

## 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)		家電量販店（経営者）	・エアコンの販売が好調を維持しており、今後も好調な状況が続くとみられる。
		商店街（代表者）	・当商店街は、夏祭りのメイン会場となっていることから、今後、地元客、帰省客、観光客の来街が増えると思われる。それに伴って、業種全体的に売上が伸びることになる。特に飲食店や土産店では前年以上の売上が期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内観光客は減少しているものの、東南アジアなどの外国人観光客が増加することで、今後の景気はやや良くなる。ただし、歴史のある街として、一層の努力が必要である。また、零細企業の多い当地においても、従業員確保に向けてベースアップを行う企業が多くみられることもプラスである。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今は旅行疲れのような傾向が若干みられるが、これから夏を迎えて、観光などで人が動き始めるとみられる。来道者が増えてくることで、当店の売上も比例して増加すると期待できるため、今後の景気はやや良くなる。航空会社やホテルが様々なキャンペーンを行うとみられることもプラスである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上の基調が力強さを取り戻しており、今後の売上の増加が期待できる。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドを始めとした観光客の増加が見込まれる。物価高の影響で、今後も客単価の低下傾向は続くと思われるものの、それを上回る来客数の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・インバウンドなど、観光需要が引き続き伸びている。これから観光のトップシーズンを迎えるため、今後の景気は若干ながらも回復することになる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後については、新型車の販売が始まり、試乗もできるようになるため、間違いなく販売が上向くことになる。ただし、納車は先になってしまうため、売上面ではやや厳しい状況となることも考えられる。
		乗用車販売店（従業員）	・物価は上昇しているが、今年はベースアップを行っている企業が多く、これまでよりも欲しい物を購入しやすい環境になると期待している。旅行を計画している社員も多く、夏を迎えて、景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・電話やWebでの問合せ件数が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・これから7月にかけて、祭りや音楽フェスティバルなどのイベントが予定されていることから、今後、来客数が多少は増えることになる。
		観光名所（従業員）	・劇場アニメの舞台となったことでファンの聖地巡礼が期待できるほか、豪華客船の寄港増加による効果を期待できる。今後については、当店の来客数増加に加えて、当地での活発な消費行動を期待できる。貸切観光バスにおける乗務員配置の一層の厳格化によって、稼働率が低下し、団体客の利用が停滞することも懸念されるが、全体的な景気はやや上向くことになる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・前年と比べて、航空機との接続ダイヤが改善されていることから、今後の輸送量の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・外国人観光客の動きがやや落ち着き、前年ほどの爆発力がみられなくなっている。ただし、前年の状況は出来過ぎな面があり、全体的には、今後も好調な状況が続くことになる。
		百貨店（販売促進担当）	・夏を迎えて、来街者の増加が見込まれる。ただし、物価の上昇が続いていることから、今後も客の購買意欲は高まらないとみられる。
	コンビニ（エリア担当）	・消費者の生活防衛意識が日に日に強くなっている。打開策も見つからないため、今後も景気は変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・今後も過度な水準の円安が続くとみられることから、景気は変わらない。
		衣料品専門店（エリア担当）	・来客数、買上点数の動きが鈍化しているものの、客単価が前年を上回って推移している。こうした状況は3月からそれほど変わっていないため、今後も景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の受注残があるため、今後も安定した売上が見込めるものの、新車受注、中古車販売の動きが鈍化していることは気掛かりである。地域性もあって、観光関連の動きは活発になるとみられるが、個人消費は弱い動きが続くことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・多少は景気が良くなっているが、景気が一段と上向くような要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		自動車備品販売店（店長）	・食品など、様々な物の価格がいまだに上昇しているなか、6月請求分からは電気料金も上がってくるようになるため、客の買い渋りが増えることになる。
		住関連専門店（役員）	・前年と比べて売上が大きく増加するような要素がみられないことから、今後も景気は変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・道外への販売やインターネット販売への問合せが増えている一方で、対面販売の状況が芳しくない。そのため、全体的にみると、今後の景気が上向くことは余り期待できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・飲食店においては、一部の観光地で外国人観光客の利用が多くみられるが、それ以外は地元客が中心のため、外国人観光客による恩恵は少ない。また、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了すること、食品などの物価がますます高騰していることから、外食機会の激減も懸念される。飲食業の経営環境はぜい弱であり、社会不安が高まるなか、今後の景気が上向くとは考えにくい。
		高級レストラン（スタッフ）	・商品の値上げが続いていることから、客の消費意欲が今よりも上向くことは考えにくい。
		旅行代理店（従業員）	・夏の繁忙期を迎えて、国内客及び外国人観光客による観光需要の伸長が期待できる。一方、帰省などの生活需要については、前年一気に回復した反動で、今年の需要が抑制されることが懸念され、先行き不透明な状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・現状、景気が上向くような材料が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドが増えているものの、それにより国内の旅行会社がビジネスとして収入を得ることは困難なため、恩恵を受けることはない。日本人の旅行は低迷が続いていることから、今後も景気のやや悪い状態は変わらない。
		タクシー運転手	・今後の客の動きがどうなるか今一つ判断が付かない。夏を迎えて、様々なイベントなどが行われるため、どのような動きが出てくるかを注視している。
		観光名所（職員）	・物価が高止まりしており、今後、下がっていくような要因も見当たらないことから、景気は変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・今後、電気料金やガス料金の負担が増えることから、客が出費を控える傾向は続くことになる。ただし、暖かい日が増えてきたことで、客の来店周期が若干短くなっていることはプラスである。
		住宅販売会社（経営者）	・建売住宅の在庫消化にはもう少し時間が掛かるとみられる。原材料価格は徐々に低下しているが、住宅着工数が増えるのはもう少し先のことになるため、今後も景気は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・建築コストが下がる見込みがないなか、住宅ローンの金利上昇が見込まれる。今後については、消費者の購入マインドにどのような影響を与えるかが問題となってくる。
		商店街（代表者）	・政治の混乱が続いていること、円安が一層進行していることから、当分は景気が良くなることを見込めない。
		一般小売店（経営者）	・物価高や円安について、先の見えない状況にあるなど、景気が上向く要素がない。
		スーパー（店長）	・生活費の負担が増えていることから、客の節約志向が強まっている。物価が上昇しても、賃金には余り反映されていないことから、今後の景気はやや悪くなる。

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
		スーパー（店長）	・現状のままでは、今後も乗客数が余り伸びないとみられることから、景気はやや悪くなる。商品を1点でも多く買ってもらえるような取組、価格を少しでも抑えるような取組を行っていくことが必要である。
		スーパー（店長）	・商品の価格がいまだに上昇していること、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了することから、客の購買行動はますますシビアになる。
		スーパー（企画担当）	・こここのところ、客の買上点数が減少傾向にある。7月請求分から家庭向け電気料金の補助金がなくなることが発表されたこと、円安の影響で物価高が続いていることから、実質賃金がプラスになるか微妙な見方が出てきており、実際の消費動向にも少なからず影響が出始めている。
		スーパー（企画担当）	・今後については、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了することから、コスト増加に伴う物価上昇が懸念される。それにより、買上点数がますます落ち込むことが見込まれる。
		スーパー（役員）	・今後については、電気料金の補助金がなくなることに加えて、食料品などの値上げが続くことも見込まれる。値上げに関する報道も多いことから、客の節約志向はますます強まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・6月以降、消費者、企業共、電気料金の負担が増えることになるため、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年に入って、来客数の減少が続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・電気料金の補助金が終了することから、客がより価格の安い商品を買うようになるとみられる。このため、コンビニにとっては不利な状況となる。
		家電量販店（店員）	・エアコンの販売台数が落ち込み始めていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・生活面での負担増について、中所得者層以上への影響は少ないとみられる一方で、低所得者層の購買意欲が上向くことは考えにくい。一時的な減税の効果だけでは、景気が持続的に上向くことにはならない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・現状から、今後の来客数の増加は期待できない。景気を上向かせるためには、何らかの仕掛けが必要である。
		高級レストラン（スタッフ）	・物価の上昇傾向が続いている一方で、賃金が増えているとの話が余り聞こえてこないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・物価と収入のバランスが崩れていることから、売上を維持するには、地域のイベントなどを通じて人流が活性化することが必要である。ただし、今後については、イベントに乏しい時期であるため、景気はやや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・客を獲得するための人的コストが増えている一方で、人材不足を補えていない状況にあることから、景気は現状のまま変わらない。
		美容室（経営者）	・物価高や円安、労働力不足を解決できるような要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・実質賃金の低下が、分譲マンション市場に深刻な影響を与え始めている。客の所得は以前よりも増えているが、生活防衛意識が強まっており、分譲マンションの購入予算も絞ようになってきている。以前よりも低価格の分譲マンションを購入する傾向がみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・物価上昇に賃上げが追い付かない状況にあり、6月からの定額減税の効果も余り期待できない。やはり消費税の減税が最も効果的だと考えられる。
	×	スーパー（店長）	・今後も円安が続くとみられるため、それに伴って物価も上昇していくとみられる。
	×	衣料品専門店（店長）	・景気は下向いている。物を新しく買おうという動きがなかなかみられず、買換え以外での購買意欲が減退している。
	×	観光型ホテル（経営者）	・必要以上のオーバーツーリズム対策、物価の高騰、金利の上昇、経済対策の遅れ、航空燃料の不足による国際便の受入れ制限など、悪材料ばかりであり、集客に勢いがみられないことから、今後の景気は悪くなる。こうした状況は全道的にみられており、早期の対策が必要である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	タクシー運転手	・当地では、前年以降、大型店が4店舗から1店舗に減少したことから、買物客の移動がみられなくなった。そのため、今後の景気は悪くなる。買物という消費行動が減っていることから、地域経済に与える影響も大きなものとなっている。
企業 動向 関連  (北海道)		-	-
		建設業（経営者）	・今後については、受注が進み、稼働が上向くことになる。円安や時間外労働の上限規制など、今後に向けての不安材料もあるが、現時点ではそれらの影響は不透明である。
		通信業（営業担当）	・半導体製造企業の進出効果、国内外からの観光客の回復、定額減税による消費意欲の喚起などの好材料があるため、今後の景気は現状よりもやや良くなる。
		金融業（従業員）	・今後については、インバウンドや国内客の増加が見込めることもあって、個人消費が回復すると期待している。また、今春の賃上げが実際の給料に反映されるようになることで、消費者マインドが改善することも期待できる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・社員が増えていることから、今後、受注量が増えることを期待している。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・企業の投資計画などから、国内の建設投資は、当面堅調に推移するとみられる。また、建設業全体で、価格の適正化に向けた対応が進むとみられることもプラス材料である。
		農林水産業（経営者）	・温暖化が進んでいることで、2024年産の果実への影響を懸念する声が既に入り始めている。温暖化対策や鮮度保持対策への取組が急務である。
		食料品製造業（従業員）	・受注量が増えるような要因が見当たらないことから、今後も景気は変わらない。
		食料品製造業（従業員）	・価格改定から1年が経過し、改定後の価格が取引先に受け入れられていることから、今後も景気は変わらない。
		建設業（従業員）	・民間事業の設計案件で規模縮小の動きがみられること、官庁事業の設計案件で小規模事業が多いことから、設計対応できない案件が増えている。ただし、影響が出てくるのは来年度以降の工事となるため、当面景気は変わらない。
		建設業（役員）	・当面、フル稼働状態が続く見通しに変わりはない。ただし、円安や資材価格高騰による建設コストの上昇から、建築計画が見直しとなり、予定していた受注時期が未定となる案件も出てきた。
		輸送業（営業担当）	・トレーラー輸送の取扱台数は、前年から8%程度の減少となっている。値上げによる輸送単価の上昇により、何とか収支は保っているものの、これから取扱量が増えてこなければ、徐々にコスト負担が増すことになる。紙・パルプ、生乳は少しずつ上向いているものの、今年の農産食料品の生産が始まるまで、取扱台数の増えにくい状況が続くことになる。
		輸送業（支店長）	・荷主への値上げ要請について、承諾されない部分もあるため、貨物量が増えても、利益がそれほど増えないことが懸念される。
		司法書士	・これから雪が降るまでの期間は、取引量がある程度増加するとみられるが、円安や世界情勢の影響により、原材料価格の高騰が続くとみられるため、全体的には低水準のまま、微増微減を繰り返しながら推移する。
		司法書士	・相続登記の受注件数は、しばらくの間高止まりするとみられるものの、不動産の売買、新築における新規案件の引き合いが今一つ伸びていない。プラスとマイナスの両面があるため、今後も景気は変わらない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・現在の環境から、今後の景気は、同じような状態が続くか、少しずつ悪くなるとみられる。働き方改革などの影響も、今後に向けての懸念材料である。
		広告代理店（従業員）	・円安が続いていることで、全体的な値上げ傾向に歯止めが掛からない。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	-	-
雇用 関連  (北海道)		-	-
		*	*
		人材派遣会社（社員）	・企業の人材ニーズは引き続き増加傾向にある。新年度を迎えても、業容拡大に向けて、採用の手を緩めるようにはみえないことから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中小企業が多いという地域性から、物価上昇に賃上げが追い付いておらず、消費の停滞感がみられる。そのため、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・一層の物価高による消費の冷え込みが懸念される。求人数の減少が落ち着くような要因もみられないことから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・9月に大型商業施設のオープンを控えていること、大規模イベントの開催などで観光客の入込が期待できることから、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、12か月連続で前年を下回っている。ただし、産業や業種によってその度合いは異なっている。今後については、物価上昇が続くなか、経済活動、消費行動の状況がどうなるかで変わってくる。状況によってはいまだ先を見通せない状態となることも懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は増加したものの、有効求職者数はほとんど変わっていない。新規求人数は減少しているが、業況堅調な事業所においては、求人がコンスタントに出されている。一方、人手不足を感じながらも、物価の高騰などによる事業環境の悪化を懸念して、求人を含んでいる事業所もみられる。求人数の減少が景況感の悪化に直結しているとはいええない状況にあるため、今後も景気は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇による消費者マインドの低下、コスト高による企業業績の悪化など、今後に向けての懸念材料があるため、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・輸出など、海外との取引を行っている企業を除けば、先行きへの不透明感が強まっている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	x	*	*

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		都市型ホテル（スタッフ）	・安全大会など建設業関係の客の利用が多く予定されており、年間でも1～2番に忙しい時期となる。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にほぼ戻ると予想している。
		商店街（代表者）	・7月に商店街に大型商業施設が開業する予定になっており、オープン当初はにぎわうとみている。
		商店街（代表者）	・夏に向けてイベント開催が多くなり、人出が見込める。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・業種的に来客数は天候にも左右される。暑いと身体が不調になる人が多くなるため、その分来客数は増加する。今の状態が続けば増えたとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年は既に猛暑の予報が出ていることもあり、ピヤガーデン等のオープンが例年よりも早まるとみている。ただし、消費者が外食に対してどこまで前向きになれるかが懸念材料である。
		コンビニ（経営者）	・夏季は来客数も増え売上も上がる。祭りもあるため、ここで冬場の分の蓄えをしなくてはならない。懸念は、電気代の値上げと、祭りに対応できるだけの人を確保できるかである。とにかく人手不足で24時間経営は非常に厳しい。従業員には過重労働をさせられないが、個人事業主であるオーナーは可能である。営業時間を短縮することも難しく、身体が持たない。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇とともに更に人流が活発化すれば、販売量、単価の上振れが見込める。
		コンビニ（経営者）	・気象庁の3か月予報では平年並み若しくは暑くなると出ており、人の動きが良くなり景気はやや良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・高気温になるとの予報が出ており、夏場に向けて消費行動が活発になるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・賃上げ以上に物価が上昇している。
	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰に不安はあるが、来月から実施される定額減税の効果に期待したい。	

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
		家電量販店（従業員）	・6月の電気代の値上げが、省エネ家電への買換えの後押しになるとみている。また、7月、8月は気温が高い日が続くため、エアコンや冷蔵庫が故障しやすくなり、省エネ機種への買換えによる商品単価の上昇が予想される。異常気象が続くと、今までエアコンを取付けしていなかった部屋に買い増しする客も増えるため、販売台数の増加も予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・生産を停止していた車種の再開や、長期化していた納期の短縮が見込まれるため、購入を考える客が増えると思われている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・定額減税の効果を期待している。
		高級レストラン（支配人）	・この先の予約状況から判断して良くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・暖かくなれば人が外に出てくるため良くなるとみているが、梅雨時期を迎えることや、猛暑予報が出ているため楽観視はできない。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門では、インバウンドの先行予約が好調である。会議・宴会部門では、総会シーズンに入り中規模、大規模の予約が多く入っている。
		旅行代理店（従業員）	・県内の当社契約宿泊施設の販売推移について、6月から8月の見込み実績は前年同期比で人泊、金額共に100%を大きく上回っている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度同期比においては人泊が100%を下回っている。
		旅行代理店（従業員）	・8月の曜日の並びが良く、土日と12日の振替休日、13日から16日のお盆休みを合わせると9連休となることもあり、旅行受注も一定数伸びている。ただし、海外旅行が依然低調であることが不安要素である。
		通信会社（経営者）	・ネット配信をスマートフォンではなくテレビの大画面でみる人が増えているため、通信サービスの解約者数にブレーキが掛かり加入者数の微増は続くとみている。また、パリオリンピック等のビッグコンテンツの効果も加わると、放送・通信サービスの両方とも解約者数は大きく減少するため、全体的に増加に転じることも期待できる。
		テーマパーク（職員）	・繁忙期になるため、来客数及び買上率が現状よりも良くなることを期待している。
		競艇場（職員）	・来場促進イベントを続けることで来場者数は増える。7月には大きなイベントも控えており、売上の増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・大企業では、大幅昇給に加えて夏のボーナスの増額も見込まれる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ガソリンや石油関連品の値上がりによる仕入コストの上昇が懸念されるが、ほかに懸念材料がないため、このまま好調が続くとみている。
		設計事務所（経営者）	・民間案件の受注を控えており、短期的には上向くと考えている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、猛暑に備えエアコン工事を前倒しする問合せが増えると思われている。リフォームは、熱中症対策の断熱工事の問合せが増えると思われている。
		商店街（代表者）	・値上げはまだ続いているため、買い控えも続くとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・お中元や夏祭りの時期までは、来客数が少ない現状のままとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・7月8月は夏祭りが多く、日中は人がたくさん集まるが、それが終わると街は静かになる。新型コロナウイルス感染症発生前のように祭りの後に夜の繁華街を訪れることがなくなっているため、悪い状況は変わらないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・世の中の動向を探りつつ違う形で商売をしないと、立ち行かなくなる状況である。
		百貨店（企画担当）	・この先数か月、街のイベントごとが続くため来客数は増加する見込みだが、購買につなげていく打ち出しを強化していかなければ売上には結び付かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経営者）	・乗客数に大きく影響する食料品購入客が物価高によりスーパーマーケットなど他チャネルへ分散化しており、乗客数の減少傾向は続く。しかし、パイは小さいもののインバウンド需要は拡大しており、マイナスをカバーする動きは継続するとみている。
		百貨店（催事担当）	・今後も改装ショップのオープンを控えており、乗客数の更なる伸びが期待できる。一方、食料品を中心とした物価上昇が続くなか、生活防衛意識による消費低迷が不安材料である。
		百貨店（従業員）	・お中元ギフトのため乗客数が増えるシーズンになるが、各種値上げや生鮮品の価格高騰による生活防衛意識から、シビアな消費行動が続くとみている。また、インバウンドがみられない地域であるため、その需要も期待できない。
		スーパー（店長）	・客単価の推移が悪くなっている状況である。良い兆しはみられない。
		スーパー（店長）	・乗客数と売上の減少が続いている。
		スーパー（店長）	・天候などでも変わるが、現状の消費環境のなかで状況が大きく変わることは考えにくい。
		スーパー（店長）	・現状の乗客数、単価の動きに大きな変化がみられないため、変わらないとみている。
		スーパー（企画担当）	・今後、商品価格が更に上昇することを考えると、高齢者の生活費負担は更に大きくなる。高齢者比率の高い地域ほど消費が冷え込むのではないかと懸念している。
		スーパー（営業担当）	・景気の先行き不安から、買上点数の前年割れは続くともみている。
		スーパー（商品担当）	・定額減税が家計の食費支出の増加につながるかは不透明であり、現状と変わらないとみている。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月後の売上は天候と気温次第である。カンカン照りの暑い日は売上が上がるし、雨の日は売下が下がる。
		コンビニ（エリア担当）	・生鮮食品を含めて値上げは止まらない状況であり、消費者の買い控えが進んでいる。今後、円安によりインバウンドは増えることが予想されるが、冷え込んだ消費を改善できるほどの効果はないとみている。
		コンビニ（店長）	・物価高騰のため客単価は上がっているが乗客数は減少しており、売上はプラスマイナスゼロである。先行きは見通せない。
		衣料品専門店（経営者）	・円安で海外生産の作業服の値段が高騰し、販売価格設定に苦慮している。
		衣料品専門店（店長）	・猛暑になれば衣類の需要が半袖などに集中するはずだが、需要が盛り上がるほどではないとみている。また、フォーマルやスーツを着る機会も減り、総体的に単価が上がりにくい状況になるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・円安や原材料価格の高騰などによる値上げが続いている状況では、必要なものを必要な分だけお買い得に購入したいとする消費者の傾向は続くともみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了するため、家計負担が増加し消費者の購買意欲は低下するとみている。景気改善は見込めない。
		家電量販店（従業員）	・エアコンは好調だが全体をカバーするには至らない。消費は観光需要に向けており、家電製品については買換え需要のみの状態が続くとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客の販売がなかなか伸びない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の先行予約が一旦落ち着くとみている。新車以外の受注状況はほぼ例年と変わらないため、良くも悪くもない状況になるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・配車供給が安定しないため、受注量は減少傾向にある。前年と比べても落ち込んでいる。
		乗用車販売店（店長）	・現在、中古車受注はある程度確保できているが、今後は在庫数の確保が厳しくなってくることが予想される。
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、受注量はある程度確定している。営業に注力していきたい。

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
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・このまま変わらず、多少でも上向きの状況が続いてほしい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・景気が良くなる材料は見当たらない。空調服等、熱中症対策の商材も動くには動くが、東北地方は他の暑い地方と比べて活発ではない。また、事務服を廃止してポロシャツ等に変更している企業が多く、業界的には非常に厳しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売価格の高値が数年間続いていることもあり、販売量の回復は見込めない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・閑散期に入るため、販売量の増加は見込めない。
		一般レストラン（経営者）	・物価上昇率が高い地域とあって、消費者の財布のひもは固くなっている。この状況は当面続くのではないかと危惧している。
		一般レストラン（経営者）	・コロナ禍の頃よりは少しずつ良くなっているが、予約状況を見ると2～3か月先も変わらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・中小企業の賃金は当面上がらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・良くなる要素がない。
		旅行代理店（従業員）	・レジャー消費である宿泊については物価高騰により真っ先に財布のひもが締められてしまうことから、夏季商戦開始のタイミングである6月の販売動向を注視している。
		旅行代理店（従業員）	・円安、物価高、燃油サーチャージの高騰により、海外旅行を中心に回復が遅れている。
		タクシー運転手	・引き続きタクシーの利用をちゅうちょする人は多く、利用しても近距離が多くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
		通信会社（営業担当）	・インバウンドなど一部の業種では好材料もあるが、総じて景気は変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価高でコスト削減が続くとみている。
		通信会社（社会貢献担当）	・物価上昇が続くのであれば、大きな変化はないとみている。
		観光名所（職員）	・定額減税が始まるが、その効果が現れるまでには時間が掛かる。予約人数等は減っていないが、客単価の落ち込みが続いているため、売上は若干落ち込むとみている。
		美容室（経営者）	・物価高騰により客の財布のひもが固くなっている。
		その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・定額減税が予定されているが、物価上昇分には追いつかないため、景気は変わらないとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅の受注が大きく伸びる予定はないが、新築店舗、店舗リフォームなどの受注予定がある。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・景気が大きく変動する要因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・物価上昇、人件費増加により倒産が増えるかとみている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。寒暖の差が激しいと、年配の客にはづらいようである。
		スーパー（経営者）	・6月からは電気料金が上がるため、多方面に影響が出てくる。平均1品単価の上昇が続いているなか、定額減税が消費行動を後押しすることを期待したい。しかし、物価上昇により節約志向が続くため、消費マインドの回復にはまだまだ時間が掛かるとみている。
		スーパー（店長）	・商品の値上げ等で消費が抑えられており、回復には至らないとみている。
		スーパー（企画担当）	・4月5月に賃上げがあったが、物価上昇の方が上回って、景気は悪くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数の伸びが落ち着いたことに加え、客単価も今年初めて前年を割っている状況で買上点数も横ばいのまま値上げが続けば、一転して下方に振れるとみている。
		コンビニ（経営者）	・不安定な気温や天候が続くと来客数は増えず、厳しい状況が続く。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・この先、電気代の高騰や人件費の上昇で収入が少なくなるとみている。
		コンビニ（店長）	・原油価格の高騰が長く続いており、諦めムードも漂っている。定額減税に対しても景気回復の期待もなく、この先は非常に厳しいとみている。インバウンドでどれくらいカバーできるかに懸かっている。
		コンビニ（店長）	・他店と商品の価格を比較して、コンビニを利用する客が少なくなりつつある。利便性で利用する客が増えることを期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物が落ち着いてくる時期になる。また、輸入品は円安の影響で引き続き苦戦するとみている。
		衣料品専門店（店長）	・長期金利の上昇の可能性が高まっている。住宅ローンの返済に影響が出るため、買物に対して非常に慎重になるとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・今後、電気料金の値上がりが一層響いてくる。部品や資材の値上げもあり得るとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・特に地元での販売の動きが徐々に悪くなっており停滞感がある。大きく良い方向へ動く要素が見当たらない。先を見通すのは難しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・6月から定額減税が実施されるが、商品価格の上昇などによる生活コストの増加により、引き続き消費を抑える傾向が続くとみている。
		一般レストラン（スタッフ）	・賃金は大手の一部企業しか上がり、税金や物価が上がり続けるなか、消費が増えるはずはなく日常的な外食は減っていく。このまま来客数は減少が続くとみている。
		観光型旅館（経営者）	・物価や光熱費等の上昇、社会保障費等の負担増といったマイナス要因が多いため、手控え感が出てくるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・物価高騰が続くなかで、当館の単価は比較的lowめであるが、週末の客室稼働率が低い。7月以降も良くなる見込みは薄い。
		タクシー運転手	・季節的に梅雨から暑い夏に入ることや、夏祭りなどのイベント開催やお盆休みの帰省があるため、タクシー利用が多くなるとみている。
		遊園地（経営者）	・賃金上昇や定額減税もあるが、物価上昇が家計に及ぼす影響がそれらを上回っているおそれがあり、先行きが懸念される。
	×	商店街（代表者）	・この先2か月の予約状況を見ても、かなり悪くなるとみている。ただし、低単価の店は多少の動きはあるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中国景気の悪化や国際情勢、円安等を考慮すれば、客の生活防衛意識は更に強くなるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・電気料金は6月から政府による補助金がなくなるため値上げに転じ、なおかつ物価上昇もまだまだ続く。賃上げがあっても可処分所得は増えず、逆に減っている。節約・儉約志向が更に進むとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・お盆の期間を除き、観光客は海沿いに集中するため、当地では期待できない。また、物価上昇による家計の圧迫は更に強まって、消費活動は限定的になるとみている。
企業 動向 関連  (東北)		農林水産業（従業者）	・天候が良かったため、前年に続き良質な作物の収穫が期待できる。
		建設業（従業員）	・4月に賃上げを行った企業が多く、今後はボーナスが予定されている。客先を回っていると、ボーナスで何か買いたいという話題がよく出る。
		金属製品製造業（経営者）	・見積件数が若干だが増えてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で案件は増えてきているため、今後の進展に期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・設備投資案件の引き合いが少しずつ出てきている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・生成AI向け高付加価値DRAM関連の設備投資に関して顧客から具体的な問合せが来ており、受注増加につながる可能性が高くなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・事業の一部に動きが出始めている。また、引き合いも増えているため、売上は上向く見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・引き続き民間製造系企業の設備投資が見込まれるため、景気はやや上向き見通しである。
		金融業（広報担当）	・県内の消費マインドが最も高まる夏祭りの時期を控えている。インバウンド需要の好調を維持できれば、県内経済にも好影響を与えるのは確実である。一方で、気候変動の影響に伴う農水産物、特に漁業・水産加工業の業況変化は懸念材料である。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・夏休み、お盆休みなどの帰省や観光による人の動きが期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・良くなる気配がない。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品発売や販売促進策を講じて販売量増加を図っているが、結果が出ていない。今後の回復に期待したいが難しいとみている。
		食料品製造業（製造担当）	・自家需要品の伸長は戦略の1つでもあり、昨今のニーズに応えられているが、高価格商品が低迷している。客はプラスワンの購入はせず、安価な商品を購入している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・資金繰りに占めるゼロゼロ融資の返済負担が重荷になってくる。借入金を圧縮しながら、修繕費・賃金上昇の対応、求人募集などをどう進めるか、地方で商売を営む企業として、大きな決断の時期が差し迫っているとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・顧客の最重要案件が下期前半に控えているため、それまでは変化はないとみている。
		建設業（従業員）	・見込み案件はあるものの受注に至らず、売上増加につながらない。
		建設業（従業員）	・建築資材の価格高騰も人手不足も続いているため変わらない。
		輸送業（経営者）	・物価高騰が消費増加の妨げになっており、結果として物流量減少につながっているとみている。物価高騰の要因の1つである物流費であるが、運賃の値上げ交渉が合意に達していない企業がまだまだ多いため、今後、順次合意に達すれば更なる値上げが続くと予想される。景況感が良くなるには、まだ時間が掛かるとみている。
		通信業（営業担当）	・顧客の反応がまだ消極的であり、辛抱強く顧客との接点を探り続けていくしかない。
		通信業（営業担当）	・通信端末の価格高騰が予想されている。客の購買意欲も下がっているため、厳しい状況が続くとみている。
		広告業協会（役員）	・今年の夏も猛暑の予報が出ているため、暑さ対策、熱中症予防の広告出稿に期待したいところだが、人材不足や人件費の高騰に加え、経済状況の不安定さから広告費を縮小する企業が多いため、広告業界全体の業績は横ばいが続くとみている。
		広告代理店（経営者）	・景気回復にやや懸念が残っている。
		経営コンサルタント	・不安定な政治の動きに翻弄される状況が続く。
		司法書士	・相続登記義務化により相続登記案件が増えている一方で、新築戸建て住宅案件が減少している。
		公認会計士	・製造業の部品不足、人手不足が解消して順調に売上が伸びれば景気は良くなるが、今のところ部品不足解消のめどが立たず、売上回復の時期がみえない。この状況がもう少し続くとみられるため、全体としての景気は現状維持と判断している。
		コピーサービス業（従業員）	・物価高騰に対する値上げの動きはある。企業間では価格転嫁の動きが見られる。しかし、どちらもうまくいっていないとはいえない。景気の先行きは不透明である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・今後ガソリン価格が上昇し、街の観光資源でもある観光道路に足を運ぶ人がどの程度見込めるか不安視する声を多く聞く。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・各企業の事業内容により受注量の増減はあるものの、総じて横ばいの状況が続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・このまま値上げが続けば、確実に節約志向になり、景気を押し下げる。
		広告代理店（従業員）	・仕入価格の更なる値上がりに加えて、受注量の減少も予想される。

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
	×	農林水産業（従業者）	・暖冬だったため用水路の流量が少なく、米の生育に悪影響があるとみている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注量の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連  (東北)		職業安定所（職員）	・梅雨が明けて夏に入れば、賃上げや減税の効果も現れて消費が上向き、景気は良くなるとみている。
		学校〔専門学校〕	・インバウンド需要を効果的に取り組むことで経済活動が大きく変化するとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・企業の求人意欲は旺盛だが、採用につながらず求人活動を続ける傾向にある。企業の景気が良い状況はしばらく続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は継続的に増加している。
		人材派遣会社（社員）	・求人の動きに停滞がみられる。また、地方の経済状況においては、大企業と違い、賃金のペースアップができる企業がまだまだなく、家計を圧迫している。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価高からスーパー、ドラッグストアの販売が堅調な一方で、百貨店、ホームセンターは伸び悩んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良い材料がなく、売上の回復も期待できない。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は高いが、売上増加などによるものではなく、少子高齢化による労働力不足が要因である。景気がやや停滞している状況は続くとみている。
		職業安定所（職員）	・変動する要因が見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求職者からの問合せは増加しているが、企業からの人員依頼等は増えてはいない。現状から劇的に変化することは考えにくい。
		人材派遣会社（社員）	・求人の動きは鈍く、求職者の動きはフルタイムや土日祝日問わず働く人材が少なく、扶養内や時短勤務を希望する人が増加傾向にある。景気はマイナス傾向にある。
		アウトソーシング企業（経営者）	・差別化を図っているが、AIにより一時的に仕事が減るとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・広告業界では、廃業など業界の縮小傾向が大きな問題になっている。また、顧客においては、資金繰りに不安を抱えている企業がある。
		職業安定所（職員）	・物価高騰の影響で仕入価格が上がっている。販売価格に転嫁しているが、販売状況が芳しくなく、利益が少なくなっている。
		職業安定所（職員）	・いつ経営難の大手企業から解雇者が出てもおかしくない状況である。
	×	*	*

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北関東)		都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は夏に向けてイベントも増え、団体、個人予約が共に活発化している。また、料飲部門も暑気払い等の予約が順調に増えている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・この先はお中元用品の販売があるため、増えてやや良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・毎年今頃から祭りが徐々に始まる。住んでいる地域の祭りは開催時期になったら参加するが、今はそのほかにもいろいろな地域の祭りに参加したいということで、夏から秋に向かって、客が集中して来店する。今年もそうであってほしい。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の受注で受注残が増加しており、良い傾向で推移してきている。
		その他専門店（総務担当）	・例年需要が高まる時期となる。
	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・猛暑予報から、早い時間帯の来客が増えると思われるが、ゴールデンタイム以降については、期待するばかりである。所得税の定額減税も多少は良い方に影響すると思われる。	

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
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・官公庁や企業の夏のボーナス支給、暑気払い等、宴会獲得の時期に差し掛かるため、動きは良いのではないかと予測する。
		観光型ホテル（経営者）	・7月分の先行予約数は例年より若干弱く、8月分の予約は例年どおり堅調である。
		都市型ホテル（経営者）	・外食産業に限っての話だが、金曜日と土曜日は客が戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前は水曜日、金曜日から一杯になり、木曜日や火曜日に流れていたが、まだそこまでではないので、やや良くなる程度である。
		旅行代理店（経営者）	・全国的にバス代、宿泊代、食事代等が上がっているため、自然と販売額が増加している。料金の値上げ幅も客が了解しているため、やや良くなる。
		旅行代理店（所長）	・天災等の予期せぬ事態が生じなければ、このまま順調に推移していく。ただし、今夏も猛暑が予報されているため、天候の影響は懸念される。
		テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行から1年が経過し、少しずつ観光、外出の機会が増えているため、やや良くなる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・円安が続き、輸入品が物価安定に寄与していると思っているが、輸入品も値上がりしているため、いろいろな物資が軒並み値上げになっており、大変である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内外から多くの客が来訪しているものの、人手不足による機会損失が多いという話を同業者からよく聞く。また、土産用菓子や昔ながらの土産品や地元伝統工芸品等が手に入りやすく、そうした部分でも機会損失が生じている。日本全国の観光地も人出が多いため、問屋から、土産品等の品薄状態は続くと言われている。また、受注価格面で優位に立つ海外からの注文で陶磁器を生産するため、定番土産物の御当地の名入りカップ等の生産は、メーカーで後回しにしているとも問屋から聞いている。円安で海外旅行者が多くなり、その恩恵もある一方、仕入れ面では日本が買い負けていると感じている。この傾向は今後も続く。
		百貨店（営業担当）	・地方都市では、円安の継続に伴うインバウンドの増加は見込めず、また、物価高の継続で消費マインドの低下もしばらくは続くものとみられる。
		百貨店（営業担当）	・不透明な世界情勢や円安の進行等により、一部に買い控えの傾向がみられる。
		百貨店（店長）	・景気がもう一段上がるほど、良くもない。
		スーパー（総務担当）	・6月から補助金が終了するため電気代が高騰し、物価高の影響も続くなかで、景気が上向くとは考えられない。
		コンビニ（店長）	・ここところ、来客数は安定しており、しばらくは同じような状態が続くとみられる。
		コンビニ（店長）	・来客数は以前と比べると増えているが、買上点数等に変わりがないため、今後も変わらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・客に来店してもらうため、営業電話やダイレクトメール等、いろいろと手を打っているものの、客の出は相当悪い。来店客を相手に商売をするので、客が来ないと接客もできず、ますます売上にはつながらない。今までと変わらず、余り良くなる兆しはないのではないかと。
		家電量販店（営業担当）	・パリオリンピック前で映像関連に注力しているが、販売促進での誘客ができていない。販売促進を見直し、立て直していく予定である。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産はほぼ安定している。一方、消費者物価が上がり、大規模小売店を含めて、販売は今一つ伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気に変化をもたらす要件が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・チラシ掲載商材等は1円でも安い店で購入し、客は無駄な買物をせず節約している。今後、所得が上がる見込みはないため、この状態は続いていく。
		住関連専門店（仕入担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行による行動制限解除後、外出意欲は出てきたものの、生活必需品等の物価高で節約意識が強い。当面、この相殺される状況は続く。

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
		一般レストラン（経営者）	・物価高、電気料金の値上げ等で、生活することで精一杯のようである。まずは外食から節約するというのには目に見えている。
		一般レストラン（経営者）	・高温多湿の時期であれば、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザ等の流行もさほどないとみられるため、入出が期待できる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・賃上げ等が進展している反動として、業界をまたいだ人の動きが見られる。人材確保が必要となる当業界では、業務内容の確保、拡大に向けて、人材確保が更に重しとなっていくものと懸念される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、宿泊共に6～7月と先行して団体予約が入っており、売上の下支えとなっている。ただし、宴会は件数こそ新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきているが、1件当たりの人数が増えてこないため、2019年の売上までには今一步の状況である。レストランはランチタイムの団体バスストップ利用もコンスタントに受注でき、ツアー等の観光産業の盛り返しを感じることができている。
		旅行代理店（従業員）	・客の立場が強いため、変わらない。
		タクシー運転手	・なかなか景気が良くなれない。地方では、悪くなる一方である。
		タクシー（経営者）	・5月の動きは少し悪かったものの、この先は変わらないとみている。
		通信会社（社員）	・サービス提供相手が個人のため、家計に負担の掛かる費用と捉えている客からは、値下げ要請や解約等の連絡を多く受けている。今後2～3か月程度では変わらないとみているが、軽視できない状況である。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス時期を迎え、新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた前年よりは良くなると思うが、そうした条件を抜きに考えると、節約志向は変わらず、良くなるとは考えられない。
		美容室（経営者）	・近頃、同業者の高齢による廃業が相次ぎ、客の一部が当店に流れて新規客となっている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・最小限の支払で済むように希望する客が減少に向かう兆しはない。
		設計事務所（所長）	・価格高騰が続いており、景気にどのように影響するか分からない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの長期金利が上昇傾向のなか、予算をどう合わせるかを決めかねて、客の動きが鈍くなっている状況は変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・当地域は不動産の値上げもなく、動きが非常に鈍くなっている。これといって大きなショッピングセンター等ができるわけでもないの、人が集まる場所が少ないのか、低迷している。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・問合せや見積依頼案件は増えつつあるが、肝心の金額の折り合いが付かず、成約に結び付けるのは容易ではない。
		商店街（代表者）	・一般写真の需要激減のなかではあるものの、学校行事写真の宿泊学習や修学旅行、運動会等の注文が入ってきている。ただし、生徒の絶対数が減っているため、売上は前年以下の見込みで、先行きが不安である。
		百貨店（店長）	・物価高の影響が大きい。世の中のニュース等でも現状や将来に不安をあおるものが多く、消費が活発化していくイメージが湧かない。
		スーパー（商品部担当）	・良くなることは考えにくい。現状が維持できればよいが、商圈内に新規出店も控えているため、厳しい状況になるとみている。
		家電量販店（店員）	・季節商材のエアコンも伸びないため、売上が増加する商材が見当たらない。パリオリンピック開催で良くなるかは疑問が残る。
		自動車備品販売店（経営者）	・極端に購買意欲のない客が多く、非常にムードは悪い。何が原因なのかよく分からないが、このままだと悪いムードを引きずってしまいそうである。

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
		旅行代理店（営業担当）	・電気料金値上げが7月頃から生活に影響するのは間違いない。夏を迎えエアコン等の使用が増える時期の電気料金値上げは景気にも影響してくる。
		通信会社（経営者）	・ここまで円安が続くと、一段とデフレマインドが増長するよう思える。最近は見積りの段階で話が止まってしまうケースが増えてきている。高いので購入を断念したのか、もっと安い業者を探しているのか。売れなければ価格を下げるしかなく、利幅が少なくなる。地方の中小企業の現実はこのような状況である。政府は賃上げというが、日本国民の7割はこうした中小企業で働いている。安定して利益が出れば中小企業も賃上げすべきだが、為替相場が足かせとなっていて、利益が出ない業種も多々あるのが現実ではないか。
		通信会社（総務担当）	・例年8月は販売が減少する。エアコンが必要な猛暑の前に家庭用電気料金が値上げされ、販売に影響が出るとみられる。
		通信会社（局長）	・原材料価格の高騰による物価高が収まらないと、買い控えが助長される。
		ゴルフ練習場（経営者）	・生産地での廃業やメーカーの欠品等、商材が供給不足に陥っている。
		競輪場（職員）	・物価や水道光熱費等の上昇により、やや悪くなる。
		美容室（経営者）	景気が良くなっているなどと聞いてもピンとこない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ステルス増税の影響で、皆、一杯一杯である。今回の定額減税も月額たかが3000円程度では生活が良くなるわけがない。家電製品の購入などは後回しである。
	×	乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料がない。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行から1年が経過し、また、インパウンドの影響もあり、外食業も持ち直してきたところである。しかし、ここに来て円安が進み、仕入価格が上がり、また、天候不順等でキャベツが値上がりする等、全て考えると、販売価格を上げずに頑張ってきたが、どうしても転嫁せざるを得ない状況になっている。一般消費者の賃上げはそこまで進んでいないと感じているなか、ここに来て、ガスや電気料金の値上げが発表されたことも踏まえると、外食を控える客が非常に多くなると考える。
	×	ゴルフ場（従業員）	・長期予報でも発表があったように、今夏は高温の見通しが出ているため、屋外でのレジャーは厳しくなる。
企業 動向 関連  (北関東)		金融業（営業担当）	・金利のある経済となる。全体的には変化への対応を行っている。今後の景気は上向きになると考えられる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在の景気がこれ以上良くなるとは考えられないが、そうかといって悪くなるとも思えないので、現状が続くのではないか。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・大きな変化はなく、景気は良くも悪くもない状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車、建設機械、ロボット等、全ての取引先の業界で仕事量が上向き情報はなく、厳しい状況が続く見込みである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先各社の今後の生産予定や設備投資状況が芳しくないもので、悪いままの状況が続いてしまうような気がしている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この数か月は、取引先等の仕事量や受注量が増えて、まずまずの状況である。この先2～3か月は悪くなるか良くなるか全く分からない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等がいまだ続いている。
		輸送業（営業担当）	・季節家電、エアコン、扇風機、サーキュレーター等の物量は前年並みを確保する予定である。2024年問題でドライバー不足による運賃の高騰や燃料価格の高騰も発生する見込みで、車両不足によるコスト高で利益が薄くなりそうである。
		経営コンサルタント	・諸物価が落ち着くか、賃上げが大手企業に遅れてもそれなりに追い付けば、多少は消費活動の活発化が期待できなくもない。地域経済はどちらかといえば国内消費の大小の影響を受けるため、国全体の消費動向次第といえる。ただし、インパウンド需要も期待できるので、その規模次第では下支えとなり得る。

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
		司法書士	・相続登記の義務化は大きな流れなので、当面忙しさは変わらない。
		社会保険労務士	・今の状態がだらだらと続くともみている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品の取引先からの情報によれば、生産計画的に今後は厳しい生産状況を迎える。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産は徐々に戻ってきているものの、当初の生産計画までは戻っていない。先の見えない状態が続いている。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・受注が回復するような要素は何も見当たらない。このような景況では、もうどうにもならなくなってくる。給料を上げるにしても、上げる前に会社がどんどん倒産して、失業者が増えるような気がしている。
	x	建設業（開発担当）	・公共工事主体のため、現状、今期発注額が10%減少している。あと4か月で当社は決算を迎えるが、今から心配である。
	x	建設業（総務担当）	・とにかく仕事量が少なく困っている。この先も不安すぎる。
		不動産業（管理担当）	・資機材の値上げは今後も続きそうであり、補助金終了による燃料や電気料金の負担増も見込まれるため、収益環境は更に厳しくなると見込んでいる。
雇用 関連		-	-
(北関東)		人材派遣会社（管理担当）	・今年の夏は暑くなると予測されており、麺類の製造が増産になり、製造派遣も増える予定である。
		人材派遣会社（経営者）	・季節的にこれから夏に向かっていくので、夏物等が徐々に伸びていくとみている。天候次第で、例えば災害等があると、多少活動が鈍ってくる。長期的な工事では住宅関連や河川、護岸等、公共事業等は状況に応じて、受注が増加する。自動車関連については、購買力がどうなのか、様子をみていく必要がある。
		人材派遣会社（社員）	・地方の観光地はインバウンド需要が見込めるが、人材不足の状況は解消されず、中小企業中心に賃上げが難しい企業では従業員の負担が増えている。また、現在でもテレワーク希望の求職者数は減少していないが、地方では大手企業でテレワーク対応可能な求人が減っている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・電気代の高騰や天候不順による野菜等の食料品の値上がりで、今後の消費が冷え込むことが予想される。しかし、株価上昇による景気の上向きも考えられるため、全体としては変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比について、飲食、サービス業、医療、福祉分野は増減を繰り返しているものの、建設業や製造業については減少が続いている。
	x	-	-

#### 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		衣料品専門店（経営者）	・ビジネス交流会に積極的に参加している。
(南関東)		一般レストラン（経営者）	・3か月後は夏季ボーナス等も支給されるだろうし、企業も今年は賃上げを一生懸命しているため、多少は消費動向が良くなり売上も伸びてくる。ただし、物価や住宅ローンの金利等が上がってくると、はっきり良くなるとは言いきれなくなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格が下方硬直性をもつことから、1度上がった利益は簡単には落ちずに継続する。底固めに加えて、コロナ禍で自粛されていたパーティー需要が前年度より徐々に回復してきていることから、景気は良くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・今夏も暑さが厳しそうなので、エアコン需要はある程度はあるとみている。ただし、今も品薄状態のため、商材確保が問題である。後は、補助金絡みの物件が決まってくればと期待している。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・当店へのインバウンドの来客数も増加傾向にある。国内文具メーカーの商材をSNSを通じて知った上で、当店でその商材を買い求める外国人客が目立つ。円安が影響してまとめ買いも多く、日によっては売上の半分が外国人客によるものとなる場合もある。景気の動向は今後のインバウンドの来店状況にもよるが、全体的な客単価の上昇は景気が上向いてきていることが要因と捉えている(東京都)。
		一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・余り変わらないとみているが、希望的観測で、良くなってほしい。米国の大統領選挙がある年は毎回株価が上がっているようなので、その恩恵にあずかりたい。
		一般小売店〔傘〕(店長)	・季節商材に期待している。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・高単価商材でも市場価値のある物であれば、店頭において相当売れる。外商の方は、徐々に物件、案件数が多くなっている。その分、とう汰されていることもあるが、案件数が増えてきているのは大きい。
		スーパー(総務担当)	・6月の給与で4万円の減税があるので、少しは消費に回る。
		スーパー(販売担当)	・世間の情勢を考えると良くなっていく。
		コンビニ(経営者)	・これから6~8月にかけて気温も上昇し、ソフトドリンク、アイスなど客が欲する物の売行きが伸びる。
		コンビニ(経営者)	・来客数はやや増加傾向にある(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・夏は夜間まで人出が多く、イベントも増える時期になり、ソフトドリンク、ビールなどがよく売れる。お盆以外の夏場はおおむね来客数が良好となる(東京都)。
		コンビニ(従業員)	・公園の近くにある店舗は、夏は他の季節に比べて来客が集中し、売上も伸びる。他の店舗には余りない傾向である。店舗の特徴として、プールの時期は特に動きが大きくなる。そうでない店舗にとっては特に売上が大きく変わる要素はないので、同じ景気が続くのではないかと。
		家電量販店(店長)	・今後も訪日旅行者による需要は継続すると見込んでいる(東京都)。
		家電量販店(経営企画担当)	・今後の景気動向は、物価上昇を上回る客単価の動きをキープできるか次第である(東京都)。
		乗用車販売店(経営者)	・新車の受注が増えており、登録台数も増加している。
		乗用車販売店(総務担当)	・ボーナス月である6~7月で客の購入意欲が高まり、売上が伸びてくる。
		その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・外国人観光客による土産物の購買が依然として好調である。円安が続く限り、売上も伸び続けると予測している(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・客からの予約や問合せなどが上向きつつあり、販売量、売上共に増加傾向である。経営、採算的には、原価高や人手不足などの傾向は変わらないものの、売上としては上向き傾向にある(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・3か月後の景気は少しずつだが良くなる。今までは新型コロナウイルス感染症の影響でなかなかパーティーやケータリングはなかったが、3月頃から少しずつ入り始めて、4月、5月とケータリングが増えてきている。よほどのことがない限りケータリングはずっとあると思うので、少しずつ良くなっていく。
		その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	・原材料費の高騰が厳しい状況が続いている。何もかもが値上がりしているので、売上は伸びているものの、利益が上がっていない可能性が高く、生産性向上が課題になっている。賃上げができてくると景気は良くなる(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・夏季は団体需要も増えるので期待したい。



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
		旅行代理店（経営者）	・諸物価が上昇しているなかでも、格安で提供している店等を探して、多少なりとも余裕ができるようになるかとみている。客は、多少予算オーバーしても構わないから家族皆で有意義に過ごしたいと話している。
		タクシー運転手	・これからどんどん暑くなる。昼夜かなり暑い予想のため、かなりタクシー利用が増えそうな気配がある（東京都）。
		タクシー運転手	・今年も暑くなる見通しである。例年、タクシーの利用者が増えるため、今年も夏場に向かって客が増えるのではないかと（東京都）。
		通信会社（社員）	・インバウンドが続く限り、都心や観光地の景気は上向いていく。観光客向けのジャボニズムが、映え目当ての若年層に受けて消費を伸ばしている（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・客の様子から、今後、案件増加の兆しが見込まれる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス月でもあるので、回復を期待している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・業務削減及び獲得トレンドの良化による（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・値上げの影響による来場者数の減少がどこまで続くか、なかなか先は見えないが、徐々に回復傾向にあるため、現状よりは良くなる。
		競輪場（職員）	・現状の良さをどれだけ継続、維持することができるかが重要である。ネクストステップの半年は企画が目白押しである。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・大型の予約や飲食を伴う予約の問合せが増えてきている（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・円安による国内客の海外旅行の手控えと、インバウンドの好調により、夏休みは国内旅行がより一層盛り上がる（東京都）。
		その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・定額減税に伴う個人消費の伸びに期待している（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなど、いろいろなことがあったが、各々の会社が頑張っている。何とかしなくてはいけないというなかで、今まで培ってきた営業力など足元を見直して、少しずつ上向いている。
		住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの稼働率及び宿泊料金は上昇しつつあり、ホテル業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、賃上げができない。政府には中小企業への景気対策をお願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・資料請求件数に変動がない。
		住宅販売会社（従業員）	・大手企業はもちろんだが、当社のような中小企業の賃金も上昇傾向にある。物価も上がってはいるが、賃上げにより消費が増えていけば、現在より景気は上向きになるのではないかと。
		商店街（代表者）	・客が買物に非常に慎重になっていることは間違いないが、それ以上に、諸物価が上がっていることもあり、着物はぜいたく品とみなされている。なくてはならない物ではないため、できれば節約したい様子が見受けられる。もう少し景気が良くなってくると有り難い。
		商店街（代表者）	・緩やかな微増が続いている。ただし、その伸びにコロナ禍からの回復期より勢いがみられなくなっている。世の中の景気マインドが落ち着いてきたのかもしれない。イベントの参加者数は増えているものの、夜の引けが早かったりする（東京都）。
		一般小売店[家電] （経理担当）	・これからは天候次第のところもあるが、前年も猛暑なのにエアコンが売れなかったため、予想が付きにくい。早々に安売りをしているが、期待はできない。
		一般小売店[家具] （経営者）	・これから先もほぼ変わらない。物を売るのは非常に難しい時代になってきている。内装関係もしているため、仕事は何とか維持していくことはできるが、景気そのものはこれからも変わらない（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
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・今はほとんどの会社にパソコンが導入されており、当社の扱っているゴム印等の消費量は非常に少なくなっている。これからますますパソコン等のシェアが広がることで、ゴム印等の需要は減り、徐々に衰退していく商材である。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・需要に対して供給が追いつかないため、すぐに良くなることはない。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・消費者物価指数、諸物価が上昇傾向である。これから夏に向けて電気料金も気になるところである。消費者の堅実な動きがみられる(東京都)。
		一般小売店〔生花〕 (店員)	・3か月後の8月は旧盆になるので、仏花が売れる。5月の母の日は余り芳しくなかったが、それよりは多少売れるのではないかと(東京都)。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・販売量、来客数共にまだすぐに良くなるような状況ではない。円安も影響している(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・インバウンドの売上に占める割合は全体の2割と変わらず堅調である。団体より個人需要が多いことも、今後も変わらないとみている。円安で価格が上がり過ぎて仕入れを中断している輸入品なども多く、円安がそのまま続くと更に展開できないアイテムが増えしていくとみており、売上に影響が出ることを懸念している(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・インバウンドについては堅調に推移するものの、国内に目を向けると円安、原材料費の値上げ等により商材価格が値上がりする一方、賃金上昇が追い付いておらず、将来に備えて節約志向が強まっている。特に、電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金の終了は家計に更に大きな影響を及ぼすため、当面、この傾向が続く(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・改装工事が秋頃まで続くため、現状が継続する。
		百貨店(総務担当)	・今後、特別な事情がない限り、訪日外国人による消費活動はある程度期待ができる。しかし、国内の一般消費者の動向については、引き続き物品の値上がりなどにより予断を許さない状況であることに変わりはない。楽観的な見通しでの判断は難しい(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・今後、円安が更に進むことにより物価上昇が賃上げ率よりも高まれば景気悪化の懸念があるが、現時点では不確定な要素が多い(東京都)。
		百貨店(広報担当)	・インバウンド消費の力強さは健在だが、現在より一段基調を押し上げるほどの影響力はない。また、国内消費は特段上がる要素も下がる要素もない(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・値上がりの影響により国内客の消費が落ち込む一方で、円安によりインバウンド消費がそれを上回って伸びている。この状況はまだしばらく継続する(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・あらゆる品目が値上がりしているため、コスト増加による負担が大きくなっている。夏休みに向けて買物方法や出費の更なる見直しを考える客が増えそうなので、来店頻度、購入点数の減少が予想される。当分は外国人観光客の購買拡大に期待する(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・円安が続く限り、外国人客で好調な現状が継続する。現在は、例年より中国人客が来ていないが、こちらはすぐに増えるとは言い難い状況である(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・今後、物価や光熱費の上昇などが想定されていることから、客の消費意欲にも影響し、景気はしばらくは変わらない。
		百貨店(販売促進担当)	・新年度以降、物価上昇の影響で景気の潮目が明らかに変わっている。レジャーやハレの日には出費するが、その前後は強く引き締めるメリハリ消費が顕著である。夏休みに向けて、レジャー費は使っても日常消費は引締め傾向となることが予見される。月を通してインバウンド以外の日常消費は前年並みにとどまることが見込まれる(東京都)。
		百貨店(財務担当)	・賃金上昇による効果が今後加速すると想定する一方、円安による輸入物価の上昇が景気を押し下げる可能性がある(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（管理担当）	・今夏も暑くなる予報が出ている。高齢客の多い当店では、暑さで外出を見合わせる客が多くなることが見込まれる。インターネット販売に対応できる客は少ないため、減収になる可能性がある（東京都）。
		百貨店（店長）	・アパレル、雑貨は暑い夏に対応した品ぞろえが計画されており、ニーズにこたえられるとみているが、食品品に関しては天候や値上げに左右されるため不透明であり、上向くとまでは期待できない。
		スーパー（経営者）	・今月前半は割と良かったが、後半になって鈍化している。来月もそれ程は良くはないのではないか。また、競合店が出店してくるなど、6月以降いろいろな予定が増えているので、当社としては先行きはそれほど良くない。全体的には現状よりやや落ちるのではないか。
		スーパー（経営者）	・可処分所得が増えていない。
		スーパー（経営者）	・良くも悪くもならず、こう着状態である（東京都）。
		スーパー（店長）	・競合店が増えているとともに、今まで異業種とされていたドラッグストア等も生鮮品を手掛けてきていることもあり、加工食品を中心とした価格競争が発生している。商材によっては値上げ前の特売価格で販売するなど、異業種も巻き込んだ価格競争が続く。
		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、値上げの影響で単価は上昇しているものの、購買意欲が上向いているわけではないので、当面の間は同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・単価の上昇傾向、販売量並びに来客数の下降傾向は変わらないとみている（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・円安はまだまだ続きそうで、輸入品を中心に原材料価格が上がり、それにつられて国産品の値上がりも続く。
		スーパー（食品担当）	・光熱費の値上げ、金利上昇により景気、消費は横ばいとなる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・スタッフの声からも、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・やはり商品単価の上昇が売上が伸びない最たる理由ではないか。
		コンビニ（エリア担当）	・価格の高止まり、出社や観光等での外出の継続が見込めるため、現状と同じ水準で推移するのではないかと（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・円安が続いており、まだまだ先行きが不透明である（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・客は年金生活の高齢者が多いため、節約志向が続く。衣料品は低価格商材の競争が激化する。
		衣料品専門店（経営者）	・これから忙しくなる時期だが、円安の影響で輸入価格が上がって全てが値上がりしているなかで、商材の値上げはなかなかできない。また、職人が辞めたり廃業したりしているために、加工品の納期が遅れており、できないものも増えてきている。そうしたことから、今後どうなるのかやや不安である。
		衣料品専門店（店長）	・人気キャラクターとのコラボ浴衣は好調に推移するとみているが、ドレス事業のステージフェアが、計画に対し90%ともう一歩の状況であり、全体では現状と変わらない（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・諸物価の上昇が衣料品需要の低下に大きく影響している。
		家電量販店（店長）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終わり、エネルギー関連の価格上昇や、関連した値上げラッシュが想定されるなか、景気が良くなる未来が想像できない。
		家電量販店（店長）	・まだまだ物価上昇が続き、この先も回復の期待はできない。
		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、販売が余り芳しくない。客の来場は結構あるものの、なかなか成約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月では変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・このまま新型車との相乗効果を期待したい。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・円安の影響で輸入物価が大幅に上がっている。海外に行ったときに、円換算すると物が高くみえると客が話している。やはり、円安を何とか改善すること、賃金が上がること、ロシアとウクライナの戦争などが終わらないことには、今後も悪い状況が続く（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に減少傾向がみられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・世間一般で値上がりが続いており、当社の商売でも値上がり傾向が出ているため、消費が増えない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・定額減税など景気にプラス要素となる政策も実施されるが、物価上昇などのマイナス要素もあるため、2～3か月では変わらない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・国内の大多数を占める中小零細企業においては、賃上げの実現、あるいは上げ幅が非常に厳しい状況のなか、働く従業員の可処分所得は今と変わらないと予測できる（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・例年、売上作りに苦戦する夏場の閑散期をどのように乗り切るかがポイントで、これが年間の数字を左右してくる（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・資源価格の高騰や為替相場などにより、法人の業績見通しについて楽観できないことから、法人客の需要は、減少に転じるまではいかないものの、伸びることは想定できない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・円安などの影響で観光客の増加が止まらない。街のにぎわいも衰える気配がない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・原材料費の上昇分をどこまで価格転嫁できるか不安である。全てがインバウンド効果で対応できるものではないので、今後も価格の高騰が続くようなら、来客数の減少も想定する必要がある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・レストランなので、ゴールデンウィーク中は忙しかったが、今は中たるみである（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・会社負担での宴会は増えている一方、フリーの客は減っている（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・前年は新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、客が一気に戻ってきて、全国旅行支援もまだ残っていた状況であったが、今年はそれがなくともあり、売上は横ばいではないが、夏の猛暑も予想されるが、6月からは電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了すると報道されている。そのため、水道光熱費負担が大幅に増えるのではないかと危惧している。政府には状況を見ながらその対策を是非お願いしたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先の宴会予約の動きがかなり悪いため、少し悪い流れが続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円安の影響で食材、水道光熱費、人件費など全てが上がっており、販売価格を見直さざるを得ない状況が続いている。全ての客が許容してくれているわけではないので、ベースとなる売上は確保できても、それ以上は利用控えなどによりプラスにはなっていない。
		旅行代理店（営業担当）	・円安等も含めて先行き不透明なところが非常に気になる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。
		タクシー運転手	・昔と違って、夜から深夜の仕事が少なくなってきており、昼間に利用が集中している。それでいて、売上は良いため、運転手としては楽である。夜は、客が飲み屋に足を運ぶのを待つしかないが、飲み屋に活気がない。
		通信会社（経営者）	・機器の納品、工事等が増加傾向になっていないため、2～3か月先の景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・周年記念行事など、イベントが期待できる状況が続いている。明るさはあるものの、自信は持てない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・景気を大きく好転させる材料が乏しいので、しばらくは現状が続く。
		通信会社（営業担当）	・円安等が改善されない限り、変わらない（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
		通信会社（経理担当）	・値上げのニュースの際に、報道する側が景気の悪そうな人の意見を多めにクローズアップすると、全体が暗くなる。メディアは影響力がある。
		通信会社（管理担当）	・顧客数の減少はしばらく継続するとみている。新たなインフラ商材へのシフトのために新設エリアへの取組を行っているが、インフラ投資には時間が掛かるため即効性は低い。長期的な展望を持った対応が求められている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・円安等の影響が今後も続く可能性があり、現状維持と予想している（東京都）。
		観光名所（職員）	・来客数について現状維持が数か月続いている（東京都）。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・変化をもたらすような要因がみられない（東京都）。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・現状でも景気は十分に悪く、短期間にこれ以上悪化するとは考えにくい（東京都）。
		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戻らないと、景気は良 くならない。
		その他サービス[保険 代理店]（経営者）	・現状を打破できない。
		設計事務所（経営者）	・官庁案件の入札が始まったので、ほぼ例年並みに推移する とみている。民間案件には余り期待できない。
		設計事務所（職員）	・急激に悪くなる傾向ではないとみているが、建築業界の慢 性的な課題が解決する見込みもなく、社会情勢にも明るい話 題はない（東京都）。
		住宅販売会社（総務担 当）	・実質賃金が上昇しないことから、住宅取得への刺激がみら れない。金利上昇局面も不安要素である。
		一般小売店[酒類] （経営者）	・近々電気料金が上昇することで、ますます消費が落ち込ん でいくのではないかと。
		一般小売店[書店] （営業担当）	・円安の影響が引き続きあり、輸入商材を中心に販売量が伸 びないとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド需要は引き続き好調であることが予測される が、エネルギーや原材料コストの上昇による各種値上がりの 影響からか、比較的堅調であった母の日などのハレの日需要 が食料品を中心に非常に苦戦したことなどからも、今後の国 内消費は鈍化していく（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドは引き続き前年実績の倍以上で堅調に推移す る。一方で、国内消費は物価高、円安、金利上昇などの影響 から購買意欲が低下し、人出や購入点数の減少、客単価の低 下が続く（東京都）。
		百貨店（販売促進担 当）	・直近の傾向や、世の中の情勢から、やや悪くなる（東京 都）。
		百貨店（企画宣伝担 当）	・競合店出店の影響を半年くらいは受ける。
		スーパー（ネット宅配 担当）	・エネルギー価格の上昇とともに、為替の影響による値上げ が増える。
		コンビニ（経営者）	・売上等に変化はないが、アルバイトの時給を大幅に上げて いるため、利益はほぼゼロという状態が今後も続いていく。
		コンビニ（経営者）	・観光地等の店舗ではインバウンド等で売上が伸びる可能性 はあるが、既存の住宅街やオフィス街、ロードサイドに立地 する店舗においては、やはり来客数が増えていかない現状を 変えていかないといけない。それにはやはり可処分所得が上 がっていくことが先決である。
		コンビニ（経営者）	・6月は定額減税もあり、販売量アップを見込みたいが、客 からは、減税分は貯蓄に回すという声が多い。したがって、 この先も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（従業 員）	・今後も値上げが続くと予想され、消費者の生活防衛意識は ますます強くなり、悪化傾向が続く。
		住関連専門店（営業担 当）	・秋口には国の補助金施策である住宅省エネ2024キャンペ ーンの予算消化、打切りが視野に入り、従前のような需要喚起 効果を失っていくことが予想される（東京都）。
		その他専門店[ドラッ グストア]（経営者）	・今年も酷暑といわれているため、来客数が少なくなるので はないかと。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・エネルギーコストや物価の上昇に賃金上昇が追い付かず、貯蓄を切り崩すなど、個人消費に影響が出ている（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年も猛暑の影響が心配である（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・コロナ禍による行動様式が変わり、前年度のような反動による利用はむしろ少なくなると予想している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・輸出関連企業の景気が良いという話はこの界隈でも聞かすが、そのような人はごく僅かであり、その他の国内向け商売をしている人はかなり厳しくなっている。そうした客を迎える外食産業は特に厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・大企業は円安の恩恵を受けていて良いのだろうが、円安が中小企業の材料仕入れに与える影響は大きい。材料費ばかりでなく、燃料費、その他経費も上昇傾向にあり、コストがますます増えていくなか、値上げが追い付かず、粗利益が極端に減少している。そのような状況では賃金を上げたくても上げられない経営者が多い。僅かな賃上げでは物価上昇にすぐに打ち消されてしまう。減税も、一方ではステルス増税があるために効果がみられず、先行きは暗い。
		観光型旅館（スタッフ）	・円安が続いている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・物価の上昇により費用が増大しているものの、客の予算は例年と変わらないことが多い。物価上昇を受け入れられず、実施にこぎ着けられない案件が出てくるのではないかと危惧している。
		タクシー運転手	・前年2月から続いている物価上昇が賃金上昇をはるかに上回っているため、少くらの仕事の頑張りでは追い付かない。客からも、値上がり収まらないと生活が安定しないという意見が多く聞かれる。
		タクシー（団体役員）	・稼働台数が充足している。
		通信会社（局長）	・食料品を含めた値上がり傾向に対して、購買意欲は鈍化気味である。サブスクリプション消費に該当する当社のような多チャンネル、インターネット、モバイルのサービス、特にテレビ関連のサブスクリプション契約を見直す機会になっており、結果として解約超過傾向が顕著になってくる（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・サービス価格の値上げができず、契約数の伸びも芳しくないなか、物価上昇による原価の値上がりや下請法等の影響による委託費等の値上げにより、利益確保が難しくなっている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・材料価格の高騰は続いているのに、客の買い控えが止まらない。
		ゴルフ場（従業員）	・百貨店へ行ってもレストランはにぎわっているが、その他の衣類、雑貨等の売場は空いている。物価の上昇と給与のバランスが取れていない。また、中小企業にとって、難しいながらも賃上げの対応をせざるを得ない状況だが、経営は厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・電力・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が5月一杯で終了することや、今後、長期金利の上昇が予想されることから、企業の収益悪化が懸念される。全体的な景気マインドはマイナス要因から低迷するのではないかと。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・授業料を値上げしたが、親の収入が追い付いていないようで、辞めていく生徒が多くなっている。これから先も教育費が削られるような気がするため、悪くなっていく。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・客の様子や客単価から、支出を最低限にしたい様子がうかがえる。
		設計事務所（所長）	・材料等の高騰により非常に不安定である。また、人手も足りない。
		住宅販売会社（従業員）	・今月は24か月ぶりに販売量の目標数字を達成できたが、この状況が続くとは考えられないほど、最近は自信や元気をなくしているというのが本音である。新商品を販売する予定であったが、価格が上がるため、営業の現場から販売は厳しいという意見が多く上がり、新商品の見直しをしている。

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
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築資材の動向から、繁忙期ではないが一定の需要はみえているが、例年以下の見込みしかないの、先々は落ち込むという予想である（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・原価が上がっているなか、安売り競争が止まらない。
	×	スーパー（経営者）	・食品スーパーでは、客の実質所得が減少するなか、商材の値上げなどにより販売量、来店頻度が減り、競合が激しくなっているのが現状である。一方で販売経費は増えており、この先、ますます悪くなることが予想される。
	×	衣料品専門店（店長）	・価格の上昇に賃金が追いつかず、実質賃金がマイナスになっているため、消費控えが顕著に出ている。さらに、電気料金の負担増加が報道されている。
	×	乗用車販売店（営業）	・車の販売量が減っている。
	×	一般レストラン（経営者）	・今まで来ていた客の事業所が反対側の出口の方に移転したこともあり、このところランチのピーク時の来客数が大分落ちついてきている（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	・バス乗務員の勤務時間、走行距離規制に加え、旅行代金の上昇により、値ごろな商品造成が難しくなっている（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇が続いている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・猛暑予報が出ているため、前年比では来場者数、売上共に5%減少を見込んでいる。また、消耗品価格が上昇し続けており、電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金の終了も考えると、利益は減少する。
	×	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。今夏も猛暑になる見通しであり、熱中症予防のためにラウンド制限などの措置を講じる必要も考えられる。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。物価上昇の一因となっている円安傾向には終わりがみえず、今後も人件費増加に加え物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
企業 動向 関連  (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・引き合い案件が増えてきている。昇給も前年より良い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・開発に成功した人手不足解消につながる省力機器の販売が奏功すれば、今後は良くなるはずである（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品開発も順調に進捗しており、今後の景気も少しずつ良い方向に向かう。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーから従業員の賃上げに積極的に取り組んでほしいとの要請がある。その分は自動車メーカーが補填する旨の申入れもきている。国が推奨する賃上げに向けて、好循環が生まれ始めている。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・天候が安定し、猛暑にならなければ、やや良くなる（東京都）。
		金融業（従業員）	・原材料価格は依然として高水準にある。多くの企業がコスト削減に注力するなか、一部の企業からは、利益率の高い特殊部品の受注獲得に努めた、自社独自の技術開発に注力している、といった製品のクオリティや技術力で対応しているという話も聞いている（東京都）。
		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、契約金額の値上げが承認されるようになってきている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・落ち着きつつある（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年のことだが、8月頃まではずっと景気が悪い（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・給与明細に定額減税額を明記しなければならないということで、法人関係からは帳面に押すためのゴム印の注文が少し出始めている。若干増える見込みはあるものの、得意先の数からすると非常に少ない。個人の印鑑やゴム印の注文が増える見込みが現状ではないため、結果的に変わらない（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
		化学工業（従業員）	・円安の影響による原材料、輸送費の値上げが止まらない。また、受注量が増える見込みはない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・業種によって差が大きく出ているような話も聞いており、新年度に入ったので動きが悪くはならないだろうが、本当に良くなるかは分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・経費が上がってきているため、僅かな景気回復では相殺される可能性がある。
		精密機械器具製造業（経営者）	・来月、再来月の受注状況は2か月前と同様である。半導体関係の取引先の過剰在庫は減らない。自動車関係の受注量は、メーカーの生産体制が認定取消しやリコールなどにより変動するため、更に予測が難しくなっており、非常に不安である。
		建設業（経営者）	・物価が上がっているにもかかわらず賃金が上がらず、消費意欲が落ちている。なかなか経済は回復しない。
		建設業（従業員）	・円安がいつまで続くか、不安は大きい。やはり政府がもっと国民に寄り添って、多方面から考えてほしい。税金の無駄遣いが多すぎる点についてもどうにかしてほしい。
		輸送業（経営者）	・新規案件は高単価で受注できるようになったが、既存案件の値上げは難しい（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・閑散期のため、荷主の国内出荷量が低迷している。今後もこの状態が2か月ほど続く予想である。
		金融業（総務担当）	・ガソリン価格が今後も下がらない。スーパーでの各種価格が上がっている実感があり、中小企業では思うように賃上げが進んでいないことを考えると、やはり日常の食料品等の買い控えや節約が進むとみられ、消費低迷も見込まれる。一部観光業やサービス業は新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻ってきているが、全体的には今後の景気は変わらない（東京都）。
		金融業（営業担当）	・不動産関連の業者からは、不動産価格の下落による市況の悪化を懸念する声を聞くが、その他の業種からは向こう数か月程度は現状並みで推移する見込みとの回答が多い。製造業では、メーカー側から増産等の依頼がある取引先も出てきているが、具体的な話はなく、当面は現状維持となる見通しである。
		不動産業（経営者）	・賃貸の状況も余り変わらない。地道に活動していく（東京都）。
		不動産業（経営者）	・飲食業テナントの話によると、諸物価の上昇により客足が鈍化傾向である。
		不動産業（総務担当）	・テナントから解約予告も出されていないので、当面は現状維持が続く（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・仕事量は増えてきているが、コロナ禍で退職者が多く出ている。業務も戻ってきているが、求人を出しても応募がなく、業務をこれ以上増やすのは難しい状況である。
		広告代理店（従業員）	・当社が取り組んでいる主力商材の転換、利益構造改革の進捗度合いから、変わらない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・当社だけの問題かもしれないが、大型予算のついた案件が獲得できていない。3か月では厳しいのではないかと（東京都）。
		税理士	・米国、中国の景気に大きく左右される。国内では、大企業は円安の影響でかなりの利益を出しているところも多いが、中小企業については、材料高、燃料価格の高騰、人手不足などが重なっており、製造業、建設業、小売業、飲食業など皆良くないままである（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	・今後も物価上昇の懸念がある。
		税理士	・現状維持は見込めるものの、金利の上昇傾向など不安材料もあり、定額減税が実質終了すると消費への影響は見込めず、景気の上向きは望めない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・問合せの多さに対しては、働き方改革を進めつつ、業務効率化に努めなければ、さばき切れない。ただし、取引先工場の廃業や移転も目立ってきており、先行きは不透明である。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・急に警備員増員の見込みもないので、現状のまま推移していく。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・会社の業績からみて、変わらない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・今夏も猛暑になると予想されているため、心配である。また、原材料の餅米、小豆が品薄になっていることも気になる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・物価上昇のあおりで販売促進に関わる経費がとてつもなく圧縮されていることや、紙媒体からWeb媒体へ移行することで経費を抑える傾向が見受けられる。
		化学工業（総務担当）	・春先のピークを過ぎて、受注が減り始めている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向がみられないことと、医療品もアフターコロナの特需が一段落してしまい、目先の仕事が全くない。医療品容器の新企画が早めに立ち上げれば取り返せると見込んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・一部の同業他社は年末に大型案件が控えているが、多くの同業他社は日銭稼ぎでしのいでいる。
		建設業（経営者）	・インフレ傾向に受注価格が追いつかない。
		建設業（経営者）	・物価上昇に伴い価格が上がり、予算が合わない案件が多くなりそうである。
		建設業（営業担当）	・公共工事、民間工事共に物件数の減少がみられ、計画段階で予算が見合わずに終了してしまう物件が多い。
		輸送業（経営者）	・この先も納品先店舗の減少が予測されているために、今後の収支悪化が懸念される（東京都）。
		通信業（広報担当）	・中小企業の経営環境は悪くなる可能性が高い（東京都）。
		金融業（従業員）	・物価の上昇に対し賃金の上昇幅が小さく、購買力が低下している。
		経営コンサルタント	・政治不信の傾向が続いており、景気に悪影響が出そうである。中小企業向けの施策も不十分なまま推移しており、厳しい環境が続く（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・このままでは収入減少により消費が縮小する（東京都）。
	x	-	-
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・前年比120%超で成約している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材派遣、人材紹介共に求人数は回復傾向にあり、今後も継続が予想される。再就職支援事業も活況となっており、景気は回復するとみている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・現状から夏明けまで派遣求人数の推移は横ばいとみている。ただし、派遣就業者数という切り口の事業全体としては、毎月増加傾向で推移するため、上向きである（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	・利上げから物価の下落まではある程度時間が掛かるため、数か月では景気は変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・景気の上向き部分と下向き部分が混在しており、結局余り変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数が急激に改善する見込みがない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材の供給力不足は否めない。年度が切り替わる時期でもない、人材は流動化しない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・これまで派遣でもらっていた求人について業務委託化の打診を受けることが多くなっている。業務量の変化はないため、どちらの場合でも必要人数の規模感は変わらないが、コスト削減を目的としている場合、結果的に必要人数の縮小につながる可能性がある。
		人材派遣会社（支店長）	・人材派遣の需要は業界問わず底堅い見通したが、企業が求めている人材が少ないため、マッチしないことが多い（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車製造業ではまだ開発テーマが多く、また、エンジニア不足が継続しているため、エンジニア派遣の引き合いは継続すると予測している（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・物価が上がっていくものの、賃金はなかなか追いつかない状況が続く限り、改善方向には向かず、変わらない。
		求人情報製作会社（経営者）	・明るい材料が見当たらない（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
		求人情報誌制作会社（営業）	・求人数自体は増加傾向にあるとみられるが、時期によっては落ち着く。これから夏に向かうにつれて、外作業の仕事はどうしても大変になるため、気候が穏やかな時期と比べて求人マインドが下がっても仕方ない。その代わり、9月以降はまた求人数増加の波が来る。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・周辺企業の様子を聞く限り、どここの企業でも中途採用等での人材確保が行われている。今と変わらず景気の良い状態が続くのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は横ばいで推移している。
		職業安定所（職員）	・製造業の企業から、原材料、電気代の値上がりでコストが上がっているが、取引先が応じないために価格転嫁がうまく進んでいないという情報を複数聞いている。
		職業安定所（職員）	・事業所によって好不況いずれの話も耳にすることから、一律での判断は難しい。働き方改革関連法や改正労働基準法の影響は、少なくとも半年程度見てみないと分からないとの回答も多い（東京都）。
		職業安定所（職員）	・経営者からは、コロナ禍により発生した在庫調整のめどが立ったという話を聞いている。同時に、大手家電メーカーの人員整理、大手自動車メーカーによる下請企業に対する圧力等、経営環境の悪化を心配する話も聞いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・ここ2年くらい販売状況が良いということで、企業からの求人が、営業系、管理系、技術系の職種も含めて全般的に増えている。ただし、それに対する求職者がなかなか見つからないことが問題である（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	・物価上昇が止まらず、逆に拍車が掛かっている。
		職業安定所（職員）	・食料品、ガソリン、電気料金等の高騰が改善されないと、景気は上がらない。
	x	-	-

## 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）	・この先は、祭りや王用の丑の日等のイベントや、夏に向けて帰省や旅行者の増加が期待される。
		スナック（経営者）	・期待も込めているが、新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり急激に世の中が元に戻っているため、精一杯ついていきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月は野球の大会や大学の体育イベント等で既にかんりの予約が入っている。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べると、台湾人を抜いて韓国人の客が圧倒的に増えている。アジア以外の国からの来客も大幅に増えている。国内客の動きは堅調で、インバウンド需要はこのまま推移すると考えられる。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後1年になる。いまだにマスクはしているものの、イベントは順調に行われている。新規の注文も増えてきている。
		コンビニ（経営者）	・盛夏に向かい、観光客等の増加が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・春季労使交渉により、過去1番の給与アップが行われた。テレビなどの媒体からの情報では、他の企業も同様の対応を取っているところが多い。賃金上昇分がしっかり消費に反映されれば良くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・物価高で収益が確保しにくい状況ではあるが、来客数、客単価共に上昇傾向にある。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・3か月後は夏になるので、今月よりも景気は良くなっているのではないかと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、人流が多くなっているため良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず、先の予約状況は好調に推移している。物価高やエネルギーコストの上昇等、マイナス要因の懸念はあるものの、少なからず定額減税によるプラスの影響もあるため、予約受注の好調分がプラスに向かうとみている。
		タクシー（経営者）	・人の動きが増加傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・キャンペーンやサービス提供エリアの拡張、周年イベント等を控えており、問合せが増える見込みはある。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・一般利用や常連客は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきているが、団体利用が戻り切っていない。徐々にではあるが回復傾向となっている。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークを通して、燃料価格の高騰や宿泊費等の値上がりや響いているのか、観光客が物販への出費を抑えたと話していたことが印象的であった。定額減税があっても、この先のことを考えると、上向かないだろうとみている。
		一般小売店 [家電] （経営者）	・季節商材の動きを期待したいところだが、全般に動きは静かで先が見えてこない。厳しい状況は続くともみている。
		百貨店（経理担当）	・競合商業施設のオープンによる影響は、現状のまま推移する。
		百貨店（営業担当）	・賃金は若干上がっているようだが、全職種で上がっているわけではないので、それほど景気は良くならない。逆に、物価は上がっていて実質賃金が下がっている状況からみると、現状と余り変わらない。
		百貨店（店長）	・物価高が売上減少に大きな影響を与えており、いつ収まるのか見通せない。インバウンド需要があれば逆の影響もあるが、そもそもインバウンドも多くない。停滞した現状もまだしばらくは続く。
		コンビニ（経営者）	・来客数は横ばいかやや前年を下回っており、客単価を見ても前年を上回ることはないため、売上は前年と変わらないかやや厳しい状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	・客は来店しているものの、必需品や子供のための商材だけを買って、自分のためや余計な物は買わない。特に、デザート等に影響が出ている。地方では物価高の割に給料が上がらず、この先景気が良くなるとは考えられない。
		コンビニ（経営者）	・天候次第で、今より飲料等の売行きが上がってくるとみているが、このまま物価高や国民負担の増加が続けば、財布のひもも固くなり、前年割れする日も多くなるのではないかと不安である。
		コンビニ（店長）	・長期予報によると、今年の夏は大分気温が高く推移することによって、それに伴って売上が上がってくればよいが、今月と同じような状態で、ずっと期待どおりに上向く状況ではないともみているため、余り変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高のため、なかなか客の購買意欲が湧いてこない。
		家電量販店（店長）	・前年と比べて市の補助金がなくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・受注残の解消が進み販売台数が安定する一方で、競合他社との価格競争が再燃することで、粗利単価の低下が予想される。
		スナック（経営者）	・変わらないを選択したが、これ以上悪くならないように、変わらないでほしい。本当に地方は困っている。我慢も限度がある。
		スナック（経営者）	・企業が、朝のアルコールチェックを始めるようになってから、夜11時過ぎの新規の来客が全くと言っていいほどなくなっている。この状況を改善する余地はないため、もうこれが普通だと思って営業していかなければならない。厳しい状況は今後も続く。
		観光型旅館（経営者）	・これから露天風呂の改修工事が始まり、その間の客の動きは減るものの、8月には工事が完成し、需要の大きい月に入るため、かなり忙しくなりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・5月の落ち込んだ分、多少6月は上向くと予想している。前年5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類移行から、6月は客足が動いた。その分、前年比では客足が鈍くなると予想している。
		旅行代理店（副支店長）	・客の旅行意欲や需要の増加は、この先も維持されていくと捉えている。ただし、インバウンド増加により需給バランスが悪く、受入れ施設等の値上がりもあり、要望があっても足踏みするケースが増加してきている。

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
		タクシー運転手	・物価が上がったり、実質賃金下がったりと、世間では高く物が買えずタクシーにも乗れないという方が多いようである。
		遊園地（職員）	・パブリシティの獲得や、イベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、夏休みに向けて多くの客の来園を期待している。
		ゴルフ場（副支配人）	・新規の来場客も見られるものの、既存客の来場減少もあるため、良くなるとは考えられない。
		設計事務所（職員）	・急な依頼はなく、計画案件もなかなか進まない。
		住宅販売会社（経営者）	・前年と比べて問合せ等が増加しており、中古別荘の販売も好調が続く見通しである。
		商店街（代表者）	・何をしても先行きが暗い。
		スーパー（経営者）	・中小の賃上げが物価上昇に追い付いていない。公共料金増加で消費減退は徐々に進むとみられる。定額減税の効果に期待したいが、実感されない可能性が大きい。
		スーパー（副店長）	・景気が良くなる理由はなく、物価上昇も前年よりは落ち着いたとはいえ、前年から引き続き物価高傾向にある。客の節約傾向が強く、価格によるスーパーへの来店動機が強まっている。
		コンビニ（経営者）	・政治不信が募っており、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・前年の今頃は、新型コロナウイルス感染症の5類移行で経済活動も活気を見せつつあった。今年の動きはかなり静かな上に歯止めの掛からない物価上昇と、良くなる要素が見当たらない。
		通信会社（社員）	・単価が上がり、買換えサイクルが一段と長くなるため、やや悪くなる。
		ゴルフ場（経営者）	・日銀の金融政策の転換、原材料費及び人件費の高騰、配偶者特別控除枠据置きの影響も含む人手不足、後継者不足、複雑な税制、ゼロゼロ融資の弁済、不安定な国際情勢等、様々な問題が中小企業経営の負担として激増しているため、やや悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・補助金が終了し電気代が上昇するため、財布のひもは固くなる。今後も値上げがあるため、購買にはつながらない。
企業 動向 関連  (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復して良くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品の受注が増えており、期待感が持てる。また、新商材の投入による展開も期待している。
		建設業（経営者）	・一部の資材を除いて、価格の上昇が落ち着いてきている。
		食料品製造業（営業統括）	・新製品を投入して新規飲食店等への販売拡大の努力はしているが、ビールと他の酒類に押されて、苦戦している。
		食料品製造業（総務担当）	・小売店頭の販売状況が良くなるとは考えられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・物価高による買い控えと、消費のモノからコトへのシフトが継続している分、耐久消費財への支出が抑えられている。
		金融業（調査担当）	・当面は一進一退の状況が続くとみられるが、円安の更なる進展や金利上昇等、外部環境の変化による悪化も予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・例年と比べて受注や見積りの数に伸びがない。数量調整が入ったり、見積りから受注までに時間が掛かっており、慎重さがみられる。
		電気機械器具製造業（従業員）	・円安の影響か、銅の販売価格が4月から350円も値上がりしている。今後、銅価格が高値で安定となると、非常に厳しい状況となる。また、銅を使っている部品の価格もまた値上がりするのではないかとということで、非常に困っている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・地金の高騰や円安の影響は、毎月徐々に経営を圧迫している。
		金融業（経営企画担当）	・金利上昇による家計への圧迫が続いており、企業による賃金上昇が続けられるかどうか不透明である。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込チラシへの出稿量が減少しているが、インターネット広告への移行が大きい。新規出店の出稿はあるものの、レギュラー広告の減少が目立っている。
	×	食料品製造業（製造担当）	・原材料の価格は20年前の2.5倍になっているのに、商材価格を同じようには値上げできない。

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
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連  (甲信越)		-	-
		*	*
		人材派遣会社（営業担当）	・消費動向は相変わらずで、財布のひもは固い。
		求人情報製作会社（総務担当）	・現状、変わる要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・海外経済の不安定さ、原材料価格の高騰、物価高の状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・物価の上昇により、新規求人数及び有効求人数が前年同月比で減少し、これまでの改善の動きに足踏み感がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円安が改善しないと、積極的なマインドが出てこない。
	-	-	-
	x	-	-

## 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		商店街（代表者）	・世界的に景気が良くなっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・円安傾向が反転しない限りは、国内旅行に軸足が移ったままである。
		タクシー運転手	・暑さのためかなり利用客が増える。いろいろなイベントも開催されるため、今まで以上に稼働率が良くなる見込みである。
		商店街（代表者）	・定額減税の効果や夏休みになることで好影響がある。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症を気にする人が少なくなり、マスクをしている人もかなり少なくなった。いろいろな不安要素がなくなり人が街に出てきている。
		スーパー（経営者）	・給料アップと長期休暇に期待している。災害や異常気象等が発生して悪影響が出ないよう願っている。
		スーパー（店長）	・競合先の閉店に伴い、来客数は徐々に増えてくる見込みである。
		スーパー（店員）	・値上げ等が発生しても、販売数量に大幅な落ち込みがみられない。
		スーパー（販売担当）	・来客数が増えて売上につながることを期待する。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・製造元の話では、少しずつ原料の発注が増えて状況が良くなっていると言っていた。新しいデザインが市場に投入されれば、動きが良くなっていくと予想する。
		家電量販店（店員）	・予算が高めの見積案件が、今までより多くなっている。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今後の物価高を考えてか、早めに買換える人が増えている。
		家電量販店（営業担当）	・現在はまだ季節商材がそれほど動いていないが、6月からプレミアム付商品券が使えるようになる。今夏は暑さが長く続くと考えられるため、夏終盤まで季節商材の来客数がそれなりに見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・大手企業を中心にかなり大きな値上げが行われそうなので、6月給与から反映されれば、消費意欲が上がってくると期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・これ以上ないと思えるほどの落ち込みを経験したので、後は上がるしかない。
		乗用車販売店（従業員）	・災害等の悪いことが何も起きなければ、やや良い方向に向かう。国民が物価高に慣れてきた。
	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・為替レートの継続と地元国際空港の増便によりインバウンド需要が増加する。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価と賃金の好循環に期待している。	
	観光型ホテル（支配人）	・需要の高まりはみられるため、値上げに対する理解が進むことを期待している。	
	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調な状態が続く。	

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
		都市型ホテル（総支配人）	・やや良くなると期待したい。ただし、現在は仕入先からの値上げに応じなければ取引を断られる状態にあるが、値上げ分を価格に転嫁できず収益の悪化が懸念される。
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震から半年が経過し、現在は特に悪い材料が見当たらないため、この先の夏は良くなると期待している。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みに入り年間で1番の繁忙期になるため期待している。ただし、円安や物価高は少し気になる。
		タクシー運転手	・これから梅雨に入ると雨や台風等で出足が悪くなる日もあるだろうが、梅雨が明けて気温が高くなってくれば出足も回復し、良くなっていくと期待したい。
		テーマパーク（職員）	・円安がもうしばらく続きそうで、インバウンドが増える見込みである。
		美顔美容室（経営者）	・6月からは美容ドリンクのキャンペーンが新たに始まる。継続して飲用する商品であるため、その売上に期待する。
		美容室（経営者）	・これから暑くなると、髪を整えてさっぱりしたいと考える客が増えるはずなので期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・テレビ等で、今買うなら新築1戸建て住宅という報道も多く、それに客が触発されることを期待する。
		商店街（代表者）	・来客数の減少と客層の高齢化に伴い販売機会そのものは減少が続いているが、補助金等の影響もあり販売単価が上昇している。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・値上げのピッチが速く、影響が大きい。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・あらゆる物の値上げが飲食業界に大打撃を与えている。今のところ景気が回復するような好材料はない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・今の状況から余り変わらない。消費は伸びていく傾向にあるが、電気代など光熱費も含め全ての物価が高いため、客の消費もそれに対応している様子である。今より悪くはならないが、現状が続いていく。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、足元の状況はまだしばらく続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・国内外で政治の行方が不透明である。ウクライナ問題やパレスチナ問題の先行きに加えて円安等も不透明であるため、どちらともいえない。
		百貨店（売場主任）	・売場での客の滞在時間が長くなっている。場内をぐるぐる回りながら、スマートフォンで何かを検索している客が多い。夕方以降はインバウンドの来店が多く、買上につながる事が多い。海外からのインポート商品はなかなか補充ができず、値上げが続くと購入しない客がもっと増えると予想され、特に平日の売上が厳しい状態が続く。
		百貨店（総務担当）	・定額減税及び夏季ボーナス支給を控えているが、各種値上げや電気料金の大幅な上昇等の報道などもあり、消費マインドは厳しさを増している。節約志向が更に進むことも想定され、クリアランスセール前は衣料品の動きも厳しい。一方で、今夏は大変暑くなるという予報も出ており、日傘や紫外線対策の化粧品需要、また、引き続きインバウンド需要にも期待している。
		百貨店（企画担当）	・売上は前年を上回っているが、売れるアイテムにはっきりとした偏りがある。食料品は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、レストランは大幅な前年超えが続いている。高額商品や化粧品にも動きがあるが、いわゆる中間層がメイン顧客となるファッション関連商品の動きが鈍いままとなっており、この傾向は続く見込みである。
		百貨店（営業担当）	・現状の動きがしばらく続き、インバウンドも更に加速して来客数の維持に貢献すると考える。
		百貨店（販売担当）	・来客数は伸びていくが、物価高の影響は続くと考えられる。インバウンドは好調だろうが、大きな変化はなく現状維持の見込みである。
		百貨店（営業企画担当）	・来客数は前年と比べて増加するとみる。客足に比例すれば売上も良くなるはずだが、分からない。
		スーパー（店員）	・いろいろなコストの上昇がずっと続いているため、安価に販売ができず高くなる商品が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店員）	・これまで価格を抑えてきた商品を値上げすることになり、その影響がどうなるか心配である。
		スーパー（支店長）	・このまま自動車産業が好業績を維持すれば、それなりに中小企業にも好況の波が来て、やがて労働者や一般消費者に好景気をもたらしてくれることを切に願う。当地域は自動車産業が景気を左右する地域である。
		スーパー（営業企画）	・当面、消費に対してインパクトのある要因が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・5月に競合店ができたが、影響はそれほどない。好機は続く見込みである。
		コンビニ（企画担当）	・インバウンド需要は着実に増加しており、物価上昇による買い控えを余り感じさせない状況である。
		コンビニ（店長）	・特に消費マインドに影響を与えることがなく、淡々とした日々が続いているため、この先も景気は変わらない。
		コンビニ（店長）	・消費行動がまだ冷えている状態なのは間違いない。使える金のごく限られており、支出を抑えたい気持ちがかかなり強い様子が見られる。ボーナスなど一時的な収入の増減に左右される。
		コンビニ（本部管理担当）	・ピークとなる夏季シーズンに向けて視界は良好である。今夏は高気温という予報とコロナ禍の終えんで巣籠りからの解放というトレンドが、来客数アップへの追い風となる。一方で、水道光熱費への補助が終了する情報もあり、利益に影響が出ないか若干の懸念はある。
		コンビニ（商品企画担当）	・夏の繁忙期を迎えるものの、猛暑や円安によるインバウンド増加が影響して日本人の旅行控えが見込まれ、売上伸長は厳しいと判断した。
		衣料品専門店（経営者）	・上向き要素が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・なかなか客の収入が増えないことから、売上増加は簡単ではない状況である。円安の改善や地元の仕事での需要増加がないと、景気向上につながらない。
		衣料品専門店（売場担当）	・ボーナス支給や定額減税等による景気拡大への期待感はあるものの、6月からの食料品や電気・ガス代の値上げの影響で、期待ほどの消費にはつながらないと予想する。
		衣料品専門店（売場担当）	・夏のボーナスが出たからといって、1番に重衣料を購入しようとする人は少ない。リモートワークや在宅勤務が進み、スーツ等の着用機会が少なくなっている。自宅で洗濯ができる商品も出てきているが、ボーナス支給でそれらの売上がそれほど増えるとも考えられない。
		乗用車販売店（経営者）	・この春の値上げが耐久消費財の購入につながっていくのが、まだ全く見通せない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから夏のボーナス時期を迎えるが、家計ではこれまでの赤字補填に回る。車が壊れたのならまだしも動いているうちは購入は考えられないと話ず客が多く、消費に対する選択の目は厳しさを増している。もう少し市場に活気が戻り消費に対する前向きのマインドが強くなるよう期待したい。
		乗用車販売店（従業員）	・高額車両の多くは受注停止になっているが、販売停止していた車種も購入できるようになり、車種の選択肢も広がっている。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス時期であるが、来客数が増える感触はない。以前はローンを組むときにボーナス払いを含めた支払が多かったが、最近はボーナス払いに慎重な客が増えてきている。
		住関連専門店（営業担当）	・建築工事では、住宅、その他物件共に建築資材の価格高騰と職人の工賃上昇で客の予算とのかい離が大きくなっており、工事が延期になる物件も出始めている。リフォーム工事についても同様のことがいえるが金額的にそれほど大きくないため、住宅も商業施設も例年並みに推移している。
		高級レストラン（経営企画）	・先行きの物価上昇への不安から節約傾向がみられるため、販売促進等による効果を考慮しても横ばいの見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・特に良くなる要素が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・円安傾向に歯止めがかからないと、客の購買意欲が高まらない。

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
		旅行代理店（経営者）	・円安による生活必需品の値上げのほか、電気・ガス代などの上昇も間近に迫り、財布のひもはますます固くなっていく。消費行動も要不要の選択が厳しくなり、生鮮3品を格安で提供するスーパーには来店客が多いが、既存スーパーは客足が減っている。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行代金の値上げ、宿泊代金や飲食代金、入場料など旅行素材の価格上昇は続いていくと推測されるため、ぜいたくは控えた旅行が多くなると予想される。海外旅行も円安のデメリットを考えて控える人が増えてきており、旅行者人口の増加は鈍化している。
		タクシー運転手	・低い水準で安定している。
		通信会社（企画担当）	・県知事選挙があり地元では明るい話題で期待感はあるものの、決して即効性のあるものではないため、当面は円安や物価高に苦しめられる状況が続く見込みである。
		通信会社（営業担当）	・物価の上昇は止まらず、下がる要素が見当たらない。
		通信会社（サービス担当）	・景気が悪いため価格の安いサービスへの乗換えが増加する。
		テーマパーク職員（総務担当）	・来客数は現状維持が精一杯とずっと感じているが、気候も良くなる今後に向けて季節のイベントを企画し、少しでも来客数が増加することを期待している。
		観光名所（案内係）	・まだ物価の上昇が続くようで、これでは景気は良くならない。
		その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員）	・諸物価の上昇などが公共交通の利用につながるとよいが、変化が小さくみえづらい。
		美容室（経営者）	・外出やイベントは多くなっているものの、光熱費や物価の上昇が厳しいという声も多く聞かれ、手放して喜べるような状態ではない。
		住宅販売会社（従業員）	・このままの状況が続く。円安の影響で材料が高騰している。
		その他住宅[展示場] （従業員）	・変わらず景気は悪い。物価高に賃上げが追い付いていない。
		その他住宅[不動産賃貸及び売買] （営業）	・閑散期に向けて何をすべきかを考えて行動しないといけない。
		商店街（代表者）	・電気代の上昇が一般家庭から業者まで直撃し、景気に相当な悪影響を及ぼす。
		一般小売店[生活用品] （販売担当）	・物価高騰が続き、生活必需品以外に掛ける金額は少ない様子である。
		百貨店（経理担当）	・富裕層やインバウンドの下支えがあるものの、円安の影響による原材料高や天候不良による食品価格の上昇、2024年問題に伴う物流費の高騰が個人消費の減退をもたらし、景気はマイナストレンドに陥るとみる。
		百貨店（営業担当）	・今月に入り特に生鮮食品など食料品の売上が非常に厳しい。物価高の影響が顕著に現れてきており、今後この状況は続く見込みである。
		百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク以降、週末に雨天も多く来客数が特に厳しい。インバウンドだけは辛うじて伸びている様子である。
		スーパー（店長）	・物価上昇で節約傾向は続く。
		スーパー（店長）	・デフレからの脱却はなく、1品単価がどんどん落ちている。
		スーパー（総務）	・春闘で賃上げが実現したといわれるが、物価上昇と実際の賃上げ額を比べると圧倒的に物価上昇の方が大きく、景気が良くなるとは考えられない。
		コンビニ（店長）	・食品の値上げが続いており、販売量に影響が出てきている。量販店と小規模小売店とでは販売価格差が開きすぎて、勝負にならない。
		コンビニ（エリア担当）	・物価高のためプラスアルファの商品を買わない傾向がある。
		コンビニ（エリア担当）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業などの終了により景気が悪くなる。
		コンビニ（店長）	・実質賃金が下がっており、電気代が上昇することで節約志向が強まる。



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）	・公共料金、保険料や食料費など全てに物価高の影響が顕著に出てきて、生活必需品以外への出費を控えているような印象を受ける。
		乗用車販売店（従業員）	・今のところ明るい兆しがない。現状が最低に近いくらい悪いためそれ以上悪くなることは考えにくい。来客数や問合せ数からみると更に悪くなりそうな気配がある。
		乗用車販売店（販売担当）	・輸入車の販売では、円安が進んで車両本体価格も上がり客の購入意欲がそがれている。
		乗用車販売店（営業担当）	・輸出元では現在も生産が止まっており、再開されるのは夏以降の予定である。出荷は秋以降になるため夏には在庫が枯渇する。商材がないなかで販売をするのは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・会社員の給料は若干上がっているようだが、それが自営業まで波及していない。物価の上昇が賃上げ分を上回っており、景気が良くなるような実感が全くない。
		一般レストラン（従業員）	・物価高の影響が出てくる。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・株価上昇などで景気の上昇感があるが、恩恵を感じない層にとっては何となく諦めムードが出てくる頃合いである。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安が継続しており4月に引き続き秋にも値上げを実施する。配送運賃等コスト増加の影響も大きい。4月以降販売数量が減少しているが、秋以降は更に販売数量が減ると予想する。
		観光型ホテル（経営者）	・この先の宿泊予約状況が悪く、このままでは前年割れの見込みである。前年までの新型コロナウイルス感染症対策での政府の需要喚起策等がなくなった。特に景気の良い話題がなく、また、賃上げが行われたことで企業も人件費や高騰する光熱費等で余裕がなくなり会食や旅行等の優先順位が下がっていることが原因と考える。このまま需要が停滞することを懸念している。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
		旅行代理店（営業担当）	・お盆とその前後を含む夏休みは団体旅行が少ない傾向があるため、一旦は落ち着くと考える。
		テーマパーク（職員）	・円安のため、仕入価格の上昇が見込まれる。
		ゴルフ場（支配人）	・7月の入場者予約数は前年同月比でやや低迷している。梅雨明け前でもあり予約しづらい時期ではあるが、現時点において予約数が少ないため、景気はやや悪くなる見込みである。
		理美容室（経営者）	・客からは、給料が思ったよりも上がらず物価ばかりが上がりが景気が悪くなっているという声を聞く。
		美容室（経営者）	・円安が変わらない限りはどうしようもない。光熱費も今後の上昇が想定され、大変なことである。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・レンタル商材の取得原価が上がる。レンタル商材を整備、維持していく資材や人件費のコストも増加する。
		設計事務所（経営者）	・足元で若干の改善はみられたものの、現在の仕事は6月末で終了予定で、その先の案件が確保できていない。
		設計事務所（職員）	・円安が続き景気が上向かない。物価だけが上昇している。
		住宅販売会社（従業員）	・収入が増えたとの実感もなく借入金利も上昇する気配から、このエリアでは新築住宅への憧れは激減している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・省エネと介護のリフォームには補助金が出るが、施主になかなか金を出す余裕がなく、高齢者住宅の物件は見積りだけ出して終わることが多い。施主からは、介護保険料が上がり苦しいという声を聞く。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積依頼や元請の受注状況などをみると、この先2～3か月は現場の動きが少ない。
	×	スーパー（店員）	・今月下旬の暑い日に売上がガクッと下がり、暑いと客が減少することがはっきりと分かった。カメムシが大量発生している問題は今後大きな影響が出てくる。梅などが前年よりも高値になると市場から報告を受けているため来月以降も心配である。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高が原因となる。
	×	一般レストラン（従業員）	・今月から光熱費が上がり、食材の値上がりも厳しい。

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
	×	パチンコ店（経営者）	・増税や値上げのニュースをよく目にするほか、減税を明示するための事務負担増加も話題となっている。税務処理はただでさえ面倒なのに、定額減税は事務的にはたまったものではない。景気が良くなると思える要素を探す方が難しい。
企業 動向 関連 (東海)		化学工業（営業担当）	・電子材料の需要は徐々に回復する見込みである。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・代理店契約をしていた会社との資本関係を解消したため客との直接取引が容易になり、Web問合せの会社とも直接取引できるようになった。中間マージンが乗らないため、成約率が高くなっている。
		不動産業（経営者）	・今後は前年と同様に曇りや雨の日が多くなりそうであるが、外出や遠出をする人は少しずつ増加していくと考える。今後の売上は増加していき、前年を上回る状況になっていくと予測する。
		会計事務所（職員）	・円安であるが、海外旅行へ出掛ける人が周囲にも出始めている。現状を容認して消費に回すようになったとみている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・海外ファンドによるドル買い攻勢によりなかなか円高にはならず、当分は円安が続く見込みである。国力を高めて円安の是正に尽力すべきである。自社では新商品を開発しているが、我が国は水素社会に転換してエネルギーの課題を解消すべきである。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費マインドの冷え込みが心配される。生産者の立場からは現在の商品に磨きを掛け、より価値ある商品を提供することに努めていきたい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・円安がこのまま続けば、更に物価は高騰し、景気も現在の悪い状態が続く。
		化学工業（総務秘書）	・景気を後退させる特段の材料がない。政権運営の舵取り次第で景気への影響は懸念されるが、直ちに影響を及ぼすほどではない。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量がキープできれば、価格交渉や納期対応により業績が落ち込むことは回避できると考える。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の電子部品向け設備の引き合い件数が低調であるため、来月以降の受注は現状維持になりそうである。
		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判断した。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・コロナ禍からの回復分を、物価の上昇が打ち消している印象を受ける。実質的な賃金は上がっていないため、継続して消費が上向いていくとは考えられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2024年問題等で価格の上昇はまだあるが、生産量の変動がないためしばらくこの状態が続くと予想する。
		建設業（役員）	・住宅販売は、建築コストが上がりすぎたため販売価格に転嫁し、売行きに影響が出る見込みである。建設受注は、人手不足や2024年問題で工期に時間が掛かることを懸念している。
		建設業（営業担当）	・物価高に対応した予算取りがすぐに行われないと、先立って実施される仕事と年度末に合わせて行う仕事に発注が分かれる。現時点ではどちらになるか分からない。
		輸送業（経営者）	・物価高で商品代金は上昇しているが、物流費への還元は十分ではない。行政の監督への対策からか、大手を中心に値上げ交渉の話は聞いてもらえるようになったが、まだまだコストアップに見合う回答はもらえていない。
	輸送業（従業員）	・物価は上昇するものの、実質賃金が伸びていない。個人消費が景気の底上げに寄与するまでにはいかない。	
	輸送業（従業員）	・荷主に先の展望を聞いてもはっきりしない。急に良くなることはなさそうだが、それにしても先行きが読めない。	
	輸送業（エリア担当）	・様々な値上げ等はあるものの、購買行動に変化はないと予想する。	
	輸送業（エリア担当）	・新年度には異動に伴い新しい物を買ったりそろえたりする消費行動が発生し、流通する荷物の量が増えるはずだが、同業他社の話からはそういった動きがみられない。世の中に出回る荷物の量がそれほど増えておらず、景気が良くなる兆しが見受けられない。	
	金融業（従業員）	・2024年6月より定額減税が実施されるが一時的な施策にすぎず、賃金の伸びに対する物価の上昇が著しく大きい。	

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	
		金融業（従業員）	・足元では景気動向としてやや良くなる動きが散見されるが、今後を考えると比較的景気が悪くなる不安要素があり、円安や物価高が更に進む恐れもあるため、プラスマイナスで変わらないと判断した。	
		金融業（企画担当）	・原価率が上がっており、中小企業では大手のような賃上げはなかなか難しい。賃上げが中小企業まで広く行き渡らないと、個人消費も伸びず景気は良くならない。	
		広告代理店（制作担当）	・毎年開催している屋内外の夏季イベントで、スタッフ等の人手不足によりペンディング状態の企画が出ている。	
		公認会計士	・円安の影響もあり、企業が設備投資を控えている印象を受ける。賃上げを実施している企業も多いようだが、その分が消費にはまだ回っていない様子である。政府の通貨政策もあり、企業も消費者も今後の景気動向に不安を感じている印象はあるが、この先の景気に大きな影響はないものと予想する。	
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、今後も引き続き減少する見込みである。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良化する要素が余りない。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・操業度が上がり注文量も増えてきたが、根本である部品の品質に問題が出てきたため、少し悪くなる。	
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・電気・ガス料金への補助が終了し、野菜の高値も続くなか先行きは不安しかない。	
		輸送業（エリア担当）	・コスト増加になる現在の改革を今後の収入増加で補える見込みがない。客の方を向いて成り立ってきた経営が、向く先を転換しているように感じられ戸惑いがある。	
		通信業（総務担当）	・この先も物価の上昇が見込まれるため、消費者は金を使えない。最低限の消費しかできないと予測する。	
		通信業（法人営業担当）	・各メーカーが閑散期や受注停滞期の対策に値下げやプレゼント企画のキャンペーンを打っても客側の反応は鈍く、受注増加につながっていない。値段を下げて特典を付けても、懐が寂しければ、ない袖は振れない状態と見受けられる。	
		会計事務所（職員）	・日常生活で買物等に出掛けると、今まで以上に物価が上昇している。食料品や日用品を始めあらゆる物が値上がりしており、今後の生活が不安になるほどである。根本的な対策をしない限り景気は悪くなる一方である。	
		×	食料品製造業（営業担当）	・受注数が前年比で減っている。
		×	鉄鋼業（経営者）	・鉄鋼メーカーは更なる値上げを宣言しているが、当社の客は値上げどころか値下げしなければ仕事が取れない状況になっている。ものづくりの現場から小規模企業が全て排除されるのではないかと危惧している。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・現在の新聞購読料金は2020年から変わっておらず、今後も値上げの見込みがない。その間にガソリン代の高騰、最低賃金の引上げ、その他物価上昇による影響があり利益は毎月減る一方である。良くなる兆候は全くみえない。	
雇用 関連 (東海)		-	-	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・夏から秋にかけて県下全域で大型イベントの実施が予定されているため、消費マインドとしては上向きになると期待したい。	
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・デジタル人材育成に向けた研修などの取組がみられ、国の施策にのっとりこれからの企業ニーズに柔軟に対応していく動きが活発化している。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年まで当地域の医療業界では5月中旬が採用試験のピークだったが、今年は4月末に前倒して実施する機関が増えた。特に医療業界は採用対象が有資格者のため、早期の人材確保を求めている。	
		人材派遣業（営業担当）	・減税政策は反対に企業を苦しめることとなり、消費者も恩恵を感じることはない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・人材業界は売手市場が継続している。企業は4月入社した新卒の育成に力を入れるが、ミスマッチにより一部で人材が流動的になる。全体としては、大きくは変わらない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。定額減税も消費拡大に効果はないと推測する。	

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
		人材派遣会社（営業担当）	・技術開発の領域では研究開発の需要が低下する要因は見当たらないため、当面好況状態が続く見込みである。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーにおける生産停止で労働者供給に支障が出ている。複数の自動車メーカーが生産計画の80%から90%で推移しており、それほど多忙ではない。今までは生産計画に遅れが生じると土曜日にばん回生産を行っていたが、それもない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大きな変化の要因もなく、現在の状況がしばらく続く。
		職業安定所（所長）	・周辺企業では余り円安の影響は受けていないが、物価高や最低賃金の上昇に伴う賃上げへの対応に苦慮している企業が多い。
		職業安定所（職員）	・大手企業を中心とした賃上げで、より好条件の企業に対する求職活動の活発化を背景として、中小企業における人手不足の傾向が継続している。まだまだ全体的な底上げによる好景気への気運はみえない。
		職業安定所（職員）	・企業の求人数は増加しておりコロナ禍から回復傾向にあるとみられるが、一部で求人票の提出を控えるなど改善の動きが弱まっている産業もある。
		職業安定所（職員）	・引き続き円安基調が続くと想定されるほかウクライナや中東など世界情勢も不透明であり、先行きの予測が付かない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・価格転嫁や円安の影響を受けている事業所もあり、不安要素がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大手企業で今年度の採用活動が活性化する時期であるが、ソフト・エレクトロニクス産業などでの希少性が高い人材の獲得競争は、よりし烈な環境になる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒者の求人に関しては、年間を通じた採用計画で動いている企業や機関が多く、短期間で求人数に大きな変化はない。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の賃上げ問題はすぐに解決するものではなく、また、求職者が減少する時期でもある。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材不足は、中小企業や労働条件の悪い仕事で深刻になりつつある。
		職業安定所（職員）	・物価上昇等が影響する。
		職業安定所（職員）	・雇用保険適用事業所数が前年同月比で5か月連続減少している。また、事業所の廃業等が多数報告されている。
	x	-	-

## 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・例年であれば、梅雨時期を迎え観光がオフシーズンとなる。インバウンドが絶好調のため今後も期待したい。その反面、周りをみていると、日本人しか行かない業種は厳しい状況が続いている。ますます格差が広がっていることに対して、商店街としてどうするべきか自問自答している。
		商店街（代表者）	・高級品を求める東南アジアからの客の姿がみられ、今後が楽しみである。
		スーパー（仕入担当）	・仮設住宅への転居や自宅へ戻る住民も増え、道路状況も改善しており人の流入が期待できる。
		コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線延伸後の夏休み期間には期待できると考える。
		衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後は売場をリニューアルオープンする予定があるため、売上の伸び率が良くなるとみている。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の金沢開業ほどの集客力はないが、福井県の露出が増えて平日における客室の稼働状況が均等化されている。
		タクシー運転手	・これから夏に向けて観光客も増える。夏休みにも入るためタクシー利用が増えると考え。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・肉の仕入価格が高くなっているため、利益が出づらい状況である。それに伴い、更なる値上げ等が考えられるため、その状況によっては変化があるとみている。
	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・これからの3か月は業種的に大きく商品が動く時期ではない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールについてはアパレル各社の商品在庫量が品薄のため、早々に終了する見込みである。期中に追加投入予定の定価品の販売に軸足をシフトしていくことになるが、酷暑が予測されているため、消費者の購入意欲を引き上げることができるのか見通せない。
		百貨店（販売促進担当）	・お中元やクリアランスセールといった例年同様の企画などは目減りするとみている。一方、ブランドジュエリーの企画を中心に富裕客向けに新しい企画をしたり、化粧品等についてはブランドやUVなどの機能といった切り口による高価格商材は好調なので、ボーナス商戦に向けて引き続き強化したいと考える。
		百貨店（販売担当）	・街全体の集客力は増しているが、主力は食である。祝い事などのイベントは、外食中心だという客の声も聞いている。衣料品や雑貨は母の日の動きも減少し、今後のモチベーション需要も苦戦を予想している。伸長していた旅行需要も、旅行単価の高騰で行くことのみ金の使い方が変化しており、物品購入は減少している。6月末のセールで一時的に改善するとみるが、セール商材は少なく、現状維持が精一杯だと考える。
		スーパー（店長）	・商品の値上げ以外にも電気代の値上げ等が続くため、無駄な商品を買わない傾向は続くともみている。
		衣料品専門店（経営者）	・購買意欲が高まらず、財布のひももなかなか緩まず、厳しい状態である。
		家電量販店（店長）	・光熱費の高騰によって省エネ、節水のモデルを選ぶ客は増えているが、故障してからの買換えが多く、年数経過や省エネ性を求めて故障前に買換えることは少なく、販売台数が減少している。
		家電量販店（本部）	・今夏は気温が高い予想で期待はしているが、物価上昇や電気代の値上げで、良くなるとは考えられない。
		乗用車販売店（経営者）	・物価高に対して給与の上昇は十分でないとも考えるため、しばらく景気の状態は変わらないともみている。
		乗用車販売店（従業員）	・物価高の影響があり、販売が芳しくない。
		乗用車販売店（役員）	・円安傾向が継続しており、物価上昇に対する消費者の守りの姿勢が続くとみられ、なかなか上向きにならないと考える。
		自動車備品販売店（役員）	・ガソリン単価は高値で安定しており、物価の上昇も更に続くとの予想もある。消費を控えているという話も聞いているため、購買意欲は高まっていないと考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・大抵の家庭は物価高で支出は増えたが、収入は増えるどころか変わらず、悪くすれば減収という状態で、将来の見通しは真っ暗である。当店に関しても同じ状態で、景気は変わらないか、悪くなるとみている。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線の延伸効果もさほどなく、北陸応援割の効果も余りみられない。ただし、コロナ禍で中止していた会合などが少しずつ戻っており、大口での引き合いは出てきている。
		一般レストラン（統括）	・大きく落ち込むことはないとも予測するが、あらゆるものの値上げや円安が継続し、インフレが続くと人々がどこまで付いていけるかが不透明である。物の価格を上げて、消費する客の収入が増えないことには、なかなか今以上の景気にならないと考える。
		観光型旅館（経理）	・復興にまだまだ時間が掛かる見通しである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド需要は強いが、国内需要について宿泊部門、宴会部門の来客数が減少している。
		タクシー運転手	・物価高騰による乗り控えがある間は変わらないと考える。
		通信会社（職員）	・良くなる要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・販売量を見ていて大きな変化がみられない。前年と同様の販売数で推移している。
		通信会社（営業担当）	・現状維持だと考える。
		通信会社（役員）	・特段のイベントもなく、契約件数は前年同月と同等か下回るとみている。
		通信会社（役員）	・物価上昇が予想されるなか、景気の先行きは不透明である。

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
		テーマパーク（役員）	・現状の予約状況を見る限り、現在とそれほど変わらない状況が続くと考ええる。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] （総支配人）	・売上の微増以上に経費の大幅な増加が先行している現状では、不安しかない。
		住宅販売会社（従業員）	・金利の上昇が気になる場所だが、ゆっくりなら営業支援になるため、金利はゆっくり上昇してもらいたい。また、所得の上昇が広がれば心理的にも買いやすくなるが、このままでは販売状況は大きく変わらないと考える。
		住宅販売会社（従業員）	・協力業者不足の状態が改善するには時間が掛かると考える。
		住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲が上がらないため変わらないと考える。
		住宅販売会社（営業）	・物価高が続いており、さすがに消費マインドが追い付かなくなってきた感がある。今後の改善要素がみえず、むしろ景気は悪くなる気配さえある。
		商店街（代表者）	・減税効果を期待しているが、客の様子からみても節約傾向はしばらく続きそうである。
		一般小売店 [書籍] （従業員）	・6月使用分より電気代の補助がなくなり、実質値上げとなる。その他の品目の値上げもあり、良くなることはないと考ええる。
		家電量販店（店長）	・電気代や物価の上昇による買い控えが続いている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・電気代が上昇する分、生活防衛マインドになることを懸念している。
		スナック（経営者）	・先々に明るい様子や材料がなく、生活は引き締める方向に変化するとみている。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行が一旦落ち着くため、売上は今より下がるとみている。
		競輪場（職員）	・物価上昇に対し、賃上げが追い付いていない。
		美容室（経営者）	・国内の政治状況、国際情勢も不安定で景気が良くなる要素が全くない。
	x	住関連専門店（役員）	・物価高がいよいよ家計に大きな影響を与え始めている。無駄な消費はしない傾向が強いようにみえる。ガソリン代などへの軽減措置がなくなると、なおさら苦しい状況になる。
企業 動向 関連  (北陸)		-	-
		食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれて、業績は回復していく見通しである。
		一般機械器具製造業 （総務担当）	・A I向けの半導体が好調で、その好影響が続くことを期待したい。
		輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の回復と運賃改定が進んでいく見込みである。
		金融業（融資担当）	・取引先では能登半島地震の影響が改善し、各種製造業は通常の生産体制となっている。また、インバウンドを含めた観光業や飲食業も加賀地区を中心にゴールデンウィーク以降も順調に推移している。
		繊維工業（総括）	・引き続きスポーツやアウトドア用途の調整局面が続いているなど、受注については先行きが不透明となっている。
		プラスチック製品製造業（広報）	・建築関連、産業資材関連の上昇や下降の傾向について3か月のうちに変化する動きが見られない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文状況を見て、変わらないと考える。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・産業機械向け部品関係の受注は順調に推移しているものの、オートバイ向け関連部品の受注が計画を下回っており、特に輸出品を中心に伸び悩んでいる状況である。
		電気機械器具製造業 （営業担当）	・新規案件の引き合いは若干増加傾向にあり、今後に期待したいが、実際に受注まで至っていない案件が多く、2～3か月後の受注増加には結び付かない状況である。ただし、現状以上に悪化傾向になる情報もないため、変わらないと考える。
		建設業（役員）	・受注量については、前年はまだ比較的順調だったが、人員の制限もあり、今後の受注については不確定要素がある。
		通信業（営業）	・6月の受注量予測から現状の好景気状態は当面継続するとみている。為替も落ち着いている状態で不安材料はない。

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
		金融業（融資担当）	・製造業の受注は増加傾向で、観光関連は人流増加により増収傾向だが、物価高によるコスト増加が懸念材料である。価格転嫁は進みつつあるが、物価高による値上げで小売業は苦戦している様子であり、全体としては横ばいだと考える。
		不動産業（経営者）	・個人客はもとより、法人客からもほとんど問合せがない。
		司法書士	・住宅、店舗、会社社屋といった建物の新築案件が堅調である。
		税理士（所長）	・定額減税の影響で消費マインドが上昇すれば、景気は良くなると考えるが、人手不足による納期遅れが足を引っ張る可能性がある。
		輸送業（経理）	・円安に起因する物価の上昇は避けられそうにない。従業員の賃上げに対応しにくい状況は継続しそうである。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		民間職業紹介機関（経営者）	・新入社員の定着や給与アップ及び所得減税により、緩やかな消費拡大に向かうとみている。雇用の拡大にもつながることに期待したい。
		人材派遣会社（社員）	・人手不足が懸念されるなか、求人数は増加せず減少気味である。求職者に関しても応募は少ない。依然としてスキルのアンマッチが発生している。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・良くなる要素も悪くなる要素もはっきりとは見当たらない。
		職業安定所（職員）	・世界情勢が今と変わらなければ、2～3か月先はこのままではないかと考える。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数、有効求人倍率、就職者数等に目立った動きや新たな動きの兆候がみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、物価上昇、円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
		人材派遣会社（役員）	・中小企業に比べて人員を採用しやすい大手企業の求人数が頭打ちにあるため、景気は悪い方向に向かっている。ただし、まだ中小企業までは人員が行き渡っておらず求人があるため、やや悪くなると考える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・直近の3か月先における求人広告の出稿予定の問合せが減少している。
		職業安定所（職員）	・能登半島地震の復旧や復興に関する分野の人手不足感は依然として高いものの、求職者、求人先双方から物価高騰による将来への経済的不安の声を聞いている。
	x	-	-

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・世界情勢では、今後も東西冷戦状態が続く。
		百貨店（宣伝担当）	・当地区では今後も観光客が増える予想されるほか、季節商材の実売期も到来することから、商材の確保を中心とした施策を進めることで、売上の伸びが期待される。
		商店街（代表者）	・人出が多くなるなど、活気が戻ってきたと感じる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・販売価格の上昇に対し、販売個数の減少は生じておらず、順調に推移している。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商戦に向けて、販売量の増加を見込んでいる。
		百貨店（企画担当）	・賃上げの動きに加えて、各企業の業績向上に伴い、ボーナスの支給額も増えると予想される。
		百貨店（サービ担当）	・今後も全体的な傾向に変化はなく、前年の実績が確保できるほか、今年も猛暑を快適に過ごせる商材の展開や、お中元商戦もオリジナルギフトを中心に展開することで、売上の拡大が期待される。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドを中心とした来街者の増加が、販売の増加につながっており、売上は過去最高を毎月更新している。インバウンドでは、かつて来街者数や販売が最も大きかった中国がまだ回復途上であるため、今後は更なる増加余地がある。

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
		百貨店（外商担当）	・円安が続く限り、日本で購入するのが最も安いと見られ、インバウンド売上の勢いが衰えることはない。ただし、ブランド品の値上げが続いているため、国内客の購買意欲は若干低下する可能性がある。
		百貨店（外商担当）	・海外有名ブランドの価格改定は相次いでいるが、富裕層の購買動向の勢いは、今後もしばらくは変わらない。
		百貨店（売場統括）	・インバウンド消費が好調なほか、賃金のベースアップに加えてボーナスの支給も行われるため、国内消費の活性化につながる。
		コンビニ（経営者）	・セルフレジ化が進み、客の購入するスピードが速くなっている。買物の時間を短縮できるため、何度も来店してくれる確率が上がることで、売上が伸びる。
		コンビニ（経営者）	・夏に向けてアルコール類や飲料の販売量が増えるよう、頑張っていきたい。
		コンビニ（店員）	・景気が良くなるとまではいえないが、定額減税で余裕ができるため、コンビニでプチぜいたくをする客は、少なからず出てくる。
		コンビニ（店員）	・これからどんどん暑くなるため、飲料やアイス類が売れる。
		衣料品専門店（店長）	・今後は夏のボーナス商戦が始まる。客との会話では、業種次第ではあるものの、企業の業況は良い流れとなっている。また、海外からの観光客の増加により、街全体に活気が出ている。
		家電量販店（店員）	・定額減税やボーナスの支給による影響のほか、気温の上昇によるエアコンの需要増加で、前年の売上は上回る見込みである。ただし、商品単価の上昇による影響がどう出るかは見通せない。
		家電量販店（企画担当）	・夏のボーナス商戦に期待したい。今期は大企業を中心に賃金のベースアップがあるため、耐久消費財の購買意欲が高まることを期待している。特に住宅省エネ2024キャンペーンにより、給湯機や省エネ関連の動きが増え、売上のプラス要因となっている。来月から電気代が高騰するため、省エネ家電やLED、省エネ給湯器の購入が見込まれ、客単価の上昇が期待できる。
		家電量販店（人事担当）	・今年も猛暑となる予想であり、エアコンはもちろん、効率的に体を冷やすためのスポット冷房などの販売も期待される。
		乗用車販売店（支店長）	・株価の上昇効果で良くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・一時的ではあるが、定額減税によって客の購入意欲が高まると期待している。さらに、今年の夏は猛暑の予想であるため、冷却関連の商品の売行きも見込める。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などは順調に動いている。今後、更なる上昇要因は見当たらないが、気温の上昇に伴い、飲料などを含む夏物素材の売上は増加が予想される。
		高級レストラン（企画）	・商品単価が2019年の1.4倍に達しつつある。今後のインバウンドの増加もあり、収益は更に上向き見通しである。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊需要は堅調な推移が予想され、宴会需要も回復傾向が続く見込みである。
		旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年以上が経過し、客からは、今年の夏こそ旅行に行きたいという声がよく聞かれる。円安の影響はあるものの、節約疲れもあり、現状よりも良くなる感覚がある。
		通信会社（社員）	・通信キャリアによる施策の内容にもよるが、夏の商戦での盛り返しを期待している。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの来場が増加傾向にあるほか、国内客にも物価上昇による悪影響はみられない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・仕入価格の上昇などが続くなか、売上は減少しており、景気回復の兆しはみられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・相次ぐ食料品の値上げで、先行きは不安定である。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・コロナ禍収束後の消費者の動きが良いため、継続的に盛り上がると予想したが、お金の使わない傾向になりつつある。



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
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・着物はぜいたく品のため、動きは良くない。一時的に留袖が動いたが、振り袖が動かない。
		百貨店(売場主任)	・減税や賃金のベースアップによる効果が消費を押し上げるとは考えられない。今後は今よりも大きく改善される要素はないが、インバウンド需要が増えているため、引き続き特選用品、高額品の販売は好調に推移する。
		百貨店(企画担当)	・円安傾向が続く限り、インバウンドの売上好調はしばらく続くと予想している。ただし、円相場次第で、急激な変化が生じる可能性もある。また、インバウンドの増加による国内売上への影響も、少し心配される。
		百貨店(管理担当)	・業績をけん引しているインバウンド需要は、堅調な動きが続くと予想される。
		百貨店(売場マネージャー)	・インフレや円安の影響で商品価格が高騰しており、生活防衛の傾向が強まっている。一方、個人所得は増えず、賃上げの影響もまだみられない。特に、地方の郊外店は厳しさを感じるなど、今後も外商売上やインバウンド売上が全体の下支えとなる。
		百貨店(マネージャー)	・今後も電気料金の値上げや、商品価格の改定など、様々な商品の値上げが続くため、節約志向は更に強まる。その一方、定額減税などの効果もあり、しばらくは消費が大きく落ち込むことはないと予想される。
		百貨店(販売推進担当)	・インバウンド売上の増加は当面続く見込みである。一方、物価の上昇で食品のナショナルブランドを中心に、路面店との価格差が生じているため、徐々に厳しくなってくる。
		百貨店(売場マネージャー)	・景気の回復を後押しする要素はなく、売上の浮沈はインバウンドが握っている。先行きの見通しは非常に不透明であるが、盛夏商材の動きは活発であるなど、一定の期待感はある。
		百貨店(商品担当)	・インバウンドの売上は現状の好調が続く一方、国内消費は現状維持か、減速が予想される。
		百貨店(マネージャー)	・一時的な減税や賃上げ効果も、物価の上昇による心理的な悪化が上回ることで、全体的な購買動向は変わらない。行動が活発になる夏を前に、自分の価値観に基づく、消費の選択と集中が顕著になると予想される。
		スーパー(経営者)	・定額減税が実施されるが、消費を刺激するほどの効果は期待できない。
		スーパー(店長)	・生活必需品の価格は上昇が続くため、景気が良くなる可能性は低い。ただし、ゴールデンウィークの前には、キャリアケースといった旅行商品の売上が前年比で150%増となるなど、外出関連の動きは良い。今後も夏休みなどで、売れる商品が出てくる可能性がある。
		スーパー(店長)	・値上げ対応としての減税も、消費の増加につながるわけではないなど、景気の回復につながるニュースはない。
		スーパー(店員)	・ますます天候要因による影響が大きくなるほか、燃料価格が高い限り、商品価格も高くなるため、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー(企画担当)	・天候不良による野菜や果物価格への影響が緩和するほか、競合先を含む外部環境にも変化はない。一方、所得税や住民税の減税による影響は、食料品に関しては少ないと予想される。
		スーパー(企画担当)	・自治体によるキャンペーンが終了するほか、今後は台風や梅雨の時期に入って天候が不安定になるため、売上の増加が余り期待できない状況が続く。
		スーパー(経理担当)	・今後の期待要素には、賃金のベースアップやボーナスの増加による所得増加のほか、定額減税などが挙げられる。ただし、加工品などの値上げや異常気象による生鮮品価格の高騰が続き、節約志向の更なる高まりもみられるなど、ストレートに減税効果が出るとは楽観できない。
		スーパー(販売促進担当)	・しばらくは現状の傾向が続く。
		スーパー(開発担当)	・依然として消費者に厳しい時期が続いている。定額減税が6月から始まるが、余り効果は期待できない。物価はどんどん上がるため、景気が良くなることはない。

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
		スーパー（企画）	・前年5月の時点で、既に値上げによる単価の上昇が進み、購入点数の前年割れが始まっていた。今年は更に購入点数が減っているなど、増加に転じる見通しが立たない。
		スーパー（社員）	・今春の賃上げや減税の恩恵は期待できそうであるが、消費喚起の効果は一過性であり、長続きしないとみられる。
		コンビニ（経営者）	・ここ数か月は、来客数、客単価共に余り変化がない。今後の数か月も変化の要因が見当たらないため、売上は現状のまま推移すると予想される。
		コンビニ（店長）	・客の様子は安定しているため、このまま変わらず推移すると予想される。
		コンビニ（店員）	・まだしばらくは、売上、来客数共に安定し、順調に推移すると予想される。
		コンビニ（店員）	・来客数が伸び悩んでいるため、景気の改善はあり得ない。
		コンビニ（店員）	・地元の来客が多い立地であるため、大きな変化はないが、少し離れた場所に激安スーパーが開店予定であり、オープン後は人の流れが変わる。また何らかの新たな動きが出てくることで、良い流れが生まれることを期待している。
		家電量販店（経営者）	・リフォーム関連の補助金効果がしばらく続くこと期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・生産台数に応じた販売量となっており、当面は安定した動きが続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇が続き、し好品の購入に慎重となる傾向がみられる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安による物価の上昇が止まらない限り、景気は良くならない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・所得全体が上がらないため、当面は今の状況が続くか、更に悪くなる可能性がある。大企業からの締め付けにより、中小企業には増収減益となる傾向がみられるため、一般社員の所得は増えにくい傾向にある。いまだ安売りを続ける、業界トップの小売大手などが考えるべき問題だと考えられる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・消費者物価の上昇は実感として続いているが、影響は小さい。今後2～3か月先も、状況に大きな変化はない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・円安や物価上昇関連の報道が多く、消費マインドは低下している。一方、インバウンドの消費は健全な内容となっており、以前の中国人客によくみられた、パイヤー消費ではない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・しばらくは今の状態が続くと期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏休みまでは、客の流れに変化はなさそうである。
		一般レストラン（店主）	・客は戻りつつあるが、売上が上がらない。上がったとしても、物価全体も上がっているのが実情である。
		観光型ホテル（経営者）	・6月の先行予約も好調であり、前年の実績を上回るのは確実である。大型の団体客はかつてに比べると明らかに減っているが、個人客や小規模の団体客の動きが好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は、インバウンドや修学旅行等の利用で稼働を維持している。食堂部門も宿泊客の需要で好調なほか、宴会では来年開催の案件や、団体の宿泊客によるディナー利用もあるため、増収が見込まれる。
		都市型ホテル（フロント）	・6月は年間のオフシーズンであり、客の動きは非常に鈍い。また、電気代が高騰することで、支出の増加も重なる。
		都市型ホテル（客室担当）	・空港での入国者数が目減りしている印象であり、今後はインバウンドの動きがやや落ち着くと予想される。
		都市型ホテル（管理担当）	・夏にかけての落ち込みが予想されるが、近隣からの集客でカバーできると考えている。
		旅行代理店（店長）	・今後も円安が続くため、海外旅行の需要が大幅に増えることは期待できない。また、国内旅行も単価の低い近場が多い。
		タクシー運転手	・株主総会の頃までは、余り変わらないと予想される。
		タクシー運転手	・駅などでも乗客が減少している。交通費関連の予算は縮小が進んでいるため、しばらくはこの状態が続く。
		通信会社（役員）	・競争環境、市場環境共に、大きな変化はない。

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
		観光名所（企画担当）	・2年前から前年にかけて、国内客、インバウンド共に増加し、今年度の来客数も前年とほぼ同じ水準である。
		遊園地（経営者）	・6月からの定額減税による消費意欲の向上に期待したいが、そこまでの効果はないと予想している。
		競輪場（職員）	・お盆休みなどの行楽需要を考えると、売上が伸びる期待はあるが、ゴールデンウィークがあった今月も、円安や物価上昇の影響で消費マインドが下がったままであったため、見通しとしては余り変わらない。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上はしばらく安定しており、大きな変化はみられない。コロナ禍を経た今も、依然として高水準の売上を維持しているため、しばらくは現状が続くそうである。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・イベントの開催は順調に行われているものの、コストが従来に比べて高くなっており、実質的な収益は目減りしている。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦や人気球団の試合が予定されているほか、人気グループのコンサートも開催される。夏休み期間でもあるため、多数の来場が見込まれる。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・パリオリンピックの開催年でもあり、スポーツを楽しむ気運が高まればよいが、運営コストの上昇を考えれば、楽観はできない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・現段階で急に生徒数が回復するとは思えず、良くて現状維持と予想される。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロママッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
		住宅販売会社（経営者）	・地価が高止まりし、新築住宅といった売買物件の流通が停滞している。
		住宅販売会社（従業員）	・郊外の新興分譲マンションは売行きが鈍化している。これらの完成在庫が増加するなか、市場での新規供給は少ないため、値下げしての販売は進んでいない。現状は体力のある事業者が多いため、売り急ぐ状況にはならず、現状が続く見込みである。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・定額減税による所得の増加は一時的であり、恒久的な対策ではない。ちょっとした臨時ボーナスにしかならないため、大きな変化はない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・所得水準や雇用環境の更なる改善が実感され、消費意欲の向上につながるまでには、まだ時間が必要である。特に、不動産価格の高騰が進むなか、一般実需層では希望価格とのかい離が広がる傾向が続くそうである。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今月以降、夏に向かって気温が非常に高くなるとの予報が出ている。年配客ほど熱中症への警戒心が強いため、来客数が少なくなる。一方、時計メーカーから出ている歩数計が最近廃盤となった。当店の定番の人気商品が1つなくなり、寂しく感じている。
		一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、インバウンドの増加が期待できる店舗は成長のチャンスがある一方、国内客は不安定である。減税や賃金のベースアップなどの好調要因はあるが、客の買物は2極化していくと予想され、高額品と高機能の低額品の両方を使い分ける動きが続く。ラグジュアリーブランドでも、好調なフレグランスはギフトとして男女共に利用が増えるものの、ボディケアやヘアケアといった家ナカ商材は低価格品の人気が高まる傾向にある。低価格であっても高機能な商材を選ぶといった節約傾向は、今後も続くと思われる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・6月から電気代やガス代が大きく上がることを考えると、これまで以上に客の買物はシビアになると予想される。売上が減ったままの現状よりも、更に厳しくなるという不安がある。
		百貨店（売場主任）	・商品のインフレ傾向に賃金の伸びが追いついてきていない。郊外店では客の高齢化が進み、年金世帯も多いため、節約志向が更に強まる可能性が高い。

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
		百貨店（販促担当）	・今夏も前年以上に猛暑となる予想であり、レジャーはある程度の活況が期待されるが、外出の減少が懸念される。家での調理が減る揚げ物メニューを強化するなど、暑さをいかに工夫が必要になりそうである。一方、9月の気温も真夏並みとなっているため、秋物ファッションの動向も懸念される。
		百貨店（店長）	・近隣での格安スーパーのオープン予定や、大型商業施設の増床オープンが秋頃に予定されており、各オープン時には影響が出ると予想される。
		スーパー（店長）	・電気代などの政府補助が終了する一方、賃金の伸びは追い付いていない。
		スーパー（企画）	・地域のプレミアム付商品券の利用期間が終了し、景気の押し上げ効果がなくなる。
		衣料品専門店（店員）	・閑散期に入るため、やや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・今の状況が続けば厳しくなる。現時点で先行きが良くなる兆しはなく、更に景気が悪くなることは間違いない。
		乗用車販売店（経営者）	・予想したほど賃上げのプラス効果がないと感じる。むしろデフレ傾向に戻りつつあるような気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・少し客の購買意欲が高まったような気がするが、今後も続くかはよく分からない。
		乗用車販売店（経営者）	・一定数の新車の販売がみられるものの、納期が長い一方、予約は少ない。新車や中古車の販売が伸び悩んでいるほか、整備の予約も今一つである。
		乗用車販売店（経営者）	・ウクライナやイスラエルでの紛争が終結せず、米中関係の悪化も世界経済の安定という点で懸念される。国内では政権政党の裏金問題も解決しておらず、今後もしばらくは景気が良くならない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月はひょうによる被害などで販売量が増えたが、今後は落ち着く傾向となる。
		一般レストラン（経営者）	・光熱費の上昇で家計が圧迫される。特に、年金生活者は物価の上昇で外出を控える傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・物価上昇の継続で家計が圧迫され、客の節約傾向が強まっている。飲食店もやむを得ない事情で値上げを行っており、今後は双方の距離感がますます遠くなる。メディアで賃上げのニュースが流れているが、利益を出すことが難しいなか、飲食店の景気の回復にはまだ時間が掛かる。
		一般レストラン（企画）	・原材料費の高止まりが続いており、今後は一旦下がった公共料金が上昇すると予測されるほか、人件費も上昇傾向が続いていることから、経営が圧迫される。個人消費も更に冷え込むことが予想される。
		一般レストラン（店員）	・近くに当店と同じような店ができるため、来客数が減少する。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・電気代やガス代といった固定費の上昇はどうすることもできず、中間所得層には何の恩恵もない。
		都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加による恩恵はあるが、閑散期に入って予約のペースが鈍化している。また、予約の間際化もあり、全体的な予約のペースが伸び悩んでいる。
		旅行代理店（役員）	・円安の継続により、海外旅行の申込みが今一つである。また、国内旅行は夏休み期間中の予約の動きが鈍い。運賃や宿泊料金、入場料などの値上げに伴う、家族旅行の日数変更や近場への行き先変更のほか、中止なども考えられる。定額減税による効果も、旅行需要にはそれほど期待できない。
		通信会社（営業担当）	・電気代などの光熱費の負担が増えるため、平均客単価の上昇は見込みにくい。
		テーマパーク（職員）	・効果的な政策の実施には期待できない。
		ゴルフ場（支配人）	・現状の予約状況をみると、2～3か月先の予約の勢いが落ちているため、今月よりもやや悪くなる。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・円安傾向の継続による、原材料や輸入食品などの値上げで、個人消費が更に冷え込む。
		住宅販売会社（経営者）	・消費者の様々な負担が増えてきたことで、節約志向が強まっている。
		住宅販売会社（総務担当）	・来客数、成約数共に、現状よりも悪くなると予想される。

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
		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）	・今後も食料品などの値上げが続くため、やや悪くなる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格や人件費の高騰により、販売価格の上昇が加速する傾向が、当面続くと予想される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇に加え、光熱費の値上がりなどもあり、ますます生活は厳しくなるため、売上が悪化する。
	×	百貨店（企画担当）	・物価が上昇しており、消費者の生活防衛意識が高まっている。それに加えて電気料金の値上がりもあるため、更に財布のひもは固くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・繊維製品については、品質の良い製品を作れなくなっている。次のシーズンを含めて、不安で一杯である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・仕入先が徐々に減っているのが現状であり、良い商品が入ってこない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連の製品を扱っているが、他の家電製品よりも耐久性が高く、購入の周期が長いので、補助金があっても思うようには動かない。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・家に眠っている商品は、下取りに出して換金され、それ以上に新しい商品を買うことはない。若年層の宝飾品への興味はますます低下しているため、今後は収集目的や資産として購入する層への提案が必要となる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価が上がり過ぎている。
	×	観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響で、明らかに消費が冷え込んでいる。特に、旅行業はインバウンドが来ている地域は良いが、地方の大半の観光地は苦しんでいる。
企業 動向 関連  (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・当社のように輸入や卸売が主体の場合、昨今の円安によって著しく業績が圧迫されているが、受注量はこのところ少し増えており、新規受注も出てきた。何とかこの苦境を乗り切り、増収増益を目指したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・幸い、半導体業界は更なる発展が見込まれる。ただし、日本の技術力は高いにもかかわらず、政策の面では後れを取ることが多く、先行きが不安である。
		食料品製造業（営業担当）	・今年の夏は前年よりも猛暑日が増えるため、飲料の売上は少し良くなる。
		建設業（経営者）	・年度末の案件が一段落し、今年度の新しい案件が増えてくる。
		輸送業（経営者）	・荷主との運賃交渉が少し前進しているため、収益が若干改善する。
		広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状況が2年間続いている。
		食料品製造業（従業員）	・今後実施される定額減税による景気への効果を期待したいが、全ての商品が値上げとなるなか、当社の製品に効果があるとは考えられない。
		繊維工業（総務担当）	・商品の流通方法を変えなければ、利益を確保するのが難しい状態である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが全く見通せない状況である。
		化学工業（経営者）	・過去5年間と比べて、日々の受注量が落ち込んでいる。5月の落ち込みは前月以上に厳しいため、2～3か月先の景気には引き続き期待できない。
		化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格の上昇に伴う、販売価格への転嫁が認められ、適正利益が確保できる状況が続くと予想される。
		化学工業（管理担当）	・取引先による今後の発注見込みは、現状と変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・受注量を増やして、売上を維持することを考えている。作業効率を下げない工夫や、新たな設備投資が必要となるなか、景気は現状維持での推移が予想される。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・春闘による賃上げ効果は一定程度みられるが、円安の動きや物価の上昇で実質賃金の減少が続いており、景気が良くなっている実感はほとんどない。世界情勢も引き続き不安な要素があるなど、2～3か月先の景気は変わらないと予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・為替の影響などによるコストアップが続いており、製造コストが正常化するまでには、まだ時間が掛かる。

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（経営者）	・足元の引き合い状況をみると、大きな改善はなさそうである。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・不安定な海外情勢や円安傾向の継続など、不透明な状況には変化がない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費者の購買意欲が現状のまま続くと予想される。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・当社は受注から売上を計上するまでの期間が、平均で15か月と長い。鉄や銅の原材料価格の上昇で、受注済み案件の採算に悪影響が出ている。
		建設業（経営者）	・今後も働き方改革による人手不足に拍車がかかり、受注できない仕事が出てくる可能性がある。ITの活用による作業の効率化で、働き方改革への対応を進めるなど、新たな発想で仕事を進めることが必要である。
		金融業（営業担当）	・円安や今後の長期金利の動向には注意が必要であり、現状維持はかなり難しい。
		金融業（営業担当）	・客との会話では、今後3か月の受注状況も、大きな改善は見込めそうにない。
		広告代理店（営業担当）	・受注状況から判断すると、上半期中は今の状態が続くそうである。
		司法書士	・物価が上昇するなか、公共料金の値上げが予定されているため、景気の回復は厳しい。
		経営コンサルタント	・府内の商店街では、大阪・関西万博への期待が大きいですが、開催まで1年となっても、その効果や恩恵が全くない。大阪・関西万博への支援要請はあるが、開催を契機とした企業支援策が見当たらないため、このままの状況が続くと予想される。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇で材料費が高騰している一方、工賃は上がらないため、厳しい状況である。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人観光客の増加はある程度期待できるものの、猛暑による電力不足のおそれや、電気料金の高騰、食品を中心とした物価の上昇などが追い打ちとなり、ますます国内消費は冷え込む。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・従来は設備投資や注文につながる可能性があれば、見積依頼が増えたが、直近は見積が少ないため、業況は良くない。
		繊維工業（総務担当）	・市場への介入により、円安の動きが落ち着くことを期待していたが、再び円安方向に動いている印象を受ける。当社の取扱商品では、輸入コストの上昇に対して、販売価格に転嫁できていない状態が続いている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に消費者がついていけない状況で、消費意欲が向上かない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・6月から8月の受注が少ないため、売上の減少が予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・給料が上がらない一方、物価は上がり続けている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・インフレの動きに賃金の上昇が追い付かないことで、消費者の買い控えが予想される。
		建設業（経営者）	・これまでの新築住宅の購買層である、30代から40代による問合せが減少している。物価の上昇で、住宅価格も上がっていることが影響している。
		輸送業（商品管理担当）	・例年6月から8月は、販売数が減少する傾向となるため、今年もやや悪化する。
		通信業（管理担当）	・所得税減税などが予定されているが、これを上回る物価の上昇による打撃が大きいため、消費は更に鈍化し、景気は悪化する。
		不動産業（営業担当）	・今後も1階の店舗による退出が続くことから、景気が悪くなる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・6月には定額減税が実施されるため、少し期待しているが、円相場の高止まりから先行きは更なる物価の上昇が懸念される。それに伴い、消費者の財布のひもは固いまま推移する。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・売上が低迷するなか、鋼材価格の上昇により、採算が更に悪化する見込みである。
	×	輸送業（営業担当）	・設備投資や協力会社の賃上げ費用など、今後必要となるコストは決まっているが、運賃の値上げは進んでいない。

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
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・昨今の景気後退は、構造的な要因で進んでいるものではないため、1日も早く効果的な景気対策の実施を期待したい。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価が非常に上がっている。
雇用 関連 (近畿)		*	*
		人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博に関連した求人は限定的かもしれないが、雇用市場が活性化するきっかけとなる。
		人材派遣会社（管理担当）	・観光業界の活況はしばらく続くため、人材不足はまだ続くと予想される。それに伴い、求人数の増加が見込まれる。
		人材派遣会社（管理担当）	・円安傾向が続くため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の求人が、増える可能性がある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・学生は積極的に、学外での会社説明会に足を運んでいる。
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは現状のような景気の動きが続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・一般事務などでは、特に当地域は求人が十分にあるわけでもないため、賃金の上昇はまだ進んでいない。
		職業安定所（職員）	・製造業への訪問では、取引先での余剰在庫の解消は、秋頃になるとの声がある。
		職業安定所（職員）	・以前にも増して、高年齢の求職者が増加しているが、応募可能な求人数は依然として増えず、雇用のミスマッチが続いている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となった。有効求職者数を常用年齢別にみると、19歳以下が9か月連続で減少している。一方、経済的な要因や社会とのつながりを求めて来所する、70歳以上の新規求職者が増えている。
		職業安定所（職員）	・人材は不足しているが、物価の上昇や光熱費の増加が影響し、新規求人が抑制されている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・これから夏季インターンシップの選考や実施が始まるため、一旦動きが停滞することになる。一方、25年卒の採用はまだ続く見込みであり、その動き次第では景気動向にも変化がみられそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・収入の格差が拡大している。
		その他雇用の動向を把握できる者	・賃上げの動きは緩やかであり、大企業から中小企業に浸透するまでには時間が掛かる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安や物価の上昇により、人々の生活はどんどん苦しくなっている。インバウンドの増加で景気が上向いているようであるが、効果的な対策を打ち出せない以上、国内消費が減り、長期的には景気が落ち込むと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇の悪影響が大きいのしかかり、関西企業の間でプロモーションの抑制がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・大阪・関西万博関連の大型施設工事に資源が集中しており、その他の建設現場の動きが鈍くなっている。大型施設工事に入り込めない企業からの求人が、前年比で約1割減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・一部の大手企業以外は給与が増えていないなかで、物価の上昇が進行し続けている。
	×	-	-

### 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなると考えないと、営業を続けていく元気が出ない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・夏休みに入り、客の動きが良くなると、商店街もにぎやかになる。
		百貨店（広報担当）	・人の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあると実感している。また、インバウンドを含め、観光が更に活発になると想定している。

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
		スーパー（店長）	・販売数量、客単価共に上昇している。ゴールデンウィークの商品動向を見ても、景気は少し回復していると実感できる。
		スーパー（業務開発担当）	・節約が定着したなかでも、販売点数が少しずつ戻ってきている。
		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き、客が買物に出掛けたり、外出したりするようになっている。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・6月からの定額減税で景気が上向きになってくるのを期待しているが、実際にどうなるかは分からない。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・夏に向け人出が増える。新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きに戻り、インバウンドも増えてきている印象がある。
		一般レストラン（店長）	・インバウンドは前年と比べると2～3割予約が増えており、一般客の来店も増えているため、しばらく増加傾向は続くのではないかとみられる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィークからの落ち込みが激しく、景気が上向きになるとは考えられない。
		都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べると、収入の回復率が今年よりも改善する見通しである。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・今後モインバウンドは増加傾向で推移するとみており、国内においても夏休みでのファミリー需要を見込んでいる。
		都市型ホテル（総支配人）	・大会、学会の開催は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、参加者の先行予約も堅調に推移している。また、円安によるインバウンドの増加傾向が継続すると推測するが、国内外共にパリオリンピック・パラリンピック開催期間を中心に一時的に落ち込むことも予想される。
		タクシー運転手	・梅雨に入ると、利用客が多少増える。また、7～8月は行楽シーズンなので、利用客が増える。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和により、景気はやや良くなる。
		通信会社（総務担当）	・給与のベースアップがあったため、景気はやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・大型イベントの開催があり、天候次第では期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・金利上昇の局面に入った感じがあり、客も金利動向に敏感になっている。
		商店街（理事）	・客が目的を考えて、使う所は使い、節約する所は節約するようになる。
		商店街（代表者）	・梅雨による天候不良や気温が上がる時期になると、特に高齢者の来店頻度が低下するため、商店街の八百屋など近隣の高齢者を顧客としている店舗では売上が低下する。客の財布のひもは固く、余計なものは買わない。
		商店街（代表者）	・店頭の販売価格の単価が下がってきている。
		百貨店（営業担当）	・段々と定価品の販売が難しくなっている。前年と比べ生産が増加しているため、在庫は豊富であるが、なかなか売上がつながらない。
		百貨店（営業担当）	・前年と比べると来客数は増えているが、生活品や公共料金の値上げが続いて節約モードが進んでいくと、衣料品などの購買意欲はなくなる。固定客の売上で保たれているが、インバウンドがない地方の百貨店の状況はますます厳しくなるとみられる。
		百貨店（外商担当）	・舶来時計や特選ブランドの値上げが頻繁にあり、客の購買意欲の低下が予想される。
		百貨店（売場担当）	・年代別の購買動向としては、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられた後、少し若い客層を中心に他店舗に流出している傾向がある。一方で高齢者層は以前よりも外出しやすい環境になりつつあり、その相殺で以前と状況は変わらないと考えられる。
		スーパー（店長）	・6月給与からの定額減税で景気が回復することを期待したいが、客の生活防衛意識はまだ高いままで、大幅な景気回復は期待できない。



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
		スーパー（店長）	・今後も多くの商品の値上げが予定されており、生鮮食品においては、円安が価格に直結してくる状況であり、単価の高い精肉にとっては痛手となり得る。今後の客の収入増加は考えにくく、現状と変わらない状況が続くと考えられる。一方で、コロナ禍であった前年とは違った生活になることから、多少の変化はあると予測する。
		スーパー（店長）	・円安の状況が読めない。
		スーパー（総務担当）	・景気は悪くなる傾向が強く、回復の要因が見つからない。
		スーパー（販売担当）	・商品の値上げが少なくなったとはいえ、電気やガスの料金の値上げ等、依然として家計を圧迫する材料が多くあり、消費者の節約志向が続くと考えられる。
		スーパー（販売担当）	・物価高に対する定額減税等の施策はあるが、円安に起因する値上げが地味に続いており、客の節約志向は続くと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・来月以降、本格的に電気料金が生活に直結してくるため変化はないとみられる。定額減税などの措置はあるが、生活には変化は起きないと考える。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・前年同期から来客数が急回復しており、伸びは横ばいになるのではないかと予想する。インバウンドの効果が少ない県なので、地元密着で営業していくことが重要と考える。
		衣料品専門店（経営者）	・当面景気が停滞すると考えている。
		衣料品専門店（代表）	・物価高に加えて、来月から電気料金も上がるため、景気が良くなるとは考えられない。
		家電量販店（店長）	・物価高が続く限り、景気は現状が続く。
		家電量販店（企画担当）	・猛暑になるという話があり、夏の季節家電が売れる可能性があるが、電気料金の高騰の影響も出てくるため、結果的に景気は変わらない。
		家電量販店（販売担当）	・夏商戦に期待するが、来客数を増やす対策が必要である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の先行予約開始に伴い、来客数と問合せが増えてきている。その新型車をきっかけに他車種の商談も増えており、購入を検討している客が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・目新しい商品などが無い限り景気は変わらない。
		乗用車販売店（業務担当）	・物価上昇、定額減税など、客は一定程度様子を見ると考えられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・現状がいつまで続くのか、先の読めない不安な状況である。対策を講じなければ、悪化の一步をたどってしまうので、ここからが踏ん張り時だとみられる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・減税があっても、それが消費には回らないと考えている。特に高額品販売は厳しいとみられる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・キャパシティの問題である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これからボーナスの時期に入ることもあり、景気が急激に悪化することはないと考えられるが、物価高騰が続いており、安易に景気が良くなるとは思えない。定額減税の実施で多少の安心感はあると推測するが、客の財布のひもが緩まることはない。
		一般レストラン（経営者）	・客が節約モードにある状況で、度重なる食材の値上がりに合わせて値上げしているため、来客数の減少が心配である。また、ビールなど飲料の値上げに対する客の反応も懸念材料である。
		一般レストラン（経営者）	・これから暑くなるのに、来月から電気やガスの料金の値上げがどれくらいか不安である。
		観光型ホテル（副支配人）	・これといった特別な集客要素は見当たらない。
		旅行代理店（支店長）	・円安に物価上昇、そこに世界情勢も加わり、混とんとしているが、パリオリンピック・パラリンピックやMLBなどスポーツツーリズムなどを契機とした需要回復を期待したい。
		タクシー運転手	・大手米国紙で行きたい街として紹介された効果を期待しているが、確実なこととして想定しにくい。また、その効果により多くの外国人や一般の観光客が訪れたとしても、当社のタクシー利用にどこまで反映するかは分からない。

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
		タクシー会社（営業所長）	・6月は天候次第ということもあるが、地域のイベントも少なく期待値は低い。
		通信会社（企画担当）	・給与やボーナスが上がった、上がりそうといった顧客からの声をほとんど聞くことがない状況である。消費浮揚につながる期待はまだ少ない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・家計の可処分所得に余裕が出てきている感があるが政府の電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金の終了がどう影響するか注視する。
		テーマパーク（業務担当）	・夏の暑さが影響する。予約は前年よりも少ない。3か月前に予約を開始したが、最近ではギリギリまで様子を見るのか、お盆期間でも満室になっていない状況がある。雨と暑さの影響が心配される。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約は前年よりも減少している。インバウンドの予約を期待しているが、現状は前年より少ない。
		設計事務所	・現在、依頼が順調な客からは将来計画の話が多いが、計画を縮小している客からは好転の話はない。
		設計事務所（経営者）	・建築業界の人手不足に加え、4月より働き方改革が始まっていることなどから、建築物価がしばらく下がる見込みは低いとみられる。
		設計事務所（経営者）	・客の来場状況や接客での反応はまだ鈍く、景気回復には時間が掛かりそうである。
		住宅販売会社（事業推進担当）	・微増ではあるが物価高騰が続いているため、明るい兆しがみえない。
		住宅販売会社（住宅設計担当）	・2024年に入ってから現在まで、前年比で来客数の減少が続いており、復調の兆しがみえない。
		商店街（代表者）	・客が来店しても購入につながらない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が再び流行しているというニュースもあるが、客の消費マインドがかなり冷え込み、客単価も来客数の状況も厳しいため、景気が回復する見込みはない。
		一般小売店〔食品〕	・今後も商品の値上げが続く見込みであり、客の節約志向は更に強まり、食品業界は厳しい状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・夏場は例年落ち込む。
		百貨店（広報担当）	・物価や生活費が上がる一方なので、客の節約志向が高まっている。
		百貨店（売場担当）	・ここ数か月、売上もさる事ながら、客の食品の買上点数と販売客数が減少しており、苦戦している。
		スーパー（店長）	・今までは来客数の減少を商品の値上げでカバーしていたが、値上げが一段落し、来客数の減少が売上の減少につながるようになっている。
		スーパー（営業システム担当）	・光熱費等の生活の根幹に関わるものが上昇しているため、食費に関する支出は今後も抑えられていく。買上点数が落ち込んでいるため、原価の値上げがあっても売上金額は減っていくものとみられる。
		スーパー（財務担当）	・あらゆる物の値上げにより、消費者の節約意識がますます強くなり、買い回りによる来客数と買上点数の減少が続く。
		コンビニ（支店長）	・インバウンドを除く需要は物価高や円安により減速するとみられる。
		家電量販店（店長）	・来客数や売上が減少している。
		家電量販店（副店長）	・消費が上向くような状況が発生する見込みがなく、じりじりと悪化するようにはみえない。
		乗用車販売店（統括）	・販売量の前年割れが続いている。
		乗用車販売店（リース担当）	・物価が上昇しても、給料は余り上がっておらず、今後も景気は良くならない。
		乗用車販売店（店長）	・販売数や整備在庫数に対して人手が不足していることを実感している。異動や中途採用でしのいでいるが、労働環境改善も視野に入れると、余り無理はできない状況になりそうである。
		自動車備品販売店（経営者）	・我々の業界のような場合、利益率の高い商品より利益が少なく安い商品へグレードダウンが起り、もうけが減少する悪循環に陥りつつあるように見える。
		その他飲食〔喫茶店〕	・景気が良くなる兆しがみえない。

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（総支配人）	・宿泊の予約ペースが7月、8月と弱くなっている。前年比では、ここまで毎月プラスとなっていたが、7月は前年割れする可能性もある。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことで高まっていた旅行需要が、夏休みにはもっと高まると予想していたが、物価高騰に伴い、客が旅行に向けた金が減っている。
		通信会社（営業担当）	・円安が好転する気配がなく、人手不足による人件費増加により物価高は更に悪化するとみられ、消費減退は更に進むと考えられる。
		通信会社（広報担当）	・物価高騰に対して、客が使える金が増えているわけではないため、景気の上昇は見込めない。
		競艇場（企画営業担当）	・3か月後は今月と同等の売上を見込めるレースが開催されない。
		美容室（経営者）	・当業界は、暑くなってくると髪を短くしようとする人が増え、多少、動きが正常化しそうである。ただし、多くの物が値上がりしているため、今後、人々の節約傾向が高まり、景気は全体的にはやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・景気が良くなるような出来事がないため、客が節約ムードにあり、支出をしなくなっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・中小零細企業が多い地域のため、賃上げが物価上昇に見合っていない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・店の前を通る車が少なく、来客数に影響している。また、客が580円ではなく、430円のたばこを買うなど、安い商品を選ぶことで、来客数を維持しても売上が非常に厳しく、今後も景気が良くなる見込みはない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増えていない。また、催事等の来客数も前年と比べて減少している。
企業動向関連		-	-
(中国)		繊維工業（財務担当）	・パリオリンピック・パラリンピックが実施されるため、その経済効果がある。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・電気料金などを含めた原材料費の値上がりが予測される。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、景気は良くなる。
		輸送業	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	・直近の値上げ浸透により企業収益は拡大方向にある。
		金融業（支店長）	・6月以降は建設業の受注回復やボーナスシーズン等の季節要因で小売業の回復が期待でき、景気はやや良くなると予想する。
		会計事務所（経営者）	・労働時間制約に対する努力結果や賃上げ効果が発現し、第2四半期以後、景気は徐々に改善する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・当業態としては円高を期待するが、読めない状況である。ただし、現時点の円安は異常である。もう少し安定した為替を期待する。景気としては業種による格差はあるが、現時点では変わらないとみられる。
		化学工業（総務担当）	・販売、仕入れ共に価格の動きは多少あるものの、受注量や販売量に大きな変化がなく、生産も安定している。当面は変化が少ないものとみられる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出向け注文が入ったという状況はあるが、生産量が大幅に変動する状況ではない。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や資材費高騰等により、全体的な動きが弱い。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注動向は回復基調にあるものの、なお不透明である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材の受注は低位で、変化は予想していない。
		建設業	・物価上昇が続いている。
		建設業（経営者）	・賃上げはあったが、物価上昇が大きく、個人消費は定額減税があっても伸びないと考えられる。企業も大きな投資にちゅうちょしている。
		建設業（総務担当）	・今の状況に変わりがない。
		輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は大きく変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（企画担当）	・燃料費の高騰や地政学的リスクも落ち着いていることから、大きな変化は考えられない。データセンター関連の需要やICT関連需要は計画的に準備されているため、大きな変動はないと考えられる。
		金融業（経済産業調査担当）	・春闘の結果を反映した賃上げや定額減税が見込まれるものの、円安基調の継続や物価高などが支障となり、消費回復につながるかどうかは不透明である。
		不動産業（総務担当）	・例年どおりだと、賃貸住宅の需要が落ち着いている時期であるため、景気は余り変わらないと予測する。
		広告代理店（営業担当）	・人材不足によりベースアップを実施したが、それでも厳しい状況が続いている。また、ベースアップを実施しても円安等による物価上昇も影響し、実質変わっていないようにみられる。
		食料品製造業（経営者）	・セールをする、ある程度まで売上を伸ばすことができるが、利益が残らない。再度、値上げを検討するが、客離れが加速する要因となるため、当面厳しい状況が続く。
		化学工業（総務担当）	・物価上昇による消費の冷え込みが懸念される。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注では大きな案件がなく、現状と同水準で推移する見込みである。しかし、政府の電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了することや再生可能エネルギー賦課金、円安による燃料調整費の上昇で、電気料金の値上がりコスト上昇として大きく影響してくる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体向けパッケージ基板の需要が伸び悩み、プリント基板製造装置及び産業用機械分野向け操作パネルは生産調整が続いている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量が減少傾向である。
		x	一般機械器具製造業（総務担当）
雇用 関連 (中国)		人材派遣会社（経営企画担当）	・賃金上昇に伴い、値上げ交渉に応じてくれる取引先が増えると予想している。
		人材派遣会社（事業部長）	・賃上げが実現できた企業とできなかった企業間の格差が大きくなってきており、今後、人材の流動化が更に進むことで、人材業界にとっては追い風が吹いていくと考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月以降の減税効果によって消費が加速すれば、小売業、飲食業、サービス業に好況が広がることが予測される。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・引き続き、夏のボーナス支給時に軸を置いて転職を考えている潜在層からの応募が見込める。また、超売手市場のなか、企業からのオーダーも毎月増加傾向にある。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・今年度は求職者の就職活動意欲が高く、正式に選考採用活動が開始される6月以降に内々定を得る学生が多く現れると見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・派遣料金交渉は順調であるが、例年より求人数が増加していない。求職者数は順調に増加しているため、引き続き停滞の状況が続く。
		人材派遣会社（副支店長）	・求人数は多くなっているが、登録人数の確保に苦戦している。
		求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・採用状況が急速に好転することは考えづらい。
		職業安定所（事業所担当）	・来春新規学卒者を採用しようとする企業を対象とした求人説明会への参加企業数が前年より増加したことから、企業の採用意欲は高く、景気の上昇傾向がうかがえる。一方で、物価高などの懸念材料が多く、大幅な景気上昇は期待できない。
		民間職業紹介機関（職員）	・ゴールデンウィークのある5月と比べ、8月のお盆休みは休暇取得時期の分散などもあり、5月ほどの効果は見込めない。ただし、インバウンドを含め、人の動きや消費は活発であり、大型連休特有の経済効果は見込める。
		その他雇用の動向を把握できる者	・6月に減税があるものの、一時的であり、物価上昇は継続的である。今後についても、この状況は変わらず、先行き不透明な状況である。

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
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		-	-
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行からちょうど1年がたち、様々な夏のイベントや祭りが通常どおり開催される予定であり、新型コロナウイルス感染症への意識がかなり消費者から薄れており、店主のマインドも上がってきているようにみられる。
		百貨店（販売促進担当）	・ボーナス時期になってくるため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・6月はボーナスの月になってくるため、地方ではそれほど金額は多くはないものの、前年よりはアップすると期待しており、我々の業界に流れてくるとみられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏に向かって気温が上がるため、飲み物等が売れ、お中元時期も重なるため更に売れるとみられる。
		観光型旅館（経営者）	・当地域でメインの集客観光施設のリニューアルが終わり特需が期待できる。一方で、インバウンドの地方への分散が進まなければ、今後景気が息切れするとみられる。
		美容室（経営者）	・6月はボーナス期のため来客数が増え、梅雨に入ると湿度で髪がまとまらなくなりストレートパーマ等のパーマメニューを利用する客が増えるとみられる。
		商店街（代表者）	・円安・燃料価格の高騰に多少なりとも慣れてきたが、さらに人材不足や借入金利の上昇もあり、なかなか難しい局面が続いている。今後も厳しい目で経営に立ち向かわなくてはならない状況が続いている。
		商店街（常務理事）	・今春の賃上げや今夏の定額減税の効果は限定的であり、それらのプラス要因を電気代の政府補助の廃止や更なる物価の上昇によるマイナス要因が上回り、消費環境は好転しない。一部のインバウンド需要と高額品需要が全体の小売業の売上をやや支える程度であり、さえない展開がしばらく続くともみられる。
		スーパー（店長）	・実質賃金が伸びないことで値上げの影響が続き、消費が低迷するとみられる。
		スーパー（店長）	・景気が好転する要因が特に見当たらず、今の状況がしばらく続くともみられる。
		スーパー（企画担当）	・まだ単価上昇は続くため、買い控えの傾向は続くともみられる。
		スーパー（企画担当）	・インバウンドによる人流の活発化などの報道はされているが、小売業の足元の動向については、物価の上昇や気候変動による影響により、依然として先行きが見通せない。
		コンビニ（店長）	・6月より電気料金の値上げが発表され、更なる物価高騰に消費意欲が減退するのではないかとみられる。
		コンビニ（総務）	・物価上昇とともに、客の購買場所の選択が曜日や日にちによって多種多様化している。また、来客数の減少は来店頻度の減少と比例している。
		コンビニ（商品担当）	・ドル高進行の終わりがみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の空き物件が徐々に増えており、埋まらない状態が続いている。地元の人たちが物を購入しようという姿勢がみられない。
		家電量販店（店員）	・ボーナスが日々の生活費の補填にまわり、壊れた物の買換えだけに抑えるという声を聞く。
		家電量販店（副店長）	・光熱費高騰により景気は今以上に良くなるとはみられないが、夏の天候次第で状況は変化していくとみられる。
		乗用車販売業（営業担当）	・新型車の販売予定が少なく、また人気車種は受注停止になっている。
	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの配車は増えてきているが、新規受注は停滞している。	
	乗用車販売店（役員）	・現状の経済状況を踏まえても変わらないとみられる。	
	旅行代理店（部長）	・物価高騰による個人消費の低下傾向がみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・乗客数は若干少なくなる傾向であり、購買意欲もそこまで伸びていない。
		通信会社（支店長）	・夏商戦に入るものの、影響はさほど大きくなく、景気が良くなる要因が見当たらない。
		観光遊園地（主幹）	・来場者数が新型コロナウイルス感染症発生前と同水準で推移しており、急激な変化がない限り、しばらくは今の状態が続くとみられる。
		設計事務所（所長）	・一時高止まりしていた建築単価が、また上昇する気配があり、事業を中断する会社が増えてきたとみられる。
		商店街（代表者）	・マイナス金利政策の解除により金利がどう動くか分からないが、特に中小零細企業の小売業界は、アフターコロナの対応のように再び苦慮するだろう。さらに、金利高、円安の環境では株式市場の判断も難しく、地方都市が街の活性化によって再生できる時代ではないだけに、厳しい状況が再来すると予想される。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・文具製品、事務用品等を取り扱っているが、前年に続き今年もメーカーから2回目の値上げ通知があった。例年と比べて通知回数が多いため、夏商品の売行きが悪くなると予想される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・祝い商品を節約する傾向にある。付き合いの関係上やめることはないものの、以前より回数を減らしたり、単価を下げたりといった商品の予約が多くなってきた。
		百貨店（販売促進）	・夏においても電気料金高騰により、節電志向となるため、消費者マインドが落ちるとみられる。様々な物価上昇に賃金上昇が追い付いておらず、政府が実施する減税措置も一過性で限定的であるとみられる。
		スーパー（統括担当）	・物価高に収入増加が追い付かない。
		スーパー（財務担当）	・地方においては実質賃金がプラスにならず、節約志向が更に進行するとみられる。
		コンビニ（店長）	・物価上昇により、商品価格が高騰しており、客が買えない状況である。
		衣料品専門店（営業責任者）	・値上げや生活費の上昇を口にする客も多く、景気が下降しているように感じる。
		都市型ホテル（経営者）	・今後の光熱費の値上げ、円安影響によりやや悪くなるとみられる。
		通信会社（社員）	・営業スタッフの人員減少による稼働力の低下が考えられる。
		競艇場（マネージャー）	・一般企業の物価高に対する給料アップは、まだまだ追い付いておらず、買い控えが進み、遊興に回せる余裕資金は、減少するとみられる。
		美容室（経営者）	・物価高の話題が多いため消費を控えるようになるとみられる。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・生活必需品の価格高騰で生活がひっ迫している状況であり、今後景気が良くなるとは考えられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安などによる物価高がみられる。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・今後、金利の上昇が見込まれるなか、客の生活防衛意識は高まるとみられ、消費の引締めが発生すると考えられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏までこれといった行事がなく、人が集まる機会もないため売上は悪いのではないかとみられる。
企業動向関連		-	-
(四国)		食料品製造業（商品統括）	・中小企業の値上げ要請に対する許容範囲が広がっている。ただし、食品業界は販売価格上昇により販売量が減少することがあり、正常化には時間が掛かるとみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・竹から肥料をつくる事業をしているが、少しずつ役に立つという周知ができており、期待も込めて、景気が良くなるとみられる。
		輸送業（経営者）	・選挙で改められることが多くなりそうである。
		農林水産業（職員）	・物価高で一般消費は低調推移している。生協の一部では農産物の生産費高止まりと農家所得の減少を懸念し、売価ありきの仕入れに転換したところがあるが、量販店等は客寄せのために野菜の売価を設定する傾向に変わりがない。また、卸売価格は不順な天候に支えられている状況を脱し切れぬ。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（経営者）	・原材料、エネルギー費、燃料費の値上がりによる価格改定後、受注量が減少しているが、その対応に時間を要すると考えられる。
		繊維工業（経営者）	・原材料である綿糸価格は前年のピークから少し落ち着いているが、人件費、染色加工賃、縫製副資材等、あらゆる原価が上昇している。加えて、円安はまだしばらく続きそうであり、輸入材料の値上がりが経営を圧迫している。当社はたまたまヒット商品があり、売上の確保ができていますが、地域の同業者では、コロナ禍以降、仏事、コンサートの自粛によって別注が激減しており、経営環境は一層厳しくなるとみられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着いてきたこともあり、除菌や掃除用のウェットシートの売上が以前より落ちてきている。キッチンペーパーは円安の影響で輸入品ではなく、当社に切り替えてくれた小売店があり、売行きは好調である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・世界経済が下振れする懸念がある。
		電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ったものの、原動費高や物価高、円安傾向が前月同様に継続しており、まだまだ景気回復の兆しがみられない。
		建設業（経営者）	・物価上昇や売上減少がみられる。
		建設業（経営者）	・今狙っている物件が、競争が激しいため、どのようになるか先が全く読めない。
		通信会社（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数が前年と比較すると増加していることや、イベント等の運営における新型コロナウイルス感染症の影響がかなり小さくなっていることから、当面売上の増加傾向が続くと想定していたが、直近の動きを見る限り変動が小さくなってきたと感じる。
		通信業（企画・売上管理）	・パリオリンピックなどが予定されているが、今のところそれを理由にCMの需要が増えるような話はない。
		広告代理店（経営者）	・旅行・ホテル等の観光関連客先の販売促進広告は増加傾向であるが、量販店の販売促進広告は前年比削減傾向であり、全体としては余り変わらないと予想される。
		木材木製品製造業（営業部長）	・住宅販売価格の高騰で大手住宅メーカーの契約棟数が伸びていない。今後しばらく回復は期待できない。
		鉄鋼業（総務部長）	・造船以外の受注状況が低調であり、案件は出始めているが成約には至っていない。
		金融業（副支店長）	・今後の金利上昇、為替相場の円安、燃料価格上昇等の状況によっては経費負担が増加し、利益圧縮の可能性があるので、消費マインドの低下を招く可能性がある。
		税理士事務所	・良くなる外的要因が見当たらない。
	x	-	-
雇用関連			
(四国)		求人情報誌製作会社（経営者）	・夏休みに向けて学生の短期アルバイトの募集が増加すると予想される。
		人材派遣会社（役員）	・夏休みの繁忙時期に向けて、人材の確保が求められる。派遣会社においては人材ニーズは順調に増えているが、適材適所を考慮した人材確保に苦戦している。今後は外国人労働者の確保に向けた計画が必要であると考えられる。
		求人情報誌（営業）	・人手不足を中途採用で補おうとしているが、大手企業と比較して地方中小企業では、すぐに賃上げや労働条件の改善に取り組める体力もなく、引き続き採用難が続くため景気は横ばいと判断する。
		職業安定所（求人開発）	・管内の主要事業所からは、賃上げによる社員のモチベーションアップや、価格転嫁が浸透できたことが売上増加につながったなどの明るい声を聞く一方、前月同様、円安や価格転嫁による需要の減退など、先行きの見通しについて、不安要素が拭えないという声もあるため、一進一退の状況がしばらく続くのではないかとみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・有効求人倍率はやや下降気味に推移しており、求人数も横ばいが続いている。
		学校[大学]（就職担当）	・大手企業の人件費の引上げ等の動きが、地方の中小零細企業にどこまで浸透するかが不透明である。

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
		人材派遣会社（総務部長）	・これからも人手不足が続くとみており、人材ビジネス業にとっては良くない状態である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種にもよるとみられるが地方では、物価が高騰し、給料も上がらないのが大半だとみられる。個人消費が伸びる要素もないため、しばらく厳しい状態が続くとみられる。
	x	-	-

### 11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		旅行代理店（統括者）	・インバウンドの増加や大型プロジェクト、また、人口増加や企業誘致等の影響で本市の成長は継続するため、景気も良くなる。
		商店街（代表者）	・キャンペーンに伴い販売促進物が増加する可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・消費者の値上げに対する慣れや諦め、また、パリオリンピック開催による高揚感による消費マインドの改善に期待したい。
		コンビニ（経営者）	・夏は繁忙期となるため、前年以上に人の動きは活発になる見込みである。近隣の夏祭りや町内会のイベントが再開すると同時にインバウンドや旅行需要も活発化することで、来店頻度が増加すると予想している。
		コンビニ（店長）	・集団でのインバウンドが増加しており、円安の影響が出ている。
		家電量販店（店長）	・前年より気温が高くなる予報となっており、一時的に業界の売上は向上すると考えられる。ただし、売上の向上は一過性であり、暑さがおさまると、現状に戻ると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・6月には定額減税もあり、上期決算期に当たるため販売量が増えると考えている。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給量が伸びると予想され、登録や納車など販売増が期待できる。
		乗用車販売店（役員）	・販売現場では納期改善による好影響が大きく、今後の景気回復に期待が持てる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・インバウンド需要が見込みづらいエリアであるため都市部のような劇的な改善は難しい。しかし、今月にはグローバル小売店が開業しており、平日でもにぎわいを見せている。気候やシネマのヒット作に大きく左右される規模のショッピングセンターであるため、これからの3か月は夏のバーゲンセールや夏休みもあり、集客面での回復に期待している。
		観光型ホテル（支配人）	・地域で大きな周年イベントが幾つか予定されており、地元のみならず県内外からの集客を見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの動きは変わらないと予想しているが、国内では夏休みに伴う旅行で来館数が増加する見込みである。
		旅行代理店（職員）	・夏から秋にかけての旅行需要の増加を期待している。
		美容室（経営者）	・初夏になると、ファッション業界ではスタイルも軽やかになり、髪型にも変化が出てくる。おしゃれをする人も増えるため、景気は回復傾向になる気配がある。また、新製品が出ると変化があるとみられ、夏に向かい動きが出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・補助事業の拡充と金利を背景に客の動きが徐々に出てきており、今後販売面でも景気が良くなる。
	商店街（代表者）	・賃金上昇は少なく、電気やガスの値上がりが大きいため、実質可処分所得が下がることになる。そのため、大手企業以外の給料が余り増加しておらず、物価上昇により景気は減少しており、むしろ悪い状況となる可能性がある。	
	商店街（代表者）	・商店街を組織する商店の多くは、小規模小売業者である。売上が良くなっている情報はないが、売上が増加しなければ従業員の手当も上げることができないため、厳しい状態である。今後、電気料金やガス料金の値上げもあり、一層厳しくなることが懸念される。	
	商店街（代表者）	・当商店街の一部に市立大学の新学部設置が決まり、また、当商店街の魅力をアピールするイベントの本格実施も決まっている。今後、商店街の魅力を大いに発揮していく予定であるため、先行きの見通しは若干明るい。	



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
		商店街（代表者）	・高齢者の多い地方の商店街では、収入は増加せずに生活必需品の物価は上がり続けている。加えて、来月からは電気ガス等の値上がりも予想されているため、買い回り品への消費は慎重なままである。
		商店街（代表者）	・定額減税など経済対策が実施されるが、物価高騰により電気料金も値上がりするため消費がかなり低迷し、現状の景気が続くと考えられる。
		商店街（代表者）	・客の動きが悪いため、景気は悪くなっている。
		商店街（代表者）	・景気は変わらずに低迷し、売上は苦戦が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・2か月後には丑の日があるが、今年はウナギの値段が高く懸念している。例年この時期は形の良いタイが水揚げされるが、今年は活きの良い天然タイがない。餌や水温の影響だと考えられるが、先行き不透明で心配している。
		百貨店（企画担当）	・3月以降、売上が前年を下回っており、賃上げの好影響を感じない。物価高騰が続いており、直近で消費にプラスの影響を及ぼす要素が見当たらない。
		百貨店（企画担当）	・現状から考えると、大きな変動はないと予想している。
		百貨店（企画担当）	・夏の売出しが落ち着き、秋物の動きはまだ少ないと予想している。
		百貨店（経理担当）	・物価高騰により消費が落ち込んでいる状況は今後もしばらく続くと考えられる。商品の購買数量は落ちているものの、値上げによる商品価格の増加が売上増加につながっている状況である。
		百貨店（営業担当）	・し好性の高いブランド品や自家需要は堅調である。父の日のキャンペーンや誕生祭り、全店催事の開催やお中元ギフトセンター開設での来店が見込め、サテライト店の需要も回復している。また、クルーズ船寄港や国内外の観光客による観光振興で街のにぎわいは継続しており、特産品や自家需要品、し好性の高いブランド品・舶来雑貨需要でのクレジット決済が見込めるため、期待している。
		百貨店（経営企画担当）	・富裕層においては高額商品の購入が続いているが、食品等デイリー商材の売上が前年に届いておらず、物価高の影響があると考えられる。この傾向はしばらく続く想定される。
		百貨店（業務担当）	・これから電気料金の値上げが本格化し、加えてエアコン使用などで電気代がかさむ時期に入るため今後追い打ちを掛ける状況となっている。多くの客は電気代を心配しており、生活防衛が消費に少なからず影響を及ぼしている。
		コンビニ（経営者）	・単価上昇の影響で、今後更にこれまでの固定客が離れていくことを危惧しており、厳しい状況が予想される。
		コンビニ（経営者）	・来客数は頭打ちとなっており、物価上昇の影響で商品単価の上昇が続いている。そのため、表面的には売上が改善傾向に見えるが、全体の景気動向としては鈍化傾向となる。
		コンビニ（エリア担当）	・定額減税より物価高騰の影響が大きいと予想している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨に入ると来客数の伸びが余り期待できない。しかし、単価の上昇で客単価が上昇すると来客数の伸びを補填できるため、売上は横ばいになると予想している。
		衣料品専門店（店長）	・社会全体に景気の動きが全くみられない。
		家電量販店（店長）	・物価高が続き、光熱費も上がり、景気が上向き要素がない。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増加する。
		乗用車販売店（代表）	・現状の景気は今後も変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売店の売上は新車販売に左右されるため、メーカーの新車生産が順調に伸びることに期待している。
		住関連専門店（経営者）	・円安や輸入材料、人件費の値上がりで商品価格が高止まりしている。耐久消費財の買い替えには財布のひもが固く、家具購入に至っていない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界では商品が徐々に値上げしており、大手が10月の秋口から値上げをする可能性がある。客は今後を心配しており、不安の声が増加している。そのため、今後2～3か月先の景気は落ち込む傾向にある。

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
		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）	・実質賃金の減少が続いており、賃金の伸びが物価を超える状況にならなければ購買意欲は上がってこないと予想する。
		スナック（経営者）	・1人当たり4万円の減税があるが、そのような政策では景気は回復しない。
		居酒屋（経営者）	・インバウンド関連の客は増加する傾向にあるが、国民生活の出費は増加するため、日本人の飲食店利用は減少する。
		観光型ホテル（営業）	・新型コロナウイルス感染症等の規制のない年度初めとなり一時的な景気の良さを感じるが、最近の物価高騰もあり、景気が上昇し続けるとは考えられない。
		観光型ホテル（総務）	・下半期に仕事量が多く、9月までの上半期の業績見通しは厳しい状況である。
		旅行代理店（統括者）	・円高になれば海外旅行が増加し、国内旅行については現状と変わらないと想定するため、為替の影響次第である。
		タクシー運転手	・乗車回数は増加してきたが金額が伴わないため、売上が増加しない。
		通信会社（社員）	・特に話題がないため、2～3か月先も変化がないと予想している。
		通信会社（業務担当）	・新電力の販売では、今後、電気料金に対する政府の支援がなくなるため電気料金が高騰することになる。少しでも料金を下げることが目的とした新電力の契約が増加することに期待している。しかし、新電力に対するイメージが原因で販売量が増える可能性は低く、契約者数は横ばいか微増を予想している。
		観光名所（従業員）	・来客数は増えているが、梅雨には河川増水となりボートの営業ができなくなることが多くなるため、景気は変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・物価上昇や賃金上昇の影響による価格転嫁を急速にできる状況ではないため、しばらく状況は変わらない。
		ゴルフ場（営業）	・今夏も猛暑となれば、前年と同様の来場者数となる見込みである。
		競馬場（職員）	・景気動向を左右する経済現象が見当たらないため、現状から変わりはない。
		理容室（経営者）	・客の景気は2～3か月前より回復しているが、当店でも新規の客が若干あり、売上を補っている状態になっている。このまま増加を期待しているが、人口の減少もあり難しい状態である。
		美容室（経営者）	・3か月後には景気が良くなると期待をしている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・報酬改定による減収については来客数増加で埋めていくことが必要となる。一方、サービスを担う人材確保は他の産業の好景気により更に厳しくなっており、大きく好転することは想定されない。
		設計事務所（所長）	・仕事の成果は2～3か月後に出るが、今の景気の良い状況が良くないため、2～3か月先の景気はやや悪くなると予測する。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・季節に左右される商品を販売しているため、これから暑くなる日が続くと売上は増加しない。単価が低い麦茶等の販売量が増える月ではあるが、若い客はペットボトルを購入する傾向があるため、麦茶等の売上も伸び悩むと予想する。
		百貨店（総務担当）	・電気料金の高騰により、景気はやや悪くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・物価高騰による消費動向への懸念に加え、猛暑が予想されることやパリオリンピック観戦により、外出機会が減少する可能性がある。
		スーパー（店長）	・6月から定額減税が始まるが、一方で電気代等のエネルギーコストも上昇するため、定額減税による経済への恩恵は期待できないと判断している。円安インフレや物価高騰もそれほど変動はしないため、今後景気は厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・春闘を終えたが、収入の増加を全く実感できず、顧客動向の数値上では景気が好転したとは考えにくい。むしろ悪化傾向が続いており、先の見通しは明るくない。
		スーパー（企画担当）	・6月以降の定額減税次第であるが、効果がなければ買い控えのマインドが重度な状態に陥っていると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経理担当）	・値上げの連続であるが収入に変化がみられず、生活のための支出が今後も厳しくなると予想される。デザートや菓子などの食費については、節約しやすい状況にある。
		衣料品専門店（取締役）	・8月は猛暑となり、電気料金の値上げや政情が不安定であるなど様々な要因が現れることが予想されるため、秋口に景気が良くなるような好材料が何1つない。
		家電量販店（店員）	・今月は新商品のラッシュであるが、新商品が余り売れておらず、なじみの商品の購入が多い。その傾向はかなり強くなっており、しばらくはこの状態が続くと考えられる。
		家電量販店（店員）	・毎月、商品の値上がりが続く限り、景気が良くなることはないと考えている。消費者の購買意欲をかき立てる後押しが必要である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・電気料金などの高騰により、景気はやや悪くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・円安や増税、値上げにより家計への負担が増加している。また、閑散期の景気に対する政策がない。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇が先行しているため支出が増えており、節約しながら生活している。加えて、電気代が高騰することで更に家計を見直す必要があり、厳しい状況が続くと考えられる。
		観光型ホテル（専務）	・これまでは予約状況が好調であったが、6月の予約は落ちている。梅雨入りが近いことも影響しているのか、予約増加を期待している。
		タクシー運転手	・値上げも物価上昇には追い付かず、節約志向が変わらず続くと思われ。
		通信会社（企画担当）	・光回線の販売における特定の地域での新規販売特需は終息し、新しい販売機会は現時点では想定できない状況である。
		通信会社（役員）	・一部の上場企業や都市部の賃金に比べ、地元の賃金水準は低く格差があり、その状況のなかで生活物資の値上げが続いている。
		ゴルフ場（従業員）	・夏に向けて徐々に来客数が減少していく。
		美容室（店長）	・これから暑くなると外出を控える人が多くなり、物価高の影響もあるためやや景気は悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・電力補助金の打ち切りや再エネ賦課金の値上がり、また、円安による燃料費の高騰などにより業績に占める電力料金の割合が増加していくことが予想される。
		設計事務所（所長）	・仕事の対価は増加していないが、生活に関する費用は上昇が続く。特に人件費の比率が大きい職種は、費用の転嫁が難しく厳しい状況である。
		設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇の影響で、景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・将来的な景気としては、不安定な状況が続くと考えている。物価は安定しておらず国民生活は非常に厳しくなっており、思い切った利上げもできていない。景気の良い企業もあるが、国民全体に景気上昇が浸透しておらず、経済対策の効果が現れていない。
	×	商店街（代表者）	・6月には梅雨入りし、今年も猛暑が予想されているため、人流は減少するのではないかと予測している。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜の価格高騰が続いており、また、梅雨に入ると来客数が厳しくなる。しかし、マンゴーや柑橘類の出荷は前年比で110%と好調となっており、進物関係は好調である。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花屋のイベントには卒業式や母の日、お盆、正月などがある。母の日が終わると、猛暑となり生花が日持ちしないため、かなり厳しい状態となる。今後も対策をして乗り切らなければいけない。
	×	高級レストラン（経営者）	・今月の来客数や売上が非常に悪く、今後の景気が良くなる兆しがない。しかし、売上が悪くならないように、少しでも来客数や売上を伸ばすための取組を考えている。
企業 動向 関連  (九州)		*	*
		金属製品製造業（事業統括）	・昇給やそれに伴うボーナスの支給によって、消費活動が活発になると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の動きが変わってきており、それに伴い当社の動きも変化していくため、対応できる体制作りを求められている。当社でも将来の動きに備え、整えていく計画をしているところである。

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
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客生産予測から鑑みると、良くなる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・賃上げや製品値上げなどを実現できる状態になりつつある。
		建設業（社員）	・現在は手持ちに未着工の工事があり、それほど心配はしていないが、今後の発注に期待している。
		通信業（統括者）	・企業のデジタル化やDX等に関するニーズが高まっており、今後、企業のデジタル化投資の増加を期待している。
		農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りのため売上が少々落ちることもあるが、梅雨明けは外食関連も順調となり、ビールの消費に合わせて伸びてくると予想される。しかし、7月は卵価格維持の政策により原料が少なくなる可能性があり、商品供給不足が発生することも考えられる。加えて、2024年問題の物流改革や人手不足もあり、経営的にはかなり厳しい状態になることが懸念される。
		家具製造業（従業員）	・比較的大口案件の情報はあるが、件数は多くはない。
		化学工業（総務担当）	・現在の損益は余り良い状況とはいえず、当面この状態が続くと予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・陶器に利用する生地などの原材料は随分値上がりしており、当店の受注関係は取引先の値上げでほとんど景気が落ち込んでいる状態となっている。更なる値上げも予想され、今後の受注関係を危惧している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からは今後も受注の厳しい状況が続くと説明を受けており、現状が続くと予想される。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・売上が大きい納入先2社は、生産車種によって増減はあるものの予想台数の売上で推移している。他1社は、全車種生産は始まっているが台数が伸びておらず、売上に影響が出ている。
		輸送業（総務担当）	・物価高と円安が景気に対しどういう状況で作用するか定かではない。物の動きや運送会社の動向を見ても、しばらく静観の状況が続くと予想される。
		通信業（職員）	・電気工事については受注状況が好調であるが、情報通信工事に関しては今年度も部門としての年度目標額に対し厳しい状況が続いている。
		通信業（経理担当）	・新年度最初の4月の月次決算は堅調な滑り出しであった。当面の間は期初見込みどおりとなり、売上が安定的に推移するものと予想している。
		金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、公共工事も高水準で推移している。一方、自動車や家電の売上は弱含みで、コスト高に加え人手不足などもあり、一部には先行きをやや慎重にみる企業が見受けられる。
		金融業（調査担当）	・物価高に歯止めがかからず消費者が賃上げ効果を実感しづらい状況が続くなか、消費マインドの向上は期待が薄い。企業の人材不足も解消されず、当面の景気は現状程度で推移する。
		金融業（営業担当）	・今後の事業拡大によって様々な支援を多用する企業もあれば、後継者等の不足による廃業、また、融資の返済のため企業売却に動くというように企業が2極化しており、全体では景気は現状と変わらない。
		金融業（営業）	・夏以降は、賃上げによる消費活動の活発化を期待したい。ゴールデンウィークが終わり梅雨の時期に入るため、消費は一段落する。
		金融業（調査担当）	・貸出金利が上昇局面にあり、企業の設備投資意欲が落ち着くと予想される。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が上向きような好材料が見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・ウクライナ侵攻やガザ侵攻が長期化し、また、円安傾向も当面続くと考えており、景気全体としては今後3か月も変わらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・企業の投資意欲が上がっているが、一方、あらゆる分野で値上げが発生しており、投資を控える企業が出てくると予想される。
		経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが減少している。

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
		経営コンサルタント（社員）	・現在、相続関係に力を注いでいるが、2～3か月先に結論が出るかは不透明である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・今後、右肩上がりが続くとは考えにくい。当地の場合は海外企業の進出もあり活気にあふれている状況ではあるが、デメリットとして、特に人手不足が大きな問題になっており、このことがどれだけ景気に影響してくるかに注視している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・通常の受注量より少ない時期になるため、若干売上が減少する。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今後の相場によるが、材料変更、あるいは現状のままにするかで生産状況が変わると考えられ、先行きが明るい状況ではない。
		不動産業（経営者）	・金融機関の担当者や取引先から、景気が良い話を聞かないため、悪くなると予想している。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の、市町村からのコンサルタントへの委託業務は子供計画や健康増進計画の策定業務等に限定されている。受注においては入札時に低価格で応札するかプロポーザルでとることになっており、受注量は少なくなることが予想され、景気はやや悪くなる。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月の間に大幅な受注減少が見込まれるため、危惧している。
雇用 関連  (九州)		-	-
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2023年度の実質賃金が2022年度と比較すると2.2%減少しており、現金給与の総額は増えたものの物価上昇に追いつかない状況が続く、実質賃金は2年連続でマイナスとなっている。隣県での海外大手企業の進出による九州全体や当県への経済波及効果が期待される。加えて、人材不足が続いており、企業の新卒採用への意欲の高さは今後も続く予想している。
		人材派遣会社（社員）	・求人数の前年割れが継続しており、派遣から直接雇用へ求人数が変化している傾向である。派遣料金が高く使いづらくなっているという声が聞える。
		人材派遣会社（社員）	・既存の客からは夏の注文があるが、新規ではなかなか受注までには至っていない。観光関連企業との契約が少ないためインバウンドの影響は受けておらず、厳しい状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・人材の募集状況が悪く、時給を上げなければ人材が集まらない。企業からの人材発注は増加しているが、募集費や人件費が上昇しており、厳しい状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・料金改定については物価高の影響もあり、依頼に依って変わる企業が多くなっている。しかし、派遣スタッフに関しては生活が安定している状況ではないため、更新のタイミングで直接雇用の希望も増加している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当社では飲食業界に絞った求人情報をWebで配信しているが、前年と比べ求人数が落ち込んでいる。これから夏需要に備えて積極的に求人募集をする時期ではあるが、目立った動きはない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・梅雨から夏にかけて景気を左右する材料はあるが、好材料は見当たらないため横ばいが続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏休みなどを控えインバウンド増加の要素はあるが、生活面では電気代の値上げなどもあり、家計を抑える状態になると考えられる。定額減税もあるが、それがそのまま消費につながるとは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・求人状況では前年度より賃金を上げた事業所が多いが、物価上昇には追いついておらず、消費控えが発生している。県内事業所の売上不振等による倒産件数は前年度を超えており、所得減税やボーナス時期に一時的に消費が増加しても、物価上昇が続く限り同様の傾向が続くと予想している。
		職業安定所（職員）	・管内事業所では仕事量の状況に変化はなく、引き続き人手不足が続いているため、今後の景気は横ばいが予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・景気はやや悪くなくても少子高齢化で慢性的に人材不足が続いているため、2～3か月後という短期間で、今活気のある当市の人材業界の景気が急に悪くなることは考えられない。

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
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数や現状の就職環境をみても、当面は景気に影響を与える好材料は見当たらない。
		*	*
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・資産運用や外貨保険など投資運用の案内が多くなっているが、資金運用方法も含め今後の景気の先行きが不安である。

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		その他専門店〔陶器〕（製造）	・夏に向けて観光客が増えれば、陶器はたくさん売れる。
		商店街（代表者）	・商売の偏りが出てきており、全体的に良くなる可能性が出てきているとみている。
		百貨店（経営担当）	・7月以降、お中元商戦がスタートするほか、夏物衣料品のクリアランスセールが開催が予定されている。
		スーパー（企画担当）	・2～3か月先は、旧盆商戦が控えていることや、夏休みに入り人流が活発になると考えると、景気はやや良くなるとみられる。
		コンビニ（経営者）	・デザートを買う客が老若男女で年々増えている。会社への土産で大量に買う客が多い。
		コンビニ（店長）	・3～4月に想定していた観光客数よりも、上振れで推移している。
		衣料品専門店（経営者）	・客の様子をみると、以前と比べて活気があるようにみえる。売上はまだまだ良くはないが、少し期待してもよいのではないかとみられるようになってきている。
		家電量販店（営業担当）	・6月から沖縄県より、冷蔵庫やエアコンの省エネ家電買換えに対してポイントが支給される施策がスタートする。また、外国人による免税売上が徐々に増えてきている。
		通信会社（営業担当）	・前年比でみると来客数、販売数が共に右肩上がりで推移しており、店頭も活気付いているため今後もこの状態は続く実感している。
		衣料品専門店（経営者）	・まだ良くなる材料が見当たらない。
		乗用車販売店（経理担当）	・特段悪化する要素はなさそうである。
		旅行代理店（マネージャー）	・特に伸びる要素もないが、通常運転で売上は微増にて推移する。
		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割れと厳しい状況が続いている。当業界では中小規模の業者が増えてきていたことにより商品を廉価で販売しているところもあり、今後は価格競争が進む可能性が高いとみている。
		住宅販売会社（役員）	・ある程度の成約は維持しているが、物価上昇に賃金の上昇が追い付いていないため高額な買物である住宅は様子見の顧客が多くなっている。
		一般小売店〔酒〕（店長）	・物価の上昇幅が大きく、観光に支出する予算がないとみている。
		コンビニ（副店長）	・円安を背景に物価高と賃金上昇率が合わず、24か月連続で実質賃金が減少している。電気代や食品価格が上昇しても生活必需品であり減らすに減らせない状況だと、し好みやレジャーなどに節約の圧力が掛かるのは必至だとみられる。
		一般レストラン（代表者）	・梅雨時期でジメジメしていて、雨も多いため来客が減少する。
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの5月の販売室数が前年比12%減少なのに対し、5月末時点での8月の予約室数は前年比19%減少で、マイナス幅が大きくなっている。
		×	コンビニ（経営企画担当）
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・電気、ガス料金の値上げを含めて全ての物価がまだ上がり続けているため景気が良くなる要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊部門の予約状況は、前年同時期と比べて微増している。新型コロナウイルス感染症発生前と比べて90%に届いていない。飲食、宴会部門はこれからの時期は弱い。新型コロナウイルス感染症発生前と比べても75%程度である。これから人件費の上昇、電気、ガス、水道などこれまでの補助施策が終了する。その他の様々な経費や金利も上昇傾向となるとますます厳しい状況になる。
企業 動向 関連		-	-
(沖縄)		食料品製造業（役員）	・これから梅雨明け後の行楽客の増加や、観光客増加が見込まれるため外食が増えるとみている。
		窯業土石業（取締役）	・取引先より原材料価格について円安、物流費増加等による値上げ要請があり、利益率低下が懸念される。
		輸送業（経営企画室）	・各取引先含めて、半年後、1年後を見越した動きが活発化している。2～3か月先には特段景気への影響はないと実感している。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業は、営業収益の先行きが見通せない状況にあることから、販売促進投資は消極的だとみられる。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(沖縄)		*	*
		人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼と派遣終了が同じくらいの数字で移行しているが、人材不足はやはり大きく、なかなか売上の伸びにつながらない。
		人材派遣会社（総務担当）	・物価上昇に伴い、買い控えがある。円安の影響も大きい。
		職業安定所（職員）	・現段階について、求人を受付する段階でプラスになるような企業の声は聞こえない。また、中小企業において、物価高の影響を注視している様子であるため変わらないと判断している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・2025年卒向け求人数は少なくなる傾向だが、あえて7～8月に求人を出される企業もあるため、今と変わらない状況が続くと予想している。また、2026年卒向けインターンシップの案内がかなり増えている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・定額減税なども始まるが物価の上昇が収まらなければこの状況はしばらく続くとみられる。
		求人情報誌製作会社（営業）	・夏場を迎えて、飲食、接客サービス、ホテル業界の求人数の増加に期待しているが、全体としては求人数は多少減少すると予測している。
	x	-	-