

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）	・日本人観光客が堅調に推移しており、外国人観光客も引き続き好調に推移している。日本人観光客と外国人観光客の両輪で観光客が動いていることはとても有り難い。2～3か月前のホテルの予約状況も好調なことから、今後は期待できる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・お盆が終わってから売上にブレーキが掛かっているが、これは例年のことである。今後に悪影響を及ぼすような動きもみられないことから、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・人流がコロナ禍前の状態に回復してきており、こうした傾向は今後しばらく続くことになる。
	○	スーパー（店長）	・外出需要、インバウンド需要は今後も続くと思われるため、アウトター商材や旅行用品、化粧品、医薬品などの伸びが見込める。
	○	スーパー（店長）	・当店の認知度が高まっていることで来客数が増えている。また、値上げが進むなか、客単価もそれに伴って上昇していることから、今後の景気は良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・インフレが進むことで日本経済が良い方向に進むとみられるため、今後については徐々に恩恵を受けるようになると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・現状、来客数は減っているものの、売価を上げたことで売上を上乘せできている。こうした傾向はまだ数か月は続くと思われるため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・10月から冬にかけて新型車が発売されることが明るい材料である。今よりも車種が増えることで来客数も増えると期待できるため、景気が今よりも悪くなることはなく、横ばい又は上向きで推移することになる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・主力車種のモデルチェンジ、数車種の新型車発表を控えていることから、今後の景気はやや良くなる。メーカーの生産状況が改善していることから、受注残となっていた車両の納車も進むことになる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・利益はともかく、売上が増加した8月の状況から、景気は良い方向に進んでいる。今までどおり、地元客を中心に時流や流行に乗り過ぎず、地道な営業を続けていきたい。
	○	タクシー運転手	・当地域において、イベントが切れ間なく実施されていることから、今後も前年より多くの乗降客が見込める。
	○	通信会社（企画担当）	・例年と比べて、客からの問合せや引き合いが少ないものの、毎年秋に発売される人気の通信端末の影響で、今後の需要が増加することを期待している。
	○	観光名所（従業員）	・ここ最近、平日でも土日や祝日並みの観光客数でにぎわうことが多くなっている。特に個人利用の外国人観光客の姿が目立っている。こうした状況は当面続くと思われる。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者が若干増えているが、以前のような自粛傾向は余りみられないため、今後も売上にそれほど影響は生じないまま推移する。
	□	商店街（代表者）	・物価上昇が景気にどのような影響を与えるか分からないため、今後の景気が上向きか、下向きか予想できない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・9月に入れば猛暑も多少は落ち着き、客の外出する機会が増えることが期待できる。一方、原子力発電所の処理水の海洋放出で中国や韓国からの反発が強まり、観光客が減少することが懸念される。今後については、良い点と悪い点の両方があることから、全体では8月並みの推移となる。
	□	百貨店（マネージャー）	・9月から店舗環境が大きく変わるため、先行きは不透明である。
□	スーパー（店長）	・加工食品が数か月前と比べて伸びている。また、酒税法改正の影響で酒の売上が伸びるとみられるほか、野菜の価格高騰や残暑の影響で冷凍食品の売上も伸びるとみられる。一方、生鮮食品については、ここしばらく前年の80～90%を行ったり来たりしている。そのため、今後についても、商品価格の高騰も含めて、同様の傾向で推移することになる。	

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・エネルギーコストが増加しているなか、物価高騰が継続しており、燃料油価格激変緩和補助金や電気・ガス価格激変緩和補助金も9月で終了予定であるものの、生活者は節約と支出のバランスを取っていくとみられる。そのため、現在の状況は維持できることになる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・消費者の生活防衛が続くが、他社と比べて価格優位性があるため、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・暮らしにくい状況になっているとはいえ、以前とは違い、客のし好に合う、必要と思う商品は今後も買っていくとみられる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（エリア担当）	・依然として客が衝動買いをすることが少なく、今後も必要な商品のみ買う流れは変わらない。ただし、今夏の猛暑対策商品のように必要不可欠な商品が発生し、そのような商品を取り扱っていれば来客数、販売量の増加を見込めることになる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・今後についても、例年並みで推移するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・8月はエアコンなどがよく売れたが、その分売上が伸びたわけでもなかった。今後、季節らしい気温に戻って暖房機などの需要が高まることを期待している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・長納期化が改善されたこともあり、売上や利益は堅調に推移している。ただし、現在の受注状況や今後の燃料価格の高騰を考えると、年度後半にかけて、高額商品の販売に影響が出てくる懸念される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・当面は受注残があるため、今後も景気は変わらない。新車の長納期化が収まらない限り、客の動きは変わらないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（店長）	・物価高の影響が長期化しており、購買心理の変化が起こるとは考えにくいことから、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客の健康価値観が変化しているなか、参入業者が増えてきていることから、今後も景気は変わらない。不審な業者もみられるため、より正確な情報を発信していくことが必要になってきている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔造花〕（店長）	・今後については、原材料価格の高騰、配送に係る問題がどのように影響してくるかが不明なため、大きな変動はみられないまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・人の動きが活発になって高止まりしている状況であり、この先も大きな変動はなく、高い水準のまま推移することになる。ただし、気温の高い日が続くことが懸念材料である。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・秋冬についても計画どおりの集客状況になっていることから、今後も好調なまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・今後も現状の良くない状況が続くことになる。企業などの団体旅行も潤沢な予算がないと実施に至らない状況であり、さらに、宿泊費や貸切バス代の高騰が続くことも見込まれる。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシー1台当たりの売上はコロナ禍前の水準を上回るとみられるものの、乗務員不足により、稼働しているタクシーが減っていることから、会社の売上は8月と同じように前年比マイナス20～30%で推移するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・後は過ごしやすい気候になるとみられることから、好調だった日中の利用も例年並みとなる。一方、イベント関係やインバウンドの利用については、例年並みの問合せや予約がみられるため、全体の利用状況は変わらないまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今は回復傾向にあるが、秋から冬にかけて客の動きがどのように変わっていくかを注視している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（エリア担当）	・現状が悪すぎるため、これ以上景気が悪くなることは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・ウクライナ情勢、中国による日本産水産物の輸入全面停止といった景気を左右する大きな要因について、収束の見通しが立っていないことから、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・住宅の建築コストの高い状態が続くとみられるため、住宅着工数が増えるとは考えにくい。また、金利が上がり始めていること、都心部の地価が上昇傾向にあることから、今後も厳しい状況が続くことになる。

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
	□	住宅販売会社（経営者）	・短期的には大きな変化はないまま推移する。ただし、現在のインフレ傾向が長期的に続けば、客の購買意欲が少しずつ低下するため、客の所得の上昇幅が早くインフレ率を上回るようになることを期待している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築コストが下がらず販売単価が高止まりしていることから、客の住宅ローンの借入額が大きくなっている。金利上昇によって必要額の借入れが困難になるおそれもあることから、今後の景気は横ばいで推移する。
	▲	商店街（代表者）	・ガソリン価格の高騰は落ち着きそうだが、その他の物はじわじわと価格が上がっているため、客の生活が厳しくなることが懸念される。
	▲	商店街（代表者）	・今年は冬季のイベントなどが予定されていないため、近隣住民の来街が減少するとみられる。さらに、これから寒冷期を迎えるため、このまま燃料の価格高騰が続くと、客の買い控えや外出控えが強まることも懸念される。
	▲	商店街（代表者）	・物価高や光熱費の高騰が今後に向けての懸念材料となっている。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドについては、中国人観光客が戻ってきているが、3か月程度では以前の水準まで回復しないとみられる。原子力発電所の処理水の問題で日中間がぎくしゃくしていることも懸念材料である。国内観光客については、コロナ禍後の初めての夏休みということもあって、活発な動きがみられたが、生活用品などが値上がりしているため、余暇に使う金がこれから少しずつ減っていき、旅行需要も落ち込むとみられる。また、正月を控えて客の節約志向が強まることも懸念される。
	▲	一般小売店（経営者）	・エネルギー価格の高騰に加えて、増税への不安が高まっていることから、今後の景気は厳しくなっていく。
	▲	百貨店（売場主任）	・物価高騰に加えて、この夏の猛暑の影響で食品品の価格が高騰しており、今後の販売量に影響が出てくる懸念される。
	▲	スーパー（店長）	・物価高の影響で客の買い控えが進み、買物の際も価格重視になることが懸念される。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇に加えて、電気料金やガソリン価格の高騰に歯止めが掛からないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・買上客数は前年を上回って推移しているものの、物価上昇に対する生活防衛意識の高まりから、買上点数が引き続き減少傾向で推移しており、先行きの消費動向を楽観できない状況にある。
	▲	スーパー（役員）	・食品の値上げラッシュから1年が経過すること、燃料価格の上昇が続いていることから、今後、客の節約志向が強まる懸念される。そのため、景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	スーパー（従業員）	・値上げの動きが収まりそうにないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・観光やイベントによる集客増で売上は好調に推移しているが、物価高や燃料費の高騰などにより家計の負担が増えていることから、夏休み以降も好調なまま推移するとは考えにくい。
	▲	コンビニ（店長）	・商品が値上がりしている割に、客単価が上がってこないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新型車効果が徐々に薄れ、客の購買意欲が落ち込むことが懸念される。
	▲	住関連専門店（役員）	・レジャーや旅行に金が使われると日用品の消費が抑制される傾向があることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・各種原材料や経費の値上げに加えて、当地の賃金水準が思うほど上がっていないことなどから、今後、消費動向に陰りが出てくることを懸念している。
	▲	スナック（経営者）	・年末にかけて少しでも景気が上向くことを期待しているが、今後2～3か月では景気は変わらない。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・依然として先行きの宿泊予約が入りにくい状況が続いている。宿泊予約は8月がピークであり、これから宿泊単価や客室稼働の落ち込む時期となるため、今後に向けて、明るい材料はみられない。

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
	▲	旅行代理店（従業員）	・夏季繁忙期を終えることから、今後の観光需要は下向くことになる。今年は国内観光客の需要喚起策もないことから、個人客の伸びは余り期待できない。ただし、半導体工場の関連工事が9月から始まることから、関係者の動きが活発になることを期待している。
	▲	旅行代理店（従業員）	・人件費や燃料価格の高騰により、ホテルやタクシー、貸切バスの価格上昇が続いており、旅行代金も全体的に高騰している。見積価格を確認した上で成約に至らないケースも出てきているが、今のところは現状を理解してもらい成約するケースも多い。ただし、このまま価格上昇が続いた場合には、計りしれない影響が出てくることになる。
	▲	タクシー運転手	・夏の季節行事が一段落し、これから通常の生活に戻るようになるため、今後のタクシー需要の低下は避けられない。
	▲	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの方針が変わるような見通しがないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・人手不足、人件費高騰、物価高、原油価格高騰の影響が大きく、これらをどうにかしない限り、景気が上向くとは考えられない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ツアーが減少傾向にある。季節的にも徐々に減っていく時期であるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・秋物の時期となることで、客の需要が高まり、単価も上がることになるが、衣料品の値上げに対する抵抗感が強いいため、価格バランスが難しい。しばらくは我慢の状態が続くことになる。
企業 動向 関連	◎	通信業（営業担当）	・今後しばらくは人流の回復に伴って、景況感の改善が続くことになる。さらに、経済循環によって、幅広い業種に効果が生じることになり、道内景況感が一層上向くことになる。
(北海道)	○	農林水産業（経営者）	・りんごの収穫及び出荷の最盛期となるため、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）	・都市部を中心に建設投資が旺盛なことに加えて、インバウンドの入込が好調なこと、イベントの再開が相次いでいることから、今後も景気は良いまま推移する。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・北海道ではしっかりと建設需要がみられることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	食料品製造業（従業員）	・販売量が1割近く減少している現在の状況が、当面続くと思われる。
	□	食料品製造業（従業員）	・今年3月に商品の内容量を少なくするとともに、単価やリベートなどを見直した。その結果、販売量が前年比マイナス30～40%で推移する状態が続いていることから、今後も横ばいでの推移となる。
	□	建設業（経営者）	・観光やサービス業などの景気が良く、建設業もフル稼働の状態が続いている。ただし、人手不足の影響がこれからどの程度出てくるかははっきりと読めない。また、10月を過ぎると、農業基盤整備工事において、工程、原価の両面で天候不順の影響が大きくなるという不確定要素もある。
	□	建設業（役員）	・このまま安定した天候が続けば、工期遅延のおそれもなく、予定どおりの完工高が見込まれる。一方、人手不足と建設コストの上昇から収益は一層厳しくなる見通しであり、今後に向けて、利益の上積み確保が課題となる。
	□	輸送業（従業員）	・今後も商品の値上げが続くため、値上げ前の駆け込み需要は見込めるが、値上げ後の反動減も見込まれるため、全体的には前年と横ばい若しくは若干の落ち込みで推移することになる。
	□	金融業（従業員）	・物価高が財からサービスへと拡大することで、消費者物価の上昇が続いており、個人消費の下押し要因となっている。また、円安による資源価格の高騰が企業収益に与える影響も懸念される。さらに、原子力発電所の処理水の海洋放出によって、中国が日本産水産物の輸入を全面停止した影響が出てくることに加えて、中国人観光客にも悪影響が生じることを懸念している。
	□	広告代理店（従業員）	・多くの企業は仕入価格の上昇に対応するため、値上げしており、それが結果的に物価、賃金の上昇に結び付くことになる。

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
	□	その他サービス業 [ソフトウェア開発] (経営者)	・人材確保が難しい状況はしばらく変わらないため、今後も景気は変わらない。
	▲	金属製品製造業 (従業員)	・人口減少や少子高齢化の影響に加えて、地球温暖化、カーボンニュートラルへの対応などもあり、今後の景気が良くなるような要素が見当たらない。
	▲	建設業 (従業員)	・建設費の高騰やそれに伴う技術者の取り合いは今後も続くことになる。建設業界は現状混乱気味であり、落ち着くには消費者の収入アップなど、経済の好循環を待つ必要があるとみられる。
	▲	輸送業 (支店長)	・水産品の輸出はすぐには復活しないとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	司法書士	・原子力発電所の処理水の海洋放出により、水産物の輸出や国内消費に影響が出てくるのが懸念される。また、9～10月にかけて食料品などの値上げも予定されている。これらのことから、今後の景気回復は望めず、むしろ景気は悪くなるとみられる。
	▲	司法書士	・今後、社会情勢が良い方向に変わる見込みは薄い。ガソリンに変わるエネルギーの開発や原子力発電所の再稼働などを政府や自治体が率先して行わない限り、今後も景気は緩やかに下向くことになる。
	▲	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	・大企業は物件を抱えて忙しいものの、中小企業は補助金などの制度を多く利用しているなど、市場が2極化している。さらに、最近では再開発の一部で見直しなどを発表する動きもみられ、これからの再開発に影響が出てくることも懸念される。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
(北海道)	□	人材派遣会社 (社員)	・秋に向けてイベント系の人材ニーズが高まるとみられるほか、飲食などのサービス業のニーズも増加傾向で推移することになる。飲食、サービスにおいては、採用してもすぐに辞めてしまうことも多いため、慢性的な人手不足状況が続くことになり、今後も入替需要が続くことになる。中途採用ニーズも、企業の業績拡大意欲が継続するとみられることから、採用意欲の高い状態が続くことになる。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・中小企業や個人商店などにおいて、徐々にではあるが、人材確保が難しくなっている。さらに、食料品や雑貨類など、日々の生活に直結するあらゆる商品の物価が上昇していることも影響している。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・介護や建設など、人手不足が顕著な業界の求人も減少していることから、現在の求人数の減少傾向はしばらく続きそうである。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・低調な状態が続いているが、今が底であり、これ以上悪くなることは考えにくい。
	□	職業安定所 (職員)	・原材料費、光熱費、燃料費の高騰により、日用品の値上げが続いている一方で、賃上げが物価上昇に追い付いておらず、実質賃金が目減りしていることから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所 (職員)	・原油価格や原材料価格の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、有効求職者数が12か月連続で減少したほか、新規求職者も3か月ぶりに減少している。一方、業況堅調な事業所からの新規求人数が引き続きコンスタントに公開されている。これらのことから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所 (職員)	・当地における月間有効求人数は4か月連続で前年を下回っている。ただ、産業や業種によってその度合いは異なっている。また、今後の経済活動や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。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・外国人観光客が増え始め、観光業、宿泊業、飲食業などへの学生のエントリーや内定の動きも回復しているが、道内において以前のようなインバウンド需要が見込めるのか、半信半疑の状態にある。学生自身も景気が上向いているのか確信を持っていない状況にある。
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・物価が下がるような兆しがないことから、今後の景気は良くならない。

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
	×	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	◎	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に収束感がみられる。商店街ではマスク着用者が少数派になり、人の流れが活発になっている。
	○	商店街（代表者）	・中国からの団体旅行が解禁されたため、景気はやや良くなるとみている。
	○	百貨店（企画担当）	・全国的な猛暑により紫外線対策アイテムが好調に推移し、旅行・イベント関連の需要も継続していることから、引き続き外出需要は継続するとみている。
	○	百貨店（催事担当）	・衣料品、化粧品など一部売場でリニューアルを計画しており、売上向上につながるものとみている。
	○	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては商品の単価が上がっている。客の買い控えで苦しんでいたが、ここに来て販売点数は前年並みになっている。この先、販売点数は変わらずとも商品単価が上がる分、売上は増えるため、景気は上向きになるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・各種商品の値上げにもかかわらず、客単価や買上点数は落ち込むことなく推移している。これからは暑さが和らぐとともに人の動きも良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数の増加は当面続くとみえており、販売量も堅調に推移すると予想している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・好天が予測されているため、景気はやや良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・成人式や入社式といった重要な催物は復活しているため、同窓会や人が集まる催物が更に復活すると、需要の底上げになるとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が明け、ビジネス、旅行、レジャー用途といったモチベーションと連動した需要が緩やかに回復している。今後更に需要が増えるものとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表に伴い現行モデルを完売するよう活動をするため、売上は一気に上がる見込みである。ガソリン価格の高騰が続くと低燃費車両の動きもあるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・暑さが収まればまた物は動き出す。しかし、いろいろなどころに暑さの影響が出ており、衣替えの時期が変わるとみている。気温にここまで左右されるならば、今後は対策を講じなければならない。
	○	高級レストラン（支配人）	・首都圏からの客やインバウンドが徐々に増えている。
	○	高級レストラン（支配人）	・国際線の定期便再開により外国人団体観光客の増加を見込んでおり、機会損失がないよう受入れのためのインフラを整備中である。
	○	一般レストラン（経営者）	・結婚式やパーティーなどの需要が増えている。2～3か月後の団体予約が増えているため、今よりも多少は良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋になれば食べ物もおいしくなり、暑さが和らいで客も外に出てきやすくなるため、少し良くなるとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始や冬のインバウンド効果が見込める。また、設備投資を行った施設が12月頃に完成するため、そちらでも集客を図る予定である。
	○	旅行代理店（従業員）	・販売が好調な状況は続くとみている。東北管内においてもオーバーツーリズムに対する懸念・不安がある。
	○	旅行代理店（従業員）	・秋の旅行シーズンになることに加え、イベントやインバウンドの復活により、人の動きが更に活発になるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・上場企業の業績が良く、公務員の給与や最低賃金の引上げもあり、投資家の投資が活発になるとみている。中小企業は低迷するが、全体的には景況感は良くなるとみている。
○	通信会社（社会貢献担当）	・来月以降、新機種発売が予定されているため、需要は増えると予測している。しかし、端末価格が高騰しているため購入が控えられ、予測以下になる可能性もある。	
○	観光名所（職員）	・コロナ禍で外出を我慢していた反動もあってか、平日の客も増えている。この状況が続き、来客数が増加することを期待している。	

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
	○	競艇場（職員）	・秋は来場促進イベントを多く開催するため、多少なりとも売上アップの効果はあるとみている。
	○	美容室（経営者）	・客との会話から、購買意欲が高まっていることがうかがえる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・インフレの傾向もあるが、仕入額、販売額、人件費のいずれも上昇しているため、今後もうまく循環していくとみている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、気温上昇が続く間はエアコンの問合せが増えるともみている。リフォームは、断熱効果を伴う工事が増えるともみている。
	□	商店街（代表者）	・今月は夏祭りや帰省で景気は上向いたが、ウィズコロナの浸透により、秋にかけても景気は変わらないとみている。
	□	商店街（代表者）	・イベントは通常開催されるようになってきているが、当商店街が潤うまで至っていない。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・この先の動向が全く見通せない。まだ低迷は続くともみている。
	□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今年に入ってからいろいろな物の価格が上がっており、客も段々と価格上昇に慣れ始めている分、購入数量を減らすなどしている。今後も価格の上昇傾向は変わらず、景気も変わらないとみている。
	□	百貨店（経営者）	・秋商戦に向けて様々な消費喚起策を打つため、現在の販売量は維持できるとみている。しかし、エネルギー価格を始め、物価の上昇はまだ続いており、今後季節の変わり目に、多くの消費者が一時的に財布のひもを締める恐れもある。
	□	百貨店（売場担当）	・購買意欲は回復しており、新作も好調に動くなどシーズン物の先買いも顕著になっている。
	□	スーパー（経営者）	・9月は円安・原油高が続き、輸入品の価格上昇も続くともみている。また、肥料・飼料価格が高騰するなか、異常気象による台風や豪雨、猛暑、水不足といった被害があり、農畜産物への影響は避けられない。物流費や人件費も増加しており、物品の単価上昇は生鮮品を含め、まだ続くともみている。原発処理水の海洋放出による水産物の買い控えや風評被害、観光への影響が少ないことを願っている。
	□	スーパー（店長）	・来月も多数の商品の値上げがある。今は販売数が多少減っても売上は維持できている。この状況は今後も続くともみている。
	□	スーパー（店長）	・集客はできているものの、値上げが続く状況は変わらず、買上点数は減っている。集客のプラスと買上点数のマイナスで、若干のプラスになるとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・生鮮食品の売上は回復していないが、一般食品は特売の頻度や強化で前年比105%まで回復している。しかし、客の購買意欲を高めることは難しく、景気は変わらないとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・気温が高い状況が続き、飲物やアイス類、氷類が売れて、売上の何とか維持できるのではないかとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・来客数が増えないため、変わらないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・現在の売上は猛暑によるものとも考えられるため、秋以降が読みきれない。
	□	コンビニ（店長）	・今のところ悪くなる要因は見当たらない。しかし、価格を気にする人と気にせず買物をする人に分かれている状況は続くともみている。ただし、ガソリン代や電気代の補助金に関する政府の方針によっては変わる可能性がある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・異常気象による災害に対応できる体制作りや、商品手配がスムーズに行えるようにするため、常日頃から取引先と連絡を密にしている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ガソリンや灯油などの価格上昇が影響してくるとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・残暑が続き秋物衣料に影響が出ると予測している。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費、ガソリン価格、その他食料品等の値上げが続いているなか、賃上げしているのはごく一部の企業であり、景気回復にはまだ時間が掛かるとみている。
	□	家電量販店（従業員）	・観光需要は伸びているが、家電製品については節約意識が高まっている。猛暑で季節商材が好調であった反動で冬商戦は厳しくなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（従業員）	・新製品の発売が多くなるため、店頭表示価格が全体的に高くみえるようになる。また、省エネ家電買換えに対する地域の補助金も終了するため、故障による買換え需要が中心となる。消費動向に大きな変化はないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・配車量に比べて受注量が減ってきているため、秋口以降の収益確保に影響が出るとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・納期遅れの解消が見込めないため変わらない。
	□	乗用車販売店（店長）	・中古車実績、サービス実績共に上昇基調のため、今後も業績は十分確保できるとみている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰は人の移動に影響を与えるとみている。
	□	住関連専門店（経営者）	・受注生産であり、2～3か月後の販売量も変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・回復基調ではあるが今後更なる値上げも予想され、その影響も不安材料としてある。一般消費者の出費抑制等のマイナス要素を加味すると予断を許さない状況が続くとみている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・残暑が続く産業用重油の販売も落ち込んでいる。販売量が増加するにはしばらく時間が掛かるとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・外国人観光客次第だが、期待するほどではないとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・この夏は客の動きが良かったが、物価高の影響もあり秋の予約数は鈍化している。
	□	観光型旅館（経営者）	・行楽シーズンに入るものの、物価上昇の影響もあり、来客数は例年並みとみている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド需要は伸びるが、国内需要は物価高が続くため、全体的には横ばいになるとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・先行予約状況も大きな伸びには至っていないため、現状とほぼ変わらない状況が続くとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・当面は販売量に変化がない状況が続くとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
	□	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことにより、行動範囲は広がり、来客数や購入率等が上がるかとみている。
	□	遊園地（経営者）	・ガソリン価格や電気代を含む物価の上昇が家計に響き、景気の好転は難しいとみている。
	□	美容室（経営者）	・大きな変化はないとみている。しかし、国の物価対策の内容によっては、良くなる可能性は多少ある。
	□	美容室（経営者）	・固定客の人数が大体決まっているため、景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・官公庁の発注は一段落している。民間は物価高と働き方改革による工事期間の長期化により動きが鈍い。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新築を受注しても客単価が低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）	・天候や気温により変動はあるが、来場組数が少ない状況は変わらないとみている。
	▲	商店街（代表者）	・猛暑が収まれば多少の動きはあるかもしれないが、現在の予約状況などからは余り期待できない。変わらないかやや悪くなるとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリン代、電気代などを中心に値上がり著しい。国の補助金が入ることになっているが、何もかも値上げで消費意欲が減退している。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気に余り左右される業種ではないが、ガソリン価格など物価が日々高騰しているため、なかなか買物につながらないのではないかとみている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月から酒税法改正による価格改定が予定されており、それがどこまで消費マインドに影響をもたらすのか心配している。値上がりする商品に関しては、大手スーパーなどが価格据置きともなれば、個人経営の小売店との価格差が更に広がることになる。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・我が国の景気は輸出企業の業績に左右される。世界的な景気後退が懸念されるなか、内需に影響する可能性がある。
	▲	スーパー（店長）	・高温による不作で青果物の価格が上昇することや、ガソリン代の高騰により、食費への支出はシビアになるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	▲	スーパー（店長）	・物価が上がっており、消費が冷え込むことが予想される。	
	▲	スーパー（総務担当）	・燃料費高騰などが家計を圧迫し、食費にしわ寄せが来ているため、来客は特売日に偏り、買上点数は減少している。景気はやや悪くなるとみている。	
	▲	スーパー（商品担当）	・ガソリン価格、電気代の値上がりなどで生活コストが増加するため、食費の節約志向により買上点数が減少するとみている。	
	▲	コンビニ（経営者）	・10月実施の最低賃金引上げで人件費が上がり、ますます経営が厳しくなる。	
	▲	コンビニ（エリア担当）	・秋になり気温が下がれば売上の伸びは収まる。しかし、公共料金など経費が下がることはないため、利益は減少するとみている。	
	▲	コンビニ（店長）	・物価の上昇により客が量販店に流れている。	
	▲	衣料品専門店（店長）	・電気料金やガソリン代等の高騰を考えると、買い控えが予想される。	
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価が上がっており、貧富の差はますます広がっていくとみている。	
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	・物価や光熱費の上昇で、景気回復には時間が掛かるとみている。	
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・政府による補助金延長がどうなるかによるが、ガソリン販売価格が異常なほど高くなっているため、観光需要が落ち着くと同時に販売数量は減少するとみている。	
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・近隣に大型のスーパーマーケットが出店し、大きな影響を受けている。パーティーメニューやファミリーパックなどの大容量、低価格を特徴としており、当方の専門店ブランド力の再構築と価格競争の対応を強いられている。	
	▲	高級レストラン（経営者）	・物価の上昇に見合うだけ賃金が上がるとは思えない。特に零細企業は収益が圧迫されれば賃金も払えなくなる。よって、良くはならない。	
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇に伴い、客の財布のひもが固くなりつつある。景気は緩やかに悪化するとみている。	
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後は今月と比べて大きな行事が少ないため、乗客数は減少するとみている。	
	▲	通信会社（経営者）	・有料テレビサービスの加入者は、若者を中心にテレビ離れが進んでおり微減状態にある。通信サービスは大手携帯キャリアの通信料の低価格競争がますます盛んになるため、固定回線サービス事業者は苦戦が続くことが予想される。しばらく厳しい状態が続くとみている。	
	▲	通信会社（営業担当）	・政府の物価対策に期待が持てず、物価の上昇は続くともみている。	
		×	スーパー（経営者）	・補助金延長の報道はあるが、ガソリン価格や電気代、食料品の値上げは続いていく。年金生活者を中心に値上げに対応できない人が数多く存在する。
		×	コンビニ（経営者）	・最低時給が上がったら経営は非常に困難になる。固定費ばかりが増えて赤字になる。ただでさえ厳しい冬は正直越せない。やめるオーナーも更に増える可能性がある。24時間営業もはや限界である。
		×	乗用車販売店（従業員）	・今月は大雨の影響で特需的に販売が増えているが、来月以降は通常に戻るとみている。
×		その他専門店〔食品〕（経営者）	・ガソリン価格の高騰や冬に向けて燃料費の負担が増すことで、財布のひもが固くなり、嗜好品需要はますます減少するとみている。	
×		一般レストラン（経営者）	・当エリアの外食産業は、法事や祝い事などの家庭の行事や、法人、団体、組合のイベントの需要が見込める。しかし、今後も消費活動は家庭に必要なものが優先されるため、景気の低迷が長引くとみている。	
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	
	○	食料品製造業（製造担当）	・人流が活発化すると土産品、飲食店の荷動きが良くなり、売上の増加が見込める。しっかりと収益が得られる利益構造にすることが重要になる。	
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・選挙関係、学校関連の印刷物が見込める。また、ポストイニング需要が増えている。	
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・見積り件数が増えてきているため、順調に受注できれば忙しくなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備案件の動きが良くなる見込みがある。それに伴い受注、生産の増加も見込めるため、全体の動きが活発になるとみている。
	○	建設業（従業員）	・取引先からの増築計画等の相談が増えている。
	○	通信業（営業担当）	・10月から下期に入る企業が多く、通年の売上利益などの見通しが立ったため、来年度に向けて設備投資を検討する企業が増えている。
	○	司法書士	・多くの業種で人手不足の声を聞く。短期的には景気が良くなるとみている。
	○	公認会計士	・小売、サービス、飲食業は今後も少しずつ業績が回復するとみている。製造業、建設業の部品、人手不足は厳しい状況であるが、部品不足等が緩和されれば、全体としては景気がやや良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・観光シーズンに向けて、人流は引き続き回復するとみている。
	□	食料品製造業（経営者）	・売上はまだ新型コロナウイルス感染症発生前までは回復していないが、人の動きが活発化しているため良くなるとみている。ただし、電気代や資材価格の高騰で収益面は厳しい。
	□	食料品製造業（営業担当）	・販売量は前年と大きく変わらないが、売上や利益面で値上げ効果の恩恵が続くと見込んでいる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種柄、ペーパーレス化の波に飲みこまれ、先行き打開策があっても事業の転換に踏み切れない。地方では、少子高齢化の更なるスピードアップや地方で働く若者がいなくなったことにより、新規求人も苦戦続きである。この状況は変わらないとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・受注予測は悪くないが、良いニュースもない。新規顧客の開拓が必要である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・客先の設備投資状況から、半導体の回復は年内は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の新規投資意欲に大きな変化がないため、変わらないとみている。
	□	建設業（従業員）	・受注工事を粛々と進めていくことに変わりない。入社する社員がいる一方、退職する社員もいるため、人材確保は引き続き課題となる。
	□	建設業（従業員）	・生産能力が向上することは考えにくい。現状の景気が続くものとみている。一方で、2024年度からの残業規制の建設業適用を見据え、選別受注を余儀なくされつつある。
	□	通信業（営業担当）	・顧客の反応は良くなっているが、実績として表れるまでは楽観できない状況である。
	□	金融業（広報担当）	・農業では収穫出荷の時期を迎えるため、地元経済の盛り上がりも相応に見込まれる。
	□	広告業協会（役員）	・今後もガソリンや電気などのエネルギー価格を始めとした物価の高止まりが続くとみられ、企業の販売促進費の削減が予想される。広告業界の業績復活には時間が掛かりそうである。
	□	経営コンサルタント	・企業における人材確保・各種コスト圧力に対する対応の厳しさが増すと予想している。
	□	コピーサービス業（従業員）	・通常のペースで設備更新需要があるため変わらない。
	□	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、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・食料品や電気、ガソリンなど物価の上昇が続き家計を圧迫する状況は変わらないとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件や受注予測からは良くなる材料が見つからない。ただし、企業により若干の温度差が見受けられる。
	▲	農林水産業（従業者）	・燃料の価格高騰や天候不順により、コスト増加と収益減少が予想される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の修繕費用抑制の動きは続くとみている。
	▲	輸送業（経営者）	・製造業の主要取引先は生産減が続いており、今後も期待できない。また、建設工事関連は先送り状態が続いている。輸出関連の取引先においては、相手国は中国が多く、中国自体の景気が落ち込んでいるなか、さらに原発の処理水問題で水産物が輸入禁止となっている。他の品目に影響が及ばないことを願っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	広告代理店（経営者）	・原料の価格高騰や円安などが消費意欲を下げている。景気はやや悪くなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・原発の処理水放出の直接的な影響はないが、ニュースでいたずら電話や風評被害のことが伝えられていることから、国内消費、海外消費共に県産品の消費動向が鈍くなることを懸念している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注が減少しており、厳しい状況が続く。
雇用関連	◎	—	—
(東北)	○	人材派遣会社（経営者）	・中途採用、新卒採用の活動を同時に行う企業が増えている。求人意欲は引き続きあるとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数は顕著に増加しており、この動きは当面変わらないとみている。
	○	職業安定所（職員）	・物価高が落ち着き、賃上げや政府の経済対策があれば、消費も上向き、景気が良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・企業から増産などの話があり、動きがあるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍からの回復でサービス業中心に回復基調にある。しかし、中国経済が高いリスクを抱えており、それによる製造業の停滞など、景況感に対して楽観できる状態ではない。また、物価上昇と所得のギャップ拡大も懸念している。
	□	人材派遣会社（社員）	・採用者数に影響する登録者数は多少増加傾向にある。しかし、在宅勤務や時短勤務等、求職者の希望条件と求人条件にかい離がある。景気が上向く方向にない。
	□	新聞社 [求人広告]（経営者）	・冬が近づくため、季節的に地方経済が良くなることはないかとみている。
	□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・物価高が広告の動きに影響を与える状況は続くかとみている。短期的に回復は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・卸売小売業の求人数が回復傾向にある状況は変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・人流回復に伴い、温泉地の宿泊施設の求人数が特に活発である。一方で、物価や人件費が上昇しており零細企業の経営がひっ迫する可能性も否定できない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているが、前月に続き、全ての業種で夏場の電力費高騰が収益を圧迫していることと物価上昇が継続していることが、個人消費の回復に影響を及ぼしている。
	□	学校 [専門学校]	・人材不足により必要な人材を確保することが難しい状況が続く。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・物価が上がり続けることを懸念している。
	▲	新聞社 [求人広告]（経営者）	・電気やガソリンなどのエネルギー価格や物価の上昇により、支出を控える傾向が顕著になっており、当分この傾向は続くかとみている。インバウンドによるプラスの影響は少ない。
▲	職業安定所（職員）	・原発処理水の海洋放出に係る風評被害が懸念される。	
×	*	*	

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	◎	百貨店（店長）	・前年8～9月はコロナ禍での営業で来客数の低下傾向が続いたが、今年は来客数に改善がみられる。客の店内滞留時間、購買単価共に今後も増加傾向が続くと想定している。
(北関東)	◎	コンビニ（店長）	・年末に向けて購買意欲が高まってくるため、景気は良くなる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・中国の団体旅行解禁で、個人のインバウンドが多くなっている状況は続く。
	○	商店街（代表者）	・幼稚園や小中学校の秋の行事がめじろ押しで、予約が入ってきている。ただし、猛暑の継続や台風の影響を受けるのではないかと不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、初めて迎えた夏休みであったため、観光地を訪れる人の開放的な雰囲気も高まり、以前と比べて旅行を満喫している様子の人が多くなっている。外国人旅行者も相変わらず多く、2～3か月後の紅葉シーズンも、旅行マインドの強い状態が維持される。受入れ側の体制作りが急務である。
	○	百貨店(店長)	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べて購買行動に変化があった部分もあるが、人流が回復し、少しずつ良くなっていく。
	○	コンビニ(経営者)	・必要な物を吟味し、無駄な物は買わない傾向が顕著にみられるが、アフターコロナでやっと来客数減少に歯止めが掛かり、増加に転じたことが期待につながっている。値上げは続くと思うが、容認されつつあると感じている。
	○	衣料品専門店(統括)	・10月は当地の秋祭りがあり、通常なら盛大に行われるため、客の出も多くなる。祭り用品が中心の商売なので、今年は例年どおりになってもらえれば願っている。
	○	都市型ホテル(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の5類移行は、景気回復に大きな影響を与えている。
	○	都市型ホテル(スタッフ)	・9月の入込は各部署共に落ち着いているが、秋の観光、総会シーズンに向けて10～11月と近隣観光施設、レセプション会場と絡めた会場利用が増加している。直近での受注傾向が強い料飲部門でさえ既に多くの団体予約が入っている。やはりイベント開催が通常に戻ってきているため、人流が活発になっていると実感している。
	○	旅行代理店(所長)	・猛暑の影響で、秋の紅葉の色づき具合が心配されるが、インバウンドにも引っ張られて、伸びていくことが期待できる。
	○	旅行代理店(営業担当)	・来客数は変わらないが、単価は上がっている。夏のボーナス後なので、2～3か月は持ちこたえるとみている。
	○	タクシー(経営者)	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	通信会社(営業担当)	・中国の団体旅行の解禁や暑さも和らぐことから、旅行業界は順調に回復し、インバウンド需要が大きく伸長する可能性がある。
	○	テーマパーク(職員)	・紅葉シーズンを控え、安定した天候や新型コロナウイルス感染症の影響が減少しても、全国旅行支援の終了や遠方への旅行増加等に客が奪われ、大幅な回復は見込めない。
	○	ゴルフ場(従業員)	・気温が落ち着いてくれば回復すると見込んでいるが、温暖化による豪雨も心配である。天候の影響が非常に大きい。
	○	美容室(経営者)	・周囲の競合店が一斉に値上げに踏み切った。先駆けて値上げた当店の来客数が減らないのを確認して、足並みをそろえたようである。
	○	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、活動がしやすくなっている。新型コロナウイルス感染症によって進んだオンライン化等をうまく活用しながら、今後は消費活動も戻ってくる。
	□	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・秋になれば天候も落ち着いて、平年並みの気温になって、少しは動きが出てくる。物価高にも対応して、皆、我慢している。ちょっと難しい状態である。
	□	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・いろいろ行事も終わったので、平常に戻るため、変わらない。
	□	百貨店(営業担当)	・外出機会拡大に伴う、化粧品やアパレル等の関連商材の堅調さは維持されるものの、物価高の継続が消費拡大のブレーキとなっている。
	□	スーパー(総務担当)	・水道光熱費や物価上昇もあり、今後の動向は分からない。
	□	衣料品専門店(販売担当)	・今月の悪さは他と比較にならないほどである。今後2～3か月先まで、現状の悪さが続くのではないかと。秋を待って、秋風が吹いてくれればよいが、長期予報でもかなり暑さが続くようで、本当に体力が持たない。
	□	家電量販店(店長)	・必需品の売上には底堅さはあるが、商材価格の上昇により、品定めや他店舗との価格比較が増えている。今後もし好品の売上が伸びてくる状況にはない。
	□	家電量販店(営業担当)	・取引先の中小企業の倒産がなかなか減らない。提案内容を変えて案内しているが、無駄な支出や投資に関しては厳しい状況がある。

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
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産台数は安定している。3分の2が海外輸出で、3分の1が国内需要というところではないか。いずれにしても関連会社は安定操業なので、地域全体もほぼ安定している。商業界も優勝劣敗で、相変わらず大規模小売店の独り勝ちのようである。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・今の景気のままでは、これ以上は良くならない。2～3か月後も現状が続く。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・ガソリンなど燃料価格の高騰もあり、やや縮小傾向にある。良いとも悪いとも感じないが、将来には余り期待はできない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・食品以外のカテゴリーでは様々な商材、サービスの値上げの影響から、消費意欲は減退したままである。燃料代等も含めた為替の影響等の不安定要因が払拭されないので、当面上向く予測は立てにくい。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・原材料等の大幅値上げが続き、飛躍的な向上は難しいものの、適確な営業をすることで、良くなった現状を維持することは可能だとみている。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・社会情勢の大きな変化がない限り、現状維持と予想する。
	□	旅行代理店（経営者）	・バス事業については、運転手不足で仕事をこなし切れないため、恐らく変わらない。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第9波になり始めたようだが、マスクを外した乗客も増えている。景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
	□	通信会社（社員）	・身近なところでは、電気代やガソリン代等の高騰があるが、行政の支援もあるのでガス代、水道代は下がっている。今後も政府や行政の支援継続を期待している。
	□	通信会社（局長）	・まだ電気代や原油価格が高止まりで収まらず、現状は原価への影響が大きい。しばらくは厳しい状況が続く。
	□	競輪場（職員）	・売上に占めるインターネット購買層の割合が高い。一方で来場者数は伸び悩んでいる。また、円安等による物価高や賃金等が上昇しないなかでは、売上の増える要因が見当たらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・地価が上昇していないため、土地売買の動きが鈍い。このまま横ばいが続く予想している。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・ひょう被害などの天災や残暑がいつまで続くかにもよるが、快適さを求めたリフォームや機器の更新に対する関心は続くともみている。
	▲	百貨店（営業担当）	・止まらない原材料価格の高騰、ガソリン価格高騰のニュースなどで、消費者の生活防衛意識の高まりや、外出需要へブレーキが掛かるなど、不安要素が収まる気配がない。
	▲	スーパー（商品部担当）	・競合店対策はするが、新店の影響は続く。10月中旬にもまた別の新規オープン店舗が控えているため、一層厳しくなる見込みである。
	▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の表面上の収束と猛暑のために、来客数の増加があったが、これはそろそろ終わる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続くなかで受注状況の良化は厳しい。受注は毎回減少している。
	▲	住関連専門店（店長）	・景気が良くなる要因が見当たらず、この現象は少しずつ悪化するとみられる。
	▲	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・この2～3か月は天候に左右され、メインターゲットの客層の出足が悪い状態が続いている。
	▲	その他専門店（総務担当）	・前月に問合せや見積りが少なかったため、やや悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・材料の価格高騰が止まらず、企業の予算は少ない。この状況では良くなるはずがない。一般客の動きに大きな変化はないものの利益率が低下しており、この先落ち着く感じは全くしない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・個人店は悪くなっていく。インボイス制度もあり、店主の高齢化や、機材の故障を機に閉店する個人店がとても多い。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・8月は夏休みで、行楽シーズンであり、子供が家庭にいたりもあり動いたと思う。今後、年末に向かってはガソリン価格の高騰や、年末に出費がかさむことが分かっているの で、消費は落ち込む。

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
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・事業所給食部門においては、食材費、諸経費の上昇に加えて、最低賃金の改定や人手不足等に伴う人件費上昇が想定されるため、収支確保に向けて、更なる改善努力が不可欠となっている。取引先への取引条件改定のお願いと経費節減に更に踏み込んで取り組んでいかなければならない。
	▲	通信会社（総務担当）	・客層が中高年中心のため、食費や光熱費の値上げが一段落するまでは、販売の大幅な回復は見込めない。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・食料や光熱費の高騰が続き、消費者が価格に敏感になっている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・価格転嫁しにくい小規模事業者は賃金上昇にも耐えられず、新規雇用を抱える余力はない。中途採用を募っても応募者ゼロの状態が恒常化している。転職防止に必死の経営を余儀なくされている。苦肉の策で業務縮小を図らざるを得ない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・更なる増税やインボイス制度が始まることで、業者はかなり痛手を負うことになる。これで景気が良くなるはずがない。
	×	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルス感染症関連の給付金で需要を先取りしているため、耐久消費財については需要喚起策がないと厳しい。
	×	通信会社（経営者）	・これだけ円安を放置されたら輸入産業が良いはずがない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・9月は取引先も平常稼働日数が20日くらいあるため、8月よりはやや回復する。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・取引先の材料調達にまだ若干の不安はあるものの、生産は安定している。そのため、今後は人材の確保が重要になってくるのではないかと懸念している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・このところの値上がりだが、これからもずっと続きそうである。全体的に、買い控えがあるように思う。今後も買い控えの傾向は続く。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・猛暑のなか、製造、売上共に順調である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・今は受注量がなく、困っている。先のことはよく分からない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの内示によると、変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ガソリン価格や原材料費の度重なる値上げにより、消費者、生産者共にマイナスイメージしか出てこない状況が続く。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等が続いているため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・季節の変わり目で、秋冬物初回の家電、電気カーペットやこたつ、寝具等の物量は前年並みを確保予定である。しかし、燃料価格の高騰が続いていることやドライバー不足もあり、コスト高となっている。今後は、年末年始を控え、加えて2024年問題もあるので、車両不足が予測され、荷主と運賃の交渉を行う予定である。
	□	不動産業（経営者）	・様々な資材が値上がりしているため、メンテナンスや維持管理に費用がかさむ状態は変わらない。
	□	経営コンサルタント	・地域の中小企業では賃金レベルの小さな改善はみられるものの、大手ほどの大きな給与上昇等は余りない。それでも、一定の物価対策が採られれば、家計支出も頭が抑えられる要因はそれほど見当たらない。引き続き、自動車関連の下請企業等では、やや活気が出ている一方で、食関連の物流はさほど伸びていないため、地域経済全体としてはまだら模様が続く。
	□	司法書士	・変わらないとは思っているものの、やや下がるのかという感触がある。
	□	社会保険労務士	・国内は余り変わらない。海外の景気次第である。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段変化はみられない。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・内示を大幅に下回る取引先が増えつつあり、新規立上がり品では落ち込み幅をカバーできない。	
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・年末辺りになって、がくっと落ちるような感じがするため、やや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・大企業経由での中国向け案件の仕事を多く抱えているが、中国の不動産不況の影響が気掛かりである。
	×	建設業（開発担当）	・当社の売上の95%は公共工事が占めている。7月末時点の今期発注済は4か月で、あと8か月残っている。現在の受注額は前年比10%減少である。今後の受注に期待したい。
	×	建設業（総務担当）	・とにかく工事量が足りておらず、先行きも不安しかない。
	×	不動産業（管理担当）	・今後も資材や燃料、光熱費等の値上がりは続く。貸しテナントでも経費削減のための退去予定があり、空室が増える見込みである。
雇用関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	・天候の影響等で建設の立ち遅れがあるものの、工事業者等は河川復旧等での工事もあり、かなり忙しそうで大分動きが出て、売上自体は伸びていくだろうとみている。住宅の改築なども良いと思うが、季節商材、衣料品、ギフト、生鮮食品等は温暖化の影響が出てくるところがあるのではないかと。米や青果物等の動きも厳しそう、少し予測が付かない。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・求人倍率が上昇しており、人手不足が顕著になっている。景気は上向いていると感じるものの、今後、人手不足により、新たな問題が発生する可能性があるため、景気の動向は不透明な要素もある。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・10月からの最低賃金引上げにより総合的に時給が上がるため、求職者数は増えると予測している。その反面、派遣先への請求単価は連動しない傾向があるため、収益的には変わらない。
	□	人材派遣会社（従業員）	・人材の依頼がない状態は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月からの増減率について、医療、福祉では連続して増加が続いている一方、建設業や製造業等は増加と減少を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価高騰の影響で企業の光熱費負担も増え、人件費を抑制する取引先が出始めている。若手の新規登録者数が伸びず、取引先も人材不足を社内の配置転換で対応する等、厳しい状況は変わらない。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	商店街（代表者）	・今年に限っていえば、新型コロナウイルス明けで、しばらくはこの熱狂が続くとみている。若者を中心に、抑圧された3年間の反動は続きそうである。イベントもかなりの盛況ぶり、こちらはそれを覚悟して対応しなければならない（東京都）。
		家電量販店（店長）	・中国からの訪日客が増加する見込みである（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行以降、宴会や婚礼の間合せが増えてきている。トップシーズンということもあり、予約が比較的好調に推移している。宿泊は一旦落ち着いているが、秋の行楽シーズンに向けて動きが出てきているため、期待したい。
		旅行代理店（従業員）	・中国からのインバウンドが期待できる（東京都）。
		タクシー運転手	・円安などにより外国人観光客にとって日本の物価は割安に感じる。新型コロナウイルス感染症発生前の9割弱の水準まで回復しているというニュースもあるため、景気はやや良くなる（東京都）。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・何となく値上がりも一巡し、客も今まで買い控えていた分、そろそろ消費に多少目を向けてくれるのではないかと。それほど期待はできないが、以前よりは幾らか良くなっていくような気がする（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・外国人観光客の来店もコンスタントにあり、かつ購入金額も大きいと、売上増加につながっている。秋に向けて地域イベントの開催予定も多数あり、今後は外国人観光客にかかわらず来街者数の増加が見込めるため、当店への来客数も増加する（東京都）。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・3年間我慢していた行動への規制が解かれたからではないか。

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〔生花〕 (店員)	・今、旅行会社や日本全国でみると、インバウンド景気ということだと思うが、花屋まではまだ回ってきていない。さほど変わらないとは思いますが、期待を込めてやや良くなる(東京都)。
	○	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商の大口案件に関しては、9月から11月全てで大口案件が獲得できている。本来であればもう少し早かったものが、段々と遅れて何とか決まったものだが、これでやや良くなる。ただし、店頭販売は、天候が異常なので、来客数が減少するのではないかと不安がある。
	○	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・秋から年末にかけては一定の受注増加が見込まれる(東京都)。
	○	百貨店(売場主任)	・猛暑が収まり、気温が下がってくれば、年末商戦に向けて一気におせちや秋の味覚、お歳暮商戦となる。人が集まる場が多くなることが予想されるため、パーティー、ケータリング需要なども高まるとみている(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・中国人の団体旅行解禁による来客数の増加はしばらく続くと予想しており、10月以降は更に伸びると期待している。なお、食料品の値上げ影響について、買上点数は減少しているものの、全体の売上は伸びており、影響は少ないと考えられる。今のところは外国人旅行客の増加に頼っている状況だが、この傾向はしばらく続く(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・国内客による消費の上向きはもうしばらく続き、加えて訪日外国人の増加に伴う消費も期待できることから、身の回りの景気は上向き。しかし、国際情勢などまだ不透明な事柄も多く、楽観視できる環境ではない(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、制約がなくなったことで国内消費は堅調に推移している。加えて、インバウンドも着実に伸びている(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	・今の好調な景気は株価や為替といったマクロ経済だけに支えられているのではないと考えているため、富裕層を中心とした消費への大きな懸念はない。それに加えて、航空便の再開に合わせてインバウンドがプラスされてくるため、向こう数か月に風向きが変わる要素は見当たらない(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・前年まで控えていた各種イベントも解禁され、また、コロナ禍で拡大したホームパーティー等の需要も継続するなど、販売機会の拡大が期待できる(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・アフターコロナの夏を経て、行楽需要やマスクを外した後の化粧品需要などが完全に回復している。秋の行楽需要や化粧品、ファッション需要の高まりが期待できる(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・インバウンドが増えてきている(東京都)。
	○	百貨店(財務担当)	・中国の団体旅行解禁もあり、インバウンドが今後の景気を押し上げる(東京都)。
	○	スーパー(営業担当)	・現在は季節商材の底上げができていますが、これが将来にわたって販売量の増加につながるかどうか、ある程度期待を込めての回答である(東京都)。
	○	コンビニ(経営者)	・天候にもよるが、前年と比べて行楽が増加傾向にある。
	○	コンビニ(エリア担当)	・残暑が続く予報が出ているので、飲料を中心に売上の伸びが維持されると見込んでいる(東京都)。
	○	コンビニ(従業員)	・夏季休暇で来客数が多くなっていると現状で回答したが、それは前年も同じである。ただし、前年よりも良いと感じるのは、前年以上に来客数が多いためである。現在も少しずつ良くなっているのは、環境や人の考えが徐々に良い方向に向かっているからである。物価が上昇し、生活が大変になっている背景もあるが、生活必需品は最低限のぜいたくと捉えているところもあるのではないかと。
	○	衣料品専門店(役員)	・早く気温が落ち着いて、秋物衣料が売れるよう期待している。
	○	家電量販店(店員)	・当県独自の省エネ家電購入キャンペーンが始まる。
	○	家電量販店(経営企画担当)	・現状のけん引役である季節商材の売行きは鈍化するが、中国からの団体旅行解禁等もあり、インバウンドは強含みだとみている。また、円安、原油高、物価高、新型コロナウイルス感染症等のネガティブインパクトが弱含むと、景気的には良好な水準になる(東京都)。
	○	乗用車販売店(経営者)	・今年の秋にはモーターショーが開催されるため、各社の新型車が発表され、新車販売が増える。

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
	○	乗用車販売店（店長代行）	・半導体不足も落ち着きつつあり、新車種も出てくるので、これからは販売台数が上向いてくる（東京都）。
	○	高級レストラン（営業担当）	・法人関連を中心に、宴会予約、問合せに回復の兆しがみられる（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・秋のイベントシーズン到来により、来客数増加、客単価上昇による売上増加を期待できる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドの効果はみられるが、コロナ禍の反動のようにリバウンドとも考えられる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・3か月後も現状と同様に客がまだ増えてくる。中国の団体旅行も解禁になったが、原発処理水の問題もあり、以前のように団体客が来るようになるか分からない。インバウンドも増えてきているので、徐々に良くなってはいるが、光熱費や材料費、人件費等が上がっている。
	○	一般レストラン（経営者）	・倒産する同業者も増えているが、雇用がうまくできているところは、来客数も落ちず潤沢である（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・これからの売上、利益の状況は、仕入価格の上昇をどれだけ抑えられるかにかかっている（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・周囲ではビルの建て替えが増えている。人出が増え、にぎわいも増しており、景気は良くなる方向にある（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症で我慢していた人々が旅行や外食をする機会が増えてきたと感じる。原料の価格高騰が落ち着いてくると良くなるのではないかと感じているため、良い方向性がみえている（東京都）。
	○	タクシー運転手	・会社の無線、アプリ配車、駅出し、いずれも利用があり、平均している。夕方辺りから深夜にロングの客もおり、良い状況になっている。
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、消費マインドが好転しつつある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・建て替えや居抜きの新規開店が増加している。飲食や物販系個人店が増加しており、景気の回復傾向が読み取れる（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・少しずつでも商談数が回復することを期待している（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・酷暑が収まれば外出する人が多くなると期待している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・夏から秋に向けて、例年5%ほどの集客増加を見込めることもあり、短期的には良くなると予測している。ただし、燃料費、光熱費などが高騰していることもあり、経費面での圧迫は、かなり苦しい。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・企業の懇親会に関する問合せが増えてきている。忘年会の開催なども見込めそうである（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	・中国の影響で経済の動きが悪くなるのではないかと心配をしている。ガソリン価格やいろいろな単価の上昇など懸念となる要素もある。ただし、当事務所としては、7～8月とこなし切れないほどの仕事量になっている。これからの社員育成が課題である。
	○	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、大企業は既に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。中小企業に対する景気対策をお願いしたい。
	□	商店街（代表者）	・例年になく暑さが続いていること、9月以降もしばらく暑さが続くことから、商売にとってかなりマイナスになるのではないかと。客も外に出ることに少し抵抗感があるようである。そのため、この先はなかなか思うようにはかなくなる。
	□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・ガソリン代の高騰や運送会社の値上げなどがある。猛暑がいつまで続くかによっても変わってくるため、どちらともいえない。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暑さのお陰でエアコンは売れたが、9月以降に売れる商材がない上、いろいろな物が値上がりしているので、売上は厳しくなる。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電製品の需要は余り期待できないが、割と大きな電気工事が数件入っている。メーカーの計画するキャンペーン商材は、当店では余り見込めないため、取り組むかは検討中である。

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"/>	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・中国の不動産会社破綻により、株価が下がっている。ここに米国の利上げ実施となれば、更に株価が厳しくなり、景気全体に及ぼす影響も少なからずある。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕(店 長)	・インバウンドは余り関係なく、既存客中心の商売なので、極端な変化はなく横ばいで推移する。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営 業担当)	・今後、年末に向けて、外国人もたくさん来るイベントなどでの売上増加を少し期待している(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・大型改装に伴い前年との比較が難しいなか、催事スペースの縮小等もあり、大きな伸長は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・ここ数か月の実績から、今月より急激に上がるかは分からないが、現在のトレンドは継続する。核となる化粧品や飲食の動きが良い流れはしばらく続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担 当)	・売上伸長が続いており好況である。現状のペースでコンスタントに伸ばすという意味で、変わらない。コロナ禍明けで3～4年ぶりの秋物新調という客も多い。また、インバウンドの復調も見受けられる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担 当)	・物価上昇の影響が出てきている。ガソリン価格の高騰など、今後の見通しも良い方向とは思えず、景気は緩やかに良くなる程度である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(管理担当)	・今月も良くなってきており、そのままの状態が続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(店長)	・行楽等のニーズには期待しているが、日用品についてはシビアな購買動向が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・当社は食品スーパーマーケットであるが、値上げが一巡した感じを受けている。客も値上げした価格に慣れてきているため、変わらずに推移する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・競合関係が厳しくなっているため、なかなか抜け出すことが難しい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	・9月以降も値上げが続くため、1品単価が上がり、購入点数が落ち込む傾向も続いていく。また、10月に酒税の改定があるため、一時的な売上増加が期待されるものの、改定後の落ち込みにより相殺される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・物価高は変わらず、所得が増えている様子もないので、必要最低限の買物しかしない状況は今後もしばらく続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	・家計に与える1番の影響は日々の買物、つまり食品の動向であるため、毎月商品価格の上昇が当たり前になっている近況では、買物の回数、1回当たりの買上額はよりシビアになっている。これからもその傾向は強くなるのではないかと心配している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(食品担当)	・景気という観点では、物価上昇により良くなったとは感じない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・来客数と売上が前年を大きく割っている。これから先も薬局などの新店がまたできるため、現状と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・少し落ち着いてきている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・コンビニは7～8月に売上が最大になるため、2～3か月先はそれよりは下がるが、前年の9～10月と比べると、少し上がるのではないかと。前年と比べるとマスクをしなくても大分多くなり、人々の動きが自由になっているため、来客数も少しずつ増え、コンビニの来店頻度も上がっている。ただし値上げした分、売上が伸びてはいないのが現状である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(商品開発担 当)	・人流の増加傾向は変わらないものの、台風などの天候不順がマイナスに働く可能性がある(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(経営 者)	・変わらないと回答したが、実際はよく分からないというのが現状である。いろいろな物価が上がっており、これから衣料品に購買意欲が湧いてくるのかどうか疑問である。生活必需品だけは動くと思うが、その他に関しては不透明なところが多い。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(店長)	・一部の高所得者を除き、大部分の消費者が、エネルギー価格の上昇等、生活関連の物価上昇により財布のひもを引き締めているため、当社が扱う非日常商材は、今後も苦戦を強いられる。インバウンド需要が徐々に伸びていることはプラス材料だが、しばらくは現状維持が続くものとみている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	・家電製品は買換えや新築需要が少ないとダイレクトに響く。現状では壊れるまで使用する人が多く、買換えサイクルが伸びているため厳しい。

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
	□	家電量販店（店長）	・物価や電気料金などの上昇が収まらないと、この状況は変わらない。
	□	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、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン価格高騰により運転を控えるなどの影響が出ており、経済が循環していない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻やいろいろな情勢のなかで、景気は今後も当分変わらない。燃料、食料品など全ての価格が上がっているが、賃金は上がっていない。今後も当分厳しい状況が続く（東京都）。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・中古車市況次第だが、新車販売、サービスの需要は堅調と判断している。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産量が回復したとしても、輸送能力が追い付かない状況が続く。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン代が高くなってきて、車の維持費がかさんでいる（東京都）。
	□	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、今年度は国の補助金事業が必要喚起に大きく寄与するとの見立てであったが、補助金事業の終了がみえてきた現状においても、引き合い、契約共に前年を上回る水準で推移している。今後しばらくは底堅い需要に支えられ、好調を維持する（東京都）。
	□	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・いつまでも暑く、秋物商材がどうなるかよく見通せず、景気はやや悪くなる。
	□	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在の客の様子から、今後販売量が増えていくとは考えにくい。身の回りの景気は余り変わらない（東京都）。
	□	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・引き続き好調を維持しているものの、外国人観光客を中心に来客数が頭打ちとなっているため、良くも悪くも横ばいが続く（東京都）。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和補助金の終了時期を見直す方針が発表されている。期間延長、補助金増額など、最終的な方針がどうなるかによって今後は変わってくる（東京都）。
	□	高級レストラン（経理担当）	・販売量の観点では、現在、供給能力におおむね等しい水準に到達している。そのため、更なる拡大には投資が必要になるが、今後2～3か月という短いスパンで実現することはないため、景気は現状維持となる（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・今後2～3か月先は、涼しくなって、客の足もレストランに向かってくるため、今よりはかなり良くなる。また、イベント関係も多くなり、パーティーやケータリングなども今よりは増えてくる。そうしたことから、今よりも20%から30%は売上が伸びる。
	□	一般レストラン（経営者）	・5店舗中2店舗閉店した。この状態では銀行への返済が厳しい（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・ガソリンや食材だけでなく、全ての価格が上がっているが、このままで良いのだろうか。景気の良くなる理由が見当たらない。
	□	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行して3か月が経過したが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に完全回復はしておらず、8～9割というところである。新型コロナウイルス感染症も若干ながら続いているなかで、完全に回復するにはまだ数か月掛かるのではないかと。水道光熱費、原価の高騰が収支に大きく影響を及ぼしているため、総体的には現状維持が続くとみている。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず新型コロナウイルス感染症を警戒している人がいることと、原材料費や光熱費の上昇により景気はそこまで良くならない可能性がある。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・今秋の旅行シーズンは、団体客等の取り込みは順調であるものの、8月ほどの動きにはなっていない。
	□	旅行代理店（経営者）	・先の見通しが立たないため、現状と変わらないのではないかと。
	□	旅行代理店（従業員）	・9月から学校団体を始め、案件の実施がある。しかし、既存顧客の案件が十分に戻っておらず、前年と大きな状況の変化はみられない。
	□	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は既にオーバーツーリズムであり、販売したくても宿泊施設や航空機が混み合い、供給不足の影響で予約が取りにくい（東京都）。
	□	旅行代理店（営業担当）	・円安、原油高など、先行きには不透明な点が非常に多い（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・夏よりは人の動きが悪くなると思うが、法人タクシーの乗務員数もすぐには増えないため、現状のまま変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・暑さが落ち着くと、物価高の影響が顕著に出てくる。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・タクシー乗務員が戻ってきて稼働台数が増えれば、1台当たりの運送収入は減っていく。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・案件の受注数が増加しても、機材や工事費の値上がりは落ち着くまで景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・売上の大幅な復活見込みは薄い。インボイス制度に対応しない取引先が明確になり、利益圧迫は確実である。来年度の見積りでは値上げを検討している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いているため、大幅な景気の改善はまだ当分先になる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比較して、在宅ワークの浸透、転居を伴う異動の抑制により転居件数が減っていることから、固定通信、携帯電話の契約数に大きな変動はないものとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・ロシアによるウクライナ侵攻や中国の不動産大手の事実上の破綻など、世界情勢が落ち着かない限り、現状維持が精一杯である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・社会全体の物価高が止まらない限り、変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・円安によりエネルギー価格、食材、物流と連鎖して値段が上がり続ける。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・客の加入獲得について、純減が継続的に発生しており、以前の「悪くなる」判断から更に悪化が加速するような事態ではないものの、継続していることを踏まえると、悪い状況のまま変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・法人向けは緩やかに上向いているが、B to Cでは物価高などによる買い控えの影響が長引きそうである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・まだアフターコロナでイベントなどへの集客が多いと予想している。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・市場が回復する一方、原材料高の継続や人手不足解消のための賃金上昇で、収益の低下が予想される。上振れ、下振れの判断がしにくい。
	<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・ターゲットを絞り込むことでまずは固定客を作ることができている。また、アンケートも実施しており、秋に向けて次の策を打つが、まだ時間が掛かるとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・中国の団体旅行解禁により、更なる景気回復を期待する一方、中国の不動産バブル崩壊や、円安の進行による電気代やガソリン代の高騰等、懸念材料も多い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・早く猛暑が収まってほしい。
	<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に完全に戻ってしばらくたたないと、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険 代理店〕（経営者）	・まだ本来の消費意欲が戻るまでには時間が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔学習 塾〕（経営者）	・客の動きなど良い気配を感じられない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス 〔フィットネスクラ ブ〕（エリア統括）	・物価の上昇が続き、個人消費が下がるなどマイナス要因が多い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・民間の景況が上向く様子がないため、官庁案件に頼らざるを得ない。今年度の入札はほぼ一段落したので、今後は特に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・先の見通しがほとんど立たないため、変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・販売商材の値上げが決まっている。新商品の発売もあるが、販売量の増大は厳しいのではないかと。注文住宅はもう今期の売上には入らないので、来月以降は建売の販売に注力するが、こちらも厳しい状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・資料請求数等は特に増えていないので、横ばいで変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	・原材料の価格高騰に対する具体的な対策が打ち出されていない。下請業者への価格転嫁は許されないなか、消費者へ転嫁する必要性が出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔印章〕 (経営者)	・業種的なことかもしれないが、印章業界は現在非常に低迷しており、徐々に余裕がなくなっている状態である。真剣に将来を考えなければいけない。
	▲	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・イベント等が通常どおり開催され、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、再び縮小傾向になるとみている。また、消費者の購買先がかなりほかに移っていることに加え、品薄により需要と供給のバランスも崩れている。
	▲	一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・物価の上昇、世界的なウクライナ問題への動き、食料等の関係も見据えると、経済は微妙で、消費には非常に慎重になっている(東京都)。
	▲	百貨店(営業担当)	・中国からの団体旅行が解禁されたが、原発処理水の放出後、日本産水産物の輸入禁止や旅行のキャンセルなど、中国情勢が非常に不安定であり、影響は小さくないものと想定している(東京都)。
	▲	百貨店(営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響による前年比での増加傾向も徐々に落ち着きつつある。また、インバウンドの買上単価も前年比マイナス20%と低い状況が続いている(東京都)。
	▲	スーパー(経営者)	・現状は、天候に恵まれたことと、県独自のキャッシュレス決済キャンペーンの効果も非常に大きい。これから先、天候がずっと良いとは考えにくいことと、キャッシュレス決済キャンペーンが終了することにより、やや下がって、以前と同じようになるのではないかと。
	▲	スーパー(経営者)	・物価上昇に所得が追いつかず、エンゲル係数が増大している。食料品はカロリー摂取優先で、嗜好品が削られてきている。
	▲	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、値上げの影響も大きく、日々節約を強いられているなかでは、なかなか景気が上向くとは考えにくい(東京都)。
	▲	スーパー(総務担当)	・夏休みでお金を使っている上、県独自のキャッシュレス決済キャンペーンで需要を先取りしているため、この先の消費が心配である。ただし、10月に最低賃金が上がるので期待もしている。
	▲	スーパー(仕入担当)	・値上げが食料品から電気代、ガソリン代と広がり、節約志向が一層高まっている。円安も続いており、価格自体が下がる傾向にはない。
	▲	スーパー(ネット宅配担当)	・今月から比べるとやや悪くなる。ガソリン、電気などのエネルギー価格の高騰により、値上げに更に拍車がかかることや、中国の日本産水産物の禁輸などで、ますます水産物の輸出入などに影響が出る恐れもある。
	▲	コンビニ(経営者)	・販売数量が減少しており、今後景気が良くなる好材料が見当たらない。プラスワンの集客に陰りが出てきている。本部での新たな集客施策を期待するしかない。
	▲	衣料品専門店(経営者)	・値上がり傾向により、不要不急の衣料品は節約の対象になっている。
	▲	衣料品専門店(統括)	・新型コロナウイルス感染症の影響による来客数増加が一周し、2～3か月後は来客数の大幅な増加は見込めない。
	▲	衣料品専門店(従業員)	・コロナ禍は収束したものの、まだ消費者が洋服などを買う習慣は戻っていない。特に高齢者層の来客数が減少している。
	▲	乗用車販売店(営業)	・物価高により生活費などが上がっていくため、車の購入資金を保てない人が増えてきている。
	▲	住関連専門店(統括)	・ガソリン価格の高騰はまだ続くため、景気の伸びも悪くなる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・エネルギーコストの上昇を抑える経済対策次第とは思いますが、出費の限界を迎え、消費が冷え込むことが心配される(東京都)。
	▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・原発の処理水放出による風評被害の影響が心配である(東京都)。
	▲	高級レストラン(仕入担当)	・商材の値上げが所得に反映して、インフレ好循環にならないければ、消費マインドに水を差し、悪化する可能性がある(東京都)。
	▲	一般レストラン(経営者)	・9月の予約表にはまだ空欄のページが多い。8月の暑さの疲れが出てきて、9月は少し売上、来客数が減るのではないかと(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
	▲	一般レストラン（経営者）	・中国の日本産水産物を始めとした輸入禁止措置により、対中輸出企業の減益、不買運動等の影響が出てくること、加えて円安が安定的になったことによる物価高などの要因が影響する。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・これから下期に向けては、宴会需要の復活を期待しており、ようやく上期とほぼ同水準を維持できるか否かの状態にある（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了し、申込みが減る（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・物価高騰により出費を抑えたり、インバウンドにより宿泊料金の値上がりが進むことで、やや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・今年に入ってからずっと、物の値上がりで景気の悪さが重なり、非常に苦しい生活を強いられている。やはりガソリン価格の値上げが効いているという話も客からよく聞く。物や食料品の値上がりがかかなり大きなウェイトを占めている。
	▲	タクシー運転手	・今の利用者増加が天候の影響によるものだとすると、客はやや減ってくるのではないかと。リモートワークが大分減ってきたため、企業利用はそのまま増える（東京都）。
	▲	通信会社（経営企画担当）	・円安と、原油を始めとした資源価格の高騰が進行し、物価が更に上昇する（東京都）。
	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・中国の日本産水産物輸入禁止により、輸出部門へのマイナス影響がある（東京都）。
	▲	設計事務所（所長）	・全体的に仕事量はあるとしても、なかなか単価が追いつかない。
	▲	設計事務所（職員）	・ガソリンを始めとする生活関連物資に限らず、資材等の価格高騰が収まらない限り、景気動向が上向くことはない（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・金融機関の固定金利の上限引上げ、原油価格の高騰など、今後に影響しそうな不安材料が多々あるため、正直なところ景気は落ち込んでいくように感じる。建築費の高騰や地価の高止まりもあり、利回り商品としては厳しい。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・例年下期が建材の繁忙期という傾向は過去の話になっている。どのメーカーも一定水準を望んでいるが、その一定を維持できるほどの案件もみえてこないなかで、資材高騰と価格重視の物件獲得で板挟みになっているのが現場の実態である（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・諸経費の増加に売上が追いつかない。
	×	コンビニ（経営者）	・日々、厳しさが増し、従業員を集めるのが至難である。無理をすれば景気倒れであり、いつまで踏ん張れるか、先が読めない。
	×	衣料品専門店（店長）	・商品の価格上昇を図っているが、コストの上昇スピードがそれを上回っている。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・前年のような新型コロナウイルス感染症に伴う特需はないため、厳しくなる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高による消費低迷の影響がある。
	×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格の高騰と円安が悪影響を及ぼす。
	×	ゴルフ場（従業員）	・安定した社会がますます遠ざかっている。地球温暖化、少子高齢化、ガソリン価格の高騰、国際紛争、戦争、周辺国との正常な国交など、どこを見ても不安があり、日本の将来、世界の平和はどうなるのか、危機感を持つ。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、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。回答が毎月ほぼ同じ内容であるのは、政策効果をなかなか感じられないためである。
×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・授業料は上げていないが、生徒数の減少が止まらない。実際に、物価高が影響していると言ってくる親が多い。今後景気は更に悪くなる。	
企業動向関連 (南関東)	◎	広告代理店（経営者）	・受注が決まっている（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注量が増加しており、販売価格も上がってきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・大口注文が入っているので良くなる。

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
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年10月以降は受注量が増える（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・前年を上回る受注案件を予測しており、ここ数月は上向き傾向となる。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人向けの納品と店頭に来店する客からの注文がある。今まで新型コロナウイルス感染症の影響で店頭の来客数が少なかったが、ようやく感染状況が落ち着いてきて、暑さの影響は少しあるものの、印鑑の2～3本セットなどを注文する客が、少しずつだが増えてきている（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先から新規の見積依頼を多数もらっているため、受注が増える見通しである。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・海外向けの引き合いが増えてきている。新型コロナウイルス感染症の影響で海外の展示会ができなかったが、徐々にできるようになってきたので、今後を期待している（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在の情報では、当面の間、年度計画を上回る増産が続く見込みのため、景気は上向き。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・猛暑の影響で新型コロナウイルス明けの市場活性化ムードが止まってしまったが、秋、冬にかけては回復が見込まれる（東京都）。
	○	建設業（従業員）	・景気が良くなることを望むが、現状は物価高が顕著なので、不安がある。政府は現状に目を向けてほしい。
	○	輸送業（経営者）	・受注が回復傾向にある（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・依然として続く原材料価格の高騰に加えて、ガソリン価格の急激な上昇により収益を圧迫されている中小事業者も多い。特に、サービス業や建設業では人手不足も深刻化しており、各事業者では事業継続に向けて経費節減や機械化など様々な対策を行っているようである（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	・国内需要に加え、インバウンド需要も引き続き好調である（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	・既存テナントからオフィスの増床ニーズも出てきて、空室がほとんどない状況になりつつある。ただし、賃料水準は上がっていないのが現状である（東京都）。
	○	税理士	・ガソリン、電気などの料金高騰を抑える政府の補助金事業が継続される模様であり、その分の消費が見込まれる。
	○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるが、既存契約の値上げ申請が動き出している（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・今後の受注見込みからの判断である（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・落ち着いているという感覚で、上り調子というのとは違う（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	・全体的に見込みより引き合いが少なく、展示会ベースでは厳しい傾向にある（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・海外向け受注が保留になり、納品が先延ばしになっている。国内向けはほぼ横ばいの見込みである。
	□	化学工業（総務担当）	・足元は順調だが、自然災害の増加や新型コロナウイルスの感染再拡大など、懸念事項がある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・変わらないと答えたが、物価の上昇、中国経済の状況によっては、向こう3か月は悪くなる可能性もある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在中国で生産している化粧品容器の生産を国内生産に切り替える企画が具体化すれば、状況が一気に好転する。
	□	金属製品製造業（経営者）	・仕事量が少しずつ多くなっている。営業力は大切なので、努力していきたい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・米国経済が好調であるため、現状維持できる。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・当初は今年後半から徐々に半導体関連事業が回復すると考えられていたが、現在の価格及び生産数の推移から、大きな変化は期待できない。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・製造業は依然として低調である。エネルギーコスト、労務費の価格転嫁について、大企業の取引先が交渉のテーブルに着いてくれないので、見通しが不透明である。
	□	建設業（経営者）	・物価上昇に対して所得上昇が伴っていない。現実的な対策をお願いしたい。
	□	建設業（経営者）	・価格が上昇しており、受注競争に生き残れるか分からない。

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
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷している。今後も現状が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・当面は現在のような不透明な状況が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・原材料や原油価格の高騰は今後も続くと予想している。円安について何らかの手立てを打たなければ、状況は悪化する。
	□	金融業（従業員）	・需要は見込まれるものの、人手不足の影響等により、景気の回復には時間が掛かる。
	□	金融業（営業担当）	・燃料価格高騰や物価高の影響が大きく、景気が大きく好転し得る材料が薄い。また、全ての業界において恒常的な人手不足が起こっており、受注回復の足かせとなっているようである。また、人件費の高騰も、企業が業績回復に向けた抜本的な対策を採れない要因となっている。
	□	不動産業（経営者）	・当テナントビルでは今と変わらずに推移する。
	□	不動産業（従業員）	・販売自体は好調であるものの、建設費が高騰する傾向にあるため、一気に景気回復若しくは悪化するとは考えられない（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・外国人観光客が増えているため、飲食店等の売上は増加しそうだが、新型コロナウイルス感染症の第9波が来ているので何ともいえない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・復調傾向が続くようには見受けられない（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・酷暑と、円安による物価高などの影響が出そうである（東京都）。
	□	税理士	・国内景気は米中の景気に左右されるが、国内だけを見ても、新型コロナウイルス感染症が収束してもっと大きく回復してくるかと思っただが、まだ全然回復していない。大企業は円安などでかなりもうけていると思うが、周りの中小企業や飲食店などは7～8割程度で、ここが回復してこないと良くなってきたとはいえない（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・景気が良くなる材料が見当たらない。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・全体的な取扱量は回復基調になると期待しているが、資材等の値上げも実施されるため、当社を取り巻く環境は変わらない。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・増員できないため、売上は横ばいである。
	▲	建設業（経営者）	・人手不足で困っている。
	▲	建設業（営業担当）	・現状、建築件数が減少しており、3か月後に大きく変化する要素は見当たらない。
	▲	輸送業（経営者）	・この先のプラス要因が見当たらないなか、燃料価格は今月3回値上げされ、資材も高騰している。加えて人手不足でマイナス要因が増える可能性が高い（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	・ガソリン価格高騰の影響による運送業や個人の行楽控えもあり、消費は停滞する。10月からの最低賃金引上げも中小企業では対応が難しい。消費者にしてみれば、賃金が上がっているのは若年層が多く、食品やガソリンを始め、値上げに収入が追い付かない状況である。飲食業や観光業が多少良くても、全体から見ると、今後景気は落ちるのではないかと（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いたようだが、知り合いの感染をよく聞くようになってきている。まだ我慢である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・ガソリン代の高騰など値上がりはまだ続くなか、中小企業では取引先に値上げ交渉ができない状況が続いている。国で何とか対応してほしい（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安によるガソリン価格の値上げにより、いろいろな物価が上がり、財布のひもが固くなる（東京都）。
	×	—	—
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・足元では、待遇改善、契約社員募集から正社員募集への転換が発生している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年末商戦の求人依頼が入り始めている。
	○	人材派遣会社（支店長）	・IT分野を中心に人材紹介依頼数が増えてきている。転職希望者も前年と比較すると増加傾向のため、成約数が増えるの見込んでいる（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
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・9月になれば求人募集活動が活発になり、秋に向けての採用で夏場に控えていた企業も動き出す。前年も同じような流れがあり、夏から秋にかけて求人数、求職者数共に増えてきたが、今年は増加分が前年と比べてやや多そうだという印象を受けている。新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことも要因としては大きい。新規事業を始めるにしても、マンパワーが必要不可欠であり、新たな仕事があれば求人を出す。コロナ禍で思うようには求人募集を行えなかったが、今は障壁が少なくなり、集中できるのかもしれない。
	○	職業安定所（職員）	・資材やエネルギー価格の高騰、円安の状況にもよるが、企業の採用意欲は旺盛で、当面は継続する見込みである（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・近隣観光地は、インバウンド需要と円安の影響で業績が回復しているように思えるが、それらの恩恵を受けない中小企業の業績は回復している実感はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・インバウンド回復等のプラス要因と、円安等のマイナス要因が作用して、結局変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・サービス業において求職者が出てくるような改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人に対して求職者の供給、リスキングが追いついていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材募集は前月並みであり、今後も大きな変動はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・電気自動車、ハイブリッド車の開発はまだ継続が見込まれることから、エンジニアニーズは続く予測している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価高に更に拍車が掛かりそうだが、それに伴った経済対策は不完全である。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・好転する材料が見つからない。原発処理水の海洋放出による中国の日本産水産物の輸入全面禁止、原油価格の高騰、異常気象による作物の不作など、消費経済を押し上げる材料が少ない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・しばらく求職者数、採用数、転職者数の増加傾向が続き、景気の良い状態が続く（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・2極化は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・ガソリン等の燃料費を始め、物価上昇による企業収益の悪化により、求人募集への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・景気が良くなるような情報が入ってこない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・今後も円安が続く。輸入は少しずつ改善するが、メーカーの輸出に強さはみられない（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる、あるいは悪くなる、どちらの判断材料もなく停滞している（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣求人数の前年割れが2022年12月から続いていることから、今後も徐々に悪化していく（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・現時点で契約終了率は余り変わらないが、求人数は現状のまま、さほど伸びないのではないかと。そのため派遣総就業人数が想定を下回る度合いが、今より少しかい離するのではないかと（東京都）。
	×	職業安定所（職員）	・ウクライナ問題による穀物価格の上昇、電気代の高騰、ガソリン代に対する燃料油価格激変緩和補助金の打ち切り、ゲリラ豪雨による野菜等の価格高騰、猛暑によるエアコンの消費電力増大と電気代の高騰などがある。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)	◎	高級レストラン（経営者）	・コロナ禍で中止や延期になっていた旅行や宴会等が増えてくるのではないかと。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今年に入って、葬儀依頼の数字は高止まりしたままで、季節も関係なくなっている。ただし、この状態にあぐらをかいていると、あっという間に時代に取り残されてしまう。好調な状態を維持するには、どれだけ時代の変化に敏感でいられるかである。
	○	商店街（代表者）	・相次ぐ値上げで客の財布のひもは厳しいものがあるが、客単価の上昇があり、コロナ禍の暗い気分からモチベーションが上がっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症もまだ収束とはいえないが、イベント等も開催予定なので、経済が回るようにしていきたい。近隣の食料品店の閉店に伴い、9月からその店の仕事を引き継ぎ、保育園が2件、銀行1件の野菜や食品の納品が増えるため、忙しくなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・酷暑も大分和らぐので、人出が多くなると見込んでいる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月の勢いとまではいかないと思うが、9月以降も皆コロナ疲れの反動で、動きが良くなる。秋以降、年末の忘年会等の引き合いも出始めている。
	○	タクシー運転手	・9月25日から運賃が値上げされる。1～2割ほど売上は増える予想なので、売上は徐々に上がってくる。ただし、乗務員不足なので、どのくらい戻るかは分からない。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、一層万全な受入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。
	○	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6割近く戻ってきたが、更に戻ってくれば、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近くなる。
	□	百貨店（営業担当）	・最低賃金が上がることもあり、全体的な賃上げのムードはあるにはあるが、物価高やガソリンを始めとした諸物価の上昇があるため、総体的には余り変わらない。
	□	百貨店（店長）	・地方はインパウンドの影響もなく、新型コロナウイルス感染症による落ち込みからの売上回復も非常に遅い。ここからの3か月に劇的に何かが変わるようなイベント等も全くない。
	□	スーパー（経営者）	・消費は急に崩れることはないと思うが、半年後については疑問がある。
	□	コンビニ（経営者）	・暑い時期が終わり、多少涼しくなると、来客数も減って売上も落ち着くので、前年と変わらない。
	□	コンビニ（店長）	・このところ、売上に良い影響の天候に変わっていたので、大分良かった。2～3か月先の天候は、まだどう変わるか分からないが、かなり残暑が続くようなので、そうなればある程度商材は動いてくる。ただし、今後も値上げが続き、余り購買意欲が高まるようなことがないため、値上げによって購買意欲が下がり、良くなっていくような感じではない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ようやく新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたのに、このまま暑さが続いて、秋は短く、すぐ冬になりそうである。これ以上悪くなりようもなく、期待できない。
	□	家電量販店（店長）	・年々、来客数が減少傾向にある。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給は更に改善していく見通しだが、新車価格の上昇により足元の受注は伸び悩んでいる。販売はしばらく現状のままで推移する。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・来客数は前年並みに戻りつつあるものの、様々な物価上昇の影響もあり、客単価が伸びない状況にある。
	□	スナック（経営者）	・このまま一本調子で回復が続いてほしいが、新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきているという話もあるので、どうなるか分からない。自粛ムードのようなことにならないかと思っている。
	□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が明け、いろいろな企業や店舗で問題になっている人材不足が、今後の課題である。人材を入れられないことには、客が戻ってきても、なかなか全てを受け入れられないため、売上は伸び悩んでいる。
	□	観光型旅館（経営者）	・しばらくは現状と変わらずに旅行するとみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・燃料価格や物価の上昇、業界に携わる人手不足は懸念材料であるが、旅行需要の増加や回復により先行きも好調は維持できる。国内旅行は元より、海外旅行の需要が高まってきている。アフターコロナによるリベンジ旅行と考えられている。
	□	通信会社（社員）	・インターネット回線の加入は安定しているが、テレビサービス、特に、CS系は解約の下げ止まりがみえない。新サービスの創出が必要である。
	□	観光名所（職員）	・国内や外国人のツアー客が戻りつつある一方で、原材料やガソリン価格の高騰が家計を圧迫している。

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
	□	ゴルフ場（経営者）	・企業における設備投資の伸びが生産性向上をもたらすのであれば、低い失業率、上がる給料、そして企業の成長の3拍子が出そろい、景気の好循環がもたらされる。その結果、金利上昇、インフレ、増税による消費後退が払拭できればと、今後に期待している。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・10～11月はハイシーズンで来場者が増える。現段階では例年より予約はプラスとなっているが、割引券の配布など客単価が下がる要因もあるので、前年より売上を伸ばすことができるかは不透明である。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・当地は観光地で少しずつ潤っているが、人手不足が1番の課題である。また、クリーニング業界は更なる原油価格の高騰に非常に苦しんでいる。原油価格に関して政策面でも対応してもらえればと願っている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・現状の経費増加や人手不足などの問題が、短期的に改善される見込みは薄い。
	▲	商店街（代表者）	・様々な施策が全て裏目に出ているようで、先行き不透明である。
	▲	商店街（代表者）	・2学期が始まったが、今までの8月頃の景気と比べてみると、どうもこれから先は、やや悪くなっていくのではないかと。物価がいろいろと上がっているが、雰囲気的には、給料が少々上がっても物価が上がる方が早過ぎて付いていけない。私たちの商売は余分な物は買ってもらえず、どうしても必要な物だけの購入であり、客が大型店へ行く傾向も段々と強くなっている。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・異常気象の影響で、農作物の不作や燃料費等の値上げも収まらず、客の視点が生活費を確保することに向いてしまっているため、物品の購入意欲は出てこない。
	▲	百貨店（経理担当）	・猛暑の影響により消費が偏る傾向にあること、依然として値上げが続いていることが重なり、消費は伸び悩む。
	▲	スーパー（副店長）	・物価が高い上に、電気代やガソリン代も高騰しており、影響が生活に直結している。その分、食料品等を切り詰める客が多く発生し、景気的にはやや悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・今は夏休み中であり1か月間も猛暑が続いたので、飲物等の売上は上がっている。これから先、暑さが落ち着いてくると、この物価高により財布のひもも固くなってくる。
	▲	コンビニ（経営者）	・観光シーズンが終了するため、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金が上がり、経営者側としては支出が増えるため、売上は変わらずとも景気は下がるのではないかと。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ALPS処理水の海洋放出の関係で、中国等の諸外国との輸出入の動向が、経済の動きに大きな影響を与える。国内需要と生産者との関係は複雑になってしまうのではないかと。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・自粛からの解放のせいか、急激に人の動きがあり過ぎる印象を受けている。今まで我慢していたものを、ここ数か月で使用するかのごとく、来客数や客単価が上がっている。更なるエネルギーコストの上昇や天候不順による原材料の価格高騰、また、人手不足による受注困難がこの先予測され、それに合わせて落ち込むようにみられる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・繁忙期が過ぎ、各種大会等もほとんど終了するため、間違いなく、8月ほどの稼働率は見込めない。
	▲	通信会社（社員）	・燃料費や生活費高騰等、景気上昇の兆しがみえない。
	▲	設計事務所（職員）	・仕事量は減ってきて、実施設計までの期間が空くようになっていく。
	×	コンビニ（エリア担当）	・人件費、エネルギー価格の高騰の影響で廃業が多くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・気温の暑い日が続き過ぎている。物価高もかなり厳しい。
	×	その他専門店〔酒〕（店長）	・諸物価が上がり、コストプッシュインフレのような状況である。全般的に酒の動きを見てみると、物を選ぶことに慎重になってくるのではないかと感じる。商材に人件費等の価格転嫁ができて好循環となればよいが、客は賢く買物をするのではないかとみており、景気も悪くなると懸念している。
	×	スナック（経営者）	・これからまた物価も上がるが、それを客にどう転嫁しているのか分からず、本当に困っている。何か良い方法があれば教えてほしい。
企業	◎	—	—

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
動向 関連 (甲信越)	○	食料品製造業（営業統括）	・今年は天候に恵まれたため、新酒の出来が良く、例年以上の実績が期待される。また、インバウンド対策として工場見学ツアーも業界で検討されており、多くの来場者が期待できる。
	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・イベント関係の受注が増えている。受注できるかは分からないが、見積案件も増えている。
	○	金融業（経営企画担当）	・中国からの観光客が、新型コロナウイルス感染症発生前の水準を超えるといわれている。現実になれば、観光産業の明るい景気回復につながる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・季節商材の見込みはあるが、ワークショップの動きが低迷しているため、先行きは不透明である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・エネルギー価格を含む物価高などで、耐久消費財の買換えサイクルの長期化や買い控えの継続が見込まれる。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・生産量は確保できているが、部品や部材の値上がりがあった場合には左右される。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・9月から各種催事が始まるため、期待している。
	□	建設業（経営者）	・仕入れと売上価格のバランスが取れているので、景気は徐々に良くなる。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は電子部品を中心に当面はやや弱さが残るとみている。非製造業は観光関連で中国のインバウンド増加が期待されるものの、原子力発電所の処理水問題の影響等が懸念される。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・依然として、紙や燃料を始めとした価格高騰が続き、経費の増加が見込まれる。また、紙代高騰による折込広告出稿枚数の減少が出てくることも予想される。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・競合メーカーが積極的に販売促進を掛けているため、やや悪くなる。
	×	食料品製造業（製造担当）	・電気代は3年前の3倍に達しているが、現在の契約を解約しても違約金の関係でトータルでは変わらず、自分たちではどうしようもない。その上、ガソリン価格もいまだに高止まりしており、商材原価を改訂し値上げをしても、追い付かない。利益を出すのは厳しい。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。	
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・地方だからなのか、景気が良くなっている実感がなかなか湧かない。当社の売上状況から考えれば、今後は良くなると思えない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・買物客が減少し、相変わらず財布のひもは固い。お金があるところとの差はもっと開くのではないかと。
	□	職業安定所（職員）	・秋の行楽シーズンを控えた観光関連や人手不足感が強い医療、福祉分野では求人需要が続くとみられるものの、物価高騰による雇用への影響も懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・円安、原材料の価格高騰、人件費の上昇等、企業経営を阻害する要因が緩和、解消されずとは考えにくい。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安や物価高の影響が収まらず、将来を見据えた企業投資に強さがなく、現状維持が続く。
	▲	職業安定所（職員）	・中小企業においては、円安、物価上昇等のダメージやゼロ融資返済の状況が懸念される。
	×	—	—

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 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・団体旅行の回復は遅々として進んでいないが、年始の団体旅行シーズンに期待したい。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの増加傾向が続くと予測する。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・最低賃金も上がり、客には高くても購入する動きが少し出てきた。若干でも貯蓄には回さず消費に回す動きを見込んで、3か月先はやや伸びて良くなる方向とみる。

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（総務担当）	・新たなガソリン補助対策や電気・ガス料金の補助対策の延長も決定し、家計への影響は若干和らぐ。様々な商品の値上げによる消費マインドの不服感や原発処理水に関する中国からのインバウンドへの影響などマイナス要因もあるものの、引き続き薄手のシャツ、雑貨や化粧品関係などが手広く好調を維持する。海外ブランド品や時計などの高額品需要も底堅く推移している。また、自治体による電力の特別高圧事業者、利用者向けの補助も決定し、事業収支の向上に寄与する。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数が前年より着実に増えている。原材料の価格高騰による値上げも懸念されるが、富裕層を中心に消費が拡大していくと予想される。
	○	百貨店（営業企画担当）	・多少の期待も込めて、客の動きから先行きはやや良くなる。
	○	スーパー（店員）	・担当部門での大きな価格改定がひとまず落ち着いた。
	○	コンビニ（企画担当）	・国内の旅行者数は今後も伸びが予想され、秋の行楽シーズンも前年を大きく上回ると見込む。
	○	乗用車販売店（経営者）	・自動車の納期も安定しており、客も生活に落ち着きを取り戻してきたことで、車の購入を考える余裕が出てきているように見受けられる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・全く問合せがないわけではなく、購入に関する具体的な話も出ている。値段に厳しいとは感じるが、先行きはそれほど悪くないとみる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・年末年始に向けて売上増加を期待する。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋に向け売上が伸びる業種であるが、今年は例年どおりにはいかないと見込む。利益率の高い商品に注力していきたいが、社会情勢が心配である。
	○	観光型ホテル（経営者）	・秋のシーズンに入り、約4年間旅行に行けなかったことから団体を中心にかなり多くの予約がある。特に10月は新型コロナウイルス感染症発生前のような数字となっている。新型コロナウイルスもそれほど感染拡大することはないとみており、この状況が続けば団体の旅客事業が戻ってくる。当地では元々インバウンド利用が余りないので、インバウンドの動向で景気が左右されることはなく国内需要だけで十分対応できるためそれほど気にしていないが、あればあったで追加の売上は期待できる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・これまで回復が遅かった宴会利用の予約が好調である。忘年会シーズンは人手不足で、需要を取り込めるか懸念される。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドに期待するが、9月から重油価格が過去最高近くまで値上げされ、人件費も高騰し、様々な仕入価格が10%程度上がりつつある一方で、売値に転嫁できず苦しい。特に、地方への出張費は大手企業を中心に何年も前から8000円と変わらないことが、足かせとなっている。
	○	旅行代理店（営業担当）	・旅行需要は、新型コロナウイルス感染症対策の規制がなければ、旅行希望者の金銭的な余裕具合により増えていく。今後心配なのは、物価高騰や燃油等の価格高騰による更なる旅行代金の値上げを行った場合の反応である。ある程度は受け入れてもらえるが、ボーダーラインを越えたときの旅行控えが懸念される。
	○	タクシー運転手	・8月中は会社の夏休みやお盆休み等で街中の人出が少ないが、日中の利用者数は変わらない。夜の歓楽街の人出が少なく、特に深夜のタクシー利用が減っているが、9月からは回復すると考える。
	○	美容室（経営者）	・この暑さで年配客は外出しなくなったが、3か月後は気温が下がるため、売上が多少望める。
	□	商店街（代表者）	・ガソリン価格がかなり上がっているが、それに対して打ち手がみられない。この先には増税の可能性もあり、これでは皆、消費どころではなく節約志向となるのも無理もない。
	□	商店街（代表者）	・所得が上がっているのは大企業の社員や公務員くらいで、中小企業の社員は相変わらず所得が伸びずに苦しんでいる。労働者全体で所得の上昇がみられるまでは、現状から変わらない。
	□	商店街（代表者）	・人出の混み具合からみると、現状が限界ではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・静かな動向である。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ガソリン価格の高騰、物価上昇が続くと購買意欲は湧かない。必要な物だけしか買わなくなる恐れがあり、良くなるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・円安の影響、ウクライナ情勢や中国の状況など非常に不透明な部分が多く、先行きが見通せない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・依然財布のひもは固く、今後に向けて良い材料は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き客は円安の影響を受けそうである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・商品の新作がまだ入荷しないため、来店しても様子を見る客が多くなり売上はそれほど見込めない。いろいろと問合せはあるが、好みの靴がないとかインターネットで購入するためのサイズ合わせの接客が多いなど、売上は厳しい状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・今月は大型台風の影響で営業日数1日減の影響はあったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数が急拡大していた前年との比較では1割増加で推移している。来月以降も同様の動きになるとみるが、前年同月には新型コロナウイルス感染症が小康状態で売上が伸びたため、2～3か月後の消費動向は、現状並みを維持するものの前年比の伸びは低くなると予想する。中国からのインバウンド拡大と当エリアへの来訪増加に期待したい。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・来客数が増える傾向は変わらないが、モノからコトに購買の仕方が変化してきているのか、特に高額品を中心に買上率が下がってきている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・インバウンド需要に期待したい。国内需要に関しては、商品の値上がりで買い控えが懸念される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・暑さのためか月末は来客数がやや少なくなった。まだ夏物雑貨の動きが続いている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・期待はしたいが、食品値上げに続き天候不良で青果の価格も安定しない。人手不足で追い打ちを掛けられている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ようやく外出が自由にできるようになったことで、趣味や旅行等の娯楽費に使う割合が増える。その分余分な食費を節約すると見込まれ、買上点数は低くなると予想する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・来月も値下げセールを実施するが、値上げする商品もあり、特に薬物は台風の影響で入荷されないこともあり、変わらないと予想する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・猛暑のピークは過ぎたが、やはり例年と比べてまだ暑い。もう少し初秋らしい過ごしやすい天候にならないと、来客数は伸びない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・季節要因が強く、まだこの先の天候は動向がはっきりしないため、景気が上向くかどうかの判断は非常に難しい。ただし、客の購買意欲はかなり回復している。求める商品を売手がどのように見付けてくるかによって業績が左右されるため、一概に良くなる形ではなく、売手の工夫がより一層重要になる。また、値上げの影響もじわじわと迫ってくる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・暑さが和らぐと日中の来客数が増えるが、増えた分は今まで夕方に来店していた客なので、総数は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・最低賃金の引上げはあるが、その他に大きな景気回復要因も見当たらず、消費傾向は当面は変わらないと考える。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・ガソリン価格や電気料金が上昇傾向で、販売経費が増加し利益に影響が出てきている。10月に酒税改正があるため、しばらくは様子見となる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・今月に限っては想定外の良い結果であったが、燃油等の価格高騰は今後も家計を圧迫し続けることが予想されるため、好景気に向かっているとは判断できない。競合他社及び他店との競争を制するしか道がない状況である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・特に景気が良くなる兆しはみえないが、ただ1つインバウンドの増加に鑑み、当店の来客数や売上にも多少の影響はあると考える。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・年末に向けて、クリスマス商品の予約が始まるため期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・引き続き現状の踊り場状態が続くと想定する。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業界全体の売上は堅調で好調を維持しているが、利益を圧迫する経費の問題が相変わらず解決しない。人件費の高騰、継続的な電気代の値上げやガソリン価格の値上げも物流コストがかさむ原因となっている。政府の支援で一定の歯止めが掛かるという報道を耳にするが、根本的な解決のためには具体的な対応が必要であり、結果として先行きは不透明と考えている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・来客数は前年比100%前後で回復傾向にあるが、客単価は前年比95%前後と低迷が続いている。人件費、光熱費、車両費などの増加で客の懐具合は厳しさを増しており、先行きは現状と大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・やはり物価高による買い控えが多い。ただし、これからの時期はスーツがどうしても必要なシーンがあるため、売上はあると見込む。安い物を数着購入して着回したり、クリーニングに出さずに自宅で手洗いができる素材の売上が伸びるようになる。できることは自宅で行い、着られる物を着るという人が多くなるため、景気は余り良くならない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・生活必需品もファッション品も普通に売れているが、特に新型コロナウイルス感染症発生前に戻った感はなく、数量的にも伸びも変わっていない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新築や引っ越し時の家電購入の見積りも余り高額なものもなく、特に変化はなさそうである。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇に追い打ちを掛けるように、温暖化の影響による食品の高騰や処理水放出に伴う中国からの旅行客減少や輸入停止がある。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・7月はエアコンがよく売れたが8月に入って落ち着いてしまった。高単価のテレビが売れなくなっているため、前年比減少の状態が続くのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・消費マインドは上がっているが、ガソリン価格の高騰などマイナス要素も多いため、更に景気が良くなるというより現状維持とみる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今後も不安定な状況が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・当分は変わらないと見込む。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・この先良くなる要因が全く見受けられない。一触即発の不安要因が多く、近い将来が非常に不安である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後ますます物価上昇を身近に感じるようになり、どこに金を使うかの配分もよりシビアになってくる。しかし、新車の購入欲求がそれほど低下しているようにもみえないため、客との信頼関係を更に強め本当に必要とする商品を勧めることにより、年末商戦が盛り上がることを期待したい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・定期的に新型車が発売され多くの注文が入るが、どの車もすぐにオーダーストップや長納期になってしまう。登録しないと利益に結び付かない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・車両供給の問題も長引いており、現状では明るい話題がない。しばらくは現状維持のままと見込む。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・十分といえるほどの供給には至っていないため、景気が良くなるほどではない。少しずつ回復を期待しながら、ある商品を販売していくしかない。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・今年春頃から新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、この2～3年止まっていたリフォーム工事や新築工事等が見積りや契約に動いていたが、それらが一巡した状況である。新たな工事の見積りや契約へ進みたいが、先の見通しがみえづらくなっているため、ややちゅうちょするオーナーが出ている。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・中国からの渡航解禁で春節や9月の大型連休等に期待したいが、為替・金利及び外政の影響からプラスマイナスゼロと見込む。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・人の動きはあるが物価高が気になる。

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
	□	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・コロナ禍を乗り越えようやく明るい兆しがみえたと思っただら、次から次へと何かが起きる世の中の状況であるが、何とか適応しようとしている。
	□	都市型ホテル(営業担当)	・引き続き好調に推移すると予想する。中国からのインバウンドの状況によって大きく左右される。
	□	旅行代理店(経営者)	・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、今まで自粛ムードだったレジャーが2019年までのように復活しつつある。しかし、メディア等の報道次第では、またこの先逆戻りも考えられるため、いつまで良いかという先行きに対する確固たる安心感はまだない。
	□	旅行代理店(経営者)	・夏休みシーズンの終わりには動きが少し鈍くなる。まだ海外旅行が完全復活の状態ではないため、やや鈍くなる。
	□	旅行代理店(経営者)	・既に秋冬商戦が始まっており、連休が絡む日程は混雑し始めている。国内挙式の需要が高まるなかでハネムーンの間合せも増えてきているため、取りこぼしなく契約していきたい。
	□	旅行代理店(経営者)	・時間に余裕のある高齢者が食事をしている光景とインバウンドが街中で増えているが、いまだに空港には外国人観光客、とりわけ中国からの団体客は増えてはいない。一方で、都心のデパートが終了時間を1時間早めるなど、物販は以前ほど期待できなくなっている。
	□	旅行代理店(経営者)	・徐々に戻らと思うが、急激な景気の変動はないとみる。
	□	旅行代理店(営業担当)	・秋までは、貸切バスや観光地のホテルなどが人手不足等で確保できる限界と感じる。予約も取りづらくなっており、これ以上大幅な伸びは見込めない。
	□	タクシー運転手	・客の動きは変わらない。
	□	通信会社(企画担当)	・イベント等、人の動きは確実に増えているが、いろいろな物の価格上昇に家計が追い付いていかない。
	□	通信会社(営業担当)	・客の価格認識といった意識や予算見直しは、2～3か月では回復しない。
	□	テーマパーク職員(総務担当)	・経済対策が実施されているなかで円安、物価高が続いており、先が見通せない状態である。
	□	ゴルフ場(支配人)	・10月の入場者予約数は、現時点では前年より伸びておらず、このままの状態では景気は変わらないとみる。新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が緩むなか、外でプレーするゴルフ場の特権が薄れたとも考えられるが、天候不順も大きく影響しているため、もうしばらく様子を見る必要がある。
	□	美顔美容室(経営者)	・今年度末までキャンペーンセールが続くため、2セット目、3セット目の購入が見込める。
	□	美容室(経営者)	・少しずつ景気が良くなっているように見えるが、物価がかなり上がっているため、皆いろいろと調整し、無駄遣いをする人は少なくなる。
	□	美容室(経営者)	・まだ暑さが残るため、来客数は少ない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕(職員)	・為替や世界情勢により、我が国の経済が落ち着くまでは苦しい状況が続く。企業努力を行い現状維持が精一杯である。
	□	住宅販売会社(従業員)	・当分大きな変化はない。
	□	その他住宅〔展示場〕(従業員)	・根本的に人口減少と空き家の増加が叫ばれる我が国で、住宅産業に伸びる余地があるとは思えない。良くて現状維持といったところである。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕(従業員)	・客によっては受注を切らさず忙しいところもあるが、全体的には全く仕事がない元請が多いため、当社への依頼も減少が続く。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業)	・年末の閑散期に向かっているため、足下の繁忙期よりは悪くなる。
	▲	商店街(代表者)	・家電製品等の値上がりが大きく、今までのようには買換えに結び付かない。
	▲	一般小売店〔酒類〕(経営者)	・あらゆる物の値上げが続くなか、飲食店の利用方法が新型コロナウイルス感染症発生前とは大きく変化している。飲酒を好む客はごく僅かで、外食でのアルコール消費はますます減少傾向になる。
	▲	百貨店(経理担当)	・物価高に伴う買い控えや生活防衛が更に進むことに加えて、原発処理水の問題が、中国を始めとする訪日外国人旅行者数や消費の減退を少なからず招くと考える。

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
	▲	スーパー（支店長）	・消耗品、食料品の物価高騰が依然として続き、さらにはガソリン価格まで高騰することで、身の回り品等の消費がかなり絞られると予想する。何とか賃金と物価のバランスが良くなるよう国の施策にも期待したい。
	▲	スーパー（総務）	・全ての物が値上がりし生活は厳しいといえる。売上は前年並みにとどまっているが、1人当たりの買上点数は下降し、来客数が何とか売上を支えている状況である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・前年同期には全国旅行支援による売上の押し上げ効果などもあったが、今年は観光地などをメインに週末などの売上が苦戦しそうである。都心立地店舗の来客数がどこまで戻るかがポイントとなりそうだが、在宅勤務の普及などで大きくは望めない。
	▲	コンビニ（店長）	・当店は宝くじも販売しているが、8月の売上は前月や前年より大きく落ち込んだ。いろいろな物の値上げにより、余分なものに回せる金が減っているのではないかと。
	▲	コンビニ（店長）	・物価高騰は継続しており、特にガソリン価格の高騰がすさまじい。鉄道においても私鉄の運賃改定などエネルギー費用の高騰に伴う値上げがあると、通常使える金は減ると考えられる。
	▲	コンビニ（商品開発担当）	・様々な値上げが続き購買意欲は低下へ向かう。生活に関する物の値上げも相次ぐ。また、中国からの観光客が減ることは大きなマイナス影響となる。以前の環境よりも悪くなる。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	・最近では食料品だけでなくガソリン価格も再高騰している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・エネルギー価格や食品価格が上昇傾向にあり、生活防衛のため一般消費者は車などの大きな買物を控え始めている。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・輸入車を扱っているため、円安の影響があり定価が非常に上がっている。一方で下取り価格は落ち込んでいるため、客へ提示すると厳しいという声を聞く。販売促進がかなり難しい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・円相場が全ての根本である。せめて3か月ほど前の為替水準になれば、もう少し世の中も落ち着き、物価高騰も収まるのではないかと。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・年初までは、物価高ではあるものの賃金が上昇するという期待感もあり、販売量に大きな影響はなかった。しかし、夏頃より物価の上昇が想定以上と感じる消費者が増えており、販売量に影響を及ぼしている。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・新しいビジネスホテルがオープンするため来客数が減る。
	▲	通信会社（サービス担当）	・いろいろと物価が上がっても給料が上がらない。
	▲	観光名所（案内係）	・値上げがここ1～2年続いている。景気が良くなることはない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体が収縮傾向にあり、自助努力ではいかんともし難い。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がり段々と生活が苦しくなる。
	▲	設計事務所（職員）	・円安が進行する限り、景気が良くなる可能性は全くない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・猛暑もあって例年どおり来場者は夏枯れとなり、客のストックがない。9月の半期締めには期待はするが、厳しいとみられる。ガソリン価格の高騰、処理水への中国の反応や更に物価上昇の危険もあり、不要不急の商品については買い控えが進むと考える。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・様々な物価高の影響で、動き出していた商談にもストップが掛かり受注には時間が掛かる。まだ厳しい状況が続く。
	×	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請が継続している。
	×	設計事務所（経営者）	・現在の案件数では、先に景気が良くなる材料はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・同業者をみても売行きが悪く在庫が膨れ上がっている。先行き不透明で不安である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・営業における質の低下は会社の存続に影響する。負の感覚を持つ社員が増えると客の購入マインドも低下する。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	化学工業（営業担当）	・10月から徐々に需要が回復すると見込む。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・今年に入って一部半導体関係で在庫過多になり、操業を半分以下に減らしていたが、予想より早めに在庫が解消されつつあり、注文が回復傾向にある。さらに、ニッケル水素蓄電池の製造に関係する消耗品の注文が5割以上増えている。

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
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて受注量が増える期待がある。また、部品の値上がり分を販売価格にある程度転嫁できる見通しから、11月以降は期待している。
	○	建設業（役員）	・こどもエコすまい支援事業の締切りや、住宅ローン減税が来年より減額になることから、年内中の契約と入居が必要であるため、動きが少し活発になるかもしれない。
	○	不動産業（開発担当）	・他地域での不動産価格上昇が一定程度浸透し、当地域での価格上昇につながることを期待している。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・環境商品の実用化を模索しており、取りあえず展示会を開いて様子を見る。円安は進んでいるが、この程度は予想の範囲内であり、問題は最安値を更新するかどうかである。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・エネルギー関連など製造原価のコストアップ要因は取まらず、安心できない状況が続く。生産現場における生産性向上の動きを更に加速させていく。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注量も販売数も伸びないなか、景気回復は難しい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・秋需を期待しているが、物価高の影響が良い材料は今のところ見当たらず、景気はこのままの状況で推移する。
	□	化学工業（総務秘書）	・特別に景気が悪くなる要因が見受けられない。エネルギー価格の高騰は家計への影響が大きいが、景気を悪くするほどのインパクトにはならない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・例年並みに忙しくなるという見方が多く、受注残からも仕事はありそうだが、利益につながらない懸念は強い。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・海外向けの設備は、円安という追い風はあるが価格競争が厳しく、利益を確保して受注するのが難しい状況が続く。
	□	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（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・前年から3割程度減少した状態がしばらく続く。客先の受注動向等を見ても、この先3～4か月の年内一杯程度は横ばいとみる。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・業界の展示会などが再開するようになって、少し上向いてきたように見受けられるが、まだ劇的に変わるころまでには至っていない。
	□	建設業（経営者）	・施策を進める上では、情勢判断を適切に行ってほしい。
	□	建設業（営業担当）	・当業界では、仕事は例年どおり出ているため通常と変わらないが、物価上昇や材料の価格高騰で利益が少なくなる業種では給与が増えない。そういったなかで食料品やガソリンなどの生活費が高騰しており、すぐに好景気に結び付くことはない。
	□	輸送業（経営者）	・荷量の減少、コスト高共に収まる様子がない。
	□	輸送業（従業員）	・原油や電気料金等の価格が上昇傾向にあるが、現状を上回るような景気対策があるとは思えない。
	□	輸送業（従業員）	・運賃が上がらないため、忙しいが利益が出にくい状況が続くそうである。2024年問題も控えており、この先どうなるか不透明である。
	□	輸送業（エリア担当）	・季節変動以外の要因はない。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物量の減少に対応する経費のコントロールができてきた。全体での配送単価は上昇しているが、超大口顧客では上がっていない点が鍵になる。
	□	輸送業（エリア担当）	・適正価格での運賃収受をお願いしているが客の理解が得られない状況は、経済全般の停滞を意味している。この状況が急激に変化することはなく、景気の低迷傾向も変わらないと予測する。
	□	金融業（従業員）	・しばらく景気の様子は変わらないと見込む。
	□	金融業（従業員）	・ここ数年と比べると新型コロナウイルス感染症もそれほど影響しなくなったことから、景気は良い方向と想定するが、物価高、円安やガソリン価格の高騰などで消費者の生活費での負担は大きくなり、不安材料からこれから先は必要な物にしか金を使わないようになる。
	□	金融業（企画担当）	・企業が原価高騰を販売価格に転嫁でき、中小企業を中心に個人の賃金上昇が当たり前になってこない、引き続き現状の景気が続く。

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
	□	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の増加が続くことに伴い、売上も増加し前年を上回る状況が継続すると予測する。
	□	広告代理店（制作担当）	・これから秋以降に向けての各種イベント企画も増えているが、様々な値上げ等の影響で客足の伸びが心配である。
	▲	通信業（法人営業担当）	・最低賃金の引上げなどで内需主導の成長を取り戻す。しかし、自社の仕事では、今一つ元気がない。新型コロナウイルス感染症の影響はありながらも世間にはぎやかで、いろいろなところに出掛ける人もいるが、なかなか財布のひもは固
	▲	通信業（総務担当）	・燃料費の高騰は景気回復に水を差すので、早々にトリガー条項発動の決断を期待する。先送りの対策では国内景気を支え切れない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・円安に歯止めが掛からず、国産製品のブランド力も為替によってその光を失われつつある。国内消費には限界があり、海外の販路を見据えたビジネス展開にシフトしなければ、事業の維持は難しい。この状況下でどれだけの企業がリスクを冒しながら設備投資や人的投資をする決断ができるのかを考えると、日本経済の先行きが明るいとは言えない。
	▲	公認会計士	・中国の大手不動産企業が米国で連邦破産法の適用を申請したことにより、我が国の経済への影響が予想される。我が国の中国への輸出額も減少傾向であり、上記の要因で中国がデフレになれば更に輸出額の減少が予想される。また、原発処理水の海洋放出に対し中国国内で不買運動が起きるなど、今月解禁になった我が国への団体旅行も減ることが予想され、景気はやや悪くなると考える。
	▲	会計事務所（職員）	・仕入価格、燃料費、光熱費などの値上がりが一層激しくなり、利益を圧迫する。値上がり分を価格に転嫁したくても、消費者の節約志向が顕著で難しい状況である。このまま物価高の状況が続けば、消費は一段と冷え込み、景気は悪くなる一方である。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になってから初めての夏休みで、遠くへ旅行した人も周りにいる。夏に使った分、これからは節約に向かうのではないかと。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず収入が増えない。ガソリン価格も非常に高い。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因が全くない。先の見積りも非常に少なく、現状を打破するものが見当たらない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・材料価格が低下傾向にあるなかで、引き合いが減少する傾向が出ている。
	×	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン価格の補助を早く復活させてほしい。電気、ガス料金への補助も期待する。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・コロナ禍が過ぎても折込広告が回復しない。
雇用関連	◎	—	—
(東海)	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造各社は年度末に向けて上向きと予想する。ただし、燃料全般、水道光熱費の値上がりや10月の最低賃金の上げ幅が過去最大で、中小企業においては特に人件費アップの影響が非常に大きな問題となる。
	○	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不安要素が多く、好転するとは考えにくい。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・近隣の医療機関で来年度採用の拡大計画があり、募集依頼があった。また同時に、離職防止策として賃金上昇と増員による勤務シフトの緩和を予定していると説明があった。
	□	人材派遣会社（社員）	・好転する材料がない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・企業の採用意欲が上がっておらず、上期のうちに人員確保が進んだとみられる。次は2024年に入ってから人員確保に動き出すと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は今後も増加が見込まれるが、人手不足感は更に強まっていくと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当社を含めて各社でのエンジニア採用熱は高い状態が続く見通しである。背景としては自動車関連を中心に開発テーマが継続し、人材不足が当面続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・景気回復につながりそうなポジティブな材料が見当たらない。

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)	・上向く材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・全体的には上向いてきたが、エネルギー価格や物価の上昇が急激で、どこまで今の状況が続くか不透明である。
	□	職業安定所(所長)	・人手不足は続いているが、物価高騰や原材料不足が事業活動に及ぼす影響が懸念される。また、コロナ禍後の事業活動については業種業態による差異が残るなど、先行きはやや不透明である。
	□	職業安定所(職員)	・一部の業種では新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるようだが、燃料、原材料の価格高騰の影響により先が見えないなかで人手不足が続いている。まだしばらくは様子見の状態が続く。
	□	職業安定所(職員)	・求人数が増加するとは思えない。
	□	職業安定所(雇用開発担当)	・産業により変動がある。
	□	民間職業紹介機関(営業担当)	・引き続き企業の求人は高止まりしている状況であるが、採用が順調な企業と充足しない企業の2極化が色濃くなっていく。
	□	民間職業紹介機関(窓口担当)	・派遣需要は高まっているものの、当地域における業界景気、求人倍率などは好調とはいえ、やや厳しい状況がしばらく続くと思込む。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・中長期的には労働人口の減少により、求人数は増加することが予測されるが、短期的には求人数が急増する要因は見当たらない。
	▲	人材派遣会社(社員)	・書き入れ時の夏季シーズンが終わり、これからは悪くなる。
	▲	職業安定所(職員)	・物価高、資源価格の高騰を始め、事業運営を取り巻く環境が悪化しており、高齢の経営者等が事業継続を諦めて廃業したとの情報が複数聞こえてきている。
	▲	職業安定所(職員)	・今後も円安やガソリン代の高騰が続き、当面の間、厳しい状況が続くことが予想される。
	×	人材派遣業(営業担当)	・値上げラッシュは今後も継続し、回復の兆しは全くみえないため、当面は厳しい状況が続くと想定する。

7. 北陸(地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所)

(－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	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)	・インバウンドの来店が増加傾向にあるため売上増加が期待できる。新型コロナウイルス感染症によって中止されていた屋外イベントが今年は4年ぶりに開催される予定であり、来客数の増加が期待できる。
	○	一般小売店〔事務用品〕(店長)	・例年であれば年末に向けての繁忙期に入っていくため、良くなっている。
	○	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇など何度もあった社会の混乱は、今年の春から夏の間に出尽くしたため、消費者のマインドが高揚することを期待している。
	○	都市型ホテル(スタッフ)	・8月との比較であればやや良くなるだろうが、新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないとみている。物価の上昇が、アフターコロナによる需要回復に水を差していると考えられる。
	○	通信会社(営業担当)	・新商品の発売が予定されているため多少は販売数も伸びるとみているが、最近ではオンラインで購入する客が多く、以前と比べると店頭での販売数は激減している。
	○	通信会社(役員)	・特段のイベントはないが、前年同期と同程度の契約数の獲得で推移すると考える。
	□	商店街(代表者)	・今年の夏は異常気象による高温が続き、野菜や魚などが従来とは違う動きになっている。これまでの経験にないことが増え、不安材料が多い。
	□	一般小売店〔書籍〕(従業員)	・特に良くなる要素はなく、現在と変わらないか、やや悪くなると考える。
	□	百貨店(売場主任)	・中国政府が8月10日に、日本への団体旅行を約3年半ぶりに解禁したことで、インバウンド需要の大幅な伸びを期待したが、原子力発電所の処理水の海洋放出で日本への旅行はキャンセルが広まるとみている。インバウンド需要の本格的な回復にはまだ時間を要すると考える。

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
	□	百貨店（販売担当）	・低調さが当面続くとみている。食品や燃料などの価格が高騰し、販売商品も軒並み2割程度価格がアップしており、買い控えが発生すると考える。秋の外出需要においても、衣料品や雑貨、バッグといったアイテムが高騰しており、以前なら旅行のために新調していた消費意欲を抑制させている。秋以降は低価格商材を中心とした対応で乗り切る必要がある。
	□	スーパー（店長）	・当店は好調だが、競合店の状況を聞くと厳しい状況は変わらない。無駄な物の買い控えが大きな影響を与えている。
	□	スーパー（経営企画）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、直近ではガソリン価格や食料品価格などが上昇傾向にあり、需要の喚起に至っていない状況である。
	□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症は再びまん延気味であるが、閉塞感を増大させてはいない。この雰囲気であれば景気への悪影響はないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・早急な回復は見込めないが、新型コロナウイルス感染症で気付いた問題を1つ1つ解決していかなければならない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・売上は回復の傾向にあるが、まだ楽観できる状況ではない。
	□	家電量販店（本部）	・外向きの需要の力強さを感じるが、その恩恵を受けられない業界は厳しい状態である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからの新車の入荷状況は少しずつ良くなっているが、客は高額消費に対してまだ慎重であり、しばらくはこの状況が続くと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・ガソリン価格の高騰が懸念材料である。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・光熱費や物価の上昇に見合った収入の増加がない限り景気は良くならない。このまま低調な状態が続くと考える。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・秋の行楽や連休での外出需要は今後も見込める。その一方で、今後も各種値上げが予想されるなかで、消費者は購入に対して更に吟味して商品の選定や絞り込みを行うなど、シビアな傾向が続くとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・地元企業の接待会食や、企業の会合が売上の大きな比率を占めるなかで、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も受注数が戻らない。
	□	一般レストラン（店長）	・良くなるのか悪くなるのか判断する決定的要因が見当たらない。
	□	一般レストラン（統括）	・中国のインバウンド需要が不透明なことや、円安、物価の上昇などまだマイナス要素が続くとみられ、今後の景気を見通すのは難しい。
	□	スナック（経営者）	・常連客が大部分を占めるので、この先も極端な変化はないと考える。
	□	観光型旅館（経営者）	・秋以降、少しずつ団体の問合せも増えており、予約は順調に推移しているが、働き手が足りないという受入れ態勢の問題があり、100%受入れしてよいのか迷っている。
	□	旅行代理店（従業員）	・旅行代金の上昇はもちろん、その他生活費も上昇傾向は変わらない。また、10月以降の貸切バス料金の値上げによる影響も出てきそうである。
	□	タクシー運転手	・観光客による人の動きは秋にかけても変わらないとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・10月に新機種が発売される予定があり、問合せが少しずつだが増えている。商品が潤沢に市場に出れば少し期待はできるが、今のところ予測が付かない。
	□	通信会社（役員）	・物価上昇は懸念材料だが、大きな変動はないと考える。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・コロナ禍の雰囲気から抜け出すことは難しい。また、このまま残暑やガソリン価格等の高騰が続く状態では、現在の不調から回復するとは考えられない。
	□	美容室（経営者）	・景気はこのままの状況を維持すると考えるが、サービス業は他の業界よりも人手不足が深刻になっており、売上への影響が出てくることを危惧している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅着工数が伸び悩んでおり、景気回復につながらない。
	▲	商店街（代表者）	・この先も暑い日が続くようなので、高齢者の外出が望めない。また、景気刺激策も減ってきている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、普通の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうである。

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
	▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、相変わらずの物価高で買い控えの傾向になるとみている。比較的関心の高い食の物産展や、デパ地下を切り口とした菓子、総菜の企画を増やし、何とか来客数を増やしたいと考える。
	▲	スーパー（仕入担当）	・食料品以外の価格が高騰しており、値上げも予定されている。
	▲	スーパー（店舗管理）	・燃料費高騰の影響がどの程度出るか懸念している。また、厳しい残暑により昼間の来客数の増加は全く見込めない。
	▲	家電量販店（店長）	・電気料金や燃料価格の高騰により、冬物の暖房器具の売行きが悪くなりそうである。
	▲	家電量販店（店長）	・食品やガソリン等の値上げが続くなかで、故障による買換えの客は、希望する性能より価格にこだわり、できるだけ支出を抑えようとしている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車価格の高騰やガソリン価格の値上げなど、厳しい状況が続く。
	▲	自動車備品販売店（役員）	・観測史上最も暑い日が連続し、外出を控えているとみられる。更に、各種値上げラッシュが当たり前となり購買意欲が低下していることから、明るい兆しはみられない。
	▲	タクシー運転手	・運賃の改定で9月11日からタクシー運賃が値上がりするため、乗り控えが出てくると考える。
	▲	通信会社（職員）	・競合の進出が影響すると考える。
	▲	テーマパーク（役員）	・ガソリン価格や物価高騰などの影響があり、個人旅行の動きがやや鈍くなると考える。また、団体旅行の予約も動きが鈍い状況である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・原材料の値上げが続いているため、価格上昇が収まらない状態である。客との商談中も提示する価格で迷うことがあり、商談への集中力が欠けてしまうことも多い。展示場の来場者数も減少しており、厳しい状況はもう少し続きそうである。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・資材の高騰が続いている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・電気料金やガソリン料金の高騰が工事費や運搬費に転嫁され、値上げの対象品目が増えている。今以上の客離れを防ぐためにも値上げは避けたいが、売価に上乗せせざるを得ない状況に追い込まれるとみている。
	×	コンビニ（店長）	・10月からの最低賃金引上げに経営側が耐えられない。物価上昇による売上増加があっても、フランチャイズ特有のロイヤリティが発生するため、利益はそれほど増加するわけではなく、経費のみが重く押し掛かってくる。商品売上と粗利が上昇することで、ロイヤリティも上昇するため利益率が悪化するところに、経費が急騰するという大変厳しい状況が続いている。
	×	住関連専門店（役員）	・電気料金やガソリン価格の値上げなど、家計を圧迫する要素が多く、不透明な経済状況による影響を懸念している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・販売量は増加するとみている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・足元の状況が上向きであることに加え、インバウンドの影響が期待できると考える。
	○	金融業（融資担当）	・観光やレジャー、飲食関係は好調で回復に寄与することが期待されるが、小売業は様々な値上げの影響があり、必需品以外の買い控えや巣籠り需要の反動減がみられる。製造業は堅調だが、原料の高騰や光熱費の上昇に対し、値上げや売上増加でカバーしきれていない企業も多くみられる。
	○	金融業（融資担当）	・現状が今後も継続すると考える。
	○	税理士（所長）	・円安やガソリンなどの資源価格の高騰は変わらないが、賃金は少しずつ上昇しているため、消費は引き続き良い傾向に向かうと考える。
	□	繊維工業（総括）	・国内ファッション衣料向けが堅調で、自動車向けも回復傾向にある。しかし、世界的なインフレの影響により需要が減退したスポーツ、アウトドア用製品は、特に欧州市場での回復が遅れており、先行きについて楽観できない。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・エネルギー価格の高騰や物価高など外的要因が解消する兆しがなく、住宅需要も目に見えて回復するとは見込めない。
	□	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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内、海外共に自動車関係、産業機械関係部品の受注状況は順調で、3か月ほど先の受注もおおむね現状程度確保できている。しかし、調達価格の上昇に伴う販売価格への転嫁を急速に進めており、受注数量への影響を懸念している。
	□	建設業（経営者）	・電気料金や食料品の価格が上がっているが、それに賃金の上昇が追いつかず、家計は厳しいままである。消費に回す余裕がないため、悪いままで推移すると考える。
	□	輸送業（管理会計担当）	・国際貨物は米中関係や日中関係の悪化に伴い、物量の回復が見込みにくい状況にある。
	□	輸送業（経理）	・10月からインボイス制度が開始されるが、対応をしていない事業者への仕入れがどうなるのか、社会動向を注視したい。
	□	通信業（営業）	・ガソリン価格や食品等の値上げが続くなかで、政府の支援金等の施策も頭打ちの状態であるため、景気が良くなる要因は少ない。ただし、外食産業を中心に各業種の業績が好調であるため、景気が悪くなる要素は少ないと考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せが少ない。物価の上昇によって、今は手が出ないという話をよく聞いている。
	□	司法書士	・建物関係では、建築資材の高騰で低価格帯の新築が減少している。新規事業展開の動きはあるが、燃料価格などの上昇という不安要素もある。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・原子力発電所の処理水放出に対する、中国の日本産水産物全面輸入禁止措置により、少なからず輸出売上は減少すると考える。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・円安の傾向は引き続き変わらず、企業にとってコスト高の影響はまだ続きそうである。
	▲	建設業（役員）	・受注量はピークを過ぎた感があり、先行きについては減少方向であるとみている。仮に、全体の受注量が減少しないとしても現状の人員体制に限りがあるため、受注増加は想定しづらい。
	×	＝	＝
	◎	＝	＝
雇用 関連 (北陸)	○	人材派遣会社（社員）	・期間限定ではなく直接雇用を前提とした派遣契約が微増しており、企業側にも若干の余裕が出てきたようである。また、派遣スタッフも自身の環境のなかで短期間、短時間でも働きたいという就労意欲が向上していると考えられる。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	・2025年の新卒学生を対象とした採用活動の企画立案がスタートする時期となり、各企業からは様々な要望が寄せられている。学生の動きはまだ鈍いものの、人材を確保するための各企業独自の取組も多く、市場は活性化していくとみている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は堅調に推移しており、求職活動も活発化の兆しがみえる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・サービスを始めとして人手不足が続いている。徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻り、消費に活気が出てくると景気も良い方向に向かうと考える。
	□	職業安定所（職員）	・人流や物流が回復していることで久しぶりに求人を出す事業所もあるが、電気料金等の高騰により求人を控える事業所もあるため、全体としては求人数の増減幅は少ない。
	□	職業安定所（職員）	・良い話も聞くが、物価高騰の影響は思った以上に長引くと考える。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続いており、求人の状況が変わる要素や気配がみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・製造業を中心に求人数が若干減少している。
	▲	新聞社 [求人広告]（営業）	・国の電気料金やガス料金に対する補助の先行きが不透明であることに加え、最近のガソリン価格の上昇が徐々に家計や企業に影響を及ぼすと考える。

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〔雑貨〕 (経営者)	・世界が東西で冷戦状態になればなるほど、西側の資本主義諸国の景気は良くなる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・中国からの団体客の入国解禁で、来客数が更に増加する。今後は大阪・関西万博関連の動きも徐々に出てくるなかで、ラグジュアリーブランドからの改装要請があるなど、先行きには期待が持てる。今後も客単価が上がるほか、マスクを着用している来店客もかなり減っていることから、年末にかけて売上が拡大する。
	◎	百貨店（サービス担当）	・中国からの団体客の規制緩和により、観光客の増加が更に期待できるほか、食品企業との連携による新ショップのオープンや、新たなレストラン導入で集客力がアップし、売上の拡大が期待できる。
	◎	コンビニ（経営者）	・中国からの団体客が入国解禁となり、当地域は大きな影響を受けるため、夜間の来客数が増加する。
	◎	高級レストラン（企画）	・宿泊における客室単価は、2019年比で約2割アップしている。インバウンドの増加に伴い、今後は更なるアップが見込まれる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・海外客の利用も好調で、高稼働率を維持している。国内客は団体利用が伸びていないが、個人客は高単価プランの利用もあり、売上の底上げ要因となっている。一方、ホテル業界の人手不足は深刻で、レストランの休業日を設けたり、社内での協力体制で乗り切っている状況である。
	◎	旅行代理店（役員）	・海外旅行の単価は、燃油サーチャージの高騰もあってかなり高額となっている。それでもコロナ禍で長らく行けなかった、海外旅行への要望は多い。
	○	一般小売店〔野菜〕 (店長)	・インバウンドが増加し、都市部や観光地はにぎわう一方、一般消費者が物価上昇をどう乗り切るのかは不透明である。これ以上物価が上がらなければ、全体的な景気の改善が期待できる。
	○	百貨店（売場主任）	・円安や物価の上昇といった不安要素はあるものの、国内需要は増加傾向にある。さらに、中国からの団体旅行の解禁に伴い、インバウンド需要の増加も見込まれる。国内の中間層による消費拡大には大きな期待は持てないものの、国内の富裕層やインバウンド需要は拡大が期待されるため、現状よりも良くなると予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・ようやく郊外店でも、客の動きがかつての水準に戻ってきたことが実感できている。今後は水道、光熱費の値上げによるインフレが懸念されるが、今のところは影響がみられない。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客が増えると予想している。
	○	百貨店（マネージャー）	・国内客の中間層の動きは全体的に大きく変わらず、個々の消費者の価値判断による選択消費は続くが、秋の行楽やイベントで人流は安定的に増えるため、それに関連する市場は好調が続く。また、インバウンド需要も中国人による購買の増加が大きく寄与し、今後も増加が続くと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・中国からの団体旅行客の急増が見込まれるため、インバウンド売上の更なる増加は間違いない。さらに、円安の影響で、インバウンドによる高額品の購買の増加にも拍車がかかる。
	○	百貨店（管理担当）	・取引先などの間では、日常を取り戻す動きが目立ってきている。年末商戦もかつての盛り上がり近くに近づくことを期待したい。
	○	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドの増加に伴い、取引先も下期に向けて増産体制に入っている。これまではコロナ禍の影響で在庫を絞る傾向にあったが、品切れが解消されることで、売上の増加が期待できる。
○	百貨店（営業推進担当）	・物価の上昇とともに、円安の動きも続く見込みである。インバウンドは既にかつての水準にまで回復しており、今後は更に増えると予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンド関連の販売は増加が続くほか、国内の富裕層の客単価も、更に上昇する期待が大きい。海外特選ブランドの相次ぐ値上げに対しても、消費は当面、上向き傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・やはりインバウンドの増加への期待が大きい。特に、足元では中国人客の来店や購買が増加している。直近の出国規制の緩和による影響が大きく、多くの商品で中国人客による購入がみられ、売上の底上げにつながっている。
	○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍に関する規制がなくなったとはいえ、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数が多い。これが落ち着けば、クリスマス、年末商戦は更に上向くと予想される。経費についても、原子力発電所の再稼働などで電気料金が下がれば、更に景気が良くなると期待している。
	○	百貨店（商品担当）	・中国人団体客の規制緩和に伴って、インバウンド需要が伸びるのに伴い、良くなることが予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・中間層を中心とした国内客の消費が上向いている感覚は、依然として乏しい。インバウンドについては、購入商品の変化により、かつての爆買いは期待できないかもしれないが、中国からの団体客の入国解禁で訪日客数自体は増える。
	○	スーパー（社員）	・多くの企業でみられた今春の大幅な賃上げや、最低賃金の大幅改定などにより、一般家庭の消費はしばらく増加が続くと予想される。当社の売上も増加傾向の継続が期待できそうである。
	○	コンビニ（経営者）	・現在の好調に加えて、インバウンド需要も上乘せされるため、更なる売上の増加が期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・このまま景気が活発に動き出すと予想しているが、10月の値上げによる影響が心配である。
	○	コンビニ（店員）	・暑さが落ち着いて外出する機会が増えるほか、学校が近いため、秋の行事の際に活用する人も多く、ふだん以上に来客数が増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・マイナス材料もあるが、海外旅行者の増加や国内客の単価の上昇は、しばらく続くと予想される。
	○	衣料品専門店（店員）	・2～3か月先は繁忙期に入るため、やや良くなる見込みである。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・外国人観光客の増加に伴う来客数の増加や、季節商材の販売の増加が予想される。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金効果で住宅のリフォームや給湯器の需要が増えるため、販売量の増加が期待される。
	○	家電量販店（企画担当）	・インバウンド需要の回復が期待できる。特に中国からの団体客が解禁となったことは大きい。その一方、国内需要は期待できる要素が見当たらない。
	○	乗用車販売店（経営者）	・マスクを着けない人が増え、週末に多くの客が来店するようになった。新車がスムーズに供給できるようになり、予約も増えている。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後はインバウンドの増加で、少しずつ飲食店が良くなっていく一方、国内客の消費は横ばいの推移が予想される。
	○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・食品や日配品は、値上げの影響も落ち着き、順調に売れている。一方、コロナ禍の収束で、需要はマスクなどの衛生用品から化粧品や化粧品雑貨に移行するなか、今後はインバウンドによる販売増もあり、上向くことが期待される。
	○	一般レストラン（店主）	・コロナ禍の収束により、ふだんの生活に戻りつつある。
	○	観光型ホテル（経営者）	・秋の団体客の予約はかなり戻りつつあるが、スタッフが人手不足にあるなか、単価の高い団体客をどれだけ効率良く受け入れられるかが課題である。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・中国からの団体客の増加で、宿泊需要が期待できるほか、気候も良くなることで外出が増える。また、4年ぶりとなる忘年会や新年会での利用も期待できる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・予約や問合せの動きが増えている。下半期は高稼働や高水準の売上が見込まれるほか、中国からの直行便の運航も増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・外国人比率が上昇するなか、アジアからのインバウンドの増加による売上増が期待できる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要の増加に伴い、団体客等の宿泊の問合せが増えているため、予約の確定を目指す。当地域は秋の観光シーズンに向けて、予約の動きが全体的に活発になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	観光名所（企画担当）	・インバウンドの増加で来場者数の回復率がアップしてきたが、ここへきて一定の水準で止まりつつある。ただし、中国からの客が増えるなか、どの程度の動きになるかは分からないが、全体の増加につながると予想している。
	○	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国からの団体客の増加に期待しているが、原子力発電所の処理水放出に伴う、日中関係の悪化による影響が心配される。
	○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・季節的に利用者数の増加を期待している。
	○	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・最近は入会者が徐々に増えている。口コミなどで、今後も増える可能性がある。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来場客の増加に伴い、成約数も増えている。
	□	商店街（代表者）	・人出に大きな変化はなく、インバウンドの恩恵も余り期待できない。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・現状から考えると、ガソリン代などの物価が上がり過ぎており、お金を使う余裕があるとは考えられない。特に年配客の話聞いてみると、まずは医療費に回すという声が多く、景気が良くなるとは考えにくい。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・日本への中国人団体旅行が解禁されたとはいえ、原子力発電所の処理水放出問題もあり、先行きは不透明である。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後、景気がひどくなることはないが、良くなるとも到底思えない。先行きは全く見通せないが、明るい兆しは感じられない。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・各社による値上げの動きはまだ落ち着かない。先を見越して当社も値上げを行いたい、商品の動きが悪化する恐れもあり、タイミングが難しい。
	□	百貨店（販売推進担当）	・円安によるインバウンド需要の増加は続いているが、度重なる値上げで効果は薄まっているため、今までのような大幅な売上増は期待できない。
	□	百貨店（販促担当）	・大きな変化の要因は見当たらず、物価の上昇による影響も、今のような動きが続くと予想される。コロナ禍明けの消費機運が落ち着きそうであるが、まだ一巡はしておらず、秋の行楽等の動きには期待できそうである。今後は体験型などの仕掛けを増やし、外出機会を生み出すことが重要となる。
	□	百貨店（店長）	・物価の上昇に対する、ガソリン代などへの補助が続くのか、それが税金で賄われていると考えれば、自然と消費意欲が減退するのは仕方がない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・季節の変化に伴って秋冬商戦がスタートするが、インバウンドに下支えされる状況は続く。一方、暖冬も予想されるなか、国内客の消費が大きく上向くことはない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍による落ち込み時に比べれば、売上、来客数共に増えてきたが、ゴールデンウィーク明けから新型コロナウイルスが5類感染症に移行となり、都心へ買物に行く客が増えたことで、地方店は厳しくなっている。特に、ラグジュアリーブランドなどの衣料品が厳しい。
	□	スーパー（店長）	・値上げの影響もあり、日用品の買い方が慎重になっている印象が強い。今後も商品全体の値上げが続くと、景気の減退につながると予想される。
	□	スーパー（店長）	・旅行や外出の動きのほか、インバウンド需要も戻りつつある。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇に収入が追い付かなければ、回復は厳しい。
	□	スーパー（店長）	・食料品は9～10月も値上げが実施されるため、販売点数の減少が予想される。それに伴い、今後もいかに単価の上昇でカバーするかがポイントになる。
	□	スーパー（企画担当）	・残暑が続くとこの予報により、夏物商材の在庫調整や秋物商材の展開など、季節商材の売場管理が難しくなる。また、ある程度気温が下がってこなければ、生鮮品の売上構成比が上がってこない。
	□	スーパー（企画担当）	・競合他社の出店もなく、今月と同様の外部環境が続くと予想される。
	□	スーパー（経理担当）	・夏物から秋冬物商材に売場が移行するタイミングであるが、残暑が長引く予想であり、売上の伸びが抑えられる可能性がある。基調としては単価の上昇が続いており、売上は底堅い動きが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・しばらくは現状の傾向が続くと予想している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・悪くなると懸念していたが、ガソリン補助金の延長策や、電気料金の補助金延長の見込みから、大きな変化はないと予想している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・10月に賃金が改定となるが、急激な変化はないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・まだ値上げは続くが、しばらくは現状が続くと期待している。今後は最低賃金などが上がるため、利益が維持できる程度の景気が続いてほしい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・今後も残暑が厳しいため、引き続き冷たい商品がよく売れる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇や燃料費の高騰など、家計の苦しい状況が続くなかで、景気の回復はあり得ない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・様々な制限もなくなり、外国からの旅行も増えているため、しばらくは今の状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・家電価格の上昇や、電気代やガソリンなどの高騰もあり、9月の決算期にも期待がもてない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・特別なプラス要因が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・少しずつであるが、見積依頼が出ている。以前は依頼すらなかったことを考えると、好転しているが、実際の受注に至るまでには時間が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・現状が続くと予想されるが、消費の対象が旅行などに移行する傾向が強い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・中古車販売大手の事件を受け、中古車相場の下落が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・食料品やガソリン価格の値上がり、家計には響いている。この2つが落ち着かない限り、今の厳しい状況は続く。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・ガソリン補助金の延長はほぼ確実な見通しであるが、原油価格の上昇も続く見込みである。夏の反動で秋口からはガソリン需要の減退が予想されるなか、ここ数か月は全体的な景況感に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・物価の上昇を余り意識せず、高級ブランド品に目を向ける若年層よりも、物価の上昇への意識が強い中高年層の購買意欲が上がらなければ、状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・物価の上昇がメディアで多く報じられることで、購買意欲の低下につながる懸念がある。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・様々な商品の値上げが続いているため、今以上に注文が増えることは期待できない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ増えているほか、外国人客の動きにもまだ期待できないため、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・燃料費への補助の延長など、明るい兆しが少しみられるため、徐々に上向きの動きが出てくる。ただし、消費者の動きがすぐに変わるわけではないため、少し時間が掛かるかもしれない。また、原子力発電所の処理水放出により、中国からの団体客の訪日が増えるようになるため、全体では少し良くなるか、現状と余り変わらないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・販売量は堅調に推移しているが、原材料価格の上昇に加え、ガソリン価格の高騰による運送費の負担増のほか、人件費の負担も増えている。販売量のアップ以上に費用の増加による影響が大きく、利益が圧迫されている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・物価の上昇が止まらず、2度目の値上げをすることになったが、今後の客の動きは見通せない。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・コロナ禍も落ち着き、ウィズコロナの考え方がかなり広がったこともあり、来客数が増加している。今後もこの状況は続く。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が収束したものの、まだ後遺症が残っている。特に、8月は猛暑や台風による打撃を受けたため、まだ回復していない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・良くなる要因が特にない。

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
	□	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要は好調が続くものの、電気・ガス代の補助終了などで、国内消費は更に悪化していくことが予想される。
	□	旅行代理店（店長）	・販売単価の上がる年末年始の旅行も、かつてに比べるとまだ受注が少ない。海外旅行については、来年の旅行の相談にとどまる客が多い。
	□	旅行代理店（支店長）	・大型スポーツイベントなどの開催が予定されているが、コロナ禍以降に高まっていた客の旅行マインドが、酷暑や自然災害の影響で縮小している。
	□	タクシー運転手	・暑さも少しずつ和らいでくる時期であるが、インバウンドなどの動きが増えている。今後は暑さのために近距離の移動で利用する客が減る一方、必要な移動手段としての利用が増えてくる。
	□	通信会社（社員）	・これからスマートフォンの新製品が発売となるが、ここ数年はかつての盛り上がりが見られない。生活用品や食材価格の上昇もあるため、高額な端末本体を購入する人は減ると予想される。
	□	通信会社（役員）	・市況やキャリアの営業方針に大きな変化はない。特に、あるキャリア大手は全国的に販売店を閉店する方針であるため、状況の改善は見込めない。
	□	通信会社（営業担当）	・厳しい状況に変化はないと予想される。
	□	遊園地（経営者）	・物価の上昇が落ち着く気配がない。今後はレジャー施設への外出の減少など、支出先の選択が進むと予想される。
	□	ゴルフ場（支配人）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、レジャーの選択肢が多様化している。秋のシーズンに入るが、予約状況を考慮すると良くも悪くもない。
	□	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、感染への危機感は低下しており、日常を取り戻してきたと感じる。ただし、イベントが順調に開催され、チケットの販売も好調であるが、収益は物価上昇の大きな影響を受けている。
	□	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・エネルギーや資材、食品価格などの高騰による買い控えが懸念される。
	□	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・9月は人気グループのコンサートが開催されるため、集客に期待できる。プロ野球シーズンが終了となる10月は、企業のイベントなどが中心となるため、集客は減少するものの、今年もプロ野球のポストシーズンの試合開催に期待している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・地価の調整が進み、消費者の希望価格に近づくまでは、今の状態が続く。
	□	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）	・今後は株価の推移や金融情勢次第である。
	□	その他住宅 [展示場]（従業員）	・円安などにより、建築資材価格の高騰は当面続くと予想される。
	□	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・不動産市況については、横ばいの動きが続くそうであるが、住宅ローン金利の動向次第では、影響を受ける可能性がある。
	▲	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・ガソリン価格などの不安要素があり、先のコストアップに備えた買い控えの動きがみられる。このまま少しずつ景気が悪い方向に向かうことを懸念している。
	▲	一般小売店 [呉服]（店員）	・今月は浴衣が動いていたが、夏が終わって絹布の素材に変わると、値段が上がって動かなくなる。
	▲	スーパー（経営者）	・様々な分野で値上げが続いており、買い控えの傾向が強まると感じる。
	▲	スーパー（店員）	・天候によって価格が大きく変わるが、上がる一方であり、下がることはほぼないため、客の様子がますます厳しくなっている。
	▲	スーパー（開発担当）	・相変わらず物価の上昇は止まらず、値上げラッシュの日々が続いている。パート、正社員共に賃金が上がらず、これでは景気が良くなるとは思えない。
	▲	コンビニ（店員）	・近隣で開業予定の商業施設の工事が終わりに近づき、工事関係者の来店が減ってきたほか、商業施設の開業で人の流れが変わり、今後は来客数が減る可能性がある。

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
	▲	家電量販店（店員）	・世間の物価上昇が落ち着くまでは、良くならない。少しでも安い商品を探し、無駄のないように生活を切り詰めて、資金はなるべく貯蓄するという流れになっている。消費者への具体的な支援策が求められる。
	▲	家電量販店（人事担当）	・夏休みの行楽による出費の反動が出ると心配している。特に、買換え需要以外の消費の伸び悩みが予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・原子力発電所の処理水放出問題で、中国人観光客を中心としたインバウンド需要の減少が懸念される。また、原油価格の上昇や円安が、アフターコロナの景気回復の足を引っ張っており、しばらくは現状が続きそうである。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・手取りの給料が増えないなか、介護おむつや子供おむつの値上がりが見られ、かなり負担に感じる客が増えている。インフレ傾向の定着にはまだ程遠い。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・やや悪くなる懸念があるが、余り変化はない可能性もある。
	▲	観光型旅館（経営者）	・旅行関連のリベンジ需要が落ち着き、かつての景気に戻ったと感じる。旅行需要は景気に左右されるため、今後は厳しい状況となる。
	▲	タクシー運転手	・将来への不安なく消費ができるようなバックアップが、今後の消費や経済が上向く要素となる。
	▲	テーマパーク（職員）	・課題としてやらなければならない対策と、さほど重要ではないが取り組みたい対策のバランスが取れていない。税収が増えても増税の議論が続いている状況では、景気回復が期待しにくい。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・中国経済の悪化による影響が出てくる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・開発事業用地を仕入済みのデベロッパーが、建設費の高騰に伴って事業を中断するケースが出始めている。一部で用地の売却を行っているが、希望価格は下げている。ただし、いつまでも開発事業用地を保有し続けることは困難なため、価格を下げて売却する動きが増える可能性が高い。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・増税への懸念による悪影響が出る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格の高騰など、石油製品の値上げラッシュで消費が冷え込むと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・買物に行かない癖がつくと、外出しなくなるため、買物に出なくなるような仕掛けを行う必要がある。
	×	家電量販店（店員）	・国の補助金等によって先行的に販売が進むなか、10月頃にはまた値上げの予定があるため、今後は買い控えが避けられない。
	×	住関連専門店（店長）	・元々高額な商品が多いため、小規模な消費税免税業者の利点をいかし、販売価格を抑えてきた。インボイス制度を導入すると、大幅に値上げせざるを得ないため、苦渋の決断で導入は見送った。ただし、企業からの注文の減少は必至である。
	×	一般レストラン（経営者）	・商品の値上がりで、外食の機会は更に少なくなる。
	×	通信会社（社員）	・生活必需品の値上げに伴い、固定費を削減する流れが強まる。
	×	競輪場（職員）	・回復する要素に乏しく、前年と同じような状況が予想される。様々な物が値上がりしているため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・台風の接近や船便の遅れなどで、業績は計画を下回っているが、輸入業者の業績は円安が最大の変動要因となる。円安による悪影響への補助金よりも、根本的に円を強くする対策が求められる。
	◎	広告代理店（営業担当）	・前年からWeb媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇は少し気になるが、今後も外国人観光客は増加が続くため、景気は少し良くなる。
	○	繊維工業（団体職員）	・今後は需要期に入るため、やや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末に向けて各種イベントの増加が予想されるため、受注量の増加を見込んでいる。

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
	○	化学工業（企画担当）	・インバウンドの増加や国内旅行の本格化により、食品の需要が劇的に改善した。年末に向けて、需要は更に活発化すると予想される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・最近では日本の半導体業界の実力も落ちてきているが、まだしばらくは競争力を維持できる。その影響で当社の業況も当面は安泰であるが、安心はできない。
	○	広告代理店（営業担当）	・下期の広告受注は、前年よりも動きが出そうである。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・食料品だけでなく、サービスや消費財の価格もインフレが大きく進んでいる。いわゆるステルス値上げも含めると、肌感覚では前年比で10%以上と考えられる。一方、最低賃金の引上げで契約社員の給与も5%から10%以上上がるなど、今やインフレサイクルに入ったことは明らかである。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先の業績の好不調が、業種によってはっきりと分かれている。当業界では前年末以来、生産量の減少が続いているが、業績の良い取引先がもう少し増えなければ、状況は良くならない。
	□	化学工業（経営者）	・現在の景気低迷は、原材料価格の上昇に伴う値上げの影響であり、将来的には元に戻ると予想されるが、2～3か月では変わらない。
	□	化学工業（管理担当）	・受注見込みの内示によると、現在のやや好調な状況が続きそうである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・雰囲気は悪くないが、継続性についての裏付けがなく、現状維持が続くと予想される。全体的に消費者向けの製品は余り伸びないが、業務用の製品は堅調である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ゼロゼロ融資の返済が本格化し、中小企業の業種によっては倒産件数が増加傾向にある一方、コロナ禍の収束による明るい兆しもあるなど、一進一退の状況である。2～3か月後の景気についても、大幅な変化はないと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・今後も大きな変化はないと予想されるが、原子力発電所の処理水放出や、ウクライナ危機による経済への影響が気になる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・落ち込むことはないが、急速に改善することもない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安が更に進む可能性があるなど、先行きは不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・物価の上昇で材料価格が上がっているため、売上が増えない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、引き合い案件も少ない。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	・受注の納期が来年度という案件が多く、3か月後の売上対象にならない。また、客が工賃単価の値上げになかなか応じず、鋼材価格や生産用の電力料金などの上昇分を、販売価格に転嫁しにくい。
	□	建設業（経営者）	・大阪・関西万博では、パビリオンの工期がひっ迫している。国家プロジェクトとして、優先的に建設資材や技能労働者を集中させ、開幕に間に合わせる動きになれば、その悪影響が出ることになる。
	□	輸送業（営業担当）	・商品の値段を下げられず、低価格のイメージが失われつつある。
	□	金融業（副支店長）	・今後の受注についても、増加する見込みはないという取引先が多い。
	□	金融業（営業担当）	・燃料費の上昇などが、どの程度緩和されるかが課題である。
	□	司法書士	・景気の良くなる要因が見当たらず、現状維持が続く。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価は上がっているが、売上は増えていない。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・コロナ禍に関する規制がなくなり、イベントや展示会も開催されているが、上向き要素は余り見当たらない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・製品価格の2度目の値上げ要請を行っているため、荷動きが少し悪くなると予想される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・原材料や輸入商品の仕入価格が上昇する一方、販売価格に転嫁できない状況が続いている。また、過去の価格転嫁による販売数量の減少も、厳しい状況に追い打ちを掛けている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・催事の回数が減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格や人件費の上昇で住宅価格が上がり、新規物件の成約が減少している。建築や住宅関連向けの出荷は、先行きが見通せない。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・食品やガソリン価格の値上がりで、厳しい状況が続くと予想される。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・かつてとは市場の構造が大きく変化している。円安や全体的な物価上昇の影響で、消費者の財布のひもが固くなりつつある。
	▲	建設業（経営者）	・受注残はいずれなくなるため、新規案件の獲得が必要になるが、営業活動にマンパワーを割けていない。
	▲	建設業（経営者）	・人件費の増加や働き方改革への対応もあり、取引先は投資に慎重にならざるを得ない。
	▲	輸送業（経営者）	・今年に入ってから、取引先の販売量が減少したまま増える見込みがない。取引先も赤字価格でしか売れないため、無理に売ろうとしていない。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・例年9～10月は販売量が減るため、売上は減少する。
	▲	通信業（管理担当）	・燃料価格の高騰による物価の上昇に加えて、異常気象による野菜価格の上昇で、更に景気は悪化する。
	▲	不動産業（営業担当）	・今後もアパレルなどの物販店の撤退が相次ぐと予想される。店舗の賃料が下がり、空室率も上がるなど、景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・全国旅行支援の段階的終了に加え、電気・ガス代への補助が9月で終了する予定である。これまではコロナ禍の収束によるリベンジ消費で実感がなかったが、今後はインフレの影響を肌で感じることになる。
	×	輸送業（営業担当）	・ドライバー不足が解消されないため、取扱い荷物を減らしたり、サービスレベルを落とすといった対応が計画されている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍の収束後は、中小企業は立ち行かなくなると予想していたが、そのとおりになっている。景気は作られるものであるため、1日も早く必要な対策が求められる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価上昇が沈静化せず、経済対策の効果も浸透していない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後も良くなってくるが、世界情勢の不安定化や物価の上昇といった不安要素があることも否めない。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下半期に入れば、更に求人が増えると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・良くも悪くも、正式内定日の取決めが形骸化しており、長期的な視点で企業を選択する学生が増えている。当社の調査では、就職活動を終了したい時期を、卒業までと回答する割合が前年を上回った。こうした動きが広まると、実質的に通年採用をする企業も出てくることで、継続的なメディア掲載も期待できる。
	□	人材派遣会社（役員）	・ウクライナ情勢や中国経済の状況、国内の光熱費を含む消費者物価の上昇といった懸念材料が多く、3か月先といえども不透明である。ただし、賃上げ効果やガソリン価格への補助、訪日客を含む人流の回復のほか、企業の求人数も減少傾向にはないため、現状とさほど変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・国内客は期待薄であるが、インバウンドを取り込むことで、まずは関連業種の景気が上向いてほしい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・業界によって好不調の差が出てくると感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中国からの団体客の増加で、インバウンドの消費の更なる増加が見込まれていたが、原子力発電所の処理水放出問題で見通しは厳しくなっている。また、中国による不買運動や、日本からの水産物の輸入禁止が経済に与える影響は大きく、景気回復の足止めにつながる。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・今後の景気は、国内情勢よりも国際情勢に左右されそうである。中国が日本への団体旅行を解禁したことで、インバウンドがかつての水準に戻れば、関連するホテルや小売店などは、今よりも勢いを増す。一方、中国からは原子力発電所の処理水放出に伴い、水産物の全面的な禁輸が発表されている。ウクライナ紛争も続いており、米国や欧州のインフレも収まったわけではないなど、景気の先行きは流動的な状況である。

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
	□	職業安定所（職員）	・大きく落ち込むことはないが、円安の進行やガソリン価格の高騰で、先行きの不透明な状態が続く。
	□	職業安定所（職員）	・現時点で景気が上向くような要素がない一方、悪くなるような要素も見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となった一方、前月比では減少となった。前年比ではフルタイムの男性の新規求職が増えているほか、窓口を訪れる高齢者の割合が高まっている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の伸びが少ない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・かなり踏み込んだ労働環境の改善を図らなければ、中小の建設業者が求人募集を行っても人材は集まらないが、中小の建設業者に労働環境の改善を図る体力はない。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	・北米や欧州の景気動向から、国内景気も悪化する懸念があるが、雇用の側面からみると、そこまでの減退はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・食料品価格の高騰が気になる。消費者は割引販売に殺到しているほか、その日に必要な分だけ購入している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍に伴う規制が緩和された夏期休暇となり、学生は課外活動の合宿やゼミ旅行などに出掛け、旅行や宿泊関連の業界には活気が戻っている。ただし、求人数自体は変わらず、景気の変化はみられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足に関する声が多いなか、中国からの団体旅行の解禁でインバウンドが更に増えることから、求人は引き続き堅調に推移する見込みである。ただし、物価上昇の影響が続いているほか、製造業からは中国経済の成長鈍化による受注減の話も出始めており、今後は物価上昇の影響だけでなく、中国経済の悪化による雇用への影響も注視する必要がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業によるプロモーション費の回復が見込めず、新聞広告、デジタル広告予算共に、前年比で減少の予想となっている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・国内景気の見通しは良くないほか、将来的な増税への懸念など、明るい話題が見当たらない。
	×	—	—

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）	・客の消費意欲が前年より高まってきている。
(中国)	◎	都市型ホテル（宿泊担当）	・今後、海外直行便が増加する予定であり、回復の遅れていた東アジアからの需要が戻る。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊予約のペースが早くなっている。ホテル全体では、宿泊とレストランの調子は良いが、婚礼は2019年から25%以上低下している点が危惧される。一般宴会は2019年から10%から15%低下しているが、前年と比較すると19%伸びている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が再び流行し始めたが、人々が恐怖心を持たなくなったため、景気は若干上向く。
	○	百貨店（広報担当）	・エネルギー価格の高騰や天候不順など先行きは不透明ながら、夏に引き続き、これまで控えていた外出が増加傾向で推移する。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で遅れていた地方の景気も少しずつ回復している。残暑が予想されるが、取引先の秋物入荷が早く、前年と比べると動きも僅かだが良い。秋に向け旅行需要が拡大すると、それに合わせて衣料品の動きも良くなる。
	○	スーパー（店長）	・敬老会や運動会など人の集まる機会が増え、前年に比べて少しは景気が良くなると期待している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・9月の決算に向けて新規客が3か月前より増加しており、新型車の情報などもあり、買換えの客も微増している。納期も少しずつ安定しており、復調の兆しはあるが、ガソリン価格の高騰が懸念材料である。
	○	乗用車販売店（店長）	・整備入庫数は前年と同レベルで推移している。新型車の発売に後押しされ、活気が出てくる。
	○	乗用車販売店（店長）	・乗客数に変わりはないものの、成約率が良くなり、具体的な検討が進んでいる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・現状のまま推移すれば景気は上向いてくるが、まだ不安な状況に変わりない。しかし期待はしている。

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
	○	自動車備品販売店（経営者）	・そろそろ希望的観測も含め、この停滞した消費マインドが上向くことを期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・インバウンド、県外客を含めて来客数が戻ってきており、この流れが続く。
	○	バー（経営者）	・来客数が増加する。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・秋の観光シーズンになり来客数の増加を図りたい。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・当県の10月は神在月という理由はもちろん、観光を含めトップシーズンを迎える。また、現在放映中のテレビドラマのロケ地としての露出効果も期待される。インバウンド関連では、10月下旬からソウル便が週3便で再開される効果も期待できる。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のぶり返しが懸念されるが、数年できていない同窓会や同期会などの需要が急激に増えている。
	○	旅行代理店（支店長）	・旅行事業におけるマーケット環境は、日々少しずつではあるが回復しており、インバウンド事業を始め拡大傾向にある事業へ傾注していくことで積み上げを図っていく。
	○	タクシー運転手	・物価が上昇しているが、タクシー料金も値上がりしたため、プラス要因が多い。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症の緩和で景気が上向く。
	○	通信会社（経理担当）	・サービスエリア拡張に伴い、加入者数の増加が期待でき、今より景気は良くなる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・しばらく猛暑が続きそうだが、来客数増加が期待できる新しいイベントを開催する。
	○	観光名所（館長）	・インバウンドの回復に期待している。
	○	観光名所（観光振興担当）	・9月にイベントをするので来客数の増加が期待できる。
	○	美容室（経営者）	・景気がやや良くなる期待感はある。
	○	住宅販売会社（従業員）	・年末に向けて4年ぶりにイベント等が再開される。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・長期休暇後に客が高額の購入を検討する傾向が考えられる。
	□	商店街（理事）	・依然として、客にコロナ禍の生活スタイルが染みついているが、徐々に変化している。
	□	商店街（代表者）	・ガソリン価格等の上昇で、景気は悪い方向に向かっている。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年度は国内需要の拡大に頼るしかなく、海外輸出はしばらく様子を見る。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・客の関心が行楽に向いているため、売上の増加につながらない。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費者の実質賃金の引上げが実施されない場合、これ以上の景気回復は、内需では難しい。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が上向く要素が見当たらない。
	□	百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素が見当たらず、現状維持となる。
	□	百貨店（広報担当）	・物価高騰により客の節約傾向は変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・小さな催事ではなく、バーゲンセールなど大きな催事をしないと、売上はほぼ変わらない。
	□	百貨店（売場担当）	・地方の店舗での購買は、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻るとは考えにくく、現在とさほど状況は変わらず、ウィズコロナの状態はまだまだ継続する。
	□	百貨店（外商担当）	・エネルギー価格など物価の上昇により、客の生活防衛意識がより高くなり、現状より景気が良くなるとは考えにくい。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇が一旦落ち着かないと景気は回復しない。
	□	スーパー（店長）	・来客数の減少に歯止めが掛からない。商品価格の上昇で売上は悪くないが、高騰しているガソリン価格の影響で、食品の買い渋りが起きる。
	□	スーパー（店長）	・食料品を中心に値上げ基調はますます進み、割引時のまとめ買い傾向と買上点数の鈍化が継続する。収入の増加がなければ景気は回復しない。アフターコロナのプラス要因が、物価の上昇で相殺されると見通している。
	□	スーパー（販売担当）	・値上げが引き続きあり、客の節約志向が根強い。

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（営業システム担当）	・10月に多くの商品の価格改定がある上に、ガソリン価格の高止まりなど、客の消費が上向く材料がどこにもない。値上げによる商品単価の上昇はあるが、買上点数が伸び悩んでいるため売上が良くなる要素がない。
	□	スーパー（業務開発担当）	・最低賃金が大幅に上昇しても、電気料金やガソリン代の支払で飛んでいく。何とか今の状態を年末商戦まで維持して欲しい。
	□	スーパー（販売担当）	・最低賃金が上昇するが、正規雇用者の賃金が2～3か月で大幅に上がることはなく、購買行動へはつながらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ここ2～3か月で来客数は回復しているが、依然として前年を下回っている。ガソリン価格が高騰しているため、今後、良い状況が続くとは考えられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・今後は食料品、ガソリン、電気等の価格の更なる高騰で消費が減少する。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価高の影響で客の買い控えは続き、特にデザート菓子類についての消費は慎重になっていく。店舗の経営に関しては、最低賃金の上昇で経費増加が不可避となり、店の利益に影響を及ぼす。
	□	コンビニ（支店長）	・エネルギー価格の高騰に対し、政府が抜本的な対策を打たないと景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（代表）	・消費税やガソリン税等の減税をしなければ、抜本的な景気対策にはならない。
	□	家電量販店（店長）	・販売促進活動や補助金がないため景気は上昇しない。
	□	家電量販店（販売担当）	・残暑需要と決算期に期待する。
	□	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給量によって販売量が変わる。
	□	乗用車販売店（業務担当）	・物価上昇や燃料価格の高騰などに懸念がある。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・仕入価格や原材料費の値上げに加え、ガソリン価格や光熱費も高くなり、幾らか客が増えても苦しい状況となる。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	・暑さが和らぎ、客の購買意欲が上向き、来客数が減少しないことを期待する。
	□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今より景気が良くなる要素がない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・家計の支出が増えても生活が落ち着いたわけではなく、客は高額商品や余分な買物にちゅうちょしている様子。水道光熱費の上昇が落ち着き、家計に余裕がある状態になるまでは、景気が好調になるとはいえない。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミットの影響がどれくらい続くか不透明であり、客単価の維持ができるかがポイントとなる。
	□	一般レストラン（経営者）	・涼しさと行楽シーズンで観光客が増えるが、ガソリン価格が高騰しているため、そこまで期待できない。
	□	一般レストラン（店長）	・秋にかけてインバウンド需要が高まっており、国内の旅行も引き続き増え、今の好調な状況はしばらく続く。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・今月と比べて来客数が増減する要素は余りみられない。
	□	タクシー運転手	・観光客数が増加し、人の動きも良くなるため、今の良い状況が続く。
	□	タクシー運転手	・好景気状態が続くが、燃料価格やその他諸物価の高騰で収支としてはまだまだ厳しい。また、人手不足の改善が全く見通せず、売上幅を十分に取込めていない。
	□	通信会社（企画担当）	・年内、物価は更に上昇する可能性があるが、通信関係ではまだ追随する方向になく、客の優先的な家計費削減の対象とはなっていない。
	□	テーマパーク（業務担当）	・景気は現状のまま推移する。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・2～3か月先の予約は増えているが、これまでと同様、直近1か月で減少する傾向は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・経費の増加で利益率が低下している会社があり、3か月後も景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・近年、大型物件はゼネコンへ設計と施工を一括して発注する傾向にある。また、中小規模の建築は職人の高齢化による人材不足が目立つ。建築方針の見直しまでもう少し時間が掛かる。
	□	設計事務所（経営者）	・建築物価は更に上昇する見込みに加え、金利も再び上昇し始めている。

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
	▲	商店街（代表者）	・イベントがなければ平時の街並みになってしまうので、今のうちに顧客確保に努めないといけない。
	▲	商店街（代表者）	・来客数が非常に少なく、危機感が強い。
	▲	百貨店（営業担当）	・原材料の価格高騰で価格改定があり、特に秋冬物の衣料品は商品単価が高いことに加え、更なる値上がりによって客の購買意欲の減退が予見される。
	▲	百貨店（売場担当）	・全般的な価格上昇で販売量が伸びず、売上は新型コロナウイルス感染症の影響があった前年より悪い状況となっている。お中元の売上も前年を割っており、来客数に変化はないため、今のままではこの状態が継続する。
	▲	スーパー（店長）	・電気料金とガソリン価格の高騰で景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・暑い日中の来客数は少なく、猛暑で生鮮品の価格に影響が出る。
	▲	スーパー（財務担当）	・節約により、1人当たりの買上点数の前年割れが続く。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたが、諸物価の上昇で客の生活が厳しくなっている。
	▲	家電量販店（店長）	・ガソリン価格、電気料金、ガス料金の上昇など、消費動向が良くなる材料がない。
	▲	家電量販店（企画担当）	・電気料金やガス料金が更に上昇すると、景気は悪化する。
	▲	家電量販店（副店長）	・この夏は暑かったのでエアコンの売行きが好調だったが、今後エアコンが売れなくなると家電需要は低迷する。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・物価上昇に給与の上昇が伴わないため、景気は良くならない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・物価高の影響で車両価格が高騰している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ガソリン価格や農産物価格の高騰、10月に予測される加工食品の再値上げなどで、客の生活防衛意識が高まり、節約志向が拡大するため、ディナータイムの外食利用が減少する。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・ほとんどの宿泊客が車で来るため、ガソリン価格の上昇が旅行動機を鈍らせるのではないかと懸念される。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高騰に歯止めが掛かる状況ではないため、客の消費抑制が継続する。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・家計に関わる物価高が進むなか、賃金上昇は進まない傾向にある。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の売上は、舟券の総発売時間が短縮するため若干減少する。
	▲	美容室（経営者）	・光熱費やその他生活に係る物価の上昇、また、税金や最低賃金の上昇など、あらゆる場面で費用が上がっているため、経営者サイドは苦しくなっていく。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の予算の回復がしばらくない。
▲	住宅販売会社（営業所長）	・ガソリン価格など継続的な物価の上昇や金利の上昇等、実生活に直結する生活費負担の影響がある。	
×	住関連専門店（営業担当）	・景気の回復が耐久消費財の商品には及んでいない。	
×	一般レストラン（経営者）	・物価が上昇し、消費が冷え込むなど、景気が良くなる要素がない。	
×	通信会社（広報担当）	・客からは常に価格競争を求められ、価格の低廉化が進み、景気が上向く様子がみられない。	
企業 動向 関連 (中国)	◎	*	*
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの内示情報で受注量が増える。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（営業企画担当）	・電気料金などの光熱費の高騰が落ち着いてきているため、データセンターやI o T関連への投資や購買など、客の意欲は更に高まる。
	○	金融業（外交担当）	・取引先企業において、物価上昇に連動して給与報酬の見直しといった動きがある。また、県内主要企業である大手自動車メーカーの好景気の恩恵を受ける下請企業も好調になる。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、来客数、成約件数は良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・客情報から、先での受注ができる案件が増えている状況で、上向きに進行する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・相次ぐ物価上昇と燃料費の高騰で利益確保が難しくなっている。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・景気は低水準のまま推移する。

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
	□	化学工業（総務担当）	・価格面では値上げ、一部値下げもあり、前月と状況は変わらない。様々な要因はあるが、原料調達にも若干苦慮している面もあり、先行きの不透明感が継続する。
	□	化学工業（総務担当）	・戦争や自然災害等で先行きが読めない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け、輸出向け商品に大きな変化はなく、現在の生産水準が続く。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注量は変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足問題に対しての大幅な改善が見込めない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材の受注量は、今後数か月は低位から中位で推移する。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・客先の生産量が横ばいの見込みである。
	□	建設業（経営者）	・企業の設備投資が決まらず、維持・修繕費用を消費している。
	□	建設業（総務担当）	・まだまだ社会情勢が安定していない。
	□	輸送業（営業担当）	・コスト上昇分の価格上昇が一服すると、価格、数量は横ばいとなる見込みである。
	□	輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス要素や各取引先に目立った動きはなく、状況は余り変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・受注量の回復が落ち着くが、運送業といった特定業種の動向が気掛かりである。人手不足の回復もなかなか進まない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・需要と供給のバランスが取れず、企業格差が一層出てくる状況なので、廃業する会社も出てくる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・取引先の案件情報が減少傾向にあるため、徐々に受注は減少する。円安が進んでいることもあり、下落傾向にある電力会社の燃料調整費も上昇に転じると懸念している。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから景気はやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・物価上昇、税負担の増加で景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・電子機器や印刷製品は生産調整の動きがあり、また、電子機器部品製造装置も設備需要が減速傾向にある。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・中国との関係悪化に伴い、輸出企業の業績が下押しされる可能性がある。
	×	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年内での転職を計画している母数が増えているため、今後も求職者からの転職相談数の増加が見込まれる。一方で、副業に関する問合せが前年比23%と減少傾向であり、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、残業カットにより収入減少となっていた人たちが、本業で稼げるようになったことが要因と考えられる。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・保育関係の求人活動は9月以降に本格化するため、今後多くの求人数が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・前月の状況と変わらず、上向き、下向き共に話題はない。最低賃金の答申が雇用、景気にどう影響するか判断が付かないため景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・求人需要は引き続き根強いが、競合店との競争激化もあり求職者確保が難しい状況が継続する。
	□	人材派遣会社（副支店長）	・秋以降の求人数は伸びそうだが、若年層の人材が不足している状況は変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が好転する材料は見当たらない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・今年度は月替わりで、有効求人倍率の増減の波がある。前年度は有効求人倍率は増加の一途であったことから、今しばらくは増減を繰り返すような横ばい状態が継続する。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・人手不足感はしばらく続くと思われるが、採用に至らなければ販売促進強化や受注活動といった次なる展開に進めず、需要を取り込めない。仕事はあるが人がいないという状態が続く。
	▲	人材派遣会社（支社長）	・賃金上昇に伴い、就業者の転職意欲が上昇している。現在、就業している会社で賃上げされる額よりも、一旦、労働市場に出た方が賃金が上がりやすいためである。この傾向は短期契約を繰り返す派遣契約で特に顕著だが、企業は賃金上昇と人の入れ替わりによる生産性低下という2つの問題が発生する可能性が高い。

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
	▲	職業安定所（職員）	・燃料費の高騰が長引いて出口がみえないことに加え、10月には最低賃金の大幅引上げが控えており、倒産事業所の増加や更なる採用抑制が懸念される。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	・エネルギー価格など物価の高騰に合わせ、最低賃金の大幅な引上げが見込まれ、人件費が更にかさむ。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・中小企業労働者にとっては、最低賃金が引き上げられても物価高には焼け石に水である。物価上昇に歯止めが掛からず、特に原油高の影響が客の消費意欲の停滞を招き、景気は悪くなる。
	×	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)	◎	一般小売店〔書籍〕 (営業担当)	・外商売上は9月から10月までは好調を維持できるとみられる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症発生前までにはまだ戻っていないが、大分消費パターンが新型コロナウイルス感染症発生前の形式に変わってきたようにみられる。そのため、徐々に秋冬にかけて消費が伸びると予想される。
	○	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが来客数も増えてきており、徐々にではあるが新型コロナウイルス感染症発生以前のように戻りつつあると考えられる。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・受注を再開する車種が増える予定であり、少し良くなるとみられる。
	○	タクシー運転手	・秋が来て、四国遍路の仕事が今のところ結構入っており、今よりは売上が良くなるとみられる。街での仕事も外に出る人が多くなっていることから、それなりに売上は増加するとみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価の上昇等不安要素はあるものの、人流が活性化しており、少しずつ改善されると想定される。
	○	観光遊園地（主幹）	・中国の団体旅行が再開したことで、中国人観光客がかなり増加すると考えられるが、国際情勢に左右される懸念がある。
	□	商店街（代表者）	・当社の事業自体で1番売上が落ち込む時期であるなか、全体の売上は前年比では多少良くなるとみられるが、維持管理に係る経費の高騰が段々と経営に影響しており厳しい状況が続いている。ガソリン等の燃料費の高騰が一段と厳しくなってきたり気を引き締めていかなければならない。
	□	商店街（常務理事）	・消費マインドがなかなか上らず、国内の物価高騰もあるなか、中国の住宅バブル崩壊による景気後退が世界的な経済リスクの要因にならないことを願わずにはいられない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価や光熱費の上昇で節約志向が高まり、景気が良くなる要素がないとみられる。
	□	スーパー（店長）	・現状を変える要素が特に見当たらないと考えられる。
	□	スーパー（企画担当）	・今後値上げにより来客数が減少しない限り今の状況が続くと予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・旅行や外出など、夏休みで伸ばしていた需要がしばらくは落ち着きをみせると考えられる。
	□	コンビニ（総務）	・9月は台風シーズンに入るためその影響に左右されるが、例年並みであれば夏同様に来客数が前年を上回る状況は変わらないとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・物価高の影響が読めない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・後半は厳しい状況が続いており、残暑も厳しいため涼くなれば、秋商品がそこそこ売れるが、来月の残暑が厳しければ、業況は相当厳しいのではないかと危惧している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・当地域の景気は余りいいとはみられない。インパウンドの観光客が来ているところは良いが、それ以外の場所は余り良くないのではないかとみられる。今後もガソリン代や電気代の高騰により、業況の回復は難しいとみられる。
□	衣料品専門店（営業責任者）	・猛暑が続いており、秋物衣料の販売への悪影響が続くのではないかとみられる。	
□	家電量販店（副店長）	・物価高騰が続くため当分の間、大きな景気改善は見込めない。	
□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足が解消されない限り、メーカーの生産台数が増加しないため収益の増加につながらないとみられる。	

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
	□	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・お中元の時期も終わり、これから年末までは少し来客数が少なくなるとみられる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕 (総務部担当部長)	・人流の回復・拡大基調が続く一方、全国旅行支援の終了による売上の減少が想定され、全体としては業況は余り変わらないと想定される。
	□	都市型ホテル (経営者)	・エネルギーコストの増加や食品の値上げ、人件費のアップ、また、人手不足の影響により、販売量は増加しても、収益は低下傾向の企業が多く様子見の状況である。また、全国旅行支援の部分的な再開は好材料ではあるが、台風などの天候の影響が不安要素の1つである。
	□	通信会社 (営業部長)	・販売量、来客数等大きな変動要因が見当たらないとみられる。
	□	通信会社 (営業担当)	・来客数は安定しており、今後の新商品の発売など来客数の活性化が期待される。
	□	競輪競馬 (マネージャー)	・3か月後には物価が安定し始めると予想されるが、遊興に回せる資金が増えるのは、その後の2～3か月後になるとみられるため、現状と変わらないと予想される。
	□	美容室 (経営者)	・新しい試みなどいろいろ試してはいるが、結果がどう出るかは全く読めない。
	□	設計事務所 (所長)	・古い建物の更新の時期が来ているが、人手不足や資材の高騰により、建築単価が上がったため、更新できる企業と諦める企業と両方出てきている状況であり、先が読めない状況である。
	▲	商店街 (代表者)	・地方の衰退は今後少子高齢化によってどこまで進むか、予測ができない。
	▲	一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・現在取引先への出荷量、受注点数が前年と比べ多少減っている状態である。また、メーカーより秋に向けて商品の値上げの通知があり、景気はやや悪くなるとみられる。
	▲	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・秋はふだんでもイベントがなく売上が伸びない時期だが、8月に入った段階で街の人流や注文が少しずつ減ってきており、週末だけ営業する店も出てきている。
	▲	スーパー (店長)	・前年の売上を超えにくくなると予測される。
	▲	スーパー (統括担当)	・物価高による買い控えが増えるとみられる。
	▲	スーパー (財務担当)	・値上げによる実質所得の減少が続くため、価格志向が更に強まり、安売り店を中心に買い回りが一層進むとみられる。
	▲	コンビニ (店長)	・新型コロナウイルス感染症の収束により来店を控えなくなったが、商品価格の上昇により購入ができず、来店頻度が徐々に減るのではないかと考えられる。
	▲	コンビニ (店長)	・この夏場で余り積極的な購買はみられなかったため、今後しばらくは、消費は消極的になってくるのではないかとみられる。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	・ガソリン代の大幅な上昇は新車販売への影響が大きいため、今後の動向が心配である。
	▲	乗用車販売店 (役員)	・中古車市場ではロシアへの輸出制限の影響によるオークション価格の下落がみられる。
	▲	一般レストラン (経営者)	・物価上昇に、所得が追いついていないとみられる。来客数は若干増加しているが、客単価は下がっている。
	▲	観光型旅館 (経営者)	・日本人のアフターコロナのリベンジ消費が一段落した後はインバウンド需要が期待されるが、地方への波及についてはしばらく時間が掛かるため身の回りの景気は一旦悪化するとみられる。
	▲	旅行代理店 (部長)	・物価高騰による影響が続くとみられる。
	▲	タクシー運転手	・8月はイベント、お盆等があり、乗車率も良かったが、ガソリン代や電気代の高騰等、何もかもが上がっており、小遣いがないという客の声がある。飲食に関しても、飲食の回数が半減しているという声が多く、景気はやや悪くなると予想される。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・ガソリン価格や電気代の高騰などいろいろなものが高くなっているため買い控えが続くとみられる。
	×	通信会社 (社員)	・若年層はテレビを視聴しない傾向になっている。
	×	美容室 (経営者)	・毎年9月から11月は売上が下がることに加え、学校が始まり、また新型コロナウイルス感染症が流行し、更に人が動かないのではないかと懸念される。
企業動向関連	◎	食料品製造業 (商品統括)	・食料品は、世界的な戦略物資となり、安く買うことができなくなった。現在の世界情勢からも安くなる要素は少なく、不毛な安売り競争ではなく適正価格での販売へと入りつつある。

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
(四国)	◎	繊維工業（経営者）	・当社の場合、企業の販売促進への別注は主力ではないが、当社商品を新規に販売促進に使いたいとの注文が増えている。景況感が良くなっているため、企業は新しい販売促進商材を積極的に探しているようにみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・企業としていろいろな努力をしているなか、いろいろな対策、制度資金が出ており、それが徐々に浸透しているため景気は良くなるのではないかと期待される。
	○	建設業（経営者）	・公共工事も、民間工事も発注件数が増えており、当社も受注できるかもしれないとみられる。
	□	農林水産業（職員）	・生鮮野菜を取り巻く環境は、加工食品等の値上げや電気料金を含めた物価高騰により、生活防衛をする上で生鮮野菜で調整する消費者行動がみられる厳しい状況であり、この傾向は続くとみられる。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅の契約者数が伸びておらず、前年比を割り込んだままである。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの売上が悪く、特にプラスチックのふたがついたウェットクリーナーが売れていない。ふたがついている分値段が高くなり、昨今の物価上昇により少しでも安い物を購入したいという思考があるため売れていないとみられる。今後中国人観光客の増加が見込まれるため、フェイスマスクについては多少の売上増加が見込まれる。
	□	化学工業（所長）	・アフターコロナのなかで海外からの観光客が増加しているものの、以前のような中国人観光客による爆買いは影を潜め、我々を取り巻く環境ではその恩恵はまだみられない。また、中国に上陸した台風被害の影響もあり、中国の復興がますます先送りとなった感触がある。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・受注量に対し生産・販売が追い付いていないとみられる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・我が国では、大型公共工事を中心とした順調な稼働を背景に、需要は堅調に推移している。海外では、緩やかな景気回復を背景に、欧州を除く全ての地域で需要は増加傾向となっている。一方で、ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格は高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・原材料費の高騰、物価高や円安基調が継続しており、その解消時期が不透明でもあり、今後の景気改善が劇的に良くなっていくことが見通せない。
	□	輸送業（経営者）	・経費における人件費の比率が相変わらず高くなっている。
	□	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、参加者数の増加は一服した様子もあり、新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に一定程度近づいたと考えられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、CMの受注に関しては、地元の受注・販売は増えているものの、東京・大阪本社の顧客が下降トレンドから脱却できていないとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・観光業界に関係する旅行業、ホテル等の販売促進広告は増えているが、多くの客先はエネルギー高騰の影響もあり広告費削減傾向が継続されている。したがって、先行きは余り変わらないと予想される。
	□	税理士事務所	・今の時期に大きく変動するような事象が起こるとはみられない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・円安傾向のため、海外からの輸入原材料価格が上がり、原価が上昇するが製品価格に転嫁できないため、利益を圧迫すると予想される。
	▲	建設業（経営者）	・世界情勢の動きに懸念がある。
	▲	金融業（副支店長）	・価格転嫁も限界が来ている上に、人材不足もあり、経費負担の増加による利益減少に懸念がある。
	×	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・猛暑が続いた夏も終わり行楽シーズンとして施設利用客の増加が見込まれる。安定的な人材の確保が求められる一方、全国的に最低賃金が大幅に上がるため、求人募集での雇用条件などが見直され、業務の効率化に企業課題として取り組む必要が出てくる。
	○	職業安定所（求人開発）	・企業は物価高騰で収益が増えない状態が続いているが、人手不足であり、人材確保に向け求人募集をする傾向は続くとみられる。

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
	□	求人情報誌（営業）	・引き続き求人数は増加傾向であるが、人員充足の兆しが見えないため、横ばいと予想される。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・年末に向けアルバイトの募集は増加するが正社員の募集が減少すると予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足要因が続いていくとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方と都市部の景気の差が少しずつだが確実に広がっている。
	×	—	—

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	コンビニ（経営者）	・所得の増加やインバウンドが増加することでコンビニエンスストアの主力商品の販売が更に伸び、景気回復の動きは進んでいく。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行シーズンに入ることで、海外からの渡航客など、観光での来客数増加が予想される。
	○	商店街（代表者）	・気温が下がり気候が良くなると人が動くようになるため現状より状況が良くなると予想しているが、景気が好調になるわけではない。
	○	商店街（代表者）	・来客数が増加すれば、2～3か月先は売上増加につながることを予想される。
	○	商店街（代表者）	・夜の飲食店関係は若干来客数が増えているため、売上が上向いている。電気やガス料金等の高騰が不安要素であるため、年末までの政府の対策や消費心理の高まりに期待している。
	○	商店街（代表者）	・9月からキャンペーンなどが始まる企業が多いため、売上の増加が見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・残暑は9月も続くようであるが、次第に気候も良くなれば、来客数も増加する見込みである。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・取引依頼の問合せが安定しているため、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（経理担当）	・9月以降もインバウンド需要が見込まれ、売上は全般的に好循環が続くと考えている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で客の外出意欲が回復し、店頭でのショッピングを楽しむ客が増えている。国内外のクルーズ船の寄港増加や国内観光の人の動きの増加、土産品購入、物産、催事の来客数の増加も見込める。紳士雑貨、インテリア、し好性の高いブランド品、舶来雑貨は、価格の上昇はあるものの購入意欲は高く、クレジット利用者数や商品単価は依然好調である。国内外の観光需要の増加で、美術工芸品や特産品の売上は増加し、催事開催や友の会の新年度募集でも来客数や客単価の伸びが見込める。
	○	百貨店（経営企画担当）	・人流が活発化したことにより、衣料品や雑貨、化粧品などが引き続き堅調になると考えられる。また、前年より金額は減少するがプレミアム付商品券の発売も予定されており、消費喚起になると予想される。
	○	スーパー（総務担当）	・国内の景気動向や株価、長期金利等から推測すると、消費は上向くと推測される。
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇による売上増加が続くものと見込んでいるが、競合量販店の業態変更やディスカウントストアへの移行の情報もあり、価格競争の再燃が懸念される。
	○	スーパー（経理担当）	・商品の値上げも多少落ち着いてきたため、インバウンド需要は回復する。人の移動も活発になっており、景気は少し上向きになる。
	○	コンビニ（経営者）	・円安等による物価高騰は懸念されるものの、買い控えには至っていないため、現状が続くと予想される。
○	家電量販店（店長）	・今後も厳しい状況は続くと思うが、消費者が物価高に慣れ始めているように感じるため、徐々に景気は上向いていく。	
○	乗用車販売店（役員）	・話題性のある車種の発表を控えており、客の動きが活発化する期待感がある。また、メーカーからの配車も今後更に増加の見込みがあるため、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
	○	住関連専門店（従業員）	・単価の高い秋冬商材が動くため、景気改善が見込まれる。しかし、気象予報では、例年と比べ気温が高いため、暖冬の影響で需要が落ち込むことが懸念される。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・8月の動きは前年と変わらないが、残暑は厳しく9月までの動きは低下傾向になる。10～11月には気候は涼しくなり、来客数は増加しコーヒーの売上は上昇していく。
	○	高級レストラン（経営者）	・当県では、年末までに様々なイベントが増えているため、景気の回復に期待している。
	○	スナック（経営者）	・コロナ禍の影響はほぼない状態である。猛暑が終われば、今月より人出が増えることが予想される。
	○	居酒屋（経営者）	・当市でもインバウンドが増加しているが、首都圏と比較するとかなり少なく、今後より増加することに期待をしている。
	○	観光型ホテル（総務）	・インバウンド需要が加速化しているが、中国の情勢がまた不安定になっている。しかし、今後の宴会需要の増加は続くと予想される。
	○	旅行代理店（職員）	・国内では紅葉シーズンの個人・団体旅行の需要が増加すると予想される。加えて、海外旅行需要が現在よりも増加することに期待している。
	○	通信会社（営業担当）	・経済活動が、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると、景気はやや良くなる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・地元客をメインに集客活動を行っていきながら、今後は県外、海外の来場者が増えるような営業も進めていきたい。
	○	美容室（経営者）	・2～3か月後の景気は徐々に回復すると考えられる。秋口には客の装いに変化が現れ、新しい商品の動きも出てくるため、業界の動きも良くなる。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・今後の宴会場の打診が散見されるようになっている。
	○	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇による買い控えの傾向が続く。
	□	商店街（代表者）	・景気が極端に良くなったり、悪くなったりすることはないと予想されるが、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増加傾向にあるため、それに影響されることも考えられる。
	□	商店街（代表者）	・景気に戻すために、商店街一同、切磋琢磨して前向きに企業努力することを打ち合わせている。
	□	商店街（代表者）	・猛暑や大雨で外出を控えることも少なくなっている。また、商店街でのプレミアム付商品券の発売が消費者の購買動機付けを後押しし、購買も増加することが予想される。
	□	商店街（代表者）	・この3か月は景気が少し悪くなっているが、これ以上悪くはならず横ばいが続く。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・5年前の台風の被害でレタスの価格が500円にまで跳ね上がっていたが、10月にかけて再びそういう状況になるのではないかと危惧している。また、完熟マンゴーは前年と比較すると120%の需要があり、全国的に景気は上向いていると実感している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・10年前は、お盆を過ぎると脂ののった大きめのサバが入荷していたが、ここ数年は段々と減少し、今ではほとんど入荷していない。秋の風物ともいえる秋サバが無くなってしまい、何とか未来に残していきたいと考えている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今月は暑かったが、お盆にお花を消費するイベントがあり救われた。2～3か月先の気候は良くなり、お花を贈る機会も増えると予想されるが、物価が高くなるため先行きは不透明である。
	□	百貨店（企画担当）	・大きなイベントがなく、クリスマス需要も早くから始まる傾向にあるため、景気は余り変わらない。
	□	百貨店（業務担当）	・客の買物に対する慎重さや、自然災害、猛暑などの要因から外出を控えることが多くなっている。また、季節の変わり目となり、衣替えなどの需要も出てくる時期ではあるが、話題になるようなヒット商品やアイテムがないことも上昇しない理由の1つである。
	□	スーパー（店長）	・急激な物価高騰から1年が経過しているが、物価指数は変わらないと予測している。インバウンド需要があるエリアでは中国の団体ツアー解禁による恩恵があると予測できるが、大きく景気が上向くとは考えられない。
	□	コンビニ（経営者）	・当社の商圏では現状の営業状況がほぼピークであるため、今後は横ばいで推移することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（店長）	・ガソリン価格の値上げが危惧される。
	□	衣料品専門店（店長）	・今後も余り変化がない。
	□	家電量販店（店長）	・円安や物価高が落ち着き、収入が増加しなければ、財布のひもは固くなる一方である。
	□	家電量販店（店員）	・来客数は前年比90%まで減少しているが、物価上昇もあり商品単価は増加している。客は安価な物を求めているのではなく、良質な物を長く使用する傾向になっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇で、客の財布のひもが固くなっている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・新車納期の長期化に連動し、受注が止まっている車種が多く、受注可能な車種が限定されている。そのため、なかなか受注成約が増えず、この状況は当分続くと予想している。
	□	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、販売でも高水準が期待できる。
	□	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となり、レジャーや外食では景気が戻り、インバウンドも回復している。一方、置き家具についてはコロナ禍での巣籠り需要の反動により、しばらく回復は見込まれない。
	□	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）	・新型コロナウイルス感染症は収束し、消費者はほとんど感染状況を気にしない生活となっている。一方、物価高騰に関する報道が過熱気味となっているため、商圏内の一般消費者にも悪影響を与え、より効率的に、より安価に買物をしようとする心理が働いている。これまでの抑圧されたコロナ禍に比べると良化する期待はあり、特に、旅行関連が2019年以前と同水準まで回復することで、インバウンド需要がない当館では、物販動向にプラスとなる見込みである。
	□	高級レストラン（経営者）	・今月の売上が悪すぎたため、これ以上の落ち込みはないと考えられるが、現在の予約は少ない状況である。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・当町は観光がメインであるため、観光による景気は良いが、一方で人口減少や高齢化のため、街の将来が懸念される。
	□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・会社業績が良くなることで景況感は良くなっているが、それが個人の所得に反映されるのはまだ先になる。物価高騰は続き、手取りの所得は減少しているのが実情である。
	□	観光型ホテル（専務）	・夏休みが終わるが、団体の申込みがあるため、全体の客の動きは良くなる。
	□	タクシー運転手	・ガソリン価格の高騰など不安要素もあるが、急激に下がる気配もなく、現状維持はできると予想される。
	□	タクシー運転手	・県外の客が増加しても、運転手や配車数が不足しており、手配が間に合わない状況は今後も続く。
	□	通信会社（企画担当）	・販売は通常運転で、繁忙期が続いている状態である。
	□	通信会社（社員）	・業界自体の好材料がないため、景気は変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	・景気は引き続き低調であると予想している。
	□	観光名所（従業員）	・来客数がお盆期間と変わらないと予想されるため、景気は変わらない。
	□	理容室（経営者）	・人手が足りないため仕事があっても受けられないと客が嘆いており、今後の景気も変わらない。
	□	美容室（経営者）	・様々な物が値上がりしているが、それに合わせた値上げができず困っている。客は安く良質な物を求めているため、先行きが不安である。
	□	美容室（店長）	・物価高騰を懸念しているため、来客数が横ばいで景気が良くなるとは考えられない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護業界に向けたガソリンや電気代等への支援は継続されるが、人件費では他の業界と介護業界で差がより顕著となり、今後の人材確保に影響が出ることが想定される。
	□	設計事務所（所長）	・物価が非常に上昇しており、景気が良くなる状態ではないため、今後もやや悪い状態が続いていく。
	□	住宅販売会社（従業員）	・来客数や客単価は良くなっているが、経費が多くなっているため、収支では損失に近い状態になることも考えられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きには大きな変化はなく、今後も販売については現状が続く。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価上昇が止まらず、生活に必須なガソリンの値上げによる影響が出てきている。販売量、客購入単価が減少しており、今後数か月の売上が増加するような好材料がない。
	▲	百貨店（企画担当）	・日常生活に関わるコストの増加や、国外を含む政治情勢の不信感から不安感が強くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により、客単価の低下が予測される。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇が続いているが、収入はほとんど変わっていない。そのため、可処分所得は減少し、消費が伸びず、景気は後退すると考えている。
	▲	スーパー（従業員）	・仕入原価と人件費の上昇により、景気はやや悪くなることが予想される。
	▲	コンビニ（経営者）	・3か月後は買上点数が減少すると予想されるため、客単価は下がり厳しい状況が続いていく。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・郊外型店舗のため、ガソリン価格値上げによる影響を受けやすく、購買意欲の減少が予想される。
	▲	家電量販店（従業員）	・冷房器具の需要ピークは過ぎたが、残暑が続くと予想されるため暖房器具の需要はなく、価格高騰を受け買い控えが多くなり、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（代表）	・景気状況は変わらない。
	▲	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〕（統括者）	・値上げによる企業の業績回復の効果を賃上げに反映できれば景気も良くなるが、当県や九州の中小零細企業でそのような動きが出るかは不透明な状況である。
	▲	通信会社（役員）	・大企業の年収は上昇しているが、地域の企業ではその傾向はみられない。
	▲	観光名所（職員）	・ガソリン価格の高騰や生活用品の度重なる値上がり、飲食店の価格上昇によって最低賃金を引き上げることができず、景気が良くなる状況が見えない。
	▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり制約が解除されたが、再び新型コロナウイルス感染症が流行している。燃料等の物価の上昇も続いているため、行動を制限するような動きが出ており、景気は少し後退すると予想している。
	▲	競馬場（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したため、人の動きは増加しているが、物価高騰による影響が出始めたのではないかと警戒している。猛暑の影響もあり、今後を注視したい。
	×	家電量販店（店員）	・3か月前の売上は非常に悪かったが、現在、プレミアム付商品券が大きく影響し回復がみられる。しかし、3か月先はまた元に戻るのではないかと心配している。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・電気料金、ガソリン料金等、インフラに係る費用負担が大きく、日常生活への影響が続いているため景気は悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の上昇が続くと予想され、住宅の着工数が減少している。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・料金値上げは徐々に浸透してくると考えられるが、産地で企業発注の商品を焼いている業者では、なかなか値上げができず売上の落ち込みがひどい。また、新商品を出すことでその落ち込みを補う方策を検討しているところもある。値上げの浸透を待つか、新しい商品を作り出すかが今後の課題となる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先は半導体の動向をみながら生産計画を組んでおり、当社ではそれに対応するための体制を取るようになる。半導体は不足しているが、今後、徐々に解決されていくものと期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い等が増えており、今後の景気はある程度回復することが見込まれる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・コストの上乗せについて取引先からの理解が得られるようになっており、先行きがやや良くなっていく。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・車種によりばらつきはあるが、全体予算台数に対して、上振れの生産が続いている。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・調達部材によって確保できているもの、できていないものがあるが、下半期では順調に確保できる予測のため、今後を期待したい。
	○	建設業（従業員）	・JV工事の大規模物件も取れたが、工期が4年弱あり、下請の確保や資材の高騰などで難しい問題も抱えており、景気は変わらないと判断している。

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
	○	建設業（社員）	・手持ちの工事が着工すると、逆に人手不足になる。コンスタントに受注ができ、作業員が作業をできる状態であれば心配ないため、第2四半期の後半と、第3四半期の受注に期待している。
	○	金融業（従業員）	・倒産が増加しているが、百貨店やスーパーマーケットの売上が回復しており、公共工事も高水準で推移している。飲食店や旅行関連業者の売上也順調に増加している。
	○	金融業（営業）	・涼しくなり、秋の観光シーズンを迎えると、観光業を中心にサービス業の景気は明るい。政治的な摩擦の影響は限定的であると考えられる。
	○	不動産業（経営者）	・今月よりも先の受注金額の方がやや良くなっている。
	○	経営コンサルタント（社員）	・取引先の動きが活発化しそうであるため、景気回復への期待が大きい。
	○	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行後、外出する機会が増えている。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数が増えてきており、企業の人材投資意欲が高まっている。
	○	その他サービス業【物リース】（職員）	・燃料の価格高騰等から製造原価等が上昇するなど、業況にも影響があるが、引き続き、緩やかに景気回復が見込まれる。
	□	農林水産業（経営者）	・販売面での引き合いが強いため、9～10月には原料不足が続く生産が思うようにはできない状態が予想される。前年の鳥インフルエンザの影響が大きく出そうである。特に、9月はその影響で大きなチャンスロスとなることが危惧される。11月には原料加工も戻ると考えられるが、この1～2か月は厳しい状況となる。
	□	食料品製造業（経営者）	・比較的安定した受注が見込める状況である。
	□	家具製造業（従業員）	・前年と比較すると、明らかに景気は回復傾向にある。しかし、更に伸びる好材料がないため、当面は横ばいで推移するものと予想している。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主力部門の本冊の出版予定がないことで、客の買い控えが続く。
	□	化学工業（総務担当）	・今年度の損益見通しは3か月先も変動はなく、ほぼ前年並みで推移する。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・原油価格の高騰に伴う原材料や燃料費の高騰がマイナス要因となっていく。
	□	輸送業（従業員）	・ガソリンも補助金がなくなり、消費活動に影響が出る可能性が高い。遠出が減ると消費も減るため、更なる悪循環となる。
	□	通信業（職員）	・民間企業が施主の営業案件数は多少伸びているが、官庁が施主の営業案件数と受注予想額は伸びておらず、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）	・売上は、今年度に入ってから前年と比べてやや低調に推移しており、しばらくはこの状況が続く。
	□	金融業（調査担当）	・為替相場が8月29日に一時1ドル147円台となったが、145円台まで下落するなど不安定な状況であるため、今後の動向が不透明である。
	□	金融業（調査担当）	・物価高騰により、消費者心理の回復の足かせとなる状況が当面続くと予想され、多くの企業が物価上昇に伴うコスト増加への対応に苦慮している。
	□	金融業（営業担当）	・夏休みが終わり、旅行などの消費の需要が終わる。新型コロナウイルス感染症関連の融資の元金返済が始まり、中小零細企業にとって資金的な負担となる。全体的な物価高騰は変わらず、人件費の上昇も見込まれる。また、人材確保は非常に難しい状況が続いている。したがって、中小零細企業の景気は良くはならない。
	□	新聞社【広告】（担当者）	・景気回復への好材料が見当たらない。
	□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症第9波の流行で、身の回りで患者が増えている。また、ロシアによるウクライナ侵攻は長期化し、加えて、中国の不動産業界の低迷など不安定な要素が増している。そのため、ここ3か月の景気は足踏み状態が続くと予測している。
	□	広告代理店（役員）	・2～3か月先の景気がより良くなることは、現状では考えられない。

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
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・更に受注減少が考えられるため、景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・売上が減少する見込み。
	▲	輸送業（総務担当）	・処理水の海洋放出に伴う輸入制限や最低賃金上昇による人件費圧迫、資源・エネルギー高騰、物価高など、景気に水を差す情報ばかりである。昇給による消費の増加は期待できず、税金や社会保険負担が大きくなり、手取りは余り変わらないことが予想される。
	▲	その他サービス業〔コンサルティング〕（代表取締役）	・市町村からの委託業務の発注は8月がピークとなり、9月以降は発注が少なくなる。このため、受注できる機会が限られることから、景気はやや悪くなるおそれがある。
	×	繊維工業（営業担当）	・人手不足の解消、最低賃金の上昇に対応できるか心配である。他社との差別化を図るような賃金が提案できる状況にない。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・秋のイベントシーズンを迎えるため、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の催しの開催が見込まれる。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣での募集に時間が掛かると、多少のコストが掛かってても、早く欠員補充をするために直接雇用や人材紹介等を利用する企業が増えてきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・最低賃金の上げ幅が大きくなり、10月からの契約時給で、料金交渉に応じた企業もある。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・当県でもインバウンドが戻っているため、徐々に需要が増加しており、景気の回復に期待をしている。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・お盆時期の求人特集では、ゴールデンウィークの求人に比べ、申込件数が倍増しているが、歳末商戦の求人件数には及んでいない。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台湾を中心としたインバウンドは、チャーター便就航なども含め今後も拡大の方向にある。最低賃金も大幅に上がり、求職や売手市場は活発化すると考えられる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・経済活動の正常化を背景に、内需を中心に緩やかに持ち直している。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、今後もしばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人情報等では引き続き人手不足が顕著で求人も多いが、一方、コロナ禍での公的融資の返済や物価高騰で景況感は相殺されているように感じる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行後、事業拡大を検討している事業所が多く、新規事業所の立ち上げ、新店舗の開業で求人の申込みがみられる。一方、人員の確保ができず新店舗の開業時期が延びている、開業はしたものの人員確保できず、利用者等の受入れを増やすことができないといった相談もあり、スムーズに事業拡大ができない状況である。
	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足と物価上昇傾向が続くことが予想され、景気回復のきっかけが見込めないため景気は変わらないと判断している。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向であるが、就職件数は伸びておらず、人手不足が続いている。また、最低賃金の改定も控えていることから、景気は変わらないと判断している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・今の状態が良いため、企業の採用意欲が衰える兆しがなく、当面、景気の先行きは良いと考えている。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・昇給や臨時ボーナス等で収入が増えているが、税制改正や世界情勢等の不安要素もあるため、景気は変わらない。	
▲	人材派遣会社（社員）	・未経験者でも転職しやすい簡単な業務ほどシステム化されており、派遣領域において求人数が前年割れを続けている状況である。	

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
	×	—	—

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が増えなければ、経済も潤うとみている。
	◎	コンビニ(店長)	・観光立県の当県としては、今後2～3か月先に不安材料がない。
	◎	観光型ホテル(企画担 当)	・ホテルの8月の販売室数は前年比8%減少とマイナスなのに対して、8月末時点での11月の予約室数は前年比15%増加とプラスに転じている。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症が完全に収束しているわけではないが、部分的には良くなっている業種もあるので少しだけ期待を持てる。
	○	百貨店(経営担当)	・インバウンド需要については、中国の団体旅行が再開されるため、来客数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ(経営者)	・来客数、売上共に伸びてきている。
	○	家電量販店(営業担 当)	・中国人観光客が増加する見込みである。
	○	乗用車販売店(営業担 当)	・新車生産遅延が少し解消される見込みがあり、景気は良くなると予想している。
	○	一般レストラン(代表 者)	・団体客の問合せが増えてきているため、期待している。
	○	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・インバウンドの観光客が以前のように戻り始めているため、地元客の平日の落ち込みをカバーできそうである。
	○	観光型ホテル(代表取 締役)	・宿泊については、修学旅行の予約が入っている。この後個人旅行や出張などが増えると予想している。夕食宴会に関してはまだ予約の動きはない。経営的にはまだ厳しいと予測している。
	○	通信会社(営業担当)	・9月後半に話題性のある新商品の発売があり、来客数も増えてくると期待している。
	□	スーパー(企画担当)	・8月10日から中国の団体旅行が解禁され、今後更に中国からの観光客が増加し、県内経済も良くなると見込まれるが、10月には食料品値上げの第3波が予想されていることから、景気は今月と変わらないと見込まれる。
	□	衣料品専門店(経営 者)	・今月は月初めの台風などから人出が良くない状態が続いている。季節ものの動きも今のところ良くはないが、これからのインバウンド等、需要の後押しに期待したい。景気はまだ様子をみなければならない。
	□	衣料品専門店(経営 者)	・余り期待はできない。相次ぐ物価高の影響で、ありとあらゆる物の値上げと燃料費高騰など、景気を減退させるようなニュースが多いためである。
	□	乗用車販売店(経理担 当)	・受注量に落ち込みがみられるものの、おおむね変わらないとみられる。
	□	その他専門店〔陶器〕 (製造)	・年末に大幅に忙しくなるまでは大きく変動はないと予想している。
□	旅行代理店(マネー ジャー)	・今まではコロナ禍の閉塞感から、多少高くても1度は旅行へというマインドになっていた。インバウンド需要も高まるなか、航空券、宿泊代などの値上げが続き、旅行需要も落ち着き出すと考える。	
□	その他サービス〔レン タカー〕(営業)	・先行きの受注状況は前年を上回っているが、前月以前と比べ鈍化している状況である。ただインバウンド需要は引き続き好調に推移している。	
□	住宅販売会社(代表取 締役)	・人件費や建築資材の高騰などもあり、状況は大きく変わらないとみられる。	
□	住宅販売会社(役員)	・相変わらず建築費の高騰に県民所得の伸びが追い付いておらず、住宅購入に積極的になるとは考えられない。	
▲	スーパー(販売企画)	・今月は旧盆の行事需要が前年と比べて新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の効果が大きく出たと考えている。2～3か月先は特に大きな行事はないため、今月と比べるとやや悪くなると予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（副店長）	・原油価格が高騰するもトリガー条項の見送り、毎月のように必要経費増加と商品の料金改定、今後予想される増税に消費者の財布のひもが固くなっていると感じるなか、10月からの人件費の賃上げで体力が持つか危機感がある。収入と支出のバランスが合わず海外支援だけではなく、国内の大胆な消費喚起対策を強く求む。
	×	—	—
企業 動向	◎	—	—
関連	○	*	*
(沖縄)	□	食料品製造業（役員）	・観光関連は引き続き堅調に推移するとみるが、今後も円安の影響による資源価格等の高騰が続き、厳しい収益環境が続くそうである。また、人手不足は長期的になりそうである。
	□	窯業土石業（取締役）	・見積りは公共工事、民間工事とも大きな変化はなく、当面の受注も現状維持を見込む。
	□	建設業（経営者）	・見込み度の高い契約に関して、客との打合せが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費は、業種によって違いはあるものの、総じて微減の状況が続く。やはり、人件費や資源の高騰が影響しているものとみられる。
	□	会計事務所（所長）	・売上機会は増えるが、原料費、人件費等のコストアップも著しい。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(沖縄)	○	求人情報誌製作会社（営業）	・秋口での社員採用が増えると予測している。依然として人手不足の声も多い。ただ最低賃金が大きく上がるため人件費が増加する企業にとっては採用をちゅうちょする場合もあるかと予測している。
	○	職業安定所（職員）	・観光客増加に伴うインバウンド需要の増加が見込まれる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・これから年末に向け2025年卒向けのイベント案内や求人数が増えてくるため、徐々に増えてくるとみられる。また、2024年卒求人でも年内で決めたい企業も多いため、求人数が増えることも見込まれる。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・物価は上昇しているが、なかなか賃金アップにはならず、求職者数が不足している。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高騰が収まるようには見受けられない。
	▲	—	—
	×	—	—