

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	商店街（代表者）	・消費者はまだ余裕があるような様子である。
	◎	スーパー（販売担当）	・店舗の改装を実施するため、更に客のニーズに合った店になる。客層に単身者が多いため、総菜や簡便調理品を強化する。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・秋の行楽シーズンは団体旅行や国民体育大会、ねりんピック等のスポーツ観戦も好調に申込みがあり、良化傾向である。物価高騰による旅行代金の値上げもあるが、旅行やイベントへの参加申込みは順調に増えている。
	◎	美顔美容室（経営者）	・8月から新たなキャンペーンセールを開始する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・猛暑が和らげば観光客も多少回復することを期待する。
	○	百貨店（営業担当）	・涼しくなれば来客数が増える。
	○	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの好調に加え、減税や給付の議論が本格化することにより景況感が改善され、国内消費も多少上向きになる。
	○	スーパー（店員）	・お中元商戦は終わるが、猛暑の今月と比べて外出するのに最適な気温や気候になる。
	○	コンビニ（本部管理担当）	・年間で最も忙しい時期になる。今年は例年よりも梅雨明けが早く、現在のところ天候不順の予測もない。また、参議院選挙も終わり世の中が安定することもあり、状況は好転すると判断した。
	○	コンビニ（商品企画担当）	・引き続き関西圏への移動を伴う来客数の増加が見込めることから、景気も伸長する。
	○	家電量販店（店員）	・客の予算が高めのケースが増えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・暑さが和らぐ10月以降は客の動きも良くなると期待する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・価格が上がっているせいか、新車の売行きが今一つではあるが、代わりに中古車の引き合いが強く、来客数も増えてきている。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・9月以降は新学期向けの販売量増加が期待できる。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・諸問題が全般的に安定すれば気分も上向き、購買意欲も高まってくる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・8月以降の予約状況は予想を下回っているが、前年比ではプラスで推移している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・季節要因と大阪・関西万博の閉幕で客が戻ることを期待する。
	○	旅行代理店（経営者）	・海外旅行は、当地域では地元空港の発着便が戻っていないほか円安傾向により客の動向が良くないが、国内旅行は回復傾向にある。
	○	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行は既に受注案件が多数あり、9月後半から下期の繁忙期となるが、バスの運転手不足により、需要があっても引き受けられない状況である。新型コロナウイルス感染症発生前より取扱件数は減っている。
	○	テーマパーク（職員）	・天候が安定している場合はやや良くなる。
	○	パチンコ店（従業員）	・繁忙期に入るため来客が見込める。
	○	美容室（経営者）	・10月頃には暑さも弱まり、出足が良くなることを期待する。
	□	商店街（代表者）	・商店街内で新旧店舗の入替わりが増え、来客数の減少を阻止している。
	□	商店街（代表者）	・政権政党が参議院でも過半数割れを起こしたことにより、一層の政局混乱が発生し、景気回復の施策や話し合いも余り進展しないとみられる。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食料品の値上げでますます外食を控える傾向に拍車が掛かり、今夏で店を閉めるという連絡が入るようになった。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価の上昇を憂う客が大変多く、安定しない限りこの状態はしばらく続く。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・米国の関税問題は一旦落ち着きを見せているものの、税率が上がることは間違いのないため、法人も厳しい状況を切り抜けていく必要があり、個人客も生活防衛のため堅実な消費が続く。

☐	一般小売店〔果物〕（店員）	・ 3 か月ほどでは変わらない。
☐	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・ 夏のボーナスシーズンが終わり、明るい材料がない。
☐	百貨店（売場主任）	・ 以前はスーツを買うと靴も新しくする客が多かったが、最近はスーツは新調しても靴はそのまま、もう少し古くなったら購入するという人が増えている。また、インターネットショッピングをしている人が多い様子で、ネットで見たこの靴はあるかという問合せが多い。来店していろいろ試し履きをして、その後スマートフォンからネット注文する人を何度か接客した。店頭で購入する人が減っており、売上は厳しい。
☐	百貨店（企画担当）	・ インバウンドは購買動向の変化が顕著で、客単価が大幅に下がっている。購入商品に対する関心もインポートブランド中心から一般商品を含めた商品全般に移っていることも要因である。国内消費者については、高額品や食料品、飲食店の堅調に加え衣料品等は百貨店で扱うブランドが健闘している。ただし、今後の景気については、米国の関税問題、政治動向等を踏まえてどのような変化があるか分からないため、変化の予兆に留意している。
☐	百貨店（営業担当）	・ 国内外の政治が不安定で、富裕層の買い控えや中間層の保守的な購買意欲が続く。
☐	百貨店（販売担当）	・ 価格改定の反動が懸念される。この先も物価高の影響がまだ続いていくと考えるため、好転は難しい。
☐	百貨店（営業企画担当）	・ 値上げの影響で良くはならない。
☐	百貨店（販売担当）	・ 夏の気候によって売上が左右される状況が長引いたままセールに入ったため、盛夏用品は売れているが、値下げ品から動いている様子である。
☐	スーパー（店員）	・ 他店開店が続いており、競争が激化し客の奪い合いの状態がしばらく続く。
☐	スーパー（販売担当）	・ この先大きなイベントが余らないため、来客数が増えない。
☐	スーパー（販売担当）	・ 米国との関税交渉の行方が不透明で、物価高への対応政策が年内に始まるかも不明であり、猛暑に伴う農産物への影響など不透明なことが多く、容易に改善できない可能性がある。
☐	コンビニ（エリア担当）	・ 来客数が大きく伸びないなかで、1 品単価は今後も値上げの影響を受けそうで、現況から大きな変化はない。
☐	コンビニ（店長）	・ プラスの要因も見いだせないが、これ以上悪くなる気配もみられず、穏やかな心持ちで業務に集中する日々となる見込みである。人気商材である挽きたてコーヒーの20～40円の値上げにも大きな反発もなく、理解して受け入れられたような印象を受けた。
☐	コンビニ（店長）	・ チョコレートなどの季節商材が前年と比べて大きく値上がりしているため、販売量の減少が懸念される。来客数の増加と客単価の下落でこのまま推移する見込みである。
☐	コンビニ（店長）	・ 米国関税の影響が小売業界にもじわじわと出てくるという不安要素があり、景気が良くなるとはない。
☐	コンビニ（店長）	・ 今月が非常に好調であるため、この先どうなるのか全く見通しが立たない。悪くなるとは考えづらい。
☐	衣料品専門店（売場担当）	・ まだ暑い日が続くため、重衣料のスーツよりカジュアルウェアを購入する人が多い見込みである。中にTシャツを着たり、スニーカーと合わせられるような単価の低い軽めのジャケット等が売れる状況が続く。
☐	家電量販店（営業担当）	・ 政治が不安定すぎて、生活防衛の意識が大きい。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・ 8 月から米国の関税が発効されると、景気にはマイナスの要因となる。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 米国との関税交渉や国内のインフレ懸念など先行きの不透明感が強く、車のような耐久消費財の購買意欲は盛り上がらない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 停滞感は続いているが、自動車関税が最悪の形を避けたことで、今後の好転に期待する。

☐	乗用車販売店（従業員）	・これ以上悪くなることはないともっているが、良くなる気配もないため不透明である。
☐	乗用車販売店（従業員）	・円安のため海外で販売する方がもうかるのか、メーカーからの国内振り当て枠が増えない限り増販は見込めず、振り当てられた販売台数を大切に売るしかないのが実情である。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車両も発売され、市場はある程度活性化しているが、金銭的に余裕のある人と全くない人との格差が大きい。車両価格もますます高額になってきている。いろいろな販売方法で買いやすさをアピールしているが、客の先行きに対する不安感がなかなか払拭されないため、景気が回復傾向にあるとはいえない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が再び値上がりしていることは客との話にもよく出てくる。異常な暑さもあり、遠出を控えている話もよく聞くようになった。車での移動が減ることにより販売台数、工場への入庫数が減少するため、しばらくは様子見である。
☐	乗用車販売店（従業員）	・参議院選挙でも政権政党が過半数割れして、米国の関税や物価高の問題等も良くなる要因が見当たらず、景気は当分悪い状態が続く。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・米国の関税による影響を見極めていく必要がある。
☐	高級レストラン（経営企画）	・物価高の影響から節約志向の行動がある一方、日常の食事、特にランチは高水準で推移している。先行きの不透明感から、ディナータイムの企業利用の伸び悩みが続く。
☐	一般レストラン（経営者）	・客に対して特に広告やアピールを行っていないため、単純に来店を待つしかない。
☐	一般レストラン（従業員）	・夏が終われば元に戻る。
☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・売上自体は変わらない若しくは微増しているものの、購買点数が減少している点が気掛かりである。購買意欲はあるものの、全体の購入予算を増やすまでには至っていない。
☐	観光型ホテル（経営者）	・3か月後の予約状況を見ると、前年と比べ5%程度の増客傾向がみられる。この動きは継続しているため、景気としてはやや良い状態のまま変わらない。
☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
☐	都市型ホテル（経営者）	・不確実性は残るものの、米国関税交渉もまとまり、為替など大きな変化はなく現状が継続される。
☐	都市型ホテル（営業担当）	・米国関税の問題で不透明なところはあるが、現状では主だった影響はみられない。株と為替もある程度安定しているため、現状のまま継続する。
☐	旅行代理店（経営者）	・既に国内でも客層の2極化に直面している。旅行中はふだんの生活より少し背伸びしてでも良いホテルに泊まり、おいしい物を食べるのが昔ながらの考え方であったが、それが変わりつつあるため販売する側も難しい。早くに予約を入れるとリーズナブルに行ける場合もあるため、外国人旅行者のように半年以上前から予約するべきと早期予約を呼び掛けている。海外よりも国内需要が伸びている。
☐	旅行代理店（経営者）	・タクシーの利用客が夜8時と12時に2極化し、遠距離が減っている。利用客の縮減など産業構造や人口構成を見据えた方向性が決められない経営が続いている。マンション建築期間の長期化や、建設の停止・延期等の影響により、不透明さが続いている。
☐	タクシー運転手	・今後もしばらくは猛暑の日が続くため、朝から午後に乗車する客は多いだろうが、夜から深夜にかけての来客数は変化がない見込みである。
☐	通信会社（営業担当）	・上向く材料が見当たらない。
☐	テーマパーク職員（総務担当）	・この時期は冷房の効いた屋内施設に客を取られてしまうのは仕方ないため、あえて屋外施設ならではの夏季イベントで対抗し、集客を期待するが、例年並みと予測している。
☐	ゴルフ場（経営者）	・物価高騰による原価上昇を料金に転嫁できない状況が続く。
☐	パチンコ店（経営者）	・ボーナス月で少し娯楽に使える金額が増えているともっているが、景気が余り変わらないため、販売量は横ばいである。

□	美容室（経営者）	・ 明るい話題がなく、物価高も続くため当分景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・ 材料費や人件費の高騰が続いている。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・ 住宅リフォームや企業の設備投資案件がしばしば出ている。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・ 第2繁忙期に入るため期待したいが、ここまで原価が上がると予測が難しい。
▲	百貨店（総務担当）	・ 今後も極めて危険な暑さが続くようであり、来客数が伸びない限り、売上の回復は難しい。今年は前年より円高ということもあり、お盆休みなどは海外の近場への旅行も想定され、お盆の消費にも期待が余りできない。一方で、暑さによりUV対策の日傘や化粧品などの動きは良いが単価が低く、これまで売上をけん引していた海外特選ブランドがインバウンドの減少もあり厳しく、売上の回復にはまだ遠い。
▲	百貨店（営業担当）	・ 客の節約志向とインバウンドの購買意欲の低下が目立ってきており、しばらく回復が見通せない。
▲	スーパー（店長）	・ 競合先の出店を控えているため、来客数の減少が予想される。
▲	スーパー（店長）	・ 前年は南海トラフ地震臨時情報があり、防災用品や食品の購買行動につながったが、本年は何もないことに加え、猛暑により厳しい見込みである。
▲	スーパー（店長）	・ 商品の値上げ要請がまだ継続している。
▲	スーパー（店員）	・ 担当カテゴリーの値上げが続くことに加え、原材料面での供給に不安がある。
▲	スーパー（支店長）	・ 延々と続く物価の上昇と収入の横ばいで需要と供給のバランスが崩れて、購買力が上向くことは全く期待できない。今後も原料価格高騰や商品値上げが続くことで、庶民の生活はますます大変な状況になると危惧している。
▲	コンビニ（企画担当）	・ 来客数の減少傾向は以前から起きており、同等か若干悪くなる可能性がある。
▲	コンビニ（店長）	・ 今後の物価対策がどうなるか不明だが、消費者の節約志向は変わらない。
▲	衣料品専門店（店長）	・ 暑さが長く続く見込みであり、秋冬商材の購入客が減る可能性が高い。周辺には米国関税の影響を受ける業種も多く、全体的な消費への影響は大きい。
▲	衣料品専門店（売場担当）	・ ボーナス支給の影響は一時的なものとみられる。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・ 暑さで客も少なく、閑散としている。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・ 消費者の生活防衛意識が高くなっている。値段を気にする人が多くなっている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・ 今までは車両本体価格が300万円台からであったが、現在は500万円台からとなるため、購入できる人が少なくなっている。
▲	一般レストラン（経営者）	・ 異常な暑さが続いており、客も外出をためらっている様子で、少なくとも9月いっぱいには期待できない。
▲	旅行代理店（経営者）	・ 受注が鈍化しており、特に下期においては不安がある。
▲	通信会社（企画担当）	・ 米国の関税も含めた政治や経済の先行きに不透明感がかなり大きくなってきている。
▲	テーマパーク（職員）	・ 大阪・関西万博や沖縄の新しい大型レジャー施設など他地域にいろいろ新しいレジャー先が増えている。
▲	観光名所（案内係）	・ 判断しづらい状況である。今後の日本がどうなるか憂えている。
▲	理美容室（経営者）	・ 客との話では物価は上がらないのに賃金は上がらないと嘆く声が多く、景気は悪くなる。
▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 客の購買意欲も増加しているわけではなく、販管費が物価高騰により増加しているため、損益で見れば良くなる要素はない。介護保険サービスを提供しているため、価格転嫁もできない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・ 猛暑と長期休暇のため来場者の激減が予想される。

	▲	その他住宅〔住宅管理〕 （経営者）	・ 例年夏休みやお盆は小さな町でもビジネスホテルが一杯になっていたが、今年は花火大会もなく、経済効果は半減している。このままでは地域おこし、地域活性化にもブレーキが掛かる。地方は産業も人の流出も止められず、この先が心配である。
	▲	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・ 物価上昇の継続が予想される。
	×	商店街（代表者）	・ 国内投資をしない限り、市場は広がらず給料も上がらない。
	×	一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・ 今年も残暑が厳しい見込みであり、涼しくならないと商店街に人が来ない。景気は更に悪くなる。
	×	百貨店（経理担当）	・ 不安定な政治が続くことで物価高対策が後手に回るほか、米国との関税政策が企業業績の悪化を招くことで、景気は後退する。
	×	スーパー（店員）	・ 卵の価格が1パック300円を超えており、猛暑の影響で8月から値上げすることになった豚肉の高騰もかなり家計を圧迫する。米の価格も高値のまま推移し、良くなる要因が見当たらない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ 残暑がずれ込み、秋物商材の動きがなくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・ 物価高への対応ができていない。
	×	タクシー運転手	・ 景気の悪化を実感する。
	×	設計事務所（経営者）	・ 全く見通しが立たない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ 材料の輸入品が高騰するとともに便乗値上げが心配である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	*	*
	○	輸送業（エリア担当）	・ 米国との関税交渉が妥結したためやや良くなる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・ 例年は秋期に入ると受注量や販売量が増加するが、現在の取引先の状況からはその期待を持てない。
	□	化学工業（営業担当）	・ 国内のケミカル需要は低調であるが、A I 向け電子材料薬品の好調が続く見込みである。
	□	化学工業（総務秘書）	・ 特段景気に悪影響を与える要素がない。政権政党が少数与党となり国政に混乱が発生しないことを望むが、この先の懸念材料とみられる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・ 主要顧客は好調だが、他が今一つ元気がなく、現状維持がようやくの見込みである。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・ 米国の関税率が決まらない間止まっていた案件は動き出したが、米国への輸出品に関税が課されることによりコストが上がるため、設備投資を中止したり、中古の購入に切り替えたりする顧客は増えている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 余り変わる要素がない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ 設備投資が始まり、そういったところには金が使われているが、社員への還元がされていない。
	□	建設業（営業担当）	・ 物価高で作業や物品販売等を行うため、2～3か月から年内というより3～4年後には落ち着く方向で景気は動くかもしれないが、現状は耐え忍ぶだけで変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・ 製造業が原価上昇を理由に値上げをしても粗利が増えるわけではない。原価上昇を理由に物流費は上げられてはいるが、経営が苦しいことを理由として運賃値上げに応じる会社は少ない状況が続く。
	□	輸送業（従業員）	・ 米国の関税が15%で妥結したばかりであり、どの程度影響があるのか、荷主もまだつかめていない段階である。我々の仕事に影響が出るのは更にその後になる。
	□	輸送業（従業員）	・ 参議院選挙が終了し、政権運営の先が見通せないためしばらく横ばいが続く。
	□	輸送業（エリア担当）	・ 業務量は多く安定しているが、数か月前に交渉した単価上昇の話になかなか回答がもらえない。出荷元が承認しなければ単価の上昇はないため、出荷元との交渉がうまくいっていない様子である。
	□	金融業（従業員）	・ 夏休みの時期は帰省など人の動きもあり経済は活発になるかもしれないが、その後は変わらない状況が続く。

	□	金融業（企画担当）	・ 中小企業の賃上げが大手企業に可能な限り近づかないと個人消費も伸びず、また、賃上げが吸収できるくらいに受注価格も上がらない限り、景気の回復はしばらく難しい。
	□	不動産業（経営者）	・ 今後は例年よりも晴れの日が多くなりそうであり、外出や遠出をする人は増加する。売上の増加傾向は継続し、前年を上回る状況になっていく。
	□	広告代理店（制作担当）	・ 物価の高止まりで広告量が抑えられていることもあり、特に紙媒体の出稿量は前年より微減している。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 海外経済の動向や物価の変動により良くなると期待したいが、中小企業はこの先も厳しい見込みである。
	□	会計事務所（職員）	・ 消費に回せる金額は大きく変動しないため、一部商品の値段が上がれば、セール品を買ったり、買う量を減らしたりなどの対策を取る。使う金額が増えなければ景気は変化しない。
	□	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・ 米国関税問題の決着により世の中はホッとしているが、まだ不透明な部分が多数あるため、突如として税率の引上げが行われるかもしれないという思いがぬぐえず大変不安である。
	▲	食料品製造業（社員）	・ 酒米の価格が高騰しているため清酒の製造原価が高まっており、今後の自社商品の値上げは避けられない状況である。それにより販売数量に大きな影響が出る見込みであり、清酒業界の景気は先行き不透明である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・ いろいろな不足要因のため工事がはかどらず、仕事量が余り出てこないかもしれないという懸念が現実になる。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・ 積極的な経済政策や減税の期待ができないため、投資も消費も様子見で停滞している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・ 米国関税の決着がみられ、今後輸出も困難になり、受注量や販売量の減少が見込まれる。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ 米国関税の影響がある。酷暑日が続いて電気代が心配である。
	▲	建設業（役員）	・ 夏休みに入り旅行などで客の動きは鈍くなる。米国の関税が地元企業である大手自動車メーカーに与える影響が懸念されるため、今後当地域の客の動きには不安がある。
	▲	輸送業（従業員）	・ 米国が次々と新しい関税を発動し、景気に先行きの不透明感が漂っているため、企業として積極的な投資ができない。
	▲	通信業（総務担当）	・ 次の値上げがない保証はなく、どんどん生活が困窮している。賃上げもなく、とにかく出費を控えており希望がみえない。
	▲	金融業（従業員）	・ 参議院選挙が終わったとはいえ政策上は余り楽観もできず、都心部ではインバウンドにより一時的な売上はあるものの、我が国全体の景気を考えると、まだまだ景気回復というイメージはない。
	▲	公認会計士	・ 中東情勢の影響や米国関税の影響が出てくる。世界情勢が不安定であることにより、様子見をする企業が多くなっている印象を受ける。日本銀行が利上げする可能性もあり、借入れが多い企業などは今後は下向きとなる可能性がある。また、輸出企業については大きな打撃を受けることも予想され、どちらかというやや悪くなる。
	×	食料品製造業（営業担当）	・ 消費の落ち込みが全体の受注量よりみられる。回復の兆しは見当たらない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 物価がかなり上昇しているが、その割に賃金は上がっていない。多少の賃上げがあっても、物価上昇に追いついておらず、実質賃金は下がっており、景気は良くならない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・ 見積依頼などの件数も例年比30%以上減少している。
	×	金属製品製造業（経営者）	・ 引き合いが減少しており、悪くなる状況が続く。
	×	会計事務所（職員）	・ 米国関税の影響で客先の減産が決まり、特に船外機関係の受注量が減少している。関税の影響が出にくい客先の製品を増やそうとシフトしているが、生産体制を考えると簡単に切替えはできないため、この状況は今後も続く見込みである。
雇用 関連	◎	*	*
	○	職業安定所（職員）	・ 米国関税が15%と決定したことで、停滞していた企業活動が活発になる。

(市海)

(果(母)	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・お盆時期を境にして転職活動に踏み切る個人の動きが活発化することが予測され、年度末の転職を視野に媒体やエージェントを含め情報取得に動く人が増える見込みである。
	□	人材派遣業（営業担当）	・米国の関税が15%になったものの、まだ不透明感が消えることはなく当面は様子見が続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・参議院選挙の結果により、長期で見ると給付や減税などを含め政策がどうなるか気掛かりだが、3か月程度では変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国関税は着地点がみえており、この状況では客から設計開発費の見直しといった話は今のところ出ていない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・新車販売は、前月に続き地元の大手自動車メーカーは好調を継続している。ほかにも好調に推移する会社もあるが、その他のメーカーは総じて需要が少なく厳しい状況が継続しそうである。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や燃料価格高騰、猛暑や豪雨などの気象状況が、夏休み時期のレジャーや宿泊などの低迷に影響を与える懸念がある。業種により差があるものの、人件費、原材料や燃料費の高騰など企業が抱える課題が多く、大きな変化は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・企業は原材料価格や燃料費の高騰による影響を大きく受けており、物価高が続いているなかで、予測ができない。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業においては、原材料価格やエネルギー価格の高騰などの影響で人件費に充てる予算の捻出が困難になっている産業が引き続き見受けられる。一部産業では人手不足が継続しているものの、物価の上昇に伴う国内消費動向の停滞、米国関税の影響への懸念から人手不足であっても新たな求人提出を控え、様子見をしている企業もあるとみられる。この先の経済動向が予測できない状況ではあるものの、現段階において大きな生産調整や雇用調整などの情報は入っておらず、景気動向について当面大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇等が雇用へ与える影響に引き続き注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・米国との関税交渉が決着したことで、設備投資等が動き出すと考えるが、最低賃金の大幅な引上げ予想もあいまって、廃業等が多数発生している。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・前年と比べ求人数増加の傾向は変わらず継続するものの、求職者とのマッチングが課題のため、成約数としては横ばいの見込みである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・現時点で今よりも良くなる、あるいは悪くなる兆候は特にみられない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足のなかで、より優秀な人材を確保するために多様な手段を講じる企業が増加している。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人が前年同月比で減少している。企業収益について今後の動向を聞き取りしたところ、横ばい又は減少との回答が多かった。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比べて2次募集の求人件数は若干減少しており、前年より充足している状況がうかがえる。
	×	人材派遣会社（社員）	・例年夏季は求職者の動きが鈍る。