

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)		旅行代理店（従業員）	・韓国、台湾、中国からの観光需要が好調を維持しているため、夏季の観光繁忙期を迎えて、インバウンドが増加すると期待している。また、半導体関連産業のビジネス需要も継続しているため、国内路線も堅調に推移することが見込まれる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・売上が伸びていることから、今後の景気はやや良くなる。外国人観光客は、周辺の人気観光地の効果もあって、欧米系の客を中心に利用が増えている。ただし、消費額がそれほど多いわけではない。国内客は、大阪・関西万博の影響もあって減っている。また、日本の若者の様子から、景気の良さがうかがえると話す人もいる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏場の繁忙期を迎えることもあり、今後の売上は期待できる。ただし、最近の状況から、消費が力強く上向くことまでは期待できない。
	○	スーパー（店長）	・年を追うごとに、猛暑対策商材の動き出しが早くなっている。客が商材を早めに購入する傾向がみられることから、これから2か月くらいは空調機器関連に動きが出てくると期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・今後については、米の価格が下がることで販売量が伸びてくると期待できる。また、米の価格が下がることで、他の食材の購入につながることも期待できるため、景気は上向くことになる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は猛暑が見込まれることから、飲料やアイス、氷など、夏によく売れる商材の販売量が増加すると見込まれる。また、米についても、価格が若干下がるとの話が始めているため、売上が増えると期待できる。
	○	衣料品専門店（エリア担当）	・燃料油価格定額引下げ措置が行われること、近隣の自治体で、家計支援に向けて、商品券を配布する予定があることから、今後の景気は上向くことになる。
	○	家電量販店（経営者）	・気温の上昇に伴い、エアコンの販売量が増加すると期待できる。
	○	家電量販店（店員）	・今年の夏は暑くなるとみられていることから、エアコンなどの季節商材や冷蔵庫などの動きが良くなる。ただし、天候次第では今よりも景気が落ち込むことも懸念される。
	○	旅行代理店（従業員）	・宿泊代金が高止まりしているなか、グループ旅行に動きがみられ始めていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・6月以降、当地ではイベント開催が続くことになる。観光客も増えてくる時期となるため、タクシーの利用はこれから夏にかけて増えると見込まれる。また、当社では、乗務員が順調に増えているため、会社の売上も増えると期待している。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・現在の予約状況などから、前年よりも輸送量が若干増加すると見込まれる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・金利の動きが落ち着いていることから、これから建築需要が上向いてくると期待している。
	□	商店街（代表者）	・これから観光客の増加する時期を迎えるが、当区域においてはプラスの影響はほぼないとみられる。また、3か月後は夏祭り後の月となり、周辺町村からの来街者や地域住民が外出を控えるとみられるため、売上の増加は期待できない。7月にオープンする予定の仮設商業ゾーンの効果は、現在のところ、未知数である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（販売促進担当）	・これから夏に向けて、様々なイベントが開催される予定であることから、道外客やインバウンドの入込が増加することになる。道外客やインバウンドの動向に左右される面はあるものの、しばらくの間は当地の景況感の落ち込み分を道外からの利用者で補う形が続くことになる。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・特にし好品の買い控えが進んでいることが、来客数の減少につながっており、今後もこうした状況は変わらない。これ以上、来客数が減らないように、何らかの対策を行っていくことが必要になっている。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で、物価や仕入原価が高騰している。今後も円安基調は変わらないとみられるため、景気も変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲の低下や節約志向の強まりがみられるなか、国内外の様々な問題の先行きが見通せないことから、身の回りの景気が大きく変わることはない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数が増えることになれば、新車登録が進み、当社の収益向上にもつながるが、現状そのような動きはみられないため、今後も景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・受注が制限されている車種が多いこと、物価上昇の影響で客の気持ちの車の購入に向いていないことから、今後も景気は変わらない。物価高の影響を受けて、メーカーが新車の価格改定を頻繁に行っていることもマイナスである。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後に向けて、変化が出てくるような兆しもみられないことから、景気は変わらない。メーカーの生産量が不十分なことマイナスである。
	☐	自動車備品販売店（店長）	・国内の経済状況が変化しない限り、景気は変わらない。令和の米問題などで、ここに来て、客の生活費負担が増えていることから、購入意欲はあっても、購入できないのが実情である。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今後も景気は変わらない。客に目を向けてもらえるように、店頭活動を継続することが重要である。
	☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・燃料油価格定額引下げ措置が始まったものの、今後も特に変化のないまま推移するとみられる。
	☐	その他専門店〔造花〕（店長）	・物価上昇が続く限り、客の購買意欲が上向くとは考えにくい。ため、今後も景気は変わらない。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・今後も景気は大きく変わらない。ただし、地元の常連客が少なくなっていることから、今後、円高に振れるなどして外国人観光客が減少した時には、相当なダメージを負うのではないかと心配している。また、米の低価格販売については、当店の仕入れには直接影響しないが、一時的には家計にプラスの影響を与えることになる。ただし、中長期的には、生産者が事業を続けることができるような価格帯での販売が望まれる。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・前年は当地を舞台とした劇場アニメの効果で観光客の大幅な増加がみられたが、今年はそうした特需もないため、お盆までは現状のままで推移することになる。
	☐	観光型ホテル（スタッフ）	・予約状況に大きな動きがみられないことから、今後も景気は変わらない。
	☐	旅行代理店（従業員）	・円安、物価高が続いていることから、今後も海外旅行の増加は見込めない。参議院選挙の影響で人の動きが一時的に停滞することも見込まれる。また、全国と同様に、北海道においても宿泊施設の利用料金が高騰していることから、特にファミリー層の道内旅行が控えられることが懸念される。これらのことから、今後も現状と変わらないまま、景気のやや悪い状態が続くことになる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・生活必需品などの物価が上がっていることで、旅行などの余暇に回す費用が減っている客が多い。そのため、今後も現状と変わらないまま推移する。
	☐	タクシー運転手	・観光客やイベント関係のタクシー利用について、今後、状況が変化するような動きが見当たらない。そのため、今後も景気は変わらない。
	☐	タクシー運転手	・景気が良くなるような要素がなく、乗務員採用も思うように進んでいないことから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光名所（従業員）	・物価高に加えて、米国の関税の動きが不透明なことから、国内客の動きはしばらく停滞するとみられる。一方、外国人観光客は、海外直行便の新規就航や豪華クルーズ船の寄港により、活発な動きが見込まれる。このため、全体としては大きな変化のないまま推移する。
	□	美容室（経営者）	・ここに来て、物価高騰に対する客の動きが落ち着き始めたことから、今後の景気は、良くはならないにしても、悪くもならず推移すると見込まれる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・賃上げが物価上昇に追い付かない状況が続いていることから、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・今の国内の経済状況から、国が緊縮財政の方針を転換し、減税などを進めない限り、消費がますます冷え込むことになる。国民の貧困化が進むことで、景気が悪化することを懸念している。
	▲	商店街（代表者）	・客の反応は、日を追うごとに悪くなっている。明るい話が1つも聞こえない状況にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・前回の万博開催時もそうだったが、大阪・関西万博の影響で、今後、北海道を訪れる観光客が減少するとみられる。外国人観光客については、入込の少ない時期ということもあって、今のところ大きな減少はみられないものの、これから観光シーズンを迎えて、影響が出てくるのではないかと心配している。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今年は大阪・関西万博が開催されているため、これから夏休みにかけて、客が関西方面に流れることが考えられる。前年は北海道を旅行する客が割と多かったが、今年は関西方面に客の足が向くことになり、その分、売上が減少することになる。
	▲	百貨店（売場主任）	・今後については、インバウンドの来客数が減少することが見込まれる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高や人手不足が改善されないため、景気はますます悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・米国の関税の動きが不透明なことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・物価高騰が続いていること、米国の関税の動きが不透明なこと、ウクライナ情勢などの国際情勢の先行きが見通せないことから、先行きへの不安感が強く、今後、消費者の財布のひもがますます固くなるとみられる。
	▲	スーパー（役員）	・食品の値上がり長期にわたって続いていることから、客の節約意識が強くなる一方である。今後については、客の買い控えがますます進むことになる。
	▲	スーパー（従業員）	・人件費が増加していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・観光客やインバウンドの利用が大きく増加しない限り、今後も厳しい状況は続くことになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響で今後も消費は落ち込むことになる。消費の落ち込み分を値上げでカバーすることもそろそろできなくなるのではないかと懸念している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新商品の投入予定がないため、下半期までは苦戦が見込まれる。経営面では、賃上げに加えて、公共料金やガソリン価格の高止まりにより、経費負担が増えていることがマイナスとなっている。
	▲	住関連専門店（役員）	・食料品を中心に値上げが続いていることから、客の節約志向がますます強くなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・当地の人口減少に歯止めがかからないこと、物価上昇が続いていること、地元企業の社内ムードが落ち込んでいることから、売上が増えるような動きが見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型ホテル（経営者）	・物価高の影響で、国内客の予約状況が悪い。海外客については、7月5日に日本で大地震が起こるとの風説が流れていることで、アジア方面からの予約が大きく減少している。また、米を始めとした食料品の価格が上昇していることで、仕入額が大きく増加しており、経費を押し上げている。これらのことから、今後数か月の景気は大きく落ち込むことが懸念される。GDPが前期比マイナスとなったことで、大型の経済対策などが行われることを期待したい。
	▲	通信会社（企画担当）	・高齢者を中心に、機種変更や新端末・新サービス移行にかかる費用がかさむとみられることから、当面は収支が悪化することになる。ただし、秋以降は収支が改善すると期待している。
	▲	美容室（経営者）	・物価高が収まらない限り、景気が良くなることはない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・地方では、所得の伸びよりも物価の上昇率が明らかに上回っていることから、客の日々の生活にゆとりがなくなっている。そのため、住宅市場が好転し、成長するという展望は見通しにくい。
	×	一般小売店（経営者）	・今夏には参議院選挙が行われることもあって、景気の回復はしばらく先のことになる。
	×	スーパー（店長）	・物価がますます上がり、商材の値段も高くなっていることから、客の買い方もどんどん渋くなっている。また、電気や水道、ガスの料金も上がっているため、客の給与が今よりも増えない限り、商品の売行きが良くなることはない。
	×	衣料品専門店（店長）	・品質よりも価格に対する客の要求が強まっているなか、衣料品業界では、既に次期シーズンの発注、生産を行っており、どうしても対応が後手に回ってしまっている。そのため、今後の景気は悪くなる。こうした状況を報道で取り上げてもらうなどして、客の理解を得られないと、今後の経営が成り立たなくなることも懸念される。
	×	タクシー運転手	・令和の米騒動が、当面沈静化しないとみられることから、今後も消費者の節約志向が続くことになる。そのため、今後の景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)	-	-	-
	○	農林水産業（経営者）	・今後、果物の収穫期を迎えるなか、米の価格が安定することで、景気が上向くことを期待している。
	○	食料品製造業（従業員）	・夏を迎えて、観光客の動きが活発になることで、景気が上向くと期待している。
	○	建設業（経営者）	・今後、受注が進み、工事の稼働率や稼働量が最盛期を迎えることになる。9月頃までは災害などが起こらない限り、順調な進捗が期待できる。ただし、米国の関税の動きが景気や施工面にどのような影響を及ぼすか見通せないことが気掛かりである。
	○	金融業（従業員）	・賃上げ改定後の賃金の支給が進むこと、燃料油価格定額引下げ措置の効果が生じること、米の価格対策により消費者物価の上昇が抑制されることなどから、今後、実質賃金が増加に転じ、消費者マインドが改善することを期待している。ただし、米国の関税の動きは懸念材料である。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後についても、現状と同等の売上が見込まれる。
	□	食料品製造業（従業員）	・4月に価格改定を行ったにもかかわらず、販売量が増加している。これまで価格改定後は販売量が減少する傾向にあったことから、今後の景気を判断しづらい状況にある。
	□	建設業（従業員）	・建設費の高騰や人手不足はすぐには解消しない問題であるため、今後も現状維持のまま推移する。
	□	建設業（役員）	・技術職員の現場配置がフル稼働状態で続く見通しに変わりはない。一方、夏の参議院選挙の行方が、景気と投資マインドの動向を左右しかねないため、今後、影響が生じることを懸念している。
	□	輸送業（支店長）	・トラック不足や人手不足の状況はすぐには変わらない。そのため、貨物はあっても、順調に業務をこなすことができず、もうからない状況が続くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	広告代理店（従業員）	・米国の動きに見通しが立ちづらいこともあって、景気が上向くことを想像しにくい状況にある。今後、米国との関税交渉が、日本にとって有利な内容でまとまることになれば、プラスの効果が出てくることが期待できる。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今後、米国の関税の影響が出てくることも考えられるものの、現在の受注状況から、この先数か月は大きな変化のないまま推移する。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・労働者不足問題や米国の関税を巡る世界的な不安感があるなか、当面は景気の良しあしの見極めについて、判断の難しい状況が続くことになる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・客先の仕事量が少ないことから、商材の購入意欲が低下している。仕事量はこれから少しずつ増えてくるとみられるが、客先への入金数は数か月先となるため、秋口くらいまでは現状維持での推移となる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・改正建築物省エネ法の影響で、新築住宅について駆け込み受注が生じており、今後、反動で落ち込むことが見込まれる。
	▲	通信業（営業担当）	・ここしばらく景況感はやや上向きで推移していたが、米国の関税の動きが不透明なこと、原材料の値上げが続いていることから、この先の景況感はやや停滞すると見込まれる。
	▲	司法書士	・ここ数年、インボイス制度の導入や社会保険料率の引上げなどにより、企業や国民の負担が増加しており、今後もこうした傾向は続くと思われる。参議院選挙を控えて、一時的な負担軽減策が行われる可能性はあるものの、将来的には企業や国民の負担がますます増えると思込まれるため、景気が回復するとは考えにくい。
	▲	司法書士	・不動産相続登記の義務化に伴う過去の掘り起こし案件が一段落し始めている。また、土地代金や建築費用が高いため、個人の不動産取引は中古物件が増えており、若い世代が住宅を新築しにくい状態が続いている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
雇用 関連 (北海道)	×	-	-
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・米国の関税の動き、米を始めとする物価高騰の影響で景気が悪くなっており、それが求人数の減少に現れている。米の価格対策など、効果的な対策が行われることで、今後の景気が上向くことを期待している。
	□	人材派遣会社（社員）	・米国の関税の先行きに不安は感じるものの、今のところ、北海道では景気が下振れする様子はみられないことから、今後も現状のままで推移する。企業において、人材確保の優先度の高い状況はしばらく続くことになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・経済活動が活発になったとしても、物価高騰を上回る賃上げは見込めないため、物価高によるマイナスの影響が大きい状況は変わらない。そのため、今後の景気は横ばい又は下向くことになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・当地で開催されている大規模イベントが、地域経済を刺激する良い材料となっている。周辺の飲食店や宿泊施設も対応を強化し始めており、今後の経済波及効果を期待できる。また、参議院選挙に向けた準備が本格化しており、関係業務を中心に求人申込みが出始めていることもプラスである。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少が続いているものの、特殊要因によるものであり、求人数の減少が景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。
	□	職業安定所（職員）	・当地の新規求人数は、前月に8か月ぶりの増加に転じたものの、4月は前年比マイナス4.9%となり、再び減少に転じた。また、月間有効求人数は25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、消費行動の状況が先を見通せない状態となることが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰が続くなか、消費者が物価高に慣れてきたこともあって、動きが多少落ち着いている。そのため、今後の景気は横ばいでの推移となる。

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
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・景気が上向くような要因は見当たらない。雇用条件が良くなっている業界はあるものの、一部の動きにとどまっている。
	▲	職業安定所（職員）	・この先、数か月で経済動向に大きな変化が生じるとは考えにくい。また、米国の関税の動きが不透明なこともあって、景気が上向くような要因が見当たらない。
	×	-	-

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）	・夏祭りなどイベントが増えるため、観光需要が増加する。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数の減少は続いているが、暑くなると身体が不調になる人が多くなるため、販売量は増えるとみている。
	○	スーパー（店長）	・備蓄米の放出により米の価格が下がれば、可処分所得は増えるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・客は商品の値上げは織り込み済みで抵抗はないようである。客単価、買上点数、来客数共に伸びている。気温が上昇すれば、一層アップしそうな状況である。前月は米も動いていたが、今は落ち着きほとんど動いていない。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数に変化がなく、前年と同じように暑くなれば、景気はやや良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・気温が上昇することと夏祭りがあるため、売上は上がる。後は廃棄と人件費をどれだけ抑えられるかに懸かっている。この時期に稼げないと冬は借金経営になる。また、最低賃金大幅に上がるようなことがあれば、経営継続は困難になる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・夏のイベント開催に加え、天候も例年より暑くなるとの予報で、来客数は増加するとみている。
	○	コンビニ（店長）	・米の価格が安定することで、経済的にも心理的にも上向くとみている。
	○	家電量販店（従業員）	・6～7月はエアコンの最需要期だが、前年、前々年と売上、販売数共に前年を下回った。梅雨入り、梅雨明けのタイミングや気温上昇が鈍いことも要因の1つとして捉えている。今年こそ早めの梅雨明けと気温の上昇により、エアコン需要が回復することを期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・7月頃からオーダーを再開できる車が2車種ほど増えるため、少し上向くとみている。
	○	乗用車販売店（店長）	・来客数は徐々に増えており、顧客の消費マインドも上向いている。特に必要な修理部品には金を惜しまずかけているため、サービス部門の売上が前年比120%と大きく改善している。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注残があるため、販売量は増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク商戦では人流増もみられ、期間全体で来客数は前年比106.5%と好調であり、7～8月の夏休み商戦も期待できる。
	○	一般レストラン（経営者）	・予約の入り具合がコロナ禍の前に近くなっている。客の動きが良かったため、やや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・インバウンド及び夏休みの国内旅行の先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・先行予約の状況も悪くないため、夏のボーナス支給後の旅行消費額はやや良くなるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格や光熱費に対する補助、米価高騰対策により、多少は良くなるとみている。
	○	テーマパーク（職員）	・1番の繁忙期になるため、来客数、買上率、客単価はアップするとみている。
	○	美容室（経営者）	・公務員と上場企業は賃上げなどにより夏のボーナス支給額が増加する。また、参議院選挙における景気対策も出そう。消費にはプラスに働くともみている。

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
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、気温上昇に伴い、エアコンの交換に関する問合せが増えるとみている。リフォームは、補助金対象の工事の問合せが増えるとみている。
	□	商店街（代表者）	・米の価格が2倍以上になり、飲食店や家計に大打撃を与えている。米などの物価上昇を抑えない限り、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・この先、物価高や米国の関税政策に伴うマイナスの影響がどれだけ消費マインドに影響するのかという不安がある。プラスの影響は当面ないとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品の動きが鈍い状況は変わらない。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・社会情勢や業界において、プラスの材料が見当たらない。
	□	百貨店（企画担当）	・物価高の影響もあり、引き続き高額品を中心に景況感は厳しさを増すとみている。
	□	百貨店（営業担当）	・気温の上昇によって衣料品の売上がどこまで回復するか、見通しが立たない。
	□	百貨店（経営者）	・年金や物価高の話題が連日ニュースで取り上げられているため、消費マインドは更に低下していく。お中元は送り先の絞り込みやギフト自体の取りやめなどが予想され、百貨店のメインターゲットであるシルバー層の消費は更に鈍くなるとみている。
	□	百貨店（催事担当）	・全館リニューアルオープンの効果が売上に現れている。しかし、依然として生活防衛意識は高く、生鮮品を中心に食料品が不調である。今後も予断を許さない状況は続く。
	□	百貨店（従業員）	・物価高がいつまで続くかなど先行きが見えないなか、生活防衛意識は高いままで変わらず、購買行動に変化はないとみている。
	□	スーパー（経営者）	・備蓄米の需要の高まりからみても、消費者の低価格志向は続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・ゴールデンウィークを過ぎた頃から売上は一定の水準で落ち込んでいる。その傾向は今後も変わらないとみている。
	□	スーパー（店長）	・物価高が続くため変わらない。
	□	スーパー（店長）	・良くなる要因は見当たらない。このままの状態が続くとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・政府による米の需給対策やガソリン価格の状況によっては上向きに転じる。ただし、米国の関税政策の影響への懸念もある。
	□	スーパー（企画担当）	・物価高になれば客が購入数量を減らすのは当然である。小売業においては、価格上昇分を売価に転嫁できない限り経営は苦しくなる。
	□	スーパー（商品担当）	・米の価格が低下し相場が安定すれば、節約志向は和らいでいくと考えるが、米の平均価格が下がるかは現時点で確定していない。3か月後の状況は変わらないか、若干良くなるとみている。
	□	スーパー（業務担当）	・現状から大きく変わる兆候はない。
	□	スーパー（店舗運営）	・販売環境に大きな変化はない。
	□	コンビニ（経営者）	・当面は現状のまま変わらないとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・人の動きは変わっておらず、物価も上がっているため、全体的に横ばいが続くとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・外的要因による変化はなく、好調は変わらないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加しないなか売上が上がっているのは、単純に値上げの効果である。景気が回復したとは考えていない。
	□	コンビニ（店長）	・景気は徐々に悪化している。税金等の払込みにおいて1年分をまとめて払う人が多いことも、確実に払わなければならないところから払うという意識が働いているためとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・仕入価格の上昇で今後の見通しが立てにくく、お中元商戦の売価設定に苦慮している。
	□	衣料品専門店（店長）	・天候に大きな変化がない限りは変わらない。しかし、軽装化が進み、スーツを着ない人が更に増えることを懸念している。

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
	□	衣料品専門店（店長）	・物価高に運動した賃上げが進まない限り、個人消費の不安定な動きは変わらない。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・2025年のベースアップ実施企業は僅かながらも増加しているが、物価上昇分をカバーするには至らない。この状況は今後も変わらないとみている。
	□	家電量販店（従業員）	・良くなる材料が見当たらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・モデルチェンジ後、生産オーダーを開始しても、納期に時間が掛かれば、景気はすぐには良くならない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・配車量が極端に増えない限りは変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・決算期を迎える。
	□	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価は高くなる一方で、短期的に景気が良くなることはないとみている。
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・購入チャンネルの多様化の影響が、注文数の減少が続いている。地元企業の顧客離れもあり、ばん回は厳しい。非常に厳しい状況が続くとみている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・世界情勢に振り回されていることに加え、燃料油価格の補助事業の変更により、販売価格の変動が激しくなることが予想される。それに対し、補助額は定額となったため見通しが立たない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油は閑散期になるため、販売量の伸びは見込めない。
	□	一般レストラン（経営者）	・外食の頻度が減っているため変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・消費者が物価高は当たり前と考えるようになるまでは、景気は良くならない。
	□	一般レストラン（スタッフ）	・ランチタイムの来客数は高齢の常連客で維持しているが、ディナータイムは今後も増加は見込めない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・好転要因が見当たらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・好転要因が見当たらないため、物価高に慣れるまでは、手控え感が強い状況は変わらないとみている。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・夏休み期間に入るため、例年であれば景気は良くなるころだが、物価高が続く限り良くなることはない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドは梅雨の時期や暑い時期は減る。一方で、国内需要はあるため、余り変わらないとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・物価高騰、国際情勢などの不安要素がある。
	□	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先3か月の先行販売額は、前年とほぼ変わらない。
	□	タクシー運転手	・7月はコンサートなどのイベント、8月は夏祭りや墓参りなどで利用者があるため、今月並みの利用者数が見込める。
	□	通信会社（経営者）	・インターネットサービスは、競合他社との価格競争がますます激しくなるため、大きい伸びは期待できない。今後は放送、通信加入者向けに激安携帯電話サービスとのセット加入を売り込んでいく予定である。大幅な増収は見込めないが、解約は防止できるものと期待している。
	□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、改善は難しい。
	□	通信会社（営業担当）	・経費の増加以上に収入が増加しない限り、社員の給与は上がらない。
	□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が増えないため変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の受注見通しは良くないが、再生可能エネルギー施設関連用地の不動産仲介依頼が増えている。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇が止まらない。
	▲	商店街（代表者）	・円高と米国の関税政策の影響で、インバウンドの売上が急降下している。
	▲	コンビニ（経営者）	・気温の上昇で人の動きが良くなると思ったが、来客数は伸びていない。6月から商品も値上がりするため、景気が上向くことはない。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価の上昇に収入が追い付いていない。現状が改善する要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	衣料品専門店（経営者）	・洋服は季節を先取りして販売するため、夏本番の時期に夏物商材を充実させることは難しく、購入は止まる。秋物はまだ動かないことが予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰の継続により、節約ムードが更に高まるとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・物価上昇が続き、特に食品関連の影響が大きいと、消費者は買物にますます慎重になる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車の商談数や販売量が例年より少なく、中古車の動きは良くなっていることから、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・実質収入が落ち、米の価格が高止まりしているため、食費以外の支出は絞られるとみている。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・近隣のショッピングセンターの新規オープンやリニューアルにより、来客数に影響があるとみている。
	▲	高級レストラン（支配人）	・例年、夏から秋にかけては低い水準で横ばいが続くため、現状よりやや悪くなるとみている。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・来客数が改善しなければ、景気が上向くことは期待できない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・宿泊券販売額は、東北エリア内だけでなく、東京・北海道・大阪・九州各方面いずれも前年比マイナスである。
	▲	タクシー運転手	・利用者数の減少が続くとみている。
	▲	観光名所（職員）	・客単価の上昇により売上は何とか維持している。しかし、ゴールデンウィークの客入りをみても、消費が少し控えられているようであり、景気は若干落ち込むとみている。
	▲	遊園地（経営者）	・物価上昇が家計の負担になっている。米国の関税政策による輸出への影響も含めて、消費の勢いが戻る見通しが立たない。
	▲	競艇場（職員）	・今月は大口客の利用が多かったが、それが続くことはない。続いたとしても売上が今月を上回ることはないとみている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・米国の関税政策による先行きの不透明感や金利の引上げにより、買い控えがみられる。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・東北では人口の減少に加え、企業の倒産件数も増加している。政治が不安定なこともあり、景気はやや悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・来月以降の予約が全く入っていない。この先、景気はかなり悪くなると予想している。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在、備蓄米が5キロ2000円で販売されるとか、光熱費やガソリン代に補助金が出るといった良い話が出ている。しかし、3か月後は首長選挙や参議院選挙があり、消費活動は活発にならないため、更に悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・商品の価格上昇は、これ以上はないと思ったところから更に続いている。米の価格も、今以上には上がらないとは言いが切れない。米価が落ち着かなければ、生活防衛意識は更に強くなることが予想される。
	×	スーパー（経営者）	・備蓄米が放出されたとはいえ、地方や中小のスーパーではその米が買えない。また、食品の値上げも続く。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の異常な価格高騰の影響が徐々に出てきている。日本酒等の主原料となる米の原価が高騰しているが、販売価格に転嫁できず困っている。米の価格を一刻も早く5キロで2000円の適正価格に戻さなければ市場に悪影響が出てくるとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税政策への不安や変動金利の上昇による影響は大きい。消費の原資を減らすことにつながるため、当面は景気が悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・地域的に官公庁に依存している企業も多く、物件単価は上昇しているが、それ以上に人件費、外注費、競合先とのダンピング競争が厳しい。結果、低価格での受注を余儀なくされ、利益を確保できない。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
	○	農林水産業（従業者）	・備蓄米の放出により米価は下がるとみられていたが、それほど下がっていない。2025年度の新米の概算金も、前年度より高くなる見込みである。
	○	経営コンサルタント	・政府が言う備蓄米の店頭価格2000円が実現し、それをきっかけに消費の安心感が広がることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（営業担当）	・新商品の投入やキャンペーンの実施により、落ち込んだ分をカバーしていく。
	□	食料品製造業（製造担当）	・支払いが高額と低額の客で2極化している。また、店舗間でも売上伸長と停滞の店舗がはっきりと分かれている。米や資材の価格高騰等により、価格改定とコストカットの問題が常に付きまとう。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰のあおりで、需要はますます減るとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・効率化を進め、ペーパーレス化やデジタル化にかじを切らない限り、紙ベースの印刷や旧態依然の業務だけでは生き残れない。デジタル化の遅れが致命傷になりかねない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・米国の関税政策への警戒感が強まっており、受注拡大の雰囲気相殺してしまう可能性がある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今のところ受注量は横ばいだが、先行きは不透明である。新規案件の話題も少ないため、2～3か月後の状況は変わらないか、やや悪くなるとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響で、客が設備投資に慎重な姿勢を見せている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の動向から、まだ横ばいが続くともみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・事業部別で動きに変化が出てきている。電子デバイス事業は下振れの可能性がある。半導体関連事業は秋以降に復調を見込むものの、いまだ先は見えていない。
	□	建設業（従業員）	・受注量は増えてきているものの、価格高騰がどこまで影響するのか見通せない状況である。
	□	建設業（従業員）	・資材の価格高騰が続いているため、景気は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・豊富な営業財産がある。今後も建設需要が減ることはないともみている。
	□	輸送業（経営者）	・製造業の主要取引先の生産量がなかなか回復しない。消費が伸びないことが大きな要因だが、これはしばらく続くともみられる。米国の関税政策の影響で取引先の受注が減ることが懸念されるなか、プラス要因がみえてこない。
	□	通信業（営業担当）	・当社の通信インフラの価値を再認識してもらえよう、働きかけを継続していく。
	□	金融業（広報担当）	・夏祭りが近づくなか、地域やインバウンドの盛り上がり期待できる。しかし、国内外の経済政策が地域経済に与える影響を考えると、現状程度の景気水準で推移するとみている。
	□	広告業協会（役員）	・先行きの経済環境が不透明であり、必要最低限の販売促進費にとどめる企業が多い。広告業界の業績は当面微減で推移する見込みである。
	□	広告代理店（経営者）	・外的要因の影響が大きいとみている。様子見が続くとみている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・米価の高止まりなどネガティブな要素ばかりで、消費を喚起するポジティブな要素が見当たらない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・観光客の入込は天候に左右されるため、先が見通せない。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・米国の関税政策により、様子見や事業の見直しをする発注元があるため、受注案件の流れが悪くなっている。
	▲	農林水産業（従業者）	・今年は果樹を中心に、開花の時期に低温だったためか結実が悪い傾向にあり、収量が減る可能性がある。価格が大幅に上がることになれば、消費にも影響が出る。
	▲	建設業（従業員）	・案件契約に至るまでの金額交渉等で遅延するケースが増えている。受注契約には至るものの、これまでより期間売上が低下する可能性が高くなる。
	▲	通信業（営業担当）	・サービス料金の値上げに伴い、客からはネガティブな声も聞こえている。
	▲	通信業（営業担当）	・米国の関税政策が間接的に影響する可能性がある。
	▲	司法書士	・管轄登記所の登記受付件数が前年同月比で5%減少している。
	▲	公認会計士	・製造業は売上が上がらず、業績は良くない。建設業も受注が厳しいとの話が出ている。小売業、サービス業の業績がある程度良くても、全体として景気は悪くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コピーサービス業（従業員）	・政治経済が混とんとしており、倒産も増えている。
	×	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、厳しい状況は続くともっている。
雇用 関連 (東北)		*	*
	○	人材派遣会社（社員）	・特に専門職の採用は動きが良く、条件を満たす求職者を確保できれば支援数の増加につながる。ただし、求職者の動きに左右されるというリスクもある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・当地では米国の関税政策の影響を目の当たりにすることは余りなく、景気がやや良い状態から下がる様子はみられない。求人においては、採用しづらい状況がしばらく続くともっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・一部のエリアにおいては良化傾向がみられるものの、この先も続く見通しは立っていない。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人状況や求職者の動きに変化はみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告に少しずつ動きが出ているが、景気は当面変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高の不安と影響がなくならなければ消費拡大の期待は持てず、求人にもつながらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の推移から、有効求人数は前年と同程度で推移する見込みである。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足感のある状況が続いている。しかし、求人をやめる事業所も出てきており、様子見の状況がうかがえる。
	□	学校〔専門学校〕	・諸外国の情勢から大きな期待はできない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り現状は変わらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国の経済政策の影響が見通せず、特に輸出の比重が高い企業に停滞感が出てくるとみている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・AIの進化による仕事量の減少が予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高騰に歯止めがかからず、企業経営も更に悪くなることが予想される。
	×	*	*

３．北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		-	-
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・お中元用品の販売が見込めるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響がまだ続くため、景気はやや良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・食料品などの値上げはあるものの、観光地に近い店舗では前年実績からの落ち込み幅が小さく、懸念事項とまではいえない。来客数は順調に増加しており、増収の条件は整っている。夏のボーナス支給も控えているため、やや良くなる。
	○	家電量販店（店員）	・このまま気温が上昇し猛暑となれば、季節商材は好調となり、景気は上向く。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・米や野菜の価格が安定して、早い夏の訪れと猛暑で、ビール消費が増え、提供側も安価で多彩な夏メニュー提案ができ、消費量が多少増えることを期待している。
	○	都市型ホテル（経営者）	・物価高騰の影響があり、販売量が増えても新型コロナウイルス感染症発生前の利益率より悪化している。販売量は徐々に回復傾向にあるものの、景気が良くなるといえるかどうかは分からない。
	○	旅行代理店（従業員）	・お金はあるところにはあるので、グループ全体でみれば良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・３～５月にかけて売上が良くなっているため、この先も良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・外商に方向性を切り替えて成果がみえてきているため、先行きは明るくなるようにみえているが、不安もある。

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〔精肉〕 （経営者）	・前月も今月もほとんど変わらない。備蓄米の古古米が放出されるが、その前に出荷されている米価が少しでも下がるようになれば、安心感が出て少しは元気になるかとみている。
	☐	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・例年、桜の時期が終わると減少する外国人観光客数が減っていないのは、大阪・関西万博が開催されているためと考えている。外国人観光客の購買意欲は堅調で、国内観光客の消費も、比較的若年層では購入が増えている。外国人観光客の傾向は大阪・関西万博終了まで続くと思われるため、変わらない。
	☐	百貨店（営業担当）	・値上げや米価高騰の不安はなかなか払拭できず、購買を控える傾向は変わらない。ただし、今年も猛暑予報のため、快眠グッズや涼感素材等の購買には期待できる面もある。堅実な購買動向は変わらず続くものとみられる。
	☐	百貨店（店長）	・国際情勢に加えて物価高の影響は大きく、客の消費に対する慎重な様子は変わらない。
	☐	スーパー（総務担当）	・今後は米価が安定する等、条件が整えば景気回復につながると考える。
	☐	コンビニ（店長）	・商圏内の有力店の廃業から1年が経過したため、来客数は変わらない。
	☐	家電量販店（営業担当）	・今夏は暑くなるとの長期予報が出たため、冷房関連の取組を強化している。商材や業者の確保はできている。接客での単価アップ、関連商材の案内を徹底していく予定である。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、米国への輸出が減少した分を国内需要に回しており、納期が改善されてきて、生産も順調である。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・受注は堅調にあるものの、受注残は減少傾向が続いている。
	☐	自動車備品販売店（経営者）	・ガソリン等の補助金が多少出たことで、少し明るい兆しが見えて、客の動きが多くなってきている。前向きの条件が整ってくると、人の動きは良くなる。ただし、世の中の先行きに対する不安があるため、どうしても財布のひもは固くなり、縮小傾向にある。これらを差し引いて、現状維持に近い状態ではないかと考える。
	☐	住関連専門店（店長）	・良くなる要素がない。
	☐	その他専門店（総務担当）	・先の受注が少ない状況は変わらない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・例年、この時期は横ばいである。
	☐	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食部門の運営を続けるには、今後も人材を維持、獲得していくことが不可欠である。しかし、従来からの求人広告では効果がなくなっており、短時間労働者、人材紹介、外国人雇用等、採用の多様化を進めていくことがますます重要になっていく。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・このまま社会情勢が不安定と皆が感じる状況が続けば、国内旅行需要は更に減っていく。
	☐	旅行代理店（経営者）	・販売量は減るものの、単価が上がるため、変わらない。
	☐	旅行代理店（所長）	・国内の個人や団体客の伸びは弱含みだが、インバウンド先行で進むことが予想される。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・大阪・関西万博の影響で来客数は減少している。一現場での景気状況は悪化しているが、業界全体としては好調といえる。
	☐	タクシー運転手	・良くも悪くもほとんど変わらない。
	☐	通信会社（社員）	・現状では変わらないと考えるが、近い将来、悪化傾向になると懸念している。
	☐	通信会社（営業担当）	・7月に予定している参議院議員選挙を見越した、政権政党の景気刺激策や減税等の具体的な対策が打たれない限り、社会情勢の影響から、現状より良くなる要素はない。
	☐	ゴルフ練習場（経営者）	・依然として、ガソリン代や食品価格が高止まりしている。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・いまだ貸家の空気が目立っており、店舗等もシャッターが下りている店がかなり増えている。景気が良くなるような要素はない。

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
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・新年度に入ってから例年とほぼ同様の依頼件数で推移しており、今後も同様の状況になるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・中心街に近い橋の架け替え作業が半年前から開始され、今後3年間通行止めが続くため、集客に多大な影響を及ぼす。
	▲	百貨店（営業担当）	・物価高の継続に伴う消費マインドの低下はしばらく続く。景況が改善する要因は見当たらない。
	▲	スーパー（商品部担当）	・物価高の影響が収まるとは考えにくく、買い控えの傾向は続く。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・食料品を始めとした物価高では、特に、生活必需品が相当高値を付けている。今、大騒ぎになっている米価高騰の問題もなかなか収束しそうにないが、皆が価格高騰に慣れることはない。現状の物価高がある程度収まってこない限りは、当店の顧客に動きは出てこないとみている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・総会シーズンから夏場にかけての入込が前年と比べて弱い。件数もそうだが、1件当たりの人数が減少しており、企業や団体の集まりが少なくなっていることを実感している。
	▲	通信会社（経営者）	・長期の円安で、延々と続いていた仕入コストの増加は一旦歯止めがかかりそうである。ただし、値下がりをしているわけではないのでコスト高に変わりはない。備蓄米がようやく安価に出回りそうなので、消費者のマインドが改善されることを期待したい。
	▲	通信会社（総務担当）	・例年8月は売上が減る傾向にある。酷暑で電気使用料金が増えれば、更に影響が出ると予想している。
	▲	通信会社（局長）	・価格上昇が止まらず、物価高への移行が続いている。賃金の上昇はそこまでではないなかで、所得が少ない人にも厚生年金の加入等が義務付けられれば、更に買い控えにつながると懸念している。
	▲	テーマパーク（職員）	・米国の関税政策、人員削減などの雇用問題、ガソリンや米価の高騰等により、レジャーは劣後となり、来園者数や消費の減少等が想定される。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・夏の猛暑予報もあり、前年より集客に苦戦することが予測される。
	▲	美容室（経営者）	・新聞チラシ等の販売促進費を掛けて、新規客の来店キャンペーンを仕掛ける予定である。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・米国の関税政策の影響が出始めるため、世の中全体の不況感が強まり、悪化の動きが全体的に出てくるとみている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・いまだ国内政治が不安定で、米国の関税政策も不透明である。
	×	一般レストラン（経営者）	・客は節約志向で外食しようという雰囲気になっていない。夏場はエアコンを使うので、電気代も高くなり、家計は厳しくなりそうである。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
	○	化学工業（管理担当）	・新規開発製品の製造を5月末から開始し、7月から販売となる。また、既存製品の受注量もやや増加している。
	□	食料品製造業（経営者）	・物価高は今後も継続する予想で、生活者の収入はそこまで増えない。生活防衛のため、消費は鈍化したまま推移するとみている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・物価高が影響しているようなので、これから先もどうなるか分からない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・秋頃から回復するとの話はある。しかし、現状では不透明で、低迷した状況が続く見込みである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注増加を見込めない状況が続いている。米国の関税政策による先行き不安もある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・客や同業者の情報から判断すると、先行きは変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月まではまずまずだったが、取引先もゴールデンウィークは稼働日が少なく売上が落ちた。6月は若干戻ると見込んでいる。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・いまだ物価高の状況等が続いているためである。

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
	□	輸送業（営業担当）	・梅雨を迎えるに当たり、乾燥機能付き洗濯機や除湿器、サーキュレーター等、夏物家電、省エネエアコン、冷蔵庫等は前年並みの物量を確保予定である。しかし、依頼に対する車両不足も発生し、協力費も高くなっているため、利益は薄くなりそうである。
	□	経営コンサルタント	・米国の関税政策の影響が続くとみられるなか、地域企業、下請企業の生産活動は少し戻るとみている。家計は今夏のボーナス等の支給状況にもよるが、多少は活発になるとみている。
	□	司法書士	・人口減少がどんどん進んでいる影響を受けて、子供の数も減っている。この状態がまだ数年は続くともみている。
	□	社会保険労務士	・当地域には輸出産業があるため、関税交渉次第で悪影響が懸念される。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の値上がりが懸念される。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・受注予定からみても、やや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・売上の的にも、前月をピークに今月、来月、再来月と、どんどん悪くなり、かなり厳しくなるとみている。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・米国の関税政策の影響で、主要取引先は少しずつ減産傾向へ動いている。今のところ3か月先の予定ではあるものの、先行きに不安がある。
	▲	建設業（総務担当）	・年度が替わってからの発注や受注の動きは余り良くなく、先行きの不安も大きい。
	▲	金融業（営業担当）	・外部環境の変化等に中小企業は対応が遅れがちで、今後やや悪くなる様子がうかがえる。
	×	不動産業（管理担当）	・求人を出しても応募状況が芳しくなく、今後は更に給与面での待遇を上げざるを得ない。また、事務所ビルのテナントの配置転換で退去の話も出ているため、先行きに明るい話がない。
雇用 関連 (北関東)	-	-	-
	○	人材派遣会社（経営者）	・夏のボーナス等を期待しての傾向もあるが、夏物やギフト商材、自動車関連では新車等の発表を控えてはいるが、少し厳しいとみている。公共事業関連は頻繁に道路工事等の案内も見掛け、公共工事、住宅関連等では人材募集がある。ただし、現場には外国人労働者も入っている。米価高騰も落ち着いてくると有り難いと期待はしているものの、厳しい面もある。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・短期の派遣が増加傾向で、一時的だが派遣の仕事が増えると思われている。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・賃上げにより、少しずつ消費行動が上向きになると考える。
	□	人材派遣会社（社員）	・50～60代の求職者割合が高く、企業側の求める年齢層とのギャップが解消されない状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比の動向は、建設業は減少傾向、医療福祉分野は増加傾向で推移している。製造業、卸・小売業は増減を繰り返している。
	▲	-	-
	×	*	*

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〔文房具〕（経営者）	・今年に入ってから売上は2けた伸びており、文具店の繁忙期である4月からゴールデンウィークを過ぎても来客数は落ちていない。週末に行われる地域のイベントも活発に開催されており、今後の景気の不安材料は梅雨に入ってから天候だけである（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・現状の2～3か月先の予約数等を考えると、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7～8月は既に高単価での予約で埋まってきているため、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
		ゴルフ場（経営者）	・ここ2～3か月の来客数、売上共に底打ち感がある。天候が悪くなりすぎなければ、減税、米相場など行政の動きも良くなりそうなので、身の回りの景気は良くなる。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・電気店の場合、6～7月は特に天候に左右されやすい。今年の予報では暑くなるのが早いようなので、6月以降エアコンなどが売れるとみている。エアコンに関しては、高くても省エネになる物と安価な物とが売れる。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今夏も暑くなりそうで、各種補助金も出てきているので期待している。商財の確保が気掛かりである。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・6月以降は需要が増えて良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・夏場まではよく売れるため、この調子で売上が伸びることを期待している。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・男性用の遮光遮熱効果のある晴雨兼用傘が浸透してきており、問合せが増えている。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数、購買客数は伸びており、消費に関する需要は引き続き伸びる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・家計の節約志向も一段落し、高齢客の来店頻度と若年層の新規来店に増加傾向がみられる（東京都）。
	○	コンビニ（エリア担当）	・定期昇給の安定的な増加と夏のボーナスによって給与の手取り額が増えているため、客単価の上昇が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・イベント開催の時期に入り、人出が増えるため、来客数、売上共に増加が見込まれる。イベントの客は単価を余り気にしない傾向もあり、期待ができる。通常の客は、値上げにより客単価は上がっているものの買上点数が不調である。
	○	衣料品専門店（店長）	・これからの浴衣需要に備え、評判の高いアニメとのコラボ商材を投入し、けん引を期待したい。また、新作ステージドレスフェアのスタートは計画比91%ともう一步のところだが、集客及びPR強化で巻き返しを図る予定である（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・市況予測でも訪日旅行者は今後も増加する見込みのため、来客数も増えるとみている（東京都）。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・灼熱の夏が来ると夏物商材の売行きが変わるので、夏に期待している。
	○	高級レストラン（経理担当）	・事業の特性上、予約は3か月から1年前に客から受ける。3か月先の予約は現在よりも30%程度多いため、やや良くなる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・品質を重視して、客への提供レベルを落とすことなく、しっかりと商材を提供できれば、景気に左右されることはない（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	・好調なインバウンドにより現在の好況が維持される見込みである（東京都）。
	○	タクシー運転手	・この先、梅雨入りして雨が降るとタクシーの動きが良くなるため、期待したい。今夏もかなり暑くなる予報のため、利用者は間違いなく増える。
	○	タクシー運転手	・夏がかなり暑くなってきているため、前年の夏を考えると利用客がかなり増えるのではないかとみている。この調子でいけば更に良くなる予想だが、米国の関税政策が我々の生活にどのように影響するか分からないところもある。期待を込めて、やや良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・例年どおりであれば2～3か月後は猛暑で客が増える。売上は余り変わらないものの、近距離利用の客が増えて忙しくなる（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなり、新たな購入客層が出現しつつある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・前月に引き続き、商店街のイベントなど、小規模だが案件が増えている（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・案件の動きが少しずつ進展していく見込みである（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	・B to Bは堅調に推移する。B to Cについても政府の働きかけで米などの物価上昇への一部でこ入れが行われ、若干物価が落ち着くことと消費意欲の改善が見込まれる（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
	○	通信会社（営業担当）	・ 6月以降に特に大きなイベントがあるわけではないため、大きくは変わらないとみている。ボーナス支給によりやや影響があるかどうかである（東京都）。
	○	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・ 6月に近隣でスーパーがオープンするため、利用が増えることを期待したい。
	○	設計事務所（経営者）	・ ただ待っているだけではなく、どんどん動かなくてはいけないということをこの半年間で考え、やらねばならぬという気持ちで頑張っている。そのため契約もどんどん増えて、現在は社員数が足りないくらいである。
	○	設計事務所（経営者）	・ 幾つか案件があり、その中には具体的に動き出しそうなものがある。
	○	設計事務所（経営者）	・ 物価については、葉物野菜の相場が下がってきて、米も安価なものが流通するようになる見通しができたため、消費が拡大し、景気はやや良くなっていく。
	○	住宅販売会社（経営者）	・ 国内ホテルの宿泊料金が上昇しつつあり、特に都内では月に2%程度上昇しているため、ホテル部門は良くなる。一方、建設業は、資材価格の高騰により我々中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、なかなか従業員の賃金を上げることができない。
	○	住宅販売会社（従業員）	・ 個人投資家や相続税対策でのアパート購入需要は、問合せなどからみて継続する。さらに、法人の土地活用の動きが増えている。
	□	商店街（代表者）	・ 今後も余り良くならないという判断から、フリーに使えるお金をある程度手元に持っておきたいという客の心理がうかがえる。そのため、買物について慎重にならざるを得ない。
	□	商店街（代表者）	・ 基調は、なだらかな右肩上がりともみているが、世界経済の不確実性とマインドの変化はなかなか不安含みである。また、気温や気候の影響も大きく、中長期の気象予報で、前年ほどは暑くならないといわれていることはプラス要因である（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ 今の悪い状態がこのまま続いていくような気がして仕方ない。売上自体も底を突き始めている（東京都）。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・ 景気は現状のままで変わらない。来客数は以前と比べれば幾らか増えているものの、なかなか成約には結び付かない。何とか現状維持で頑張っている（東京都）。
	□	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・ 半年後には大きく変わるが、3か月先では変化はない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 印章店なので文房具に属すが、印鑑の技術にこだわることで自体が古いのかもしれない。ロボット彫刻がまん延しており、非常に安価に設定されているため、技術にこだわった販売方法では厳しい。販売方法等を考えていかないと、将来は先細りするばかりである。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・ 今のところ賃金が上がる見通しが立たないため、やはり2極化している。富裕層は良いが、賃金の底上げがないと、経済は大きく良い方向には転換しない（東京都）。
	□	一般小売店〔生花〕（店員）	・ 8月は暑さで花の需要がほとんどなくなる季節である。5月の母の日と同様に8月のお盆も売行きが悪いと予想されることから、変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕（総務担当）	・ 今後2～3か月先では業績に大きな影響を与える要因はない（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	・ インバウンドはさほど変わらないとみられるが、主力の購買層では原材料価格の高騰や為替の影響により買い控えがあるとみている（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・ 直近の備蓄米放出により、食料品の動きが出てくることは好ましいが、一過性にすぎず、価格は高止まりすると予想している。あらゆる物価の上昇は継続する一方で、経済の先行きが見通せないなかでの消費行動は鈍化するとみている。売上は一定程度の伸びはあるものの、購買数の減少、メリハリをつけた消費行動により、結果として現状と変わらないと推察される（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・ 現状の消費に対する慎重な姿勢は継続することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（総務担当）	・米に代表されるように、食料品関連の値上げが続いており、一般的な消費者の行動が、生活必需品中心となる傾向が強くなっている。経済情勢の先行きも不透明で、この先景気が良くなるという雰囲気はない（東京都）。
	☐	百貨店（広報担当）	・内需の個人消費に直接的な影響は発生しないものの、米国の関税引上げを起点として、先行きの不透明感が一定程度消費マインドにマイナスに働くと予想している。一方で、高付加価値消費に対する国内需要の底堅さを揺るがすほどのインパクトはなく、全体的には現状の基調から大きく変化はしない（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・首都圏の百貨店では、外国人客の来店及び購買が減っている状況にあるが、郊外型の店舗の状況は今後も余り変化はないとみている（東京都）。
	☐	百貨店（営業担当）	・大阪・関西万博の開催により、インパウンドの来客数は増えているものの、購買状況、特に購買単価下落の傾向は今後も続くともみている（東京都）。
	☐	百貨店（販売促進担当）	・6月からの値上げ品目が増え、消費が鈍化すると予測している（東京都）。
	☐	百貨店（企画宣伝担当）	・米価を始めとした食料品の高騰が収まらないなか、消費マインドへの影響が懸念される。
	☐	百貨店（管理担当）	・今夏も暑くなる予報が出ている。外出を控えたり、衣料品も手持ちの物で済ます動きが増えるともみている（東京都）。
	☐	百貨店（店長）	・近隣でマンション建設が進んでおり、新規の客が来店してくれるチャンスがある。
	☐	スーパー（経営者）	・強力な競合店が近隣にできたので、影響を受けている。やや良くなると回答したいところだが、現状のまま変わらない。米不足の解消も不透明で、余り良くならないのではないかとみている。
	☐	スーパー（経営者）	・当社はスーパーマーケットだが、何しろ客はお金がない。可処分所得が増えないことには、現状のやや悪い状態がずっと続くのではないかとみている。
	☐	スーパー（店長）	・米価の動向もあるが、値上げがまだ続いていることもあり、買上点数自体は減少傾向になっていく可能性がある。
	☐	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、日々必要最低限の買物しかしないのが現状である。物価の上昇と所得のバランスが取れるようになるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー（総務担当）	・物価の上昇が止まらない。
	☐	スーパー（営業担当）	・販売量、来客数の減少、単価の上昇傾向がしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー（食品担当）	・しばらくは競合店の状況を注視し、カテゴリーでの特売を実施するなど、影響を最小限にとどめるように努める（東京都）。
	☐	スーパー（販売担当）	・値上げが続くため、変わらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・これから夏に向けて、来客数、冷たい商材の販売増加が見込まれる。
	☐	コンビニ（経営者）	・天候が大幅に悪化しない限り、現状を維持できるとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・新たな値上げによる買い控えが心配である。
	☐	コンビニ（経営者）	・コンビニなので米を買うことは余りないが、全体的に米価が高く、2年前の2倍になっているため、来店客も購入する際はできるだけ買上点数を減らしたりしており、客単価は低下傾向になっている。米価や物価に関するニュースが毎日流れているため、消費行動も弱くなっている。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・売上は好調なペースが続いており、大型の販売促進等で維持される見込みである。主力商材の値上げもあるため、動向を注視したい（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・夏季は売上が増加傾向になるものの、物価上昇による来客数、買上点数の減少が懸念されるため、上向きとはならない（東京都）。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・直近2～3か月でトレンドが変わっていないため、この先2～3か月も横ばいとみている。
	☐	コンビニ（商品開発担当）	・米価が大幅に下らない限り、客の消費マインドが改善してこない（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
	☐	コンビニ（従業員）	・景気自体は余り変わっていない。2～3か月先も大きく変動する要素はない。夏季はドリンクが多く売れる。その反面、暑い時期に買われにくい商材は減ってしまう。まだ米が高いが、コンビニをうまく利用して、ちょっとしたぜいたくをしてみたい。
	☐	衣料品専門店（統括）	・今期に入って2か月連続で来客数が前年を下回っている。この状況が即改善されることは余り考えにくい。
	☐	衣料品専門店（役員）	・やはり食料品等の価格上昇が止まらないと、衣料品業界は厳しい。
	☐	家電量販店（店長）	・物価上昇がまだ収まらないため、現状のままである。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調だが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるものの、なかなか契約に結び付かない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・来客数及び売上も前年並みになる見込みである。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカーが新車ディーラー以外の自動車販売会社に卸したがないため、販売機会が減っている（東京都）。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車が秋口以降に出るまでは変わらない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・基本的な生活にまつわる物が全て値上がりしている。それに加え、米国の関税政策の影響で今後どうなるかという不安があるため、現状のままだと景気は変わらない。ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻と戦争が続いていることの影響もある。そうしたなかで、減税なり消費税の廃止なりを行わないことには、消費は上向かないため、景気は変わらない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（総務担当）	・業界全体が先行き不透明な状況が続く。
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・すう勢が変化する要因が見当たらない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・車はし好品になってきているため、食料品などその他の物価が下がらない限り変わらない（東京都）。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・今年度のリフォーム関連の国策補助金事業の認定要件が、前年以前と比べてハードルが上がったため、需要喚起効果が薄い。今後についても補助金効果は余り期待できないとみている（東京都）。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・集客力のある大型店に客を取られてしまい、なかなか当店に来てもらえず、大分苦戦している。いろいろ考えてはいるもののうまくいかない。もう少し考えてみる。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・米価高騰等により生活費が圧迫されて家計はゆとりを失い、将来不安から消費の鈍化傾向が続くとみている（東京都）。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賃上げが進んでいるものの、物価高の影響もあり、業種よっての好不調が顕著になる。
	☐	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今後の天候も不安材料である（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・宴会関連の受注状況から、全体として宴会規模の縮小化が顕著である（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	・今も特段に良いわけではないが、暇な時期より多少は良くなっている。コロナ禍が明けて大分たつが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも売上は多くなっている。ケータリングも順調に入ってきている。できる範囲のことはしているので、以前よりは良いものの、景気は余り変わらない。これから伸びることは考えにくいので、今のやり方で何とか維持していければと考えている。
	☐	一般レストラン（経営者）	・3か月後は、米国の関税政策等の影響があり、物価が安くなるとか円安から円高になっていく兆しは見受けられない。今より悪化するとみている。
	☐	一般レストラン（経営者）	・景気動向は今のところ様子見である（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・ここ数年、インターネット環境を整備した新業種、新形態の店が増加している。各店、新規客の獲得に成功している（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〔カフェ〕 （経営者）	・当社に関しては、新商品が売れているためそこまで悪くなることはないが、米価が上がった辺りから客足が落ちてい る。ゴールデンウィークも前年より悪く、卸先の外食産業や 小売店にも影響が出ている。その上、コーヒー豆の価格が大 幅に値上がりしており、コーヒー店も閉めるところが増えて いる。このようなことからマイナス要因が多く、先行きは不 透明である（東京都）。
	☐	その他飲食〔居酒屋〕 （経営者）	・新たに大きな経済政策が打ち出されない限りは、現状は変 わらない（東京都）。
	☐	都市型ホテル（経営 者）	・売上は現状の好調を維持するとみているが、これから夏場 に差し掛かり、水道光熱費の上昇が不安要因である。米価を 始めとした仕入価格の高騰がずっと続いており、売上は変わ らなくても収支バランスが悪化するのを危惧している。
	☐	都市型ホテル（スタッ フ）	・米国の動き方等で貿易関係は相当影響を受けると考えら れ、それが県内の各企業にも波及し始めるかもしれない。そ の動きを見定めてからでないと、景気動向は分からない。
	☐	旅行代理店（経営者）	・米問題では備蓄米を放出するという話になっており、一時的 には良いことだが、将来的にはどうなのか分からない。今 現在皆が大変な思いをしているので、少しでも楽になればと 考えている。
	☐	旅行代理店（従業員）	・物価上昇は仕方ないと受け入れて旅行費用の上積みが可能 な団体と、不可能な団体が出てくると想定している。
	☐	旅行代理店（営業担 当）	・一般的なことになるが、全体として、売上等の増加に結び 付くような要因が見当たらない（東京都）。
	☐	旅行代理店（営業担 当）	・米騒動、物価高が収まらなると、レジャーにお金を回せな い（東京都）。
	☐	タクシー運転手	・物価の上昇が続いており、特に今は米を始めとして食料品 の値上がりが一気に収まる気配がない。これが落ち着かない と、我々の商売はなかなか上向きにならないので心配であ る。もう少し様子をみなければいけない。
	☐	タクシー（団体役員）	・良くなる要素が考えられない。
	☐	通信会社（営業担当）	・低価格志向がより強まるとみられるため、今後数か月間も サービスの見直しや解約が増加していく。
	☐	通信会社（局長）	・世界の通信事業環境が新たな局面にはなっておらず、しば らくは現状のトレンドが続くと予想される（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・良くなるような材料がない。
	☐	通信会社（営業担当）	・仕入価格と人件費の高騰が止まらない限り、変わらない （東京都）。
	☐	通信会社（経理担当）	・原油相場は下がっているのに、なぜかガソリン代は下がら ない。
	☐	通信会社（管理担当）	・自社の通信インフラの光ファイバー化が完了し、5月から 提供が可能となったが、競合他社に対して劣後であった状況 がようやく解消されたにすぎず、厳しい状況は変わらない （東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・前年並みのペースのため、変わらない（東京都）。
	☐	観光名所（職員）	・前年同期と変わらない水準のため、今年も同じと考えてい る（東京都）。
	☐	競輪場（職員）	・変動する要素が特にない。
	☐	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支 配人）	・米騒動次第で趣味等への出費が変化するとみている（東京 都）。
	☐	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従 業員）	・物価高などマイナス面も多そうだが、現状は影響が出てい ないように見える（東京都）。
	☐	その他レジャー施設 〔映画〕（営業担当）	・米国の関税政策の影響が若干和らぎ、株価も戻しているた めである（東京都）。
	☐	その他サービス〔学習 塾〕（経営者）	・生徒の家庭から、講習費用など塾に係る費用を抑えたいと いう意向が強くなる。
	☐	その他サービス 〔フィットネスクラ ブ〕（エリア統括）	・米価を始めとした物価上昇や所得など、景気が上向き要素 がない（東京都）。
	☐	設計事務所（職員）	・世界的な社会背景、止まらない物価高など先行きが見通せ 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
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利が据置きとなり、それほど急激には金利は上がらないだろうという雰囲気である客が多い。子育てグリーン住宅支援事業の後押しもあり、マイホーム購入希望の客が増えているが、現実的に考えて駅近物件よりも市街化調整区域の安価な土地の購入に踏み切る客が増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きに変化がない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・値上げを上回る物価の上昇が依然として続いているなか、今後改善していく兆しがみられない。
	▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・仕入先メーカーの価格改定に伴い、当社も8月に改定を実施する予定である。様々な物やサービスが値上げされるなかで、客の選択肢に残れるか不安である（東京都）。
	▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・世間の物価上昇に対して、賃金ベースが上がっていないという現実がある。食費はどうしても必要なため、食料品の価格が上がっている分、嗜好品である文房具などの出費は相当減らされる。そのようなこともあり、店頭販売はなかなか厳しい。景気は後退すると判断せざるを得ない。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・売上が伸びず、新規の客も獲得できないなか、何とか現状を維持してはいるものの、どこまで持ちこたえられるかわからない。そのような状況のため、先行きは期待できない（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	・米国の関税政策の影響がまだ不透明であることや、国内産業において早期退職や工場撤退等のニュースが続いており、消費者心理へのマイナスの影響が続く（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	・原材料価格や物流費の高騰を受け、食品やサービス、電気、ガスなど幅広い分野で値上げの動きが広がっているなかで、消費の拡大は余り期待できない（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	・ラグジュアリー商材の購買減少等によるインパウンドの客単価下落は回復する気配がない。また、国内需要も物価高などの影響を受け、生活必需品以外の買い控え傾向が続く（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・4月にも増して米不足の報道が続いたこと、米国の関税政策に対して良い見通しが立たないことから、客は消費に対して更なる不安を感じているため、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向から、やや悪くなる（東京都）。
	▲	百貨店（財務担当）	・継続的な値上げがあっても、世界的な関税政策等の影響による物価高が個人消費にマイナスの影響を及ぼすと想定している（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	・原材料価格の高騰により販売単価が上昇している。中小零細企業では値上げが難しい（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・物価の上昇に値上げが追い付かないため、消費はますます萎んでいく。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	・今後は更に値上げが進み、節約志向がますます高まる。
	▲	コンビニ（経営者）	・近隣住民には高齢者が多く、体調が悪くなるなどで来店客自体が少なくなっている。また、来店しても本当に必要な物のみの購入で済ませている。
	▲	コンビニ（経営者）	・安価なスーパー等に客が流れており、客を呼び込む新たな施策を打ち出さないと厳しい。
	▲	コンビニ（経営者）	・米価の高止まりが続く、政府が放出した安価な備蓄米は大手スーパー等に並ぶが、当店の小さな店までは回ってこない可能性が高く、コンビニの客離れが起きる懸念がある。必要な物しか買わない傾向は更に強まるとみている（東京都）。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・相変わらず原材料が高騰している。夏祭り関係では、コロナ禍で離職した職人が戻ってこないため、仕立て上がりの品がなかなかできず、いろいろな面で商材が足りずに困っている。また、地域の花火大会も中止になり、夏のイベント関連消費が若干落ち込むのではないかと危惧している。
	▲	衣料品専門店（従業員）	・この先も不安定な状況が見込まれる。物価高で景気の先行きもなかなか読めないため、客は消費に慎重になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店長）	・米国の関税政策が大きな話題となっているが、物価上昇に賃上げが追い付かず、生活コストが上昇し、消費活動が活発になる未来がみえない。消費者が安心して消費できる心理状態にならないと経済がプラスにならない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・金利の引上げや諸物価の上昇による負のスパイラルが収まらない。
	▲	乗用車販売店（営業）	・現状を考えると、この先変わるような兆しは余りない。
	▲	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・今後も慎重に購入する客は増加していくとみられ、現在の販売数量の減少傾向が続き、3か月後の景気はやや悪くなる（東京都）。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油に対して政府が補助金を出すものの、客の買い控え意識は続くのではないかと考えている（東京都）。
	▲	高級レストラン（役員）	・米国の関税政策、株価不安定により、インバウンドを含む来客数や売上の増加があっても、利益的に厳しい状況が続く（東京都）。
	▲	高級レストラン（仕入担当）	・米国の関税政策の動きが良い方向になることは難しいと捉えているため、景気は悪化する（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・米だけでなく全ての食材が値上がりしているため、飲食店は相当に厳しい。それを全て価格に転嫁してしまうと客は来なくなるし、そうかといって放っておくと原価だけが上がってしまう。政府は米以外についても対策を打ってほしい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・4～5月は歓送迎会や総会などいろいろ開催されたが、6月以降は宴会の動きが大分落ち着いてくるとみている。1年を通して毎週土日が忙しいのは変わらないので、週末は頑張っていきたい（東京都）。
	▲	通信会社（経営者）	・この先2～3か月の景気は現状からみて良くならない（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	・政治経済の不透明感から明るい兆しがみえない。夏休みの計画が始まり、久しぶりに海外渡航が増えそうな兆候があり、内需の引締めが国内経済を鈍化させそうである（東京都）。
	▲	観光名所（職員）	・ゴールデンウィーク中の入場者数が前年を下回っている。特に、国内客の減少が目立っている。日取りの違いはあるが、米を始めとした物価上昇、米国の関税政策、インバウンドによる占有や宿泊費高騰に伴うホテルの取りにくさ、都内から大阪・関西万博への人の流れ等、要因は幾つかあるかとみられるが、消費マインド自体が落ち込んでいる（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇がレジャー支出への足かせとなっている。ガソリンなどのエネルギー価格、衣食住に関する物価が安定しないことには、レジャー支出は抑えられる傾向にある。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・今夏の暑さがどう影響するか未知数ではあるが、今のところの予報をみる限りでは、前年よりも酷暑予想のため、来場者数の減少は避けられないとみている。暑さ対策を考えているものの、そもそも屋外に出るには厳しい条件がそろい過ぎているため、集客に苦戦すると考えている。
	▲	パチンコ店（経営者）	・現時点では米国の関税政策という外的な要因が直接影響を及ぼしている状況ではないものの、先行きの景気後退への不安が今後の消費者の動向に影響してくることを懸念している。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・幅広い分野での値上げにより、消費者の節約対象がレジャーや娯楽にも及んできている（東京都）。
	▲	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	・円高や政局不安の影響が、インバウンドの動きが若干鈍くなってきている。これから高温多湿の時期に入ることもあり、景気はやや悪化傾向に振れる可能性がある（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価の上昇により授業料が払い切れず、やめる生徒が出てきている。今後も景気は良くならない。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購買意欲を感じない。
	×	衣料品専門店（店長）	・生活必需品の値上がりが著しいことに加えて、物流費、こん包資材価格が高止まりしている。

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）	・米国の関税政策との決着が付かないまま夏休み中に参議院議員選挙となると、政局に一波乱ありそうで、消費を押し下げるのではないかとみている。世界的な天候不順と円安による輸入食材の高騰など、マイナス要因が多すぎる。
	×	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（従業員）	・米国の政権の影響に加えて、景気対策、減税、年金などいろいろ見直しがされているが、その財源や将来への影響に対する懸念が払拭できない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・米国の高騰でレストラン部門の赤字が続いている。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅着工数の下降に歯止めがかからず、建材需要のバイ縮小がどんどん進む。リフォームの喚起では全く追い付かず、リフォーム需要そのものではカバーできないほど新築市場に依存する環境構造となっている（東京都）。
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）	・7月昇給も前年以上になり、社員には良い傾向となる。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	・来月、再来月の受注量は更に増加する。取引先でも理由はよく分かっていない。
	○	輸送業（経営者）	・取扱量が改善しないなか、納品先店舗の減少が続いており厳しい環境にはあるが、運賃改定が決定したため、2～3か月後の収支状況は良くなると予測している（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	・宿泊需要は引き続き好調である。今後もこの傾向は続く（東京都）。
	○	広告代理店（従業員）	・新年度の組織等に期待している（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・このところ外国人の注文、観光客ではなく就労している外国人が金融機関の口座を作るための印鑑注文が徐々に増えてきている。一方で、日本人に関しては仕事でも印鑑が不要となってきているため、下火である。これから先も、外国人客は増えるものの日本人客からの注文は少なくなるため、見通しとしては現状と変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・値上げの通知をしているが、事前の受注が入ってこない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器、化粧品容器共に新企画の話はあるが、立ち上げ時期が不確定なので、しばらくは苦戦が続くそうである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先から、現状維持の内示をもらっている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・商売を急に替えるわけにもいかず、M & Aで会社を買収する資金もないため、今の仕事を維持するしかないが、実際はそれが最も大変である（東京都）。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・A I関連事業を拡大しており、事業、株価共に上向く見通しであったが、米国の関税政策により、投資方針などの見直しが必要となっている。取引先の見直しを含めて、全体的に大きな変化はないと推測している。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・日本と米国との関税問題は政府間レベルの話であり、早期決着をしてほしい。現時点では景気の予測は難しい。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の影響が落ち着き、サロンに客足が戻れば良くなる（東京都）。
	□	建設業（従業員）	・受注量が増えてもやはり現状同様に燃料費や物価上昇、人件費の増加などいろいろな問題が山積しているため、現状維持が精一杯である。
	□	輸送業（経営者）	・米国の政権、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻の行方がみえない（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・閑散期のため、荷主の国内出荷量が少ない。輸出に関しては全くない。夏頃までは現状が続くそうである。
	□	通信業（広報担当）	・当面はさほど変わらないとみているが、下降リスクがある（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・多くの業種が仕入価格の上昇で利益確保が難しい。また、卸売業を中心に円安が続き、輸入コストの上昇が利益を圧迫している。利益に関する声が多く聞かれ、景気の不透明感が強まるなか、米国の関税政策の行方を不安視する声も多い（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	・ガソリンや米などの価格もまだ上がっており、小売業や飲食業、運送業とあらゆる業種に影響が出て、全体的に利益が減少傾向にある。今後も物価の上昇が続く可能性があるため、景気は変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（営業担当）	・今後の受注予測の聞き取りからは、ほぼ横ばいとの回答が多く、大きく上向くと期待できる要素は少ない。ただし、造船関連に携わる製造業からは、ここ半年で受注が急激に上向いているとの声が聞かれ、業種形態、取引品目等からも業況の差別化が進んでいる。
	□	不動産業（経営者）	・インターネット時代のため来店客は少ない。いかにしてインターネットで宣伝するかに尽きる（東京都）。
	□	不動産業（従業員）	・不動産価格が高値で維持されているため、すぐには変わらない（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	・新規オフィスには底堅い需要があり、立地に見合う賃料設定であれば成約が期待できる（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・ここ数か月で売上はやや減少しているものの、現在は横ばいの状態が続いており、顧客数にも大きな変化はみられない。新規受注の増減や外的要因も特にないため、今後3か月についても現状維持の見通しである（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・引き続きグループ会社の不祥事の影響がある。落ち着くまで少し時間が掛かりそうである（東京都）。
	□	税理士	・米国の関税政策の影響で、対応できなくなるところも出てくるとみられるが、どのような展開になるか分からない。関税を引き上げると言ったかと思えば思い切り下げたり、また引き上げるなどと、話が二転三転している。その影響が全世界、国内企業においても出てくるため、先行きはどうか分からない（東京都）。
	□	税理士	・3か月先には新米が出回るが、価格が気になるところである。円高に振れている予想だが、金利が上昇しつつあり、住宅などの建設に影響がありそうである。現在より悪くならないようにとの希望も込めて、横ばいと予想している。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・景気が良くなる要因が見当たらず、不透明感が強い。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・物価の上昇が続くことと、米国の関税政策など先行きの不透明感から、不安定な状態が続く。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・特に大きな変化はないまま推移していく。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができれば良くなるが、現状では変わらない（東京都）。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の政策次第である（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・今年も猛暑の予想なので、来客数は減少するとみている。
	▲	食料品製造業（経営者）	・インフレに対して客の財布のひもが固くなることが予想される（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・6月を過ぎるとまた受注量が減る（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・受注量が減り始めており、取引先からも良い話が聞こえてこない。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月後には米国の自動車関税等が発効されるとみられるため、国内の景気はやや悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・物価の高止まりと今後の値上げ予定から、今よりも景気が悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・全体としては良くなるだろうが、業種によっては悪くなる。
	▲	建設業（営業担当）	・物件数が減少しており、先々の案件も見通しが良くない。
	▲	金融業（支店長）	・大手自動車メーカーの県内工場閉鎖に関する報道の影響が出てくる。
	▲	不動産業（経営者）	・物価、人件費の上昇が続き、米国の関税政策など暗い方向に向かっている。
	▲	経営コンサルタント	・米国の激しい駆け引きの影響で各国が翻弄されているが、国内にも大きな影響が出始めており、中小企業への波及はこれからだとみている（東京都）。
	×	食料品製造業（経営者）	・米価が猛烈に上がっているが、当社は酒造メーカーのため、値上げを予定している。大幅な値上げとなるため、売上にかなり影響を受ける見込みである（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
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	・販売価格に仕入額上昇分をぎりぎり転嫁して値上げせざるを得ない状況である。今後更なる値上げがあると考え、この先も厳しい状況となる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・3か月先の案件はまだなく、あっても値上げが収まらないために利益率はますます厳しくなる。
	×	建設業（経営者）	・政策に魅力を感じられず、未来を感じない。
雇用 関連 (南関東)		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・引き続き公共案件の受注が好調に推移する（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・今後も6月末に契約更新となる退職者補充や増員による求人依頼の増加が見込まれる（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・6～7月はボーナス支給時期などが重なり求人が増える。6月が決算という企業も多く、通常期よりも求人がやや多くなり、採用活動が活発になる。景気に関してはまだ良いとはいえず、どんどん人を採用しようという企業は少ない。業績が伸びている企業は一部だけであり、全体的にみれば横ばいか低迷している企業も多い。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏季だけの募集など限定的なものが幾つかある。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者数の改善が期待できない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数について大幅な増減の情報は入っていない。
	□	人材派遣会社（社員）	・先行きが不透明ななか、足元の動きから横ばいと判断している（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣需要はあるものの供給不足傾向は変わらず、料金の値上げによる支払への反映と、求職者に人気のリモート勤務可能な仕事を提供できるかが、業績向上のポイントである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・数か月先は求人数が微増傾向になってくるが、大きくプラスに動くことは考えにくく、現状のまま変わらない。ただし、例年秋以降は人材が流動化すること、各企業で繁忙期を迎えるため、プラスに転じる可能性がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国の政策の見通しがはっきりと予測できるまでは、現状維持が続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・回復しそうで現状維持が続いているため、しばらく変わらないとみている。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	・明るい材料や情報がない（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・特に景気が悪くなる要素が見当たらないため、現状が続く（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・変化を感じられない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数について3か月ぶりに前年同月を上回るなど回復の兆しが見受けられるが、回復傾向がどこまで続くかについては不透明である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・全般的に今までどおり求人職種、求人数共に比較的安定して多い。むしろ求職者が見つからない状況である（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響が見えにくい、特に製造業で求人数が減少傾向にある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策を不安視している企業がある。製造業では手作業でしかできない加工もあり、省力化に限りがある。運送業では、人手不足から人件費が高騰しているが、受注量を増やすことができないため、収益が圧迫されている事業所が多い。
	▲	職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーなど大企業のリストラの影響がこれからどのように波及していくのか、先行きに不透明感がある。
	▲	職業安定所（職員）	・数か月後、米国の関税政策の影響が生じる可能性があるとしている企業が複数ある（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
	×	-	-

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)		都市型ホテル（スタッフ）	・予約が埋まっている上に、値上げ効果で売上も増えている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は墓じまいと粉骨の依頼が多いが、墓の中が先祖で一杯という人も多く、粉骨依頼は増えている。墓じまいとセットで依頼されることもあるため、今後はますます依頼が増えてくる。
	○	百貨店（店長）	・春に近隣の大型店が閉店したことによる集客数の増加は１年は続くともみている。３か月後も現在の良い状態が続くと予測している。
	○	スーパー（副店長）	・あらゆる物の価格は上がり、米不足など生活が困窮しているが、今がピークで、参議院議員選挙もあるため、多少なりとも改善されることを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・夏休みに向け、レジャー関連商材の売上増加を期待している。
	○	スナック（経営者）	・物価上昇により景気が悪くなったのは間違いないが、ずっと据え置いてきた商材価格を見直すようになった面もあるため、利益は残せるようになってきている。デフレより、かなり好ましい状況である。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベント開催等、積極的な集客施策や情報発信を行うことで、より多くの客の来園を期待している。
	□	商店街（代表者）	・学校関係の販売も終わり、これから先は追加の注文くらいのため、極端には変わらない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・必要に迫られれば購入するという生活スタイルのなかで、季節商材の動きに期待したいが、天候に左右される面もあるため、見通しが付かない。
	□	百貨店（経理担当）	・今後の見通しも変わらず、世界情勢は不安定である。また、国内の物価高も変わらず、生活必需品以外の購買意欲が湧かない状況にある。６月に地域発行のプレミアム付商品券を取り扱う予定のため、消費活性化につながることを期待している。
	□	百貨店（営業担当）	・米国の関税政策が不確定であるため、この先はどちらに転ぶか分からない。直接の消費現場でも、なかなか判断が難しい。
	□	スーパー（経営者）	・米価の下落で単価上昇が弱くなり、節約志向が進むと、ディスカウント店との競争となり利益が取れなくなる。
	□	スーパー（経営者）	・来年４月までは売上、来客数共に前年を上回る予定である。４月決算がまだ確定していないが、今期は４月が良いため多少黒字になると有り難い。来期は必ず良くなると信じている。
	□	コンビニ（経営者）	・夏に向かって来客数はやや復活している。ただし、客単価をみると、冷たい飲料等は売れるが、なかなか販売金額が上がらない。コンビニ業界はどれも苦戦していると考えている。
	□	コンビニ（経営者）	・現状の物価高は収まらず、天候の良しあしだけでは、売上は左右されない。
	□	コンビニ（店長）	・流れとしてはこのままさほど変わっていかない。流通関係等でも、いろいろと対策が出ているようだが、大きく変わることはない。ただし、余り良い状況にはならないとみている。
	□	家電量販店（店長）	・好景気となるような材料がなく、物価高が続いているため、変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・現状を底として、秋以降予定している新型車イベントまでは厳しい販売量で推移するとみている。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・物価高の影響もあり、来客数がこのまま前年超えを維持することは難しい。
	□	高級レストラン（経営者）	・物価高騰を超える収入アップが見込めないなか、個人消費は増えてこないとみられる。

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
	□	一般レストラン（経営者）	・悪くなった分が元に戻る動きばかりで、そこから更に良くなるような動きは見当たらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・前年より天候の影響が強くみられる。夏の異常気象を懸念している。
	□	スナック（経営者）	・少し天候が暖かくなってきたからなのか、来客数が若干増えている。基本的には変わらない状況が続いており、この先も余り期待できる材料がないため、変わらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・例年この時期は地元の総会などの需要がそこそこあったが、コロナ禍以降、こうした会合の予約がほぼ消滅している。一方で、首都圏からの宿泊客の予約が増加していて、単価を上げているにもかかわらず、それなりに動きも良い。トータルして、現状同様にやや良い状況は変わらないとみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・インバウンド需要増加による観光施設、ホテル代、交通費等が全般的に大きく値上がりしており、一旦足踏み状態となると予想する。海外旅行も長期、長距離は控え、安近短の旅行先を選ぶ傾向が増えている。
	□	タクシー運転手	・米価が2倍になったり、いろいろな物の価格が上がっているため、客の財布のひもが固くなっている。酒を飲む人や買物に行く人も少なくなったということではないかと考える。
	□	通信会社（社員）	・サービス提供エリアの拡張も控えているが、期待値を超える新規契約が見込めるかは不確定である。解約の減少も落ち着いていない。
	□	通信会社（社員）	・上向く要素が少なく、現状維持が精一杯である。
	□	観光名所（職員）	・国内観光客数が増えると消費も動くが、物価高騰による節約、旅行控えの動きを懸念している。ツアーでは、安価な日帰り旅行が増えている。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・ゴールデンウィークが終わり、夏休み前の6～7月は閑散期に入るため、心配である。企業等の団体予約は例年どおり入っている。
	▲	商店街（代表者）	・連日の米価高騰の報道や米国の関税政策で、客の消費マインドが悪くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・4月同様、5月の平均日販も大きく前年割れしている。米価が上昇し、おにぎりでは1個200円を超える商品もあるため、購買意欲は下がっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・相変わらず、賃金が今の生活水準に追いついていない。物の価格だけではなく、サービス料金も値上げされている。可処分所得が増えない限り、生活は豊かにならない。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・物価高や値上げが続く、米価高騰の状況も不透明であるため、やや悪くなる。
	▲	その他専門店[酒] （店長）	・2～3か月後は、本来なら売上は伸びるはずだが、諸物価上昇、特に、米価が1.5倍から2倍になっており、これが、当店がメインに扱っている日本酒に対する印象にも関わってきている。今後がどのような状況になるか、日本酒に対して不透明なところがある。客の給料は1.5倍から2倍になるわけではないので、飲食店も価格転嫁が難しい状況ではないかと考える。今後更なる物価上昇が起きるとまだしばらく厳しい状況となる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・法人利用の予約は動きがあるものの、個人利用は予約が鈍く、動きの悪さが続いている。この先、参議院議員選挙等も控えているため、大きな回復や好影響は期待できない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・5月が良かっただけに、6月はこれ以上に上向くとは考えにくい。6月は特殊需要となるイベントが非常に少なく、5月よりも落ちるとみている。また、物価高による消費マインドの低下で、レストラン等の予約も伸び悩んでいる。
	▲	その他サービス[クリーニング]（経営者）	・周りの経営者からは悪いという話をよく聞く。ただし、観光業は良いようである。
企業 動向 関連	×	スーパー（店長）	・物価高対策がみえてこない。米価が安定的に下がらないと、弁当などの仕入れにも影響が出てくる。
		金属製品製造業（総務担当）	・半導体事業は回復し、良くなる。
	○	建設業（経営者）	・工事の受注量は増えているものの、資材の値上がりもあるため、利益はそれほど増えていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(甲信越)	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口頃までは大口受注が続く。また、秋以降も季節商材対応が見込まれる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・物価高の影響で、耐久消費財への消費が抑えられている状況に大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・新規生産が始まる物もあれば、生産終了になる物もある。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・米国の関税政策の影響がいつ出てくるか分からないため、やや不安であるが、影響が出るまでは、現状のままとみている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	・米国の関税政策の影響があらゆる部門に出てきている。特に、嗜好品等には徐々に悪影響が出てくるものと考えている。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇が続いているため、やや悪くなる。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ルートセールスの売上は何とか前年実績を維持しているものの、出張経費の増加で、利益率は前年より10%ほど下がっている。
	▲	金融業（調査担当）	・製造業では、米国の関税政策の影響が懸念されており、マインドの低下が予想される。非製造業で賃上げは進んでいる。小売業では物価上昇に伴う消費者の買い控えへの懸念もある。観光面はインバウンドを中心に底堅いが、オフシーズン入りで国内客の落ち込みも懸念される。
	▲	金融業（経営企画担当）	・米国の関税政策や国内の政治不安による不透明な状況が続く。米国の関税の影響度合いにより、景気が大きく振れると考えている。
	×	食料品製造業（製造担当）	・包装資材の値上げの通知がまた届いた。商品を値上げしたばかりなのにこれでは利益を出すことは非常に厳しい。配送運賃等もまた値上げで、価格の下がる物がないので困っている。
(甲信越)	×	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。
	-	-	-
	○	-	-
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米価高騰や参議院議員選挙等もあり、景気は上向かないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・人件費高騰、米国の関税問題等、不安要素の話題は出るものの、求人数、求職者数に大きな動きは見られない。
	□	職業安定所（職員）	・米国の関税政策や諸物価高騰の動きに大きな動きはないとみている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含め引する製造業では、原材料価格の高騰、人件費の増加等から、採用に旺盛な企業と慎重な姿勢を崩さない企業の2極化が目立ってきている。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策が今後の日本経済にどの程度悪影響を及ぼすかは不透明である。また、物価上昇が雇用に与える影響も懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比は、10か月連続して減少している。
	×	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)	○	商店街（代表者）	・周囲の人や経営者仲間からは良くなるという声を聞く。
	○	スーパー（店員）	・お中元商戦もあり来客数も増えてきているため良くなる。
	○	コンビニ（店長）	・今年は創立記念の年ということもあり、本部が強力な企画を打ち出しているため2～3か月間は景気は良くなる。また、今年も夏は暑くなる長期予報でありコンビニにとっては好材料になる。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・夏季繁忙期に向けた旅行需要の増加により、景気伸長が期待できる。
	○	家電量販店（店員）	・買換えの問合せが増えている。

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
	○	乗用車販売店（従業員）	・販売停止の車種が多いが、販売できる車種の販売枠を大切に使い販売するようになり、しっかり利益が確保できている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・全体的な動きから期待を持てる。客の決断の速さをみるに、フットワークが軽い様子である。現状の景気がかなり良いため、それ以上となると難しいかもしれないが、雰囲気としては期待できる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・現状のままであれば、引き続き堅調に推移する。
	○	一般レストラン（経営者）	・会社員のボーナスが期待でき、天候も良くなって外出が増えることを期待する。
	○	一般レストラン（従業員）	・野菜の価格が落ち着いてきたため、消費も上向くことを期待する。
	○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門は予約数が引き続き堅調である。夏以降は、宴会予約もやや増加傾向にある。
	○	旅行代理店（経営者）	・本格的な夏休み予約の第2弾の予約を期待している。7月から8月上旬は少し飛行機が混雑しているため、公共交通や車でも行ける大阪・関西万博宿泊パックの国内ツアーに期待している。また、今年は年末年始のカレンダーの日並びが大変良く、12月27日から1月4日で最大9連休になるため、早くもその時期の旅行予約を開始した。
	○	旅行代理店（営業担当）	・大阪・関西万博への問合せが急速に増えている。個人旅行に加え、団体旅行として計画する案件が増えている。9月まではこの需要は続く見込みで好調は継続する。
	○	パチンコ店（経営者）	・7月に選挙があるため、いろいろな税制等が緩和されると予想する。そのため、2～3か月先の景気は多少良くなる。ただし、今後も物価の上昇が見込まれ、娯楽への投資が控えられることで、厳しい状況が続く。
	○	パチンコ店（従業員）	・来客数が増える。
	○	美顔美容室（経営者）	・8月からは新たなキャンペーンを予定しており、販売数の増加が期待できる。
	□	商店街（代表者）	・商店街への来客数は依然として盛況で購買意欲も下がっていない。ただし、購買数が減少しているため客単価が上がらない。
	□	商店街（代表者）	・様々なモノの価格が上昇し続けているにもかかわらず、所得が増えていない。所得増加が末端までいき渡らないと景気は上昇しない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・今年も猛暑が予想され、商店街は苦戦する。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光旅行の形態がすっかり変わった印象を受ける。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・全ての物価が上昇し、生活が厳しくなっている。しばらくはこの状態が続く。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・食料品や4月のアルコール飲料の値上げに伴う飲食店のメニューの改定で、消費者の利用機会が明らかに減少している。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・景気回復の期待材料がない。
	□	百貨店（売場主任）	・午前中の来客には60～70代の高齢者層が多く、購買意欲はあるものの、価格が高いと話だけして帰ってしまう。夕方になると仕事帰りの客が増えるが、商品の下見という様子でなかなか売上にはつながらず、今後も厳しい状況が続く見込みである。
	□	百貨店（営業担当）	・気温の上昇とともに夏物に動きは出てきているが、全体としては大きくプラスになる要因もない。ただし、客の購買意欲が減少しているわけではないため、しばらく今の状況が続く。
	□	百貨店（営業担当）	・まだ株価に左右される状況が続く。
	□	百貨店（販売促進担当）	・国内消費は値上げ疲れの影響を受け、やや下向きが良くて現状維持だが、堅調なインバウンドに支えられて好調が持続する。

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
	☐	百貨店（販売担当）	・ 余り大きく変わらない。物価高が続くため、購入意欲の低下が気掛かりである。インバウンド需要は大阪・関西万博もあり、引き続き好調に推移する見込みである。
	☐	スーパー（経営者）	・ 農作物不作が改善されない限り期待できない。
	☐	スーパー（店長）	・ 米価格の安定後はし好品も売れる。
	☐	スーパー（店員）	・ 値上がりが続く商品の買い控えはあるが、生活必需品は購入せざるを得ないため、結果として状況は変わらない。
	☐	スーパー（店員）	・ 全ては暑さと米の値段次第である。飲料は売れても、野菜や肉など日持ちしない物の売上は落ちる。
	☐	スーパー（販売担当）	・ 物価高になり極力消費を抑えているため平日の来客数が少なくなっている。土日の来客数は相変わらず多いが、客の来店頻度が下がっている。
	☐	スーパー（支店長）	・ 全てにおいて、物価の上昇に対して収入の増加が芳しくないため、一般消費者心理が消費を抑える傾向になっている。この先も景気が改善される雰囲気や国による政策の効果がない限り、現状よりも悪くなる。
	☐	コンビニ（店長）	・ まだ食品の値上げは続く見込みだが、消費者が値上げに対して慣れてきている様子である。しばらく景況感に変化はない。
	☐	コンビニ（店長）	・ 変わらずの低水準経済となる見込みである。財布の中身が厳しいなか、新聞やおにぎりなどの値上げに象徴されるように依然として基本的なアイテムの値上げが止まらない。
	☐	コンビニ（店長）	・ おにぎりや弁当の欠品が多い状況で売上が伸びているため、まだ伸び代があると判断できる。
	☐	コンビニ（店長）	・ 客の買物動向を見ていると、無駄な物を買わない傾向が強い。先行きへの不安感があり消費が伸びない様子である。
	☐	コンビニ（本部管理担当）	・ 米国の貿易交渉が影響し、直近で株価の暴落があったが現在は落ち着いている印象を受ける。海外情勢に大きな変化があった場合、日本も影響を受けるため予断を許さない状況である。米国の政策やロシアによるウクライナ侵攻の状況次第だが、情勢悪化の可能性はないと判断する。
	☐	コンビニ（企画担当）	・ 来客数が前年を下回っている店舗が増えてきており、この傾向が更に強くなる見込みである。しかし、客単価の上昇により売上は前年を上回っており、しばらくはこの傾向が続く。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・ 季節商材は夏に向けて好調を維持しそうだが、販売点数は今月同様に、物価高騰の影響等もあって苦戦する商材が多くなる。
	☐	衣料品専門店（店長）	・ 店舗周辺にある客の業績は上向きであるが、消耗品関連への節約は続いている様子で景気は横ばいとなる。
	☐	衣料品専門店（販売企画担当）	・ 消耗品の消費は変わらないようなので、減少した売上は元に戻る見込みである。
	☐	衣料品専門店（売場担当）	・ 景気が回復する要素が見当たらない。
	☐	家電量販店（営業担当）	・ 政治がこのままであれば良くも悪くも変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ ガソリン代も高いままで、先行きの不安感は拭えないが、車への支出に関しては必要経費だと考える人が多い。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ 米価格を始め物価が少しずつ上昇傾向にあり、消費者は車のような耐久消費財の購入に慎重になっている。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ 全てのものが高くなっている今日、できるだけ出費を抑えようとする客の意識は続く。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・ 今後はガソリンや電気・ガス料金への補助金政策が実施され、少し生活費に対する防衛意識が緩和されるかもしれない。また、新型車両の各社投入により客の新車の関心が上がることが期待される。物価上昇はまだ続くが、夏のボーナスへの期待もあり、少しでも財布のひもが緩んでくれるよう期待したい。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・ この時期はボーナス支給に向けて、車を買換える話も盛り上がりつつあるが、ボーナスをあてにして車を購入する客は減っており、ボーナス払いなしで月々いかに安く維持費を抑えるかに関心が高い様子である。

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
	☐	乗用車販売店（従業員）	・政府の施策によりガソリン代がやや下がったり、備蓄米が出てきたりしても、その他の物価高をカバーするまでには至らないため景気は悪い状況が続く。
	☐	住関連専門店（営業担当）	・住宅、商業施設など新築工事が減少している。ただし、小・中規模のリフォーム工事は増えているため全体では横ばいである。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・米を始めとする物価高騰と、米国の関税問題や政治不安による消費低迷が影響する。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・物価上昇、人手不足は変わらない。メリハリ消費にどう販売施策を講じるか、外食業界全体では前年超えの傾向にあるが収益性の確保が課題である。
	☐	バー（経営者）	・先行きが読めない。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・客との会話では、様々な物の値段が上がり大変だという話が多いが、購入量や購入頻度は以前と変わっていない。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・今後は前年比で8～10%程度増収の見込みである。ここしばらく前年よりやや良い状態が続いており、3か月後もこのまま変わらない。
	☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・米国の関税など不確実性はあるものの、旅行需要への影響はただちには見受けられない。
	☐	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は、夏休みの予約が伸び始めている。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	・良くなる要素や悪くなる要素が見当たらない。
	☐	旅行代理店（経営者）	・物価上昇が落ち着くまではこの状態である。
	☐	タクシー運転手	・現状、週末でも客足が期待できない状況であるため、今後の急な変化はみられないと考える。ボーナスの支給日後は一時的に利用者が増えるであろうが、継続的な来客数増加にはつながらない。現状より低迷しないことを願い、大変な変化がないように期待したい。
	☐	通信会社（営業担当）	・値上げの収束が見えない。
	☐	テーマパーク（職員）	・大阪・関西万博などの影響で分からない。
	☐	テーマパーク職員（総務担当）	・今後予定されている企業の福利厚生イベント等の開催により一定数の集客が期待できる一方、梅雨入りに伴う一般客の入園状況が気掛かりである。
	☐	観光名所（案内係）	・天候不順が続く。どうにもならないかもしれないが、余り悪天候にならないよう願っている。
	☐	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・良い兆しが余り見当たらない。
	☐	美容室（経営者）	・特に明るいニュースもなく、周囲では物価高に賃金が追い付いていないという話題ばかりのため、当分は今の状況が続く。
	☐	美容室（経営者）	・これから暑くなれば髪をさっぱりさせたいと考える人が増えるため、来客数が伸びる。
	☐	美容室（経営者）	・物価高騰が落ち着かない限り変わらない。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・現在の情勢が長く続く見込みである。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・資材や人件費の高騰が変わらない。
	☐	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・このまま原価高騰が続けば景気が良くなる気配はない。
	▲	商店街（代表者）	・機器の値上げによる買い控えが顕著にみられる。
	▲	商店街（代表者）	・国内の大手総合電機メーカーや自動車メーカーが大規模なリストラを行っており、それだけ失業者が増えるなかで景気が良くなるはずがない。
	▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・米国の関税政策次第である。
	▲	一般小売店〔文房具〕（店員）	・とにかく物価が高い。食料品の値段が高い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（企画担当）	・株価や為替が安定せず、これまで積極的な購買行動を示していた富裕層の購買意欲が減退傾向となっている。また、インバウンドの高額ブランド購入についても一時より下火になっている。反面、一般サラリーマン世帯の所得増加が確実になったことから、婦人ファッションを中心に中間層向けのブランドや商材の動きは好調となっている。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・ブランド品等値上げの影響を受けた売上のマイナス傾向がまだ続く。
	▲	百貨店（販売担当）	・暑くならないため、夏商品の動きが弱い。このまま梅雨になると初夏が盛り上がりえず終わりそうである。
	▲	スーパー（店長）	・自社では備蓄米の販売への対応が遅れているため、大手に客が流れるとみられ、来客数が減少する。
	▲	スーパー（店長）	・まだ値上げ要請が継続している。
	▲	スーパー（店員）	・農林水産大臣の施策により、単価の上がっていた米価格の下落が想定される。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・米国関税の影響で景気は低迷する。
	▲	コンビニ（店長）	・例年であれば3月から5月にかけて天候が暖かくなるにつれ売上が増加するはずなのに、今年は伸びていない。米価格がクローズアップされているように、節約志向が高まっている。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・前年はエアコンがよく売れたため、エアコンの売上比率が高まるこれからは前年割れする見込みである。冷蔵庫や洗濯機も値上げが続く、壊れない限り買換え客が増える。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・食品や光熱費などの高騰と米国関税の影響が出てくる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・前年末から今年にかけて発売された新型車も、既に新車効果が薄れてきており、現状よりも厳しくなる。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発売されたが、車両本体価格の上昇と金利の高さで買控える客が多く、売上に繋がらない。
	▲	その他専門店〔書籍〕（社員）	・夏まで平常期は販売量が抑えられる傾向にある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・自身の体調不良もあり、売上を伸ばそうと思ってもなかなか難しい。いずれは閉店を見込んでいる。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・世界情勢、国内情勢共に安定感がないため悪い方向に向かっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・来客数が減少しているため、今後停滞していく。
	▲	旅行代理店（経営者）	・当地域において、高級ホテルでも高単価なインバウンドが増えているわけではなく、稼働率は上がっていない。円高でインバウンドが鈍ればその分のしわ寄せが宿泊業や飲食店に現れてくる。生鮮3品の低価格スーパーが繁盛し、高品質・高単価な品ぞろえのスーパーが開店しても客の入りは閑散としている。
	▲	通信会社（企画担当）	・3月から5月の人が多く移動する時期も余り動きがないまま推移しており、今後は物価高の影響をますます受けるようになる。
	▲	テーマパーク（職員）	・原材料の値上げ、気候変動による作物の不作が影響する。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・予約状況は順調に推移しているが、利益は減少傾向にある。
	▲	理美容室（経営者）	・客との会話では、物価ばかりが上がり生活が厳しいという声を聞く。このままでは景気は悪くなる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・物価上昇をサービス料金に反映できない福祉用具貸与の制度が変わらないと現行事業は何も変わらない。新たな事業を考えるしかない。
	▲	設計事務所（職員）	・米の価格が安定しないことには何ともならない。景気が良くなるかはその後の話である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・米のニュースは出るが景気回復の施策などが全くない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・工事費が高騰したままで、借入金利が上がれば返済計画が成り立たなくなり、購入意欲が下がる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・輸入建材、国内建材共に値上がりし、このまま建材の高騰が続くとますます厳しい企業が増える。先の関税対策、物価高対策等がみえない状態では3か月先の状況は厳しい。

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
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・ 6月以降、見積依頼や元請受注など物件の引き合いが減少している。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・ 良くなる要因がなかなか見いだせない。
	×	百貨店（総務担当）	・ 食料品価格が安定せず、物価高騰が全般的に続く一方で、賃金の伸びが追い付いていない状況である。夏季ボーナスにも期待できるが、企業収益動向から消費マインドが下がっており、インバウンドの回復も見込めず、百貨店の売上は厳しい状況が続くものと想定する。
	×	百貨店（経理担当）	・ 円高や逆資産効果に伴って富裕層やインバウンド消費の更なる落ち込みが見込まれるとともに、物価が高止まりするなかで、中間所得者の消費も現状維持又は減退する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ 物価高の今、衣料品をバーゲンセールだからといって購入する客は少なくなっている。
	×	タクシー運転手	・ 物価高騰の影響を受ける。
	×	設計事務所（経営者）	・ 全く仕事がない。特に住宅に関しては設計事務所に設計を依頼することがなくなってきている。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・ 米国の関税方針が落ち着けば、現在止まっている半導体関連の設備投資案件が再開したり、新たな設備投資が行われる見込みがある。
	○	輸送業（従業員）	・ 当社でも賃上げが行われたが企業の賃上げは進んでおり、それに伴い若干ではあるが消費が拡大し、全体的な景気が上向く。
	○	輸送業（エリア担当）	・ 変わらず軽貨物での輸送需要は多い。しかし、4月からの貨物軽自動車安全管理者制度は、2年間の猶予はあるが業界全体として法令を遵守できていない企業や個人事業主が多いため、法令遵守に対して受発注共に仕組みの見直しが必要になり、費用がかさむことになる。運賃の見直しが今後発生する見込みである。
	□	食料品製造業（社員）	・ 景気が好転する材料が見当たらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・ 米国の関税や円安、物価高により景気はやや悪い状況が続く。
	□	化学工業（営業担当）	・ A I向け電子材料薬液が引き続き好調な見込みである。
	□	化学工業（総務秘書）	・ 食品を始めとする物価高がこたえるが、ベースアップを実施した会社も多く、大きな流れとしてはデフレ脱却をめざす好循環の方向にある。今のところ大きな景気後退は起きない見込みである。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・ 新規案件の話が少なく、新規売上の期待は持てない。Webからの問合せ件数は多いが、ほとんどが売り込みばかりで意味がなくなっている。ただし、客からは大きな落ち込みの情報はなく、横ばいの見込みである。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・ 受注量、販売量の見込みから判断した。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 良化する要素が見当たらない。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ まだ続く値上げラッシュに加え、米騒動も落ち着くと思わせないながら結局値段は下がらないのではと疑っている。ガソリン代も10円の値下げでは中途半端である。
	□	建設業（営業担当）	・ 材料費や人件費の高騰で見積額が上がっている。仕事が取れたとしても仕事の件数自体が減ってしまうと、1件当たりの単価は上がっても売上は減るため、景気が上がった実感は得られない。
	□	輸送業（経営者）	・ 長引く物価上昇に加え、取引の多い米国、中国の要因もあり荷動きの低迷は続く。
	□	輸送業（従業員）	・ 仕事量がやや減少気味であり、本当かどうかは分からないが同業他社からは暇だという声を聞く。毎年5月は少し落ち着く時期ではあるものの、夏場に回復するかどうか荷主に探りを入れても良い返事はない。
	□	輸送業（従業員）	・ 米国関税の影響が不透明である。
	□	通信業（法人営業担当）	・ 国を挙げて流通スキームの見直しや既得権益に切り込まなければ、消費が上向いたり安定するようにならないと考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	金融業（従業員）	・今の不安要素が取り除かれることは見込めず、景気は変わらない。
	☐	金融業（従業員）	・物価の上昇に給料が追いついておらず、生活が厳しい状況が続く。この先数か月で景気が良くなるとは思えない。
	☐	金融業（企画担当）	・中小企業においては、特に従業員の給与上げが大手ほど十分にできない。一方で相応に引き上げないと採用、雇用維持も困難であり、相応の引き上げは不可避である。これら原価率の上昇を受注価格に転嫁できないと中小企業の経営も厳しく、景気は良くならない。
	☐	不動産業（経営者）	・今後は前年と同様に曇りや雨の日が多くなる予報であるが、外出や遠出をする人は少しずつ増加していく。今後の売上は増加し、前年を上回る状況になると予測する。
	☐	広告代理店（制作担当）	・夏に向けた屋外・屋内イベントの企画も、スタッフ等の人手不足や各材料の値上げにより、前年と比べ厳しい状況が予測される。
	☐	新聞販売店〔広告〕（店主）	・物価は高騰しているが給与は横ばいで、スーパーなどでも買い控えの様子がみられる。
	☐	公認会計士	・国際情勢によって変化する可能性はあるが、米国の関税やウクライナ問題などがすぐに解決するとは考えにくい。また、減税を期待する個人が消費を控えている傾向にあり、夏の参議院選挙の結果次第では変わる可能性もある。先行きが見えない状態がしばらく続くことから、企業も積極的な投資はしないと考えられ、景気は余り変わらない状態が続く。
	☐	行政書士	・現状維持である。
	☐	会計事務所（職員）	・ガソリン代や電気代、米の値段が補助を受けて幾らか下がるとしても、飲食店の定食の値段等は上がるばかりで、消費者は少しでも安い店を探すことになる。景気の改善にはつながらない。
	☐	会計事務所（職員）	・自動車部品関連の受注量は減少しているが、そのほかの船外機、オートバイ部品等の受注量は特に減少しておらず、増えている物もある。現在のところ米国の関税の影響はまだ出ていないが、この先のことを考えると不安である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・秋口以降の仕事量に対する不安が各所から聞かれる。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・米国政策の影響が非常に強く輸出が減少しそうであるが、景気対策もなく内需拡大も期待できない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・輸出関連は関税の問題で若干の減少が見込まれる。また、物価が非常に高騰しているため、買い控え等で需要が減る。
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・1度値上がりすると元の価格に戻ることはないため、上がり続ける一方である。
	▲	建設業（役員）	・国内自動車メーカーのお膝元としては、今後米国関税の影響を受けると厳しくなる見込みである。
	▲	建設業（経営者）	・政策の方向性は良いが実行力が求められる。このままでは我が国の将来がどうなるかわからない。
	▲	輸送業（エリア担当）	・米国の関税政策による受注の悪化が見込まれる。
	▲	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の関税により生産が停滞するため景気はスローダウンする。このようなときには逆転の発想が必要で、新製品の完成を1日も早く急ぐ必要がある。
	×	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数共に減少している。
	×	鉄鋼業（経営者）	・例年であれば4月の受注が今月から出てくるものだが、今年はない。この状況であれば夏場以降は例年比では2～3割受注が減少する可能性もある。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少が著しく、悪い方向へ大きな変化が起きている。
	×	通信業（総務担当）	・我が国だけの問題ではないものの、今は耐えるしかない。金を使っても、将来の収入に対する安心感が持てれば、購入意欲が湧く。
雇用 関連 (東海)		-	-
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給明けを境に転職活動を始める人が増加する時期であり、採用決定数が増加する見込みである。ただし、地政学リスクに鑑み求人ストップなどの動きが出てくる可能性がある。
	☐	人材派遣会社（社員）	・今月と同様くらいの予約状況で変わらない。

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
	□	人材派遣会社（営業担当）	・減税等大胆な施策の効果が無い限り、景気回復がイメージできない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数に大きな変動がみられない。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業においては、原材料価格やエネルギー価格の高騰などを価格転嫁ができない状況が継続しており、賃上げなどへの対応も厳しい状況となっている。一部業種での人手不足感は継続しているものの、新たな求人提出を控え、今後の景気動向を含めて様子見をしている業種もあることがうかがえる。米国の関税政策に伴う自動車を始めとした各種製造業などへの影響が予測できない状況だが、現段階において大きな生産調整などの情報は把握していないことから、景気動向に当面大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・米国の関税の動きが不透明であり、企業側の不安が続く。ガソリン価格に対する国の施策も、全体的な物価高は解消されていないため、すぐに好転するとは予測できない。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・例年ゴールデンウィーク明けから落ち着く求人依頼が長期的に継続しており、業界に偏りはあるものの人手不足の状況が影響している。今後も景気の影響にかかわらず、企業のニーズは一定数が恒常的に続くものになりつつある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用に関しては長期スパンで動いていることが多く、2～3か月で状況が大きく変わることは考えにくい。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・これまでの状況から劇的に上昇する可能性はなく、引き続き景気は後退する。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・足元は変化がなくとも、依然として米国関税の影響は軽視できず、北米向けの商流がある自動車関連メーカーからの引き合いは影響を受ける可能性がある。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・若手の求人案件は多いが、求職者は安定した正社員のポジションを希望する傾向が強くなり、スキルや年齢のギャップが拡大し、採用が更に困難になっている。
	▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業における労働者供給については可もなく不可もなくの状況が続くが、今後米国関税の影響による自動車製造や部品製造の落ち込みがどれくらいになるかが懸念事項である。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高や米国関税政策による影響が不透明である。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高が続くなか、米国の関税について予断を許さない状況が続いており、事業の先行きに不透明感が強く求人活動にも影響が出始めている。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で減少している。また、米国の関税に関して、求人事業所から現時点では影響はないが、今後影響が出てくるか不安であるという声が多数聞かれた。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比べ、内定率はやや下回っている。同時に前年採用された法人の採用人数も現時点では減少しており、やや心配である。
	×	人材派遣会社（社員）	・求職者の動きのみならず、求人企業も採用に対し慎重な動きが見られるようになった。

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）	・天候次第で景気は変動するが、欧米を中心としたインバウンドは減る様子がない。
	○	スーパー（仕入担当）	・食料品価格の高止まりや米価格引下げにより家庭内需要が高まり、生鮮食品や調味料の需要が上がるとみている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・受注できる車種が増加するため、現状より良くなるとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・食料品、日用品の価格上昇は継続しているものの、ゴールデンウィーク期間中に動きの悪かった服飾品の購買需要の反動が、8月のお盆を挟んだ長期連休に出てくるとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・米価格を始め物価が上がり続けているが、今後米の供給不足や価格高騰、関税問題などが解消されれば、不透明感が薄れて景気も改善するとみている。

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
	○	競輪場（職員）	・ガソリン代の引下げや備蓄米放出等によって客の消費マインドが高まり、娯楽への出費が増えるともっている。また、6月からはボーナスシーズンとなり、臨時収入を得ることによって売上が増えると考え。
	○	美容室（経営者）	・国内大手鉄鋼メーカーによる米国大手鉄鋼メーカー買収の動向や米価格低下への期待など、僅かではあるが最近明るいニュースが報道されている。
	□	商店街（代表者）	・大阪・関西万博などの明るい話題があれば財布のひもも緩みそうだが、景気が上向きにはまだ時間が掛かりそうである。
	□	商店街（代表者）	・各店舗の来客数が少なく、商店街全体で買い控え傾向が続くとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・この先も物価高が続く、販売量や売上は今月と同じような動きが続くとみている。肉はどちらかというとぜいたく品とみられているのか、購入を控える動きが徐々にみえている。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・需要期以外の購入は余り期待できない。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・景気が良くなる要素がなく、資材等の高騰もあいまって、景気は変わらないか若干悪くなるとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・物価高の影響と米国の追加関税による先行きの不透明感、そしてインバウンドによる売上の失速などマイナス要因ばかりで、現状維持が精一杯と見込んでいる。
	□	スーパー（店長）	・今後も商品が値下がりする傾向はなく、ライフラインを含め生活コストが増えている。賃金上昇の影響は少ないとみている。
	□	スーパー（総務担当）	・ガソリン価格が若干下がっているが、米国の関税引上げの影響を受けて人員削減も目立ってきている。
	□	コンビニ（店舗管理）	・米の店頭価格次第ではやや良くなる可能性があるともっている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・消費志向が高まる兆しはみられず、当面は現状のままと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今後3か月はセール期間であり消費マインドが高まるとみているが、物価高騰による買い控えで客単価が下がり、来客数増加も期待できないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・地域によって若干差はあるが、ゴールデンウィークの販売量がやや悪かったため、このままセール時期まで客の購買意欲が低いまま推移するとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高により客は必要品以外は買わないとみている。
	□	家電量販店（店長）	・食品等の値上げが続いている影響か、主要商品における客の購入単価が下がっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰が目される状況がしばらく続き、景気状況は変わらないとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・米や食品、日用品等の物価高騰に加え、世界及び日本経済の先行き不安もあいまって、客の買い控えや節約傾向がこれからも続くとみている。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる兆しが全くみえないことから、この先も景気は変わらないと考える。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・県外からの団体客の受注が、例年の8割で推移しているため見通しは厳しい。大阪・関西万博の影響も考えられる。
	□	スナック（経営者）	・小売店や商店街でも売上が減少していると聞いており、先々もこの状態が続くと考える。
	□	観光型旅館（経営者）	・夏休みに入るまでは現状と同じような動きで、週末の予約はあるが平日の予約が弱くなるとみている。大阪・関西万博の影響を受けている可能性がある。
	□	観光型旅館（経理）	・能登半島地震の発生以降休業状態で、再開までにまだかなりの期間を要する。
	□	旅行代理店（従業員）	・旅行費用の上昇が収まらず、今後も不安である。
	□	タクシー運転手	・節約志向はあるが、観光客を含め、夏場に向けて好調が続くとみている。
	□	タクシー運転手	・観光客数を伸ばすためには県の努力が必要である。それが公共交通需要に直結すると考える。
	□	通信会社（営業担当）	・今は大きな変化の起爆剤がない状況である。販売数は前年と同様の推移になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（役員）	・契約数は前年と同レベルで好調に獲得できていると考えている。ただし、解約対策については課題が残る。
	□	住宅販売会社（従業員）	・また少し材料価格が上昇していることから住宅価格も影響を受け、契約件数は伸びないとみている。しかし、1軒1軒の住宅性能を高めたり、より良い住宅設備の提案を行って販売したりすることで、契約件数は変わらなくても売上は伸びる状況にあると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・良い月と落ち込む月があり受注が安定していないため、楽観はしていない。客の絶対数が少ないことが原因とみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価高騰や関税問題の影響を受け、客の動きに変化がみられない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・賃金上昇の気運が明らかに打ち消されている様子がうかがえる。
	▲	百貨店（販売担当）	・米など食料品の高騰により、生活必需品の売上がやや低迷し始めている。生活必需品以外の衣料品や装身具などの雑貨は優先度が低く、高付加価値商品の低迷が当面続くともみている。物価高騰が落ち着くまでは我慢の営業が必要である。客が買いやすい価格帯の商品やセール対応品の拡充が必要と考える。外商客などの富裕層にも節約傾向があり、資産価値のある商品や話題性のある商品には動きはあるが、購買には慎重になってきている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いている影響で、買い控えの傾向にある。
	▲	乗用車販売店（役員）	・米国による関税政策の行方が不透明で見通しを立てることは困難だが、徐々に影響が出てくるとみている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・予約の状況から見て勢いがいい。
	▲	都市型ホテル（役員）	・引き続きインバウンド需要は期待できるものの、国内宿泊客の客室単価は横ばいに転じており、稼働状況に合わせた価格のコントロールが重要である。
	▲	通信会社（職員）	・米価格の高騰や米国関税の影響への見通しが立たず、閉塞感がある。
	▲	通信会社（役員）	・物価上昇に対する懸念が高まっている。
	▲	テーマパーク（役員）	・3か月先までの団体の予約状況を見ると、前年との比較でやや悪化している。
	▲	パチンコ店（経理）	・諸物価高騰でパチンコに回す経済的な余裕はないとみられる。
企業 動向 関連 (北陸)	▲	住宅販売会社（営業）	・賃上げと原材料価格高騰への対処に加え、4月の改正建築基準法・改正建築物省エネ法の全面施行による行政の混乱に伴う業務負担の増大で周辺はかなり疲弊しており、結果として景気の押し下げにつながるとみている。
	×	コンビニ（店長）	・景気が良くなる要因が見当たらない。全国のコンビニチェーン店では自動レジ導入による無人化、省人化の計画が進んでおり、1～2年後には夜間や来客の少ない時間帯の無人化が実施できる見込みである。深夜時間帯勤務の従業員が削減されることになるが、最低賃金などの人件費が高いため、深夜時間帯勤務者をそのまま雇用することはできず、結果として雇用の機会が失われることから良い流れとはいえない。
	○	建設業（経営者）	・これから公共工事の発注が旺盛になってくる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注状況をみて、景気はやや良くなるかと考える。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・海外からの二輪車用部品の受注が好調で、特に欧州向けを中心に受注が入っている。国内の設備投資に伴う産業用関連製品においても引き続き堅調な受注状況となっている。一方、自動車関連部品は中国向けが依然として低調ななか、米国の関税政策により北米向けは安定せず、先行き不透明な状況となっている。
	○	不動産業（経営者）	・個人客、法人客共に、少しずつ問合せが来るようになったことから、少し良くなるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・景気が上向く材料として、日本産水産物の中国向け輸出解禁に期待しているが、その時期はいまだ不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・景気が上向き要素が不足している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・今後米国の関税政策がどの程度影響してくるのか、先行きが不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規の引き合いは多少増加傾向にあるが、量産化の日程が不透明である。また、客の新規案件着手の判断もなかなか明確にならない。このため、この先3か月程度の範囲では売上増加が見込めない。客も設備投資にかなり慎重になっている。
	□	建設業（役員）	・原材料費及び人件費が高騰するなかで、今後の受注量についてはまだ不透明感が強い。
	□	通信業（営業）	・来年の米国中間選挙に向けて、今後減税等の対策が打ち出されるとみているが、施策が明らかになるまでは株価の値動きが沈静化し、現状どおりとみている。
	□	司法書士	・3月決算の法人の事業報告では、今年は良いが今後は不安材料があるという内容が多く見受けられる。
	□	税理士（所長）	・これからボーナス支給の時期に入る。先行き不透明な状況のなかで、今後企業がどれだけ賃上げに踏み切れるか、踏ん張りどころとみている。
	▲	繊維工業（総括）	・米国の政権による関税引き上げの影響を受け、今後の受注の減少や取引先からの値下げ圧力を懸念する声が高まっている。
	▲	輸送業（経理）	・経費ばかりがかさみ、今以上に利益が出るとは思えない。
	▲	金融業（融資担当）	・物価高による個人消費の低迷や中小企業の利益圧迫など、国内情勢に回復の兆しがみえない。米国による関税引き上げの影響も出ているなか、今後更なる追加関税の可能性もあり先行きは不透明である。
	×	-	-
雇用 関連 (北陸)			
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数の見込みが前月よりも増加傾向にある。
	□	人材派遣会社（社員）	・子ども医療費助成制度改正や戸籍法改正の影響で自治体関連の求人数が増えている。他の求人も若干増加気味である。しかし、依然として人手不足及びアンマッチが続いている。
	□	職業安定所（職員）	・人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などにより企業を取り巻く環境が厳しくなっている。有効求人倍率が徐々に下がっているが、米国の関税政策による影響は今のところ見受けられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変化がなく、求職者数も頭打ち状況のなか、フルタイムでの就業を望んでいない人も見受けられることから、中小企業における人手不足は継続すると考える。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震や豪雨災害の影響が続いていることに加えて、米国の関税による影響が懸念され、状況が好転する要素や気配がみられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・既に派遣依頼数が減少し、求職者数が増加している可能性があるなか、今後米国関税の影響によって景気は悪化するとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高騰により、企業からは賃上げをしたくてもできないという声を聞く。一方で、求職者や労働者からは収入が足りないという声を聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引き上げにより、関税交渉の結果次第では、今後業績が悪化すると危惧している企業が多い。
	×	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		コンビニ（経営者）	・観光シーズンに入り、インバウンドも更に増えてくる。来客数が10%ほど伸びると予想され、外国人客がよく購入するサンドウィッチやおにぎり、菓子パン、サラダなどの在庫を20%ほど増やして対応する。
		コンビニ（店員）	・外国人客は今後も増え続ける。
		家電量販店（人事担当）	・今年も猛暑予想のため、エアコンだけでなく、屋外で利用できる季節の小物商材の販売も伸びる。

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
		都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の影響が大きく、国内客の動きもみられるなど、夏に向けての見通しは良い。
		都市型ホテル（フロント）	・今後は夏休みが控えているほか、大阪・関西万博では様々なアーティストのライブも開催されるため、その波及効果は非常に大きい。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・まずは米の価格が落ち着き 少しでも生活に余裕が出ることを期待するしかない。
	○	百貨店（管理担当）	・大阪・関西万博もいよいよ後半となり、関西でも夏休みのほか、閉幕前の駆け込み需要に伴う集客に期待したい。
	○	百貨店（外商担当）	・外商売上全体は現状維持の見込みであるが、都心部では大阪・関西万博による好影響が徐々に出てくるため、入込は夏に向けて増加傾向が期待できる。
	○	百貨店（商品担当）	・インバウンド売上が低調な要因は、円高傾向に加えて、前年のラグジュアリーブランドの値上げに伴う特需の反動もある。夏にはその影響もなくなるほか、政府主導の米価格の引下げで物価の上昇も一服するため、景気は若干良くなると予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・米国の政策や参議院選挙の動向への対応次第で、良くなる方向に向かうと予想している。インバウンドの動きは不安定であるが、国内の富裕層の状況は悪くない。数か月の我慢が消費の増加につながるなか、今後は高額品や旅行関連を中心に強化していく。その一方、日常的な食品の需要については、価格設定の工夫によって割安感を刺激することで、喚起が可能とみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・来月からはお中元や夏祭りの準備も始まるため、景気の回復を期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博の開催期間中は、来客数が高水準で推移する見込みである。また、値上げラッシュが続いているため、客単価も上昇しそうである。
	○	コンビニ（経営者）	・ボーナスや年金の支給月は好調となる。
	○	コンビニ（店員）	・夏季休暇もあるため、今以上の来客数となる。
	○	家電量販店（店員）	・大阪・関西万博の開催期間中は外出需要が増え、物価上昇のなかで消費マインドも高まるなど、徐々に景気は良くなることが予想される。
	○	家電量販店（店員）	・今後は、気温の上昇に伴うエアコンの需要拡大が売上の軸となるが、物価上昇の影響が少し心配される。一方、冷蔵庫などの単価の高い商材の動きにも期待が掛かる。
	○	乗用車販売店（支店長）	・先行きは良くなることを期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・ボーナスの支給時期を過ぎると購入意欲が上がるため、2～3か月後にはやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・夏休みや連休での動きに期待したい。
	○	一般レストラン（経営者）	・直営店のカフェでは、来店客に占める欧米からの外国人の比率が高まっている。
	○	一般レストラン（店主）	・観光地のため季節的な変動もあるなか、今後は夏に向けて良くなることを期待している。
	○	観光型旅館（経営者）	・少しは大阪・関西万博の開催による良い影響が出ている。
	○	タクシー運転手	・大阪・関西万博の閉幕までは、今まで以上に観光客の移動が増えることで、タクシーの利用も増加する。
	○	タクシー運転手	・6月は梅雨時期となるが、人事異動に伴う利用も見込まれる。
	○	通信会社（社員）	・少しずつであるが、観光業などがリードすることで、関西経済も回復に向かう。
	○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暑い時期の方が来客数は増える。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・備蓄米の放出により、米価格の高騰が緩和されれば、消費者全体の意識が変わるかもしれない。今週はガソリン価格が15円ほど下がっていたため、小さなことであるが、日常で割安感を実感する機会が増えれば、景気の好転につながる。
	□	商店街（代表者）	・買回品の店舗の売上が良くなく、前年比の動きも悪い。
	□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・大阪・関西万博の効果も余りなく、インバウンドの動きにも少し陰りがみられる。

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
	☐	一般小売店〔花〕（経営者）	・燃料費や資材費などが全て上昇しているものの、販売価格に上乗せすることは困難である。利益率が低下するなか、注文単価も下がってきている。
	☐	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドの予約が見込まれるものの、物価の上昇で先行きに不安があるため、全体的には変わらない。
	☐	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・4月から5月のインバウンド売上は為替の影響で減少し、高額商材の動きが止まるなど、大阪・関西万博の恩恵はほとんどみられない。この傾向は秋口まで続く予想されるため、東アジアからの外国人客の需要は、前年比で5%から9%の減少が予想される。一方、国内需要は年始よりかなり回復している。給与の改善などが直接影響している実感はないが、基礎的な商材の需要は前年を上回り、3%から5%の増加となったことで、外国人客の減少をカバーしている。
	☐	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・インバウンドの動きは良いが、国内客の購買が伸びない。
	☐	一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物は生活に必要な物ではないため、今は購入しようという客が多い。
	☐	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博が開催される10月までは、関連商品は比較的好調に推移するが、それ以外の商品は伸び悩むため、今以上には良くならない。
	☐	百貨店（売場主任）	・インバウンドを除く国内客の入店状況は、横ばいが続いている。
	☐	百貨店（企画担当）	・現在の物価上昇が続くようであれば、状況は変わらない。
	☐	百貨店（企画担当）	・前年はプティックの値上げで好調となった影響もあり、免税売上は高額品の動きがしばらく厳しい状態となる。
	☐	百貨店（マネージャー）	・夏が長くなる傾向のため、早い時期から暑さ対策商材の売上が伸びている。3か月後はまだ秋物商材の提案も難しく、今と同じような商品展開が続くことになれば、売上が伸び悩む恐れがある。
	☐	百貨店（売場マネージャー）	・米価格の高止まりや食料品の値上げが続く、消費マインドは余り変わらないため、今後3か月程度では大きな変化はない。
	☐	百貨店（売場統括）	・今後も円安傾向での推移が見通せないなか、外国人客の売上回復は期待できないほか、米国の関税政策が二転三転するなかで、先行きが見通せない。それに伴い、株価が安定せず、富裕層の消費マインドにも影響が出ている。
	☐	百貨店（サービス担当）	・来月以降の気温の上昇に伴う、UVケア商材を中心とした初夏商材の展開や、大阪・関西万博の来場客を狙った弁当や総菜、関西の銘菓といった品ぞろえの強化による、売上の拡大に期待している。
	☐	百貨店（販売推進担当）	・為替相場や株価などの先行きが不透明ななか、備蓄米の放出だけで景気が上向くことはない。
	☐	百貨店（外商担当）	・世界的な政情不安のなか、為替相場の予測は困難であり、訪日外国人による高額消費が戻るかどうかは不透明である。ただし、今後は大阪・関西万博の開催で来客数の増加が見込まれるため、売上は上向くことが予想される。
	☐	百貨店（売場マネージャー）	・海外情勢の不安定化や国内の物価上昇など、消費が上向く要素は少ない。訪日外国人についても単価の下落傾向が続いており、厳しい環境が予想される。
	☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンド消費の単価が大きく低下している要因は、円高と先行き不安であり、円高は今後も現在のような状況が続くと予想される。先行き不安は米国大統領の影響が大きく、予想外の発言などによる市場環境の変化が購買意欲の低下を招いている。
	☐	百貨店（宣伝担当）	・現在の世界情勢や為替の状況を考えると、インバウンド売上は引き続き前年を下回ると予想される。各種施策は国内客にシフトしているが、大幅な回復は見込んでいない。
	☐	スーパー（店長）	・政府の物価上昇対策にもよるが、今の状況では良くなる材料が見当たらない。
	☐	スーパー（店長）	・米を始めとする物価の上昇で、衣料品関係が節約の対象となっている。当店は特にメイン客層が70代となっており、年金受給者であるため、生活防衛意識が高い。
	☐	スーパー（店員）	・他のスーパーでも野菜の価格は下がっているため、買い回りをする客も多く、まだ厳しくなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	スーパー（企画担当）	・競合店の出店予定もなく、食品の販売が中心の当店では、外部環境に大きな変化はないと予想される。
	☐	スーパー（企画担当）	・備蓄米の販売が大手スーパーで始まるなか、当社では販売が未定のため、通常の米の買い控えが発生している。既存の米の価格を下げることはできないが、今後は状況を踏まえた対応が必要となる。
	☐	スーパー（経理担当）	・米価格の高騰で生活防衛意識が強まっており、特に食費に対する節約ムードが高まっている。備蓄米への関心も高いなか、放出による効果が出れば消費マインドに好影響となるが、変化が限定的であれば厳しい状況が続く。
	☐	スーパー（企画）	・一時期は高かった野菜価格が落ち着いているほか、備蓄米の放出で米の価格の低下が期待されるため、消費者の行動にもプラスとなる。ただし、食料品価格の上昇は続いているため、当面は節約志向が続くと予想される。
	☐	スーパー（企画）	・備蓄米の随意契約による放出で、一時的に米の価格は下がるものの、今年の新米の価格は不透明である。新米が市場に出ても、大きくは価格が下がらないと予想される。
	☐	コンビニ（店長）	・大阪・関西万博の開催で外国人客が増えているが、売上が伸びるほどの影響はみられない。
	☐	コンビニ（店員）	・今後の景気も現状と変わらず、横ばいの見通しである。
	☐	コンビニ（店員）	・近隣のコンビニが改装工事に入り、その影響で今月はかなり来客数が増えた。手作りパンがおいしいとの言葉も多かったため、このまま定着することを期待している。
	☐	衣料品専門店（店長）	・前月と比べて売上がやや減少している。依然として物価の上昇懸念が大きく、必要最低限の物しか買わない意識が購入の壁となっている。当面はこの状況が続くと予想される。
	☐	家電量販店（経営者）	・一定の補助金効果が期待できる。
	☐	家電量販店（企画担当）	・夏のボーナスの支給状況に左右されそうである。大阪・関西万博の開催によるインバウンド需要に期待したいが、家電市場には余り影響がなさそうである。
	☐	乗用車販売店（役員）	・米国の関税引上げ問題や物価上昇については、見通しは立っており、先行き不透明であることに変わりはない。欧州の高級輸入車は、中国市場の悪化や米国の関税問題、電気自動車の販売計画の未達などで、本国の経営は厳しい状況にある。日本市場では単価の上昇で売上は増えているものの、費用も増加するなかで積極的な対策はなく、販売台数の増加は見込めないため、大きな変化は期待できない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・米国の関税引上げによる影響で、新車価格の上昇や納期の変動が予測されるため、今後も様子見の動きが続く。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・計画を若干下回るものの、販売台数は安定しており、当面はこの状態が続く見通しである。
	☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売価格の上昇により、売上は増えているが、販売数量が明らかに落ちている。利益率の低下にもつながっており、状況としては良くない。
	☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・物価の上昇により、客は価格に対して敏感になっている。競合店とのコストパフォーマンスの競争は不可避であり、削減できるのは人的コストとなるため、実質的に景気が好転するのは難しい。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・食品や日用雑貨などの生活必需品が好調に推移するなか、気温の上昇に伴って、飲料を含む夏物商材の売上は増加が予想される。一方、花粉症関連の落ち着きや、医薬品、健康食品の減少は避けられない。全体として大きな上昇要因は見当たらないが、UV関連、制汗剤といった夏物商材を軸に、化粧品や化粧雑貨の好調を維持したい。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・インバウンド向けの商品企画などの戦略を立てられる企業は、売上の確保が可能であるが、小規模店舗はそうではない。価格を上げざるを得ないなか、在庫品は売れない一方、新たに仕入れたい商品は価格の上昇が進むなど、悪循環で動けない状況である。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇や年金、社会保険料などに関する不安もあり、購買には慎重となる。

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
	□	高級レストラン（企画）	・ 足元のインバウンド需要は前年よりも弱く、大阪・関西万博の効果もほぼみられない。一方、販売単価は前年よりも上昇しており、来客数の減少をカバーする形となっている。
	□	一般レストラン（店員）	・ 景気の良くなる要因が見当たらない。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・ 物価が上昇するなか、市場環境は良くなっていないが、悪いイメージもない。客が価格の上昇に慣れた雰囲気がある。
	□	観光型ホテル（経営者）	・ 6月から7月についても、大阪・関西万博関連の団体客の先行予約が好調である。
	□	都市型ホテル（総務担当）	・ 大阪・関西万博の効果も平準化される。
	□	都市型ホテル（管理担当）	・ 大阪・関西万博が開催されているが、景気が上向く原動力にはなっていない。
	□	旅行代理店（支店長）	・ メディアの報道も含めて、先行きの不透明感が強い。大阪・関西万博は予想以上に好評であり、客からの問合せを期待していたが、ここへきて虫の大量発生や、混雑による閉園時間の延長といったネガティブな情報が少し出てきたことで、申込みの勢いが衰えている。
	□	旅行代理店（役員）	・ 空港の国際チャーター便就航による大きな反響は、現時点ではみられない。海外旅行は徐々に増えているものの、引き続き韓国や台湾などの近場が多く、客単価が上がらない。国内旅行ではテーマパーク開業の影響もあり、夏の家族旅行では沖縄方面の受注が増えているが、その他の動きは例年と変わらない。
	□	通信会社（経営者）	・ 原材料費や原油価格などの高止まりが予想される。
	□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・ 明らかな回復の兆しはみられない。
	□	通信会社（役員）	・ 端末価格の高騰や新料金プランの導入といった懸念材料はあるものの、機種変更と新規販売の両方で、スマートフォンには一定の需要が期待できる。
	□	遊園地（経営者）	・ 米価格の高騰や米国の関税引上げなどで、経済全体の先行きが不透明ななか、個人消費のプラス要素は見当たらない。
	□	競輪場（職員）	・ 米価格の動向や、米国の関税引上げによる経済への影響、上昇が続く物価などを含め、先行きの見通しが立たない。
	□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・ 物価や人件費の上昇がチケット代の上昇につながっているが、催事の開催は順調に推移している。
	□	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・ 原価や経費の高騰が続く限り、厳しい状況となる。
	□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・ プロ野球の交流戦や人気球団の主催試合があるほか、人気グループのコンサートも予定されている。夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
	□	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ 大阪・関西万博が開催中であるため、近隣の客は万博に流れるほか、団体客もバス不足の影響で、立ち寄りが減る傾向が続くと予想される。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・ 販売価格を上げるのは非常に困難な状況であり、価格を上げれば受注に悪影響が出る。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・ 都心部など、資産評価の高い不動産は価格の上昇が続き、活発な取引が継続する見込みであるものの、1次取得者向けの物件などは、物価上昇の影響で消費者の動きは鈍く、更なる悪化の可能性がある。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・ ここ数か月の売上をみていると、良い月と悪い月が交互に訪れている。全く安定感がなく、何かのきっかけで崩れる可能性がある。今年も食料品を始め、2万点の商品の値上げが発表されており、その影響が少なからず出るため、先行きは安心できない。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ 先行きを楽観的に考えられる要素が何もない。物価上昇のほか、今夏の猛暑による影響を考えると、景気の落ち込みが心配される。
	▲	百貨店（広報担当）	・ 前年の免税売上の実績が引き続き良いため、当面は百貨店を中心に、前年比の売上は厳しい状況が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（商品担当）	・国内客の動きは前年並みであっても、インバウンド売上が予想以上に悪化する見込みである。
	▲	百貨店（マネージャー）	・3か月後も現在の傾向は変わらない。インバウンド消費は前年の反動による売上の減少が続く、大阪・関西万博の効果も期待を下回ると予想される。1番の鍵となる中間層の消費は、厳しい外部環境により節約志向が強まり、2極化の傾向が進むほか、富裕層も米国の関税引上げの影響に左右される。
	▲	スーパー（店長）	・連日の米を中心とした、食品の値上げ報道もあり、客が更に価格に敏感になっている。
	▲	スーパー（開発担当）	・食料品や米などの物価が上昇しているが、消費者の収入は増えず、具体的な景気対策も出てきていない。
	▲	スーパー（社員）	・長引く物価上昇の影響で、客の節約志向による消費の伸び悩みが続いている。そうしたなかで競合が激化しており、当面の間は厳しい状況が続く。
	▲	衣料品専門店（店員）	・閑散期に入るため、悪くなると予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇により、購買意欲が少しずつ減退している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税引上げに世界が振り回されている。特に、米中関係が改善されなければ、日本の景気も良くはならない。今後は米の価格が安定しても、戦争や紛争といった不安定な外部要因により、次の新たな問題が出てくると予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・部品の価格が上がるなか、新車の購入予約、車検予約共に少ないため、余り売上の増加が見込めない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・合理化や効率化によるコストの削減以上に、物価の上昇によるコストの増加が進んでいるため、今後の景気はやや悪くなると予想される。
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・夏期のカatalogが発行される時期であり、受注量が増える。
	▲	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博関連で動いている業種は景気が良いが、それ以外は恩恵が少ないため、今後も続く物価の上昇や経済不安を含め、景気が良くなる要因は少ない。
	▲	一般レストラン（企画）	・大阪・関西万博への来場方法が公共交通機関に偏っているのか、ロードサイドの店舗では土日、祝日の客足に悪影響が出ている。材料費が増加するなか、米価格の高騰も収益に大きく影響している。今後は、夏季の営業に対する万博の影響も心配される。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門の予約状況を見ると、客足が少し鈍い様子である。海外の団体客の受注は好調であるが、国内客による高単価の予約が伸び悩んでいる。一方、食堂はディナーが苦戦しているが、ランチは企画商品の好調で席が埋まっている。また、婚礼には期待できないものの、一般宴会では前年並みの予約が入っている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・高単価での先行予約販売が伸び悩んでおり、予約の進捗状況は前年を下回るペースとなっている。
	▲	都市型ホテル（管理担当）	・春のインバウンド需要の反動で、夏の需要が鈍化傾向にあり、客室単価、稼働率共に伸び悩んでいる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・上向き要因がない。
	▲	通信会社（社員）	・新プランによる実質値上げへの客の反応は今一つであり、他社の価格との比較で、客が流出することが懸念される。今後については、キャリアとネット銀行との業務提携の内容にも左右される。
	▲	通信会社（営業担当）	・客がインフラを切り替える動きが鈍化するため、販売量が減少する。
	▲	テーマパーク（職員）	・現状は十分な政策が打ち出せていないなか、参議院選挙の結果で変化が生じることで、今よりも良くなる可能性はある。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・予約状況がやや低調なため、それに応じて売上も減少すると予想される。さらに、人件費や食材などの仕入価格は高止まりするため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・例年、無料体験のある時期は入会者も増えるが、今年は全く増えなかった。さらに、今月末で退会する生徒もみられるなど、しばらくは生徒数の減少が続くと予想される。

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
	▲	住宅販売会社（経営者）	・米国大統領の動きや地価の高止まり、投資家の動向などをみていると、全体的に停滞に向かうと予想される。一般消費者の需要にも減少の動きがみられる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・今後も郊外を中心とした販売不振物件は、回復の見込みがなく、最終的に値下げするしかない。懸念材料は集客の減少であり、価格調整が進んだとしても、在庫処分に要する期間が長期化する可能性がある。
	▲	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）	・倒産件数の増加傾向が続くなか、物価の上昇による買い控えで消費は減少すると予想される。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅ローン金利が上昇傾向にあるなか、住宅市場は今後ますます厳しい状況になる。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・このままの状態では、良くなる要素が見当たらない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇により、客の購買意欲は低下しており、今後も低下が続くと予想される。
	×	百貨店（売場主任）	・抜本的な物価上昇対策がなければ、現状の買い控えが続く。米国の関税引上げなどが落ち着けば、また違う動きがみられるかもしれないが、当面はスタグフレーション的な傾向が続き、景気は悪くなると予想される。
	×	スーパー（経営者）	・食品の値上げが続いており、消費は落ち込んでいる。
	×	スーパー（販売促進担当）	・備蓄米は放出されているが、当面は品薄の状況が続くなど、価格の高止まり傾向は変化が見込めないため、景況感の悪化が予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・高齢者や主婦層に生活への不安があるため、洋服を買い控える傾向が続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・7月に予定されている参議院選挙の動向次第であり、それまでは我慢するしかない。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格が高騰するなか、リフォーム商品は補助金があっても、余裕のある客が中心となる。一般的に故障などの理由がなければ、買換えには至らないなど、リフォームは日常生活での優先順位が低い。
	×	住関連専門店（店長）	・客単価の低下傾向が長らく続いている。商談の途中で内容や仕様を下げ、コストダウンを図る客の増加が顕著である。
	×	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博の会場が盛り上がっている一方、商店街の人通りは減少している。今後もバス旅行で万博に行く人もいるため、しばらくは厳しい。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・円安の影響で生活費の負担が大きくなり、アルバイトだけでは生活が難しくなっている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇ペースが速過ぎる。
	×	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・天候による悪影響が懸念される。
	×	観光型旅館（経営者）	・今月の傾向は更に強くなり、地域間での集客の2極化が目立ってくると予想される。
	×	観光名所（企画担当）	・あらゆるものが値上がりする一方、給与の増加が追いついていない。そのなかでレジャーにお金を使う余裕がなくなると予想される。また、大阪・関西万博の開幕から1か月が経過したが、4月13日の開幕以降、来場者数が減少傾向となっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・社会や経済全体が混とんとしている。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-
	○	木材木製品製造業（経営者）	・為替は相変わらず不安定な動きが続いているが、営業の成果もあり、新規事業を前に進められている。今後も成果が出るように努力していきたい。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の終了までは、特需が続くと予想される。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料や人件費、ガソリン代、運送費など、仕事に関する費用の値上がりが続くなか、それらを含むサプライチェーンの再構築が始まっている。仕事の内容は同じ企業でも、今後はそのプロセスの違いによって淘汰される。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・5月が悪すぎたため、5月と比べれば良くなるしかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送業（営業担当）	・ 5月のトラックの稼働台数は、全国で前年よりも僅かに増えており、計画では来月も増えそうである。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・ やや減少傾向とされる訪日外国人も、駅構内をみる限り、回復基調が続いている。米国の関税関連交渉の結果や、米価格の値下がり状況次第となるが、大阪・関西万博の開幕までは少し景気が良くなると予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・ 夏に向けて、気温がどの程度上がるのか分からないが、暑くなれば当社の製品も売なくなる傾向にある。野菜の動きも今は例年並みに戻っているが、先行きに不安もあり、期待できない部分がある。
	□	食料品製造業（管理担当）	・ 大阪・関西万博が終わるまでは、比較的好調な推移が続くと予想される。
	□	繊維工業（総務担当）	・ 供給過多の状況が顕著となっている。単価が上がらない分、原価を下げるしかなく、結果として付加価値の低下につながっている。客にとって良い物は、コスト高を意味するため、材料などの見直しも含め、良い商品作りを進めることが今後は必要となる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
	□	化学工業（経営者）	・ 良くなる要素が見当たらない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ ガソリン価格が下がりつつあるほか、米の店頭価格も6月以降は下がる可能性がある。ただし、米国の関税引上げ問題などの懸念材料もあるため、3か月先の景気は一進一退で、変化はほとんどないと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・ 中小の製造業全体で荷動きが悪く、先行きが不安な状態が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ 今後数か月は悪くならないものの、改善することもない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・ 個人の収入が増えたわけではないが、消費者は徐々に物価の上昇に対応している。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・ 夏休みの時期は、以前は設備更新の実施や、集客を狙った設備投資もみられた。ところが、今は夏休みが各企業で分散されるケースも増えたため、投資の増加を見込んでいない取引先も増えている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 物価の上昇は止まる気配がなく、個人消費の抑制傾向は今後も続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・ 今後は熱中症対策への対応が始まるが、どうしても夏は生産性が落ちてくる。限られた工期でのしゅん工は、更に厳しくなると予想され、慢性的な人手不足のなか、働き方改革への対応で厳しい状況となる。民間工事でも完全週休2日制を取引先に理解してもらい、余裕のある工期での発注を望みたい。
	□	建設業（経営者）	・ 仕事はあるが、人手不足と働き方改革により、仕事量を調整する必要がある。このままでは、賃上げをしなくても厳しいのが現状である。
	□	建設業（経営者）	・ 今の時点では、大きな変化はないと予想している。国内外の問題がある程度落ち着かなければ、良くはならない。
	□	輸送業（経営者）	・ 取引先の新規案件が無期限の延期となっている。これ以上の荷物量の落ち込みはないものの、増えとも考えられない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・ 毎年6月から8月は家具の売上が落ち、その代わりに酒の売上が伸びるが、今年は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・ 家具が売れるようにならなければ、売上が増えない。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	・ 足元の景気が大きく変動する要素は見当たらない。
	□	金融業（営業担当）	・ 消費者の生活の安定が優先事項となるなか、政策的にも現状は十分に対応されていないため、厳しい状態は今後も続くと予想される。
	□	金融業（営業担当）	・ 物価の上昇などが重なり、消費は引き続き低迷すると予想される。
	□	広告代理店（営業担当）	・ 6月頃までは低調な状況が続くそうである。
	□	司法書士	・ 物価の上昇が続き、節約が当たり前となっている今、景気が良くなる要素もなく、現在と同じような動きが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・全ての商品の価格が上がるという状況は、やはり厳しい。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今夏も気温が高くなるため、熱中症対策商材や夏物商材の販売が伸びる。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・大阪・関西万博関連や、ホテルといった好調な分野があるほか、プロスポーツやコンサートグッズといったイベント需要も堅調な一方、量販店での個人消費は低調な状態が続き、消費は明らかに分野ごとの格差がみられる。全体的に値上げの影響が大きく、市場全体は伸びていない印象があり、ゼロサムゲームの状況になっている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・靴下業界では販売価格にコストを転嫁することが難しく、利益率の低下が著しい。
	▲	化学工業（企画担当）	・食品価格の高騰に伴い、消費マインドが低下している。
	▲	不動産業（営業担当）	・ネット通販などの成長により、物販店舗の撤退が今後も続いていく。賃料の値下げや空室率の悪化により、今後は景気が悪くなる。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人の可処分所得の増加に限られるなか、米を始めとする生活必需品の価格が高騰している。実質増税に近いインフレが続く状況では、消費者マインドは良くならない。
	×	通信業（管理担当）	・米価格の高騰を始めとする、物価の上昇による大きな影響が出る。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・秋の参議院選挙の結果次第で、大きな変動が予想されるなか、少なくとも景気の回復による経済指標や相場環境の好転は期待できそうにない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後も物価の上昇が避けられない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
	○	人材派遣会社（役員）	・求人数が高止まりするなか、数か月先の採用予定の求人が増えている。また、4月の採用時期を過ぎても例年以上に求職者の動きが活発であり、今後も継続することが予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米国の関税引上げといった懸念材料はあるが、関西企業のプロモーション費の予算状況などを聞いていると、前年を上回る企業が少なくない。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・夏休みに入る学校などの現場が増えると予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・米国の関税引上げ問題が落ち着けば、3月以前の状況に戻る可能性があり、やや良くなると予想される。
	□	人材派遣会社（支店長）	・求人動向に改善がみられるのは、下半期以降ではないかと予想される。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博が終了するまでは、現状のままと予想している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・今後は水道・光熱費などの料金引上げが決まっており、景気の好転は期待しにくい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価の上昇に合わせた賃金の増加とはなっておらず、飽くまでもスキルに応じた賃金の引上げを行う就業者しかみられない。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用は中長期的な経営計画の下で実施されるものであり、米国の関税政策などの短期的な影響を受けるとは考えにくい。ただし、今後の動向次第では、半年から1年後に景気への影響が出るため、景気後退に陥りかねない。
	□	職業安定所（職員）	・求人企業の動向などから、変化はないと予想される。ただし、製造業では米国の関税引上げなどの影響を不安視する声が出始めており、状況を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・企業の手不足感が強いなか、求職者も増えると予想される。シニア層の求職者が多いため、マッチングが難しくなる傾向はあるが、求人、求職の動きから判断すると、就職件数や充足数に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に大きな変化はないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏季インターンシップなどの広報が一旦落ち着く時期に入る。2026年卒採用の内定辞退の対応や、追加の採用でどれだけの動きが出るかが、注目すべき点となる。

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
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒の採用活動が早期化しており、一見すると景況感は上向いているが、病院以外の鍼灸整骨院といった医療機関では廃業の動きも出ている。最近まで就職説明会への参加もみられたが、雇用過多が原因ではなく、無謀な開業が原因とされる。こうした部分もあり、景況感の改善が実感できない状況である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業を中心に人手不足は深刻であり、今後も活発な求人募集が続くと予想される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・エネルギー価格や原材料価格の高騰が、利益を圧迫しているという声が引き続き多い。最近では、食品製造や飲食店、施設調理の業者からは、米価格の高騰による影響が大きいという声も多い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・7月に参議院選挙を控えているにもかかわらず、効果的な景気対策もみられないため、景気は悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・求人や求職の状況は、前年や前月と比べても大きな動きはみられない。米国の関税引上げに対する各企業の動きも、管内ではほぼみられない。ただし、今後は影響が出そうな情報もあるため、米国による関税政策に変更がなければ、徐々に悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げの影響で、関連産業やその下請企業に影響が出る可能性がある。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年、今の時期から夏にかけては、求人数が減るのに加え、人材募集の競争が激しくなり、労務費の高騰や採用の苦戦につながっている。
	×	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		-	-
	○	商店街（代表者）	・最近、飲食関係の新規店舗が開店し、空き店舗への問合せもある。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・波はあるが、来客数が少しずつ増加している。
	○	百貨店（広報担当）	・価格高騰に対する施策が実行されると期待する。
	○	百貨店（営業担当）	・競合店を含め、地域商業施設及び小売店での競争が激化している。それに伴い、地域マーケットや生活圏の変化が生じる。
	○	スーパー（店長）	・燃料油価格定額引下げ措置や備蓄米対応、賃上げなど、少しずつではあるが、景気回復への動きが見える。
	○	スーパー（販売担当）	・大阪・関西万博による経済効果が波及し、段々と良くなるとみられる。
	○	コンビニ（店長）	・季節は夏休みへと入り、ますます人の動きが活発になるとみられる。
	○	乗用車販売店（店長）	・販売可能車種が増え、販売促進先が広がる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・インバウンドが増えたことで来客数が増加しており、円安の影響で今後も増えることが見込まれる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・ターミナル駅の大型施設の影響が緩んでくると、期待を込めて予測する。
	○	バー（経営者）	・来客数を増やすように接客の改善をしている。
	○	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク明けで動きがはっきりしないが、夏に向けて人の動きが良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・客からの問合せが多い。
	○	通信会社（総務担当）	・備蓄米の早期放出対応や燃料油価格定額引下げ措置等で、今月よりも景気は良くなるとみられる。会社としては、情報通信業界の競争環境が変わらない限り、顧客の獲得において厳しさを増していくと考えている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・米を中心とした物価上昇が落ち着くことで、回復基調に入るとみられる。
	□	商店街（理事）	・備蓄米の流通で、米の価格が少し安定する可能性はあるが、他の商品の価格が上昇傾向にあるため、客の目的買いは続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	商店街（代表者）	・米価格の高騰や米国の関税政策問題など不安定な面があるため、先行きが不透明である。
	☐	一般小売店〔食品〕	・客の節約志向は依然続いており、今後もその傾向は続くと思われ。
	☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	・材料の仕入価格が高騰している。
	☐	百貨店（営業担当）	・今後は客が特定ブランド、特定の商品、特定のサイズ、特定の色というように、商品をより一層限定して購入するようになる。
	☐	百貨店（外商担当）	・食品を含め、様々な商品の価格が上昇し、株価の動きも不安定であるため、客の購買意欲が湧かない。
	☐	スーパー（店長）	・来月も値上げをするため売上は確保できるが、客が購入数量を減らしたり、安い商品を選ぶようになるため、厳しい状況になる。
	☐	スーパー（店長）	・特売日に客が来店する傾向は続いており、必要最低限の買物で収めている様子である。
	☐	スーパー（店長）	・値上げは今後も継続するとみられるが、収入面は伸びない見込みである。食料品は必需品であるが、購入点数や客単価の低下など、更なる節約が進むとみられる。食以外のライフラインについても生活費を圧迫している。
	☐	スーパー（販売担当）	・米価格がどのように変化するかによって、他の商品の販売量も変化するとみられる。
	☐	スーパー（販売担当）	・物価高が続いており、客が衣料品は必要な物しか購入していないため、景気は余り良くならない。
	☐	スーパー（営業システム担当）	・備蓄米の影響で米価格が下がったとしても、他の物価が上昇し続けている限り、消費が増加することはない。価格上昇もあって売上は上がっているが、販売数量は前年より少ない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・来週、再来週と多くの商品の値上げが控えている。商品の価格が1～2年前と比べて3～4割上昇しているため、今後かなり厳しい状況が続く。
	☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・前年度は猛暑で来客数が多かったが、その裏年で苦戦が予想される。物価高も続いており、来客数の増加は期待できない。
	☐	コンビニ（支店長）	・大きな変更要因が見いだせない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・商品の仕入価格が徐々に上昇しているが、販売価格は維持している。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・中小企業は景気が良くなっていくイメージが見いだせない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・今まで景気が良くなる感覚を覚えたことがない。将来もずっとそうだろうと考えている。
	☐	衣料品専門店（代表）	・減税されると購買意欲も高まると考えられるが、減税される見込みが全くない。
	☐	家電量販店（店長）	・何らかの景気対策の効果がないと、先行きが不透明である。
	☐	家電量販店（副店長）	・来客数は前年の98%くらいで、ほぼ前年並みである。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・ここ数年、6月前後の販売が低迷している。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	・生産が打ち切られる車種が多いため、今後も受注の伸びは余りない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・新型車も出ず、代わり映えのない状況が続くため、2～3か月は期待できない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇に対して所得が上がらないという声が多い。今後も苦しい状況が続くとみている客が多い。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・先の景気状況は読めないが、来月は上向いてくれることを期待している。何とか立て直しをしていきたい。
	☐	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・いろいろと値上げが続くなか、観光や遊びに使える予算は増えていないとみている。
	☐	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上に悪くなるとは思えない。
	☐	その他専門店〔革製品〕（店主）	・景気が悪い。
	☐	一般レストラン（経営者）	・物価高が続いていることと、光熱費が1年で最も高い時期が重なるのを考えると、かなり苦しい。

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
	□	一般レストラン（経営者）	・ 備蓄米の放出はあるが、ブランド米から備蓄米への切替えにはちゅうちょする。食材価格の高騰で利益の確保が困難な状況が続く。ゴールデンウィーク前の値上げにより、常連客の来店頻度が下がることが懸念材料となる。
	□	一般レストラン（店長）	・ 駅ビルの影響を危惧しているが、予約状況は好調なので、トータルでは変わらないと予想している。
	□	観光型ホテル（副支配人）	・ 夏季休暇の時期は、関西方面へ旅行する人が増えそうである。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・ 閑散期である6月が前年並みで推移しており、8月にはスポーツイベント等があるものの、前年のように猛暑による観光控えが懸念される。
	□	旅行代理店（支店長）	・ 円高傾向ではあるが、物価が定着しない限り復調は期待できないため、いろいろな価格帯の商品をマーケットへ投入し、気運を醸成していく。
	□	タクシー会社（営業所長）	・ 一旦インバウンドは落ち着くとみられる。梅雨シーズンでタクシー需要が一時的に高まる。大阪・関西万博の效果に期待したいが、まだ動きがない。
	□	通信会社（企画担当）	・ 今年も暑い夏となり、一般家庭のエネルギー需要は高まる。一方で、燃料費の高止まりで節約志向がかなり強まると予想している。夏以降、当社のサービス価格も値上げを予定しているが、新規顧客の獲得は厳しいと考えている。
	□	通信会社（企画・総務担当）	・ 物価高に対する消費者マインドは継続するとみられるため、状況は現状と変わらない。
	□	テーマパーク（業務担当）	・ 梅雨時期の雨は週末に多く、その後の高温による外出控えなどが懸念される。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・ 7～8月の予約に伸びがなく、早期予約が減少し、直前予約が増えている。
	□	競艇場（企画営業担当）	・ 2～3か月後の1日平均売上もほぼ横ばいとなる。
	□	美容室（経営者）	・ ここ数か月、物価がどんどん上昇し、客の節約傾向が続いているため、3か月くらいで景気は特に変化しない。
	□	美容室（経営者）	・ 物価が下がらないと客の節約が続く。
	□	設計事務所（経営者）	・ 建築費の高騰から、設計が完了してから着工までの期間がこれまでの倍ほど掛かっている。物件数を多くこなすことが困難な状況が続いている。
	▲	商店街（代表者）	・ 客が商品の購入を迷っている。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・ いよいよ抹茶の在庫がなくなってきた。6月は新茶の季節であるが、茶価が相当に上がりそうで、仕入れが難しくなっている。大変不安である。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・ レンズの高価格帯商品の売行きが悪くなった。
	▲	百貨店（営業担当）	・ 円高の進行や株価の不安定な状況により、インバウンドや富裕層の消費にブレーキが掛かる懸念がある。
	▲	百貨店（売場担当）	・ 百貨店を取り巻く環境は逆風要素が多く、いずれの商材も厳しい状況は続く。
	▲	百貨店（売場担当）	・ 来客数、販売量共に前年を下回る。ギフト関連はさほど影響を感じないが、デイリー商材は不調である。イベントの動きも鈍くなってきた。
	▲	スーパー（店長）	・ 客が商品単価の上昇に付いていけない。ここに来て、野菜の相場が下落したため、野菜の販売点数は向上しているが、一過性とみられる。
	▲	スーパー（業務開発担当）	・ 食品価格の高騰で買い控えや安価な商品へのシフトが顕著であり、高齢化もあいまって販売数量の減少は続きそうである。
	▲	スーパー（財務担当）	・ 青果の相場がほぼ前年並みに落ち着いてきており、備蓄米が出回れば米の価格も下落し、物価高騰による節約もあいまって、売上が減少する。
	▲	家電量販店（企画担当）	・ 今年の夏は暑くなりそうで、電気料金の支払が増えると家電の購入に金を回すことができなくなる。政府には何らかの対策をしてほしい。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・ 米国の関税政策などの問題で景気が良くなるとは思えないため、今よりも景気が悪くなる。
	▲	乗用車販売店（統括）	・ 新型車が出ないなか、大変厳しい状況となっている。

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
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・値上げしても追いつかず、どんどんジリ貧になっている。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・6～7月の客室の予約ペースが、前年同月比で3～5%遅くなっている。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みやお盆期間においては、ファミリーやレジャーの需要に期待が持てるものの、秋の行楽シーズンまではビジネス等のシングル需要が増えるものと予測している。
	▲	タクシー運転手	・現状が急展開するような気配はない。
	▲	通信会社（広報担当）	・当社製品にかかわらず、価格の高騰に対して収入が追いついていない。
	▲	通信会社（営業担当）	・収入増加の兆しはなく、特に年金生活者においては節制が続く、若しくは、より厳しいものになると想定される。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高騰を誘発する国際情勢次第で、家計の可処分所得が低下するおそれがある。
	▲	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期を過ぎ、また、周辺地域の観光要素の影響もある。
	▲	美容室（経営者）	・全般的な物の価格高騰、コスト増加による資金繰りの悪化が大きい。
	▲	設計事務所	・客の利益予想が下がることが確定すれば、案件が減るとみられる。
	▲	設計事務所（経営者）	・今後も客の収入が伸びない状況が続くため、消費も伸び悩む。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価高騰の影響からの回復がみられず、苦戦状況は長期化するとみられる。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	・米国の関税の影響が一般市民の資金レベルにも及んでおり、今後は行政の交渉が良い方向に進む可能性が低いとみられる。
	×	商店街（代表者）	・景気が悪い状況で米国の関税政策問題が加わり、客の消費マインドがかなり冷え込んでいる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・米国の関税のニュースが消費に影響を及ぼす。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスで客に金銭的な余裕ができるが、それは大企業に限ったことで、中小企業は厳しい状況が日常化する。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて忙しくなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（企画担当）	・データセンターの利用客から、データセンターを介したクラウド利用などの複合的なニーズが増加している。今後、生成AIの利用拡大によるデータ利用が増加することが見込まれており、データセンターニーズも更に高まるとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・賃上げや輸送費の継続的上昇がコストに影響する。
	□	化学工業（総務担当）	・直接的な輸出入業務はないものの、取引先における影響は少なくなく、米国の関税問題で様子見の状況とみられる。ただし、米国の関税問題が落ち着けば、状況は上振れする可能性もある。
	□	化学工業（総務担当）	・米国の関税の動向が不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・発注先の故障した主要設備の稼働は可能との判断で、一定量の作業量は確保できる見込みである。このため、一層の減産は避けられそうである。大口引き合いの情報もなく、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注等の好転材料が乏しい。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野とも上向きの情報がなく、現状維持にとどまる。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・現時点で生産拠点の見直しを行うなど、米国の関税への対策を進めており、その対策により影響を最小限に抑えることが見込まれる。また、米国市場以外への販売活動の強化も行われるため、現状を維持できると見込んでいる。
	□	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はない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後の動向は分からないが、米国の関税により中国等の内需が高まれば、プリント基板製造装置関連の受注量増加が見込まれる。
	□	建設業（経営者）	・最低限の投資はどの企業も行っているようにみえる。

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
	□	建設業（総務担当）	・ 予定物件で技術者の稼働が目一杯の状態である。ただし、受注時期とボリュームは不明確な点が多い。物価上昇、適正な工期に関しては、発注者への理解が浸透している感触がある。
	□	輸送業（企画担当）	・ 米国の関税や政局の動向が懸念されるが、大きな影響はないとみる。
	□	輸送業（業務推進担当）	・ 特に大きなプラス、マイナスの要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・ 下振れ方向のリスク要因が多く、好転する材料が見当たらない。
	□	不動産業（総務担当）	・ 今月と同様に、賃貸住宅の需要が落ち着く時期のため、余り変わらないと予測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・ 全ての商品の価格が高騰し、消費動向が一段と厳しくなっている。生き残るためには、商品開発で価値を向上させる必要がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・ 直近で値上げの予定がある。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・ 米国の関税の影響で家電製品や耐久消費財の需要が落ち込む可能性がある。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・ 工作機械業界の客からの大型案件の受注が6月で終わるため、現状より生産量が減少することは避けられない。どれだけ他でカバーできるかはまだ不透明な状況である。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・ 取引先の内示情報から判断すると景気は良くならない。
	▲	輸送業（営業担当）	・ 米国の関税の影響により、新規の業務引き合いの多くが中止、あるいは延期となっている。
	▲	金融業（副支店長）	・ 物価高騰や人件費高騰の影響は引き続き大きく、更なる景気悪化となることが予想される。
	▲	広告代理店（営業担当）	・ 前年と比べて受注量が減っている。広告費を抑えている企業が多い印象である。
	▲	会計事務所（経営者）	・ 米国の関税問題があり、顧客企業の動向が不透明である。収束するか否かで大きな影響を受ける。最小限であってもマイナスの影響が予想される。
	×	-	-
雇用 関連 (中国)		-	-
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ 転職を考える顕在層が夏のボーナスを軸に例年増えてくる。前年は5月と8月を比較して、求職者からの利用問合せ数が8月は220%アップした。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・ 米国の関税の動向が不明であるため先が見通せない。求人企業の需要に変化は今のところないが、自動車関連を中心に求人数を絞る動きが出ることを警戒している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 求職者が増えてこない限り、景気が良くなることはない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ 県の補助金が求人広告利用社数の追い風となれば良くなるだろうが、今のところ補助金の効果ははっきりしない。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・ 現状、2～3か月で見通しが変わる打開策などはない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・ 新卒、中途いずれも求人数の増加が見込まれ、人材確保ができていない企業が多くなっている。こうした状況で、特に理系学生においてはジョブ型採用が進んでおり、あらかじめ企業を絞って就職活動をする傾向がある。中途も即戦力の20代後半から35歳未満は超売り手市場で、今までに類を見ないほど活況を呈している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 輸出企業は注意深くなっているが、当面悪化する要因は見当たらない。あるとすれば、人手不足による経営への影響とみられる。
	□	職業安定所（事業所部門）	・ 米国の関税などの影響により、自動車関連企業など、製造業を中心にマイナス要素があり、建設業も人手不足と資材の高騰により不安感が強い。ただし、その影響が景気に反映するまでは、もうしばらく猶予があるようにみえる。
	□	職業安定所（事業所担当）	・ 米国の関税や物価上昇等により企業活動がこれから大きく影響を受けるという声は、管内企業からは今のところ聞こえてこない。

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
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新規人材の採用よりも、雇用維持への懸念が高まっている業界や団体においては、行政との意見交換を行うなど、今後の成り行きを注視している状況であり、投資控えにもつながっている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・一般企業を希望している学生の多くが内々定を得ており、企業からの求人にとたえられない状況が今後予想される。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・例年夏に近づくと、求人数も求職者数も落ち着く。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・今後は米国の関税の影響が顕在化するにつれ、派遣求人を含めた求人全般が落ち込むと見込んでいる。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税の影響が求人数の減少につながっている。物価は高騰を続けており、賃上げは追い付いていない。
	×	-	-

10．四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)		-	-
	○	商店街（代表者）	・今後も、商店街周辺でイベントの予定があり夏祭りも予定されている。クルーズ船の来航数も過去最高水準であり、来航時には多くのインバウンドが食品を中心に消費するとみられる。
	○	スーパー（人事）	・備蓄米放出の影響は読めないが、電気料金の政府補助などの支援が多少は効いてくるとみられる。
	○	コンビニ（商品担当）	・備蓄米放出に期待している。また、関税の問題もあり国内1次産業への政府の支援が緊急課題になっているとみられる。
	○	コンビニ（総務）	・現状の売上は堅調である。芸術祭の夏会期を控え更に来客数が増加するとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・夏のボーナス商戦において、季節商材やパソコンの最新版OSへの移行により、販売量が増加するとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数は比較的安定しているが、夏に向けて季節商材等を目的にした来客数増加を期待する。
	○	観光遊園地（主幹）	・国際航空路線が再開されることで、インバウンドが増加することを期待する。
	○	設計事務所（所長）	・依然として、マンションの建設棟数が堅調に推移している。下請事業者への価格転嫁が大きく進んだとみられる。
	□	商店街（代表者）	・地方都市においても、各国政治家の発言が地域経済に影響を及ぼしている。
	□	商店街（代表者）	・政府の備蓄米放出で米の価格が落ちつくことを期待するが、その他の生活関連に係る費用の上昇は続いており、厳しい状況が続いている。
	□	商店街（常務理事）	・物価上昇が収まらないなかで、夏の参議院選挙を迎える。少数与党の政局では不透明感が強まり、経済は安定感を欠く状況がしばらく続くとみられる。景気回復も遠のいているとみられる。
	□	スーパー（店長）	・買上点数に大きな変化はない。
	□	スーパー（店長）	・芸術祭の夏会期開催や夏季休暇シーズンを迎えるなど、現状とよく似た状況になる。
	□	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇が続いているため売上は増加するとみられる。今後、さまざまな補助制度が施行されると消費のきっかけになるとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・米の価格上昇などに起因する生活に対する不安など、消費者にとっては先行きが不透明である。随意契約による備蓄米の放出など商品や価格が安定することで消費のマインドも上昇するとみられる。
	□	コンビニ（店長）	・物価上昇が続くが、売上、来客数共に増加傾向が続いていたが、現在はやや停滞しているとみられる。物価の上昇が所得の上昇に追い付いていないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・来客数がやや減少しているとともに、商品単価が上昇しているため、客の購買意欲が低くなっている。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・客との会話で米の価格上昇などで支出が増える旨の話が多く、消費が改善するような話は全く出てこない。

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
	□	家電量販店（副店長）	・物価、光熱費等の上昇により、商品購入に慎重になる客が増えている。今後も、来客数の増加は期待できない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・人気車種が再販してもすぐにオーダーストップになる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇に伴い客の購買意欲も停滞しているため、しばらくは現状のままであるとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・世界情勢が不安定であり、先行きは変わらないとみられる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・購入に慎重な部分はあるが、来客数は引き続き好調に推移しており、現状は維持できるとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・7月から国際直行便が復活するため、当面は宿泊客数が順調に推移するとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・先行き不透明である。
	□	タクシー運転手	・入社や入学で人の動きは多少あったものの、飲食に結びついていない。また、インバウンドの来訪により、ホテルや飲食業は多少良くなっているが、運送業には変化はみられない。現状が続くとみられる。
	□	通信会社（支店長）	・物価高騰の影響が生活行動に影響している。
	□	競艇場（マネージャー）	・SGレースがあり売上は増加するとみられるが、イベントによる一過性のものであり、景気に変動はないとみられる。
	□	美容室（経営者）	・景気の良い話がないと変わらないとみられる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・前年と比較しても大きな変化はない。売上も一定程度あるが、2、3か月後には国内外の事情により客が消費を抑制するとみられ、景気は悪化するとみられる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・大手企業側はインターネット受注で配達料無料を変えず、単価設定も安いとため、下請企業は配達人を雇ったり時給を上げるのが難しい状況である。
	▲	百貨店（マネージャー）	・米国大統領の関税政策により先行きは不透明である。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高の収束を期待しているが、先行きは不透明である。
	▲	スーパー（財務担当）	・実質賃金が下落している状況が続いており、客の節約志向が強まり、来客数や来店頻度が減少していくとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・商品価格は上昇し、商品の容量は減少し、品質は低下している。売上は増加しないとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・米国大統領の今後の動向次第である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・これまでは客に提供する米の原価は余り気にしていなかったが、米の価格上昇が、収益を減少させている。また、客が米を注文することが多くなった。以前は食べない客が4割ほどいたが、今は1割ほどもない。
	▲	旅行代理店（部長）	・物価上昇や参議院選挙等、情勢の不安定感が消費に影響しているとみられる。
	▲	タクシー運転手	・暑くなったことで、遍路の仕事もほぼなくなり、街の動きも活発ではなく、悪くなるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・営業日数を減らした分、景気は悪くなるとみられる。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価高であり、し好品を購入する余裕がないとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・全ての価格が上昇しており、消費はこれからまだ悪くなるとみられる。
企業 動向 関連 (四国)		-	-
	○	食料品製造業（商品統括）	・為替は安定しており、高値ではあるが原料輸入価格が安定している。結果として、利益も安定するとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・受注増加が見込まれる状態になっているが、価格改定の交渉に難航している。社員の昇給など固定費の増加が、利益を圧迫している。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ゴールデンウィークに外出や掃除をする人が増加したため、ウェットクリーナーの需要が高まり、4月は売上が増加した。しかし、その反動で5月の売上が減少するとともに、原材料価格の高騰が続いているため、今後、価格転嫁を実施していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	食料品製造業（経営者）	・労務費、人件費、物流費、エネルギー価格、原材料費の全てが上昇している。受注量減少の懸念により、製品価格に転嫁できず、利益がひっ迫していくとみられる。
	☐	繊維工業（経営者）	・地方によって景気の浮き沈みがあるものの、おおむね現状で推移するものとみられる。
	☐	化学工業（所長）	・地方の人口減少は止まらず、先行きの不安から買い控えが顕著である。
	☐	鉄鋼業（総務部長）	・一定の受注見通しがあるため、大きな変化はない。
	☐	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の関税政策による影響や地政学的リスクの高まり等により、先行きの不透明感が増すなか、世界経済の下振れが懸念される。
	☐	電気機械器具製造業（経営者）	・現在、企業や地域は景気上昇に向けて努力している。特に、カーボンニュートラルの件で、バイオマスを利用する動きが地域内で活発化している。この取組が景気の上向きに資するとみられる。
	☐	電気機械器具製造業（経理）	・米国大統領の関税による企業業績や物価高の影響がグローバルに響いており、先行きは、非常に不透明な状況であり見当がつかない。
	☐	建設業（経営者）	・景気が改善していく要因が見当たらない。
	☐	建設業（経営者）	・民間の建築工事はあまり期待できないため、公共工事次第である。
	☐	通信業（企画・売上管理）	・現段階では2～3か月先について特段大きなトピックスはない。
	☐	通信会社（総務担当）	・新規受注の獲得が進んでおらず、ボランティア活動等の社外イベントの参加者数がほとんど変わっていない。
	☐	広告代理店（経営者）	・芸術祭、大阪・関西万博等の影響で、旅行やホテル等の観光関係客先の仕事は増加するとみられる。一方、その他の多くの客先は、米国の関税政策の影響が予測できないため、現状維持又は経費削減傾向である。したがって、余り変わらないとみられる。
	☐	税理士事務所	・業績が良くなる要素が、現時点では見られない。
	▲	金融業（副支店長）	・物価の上昇に対して、地域の給与水準は追いついていないことから、消費が低迷している。
	×	-	-
雇用 関連 (四国)		-	-
	○	職業安定所（求人開発）	・米国の関税による影響、物価上昇、為替変動といった状況が落ち着いてきたことから、様子を見ていた企業が対策を取っていくため、景気はやや良くなるとみられる。
	☐	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きは業種でばらつきがあり、全体的に大きな変化は期待できず、景気は変わらないとみられる。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動向次第で悪くなるとみられる。
	▲	求人情報誌（営業）	・人材確保に関して、引き続き県内企業で苦戦が続き、打開策がないため、景気は緩やかに悪くなるとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・学生向けの短期アルバイト募集が落ち着くタイミングであり、正社員の募集もお盆までは減少傾向にあるため、やや悪くなるとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価及び賃金が上昇し、地方の中小企業は厳しい状況であり、対策が必要である。
	×	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		-	-
	○	商店街（代表者）	・農林水産大臣が米の価格の見直しを発表したことで、客の消費のなかでおかずに対するウエイトが上がり、それに伴い売上が上がることが期待される。
	○	百貨店（リーダー）	・お中元の時期になり、来客数が増えることが予測される。
	○	スーパー（店長）	・備蓄米放出の効果は大きく、客からも備蓄米、外国産ブレンド米の入荷の問合せが多くなっている。ガソリン価格や米価格等の値下げが実施されると景気は上向きになると判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・盛夏に向けて人の動きは更に活発になると予想される。
	○	家電量販店（店長）	・物価高の影響で、消費者は食料品や日用品に目が向いており、単価の高い家電は苦戦している。
	○	家電量販店（店員）	・米の価格低下をきっかけとして他の商品にも波及すれば、景気は良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・気温の上昇により冷房器具の需要が増える見込みである。
	○	乗用車販売店（役員）	・新車や配車台数及び新車受注可能車種の回復などに期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから梅雨に入り気温が上がってくるため、店頭でのリキッドコーヒーの需要が伸びてくる。水出しコーヒーなどの需要も出て夏場の売上も上がると予想される。
	○	旅行代理店（統括者）	・今後も大阪・関西万博や大型レジャー施設開業が需要を後押しすると予測している。
	○	タクシー（統括者）	・引き続き料金改定の施策を実施し、加えて乗務員確保の新たな取組を検討している。
	○	通信会社（業務担当）	・低圧の新電力販売をサブ事業として行っており、販売手数料増額が予定されている。
	○	理容室（経営者）	・これから暑くなるため、業種的に来店間隔が短くなると予想され、景気は良くなると期待している。
	□	商店街（代表者）	・今後どこまで物価が上がるか不透明な状況と米国経済の先行きに対して客の反応は敏感になっている。物価上昇が大きく影響していくと予想され、商材にもよるが全体は厳しい状況である。
	□	商店街（代表者）	・小売店舗は徐々に減少しているが、一方で飲食店は出店している。しかし、空き店舗状態が長期間になっているため、商店街の人通りはますます減少している。
	□	商店街（代表者）	・先行き不安なままでは政府による給付金等が行われても貯蓄に回るだけで景気が上向くとは予想できず、思い切った物価高対策が講じられることに期待している。
	□	商店街（代表者）	・景気は2～3か月先も変わらず最悪の状況が続くと予想される。
	□	商店街（代表者）	・物価高は継続しており、また、米国の関税問題の行く末も不透明であるため、厳しい状況が続くと予想される。
	□	商店街（代表者）	・米国の経済政策が予断を許さない状況である。日本経済、世界経済は上向きとは考えられず、不況の影響を受ける可能性があり、今後も物価高騰によって景気は悪くなっていく。
	□	百貨店（企画担当）	・高額でもファッション性のあるものは前年以上に売れているが、低価格帯でもその価格に見合わなければ需要がなく、価格への対応が十分にできていない。広告媒体を増やして集客と販売量を増やすことで売上を維持・向上させていくことが困難な状況であり、短期的に商況を改善させる有効な打ち手が見当たらない。
	□	百貨店（経理担当）	・食品等の催事及び飲食は好調に推移しているが、衣料品全般の売上が依然として低迷している。インバウンドの国内需要は若干であるが増加傾向である。
	□	百貨店（営業担当）	・商品単価の上昇が今後も継続すると予測されるが、大催事である物産催事での飲食を楽しむ姿が見受けられ、目当ての商品を長蛇の列で待ち購入する姿勢は継続している。また、今後も街や観光地への行楽やクルーズ船寄港、チャーター機での国内外からの動向が見込め、インバウンド需要や土産・工芸品・特産品需要と父の日キャンペーン等が期待できる。加えて、全店での売出しやお中元ギフトセンター開設で国内やインバウンドの来店客の増加や決済手段変化での購買が見込まれる。
	□	百貨店（業務担当）	・コロナ禍以降、人出には大きな変動はない。価格の変動により売上の増減はあるが、必要な物を必要ときに購入する状況は変わらない。
	□	百貨店（経営企画担当）	・継続する物価高の影響により、客の消費マインドが上がりにくい傾向も続いている。クリアランスセールによる衣料品や雑貨の動きや夏休みによる帰省土産等の活発化を期待したいが、先行き不透明な状況は長引くと予測される。

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）	・令和の米騒動となっているが、いまだ現状を受け入れられない。卵や牛乳、葉物野菜などは多少の価格変動には驚かなくなっているが、主食の米価が安定しない限り客の財布のひもは緩まない。食べ盛りの子供がいる家庭では大変だと察するが、半年後までは景気の上昇は見込めない。
	☐	スーパー（総務担当）	・スーパーマーケット業界の構造的な問題で、大手資本の地方進出による顧客争奪戦が激しくなっており、地域密着型の事業を展開しているローカルスーパーにとっては、商品の調達コストの違いや設備の利便性等に差が生じてしまうことがネックとなっている。
	☐	スーパー（企画担当）	・政府の経済対策に目立ったものがないため、景気的好転は望めない。むしろ消費者の購買意欲の低下が進めば、やや悪くなるとみられる。
	☐	コンビニ（経営者）	・景気上昇につながる要因がみえない。
	☐	コンビニ（経営者）	・米国の政策による消費者心理への影響を危惧しており、景気の見通しはできない。
	☐	コンビニ（経営者）	・今後も物価高の影響で、コンビニエンスストアに行く人が減少する。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・参議院選挙に向けて、景気が上向きになる施策が実施されることを期待している。
	☐	衣料品専門店（店長）	・特別な行事はなく、景気は落ち着いている。
	☐	衣料品専門店（取締役）	・この春に買い控えた分を7月のバーゲンセールで購入するか、あるいは様々な物の値上げが行われているため、引き続き財布のひもは固いことが考えられる。
	☐	家電量販店（店長）	・数週間連続で週末の来客数が減少しており、上向きには期待できず危惧している。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・8月のお盆時期は毎年閑散期であり、5月と比べても台数は変わらない。
	☐	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）	・今後も改良車種の追加が予定されているため、来客数や注文数は期待できる。
	☐	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・1階テナントが開業する予定であるが、商業施設ビルへの人の流入は変わらないと予想され、現状維持となる見込みである。
	☐	観光型ホテル（専務）	・大阪・関西万博が開催されている間は、団体客の減少は続くと思われる。
	☐	観光型ホテル（支配人）	・物価高騰等で消費は減少傾向ではあるが、夏休みの時期に入るためトータルでは横ばいを見込んでいる。
	☐	都市型ホテル（販売担当）	・物品の価格変動が多いため、先行きが不透明である。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・3か月先は夏休み期間ではあるが、インバウンドの動きなど現時点の入込具合を考慮すると販売量が下がる傾向となり、今月と同等か下がる予測である。
	☐	旅行代理店（統括者）	・旅行業界にとって大きなトピックはなく変わらないものと予測している。
	☐	タクシー運転手	・夏に向けて夜間の稼働率に期待している。
	☐	タクシー運転手	・節約志向は変わらないものの、梅雨に入りタクシー需要が増加することを期待している。
	☐	通信会社（企画担当）	・販売量や客の様子から景況感の良しあしの変化は見受けられない。
	☐	通信会社（社員）	・前年と比較すると、単価の良い商材を扱い始めたため経営状態が良くなっている。
	☐	通信会社（営業担当）	・大きな動きがないため現状と変わらない。
	☐	テーマパーク職員	・インバウンドの来館者数が増加傾向にある一方、邦人来館者数は若干減少傾向である。また、今期春闘での賃上げ率は高水準となっているが、物価高騰によるレジャー費削減の懸念もあり、身の回りの景気は全体として変わらないと予想される。
	☐	観光名所（職員）	・現状のまま夏休みに向けて推移していくのではないかと予想される。
	☐	ゴルフ場（従業員）	・4～5月は増加しているが、6～7月の予約状況は厳しい。
	☐	競馬場（職員）	・現状、直接的に景気の動向を大きく左右する要素は見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	美容室（経営者）	・ 2～3か月先には景気回復見込みと予想される。しかし、美容業界の動きは悪く、新しい商品が出ることを期待しているが、現状では景気は横ばいが続く。
	□	美容室（店長）	・ 米価格が高騰しており、一般消費者が購入しにくい状況となっている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（所長）	・ 受注額は例年同様に推移しているため、大きな変化はないとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・ 結果は3か月先に出るため、今月の景気は変わらないと予想される。
	□	住宅販売会社（従業員）	・ 住宅ローン金利変動の動きが出てきている時期でもあり、今後も客がタイミングを計りながら動くと思われる。今の状況は継続していくと予測される。
	▲	商店街（代表者）	・ 梅雨時期に入ると客足が鈍り、来客数や売上は低くなると予想される。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・ 商品の仕入価格が高騰しており、適正に価格転嫁ができなければ粗利益が減少すると予測している。また、適正に価格転嫁ができたとしても、一定数の取引量は減少すると見込まれる。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ 米を始め物価高騰が原因で節約する傾向もあり、今後も売上は期待はできない。
	▲	百貨店（総務担当）	・ 地域電力会社による電力単価値上げの改定料金の影響で、景気は若干悪くなる。
	▲	百貨店（企画担当）	・ 夏のクリアランスセールが落ち着き、来客数が減少すると予想される。
	▲	百貨店（企画担当）	・ 現時点では判断する情報として、物価水準や所得水準の改善につながるものが少なく、現状では若干景気が悪くなると判断をしている。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・ 物価上昇の懸念は継続し、消費者の購買意欲の向上にはならないと予想される。
	▲	スーパー（経理担当）	・ 単価の上昇をけん引している米の価格が更に上昇すれば、買い控えが起きる可能性がある。
	▲	コンビニ（店長）	・ 米国政権により経済の予測が難しくなっているため、動きが止まっている。
	▲	衣料品専門店（店員）	・ 物価高が続けば、婦人服販売はますます厳しくなると予想される。
	▲	住関連専門店（経営者）	・ 米国の関税で先行き不安となっており、また、米の大幅な値上がりが続く、消費者は耐久消費財に対する買物を控え慎重になると予想される。このため、国は賃上げを推し進めているが、中小零細企業では賃金改定の原資が確保できない。
	▲	住関連専門店（従業員）	・ 今後の夏季商材は、単価も低くなるために景気は落ち着くのではないかと予測される。
	▲	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）	・ 現状は前年比105%程度で推移しており順調に見えるが、米を始め生活必需品の物価高騰により消費者からは懐事情が厳しいという声が少ない。一方で米の売値の見直しや映画のヒット作などあれば現状を維持していける可能性も十分にある。
	▲	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〕（統括者）	・ 韓国大統領と円高傾向の影響で、韓国人による売上減少は加速し、それを補うほどの中華圏の売上の伸びは想定されない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ 仕入原価の高騰による値上げで、顧客離れが続いていく。
	▲	観光型ホテル（管理）	・ このままの状態が続くと人件費を上げることができず、中小企業の人材不足は加速する。
	▲	旅行代理店（職員）	・ 7月、8月の予約が前年を下回っている。
	▲	通信会社（役員）	・ 米価の高止まりや夏季の酷暑対策のため、エアコン等の使用量が増えると予測される。
	▲	通信会社（企画担当）	・ 市場全体的に飽和感があり、対策を講じる手立てがない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・ 梅雨時期の長期化や猛暑など天候は不確定だが、予約数は前年より少ないと予想される。
	▲	ゴルフ場（営業）	・ 前年の猛暑の影響を考慮して、来場を控えている客が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	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）	・収入の柱である介護報酬は3年ごとの改定であるため今後2年間は変わらず、コストの増加や賃金改定の財源確保は困難であり、更に厳しい経営状況が想定される。
	▲	設計事務所（所長）	・継続して住宅建設の材料や製品単価及び生活必需品の価格上昇、高止まりが予想され、仕事の対価は増える見込みがない。また、米国の関税政策やロシアによるウクライナ侵攻等の世界情勢の先行きが不透明である。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高騰や金利の上昇により、景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・世界情勢では、戦争や米国の関税で世界経済が迷走している。日本経済もそれに伴い、倒産企業も出てくると予測され、景気が悪くなると見込んでいる。
	▲	住宅販売会社（代表）	・物価高は続いており、金利の上昇傾向を踏まえ悪くなっていくと予想している。住宅の補助金などを活用することにより、性能を有する省エネ住宅に関しては、上向いていくと考えている。
	×	商店街（代表者）	・前年度と同様に、8月頃まで買い控えや来客数減少が続く。
	×	高級レストラン（経営者）	・夏季市場に向けて広告や宣伝などの発信を予定しているが、先行きが不透明である。
	×	スナック（経営者）	・5月は多くの同業者で売上が悪い状態になっている。米価格が下がらず、米国の関税政策や所得が上がらないなど景気が良くなる状況でないため、消費者の意識が節約モードとなり、売上の向上は見込めない。この傾向が来月も続けば、本格的な不景気になることも考えられ懸念される。
	×	観光型ホテル（営業）	・例年より夏場の受注状況が芳しくない。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
	○	化学工業（総務担当）	・損益の前年との比較では回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・自らの事業領域の確立により、外部からの様々な影響を和らげることが必須である。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・関税問題はありますが現時点では生産数への影響は余りみられず、3か月内示から見ても計画台数に対し上振れ傾向で推移している。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	・広告に関する問合せが増えている。
	○	経営コンサルタント（社員）	・来月から新しい取組を企画しており、その成果を大いに期待している。
	□	農林水産業（経営者）	・鶏肉の相場は過去になく高騰を維持しており、年内もこの状況が続くと予想され、米国の関税や鳥インフルエンザの影響がその原因とされる。梅雨時期は期待できないが、今年の夏は暑い予想であるため、ビールの消費に合わせた焼き鳥などの商材が伸びると期待している。
	□	家具製造業（従業員）	・インバウンド需要が少しずつ落ち着いてきており、今後は米国の関税政策における材料の安定供給に不安が残る。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・対象期間に新版出版の予定が少なく、現時点では大口受注の見込みがないため現状と変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・客の一部は年末から徐々に回復の見込みを聞くものの、その他の客の回復状況はまちまちとなっており不透明感が拭い去れない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量や生産量は、今後も不安定な状態が続くと予測している。自動車関連の輸出が伸びなければ手の打ちようがなく、現状の正確な把握が重要と捉えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・しばらくは現状維持で推移すると予想される。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先との会話では、関税問題やその他半導体市場低迷が要因となり、年内の回復は厳しい状況である。
	□	輸送業（従業員）	・時期的に入出が収まり、同時に物量も落ち着き、業界に少し余裕が出てくると予測される。

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
	□	輸送業（従業員）	・同業との情報交換では、物流施設内で空坪が散見されているとの報告がある。1000坪単位で空坪がある倉庫もあり、メーカーが撤退している状況がうかがえ、代わりに埋まる貨物がない状況である。特に、九州は自動車産業が盛んでいることから大手自動車メーカーの影響が今後どのような形であられるか危惧している。
	□	輸送業（総務担当）	・変わらない物価上昇や人件費の増加、米国関税による輸出の減少などの影響が景気の上昇を妨げており、物量が増える見通しはない。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較して、営業件名情報が不足している。今後の営業活動及び情報収集で充当できると考察するが、受注量が目標を超えて大きく好転する要素は現状では予測できない。
	□	通信業（経理担当）	・業種及び顧客の特性上、米国の関税問題の影響を受けにくいため、現在の業況を維持できると予測している。
	□	金融業（調査担当）	・賃上げの影響や物価の上昇は続くと予想され、景気の状態は変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・物価や経済の情勢が大きく変化することはなく、消費者の購買意欲や企業動向は当面現状程度で推移するものと予測される。
	□	金融業（営業担当）	・政府の物価高騰対策が具体化し、個人消費の改善は期待できるものの、米国の関税の影響も出始め、先行きは変わらない見通しである。
	□	不動産業（経営者）	・今後の仕事の受注状況などに、変化が見受けられない。
	□	広告代理店（役員）	・景気の先行きが不透明である。
	□	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に大きな変化はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・米の価格高騰により、主食をパン類に切り替えるなど食材の工夫がされているため、おにぎりや弁当の売上が落ちている。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	・米国の関税の影響により、先行きの見通しが不透明と予想している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後の顧客動向では、状況がやや悪くなる。
	▲	金融業（従業員）	・乗用車の販売が持ち直しているほか、スーパーマーケット等の売上也増加している。一方、住宅や家電の販売は弱含んでおり、物価上昇によるコスト高や人手不足のほか、米国の政権の関税措置の動向を見極める慎重な姿勢を示す先が少なくない。
	▲	金融業（営業）	・今のところ景気が良くなる要因はないが、消費税減税には期待している。
	▲	広告代理店（従業員）	・米国大統領が関税を打ち出して以降、主要各社の業績予想についてマイナスになるとの観測も多く、しばらくはこの雰囲気は変わらないと予想される。当社の売上について当面前年同月と比較するとマイナスとなる見込みであり、3か月後もしくはしばらく景気はやや悪化していくと予想する。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村における当初予算の委託業務のうち比較的金額が大きい物は、既に入札やプロポーザルにより発注が進んでおり、補正予算による予算化がない限り、今後の発注が行われることはなく、景気が悪くなることが予想される。
	×	繊維工業（営業担当）	・現況が続くと、そのうち倒産にならないまでも閉鎖する工場が出てくると心配している。
雇用 関連 (九州)		-	-
	○	人材派遣会社（社員）	・再開発を中心に求人の回復に期待している。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・夏に向けた商戦やイベントにより、個人消費の増加を期待している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ボーナス時期を迎え、そこに賃金上昇が反映されれば、消費活動は活発になるとみられる。加えて、夏休みシーズンでもあり、国内外からの旅行客の消費が多くなることに期待している。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要因がないため、現状は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・現在の見込みは、2～3か月後に3年満了の派遣枠が多く、それを上回る交代受注数が入っていないため、夏場に純増するには苦戦すると予想している。

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
	□	人材派遣会社（社員）	・現在契約中の企業について、増員で採用を考えている企業は多くない。新規企業からの注文も、ここ数か月減少傾向にあるが、限定された地区からの一定的な注文もあり、大きく影響はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒の就職者の退職、転職が目立っており、理由は給与や待遇面だけでなく人間関係など職場環境と推察される。一方で、人手不足を背景に退職者の受皿も多いが、求人数が多いことを景気の判断材料にするには悩むところである。
	□	職業安定所（職員）	・米価格が安定するための方針が出されているが、全体的な物価高に給与水準が追いつかず、人手不足でも人件費に余裕がない企業もある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比では増加しているが、就職件数は前年を下回り人手不足に変化はないと予測される。また、景気上昇の要因が見受けられない状況でもあり、今後景気は横ばいと考えられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・米政権が打ち出す関税措置を始め、様々な政策が国際経済の不確実性を高めている。日本政府や企業も具体的な対応策を模索してしている状況で、先行きの不透明感が非常に強い。大手自動車メーカーの国内工場の一部閉鎖もあり、当県や九州地域の雇用の不安定な動向や日米の金融政策、株価・為替相場の動向、物価高騰、また、実質賃金が改善する見通しが立たないなど景気上昇には程遠い状況である。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・米国の関税の影響で、幅広い業界の売上や利益の減少につながることが予測され、人材投資への資金が減少していくと推察される。大手企業だけでなく、当県の中堅、中小企業においても影響が出てくるとみられる。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価の上昇と賃金の伸びのバランスが取れていないとみられる。エネルギー価格や生活必需品の値上がり率が依然として続いており、消費者の購買意欲が更に低下していくことで消費が冷え込み、企業の売上減少や経済活動の停滞につながる可能性がある。
	×	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)		一般小売店〔土産〕（営業部長）	・観光客の消費単価が増加するとみている。
	○	百貨店（経営担当）	・8月以降、お中元商戦がスタートするほか、夏物衣料品のクリアランスセールの開催が予定されている。
	○	スーパー（企画担当）	・政府による電気、ガス料金の補助が7月から3か月間実施され、夏休み期間の観光需要が見込まれることに加えて、大型レジャー施設の開業を迎えているため、2～3か月後の景気はやや良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・飲料やアイスクリーム等の販売が上向くとみている。
	○	コンビニ（店長）	・観光客の増減に大きな影響を受ける立地に店舗があるため、北部のレジャー施設開業などの影響により、景気はやや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（経理担当）	・米国向け商材が国内市場に投入され、販売量が増える可能性があるかとみている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入により車両販売は良くなるとみている。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	・5月の繁忙期明けと6月は例年落ち着くが、今年の夏は観光客が増えるかとみている。
	○	その他専門店〔書籍〕（部長）	・大型レジャー施設の開業で沖縄が更に注目され、観光客が増えるかとみている。
	○	観光名所（職員）	・問合せが増えている。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は前年並みで推移しているが、7月の大型レジャー施設の開業以降は受注が伸長しており、今後も続く見込んでいる。
	○	住宅販売会社（役員）	・賃貸住宅の家賃も上昇傾向にあり、住宅金利が上がらないうちに賃貸から持家に移行する傾向があるとみられる。

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
	□	商店街（代表者）	・飲食店の新店舗開業が多くなっており、物販の新店舗の開業は少なくなっている。ただし、一概に良い、悪いの判断は難しい状況である。
	□	一般小売店〔酒〕（店長）	・日本人の主食である米が高く、改善されない限り景気が良くなるとはいえない。
	□	コンビニ（経営企画担当）	・大型レジャー施設の開業や観光客の増加などにより、来客数の増加を期待している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は、ゴールデンウィークの商戦を期待していたが、想定より売上が上らず、その後も景気は悪い状態に進んでいる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現在の経済状況が急に変わることはないともっている。
	□	観光型ホテル（総支配人）	・今のところ実感はないが、夏のボーナス動向が判明した後の反応に注視している。
	□	通信会社（営業担当）	・物価高騰が影響しているとみている。財布のひもは固く、必要最低限の出費を考えている客が多い。毎月の利用料を抑える傾向が強くなっている。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・建売分譲、マンション新築分譲の計画が引き続きあり、今後も安定した需給が見込まれる。
	▲	スーパー（店舗管理）	・水道や電気、ガス料金は値上げの可能性がある。さらに、米の高騰による備蓄米放出の恩恵は地方の中小スーパーは受けていないため、買物の機会は減少している。1人でも多くの客に選んで来店してもらうため、ある程度の減益は覚悟しなければならないとみている。
	▲	一般レストラン（代表者）	・梅雨入りにより来客数が減るため、イベントなどを実施して踏ん張る必要があるとみている。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・5月の販売室数が前年比23%増加なのに対し、5月末時点での8月の予約室数は前年比12%増加で、プラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・出張旅費規程の見直しを行っている企業も増えているが、実際にはそれを超える費用の増加率となり、物価上昇と企業のコスト削減目標のバランスがかい離しすぎているため、結果的に出張が減少している。
	×	家電量販店（営業担当）	・前年度は、沖縄県が実施した省エネ家電のキャンペーンの対象商品であるエアコンと冷蔵庫の伸長が大きかった。そのため、今年度は6月から半年ほど反動減になるとみている。
	×	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
企業 動向 関連 (沖縄)	-	-	-
	○	食料品製造業（役員）	・これから夏場の観光シーズンやお中元商戦に向け、食品関連需要の増加が見込まれる。
	○	窯業土石業（取締役）	・来月から受注案件の工事増加に伴い製造も増産となり売上増加が見込まれる。
	○	建設業（経営者）	・マンションや事務所の建築案件を抱えている同業者が多いと聞いている。
	○	輸送業（総務経理担当）	・運賃は正により、やや良くなるとみられる。
	○	広告代理店（営業担当）	・県外あるいは海外企業との競争に勝ち抜くことが求められている地元企業のなかで、ある程度の資本力がある企業に、マーケティング予算を積極的に投下することを期待している。
	□	会計事務所（所長）	・国際情勢や今後の国政選挙も控え、諸政策の方向性が不透明であるため、当面は静観状態が続くとみられる。
	□	コピーサービス業（営業担当）	・引き続き不安定なので、変わらないとみている。
	▲	-	-
雇用 関連 (沖縄)	×	-	-
	-	-	-
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・6月以降に2027年卒向けの合同説明会が行われ、ますます企業と学生共に動きが活発になるとみている。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・今後も物価上昇が続き、賃上げ等がない限り景気は良くなるとみている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高騰が好転しない限り単発の策を講じても根本は変わらないとみている。

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
	▲	求人情報誌製作会社 (審査)	・ 2～3か月後には観光シーズンがピークを迎える。多くの企業では既に春から現在にかけて、アルバイト、パート、正社員の採用をしているため、追加の求人数が減少するとみている。
	×	-	-