

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行については、9月下旬～11月下旬までの出発を多く受注しており、10月が件数のピークとなる。
	◎	美顔美容室（経営者）	・ホームケア商品のセット販売が8月から始まるため期待できる。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・秋風が吹けば、少し人出も多くなり良くなる。
	○	百貨店（総務担当）	・令和8年熊本地震による一時的な消費マインドの低下が気になるところである。今年は海外旅行よりも国内旅行が多いという報道もあり、土産の需要に期待したい。また、当地域はアジア・アジアパラ競技大会が開催されるということもあり、海外からの関係者やインパウンドの消費に期待している。
	○	スーパー（店長）	・店舗の改装効果が現れる。
	○	スーパー（店員）	・気温的に涼しくなってくる時期であるため、来客数も増えることを期待する。
	○	スーパー（店員）	・9月まではこの暑さが続くため、飲料の販売は落ちない。
	○	コンビニ（店長）	・価格の高い商品でも、比較的販売数や来客数は落ちていない。ただし、おにぎりは明確に販売数が前年比で下がっており、主力カテゴリーに対して不安はある。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・エアコンと照明器具の新たな省エネ基準の導入による影響が今年度末まで続く。
	○	乗用車販売店（経営者）	・9月以降は天候も落ち着くとみられるため期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・暑さだけが原因で客が来ないのであれば、季節性のものであるため、すぐに回復するとみる。7月は全く駄目だったが、そこまで悲観はしていない。3か月先の景気は少々良くなると期待する。
	○	その他専門店〔書籍〕（社員）	・輸入商品の販売は為替の影響が続くが、秋の新学期に向けた販売増加が一定量見込まれる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・9月からアジア競技大会の開催されることに伴い、更に宿泊需要が高まり、単価上昇が期待できる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・アジア競技大会の特需を期待する。
	○	タクシー運転手	・景気対策としていろいろな政策が進んでいる。
	○	タクシー（従業員）	・当地域では、9～10月にかけてアジア・アジアパラ競技大会が開催され、国内外から多数の関係者や観戦者が来訪すると期待されている。期間中は、ホテルなどの宿泊施設不足やタクシーなどの交通機関不足が予測されるなど景気に好影響を及ぼすとみられる。
	○	美容室（経営者）	・9月頃になれば、猛暑や酷暑も和らぐとみられ、客足も良くなる。
	□	商店街（代表者）	・週末の来客数は飽和状態を維持しており変化はない。
	□	商店街（代表者）	・なかなか所得が増えていく実感がなく、所得が増えない限りは消費も増えない。数か月では現在とさほど景気の状態は変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・物価高が止まらない。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・2～3か月程度では、今の情勢は変わらない。金を持っている一部の人たちによって売上は上がるが、大半の市民は物価上昇で生活が厳しい状態が続いている。この2極化した状態が3か月先も続く見込みで、結果的な数字は変わらないが、中身としてはこれまでと大きく変わるものとみる。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・食品や飲料の値上げが止まらず、新たな値上げがまた発表され、飲食店も価格の改定を実施している。客の利用控えもそれに続くという悪循環がこのまま続く。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・国内政治が不安定なこと、それにより円安が進むこと、加えて米国大統領の動向が非常に難しいことから、先行きは不透明である。

☐	百貨店（売場主任）	・商品が足りないわけではないものの、他店から商品を譲ってもら うなど、メーカーではほとんど在庫を持っていない状態である。ま た、靴を修理に出す客が少なくなった。メーカーに出すより隣接す る修理工房の方が安く済むため、皆が工房を選択している。平日は ほぼ売上目標を達成しているが、土日は来客数が多いものの、売上 は厳しい状態が続いている。
☐	百貨店（経理担当）	・景気を好転させるようなプラス材料は一切ないが、金利の急上昇 や円安の更なる進行などは考えられず、景気が現状から更に悪化す るほどのマイナス材料もないため、悪いながらも現状と同じ水準で 推移する。
☐	百貨店（営業担当）	・夏休み期間は主なターゲットであるファミリー層の動きに変化が ない。
☐	百貨店（営業企画担当）	・値上げが続く見込みである。
☐	百貨店（販売担当）	・購入マインドはあるものの、価格の影響により購入を迷う客も多 い。目的買いの需要は続く見込みだが、景気は大きく変わらない。
☐	スーパー（経営者）	・2～3か月後には涼しくなり、客足が伸びることを期待したい。 ただし、台風等の影響も心配である。
☐	スーパー（販売担当）	・自店舗は多少良くなったとしても、会社全体として考えたときに 他店と比べて特別魅力的な物がないため、この先良くなるとは考え られない。差別化できるようなことをしていかなないと競合には勝て ない。
☐	スーパー（販売担当）	・対外的な環境が変わらない見込みで、品不足が出てくるおそれがある。 減税実施前の買い控えも想定される。そのため、小売の販売 戦略が企業の実績を左右する。
☐	コンビニ（店長）	・社会情勢も特に変化がないため変わらない。
☐	コンビニ（企画担当）	・気温が高いことで飲料の売上が増加することが多少期待できる が、来客数の回復には至らない。
☐	コンビニ（店長）	・来客数、売上共に前年よりマイナスが続いている。その傾向は ずっと続くとする。特に何らかの理由がなければ向上かない。
☐	コンビニ（店長）	・政治の動きを注視していかなければいけない。消費税減税などの 動きがどれくらい消費者マインドに影響を与えるかが気になる。何 よりも賃上げに資する政策が打ち出されなければ、景気は根本的に 現状維持か、緩やかに下降していくことが予測される。
☐	衣料品専門店（経営者）	・残暑がずれ込めば、秋物を販売する時期がなくなる。
☐	衣料品専門店（店長）	・中東情勢の不透明感により、地域経済は恐らく良くても現状維持 である。また、法人客は県外の仕事に活路を見いだしており、地元 に金が落ちてこない。3か月後は暑さが続くが夏物の購入は少なく なり、秋冬商材はまだ購入気分になれず、一般客による消費の伸び も余り期待できない。
☐	衣料品専門店（売場担 当）	・景気が良くなりそうな理由も悪くなりそうな理由も、どちらも見 当たらない。
☐	衣料品専門店（売場担 当）	・気温が下がってくことで今よりスーツの販売が増え、成人式に 向けた準備をする客も増えるとみる。例年であれば夏の閑散期を終 え、10月頃から客が入ってくるようになるため多少は期待したい。
☐	家電量販店（店員）	・エアコンの工事枠がいっぱいであるため、これ以上伸びる余地が ない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・物価高対策は期待できず、中東情勢も暗雲が立ち込めている状況 であり、好転要素はない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・今後も生活に関わる物価高騰を抑えるため、いろいろな施策が発 表されるとみているが、いずれも先の話で現状を改善するものでは ないと諦めの言葉を聞く。これからの生活に関わる商品やインフラ 関係の物価上昇圧力が節約行動に拍車を掛け、消費意欲が落ち込む ことが心配である。
☐	乗用車販売店（従業員）	・人気車種は購入できないものが多く販売台数は見込めないが、既 存の車種を大切に売ることにより利益は確保できる。

☐	乗用車販売店（営業担当）	・世界情勢が良くないなか、買い控えの雰囲気はみられず、客の反応は余り変わらない。かといって、客からは良くなっていくような印象も受けない。しばらく同じような状態が続くような気配がある。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・8月1日に新型車がデビューするため、その動向次第では景気が少し改善される可能性がある。
☐	住関連専門店（営業担当）	・建築業界や中小規模のリフォーム・改修工事、商業施設など幅広く手掛けている業者においては、価格が1か月ごとに上がっている。また、これまでもいわれてきた職人不足等で、市場自体に仕事はあっても、実際には利益を求めると採算が合わない物件が出始めている。
☐	高級レストラン（経営企画）	・物価高を受け節約志向は継続するなか、夏休みの販売促進強化により前年の売上を超えるよう準備する。
☐	一般レストラン（経営者）	・良くなる様子がみられない。
☐	一般レストラン（従業員）	・2～3か月後もまだ猛暑が続く、外へ出るのを控えるとみる。
☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費者も円安による物価上昇を気にしている。今後2～3か月は現状維持とみるが、更なる値上げとなった場合は急激に消費意欲が悪化するおそれがある。
☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
☐	都市型ホテル（経営者）	・中東情勢の不安定さは変わらず、現状のままである。
☐	旅行代理店（経営者）	・熊本で大きな地震が発生したことで、南海トラフへの懸念から既存予約に対する風評被害が心配である。今後も我が国のあちこちで地震や台風等の被害が発生するおそれがあり、その点も心配である。夏の猛暑を避けて旅行計画を立てたり季節のイベントに参加したりする旅行者は多く、秋以降の旅行は常に人気があるが、9～10月はアジア・アジアパラ競技大会の影響により航空券が取りにくい。
☐	旅行代理店（経営者）	・暑さが収まるまで変化はない。
☐	旅行代理店（営業担当）	・なかなか短期間では円安や物価高が収まることが見込めないため、旅行需要も極端に少なくなることはないが、急激に増えることもない。
☐	タクシー運転手	・3か月先は暑さもかなり収まることが予想されるが、景気は余り変わらないとみる。
☐	通信会社（企画担当）	・明るい兆しが見えつつあるものの、猛暑やゲリラ豪雨、地震などの自然災害など先行きの不透明感は消えていない。
☐	通信会社（営業担当）	・機器等の値上がり著しく、2～3月先の見積りが取れない状況である。予算を立てるのが難しく、案件の見込みが立たない。
☐	テーマパーク職員（総務担当）	・屋外施設ならではのイベントや納涼企画を用意しPRに努めているが、この炎天下では、そもそも当園へ積極的に足を運べる状況になく、大変悩ましい。年々暑さが増しており、夏季の集客については、今後も低めに予測せざるを得ない。
☐	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・行政の事業も縮小方向に進んでおり、観光事業へのてこ入れもなく、現状維持止まりとみる。
☐	美容室（経営者）	・明るい話題やニュースがないため、当分このような状況が続く。
☐	住宅販売会社（従業員）	・大きな変動はないとみるが、どうなっていくのか先が読めない状況である。
☐	住宅販売会社（従業員）	・食料品などの消費税率が議論されており、決まれば多少は景気が上向くかもしれないが、中東情勢の影響により物価上昇が更に深刻化するとみる。そのため、景気は現状維持かそれ以下になる。
☐	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・大型リフォーム工事の引き合いはあるが件数は少なく、全体的に元請の動きも悪く、良い材料がない。
☐	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・良くなる要因がない。
☐	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・単価の上昇が落ち着いた限り変わらない。
☒	一般小売店〔生花〕（経営者）	・円安が続く、物価高もまだ続くとみられ、必要な物以外には財布のひもは固くなる。

▲	一般小売店〔生活用品〕 （販売担当）	・今年も猛暑が続くと客足が伸びない。
▲	百貨店（販売担当）	・猛暑で客は活気がない様子が見受けられる。年ごとに夏物の売れる時期がずれるため、先読みが難しい状態である。ただし、エンターテインメント系の商品は動きが良い。
▲	スーパー（店長）	・価格競争が一層加速している。
▲	スーパー（店長）	・今後も石油の値上がりがあり、食品を中心とした節約が続くとみる。
▲	スーパー（店員）	・8月からアイスの値段が上がり、加えてこん包資材の高騰でいわゆる総菜や野菜、果物の入れ物にかかる負担がかなり重くのしかかっている。最近の酷暑といい、プラスになるような点が見当たらない。
▲	コンビニ（エリア担当）	・今後も大幅な商品の値上げが続く中で、必要以上の商品は購入しないという、客の購買心理が更に冷え込みそうである。
▲	コンビニ（店長）	・客から電気代の高騰が心配で節約しなければ、という声を聞く。物価高などによる節約志向がまだ続く見込みである。
▲	コンビニ（商品企画担当）	・消費低迷や気候影響による買い控えが続くとみる。
▲	コンビニ（本部管理担当）	・景気が上向かないと考える理由は、物価高に賃金の伸びが追いつかず個人消費が低迷しているためである。エネルギーや生活必需品の値上がりが家計を圧迫し、節約志向が強まっている。また、中小企業を中心にコスト増加を価格へ十分に転嫁できず、収益悪化から設備投資や賃上げに慎重な姿勢が続いている。さらに、主要国の経済減速や地政学リスクといった海外環境の不透明感も根強く、国内景気を強力に押し上げる材料に乏しいのが現状である。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・単価が上がり、より一層厳しくなる。
▲	家電量販店（営業担当）	・季節商材の落ち着きと、省エネ家電への買換え促進を目的とした支援の終了が重なり、やや悪くなる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・高騰した株価が下がり始めたため、どこまで下がるかにもよるが、気分的に不景気という印象を与え消費が落ちるとみる。
▲	乗用車販売店（従業員）	・熊本の地震後、自動車自体の納期が遅れ始めている。現地には半導体の工場もあり、影響が長引けば納期にも影響してくるため、非常に不安な状況である。
▲	その他専門店〔貴金属〕 （経営者）	・景気が上向く要因がない。
▲	一般レストラン（経営者）	・自身の経営能力の衰えが著しく、先行きが見通せない状況である。
▲	その他飲食〔仕出し〕 （経営者）	・見通しが立たない状況では、景気は上向かない。
▲	テーマパーク（職員）	・世界情勢や令和8年熊本地震等の不安が多く、良くなる要因が少ない。
▲	テーマパーク（職員）	・過去3か月で客単価がやや悪くなっている。
▲	観光名所（案内係）	・この天候では身体が暑さですっかり疲労してしまう。
▲	パチンコ店（経営者）	・物価が全体的に上がっており、娯楽に充てる費用が圧迫され、一度に使用できる遊技費が少なくなっている。
▲	パチンコ店（従業員）	・競合他社が来月オープン予定であり、顧客の流出が予想される。
▲	理美容室（経営者）	・客の話から、いろいろな物の価格が上がるのに、賃金が上がらないため生活が苦しくなっている様子である。
▲	美容室（経営者）	・物価が安定しない限り、今のままであれば景気回復は当分無理である。
▲	設計事務所（職員）	・今後は、円安方向には進むが円高方向には進まないため、景気は悪くなる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・資材価格の高騰、金利の上昇などにより住宅不動産の販売に逆風が吹いており、集客に影響が出始めている。先々の契約への影響が懸念される。
▲	その他住宅〔住宅管理〕 （経営者）	・仕事の依頼に対して見積りを出しても、最低限度の工事止まりで、まだこの状態が続くとみられる。物価高騰が続く限り、好転する材料が見当たらない。

企業 動向 関連 (東海)	×	商店街（代表者）	・中東情勢の影響が全く終息するめどが立っていない。また、この暑さでショッピングセンターやその他のいろいろな店、飲食店へ行っても人が少なく、皆暑すぎると外に出なくなるため大変なことになる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・この先値上げされる品目が次々と発表されているため、景気はどんどん悪くなる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・今年は9月にアジア競技大会が開催されるため、東海3県のバスがそちらに出払い、もう余裕がないと聞いており、当地へ団体旅行で来店する客の足が減るという悪い材料がある。10月にもアジアパラ競技大会が開催される。前年も9月は暑く外出控えがあったが、それと比較しても前年の水準には達していない。暑さとアジア競技大会、企業業績が余り良くないという状況のため、皆旅行を控えるとみられる。
	×	旅行代理店（経営者）	・猛暑日が続いているため外出を控える上に、飲食料品の値上がりが続くなかで金利も上がっていく見込みで、ますます消費は冷え込むとみる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・最近の物価上昇に対応できる客は少ない。
	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・プラスチックの原料価格が下がる見込みである。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・需要の大幅な落ち込みはないが、特にエネルギーや食品の物価高が続いているため積極的な消費は期待できない。大手の賃上げはあるがその流れが中小まで広がっていない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先店舗における設備投資の程度はよく読めないが、年末にかけて業界全体の業績が上がっていくことが考えられるため、取引先との関係を考えると景気は若干良くなっていくと判断した。
	○	輸送業（エリア担当）	・放射性医薬品輸送の受注量が増えている。そのなかで、若干の単価上昇も認められた。公正取引委員会の動向も踏まえ、段階的に値上げを進める方針であるとのことである。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中東情勢で世界が大きく変動したが、和平交渉が進展すれば世界が安定する動きになるとみるため、景気は少し良くなると見込まれる。新しい商品と新しい顧客の開拓がまず必要である。
	□	食料品製造業（社員）	・消費税減税等の景気対策による効果はまだ先の様子であり、当面は現状の消費傾向が続く。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・中東情勢が落ち着いても景気はすぐに良くなるとは考えられない。また、円安や物価高の影響もあり、景気はしばらく現在と同程度の情勢が続くとみられる。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気を悪化させる特段のトピックがない。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・中国から部品を入手できないリスクを避けるため、米国でも新規に製造装置を導入する話が進んでおり、これに付随する自社製消耗品の注文が入り始めた。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資の勢いが衰えず、設備の納期が長くなっているため、しばらく高い受注水準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（営業担当）	・9月までは特に変化は起きない見込みである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・価格の改定が続いているが、それでも客はやむを得ず購入する。受注量や生産量に対しては変動がない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画上でも今後は少し上がるようにはなっているが、まだ確定ではない。
	□	建設業（役員）	・この先2～3か月で景気が良くなる要素が見当たらない。
	□	輸送業（経営者）	・最低賃金は上がるものの、人件費以外のコスト上昇も続いており、モノやサービスの価格はそれ以上の上昇をし続ける見込みで、消費が鈍い状況は変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・現状、原油の流通は小康状態のようであり、落ち着いているようにみえる。この状態が続いてほしいが、いつまで続くのか不透明である。
	□	輸送業（エリア担当）	・中東情勢に不確実な要因が多い。

	□	通信業（法人営業担当）	・消費税1％への減税が話題だが、消費税を1％にしたからといって、消費税が下がった分だけ実際の物価が下がるとは考えにくい。事実、レジの改修や税率変更への対応などの事業者支出は避けられないとみられる。期待値が大きい分、期待はずれになったときの落胆が消費行動に与える影響が大きいと考える。
	□	金融業（従業員）	・秋になり行楽シーズンを迎えるため、需要の増加が見込まれる。一方で、物価の上昇が止まらず、日常生活はまだ厳しい状況が続く。
	□	金融業（企画担当）	・請負業者のコストを価格でカバーできるようになり、従業員の給与に反映されることが明確になるまでにはもう少し時間を要する。所得の増加が実際に消費者の目に見えてこない、景気の回復には至らない。
	□	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）	・今後も暑さが継続することは気になるが、現状需要の低迷はみられないため、今後も堅調に推移していくとみる。
	□	広告代理店（制作担当）	・秋に向けての広告、特に屋外でのイベントは、9月を過ぎても猛暑が続く予想のため、余り企業側としても積極的に動いていない。
	□	会計事務所（職員）	・顧問先からは大掛かりな設備投資の予定は聞かず、新規事業へ参入する話もない。現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・受注量に変化はないが、工作機械で使用する刃物や消耗品の値上がりが続き、利益が目減りしている。値上げ要請は行っているが、なかなか満額回答とはならないため、依然として厳しい状態が続く見込みである。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・大きな自然災害が発生し、全体的な市場縮小ムードが予測される。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注数、販売数がいずれも落ち込んでいる。
	▲	鉄鋼業（従業員）	・中東情勢の緊迫状態は変わらず、先行きの不透明感も変わらない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・2026年が元々踊り場局面であるところに中東情勢が輪を掛けて、物件の動きが鈍い状況が顕在化してくるとみる。建材業界の落ち込み方としては新型コロナウイルス時のショック以上に大きいと懸念される。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・続く物価高や令和8年熊本地震の影響、猛暑による光熱費の上昇など心配事が尽きない。
	▲	輸送業（従業員）	・7月の中旬に更なる中東情勢の不安定化が報じられて以降、取扱物量が徐々に減っている。中東情勢については前回同様、1度情勢が下向くと数か月続くことからこの傾向はしばらく続くと見込んでいる。
	▲	輸送業（従業員）	・令和8年熊本地震の影響により短期的に物量が減少する。中長期的に建材を中心に増加するとみられるが、原油価格の高騰とともにどこまで影響があるか不透明である。
	▲	金融業（従業員）	・物価上昇への解決策や見通しにおいて改善する見込みがないため、金を出し渋っている印象を受ける。旅行等の娯楽については、今までどおりストレスの発散をかねて金を使っている。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・異常な気温で外出を控える傾向にある。暑さでアクティブ度は下がり、消費は縮小傾向にある。
	▲	公認会計士	・金利上昇による個人消費の低下や海外情勢による物価高による利益率の悪化、米国関税の引上げなどを受けて全体的に企業も投資を控える傾向が予想される。また、先日発生した熊本の地震により、部分的かもしれないが少なからず日本経済に影響があるものとみる。
	×	鉄鋼業（経営者）	・9月から仕事があるという話も聞こえてくるが、信憑性に乏しく、一概に秋口からの好転を期待できない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、更に景気の悪化が進むとみる。
	×	通信業（総務担当）	・先が見えないため、今欲しいものに対して金を消費できない。先行き不安で消費が後退しているため、このまま景気は悪くなる。
雇用	◎	—	—

関連 (東海)	○	人材派遣会社（社員）	・ 来月はイベントがあり、予約状況も良くなっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ お盆前後は転職希望者の活動意欲が弱まることが想定されるが、法人側の採用意欲は引き続き旺盛な状況が継続すると見込まれ、入社決定数は増加する。
	□	人材派遣業（営業担当）	・ 政府支援が徐々に判明し、期待の声が増えるもまだ景気回復への道のりは陰しく、各企業の我慢比べが続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 求職者数の増加は見込みにくく、当面はこの状況が続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 消費税を1%に減税するという話もあるが、2年間限定とのことで、効果は限定的とみる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 自動車関連では、全体感として人員予算も厳しい状態だが、効率化や残業抑制により人員は現状維持をもちろむ顧客が多く、ぼつりぼつりと業務終了者が発生する状態は2～3か月のスパンでは大きく変化しない。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・ 以前と比べると電気自動車の販売数が伸び、生産体制も増加に向かっている。しかし、令和8年熊本地震で部品供給が滞り生産停止の措置が取られるおそれがある。長期化は避けてほしい。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 不安定な中東情勢の長期化や株価、様々な商品やサービスの値上げをみると、採用計画なども今後見直しの可能性はあるが、各社とも人材不足の状況は変わらず、今年度中は変わらず推移する。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢に関する景気動向は落ち着いているようにみえるため、状況が変わらなければ景気の悪化はないとみるが、その反面、景気を上昇させる要因もない。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数は増えているものの、中東情勢の動向により影響があるおそれがある。
	□	職業安定所（職員）	・ 原材料費、燃料費、運送費及び人件費などの各経費の高止まり、不安定な中東情勢に起因する原油由来資材の高騰などによって、各産業の事業活動への負担が長期間継続しており、特に中小企業においては大変厳しい状況となっている。また、物価高騰による消費動向の停滞、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。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など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）	・ 新規求職者数は4月をピークに落ち着いた動きとなっている。一方で、事業所都合による離職者の増加がみられるなど物価高や中東情勢による影響も現れ始めており、今後の動向を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 求職者数がやや増加している。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・ 順調に派遣依頼のある求人数に対して求職者数が足りない印象が否めない。求職者が長期安定が見込める直接雇用を目指したいという背景が大きくなっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 社会情勢や景気動向等により今後は若干採用数が減っていく懸念はあるが、新卒採用については今後2～3か月で現状維持から大きく変化することはない。
	▲	職業安定所（職員）	・ 小規模企業の倒産や廃業が継続的に発生している。その発生理由として物価高の影響を挙げる者が大半で、物価上昇が落ち着かない限りこの状況が続く。
	×	人材派遣会社（社員）	・ 中東情勢や地震の影響などの不安要素がある。