

1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3年ぶりに行事や催事などへの需要が多くみられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・前年と比較して輸送量が大幅に増加している。今後についても期待が持てる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除以降、徐々に来街者、来客数が増えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークに遠出しなかった人が多く、街中は比較的多くの客でにぎわった。ただし、客の購買意欲は低く、天候が崩れたせいもあって、予想ほど売上が伸びなかった。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの第6波の沈静化に伴って売上も回復傾向にある。ただ、まだ本来の状況にはなく、そこまで戻るには時間が掛かりそうだ。
		百貨店（営業販売担当）	単価の動き	・衣料品、服飾雑貨などに動きが出てきた。単品ではなくセットアップでの購入が増えていることで客単価も上向いている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数の動きをみると、2月が前年比89%、3月が前年比92%、4月が前年比93%、5月が26日時点で前年比92%となっており、余り変わりなく推移している。一方で、買上客数は2月が前年比96%、3月が前年比97%、4月が前年比109%、5月が26日時点で前年比112%と徐々に回復しつつある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスへの理解が深まっていること、感染対策としての規制が緩和されつつあることから、景気はやや良くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年はまん延防止等重点措置や緊急事態宣言があった月であり、それと比較すると衣料品や化粧品、トラベル用品などの動きが顕著となっている。食品はまとめ買いが減ったことで客単価が低下しているが、来客数が増えていることで売上は伸びている。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間を中心に観光客や帰省客による需要が増加しており、活発な商戦となった。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・観光客の数はそれほど変わらないが、蓄電池、送電線、風車などの工事関連の動きが活発化していることがプラスとなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・人の動きが出始めており、前年並みの水準まで売上が回復している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の買物の様子を見ると、欲しくて購入するというよりも活動するために買うという傾向が強くみられる。周りが動き始めていることで、売上も徐々に改善している。
		自動車備品販売店（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和により人流が増加している。客と談笑しながら旅行の計画などを聞く機会も増えている。自社には直接関係ないが、経済的に良い方向に進んでいることがうかがえる。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中は思ったほど来客数が増えなかったが、新型コロナウイルス発生前の6～7割の水準まで回復している。ただ、昼は良いが、夜が芳しくない。SNSにおいてレストラン料理の画像が増えていることから、集客増への期待も膨らんでいるが、所得の高そうな客の動きは低調である。スタッフ人員は不足しているが、旅館やホテルにおいて宿泊人数などを制限して自粛営業している状況を見ると人員を増やしていく面がある。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりしているなか、感染防止に注意しつつ、行動制限が徐々に緩和されていることから、景気はやや良くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前から桜が開花したこともあって人出が増加している。新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりしているものの、これまでのような移動規制もなく、週末、祝日には待ち時間が出るような状況にある。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・行動制限が緩和されたことで航空機利用者が増加傾向にある。ただ、新型コロナウイルス発生前の水準に届かない状況が続いている。コロナ禍のなか、旅行需要が蓄積されているはずだが、再三、感染拡大が繰り返されていることから警戒感も根強い。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・今までが悪かった分、ようやく動きが出てきた。屋外でのマスク着用方針の見直しなど、政府の指針に伴って雰囲気が変わりつつある。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用や人流抑制もないことから、客の旅行ムードが高まっている。これまで2年間旅行を我慢してきた客層が動き始めている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行の問合せ数が増加している。ただ、予約に結び付かないケースも散見される。旅行したいという熱量は感じるものの、もう少し様子見するという客層もいまだ多い。予約数は4月から横ばいでの推移となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・5月のタクシー1台当たりの売上は新型コロナウイルス発生前の2019年とほぼ同じ水準にまで回復し、前年比は大幅なプラスとなった。ただ、この2年間で高齢化とコロナ禍の影響で乗務員が30%減り、タクシーの稼働が低下しており、会社の売上は新型コロナウイルス発生前と比べると30%減少している。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前は利用者が数百人単位であったが、現在は千人単位まで回復している。ただ、新型コロナウイルス発生前の水準と比べればまだまだである。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・道民割での宿泊旅行が増えていること、各種サークルの活動が再開されていることなどから、以前よりも人の動きが活性化している。それに伴って、客の来店頻度も短くなっており、来客数及び売上が増加している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが収束し、観光客や飲食店などの客が徐々に増えていることから雰囲気が良くなっている。ただ、資材高、金利高などで住宅業界の業績は頭打ちになっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・様々な規制も解除され、経済の回復に向けた動きが様々な業種で出始めているなか、当地域においても車両の交通量が増加している。ただ、有料駐車場の利用状況や人流は、依然として昼夜間共に増加していない。当地域での勤務者からも、旅行にも出掛けない、来街もしないという客が多いという情報を得ている。景気は悪い状態のまま推移している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は来客数が大幅に増加したが、その後は新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりしていることも影響し、横ばいでの推移となっている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・小売業界としてはさほど変化がみられない。売場や客の動きからもそのようにみえる。ただ、ウクライナ情勢の影響で物価の上昇が見込まれるため、今後は不安定な状況になるのではないかと懸念している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・5月前半は客足が鈍かったものの、後半は新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、少しずつ客足が戻っている。一方、海外のロックダウンの影響で部品不足が生じていることで家電もあらゆる分野で商材の動きが鈍くなっており、販売に時間が掛かるようになっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が増減なく推移しており、低レベルで安定している状況が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月に引き続き上海のロックダウンの影響によるメーカーの生産遅れがみられる。予定どおりに納車できないため、売上が立たない状況にある。また、納期が遅くなっていることで客の購買意欲も損なわれている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクに対する世の中の反応もそれほどなくなってきたが、客の来店状況は非常に悪い。これからどのような状態に向かっていくのかさっぱり分からない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・グリーンシーズンに入り、本来であれば本州からの客が増えてくる時期だが、冬季シーズンと同様に予約が伸びてこない。現状、東北地域とのブロック割はほとんど効果がなく、道民割も需要が一巡したことで人が動かない苦しい状況となっている。早期にGo To Travelキャンペーンを実施してもらわないと、夏の旅行シーズンの予約開始には間に合わない。人流抑制3年目を迎えているが、2020年秋以降、観光産業への経済対策が何1つなされていないことに憤りを感じる。限界が近い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・イベント関連での予約キャンセルは減少したものの、全体的な来客数は変わっておらず、変化がみられない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べて景気は変わらない。まん延防止等重点措置が解除された後も客の動きは鈍く、来客数が余りみられない状況が続いている。これからも同じような状況がしばらく続くとみられる。
		通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・競合他社が月額無料をうたったサービスを終了するとの報道発表があった後、想定以上に自社への乗換えが発生したものの、その数も次第に落ち着くとともに、別の競合への乗換えが徐々に増えている。現状は3か月前とほぼ同水準となっていることから、景気は変わらない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・当地の新型コロナウイルスの感染状況は依然として高い水準で推移しているが、この3か月、客がそれほど委縮した様子もなく来店している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームに来訪する客について、契約率の高い状態が続いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の反応をみても、景気は決して良い方向に進んでいない。むしろ、段々と悪い方向へ進んでいる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が大きく好転しているわけではないが、日常生活が取り戻されつつあり、行楽なども回復している。そのため、食品スーパーへの来客数にはマイナスの影響が出ている。さらに、物価上昇の影響で客の買上点数が伸び悩んでいることもマイナスである。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が3か月前よりも低下している。客単価は上昇しているが、商材の値上がりによって単価が上がっていることが要因であり、景気はやや悪くなっている。
		スーパー（従業員）	単価の動き	・食品スーパーにおいては商材の値上がりが続いているため、客単価の上昇と買上点数の減少が顕著となっている。今後もこうした動きは継続するとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・海外のロックダウンの影響で車が入ってこなくなっているため、売上を立てるのが厳しくなっており、3か月前と比べると景気は余り良くない。販売台数が伸びないというのが一番大きな問題となっている。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	販売量の動き	・過去2年と比較しても明らかに景気が悪い。これまでは新型コロナウイルスへの警戒から健康管理に対する客の緊張感が感じられたが、そうした緊張感が徐々に薄れている。
		その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されたことで、ゴールデンウィーク期間中の帰省や旅行が増えたこともあり、Web注文がかなり落ち込んだ。繁忙期となる母の日も、今年はゴールデンウィークと重なることで落ち込みが予想されていたが、予想以上であった。
		タクシー運転手	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたことで、昼間の人流が増え、タクシー利用も増えたが、夜間の出は全く回復していない。まん延防止等重点措置期間中のライフスタイルが定着しつつあることがうかがえる。
		美容室（経営者）	それ以外	・ありとあらゆる物が値上がりしていることで、消費することへの抵抗感が大きくなっている。
	x	商店街（代表者）	販売量の動き	・資材や原料の値上げと前年の農産物不作の影響がダブルパンチで襲っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比366.4%、前々年比1281%と増加しているが、新型コロナウイルス発生前の2019年との比較では43.2%にとどまっている。人出は増加しているが、外国人観光客が皆無なことから、売上は新型コロナウイルス発生前の半分以下となっている。一刻も早い外国人観光客の受入再開を望んでいる。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足や海外の新型コロナウイルス感染拡大に伴う部品供給停止の影響で、メーカーにおいて度重なる工場休止が行われるなど、新車の供給計画が次々と崩れている。増販施策も取りやめとなったほか、新車販売の減少に伴って中古車販売にも商材不足という影響が生じている。非常に厳しい状態が続いている。
企業 動向 関連 (北海道)		*	*	*
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州向け生乳の輸送はますますで推移している。飲料関連、農産製品にも動きが出ている。一般雑貨の物流量も増えており、一般消費行動が旺盛になってくる兆しと捉えている。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・通信料及びITサービス料金は長らく低廉化傾向が続いていたが、明らかな下げ止まり感が出てきている。受注件数や案件数が増加傾向にあることもプラスである。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除に加えて、5月はゴールデンウィークがあったこともあり、人の動きが活発化し、個人消費は持ち直しの動きがみられる。ただ、物価上昇により節約志向が高まっている。こうしたことから、道内景気は力強さに欠けるものの、コロナ禍の影響が大きかった3か月前と比べてやや良くなっている。
		司法書士	取引先の様子	・小型建売住宅を扱う取引先は、季節需要も影響し、取引量が増えている。一方、注文住宅を扱う建築会社では、坪当たりの単価が上がっていることで厳しい状況にある。コロナ禍やウクライナ情勢に伴う資材不足の影響などもあって、資材をいつ調達するかによって業績が大きく変わってくる不安定さもみられるが、平均的にみれば景気はやや上向いている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・5月の売上も3か月前とほぼ変わらない状況にあることから、景気は変わらない。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・公共土木工事は新年度受注分の着工期を迎えており、順調な状況に変わりない。まん延防止等重点措置の解除後は民間建築の引き合いも増えており、技術職員全員の現場配置が完了するなど、順調な状況にある。
		輸送業（支店長）	取引先の様子	・取引先の様子から大きな変化はみられない。
		司法書士	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、ゴールデンウィーク期間中の外出が増えたが、その後も新型コロナウイルスの爆発的な感染拡大がみられないことから、街中には何となく安心感が広まっている。ただ、これまでの自粛モードが一夜にして変わることもないため、景気回復はまだまだ程遠いとみられる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4月に続き5月も前年並みの売上となっている。都心部の再開を中心に民間設備工事の需要は引き続きみられるものの、公共工事は微増での推移となっている。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が予測よりも若干増えているが、安心できる状態ではなく、まだ注意が必要な状況にある。
		家具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ウクライナ情勢、円安の影響で景気はやや悪くなっている。
		建設業（従業員）	取引先の様子	・金属の価格上昇に加えて、原油高の影響、職人不足による労務単価の上昇などが影響し、建設費の上昇が問題となっている。今までは福利厚生面の影響で年間に1割程度の単価上昇であったものが、今では10割程度の単価上昇となることもある。
	×	-	-	-
雇用		-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (北海道)		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が増加傾向にある。販売の求人数は現状維持だが、営業の求人数が増えており、売上拡大に向けて人材確保を急いでいるようにみえる。また、コロナ禍が落ち着きをみせていることで、飲食店などのサービス業界の求人も増えている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・ほぼ全ての業界で前年と比べて求人数が伸びている。飲食店やホテルなど、新型コロナウイルスの影響を受けてきた業界も徐々に増加している。求職者の動きが若干鈍く、思ったような採用状況とはなっていないようだが、採用活動に明るい兆しが出ている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が前年と比べて上向きとなっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・当地における4月の有効求人倍率は0.89倍であり、3か月前と比べると0.03ポイント上回っている。
		学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスで苦しんでいた業種にも光が差し込んでおり、新型コロナウイルス発生前ほどではないが、採用活動が活発化している。旅行業など、新卒採用にまだまだ慎重な業種もあるが、平均的にどの業種も採用意欲が高くなっている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	それ以外	・求人数は前年とほぼ同じである。当地では新型コロナウイルス新規感染者数がいまだに多いことから、住民の意識に不安が残っており、回復が遅れている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・まん延防止等重点措置など、行政による制限もないため、経済活動の動きが活発になっている。ただ、原油高や資材価格高騰などの影響もあって、経済が好転している印象までではない。やや足踏み状態での推移となっている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	・当地の基幹産業である建設業、医療介護が引き続き堅調に推移している。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・4月の新規求職者数が前年から5.5%増加している。新規求人数も前年から4.4%増加している。懸念材料はあるものの、業況が堅調な企業を中心に求人が増えている。
			*	*
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・2~3年ぶりに来店した客の購買が、日々の売上に貢献している。
		その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・学校行事や祭り等が再開されており、外出する機会が増えたためか需要が増えている。しかし、ガソリン価格の高騰や各種値上げで、遠出よりは近場で済ませている感じがある。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍で客がなかなか戻らなかったが、ゴールデンウィークを中心に客が多少回復している。2019年実績にはたどり着いておらずまだまだ少ないが、方向性としては徐々に客が戻ってきている状況である。
		一般小売店[医薬品] (経営者)	単価の動き	・平日の売上の動きが大変良く、客単価も前年と比べて上向きになっている。2019年と比べれば少し落ちるが、元に戻りつつある。
		一般小売店 [酒](経営者)	販売量の動き	・行動制限のないゴールデンウィークとなり、帰省客を含めた県外からの観光客が多く訪れた。祭りが3年ぶりに開催されたことも影響し、久しぶりに客先の宿泊施設も満室になった。客先への販売量も増加となっている。
		百貨店(経営者)	販売量の動き	・特にゴールデンウィーク期間中は県外からの客が増え、久しぶりにファッション領域の商品も活発に動いた。また、資産価値の高い高額商品の動きは引き続き良く、全体的にリベンジ消費とも読み取れる動きがみられた。
		百貨店(売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりしているが、しばらく不調だったビジネス関連が稼働したほか、カジュアル系のまとめ買いもみられる等、購買意欲が高まっている様子が見られる。
		百貨店(催事担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス3回目のワクチン接種が進むとともに、ウィズコロナの生活様式が浸透し、高齢層の来客数も増えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（計画担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染が若干の落ち着きを見せるなかで来客数の上昇が見て取れる。また、依然旅行等の動きはみえないため、近隣での高付加価値消費が加速的に増している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークもあり、県外からの来客を期待していたが、まだ動きは弱い状況であった。しかし、土日の人の動きは少しずつ増えてきており、夜間の人出も若干増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・少しずつ来客数が戻ってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は依然あるが、人は動き始めているようである。ゴールデンウィークも3年前には戻らないが、ある程度近い売上まで戻りつつある。特に週末の来客数が上がってきているので、やっと今後の経営に光が差してきた。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は横ばいだが販売量は増加傾向にある。結果として新型コロナウイルス発生前の販売額に戻りつつある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向に伴い人の動きが良くなってきている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・県民割により売上増加があったことに加え天候も良く、好転している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、行楽客、帰省客の動きが出てきており、来客数の増加につながっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月前半はゴールデンウィークもあって家族で過ごす日が多く、洋服を買う自分だけの時間は作れないようであった。コロナ禍にも少しずつ慣れ、気温も上昇して天候の良い日には来客数も増えてきている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3月は卒業、入学、入社といったことがあり大変良かった。そのまま4月も一般のビジネスマンの動きが良かったが、ゴールデンウィーク以降は多少落ち着いてきた。婚礼やお悔やみ事に出席する人が多くみられ景気はそれほど悪くないが、一服状況にあるようである。景気が悪い方についているという実感はない。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・旅行、仕事、ふだん着と、用途やモチベーションに準じた需要が戻りつつあるが、物価高に準じた賃金の上昇がない企業が多いことから、消費に慎重な姿勢を見せている消費者が多いようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ウィズコロナが定着し、冠婚葬祭の需要が活発になってきている。また、会議、出張が回復したことで、ビジネス衣料の需要も増えてきている。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後も大幅な感染拡大はなかったため、来客数も微増ではあるが上昇傾向にある。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産にある程度の回復が感じられる。それに伴って登録台数も伸びてきたため、単月で新車部門は前年超えの実績になっている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注量が増加している。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動規制が解除され、人々の経済活動も新型コロナウイルス発生前にやや近づいてきている。そのため、我々も多少は安定した商売ができるようになってきている。
		その他専門店【食品】（経営者）	来客数の動き	・少しずつだが人が動き出している。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・感染症対策の緩和により、連休中の出荷は大幅に回復した。しかし、価格の高止まりにより販売数量は中旬以降伸びず、後半は従来の感染対策強化時と変わらない推移となっている。
		その他小売【ショッピングセンター】（統括）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、新幹線を含む旅客流動がかなり順調に伸びてきている。それに伴い、来客数も上向きになっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が倍増している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策のための会食の人数制限が解除されたことと、マスクの規制がやや緩くなったことで、会社関係の4～5人が7～8人の団体が若干戻りつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3年ぶりの規制のないゴールデンウィークで、来客数が非常に多かった。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・行動制限がなくなったこともあり、少しずつではあるが活動再開の兆しがみえてきている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の来館数は、新型コロナウイルス発生前の2019年並みであった。通常、ゴールデンウィーク後の平日は来館数が下がるが、今年に限っては40%を月末まで維持している。新型コロナウイルス発生前よりも高い水準を維持している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人旅行は国内近場よりも遠方を希望する客の方が増加傾向にある。海外は様子見の状況である。団体旅行は月に数件程度ではあるものの動き出している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割が6月30日まで延長となったことで、ややではあるが販売が伸びている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク商戦終了後も県民割の好影響で5月末までの休前日を中心に販売が進んだ。また、6月末まで延長となった県民割の受付と同時に6月の需要も活発化している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がいまだ多いなか、個人旅行やコンサート、学会、修学旅行が開催されており、1日当たりの乗車回数も増加している。ゴールデンウィークから人の移動が多くなり、中距離の利用者の割合がゴールデンウィーク前と比べ3割増しとなっている。
		観光名所（職員）	販売量の動き	・来客数、乗船予約等はさほど増えていないが、来店客の買物頻度が増えている。レジの登録客数と乗船人数を比較すると、単価は高くないが、より多くの客が何かを購入しているという数字が出ている。回復に向かっているという感じがある。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・3月から新型コロナウイルスへの警戒心理が収まりつつあり、ゴールデンウィーク後半の好天にも恵まれて、新型コロナウイルス発生前に近い水準に戻ってきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・気候も良くなってきたので、2月頃と比べると景気は良くなっている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	来客数の動き	・来店客を含めて人の動きが戻ってきているため、販売件数、販売額共に3か月前よりも増加している。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はビルトインコンロ、給湯器の交換工事が増えている。リフォームは資材、商品の納品遅れにより工事が減っている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・夏に向けて祭りやイベントの開催等、日常生活が少しずつ戻りつつあるが、電気・ガスの料金値上げや、原材料の価格高騰による食料品の値上げ等により消費意欲が減退している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・価格が上昇したが落ち着いてきている。
		一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・連休が終わり来客数が減っている。
		一般小売店[寝具]（経営者）	販売量の動き	・もはや新型コロナウイルスとは関係ないが、相変わらず低迷している。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも一応の落ち着きを見せ始めて、購買意欲も高まってきた。しかし、価格競争が激しくなっており、安い値段を出せば売れるが、出さなければ売れないという厳しい状況になっている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・1品単価の上昇分で客単価が上がり、売上前年比は101.3%になっている。しかし、来客数はゴールデンウィークが不振で、その後も伸びがないことから前年比98.6%と不振である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置も解除になり、行動制限はなくなったものの、余りにも天候が悪すぎてなかなか伸び悩んでいるところである。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中学・高校の夏制服の売上で何とか予算が達成できそうである。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・故障のための買換え需要は顕著にあるが、新しいものや話題の商品は売れていない。エアコンなどの白物家電は前年並みである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い来客数が減少している。さらに、商品の入荷状況まで悪化している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足の影響で、受注に対し車の生産が追いついていない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注は例年どおりに推移しているものの、メーカーの生産状況は部品の供給不足により数か月変化がない。新車在庫台数が減少しており、売上は遅れている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は微増、受注はそれなりにある。将来の販売につながるものではあるが、現在の収益になるとは言い難い。3か月前とほぼ変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規来客数はほぼ変動がない。土日の展示会で0人のときもある。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・売上は変わらず低迷しているが、少し動きが出てきている感じはある。しかし、実際に大きな数字の動きに結び付いてはならず、飲食店も売場店頭も厳しい状況には変わりがない。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響もなくなりつつあり、少し明るさがみえてきている。しかし、不安要因も多く、地震の影響等もあることから、まだ完全に明るさがみえたとはいえない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当店は企業の客が多いが、大人数での会食を余り推奨していない会社も多く、1人では来店するが、5～6人だと止められているのが現状である。県知事も会食を呼び掛けてはいるが、県庁内では会食は余り良くないとされているという話を聞いている。パフォーマンスばかりではなく、実際にきちんと行われるように促してもらいたい。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・地震で受けた被害が集客に影響している。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク後から新規契約者数の増加にブレーキが掛かっている。特にインターネット関連の通信契約が伸び悩んでいる。競合他社が進めている格安プランやキャッシュバックなどによるキャンペーンに押されて、解約や他社への移行も増えている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前月と同様に物価が上昇している。実質賃金は目減り傾向にあるため、景況感は悪い状況にある。消費税などの間接税の負担が徐々に増している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍やウクライナ情勢などにより、客の設備投資意欲に変化はみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍の警戒自粛意識が緩んできており、外食・旅行が増えつつあるものの、物価高の影響も出始めており、景気が上向きとはいえない。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・様々な要因のなか、ほぼ全ての部材価格が高騰している。併せて火災保険等の諸費用も上がり、前年から計画していた客の受注にブレーキを掛けている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年同月よりは来場組数が増加しているが、新型コロナウイルスの影響で混雑を招く大型イベントの実施が困難で、1日での大きな集客が見込めない状況である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は旅行客も非常に多く繁華街も久々ににぎわったが、5月の第2週からは全く静かになってしまい、3か月前の悪い数値に戻っている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・客層に高齢者が多い関係で、年金給付後の4月の後半から売上が良くなるのが普通である。しかし、前月後半から売上の悪化が顕著になり、5月もその流れのままになっている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・5月は平均1品単価が前年比3%を超えてきた。買上点数も悪く、前年比5%強落としている。来客数も前月より減少している。食品の需要にも悪い影響が広がってきた印象を受ける。全体として消費は予想以上に良くなかった。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・4月から原材料の価格高騰に伴う商品価格の値上げが続いている。客はより価格の安い商品への関心が強くなってきているためか、商品の買上点数が減少している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は伸びているが、客単価が前年比97.7%まで落ちている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（営業担当）	お客様の様子	・来客数は既存店ベースで前年を上回るようになってきたが、買上点数は減少し、客単価も下がっている。値上げ、品不足、供給数の減少も出始め、機会ロスが増加している。価格への意識も高くなり、節約志向は強くなっている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・原油価格の高騰に端を発した物価高だが、連日メディアが値上げを取り上げているため客も神経質になっている。価格を見て買物をするという意識が大変強くなっており、非常に厳しい状況になってきている。
		その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・大分人の流れも戻ってきた感じがあるが、ウクライナ問題、原油値上がり、中国のロックダウンの影響は様々などところに出ている。中国のロックダウンにより縫製工場が軒並み操業を停止しており、しかも船便に至ってはいつ出るか分からない状況で、注文が入っても商品がない。また、ガソリン、重油の値上げで全てのもが値上がりしており、制服の業界も1年おきに値上げしているような状態で、客も困惑している。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・ゴールデンウィークが間に入ったこともあり、3月に起きた地震の被害調査の仕事が全部終わっていないため、仕事量は他社も含めて思ったほど悪くなっていない。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・原油や原材料の価格高騰、円安による輸入価格の上昇は、景気に悪影響を及ぼす。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・値上げされるものが多くなっているため、経費削減要求が強くなってきている。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・最近値上げのニュースを良く耳にする。
		競艇場（職員）	単価の動き	・利用者数に変化はみられないが、客単価が若干落ち気味になってきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・前年の5月はまん延防止等重点措置の影響で売上がかなり落ち込んでいた。今年はそういった行動制限はないが、前年比約95%となっている。なかなか客の再来店の間隔が短くならないという状況である。
		設計事務所（経営者）	単価の動き	・ウクライナ情勢、物価上昇が短期的に改善される見込みがない。建設市場は縮小する。
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	競争相手の様子	・全体的に新型コロナウイルス感染症の影響が大きいとみているが、買い渋りの様子が見受けられる。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・あらゆるものやサービスの値段が上がっているため、消費者は買い控え、節約志向に走っている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークまでは県外客もみられ、人の動きに比例して来客数も上向きになった。その後は新規感染者数が一気に増えたためか客足が途絶えている。新型コロナウイルス対策店認証制度の認証店舗は席数を減らさなければならぬため、客足が増えても売上を伸ばしづらいという課題がある。
企業 動向 関連 (東北)		その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・行動制限がなくなったことで人の動きが活性化している。ゴールデンウィークだけでなく、その後の日常消費、特に外食の分野において顕著に回復がみられる。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比で約160%と伸びているが、新型コロナウイルス発生前と比較すると80%程度の回復である。明るさは出てきたが、原材料・資材費・エネルギーコストが上がり、利益では非常に厳しい。一部商品を2月に値上げしたが、年内に再度の値上げをしないと厳しい状況である。
		食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークは県外客の人流に伴い荷動きが非常に良かったが、ゴールデンウィークが明けてからは落ち着いた感じになっている。
		出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍のなかでも経済を動かそうとする気配を感じる。
		輸送用機械器具 製造業（経営者）	取引先の様子	・増産設備の見積案件の正式発注が出始めてきている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・暖かくなり工事案件は増加しているが、前年比ではまだマイナスの状況が続いている。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型公共工事の受注を獲得している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・諸原料高・コスト高の影響で生産・製造業者の収益環境変化が懸念されるが、コロナ禍による心理的抑制が緩和されており、観光・宿泊も含め市中の消費動向は強めに推移している。
		経営コンサルタント	それ以外	・生活者を取り巻く悪環境は変わらないものの、閉塞感がやや薄れ始めている印象を受ける。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・行動制限がなくなったゴールデンウィーク以降、当地の温泉街にやりにぎわいが戻ってきた。週末から月曜日にかけて、以前ほどの数ではないが、地域外からの来訪者と思われる人たちの姿が目立ってきている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが続いており、3か月前と比べて変化はない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価の値上げ交渉真ただ中であるが、原材料の3度目の値上げが提示されるなど、利益率が縮小する一方である。交渉すればするほど受注量減少につながる等、ダブルパンチからトリプルパンチの影響がある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調に推移している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体の大口価格は従来どおりの推移から大きな変化はなく、半導体製品の開発スパンも当初予定のとおりであり、景気に大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先においては、従来と変わらず修繕費削減に取り組んでいる。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年同月よりは増えているが、前々年のところまでは届いていない。まして新型コロナウイルス発生前には程遠い。新型コロナウイルス感染とウクライナ情勢により、先行きが不透明であり、悲観的な見方をせざるを得ない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応は消極的ではあるが、多少の動きは出てきているようである。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新規感染者数は高止まり傾向であるが、繁華街や飲食店に人が戻りつつある。イベントも一部人数制限はあるものの復活し、旅行マインドも高まっているようである。広告業界としては明るい話題が多くなっている。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、サービス、飲食、小売関係が回復基調で売上が少しずつ伸びてきている。建設関係は良い会社と悪い会社が出てきて、業績にばらつきが出ている。全体の景気としては、やや良い状態を維持している。
		農林水産業（従業者）	取引先の様子	・生産資材が前年比で2割程度値上がりしている。また、農業用重機等の借入れも同様に値上がりしている。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・農業資材や燃料の価格高騰でコスト増となり、収益が圧迫されている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調で出荷減少が続いている。原材料の価格高騰等により当業界も値上げを実施しているが、値上げが浸透するかどうかは今後の課題である。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格高騰の状況が見通せず、消費が冷え込んでいる。
		司法書士	取引先の様子	・取引先ハウスメーカーの営業から、材料等の品不足や値上がりによって販売が厳しい状況が続いていると聞いている。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主力のIT機器デバイスの入荷の遅れがまだ解消されておらず、例年の月販台数の3分の1の状態が続いている。近々解消される予定と聞いてはいるが、代わりになる商材でカバーできず苦戦を強いられている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大手同士の価格競争が非常に激しく、中小企業は困っている状況が続いている。そのようななかでウクライナ情勢や円安、原油高、原料高により原価が一気に跳ね上がっており、毎日値上げ発表のオンパレードである。中小企業はこれに付いていけるか心配している。近辺でも経営難が続いているという話がちらほら聞かれる。
	x	*	*	*
雇用		-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (東北)		人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・イベント会社やイベント関連グッズ、飲食業、アミューズメント、旅行といった新型コロナウイルスの影響を受けていた企業や業種が、この時期、前年に行わなかった大学3年生向けのインターンシップを再開している。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・オーダー数が前年20%以上の回復傾向にある。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・管内の求人受理件数は前月より増加傾向にある。主産業である製造業やサービス業では、人手不足から急ぎ紹介を希望する事業所が増えている印象を受ける。
		学校[専門学校]	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が前週比で減少しており、経済活動も活性化しつつある。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・目先だけではなく、数年後を見据えた採用も一定ニーズあるなど、募集背景が多様化することで求人数は増え続けている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は前年と比較して横ばいの状況である。
		アウトソーシング企業(経営者)	それ以外	・自治体からの受託では人件費分金額を若干上げることができているが、民間からの受託が減っているため、全体としては変わらない。
		新聞社[求人広告](経営者)	それ以外	・広告の取扱状況は低迷したままである。ワクチン接種が進み、行動規制の緩和が進めば景気が上向くと考えていたが、そのテンポが余りに遅く、人の動きも大きく変わっていない。
		新聞社[求人広告](経営者)	周辺企業の様子	・新聞広告の売上が伸び悩んでいる。
		新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・宿泊施設関連の出稿が徐々に増えてきているが、業種全体として上向いてきた実感はまだない。
		職業安定所(職員)	それ以外	・求人数は前年と同等数となっているが、あらゆる物資が高騰しており、今後更に厳しさを増すという声が多い。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・コロナ禍による売上減少、資源価格の高騰等の影響で経営環境が厳しくなり、事業所の閉鎖、事業規模縮小による離職者が増えてきている。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)		都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・少し前から、宿泊部門は新型コロナウイルス前の稼働率に戻ってきていたが、宴会部門にもようやく動きが出てきて、新型コロナウイルス前の60%前後まで戻ってきている。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊に関しては、売上、稼働率が急速に回復してきている。一方で、料飲部門は回復とまではいえない。宴会や大型の会食が動いてこない、非常に厳しい。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、観光地等の人出が多くなっている。飲食店にもぎわいを取り戻し、新型コロナウイルスの警戒感も薄れてきている。
		一般小売店[土産] (経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィークは約2年ぶりに忙しかったが、新型コロナウイルス前の状況と比べると6割程度の売上である。ゴールデンウィーク明けに危惧されていた爆発的な新規感染者数の増加は、現状ないので、個人観光客や修学旅行の団体客が多くみられた月となっている。
		百貨店(店長)	来客数の動き	・5月に入り、店舗への来客数は2けた増を維持している。しかし、来客数増加が売上増加には直結していない。来店しても商材の目的買いにとどまり、店内での関連購買へは至らない。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・売上が回復傾向にある。ただし、新型コロナウイルス前の19年4月と比較すると、戻り切っていない。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・前年比で売上は101%、来客数98%、客単価104%となっている。売上が前年割れしなくなったので、もう一段の伸びを期待したいが、電気代の高騰や人件費の伸びに利益が圧迫され、経営的には難しい。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・飲み会等の制限もなくなり、夜の来客数も増えている。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・セール開催時、以前よりも客単価が上がったように感じるため、やや良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月は前年比107%であったが、今月は90%と振るわずに着地しそうである。販売実績はほぼ一緒だが、金額の伸びがない。中国上海のロックダウンによる部品供給遅延での生産遅延で、商材が供給されにくいことが原因である。商材不足による部分が大きい。商材別では、冷蔵庫80%、洗濯機94%、エアコン70%と前年を下回っている。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当社は周りが観光地で、前月末辺りから今月に入って観光バスが数十台列をなして観光地に向かっているのを見る。「新型コロナウイルスは収束していないが、行動制限が緩和されて、客が来てくれて良くなっている」と、当社の顧客からも聞いている。
		その他専門店 〔靴小売業〕 （経営者）	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスの感染対策が引き下げられて、ゴールデンウィーク以降も客の動きが明らかに増えている。ただし、全てが良いかという地域差があり、厳しいところはいまだに回復傾向になっていない。また、メーカーから次々と値上げの連絡が入っている。商品の生産が間に合わない状態が続いていることが、懸念材料である。
		一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・職場の同僚、家族など、行動を共にするグループ単位での外食が増えている。安心感からか、飲食する様子が以前のにぎわいに近い光景になってきているように見える。
		一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・団体の宴会も動いてきており、問合せ等も増えてきている。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少し増えても、来客数が減らなくなっている。飲食店としては有り難い。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の行動にも慣れてきたようで、旅行者が増えてきている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数もかなり減少傾向となっている。また、県民割の実施や修学旅行などの教育旅行が順調にスタートして、にぎわいをみせてきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏休みを始め、全体的に動き出している。
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークから動きが良くなり、新型コロナウイルス前の売上に近づいてきている。
		通信会社（局長）	来客数の動き	・来店数は4か月前から回復傾向だが、今月も維持できている。また、周囲のイベントや集会が、新型コロナウイルス前の状況に戻りつつあり、気持ちも前向きになりつつある。
		テーマパーク （職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は来園者が増加し、前年に新型コロナウイルスによる行程変更で来園した学生団体が継続して来園する等、回復傾向に進んでいる。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・建設に関しては同業他社や協力業者とも、忙しく動いている。旅客、飲食サービスも一時と比べれば客足が戻ってきている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・価格高騰の影響を受けながらも、消費者が価格上昇を前提に動き出していると感じられる。
		住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、売買物件の問合せと成約が増えている。賃貸物件は外国人の入国緩和とともに、まとめ借りで一気に満室になった案件も出てきている。
		住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・最近、貸店舗や貸事務所の問合せが増えてきた感じがする。まだ契約には至らないものの、引き合いも増えてきている。多少、新型コロナウイルスの状況が良い方向に向かっているのではないかと。
		一般小売店〔精肉〕 （経営者）	お客様の様子	・今月は新型コロナウイルスの新規感染者が減ってきているが、まだ不安定な様子である。様子を見るしかないだろう。それでも、人の動きが少し良くなってきているので、上向きになれば幸いである。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数は依然高い水準で推移しているものの、マスク着用緩和の議論も出始め、徐々にではあるが、消費行動が改善してきていると感じている。ただし、足元では相次ぐ値上げによる生活防衛意識の高まりによって、消費に慎重な姿勢がうかがえる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや落ち着いてきたような気がする。しかし、商店街への来客数が増加してくる様子はなかなかみられない。
		家電量販店(営業担当)	お客様の様子	・自動車関連や製造業の取引先が多く、注文量がまだに激減しており、前年比70%で推移している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・以前なら、新車の販売は少なくとも一定数は確保できていたが、最近是不安定で、先行きが読めない。そのため、整備売上などを伸ばすことで利益のバランスをとっている。
		住関連専門店 (仕入担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス、ウクライナ問題、諸物価の値上げ、これら3つが微妙な感じで相互に影響を与えている。価格上昇による客単価上昇と、生活防衛意識の高まりによる低価格志向という相反する傾向もある。Withコロナの浸透によるレジャー意識の高まりもあるので、相殺し合いながら、消費は横ばいである。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・3月末で店頭カウンターを閉めたため、個人客の動向がつかめない。団体に関しては、幼稚園、小学校等の遠足と修学旅行が実施できる見込みである。
		通信会社(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスは収束に向かってるように思える。かといって、販売先が潤っているわけではないので、営業先からの受注ははまだ皆無である。
		ゴルフ練習場 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動制限がなくなり、来客数は伸びているが、物の価格が上がっているため、客は慎重になっている。
		競輪場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少しずつ減少傾向にあるとはいえ、なかなか収まらない状況で、来場者数に余り大きな変化はない。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業)	お客様の様子	・原材料の値上がりについては、昨今の報道により一定の理解は得られているようである。しかし、見積金額を見てちゅうちょしたり保留になる場面は多い。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・生活必需品の単価は低下しているが、趣味の商材を扱っている当店に来店する客は、積極的に物を買おうという意識は薄く、我慢をしている様子がうかがえる。
		一般小売店[家電](経営者)	販売量の動き	・物価上昇に給料が追いついていないため、買い控えが発生している。また、半導体不足により商材が入ってこない。
		百貨店(営業担当)	単価の動き	・来客数は前年比110%と好調だが、単価は下がっており、売上推移は苦戦している。
		スーパー(総務担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークは来客数も前年を超え、売上は伸長していたが、休み明け以降は、来客数が大幅に減少し、前年を割り込む状況となっている。
		スーパー(商品部担当)	お客様の様子	・食料品の値上げが続き、必要以上の購入は控えている感じが強い。特に、非生鮮系商材は他店と価格を比較した上で購入を検討している感じが強い。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・半導体不足の影響で車両納期の遅延が続いており、売上が立たない状況である。また、商談できる車両が限定されているため、受注も低迷している。
		自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・意図的に物を買う意思がなかなかみられない。突発的な事案によって必要に迫られての買物はするが、計画的に買う様子は感じられない。通行量や来客も少ない。
		住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数が増えておらず、前年割れが続いている。
		一般レストラン (経営者)	それ以外	・物価高騰で仕入価格が上昇しており、客足は戻りつつあるものの利益率は悪い。値上げをするか検討しているが、せっかく戻りつつある客足がまた遠のくのではないかと思うと、簡単に値上げはできない。国の経済政策を早急にお願したい。
		その他飲食[給食・レストラン](総務)	単価の動き	・主業の事業所給食の売上は、新規受託先を加えて安定して推移しているものの、世界的な混乱に加えて天候不順や為替要因等で食材費等が上昇してきており、収支が悪化傾向となっている。クライアント先では食単価、委託費等の取引条件の見直しについての相談には応じてもらっているが、決定、改訂には時間差があるため、当面厳しい状況が続く。
		通信会社(社員)	単価の動き	・物価上昇がどこまで続くのか、気になる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（総務担当）	来客数の動き	・以前なら、1週間先まで来店予約枠が埋まっていたが、土日でも当日に空きがあることがある。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	お客様の様子	・客の6割近くが節約のため安価を優先し、予防整備や完全復元を選ばない傾向にある。新型コロナウイルスやロシア問題に加え、円安の影響がガソリンを始めとした物価高騰を招いており、日常生活に反映し始めている。
	×	衣料品専門店 （販売担当）	来客数の動き	・やっと政府の方針として、マスクを外しても良いという緩和策が出されたが、それ以上に、人流を促進するような具体的な方策がまだ出てきていない。当店の顧客は年齢層が高いので、自己防衛のために、全くと言ってよいほど街に出てこない。当店も毎日のようにゼロベースの売上という数字になっていて、かなり悪い。
	×	都市型ホテル （経営者）	販売量の動き	・マスク生活が改善されない限り、飲食店に客が戻らない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・5月のゴールデンウィークは、観光地でもない地方の街なかにはひっそりとしていて、人通りがなかった。夜も飲食店は休みのところが多い。昼も夜もタクシーの利用客が少な過ぎる。週末の夜に多少動いても、帰りが早い。今月は20日勤務して、売上が40万円に満たない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・他が買わない国債を、500兆円超も買い入れ、国の借金を膨らませる経済政策を取る日銀を、政府の子会社であると元首相が明言している。いざとなれば中央銀行が紙幣を刷れば問題はないという理論がまかり通る政権は、危うい。
企業 動向 関連 (北関東)		*	*	*
		社会保険労務士	取引先の様子	・新型コロナウイルス関連の規制が緩やかになり、人の動きが良くなってきている。厳しかった業種も少しずつ改善してきている。
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や納入件数、金額共に増加しており、収益も改善している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・危機感を持って、当社の新年度を迎えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自動車の組立ラインが稼働しない影響は、余りにも大きい。稼働停止の情報も直前に出されるため、対応できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料価格がどんどん上がっているにもかかわらず、製品単価は1円も上がらない。また、材料の入荷も早くて3～4か月、遅い物だと1年後くらいになる。状況は非常に厳しい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量や取引先の様子だが、この2～3か月は取引先によって良しあしがいろいろあるので、変わらない。
		経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス禍がほとんど落ち着き、県内企業のマインドも通常に戻りつつある。ゴールデンウィークは観光地や観光スポット、文化施設等へ人が動き出し、関連する商店や業種等の経済活動に良い影響が出ている。地域経済へ若干ではあるものの、刺激が生じつつある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産計画が下方修正されている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰で、毎月購入価格が上がっている。鋼材、樹脂、材料も含めてあらゆる物が上がっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足による生産調整により受注が減少している。需要はあっても作れない状況である。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節家電のエアコンや除湿器などの物量は、前年並みを確保している。しかし、新型コロナウイルス感染対策の行動制限も和らぎ、巣籠もり需要による調理家電や白物家電等の物量は落ち込んだため、前年比10%ダウンとなっている。原油高も続いており、コスト的には厳しい状況が続く。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の事業縮小や保守管理頻度の低下により、売上は減少している。各資材の値上がり、燃料や電気料金の高止まりで経費がかさむことから、今年度から値上げを了承してもらってはいるものの、利益はやや減少している。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先、特に飲食関係や納入企業等で、銀行の借入返済が始まっており、資金繰りに苦慮しているところが多い。売上が戻ってきておらず、先行きは厳しい状況である。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占め建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、公共工事は順調に推移している。今期公共工事は前年比60%と厳しく、当社受注も前期比10%減少なので決算が厳しくなる。
	×	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・木材や建設資材等、全体的に値上げ傾向があり、利益が縮小している。
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍による影響は、若干弱まってきている。行楽地への自動車での移動や遊園地の人数増加等のレジャー関係、また、ホテルの予約等が伸びてきている。周辺を見回しても、住宅の増改築等と公共事業なのかは分からないものの、工事が増えてきている。早くも夏物商材への購買力が梅雨前に上がってきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人は前年同月比で7.7%増加している。特に、製造業では前年同月比15.8%増加で、前月比でも同水準で推移している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・全体的に人材不足の状態が続いている。
		人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣取引先の採用が増減している。ただし、派遣が増えても短期契約だったりするので、平均すると変わらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・ゴールデンウィークが明けて、関連する旅行関係の状況を聞いても、ぱったりと動きがなくなり、消費行動が長続きしていない状況がみてとれる。
		*	*	*
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・3か月前の新型コロナウイルスオミクロン株がまん延していた頃と比較すると、社会的な行動制限が緩和された影響もあり、公私問わず外に出かけるシーンが増え、関連する消費が足元で盛り上がりを見せている。特に、富裕層の消費には力強さがある（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・1～2月は行政の自粛要請が継続中であったため、5月は3年ぶりに制約のないゴールデンウィークであったことから人流が増加し、状況も改善している。ゴールデンウィーク期間中、特に良かったのは特選品、時計、弁当、総菜である。不振カテゴリーであるファッションも久しぶりに悪くなかった（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてから、やはり週末などは飲みに来る客でにぎわっているが、平日夜の会社等の集まりは8人以下など、少人数の宴会が少し入るだけで、まだ大人数の宴会は入ってきていない。戻るにはまだ時間が掛かるのではないかと（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの客の取り込みは新型コロナウイルス発生前をほうふつとさせるものだった。スポーツの世界大会開催にかかわる特需期間もあり、5月は良い成果を上げられている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量が前年同期比で200%を上回る日もあり、1か月で見ても30%増加している（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月はゴールデンウィークもあり、個人の国内旅行を中心に順調に販売が進んでいる。また、緊急事態宣言等が解除されているので、修学旅行も計画どおりに進んでおり、その売上も前年に比べれば大変伸びている。以上のことから非常に良くなっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	それ以外	・人が街に出てくる機会が圧倒的に増えており、ゴールデンウィークのイベントも、遠方から客が来るようになっている。クレジットカードの取扱高も少しずつ回復している（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・5月に入って若干動き出した気配があり、2年間なかった受注が入っている。
		一般小売店〔傘〕（店長）	お客様の様子	・少しずつ客足が戻ってきている。
		一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の2月は卒業式、入学式の前であり、ふだんでも売行きが良くない。それと比べると、5月は母の日や野菜の植付けのシーズンなので、やや良くなっている（東京都）。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・今月はトップシーズンでもあり、売上は前年より良くなっている。しかし、来客数が減少しているので、今後が心配である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・気温上昇と新型コロナウイルス感染者数の減少により、週末には家族連れが多く見受けられる。レストラン街での規制も緩和されたことにより、昼食時には行列が復活している。また、食品の値上げを控え、日配品のまとめ買いもみられる（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数が漸減し、行動制限が緩和されるなかで、日常生活の行動範囲も広がり、来客数が増加している。売上もファッション関連商材を中心に伸びており、3か月前と比べると景気は良化している（東京都）。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染状況の改善に伴い、来店状況も改善してきている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東京都は3月22日より「リバウンド警戒期間」とされており、5月22日に解除された。一部店舗では依然として短縮営業を実施しているが、売上は伸びている。通勤者も徐々に増加しており、人流は回復傾向にある。ゴールデンウィークは長期休暇を取りやすい日並びで、まん延防止等重点措置が解除された直後でもあり、来客数が大幅に増加した（東京都）。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の出口が見えつつあるなか、来客数や買上点数、金額などは一定程度改善している。特に、ゴールデンウィークの好調さが際立っている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数にも落ち着きが見られ、4回目のワクチン接種もスタートし、制限緩和に向けた検討が進み始めたなか、人の動きも活発になってきている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	それ以外	・まん延防止等重点措置期間中であった3か月前との比較では、前年比での売上が増加していることから良くなっているものの、新型コロナウイルス発生前の状況には戻っていない。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・前年の緊急事態宣言再発出による休業影響もあり、前年同月比でみると販売量が大きく伸長している。まん延防止等重点措置解除後の来街者数増加に伴い、売上も徐々に回復傾向にある。食料品は若干厳しいものの、衣料品、時計、宝飾品等の高額品の動きが出てきており、収益も回復している（東京都）。
		百貨店（財務担当）	販売量の動き	・行動規制のないゴールデンウィークを中心に人流が回復しており、販売量についても上向き基調にある（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・外出する人が多くなり、来客数が伸びている。ただし、購買力のある富裕層を対象とした商材の動きだけは良いものの、中間層の消費意欲は必ずしも戻ってきているとはいえない。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク頃から、靴や衣料品など最近動きの悪かったカテゴリーが売れてきている。新型コロナウイルス禍で食料品しか売れなかった巣籠り需要から、外出をきっかけとした消費に軸足が移ってきている（東京都）。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・値上がりや社会情勢等の不安要素はあるが、来客数は2けたで伸長している。新型コロナウイルス感染状況の落ち着きや季節の変化から、外向きの関心が高まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・3か月前と比べると、気温上昇によりソフトドリンクなどの飲料が売れている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のイベントが増えてきて、来客数も増えてきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニエンスストアを複数店舗経営しているが、やはり夜8時以降の来客数が増えてきた印象がある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・5月は天候不順であったが、売上が僅かに前年を上回っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年や前々年に比べると、ゴールデンウィークでの売上が伸びたことや、ゴールデンウィーク後も通常に出社している人が増えたことで、前年を上回る傾向が続いている（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・見込みどおりのセール成果が出てきている（東京都）。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・旅行やイベントなどが増えてきているように感じる。気温も上昇して需要が広がっている（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ドレス事業は、4月に続き5月も婚礼等で使用するゲストドレスが伸長していることに加え、演奏家が使用するステージドレスも前年比2.5倍程度と好調に推移し、新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。着物事業においては、浴衣需要が徐々に回復基調にある（東京都）。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・外出する人の増加に伴い来客数も増えており、特に土日の客は多くなっている。中国上海のロックダウンの影響で欠品が多いエアコンの動きが早い。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークもあり、ガソリンの販売量は増えたが、軽油や灯油は減少している（東京都）。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数が微増し、客単価も上がっている。ドリンクが出るようになってきた。
		高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・5月度の売上は、2019年比で60%である。ゴールデンウィークを境に、一時の厳しい状況からは回復傾向にはある。ただし、その内訳は個人利用が中心であり、法人利用は依然として各社で様々な規制が設けられていることが多い（東京都）。
		高級レストラン（役員）	それ以外	・今夏、今秋の予約、イベント、ケータリングなどの問合せが増えており、回復基調にあるように感じる（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・個人単位でのレストラン利用は着実に増えているが、法人利用は新型コロナウイルス発生前と比べると依然として少ない。根底には「集うことは良くない」と、ネガティブなマインドがあることがうかがえる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて新型コロナウイルスの感染者数が随分減ってきて、消費者が外に出るようにもなったので、来客数は多少増えている。表情をうかがっても、マスクを外している客も大分増えてきて、少しずつ来客数、売上共に良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月1～26日までの前年比は売上84.7%、来客数84.7%である。今月5月1～28日までの前年比は、売上120.8%、来客数120.9%である。ただし、新型コロナウイルス発生前の前年同月比では、売上48%である。規制緩和になり、協力金や支援金等がなく、客も新型コロナウイルスに慣れて外食しなくなっている。この時期が一番苦しい（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・リバウンド警戒期間が解除され、マスクの使用制限も多少緩んだことから、来客数が多少増え、以前よりも少し高価な物を注文して楽しい時間を過ごして帰る客が多くなっている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・やや良くなっているといっても、新型コロナウイルス感染対策で規制が掛かっていた時期に比べてというだけの話である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・休日の来客数は新型コロナウイルス発生前の状況に戻っているが、平日は夜の時間帯の引けが早く、生活スタイルの変化を実感している。特に、夜9時以降の来客数の回復については、かなり時間が掛かるとみている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	お客様の様子	・今までは家族が1人での来店が多かったが、友人同士、商談での来店客が増えている（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・在宅勤務等の影響で、一時は食堂の利用者数が落ち込んでいたが、徐々に回復基調に転じ、今は比較的安定した動きになってきている。ただし、パーティー需要だけは低位安定の状況が続いている（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全体的には新型コロナウイルス収束の方向に向かってはいるものの、まだ警戒感があり、宴会部門における法人利用が戻ってきておらず、非常に足を引っ張っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3月のまん延防止等重点措置解除以降、徐々にではあるが土日祝日及びランチを中心に個人客が戻り始め、販売量も増加傾向にある。企業は大手を中心に会食についての慎重な姿勢を崩しておらず、本格的な景気の回復までには至っていないが、良い流れになってきている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行も少しずつ販売を再開し、ハワイ方面の予約が入ってきている。その他の方面は、この後動いてくる見込みである。海外旅行にとってはこのタイミングでの円安は痛手だが、一方で訪日旅行には追い風となるため、期待している（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・果物狩りのツアーが順調に入っている（東京都）。
		タクシー運転手	それ以外	・まん延防止等重点措置が解除され、年度も替わって新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたように見える。タクシー需要も回復してきたようで、都心の夜間の酔客も、ようやくちまたに出没してきている。ローカルも同じように人出が増えてきており、景気は上向いている（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けに思っていたより利用があり、驚いている。まるで新型コロナウイルスが収束したかのように昼、夜と利用客があり、徐々に仕事が回るようになってきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が減っているわけではないのだが、世界中で規制が緩和されていることで、国内にもその流れが大分出ている。週の初めはそれほどでもないのだが、週末にかけてはかなり人出がある（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマンの利用客がやや増えている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客へのアプローチの際、新型コロナウイルス起因の拒否感は薄れつつあるように感じられる。営業活動自体も新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつある。
		通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・案件獲得数の増加がみられるものの、四半期における終了案件もあるため、微妙なところである（東京都）。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・在宅勤務者も継続しているため、インターネット回線の需要がある。
		通信会社（管理担当）	お客様の様子	・DX化の浸透により、関心は高まっているものの、新型コロナウイルスの感染拡大や半導体不足、ロシアのウクライナ侵攻による予測不能な状況の影響などで、取組には温度差がある（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・規制がない久しぶりのゴールデンウィークは、各日まんべんなく来場があった。テレビでは旅行者が多いとの報道があり、郊外型の当店舗では来客数が落ちると想定していたものの、それほどの落ち込みはなかった。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数は依然として収まっていけないが、ウィズコロナ、ポストコロナに社会全体が向かいつつある。ゴールデンウィークを契機に、人々の動きが活発になっている。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	来客数の動き	・3年ぶりのゴールデンウィークは動きが良かった（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、今までは仕事の情報が入ってこなかったが、今月に入って行政からの指名が大変多くなっており、仕事はかなりプラス方向に向かっている。ただし、民間の仕事ではまだまだフリー客との打合せができない状態なので、これが少しでも前向きに進んでくれたら良い。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・契約を更新してもらった案件と、新たに契約を結んだ案件がある。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約106%を達成し、3か月前と比べても約6%増加しており、やや良くなっている。ウッドショック、アイアンショックにより、大手住宅メーカー各社が相次いで建築費の値上げを発表しており、当社も来月から値上げせざるを得ない状況である。前月、前々月と景気は非常に悪い状況であったが、今まで検討していた客からの建築費値上げ前の駆け込み需要で販売が増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街の人通りはかなり増えてきたように感じるが、来客数は余り増えていない。販売量も大体今までどおりである。もう少し何とかしたいと思っているが、なかなか思うようにいけないというのが現実である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・最近、特に食品が目立つが、値上がりの話を耳にする。そうすると、やはり買物を控える人も相当多くなるのではないかと。当店の商材は買い控えには該当しないかもしれないが、非常に厳しい環境であることは事実である。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数がゴールデンウィーク明けに増加するのではないかとと言われていたため、感染を警戒してか、5月中旬以降の来客数は若干ではあるが減少傾向にある。全般的に今月の来街者数は3か月前とは比較にならないほど増加してはいるが、入店するより感染リスクの低い「街歩き」と「短時間での買物」が中心になっているような気がしている（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は以前より増えてきた感があるが、売上が良くなったと思えるほどではない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・例年のことだが、新茶の時期とはいえ、それほど注文が増えたわけでもなく、いつもどおりの注文を何とか確保してる状況なので、特に景気が良くなったとは思わない。今後人出が増え、イベントができて、人が動くことでお茶が売れることを期待している（東京都）。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの販売が落ち着いてきたため、販売量も抑えられている（東京都）。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・天候不順で中旬は厳しい状況であったが、前年比で来客数、売上共に増加している。ただし、高額品の動きは鈍く、目標値に大きくマイナスしている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・全ては政府のコロナ対応次第である。日本は全てが遅過ぎる（東京都）。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店との価格競争などで、平均単価が前年より下がっている。客の買上点数自体は前年を上回っているものの、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルの買上額がなかなか前年に到達しない状況が続いている（東京都）。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・以前に比べて、値下げ商材を積極的に購入する客が増えている。特に、加工食品は賞味期限が近い商材であっても抵抗なく購入している。また、客によってはデイリー商品等は賞味期限が短い商材を選んで購入している場合もある。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、買上点数は前年並みを維持しているものの、客単価の上昇がみられない。日々低価格で必要最低限の食材しか購入していない様子である（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品、食品、住まいの品、下ータルでは前年並みだが、内訳は、衣料品、住まいの品が前年を上回っている一方、食料品は3～4%悪くなっている。特に、肉、果物、野菜、魚の生鮮製品の落ち込みが大きくなっており、前年に比べて客が外に出て家での食事が少なくなっていることがうかがえる。ただし、簡便メニューについては売上が伸びている。
		コンビニ（従業員）	来客数の動き	・良くも悪くも、景気に余り左右されないところがコンビニの強みでもある。来客数はここ数か月で大きく変わっているわけではない。人出が極端に変わる都内の店舗とは違い、都市部から離れたコンビニは地域住民が中心の客層になるため、生活必需品を購入することになる。そのため、数か月前と比較しても景気自体に大きな変化を感じるほどの動きは今のところない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・肌着、靴下、雑貨などは前年比をクリアしているが、アウター等は悪い。食品の値上げのしわ寄せがきており、余分な支出を抑えている感じがする。そのなかでも、介護施設の面会制限解除により、リハビリパンツ、前開き肌着、ラクラク靴下等の動きが良い。
		家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・5月に入り、ロシアのウクライナ侵攻、新型コロナウイルス感染症等々の影響を受ける状況下、客の動向は前年の同時期を超える動きもある、一方、レジ精算の単価は逆に前年を下回っており、結果として、売上は前年を若干下回っている（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売では相変わらず納期が遅れており、受注できて登録できない状況が続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べても差がない。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・ウクライナの戦争及び新型コロナウイルスの影響による半導体不足のなかで、新車を発注しても納期が随分と遅延し、客がキャンセルしてしまうこともある。また、新車が入ってこないため、中古車市場も高くなっている。そうしたことから、車がなかなか売れず、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	販売量の動き	・自動車の生産正常化の兆しが見えない。
		乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・ボーナス商戦にもかかわらず、前年を割っている。半導体、部品不足が解消しないとなかなか上向きにはならないのではないかと（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・中国上海のロックダウンの影響で車の納期が遅れているが、ナビゲーションも大幅に遅れていて、納車ができない（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・来客数は増えず、販売量も余り増加しないので、変わらない。
		その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・平日に通勤、休日に外出する人が徐々に増えてきているものの、販売量の動きに大きな変化はみられない（東京都）。
		その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染リスクが軽減され、客足にも活気があふれているが、購買マインドは向上していないように感じる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の3月は結構忙しい時期である。これから先ケータリングが少しずつ増えてくれば少しは良くなるが、今のところまだ始まっていないので、3か月前と比べると余り良くない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、日常がやや戻ってきたように感じられるが、新型コロナウイルス発生前には戻っていない。総体客数の半減は変わらないが、従業員を減らし、テイクアウト過重で新しい業態とした感触は良好である（東京都）。
		その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・4月に飲食店への規制が解かれ、一時的に景気が上昇したかのように見受けられたが、その後、来客数が伸び悩んでいる。全体的に外食する人口が減っているように感じる（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客にいろいろと電話をかけているが、新型コロナウイルスが完全に終息したわけではないので、まだもう少し考えさせてほしいと言われている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の問合せが数件出てきている。しかし、この先の新型コロナウイルスの感染者数が少しでも増加した場合は頓挫することになる点は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・インパウンドの受入れを再開し始めたので、その動きがいつ出るかによる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・前年同時期と比較すると販売量は2割ほど伸びているが、新型コロナウイルス発生前とは比較にもならない低成長である。
		タクシー（団体役員）	来客数の動き	・人流が新型コロナウイルス発生前までには回復していない。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・前月に引き続き、新規契約の客が出ている。ただし、残念ながら大口契約の打切り分をカバーできていないため、回復基調とは言えない（東京都）。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビの契約数は余り伸長していないが、インターネットと電力、モバイルは上向きになっている。ただし、ARPUの伸長は鈍化しているので、利益は横ばいである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最低限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・いろいろな物の仕入値が上がっているにもかかわらず、客に対して値上げはしにくく、利益が少なくなってきた（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・来客数に大幅な変動はない（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて、一度は減少した来客数も5月に入り回復傾向にある。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・ゴルフが新型コロナウイルス禍においても感染リスクの少ないスポーツとして定着し、5月という季節的要因もあって、稼働率が高い状況が続いており、会員権価格も上昇を続けている。一方、水道光熱費や諸資材の高騰は利益の圧迫要因であり、直ちに価格転嫁し難いこともあって利益の確保が難しい状況が続いている。企業名を冠したコンペや接待需要も回復しつつあるが、新型コロナウイルス発生前に戻ったとまでは到底評価できない。レストランなどで感染予防のため運営の自主規制を設けていることも、併せて収益圧迫要因である。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	来客数の動き	・客の動向としては、先行きをいろいろと考えている様子がみられる。そういった意味で、状況はまだなかなか好転していかない（東京都）。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	来客数の動き	・紹介の客がやや少なくなっているが、既存の客が支えているので、景気が悪いとまではいえない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件は当分厳しさが続くが、官庁案件は例年並みの受注が見込める。新型コロナウイルス禍で軸足を官庁に移したので、仕事量はほぼ横ばい状態が続いている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・現在進行中の物件も、材料及び納品が決まらず、なかなか前へは進まない（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内と関東近郊の保養地に所有しているホテルの運営状態が非常に悪く、規定の賃料を受け取れていない。早くGo To Travelキャンペーンが再開されること、外国人観光客が来てくれることを期待している。工事請負業務も少ないため、良くない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量はここ数か月大きな動きはない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて大きな景気の変化は感じない。土地不足、地価の高騰は続いており、ウッドショックの影響も依然として感じている。土地代、資材高騰による厳しい状況は変わらない。
		その他住宅 [住宅管理・リフォーム]（経営者）	お客様の様子	・相変わらず相談が非常に少なくなっていると同時に、決まるまでに時間が掛かっている。
		その他住宅 [住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要として少しずつ大型案件などが目に付くようにはなっているが、実際の注文に結び付くまでには期間が必要で、大きく伸びるのはまだ先である（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	販売量の動き	・理由が分からないが、落ち込むばかりである。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除になり、人出が増えて、国内旅行などに出掛ける人が多くなり、巣籠り需要が減少したため、ゴールデンウィークの売上は伸び悩んだ。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。例年5月は売上が一旦落ちるが、今年は特に減っている。天候が不安定なためエアコンが売れていないことが原因である。また、新聞を取っている人が減っているために新聞広告を減らしたことも一因ではないか。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・様々な物の価格が上がっており、来客数が減少している。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・前月に支店を閉店した際、1か月にわたる閉店セールをしたため、その売上は良かったが、今月は反動で、営業を継続している本店の売上が前年よりは伸びているものの、予定値までは達していない。特に、来客数が減ってはいないまでも伸び悩んでいる。また、外商も、ちょうど物件と物件のはざ間で大型物件がなかったことから、期待値には届いていない。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・物価高に付いていけない感じがする。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークにお金を使ったためかもしれないが、客が節約志向になっているようで、来客数が減っている。加えて、値上げによる買い控えや、今年は少し降雨が多いことなども影響している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・外食や外出をするようになったが、値上がりしているため、スーパーでの買物はシビアである。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・1品当たりの単価は103%と上がっているものの、それ以上に販売量、販売口数の減少が大きく、現状は非常に厳しい（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・食品の値上がりや品薄が何段階も繰り返され、必要な物のみの購入となっている。来店頻度も減っており、一度に次回までの分をまとめて購入するという生活パターンで、天候が悪くなると極端に来客数が減少してしまう。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・各企業から商品値上げの発表が続いており、消費者としては生活防衛のために節約せざるを得ない状況に追い込まれている。さらに、ウクライナ情勢や新型コロナウイルスなどの先行き不透明感もあり、とても消費拡大には向かいにくい。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量が減ってきている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間の来客数が大幅に減少したまま改善していない。特に、深夜帯はほぼゼロに近く、住宅街に立地するコンビニの厳しさを感じている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・1本買ったならもう1本プレゼントというようなプラスアルファのセールをやっても、売れていない。
		衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・月前半は良かったが、中盤以降、来客数、売上共にさえない。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・今年前半まで堅調に推移してきた大型の付加価値商材の売上に陰りが見えてきている（東京都）。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・半導体不足により生産遅延が大きく発生している。解消する見込みも立ちにくいので、客が二の足を踏んでいるケースも見受けられる。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・自動車販売は半導体不足、中国上海のロックダウンの影響を受けており、車種によっては1年待ちになる。客に供給できないので全体の販売台数が落ち込んでいる（東京都）。
		住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数は、新型コロナウイルスの影響により半減している。まだまだ以前のような来客数の流れにはなっていない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・今月は例年に比べて購買点数や単価が全く上がらない。ゴールデンウィークの行楽によって、日用品などに対してはふだん以上にシビアになっている可能性がある。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	単価の動き	・仕入値や経費の値上がりで厳しくなっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（スタッフ）	単価の動き	・物価の高騰なども原因にあるのではないが。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・受注案件について、半導体不足のため納品できない状況が続いている（東京都）。
		通信会社（社員）	競争相手の様子	・5月については、同業他社で0円プランがなくなることで、MNPを利用したの乗換え契約が増えている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・必要最低限のサービスを選択する客が多くなっており、契約数が伸び悩んでいる。
		通信会社（経理担当）	単価の動き	・解約は平均より客単価が高く、加入は平均より客単価が低いいため、契約者数を維持しても売上が減っていく。一定数の契約者数を増やすことで売上が前月並みになるという状況である。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・顧客獲得は年度末から盛り返しているものの、電力費用の上昇や半導体不足によるサプライチェーンの乱れから、支出の増加への影響が強くなっている（東京都）。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・売上は悪いままで厳しい状況が続いている。6月から映像番組の編成を大きく変えていくので、これからの流れに注目したい。まずは視聴率を上げていくことで購入してもらえよう努力する。
		その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	単価の動き	・水道光熱費が上昇している（東京都）。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、来店頻度が鈍っているような気がする。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・材料費が非常に上がっている。これからも仕事量が減る。
		設計事務所（職員）	それ以外	・会社の受注状況に顕著な変化はないが、市場動向の停滞を感じる（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・夏商戦のスタートに伴い、エアコンについて問屋などから今後入荷の見込みがない商品が出てくるといわれている。つまり、どんどん売りたくても、売れる商材がなくなってくるといふことかと、つくづく不安になっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	それ以外	・先に予約しておいた物も多少はあるが、中国上海のロックダウンと半導体不足の影響により、商品入荷の見込みが立たない。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・景気は非常に悪い。来客数が少なく、販売もかなり厳しい。物価が上がってきているので、やはり景気が悪くなる兆候なのではないか（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	お客様の様子	・消費意欲が低下している。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・今まで来客数はそれほど大きく落ち込んでいなかったが、今月に入り1日平均で150名程度減少している。その分、買上点数、単価が上がってくれば良いが、来客数ダウンに加えて買上点数、単価ダウンが大きく売上に影響しており、これが一番の原因かと考えている（東京都）。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	それ以外	・天候不順で降雨が多く、店頭売上の落ち込みが大きい。また、電気やガスなどの料金値上げが大きく響き、経費が増加している。
	×	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少を肌で感じる。家電だけでなく様々な物が値上がりするなか、本当に必要な物しか買わなくなっている。来店が大幅に減ることで衝動買いが少なくなっているようである。
	×	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・前年同期に比べて、1人当たりの単価が10%低下している。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・久しぶりに東京に行ったところ、ターミナル駅周辺の複合商業施設内の数店舗が閉店していた。思った以上に、新型コロナウイルス感染拡大の影響があると改めて実感している。
	×	美容室（経営者）	単価の動き	・物価上昇や世界情勢、円安の影響がある。
企業動向		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食業が動き出したということである（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (南関東)		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが落ち着き始め、少しずつ景気が回復傾向にあるが、ウクライナ情勢等を含め、見通しは立っていない（東京都）。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・前月の減速から一転、今月は回復の動きが顕著である（東京都）。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・減産の知らせを受けていた取引先からの受注量が、知らされていたほどには減っていない。聞くと、「受注が回復したときに備えて、ストックを大量に作っているから」との理由である。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・行動制限の緩和により物流量が増えつつあるが、燃料費や輸送コストが増加しており、先行きは不安である。
		通信業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響はあるものの、少しずつ活動量が増えている気がする（東京都）。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置の解除により経済が少しずつ回りつつあり、それに伴い業況も徐々に回復してきている。
		金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は天候が良好であったことから、観光関連や飲食店等の消費量が増加している。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスが収まりつつあり、宿泊需要が増えている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化により世界経済が混乱しているが、身の周りの景気は館内人口の増加、商業店舗のにぎわい状況を見ると、新型コロナウイルス感染者数減少の影響が大きく、確実に上向いていると感じる（東京都）。
		税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスとの付き合い方も徐々に分かってきて、旅行や食事が再開されている。り患しないことは重要だが、経済をこれ以上止めない方策を講じることに努めないと、ウクライナ情勢の影響による物資の値上がりに対応できなくなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止に伴う行動制限が緩和方向にあり、周辺の街を含めて人流が戻ってきている。
		出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も受注量が少なく、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
		出版・印刷・関連産業（経営者）	それ以外	・原材料費の高騰が続いており、価格を上げての対応となるため、受注率が低下している。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止に伴う行動制限が弱まり、人流が回復してきたが、日常雑貨向けの受注回復がみられない。新型コロナウイルスの影響で消費動向が変わってしまったようである。一方、原材料価格の高騰が続いており、価格転嫁を図っているが、十分な転嫁は難しい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で低迷している化粧品容器の受注に回復傾向がみられない。また、海外工場のロックダウンの影響で止まっていた医療品容器の受注にも大きな変化はみられない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・仕事量は少なくなっているが、材料価格の値上がり分の上乗せを努力して交渉し、受注できるようになってきている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは、中国上海でのロックダウンの影響が大きく、部品調達が安定しておらず、当初の予想から減産を余儀なくされている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・しばらく前までは「やや悪い」と回答していたが、このところどちらともいえず「変わらない」。ぼつぼつとも仕事が入ってきているし、新型コロナウイルスも落ち着いてきている。安心はできないが、かといって忙しいわけでもないという状態である。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・業種的に悪くなっている。全体的にも消費が落ち込んでいることを考えれば景気は悪い。公共料金は上がっているのに、我々民間の料金が上がらないというのは大変である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量の減少が常態化しているなか、大型連休による稼働日の減少の影響を受け、売上が落ち込んでいる（東京都）。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が増えないことと、燃料価格の高騰により、収益が伸びない。
		金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、建設業、不動産業では半導体不足により住宅器具が手に入りやすく、またウクライナ情勢の影響で木材等の価格高騰もあり、建築自体を控えるところも出てきている。運送業は燃料価格の高騰で利幅が減っている。小売業は徐々に客が増え、売上も伸びていたが、各企業の値上げによる影響が出るのではないかと。観光業はゴールデンウィーク辺りから持ち直しており、良い兆しがある。まだ新型コロナウイルス感染者が多く発生しているため、予断を許さない状況である（東京都）。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・不動産売買の進捗が前月同様に好調である（東京都）。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍からウィズコロナへの移行、つまり経済を回していこうという動きが感じられ、その兆しも見えるものの、景気の好転にはまだ程遠い（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・そもそも、コンペでの当社の獲得率が下がっているため、売上貢献が鈍くなっている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜10～11時過ぎに近隣駅付近の商店街の飲食店や居酒屋を見ると、まん延防止等重点措置が解除されて少し客が入っているが、まだ全然席が埋まっていない。新型コロナウイルス発生前はどの店も満席だったのに、7～8割程度で、人の動きがやや鈍いようである（東京都）。
		社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ雇用調整助成金を申請したい会社が多く見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は薄らいできたものの、客の動きは鈍く、財布のひもが固い様子である。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の復調がみられず、取引先工場等の稼働状況も相変わらず悪く、受注量が少ない状態が続いている。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・4月からの新規案件以降は、これといって新規受注がない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規物件では、人手不足を反映した高い時間単価で成約するケースが増えてきたが、既存案件の時間単価は変わらず安価のままである（東京都）。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数は減少傾向だが、映像制作の受注やイベントでの撮影などはまだ余り戻っていない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けは売上、来客数共に減少している。天候の寒暖差も影響しているようである。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・案件の引き合いは増えているが、仕入コストが上昇し、受注確定にまで至らない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などの仕事をしている。外売りと店頭受けの両方がある。例年ゴールデンウィーク明けは売上が落ちるのだが、今年は例年になく落ちている。法人については今まで特需があったのだが、今はそれもなくなり、個人の来店客も少なくなっている（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての仕入価格が上昇しており、この先更に上昇機運にあるため、価格転嫁のタイミングが難しい。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が営業している駅前の開発ビル1階店舗では、長い間空いていた4店舗のうち3店舗がやっと決まったと思ったら、2店舗も空き、現在3店舗が空いている。空いた2店舗は地元では老舗なので驚いている。そのうちの1店舗は区分所有で売却の意向だが、開発ビルは管理会社が一括管理のため、勝手に賃料を決められない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業、特に機械加工、金属加工業について、材料の値上がり激しい。受注面では半導体不足が遠因で発注が止まっているケースも多い。一方で、ウクライナ情勢の影響もあり、エネルギー確保の観点から太陽光発電の生産が増加しているとみえ、関連部品の発注が急増している（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している（東京都）。
	×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料費の高騰と先行き不透明感から設備投資への意欲が低減している。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料費の高騰が止まらず、先が見えない。品物も納期がいつになるのか分からず、時間が掛かっているようである。
	×	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が激減している（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・インバウンド事業再開に向けた採用数が増えている（東京都）。
		人材派遣会社（経理担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスによる影響に落ち着き感が出てきており、求人、求職数共に数か月の推移で上向き加減となってきた。引き続きにはなるが、派遣社員からの契約終了も少ないままで推移しているため、派遣総労働者数は増加傾向にある（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・空港の求人が5月に入り動き始めた感じがある。夏のフライトに向けて、グランドスタッフを増員したりしている傾向がある。
		求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・3か月前でも人出は増えつつあると感じていたが、その頃と比べてもやや良くなっている。ゴールデンウィークも街はにぎわい、人出がかなり多かったように感じた。世の中の消費活動が多くなってきているのではないかと。消費が増えればおのずと企業は忙しくなり、マンパワーが必要となる。特に、飲食店の求人が増えていると実感ができるのは喜ばしいことである。消費が増えたとして、それに比例し求人が増えるのには多少の時差があるかと思う。数か月前の消費拡大が今につながっているのだと思われる。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・各社共に採用人数が増えているが、採用にかなり苦戦しているようである。求職者にしてみれば完全に売手市場である（東京都）。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にある。特に卸売、小売、飲食の伸びが大きい。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、インバウンド受入れ再開を見越した人員確保が進んでいる（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・幅広い業種で採用者数やや改善している。大きな改善期待は難しいが、この状態が続くとみている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と変わらず、企業からの求人が多い。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前を割り込んでいるものの、前年同月比20%強の伸びを示しており、堅調に推移している。人材派遣事業に加えて、人材紹介事業に関して新型コロナウイルス発生前の水準にほぼ戻っている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・派遣事業が振るわない代わりに、委託、請負案件が増えている（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・人材派遣依頼数は前年を上回って好調に推移しており、それに比例して成約数も増えている。一方、人材紹介は前年並みと、派遣と比較すると低調である。景気動向を見据えてか、雇用リスクのない人材需要傾向となっている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・メーカーからのスタッフ、エンジニアのニーズは多くあり、製造業の景気の良さがうかがえる（東京都）。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・まん延防止等重点措置の解除で新規求人数が増加しているが、新規求職者数は減少傾向にあり、就職者数が連動していない。
	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・現状の採用活動は企業、学生共に順調に推移しているが、実際の内定、本採用につながるかは、ウクライナ情勢の影響もあり不透明だと人事担当者から聞いている（東京都）。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・新型コロナウイルスとロシアのウクライナ侵攻の影響により、景気が悪化している（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・求人を行うほど仕事が増えていない。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・最悪の状態が続いている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数ではあるものの、慶弔時の会食や接待も増えてきている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・地元の大きなイベント等も影響していると思うが、来客数は上向いてきている。新型コロナウイルス新規感染者数は増えも減りもしていないので、ワクチン接種だけして普通に生活する流れになってきたのではないが。ただし、会社で宴会禁止になっているところが多いようで、宴会は低調のままである。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・今月の売上は、新型コロナウイルス前の90%程度だが、3か月前と比較すると急激な回復傾向にある。ゴールデンウィークが例年並みの売上だったことと、県民割が今月末までというアナウンスだったため、皆が駆け込みで利用しているようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前とは比較にならないほど人流があり、それに伴ってフリー客の動きも活発である。ゴールデンウィークや今までの自粛の反動、政府の行動制限解除が大きく影響している。個人客は予約、フリー共に、新型コロナウイルス禍前以上になっている。また、今までは県内客が多かったが、明らかに他県、特に、関東圏の客が非常に増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前の2月は、まん延防止等重点措置期間中で、その頃と比べると、客足は雲泥の差がある。特に、ゴールデンウィーク期間の宿泊は、政府からの「ゴールデンウィークは外出自粛を求めない」という発表を基に、前年比150%と急激な伸びである。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・地元名刹の祭礼のお陰で、毎日満室である。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・一般客、ツアー客共に大幅に増加している。特に、ゴールデンウィークは新型コロナウイルス前に匹敵する来場者となっている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・来客数は、2月は前年比90%だったが、5月は同123%となっており、3か月前と比べて回復傾向にあるため、景気判断は上向きとしている。また、5月上旬はゴールデンウィーク期間のため、客も多くにぎわっていた。ゴールデンウィーク以降も、多くの客に来園してもらっており、園内にはにぎわいをみせている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・当店は学校販売が中心だが、春先は割と注文枚数が少ないと思っていたところ、ここに来て、かなり追加で買ってくれているので、大変助かっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除となり、ゴールデンウィーク中の人出が、新型コロナウイルス禍前の70%まで戻ってきている。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・高額品の動きが良い。時計や美術品等、富裕層の購買力が上がっているような気がする。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・5月は前年比で売上は100%、来客数が9%減となっている。来客数は毎月減ってはいるものの、2月から少しずつイベントも再開されているので、イベントの売上は回復している。いまだ、新型コロナウイルス前には程遠いが、朝も4時半から仕事をし、弁当の注文も、サッカーに140個、野球に30個、相撲に75個と、車1台には載せ切れない量の注文が入っている。音楽イベントには10個ほど注文があった。これからマスクも外せる状態になれば、もっと景気が良くなる。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、少しずつ売上、販売量が増えているような気がする。良い方向に向かっている。	
	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動制限緩和もあり、来客数の増加がみられ、客単価も上向いてきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔酒〕(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も多少落ち着き、外でマスクをしなくてもよいという政府からの発表もあって、若干飲食店にも客が向かうようになっていいる。完全に戻ったとまではいかないようだが、週末辺りは外出して会食に行くという話もよく聞くようになっていいる。飲食店の様子もやや良くなってきたようである。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・4月から始まっている地元名刹の祭礼の影響で、販売量の増加が見込めそうである。
		旅行代理店(副 支店長)	お客様の様子	・3か月前と比べると、旅行需要は増加してきているので、景気はやや上向きである。
		タクシー運転手	販売量の動き	・名刹の祭礼はまだ開催しているが、中心街から離れているため、ほとんど影響はない。ただし、一般の車の動きや人の流れを見ると、やや動いてきていると感じる。
		その他サービス 〔葬祭業〕(経営者)	お客様の様子	・今月はいつもより葬儀は少なかったが、墓じまいの相談や粉骨の依頼は多い。
		設計事務所(職 員)	来客数の動き	・計画物件数が増えている。
		商店街(代表 者)	来客数の動き	・ムードとしては持ち直しといわれるが、現状の売上には全く反映されていない。人々の心の中に歩いて買物をする気持ちが生まれないと、現実の売上には反映されない。
		一般小売店〔家 電〕(経営者)	お客様の様子	・いろいろな物の値上がり、半導体関連、海外の新型コロナウイルスの感染拡大によるロックダウン等で、消費者の必要とする商材が納品できない事態もあり、商談が難しい。また、消費者に消費意欲がなく、売上増加につながる要素もない。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・当店はオフィス街に近く、周りの住宅も通勤族が多いため、今まで来店していた客が来なくなっても、新しい客が増える等で、特段、人流は変わらない。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・修理はあるものの、スーツ関係のオーダーがゼロに等しい。
		家電量販店(店 長)	来客数の動き	・日によるが、来客数が7割を下回ることもある。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車供給不足や中古車の在庫不足から、売上が伸び悩んでいる。膨らんでいる受注残の解消が進まないなか、客の購入意欲の減退が懸念される。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けの一般整備や板金入庫が、前年同月より多くなっている。車両販売では、相場が上昇した中古車よりも新車を求める客が多くなってきている。
		スナック(経営 者)	お客様の様子	・客の様子と回答したが、選択肢の全てが当てはまるような気がする。景気が変わらないというのは、これ以上悪くならないように変わらないでほしいという意味である。本当に飲食店は大変である。
		通信会社(経営 者)	お客様の様子	・今月に入り、高齢者を中心に保留や解約が急増している上に、新規加入は低調である。
		通信会社(社 員)	販売量の動き	・ネガティブになる要素はないものの、かといって上向き好材料もない。引越しのシーズンも終わり、1年で一番波がなく落ち着く時期ともいえる。
		ゴルフ場(経営 者)	お客様の様子	・物価高騰の折、当社もやむなく値上げに踏み切ったが、集客数は前年と変わらない。
		その他レジャー 施設〔ボウリン グ場〕(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあり、個人客は戻りつつあるが、団体の予約等はいまだ厳しい状態である。
		その他サービス 〔クリーニング〕 (経営者)	競争相手の様子	・いまだに原油高騰が続き、クリーニング業界は大変な状況である。
		設計事務所(経営 者)	それ以外	・資材納期に時間が掛かり、工事の進捗に影響が出ている。
		一般小売店〔家 電〕(経営者)	販売量の動き	・メーカーの商材不足が多く、かなり厳しい状態にある。
		スーパー(経営 者)	来客数の動き	・原価上昇分を徐々に売価に転嫁しているが、今のところ、客も仕方ないと諦めているようである。一方で、内部吸収にも限界が見えてきている。
		スーパー(店 長)	単価の動き	・買上点数が減って、客単価が前年を下回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価が高騰している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスや水道高熱費の高騰により、やや悪くなっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は、ピークが極端に狭い時間帯になり、その前後の売上が大分減ってきている。全体的にも売上がうまく伸びていかず、上がらない状況なので、ピーク自体も厳しい状況になってきている。
		ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・天候不順によるキャンセルも多かったが、予約は順調に確保できている。プレー後の小さなパーティーが多くなり、客単価もアップしてきている。
		住宅販売会社（経営者）	それ以外	・諸物価の高騰による原価上昇分を値上げに転嫁できないため、収益が悪化している。
	x	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は一段と商店街の人通りが少なく、販売量がかなり少なくなっている。
企業 動向 関連 (甲信越)		*	*	*
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着きを取り戻して、人の流れは活発になっている。飲食店関係からの受注も回復してきている。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4月に引き続き、5月も若干だが受注が増えつつあり、今後に期待している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築工事を考えている人は、遅くなれば資材の値上げや納期の遅延があると想定し、早く工事を完了したいと考えている様子である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特注品の受注が重なり、一時的ではあるものの上向いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電子部品の入荷は、一時的に良くなった物もあれば一向にめどが立たない物もある。製造に影響が出ていることに変わりはない。
		その他製造業【宝石・貴金属】（経営者）	受注量や販売量の動き	・店頭では、低価格商材の売行きが少しずつ戻ってきている。しかし、金、ダイヤモンド等の素材価格高騰や円安を商材価格に上乗せするとすると、30%以上値上がりしてしまうため、価格転嫁はできず、収益は悪化している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業の景況感が高い水準を維持しているが、原材料価格の高止まりや部品不足の影響が下押ししている。観光関連はまん延防止等重点措置が解除され、人出が戻りつつある。また、名刹の祭礼を開催している地域では大きく前年を上回っている。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も下火傾向になりつつあり、マスク着用についての議論もされ始めている。観光客相手の取引先が多数を占めているが、いまだに宿泊数が増加したとは思えない状況である。
		新聞販売店【広告】（総務担当）	受注量や販売量の動き	・県内では地元名刹の祭礼もあり、人の流れは増えてきている。観光や新規出店により人が動くことで、広告出稿も少しだが動き始めていると感じている。しかし、既存スポンサーの出稿枚数減少などの要因もあり、改善しているとはいえない。
	*	*	*	
	x	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・商材原価がとにかく上がっているのに、当社製品の原価、売価共に上がっていない。価格を上げないと営業が行き詰まる。
雇用 関連 (甲信越)		-	-	-
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は6か月連続で前年同月と比べて増加している。また、有効求人数も7か月連続で前年同月比で増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・地元名刹の祭礼や祭り等のイベント実施は始まったが、新型コロナウイルス新規感染者数が増える一方、栄えているのは一部の飲食店だけで市民には好影響がない。行政の施策に頼ることが多く、自助努力しているかが問題である。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料の価格上昇や原油高騰に伴い、維持費が圧迫されているという事業所が増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		商店街（代表者）	来客数の動き	・週末はもちろん平日にも入出が増えてきた。客単価は依然として低いが、購買客が増えてきて店内に活気が戻ってきた。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・全ての制限が解除の方向にかじを切ったが、新型コロナウイルス新規感染者数は減っている。国内観光客も、観光バス利用の一般団体客はまだまだ少数であるが、若い年齢層と修学旅行が勢いをつけている。ウィズコロナでの観光の在り方が実践されてきている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・爆発的に需要が増え、既に新型コロナウイルス発生前の数字を大きく超えている。
		百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、レジャー、外食消費に力強さが見受けられる。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに関する規制の解除で、景況感が良くなった。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあり、ゴールデンウィークはかなり回復した様子であった。世界的に新型コロナウイルスに関する規制の解除が目立つ。
		コンビニ（商品企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間を中心に、新型コロナウイルス発生前と比較して約8割まで来客数が回復した。ゴールデンウィーク後も来客数の大きな落ち込みはなく、一定の売上が計上できている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前まではまん延防止等重点措置が継続的に発出され、2月は全く客がない状態であったが、解除以降春休みに入り個人客を中心に戻ってきた。4～5月には、県民割などがかなり景気を刺激し、2月と比べると格段に景気が良くなっている。
		レジャーランド（職員）	来客数の動き	・3年ぶりの行動制限のないゴールデンウィークとなり、その後も学校団体が堅調で、新型コロナウイルス発生前の9割近くの水準まで回復している。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク通りの新型コロナウイルスの感染状況が想定範囲内にとどまったこともあってか、ゴールデンウィークの来客数は新型コロナウイルス発生前を上回り、売上も大きく伸長した。このところの暑さもあり、半袖や薄手の衣料品、外出を意識した靴や化粧品類が好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・5月に入り来客数が前年の2割増加となり回復傾向にある。特に、ゴールデンウィークや中旬の催事期間中は来客数の伸びが顕著であった。売上も前年より2けた増加で、3年前の売上を上回ってきている。
		百貨店（業績管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数の落ち着きに加え、店の改装に伴って来客数、売上共に改善している。
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の影響については、客のマインドに変化がみられ来客数が大幅に増えてきている。特に、今まで動きのなかった衣料品の売上が大幅に増加している。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・3年ぶりに規制なしのゴールデンウィークは、前半には来客数が多くウィンドウショッピングや目的買いの客が目立っていた。後半は伸び悩み、それ以降は来客数が減少した。コロナ禍は落ち着いてきたが、以前の水準にはまだ戻らない。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前より土日の来客数が多くなっている。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・4月から継続して状況は良くなっている。売上の前年比はほとんどの店舗が100%を超えており、110%以上の店舗も半数以上を占めている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークで来客数が大幅に伸長した上にゴールデンウィーク後も今期は大きな下落がみられず、週末を中心に来客数が多い。なかでも主力の米飯、パン、飲料などに加え、菓子などの副商材の販売量が増加している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの入出は、駅前や行楽地を中心に前年を大きく上回る状況であった。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・久しぶりに行動制限がないゴールデンウィークを迎え、連休前半は出掛ける前に買物に来る客が増えた。また、暑くなり始めて冷たい物を求めて来店する客も増えた。月末の週末には近所の小学校で運動会が行われたため、たくさんの客が来店した。
		コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・世界経済にはネガティブなニュースが多いが、国内だけでみた場合、小売業界は売上回復の軌道を描いている。新型コロナウイルスの影響も軽減し、当社の直近の売上は前年比105%と好調である。人の動きが活性化し、当社だけではなく全国の小売業では、景気が上向きであると考察している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・海外からの実習生が増加し、仕事量が増えている様子がうかがえる。地域経済のサイクルは回転数が上がっていると感じる。
		衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商客においては宝石等の高額商品の購入割合が高まっている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・中小規模の改修工事や商業施設において、見積りを出したがこの2年間は様子見で成約には至らなかった物件などが動き始めた。
		その他専門店【貴金属】（経営者）	来客数の動き	・商店街の通行人数が増加してきた。一般貴金属品の動きは鈍いが、メジャーブランド品は高額でも売れている。資産性のある高額品には需要があり、資金の運用方法が変わってきたように思われる。
		高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや週末は、新型コロナウイルス発生前の水準に近い来客数で推移している。一方、平日はまだランチタイムの利用に寄っているため、ディナーの来客数が回復していない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客足は駅前の方にたくさん流れているようである。当店は郊外店のため、余り来客がない。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客単価が以前の1.5倍くらいになっており、やや良くなっている。
		その他飲食【ワイン輸入】（経営企画担当）	来客数の動き	・飲食店の営業が全国的に回復基調にあり、前年比170%程度の売上となった。納品先の飲食店でも、来店客が多くなっている。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・緊急事態宣言等の発出もなく3年ぶりに迎えたゴールデンウィークであった。3か月前と比べて宿泊者数と客室売上が倍増しており、やや良くなっている。ただし、前年比や前々年比は良くても、予算には3割ほど未達となっている。また、一般宴会においてははまだ半数もなく、全社的に見れば厳しい状況に変わりはない。
		都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・少しずつ予約が入るようになった。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染も一段落して、客のマインドが変わってきているのを実感する。レストラン、宴会場共に、大人数ではないが予約件数は戻ってきている。新型コロナウイルス発生前と比べ、レストランは8割、宴会場は6割の回復である。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は、ゴールデンウィークが3年ぶりに好調で、出張も中小企業を中心に戻ってきている。レストランは、ランチを中心に良くなっているが、ディナーは週末を除いて悪く、宴会も依然低迷している。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・アフターコロナに向かっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスも一応収束に向かいつつあるようで、客の様子も大分良くなっている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・県民割の旅行が4月より再開され、6月も延長が決まった。そのため、4月ほどの勢いはないが販売量も予想が立ち、3か月前と比べると良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除から、少しずつ旅行や会議の開催なども予定されてきているが、まだまだ新型コロナウイルス発生前の水準には程遠い。それでもここ2年は全く仕事にならなかったため、数件の予約でもやりがいを感じている。一方、ブロック割が始まり、当県の県民割と同条件の場合には、隣接県からの客も現金割引をしてくれる。当県では取扱がなく非常に厳しい状況で、せめて隣接県の取扱も認めてほしい。Go To Travelの再開がないまま県民割をダラダラと続けると、直近の予約しか入ってこないのが非常に困る。また、夏休みの期間は割引はやめてほしい。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・法人客の団体旅行はまだ戻ってきていないが、小グループ旅行や個人旅行は、計画する客が増えてきている。県民割などを利用して旅行を申し込む客がある一方、団体旅行を喚起する政策は乏しく、期待できる施策をいち早く進めてほしい。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明け頃から、団体旅行に関しては10人前後の小グループでの宿泊の問合せが増えている。バス複数台利用の団体客は、まだ様子を見ている状態である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・2月頃は、まん延防止等重点措置で夜は本当ががらの状況だったため、今と比べると相当の差がある。今は夜の客が随分あり、先日は2年ぶりに学会が開催されるなどイベントも多くなってきている。特に夜の客が少しずつ戻ってきたため、売上も随分助かっている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・2年間なかった春の学校団体が入っている。
		テーマパーク（職員）	お客様の様子	・ウィズコロナが定着しつつありゴールデンウィーク後も新型コロナウイルスの新規感染者数は余り増えず、県民割などもあって少し安心感が生まれたのか、客足も伸びている。
		観光名所（案内係）	お客様の様子	・どこの店にも客は増えている。ただし、短時間滞在で少額消費の客が多いようである。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数は、現時点において予算・前年比共にクリアして好調である。大雨でクローズの日もあったが、全体的には好天が続き、順調に推移している。3か月前と比べると、2月は不調であったため、景気は良くなっている。
		その他レジャー [スポーツレジャー紙]（広告担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数は前年より増加しているものの、資材関係の高騰や円安が暗い影を落とし始めている雰囲気がある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているという感覚があるようで、1～2年前と比較すると客の出足も良くなっている。
		美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍はまだまだ安心できる感じではないが、全体的に人の動きが出てきているので、お手入れに戻ってきてくれる客もぼちぼち増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は収束に向かいつつあるが、ウクライナ戦争による物価高でプラスマイナスゼロである。
		一般小売店 [結納品]（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークから少し人が動き出しているが、まだ当店の景気には影響はない。
		一般小売店 [贈答品]（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べると、全体としては余り変わっていないが中身は変わってきている。景気の良い企業、産業では消費が増えているが、大多数を占める中小企業では、物価高などによって消費が少し冷え込んでいる。2極化するなかで景気の良い大企業に助けられ、プラスマイナスをすると変わらない。
		一般小売店 [生花]（経営者）	販売量の動き	・日々の売上は横ばいである。今年の母の日は、販売量、来客数共に前年比20%減少という結果に終わった。今年、まん延防止等重点措置もなく比較的自由に外出できたので、花を贈るよりも家族での食事を選んだ可能性もある。
		一般小売店 [書店]（営業担当）	お客様の様子	・前月と変わりがない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数はそこそこあるが、特にゴールデンウィークは買物というよりも散歩という感じの来店客が多く、販売には余りつながっていない。ハイブランドの高級靴の売行きが悪く、カジュアルゾーンのウォーキングシューズやスニーカーの売上が少し伸びたくらいである。
		スーパー（店員）	単価の動き	・いろいろな物価が上がり、りんごなどの果物も高値が続き売上にかなり響いた。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・売上、利益は予算に対して大幅な未達である。商品の値上げで客単価は上がったが、それ以上に来客数、買上点数が下がった。店に魅力が欠けているのであるうか。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上は新型コロナウイルス発生前の8～9割程度まで戻っているが、依然として来客数、売上共になかなか回復しない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は異様な印象を受けた。来客数は前年比で明らかに増加しているが、客単価の伸びが余りにも鈍く、常連客もかなり出費を抑えている様子であった。ゴールデンウィークで出費がかさみ一時的な手持ち不足だっただけかもしれないが、そのような客が非常に目立った。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は終息していないが、旅行に行くとか孫の結婚式に出席すると言って来店する客の様子から、自重しながら外出する人が多くなってきたようである。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・売上は、徐々に増えてきてはいるが微増程度で、回復しているとは言い難い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の車両販売は前年並みで推移している。ただし、顧客の購入に加えて、大手中古車会社、レンタカーや海外転売用と思われる車種の販売も増えてきており、売りたい顧客になかなか届かない状況である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策による様々な行動規制が緩和され、飲食店やイベントなど潤っている事業者も確かにあるが、メーカー系の事業者は物が造れない状況になっているため、やはり景気は悪い状態がまだ続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中国からの部品供給が滞り、半導体不足も重なって、新車を受注しても生産されない事態が度々起きている。そのため、売上が思うようには上がらない状況が続いている。中古車市場もオークション価格が一服し始めていて、こちらも思うようには売上が上がらない。販売量としては前年並みで、良くも悪くもないといった感じである。
		一般レストラン（従業員）	単価の動き	・客は戻りつつあるが、仕入価格が上がりすぎて利益が薄い。
		バー（経営者）	来客数の動き	・まだまだ企業に勤める人の来店は少なく、特に領収証が切れない人は顕著である。コロナ慣れして、2軒目に行く客が少ない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が大分落ち着き、通常までにはならないが徐々に取り戻しつつある。反面、ウクライナ問題、物価上昇などの不安定要因が足を引っ張っている。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・県民割等を利用する客が思ったよりも少ない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・人出は多くなったが、以前よりもモノの購入については慎重になっている。モノの所有からコト消費に移りつつある。世界有数の著名ブランド時計店には毎日開店前から30人ほどが並ぶが、他の有名ブランド店には閑古鳥が鳴いている。著名ブランド点に並ぶ人は明らかに投機目的といわれており、純粋な購入動機からは外れている行列である。値上がりが見込めないモノを並んでまで購入する人が現れることが、景気回復には重要である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・石油価格の高騰や円安に対する政策がないので、悪くなるしかない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新設工事の施工期間が長期化している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・余り変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・新型コロナウイルスも落ち着いてきたので、期待はしているが、賃貸業界としては閑散期に入っており、変化は余り期待できない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食関係の店は、どん底からはある程度良くなったが以前のように戻っていない。ホテル関係も同様で、ある程度は回復しているがまだまだ完全には程遠い。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・一般的な物価高が、じわじわとカウンターパンチのように効いてきている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・販売先の中小小売店やスーパーからは、買上点数が減って売上が若干減少しているとの話があった。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比90～93%で推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・相次ぐ値上げラッシュの影響により、明らかに消費が落ちている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・引き続き値上げが続き、販売量の減少傾向が続いている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・小売の現場では食品の値上げが増えてきており、需要の減少につながっている。家庭用品も4月の家庭紙を手始めに、原料、物流コストの上昇を理由に値上げが続いている。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は小康状態であるが、経済回復への気運は高まっており、外食のウエイトが上がってきているため、相対的に内食需要が下がっている様子である。来客数、客単価共に低下傾向にある。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・必要最小限の買換え需要が売上の大半を占めており、盛り上がりには欠けている。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・今月は客単価が低い。コロナ禍の前年と比べても1割ほど落ちている。生活必需品の値上がりでゴールデンウィークの外出消費で、家電にまで金が回ってこない印象を受ける。
		乗用車販売店（従業員）	それ以外	・全体的な動きにアクティブさが足りない。問合せや購買意欲など今月は余り良くなかった。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客との会話において、身の回りでの物価上昇を強く感じるといった話が頻繁になってきた。収入の増加は実感していないので、生活費の増加が身に染みる状況にある。このような状況では、必要に迫られた商談でない、なかなか話が進まない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ロシア・ウクライナ情勢により商品の生産状況が悪化しており、入荷の遅れから、来客があっても商談がまとまらないことが多くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月に入りどのマスコミ等でも値上げの話題を取り上げている影響か、ゴールデンウィーク明けから例年と比べて売上が下がっている。明らかに来客数も減っており、何か対策をしていく必要がある。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・4月は新規契約者数が増加し、解約者数は減少と明るい兆しが見えたものの、5月になって逆の傾向にあり、失速した感じがする。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・他社の工事不要な据置き型ネット回線への乗換え客の増加に伴い、アナログ回線の申込みが増えている。スマートフォンの導入で従来であれば減っていく固定電話の申込みが増え、光回線の新規申込みは減っている。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・客が余り来てくれない。
		美容室（経営者）	それ以外	・客の話からも全てにおいて値上がりしているため、大変難しくなっている。当業界でも、光熱費などが値上がりし始めているため、厳しい状況になってきた。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・やはりまだまだ新型コロナウイルスの影響がある。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気が良くなる話は聞かない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・中国でのロックダウンの影響で手に入らない設備も出てきている。販売の際には条件提示が必要で、売手も慎重である。いろいろな物が高くなり、積極的な購入は足踏みしている。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・最近、リフォームやちょっとした改装の見積りが増えてきたが、考えていた予算よりも高いのか、発注には二の足を踏まれる。建築材料が全てといっていいほど値上がりしており、調達率も下がっている。まだまだ見通しが立たない状況である。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・注文、問合せや見積依頼件数のいずれも過去最低の水準となっている。非常に厳しい状況が続いている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて以降、外へ出掛ける人が増えているのか、極端に来客数が少ない。そのため販売量にもつながらない。
	×	スーパー（店長）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは、規制が解除され外出や外食する人が増えたことで、来客数が大幅に減少した。また、原料値上げによる商品価格の上昇で、買上点数も減少している。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今までにない厳しい月となった。4月以降販売数が激減し、来客数も少ない。5月後半になって来店が増えてきた。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・前年から細々と続いていたプロジェクトがほぼ終了した。新しい案件が現在はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・分譲住宅用の土地が少ないため、価格が上がっても購入されている状況である。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・資材の高騰は、メディアでは耳にしているも、身近なところで高くなることを理解できない業者が多い。
	×	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後、急に工事物件がなくなった。
企業動向関連 (東海)		-	-	-
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・行動規制が緩やかになり、人出も戻りつつある。外食機会も増えて、徐々に消費は上向いていると感じる。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅販売では、特に在庫でお買い得感のある物件に成約が出てきた。客が今後の価格上昇の機運を感じて、動きが良いのかもしれない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・荷主からの引き合いは確実に増えてきている。当社の取引先のなかで自動車関連以外の荷主は、もはや新型コロナウイルス発生前の状態に回復しているようだ。一方、自動車関連だけは、折からの半導体不足に加え海外からの部品供給不足で、何度も出荷が止まっている。
		通信業（総務担当）	それ以外	・マスク着用や行動制限の緩和によって人が動き始めたため、サービスや物の購入による消費が多く発生し始めた。
		金融業（従業員）	それ以外	・街や観光地の様子から、人出は随分回復しているように思う。特に、外出先として屋外が中心となるところへの人の集まりを感じる。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が拡大していた時期と比べると皆活気があり、飲食店なども営業時間の制限がなくなって、街は活性化しつつある。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・人の流れが増えてきて飲食店等も混み始めてはいるが、業種によって偏りがあるため、まだ景気が良かったとはいえない。
		会計事務所（職員）	それ以外	・まん延防止等重点措置が解除されてから、自分もそうだが、旅行や娯楽に出掛ける人が増えていると感じている。外食しようとする気分にもなっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で減少している。もうこれ以上は下げ止まりと思われる。景気は、悪い状況のまま維持されている。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・新規感染者数は多いものの、重篤な症状が出ないことを身近に経験しており、新型コロナウイルスへのおそれは薄れている。感染症対策を継続した上で以前の生活に戻ってもよいと意識を切り替えた人が大半で、外出や買物を久しぶりに楽しんでいる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米の自動車向け設備は、引き合い件数が横ばいである。競合他社も納期が長くなっているため、納期勝負となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・試作機の台数減少など戦争の影響も出ているが、余り大きくはない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰により機器の生産価格が上がっているが、販売価格への転換は市場で徐々に受け入れられつつある。部品の需給状況は安定しておらず生産面での不安がつきまとう。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・いろいろな原材料の価格が非常に上がっている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連を中心に、中国からの輸入停滞で生産ができず物量が下がっている。下げ幅は荷主により異なるが、稼働が半分程度のところも出てきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響は改善するものの、半導体不足の影響で動きが鈍い。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・貨物量は新型コロナウイルス発生前をまだ下回っている。ただし、前年は上回っている。新型コロナウイルスの影響やウクライナ戦争の先行きの不透明さによる景況感が、荷物の量に反映されているようである。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・生活圏内では飲食店の閉店が多い。特に、人と会食をするような飲食店ではなく、1人メシをするような定食屋はことごとく閉店している。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・材料やサービスの仕入れに関しては、いろいろなところから値上げ要請があり、受け入れざるを得ない状況である。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前月と変わらない。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルス新規感染者数も減少傾向にあり、外出や遠出をする人が徐々に増加傾向にある。売上が前年を上回る状況も継続している。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・全体的に生産が減少しているため、動きには活気がない。設備投資も抑える傾向にあり動きは低調である。ただし、当社は新製品のお陰で活発な引き合いがある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・原材料高、原油高、物価高、円安、ロシア・ウクライナ情勢、新型コロナウイルス等が影響している。さらに、半導体不足による影響が企業収益を大きく圧迫し、景気はやや悪くなっている。
		化学工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・原油価格が高騰しており、容器のプラスチック原料も値上がりしている。全てを客には転嫁できていないため、収益をひっ迫している。
		窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・前月までは注文分がさばき切れないと言っていた同業他社が、自動車関係の半導体不足による生産調整のあおりを受けて、受注に急ブレーキが掛かったと言っている。
		金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・協力工場の仕事量が減ってきているので何とかしてほしいという声をよく聞く。仕入先も、素材価格が高騰する一方で材料の荷動きが良くないとこぼしている。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・エネルギー価格や円安等による材料価格の高騰を通じて製品の部品単価が上がり、それを販売価格にそのまま転嫁できないため、非常に困難な状態である。客先業界全体が低調なかでは競争が激しく、原価上昇は全体の利益を押し下げるため、非常に大きな問題になっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鋼材価格が3割強値上げされたことにより、受注量、販売量共に鈍化が進んでいる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・世間でいわれるICチップだけでなく、鉄素材も既に入手困難な状態である。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・上海の都市封鎖で完成車メーカーの10工場が5月下旬に停止するという新聞記事が掲載されていた。完成車メーカーの仕事量が落ちるため、目先の景気は多少悪くなる。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているからか、ゴールデンウィーク明けから荷物の動きが減ってきている。EC市場が減少している。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・円安、ロシアのウクライナ侵攻による景気後退や諸物価の上昇で、消費者のマインドが冷えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材関係を中心とした物価上昇により建築費が高騰しているが、不動産価格は上昇しておらず、利益率の悪化が見込まれる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の受注件数が少ない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・前年同期より10%程度売上が落ち込んでいる。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・メーカーによる一方的な値上げと部品不足、国際情勢などによる物流の停滞なども影響し、新しい商談の見積りや発注が少なくなっている。5月に入って前年より2～3割引き合いが少ない。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格、電気・燃料価格の高騰に対応する販売価格への転嫁ができていない。
	×	公認会計士	それ以外	・中堅中小企業の業績は悪化傾向にあり、従業員の給与・ボーナスは上がっていない。その一方で、インフレや材料価格の高騰により消費財の価格は上昇傾向にある。
雇用関連		-	-	-
(東海)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・少数ではあるが求人のお問合せがきている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣求人数は増加が続いており、3か月前比、前年同月比共に増加している。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・全体として、新規求人数の増加が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が若干増加して求職者数が若干減少した結果、求人倍率が改善している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が3か月連続減少し、有効求職者のうち増加が続いていたパートタイム求職者も2か月連続減少した。
		人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・客先の製造業の開発活動が堅調な状況に大きな変化はなく、期初の人材受入れも順調である。
		人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスによる外国人入国規制は解除されたものの、ウクライナ情勢による原油高、物価高などによりやむを得ない値上げが発生し、中小企業を中心に黒字化が難しい状況である。
		人材派遣会社（企画統括）	求職者数の動き	・求人数の増加に対して求職者の動きが鈍く、成約につながっていない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車生産においては、上海のロックダウンの影響で部品供給の遅延や半導体不足が継続して課題である。生産工場の稼働停止が6月以降も予定されており、先行きが不透明な状況がここ数か月は続いている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・人の動きが戻ってきたこともあり、業種によっては回復傾向にあるが、全体的には景気回復には至っていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率がそれほど良くなっていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月を上回っているが、3か月前と比べると、有効求人数は若干上回っているものの新規求人数は下回っている状況である。そのため、景気が上向いているとは、今一つ言い難い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同期と比べて求人数は2割ほど増加し、特に製造業の増加が目立っている。コロナ禍の影響により半導体不足が続いていたが、最近になって解消されつつあるため、生産量が持ち直していると思われる。求人数は増加しているものの、景気が良くなったとまでは感じられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・今年度に入っても企業の採用意欲は衰えず、新規求人募集は継続していくと見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・2～3か月前は年度替わりのタイミングに向けた派遣募集が多かったが、今は募集数が減っている。ただし、契約終了も少ないためエンジニア稼働状況としては横ばいである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・ウクライナ危機の長期化により元々予定されていた春からの原材料や燃料の値上げに拍車が掛かり、利益を圧迫しているという声を最近よく聞く。都道府県単位の観光振興策は延長実施されているが、効果は限定的で、地元産業全体として景気は良くなっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)		コンビニ（店長）	来客数の動き	・週末は活発に人が動き、新型コロナウイルスの影響を感じなくなっている。平日もビジネス客が来店しており、昼も夕方にもぎわいを取り戻している。コロナ禍となつてから、今が一番客の動きがあり、景気が良い状況だとみているが、新型コロナウイルス発生前の実績まで戻るには、あと少しといった状況である。
		一般レストラン（統括）	お客様の様子	・5月は、ゴールデンウィークを中心に県内外で外出が増え、それに伴い外食等も増え、繁華街の人出が多くなっている。そのためゴールデンウィーク後に若干新型コロナウイルスの感染が拡大した。しかし、以前とは異なり人の動きは止まらず、継続的に週末を中心に外出の機会が増え、外出する人も増えている。
		都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス客、レジャー客共に個人からのWeb予約が増加している。その結果3か月連続で稼働率が10%上昇し、新型コロナウイルス発生前の同月8割まで回復している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前はまん延防止等重点措置の期間中であつたため最悪だったが、5月は夜の街の人出も7割方戻り、ゴールデンウィーク期間中は観光客も多く売上は良かった。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、元の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうである。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきている。各種イベントの全面中止はなく、少しずつぎわいが戻っている。ただし、財布のひもは少し固くなっているように見える。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・美術館で5月末まで人気漫画家の原画展が開催されており、ゴールデンウィーク明けも若者を中心に多くの人々が周辺を散策している。また、年齢の高い人達も日を追うごとに散歩くようになってきている。売上は新型コロナウイルス発生前と比較すると全く駄目だが、予想していたよりも良かったので一安心といったところである。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・徐々に行動制限のないゴールデンウィークだったため、5月中旬以降の新型コロナウイルスの新規感染者数急増による消費の冷え込みを心配していたが、リベンジ消費により売上は前年同月比で32%の増加、2019年と比べて5%の増加となり、好調に推移している。これで3か月連続で2019年を超えた実績となっている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・国内の遠方への旅行や冠婚葬祭に関連した集まりが、ゴールデンウィークを境に復活しているように見える。婦人服を中心に買換え需要が出てきており、不振だったアパレルの売上が前年を超える見通しである。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・ウィズコロナの傾向が出てきたのか、ゴールデンウィーク等における人の動きが増加したと感じている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・週末の来客数が少しずつ回復している。
		コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間は苦戦したが、その後は新型コロナウイルス発生前の販売量に肉薄するペースである。
		コンビニ（営業）	来客数の動き	・2019年の来客数は超えていないが、2020年や2021年と比較すると好調に推移している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足も少しずつ伸びて売上も前年を上回っているが、新型コロナウイルス発生前の状態にはまだ戻っていない状況である。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症等による緊張感が全体的に薄れてきたような雰囲気である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・コロナ禍における行動抑制がなかったゴールデン ウィークから来客数は前年に比べて大幅に増加し、特 に飲食店の利用者が回復している。また、今年の5月 は降水量が少なく、中旬頃に気温が夏日を記録して以 降は夏物商材の動きが活発化しており、来客数と販売 数に回復傾向がみられる。
		高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは久しぶりに例年並みの 集客があり、その後も有効期限が迫っていた3種類の 地域共通クーポンの駆け込み利用により、新型コロナ ウイルス発生前と比較して90%近い集客となっている。
		観光型旅館(ス タッフ)	来客数の動き	・売上は前年の184%と改善はしているが、新型コロ ナウイルス発生前と比べると60%で、厳しい状況と なっている。
		旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・前年までは、ほぼ皆無だった団体旅行の計画が増え てきている。
		旅行代理店(支 店長)	それ以外	・ゴールデンウィークを経て顕著な感染拡大が起こら なかったことに加えて、インバウンド旅行者解禁の兆 しがみえてきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの利用回数が徐々に回復傾向となっている。
		通信会社(役 員)	販売量の動き	・新規契約の獲得数は、通信、放送サービス共に3か 月前は前年同月と同程度の水準だったが、今月は前年 同月を上回っている。
		テーマパーク (役員)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、個人の国内旅行者を中心に 新型コロナウイルス発生前に近い来客数であったが、 その後再び来客数が少ない状況になってきている。2 ~3か月前との比較では良くなりつつあるものの、国 内の団体客や海外からのインバウンド客はほとんど動 いておらず、厳しい状況である。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・前年と比較しても、売上が増加している。
		一般小売店[事 務用品](店 長)	来客数の動き	・来客数が減少している。
		百貨店(販売担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる影響は減少したが、旅行 需要はまだ少なく、衣料品や雑貨の一部アイテムは苦 戦している。また、各種商品価格の高騰から、消費マ インドがやや停滞しているようである。ゴールデン ウィーク中の子供向けのイベントは半日以上行列がで き、過去最大級の来客数であったが、イベントグッズ 以外での買い回りが少ない。ゴールデンウィーク後は 急激に来客数が減少したが、自治体の消費喚起策であ る電子クーポンの利用開始と同時に消費マインドは上 昇している。価格高騰による家計への影響から、少額 でも電子クーポンを利用する意識が広がっており、店 舗としては定価購入になるため、客単価が上昇してい る。プラス要素とマイナス要素が交互に発生し、ほぼ 変化がない状況である。
		家電量販店(店 長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による上海のロックダウ ンの影響で、メーカーの商品供給が悪くなっている。
		乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・海外情勢などの影響により、いろいろなものが値上 げされている。また、今後も各種の値上げが予定され ており、消費の冷え込みを懸念している。
		自動車備品販売 店(役員)	販売量の動き	・コロナ禍における自粛が緩和され、経済が活発に動 いてきているが、新車の納車遅れや、ガソリン価格の 高値安定を始めとする様々な値上げの影響は大きく、 販売量の回復には至っていない。
		その他専門店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・野球やコンサートなどの大きなイベントが入場制限 を設けた上で開催されるようになったが、当地で今年 開催されるはずの行事は全て中止となった。地方の方 が新型コロナウイルスに感染したくないと考える人間 が多く、景気が良くなるのはまだ先ではないかと考え る。
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてから、客足がパタッと 止まった状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているなかで、人が少しずつ外に出てきている様子である。しかし、当店の常連客は年齢層が高いため来店が少なく、変化した生活様式に慣れてしまった気配を感じる。5月はゴールデンウィークがあったことから4月の半分の売上となり、大きな赤字である。
		通信会社（職員）	単価の動き	・原材料価格のみならず、手数料関連のコストも原価を押し上げてきているが、販売価格への転嫁は困難で、収益の減少は必至の状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて繁忙期や停滞期の販売の差が少なくなっていると感じる。毎月の販売数もほぼ変わらず、オンライン販売への移行が進んでいると考える。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・この時期にしては少ないが体験を希望する客が出てきている。しかし、年間で最も会員獲得ができるこの時期に、会員獲得がほとんどないのが現状である。また、水道光熱費や消耗品等の経費の増加が続いており、大変厳しい状況である。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数はこの1か月間は200～300人の間で推移しているが、地方としてはかなり多い数字であり、消費行動が消極的になっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・円安やウクライナ情勢等により、住宅価格は高騰しているが、今後更に高くなる状況にある。住宅が必要な客は少しでも早く購入したいとの思いが強く、販売の後押し材料となっている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場の来場者数は減少しており、住宅を検討する人の数も少なくなっていると感じている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・日によって客足にばらつきはあるが、人出が多いときでも、以前のような売上の達成がなかなかできない。財布のひもは非常に固く、客単価が減少している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・外食の動きが活発になるにつれて、少し来客数が減少しているようである。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・来客数は減少しており、買い控えの傾向もみられる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒心の薄れから、内食から外食への流れが鮮明になり、来客数が落ち込んでいる。一方で、食料品全般の値上げ前に購入を考える買物客も見受けられ、一部には好調なカテゴリもあるが、全体としては悪化の傾向にある。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・食品関係の値上げが相次ぐなかでディスカウント店が出店し、客の移動が顕著になっている。商品価格での集客が困難なため、苦戦している。
		スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・商圏内人口に対して確実にオーバーストアの傾向にあることに加え、県外資本のドラッグストアが進出している。販売管理費の削減を実施しているが、設備投資に回せる資金の捻出にはつながっていない。サービスの質が低下する懸念はあるが、事業管理費の圧縮も視野に入れて業務を行う必要に迫られている。
		スーパー（統括）	それ以外	・消費者のマインド低下による節約志向は根強い。業種業態を超えた競争の激化や、人件費の上昇、材料価格や電気料金等の高騰も影響を及ぼしている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客が来店する機会は少しずつ増えているが、物価の上昇が続いており、買上単価は若干下がっている。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・エアコン等の季節関連商材の動きが弱い。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前月同様に、メーカーからの新車入荷が悪い状況が続いており、全く売上が上がらず困惑している。納車までの時間が長くなり、キャンセルも出始めている。
		通信会社（役員）	それ以外	・半導体不足により電子機器類が入手困難で、価格も上昇している。それに加えて、ロシアのウクライナ軍事侵攻に伴う影響で物価も上昇しており、サービスの展開に支障が出始めている。
		住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数の落ち込みが止まらない。イベントを行っても、集客に変化がみられない。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・販売単価や点数、来客数も減少している。ゴールデンウィーク明けは例年落ち込みをみせるが、今年は特に悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・資材や衛生設備の価格の高騰と、それらの納品時期が分からないことで施工に支障を来すことが多くなっている。今後の受注にも影響が出てくると考える。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		精密機械器具製造業(財務担当)	受注量や販売量の動き	・取引先企業によってばらつきはあるが、3か月前と比較すると受注が増加している企業が出てきている。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・売上は改善しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づきつつある。また、今後の売上見通しも安定して立てられるようになってきている。
		司法書士	取引先の様子	・3月事業年度企業の決算内容が数社出てきたが、前年比でみると悪くないところが多くなっている。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量はこれまでと変わらず推移している。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・半導体不足や新型コロナウイルス感染症による供給制約に加え、ウクライナ情勢の長期化に伴う物流費や原材料の価格高騰等の影響は大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
		一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・工作機械業界では半導体関連や国の補助金効果もあり、受注量は高水準のままで推移している。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事については、まだ本格的な受注に至っていない。
		通信業(営業)	受注量や販売量の動き	・今年1月より受注量は上向きとなり、3月決算期の企業も多いため駆け込み需要も多くあったが、現在は一旦落ち着いた感がある。受注は継続的に増加しておらず、景気には変化がないように見える。また、自治体等の今期の補助金施策が順次出てきているものの、働き方改革や業務効率化などのツールが限定される対象が多いため、ハードウェアを含めた補助金施策を望むところである。
		税理士(所長)	取引先の様子	・以前は新型コロナウイルス感染症によって半導体不足等の物流が停滞していたが、現在は中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策により再び物流の停滞が起こっている。なかなか状況が良くなり、取引先企業は悩んでいる状態である。
		食品製造業(経営企画)	受注量や販売量の動き	・今年の春に製品価格の実質値上げに踏み切った結果、主力製品の一部が販売不振に陥り、売上全体に影響を及ぼしている。
		繊維工業(総括)	受注価格や販売価格の動き	・受注状況は全体としては回復しているが、原材料価格の高騰に拍車がかかっており、収益を圧迫している状態である。
		輸送業(管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・北陸地区での物量の回復は鈍く、加えて原油の価格高もあり、厳しい状況が続いている。
		不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者からの情報では、客は活発に動いておらず、問合せが止まっているという話が多い。
	×	輸送業(役員)	取引先の様子	・世界情勢の悪化や、新型コロナウイルス感染症の終息が予測不可能であることが影響している。
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・求人案件に対する問合せが、増加している状態である。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・県内では、求人数が求職者数を上回る状況が継続している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は、前年との比較で増加が続いている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	・求人数に大きな変化はない。
		民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・求人数は緩やかな増加傾向にあるが、応募者が少なく高齢化しているため、マッチングが難しくなっている。
		人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・ロシアのウクライナ侵攻による資源不足や、大手自動車メーカーの減産による影響が派遣先に出始め、求人を取り下げる動きや派遣先が休業になるケースが発生している。
		職業安定所(職員)	求職者数の動き	・人の動きが悪くなっている。他の仕事を探そうという意欲が少し低下しているのかもしれない。また、ガソリン代など燃料費が高騰していることで、企業の周辺が良くなっていないのではないかと推測している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年の5月は緊急事態宣言の発出で休業となったため、前年とは比べられない。24日現在の目標比で見ると、外商売上は2けたの増加率となっている一方、国内の現金売上は4%程度のマイナスとなっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるほか、様々な規制の緩和により、来客数は好調に回復し、売上も前年の実績を大きく上回っている。売上や来客数の前々年比は約20%のマイナスであるが、確実に回復傾向が進んでいる。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・コロナ禍で買物を最小限に控えていた客が、ぜいたく品などの高額品の購入を再開する動きが多くみられる。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除後、ビジネスや行楽関連の人流が活発になるなか、ゴールデンウィークや母の日もあり、5月の入店、購買状況は前年比で倍増となった。国内の中間層向けファッション商材も、ビジネス関連の夏物が活発に動き、前年比で倍増以上となっている。化粧品もスキンケアアイテムの好調が続く、食品でも内食需要、外食需要を含め、総菜や菓子類の動きが良い。富裕層でも、特選品や海外の高級ブランド、宝飾品が好調を維持している。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことで、特に特選ブランドの好調が目立っている。消費者の購買意欲が次第に旺盛になってきている。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上が2019年比で3か月連続の改善傾向となっており、今月は100%を超えるなど、徐々にその伸び率が上向いている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・3回目のワクチン接種が進み、県民割等も浸透してきたため、国内客は新型コロナウイルス発生前の80%程度にまで戻っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・行動規制が緩和され、人が少しずつ開放されつつあると感じる。
		観光名所（経理担当）	来客数の動き	・5月は例年よりもやや悪い動きであるが、3か月前の2月はかなり状況が悪かったため、比較すると良くなっている。ただし、景気が良いといえるまでは回復していない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを含めて、人出が戻ってきており、夕方以降も客足の引きが遅くなっている。
		一般小売店〔花〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍は続いているが、規制が少しずつ緩み、販売量に動きが出ている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・直営店の来客数が増加している。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・5月のゴールデンウィークの販売量も、前年よりも断然良く、好調となった。人の動きや販売量が増えることは喜ばしいが、今後の反動が心配される。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・観光客や年配客の来店が増えている。3回目のワクチン接種や、屋外では条件付でマスク不要とする議論などが進むことで、経済活動が徐々に活発化していると考えられる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・完全にコロナ禍関連の規制がなくなり、前年の緊急事態宣言が発出されていた時期と比べると、来客数はプラス86.5%と大幅に増えている。ただし、ロシアのウクライナ侵攻による原料やエネルギー価格の高騰で、値上げラッシュが進み、消費マインドを抑え込んでいると感じられる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標を上回る見込みである。前年と比較して、コロナ禍の影響は薄れてきている。ただし、物価の急上昇があり、客の財布のひもは固くなっている。現状、売上は2019年度比で80%強であるが、客の不要不急の購入を控える傾向は更に強まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・前年の4月は、下旬頃から休業や時短営業によって営業の機会が減少したが、今年は通常営業ができています。前年との単純比較では、来客数、売上共に伸びています。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークの人出が多く、店舗もにぎわい、活気が戻ってきた。新型コロナウイルスの感染は一定の水準が続いているが、マスコミの報道は極端に減るなど、自粛ムードはほとんど感じられない。中旬以降も気温がやや高めとなったため、初夏物商材の動きが活発になっている。社会不安や物価の上昇といった懸念材料はあるが、直近は余り消費への影響は感じられず、これまでの自粛ムードからの開放感が勝っていると感じる。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・徐々に来客数が増えており、今年のゴールデンウィークの売上は2019年の実績を上回った。若干ではあるが、インバウンドの動きも出てきている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・依然として、高級時計や宝飾品、海外ブランド品がよく売れているほか、紳士服や婦人服といった衣料品についても、売上の回復がみられる。
		百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・コロナ禍以降は、夕方以降の来客数が激減していたが、周辺の飲食店もにぎわい始め、ようやく会社帰りの客が目立つようになってきた。週末も家族連れなど、大人数での来店が見受けられる。
		百貨店（販売推進担当）	それ以外	・飲食店への制限の解除など、徐々にウィズコロナの環境が整ってきており、来客数も増えてきている。ラグジュアリーブランドも好調を維持しているが、一部の衣料品などで上海のロックダウンにより納期が遅れているなど、部門ごとの好不調がはっきりしている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降、外出や学校行事関連の需要で、商品が売れ始めている。外出関連では、日傘や帽子などのUV対策商品やキャリーバッグ、学校行事関連ではスクール水着や巻きタオル、バッグなど、プール関連の商品が売れている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・食品スーパーの来客数が減る傾向がみられる。その分、外食や観光などにお金が使われていると考えられ、景気全体としては回復傾向にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・学校行事の再開でスクール水着が動いているほか、外出着の売れ方も変わるなど、前年と比較して明らかに変わってきている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは家族連れの客が多く、野菜、果物共によく売れた。新型コロナウイルスの新規感染者数も減ってきたせいか、家族連れが目立っている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・急に暑くなってきたため、アイスコーヒーが売れ出し、売れる商品もSサイズからL、LLサイズに変わってきている。アイスクリームもまだシーズンではないが、人気ブランドの商品がよく売れている。
		コンビニ（経営者）	それ以外	・まん延防止等重点措置も解除され、行動制限のなくなった影響が大きいと感じる。物価は上昇しているが、購入を見合わせる動きはない。一方、今後は消費の対象が少し変わってくると予想される。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ようやく飲食店への来客が増えてきたと感じる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・出社人数の規制を続けている大企業は多いが、中小企業ではほぼ通常どおりの出勤が増えてきたことで、朝の通勤時間帯は来客数が戻ってきている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は微増となっているが、値上げなどで売上が維持されていることを考えると、このまま徐々に良くなるとは考えにくい。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前と、ほぼ同じ来客数となっている。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着いてきた影響が大きい。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると、新型コロナウイルスの感染状況が非常に良くなっている。人の動きも活発になり、売上が増加傾向となっている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・仕事が増えて有り難いが、人手が足りず、売上は今一つ増えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	お客様の様子	・世の中全体で値上げが進むなか、生活必需品は広告を出すと集中的に売れるため、売上は悪くない。ただし、クーポンや広告がない日は来客数がかなり少ない。メーカーが値上げをしても、量販店での価格は以前と変わらず、粗利が少ないと感じる。
		その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・コロナ禍から通常の生活に戻りつつあるなか、化粧品や医薬品の販売は順調に伸びている。また、気温の急激な上昇により、夏物商材の伸びも期待できる。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・外食に伴う各種規制もなくなりつつあり、予約が早くから埋まる日が増えている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・様々な制約は残っており、回復感に差はあるが、ようやくふだんの生活が少しずつ戻ってきている。特に、団体利用の戻りが予想よりも早く、売上目標の達成も早まった。ただし、物価の上昇がどんどん進んでいるため、喜んではいけない。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・待望のGo To Travelの前段階となるブロック割が始まり、来客数が増え始めている。
		都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・平常時の生活に戻りつつあるため、来客数も増加傾向にある。
		都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・特に、週末の人流が回復している。観光需要も回復の兆しがみられ、Go Toキャンペーンの再開が待ち遠しいが、直近では府民割なども貢献している。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊やレストランの利用は増加傾向にあるが、会食を伴う宴席の予約は伸び悩んでいる。
		都市型ホテル (管理担当)	販売量の動き	・宿泊関連の売上は、週末やゴールデンウィークで増加したが、平日はまん延防止等重点措置の解除前と変わらない。レストランや宴会の予約は増えているため、今後の売上増加に期待したい。
		都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・客室稼働率は3月が56.3%で、4月が57.5%、5月は54.0%の見込みであり、最近は安定していたが、予想したほどは伸びていない。市内の競合ホテルの料金もさほどアップしておらず、稼働率や料金はしばらく横ばいとなる可能性がある。一方、宴会やレストランのグループ予約は順調とまではいえないが、問合せや予約の動きはあり、今秋の予約も少しずつ入っている。
		旅行代理店 (店長)	販売量の動き	・受注額は微増で動きはまだまだ鈍いが、夏の旅行は北海道や沖縄などで動きが出てきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今までと比べて、昼間にいろいろな場所で動きがみられる。ただし、動いている人の数は増えているが、残念ながら夜間の客の動きは芳しくない。
		通信会社 (企画担当)	それ以外	・コロナ禍が収まり、社内外での宴会などの交流や訪問、出張が増えた。リアル開催での展示会も増えており、活気が戻りつつあると感じる。今後は、今まで使っていない予算がある会社を中心に、動きが活発になると予想される。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間の来場者の推移をみると、新型コロナウイルス発生前の7～8割の水準となっている。最悪の時期は脱したといえるが、元どおりというには少し足りない。
		観光名所 (企画担当)	来客数の動き	・5月に入り、徐々に来場者が増え始めている。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、ゴールデンウィークも観光施設への休業要請はなかった。それに伴い、団体客の利用が少しずつ増えている。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・コロナ禍も一区切りして、少しずつであるが受注が回復している。
		一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークなどで休日が多かった。客は少なく、開店休業に近い日も何日あった。行楽地のにぎわいをテレビでみていると、コロナ禍で我慢を強いられていた反動が出ているように感じた。店としては厳しい月となっている。
		一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況により、消費の傾向は変わってくる。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・直近3か月の売上は横ばいである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・最近では以前よりも来客数が増えてきた。消費者からも、以前と比べて購入意欲が感じられる。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・少し良くなっているが、物価が上がっているため、なかなか客の購買意欲は上向かない。全体的に街などで人出が増え、飲食店にも客足が戻ってきているが、客は値上げを気にしている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・コロナ禍のため来客数が減少し、客も着物を購入するところではないという状態である。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の前年比は、3月がマイナス0.2%、4月がプラス16.1%、5月がプラス8.3%と、若干改善傾向にある。ただし、新型コロナウイルス発生前の2019年と比較すると、5月はマイナス14.1%となるなど、厳しい状況が続いている。
		百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・3月以降は、2019年の実績と同じ水準で推移している。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は来客数も多く、国内客の売上は、新型コロナウイルス発生前の実績に追い付いた。ただし、ゴールデンウィーク以降は厳しい状況となっており、来客数も苦戦が続いている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・3月からの値上げラッシュや燃料価格の高騰など、消費者の負担が大きくなっているため、買物も低価格志向が強まると予想される。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策が緩和されつつあるなか、外出やレジャー関連の動きは良くなった。一方、食品は値上げが続き、買上点数が落ちてきている。
		スーパー（社員）	来客数の動き	・農産品の相場上昇に加えて、加工商品の値上げが続いており、買上単価は堅調に推移している。ただし、大半の店舗では来客数が前年よりも減っているため、売上も減少が続いている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、客単価に変動はない。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・コロナ禍やウクライナ危機といった暗い話題しかなく、先行きの不透明感が強まっている。必要最低限の商品以外は、購買意欲が更に下がっており、来客数の減少につながっている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・生産の遅れが改善されない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	単価の動き	・食料品や酒類の値上げのほか、値上げの告知が相次いでおり不安である。野菜類の価格の高騰も響いている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数は少し増えつつあるが、目的買いの客や、購買意欲のある客の来店は、少ないままである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年のゴールデンウィークは、久しぶりに3世代の家族や友人同士など、小規模の宴会予約で忙しかったが、平日は夕方に来店して早めに帰るといった習慣になっている。高齢者は今まで外出を控えていた分、お金が余っているということで、少し高額な注文をしてくれる。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・特に大きな変化はないが、これから値上げがどんどん進むため、動きが変化してくる。
		観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・コロナ禍の影響が続いている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・かなり戻ってきたとはいえ、平常時の7割程度の水準である。また、客の求める価値も大きく変わったと感じる。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割については浸透しているが、既に利用者数は減少している。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・インバウンドに係る実証実験などが始まったが、現状は入国制限があり、手続も煩雑であるため、客が旅行に出ることをためらう雰囲気がある。もう少しコロナ禍が落ち着いてから行くという客が増えており、景気は悪化傾向にあると感じる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・スマートフォンのアプリによる配車が定着しつつあり、10%程度の売上増加につながっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（社員）	単価の動き	・キャリアの施策で、新規契約の比率が上がっている。販売のための費用が持ち出しとなっており、粗利の確保が厳しい。総販売数に関しても、前年を下回っている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークがあったため、店自体は少し暇になっているが、客からは海外旅行などの景気の良い話を聞く。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・相変わらず建材や設備などの単価が上がっており、必然的に利益が薄くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・材料供給の遅れや価格の上昇が続き、販売価格や引渡しの時期に影響している。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・不動産市況は非常に好調で、分譲マンションや収益ビル、収益マンション共に、高値での取引が続いている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	競争相手の様子	・住宅展示場の運営会社の集客状況をみると、ここ数か月は変化がなく、良くも悪くもない状況である。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲物件の販売状況については、富裕層向けや高所得者向けの販売は好調が続いている。一方、郊外や低価格物件の販売は鈍化傾向にあるなど、2極化が進んでいる。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・以前と変わらず、電材部品の入荷遅延が深刻な状況である。工事を受注しても、施工は通常1～2か月待ちであったが、今は半年待ちの状態である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	単価の動き	・商品の値上がりが多く、客の買い控えにつながっている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・食料品全体での値上げラッシュが続いている。これまでも来客数は厳しかったが、今月に入って単価を下げ販売しているものの、買上点数は伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品の売上が減少気味である。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外食需要が増え始めている。家庭での内食需要が減少傾向となり、今まで良かった一般食品も、値上げの影響もあって売上は大きくダウンしている。その反面、総菜だけは伸びており、特に人流が増えた駅前店舗などは好調である。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・コロナ禍による行動制限の緩和で、買い回りがしやすくなっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、大幅に減っていないが、人の行動はほぼ平常時に戻った感が強い。イベントや行楽、旅行なども以前とは比べられないが、かなり活発化し、ゴールデンウィークも外出が増えた。逆に、内食需要が減少し、レジャーなどにシフトしたため、スーパーの売上はやや苦戦する傾向にある。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数が少し減っているが、客の様子では活気もあり、観光客や新規客も増えているため、深刻な変化ではない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・中国のロックダウンの影響で、商品の入荷に大きな影響が出ており、販売ができない商品が増えている。
		家電量販店（店員）	それ以外	・海外からの部品の欠品による納期の遅れや、それに伴う受注のキャンセルが多発している。また、故障に伴う買換えでは、入荷が早い店舗で契約が成立する傾向がある。一方、最近では競合他社で契約済みの客でも、納品まで時間が掛かるため、他社に問合せをするケースもある。その際、破格で見積りを出してくる企業もあるなど、これまでとは違う形で客の取り合いになる傾向がある。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・前年と比べて気温の上昇が遅く、季節商材の売行きが芳しくない。また、中国のロックダウンの影響で人気商品の入荷が滞りつつあり、販売が思うようには伸びていない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・相変わらず半導体不足の影響を受けており、輸入車の日本への入荷が非常に少ない。販売量に関しては、予約注文の入った車を登録している状態であり、台数が見込めない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足による新車生産の遅延で、中古車の価格が高騰している。仕入れが難しくなっているため、販売量も減少している。
		その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で国内市場が非常に不安定な上に、ウクライナ危機で物価の上昇も進んでおり、打撃を被っている。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	販売量の動き	・今年は3年ぶりに行動制限のないゴールデンウィークとなり、ガソリン価格の販売量は前年、前々年を大きく上回ったものの、その後は反動減がみられる。また、タイヤなども値上げ前には駆け込み需要がみられたが、その後は反動減が出ている。
		その他小売【インターネット通販】（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染対策が緩和されているにもかかわらず、商店街では閑古鳥が鳴いている。これまで不調をコロナ禍のせいにして、商店街のことを考えてこなかった結果である。
		その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	販売量の動き	・新しいカタログを発刊しても、今までのような反応がなく、受注量は減少している。
		その他レジャー施設【複合商業施設】（職員）	お客様の様子	・4月の好調を維持し、ゴールデンウィーク中は活況となったが、5月中旬から少し鈍化している。目標の2019年比ではまだまだ回復しておらず、原材料や加工品の値上げの影響も幾分あると感じる。
		美容室（店長）	来客数の動き	・3月のまん延防止等重点措置の解除以降も、厳しい状態が続いている。今年一杯は、このような状況が続くそうである。
		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）	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻による様々な影響が出ている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・5月も来客数は少なく、売場は閑散としている。ワンピースなどは、着る機会がないという理由で売れていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、平常に戻りつつあるが、アパレル業界は苦境に立たされている。この2年間は洋服を購入せずに生活できたことから、消費者にとって洋服を購入する意味がなくなっている。それに伴い、来客数は新型コロナウイルスの発生前の水準には戻らない。
	×	家電量販店（企画担当）	それ以外	・中国での上海市のロックダウンにより、様々な商品が在庫切れを起こしている。家電では洗濯機や温水洗浄便座、省エネ型給湯器、浴室暖房乾燥機、リフォーム関連ではトイレやガス給湯器、ビルトインガスコンロの在庫がなく、売上に大きな影響が出ている。
	×	住関連専門店（店長）	それ以外	・輸入業においては、海外輸送費の上昇が尋常ではない。春以降、前月比で1～2割の増加という傾向が続いており、終わる気配がない。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は1万6568円で、今月は9636円と低下している。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-	-
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新規の案件も少しずつ入り、成約に結び付いている。
		食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークは人流の規制もなく、他府県からの往来が予想以上に多かったこともあり、売上も少し良かった。飲料水の売上も少しずつ戻っている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・以前と比べて、販促に関する問合せ件数が少し増えており、それに比例して受注量も増えている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2～3月の落ち込みがひどかったため、その頃と比べるとやや上向いている。ただし、前年比ではマイナスである。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で棚上げされていた大型案件が受注できている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を上回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・主要駅構内の店舗の売上状況を見ると、ゴールデンウィーク後の反動も思ったほど出ていない。むしろゴールデンウィーク中の人出の増加で、勢いがついた状態のままの店舗もみられる。ただし、業種によって大きく状況は異なる。
		繊維工業（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍のなかで、依然として受注件数の増加はみられず、原料費や加工費の上昇が続いている。その一方、販売価格への転嫁は進んでいない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンや冷蔵庫、洗濯機などの荷動きは、全体として前年を下回っている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・制御関係、特にある大手メーカーの製品は仕入れ納期が長く、年度内の案件獲得につながらない。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・建設資材価格の高騰や不確定な納期の影響で、設備投資計画の凍結や延期が増えている。ウクライナ危機の影響もあるが、停戦後もロシアへの経済制裁が続けば、建設資材関係の動きも不透明な状況が続く。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せは堅調であるが、資材価格の高騰による影響が出そうである。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークの売上が悪く、配達件数が減っている。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格の高騰が、販売業者の負担を大きくしている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・客との会話で受注状況を確認すると、売上は前期比で戻りつつあるため、新型コロナウイルスの感染第6波の影響は落ち着いたと判断できる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・夏になれば、マスクの着用から解放されそうである。やはり街を歩く人が全員マスクをしていると、自粛の感覚がなくならない。買物や飲食、遠出などに罪悪感をもつのが日本人であるため、欧米よりも回復に時間が掛かることが予想される。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月以降の交通広告の発注に、大きな動きはない。
		経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で、今までできていたことができず、企業の必死の努力が続いている。その一方で、物価の上昇が進んでおり、耐えられない企業は倒産している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・材料が入ってこない。納品に4～5か月かかっているため、見積対応をしても販売ができない。
		繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・世界情勢や円安の影響で、原材料価格の5～15%の値上げが進んでいる。その原価の上昇分を販売価格に転嫁できないどころか、商品によっては値引きの話が出てくる状況である。業界の販売量が減っているなか、販売価格に転嫁するかどうかで、今後の販売は大きく変化する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮しても受注量がやや少ない。部品の入荷待ちで、納期を遅らせてほしいという要望が増えている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注はみられるが、上海のロックダウンの影響で、中国への輸出が減少している。さらに、中国からの材料の輸入が遅れ、国内メーカーの生産遅延につながっているため、国内向けの出荷が増えている。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・受注量や受注価格をみる限り、悪い影響は今のところないが、ウクライナ危機や長引くコロナ禍、円安の影響もあり、あらゆる物価が上がり始めている。サラリーマンの給与が順調には上がらないなか、家計にも影響が出始めている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品不足による自動車業界の工場稼働率の低下で、全体的な荷動きが悪く、回復に時間が掛かりそうである。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車工場の稼働率が予想以上に悪い。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・光熱費のほか、生活必需品の価格が軒並み値上がりする一方、収入の増加は期待できない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・部品の納期が伸びているため、思うようには受注できない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築資材価格の高騰により、契約価格は上昇傾向にある。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・燃料価格や資源価格の高騰により、全ての経費が増加している。これまで値上げのなかった商品も、今月から値上げとなった。取引先も運賃の抑制に懸命なほか、既に受注済の輸入品の発送も大きく遅れており、運ぶ荷物が減少している。
		その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・製品の納期の遅れや、値上げとなる製品も多く、売上が伸びない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は、飲食業やサービス業は大変であったが、半導体に関連する製造業は決して悪くない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は落ち着いてきたが、原油価格の上昇により様々な物価が上がってきている。テナントの退出で店舗の空室率が上がるなど、景気が悪くなっている。
	×	その他非製造業 [電気業]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・世界情勢が混とんとしており、先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)		-	-	-
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、街中にも人があふれている。派遣依頼件数も前年を超える状況が続いている。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着き始め、訪日外国人の入国規制も緩和が始まることになった。求人数も少し増加傾向にあるなど、先行きにやや明るい兆しがみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増え、単価も上がっている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・例年と比べて需給のバランスが良く、就業の決定が増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況の収束がみえてきたような印象があり、観光関係を中心に求人数が少し増えているように感じる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月は新規求職数、新規求人数共に増加した。前々年と比べても増えている。ゴールデンウィークを前に、宿泊・飲食業では求人数が109.2%の増加となったが、宿泊予約が直前に入ってきた影響で、需要は読みきれていない。一方、卸売・小売業や運輸・通信業は前年比で減少となっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていないが、徐々に求人数の増加がみられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・ウクライナ危機や中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ対策など、景気に悪影響を及ぼす要因はあるものの、脱コロナ禍を目指して企業が動こうとしている。それに伴い、企業の求人意欲に減速はみられない。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク以降の新型コロナウイルスの感染状況が、予想に反して改善傾向となっている。それに伴い、業種を問わず、企業からの派遣依頼がかなり増えており、以前のような人材確保が徐々に難しくなっている。案件自体は3か月や6か月などの短期派遣が中心であるなど、企業の対応は慎重である。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人は増えているが、求職者が集まらない状況が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が一定の落ち着きをみせ、Go Toキャンペーンも再開されれば、消費の回復への期待が高まる。その一方、物価の上昇による生活の圧迫も進んでいるため、現状は悩ましい。
		アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・新規の仕事がなく、通常の仕事も減ったままである。
	新聞社[求人広告]（管理担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数やや減少傾向にあるものの、求人数には景気の先行きを示すような動きは見られない。飲食に関する制限も緩和され、ゴールデンウィークの人出も戻った。旅行、観光業界の求人数が増加に転じるなど、やや光が差してきたように感じる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・旅行や飲食など、制限が緩和されて上向きになりつつある業種はあるものの、ウクライナ危機による原材料価格の高騰や半導体不足など、相変わらず厳しい状況が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で14.8%の増加となっている。まん延防止等重点措置の解除後、人手不足感が強まり、飲食店や小売業からのフルタイムやパートの求人が増えた。一方、製造業では求人数が増加傾向にあるものの、半導体不足や原材料価格の高騰による受注の減少で、雇用に慎重になっている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・3月からのエントリーや選考分については、内定の第一次ピークが過ぎた。追加募集や内定辞退に伴う採用枠の拡大もあり、6月以降の求人追加や合同企業説明会への出展が増えている。来年の採用に向けた夏のインターンシップも、例年と同様に広報が盛んであり、特に今年は募集の告知や、学生向けのガイダンスやセミナーが前倒し傾向となっている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3か月前から、コロナ禍の特需による求人は減っているが、通常の求人数が増えてきている。全体としては、余り変化がないと考えられる。
		その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求人数は、好調な製造業にけん引され、持ち直しの動きが続いている。求職者の動向は、若年層の転職希望者やブランクのある求職者の活動再開など、これまでみられなかった動きが活発化する兆しもみられる。ただし、求職活動を慎重に行う姿勢は変わらず、求職者数が高止まりする状況はしばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・地元企業からの新聞広告の出稿状況を見ると、新年度に入った後も出稿を控える動きが続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・従来からの企業の海外シフトにより、円安の効果がマイナスとなっている。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・県民割を活用した旅行会社の商品などが好調である。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいであるが、重症化リスクが大幅に低下し、様々な感染症対策の要請や行動制限のルールが緩和されたことで、需要は新型コロナウイルス発生前の水準に戻りつつある。ビジネス需要が順調なため、平日の宿泊は高稼働で推移している。また、イベントの開催で観光客の需要も増えている。宴会はやや出遅れているが、先行受注は好調である。
		タクシー運転手 競艇場（企画営業担当）	来客数の動き 販売量の動き	・以前と比べ、乗車率が上昇している。 ・月の下旬のSG競走の開催で収益が増加している。
		商店街（理事）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は残っているが、ゴールデンウィークには、客の吹っ切れた様子が垣間見られるなど、景気は良くなりつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・人々がコロナ慣れしているため、外出する客が増加している。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに関する行動規制が緩和され、人の流れが以前のように回復している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・毎年苦戦しているゴールデンウィークの人出、販売量、売上全てが前年をはるかに上回ったが、月の中旬からは人出も売上も苦戦している。
		百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・地階に新規ブランドが投入され、食品売場の売上の増加につながっている。衣料品についても、行動規制等がなくなったため、婦人服を中心に売上が増加傾向にある。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・5月は、婦人服や紳士服など衣料品がとても好調に推移している。婦人服はパンツ、ブラウス、シャツ、紳士服はカジュアルシャツなど、屋外でのアクティブな衣料品が好調で、人々の動きが活発化していることがうかがえる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が変化し、行楽やアウトドア等の外出者が増加しているため、消費も増加している。ゴールデンウィークからは、特に週末の行楽客が増加している。食料品を中心とした値上げ基調がディスカウントストアにとってチャンスとなっており、割引時のまとめ買いも増えている。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・ワクチン接種の進展により、休日の人の動きがやや活発になり、消費が動く傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客が新型コロナウイルスに慣れてきたこと、今年はまだ梅雨入りしていないことなどから、来客数が前年を上回っている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・客の動きが終日活発になってきている。移動規制が解除され、テレワークからオフィスで働く方向に再度シフトしていることが、商品の購買につながっている。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末だけではなく、平日の来客数や売上も前年と比べて回復している。
		衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置中であった3か月前と比べると来客数は戻ってきたが、新型コロナウイルス発生前の売上には到底及ばない。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響や猛暑予想で、エアコンがよく売れている。
		その他専門店【土産物】（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来客数が前年と比べ2割増加したが、新型コロナウイルス発生前の来客数には及ばない。店内が混雑し、密であるとの書き込みがあり、悩ましいところである。
		その他専門店【和菓子】（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が収まりつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・売上は新型コロナウイルス発生前の水準まで回復している。夜9時以降は4人程度の少人数の利用が多く、3か月前と変わらないが、ランチタイムや早い時間帯のディナータイムでは家族連れや友人同士の利用が確実に増加している。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに関する規制が緩和され、客の来店頻度が高まり、ディナータイムの客も戻っている。
		観光型ホテル（副支配人）	単価の動き	・1泊2食付きの宿泊プランで、以前は2種類の料金プランを販売していたが、単価を上げたプランを追加して3種類のプランで販売を開始したところ、高い料金のプランがよく売れている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が2月にピークを過ぎ、重症化リスクも低下したことから、ゴールデンウィーク期間の観光需要が大幅に回復した。また、ゴールデンウィーク以降のビジネス需要も回復傾向にある。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・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明けには激増するという見解があったが、そのようなことはないようである。ゴールデンウィークの旅行需要も新型コロナウイルス流行前の2019年の6割近くまで回復している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・夜の街が少しずつにぎやかになっており、接待も始まっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・会社ぐるみの飲食会等の自粛はまだ続いているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、人々の新型コロナウイルスに対する恐怖感が薄れていることで、以前のような行動自粛傾向は弱まっている。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の要望が増加し、景気はやや良くなっている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・来客数が新型コロナウイルス発生以前の6割程度で推移している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・商店街ではイベントが開催され、人出が増えてきている。
		住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・週末の人出が多くなってきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少しずつ減少しているが、まだ安心することはできない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・政府や各自治体には、とにかく経済活動が通常の状態に戻るように取り組んでほしい。責任を取りたくないのか、判断も行動も遅すぎる。新型コロナウイルスの予防は個人に任せ、インフルエンザと同じような対応で済むようにすべきである。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・仕入価格の上昇で、景気の低迷が続いている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・暖かくなり、人出が増えそうなムードだが、商店街の人出は閑散としており、売上も前年を下回っている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は前年を上回っているが、売上は前年並みである。低迷していた衣料品や観光部門の売上は前年を上回っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、週末を中心に来客数が増加しているが、売上にはつながっていない。コロナ禍で衣料品に対する価値観などが変化している。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が横ばいのため、消費マインドもあまり改善していない状況である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ここ1～2か月で、客の購入点数に変化がない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げが相次ぎ、販売数量が伸びない状況が続いている。
		スーパー（営業システム担当）	単価の動き	・販売数量は減少傾向にあるが、商品価格の値上げにより、客単価は上昇している。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数は前年比112%と増加傾向にあるが、平均買上単価は前年比93%と客の節約傾向が根強くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・7月の商品価格の値上げで、客の買い控えが増加する。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・月末に展示会を開催したが、来客数が多く、売上もあったので、景気は少し良い流れになっている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数は減少しているが、景気が悪い状況でも、生活必需品として家電製品の需要は衰えていない。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度となっているため、売上も前年を下回っている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・以前と変わらず、中古車が不足していることから、販売量が前年並みとなっている。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況がなかなか落ち着かないため、特に高齢者は街に出てこない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来客数は前年を大幅に上回ったが、予想を下回り、新型コロナウイルス流行前の2019年のゴールデンウィークの来客数には遠く及んでいない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中は、イベントなどの参加者が増えたが、買い回りをする客は以前より少なかった。ゴールデンウィーク後の平日にあまり変化はないものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、土日の集客状況は余り良くない。ついで買いを行う客が少なく、財布のひもも固いようである。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況に大きな変化はなく、客もある程度この状況に慣れつつあるが、来客数の回復までには至っていない。新型コロナウイルスに対して警戒している人とそうでない人の2極化が進んでいるようで、警戒している人が店に来ないため、景気の回復につながらない。
		バー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行に行きたい客が、家族等の反対で旅行に行けない状況である。
		放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の料金延滞率や回収率は悪化していないものの、横ばいである。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィーク期間中の県内外の移動は、新型コロナウイルス発生前に戻っているが、移動による交流が増えたに反して、商品・サービスの問合せに特に変化がない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の加入・解約動向から、消費意欲に変化はない。物価高の影響はあるが、コロナ禍が一段落し、通常の生活が戻ってきた感がある。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・サービスエリア拡張に伴い、加入者数の増加傾向が続いている。
		美容室（経営者）	単価の動き	・客の動きが元に戻りつつあるが、単価の低いメニューを選択する客が普通のメニューに戻らないため、景気は変わらない。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・修繕などの引き合いはあるが、新築やリノベーションの引き合いは低調な状況が続いている。コロナ禍に加え、建築資材の高騰も影響している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築資材の高騰を受け、住宅に回せる資金の余裕がなくなり、意思決定が遅くなっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・木材や建材の値上げラッシュで建設費が高騰しており、客もなかなか契約まで進むことができず、落ち着くまでしばらく様子見の状況である。
		商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で客がほとんどおらず、厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・前月までは来客数が前年割れであったものの、客単価は前年を上回る状況で推移していたが、今月に入り、客単価も前年割れとなっている。原材料の価格高騰で、精肉、日配品、食品の売上の減少が続いており、消費者のインフレに対する防衛本能が顕著になっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・自粛のないゴールデンウィークだったことで、飲食店も再開され、スーパーでの買上点数は前年を下回っている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・売上や客単価は余り変わっていないが、商品価格の上昇の影響もあり、買上数量は減少している。
		スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・相次ぐ食料品の値上げで、客の来店頻度が低下している。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・まん延防止等重点措置の解除後、客単価や売上が前年割れとなっている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は回復しているが、客単価は低下している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・前年が新型コロナウイルスの影響で悪すぎたこともあり、5月の販売量は前年比117%となっている。今年は新車の供給不足で大変厳しい状況である。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・納期が6～12か月以上掛かり、客の購買意欲が低下しているため、景気はやや悪くなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中国でのロックダウンの影響で、メーカーの生産が停止し、売上に繋がらない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・4月の値上げ以降、売上が少し落ちてきている。今後も円安やウクライナ問題による物価高などの影響で、先行きが不透明である。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・買換え需要の来客数が著しく減少している。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言で人が外出できなかつたり、店が営業できなかつたりした頃の状況を考えると、景気は3か月前よりも少し良くなっているが、依然として悪い。
		テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・物価が上がっているにもかかわらず、政府が消費税減税等の対策を行わないため、景気はやや悪くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・総合住宅展示場の新規来場者数が前年の6割程度まで落ち込んでいる。新型コロナウイルス発生前と比べると半減しており、集客に苦労している。
		住宅販売会社（営業所長）	単価の動き	・資材の高騰、エネルギー関連や生活必需品等の相次ぐ値上げが家計を圧迫している。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・ゴールデンウィークに販売量が大幅に減少している。
	×	家電量販店（店長）	販売量の動き	・生活必需品の動きは底堅いが、テレビやパソコンの需要がかなり落ちている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・3～4月から各商品の値上げがあり、ゴールデンウィーク明けには、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したため、来客数や売上が減少している。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・地方は農繁期で来客数が少ない。修理等必要なものの需要はあるが、高額品の販売は低調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・物価が上昇傾向にあり、客に買い控えの傾向があることから、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (中国)		*	*	*
		繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染対策の人流や移動の制限が緩和されたことにより、客の消費行動が活発になっている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界向けの受注量が増加傾向にある。
		輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加し、景気はやや良くなっている。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスに関する規制はないが、客がコロナ禍に慣れて、飲食店に行く習慣自体が薄れていることから、景気が劇的に回復することはない。
		食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・ウクライナ情勢の影響で、原材料価格や原油価格が高騰し、物流費も上昇していることから、販売価格を何度も引き上げている状況である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け大型案件の生産に加え、通常品の生産も好調なことから、多忙な状態が続いている。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・オーダー数量や荷動きに大きな変化はない。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注見込みは堅調であり、当面は現状が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資材価格やエネルギー価格が高くなっているが、金属価格の高値継続により収支は好調である。
		一般機械器具製造業（管理担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が以前と変わらないため、景気に変化はない。
		輸送業（総務・人事担当）	受注価格や販売価格の動き	・上海のロックダウンの影響があり、輸出オーダーが減少している。
		輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているものの、世界情勢の不安定さがあり、景気は変わっていない。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・ICT関連の機器購入やデータセンター関連のニーズはあるものの、半導体機器の在庫切れや納期が遅い問題も出てきており、客の購買意欲が低下している。また、客の導入計画の見直しなどの動きも出てきている。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・半導体不足に加え、上海での新型コロナウイルスの感染拡大によりサプライチェーンが目詰まりしていることから、地元完成車メーカーの国内生産が通常の5～6割操業まで落ち込んでいる。このため、系列の地元部品メーカーの受注も大幅に減少し、工場の稼働率が軒並み低下している。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・移動制限の緩和から、消費・物流量は増加傾向にあるが、原油価格、原材料、輸送コスト等の高止まりから、企業の収益力はさほど上がっていない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、受注量が減少しているため、景気の悪い状況が続いている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月からの値上げが消費低迷の一因となり、販売店や問屋からの受注量が3～5%前後減少している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安やロシアによるウクライナ侵攻の影響が、材料価格や運送費の高騰につながってきていることから、景気はやや悪くなっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・中国のロックダウンの影響により、中国国内にある子会社が約2か月稼働していない。また、電子部品の不足や値上げも続いており、状況は余り良くない。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・主要客からの受注量が通常の半分以下となっている。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数が約8%、成約件数が約4%の減少となっており、前年比でも共に減少となっている。	
	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、企業の活動が徐々に活発化しつつあるものの、今後の新規契約については慎重な姿勢が強くなっている。	
	×	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材の価格が軒並み2～3割上昇しているとの情報が入っている。また、納期についても未定であったり、半年先であったりして、工期を考えると計画段階での先行発注などのリスクを伴う対応が必要となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連 (中国)		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	それ以外	・留学生や外国人技能実習生の入国規制が緩和され、人手不足が顕著であった介護業界も採用計画を見直す必要がなくなりつつある。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、製造業が前年から4割の増加となったが、特に需要が回復傾向の土産物を中心とした食料品製造業の大幅増が目立つ。社会経済活動に連動して改善が期待され、求人全体でも前年から1割の増加となっている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年と比べ3.5%増加、前々年と比べると5.6%増加しており、新型コロナウイルス発生前の2019年4月の78.1%まで回復している。求人数が増加した主な産業は、製造業、運輸・郵便業、不動産業・物品賃貸業、生活関連サービス業・娯楽業、医療・福祉業などである。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・新規求人者に比べ、求職者の動きが弱くなっている。
		人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・求職者数が回復していない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・第二新卒を含む20代の中途採用市場は、営業職、専門職、事務職、販売、物流、IT技術職などの求人数が全体的に伸びている。経験者だけでは採用人数に満たないこと、未経験者を採用して育てていく体制を整えている企業が増加したことなどから、経験者だけではなく、未経験者を採用する状況が広がっている。
		職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・4月になり新規求職者数は前年と比べて3.8%増加したが、紹介件数は前年と比べて5.4%減少している。新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、求人への応募も様子を見る傾向が出ている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・求人が発生し適任者を紹介するものの、選考過程で本当に今採用すべきかを自問するケースが散見される。結局、現行メンバーでカバーできる、あるいはハイスpek人材を迎え入れる体制ができていないため時期尚早であるなどの理由で求人がクローズされている。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・3か月前と比べると、求人数は順調に増加している。
		人材派遣会社（支社長）	求職者数の動き	・求職者からの就職相談件数が減少している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ゴールデンウィーク以降、物価上昇や海外情勢の影響で、消費の動きが鈍くなっている。広告出稿状況からも、地域の企業が明らかに守りに入っていることがうかがえる。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)		*	*	*
		商店街（事務局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染状況が収束傾向にあり、経済活動に活気が戻りつつある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は県外からの来街客が多く、商店街は昼も夜もにぎわっていた。その後の休日もイベント等の開催で人出が増加しており、人々が徐々に外出に慣れてきたと感じる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・原油価格の高騰やウクライナ情勢による食材の仕入れ価格の値上がりといった懸念材料があるものの、新型コロナウイルスの感染状況が多少落ち着いてきており、人々の動きが少し活発になってきている。来客数も前年比で微増状態になっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として収束傾向にはないが、徐々に繁華街に人が戻ってきている。特に週末の夕方の早い時間は、来客数が自粛期間以前の水準近くまで回復している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が収束傾向にあり、来客数が増加している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は帰省客が多く、売上が増加した。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営戦略）	来客数の動き	・連休中の入の動きは、新型コロナウイルス発生前の状態に近かったと感じた。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・客単価、来客数共に前年を上回る水準である。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に来客数が増加した。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・5月は天候に恵まれ、人の外出頻度も増えたため、服の売上が増加した。
		その他小売 [ショッピングセンター]（副支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、ビジネス客や観光客が少しずつ増加している。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宴会や飲食の動きは良くないが、宿泊客の動きは回復傾向にある。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・移動制限が解除されたことにより、県民割等のキャンペーン商品の売上が増加している。特に、Webからの予約が増加している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、客の動きは良くなってきている。
		設計事務所（所長）	それ以外	・経済団体等の会合や懇親会が増えており、飲食店の客も増加している。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・依然として商品の値上げが続いているが、客単価と売上数量に大きな変化はない。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前と比較すると、来客数は減少しているが、客単価は増加している。最近の各種商品の値上げ状況を考えると、安易に回復しつつあるとはいえない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は収束傾向にあるが、連休中の来客数は減少した。景気が良いのか悪いのか、今の段階では分からない。
		家電量販店（副店長）	単価の動き	・今年のゴールデンウィークは全国的な移動制限がなかったため、人が県外に流出し来客数が減少した。一方、売上単価については上昇しており、どちらともいえない状況である。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・依然として新車の納期が長期化しており、状況は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きは依然として悪く、状況は変わらない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束傾向にある一方、ウクライナ情勢に関連するコスト上昇といった懸念材料もあり、どちらともいえない状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・夜の街には中高年より若者が多い印象を受けるが、人出は以前と余り状況は変わらない。
		通信会社（営業部長）	販売量の動き	・売上、来客数共に大きな変化はみられない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・状況の変化は余りみられない。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・インターネット投票による巣籠り需要は継続しているが、状況に大きな変化はない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・状況は変わらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・駅前核店舗第3セクター撤退の影響が大きく、今後の対策や地域全体の将来構想もほとんどみえていない。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたことにより、再び客が外食に流れている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・来客数が微増したにもかかわらず、販売量は減少している。客は、購入意欲はあるが、購入にふみきれていない様子がうかがえる。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足と上海のロックダウンにより部品が入らず、自動車の生産や受注が停止されている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の登録台数は、生産台数の遅れにより状況が厳しかった前年を更に下回る水準で推移している。
	x	一般小売店 [書籍]（営業担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは、外出制限がなく県外に人が多く流出したため、売上が激減した。また、連休後も回復には至っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (四国)		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料等の仕入価格上昇により4月から値上げを行ったが、その後も受注は順調に推移している。従来の取引先からの発注量が元に戻りつつあることに加えて、新しい商材を求める新規取引先や、ネット販売による注文も増加している。新型コロナウイルスの感染状況が収束傾向にあり、小売店のマインドが明るくなっているように感じる。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・依然として資材価格の高騰が収益を圧迫しているが、受注量は安定している。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・原材料や特殊な部品が入手できない状況にあったが、代替品で対応できるようになったため、売上は順調に推移している。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・建設関連業の本業では、ここ数年、防災減災関連の公共事業の増加により、業績は業界全体的に堅調である。新型コロナウイルスの影響により自粛を余儀なくされていた対面を伴う研究開発や教育、社会貢献活動がここに来て動きが出始めたことで、業界内でも活性化している。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍でも経済活動が活発化している。
		輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・国内向け出荷量は依然として低水準のまま推移している一方、海外向け出荷量は回復傾向にある。
		通信業（総務担当）	それ以外	・社外団体と共同で実施するイベントやボランティア活動なども、新型コロナウイルス発生前に近い形式で開催されるようになっている。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大やウクライナ情勢等の懸念材料はあるものの、業績が改善傾向にある企業が増えてきていることや、今後インバウンド需要も見込めることから、景気は上向くと考えている。
		木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・材料の価格高騰が続いており、売上は順調に推移しているが利益が出ない状態になっている。結果として、状況は以前と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・先進国を中心としたワクチン接種の進展により、経済活動が再開され、景気は回復基調にある。一方、世界的な半導体不足による調達環境の悪化や、原材料価格の高騰、ウクライナ情勢等の懸念事項により先行きは不透明であり、どちらともいえない状況である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官民とも受注が伸びておらず、以前と状況は変わらない。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・長く続いた行動制限や営業自粛が緩和されたにもかかわらず、市場では需要と供給の均衡が崩れた状態が続いており、取扱物量が新型コロナウイルス発生前の水準を下回る状況が続いている。値上げが予定されている商品の駆け込み需要に対応した貨物の動きもみられない。
		税理士事務所	取引先の様子	・以前と状況は変わらない。
		農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売販売は、委託販売のため出荷者が値段をつけての販売ができない。実需者が量販店中心となり、卸売市場での需給による価格への反映が鈍い。コロナ禍でこの傾向が強まっているが、日販品の値上げラッシュのしわ寄せが青果物にきており、厳しい状況である。
		通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスによる行動の制限がなくなってきたにもかかわらず、広告投下量は芳しくない。
	x	化学工業（所長）	それ以外	・ウクライナ情勢による悪影響が拡大している。
雇用 関連 (四国)		-	-	-
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・派遣法3年満了に伴い、直接雇用を実施する企業が増えており、正社員の募集が増加している。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年同月と比べ就職者数が微増しており、景気が良くなっていく兆しがある。
		民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・前年同時期と比較して求人数が1割程度増加しており、徐々に景気が回復しているように感じる。
	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は依然として高止まりしているが、来客数は回復傾向にある。一方、公共施設において人流を整理する感染症対策要員やサービス業に係る人員の不足が懸念されており、需要に供給が追いついていない状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・景気の停滞を受け、求人数は各企業で横ばいである。求人に対する人員の充足が長期にわたって見込めない企業が多い状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症は収束の傾向にあるが、景気自体は縮小気味である。車関係の広告費も、供給力の低下に伴い減少傾向にある。
		職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・前年同月と比べ新規求人倍率や月間有効求人倍率が僅かながら上昇し、就職件数も若干増加したが、状況は大きくは変わっていない。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣の依頼数が減少しており、製造業の求人数が激減している。
	x	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (九州)		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が日常生活に入り込み、感染者数の推移を考えなくなっている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時間の短縮要請が解除され、飲食店向けの販売量が大幅に増加している。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・行動制限が解除され、外出用の服を探しに来る客が増加している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者は一定数いるが、外食する人が増え、販売量は回復している。観光需要も増加し、景気対策の効果が出ている。
		観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・ホテルの団体宿泊客数が伸びている。宴会とゴルフ、観光等をセットにした、企業の社員旅行が徐々に戻っている。出張のビジネス客も増加傾向である。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、行動制限のない長期休暇になり多くの客が来町したが、新型コロナウイルス発生前の状況にはまだ届かない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が回復基調にあり、増加している。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることが要因である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・行動制限の緩和に伴い、来街者も増加し、徐々にではあるが消費行動も活発になっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の規制があったが緩和されたため、解放気分になり商店街への来客数が増加し、それに伴い売上も上がっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの重症化などの数字に余り変動がないため、若干人通りが増えている。2か月前より良くなっている兆しである。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策が緩和され、街のにぎわいも回復している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは県外客や帰省客が増え、土産を購入する客が多く見受けられた。ゴールデンウィーク後は、平日夕方以降の食料品売場のにぎわいや休日の複数名での来店もみられ、ショッピングなど外出に対する抵抗感が薄れている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、高止まりした状況が続いているが、ゴールデンウィークの来客数も順調に回復している。それに伴い、旅行需要や外商客へのイベントも順調に推移している。
		百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店4店の5月上上の見通しは、前年比123.9%であり、3か月前の前年比93.6%と比較して改善がみられる。食品催事が好調で来客数も伸びている。衣料品、飲食を含め全般的に良くなっている。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・商業施設の新規オープンには感染症対策を講じて物産催事を開催したが、客の午前中心の日祝日・平日共に来客数や滞在時間が伸び、また、商店街を含め観光客も目立ち街のにぎわいが戻りつつある。しかし、目的買いの来店のため、買い回りの波及効果は少ない。土日祝日と平日夕方の滞在は減少し、公共交通機関の利用は少なく、駐車場利用や店舗周辺での路上駐車は依然多い。一方、オンライン利用、県下のサテライトショップやギフトショップ利用は堅調で、地元店舗での購買傾向は強く、感染症対策で外出自粛は継続している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、依然高止まりであるが、客の様子が2か月前とは明らかに違う。行動制限が緩和され、来客数が増加している。
		百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・行動制限のないゴールデンウィークとなり、帰省や外出での需要が拡大している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が沈静化しており、社会生活が新型コロナウイルス発生前の状況に近づきつつある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が前年を上回る傾向が続き、来客数も追い付いている。売上は今月の目標を達成したが、商品の値上がりが散見された。現状は客の消費マインドが冷え込むという段階ではないが、今後は気になるところである。客単価増の要因としても、商品の値上がりが反映されている部分がある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニエンスストア主力客層の外出が増加し、米飯やファーストフードの販売は好調になっており、新型コロナウイルス発生前の人の動きに戻りつつある。このため、自粛による総菜や加工食品の特需は減少し、売上は微増であるが、状況は良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの活況及び気温の上昇により、客足が伸び、テレビパブリシティに対する客の反応も良好になっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスへの警戒意識が薄れ、また、ワクチン接種も浸透しているため、人の動きが増加傾向である。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・2月の閑散期と比較すると、やや良いというレベルである。ゴールデンウィークから徐々に、買物に出始め、巣籠りしていた客が来店している。
		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）	来客数の動き	・3か月前は、まん延防止等重点措置の影響等で非常に厳しかったが、今月はゴールデンウィークを含めて順調に推移している。特に、客単価以上に来客数が伸長しており、消費者動向として回復の兆しがみえている。
		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）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの規制緩和で、客の動きが以前より良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・県民割の効果もあり、新型コロナウイルス発生前には至っていないが、徐々に回復傾向にある。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ブロック割が6月末まで延長されたため個人客の動きはあるが、団体客の動きは悪い。一部の社員旅行や募集は少しずつ予約が入っている。
		旅行代理店（職員）	販売量の動き	・県民割とブロック割が6月まで期間延長されたことで、5月出発の新規予約が増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・催しの観客動員数の緩和や国内旅行客の増加、また、夜の繁華街もほぼ新型コロナウイルス発生前と変わらないほど復活しており、タクシー売上も順調に回復している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新しい生活様式が浸透しており、客の動きが活発になっている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大や資源価格の高騰など経営上の懸念材料はあるものの、ゴルフブームや天候に恵まれて、入場者は大幅に増加している。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策による規制が緩和され、人の動きが活発化しつつある。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスも落ち着き、春先から初夏に向けファッションシーズンとなり、マスクも緩和されたことで、美容業界も景気が良くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用中の3か月前と比較すると、少し落ち着いた状態になっている。
		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）	来客数の動き	・直近1～2か月に掛けて、新型コロナウイルス第6波によるサービスキャンセルが減少している。また、新型コロナウイルスの新規感染者数は抑制傾向にあり、客は増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスも落ち着き、来客数も増加しているため、消費金額も多くなっている。景気は日常に戻りつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントにより来客数が少し増加している程度で、前年と比較すると2019年以前には、なかなか戻らない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・4月頃から来客数が減少している。ゴールデンウィークを過ぎ、買い控えが顕著に表れている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・今のところ、中央市場の相場は余り変わらない。当地の野菜も数多く出回っているが、今後は価格が上昇すると考えられる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・卒業式や退任式、また、5月は母の日があり、そこそこ生花の売上がある。しかし、これから夏場になるため心配している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・原油高や原材料の価格高騰、ウクライナ情勢を起因とする小麦を始めとした穀物不足などの影響が出ている。そのため、商品値上げの影響で買上単価は上昇し、来客頻度は減少しており、売上をどうにか維持しているのが現状である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・客はここ1～2か月、必需品以外の買物を控えている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客の出足が鈍い。県民割などがあるが、利用状況が今一つである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客にとっても納期の長期化が常識となっており、売手側のアプローチを変えなければ、新車の成約が難しい。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産は一向に改善せず、状態が悪化している。通常の半分にも満たない台数しか配給がなく、自動車販売店の売上構成比で大きく占める新車部門での減収が、経営にかなりの痛手である。
		住関連専門店（経営者）	それ以外	・様々なイベントが始まっており、都市部では競合した売出しもしているが、集客は減少している。
		住関連専門店（従業員）	単価の動き	・大きな催事が数日あり、高単価商材が動いたために売上は十分伸びている。しかし、1か月の間に、気候が大きく変化しなかったため、夏物を見に来る客は少ない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況により、客の流れが全く変わるため、若干回復したり、休日の感染拡大で外出自粛をしたり、先行き不透明で不安定な状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会需要はやや戻りつつあるが、宿泊は稼働が伸びない。外国人の入国制限解除は必須であるが、国内旅行は盛り上がり欠けている。
		タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの発生以来、以前の景気の動向とは違った消費動向が、ほぼ定着している。この業界でも、新型コロナウイルス発生前に戻ることは難しい。
		タクシー運転手	お客様の様子	・県外からの人の動きが徐々に戻りつつあるが、元に戻ったわけではない。
		通信会社（統括者）	販売量の動き	・携帯電話等の売上は、前年を超過するが、事業者からの手数料が変更になり、事業計画の利益は厳しい状況である。
		美容室（店長）	お客様の様子	・今月も景気が良くなっているわけではないが、人の流れが少しずつ増えており期待している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・取引先ではフル稼働で景気が上向くと予想していたが、半導体や電子部品、その他組立てに関わる部品などの調達遅れで、予想以上に稼働されていない状況である。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場やイベント来場者数は、時期的な増減はあるが、状況は変わらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の火災により一部が閉鎖され、客が通行できない状態である。そのためスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどに客が流れ、商店街に客足が戻らない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・小売店の状況は、とにかく売れていない。飲食店に卸している店は、若干良くなっているようであるが、新型コロナウイルス発生前の状況まで回復するには、時間が掛かりそうである。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・原材料の仕入れが高騰している。新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりし、規制も緩和されているが、ここ数年の来客数は減少し、厳しい状況は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（店長）	それ以外	・新型コロナウイルス予防対策である行動制限が緩和され、景気の回復を期待していた。しかし実際には、来客数は上昇せず、消費支出や買上点数は減少している。消費者の購買意識や行動が変化しており、その変化に対応できていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策の規制緩和により、家食から外食へ移行している。そのため、都市部の店舗で、特に酒類の数値が下降していることが顕著に表れている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せており、消費がレジャーや外食等に向けられ、来客数が前年から減少している。また、相次ぐ食品価格の値上げで、消費者の節約志向は徐々に強くなっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ウクライナ情勢による各種農産物の値上げや、ガソリン等生活必需品の高騰で、消費者の購買意欲が下がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間の客足は例年より悪く、コンビニエンスストアの利用客は少なかった。月初の来客数不足が響き、月末の売上は大幅に減少し、厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・上海ロックダウンの影響や世界的な半導体不足の影響で、主要メーカーの商品供給が厳しいため、買い控えが起こっている。
		家電量販店（店長）	それ以外	・海外のロックダウン等の影響で、販売する商品の供給が不安定になり、影響を及ぼしている。
		家電量販店（従業員）	お客様の様子	・来客数は前年比100.2%と前年を維持しているにもかかわらず、売上が前年比96.5%と前年割れになっている。買上点数と単価が同時に減少しており、身の回りの値上げを背景に生活防衛意識の高まりが感じられる。
		その他専門店 【コーヒー豆】 （経営者）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、ゴールデンウィーク時期には、外出も多くなり、来客数も比較的多かった。しかし、ゴールデンウィークを過ぎると客足が一段落した状態である。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・前月は、新型コロナウイルス発生前に少しずつ戻りかけた。新型コロナウイルスという特別な状況の前年や前々年と比べると流れはあり、電話も入るようになっている。しかし、ゴールデンウィーク後から余り動きがなく、なかなか戻らないのが現状である。
		都市型ホテル （販売担当）	販売量の動き	・燃料の価格高騰や団体客減少、加えて、インバウンドがまだ戻っておらず、景気回復にはまだ遠い。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線サービスの提供エリア拡大が終了し、販売拡大が難しくなっている。
		通信会社（業務担当）	単価の動き	・ウクライナ情勢による影響を受けている。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントの来場者数が減少している。
		住宅販売会社 （代表）	競争相手の様子	・建設業界では、ウッドショックから始まり、コンテナや原油高の問題、また、ウクライナ情勢の影響で、仕入単価が上がっている。売上が現状と同じでも、実質の粗利率が圧縮され、工務店を含め景気が悪化している。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月は、来客数が顕著に減少している。今まで商品の動きで判断していたが、今月は来店がないため、商品の動きも大幅に落ち込んでいる。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・原材料や製品の価格が上昇しているに加えて、生活必需品の価格も上昇している。しかし、業務に対する対価は変わらない。
企業 動向 関連 (九州)		-	-	-
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月は上々の動きであったが、5月はコロナ禍ではあるが、各方面からの引き合いが強い。不振であった外食部門も3年前にはまだ至っていないが、商品によっては、対応ができないくらいかなり回復している。量販店は安定した動きで注文があり、加工メーカーの伸びも春先から注文量が増加している。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体の動きが少しずつ良くなっているため、取引先の体制が回復しており、良い状況に戻りつつある。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・半導体関連での新規引き合いはあるが、部品の調達には引き続き厳しい環境状況にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	受注量や販売量の動き	・生産量が、年の初めと比べ4割ほど増えている。その要因として、コロナ禍でも工場を止めず、材料を確保できていることが挙げられる。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・4年度の県発注予定が5月末に発表されるため、景気は良くない。市役所の発注は徐々に始まっており、これから期待したい。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上海ロックダウンの影響で国内への輸入品が滞り、在庫不足が続いている。輸入品が追いつかない状況から、やや景気が上向き傾向であると推測する。例年5月は物量が少ないが、今年是最悪の年と比較すると出荷がある。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・ロシアによるウクライナ侵攻などにより原材料費の値上がりが目立つが、新型コロナウイルス感染症による影響が和らいでおり、百貨店やスーパーマーケットの売上が改善している。一方、半導体の供給不足などもあり乗用車の生産・販売は伸び悩んでいる。
		金融業（営業）	取引先の様子	・少しずつ新しい生活様式へ移行しており、経済活動も徐々に通常ベースに向かっている。
		広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からの受注案件が、伸びている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・全企業の景気が良くなっているわけではないが、半数以上の企業の数字が好転している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・採用を増やす取引先が多い。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・受注残は増加傾向にあるものの、売上まで結び付かず、前月と大きな変化はない。材料の遅延が続いている状態で建築設備機器を生産しているが、納期延期が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造関連の受注量が多く、他の分野の受注量は厳しい状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化なく推移している。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当初の計画に対して、急な非稼働の影響で計画している売上が減少している。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・海外から原料・資材の入荷待ちが続く状況や、製造できる量は、今までと変わらない。受注は半年先まで満杯であるが、景気は変わらない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国のロックダウンの影響や東南アジアの港の状況などから国際物流が低迷しており、商品等の輸入が大幅に減少し、倉庫に空坪が目立つ。一方、九州は半導体の影響が大きく、1000坪単位の空坪を探している企業もあり、2極化している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流の増加で、対人サービス業の利用者数は増加しているが、いまだ回復の途上にあると考える。また、製造業では、材料の供給不足が続いていることに加え、上海ロックダウンに起因するサプライチェーン混乱の影響を聞く。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークの主要観光スポットの観光客数は、顕著な回復傾向を示している。飲食店では、時短営業やアルコール提供の制限が解除された後も客足の戻りは、今一つである。ロシア・ウクライナ情勢の影響で、生コン価格等が上昇しており、関連業界では先行きを不安視する声が強まっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・飲食店では、ゴールデンウィークやショッピングモール等の開業で、売上は増加している。しかし、物価上昇により、消費者は若干買い控え傾向であり、全体的には景気に変化はない。
		新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・新聞広告の受注量低迷が続いている。
		経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・人の流れは増えたが、早く帰宅する習慣が根付いている。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業の新規契約成立の話題は、ほとんど聞かれない。
		その他サービス業 [物品リース] (職員)	取引先の様子	・各企業共に、大型設備投資には慎重であり、3か月前と比較し大きく変動はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料の価格高騰と品薄で、受注を満たすことが難しい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・5月の営業は、ガスや原材料の価格高騰、最低賃金の値上げをイベントで補うことができ、イベント開催は盛況に終わることができた。しかし、夏場に掛け通常の営業が難しくなると心配している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・上海のロックダウンやロシアのウクライナ侵攻などで客の部材調達が難しくなり、当社の受注に影響が出ている。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が前年暮れに収まる兆しがみえていたが、今年に入り第6波の新規感染者数の高止まりが続き、受注量が回復してきたとはいえない。また2月24日のロシアのウクライナ侵攻が消費者物価の上昇を招き、一段と景気が冷え込んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・エネルギー高騰により重油や灯油、電気、資材の値上げが大きくなっている。助成金の対象には当てはまらず、古くなっているCAMも点検や修理ができない状態である。また、昇給のために、取引先へ工賃の値上げ交渉を早急に始めなければいけない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの委託により、福祉やまちづくりに関する調査・計画策定の業務を行っている。市町村による発注時の入札では、提示された予算の3分の1以下で応札する業者が出ており、ダンピングが前年度より激しくなっている。市町村の予算が減少したため、発注の機会が減っていることも影響しているが、無理しても採算がとれない状況となっている。
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス関連の規制緩和に伴い、婚礼やイベントの発注が増えている。
		人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・新型コロナウイルス対応の特需案件だけでなく、通常の派遣募集や人の補充に対し、動きが活発になっている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの行動制限も緩和され、また県民割も後押しとなり、旅行業や宿泊業を中心に新聞広告の出稿再開の動きが見られる。旅行業・宿泊業はGo Toキャンペーンの再開まで活性化しないのではないかと危惧していたが、想定以上の回復傾向である。イベントの告知も、新型コロナウイルス発生前と比べると力強さを感じないが、徐々に戻りつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・学生の採用動向は、ITに関連する技術者の人材不足が顕著で、IT関連人材の採用数も多い。高等専門学校は特に人気が高く、即戦力になる点が評価されている。求人数は、今後も増える見込みである。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人の問合せ等の件数が少なく、契約成立が少ない。企業からの注文も増員でなく、後任の注文が多い。派遣登録数も3割減っている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響による経済停滞が改善し始めており、期待をしているが、現時点で大きく変化はない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は増加傾向にあるものの、新規求職者数が前年比で減少しており、人の動きに活発さが出ていない。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・新卒採用は景気とは違い、中長期的な視点で考えるため、昨今のウクライナ情勢や円安の影響は余り受けないと考える。大学4年生の内定状況は、各学校の学科構成等で違いはあるが、現在平均すると3割ほどで、前年とほぼ同じ状況である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2023年卒の求人数は、前年と比較して増加しており、今月からは内定報告を行う学生も増える。ただし、現在のウクライナ情勢の緊迫化が続けば、日本経済にも大きな打撃を受けることになり、企業の求人にも影響が出るのではないかと心配している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当県の有効求人倍率は前年を超えているが、月を追うごとに弱含んだ推移を示している。当月の前年比は110%であるが、前々年比は60%となっており、回復感がない。また、取扱求人件数も伸びない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が11か月ぶりに前年比で減少している。新規求職者数は3か月連続で前年比を下回り、有効求人倍率も前年比を割っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		百貨店（店舗企画）	来客数の動き	・前年の同時期と比べ規制のない販売活動により、催事場イベントによる集客が図れてにぎわっている。
		コンビニ（副店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、来客数も例年より大幅に増え売上も好調であった。ゴールデンウィーク明けも前年と比べて来客数が増えている状況である。
		一般小売店 [酒]（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は増加しているが、重症率が低くなっているのはワクチン接種がうまくいっているからであるとみている。まん延防止等重点措置も適用されず、経済がある程度回っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年の5月は久しぶりに制限のないゴールデンウィークもあり、そのまま景気に反映されたとみている。多くの国民が新型コロナウイルスに慣れてきたことも要因かとみている。
		その他専門店 [陶器]（製造）	販売量の動き	・発注量が増えている。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が相変わらず多いため、地元客はビジネス街ではほとんど夜の飲食はしないが、来店する観光客数が徐々に増えてきている。
		観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・人流の制限もなく、沖縄への旅行者も徐々に増えており宿泊の客室稼働率も40%台に回復している。飲食に関しては、まだ夜の宴会や夕食などは数えるほどであるが、日中の会食は増えてきている。
		観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの2月の販売室数が前年比13%増加であったのに対し、5月の販売室数は前年比67%増加と、プラス幅が大きくなっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・行動制限が出なかったことで、来客数の動きが良い。
		旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が高止まりで推移しても、旅行する人はする、しない人はしないとはっきりしている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数の前年比は80%台が続いている。新型コロナウイルスの新規感染者数も収まった月末はやや回復傾向にあるので今後に期待する。
		住宅販売会社（代表取締役）	販売量の動き	・建築受注件数及び受注金額が減少傾向にある。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数減少に歯止めが掛からず、前年比6%減少と厳しい状況である。新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあるが、消費者の節約意識が高く消費意欲の改善につながっていない。
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響がある。
		住宅販売会社（役員）	販売量の動き	・賃貸物件の新築アパート、マンションの供給量が建築費の高騰で減少しており、賃貸あっせんの売上も減少傾向なのが懸念される。
	x	商店街（代表者）	来客数の動き	・現在まだ新型コロナウイルスの感染者数が高止まり状態にあって、来客数も激減している。新型コロナウイルス感染状況の改善がなければ、影響は大変厳しい。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-	-
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・高額な相談の契約が決まっている。
		食料品製造業（役員）	それ以外	・前月に続き売上については沖縄を舞台としたドラマのテレビ放送もあり、観光客数の増加等で好調に推移している。一方で原料費を始め光熱費などの値上がりにより価格転嫁が追い付いておらず、利益の減少が続いている。
		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事共に見積り及び受注に大きな変化はなく、生産量は横ばいの状況である。
	輸送業（経営企画室）	それ以外	・5月より石油価格の高騰やウクライナ情勢の影響で小売店、飲食店で値上がりが始まっている。目に見えらるほどの差ではないが、発注量が減少傾向にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	会計事務所(所長)	それ以外	・ウクライナ情勢、コロナ禍の長期化、円安の為替相場が影響している。
雇用 関連 (沖縄)		-	-	-
		人材派遣会社 (総務担当)	求人数の動き	・求人案件は増加しているが、求職者の動きが鈍く、人手不足感は続いている。
		求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・3か月前と比較し求人数は微増であったが、中途求人再開や増員、新規採用などの声を聞く機会が多くなり、企業の採用意欲の高まりを実感している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人件数は、前年同月より25%程度増加している。
		学校[専門学 校](就職担 当)	求人数の動き	・IT系求人のピークが過ぎ、求人数としては徐々に減少傾向ではあるが、例年どおりの動きであることと、他分野の求人もあることを考えると、良い状況のまま変わらないといえる。
		-	-	-
	x	-	-	-