

2024年8月27日

～第83回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2024年7月)～

物価高や記録的猛暑でサービス消費が盛り上がりを欠き、 景況感は悪化

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、7月下旬に実施した「景気ウォッチャー調査」の結果をとりまとめましたので、ご案内します。

—現状判断—

- 2024年7月調査の現状判断指数は47.9と、前回4月調査（52.7）から△4.8ポイント低下し、6期ぶりに景気の横ばいを示す指数「50」を下回った。
- 「家計消費関連」では、猛暑による外出控えや物価高に伴う節約志向の高まりを受け、レジャーや観光などのサービス関連が伸び悩んだが、賃上げやボーナス増加の恩恵が及び始めた小売や、底堅い需要が存在する住宅では改善が続き、全体の景況感はわずかに改善した。「事業所向けビジネス関連」では、受注量が伸び悩む中、需要獲得競争が厳しさを増し、4期連続で悪化した。「雇用関連」では、引き続き人手不足感は根強いが、コスト削減を優先して採用を控える動きが顕在化し、14期ぶりに悪化に転じた。

—先行き判断—

- 2～3カ月先の景況感を示す「先行き判断指数（方向性）」は47.6と、現状（47.9）を△0.3ポイント下回り、景況感の悪化が続く見通し。
- 「家計消費関連」は、小売関連や飲食関連を中心に物価高による消費抑制懸念が強まり、悪化に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」では、海外情勢や国内景気の先行き不透明感が拭えず悪化見通しとなるほか、「雇用関連」も派遣社員を中心に求人の減少が懸念され、悪化が続くとみられる。

※本件のお問い合わせ先 担当（溝口 歩嘉）

（9月の記者発表予告）下記の調査について記者発表を予定しています

「静岡県内中堅・中小企業設備投資計画調査（2024年9月）」

第 83 回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2024 年 7 月)

物価高や記録的猛暑でサービス消費が盛り上がりを欠き、景況感は悪化

現状判断 (D.I.=47.9)

家計消費は改善基調を維持するも、雇用が落ち込み、全体では悪化

- ・家計消費関連 (D.I.=50.7) サービス関連は悪化するも、小売関連が好転しわずかながら改善
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=44.3) 受注量が伸び悩む中、価格競争が激化し、4期連続で悪化
- ・雇用関連 (D.I.=36.4) 人手不足感は根強いが、製造業で採用抑制や雇い止めの動きが顕在化

先行き判断 (D.I.=47.6)

物価高による消費マインドの冷え込みが懸念され、悪化が続く見通し

- ・家計消費関連 (D.I.=48.6) 小売関連や飲食関連を中心に消費抑制懸念が強まり、悪化へ
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=45.5) 海外情勢や国内景気の先行き不透明感拭えず、悪化が続く
- ・雇用関連 (D.I.=45.5) 人件費の上昇圧力強まり、派遣社員の採用抑制が広がる見通し

概況

2024年7月調査の現状判断指数は47.9と、前回4月調査(52.7)から△4.8ポイント低下し、6期ぶりに景気の横ばいを示す指数「50」を下回った(図表1、2)。

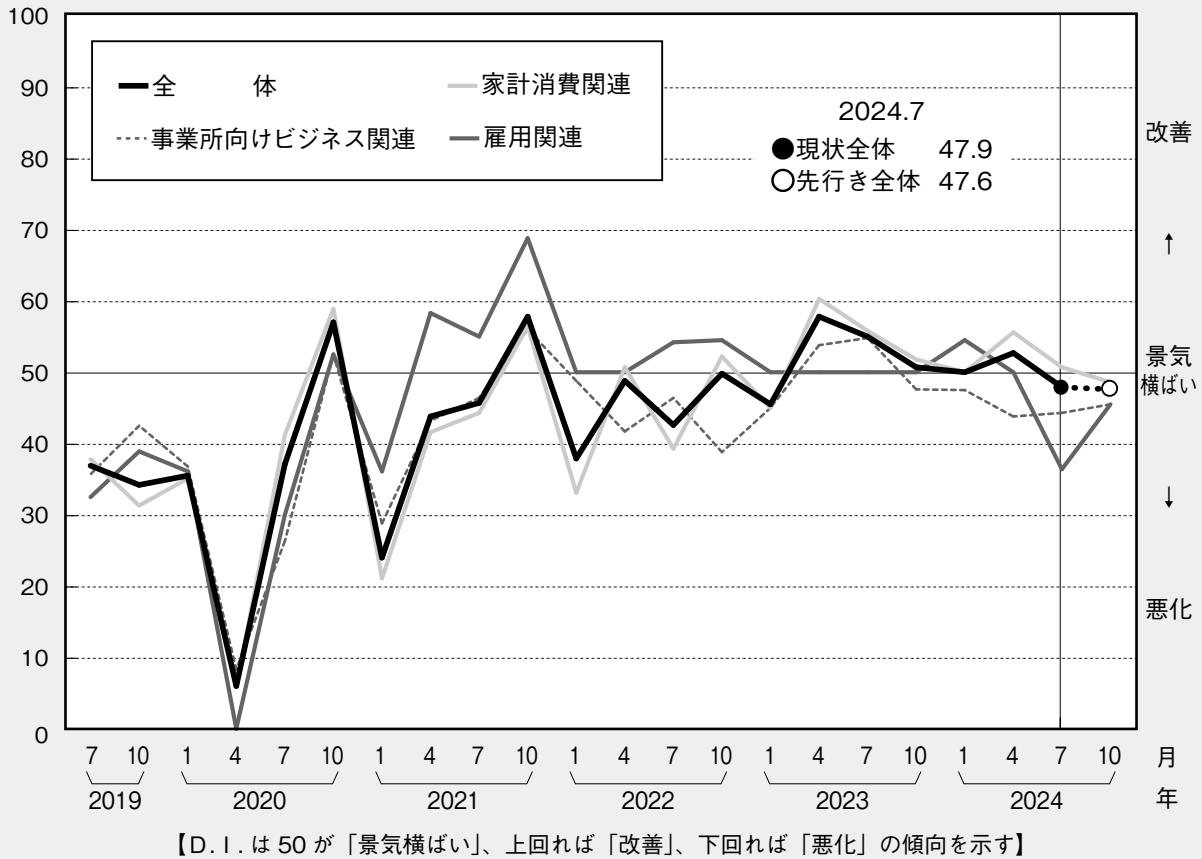
「家計消費関連」では、猛暑による外出控えや物価高に伴う節約志向の高まりを受け、レジャーや観光などのサービス関連が伸び悩んだが、賃上げやボーナス増加の恩恵が及び始めた小売や、底堅い需要が存在する住宅では改善が続き、全体の景況感はわずかに改善した。「事業所向けビジネス関連」では、受注量が伸び悩む中、需要獲得競争が厳しさを増し、景況感は4期連続で悪化した。「雇用関連」では、引き続き人手不足感は根強いが、コスト削減を優先して採用を控える動きが顕在化し、14期ぶりに悪化に転じた。

先行き判断指数は47.6と、現状判断(47.9)から△0.3ポイント低下し、景況感の悪化が続く見通し(図表1、4)。「家計消費関連」は、小売関連や飲食関連を中心に物価高による消費抑制懸念が強まり、悪化に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」では、海外情勢や国内景気の先行き不透明感が拭えず、悪化見通しとなるほか、「雇用関連」も、派遣社員を中心に求人の減少が懸念され、悪化が続くとみられる。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価高や猛暑に伴いサービス消費が振るわなかったほか、企業では、コスト増加分の価格転嫁の遅れや受注競争の激化が影を落とし、全体の景況感は悪化に転じた。

今後については、物価高に伴い消費抑制が懸念されるほか、雇用関連で人的コスト増により下押し圧力が強まっており、全体の景況感は悪化が続く見通し。(溝口 歩嘉)

図表1 現状判断指数(D.I.)の推移と先行き判断指数(D.I.)



調査の要領

- (1) 調査目的：景気に関連した動きを観察できる立場にある人の協力を得て、景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断を調査することを目的としている。
- (2) 調査対象・方法：経済活動の動向を敏感に反映する事象を観察できる業種から選定した担当者にアンケート調査
 - ・家計消費関連 (n=72)
 - (内訳) 小売関連 (n=24) …… 百貨店、スーパー、乗用車販売など
 - 飲食関連 (n=14) …… 飲食店、外食チェーンなど
 - サービス関連 (n=25) …… 観光ホテル、旅行代理店など
 - 住宅関連 (n=9) …… 不動産販売、住宅販売など
 - ・事業所向けビジネス関連 (n=22) …… 印刷、広告代理店、運輸など
 - ・雇用関連 (n=11) …… 人材派遣、職業紹介など
- (3) 調査事項：現在の景気の水準について/景気の現状に対する判断 (3カ月前との比較) /その判断理由と追加説明および具体的状況の説明など (自由回答) /景気の先行きに対する判断 (2～3カ月先の予想)
- (4) 調査時点：2024年7月下旬
- (5) 回答状況：調査対象113名のうち、有効回答を寄せていただいた方は105名で、有効回答率は92.9%である。

* 景気判断指数とは、景気の現状や先行きに対する判断を点数化 (下表) し、それらに各判断の構成比 (%) を乗じて指数 (D.I.) 化したものである。これにより、判断指数 (方向性) においては、50を上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示すこととなる。

評価	現状判断	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	先行き判断	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

現状判断

家計消費は改善基調を維持するも、雇用が落ち込み、全体では悪化

家計消費関連 (D.I.=50.7)

サービス関連は悪化するも、小売関連が好転しわずかながら改善

家計消費関連の現状判断は50.7と、前回(55.6)から△4.9ポイント低下したものの、横ばいを示す「50」をわずかながら上回った。

【小売関連】 (52.1) 前回(46.7)から+5.4ポイント上昇し、4期ぶりに改善した。

「節約志向の高まりに伴い、買上げ点数が伸び悩んだ」(スーパー)など、消費者の生活防衛意識は依然として根強いものの、「賃上げやボーナス増加で、売上が徐々に上向き始めている」(スーパー)や、「購入単価が高かった」(化粧品販売)など、所得増加に伴う消費マインド改善の兆しも一部にみられた。

【飲食関連】 (51.8) 前回(57.1)から△5.3ポイント低下したものの、改善が続いた。「猛暑のためか来客数が伸び悩んだ」(外食チェーン)や、「暑いからか、ランチの客数が伸びない」(飲食店)など、連日の猛暑により日中の客足が鈍かった模様。一方で、「Uber Eatsなどの注文が増えた」(飲食店)と、宅配サービスが伸びたとの声も聞かれた。

【サービス関連】 (47.0) 前回(60.2)から△13.2ポイントと大幅に低下し、悪化に転じた。屋外の施設では、「猛暑の影響で入館者数は減少傾向」(観光施設)となったほか、「来場者数、予約数ともに低迷」(ゴルフ場)するなど、飲食関連と同様、猛暑による外出控えが足かせとなり来客数が落ち込んだ。また、「体調不良による予約のキャンセルが何件か続いており、コロナの影響が出てきているように感じる」(観光ホテル)といった意見もあり、コロナ感染拡大への懸念も高まっている模様。

【住宅関連】 (55.6) 前回(62.5)から△6.9ポイント低下したものの、改善が続いている。「販売会を開催しても人が集まらない」(住宅・マンション販売)と、展示場等の集客に苦戦している模様だが、「Webからの資料請求は増加しており、受注数は横ばい」(住宅・マンション販売)など、需要は底堅く推移した。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期		2022年				2023年		2024年		2024.7月	
	7月	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	今回	前回比		
全体	42.6	49.8	45.5	57.8	55.0	50.7	50.0	52.7	47.9	△ 4.8		
家計消費関連	39.3	52.2	45.0	60.3	55.8	51.8	50.0	55.6	50.7	△ 4.9		
小売関連	39.8	43.3	48.1	61.5	55.8	49.0	49.0	46.7	52.1	+ 5.4		
飲食関連	33.3	67.5	40.0	75.0	67.5	43.2	46.2	57.1	51.8	△ 5.3		
サービス関連	40.9	64.8	43.2	59.8	54.5	55.2	48.0	60.2	47.0	△13.2		
住宅関連	40.0	34.1	45.5	47.7	47.7	60.0	63.9	62.5	55.6	△ 6.9		
事業所向けビジネス関連	46.4	38.8	45.0	53.8	54.8	47.6	47.5	43.8	44.3	+ 0.5		
雇用関連	54.2	54.5	50.0	50.0	50.0	50.0	54.5	50.0	36.4	△13.6		
全国*	43.5	51.1	46.5	55.7	54.1	49.9	47.4	50.2	48.3	△ 1.9		

*全国のデータは内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値) 50以上

事業所向けビジネス関連 (D.I.=44.3)

受注量が伸び悩む中、価格競争が激化し、4期連続で悪化

事業所向けビジネス関連の現状判断は44.3と、前回(43.8)から+0.5ポイント上昇したものの、4期連続で悪化した。「受注がいまひとつ増えていない」(広告)や、「保管在庫量の前期比マイナスが続いている」(運送)など、受注量の伸び悩みが指摘されている上、「競争が激しくなりつつある」(印刷)や、「原材料費値上げ分を価格に転嫁できていない」(印刷)といった声が聞かれ、景況感は低調に推移した。

雇用関連 (D.I.=36.4)

人手不足感は根強いが、製造業で採用抑制や雇い止めの動きが顕在化

雇用関連は36.4と、前回(50.0)から△13.6ポイントと大幅に低下し、悪化に転じた。「50」を下回ったのは、2021年1月調査以来14期ぶり。「製造業では、事業主都合による離職者が前年を上回っている」(職業紹介)や、「人件費高騰や採用経費増加等によって新規採用を一時的に見直す企業が見受けられる」(人材派遣)など、人手不足感は依然として根強いものの、コスト削減を優先するため、採用を控えたり、人員削減を実施するケースが増えている模様。

<現状判断の回答構成比>

現状判断の全体の回答構成比をみると、“やや良くなっている”が△15.5ポイント減少し、“変わらない”(+4.9ポイント)、“やや悪くなっている”(+9.8ポイント)にシフトし、全体の分布としては悪化方向に振れた(図表3)。

分野別では、家計消費関連は“やや良くなっている”の割合が18.1%となり、前回から△18.0ポイント減少した。内訳をみると、飲食、サービス関連、住宅の同割合がそれぞれ△28.6ポイント、△20.4ポイント、△40.3ポイントと大幅に減少し、家計消費関連全体の景況感を押し下げた。

また、事業所関連では、“やや良くなっている”(△1.8ポイント)と“やや悪くなっている”(△4.1ポイント)から、“変わらない”(+5.9ポイント)に回答が移った。雇用関連は、“やや良くなっている”(△22.2ポイント)と“変わらない”(△21.2ポイント)から、“やや悪くなっている”(+54.5ポイント)へと大きくシフトした。

図表3 現状判断の回答構成比

分 野		現状判断				
		良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
全 体	回答割合 (%)	2.9	16.2	51.4	28.6	1.0
	前回調査との差 (p)	+ 1.9	△ 15.5	+ 4.9	+ 9.8	△ 1.0
家 計 消 費 関 連	回答割合 (%)	4.2	18.1	55.6	20.8	1.4
	前回調査との差 (p)	+ 2.8	△ 18.0	+ 8.4	+ 6.9	± 0.0
事業所向け ビジネス関連	回答割合 (%)	0.0	18.2	40.9	40.9	0.0
	前回調査との差 (p)	± 0.0	△ 1.8	+ 5.9	△ 4.1	± 0.0
雇 用 関 連	回答割合 (%)	0.0	0.0	45.5	54.5	0.0
	前回調査との差 (p)	± 0.0	△ 22.2	△ 21.2	+ 54.5	△ 11.1

先行き判断

物価高による消費マインドの冷え込みが懸念され、悪化が続く見通し

家計消費関連 (D.I.=48.6)

小売関連や飲食関連を中心に消費抑制懸念が強まり、悪化へ

家計消費関連の先行き判断は48.6と、現状判断 (50.7) から△2.1ポイント低下し、悪化に転じる見込み。

【小売関連】 (49.0) 現状判断 (52.1) から△3.1ポイント低下し、悪化する見通し。

「可処分所得が増えてくるまでは、客数の大きな増加は見込めない」(自転車販売)や「生活費の捻出のため、嗜好品や趣味の支出は抑える傾向が強まりそう」(文房具販売)など、物価高に伴い消費者の財布の紐が締まるのではないかとの見方が強まった。

【飲食関連】 (44.6) 現状判断 (51.8) から△7.2ポイント低下し、悪化に転じる見通し。「猛烈な暑さが続く見通しで、外出機会が減りそう」(飲食店)など、猛暑による消費者の外出控えは続くことが予想されるほか、「物価上昇のため、外出を控える傾向」(飲食店)も下押し要因となり、景況感は低調に推移する見通し。

【サービス関連】 (49.0) 現状判断 (47.0) を+2.0ポイント上回るものの、引き続き悪化を見込む。「秋の行楽シーズンで客数の増加が見込める」(観光施設)など、レジャーシーズンで需要増を期待する声も聞かれたが、「物価高の影響で、国内旅行需要は伸びない」(観光ホテル)など、消費抑制を懸念する回答が多い。

【住宅関連】 (52.8) 現状判断 (55.6) から△2.8ポイント低下するが、改善が続く見通し。足下の金利上昇の傾向について、「金利引上げによる駆け込み需要などのプラス効果が期待できる」(住宅・マンション販売)と需要増加を期待する意見が挙がった一方、「金利上昇と物価高がマイナスに作用する可能性が高い」(住宅・マンション販売)など、購買意欲の減退を懸念する声も聞かれ、意見が分かれた。

事業所向けビジネス関連 (D.I.=45.5)

海外情勢や国内景気の先行き不透明感拭えず、悪化が続く

事業所向けビジネス関連は45.5と、現状判断 (44.3) から+1.2ポイント上昇するものの、悪化が続く見通し。「人手不足、物価高が企業活動の足かせとなっている」(税理士事務所)といった課題が挙げられるとともに、「不確定要素が多く、投資等に様子見や先送りの動きが出る可能性がある」(ソフト開発)など、海外情勢や国内の景気動向の先行き不透明感を拭いきれず、景況感の停滞が予想される。

雇用関連 (D.I.=45.5)

人件費の上昇圧力強まり、派遣社員の採用抑制が広がる見通し

雇用関連は45.5と、現状判断 (36.4) から+9.1ポイント上昇するものの、悪化が続く見通し。「物価高や為替の影響などさまざまな要因があるため、先行きは不透明」(職業紹介)で、派遣社員については、「最低賃金の上昇により、今後、製造業務などの採用が減る可能性がある」(人材派遣)や「採用方針を見直す企業も増えるのではないか」(人材派遣)

など、人件費の上昇圧力が強まる中、採用に慎重な姿勢を示す企業が増えそうとの見方に傾きつつあり、景況感を押し下げた。

<先行き判断の回答構成比>

先行き判断の回答構成比をみると、“やや良くなる”が+4.8ポイント増加、“やや悪くなる”が△3.8ポイント減少したものの、“良くなる”の回答数が0となったほか、“悪くなる”が+1.9ポイント増加し、判断指数は現状比やや低下した（図表5）。

家計消費関連については、飲食関連や住宅関連を中心に“良くなる”の回答が“やや良くなる”に下方シフトし、先行きは低下した。事業所向けビジネス関連、雇用関連では、“やや悪くなる”が減少したことから、先行き判断は上昇した。

図表4 現状・先行き判断指数D.I.

分野	調査時期	2024年7月		
		現状	先行き	差
全体		47.9	47.6	△ 0.3
家計消費関連		50.7	48.6	△ 2.1
小売関連		52.1	49.0	△ 3.1
飲食関連		51.8	44.6	△ 7.2
サービス関連		47.0	49.0	+ 2.0
住宅関連		55.6	52.8	△ 2.8
事業所向けビジネス関連		44.3	45.5	+ 1.2
雇用関連		36.4	45.5	+ 9.1
全国*		48.3	48.6	+ 0.3

※全国のデータは内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値)

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2024年7月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		2.9	0.0	△ 2.9
やや良くなる (やや良くなっている)		16.2	21.0	+ 4.8
変わらない		51.4	51.4	± 0.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		28.6	24.8	△ 3.8
悪くなる (悪くなっている)		1.0	2.9	+ 1.9

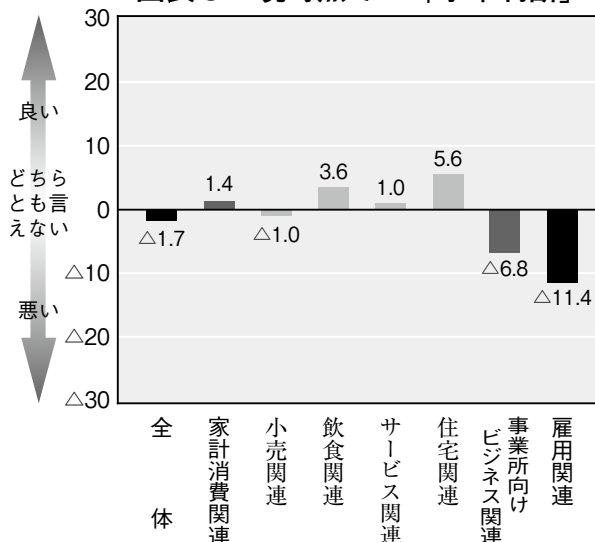
<参考>

現時点の景気は、やや“悪い”との判断

現時点での景気が“良いか悪い”を尋ねた「水準判断」は基準値「0」を△1.7下回った（図表6）。

家計消費関連では、小売関連で△1.0とマイナスになった一方、飲食、サービス、住宅関連は“良い”と判断、全体では+1.4となった。事業所向けビジネス関連、雇用関連は、それぞれ△6.8、△11.4と「0」を大きく下回り、“悪い”と判断された。

図表6 現時点での「水準判断」



※現在の景気に対する判断を点数化して各判断の構成比を乗じた上で、「どちらとも言えない」をゼロとして数値化したもので最大値は+50、最小値は△50。プラスであれば景気が「良い」、マイナスであれば景気が「悪い」ことを示す。

付表 景気の判断理由

【現状判断】(◎良くなっている、○やや良くなっている、□変わらない、▲やや悪くなっている、×悪くなっている)

分野	判断	判断の理由
家計消費関連	◎	<ul style="list-style-type: none"> ・ボーナスアップの効果により、購入単価が高かった（化粧品販売） ・猛暑によりUber Eatsなどの注文が増えた（飲食店）
	○	<ul style="list-style-type: none"> ・賃上げやボーナス増加で、売上が徐々に上向き始めている（スーパー） ・猛暑により来客時間等に変化が見られるが、来客数自体は若干伸長している。土用の丑の日で、うなぎの販売が好調だった（スーパー） ・円安の影響かインバウンド客が増加している（観光ホテル） ・猛暑により、タクシー需要が増えた（タクシー） ・猛暑の影響で入館者数は減少傾向だが、顧客単価が上昇したので収入は増加した（観光施設）
	□	<ul style="list-style-type: none"> ・定額減税の効果があまりみられない（商店街） ・値上げしているため客単価は上がっているが、高い価格帯の商品は買い控えの影響がでている（食料品小売） ・日中の来客数が伸び悩んだ（スーパー） ・ガソリン販売価格が高騰したため来店客数が伸び悩んだ（ガソリンスタンド） ・猛暑のためか来客数が伸び悩んだ（外食チェーン） ・来客数は前年よりも微増。客層に大きな変化は見られない（外食チェーン） ・暑いからか、ランチの客数が伸びない（飲食店） ・物価高によるタクシー利用控えの懸念があったが、酷暑で需要が押し上げられている（タクシー） ・法人利用はコロナ前の水準を超えたが、婚礼やレストラン利用など個人の利用は伸び悩んでいる（結婚式場） ・士業、公務員などの高所得層や、若年層の動きは比較的安定している一方、中間所得層の動きが鈍い（住宅・マンション販売） ・展示場来場者の減少が続いているが、Webからの資料請求は増加しており、受注数は横ばいとなっている（住宅・マンション販売）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・節約志向の高まりに伴い、買上げ点数が伸び悩んだ（スーパー） ・半導体不足の影響や自動車の認証不正の問題等で販売できる車種が限られているため、販売量が増えない（乗用車販売） ・体調不良による予約のキャンセルが何件か続いており、コロナの影響が出てきているように感じる（観光ホテル） ・猛暑により来場者数、予約数ともに低迷している（ゴルフ場） ・「キングダム」など一部でヒット作は出ているが、トータルでの動員数は、例年に比べもの足りない（映画館） ・お客様が猛暑により外出を控えていると思われる。販売会を開催しても人が集まらない（住宅・マンション販売）

家計消費関連	×	<ul style="list-style-type: none"> ・浜名湖花博2024が終了し、インバウンド需要を取り込めていない。また、オリンピック開催期間は国内旅行が減る傾向があるとみられ、予約客数が減っている（観光ホテル）
事業所向けビジネス関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・燃料費高騰等に対する価格交渉を推進してきた成果が出てきている（倉庫） ・製造業の関与先では受注が増えている（税理士事務所） ・取引先企業では、生産している商品の売行きは良いようだが、人手不足で困っている（社労士事務所）
	□	<ul style="list-style-type: none"> ・大型案件の依頼は増えているが、その分競争も激しくなりつつある（印刷） ・自社を含め、ローカルの広告会社は受注がいまひとつ増えていないと感じる。外注の人件費、材料費がかなり上がってきている（広告） ・売上は伸びているが、人手不足のため外注費が増加している（運送） ・認証不正の影響か、自動車部品関連の荷動きがあまりよくない（倉庫） ・受任件数は減少傾向だが、1個1個の案件が煩雑で単価が高くなる傾向があり、全体としては変わらない（司法書士事務所）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・印刷物全体の商談数が減少している（印刷） ・原材料費値上げ分を価格に転嫁できていない中、物流コストの値上げが収益圧迫にさらなる追い打ちをかけている（印刷） ・案件を失注した等の明確なマイナス要因はないが、業界全体として案件の動きが少ない（印刷） ・保管在庫量の前期比マイナスが続いている（運送）
雇用関連	□	<ul style="list-style-type: none"> ・大幅な求人増減はない（職業紹介） ・物価高の動きに賃上げが追いついていない印象（求人情報誌） ・求人数は依然として多いが、新規求人が減少傾向（人材派遣）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・事業主都合による外国人労働者の離職が増加している。なかでも製造業では、電気機器、輸送用機器で事業主都合による離職者が前年を上回っている（職業紹介） ・中小企業においては、先行きが見通せず廃業を選択する企業が増えている（職業紹介） ・物価高等に伴い人件費を削るケースもあり、求人数が昨年と比較して伸びていない（求人情報誌） ・人手不足の中でも、人件費高騰や採用経費増加等によって新規採用を一時的に見直す企業が見受けられるようになった。部門や職種によっては、早期退職制度の導入の動きもある（人材派遣） ・求職者が若干増えている（人材派遣）

【先行き判断】(◎良くなる、○やや良くなる、□変わらない、▲やや悪くなる、×悪くなる)

分野	判断	判断の理由
家計消費関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・賃上げやボーナス支給、定額減税の影響（スーパー） ・猛暑で、ガソリン消費量が増加すると思われる（ガソリンスタンド） ・真夏になり過酷な肌環境になるほか、美白ケアの時期に突入するため、来客数は増加すると思われる（化粧品販売） ・県外客の動きが多くなると思われる（飲食店） ・夏季ボーナス増加などの効果もあって、高稼働が見込まれる（観光ホテル） ・宿泊やレストランの利用客増が期待できる（都市型ホテル） ・スポーツ関連の団体予約を受注しているため、手持ち予約が多く、販売単価も上昇傾向（ビジネスホテル） ・秋の行楽シーズンで客数の増加が見込める（観光施設） ・金利引上げによる駆け込み需要などのプラス効果が期待できる (住宅・マンション販売)
	□	<ul style="list-style-type: none"> ・現状から良い方向に変わる要素があまり感じられない（商店街） ・可処分所得が増えてくるまでは、客数の大きな増加は見込めない（自転車販売） ・生活防衛意識の高まりは継続するとみている（スーパー） ・今後も物価上昇や金利上昇の懸念はあるものの、直近の2～3カ月では横ばいの見通し（乗用車販売） ・暑い時期は生花が長持ちしないため、購入点数の増加が見込めない（生花店） ・猛烈な暑さが続く見通しで、外食機会が減りそう（飲食店） ・現在インバウンドが増加しているが、今後の為替相場次第ではわからない (観光ホテル) ・今後も物価高による利用控えの懸念が残る（タクシー） ・値上げ等の影響で入館者の減少傾向は続くと見込んでいる（観光施設） ・個人利用については、物価高による消費抑制傾向が続くそう（結婚式場）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> ・物価上昇のため、外食を控える傾向にある（飲食店） ・物価高の影響で、国内旅行需要は伸びない可能性が高い（観光ホテル） ・暑さは10月ごろまで続く予報で、先が思いやられる（タクシー） ・金利上昇に伴い、不動産価格の下落が鮮明になるまで、購入層の待ちの姿勢が顕在化すると予想される（住宅・マンション販売） ・金利上昇と物価高がマイナスに作用する可能性が高い（住宅・マンション販売）
	×	<ul style="list-style-type: none"> ・生活費の捻出のため、嗜好品や趣味の支出は抑える傾向が強まりそう (文房具販売)
ビジネス所向け関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・生成AIを活用し、提案の質を向上させている。受注増を期待したい（印刷） ・荷動きが少しずつ増えている（倉庫） ・相続登記の義務化が周知され始めており、依頼が増えそう（司法書士事務所）

事業所向け ビジネス 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体離れは、今後も続くことが想定される（印刷） 涼しくならないと人の動きが出てこないのではないか（司法書士事務所） 人手不足、物価高が企業活動の足かせとなっており、短期間での対応策の検討・実行は難しい（税理士事務所）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> 現在の状況に好転の兆しが見えない（運送） 物価高、人件費増加、金利上昇、為替・株価変動等、不確定要素が多く、投資等に様子見や先送りの動きが出る可能性がある（ソフト開発）
雇 用 関 連	○	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド需要が増えることに加え、行楽シーズンで国内客の動きが戻ってくるのが期待できそう（求人情報誌）
	□	<ul style="list-style-type: none"> 物価高や為替の影響などさまざまな要因があるため、先行きは不透明 (職業紹介) 9月末は契約期間の終了者が増えてくる時期だが、あまり求職者の動きが感じられない（人材派遣）
	▲	<ul style="list-style-type: none"> 物価上昇が収まってくればよいが、不透明なためやや悪くなると予想 (求人情報誌) 最低賃金の上昇により、今後、製造業務などの採用が減る可能性がある (人材派遣) 株価変動や為替変動など、経営を取り巻く環境の急激な変化において、採用方針を見直す企業も増えるのではないか（人材派遣）