

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)	◎	美顔美容室（経営者）	・好調なキャンペーンを年度末まで継続予定で、その間には他商品のキャンペーンもあるため期待できる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・天候や自然災害の影響を除けば、回復途上にある。
	○	百貨店（経理担当）	・景気の回復が遅れていた飲食業についても、ここ2～3か月は復調しており、今後も期待ができる。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・今後、与党総裁選など景気変動が発生しそうな事柄は多いが、天候の影響が変動要素を上回る。今後も気温が高い状態が続くので、暑ければ単価や来客数が上向くため先々にもマイナスのイメージはない。単純な見解だが小売業界にとってそれだけ天候は重要である。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・この先は就職活動、成人式や卒業式があるため徐々に伸びると期待する。隣接する大手衣料品店と比較されると価格競争では厳しいため、品質の良さを勧めていきたい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・大きな流れとして今月良かった分、先々は余り楽観できないが、問合せ等の件数をみる限り、多少は良くなると期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・少しずつ客の使う金額が増えていると感じる場面が多くなっている。電気料金や燃料価格の補助政策もあいまって、生活の基本に関わるコストの負担感も多少緩和している。しかし、ここ最近の異常気象により生活コストで大きな負担が生じれば、また生活防衛に走ることに。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・複数の新型車投入予定があり、新規客の来店も増えると期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・夏休み期間も比較的来客数は安定している。
	○	旅行代理店（経営者）	・パリオリンピックも終わり、客足が戻ってくる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・秋の行楽シーズンは旅行申込みも順調に増えている。物価高騰でほとんどの商品が値上げになっても申込みが減らない状況を見ると、景気はまだ上向くと予測する。
	○	旅行代理店（営業担当）	・10月から11月は団体旅行のトップシーズンを迎えることに加え、特に今年は、今まで行事を控えていて予算に余裕のある客が多く、高単価の旅行者が多い。
	○	タクシー運転手	・まだ猛暑と台風の時節が続くが、暑さも収まってくる秋になれば結婚式等いろいろな行事が増え、その後の飲み会などでも出足は良くなる。大幅に良くはならなくても、小刻みに良くなっていく。
	○	通信会社（サービス担当）	・従来のサービスが終了に伴い新サービスが開始されるため、注文が増えることを期待する。
	○	テーマパーク（職員）	・秋には3連休が多くある。
	○	パチンコ店（経営者）	・最近の遊技機種はデジタル対応のスマート機種となっており、遊技しやすくなっている。一方で、南海トラフ地震臨時情報などがあって、消費者が不必要な外出を控えることが懸念される。
	○	美容室（経営者）	・7月から8月は余りに暑くて来客が少なかった。来店がなかった間、パーマ等の施術をしていないため、10月から11月頃に気候が良くなれば、客足が戻ってきて売上が伸びる。
	○	設計事務所（経営者）	・案件のない現状よりは改善している見込みである。
	○	住宅販売会社（従業員）	・半期の締めである9月に動きが回復しないと今後も厳しいため、願いも込めて良くなってほしい。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・夏枯れからの反転に期待する。
○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・第2繁忙期に入るため、期待する。	
□	商店街（代表者）	・物価はとどまる気配がなく上昇し続けている。財布のひもが緩むことはなさそうで、しばらく今のままの状況が続く。	
□	商店街（代表者）	・猛暑のお陰でエアコンのみ好調に推移しているが、その他の商品は売れていない。特にテレビやハードディスクレコーダーは良くない。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・下町の商店街は高額品が少ないため、来客数の安定で客単価の横ばいを維持している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・暑い日がまだ続く予報で、景気が上向くとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・最低賃金の引上げでパートやアルバイトの給与が上がり、消費が伸びることを期待するが、物価高も継続することから、生活防衛意識が高まることも考えられる。3か月先の景気は現状と変わらない見込みである。
<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）	・これから暑さは和らいでくるだろうが、依然として明るい材料は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・金利引上げに端を発した株価の大幅変動に、地震、酷暑、豪雨など自然災害の多発による生活不安が重なっているが、足元での消費者の購買行動は前年と比較して伸びている。ただし、首相交代など変化はあるものの、今以上に消費が好転する要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上が下支えする状況が続く、食品や高額品を中心に来客数や売上の減少は、すぐには起こらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・多少円高に振れたものの、インバウンドの抑止には至らず、現状の好調が持続すると予測している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・夏物需要が続いて辛うじて予算を達成できたが、秋物商材への切替えが難しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・国内消費、インバウンド共に大きく好転するというよりは、現状維持とみるのが妥当である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・客足が戻っても野菜や果物の供給回復には時間を要し、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・政府では米の生育は順調としているが、今まで取扱のない地区の米が納品されてきている。当分この騒動は続く予測する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・水の供給は安定してきた。米は新米が入るようになる。駅弁販売イベントも始まり、売上予算達成は続く見込み。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・夏休みが終わり来客数が減る。一方で、この夏は非常に暑かったので、段々と涼しくなるにつれて暑さで減った分の来客数は回復する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・高温の状況はこの先収まると考えられるため来客数は回復する見込みだが、米の品不足がどの程度解消するか不明である。必要最低限しか買わない消費者の購入姿勢は大きく変わらないので、爆発的な売上の伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・景況感は落ち着いてきている。急な為替の変動がなければ、しばらくはこのままで見込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	・今後も天候の影響をどの程度受けるかは心配であるが、ほかに大きなマイナスとなる要因はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・足元の売上が落ち着いた状況のままで、来客数は前年のように伸びていく兆しがみえない。来客数は前年並みで推移するものの、売上は100%を割り込みそうな様子である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・現状の良くも悪くもない状態が来客数にも反映されている。値上げ等で商品単価が上がっているため、見掛けは売上が伸びているように見えるが、実際には大きくは伸びていない。インバウンドがこのまま順調に増えれば売上も期待できるが、地域的に急激な増加は考えられないため、景気は変わらない見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年末が近くなるにつれて、例年並みの売上伸長が見込める。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・率直に言って全く予想がつかない。来客数は完全に伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・変わらずの低空飛行で推移する。ただし、割引クーポンなどを用いたこの数か月間のキャンペーンは期待以上に好影響をもたらしており、現状から更にダウンするイメージはない。踊り場のまま、時が過ぎていく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・限られた客に対して電話等で外商を行う。これまで品質にこだわった商品を販売してきたことで、信用により多少高額でも買ってもらえることは有り難い。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・このところの地震や台風による関連商品の購買は落ち着いてきた。地元の土木建設関連の客をみると、仕事量は安定している様子であるが、業種によって仕事を求めて県外に出てしまっており、地域に金を落としていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・景気が回復、又は悪化する要因が見当たらない。6月に実質賃金が約2年ぶりにプラスに転じたとの報道はあったが、これまでの節約志向から消費志向に転じるほどの賃金が増加したという実感は得られていないように感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・円相場や株価が不安定なため、心理的には先行きが不安であるが、実際には賃上げや所得税減税によって手取額は確実に増えているため、悪くはならない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇や災害への意識からか、客は必要最低限の作業しか頼まない様子である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・金利の動向など不確定要因が多く、景気も大きく上下に動きそうな様子はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今のところ大きな変動要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・大きな災害や特別なことがない限り、大きく変化することはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・世の中全体で物価高の話題が多く、自動車に関しても自動車本体の価格や附属品の購入費用に加え、燃料代、点検代、部品代などのランニングコストも上昇しているなかで、客の財布のひもも固くなっている。部品交換にしても、必要性やコスト等をじっくり考える客が増えている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・年末を迎えるため多少は押し上げ効果が期待できるが、前年のコロナ禍明けでの実績を超えられるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客の消費意欲は読めないが、売上を維持していきたい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特に景気が良くなる要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・客や取引先など自身の回りでは、特に景気が良くなるような話は聞かない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・これだけ物価が上がっていると、なかなか余裕のある消費にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・まだまだ値上げが続き、消費は伸びない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・良くなるか悪くなるか、どちらに転んでもおかしくない状況である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・秋にかけてインバウンドやイベントなどで人の動きが期待できる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（営業担当）	・高い水準での現状維持が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・2～3か月後は台風による新幹線の計画運休もなくなり、米国の大統領選挙や政権政党の総裁選挙なども一段落し、景気が良くなる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・物価高の影響ばかりが報道され、秋以降も景気回復は難しい。余り物価の影響を受けない富裕層からは、早くも来年のクルーズ旅行、正月の宿泊予約や家族旅行の受注がある。海外はどの方面も日本人渡航者が新型コロナウイルス感染症発生前の半分にも満たない国が多く、以前のような日本人向けマーケットの勢いが回復しない。日本人旅行者の現地での立ち位置が悪くなっており、予約時の条件が他国の旅行社に負けるため、新型コロナウイルス感染症発生前のような価格では海外ツアーには行けないことを消費者は分かってほしい。中間所得層の旅行者客に増加を期待したいが、すぐには難しいと見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・良くも悪くもならないと見込む。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・物価高、株や為替の不安定な動き、高気温や雷雨等の不安定な気象状況など先行きも不安要素が多い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・サービス提供に必要な海外製の機器やライセンス料の値上がりが見えなくなり、落ち着く状況が見えない。

□	テーマパーク職員（総務担当）	・集客に関しては、いまだ明確な回復の兆しがみられない。9月から開催する秋季イベントを充実させ、何とか現状維持を図っていきたい。
□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の予約数は前年同日比で余り変わらない。台風など天候の影響以外に景気が左右される要素も見当たらないため、景気はこのまま変わらないと判断する。
□	美容室（経営者）	・世間ではかなり景気が良い話も聞くが、一般庶民の生活までは浸透していない。
□	美容室（経営者）	・光熱費の上昇が大変厳しい。物価高が変わらない限りこのままの状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・横ばいが続くと見込む。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・他社の下請をしていた元請業者が、自社で物件を受注して当社に回してくるケースが増えている。
▲	商店街（代表者）	・収入は増えない一方で様々な物が値上がりして消費マインドが上がらない。その上、余りにも不安定な天候が追い打ちを掛けている。
▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・今後は為替の反動が激しくなる。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・秋の行楽シーズンは連休が続くため、街中での飲食店の利用は減る見込みである。
▲	百貨店（総務担当）	・台風10号の影響が大きい。富裕層を中心とする外商では、株価はやや持ち直しているが資産効果に衰えを見せつつあるのではないかと懸念している。これまで売上を大きくけん引していたインバウンド需要も伸び率が少しずつ鈍化しており、9月が正念場のようにもみえる。
▲	百貨店（経理担当）	・為替や金利、株価の先行きに不透明感が拭えないなかで、富裕層の消費は、引き続き堅調に推移するとみられる。一方、中間所得層においては、物価高や金利上昇に備えて娯楽レジャーやし好品の買い控えが広がり、全体の景気を引き下げる。
▲	百貨店（営業担当）	・株価の乱高下に加え地震や台風などの自然災害等も重なり、消費マインドはやや冷え込む。
▲	スーパー（店長）	・今後も物価高騰が続き、買い控えや廉価商品への購買集中が考えられる。
▲	スーパー（店長）	・米不足による米の値上げもあり、消費の引締めが今まで以上に厳しくなる。
▲	スーパー（店長）	・足元は防災の特需が影響しているが、3か月後には落ち着く。
▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーの商材において値上げが発生する。
▲	スーパー（店員）	・9月になったら米の品不足は改善するとみるが、新米の価格は高いと予想している。また、台風10号が野菜の収穫量に大きく影響するとみられる。
▲	スーパー（支店長）	・異常気象と物価の上昇により、消費者の購買力がかなり減っていく。生活必需品はやむを得ないが、特に公共料金の値上げと一般食料品の値上げによる家計への打撃がじわじわと響いてくるとみられ、景気の減退は免れない。政権政党の新総裁による景気回復策に期待したいところである。
▲	スーパー（総務）	・買上点数、金額共に下がっている。客は必要最低限の買物でやりくりし、出費を抑えている様子である。
▲	コンビニ（エリア担当）	・金利上昇などの消費への悪影響を懸念する。
▲	コンビニ（店長）	・売上の減少に加え電気代が上昇し、景気が良くなる要素が見当たらない。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・天候不順による原材料価格の高騰が懸念され、消費マインドの低下が想定される。
▲	家電量販店（店員）	・客は購買意欲が乏しい様子である。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・猛暑でエアコンが売れたが、その反動が出そうな気がする。
▲	家電量販店（営業担当）	・お盆まで夏物商材が動き来客数も伸びたが、お盆以降は来客数が減ってきている。衆議院選挙の可能性もありそうで、米国大統領選挙もあり政治的には先が見えない時期である。
▲	乗用車販売店（経営者）	・法改正で再び生産が止まるらしく、販売できる車両が限られてくる。厳しい状況は今後も続く。

	▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くは販売停止になっており、再開が未定の車種も多くなっている。恐らく半数近くの車種が販売停止になっている。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・円安傾向はそのまま変わらず、車両本体価格はますます上がり、ローンの金利も上がるため、買い控えが加速する。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・直近では円安傾向は落ち着いたが、前年末から今春までの為替レートで仕入れた商品の価格改定を9月に予定している。仮需要は5%程度と見込んでいたが20%に迫る勢いであり、それだけ値上げ後の価格への警戒感が強い証拠である。値上げが浸透する秋から冬に向けては、売上数量が大きく減少しそうである。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・本来、秋の行楽シーズンはリゾートホテルが忙しくなる時期だが、労働時間の2024年問題や最低賃金の引上げ、エネルギー関連の補助金削減など企業にとってネガティブな情報が多すぎるため社員旅行のような団体旅行が期待できず、予約も余り動いていない。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・秋以降は宿泊予約の受注状況が芳しくない。
	▲	旅行代理店（経営者）	・相変わらずの値上げに続いて米の不足、値上げによって食費の節約志向も強まる。外食、肉食共にますます低単価志向となる。
	▲	タクシー運転手	・天候が安定して涼しくなるため、タクシーの利用客は減る。
	▲	テーマパーク（職員）	・株価の下落があったため、やや悪くなる。
	▲	観光名所（案内係）	・世界中での戦争、紛争がなくなることが第一である。
	▲	理美容室（経営者）	・客からは、物価が上がっているのに賃金が上がりず生活が苦しくなっているという声を聞く。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・9月以降も仕入商品の値上げが各社から案内されている。10月からは最低賃金改定もあり、人件費の見直しも出てくる。一方、福祉用具貸与のサービス料金は介護保険の上限価格があり、価格が改定できない。
	▲	設計事務所（職員）	・与党の総裁選に関心が集まる一方で、政策として景気対策に目が向いていない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・景気が良くなる材料がない。先行きが見えず不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・先々の金利上昇を見込んで一時的に需要が増えるかもしれないが、販売量増加は持続せず単なる先食いに終わる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・厳しい状態は続いているが、リフォームの間合せは増えている。この先収入が増えれば消費も活発になり、景気の回復に期待する。
	×	—	—
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界では年末にかけて設備投資を行うので、それに伴い今よりはやや良くなる。
	○	輸送業（エリア担当）	・販売動向からやや良くなる見込みである。
	○	金融業（従業員）	・我が国の与党総裁選や米国大統領選挙を控え、今後の動向には注目が必要である。年末に向けて景気は良くなる見込みである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・客先は大手企業であるが、自社で物事を考え中小企業の小周りをいかしてシステムを開発したい。大手企業と同じような発想にならないことが重要である。
	□	食料品製造業（社員）	・今後も原料費や物流費等の値上がりの影響から食品全般で値上げは続く見込みである。清酒も価格の見直しが進むと考えるが、販売量との兼ね合いで売上の大きな増加は期待できない。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・厳しい残暑が見込まれ、秋冬商材の需要予測が困難である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・例年は期待を持てる時期になるが、物価高騰は続く見込みであり、自動車関連も今後の動向が気になる。景気が良くなる兆候がみえない。
	□	化学工業（営業担当）	・需要は継続見込みである。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気に悪影響となる特段の問題がない。株価の乱高下がみられたが、意外に冷静に受け止められているように見える。8月8日の地震では南海トラフ地震への警戒が高まり、緊張感があつた。

<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	・受注量の盛り上がりまでは見込めないが、前年と同程度の水準が続くという点で、状況は余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では半導体設備に多額の補助金が用意され設備投資が促進されているが、影響は限定的で継続性は見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みによる。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・不確定要素がたくさんあり、見通しが付かない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ大きな変化は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・現在までに届いている受注量の見込みでは、ほぼ変動がない。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・特に何も変わらない状況下で景気の好転は考えられない。
<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	・住宅販売の状況が見通せない。暑さも和らいで秋の商戦として客の動きは良くなるとみるが、物件の価格上昇や住宅ローン金利の変動によってはマイナス面も多くなり、不安が残る。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・公共事業や民間工事の依頼はあるものの、景気が良いときには早い時期から実際の工事に取り掛かれるが、そういう話はまだない。今のところ、飽くまでも予算の範囲内で先の予定という話にとどまるため、景気が良くなる実感はなく現状のままと考える。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・原材料や仕入価格の高騰で荷主の販売価格は上がっているが、物流原価の高騰には十分に対応してもらえていない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・仮に荷物量が増えたとしても、資材などの各種経費が大幅に上がっており、苦しい状況に変わりはない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・値上げによる物価上昇は、多くが企業収益に回り賃上げにはほとんど回っていない感があり、個人消費が伸びない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・これまで投資をしていなかった人が投資を始めると、実際経済とは異なる金の動きが活発化する。通常の消費活動とは別に利益を得る人が増えれば、本来の経済活動が余り活発に動かなくなるかもしれない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	・薬品輸送の需要は若干増えてきているが、効率化も同時に進めているため、売上は伸びない。
<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	・景気が上向き材料として、最低賃金の引上げで家計所得が増え個人消費が上向きになるかもしれない。春闘で賃上げもあったので少し望みがあると期待しているが、自身の仕事の状況としては、景気は変わらない見込みである。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・自動車産業において先行きの景気に影響しそうな動きは特にみられない。
<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	・受注側の努力も必要だが、発注側が物価や賃金の上昇も含んだ上で発注価格を考えないと、中小企業において適正な利幅を確保することは難しい。
<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・今後も晴れの日が多くなる予報のため、外出や遠出をする人は増加する。今後も売上は増加し前年を上回る状況が続く。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（制作担当）	・広告出稿量は余り変わらないが、全般的な値上げ等により紙媒体の出稿も足踏み状態となる。
<input type="checkbox"/>	行政書士	・現状維持の見込みである。
<input type="checkbox"/>	公認会計士	・長い休暇も終わり、個人消費は停滞する。金利上昇や選挙などの動きも活発になることから、投資など静観する企業も増えることから、法人の動きも鈍化する。
<input type="checkbox"/>	会計事務所（職員）	・スーパーの商品は多くが値上がりしているが、特売品を利用したり無駄に破棄しない量を購入したりと財布のひもを引き締めている。趣味にはパッと使うが日常生活では節約し、場面に応じて財布の口を開け閉めするため、全体として余り変わらない。
<input checked="" type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（社員）	・夏季休業後の来月以降に向けての受注が今一つ伸びない。全体的に妙に静かで、地場産業のメーカーはまだ休みが続いているかのようで、状況は芳しくない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の販売も不調である。大手企業の話では、2年間は横ばいだろうという話もある。
<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・年末に向けて少し受注量が減る見込みである。

	▲	建設業（経営者）	・政治の面で大きな予定が続き落ち着かない。政治的に安定しないと景気は良くならない。
	▲	会計事務所（職員）	・ここ最近、仕入商品や消耗品の度重なる値上げで利益がますます薄くなっている。コロナ禍で受けた融資の返済資金の準備も必要となり、資金的にも厳しい状況となる。廃業や破産の話もよく聞くため、この先景気が良くなることはない。
	×	食料品製造業（営業担当）	・原材料価格の高騰、販売価格の値上げで消費が下がっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価がどんどん上がっているのに給与収入はほとんど変わっていない。物価は20～30年前と比べてほとんど倍になっている。そこを見直していかなければ、景気は良くならない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因が全くない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が前年同月比、月次推移共に減少している。今後も引き続き販売数量の減少が続く見込みである。
	×	通信業（総務担当）	・与党総裁選挙に目が向いて国内情勢への関心が薄れることで、景気対策が後送りになっている。この先も足元の状況が続く。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・余り良くなかった今月に比べて多少は良くなる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末までの転職を見越して転職希望者の活動意欲は高まる。大手企業の新規採用枠は減少する見込みであるが、IT、組込み系や機電系エンジニアの採用は引き続き活発に動くことが想定される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・周辺メーカーの採用基準が拡大し、求人数も増加している傾向からも、設計開発の領域で人材ニーズは底堅いと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・最低賃金の引上げなども10月に控えているが、景況感への反映は限定的とみる。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・円安等による物価上昇を踏まえ賃上げを考えるが、上昇分を売価になかなか反映できない現状がある。今年の猛暑は工場現場にも多少影響があり、免疫力の低下により新型コロナウイルス感染症が広がっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後は、総裁選の予定や衆議院選挙の可能性もあるが、景気が大きく変化する要因は今のところみられない。強いて言えば米国大統領選挙の結果によって米国経済の動きも影響する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・予想される衆議院選挙の結果によっては、期待感で一時的に上向くかもしれないが、継続するかは分からない。
	□	職業安定所（所長）	・大手自動車メーカーの不正問題による影響からも回復傾向にあり、8月に入って退職による求職者の減少が進んでいる。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の増加は、以前から続いている中小企業を中心とした人手不足によると考える。円安等による物価上昇分や賃上げによる賃金上昇分を売価に反映できず経営が厳しいといった声も聞かれ、まだしばらくは景気回復の兆しはみえない状況である。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰の影響が今後個人消費にどのような影響を及ぼしていくか、賃金上昇の効果がどれほどプラスに働くかなど、先行きが不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・事業拡大のための新規事業所設立や移転する企業の情報を複数得ている一方、材料費や人件費高騰で利益が出ないという事業所からの声もあり、先行きは不透明である。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は変わらず好調でも、人手不足や人材定着も以前より厳しい状況のため、実績につながらない。今月は夏季休暇など人材が動かない期間もあるため、来月はその分の稼働日など含めて安定が見込まれることから、変わらないと予想する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ここ数か月で新卒求人に関する状況の変化は想定されない。
□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・本年度の進学希望者を除く卒業予定者は、今月に全員内定を得た。前年とほぼ同時期であり、採用状況に特段の変化はみられない。	
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感が更に強まり、人材不足対策を講じる企業や部署が増加すると見込まれる。

▲	職業安定所（職員）	・人手不足もあるが、雇用保険適用事業所数が前年同月比で8か月連続減少するなど物価高などへの対応が難しい事業所等の事業所閉鎖が相次いでいる。
×	人材派遣業（営業担当）	・猛暑の影響により農作物価格は高騰することから、最低賃金が見直された後も消費者は買い控えの継続が想定される。企業は賃金率向上と物価高の影響により、収支が悪化する可能性がある。
×	人材派遣会社（社員）	・例年お盆明けより求職者の登録が増加するが、今年は非常に動きが鈍く、好転の兆しがみえない。