

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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・夏の観光シーズンを迎えて、観光需要が本格化することを期待している。ゴルフ目的の客を中心にインバウンドが増えていることもプラスである。前年との比較では、国体開催のような特殊要因がないこと、修学旅行客が前年ほど見込めないことなどから、減少が見込まれるものの、例年並みかそれ以上の入込がみられると期待している。
		観光名所（従業員）	・当地を舞台にした劇場アニメのシリーズ作品について、サブスクリプションでの配信が海外も含めて行われたことから、国内外からのファンによる聖地巡礼が過熱することが期待できる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・好天が続くなか、クルーズ船の寄港が多くみられること、アジアからの観光客が多様化していることなどから、6月の売上は想定以上のものとなった。こうした動きは今後も続くこととみられることから、景気はやや良くなる。地元客から想定を上回る賃上げがあったとの話が聞かれることもプラスである。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・これから年間で最も売上の良い時期を迎えることになる。また、今年は取引先からの受注量が増えていること、客単価が上昇傾向にあることから、今後の売上は大きく増加すると期待できる。
		百貨店（売場主任）	・今後もインバウンドと国内の富裕層による購買が好調を維持すると見込まれる。
		スーパー（店長）	・今年の夏は例年よりも気温が高くなると予想されていることから、猛暑対策として衣料や日用品の動きが活発になると期待している。そのため、現状と比べて多少は景気が良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・夏の観光シーズンを迎えること、暑い夏が予想されることから、来客数は増加することになる。ただし、現状を踏まえると、楽観視できる状況でもない。
		衣料品専門店（エリア担当）	・イベントや行楽に出掛ける人が増加するとみられることから、それに伴って衣料品への支出が増加すると期待している。
		旅行代理店（従業員）	・夏季繁忙期を迎えて、国際線の就航が活性化し、インバウンドが増加することが期待される。ただし、国際線の就航については、地上業務の人手不足や2024年問題、燃料不足などの影響で、新規国際路線やチャーター便の運航に支障を来すケースが顕在化しており、それらの影響が懸念される。今後の観光客回復に影響を及ぼす事案のため、観光関連事業者からは早期解決を望む声が強まっている。
		タクシー運転手	・タクシーの売上は天候に大きく左右される。例年4月から6月にかけては年間で最も客の利用が減る時期であり、6月下旬から気温の高い日が増えてくることで少しずつタクシーの稼働が上向くことになる。特に今年は7月以降、暑い日が多くなると予想されているため、タクシー1台当たりの売上も徐々に良くなる。また、乗務員が増えている分、会社の売上も前年比プラスで推移することになる。
		商店街（代表者）	・物価上昇が続くなか、賃金の上昇が追い付いていない。社会保障や税の負担が増えていることもあって、先行き不安が払拭されない限り、消費が活発になることはない。
		商店街（代表者）	・外国人観光客が好調に推移しているものの、若干の陰りが出がえる。本来であれば、外国人観光客の北海道観光は冬がメインであるため、仕方のない面もあるが、これまでに余りみられなかった国からの観光客が増えていることもあって、景気が上向くことを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・国によるエネルギー関連の補助金が終了したものの、8月からの3か月間、補助金を再開することが決まったことから、今後の景気は落ち込むこともなく、現状を維持する。
		コンビニ（エリア担当）	・し好品の消費が減っていることから、全体売上が落ち込んでいる。今後についても横ばいで推移することになる。
		コンビニ（店長）	・物価が上がっている一方で、客単価が低下していることから、売上が増えてこない状況にある。今後もこうした動きは変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカーの認証不正問題が新たに発生したことから、厳しい状況が続くことになる。また、物価上昇や円安などの様々な課題が複合的に絡み合い、消費者の購買意欲を低下させていることもマイナスである。
		乗用車販売店（従業員）	・賃金のベースアップが行われているが、物価の上昇に追い付いていないことから、現状と変化のないまま推移することになる。
		乗用車販売店（従業員）	・6月末に主要車種のモデルチェンジが予定されていることから、今後しばらくは受注量のやや良い状況が続く。
		住関連専門店（役員）	・定額減税の効果で支出が増えることを期待している。ただし、今後も商品の値上げが続くと見込まれるため、全体的には客が買物を控える傾向は変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・機能性表示食品が増加するなか、広告の誇大表示がみられる。健康に関連した情報についても、不適当なものがみられ、全うな商売をしている事業者にとっては由々しき問題である。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・インバウンドの影響も特にみられないため、これから観光シーズンを迎えても変化はないとみられる。今後については、地元客にターゲットを絞った対策を行うことを考えている。
		高級レストラン（スタッフ）	・物価高や人材不足の影響で利益が少なくなっているため、今後も景気は上向いてこないとみられる。政治不安が高まると、高級店の売上が上向きにくくなる傾向もあるため、今後への不安を拭えない。
		高級レストラン（スタッフ）	・原材料などの仕入価格の高騰に伴う値上げの影響に加えて、光熱費の負担増による消費意欲の低下が懸念されることから、6月と変わらない状況で推移する。
		観光型ホテル（経営者）	・ジェット燃料の不足に伴う国際便就航中止の影響が大きく、すぐに解決できる見通しもないため、この先しばらくはインバウンドの集客が期待できない。地域経済にとっても大きな痛手である。
		旅行代理店（従業員）	・収入の増加を上回る物価上昇によって旅行需要が減少している。大型商業施設内で営業している旅行代理店にとっては、インバウンド需要の恩恵も少なく、景気が好転するような材料が少ないのが現状である。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行者とインバウンドは好調だが、日本人による海外旅行については、まだ回復してきていない。プラスとマイナスが相殺されており、景気は大きく変わっていない。
		タクシー運転手	・乗客数は減少傾向にあるものの、今後、地域のイベントの効果で持ち直すことを期待している。
		タクシー運転手	・物価高の影響で、人流が抑制されていることから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・今後の景気がどうなるかは分からない。これから本格的な夏場の観光シーズンを迎えて、コロナ禍前と比べて、客の動きがどの程度回復するかを注視している。
		美容室（経営者）	・最近の傾向として、値上げするサロンが増加しており、値上げしないサロンはワンオペにするか、廃業することが多くなっている。人件費及び経費の高騰が影響しているためとみられ、今後もこうした傾向は変わらない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなるような要素は見当たらない。客からは、物価の上昇や年金が目減りしていることへの苦情が多く聞かれる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後の輸送量については、現状とほとんど変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経営者）	・観光客が増えているため、全体的な景気は徐々に良くなる。ただし、当業界において、建築単価が上がっていることを客に容認してもらえるようになるまで、もう少し時間が掛かるとみられる。
		商店街（代表者）	・客との会話において、景気が上向くような良い反応がみられなかった。明るい話題もなかったことから、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・当地の夏祭りが8月に開催されるが、例年その後は周辺の町村及び郊外居住者の来街が減少することになる。外国人観光客及び道内外観光客、ビジネス客の動向にもよるが、現時点において、今後の来街者数の増加を見込むことはできない。
		一般小売店（経営者）	・物価高や為替の影響が相変わらず大きい。経済対策にも期待できるものが全くないため、先行きについては不透明である。
		スーパー（店長）	・客はより安い商材を求めて買い回りにしている。物価高の影響で生活費にしわ寄せがきているため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・個人消費が上向いていないことから、今後も厳しいまま推移する。
		スーパー（店長）	・秋口から、更なる値上げの動きが見込まれており、報道でも取り上げられている。買物動向が上向いている状況ではないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・ここに来て、電気・ガス価格激変緩和対策事業の再開が決定したことで、家計へのプラス効果が期待されているものの、連日の円安報道もあって、消費者の心理として、様子見の状況が続くことになる。客の買物動向が好転しているとはいえない状況にあるため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・農産物の価格変動が激しいことに加えて、一般食品の値上げも継続するとみられるため、今後、客の節約志向が強まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年に入り、来客数が減少傾向で推移している。夏場は天候次第で来客数が増えることも考えられるが、例年と比較すると来客数は落ち込むとみられる。来客数が回復してこない売上回復も見込めない。
		家電量販店（店員）	・エアコンの工事を行うまで日数が掛かるため、契約件数が減っている。エアコン以外の家電製品の売上も前年を下回っていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・販売量が微減傾向になっている。時期的な問題もあるが、物価高騰の影響が大きいことから、今後の乗換え需要は縮小することになる。
		乗用車販売店（従業員）	・7月から8月にかけて、車両価格の引上げが予定されている。日銀のマイナス金利政策が解除されたこともあって、今後の販売が順調に進むかどうか微妙な状況となっている。むしろリコールが増えていることで、売上がやや減ってしまうことが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・依然として、景気が回復するような傾向がみられない。
		旅行代理店（従業員）	・円安が更に進んでいることから、海外旅行の回復が見通せなくなっている。また、国内旅行については、インバウンドが増加していることで、国内客の団体予約が困難になることも考えられる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利動向が影響して、今後の景気はやや悪くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・節約志向の要因となっている円安に対して、有効な対策が出てこないことから、今後の景気は悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・スーツ離れの傾向が悪化の一途をたどっている。社会の風潮もオフィシャル感のある格好であれば良いという会社が大半を占めるようになってきているため、何も売れなくなってきた。
	×	タクシー運転手	・賃金の上昇が物価上昇に追い付いていないことから、客が消費を抑制せざるを得ない状況にある。今後の景気を上向かせるような材料が何もないことから、景気は悪くなる。

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
	x	美容室（経営者）	・中小企業にとって、厳しい状況が続くことから、今後の景気はますます悪くなる。
	x	住宅販売会社（経営者）	・所得の伸びが物価の上昇に追いついていないことから、分譲マンション市場ではより安価な商材へのシフトが起こっており、市場が縮小傾向にある。こうした傾向は所得の伸びが物価の上昇率を上回るまで続くと思われる。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		農林水産業（経営者）	・前年は猛暑の影響でりんごが凶作となった。今年は天候も含めて、前年のようなことがないことを期待している。
		金融業（従業員）	・今春の賃上げや定額減税の実施、燃料油価格激変緩和対策事業の期間延長、電気・ガス価格激変緩和対策事業の再開などが、個人消費の下支えとな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）	・土木建設需要は当面堅調に推移することが見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
		家具製造業（経営者）	・マーケットが活性化するような要因が見当たらない。
		建設業（経営者）	・今後については、受注が進むとともに、稼働量が上向くことになる。一方、建設資材の価格が高止まりしている。また、時間外労働の上限規制については、仕事の内容をチェックした上で交代要員を充てるようにしているが、一部の職種では厳しい状況にある。労務費や人件費などのコスト増加の影響がどの程度になるかははっきりしないこともあって、今後も景気は変わらない。
		建設業（従業員）	・現在の技術者不足は10年単位で取り組まないといけない問題であり、簡単には改善されないことから、今後も景気は変わらない。
		建設業（役員）	・上半期の完工高は既に見通しが立っている。今後については、人件費などのコストアップを吸収し、計画どおりに利益を確保できるかが課題となっている。
		輸送業（支店長）	・国内貨物も国外貨物も今と同じようなボリュームで推移するとみられるため、今後の景気も現状と変わらない。
		司法書士	・相続登記の案件は今後も増加するとみられる。住宅の新築は減少しているものの、リフォームや不動産取引の件数がそれほど悪化しているわけではないため、今後も景気は変わらない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・3か月先くらいまでの受注は確保できているが、人材不足でこれ以上仕事を取れない状況にあるため、当面は現状維持のまま推移する。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・客先の主体となる建築鉄骨加工業界の今年度の需要予測が、工事の延期や縮小などの影響で減少する見込みのため、余り良くない環境にある。
		食料品製造業（従業員）	・値上げ後の買い控えがみられ、商材の荷動きが悪くなっている。
		金属製品製造業（従業員）	・戸建て住宅について、着工数が上向くような要素が見当たらないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・景況感のプラス要素である観光については、これから需要の最盛期を迎えることになる。一方、過度な円安、エネルギー価格の上昇、それらに伴う原材料費高騰など、景況感にマイナスとなるような不確定要素も多い。これらのことから、先々の景況感は現状よりも下向くことになる。
		広告代理店（従業員）	・円安の動きが止まらず、更なる値上げへの懸念が収まらないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		司法書士	・円安の影響により、物価の上昇が続いており、今後も下がる気配はない。このため、今後の景気は徐々に下向くことになる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		-	-
		*	*
		人材派遣会社（社員）	・求人企業の採用意欲は底堅く、戦力の増加に向けて、良い人材がいれば採用したいと考えている。ただし、企業が求める人材と派遣登録者の間でスキルのギャップが広がっている。より具体的な転職理由を持ち、転職への意志が強い登録者でなければ、簡単には転職できないとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・畑作や畜産、酪農など、地域の基幹産業においても、円安に伴う物価高騰の影響が少なからずみられるようになっている。ただし、全体的には今後も現状維持で推移するとみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中小企業の多い北海道では、大きな起爆剤がない限り、現状維持で推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地場の中小企業から、経営の余力がないといった声をよく聞く。ぎりぎり踏みとどまっている企業が多く、今後の円安、物価高、最低賃金改定などの状況によっては、ますます厳しい状況となることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・当地における5月の新規求人数は前年比でマイナス1.7%となっており、月間有効求人倍率は14か月連続で前年を下回っている。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が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、有効求職者数は減少している。新規求人数は増加しているものの、物価、資材価格、燃料費、電気料金の高騰による受注量の減少や収益悪化など、経営の先行き不透明感が強まっていることから、当面現行人員で対応しようとする事業所もみられる。これらのことから、求人数の増加が景気の回復に直結しているとはいえない状況にある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・急激に採用状況が良くなるとは考えにくいことから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・円安や物価高が収まらない限り、中小企業の景況感が変わらない。むしろ厳しさを増すことが懸念される。
	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)		商店街（代表者）	・夏祭りの開催に景気は上向く。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドを軸に、お盆を含む夏休み期間、秋口の先行予約が新型コロナウイルス感染症発生前、前年のいずれと比べても好調である。
		商店街（代表者）	・7月に商店街に隣接した大型商業施設がオープン予定で、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいが戻ると見込んでいる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・定額減税の効果が現れるとみている。また、暑くなると景気が良くなる業種のため、天候次第で良くなるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・梅雨明け後も気温が高い日が続けば、ピヤガーデンなども前年よりにぎわいをみせるのではないかと期待している。
		コンビニ（経営者）	・夏場は来客数も増えるし、祭りもあるため売上も上がる。しかし、人手が足りず、人を増やすと利益が減る。人手を確保できるかも不安である。何とか夏場で多少なりとも蓄えておかないと冬を越せない。常に不安しかない。
		コンビニ（経営者）	・雨の日の少ないため人の動きが良い。今後も同様の状況が続くと予想しており、景気はやや良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに来客数も増加すると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・暑い日が続くと予想され、人の動きが活発化し景気が良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着き、インバウンドが徐々に増えて来客数が増えるともみている。また、前年よりも暑くなると予想され、飲料を始め、冷たい商品は例年よりも販売量が増加するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高騰への慣れがみられるものの、個人消費の抑制は継続すると予想している。
	衣料品専門店（店長）	・仕入価格が高騰し、割引額を抑えて提供しているため、売上が減少している。しかし、数か月後には客はこの状況に慣れて、売上は回復するとみている。	
	乗用車販売店（従業員）	・決算期に入るため客の購入意識が高まるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしている。受注量が回復しているため、売上も増加するとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・若いときから将来を見越して住宅を購入する人が増えている。高額マンションの値上がりを見越して、いずれ売ることを考えて購入している。この状況はしばらく続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・今月は公務員、来月は民間のボーナス時期である。物価高で出費を抑えなければいけないと思っても、実際現金が入れば財布のひもは緩む。景気は段々良くなるとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・定額減税が実施されるが、その影響で客が増えることはないともみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・海水浴シーズンとなるため、売上が伸びるとみている。
		旅行代理店（従業員）	・東北は夏祭り期間に大きな需要があり、特に最も客の動員数の多い祭りでは、宿泊及び観覧席の販売量が前年比では大きく伸びている。新型コロナウイルス感染症発生以前の水準まで戻ると予想している。
		旅行代理店（従業員）	・当社契約施設の先行予約の3か月見込みが前年比105.5%となっている。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行を中心に問合せ件数が伸びている。9月の2度の3連休を含めて予約状況も良く、上向きの傾向がみられる。
		タクシー運転手	・夏休みにかけてタクシー利用客は多くなるとみている。特に週末はコンサートやイベント等の開催が多く、また、温泉街を訪れる客も多数いるため、客単価が増える。景気は上向くとみている。
		通信会社（社会貢献担当）	・新機種発売で上向きになると予想している。
		テーマパーク（職員）	・1番の繁忙期となるため、来客数、販売数が共に伸びるとみている。
		競艇場（職員）	・来場促進策の一環として7月から毎月イベントを企画している。客単価の上昇が厳しいなか、来客数やリピーターを増やすことで売上増加を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・上場企業における夏のボーナスの大幅アップで、少しでも消費拡大の恩恵があることを期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に懸念材料はない。このまま秋までは好調が続くとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコン工事の問合せがピークを迎え、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もみている。一方で、生活必需品の価格高騰が進み、節約志向が高まるとみている。
		商店街（代表者）	・今月の売上はこれまでで最低である。7月8月の予約状況をみても良くなる見込みはなく、同様の状況が続くとみている。
		商店街（代表者）	・大きな祭り等は復活しているが、身近なイベントは復活していない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・大きく変わることはないともみている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・円安により夏物の価格が上がっている。客は値段に一層敏感になっている。
		百貨店（企画担当）	・マス顧客向けの施策から転換し、識別顧客へのアプローチを強化することで、客単価の上昇を図っている。
		百貨店（催事担当）	・秋に向けて引き続き改装オープンが控えている。全館の来客数向上施策と併せて、来客数は引き続き伸びると見込んでいる。
		百貨店（従業員）	・物価高が解消されないなかで、食料品を始め生活必需品の節約志向は続くとみている。改善の見込みはない。
		スーパー（経営者）	・定額減税や官公庁のボーナス増加、電気・ガス代の負担軽減策の再開などが期待されるが、一時的なものであり、物価高騰は避けられず、消費生活が改善するほどの効果はない。まだまだ消費の低迷は続くとみている。
		スーパー（店長）	・定額減税などの対策は打たれているが、食費に回す金は減っている。
		スーパー（店長）	・来客数、売上共に横ばいの状況が続いている。

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）	・集客対策のための販売促進策の見直し等を行うことで、多少上向き基調になるとみているが、天候や気温、競合環境などの外的要因もあり予想は難しい。
		スーパー（店長）	・可処分所得が増加する要因がない。
		スーパー（企画担当）	・野菜などの価格高騰や電気料金の値上がりなどにより、販売量が低迷しているものの、売上は値上げした分、それほど悪くない。この状況はしばらく続くともっている。
		スーパー（企画担当）	・外食やレジャーへの支出が増加する一方で、内食需要は節約志向が続くとみている。商品価格の上昇や人件費の増加、公共料金の値上がりが続くなか、競合他社もポイントサービスや特売価格の引下げを行っており、競争が更に厳しくなるとみている。
		スーパー（営業担当）	・来客数の前年割れの状況は変わらない。猛暑の予報により、飲料は伸びるが、料理を簡単に済ませる人が多くなり、食材の動きは鈍くなると予想している。よって、売上は伸び悩むともっている。
		コンビニ（経営者）	・天候次第であり、晴れの日、猛暑日が続けば期待できる。しかし、売上が横ばいかそれ以下であれば、この先は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・当地の主産業である果実の不作の影響が大きい。当面は注視する必要がある。
		コンビニ（店長）	・景気が上向き要因がない。季節的に人の動きは良くなるが、根本的な解決には至らない。
		コンビニ（店長）	・物価の上昇により、客は必要最低限のものしか買わない。来客数は前年比90%まで下がったが、客単価が同100%を上回っている状況から、どう良い方向にもっていくかが課題である。
		衣料品専門店（経営者）	・仕入価格の高騰で利益が減少しており、販売価格の設定に苦慮している。祭り用品の売上に期待している。
		衣料品専門店（店長）	・前年と同様暑くなるとの長期予報が出ているため、ふだん着需要はある程度見込める。しかし、ビジネスや旅行向けの需要が増加しないと状況は変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・電気料金や円安による物価の上昇など、生活不安により節約志向が強くなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	・本来、シーズン中は売上増加が期待できるアウトドア、ゴルフ用品が振るわない状態になっている。
		家電量販店（従業員）	・物価の上昇に備えて、客の購買行動が慎重になっている。
		乗用車販売店（従業員）	・オーダー停止の車がほとんどなくなったにもかかわらず、個人の消費が伸びていない。今後も良くなることはなく、変わらないともっている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の受注は好調だが、納期が来期にずれ込むため、今期の売上は見込めない。既存の車種は変わらず推移するとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・再度、作業工賃等の見直しをしないと利益が得られない。徐々に値上げするか、一気に値上げするかを選択が悩ましい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・物価の上昇や人手不足等の要因が悪影響を及ぼしており、今後の見通しが立たず、厳しい状況が続くとみている。地方では回復要因が見当たらないため、県外の販売ネットワークのない地域への販路拡大を進めている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・夏物の動きが全く予想できないため、今後需要が高まっても在庫の問題で供給ができない可能性がある。また、事務服の簡素化が一層進み、ブラウスからポロシャツなどに変わりつつある。その影響で単価は下落し、ネットでの購入が増えている。非常に厳しい状況にある。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・定額減税の効果を期待している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・明確な要因がないまま販売量の減少が続いており、今後も改善の見通しが立たない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・梅雨時期だが好天が多く、気温も高めである。配達灯油の販売も前年割れしており、回復は難しいとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・4月以降、商況にブレーキが掛かっている。電気代を始めとした生活費の上昇により消費者の生活防衛意識が強くなっており、良いものなら高くても買うという客がいなくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・物価の上昇により財布のひもが固くなっているため、外食を控える動きは続く予想している。予約状況をみても、芳しくない状況が続くと言わざるを得ない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・社会全体としては良くなるかもしれないが、身の回りの景気は変わらないとみている。
		観光型旅館（経営者）	・マイナス要因が多く、良くなるとは考えにくいとみている。
		旅行代理店（従業員）	・観光業等の人手不足の影響で需要を取り込めていない。
		タクシー運転手	・8月は夏休みやお盆休みで帰省する人たちが夏祭りに来る観光客などの利用が多くなるとみている。
		通信会社（経営者）	・加入促進キャンペーンやパリオリンピックに向けた放送・通信サービスの提供により、一時的に新規加入者数が増加すると予想している。しかし、その後は徐々に減少するとみている。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料が乏しく、変化は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・物価高は続くので、景気は変わらない。
		観光名所（職員）	・予約状況は前年と変わらない。振り客が増えており、予約が少ない月でも振り客の売上でカバーできる状況が続くとみている。
		遊園地（経営者）	・夏の暑さがどう推移するか、物価上昇により家計にどう響くかといった不安要因がある。
		美容室（経営者）	・購買意欲はあるものの、物価高のため消費にはつながらないとみている。
		その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・異常気象により農産物や水産物の市場への供給に影響を与えることが心配される。先行きは不透明である。
		設計事務所（経営者）	・建築設計業界では、1月に業務報酬基準と住宅品質確保促進法施行規則の見直しが行われ、4月には働き方改革への対応を求められているが、官民間わず発注者と業界の感覚に大きなずれが生じている。実運用が進まなければ業界全体の回復は先の話となる。現状、大きな変化は期待できない。
		住宅販売会社（経営者）	・客単価の低い戸建て住宅の受注額が低い分を大規模リフォームの受注を多く取ることでカバーしている。
		商店街（代表者）	・物価高騰に加え、可処分所得が減少している。
		百貨店（経営者）	・メーカーの環境問題への取組により、衣料品の生産量が少なくなっているため、毎年のセールがパワーダウンしている。また、お中元もメインターゲット層の高齢化により縮小傾向にある。
		スーパー（店長）	・商品等の値上げにより、消費を抑える傾向は続くともみている。
		スーパー（商品担当）	・電気料金の値上がりによるコストの増加が、収益力の低下を招くとみている。
		コンビニ（経営者）	・客単価は前月辺りから下がり始め、今月は前年割れしている。また、買上点数も前年割れしている。週末以外の来客数が伸びないため、今後は厳しい状況になるとみている。
		コンビニ（経営者）	・梅雨入りして天候が悪い日は客足が鈍っている。梅雨明け後は天候次第でどうなるか分からない。
		コンビニ（経営者）	・物価が上がると、売上は厳しくなる。売れなければ値引きをするが、値引きした商品しか売れず利益が少なくなるという、負のスパイラルになる。客は安いものしか買わない。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物が立ち上がる時期になるが、厳しい残暑で苦戦することが予想される。
		家電量販店（従業員）	・気温が下がって季節商材の販売が落ち着き、生活・調理家電が新製品に入れ替わる時期に入る。新商品になり表示価格が高く見える分、処分品の販売が多くなる。客単価が下落するため景気はやや悪くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・受注停止が解除される車種が増加しない。メーカーから配車供給される車種が固定されてきており、安定しない。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題もあり、全体的に商談件数が低迷している。

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
		高級レストラン（支配人）	・宿泊予約が少々鈍化している。また、MICE需要も夏季は弱い傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・6月から8月はイベントが少ない時期となる。個人客の来店に期待したいが、例年同様、今年よりは悪くなるとみている。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数はランチもディナーも減少している。客層は年配者、小さい子供を連れた家族、富裕層に限られている。物価が上がり続け、使える金がないことがその理由とみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休み期間に入るため、受注量が減る見込みである。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年の夏は猛暑の予報が出ている。前年は暑くて人が外出しなくなったため、今年も同様に街中はひっそりすると予想している。また、夜の繁華街にも人が出てこなくなるため、売上は下がる一方となる。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店は健康や医療上のことについて相談を受けることも業務であるが、金銭的に困っているといった話が混じることが増えている。
	×	スーパー（経営者）	・定額減税が開始され、8月から3か月間、電気・ガス料金の負担軽減措置が実施される。しかし、ガソリン代は高止まりしているため、実質的な可処分所得は伸びないとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・円安も進み、国内需要は厳しくなるとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・各業者から値上げの通知が届いている。一般家庭においても、生活に必要な経費がますます増えることが予想される。その状況では消費は必要最低限になる。全体的に景気は悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	・これから桃の最盛期を迎える。今年も猛暑の予報が出ているが、暑い年は桃の売上が良好になる傾向がある。
		建設業（従業員）	・生産施設関連の新規受注契約が見込まれる。
		食料品製造業（製造担当）	・今後のイベント等でも人流が活発化し売上増加が期待できるが、お中元ギフトの売上は落ちている。売上構成比が変わってくるとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・増産の予定が入っており、見積案件も徐々に増えてきている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連の市場が伸びてきており、DRAMの開発競争が激化していることから、顧客の開発投資意欲は高まるとみている。半導体製造装置メーカーとしては、景気が良くなるとみている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部事業に動きが出ると予想しており、現在よりは良くなるとみている。
		建設業（従業員）	・来月から大口工事が始まるため、売上増加が期待できる。
		建設業（従業員）	・受注量が落ち着く状況ではない。
		金融業（広報担当）	・夏祭りシーズンに向けて、天候の懸念はあるものの、観光、宿泊業関連は好調継続が見込まれる。個人消費も物価高ではあるが祭り期間中は消費意欲が旺盛になるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・夏休みシーズンを迎えるため、人の移動が活性化される。
		食料品製造業（経営者）	・宿泊費が上昇していることもあり、土産に対する財布のひもは固い。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品を投入したり、販売促進施策を講じたりしているが、好転する気配はない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰を給料で賄えなくなっており、消費が明らかに低迷している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種の特性やSDGsへの取組など、世の中のペーパーレス化の進展を背景に、新たに柱となる事業を加えなければ改善の余地はない。しかし、疲弊している地方、中小企業にその余力がない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の今後の動向は心配だが、2～3か月後の景気は変わらないとみている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の需要増加に備え、在庫積み増しの動きが少しずつ出ていたが、大手自動車メーカーの不正問題により足踏み感がみられる。	

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
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大規模案件が一段落したところであり、新規案件の受注見込みは当面ない。
		建設業（従業員）	・今後も人手不足や物価高騰も続くため変わらない。
		輸送業（経営者）	・燃油費、車両費、タイヤ費等の高騰はしばらく続く。加えて、人手不足、賃上げによる人件費の増加、主要取引先の減産等もあることから、厳しい経営環境が続くとみている。
		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るしかない。
		通信業（営業担当）	・4月以降、大きな変化はみられない。顧客は購入に慎重になっており、提案から受注まで、今までよりも時間が掛かるようになっている。
		通信業（営業担当）	・客観的なデータが取れていないため、変わらないとみている。
		広告業協会（役員）	・広告業界躍進の起爆剤となる新施設のオープンや大型イベントの開催などの予定がないため、当面は低迷状態が続くとみている。
		広告代理店（経営者）	・取引先各社の予算が大幅に増減する動きはなく、当初見込みから変化はないとみている。
		経営コンサルタント	・夏のボーナスに期待している。
		司法書士	・相続関連業務案件は増加している。一方で、新築住宅案件は減少傾向にある。
		公認会計士	・全体としての景気判断は製造業の業績に左右されるが、今の段階では回復の見通しが立たない。したがって、やや良い状態で現状維持と判断している。
		コピーサービス業（従業員）	・定額減税が景気に与える影響は分からない。当社のような企業間取引には影響がなく変わらないとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・一部の観光客目当ての店舗には客が訪れている。ここからほかに足を伸ばすようになることを期待したい。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の受注は思うようには伸びず、後ろにずれこんでいる。一般加工の受注案件数に変化はない。
		農林水産業（従業者）	・長期予報では今年の夏も猛暑が予想されており、米の高温障害による収量の減少が予想される。
	x	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しており、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)		-	-
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・雇用や所得の動きにやや改善の兆しがみられる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は続くとみている。梅雨が明けて天候に恵まれれば消費も上向き、景気は良くなるとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・人材が欲しいという企業から問合せが増えている。
		人材派遣会社（経営者）	・企業の人材採用が思うようにできていないため、事業の拡大や出店に少しブレーキが掛かることを懸念している。
		人材派遣会社（社員）	・良い人材を採用したいという企業からの要望は強くなっているが、要望どおりの人材を採用できるところは限定的である。採用の全体数は期待するほど伸びないとみている。
		人材派遣会社（社員）	・競合他社などの動向を見ても求人数が減っている状況は同じで、好転の兆しもない。
		アウトソーシング企業（経営者）	・しばらくはA Iとの仕事の奪い合いが続くとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・原材料費や燃料費の価格上昇により人件費を増やすことができないことから新規採用が進まず、人手不足が続く状況は変わらないとみている。
		学校〔専門学校〕	・日本銀行の金融政策の効果が不透明であり、景気低迷から脱却、経済活動の活性化が見通せない。
		人材派遣会社（社員）	・求人動きが鈍くなっている。長引く円安や物価・原材料価格の高騰等の影響で、企業は慎重になっているとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・マス広告の需要減少を食い止める要素が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・今春以降、事業縮小や閉鎖する事業所の情報が増えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーの不正問題に関連して生産を調整している管内の事業所がみられる。
		職業安定所（職員）	・今後も事業主都合による離職者が増えるともている。
	x	*	*

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)		コンビニ（店長）	・気温が高くなると、飲料等の販売も上がってくるため、景気は良くなっていく。
		旅行代理店（経営者）	・3か月後が1年を通して最繁忙期に当たるため、良くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・お中元用品及び祭礼用の品物が売れている。
		コンビニ（経営者）	・夏場は来客数、売上共に増加するため、やや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・管轄内店舗の中心駅では、高単価のギフトが前年比140%超と好調である。加えてデイリーユーザー向け商材である飲料や食料品も前年を超えており、観光、デイリー共に利用を期待できる状況にある。7月以降は地域イベント、新幹線利用客を中心に更なる旅行者、需要の増加を見込める。
		家電量販店（店員）	・パリオリンピック需要が出てくれば、猛暑到来と併せて好調になる期待は大きい。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・平年であれば、ボーナス支給や梅雨明けで来客数が増える時期となるため、期待したい。好天猛暑になると更に増えてくる。一方、選挙等の影響も若干あり、停滞する期間もあるのではないかと予想している。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・暑気払い等、大人数の宴会や少人数の飲食機会が増えてくる。
		都市型ホテル（経営者）	・若干ではあるものの、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきている。
		都市型ホテル（支配人）	・夏以降のイベント等もあり、宿泊部門の予約状況を見ると良くなると予想できる。また、料飲部門も前年比120%以上の予約状況である。
		旅行代理店（所長）	・梅雨入りが遅れており、夏休みに梅雨明けが掛からないのが心配である。夏の天候により、客足は大きく変わる。猛暑による不順な天候、大雨や雷雨については心配している。
		競輪場（職員）	・全体的に、前年よりも売上はやや上昇傾向にある。
		美容室（経営者）	・顧客の行動から、外出機会が増えたように感じている。化粧品品の売上も前年比2割増しで推移している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・3か月後も今月と変わらないとみている。政府による補助金によって、電気料金などの家計負担は多少は軽くなるが、現状維持がよいところではないか。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内からの観光客も外国人旅行者も堅調に推移しているが、今後、パリオリンピックの開催時期は海外の富裕層が軒並みパリに行くため、日本のインバウンド需要は少し落ち着いてしまうだろうと、外国人を案内する添乗員が話していた。確かに、3月、4月と比べると、インバウンドの土産物購入額が落ちている。代わりに、国内の旅行者の購買力が少し戻りつつあるため、海外の旅行者の購入額減少分を補っている状況である。2～3か月は現状が続くのではないか。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・取引先の9割近くは、施設や飲食店等への納品であるが、新規取引先は同業者が店を辞めてそこを引き継ぐというのがほとんどで、全くの新規取引先はここ何年間かほとんどない。
		百貨店（営業担当）	・定額減税が始まるが、物価高による消費マインドの低下を解消するには至らない。厳しい状況は継続する。
		百貨店（店長）	・売上は前年並みに推移していくと予想する。
	スーパー（総務担当）	・商材の値上げが続き、景気が良くなるとは考えづらい。	
	コンビニ（エリア担当）	・客が戻ってきているのは事実だが、前年よりは下がっている。	
	コンビニ（店長）	・商圏内の中型スーパーが廃業したため、来客数は増加している。スーパーの跡地利用が決定するまでは、近隣に大きな変化は起きないとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（販売担当）	・当店の顧客は年金生活者が相当な割合を占めているため、年金給付月は若干の人出はある。ただし、売上に結び付くほどの状況にはなっていない。今後もこの状況は変わらない。また、今年の猛暑予報で、来客数は相当悪くなるのではないかと。
		家電量販店（営業担当）	・7月はエアコン中心に販売していく。パリオリンピック開催に向けて映像関連商材の販売促進をしているが、動きが悪い。
		乗用車販売店（従業員）	・受注残も堅調に推移しているが、この先の受注は減少傾向になってしまっている。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りは、余り良いという感じではない。ただし、お金がないわけでもない。ムード的に何か盛り上がるような物や将来的に国や市町村で新たな展開があるとか、安心できることがみえないため、皆の財布のひもが固い感じをする。
		住関連専門店（店長）	・必要以上の物は買わずに、節約志向の客が増えている。
		住関連専門店（仕入担当）	・価格上昇が生活に及ぼす影響は大きく、当面は閉塞感のある消費行動が続く。
		その他専門店（総務担当）	・先の見積依頼物件が少ない。
		一般レストラン（経営者）	・実質賃金が上がらないと良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・酷暑になった場合の人の動きが少し心配である。酷暑日はどうしても大きな商業施設に人が流れてしまう。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食の業務費の見直しは、年度初めの時点からとなることが多い。今年4月には多くの取引先に見直しに応じてもらえたが、今後も食材費、人件費、水道光熱費等の主要な費用で上昇が懸念されるため、収支の厳しい状況は続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊や料飲部門、レストラン等は事前に団体予約を受注しており、堅調に売上を伸ばしているものの、宴会売上については今一つ伸びがない。件数は新型コロナウイルス感染症発生前に届きつつあるが、1件当たりの人数が10名ほど少なく、各種団体の集まりの規模も小さくなっている。とはいえ、対応人員を削れるかということと大幅に削ることもできず、効率の悪い運営が続いている。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行需要はあるものの、物価上昇に対して賃金上昇が追い付いているかがポイントとなる。夏のボーナスは好調という話もあるが、旅行需要へ浸透するには時間を要する。
		タクシー（経営者）	・5月、6月の動きが全体的に変わらないため、7月以降も変わらないとみている。
		通信会社（社員）	・今後2～3か月では変わらない。当社事業の顧客は、個人が多いため、収入の増減でサービスへの加入や解約への影響がある。自社のブランディング力で顧客離れを防いでいきたい。
		通信会社（営業担当）	・梅雨時期での猛暑の影響から、夏場の電気代対策としても無駄遣いを控える傾向は続く。
		通信会社（局長）	・現状、円安傾向は変わらないとみられる。
		美容室（経営者）	・低いところで固定化されていると解釈している。未来への展望など考えられない。毎日を懸命に生きるばかりである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・物価高騰は右肩上がりにつき、人手不足は解消できない。現状維持が精一杯である。
		設計事務所（所長）	・しばらくは社会の動向が変わらないため、景気も変わらない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・必要に迫られた内容の修繕が多く、この先を見通したりリフォーム案件は建築資材価格の高止まりを受けて、いまだ少ない傾向が続くとみている。
		商店街（代表者）	・物価上昇により支出が増えている現状では、節約志向の客がますます増える。
		百貨店（店長）	・物価高、円安傾向も止まらず、株高の不服感もあり、今後数か月で状況が上向きイメージは湧かない。加えて、オリンピックイヤー、酷暑予想等もあり、来客数の減少懸念もある。
		スーパー（商品部担当）	・生活必需品の値上げによる影響や商圏内へのドラッグストアの新規出店により、更に厳しい状況になりそうな気配がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・先般、当地域に国内有数の大規模小売店が増床オープンした。来客数はかなり増えたようだが、商品単価が値上げされ、果たしてどの程度の売上につながっているのだろうか。
		旅行代理店（従業員）	・円安の影響や国内旅行についてはインターネット上のみで取引を行う旅行会社に引き抜かれているため、法人旅行でいかに価格転嫁ができるかが鍵である。
		タクシー運転手	・地方では景気が悪くなる一方である。
		通信会社（経営者）	・円安が続いているが、仕入れや販売経費の上昇分を売価に100%転嫁できている中小企業は少ないのではないかと。ここに来て、国内景気が冷え込んでいるのは、中小企業の賃金と思うようには上がらないからだろう。企業も疲弊している。
		通信会社（総務担当）	・例年8月は年間で最低となるからである。
		テーマパーク（職員）	・前年に続き、猛暑日が多い予報で、外出を控える動きが見込まれるため、来園者数に影響が出そうである。
		ゴルフ練習場（経営者）	・物価が高止まりしているため、仕入れを極力控えている。
		ゴルフ場（従業員）	・お盆期間は旅行やレジャーの分散化が予想されている。また、今夏は全国的に猛暑になる予想なので、野外でのレジャーは厳しい状況になりそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・工事費用も含め、全てが高騰しており、今までの単価では到底追いつかない。利益を圧縮されている。
		×	商店街（代表者）
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・賃上げ、賃上げというが、地方の中小企業では賃上げできる状況にはない。そうでなくても物価が高くなっているのに小売価格に反映できない状況が続く限り、生活は苦しくなる一方である。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・仕入原価が毎月上がっており、今月の原価率は前月比で3%上昇している。今までは値上げせずに耐えてきたが、ここに来て円安が一層進み、1ドル160円となっている。主要原材料はほとんど海外からの輸入品で、9月には値上げになるという見積りが既に来ている。これらを考えると販売価格を調整せざるを得ず、値上げしなければならない。そうなれば、当社のような商売だと、どうしても客離れが進むため、売上は落ちる。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		金属製品製造業（経営者）	・受注が増加する取引先があるため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規の引き合いも出始め、秋口から上向くという取引先情報もある。
		金融業（営業担当）	・各企業で環境変化への対応が進んでいる。今後は、緩やかに良くなっていくとみている。
		経営コンサルタント	・夏休みを含むレジャーシーズンに入るため、それなりの回復が期待できる。ただし、諸物価の落ち着き次第で、消費や生産は、上下に振れる可能性がある。
		司法書士	・今後も2～3年は、このまま良い状態が続くのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の状態ではこれ以上良くなるとは考えられないが、かといって悪くなるとも考えられないため、現状が続くのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・季節要因で閑散期に入り、多少落ち込むと考えるが、大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先は50社ほどあるが、約7割の企業からの受注額は3から5割減少が続いている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月はまずまずの状況だと思うが、今後については、まるで先が見えない。
	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況も、いまだに続いている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・夏場に向かい、省エネエアコン、扇風機、冷蔵庫等の物量は前年並みを確保予定である。また、レジャー、キャンプ、バーベキュー用品等も前年並みの物量を確保できそうである。しかし、円安による燃料価格の高騰やドライバー不足、ドライバーの残業時間制限による高速代等のコスト高も続き、利益は薄くなりそうである。
		社会保険労務士	・給与計算等をしていると、定額減税額は数千円という人が多いため、減税効果は余りないとみられる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の受注量からみても、特段の変化はない。しかし、引き合いや商談件数は前年度より増加している。
		食料品製造業（経営者）	・円安の影響や消費者物価、原材料、人件費等の高騰が中小企業にじわじわと悪影響を与えているのではないかと。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況を見ると、取引のある業界はいずれも下方修正している。
		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増えてきているものの、いまだに生産が計画どおりとはいかず、減産になっている。減産分は翌月に生産とはなるものの、通常なら減産分の生産量が上乗せとなり、次月の生産総数が増えるはずが、生産総数は計画のままになっている。生産がなかなか安定せず2～3か月先もどうなるか分からない状況が続いている。
		建設業（総務担当）	・例年より仕事が本当に足りておらず、不安しかない。
		不動産業（管理担当）	・空きテナントがなかなか決まらず、空室率も下がらないため、賃料収入は上がらない。一方で経費は増えており、今後も利益減少が続く。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が月を追うごとにどんどん悪くなっている。今は8月の受注をもらっているが、6月よりも7月、7月より8月の方が落ちている。そろそろ繁忙期に入るのに、全くその気配がみえず、状況は厳しい。
	×	建設業（開発担当）	・公共事業の発注額は、前年比10%減少、前々年比では21%減少と厳しい状況である。当社受注も10%減少で厳しい決算になると予想しており、心配である。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・これからの時期はお中元商戦で、一般、中型、大型小売店やデパートなどでは商戦としては狙い目の状況かと思う。ただし、生鮮食料品等を含めた購買が若干節約ムードのため、余り期待はしていないがギフト商材には期待を持っているという状況である。飲料品等も10円程度の値上げがあって、伸び悩むところもある。やや良くなるとは思っているが、期待は薄い。
		人材派遣会社（管理担当）	・麺類製造と自動車関連の製造派遣が好調になるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・人材確保に苦戦しており、供給が追いついていない。国内人材不足の状況が改善できなければ、今後は外国人人材の活用ニーズに対しても対策を講じていく必要がある。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・当面大きな動きを感じることはない。円安と物価上昇、エネルギー価格の高騰等が今後も懸念される。
		職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比は、飲食サービス業、医療、福祉分野は増減を繰り返しているが、建設業、製造業については減少傾向で推移している。
	×	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕（店員）	・6月の行事は父の日くらいだが、全く売れない。2～3か月先にはお盆、お彼岸があるので、かなりの売行きになる（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	・交流会に力を入れている。
		家電量販店（店長）	・訪日旅行者の来店が市場の予想どおりに推移している。今後も期待している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が収まり、販売量、特にパーティー需要が増加していること、材料費や人件費の増加に対する販売価格への転嫁も着実に進展していること、業績が増収増益基調になっていることから、良くなる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏季は団体、イベント、観光需要を望める。
		商店街（代表者）	・回復基調が続く。今夏は猛暑予報が出ているため、暑さ対策商材や、涼を提供する分野が長く活況を呈するのではないかと。来月後半から再来月にかけてのパリオリンピックで日本選手が活躍すると、消費マインドにも明るい兆しが出るのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・電気代など、いろいろな物が値上がりしているため、当店のような安売り店に来店する客が増えているのではないかと。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・この調子でいくと、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りそうだが、需要と供給が合わないため、飛躍的に良くなることはない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して丸1年が経過し、今夏は新型コロナウイルス感染症発生前と同様のイベント開催が予定されている。7～8月の夏休みシーズンに向けて、遠方からの来街者の増加も見込まれ、景気は上向きとなる（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・秋に米国大統領選挙があり、米株価が上がると予想する。1ドル160円を超える円安になると仕入価格に影響するため、これ以上円安が進まないことを期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが右肩上がりで推移している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・これから夏休みに向けて、各部活動やイベント等への配達が多くなるため、良くなる。
		コンビニ（経営者）	・今月と比べると、2～3か月先は季節要因的にも売上、来客数共に良くなるとみているが、前年同月比では少し落ちるのではないかと。これは、やはり円安、物価高によって少しづつ買い控えが起きているからではないかと。定額減税により少し景気が浮揚すればよいが、今のところそれは見受けられないため、来客数は前年よりも落ちるとみている。
		コンビニ（経営者）	・今夏も気温が高い予想のため、ドリンク類やアイス等が伸び、夜間の来客も増えそうである（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・天候次第ではあるものの、これから盛夏に向けて期待したい（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・販売部門、サービス部門共に前年を上回ってきている。
		乗用車販売店（総務担当）	・客の購入意欲がボーナスによって増すとみている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・購買意欲が伸びないため、このままだったらとってしまうのではないかと。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・少額ではあるものの定額減税効果があり、需要が増えると見込んでいる（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・当社は原材料を輸入しているため、為替が大きく響いている。価格が3年前の2倍になり、売上は増えているが利益が出ない状況になっている。価格転嫁できればよいが、なかなか厳しいのが現状である。新商品を価格を上げてリリースすることで値上げしている。資材なども次々に値上がりし、再度値上げすることができず、悩んでいる。そのため、賃金を上げることがかなり厳しい。全体の賃金が上がってくると経済がもっと良くなるだろうが、中小企業は厳しいのではないかと（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・7～8月には夏休みもあるので、各種イベントなどが再開され、にぎわってくることを期待している。一方で、猛暑が予想されるため、水道光熱費の高騰を心配している。政府もいろいろな対策をしているようだが、効果的な対策をお願いしたい。
		旅行代理店（従業員）	・夏休み期間に入り、旅行者数が増加傾向となる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・梅雨入りすると利用が極端に増える。また、今夏は猛暑になる予報のため、当然利用は増える。ここきて、昼間にロングの客が続いている。利用回数は少ないものの、売上が伸びているため、かなり期待できそうである。
		タクシー運転手	・今後7～8月と夏に向かって、以前よりももっと厳しい暑さになるため、タクシーを利用してくれる客が増える見込みである（東京都）。
		通信会社（社員）	・物価上昇が止まらない。販売価格だけでなくインバウンドに押されて、新しい形の日本食などの外食価格が高騰している。SNSの拡散を受けて、自粛経験のない若手社員たちはグルメの遠征をしており、社内でも広がりを見せている。消費を楽しむ文化が若年層に定着すれば、景気の刺激になる（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・今後、案件の動きが出てくることが見込まれる（東京都）。
		通信会社（局長）	・景気が回復しつつある。
		通信会社（営業担当）	・短期間では夏休み等の消費もあり、良くなる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・下落傾向にある販売単価が落ち着いてきている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス終息後、旅行やレジャーに行っていた人たちの勢いが多少鈍るのではないかと予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・4月に値上げを実施してから初めての夏を迎えるため、予想しにくい面はあるものの、単月で前年と比較すると、来場者数の減少幅が小さくなっていることから、良い状況になることを期待している。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・飽くまでも身の回りの景気だが、当地区の核となる街には多くの企業があるものの、隣接する市には商業施設が少なく、企業や団体の予約が少しずつ増えていくと予想している（東京都）。
		美容室（経営者）	・周りでボーナスが出た関係で幾らか景気が上向くような気がする。
		その他サービス[立体駐車場]（経営者）	・近くに商業施設がオープンする予定である。
		設計事務所（経営者）	・やや良くなると答えたのは、今、自分たちが頑張らなくてはならない、足元をしっかり固めていかなくてはならないと考えているからである。社員もそういう心持ちで、一生懸命やるんだ、自分たちが作っていくんだと取り組んでいる。社員が少なく、そういった労働関係の時間が取れないのが非常に残念である。
		住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの宿泊料金は月に2%程度上昇しつつあり、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）	・新商品の販売を控えており、価格を抑えた規格住宅を期間限定で復活させて販売増加を狙っている。2～3か月後にその結果が出て、今月よりは増加につながるとみている。
		商店街（代表者）	・客が買物に対して前向きではなく、少しでも安価な物、お買い得な物を探しているという感じがしてならない。そのため、売上を維持すること自体がなかなか難しくなっている。
		一般小売店[家電]（経営者）	・本当に動きがみえず、不安である。今のところ答えようがないというのが事実である（東京都）。
		一般小売店[家電]（経理担当）	・今夏は暑さが厳しいようだが、エアコンは品薄が続いている。商品確保が急務だが、なかなか難しい。補助金絡みの仕事は時間が掛かるため、少し先の話になる。そのほかでは、祭り関係の電気工事が多い。
		一般小売店[家具]（経営者）	・物価も上がっていて、将来の景気もまず変わらない。専門店としての特徴を出して客の対応をする、若しくは、リフォーム的なもので頑張っていくということしか手がない。客に支持されるような営業の仕方をしていくしかないのではないか（東京都）。
		一般小売店[米穀]（経営者）	・消費者物価指数が上がっている。客の収入は若干上がっているところと上がっていないところとあるので、非常に慎重な動きになっている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔傘〕（店長）	・現状は良くなってきてはいるが、盛夏になると需要が落ち着くとみられるため、横ばいの予想である。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭については、天候にばらつきがあるし、今年も暑くなるようなので、来客数がまた少し減ってくるかもしれないが、売上はそれに比して少し伸びている。外商に関しても、何か月後の案件が出てきており、ある程度は期待できるが、まだ不安定要素も多分にしているため、その辺を加味すると余り変わらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・来月は、他社ではボーナスなどが出るようだが、当社は出ないので、それほど良くなるとは考えられない。時々実施するイベントの売上も以前ほど伸びない（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・高級衣料のプレセールなどを中心に、富裕層は好調に推移している。また、インバウンドも顕著に伸びており、個人旅行で目的買いをする傾向は変わらない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・今年より賃上げの傾向が高まるなか、それ以上に物価上昇の影響があり、実質賃金は横ばいか、下がっているのではないかと。インバウンド需要の高まりによって現状のプラスを維持しつつも、その増加率は縮小傾向がみられる。円安によるインバウンド需要に支えられているところもあるが、顧客の中心は国内であり、景気の底上げは厳しい状況が続く（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・改装のため売場面積減少が続いており、来客数の増加が見込めない。
		百貨店（総務担当）	・円安傾向が続いており、訪日外国人の売上は引き続き高水準での推移が見込まれるが、一方で物価の上昇も続く。総合的な判断は難しいが、景気が良くなるとは言いきれない側面の方が大きい（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・向こう数か月で大きく増減する材料がない。実質賃金の伸びなどが実感できるようになれば一段上昇するが、確実にそうなる保証はない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・円安傾向が続いていることから、今後もインバウンドは好調が続く。国内消費についても大きく変わる材料はない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドのけん引はあるものの、国内需要の落ち込みは当分続くとみている。ボーナスや夏休み需要に期待したいが、ゴールデンウィークと同様に、今まで控えていた国内外の旅行や外出への消費に向かうとみえており、物販は厳しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・前年比では微増の現状が今後も続く。担当する店舗はインバウンドの影響を受けず、国内客のみが来店しており、現状好調な飲食や食品物販、軽衣料、雑貨がトレンドを継続するとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンド需要の増加傾向はしばらく継続するものとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・原材料価格の高騰によるファッションを中心とした価格上昇により、一見実績が伸びたようにみえるが、既存の顧客以外の百貨店ファッションの購買意欲は低い。また、生活物価の上昇による買い控えなどの影響により、インバウンドを除く売上の伸びは期待できない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・現状もインバウンド頼みで売上を伸ばしている。円安の影響下で高級特選ブランド、高級雑貨が好調である。物価高の影響もあり、一般消費はよどみがちである（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・円安傾向が続いており、今後出てくる影響もあることから、物価上昇がしばらく続く。客の消費意欲がすぐに好転することはなく、2～3か月では変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響もあり、日常生活を支える郊外店としては、緊縮傾向がしばらくは継続すると見込んでいる（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・インバウンドの販売量は現状から大きく増大しないとみている。また、国内客については、賃上げ等の効果を期待するものの、輸入物価の上昇等による消費減速リスクがある（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・円安傾向が消費者心理に与える影響が大きく、今後もこれまでのような客単価が見込めるとは限らない。

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
		百貨店（店長）	・盛夏へのニーズに期待はしているが、定額減税の効果はさほど感じられず、上向き要素は余りない。
		スーパー（経営者）	・当社だけの問題だが、競合店が近くに出てくるため、いろいろと競争していかなければならなくなる。また、社員の賃金は既に上げているが、パートの時給も10月から上がるため、人件費の増加も大きな負担になる。いろいろな物の値上がりをどうやって吸収するかという問題もある。そうしたことから、経営的には非常に厳しくなってくると予想しているが、景気についてはそれほど変わらない状態でいくのではないかと。
		スーパー（経営者）	・現在がかなり悪いので、これ以上悪くなることは考えられない。
		スーパー（経営者）	・商材の値上がりが長く続く。
		スーパー（経営者）	・競合店が更に1～2軒増えていることが、経営状態が厳しくなっている要因である（東京都）。
		スーパー（店長）	・いろいろな環境変化の影響で、商材によっては価格が上がっているため、客も価格を注視しながら購入している。特に、米価上昇の影響で、他の商材の売行きにも変化が出てきている。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きい。買い控えにより点数が落ち込んでおり、販売量が増加しているわけではないので、同様の状態がもうしばらく続いていく（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・節約志向は変わらない。
		スーパー（営業担当）	・単価が上昇している一方で、販売数と来客数の減少により、プラスマイナスで相殺される状況は変わらないが、今夏の暑さで季節商材が相当稼働することが期待される（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・円安がますます進み、輸入品の価格が上がり、原価、売価の高騰は避けられない。中小企業の実質賃金は上がらず、消費額も上がらない。
		スーパー（食品担当）	・景況感では円安、物価高もあり景気が良いとはいえないが、単価が上がっているため、売上は横ばいで推移する（東京都）。
		スーパー（販売担当）	・定額減税はあるものの、7月は電気・ガス料金激変緩和対策補助金がないためである。
		コンビニ（経営者）	・来客数は前年比101.5%で、買い控え傾向は変わらず、客単価割れが続く。
		コンビニ（経営者）	・小売業としてはやはり売上が落ちると当然利益も減ってくるので、景気が良くなるとは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増加や単価の上昇により売上を維持する傾向が継続しており、夏場に向けて高い数値が維持できそうである（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・賃金は上昇傾向にあるものの、物価の上昇に追い付いていない。
		コンビニ（エリア担当）	・定額減税の効果が不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・現在の売上と来客数の動向から、繁忙期は入出が増えることが予想されるが、通常期はそうならない。
		コンビニ（エリア担当）	・この2～3か月で前年からの伸びがやや鈍化しており、現状が今後好転する材料が余りない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・景気が良くなるような施策があるだろうか。6月から定額減税が始まっているが、生活が一変するようなものでも、ぜいたくができるようなものでもなく、生活費の補填に回る程度である。そういう意味では、身近なコンビニで、大きな買物はできなくても、小さなぜいたくをするくらいの消費が増える可能性はあるかもしれない。大きく景気を良くするためには、ぜいたくが続くような金融施策が必要である。
		衣料品専門店（経営者）	・安さを求める客が多い。衣料品量販店が安さを全面に出してきている状況なので、厳しい競争が続く。
		衣料品専門店（店長）	・消費者の物価上昇に対する防衛意識が強くなり、付加価値の高い呉服、ドレスはレンタルにシフトする流れがより顕著になるものとみている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（統括）	・物価高の影響で価格感度が高くなり、その状況がこの先すぐに改善されるとは考えられない。
		衣料品専門店（役員）	・物価上昇が衣料品需要に与える悪影響は続く。
		家電量販店（店長）	・消費に向かう政策が採られていない。実質賃金はどこまで上がっているのか。世の中の情勢が消費に向かえば良くなる可能性も考えられるが、まだ生活防衛意識が強く、消費に積極的になるとは考えられない。
		家電量販店（店長）	・物価の上昇が続いているため、現状がまだまだ続く。電気代の上昇も厳しい。
		家電量販店（経営企画担当）	・物価上昇を上回る賃上げ、ボーナス、定額減税が一定の効果を発揮することを期待している（東京都）。
		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、販売が残り芳しくない。客は将来が不安なために買い控えをしている。
		乗用車販売店（経営者）	・国内で、日本人が日本の物を購入する際に為替の影響がみられる。外国人に買われて物価が上がり、日本人が買えない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月の半期決算までこのまま変わらないとみている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産、出荷状況に不透明な点があり、上向きとなることは考えにくい。
		住関連専門店（営業担当）	・国の住宅省エネ2024キャンペーン補助金政策がリフォーム需要を喚起しており、補助金効果の続く秋頃までは堅調に推移する（東京都）。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現状のままであれば売上に大きな変化はない。しかし、仕入価格、人件費の上昇がこのまま続くと利益が圧迫され、全体的な景気は悪くなる（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・円安傾向が続くとみられるため、引き続き外国人観光客の安定的な来店が見込める（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・当業界においては、燃料油価格激変緩和対策補助金事業が12月まで延長されたことで、消費者の買い控えは避けられると見込んでいる（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今夏の天候次第である（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・法人、団体関連の利用予約の推移から、変わらない（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・コスト高は継続するとみられ、改善が期待できれば景況感には上向きになるが、状況は依然厳しい（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・商品の価格改定について減少傾向はみられない。これが経済の高循環につながればよいが、いまだ現れていない。消費マインドがプラスに転じるには時間を要し、逆に悪化の可能性も否めない（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・景気後退のタイミングがいずれ訪れると心配しているが、それは労働力不足が一線を越えたときだとみている。臨時社員で賄っている現状が数か月先に激変するという感覚が持たないため、変わらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2か月先の8月はケータリングはほとんどなく、客入りもそれほど良くないため、少し下がる。9月になると客も少しは増えてくるものの、6月とそれほど変わらないのではないかと。ケータリングの方も、9月だとまだ暑くて余りないような気がするので、大体6月くらいの売上に落ち着くのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンド効果があるのか、いつまで続くのかといったことや円安、物価や光熱費の上昇により、商材の値上げだけで収まらない様相を呈している（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・一般の消費については慎重になっているような気がするが、外食に関しては、3か月後も今と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・国内全体を考えると、人口減少により消費は明らかに落ちる。今はまだ変わらないものの、今後は断続的に少しずつ減少していく（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・円安傾向と物価の上昇がこの先どうなるか分からない。それによっていると状況が変わってくる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・物価の上昇がいつまで続くのか、それにより大きく左右されるため、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
		旅行代理店（経営者）	・東京都知事選挙も控えているので、皆何となく二の足を踏んでいるようだが、良くなることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・円安の間は海外旅行の伸びには期待できそうにない。定額減税は有り難い施策だが、生活費に回るため、海外旅行への期待は薄い（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・良くなりつつも、円安傾向になっている（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・物価上昇が続くそうである（東京都）。
		タクシー運転手	・昨夏のように猛暑になると客が多少増えるともっているが、客も猛暑への対策をしてくるとみている（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・天候にもよるが、今夏は高温が予想されているため、気温が上昇すればタクシー利用も多少増加するのではないかと期待している。
		通信会社（経営者）	・商談案件が受注増加につながっていないため、この先2～3か月先も景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（社員）	・小口注文が期待できる。また、イベントも復活してきているものの、ベースとなっていた大口注文の売上をカバーし切れていないのが現状である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いており、消費意欲の大きな好転は望めない。
		通信会社（局長）	・第1四半期の前年同月比での下振れトレンドは、なかなか浮上する要素がみえてこない。特に、営業員の流出による影響が大きく、生産性向上で補う構図を描けない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・水道光熱費の上昇は収まらず、生活に影響するレベルまできているので、当面は変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・景気の先行きに期待感があると話す人が余りいない。
		通信会社（経営企画担当）	・政府は先日骨太方針案を公表したが、実効性が不透明であり、国内需要には反映されないとみている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・環境に変化がなく、現状と同様に解約過多での推移を想定している。通信網の光ファイバー化の2期工区の拡張時まで、大きな好転は期待しにくい。着実な顧客獲得と解約抑止の活動を地道に続けていく（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・買い控えの現状が恐らく3か月以上続く（東京都）。
		観光名所（職員）	・変化はない（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・定額減税効果と依然として止まらない物価上昇傾向が交錯するなか、消費者のマインドはプラスにもマイナスにも働く状況が予測される。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従業員）	・大きな変化をもたらす要因が見当たらない（東京都）。
		その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・秋の与党総裁選挙や政策金利決定会合、米国大統領選挙までの間は、金融政策の大幅な変更や為替相場の急変はないとみており、この状態が安定するのではないかと（東京都）。
		その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・物価上昇、賃金の据置き、円安と、個人消費が伸びる要素がない（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・現時点では変わらないと想定しているが、今後の官庁案件の開札状況により、上振れ又は下振れの可能性がある。民間案件は今まで同様、低調のまま推移するとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注数、情報数共に変動がない。
		住宅販売会社（従業員）	・賃金は上昇傾向にあるものの、物価も上がっているため、変わらない。
		住宅販売会社（総務担当）	・実質賃金が上がらなければ、消費が刺激されない。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・当店舗は点在型商店街でアーケード等がないところに立地しており、路面に独立店舗を構えている。これから急に暑くなったり、梅雨といっても雨が降らなかつたりするかもしれない。雨が降れば客足は遠のくし、暑くても遠のくため、この先3か月は余り期待するような売上には到達しないとみている。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・先行きが良くなるような兆しがみえない。

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
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・円安による価格上昇の影響がこの先しばらくは続く(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・円安が全く止まらず、物価も毎月値上げが続いている。定額減税はあったが一時的なもので、物価高などに比べると景気を良くする効果はみられない(東京都)。
		百貨店(管理担当)	・猛暑が予想されており、高齢の客が多いため、外出を自粛するのではないかと(東京都)。
		スーパー(ネット宅配担当)	・商材の値上げが大幅に増え、節約志向が更に高まる。
		コンビニ(経営者)	・円安が急激に進行している(東京都)。
		コンビニ(経営者)	・アルバイト、パートの大幅時給アップと同時に、有能な従業員が他社へ転籍し、先行きが不透明である。
		コンビニ(経営者)	・定額減税の恩恵も余り期待できず、売上増加が見込めない。その上、世間の流れから従業員の賃金も上げざるを得ないため、経常利益的にも厳しくなっている。
		衣料品専門店(経営者)	・当社は繊維製品の小売だが、円安の影響で糸の価格が高騰しており、大変困っている。また、季節商材等の生産者が減ったり職人が抜けたりしていて、商材がそろわないことも多い。そうしたことから、売りたいくても商材が入ってこないために売れないという状況が続いている。
		衣料品専門店(従業員)	・客単価や客の様子から、出費を可能な限り抑えたいように見受けられる。
		乗用車販売店(営業)	・今後下取り相場が下がる可能性がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・エネルギーコストの上昇に加え、円安の影響による物価上昇が止まらず、厳しい状況が続く(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・夏休み期間は、宿泊はトップシーズンとなるものの、婚礼や宴会、レストランなどはオフシーズンに入り厳しくなる。物価の上昇などから先行きが見通せず、利用控えの懸念もあり、先々の予約の動きが鈍い。特に、食材や人件費の高騰が利益を圧迫しており、厳しい状況が続く。
		旅行代理店(従業員)	・このまま物価上昇が続くと、例年の旅行予算では不足してくる団体が多数出る。結果として、参加人数が減少してしまう。
		タクシー運転手	・生活必需品の値上がりが一向に収まらない。このままいくと死活問題だと、客も嘆いている。物の値上げが遠因で、客も日々の生活に困惑している。
		ゴルフ場(従業員)	・止まらない円安が、物価やエネルギー価格の更なる上昇につながり、年金生活者のみならず、ベースアップが追い付かない現役世代の生活も更に厳しくなる。景気が良くなるとは考えられない。
		競輪場(職員)	・気候が熱帯化し、客足が減り、インターネットでの販売対策が中心になる。そう考えると、まだまだシステムに投資しなければならず、厳しい状況が続くと想定している。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・前月も教育費に充てるお金が少々足りないということで、辞めていく生徒がいた。この業界はますます悪くなっていく。
		その他サービス〔保険代理店〕(経営者)	・短期間では客の購買意欲は変わらない。景気はより一層悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・夏季の集客期に入ったが、広告に対する反応は相変わらず薄い。
		設計事務所(所長)	・この先も景気が良くなるとは考えられない。物価高にいろいろ物がついていけず、円安に振れており、国の経済政策による結果ではないか。
		設計事務所(所長)	・顧客の価格高騰への理解が不足している(東京都)。
		設計事務所(職員)	・建築業界あるいは市場、様々な社会的な動きや背景から、好況になる傾向にはない(東京都)。
		その他住宅〔住宅資材〕(営業)	・先々の建材需要に期待感はない。ある一定の荷動きにとどまる傾向がしばらく続きそうである(東京都)。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・デフレ経済が続く。
	×	衣料品専門店(店長)	・物価の上昇に加え、2024年問題で物流がスムーズにいかなくなり、商材の納品に支障が出て、欠品が発生しやすくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	乗用車販売店（営業担当）	・7月1日から材料費、人件費の高騰を理由に車両価格が上がる。景気が不安定ななかでの大幅な値上げのため、来客数は少なくなる（東京都）。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・酷暑による来客数減少を懸念している。
	×	一般レストラン（経営者）	・今年はお盆休みを少し長めに取り、店舗改装に充てたいので、休みが多くなる分、売上は減る見込みである（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・最も大きな理由は円安による値上がりである。輸出企業、大企業関係者の給与は高給である一方、給与がさほど上がっていないところも多く、2極化が進んでいる。円安は当分続きそうであり、更なる値上げも予想され、今後も家計支出を抑えるところが多いと予想している。そのほか、世界的な天候不順による食料の不作も、今後の値上がりの理由として考えられる。
	×	タクシー運転手	・繁華街の客の様子、終電後の売上の減少などから、明らかに不景気である。これからますます不景気になる予感がする（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経営者）	・猛暑の影響が既に出始めている。外出や運動を控える動きが加速すると、我々のような屋外レジャー業界では業績悪化が必至である。電気料金も上がり、エアコンの使用も増える見込みなので、利益が更に圧迫される。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務委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。今夏は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て物価上昇圧力が続くものとみており、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）	・前年より昇給も良く、売上も順調に伸びている。
		食料品製造業（経営者）	・様々な計画が、いろいろな形で行われているようで、話や問合せが大分きている（東京都）。
		出版・印刷・関連産業（営業担当）	・今、大きな会社の購買部から見積依頼がきており数字を出したところだが、合計で15万円くらいのものである。ふだんはせいぜい2万円から3万円程度の見積りを提示することが多いが、ゴム長靴に押す特大のスタンプで特殊なもののため、金額的に通常の10倍くらいである。話がまとまれば1～2か月先に受注できそうである（東京都）。
		化学工業（従業員）	・受注量が増える傾向がみえてきている。この状態が続けば、少しは良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在の引き合いは例年と比べてやや増えている。終わってみないと分からないが、良くなっているように見受けられる（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品大口価格を維持できており、今後A I関連製品の受注量も少しずつ影響してくるため、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは下請企業にも賃上げをするように積極的に働きかけており、その分は価格に転嫁しても認められる。業界をあげて、景気的好循環を起こそうとしている。
		金融業（営業担当）	・先の受注、売上予測については比較的良化する見通しという声を聞く。地元で予定されている大規模公共工事のスタート、定額減税により客の財布のひもが緩むことなどが、今後の売上回復を後押しすると考えているようで、これが地元企業の業績回復の起爆剤になることを期待している。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・交渉中の値上げの結果が出る。少しは良くなっているのではないかと（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・新商品や新たな売り方を考えないと、悪くなっていく。
		繊維工業（従業員）	・劇的に状況が改善する見込みがない（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
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなるような予定は入っていない（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・受注量が増えるような気配がみられない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注が低迷している分、新企画が立ち上がる医療品容器に期待しているが、時期は未定なので焦っている。
		金属製品製造業（経営者）	・正直なところ、分からない。しかし、世界経済が不安定であることは間違いない。これ以上の落ち込みがないことを願っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・主な取引先である自動車メーカーの生産が先行き不透明であるため、増減どちらともいえない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・踊り場状態であることは変わらない。賃金と生産性を高めるための設備投資の効果が少しずつ出てきてはいるものの、物価がそれ以上に上がり、追いつかない。下請法の運用変更に伴い、11月には支払いサイトを60日以内にしなければならぬが、最大の取引先が変わらないとできないし、当社のキャッシュフローが悪くなる。
		建設業（経営者）	・物価が多少上がっているものの、賃金は全く上がらない。この状態が当分続くのではないかと。
		建設業（従業員）	・円安の影響がかなり大きい。真面目に働いている私たちの将来が一体どうなるか不安である。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は低迷したままで、輸出に関しては全くない。2か月ほどはこの状態が続く予想である。
		通信業（広報担当）	・しばらく現状が続く見込みである（東京都）。
		金融業（従業員）	・建設業では受注が増えており、売上也増加傾向にある。しかしながら、大口注文が入っても人手不足のため受注できる工事に限界があるとか、若手職人の確保や育成が課題であるなどの声も聞かれ、人材に関して頭を悩ませている企業が多いようである（東京都）。
		金融業（総務担当）	・ガソリン価格の高騰が続き、あらゆる物が値上がりしており、定額減税では到底賄い切れない。中小企業では賃金が上がっており、今後も厳しい生活が続くと予想される。ただし、夏休み等により多少消費も伸びてくるとみられ、景気は変わらない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・管理費等の値上がりで、賃料の値上げを依頼されることが多くなっている。古い物件の空室で苦勞している（東京都）。
		不動産業（経営者）	・物価高、人手不足などの影響により、新規創業は美容、エステなどの業種に偏っており、貸店舗の空室状況の改善がみられない。
		不動産業（総務担当）	・テナントの意向を聞く限り、この先もオフィス、店舗の賃料水準は下がりはないが、現状維持に近い形で推移していく（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・AIの普及により、自社のクリエイティブにもつながっているし、他社からの依頼も変化している。長い目でみるとうまく利用していく必要がある。2～3か月先はまだ変化はない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・社員を募集しているが、なかなか応募がなく、内定を出しても辞退され、社員が増えない状況にある。
		広告代理店（従業員）	・第1四半期の低迷傾向はそのままに、改善の兆しはまだにみえない（東京都）。
		税理士	・新聞等の報道では、大企業は円安の影響で大きな利益を出しているところが多いようだが、中小企業は、円安による材料高、燃料価格の高騰などで大きな影響を受けている。また、人手不足もあるが、賃上げが追いついていない。そうしたことから、中小企業では景気の悪いところが多い（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・定額減税の影響には疑問点がある。消費動向に大きな影響はなく、景気としては厳しい状況が続くとみている。
		税理士	・定額減税の1人4万円の効果は疑問である。低所得者の減税は今年一杯掛かりそうで、給付金の恩恵は来年になるので、低所得者層への効果は期待できない。

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
		経営コンサルタント	・当面、大手企業自身の受注増加などは限られた分野でしかなく、厳しい景気が続く（東京都）。
		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増員などで対応しなければならないが、応募がなく難しい。また、取引先の廃業や移転も目立ってきており、先行きの不透明感が強い。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・大きな変化はないとみている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円安が更に進んでおり、輸入する物の価格が上がってきている。当社でも原料はナフサなので、上がってくる。全体的な値上げが認められないので、景気は悪くなっていく。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の主要顧客は大型案件がなく、先行きが見通せない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・天候不順による食品の値上げ等により、サロンへの来店周期が長くなる（東京都）。
		建設業（経営者）	・建売関係の案件が売れなくなっていると聞いている。
		建設業（営業担当）	・物件数自体が減少してきているなかで、自社及び協力会社の人員不足により受注まで至らないケースが出てきている。そのため、受注量及び売上の減少が想定される。
		輸送業（経営者）	・取引先が進めている業務縮小による売上減少が大変危惧される（東京都）。
		通信業（従業員）	・円安が止まらない（東京都）。
		金融業（従業員）	・政府が行き過ぎた円安を改善するように動かない限り、厳しい状況から脱却することはできない。
		金融業（従業員）	・円安の影響や賃上げ分を価格転嫁する動きが今後加速し、物価上昇による実質賃金の下落が懸念される。
		広告代理店（営業担当）	・円安の進行による影響が、クライアントの商品やサービスの売上にも影響を及ぼすことが想定される（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安の進行で物価が上がり、将来の心配と重なって買い控えをしている人が増えている（東京都）。
		×	出版・印刷・同関連産業（所長）
	×	輸送業（経営者）	・良くなる要素がない（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・取引先から10月1日の直接雇用への転換ニーズが既に来ている。例年より動きが早い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材派遣、人材紹介事業共に求人数の多い状況が続いている。加えて、2024年は大規模に希望退職を募集する企業が増加していることもあり、再就職支援事業は活況となっている（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・事務派遣は他社とパイを奪い合う状況で、売上の的にも一進一退である。官公庁案件や外国人雇用紹介は伸びが期待できる（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年の傾向となるが、年末に向けて右肩上がりでも推移していくため、求人数等も含め増加傾向になる（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・とにかく取引先は全く駄目で、出る求人は介護、看護、配送くらいだが、出しても応募がない。それでもやるしかない。希望的観測だが、先行きは良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・年末の繁忙期に向けた人材確保のため、夏頃から採用活動を開始する企業が増えることが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の状況に改善が見込めない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・慢性的な人材不足からくる需要は引き続き強い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・製造物流系の求人は引き続き堅調であるが、求職者数は不足している。人数よりも質を求める傾向が更に強くなり、人材派遣会社は教育やフォローアップに注力する必要性が高まってきている。
		人材派遣会社（営業担当）	・製造業全体でエンジニア不足が継続しているため、当面は現状が続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・物価高が続くなかで、実質賃金が大幅に上昇していかない限り、状況は変わらない。
		求人情報製作会社（経営者）	・進む円安、輸入品の高騰による資材や原材料の品薄、中小零細事業者の収益はますます悪化していく材料しかない。政府が抜本的かつ中長期的な施策を打ち出さない限り、民間の頑張りでは現状維持が精一杯である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌制作会社（営業）	・Web広告をうまく運用できるかが鍵となる。うまく運用していけるなら、3か月先も横ばいかそれ以上を期待できるかもしれない。現状はある求人検索エンジンの一強である。この媒体をうまく活用できるかが、今後も重要なファクターとなっている。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・景気が良い状態がしばらく続くのではないかと（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	・変わる兆候が見受けられない。
		職業安定所（職員）	・求人数は横ばい傾向にあり、円安や物価高などの景気の押下げ要因も無視できないため、景気は大きく変わらない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の業績は余り変わっていないが、採用時になかなか人材が見つからない（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	・景気の恩恵を受ける企業とそうでない企業、賃上げに対応できる企業とできない企業との2極化がますます加速し、富裕層と貧困層の格差が広がり続ける。
		人材派遣会社（社員）	・いろいろな方面での物価上昇が止まらない（東京都）。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年より増加しているが、前月よりは減少している。新規求職者数は前年比、前月比共に増加傾向にある。インバウンド、飲食、輸出関連では良いものの、物価高のため、輸入関連企業等の反応は悪い。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数は令和6年1月以降、5か月連続で増加している一方、有効求人数は令和6年3月以降、3か月連続で減少するなど、求職者数の増加、求人数の減少が続いており、今後も同様の傾向が続く見込みである。
		職業安定所（職員）	・年金受給者から、光熱費、物価高により生活が苦しくなり、生活費に充当するため、数年ぶりに求職活動を再開したとの話があった。物価高に収入が追いついていない。
		職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーの不正問題、原材料価格の高騰、人手不足により、先行きを不安視しているという事業所の話をよく聞く。
	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）	・物価上昇も一定ながら落ち着きが見え始め、人流も新型コロナウイルス感染症発生前より多くなっているようである。食事会、接待も増えてきているため、今後を期待してる。
		商店街（代表者）	・いろいろ物価が上がっているようだが、当店の販売している学校販売関係はほとんど変わらない状況である。暖かくなって客も段々と増えてくるのではないかと期待している。
		スーパー（経営者）	・7月、8月と期待もあるが忙しくなれば嬉しい。決算処理も終わり、消費税も納税した。前年よりも決算内容が良かったことは喜ばしいが、もう1件ほど外販の取引を増やしたい。
		コンビニ（経営者）	・夜も暖かくなれば来客数が増えるため、我々コンビニ業界も少しは来客数が増加傾向となる。暑くなればいろいろな物が売れるので良い傾向になる。
		コンビニ（経営者）	・夏場は気温が高くなり、飲料等の売上がやや上がってくるので、全体の売上もやや増える。しかしながら、物価高になってから、コンビニの基本である日配品等の売上が下がっており、廃棄等が目立っている。客も、パスタ等は少し安めの冷凍物に切り替えたり工夫をしている様子もみられる。
		コンビニ（経営者）	・梅雨明けや近隣のイベント開催による来客数増加に期待している。
		スナック（経営者）	・個人店としては、新規飲食店の開店が増えていて顧客が分散することもあるため、急速に良くなることはないが、全体としては確実に回復基調で景気は上向いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、団体客は大幅に減ったが、個人客の動きは以前の状況に戻ってきている。8月から秋にかけては団体客よりも個人客が多く動く時期となるため、2～3か月先の状況は良くなると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・物価高ではあるが、定額減税により6月の給料が少し増えている。また、ボーナス支給月でもあるため、今後は、個人消費が伸びてくると予想する。目先の高単価商材が既に完売する等、既に客の購買意欲は増している。
		観光名所（職員）	・インバウンドの来訪は好調のまま推移しそうである。ただし、国内観光客は全体でみるとさほど伸びていない点が気になる点である。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・夏休みに向けて、団体利用の問合せや予約が増えてきている。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・これといった購入意欲をそそる話題や商材もなく、先行きの見えない状況が続く。
		百貨店（経理担当）	・駅周辺の競合店の影響は、しばらく続くものと推測する。
		百貨店（営業担当）	・定額減税や電気料金の補助金等があるため、若干良くなるかもしれないが、基本的な状態は変わらないとみている。
		百貨店（店長）	・このところ、大きく落としたりはしないものの、伸びもない。旅行者やインバウンドは少し増えているが、全体に影響するほどではない。顧客の高齢化が大きな問題で、当然新規顧客を増やさなくてはいけないのだが、地方百貨店においては簡単なことではない。
		スーパー（副店長）	・過去何年も景気が良くなったと実感したことはないため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・今年は長期予報で、かなり猛暑になるといわれているが、猛暑になったらなると、冷たい商材が動いてくれるような予想もある。ただし、固形物はなかなか難しいとみられ、余り変わっていかないのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・新車供給制約がほぼ解消したことから、売上台数は一定数見込めるものの、価格上昇の影響から受注にブレーキが掛かることが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・横ばいか若干低下傾向で、前年比ではマイナスとなっている。
		スナック（経営者）	・毎回同じ回答だが、これ以上悪くならないということで、変わらないを選択している。政府も一生懸命対応しているとは思いますが、なかなか伝わってこない。地方は本当に大変で困っている。
		スナック（経営者）	・大手企業が朝にアルコールチェックをするようになってから、夜11時を過ぎると、新しい客はほとんど来なくなっている。これは今後もずっと続いていくとみられ、なかなか厳しい状況が続く。
		旅行代理店（副支店長）	・物価上昇や燃料費の高騰、円安が継続されることで客の動きが鈍くなる。海外旅行も極度な円安の影響で客足が戻ってこない。例年この時期は、夏休みの旅行受注や9月の連休の申込みが増加するが、現状では減少している。今後の景気動向が懸念される。
		通信会社（社員）	・一時的な増加はあるものの、既存エリアでの新規契約が鈍化しているため、てこ入れが必要である。
		通信会社（社員）	・市場環境が良くも悪くも現状維持で推移しているため、変わらない。
		遊園地（職員）	・パブリシティの獲得や、イベントの開催等、積極的な集客施策や情報発信の実施で、より多くの客の来園を期待している。
		ゴルフ場（副支配人）	・プレーヤーのうち、年金生活者等は物価上昇分の収入増加が見込めないため、来場が減っている。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘購入に関する相談や問合せは、前年同期より多い。
		商店街（代表者）	・良い意味での異変がないと、現状打破はできない。
		商店街（代表者）	・毎月の値上げラッシュにより、客の価格許容範囲からどんどんかけ離れてきているように感じている。
		スーパー（経営者）	・賃金上昇はあるものの、食品サービス価格や光熱費等の上昇で、家計がどこまで耐えられるか疑問である。

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
		スーパー（店長）	・米の値段が上がっており、主食の値上げは家計を圧迫し、コスト面でも影響が出るものと考えている。
		コンビニ（経営者）	・この先の見通しに消費が加速するような原因は見当たらない。これから繁忙期になるが、このまま物価高、増税等が続けば、景気が回復する雰囲気になるとは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・報道されているとおり、物価の上昇に対して収入が増えていないため、先行きはやや悪くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの不正問題もあり、新車が伸び悩んでいる上に、エネルギー価格の高騰等も続き、客の節約志向が続くため、単価上昇は望めない。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・東京方面の客、あるいはインバウンドの客は非常に活気がある。ただし、それだけで全体を支えるだけの売上が伸びていくかは未知数である。地方では価格が高くなればなるほど、購入回数が少なくなることも考えられるため、7月以降の物価高に対しては、非常に警戒感を持っている。値上げをしてもよい風潮ではあるものの、実際に選択、選別されている商材も見受けられる。2～3か月後は今よりは厳しいのではないかと。
	x	都市型ホテル（スタッフ）	・定額減税で一時的には消費マインドが上がるものの、エネルギーコストや全ての物が値上げ傾向にあることから、更に消費は落ち込むとみている。客だけでなく、従業員や周りの人をもみても、ほぼ全てで以前より生活が苦しくなっており、最低ラインの生活を優先し、貯蓄やイベントのために備えている。
	x	ゴルフ場（経営者）	・物価高騰や増税、扶養控除枠の据置き等、地方の中小企業が厳しい状況に追い込まれる可能性が高い。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、良くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・販売の海外展開及び地元のプレミアム商品として認定された新製品の販売動向に期待感が持てる。
		食料品製造業（営業統括）	・長引く円安に乗じて、東南アジアへの輸出をいろいろと試みているが、想定ほど商談が進んでいない。
		食料品製造業（総務担当）	・店頭での販売動向が不透明であるため、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・止まらない円安が調達価格を押し上げるとともに、物価高の影響で耐久消費財への支出が抑えられている。価格転嫁しにくい状況である。
		電気機械器具製造業（従業員）	・原材料不足と価格高騰が続いているなか、円安が追い打ちを掛けている。円安は今後も続くと予想される。
		建設業（経営者）	・物価上昇が続いており、人手不足もまだ続くともみている。
		金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に、コスト増加の影響から足踏み状態が予想される。
		金融業（経営企画担当）	・物価高騰は当面収まらないとみている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込広告の出稿減少は前年比マイナス5%近辺が継続し、厳しい状況にある。旅行業では海外旅行も増え始め回復基調ではあるものの、求人を募集しても人材不足の状態が続いており、大きな回復とはなっていない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・円安、材料価格の高騰が一段と進行している現在、客が求める価格帯での商材作りに限界が来ていることから、商況は更に悪くなるとみられる。
		x	食料品製造業（製造担当）
	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。
	x	電気機械器具製造業（経営者）	・部品がそろわない、材料が入らない、注文数の減少や納期延長等、景気の良くない話ばかりが飛び込んできている。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・相変わらず、商業施設や土日の夕方等は人通りが少なく、ボーナス等の減額もあって、購買意欲が湧かない状況だとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報製作会社（総務担当）	・現状、変わる様子がみえない。
		職業安定所（職員）	・インバウンドや国内旅行、大人数での宴会や会議の回復により、観光、宿泊、飲食、交通輸送等は今後も落ち込むことはないと思われる。引き続き、人手不足やエネルギー価格、諸物価の上昇の影響は懸念される。また、賃上げの浸透や定額減税等による消費拡大の状況も不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・現状の円安等が続く限り、進展拡大が予測できない状況は続く。
		職業安定所（職員）	・エネルギー価格、原材料価格の高騰等の影響が広がる可能性がある。
		職業安定所（職員）	・物価高や円安による原材料価格の高騰により、新規求人数は前年同月比で3か月連続の減少である。
	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）	・更に景気が良くなる気配がある。
		その他専門店〔雑貨〕（店長）	・街の中心地区で活性化が見込める。
		一般レストラン（従業員）	・新規客が増えるとともに、予約も大分入るようになった。
		美顔美容室（経営者）	・新商品の販売に加えて、新しいキャンペーンが8月から始まる。
		商店街（代表者）	・定額減税による手取金額の増加で、消費が上向く可能性がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・変化した旅の形態が今後も続くと思込まれる。観光バスの旅行は、外国人向けが一部残るほか日本人向けは半分程度しか戻らないとみる。
		スーパー（経営者）	・長期休暇に期待している。
		スーパー（店長）	・自社と競合する店舗が近日中に閉店となるため、来客数増加の見込みである。
		スーパー（店員）	・企業努力で値上げ時期をずらしているが、これから継続して値上げに踏み切る。しかし、他社に比べればまだ安価のため、顧客が継続して来店する見込みである。
		スーパー（販売担当）	・暑い日が続くため、夏場は買物に出掛ける客が少なくなる。秋になれば少し客足が戻る。
		スーパー（支店長）	・一部の観光関連業種は公的施策の効果で少し上向きになる。製造業も需要が上向きになると予想されているため、そこに便乗して個人消費もやや良くなると期待したい。ただし、物価上昇が相変わらずで末端消費の鈍化は免れない。
		スーパー（営業企画）	・パリオリンピックが始まり、夏季休暇と併せて消費意欲の向上に期待する。
		コンビニ（店長）	・コンビニの稼ぎ時である夏季に向けて、梅雨の時期も短くなり天候が安定すれば、来客数の増加が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・来客数が下げ止まってきているように見える。
		コンビニ（本部管理担当）	・小売業界は夏季がトップシーズンとなる。その状況に気温上昇が重なればプラスオンの効果が見込める。今年の夏は真夏日が続くとのでの予報なので、売上は期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・コロナ禍からは脱したが人々の生活様式や行動は変化し、変化に対応できていない客がまだまだ多い。人手不足は相変わらず続いており、従業員のモチベーションを向上する一環として制服を新調する会社が増えている。
	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・今年も猛暑が予想されているためエアコンが売れる見込みである。ただし、人手不足で工事が間に合うかが心配である。	
	乗用車販売店（経営者）	・更に改善が進みテレビCMも再開されるようなので、今後期待したい。	
	乗用車販売店（経営者）	・賃上げの影響がそろそろ出てくると期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・夏休みに車で遠出を計画する客が増えてきた。ガソリン代は高価格ではあるが、比較的落ち着いていることも要因である。一時期落ち込んでいたミニバンの販売も、前年を上回る注文が入っているため明るい兆しがある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・足元は賃上げによるボーナス支給額増加や定額減税の影響で良くなっているが、定額減税の効果は一過性なので、今後については不透明感がある。
		観光型ホテル（支配人）	・宴会の予約は少ないが、夏休みに向けて宿泊の予約が堅調である。
		タクシー運転手	・物価高で値上げが続き買い控え等もあるが、賃上げや夏のボーナス支給で客足も少し良くなると期待する。気候も暑くなって開放的になり、夜の街にも活気が出て乗車機会は増える見込みである。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、各ゴルフ場共に前年同日比で大幅に増えている。いろいろなイベントの要素もあるが、景気はやや良くなるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・時間を経て契約数が上がるため、今後に期待できる来場者数になっている。
		商店街（代表者）	・特に新しい材料がない。パリオリンピックの時期はテレビ観戦のため余り外に出なくなる。物価が上がり過ぎていて支出の引締め傾向が強い。
		商店街（代表者）	・販売単価は上昇傾向にあるが、商品価格が上がっているだけである。モノの値段が高くなることで、むしろ販売機会が減少傾向にある。
		商店街（代表者）	・一時の勢いはみられないが、商店街へのインバウンドの影響は大きい。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・引き続き安定が見込まれる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・商店街でも売上や来客数が回復してこない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・本来ならば繁忙期であるが、このまま変わらない見込みである。定額減税も早急に効果が出るものではなく、物価高で財布のひもは固い。売上は現状維持がようやくという状況で、伸びる見込みがない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・円安が続き物価の上昇はとどまるところを知らない。出費を控える傾向はまだ続く見込みである。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは現状から変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治や経済に不安定な要素が余りに多く、先行きが見通せない。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・暑くなり外出を控えるようになるため、これから来客数、販売量共に減る時期となる。
		百貨店（売場主任）	・来月から一部ブランド品が値上がりするため、駆け込み需要が多少期待できるものの、売上は厳しい見込みである。6月末から夏物商材のセールが始まるが、セール商品の数は少なくサイズも余りそろっていないため、売上が伸び悩む要因となる。今年は正価販売価格への切替え時期が早まるとみえる。
		百貨店（総務担当）	・定額減税や夏のボーナス増加もあり、使うべきものには使うという消費志向を想定している。円安の進展や電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了することもあり、一時的な消費の弱さが懸念される。また、間近に控えるパリオリンピックに加え例年以上の暑さで外出が抑制傾向となって、来客数が減少しないか懸念している。
		百貨店（企画担当）	・国内旅行や外出が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあることに加えて、外国人旅行者の増加と消費拡大による消費の底上げは継続する。ただし、国内の消費者にとってはあらゆる生活用品や食料品、エネルギー関係の値上げがあり、日常生活での節約傾向が続くとみられる。
		百貨店（経理担当）	・定額減税や8月分からの電気・ガス代への補助金は、物価高騰の影響を受けて消費が弱含んでいる中間所得層における消費減退抑止にはつながるものの、同層の消費を刺激して景気を更に上向かせるほどの効果は期待できない。

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
		百貨店（営業担当）	・一般乗客数や買上客数は頭打ちになりつつあるが、インバウンドによる売上が補う構図が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・定額減税の効果も限定的で、ダウントレンドを維持すると予測している。
		百貨店（販売担当）	・インバウンドに関してはまだ伸びていくが、国内需要は現状維持とみる。
		百貨店（販売担当）	・客の年齢層が目に見えて下がっている。化粧品や韓国食品などの購入が多い。
		スーパー（販売担当）	・落ち込む要素が見当たらない。
		コンビニ（企画担当）	・今後物価が更に高騰することが予想されるが、価格に反映されるのはもう少し先とみられるため、3か月程度は現状のままと推測する。
		コンビニ（エリア担当）	・大きな伸びを期待できる要素が少なく、現状の動きがそのままでは進みそうである。
		コンビニ（店長）	・現状が非常に悪いため、むしろこれ以上の悪化は考えられない。現状維持がなお続くという認識である。
		コンビニ（商品企画担当）	・定額減税による消費喚起を期待する。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の買い控えがまだ続く。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・インバウンドは余り関係がないため、変わらずの推移が見込まれる。
		衣料品専門店（売場担当）	・夏季ボーナス支給や政府による定額減税など一定の消費拡大要因はあるが、物価高の影響による生活不安の方が大きく、景気回復とまではいかない。
		衣料品専門店（売場担当）	・紳士服業界は景気にかなり左右される。また、夏場はどうしてもスーツが売れなくなり、ノーアイロンシャツや洗濯可能なパンツが売れる。靴はスニーカーでも構わなくなり革靴が売れなくなっている。
		家電量販店（営業担当）	・今年は暑さが長く続きそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・賃上げや定額減税で収入は増えると思われるが、生活必需品の値上がりが大きく、実質的には増えていない。
		乗用車販売店（経営者）	・取り立てて変わりはない。
		乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇が修理費や点検費、保険料の高騰に反映されてきている。今後買い控え等の影響が出る懸念はあるものの、今のところは大きく変わらないとみる。
		乗用車販売店（従業員）	・物価高のなかで元々高所得な層は今後も所得が増えるだろうが、低所得者にとって今後はますます厳しい状況になるのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（従業員）	・これから夏を迎え、電気料金など生活に係る費用の更なる増加が心配との声を聞く。今どうしても必要ではない高額商品の買換えが進むほど市場環境は回復していない状況である。大手自動車メーカーの不正問題もあり、客の目はなかなか厳しくなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・車種数が多いため人気車種が生産停止していても他車種の販売で販売台数はある程度カバーできるものの、半年から1年間の生産停止は、やはり販売に支障を来している。
		乗用車販売店（従業員）	・全く見通しが立たない。足元の良さも微妙であるため先行きに対しては、率直に言って分からないという状況である。
		住関連専門店（営業担当）	・建築資材や職人工賃の上昇に加え、その他各種材料も値上げが方々出てきており、客の見積価格とのかい離が大きい。小規模物件でも客には負担が多くなっており、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営企画）	・夏休みやインバウンド等による上昇に期待がある。ただし、個店差が大きい。
		一般レストラン（経営者）	・物価高が原因である。
		一般レストラン（スタッフ）	・円安が進んでおり、良くなる要因がない。
		一般レストラン（従業員）	・良くはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		バー（経営者）	・アフターコロナの生活にすっかり慣れてしまい、昔の生活には戻らない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安による販売価格上昇もあるなか株高等で資産が増えている消費者は購買意欲が衰えていない。ただし、全体を押し上げるほどの効果はなく、値上げで購買力が下がる層と株高等で資産が増え購買力が上がる層と2極化している。
		都市型ホテル（営業担当）	・ある程度は高い利用状態を維持するとみる。現状ではネガティブな理由が見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・販売量の伸びに鈍化傾向が現れてきた。
		旅行代理店（経営者）	・世間では物価高や円安の影響もあるため、旅行費用の高騰も理解してほしい。高収入で新型コロナウイルス感染症発生前から海外旅行へ行く習慣がある40代から50代の客層は旅行に意欲的だが、20代から30代のハネムーン客は予算も少なく今一つ戻りが良くない。円高や燃油安になって若者にもっと海外に出掛けてほしい。ハネムーンに行く人を応援してほしい。
		旅行代理店（経営者）	・円安傾向に歯止めがかかっていないため、急激な変化は望めないと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・物価上昇とともに今後ますます節約志向が進むので、景気の拡大は考えにくい。特に夏休みの海外旅行が回復せず、安近短の国内旅行になっていくと考えられる。
		旅行代理店（営業担当）	・秋は団体旅行のピークとなるが、バスドライバーの人員不足や労働時間の制限などで予約が取れない日が多く発生し、結果的に旅行を諦める客が増えている。潜在的な旅行需要はあるので企業や団体の景気は良いといえるが、旅行業界としては深刻な問題である。業界としての景気は横ばいである。
		旅行代理店（営業担当）	・ホテルの予約が困難等の報道からか、今年の団体旅行客は計画の始まりが早い傾向がある。秋頃までに実施する既存客の手配はほとんど済んでいる。地域によってはバス、ホテル共に受入れが飽和状態のため、これ以上取扱が伸びる要素はないと考える。
		タクシー運転手	・暑くなるためタクシー利用も多少は増えるが、夏休みやお盆休みで市街地への人出が少なくなるため、稼働率は若干下がる。
		テーマパーク（職員）	・夏に向けて、暑さで客が減る可能性がある。
		テーマパーク職員（総務担当）	・定額減税の効果がレジャーや外出頻度の増加など国民の消費行動にどの程度及ぶかは未知数である。夏季においても来客数は横ばいが続くのではないかと、やや悲観的に考えている。
		美容室（経営者）	・今月パーマを掛けた客の再来が、周期的に期待できる。
		美容室（経営者）	・物価はかなり上がっているが、給与のなかなか上がらない中小企業関係の客が多いため、景気の著しい回復はない。
		美容室（経営者）	・光熱費や食品を含む物価の上昇で、美容院に来る回数は減り続ける。
		設計事務所（経営者）	・現状が維持できればよいと考える。3か月先まで続く案件が少なく、単発の小さな案件でもあれば良い方である。
		住宅販売会社（従業員）	・材料費や人件費の高騰もあり、横ばいが続く見込みである。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・良くなる材料が見当たらず、悪いままと考えざるを得ない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今月もリフォーム工事などの引き合いがほとんどなく、この先も状況は良くない。
		商店街（代表者）	・相変わらずの値上げラッシュで商品の価格上昇が止まらない。可処分所得が一緒に上がっていかないと厳しい。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・円安に伴う物価上昇は、着実に飲食店への来客を奪っている。したがって、飲食店への飲料販売は悪くなる状況が続いている。
		百貨店（営業担当）	・賃金の上昇を上回る物価の上昇で、消費者の財布のひもは相当固い状態がまだ続く見込みである。
		スーパー（店長）	・価格上昇に賃上げが追い付かない。
		スーパー（店長）	・まだまだ商品値上げに関する要請があり、消費者の生活防衛意識が更に高くなる。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーでの商品値上げを控えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店員）	・円安の影響で7月から値上げする品数が多く、例えばバナナの仕入価格も上がる。夏野菜は梅雨の影響をどう受けるか予測しづらい。景気にとって良い材料を探すことが難しい。
		スーパー（総務）	・円安の影響が1番大きい。
		コンビニ（エリア担当）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金など根本的な改善には至らない施策では現在の停滞感は拭い去れず、消費活発化にはつながらない。
		コンビニ（店長）	・原材料価格の高騰や円安が続けば物価高も継続し、節約志向がより高まる。ただし、飛び抜けて高単価が低単価の商品は、影響を受けず好調が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・高単価な商品の比率が落ちてきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・円安が進んでおり車両価格も値上げが続いている。買い控える客がかなり増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車種の発表を控えているが、車両生産が再開して供給されるのが3～4か月先で、その間の売上が立たない。また、飽くまで予定のため、今までの例もあり実際に生産が開始されるまで不安は拭えない。
		一般レストラン（経営者）	・洋酒等が品不足で、店頭にあってもとても購入できる価格ではなくなっている。このまま円安が続けば、更にひっ迫する。
		その他飲食[仕出し]（経営者）	・目先の明るい材料がないと、生活防衛策で買い控えが続く可能性が高い。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みで国内消費や旅行がどれだけ盛り上がるかに懸かっているが、予約状況をみる限り余り良くならないと予測する。何らかの景気対策がなければ落ち込んでいく。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数からやや悪くなると判断する。
		通信会社（企画担当）	・インフレの進行もあるが、明るい未来を予感できる社会や政治でなければ、景気も良くなっていかない。
		テーマパーク（職員）	・円安の止まる兆しがないため、飼料など外国産に頼っている物が高くなる。
		理美容室（経営者）	・客の話から、徐々に物価が上がって生活が苦しくなっている様子がうかがえる。
		その他サービス[介護サービス]（職員）	・福祉用具レンタル商材の仕入れにおいて、主力メーカーより秋から値上げの案内があった。介護保険サービスの福祉用具貸与では上限価格が定められているため、こうした値上げに対しては身を削るしかなくなっている。
		設計事務所（職員）	・円安に対する対応が全くできておらず、先の見通しが立たない。
		住宅販売会社（従業員）	・高齢で仕事量の減少を機に廃業する下請職人が増えたら、要望される仕事ができなくなる可能性が出ている。
		その他住宅[住宅管理]（経営者）	・建築材料の値上がりがこの先は落ち着くのか、まだ高騰が続くのか分からない。仕事は取りたいが、人件費も上がっているため薄利多売ともいえない。なかなか経済がうまく回っておらず、先行きが心配である。
	×	コンビニ（店長）	・新たに近隣でドラッグストアが2店舗できる予定である。過当競争は免れない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの金利が上がると毎月の支払額が大きくなり、売行きが悪くなる。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		電気機械器具製造業（企画担当）	・人手不足感があり収入も増えていく期待がある。ただし、外国人労働者を増やして人件費が抑えられるようならば、消費が伸び悩んで景気は回復しないのではないかと。
		輸送業（エリア担当）	・高齢化が進み、取扱分野の配送需要はまだ伸びていく。しかし、燃料単価の上昇や物価上昇に対して配送単価を見直す仕組みがまだできていない。
		金融業（従業員）	・円安がますます進みインパウンドが増えて、日本人よりも外国人が経済を回す印象が強い。特に観光地や飲食店では、外国人相手の商売で景気が良くなる動きがこの先も数か月は続く。
		不動産業（経営者）	・今後は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見込みである。今後の売上は増加し、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）	・夏のボーナス支給額が前年と比べ増額している。

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
		その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・円安の進展が話題になっているが、怖がる必要はなく我が国の競争力が高まると考える。円安はそのうちに収束する。当面は海外への投資に高い税率を掛け、金の流れを抑制する必要がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(顧問)	・円安が更に進むと、諸物価も更に高騰して全ての業界に大きく影響する。悪い景気のまま変わらず推移する。
		化学工業(営業担当)	・半導体向け電子材料薬液は緩やかな回復傾向にある。2か月から3か月後も同水準の見込みである。
		化学工業(総務秘書)	・特段景気に悪影響のある要因はない見通しである。人手不足で採用は売手市場となるなか、高卒の採用も増えており、労働市場も良い方向に進んでいるように見える。
		窯業・土石製品製造業(社員)	・新しい伸びを感じる要素はないが、大きな落ち込みも取引先にはなく、現状維持が続きそうである。
		金属製品製造業(従業員)	・今年度はしばらく発注が活発化しないとの話を聞く。そのなかで受注時に原材料の価格転嫁が進むかどうか業績の鍵となる。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・有望な引き合いは少なくないが、引き合いから受注に至るまでの時間が長くなっており、この傾向が改善する兆しはみられない。
		一般機械器具製造業(経営管理担当)	・受注量や販売量の見込みによる。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・しばらくは現況が続くと見込まれる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・新規問合せ等もなく、受注量は横ばいが続いている。
		輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・材料価格の高騰と人材を募集しても集まらない2つの問題がある。
		輸送業(経営者)	・足元の物価高に加え、将来への不安から日用品から自動車や住宅まで幅広く消費が上向いていない。
		輸送業(従業員)	・物価上昇を肌で感じ、その影響で実質賃金の減少が続くなか、景気が上向く感触はない。
		輸送業(従業員)	・このところ同業他社の廃業をよく聞く。燃料代、各資材費や人件費等の上昇で利益率が良くなる材料はない。業界内ではしばらく淘汰が続きそうである。
		輸送業(エリア担当)	・受注の変化などが見込めない。
		輸送業(エリア担当)	・物の流れとして、原材料が動き始めて生産過程に入り、中間消費財を経て最終的に消費者の手元へ届く商品となるまでには時間が掛かる。現時点で生産材料が動いていないところをみると、経済が活性化するとは考えられない。
		通信業(法人営業担当)	・円安は止まらず、インバウンド向けのスポット商売ばかりが潤い、地に根を張る産業は衰退傾向にある。地に根を張りつつ海外市場に打って出られるコンテンツを持った企業しか、業績は伸ばせない。
		通信業(法人営業担当)	・庶民の生活に、物価高は統計上の数字よりもかなり大きな負担となり厳しくのしかかっている。仕事の上でも影響している。
		金融業(従業員)	・夏休みシーズンに向け、観光客の動きは活発化する。
		金融業(企画担当)	・大手企業だけでなく中小企業も含めて広く賃上げが浸透しないと、個人消費の伸びも限界があり、景気は良くならない。
		広告代理店(制作担当)	・今年の夏も猛暑になるという予報もあり、夏からの各イベント企画に余り積極的ではない企業も出てきている。
		公認会計士	・電気・ガス代への補助金などが再開予定で、原材料価格高騰の抑制にやや効果が見込まれ一時的に回復傾向となる。梅雨入りが遅く天候の影響も少ないことが予想されるため、個人消費も引き続き活発であると予想される。しかし、円安や金融政策の影響で金利上昇により、借入に対する利息の支払が増える中小企業も多くなると予想される。
		食料品製造業(営業担当)	・受注量、販売量共に減少傾向にある。
		電気機械器具製造業(経営者)	・客先業界の特徴で、お盆過ぎは一時的に設備投資が減り年末に向けて再び回復する。9月から10月は需要が少なく売上が落ちる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・円安やガソリン代の高騰が続き、減税効果もなくなって景気は悪化する。
		建設業（役員）	・7月から8月は夏休みで行楽が優先され、時季的にも梅雨と猛暑で客の動きが鈍くなり集客が厳しい。成約は伸びない見込みである。
		建設業（経営者）	・景気の良しあしは、日本をひっぱりリーダーに懸かっている。
		建設業（営業担当）	・今年度内の予算は決まったなかで増えることはない。それ以外で、世の中で景気が良くなって新たな何かが出てくるような状況は全くみえない。
		通信業（総務担当）	・定額減税が開始されたが、手取り増加分のインパクトが全くないため、景気を上向かせる発端にならなかった。7月以降は所得税減税はないため、住民税減税のみでは景気対策としては焼け石に水であり、全く購買意欲が奮起されない。
		行政書士	・現状が続く見込みである。
		会計事務所（職員）	・円安が再び加速し物価が更に高くないか不安視する。商材によっては以前と比べ1.5倍から2倍になっており、これ以上値上げが続いても販売価格には転嫁し切れず、利益が削減される状況となる。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。賃上げ幅や額を大企業が公表することで中小零細企業では人材の離職率が上がる。人手不足が更に進めば、受注減もあいまって零細企業はいよいよ立ち行かなくなる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少が続いており、今後更に落ち込むことが予想される。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・夏までは現状のまま悪く、秋冬からの回復に期待したい。
×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの値上げをしたが、受注量が減って売上の増加に寄与していない。	
雇用 関連 (東海)		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・自治体を中心となる大型催事が予定されているため、県内企業にとっては期待感がある。
		人材派遣会社（社員）	・夏季イベントの予約が好調である。
		人材派遣会社（営業担当）	・ふだん生活するなかで景気が良くなると期待できるような話題が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・周辺メーカーの採用について、40代を採用するなど採用基準の拡大がみられ、設計開発の領域での人材ニーズは底堅い。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響が残り、確定計画比ではマイナスとなる。人気車種の生産は6月中旬に再開されたが、部品製造各社においては稼働日が少ないため、生産停止による台数減少の影響が大きい。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・夏に向けて電力などエネルギー価格の高騰が予測され、企業においては対応が求められそうである。今後の景気は現在の状況と余り変わらないと考える。
		職業安定所（所長）	・大手自動車メーカーの不正問題や物価高騰の影響により企業業績は好調とはいえないものの、悪化するほどではない。
		職業安定所（職員）	・定額減税は実施されたものの、景気回復の兆しはみられない。物価高騰による生活者への影響や中小企業においては原材料価格の高騰等で厳しい経営のなか人手不足も継続しており、まだしばらくは様子見の状態が続く。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は高いが、特に給与や休暇など求職者側の求める条件でミスマッチが続いている印象を受ける。
		職業安定所（職員）	・円安の動きがどこまで加速するかによる。景気に対する影響が総合的にプラスかマイナスのどちらに振れるか判断が難しい。
		職業安定所（雇用開発担当）	・円安等が継続し、当面は足元の状況が続く見込みである。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・会社としては、来年の大阪・関西万博へ向けての動きも活発になり、多方面での事業のうち派遣業以外は軒並み好調であるが、派遣業については大きな変動がない時期である。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・有用な人材獲得への企業側の投資はより活性化する。個人の動きには大きな変化は見込めないが、賃上げ等による給与改善により応募求人の選別は一層色濃くなると推察する。	

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
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・県内では前年より早期化していた医療系の採用状況も一段落し、2次、3次募集も落ち着いている。前年以上に早い内定事情はあるが、トータルの採用人数にはさほど変化はなかった。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒求人については年度で計画を立てているケースが大部分であり、2～3か月のスパンでは計画数に変動がない。
		人材派遣業（営業担当）	・定額減税や電気・ガス代への補助金の効果は実感されることはなく、消費につながる可能性は少ないと見込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材派遣では求人要件を満たす人材が不足しているため、採用数は減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は前年同月比で2か月連続増加したものの、増加要因は主に官公需に関する清掃や警備などサービス業の求人で、製造業や運輸業等では増減を繰り返している。飲食業、宿泊業や卸売・小売業では減少がみられる。
	x	人材派遣会社（社員）	・人材の集客難を解消できる材料が見つからない。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北陸)		商店街（代表者）	・能登半島地震からクローズ状態であった美術館が6月22日に再開した。観光のキラコンテンツの復活によって、多くの日本人観光客が戻ることを期待したい。
		百貨店（売場主任）	・新紙幣の発行により各家庭のタンス預金が流通し、消費に回ると見込んでいる。本年のお盆休み期間は最大9連休となるが、円安により国内旅行を計画する人が増える見込みである。
		コンビニ（店舗管理）	・現状が異常値だとみているため、ここまで悪い状態がこのまま続くとは考えにくい。
		衣料品専門店（経営者）	・今まで控えていた投資が多少回復傾向にあり、今後の施策に弾みがつくと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・売上増加を見込める店舗数が徐々に増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	・夏のボーナスの時期が定額減税の実施と同時期となり、一時的に消費者の消費意欲が刺激されるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・購買率も上昇しており、直近2～3か月先までの購買行動には期待が持てる。ただし、水道光熱費や生活必需品の値上げ等、生活に係るコスト変動の影響については継続して注視していく。
		パチンコ店（経理）	・パリオリンピックの開催で気持が高揚することや、定額減税によって僅かではあるが手取りが増える人も出てくることから、やや良くなると考える。
		競輪場（職員）	・定額減税により可処分所得の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・高層マンションの建設など街中の定住人口の増加を期待していたが、売行きは芳しくないようである。ホテル建設に変更の動きも出てきているが、街の観光地化が進んでいくのか疑問である。
		商店街（代表者）	・大きなイベントもないため人通りは少なく、週末の駐車場の空きが目立っている。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・ここ3か月はデイリー商材については、ほぼ横ばいである。仕入価格が上がっているため、売価も上げなければならない状態が続いており、この状態がずっと続くのではないかと考える。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・このところずっと良くなる要素がない。
		百貨店（販売促進担当）	・猛暑や夏休みなど集客企画に工夫が必要だが、帰省客を対象としたランドセルの早期予約企画や、富裕層向けにラグジュアリーブランド企画の誘致など、良品や高額品といったものは衣食住それぞれで反応があるため、継続していくつもりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・セールが始まり、価格面では1年ほど前の定価に匹敵する価格になるため、購入の増加を期待しているが、当面はギフトも含め購入には慎重になるとみている。さらに、来月以降も衣料や雑貨商材の値上げが続く。旅行需要の増加は期待しているが、旅行商品の購入が増えることで、衣料やバッグなどの事前の商品購入は期待薄だと考える。当面、やや厳しい状況が続くとみている。
		スーパー（店長）	・買上点数の変化もなく、客単価は物価高で勝手に上がっている状態であり、それほど変化はないとみている。
		スーパー（仕入担当）	・販売単価の高騰は長期間続くとみている。現在の相場状況が続くとみられ、今後、利益確保のため価格で対応することは考えにくい。
		スーパー（経営企画）	・物価高騰による節約志向のマインドが続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・食品の値上げなどが続いている。実質賃金の低下は生活防衛の心理的な重しにつながっている。
		家電量販店（店長）	・電気代への不安から必要な分の購入しかしないとみている。買換えもせず、渋い販売数となりそうである。
		家電量販店（本部）	・気温による影響が大きく、暑さが長引くことを期待している。電気代の補助も復活していれば、景気は悪くなることはないが、良くなることもないと考える。
		乗用車販売店（経営者）	・地方都市では給与が増えたとの話は余り聞かない。消費そのものがしばらくは増えないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・購入に対して慎重になっているようでなかなか販売につながらず、大きな変化はない。
		乗用車販売店（役員）	・売上が急に増える状況ではない。
		住関連専門店（役員）	・政治不安、社会不安など総合的に見れば決して安心はできず、まだまだ厳しい状況が続くと考える。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・円安が続いており、我が国の経済力が弱まった状態が続いていると考える。日本全体がそのような状態であり、自分の周囲の経済も引き続き良くならない。
		高級レストラン（スタッフ）	・能登半島地震からの復興や支援を目的としたメディアの特番や、人気の店や商品の紹介などでの露出が増えたこともあり、県外からの旅行者が増加している。ただし、地元客は減少しているため、景気が良いというわけではない。
		一般レストラン（店長）	・北陸新幹線の延伸効果も余りなく、劇的に良くなる要因がない。
		一般レストラン（統括）	・円安、物価上昇、天候不順による農作物不作のための価格高騰など、悪条件が多くある。
		スナック（経営者）	・物価が上昇し、年金生活者や経営者などにますます影響が出てくるとみているが、当店では恐らく現状維持だと考える。
		観光型旅館（経理）	・営業再開時期は未定である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は国内の団体旅行者が回復していない。レストラン部門もメニュー単価の上昇で来客数が伸びない。
		旅行代理店（従業員）	・忙しい割に金額的には変わらない状況である。2024年問題とインバウンド急増の影響で貸切バスやホテルなどを採るのに苦労している。
		タクシー運転手	・北陸新幹線が敦賀まで伸びたため、観光客が増えている。インバウンドもまだ増えると思う。
		タクシー運転手	・タクシー台数が少ないということで、従業員を増やすなど対策したものの逆に利用者が減っている。物価高のあおりを受け、乗り控えが出始めている模様である。
		通信会社（職員）	・変化する要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・来客数、販売量共に大きな変化がみられない。景気が良くなる要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・ここ2～3か月は今の状況が続くとみている。
		通信会社（役員）	・ここ数か月続いているが、競合他社との競争が激しく、今後2～3か月先も同様に契約者数が前年同期と比べて若干下回る数字で推移するものとする。
		通信会社（役員）	・景気が変動する要因が見当たらない。
		テーマパーク（役員）	・3か月先の予約状況をみても前年並みに推移しており、変わらない状況が続くと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・世の中は値上げラッシュで、生活が楽になりそうだと思う状況が客の様子から見られない。
		美容室(経営者)	・6月から始まった定額減税の話題が、客との会話でほぼ出なくなっている。
		住宅販売会社(従業員)	・当社の第1四半期の契約高は、どの月も前年からアップしており、住宅需給はまだまだあるとみていたが、他社の動向は良くないところが多い。今後は更に、デザイン、施工力、適正コスト共に客目線で選ばれるメーカーを目指す。
		住宅販売会社(従業員)	・能登半島地震の影響で業者が不足しており、現場が予定どおりに進まない。また、受注単価は目に見えて縮小しており、この傾向はこれからも続くともっている。
		住宅販売会社(従業員)	・建築コストが落ち着くまでにもう少し時間が掛かると考えるため、しばらく景気は変わらないとみている。
		住宅販売会社(営業)	・円安の影響か、建築資材の価格上昇にとどまる気配がないことから、景気に大きな変化はないものの、やや悪くなる方向に進むともっている。
		一般小売店[事務用品](店長)	・毎年商品の値上げが続くなか、購買行動は必要最小限で、買い控えはますます増加していくとみている。インバウンドでの景気回復は一部の地域のみで、一般的には景気が上向くとは到底考えられない。
		コンビニ(店長)	・現状は単価上昇により売上額が維持されているが、根本的な景気の刺激がない限り、徐々に売上は減少していくと考える。
		家電量販店(店長)	・エアコンや冷蔵庫等は光熱費の高騰もあり、20年以上使用している家電の買換えが増えてはいるが、高単価な省エネ機種ではなく、ミドルクラスやボトム機種への買換えが多いため単価が下がっている。
		自動車備品販売店(役員)	・明るい兆しや、市況の改善もみえないなか、今後は更に支出を抑える傾向が続くとみている。
		都市型ホテル(役員)	・物価上昇による販売価格転嫁で売上の減少を抑えているが、個人ビジネス客を対象にこれ以上価格を上げることは難しい。これ以上価格を上げると、販売部屋数にも影響が出ると不安視している。
	x	-	-
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		食料品製造業(経営企画)	・能登半島地震被災前にはいまだ及ばないが、着実にそれに近づいていく見通しである。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内及び海外需要共に自動車関連、産業機械関連の受注は順調で、生産余力を確保すべく生産性の向上や効率化を図る取組を継続している。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・秋口より産業機械関係の受注増加の情報が客先より入ってきており、期待はしている。しかし、目先の設備導入検討時には特に機械のリードタイムが新型コロナウイルス感染症発生前よりいまだ長い印象を受けている。産業機械関係も機械受注動向に左右されるものの、受注については目先での問題はなく、このまま秋口の受注増加につながると期待している。
		建設業(経営者)	・定額減税などの経済対策はお粗末だが、足元では繁華街の人通りが増え、マンション建設工事や、ビル建設のためのクレーンもみられ、景気回復の雰囲気が見られる。
		金融業(融資担当)	・新型コロナウイルス感染症や震災の影響が落ち着き、観光関連や製造業で売上、受注が増加傾向である。原料や物流のコスト、人件費の上昇分が重荷となっているが、徐々に価格転嫁が進んでいる様子である。しかし、一部ではコロナ禍の低迷から回復できず、業績悪化している企業も増加しており、注意が必要である。
		金融業(融資担当)	・加賀地区において企業の堅調な業績推移が継続され、能登地区の復興を進めることにより、より景気が良くなるのが期待できる。能登地区は和倉温泉の旅館の一部再開など、観光業も復興の取組が徐々に進んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		税理士（所長）	・今後もB to Cの商売は引き続き調子が良いとみている。また、少しずつではあるが事業譲渡や、第三者承継の実例が増えてきている。体力のある事業が生き残ることで、良い景気のサイクルに入れると考える。
		繊維工業（総括）	・スポーツやアウトドア部門での調整局面が続いているなど、受注については引き続き先行き不透明となっている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文状況から変わらない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・人手不足により賃金は上がっているものの、企業としては円安による影響や人件費などコスト増加の要因ばかりで、売上はなかなか上がる見通しが立たない。
		建設業（役員）	・受注の機会はあるものの、対応できる人員が依然として不足しているため、なかなか先行きの見通しが読めない状況が続いている。
		輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量にそれほど変化はみられない。
		不動産業（経営者）	・新築住宅を建てようとする人からの問合せが少なく、それに関係する土地が動かない状態である。若干動いているのは、中古住宅関係だけのようである。
		司法書士	・新築建物で高級な物件を多く見掛けるが、建物の需要が2極化しているようで、景気の判断としてはどちらともいえない。
		プラスチック製品製造業（広報）	・原材料費の高止まりや円安、住宅価格の高騰、職人不足などが継続しており、プラス要因が不足している。
	x	-	-
雇用関連		-	-
		-	-
(北陸)		人材派遣会社（役員）	・企業からの派遣依頼数は減ってきているものの、慢性的な労働力不足であることに変わりはない。新規登録者数が増えている現状からすると人材紹介はしやすくなるため、今の売上を維持することができると思う。
		人材派遣会社（社員）	・派遣先の担当者との会話では特定の職種を除き人材不足感はない。
		職業安定所（職員）	・製造業における求人数の減少が続いているが、繊維関係の会社では人材獲得の好機と前向きに捉えているところもあることから、全体的には変化がないと考える。
		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変動や新たな動きの兆候がみられない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・大企業における新入社員の定着や給与アップで採用はやや上回るとみているが、中小企業の大半は採用自体に苦労している状況が続くと考える。
		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響や物価上昇、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。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告出稿の見込み数が不透明である。
		職業安定所（職員）	・物価高、原材料費高騰に加えて、賃上げ、社会保険料負担が企業の採用意欲を抑制してくるとみている。
	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		百貨店（サービス担当）	・今年は猛暑の予想であるが、夏休み期間のイベント催事の強化やインバウンド効果によって好調な推移が予想され、来客数も増加が見込まれる。
(近畿)		百貨店（売場統括）	・6月は直近の3月から5月と比べると、1日当たりのインバウンド売上はやや落ち着いている。これは、各国の祝日の状況などが影響したと考えている。2～3か月後には中国の中秋節や国慶節が控えているため、今後は更に多くのインバウンドの来店を見込んでいる。
		タクシー運転手	・大阪・関西万博に向けた動きやインバウンドの増加、今年の酷暑により、需要は高まる見通しである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔化粧品〕 (経営者)	・都心店舗には、まだ中国からの来客数に増加余地があるため、今後も成長が期待できる。一方、郊外店舗では今後は少し厳しい状況が予想される。また、7月以降の盛夏については、前年もマスクを外す動きがこの時期から増えたため、化粧品への回帰が進んだ実績を今年も維持することが予想される。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・6月中旬から7月中旬にかけて、販売量の増加を見込んでいる。
		百貨店(企画担当)	・各社による賃上げや、各種政策の効果に期待したい。
		百貨店(外商担当)	・円安基調や株価の上昇がしばらく続くため、インバウンドや国内の富裕層による高額消費は落ちることなく、上向きの動きが続くと予想される。
		百貨店(マネージャー)	・販売量や来客数が上向いている要因は、やはりインバウンドである。インバウンドを除けばほぼ前年並みであり、インバウンドが全体を押し上げる要因となっている。今後も良くなる要素は、インバウンドの更なる増加である。現在は中国人客が2019年比で70%にとどまるため、更なる増加が見込まれる。
		スーパー(企画)	・定額減税や各種補助金の効果により、当面は景気が大きく悪化することはない。
		コンビニ(経営者)	・お中元や夏祭り関連のイベントが続くため、忙しくなりそうである。
		コンビニ(店員)	・暑くなれば、飲料などを求めて来店する客が少し増える。
		家電量販店(営業担当)	・定額減税が始まったため、その効果に少し期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・新車の受注が増えているほか、これから暑くなってクーラーの修理が増えるため、販売量の増加につながる。
		乗用車販売店(支店長)	・株価の動きや賃金の増加によって消費の回復が進み、景気は良くなることが予想される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・定額減税の効果やボーナス商戦の開始で、客の財布のひもが更に緩むことが期待される。
		その他小売〔インターネット通販〕(オペレーター)	・Web限定セールやキャンペーンが予定されているため、少し良くなると期待している。
		高級レストラン(スタッフ)	・来月中旬から梅雨明けとなり、夏休みに入るため、家族連れの前約が増える。
		高級レストラン(企画)	・中国からのインバウンドを中心に宿泊客数が伸びるほか、客室の販売単価も継続的な上昇が見込まれる。
		一般レストラン(店主)	・季節的に、イベントや行事などによって客が動く。
		都市型ホテル(スタッフ)	・インバウンドの需要が続いているほか、修学旅行やお寺参りの団体客の前約がうまく取れている。海外のオンラインサイトでの料金低下が気になるが、品質を保ちつつ、販売していきたい。
		都市型ホテル(客室担当)	・予約のペースは、国内の旅行会社からの受注は想定以下であるが、国内、海外のオンライン代理店経由の受注は、想定を上回っている。特に、週末は高単価での販売が続いている。
		タクシー運転手	・梅雨の影響もあって蒸し暑くなるため、乗車距離よりも、乗車する回数が増えてくる。
		通信会社(社員)	・キャリア施策による最新機種への買換え促進ダイレクトメールの投入や、ボーナス商戦、9月の敬老の日に伴うシルバー需要の拡大に期待している。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕(業務担当)	・来月から夏休みとなり、パリオリンピックも開催されるため、スポーツの気運が高まれば施設の利用頻度も増える。
		商店街(代表者)	・今後も状況は余り変わらない。
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・最近の客との会話で特に感じるのは、収入の話題だけでなく、身内の介護に追われる客の増加である。路面店の当店の認知症とみられる客が来店することも、以前よりも目立ってきた。所得に余裕があるかないかではなく、買物に出掛ける気持ちの余裕の有無が景気を左右するなか、なかなか良い方向に向かうのは厳しい。

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
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・国内客の消費が乏しく、予約も少ない。仮に予約が入っても少人数であるなど、飲食関係の売上増加が見込めない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・コロナ禍の収束後、飲食店やゴルフ場などの人出は良くなっているが、ここへきて景気の回復に陰りがみられる。インバウンドも都心部では多くみられるが、地方では少ないなど、全ての面で陰りがみられる。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・呉服の販売では、小物ではなく着物が動かないと景気が良いとはいえないなか、現在は着物が全く売れていない。もう少しすれば売れ始めると期待しているが、今のところ大きな動きはみられない。
		百貨店(企画担当)	・6月から定額減税が行われるが、物価上昇の影響は吸収し切れず、消費が上向くとは考えられない。一方、ラグジュアリーブランドや高額美術品などの動きは堅調である。
		百貨店(企画担当)	・夏休みシーズンに入ること、インバウンドが落ち込むことはないが、外商客を始めとする国内客の動きが気になる。
		百貨店(宣伝担当)	・前年までは航空券の価格変動により、インバウンドの来客数にも影響がみられたが、今年は地域全体の集客力が高まっている。国内客だけでなく海外からの客の獲得を目指して、情報発信の活発化やリピーターの獲得に取り組んでおり、その効果に期待している。
		百貨店(売場マネージャー)	・円安傾向はこのまま続くと予想されているため、小売業を中心にインバウンド効果が続きそうである。
		百貨店(管理担当)	・インバウンド需要の動きに業績が左右されるなか、これ以上の伸びはなかなか期待しにくい。
		百貨店(販売推進担当)	・一般の来客数は減っているものの、外商客などの動きは底堅く、全体としては前年並みを確保できそうである。
		百貨店(マネージャー)	・どの業態でもコストの増加による価格転嫁が進むなか、国内の中間層によるモノの消費は優先順位が低い。夏場を迎えて、レジャー関連商材の動きは期待できるものの、それ以外は選択消費の動きが続くと予想される。それに伴い、売上がインバウンドに支えられる構造は今後も変わらない。
		百貨店(販促担当)	・物価の上昇は今後も続くと予想される。今年は猛暑の予想であるほか、長い夏となることが予想されるなか、生活必需品には厳しい影響が出そうである。一方、インバウンドの効果は大きくないものの、堅調な推移が予想される。有名ブランドの販売も、株高効果もあって良好な動きが予想される。
		百貨店(マネージャー)	・金銭に余裕のある富裕層やインバウンドと、食料価格の高騰などで生活防衛色が強まる中間層の格差は広がりつつあるが、景気全体として2～3か月では大きな変化はない。
		百貨店(外商担当)	・富裕客の安定的な動きに加え、インバウンドの来店状況は飽和状態に近いレベルで、これ以上の増加は見込めないため、このままの好調な状態の継続が予想される。
		百貨店(商品担当)	・政治や世界情勢のほか、為替動向にも方向感がみえない。これらが安定するまでは、良くなるとも悪くなるとも判断できない。
		百貨店(マネージャー)	・物価上昇の影響は今後も懸念材料であるが、定額減税の効果が期待される。また、円安で海外旅行が伸びない分、8月のお盆や秋の連休などは、帰省の土産やごちそう関連が堅調に動く予想される。
		百貨店(売場マネージャー)	・円安や物価上昇のほか、水道・光熱費などの値上げによって消費者の生活防衛が続くため、消費の低迷は更に続くことが予想される。食料品や化粧品などの消耗品に対する購買意欲はみられるが、衣料品などの高額商品の売上は厳しさが増す。
		スーパー(経営者)	・価格で動く客がほとんどで、グレードの高い商品を求める客は少ないため、景気回復は期待できない。
		スーパー(店長)	・今後も現状の動きが続くなど、景気回復には時間が掛かると予想される。
		スーパー(店長)	・定額減税や給与のベースアップはあるが、物価上昇の影響が大きいいため、今後も客の買物動向は上向かないと予想される。

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
		スーパー（店員）	・暑さの影響で収量の減る野菜は、また価格が上がる一方、夏野菜の価格は下がる見込みであるなど、まだまだ厳しい状況が続く。果物の価格も下がらないと予想されるため、今後は余り期待できない。
		スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、食料品、日用品の取扱が中心であるため、大きな変化はないと予想される。
		スーパー（経理担当）	・梅雨明け後は猛暑が予測され、暑さによる外出機会の減少や、節約による買い控えが懸念される。一部では生活支援を名目に値下げをする企業も出てきており、価格競争が激化する恐れもあるなど、企業業績への影響が懸念される。
		スーパー（企画）	・電気料金やガソリン価格への補助が続くことで、大きな変化はないと予想される。ただし、当社は前年の9月以降、売上が好調に推移した反動で、目標対比では苦しくなる。
		コンビニ（経営者）	・飲料などの消費が増える季節となるが、フライドチキンや新製品を出さなければ、前年の実績を維持することはできない。
		コンビニ（経営者）	・インバウンド需要が落ち着き始めているほか、値上げラッシュも落ち着いてきたため、来客数、客単価共に、現状のまま推移すると予想される。
		コンビニ（店長）	・コロナ禍の収束以降、徐々に売上が戻り、ほぼ以前の水準に戻っている。夏物商材の販売の増加で、更に売上が増えることを期待している。景気は横ばいであるが、頑張る売上の増加を目指したい。
		コンビニ（店長）	・周辺の状況に、大きな変化はないと予想される。
		コンビニ（店員）	・今年は暑さが長く続くため、今後も冷たい商品の売上が増えると予想される。
		コンビニ（店員）	・このまましばらくは、来客数が安定して増えていく。
		コンビニ（店員）	・良くも悪くもなく、今の状態が続く。
		コンビニ（店員）	・余り聞いたことのないスーパーが、市内に店舗を建設中との情報があり、また人の流れが変わると心配している。
		衣料品専門店（店長）	・インバウンドによる後押しなどの良い動きもあるが、景気全体としては良い部分と悪い部分が両方あり、この状況は当分続くと感じる。
		家電量販店（経営者）	・補助金効果がしばらく続くものの、その後が少し心配である。
		家電量販店（企画担当）	・ボーナス商戦に期待したいが、リフォーム補助金があっても契約件数が落ち込んでいる。値上げによる影響が大きく出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・徐々に財布のひもが固くなってきたと感じる。
		乗用車販売店（役員）	・リコールへの対応は落ち着くが、新車の販売が劇的に良くなる要素はない。自動車の単価の大幅な上昇で、販売台数の減少は避けられない。電気自動車の強化を進めているが、期待しているほど需要は見込めない。
		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（営業企画）	・客の間で様子見の動きが続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇が続くなか、景気の改善は実感できず、今後も改善は見込めない。
		住関連専門店（店長）	・春頃から続いていた高額な商談が、コンスタントに決まり始めている。一方、全体の来客数が減った分、売上や利益が大幅に改善するまでには至らない。
		その他専門店【食品】（経営者）	・今のインフレの状況に所得の増加が追い付き、客が慣れてくるまでは今の動きが続く。ただし、現状は所得水準が物価に追い付くための対策が見当たらない。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	・生活必需品や飲食関連の値上げにより、物価の上昇を実感している。電気料金やガソリン代関連の補助延長が政府から発表されるなど、今後のインフレ対策が注目されるが、しばらく景況感に変化はないと予想される。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	・現状が続くどころか、更に悪化しそうである。円安の影響で仕入価格は上がり、販売価格を上げざるを得ない状況のなか、売上は前年以上に厳しい見通しである。

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
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・夏物商材やボディケア用品は順調に推移しているが、ヘルスケア用品や化粧品等は横ばいか、減少傾向となっている。今後の本格的な気温の上昇に伴い、飲料などを含む夏物商材の売上は増加が予想されるが、全体的には大きな上昇要因が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・景気が上向き好材料はなく、消費者の盛り上がり欠ける。通常の消費はみられるものの、高額品等のぜいたくな消費はインバウンド頼みである。
		一般レストラン（経営者）	・単価が上がっているとはいえ、値上げによって単価が上がっているだけの部分もある。全体として、安い客単価の店では注文数が減り、高単価の店では来客数が減る動きがみられる。外食には行きたいが、できるだけ出費は抑えたいという動きに、先行きへの不安が感じられる。
		一般レストラン（企画）	・定額減税の実施やガソリン代などへの補助もあるが、タイミングのずれなどもあって、効果は余り期待できない。今後は良くても現状維持であり、円安の影響が出てくる懸念される。
		観光型旅館（経営者）	・打開策を講じなければ、今後も厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（管理担当）	・国内需要は鈍化しているが、インバウンド需要の増加で、販売量が安定すると予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部門と宴会部門の集客は続いているが、今夏も厳しい暑さが予想されていることもあり、レストランの集客は苦戦が強いられる。
		都市型ホテル（フロント）	・当地域への旅行者が減少しているのか、間際予約が増えているのか、夏休みの動きが非常に鈍い。周辺ホテルの販売価格も大きく下がっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・各方面の値上げの影響から、宿泊費などへの出費が抑えられる傾向が続く。今後は徐々に上向いているように見える中国の動きに期待している。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・現在は円安の状況から、インバウンドの宿泊需要が多い。地域的にはベトナムやタイといったアジアに加え、最近では米国からの団体客も多いなか、今後の予約状況も同様の動きが予想される。一方、国内客の動きは変わらないが、あるいは若干の減少となっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・8月の予約が非常に落ち込んでいるほか、7月の稼働率の見込みは80%超となっている。
		旅行代理店（店長）	・円安や物価上昇の動きが急激に正常化するとは考えられず、しばらくは今の状況が続く。
		旅行代理店（役員）	・今後2か月は夏休みに伴う需要により、国内旅行は現状の動きがしばらく続く。海外旅行は、円安の影響が少ないアジア方面の予約や問合せが徐々に増えているが、単価が上がらない。当面は、海外旅行の停滞を国内旅行でカバーしていく状態が続くそうである。
		旅行代理店（支店長）	・パリオリンピックなどの大型イベントで巣籠り需要が高まるなか、夏休みの旅行については、間際予約にも期待できない。
		通信会社（役員）	・人口の減少やオンライン販売の増加に加え、携帯電話の買換えサイクルの長期化や端末価格の高騰により、キャリアショップ全体の端末販売数は右肩下がりとなる。
		通信会社（営業担当）	・このまま景気が良くなるとは考えられない。
		観光名所（企画担当）	・インバウンド客の比率が若干上がりつつあるが、全体としては前年度並みであるため、2～3か月先も大きな変化はない。
		遊園地（経営者）	・賃上げや定額減税の効果が出ることを期待している。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、コロナ禍の収束後はほぼ横ばいで推移している。特にインターネット投票が安定しており、高水準を維持しているため、しばらくは大きな変化はない。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントは順調に開催される予定であるが、以前よりも経費の削減意識が高くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・賃上げによる一定の効果には期待できるが、急激な円安に歯止めがかからなければ、輸入コストの上昇による生活の圧迫が続く。一方、秋の米国大統領選挙の結果次第で、日本経済にも大きな影響が出てくる。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の主催試合が8試合予定されているほか、人気アイドルグループのコンサートが複数開催されるため、多くの来場を予想している。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・インバウンドは今後も堅調に推移する一方、観光バスの不足や夏の猛暑で国内の団体客の動きは鈍化するため、全体的には変わらないと予想される。
		美容室 (店員)	・トリートメントなどの付加価値の高いオーダーは、見合わせる客も出てきている。
		住宅販売会社 (経営者)	・地価は高止まりしており、低下の動きがみられない。
		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)	・特別な金融政策もないため、大きな変化はない。ただし、今後も円安が進めば、景気は悪くなると予想される。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・資材価格や建築単価の高騰による消費者マインドの低下傾向は、当面続くと予想される。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・定額減税は一時的な所得の増加であり、浮かれている場合ではない。物価の上昇は相変わらずであり、家計の財布のひもが緩むわけではない。ただし、今春の賃金のベースアップがまずまずの額であったため、来月の夏季ボーナスの増加に期待したい。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・円安の影響も含めて、新築物件価格の上昇は続くと予想されるため、現在の景況感が続く。
		一般小売店 [花] (経営者)	・光熱費やガソリン代などの経費の増加で利益が減少するほか、今年の猛暑により、仕入価格にも影響が出そうである。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・今後も物価の上昇が続くなか、生活必需品ではない衣料品の購入は後回しになると予想される。足元も販売量が伸び悩み、1人当たりの購入金額も減少するなか、数か月先に景気が少しでも良くなるとは考えられない。
		百貨店 (売場主任)	・今後も商品価格の上昇が当面続くと予想される。郊外店である当店は、高齢者の年金世帯が主要な客であり、収入が変わらないなかでの物価上昇となる。客の節約志向が続くことから、当面は苦戦が予想される。
		百貨店 (マネージャー)	・今秋には、近隣の商業施設で増床オープンが計画されているため、厳しい状況が予想される。
		百貨店 (特選品担当)	・夏休みの海外旅行は円安で低調となるなか、国内旅行もオーバーツーリズムによる値上がりや混雑で、低調な動きとなりそうである。それに伴い、衣料品を中心とした外出関連需要が減少するほか、猛暑関連やパリオリンピック関連の需要も食品が中心であり、規模も小さなものとなりそうである。前年の8月から10月は在阪球団の応援フィーバーがみられたが、今期は不調であるため、盛り上がりには欠けそうである。
		スーパー (販売促進担当)	・円安傾向による、海外との調達競争での競り負けや、国産原材料の争奪戦の激化により、仕入価格の上昇が止まらず、燃料や資材にまで広がっている。値上がり構造が改善する材料が見当たらないため、今後も厳しい傾向が続くと予想される。
		スーパー (開発担当)	・円安によって物価が上昇する一方、賃金は増えない。これでは景気は良くならない。
		スーパー (社員)	・競合店が増えるなか、イベントやチラシを増やして来客数の確保を進めているが、他社との客の奪い合いが多く、なかなか来客数は増えない。当面は現状の動きが続くそうである。
		衣料品専門店 (店員)	・需要の閑散期に入るため、今後は悪くなると予想される。
		家電量販店 (店員)	・この先も物価の上昇に歯止めがかからない。消費者による節約傾向も強く、景気の回復は厳しいと感じる。
		家電量販店 (人事担当)	・今年も酷暑となる見込みであり、屋外での活動よりも屋内での活動が多くなる。それに伴い、実店舗への来客数の減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲は低いままであり、自動車に対するイメージも悪いなど、先行きの見通しは暗い。
		乗用車販売店（販売担当）	・予約注文数が前年比でかなり減少している。結果的に同じ販売量となっても、予約注文数の差は、販売の減少につながりやすい。
		一般レストラン（経営者）	・今年の夏は猛暑の予想であり、特に高齢者は気象予報をよくみているため、外食の機会が減少する。
		一般レストラン（店員）	・当店の前に、同じような業態の店がオープンしたため、客が減少している。
		観光型ホテル（経営者）	・7月以降は間際の予約が多いため、まだ見通しは不透明であるが、先行予約の状況は今一つである。当地区のほかのホテルからも、余り良い話は聞こえてこない。
		観光型旅館（経営者）	・景気が悪くなっており、旅行需要も減っている。
		旅行代理店（従業員）	・これ以上の円安の進行は、海外旅行の需要の更なる減少につながる。
		通信会社（経営者）	・今後も円安による悪影響が懸念される。
		通信会社（社員）	・競合他社がより安価なサービスを販売しているため、客の減少傾向は続くと予想される。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況から判断すると、状況は今一つ良くない。対策を講じても、目標に届くかどうかは不透明である。今までの勢いは薄れているため、今後はやや悪くなると予想される。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・退会者の数が入会者を上回りつつある。入会した幼児の退会が予想以上に増えるなか、今後は中学生による塾へのシフトも予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・賃金の上昇よりも、食品や電気、ガソリンなどの価格の上昇が目立っており、買い控えの傾向が高まる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・電気代やガソリン代の高騰による影響が懸念される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・来客数が減っているほか、物価の上昇による買い控えも想定されるため、売上は今後も減少すると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇で消費が減っており、客は最低限必要の物しか購入しない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費者は衣料品の購入に不安になっているため、販売が増えない。税金や社会保険料の負担が増え、物価も上がっているため、衣料品を購入している場合ではない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム商材を扱っているが、関連の補助金はそれなりに余裕のある客向けである。検討客は増えているが、補助金額を伝えると、期待していた金額ではないといった理由で保留になるケースも増えている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で需要が伸びない。
	×	競輪場（職員）	・インバウンドの増加で経済が活性化している一方、物価の上昇は続いており、実質的な収入に変化はないが、減少している人が大半であるため、今後良くなるとは考えられない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・コストアップが続くなかで、短期金利が上がる雰囲気もあるなど、徐々に良くなる要素がなくなっている。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-
		木材木製品製造業（経営者）	・ここへきて円安ドル高傾向が更に強まり、1ドル160円も目前である。輸入販売業にとっては為替の影響が1番大きく、今後いつ販売価格を上げるかが焦点となる。販売数量は安定しているが、円安で利益が抑えられる分、更に販売量を増やす必要がある。
		化学工業（経営者）	・受注額が前年並みには戻っていないが、ようやく2年前のレベルに戻ってきたため、多少は良くなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・小口の案件が増えている。すぐに大きな利益にはつながらないが、将来への種まきができている。
		金属製品製造業（営業担当）	・新規案件の引き合いが、少しずつ増えている。
		建設業（経営者）	・東京都知事選挙などの外部要因もあるが、少し良くなっていくと予想している。
		輸送業（経営者）	・運賃の値上げが認められることになり、新規採用での給与を増やすことができる。これで採用の応募者が増えるため、これまで受けられなかった仕事も受注できるようになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（商品管理担当）	・これから暖かくなるにつれて、酒類の販売が多くなる。
		広告代理店（営業担当）	・前月はWeb媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を下回ったが、今年になって前年を上回る状態が続いているため、先行きには期待している。
		経営コンサルタント	・商店街ではまだまだ観光客は増えると予想され、自治体とともにオーバーツーリズム対策を検討し、試行している状態である。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・定額減税の効果がこれから出てくると期待している。4人家族であれば16万円の臨時収入となるため、ある程度は外食などに回ってくる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・増産に関する情報が全くない。
		化学工業（管理担当）	・取引先の分野次第で出荷量の予測にばらつきがあり、先が読めない。
		化学工業（企画担当）	・食品原材料では販売価格への転嫁が進み、適正な利益が確保できている。酷暑による食品の需要減少が予想されるものの、インバウンド需要の増加によって相殺される。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・米国との金利差が縮まらない限り、円安基調は変わらない。大企業だけでなく、中小企業にも賃上げムードが波及しているものの、物価の上昇で実質賃金は減少しており、まだ十分とはいえない。定額減税の効果も一時的であるため、景気の実感是不変。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月の受注見通しは、従来と変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界市場に対する日本の貢献度が低いと、先行きは読みにくい。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・更なる円安の進行など、先行きが不透明な状況に変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今後も材料価格の高騰が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は増えず、引き合い件数も少ないなど、改善する兆しがない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・3か月程度では変化はないが、足元の円安による販売価格の変化がどう影響するかは不透明である。
		建設業（経営者）	・官庁関係の工事では、週休2日が工期に反映されつつある。民間関係の工事でも理解されつつあるが、まだまだ実情は厳しい。国が最初で、次に県、市、民間工事という順で対応が進むため、早く世間一般での理解を求めたい。
		輸送業（営業担当）	・家具が売れにくい時期に入るが、イベントの予定もないため期待できない。
		輸送業（営業担当）	・ドライバーの労働時間や賃金が減るなど、労働条件には悪化がみられるが、我慢できる範囲である。
		通信業（管理担当）	・減税効果が余り出ないなど、景気の上向き要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・今後も円安トレンドに変化はないため、2～3か月先の景気にも好転する気配はない。
		金融業（営業担当）	・まだまだ円安に歯止めがかからないため、景気の改善には時間を要する。
		広告代理店（営業担当）	・秋口までは回復の兆しはみられない。
		司法書士	・相続登記の増加以外は余り変化がなく、現状維持となっている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上昇している割に、売上の全体的な押し上げがないため、状況は厳しい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げの了承を得てからの販売となるため、それから会社の売上を増やす努力を進めて、実績を上げていきたい。
		食料品製造業（従業員）	・輸入原材料が多いせいもあり、円安による原材料価格の上昇が止まらない。国産の原材料も、産地での不作や利益率の高い海外取引に回っている影響で、手に入りにくくなっている。
		繊維工業（総務担当）	・夏場に向けて販売が減少する傾向となる。物価や光熱費の上昇が、購入意欲の足かせとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（総務担当）	・円安による利益率の低下に歯止めがかかっていないほか、更なる円安が追い打ちを掛ける状況が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼各社による材料価格の値上げに伴い、土木、建材部品やその他の材料で輸入品の利用が増え、市場に悪影響が出ている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安に伴うインフレが続く状況では、個人消費が伸びるわけがない。
		建設業（経営者）	・公共工事には小規模な物件が多いほか、予算も物価の上昇や人件費の増加に追い付いていないため、魅力に欠ける。このままでは入札への参加を見合わせざるを得ない。
		不動産業（営業担当）	・1階の店舗からアパレル関係の撤退が続いている。こうした動きは今後も続くと予想され、景気は悪くなる。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・ガソリン価格や物価の上昇、円安の継続に加え、インバウンド効果も期待したほどではない。電気やガス、水道料金は高いほか、ありえないほどのステルス増税も進んでいる。年金給付年齢の先延ばし案をみても、残念ながら先行きに明るい兆しはみられない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・効果的な経済対策が見当たらず、今後の成長が見込めない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・現状の動きがしばらく続くと予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・下半期に向けて、需要が高まると予想される。
		職業安定所（職員）	・受注の増加などで、製造業では今期の後半から来期に向けて利益の増加を見込む事業所があるため、夏頃からの求人提出の動きがみられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の求人が出てくると予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・雇用情勢やインバウンドの動きから、先行きはやや良くなると感じる。
		人材派遣会社（管理担当）	・夏休み期間となるため、動きは一旦止まると予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・60代、70代の求職者による応募は増加傾向にある。その一方、働き方の多様化の動きに、企業が追い付いていない。
		人材派遣会社（営業担当）	・関西全体の時給の底上げには、企業業績の改善が求められる。社員全体の賃上げを行わない限り、新規求人の時給が改定されることはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・賃上げや定額減税などが、現状の物価上昇に対して効果的であるとは考えにくい。円安やインバウンド関連で潤っている企業も多いため、全体として大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業のプロモーション予算に大きなものはなく、今後2～3か月も同様の動きと予想している。
		職業安定所（職員）	・5月の新規求職者数は前年比で減少となった。45歳未満は増加したが、45歳から54歳までが減少し、55歳以上も減少となった。雇用保険受給者も1割強の減少となっている。
		職業安定所（職員）	・景気が好転する材料に乏しい。
		職業安定所（職員）	・業績の良い企業はあるものの、横ばいの企業も多く、肌感覚として1～2か月で良くなるとは考えられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今後も求人の掲載や求人紹介の依頼は、途切れることなく続くことが予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・学生は積極的に就職活動を進めており、企業の採用意欲も高いが、新卒採用に苦慮している企業が多い。
	学校〔大学〕（就職担当）	・慢性的な人手不足は変わらないが、離職率の上昇が気掛かりである。うまく転職できればよいが、収入の増加につながらないケースもある。	
	その他雇用の動向を把握できる者	・円安の状況が変わらないなか、円安の進行をマイナスと捉える企業が増えている。	
	人材派遣会社（役員）	・人手不足が解消できないほか、物価の上昇に加えて、日本銀行による利上げの可能性もある。その一方、所得水準の上昇は限定的であり、経済活動は力強さに欠けている。さらに、ウクライナや中東情勢の悪化に加え、米国大統領選挙の結果にも大きな影響を受ける可能性があり、先行きは楽観できない。	

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
		学校〔大学〕（就職担当）	・円安傾向や物価の上昇が進むなか、景気回復の恩恵を受けていない学生や保護者が多数を占めている。
	x	-	-

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)		設計事務所	・計画案件が増えてきているため、実施に移行する案件も増えるとみられる。
		商店街（代表者）	・直近では1店舗開店し、来月には飲食店の開店も予定されており、現在商店街で不足している業種が来店するため、今後のにぎわいに期待している。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・今後も公共工事は増える傾向にあり、夏場の猛暑も予測されているため、来客数が増えていくと予想する。酷暑への売場の対応も必要になってくる。
		コンビニ（支店長）	・今後の動きをしっかりと注視する必要があるが、定額減税による消費拡大が期待できる。
		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、着物を着て出掛ける機会が増えているため、今後は景気がやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・定額減税、ボーナスの支給、気温上昇によるエアコン需要の高まりで、景気は前年より良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・景気は夏の暑さ次第である。
		乗用車販売店（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響による生産停止等の問題が解決すれば、景気は例年並みに回復する見込みである。
		乗用車販売店（営業担当）	・今後の状況に期待は持てるが、安心はできない。気の抜けない状況は変わらない。良くなることを期待しての数値である。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の解決や人気車種の販売開始で活性化してくると予測する。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・旅行代理店からの問合せが増えてきおり、観光需要を見込んでいる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・梅雨が明け、夏本番になれば、来客数が元に戻ってくると予測する。
		一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスで少しは世の中に金が回ってくる。
		バー（経営者）	・徐々にではあるが、来客数が戻ってきている。
		観光型ホテル（営業担当）	・これから、夏休みやお盆といった大型連休が来るため、ファミリー層の予約に期待している。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みのファミリー需要に加えて、インバウンドが夏から秋にかけて活発化する見通しである。
		タクシー運転手	・夏休みや地域のイベントもあることで、来客数の増加が期待できる。
		タクシー運転手	・状況は多少悪くなっているが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたので、景気はやや良くなる。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限が緩和されたため、景気はやや良くなる。
		美容室（経営者）	・サラリーマンにボーナスが支給されたため、多少は客の節約傾向が弱まり、消費が増加する。
	設計事務所（経営者）	・来場者数の増加に伴って契約者数の増加が見込める。	
	商店街（理事）	・景気が良くなってほしいが、恐らく変わらない。	
	一般小売店〔食品〕	・商品、資材等の値上げは続いており、また、顧客の節約志向に変化はないため、売上増加は期待できない。	
	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・客の動きに少し変化が出ているが、今後もほぼ現状維持の状況が続く。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・輸出が好調でも国内消費が落ちていて、先行きが不透明であり、不安である。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・夏場は来客数が減少傾向になる。	
	百貨店（広報担当）	・水道光熱費の値上げ、物価上昇などが続くと想定されるため、商品購買に大きな変化はみられないと見込んでいる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・物価高、円安と良いニュースはなく、定額減税の恩恵も余り話題にならない。消費のハードルは下がらないとみられる。
		百貨店（営業担当）	・プレクリアランスセール後のクリアランスセールの売上が確定した時点で、前年との売上の比較ができるが、売上は変わらないとみられる。
		百貨店（外商担当）	・物価の上昇に伴い、生活費も上がる一方なので、客の節約志向が今後は更に強まる。
		百貨店（売場担当）	・定額減税や夏のボーナス支給などで、どのように客が動くかが予想できない。来月になると、夏以降の傾向が分かる。
		スーパー（店長）	・食品の値上げや電気・ガス料金の高騰など、生活への不安要素が多く、景気が良くなるとは考えにくい。
		スーパー（店長）	・お盆商戦次第ではあるが、前年より動きは活発になると予測する。際物商材の単価が前年と比べ大幅に上昇しているため、買上点数が前年を上回ることが難しくなっている状況に変わりはない。現状では、更なる物価高騰に賃金上昇が追い付かず、客の節約志向の高まりは不変とみられる。
		スーパー（店長）	・商品の値上げもあり、この1年間、売上は前年を上回っているが、来客数は前年を下回っており、今後もこの状況は変わらない。
		スーパー（店長）	・商品や電気料金等の値上げなど、景気が良くなる要素がない。
		スーパー（総務担当）	・景気が上向く要因がない。
		スーパー（販売担当）	・直近では、来客数と1人当たりの買上点数が前年を下回る日の割合が高い。
		スーパー（営業システム担当）	・円安による値上げが続いている上、将来への不安をあおるニュースなどが多く、消費の増加にはつながりづらい状況が続いている。
		スーパー（販売担当）	・定額減税が実感できず、貯蓄に回ると考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年も猛暑が予想されるなかで、電気料金の高騰は家計に影響を与える。物価の高騰もあり、消費はますます鈍化していく。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店（代表）	・減税などの新たな景気対策が実施されないため、景気は低水準で推移するとみられる。
		家電量販店（企画担当）	・夏場の電気料金の高騰もあり、政府が施策を講じても景気に反映しない。
		家電量販店（副店長）	・光熱費やガソリン価格が高いので、家電商品の需要が高まるとは考えにくい。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価高騰の影響で出費に後ろ向きといった話が多く、客から聞かれる。客は大きな出費には慎重で、現状よりも景気が上向く期待は持てそうにない。
		乗用車販売店（業務担当）	・国の経済対策などもあるが、現状がもうしばらくは継続する。
		乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給量がまだ厳しい。
		乗用車販売店（リース担当）	・物価だけ上昇し、客の給料が増加しないため、景気は良くならない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・定額減税による景気刺激はあるとみられるが、景気が上向くとは考えられない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・前年は猛暑で売上が大幅に伸びた。今年も猛暑との予報があるが、前年並みになるかどうかは不透明である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・ボーナス時期に入り、客の購買意欲が少し上昇している。しかし、定額減税や電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金といった一時的な家計の負担の減少も、景気上昇の鍵とはならない。客の購買も思ったほど伸びておらず、財布のひもの固い状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・梅雨と猛暑の影響がどれくらいあるのか分からない。
		一般レストラン（店長）	・前月までと同様、インバウンド予約は順調に入っており、来客数が大幅に落ち込むとは考えられないが、逆に増える要因も余りない。オリンピックがある年は来客数が伸びにくいのが気掛かりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（副支配人）	・宿泊予約は例年並みで、お盆時期を除き、早くからの予約はまだ少なく、特に景気が良くなっているとは考えられない。
		都市型ホテル（総支配人）	・夏休みを迎え、大会などの動きがある一方で、コロナ禍のリベンジ需要も一段落し、前年のような酷暑を警戒した様子見からか、個人の動きが鈍く、伸び悩んでいる。
		旅行代理店（支店長）	・夏休みの個人需要の動きが今年度は鈍い。間際の申込みに期待する。
		タクシー会社（営業所長）	・猛暑予測となっており、タクシー需要については期待ができる。しかし、夜間の動きは鈍化しており、7月も期待が持てない。
		通信会社（総務担当）	・エリア拡張がない。
		通信会社（企画担当）	・消費者が、先行きをより落ち着いて捉えられるようになってきているが、景気や生活が良くなっていく要素があるとは考えていない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、大きな動きはない。電気・ガス料金への補助金の再開は家庭の可処分所得の圧迫を和らげるため、数か月は現状が続くことが予想される。
		通信会社（営業担当）	・環境が変化する要因は見当たらない。
		テーマパーク（業務担当）	・夏場の異常な暑さに注意といった報道により、屋外施設への来場は敬遠される。7～8月の予約状況は前年の70%程度となっている。今後の天候次第となるが、全国一律な過剰報道による影響もあるのではないかと。
		テーマパーク（営業担当）	・しばらくは閑散期に向かうが、前年比を維持できると見込む。
		設計事務所（経営者）	・建築費の高騰や建築業界の人手不足が解消される見込みがない。
		住宅販売会社（従業員）	・今後も景気を左右するようなカンフル剤がないため、しばらくは現状維持が続くと考える。
		住宅販売会社（事業推進担当）	・販売価格が更に上昇する可能性が高い。
		商店街（代表者）	・良い商品があっても価格が低下するまで待とうとする客が多い。
		商店街（代表者）	・物価の上昇により、客が予想以上に買い控えしている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価の上昇と収入が見合っていない。
		百貨店（営業担当）	・これからバーゲンセール時期となり、在庫は前年ベースではあるものの、客の購買意欲が下がっている上に、公共料金や食料品の値上げもあるので、売上が伸びるとは考えられない。また、取引先も売上が厳しい状況で、人件費などの圧迫により人員を削減するなど、地方はますます厳しくなっていくとみられる。
		百貨店（売場担当）	・エリア的にインバウンド需要はほぼなく、この秋以降も県外流出の傾向は続くと思われる。百貨店の場合、物産展等の大型集客策がない時期が特に集客面で厳しい。
		スーパー（店長）	・商品の1品単価が上昇し続けており、現状の物価高を賃金上昇率で補えていない。
		スーパー（業務開発担当）	・地方では所得が伸びないため、購入量を控えて家計を守る。特に食品は買い回りをしても、1円でも安い物を買うなど、節約が徹底されており、この傾向は今後一層強まる。
		スーパー（財務担当）	・物価の上昇が続くなか、消費者の節約志向がますます強まり、消費の2極化による買い回りにより売上が前年割れとなる。
		乗用車販売店（店長）	・人手不足が店舗運営の足かせとなっており、半期決算時期を迎えても、売上を大幅に伸ばせる状況ではない。効率化を図っているが限界がある。
		自動車備品販売店（経営者）	・このまま物価高が続くと、経費の部分が増え、利益が下がっていき、余り良くない方向へ向かいかねない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・G7広島サミットがない今年も当県への修学旅行者が減少している。

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
		一般レストラン（経営者）	・インバウンドによる売上の増加が期待できず、固定客のリピートを重視しないといけない地方都市では、度重なる食品の値上げや電気料金の上昇など、日常生活に必要な支出が増加すると、外出してランチやディナーを利用する回数や金額が減少する。
		都市型ホテル（総支配人）	・予約ペースが7月から鈍化している。稼働率は期待値より3%前後下がる予想である。
		旅行代理店（経営者）	・旅行費用が減少しつつある。
		タクシー運転手	・秋の行楽シーズンに向けて、人が更に集まるようになる。
		通信会社（広報担当）	・光熱費を含む物価上昇があり、それに伴い、買い控えが続いている状況である。
		ゴルフ場（営業担当）	・6月は天候不順による来客数、特にインバウンドが減少している。7～8月は、梅雨が明けているので、予約が伸びることを期待している。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は今月開催されたG1競走ほど売上が見込めるレースが開催されないため、景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・現状が続くのであれば、景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・生活費が増えているが、所得自体はなかなか上昇しないのが現状である。雇用が難しく、人材難が続く。
		住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価上昇に対し、所得が大幅に増えることがないため、今後の販売量の減少が予測される。
	x	コンビニ（エリア担当）	・3月以降、来客数は減少が続いており、今月も工事の関係で減少している。特に、たばこの売上が悪いため、この売上が回復すれば、前年並みの売上が確保できるとみられる。
	x	住関連専門店（営業担当）	・景気が良くなる状況が全く見通せない。
	x	その他飲食「喫茶店」	・客が節約志向にある。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産計画では、3か月後はもっと忙しくなる予定である。
		繊維工業（財務担当）	・賃上げ、製品の販売価格の改正、パリオリンピック需要の好循環が期待される。
		化学工業（総務担当）	・自動車業界には先行き不透明感があるが、今後、少しずつ良い方向に向かうとみられる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出向け製品の受注があり、やや多忙な状況となる見込みである。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の素材受注は、今後増加すると想定している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・協力会社からの長期内示がある。
		輸送業	・受注が増えている。
		会計事務所（経営者）	・人件費負担増や調達コストの上昇も一巡し、労働時間制約も時間の経過とともに対応策が固まる。経営環境は落ち着いてくる。
		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）	・住宅業界として、今後も円安状態が続き、新設住宅着工戸数が低迷のままで、現状では景気の回復は望めないが、一部で回復の兆しもある。
		化学工業（総務担当）	・円安が継続している。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注動向には、余り良い兆しが見当たらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足が解消しないこともあり、景気は横ばいが続くと思われる。
		金属製品製造業（総務担当）	・営業からは景気の上振れ、下振れの要因は聞いていない。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・自社の受注・販売状況から、国内は減少が予測されるが、海外は増加が見込めるため、大きな変化がないと見通している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		建設業（経営者）	・客が投資を継続しているため、景気は良くもならないが悪くもならない。
		建設業（総務担当）	・しばらくは現状が続く。
	輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素や各取引先に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
		輸送業（営業担当）	・夏以降は大きな新規受注がなく、堅調に推移する見込みのため、景気は変わらない。
		通信業（企画担当）	・電気料金の高騰リスクが落ち着き、計画的な企業のデータセンターニーズは継続するものとみられる。クラウドとデータセンターのハイブリッド利用も増加しており、データセンター内で提供中のプライベートクラウドも引き続き多くの引き合いが予想される。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着く時期なので、余り変わらないと予測する。
		広告代理店（営業担当）	・円が対ユーロで最安値を更新し、当面は物価高の影響が懸念される。
		食料品製造業（経営者）	・今後も値上げがある状況で、量目を大幅に減少しても、売れる価格帯を維持していく取組をする必要があり、当面は厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の設備投資再開にはまだ期間を要すること、また、生産調整もしばらく継続する見通しのため、景気が良くなる材料は当面ない。
		建設業	・物価上昇等の影響があるのではないかと考える。
		金融業（経済産業調査担当）	・現状の賃上げや定額減税は、消費姿勢を好転させるには力不足と考える。
		x	金融業（支店長）
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・求人者数・求職者数共に増加傾向にある。ただし、マッチングは相変わらず苦戦している。求人ニーズ・求職ニーズがそれぞれ具体化・詳細化しているためと考えられる。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・いろいろな面で景気の先行指標とみられる求人広告数が微増傾向にあるため、景気はやや良くなる。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・夏のボーナス時期に向け、転職潜在層が具体的にアクションを起こし、採用者側も人員計画の見直し等を行い、採用ニーズが活発化する可能性がある。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・2～3月のうちにマーケット環境が急激に変化する要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・前年も売手市場であったが、今年は早期化が進んだこともあり、更に売手市場となった。6月末時点で採用人数に達していない企業が多く、採用活動は秋まで続く模様である。今後ますます人手不足は深刻化し、国内だけの採用では賅えない時代が近づきつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月の定額減税がどの程度効果があるのかによるが、いずれにしても物価高、政局不安などの要素があり、当面は現状維持とみられる。
		職業安定所（職員）	・製造業の元気がなく、改善の兆しが無い。
		職業安定所（事業所担当）	・来春新規高卒予定者の求人受理件数が前年より増加しており、人手不足を背景に企業の採用意欲は依然として高い。円安の影響による物価高などの懸念材料が多く、消費活動の低迷は不可避な状況である。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用活動を継続しても応募がない、あるいは、妥協して採用をしないというケースが増えてきており、事業拡大の意欲があっても、人手が足りないことから需要を取り込めていない企業も目立ち、売上増加には結び付いていない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・就職活動中の学生の内定率は順調に上昇すると予想されるが、新卒者の絶対数が減少しているため、企業側は必要な労働力を確保することが難しく、景気は停滞するとみられる。
		人材派遣会社（事業部長）	・求人数の減少は、自動車業界の不正問題など特定の要因によるものもあるが、幅広い業種で減少しており、改善する気配はない。
		求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・大きな流れは変わらず、労働力人口減少に対する企業側の変化が求められていると強く感じる。
	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇が賃金の上昇を上回っており、実質賃金が上昇していない。定額減税についても政治に対する不信感が強い。そのため、景気が良くなる材料は見受けられない。	

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
	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)		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・2～3か月先は、キャンプやバーベキューなどの材料を買いに来てくれるため景気が良くなるとみられる。
		衣料品専門店(経営者)	・梅雨が7月の中旬までは続くとみられるが、雨の状態や天候などの要素以外が変わらない限り、そこそこ期待できるとみられる。
		家電量販店(店員)	・夏のボーナスと減税効果に期待している。
		家電量販店(副店長)	・今年の夏は猛暑の予報が出ており、季節商材を中心とした売上には期待しているが、電気代・物価高騰の影響により大きな景気回復は見込めない。
		商店街(代表者)	・全国的に給料アップのニュースが新聞やテレビ等でかなり言われているが、地方都市の中小零細企業の従業員には実感がなく、消費者マインドが下がっており、このままの景気で推移していくとみられる。
		商店街(代表者)	・夏季になり人々の動向が活発になってくるとみられるため多少の期待はあるが、賃金上昇が物価上昇に追い付いておらず、顧客全体の余暇等に使われる金額が上昇しづらいのではないかとみられる。
		商店街(常務理事)	・所得の改善や定額減税はあるものの、それ以上の物価高騰があり、消費者は先行きの生活が不安でしかないとみられる。何とかインバウンドの消費をもっと取り込めないかと各店舗が模索している。
		商店街(代表者)	・円安がどこまで続くかによって、金融政策を上げざるを得ない状況になれば、中小零細企業は非常に厳しくなるとみられる。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・開店、開設、就任などの祝い商品の予約が入ってきている。個人向けの商品は単価が伸びないため良くなるのは難しいとみられる。
		百貨店(マネージャー)	・物価高、円安など先行きが不透明であるため、将来的に良くなるかは現時点では判断できない。
		スーパー(店長)	・定額減税や電気・ガスの補助金再開などプラスに振れる要因はあるが、消費の回復までには至らないと感じる。
		スーパー(店長)	・現状を変更する要因が見当たらないため、今の傾向が今後しばらく続くとみられる。
		スーパー(企画担当)	・単価上昇はまだまだ続いているため、買上点数の伸びもなくなり、売上の伸びもなくなるとみられる。
		スーパー(企画担当)	・インバウンド等の需要増加の報道はあるが、小売業周辺では大きく影響を及ぼしていない。今後の天候・気候変動に注視しながら、トレンドには注意していきたい。
		コンビニ(店長)	・今月から始まる定額減税の効果があることを期待しているが、電気料金の値上げもあるため、これ以上の景気の悪化は避けたいと願うばかりである。
		コンビニ(総務)	・地方ほど物価上昇に実質賃金が追い付いていない。消費者は常に安く価値がある商品を探して店舗を選んで購入している。
		コンビニ(商品担当)	・人流はあるが、地方にまでインバウンドの恩恵がない。円安の悪影響を感じるが、円安の好影響は新幹線が通っていない地方までは届いていない。
		衣料品専門店(経営者)	・これから夏に向けて、また電気料金などが高騰することも鑑みれば、地元で商売しているものとして景気が良くなるとは到底思えない。
	衣料品専門店(営業責任者)	・物価が上がり続けているなかで、消費意欲の向上はまだまだ期待できない。	
	乗用車販売業(営業担当)	・受注・出荷停止が解消される予定がない。	
	乗用車販売店(従業員)	・メーカーからの納車はますますだが、人気車種の長納期化が解消されておらず、販売できる車種が制限される。	
	乗用車販売店(役員)	・円安の影響もあり、物価高は当面続くとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・円安傾向や実質賃金の伸び悩みが続き、将来見通しの不透明感が続くなか、今夏の酷暑予想による家計の光熱費負担の増加も見込まれ、消費者マインドは低迷した状態が続くものと予想している。
		観光型旅館（経営者）	・オーバーツーリズムを回避しながら好調を維持するため、地域全体として現状維持を長く続けることに注力している。
		都市型ホテル（経営者）	・政府の施策が有効に働くものだとしても今後の見通しが立ちづらく、今の状況は変わらないものとみられる。
		通信会社（営業担当）	・来客数は徐々に増えてきているが、ランニングコスト等を低く抑えたい客が多く、景気が回復している感覚は少ない。
		通信会社（支店長）	・来客数、販売数等の厳しい状況はほぼ変わっておらず、良くなる材料が見当たらない。
		観光遊園地（主幹）	・インバウンドを含めた来場者が同水準で推移している。
		美容室（経営者）	・景気は悪くても、髪の毛は伸びるし美容室には行くしかないというような話もよく出る。
		百貨店（販売促進）	・長引く円安と物価上昇により、景気の停滞が続く。
		スーパー（統括担当）	・来客数減少、客単価上昇という傾向は変わらず、今後も消費が引き締まっていくとみられる。
		スーパー（財務担当）	・物価上昇が続き、消費者の生活は厳しくなっていく。
		コンビニ（店長）	・物価上昇と来客数減少が続くとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・実質賃金がマイナスであり、高額品の買い控えがみられる。
		旅行代理店（部長）	・物価高騰による消費の減速感がみられる。
		タクシー運転手	・8～9月は例年、客の動きが少なくなる月であり、6月に夏のボーナスが支給され、7月は6月より少し良くなるのが毎年の恒例である。タクシー台数も増えておらず、仕事に出ると最低限の客としか遭遇できず、売上もそれに比例している。
		競艇場（マネージャー）	・物価上昇に、賃金がまだまだ追いついていないというニュースがちまたで流れており、風評もあいまって遊興に回せる余裕資金が少し減少するとみられる。
		美容室（経営者）	・7月、8月は毎年暑くなり髪を切る客が増えるため安定した売上が見込めるが、9月は毎年売上が下がるため9月の企画次第だとみている。
		設計事務所（所長）	・事業を始めたい顧客が融資を申し込んだところ、プラス金利の影響により、融資額が制限され、事業を諦めた事例がある。
	×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・前年の同時期の売上と今期を比較すると減少傾向にあり、夏は、売上が2～3割減少すると見込んでいる。今年度の後期予想は期待できる水準には到達しないと考えており、何が原因か調査中である。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・お中元シーズンであるが商品の動きがなく、物価高や光熱費の上昇でますます生活がしづらくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏になれば、少し客足も伸びるだろうが、客単価が高い焼き肉店に足を運んでもらえるとは考えられない。客単価の低い回転すしやラーメン店等に流れる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）	・経営者の危機感が強まり、業況改善のスピードアップを図る企業が増えている。
		繊維工業（経営者）	・現在の円安が日本全体に及ぼす負の影響は大きいですが、ここしばらくはインバウンド需要が続き、当社にとっては状況は悪くならないとみられる。また、芸能イベントや宿泊施設からの発注は新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるが、それらの大型受注は安価な輸入品に流れており、それらの受注がメインの企業は厳しい状況が続くとみられる。
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注速報では前年比アップしている。第2クォーターに向けてもう少し回復を期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーやバイオマス関係が徐々に消費者に理解されてきており、景気は着実に良くなるとみられる。
		通信業（企画・売上管理）	・パリオリンピックで選手の活躍を応援する企業のキャンペーンに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		農林水産業（職員）	・物価高の影響は消費者の購買行動に反映されており、スーパーでは購入点数の減少や売価によって買うか買わないかが決まる傾向にある。家計の収支が改善されない限り、抜本的な解決にはつながらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・原材料や燃料などの高騰のため原価が上がっているが、値上げができず利益が少ない。今後値上げをしなければ、利益を出すのは難しい。値上げをすると卸売や小売から取引を打ち切られる可能性もあるため、大きく値上げができず、原料などの高騰をどうにかしてほしい。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行きの不透明感に加え、地政学的リスクの高まり、物価上昇・人件費高騰を始めたコスト増加等もあり、世界経済の下振れが懸念される。
		電気機械器具製造業（経理）	・減税や燃料費補助はあるが限定的で一過性のものであり、物価高・円安基調の傾向は継続しており、景気回復の兆しがみられない。
		輸送業（経営者）	・人口減少の影響を目の当たりに感じている。
		通信会社（総務担当）	・ボランティア等へ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おおむねみられなくなったと感じること、気候も温暖になっていることから、イベント参加者数の増加傾向が続くと想定していたが、直近では変動が小さくなっているとみられる。
		広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連やホテル・旅行等の観光関連の受注は増えているが、小売・流通業等は広告費削減傾向が続いており、全体としては変わらない見込みである。
		税理士事務所	・景気が好転する条件が何も発生していない印象である。
		食料品製造業（経営者）	・為替による輸入原材料価格の高騰、エネルギー費・物流費の高騰の影響が大きく、コスト増加が見込まれるが価格に転嫁すると受注量も減少するため、価格転嫁ができず利益が圧迫されると推測している。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注高・受注残共に減少しており、生産・販売量も低下すると予想される。
		建設業（経営者）	・為替の動きと政治の不安定化がみられる。
		建設業（経営者）	・いろいろ営業はかけているが、良い反応が少ない。
		金融業（副支店長）	・円安の進行等による原材料価格の上昇に対する価格転嫁が難しくなるのではないかと考えられる上、金利引上げとなれば景気が悪い方向に向かうと考える。
	x	-	-
雇用 関連 (四国)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（役員）	・これから夏休みに向けて各方面でイベントが開催され、消費者ニーズが高まってくる。一方労働者不足ははまだ解消されず、十分な運営体制が満たされていない事業所は、事業縮小などいろいろな対策が必要となる。労働者の賃金のベースアップなどの企業努力が求められる状況である。
		人材派遣会社（総務部長）	・人材ビジネス業界ではやはりスタッフ不足であり、求職者数が増えない限り良くなる傾向ではないとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期までは正社員の募集が減り、代わりに夏休みの短期アルバイトの募集が増加すると予想される。
		職業安定所（求人開発）	・管内の主要事業所からは、価格転嫁で心配していた需要の低下もさほどみられず、売上も好調という声を聞く一方、前月同様、円安や賃上げによる人件費増加、電気代高騰など、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り、一進一退の状況がしばらく続く。
		民間職業紹介機関（所長）	・各企業の求人活動に大きな変化はみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・若年者に対する人手不足感は引き続き強いとみられる。
		求人情報誌（営業）	・原材料・経費の高騰で苦境が続いている中小企業では、人材の確保に引き続き苦戦する見込みである。採用募集に対して応募・反応がなく、人手不足ではあるが経費が上がり新たに人を採用できない状況が続いていくと考えられる。

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
	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)		家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えているため、売上は良くなっていく。
		タクシー（統括者）	・ライドシェア報道により、タクシー業界の認知度が広がっている。その結果、業界経験がある20代の採用者が増加している。このまま認知度が進めば採用が増加するため、増収につながると考えている。
		テーマパーク職員	・2～3か月先は繁忙期であるため、例年より多くの来館者を期待できる。
		百貨店（企画担当）	・円安が続き、前年よりも中国からの来客数が増加すると予想している。
		百貨店（リーダー）	・お中元や初盆の返礼品の需要が高まるため、景気は良くなると予想している。
		スーパー（総務担当）	・政府による円安対策や光熱費補助制度等が確実に実施され、また、パリオリンピックで日本が活躍すれば消費マインドがプラスに働き、景気もやや良くなっていくことが期待される。
		コンビニ（経営者）	・例年、7～8月は繁忙期であるため、このままで推移すれば景気は良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・パリオリンピック観戦で巣籠り需要の増加に期待しているが、生活インフラの値上げと定額減税の影響がどう寄与するか注視が必要である。
		コンビニ（店長）	・定額減税の効果は大きい。
		家電量販店（店長）	・現状では単価が上がらず苦戦しているが、来月から多少は定額減税の効果が表れるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・9月に決算があるため、景気が若干良くなる。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・夏場のコーヒー需要及びお中元シーズンを控えており、今後の売上予想としては3か月前よりは当然、上がっていく。今のところ前年と比較ができないが、今後2～3か月は確実に売上が増加する。
		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）	・当ショッピングセンターでは1年間続いた450坪の空床に5月下旬から有名企業が開業しており、シネコン上映の影響で減収となっている分を徐々に補っている状況である。この2か月はシネコンで大きく左右されているが、前年のヒット映画も落ち着いてきたタイミングでもあり、物価高騰や天候不順の心配はありながらも、やや全体の売上や集客が良化するとみている。
		一般レストラン（スタッフ）	・国内消費は少しずつ伸びているが、大きく景気が良くなるにはインバウンドの伸びが必要である。
		観光型ホテル（専務）	・梅雨が明けると夏休みから秋のシーズンに向かうため、旅行者が増加すると予想される。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ引き下げられて以降、順調に回復していたが、新年度に入り横ばいから若干減少している。地元宴会の急増で全体では売上増加を見込んでいる。夏や秋の地区イベントの利用増加にも期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先、夏休みによる国内旅行の増加や海外からの長期ステイのための予約も多く見受けられる。
	旅行代理店（統括者）	・当市周辺地域のマーケットの成長やインバウンドの拡大基調があり、景気はやや良くなっていく。	
	通信会社（企画担当）	・ここ数か月で引き合いが増加しており、この流れはしばらく続く見込みである。	
	観光名所（従業員）	・夏休み等の大型連休に入り、来客数が増える見込みがあるため、景気はやや良くなる。	
	理容室（経営者）	・梅雨入りし、雨天は足元が悪くなるため、特に高齢の客は来店を控えている。梅雨が明けると夏になり気温が高くなるため、動きが若干良くなると予想している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・政治が不安定なことや円安、世情不安定等による影響で、物価が高くなっている。取扱商品に価格転嫁ができればよいが多くは難しく、思うようには景気が良くならないが、少しずつ上向いている。
		住宅販売会社（従業員）	・建築条件付宅地の販売の伸びと土地仕入れの回転が良く なっている。今後も土地を保有していない客へのニーズに応えることで、注文数も伸びると考えている。
		商店街（代表者）	・給料が上がリ財布のひもが緩んでいたが、物価上昇が止まらず、実質的に賃金が下がっている状況を皆が認識し始めていることから、景気が良くなる傾向はない。経費の増加は続き、今後の景気は現状維持か、むしろ悪化すると予想している。
		商店街（代表者）	・商店街の店舗では苦戦しており、郊外の大型店に消費者は流れている。若いファミリーも街ではなく、郊外店に行く傾向がある。そのため、商店街の売上は伸びていない。
		商店街（代表者）	・今月は商店街の近くのスポーツセンターで世界大会があり、繁華街や飲食店などは若干潤っているのではないかと考えている。この大会が終わったため、今後の見通しはまだ不透明である。
		商店街（代表者）	・今後も悪い景気が続くと感じている。
		商店街（代表者）	・ますます景気が冷え込み、消費者の買い控えが目立つ。しばらくはこの状態が続く。
		商店街（代表者）	・今は景気状況が劇的に良くなることが考えられないため、現状が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・好転するきっかけが必要であるが、現在何も対処できない状況である。年金暮らしの客が対象の店は厳しい運営をしていると想定している。物価が上昇し、高級魚は売行きが悪いため、7月の丑の日で回復を期待している。マナガツオを仕入れたが、売れ残りの処理方法を考えながら販売している。
		百貨店（企画担当）	・実質消費支出が前年ベースで減少しており、消費環境は大きく変わらないと予測している。インバウンドのプラス要素もなく、前年売上の維持で精一杯である。
		百貨店（経理担当）	・物価高の影響もあり、引き続きメインの衣料品は苦戦が続くが、食品催事等においては来客数に期待ができ、飲食店を含め順調に推移すると予想される。また、インバウンド需要がやや回復傾向にある。
		百貨店（営業担当）	・お中元商戦が本格化し、クリアランスセール開始や全店催事・クレジット催事開催で来店が見込み、贈答品やし好性の高いブランド品に加え化粧品やリビング用品の自家需要が見込める。また、県下のサテライト店の需要も回復している。観光振興でクルーズ船寄港の増加や国際港便の復活、国内旅行も活発で街には国内外の観光客でにぎわっており、特産品や土産、自家需要品、し好性の高いブランド品、舶来雑貨などの需要でクレジット決済の増加が見込める。
		百貨店（業務担当）	・定額減税により控除額が差し引かれるため、金が入る実感を持ってない客が少なくない。今後は物価高などで、節約している客の買物は慎重になることが予想される。
		百貨店（経営企画担当）	・お中元ギフトを含む食料品や衣料品関係の売上は前年を割り込んでおり、物価高の影響がみられる。良い商品は厳選して購入するが、支出を抑えようとする傾向はしばらく継続すると考えられる。
		スーパー（店長）	・6月より定額減税がスタートするものの、世論調査からは余り恩恵を感じていると思えず、収入増加がそのまま消費にはつながりにくいと考える。また、電気代補助も6月から打ち切りになり、景気自体に変化はないと判断する。
		スーパー（経理担当）	・他の地区では景気の底から回復に向かっているが、当地区においては来客数減少が続いており、まだ底がみえない。
		コンビニ（経営者）	・流通業全般およびインバウンド需要は、店舗立地や品ぞろえ次第で売上が左右される。
		コンビニ（経営者）	・物価高が一段と見受けられ、購買客数が減少すると予想される。先行きは、厳しい状況が続くのではないかと考えられる。
		衣料品専門店（店長）	・客が外出気分になり売上が伸びるよう、早い梅雨明けを望んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（取締役）	・9月は、パリオリンピックや選挙などで先行きが読めない状況である。良くなることはないため、引き続き企業努力で対応していくことを考えている。
		家電量販店（店長）	・前年を超える国や自治体の景気対策がない限り、上向く状況にはならない。
		乗用車販売店（役員）	・度重なる不正問題に端を発する生産車種の出荷停止や新型車の発売延期などの影響がどこまで続くのか不透明であるため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
		乗用車販売店（役員）	・メーカー各社の相次ぐ認証不正問題による生産停止が今後の登録や納車といった販売に影響すると考えられる。
		乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産がなかなか安定しないため、受注残も解消しないまま積み残している。販売店にとっては無駄な労力とコスト発生が続いているため、早く生産を正常に戻してもらいたい。
		住関連専門店（経営者）	・月末に円安が一段と進み、輸入関連は今後も値上げが続く見通しであるため、仕入価格の上昇が予想される。インバウンド関連は好景気が続いている一方、置き家具業界の景気回復はまだ難しい状況である。
		住関連専門店（従業員）	・今年は梅雨冷えが続き、本来動くべき夏物商材の動きが芳しくないため、今後2～3か月の景気は今月と変わらないと考えている。特に、梅雨の影響で消費者の購買意欲が低下しており、夏物商材の販売に悪影響を及ぼしている。この状況が続くと予想されるため、今後の景気に大きな変化は期待できない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・国内客が戻らなければ、今後の売上は伸長していかない。
		観光型ホテル（管理）	・販売単価は上昇傾向にあるが、材料費や経費が高騰しており、景気の先行きは不透明である。
		都市型ホテル（販売担当）	・婚礼の伸びは全くなく、変わらない。
		旅行代理店（職員）	・予約はリードタイムのピークが出発時期の約1か月前から2か月前に当たるため、夏から秋の旅行の動きは、引き続き活発になると想定している。
		旅行代理店（統括者）	・物価上昇を上回る賃金上昇がないことや円安の継続等の理由により、レジャー等に対する家計の支出が増加することはない。
		タクシー運転手	・定額減税の効果がはっきりせず、現状維持が続くと考えられる。
		タクシー運転手	・生活改善のため国の施策が行われているが、現状では生活に活かされていないため景気は変わらない。
		通信会社（社員）	・特に業界自体のトピックスがない。
		通信会社（企画担当）	・光回線の販売では、既に開局済みの地域を深掘りしていく地道な営業方法に戻るため、大幅な販売件数の増加はなかなか期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・円安によるインバウンドは見込めないが、地元客が中心の予約状態が続く。
		ゴルフ場（営業）	・今年も猛暑が予想され、平日の予約の伸びが余りない。
		競馬場（職員）	・今後の景気動向を左右する経済現象が見当たらないため、現況と変わりはない。
		美容室（経営者）	・業界では夏は横ばいが続く。夏休みやお盆で需要が増加してくると予想されるが、横ばいが続いており、このところ季節に左右されなくなっている。新製品や業界での対策がない限り景気回復は望めない。
		美容室（店長）	・景気が良くなる話題がないため、景気は変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・前年度よりも顧客が戻っているため、単価下落を補うことができる可能性は出てきている。一方で、雇用環境は悪化しており、対応する人材確保がより深刻になっている。
		設計事務所（所長）	・現状が3か月先まで続き、その結果は3か月先に出るため、景気に変化はない。

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
		商店街（代表者）	・定額減税の効果も余り期待できず、実質賃金が低下し物価高に追い付けないようでは景気の上向きは期待できない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・数年前までは、夏場の贈答品で多数の注文を受けていたが、新型コロナウイルス感染症の発生以降、注文は減り売上も徐々に減少しているため、今後も期待できない。
		百貨店（企画担当）	・現状から予測すると好転する材料が特に見受けられず、加えて、高温が続いたり、ゲリラ豪雨などの天候要因により来客数に影響が表れると考えられる。
		百貨店（営業企画担当）	・生活防衛意識の継続と猛暑や残暑などの天候により、秋物の販売機会が減少すると想定される。
		スーパー（店長）	・物価上昇が続いているが、所得の上昇が見込めないことから、今後も可処分所得が落ち続け、景況感は一層悪化する。
		スーパー（店員）	・給料の上昇が余りないのか、単価の低いプライベートブランド商品がナショナルブランド商品より売れている。また、まとめ買いにより家計の支出を抑える動きが活発で、しばらくはこの状況が続くと考えられる。
		スーパー（企画担当）	・前年はプレミアム付商品券の発行などにより消費喚起につながっていたが、今年は客の消費を促すような施策はなく、プラス要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・実質賃金の低下が消費行動に表れる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・天候にもよるが、早い梅雨明けであれば前年並みの売上があると予想される。雨が続けば前年を割ると考えられる。郊外店舗であるため、インバウンド効果は余り影響されない。
		家電量販店（店員）	・定額減税の効果が表れ、減税分が貯蓄に回らないよう国が取り組めば景気は少し回復する。
		高級レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約は入っていない。現状の景況感からでは景気回復は考えられず、先行き不透明のため景気は悪くなると予想しており、危惧している。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる政策がないため、危惧している。
		スナック（経営者）	・4～5月は仕入商品が値上がりし、店のメニューも値上げせざるを得ない状況である。その分の単価が上がっているため、今月の売上は前月をやや下回っており、来客数が減少している。物価が給与の上昇以上に上がっているため、消費は落ち込むことが予想される。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価高は今後も続いていくと考えられる。電気代上昇や金利上昇の支出が大きいため、所得が増えていない現状では、個人景気が悪化していくと考えられる。
		観光型ホテル（営業）	・行動制限が解除された反動からの来客数増加が落ち着いている。物価高により、出張や職員旅行等の予算が追い付いておらず、多くの人が現状の価格が適正だと考えるにはしばらく時間が掛かる。
		通信会社（役員）	・円安が続き、身の回りの物価も徐々に上がっており、なかなか好転する兆しがみえない。
		ゴルフ場（従業員）	・天候の影響により、来場者数や客単価が下降傾向にある。
		美容室（経営者）	・客は物価高騰で美容にかかる余裕がなく、キャンペーンをしてもそれ以上のサービスを求められ、経営が大変になっている。国や自治体で対策を考えてほしい。
		設計事務所（所長）	・材料や製品、人件費の上昇傾向は変わらないと予想される。また、生活必需品の価格上昇により、可処分所得の減少傾向はまだ続くと考えられる。
		設計事務所（代表）	・物価高が続くため、景気は悪い。
		住宅販売会社（代表）	・物価高や給料が上がらないことが要因で、集客が落ちている。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・県産物の野菜が少なくなり、県外からの野菜が中心となるため単価が高くなっている。加えて、気温も高くなる予報で販売が厳しくなっていく。また、ギフト商戦に入るが、相場が高くなっていく予想であるため、マンゴー以外の果物も販売しづらくなる。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店は切り花や花束、フラワーアレンジなどギフトがメインであるため、夏の猛暑で花を選択するには厳しいと考えられる。当店は海外企業からの影響で売上が増加することはまだないが、夏をどうにか乗り越え、花が選ばれる季節に期待をしている。

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
	x	住宅販売会社（従業員）	・実際の生活水準では苦労している人が多く、より貧富の格差が広がっている。良い部分だけが景気の指標となり状況が良くなっているように見える。しかし、今後を見据えた景気対策はまだ実施されておらず、また、具体的な円安対策や輸入品の物価を抑える対策もないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		食料品製造業（経営者）	・価格転嫁のための準備をしている。9月から価格改定を行うことになり、順調に営業ができる状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの要望で各協力工場では、それなりの体制が整っている。そのため、今年の年末商品やクリスマス商品の輸出が伸びると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置関連で、客の声もあり今後の発注量の増加が見込まれる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・人と業務スペースがあれば仕事はできると考えており、補助金は不採用となっているが、工場の増設に着手している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先の生産ライン拡充等により、増産体制に向かっているため、景気は上向きになる。
		建設業（従業員）	・公共工事の大型物件が控えており、受注できるように準備を行っていきたい。また、最近まとまった金額で受注することができており、今の状況を維持していきたい。
		建設業（社員）	・通常、一般競争や指名競争は第2、第3四半期までに発注がある。景気は良くなってほしいが、現在の手持ち工事等の材料費や、人手不足による人件費が高騰することを危惧している。そのため、設計変更等は速やかな対応を望んでいる。
		金融業（営業）	・ベースアップによる消費行動の上昇が見込まれる。特に夏休みを迎え、観光、レクリエーション関連の産業や小売業などが期待できる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数が若干増えつつある。
		農林水産業（経営者）	・早い梅雨明けとなりそうであるが、夏場のビール関連商材が期待できると予想している。心配していた段階調整のための空舎延長事業も大きな問題はなく、当面大きな懸念材料はない。長期的には、2024年問題や技能実施制度の変更など課題が多いが、今後は知恵を出しながら乗り切っていきたい。
		繊維工業（営業担当）	・賃金の上昇次第で負担が大きくなり、厳しくなっていく。仕事も利益も蓄えが必要になってくる。1年ごとの昇給は苦しく、ようやく対応できる状況である。
		家具製造業（従業員）	・この業界では市場が秋口まで鈍化傾向にあり、苦戦が予想される。また、為替の影響もあり、利益確保が一層難しい状況が続く。
		化学工業（総務担当）	・現状の損益は余り良い状況とはいえず、当面この状態が続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注関係でも取引先の値上げが難しくなっている。商社から厳しい案件が出ており、商品の価格を値上げするには現状では難しいとの意向である。そのため、今後の動向が厳しい状態である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月先は在庫調整が続き、10月以降の受注は増加傾向になると考えられる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点では認証不正問題等の影響を受ける車種はないため、当初の計画に対して増減もなく横ばいである。
		輸送業（従業員）	・コロナ禍で海上運賃の高止まりがあり、一時期には新型コロナウイルス感染症が落ち着き安定していたが再び高騰しつつある。輸出に影響が出始めており、今後は輸入にも影響が出る可能性がある。
		通信業（職員）	・電気工事は良い受注状況であるが、情報通信工事に関しては今年度も部門として年度目標額に対し厳しい状況が続いている。特に入札・プロポーザル案件の競争が厳しくなっている。
		通信業（経理担当）	・前年度終盤からの好調な流れが継続しており、現状において今後の見通しに変更はない。
		通信業（統括者）	・企業のデジタル化やデジタルトランスフォーメーション化でニーズは高まっているものの、具体的な対策や投資まで実行していく局面にはないようである。

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
		金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が比較的堅調で、公共投資も高水準で推移している。一方、住宅や家電に加え自動車の売上は弱含んでいる。諸資材の値上がりや人手不足もあり、一部には先行きをやや慎重にみる企業が見られる。
		金融業（調査担当）	・多くの業種で人手不足が深刻化しており、製品やサービスへの需要があるにもかかわらず供給体制が追い付かない状況が見られる。物価高の解消にも少し時間が掛かることが予想され、当県の景気は現状の推移が続くと考えられる。
		金融業（調査担当）	・貸出金利が上昇する可能性があり、これが企業の設備投資意欲の足かせとなり景気は変わらないと予想する。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、景気は変わらない。
		広告代理店（従業員）	・円安は依然として続いており、また、世界情勢はウクライナ侵攻やガザ侵攻も長期化しているため、先行きは見通せない。景気全体としては今後3か月先も余り変わらない。
		広告代理店（役員）	・身の回りの景気は不透明な状況であり、現状は横ばいの推移としか考えられない。
		経営コンサルタント（社員）	・新規開拓の意欲が活発ではなく、受け身の営業になりやすくなっている。この状況を改善するため、対策を取らなければいけないと考えている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの情報により、景気は変わらない。
		輸送業（総務担当）	・円安が進み、ますます物価高騰に拍車がかかると予想される。2024年問題による影響も徐々に増加しており、景気に水を差している。賃金を上げる政策を実施しなければ消費は抑えられる方向に動き、物量も減少する。また、最低賃金を上げると扶養の範囲内で働く人は制限されるため、労働力が確保できず企業活動が制限される。難しいかじ取りが要求される。
		金融業（営業担当）	・保証協会の伴走支援特別保証制度が6月末で終了することもあり、今後も物価上昇が続けば、事業継続や借入金返済が困難な事業者が増加する見通しで、やや景気は悪くなる。
		不動産業（経営者）	・周りの同業他社の販売状況等は余り芳しくない。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの今後の調査や計画策定の業務は少ないことが見込まれるため、低価格競争で入札に応じる業者が出てくる。そのため、受注する機会が減少し、景気がやや悪くなる可能性がある。
		x	経営コンサルタント（社員）
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・求人数も増加傾向にあるが、派遣料金の交渉が成立するケースが高まっており、求職者への積極的な時間給上昇が図れている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2023年度の実質賃金が2022年度と比較して2.2%減少している。現金給与の総額は増えたものの物価上昇に追い付かない状況が続いており、実質賃金は2年連続でマイナスとなっている。九州では、大手半導体企業の進出による九州全体や近隣都市への経済波及効果が期待される一方、働き手の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）	・求人数や求職者の動きが若干落ち着く時期である。10月からの料金改定へ向けて交渉する時期であるため、スタッフの給与が上昇すれば売上にもつながり、先行きは良い状況になる。
		人材派遣会社（社員）	・秋の婚礼受注数も伸びておらず、大きな動きがない状況である。
		人材派遣会社（社員）	・商店街で話を聞くと、インバウンド効果で飲食店などは大変なにぎわいをみせているが小売店などは大型ショッピングモールなどへ観光客が流れており、売上は伸びていない状況である。業界やエリアにより、景気状態が分かれている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みになるため夏需要が伸びることを期待するが、人手不足もあり積極的に採用する動きは見られない。

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
		新聞社〔求人広告〕 (社員)	・夏休みシーズンに景気上昇の要因はあると考えるが、物価上昇による購買行動の鈍さが懸念されるため、景気が横ばいを維持することを願っている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・天候にもよるが、暑くなればそれなりのサービスや消費が予想され、ボーナスや夏休みがあるため、インバウンドを含めた観光需要が増加していく。一方、生活必需品を含めた値上がりが多くなるため、景気は余り変わらない。
		職業安定所(職員)	・管内の事業所では仕事量など状況に変化はなく、景気上昇の要因が特にみられないことから、今後の景気は横ばいが予想される。
		職業安定所(職員)	・物価上昇の影響が続くと考えられるため、景気は現在と変わらない。
		民間職業紹介機関(職員)	・新卒学生の採用で考えると、どの業界でも慢性的に人手が不足している。そのため、リーマンショックほどの景気減退がない限り、この状態は続くと考え。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・今後2～3か月で変化する要素が見当たらない。
		-	-
	x	-	-

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)		家電量販店(営業担当)	・2～3か月程度、おきなわ省エネ家電買換応援キャンペーンの効果があると予想している。
		商店街(代表者)	・飲食関連は僅かだが、店によっては客も入るようになってきているが、その他はまだまだ厳しい状況にあるとみている。店の方にも頑張ってもらい、少しでも良くなることを期待している。
		百貨店(経営担当)	・夏休み期間の家族連れによる来店増加や旧盆需要の増加が見込まれている。
		スーパー(企画担当)	・2～3か月先は、旧盆、夏休み明けであり、今月は梅雨時期だったこともあるため、景気はやや良くなるとみられる。
		コンビニ(経営者)	・観光客が増えている。また、夏場は近隣の祭りやイベントが多くなる。
		衣料品専門店(経営者)	・これからは夏休みにも入るため、景気は良くなってくるとみられる。
		その他専門店〔陶器〕(製造)	・観光客が増加するとみている。
		一般レストラン(代表者)	・梅雨明けしたことと、観光客の増加に期待している。
		旅行代理店(マネージャー)	・企業消費は確実に増加している。ただ物価高もあり個人消費はまだまだ先行き不透明である。
		通信会社(営業担当)	・9月は新商品の発売が予想されているので市場も活発になると期待している。現在落ち着いてしまっている状況も新商品を待つ買い控えとも考えられる。
		その他サービス〔レンタカー〕(営業)	・梅雨明け後、国内からの受注が伸長している。インバウンド需要は引き続き好調に推移している。
		一般小売店〔酒〕(店長)	・政府の具体的案がなく、定額減税だけでは国民は潤わない。
		コンビニ(店長)	・来客数の動きをみていると、確実に良くなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前に戻った現在から、更に良くなる要因が今のところみえない。
	コンビニ(副店長)	・3か月後は賃金改定時期となり、中央最低賃金審議会が始まる。賃金上昇は良いが、基礎控除や社会保障の見直しのセットで世帯収入が増え、国民負担率が下降しない限り、物価高騰し続ける社会での消費喚起は厳しいとみられる。	
	コンビニ(経営企画担当)	・電気、ガスの補助が8月から再開されることに期待したいが、物価が高く、消費意欲を上げることは難しい。沖縄では梅雨明けした6月下旬から電気代が上がっていくため、生活防衛の意識がますます高まるものとみられる。ただし、猛暑となる予報から夏物商材の需要は拡大するとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・今月は前半から中旬にかけて、梅雨の時期もあるということで、客足が悪い日が多かったが、梅雨が明けて少し持ち直したとみている。少しずつではあるが、景気は良い兆しがみえてきているが、もう少し様子を観察する必要がある。
		乗用車販売店（経理担当）	・受注が若干落ち込む傾向があり、今後に注意する。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊予約はこれから夏を迎え、夏休みなどもあり予約は少しずつ増えている。前年同期よりは増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前の90%程度である。飲食宴会に関しては、元々夏の時期は落ちる傾向があり増えていない。様々な経費が上がっているが、それをカバーするまでの売上にならないとみている。
		住宅販売会社（役員）	・住宅金利の先高観や建築費の上昇がどうなるか注視している。
		その他飲食店〔バー〕（経営者）	・観光客の増加で多少良くなる傾向もあるようだが、全体的には物価高の影響などで悪くなる要因が多いようである。特に我々飲食業は物価高や人件費の高騰の影響を強く受けるため、多少のことでは良くなるとは考えられない。
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの6月の販売室数が前年同月比33%増加なのに対し、6月末時点での9月の予約室数は前年同月比1%増加と、プラス幅が小さくなっている。
		住宅販売会社（取締役）	・物価高、地価の高騰などでマイホーム需要が減少しており、厳しい状況が続いている。
		x	-
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業（役員）	・梅雨も明けこれからがお盆に向けて食品関連の売上増加が見込める。
		窯業土石業（取締役）	・夏場以降、公共工事案件の増加が見込まれるが、開始時期の遅れ等々あり、施工予定の管理に苦慮している。
		輸送業（経営企画室）	・円安の影響がどこまで影響するか状況を注視する必要がある。
		広告代理店（営業担当）	・人材不足や物価高騰の経営課題が続くなか、県内企業の販売促進投資が増大する見込みが立たない。
		会計事務所（所長）	・為替が円安傾向で推移するとみられ物価上昇への不安感が強まり消費性向が弱いままである。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		求人情報誌製作会社（営業）	・夏場は横ばいの求人数と考えているが、例年の求人数動向であれば9～10月は今よりも増加する見込みである。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・定額減税などの一時的な措置により少し消費も増加するかもしれないとみている。
		人材派遣会社（総務担当）	・求人広告の閲覧件数は増加しているが、求職者の応募には至らない。
		職業安定所（職員）	・求人を受付する場面で、企業から今後の景気について明るくなるような声が届いていない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数は減少していくが、2026年卒向けのインターンシップの案内がこれから増加していくため、状況としては変わらないものとみられる。
	x	-	-