

II. 景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (北海道) | | 一般小売店〔土産〕 (経営者) | ・年配客も含めた幅広い世代において、北海道旅行への需要が高くなっていることから、これから夏の観光シーズンを迎え、好調に推移すると見込まれる。地震などの災害や海外情勢の悪化が生じない限り、客の購買マインドが落ち込むことは考えにくい。 |
| | | 観光名所（従業員） | ・今後も円安が続くことで、インバウンドがますます増え、財布のひもも一段と緩むことが期待できる。また、これまで海外旅行を選択していた客層が、国内回帰しており、ぜいたくな国内旅行を楽しんでいる様子もうかがえる。これらのことから、今後も、多くの観光客でにぎわうことを期待できる。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・中東情勢が落ち着きそうなことで、客の心理面にも良い影響が生じている。そのため、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・これから夏が訪れ、多くのイベントが始まることで、来道者が増加することになる。当店の来客数も少しずつ増加することになり、それに伴って売上も回復していくと期待できる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・インバウンドが増加傾向にあるなか、夏休みを迎えて、国内からの旅行客も増えることになる。客の財布のひもも緩むことを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・前年や3か月前と比較すると、新車受注が若干増加している。また、これまで受注を制限していた車種の受注受付が順次再開する予定であること、整備工場への入庫が増加傾向を維持していることから、今後、収益が上向いてくると見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・年度後半までは、現在の好調が続くと見込まれる。ただし、金利上昇に伴う支払金額や手数料の増加が足かせとなり、利益を押し下げることが懸念される。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・今後については、季節要因に加え、観光需要の高まりにより、客の利用機会の増加を期待できることから、景気はやや良くなる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・中東情勢の影響などにより、物価が上昇し、消費マインドが低下する懸念があるものの、国内客については、夏の観光繁忙期を迎えて、需要の伸びが期待できる。ただし、インバウンドについては、全体的に需要が落ち込む時期であることに加え、中国路線の減便、運休が影響し、前年並みの水準にとどまるとみられる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・道民生活応援ポイント給付事業の実施により、消費額の増加につながることを期待できる。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後、地元の祭りなどが開催されることから、利用客が増加すると期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後、暑い日が続くようになることで、タクシーの利用率が上向くことになる。観光客も増加してくる時期であるため、今後の景気はやや良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・航空運賃が高騰していることもあって、海外旅行への意欲が薄れ、国内旅行に目を向ける傾向が若干強まっている。6月はグループ旅行などが好調に推移したことから、今後も同様の傾向が続くことになる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・毎週日曜にイベントを開催しているものの、平日の来客数増加にはつながっていないことから、今後も厳しいまま変わらない。 |
| | | 一般小売店（経営者） | ・世界情勢を含めて、景気が上向くような明るい兆しがないため、今後も改善が見込めない。 |
| | 百貨店（売場主任） | ・インバウンドについて、少なくとも8月までは前年を上回って推移すると見込まれる。そのため、国内客が前年並みで推移すれば、売上が増加することになる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店長） | ・今後も景気は変わらない。ただし、ナフサなどの石油関連製品の供給不安や価格高騰による影響が落ち着いたり、消費税減税の見通しがはっきりしたりすれば、多少上向くことになる。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税減税はまだ先の話であることから、景気が大きく変化するような状況は見込めない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・中東情勢の影響で、食品や資材などの価格上昇が続いていることから、今後も消費者の節約志向が続くことになる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・原油価格高騰の影響により、7月又は8月に資材の値上げが予定されている。商品価格への転嫁は避けられないため、様々な商品で値上げが行われることになる。一方、中東情勢が落ち着くことで、消費行動が活発化し、販売量が増加に転じることが期待できる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・商品の値上げが進むことで、客の買い控え傾向が当面続くと見込まれる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・原油の輸入が滞っていた時期があったことから、秋頃に、様々な石油関連製品の値上げが行われる懸念がある。一方、今年の新米について、価格が下がることが見込まれる。そのため、景気が良くなるのか悪くなるのか判断できない状況にある。 |
| | | 衣料品専門店（エリア担当） | ・今後も天候によって売上が左右される状況は変わらない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・エアコンの新たな省エネ基準が2027年から適用されることで、今年前半の売上は好調に推移していたものの、ここに来て動きがやや落ち着いてきた。販売量はますますであるものの、高価格帯商品の動きが鈍くなっていることから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・景気が上向くような動きはみられないものの、今後、中東情勢が徐々に落ち着き、物の流れが良くなることで、車の売行きも上向いてくると期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・今後、新型車の割当て台数が増えることで、新車の販売量が増加することになる。一方、高額車については、現在も販売枠を残している状況であり、客が購入しやすい価格の車種が導入されることになれば、販売にもつながってくる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ここ数か月、前年比の動きは良くも悪くもなっていない。景気が良くなるような要因も見当たらないため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | ・今後については、季節商材の販売や洗車の利用が増えてくる時期であるものの、高単価商材の販売が落ち着く時期でもあるため、全体的な景気は変わらない。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・受診した病院などでの説明不足をきっかけに、当店を訪れるケースがみられる。一步踏み込んだ健康相談を行うことが、今後に向けてのポイントになってくる。 |
| | | その他専門店〔造花〕（店長） | ・現状、変化はみられない。商材の仕入れについては、秋口まで見通しが立っていないため、今後の動向を判断しづらい状況にある。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・地域一体となった人気アニメのイベントは、7月で終了するものの、これから観光シーズンの最盛期を迎えるため、現在と変わらず好調に推移することが見込まれる。 |
| | | スナック（経営者） | ・コロナ禍をきっかけに、業界全体の景気が落ち込んでいることから、今後も景気は変わらないまま推移する。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・中国からのインバウンドの減少が続いている。一方、中国以外の国や地域からのインバウンドは横ばいで推移すると見込まれる。国内客については、一定の夏季需要が見込まれるものの、物価上昇の影響もあって、大幅な増加までは期待できない。これらのことから、今後も景気は変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・今後数か月でインバウンドの旺盛な客足が落ち込むような要因は見当たらないため、国内の主要ホテルや観光地は強気の価格設定を維持すると見込まれる。国内旅行を検討している国内客にとっては、高すぎて手が出ない価格となるため、旅行控えの動きが強まる懸念される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 旅行代理店（従業員） | ・中東情勢の影響により、今後も旅行控えの動きが続くと見込まれる。一方、9月の大型連休の先行受注はますますの状況であり、今後の駆け込み需要の増加も期待できる。全体としては、景気は変わらないまま推移する。 |
| | | タクシー運転手 | ・例年、春先から6月初旬までの過ごしやすい季節が年間で最もタクシーの利用が減る時期であるため、これから暑くなる季節を迎えて、タクシーの利用が増えたと期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後も中東情勢の影響が続くとみられることから、景気が上向くことは考えにくい。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・今後については、地域イベントの開催などもあって、人流の増加する時期となるため、一定の需要は見込まれる。ただし、既に需要が一巡しているとみられるため、大幅な伸びまでは期待できない。また、客の消費行動は安定的だが、物価上昇が続いていることから、新たな支出に対して慎重な姿勢が続くことが見込まれる。そのため、消費が一段と拡大することは考えにくく、当面は現状と同水準で推移する。 |
| | | 美容室（経営者） | ・極端ではないものの、支出を抑えようとする客の雰囲気を感じられる。客の来店周期が伸びていることに加え、関連商材の販売量も減少している。当分の間、こうした状況が続くことになる。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | ・8月頃までは観光の最盛期であることから、現状と同様の状況が続くことになる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・金利が上昇傾向にあること、円安が続いていることから、今後も原価の高騰と売上の減少が続くことになる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今後も、石油関連製品の供給不安が懸念されることに加え、住宅ローン金利の上昇が見込まれることから、客の購買意欲がますます低下すると見込まれる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客の購買意欲が上向いてこない限り、厳しい状況が続くことになる。 |
| | | スーパー（店長） | ・販売動向が不安定なことから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | スーパー（役員） | ・商品の値上げは、これから本格化することになるため、物価上昇に伴って、客の節約志向がますます強くなるとみられる。 |
| | | スーパー（従業員） | ・物価上昇が続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・円安が一段と進む懸念が強まっていることから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・今後、様々な商材で値上げが予定されていることから、買い控えの動きが一段と強まることになる。そのため、景気はやや悪くなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・インバウンドの入込は好調に推移しているものの、消費額の多い中国人客が減っていることから、インバウンド全体の客単価が低下することになる。一方、国内客については、物価高の影響が出てくる懸念される。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。また、輸入食品の価格が大幅に上昇していることから、国産食品の安定供給に向けて、農林水産業の振興を一段と進めてもらいたい。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・夏季の国内個人客の予約が低調なことから、今後の景気はやや悪くなる。国内線航空運賃の上昇、宿泊料金の高騰、その他物価の上昇により、旅行費用が上昇していることが影響しているとみられる。 |
| | | タクシー運転手 | ・物価高騰が落ち着き、消費税減税の動向が不透明な限り、景気は変わらない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・客から、物価上昇を憂慮しているとの話を聞く機会が増えている。店頭商品の売上も、ここ3か月ほど落ち込んでいる。このため、今後も、こうした状況が続くことになる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・建築単価の上昇が続いていることから、これから供給される分譲マンションの価格が一段と上昇することになる。このままでは、実需の客がマンションを購入できなくなり、投機や民泊利用などを目的とした購入が増えてくることになる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | x | コンビニ（エリア担当） | ・工事現場の減少や不漁の影響により、住民の収入が減少すると見込まれる。そのため、今後、消費が大きく落ち込むことが懸念される。 |
| | x | 衣料品専門店（店長） | ・物価高の影響もあって、価格戦略が難しくなっている。商品の売行きも落ち込んでいることから、今後の景気は悪くなる。 |
| | x | 美容室（経営者） | ・材料費が値上がりしていることから、今後の景気は悪くなる。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | | 農林水産業（経営者） | ・今後については、青果物の収穫最盛期を迎えることから、活況となるが見込まれる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・中東情勢の影響で、資材などの入荷にめどが立たない状況となっていたものの、ここに来てその状況から脱しつつある。見積依頼も少しずつ増えている。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・中東情勢の影響が落ち着くことを期待している。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・半導体関連企業の事業が順調に推移しており、関連企業の進出が一段と活発になると期待している。 |
| | | 金融業（従業員） | ・現状、最大の懸念事項である原油価格について、中東情勢の影響が生じる前の水準に戻りつつあることから、今後の景況感はやや良くなる。 |
| | | 司法書士 | ・引き続き相続関連業務の依頼が多くみられることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、建築費の高騰などにより、住宅新築の少ない状況が続くことも懸念される。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・資機材の価格高騰と人手不足の影響もあって、先行きへの不透明感はあるものの、国内の建設投資は、受注残も含めて安定して推移していることから、当面は堅調に推移することが見込まれる。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・今後も、現在と同様の状況が続くとみられる。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・内容量を見直した商品を販売する予定はあるものの、先行きの動向がどうなるかは不透明である。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・時期的な面では、景気が上向くとみられるものの、空港の免税エリアで食品以外の購入割合が増えていることから、今後の苦戦が見込まれる。世界情勢が相変わらず不安定なこともマイナスである。 |
| | | 家具製造業（経営者） | ・中東情勢が落ち着いたとしても、景気がすぐに良くなるとは考えにくい。 |
| | | 建設業（従業員） | ・現状の人手不足がすぐに解消されることはない。今後、人手不足感が一段と強まることが懸念されるため、景気は変わらない。 |
| | | 建設業（役員） | ・今年度上半期は、計画を上回る工事量を確保できており、今後も好調に推移する見通しに変わりはない。一方、物価高騰や中東情勢の先行き不安が、燃料などのエネルギーや建設資材の価格及び供給体制に影響を及ぼすことも考えられ、利益面での懸念材料となっている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・物価高騰が長期間にわたって続いていることから、消費者の購買に伸びがみられない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。 |
| | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | ・相変わらず新規案件が少ない。過去に受注した継続案件でしのいでいる状況であり、今後も厳しいまま変わらない。 | |
| | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | ・引き合いなどは少しずつ増えている。補助金などを活用することで、今後の受注につなげることができると期待している。一方、建築鉄骨関連は、当初の見込みよりも案件が少ないことが影響して、ベース商品の動きが伸び悩んでいる。全体的には、コスト増や人手不足が解消されない限り、景気回復は難しいとみられる。 | |
| | 金属製品製造業（従業員） | ・新築住宅が減少している1番の要因は人口減少であり、これに住宅価格の高騰が追い打ちを掛けている。また、カーボンニュートラルの進展により、住宅の断熱性能が向上し、暖房負荷が小さくなっていること、全館空調の採用により、パネルヒーター離れが進んでいることもマイナスである。こうした状況を踏まえると、今後の景気はやや悪くなる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|----------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 司法書士 | ・今後も景気は徐々に低迷していくことになる。中東情勢の影響による物流停滞や円安に加え、税や社会保険料の負担増加などもマイナスである。景気を上向かせるには、中小企業や一般消費者に目を向けた政策などを一層充実させていくことが必要である。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 | | - | - |
| (北海道) | | 学校[大学](就職担当) | ・企業の採用ニーズは引き続き高水準で推移しており、今後も緩やかに上向いていくことになる。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・新卒が入社して3か月が経つことから、そろそろ転職を考える人材が出てくることになる。そのため、今後、登録者が増える見込まれる。新卒を予定どおりに採用できなかった企業が、こうした人材の獲得を視野に、採用活動を強化していくとみられる。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・求人動向に変化がみられないことから、今後も現状維持で推移する。 |
| | | 求人情報誌製作会社(編集者) | ・中東情勢に収束の兆しがみられ始めているものの、物価高、品不足は当分続くとみられる。そのため、人材採用に企業の目が向くまで、しばらく時間が掛かることになる。 |
| | | 求人情報誌製作会社(編集者) | ・求人広告の申込件数が前年から15%ほど減っている。M&Aや閉店、廃業を検討する企業も少なくない。そのため、今後の景気は良くても現状維持で推移する。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・現状、景気が上向くような要素が見当たらない。また、求職者が減少し始めており、今は辞めるときではないと考える人材が増えていることがうかがえる。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・新規求人数の減少が続いているものの、それが景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。そのため、今後も景気は変わらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社(編集者) | ・中東情勢の影響や物価高、円安が落ち着くような動きが出てこない限り、景気が良くなることは考えにくい。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・原材料価格の高騰に伴って、商品価格が上昇している。こうした動きが落ち着く傾向もみられないことから、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | x | * | * |

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|-----------------|-------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 | | 商店街(代表者) | ・8月は夏祭りの開催に伴い、多くの来街者でにぎわう。地域経済への大きな波及効果が期待される。 |
| (東北) | | コンビニ(経営者) | ・2~3か月後、前年と同様に暑くなれば売上は上がるため、期待している。 |
| | | 都市型ホテル(支配人) | ・夏休み、お盆休み等の先行予約が好調である。 |
| | | 一般小売店[医薬品](経営者) | ・夏祭りが盛んな時期のため、多くの人が当地を訪れることが予想され、売上も伸びるとみている。 |
| | | 一般小売店[医薬品](経営者) | ・夏は例年良くなる。買い控えはみられるものの、物価上昇に伴い売上は多少増加する。前年実績は上回るとみている。 |
| | | 一般小売店[茶](経営者) | ・3か月後には、中東情勢が今よりも改善するとみている。 |
| | | 一般小売店[酒](経営者) | ・お中元シーズンに入るため、多少なりとも景気は良くなる。しかし、物価高が続けば、消費マインドの更なる低下も予想される。 |
| | | 百貨店(経営者) | ・来客数は前年を大きく上回っており、営業施策も準備ができています。 |
| | | スーパー(店長) | ・酒などの嗜好品は前年比90%を割っているが、生鮮商品の売上は良い。6月後半になり、売上が少し上向いている。 |
| | | スーパー(店長) | ・自治体発行の商品券の配付が始まっている。配付率の上昇に伴い可処分所得が増加するとみている。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・例年より暑くなる見通しから、冷たい商材の需要増加で売上は確保できるとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店（従業員） | ・例年どおり8月に梅雨が明け、気温の高い日が続けば、エアコンを始めとする夏物商材が全体の販売量をけん引する。更に暑くなれば、販売量だけでなく売上単価の上昇も見込める。ただし、短期間で販売量が伸びた場合、工事業者による取付けまでに時間を要し、キャンセルが発生するおそれがある。また、部材供給の遅れにより部材不足が生じる可能性もある。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・軽自動車の一部車種が販売再開になるため、販売量が多少伸びるとみている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・各業種が様々な施策を講じるとみており、景気は現状のまま変わらないとは考えにくい。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・一部車両が海外生産になり、国内生産の空いた枠で他車種を製造するようである。配車量が増加することを期待する。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車が発売されるため、来客数や販売数の増加が見込める。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・夏祭りもあり、国内客もインパウンドも動くともっている。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・サービスエリア拡大のための設備投資は秋まで続くため、新規加入者数の増加が期待できる。特に今後は大学エリアへの拡張が始まるため、学生向けを中心に格安Wi-Fiサービスなども展開していく。また、格安携帯サービスをセットにした通信サービスパックについても、契約者数の増加が見込める。さらに、高齢者向けの放送サービスでは、多チャンネルサービスの事前申込みが増加しており、純増が見込まれる。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・屋内施設のため天候に左右されない。夏休みを迎え、子供や孫を連れだファミリー層が多くなる。 |
| | | 観光名所（職員） | ・旅行者は燃料費の高騰は気にしていない。団体予約数は例年並みである。 |
| | | 競艇場（職員） | ・7月に大規模なイベントが控えている。客単価の上昇は期待できないが、来客数が増えることで、売上増加につながるとみている。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ボーナスの時期であることに加え、最近の客の傾向として、ドライバー等の高額商品の購入がみられるため、売上の増加に期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・6月は今まで経験したことがないくらい消費が低迷しており、この先も変わらない見通しである。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・ナフサの影響がいわれていたときの社会全体を覆う不安感払拭された。株価が上がっており、米価も落ち着けば社会全体が明るさを取り戻す。景気は横ばいを維持するとみている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・一部のラグジュアリーブランド等の価格改定に伴う駆け込み需要はあるものの、来客数は減少傾向が続いている。客単価の向上に向けた施策に取り組んでいく。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・夏のセール、ギフトはアパレル商品の減少や高齢化による儀礼ギフトニーズの減少などにより、販売量、売上共に減少するとみている。その減少をジュエリーや時計など高額商品の好調領域がカバーする構図は変わらない。 |
| | | 百貨店（従業員） | ・中東情勢の影響による資材価格の高騰や物価高などは、早急に改善されるとは考えにくい。生活防衛の観点から、購買行動は引き続き慎重であるとみる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・中東情勢の不安定さなどから、石油由来商品の単価上昇と品不足は続くともみられる。国内メーカーにおける原価上昇や物流コスト増加、賃上げによる人件費増加に加え、輸入原価の上昇や為替相場の影響も懸念される。さらに、最近では地震や気候変動の影響も気掛かりである。株高が続いていることに加え、ボーナス時期にも入るため、消費行動の改善に期待したいが、今しばらくは消費者心理の改善は進まず、買い控えも続くともっている。 |
| | | スーパー（店長） | ・売上は何とか前年をキープできている状態であり、消費者の経済状況や物価高などを踏まえると、景気は変わらないとみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・値上げが続くなか、購買行動は変わらないとみている。 |
| | | スーパー（店舗運営） | ・食費の節約は続くともっている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（業務担当） | ・株価が上昇しているといわれても実感はない。先行きは不透明である。 |
| | | スーパー（商品担当） | ・中東情勢への不安と物価上昇が続くなか、消費の低迷も継続するとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・売上は週末の天候に左右されるが、今のところは現状維持とみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・経費の上昇が続く限り、経営が良くなることはない。競合の閉店や外部環境に大きな変化がない限り、厳しい状況は変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・季節トレンドは上昇するが、環境の変化は見込めない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・商品の大幅値上げの影響が出るとみえており、更なる売上増加は見込めない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・景気は緩やかに悪化している。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・店舗でのお中元販売の対策でカタログを作成したので、ダイレクトメールや訪問等で配布し、売上につなげたい。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・まだ秋冬の高単価商材が売れない時期のため厳しくなる。輸入商品を多く扱っているため、円安の影響もあり商品単価が高くなっている。物価高で節約ムードのなか、良くなる材料が見つからない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・物価高による節約志向は続くとみている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・物価上昇が続くなか、消費者物価指数と連動した賃金上昇にならない限り、お買い得商品中心の需要は変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・節約志向が高まっている。商品購入の優先度から見て、趣味し好に関する商品は買い控えの対象になっている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・今月の販売量はここ2～3か月で1番良かったが、来客数は増えていない。この先も景気が良くなるとはいえない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・来客数の減少は、メンテナンスパック利用客の減少が影響している。主な要因は、部品原価や作業工賃単価の上昇である。さらに、安全走行に支障が少ない低走行車が増加していることもあり、景気の上向きは期待できない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・受注生産をしているが、追加の受注確保はなかなか難しいため、現状の受注量に変化はないとみている。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | ・現時点では良くなる要因が見当たらない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・中東情勢が落ち着き、コストの低下により販売価格は下がるとみているが、需要回復までには至らない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・閑散期に入っていることを除いても、配達灯油の販売数量が例年にないほど落ち込んでいる。本格的に夏を迎えれば、しばらく低迷するとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・客は事前に予定を立てるのではなく、当日になって外食を決めて来店するようになってきている。そのため、店が混み合う日もあるが、それは直前にならないと分からない。今後も同様の状況が続くとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・歓送迎会などのイベントも終わっており、静かな時期になる。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・円安、物価高の影響が収まらないとみている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・様々なことが解決したとしても、景気がすぐに好転することはない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・景気悪化の要因が多く、消費行動が安定するには時間が掛かる。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・紅葉シーズンだが、稼働率は今月と変わらないと予想しており、来客数もさほど変わらないとみている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・中東情勢の収束、円安改善の見通しが立たない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・先行きは不透明である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・自治体が発行している宿泊クーポンが好調である。第2弾クーポンの配布も決まっている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・好転する材料が乏しい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・円安や金利上昇の影響が出てくる可能性もあるが、全体的に変わらない状況が続くとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信会社（営業担当） | ・6月になって良かった客単価は、このまま維持するとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・受注量は例年と変わらない見込みである。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・中東情勢や物価上昇の動向により、先行きは不透明である。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価高の影響により、パーマやカラーの施術数は横ばいの状況が続くとみている。 |
| | | 美容室（経営者） | ・新規客に若い世代がみられない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・受注や契約が予定どおり進んでおり、大きな変化はない。 |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・中東情勢の影響による原材料、資材の価格高騰及び供給調整は続く。また、2027年からの新たな省エネ基準導入を前に、エアコン交換も続くとみている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・値上がりは、景気の回復にはつなげていない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・物価高や人件費高騰により、商店街の店舗でも閉店や廃業が増えるともみている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・中東情勢の影響などで価格転嫁が進み、消費行動は慎重になるとみている。 |
| | | 一般小売店〔スポーツ用品〕（店員） | ・夏本番の時期は動きが鈍くなる。さらに、中東情勢の影響をどの程度受けるかについて懸念がある。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | ・中東情勢の混乱の余波が、遅れて出てくると予想している。 |
| | | スーパー（店長） | ・客は自己防衛のため、価格の安い店舗を買い回っている。店舗は客の獲得と売上確保のため、価格競争にかじを切らざるを得なくなっている。そのような状況のなかで、景気を押し上げる材料は今のところない。 |
| | | スーパー（販促担当） | ・中東情勢次第である。ナフサ不足が解消しない限り、物価高は続き、商品価格の上昇も避けられない。ナフサ由来の包装資材や食料品について、仕入先からの値上げ要請が続けば、価格転嫁せざるを得なくなる。そうなると、販売価格は上昇し、買上点数は減少する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・商品の値上げにより客単価は上昇しているものの、販売点数は横ばいが続いている。来客数は3月を境に微減が続いている。一定の来客数は確保できているが、近隣の工事の影響もあり、週末や深夜の客層を取り込みきれていない状況である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数の減少が著しく、かなり厳しい。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・プレミアム付商品券は一時的な施策である。また、来客数の微減が続いていることに加え、更なる物価上昇も見込まれることから、販売量は前年を下回る見通しである。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・我が国の株価は上昇しているが、中小企業の給料には反映されていない。物価高騰の影響が大きく、買物に対してはますます消極的になっている。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・消費意欲は改善していないため、現在のエアコンやテレビの好調は需要の先食いによるものとみている。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・あらゆる物価が上昇しているため、顧客からも買い控えの声を多く聞く。積極的な購買行動ではなく、経年等でのやむを得ない買換えが目立つ。 |
| | | 住関連専門店（インテリアコーディネーター） | ・物価上昇が続いているため、景気は良くならない。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者） | ・例年であれば10月の衣替えに合わせて冬物が動き出すが、暑さが長引けば厳しくなる。売れるものがなくなれば、売上は減少する。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・中東情勢の先行きは不透明であり、夏場のエネルギーコストは更に上昇するとみている。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・物価高の影響により、全体的に外食の機会が減少している。特に高級レストランでの食事は敬遠される傾向が高まっており、多くの集客を見込むことが難しい状況である。このような背景から、今後も減少傾向が続くとみている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・景気は下降基調にあり、改善する要因が見当たらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・物価上昇が更に進む可能性が高い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 観光名所（職員） | ・振り客数と予約数が減少しており、全体的な下降につながっている。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・景気の先行きが不透明で、地方は特に所得の向上よりも物価高への不安感や実際の支出が増加している。先の予約状況をもて、趣味への支出は減少傾向にある。 |
| | | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・品不足、価格高騰、人件費高に加え利上げでは、身動きができない。利上げが円安対策だとしても、国に競争力がない現状では効果はなく、中小企業の経営を強く圧迫している。 |
| | | その他サービス〔寮管理〕（管理人） | ・中東情勢の影響により石油由来製品の供給が不安定で、先行きも不透明なことから、景気はやや悪くなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・物価高騰により、商談数は確実に減っている。 |
| | × | 一般小売店〔寝具〕（経営者） | ・原料価格の上昇により商品が値上がりするため、消費者の買い控えが予想される。 |
| | × | スーパー（経営者） | ・中東情勢の影響は今後も続くとみられる。電気やガス、食品、各種サービスの価格上昇も引き続き見込まれる。 |
| | × | コンビニ（経営者） | ・6月末に近隣で営業時間の長い総合ディスカウントストアが開店した。 |
| | × | 衣料品専門店（店員） | ・今月はスーツを目的とした客が減少している。ライバル会社への流出も考えられるが、軽装化の浸透も要因となっている。また、暑くならないため需要が喚起されていない可能性もあり、大きな需要の動きがみられない状況を危惧している。 |
| | × | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・中東情勢が落ち着いたとしても、全体的に物価高の傾向は変わらない。また、在庫が積み上がった米の問題が解消せずに新米が出てきた場合、当地の主産業である農業を直撃する可能性が高い。 |
| | × | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・度重なる値上がりにより、買い控えに拍車がかかるとみている。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・客からも景気が悪いという話を多く聞く。他を見ても良い話は全くない状況のため、景気が良くなることは考えにくい。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢は落ち着きつつあるものの、依然として不透明感がある。株価の変動も激しく、法人の動きは抑制されている。これにより、繁華街には足が向かなくなっていることも、飲食店が低迷している原因とみる。また、生活費の上昇が続いており、消費者の負担感は増している。 |
| | × | 観光名所（職員） | ・お金を使うところと節約するところをしっかりと考えて計画的に使っている印象を受ける。土産の購入額の動きも悪い。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | | 農林水産業（従業者） | ・桃が本番の時期を迎える。出来が良いため、売行きも期待できる。 |
| | | 建設業（従業員） | ・小規模なものも含め、民間案件の受注契約が見込まれる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・中東情勢は予断を許さない状況が続いているものの、受注予測としては上向いてきている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・原油関連の供給不足などに不安はあるものの、引き合いは増えており、今後期待ができる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・この先も受注の積上げは良好である。特に半導体関連の動向が良く、今後も続く見込みである。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・人手不足感が継続していることから、企業認知向上のための広告ニーズは引き続き高いとみている。 |
| | | 経営コンサルタント | ・中東情勢が落ち着き、原油関連の見通しの好転が期待される。 |
| | | その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者） | ・景気はやや良くなる止まりである。 |
| | | その他企業〔協同組合〕（職員） | ・中東の海峡封鎖の緩和により、原油の調達環境の改善が見込まれることから、先行きの不透明感は解消に向かうとの期待がある。また、半導体やAI関連分野の好調は、他の業界にも明るさをもたらす。 |
| | | 食料品製造業（営業担当） | ・原材料の値上げ要請が頻発しており、利益を圧迫している。2～3か月後は価格上昇の影響が顕在化することから、やや悪くなるとみている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 木材木製品製造業（従業員） | ・値上げを受け入れてもらえることが多くなっている。このまま価格転嫁が進めば利益率の改善が見込めるが、もう少し時間が掛かるとみている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・中東情勢が沈静化し、ガソリンを始めとする物価が安定しない限り、変わらない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・引き合いは増えているが、多くの部資材が想定以上に値上がりしており、実行するかは不透明である。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・社会情勢は流動的であり、大きな転換点はもう少し先とみている。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・受注増加につながる要因がない。 |
| | | 建設業（従業員） | ・中東情勢の影響により、資材価格や工事見積りに影響が出ている。 |
| | | 建設業（従業員） | ・人手不足により受注量を増やすことができないため、景気は変わらない。 |
| | | 建設業（従業員） | ・景気の良い状況が数年間続く見通しである。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・中東情勢がサプライチェーンに及ぼした影響の回復には、一定の期間を要するとみている。また、当社においては、取引の多い工場が今月末を持って大幅に縮小することが決定している。今後は、海運、倉庫を始め各事業の収入に影響が出てくる見通しである。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・顧客からの価格低減要請は続いているが、今後も価格の適正さを伝えていくしかない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・新機種の発売により一定の受注は見込めるものの、物価高の影響により例年を下回る見込みである。 |
| | | 金融業（広報担当） | ・取引先の状況を見ると、中東情勢は予断を許さないものの、一時期と比べて先行きの不透明感は弱まっている。また、政策金利の引上げについては多くの企業で織り込み済みであり、経営者のマインドも悪化傾向から改善しつつある。今後2～3か月では景気を悪くするような材料は特に見当たらず、現状維持とみている。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・物価高騰に賃上げが追い付いていないため、消費マインドの更なる低下が懸念される。販売促進費を増加する企業は少なく、広告業界の業績は低迷状態が続くとみている。 |
| | | 公認会計士 | ・顧客のうち一部の建設会社等で業績の回復がみられるようになってきた。しかし、まだ赤字の顧客が多く、製造業、建設業では景気が上向く兆候はみられない。小売業、サービス業などは堅調に業績が推移している。全体としては、景気はやや悪い。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・スーパーでは、肉類を中心に、値下げをしても売れ残っている商品が目につく。 |
| | | 農林水産業（従業者） | ・米の市場価格が下がっており、稲刈りを迎える頃には、新米価格が前年と比べて大幅に下落する見通しである。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・仕入コストの増加が多くの品目でみられ、原価上昇により厳しい状況にある。 |
| | | 食料品製造業（製造担当） | ・仕入価格の上昇により収益性が低下していることから、価格改定や内容量、資材の見直しなどに関する対策の協議を重ねている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・地方では、急激な過疎化の進展や働き手の若者不足に伴う進出企業の撤退や閉鎖がある。地方都市と首都圏の格差拡大はますます進み、日本経済は停滞するとみている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・原材料価格の高騰に伴い、7月頃から資材価格の上昇が見込まれることから、顧客の発注数は鈍化するとみている。 |
| | 司法書士 | ・一部で住宅着工戸数の減少が著しい。 | |
| | × | 窯業・土石製品製造業（職員） | ・官需、民需共に受注が減少しており、厳しい状況が続く。 |
| | × | 不動産業（従業員） | ・住宅ローンは金利上昇、事業ローンは審査の厳格化により、新規の取組は減少し、限定的となっている。 |
| 雇用 関連 (東北) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・中東情勢が一段落し、資材流通の懸念がなくなっていることから、景気は良くなるとみている。ただし、価格が高止まりしているため、手放して喜べる状態ではない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求職者数に一定の下げ止まり感があり、登録予約数も前年比プラスの傾向が続いているため、一時的に好転するとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢に関する合意により、資材不足の解消や物価高騰の抑制が進めば、景気は徐々に良くなる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・採用者数は低調だが、求人数は堅調であり、景気は極端に悪いわけではない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・中東情勢はいまだ不透明な状況にある。A I関連で株式市場は活況だが、インフレ懸念や実質賃金の課題などがあり、景気が大きく上向きシナリオはみえない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・インフレ圧力の緩和や政策的な支援継続などにより回復基調が続けば、良くなる可能性は若干ある。観光シーズンの到来や農林水産業の生産増加も追い風になるとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・物価高などを背景に65歳以上の高齢求職者が多くなっているが、マッチングが進まず求職活動が長期化しており、有効求職者数は13か月連続で増加している。小規模事業所の閉鎖も散見され、求人倍率の低下傾向は続くと思われる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・5月の新規求職者数は前月に引き続き前年比では減少に転じている。新規求人数は前年比では3.5%増加している。主要産業のうち、製造業、卸売小売業、医療福祉、サービス業の4つで増加となっている。中東情勢の先行きには不透明感があるものの、求人の動きには底堅さがみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響により、原材料の不足や物価高などの影響がみられ、先行き不透明である。ただし、直近での景気動向は余り変化がないとみている。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・物価高が続く限り状況は変わらない。 |
| | | アウトソーシング企業（経営者） | ・市場価格の上昇スピードが速いため、景気は冷え込む。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・世界情勢の変化や円安の影響が長期化しており、景気の下押し要因は多くある。一方、改善につながる材料は見当たらない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・物価上昇の先行きが見通せない。景気が良いのは大手企業だけであり、中小企業との業績格差が広がっている。 |
| | | 学校〔専門学校〕 | ・中東情勢の影響により、経済活動の先行き是不透明である。 |
| | x | * | * |

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------|----------|-------------------|-----------------------------------------------------|
| 家計動向関連 (北関東) | | - | - |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・お中元時期等もあり、贈答品の売上が見込まれる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・暑くなってくれば飲料の需要が高まり、売上が増加する。 |
| | | コンビニ（店長） | ・気温が高くなると、飲料やアイスクリームが売れて売上も増加することで当店の景気は良くなる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・梅雨明けとともにエアコン需要は回復する。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・梅雨明けに伴って、省エネ基準の改定を背景としたエアコンの売上伸長が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・当地域の自動車メーカーでは、新車種の生産がほぼ順調に進んでおり、前年比110%を超えつつある。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | ・季節も変わり、人の動きが活発になると予想している。実際に夏の宴会の問合せが増えている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・梅雨が明け、夏休みシーズンになれば、イベントが増えて客足も良くなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・夏から秋に向けてハイシーズンになり、やや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・インバウンドが若干、増えてきている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・宿泊部門は、夏休みから秋に向けてイベント等も充実しているため、予約状況からも良くなると判断している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 旅行代理店（従業員） | ・やや良い状況が続くと期待している。 |
| | | タクシー（経営者） | ・昼の動きが良くなってきたので、この先も良くなる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・食品ほか日用品の値上げが家計を圧迫し始めている。引き続き、重点支援地方交付金によるプレミアム付商品券を利用したフリー客が期待できる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ガソリン価格が高くなる可能性や金利上昇が懸念される。この先も物価上昇の動きが加速するなかで、店舗を改装するかちゅうちょしてしまう。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・中東情勢が落ち着きそうで助かるが、依然として石油の影響が大きい。これでは景気は良くならない。経済情勢が恐ろしいほど変化しており、ついていけない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・梅雨の本格化に伴い、傘や冷涼商材の売上が目立っている。これからクリアランスセールや夏のレジャー、お盆や帰省対応商材の動きが活発化してくる。必ず需要があるものなので、取りこぼしがしないよう、かつ、プラスワンの購買を促す準備をしていく。 |
| | | 百貨店（店長） | ・来客数が前年を下回る状況が続いている。富裕層の購買は維持できているものの、中間層の来店や売上が前年を下回る状況が続いている。物価上昇や各種値上げは当面変わらない環境が想定されるため、今後もこの状況が続く。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・中東情勢が落ち着いて、食料品の消費税が1%への減税となれば、良くなるかもしれない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・夏休み期間に向けて観光客や帰省客の利用増加が期待される。一方で、物価上昇による節約志向は継続するとみている。駅の利用者数は一定水準を維持すると見込むが、大幅な消費拡大は期待しにくい。今後2～3か月の景気は現状と大きくは変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・商圈内の商業施設が廃業等で少なくなっているため、来客数の増加が見込めない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・状況が大きく変わる要素が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・販売台数は前月並みで推移しており、本格的な回復には至っていない。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・特に悪くなるというようなこともないが、街を歩いても高齢者が目立ち、長期的には少子化の影響で活気がなくなる。先々に良くなる雰囲気はなく、現状のままで変わらない。 |
| | | 住関連専門店（仕入担当） | ・各商品群の値上げ発表が相次ぎ、物価高に対する防衛姿勢はより顕著になっている。熊騒動や台風の連続接近などネガティブな要因が多く、先が全く見通せない。 |
| | | その他専門店（総務担当） | ・在庫不足の解消に不安がある。 |
| | | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | ・酷暑等が予想される天候の影響が、どのように出てくるかわからない。良くなる材料が少ないため、ビジネス利用等が横ばいならば良しと考えている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢を受け、ガス料金の値上げ通知が来ている。これから夏本番を迎え、電気料金も上がるため、かなりの痛手である。これは一般家庭も同様で、外食機会は減るとみている。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務） | ・事業所給食は安定供給が使命だが、先行きが不透明な状況で、食材や資材類の安定確保や価格抑制が大きな課題になると懸念される。取引業者を通じて、複数の調達ルートの確保などを考える契機となっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・レストラン、宴会売上に関しては、いずれも前年はクリアできそうである。中東情勢の不透明感が影響しているのか、ビジネス利用客の宿泊が前年よりも数字を下げている。レジャーやプライベート利用が増える8月に料金をコントロールして、しっかり利益の最大化を目指したい。 |
| | | 旅行代理店（所長） | ・現状、良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・ボーナスの状況にもよるが、可処分所得が上がらない限り、景気回復は見込めない。 |
| | | タクシー運転手 | ・地方では景気が悪い状態がしばらく続きそうである。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・プラスになる経済支援策が特にないため、現状とほぼ変わらない状況が続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|---------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | テーマパーク（職員） | ・円安や物価高騰でレジャー費は後回しとなり、入園者数に影響が出るとみている。また、仕入価格高騰による価格転嫁で購買力が低下するといった不安材料が多くある。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・世界情勢が回復しないと良くならない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・最近是不動産に関する問合せ等の動きが本当に少なく、引き合いもない。電気料金その他いろいろと上がっているものの、家賃を上げられない状況である。 |
| | | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業） | ・建築資材の高止まりはしばらく続くと各業者から聞いている。必要に迫られた案件以外は、なかなか受注に結び付かない状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・国内旅行者は、物価高により購買意欲、購買力共に落ちている。また、インバウンドも同様、世界情勢の影響なのか落ち込んでいる。これから夏休みやお盆休みに入るが、旅行に来ることにお金を掛けて土産物購入等には支出ししないのではないかと危惧している。 |
| | | スーパー（商品部担当） | ・物価高支援策で一時的に売上は良かったものの、値上げラッシュや中東情勢の影響等を考えると良くなることはなく、厳しい商売が続く。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・今年は9月の大型連休があるため、団体旅行は減少する。 |
| | | 通信会社（社員） | ・当社サービスにおける仕入原価の上昇のほか、維持コストが増加している。今後は顧客サービスの質を落とさず、販売単価の見直しも視野に入れている。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・新モデルが出始めたが、以前人気だったハイスpekモデルは、軒並み当時の3倍超の価格となり、手が出せなくなっている。 |
| | | 通信会社（局長） | ・現状、原油の輸入等に関して先行きが見通せず、補助金もいつまで継続されるか不透明である。夏になれば電気代の高騰も予想され、生活必需品や食料品の値上げもいつまで続くか不透明である。金利は上昇し、住宅ローンや自動車ローン等も条件が悪くなるため、高額品の買い控えが起きるとみている。お金が回りながら景気回復していくことを、一般消費者の生活では想像ができない。株価は上昇しているが、生活のなかでの実感はないため、買い控えは依然として続き、景気回復には至らない。 |
| | | ゴルフ練習場（経営者） | ・今後も販管費の上昇が見込まれ、利益を圧迫すると予想される。 |
| | | × 家電量販店（営業担当） | ・原材料価格の高騰や入荷不足のため、仕入単価は大幅な高騰が続く。 |
| | | × 乗用車販売店（経営者） | ・世界情勢の不安定さもあるため、悪くなる。 |
| | | × ゴルフ場（従業員） | ・コース内へのカート乗り入れなどは行っているものの、今夏は全国で酷暑日の影響が出ると予測されている。物価上昇に歯止めがかからず、食材や資材、エネルギーコストの高騰が続く。 |
| | × 住宅販売会社（経営者） | ・原油不足による流通の目詰まりからコスト面や工期に影響が出て、景気が悪くなる要因が多い。 | |
| 企業 動向 関連 (北関東) | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・中東情勢が安定し、原油やナフサ問題も解決されると期待している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・中東情勢の影響により、前年秋頃から数量が落ちていた自動車向けの部品に増産計画がある。半導体製造関連部品も同時期に前年比1.5倍の計画があるため、状況は上向く。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・石油由来の製品についても動きが始めている。ただし、価格転嫁がうまくいくかどうかは課題だが、引き上げるチャンスはある。価格を上げやすい状況である。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・社会全体が物価高騰に疲れてきている。物価の上昇に賃上げが追い付かず、消費者の節約志向は更に強烈になっていくことが予想される。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・物価が高くなっているが、これ以上は悪くはならない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | ・ほとんど変わらずに推移する。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・世間でも良いニュースを聞かないため、変わらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|-----------------------|----------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・取引先からは、景気回復、売上増加となる要素を感じ取れない。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・取引先の情報や受注状況から、3か月先もほぼ変化はない。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・取引先が10数社あるが、全て減少している。今後は世界情勢が解消しないと、なかなか良くならないとみている。 | |
| | | その他製造業〔消防用品〕（営業担当） | ・物価高の状況なども、依然として続いている。 | |
| | | 輸送業（営業担当） | ・いよいよ7月は夏本番となり、エアコン、扇風機、サーキュレーター等の夏物家電は前年並みの物量を確保予定である。しかし、車両やドライバー不足、また、エンジンオイル不足等の問題もあり、経費が増えて採算的には厳しい状態になる。 | |
| | | 経営コンサルタント | ・世界情勢下で、諸物資の供給不安と価格上昇の懸念がぬぐえず、業況への先行き不安を抱いている中小企業が少なくない。そのため、先行きの見通しは、好転と悪化の見方が混ざっており、全体としてならずと変わらない。 | |
| | | 司法書士 | ・いつもと同じで良くなることも、特に悪くなることもない。静かな街で、同じように時間が流れていく。 | |
| | | 社会保険労務士 | ・今まで同様、現状のままとみている。 | |
| | | 化学工業（管理担当） | ・材料価格が高止まりしている。また、入手困難なものも出てきている。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・主要取引先の生産は、ほぼ計画どおりに進んでいるが、中東情勢の影響で生産に関わる資材価格の高騰と、いろいろな身の回りの物価が高騰している。こうした値上がりにより中東情勢が安定しても下がるとは考えにくい。先行きに不透明感がある。 | |
| | | 建設業（総務担当） | ・ようやく発注が多くなってきたが、全体的な業務量はやはり足りていない。今後の発注見通しをみても、多くはないため不安である。 | |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・個人飲食店の閉業が目立っている。材料費、人件費、光熱費等の経費高騰等、集客だけではない問題が、かなり影響している。 | |
| | | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注量が3分の1くらいまで落ちている。本当に厳しく、給料も払えないような状況になっている。 |
| | | × | 不動産業（管理担当） | ・現在欠員がある状態で、何とか業務を回しているが、人材の補充ができないうちに退職予定者が出る状態である。人手不足により業務量を減らすことになれば、事業規模の縮小を考えなければならない。 |
| 雇用 関連 (北関東) | | - | - | |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・自動車部品製造が増え、派遣の増員依頼があるため今後はやや良くなる。 | |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・国産米等の価格が5キ口単位でも大分安くなっており、2000円台というところが多くなっている。野菜は天候次第で、現在は安値で安定しているが、高くなっていくとみている。衣料品等、食料品雑貨も天候次第の面があるものの、雑貨に関しては100円ショップが結構目立って、購買力が高くなっている。製造に関しては若干人手不足で、生産も今後どのような動きになるか分からない状態で、模索している。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今頃になって国際情勢の影響が、やや出てきている。ただし、実際にはインバウンドの客数はそれほど変わっていないようである。物産物店や周辺企業に話を聞くと、やはり原材料や仕入価格が上がっているためかなり苦しく、値上げもせざるを得ないとのことである。また、最低賃金がどれだけ上がるのかという不安要素もあるため、先の見通しとしてははっきりとは分からない。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・近隣で新設工場が立地することもなく、輸送機器の部品メーカーでは採用を抑制している。 | |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数が、前年同月と横ばいの状態で推移している。 | |
| | | 学校〔専門学校〕（副校長） | ・中東情勢によって業界での動きは異なるが、求人の動きは今後も大きな変化はないとみている。 | |
| | | - | - | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------|----------------|
| | x | * | * |

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|--------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (南関東) | | 一般小売店〔生花〕 (店員) | ・お盆やお彼岸が近づき、需要が増える(東京都)。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・夏休みに向けて、海外、国内旅行の活発化に伴い、食品を中心とした土産マーケットは前年以上に活性化すると予測している。免税売上も前々年を上回る勢いで回復基調が続く(東京都)。 |
| | | 衣料品専門店(統括) | ・記録的な気温低下により夏物衣料の販売が減少している。この先の気温が前年並みで推移した場合は、良くなる。 |
| | | その他サービス〔葬祭業〕(経営者) | ・毎年夏にかけて依頼が増える傾向にあるため、仕事は増加する。 |
| | | 一般小売店〔家電〕 (経理担当) | ・エアコンの販売価格が高止まりしており、利益が出る。 |
| | | 一般小売店〔家電〕 (経理担当) | ・猛暑の夏になりそうなので、エアコンの販売に期待している。また、祭り関係の電気工事で忙しくなる。 |
| | | 一般小売店〔家具〕 (経営者) | ・物価高が続いているが、政治が安定し、株価もかなり上がっていることから、多少は良くなっていくとみている(東京都)。 |
| | | 一般小売店〔食料雑貨〕(経営者) | ・夏になると消費行動が上向くため、やや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕 (経営者) | ・7月になり、夏本番を迎えると需要が増える。 |
| | | 一般小売店〔文房具〕 (経営者) | ・例年7～8月は売上が落ちる傾向にあるが、文具メーカーの景気も上向いているため、新商品の発売サイクルが短くなってきている。これらの商材の目的買いも多くなるとみられ、売上は上向くと予想している(東京都)。 |
| | | 一般小売店〔眼鏡〕 (経営者) | ・米国株式市場、日経平均株価共に好調であり、株価の上昇に伴い売上も増加している。このまま株高に期待したい。 |
| | | 一般小売店〔文具〕 (販売企画担当) | ・店舗における1人当たりの売上単価が上がってきていることや、外商においても案件数が急激に増えていることから、今後は伸びるとみている。今月は天候の影響による売り損じが相当あったため、その分はなくなることが期待できる。 |
| | | 百貨店(総務担当) | ・新規大型テナントのオープンを控え、来客数や館内買い回りの増加が見込める。 |
| | | 百貨店(広報担当) | ・株価が上がり、資産効果の高い商材の売行きが今後も良くなっていく(東京都)。 |
| | | 百貨店(財務担当) | ・今後の経済対策等への期待感から、個人消費が上向き、景気を押し上げると考えている(東京都)。 |
| | | 百貨店(企画宣伝担当) | ・株価の上昇と世界情勢にも一部明るい材料があり、消費マインドにも好影響を与える。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・梅雨明け以降は気温が高くなると予想されており、客足が戻り、販売量が増える(東京都)。 |
| | | コンビニ(従業員) | ・夏はイベントの時期になる。観光客はふだんからたくさん来るが、暑い時期ではあるものの、祭りや浴衣を着るイベントが増えることによって、来客数がまた伸びていく。夏休みもあるので、子供が増え、遠方からの来客も見込める時期である。 |
| | | コンビニ(従業員) | ・大々的なキャンペーンの波及効果を期待している。この先数か月も少しずつ新規客を増やしていけることを期待したい。夏はイベントも多いので、イベント需要もしっかり捉えて進め、景気を良くしていきたい。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・日経平均株価の最高値更新等の報道から、やや良くなる(東京都)。 |
| | 乗用車販売店(経営者) | ・中東の海峡が通常どおり航行できるようになることが期待できる(東京都)。 | |
| | 乗用車販売店(総務担当) | ・ボーナスや上期決算があり需要が望めるため、新車販売台数が伸長すると予想している。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・中東情勢が一旦落ち着いたことと株価の上昇、一般企業の所得が少しずつではあるものの上昇していることもあり、今後景気は緩やかに上向く（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（店長） | ・シーズンの変わり目でインバウンドを含め国内旅行者などの動きも活発になるとみている（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢について、完全な終結の状態になるには相当な時間が必要だが、沈静化すれば石油由来の製品の供給が安定し、世界経済が良い方向へ向かう兆しがある。国内でも現政権になってから過去最高の税収ということなので、積極的な投資が期待できる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・価格は上昇傾向にあるため、企業側の賃上げがどこまで追い付けるか次第である（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢が改善に向かいそうなので、エネルギー調達を始め景気が良くなるとみている（東京都）。 |
| | | その他飲食〔給食・レストラン〕（役員） | ・当面は前年に実施した今年度分の価格転嫁交渉の稼働に支えられて、若干ながら前年度を上回る利益を計上できる。ただし、今年度の材料価格の改定、最低賃金の引上げ動向がまだ把握できていないため、予断を許さない状況にある（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・東京の稼働が上がれば状況は緩和される見込みである。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・先行きは前年比110%程度と見込まれる（東京都）。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・値上げに慣れてしまい、仕方ないと受け入れている状況で、家計を見直している家庭が多い。必要な物と不要な物を見極めて、浮いたお金をほかに回しているという話を聞いている。 |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月先には暑くなるため、客がやや増える。今はサッカーワールドカップが行われているからか、客がやや減っているものの、間もなく回復する（東京都）。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・客の態度が何となく明るくなっている（東京都）。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・BtoCにてボーナス等の影響から、買い控えも改善されるとみている（東京都）。 |
| | | 観光名所（職員） | ・現在が悪すぎる。中東情勢も改善の兆しがあり、現状よりは良い方向へ向かうとみている（東京都）。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・中東情勢が好転することを期待している。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・都内ホテルの宿泊料金が年に数%、全国平均で年8%程度上昇しつつあるため、ホテル業界はこれからも良くなる。一方、建設業では、建設費の高騰が続いているため、中小企業は厳しい環境にあり、なかなか賃金を上げることができない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・食料品や生活必需品の価格がどんどん上がっており、物販は非常に商売がしにくくなっていく。客はどうしても生活優先の購買行動が多くなり、呉服の商売は難しくなっている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・世界情勢などで不確定要素が色濃い状態ではなかなか判断しにくい。イベントなどへの反応は良いため、外的要因が悪化しなければ、堅調に推移するとみている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔米穀〕（経営者） | ・収入より支出の方が増えており、数量を減らすなど購入に慎重な姿勢が見受けられる（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔乳業〕（経営者） | ・一定の顧客数を維持できている（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔傘〕（店長） | ・猛暑が予想されるため、晴雨兼用傘の需要があり、男性用の販売量が増加傾向である。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・時々参加しているイベントの売出しでも、以前ほど売れない。客の嗜好が変わったとは考えていないが、他の品物も値上がりしていることから、節約傾向にあるようである（東京都）。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（総務担当） | ・今後2～3か月先については、需要の増減につながる特段の要因は見当たらず、客の動向も現状から大きく変化するとは考えにくいことから、景気は変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・気温の上昇、旅行シーズン到来により人の往来も増えるため、来客数は変わらずに推移するとみている。インバウンドも安定した動きで、各国からバランスよく来店しており、大きな変化はない（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（総務担当） | ・今月は台風などの影響も受けて悪化したが、依然として中東情勢は不安定な状況が続いており、消費者の購買意欲の高まりはみられない。株価は上昇傾向が続いているものの、恩恵を受けているのは一部の富裕層のみと推察され、ボリュームゾーンの中所得者層への還元は余りみられない。物価上昇は今後も継続するとみられ、当面この傾向が続くと予想している（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・物価上昇に落ち着きが見通せないなど、先行きの不透明感が一層増している。消費行動の観点からも景気上昇の兆しは余りみられない（東京都）。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・食料品や石油製品の値上げが懸念され、今後の不透明感が拭えない（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・中東情勢や株高、円安、物価高など外部環境の影響が読めず、今後の景気動向を見通すのは非常に難しい（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・年間購買額上位顧客やリピーターなどの固定客による売上が好調であり、この傾向はここ数か月継続している。外国人客の増加傾向と併せて、今後もこのトレンドは継続するとみられるため、変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ナフサ不足の問題など不透明な情勢が依然として続くものとみているが、大きく変化する要因はないと推察する（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・節約志向の高まりが個人消費を下押ししている。例えば、バッグや財布などの服飾雑貨などに至っても、トレンド志向ではなく飽きずに長く使える定番デザインや色が好まれる傾向がみられる（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・6月は雨天が多く気温が低かったものの、7月以降は気温が高くなる予報になっており、入店への影響も考えられる。また、中東情勢は解決がみえてきたものの、実際に影響が落ち着くのはかなり先の見込みのため、消費者の生活防衛意識は高いままで、景気は変わらない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・2～3か月先の夏に上顧客向けの招待会なども予定しているものの、旅行予約は控えめであり、高額品を中心とした購買意欲も減退気味である（東京都）。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・直近の傾向からみて変わらない（東京都）。 |
| | | 百貨店（管理担当） | ・長期予報では猛暑が予想されており、中東情勢の影響もまだ楽観視できない（東京都）。 |
| | | 百貨店（店長） | ・年間で、父の日、お中元、誕生日等のオケーションと呼ばれるギフトに対する意識が薄れ、必要なときに必要な物を自分で購入するケースが増加している。 |
| | | スーパー（経営者） | ・この先も値上げが続く予想で、客も買い控えというか限られたお金を有効に使う必要のある物を買いたいという考えが強い。買上点数はなかなか増えず、そうしたことから、現状が続くとみている。 |
| | | スーパー（経営者） | ・先行きは不透明であるため、変わらないと判断している（東京都）。 |
| | | スーパー（店長） | ・全体的に値上がり傾向ではあるものの、競合店間の価格競争は値上げ前からほぼ動いていない。客も価格を比較して購買している。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費者には節約志向が依然として根付いており、世界情勢が不安定な状況のなか、物価上昇にも歯止めがかからない。所得水準が物価の上昇に追いついてくるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・単価は更に上昇傾向が続き、特売構成比の割合が一層大きくなっていく（東京都）。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・値上げが続くことにより購買意欲の低下が考えられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・7月の梅雨明けのタイミングにもよるが、梅雨が長引くと、前年と比べて厳しくなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価上昇は当面続く様子で、夏の暑さでも客足が鈍ると予想している（東京都）。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・値上げが一段落せず、相変わらず客離れが進んでいるため、向こう2～3か月についても今月と同様に推移すると考えている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ボーナス時期や夏休みで一時的に接客数や売上が伸長するとみているが、その後は今までどおりで推移する可能性が高い。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・中東情勢は解決に向けて進行しているものの、石油関連商材の値上がりも全体の物価を押し上げている。半年以上はこの傾向が続くものとみられ、売上確保のみならず、仕入原価、物流コスト等の費用増加につながり、経営を圧迫する（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（役員） | ・食料品の値上がり等で経済的に厳しいために、衣料品を買う余裕がないようである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・エアコンは早期販売が進んでおり、反動での減少も考えられるなか、家電製品の買換え需要は一定数あることから、適切な価格転嫁を行うことができれば、接客数と販売数の減少をカバーできる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・値上げが収まらないことやナフサ由来製品の品薄など、景気が良くなる要素が全くなく、慎重な客も多い。ボーナス商戦に不安がある。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・直近で大きな変化が見込める市況情報はなく、横ばいと予測している（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・このまま夏を迎えても先が見えず不安である。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・歴史的な円安、中東情勢やウクライナ情勢など世界情勢の影響を大きく受けている。食料品や燃料などを含め、基本的には輸入国家のため、身の回りの物が高くなっている。それに対して上がっているのは株価だけであり、賃上げはあったものの、それほど期待には応えられていない。したがって、当面現状のまま変わらない（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・販売環境の変化はないと見込んでいる。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（統括） | ・以前からコスト上昇分について値上げを実施しているため、その分の利益改善効果は得られており、やや良い状況が続いている。今後も現状のまま余り変わらず維持できるものとみている（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（営業担当） | ・法人関連の宴席、秋口以降の忘年会や新年会の問合せについては、例年同様のペースで受注が進んでいる（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（販売担当） | ・株価は好調だが、中東情勢の影響を受けてインフレが常態化している。また、金利の上昇により経済活動停滞の可能性があることを懸念している（東京都）。 |
| | | その他飲食〔カフェ〕（経営者） | ・一時減った中国からのインバウンドが、近隣ホテルで目に付くようになってきている（東京都）。 |
| | | その他飲食〔カフェ〕（経営者） | ・コーヒー業界で見ると、オーナーチェンジをしていたり、廃業するところが多くなっている。数年前から始まっている生豆の値上がりに加え、中東情勢の影響による様々な物の値上げ、人件費の高騰、税金、利息など、ありとあらゆるものが上がっている。価格転嫁をしたものの、販売点数が増えなければ利益は変わらない。給料が増えない。生活必需品が優先され、嗜好品の購買力が下がっているのが現状である。早く中東情勢が落ち着いてほしいと願うばかりである（東京都）。 |
| | | その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・物価高及び円安の影響が不透明である（東京都）。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・7月は6月と同じような状況が続くとみているが、8月は夏休みで宿泊部門はまた増加してくる。ただし、今月近隣にビジネスホテルがオープンしたため、影響が出てくる。したがって、8月は期待はしているものの、現状プラスアルファ程度になる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・景気対策や中東情勢、日中関係などがどうなるか次第で、景気の動向は変わる。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・業種にもよるが、我々のようなサービス業などは、日々の生活より後回しになり節約対象となる場合が多い（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・梅雨の時期にしては降雨がやや少ないため、客の利用に波がある。ただし、昼間の利用が良いため、夜の利用の少なさをカバーできている。最近では昼間にロングの客がいて助かっている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | タクシー運転手 | ・世界的に気温が上がっているが、国内でも気温が高くなり、客が暑さを避けるためにタクシーを利用するケースが非常に増えている。このままでいけば良くなっていくが、世界的にみると、中東情勢が確実に落ち着いているわけではないため、懸念材料である。現状のままなら2～3か月先はまだ良い状態が続く(東京都)。 |
| | | タクシー(経営者) | ・ナフサやオイル等の供給の目詰まりがどこかで起きている影響も大きい。 |
| | | タクシー(団体役員) | ・中東情勢にもよるが、良くなる要素がない。 |
| | | 通信会社(社員) | ・前年と比べて、イベントの情報は多くない。新規案件も足踏み状態で盛り上がり欠ける(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・物価の上昇や中東情勢の影響が購買意欲の抑制につながっており、この状況はしばらく変わらない。 |
| | | 通信会社(局長) | ・新たに画期的なサービスを投入しない限り、現状は変わらない。また、中東情勢が落ち着かないと、様々な資材関連の在庫に不安が残る(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・良くなる材料がない。 |
| | | 通信会社(経営企画担当) | ・現状と同等の受注を期待している(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・生活コストが以前に戻らない限り、景気は良くならない(東京都)。 |
| | | 通信会社(管理担当) | ・加入者獲得状況が変わらないことからこの先も現状維持と予測しているが、通信インフラの光ファイバー化は競合他社との関係性、地域の通信インフラ高度化への貢献にも影響することから、推進していく(東京都)。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・目先では株価上昇の影響は余りない(東京都)。 |
| | | 通信会社(経営企画担当) | ・映像視聴及び通信需要は短期的な経済状況に左右されない(東京都)。 |
| | | 観光名所(職員) | ・物価高の影響により、お金を余り使わない(東京都)。 |
| | | ゴルフ場(従業員) | ・梅雨明けまで同様に伸び悩みが続く。 |
| | | パチンコ店(経営者) | ・中東情勢の沈静化により原油価格や供給量が安定してくることが期待される。インフレ率も以前よりは落ち着いてくるとみられるが、果たして個人消費にどれくらい寄与するのか不透明である。 |
| | | 競輪場(職員) | ・同業他社の状況からみて、変わらない。 |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場](支配人) | ・円安問題が急浮上しており、中東情勢もいまだ落ち着いていない(東京都)。 |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場](従業員) | ・物価高などの影響により来客数が減ることも考えられるが、大きく変化する要素はない(東京都)。 |
| | | その他レジャー施設 [映画](営業担当) | ・業界全体の動員数と売上が前年と比較して変わらない(東京都)。 |
| | | 美容室(経営者) | ・早く梅雨明けしてほしい。 |
| | | その他サービス[立体 駐車場](経営者) | ・夏祭りや音楽フェスなどでの来客数増加は見込まれるものの、長期的に見た場合、横ばいか悪くなる。 |
| | | その他サービス[学習 塾](経営者) | ・問合せ件数などから余り良い雰囲気を感じられない。 |
| | | 設計事務所(経営者) | ・先が見えない。全体の人の動き、街の動きも見えない。物価が上がり、物がなくなり、求人数も少なくなり、全てにおいて先が見えない状況が前月から続いている。 |
| | | 設計事務所(経営者) | ・今受けている仕事が進んでいくだけで、新しいことが始まる気配はない。 |
| | | 設計事務所(職員) | ・あらゆる物価高が続く限り、緩やかに下向きだと考える。期待を込めて平行線とする(東京都)。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・みらいエコ住宅支援事業の補助金申請は余り増えておらず、商品価格の改定、住宅ローン金利の上昇により注文建築は非常に厳しい状況にある。今後は、注文建築を諦めて、建売住宅か優良な中古住宅の仲介需要が増えるのではないかとみている。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・資料請求数におおむね変化がない。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・今後も富裕層の節税及び投資目的によるアパート購入需要は変わらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・物価の上昇が、従業員の賃上げにつながっていない。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・世界情勢の影響により、消費者の生活やビジネス環境が悪い方向に向かっていることは事実である。一刻も早く世界が平和になり、商材の流通が元どおりになることを願っている。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・物価上昇が続いており、消費に関する先行きは不透明である。 |
| | | 百貨店（管理担当） | ・仮に商品の値上げが落ち着いたとしても、離反した客が戻ってきたり、購買数が増えたりすることは考えにくい（東京都）。 |
| | | スーパー（経営者） | ・食品スーパーだが、円安によるインフレで1人当たりの買上点数が減少している。実際の食品のインフレ率は、政府の発表よりかなり高い。可処分所得が増え、為替相場も円高にならないと、この傾向は変わらない。このままでは零細商店はなくなる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・物価が更に上がっていることと、ナフサ不足の報道が不安をあおっている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・中東情勢が不透明で、原油調達に不安がある。日本銀行の金利引上げも先行きが見通せず、経済に対する懸念材料が多い。 |
| | | スーパー（食品担当） | ・食料品の値上げが止まらず、特売日や競合のディスカウント店の利用など、客も価格に敏感になってきている（東京都）。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・買上額と点数が少なく、買物に行こうという意欲が落ちている。台風の影響もあるかもしれないが、雨が上がりると客足が増えることから、トータルでいろいろな物を控えているようである。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・天候による影響が結構大きく、今夏がエルニーニョ現象により冷夏となる場合、コンビニはかなり影響を受ける。また、物価高もあって客の財布のひもが固くなり、客単価も今までより上がらない見込みである。売上は現在前年比95%程度だが、この先も変わらない、若しくは多少悪くなるとみている。当チェーンのブランドバリューが他のコンビニチェーンと比べて弱いということも考えられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価高が響いており、景気が良くなる兆しがみえない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今後も近隣でのイベント予定はあるものの、来客数減少の流れは変わらない（東京都）。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・サッカーワールドカップ終了後は、ポジティブな要素が余りないため、天候次第である（東京都）。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・円安が加速していることに加え、中東情勢がまだ落ち着かないため、仕入価格が上昇している。それに伴い、客の購買意欲もやや減退気味である。株価ばかり上がっているが、実体経済及び街中の経済状況は余り良くない。 |
| | | 衣料品専門店（従業員） | ・物価が依然として高く、客の買い控えが予想される。景気の回復は望めない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・このままエンジンオイル等の供給不足が解消されないと、在庫台数が減ってきて、売上減少が続く。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・値上げの影響によりやや悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ローン金利が高いため、この金利環境に慣れるまで冷え込むと予想している（東京都）。 |
| | | 乗用車販売店（営業） | ・今月は、改良後の人気車種の登場がない。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・原材料価格の高騰により値上げした商材の売行きが悪い。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員） | ・物価高は仕方ないことだが、客の購買意欲が鈍化傾向にある（東京都）。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・日本銀行の金利引上げにより、住宅ローンを抱えている若年層の消費の落ち込みが懸念される（東京都）。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業） | ・客や店の商売意欲もしぼみそうである（東京都）。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 高級レストラン（役員） | ・社会全体では日経平均株価の上昇やインバウンドの動きが継続しており、富裕層の予約、来店などもけん引している。一方で、円安や物価高が続いており、中東情勢の影響に伴う原油価格高騰の先行きも不透明であることから、コスト高も予想され、景気としては引き続き好況より不安要素が多く、厳しい予想となる（東京都）。 |
| | | 高級レストラン（経理担当） | ・政策金利の引上げが投資マインドに影響して景気を下押しする（東京都）。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・2～3か月先は8～9月で、8月は飲食業では客が余り動かないため、今より売上が大体2～3割少なくなる。ケータリングも暑い時期で余りなく、3～4割ほど少なくなる。2～3か月先はやや悪くなる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・3か月後も同じように物価高が続く。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・中東情勢の影響により燃油サーチャージが毎月上昇している。現在実施が決定している団体旅行も、燃油サーチャージの上昇によって当初計画から旅行費用が大きく上がってしまい、実施すべきか検討に入っている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・国際線の燃油サーチャージが更に上がるため、海外旅行をますます控えるようになる（東京都）。 |
| | | タクシー運転手 | ・物価の上昇、特に日々の食料品の値上がり止まらない。値上げが続き、毎日の生活がますます厳しくなると客が話している。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・交渉中の案件の受注及び工事関係が増加傾向にならなければ、この先の景気は良くならない（東京都）。 |
| | | 通信会社（経理担当） | ・原油価格高騰による物価への影響はまだしばらく続く。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・今年も猛暑、酷暑と今からいわれていることもあり、外での運動を控える人が増えると予想している。暑さ対策をしながらも来場してくれる客はいるため、施設側も適切な対応を取りながら集客数の減少に歯止めを掛けられるように努力するしかない。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・自然災害、世界情勢、地球温暖化などマイナス要因ばかりである。 |
| | | その他レジャー施設 [映画]（総務担当） | ・夏休み興行の作品が終わり、9月、10月は期待作に恵まれないため、やや悪くなる（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当） | ・中東情勢の沈静化が不透明である（東京都）。 |
| | | その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当） | ・株価は堅調に推移しているものの、金利上昇による住宅ローンの負担増加、物価上昇等の影響により、一般消費者の暮らしに余裕がない。心理的な不安も重なり、景気はやや悪化するとみている（東京都）。 |
| | | その他サービス[学習塾]（経営者） | ・物価高の影響により教育費を削らざるを得ず、辞めていく生徒が相変わらず増えている。景気は更に悪くなる。 |
| | | その他サービス[保険代理店]（経営者） | ・購買意欲の減退が多くみられる。 |
| | | その他住宅[住宅資材]（営業） | ・住宅着工数が減少し続けるなか、建材価格も値上がりしているため、需要動向は上向かない（東京都）。 |
| | × | 一般小売店[家電]（経営者） | ・相談があっても、複数の見積りを比べているために客の返事が遅く、対応も遅れていくため、売上も悪くなっていく（東京都）。 |
| | × | スーパー（ネット宅配担当） | ・中東情勢がインフレに拍車を掛ける結果となり、今までにないコスト増加が想定される。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・例年夏の暑い時期は少人数での暑気払いがあるくらいで、大人数での宴会は特にないため、8月は良くない（東京都）。 |
| | × | 通信会社（管理担当） | ・物価上昇により販売量は横ばいである。 |
| | × | ゴルフ場（経営者） | ・供給不足によるインフレが更に進み、円安、金利上昇もあいまって物価は上昇し続ける。実質賃金が物価上昇に追いつかない限り、景気は悪化する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | x | ゴルフ場（経理担当） | ・経済の先行き不透明感から、今後も素材、エネルギー価格の高止まりが続き、固定費の回収すら苦慮する経営環境にあり、利益を創出できない状況が続くことには変わりはない。3か月後に当たる9月下旬となっても残暑が厳しいとなれば、厳しい営業が予想される。物価高騰及び実質賃金減少により、生活防衛を意識し高額レジャー支出の抑制行動が顕著となる状況を総合すれば、景況感の回復を展望することは困難である。 |
| | x | 設計事務所（所長） | ・受注の見込みがない。 |
| 企業 動向 関連 (南関東) | | その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員） | ・7月昇給だが、前年よりも昇給率が上がっている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・個人の注文数は変わらない見通しだが、古くから付き合いのある法人の得意先から、印鑑のみならずゴム印の注文が増え続けている。見積りの問合せも増えており、法人関係の景気は良くなっている（東京都）。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・取引先からの内示を総合すると、仕事量は増える見方ではあるものの、過去の例から当てにはできない。良い材料はあるが、実際には分からない。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・受注量が増加傾向にある（東京都）。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・中東情勢の安定が続けば、消費マインドも停滞から回復に向かう（東京都）。 |
| | | 不動産業（従業員） | ・インバウンドによる宿泊需要は引き続き堅調の見込みである（東京都）。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・夏は飲食店の利用が増える傾向にあり、取引先でも夏向けの販売促進やメニュー展開の準備が進んでいる。また、当社においても夏に向けて動き出す予定の案件や新規出店、販売促進関連の相談を複数抱えている。依然としてコスト増加や消費者の節約志向といった課題はあるものの、季節要因による需要増加を期待できることから、今後2～3か月の景況感は今よりやや改善すると見込んでいる（東京都）。 |
| | | 税理士 | ・原油の調達が進み、各事業者の元に滞りなく供給されれば、大きな流れが元に戻る。大手企業の賃上げが進み、中小企業にも恩恵があることを期待したい。 |
| | | その他サービス業〔警備〕（経営者） | ・ほとんどの物が値上がりしているなかで、警備料金も見直しのタイミングにきており、単価上昇に向けて動いている。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・中東情勢に変化がないため、円安、物価高が続く（東京都）。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・原材料が手配したとおりに入ってこないため、生産の予定が立たない。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・中東情勢の沈静化が確実になれば、中東向けの医療品容器の新企画が一気に動き出しそうなので、活気が出てくる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・不安材料が多くあり、この先の景気は読めない。変わらないと回答したが、分からないというのが本当のところである。景気が横ばい又は良くなるのは外需に対してであり、内需で良くなることは考えられない。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・AI関連の半導体製品の需要が非常に高く、供給が追いつかない状況である。設備投資による生産量拡大を図っているものの、まだ時間を要するため、現状の景気が続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・世界情勢がどう変化するか読めない（東京都）。 |
| | | 精密機械器具製造業（経営者） | ・地政学リスクによる物価上昇と品薄のため、受注量の増加に対して出荷が間に合わなくなることを非常に危惧している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・依然として、ナフサを中心に原材料価格の高騰、供給不足が否めず、景気は変わらない。 |
| | | その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・物価対策や中東情勢などの見通しが立ち、市場が落ち着いてからの集客次第である（東京都）。 |
| | | 建設業（経営者） | ・いろいろな物の価格が高止まりしており、賃金が上がらないため、現状が当分続く。景気が良くなるためには、やはり賃金が上がらなければならない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・資材の入手状況が改善する期待は、現状では薄い。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・閑散期のため、荷主の国内出荷量は落ち着いている。夏頃まで現状のままと予想している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 金融業（従業員） | ・物価上昇に加え、中東情勢の影響により資材や消耗品の価格が上昇し、業種を問わず資金繰りに関する悩みが多く聞かれる。さらに、一部の企業からは、資材不足に伴う材料確保の手配や納期延期の対応に多大な人的負担が生じており、資金繰り以外の課題にも直面しているとの声を聞く（東京都）。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・明確な回復要因がみえないなか、残念ながら受注の不透明感拭えず、先行き不安を払拭できない状況が続いている。原材料や労働コストの価格転嫁が遅れている企業もあり、厳しい資金繰りが続いているところが多い。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・当社の賃貸物件の入居率に変化はないが、建物、設備メンテナンス費用が増加し、収益は下がっている。諸物価の上昇は収まりそうになく、賃料改定は難しい。この傾向は続く。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・世界情勢の沈静化が大幅に遅れるようだと、厳しい景況になりかねないが、取引先との交渉の状況から、2～3か月先までであれば景気は変わらない（東京都）。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・7月は受注量に回復傾向がみられるため、4～5月の水準の前年比90%台までは戻る見込みである（東京都）。 |
| | | 税理士 | ・ここ数年で円安が進み、現在は160円になっている。輸出企業はもうかっているが、輸入企業、特に飲食店など、中小零細企業は支払額が増えており、補助金等がないと厳しい（東京都）。 |
| | | 社会保険労務士 | ・良くなる要因が見当たらない（東京都）。 |
| | | 経営コンサルタント | ・中東情勢の先行きが不透明であるため、変わらない。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・問合せの多さに対応しなければならないものの、増員できるわけでもなく、難しい状況にある。また、原材料や資材等の値上げも決まっており、先行きの不透明感が強い。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | ・既存契約の値上げは、少しずつではあるものの実行されてきているが、人件費も上がっている（東京都）。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・包装資材、原材料の値上げが続いており、利益が減少してきている。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・中東情勢による原材料価格の上昇で、当社製品も値上げを打ち出している。現状は値上げ前の駆け込み受注分で忙しいが、値上げ後の受注は急激に減少している。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・例年8月は、夏季休暇等による稼働日数の減少で売上が減る時期ではあるものの、異常な暑さになれば客足が遠のき、売上の更なる減少を招くと推測される（東京都）。 |
| | | 金融業（総務担当） | ・中東情勢の影響はまだしばらく続くこととみられることから、いろいろな業種で値上げも続く。ローン金利も上がることが予想され、住宅の家賃も上昇している。消費者の生活がやや厳しくなり、消費意欲の減退が続く（東京都）。 |
| | | 金融業（支店長） | ・今年度中の設備投資案件は非常に少なく、仕事の取り合いになり、単価の下落が続く状況が見込まれる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・引き続き政情不安と円安の影響が大きい（東京都）。 |
| | | 経営コンサルタント | ・まだ原材料の出し渋りがあり、幅広い中小企業の仕入れに影響を及ぼしている。仕入価格が20～30%上昇しつつある（東京都）。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・例年8月までは受注量が減少する上、原材料費が値上がりしているため、減益が予想される（東京都）。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（所長） | ・更なる資材価格改定の通知が来ており、クライアントからの見積り依頼にも慎重に対応せざるを得ない。この状態が続く限り、悪化の一途をたどる（東京都）。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | ・利益が見込めそうな大型案件はなく、日銭稼ぎが続くそうだが、このまま中東情勢の影響により潤滑油などが入手困難な状態が続けば、受注停止も視野に入れなければならない、日銭稼ぎすらできなくなる可能性も排除できない。 |
| | × | 建設業（経営者） | ・購買意欲が高まらないため、悪くなる。 |
| | × | 建設業（経営者） | ・民間案件では中止や様子見の案件があり、官庁案件の取り合いになってくる。 |
| | × | 建設業（営業担当） | ・資材関係の納期がまだ不透明な部分が多く、いつ何時今よりも悪い状態になるかを常に観察している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------|----------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | x | 不動産業（経営者） | ・株価や円安での景気上昇以外、改善傾向がみられない（東京都）。 |
| 雇用 関連 (南関東) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・売上増加から賃上げ、待遇改善につながっていくと良い。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・課題がすぐに解決しない。また、解決によって新たな課題が生まれ出されることもある（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・10月からの採用に向けて、早ければ8月のお盆明け、遅くとも9月には求人数の増加が見込まれる（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・例年、秋以降に求人数、求職者の動きが活発化してくる。今年も特に外的要因がなければ、例年どおりの推移で人材業界の動きが活性化される（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・人手不足により未経験人材での派遣が増える一方、人材獲得競争で時給、派遣料金は上昇している。しかし、人材のスキルレベルは低下傾向にあり、成約数の伸び悩みにつながっている（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・引き続き人材不足感があり、求人数は堅調に推移する見込みである。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・急激に改善する要因が見当たらない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数が大幅に増減する見込みはない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・秋に向けて電気、ガス代の補助金縮小の影響や、日本銀行の追加利上げへの警戒感が強まり、個人も企業も財布のひもを固くする可能性がある。季節要因の反動として、夏の旅行、レジャー消費が一巡した後の秋口は、物価高から再び消費が冷え込みやすい。急激に悪化することはないものの、金利上昇やコスト負担への懸念から、今より更に良くなるとはいえず、足元の水準を維持するか、横ばい又はやや悪化との慎重な姿勢にシフトするとみている（東京都）。 |
| | | 求人情報誌製作会社（所長） | ・中東情勢の影響、物価及び人件費増加による採用意欲の鈍化や様子見がいまだにある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ナフサの供給不足が続き、現場は依然として厳しい状況である。物価高も継続している。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・企業、特にメーカーからの求人の種類と人数はあるものの、適任者がおらず、採用がなかなか決まらない（東京都）。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・景気が変わる要素が見当たらない（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・景気の上昇に賃上げが追い付いていないため、やや悪くなる（東京都）。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・今後どのように変化するか見通しは立たないが、米国の関税から始まり中東情勢の影響とAIの台頭により、エンジニアの派遣ニーズにおいて不安要素が高まっているため、悪化方向に傾いている（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は前年割れが続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の長期化から、資源不足や価格の高止まり等の影響が出てくる（東京都）。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響に伴う資材不足により、仕事の見通しが立たないと事業所から聞いている。 |
| | x | - | - |

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|----------|-------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (甲信越) | | コンビニ（経営者） | ・9月はまだ暑さがあり、乗客数を増やすためのセール等を、ずっとやり続けるという本部の意向もあるため、販売数はそこまで落ちないとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・中東情勢の影響により、ガソリン、オイル等の供給が懸念されるものの、電気自動車を中心に新車の販売は伸びてくる。 |
| | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・相談に来る人が増えている。また、打合せのときから具体的な依頼の話が出てくる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・8月からの仕事になるが、1か月100万円で年間1200万円になる仕事の間合せが来ている。何とか受注したい。 |

| 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 |
|----|----------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | コンビニ（経営者） | ・夏休みの行楽需要が増えるため、やや良くなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・月末から気温が上昇し、少しずつ売上も増えている。この先は気温に左右される日もあるが、飲料や冷凍商材が売れることを期待している。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・夏に向けエアコンガスの需要増やETC助成金なども始まるため、やや良くなる。 |
| | | その他専門店〔酒〕（店長） | ・今月より良くなるとみているが、状況が不透明な上に、いろいろな情勢で今後も変化はある。3か月後は需要期になるため、期待も込めて多少は良くなるとみている。価格転嫁も慣れていくしかない状況だが、客の購入頻度は確実に下がっていきと予測している。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・この先、中東情勢が完全に収束し物流が落ち着けば、人の流れも良くなり、売上も上がってくる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢が少しずつ解消されて、必要な物資が動き出せば、多少景況感は上がる。ただし、慢性化した物価上昇傾向が緩和されなければ、景気の回復にはならないとみている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・コンサートや大規模なイベントがこの先も予定されていることから、予約状況は変わらず好調に推移している。また、フリー客も、どちらかという増加傾向にあるため、この先も良い方向に進む。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・年間で1番の繁忙期が8月だが、単価を上げたので予約から宿泊日までの期間が短くなっており、稼働率がここ数か月下がっている。売上は増えるものの、前年度と同じくらいに落ち着く可能性がある。 |
| | | タクシー運転手 | ・時期的に、7月からは暑くなることや地元を離れていた学生が夏休みに帰ってくることで、街がにぎやかになることを期待している。 |
| | | タクシー（経営者） | ・梅雨明けに伴って、イベントが多数開催される予定のため、人出に期待したい。 |
| | | 通信会社（社員） | ・サービス提供エリアの拡張や新サービスの展開が控えているため、多少の伸びは期待できそうである。 |
| | | 遊園地（職員） | ・夏休みシーズンに入り、人気キャラクター等とのコラボやイベント実施を予定しており、積極的な情報発信を行い、より多くの客の来園を期待している。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・世界情勢の安定を期待する。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・行政や民間での建設、設備投資の動きが活発で、社会インフラや建設業関係の業務発注量の増加が見込める。資材単価の上昇により、イニシャルコストは増加する傾向だが、携わる技術者単価の上昇に根拠があるため、事業者として価格転嫁が可能で、賃金に反映する経営計画を立てられている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・2～3年前との大きな違いは、以前は平日の人出は余りなかったが、今は逆に土日の方が人が出てこず閑散としているほどである。このままでは、商店街は長くは持たないほどの人出しかなくなっているため、心配している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏休みを中心に観光シーズンが始まるものの、ガソリン価格の動向が気掛かりである。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・現在のエアコンやLED照明の動きは前倒しの購入のため、この需要が落ち着いた後の状況が不安である。更なる商品の値上げが報道等されるなかで、先の予測ができず販売側は厳しい状況が続くそうである。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・中東情勢は安定したかのようにみえたが、まだ予断を許さない状況が続いており、景気の底上げ、回復基調になるとはいえない。株高や政策金利上げは、ほとんど売上に影響しない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・変わらないという分からないというのが率直なところである。中東情勢がこの先どうなるのかは不確実性があるため、それによって良くも悪くもなるという状況である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・コンビニ業界では、比較的来客数が伸び悩んでいる。こうした状況を考えても、前年の売上以上に伸ばすことはやや難しくなっている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・物価の上昇は今後も続くため、変わらない。 |
| | | コンビニ（総務担当） | ・高額商材の購入は抑えられるものの、気温の上昇に伴って、ドリンクや氷菓、冷麺などの需要は伸びていく。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|-----------------------------|----------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店（店長） | ・工事枠などは、1か月間予定が埋まっており、新規工事ができない。 | |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・キャッシュレス決済の比率が上がってきている。プレミアム付商品券の動きはそれほど多くはない。 | |
| | | スナック（経営者） | ・これから夏に向けて暑くなり、納涼会や飲み会が増えると考えられている。ただし、依然として団体客の動きが悪く、コロナ禍以降、少人数の宴会が主流となっている。なかなか厳しい状況で、大きな売上は期待できない。 | |
| | | 旅行代理店（副支店長） | ・物価高はそれほど影響はないが、世界情勢、特に原油供給の不安定さが解消されない限り、景気上昇にはならない。一般消費が増えているのは、物価高の影響にすぎない。 | |
| | | 通信会社（社員） | ・中東情勢等を含めても、サッカーワールドカップの盛り上がり以外は、景気上昇の気配が余り見受けられない。 | |
| | | ゴルフ場（副支配人） | ・物価上昇が収まらない限り、年金受給者や所得増加が見込めない客のプレー回数の減少、ゴルフ離れが続く。 | |
| | | その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者） | ・夏休みは屋外レジャーが盛んになる時期だが、猛暑になれば屋内レジャーの利用が増える可能性はある。物価高騰など社会情勢の影響も、今後の不安要素ではある。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・不要不急な物は買わない雰囲気である。 | |
| | | 百貨店（店長） | ・夏物商戦はロングランなので、このまま盛り上がり上がらないことが懸念される。世の中全体的に消費マインドにプラスに働くようなモノやコトが希薄になっていることも、消費者心理の底辺に潜んでいるとみている。 | |
| | | スーパー（経営者） | ・価格上昇で、客の節約志向は高まる。 | |
| | | スーパー（企画担当） | ・中東情勢の影響による石油化学製品関連の値上がりが見込めると考えている。 | |
| | | コンビニ（店長） | ・今月、近所に同業他社がオープンするため、当店の景気は若干悪くなるとみている。 | |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・中東情勢に対する不安がある。 | |
| | × | | 観光型旅館（経営者） | ・中東情勢を受けて、2011年の同時多発テロのときにように、海外旅行をキャンセルして国内旅行にシフトする動きが増えると考えていたが、今回はそうした動きはない。また、前年6月は猛暑だったため、早い段階で、夏休みに涼しい当地への旅行を計画する動きもあったが、今年は前年ほどは暑くないため、8月の予約の伸びが遅い。 |
| | | | 観光名所（職員） | ・燃料や宿泊代が高いため、レジャーも節約傾向なのか、夏の行楽シーズンを前に、個人の予約に伸びがない。 |
| | | スーパー（副店長） | ・中東情勢が落ち着かない限り、真の景気回復はあり得ないため、将来に不安を感じながら過ごしている。 | |
| | | コンビニ（経営者） | ・良くなる要素が見当たらない。 | |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | | スナック（経営者） | ・もう、昔のように戻らない。かなりの数の居酒屋が潰れるとみている。 | |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・半導体の需給が回復し良くなる。 | |
| | | 食料品製造業（営業統括） | ・夏に消費が落ち込む分をカバーするアイテムを発売し、そちらの受注件数が増えている。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・継続性のある受注が増えている。原材料の入荷遅延や価格高騰に懸念はあるが、見積案件も増えており、良くなるとみている。 | |
| | | 建設業（経営者） | ・価格上昇は避けられないが、各業界の工夫で対処することで、結果的に全体の景気は落ちないと考える。 | |
| | | 金融業（経営企画担当） | ・中東情勢が落ち着き、原油や原材料が市中に安定的に出回り、建設、製造と幅広く円滑な受注が見込まれる。 | |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・原材料価格が下がらないうちは、景気の向上はない。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・円安が継続し原価が高止まりの状態、業績を圧迫している。また、小売業者のSPA化（企画製造販売の自社一貫化）の進展により競争環境が激化しており、販売方法の転換が課題となっている。 | |
| | | 電気機械器具製造業（従業員） | ・7月から値上げが予想されている影響もあって、原材料の入荷遅延が生じているようである。現状どおりならばよいが、遅延がひどくなると少し厳しくなる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|----------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・金相場は今後まだ下がるとみている。現在の下落状況からすると、売上は減少するものの、秋口の商品作りにはプラスとなる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・特注品の納品以降の受注状況は未定で、予測が立てにくい。材料価格の高騰が加工賃料にも影響し始めており、受注数の減少が予想される。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・不透明な中東情勢の影響が当面続くとみている。在庫で対応できていた企業でも、石油関連のコスト増加などの影響が顕在化する可能性がある。また、賃上げ率が想定していたよりも低いいため、個人消費が下押しされることも懸念される。 |
| | × | 食料品製造業（製造担当） | ・系列スーパーの全店で数量が減っており、前年並みまでにもっていくのが非常に厳しい状況である。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・毎月、資金繰りが大変である。 |
| 雇用 関連 | | - | - |
| (甲信越) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・世界情勢が直接生活に関わっているため、変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の不安定さを懸念する状況が続くなか、原材料の調達難や価格の高止まり、更なる上昇などを憂慮して積極的な事業展開を図りにくい状況は、今後も続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・将来の景気は、製造業に復調の兆しがみられるものの、中東情勢の不透明感が強く、依然として先行きへの不安が大きい状況にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・月間有効求職者数、月間有効求人数共にほぼ横ばいで、余り上向き要素も下がる要素も見当たらないため、変わらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・著しい円安が輸入価格に影響し、物価高が止まらない。企業は採用に慎重な姿勢を崩さず、明るい話がなくなっている。 |
| | × | - | - |

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 | | 都市型ホテル（総支配人） | ・市内ではアジア競技大会が秋に開催されるため期待できる。また、11月以降の予約の入り方も悪くない。 |
| (東海) | | 商店街（職員） | ・近隣の商業施設がオープンしたことによる、来街者の増加と、オフィス人口の増加に期待する。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・中東情勢次第である。 |
| | | スーパー（店員） | ・お中元商戦により来客数は現状より増える見込みである。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・競合店がなくなる予定だが、自店で客へ迷惑をかけないように安くて新鮮、かつ、不良品のない良い商品を提供できるようにすれば、景気が良くなる可能性はある。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・中東の海峡関連の問題が解消して、自動車産業の状況が上向きことによって県内の景気が良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・今年の夏は暑くなる予報が出ているため、景気向上につながる。ただし、気温上昇時期が遅れると購買力は十分に向上しないため、現時点では不安要素もあるが、中東情勢の影響緩和により地域経済が回り始め、潜伏していた買物需要が回復する。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・今までは、壊れていないものの使用年数が長いエアコンの買換えが中心だったが、今年も例年以上の猛暑が予想され、エアコンに関する話題がニュースになることが多いため、エアコンの需要は更に増加する。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・前月と比べ新規客が増えている。最近の傾向から、新車から半年落ちくらいの中古車在庫を増やしたため、期待している。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（社員） | ・為替も影響するが、秋学期向けの販売量が増加する見込みである。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から判断した。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・3か月先にはアジア競技大会が県内で開催されるため、特需を期待したい。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・経済的に中東情勢が一向にはっきりせず、どこかモヤモヤとした状態が続いている。このような状況下で、景気は少し良くなるだろうが、時間が掛かる見込みである。 |
| | | タクシー（従業員） | ・天候の長期予報によると7月以降は気温が高い見込みとなっており、高齢者の通院利用やビジネスマンの移動におけるタクシーの需要が高まる。また、9月中旬からは県内を中心にアジア競技大会が開催されるため、関係者の移動ニーズも見込まれることからタクシー利用も増加する。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・繁忙期を迎えるため期待できる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・本格的な夏になり、髪を短くしたいという客が多くなるため、忙しくなる。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・8月よりホームケア商品のキャンペーンが始まるため、セットで購入する客が多くいる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・変化する要因が見当たらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・販売単価は上がっているが、販売数そのものが横ばいか多少下がっているため、トータルとしては変わらないとみる。 |
| | | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・今夏も猛暑が予想され、秋風が吹く時期まではこのまま厳しい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・物価の上昇がまだ続く見込みであり、景気も現状のままである。 |
| | | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・2～3か月先を考えるとどちらともいえない状況が続くが、消費者が大きく2極化している。株価の上昇による株の利益で、高額な消費が一部で底上げされているが、原材料価格の高騰により生活が厳しい客もたくさんおり、往々にして財布のひもが固くなっている。金に余裕がある人は使えるが、節約志向の人もおり、客の割合が半々で、3か月先も景気はどちらともいえない状況が続くとみる。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・飲食関係の値上げが毎月発表され、飲食店も仕入れの値上げに伴い、価格を上げるため、客が利用を控えるという悪循環にますます陥っている。飲食店で販売する飲料品関係も当然悪くなっている傾向にある。 |
| | | 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは変わらない。 |
| | | 一般小売店〔生活用品〕（販売担当） | ・ボーナス月には売上が上がることを期待するが一時的なものであり、今後も節約志向は続くとみる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・クリアランスセールが始まるため、週末にかけて家族連れの来店が期待でき、セールで単価は低いものの、販売量はそれなりに増加する。若い人の来店も増えているが、自店では若い人向けのブランドの在庫を切らしており、購買力のある客が来ても在庫がないため、若年層の売上は苦戦する見込みである。単価が低い分、全体的に販売量が増加しても売上はそれほど増加しない。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・中東情勢も一息ついたようにみられるが、ナフサを中心とした材料やインク関連での品不足の影響が出ており、ピニールへの印刷もカラーからモノクロへの変更などが生じている。また、建設材料も滞りの影響が出ており、改装計画が遅れつつある。クリアランスセールが6月下旬からスタートしたが、台風の影響もあり、消費者の動きが芳しくない。セールだからといってすぐに購買するという状況になっておらず、消費者の節約志向がある。また、サッカーワールドカップの影響とみられるが、日本戦の実施日は来客数が大きく落ち込んでいるという状況も見受けられる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・景況感が悪化する要因が見当たらないため、当面この景況感が続く。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・中東情勢が不安定なこともあり、7月以降も様々な商品の値上げが続くため、買い控えが続く。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・梅雨明け時期の気温が前年と違いすぎて、ハンディファンや日傘の売行きが厳しい。 |
| | | スーパー（経営者） | ・当地で行われる20年に1度の神事にまつわる行事も一旦休憩のタイミングとなるため、現状維持であればよい。 |
| | | スーパー（店長） | ・2～3か月先には商品や資材の値上げが控えており、必要な物以外の購入は見送られ、買上点数は伸びないとみる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店員） | ・ 2～3か月後には新米が出始めるため古米の価格が下がるとみられるが、石油由来の値上がりで相殺されるとみられる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・ この夏も猛暑予想であるため、その対策商品は動向が期待できるとみる。物価高の影響はいろいろな物に影響を与え、販売価格に転嫁をしなければ回らなくなってきている。利益の確保が困難になると懸念され、増収減益の流れは止まらないとみる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・ 今月からまたいろいろな物が値上がりすると、ただでさえ平日の来客数が減少しているのに、土日も減るおそれがあり、売上率は余り伸びないとみられる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 商品の値上げに消費者が慣れてきた様子である。景況感は横ばいで変わらない。株価は上がっているが、景気が上向いているという実感はない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 商品の値上げが依然として続いており、景気が上向いているという話は余り聞こえてこない。値上げが来客数や売上の前年比減少につながっているとみる。消費税減税等といわれているが、その影響はまだ分からないため、景気はこのまま変わらず推移するとみる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 販売数の減少を客単価の上昇で吸収している。ただし、どこかで限界が来る。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 中東情勢が解決するのか、このままの状態が続くのか読めず、判断が難しい。緊張状態が長引くと、今後いろいろな業界への影響が出ざるを得ない。一刻も早く解決することを望む。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ 物価高が収まるまで、衣料品を買おうとする消費マインドは冷え込んだ状態が続く。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・ 個人消費に直結しそうなボーナスの支給額について、前年より増加したなどの報道はあるが、自分の周辺ではそのような声は上がっておらず、景気が上向くような要因は見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・ 普通であれば良くない時期になる。これからスーツの販売量はどんどん少なくなっていき、セットアップを上下別々で購入する人が増え、全体的に軽装になる。ワイシャツやパンツのみを希望したり、ノーアイロンや安価な商品を希望したりする客が増えてくるため、景気については何ともいえない。ただし、早めに就職活動をしたいという客が来る可能性があるため、2～3か月後は現在よりも忙しくなるとみる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・ 特に大型の見積りもなければ、景気の良い話も聞かない。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・ 季節商材等が大きく動いた反動で、前年に比べて売上が悪化した。今後は季節商材が売れるにしても、それほど大きく動くことはない見込みである。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ 中東情勢の影響がすぐになくなるとは考えにくく、今後情勢が落ち着いたとしても物価高は続き、景気も現状維持の見込みである。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ 消費者の不安感はなかなか拭えない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ 物価高が定着してしまっている雰囲気である。好転する具体的な要素がない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 悪くもなく、良くなる要素もない。今月は非常に景気判断が難しい曖昧な月になったが、同様の状態が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 今後金利が少し上昇するが、なかなか物価が落ち着きそうにない。夏のボーナスに期待したいが、なかなか客の財布のひもは固く、自分はこれが必要と強く感じなければ商品購入に至らず保留されてしまう。世間的になかなか車を購置したいと背中を押す雰囲気がみられず、モヤモヤする。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 需要と供給のバランスがここ数年は保てていない。振り当てられた台数を1台1台大切に販売することで、利益確保を心掛けている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ いまだ中東情勢の影響が見通せないため、新車の納期は遅れ気味になっており、整備に必要な部品も手に入りにくくなっている。新型車がこれから発売されるが、納期が今までの倍近く掛かるグレードもあり、客への説明に苦慮している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・中東情勢の影響で、ナフサ関連の塩化ビニル製品や接着剤等の価格は値上がり傾向である。また、商品が入荷せず遅延しているものもあり、今後数か月の見通しは非常に立てにくい。ただし、リフォーム物件の需要は出ており、一部では上向きの状況が見受けられる。 |
| | | 高級レストラン（経営企画） | ・大きく落ちることはないが、個人、法人ともメリハリのある消費である。物価高から単価を上げることで売上を確保している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 一般レストラン（従業員） | ・中東情勢による影響を受ける。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・予約が入るスピードが鈍くなっているため、現在の悪い状態が続くとみられる。明確な理由は不明であるが、金利が上がったことや石油の価格が高くなっていること、将来の不安要素が消費に悪い影響を与え、購買活動につながっていないものとみる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・宿泊部門については、国内観光やビジネス及びインバウンド等でいずれも予約が堅調である。一方、地元の利用が多い宴会やレストラン利用は今一つといった状況である。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・中東情勢の影響により先行きは不確定であるが、大きな変化までは見受けられない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・海外ビーチリゾートから国内ビーチリゾートへシフトする家族も多い。海外旅行の行き先もアジア圏が依然として人気である。海外旅行の航空券価格がかなり高騰しており、米国や欧州といった遠方の新規予約は少し減少気味である。世界情勢が安定し、早く燃油サーチャージが落ち着いてほしい。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・購買層の2極化が進んでいる事や人口の減少が徐々に顕在化しており、インバウンドなどで海外からの交流人口が増やせる店と増やせない店で差が生まれ始めている。近隣の一等地の店も閉店しており、行列はできていたが採算には乗らなかつた様子である。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・景気対策が実を結ぶのはこれからであり、それまでの間は現状のままとみる。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・夏休みやお盆に向けた旅行の申込みはスロースタート状態である。旅行控えというより旅行以外の支出にめどが立ったら旅行に出掛けようという姿勢の方が多いとみる。景気が後退しているとは考えられないが、急激な需要増加は考えにくい。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・消費者がインフレ状態に慣れるまで、まだ時間が掛かる。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | ・物価高の継続やアナログ回線終了に伴い、固定電話の解約が増加する。 |
| | | テーマパーク職員（総務担当） | ・梅雨明けを期待しつつも次は猛暑の到来という、屋外施設にとっては集客面で一層厳しい時期を迎える。様々な納涼企画を実施し集客に努めたいが、例年並みの成果を得られるか不安である。 |
| | | その他レジャー施設 [鉄道会社]（職員） | ・円安金利高や物価高などの諸情勢のなか、観光と農業において好影響が期待できない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・明るい話題がなく、先行きが不透明であるため、当分この状態が続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・ナフサの不足もあり先行きが見えない。 |
| | | その他住宅[室内装飾業]（従業員） | ・見積り依頼などの引き合いが少し出ているが、大した量ではない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・中東情勢の問題が完全に解決し、尾を引かない状況とならない限りは景気の回復は見込めない。今のような不安定な状況が続く限り、倒産する企業も増えることを危惧する。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数増加が客単価の下落をカバーし切れていない。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後も消費者のバーゲンセール品だけを買う動きが見込まれる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店員） | ・仕入先から牛肉の卸価格改定通知が届き、7月から3割以上値上がりになり、どう商品をそろえるか、価格をどうするかが大きな悩みの要因となっている。ほかにも多種多様な商品値上げの要請もあり、購買意欲が下がる知らせが今後も続くと思われる。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・来客数の減少傾向は一過性ではなく長期にわたって継続しているため、現時点において改善する要因が見当たらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・まだ物価高は収まらず、おにぎり等の主力商品を中心に値上げが実施される予定であるため、現状よりも購買意欲は更に下がることが懸念される。 |
| | | コンビニ（店長） | ・家計の苦しさは抜本的に改善されず、自衛して乗り切るしかない消費者の状況がある。嗜好品の購入を我慢して、生活必需品のみの購入に走る流れが顕著になる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・1人当たりの買上点数が減少しており、決まった物しか買わない傾向がある。 |
| | | コンビニ（商品企画担当） | ・世界情勢の不透明化による消費の冷え込みが懸念される。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | ・今後の小売業における売上見通しについて、物価高騰に伴う生活防衛意識の高まりや来客数の減少傾向を考慮すると、これまでの客単価上昇に依存した売上維持には限界が見え始めている。また、実質賃金の伸び悩みなどから消費マインドの大幅な改善は見込みにくく、今後の景気が好調に推移することは困難である。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | ・生活必需品の需要が動く一方、ファッション品は依然として動きが悪い状況で、なかなか改善する雰囲気や糸口が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・今後は全ての車両価格が上昇するため、需要が下がる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・テレビ番組、テレビのニュースで様々な商品値上げの話題がたくさん取り上げられており、将来的な値上げを予告されると消費マインドが下がり、景気はどんどん悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・元々ローンの金利が高かったが、7月1日から0.5%の金利アップが発表されているため、今後は更にローンの利用率が下がることが懸念される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・株価や金利が上がっても、一般消費者の生活には何の恩恵もない。逆に苦しいことがどんどん増える。 |
| | | その他飲食[仕出し]（経営者） | ・最低でも今年中は、物価の調整で振り回される。 |
| | | その他飲食[ワイン輸入]（経営企画担当） | ・輸入食材の影響が大きいイタリアンやフレンチなどの飲食店では、円安による仕入価格上昇を販売価格に転嫁しているが、売上が10%程度下がってしまっている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・団体旅行について、8月～9月上旬はスポーツ団体の遠征や合宿などの送迎がメインで、旅行要素のある行事は動きの少ない時期である。今年も暑さが落ち着く9月下旬以降が旅行シーズンとなる見込みである。 |
| | | タクシー運転手 | ・今の状況からして景気が上昇していくとはみられない。いろいろな物が値上げラッシュで同じ物が何度も値上げされていくが、収入が伴わないため経済が良くなっていくとは到底思えない。どんどん景気は低迷し悪くなっていく。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・中東情勢や物価高が落ち着くまで景気回復は難しい。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・現状の客単価の動きからみて、9月までは猛暑、自然災害の影響によりやや悪くなる見込みである。 |
| | | パチンコ店（従業員） | ・近隣に同業他社が開店し、顧客流出が予想される。 |
| | | 理美容室（経営者） | ・段々と物価が上がり、景気は悪くなるとみる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価上昇の影響が大きい。 |
| | | その他サービス[介護サービス]（職員） | ・来年度の介護保険法が可決された。景気動向でコスト高になっている状況でも、上限価格制でふたをされたままの福祉用具貸与事業は、しばらく辛抱の時期が続くことになる。他業種のように処遇改善もギリギリのところで行っているため、人材採用も本当に難しくなっている。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・円安がますます続いている状況で、景気が良くなる要素は全くない。 |

| 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 |
|------------------------|----------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・徐々に建設単価の上昇を販売価格に転嫁しつつあり、近々一般消費者の購買限度額にほぼ達するため今後は販売の減速が予想される。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・ナフサ不足からパッケージなどの色が抜けているが、これが元に戻らないと買い控えが更に進むとみられる。 |
| | | その他住宅〔住宅管理〕（経営者） | ・物価高が当たり前になり、購入意欲が下がっている。実際に、建材の高騰に加え人件費も上がり、低価格のリフォームでも仕事を取りづらい。まだ厳しい状況が続く。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・住宅建設の資材は更に高騰する見込みである。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・イランと米国との問題は恐らくこの先も続くと思われる。世界ではとても深刻な原油、ナフサ不足で大きな影響を受けている。物価が上がって、賃金は上がらないため、何ともならない状況である。 |
| | × | 百貨店（経理担当） | ・インバウンド消費や株高に伴う富裕層の消費は持続する見込みであるが、金利の上昇や物価高の継続、円安の進行等、消費の減退をもたらすマイナス材料の影響が大きく、結果的に景気は後退していく。 |
| | × | 住宅販売会社（経営者） | ・1年間の傾向として、夏場に不動産を検討する人は少ない。近年、7月～9月にかけては異常な暑さになるため、その影響も少なからずある。 |
| | × | 住宅販売会社（従業員） | ・リフォーム程度の単発の工事なら、何とか資材も手に入るが、新築住宅になると難しいところが出てきた。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | | * | * |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・食品の消費税ゼロが成立すれば、期待値から前倒して景気浮揚が期待できる。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・原油価格に由来する要因では、これ以上の景気悪化はないとみる。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・中東情勢の不透明感の解消に向けた動きが見えており、燃料価格が下落傾向にあるため、景気が上向くとみており、取扱物量の増加が見込まれる。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・元請から、7月以降は単価を5%上げるという話があった。下請に対して値上げをしていないと公正取引委員会から指摘されるため、その対応としての単価改定とのことであるが、いずれにしても単価の上昇は有り難く、今後も毎年単価の上昇を期待する。 |
| | | 化学工業（営業担当） | ・電子材料薬液の需要は引き続き伸びていく見込みである。ただし、香料や色素など夏場までとなるシーズン品の生産については落ち着く見込みである。 |
| | | 化学工業（総務秘書） | ・株価もこのまま上がっていくのか不思議なほどであるが、結構な下落を時折起こしながらも上昇基調には変わりなく、このまま継続していくように見える。サッカーワールドカップで日本がよい勝負をしていることは景気に良い影響を与えるため、今後の活躍にも期待したい。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・年度当初は中東情勢の影響により、受注量の落ち込みを予想していたが、今のところ大きな影響はなく、今後も現状維持が続くとみる。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合いが減少しており、全体的に低調になっている。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・米国では、特にAI関連分野においてスタートアップ企業による設備投資の増加がみられており、当面はこの傾向が続く見込みである。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・受注量、販売量の見込みから判断した。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・いろいろな方面で部品代や材料費が上がっており、かつ、円安が進んでいるため、中国からの仕入材料や部材が値上がりになっている。なかなか値上げして販売することができないため、コストパフォーマンスが悪化していることが大きな問題になっている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・まだ世界的に不安定な状態が続いており、受注量等は海外の影響を大きく受けるため、不安要素は非常に強いとみられる。為替により、輸出は若干増え、増加傾向にあるとみられるが、国内の景気そのものは特に変動がないとみられる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・前年度と比べると講習機会や回数が増えているが、これ以上は増えないとみられる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・景気が良くなっても、猛暑の中で電気代やガス代、ガソリン代まで高騰すると考えると不安でしかない。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・物価高で受注金額は上がっていき、安全対策の面などの費用も世論的に大きくなっていくため、自治体や相手先の企業、公共団体も発注金額を引き上げざるを得ない状況だろうが、それでも予算はそれぞれ決まっておりに難しい。やるべきことや受注金額が増えても、景気が良いといえる状況ではない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・仕事量について出荷側が調整を掛けているわけでもなさそうなので、以前とは様子が変わってきている。中東情勢の影響により、生産や流通が滞っているおそれがある。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・中東などの状況から判断した。 |
| | | 金融業（従業員） | ・夏休み明けのシーズンは日常生活が節約志向となり、需要の減少が考えられるため、景気は変わらない。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・取引先の発注金額が、請負業者の状況を考えてくれるようになってきてはいるが、その効果がまだ現れていない。効果が現れだしたら、景気は良くなる方向に向かうとみられる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・今後は前年よりも暑い日が多くなりそうであるが、外出や遠出をする人はやや増加する見込みである。今後の売上は増加し、前年を上回る状況が続く。 |
| | | 不動産業（職員） | ・物価高といわれているが、今のところ節約志向により大きく消費行動が変化してきている様子は特にみられない。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・イベント企画や各広告の受注も、様々な値上げによる影響により、余り期待できない。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・物価高や人手不足の状況は変わらず、賃金は伸び悩んでいる。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・ちょうど夏休みの時期になるため、一時的に旅行や帰省等で消費が増えるかもしれないが、その後は反動で財布のひもを締めるようになる。 |
| | | 会計事務所（職員） | ・中東情勢はまだ落ち着きそうになく、あらゆる物価がこの先も上がっていくとみられる。加えて中国からのレアアースの輸出が滞っているため、工作機械用の刃物の価格も上がっており、大変厳しい状況が続くそうである。 |
| | | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・いろいろな物の価格が高くなっており、下がる気配がないため、この先の展開が非常に難しい。原油価格が下がった暁には、その他の物価も下がることを期待する。 |
| | | 食料品製造業（社員） | ・酒造業界は原材料価格の高騰のなか、価格への転嫁に慎重だったが限界にきており、利益確保のため各社は今後の価格見直しが避けられない状況とみられる。それにより販売数量の低下が予測される。 |
| | | 食料品製造業（経営企画担当） | ・中東情勢も解決が見通せず、不安定な状況が当面継続する。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・中東情勢の不透明感の長期化やナフサ不足の影響も大きく、さらには原材料仕入価格の改定により、収益面では非常に不安定となっている。 |
| | | 鉄鋼業（従業員） | ・依然として中東情勢の緊迫した状況は変わらず、先行きは極めて不透明である。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・中東情勢を起因とする物件の進捗遅れ、計画縮小などがこの先現実化するとみられ、仮に資材の目詰まりが解消方向に向かっても需要が落ち込むとみられる。 |
| | | 建設業（役員） | ・今後販売する住宅は更に価格が上がっており、困難な状況が見込まれる。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・金利上昇で個人消費が低調になり、企業の投資が低下する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------|--------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信業（法人営業担当） | ・当社は自社商品を持たないS I e rであることを強みにしており、システム販売やサービス販売をするに当たって、メーカーやベンダーから見積りを取る。見積り期限がこれまで最低でも3か月あった取引先でも、最近は最長でも1か月になっている。海外メーカーからの仕入れや物価高騰、円安や世界情勢の影響などが、物価に影響していることは明らかで、度々変わる見積りに対して当社のエンドユーザーから不安感をぶつけられることが増えている。見積りを出す方も受け取る方も、エンドユーザーも誰一人気持ち良く仕事ができない状況が続けば、マーケットはこのまま下降していく。 |
| | | 金融業（従業員） | ・特別悪いというわけではないものの、将来を見たときに不安の方が大きい。景気としては余り良くない方向に動いている。自動車産業等において悪いニュースはないが、自身の回りでも余り良くないという声が多い。 |
| | × | 鉄鋼業（経営者） | ・良くなる要因がない。 |
| | × | 通信業（総務担当） | ・景気うんぬんでなく先が見通せない。賃金は毎年目減りしているが、物価は20%から30%上昇している。生きるためだけの生活になっており、これからもその状況が続くとみる。 |
| 雇用 関連 | | * | * |
| (東海) | | - | - |
| | | 人材派遣業（営業担当） | ・当面は先行き不透明な状態が続くなか、様子見が続くものとみえるが、大手自動車メーカーの生産台数が減少した影響が今後中小企業に出てくるおそれがある。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数が減少する材料は少ないが、求職者数は減少傾向のため、採用者数はおおむね現状の水準あるいは減少で推移する。 |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・業務請負先や労働者派遣先の業種においては、原材料やその他周辺材料の入手が困難になり、中東情勢の問題が更により大きくなりつつある。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・中東情勢が不安定なままであり、先が見通せない状況が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響は、世間でいわれているほど大きくない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ナフサ関連の問題がありつつも、求職者数に余り変動がないことから、今後の景気は余り変わらないと判断する。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢に起因する原材料費高騰を始めとして、従前から続いている燃料費や運送費、人件費等の各経費の高騰により、価格転嫁を進めることが困難な中小企業では、事業活動への大きな負担が長期間継続し、変わらず厳しい状況となっている。また、物価高騰等に伴う消費動向の停滞、世界情勢を踏まえた経済動向への懸念等により、新たな求人提出を控え、引き続き様子見をしている産業も少なくないとみる。求人提出を控えている産業が一部見受けられるものの、現時点で大規模な生産調整や雇用調整等の情報は入っておらず、直近での景気動向の大きな変化は生じないと判断する。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求職者数も例年同様、4月以降減少しているが、物価高や中東情勢などの影響による業績悪化を背景に、在職中から転職を検討する相談が増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求職者数、求人数共に大きくは変わらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・派遣業界における報道の影響により、自社への直接的な関係性はないものの少し影響は出ている。また、現時点で大きく変化はないが、現段階では派遣への期待感が大きく変化している大手企業もあり、ニーズに応えられる人選若しくは育成が急務である。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・期末決算の開示を受け、今期の事業環境を捉えた際に、中途採用をクローズ若しくは縮小する企業が増えている印象を受ける。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・物価上昇等の影響は懸念されるが、現状で新卒求人について大きな変動はなく、今後2～3か月で状況が大きく変化することはない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・インバウンドの需要が少なく厳しい状況が続いている。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・半導体関連など一部の業種のみ株価が高騰し、実体経済では恩恵はない。物価高に対しての賃金上昇は日本全体で追い付いておらず、景気回復からは程遠い。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|--------------|------------------------------------------------------------------------------|
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・元々の予算縮小の流れで、10月以降の業務終了者が既に何名か決まっていることに加え、バッテリー式電気自動車開発がストップする影響も出てくる可能性がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・金利が上昇基調であり、借入れの多い企業の倒産等が今後発生すると懸念される。 |
| | × | 人材派遣会社（社員） | ・中東情勢に多少動きが出ているものの、求人への回復までには至っておらず、求職者の動向とあいまって売上の増加が見込めない。 |

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (北陸) | | 商店街（代表者） | ・国内外で夏季休暇やパカンスのシーズンを迎えるため、インバウンドを中心とした観光客の更なる増加が期待できる。現在、米国や台湾など多様な客による高単価商材の購買が目立っており、円安基調が続いていることも追い風となって、この勢いは夏に向けて一段と加速するとみている。来客数、客単価共に今月を上回る好調な推移を見込んでいる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・夏休みやお盆などの長期休暇時の安近短傾向は今後も継続するとみている。来客数は増加すると考える。 |
| | | 観光型旅館（経理） | ・徐々に再開する旅館が増えることにより、当温泉地の来客数の増加に期待している。 |
| | | タクシー運転手 | ・タクシー利用に対する節約志向は一時的であり、これから夏場を迎えて観光客が増えると、利用客の増加が期待できると考える。 |
| | | 美容室（経営者） | ・来月に販売されるカラーの新製品に期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・人出は若干のプラスであるが、商店街周辺にある駐車場の利用状況が前年と比べて落ち込んでいるのが気掛かりである。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（店長） | ・ボーナス支給があり購買意欲が高くなると期待したいところだが、レジャーなどに使われるとみている。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | ・今が景気の底に近く、来月と再来月もほぼ変わらないと考える。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（経営全般） | ・8月のお盆や帰省時期には一時的に販売量が回復するとみているが、物価高が続いているため、9月には再び厳しい足踏み状態に戻ると考える。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・猛暑により地元客は外出を控える傾向が年々強まっていることから、今後2～3か月先は厳しい状況が続くとみている。加えて、好調に増え続けているインバウンドも気温の高い時期を避けるのか、免税手続の件数が年間で最も少ない期間となるため、売上の大幅な増加は見込めない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・株価上昇により、一部の層においてハイブランドや宝飾、時計などの高額品は堅調といえるが、中間層における物価高騰の影響は根強く、慎重な購買行動が続くとみている。 |
| | | スーパー（店長） | ・国内や海外を見ても、良い方向に進みそうで進まないといった状態が続いている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・人気のある玩具やカードなどの関連商品は物価高の影響が少なく、SNS等での情報共有によって瞬く間に完売となる。商機ではあるものの、仕入れられる数は限られるため、その売上にも限界がある。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・社会情勢により経費が上昇しているが、売上がついていかず厳しい状況である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・原材料の動向により製品在庫がコントロールされ、売上もそれに比例するとみている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・物価高による買い控えがみられるため、伸びることはないかとみている。 |
| | 家電量販店（本部） | ・一時的な特需はあるが、しばらくは横ばいが続くとみている。様々な特需には反動減があり、月次の業績は一喜一憂の状態である。必要に迫られたものを購入してもらうだけでは、景気は良くならないと考える。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・夏のボーナスが多く支給され、少し上向きになるかもしれないが、現状の収入がなかなか増えない状況が続いているため、変わらないとみている。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・今年度の春闘においても一定のベースアップが実施された会社が多く、夏のボーナスも一定水準以上の支給が見込まれる。物価高は消費者心理に影響を与えるが、生活必需品に関してはある程度の需要があり、全体的には直近の景気は大きくは変わらないとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経理） | ・環境性能割廃止や新型車登場の効果は一段落するとみている。 |
| | | 住関連専門店（役員） | ・物価高が続いているため耐久財消費は後回しにしようとする姿勢と、値段が更に上がる前に買っておこうという意識が交錯している様子である。全体的には現状に近い状態がしばらく続くとみている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・前年は大阪・関西万博の影響もあり9月、10月は集客に苦戦したが、今年は夏休み期間や9月の大型連休が日並びに恵まれていることから、前年以上の売上が見込める。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・例年夏場はインバウンドが減少する。国内需要も弱いですが、前年影響を受けた大阪・関西万博の反動による増加に期待できる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・中東情勢が落ち着いても、回復までに半年以上の時間が掛かると考える。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・来客数及び販売数を前年と比較しても大きな変化がない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・通信、放送サービス共に獲得契約数は前年同期並みを見込んでいる。解約数については前年を少し上回る数字で引き続き推移すると考える。 |
| | | 競輪場（職員） | ・消費税減税等の見通しの効果か、売上が若干回復傾向にある。ただし、円安が進んでおり、景気が悪くなる恐れも依然として残っており、先行きの不透明感は否めない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今後3か月は今の状態が続くとみているが、その後は厳しくなるとみている。建物価格の上昇と金利の上昇傾向に伴い、新規の契約においては大手企業の社員や公務員などの安定した職業についている客の取り合いになるとみている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・個人住宅の新築部門は厳しい状況が続くとみられる。リフォームや企業の設備投資にも影響が及ぶと考える。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・金利が上昇しており、消費者の動きが鈍くなるとみている。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店長） | ・ギフト商品の数字はこの先しばらく落ちるとみている。素材としての肉単品での販売は調子が良いため、何か新しいことに取り組み、売上を上げていかなければいけない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・主力の衣料品は低迷が続くとみている。理由としては、まず、ヒット商品がないことが挙げられる。次に、旅行需要における旅費が高額のため、旅費以外にかかる購買が減っている点である。そして、衣食住の中で衣料はぜいたく品と認識され、購買が二の次となっている点である。食や住の負担が重くなり、衣料や雑貨などの購買にはより慎重になるとみている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・春先に値上げしたのも含め、ナフサ不足に起因する価格改定が7月に大量にある。値上げのペースが早く、対象品目も多い。また、値上げ幅も大きいため多少の影響は出るとみている。 |
| | | スーパー（役員） | ・中東情勢の収束が不透明である。電気代やガス代などは夏場は補助があるが、冬に向けてどうなるかはわからない。金利上昇によって住宅ローンの返済にも影響が出てきているため、節約志向は継続するとみられる。 |
| | | コンビニ（店舗管理） | ・県独自の宿泊キャンペーンは、一旦、来月の中旬までとなっており、特需もなくなるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・地場の中小建築、建設系の優良客層から、仕事がない、若しくは滞っているという話を聞いており、節約する方向になるとみている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・中東情勢の影響が続く限り、先が見通せない。 |

| 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 |
|------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・春頃からは、団体宴席や団体旅行による集客が好調であり、何とか例年に近い数字でとどまっていたが、夏場は団体利用が少ないため、厳しい状況になるとみている。 |
| | | 都市型ホテル（役員） | ・ビジネス利用を中心とした個人利用客への価格転嫁が難しく、利益確保が困難である。 |
| | | タクシー運転手 | ・乗客数が減っているなか、運賃改定で利用料金が上がることににより利用控えが増え、減収になるとみている。 |
| | | 通信会社（職員） | ・円安による影響がある。 |
| | | 通信会社（役員） | ・中東情勢が収束に向かっているものの、引き続き石油関連製品の値上がりやAIデータセンターの需要増加に伴う半導体のひっ迫や価格上昇によって、サービス提供に必要な設備や備品の価格上昇や供給不足が懸念される。 |
| | | その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (経営者) | ・中東情勢の影響により物価が上昇する。 |
| | | 住宅販売会社（営業） | ・多くの資材メーカーから更なる値上げ要請が続いており、価格転嫁せざるを得ない状況である。ますます販売しにくい状況になるとみている。 |
| | × | 商店街（代表者） | ・梅雨時から台風と天候不順の影響で来街者数の減少が続くとみている。 |
| | × | コンビニ（店長） | ・現在の販売価格で、コンビニ加盟店の経営は精一杯の状態である。商品単価が上がっても、来客数や来店頻度が減少しているため、売上自体は変わっていない。そのため、特に人件費などの経費高騰により、経営が困難な状況はこれからも続く。 |
| | × | その他専門店[酒] (経営者) | ・景気が良くなる兆しは全くない。周りには悪くなるという情報しかない。 |
| × | テーマパーク（役員） | ・団体客、グループ客、個人客共に予約状況が厳しい状況である。インバウンドはやや良いものの、全体では悪くなるとみている。 | |
| 企業 動向 関連 (北陸) | | * | * |
| | | 一般機械器具製造業 (経理担当) | ・二輪車用部品関係はOEMメーカーの開発遅れや在庫過多による生産調整があったため、想定したほど受注は伸びていない。一方で産業機械用部品関係は、アジアでの堅調な設備投資需要や国内の製缶メーカーなど特定客の増販などにより、堅調に推移している。 |
| | | 一般機械器具製造業 (総務担当) | ・工作機械の受注量が増加傾向にあり、堅調に推移している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・公共工事の発注が本格的になるとみている。 |
| | | 輸送業（管理会計担当） | ・企業間物流の物量に大きな変化はないが、運賃改定が進んでいる。 |
| | | 電気機械器具製造業 (営業担当) | ・受注予定である電気自動車関係の新規製品において開発停滞等の話が出ており、新規の金型や設備の受注について非常に危惧している。そのため、産業機器関係や民生品関係の新規アイテム獲得により挽回を図る必要が出てきている。 |
| | | 輸送業（経理） | ・今回の中東情勢のように、予期できないことが起きる可能性が十分にある。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・個人客からの問合せは少ないが、法人からの問合せが少し出てきているため、少し先には動きが出るとみている。 |
| | | 司法書士 | ・住宅地の取引が多い。住宅ローンの金利上昇を想定した現象と見ており、この状況は続かないと考える。 |
| | | 食料品製造業（経営企画） | ・中東情勢によるマイナスの影響がまだ続くとみている。 |
| | | 繊維工業（総括） | ・中東情勢について、最終合意までにはまだ紆余曲折があると懸念している。 |
| | | プラスチック製品製造業（広報） | ・ナフサ不足の影響が7月以降もあるとみている。 |
| | | 建設業（役員） | ・不安定な情勢や資材価格の上昇傾向が続いており、足元では受注量が低迷基調にある。 |
| | 金融業（融資担当） | ・従前から続く物価高や賃上げに加え、市場金利の上昇による支払利息の負担増加が中小企業の収益をじりじりと圧迫しており、厳しい状況が続いている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------|----------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 金融業（融資担当） | ・中東情勢の影響により、燃料を中心とした原材料価格が高騰している。価格高騰を要因とする販売価格への転嫁は、時勢から比較的理解を得られやすいものの、原材料が不足する事態も発生しており、販売できない懸念も増えている。 |
| | × | 金属製品製造業（経営者） | ・現在の一時的な需要に対する反動があるとみている。 |
| | × | 税理士（所長） | ・中東情勢の影響による物資不足と、人手不足がいよいよ影響を及ぼすとみている。ある機械メーカーでは、納品できずに在庫がたまっている。 |
| 雇用 関連 (北陸) | | - | - |
| | | 新聞社〔求人広告〕 （担当者） | ・求人数が増加している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕 （営業） | ・変化する特段の理由が見当たらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響によるナフサ不足から、納期の遅延、資材の調達困難、燃料供給の不安定化などが一部業種で報告されている。また、包装資材等の価格高騰も各業種に影響を及ぼしており、今後も引き続き注視していく必要がある。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・求人の動きは業界によってばらつきがあるものの、大きな変化はみられない。求職者数も頭打ちの状況であり、このままの状況が続くと考える。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | ・派遣しているスタッフ数が第1四半期で前年同月比5%ほど減っており、派遣依頼数は横ばいである。また、求職者数が減少している直近の傾向からすると、若干悪くなるとみている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・景気の悪化を理由に求人が出せないと明言する事業所はほとんどないものの、新規求人数の減少傾向が続いている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・原油の供給が再開されたとしても、生産や流通が元に戻るにはまだ相当な時間が必要である。1度上げた価格を元に戻すのはかなり難しいとみている。 |
| | × | - | - |

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 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (近畿) | | 百貨店（サービス担当） | ・今後も傾向に変化はなく、食料品フロアの改装効果で好調に推移するほか、猛暑の予想を受けてUVカット商材の展開を拡大し、来客数の増加を促す。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・ここ数か月のマイナス要因である、不安定な原油価格や株価といった不安要素が改善している。それに伴い、客の購買意欲が上向いている様子が、会話を通して伝わってくる。 |
| | | 百貨店（売場マネージャー） | ・株価の上昇が消費には追い風となる。円安傾向も継続しており、これから夏休みに突入すると、国内消費が活性化すると予想される。 |
| | | 百貨店（商品担当） | ・インバウンドに関しては、中東情勢がやや落ち着いたことがプラスとなるほか、国内客では株高の恩恵を受けた人の動きが活発になる。 |
| | | 百貨店（売場統括） | ・中東情勢の収束に加え、中国経済の回復も9月頃に始まると予想される。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・政府の物価対策として、自治体からの商品券や地域通貨などによる支援の対象店舗が複数あり、全体の売上の底上げに寄与すると予想される。梅雨も明けるため、7～8月は売上の増加が期待される。 |
| | | スーパー（企画） | ・今月末から地方自治体によるプレミアム付商品券の使用が始まるため、買上点数の増加が期待される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・気温が高くなり、飲料が売れるほか、中食を始めとする菓子類の期間限定品が多く出るため、販売の増加を目指す。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数は伸び悩みそうであるが、今後も値上げラッシュが控えており、客単価の上昇が期待できる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・多くの商品が値上げとなるため、見通しは厳しい。ただし、秋までは様々なイベントが続くため、活気が出てくる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・繁忙期に入るため、状況は良くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | コンビニ（店員） | ・夏になると、涼を求めてコンビニを利用する客も増えるため、ついで買いの動きが増えてくる。 |
| | | コンビニ（店員） | ・長期休暇のシーズンになればまた増える。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・客への補助金制度の認知が進んでおり、案件の増加が期待される。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・暑くなる頃には、新たな省エネ基準の導入による駆け込み需要で、大きく動くと思われる。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・中東情勢が落ち着くという条件付で、やや良くなる。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員） | ・来月はボーナス商戦で、売上もかなり期待できる。ふだん購入しているものよりも、ワンランク上の商品の購入が期待される。 |
| | | 高級レストラン（企画） | ・中国からのインバウンドの回復や、中東情勢の安定化により、インバウンド全体の需要増加が見込まれる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・今後の推移次第であるが、前年並みの予約は受注できている。単価の上昇は厳しいが、販売室数の増加でカバーしていく。バス旅行によるランチ需要は好調に受注できているため、ディナーの販売でも収入を確保する。 |
| | | 旅行代理店（役員） | ・中東情勢の一定の進展を受けて、中東系航空会社を利用した欧州方面への旅行需要も、ある程度の回復が見込まれる。また、原油価格も落ち着きを取り戻すため、航空運賃などへの影響の緩和が期待される。 |
| | | 通信会社（社員） | ・地方経済の大幅な改善は余り見込めないが、インターネットサービスへの申込件数は顕著に伸びており、付随サービスの契約率も改善傾向にある。 |
| | | 通信会社（社員） | ・ボーナス商戦に入るほか、夏休み前には15歳未満の客による需要が増える。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・中東情勢が少し改善され、各種資材が市場に行き渡ることによって、様々な価格に落ち着きが戻ってくる。 |
| | | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | ・まだ良くなる材料が見当たらない。 |
| | | 一般小売店〔化粧品〕（経営者） | ・今年の夏商戦はかなり暑くなり、湿度も上がることが予想されるため、スキンケアや紫外線関連の需要は活性化したが、海外のスキンケア商材にはヒット商品がなく、既存品の販売となるため、苦戦が続くと予想される。一方、ハンドケアやボディケアなどの商材は、自家需要やギフト関連での好調が予想され、現状並みの伸びが期待される。全体としては、来客数、客単価共に、現状の動きが継続できそうである。 |
| | | 一般小売店〔野菜〕（店長） | ・変わる要素が見当たらない。物価の上昇が進むなか、年金が増える動きはあるものの、先行きが不透明な状況で買い控えの傾向がみられる。来年の食品に対する消費税率引下げで、少し上向くことが期待できる。 |
| | | 一般小売店〔呉服〕（店員） | ・経済が安定せず、給料に対する不安もあるため、高級品には手が伸びない。 |
| | | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | ・梅雨が明け、人の動きが少し活発になれば、商品の動きも良くなることが期待される。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・免税売上には円安の影響が大きく、国内売上には株高が大きな影響を及ぼしているため、今後の状況次第では大きく変化する可能性がある。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・中東情勢の行方には不透明な部分が残るが、今年度の水準のまま推移すると予想される。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・前月と同様に、ここ数か月は目立った変化がない。国内客は外商を中心とした富裕層が好調に推移している一方、富裕層以外のボリューム層は前年並みとなっている。インバウンドは中国人客の減少が続いているが、単価の上昇で来客数の減少をカバーしている。特に、台湾やタイ、韓国などのアジア圏のインバウンドが来客数、単価共に好調な推移となっている。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・外的要因による原材料価格の上昇もあるが、全体の傾向は変わらない。富裕層やインバウンドの売上は好調を維持し、全体を押し上げる一方、中間層は選択消費のほか、購入シーンや購入分野の2極化が更に進む。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 百貨店（販売推進担当） | ・物価の上昇による生活防衛意識の高まりと、株価の高騰による富裕層の絵画や高級腕時計の購買意欲の向上で、2極化はますます広がる。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・株高の継続により、富裕層の高級品への購買意欲は高い状態が続くほか、円安の進行により、インバウンドによる買物が更に増える傾向が高まる。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | ・物価の上昇に加え、燃料費の高騰も進むため、消費マインドの厳しい状況は変わらない。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・不安定な中東情勢や、米国の政権動向など、不確定要素が多い。ただし、明確な下振れ要素とは言い切れず、先行きは不透明である。 |
| | | 百貨店（宣伝担当） | ・国内客の生活防衛意識は続くほか、インバウンドも航空運賃の高騰で減少が予想される。最近の傾向から、クリアランスセールに客が殺到することもないため、厳しい状況が続く。 |
| | | 百貨店（商品担当） | ・中東情勢は一旦好転したものの、先行きには不安も多く、消費者マインドの向上にはつながっていない。また、お中元商戦は売上が減り、年1回のお歳暮のみに変更する客も多い。円安や燃料価格の高騰で海外旅行需要が低下し、インバウンドによる混雑で国内旅行も控え気味となるなか、夏物衣料などの関連商品も苦戦している。 |
| | | スーパー（経営者） | ・現状は、景気を刺激するような要素が見当たらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・定期的な値上げのほか、中東情勢によって物価が上昇するイメージが強まっている。 |
| | | スーパー（店長） | ・良くなる理由がないが、中東情勢に若干落ち着きがみられるため、良い方向に向かう可能性はある。ただし確証はないため、大きくは変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・特定の層以外では収入が増えていない。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・各地で自治体の消費喚起策が実施されつつあるほか、中東情勢も予断を許さないものの、収束に向かいつつある。ただし、値上げの商品数は高止まりし、ボーナスの増加効果も限定的であるなど、消費が好転する材料には乏しい。 |
| | | スーパー（社員） | ・厳しい状況は、現在の値上げ傾向が一段落すれば落ち着くと考えていたが、今後も価格上昇は当面続くため、なかなか良くならない。 |
| | | スーパー（企画） | ・中東情勢の影響が解消される10月頃には、最低賃金の引上げもあるため、今後も物価の上昇が続く。 |
| | | コンビニ（店員） | ・物価上昇により、客の節約傾向は今後も続く。 |
| | | コンビニ（店員） | ・SNSによる流行は急激な動きとなるが、すぐに次の流行に移る点が残念である。今までも様々な流行に乗ることはあったが、一過性の動きであり、今回もしばらくすれば落ち着く。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・売上や来客数に悪い印象は受けませんが、物価の上昇や世界情勢の推移をみる限り、まだ上向きとは言い難い。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・あらゆる商材価格が高騰し、来客数も減少する。家電量販店では季節商材の動きが予想される一方、その他の商品の動きは鈍くなる。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・夏の暑さによるエアコンや冷蔵庫の故障、経年劣化のほか、省エネ性能の改善を求めた一定の夏物商材の買換えが見込まれる。一方、それ以外は各メーカーの値上げやリフォーム補助金の支給条件の見直しにより、買い控えが起きると予想される。 |
| | | 家電量販店（人事担当） | ・梅雨が明けると、本格的な暑さが始まる。新たな省エネ基準の導入を控え、まだエアコンを購入していない客の買換え需要に期待している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・中東情勢によりエンジンオイルなどが入荷せず、整備関連の収入が減っている。今後の見通しも良くない。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・久々の新型モデルの発売に期待しているが、不安定な社会情勢もあり、今後の販売台数は不透明である。また、中東情勢の影響による新車の配車遅延や、エンジンオイル不足によるサービス売上の停滞が懸念される。株価は上昇傾向にあるものの、車の買換え需要の活発化にはつながっておらず、自動車業界として新たな活性化の方向性を示さない限り、現状は続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・中東情勢が収束に向かうことで、原油価格は落ち着くものの、現状を上回るほどの改善は見込めない。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・一部の職種は好調でも、全体的な景気は良くなっていない。やはり手取り収入が増えなければ、販売台数も伸びてこない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・今後も都心部に偏った販売が続き、地方は厳しい状況が続く。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・所得の伸びが物価上昇に追いついていないため、全体の消費は落ち込むしかない。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・短期間での地金相場の変動幅が大きく、仕入コストが増減するたびに価格調整を行っているものの、利益の不安定な状態は続く。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（管理担当） | ・夏物商材やボディケア用品は順調に推移しているが、生活必需品を含む全体では、横ばいか減少傾向が続いている。これから本格的な気温の上昇に伴い、飲料などを含む夏物商材の売上は増加が見込まれるため、食品や日用雑貨などの売上も増加に転じる。ただし、全体としては、食品の値上げも続いているため、大きな上昇要因は見当たらない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・例年、暑さが厳しい間は客足がなかなか増えないため、余り期待できない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・円安によるコスト増加で価格転嫁を行い、販売価格が上昇するため、利用の減少が懸念される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・当市でプレミアム付商品券の発行が始まり、飲食店での利用につながることを期待したい。ただし、なかなか落ち着かない中東情勢の影響による資材の不安定な供給や仕入価格の改定に加え、警報級の悪天候が続いていることもあり、景気が上向くことは難しい。 |
| | | 一般レストラン（企画） | ・原材料費の上昇は少し落ち着いてきたが、水準としては高止まりしている。中東情勢の影響で物流費の上昇がみられる一方、包材や資材などの消耗品の価格は落ち着いてきている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・来月も前年のような大阪・関西万博の開催特需はなく、プラス材料は見当たらない。近隣の同業他社からも、余り景気の良い話は聞こえてこない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・予約状況の推移からは、回復の見込みが確認できない。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・消費税率の引下げ動向も不透明であり、将来の景気が良くなりそうな兆しがみられない。 |
| | | 旅行代理店（役員） | ・現在の株高や円安の状況が大きく変わる感覚はない。消費税減税についても、客とのふだんの会話では全く出てこないため、景気が大きく変わることはない。 |
| | | 通信会社〔貴金属オークション〕（経営者） | ・先行きが読みにくいいため、市況が上向きに転じるのは、もう少し先と予想される。 |
| | | テーマパーク（職員） | ・施設の運営にはスタッフが必要であるが、最低賃金が増えるたびに、スタッフの減員を検討しなければならない。 |
| | | 観光名所（企画担当） | ・4月以降は、少し上向いているとみられたが、直近は前期並みとなっている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・賃上げの動きや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、政治面での影響など、様々な要因がいかに作用するかを見極めるのは難しい。 |
| | | その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員） | ・物価上昇による節約志向や経費削減意識が強いため、利益が伸びる傾向とはならない。 |
| | | その他レジャー施設〔球場〕（経理担当） | ・プロ野球の交流戦は終了したが、今年は、人気球団の主催試合が8試合あるほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。 |
| | | その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・物価上昇に対して、客が財布のひもをどこまで締めるのにもよるが、レジャーへの支出は選別しながらも、支出額は大きく減らさないとみられる。 |
| | | その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ） | ・アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。 |
| | | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | ・リニューアル業務に人手が取られ、点検業務での人手不足が目立っている。現在の人員をやり繰りし、何とか現場が回っている状況であり、短期的に改善されるめどは立っていない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | その他住宅[情報誌] (編集者) | ・物価上昇が続くこともあり、新築価格の上昇傾向は大きく変わらないため、販売量の大幅な増加はないが、大きく減少することもない。 |
| | | 一般小売店[時計] (経営者) | ・夏に向けて最も気になるのは気温であり、路面店である当 店では、猛暑が続くと途端に客足が落ちる。大型商業施設と は異なり、特定の目的で来店するため、急ぎの用事でなけれ ば来店にはつながらない。猛暑の上、酷暑という言葉がで きたことで、暑さへの覚悟が必要となっている。 |
| | | 一般小売店[手ぬぐ い](経営者) | ・様々な値上げが行われ、消費マインドが低下している。 |
| | | 一般小売店[書籍] (管理担当) | ・業界全体としては下向きであり、増加に転じる可能性は低 い。 |
| | | 百貨店(売場主任) | ・中東情勢が今後改善しなければ、大きな影響が出てくる。 既に様々な資材価格の高騰が続いており、商品の値上げも相 次いでいるため、インフレによる買い控えが懸念される。 |
| | | 百貨店(販促担当) | ・10月までは暑い夏が続くと予想されるなか、今年は特に動 き出しが早く、好調であった分、秋口での消費減退が懸念さ れる。食料品に関しても、秋の旬の品ぞろえを、温かいメ ニューではなく、さっぱりした味での提案にするなど、今の 気候に合わせた提案が重要となる。 |
| | | スーパー(店員) | ・台風や雨の影響で、確実に野菜の価格が上がるため、今後 は厳しくなる。 |
| | | スーパー(企画担当) | ・インフレが止まらないほか、猛暑の悪影響が懸念される。 |
| | | スーパー(販売促進担 当) | ・関西への競合企業の参入は今後も加速するため、当面は競 争過多の状況が続く。 |
| | | スーパー(開発担当) | ・中東問題がいまだ解決されず、原油が入ってこない。消費 は冷え切っており、賃金も上がらないため、景気が良くなる ことはない。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・物価上昇が進むため、更に厳しくなる。 |
| | | コンビニ(店員) | ・毎月、様々な物の価格が上がるため、見通しは厳しい。 |
| | | 衣料品専門店(店員) | ・閑散期のため、やや悪くなる。 |
| | | 家電量販店(店員) | ・中東情勢の影響によって納期の遅れが出る。新たな省エネ 基準の導入で、5月に特需が発生したため、夏はエアコンの 売上が減少することが予想される。 |
| | | 乗用車販売店(経営 者) | ・インフレ傾向で先行きが不透明なため、買い控えの動きが 増える。 |
| | | 乗用車販売店(経営 者) | ・問屋からオイル類を買うことができなくなっている。 |
| | | 住関連専門店(店員) | ・良くなる要因が見当たらない。 |
| | | その他専門店[ガソリ ンスタンド](経理担 当) | ・原油価格は以前の水準に戻ったものの、そもそもの物価上 昇に加えて、ナフサ関連価格の上昇もあり、先行きの景況感 は現在よりもやや悪くなる。 |
| | | その他小売[インター ネット通販](オペ レーター) | ・物価の上昇により、制服類の買換え頻度が減っている。 |
| | | その他小売[ネット通 販](管理担当) | ・今後は夏に向けて再値上げが控えており、生活防衛意識に よる買い控えが、ネット通販でも更に強まると予想される。 メルマガの開封率やクーポン利用時の反応を分析しても、低 価格帯のセール品にアクセスが集中する一方、利益率の高い 定番品や高額商品の動きが鈍い。 |
| | | 一般レストラン(経営 者) | ・円安がかなり進んでおり、毎月のように値上げが続いてい るため、消費者の財布のひもは固くなる。 |
| | | その他飲食[洋菓子] (管理担当) | ・駅周辺での工事により、客の動線への影響が生じるほか、 今年の夏は酷暑の影響も懸念される。 |
| | | その他飲食[自動販売 機(飲料)](管理担 当) | ・金利が上がりに、生活が厳しくなるなかで、周辺環境は更に 悪化する。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | ・景気の状態次第であるが、特に良い材料は見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル(客室担 当) | ・夏場にかけて、例年どおりの低稼働となる。 |
| | | 都市型ホテル(客室担 当) | ・夏休み期間に入るため、テーマパークの利用者による宿泊 は見込めるが、宿泊代金を節約する傾向が顕著にみられる。 前年は大阪・関西万博の効果で高価格での販売が増えたこと もあるが、先行予約では単価が前年を下回っている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------------|----------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・中東情勢のこう着した状態が響いており、先行きが懸念される。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・円安が更に進むと予想される一方、輸入品全般での値上げへの対応が追い付かない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・半導体やメモリの価格が下がる見込みがないため、今後も機器価格の高騰が止まらない。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・中東情勢の影響による、電気代の上昇が始まることで、財布のひもが固くなる。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・予約状況を考慮すると、徐々に悪化傾向となる。中東情勢の影響で上昇した仕入コストも据え置かれており、今後はやや悪くなることが予想される。 |
| | | 競輪場（職員） | ・世界情勢や物価上昇、円安傾向などが、今後どのように推移するのか見当が付かない。 |
| | | 美容室（店員） | ・来店周期が伸びているため、先行きが懸念される。 |
| | | その他サービス〔学習塾〕（スタッフ） | ・会費の値上げなどで、中学生を中心に退会者が増えることが予想される。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・先行きの仕入価格が読めないほか、建築需要もなかなか上がってこない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・実需層向けに販売中の新築分譲マンションの売行きが鈍化し、在庫が増加している。さらに、新たな新築マンションも販売開始となり、供給数が増加することで、競争の激化にもつながる。 |
| | | 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） | ・今後の中東情勢の影響や、物価、金利の上昇により、景気は下降する。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・金利の上昇により、住宅購入に対する消費者マインドは、今後冷え込むと予想される。 |
| | × | 商店街（経営者） | ・物価上昇の悪影響が出る。 |
| | × | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・物価が更に上がり、中東情勢による石油の安定確保も見込めないなかで、景気が良くなることはない。ますます悪くなるという不安だけが大きくなっている。 |
| | × | 一般小売店〔ガラス細工〕（店長） | ・現状のまま推移する場合、あらゆる製品の製造が滞るおそれがあり、値上げでの対応以前の問題になりつつある。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・仕入価格、販売価格共に上がっているため、商品の値上がりにつながっている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・中東情勢が依然として不安定なため、石油製品の価格高騰につながる。 |
| | × | 家電量販店（店員） | ・経費の高騰により、商品価格や工事の作業代が上昇する。 |
| | × | 住関連専門店（店長） | ・建築、インテリア業界では原材料不足などで、現場から工事の遅延といった声が出始めている。納品の遅れによって、売上の回収時期も延期となる懸念がある。 |
| | × | 一般レストラン（店員） | ・前年の売上よりも減っているほか、来客数も減少しており、今後も上がる要素が全く見当たらない。 |
| | × | その他飲食〔ジャズバー〕（店員） | ・物価の上昇で、消費者の価値観が変わってきている。 |
| | × | タクシー運転手 | ・物価の上昇が続くなか、市中に資金を供給しなければ、景気は良くならない。 |
| | × | 通信会社（役員） | ・端末価格の高騰による買換え需要の減少や、他社からの乗換え販売に投じる、販売促進費用の増加が響いてくる。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | | 木材木製品製造業（経営者） | ・中東情勢の影響で円安傾向が進み、運賃が高騰するなど、不利な条件が続いている。また、混乱が収束して改善に向かうかも見通せず、不安定な状況にある。ただし、今のところは以前と比べて有利な条件ではないが、新規事業の開拓を進めることで、状況を打開していく。 |
| | | 食料品製造業（従業員） | ・新製品も受注できるようになるなど、今後は上向く見込みである。ただし、資材や原料価格の改定が続いているため、利益の確保が難しくなっている。 |
| | | 化学工業（企画担当） | ・ナフサ不足による包装用資材の欠品が懸念されたが、中東情勢の収束のめどがついたため、今後は安定した生産が見込まれる。ただし、夏季の食品需要の低迷期に入ることもあり、全体としてはやや良くなるというレベルである。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・市場に明るさがみられる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・ここ3か月ほどで、石油関係の問題の解決が進むと予想される。 |
| | | 輸送業（商品管理担当） | ・7～8月は酒類の売上が増える。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・新入学や転勤等の異動に伴う動きが、夏休み期間にピークを迎える。来月頃から空き部屋の内装工事などが忙しくなると予想される。 |
| | | 食料品製造業（管理担当） | ・具体的な打開策が見当たらない。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・魅力のある商品や、満足感のあるものづくりが、先行きの売上増加につながる。そのヒントを探しながら、販売を行っている。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・ナフサ由来の製品の供給状況は良くなってきたが、価格が高止まりしているため、ふだんどおりの生産ができない。 |
| | | 化学工業（製造担当） | ・ライフサイエンス分野では、中東情勢の沈静化による変化は見込めないため、景気に大きな変化はないと予想される。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・2～3か月先までは受注を確保しているが、過剰気味であるため、その後の減少が心配である。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | ・物価の上昇や円安の進行、不安定な中東情勢など、不確定要素が多いなか、日本銀行の金利引上げで借入金利も上昇している。設備投資などは低調となる可能性がある一方、その恩恵を受ける部門や年齢層も存在するため、全体的には一進一退の動きとなる。 |
| | | 一般機械器具製造業（設計担当） | ・物価の上昇で販売価格に影響が出ているが、企業だけでなく一般家庭でも無駄を省く傾向がみられるため、現状維持が可能となる。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・物価の上昇傾向に歯止めがかかる見通しが立たず、先行きの不透明感が増している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・今後3か月は、気温の上昇が予想される。特に今年は前年以上の上昇が予想されるため、屋外で使用する物の購入は後回しとなる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後も売上の増加は見込まれず、現状維持が予想される。 |
| | | 建設業（経営者） | ・建設資材の不安定な納期が続けば、工期内の竣工が難しくなる作業所も出てくる。また、資材価格の高騰についても、長期の案件ではコスト管理が難しいなか、価格転嫁を取引先にお願するしかなく、厳しい状況となる。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・取引先の業務改善の案件が中止になったため、しばらくは今までの状況が続くことになる。 |
| | | 輸送業（サービス担当） | ・中東情勢の収束が期待できるものの、先行きは見通せない。 |
| | | 経営コンサルタント | ・取引先である中小企業の経営者は、中東情勢の影響に振り回されている状態で、株価に見合った景気の良さを実感できていない。今後も身の回りの景気が良くなる材料は見当たらない。 |
| | | その他サービス業〔受託調査〕（調査担当） | ・中東情勢の不安が解消されつつあり、原油の輸入が徐々に再開されたが、取引先の話を見ると、ナフサが不足している状況は以前と変わっていない。また、原材料の調達を海外に依存している企業は、今後も価格の高騰が続くと予想される。 |
| | | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・中東情勢が落ち着き、不足している商材が入り始めたが、値上げの動きが落ち着くまでは、景気が上向くことはない。 |
| | | 繊維工業（管理担当） | ・資材価格の高騰により経費が10%増えている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | ・コストの増加が続くほか、今後は特需も見込めないことから、しばらくは厳しい状態が続く。 |
| | | 金属製品製造業（製造担当） | ・今月は少し注文が増えたが、今後も増え続けるとは考えられない。値上げの影響などで、注文が減ることも懸念される。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・引き合いが減っているため、今後数か月先は業況が悪化する。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（役員） | ・搬送系のライン関連の案件で、中止や延期の動きがあるなど、予定どおりに進んでいない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・中小企業にとって、これ以上の賃上げは苦しいなか、日本経済はスタグフレーションの様相を呈している。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|--------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 輸送業（営業担当） | ・運賃の値上げが荷主に受け入れてもらえず、荷物量が減っているため、今月は大幅な売上の減少につながっている。来月も減収が進みそうである。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・納期が安定しておらず、売り逃しが発生している。 |
| | | 金融業〔保険〕（経営者） | ・まだ物価の上昇が続くなか、改善する要因は見当たらない。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・ナフサの問題で仕入れがうまくいっていない企業が多くみられる。在庫はそろそろ底を突くという声も多く、今後は景気の悪化が予想される。 |
| | | 不動産業（営業担当） | ・今後の建築資材の不足や値上がりにより、建物の価格がかなり上がる。金利も上がっているなか、客の購入可能な価格帯は決まっているため、結局は建てても売れないなど、景気は悪化に向かう。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・9月までは良い要素がないため、厳しい状態が続く。 |
| | | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・駅ナカといった立地特性や、通勤、通学の動線上にあることを考えると、物価の上昇が続いても、都市部の店舗ほどは客足が遠のくことはなく、売上への影響は出にくい。ただし、原材料価格の高騰で、利益が相当圧迫されているため、商品への価格転嫁が必要となる。 |
| | × | 化学工業（経営者） | ・今後のナフサ価格次第であるが、もし価格が下がらなければ、大幅な需要減が予想される。 |
| | × | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・今後は経済環境次第となる。 |
| | × | 通信業（管理担当） | ・今後は、原油不足の影響が更に大きくなる。 |
| | × | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・材料費が高くなる一方、それに伴う値上げはできない。 |
| × | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・物価の上昇が続くなど、インフレが収まる気配がない。 | |
| 雇用 関連 (近畿) | | 人材派遣会社（支店長） | ・下半期に向けて、徐々に回復すると予想される。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢による原材料や備品の入荷への影響はみられるものの、求人数はまだ増加しているなど、雇用面への影響は限定的であるとみている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・6月は求人数の減少幅が大きいため、これ以上は落ち込まないと予想される。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人はやや増加傾向にあるが、中東情勢の先行きが不透明であるため、長期化した場合の求人数への影響が不安要素となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・夏休みを迎えて、娯楽、宿泊関連では需要が見込まれるものの、原油価格や物価の上昇により、その動きは限定的なものとなる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢による影響を含めて、仕入価格の高騰や資材不足の声はあるが、企業努力による業容の拡大を期待する声もある。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・閑散期に入るため、求人数、求職者共に減少し、2～3か月はその状況が続く。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・中東情勢が落ち着くとしても、積極財政の効果による実質賃金の増加はまだ先であり、現在は実感できていない。積極的なサービス実現のために求人を増やす事業所もみられるものの、従業員の高齢化や若年労働者の減少が、足元の求人増加を支えている。 |
| | | その他雇用の動向を把握できる者 | ・中東情勢の影響で、原材料が入手困難な状態が続いている。一部の小規模事業所は、この状態が続けば休業を考えざるを得ないが、大企業は原材料が入手できるようになりつつある。中小企業にも、こうした改善の動きが広がるかどうかを注視している。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・雇用市場の構造変化に対し、求職者側が即座に必要なスキルを習得することは難しく、ミスマッチによる失業や未就業層の増加が懸念される。こうした雇用環境の停滞感が消費などにも影響し、今後3か月の景気は、良くも悪くも大きな変化がないと予想される。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・事務職の派遣求人案件獲得が難しくなっている。AIによる自動化が難しい求人をいかに獲得するかに、派遣会社の生き残りが掛かっている。 |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・中東情勢が落ち着かない限り、更なる物価の上昇や商品の不足により、景気は悪化する。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・物価の上昇やナフサ問題の影響が今後も続きそうであり、新聞などメディアへの広告やプロモーションの見込みは、前年比で95%程度への減少が見込まれる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・中東情勢の状況にもよるが、2～3か月後に景気が良くなるような、即効性のある対策は現実的に難しい。 |
| | | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・夏休みに入り、インターンシップなどは実際にプログラムが始まるため、新たに企業を探す学生は減ると予想される。一方、2027年卒業の新卒者は、本命企業の結果が出始めるため、内定のない学生は就職活動のやり直しや、新たな企業探しをする時期となる。それに伴い、新卒就職情報サイトよりも、新卒紹介のエージェントの需要が伸びる。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・学校や病院といった、コストの増加を価格転嫁しにくい業界と、価格転嫁しやすい業界の格差が広がっている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・中東情勢による原油不足があらゆる資材の供給不足につながっており、影響が拡大している。 |
| | x | - | - |

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------------|----------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計動向 関連 (中国) | | - | - |
| | | スーパー（店長） | ・お盆に向けて更なる回復が見込まれる。値上げの流れは落ち着く方向にあると考えられ、米についても今後は値下がりする予測である。前年と比べて高単価商品の動きも回復傾向にある。特にお盆については、食品のみならず、行楽関連を含む非食品分野でも需要の伸長が見込まれる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・梅雨が明ければ本格的な夏になるため、飲料を中心に売上が伸びるとみられる。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・公共工事が増え、朝の来客数が増加している。また、ベーカリーやファーストフードの販売が好調を維持すれば、一定の需要が期待できる。今年も猛暑が予想され、こうした動きを後押しすることが見込まれる。原材料価格の高騰で最終収益は厳しいとみられるが、それ以上に販売量が増加することが期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新型車への注目の高まりで客の動きが良くなり、販売台数も増えてきている。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・久々の新型車発売により、販売状況の改善が見込まれる。 |
| | | その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・梅雨明けに伴う天候回復により、客足が戻ってくることが期待できる。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | ・物価高騰による消費抑制はあるが、銀行金利の上昇で、消費回復が期待される。 |
| | | その他専門店〔宝石店〕（店員） | ・ボーナスの支給が始まり、客の購買意欲が高まっている。これにより、前月及び前々月と比較して、高額商品の購入を検討する来店客が増加している。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・為替相場や株式市場の好調などを背景に、景気の回復がみられる。 |
| | | 高級レストラン（事業戦略担当） | ・夏に向け、梅雨明け頃から客足の回復が見込まれる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・中東情勢が落ち着けば、少し良くなっていく。 |
| | | バー（経営者） | ・やや好調な状況が続いており、今後もこのまま上向き基調を維持するとみられる。 |
| | | 通信会社（企画・総務担当） | ・競合各社を含め、利益率の高い新サービスや価格改定を打ち出している。競争市場ではあるが、業界全体としての活気がある。 |
| | | 住宅販売会社（住宅設計担当） | ・中東情勢が落ち着きつつある一方で、資材価格の高騰が続くなか、購買に向けた動きが出てきている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 商店街（代表者） | ・客が余分な商品を購入する動きはなく、最初から必要な商品のみを求めて来店している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気は今後も下向き傾向で推移するとみられるが、夏季の観光客の増加や発行予定の買物券による消費喚起効果に期待している。 |
| | | 商店街（理事） | ・景気に大きな変化はなく、現状維持で推移するとみられる。 |
| | | 一般小売店〔食品〕 | ・中東情勢の影響による値上げは続いており、顧客の節約もあって販売数量は減少し、売上は現状維持が続くとみられる。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・夏に向けて、改善の兆しはみられない。 |
| | | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | ・梅雨に入るため、客足はやや遠のく。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・景気動向や国際情勢が不透明で、消費者の購買行動は慎重になる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・購買を控える層や慎重な購買層に変化はみられない一方で、購入する層や高額品を求める層は継続して購入しており、全体としては大きな変化はない状況である。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・景気回復の兆しがない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・景気回復のきっかけが特にない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・世界情勢が落ち着かない限り、物価上昇は続くと予想され、現在の厳しい状況が継続するなか、地域の閉塞感も打開できない。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・富裕層の購買意欲が高まっている一方で、食品を始めとする値上げの影響もあり、中間層の購買意欲は低迷したままである。 |
| | | スーパー（店長） | ・ガソリン価格の高騰や物価上昇、ナフサ価格上昇に伴う包装資材の高騰などで経済の悪化が予想される。一方で、食品の購入金額は大幅に減少しないとみられ、買上点数は減少するものの、1品単価の上昇で売上はそれほど変わらない。 |
| | | スーパー（営業システム担当） | ・今夏は値上げが多く、買上点数は減少方向にあるものの、定着した特売日には来客数が跳ね上がる。お盆への影響については不透明であり、先行きは見通せない。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・中東情勢の影響で、原油由来製品や物流関連コストの上昇が続くとみられる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・ヒット商品の兆しはなく、値上げも続いていることから、状況に大きな変化はなく、先行きへの期待は余りない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・景気が良くなる要素はない。 |
| | | 衣料品専門店（代表） | ・不景気のなかでの金利上昇により、消費マインドは更に低迷するとみられる。一方、プレミアム付商品券の発行により、一時的に景気が持ち直すが、全体として景気状況は変わらないとみられる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・エアコンの省エネ基準の強化や当県のエコキャンペーンの後押しもあり、需要の先取り傾向がみられる。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・半導体関連の価格転嫁の影響により、いろいろな商品の価格が上昇し、売行きが悪くなるとみられるが、2～3か月先については現状と同程度の来客数と販売量が予想される。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・部品の仕入単価が上がっているため、景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（リース担当） | ・ディーゼルオイルやLLCなどの油脂類の不足や価格上昇により、客にとっては不景気感が強い状況にあるとみられる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・今後の市場の動きは読めないが、例年の状況まで市場が回復すれば、遅れ分を取り戻すことは可能である。これからが踏ん張りどころとみている。 |
| | | 乗用車販売店（業務担当） | ・販売台数は現在とそれほど変わることはない。 |
| | | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | ・良くなる要素が見当たらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 一般レストラン（経営者） | ・経営面では、利益率の高いディナータイム利用の減少と、利益率の低いランチタイム利用の増加という傾向が今後も続くことが見込まれる。また、ランチメニューの価格改定に踏み切った場合には、客離れが生じる可能性も懸念される。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・物価高の影響により、外食控えは今後も続くと考えられる。商圈の変化に伴い店舗周辺の来客数も減少傾向にあり、当面は厳しい状況が続くものと考えられる。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・中東情勢の正常化は期待できない状況であるが、夏休み需要の取り込みに注力していく。海外旅行は安近短の傾向が続いており、ハワイは好調を維持しているが、欧州を始めとする長距離方面の伸びがなく、取扱額は前年の約95%となっている。国内旅行については、夏休みの個人需要は堅調で、前年並みで推移している。 |
| | | タクシー運転手 | ・迎車料金が必要な配車アプリを使ってタクシーを呼ぶ利用者が多少減少している。 |
| | | タクシー運転手 | ・現状より良くなる要因が見当たらない。 |
| | | タクシー会社（営業所長） | ・先行きについては、梅雨に伴う雨天時の利用増加が一部見込まれるものの、物価上昇に伴う節約志向の影響が続いており、全体として大幅な回復には至らないとみている。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・中東情勢の先行きが不透明であり、改善するにも時間が掛かる可能性がある。 |
| | | 通信会社（運用担当） | ・中東情勢による経済の不安定化が続いている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・気候変動や猛暑に関連する商材の取扱はなく、秋口に向けて、営業のきっかけとなる話題に乏しい。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | ・7月と8月の予約に伸びがなく、前年を下回っている。天候次第では直前の予約に期待するが、猛暑予報なので先行きは不安な状況にある。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | ・ここ数年、猛暑の影響で7月と8月は予約が低迷しており、状況に変わりはないとみられる。 |
| | | 設計事務所 | ・状況が変化するような情報はない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・建築費の高騰が続くことが予想され、人手不足も追い打ちを掛けている。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・ナフサ不足等が解消していくとみられる一方で、一度上昇した物価は下がりにくく、金利は上昇傾向が続くと考えられる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客が買物に慎重な姿勢が続き、先行きが見えない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・中東情勢が落ち着かない限り、物価の安定は見込みにくく、金利も上昇するなかで、中小企業にとっては非常に厳しい状況が続くとみられる。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・特に国内の売上が低迷するような予感がする。 |
| | | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・商品が値上がりしているため、今後も買い控えの傾向は続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・商品価格は上昇傾向にあり、今後もその流れに変化はないとみられる。また、販売数量が下がること懸念される。 |
| | | スーパー（店長） | ・競合店の出店はディスカウントストアやドラッグストアが中心となっており、低価格を強みとする競合店が消費者ニーズに応える形で出店を続けている。このような状況のなかで、スーパーマーケットは価格面で追い付けない状況が続き、経営環境は一層厳しくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・商品の値上げの影響により、節約志向が高まっている。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | ・平均単価は3ポイント上昇したが、販売点数は8ポイント減少、来客数は7ポイント減少、売上も6ポイント減少と、全体として厳しい状況にある。夏場の回復が期待されるものの、当面この傾向が続く可能性が高い。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・7月以降も物価の上昇が予想されるため、顧客の低価格志向がますます強まり、客単価が低下する。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・呉服業界では、西陣織の織元や機屋の廃業が相次ぎ、職人の離職も進むなど厳しい状況が続く。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・来店促進の取組は継続しているものの、勢いに欠ける。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店（企画担当） | ・現在はエアコンの販売が好調であるため状況は良いが、需要が落ち着く時期には販売の伸び悩みが見込まれる。また、物価高の影響による買換え需要の鈍化も進むと見込まれ、売上は落ち込むとみられる。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・人気車種の有無による影響が大きいなかで、今後はその効果は期待しにくい状況にある。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・物価高や買い控えの影響で、末端の小売店では仕入価格の高騰との間で利益の減少が懸念される。 |
| | | その他専門店〔革製品〕（店主） | ・材料価格の上昇が経営に響いている。例えば、利益率の高かったゴールド製品は、10年前の約2倍の値段にしても利益は少なくなっている。これ以上の値上げも難しい。その他の材料も価格上昇が続いているため、景気はやや悪くなる。 |
| | | 観光型ホテル（副支配人） | ・中東情勢の影響により、いろいろな物の価格が上昇し、消費が抑制されることで、行楽客は減少すると予想される。 |
| | | 都市型ホテル（宿泊担当） | ・周辺でのホテル開業やリニューアル完了に伴い、競争環境に変化が生じると予測している。 |
| | | 都市型ホテル（宿泊担当） | ・今年の猛暑予想による旅行マインドの低下が懸念されることと、増加傾向にあるインバウンドも日本の暑い夏を避けるような動きがある。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・収入が変わらないなかで、中東情勢の影響を含め物価上昇が進むと想定される。 |
| | | 通信会社（広報担当） | ・物価上昇に消費者が追い付いておらず、買い控え傾向となる。 |
| | | 放送通信サービス（総務経理担当） | ・中東情勢の影響で物価が押し上げられ、ケーブルテレビなどの可処分所得に関わる支出に影響が出る可能性がある。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | ・今月と同等の売上が見込めるレースの実施はない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価高騰や住宅ローン金利の上昇など、生活に関わる金銭的負担の増加が中小企業に与える影響が大きくなっている。 |
| | | 美容室（経営者） | ・物価が上昇し続けており、厳しい状況にある。客とも物価を抑える方法について話をしている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・ナフサ価格高騰の影響が収束し、価格上昇感が和らぐとの期待があり、意思決定には時間を要する。 |
| | | 住宅販売会社（事業推進担当） | ・金利上昇がほぼ確定したため、予算に余裕がある人も将来を見据えた慎重な借入れをし、余裕を持った資金計画での購入者が増加している。また、顧客が購入しやすい価格帯の物件でも、無理をしなければ購入が難しい状況となるため、販売の鈍化は加速するとみられる。 |
| | × | コンビニ（エリア担当） | ・中東情勢の影響により、石油関連商品が値上がりし、それに伴い全体的に商品価格が上昇しているため、売上を確保することが難しい状況である。7月には商品が更に値上がりすることから、今後も非常に厳しい経営が続くとみられる。また、10月からは人件費も上がるため、経営努力を重ねても、毎月血がにじむ思いで経営を続けていかなければならない状況である。 |
| | × | 自動車備品販売店（経営者） | ・最低賃金が引き上げられると、中小企業では人件費の上昇が経営悪化に直結する。半導体関連は景気が良いとみられる一方で、非半導体企業が大半を占めるなかで、賃金上昇は慎重に検討するべきだと考えられる。こうした状況下では、今後も消費者の財布のひもは更に固くなると予想される。 |
| | × | 住関連専門店（営業担当） | ・7月以降は商品の値上げが増え、価格上昇が進むとみられる。 |
| | × | 一般レストラン（経営者） | ・生活の要である日用品や食料品、光熱費の値上がりが家計を圧迫しているため、一時的な景気対策をしても実感が得られない。 |
| | × | 都市型ホテル（総支配人） | ・7月の宿泊予約ベースは前年比マイナス3%、8月は前年比マイナス6%以上となっている。宴会需要も7月は前年比マイナス5%と鈍化している。 |
| | × | 通信会社（営業担当） | ・物価高傾向が続く一方で、有効な対策がないのが実態であり、消費はより冷え込むとみられる。 |
| | × | テーマパーク（営業担当） | ・近年続く猛暑の長期化により、屋外型の観光は難しい状況となっている。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・客の仕事の見通しが芳しくないことから、節約志向に入る客が増えてくると考えられ、景気は悪化する。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業 動向 関連 (中国) | | 輸送用機械器具製造業 (経営者) | ・2～3か月後も多忙な状態が続く。 |
| | | 化学工業(総務担当) | ・以前の値上げの動きは落ち着きが見られるものの、モノの動きには慎重な面が見受けられ、景気の様子見の状況が長期化するとみられる。こういった状況については、中東情勢が落ち着けば一定の回復につながり、景気も上向くとみられる。 |
| | | 一般機械器具製造業 (管理担当) | ・引き続き米国向けの引き合いが強い。 |
| | | 輸送用機械器具製造業 (経理担当) | ・受注先の内示情報によると景気は上向く。 |
| | | 輸送業 | ・受注が増えている。 |
| | | 農林水産業(従業員) | ・景気が好転する要素がない。 |
| | | 繊維工業(財務担当) | ・円安の影響や金利上昇による借入金利息の増加が受注や購買行動を抑制する可能性がある。 |
| | | 化学工業(総務担当) | ・中東情勢が解決しない限り、今後の見通しは分からない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業 (管理担当) | ・中東情勢の先行きが不透明であり、国内でも消費税減税の方針など不確定要素があることから、今後2～3か月先まではこうした不透明感が続くと思われる。 |
| | | 非鉄金属製造業(業務担当) | ・業界により濃淡はあるが、受注状況に大きな変化はない。 |
| | | 一般機械器具製造業 (総務担当) | ・受注量や販売量の動きに変化はない。 |
| | | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・それぞれの事業はしばらく現状が続く見通しである。 |
| | | 建設業(経営者) | ・引き合いがあっても受注の拡大には至っておらず、景気は現状維持とみられる。 |
| | | 建設業(総務担当) | ・受注は順調に推移すると見込まれるものの、長期の大型工事が中心であり、売上への反映には時間を要するので注視が必要である。 |
| | | 輸送業(業務推進担当) | ・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。 |
| | | 輸送業(企画担当) | ・中東情勢や米中関係を始めとする世界情勢の変化に左右されるものの、報道などから判断する限り、大きな変化や影響はみられない。 |
| | | 輸送業(営業担当) | ・受注量及び顧客動向に大きな変化がない。 |
| | | 通信業(企画担当) | ・資材価格の高騰や中東情勢の先行きが不透明であることから、関連するIT機器やクラウド、データセンター関連の価格や納期への影響が懸念される。顧客の購買意欲にもマイナスの影響が及ぶとみられる。 |
| | | 通信業(営業担当) | ・中東情勢の影響による資材価格の高騰や納期遅延等は2～3か月先も続く予想される。 |
| | | 金融業(経済産業調査担当) | ・中東情勢を背景とした原油価格高騰の影響が徐々に顕在化するとみられるものの、政府の各種施策により、大幅な景気悪化は回避されるものと予想される。 |
| | | 金融業(主任) | ・どの業態からも市場動向が読めないとの意見が多く、引き続き中東情勢の影響を注視し、様子見るムードが強いとみられる。 |
| | | 不動産業(総務担当) | ・賃貸住宅の需要が落ち着く時期でもあり、今月と同程度に推移すると予測する。 |
| | | 会計事務所(経営者) | ・不安定な原油情勢が長引けば、顧客企業の業績低下を通じて自社の受注にもマイナスの影響が出ることを懸念している。 |
| | 食料品製造業(経営者) | ・値上げラッシュで買い控えが進み、生産量と販売量が減少していく状況である。 | |
| | 食料品製造業(営業担当) | ・値上げを予定している。納品単価を上げるため、受注量が減少することが予想される。 | |
| | 鉄鋼業(総務担当) | ・中東情勢の影響により、取引先の稼働が減少する懸念がある。 | |
| | 金属製品製造業(総務担当) | ・自動車業界からの受注は7月出荷で一旦落ち着き、その後の受注の見込みはまだ聞いていない。他業界から受注を取り込んで生産を確保したいが、まだ見通しは立っていない。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------|----------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 広告代理店（営業担当） | ・今年度に入ってから、毎月のように作業費の値上げ要請がきている。そのため、販売価格を引き上げざるを得ない状況である。今後の申込件数に影響が出ると懸念している。 |
| | × | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・購入品の単価が上昇している。 |
| 雇用 関連 (中国) | | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | ・ボーナス時期となるため、転職市場が例年どおり活発化する。 |
| | | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・変動要因が特に見当たらない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（総務担当） | ・県内の繁華街での景況ヒアリングを実施した結果、集客が総じて伸び悩んでいる。平日が好調で週末が低調な店舗や、逆に週末は好調でも平日が低調な店舗がみられるなど、各地で苦戦している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（新卒採用担当） | ・採用ニーズはあるが、求人数自体は大幅に増えない状況が続くと予想している。企業のコストに対する慎重な姿勢は急に変わるものではなく、大幅な採用枠の拡大や新規事業のための大量募集といった前向きな動きは期待しづらい。一方で、退職による欠員補充の求人は一定数発生するので、求人市場全体としては大幅に落ち込むことはなく、現状維持で推移するとみられる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（新卒採用担当） | ・新卒求人を扱うなかで、顧客動向を見ると、採用環境に大きな変化はない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・中東情勢の安定化が進めば、安心感が広がり、車両等の耐久消費財も持ち直すと考えられるが、まだ様子見の段階である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢はある程度落ち着いた感があるものの、今後については依然として不透明な部分がある。物価上昇は賃上げを上回り、先行きは見えない状況である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求職者数は横ばい、求人件数と就職件数は減少傾向が続いており、この状況を大きく変える要素は見当たらず、しばらくこの状況が続く。 |
| | | 職業安定所（事業所部門） | ・中東情勢の影響による物価上昇が続くと厳しい状況になる企業は多いものの、現時点では雇用情勢に大きく影響する段階には至っていない。 |
| | | 職業安定所（事業所担当） | ・求人動向は産業別に差がみられるものの、人手不足の状況は当面続くものとみられる。一方、中東情勢の影響による原油価格の上昇に伴い、原材料費や燃料費の高騰による収益圧迫が製造業や建設業を始めとする幅広い業種で生じている。また、サプライチェーンの不安定化が生産活動に及ぼす影響も懸念されることから、今後の動向を注視していく必要がある。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人はあるものの人材確保が進まず、計画の実行が停滞するなかで、競合企業、特に大手企業は更なる成果を出し、その差は拡大する一方である。特殊な技術や強みがなければ、やがてとう汰されることになる。 |
| | | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | ・ビザ関連の手続変更に伴う派遣企業の受入れの柔軟化は今後も継続する。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・エリアの基幹産業の低迷が続き、新たな分野でも好況感がないため、全体的に景気は悪化する傾向にある。 |
| | | 人材派遣会社（求職者対応） | ・例年7月と8月は求人数が減少し、それに伴い応募数も減少する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・採用人数については、一部では景気の影響を受けるものの、現在は人手不足の影響の方が大きいとみられる。以前は景気悪化に伴い採用人数を大幅に減らす動きがあったが、現在は生産年齢人口の減少や団塊世代の大量退職、技能継承問題などを背景に、景気がやや悪化しても採用人数を維持する企業が増加している。ただし、自動車関連や輸出依存型メーカー、半導体設備関連は世界景気の影響を受けやすく、企業ごとのばらつきがある。当県では、大手自動車メーカー及び関連部品メーカーの採用動向が県全体に大きな影響を与える。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------|----------------|
| | x | - | - |

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計動向関連 (四国) | | - | - |
| | | 商店街（代表者） | ・外的環境はかなり厳しいが、一般消費者は、ぜいたくはしなくても街へ出て来て楽しむというマインドが高く、にぎわいを増してくるとみられる。 |
| | | スーパー（店長） | ・中東情勢が落ち着き、商品供給や価格が安定して消費マインドが回復してくるとみられる。 |
| | | スーパー（人事） | ・中東情勢に落ち着きが見られる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・梅雨が明け、天候に恵まれ、中東情勢の影響も落ち着くとみられるため、良くなるとみられる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・季節商材の更なる伸びと夏ボーナス後の需要で、販売増加が見込まれる。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・2～3か月先は中元需要があり、夏場は飲料も出るため、良くなるとみられる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（館長） | ・5月のゴールデンウィークは、前年と比べても非常に好調に推移していた。夏季も県外からの来客数増加が見込まれる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・急上昇していた物価も落ち着き始めており、客も高くなった価格に慣れが出てきている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・夏休みや9月の大型連休により、人の移動が多くなるとみられる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・中東情勢の影響が落ち着き、地域のイベントなどにより客足が回復するものとみられる。 |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月先には地域で大きなイベントがあり、客の乗車率は良くなるとみられる。また例年、8～9月は売上や実車率が良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・中東情勢の影響については、多少改善に向かっている。石油の供給が安定すると、原材料の供給も安定化し環境が落ち着いてくるとみられる。 |
| | | 商店街（常務理事） | ・中東情勢の影響により、生活用品や食品の価格が上昇しており、家計を圧迫している。先行きが見通せないなかで、消費者の財布のひもは固いままである。一方では、メリハリある消費行動もみられる。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・2～3か月先の景気については、良くなる材料が見当たらない。商品を注文しても、入荷は注文した数量の一部となる状態になっている。この状態は、恐らく夏明けまで続くともみられる。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・慶事や法事などで必要な商品の予約が中心になっている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・物価の上昇で生活が圧迫しているなか、嗜好品の酒類までなかなか手が出ない状況が続くとみられる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・中東情勢の影響や、物価の上昇により、先行きの見えない状況が続くとみられる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・賃上げの進展により個人消費の下支えは期待されるものの、先行きへの慎重姿勢は拭えない。選別消費の定着や気温変動への対応課題、為替変動、物価上昇による収益性の低下といった状況も継続する見通しであることに加え、店舗改装、設備投資や売場構成の見直しを進めているものの、その効果が業績に反映されるまでに時間を要することから、当面は現状水準での推移が続くと判断している。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・節約志向のマインドは上昇している。また低価格志向や原価上昇による値入の圧迫により、売上粗利益については苦戦している。消費マインドが回復しなければ、全体的に厳しくなるとみられる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・原料費の上昇よりも、資材価格上昇の影響が大きく、販売価格は上昇している。来客数は変化なく、売上が増加するとみられる。 |
| | | コンビニ（商品担当） | ・中東情勢の影響はまだ数か月続くとみられる。 |
| | | コンビニ（総務） | ・景気が良くなる要素が見当たらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|----|------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・お盆ぐらいまでは、今の状況が続くとみられる。 | |
| | | 衣料品専門店（営業責任者） | ・物価の上昇などを含めて若年層の売上が減少している。改善する気配がなく、厳しい状況が続くとみられる。 | |
| | | 家電量販店（副店長） | ・エアコン需要先取りの反動が見込まれる。また、中東情勢の影響も出てくる。 | |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・本体価格や金利の上昇により、買換えを控える方も多く、販売環境の大きな改善は見えにくい。 | |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車の発売により、販売面では期待できる。中東情勢の影響により、エンジンオイルや部品の入荷に影響が出ており、サービス入庫では厳しい状況が続く。 | |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・中東情勢の影響については、これ以上悪化はしないとみられる。 | |
| | | 通信会社（営業担当） | ・来客数は以前と比べ大きな増減はない。物価の上昇により消費は低迷している。 | |
| | | 通信会社（営業部長） | ・好転する要因はなく、現状のまま推移するとみられる。 | |
| | | 観光遊園地（主幹） | ・インバウンドの動向は今の状態が続くとみられる。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・7月は余り変わらないとみられる。 | |
| | | 設計事務所（所長） | ・中東情勢の影響が不透明であり、今後の動向について見通しがたかない。 | |
| | | スーパー（店長） | ・来客数の回復は難しく、買上点数の前年割れが継続している。価格改定による値上げで客単価は上昇しているが、売上の回復は見込めない。 | |
| | | スーパー（統括担当） | ・給料のベースアップが物価上昇に追いついていないとみられる。物価が上がって大変だという声が増えている。 | |
| | | スーパー（財務担当） | ・ディスカウントストアへの買い回りによる来客数減少を、客単価の上昇でカバーしきれなくなるとみられる。 | |
| | | コンビニ（店長） | ・コンビニから離れた層は戻る理由がない。今後もしわりと来客数は減少するとみられる。 | |
| | | 旅行代理店（部長） | ・中東情勢の影響や物価の上昇による不確実性が残る状況である。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・中東情勢の影響で、入荷が困難となったり、価格が上昇したりという話が多い。景気は悪化するとみられる。 | |
| | | × | コンビニ（店長） | ・為替変動、中東情勢や物価上昇の影響により、家計が圧迫され、景気は悪化するとみられる。 |
| | | × | 衣料品専門店（経営者） | ・中東情勢の影響が不透明であり、景気は後退する。 |
| | 企業 動向 関連 (四国) | | 繊維工業（経営者） | ・前月から取引先加工場より加工賃、副資材の値上げ要請があり、7月から20～30%程度仕入単価が上昇する。取引先も採算的に厳しいことから、値上げ幅検討の交渉余地はなく、商品の小売価格を改定せざるを得ない。今後は人件費も高くなっていくことから、採算的に厳しくなっていくとみられる。 |
| | | 木材木製品製造業（営業部長） | ・中東情勢の影響による価格改定は上期中には完了見込みであり、下期からは利益も改善できるとみられる。 | |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・中東情勢の影響により、原材料価格の上昇が更に加速している。価格転嫁を6月から実施しているが、価格交渉は難航している。8月までには全ての客先に値上げをお願いする予定である。 | |
| | | 輸送業（経営者） | ・中東情勢の影響が落ち着き、景気は上向くとみられる。 | |
| | | 通信業（企画・売上管理） | ・猛暑対策の各メーカーのキャンペーン等により、6月より良くなるとみられる。 | |
| | | 税理士事務所 | ・今の状態に慣れてきて、この状態で利益を出せるようになってきたところもある。 | |
| | | 鉄鋼業（総務部長） | ・特に目立った動きや情報がない。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・竹資源開発は順調であるが、販売先がなかなか出てこない。販売先があつての経済であるため、景気の上昇には至っていないと判断している。 | |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・中東情勢の影響により、石油関連製品の供給不足も深刻となり物価も高止まりしている。消費税減税の動向の不透明であり、経済情勢の改善がみられない。 | |
| | | 建設業（経営者） | ・資材価格の値動きが激しく、受注活動が制限されつつある。設備投資の動きが鈍くなっている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------|----------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信業（総務担当） | ・数か月の販売予想については、計画どおりとなる見込みである。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・2～3か月の期間では変わらない。 |
| | | 食料品製造業（商品統括） | ・円安の影響により、原料、エネルギー等の輸入コスト上昇や値上がりが続いている。販売量の減少や値下げ圧力が強くなっている。 |
| | | 化学工業（所長） | ・仮需の反動は秋にかけて表面化してくるとみられる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・地方の中小企業は、公共事業の動向に左右される。 |
| | | 金融業（副支店長） | ・中東情勢の影響で材料等の仕入れが滞る見込みであり、受注や生産の減少が見込まれる。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・原材料等の仕入価格上昇により、販売価格は上昇しており、消費マインドは低下している。客先の販売促進広告も削減傾向であり、景気はやや悪くなるとみられる。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 (四国) | | - | - |
| | | - | - |
| | | 人材派遣会社（オフィス責任者） | ・良くも悪くも変化するきっかけがない。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・求人状況について、職種によって大きく差異があり、徐々に買手市場になりつつある職種も出てきている。一方、製造業や建設業を中心に、まだ売手市場の職種も多く、全体として景気に大きな変化はないとみられる。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・構造的な人手不足は当面変わらないとみられる。 |
| | | 人材派遣会社（総務部長） | ・最低賃金引上げの動向による。 |
| | | 求人情報誌（営業） | ・今後は2極化が進み、やや悪化の状態で推移すると予測する。一部の事業者や採用予算に余裕のある大手企業は継続して出稿を続けるとみられる。しかし、体力を削られた地元の一般中小企業や飲食店は、人件費の高騰と、広告を出しても採用できない徒労感から、採用活動を縮小する動きが広がっていくと考える。市場全体の掲載件数は維持されても、求人数の顧客が少なくなるため、求人市場としては手詰まり感が強まるとみられる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・夏休みの短期アルバイトの求人数が減少する。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・中東情勢の動向が不透明という声が多く聞かれ、今後の値上げに響いていくとみられる。 |
| | x | 職業安定所（求人開発） | ・中東情勢の影響により先行きは暗い。株価は上がったも企業の業績は2極化するとともに、個人は全く恩恵を受けていない。今後ますます差が明確になってくる。 |

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (九州) | | その他専門店〔書籍〕（副店長） | ・移転をするため、景気は良くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・7月から運賃改定が行われ、客単価の上昇が見込まれる。 |
| | | タクシー（統括者） | ・単価の上昇につながる運賃改定が実施される。 |
| | | 百貨店（リーダー） | ・お盆のお供えや初盆の返礼品、手土産の動きが増えたと見込んでいる。また、8月末には恒例のセールも開催予定で、それに伴いお買い得になった婦人服やバッグの購入が予想される。 |
| | | コンビニ（店長） | ・イラン情勢が落ち着きそうである。経済対策に期待したい。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・前月はエアコンの省エネ基準改定を控えた特需で家電量販店は潤ったが、季節性の影響が強いため当月は厳しい。来月以降は例年どおりの季節性であれば再びエアコン省エネ基準改定の恩恵があると予想している。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・近隣に競合店がオープンする対策としてのバーゲンセールや冷房器具の需要の増加で、やや売上が良くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 住関連専門店（従業員） | ・今後2～3か月で様々な商品の販売価格の改定が控えているが、7月から地域のプレミアム付商品券が発売され、例年と比べて予算が多いため期待をしている。 |
| | | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・梅雨明けすると夏場のコーヒー飲料商戦が始まる。お中元の需要もあり、売上は増加傾向になる。客の中には新規の客も若干含まれるため、前年より増加が見込まれる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・今月は状況が悪すぎたが、7月はボーナスが出る企業も多くなり、個人客に期待をして良くなることを見込んでいる。 |
| | | 観光型ホテル（専務） | ・景気動向に左右されるが、良くなることを期待したい。 |
| | | 旅行代理店（職員） | ・夏から秋の旅行シーズンの予約が好調である。 |
| | | 旅行代理店（統括者） | ・世界情勢がこのまま沈静化することを期待している。 |
| | | 通信会社（社員） | ・前年比で順調に推移している。今後も同様に推移すると予測している商材があるため、若干良くなると予想している。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・根拠としては弱いですが、良くなるムードを感じている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・梅雨明けから夏本番を迎え、食のイベントも本番となり、来客数が見込まれる。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・梅雨が明けるとある程度の入場者数は確保できるが、猛暑と台風が心配である。 |
| | | 理容室（経営者） | ・今月後半は梅雨に入り雨が徐々に多くなっている。足元が悪いため来客数は減っているが、2～3か月先は暑くなるため来店間隔が短くなることに期待している。 |
| | | 美容室（経営者） | ・2～3か月先になると非常に暑くなり、美容業界では商品が変わってきて、客の動きも活発になってくる。旅行も多くなり、消費が増える傾向がある。売上は商品も変わってくるため、徐々に良くなると予想している。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者（所長） | ・会場貸しの事業において、引き合いが多くなってきている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・年金受給者など収入が確定している人は、現在の物価上昇により衣料品などの耐久消費財への支出に慎重である。そのため、景気が良くなる好材料がなく、恐らく悪くなる傾向にある。 |
| | | 商店街（代表者） | ・今の状況では、景気が良くなる要素が全くないため、この状況が続いていくとみられる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・商店街の来客数が減ってきているため、売上は厳しい状態である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・現在の再開発の状態がしばらく続くため、状況は変わらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・街のにぎわいは、随分良くなっているが、日々の食料品の値上げが家計を圧迫している。嗜好品の買い控えや遊興には大きな痛手となり、貧富の差が開いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・景気は悪いが、支援金などの対策がとられており、プレミアム付商品券の発行なども控えていて、小売店でも売上が伸びるよう期待している。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・仕入価格は相当上がっているが品質は変えず販売しているため、今後の売上に反映されると信じ現状維持をしている。新型コロナウイルス感染症発生前の活気が戻ることを期待し頑張っていきたい。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・現時点では、今のトレンドを維持できると考えている。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・物価高の影響もあり、今後も衣料品の苦戦は続くと思われる。一方、インテリア関連が売上を伸ばしているため期待している。また、インバウンドによる売上もやや回復傾向がみられる。 |
| | | 百貨店（業務担当） | ・中東情勢が少し落ち着きを見せてきたこともあり、安心して客が多くなっている。しかし、食料品を中心に物価の上昇が続いており、衣料品や雑貨に回せる余裕がない客が多く、今後の売上には不安を感じている。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | ・5月発売のプレミアム付商品券効果で消費喚起がみられるものの、その効果は一巡しつつあり、現時点では景気回復を見込める材料は限定的である。 |
| | | スーパー（店長） | ・景気回復につながるような対策が見当たらず、今後の景気上昇はないとみられる。消費者物価指数が下らない限りは景気回復は見込めない。 |

| 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 |
|----|----------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | スーパー（店員） | ・中東情勢の影響については、各社の石油原料節約の工夫により原料費の高騰や円安に対応している。また、東京と地方の賃金や正規と非正規の雇用について格差がみられる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・物価高を背景として、競合大手が値下げ等の戦略を打ち出しており、単純な価格競争とならないよう様々な企画等で対抗しているが、消費者の財布のひもは非常に固く、しばらくは厳しい環境が続くとみられる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・中東情勢を起因に物価上昇などの懸念事項はあるが、購買動向は底堅いものがあると判断している。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・イラン情勢が落ち着くまでは、景気の上昇は見込めない。 |
| | | スーパー（従業員） | ・原油価格問題や人件費増加、雇用問題、金利上昇等の理由から、景気が良くなるとは考えられない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・消費税の減税が実施されると、購買意欲の活性化につながると予想しているが、現状は景気向上につながる具体的な要因が考えられない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・現状維持を予想している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・中東情勢の影響による景気の押し下げが非常に不安である。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・今後の天候によるが、梅雨でも快晴が続けば売上が伸びる。雨が続きと来客数が伸び悩み、前年を下回る傾向が出ると予想している。 |
| | | 衣料品専門店 | ・いまだ良くなる要素がない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・梅雨のため、客足も景気も変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（取締役） | ・9月は、まだ残暑が厳しいと予想される。多くの消費者は、エネルギー関係や食品の値上げをどうやって切り抜けるかを悩んでおり、節約志向になっている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・先行きの不透明感を拭う材料がなく、消費活動が上がる要素がない。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・中東情勢が長引いているため、エアコン取付け時に使用する部材が入手困難な状況になりつつある。そのため、他社でエアコン販売を一時的に中止している。今後は当社でも同じ状況にならないか不安がある。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・注文再開車種や改良車種の発売が予定されているため、多くの来客数が見込まれる。しかし、中東情勢により、オイル交換や板金塗装などのアフターメンテナンスの入庫に支障が出ている。 |
| | | 乗用車販売店（代表） | ・景気が変わるような要因が見当たらない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・中東情勢が落ち着きを見せており、株価が大幅な値上がりとなっている。しかし、石油関連商品材料の値上がりはまだ収まっておらず、大手メーカーの大幅な値上がりが見込まれ、駆け込み需要があった反面売上の落ち込みが見込まれる。また、都市部でのキャンペーンにも影響があると心配される。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・2025年末から直近までトレンド商品による特需で特異的に高水準で推移していたが、今後は映画のヒット作に恵まれないう限り、前月比では厳しい商況になる。特需がなければニュートラルに戻るだけで、商圏内に居住している一般消費者にとって、景気は決して良いとはいえない状況である。 |
| | | その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者） | ・金利上昇は消費者にとってはマイナスイメージが強く、景気は好転することなく現状のままと推察している。 |
| | | 観光型ホテル（総務） | ・値上げすると途端に売上が下がるため、価格転嫁が難しい。また、慢性的に売上が増加しても利益が残りにくい状況である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・5月のゴールデンウィークも終わり、現時点では予約の取り込みが弱い状態のため、9月までは現状のままの見込みである。 |
| | | 旅行代理店（統括者） | ・物価高、燃油の動向の不透明感により先行きが見通しにくい。先行販売動向においても大きな変化がみられない。 |
| | | タクシー運転手 | ・夏休みになると家族連れの移動が多くなることでレンタカーの需要が増加し、タクシー利用が伸びない状況になる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 通信会社（企画担当） | ・自治体、民間共に新規案件に向けた商談や情報交換は継続しているものの、民間案件は引き続き検討段階のものが多く、具体的な受注動向は見通しにくい。今後3か月についても大きな需要の変化は見込まれず、販売量は現状と同程度で推移するとみられる。 |
| | | テーマパーク職員 | ・利上げによる為替の影響は余りなく、現状のままでいけばインパウンドへの影響は軽微と予想される。来館者数の推移からも、国内景気は現状維持を予想している。 |
| | | 美容室（店長） | ・今の状況では景気が良くなるとは考えられず、消費者は吟味しながら購入している。 |
| | | 学習塾（従業員） | ・特に目立った動きがないため、先行きは変わらない。 |
| | | 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） | ・介護報酬の臨時改定により、今年度の賃上げは可能となったが、物価高騰などの吸収までには至っておらず、依然として厳しい経営環境が続くとみられる。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・仕事量は少ないが横ばいであるため、3か月先も変わらないと予測している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・しばらくは現況が続くと予想されるが、事業予算の枠が終了した後の反動を懸念している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・生活必需品の物価上昇に対して、多少の給付金など支給されても将来に不安があるため、景気が上向き気配がみられない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・7月初旬はまだ梅雨であるため、売上が少し減少するとみられる。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店員） | ・中東情勢の影響により、包装資材関係の値上がり収益を圧迫すると危惧される。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・モチベーションのない時期なので、来客数や売上が落ち込むと予想している。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・円安の影響と食料品の値上げが要因で、3か月後の景気は若干悪いと予想している。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・生活の実感としては、物価高の負担から景気が悪くなると予想される状況が続き、節約志向や生活防衛のため買い控えが加速するとみられる。 |
| | | スーパー（店長） | ・国際情勢が改善されず、輸入への影響がより大きくなるとみられる。そのため、原料不足による単価上昇、納期遅延等が解消されず、経済への悪影響が出ると考えている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・商品単価の上昇が、消費者マインドに影響し始めると心配している。買上点数についても減少が続いている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・比較的安価なスーパーマーケット利用が考えられ、早急な改善が求められる。このままでは、売上の減少や経費の増加で経営が困難になってくるという不安しかない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・物価高騰が続くため、先行きの状況は悪くなる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・企業努力もむなしく物価上昇が止まらない。明るい材料がない状態では、景気好転はないと考えている。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・プレミアム付商品券が終わり、その場しのぎの対策で次の施策の効果がない。 |
| | | スナック（経営者） | ・物価が毎月上がり続けているため、外食費などは節約モードとなり、売上が伸びる気配はみられない。会社の団体利用も減少し、経費を削減しているとみられる。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・夏休みは動きが出てくる時期ではあるが、物価高騰等もあり動きが良くない。 |
| | | 通信会社（業務担当） | ・物価高で材料や機器代がやや上昇しているが、価格に反映できていない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・生活関連物資の着実な値上げと賃上げが余り見込めない地方では、家計に与える影響が大きい。 |
| | | ゴルフ場（営業） | ・暑さで来場者数の減少が見込まれる。 |
| | | 設計事務所（代表） | ・金利上昇による買い控えが増加する。 |
| | × | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・花屋では、最近の夏の猛暑で生花がかなり敬遠され厳しい状況になっているため、需要は初盆やお供えの花になると予想される。今年の夏は、かなり厳しくなると考えている。 |
| | × | 設計事務所（所長） | ・原油由来の石油化学製品の製造や流通及び材料や製品の安定供給、適正価格の正常化が不透明で、生活必需品も秋口まで値上がりが続くとこの予測も出ている。仕事の対価が値上がりと同じように増えていくか不安である。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業 動向 関連 (九州) | | 電気機械器具製造業 (経営者) | ・今後もA I向け半導体需要の高まりに対応するため、更に受注が増加するとみられる。 |
| | | 金属製品製造業(事業 統括) | ・原油に関する原材料の供給が回復するとみており、建設工 事が回復すると予想している。 |
| | | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・顧客からの情報の予想から状況はやや良くなる。 |
| | | 電気機械器具製造業 (取締役) | ・A Iが進んでいるが地方の人材不足は深刻であり、魅力あ る商品の開発と地域の評判を確立することが今1番重要だと 考えている。 |
| | | その他製造業[産業廃 棄物処理業] | ・レアメタル系の取引が増えているため、原料調達が安定し てきている。今後は製造量の増加が予想される。 |
| | | 金融業(経営者) | ・会員の反応も良く、今後も会員数の増加が続くと見込んで いる。 |
| | | 広告代理店(役員) | ・世界情勢のリスクが軽減していくことで、国の投資を伴う 経済活動が活発化すると予測している。 |
| | | 農林水産業(経営者) | ・梅雨明け後の暑い夏は消費に期待できる。しかし、資材価 格の高騰などコストアップを販売価格へ転嫁するには、ここ 数年で何度も値上げをしてきているため簡単ではない。特に 当社の取扱商品は、嗜好品的な要素が強いため消費者の節約 志向により、現状の売上を伸ばすには厳しい状況である。 |
| | | 家具製造業(従業員) | ・中東情勢の影響により、プロジェクトの工程が先延ばし傾 向にある。規模が縮小するケースも多く、受注金額や利益確 保が当面難しい状況である。 |
| | | 出版・印刷・同関連産 業(営業担当) | ・予定受注量等から特に目立った案件はない。 |
| | | 化学工業(総務担当) | ・前年度より拡販等を進める予定だが、中東情勢の影響等で 世界経済の動向が不安定であるため、景気は変わらない。 |
| | | 一般機械器具製造業 (経営者) | ・石油問題に伴う材料の入荷状況に左右されると推測してい る。 |
| | | 一般機械器具製造業 (経営者) | ・今後も半導体関連以外に引き合いや見積り等が少ない状況 と予測している。 |
| | | 輸送業(従業員) | ・石油製品の見通しが立たない状況にあり、現状維持が少し 悪くなると考えている。調達先の変更等により、品質は別と してどうにか現状維持ができる見通しである。 |
| | | 輸送業(従業員) | ・食品等の物価高が続いているためコストへの転嫁が進んで いる業界もあるが、経費を転嫁できない会社もあり、従業員 の給与が上がらなければ購買力は戻らない。 |
| | | 輸送業(総務担当) | ・景気は少し減速気味とみられるが、今後の先行きを判断で きる情報が少ない。物量も横ばいのまま推移すると予測して いる。 |
| | | 通信業(経理担当) | ・政府による経済対策が売上のプラスになると想定していた が、現時点ではその影響はない。一方で、既存顧客からの引 き合いは底堅い。 |
| | | 金融業(調査担当) | ・中東情勢による原油価格高騰などの懸念は後退し、企業へ の影響拡大に歯止めがかかると予想している。 |
| | | 金融業(調査担当) | ・中東情勢の不確実性が完全に払拭されない限り、景気は現 状のまま推移するものとみられる。 |
| | | 金融業(営業担当) | ・中東情勢は短期的にソフトランディングする見通しにある が、日本銀行による利上げも決まり、低収益の状況に変わり はない。 |
| | | 新聞社[広告](担当 者) | ・景気回復のための好材料が見当たらない。 |
| | | 経営コンサルタント (代表取締役) | ・自社We bのアクセス数や問合せ件数に大きな変化がな い。 |
| | | 経営コンサルタント (社員) | ・仕事の性質から、売上が常に増加したり、変化したりする 業務ではないものの、それでは仕事成り立たなくなるた め、こちらから働きかけ効果が現れるように考えたい。 |
| | | 輸送用機械器具製造業 (営業担当) | ・中国市場の数量の減少を他地域の増加により補っているも の、全体としては減少していて、2~3か月は状況を注視 している。 |
| | | 通信業(職員) | ・今年度の受注目標と比較すると、営業先情報が大きく不足 している。今後の営業活動や情報収集で充当する必要はある が、現時点で見込みが立っていない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------|----------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 金融業（営業） | ・中東情勢の収束が見え、サブサ製品の供給や価格が落ち着いても、値上がり前の需要の先食いをしている状態であり、経済が正常化するのに時間を要する。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・現在の受注状況や内容を検討すると、今後の状況は悪くなると予想される。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・世界情勢の影響に伴い物価高騰も当面続くと予測され、賃金の上昇も抑えられることから3か月後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・し好品の買い控えが加速すると予想している。 |
| | × | 農林水産業（従業者） | ・米については、前年の豊作と米価高騰により全国的に米余り状況となり、加えて今後1か月間の日照不足が懸念され、北海道以外では米が不作になる可能性が出てきている。食料需給が不安定になるため、農作物の景気悪化が予想される。 |
| | × | 繊維工業（営業担当） | ・仕事量が確保できていない工場は、前期に続き廃業が進むと予想している。 |
| | × | その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役） | ・市町村の今年度の当初予算による発注の時期はピークを過ぎ、今後は発注の機会が減少していく。特にプロポーザルの発注は、選定に時間を要するため減少する。指名競争入札も価格競争となり、予定価格の6割以下でない受注できないため、利益が残らない状況になる。このため、今後の景気は悪くなることを予想している。 |
| 雇用 関連 (九州) | | - | - |
| | | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今後も企業側の採用に対する慎重な姿勢は続くと予想されるが、慢性的な人手不足を背景に一定の人材需要は継続する。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・夏は企業側の夏季休暇なども入り求人数が一旦落ち着くが、先付けで仕事を探す動きもあるため、総合的な状況に大きな変化はない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（社員） | ・現状より悪くならないように、現状維持を期待している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響も含め経済の先行きは依然として不透明ではあるが、求人数の直近3か月は前年比を上回る。就職件数も6月の前年比が大幅に増加していることから、企業の採用意欲は低下していない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響により、資材等のサプライチェーンが改善されることで、落ち着いてくると予想している。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・世界的な情勢不安や金融市場の変動により、企業の先行きに不透明感は強まっている。これに伴い、人員計画や採用に慎重な姿勢が維持されており、一部では見直しの動きもあり、新卒採用について売手市場が続くかは不透明である。物価上昇の影響もあり個人消費の力強さを欠くなか、短期的に景気が大きく改善する要因は乏しく、現状維持から大きな変化はないと考えている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・8月は稼働日数が少ない上に終了者が多く、見込みの売上が過去5年内で最も低い。注文についても、今月は前月よりも2割程度少ない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数、求職者数共になだらかに減少すると見込んでいる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・今後は物価高や人件費増加の影響が続くとみられ、企業の採用計画は慎重なまま推移すると予想される。新規求人数は減少傾向で、求職者数の増加とのミスマッチが解消しにくい。人手不足は続いているものの、外国人労働者への依存度が高まるなど雇用の構成変化が進んでいる。周辺企業でも広告費や投資を抑える動きがあり、景気が大きく改善する材料は乏しいため、身の回りの景気はやや悪くなると考えている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・中東情勢の影響が更に広がり、また、更なる物価上昇を予想している。 | |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・求人数が減ることで採用者が減り、人員整理が発生する可能性も考えられる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------|----------------|
| | x | - | - |

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家計 動向 関連 (沖縄) | | 百貨店（経営担当） | ・中元需要や夏休み期間の家族連れなど、来客数の増加を見込んでいる。 |
| | | その他専門店 [陶器] （製造） | ・夏休みに入ると観光客による購入が増えるともっている。 |
| | | その他飲食店 [ファーストフード] （総務部） | ・原材料の調達や原料不足による不安要素はあるものの、夏場の繁忙期は年間でも観光需要が高まる時期のため、景気は良くなる見通しである。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏場に向けてインバウンドが増加するとみている。 |
| | | 一般小売店 [土産] （営業部長） | ・中東情勢が改善されることで、平時の経済活動に戻ることを期待している。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・最近台風や催事売上の低迷で景気は悪化したが、これらは一時的な要因と捉えている。3か月後は夏休みやお盆のシーズンを迎え、人流が活発になる時期のため、景気は前年並みかそれ以上の水準に回復するとみている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ナフサ供給が7月をめぐりに回復する見込みのため、物価高に加えて供給不足が解消され、消費者の購買意欲が上向きになるとみている。 |
| | | その他専門店 [書籍] （部長） | ・今夏は前年以上に国内外から観光客が訪れるとみている。 |
| | | 一般レストラン（代表者） | ・天候が良くなれば、来客数も増加するとみている。 |
| | | 観光型ホテル（企画担当） | ・6月の販売室数が前年比25%増加に対し、6月末時点での9月の予約室数は前年比28%増加で、プラス幅が大きくなっている。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | ・今後も自社のキャンペーンが継続的に展開される予定のため、3か月先の景気もやや良くなるとみている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・新規イベントを予定しているため、来客数が増加するとみている。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・客の物件購入意欲が好況のため、先行きはやや良くなるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客の買物の様子が消極的になっているように見受けられる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・6月は梅雨時期ということもあり、後半は予想を下回る売上が続いている。景気が良くなる気配はみられない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・円安による物価高に加え、世界情勢の先行きが見通せないため景気が良くなる要因が見当たらない。 |
| | | 乗用車販売店（経理担当） | ・客の動向に変化はみられない。 |
| | | 観光型ホテル（専務取締役） | ・物価高騰や燃油サーチャージの値上がりで国内客の旅行手控えが懸念される一方、円安の追い風や安心安全な日本旅行の底堅い人気等により、インバウンドの来訪には継続して期待を持てる。総合的に判断して景気は変わらないとみている。 |
| | | 観光型ホテル（総支配人） | ・景気に変化はないものの、8月の予約動向が低調のため判断を許さない状況である。 |
| | | 旅行代理店（マネージャー） | ・今後も旅行商材は高止まり又は値上げが続くことで、旅行会社を利用する客が減少するとみている。 |
| | 住宅販売会社（役員） | ・仲介物件の需要は堅調な増加が見込まれる一方で、新築は価格帯の2極化が進み購入層が限定される傾向のため、全体的な景気は変わらないとみている。 | |
| | 一般小売店 [酒] （店長） | ・更なる物価高対策をしない限り、景気は好転しないとみている。 | |
| | スーパー（店舗管理） | ・包材類の値上げが30～50%上昇しており、商品の仕入れも10～20%上昇している。価格転嫁できない分は、自社でコスト負担せざるを得ない状況である。 | |
| | コンビニ（経営企画担当） | ・物価上昇に加え、前年と比較して台風の接近頻度が高くなっており、不安に感じている。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------------------|----------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 家電量販店（営業担当） | ・夏場のピークを過ぎると、景気は若干落ち着くとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・景気はやや悪くなるとみている。 |
| | | その他サービス〔レンタカー〕（営業） | ・前年の大型レジャー施設開業による需要の反動により、先行きの受注状況は前年割れで推移している。 |
| | x | その他飲食店〔バー〕（経営者） | ・物価高の影響が大きく、景気が良くなる要因が見当たらないため、先行きは悪くなるとみている。 |
| 企業 動向 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | 輸送業（総務経理担当） | ・運賃交渉の成果があり、景気はやや良くなるとみている。 |
| | | 通信業（総務） | ・夏の観光需要の拡大により、景気はやや良くなると見込まれるが、物価高やコスト増加の影響により、回復は緩やかにとどまるとみている。 |
| | | 食料品製造業（役員） | ・価格転嫁は順次行っているものの、それに伴い販売数量が落ち込まないか心配している。全体的な売上については当面変わらないとみている。 |
| | | 輸送業（経営企画部） | ・物価高に伴うパートナー会社からの料金改定要請が続いていることに加え、中東情勢の影響による物流資材等の原価高騰もしばらく続くと見込まれる。 |
| | | 会計事務所（所長） | ・賃上げ率が物価上昇分を上回ること、消費者の安心感がどの程度回復するかが、今後の景気の良しあしを左右するとみている。 |
| | | 窯業土石業（取締役） | ・生産、販売ともに大きな変化はなく、当面は現状維持を見込んでいるが、中東情勢による原材料価格の高騰が予想されることから、今後は製造原価上昇による収益面を懸念している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・中東情勢の見通しが不透明なことから、建設資材だけでなく、多方面に影響を及ぼしており、今後の受注活動や受注後の業務を通して赤字にならないか心配している。 |
| | | 広告代理店（ストラテジックプランニング部） | ・物価上昇は継続しており、ナフサ不足も顕在化しているため、県内事業者は原材料や部材に予算が割かれ、代わりに広告費を抑えたと見込んでいる。 |
| | x | - | - |
| 雇用 関連 (沖縄) | | - | - |
| | | - | - |
| | | 人材派遣会社（総務担当） | ・物価上昇の影響で、労働の需要と供給のバランスが悪くなっている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（審査） | ・7～8月は、観光関連産業が繁忙期となり、採用や教育へのリソース割きが困難になるため、求人数は減少する見込みである。ただし、即戦力の短時間、限定シフト、経験者を対象とした求人は一定数出るとみている。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・2027年卒の求人数は前年より早く落ち着くと予想されるが、既に動き出している2028年卒向けのインターンシップや早期選考の案内が今後増加すると見込んでいる。なお、AI駆動開発の影響が出てくることが予想されるため、IT業界の状況を注視する必要がある。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・物価高騰や金利変動などで先行きが見えないため、景気は変わらないとみている。 |
| | x | - | - |