜のロングの客も増えるとは思えないが、昼間のサラリーマンの利用者は、短距離ではあるが減らないと予想している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・夏期は記録的な猛暑なので忙しいが、物価高自体は続くので、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・機器等は順調に納品できる状況に戻ったが、この先受注の増加及び大きな案件が受注できなければ、景気は良くならない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が今後も継続するため、大きな景気改善は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・社会的な大きな変化、例えば生活に関わる新たなサービスや興味をそそるようなコンテンツなどが現れなければ、しばらくは現状のままのトレンドとなる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・世間で、自宅で過ごす時間が増えるような動きが特にないため、余り変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・4月から一進一退の状況で、トレンドとしては変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・現状から好転する材料に乏しく、状況は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・ここ数か月、来客数の増加がみられない。また、気温が高過ぎて外出を控える傾向にある現状を踏まえると、好転するようには考えられない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・季節の影響もあり来客数が増えると思うが、新型コロナウイルス感染症収束後の勢いをみていると、他のレジャーが盛んになる分、ゴルフは前年比では落ちると予想している。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・海外経済情勢の悪化懸念と、国内消費の回復基調への希望とがあいまって、景気がどちらの方向に動いていくのか定まっていない。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症は5類への分類移行後も流行しており、公演中止等が発生する可能性もあるため、変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・中国の訪日制限の緩和により、インバウンドが更に増加し、消費単価の上昇も期待される。一方で、酷暑やガソリンの価格高騰による外出控えや、物価上昇による将来不安の増大、新型コロナウイルスの感染再拡大等が懸念され、一気に景気回復とまではいかない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前までは回復しない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・大きな景気反動は期待できない。消費者はまだ購買に慎重である。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・落ち込むと予想していた季節講習の受講率が変わっていない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・物価上昇が止まらず、景気回復には時間が掛かると推察する（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新しい案件も相談もないので、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・極端な落ち込みは見込んでいないが、上昇する要素も考えにくい。例年どおり、このまま推移していく。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・計画だけで話が前に進まない状況が続いている間に当社の意欲が徐々に低下し、相手の出方を待つような状態になっている。そのため、3か月後も変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・来場者数に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・今後の懸念材料として、日本銀行の長期金利上限1%の発表があり、客の購入意欲にどのように影響するかが心配である。また、地価がまだ高止まりしているため、今後の在庫確保に苦戦しそうである。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰に対する制度の拡充等が示されない以上、好転は難しい。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・好調な建材、不調な建材があるが、大型案件の情報も出始めているので、大きな下振れはないと見込んでいる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	商店街（代表者）	・本来ならば、この調子でいけば「やや良くなる」、「良くなる」が適当と考えるが、現在、身の回りや水面下で新型コロナウイルスの新規感染者数が急増している。猛暑と5類移行から始まった行き過ぎた景気過熱がリバウンドを引き起こすのではないかと懸念している。10月のイベントへの食いつきは恐ろしい程よい。取り越し苦労かもしれないが、そのくらい度を越した過熱である（東京都）。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・夏の需要が終わり、秋以降も各種値上がりが続くので、購買意欲が上がるとは思えない。
	▲	スーパー（経営者）	・10月からのインボイス制度により増税感が増し、やや悪くなる。特に、当店は郊外にあり、非課税業者の客が多くいるため、落ち着くまでは混乱する。
	▲	スーパー（経営者）	・物価の上昇に賃金上昇が追い付くまでには時間が掛かる。
	▲	スーパー（仕入担当）	・1品単価の上昇により売上は伸びているものの、買上点数は97%と買い控え傾向が顕著に表れている。自己防衛のために消費はますます冷え込むとみている。
	▲	スーパー（販売担当）	・今後も物価、ガソリン、電気代の高止まりが続くと考えられ、年末に向けて無駄な出費を減らそうとする心理が働き、消費動向は上向きにくい。
	▲	コンビニ（経営者）	・今後、更なる時給アップもやむを得ない。結果として赤字転落寸前である。
	▲	コンビニ（経営者）	・前後の景気とは関係ない季節的な要因だが、夏の暑さで飲料水等だけが売れていて、それ以外は全く動かない。
	▲	コンビニ（経営者）	・政府が行っている電気・ガス価格激変緩和対策事業が9月に終了するため、今後も景気が悪くなることを懸念している。
	▲	衣料品専門店（統括）	・衣料品業界ではこれから閑散期にかけて来客数が減少するため、前年比では変わらずとも、売上高などは減少していく。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるものの、なかなか契約に結び付いていない。
	▲	住関連専門店（統括）	・まだコロナ禍から通常に戻っていない。今後半月くらいはこの状況が続く。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・秋からの値上げが発表されているため、財布のひもがますます固くなる。
	▲	高級レストラン（経理担当）	・需要の増加が見込まれるものの、人材の確保が困難な状況である。サービス業の特性上、人材確保が十分にできない場合には、供給を落とさざるを得ない（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・客の戻りは厳しい状況が続いている。1店舗は営業利益が出るようになったが、もう1店舗は6月一杯で閉店した。その他の経費もまだ高騰している（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今のままでいくと、世の中の景気が良くなる要素が全くない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・8月のお盆は、やはり料理人もある程度の休養をさせないと暑さで身体が持たないので、休暇を取ることにしている。8月は暑くて飲食店は暇になるので、今よりは売上や来客数は見込めない（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・とにかく物価の上昇で、周りは四苦八苦ししている。給料は上がっていないのに、物価がどんどん上がっていくという最悪の状況である。また、夏休みを控えて、我々の客は減る一方である。
	▲	タクシー（団体役員）	・今後人員が確保され、稼働率が上がったときの懸念がある。
	▲	通信会社（管理担当）	・物価上昇の影響が続いている。
	▲	通信会社（営業担当）	・客の動きが鈍化しているため、当面は変わらない（東京都）。
	▲	設計事務所（所長）	・仕事量はあるようでない。単価も上がっているようだが上がっていない。依然として低価格で仕事を取る業者もおり、景気は不安定さが目立つ。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・物価は上がっているが、利益は増えない。
	×	衣料品専門店（店長）	・物価の急上昇で実質所得が目減りしているため、必要のない物は買い控える傾向が強い。ガソリンや電力価格の高騰は店舗の運営経費に大きな影響を与えている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格の上昇、賃上げ、修繕部材や修繕費用の高騰により、今期は営業赤字となる見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	ゴルフ場（従業員）	・地球温暖化の時代は終わり「沸騰化」となれば、この暑さは今年だけでなく、今後更に高温化するともいえる。これからの日本、世界、地球をどうしていくかが、最大の課題であり、戦争をしている場合ではない。未来を担う子供たちに、今の大人がどのように軌道修正をしてつなげていくかを真剣に考えなければ、景気も良くならない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たない。要員不足による機会損失の発生などの悪材料も依然として根強くあり、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避である。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているために、教育費を削減する人が多くなっている。景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・7月の昇給は前年以上となり、新規案件も増えている。
	○	食料品製造業（経営者）	・社会全体が非常に良く動き出している（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・大口注文が入ってきたので、売上は良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年9月以降は今より受注量が増える（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・今月同様、来月以降も受注案件の引き合いが多く推移しており、安定してきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・店頭の個人客の実印、銀行印については横ばいで変わらないが、法人客では、会社の設立印で高額の注文があるなど、やや上向いている（東京都）。
	○	化学工業（従業員）	・国内の受注は横ばい傾向だが、海外からの受注が増加する予定である。
	○	化学工業（総務担当）	・人の動きが活発化しており、消費も増える。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引量が減少しているなかでも、新規の見積依頼は増えており、回復する見込みが僅かながらある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・建設業界の人手不足に対応した新商品の開発、販売に重点を置いてPRしており、その影響が少しずつ出てきている。この先も注視していく（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは予算を上回る増産となっている。これからも景気は良くなる見込みである。
	○	建設業（経営者）	・受注計画が順調に進んでいる。材料単価も落ち着き始めているが、まだ不安要素がある。
	○	建設業（従業員）	・インバウンド効果で潤い始めている業種もあると思うので、それで様々な物価の上昇が落ち着いてくれば、景気はもっと上向きになる。誰もが住みやすい世の中になればと思う。
	○	金融業（従業員）	・4年ぶりの開催となる夏の祭礼やイベントも多く、地元の商店街では人流や売上の増加に期待を寄せている。ただし、原材料価格の高騰に加え、猛暑による光熱費の上昇などの影響で、利益の確保に苦心している事業者も多いようである（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・物価が上昇しているものの、給与水準も上昇しており、インバウンド集客も見込まれることから、将来の景気も良くなる。
	○	金融業（営業担当）	・3か月程度のスパンでは、僅かに好転する程度に収まるものと考え。物不足、材料や燃料価格の高騰は一服感があるが、これをカバーできるだけの価格転嫁が進んでいる企業は少なく、原価が落ち着くにせよ、単価改善がされるにせよ、相応の期間を要するものとみている。人件費の高騰と人材の奪い合いも企業の懸念事項となっているが、ある程度コスト増加は織り込み済みの企業が多いように見受けられる。
	○	不動産業（総務担当）	・オフィスニーズは高まっているが、一向に賃料水準の改善にはつながっていない。やはり供給過多が原因なのか、判然としない。ただし、マーケットに動きは出ているため、景気の回復感はある（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	・夏のイベントの復活など、人の出入りが活発化してきているのは良いことである。あわせて、制作会社としては久しぶりに夏季イベントの受注があったりと、人の動きがあるからこその仕事も増えてきている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	税理士	・お中元は高額化する傾向にあり、飲食店の客単価も上昇傾向である。夏休みの旅行も、日帰りから国内ならば北海道や沖縄など遠方を計画する家族が増えているようである。
	○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げが、僅かではあるものの承認されるようになってきている（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・今後の受注予定から、やや良くなる（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	・受注価格が上がらない状況が依然として続いている（東京都）。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・まだ物価の上昇が続く。金利の上がり方もどようになっていくのか、この辺りが落ち着くまではまだ動きは良くならない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・相対的にクライアントの人的交流が活発になっており、見積依頼も増加傾向にあるが、現時点で新企画の具現化には至っていない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・営業に力を入れるのは当たり前として、社員の協力を得て、利益を出せるように努力している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・落ちそうで落ちない状況が続く。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連メーカーの在庫調整が落ち着きつつあり、販売数量は徐々に回復してくる。
	□	建設業（経営者）	・物価が上昇している割には全体的に給料が上がっていないため、景気は中長期的には良くなるだろうが、短期的にはなかなか難しい。
	□	建設業（営業担当）	・資材高騰による高値に関しては、客の認知度が上がり、受注に至るケースが通常化しているが、見込み案件数は横ばいが続いているため、しばらくは現状のまま変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・2024年問題がどう影響するか注視している（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が減少しており、輸出は全くない。今後も2か月ほどは現状が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・今の回復傾向がしばらくは続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	・中小企業では人手不足による賃上げが利益を圧迫しているものの、なかなか価格転嫁できずにいる。電力や燃料価格の高騰もまだ続きそうで、経営を圧迫してきている。サービス業や観光業は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいているが、経費は増えており、景気回復までにはまだ時間が掛かる（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・街の表情が明るくなり、当賃貸ビルの各テナントの動きは変わらずに推移するものとみている。
	□	不動産業（従業員）	・数か月では変化はないと予想される（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・今月より、改善策として新商品、新サービスのプロモート、新規顧客へのアプローチ強化を開始したところであり、成果として表れるまでやや時間を要する（東京都）。
	□	税理士	・米中の景気が国内経済にも影響を及ぼすことは変わらない。新型コロナウイルス感染症が発生してずっと停滞していた経済も戻りつつあるが、政治が大きな要素になってくる。パートの人の年収に103万円や130万円などのラインがあるが、これを140万円、160万円などに引き上げると、特に年末になって時間調整をせずにしっかり働けるのではないかと（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・物価高などの影響があり、引き続き消費を抑制する方向に向かう。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・工場稼働率が回復しつつある取引先もある反面、値上げ等を実施せざるを得ず、変わらず低空飛行状態が続くものと予想される。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・夏場の警備は過酷な業務のために、募集しても応募者が来ない。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・受注量に変化がないなか、労務費、電力費、エネルギー費の上昇分を価格に転嫁できず、収益は以前よりも悪化すると予測している。
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・猛暑でサロンの集客力が低下している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	金融業（従業員）	・原材料が高騰しているため価格転嫁を押し進めたいが、価格転嫁をすると消費者の購買意欲は下がり、売上も減少する。したかつて、なかなか価格転嫁ができず、企業としては苦渋の選択を迫られることとなり、収支が悪化する。
	▲	不動産業（経営者）	・以前に比べて、新型コロナウイルス感染症に感染したとよく聞くようになった。落ち着くように念じている（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・天候不順、物価上昇と人件費増加により、宣伝費などへの影響が出てきそうである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・資材等の値上がりに対する取引先の対応が悪く、このまま推移すれば、更に利益の圧縮が続き、事業の継続性を失う中小企業も多いと推察される（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安の影響で消費が落ち込む。また、ガソリン代などの燃料費の高騰が続けば、いろいろな産業への悪影響が出る（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・人手不足が続いている。
	×	輸送業（経営者）	・燃料価格が徐々に高騰するなか、燃料油価格激変緩和補助金が9月で終了し、大幅な値上がりが予想されるため、業況の更なる悪化が懸念される（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・例年の季節要因で、秋以降は求人件数が増加するが、今年は現状で前年より少なく推移していることもあり、このままの伸び率では厳しくなる可能性もある。求人企業の業種における変化は特に前年と変わらないため、総体的には季節要因で今よりは良くなる方向へ進む（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・飲食店、サービス業が募集を出し始めている。観光業などにも経済が回ってくるようなら、この先も求人募集を出す企業は増えてくる。しかし、昨今の人手不足もあいまって、なかなか条件に合う人材を採用できないのが現実である。募集したからといって、簡単には人は来ない。少ない人材の取り合いになることが予想され、企業の採用活動は長引くとみている。ただし、最近ではみられなかった飲食店の求人募集の増加は、景気回復の兆しになっている。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・不景気の要素はさほど大きくは感じられないので、景気が良い状態がまだしばらく続くのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・他業種への転換を模索している企業が結構出てきており、それに伴う予定や注文が多く入っているため、伸びる可能性が高い。
	○	職業安定所（職員）	・インバウンド需要の拡大による小売、飲食、観光の各業界の人材不足感の高まりから、事業主の採用意欲は非常に旺盛である（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・業種、業界にもよると思うが、人材不足の状況は続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・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、景気は回復しつつある。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、景気は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・改善する兆しが見えない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・登録人材の枯渇問題は変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・ここ数か月間、求人数に大きな変動がなく、この先も大口の需要はなさそうである。
	□	人材派遣会社（支店長）	・IT化により業務効率化を図るため、一時的な入力作業や周辺業務代替のための一般事務派遣の依頼が増えることはあるが、長期的にはこのようなニーズも減る（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・この先2～3か月でのネガティブな情報はないため、しばらくは現状維持が見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は一定程度あるものの、求職者数が少なく、マッチングに苦戦する状況が今後も続く。
□	求人情報誌制作会社（経営者）	・秋口からのインボイス制度の運用開始など、事業者の手間は増えつつも、事業そのものの営利には変わりはないとみている。コロナ禍での融資の返済もスタートし、人手不足もあいまって、景気回復とはならないのではないかと（東京都）。	
□	職業安定所（職員）	・物価上昇による影響が大きい年金生活者や生活困窮者からの求職申込みは今後も続くことが見込まれ、有効求職者数は増加の兆しが見られる。一方で、有効求人数は減少傾向にあり、今後の動向を注視する必要がある。	
□	職業安定所（職員）	・求人数に目立った動きがみられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・経済面での成長部分が余りみられない。求人内容にも大きな変化はない（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・景気が停滞している。求職者の就労意欲も下がっている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・賃金上昇は労働者の待遇改善にはなるが、人手不足の解消には至らない。多様な雇用を徹底的に企業に浸透させ、特に1人体制にこだわらないジョブシェアリング制の導入を更に普及させる必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣求人数は減少傾向にあるが、契約終了もそれ以上に落ち込んでいるため、長期派遣就業者数としてはほぼ前年同数を確保している。例年9月の契約更新のタイミングで契約終了者数の増加が見込まれるため、このまま派遣求人数が停滞した場合には、厳しくなることが予想される（東京都）。
	▲	求人情報誌製作会社（所長）	・コロナ禍での無担保・無利子の融資の返済が始まるため、動向が鈍くなる懸念がある。
	×	職業安定所（職員）	・電気代の高騰、燃料油価格激変緩和補助金の終了予定、猛暑によるエアコンの電力代の負担増加、ゲリラ豪雨や水害による野菜の価格高騰、ウクライナから世界への穀物輸出の停滞などの状況から、景気は悪くなる。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)	◎	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束したことで、急速にこれまでの日常が戻ってきている。世の中が伸びていく時期だと思うので、何か新しいことでも始めようかと考えている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行も浸透し、人の流れが次第に戻ってくる。物の値上げも一巡し、諦め消費が増えるのではないかと。
	○	スーパー（経営者）	・9月から新しい取引先が増えるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・アフターコロナでの客の動きが活発なので、やや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が落ち着き、供給が更に増えれば、新車や中古車の需要は増加が見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・人の動きが出てくる。物価高慣れしてきた感はあるが、実際のお金の動きはそれほどではない。
	○	一般レストラン（経営者）	・地域イベントの復活傾向に伴い、人流が増えるのではないかと。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・コロナ禍明けにより、一気に外出や外食傾向が高まっており、予約状況は好調である。コロナ禍明けの特需を強く感じるが、今年度一杯はこの特需が続くような予約状況である。しばらくは好調に推移するものの、現実的な人手不足を解消し、特需に対応できるかがこの先の結果の鍵となる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の5類移行で、月ごとに客の動きが良くなっている。客のマインドも上がっていて、個人、団体共に、動きが良くなっている。もうこれ以上下がることはないかと予想する。7月は売上のかなり良かったが、この先も今以上にやや良くなっていく。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・例年8月は、学生の大会が多く稼働率が上がる。現状、既に満室の日が多く、9～10月にも期待ができる。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、一層万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
	□	商店街（代表者）	・今の様子から、少し古くなったから買換えるという感覚は余りなく、特別欲しい物であれば買うようになっていて、ほとんど通常と変わらない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物が行き渡っているのか目新しい物もなく、消費意欲を引き出す要素がない。光熱費や食料品の値上げはまだ続き、他の商材の値上がりもみられる。先行きが不安定ななか、生活費の確保だけで目一杯の様子もうかがえる。
	□	百貨店（経理担当）	・今後は物価高の影響で、継続して消費は活発にならない。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いて5類に移行したので、回復傾向にあるとは思いますが、物価高の影響があり、このところ、ガソリン価格も大分上がってきているので、回復とまではいかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（店長）	・観光客数が増えてきているため、来客数は増えている。ただし、得意客の来店は増えていない。また、物の値上げが続いており、節約志向がみられる。
	□	コンビニ（経営者）	・いろいろな商材価格が上がっているものの、来客数が伸び悩んでいる分、やや横ばいで、コンビニ業界にとっては厳しい状態である。
	□	コンビニ（経営者）	・7月は少し売上が伸びているが、夏休みでもあり、これから客が動く。ただし、物価も上がってきているので、前年と同じくらいになるのではないかと。
	□	コンビニ（店長）	・ベースは変わらずに、行事等の開催によって若干プラスアルファがある形で、少しずつ良くなっていくのではないかと。
	□	衣料品専門店（経営者）	・変わるとは思えないし、分からない。
	□	家電量販店（店長）	・一時的な猛暑のお陰で、景気回復しているため、先行きは変わらない。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・メンテナンス関連のタイヤやオイル等の必需品は好調なもの、物価上昇の影響もあり、厳しい状況である。
	□	スナック（経営者）	・本当は良くなると回答したいが、このまま変わらないのではないかと。良くなる要素が1つもない。
	□	スナック（経営者）	・8月に入ると、連休などもあり、毎年、売上が減少傾向となる。第1の課題は従業員の確保で、集客のためにもスタッフが必要になってくるため、まずはそこから改善していかなければいけない。
	□	観光型旅館（経営者）	・秋も個人客が多い時期なので、現状の新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同程度の売上が続くともみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・全国旅行支援が終了しても、この先の販売量は好調である。秋の行楽シーズンの申込みや旅行の相談は多く、客足が旅行に向いてきている。荒天による災害の影響は懸念材料ではあるが、好調のまま推移していく。
	□	タクシー運転手	・令和2年の新型コロナウイルス感染症発生前と比べて、乗務員は35名から30名に減少している。また、乗務員の高齢化によって、隔日勤務者も減少している。午後8時頃から夜間1時の時間帯に車が不足することが多く、新型コロナウイルス感染症発生前の売上にはなかなか戻らない。
	□	通信会社（社員）	・特に好転するような要因が見当たらない。ある程度他社との差別化を図った施策が必要である。
	□	通信会社（社員）	・販売量、来客数共に、自然に伸びる環境ではない。燃料費や原材料費、生活物資の高騰は続く。
	□	観光名所（職員）	・物価高の影響で何もかもが値上がりしていることから、財布のひもが固く、買い控えをしているように感じている。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・予約状況から大きな好転が期待できないことに加え、ガソリンや電気代の上昇等、経費の増大も加わり、厳しい状況が続く。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・企業や団体の予約がもっと戻ってくるようであれば、回復が見込まれる。
	□	住宅販売会社（経営者）	・燃料費や電気代等の高騰分を顧客向けの価格に転嫁できないため、今後も厳しい収益状況が続く。
	▲	商店街（代表者）	・中心街への客足は、全く回復の兆しが無い。
	▲	スーパー（経営者）	・物価上昇を容認しているものの、低価格と高品質、おいしいものへといった、支出のメリハリが鮮明になってきている。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金が高くなることで人件費が増え、今以上に売上を伸ばさないといけない。経費も今以上に掛かる予想で、物価高も止まらないので、良くならない。
	▲	その他専門店 [酒] （店長）	・ガソリン代が非常に高くなっていくという話がある。物価上昇が給料に反映されて、好循環が生まれればよいのだが、なかなかそういう循環が働くまでには時間が掛かる。アフターコロナも含めて、今は遠出や旅行をしたいという需要が多いのではないかと。3か月後はまだ残暑も続き、日本酒にとっては、やや厳しい状況ではないかと推測している。
	▲	高級レストラン（経営者）	・止まらない物価高騰が、いよいよ消費行動を抑えてくると危惧される。
	▲	その他サービス [クリーニング]（経営者）	・クリーニング業界は、原油価格の高騰に続き、電力価格高騰が一段と経営を圧迫し、困っている。
	▲	設計事務所（職員）	・完了物件も出てくるため、少し落ち着いてくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	*	*
企業 動向 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	食料品製造業（営業統括）	・今年も天候に恵まれ、ピンテージイヤーが期待できそうである。秋には円安に伴うインバウンド効果や輸出促進効果も出てくるものとみられる。
	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・イベント関係や季節商材の受注がやや増えている。試作案件も出てきている。
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・国内の景気やマーケットは依然として回復していないが、海外バイヤーとの取引や、香港の展示会出展時の海外バイヤーへの販売は好調なため、宝飾売上全体の底上げにつながるのではないかと。
	○	金融業（経営企画担当）	・外国人観光客の増加による好効果が期待できる。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・物価上昇も落ち着き、旅行業を中心に前年と比べて需要が増えるのではないかと。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏休みのワークショップ客に期待感はあるものの、予約状況等には余り動きがない。
	□	建設業（経営者）	・仕入価格と値上げ価格のバランスは取れているので、景気は大きくは変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は電子部品関連等での在庫調整の動向次第だが、もしばらくは弱い動きが続くとみられる。非製造業は観光関連で、夏季需要が底堅く推移する見込みである。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代の値上げ等に伴い、8月から封筒類を値上げする。前年から2度目の値上げであるが、値上げによるマイナス分を取り返すのは大変である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・エネルギー価格や生活必需品の価格上昇に加え、人々の消費行動がモノからコトへ変化し、耐久消費財への支出が減ってきている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・使用する部品の値上げがすごいことになっているものの、販売価格には反映できていない。
	×	食料品製造業（製造担当）	・現状に加えて、最低賃金の改定が一層追い打ちを掛けてくる。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	・地方ではこれからボーナスが支給される企業も多いものの、余り期待はできない。消費には向かないだろう。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰の影響もあり、景気回復は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足による生産量の回復遅れや、今後も光熱費、原材料の価格高騰が続くと見立てから、景気が良くなるとは思えない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安により原材料やガソリン等の価格が高止まりしており、現場技能者以外の採用への影響が続くとみている。
	▲	求人情報製作会社（総務担当）	・製造業やサービス業が悪くなっているため、やや悪くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・業績が上向いての増員というよりは、コロナ禍で縮小した体制を新型コロナウイルス感染症発生前に戻すといった傾向が大きい。中小企業においては、物価高騰のダメージやゼロ融資の返済開始の影響が懸念される場所である。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	百貨店（販売促進担当）	・国内消費もインバウンドも増加を予測する。値上げをしても購買数量が落ちておらず、売上がかさ上げの要因になっている。
(東海)	◎	タクシー運転手	・かなり多忙になってきた。インバウンドの利用が増えている。運転手によってばらつきがあるが、コロナ禍より20%以上増収の運転手が10%以上となっている。運転手不足をどうするか、これからの課題である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	◎	タクシー運転手	・異常な暑さのため朝のタクシー利用者が増えている。新型コロナウイルスの感染状況が第9波に入ってきているといわれるが、段々と街中でもマスクをしていない人が増えている。新型コロナウイルス感染症は完全には無くならないものの、新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていく傾向にあると思えるため、今後の傾向として景気は上昇する。
	○	商店街（代表者）	・消費マインドはかなり上がっているが、飲食店では人手不足で客が来てもフロアを開けられないような状況を目にする。人手不足が確実な景気好転への下支えを阻害している。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・秋に向かって更にいろいろなイベントが開催される。人との付き合いで物が動くので、世の中の経済も人が動いたり増えることによって昔のような動きが出てくる。3か月先も少し伸びると予測する。
	○	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・景気を引き下げていた要因が少しずつ収まっている。
	○	百貨店（総務担当）	・お盆などの帰省客は新型コロナウイルス感染症発生前の水準になるとみられ、駅での旅行者等の土産需要は拡大を見込む。猛暑になると来客数が少なくなる傾向がこれまでではあったが、涼しい店内で快適に買物ができること等をアピールしていきたい。中国から個人のインバウンドが増加しつつあり、団体のインバウンドにも復活を期待する。
	○	百貨店（経理担当）	・夜の飲食が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることは当面ないが、インバウンドの売上は今後ますます増加する。
	○	百貨店（営業担当）	・外商顧客を中心とした富裕層の消費は堅調に推移している。物価高騰による価格上昇の影響はある。
	○	スーパー（経営者）	・猛暑が去り過ぎやすくなって、外出の増加を期待する。
	○	スーパー（店員）	・来月も値上げする商品はあるものの、生活必需品は継続して購入される。来客数は増えると推測する。
	○	コンビニ（企画担当）	・空港などにインバウンドが戻りつつあり、今後更に増加することが予想される。中国本土からの旅行者が回復すれば、更なる売上の増加が見込める。
	○	コンビニ（店員）	・まだ暑い日が続く、冷たい物を求めて来客数はしばらく維持されると見込む。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・これから夏休みになり、家族旅行の機会が増えると個人支出も増え、景気が上向きになる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・暑い日などは来客数が少なくなるが、その点は仕方がない。これから2～3か月後にはスーツが動き出すため、そちらに重点を置いていく。他店舗と比べ当店の良い点は、衣料品チェーン店に挟まれた立地で、スーツを目的に来たわけではないがスーツを買ってしまう客もいるなど、立地条件の影響は大きい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・8月以降には少しめどが立ちそうであるため、期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・大きな災害の発生やロシアとウクライナの戦争が拡大しない限り、これまで我慢してきた分、これからは金を使ってでも楽しみたいと皆が考えるようになる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・生産制約で厳しい販売状況が続いていたが、生産状況が少しずつ回復傾向にある。売るモノがあれば戦略を立てられるため、今後に期待したい。
	○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、店舗の新設やリニューアル、住宅のリフォームなどが、見積りから具体的な契約に動き始めている。官公工事に関しても小規模改修工事が出始めている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・新型コロナウイルスが感染拡大傾向であることは気になるが、感染症法上の分類が5類へ引き下げられているため、期待を込めて景気回復を見込んでいる。
	○	高級レストラン（経営企画）	・全体として回復傾向にあるが、飲食スタイルの変化により平日の夜への誘因や客層の変化に対応していく必要がある。
	○	バー（経営者）	・まだ身近でも新型コロナウイルス感染症に感染する人はいるが、感染症法上の分類が5類感染症になって規制もなくなり、それほど報道もされないため気にしている人が少ない分、外出する人は増える。
	○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大がないわけではないが、警戒感や不安感がなくなったことが後押しとなり、3年以上旅行に出掛けていなかった人の需要が戻っている。秋口には、かなりの予約が入る気配がある。このままの状況が続けば、更に景気は良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症第9波の影響は気になるが、予約数は堅調に推移している。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き現状を維持する。早い段階で中国からのインバウンドが回復することを期待する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・国際線の回復で外国人は秋に向かって増える。ただし、重油が毎月値上がりし、人材も全く採用できず経費は膨らむが価格に転嫁できていない。大手企業などの出張旅費が上がれば、宿泊価格も上げることができる。
	○	旅行代理店（経営者）	・受注量に鑑みて、災害等急激な社会情勢の変化がなければ、景気は上向いていく。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の勢いはないが、夏休みに入り大分動きが良くなっている。7～9月にかけては夏休みで良い方向に向かうとみている。
	○	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の実施も増えており、コロナ禍で控えていた法人旅行も復活している。秋口の旅行計画も問合せが増えており、しばらくは右肩上がりが見通しである。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、夏休みに入ったため、景気はやや良くなる。
	○	ゴルフ場（支配人）	・9月の入場者予約数は前年同日と比べ少し多い。特に良いとはいえないが、前年並みに推移し今月よりはやや良くなると推測する。10月以降はゴルフシーズンとなり、入場者数はそこそこ安定する。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・前年比で1割程度多い数値となっており、新型コロナウイルス感染症発生前に近づいている。
	○	美顔美容室（経営者）	・来月から人気セット商品のキャンペーン販売が始まるため、良くなる。
	○	美容室（経営者）	・少しずつ経済が回り始めているため、緩やかに良くなっていく。
	○	美容室（経営者）	・この暑さが峠を越せば客も外出できるようになるため、やや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・金利が上がりそうであるが、景気はそこそこ変わらないと考える。
	□	商店街（代表者）	・ここ何年もずっと同じ状況が続いている。悪くなる要素はあっても、良くなる要素が全くない。
	□	商店街（代表者）	・現状では上がる要素も下がる要素も見当たらない。
	□	商店街（代表者）	・猛暑の影響でエアコンのみ好調である。他の商品、特にテレビ等のAV関連機器の動きは相変わらず悪い。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・変化が起こる要因がない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・団体旅行の復活がまだまだ心配である。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店でアルコール飲料は限られた客のみが注文する傾向にある。今後も、広く客がアルコール飲料を注文する傾向にはならないと考える。
	□	一般小売店〔書店〕（経営者）	・物価、特に食品の値段がとて上がっている。給料よりも物価の上昇の方が激しいため、このまま良くない状態が続く。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・これからお盆の帰省や行楽に出掛ける時期となるため、その他の消費は引き続き控えられる。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響で、先行きも変わらない。
	□	百貨店（売場主任）	・毎月どこかのブランドで商品が値上がりしている。2000円から3000円程度ならいいが、5000円から8000円単位で価格が上がるため、コロナ禍で来店していなかった客は少し驚いた様子になる。1品当たり単価は上がるが、販売数はなかなか増えない。
	□	百貨店（企画担当）	・7月に入り前年比での来客数と売上は好調を維持しているが、前年8月は新型コロナウイルス感染症のピークがあった反動による増加と判断している。9月以降、インバウンドの売上増加は見込めるものの、中間層の購買動向は物価高の影響を受けて生活防衛の傾向が強まると予測している。
	□	百貨店（経理担当）	・レジャー、観光等のリベンジ消費や更なる増加が見込まれるインバウンド消費は期待できる一方、物価高に伴う買い控えや生活防衛によって、景気は全体としては現状と変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・長い期間コロナ禍での自粛が続いていたため、今後しばらくは現状の好調な状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・今後はインバウンド需要も盛り上がりが見込むが、国内消費の伸びが重要である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・来客数は増えているが、購入に至らない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の第9波からの回復は多少あると推測するが、大きな変化となるかは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・いろいろな部分で値上げが多い。食品関係では、売れる物は売れるが売れない物が多く出てくる。全体的に支出が増えるため、景気はやはり厳しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・猛暑がいつまで続くかが鍵となる。これからお盆商戦を迎えるが、里帰りや帰省などの手土産品でどこまで売上を伸ばせるかである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・国際情勢の不透明さは相変わらずで、原材料価格高騰の懸念は消えない。一部に内需の拡大がみられるため、その部分で悪くはならない。賃金引上げ等により消費意欲は上がるが、まだ不透明な部分も多いため、景気が上昇するとまでは言い切れない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	・梅雨明けからの高気温により夏物の動きはかなり良いが、物価高騰のあおりを受けて、し好品に対する消費者の購買意欲が落ちている。電気代の引上げなども新たなコスト増加となり、固定費の支出が厳しくなる影響があることと、再び新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるため、景気が上向く要因は乏しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・10月からの新ジャンル値上げ前の駆け込み需要が予想される。しかし、相対的にみると変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・このままイベントの中止がなければ、足元の状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金が上がることも、物価高には追い付かない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・足元の来客数や販売数量が好調であるため、この状態がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の話題もほとんど出なくなり、多くの人はそれほど気にする様子もないが、以前と同じような暮らしに戻するには、まだ時間が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・夏季なので、小売店だけの販売傾向をみれば消費は拡大となるため景気の動向が分かりにくくなる。しかし、足元でも小刻みに値上げする商品が増えており、引き続き購買意欲を減退させる要因になる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染症は第9波の予兆があるものの、引き続き旅行を主体とする人流回復は維持されると想定している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しているが、商品単価が上がり続けている状況を懸念している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・地域全体での工事案件が減少し、他府県への出張仕事が増えているため、地元の金回りが悪化している。物価の上昇に対して収入が上がらないという声も多く、商品の購入には慎重な姿勢が続いている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・余りに暑く、来客数は減っている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・これ以上は販売が伸びる様子はないため、この調子がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価高の加速に対応する賃金の上昇がない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価高に対して、大手企業のみでなく中小企業でも賃上げが行われており、消費意欲が高まっているように見える。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・業種や企業規模によって差がある。良くなっているところもあるが、全体的には変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・アフターコロナで旅行などイベントに消費が向かっており、車などの高額消費は先送りの傾向がある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・まだ注文すらできない車種もあり、更に良くなる状況はみられない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・これから燃料価格の上昇が見込まれ、燃費改善を求めて車の買換えを考える人も出てくるかもしれないが、今の生活状況ではごく僅かな動きと考えるを得ない。今後、身の周りの物価上昇の状況により高額商品への関心は変わってくる。求められる車種の納期が短くなれば、もう少し具体的に客へアピールできる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表も控えており、新型や改良車種があれば注文は多く入り販売台数は増えるが、すぐに販売停止になってしまう。
	□	乗用車販売店（従業員）	・来客数が増えてきたのは良い傾向であるが、原材料の価格高騰で自動車の価格も上がってしまい、不透明な納期も痛い。中古車買取り会社での不正により、自動車業界全体が同じような目で見られると、先行きが不安である。
	□	一般レストラン（経営者）	・ガソリン価格や光熱費の高騰で、これだけ上がると先々の生活状況が分からない。とにかく仕事をしてその分収入が増えれば、何とかなるかもしれない。
	□	一般レストラン（経営者）	・秋には新型コロナウイルス感染症発生前のようにイベントが開催され、売上が伸びると予測する。原材料費の高騰により販売価格を上げた影響が、この先も続くかは分からない。
	□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・コロナ禍の状態から少しずつ末端まで回復しつつあるが、人手不足がひどいところは何ともならない。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・春に価格改定した商材の売行きが、前年同期比で5%程度減退している。今は同価格帯の別商材で売上を確保できているものの、秋から更に値上げを予定しており、その価格が消費者に受け入れられるか不安である。売上は変わらないものの、販売量は少なくなりそうだ。
	□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。9月に新しいホテルがオープンするため、9月以降に客足が伸びるとは考えられない。
	□	旅行代理店（経営者）	・物価高といわれるなかで大変厳しい様子がみられる。全国旅行支援も終了して国内旅行は少し動きが悪くなり、先の見通しが立たない。
	□	旅行代理店（経営者）	・消費できる層とできない層の2極化が進んでいる。ランチをコンビニのカップ麺とおにぎりで済ませるオフィスワーカーが増えている。
	□	旅行代理店（経営者）	・まだ海外旅行の希望者が激増する状況ではない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・旅行が一斉に再開したことで、飛行機やホテルの予約が取りづらく、客の要望どおりに手配するのが困難になっている。運転手不足等で団体旅行での貸切バスの確保も難しくなっている。この状況は秋にピークを迎え、受入れ能力の制約で頭打ちとなりそうである。
	□	通信会社（企画担当）	・ガソリンや水道光熱費を始めとする諸物価上昇に収入が追いつくか、将来に明るさが見えるなど先を見通せるようにならないと、好転しないのではないかと。
	□	通信会社（営業担当）	・物価高が止まらず、当社の工事費も値上げし、機器代も2倍近くの値上がりをみせている。今後の客の反応にもよるが、好転は望めない。
	□	通信会社（サービス担当）	・インターネット環境はほぼ普及しているため、他事業者から乗り換えてもらえるようなサービスや料金改定がないと厳しい。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・来場者は、6月には目標を超え103%であったが、この暑さで不急の用がなければ家を出ないようにテレビでも周知しているため、7月には目標値の84%と伸び悩んでいる。
	□	美容室（経営者）	・円安の影響が大きい。余り景気が良くないのかもしれないが、客足も良くない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・発注者の役所も人手不足なのだろうか、発注にスピード感がないと待ちの状態になってしまう。
	□	住宅販売会社（従業員）	・しばらくこのままの状態が続く。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・増税が取り沙汰されているため、消費者のマインドは冷え込む一方である。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・元請からの施工依頼がかなり減少している。一般顧客からの見積りや引き合いも減少している。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期は大変だがこの期間に底上げできるため、めげずに頑張るのみである。
	▲	スーパー（店長）	・自店近くの競合店が8月に改装を控えており、改装オープン後に客の流れが変わらないか心配である。
	▲	スーパー（店長）	・外食や旅行による支出増加の制約と値上げによる買い控えがある。
	▲	スーパー（店員）	・8月より担当カテゴリでの値上げがあるが、かなりの影響になると推測する。
	▲	スーパー（販売担当）	・夏休みで人出が多いが、これから先はイベントも少なくなるため、販売量は減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（営業企画）	・今後も商品価格の引上げは続くと思われることに加え、10月以降の電気、ガス料金の補助金引下げなどの影響が懸念される。
	▲	スーパー（総務）	・物価上昇の影響を日々ひしひしと感じる。来客数に変化はないが、客単価が下がっている。低価格商品の購入が目立つため、景気は低迷する。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・この時期は売上が増加傾向となるので先行きが不透明でも現場のモチベーションは高い。ただし、人件費や燃料代の高騰、水道光熱費の上昇と利益捻出で課題となる経費負担の圧迫には解決の糸口は見つかっていない。秋に向けて売上の減少局面と経費負担の圧迫が重なると、景気が一気に下降傾向へ突入していくと予想する。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ここ数年は残暑のため秋物の立ち上がりも遅いところに諸物価の上昇が響いて、なじみ客であっても実需期にならないと来店してくれない。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今月は猛暑でエアコンが売れているが、他の商品は前年比で減少している。猛暑後は前年割れが続くのではないかと。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・全体的に余り良い要素がない。先行きについては不安が大きい。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・在庫はなく、値上がりもしており下取り価格は下がっているため、今後ますます厳しくなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ガソリン代や何を購入するにしても、値上げの影響が大きい。景気が良くなるかどうかは何ともいえない。
	▲	観光名所（案内係）	・天候がおかしく梅雨明けからずっと酷暑が続いている。また、諸物価の上昇はこれから痛烈な影響を与えるため、要注意である。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体として下降傾向にあり、個別努力ではいかんともし難い。
	▲	理美容室（経営者）	・物価が段々と上がって生活が苦しくなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・先の案件予定がない。今種まきができなければ、収入はかなり少なくなる。
	▲	設計事務所（職員）	・景気の良くなる話は全く聞かない。円安が続く限り景気が良くなるとは思えない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・中堅地元ビルダーの倒産が増えると、その下請の連鎖的な倒産が怖い。
	×	コンビニ（店長）	・増税のニュースが多く報道されており、実施されれば必ず景気は悪くなる。たとえ実施されなくても、一般市民は増税に備えて節約志向になることが予見され、客単価や購買点数は下がるおそれがある。
	×	タクシー運転手	・物価上昇と増税によって、景気は悪化する。
	×	住宅販売会社（経営者）	・1番の問題は物価が上がり過ぎていることである。建築資材の価格が上がって分譲住宅も値上がりして売行きが悪い。先行きが不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・来場者数は夏枯れの時期となる。新型コロナウイルス感染症が収束し海外渡航や国内観光の増加が見込まれるため、住宅展示場への来場者数は激減する。そのため、土地選びなどの動きも鈍化する。観光業が伸び、住宅販売は落ち込むと予想する。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・建材費が上がって人件費も上がり、リフォーム事業としてはどんどん仕事を取りづらくなってきた。この先全てを客に価格転嫁できるか心配である。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準までは戻らと思うが、ウクライナでの戦争の影響が大きくなるとうなるか分からない。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・新製品の動きが良くなると期待したい。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・確定ではない受注が多少入っている。
	○	建設業（役員）	・建設の受注は底堅く、大手自動車メーカー系の設備投資も新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて受注が見込めそうである。ただし、分譲住宅は税制優遇の縮小もあり、駆け込み需要が見込めるのか静観となるのか先が見えない。
	○	輸送業（従業員）	・以前よりも半導体の供給状況も緩和されてきた感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	通信業（法人営業担当）	・多数の食品の値上げが庶民の暮らしを直撃していることは心配であるが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、かなり開放的になっていることは確かである。希望的観測のもと景気は良くなっていく。
	○	通信業（総務担当）	・夏季休暇への突入や各種イベント開催により、やや良くなる。身近でも町内の盆踊り大会、各種伝統芸能や文化活動がある程度復活してきたため、町内予算を消費財に回す機会が増え、モノの消費やサービス活動が活発になる。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・健康に関係する新しい環境商品は大きな商品となる可能性が出てきた。客先の反応もなかなか良い。日本銀行の政策は少し風向きが変わってきたようだが、予想の範囲内でありまだ大丈夫である。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・夏物商材は好調に動き出したが、8月以降も楽観することはできず、生産性を向上させコスト吸収の努力を怠らないようにする。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売数共に前年比で減少している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年秋需が活発な時期であるが、今年は景気回復につながる材料が見当たらないため、景気は今と変わらない。
	□	化学工業（営業担当）	・年内は需要の回復は見込めない。
	□	化学工業（総務秘書）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行しての1年目で、秋の行楽シーズンを待ち構えている人は多い。アフターコロナを満喫したい時期はまだ続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少傾向にある。夏の仕事は進捗が停滞している。
	□	金属製品製造業（従業員）	・引き続きそれなりに忙しい状態が続き、例年並みの繁忙期に突入する。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・主力の自動車向け設備が低調である。それ以外の産業向け設備も引き合いや問合せは増えておらず、好転する材料が見いだせない。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、先行きは変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて客先業界の設備投資が増えると期待できるため、現状と同様の受注を見込む。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材価格がほぼ倍になり、価格転嫁が進み商品や製品の値上がりも進んでいるため、需要、購入量が減少するのではないかという懸念が非常に大きい。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢は相変わらず不安定でウクライナでの戦争も続いているが、日本経済はそれほど良くも悪くもならないというのが実感である。
	□	建設業（営業担当）	・委託業務が多いなかで客の年間予算等は減っているが、売上は大幅には減少していない状態で、大きな落ち込みはないとみている。コロナ禍では新規案件の先送りが続いているため、なかなか予算が立たないことは明確である。
	□	輸送業（経営者）	・資材や原料の価格高騰が収まる気配はなく、物量の増加も見込めない。
	□	輸送業（従業員）	・変わらないか、やや悪くなると推測する。世間的には値上げムードという情報が出ているが、各荷主は値上げに消極的である。一方で燃料や資材等の価格は既になが上っている。運転手の2024年問題についても荷主の反応は今一つで、先々どうなるか分からない。
	□	輸送業（エリア担当）	・業務量が縮小している。今後は他社との連携もあり更に業務量が減る。それに合わせるコストのコントロールは、正直厳しい。
	□	通信業（法人営業担当）	・残念ながらコロナ禍で身に付いた生活様式や消費傾向はすぐには変わらない。変わらないなかで再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、景気回復に向けて出端を挫かれた感さえある。また、世界的にみて我が国の消費パワーが圧倒的に弱体化している姿を、円安や労働市場における外国人の台頭から感じざるを得ない。
	□	金融業（従業員）	・帰省シーズンや夏休み等で観光業や飲食業には活気が戻る。しかし、物価が高騰しており、財布事情は圧迫されている様子である。
	□	金融業（企画担当）	・賃金を上げたくても原価率が上がっているため容易ではない。特に中小企業ではその傾向が強い。中小企業の賃金が上がってこない、景気は良い方向に向かわない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症に対する不安は解消していくと見込まれることから、外出や遠出をする人は引き続き増加傾向とみる。外出の増加に伴い今後の売上も増加し、前年を上回る状況は継続していくと予測する。
	□	広告代理店（制作担当）	・人の動きは新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、秋に向けてのイベント等でも、様々な値上げの影響で足踏み状態の案件も出始めている。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	公認会計士	・足元では、価格転嫁が進んだ食料品、日用品を扱う産業や半導体の制限が緩和した製造業など景気回復をしている産業もあるが、まだ物価上昇の可能性があることや金利水準の変動で景気回復の足止めになるリスクも高い。特に、個人消費は秋頃に少し落ち着く傾向があるため、3か月後の景気が大きく変わることはないと考え。
	□	会計事務所（職員）	・仕入価格が高騰するなかで値下げを断行し、何とか売上を維持している。これ以上物価高が続けば、更なる利益の減少や消費者の購買意欲の低下につながるため、先行きが不安である。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・客は、製品価格の上昇は仕方ないと受け止め代替品によるコストダウンを検討するようになる。対抗して価格を下げざるを得ない状況も想定される。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン価格はどこまで上がるのか不透明であり、為替相場も落ち着かず先が見通せない。
	▲	金融業（従業員）	・円安が続くと、インバウンド向けの商売をする人にとっては景気が良くなる方向にもみえるが、一般の人では、消費支出が増えるなかで、将来への不安のため無駄に金を使わないよう節約する人が多くなる。
	▲	会計事務所（職員）	・最低賃金の改定で、従業員の給与を見直さざるを得ない。扶養の範囲内で働こうとする従業員は、給与の総額はそのまま働ける時間が減る。食品等の値上がりは続いており、生活は苦しくなっていくのではないかと。
	×	鉄鋼業（経営者）	・予測の付かない落ち込みに突入している。
	×	輸送業（エリア担当）	・関西から海外へ輸出される荷動きが全く芳しくない。中部でも電気製品、自動車関係は同様である。輸入貨物はそれほど減少していないが輸出貨物が停滞しているため、国内の経済活動にはプラスの方向ではなく、経済活動は更に冷え込むと予想する。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・再三にわたる用紙代の値上げの影響で、折込広告を入れる回数が減ったり、チラシのサイズが小さくなったりしている。折込広告収入が改善される兆しがない。
雇用 関連 （東海）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・年度下半期に向けて、更に人材の流動性が出てくる。派遣社員、中途採用など幅広い雇用での増大が見込まれる。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・各社で新型車種の販売が好調と聞く。今後も前年比で生産増加と予想するが、人材確保が企業成長の鍵となる。
	○	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数の観点からは回復傾向にあるものの、求人賃金はなかなか上昇せず、物価高のなかで可処分所得は低下しており、景気好転への足かせとなっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・お盆明け以降は、活動意欲の高い転職希望者が年度末入社を目指して徐々に動き出すと想定している。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・派遣依頼数も順調に増加しており、例年よりも市場が活発に動いている印象を受ける。ただし、人手不足は変わらずでニーズに対応し切れない感があり、人材確保が鍵となる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比較し、卒業予定者の内定率は10%以上上がっている。医療機関の採用日程が前年より1週間早いこともあり、県外の採用試験を併願する機会も増えている。
	□	人材派遣業（営業担当）	・原油高などコスト高の影響が軽減されない限り、景気的好転は期待できない。
	□	人材派遣会社（社員）	・現況を打破できる材料が見いだせない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・企業規模や職種により差はあるが、特に中小企業の人材不足感が強まっている。今後この傾向は更に深刻になっていくと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車関連を中心に開発テーマは落ち着く見込みがないため、引き続き当社を含めた周辺企業でもエンジニアの積極採用が続き、景況感の良い状態が続くと予想する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・依然として物価高は続いており、景気回復につながるポジティブな情報が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・エネルギー関連の価格が落ち着かない限り、消費意欲は高まらない。
	□	職業安定所(所長)	・人手不足の声は強いが、物価高騰、原材料不足による収益の圧迫が懸念される。コロナ禍後の社会経済活動については依然として業種業態による差異が残っており、先行きはやや不透明である。
	□	職業安定所(職員)	・景気の回復もみられるが、いまだ原材料費やエネルギー費等の高騰も続いており、特に中小企業では物価高騰の影響や人手不足が続いている。まだしばらくは様子見が続く。
	□	職業安定所(職員)	・幅広い業種で改善傾向がみられるが、一部の業種では停滞しているため、今後の動向に注視していく必要がある。
	□	職業安定所(職員)	・有効求人倍率が好転するとは思えない。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・全体の傾向として良くなる方向にあるとみているが、物価高や燃料費高騰等のマイナス要因もあり、2～3か月先の状況が現状より良くなるとは思えない。
	▲	人材派遣会社(社員)	・リゾートホテルの繁忙期が終わり、やや悪くなる。
	▲	職業安定所(職員)	・物価高騰に加えて、新型コロナウイルス感染症の再拡大、最低賃金引上げによるコスト増加など、夏から秋にかけて不安要素が多い。
	×	—	—

7. 北陸(地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所)

(-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	商店街(代表者)	・以前は豪華客船が寄港すると外国人が多くなると感じたが、最近では客船とは関係なくふだんから外国人を多く見掛けるようになっており、秋の行楽シーズンまでこの調子が続くともみている。空き店舗が埋まり始め、街全体に活気が出てきている。
	○	商店街(代表者)	・気候に恵まれ、新型コロナウイルス感染症の悪影響がなければ、前年より悪くなる状況にはない。
	○	乗用車販売店(経営者)	・夏休み等で人々の行動が活発になれば、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の状況になってくると考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・様々な行事が4年ぶりに再開されるなど、地域行事が活発化している。これまでの反動で消費者の動きは催事やイベントに集中するとみており、しばらくこの状況が続くと考える。
	○	高級レストラン(スタッフ)	・初秋の県外団体旅行の受注が伸びているが、全国的なバスの運転手不足により、新型コロナウイルス感染症発生前には届かないと考える。
	○	観光型旅館(経理)	・5月に当地で起きた地震の影響が減少すると考える。
	○	都市型ホテル(役員)	・全国旅行支援は終了したが、8月の予約状況は新型コロナウイルス感染症発生前と同水準で推移している。本格的な夏休みシーズンに向け直前まで予約が伸びると期待している。その一方、9月以降は反動減とならないか予約の入込を注視している。
	○	タクシー運転手	・仕事量が安定しており、働き手が増加すれば間違いなく売上も増加すると考える。
	○	通信会社(営業担当)	・しばらくは大きく変化する要因が見当たらないが、9月に発売する新機種の間合せが少しずつ増えてきているので期待したい。
	○	通信会社(営業担当)	・新プランと新商品の発売により客の興味が増し、販売も増えるとみている。
	□	商店街(代表者)	・イベント関連の業種は売上が戻ってきているが、その他の業種では余り良い話を聞かない。地方でもマスクをしている人は減少しているが、景気が良くなるにはもう少し時間が掛かると考える。
	□	一般小売店〔精肉〕(店長)	・この先も気温は高くなるとのことで、他地域からの集客が見込めない。物価高で牛肉から豚肉の購入にシフトしており、売上は伸び悩むと考える。
	□	一般小売店〔事務用品〕(店長)	・電気料金の高騰や商品の値上げなどにより、消費者の購買意欲が低下している。商品価格の上昇が緩やかにならない限り、身の回りの景気回復は難しいと考える。
	□	百貨店(売場主任)	・電気料金や食料品の値上げで可処分所得が減少していることや、消費者の行動が商品購入から旅行等へシフトしているため、しばらく地方百貨店は我慢の状況が続くと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、帰省や旅行などに関する部門が多少好転するが、食品や日用品などの限定的な動きになるとみている。猛暑の影響で好調に推移している自宅で簡単に食べられる総菜や、お盆の集まりなどの需要が見込めるレストランなどは強化したいと考える。
	□	スーパー（店舗管理）	・買上点数が減少傾向にあり、質が高い商材を提供しても客は毎日購入しない。更なる増税の報道などもあるため来店客の財布のひもは確実に固くなっており、買い回りをする客層が増加しているのは明らかである。
	□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症が再拡大しても、以前のような閉塞感はみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、消費者は慎重に買物をするようになっている。
	□	家電量販店（店長）	・県による省エネ家電購入補助施策が実施されているが、余り認知されておらず、早期の買換えや高性能の機種への買換えの契機にはなっていない。
	□	家電量販店（本部）	・ガソリン価格が上昇しているなかで、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了予定であることなど、消費マインドに良い材料がない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・猛暑が続き、集客状況が悪くなっている。
	□	自動車備品販売店（役員）	・人流は増えているが、新車価格の高騰やガソリン価格の更なる値上げなどの影響があり、消費については慎重な状況が続く。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・人の動きは良くなってきたが、収入が増えず物価高の影響が大きい。消費者の財布のひもは更に固くなるとみている。
	□	一般レストラン（店長）	・業況が上向き要因がみられない。
	□	一般レストラン（統括）	・現状の好調な状態が続くとみている。4年ぶりの新型コロナウイルス感染症による制限がない夏休みやお盆となるため、帰省を始め、長期の旅行や観光などの外出機会が多くなり、それが9月の大型連休まで継続すると考える。
	□	スナック（経営者）	・当店は比較的安定した状態が続いており、この先もこの状態が続くと考える。
	□	観光型旅館（経営者）	・夏休み期間はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ってきており、秋の団体予約の間合せも増えてきている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・物価高がコロナ禍後のリベンジ需要を打ち消したと考える。
	□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してから明らかに取扱件数が増加しているが、予約確保が困難な状況が今後の売上増加に影を落としている。
	□	タクシー運転手	・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、夜の街の人も増加している。観光客数はしばらくの間減少しないと考える。
	□	通信会社（職員）	・現状では景気が良くなる要素は見当たらない。
	□	通信会社（役員）	・新規契約者数については前年同様に推移すると考える。一方でマイナス面は、同業他社との競争により解約者数が少し増えていることである。
	□	通信会社（役員）	・景気が変動する要素が見受けられない。
	□	テーマパーク（役員）	・先行の予約状況は、グループ客や団体客がやや増加しているが個人客の動きが鈍いため、全体としては横ばいで推移すると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新築は若干減少し、リフォームの客が増加しているようである。改築や新築では金額が高額になるためリフォームで我慢しようとする動きがあり、大規模なリフォーム案件が増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新築部門は物価上昇や賃金の推移など不透明な要素が多いが、リフォーム部門は堅調に受注を獲得できている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の様子をみると回復は厳しいと見込んでいる。
	□	住宅販売会社（営業）	・物価高に対する意識が定着し、高額商材を売りにくい状況が続くと考える。目立った経済対策もなく、正直なところ景気浮上のめどが立たない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・多くの品目で値上げが控えているのは前年からずっと変わっておらず、今のところ景気が上向き要素は全くないと考ええる。
	▲	百貨店 (販売担当)	・当社の都心店では、インバウンドに加えて地方の富裕層などの来店により、売上は非常に好調に推移している。新型コロナウイルス感染症のリベンジ消費が、県内ではなく都心で行われており、地方はこの影響を受けて年末くらいまでは苦戦すると考える。ガソリン価格や光熱費の上昇による影響は今後も拡大するとみられ、地方では毎日の生活のなかでより購入しやすい価格の品ぞろえを強化することで消費を促し、売上の減少を最小限にとどめる必要がある。
	▲	スーパー (店長)	・各種商品や電気料金の値上げなど、家計にダメージを与えることが多く、給料が上がらない限り景気の回復は見込めない。
	▲	スーパー (仕入担当)	・お盆以降の景気後退が気掛かりである。例年相場としては下がる傾向だが、今年は見通しが立たない。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・資源価格や物価の上昇が続くところに最低賃金や金利の上昇などもあり、経済環境は急速に変化している。
	▲	家電量販店 (店長)	・電気料金の値上げへの懸念から、季節商材は売れにくくなると考える。
	▲	乗用車販売店 (役員)	・日本銀行の金融政策決定会合の動向次第では景気下降の動きになると懸念している。
	▲	住関連専門店 (役員)	・旅行業や外食産業が活発化しており、夏休みやお盆休暇などで使う金額が増え、その反動でより一層買い控えするとみている。
	▲	パチンコ店 (経理)	・インボイス制度やマイナンバーに関する問題など良い話題がない。
	▲	その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 (総支配人)	・会員数が増加しない状況で、各種経費だけは確実に増えている。この状態が改善する気配がないため、業況は確実に悪くなると考えざるを得ない。
	▲	美容室 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が確実に増加しており、夏休みやお盆休みで人の移動が多くなるため心配である。新たにワクチン接種をしない高齢者が増加していることも懸念材料である。
	×	コンビニ (店長)	・夏場は好調に推移すると考えるが、最低賃金の上昇を含む人件費の急騰を現在の売上ではカバーできない。最低賃金の上昇を10月に控え、既存社員などの待遇も良くしていかなくてはならないが、当店のような中小事業所は、急増するこれらの経費や来年度の求人における採用費の上昇をカバーし切れないため、現実的な解決策は人員の削減である。管理者の削減とそれに伴う人員整理を年内に予定しており、景気は明らかに悪くなる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・消費者はより購入に慎重になり、お買い得だと感じたときにタイムリーに購入するため、販売側はより一層の宣伝や値引きを余儀なくされる。その結果、利益率は低下しひっ迫した状態になると考える。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	通信業 (営業)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して以降、人の移動等も活発化し、サービス業を中心に積極的な投資を実施する企業が増加している。
	○	金融業 (融資担当)	・新型コロナウイルス感染症による影響の縮小により、レジャーや飲食などで消費拡大の動きがある。一方で、各種商品値上げや光熱費の上昇により消費者マインドが低下し、必需品ではない高額商材の販売が厳しいとの声もある。ばらつきはあるが、総体としては景気回復が期待できる。
	○	金融業 (融資担当)	・各業種のコロナ禍後の回復に加え、観光関連では欧米や、中国以外のアジアを中心としたインバウンドの更なる増加、2024年春の北陸新幹線敦賀延伸などの上昇要因に期待できる。
	○	司法書士	・夏祭りや音楽、スポーツイベントが復活し、広告業やイベント関連業の需要が復活している。また、駅周辺では来春の新幹線延伸に向けた様々な事業の話が出ている。
	○	税理士 (所長)	・顧問先の受注状況を聞くと、年内はどこも忙しそうである。
	□	食料品製造業 (経営企画)	・売上に関してはやや楽観視しているが、収益は原材料価格やエネルギーコストの動向次第である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・地政学的リスクやエネルギー価格の上昇は、短期間では改善しないとみている。本格的な景気回復にはまだ時間が掛かると考える。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・直近3か月の低調な受注状況に対して、自動車関係や産業用関係共にばん回していく見通しではあるが、実際のところは現状を若干上回る程度である。ただし、物価上昇による価格転嫁、為替の円安などのプラス要素もあることから、売上自体は超過達成する見込みである。
	□	輸送業（管理会計担当）	・足元での物量の回復は見受けられない。
	□	不動産業（経営者）	・取引先の法人企業から活発な話を聞かない。
	▲	繊維工業（総括）	・欧米の消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツ、アウトドア向けの受注に年初から影響が出始めており、10月以降については更に先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・産業用機械の受注量をけん引している自動車産業や電気、精密機器産業において、工作機械の受注額が前月と比べて減少している。
	▲	建設業（経営者）	・当社は公共事業の元請や下請工事、民間の元請工事を売上の柱としており、国や地方自治体の税収難の影響で発注工事量、金額共に減少していくことが避けられない。そのため売上の維持は困難になると考える。
	▲	建設業（役員）	・受注量についてはピークが過ぎた感があり、徐々にではあるが、今後は量的に減少に向かうと考える。
	▲	輸送業（経理）	・円安や原材料高、電気料金等の値上げが、消費者の購買意欲を低下させている。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者共に微増し、マッチングする割合も上昇傾向にあるが、夏休みや帰省時期に入るため、新型コロナウイルス感染症の第9波を懸念している。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	・お盆期間に企画しているUターン就職を促す求人広告企画については、前年と同水準で掲載を希望する会社がある。また、求人関係以外でも文化講演会やスポーツイベントなど、にぎわい創出の催事が多くなる時期となり、各企業の営業活動も活発になってきている印象を受ける。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が堅調に推移している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・ホテル関係者の話では、家族旅行や宿泊など観光客の動きが活発になっているが対応する人手が足りず、求人を出してもすぐの対応が厳しいため、従業員がフル回転していると聞いている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を生む話がない。
	□	新聞社 [求人広告]（営業）	・物価高の影響が収まる気配がみられない。
	□	職業安定所（職員）	・人流や物流が回復していることで、徐々に飲食店等からの求人が出てきているが、製造業では電気料金等の高騰により求人を控える事業所もあり、全体としては求人数の増減幅は小さい。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・物価の上昇や円安の傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・製造業からの依頼が減少し、サービス業からの依頼が増加しているが、全体としては求人数がやや落ちると考える。

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	一般小売店〔野菜〕 (店長)	・全体的にインバウンドも回復し、人の流れが活発になっている。後は戦争の勃発やロシアの新たな侵攻などがなければ、景気は良くなる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・外国人客の来店がかなり増えると予想され、今後の売上の増加が期待できる。また、国内客の買上も、ラグジュアリー商材や秋冬の新作などの予約状況が大きく伸びており、今後に期待が持てる。大阪・関西万博の開催に向けて、ブランドショップからの改装強化の話も増えていることから、企業側の期待も大きくなっている。マスクの着用の減少で、化粧品伸びも期待できそうである。
	◎	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、夏商戦に向けた各種イベントや催事での来客数の増加が期待される。また、海外からの観光客が更に増加するなか、インバウンド効果にも期待している。
	◎	百貨店（マネージャー）	・消費者の意識の変化や、低価格志向の継続による影響がみられる。分野や場面ごとの消費の2極化や、いわゆるエンカ消費の傾向も更に強まると予想される。そういった背景のもと、人流の更なる増加に関連した商材は大きく伸びる。それに伴い、小売市場も動きが良くなると予想される。
	◎	コンビニ（店員）	・客の間に活気が戻り、購買量も増えている。駅前のホテルなども稼働率がかなり上がっているため、ファミリー客、個人客共に、更に増えていくと感じる。
	◎	高級レストラン（企画）	・インバウンドによる宿泊が、中国人客を中心に回復し、企業の宴会も受注が増える見込みである。
	◎	一般レストラン（店主）	・各種の行動規制が緩和され、コロナ禍への意識も薄れている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・9月以降の客室稼働率は、週末を中心に高まっている。インバウンドの需要もみられ、稼働の底上げとなっている。食堂は、バスツアーによるランチの受注で満席となる日もあり、好調を維持している。宴会についても、同窓会や定例宴会がほぼ戻ってきており、好調の要因となっている。
	◎	旅行代理店（役員）	・旅行シーズンを控え、今後は更なる海外旅行の増加が見込まれる。
	◎	観光名所（企画担当）	・前年のコロナ禍での落ち込みによる反動で、連日多くの客が来場している。月全体の来場も、かつてに近い水準となりつつある。
	○	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・長期の気象予報では、9～10月までは残暑が厳しいといわれており、今後は気掛かりである。年配客が、マスクを外して普通に外出できる日を待ちたい。良い材料は今のところないが、店が活性化すれば、人が外出するきっかけにもなる。
	○	百貨店（売場主任）	・都心部を中心に、国内の需要はかつてのスタイルに戻りつつあるなど、緩やかに増加している。また、インバウンド需要も更に増加すると予想される。ただし、物価の上昇や世界情勢に対する不安のほか、地方都市では人口減少に歯止めが掛からないなど、消費の減少材料も多く、先行きは決して楽観できない。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客の増加に期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・株高がまだしばらく続くと予想されるため、高額品は今後も売れると予想される。中国からの観光客がかつての水準に戻っていないものの、インバウンド売上也徐々に増えることから、売上の好調が続く。
	○	百貨店（管理担当）	・アフターコロナの動きが更に活発化することを期待したい。
○	百貨店（店長）	・お盆は大人数での集まりが増え、需要が高まる。また、秋に向けては本格的な行楽シーズンを見据え、衣料品の動きが回復すると予想される。	
○	百貨店（販売推進担当）	・年配客の動きの活発化や、中国人客の回復などで、コロナ禍による落ち込みからの回復が徐々に進む。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドを中心に来街者が増え、かつての状況に戻りつつある。後はインバウンドの大半を占めていた中国人客の戻りが唯一の課題である。足元は、中国人客の売上は順調に回復しており、今後は更なる回復が期待できる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍の影響はおおむね収束し、消費意欲の向上が予想される。今後はコロナ禍の収束後、初めての秋冬商戦となることから期待は大きい。ただし、物価の上昇や燃料費の高騰などによる、消費意欲の低下への対応が必要となる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・前年は7月後半～9月にかけて、新型コロナウイルスの感染第7波に見舞われ、来客数は減少した。今年は夏休みやお盆商戦の人流の増加が予想されるほか、インバウンドの増加もあるため、今後2～3か月は期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・例年以上に気温が高く、連日猛暑となっている。真夏商材やアイス類、飲料、冷麺、ビール、チューハイなどの販売が一気に伸び、既に例年のピークを越えている。今後も伸び続ける予想であるが、水などは欠品となるような情報もある。
	○	スーパー（企画）	・値上げの動きが続くが、賃金のベースアップや最低賃金の引上げもあるため、やや良くなる。
	○	スーパー（社員）	・年始以降の株価の上昇や、今春の賃上げ、ボーナスの増加などの影響で、スーパーにとって良い状況が続くと予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・このまま勢いに乗ってほしいが、物価の上昇が心配である。
	○	コンビニ（経営者）	・現状に加えて、中国人観光客がかつての水準近くまで戻ってくると予想される。また、各種商品の値上げによる客単価の上昇も続くため、売上はまだ増えると予想される。
	○	コンビニ（店員）	・猛暑でこれからますます暑くなるため、来客数が増加傾向となる。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で人流が活発となり、店の前の人通りが増えている。また、外国人観光客も顕著に増加している。その一方、原価の上昇に伴い、売価を上げざるを得ない状況が続いているほか、マスクをする人が徐々に増えているなど、今後は予断を許さない。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・外国人観光客の増加に期待したい。
	○	家電量販店（経営者）	・アフターコロナの消費が加速することを期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・クーラーの修理が多いため、9月頃までは受注が増える。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・客の動きをみても、かつての動きに戻ってきたという感覚が強い。
	○	乗用車販売店（支店長）	・年内は更に良くなると予想されるが、来年以降は不透明である。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・外出する機会が増えているなか、今年は残暑が厳しくなるため、近年は動きの悪かった商材の売上が伸びる。
	○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・インバウンドによる売上の増加傾向が、若干ではあるがみられる。今後も化粧品やし好品の販売が増えるほか、インバウンドの増加も予想されることから、大幅な伸びは期待できないが、徐々に好転していく。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・今月はかなり暇であったため、それと比べれば回復する。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍の収束がみられ、ウィズコロナに向けた気持ちの切替えが進んでいる。また、インバウンドの増加も続くため、景気は以前よりも良くなっていく。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・季節も変わり、宿泊ではインバウンド、国内の旅行客共に、集客が見込まれるほか、宴会需要も高まる。今後はコロナ禍が落ち着く前提で、レストランの集客も徐々に増えると予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・先行きには明るい印象を持っている。光熱費などの値上げはあるが、販売価格の引上げなどで収益が伸びる見込みである。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要が増えているため、中国人客等の取り込みで増収が期待できる。
	○	タクシー運転手	・当分は、暑さしのぎやインバウンド効果が期待されるが、タクシーの台数が増えればバランスが悪くなるため、規制が必要かもしれない。過去の失敗で経験したように、タクシー料金にも規制が求められる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・引き続きインバウンドが増加傾向となるほか、夏休みの旅行を中心に、外出意欲は前年度よりも期待できる。
	○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・スポーツ施設の運営では、天候に左右される部分も大きいですが、コロナ禍の収束で各種スポーツの国際大会が再開され、競技意欲も高まりつつあるため、利用者の増加が期待される。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・客の要望で契約金額が増加するケースが増えているほか、交渉の進捗も早く、契約までの日数も短くなっている。
	□	商店街（代表者）	・来客数にもなかなか回復がみられない。
	□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・景気が良くなる要素のないまま、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・団体客の事前予約もなく、このままの状態推移する。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・浴衣は売れているが、振り袖の動きはまだみられない状況であり、現状よりも良くなることはない。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・取引先に価格の見直しを依頼しても、実現するのは2～3か月先になるため、当面は厳しい状況が続く。
	□	百貨店（販促担当）	・前年比での来客数の増加傾向は、今後1年間には続くと思われ。その一方、物価の上昇による食品のシビアな購買動向も続くため、ここ2～3か月は大きな変化はない。
	□	百貨店（営業推進担当）	・富裕層向けの売上の伸びは鈍化しているが、インバウンドは2019年の水準を超えており、今後も増加すると予想される。
	□	百貨店（店長）	・所得が増えることで、景気の上振れも期待できるが、日本人は物価の上昇に慣れていないため、うまく消費に回るかどうかは不安である。消費に回ったとしても、特定の高額品やプレミアム商材に限られる傾向がある。
	□	百貨店（外商担当）	・中国からの旅行者の更なる増加が予想され、インバウンド関連の売上は増加が期待できるが、国内客の来店が頭打ちとなる。特に、富裕層の来店頻度の減少がみられ、今後の不安材料となりつつある。
	□	百貨店（宣伝担当）	・物価の上昇は懸念されるが、ボーナス支給後の購買意欲の上昇や観光客の増加が見込まれるため、現状の好調を維持できそうである。
	□	百貨店（マネージャー）	・現状、売上の回復は富裕層とインバウンドがけん引している一方、中間層の購買行動は活発になっていない。今後も売上は富裕層とインバウンド次第となるなか、インバウンドはオーバーツーリズムの問題もあり、不透明感は拭えない。
	□	百貨店（商品担当）	・今後の見通しとしては、物価の上昇やエネルギー価格の上昇が控えていることもあり、しばらく現状維持となる。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上げや光熱費の高騰など、景気のマイナス材料もあるが、社会的な行事や学校行事、行楽などの動きが本来の姿に戻りつつあるため、現状の景気の維持は可能と予想される。
	□	スーパー（店長）	・物価の上昇で商品単価が上がっているが、それ以上に販売点数が減少し、売上は前年を下回っている。この傾向は今後も続くと思われ。
	□	スーパー（店長）	・今月の良くない状況が今年一杯続く。コロナ禍が収束し、競合店による悪影響が落ち着くまでは、それぐらい掛かると予想される。
	□	スーパー（店長）	・外出需要も見込まれるため、全体としては変わらない。
	□	スーパー（店員）	・暑過ぎて野菜の収穫量が減れば、更に値上がりすることが懸念される。お盆はお供え物の果物がよく売れるが、今年は帰省などで人が集まるため、販売は伸びると予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・競合他社の出店や閉店の予定もなく、来客数は今後も安定的な推移となる。
	□	スーパー（経理担当）	・夏のレジャー消費は好調であるが、夏休みが終わって外出や旅行の動きが一段落すれば、生活コストの一定の見直しが進みそうである。節約意識が更に強まると予想されるが、大きな落ち込み要因とはならず、売上は底堅く推移する。
	□	コンビニ（経営者）	・身の回りの動きは、コロナ禍の収束やインバウンド消費の増加には関係がないため、大きな影響はないと予想される。
	□	コンビニ（店長）	・卵や小麦の更なる値上げが避けられないとのニュースもあり、利益が増えない一方、売上の好調だけが目立つという状況が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・厳しい残暑が予想されるなか、しばらくは現状のまま変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・今後も余り変わらないが、気温の変化があれば、秋物商材の新作の動きが期待できる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇が続く状況では、客の消費マインドは上がりませんが、今後も変わらないと予想される。自治体には各種の補助金制度もあるが、一部の地域にとどまる。国全体で何らかの補助金制度があれば、少し良くなると予想される。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価が高くなり過ぎている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・中古車も少なからず動き始めてきたが、まだ動きは鈍く、過度な期待はしていない。業界の大手企業による不祥事も今後の懸念材料の1つである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数が限られているため、販売量の大幅な増加はないが、丁寧に販売しているため、しばらくは売上の高位安定状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・当店は観光地にあるため、観光のついでに来客は増えるが、物価の上昇や長引く不況で、予算の厳しい客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇が止まらない限り、景気全体が元に戻ることはない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・特に悪くなるとは思わないが、買い控えなどは今後も続く。状況によっては、悪くなる可能性もある。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・国内外の人の流れは、かつてと同様になり、街ものにぎやかになっている。ただし、インバウンドの向かう先は、ドラッグストアや飲食店、観光施設、海外ブランド店である。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・今夏はコロナ禍の影響はそれほどない。猛暑が予想されているが、夏休みやお盆にかけての消費者のレジャー志向は強い。ガソリンの需要は前年比で増える。ただし、原油価格が再び上昇傾向にあり、店頭価格が上昇しているほか、9月末の補助金の打切りもあり、今後2～3か月の動向は不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇や増税に向けた動き、エネルギーコストの上昇などの影響が顕在化してくる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が家計に影響を与えているため、外食の回数がやや少なくなっている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・個人的な利用では、客単価が上がりつつある一方、会社利用などの宴会ではかつての単価を上回るケースは少ない。まだ仕入価格の高騰が続くなか、宴会が増えれば売上は伸びるものの、利益は少ない。ただし、単価を容易に上げることもできず、厳しい経営状態が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・売上は良好であるが、原材料の値上げや人件費の上昇、人手不足など、経営を圧迫する要素は解消されておらず、先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・夏になれば物流がかなり滞り、事業のネックとなる。今後は運送会社の人手不足が露呈する。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・8月の来客数は間際まで予想できないが、現在の予約状況は、極端に良くもなく悪くもない。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・先行きの動きは良いが、予約はまだ間際傾向が強い。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・リベンジ消費が落ち着き始め、予約の動きが悪い。特に、予約の間際化が進んでいる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・観光業界にとっては、中国の状況が肝となるが、中国からのインバウンドは徐々に回復すると予想される。ただし、かつての状況に戻るには、まだもう少し時間が掛かる見通しである。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・国内旅行は秋の相談が増えてきたが、旅行価格の高騰もあり、年末年始の海外旅行などの先行予約が思うように入っていない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・夏休みに入っても間際予約がまだ続いているほか、旅行の動きも近距離にとどまるなど、なかなか状況は好転しない。物価の上昇がこれだけ身近に進むと、客の間では生活防衛意識が強まり、予算も生活必需品に回っている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・夏休みが始まったほか、暑さのせいで移動に使う人が増えているが、今後は節約志向が強まると予想される。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・現状は今月以上に良くなる要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（役員）	・2025年度までに、全国で約700店舗のキャリアショップの閉店が目標となっている。閉店目標が完了するまでは、キャリア手数料の改善が見込めず、厳しい状況が続く。
	□	通信会社（営業担当）	・物価上昇の傾向は今後も変わらない。
	□	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後は、レジャーや外出先の選択肢が拡大している。ゴールデンウィークを中心に、遊園地への来園は厳しい状況となったが、7月に入ってもその影響が残っている。この先も季節特有のレジャーや外出先、イベントがあるため、当面は現状が続くと予想している。
	□	ゴルフ場（支配人）	・景気の変動要因は見当たらず、予約状況にも変化がないため、今後も大きな変化はない。
	□	競輪場（職員）	・例年、この時期はやや良くなるが、今年は物価の上昇が止まらないなか、消費が伸びるとは思えない。
	□	競艇場（職員）	・全国的な売上はやや停滞気味であるが、原因がコロナ禍の収束による消費の多様化か、猛暑の影響かは見極める必要がある。ただし、急激に落ち込んでいることから、ここ2～3か月でかつての水準に戻ることはない。
	□	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、インフルエンザと同等という認識が広がり、経済活動が活発化している。ただし、物価の上昇がマイナス要因となり、景気回復を実感するまでには至らない。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・食料品を中心とした相次ぐ値上げが、消費マインドに悪影響を及ぼすことが懸念される。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の人気球団の試合が開催されるほか、9月には人気グループのコンサートもあるため、好調な来場者数を見込んでいる。
	□	美容室（店員）	・イベントに伴う動きは一時的なものであり、一巡後は通常の雰囲気に戻る。
	□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になると来客数が増加する。
	□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・体験の申込みは増えているが、増加の動きは夏休み限定の可能性はある。
	□	住宅販売会社（経営者）	・住宅建材価格などの値上がりは止まらないが、少しずつ価格転嫁できている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・地価が高止まりしている。購入者の購買意欲が高まるには、もう少し価格調整が進む必要がある。建築費も高騰しているため、しばらくは現状維持となる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・デベロッパー各社は事業用地の確保が目標どおりに進んでいないため、事業用地の需要は旺盛な状況が続く。
	□	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）	・金融政策にも変化はみられないため、為替環境なども現状のままとなり、景気動向は余り変わらないと予想される。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・全体的には、好不調の2極化が更に拡大する見込みであり、市場全体は予断が許されない状況である。全体としては上向く兆しがみられないことから、横ばいの動きが予想される。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・衣料品の売れる秋以降に期待したいが、物価の上昇や消費者の様子をみていると、余り期待できそうにない。せっかく新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、街に人が戻ってきたものの、景気に関しては期待できる要素がない。
	▲	百貨店（売場主任）	・ロシアのウクライナ侵攻などの外的要因による、物価の上昇が懸念材料である。現状でも、日々の買物では和牛の売上が苦戦するなど、高額商材を買い控える傾向がみられる。
	▲	スーパー（開発担当）	・小売価格の上昇が止まらず、9月からはガソリンの補助金も無くなる。物価が上がり続ける一方、賃金は上がらず、特に中小企業の賃金は上がっていない。このような状況のままでは、景気が良くなるとは思えない。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上の中心となる弁当の値上げの影響で、売上が10%落ちている。夏は冷たい麺類の販売でカバーできたが、秋以降は代わりとなる商品がなければ、売上の減少につながる。
	▲	コンビニ（店員）	・長期休暇が終われば、通常の客の動きに戻る。
	▲	コンビニ（店員）	・近隣に建設中の大型商業施設が9月頃に開店予定となっている。客足がそちらに向かう可能性があり、当店も影響を受けそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（人事担当）	・秋の行楽や旅行に消費が向かうと予想され、家電の購入の増加は期待できない。今後は、デジタルカメラといった屋外で使用する家電のPRを進めたい。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・客の動きが2極化している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・業界大手の不祥事で中古車相場に影響が出る可能性もあり、在庫の含み損の拡大が懸念される。
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・暑さも落ち着いてくるため、売上は減少する。
	▲	一般レストラン（店員）	・前年と比べると、来客数が急激に減っている。単価も上がったため、今後上向き要素が全く見当たらない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・夏休みの家族連れの予約が伸び悩んでいる。当地域で最も忙しい季節である、秋の観光シーズンの予約もスローペースである。
	▲	タクシー運転手	・良い方向に変化する要素がない。
	▲	通信会社（経営者）	・原材料費や人件費の上昇で、利益が圧迫される。
	▲	通信会社（社員）	・通信サービスなどの業界では、値上げなどの対応も難しい。現在のままでは、利用者の減少を食い止められないため、かつての業績への回復は困難な状況である。
	▲	テーマパーク（職員）	・増税を財源とした対策ではなく、消費の喚起といった、今必要な景気対策の実施が求められる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建設資材価格の高騰により、消費マインドの低下は当面続く予想される。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・新型コロナウイルスは5類感染症に移行したが、当社では2人の感染者が出た。業務は当然滞り、周囲にしわ寄せが出た。
	×	商店街（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したが、商店街の関係者は、いまだにコロナ禍を理由に消極的な商売を続けており、客を逃している。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で値上げが続いており、売上が落ちている。今後も物価の上昇傾向は続くため、売上の増加は期待できない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価が上昇する一方、年金などは減額の傾向にある。給与や所得の動きも、物価の上昇に追い付いていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍は収束したが、消費者が洋服を買う習慣がなくなっており、出掛ける際にも新しい服は購入しない。高齢者の来店もかなり減少している。
	×	家電量販店（企画担当）	・夏期休暇での帰省や旅行が増えるほか、連日の猛暑で来客数が減少している。コロナ禍の収束で消費の対象も変化しているため、厳しい状況が続くと予想される。
企業 動向 関連	◎	木材木製品製造業（経営者）	・今月は、取引先の都合で事業がキャンセルとなったり、取引していた海外の企業が事業を継続できなくなるなど、事業面、資金面共に大きな影響を被った。来月末には何とか状況が落ち着き、事業に集中できるように立て直していきたい。
(近畿)	○	繊維工業（団体職員）	・今後、市場は需要の増える時期となる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・続々とイベントが開催されているため、問合せや受注量は増加する。
	○	化学工業（管理担当）	・自動車向け電装品で、受注の見込みが増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・量産を前提とした試作関連の動きがみられる。2～3か月後の売上に反映されるかは不透明であるが、徐々に動きが出てくる。
	○	輸送業（営業担当）	・燃料価格の上昇を受け、自社配送をやめて、運送会社に委託する企業が増えている。
	○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、売上が前年を上回る月が続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・8月以降は、業況に回復の兆しがみられる。
	○	経営コンサルタント	・有名な観光地を抱える地域では、観光客は8割ほど回復しているが、知名度の劣る地域では4割程度にとどまる。全体としては回復に向かっているが、そのスピードには差がある。
	○	経営コンサルタント	・IT関連などの機械化、人材の販売能力の強化など、他社よりも魅力的なスキルを獲得できれば、成長するチャンスとなる。
	○	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・取引先の省エネや脱炭素関連の取組が増え、当社からの提案や引き合いも増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（従業員）	・製品価格が上がると買い控えが始まり、安い製品に需要が移るため、状況は変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きは見通せないが、良くなるとは思えない。
	□	化学工業（経営者）	・取引先によっては、原材料価格の上昇や人手不足で厳しい状況がみられるが、インバウンドの回復で好調な企業もあり、全体としては現状が続くと予想される。
	□	化学工業（企画担当）	・インバウンドや国内消費の動きが、かつての状況に戻りつつある。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・今後2～3か月先の景気は、現状と変わらない。当面は売上も順調に推移すると予想されるが、現状よりも更に売上が増えるとは考えにくい。しばらくは売上、利益共に、今の水準が続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの発注内示をみても、秋口までは大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の景気の後退はなく、横ばいとなることが予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に収入がついてこない状況であるが、客はそれなりに順応している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界が支えているとはいえ、ライバルの中国が力を付けてきたほか、米国と中国の関係が悪化しているため、今後が懸念される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状は1ドル140円という円安傾向が続いており、先行きは不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・また新型コロナウイルスの新規感染者数が増え始めたことから、先行きが見通せない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えず、大型案件もないなど、今後も悪い状態が続くそうである。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	・見積依頼案件は増えているが、2024年4月以降の売上となる案件が多く、目先の売上の増加にはつながらない。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・現状から判断して、更なる上振れがあるとは思えない。
	□	建設業（経営者）	・技能労働者不足の状況が、大阪・関西万博関連の工事で更に加速する可能性がある。関西の建設資材の納期や、技能労働者の需給は、大阪・関西万博を中心に回りそうである。
	□	建設業（経営者）	・価格の値上げと、取引先からの引き合いのせめぎ合いとなっている。この状況を脱することは難しいため、しばらくは変わらない。
	□	建設業（営業担当）	・新築、改修共に、取引先の設備投資需要は引き続き多い。ただし、人手不足が来年や再来年も続きそうであり、受注を増やせない。
	□	輸送業（経営者）	・売行きが良くないため、人材の募集を行う企業が減り、人手不足の解消につながると予想される。また、今年の夏の暑さで、家電の故障などによる買換えも増えると考えられる。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年9～11月は売上が落ちる時期であり、今年も大きくは変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・家具の価格が上がっているため、客の購買意欲が落ち込んでいる。
	□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えており、大阪・関西万博の準備もうまく進んでいないため、今後も厳しい状況は変わらない。
	□	司法書士	・円安傾向や物価の上昇、解決の難しいウクライナ危機といった不安材料を抱えて、今後良くなるとは考えにくい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・連休の前でも忙しくなる気配がなく、このまま停滞が続く。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・梅雨が明けて暑くなっているが、商品の動きが悪く、今後も期待はもてない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・為替が円高に少し戻ってきたが、再び円安方向への動きが進んでおり、収益面では厳しい状況が続く。
	▲	繊維工業（総務担当）	・生産コストの上昇分が、販売価格に転嫁できない。10月からのインボイス制度では、下請業者が適格請求書発行事業者とならなければ、税負担が増す可能性があり、厳しい経営状態となる。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・エネルギーコストや人件費のほか、資材価格の上昇により、採算がかなり厳しくなっている。その一方、値上げを受け入れようとしない大手企業が相変わらず多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	建設業（経営者）	・今後の光熱費や燃料費などの値上がりで、ますます住宅に掛ける予算は削られる。
	▲	通信業（管理担当）	・食品類の価格高騰や、エネルギー価格の値上げにより、更に悪くなると予想される。
	▲	金融業（営業担当）	・今後の物価動向に注目する必要がある。
	▲	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者への給付金がなくなったほか、長期金利も上がる傾向となっている。また、今後は銀行の融資姿勢も厳しくなることで、景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に加え、子供を中心に、ヘルパンギーナなどの感染が拡大している。家族旅行などを控える影響で、夏の繁忙期にダメージが出ると予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・景気や経済の動きは、政策が主導する部分もあるが、大きな変更はないため、景気の回復は期待できない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価の上昇も落ち着かず、将来の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（管理担当）	・海外からの旅行者が増えているほか、コロナ禍の収束後の夏休みとなり、国内旅行も盛況となるため、しばらくは今の状況が続くようである。
	○	人材派遣会社（役員）	・しばらくは、外国人を含む人流の増加が予想される。ただし、極端な円安の進行や、増税懸念による消費マインドの低下といった環境の変化に加え、ウクライナ情勢の悪化懸念もあり、予断を許さない状況である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・コロナ禍が落ち着き、今後ますます経済活動に活気が出てくる。ただし、世界情勢の不安定化や物価の上昇など、不安要素があることも否めない。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・夏休みから9月の大型連休にかけて、ホテルや旅行、外食といった観光産業での売上が大幅に伸びようである。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下期になれば求人案件も増えてくるが、人材不足は今後も続きそうである。
	○	職業安定所（職員）	・業種転換を図る事業所も目立っている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用に意欲的な企業が増えている一方、採用に苦戦している企業が多く、今年も早期にインターンシップやオープンカンパニーを通じて広報する企業が増えようである。ちょうど3か月後は、インターンシップやオープンカンパニーの広報で、メディアの掲載やセミナーへの参加が増える予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンドの増加といった良い材料も出てきているが、世界情勢は安定しておらず、今後も安定した見通しは立てられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・原材料価格の上昇による、食料品の値上げのピークは過ぎたとみられ、インフレの動きは落ち着いている。株価も高値圏で推移するなど、諸外国と比べて日本の経済は悪くないが、中国景気の減速懸念やウクライナ紛争、欧米のインフレなど、国内景気に関する不安材料は多い。今後はこうした海外情勢の動きにより、景気の方向性が決まると予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業からの新聞広告の出稿見込みは、大幅に上振れすることはないと、この3か月とほぼ変わらないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・観光関係は好調であるが、製造業などには余り変化がない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者は前年比で減少となり、主に女性が減少している。物価の上昇で家計が厳しくなるなか、転職を控える傾向がみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・公表されている以上に、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、また大変なことになるか心配である。暑さの影響もあるが、電車等でもマスクをしている人が減っている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数そのものに変化はないため、新卒者を取り巻く環境は変わらない。	
□	その他雇用の動向を把握できる者	・新規求人が減少した建設業や製造業でも、人手不足の声は引き続き多いなど、求人は全体として底堅く推移する見込みである。一方、事業所からは価格転嫁が追い付かないといった、物価上昇による企業収益のひっ迫に加え、最低賃金の大幅な上昇への懸念の声もあるなど、先行きは不透明である。	
▲	人材派遣会社（営業担当）	・ロボットとの共存ができなければ、今後の雇用が難しくなる就業者が増えると感じている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	職業安定所（職員）	・観光サービス関連の需要は増えているが、求職者の動きは前月以上に鈍化している。コロナ禍の影響はほとんど聞かなくなったが、原材料価格の高騰の話はよく聞く。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・現状維持が難しく、他社との競合も激化している。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国や欧州の景気動向の悪化など、反転する材料に欠ける。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・人口の減少や税負担の増加が重く押し掛かってくる。
	×	—	—

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価は上昇しているが、客が今買わないと更に値上がりするという消費マインドになっており、賃金も上昇しているため、消費が活発になる。
(中国)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミットの効果がしばらく続くため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・円安傾向が続くため、海外からの客の増加が期待できる。また、直近での予約が多かった3か月前と比べて、少し先までの予約が入るようになっている。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・秋に向けて客の動きは良くなる。
	◎	観光名所（館長）	・夏休みから秋にかけて人の動きが多くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れてきて、外出者が増加しているため、今後、景気は回復する。
	○	商店街（理事）	・客が新型コロナウイルス感染症に慣れたため、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・商店街でイベントをしたら、新型コロナウイルス感染症発生前以上のにぎわいとなっている。地方都市でも人が外出するようになり、旅行者も増加している。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・人の動きはこれからも活発化するだろうが、何もかもが値上がりしているため、会社の利益が好転するかどうかは不透明である。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、涼しくなると来客数が増加する。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	・社会全体で賃金が上昇すれば、食費への支出が増加する。
	○	百貨店（広報担当）	・マスク非着用者が増加傾向にあり、人々の意識も新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻りつつある。
	○	百貨店（広報担当）	・海外からの旅行者が多く、しばらくは景気の盛り上がりが続くようである。
	○	コンビニ（エリア担当）	・観光地の需要は更に高まり、今年は人流が活発になる。また、単なる値上げではなく付加価値をつけた価格転嫁により販売量が増加していく。
	○	家電量販店（販売担当）	・決算期と年末商戦へ期待する。
	○	乗用車販売店（店長）	・9月の決算期になると客の動きが上向く。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入で客の動きが良くなり、販売量が増加する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新規の来客数が増加傾向にある。ガソリン代が更に上がるとの報道があり、ハイブリッド車や燃費の良い車種へ乗換えを検討する客が増えると見込まれる。
	○	乗用車販売店（店長）	・半期決算時期に向けて広告宣伝に力を入れる予定で、来客数の増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・農産物直売所の店内で、マスク着用者が半減し、物々しさが和らぎ、買物や外出の楽しさが戻っている。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・夏季休暇で帰省客が増えることで、消費も増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・来客数が増加し、客単価も上昇。また、インバウンドの売上が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク時と同様に、夏休みは人の往来が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・これから企業でボーナスが支給されると、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響は時間とともに薄れ、来客数は伸びてくる。団体予約の問合せも増加傾向にあり、今後に期待が持てる。
	○	バー（経営者）	・飲食店と違い、酒場にはまだ客が戻ってきていないが、今後は期待できる。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・今までインバウンドの団体予約が全てキャンセルになっていたが、今月から回復傾向であり、今後の予約も期待できる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・夏休み、お盆休みで8月の売上は良くなる。9～10月も秋のトップシーズンのため、来客数の増加に期待が持てる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・マスクを外している人が増え、新型コロナウイルス感染症の影響もなくなってきたり、予約状況も回復している。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・インバウンドの更なる増加に期待ができるため、現状の単価を維持しつつ、稼働率も上昇する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・例年どおり10～11月にトップシーズンを迎えるが、先行予約は順調に動いている。大会や学会のリアルでの参加者が増える見込みである。また、ソウルへの直行便も再開される予定で、インバウンドの増加も期待される。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、今まで延期していた同窓会の開催などの需要増加で、今後、多忙になる。
	○	旅行代理店（支店長）	・海外旅行の回復やインバウンド需要回復に期待が持てる。
	○	タクシー運転手	・金曜日や土曜日の夜は、新型コロナウイルス感染症発生前より状況が良くなっており、今後、多くのイベントが開催されるため、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・飲み会、買物、旅行など全体的に景気は良い状況になる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染対策の緩和で景気は回復する。
	○	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が気になるが、感染が拡大しなければ、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・インターネットを使った仕事や生活環境が、コロナ禍も含めてより進んできたが、新型コロナウイルス感染症の終息で、対面での仕事や生活も元に戻ってくるため、消費にはプラスとなる。
	○	通信会社（経理担当）	・家庭でのインターネット使用が増えており、今後も加入者が増加する。
	○	テーマパーク（営業担当）	・新たなイベントの開催やコロナ禍で中止していたイベントの復活で入園者の増加が期待できる。
	○	観光名所（観光振興担当）	・地域の祭りやイベントが4年ぶりに実施されるため、宴会や会食の増加が見込まれる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・10～12月のオンシーズンの予約数が前年より増えている。
	○	設計事務所（経営者）	・古家や空き家を利活用し、複数地域で生活することを考える人が増加傾向にあり、こうしたケースが増加すると、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・いきなりは無理だが、半年から1年くらいかけて、景気は徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていく。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・プレミアム付商品券の発行で、多少は現状を維持できる。
	□	百貨店（経理担当）	・売上は好調だが、一時的であり、今後も景気は良くなるらない。
	□	百貨店（営業担当）	・ミセス商品、特にハイミセス商品の売上が厳しかった7月の状況は今後も続く。
	□	百貨店（営業担当）	・特に景気が上向き要素は見当たらないため、今後も景気は変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・旅行など客の外出機会が増えているなか、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加している。外出頻度の増加に伴い、売上も増加すると考えるが、物価の上昇も続くため、景気は良くなるらない。
	□	百貨店（売場担当）	・夏の暑さで来客数が前年と比べて減少している。客単価は変わっておらず、当面はこの状況が続く。
	□	百貨店（売場担当）	・コロナ禍で変化した客の購買動向が元には戻らず、地方の中小百貨店では景気が改善していく要素が何もない。
	□	百貨店（外商担当）	・物価高騰により消費者の購入単価が下落している。今後もあらゆる商品の値上げが続くと予測されるため、景気が上昇するとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（店長）	・物の値上げが進むと同時に、生活インフラ面においても電気料金等の値上げが生活を圧迫する。客はスーパーなどでの物の消費だけでなく、趣味や娯楽にもお金を掛けるので、今回の物価上昇局面では、消費全般が改善するのは難しい。賃金上昇が少なく、現在の物価高騰とのバランスが崩れており、景気が上向き材料はない。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上げによる売上の増加はあるが、来客数が伸び悩んでいるため、景気は変わらない。
	□	スーパー（店長）	・食品の値上げが続いても、客の収入が大幅に増加することではなく、客が無駄な買物をしない傾向にある。今後もこの状況が続く。
	□	スーパー（店長）	・3か月前から景気は好調に推移しており、今後もこの状況が続く。
	□	スーパー（総務担当）	・猛暑と競合店の開店で、来客数が減少する。
	□	スーパー（販売担当）	・地方都市のため、今後、物価上昇に伴い、客の所得が急に増加することはない。
	□	スーパー（販売担当）	・コロナ禍を経て、従来の大量生産・大量消費の社会から、消費者の需要に合わせた生産・消費に移行しつつある。また、働き方改革もあり、生産能力も落ちているため、今後も景気は良くならない。
	□	スーパー（営業システム担当）	・商品の値上げに歯止めが掛かっていない。急速なインフレに所得が追いついていないため、依然として客の節約志向は強く、特に景気が良くなるような要素は見当たらない。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価の上昇が進み、主力の食事系商品の販売が減少する。また、売上の構成比が最も高いたばこの販売量も減少が続くため、前年と比べると、売上は厳しくなる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（代表）	・増税の動きがあり、更に適切な景気対策が採られていないため、景気は良くならない。
	□	家電量販店（店長）	・依然として、物価の上昇が景気に影響を与えている。社会全体で景気回復が実感できないと、今後も現状からの変化はない。
	□	家電量販店（店長）	・景気回復に向けたこれといった施策がないため、景気はすぐには上向かない。
	□	家電量販店（企画担当）	・電気料金の上昇を懸念している。季節商材が好調なので、その反動で2～3か月後は売上が減少する。
	□	家電量販店（副店長）	・来客数が持ち直し傾向であるが、エアコン需要が落ちると、売上が停滞する。
	□	乗用車販売店（統括）	・メーカーの生産台数が販売台数に大きく影響する。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・市場の動きに変化があれば、状況が変わる可能性はあるが、先の読めない状況なので、景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・秋に新型車が発売されるが、メーカーの生産台数が制限され、販売台数が変わらないため、景気は良くならない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・現状の売上は週ごとに良かったり悪かったりで、1か月単位では余り大きな変化はない。戦争、円安、物価高といったマイナス要因もあれば、株高、各社の増収といったプラス要因もあり、景気の先行きは不透明である。
	□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・マスク着用率が高いため、今以上の景気回復は難しい。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから夏休み、お盆期間に入り、来客数の増加が期待できるが、まだ市場の安心感が高くないため、客の財布のひもが固い状態が続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・帰省やレジャーでの消費の反動で、客の節約モードが進み、外食を控える。内食やファーストフードなどの競争が激化し、レストランはランチ、ディナーのいずれも苦戦が予測される。今後は客がより厳しい目で価格やメニューの選択をするようになる。
	□	タクシー運転手	・好景気が続くが、今以上に良くなるとは思えない。
	□	通信会社（営業担当）	・物価高が続いており、政府の補助打ち切りで燃料費が高騰すれば、所得の増加に対し物価の高騰幅がきつ抗し、景気浮揚を妨げる。
	□	競艇場（企画営業担当）	・現状と比較して、3か月後の1日平均の売上はほぼ横ばいとなる。
	□	美容室（経営者）	・来客数が増加しない限り、景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・数か月後に今の生活スタイルが激変するわけではないため、来客数も変化しない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	設計事務所（経営者）	・建築費を含め、あらゆる物価が上昇しているが、客の収入が増加していないことから、住まいといった大きな投資を控えている。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・景気が回復する大きな要素はなく、現状が継続する。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス融資の返済が始まっているが、更なる返済延長を求める人が多く、厳しい状況が続いているため、景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・ベビー服や子供服のインターネットでの販売が進んでいるため、今後、個人経営の店の販売は厳しくなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていないため、消費が増加せず、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（業務開発担当）	・余りにも物価の上昇が大きいため、客の内食材料の購買意欲は一層減退する。
	▲	スーパー（財務担当）	・節約による買い回りにより、1人当たりの買上点数と来客数の前年割れが続く、1品単価が現状より若干下がれば、売上が前年割れとなる。
	▲	コンビニ（支店長）	・燃料費高騰や新型コロナウイルス融資の元本返済が開始するため、景気は良くならない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・身の回り品や買回り品の価格が上昇しているため、今後も家計は厳しくなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後、価格改定が予定されており、売上はますます厳しくなる。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・エネルギー価格を含めた物価の高騰で、家計が今後どのような影響を受けるかを注視する必要がある。
	▲	美容室（経営者）	・物価、人件費、光熱費、材料費、税金、社会保険料の高騰で利益がどんどん圧迫されている。今の状況と今後の国の政策を聞く限りでは、雇用の継続が難しくなるのではないかと懸念する。
	▲	設計事務所（経営者）	・所得が増加しないため、客に資金面での余裕がなく、今後も景気は改善しない。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・消費者の動向は、猛暑やコトに関する消費に傾いており、嗜好品や我慢できるものに関する消費を控える傾向にある。生活費、ガソリン代、光熱費等の上昇もじわりと家計を圧迫し、住宅購入は遠のく。
	×	コンビニ（エリア担当）	・8～9月と店の前の道路工事が続く。また、物価上昇が続く、客が来店しても購入につながらないため、売上はなかなか増加しない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・アジアの諸外国製品を求める客が多く、売上、粗利共に減少傾向となる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・商品価格の高騰で来客数が回復しない。
	×	通信会社（広報担当）	・値上げ相当の賃上げがない限り、インフラである通信はなかなか販売促進が進まない。
	×	テーマパーク（管理担当）	・ガソリンなどの物価や社会保険料の上昇により増加する消費者の負担を軽減するような政策が実施されないと、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて、更に忙しくなる。
	○	繊維工業（財務担当）	・長期の夏季休暇が始まり、人流が活発になる。
	○	化学工業（総務担当）	・景気全般としては、良くなる方向に推移している。ある程度の物価上昇が景気をけん引していくようになる。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元からの半年内示が少し上向き傾向であるため、景気はやや良くなる。
	○	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	通信業（営業企画担当）	・引き合いの数は好調であるが、データセンターに関する引き合いは計画的なものであるため、現状から劇的に良くなることはない。また、電気料金が高止まりしていることから、現状並みの需要は見込める。
	○	金融業（外交担当）	・インバウンドや国内観光客の動きが活発化し、ヒト、モノ、金の動きがある。
	○	広告代理店（営業担当）	・情報発信する内容が増えている状況で、客からの受注が上向きに進行しているため、今後、景気はやや良くなる。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要因がないため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	・人手不足の影響で人手が必要な商品の生産中止などが問題になっている。商品の改廃を進め、効率化を進める時期が来ており、今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・景気の回復要因が現時点ではないため、しばらくは低空飛行が続く。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け需要に変化はみられず、現在の生産水準が続く。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・9月までの受注や生産の動向は弱く、回復基調になるのは下半期以降の見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・夏以降に回復を期待したいが、大きな変化はないとみられる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係素材の受注回復の兆しがないため、景気は良くならない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・取引先にも鉄原材料価格にも大きな動きはなさそうなので、景気は現状のまま推移する。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・販売状況が思わしくないが、今が底の状態なので、現状がしばらく継続する。
	□	建設業（経営者）	・9月又は12月決算の企業から修繕工工程度の駆け込み受注はあるが、設備投資の域には達しておらず、まだ様子見状態が続いている。
	□	建設業（総務担当）	・2024年問題など、先が見えにくい状況であるため、景気は変わらない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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、今後も状況は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなったが、輸出入量に余り変化がないため、今後も景気は変わらない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・長引く物価上昇で、消費者の節約志向が強まっているため、景気は良くならない。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が高まる時期ではないので、現状が継続する。
	□	会計事務所（経営者）	・一定量の新規業務が増加するが、人材不足から処理体制が追い付かないため、景気は変わらない。
	▲	化学工業（総務担当）	・ウクライナ情勢次第であるが、景気が上向き兆しはない。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・先行発注の動きが鈍化していることで、全体的に下振れの見通しである。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (中国)	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用についてはインターンシップを実施した企業の採用充足率が5割以上であったが、実施しなかった企業では6割近くが採用の充足ができていない。就職活動の準備期間にインターンシップなどで学生と十分な接点を持たかどろかが採用充足率を左右する要素の1つとなっている。そのため、ここ2年はインターンシップを開催する企業が大幅に増加している。その手段として採用サイトの利用や準備期間のイベントに参加する企業が増加し、採用予算を増やす企業が多くみられる。
	○	求人情報誌製作会社（HR担当）	・インバウンドが増加し、個人消費が伸びる可能性がある。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・内々定辞退など新卒採用に苦戦している企業が中途採用へ方向転換をしているため、転職市場の景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状では、景気が後退する要因がないため、引き続き景気はやや上向き傾向で推移する。
	□	人材派遣会社（支社長）	・コロナ禍後の反動消費、インバウンド増加、人手不足による経費増加など、景気に関する様々なプラス要因やマイナス要因が存在するが、全体では景気は横ばいで推移する。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・物価上昇に対して賃上げがどの程度追い付けるか、現時点では予見できない。
	□	人材派遣会社（副支店長）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年内に消費動向が変化する要素がなく、春には活発だった求人状況も非正規社員の時給上昇によって沈静化しているため、景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・製造業を中心に複数の事業所から夏と秋の休業に関する相談があるため、景気は回復しない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率は前年比でやや上昇するものの、各種商品の値上げが続く、また、新型コロナウイルスの新規感染者数も緩やかに増加し、予断を許さない状況であるため、景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	民間職業紹介機関（職員）	・依然として人手不足感は否めず、仕事があっても人がいないという理由で受注の機会を逃すケースが散見される。需給ギャップが多く業界でみられ、賃金改定も思うようには進まず、決定打に欠けている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・就職活動が一段落し、求人依頼も停滞傾向にある。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の高騰や賃上げが進まない中で、人手不足の解消が進んでいない。
	▲	*	*
	×	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (四国)	◎	*	*
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇に伴い、売上の増加につながっていくとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・各種社会活動の再開や規模の回復により、新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ回復すると想定しており、それに伴う人流の更なる回復により、当施設関連の消費も増加すると考えられる。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・子供が夏休みに入ったため、外食へ出掛ける回数が増加すると考えられる。
	○	タクシー運転手	・秋がきて、四国遍路の仕事が増えてくるため、売上は今より増加するとみられる。それなりに街の夜の動きが活発になっているため、現状で推移するとみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価上昇は継続しているものの、外出や消費は少しずつ増加していくとみられる。
	○	観光遊園地（主幹）	・インバウンドの増加に加え、円安による消費額の増加が見込まれる。
	□	商店街（代表者）	・企業・団体等の行動がまだ盛んに行われていないため厳しい状況が続いている。一方で、以前にも増して必要経費の高騰による価格の値上げ等を行っており、難しい状況が続いている。
	□	商店街（代表者）	・全てのイベント行事等が平常どおりに行われるようになり、人出はあるが、なかなか消費に結び付かないという状況が現在も続いている。今後についても、観光客は入ってきているが、消費の回復は厳しいようにみられる。
	□	商店街（常務理事）	・このところの終わりのみえない物価高騰や、今後、電気やガソリンに対する政府の補助が減るなかで、消費者は財布のひもを固くしており、消費マインドが上がる状況にはないものとみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・来客数は減少傾向だが、Web注文が増加している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、現状維持が続くだろう。
	□	百貨店（販売促進）	・人の動きは活発になってきたが、景気の回復が光熱費の高騰や物価高騰に足を引っ張られる。
	□	コンビニ（店長）	・当面はこの景気状況が続くとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・夏休みが終わり季節が変わると人流の動きが鈍くなるのではないかと懸念がある。また、気温の低下により新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染が拡大する可能性があるため、このまま景気が良くなるとは考えられない。
	□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢の解決、政府の軍事費見直し等の進展がみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・7月の売上はそこそこ良かったため、引き続いて8月の売上も期待したいが、お盆が過ぎたら前年と同様大きく後退するため期待はできず、前年の売上程度に維持したい。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今後の景気は爆発的には良くなるのではないかとみられる。海外客頼みの店舗は良いが、国内客で景気を回復するために何らかの策を講じなければ、今後の景気回復は厳しいのではないかとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・今後も物価高の影響により節約志向が続くため、3か月先の景気は今と変わらず推移していくとみられる。
□	乗用車販売業（営業担当）	・今後も新車の納期の長期化と販売制限が解消させる見込みがないとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売されても生産台数に限りがありすぐに予約完売となる。半導体不足が解消されない限り景気回復とはならない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の登録台数は、新型コロナウイルス感染症及び半導体の影響で生産台数の少なかった前年を1割程度上回る状況で、今後しばらくの間は推移するのではないかとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・車両の仕入価格や原油価格などの物価高騰による影響が開始する可能性がある。
	□	一般レストラン（経営者）	・物価高に伴い、実質的な賃金上昇にはなっておらず、財布のひもは固くなっているようにみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・集客数はおおむね安定的に推移すると考えられるが、人手不足が解消されなければ業容の拡大が難しく宿泊業界は全体として横ばいが続くともみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・販売量の動きに変化はない。
	□	旅行代理店（部長）	・物価高騰の影響があるとみられる。
	□	タクシー運転手	・7月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が1週間平均で倍になったが、タクシードライバーは不足しており、直ちに増加することは不可能であるとみられる。当地域での祭り・イベント等があるが、夏休みが過ぎると人出は平常時に戻るとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響も落ち着き、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。そのため、今後、商戦期までは一定の落ち着いた状態で推移するとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・依然として分譲マンションが建設されているが、販売価格が地元のサラリーマンでは手が出しにくい高価格になっているようにみられる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・取扱商品の原材料が、秋に向けて値上がりする予定であり、今後の売上又は販売量は減少するとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・今後も商品価格の上昇が続き、顧客の消費行動に負の影響を与えるとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇による買い控えが更に進むとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・今後も物価高が続くため、購買意欲は消極的になるとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・1品単価の上昇により、来客数や買上点数の減少をカバーできているが、節約志向が更に強まり、カバーしきれなくなる可能性があると考えられる。
	▲	コンビニ（店長）	・昨今の商品価格の上昇により、無駄遣いや余分な買物は控えているように見受けられる。しばらくは景気が悪化するようみえる。
	▲	家電量販店（店員）	・季節商材の販売が落ちると来客数も落ち込みそうであり、必要最低限の購入にとどまるとみられる。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元の時期であることや、夏の猛暑により飲物等が売れているが、3か月先は少し悪くなるとみられる。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・物価上昇が一息する時期は秋頃と考えられるため、その時期にならないと以前のように遊興に対して金を使わないと予想される。
	▲	美容室（経営者）	・お盆は人の動きがあるが、9月から11月にはまた客の動きが止まると予想される。
	▲	美容室（経営者）	・アルバイトを含め人員の確保が難しく、営業内容が安定しないとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続いているため、景気は悪くなるとみられる。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食品業界において、委託先への価格アップの要望が当然に行われるようになってきており、販売店側の抵抗はあるものの、今後はより現実的かつ利益を上乘せした価格設定が可能になりつつあるとみられる。
	◎	繊維工業（経営者）	・受注に関してはしばらく増加するとみられるが、仕入商材や管理費、人件費が大幅に上昇しており、今後、コスト面で厳しい部分が出てくるとみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・受注が決まりつつあるという感触を受けており、景気が良くなるとみられる。
	○	輸送業（経営者）	・暑い季節であり、季節商材の動きが大きくなっていくとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	通信業（総務担当）	・社外とのイベントやボランティア活動について、参加者数はもう少しは増加傾向が続くと考えられる。新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に一定程度回復しており、今後は安定的に推移すると想定される。
	□	農林水産業（職員）	・量販店の1人当たりの購入点数は物価高を背景に1～2品減少しているとの報道があったが、青果物は、客寄せのための売価設定がされている傾向があり、生産費の上昇を価格転嫁できていない状況である。暑い夏が続きそうであり、食欲が増加する環境にはなく、現状のこう着状況が続くと想定される。
	□	食料品製造業（経営者）	・夏休みに入り新型コロナウイルス感染症の第9波が広まっていくのではないかと懸念される。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注速報がどこも前年比を割り込んだままでも継続しており、今期も厳しい状態が続くとみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの売行きは消耗品ということもありよいが、交替制をとらないとこれ以上の生産は難しく、人手不足もありそこまでの対応がまだできていない。フェイスマスクは余り需要がなく、中国人のインバウンドが来なければ売れないため、中国の訪日規制がなくなれば売上は増加するとみられる。
	□	化学工業（所長）	・原油やナフサの価格が下落した影響が、原料の仕入価格に反映されない状態が継続している。その他の要因もあるが、予想以上になかなか反映されておらず、原料価格がこのまま下がる気配がない上に、販売量も回復してこないことが予想される。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・環境に大きな変化はないと予想される。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・継続的な原動費（ガソリン価格や電気料金）や日用品の値上げによる物価高や円安基調がいつまで続くのかがみえず、今後の景気が劇的に改善していくことが見込めない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢の不安定な動きが、我が国の景気に影響を及ぼす可能性があると考えられる。
	□	建設業（経営者）	・公共・民間工事の受注件数が読めない状態が続くとみられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に大きく景気状況が変わる情報を得ていない。
	□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受け、観光業を中心に予約状況も良好であることや消費者の観光地での消費意欲も旺盛である一方で、ガソリン価格や食料品等の値上げは引き続き続いていることから、景気は横ばいで推移すると考えられる。
	□	広告代理店（経営者）	・ホテル・旅行等の観光業界の広告受注量は回復傾向であるが、多くの客先は依然として広告費の予算計画は削減又は慎重な傾向である。原因としては、エネルギー価格の高騰や原材料価格の値上がりの影響が考えられるが、業況は余り変わらないと予想される。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・造船以外の受注に陰りが見え始め、人手不足により生産・販売の増加は見込まれない。
	▲	税理士事務所	・新型コロナウイルス感染症関連融資の返済が始まることで資金繰りに問題が出る場所が増加すると考えられる。
×	—	—	
雇用関連	◎	—	—
(四国)	○	人材派遣会社（役員）	・猛暑続きであるが、これからも野外施設の利用者数は増加傾向が見込まれる。夏休み期間中はコンテンツの内容によって博物館や美術館、公共施設等の県内外からの集客が見込まれ、公共交通、宿泊施設等の利用も増加するため、より一層職員の充足が求められる。
	○	求人情報誌（営業）	・観光・飲食・サービス業界での景気回復の勢いは継続すると予想される。インバウンドの回復もありこの先の予約状況等も堅調に推移しており、景気は引き続きやや良くなるとみられる。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルスの感染状況が再び悪化の兆しをみせているが、夏本番の到来や外出制限解除により飲食業界が活性化するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きは活発になっているが、短期的には大きな変化があるとは考えにくい。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足や景気回復のピークアウトにより、変わらないとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (九州)	◎	コンビニ（経営者）	・猛暑が続く予報があり、ドリンクやアイスクリームを中心に、夏物商材の売上が増加している。インバウンドや旅行需要も更に拡大する見込みで、繁忙期の需要が大きくなると予想している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行シーズンのため繁忙期となっており、県外からの客も一層増える見込みである。
	◎	観光名所（職員）	・9月2日から秋の食のイベントが始まり、バスツアーや家族連れなど多くの来客数が想定される。加えて、これまで見掛けることがなかったインバウンドの増加も見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が若干増加傾向であるが、人の流れが多くなっており、夏祭りも盛況となるほどである。今後もこの状態が続くと考えられる。
	○	商店街（代表者）	・3か月後は気温が落ち着くと考えられるため、景気や人の動向が現況より良くなる。
	○	商店街（代表者）	・今の商況から考えると、3か月後の景気は少しずつ良くなることが予想される。それに対応するためには、客への販売促進と品ぞろえの充実が重要になる。
	○	商店街（代表者）	・外出しやすいつ候になれば客は増えてくる。材料の値上がり等物価高が続くと、買物に影響があるため心配している。
	○	百貨店（経理担当）	・来客数が増加傾向にあり、にぎわいを取り戻しつつある。婦人衣料品や食料品を中心に売上也改善すると考えられる。
	○	百貨店（営業担当）	・夏休みやお盆の帰省客の増加に加え、国内外クルーズ船の寄港により人の動きが増し、催事への来客数の増加が見込まれる。平日の来客数も増えており、自家需要の紳士雑貨やインテリア、し好性の高いブランド品・舶来雑貨は価格の上昇こそしているものの購入意欲は高く、催事では来客数、商品単価が依然として好調である。そのほかにも、ギフト、国内外の観光需要の美術工芸品・特産品増加により、客数や客単価の伸びが見込める。
	○	スーパー（企画担当）	・夏場から秋口にかけて食を中心とした催事やイベントの再開を予定しており、本格的な人流回復につながることを期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・気温が高い日々が続いているが外出を控える方向にはならず、アイス等の消費増加につながっている。値上がりの長期化が少し気になるところではある。
	○	コンビニ（経営者）	・景気は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復しており、今後はほぼ横ばいで推移することが予想される。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・前月に投入された新型車が好調な販売を続けている。今後も新型車の発売が計画されており、販売数の増加が期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・受注量の伸び悩みはしばらく続くと予想されるが、秋口の新型車発表で受注量が伸長することを期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・売上は前年と変わらないが、7月に入り新規の客が増加傾向であるため、3か月先もこのまま伸びていくと予想される。
	○	高級レストラン（経営者）	・街ではマスクをしている人が以前の半分程度になり、散歩や買物をする人が増えている。今後は、新型コロナウイルス感染症を警戒する人も少なくなり、旅行や食事会が増加してくる。加えて、大会やイベントが開催予定であるため、年末までには飲食店でも景気が回復する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	観光型ホテル（総務）	・徐々に売上は良くなると考えられるが、人手不足が解消されないために、フル営業できず、売上は伸び悩むことになる。
	○	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援が再開する可能性もあり、個人客の増加に期待している。秋に向け、団体の予約が入っている状況である。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前を上回るスピード感で景気が回復している。
	○	通信会社（企画担当）	・販売は好調に推移している。
	○	観光名所（従業員）	・お盆や夏休みなど連休があるため、来客数が増える見込みである。
	○	競馬場（職員）	・賃金や株価の上昇の影響で売上が増加している。現在の基調が続けば、好調に推移する可能性が高い。
	○	理容室（経営者）	・駅周辺の開発が進んでいるため、電気設備関連企業などで人手が不足しており、加えて、製品単価が高騰している。年内まではこの忙しい状態が続く見込みである。
	○	美容室（店長）	・熱中症にならないように外出を控えている人が多いが、気候が良くなれば外出の機会も増え、来店客も増加していく。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドによる需要の増加で景気が浮揚している。また、賃上げ等による内需の拡大もあり期待をしている。しかし、賃金の格差は心配の要因の1つである。
	□	商店街（代表者）	・商店街として努力はしているが、火災後に各店舗で経営意欲が減少しているため、商店街がまとまるように対策を講じていかなければいけない。
	□	商店街（代表者）	・物価の上昇が落ち着き、高齢者の年金収入が増えなければ、地方の商店街の景気が上向くことは望めない。
	□	商店街（代表者）	・これから本格的な夏が到来するため、景気低迷が予想される。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・10月まではこの暑さが続く予報があり、この影響により商品の流れも厳しくなるため、来客数が稼げず、景気低迷が懸念される。
	□	百貨店（企画担当）	・中国からの観光客の増加は予想されるが、国内観光客については、値上げ等のあおりを受けるものの、落ち着いていくと考えられる。
	□	百貨店（業務担当）	・商品価格の値上がりで客の出費が増加しており、生活の負担が多くなっている。今後もその状況は変わらず、買物に慎重な姿勢はより強くなる。
	□	百貨店（経営企画担当）	・物価上昇の継続により、従来よりも消費者が出費の優先順位を意識すると考えられる。
	□	スーパー（店長）	・前年からの原材料価格の高騰が続いているため、売上の伸び率は鈍化すると予測している。
	□	スーパー（総務担当）	・夏休みは活動的になるが、物価上昇に対する備えで消費意欲がより引締め気味になるため、景気が良くなるとは考えにくい。
	□	スーパー（経理担当）	・今後も原材料価格の値上げによる単価上昇、買上点数、客数、購入回数等の減少の傾向は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・商品の高騰などで今後も厳しい状況は継続し、景気が回復するとは考えにくい。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格が上昇することで家計への影響が懸念される。
	□	衣料品専門店（店長）	・今後の身の回りの景気には、ほとんど変化がないことが予想される。
	□	衣料品専門店（取締役）	・10月は社内改革を行うが、それにより景気が良くなる見込みはない。引き続き企業努力を考えている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高騰や増税等、支出増の話題が多く、特に景気が上向く好材料はない。
	□	家電量販店（店長）	・気温が上昇したことにより、夏物商材の販売が好調である。しかし、秋口には、劇的に景気が良くなる要素が見当たらないため、通常の状態に戻ると予想しており、しばらくは横ばいが続く。
	□	家電量販店（従業員）	・来客数増加による売上伸長に期待したいところであるが、物価高騰による単価下落で売上が落ち込むと予想されるため景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が順調であるため、販売も高水準が期待できる。
	□	乗用車販売店（代表）	・景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・商品が値下がりする見込みがないため、景気は変わらない。
	□	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）	・価格高騰は続いており、家庭の収入が僅かながら増えても、支出に余裕がない状況が続くと予想している。一方、シネマのヒット作や、気象状況によっては、プラスに転じる可能性も十分にあるため、集客や販売促進には注力しながら取り組んでいく。これまでコロナ禍で控えていた広告宣伝も、復活していく方針である。
	□	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先に大きな予約や問合せがなく、例年動きが鈍い時期でもあるため、今月と景気が変わらない。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる兆候を感じられない。
	□	スナック（経営者）	・コロナ禍による来客数の減少傾向に歯止めが掛かり、6～7月にかけて、売上が新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。しかし、物価上昇や増税など、現状より景気が上向き好材料はなく、現況が続くと予想される。
	□	観光型ホテル（支配人）	・前年から宿泊を中心に売上が好調であるが、全国旅行支援の延長等もあり前年並みを想定している。しかし、利益の面からみると、物価高騰等で減少する可能性も想定される。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・様々な消費財の値上げの影響により足踏み状態が予想されるため、景気は変わらない。
	□	旅行代理店（職員）	・国内旅行の需要に急激な増加はないため、海外旅行の需要次第だと考えている。
	□	タクシー運転手	・料金改定があるが、徐々に利用客が増えるよう取り組んでいきたい。
	□	通信会社（社員）	・携帯電話業界の話題がないため、特に景気に変化はない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・近隣ゴルフ場の休業がしばらく続くため、その間の入場者は、順調に推移することが予想される。
	□	美容室（経営者）	・猛暑の影響もあり、イベントがなければ美容業界の人の動きも少ない。秋口から年末にかけて徐々に景気が回復するとも考えられるが、今の状態では難しい。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・景気に関する好材料より悲観的な要因が多く、景気のトレンドに変化はない。
	□	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）	・夏休み等の休暇により人流が更に活発になり、新型コロナウイルスが大幅に感染拡大することが想定される。そのため、キャンセルのリスクが一層懸念される。
	□	設計事務所（所長）	・ここ半年は売上も仕事量も変わらないため、今後もこの状態が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	・販売量の動きは良いとはいえないが、客の動きは好調であり、この傾向がしばらく続くと予想される。
	▲	商店街（代表者）	・10月まで暑さが続くと報道があるが、暑さで客の出足が鈍くなるのではないかと心配している。
	▲	商店街（代表者）	・年々暑さが増しているため、客が買物に出掛けるのを控えており、来客数が少なくなっている。そのため、売上増加が見込めない。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・漁獲量が少ないこともあるが、猛暑で客は外出しないため、午前中に売れなければかなり厳しい状況となる。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・気温が36度を超える猛暑が続いているため、お茶の購入には至らず、売上が伸びない。新型コロナウイルス感染症の新規感染者数も徐々に増加しており、外出時にマスクを使用する慎重な姿勢は続いている。
	▲	スーパー（店長）	・単価上昇の傾向がより一層強まっており、ディスカウント店でも値上げが行われ始めている。1人当たりの商品購入点数は減少を続けており、消費者の収入と支出のバランスが悪くなっている。この傾向が続く限り、景気は悪化に向かうことが予測される。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・暑くなるとコンビニエンスストアではソフトドリンクやアイスクリーム、冷たい食品など夏物商材の売上が増加する。夏から秋に向けて来客数や販売数の増加が期待できる。
	▲	家電量販店（店員）	・暑さの影響でエアコンや冷蔵庫など白物家電が好調である。一方、テレビやパソコンなどの黒物家電は売上が伸びない。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてはいるが、物価高騰により需要が停滞するのではないかと危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住関連専門店（経営者）	・当市では前月の家具類の輸入が減少しているとの報道がある。置き家具については需要が落ち込んでおり、しばらくこの状況が続く。
	▲	住関連専門店（従業員）	・酷暑の影響で来客数が落ち込むことが想定される。
	▲	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）	・価格転嫁に伴う増収増益分を給与に配分できなければ景気後退となる。
	▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症第9波の影響が出ると景気は悪くなる。
	▲	通信会社（企画担当）	・新しい活用方法を提案して需要喚起をしない限り、販売数の増加が見込めない。
	▲	通信会社（役員）	・物価の上昇に比べて賃金の上昇が追いついていない。
	▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症が再度流行しており、外出自粛が増えてくる。その影響で再び観光業を中心に景気が停滞していくことが予想される。
	▲	設計事務所（所長）	・建築関係では、材料や製品単価の上昇が今後も見込まれ、人件費の上乗せもあるため、費用の総額が増加する可能性がある。また、着工数は減少の兆しがあるため、景気は若干悪くなる。
	▲	設計事務所（代表）	・物価や金利の上昇が景気に影響する。
	▲	住宅販売会社（代表）	・エネルギー代や光熱費、商品価格が高騰しているなか、給与が上昇しなければ2～3か月先には更に景気が悪くなる。
	×	*	*
企業 動向 関連 (九州)	◎	輸送業（総務担当）	・世界情勢や円安、商品・サービスの値上げなど不安定要素はあるが、旅行・観光の客足が増え、消費が増加傾向のため、全体的に景気は良い方向に向かうと予測している。一方、最低賃金の問題や社会保険料の改定に加え、加入要件の厳格化などが人手不足を助長するのではないかと懸念している。
	○	食料品製造業（経営者）	・季節的に繁忙期になるため、やや良くなる。
	○	家具製造業（従業員）	・案件情報の数も増えており、受注単価も回復傾向にある。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・景気を大きく後退させる要因が見当たらない。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・しばらく現在の半導体の需要状態が続いていく。過去に不足していたものを、各企業や利用者が現状に対応させ、改善していく。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・電子部品の品薄や価格上昇は一段落しているが、販売価格への上乗せ状況が今後の勝負となる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・予算計画数に対して上振れが続いており、第2四半期も売上の増加を予測している。
	○	建設業（従業員）	・公共工事の入札で受注が増えている。人手不足により応札ができないことが若干不安要素ではあるが、景気はやや上向くことが予想される。
	○	建設業（社員）	・第2四半期の発注見通しで確認できた予定の工事は、元請や下請でも施工できる体制が確保できており、今後の景気に期待できる。
	○	金融業（従業員）	・自動車や住宅の販売が持ち直しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も回復傾向にある。また、公共工事は高水準で推移しており、飲食店や旅行業者の売上も増加している。
	○	金融業（調査担当）	・世界水泳選手権開催の影響や、グローバルMICE都市である当市へのインバウンドの更なる増加に期待している。
	○	金融業（調査担当）	・飲食店では来客数の回復を実感している声が増えている。製造業では県外資本による大型設備投資の案件も出ており、今後の企業や人々の意識の高まりが期待される。
	○	金融業（営業）	・行動制限のない夏を迎え、数年間見合わせてきたイベントの復活などで人流が活発になっている。新型コロナウイルスの感染拡大も懸念されるが、経済活動は止まらないと考えている。
○	金融業（営業担当）	・夏休みやお盆の帰省時期になるため、観光業や飲食業、物販などの動きが活発になることが予想される。また、自動車や住宅販売等の顧客は変わらず、全般的に売上は増加し、景気は良くなっていく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	経営コンサルタント (社員)	・好景気が続くことを期待している。
	○	経営コンサルタント (社員)	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較し105%に増加している。
	○	その他サービス業 [物 品リース] (職員)	・国際情勢の悪化による世界経済の減速は否めないが、一方、個人消費や設備投資の増加など好材料もあり、今後の景気はやや上向きに転じると予想される。
	□	農林水産業 (経営者)	・8月までは、原料も前年並みに調達できるが、9月から11月は販売の引き合いが強いと考えられ、思うようには供給できないことが予測される。加えて、南米の主要輸入国での鳥インフルエンザ発生が国内加工品やファミリーレストランでの供給に大きな影響を与えることが危惧され、国内での相場が一段と高騰する可能性がある。
	□	出版・印刷・同関連産 業 (営業担当)	・3か月以内に新商品の発表予定がなく、既存の客の更新しか見込めないため、景気は変わらない。
	□	化学工業 (総務担当)	・今年度の売上は前年度並みで推移する予定であるため、景気は変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・売上はある程度見込めると予想しているが、原材料や人件費の上昇と商品値上げとのバランスもあり、どの程度の値上げが浸透していくかが難しい問題点である。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・今後の景気としては、引き合いの様子などから好調となる状況にはない。営業を強化し掘込に努め、受注量の確保につなげたい。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・現在が受注の底であるため、受注状況が変わらないまま推移すると予想される。
	□	電気機械器具製造業 (総務担当)	・顧客の業績から、受注の減少が予測される。
	□	その他製造業 [産業廃 棄物処理業]	・取引先のライン増設は完了しているが、受注が思わしくなく、稼働が遅れている。部材の供給も商品によってばらつきがある。
	□	輸送業 (従業員)	・2024年問題や海外の大手企業関連に伴う九州での物流施設等のしゅん工は多いが、賃料は高騰し、空き地も多く残っているため、全体として貨物量が増加するのはまだ先である。
	□	通信業 (職員)	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
	□	通信業 (経理担当)	・第1四半期は当初の想定を下回る結果となっている。大きく好転するような材料は、現在のところ見当たらない。
	□	不動産業 (経営者)	・景気は余り変わらず、横ばいが続く。
	□	広告代理店 (従業員)	・新型コロナウイルス感染症の第9波が流行しつつあるが、周辺では若干新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。ロシアによるウクライナ侵攻については、長期化が予想されており、食糧危機が取り沙汰される等不安定化している。そのため、3か月後の景気については、現状と余り変化はない。
	□	広告代理店 (役員)	・景気が上向く要因が織り込まれつつあるが、原価や人件費高騰などが足踏み要因となり、良くなる状況にはない。
	□	経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先の状況や当社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がないため、景気は変わらない。
	□	経営コンサルタント (代表取締役)	・今月の景気が良い状況で推移しており、更に良くなることは考えにくい、極端に落ち込むことはないかと予想している。
	□	その他サービス業 [コ ンサルタント] (代表 取締役)	・同業他社でも、受注できる業務量に限りがあり、受注量も一定の金額で収まると考えている。そのため、今後の受注量に変化がなく、景気は変わらない。
▲	繊維工業 (営業担当)	・3か月先には最低賃金の改定があるため、更に大きな打撃になることが予想される。	
×	—	—	
雇用 関連 (九州)	◎	求人情報誌製作会社 (編集者)	・秋の需要を見越して、求人数は活発になると予想される。しかし、現在の人手不足が、経営難の要因と挙げられ、人手不足を解消する手立てがないため、Webを含めた求人広告が伸びると考えている。
	○	人材派遣会社 (社員)	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想している。
	○	新聞社 [求人広告] (社員)	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。しかし、店舗などの従業員確保は追い付いていない。
	○	学校 [大学] (就職支 援業務)	・経済活動の正常化を背景に内需を中心に緩やかに持ち直している。しかし、一部の業界では人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅く、しばらくはこの状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（社員）	・企業からの問合せが増え、求職者の動きも活発になると派遣稼働件数は増加し、好景気となる。しかし、企業側と求職者の就業条件などが合わず、人選に時間を要していることに変わりがないため、景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状を上回るほどの積極的な採用は見込めない。新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなりつつあり、以前から取引がある企業を訪問すると、人材不足に危機感を持っており、将来を見越しての採用活動を徐々に行っている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇が続いているが、このまま暑さが続けば消費は増加する。しかし、景気が上向く状況にまでは至らないと考えている。
	□	職業安定所（職員）	・秋冬のスポーツイベント開催や次年度の半導体製造工場の進出など、今後に期待が持てるが、管内に多い中小零細企業については、原材料やエネルギー、人件費等の経費上昇分が負担となり、業績悪化が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が若干減少傾向で推移しており、製造業では製造量が若干落ち着いてきているため、景気は変わらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・人手不足が継続しており、コロナ禍で採用を控えていた企業も採用を開始している。しかし、学生の採用人数は変わらないため、2～3か月で景気が悪くなることは考えられない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・今年再開した祭りやイベント関係に加え、夏休みを利用した観光客の増加が顕著に表れている。関連企業からの求人数が増加しているが、短期求人にも偏りがあり、長期的な求人の進展は少ない。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後、消費税引上げが行われた場合の影響は、少なからず発生することが懸念される。
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増えているが、海外からの観光客は増えている。新型コロナウイルス感染症も重症化はしていないので、インフルエンザのような扱いになるとみている。
	◎	コンビニ（副店長）	・来月以降もクルーズ船寄港や長期休みにより、今月同様の来客数、販売数が期待できる。物価上昇に伴い取扱金額が増加しているものの、受入れ側としての賃金を含む人材確保、経費の増加などの課題もあり一概に手放しでは喜ばない。
	◎	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの7月の販売室数が前年比5%減少とマイナスなのに対し、7月末時点での10月の予約室数は前年比18%増加とプラスに転じている。
	○	コンビニ（経営者）	・行動制限がなくなりイベント等が始まるため来客数が増加する。
	○	家電量販店（営業担当）	・販売台数の改善傾向が続けば、全体的な値上げによる単価上昇効果で売上額は上昇する見込みである。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・先々の宿泊予約も堅調に入ってきている。ただし、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の70%から75%と回復に時間が掛かっている。飲食宴会部門も同様である。
	○	旅行代理店（マネージャー）	・爆発的に伸びる要素はないが、問合せ件数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・国際線の復活でインバウンドの受注が大幅に増加している。ただし、人手不足がなかなか解消できず受入れに制限を掛けなくてはならない状態である。
	□	百貨店（経営担当）	・電気料金や生活必需品など物価の先行きが不透明であり、節約志向は今後も継続するものと予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・7～8月は夏休みなどでトップシーズンとなり、入域観光客数が増加し県内経済が良くなるが、3か月先は入域観光客の増加も一旦落ち着き、商品値上げも続くと考えたと客の消費マインドは今月と変わらないと見込まれる。
	□	スーパー（販売企画）	・客単価上昇が継続していることや、来客数が前年並みで続いている状況から、今後も景気は変わらないと考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 今月は夏物セール時期ということで期待していたが、思うようには伸びていない。これまでのタイミングとは合わなくなっているようである。販売のやり方を変えないといけないかもしれない。景気はまだ様子見である。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・ 商品の供給量が追い付かないなど不安要素はあるものの、具体的な動きにはつながっていない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ 新車の生産遅れが来年まで続く見通しである。
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	・ 7～8月は例年どおりならば忙しい月である。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	・ 民間建築に関する契約受注額は減少傾向にあるが、その分を公共工事受注で補いたい。
	□	住宅販売会社（役員）	・ 所得の伸び以上に建築費が高く、住宅建設やアパート建設が極端に増える見込みはない。
	▲	商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルス感染症の分類が5類となって、少し良くなる店もあるようだが、全体的にはまだ悪くなるんじゃないかという話もある。早めに新型コロナウイルス感染症が収束しないと大変厳しい状況になるのではないかと。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・ 観光客も増えて、リゾート地の飲食店は行列ができるほどと聞いているが、ビジネス街の飲食店は新型コロナウイルスの感染拡大の影響か、地元客の動きが悪い。
	×	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・ 労働者不足や物価上昇などで、急激な景気的好調感はないとみているが、県内のトップシーズンを迎え景気の上向き感は一しばらく続くだろう。
	○	窯業土石業（取締役）	・ 生産、販売共に大きな変化はなく当面の間、現状維持を見込んでいるが、原材料の価格高騰に伴う価格転嫁はある程度できており、収益改善が見込める。
	○	会計事務所（所長）	・ 当面は観光における好影響が続くと期待している。
	□	建設業（経営者）	・ 見込みの高い客の相談件数が増えず、止まったままである。
	□	広告代理店（営業担当）	・ 県内企業の販売促進活動は、資材や人件費高騰の影響、さらには十分な価格転嫁が進まない状況もあり、営業収益の先行きが見通せないことから消極的である。
	▲	—	—
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (沖縄)	○	人材派遣会社（経営者）	・ 派遣依頼に対しての人材不足は続いているものの、やや流動性が出てきている。今まで人材不足で派遣できなかったところと契約や派遣ができているため、これからの売上は少し上がるかと期待している。
	○	人材派遣会社（総務担当）	・ 夏休みになり、今後もっと人の動きが活発になり景気が良くなる。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・ 定期的な採用活動の周期であれば、秋口に向けて徐々に求人数は多くなると予想しているが、前年と比較してプラスとなるかは疑問が残る。
	□	職業安定所（職員）	・ 賃金は上がるものの、物価も高騰している。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 2024年卒生の求人数は減少するが、徐々に2025年卒向けの求人が届き始めるため、状況としては変わらないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・ 円安、物価高が収まる気配はない。
	▲	—	—
	×	—	—