

Ⅰ．景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		-	-	-
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・6月の売上は、2024年比で113.7%、2023年比で135.1%、2022年比で263.7%、2021年比で1857.1%、2020年比で1407.2%、2019年比で145.6%となっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・トラベル関連やゲームなど、趣味への消費が活発になっていることから、生活に多少の余裕が出てきている様子がうかがえる。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温の上昇もあって、アイスや飲料などの暑い日に売れる商材の販売量が増加している。特に、ボーナス支給日とみられる6月15日以降の動きが良くなっている。そのため、景気は3か月前よりも良くなっている。
	○	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・気温の上昇が続いていることで、夏物商材を買い求める客が増加しており、来客数が前年を上回っている。また、客単価も上昇していることから、景気は良くなっている。
	○	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・物価高が続くなか、店舗の売上は前年比120%、前々年比105%となっており、増加傾向にある。サービス部門のほか、洗車用品、車内用品が好調で数字を底上げしている。特に、洗車用品は、外資系メーカーの高単価商材がよく売れている。これらの好調部門は、ぜひたく品と捉えられることから、景気はやや良くなっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・当地への入込が、多少増えていることから、景気はやや良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・国内線も、国際線も前年を上回る利用者数となっていることから、人流が活発になっていることがうかがえる。特に、国内線は、首都圏便の利用者数の増加が目立っている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・当地において、全国的なイベントが開催されたことから、6月の売上は多少増加した。ただし、依然として、乗務員不足が続いているため、厳しい状況は変わっていない。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・6月の売上は5月よりも5%ほど増えている。5月は4月と同じような売上であったことから、景気はやや良くなっている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・国内のツアー客が減少傾向にあるものの、インパウンドや国内の個人客が増加していることから、輸送量は順調に増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年であれば、来街者が徐々に増加してくる時期であるものの、今年は日中の午前10時から午後2時にかけての徒歩客は少ないままである。また、区域外でイベントが開催された際も、以前のように区域内に客が流れてくる様子がほとんどみられなくなっている。ホテルに宿泊している観光客やビジネス客も、コンビニの袋を携えてホテルに戻る姿をよく見掛ける。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催期間中であることから、国内観光客の落ち込みを懸念していたが、今のところ大きな落ち込みはみられない。ただし、まだ油断はできない。一般消費は、物価の上昇、ガソリン価格の高騰、電気料金の負担増などの要因により、節約志向が浸透しており、買い控えが続いている。飲食店は客足が大幅に落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、道外からの修学旅行がかなり増えていることから、6月は学生の客が多くみられた。また、年配のグループ客も多くみられた。学生や年配の客は、懐が割と暖かいのか、客単価が高い傾向にある。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・依然として一進一退の状況が続いており、先行きが読めなくなっている。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・急激な気温の上昇で、来客数が減少傾向になっている。一方、本格的な夏の到来に合わせて、道内への観光客は増加することになる。全体でみると、プラスマイナスゼロで景気の動向に余り変化はみられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年からの商品値上げの動きや消費者の買い控え傾向は変わらない。商品が値上げしている分の上乗せがあることで、売上はどうか前年並みを維持している。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・米の価格高騰もあって、おにぎりや弁当の値上げが続いている。その影響で、販売量が減少傾向にある。
	□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・気温が上がっていることで、来客数は増加傾向にある。ただし、全体的な動向は、前年と変わっていない。物価が上昇していることで、売上は増えているが、景気が良くなっているとはいえない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・当店の販売量については、販売部門もサービス部門も目標を達成している。ただし、全体的にみると、サービス部門の入庫状況が良い一方で、販売部門が苦戦している店舗もみられる。新型車の発売が余りないこともあって、夏枯れがみられ始めている。新車ローンの金利を下げるような動きが出てくれば、販売量が増えてくるとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・依然として、受注できる車両が少ないことから、新車購入客の来店が少ないままである。新車登録も前年並みで推移している。
	□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・売上の前年比をみると、3か月前と6月で変化がないため、景気は良くも悪くもなっていない。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・物価高が続いていることから、4月以降、客の買い控え傾向が続いている。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・客の人数がほとんど変わっておらず、売上も大きく変わっていない。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・個人客の国内旅行はやや減少しているものの、グループ客の団体旅行や個人客の海外旅行はやや増加している。全体的には、横ばいでの推移となっている。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・客の動きがやや落ち着いてきている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・毎年恒例のイベントが行われたことで、タクシーの利用は前月よりも多少増えている。当社における6月のタクシー1台当たりの売上は、前年比プラス3%であった。また、乗務員の採用に注力したことにより、乗務員が前年比プラス30%と45名増加しており、タクシーの稼働台数も増えている。会社の売上は前年比プラス33%であった。ただし、採用コストが増えているため、利益は前年並みであった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客やイベント関係の利用客について、特に変化がみられなかったため、景気は変わっていない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・物価高が続いているなか、金利も上昇していることから、住宅を建てようという動きが停滞している。個人消費の買い控えも進んでおり、景気はなかなか好転してこない状況にある。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・地価や建築費が高止まりしており、住宅ローンの金利も上昇していることから、消費者の購入マインドが低下している。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・米の価格上昇や止まらない物価高の影響で、商品の買上点数が減っている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の反応は決して良いものではない。景気が良くなっているといった話は全く聞こえてこない。
	▲	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は多少回復してきたものの、購入意欲の低い状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は変わらないものの、客単価が低くなっている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客から生活が苦しいとの話をよく聞く。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年並みを維持しているが、客単価が前年を下回っている。消費者物価指数は前年比で3%台の上昇と報道されているが、実態とかい離しすぎている印象がある。
	▲	スーパー（役員）	お客様の様子	・お中元商戦が始まったが、メロン、魚介類などが値上がりしていることもあって、乾麺や油のセットなどの実用品に需要がシフトしている。客の生活防衛意識の高まりがうかがえる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、引き続き客の節約志向がみられる。
	▲	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・この時期はシャツなどの単価の低い商材がよく売れる傾向にあるが、今年は暑さの割に商材の動きが非常に鈍い。セール品を探している様子の客を見掛けることも増えている。客から、安い商品はないかと問いかねられることも多く、価格にシビアな環境が戻ってきている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・多数の商材のモデル変更を控え、販売中の車の商品力が低下している。また、メーカーのネガティブイメージが強まっていることもあって、来客数が大幅に減少している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・4月以降、新車の受注量が低調なまま推移している。中古車販売は、前月よりも落ち込んでいる。来客数も6月は少なかった。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ランチの来客数はどうにか前年並みを維持できたが、ここに来てやや落ち込みがみられるようになっている。特に、真夏並みに気温が上がった日は、昼も夜も来客数が落ち込んだ。例年であれば、気温が30度を超えるようになる7月になると、ビールを飲みに行く客が増え、レストラン利用客が減少することになるが、今年はそうした動きが早くも始まっている。一方、同業者の様子をみると、婚礼主体の店舗で食中毒があったことで、影響を懸念したが、食材が原因ではなかったことに安心した。ただし、店内の清掃や消毒には一層の注意が必要だと気持ちを新たにしている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・物価高と大阪・関西万博の影響で、国内外からのグループ客の減少が目立っている。また、インバウンドについては、7月に地震が起こるとの風説が流れていることで、香港、台湾などのグループ客のキャンセルが相次ぎ、大きな影響が生じている。参議院選挙を控え、夏場の国内客の予約が鈍化していることもマイナスである。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・法人の団体旅行において、大阪・関西万博への盛り上がりが見られず、当初の見込みよりも取扱量が少ない状況にある。また、地域全体的に景気が余り良くなく、年度当初よりも販売量が落ち込んでいる。
	▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・2025年度下半期に予定されていた案件について、延期や中止の判断をすることが相次いでいる。
	▲	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・競合他社において、道内主要都市の量販店への販売促進支援費を増額する動きがみられることで、当社の営業活動に割くスペース、人員が一部店舗で減っている。こうした動きに対抗するための支援費を捻出できない状況にあることから、売上に影響が出てくることを懸念している。
	▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・例年よりも天候に恵まれ、期待できる環境は整っているにもかかわらず、6月に入り、利用者数の見込みを若干下回る日が目立つようになっている。こうした動きは、2025年度になって初めてのことである。台湾や香港において、日本への観光を控える動きが出ていることの影響が現れ始めている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・春以降、徐々に売上が増えていたが、6月になり、野菜、魚、加工食品、果物などの値上げが顕著になっていることから、客が支出を控える雰囲気が強まっている。そのため、客の来店周期が伸びてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・メニューの変更や来店サイクルの変化について、話をする客が増えた。物価高の影響が強まっていることがうかがえる。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げを行った後も、少しずつ価格を上げている商品があることから、客の買い方がシビアになっている。また、弁当類は、ほとんどの商品で1円単位の値上げを行っており、税込価格に端数が入るようになったことから、全体的に商品が高くなっている印象を与えている懸念がある。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・物価の高騰や令和の米騒動など、国民生活に直結する問題を巡って、国による効果的な対策がなかなか打ち出されないことから、客の生活防衛意識が強まっている。特に、生活のゆとりを満たすような消費行動が落ち込んでいる。タクシーは節約の対象となりやすいことから、厳しさを増している。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-	-
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・前年度からの繰越工事の現場に加え、新年度に受注した工事の全現場も早々に本格稼働している。前年を上回るペースで出来高が積み上がっている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫は、農産物の収穫に備え、出庫が進んでいる。一方、バターなどの乳製品は堅調な保管量をキープしている。本州とのトレーラー輸送は、乳製品は低調なものの、紙パルプが引き続き好調なほか、ここに来て飲料関連に動きが出てきたことで、収益を下支えしている。
	○	司法書士	受注量や販売量の動き	・新築、売買、リフォームなど、不動産登記の関連業務の販売量が増加している。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足問題、米国の関税政策などの懸念事項はあるものの、現状の国内建設投資は堅調に推移している。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・青果物の端境期であることから、判断が付かない状況にある。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・設計案件は増えているものの、担当できる設計者が不足していることから、契約案件は増えていない状況にある。
	□	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前よりも荷動きは良くなっている。ただし、依然として、荷役料金や運送料金の値上げ交渉に苦勞していることから、収支面が改善していない状況にある。人材不足は引き続き深刻であり、荷物はあっても業務をこなせない状況も続いている。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・受注が好転するような動きが余りみられない。景気は停滞したままである。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年よりも単価が上昇しているにもかかわらず、売上が前年を下回っている。3か月前と比べても減少している。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・6月の販売量は、前年比プラス5%であった。一方、3か月前の3月の販売量は、前年比プラス21%であったことから、景気はやや悪くなっている。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・物価高が続いているなか、国の経済対策が高齢者に比重に置いたものになっていることから、現役世代の消費マインドが低下している。結果的に、企業の経済活動も、以前と比べて停滞している。投資についても、コスト削減を重視する慎重な姿勢が強まっている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業から、価格転嫁を進めている一方で、販売量が減少しているとの声を聞くことが増えてきた。原材料価格や仕入価格の上昇を危惧する声も、依然として多い。また、人件費も含めたコスト増加と価格転嫁が見合っていないとの声もみられる。これらのことから、景況感はやや悪くなっている。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度初めは、前年度からの受注引継ぎもあって売上が増えたが、ここに来てベース商材などの販売量が大幅に減少している。建築鉄骨関連については、大型工事の話はあるものの、数か月先の案件であることから、受注が佳境を迎える時期が遅れることになる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	司法書士	受注量や販売量の動き	・業務遂行に当たっての機械の稼働に係る電気代、現地への移動に係るガソリン代、証明書発行手数料などについて、値上げが続いている。受注量は、例年並みの数量を維持しているものの、コスト負担が増えていることから、景気は悪くなっている。
雇用 関連 (北海道)		-	-	-
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・当地で開催されていた菓子の大規模イベントは無事に終了した。集客が好調であったことから、宿泊施設や飲食店、土産物店などの周辺業種にも多くの来客があり、当地に生じた経済効果は大きかったとみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は堅調に推移している。前年比は60%の増加となっており、企業の求人意欲は、依然として高いことがうかがえる。求人職としては、営業職が堅調に推移しているほか、経営コンサルタントの求人が目立つようになっている。好調な業績を背景に、取引拡大のチャンスと考える企業が増えていることがうかがえる。一方、建設業や製造業は、人材確保がなかなかできていない。ある設備設計の会社からは、資格者を確保できなかったため、発注を断らざるを得ないとのコメントもみられた。また、人材と求人企業のミスマッチも増えている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・インバウンドが増加していることで、宿泊、飲食、小売の求人が堅調に推移している。ただし、業界によるばらつきがあることから、求人を行う企業は、前年と比べて横ばい又は若干の増加となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で7.3%の減少と2か月連続で前年を下回ったが、月間有効求人数は前年比で3.6%の減少にとどまっており、求人数の落ち込みが大きいとまではいえない状況にある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における5月の有効求人倍率は0.80倍であり、前年と同じであった。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・雇用環境の変化を感じるような動きが見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人倍率は横ばいでの推移となっている。求人企業にも、求職者にも目立った動きがみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・企業の採用活動が活発化しており、学生の内定獲得率も前年を上回って推移している。企業における雇用条件の改善も進んでいる。ただし、人手不足の状況に変化はみられない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業種による違いはあるものの、全体を通してみると、求人数は減少傾向にある。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		観光名所（職員）	お客様の様子	・前年同期と比べ、観光客組数が増加している。観光に金を掛ける人が増えているように見える。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・暑い日が続いているため、昼間は出発が夕方からの人出が多くなっている。繁華街にも珍しく人が出てきている。また、熱中症予防対策の商品が売れ始めている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ビアガーデンのオープンや気温の急激な上昇により、生ビールやハイボール等の樽の販売量が増加している。ただし、一般消費者に関しては物価上昇の影響が増すばかりで、購買意欲はみられない。
	○	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	来客数の動き	・3か月前よりも、コンペの開催やゴルフを始める人の数が増えている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温上昇が売上増加につながっている。特に米、アイス、麺、キャンディーのほか、果物ではスイカ、キウイが売上を堅調に伸ばしている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・土日の来客数が増加している。インバウンドも増加している。平日の近隣における人の動きも安定している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加により、売上が増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・米の高騰もあり、おにぎりなど主食系の販売が増加している。各メーカーの値上げにより商品価格が上がっているため、全体的な売上は好調である。しかし、来客数に大きな伸びはみられない。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・会社施策の効果もあり、来客数は前年より好調である。
	○	家電量販店（従業員）	単価の動き	・エアコンやパソコンが売上をけん引している。販売台数は横ばいだが単価が高いため、売上は前年比約5%増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車の価格が高くなっているが、物価高騰によるものとの理解が浸透しつつあり、販売数は伸びている。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産が安定してきたため、見込んだ台数が登録できている。また、買換え客の来場も増えている。一方で、生活必需品が高騰しているため、車検等の整備に回す費用を抑えたいという声も多く聞かれ、実際にサービスの収益は前年割れとなっている。
	○	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・燃料油価格定額引下げ措置に移行したことや原油価格の下落により、販売価格が下がっている。それにより、販売量が上向いている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・企業や団体等の総会・大会の利用が増加している。また、欧米を中心にインバウンドが増加している。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・当社契約宿泊施設の先行販売額は、3か月前と比較して5%程度良くなっている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は、3か月前は目標値の約80%だったが、今月は同約92%と上昇している。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・梅雨にもかかわらず雨がなく暑いため、来店頻度が高くなっている。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官公庁からまとまった数の発注がある時期である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・祭りやイベントにより商店街にはぎわった。しかし、米の高値が続くなど物価高により家計は依然苦しく、消費は増えていない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・過去最低レベルだった3か月前の売上額に比べるとやや改善している。しかし、高単価の得意客の来店が重なっただけであり、景気は変わらないか、むしろ悪化している。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず仕立ての注文はほとんどなく、季節商材も動かない。客の買い控えをひしひしとを感じる。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・客との会話のなかで、物価高が続いているのに賃金や売上は上がらないという話が頻繁に出る。
	□	百貨店（催事担当）	販売量の動き	・美術催事や改装を行った化粧品等のプラス要因はある。しかし、物価高騰による生活防衛意識の高まりや気候が不安定なことにより、食品、衣料品が苦戦している。
	□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・物価高が続いているため、客が生鮮食品などを買い控え、必要最低限しか購入しない傾向は変わらない。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・6月の1品単価は前年比2%弱程度の伸びで、経費増加率の伸びが上回る状況は変わらず、価格転嫁は進んでいない。また、低価格品の買上点数が前年を上回る状況は続いている。消費の傾向は変わっていない。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・販売点数、来客数に変化はみられない。
	□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・物価高が続いている。米を始めとする食料品の値上げが継続的に実施されており、客は商品の合計金額を気にしながら買物をしている。また、少しでも安い商品を購入しようと値引き時間になると来客数が増え、自分の必要とする商品が値引きにならないか店舗従業員に詰め寄る客も少なくない。
	□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・地政学的リスクや米国の関税政策の影響などによる先行きの不透明感から、生活防衛を意識した消費スタイルが続いている。
	□	スーパー（業務担当）	販売量の動き	・販売量は動きが鈍い状況が続いている。余計なものは買わない傾向がみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気は悪いまま変わっていない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が増えない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価は高いまま推移しており、来客数も例年並みを維持している。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・景気が悪い状況に何となく慣れてきている。それに合わせて試行錯誤をしている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・夏物の作業服や記念品の受注があり、売上は順調である。今年も猛暑が予想されるため、空冷式の作業服の売り込みをしている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・売上は悪くないが、貢献しているのは限られた客である。新規客が減っており、来店回数が減っている客もいるため、不安感は拭えない。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・セール品などお買い得商品を購入する客が多い。モチベーションと連動している旅行やビジネスといった用途以外では、正価商品を購入する客は少ない。
	□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数は前年を下回っているが、猛暑の影響で半袖シャツと夏物スーツの需要が高まっている。来客数の減少分を客単価の上昇でカバーしている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・売上は前年比90%、来客数は同95%である。来客数は予算、前年比いずれも下回る結果となっている。原材料価格等の高騰により客単価は若干上昇しているが、目標に届かない状況が続いている。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・例年と比べ気温が余り上がらないため、夏物の季節商材の動きが鈍く、3か月前と同様に低迷している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前よりも車検対象車両の入庫台数が減少している。それに伴い代替台数も減少しているため、売上は減少傾向にある。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数はあるものの、受注できる車種が限られているため、受注量が伸び悩んでいる。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特別注文家具のため、受注活動をしていかなければならない。受注量を増やしたいところだが、現在は受注残分をこなしている。
	□	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・今月から企業の熱中症対策が義務化されており、単価の高い空調服が例年よりも出ている。人口減少や労働者数減少の影響が大きいなか、それがなければ売上は相当に厳しい。また、コロナ禍に飲食店が減少したため、サービス系業種の制服の売上はないに等しい。
	□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・売上は前年比104%、来客数は同101%である。前年に当地で大規模イベントが開催されたことによる反動減が大きく、前月との比較では売上は6ポイント、来客数は5ポイントのマイナスとなっている。飲食業種に限定すると来客数は前年割れしているものの、全体的な傾向は変わらない。また、免税売上は前年比190%超で好調が続いている。
	□	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・第1四半期は予算未達の見込みである。第2四半期は例年来客数が鈍化する傾向があるため、第1四半期より予算を低く設定しているが、今までの傾向からそれをも下回る可能性がある。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ネットを見て初めて来店する客が例年より多くなっている。
	□	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらず、前年比97～99%で推移している。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドが期待したほど伸びていない。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は増えていない。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・来客数、問合せ件数、購入商品の内容のいずれも、3か月前から余り変化はみられない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・第1四半期の宿泊販売実績は前年の8割ほどである。
	□	タクシー運転手	単価の動き	・午前中は病院に行くために利用する客が多い。日中は買物帰りの利用は少なく、利用した場合も近距離が多い。長距離の客はまれである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・例年より早く中旬に梅雨入りしたこと、気温が30度と暑い日が続いたことにより、ふだんより利用者が多くなっている。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
	□	観光名所（職員）	単価の動き	・来客数や予約数、振り客の数は減っている。しかし、個人客の客単価が良く、売上は前年を上回る推移が続いている。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・家計の財布のひもは固いが、学校団体は例年並みで推移しているため、来客数は前年と同程度である。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月、来客数は前年比96～99%で推移している。
	□	その他サービス [寮管理]（管理人）	お客様の様子	・食料品などの物価上昇により家計の節約志向が高まっており、個人消費はおおむね横ばいである。
	□	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・新築戸建て住宅の受注は依然として少なく、年配者の持家の減築を含むリフォームが増えている。
	□	その他住宅 [リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、3か月前と比べて給湯器は減っているものの、エアコンの販売状況が改善し、コンロ、レンジフードの販売台数も増えている。リフォームは、熱中症対策のため屋外での工事が先延ばしとなっているため減っている。屋内の改修工事やエアコンのクリーニングは増えている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の一部が更地になっていて、残っているのは飲食店くらいである。
	▲	一般小売店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・物価高の影響で、来客数は前年比93%となっている。
	▲	百貨店（企画担当）	単価の動き	・客単価は、化粧品、食品、美術品、宝飾時計で伸長しているものの、婦人及び紳士の既製服は減少傾向にある。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年のインバウンドによる売上増加の反動で、高額商品の販売額が減少している。円安需要が一巡した感はある。また、高齢化によるお中元じまいなど贈答先の減少により食料品の売上も減少している。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価の伸び率が鈍化している。
	▲	スーパー（店舗運営）	競争相手の様子	・休業中だった競合店が営業を再開している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価、販売数はいずれも微減であり、売上も前年比約5%の減少で推移している。ここ12か月、同様の傾向が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・アフターコロナのビジネススタイルが定着し、スーツ以外を着て仕事をする人が多くなっている。元々夏は売れないこともあり、スーツが苦戦している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は大きく変わっていないが、新車が売れず中古車が売れていることから、全体的な売上や単価は落ち込んでいる。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・以前はマンションなどを購入すると、家具や家電も新調することが普通だったが、現在は買換えずに引き続き使う人がほとんどである。客はインテリアの購入にはかなりシビアになっている。
	▲	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・商品は動いているものの、米などの物価高騰の影響が続いているため、値上げ前の商品やスポットで安い商品に限られる。
	▲	その他専門店 [靴]（経営者）	販売量の動き	・1度考えてからと、すぐには購入に踏み切らない客が増えている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約状況は芳しくない。ある程度期待を持っていたランチ客も減少に転じている。また、これまでコースを注文していた客が1品料理に変更する傾向もみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・物価高の影響が、消費者は支出を引き締めている。来客数は多い日と少ない日の差が大きくなってきている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・大地震が起こるといふ噂や為替の影響で、旅行する客が様子をみている状況である。
	▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・個人旅行の申込みで来店する客が減少している。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・若者を中心にテレビ離れが進んでおり、放送サービスの新規加入者数が減少している。ただし、スマートフォンやパソコンからインターネットに接続して、無料配信動画サービスを利用する人は増えている。加えて、自宅にWi-Fi環境を整備して動画を視聴する中高年者が増えているため、インターネットサービスの加入者数は増加している。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・依然、物価高が続いている。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数は変わらないが、1人2人の大口客の来場により毎月の売上に変化がみられる。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・物価の上昇が著しく、仕入額も光熱費等も増加しているため、販売価格を上げているが、5月中旬から急に売行きが落ち込んでいる。社員へは4月から一律5%を物価上昇対策としてベースアップしている。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	それ以外	・来場者数と当県の持家の着工件数はいずれも減少が続いている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・商品やサービスが値上がりしていることに加え、ガソリン価格も上昇しており、節約志向が更に強まっている。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・価格高騰による買い控えと本部施策による廃棄過多により、非常に厳しい。経費は上がり続けるが売上は変わらず、利益が出づらい状況になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・取引先である市場、食材を扱う会社、飲料品関係の会社、備品関係の会社においても、売上は低迷している。価格が上昇傾向にあるなか受注量が減少しているのが要因で、エリア全体で客が減少していることになる。中高価格帯の店舗から客が移ってきた低価格帯の店舗も一部にみられるが、それも限界がある。総じて景気は悪い。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・急に暑くなったため、客足が鈍っている。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・さくらんぼが不調だったこともあり、桃の需要が増えている。他県の状況を見ても当県産の桃に期待が集まっており、価格も期待できる状況である。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度初めの客先の在庫調整は例年より動きが強いいため、受注量が多くなっている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・職人の数が不足しており、人繰りに苦労しているが、受注量は相応にある。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・暑い日が続いているため飲料の動きが良く、受注量、販売量共に前年をやや上回っている。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼは不作で収量が少ないため、買取価格が例年にないくらいの高値になっている。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・前年のイベント開催による特需的な売上の反動減による落ち込みを、好調であった父の日の通販ギフトがカバーしている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・印刷の受注は低迷しているが、広告の需要は増えている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先に動きは見られない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・予定していた案件の契約締結が遅れている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて受注量に変化はない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気は良い状況のまま変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・価格の値下げ要請は止まらず、依然厳しい状況である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・販売価格や顧客とのやりとりに大きな変化はない。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・米を始めとした食料品や生活資材の小売価格は高止まっている。給与所得増加の恩恵が県内企業に浸透しているようにはみえず、消費者の購買意欲も高揚していない。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界の業績は3か月前と比較してもほぼ変わらず、低調で推移している。物価の上昇や米国の関税政策について予断を許さないなかで、経済状況の先行きの不透明さから、広告費の増加にブレーキが掛かっている。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・米国の関税政策や国際情勢などの影響で、取引先の広告投資に意欲がみられない。ただし、極端に予算を縮小させている取引先も今のところはない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・郊外のショッピングセンターでは、テナントの撤退が目立つ。従来であればすぐに埋まっていた立地条件の良い空き店舗でも、すぐに決まらない状況にある。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・1～3月の受注量は前年よりも少なかったが、現在は同程度となっている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・県内の飲食店向けの出荷が顕著に鈍くなっている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・週末の天候に恵まれないこともあり、当地の観光客数は少ない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れに歯止めがかからない。3か月前と比べても、減少幅が更に大きくなっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・見込んでいた受注案件の後倒しが続く、計画値に達していないため、売上に影響が出ている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国向けの機械装置出荷にキャンセルがあり、輸出貨物取扱数量に大きく影響している。また、装置完成品は保管となり、出荷のめどが立っていない。
	▲	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業関係は好調を維持している。製造業は依然業績が回復しない顧客が多い。また、ここに来て建設業でも業績が苦しい顧客が増えている。全体としてはやや悪くなっている。
	×	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年よりもイベント数が少ないことによる土産需要の低下に加え、中盤からスタートしたお中元も動きが悪く、売上は前年を大きく下回っている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が低調で厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	-	-	-	-
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク明けから企業の採用活動が活発になっている。特に大手企業の求人数が堅調に推移している。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・自治体は人件費や物価の上昇分を織り込んだ受注価格を認めてくれている。そのため、従業員の給与やボーナスを上げることができている。
	□	人材派遣会社（経営者）	雇用形態の様子	・企業は正社員を採用できない状況が続いており、パートやアルバイト、派遣、スポットバイトで人員を賄っているところが多い。企業の景気は割とよいが、人手不足の状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職希望者数は前年比80～90%で推移しており、悪い傾向が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・大型商業施設のリニューアルによりにぎわいがみられ、広告も堅調に動いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、新規求職者数共に減少している。今までの求人を見直し、採用者数を抑制する事業所もみられ、求人数の減少につながっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、増加の割合は前月、前々月よりも低下している。
	□	学校〔専門学校〕	求人数の動き	・特段の変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率がほぼ4年ぶりに1.1倍台となっている。
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北関東)		-	-	-
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で3か月前と比較すると、若干良くなっている。また、今月は、新型コロナウイルス感染症発生前の売上も超えている。これは降雨の日が少なかったことに起因すると考えている。早い時期から高温となっているため、暑さを避けるために屋内の飲食店や商店に客の足が向きがちなこともある。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲料関係がよく売れるようになってきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価高による影響が大きい。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の動きが全体的に上向いている。特に、週末の金～土曜日にかけては、3か月前と比較して顕著に来客数が増加しており、客足の回復傾向がみられる。猛暑による飲料や冷菓、制汗シート等の夏物商材の需要増加に加え、イベントやレジャー需要の高まりによる外出機会が増えていることも影響している。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年比100%で着地している。好調な商材はエアコンが110%、冷蔵庫は108%、洗濯機100%、パソコン本体133%、テレビ106%である。猛暑のお陰で、構成比の大きいエアコンが全体を引っ張っている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・宴会予約とは別に、フリー客や当日予約の件数が増えてきている。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宴会は季節的な現象はあるものの、全体の傾向としては若干良くなっている。宿泊部門は値下げ競争が落ち着いて適正価格で販売できるようになってきたので、客単価、利益率は上がっている。薄利多売から脱却しつつある。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行シーズンに入るため、海外案件を含めて多くなっている。単価も高い。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良かったので、前年同月と比べて10%の増収である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・インパウンドの影響を受けない商店街だが、外国人の移住者は多くなっている。商店街のイベントにも大勢で来ている。ただし、日本人同様に買物にはシビアである。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・梅雨に入っても、空梅雨なのか雨は少なく気温は真夏のように、人の動きが悪い状態が続いている。主要地区でのイベントは活気が出ているようだが、周辺には余り響いていない。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・業種別にばらつきがあるものの、前年比マイナス3%程度で堅調に推移している。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・物価高の影響で、消費マインドが高まってこない。例年、この時期に盛り上がるセール品の動きも芳しくない。中間層を中心に消費マインドの低下が懸念される。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・備蓄米が入ってくるとあっという間に売り切れるものの、ブランド米はそれほど動かないため、売上に大きな変動はない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月は、新車や中古車の販売台数が少しずつ落ち込んでいる。その反面、整備部門の売上は伸びているため、減収増益というところではないかと考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注状況は、在庫車両が少ないため、厳しい。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・雨が少ないせいか来客数は多く、繁閑の差は少ない。ただし、客の帰り時間は早く、全体的には横ばいではないかと考える。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・世間が値上げの話であふれている間は、上向きとなることはなさそうである。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主力の給食部門では、野菜を始めとした食材費は一時期と比べて落ちてはきたものの、米だけは業者間取引で供給量が増えている。段階的に価格を引き上げている途上にあり、前月も大きく価格が引き上げられている。総体的に食材費の高止まりは続く見込みで、結果、収支面も厳しい状況が続く。
	□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・個人旅行が増える時期で、好調な3か月前と変わらない。
	□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・相変わらず、外国人の訪問者数は安定しているものの、日本人の国内旅行の動きが鈍い。
	□	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響が、当地に近い観光地への訪問客が減少している。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・物価上昇による当社サービスへの影響は出ているものの、当社の強みである割引やサポート体制などをいかけた提案で、解約を最小限に抑えている。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・現状、物価高騰、商材の値上げが続く、客の消費意欲はそがれている。今後の不安を抱いているため、消費より貯蓄に回る傾向が続いている。
	□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・ここ3か月、少ないなりに一定の販売数を維持している。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・米価や燃料費の高騰、米国の関税政策等、不確定要素によるレジャー費の扱いが劣後になることに加え、猛暑や台風など天候のマイナス要因が多すぎ、安定した入園者数とならない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・価格高騰に対して、政府に手を打ってもらわなければ建築業界は厳しい状況。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・依然として、店舗の閉鎖や閉店が目立っている。新しい業種が出店する傾向も少しあるが、まだ空き店舗が多い。住宅については余り動きがない。土地も本当に安い物件以外は引き合いもほとんどない。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・依然として、食料品は客単価、商材単価いずれも高く、購買客数は減少している傾向に変わりはない。今月はより一層この傾向が顕著になっている。また、比較的堅調に推移してきた非食品部門も不振となっており、厳しい状況を強いられている。
	▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・食品以外の様々な取引先から、最近客の購買に対する価格の判断基準がシビアになっていると報告を受けている。店頭で客の様子を見ていると同様の状況を実感することが多い。世間の関心が食料品に関する話題に集まっていることも要因の1つと考えている。
	▲	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・競合店出店以降、売上、来客数に回復の兆しがみえない。前年比80%台の状態が続いている。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・とにかく客が外に出てこない。日常生活が最優先なので、この物価高、特に、米価がこれだけ高くなると、生活必需品だけにお金を回さざるを得ない。当店の扱う婦人服は、最劣後なので、服までにはお金が回らない状況で、かなり厳しい。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・来客数はほぼ同じだが、周辺道路は交通量が少なく、子供も少ない。来店客も高齢化しているのと同時に、消費に対して、引締め感が強い。車を購入するという展開が少ない。
	▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・季節商材の動きが鈍い。天候で左右されるところはあるが、天候が良いときでも戻りが悪いので、客の消費意欲の低下がうかがえる。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・商材の値上げで販売数の減少が続いていた上に、一気にきた暑さのせいで来客数まで減っている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・駅から乗車する客はかなり減っている。送迎が多い上、レンタカー利用にも流れている。夜は飲み会等も少なくなっている。飲食店も閉店しており、地方の景気はかなり悪い。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・物価高が改善される傾向はなく、依然として値上げの情報もあるため、景気がうまく回らない状況にある。
	▲	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・前年より降雨日数は少ないものの、来場者数が前年を下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・住宅ローン金利が上昇傾向にあるため、ローン利用者が減少している。現状では、現金売買の客のみ動きがあるような印象を受けている。
	▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・年度末だった3か月前と比べれば、客からの依頼件数や金額は減少している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・市内中心街の区画整理事業の推進に加え、前年から中心街の橋の通行止めが始まっている。今後3年間は通行止めが継続するため、関連する地点の踏切の閉鎖や跨線橋の工事が進むと、周辺事業者及び住宅に多大な影響が及ぶ。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁することがなかなか難しい状況である。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・空梅雨で真夏のような暑い日が多く、また、中東の戦争の影響や野菜等の食品価格の高止まりから、特に今月下旬は客足が鈍い。
	×	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・米国の政権も日本政府もいまだに安定感がないため、やや悪くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ボーナスが出たにもかかわらず、来客数は落ち込んだまま、かなり厳しい状況である。他の飲食店従業員の話では、アルバイトの時給や社員の給料が下がっているとのことである。物価高に加えて光熱費も高くなり、飲食店に負担が重くのしかかっている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・商材単価の上昇により、客の買い控えが発生しており、やや悪くなっている。
企業 動向 関連 (北関東)	-	-	-	-
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・上期は、当社の生産能力上限の受注が入り、フル操業で生産している。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・インフレの進行や活発とはいえない全体的な経済状況、盛り上がりを欠いたニーズ、米国の関税政策等による先行き不安のなかでも、地域の中小企業、下請企業の生産活動は比較的しっかりしている。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・ゴールデンウィークは観光地以外の消費が非常に減退した。商材単価が高止まりしたまま、販売不振となっている。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大きな変動もなく稼働している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の取引先は大手製造業を含め、自動車、電機、食品等、50社ほどあるが、ほぼ全ての業種で景気後退している状況は変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注価格、取引先の様子等はこの2～3か月、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産も計画どおりに進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・6月から事業者の職場による熱中症対策の義務化により、特に、ファン付きベストや工業用扇風機、スポットクーラー、冷蔵庫等の物量が前年の2割ほど増えている。しかし、全体的には前年並みの物量であり、燃料価格の高騰やドライバー不足によるコスト高で、利益は薄くなっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・全体的には横ばいだが、一部の中小、零細企業では、厳しさが増し、倒産する企業も増えている。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・広告出稿件数や数量は、特に変化がない。紙媒体への出稿は下げ止まったまま変わらない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・相続登記が義務化されて以来、司法書士はやや恵まれた立場に置かれているが、まだ良い影響はあるとみている。相続登記の義務化だけでなく、登記はしなければいけないのではないかという雰囲気さえある。しばらくの間は、少し良いだけだが、良い状況が続いていく。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・価格転嫁ができていない企業が多い。利益面は厳しくなってきた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降、受注量が徐々に減っている。現状、まだ増える予定がないため、状況としては少し厳しい。銀行から融資を受けるほどになってしまっている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国経済の影響が大きい。
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建物内の小さな修繕は定期的に発生するが、業者への発注見積金額に関するチェックが厳しくなっている。承認されるまで時間が掛かり、月間の受注件数が減っている。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・求人数が例年より若干多い。こうした状況を踏まえて、雇用の安定が景気に良い影響を与えている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人を出す背景として、業績好調による増員は少なく、退職者の欠員補充がほとんどである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・公共事業関連の道路、河川工事では人手不足は確かで、外国人の姿も目立っているが、なかなか適正な年齢の人材が集まらないように見受けられる。スーパー等でもパートに動きがあり、まだしばらくは募集傾向が続く。全体的な景気では、備蓄米等の出回りが非常に遅かった上に価格も高かったという声を聞いている。まだ予断を許さないところである。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・突然、派遣取引がなくなることが数件発生している。契約終了の原因は、クライアントの収益悪化である。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・大型の販売促進策が奏功して、売上、来客数共に前年を大幅に上回る実績となっている。価格の割に量を訴求することが消費者に支持されている（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・ヒットコンテンツがそろい、映画館が好調である。このため、来館者数が増え、全体的に良い影響を与えている。
		高級レストラン（経理担当）	販売量の動き	・レストランや婚礼宴会は稼働率が上限で高止まりしているなか、法人や団体の宴会数は増減している。宴会の稼働率は3%程度上昇しているため、景気は上向きと判断している（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・6月にもかかわらず急激な暑さに熱中症も心配される状況で、期待していた来場者数とは程遠いが、3か月前の3月と比べると来場者数が4.7%増加している。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカード決済の取扱高は良い数字が出ているものの、飲食業だけは余り良くない。イベントの仕掛けに対するレスポンスがとても良く、来街者数も多い。世界経済の不確実性は当地では出ていない（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・来客数は少ないが、電話による問合せからの売上が増えている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・暑さのためエアコンの売行きが好調である。大手電気設備工事会社の調査の関係で分電盤の交換も続いている。省エネ補助金も始まり、見積り段階ではあるが活動中である。盆踊りに向けた電気工事の依頼も増えてきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・やや良いと回答したが、本当に微増で、少し良いという程度である。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・眼鏡は冬よりも夏の方が売れる。晴天で紫外線が強いとカラーレンズ、偏光レンズなどの単価が高い商材が売れるため、今夏は売上に期待できそうである。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・男性用の遮光遮熱効果の高い晴雨兼用傘の売行きが順調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店 〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・前年比では来客数、売上共に伸びている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・天候のプラス要因もあるが、前年と比べて来客数、売上が増加している。食料品では夕方の値下げ品を求める客が増えている。少しでも安価な物を求める傾向が強い（東京都）。
	○	百貨店（店長）	それ以外	・近隣に高層マンションが相次いで建築されている。取引先の話でも、コロナ禍でできなかった新規出店が拡大傾向と聞くことが多い。
	○	スーパー（食品担当）	単価の動き	・米の需要が高く、単価が上昇し、来客数も増加しており、売上に寄与している（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると、気温が上がり、特に今年は梅雨らしい梅雨ではなく、夜は気温が高い日も多いため、夜間の売上、来客数が伸びている。物価上昇もあり、前年と比べるとやや下がってはいるものの、3か月前よりは良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年比105%と好調に推移しており、今後増加が見込める。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・おにぎりなど米飯商材の値上げを実施したが、販売数はそれほど落ちておらず、梅雨の影響で傘の売上も確保できたことから、客単価が上昇し、売上が持ち直している（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・米の相場の低下に伴って、客の来店頻度も増えてきており、買い方も少しだけ活発になっている（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・物価の上昇は続いているものの、来客数が若干だが増えている。前月より高額商材の動きも良い。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・天候が良いため、来客数が増加している（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・価格転嫁交渉の効果に加え、来客数が徐々に増加しており、売上が伸びている（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・空梅雨で30度超えの暑い日が続いている。そのため、短距離でも暑さを避けてタクシーに乗る客が増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べれば良くなっている。これから暑くなれば多少動きが良くなるとみているが、今は深夜の客の動きがない（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・今年も猛暑になりつつあり、例年のように短中距離の利用客が増えている（東京都）。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・講座やイベント開催のための告知CMの引き合いが複数入ってきている。景気は上向いている（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・全体としては緩やかな回復基調ではあるものの、物価上昇の動きもあり、個人消費は鈍い。製品、サービスのポイントをしっかり伝えることで購入につながっているため、必要な物への投資需要が改善している（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス支給月ということもあり、多少客に動きが出てきている（東京都）。
	○	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・予約が順調に入っている。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・小規模な予約等が増えてきている（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・最近、マンション価格が高騰しており、なかなか手に入れるのが難しいため、身近なところで住宅地を探し、早めに住宅を建てようという動きが出てきている。そういった意味で非常に前向きな様子が見受けられる。
	○	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。インバウンドを含めた観光用ホテルを扱っているが、かなりインバウンドが増えてきているため、これからホテルの稼働率も一層上がってくる。一方、建設業では、資材価格の高騰により、公共工事を含め、スムーズな受注ができなくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・半期末のため受注が良い。
	○	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅着工戸数が今後増加することはないかもしれないが、客の動向は活発化しており、単価も上昇している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価の上昇スピードはかなり速いが、手取り額は思うようには増えないため、客が買物に対して非常に慎重になっている。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・景気は相変わらず良くなっていないが、1年前と比べると来客数が少し増えている。成約に結び付くのは難しいが、若干良い方向に向かっている。専門店の良さが見直されている（東京都）。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	お客様の様子	・依然として夏に向けての盛り上がり、特に個人消費において見受けられない。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	来客数の動き	・気温が高くなり、客足が鈍っている（東京都）。
	□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・繁忙期の3月と比較して、ほぼ同様の売上を確保している（東京都）。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず売上が上がらず、現状維持すら厳しい状態である。イベントでの販売数も以前と比べて芳しくない。今回、1人の客が35袋も買ってくれて驚いたが、以前ならばそのくらい買う客はそれなりにいた。今は客の財布のひもが固い（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕（総務担当）	お客様の様子	・当社の主要顧客は大学や専門学校などの教育機関である。教科書販売の期間が終わり、ある程度まとまった規模での注文が一段落したため、3か月前と比べて売上が減少している（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・金の高騰が続くなか、高額品の一部に動きがあるものの、全体としては苦戦している。ファッションに関しては、ショップにより好不調の2極化が進んでいる。
	□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・大きな動きとなっていた訪日外国人の消費も、前年がピークだったようで、最近は更なる増加の気配は見受けられない。一般客の消費行動も落ち着いており、景気を上向かせるような力強さはない（東京都）。
	□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・当社が戦略的に囲い込みを進めている国内識別顧客の売上は、ロイヤルティが高い客を中心に、堅調に推移している。一方で、免税売上は来客数、客単価共に3か月前と比べて伸びていない。消耗品のシェアが増えるなど、購買アイテムの幅が広がっていて、比較的購買力の高い旅行客が増加しているとみている（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・前年10月、近くに大手ディスカウントストアがオープンし、全体的に2～3%くらい影響を受けている。本来は前年比102～103%が普通だが、現状は100%くらいで、余り良くない状態が続いている。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・食料品の単価が引き続き高騰しており、来客数、客単価は前年を超えているものの、消費支出全体は減少している。家計の消費項目が食品に移っているだけで、生活が豊かになっているようには見受けられない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の急激な上昇により、飲料、アイス、乾麺等の夏物商材の動きが大きく伸びている。米は備蓄米の影響もあって売行き自体は若干ではあるが下降気味になっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが依然として続いている（東京都）。
	□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・生活防衛意識がまだ強いようで、販売量、来客数は依然として前年を下回っている。しかし、単価の上昇傾向が継続しており、単価の上昇分が販売量、来客数の減少分を若干上回っているため、売上は伸びている（東京都）。
	□	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・米を筆頭に食品の値上げが収まらず、数量は何とか前年並みだが、1品単価は107%と高く、売上也前年比107%と好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数に変化がみられない。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、単価共に減少している。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・好天が続く、来客数に変化は少ないものの、リニューアルオープンした近くの大型スーパーで特売が続く、その都度売上が大幅に減少している。連日の廃棄商材の山に頭を悩ませている。
	☐	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品単価が上がっている影響なのか、買上点数が落ちている。
	☐	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・特に変わった様子はない。景気が上向いている傾向もない。米が高いことで他の食材を買い控えることなども多少はあるかもしれないが、1円でも安く考える客はスーパーに買物に行くので、コンビニに来る客は節約意識がそこまでないのかもしれない。
	☐	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はない。暑い時期になると飲料がよく売れて売上が増える。暑過ぎると食欲が落ち、弁当などは若干減るかもしれないが、代わりに冷たいうどんやそばなどが売れていく。米が高いのでふだんから全体的に食費を節約している客も多いかもしれないが、コンビニには少しぜいたくできる商材などもある。販売量は横ばいといったところである。
	☐	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・期待していたほど問合せがない。
	☐	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・暑くなってきた夏物衣料が動き出したが、客単価、販売量共に伸びていない。
	☐	家電量販店（店長）	お客様の様子	・国際情勢や米国の関税政策の影響がはっきりしないなか、積極的な消費はみられない。生活必需品として壊れたから買換えるというのが現状である。生活水準がなかなか向上しないなかで物価が上がり、本当に納得した物を買う傾向である。
	☐	家電量販店（店長）	単価の動き	・訪日客の来店数の伸びに対して免税売上が比例していない。明らかに客単価が落ちており、購入する商材が変化している（東京都）。
	☐	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の販売量、整備部門の売上共に前年とほぼ変わらない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて販売量、来客数共に減っている。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・景気が悪いいため、細かなことでも客が値引きを強要とはいわないが要請してくる。特に、車検については、交換しなくて済む部品等は極力交換しないで、最低限で行ってほしいという客が多い。工賃、消耗品についてはやむを得ないが、それ以外の物は無理して交換しない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・先行き不安から買い控えをしている（東京都）。
	☐	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・いつもより来客数が少ない。
	☐	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・人の動きは活発ではあるものの、消費にはつながらない。消費が活発なのは外国人と一部の富裕層のみである（東京都）。
	☐	その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	競争相手の様子	・最近の物価高もあり、仕入れのロスを少なくしようとしている。気温の上昇に伴い、一層無駄が出ないようにしている（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・6月の実績は、前年比では売上100.8%、来客数90.6%、客単価111.3%である（東京都）。
	☐	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・法人利用が主だが、米国の関税政策の影響はまだなく、前年と同様に利用してもらっている。これから先は一抹の不安が拭えない（東京都）。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しているが、米を始めとする物価高が大きく影響している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 今月は宴会予約が少し落ち着き、週末ごとに雨が降るなど天候が良くなかったが、土日は相変わらず大勢の客が来店し、来客数は変わらないまま良い状態を保っている（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 物価高、特に主食である米の価格高騰が消費者心理に与える影響は大きい。したがって、今後この問題が解決するまでは安心できず、物価全般の上昇とあいまって、消費意欲を減退させる。
	□	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	単価の動き	・ 物価高に対する慣れのようなものが見受けられる。必要な物は値段が倍になっても買うが、無駄な物は買わない。来客数は減っているものの、客単価は上がっている（東京都）。
	□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・ 6 月前半は来客数が少なかったが、後半は予約や来客数が増えている（東京都）。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 3 か月前と比べて、近隣の大型コンベンション施設で多数の催事やイベントが入っており、その影響で宿泊の稼働が非常に良い。宴会も、総会月ということもあってかなり良く、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に回復している。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・ 来店客に現状を聞いたところ、物価は上昇していながら賃金は上がらず、アンバランスになっているため非常に大変だという話であった。客の様子から、余り景気は良くない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 大阪・関西万博の影響で、国内では関西方面への旅行が増えている。一方で、例年と比べて国内人気テーマパークの予約は弱い（東京都）。
	□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ 販売量が前年と比較して変わっていない（東京都）。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・ 通信サービスにおいて、前年同月比で上向きと下向きの両方のサービス契約がみられるため、景気の良しあしについてはどちらともいえない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ 新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ 3 か月前と同様、販売量は変わらず、かつ低価格プランしか売れない（東京都）。
	□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・ 少し物を買ったくらいで財布からすぐに 1 万円札がなくなってしまうという声が聞かれる。なかなか新規では売れない。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・ 光ファイバー化のインフラ更新の展開エリアを 5 月から増やしたが、想定した実績を上げられていない（東京都）。
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・ 来客数の微減と客単価の微増が相殺され、売上は余り変動がない状況が続いている。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・ 前月と比べて変化がない（東京都）。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・ 来店頻度がなかなか上がらない。
	□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・ 近隣にスーパーができたが、特別活気付いている様子はない。
	□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	来客数の動き	・ 来客数が減少しており、新規契約はほとんどない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 今後動き出す案件がある模様だが、現時点ではまだ具体的な動きは出ていない。
	□	設計事務所（職員）	販売量の動き	・ 受注量は前年を下回る見込みである。マイナス要因が多く、明るい材料もないが、平行線で変わらない（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ 前月と比べて特段の変化はない。富裕層の個人客や法人客からの問合せはあるものの、現時点で成約が増加しているとはいえない。
	▲	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・ リーシングの進捗状況からみて、やや悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・ずっと変わらない状況が続いている。様々な物が値上がりするなか、し好品を扱う業種としては厳しい。
	▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・物価の上昇が厳しい。店頭的一般客に関してだが、今月決算セールを行ったところ、ふだんよりも客が多く来店し、買上も増えている。やはり、安ければ買ってくれるが、それだけ物価上昇で厳しいようである。店頭は良かったが、外商の方は案件が受注できず厳しい。市場自体がなかなか難しくなっている。
	▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・旅行シーズンが終わり、インバウンドが大幅に減少している。富裕層の購買も鈍化している（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前月、前々月と持ち直したものの、今月は3か月前より更に1ポイント強悪化している。特に、インバウンド売上の減少が目立ち、免税取扱高、来客数共に前年と比べて10ポイント減少しており、全体の売上減少に大きなインパクトがあった。お中元ギフト受注も立ち上がりから苦戦が続いている。街中には相変わらず外国人観光客が多いものの、以前と比べて購入額は減少傾向にある（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇の影響はありつつ国内客については順調に推移しているものの、外国人客の大幅減少により、来客数、売上共に大きくマイナスしている（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年におけるインバウンド需要の活況の反動が出ており、特に中国からの観光客の購買金額が大幅に落ちている（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・夏物衣料や食品の動きが活性化し、国内需要は前年を上回り始めているものの、ラグジュアリー商材を中心とした免税売上は大幅な減少が続いている（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・食品など生活必需品に対する消費が優先するためか、前月中旬から引き続き、アパレルなどのアイテムの動きが鈍い。アパレルや靴などの雑貨はカジュアル化、低価格志向が顕著で、売上が伸びない。
	▲	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドが減速し、客単価が下落している。国内客の販売量の伸長も鈍化している（東京都）。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・固定客を対象とするクリアランスのプレセールスタートが遅れており、衣料品の売上が落ちている。為替の影響を受けて中国人バイヤーの大量購入が減っている。
	▲	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・お中元商戦が始まったが、余り盛り上がらない。気温上昇とともに衣料品の動きも出てきているが、前年を下回っている（東京都）。
	▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・見切り品、プライベートブランドの物など、とにかく安価な物を客が選んでいる。見切り品は冷凍するのを買占める人も多い。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・高齢者に限らず若年層でも、生活必需品の牛乳、パン、卵などの販売量が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月も前年比マイナス2%程度となる模様である。客単価は余り変動していないが、余り外出しないのか、来客数が売上同様に2%程度減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・6月は梅雨で雨天の週末が多かったり、日中は35度の猛暑になったことで昼間の来客数が減少し、売行きが伸び悩んでいる。相変わらず客は価格に敏感で、単価の高い商材は売れにくい。夏場の行楽シーズンに期待したい（東京都）。
	▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数のトレンドは104%と上向いているものの、売上をみると106%程度なので、単価の動きは変わっていない。
	▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・当社の主要商材であるドレス、呉服等は高付加価値型商材のため、物価上昇基調により売上が減速傾向にある。特に季節商材である浴衣の落ち込みが顕著である（東京都）。
	▲	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・物価の上昇が続いているため、やや悪くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・選挙がある時期は落ち込む。また、諸外国の紛争などが一般消費者のマインドにネガティブに影響している可能性がある（東京都）。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規の来店客が減っている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店（総務担当）	お客様の様子	・新車の購入意欲が鈍化している。また、中古車市況が悪く、売上が停滞している。
	▲	乗用車販売店（営業）	お客様の様子	・人気車種にも注文が入らない。
	▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・4月以降、各種値上げにより客単価が下がってきている。
	▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	お客様の様子	・国内の既存客の売上は微増する一方、訪日客の売上が減少傾向にあり、全体的にはやや悪くなっている（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の3月は人や物の動きがかなり激しく、売上が大きい月である。6月は人の動きがそれほど多くはなく、3か月前と比べればやや悪くなっている。ケータリングも3月の方が多くあり売上也伸びたが、6月はやや静かである。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今まで順調に推移していた来客数が、今月はやや落ちている（東京都）。
	▲	その他飲食[カフェ]（経営者）	来客数の動き	・購買意欲の低下、米騒動による買い控え、暑さによる食欲不振、人出が少ないことなどから、店の客足も落ち、売上が伸びない。物価高による購買意欲の低下が強くうかがえる（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月の予算は達成しそうだが、3月と比べると団体や観光需要が伸び悩み、伸び率としては満足のいくものではない。
	▲	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・団体旅行における費用がそれぞれ増加している。例年の予算では実施できないため、参加人数が減ったり、実施自体がなくなったりするケースが発生している。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・交渉中の案件の受注数及び工事等が減少傾向である（東京都）。
	▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・明るい兆しがみえず節約志向が続いている。高齢者世帯の固定費見直しにより、廉価サービスに流れたり、オプション契約を解約したりする傾向が止まらない。インバウンドの影響のない業態のため、増収のきっかけがない（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サービス利用料の削減を求める取引先が少しずつ増えてきている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・競合他社の競争力の高い商材やキャンペーンにより獲得が鈍化している。市場としても引き続き節約志向である（東京都）。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・国内客の動きが鈍い。米価を始めとする物価高や米国の関税政策の影響等、国内消費者にとっての不安要素が多い（東京都）。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・梅雨と酷暑が同時期にきており、梅雨が明けても酷暑は長く続く。暑くてゴルフどころではない。地球温暖化、気候変動はゴルフ場営業には厳しい。
	▲	その他レジャー施設[総合]（経営企画担当）	お客様の様子	・これまでみられたインバウンドの伸びが一巡した模様である。また、物価上昇や不安定な国際情勢もあり、若干支出を抑える傾向が見受けられる（東京都）。
	×	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・円高基調になったことでインバウンドが前年度より減少していることに加え、米国の関税政策の影響もあり、国内客の購買力も低下傾向にある（東京都）。
	×	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・米国の関税政策の影響で悪くなっている（東京都）。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・競合店の影響などもあるが、全体的に販売点数が1品単価の上昇分を下回り、売上が減少している。
	×	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・米価の高止まりや物価上昇の影響もあり、客の来店動機が薄れている。
	×	高級レストラン（役員）	それ以外	・引き続き、米国の関税政策、原価高、光熱費などのコスト高に加え、イスラエルとイラン間の紛争問題など、景気が良くなる要素がない（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・日中に関しては、気温の上昇にもかかわらず余りタクシーの利用がない。夜間も人出がなく利用がない。
	×	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・業務案件の依頼が減少している。また、終了業務も多くあり、厳しい（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・6月は前年比では来場者数が95%、客単価が98%で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・6月は降雨と季節外れの猛暑の影響で、稼働率が低迷している。近年、猛暑下のゴルフプレーを忌避する動きが強く、経営に与えるインパクトは相当大きい。稼働率が改善するのは土日にほぼ限られ、来場者の中心は会員であり、収益性の改善は極めて限定的である。ビジター需要の低迷は著しく、物価上昇、実質賃金低下から、生活防衛を意識して高額レジャー費を抑制する動きがかなり強い。止まらない物価上昇により営業費用はかさむ一方で、利益を創出できる状況にない。あらゆる物価の高止まりが大きな痛手となり、企業も庶民も共に疲弊している。
	×	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	それ以外	・5～6月は地域で亡くなった方が少なかったためである。
	×	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約65%となり、景気は悪い。また、3か月前と比べても約60%となり、悪くなっている。子育てグリーン住宅支援事業の補助金申請の進捗も毎日更新されているが、長期優良住宅、ZEH水準住宅の補助金申請の推移は予算の7%にとどまっているようである。地方のハウスメーカー倒産のニュースもあり、景気は悪くなっていると実感する。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材需要の陰りが顕著にみられる。前年比でみても悪く、上向き様子はみられない。リフォーム需要への期待はあるものの、底上げするまでの効果はない（東京都）。
企業 動向 関連 (南関東)		*	*	*
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・理由はまだ分からないが、受注量、1日当たりの生産量が回復してきている。ただし、半導体部品関係はごく一部のみで、不透明感が強い。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・インパウンドの宿泊需要は引き続き堅調である。国内需要もレジャー、ビジネス共に好調と予想される（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・米価の高騰などもあり、飲食店ではメニュー修正や調整に迫られているが、売上や来客数の伸びはそれなりにあるため、購買意欲が減退しているわけではなさそうである。取引先の反応を見ても、価格転嫁への工夫をしながらも堅調な営業を維持している企業が多いため、景気はやや上向きである。一方で、今後の物価上昇による影響が懸念される（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量からみて、3か月前と比べるとやや良くなっている（東京都）。
	□	繊維工業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず人件費や諸物価の上昇分の価格転嫁が困難な状況が続いている（東京都）。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いろいろな物の値上げが進んでいるなか、当社も4月に製品の値上げをした。その効果が若干出てきているものの、全体として上向いているわけではない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・A社からの発注があればB社からの発注が止まる。また、その逆もあり、生産ラインが埋まらず、売上の上がらない状態が続いている。発注の増減についての理由は各社様々である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先からの内示をみる限り、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月売上の統計を取っているが、今月の動きはほぼ例年どおりであり、今のところ米国の関税政策、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルのガザ侵攻、イスラエルとイランの紛争の影響は受けていないように見える。今後の動きを注視している（東京都）。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・電子部品、特に半導体製品の大口価格は大きな変化はなく推移しているため、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは米国の関税政策の影響を予見できていない。下請企業でも不透明な状態が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の高止まりで物の流通がなかなか進まない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調に進んでいるものの、予算の少ない案件の情報が回ってくるようになっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・解体業なので、燃料費が不可欠である。相変わらず燃料費が高止まりしているため、大変厳しい。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して受注量が余り増減していない。良くも悪くもなく、3か月前の傾向も見えない（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入り物量は増加傾向にあるが、人件費等も増えており、収益が上がらない状況が続いている。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・現在は閑散期で物量の少ない時期である。燃料価格の高騰は一時落ち着いたものの、いまだ高止まりしている。
	□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・一進一退の状況が続いている（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、不動産業では建売の販売が少し鈍ってきている。これは単価の高止まりや住宅ローン金利の上昇、実質賃金が物価高などに追いついていないことが要因とみられる。スーパーでは物価上昇が直撃し、客は必需品しか買わない傾向にある。運送業では人手不足、燃料価格の高騰で収益が圧迫されている。飲食業は米価がまだまだ高く、価格転嫁できず、利益が縮小している。全体的には景気は悪い方向に進んでいる（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰、米国の関税政策の影響等により低水準で推移していた受注状況は、現状では大きな改善がみられず、依然として低調である。製造関連は低位安定である。建築関連は資材高騰、公共案件受注の不調により、やや下落傾向で推移している。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・景気の動向は余り変わらない。最近は再建築でのめめ事があり、苦労している（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業をメインに事業を行っているが、オフィスは満室状態が続いており、3か月前と変わらず順調に推移している（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と同様に今年も6月は伸びていない（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅までの途中にある商店街の飲食店をのぞくが、新型コロナウイルス感染症発生前ほど客が入っておらず、空席もある。満席にしないと立ち行かないような店なのだが、客が入っていない（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだ資金繰りの厳しい会社もあれば、今年からボーナスを支給する会社や、昇給を検討するような会社も出てきている（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業等では客単価が伸びていない。客の財布のひもが固いという声を聞いている。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・得意先の受注状況からみて、変わらない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は暑くなるのが早く、客の出足が悪く、来客数が減っている。
	▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・競合他社の幹部との会話で、販売量が前年を割り込んでおり、景気もさる事ながら急に暑くなった影響もあるかという話が出ている（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・価格競争で利益率が低下している。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・用紙やインクの再度の値上げ要請が来ている。販売価格にダイレクトに転嫁したいところだが、クライアント側への交渉は難しい。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などを行っている。店頭とインターネットで注文を受けているが、店頭への来店客が少なくなってきた、3日に1回くらいの頻度で売上が1万円に届かない日がある。インターネットからの注文は変わらないが、景気はやや下り坂である（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年比でみると受注量が減少している状況が数か月続いている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・納品先店舗の閉店が増えてきており、取扱量の減少とあいまって、配送効率の悪化が危惧される（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金融業（支店長）	競争相手の様子	・物価上昇に賃上げが追い付いておらず、個人消費者の節約志向は高まっている。
	▲	税理士	取引先の様子	・円安傾向、米を始めとするあらゆる物価の上昇が続いている。政府による補助金政策が景気に影響を与えるほど効果があるとは考えられない。米国大統領に振り回されている不安定さがどこまで続くのか予想しにくい。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工業の中小企業では、1月以降じわじわと受注が減少している。特に、半導体関係の部品などに係る受注が顕著である（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物の動きが悪い。米国の関税政策の影響なのか、取引先工場の動きも不安定で、受注量が1～2割ほど落ち込んでいる。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春頃までは利益は少なくとも仕事量自体はあったが、今月は仕事量も減ってきている。取引先の発注量も少なくなっている。
	×	建設業（経営者）	取引先の様子	・政治が不安定である。米国の関税政策の影響がある。
雇用 関連 (南関東)	-	-	-	-
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・公共事業、BCP案件の受注が好調である（東京都）。
	○	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣需要は旺盛で、特に外国人雇用のニーズが急拡大している。全体として前年を上回る良い業績につながっている（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・新卒採用を控えている企業が増えている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者からの応募が少なく、市場に人材を提供できていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・おおむね横ばいで推移している（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人は入ってきているが、背景は増員ではなく人の交代が多い。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社、周辺企業、同業他社いずれも人手不足が慢性的に続いている（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業からの求人は全般的にあるが、条件に合う人がなかなかおらず、苦労している（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、特に製造業で求人数が減少している。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に賃金が追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・今月に入り、求人数が若干減少傾向にある。そのため、成約数にも影響が出てきており、前年比マイナスで推移している。契約終了者数は減少しており、就業者数は微増となっている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・海外、特に米国への輸出により業績が左右される大手製造業では、今後の様子をつかがっているようで、エンジニアの引き合いが減少している。一方、防衛など世界情勢が不安になりつつあることから、エンジニアのニーズ自体は高まっている（東京都）。
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は葬儀の依頼が多い。口コミやWebを見たという客が多く、AIの評価もあるため、良くなっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・当店は学校の授業で必要な商材を扱っている。新学期の4月から、新入生の追加注文や在校生の買い直し等で、例年通り良い方向に向かっている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・店舗のリニューアル効果、新しいショップの展開効果で、今までにない年代の客が来店している。全体として底上げしている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・段々と暑くなり冷たい商材が売れるようになってきている。来客数もやや増えており、店としてはやや良い方向に向かっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・特に思い当たる節はないが、来客数が純増している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・2～3月が1番悪く、徐々に持ち直してきている。物価が急に上がっているという影響もあるが、値上げもしやすくなっているため、良しあしである。デフレよりは良い。
	○	タクシー（経営者）	販売量の動き	・人の動きが戻りつつある。
	○	遊園地（職員）	来客数の動き	・梅雨入りして天候の悪い日が多く、団体のキャンセルも出た一方、インバウンドは引き続き好調に推移している。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・季節商材が動き始めてはいるものの、低単価の物が多い。消費は必要に応じた物のみで、経済的な余裕はみられない。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・米を始めとして、生鮮品の単価上昇が売上にプラスとなっている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比では売上は13%増加、来客数は1%減少となっている。4月から病院売店の取引が増えたため、売上は良くなっている。決算が終わったが、予想外に結果が良くなかった原因として、米、油、食品等の値上がりが続く、仕入価格が上がったことがある。今期は、新規の病院売店、近隣スーパーの閉店に伴う地区関係の取引も増えたので、期待している。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・キャンペーンや特別な商材が出た状態で、何とか売上を保っているため、実際は若干良くないかもしれない。売上としては余り変わっていない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備の金額目標はクリアしているものの、車両販売に関して、特に中古車販売では客の希望車種の提示金額と相場にギャップがあり、なかなか契約に結び付かない。
	□	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・物価高で客単価は前年を超えているものの、来客数は減少しているため、変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年6月は売上が多くなる月のはずなのに、今年はいつもとは違う。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・昼間の動きはまあまあだが、深夜12時を過ぎるとほとんど客がいない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・現状、前年や前月と比べても、売上は増加に転じているが、エリア拡張による新規契約の増加が主な要因で、既存のサービス提供エリアからの獲得は多くない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク前後から、報道等は米価高騰、米国の関税政策、中東情勢と暗い話題が中心で、人の流れやお金の使い方が悪くなっている。
	▲	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・夏のクリアランスセール前の買い控えや中元需要の低迷、また、不安定な世界情勢や国内の物価上昇等で、消費は伸び悩んでいる。他社や他店の衣料品セールの前倒しも影響があると推測する。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・値上げの影響で客単価は上がっているが、やや悪い。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少で明らかに悪くなっている。依然として物価高に客は慣れていない。暑い日は客が若干増えているが、気温によって来客数の増減がある。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・地域ごとの来客数の回復が追い付いていない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車目的の来場者数が減少しており、受注台数も落ち込んでいる。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークが終わった後と6月はいろいろな税金を納める関係で景気は余り良くない。6月前半は持ち直して、売上の大きな動きもあったが、後半になり、非常に消費が落ちている。報道等で諸物価高騰や米価等の上昇が取り上げられている影響もあってか、後半になってからが良くなかった。今後もこの状況が続くとみている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の6月は、各種組合等の総会があり、田植後の時期は地元の同窓会、老人会等の団体利用が多かったが、最近はそうした団体客は激減している。地元団体客が減った分の穴埋めを首都圏からの客やインバウンドで対応していたが、梅雨時の6月は首都圏からの客も少ない。わずかではあるものの、7月に災害が発生するという予言の影響で香港からの客も減少している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・数か月前から個人利用の来客数及び来客頻度が落ち込んでおり、特に、平日の落ち込みが大きい。対照的に、法人利用はさほど落ち込みはなく例年並みである。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前の3月、前月、前年の6月と比べて、レストランの来客数は5%強、減少している。米価や物価高などにより、消費者の外出マインドが低下し、ぜいたく志向であるホテルのレストランでの外食を控えている傾向がある。
	▲	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・物価上昇に伴って旅行代金も引き上げられてしまい、旅行意欲の低下がみられる。特に、個人客の動きが鈍く、安近短の旅行を選ぶ傾向にある。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・例年6月は悪いが、それ以上に販売量が落ちている。
	▲	観光名所（職員）	来客数の動き	・今月は観光客が減少傾向である。7月に災害があるという予言の影響を受けて、インバウンドも特にアジア圏からの観光客が少なくなっている。
	▲	ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・予約の動きが遅くなっている上に、キャンセルが出た場合の空き時間の埋まり方が悪い。
	▲	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わり夏休みに入る前で、1年間を通して来客数、売上共に低い月のため、他の月と比べると忙しくない。前年比でもマイナスになる見込みである。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・備蓄米の販売日やセール日に来客数が増加している。セール日にまとめ買いしている様子が、1年前より顕著になっている。
	×	スーパー（副店長）	来客数の動き	・一般客は横ばいだが、観光客は前年同月比で減少している。
企業 動向 関連 (甲信越)	-	-	-	-
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事受注は増えてきており、仕事量は確保できている。ただし、工事単価が上がっていないため、利益のことを考えると心配である。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・引き続き、大口受注の対応で多忙である。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量も余り変化がないため、できれば現状のままでもいい。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・催事では来場者数減少にもかかわらず、金価格の高騰で商材単価が上がっているため、売上は目標額に達している。来場した客から、新型コロナウイルス感染症の収束後、友人との会食機会が減少し、旅行も軽装になっていて、ジュエリーをつける機会がないと聞いており、先行きの見通しは厳しい。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は半導体関連の受注回復の遅れから、足踏み状態が続いている。非製造業は観光関連や小売業が底堅いものの、利益面で厳しい状況にある。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・6月の新聞折込は前年並みで、買取り業関係の出稿が前年比プラス47%と高い数字となっている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量は確保できているものの、利益が少ない。人件費、材料費、動力費等の高騰に、売上が追い付かないこともある。
	×	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・連日の猛暑の影響もあり、来場者数や売上金額の減少がみられる。
雇用 関連 (甲信越)	-	-	-	-
	○	-	-	-
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・月間有効求人数は前年同月比で微減が続いているものの、大きな変化はみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・継続する物価高や海外情勢等が企業収益を圧迫、阻害しており、人材確保のための原資確保に苦慮している様子がうかがえる。また、長引く物価高で生計費の不足や将来に対する不安から、収入を増やしたいという求職者も一定数はいる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・現場技能者の求人は多いものの、採用基準がやや厳しくなっており、求職者がしっかり準備しないと内定に至らない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・人材確保は相変わらず大変だが、求職者も賃金だけをみて動いており、ハローワークも含め、うまくマッチングができていない。結局、支出に対して収入が追いつかず、困窮者が増えている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所管内の令和7年5月の有効求人倍率は1.12倍となり、前年同月比で0.18ポイントの低下となっている。月間有効求人数が13か月連続で減少している。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東海)		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・令和になって以降、観光業は新型コロナウイルス感染症の流行により壊滅的な打撃を受けてきたが、ようやく回復して以前の状況まで戻ってきた。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が継続して好調である。加えて高単価の弁当も好調だが、発注改善の影響が大きい可能性もある。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価高に伴う値上げで、売上は増加している。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・若年層の客が増えている。
	○	スーパー（店員）	お客様の様子	・野菜の価格も例年どおり下がっており購入意欲は高い。ただし、安い物にしか目が向いていない。
	○	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・直近は値上げの影響により客単価が伸長していることに加え、大阪・関西万博やインバウンドの増加により、来客数も堅調に推移している。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・法人客が増加している。新規採用に伴う用品やユニフォームの売行きが良い。6月に施行した熱中症対策のための暑熱対策用品の売行きが伸長し、備品購入や福利厚生への投資が増えている。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高性能エアコンの売上が伸びた。予算が高めである。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	販売量の動き	・今年もエアコンが売れている。3年連続の猛暑となりそうで、単価も上昇傾向にある。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・引き続き足元は堅調に推移している。米国の関税政策や中東情勢の動向は注視していく必要がある。
	○	一般レストラン（従業員）	販売量の動き	・ボーナスが入ったため、来客数が増えている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・震災を予言する風評の影響で、主にアジアからのインバウンドが低調だが、宿泊部門全体では堅調に推移している。料飲部門は、原材料費高騰による値上げが影響し、やや低迷している。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋口の旅行受注が、やや増加傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街への来客数は依然として多く活気はあるが、購買数や客単価は上がっていない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・米、ガソリンなど日用品の価格が高く、耐久消費財やぜいたく品の購買力がかなり落ちている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・必要最低限の家電のみ購入している様子である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・取引先に全国チェーンの飲食店があるが、現在はもうかっていないという話を聞く。周囲でダブルワークをする人が増えており、収入が足りないため掛け持ちせざるを得ないとのことで、生活が厳しくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は徐々に減少する状況が定着しつつある。購入する場合、安い物でもしっかり吟味して、考えてから決める客が増えている。
	☐	一般小売店〔文房具〕（店員）	お客様の様子	・見ただけで帰る客が多い。
	☐	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わった後は、依然として来客数が増えない状況が続いている。
	☐	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・平日に来店する客はほとんど購入に至らない。目的買いの客はまっすぐビジネスシューズの売場へ向かうが、そうでない人はカジュアルからビジネスまで一通り見て回り、手元のスマートフォンで何か検索してそのまま帰ってしまう。高齢者層の客は散歩がてら見に来ている様子的人が多く、少し雑談だけして帰るため、平日は売上が立たず厳しい状態が続いている。
	☐	百貨店（営業担当）	単価の動き	・暑さのせいか物価高のせいかは分からないが、来客数は少ないものの客単価は上がっている。
	☐	百貨店（販売担当）	単価の動き	・購入マインドは変わらず高い。中高単価品が良く稼働し、販売促進施策の反響が大きかったため、購入率が高かった。インバウンドはややマイナスである。
	☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・米価格の高止まりによる影響で、買上点数が減っている。
	☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合先と比較して前年比の売上が悪かったため、会社を挙げた販売促進強化により、来客数が増加し売上は回復傾向にある。ただし、商品の値上げが止まらない限り、買上点数の増加にはつながらない。
	☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・余りイベントがない時期であるため、来客数は増えていない。
	☐	スーパー（支店長）	お客様の様子	・外的要因である米国の関税問題、物価上昇や米問題など消費者にとって明るい材料がなく、先行きに不安しかない。
	☐	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・雨の日は売上が落ち込むが、以前ほどではなくなった。
	☐	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・来客数は若干減少しているものの、客単価の上昇により売上は上向いている。
	☐	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・各種商品の値上げに伴い、客単価は上昇しているが、販売量が少しずつ下落している。実態として、梅雨時期に売れる飲料などは好調だが、買上点数は減少している。
	☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・6月は創業50周年ということで大きな企画もあり、おにぎり、ベーカリー、玩具やデザート類が非常によく売れた。ただし、来客数はそれほど伸びなかった。
	☐	コンビニ（店長）	単価の動き	・単品価格は改定されたが平均客単価は低調で、かなり買い控えがあった印象を受ける。様々な出費が重なり、菓子やし好品などを我慢している状態である。フィギュア等のコレクション商品への反応も薄かった。逆に、割引クーポンなどへの反応は良く、施策としては値引きせざるを得ない実態がある。
	☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年比では7～8%プラスで推移しているが、来客数はほぼ変わっていない。売上増加は商品の値上げによるもので、景気は変わっていない。
	☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今年は雨の日が少なく、来客数は若干増えたものの、売上は前年並みにとどまっている。
	☐	コンビニ（本部管理担当）	販売量の動き	・6月は来客数が前年比97.0%、客単価が前年比104.6%となった。ここ数年、来客数が前年を下回る一方で物価高の影響により客単価が向上し、売上をけん引する状況が続いている。小売業界に共通する傾向で、現在の景気状況を反映しているが、3か月前と比較して変化はない。
	☐	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・少し早く暑さが到来したことで、エアコンや扇風機を中心に来客数が前年より大きく伸び、季節商材がよく動いたが、全体的な景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。暑さのため外出を控えている人も多い。事故による修理入庫も少ない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・平均すると変わらないが、生活状況が良い人と悪い人が大きく分かれてきている印象を受ける。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・販売台数は減少しているが販売単価が上がっており、メーカーから割り振られた台数を1台1台大切に売ることにより、1台当たりの単価が上昇している。
	☐	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・消費者の感覚として、生活に係る物価が高すぎると強く感じており、生活防衛のため生活必需品への出費を第一に考えている。車のような大きな買物を考える余裕が持てないと、必要に迫られていない客に対しては、話のきっかけすらなかなかつかめない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ボーナス商戦前で比較的销售台数は落ち着く時期であるが、販売台数、来客数共に、前年割れはしつつも堅調である。ガソリン代が下がってきたこともあり、外出の話題が増えてきている。
	☐	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・今月は前年並みで推移している。本格的なボーナス支給や夏休みを控え、また、物価高騰の影響もあり消費が低迷している。一方、低価格帯のメニューは好調に推移している。
	☐	一般レストラン（経営者）	それ以外	・近所の飲食店をみると、SNSなどを通じてアピールできるような店は繁盛しているが、自店ではそれができないため、現状維持でも仕方がない。
	☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は時期的に増えているが、販売量は思うようには伸びていない。
	☐	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・中東情勢、米国の関税問題や物価上昇などの問題を抱えながら、不確定要素を様子見しつつ、消費行動が行われている。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・様々な物の価格が上昇しているが、消費者の消費意欲が減退している様子はみられない。イベントを開催すると予想どおりの集客があり、売上も前年と同程度か2～3%上回っている。
	☐	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月も今月も前年比7%から10%の来客数増加となっており、やや良い状況が継続している。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・景気が良いのか悪いのか、余り実感できる材料がない。
	☐	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇に世界情勢も重なり、海外旅行に出掛けづらくなってきている。ロシアによるウクライナ侵攻、中東事情に米国も加わり状況が良くない。湾岸戦争のような時代が来ると旅行会社にとってはイメージダウンで、懸念している。夏にかけては気候の動きも大変不安である。
	☐	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・大阪・関西万博への旅行の問合せが増えている。旅行代金は物価の上昇に連動して値上がりしているが、旅行者は増加している。これから暑さの厳しい夏を迎えるが、外出する人は増える見込みである。
	☐	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・4～6月は団体旅行の上期における繁忙期として好調であった。
	☐	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・特に変わりはないが、インターネットの用途が変わりつつある。見守りカメラの設置やテレビで動画配信サービスを見たいという理由のほか、漠然とインターネットを利用したいから始めるという人も増えつつある。
	☐	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・6月に入ってから来客数が減少している。大阪・関西万博へ行く人が多い。
	☐	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・休日の企業催事のお陰で、どうにか目標の入園者数に達したが、月の前半は天候不順、後半は猛暑により、全体的に集客が伸び悩んでいる。
	☐	観光名所（案内係）	お客様の様子	・客はどの店でも長居することなく、早々に帰る人が多い。
	☐	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	それ以外	・地域の観光地では貸別荘やキャンプ場などで安定した集客がある様子だが、周辺の生活域でのにぎわいは今一つである。
	☐	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・前月同様にホワイトニング商品のキャンペーンによる売上が伸びている。
	☐	美容室（経営者）	来客数の動き	・3月はまだ肌寒く出足が悪かったが、6月に入り暑くなったことでパーマやカットに来店する客が多くなってきた。
	☐	美容室（経営者）	お客様の様子	・ガソリン代や電気代の高騰による影響か、客の来店頻度が下がっている。以前は1か月に1回来店していた人が1か月半に1回になった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・ほとんどの客が物価高や米価格の高騰に関する話題で持ち切りで、景気が良い材料は見当たらない。
	□	その他サービス [介護サービス]（職員）	単価の動き	・値上がりによる経費の高騰はあっても、介護保険制度によりサービス費の改定ができないジレンマを抱えている。
	□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・人件費や材料価格の高騰はあるが、受注は若干上向き傾向である。
	□	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・明確な住宅購入を促進する施策がみえてこず、来場客もまばらである。
	□	その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・来客数は増加しているものの、成約にまでつながっていない。
	□	その他住宅[不動産賃貸及び売買]（営業）	お客様の様子	・修理代も高くなり、すぐに施工しない家主が増えた。
	▲	一般小売店[酒類]（経営者）	来客数の動き	・飲食店への来客数はどの店でも大きな波があり、来客数がゼロの日もあれば満席になる日もある。それに伴い、飲料・酒類の販売は安定しない。
	▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・これまでインバウンドや富裕層による高額品の売上に支えられてきたが、今月は厳しい状況である。外商や法人顧客の受注も、手控えや先送りが目立つようになってきている。一方、雨天が少なく例年以上の暑さで、夏用の化粧品や婦人雑貨、婦人服などの動きが目立つ。和菓子や洋菓子の動きは暑さの影響を受けて鈍いものの、米や総菜の値上がりがあるなかで、弁当の売行きが好調である。単品での購入するよりもセットになった弁当を購入する客が増えている。
	▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・客単価の下落に加え、インバウンドの売上が大きく落ち込んでいる。
	▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は横ばいであるが、今月に入って買上率や客単価が下がってきている。高額商品の動きも少し鈍くなっており、インバウンドの買上も減少している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・値上げの影響で高額品やブランド品、インバウンドなどの動きが悪い。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑の影響で食欲が湧かないという会話が店内では挨拶のようにある。食料を買い込むというより、必要な分だけの購入になっている。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・スーパーの食品売場においては、単価の上昇による売上の増加がみられるが買上点数は減少している。衣料品や暮らしの品については、食品に家計の大部分が回っている影響でかなり販売量が減少している。生活必需品の伸びも厳しく、衣料品・暮らしの品の売上の落ち込みはかなり深刻な状況である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・より一層財布のひもが固くなった印象を受ける。スーパーやドラッグストアには価格面で劣るコンビニへの客足が鈍くなっている。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・賃上げ効果もみられず、むしろ節約志向が高まっている。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	来客数の動き	・来客数が減ってきている。猛暑も原因の1つだが、財布のひもが固くなっている。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・平日はめっきり来客が減り、土日で何とか盛り返している。ボーナス支給前は財布のひもがかなり固い。スーツを購入する人はほとんどなく、上下のセットアップやノーアイロンシャツ、パンツ等を単品で買う客が多い。特にノーアイロンのワイシャツが売れているが、大手ファストファッション店が隣にあり比較をすると値段が高いことため、見るだけで移動する人も多い。なかなか厳しい状況が続いている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型車が発売されたものの動きが悪い。予想したより来客数も少ない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は動きが少なかった。前月はやや良かったことから期待したが今一つで、例年どおりかやや悪い程度である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・在庫がなかった頃と在庫がある程度確保できている現在で、販売台数にほとんど差がない。納期が掛かるイメージが浸透し、在庫があってもすぐに購入とならず、買い方が変わってきている。横ばいが続いている。
	▲	その他専門店〔書籍〕（社員）	販売量の動き	・新年度になってから注文量に余り勢いがみられない。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は悪化している。関西方面に日本人客、インバウンド共に集中し、当地域は少ない客の取り合いとなっている。宴会、レストランは従来どおりである。
	▲	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・米国の関税政策による影響や米価格の上昇等でかなりの節約意識がある。新幹線も意外と空席があり、世界情勢の不確実性が増して消費者心理に影響しているように見受けられる。生鮮食料品店は、低価格店に客足が流れている。百貨店は取りあえずインバウンドに支えられているが、居酒屋など飲食店は人手不足もあいまって、人気店と不人気店の差が開きつつある。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・なぜか月を追って客の乗車率が低迷している印象を受ける。2～3か月前は新社会人や退職者の歓送迎会等も手伝って深夜の乗車客があったが、ここ最近では、人出はある程度あるものの乗車には至らない。景気は以前より悪くなっている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数は、前年あるいは前月と比べてやや減少する程度にとどまっているものの、解約件数は大きく増加しており、景気が悪化している。
	▲	テーマパーク（職員）	単価の動き	・価格が安い物を購入する客が多い。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・売上が減少している。遊技機が客にとって遊びにくくなりつつある。週4日来店していた客が、週2回に減少するなど非常に厳しい状況となっている。
	▲	パチンコ店（従業員）	単価の動き	・高齢者層の来店控えにより、低単価商品の売上が減少した。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・気温が高くなり例年であれば来客数が増える時期だが、今月は余り伸びなかった。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客から景気の良い話は聞かれない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・建築工具が2～3割値上がりし、建材も人件費も上がり、物価高が止まらない。どのリフォーム物件でも、良質な建材は使えないと同業者が苦しい胸の内を語っている。いつになったら経済が回るのか心配である。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・どの店舗でも前年比100%を超える店舗はない。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の年齢層が高いため、電話をすると体調が悪く外出を控えているという人がほとんどである。実際に来店すると買い控えはみられない。高齢者には、物価高よりも暑さの方が堪えている様子である。
	×	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高と天候不良の影響を受けて野菜等の価格が大きく変動している。客からは将来に対する不安の声ばかりが聞かれ、新車購入どころではない様子である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず物価高騰への対応がみられない。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・良くなった要素が1つもない。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・廃業する下請け業者が増え、今まで休みを取れなかった下請け業者の従業員も休めるようになったが、仕事の発注も少なくなった。
企業 動向 関連 (東海)		-	-	-
	○	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・A I向け最先端技術に使用される電子材料薬品が好調で、特に台湾、中国向けが伸びている。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・取引額トップの客から一部の製品において通常の3倍以上の追加注文が入り、一気に在庫がなくなり、増産体制に入っている。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国の関税施策で設備投資の様子見している客は多いが、もう待てないという雰囲気もあり、北米を中心に半導体関連の受注増加に備えて各代理店が在庫を増やす動きがある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	新聞販売店〔広告〕（店主）	競争相手の様子	・熱中症対策が義務化された影響で、従業員に対する福利厚生充実が図られており、クールネックやアイスベストなどをあっせんしている。季節的な循環需要を考えると良い動向にみえる。
	□	食料品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は国内外共に大きな変動はない。国外情勢に懸念事項が多いが、現状は各国に動きは見られない。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・株価が5か月ぶりに4万円台を回復し、景気は悪い様子ではない。為替もよく変動するがトレンドも読み取りやすく極端な動きではない。街のにぎわいや人気店の行列は続き、景況は良好である。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の値下げ圧力があり、世間の動きと逆行している。仕事量が少ないのか、値上げ基調に乗ってこない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・次期製品の開発中である。市場の動きに変化は余りない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年も半年が過ぎたが、生産量が完全に横ばいとなり、良いとも悪いともいえない状況である。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・まだ不安要素が多くあるなか、参議院選挙も控えており先が見えない。米国の関税引上げもあり、どうなるか分からない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高による消費者の買い控え、米国関税の影響による輸出入低迷などで、物量が前年比3%ほど減少している。
	□	輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・取扱荷物の運賃交渉を全社的に進めているが、荷主からの理解がなかなか得られずに難航しており、自社の運賃値上げの達成目標に到達していない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内の輸送物量が鈍化している。今後の動きも見えない状況が続く。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・仕事量は前年より少し落ち着いているものの、ある程度荷主の理解が得られ、値上げしたことで何とか体裁を保っている。荷物量がいつか戻るのか、このまま戻らないか、荷主に聞いても明確な回答は返ってこない。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店などの業種では厳しい状況が続いている。仕入価格の高騰による影響が大きい。
	□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費や人件費等のコスト上昇にもかかわらず、受注価格には上昇分が転嫁できていない。原価率は上振れ傾向であり、利益に与える影響は大きい。
	□	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨の日が少ないこともあり、外出や遠出をする人がやや増加傾向にある。今月の売上は前年を上回っている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・売上、利益共に前月と大きく変わるところはなく、ほぼ横ばいである。前年と比較すると伸びている企業は多いが、売上の伸びほど利益水準は伸びていない。外国人向けのサービスについても、4～5月と比べると少し悪化している。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・個人事業者も法人も、取引先が法人のところは売上が順調に伸びているが、客先が個人消費者のところは売上が減少傾向にある。ここしばらくこの傾向は続いており景気は変わらない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・米国の関税政策がまだ不透明なこと、諸物価の上昇、梅雨前線の消滅による天候不順で農産物への悪影響が大きいことなどから、受注量、販売量共に6～8%減少しており、景気はやや悪い。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売先の状況は例年より10～20%減少している。価格も弱含みで若干下落している。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が収まらない。消費金額は変わらなくとも物価高の分だけ消費できていない。現在の政策運営では減税も期待できないということで、消費者の財布のひもはより固くなってきている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・全体的に部品の費用が上がり、コストパフォーマンスが悪くなっている状態で、値段を上げたいが上げられない。その一方で競合先が若干価格を下げてきている状況で、販売に苦しんでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・今まで取扱件数が100件くらいの発注が多かったが、最近では5～6件での注文が何回か来る状況で、トータルの注文数は下がり気味である。1回の注文金額が大分下がっている。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・今月も前月同様、住宅見学の来場者が伸びない。よって、前年同月と比べ契約数は60%程度である。この数か月は客の動きが悪い。
	▲	通信業（法人営業担当）	競争相手の様子	・公共案件の入札が2件あった。各案件で過去のデータベースを参考に競合先の応札価格を推察し、それを下回る金額で入札した。結果として自社が落札できたが、自社と2位以下の価格は大きく開いていた。これまでもと比べて競合他社は経営事情が変化し、大幅な価格抑制ができなくなっている。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・生活必需品や食料品の価格高騰、燃料値上げが常態化しており、賃金上昇の気配もない一方で社会保険料は徴収され確実に手取りが減っているため、生活にゆとりがない。食料品売場でも、20%から30%引きの総菜に、多くの客が群がっている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・備蓄米が放出されたとはいえ、物価は上がり続け、給与は上がらないという状態が続き、厳しい状況である。
	▲	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・特に小規模の企業では、紙媒体等の広告を自ら作成する企業が増えており、少しでもコストを抑えようとする傾向がみられる。
	▲	行政書士	受注量や販売量の動き	・荷主から出る貨物が少なくなっているため減車していると聞く。
	▲	その他非製造業 [ソフト開発] （経営者）	受注量や販売量の動き	・日米の貿易交渉の不透明さから、新しいものへの政策が途絶え、経済は停滞している。原油価格の高騰もあり、先行きは非常に不透明である。こういうときこそ新製品や新しい取引先の開拓に動かなければならない。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。仕入価格は一部低下しているため、販売価格競争が厳しくなっている。
雇用 関連 (東海)	-	-	-	-
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年と比べ社内研修会が多い印象を受ける。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・周辺顧客からの引き合いは好調であり、エンジニア採用拡大のため当社の求人数も増量方向である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・企業の直接雇用や無期転換も増加しており、長期就業の動きがある。人材紹介の依頼も3か月前と同水準である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・依然として物価上昇に賃金上昇が追いついていない印象が強い。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車販売では、前月同様に地元の大手自動車メーカーが好調を継続し全体をけん引している。他の国内メーカー2社は新型車の効果もあり好調だが、その他は変わらず苦戦している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人について、製造業では増加している。一方で、多くの業種では、人件費や光熱費の高騰により求人数を減少又は求人提出を控える動きが見受けられた。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前と比較して、全体で7.8%減少した。産業別では、卸売業・小売業が微増、製造業、不動産業、宿泊業・飲食サービス業の新規求人数は減少となった。全体の新規求人数について、3か月前との比較では減少となっているが、前年同月と比較すると1.0%の微増となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が減少している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・米国関税施策が雇用に与える影響はみられない。人手不足感は続いているが、求人数に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・大手企業からの新規求人は例年よりも落ち着いているが、引き続き人手不足の影響からニーズは高い。ボーナス支給時期の関係などもあり、採用トレンドは例年と変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業、特に自動車業界が米国の関税による影響を受けて輸出が厳しい状況にある。周辺企業への圧迫感もあり、慎重な姿勢が続いている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は若干減少しており、求職者の希望条件とのかい離が大きく、採用者数は減少している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比で求人総数、フルタイム、パートタイムいずれも6か月連続減少している。総数を産業別にみると、運輸業等一部の業種を除き、ほぼ全ての業種で減少している。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・米国の関税政策による影響は、製造業以外に運輸業でもみられる。貨物の量が減って収益が低下するなどの影響が出ているという話を聞く。
	×	人材派遣会社（社員）	それ以外	・求職者数は前年と変わらないが、求人企業側の選考目線が厳しくなっていることやスキルを持つ求職者の取り合いとなっていることから、成約の実数としては減少している。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北陸)	-	-	-	-
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨の時期ということもあり、今までのようには来客数が伸びない。7月に日本で地震が起こるとい噂の影響で、アジアを中心としたインバウンド需要が激減しているという話を最近よく耳にする。確かに中華系の客が減っている印象を受ける。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・客単価は上がっていないが、来客数や販売数は伸びており、売場が少しずつ活気を取り戻しつつある。
	○	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・客単価が前年比で2～3%上昇している。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送サービス共に新規契約数が前年同月より増えている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・業界全体で例年よりも売上が増加している。来場者をみると、若年層やファミリーが増えている。現在は物価高だが、競輪場の入場料は非常に安く気軽に訪れることができる施設となっており、ビジネスチャンスと捉えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月の入出は前年同月比で約2割減少している。客の買い控え傾向が続いている一方で、一部の買回品店では、インバウンドの旺盛な購買意欲がみられる。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月の売上は、前年及び新型コロナウイルス感染症発生前の実績を超える見込みではあるものの、内容が良くない。富裕層によるラグジュアリーブランドの時計や宝飾などの一時的な高額品需要に支えられているだけで、基幹商品群である衣料品は苦戦している。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価が上がるなかで食品の購入に対する節約意識が依然として高く、値段が上がっていると客が話している姿を見掛ける。
	□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・細かな値上げや備蓄米の投入などにより客単価の動きはあるが、販売量には大きな変化はない。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比では数%落ちている程度でほぼ横ばいとなっている。来客数の微減は商品価格の上昇が大きく影響している。客のコンビニに対する意識は、利便性よりもちょっとしたぜいたくを求める方向に変わってきている。以前はドラッグストアと共存できていたが、ドラッグストアの商品価格は飲料を含めコンビニよりかなり安価であり、競合先となっている。現在はスイーツや限定品などでの差別化により、目的を持ってコンビニを利用する客層を確保できており、売上を維持できている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客は節約志向が強く、不要不急のものはなかなか購入しない。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・地方都市における生活の足である自動車の購入に対して、客の慎重な様子は変わらない。自動車の使用期間が長くなっている。
	□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・売上全体は前年とほぼ同水準となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・これだけ物価高が続くと、客はし好品である酒の購入を後回しにしてしまう。あるいは買わなくなってしまうかもしれない。そうなると最悪である。
	□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・米を中心とした食料品価格の上昇により、客の節約志向が一層高まっている。一方で靴やかばんなどの買換えは進んでおり、夏に向けた外出需要が見込める。
	□	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登半島地震の発生以降、休業状態が続いている。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの相談内容に変化がない。
	□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・特段、好材料も悪い材料もない。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・気温が30度を超える日が続いているからか、夏用のシャンプーの売上が好調である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きは活発で、今月も前年と同様の契約件数がある。契約件数は前年と変わらないが、商品性能を向上させて単価を高くしたため、売上は増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰や人件費の上昇が止まらない。
	□	住宅販売会社（営業）	販売量の動き	・景気が変わらないというよりも、読めないといったニュアンスに近い。客足にブレーキが掛かっている印象は薄いものの、とにかく販売が伸びない。高い買物がますます敬遠され始めている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・食料品の動きは堅調といえるものの、婦人用、紳士用、子供用全ての衣料品の動きが低調に推移している。
	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、入店客数と購買客数は共に減っている。購買率も前年比では2～5%減少し、苦戦している。特に衣料品の購買は春以降非常に苦しい状況である。低価格商材を導入したが伸びておらず、客の動きは慎重な購買から買い控えへとシフトしている。化粧品はブランド品が苦戦している一方、韓国製などの低価格商材は伸長している。若者だけでなく、40代以上の女性も節約志向になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇による生活環境の変化に伴い、購買意欲も変化している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・物価高騰によりファッションなどのぜいたく品は敬遠されがちである。
	▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価高騰が止まらないため、客の購入数量が減少している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、人の動きが極めて悪くなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月以降、大阪・関西万博の影響もあるのか、平日の集客に苦戦している。特に6月は新型コロナウイルス感染症発生前よりも5%ほど売上が減少している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門では国内旅行者数の減少が今月も続いている。季節要因によりインバウンドも伸びが弱い。宿泊客数の減少によりレストラン部門でも売上が減少している。宴会部門は件数が伸びており前年を上回っているが、予算には届いていない。
	▲	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス、レジャー共に個人客の予約状況が弱く、前年及び前々年の稼働率を下回っている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ここに来て観光客が大幅に減っている。大阪・関西万博や参議院選挙があり、夜の街に出掛けなくなっていることが理由とみている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・客がタクシーの乗り控えをしている。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年の北陸新幹線延伸効果や観光支援策の特需による反動があり、前年同月と比較して個人客、団体客共に来客数の動きが悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・他県における受注の減少を、能登半島地震からの復興需要による受注がカバーしている。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・今月は来客数が少なく、売上面では非常に苦戦している。予算とのかい離が大きく、過去経験したことのない進捗率となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・例年は比較的安定している月だが、今年は春から来客数の動きが鈍くなっており、例年の9割程度である。居酒屋は若い客で満員と聞く。常連客の話では不景気になっているということである。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・量産品の受注状況は自動車関連を中心に若干上向き傾向になっている。その他の民生用電気機器や産業用電気機器関係の受注には目立った変動はみられないが、何とか横ばいを維持できている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土木工事と舗装工事、電気設備工事の業界では人手が余っているという話は聞かない。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・2月から4月中旬までの株価の下落から現状は安定しており、3か月前と比べて現在は売上が順調に推移している。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・急激に気温が高くなり、エアコン製品や熱中症対策グッズを中心に小売業では動きが出ている。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震で被災してから約1年半が過ぎたが、受注は数量、金額共に震災前には遠く及ばない状況が続いている。機能的に復旧したとしても、被災企業にとっては厳しい現実があることを痛感している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は変わらず推移している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械の受注量は内需、外需共にほぼ横ばいに推移しており、良くも悪くもなっていない。
	□	建設業（役員）	それ以外	・足元の景気については、3か月前と特段変わりはない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・B to Bの受注量は横ばい、ないし微減となっている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からは客の動きが少しずつ出始めていると聞いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・廃業や解散の依頼が多いが、黒字廃業の案件が多い。
	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・米国政権の関税措置による影響は、現時点においても正確には見通せないが、様子見により発注を抑制する取引先があったという声や、取引先から値下げ要求があったという声がある。
	×	-	-	-
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
	○	*	*	*
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・業種によって上向き、下向きの差が激しい状態が続いている。従来型の業種は総じて人手不足感が強いが、だからといって景気が良いわけではなく、物価高の影響は広範に及んでいる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数は前年同月と比較して変化はないが、有効求人倍率が下がり続けている。人件費や原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などが影響している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人手不足の業界や不人気の業界は常に募集しているものの、人が集まらずマッチングしていない状況である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業によってまちまちの状況ではあるが、全体的に製造業の派遣先企業からの依頼が減っている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業からは、売上は変わらないが物価高騰により利益が減少していると聞いている。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・当店はビジネス街にあり、近隣に2軒のホテルがある。5月末頃から大阪・関西万博に行く人でホテルの稼働率が上がったため、売上が8%ほど伸びている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・客単価が上がっているほか、来客数も増えているため、例年よりも売上が増えている。24時間、常に安定した売上が上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンの販売が伸びている。また、OSのサポート終了でパソコンの買換え需要も高まっており、前年よりも販売量が大幅に伸びている。
		都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・大阪・関西万博の開催のほか、フェスやライブの開催が増えたことで、高単価、高稼働での推移となっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9687円と、3か月前の8280円よりも上昇した。ただし、グレードの高いレースの開催で全国から客が来場し、客単価の上がった影響が大きいため、一過性の動きとみられる。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・梅雨の時期でも比較的天候が安定していたため、野菜の価格が下がって販売が伸びているほか、果物も種類が増えて販売が伸びている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・備蓄米などの販売が大手スーパーで始まっているが、当県のお米クーポンの利用で、単一ブランド米を購入する客も多く、売上は前年を大きく上回っている。今後も備蓄米を求める客と、通常米を求める客の2極化が進むと予想される。なお、当店でも備蓄米の販売準備を進めているが、販売日は未定である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候の良い日は出歩く人が多くなり、気温の上昇もあるため、飲料や酒類の販売が前年よりも伸びている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年6月は近隣からの客が中心であるが、大阪・関西万博の影響で、今年は外国人客が非常に多く、売上が過去最高となる日もある。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・どんどん暑くなり、冷たい物が売れている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・こどもみらい住宅支援事業、給湯省エネ2025事業により、水回りのリフォームへの関心が高まり、案件が増えている。
	○	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・平均株価は4万円程度であるが、今後は来年に向けて上昇する見通しである。同時に物価も上がるが、賃金もようやく上がり始めたことで投資や消費が増え、景気は良くなると予想される。
	○	その他専門店【ドラッグストア】（店員）	単価の動き	・客単価が150円から200円上昇しているほか、買上点数も増えている。価格の上昇も進んでいるが、価格を気にして購入する雰囲気はなくなりつつある。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月、前々月は売上の前年比が悪化したものの、今月に入り、中旬以降は数値が大きく伸び、前年比は今年度で最も良くなっている。ただし、関西の水準は関東や西日本地区よりも低い。
	○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・パンダの返還に関する報道により、例年に比べて観光客の利用が増えている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・客室稼働率は85%以上を維持しており、売上、利益共に、非常に良い水準で推移している。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	単価の動き	・インバウンドを除く国内客の単価がアップしている。当ホテルは立地的に大阪・関西万博の影響は少ないものの、10%ほど単価が上がっている。これが万博の影響かは分からないが、万博会場周辺ホテルの単価上昇や高稼働の影響で、客が流れてきた可能性はある。一方、料飲部門はレストランの料金を上げたことで、来客数は少し減っているが、売上は伸びている。その反面、宴会はここ2か月ほど、前年よりも同窓会などが減っている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響もあり、いろいろな国籍の外国人が当地域に来ている。ホテルでも外国人客の利用が増えている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博が開催中であり、来阪の動きが増えるのに伴い、やや良くなっている。
	○	通信会社【貴金属オークション】（経営者）	単価の動き	・地金相場の上昇が続いている影響で、直近はプラチナ相場の上昇が顕著である。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・3か月前に反響の薄かった商品が成約し始めている。
	○	その他住宅【展示場】（従業員）	販売量の動き	・運営する住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べて増加傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・景気は上向いているが、呉服業界に変化はない。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・夏物商戦では水物ギフトの販売量が増えないため、売上の増加は厳しい。
	□	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催効果が、引き続き出ている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上は前年比で20%程度減少しているが、前月比では1日当たりで8%程度増えている。月前半は一般品、消耗品共にマイナスであったが、月全体では消耗品が10%程度増える見込みである。一方、国内売上は前年並みで、今までと傾向に大きな変化はない。
	□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が前年比で40%減となっており、売上全体が減少する大きな要因となっている。一方、国内客については大阪・関西万博効果もあり、入店数、売上共に前年を上回っている。
	□	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・大阪・関西万博関連グッズやその他のイベントでの集客が好調で、売上の増加につながっている。
	□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前年のインバウンドの活況による反動減で、今月も売上全体は前年を下回る状況であるが、冷感素材商材を中心に、スカーフや扇子といった寒暖差対策商材に動きがみられる。また、高価格帯の化粧品のセット販売が好調である。
	□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・インバウンド売上は前年比で減少しているが、来客数に変化はない。買物目的の訪日ではなく、純粋な観光客が増えた影響とみられる。一方、国内の富裕層の買上状況は順調であり、一般客も一部で買い控えがみられるものの、ほぼ前年並みとなっている。
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・週末の雨で来客数が苦戦し、食品などの販売に影響が出ているほか、値上げの影響による不振も続いている。また、インバウンド消費も来客数の減少以上に、買上数の減少が目立つ。
	□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比べて、空港ターミナルの増設や大阪・関西万博などの恩恵で、インバウンドの来客数は維持できている。ただし、購買単価の大幅なダウンにより、特選品や化粧品を中心としたインバウンド需要は約35%の減少となった。国内の富裕層や中間層も慎重な節約志向が続いており、ファッションや食料品関連でも、価格に対して厳しい選択行動がみられる。
	□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・インバウンドの来客数が前年を下回る傾向にある一方、国内客の来店傾向は変わらず堅調である。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・訪日外国人の売上減少が続く一方、国内客の消費には大きな変化がみられない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年10月の改装から安定しており、今後も続く予想される。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・一般消費者の間では、節約志向や低価格志向が更に強まっている一方、インバウンドの利用が増えている。インバウンドは百貨店などで前年割れの動きがみられるが、スーパーでの買物は免税目的ではなく、宿泊時などの日用使いとしての需要が増えている。
	□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・来客数は横ばいで推移しているが、販売点数や来客数の減少を単価の上昇では補えず、前月と同様に売上が減少している。米が不足している関西では特にその傾向が強く、関西での売上減少を首都圏の売上増でカバーしている。
	□	スーパー（企画）	お客様の様子	・備蓄米の放出の影響で売行きは好調であるが、他の商品は好調とはいえない。
	□	スーパー（企画）	来客数の動き	・食料品の単価が上がっているが、1人当たりの購入金額は大きく変わらない傾向が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が始まって以来、インバウンドを中心とした観光客による来店の増加が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・様々な要因はあるが、売上に大きな変化はみられない。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数、売上共に大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前月に続き、3か月前よりも来客数が減少している。単価も横ばいのため、全体としては売上の減少傾向が続いている。ボーナスの支給効果に期待したが、一部の大企業や優良企業を除いて、全体的に停滞感がある。
	□	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・衣替えのシーズンで販売意欲がみられるが、以前よりも抑え気味となっている。
	□	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・新車の販売台数は前年並みで、中古車は前年を上回る予定であるが、売上目標は下回りそうである。新車は一部の高額車種に良い動きはあったものの、全体的に好調とは言い難い。車両単価の上昇と、インパクトのある新型車両の不在が主な要因である。中古車は価格設定を下げたことで販売台数が好調に推移するなど、価格の変動に客は敏感になっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・多方面での物価の上昇もあり、消費者の購買意欲が鈍化傾向にある。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷状況は前年比で横ばいである。イスラエルと米国によるイランへの攻撃で、原油価格は急騰したが、紛争の長期化懸念が薄らいだため、一時的な上昇となる可能性が高い。それに伴い、景気への影響は限定的となる。
	□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・催事では、目的買いの客のほか、ふだんの客に対しても、定番品ではない商品の販売機会がある。ただし、ローンなどの決済がスムーズに進まず、売上を逃すことがある。
	□	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・食品や日用品などの生活必需品は好調を維持している。気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤を中心とした化粧品や化粧雑貨も順調であった。ただし、医薬品や健康食品、衛生用品などは減少が続いている。3か月前と比べて客単価は上昇しているが、来客数は伸び悩み、買上点数は横ばいとなっている。
	□	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・新カタログが発刊したばかりであるが、受注面にはそれほど反応がない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・特に大きな変化はなく、コンスタントに予約は埋まっているが、インバウンドは少ない。
	□	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・今月は大阪・関西万博の影響もあり、団体客は好調である。ただし、個人客は前年よりもかなり少なく、特に地元からの動きが伸び悩んでいる。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・パンダの返還による需要は好調であったが、大阪・関西万博に伴う需要は期待外れである。また、万博関連での観光消費が増えていることで、大阪から周辺県の観光地への客足が減少している。
	□	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・劇的に良くなっている様子はない。
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇や原材料価格の高騰で、利益が圧迫されている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・今年度の端末販売は、前年並みの販売量で推移している。3か月前との比較でも、景気の大きな変化はない。
	□	テーマパーク（職員）	単価の動き	・生活に必要なお金が増えている一方、給料や年金給付額が突然増えるわけではない。
	□	ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・入込客数及び単価が悪化している。
	□	競艇場（職員）	販売量の動き	・ネット投票を中心に好調で、売上は前年比でプラスであるが、前月までのような大きな伸びはみられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材価格の上昇が止まらず、利益が圧迫されている。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売では、都心のタワー物件を中心に好調が続いており、賃貸マンションの賃料も上昇傾向にある。一方、郊外では苦戦している物件が増えており、都心との格差が広がっている。
	□	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	お客様の様子	・設備更新の受注は横ばいであり、積極的に検討する客が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・タワーマンションの一部の特殊な住戸など、富裕層向けの物件は好調に販売が進んでいる。ただし、一般的な実需向けの物件は、住戸価格の高騰もあって販売鈍化の様子もみられる。特に、建築コストの上昇が不動産市場の悪化要因となっている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・買上客が減少するなど、客は購買の決定に慎重となっている。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・月初めからほとんど客足が伸びない。5月のゴールデンウィークや大阪・関西万博にお金が使われ、財布のひもが固くなっている。中旬になれば少し改善されると期待したが、今度は悪天候に見舞われた。突然の豪雨や予想外の梅雨明け宣言、その後の猛暑により、最後まで客足は伸びず、良くない結果となっている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・物価の上昇による国内客の減少に、インバウンドの減少が加わり、2重のダメージを受けている。
	▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	販売量の動き	・前年に好調であったインバウンドの反動が、3月から徐々に大きくなっている。来客数、販売量共に鈍化し、前年を下回る店舗が増えた結果、国内消費が中心の店舗だけが前年を上回っている。インバウンド比率が高い店は前年比が90%前半、低い店では97%、インバウンドがほぼいない店が99%となるなど、前年よりも土曜日が1日少ない影響もあり、苦戦している。為替の変化や政治への不安があるなか、客単価は3%アップしているが、これは原材料価格の高騰による商品単価の上昇の影響である。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が前年と比べて減っているほか、1人当たりの販売量も減少している。
	▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食店関係も郊外の店は良くなく、ゴルフ場なども厳しい状態となっている。
	▲	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客は、継続的な物価の上昇に加えて、国際情勢の先行き不透明感もあり、消費意欲の減退が少しみられる。インバウンドは為替の変化による影響が続いており、伸びていた高額品を中心とする免税売上が、第1四半期をピークに大きく減少している。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・円高の影響や購買動向の変化でインバウンド売上が減少している。また、オーバーツーリズムや物価上昇の影響で旅行需要も低調となり、衣料品などの売行きも厳しい。衣料品はクリアランスセールに伴う需要も低調で、必要な物しか買わない傾向が強い。
	▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・国内消費、インバウンド消費共に、前年よりも悪化している。
	▲	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数がやや減少気味であり、衣料品の動きが鈍い。
	▲	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・物価の上昇による買い控えにより、来客数の前年比の伸び率は3月よりも1.5ポイント縮小するなど、衣料品、食品共に苦戦している。高額品の動きも鈍く、全体的に不調となっている。
	▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・大阪・関西万博の開幕後は、来客数が前年を大きく上回っているが、売上をけん引してきたインバウンドの国籍が変化し、免税売上が減少している。増加した欧米の客は単価が低く、食品やホテルでの宿泊にお金を掛ける傾向がある。買物目的が中心であった中国からの客が減ったことで、単価が半減している。
	▲	スーパー（社員）	競争相手の様子	・今月に入って競合店が備蓄米などの低価格販売を始めたことで、客が他の店に流れている。前年の後半から、米価格の上昇に伴う食品売上の増加が続いていたが、当社の店舗ではやや頭打ちになっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・梅雨が明けて、連日35度を超える猛暑となっている影響で、来客数が少ない。当店は60代以上の客が大半であるため、今後は余り外出しなくなる。
	▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・円安の継続でエネルギー価格や物価の上昇が続き、客の購買意欲は低下している。現状は必要最低限の商品しか売れていない。特に、付加価値の高い高額商品は販売が伸び悩み、低価格品の販売が増えているなど、なかなか厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は値上げの影響で伸びているが、販売数量が徐々に落ちている。
	▲	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・当店の売上が前年を下回るなど厳しい状況にある。インバウンドを含めて消費の動きが悪化しており、特に目立った商材もないため、全体的に厳しい。
	▲	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・直営のカフェでは来客数が減少している。特に、欧米からの5～6人のグループ客が激減している。また、4月中旬の値上げから1か月が経過した頃から、リモートワークで利用していた客が7割方来なくなっている。
	▲	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・昼の時間帯は前月よりも来客数が増え、売上も伸びたが、夜間は5月と同様に来客数が伸びず、厳しい状況となっている。
	▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・駅ビルの工事に伴い、前年はかなり好調となったため、今年は前年割れとなっている。例年よりも暑くなる時期が早いなか、当社の商品は暑さに弱いため、客足に影響が出始めている。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・トレンドの変化が少なく、特に目立った商品がない。
	▲	都市型ホテル （客室担当）	単価の動き	・インバウンド需要は比較的上向いているが、国内需要が落ち込んでいる影響で、販売単価が低下している。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・団体客による大阪・関西万博の日帰りバスツアーは好調であるが、全体としては宿泊費の高騰もあり、交通費を抑えられる近場での旅行需要が高まっている。特に、東京方面への旅行はその影響を大きく受けており、需要が減少している。
	▲	旅行代理店（支店長）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響で、旅行需要が減っている。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・6月からの猛暑や空梅雨といった天候不順により、客の外出意欲が減退している。大阪・関西万博への来場も、暑さや混雑のニュースの影響で少し停滞気味である。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・中東やウクライナなどの情勢が安定せず、物価の上昇が避けられない状況が続くなか、客の購買意欲が低下している。
	▲	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響で、来場者の減少がみられる。特に国内客の減少が目立つ。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇でレジャーへの出費が抑制傾向にあるほか、関西特有の事情であるが、大阪・関西万博の開催でレジャー需要がそちらに流れている。これには、小学生の無償招待などの影響もある。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	それ以外	・例年以上の異常気象による水道光熱費などの負担増や、物価の上昇により、運営費の負担が過剰となる状態が続いている。
	▲	美容室（店員）	単価の動き	・カラーやパーマの周期が延びており、カットのみのオーダーが増えている。
	▲	住宅販売会社 （総務担当）	お客様の様子	・物価の上昇に収入の増加が追い付かず、ローンの借入期間を長くする傾向がみられるほか、購入を見送るケースもある。
	▲	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）	それ以外	・物価の上昇が実感される。
	×	商店街（経営者）	競争相手の様子	・近隣にスーパーがオープンしたため、業況が悪化している。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・必要な物を、最低限しか購入しない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	競争相手の様子	・近隣の競合店が、販売不振のため閉店となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・ 今月24日までの来客数が前年比で7.7%減と、6月に入って更に悪化している。客が買物の回数を減らす動きがみられる。特に、生鮮3品は値上げの影響もあり、単価は下がっていないものの、買上点数が急速に減少している。近隣に競合スーパーの出店が相次いでいることを考慮しても、今月は非常に悪い。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ ゴールデンウィーク明けから6月までで、来客数が前年比で約6割まで減っており、売上も6～7割にまで減っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ 客の価格に対する反応が厳しく、月後半にはバーゲンセールの下見に来店する客もみられる。
	×	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・ 来客数が減っており、国内客、インバウンドを問わず、観光客の来店も減っている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 月前半は小規模な団体による一定の需要がみられたが、個人客が激減した。米などの物価の上昇による家計への打撃が響いている。月後半は個人客も徐々に増えてきたが、客単価は低く、節約が続いている印象を受けた。他店の様子をみても、低単価の居酒屋や焼鳥屋などが、インバウンドを含めてにぎわっているが、利益が出ているほどではない。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 入込客数が激減している。
	×	都市型ホテル（営業担当）	単価の動き	・ 客室単価が高ければ予約が入らず、大きなイベントもないため、そもそもの需要も少ない。周辺の競合施設も価格を下げているなど、ここ数か月は地域全体で価格の低下が進んでいる。旅行サイトのクーポンやポイントなどの販売促進策が積極的に行われていることで、結果的に価格が下がっている。
	×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ 円安の進行やインバウンドの増加、物価の上昇などで、夏の旅行の受注は芳しくない。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・ 販売全体が減少しており、他社からの乗換えも純減となっている。
	×	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・ 5月から6月にかけて週末を中心に天候が悪く、来客数が前年よりも大きく減少している。また、大阪・関西万博による相乗効果も限定的である。
企業 動向 関連 (近畿)		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・ 大阪・関西万博の開催効果により、府外からの国内客の客足が増えていることで、土産品を中心に駅構内にはにぎわっている。
	○	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ 量販店のプライベートブランド商品は、ナショナルブランドよりも価格が安いと、出荷が増えている。ナショナルブランドの出荷は悪化する形となるが、それを上回る受注がある。
	○	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・ 大阪・関西万博の影響で、比較的好調に推移している。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 6月は天候に恵まれ、梅雨もすぐに明けたことで、飲料の売上は少し良くなっている。大阪・関西万博の影響も出ており、外国人観光客による飲料の購入が増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 需要のある部分にうまく関与できているため、やや良くなっているが、需要の継続性は不透明である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	競争相手の様子	・ 材料を供給するメーカーの売上は、軒並み前年割れのようなのである。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 大阪・関西万博関連の問合せは続いており、変わらず好調である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・ 米国の関税引上げの影響や、米価格を始めとする物価上昇の影響が続いている。中東での戦争により、今後は石油価格の高騰も懸念される。一方、関西は大阪・関西万博の開催もあり、消費マインドは悪くなく、一進一退の状況となっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 米国の関税引上げ問題の結論待ちであり、決着までは様子見の状態が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ ここ数か月は景況感に変化がない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・梅雨が明け気温も上昇するなか、エアコンの店頭での実売は好調に推移している。一方、冷蔵庫や洗濯機、テレビ等の大型商品は、ほぼ前年並みの推移となっている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・販売価格の引上げは、社会全体の流れとして比較的受け入れられている。ただし、原材料価格や人件費が上昇しているため、一定の利益が確保できる環境ではない。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は増えつつあるが、人件費の増加に伴う値上げ要請を受け入れてもらえない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・6月1日から労働安全衛生規則の改正により、熱中症の重篤化を防止するため、事業者には義務付けられる対策が強化される。人手不足のなかで生産性が落ちるため、工期内でのしゅん工が更に厳しくなると予想される。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に伴い、案件の単価が高止まりするなか、受注量は何とか横ばいを維持している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一定の問合せはあるが、受注量は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・客の消費マインドが落ち込んでおり、売上は低迷している。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	競争相手の様子	・特に変化がみられるような、外部要因が少ない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の訪問時に受注状況を確認すると、3か月前と変わらないとの回答が多い。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・6月の交通広告の需要が前年を下回っている。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・外国人観光客が訪れる地域では、小売や飲食の業況は好調である。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・いまだ価格の改定があり、その作業が多くて忙しいが、売上自体に変化はない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月から荷物の量が減っている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・ネット通販の普及により、実店舗での需要が減っている。それに伴って店舗の空室が増えて賃料が下がり、景気も悪くなっている。
	×	化学工業（管理担当）	競争相手の様子	・地政学リスクの悪化と米国の関税引き上げの影響を受けている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・販売店の店頭では、接客中の消費者に、購入への勢いがみられない。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・6月も2000品目もの商品が値上げとなった一方、可処分所得が増えない状況では、景気が良くなるはずはない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
	○	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・少し採用者数が増えているが、例年と比べるとまだ少ない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・6月は主に、次の2027年卒の学生に対するインターンシップの広報が盛んであった。特にイベントの開催が多く、最大手によるイベントでは来場した学生が近年で最多となり、1万人を超えたという情報もある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新たな求人の募集賃金は引き続き上昇しておらず、物価の上昇に賃金の増加が追いついていない。
	□	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・企業の採用意欲は高く、正規雇用、非正規雇用共に、求人数は高止まりしている。また、求職者の動きも引き続き活発である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・当社固有の問題かもしれないが、求人数が減少傾向にある。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・大阪・関西万博関係の求人は落ち着いたが、その他の観光関係の求人は増加が続いている。ただし、求人内容にマッチする人材の応募は少なく、苦戦している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用市場は、中長期的な経営計画に基づいて動いている。企業の慢性的な人材不足が背景にあるため、3か月という短期間では変化しにくい。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル広告の推移をみると、前年比、前月比共にほぼ横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の新規求人数は、原数値で5か月連続の増加となっているが、有効求人数の原数値は15か月連続の減少となっており、持ち直しの動きに弱さがみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人企業は物価や人件費の上昇による悪影響に苦慮しているが、求人数が減少する動きはみられず、3か月前と同じ水準で推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で3か月連続の減少となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月から5月は前年よりも求人数が増えており、持ち直しの動きがみられる。ただし、増えているのは一部の求人であり、全体的には変わっていない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・求人数、求職者数共に横ばいで、3か月前と変わらない印象である。求職者が少なく、マッチングに苦戦している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・景気に影響の出そうな国際情勢の変化がみられるが、現段階では企業の採用意欲は強いままであり、大きな変化はない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・中小企業は採用者の確保に苦戦しており、採用意欲は旺盛である。ただし、大手企業に比べて思うように賃上げが進まず、格差がみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・医療系の大学に対する求人の傾向は、求人数が増えているというよりも、求人の早期化が顕著である。採用活動の前倒しの傾向や、若年層に対する求人難が続いている状況に変化はみられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人数の季節調整値は4か月ぶりの増加となった一方、原数値では前年比で減少している。欠員補充など必要最小限の人員確保の動きが多く、事業拡大に伴う動きは少ない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・イランとイスラエルの軍事衝突や米価格の高騰など、景気の悪くなる要素が多いほか、世界情勢も安定していない。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・物価の上昇が消費の増加につながっている。また求職者の窓口でも、年金受給者や母子家庭世帯の求職理由として、物価の上昇による生活維持の困難を挙げるケースが増えている。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・3か月前は年度末であり、年度内の完成が必要な工事現場の稼働で、求人は増加した。その一方、現状はそれほど求人数が回復していない。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)		コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年よりも販売数と来客数が伸びている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・売上、来客数共に上昇傾向である。外国人観光客も多い。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・オーバーツーリズムの影響で、大都市圏から外国人観光客が流れてきている。これまで見掛けなかった国籍の人々が増え、物販においても好影響がみられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年より3%増加しており、回復傾向となっている。野菜の値段が下がり、野菜中心の特売品が売れており、集客となっている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・朝夕の来客数が増加している。公共工事や事業所への往来が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前の来客数を超えるようになってきている。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売できる車種の増加により、業界の景気は上向きと考えられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・収入が高くて安定している上場企業の社員や公務員などの宴会利用が前年比2けたの伸長となり、トータルの売上を支えている。食べ放題、飲み放題といった金額が決まっているメニューの利用ウエイトが高まり、平日のディナータイムの売上を支えている。一方で、一般客主体の週末のランチ利用は、日や週により売上の上下が激しく、予約宴会を除いた1人当たりの注文数は減少しているが、値上げによる客単価の上昇で歯止めがかかっている状況である。
	○	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・当施設の近隣でホテル観賞ができることから、それ目当ての宿泊や日帰りでの施設利用が増えている。
	○	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・インバウンド需要の回復により、観光地周辺での利用が増加しており、外国人の利用が目立つ。一般注文に関しても前年より増加傾向にある。
	□	商店街（理事）	来客数の動き	・暑さの影響で客が外出することがなく、商店街の客足も良くない。物価高で買い控えやバーゲンセールまで待つ様子もあり、警戒心が強い。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・ベビー服と子供服の専門店だが、客の様子から、景気が若干良くなっている。以前とは違い、購入すると決めて来店する客が多い。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・5月後半以降、例年と比べて経営が非常に厳しかった飲食店が多く、国内外の観光客も6月中旬以降は少ない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・新茶の時期になり、需要の高い抹茶の原料の仕入価格が倍になっている。今までと同じ品質の新茶の抹茶を倍の値段にしても売れるのが不安材料となっている。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・これからますます暑くなり、売上増加は見込めない。
	□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・大幅な増減がなく、前年並みでの推移が続いている。
	□	百貨店（外商担当）	単価の動き	・数か月前と比較して、富裕層の高額商品の購入が減少している。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・百数十万円の時計やブランドバッグが売れ、今月は前年並みの売上であるが、来月はまだ安心できない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・景気が後退している感覚はないものの、百貨店という小売業態に限って言えば非常に厳しい感覚はある。あらゆる消費財が値上がりしており、生活防衛上、百貨店で扱う少しぜいたくな品は避けられる傾向にある。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年の100%前後で推移しているが、販売点数は前年を大きく割っている。1品単価が上がっているため売上は前年並みを維持している。単価上昇に加え、今月は備蓄米の販売が全体の売上を押し上げている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の値上げが続き、商品が高くなったという客の声が相変わらず多い。父の日といった行催事と週末は前年超えの売上と来客数で推移しているが、平日は客の財布のひもが固く、売上の減少が大きい。備蓄米の販売に関しては、客から感謝の声がある。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・1品単価の上昇で売上の維持ができていない状況であり、買上点数は伸長していない。来客数は前年とほぼ変わらないが、来店頻度が低下している。値上げ基調のなか、低単価商品へ客の興味に向いており、今後も節約志向は変わらない。来店も割引デーに集中しており、まとめ買い傾向は強いままである。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・物価高により、生活必需品以外は買い控える状況に変化はない。
	□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・インバウンドが大阪・関西万博や首都圏等に偏り、観光を含めた地方への需要がない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・諦めに近いムードが漂っている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来店喚起という企業努力に手応えを感じる。
	□	衣料品専門店（代表）	お客様の様子	・物価高と増税により、使える金が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	☐	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇の影響なのか、生活必需品以外の商品が売れない状況である。
	☐	家電量販店（企画担当）	お客様の様子	・季節商材は好調であるが、暑さが前倒しになっている影響なので、特に景気政策が影響しているとはいえない。
	☐	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・エアコン、冷蔵庫、洗濯機の6月の売上が前年を割っているが、暑さが増して改善傾向である。
	☐	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・高額ではない車の販売量が増えた。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの生産台数が決まっているため販売が伸びない。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・4月以降、来客数の減少に歯止めがかからない状況が続いている。市場動向も低迷しており、他の販売会社も苦戦している様子で、何とか例年の状況に回復させたい。
	☐	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高の影響で、意外な物まで高くなり、経費率が高まっている。
	☐	その他専門店【土産物】（経営者）	来客数の動き	・地元からの来客数は安定しているが、観光客数が依然として少ない。そのため、鮮魚や野菜の売上は変わらないが、土産品やテイクアウトメニューの売上が悪い。
	☐	その他専門店【時計】（経営者）	販売量の動き	・当地では農繁期に入っており、来客数が減少している。
	☐	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・来客数が微減である。
	☐	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・梅雨時期なので観光客は少なく、イベントがないと外出機会もなく、来客数は少ない。
	☐	その他飲食【カフェ】（店長）	お客様の様子	・開業したばかりなので、リピーターとして来店してもらえなかに懸かっている。
	☐	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・国内、海外共にレジャー需要が停滞しており、ビジネスにおいても販売量が伸び悩んでいる状態である。
	☐	タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼晩と乗車率が低下している。旅行客のタクシーの利用はなく、今後に期待する。
	☐	通信会社（総務担当）	それ以外	・物価高基調は変わらないとみているが、米価格やガソリン価格は低下している。企業としては顧客需要の増加はなく、中長期的に売上減少の予測を立てている。
	☐	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・物価高により買い控えが続いている。
	☐	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・大きな増減ということではないが、今年度に入ってから、来客数と問合せ数が好調なときはなく、低調なまま推移している。
	☐	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率と、その解消率共に大きな動きはない。
	☐	通信会社（企画・総務担当）	お客様の様子	・価格に敏感な様子は前月から変わらない。優待価格期間が終了すると解約しがちである。
	☐	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・今年は梅雨入りが早く、雨の日が多かった6月はキャンセルが発生し、来場者は若干少ない。梅雨明けも早いようなので、残りの日数で集客が伸び、例年並みと予想している。
	☐	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日平均売上がほぼ横ばいで推移している。
	☐	美容室（経営者）	お客様の様子	・景気が良くならない。客が節約志向である。
	☐	設計事務所	お客様の様子	・大型案件は数年延期の決定がみられ始めたが、限定的とみている。
	☐	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍以降、新築住宅やリノベーションの引き合いが戻ってきたが、建設費の高騰で着工までの時間がこれまで以上に掛かっている。
	☐	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、来場者数が落ち込んだままで、今後も回復は見込めない。
	☐	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・米の価格が下がりつつあり、子育てグリーン住宅支援事業もスタートしたが、景気を底上げするほどの力はなく、状況は大きく変わっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社 (事業推進担当)	単価の動き	・物価高騰を含めた様々な要因で、単価は引き続き上昇しているため、当地では3000万円台の物件が減少し、何とか購入できていた世帯の来場につながっていない。また、世の情勢の先行き不透明感も不景気を助長している。
	▲	一般小売店〔眼鏡〕(経営者)	競争相手の様子	・チラシの単価が以前よりも下がってきている。
	▲	一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・例年、夏場は来客数が落ち込むことが多い。
	▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・お中元の数字は前年を割っており、客の来店頻度も低下し、売上も落ちている。
	▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・衣料品の売上が前年を大きく下回っており、上向きになる兆候がみられない。
	▲	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・食品の値上げで平均単価が6%強高くなっている。売上も同様の伸びながら、来客数は3%前後増加し、販売点数はようやく前年をクリアしている程度である。
	▲	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・1品単価の上昇と来客数の増加で売上は前年を上回っているものの、物価上昇による節約で、1人当たりの買上点数が前年を下回る状況が続いている。
	▲	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・着物で出掛ける機会は増えているが、客からは物価上昇で生活が大変という声が多い。
	▲	乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・6月の販売量は前年比90%で、依然厳しい状況が続いている。
	▲	その他専門店〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・日本人観光客が減少し、外国人観光客が圧倒的に多くなっている。
	▲	その他専門店〔革製品〕(店主)	お客様の様子	・欲しいより、必要な物が優先されているようにみられる。
	▲	その他専門店〔宝石店〕(店員)	販売量の動き	・日用品の値上げが続いている。なくても困らないぜいたく品を扱う業種、また、金相場が大きく影響してくる業種なので、厳しくなるばかりである。
	▲	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・参議院選挙が行われるが、どのような政治が行われていくのか不透明であり、明るい見通しばかりではないとみられる。
	▲	一般レストラン(店長)	来客数の動き	・6月に入り、来客数の減少が大きく、前年比で約10%のマイナスとなっている。駅ビル開業の影響が徐々に出ていとみる。
	▲	都市型ホテル(総支配人)	来客数の動き	・特に料飲部門の客足が前年比5%から10%減少している。
	▲	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・物価高を受け、国内旅行を控える状況が顕著に表れ始めている。コロナ禍前の2019年の数値に達しておらず、減少傾向にある。海外旅行についても回復傾向になく、低価格商品や新たな観光商品を提案しても反応が薄い状況が続いている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・人流が鈍く、売上が伸びない。物価上昇や梅雨時期の影響もある。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・機能ではなく、安さで選ぶ傾向がある。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・月次支出を抑制する傾向が続いており、固定電話などの定期型のサービスを解約する客が増加している。
	▲	テーマパーク(業務担当)	来客数の動き	・気象予報の影響が大きい。週末の天候不良によるキャンセルが発生している。また、少子化の影響なのか、子供の来場が減少傾向にある。
	▲	住宅販売会社(住宅設計担当)	販売量の動き	・今年の1～3月と比べると、販売量が減少傾向にある。例年1～3月が決算期であると考え、例年どおりの動向ともいえる。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・商品価格が上がっており、来客数が減少している。他地域ではインバウンドの需要があるようだが、当県ではそうでもなく、来客数と売上が落ちている。賃金が上がっていないため、単価の高いコンビニに客の足が向かない。
	×	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・商品仕入単価が上昇し、消費者の購買意欲は低くなり、中級品と高級品の販売が低迷している。低価格帯の商品は多少動くが、利益も少なくなるため厳しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	観光型ホテル（予約担当）	単価の動き	・平日より4400円高く販売している土曜日の料金を、平日料金に下げるとかなりの予約が入る。
	×	美容室（経営者）	販売量の動き	・客は通常のペースで来店し、散髪、染髪といった施術にしか金を落とさない。新商品への反応は薄く、ここ数か月は物品販売の動きが良くない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元の大手自動車メーカーの生産が落ち着いている。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・全ての業態で受注量の増加がみられた。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数及び申込件数が約10%増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・何か大きく動くようなこともない。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の改定が進んでいる。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・値上げに応じる企業もあれば、値上げ幅の圧縮を申し出る企業もあり、先行きの不透明感がある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・景気に大きな変化はみられない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・米国の関税問題や景気の不透明さから、国内では産業機械といった高額な製品の販売の減少がみられる。また、輸出製品については、生産量と出荷量が減少している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置は需要停滞の状況が続いて減少傾向にあるものの、消耗部品の需要が増加したため横ばいの状況である。
	□	建設業	受注価格や販売価格の動き	・資材価格の値上がりや物価高が続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注物件と手持ち物件の兼ね合いで、技術者の稼働が手一杯の状況が続いている。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・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。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・取引先に変化がみられない。
	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・企業のデジタル化に伴うデータセンターやクラウドなどのICT方面に掛ける予算は今後も増加するとみられる。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・前月同様、一定の受注量は継続して発生しているが、人件費の高騰や原材料の高止まりにより、利益面の圧迫がみられる。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・定例業務は堅調に推移しており、随時業務も短期的に確保できている。
	▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・価格高騰で売上が低迷している。生活応援キャンペーンをすると受注量が大幅に増えるため、消費者の節約ムードは一段と高まっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業の生産計画量が下方修正されており、実際の納入も減少傾向である。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・値上げ前の駆け込み需要や米国の関税の影響もあり、客先の今月の業績は赤字と聞いている。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・自動車、鉄鋼関連の引き合いが減少し、悪くなっている。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・米国の関税政策を受けて、先行きの不透明感から投資を抑制する動きがうかがえる。
	×	-	-	-
雇用 関連 (中国)		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・職業紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前より15%増加している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・一時期沈んでいた製造業の求人数が増加しつつある。技術部門のみならず、今後の成長を見越して、部門強化のため管理部門においても増員している。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・米国の関税の影響に備え、正社員の採用を凍結する企業が出てきているが、まだ大きな影響が出るほどではない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社（求職者対応）	求人数の動き	・前年と比べて求人数が若干少ない。新規登録者数は増加傾向にあるが、企業の求める条件に合わない人が多く、マッチングに苦労している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・通常、景気回復の前兆として求人広告の量が増加するが、思うようには増加していない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・今春、新卒の大学生や高校生の採用人数が予定数に達していない企業が約6割となっている。3年連続で5割を超えており、いかに予定人数を採用することが困難であるかを表している。新卒を予定数確保できていないことから、中途採用を強化する企業も3割を超えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価上昇で消費は若干鈍っているものの、大阪・関西万博と芸術祭のインバウンド需要や賃金上昇によって、地域の企業活動は前月と特に変わらない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・先行きが不透明で、景気上昇の要因が見受けられない状況のなか、前年以上に高校卒業予定者の求人数が見込まれる状況となっており、企業の若年層に対する採用意欲は衰えていない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・3か月前と比較すると、求人数が伸び悩んでいる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・新卒の採用は売手市場であり、求人数も十分である。初任給も高めに設定してあるが、年収、生涯給与が上向きであるというデータを確認できない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・依然として人手不足の状況は変わらないものの、先行きの不透明さから採用に慎重になる企業が増加した結果、受注は減少している。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・これまでも決して良くなかったが、今月に入り登録者数の減少が著しい。近隣県でも同様の動きがある。
	▲	職業安定所（事業所部門）	周辺企業の様子	・製造業の求人数が少しずつ減少している。人手不足感はあるながらも雇用を控える傾向が僅かにみられる。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (四国)		-	-	-
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者数が新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないものの、その水準に近づいている。客が、単に商店街で物を買うのではなく、飲食や思い出作りの場として商店街を捉えるようになり、にぎわいを生むような利用をしている。
	○	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・気温上昇が続いているため、夏物商材について、エアコンが前年比124%、冷蔵庫が前年比103%と販売が伸びている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けは、少し伸び悩んだものの、5月中旬から大きく改善し、今月は、前年に対し入館者数、売上、来客数共に10%を超える伸びで推移している。
	○	競艇場（マネージャー）	来客数の動き	・常連の年配者に加え、若年層の客が増えている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・梅雨に入り、髪がまとまらないため、ストレートパーマをかける客が増えたことに加え、ボーナス時期であることも影響し、客数がかなり増加している。
	□	商店街（常務理事）	来客数の動き	・2月に地元自治体実績のあるインフルエンサー100人を招致して発信した効果が大きく出ており、若年層の日本人観光客が連日多数訪れている。その効果により、日本で7月に災害が発生するとの噂話を信じる中国系インバウンドが大幅に減少している事象を十分補えており、商店街はにぎわいが継続している。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・前年以上の猛暑が消費に影響していることに加え、戦争や米国の関税政策も地方都市にまで大きな影響を及ぼしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が上昇しているなか、賃金の上昇は停滞しているため、客の消費意欲は低い状態であり、以前と変わらない状態が続いている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前と比較して、販売量や価格に変化はない。しかし、1ケースや1箱単位で注文していた客が、1個単位で注文するようになった。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・今月前半は、売上が非常に悪く、前年を下回っていた。しかし、20日以降は上振れして、最終的に店頭売上、外商売上共に、前年を上回った。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前と比較して来客数、買上点数、単価の傾向はほぼ変わらず、客の様子に特に変化はない。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品単価の上昇に伴い、売上が増加している。青果物については、価格変動の影響は受けているものの、単価が上昇している状況が続いている。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価は上昇しており、原価については依然上昇基調にある。それらを全て売価に反映できず、生活に直結する商品群を取り扱う企業は苦戦しており、エブリデイ・ロー・プライスやプライベートブランドなど安さへの取組に注力せざるを得ず、物価上昇分の売上増加には至っていない。
	□	スーパー（統括担当）	単価の動き	・米の価格が上昇している状況下で、安価な備蓄米や外国産米が流通しているなか、どの米がおいしいのかといった質問が、客から聞かれるようになった。安価でも、おいしくないと家族に申し訳ないという客の心理が目立っている。
	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・備蓄米の放出により、一時的には客の不安が軽くなったが、米国の関税やイランの動向など、世界的な不安材料もあり、経済や消費者心理は落ち着いていない。
	□	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・備蓄米放出は焼け石に水であり、継続的な第1次産業を支える政策が必要である。
	□	コンビニ（総務）	販売量の動き	・売上の前年比は、3か月前と比べると同程度である。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・衣料品販売では、客数が目に見えて減少しており、来店客の購入意欲が明らかに減っている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・人気車種は受注停止で、その他の車種も長納期化している。
	□	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・客の購買意欲に大きな変化はない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・酒類関係の値上げがあってから、売上は余り上昇していない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・余り変化はなく、実車率等も変わっていない。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・前年比の来客数の増減に大きな変動はない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・業績が好調な企業と苦しい企業の2極化が進んでいる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・米の価格の上昇が続いていたため、客はぜいたく品の買い控えや安い商品から贈物を選んでいる。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・アルコール飲料の値上げ以降、飲食店への納品が減少し、ワインなど値が張る商品の動きは停滞している。
	▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前年にインバウンドが大幅に増加したことから、4月以降、インバウンドは前年と比較して大きく減少した。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・芸術祭の春会期終了に加え、自社の販売促進施策の一部を変更したことがマイナスに作用し、来客数が前月比で減少した。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・5月以降、来客数が前年割れとなった。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は前年を超えているが、来客数は前年割れである。しかし、物価上昇のため売上は増加している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は、商品価格の上昇に伴い、順調に推移しているものの、物価上昇に所得の上昇が追いついていないことから、来客数や来店頻度が減少している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年より雨の日が少なかったにもかかわらず、梅雨の時期で、雨の日や蒸し暑い日が多く、来客数が減少した。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前年比ではマイナス7%程度で推移しており、非常に厳しい状況である。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材も思ったほど売れず、通常商品も買い控えられている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・毎年、連休明けの6月は売上が伸び悩むが、今年は前年を下回っている。来客数は若干増加しているが、客単価が下落している。客は、外食の機会は減らしたくないが、出費を抑える傾向である。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・現状の集客は好調であるが、国内旅行者数が少しずつ減少している。大阪・関西万博に客が取られている。
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・客の先行き不安の心理から、地元宴会を始めとした飲食利用者の動きが低調である。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高の影響で、生活が厳しい話題が多い。
	×	*	*	*
企業 動向 関連 (四国)		-	-	-
	○	食料品製造業（商品統括）	それ以外	・食品業界において、得意分野に特化した資源集中により業績が改善している。結果として、ボーナスのアップや契約社員への一時金等といった利益の分配が行われている。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年をやや上回る結果である。要因はインバウンド需要である。都市部だけでなく、地方にもインバウンドが押し寄せ、彼らの好みに合わせた商品がよく売れている。店舗では、飲食関係と雑貨土産品が売れ筋の中心であり、これまで扱っていなかった店舗からも新規の雑貨取引の要請があり、販売先が増加している。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量に回復の兆しがあるが、材料費の価格上昇も継続しており、今後も価格転嫁に注力が必要である。
	○	通信会社（総務担当）	受注量や販売量の動き	・県内企業からの新規受注が増えてきている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・日本では、大規模工事が実施、計画されているものの、慢性的なオペレーター不足や資材価格高騰等の影響を受けている。海外では、一部地域を除き、ここ数年の急速な需要増加傾向に落ち着きが見え始めている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、公共工事の発注が非常に少ない。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・大きく変わる雰囲気はない。
	□	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・売上は、前年比では上昇しているが、3か月前と比べると減少している。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・物価が上昇しているものの、3か月前と特に変化はない。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・業績が良くも悪くも変動がない。
	▲	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・おおよそ前年数字から5～8%のマイナスが続いており、改善される兆しがない。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・産業機械部品の受注が減っている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギーの設備事業では、受注が大変少なく、景気が悪い。営業活動に注力することで、何とか事業を継続できている状況である。客も決断がなかなかできていない。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金利や土地、建物価格の上昇で非常に厳しい状況である。
	×	-	-	-
雇用 関連 (四国)		-	-	-
	○	-	-	-
	□	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者がなかなか増加しない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・景気は下降方向ではあり、ここ3か月では下降したままの状況が続いている。
	□	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・人手不足の状況が継続しているなかで、求人数の伸びは緩やかである。
	▲	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・周辺企業の採用状況において、県内に本社がある多数の企業は、新卒採用で予定人数を確保できていない。採用予定人数の充足のめどは立っておらず、それらの企業の業績は厳しい状況が続く。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)		観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・4～6月にかけては、客足が伸び景気が上向きとなっている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	お客様の様子	・飲食店からの取引依頼が増えている。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・青果などの農産物の高値が続いていたが、野菜の相場が下がったことにより低迷していた精肉及び海産物の販売量が回復し、販売量全体の増加に寄与している。
	○	スーパー（経理担当）	単価の動き	・米が依然として高単価であり、卵や野菜も単価上昇傾向にある。全体的に値上がりしており来客数は前年並みではあるが、売上は好調となっている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客の情報収集力が更に向上しており、インターネットのSNS情報や携帯電話のセール情報による来客で、商品の購入が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンド効果で来客数が増加し、物価上昇で客単価が上昇したことで売上が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・売上増加に客単価が寄与しているが、従来のような販売数量増加によるものではなく、日配品等の商品単価値上げによる影響が強いように推察される。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャンペーンの話題性のため来客数が増加しており、コストパフォーマンスの良い商品への反応が大きい。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・例年よりも暑さの到来が早く、夏物家電の販売が好調に推移している。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・一部車種の受注停止は続いている。しかし、改良車種の販売効果が大きく、来客数や注文数は多くなっている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前年と比較すると、来客数が若干増え、前月より数字が伸びている。
	○	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・堅調なインバウンド需要に加え、大阪・関西万博や7月に開業する大型レジャー施設の需要も引き続き順調に推移している。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・旅行業においては、大阪・関西万博の需要が高まっており、取引が拡大している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・月の前半は梅雨の影響を受けタクシーの利用が増加し、後半は大きな被害もなく梅雨が早く明けたため、国内外の観光客を始め、地元民の動向も活気がやや戻っている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・人手不足やDX推進など課題解決に対する投資意欲は旺盛である。
	○	観光名所（職員）	お客様の様子	・市外からの客で居酒屋等も月曜日からにぎわっている。特に居酒屋等は、月曜日、火曜日は飛び込みでも座れていたが、今は混雑している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・インバウンドの外国船が多く寄港しており、それなりに外貨が落ちている。一方で国内景気が物価高により食料品や日用品などの生活必需品に消費が回り、その他の物に消費が落ちない状況が続いている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・大型スーパーマーケットなどが郊外に次々と開業し、安い商品を求めて客足が流れている。地元の商店街やスーパーマーケット、コンビニでは売上が下がらないように頑張っているが、この状態が続けば、我々のような零細企業は閉店せざるを得ない状態になると懸念している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価高により来客数や買上単価の下落で売上は減少している。食料品など生活必需品の影響は少ないが、買回品の購入は慎重である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・アパレル関係の小売業は売上、来客数、客単価が前年比で数か月連続して下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・例年よりも早く梅雨明けし、クリアランスセールも開始されているが、販売は低調である。安くなったから購入するのではなく、必要な物を必要なときにしか購入しない消費動向が定着している。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・天候不順の影響により来客数が減少している。客層の高齢化で固定客の消費マインドが徐々に弱くなってきており、全部門において今月は売上に苦戦している。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・米の話題は落ち着いてきたが、梅雨と夏が交互にくるような天候が続く、客の来店にも支障が出ている。また、最近では身近なニュースより、中東の状況や関税のことなどを心配する話題が多く聞かれ、先行きに不安を抱く人が多く、商品購入の出費にもブレーキが掛かっている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価高騰の高止まりが続いており、消費者の購買パターンはいかにコストを抑えるか数値に顕著に表れている。曜日市やお買い得日の売上構成比が上がっており、全体的な数値は前年並みであるが、利益率が上がらない状況が続いている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・単価上昇は続いているが、収入が増えた声は聞こえない。可処分所得の減少が続いており、景況感は良くないまま横ばいである。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・格安商品の問合せが多く、予約でのまとめ買いもトイレットペーパーやキッチンペーパーなど紙類の割安商品が中心である。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・売上は価格上昇分と米価高騰の影響で前年を超える水準で推移しているが、来客数や買上点数が前年を下回る状況が続いている。
	□	スーパー（従業員）	販売量の動き	・食品価格の上昇が続いていることから、必要な商品以外は購入しない心理状態が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価が高い状況にある。
	□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・客単価は上がっているが、来客数が前年より減少しており、売上は変わらない。しかし、来客数が減少しているため、先行きは不透明である。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の動きは余り変わらず、梅雨であるため静かな状態である。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・季節要因で売上は好調であるが、購入決定までに時間が掛かる客が非常に増えており、財布のひもは緩んでいない。
	□	家電量販店（店員）	単価の動き	・今年は気温が平年よりも高いため、季節商材は堅調に売れているが先食い感が否めず、来月以降に売上が落ちる可能性もある。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月の都市部でのキャンペーンは、前年並みであったが、店舗の売上は良くない。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	単価の動き	・3か月前は映画館の絶不調により、全館では厳しい状況であったが、当館だけは順調に推移している。その要因として、店舗が増え、勢いがある企業の開業や映画のヒット作に恵まれたことにある。また、景気は米の価格高騰により主要店舗の売上が伸長しており、当施設としては好影響を受けている。
	□	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）	単価の動き	・前年より韓国人客が減ったため売上が減少傾向であるが、韓国人客と比較して消費単価が高い中国人客や台湾人客が補っている。来客数では韓国人客に及ばないが、インバウンドの売上増加傾向は変わらない。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、この時期は団体が入っていたが、今年は同じ地域で団体を取らなくなった旅館が増え利用が少なくなっている。他の地区の同業者も同じ状況で、大阪・関西万博に客が流出していると推測している。
	□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・通常この時期は夏休みの旅行商品の販売が活発になるが、予約リードタイムが短期化していることもあり、今月は目立った動きが見られない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・暑くなってきたため、自家用車で買物に行く人が増加している。
	□	通信会社（役員）	お客様の様子	・新年度に入っても契約単価の推移が変わらず、低額プランへの変更が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（営業担当）	それ以外	・観光客が減っており、売上増加につながりそうな要素がみえない。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・雨の影響があるため、客の動向の判断が難しい。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量の推移は、3か月前と比較し若干プラスに転じているが、暦日の関係で単純比較ができない部分もあり、景気動向が変化したとは判断できない。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・少しずつ景気が回復方向とみられたが、美容業界が向上していない傾向にあり、景気の状態が芳しくなく、売上や客の動きも停滞している。今後もこの状態が続き、景気は横ばいだとみている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・6月は、年内で2番目に忙しい月であるため、景気はやや良い。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・来客回数はやや少なくなっているが、来客数は変わらない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	販売量の動き	・例年と同様の受注金額であり、3か月前とほぼ変わりない状況である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・全体の販売量はほぼ横ばいが続いている。販売量の内訳として、この3か月ほどは賃貸住宅の割合が高くなっている状態である。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・インバウンドが増えており飲食店や土産、ホテル等観光に携わる業界は景気が良いとみられるが、国内産業については余り良くない状況である。しかし、大企業では利益を出しており、経済に格差が出ている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・日用雑貨や飲食店の仕入価格が上がっており厳しい状況であるが、飲食店での来客数は多くなっている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年6月に梅雨入りすると、商店街の来客数は少ないが、今年は物価高や世界情勢により不安定になっている。そのため、客が商品を購入せず、大変厳しい状況になっている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・客に高齢者が多いが、様々な物の値上がりで生活が圧迫されていることもあり、来客数が少なく、購入も少ない。特に米や食料品の値上がりの影響で、婦人服は慎重に選ばれるため高価な商品の購入を控える傾向が強い。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨になり雨が多く、加えて猛暑であるため、来客数が激減している。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・長年経営していた大手企業や飲食店が閉店し、とても先行きに不安を感じている。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・客の購入金額はいつもより低く、周囲の物価は高騰している。小売店で値上げをすると客は敏感で来客数が少なくなるため、値上げをせずに利幅減少で頑張っている。物価高騰により生活費が優先されているのが実情である。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、物価上昇の影響もあり売上単価は上昇基調にあるが、客の購買点数が減少しており、総合ではやや減少している。インバウンドの購買は3か月前とほぼ同水準であるが、客の購入単価は下落している。
	▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・6月前半は気温が安定せず、また、クリアランスセール待ちもあり苦戦している。
	▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・大催事場での新規食品催事や恒例の物産催事が好評で、会場での飲食を楽しむ姿がみられた。SNS発信やお目当ての店舗で長蛇の列が目立っていたが、節約意識も高くキャッシュレス決済でのポイント獲得や手数料節約のカード催事もあり、商品単価は伸びているが客単価の伸びはなかった。また、お中元商戦が始まっているが、送料の高騰で商品の配送料込商品への変更も多くなっている。猛暑や雨での来客数減少の対策としては、雨の日キャンペーンにより来店促進している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・例年より梅雨入りが大幅に前倒しになったことによって来客数や販売量に影響が出ている。加えて、物価高による買い控えが顕著になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・食品催事は好調であるが、お中元等の進物については出費を必要最低限に絞っており、物価高が継続している影響を感じずにはいられない。前年実績を確保することが難しい状況が続いている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商品価格の単価の上昇が著しく目立っており、客の意識により買上点数が大幅に下がり厳しい状況が続いている。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店の立地や物価高などで、出費を抑える傾向である。
	▲	衣料品専門店（店員）	競争相手の様子	・物価高騰の影響で、ボリュームゾーンである近隣の競合他社では、軒並み売上が前年比80%で推移している。
	▲	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・受注台数が減少傾向である。受注可能な車種制限の影響もあるが、客の購買意欲が下がっている。
	▲	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べて下見目的が多くなっているため客の購買率が低くなっている。慎重な検討をしており、財布のひもが固くなっている状況がうかがえる。
	▲	タクシー（統括者）	販売量の動き	・前年と比較すると、稼働に直結する乗務員数が減少している。前年はライドシェアの報道が過熱しており、タクシー乗務員のPRにつながっていたため、採用が増加していたが、本年はその反動を受けて前年より減少している。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・インターネット光回線の販売件数が、低迷している。
	▲	テーマパーク職員	来客数の動き	・国内来館者数が微減傾向である。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・近隣ゴルフ場がキャンセル料を徴収することになったため、一時的とは予想するが、予約を慎重に検討するようになっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・例年にない6月の猛暑による利用者の入院増加で減収につながっている。また、介護職員の採用も厳しい環境が続いており、退職者の補充採用ができずにサービス提供量が減少し、今後の売上に影響が出てくる懸念がある。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・問合せや来客数が減っている。
	▲	住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・住宅の購入を考えていても足踏みしている状態で、来客数も過去より4分の1以下になっている状況が続いている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月も前月と同様に今までにない来客数の少なさである。当地の飲食街では人通りが少なくなっており、通常客が入る週末でもそれほど多くない状況で景気が停滞している。
	×	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・7月に災害が起きる噂が原因かもしれないが、インバウンドが大幅に減少している。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・売上減少の要因は、レストランの平日の来客数減少や宿泊単価の低下とみられる。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・海外からの渡航客が減少傾向にあり、集客増加のため単価を下げた販売も考えている。6月は週末のイベントが少なく、来客数にも影響が出ている。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の価格上昇もある反面、仕事の対価は上昇しておらず、生活必需品の価格も上昇傾向である。
企業 動向 関連 (九州)	-	-	-	-
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・大手自動車関連では、米国の関税が正式に発動する前の駆け込みの影響によって、現状では特に落ち込み傾向はないが、発注のタイミングが後にずれる可能性があり懸念される。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	取引先の様子	・景気の上向きは実感しないものの、制作関係の取引先企業の繁忙感があり、景気はやや良くなっている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年6月は梅雨時期で厳しいが、今年はスーパーマーケット関係等含めて好調である。原料不足もあるが、注文の引き合いに対応できない状況である。冷食メーカー向けも牛、豚の値上がりで鶏肉の引き合いは相変わらず強い。鶏肉相場は過去になく高い相場であるが、1番安い原料であるため変わらない強さがあると推察される。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・顧客がほとんど輸出の問題を抱えており、米国の関税で動きが鈍くなっている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は、受注量に大きな変化がない。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・夏に向けての商品の動きが芳しくない。自動車部品等も輸送が停滞気味である。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず物量は下がったままで、各運送会社は苦慮している。人出が減っているためバランスは取れているが、景気が良い傾向とはいえない。倉庫も乱立しており、供給が需要を上回っているようにみえる。
	□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・物価高や米国の関税の影響が不安視されており、顧客のビジネスリスクへの対応は堅調な伸びを見せつつも、通信関連投資の伸びはおおむね横ばいで大きな変化はみられない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・金利や物価上昇の影響はあるものの、大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・地元の中小企業からは新卒採用で苦戦しているという声が聞かれ、人手不足感が強まっている。そのため、飲食店ではスマートフォンを使ったセルフオーダーシステムの導入が進んでいる。また、県民を対象としたボーナスの使いみちアンケート調査で、最も多い回答は、貯蓄・投資等となっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業に米国の関税による業況の悪化はみられないが、人件費や材料費などの価格高騰が続く、売上増加に伴う利益の増加が見込めない状況が続いている。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社サービスの受注量に大きな変化がないため変わらない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の集まりで、意見を聞いても新しい動きは見えない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月から基本的な材料である陶土の値上げを通告されており、それに伴って下請関係の値上げもあり受注がまとまらず、苦労している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの分野でも受注量や見積り、引き合いが減っている。
	▲	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・半導体関連の顧客の生産量は、低迷したままである。しかし、生産機種のごく一部は好調との見方もある。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・九州に備蓄米の保管案件の話はあるが、元々米を保管している倉庫が行うため限定的である。また、九州は自動車産業が多いため輸出の影響があり、海外からの輸入本数が減少していることから、会社としては新規荷主の獲得をしなければ厳しい状況で、他社も同様となっている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・公共工事は増加しているが、住宅販売は弱含みで推移している。また、物価上昇の影響などから百貨店の売上が伸び悩んできたほか、旅行業の売上も鈍化している。乗用車の売上も勢いにやや陰りがみられる。
	▲	金融業（営業）	取引先の様子	・物価上昇に賃上げが追い付いていない現状である。景気が悪いとまでは言い切れないが、消費活動は盛り上がり欠ける。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との情報交換でも、景気動向がやや悪くなっている。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の新聞発行部数が減少し、売上は前月比及び前年比マイナスとなり厳しい状況が続いている。世界情勢では、新たにイスラエルとイランの間で武力衝突が発生し予断を許さない状況が続いている。また、米国の関税問題もあり、先行きが見通せない状況が継続しており景気はやや悪くなっている。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・米より籾やバンに切り替えた生活など、慎重な購入で節約しているが、外国人客による大量購入は続いている。
	×	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少しており、悪い流れが止まらない。原材料の値上げや賃金上昇で厳しい状況であるため、メーカーや大手企業は国内よりも安い海外で生産している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連 (九州)		-	-	-
	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求職者数が想定を上回り、順調に推移している。
	○	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・企業からの依頼で、直接雇用前提の派遣でも良い人材であればコストが発生しても積極的に採用しようという動きが増えている。
	□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・求人数、求職者など周辺企業の変化はみられない状況が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (社員)	それ以外	・依然として物価高騰の影響により景気回復の兆しがない。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・インバウンド需要などを受け好調な業種はありながらも、一般的な消費としては物価高などもあり、抑え気味になっている。景気全体としては大きくは変わっていない。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	求職者数の動き	・大学4年生の内定が前年以上に早く出ている。特に理系にその傾向が強いが、求職者数が少なく、大学等で企業説明会を行っても人が集まらない状況が続いている。
	□	学校〔大学〕 (就職支援業務)	求人数の動き	・2026年3月卒業予定の大学生や大学院生対象の求人倍率は1.66倍と2025年卒の1.75倍から0.09ポイント低下したが、深刻な人手不足を背景に、学生には有利な状況となっている。一方で、採用活動を行う多くの企業や団体では苦戦しており、7月以降も継続して採用活動を行う企業も多くなっている。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が約半分に減少しており、注文を受けても人を推薦できないと求人取消しとなり、社内にいる人数で対応している企業もある。
	▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・スーパーマーケットなどへ買物に行くとき商品の値段が高くなっており、据置きの商品はサイズが小さくなっている。備蓄米などが話題になっているが、収入は増えないため、現状は続くと予想している。
	▲	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・プロスポーツキャンプのイベントの反動で宿泊・飲食等サービス業は利用者が減少したという声がある。また、製造業でも取引先の生産が減少したことにより、売上が減少している。
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		コンビニ（経営 企画担当）	単価の動き	・1店舗当たりの来客数は前年と比べやや減少しているものの、客単価の伸びが大きく、売上を押し上げている。
		その他専門店 〔陶器〕（製 造）	販売量の動き	・取り扱っているアクセサリーの売行きが増加している。
	○	百貨店（経営担 当）	来客数の動き	・地元客による母の日ギフト需要やインバウンドが増加している。
	○	スーパー（企画 担当）	来客数の動き	・競合店の閉店により、一部店舗では客の流入が増え、売上が大きく伸びている。また、3か月前と比較して来客数が増加していることから、景気はやや上向いているとみている。一方、父の日商戦は苦戦し、関連商品の売上が伸び悩んだが、結果として、前年実績を上回っている。
	○	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・行楽シーズンにより、来客数も増加しており、客単価も前年度を上回っている。
	○	乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き	・新型車の投入により販売は伸びているものの、物価高騰の影響もあり、想定よりは伸びていない。
	○	その他専門店 〔書籍〕（部 長）	販売量の動き	・梅雨明けが例年より早かったことから、外出機会も増え、繁華街はにぎわっている。
	○	通信会社（サー ビス担当）	販売量の動き	・6月の買換えサイクルに夏のキャンペーンとボーナスが重なり、新規と機種変更の数量が増えている。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・街中は飲食店が多くなる一方で、物販は段々と減少しており、大変苦戦しているという話も聞いている。双方のバランスが厳しくなっているという声も聞かれる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店 〔酒〕（店長）	お客様の様子	・景気回復が不十分で、来も行き渡らず、物価高騰している。改善策も特にない。
	□	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・例年より梅雨明けが早く、エアコンの動き出し自体は早い。沖縄県が前年実施した省エネ家電買換えキャンペーンの反動減があり、エアコン、冷蔵庫共に大幅な前年割れになっている。
	□	観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・大きな変動要素はみられない。
	□	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・前年並みの販売量で取扱高も多少増えているが、その分固定費が増えているため、実際の収支は同程度か、若しくはマイナス気味である。
	□	住宅販売会社（役員）	販売量の動き	・建築費の高騰が続いており、新築物件の供給は減少傾向にある。しかし、購買意欲はみられるため、手頃な価格帯の中古市場に客足が向いている。
	▲	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・生鮮食品の値上げによる買い控えが発生している。食品類の販売数は低迷しているものの、米の売上が170%前後で上昇したことが底上げとなり、食品全体では売上は上がっている。他方で、嗜好品類を中心に前年割れが続いており、今後も継続するとみている。また、備蓄米の販売に後れを取ったため、大手の店舗に客が移動している。
	▲	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・来客数が大きく減少している。音楽イベントなど行い、どうにか集客しているが、平日の来客が少なく困っている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・明らかに販売量が減少しており、特に商業施設での販売イベントで減少している。商業施設自体の客数減少が影響しているとみている。
	×	その他飲食店 〔バー〕（経営者）	来客数の動き	・今月は、週末の来客数が、平日を下回っている。近隣の飲食店も同じような状態であると聞いており、街全体で静かな気配がうかがえる。
	×	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・3月の販売室数が前年比7%増加なのに対し、6月は前年比27%減少となり、マイナスに転じている。
企業 動向 関連 (沖縄)	-	-	-	-
	○	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・6月の買物客の動きが鈍く、猛暑や米価格高騰による買い控えなど様々な要因が考えられるため判断が難しい。一方で、観光客の増加による需要は好調に推移している。
	○	建設業（経営者）	取引先の様子	・県外から沖縄へ出店するための建物建築に関する問合せが多く、沖縄への出店意欲があるとみている。また、マンションの建築計画や住宅見学会での集客も多い。ただし、住宅に関しては、RC住宅は価格が高く多くは木造へ流れている。
	○	輸送業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年同月と比べ増収増益である。
	□	窯業土石業（取締役）	受注価格や販売価格の動き	・受注は公共・民間とも若干増加傾向であるが、原材料価格の高止まりにより利益率は減少している。
	□	会計事務所（所長）	それ以外	・景気は安定して推移している。一方で、国内の物価高の影響により、可処分所得への影響が不透明である。
	▲	*	*	*
雇用 関連 (沖縄)	×	-	-	-
	-	-	-	-
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・前月に引き続き2026年卒向けの新規求人、2027年卒向けのインターンシップ情報が多く出ている。それに加え、卒業生向けの中途採用の求人数が増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・求人数は、既存客の派遣依頼の更新が多く、新規客も幾つか出ているが、全体的に大きく伸びず、現状維持である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月と比較して、求人数は減少しているが、求人者から人手不足の相談は多い。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・生活消費の抑制は続いている。
	▲	求人情報誌製作会社（審査）	求人数の動き	・梅雨時期は建設、農業、イベント関連など屋外作業系の求人数が一時的に減少する。一方、人手不足が続く観光、飲食業は継続募集が重なり微増傾向である。全体としては、求人数が微減している。
	×	-	-	-