

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）	・円安が落ち着き円高に向かっている様子もみられるため、多少は物価高も落ち着いて良い状況に向かう。
	◎	美顔美容室（経営者）	・8月から年末まで新たなキャンペーンセールを実施する。
	○	商店街（代表者）	・周囲の話を見ると、若干ではあるが所得の増加傾向がみられる。広く浸透するまではまだ時間が掛かりそうだが、少しずつ消費活動も活発になることを期待する。
	○	一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・猛暑が終わり秋に向かえば、少し良くなると期待する。
	○	百貨店（販売促進担当）	・今後もインバウンドの後押しや定額減税の効果により、消費行動がより活発になると予想する。
	○	スーパー（経営者）	・秋になり気候が良くなることで、来客数の増加に期待する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温が高い日が多くなる予報が出ており、冷たい商材を求めて来客数が増える見込みである。外出の機会も多くなりそうで、観光地や商業地を中心に来客数の増加を期待する。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・先行きには不透明感があるものの、トレンドピークの夏季シーズンに良好な天候が続けば、それだけで売上と利益を押し上げる。今シーズンは例年並みの梅雨明けで、好天が続く予報なので、先行きは良好と判断する。
	○	家電量販店（店員）	・たとえ価格が高くても、なるべく良い商品が欲しいという客が増えている。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・8月以降も例年より気温が高い予報なので、エアコンが売れると予想する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今年の賃上げが反映された給与になり、定額減税も始まったので手取金額が確実に増えている。その分消費意欲が高まると期待する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・アクセス件数は落ちていないため、客は様子見のようである。足元の感触は余り良くないが、アクセス数だけ見れば期待が持てる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕 （経理担当）	・定額減税の特需もあり比較的来客数が底堅く推移しているため、楽観はできないがまずまずの売上への寄与が見込まれる。
	○	旅行代理店（経営者）	・パリオリンピックが終われば旅行需要が増えると予想する。ちょうど秋口のシーズンに当たるため、良くなると判断した。
	○	旅行代理店（経営者）	・特に不安材料がなく、金利も上がるようなので、経済情勢は少し良くなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・秋の団体旅行について、これから計画を始める小グループの動きがある。
	○	タクシー運転手	・プロ野球やコンサート等イベントの開催がある。インバウンドの利用も見込める。
	○	テーマパーク（職員）	・会社からの旅行の問合せが増えてきている。
	○	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、前年同日比では余り良くないが、今月の入場者数が悪天候によると考えれば、これから先の9月、10月は入場者がもっと増え、やや良くなると予測する。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕 （職員）	・当社の周年記念を迎えるに当たり、企画イベント等でマスコミ露出が増える見込みである。
□	商店街（代表者）	・商品単価の上昇と猛暑のエアコン需要で足元はまずまずだが、夏が過ぎるとまた元に戻りそうである。特にテレビ等の映像関連商品の売行きが鈍い。	
□	商店街（代表者）	・今年のお盆休みは旅行をする人が前年よりも減っているという話を聞いた。いろいろな物が値上がりするなかで財布のひもを固くしなければならず、以前のような消費はできない状況である。	
□	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・コロナ禍がある程度収束して、世の中の動きも回復しつつあるところに新型コロナウイルス感染症の再拡大となり、第11波が来てしまった。このような状況では日本人観光客は増えにくい。外国人旅行者があちらこちらを訪れている報道を目にするが、日本人客の動きは最悪である。特にこの夏は、異常気象の影響で旅行をする気持ちがなくなっている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生花] (経営者)	・物価上昇が進んでいる一方で賃金は上がらない。年金生活者も依然として財布のひもが固くなっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [酒類] (経営者)	・行楽シーズンは日常利用の飲食店での消費が控えられる傾向がある。回復する要素が全く見つからない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [贈答品] (経営者)	・個人客の購買意欲が伸びている。法人客はしっかりとした計画の元に消費が行われるため、業績が伸びている会社は消費も増えるが、伸びていない会社は厳しい状況が続く。景気は現状維持で大きな変化はないが、個人客の消費マインドは良い状態のままが続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [果物] (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	・夏に帰省や旅行に出掛けた後は、日常の買物は控える傾向にある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・与党の総裁選挙や米国大統領選挙の影響で円安がどうなっていくかなど不安定な要素が多い。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・インバウンドは引き続き好調だが、暑さによる来店控えは売上にとって厳しい。利上げなど金融政策や今後の株価動向によっては富裕層の高額品需要も動きがどうなるか読みにくい。お盆の帰省や旅行も前年並みかそれ以下という報道もあり、土産需要などへの影響は少なくないと予想する。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (経理担当)	・富裕層の消費は引き続き拡大が見込まれるが、中間所得層は物価高や実質賃金の伸び悩みから生活防衛意識が高まり、非食品部門を中心に消費が縮小する。全体の景気としては、プラスマイナスゼロの状態になる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・現状並みの来客数は維持できる見込みである。富裕層の買上も今のところ堅調に推移している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業企画担当)	・地方景気は回復が遅いため、まだやや良くなると回答できるほどの状態ではない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・猛暑対策商品が好調である。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売担当)	・商品値上げによる駆け込み需要は期待できるが、一過性の動きなのでその後が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・食料品の大幅な値下がりがない限り、買上点数が増えることはないため変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・暑さのため日中の来客数は大きく減るが、夕方になると激増する。1日を通じては変化なしの状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・猛暑の反動で秋以降の仕入れに影響があるかもしれないが、今のところ仕入れ、販売量共に落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (企画担当)	・当地方のインバウンド需要は拡大を維持しており、この状況は当面変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・特に上下する要因がない。物価高ではあるが、価値があると認められた商品と生活必需品は売れる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・良い兆しもみえてはいるが、一般家庭の家計はなお厳しく、消費を抑えて防衛が続くと予想する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・依然としてアルコール類の売上が振るわず、価格が安いドラッグストアやスーパーに客が流れている様子である。節約志向が強くみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・これまで為替は円安方向で動いていたが、少し落ち着きを見せている。インバウンドの動きも、不確定要素はあるもののしばらくは現状維持の見込みである。これ以上の伸びがあるかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・前年と比べ来客数の増減がないため、この先どう転ぶのか、全く予想できない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・異常気象で残暑が続く、秋物商材は手にも取ってもらえない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・注文数が増えた客もいるが減少した客も数多くあり、売上の的にはプラスマイナスゼロの状況である。客単価は上昇しているが、来客数は減少か横ばいである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (売場担当)	・礼服の売行きがかなり良く、この動きがなくなることが怖い。コロナ禍で葬儀が家族葬など簡略化していたが、従来型の葬儀が復活してきたことが大きい。また、最近の猛暑に対して夏用の礼服を買い求める人が増えている。ただし、この傾向は自店のみで、他店からは余り良い話を聞かない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (売場担当)	・賃上げや定額減税、ボーナスの支給等といった個人消費を促す要因はあるものの、物価高を見据えて大部分が貯蓄に回る。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・取り立てて良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・物価上昇は止まったのか、金利はどうなるのかなど不透明感が強く消費者心理にも影響しており、景気の先行きが見えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の生産状況が以前と比べ多少好転しているが、客が希望する車両の納期はまだ随分掛かり、オーダーができない事態も続いている。節約志向が強い現状では車両の不具合などにより購入を迫られない限り、客の購入意欲に大きな伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・お盆休みを迎えて多少は活性化するが、自然災害や急な株の値動きなどによっては、一瞬で大きく悪い方向に傾くかもしれない不安を覚える。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・夏休みを迎え、前年と比べて家族で遠出をする計画がある客が増えている。ただし、暑すぎると外出をちゅうちょするという声も聞く。猛暑が続くと車を使った移動の減少も心配である。エアコンの点検依頼も増えており、駐車中に使う日よけの売上も伸びている。これらの傾向は前年よりも強いが、いずれも一時的なものであるため、全体的には変わらない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新築工事は資材価格や職人の工賃が上昇して様子見が強くなっており、施工現場が減っている。ただし、リフォーム工事や商業施設の改修工事は増えてきており、見積金額もアップしている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・外食業界全体としては新型コロナウイルス感染症発生前を超える勢いがあるが、節約志向は変わらずメリハリをつけた利用により、単価の高い業態は伸び悩む。一方、都心のインバウンド需要は好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・金を使うことを控えている印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客からは、ボーナス等の景気の良い話がなかなか聞こえてこない。連日の暑さも厳しく、また、物価が下がるとも思えない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特段の要因がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・現状維持でいければ良い方である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・世の中の雰囲気が両極端で、何が本当なのか戸惑っているような印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・予約状況から見ると、8月は好調だが9月は厳しい。10月以降は予断を許さない状況である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・為替の大きな変動がなければ、引き続きインバウンド需要の好調を期待できる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・当面の間は好調を維持すると予測する。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊需要は為替動向次第である。一方、仕入コストの上昇に加え、異常な気温上昇で光熱費が大幅に上がると予想する。価格には全く転嫁できず、収益悪化が懸念される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・少子高齢化によって消費は減少する一方で、様々な物価が上昇し、節約志向が強まる傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・為替相場が落ち着き物価が安定してくれば、客足は戻ると予測する。現状の価格でも理解の上旅行に行く客層もあるため、安定した価格で提供できれば、若者の海外旅行離れも緩和すると考える。海外ハネムーン旅行の予算も上がってはきているが、航空券代やホテル代が相当上がっている点に理解が進み、もっと件数が回復してほしい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・客の動きは上向かない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・子供が夏休みになり、親も夏休みやお盆休みがあるため、その時期は極端に出足が悪くなる。その前後では動きがあるとみられ、プラスマイナスゼロで余り変化はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・パリオリンピックや猛暑の効果に加えて電気料金の補助により、家でテレビやインターネットを使う時間は増えるの見込みだが、景気を上向かせるところまではいかない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・世界情勢からみても上向く原因が見当たらない。

□	テーマパーク職員（総務担当）	・当園のような屋外型複合施設にとっては、今夏の気象予報どおりに長期的な猛暑が続くと、来客数の大幅な落ち込みが懸念される。魅力ある催事の実施等により、何とか集客の現状維持を図りたい。
□	美容室（経営者）	・10月頃になれば、気候が良い時期なので客足の伸びを期待する。
□	美容室（経営者）	・物価の上昇に賃金が追い付かない限りは、今の状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・材料価格や人件費の高騰で、横ばいが続いている。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・元請の状況を見ると、ほとんど受注がないところが多く、好転の材料が少ない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・賃金上昇が物価高に追い付いていない状況で、消費マインドも変わらない。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・年内は来年に向けての準備期間である。
▲	商店街（代表者）	・1人当たりの購買数が減少傾向にある。
▲	百貨店（企画担当）	・インバウンド消費は引き続き順調であり、国内消費も高額品を中心に堅調に推移している。しかし、中間層の動きは戻っておらず、衣料雑貨を中心に新型コロナウイルス感染症発生前を大きく下回っている。この傾向はここ半年ほど変わらないが、中国経済の鈍化を始めとした国際状況の不安定感や金融市場の先行き不透明感等が、景気を引き下げる要因にならないか危惧している。
▲	百貨店（営業担当）	・酷暑により外出を控える。新型コロナウイルス感染症の感染再拡大や最近の株価急落などの影響から、この夏は消費マインドが高まらないと予想する。
▲	スーパー（店長）	・買上点数は継続してマイナスのトレンドに変化がなく、1品単価の上昇傾向も止まりつつある。客単価が前年を割り込んできている。
▲	スーパー（店長）	・今後も割引やポイント付与のある日への来客の集中が予想される。
▲	スーパー（店員）	・東北地方を襲った集中豪雨の影響がこれから野菜や果物の価格にどう現れるか。この猛暑で土壌温度が上がりすぎて作物が不作となることも懸念され、野菜の価格高騰を予測している。
▲	スーパー（店員）	・お盆を迎え購入額の増加を期待したいが、それ以外の平日は天候に左右されそうである。
▲	スーパー（店員）	・担当部門において値上げ予定があり、し好みであるため買い控えの発生が予想される。
▲	スーパー（販売担当）	・夏休みで出掛ける回数が増える分、その先は食費を抑える傾向になる。
▲	スーパー（支店長）	・猛暑の影響で売れ筋商品と死に筋商品に極端な差がある。暑くなければ売れない物は大幅に販売量が伸び、逆に暑さで売れない商品もある。一般家庭では子供の夏休みで電力使用量が増えて、原材料費高騰や円安による食料品の値上げで家計が圧迫されることが明確なので、先行きの消費や経済には、やや不安がある。
▲	スーパー（総務）	・物価上昇や円安、異常気象による農作物の不作が予想され、不安要素が大きい。
▲	コンビニ（エリア担当）	・実質賃金の低下、金利のある世界の到来により景気の悪化が予想される。コンビニ経営者は、最低賃金が50円上がることによって月5万円ほど負担が増して苦しくなる。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・余りの暑さで、出足が悪くなっている。
▲	家電量販店（営業担当）	・季節商材が落ち着いて、パリオリンピック等のイベントもなくなるため、今月と比べれば悪くなる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題で納期の遅れや受注停止などが起きており、販売動向や客対応にも影響が出てくる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・法改正に対応するため再び生産が一時的に止まる。CMもいまだ流れておらず、厳しい状況は続く。
▲	乗用車販売店（従業員）	・年末までは人気車種の多くで販売できない状況が続く。円安の影響でメーカーが国内生産の車を海外向けに回しているうちは、国内販売量は増加しない。

	▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車種がデビューしたが、車両本体価格も大きく上がっており、ローン金利も高くなっているため客への販売促進が余りうまくできていない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・新型車発売の情報が公式に出ているにもかかわらず、新規の来客数が増えていない。例年受注の落ちる8月から新型車が発売される秋までは、厳しい状況が続くような気配である。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・前年の春から値上げを行ってきたが、今年9月にも値上げを行う。今度の値上げは消費者の買い控えを招くのではないかと危惧している。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・9月、10月の予約状況を見ると、団体客の動向が今一つ伸びていない。人件費や資材、仕入価格上昇分の価格転嫁が進んでおらず企業の業績が余り芳しくないことから、団体旅行の需要が停滞気味であると考ええる。
	▲	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・給与所得が増えない以上、我慢も限界に近づいている。今後、自然災害や感染症流行等の外的要因が新たに発生すると、旅行需要が減少又は激減する可能性がある。円安でインバウンドは好調だが、減少要因の発生で一気に展開が変わる可能性がある。
	▲	観光名所（案内係）	・まだ値上げが続くようで、決定的な痛手になりそうである。
	▲	パチンコ店（経営者）	・収入が余り変わらない一方で支出が多い。増税が控えているという話もあり、財布のひもも固くなる。新紙幣の対応にかなりの設備投資をしてきたが、すぐに回収できるわけもなく、長期間の我慢が強えられる。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは物価ばかりが上がり給料は増えないという声を聞く。
	▲	美容室（経営者）	・最近再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることで、客足が遠のいている。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入先より10月からの値上げ案内が届き始めた。福祉用具貸与事業に関する介護報酬は今年4月に上限価格が引下げ改定されている。利益確保に一層苦勞する見込みである。
	▲	設計事務所（経営者）	・現時点で新規の案件依頼は来ていないため、先は見えない。
	▲	設計事務所（職員）	・為替相場の動向が影響する。景気が良くなるような話はない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築資材の値上がりと暑さが大きな要因である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・夏枯れの時期である。イベントによる来場者は増えるが、契約は厳しくなる見込みである。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・今年も花火大会の手伝いをしたところ、なかなか寄附金が集まらず地場産業の深刻さがうかがえる。このところ経済格差が感じられるようになり、この先の地元産業が心配である。
	×	コンビニ（商品企画担当）	・秋以降、円安や異常気象等による原材料の値上げに伴い商品単価の更なる値上げが避けられない状況となる。想定を大幅に上回る販売価格の設定は避けられず、消費が冷え込むと予想する。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高が大きく影響する。
	×	住宅販売会社（従業員）	・大手だけでなく中堅の工務店や建材問屋も表情が暗い。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・生産能力を増加できたため積極的に拡販活動を行っており、徐々に成果が出始めている。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米での半導体製造への投資は盛んに行われているため、電子部品への設備投資も増えてくると予測する。
	○	不動産業（経営者）	・今後は前年同様に晴れの日が多くなる予報で、外出や遠出をする人は増加する見込みである。今後の売上は増加し前年を上回る状況と予測する。

○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	・少し円高に向かい、多くの人がホッとしている。このまま1ドル120円までいけばよいが、なかなか安心はできない。バブル景気末期のように金利が高くなって国内景気がダウンしないよう、国の経済対策に期待する。
□	食料品製造業 (経営企画担当)	・猛暑後に残暑が長引くことで、秋冬商材への移行がスムーズに行われるか懸念している。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・円安が止まらず物価は上昇し続けている。自動車関連の動向も心配な状況であり、景気は今の悪い状態のまま推移する。
□	化学工業 (営業担当)	・半導体向け電材需要は、年内の大きな需要回復は見込めない。米大統領選挙の結果によっては貿易摩擦等が発生するリスクがあり、先行きが不透明である。
□	化学工業 (総務秘書)	・円安が一服し、金利がある世の中に向かっていることは、直ちに景気への影響があるわけではないが、少なくとも悪化要素ではない。全国的な賃上げの実現が心理的に寄与している。
□	金属製品製造業 (従業員)	・慌ただしい状況が続くのか、それとも落ち着いてくるのか、業者間でも見方が分かれている。少なくとも好転していくとまでは思えない。
□	一般機械器具製造業 (経営管理担当)	・受注量、販売量の見込みから判断した。
□	電気機械器具製造業 (企画担当)	・現在の社会状況が続けば、業績は安定して推移する。
□	電気機械器具製造業 (経営者)	・物価の上昇が目立ち収入はそれに伴っておらず、景気は落ち込む見込みである。ただし、若干海外向けの動きはあるため、3か月先は微妙な時期になる。
□	輸送用機械器具製造業 (管理担当)	・酷暑は続き、物価も上がり家計に余裕がない。
□	建設業 (役員)	・住宅に関しては、国の省エネ基準であるZEHなどが今後厳しくなるためコストアップにつながる。販売価格がますます上がるため、客の購入意欲への影響が心配である。
□	輸送業 (経営者)	・消費者の節約志向は継続する。
□	輸送業 (従業員)	・同業他社の経営状況に関して余り良くない話が入ってくる。荷量は思ったほど伸びておらず、2024年問題、燃料価格の高騰や人手不足など、特に中小の運送業者にとっては余り良い雰囲気ではない。先行きが不透明である。
□	輸送業 (従業員)	・これといった景気対策がない。実質賃金も下がり、個人消費は低迷したままである。
□	輸送業 (エリア担当)	・国内外を問わず経済的に上向きになりそうな指標が見当たらない。それに加えて日々の業務に携わるなかでも大きなプロジェクトや新規の案件がほとんどない。
□	輸送業 (エリア担当)	・運送単価は2年ほど前に1度若干上がったが、1度上げたことで荷主は今後上げる意思がないと感じる。同業他社が安値でも引き受けるため、運賃値上げは賃上げのようにはなかなか進まない。
□	通信業 (法人営業担当)	・地元では国道バイパス工事など、若干好景気とみられるところもあるが、住宅着工数が少ないなどいろいろな面でまだ景気は今一つと実感する。生活者の様子は物価の動きに非常に敏感で、家計に関わる景気の悪化がうかがえる。
□	広告代理店 (制作担当)	・秋に向けてのイベント等は、暑さが和らげば問題なさそうだが、再び少しずつ新型コロナウイルスの新規感染者数が増え始めているのが気になる。
□	行政書士	・現状維持である。
□	公認会計士	・人手不足や利上げなど、企業が投資を控える要因がまだ続く。猛暑や物価高騰により、個人消費もしばらくは停滞が予想される。政府による光熱費補助金施策が家計へプラスに働く要素もあるが、大幅な改善はされない。利上げが続くと、借入れを行っていた中小企業などのキャッシュフローへの影響も予想される。
□	会計事務所 (職員)	・春の賃上げと夏のボーナス支給が終わり、お盆休みを経て消費は一旦落ち着く見込みである。
▲	食料品製造業 (営業担当)	・受注量、販売数共に減少している。

	▲	輸送用機械器具製造業 (品質管理担当)	・中小企業に勤めていると、賃金上昇が物価上昇に追い付いていないため、どんどん生活が苦しくなっていると実感する。	
	▲	通信業 (総務担当)	・先行きを明るくする要因が何もない。生活費のみ上昇して家計を圧迫している。生活費は今後も上昇していくと警戒している。	
	▲	通信業 (法人営業担当)	・経済が上向き要素が見当たらない。第2次ベビーブーム世代の雇用者が定年に近づき、昨今の景気低迷から非正規雇用や失業のリスクと直結する。少子化や経済低迷で税収は減り続けるのに、生活保護費など行政の支出はこれまで以上に増えていく。既に止まらない負のスパイラルにあると感じる。	
	▲	金融業 (従業員)	・取引先の様子では、景気悪化についてかなり深刻な話しぶりであり、足元のやや悪い状況から更に悪化するとみる。	
	▲	金融業 (従業員)	・日本銀行の利上げ決定でプラスマイナス両面があるといわれているが、景気にとっては悪い面が目立ちやすい。	
	▲	新聞販売店 [広告] (店主)	・新聞購読者数の減少と折込チラシの減少は続いているため、厳しい見通しは変わらない。	
	▲	会計事務所 (職員)	・物価高の影響か、財布のひもが一段と固くなっている。商品の質は落とさずになるべく安く手に入れたい傾向がみられ、同業他社との比較で優位に立たなければ、なかなか購入してもらえない。結果として利益を削るか、仕入価格の見直しが必要となるが、仕入価格も高騰しており実際には難しい状況である。	
	×	鉄鋼業 (経営者)	・良くなる要因がない。見積り依頼なども含めて先の話が出てこない。	
	×	金属製品製造業 (経営者)	・引き合いが減少している。原材料価格や加工品価格の上昇もあり、利益が減少する。	
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	
	○	—	—	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・40代の採用などメーカーの採用基準が拡大している傾向からも、設計開発の領域では人材ニーズが底堅い。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・最低賃金の大幅な改定などもあったが、効果は限定的である。	
	□	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・大手自動車メーカーの不正問題で一部車種が8月も生産停止状態である。以前は人材不足であったが、最近では派遣労働者が余り気味である。	
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・円安のままであれば状況が良くなることはなく、現状維持の見込みである。	
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・消費が回復しない限り、景気が上向いている実感は得られない。	
	□	職業安定所 (所長)	・最低賃金を見越した賃金の引上げ等はあるものの、求人の動きに変わりはない。	
	□	職業安定所 (職員)	・原材料費、燃料費や電気料金等の高騰と円安が継続しており、経営の先行きに不透明感が強まっている。	
	□	職業安定所 (職員)	・物価高や原材料価格の高騰等が続いており、特に中小企業における人手不足も継続しており、いまだ景気回復の兆しはみられない。	
	□	職業安定所 (職員)	・為替相場の状況や商品価格上昇の影響がどのように働くか、長期的に注視する必要がある。	
	□	職業安定所 (雇用開発担当)	・製造業を中心として、事業主都合の離職者が増加している。円安、原材料価格等の高騰や価格転嫁の困難さなど先行きに不透明感がある。	
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	・大手企業の採用は引き続き活況を帯びているが、求職者の活動意欲はお盆までは減退する。今後は年末や年度末の転職を狙いとした求職者が増えてくると想定する。	
	□	民間職業紹介機関 (窓口担当)	・大手企業の業績好調を反映し求人数は増加しているが、求職者数が頭打ちである。スタッフ稼働数としての伸びは求人数に比例せず、景気上昇までは期待できない。	
	□	学校 [大学] (就職担当)	・新卒採用については年度計画で動いているケースが大部分を占めており、2～3か月先に現状から大きな変化はない。	
		▲	人材派遣業 (営業担当)	・自動車産業を始め各産業でコスト高の影響による利益率の下降や納期の遅れが今後も継続し、消費者への影響も継続する。
		▲	人材派遣会社 (社員)	・夏季シーズンが終わると別のイベントが予定されているが、現時点の予約状況は余り良くない。

▲	人材派遣会社（営業担当）	・派遣求職者数は減少傾向にあり、採用者数も減少していくと予想する。
▲	職業安定所（職員）	・雇用保険適用事業所数が前年同月比では7か月連続減少するなど、事業所の廃止等が続いている。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が減少している。
×	人材派遣会社（社員）	・例年7月から8月にかけては求職者の動きが低調となる。加えて、事態が好転する要因が見当たらない。