

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）	・来月からは、訪日観光客の入国規制が緩和されるため、売上へのインバウンド効果を期待している。
	◎	百貨店（外商担当）	・自粛行動の緩和による傾向が、消費に好影響を与えると予想される。超富裕層に続き、富裕層による高額品や特選ブランド品の購入増加が、顕著になりつつある。
	◎	百貨店（マネージャー）	・訪日外国人の入国拡大による、インバウンド客の需要回復が期待される。また、国内客は政府による新型コロナウイルス対応の新方針の下、客の心理に安心感の追い風が吹くほか、個人でも感染症対応が進み、需要の回復につながる。ただし、節約志向と自粛からの解放行動による消費の二極化のほか、SDGsを踏まえたエシカル的な消費傾向が更に強くなる。
	◎	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・引き続き、新型コロナウイルスの感染が引き続き落ち着くことが前提となるが、旅行や近郊への外出が以前の状態に戻るなど、消費意欲の改善を期待したい。
	◎	一般レストラン（経営者）	・政府の施策や円安の影響もあり、インバウンドが戻ってくる見込みである。夏休みに入れれば国内の旅行者も増えるため、大阪の観光関連の景気は一気に良くなる。ただし、物価が上がる一方で、収入は増えにくいいため、消費者の予算の振り分けがどうなるのか、不安はまだ残る。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・府民割が開始され、旅行需要が増えるのと同時に、インバウンドからの問合せも増えてきた。早ければ秋、遅くとも来春の訪日に向けて、動きが出てくると予想している。
	◎	旅行代理店（役員）	・インバウンドの受入れが進む一方、海外旅行に行く人が増えそうである。
	◎	通信会社（企画担当）	・ようやくウィズコロナに向けた動きが始まった。次の値上げに向けて、秋までは消費が増えると予想される。
	○	商店街（代表者）	・人出は戻ってきているが、売上は2年前の水準に届いていない。しばらくは今の状態が続くと予想される。
	○	一般小売店〔花〕（経営者）	・新型コロナウイルス関連の規制が緩和され、取引先も通常の営業となるため、経済も動き出すと予想されるが、ウクライナ危機の影響が不安である。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため、GoToキャンペーンなどの施策も始まる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・宴会場の予約も徐々に入り始めている。このあたりが少し動けば、景気も良くなってくると予想される。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・物価の上昇がどこで止まるかによるが、かなり値段が上がってきているため、今の状態が続くようであれば、購買意欲に水を差すと予想される。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・これからお中元商戦が始まるため このまま好調が続くことを期待したい。
	○	百貨店（売場主任）	・このまま来客数が増え、販売量も増える流れが進むことへの期待は大きい。
	○	百貨店（企画担当）	・インバウンド需要の拡大に期待している。
	○	百貨店（販促担当）	・今月は自粛ムードからの開放感があり、夏に向けても同様の傾向が続くと予想される。夏休みは少し遠出の旅行を計画したり、積極的にレジャーを楽しむ傾向が予想され、関連商材の動きが期待される。イベントなどで集まる機会も増えるなど、多くの関連需要に期待している。
○	百貨店（売場マネージャー）	・観光の動きが活発になり、特に夏休みにはにぎわうことが予想される。これまで中止となっていた各種の夏の風物詩も、3年ぶりの開催が予定されており、消費意欲の喚起につながりそうである。	
○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍による影響の縮小で、更なる来客数の増加が見込まれる。インバウンドの回復の動きも出てきている。	
○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスと共存していく方法を模索するなか、従来の厳格な感染症対策を少しずつ緩和し、以前の行動に近づける流れになると予想される。それに伴い、旅行やインバウンド関連の売上も伸び、景気の上昇にもつながると予想される。	

○	百貨店（販売推進担当）	・上海のロックダウンが解除され、物流が回復すれば、日本への商品供給だけでなく、中国での消費も活発化するほか、インバウンド需要の上昇も期待できる。
○	スーパー（店長）	・現状の販売動向から、夏休みやお盆を前に、リゾート関連の需要が高まると予想される。リゾート関連では、デザイン水着やキャンプ用品、浴衣の需要が増えるほか、旅行関連などの需要も売上の増加につながる。
○	スーパー（店長）	・外国人旅行者の受入れや、政府の経済支援策などにより、新型コロナウイルス発生前に近い状態に戻ると予想される。
○	コンビニ（経営者）	・訪日外国人の入国の上限が、6月1日から1日当たり2万人に引き上げられる。動きが安定してくるのは、8～9月頃になると予想される。それと同時に、冷たい飲料水も売れ始めるため、売上の増加が見込まれる。
○	コンビニ（経営者）	・このまま回復が進めば、良くなると予想される。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況もようやく収束に向かい、出張や観光の動きも元の水準に近づいている。周辺ホテルの宿泊客数が増えてくれば、来客数の増加が期待できる。
○	コンビニ（店長）	・暑くなつて客の行動が活発になるほか、コロナ禍に伴う各種制限も緩和傾向にあるため、状況はやや良くなる。
○	コンビニ（店員）	・中止されていた様々な物が再開となり、元の状態に戻りそうである。
○	コンビニ（店員）	・経済が少しずつ動き出し、客の様子にも以前と比べて活気がある。学生の部活動も通常に戻っているせいや、買物に来る学生が増え、近隣からも毎日来店する客が増えている。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ和らぎ、人流も回復しつつあるため、来客数も上向きになる。ただし、海外情勢の変化で衣料品の素材価格が高騰し、粗利の良くない状況が続いている。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツを約2年にわたって買わなかった客が、サイズも変わったため、新しいスーツを作ろうという雰囲気になってきている。
○	家電量販店（人事担当）	・今年は猛暑の予想であり、エアコンなどの季節商材の販売増加が期待される。ただし、半導体不足や中国のロックダウンの影響が長引く懸念もあり、供給の停滞が予想される。
○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・医薬品や化粧品の売上は好調に推移している。食品や日配品のほか、マスクなどの衛生用品の動きも引き続き堅調である。今後は気温の急激な上昇により、夏物商材や飲料などの売上は増加が見込まれ、景気は緩やかに回復していくと予想される。
○	高級レストラン（企画）	・県民割などで関連需要が高まるほか、海外からの入国規制の緩和でインバウンドも微増となる。
○	一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスへの対応が徐々に緩和され、来客数が戻ってきたため、今後も売上は良くなると予想される。ただし、エネルギー価格や原材料価格の高騰といった不安材料があり、先行きには不透明な部分もある。
○	観光型ホテル（経営者）	・観光業者は新型コロナウイルスの影響をまともに受けており、非常に悪い状態が2年も続いている。それに比べると、少し落ち着いてきたと感じる。
○	観光型ホテル（客室担当）	・まだコロナ禍の影響が続いており、単価が戻らない。
○	観光型旅館（経営者）	・ブロック割のルールが厳し過ぎる。利用者数が増えなければ、割引制度の変更などで業界の景気も左右されるため、先行きの見通しが立たない。
○	観光型旅館（経営者）	・ようやく6月1日から、大阪で府民割が始まることに期待している。
○	観光型旅館（団体役員）	・コロナ禍の収束の兆しが出てくれば、期待感は大きく高まる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は1テーブル辺りの人数規制がなくなり、円卓での食事を希望する客が戻ってきている。一方、レストランは新型コロナウイルスの感染対策で間隔を空けなければならず、席数は増やせないままである。客室の動きも、ビジネス利用が戻ってきているものの、Go Toキャンペーンに代わる政策がなければ、稼働率の底上げは進まない。直近は、宴会、レストラン共に派遣社員やアルバイトの応募が減少しており、人手が厳しい状況である。

○	都市型ホテル（管理担当）	・自粛ムードから解放されたことで、経済が活発化することを期待している。
○	都市型ホテル（客室担当）	・京都駅は週末の人流が増えている。新型コロナウイルスの感染拡大を恐れ、外出を控えざるを得なかった層にも動きが出ている。リモートワークは定着してきたが、ビジネスで現地に行く必要がある人の動きは回復する。
○	都市型ホテル（総務担当）	・レストランのディナー利用や、会食を伴う宴席の予約も、徐々に増加傾向となっている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・海外からの入国規制の緩和で、インバウンドの増加が予想されるほか、夏休みにかけて宿泊客の増加が見込まれる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室稼働率の推移は、本当に良くなっているのかどうかは不透明である。右肩上がりではなく、相変わらず横ばいが続いている。6月に府民割の開始に合わせて、宿泊とステーキ食べ放題のプランを始めるため、前回と同じく稼働率は一時的に上がる。そのままの勢いが続いてほしいが、先の動きは読めない。
○	旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま推移し、海外渡航の規制が今以上に緩和されれば、海外旅行の需要も戻ることが期待される。
○	タクシー運転手	・昼間の人出が増え、旅行の案内なども増えてきた。これから外出する人も増えてくるほか、海外からの観光客の動きにも期待している。
○	タクシー運転手	・コロナ禍で落ちた動きはなかなか戻らないが、少しずつ外出が増えて、社会全体の循環も良くなっていく。
○	観光名所（企画担当）	・先行きの不透明感が残るなか、各種の制限が緩和され、緩やかであるが回復傾向が進んでいる。新型コロナウイルス発生前には届かないまでも、それに近い状況まで戻ることを期待している。
○	遊園地（経営者）	・3年ぶりに行動制限のないゴールデンウィークを迎えられ、回復傾向にあることは間違いないが、平時との比較ではまだ減少幅は大きい。新型コロナウイルス発生前の水準には、もはや戻らないと改めて実感している。長引くコロナ禍で企業の体力が消耗しきったなかで、アフターコロナを見据えたビジネスモデルに変化できるか、今が正念場であると感じている。
○	ゴルフ場（支配人）	・現時点では来場者数や予約状況が比較的良いため、今後も徐々に良くなる。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・新型コロナウイルスへの不安感が少なくなり、これまでの自粛ムードからの解放感が強い。一時的に消費マインドが高まっているが、物価上昇の影響が遅れて出てくると予想される。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・コロナ禍対応の緩和が進めば、旅行やレジャーでの外出が増えると予想される。
○	美容室（店員）	・マスク着用の要請が緩和され、都市部での人流も増えることで、来客数が増えると予想される。
○	美容室（店員）	・旅行や買物などでの外出が多くなる。
○	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が、ゴールデンウィークの影響を余り受けていない。それに伴い、今後の経済活動も活発になると予想される。
□	一般小売店 [時計]（経営者）	・先行きは不透明で、安易に予測ができない。生活全般に関わる様々な物の値上げが決まっており、時計関係もそれに含まれる。値上げ幅も大きく、販売する側としても厳しい。落ち着く先がどこにあるのか、日々手探り状態で過ごしている。
□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・まだまだ予断を許さない状況であり、値上がりとなる商品も多いため、困っている。
□	一般小売店 [雑貨]（経営者）	・消費意欲に加え、実際に使用できるお金も少ないと感じる。また、価格の高騰などで先行きが見通せず、余裕のある人もお金を極力使わないようにしている。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・着物はぜひたく品になるほか、コロナ禍や世界情勢の悪化により、状況が良くなることはない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・百貨店も厳しいが、取引先の業績も厳しい状況にある。投資の抑制や、取引先からの派遣店員の削減、店舗の撤退、商品生産の抑制などが続き、今後は百貨店の業績にも少なからず影響が出る。また、世界情勢が不安定であり、所得の増加も大きく望めないなか、物価上昇もあって、購買意欲は更に低下する可能性がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善傾向にあるが、消費動向やライフスタイルの変化があり、厳しい状況が続くと予想される。さらに、原油価格の高騰やロシアのウクライナ侵攻による影響もあり、当面の景気は厳しいものとなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・ゴールデンウィークと同様に、前年よりも人の動きは活発になるが、完全には新型コロナウイルス発生前には戻らず、現在と同じような水準が予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・衣料品や季節商材は堅調に推移しているものの、不安定な世界情勢のほか、原材料価格の高騰による物価の上昇など、消費者の財布のひもが固くなる要素が増えている。先行きが楽観できない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・急な変化ではなく、少しずつ変化することが予想される。食品スーパーに対する特需の期間は、既に終わったと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・暑くなってくるとかんきつ類やスイカなどがよく売れる。夏は野菜の種類が減る一方、果物がよく売れるようになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・コロナ禍の落ち着きや、値上げの影響など、まだまだ食品スーパーにとっては不利な条件下での競争となり、厳しい状態は避けられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・客単価の低下は今後も続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・内食需要は、新型コロナウイルス発生前と比べて減少するものの、一定の規模は残る。夏休みに向けて、旅行やレジャー支出が増加する一方、いわゆるリベンジ消費もあり、消費マインドは比較的高くなると予想する。ただし、物価の上昇やガソリン価格の高止まりが消費の冷や水となる可能性もあり、一方的に増勢が続くかどうかは、若干の懸念がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・10月にも商品の値上げが予想されている。賃金は上がらないのにインフレ状態が進むため、景気が良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・現在の物価やエネルギー価格の上昇は長引くことが予想される。客の購買意欲は当面低いままと予想され、スーパーにとっては厳しい状況が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気が上向く要素はないが、今すぐに大きく悪化するとも思わない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・コロナ禍やウクライナの情勢不安、物価上昇などによる消費マインドの冷え込みが、まだ回復するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・ボーナスの支給時期になると、例年は購買意欲が高まって景気が上向きになるが、今年はそうでなく、できるだけ消費を少なくする傾向が進む。物価の上昇や光熱費の値上げのほか、ガソリン価格の高騰など、様々な経路で消費者にダメージが及ぶ。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・最近では値上げとなる商品が多過ぎる。所得は増えない一方、物価だけが上がっていく傾向が顕著である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍関連の規制緩和が目立つようになり、人が動きやすくなると期待している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍については、感染状況から判断すると徐々に収束に向かっていると感じるが、完全には収束していない。また、ロシアのウクライナ侵攻も続くなか、物流は遅れがちで、半導体不足や人手不足も続いている。今後もしばらくは景気が良くならないと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・今後の受注についても限定的である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新車は引き続き減産傾向にあるため、状況は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・毎週のように、半導体不足を理由に生産遅延の連絡がくる。ウクライナ危機だけでなく、上海のロックダウンなど、厳しい状況に終わりがみえない。

□	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	・以前の価格からはなかなか値上げできない。来客数を増やすためには、やはり価格を安くする必要がある。
□	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・ウクライナ情勢などの不安要素が解決しなければ、安心感が出てこない。
□	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・休日などは人の流れが戻ってきているものの、円安などの影響でコストは上がったままである。販促につながる商品も乏しく、来店客の購買意欲を上げる手段が見当たらない。
□	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・季節が変わるため、少し受注が増えると予想されるが、今の状態をみるとそれほど期待できない。
□	高級レストラン (スタッフ)	・座席数には限りがあり、まだ全ての席は埋められないため、状況が劇的に変わることはない。
□	一般レストラン (店員)	・自治体の飲食業向けのキャンペーンが終わり、次の支援策の予定はないため、先のことは分からない。
□	旅行代理店 (従業員)	・Go To Travel がなかなか実施されず、消費者の動きは鈍い。
□	旅行代理店 (支店長)	・夏休みに向けて需要が伸びてほしいが、物価の上昇や景況感の不安などで、客の出足は非常に遅いため、今と変わらない状況が予想される。
□	タクシー運転手	・コロナ禍の影響で、企業の営業活動によるハイヤーやタクシーの利用が、やや減少傾向となっている。
□	通信会社 (社員)	・機種変更に伴う需要が減っている。
□	テーマパーク (職員)	・今の政府になってから株価は下がり続け、経済政策も基本的に何もやっていないように感じる。少なくとも景気を良くするための政策は見当たらないため、悪くなることはあっても、良くなることはなさそうである。
□	競艇場 (職員)	・売上は全国的に、高水準での推移が続いている。特に、電話投票やインターネット投票の勢いは安定しており、しばらくは現状維持が予想される。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・株式や為替、債券といった金融市場の動きが不安定なほか、エネルギー価格の上昇も足かせとなる。ウクライナ危機の早期解決も期待できないなか、不安な要素が多過ぎる。
□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・依然として、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数は多く発生しているが、イベントの入場規制がなくなって満員に近くなり、以前のにぎわいが戻りつつある。なお、3か月後の状況は不透明であるため、ほぼ現状と変わらないと予想している。
□	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロマオイルマッサージでは服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
□	住宅販売会社 (経営者)	・様々な物の価格の高騰が、いつまで続くか分からない。
□	住宅販売会社 (経営者)	・コロナ禍は収束に向かうと予想されるが、ウクライナ問題が長引くため、楽観的な展望はもてない。
□	住宅販売会社 (従業員)	・円安や低金利を背景に、海外投資家による我が国の不動産への出資意欲は非常に高い。経済環境が大きく変わらない限り、購入意欲の旺盛な状況が続く。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・受注は回復傾向にあるが、資材価格の高騰が徐々に浸透している。販売価格に転嫁する必要があるため、受注の減少が心配である。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・客からは、物価の上昇や、それに伴う景気後退の話がよく出てくる。その様子を見ると、数か月後に景気が良くなるとはとても思えず、むしろ悪くなる可能性が高いと感じる。
▲	百貨店 (売場主任)	・原料やエネルギー価格の上昇による値上げの動きがピークを迎え、影響が拡大する。早期にウクライナ危機が終結するとも考えにくく、引き続き消費マインドが抑え込まれると予想される。
▲	百貨店 (企画担当)	・値上げによる買い控えの傾向が、徐々に強まってきたように感じる。
▲	スーパー (経営者)	・3月からの値上げラッシュの影響で、単価の上昇が幾分みられるなか、燃料価格の高騰などで消費者の負担が大きくなっており、消費が落ち込んでくると予想される。

▲	スーパー（経営者）	・今後も飲料やパンなどの値上げが相次ぐ。今年の春闘は好調といわれているが、わずか2%強の賃上げでは、食品や燃料費の値上げだけで吹き飛ぶ可能性が高い。一方、経営面では光熱費を中心に費用がかさみ、営業利益がかなり圧迫されることが予想される。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス対策の緩和による、レジャーや観光需要の拡大と、食品やガソリン価格の値上げによる買い控えのせめぎ合いは続く。
▲	スーパー（店長）	・コロナ禍の影響は緩和に向かっているが、原料価格の高騰により、食料品の販売は低迷が予想される。
▲	スーパー（店員）	・商品の値上げが増えて、売上が落ちている。周囲に競合店が多いため、今の状況をばん回するのは難しい。
▲	コンビニ（店長）	・電気代やガソリン代のほか、当店で扱っている大半の商品が値上げの傾向にあり、買い控えがいつ始まるのか不安である。
▲	コンビニ（店員）	・店舗の近くにある高速道路が、リニューアル工事で3年間通行止めになる予定であり、う回などで交通量が減る。
▲	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くことで、客の購買意欲の低下が心配される。
▲	家電量販店（店員）	・まず商品が安定供給できない限り、改善は見込めない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍は収まってきたが、商品の供給不足に苦しんでいる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰や部品の値上がりに加え、部品自体が入ってこない。新車の納車が半年～1年待ちのため、新車も売れず、中古車の価格が高騰している。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・消費財などの値上げによる家計への負担は大きいと、景況感は今後悪化する。
▲	一般レストラン（経営者）	・世間は値上げラッシュでも、個人店舗はなかなか値上げができない。消費者の財布のひもは固く、家族での外食の機会はますます減る傾向にある。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げによる影響はすぐに出てくる。消費者は自由に外出し始めた一方、今後は様々な物の値上げによる打撃も受ける。
▲	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）	・今後もウクライナ危機の行方は良い方向に進まず、物価の上昇や消費の減少につながる。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・土地価格の上昇に加え、住宅資材価格の高騰があらゆる部材に及んでいるため、住宅価格の高騰は更に加速すると予想される。そのため、実需物件の販売は減速が進む可能性が高い。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・あらゆる物が春から値上げとなり、蛍光灯やガムテープなどの消耗品も購入費がかさんでいる。電動工具やバッテリーも価格が数千円上昇しており、厳しい状況である。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・ウクライナ危機による影響が出る。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・値上げによる家計への影響が出ており、花を購入する余裕がなくなってくる。
×	衣料品専門店（経営者）	・自由に外出できる体制を作してほしい。ワクチンの次は治療薬の利用が広がらなければ、客は来ない。
×	衣料品専門店（経営者）	・ウクライナ問題で物価の上昇が進んでいるため、アパレル業界の厳しい状況は今後も続く。
×	家電量販店（企画担当）	・今の状況が続くと、部品関連などの会社にも影響が出ることが予想される。連鎖倒産などを意識しておかなければ、大変なことになりかねない。
×	住関連専門店（店長）	・あらゆる経費や原価の高騰が止まらず、利益を大きく圧迫している。
×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・電気代やガス代を始め、あらゆる物価がどんどん高騰している。特に、小麦相場の高騰により、パンなどの値上げがますます進むことになる。
×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・今までのような営業を続けていても、売上が見込めない。商店街には企画力が不足しており、衰退に向かわざるを得ない。

	×	競輪場（職員）	・ロシアのウクライナ侵攻やコロナ禍の影響で、物価が軒並み上昇している。賃金が物価の上昇に追い付かず、その悪影響を覆すような要素は見当たらない。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅市場は建築資材価格の高騰などで建築単価がはね上がっており、今後はより一層厳しい状況になりそうである。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・余りの速さで円安が進んだため、すぐには対応できず、販売価格にも転嫁できていないため、現在は取引が逆ザヤに近い状態である。今後は販売価格への転嫁や、船の運賃の適正化などで利益を確保し、売上の増加につなげるよう努力していく。
	◎	広告代理店（営業担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏に向けて少しずつ回復の兆しが見られる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・今後もまん延防止等重点措置の適用がなければ、売上は新型コロナウイルス発生前まで戻り、景気は少し良くなる。
	○	繊維工業（団体職員）	・各種イベントなどが再開されているため、受注の増加が期待できる。
	○	化学工業（管理担当）	・上海のロックダウンによる影響の緩和が予想される。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・前月までは極端に売上が減っていたが、今月は大型案件が受注できた。今後の景況は良くなることを期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・日系の海外企業からの、搬送設備の引き合い案件が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	・プラスチックや金属関連の工場からの荷物が増えている。不安定な海外生産から国内生産に切り替える動きが出てきている。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年に入ってから、Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を上回る動きが続いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料や資材の全てが値上がりしており、入荷も遅れている。一部を除き、全体的な減産の動きが広がっている。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・様々なキャンペーンや企画が動き出しており、緩やかな回復が進むと予想している。
	□	化学工業（企画担当）	・ウクライナ危機が長期化し、世界的に食品原料の価格が高騰している。作付けなどの問題もあり、改善には長い時間が掛かると予想される。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・円安やウクライナ危機、半導体不足と、製造業にはマイナスの要素が多い。何とか営業力を駆使し、業績の良い取引先にアプローチするほか、仕事のある分野にシフトすることで、現状維持を目指す。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品の供給が滞っている。このままでは、せっかく入った受注もキャンセルをするしかない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行き不透明感が強まっており、景気改善の見通しが立たない。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・一時期に比べて、新型コロナウイルスの新規感染者数は少なくなり、当組合の行事も平常時に戻りつつある。ただし、国際情勢の悪化による原油相場の上昇や円安の影響で、原材料価格が高騰しており、販売価格に転嫁できた場合も、発注数が減少するといった弊害が生じている。
	□	建設業（経営者）	・建設業界もコロナ禍やウクライナ危機、円安の影響を大きく受けている。また、中国でのロックダウンによる建設資材関係の納期への影響も、再び出てくる。中国の日系工場の休業でどの製品に影響が出るのか、明確に把握できていない。
	□	建設業（経営者）	・問合せが増えている一方、資材価格の高騰による悪影響もある。全体としては変わらないが、需要はあると考えられる。
	□	輸送業（営業担当）	・商品の納期が早まらなければ、配達が増えない。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年、この時期は家具の販売が低迷する。	
□	金融業（営業担当）	・原材料価格の高騰や、電子基板などの生産縮小のほか、仕入れもまだまだスムーズに進まない状態が続くため、景気の回復には時間を要する。	
□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いており、消費は回復していくと予想されるが、ロシアによるウクライナ侵攻の影響で物価の上昇が進むため、当面の景気は今と同じような推移が続くと予想される。	

□	金融業 [投資運用業] (代表)	・早期にウクライナ情勢が落ち着くとは考えにくいほか、円安や物価高の影響を払拭し、景気浮揚に向かう体力があるのは一部の業種に限られる。ただし、インバウンドの入国規制の緩和や、コロナ禍の収束といったプラス材料もあり、全体としてどちらに振れるかは不透明である。
□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数には減少傾向がみられるが、各種の値上げがウクライナ危機によって加速することから、景気が良くなるとは考えにくい。
□	経営コンサルタント	・コロナ禍の状況は変わらない中で、特定の業種や、必死の努力をしている企業は生き延びていく。ただし、多くの企業は生き残り戦略を打ち出せず、現状維持が精一杯である。
□	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・周囲からも、以前のように忙しくならないという声がよく出ている。
□	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・食品メーカーなどによる値上げが気になるが、今のところは大手の小売各社による価格の据置きで、値上げの実感は余りない。今秋頃から、その影響は徐々に出てくると予想される。
□	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・値上げや納期遅延といった動きは、現状のまま変わらないと予想される。
▲	食料品製造業 (従業員)	・原材料や資材の値上げ交渉がほぼ決着し、6～7月にかけて製品の原価が上がってくる。今後、当社はしばらく製品価格に転嫁できる状況にはないため、コストの上昇に対応できない。ただし、製品価格に転嫁できたとしても、売上は落ちることになる。
▲	繊維工業 (総務担当)	・これから物価の上昇が本格的に始まる。経費の見直しや工程の無駄をなくすなど、ますます工夫していく必要がある。一方、売上が前年の70%と低迷するなかで、利益の確保が非常に難しい。
▲	繊維工業 (総務担当)	・原材料コストや経費の増加などで利益が圧迫されている。今後もこの傾向が続くと予想される。
▲	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・ウクライナ危機が長引くなか、ロシアへの制裁の強化が予想される。その結果、円安基調も重なり、国内の物価上昇が続くことになる。各社がスムーズに値上げ交渉を受け入れてくれればよいが、難しい場合もある。その場合は消費意欲の減退が予想され、しばらく景気はやや悪化傾向となる。
▲	金属製品製造業 (経営者)	・半導体などの各種部品の入荷が遅れ、工場の稼働率が全体的に低下している。
▲	金属製品製造業 (営業担当)	・原材料価格の高騰によるコストアップに対し、販売価格への転嫁が進まず、採算が悪くなる。
▲	一般機械器具製造業 (設計担当)	・ウクライナ情勢が日々悪化しており、その影響が出てくる。
▲	電気機械器具製造業 (営業担当)	・部品の納期が伸びているほか、仕入価格の値上げに対して、販売価格に転嫁できない。
▲	電気機械器具製造業 (営業担当)	・コロナ禍とウクライナ危機の影響で、材料価格が高騰している。
▲	建設業 (経営者)	・これ以上、建築資材価格の値上げが続けば、契約の見直しや延期も出てくる可能性がある。住宅の新築やリフォームについても、時期を見直す客が増えそうである。
▲	輸送業 (経営者)	・輸入の遅れもある程度は落ち着くため、一定の受注は期待できる。一方、雇用調整助成金の期限到来で、今後は会社の負担する給料が増えることになる。
▲	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・商品の値上げや納期の遅れが続いているため、景気の良くない状況が続く。
×	化学工業 (経営者)	・強烈な再値上げの動きが見られる。価格が転嫁できなければ経営が厳しくなる一方、値上げをすれば売上の減少が予想されるため、これから景気は悪くなる。
×	電気機械器具製造業 (経営者)	・ロシアによる暴挙で、これだけ多くの人が不幸になることに恐怖を感じる。
×	通信業 (管理担当)	・物価上昇による影響で、景気は悪化する。
×	不動産業 (営業担当)	・コロナ禍はほぼ収束しているが、原油価格の高騰で原価が上がる一方、販売価格への転嫁できない。物価の上昇で来客数も減少するなど、まだまだ景気は悪くなっていく。
×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響などで、世界情勢が混とんとしている。

雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・派遣依頼件数の増加が続いている。
	○	人材派遣会社（役員）	・食料品や資源価格の上昇が進んだとしても、物価上昇率は2%程度にとどまる。参議院選挙後はコロナ禍への対応が緩和されると予想されるため、景気は上向いてくる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・訪日外国人客数の増加期待など、観光産業にもようやく明るい兆しがみえ始めた。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数のリバウンドや、世界情勢の悪化による物価の上昇など、不安材料も多い。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期に向けて、回復が更に加速すると予想される。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響や原油相場の高騰による問題もあるが、今の状態であれば、回復傾向が進む。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・材料費や輸送費といった企業のコスト負担の増加は、しばらく続く予想される。その一方、新型コロナウイルスの水際対策が緩和され、6月以降は外国人観光客にも段階的に広げられる。それに伴い、インバウンドの増加による一定の経済効果が期待できる。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	・これまでの悪化の大部分は回復に向かうと予想されるが、リスクが拡大する可能性もあり、先行きが見通せない。
	□	人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィーク以降に新型コロナウイルスの感染状況が改善し、企業の心理にプラスとなっており、先行きについて強気になりつつある。この状況が続くようであれば、第2四半期の7月頃から本格的な右肩上がりの動きにつながっていく。ただし、コロナ禍の状況次第であり、収束の見極めができるかどうかで変わってくる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の数は変わっていないため、取り合いになっている。
	□	アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事が減っている状態が続き、増える見込みもない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ようやくコロナ禍から抜け出しつつある一方、円安やウクライナ危機の長期化による原材料価格の高騰で、国内でもこれから本格的にインフレが進行すると予想される。世界情勢は激しく動いているため、今後の景気はどちらの方向にも動く可能性がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の出稿は、前年比で90%と前年割れが見込まれる。まだまだコロナ禍の影響が続いていると感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きは不透明であるものの、良くなる要素と悪くなる要素が存在し、どちらともいえない状況が続くと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が増加し、景気回復への期待から新規求職者数も増えている。特に高齢者の増加が目立つが、生涯現役社会の実現に向けた、様々な取組が浸透してきた結果と考えられる。ただし、コロナ禍の影響は続くため、今後も注意深く見守っていく必要がある。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用動向は例年と大きく変わらないが、内定の辞退がどこまで出るかで、今後の求人数が変わると予測される。一方、夏のインターンシップの広報は前倒し傾向であるが、理系や土木建築系など対象を限定した物も多く、学生の選別が進んでいるようである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ウィズコロナが浸透し、円安などの影響はあるものの、採用を始める企業が増えているため、今後数か月は大きな変化はない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・コロナ禍の影響が薄まりつつあるなか、先を見越した求人の申込みや、これまで活動を控えていた求職者の申込みが増えている。前年は緊急事態宣言が発出され、ワクチン接種前で慎重な動きが続いていたが、その反動だけでなく、求人と求職の両方の活発化という、明るい兆しがみられる。一方、原材料価格の上昇や供給網の混乱、円安による収益圧迫、海外経済の減速といったマイナスの要素が企業活動に影響を及ぼすことが懸念されるほか、求職者数の高止まりなどから、求人と求職がきつ抗する状況は続くため、急激な回復は期待しにくい。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・以前の生活に戻る期待が高まる一方、物価上昇による生活の圧迫で、消費活動に制限が掛かってくる。今のところは後者の影響が上回ると予想している。

▲	職業安定所（職員）	・石油関連や食料品、原材料の価格高騰を心配する事業主が増えている。
▲	職業安定所（職員）	・ウクライナ危機やインドの猛暑で農作物が不足し、物価が上昇している。個人消費は伸び悩むため、特に小売や外食などの内需型の業界は厳しい。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏に向けて求人が一段落し、特にコロナ禍の特需による求人が減ってくる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の決算発表は好調であるが、今後は物価上昇や米国の株価の下落などが、我が国の景気に悪影響を及ぼしそうである。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・地政学上の問題に改善の兆しが見られるまでは、停滞が続きそうであるが、解決が進めば一気に回復すると予想される。
×	—	—