

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・例年2月は1年で最も売上の悪い月であるが、今年は力強さが戻っており、今後に期待が持てる。
	◎	観光名所（従業員）	・当施設の利用客の構成をみると、個人6割、団体4割となっており、団体に占めるインバウンドの割合も約7割と新型コロナウイルス感染症発生前と同じような状況に回復している。現在の利用客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準には及ばないものの、ここ最近の増加率から、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復することが期待できる。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・予約が順調に推移しており、今後、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しなければ、輸送量は順調に増加することになる。
	○	商店街（代表者）	・3年ぶりに開催された冬の恒例イベントには多くの観光客が訪れた。家族連れの国内観光客が多くみられたほか、インバウンドも新型コロナウイルス発生以前の中心であった中国人が大幅に減っている一方で、それ以外の国から新型コロナウイルス発生以前を上回る集客がみられた。また、アジア圏からの観光客が多かった今までは違い、欧米からの観光客が多かったことも特徴であった。イベント終了後も観光客の好調な入込が続いており、今後の回復を期待している。
	○	スーパー（店長）	・5月8日に新型コロナウイルスの感染症法上の分類がこれまでの2類相当から5類に移行することに伴って、景気も上向くことになる。
	○	スーパー（店長）	・マスク着用ルのルールが緩和されることで、メイク用品を中心に化粧品関連での伸びが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・これから春に向かっていくにつれて、客の動向が変わることになる。今後については、来客数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行することで、様々な場面で行動制限が緩和されるようになり、それに伴って景気も上向くことになる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・スピード感としてはかなり遅いものの、アフターコロナに向けた体制に間違いなく向かっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・国内向けの生産量が引き続き増加することから、今後の販売量は上向くことになる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・半導体の生産が回復し、サプライヤーにも供給されるようになることで生産が前倒しになり、受注残の売上が立つようになる。受注量も回復傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算の見通しはまだ立っていないが、売上が改善傾向にあるため、今後の景気は良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、今後、来客数がますます増えることになる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・インバウンドからの問合せが増えていることから、このまま海外からの入国制限が緩和されていけば景気は好転する。ただ、当施設の人手不足は解消に至っていないため、需要に応え切れない状態が続くことが懸念される。
	○	旅行代理店（従業員）	・4月は統一地方選挙があるため、人の動きが良くないと見込まれるものの、ゴールデンウィーク以降は新型コロナウイルスの感染症法上の分類がこれまでの2類相当から5類に移行することで国内及び海外からの観光客が増加し、観光関連産業が活性化することになる。
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援や入国制限の緩和により、人の動きが活発になっている。2019年の水準までは回復しないとしても、今後も少しずつ人の動きが活発になると期待している。	
○	タクシー運転手	・送別会などが活発に行われていることから、ウィズコロナのフェーズに入ったとみられる。乗務員不足は顕著だが、まだ伸び代がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	タクシー運転手	・観光客などにも多少の動きが出てくるとみられることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・コロナ禍からの脱却に伴って、出張販売先も含めた来客数が増えたと期待できる。新入学、新生活の時期も重なるため、前年以上の伸びを期待している。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が収まる雰囲気が出ており、客の行動が活発化している。客の来店頻度も上向いており、それに伴って売上も増加している。このままの状況で推移すれば、今後の売上は増加することになる。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類がこれまでの2類相当から5類に移行することになるが、地元百貨店閉店の影響が大きく、現在のところ、地域住民による経済活動が活発化したり、来街者が増加するといった判断材料はない。ただ、他都市の状況をみると、インバウンドの動きが好転していることから、観光客の増加などがあれば、景気が上向き可能性もある。
	□	商店街（代表者）	・物価高の影響がどの程度出てくるか分からない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・2月の売上は、特にアジアからの観光客が増加したことで1年前と比べて467.8%、2年前と比べて398.5%、3年前と比べて150.6%、4年前の新型コロナウイルス発生以前と比べて95.8%となっている。今後も観光客は確実に回復すると見込めるため、景気はやや良くなる。
	□	一般小売店（経営者）	・北海道においては、これから電気料金が引き上げられることが予定されているため、電気を使う商材をメインに販売している当社としては厳しい状況が予測される。
	□	百貨店（売場主任）	・中国人観光客が増えるなどのトピックがない限り、当面は今のトレンドが続くことが見込まれる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・マスク着用のルールなどが緩和されるのに伴って、来街者は増えていくとみられるが、物価の上昇や光熱費の引上げに歯止めが掛からない状況であるため、今後の消費マインドは期待ほど上向かない。
	□	スーパー（企画担当）	・電気料金などのエネルギーコストの上昇は一般感があるものの、今後も景気は変わらない。今後、暖房の使用頻度が低下することになるが、現在の節約生活はそのまま維持されることになる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価の上昇に伴い、賃金上昇などの動きが加速すると、経済が循環するようになり、景気も良くなっていくと見込まれるが、現在はそうした兆しもないことから、今後も様子見のまま推移する。
	□	コンビニ（店長）	・光熱費が上がっていることから、客がし好品を買ったり、ついで買いをする余裕がないようにみえる。買う商材を吟味しているのか、店内の滞在時間が長くなっている。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類に移行すること、マスク着用が個人の判断となることから、今後、人の動きが活発になることが見込まれる。その反面、感染拡大が危惧されること、光熱費の引上げや物価の高騰が続いていることから、全体的にはそれほど景気は変わらない。
	□	家電量販店（店員）	・今後については、新型コロナウイルス感染症の収束が期待できること、春需要に期待できることから、景気はやや良くなる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・特に人気の車種において納期が長くなっていることから、今まで景気の様子をみて車の買換えを控えていた客が早めの行動を取るようになってきている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・今後については、環境の変化などが起こらない限り、客の購入意欲も変わらないとみられるため、景気も変わらないまま推移する。
	□	自動車備品販売店（店長）	・食品を始めとした物価の高騰、光熱費の引上げなど、生活に伴うコストが上昇しており、これらの価格が以前の状態に戻らない限り、客の消費動向は変化しない。特にカー用品は消費の順位としては優先度が低いため、現状維持か落ち込むことになる。
	□	住関連専門店（役員）	・商材の値上げが続いていることで、客の購買意欲が低下している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・様々な商材が春に向かって、値上げラッシュになる流れにあることから、客の購買意欲がそがれる不安がある。客に対する健康に関する啓もう活動をより密にかつ正確に伝えていくことが求められる。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・先行きについては不透明で分からない。外国人を市内でよく見掛けるが、どういった店が繁盛しているのか、よく分からない。レストランは人手不足の店が多いが、求人広告も出しておらず、少ない人数で苦慮しながらやり繰りしている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が収まりつつあるが、全国旅行支援が継続されないことになれば、ゴールデンウィークは前年並みの入込となる。また、マスク着用が自己判断となるが、感染リスクが完全に消えないのであれば、一層不透明な状況となる懸念がある。
	□	観光型ホテル（経営者）	・これから閑散期を迎えるが、海外との航空路線の就航数が増加していることから、国内客の減少を補えるのではないかと期待している。
	□	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が終了することで反動減が見込まれるが、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することに伴ってこれまでの制限が緩和されることになり、旅行客が増加することも期待できるため、景気は現況のまま横ばいでの推移となる。
	□	タクシー運転手	・例年3月までの雪のある時期はタクシーの利用が多いが、4月以降はタクシーの利用が極端に減ることになる。ただ、今年は行動制限がなく、5月になると新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類に移行することから、4月以降もタクシーの利用が大きく減少するとは考えにくい。
	□	タクシー運転手	・利用客から、物価の高騰や公共料金の引上げの影響でタクシーの利用を少し控えなければならぬとの話を聞く。一方、インバウンドの予約状況に変化がみられないこと、観光客が夜間に利用する傾向が出ていることなどから、全体的には景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、今後、どのように変化していくか、あと3か月程度は様子を見ていく必要がある。
	□	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの戦略次第であるため、先の見通しが立たない。
	□	通信会社（エリア担当）	・今のところ、改善傾向がみられないため、先行きも不透明である。
	□	住宅販売会社（経営者）	・住宅着工数が増えておらず、むしろ減りつつある。また、木材の価格が徐々に下がっていることで、下値を模索する状況になっている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建築価格の高騰により分譲マンションの価格上昇傾向が続いているが、その代替となる中古マンションの価格高騰と供給不足もあって、分譲マンションの需要は底堅く推移している。今後も中古マンションの供給不足は続き、価格の高騰が続くとみられるほか、分譲マンションの供給戸数も増加が見込めないことから、分譲価格が下がるとは考えにくく、分譲マンション市場は大きく拡大することはないものの、安定して推移することになる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇を上回るような賃金の上昇がみられるかどうかで今後の景気は変動することになる。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇に追い付くような賃金の上昇がみられるまで厳しい状況が続く。
	▲	スーパー（店長）	・物価の高騰、新型コロナウイルス感染症の影響、ウクライナ情勢の影響などが今後も見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・この春からの値上げは前年以上になることが確実視されており、食料品を中心とした日用品の節約ムードがますます高まることになる。行楽や観光への支出が増加傾向にあることもマイナスである。
	▲	スーパー（役員）	・食料品の値上げが半年くらい先まで予定されていることから、今後、客の節約志向がますます強まることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（従業員）	・値上げの動きが継続していることで、客単価が上昇傾向にあるものの、来客数は減少している。ディスカウント店などへの流出が増加しているとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。また、人件費の増加、エネルギーコストの上昇、取引先からの値上げ要請など、経費の増加が続いていることもマイナスである。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・電気料金や人件費などの営業経費の上昇分を売上で吸収し切れない店があることに加えて、売上が伸びていない店もみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・電気料金などの光熱費が上がっていることで、消費が落ち込むことを懸念している。また、当業界は新型コロナウイルスの影響で売上、来客数が増加したため、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類になったときに、これまでの増加分が減少に転じることも懸念される。
	▲	衣料品専門店（店長）	・客のスーツ衣替え需要が少ないなど、財布のひもが固い傾向に移っていることが明らかなことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・これから期末に向けての対応が出てくる時期だが、納車が後ろ倒しになっている影響もあって、今よりも厳しい状況となる。部品などの入荷遅れが解消しない限り、売上の見通しも立たない。
	▲	その他専門店〔造花〕（店長）	・景気が良くなるような材料がみられない。人の移動が活発になっているものの、地域の消費拡大につながるかは不透明である。
	▲	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が終了することを前提に考えると、現在よりも販売量が減ることが懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・物価の上昇に対する客の警戒感、失望感は強く、今後、美容関係の消費にも悪影響が出てくることを懸念している。
	▲	美容室（経営者）	・物価の高騰と光熱費の引上げにより、今後の景気はやや悪くなる。
	×	スナック（経営者）	・残念だが、新型コロナウイルス感染症の影響はまだ残っている。少しでも景気が良くなってほしいと願っている。
	×	タクシー運転手	・政府がマスクの着用方針を転換したとしても、消費意欲を喚起するような即効性はないとみられる。今後も外出や外食を控える傾向は続くことになり、景気回復にはつながらない。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・前年のりんご収穫量が見込みよりも悪い見通しとなっている。3月から4月にかけては繁忙期になるとみられるが、5月以降の見通しが立たない状況にある。
	○	金属製品製造業（従業員）	・今後、住宅金利が上がり、駆け込み需要が出てくるとみられる。今のところ原材料価格は高止まりしているが、動きが落ち着いていることから、景気が上向いてくると期待している。また、コロナ禍からの脱却に向けて、人の動きが活発になっていることもプラスである。
	○	建設業（経営者）	・今後については、受注が徐々に進み、工事の稼働量が上がることになる。ただ、土木工事は例年と同様のパターンが見込まれるものの、建築工事の動向が余りみえてこないことが気掛かりである。
	○	建設業（役員）	・受注済みの次年度繰越し工事と公共工事の入札状況から、新年度はフル稼働状態でのスタートが見込まれる。ただ、賃上げに伴う人件費の上昇と原燃料価格の高騰を吸収できるだけの収益力向上を見込めるかが課題である。
	○	通信業（営業担当）	・コロナ禍からの回復に向けた動きが本格化することで、今後、人の活動がより一層活発になる。また、半導体企業の進出という道内産業界では久しぶりの明るいニュースもあり、企業の投資意欲の盛り上がりにも期待できる。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行されることでインバウンド需要の回復、堅調な建設投資などが期待でき、今後、広範囲にわたって経済回復に向けた動きが活発になる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・資材価格の高騰などの不安要素もあるものの、人の動きが徐々に正常化に向かっていることから、今後の景気はやや良くなると期待している。
	□	食料品製造業（従業員）	・景気が変わるような案件が特段見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（従業員）	・3月1日から現在の商材を終売し、内容量を少なくした商材をリニューアル販売する予定となっている。リニューアル後の商材が客に受け入れられるかは分からないが、取引先からは余り販売量が変わらないのではないかと意見が出ているため、今後も景気は変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・商材の値上げなどもあり、受注量が減少傾向にある。また、燃油などの価格も高止まりしているため、回復の兆しがない状況にある。
	□	金融業（従業員）	・各種商材、サービスなどの値上げラッシュによる消費マインドの低下が見込まれる。また、道内企業の賃上げ動向が不透明であり、実質購買力の低下も懸念される。一方、コロナ禍でのマスク着用ルールの緩和が示されたことから、国内客及びインバウンドの一層の増加が見込まれ、観光関連での景気底上げが期待できる。
	□	司法書士	・今年6月に電気料金の値上げが予定されている状況であり、景気回復の原動力となるものが不在である。また、春闘による賃上げも物価上昇の後追いであることから、景気回復には程遠い感がある。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・受注量や受注条件に大きな変化が感じられないことから、今後も景気は変わらない。
	▲	建設業（従業員）	・職人不足や材料の価格高騰による建設単価の上昇に加えて、ガスや電気などのインフラのコストアップもあり、建設単価の高騰にますます拍車がかかることになる。
	▲	輸送業（支店長）	・運輸関係の業界では、春以降いよいよ2024年問題に対する各種料金の値上げが進むとみられているが、各社において具体的な対応案を検討している段階であり、客への改善要請が遅れる分、各社の利益が一時的に下がることになる。
	▲	司法書士	・食料品などの生活必需品の値上げが続いており、今後も値下がりする見通しが立たない。大企業の賃上げや国や自治体による支援制度など、物価高騰への対策も行われているが、余り効果が見込めないことから、今後も景気は変わらない。
	▲	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・コスト高が続いており、利益が出にくくなっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・景況感について、新型コロナウイルス感染症の影響によるものから、物価高の影響によるものに移ってきているものの、景気回復に向けた動きは確実に進んでいる。先行きが見通せるようになることで計画的な採用が可能になるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年10か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しが見られる。ただし、産業や業種によってその度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況と経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・全体的な新卒者の採用率が若干回復しており、景気を持ち直しが感じられる。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材のニーズは今後も堅調にすると見込まれる。新型コロナウイルス感染症の終息を見据え、事業拡大に移行する企業が増えることも見込まれるため、人材ニーズは高止まりすることになる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・小規模事業所において、スキルとキャリアに優れた人材の確保が厳しさを増している。企業は人なりの考えを持ち続けることが難しくなりつつある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴って、ふだんの日常を取り戻しつつあるが、物価高の影響で先の見通しが立ちづらくなっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・6月からの電気料金引上げを控えて、求人広告費を抑える動きが出てくるのが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年から増加していること、原油や原材料の価格が高騰していることなど、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、有効求職者数は6か月連続で減少している。今のところ、業況堅調な事業所からの求人もあって新規求人数は高水準で推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	職業安定所（職員）	・あらゆる物が値上がりしているが、それに賃金上昇が追いつかない状況が続くことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—

## 2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (東北)	◎	乗用車販売店（店長）	・新車の納車ラッシュの影響で、部用品の売上増加や自動車保険の加入増加など様々な副次効果が現れてきている。当社のみならず、業界では3月決算に向けて大きな期待感を持っている。
	◎	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・アフターコロナで人が動くことと予想している。観光地はもちろん、その他の業界でも動きがあるとみており期待している。ただし、制服の業界は値上げラッシュがあったため、それがどう響くかという不安もある。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況に収束感がみられる。また、インバウンドの回復にも期待が持てる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、新生活商戦があるため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3月になれば暖かくなり、マスクの着用も個人の判断にゆだねられるようになるため、人が街に出てくるとみている。旅行客もかなり来店し始めており、売上が良くなることを期待している。
	○	百貨店（経営者）	・食料品は価格上昇の影響を受けるが、今までは高額商品に限定されていた好調さが、春のセレモニー対応のファッション領域にも広がっており、良くなるとみている。春闘における賃金アップのニュースは消費マインドを後押しすると期待している。
	○	百貨店（売場担当）	・年明け以降、購買意欲が高まっている。気候が変わるにつれ、全体的な人の動きも今まで以上に活発になるとみている。厳しかったトラベル関連の回復も期待できる。
	○	百貨店（催事担当）	・2か月連続で売上が回復基調にあり、消費の戻りが感じられる。また、新聞報道などで当地が注目されており、観光客や広域からの集客も期待でき、売上も上向くとみている。
	○	百貨店（計画担当）	・5月の新型コロナウイルス5類感染症への移行により制限が解除され、人や金の流れが良くなるとみている。
	○	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況もかなり落ち着いてきた。各メーカーの値上げもあったが、客は値上げに慣れて買い控えも以前ほどではなく、購買は順調である。今後も値上げは仕方ないという諦めにより、これまでと変わらない購買状況が続くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、行動制限の撤廃により、今年は行事が例年どおり開催されることから、人の動きがより活発になるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数が増加傾向にあることから、人流の活発化は当面続くこととみており、販売量は微増すると推測している。
	○	コンビニ（経営者）	・気候も良くなってくるため、人の動きが良くなることを期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新学期や新生活による変動での伸長が期待される。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻っている。特に人流が戻っていることを実感している。
○	衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば出掛ける機会も増え、購買意欲の向上につながるかとみている。	
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行による景気回復に期待したい。	
○	衣料品専門店（店長）	・今のところ、卒業式、入学式、入社式といった行事が中止になるとの情報はない。実施されれば、スーツや礼服の需要は維持できるとみている。	
○	家電量販店（店長）	・物価高が続くそうであるが、消費者はそれに慣れ、抵抗感や警戒心がやや薄くなっている。また、ウクライナ情勢等の世界情勢も変化は期待できない。よって、今後は景気刺激策に期待する客が増えて、消費マインドがやや明るくなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	家電量販店（従業員）	・電気代の高騰が続いている状況のなかで、省エネの製品、冷蔵庫、エアコン、洗濯機などの高単価商品が動き始めている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・長納期対策として海外向けを調整し、国内需要に振り当てる話も出ている。収益の上昇に期待している。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産なのでその分の生産、納品を行うが、年度末は受注が多いため、やや良くなるとみている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行に向けて、様々な規制が緩和されつつある。飲食店等も含めて、現在よりは回復してくるのではないかと期待している。一方で再値上げも予想されるため、予断を許さない状況は続くとみている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、様々な行事や人々の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に近づくとみている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・新年度を迎え、新しい生活スタイルに移行するとみており、販売量の増加を見込んでいる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年度末ということで様々な形で人の動きが出てきている。気温の上昇とともに購買意欲も上がってくるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが固く、利益を出すのが難しい状況は、今後も続く懸念がある。しかし、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着けば、景気は良くなり観光客が増え、飲食業もにぎわってくるのではないかとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行もあり、人々の意識も変わって外に出てくると予想されるため、やや良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・価格高騰で個人客の動きが鈍い状況はまだ続くとみている。しかし、新型コロナウイルス5類感染症への移行決定の影響は大きく、法人関係は小規模ではあるが会食の予約が入ってきている。当エリアは工業団地に囲まれており、ビジネス関係の人たちで繁華街が成り立っているため、回復が見込まれる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・マスク着用義務の撤廃、新型コロナウイルス5類感染症への移行により、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻るとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・4月以降、国内団体旅行の申込みが増加傾向にある。これまでは小グループが中心であったが、30人以上の団体も増加している。また、海外団体旅行も国内ほどではないものの、4月以降の申込みが発生しており、これまで冷えていた旅行需要の回復の兆しが目に見える形で現れている。
	○	通信会社（経営者）	・この先一気に暖かくなれば、大きな負担になっていた暖房費が大幅に減少し、新生活必需品となる通信サービスを中心に加入者数が増加するとみている。また、マンションなどの大型集合住宅の完成も続くため、放送、インターネットの加入者数増加が期待できる。4月からは加入者獲得キャンペーンも展開していくため、放送、インターネット、電話サービスのセットによるトリプル加入獲得増加も期待できる。
	○	通信会社（営業担当）	・今後、中小企業においても賃金アップが期待され、徐々に景気が上向くとみている。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により規制が緩和されることで、外出する人が多くなるとみている。
	○	遊園地（経営者）	・原材料価格や物価の上昇が懸念されるが、新型コロナウイルス5類感染症への移行による一定の効果が期待される。
	○	美容室（経営者）	・国の施策である賃金アップの呼び掛けに対し、アンケート調査では中小企業の85%が応じている。また、大企業は1万5000円くらいのベースアップを組合交渉で決めているということで、それが波及しないはずがない。物価上昇もあり一気に良くなる方向にはないが、やや持ち直すとみている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料価格の高騰が収まることを期待している。景気回復の兆しがみえた今こそ、原材料高や新型コロナウイルス感染症に対する支援及び経済対策のもう一押しが望まれる。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、補助金対象となる省エネ型給湯器の問合せが増えるかとみている。リフォームも、補助金制度を対象とする工事の問合せ増が続くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・今年に入って新型コロナウイルスの新規感染者数が減っているが、1～2月の流れからすると消費は止まっている。新型コロナウイルス5類感染症への移行後も、景気は余り変化しないと予想している。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒〕（経営者）	・4月にも多くの酒蔵が値上げをする予定となっているが、資材高騰などの影響で今までにない値上げ幅となっている。新型コロナウイルスの規制緩和が次々と政府より発表されてこれからというときの商品価格の値上げ、光熱費の高騰であり、今以上に消費者、経営者を苦しめていくのではないかとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品に動きがない厳しい状況は、まだまだ続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・光熱費や食料品の値上がりがかつて家計を圧迫している。客の来店回数も週3回の人には2回、2回の人には1回になるなど減っており、来客数の減少が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・物価の上昇に賃金の上昇が伴うかが、今後の営業成果の指標となる数値に大きく影響する。しかし、現状の厳しい状況に変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・しばらくは値上げが続くとみており、平均買上点数がどこまで減少するかという懸念がある。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・余りにも物価が上がりにすぎている。田舎の場合、客の給料が上がっていないため、かなり厳しくなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・仕入価格の上昇がいつまで続くのか見極めたい。食品の価格高騰もあり、買い控えが増加している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価高が続き、今後もお買い得商品を求める消費者が増えてくるとみている。そのなかで、いかに正価でも欲しいと思わせる商品を提供し続けられるかがポイントになる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・物価上昇により、値下げ品等お買い得品を購入する客がより目立つようになってきている。定価品の購入につながらない。今後も同じ流れが続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売停止になっている車の注文再開のめどが立っておらず、2～3か月後も状況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車納期の早期化は依然見込めないため、現状のまま変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・気候も良くなり高齢者の外出回数も多くなるため、購買意欲が高まる季節だが、消費者は物価高に敏感になっているため、今と変わらない状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の販売量が伸びていない。春に向けて更に減少するとみている。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・景気が上向いてくるのは4月以降になるとみている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3月は会社の異動の時期だが、現在のような状態では歓送迎会は余り期待できないため、変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・原材料の価格高騰の影響はしばらく続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・前月同様、値上げラッシュが続くため、そもそも観光などに金を使ってくれるかは疑問である。インバウンドが徐々に戻ってきておりそこに期待したいが、影響は限定的とみている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が終了すれば、手控え感が出るおそれがあるとみている。ウクライナ情勢の終息が見通せないことから値上げはあらゆる分野で続き、消費マインドに水を差す。良くなる要素は少ない。とはいえ、新型コロナウイルス5類感染症への移行後は良くなるのではないかと期待している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援は3月31日までとなっているが、その後の延長有無により状況が変化するとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる条件に乏しく、余り良くない状況が継続していくとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる要素がない。当面変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社会貢献担当）	・来客数が増え、販売量が伸びている状況は落ち着く。客単価は横ばいになるとみている。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・客は固定客のみで新規客が増えないため、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・来期に向け、受注が落ち込んでいる戸建て住宅用に建築条件付きの分譲地開発を進めることで、受注拡大を見込んでいる。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・物価や光熱費の高騰などの影響で、景気は厳しい状況が続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・4月以降、電気料金の更なる値上げが予定されており、家計や企業の固定費がますます圧迫される。賃上げについても業況好調な企業のみで中小企業や零細企業については大幅なアップは見込まれないため、消費意欲は減少傾向にある。
	▲	商店街（代表者）	・物価上昇が利益につながらない。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・販売価格は値上がりしている。また、商品によっては入ってこないものもたくさんあり、来店があっても販売につなげられないことがある。買い控えもみられ、販売価格の上昇が続けば、更に厳しくなるとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店でも、物価高騰を見越して在庫をぎりぎりまで積み増しし、極力値上げを先送りしてきた。しかし、現在の仕入先の状況を見れば、店頭価格は将来確実に上げることになる。他の業種でも同様と思われる。この先、本格的な物価高騰がくるとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・3月は物価高や経費の増加により、家計も事業者も更に支出がかさむ。コスト上昇分を販売価格に転嫁しなければならないが、買い控えが更に進むことがないようにしなければならない。消費環境は引き続き厳しい状況が続くとみている。
	▲	スーパー（店長）	・3月には更に大量の商品の値上げが予定されており、客の財布のひもはますます固くなるとみている。
	▲	スーパー（店長）	・食品は値上がりしており、光熱費も上がっている。消費が抑えられる状況は続くとみている。
	▲	スーパー（営業担当）	・原料価格の高騰が進むことや、商品調達の不安定、低価格志向の高まりが、利益を更に圧迫するとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・人手不足により、人件費をアップして募集したが、人が集まらない。また、24時間営業のため、電気代の高騰で利益が出ない。死活問題である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今後ますます公共料金が値上げされるという報道もあり、景気は悪くなるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・電気料金の値上げは間違いなく景気に影を落とす。景気はやや悪くなるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇や光熱費上昇により、家計はますます圧迫される。さらに、国際情勢の不安も続く。
	▲	衣料品専門店（店長）	・4月以降、電気料金の更なる値上げにより、節約傾向が強まるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・納期が再び延び始めている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、人の流れは出てくるとみているが、それよりも物価高の影響の方が色濃く出てくると予想している。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援策の終了や光熱費の高騰、物価上昇により、動きがやや悪くなるとみている。
	▲	タクシー運転手	・他社のタクシーでも同様だが、客のニーズに節約傾向がみられ、先行きは不安である。
	▲	通信会社（営業担当）	・消費者の節約の努力は更に続き、値引き商品を購入し、無駄な買物は控えられる。期末であり引越し需要があるため消費は伸びるが、小売業の競争が激しくなるため企業は利益が出ず、増収減益が予想される。よって、賃金上昇がないまま実質賃金は目減りし、やや悪くなるとみている。
	▲	観光名所（職員）	・売上は、冬景色を見たいという東南アジア系の海外客に支えられていた。3月4月は予約数が大変減っているため、やや悪くなるとみている。
	▲	競艇場（職員）	・新規客を増やさないことには安定した売上はキープできない。今後は来場促進イベントに力を入れていき、再来客を獲得することが必要になってくる。
	×	スーパー（経営者）	・ウクライナ情勢が長期化し、円安が続くことで、エネルギー価格や物価の上昇が更に続くとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・とにかく電気代の高騰が痛すぎる。更に上がれば廃業しなければならない。24時間営業も限界がきている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・4月以降の電気代高騰がますます客の財布のひもを固くするとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	設計事務所（経営者）	・年度明けに公共事業は新案件が発注されるが、働き方改革に伴う時間外労働の割増賃金率の引上げが中小企業にも適用されるため、より一層の効率化が求められる。人件費が大きな割合を占める建築設計業界においては、より厳しい状況になると予想される。
企業 動向 関連  (東北)	◎	建設業（企画担当）	・景気の下振れ原因としては世界的な物価高、新型コロナウイルス感染症のまん延などがあるが、一時的なものであり、改善される兆しが見えつつある。
	○	食料品製造業（営業担当）	・商品の値上げ交渉が順調に進んでおり、売上増加と利益改善が期待できる。
	○	食料品製造業（製造担当）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行と全国旅行支援は人流を活性化させる。レストランの予約状況をみても右肩上がり基調である。ただし、資材価格や光熱費の高騰、販売量の増加に伴う従業員増員による人件費の増加等、経費バランスを見定めなくてはならない。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和で景気に勢いが出ることを期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備事業の引き合いが多く、受注が伸びる見込みがある。
	○	建設業（従業員）	・受注量は相応にある。春以降は現場が増えるため、作業員の確保が課題となる。
	○	経営コンサルタント	・新年度や春という季節のポジティブな気分が消費を活性化させると期待している。
	○	司法書士	・住宅ローン金利の上昇も懸念されるなか、早めの住宅取得を検討する人が増加しているようである。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行決定、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少、外国人旅行者数の増加など、行動を抑制する要因が減少するため、良くなるとみている。
	□	食料品製造業（経営者）	・売上は回復しているが、それ以上にコストアップ要因が大きい。電気料金や人件費のアップがかなり厳しい。前年に2回値上げを実施したが追いついていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で新規の引き合い案件は少ない。いまだに半導体や電子部品などの供給不足があり、装置の製作案件の話があっても受けられない状況である。今後の見通しが全く立たない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・2023年度の半導体の動きは2022年度後半同様に停滞するとの見方が大勢を占める。劇的な改善は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体不足の解消に関しては、各社ある程度盛り込まれた状況になっていることから、この先数か月では大きな変動は生じないとみている。
	□	建設業（従業員）	・内定している民間案件などの受注契約が引き続き見込まれる。
	□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきたところであるが、全体的に荷動きが良くない。2～3か月先も余りいい情報がない。大手企業では大幅な賃上げの話もあるが、賃上げ分は物価高騰の補填だけに終わり、期待するほど消費が伸びないのではないかとみている。中小企業にとっては、賃上げによる人件費増を上回る景気の回復を期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・客の冷え込んだ対応はまだしばらく続くとみている。新たな施策を講じていく必要がある。
□	通信業（営業担当）	・物価高のため買い控えている客が多く、受注が少ない。	
□	金融業（広報担当）	・季節要因や賃上げの期待という消費動向が上向き要素はあるものの、物価高、エネルギー高が家計とマインド面に与えるマイナスの影響で相殺される可能性が高い。	
□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行を契機に、発生前の日常に戻ることを期待している。物価高は続くこととみっており、それを乗り越えるマインドを醸成できるかが、広告業界としては重要な課題となる。	
□	広告代理店（経営者）	・来期以降の客先の業績がまだまだ不透明である。	
□	公認会計士	・現状のまま、新型コロナウイルス5類感染症に移行し規制が緩くなれば、小売、サービス業はもう少し業績が改善するとみている。ただし、製造業関係が部品不足、人材不足で生産が上がらず、売上計上できないため、全体としては現状のまま推移するとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コピーサービス業（従業員）	・仕入商品の値上げや在庫不足等、明るい材料が少ないなか、仕入価格の上昇分を何とか販売価格に転嫁できるよう努力している。徐々に客の了承を得て受注できるようになっているが、現状から大きく変化する兆しはまだみられない。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続くため、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・様々な商品の値上げが続くなかで、商品選びがシビアになっている様子がうかがえる。生鮮品や総菜等では18時以降の値下げ商品目当ての来客数が増えてきているようであり、しばらく続くとみている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では景気回復の実感もなく、環境も何一つ変わっていない。企業業績は目に見える改善もなく、収益悪化の影響が日増しに現れてきている。エネルギーコストの上昇は待ったなしの状態である。地方、中小企業への早急な政府の対策を強く願っている。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・令和5年度の需要見通しも、前年比でマイナスとなっている。9年連続で前年実績を下回る厳しい状況である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・ウクライナ情勢が原因で海外、特にユーロ圏の販売が伸び悩んでおり、先が見えない状況にある。これまでの動きから、更なる減速を予測せざるを得ない。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件を含む、半導体関連の受注減少が顕著になっている。この先、秋頃までは減速が続き、厳しくなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・家庭用電気料金、ガス料金、果物を生産するための燃料費や肥料価格などの高騰により、農家にとっては今までになく大きな支出となるため悪くなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・政府は水田転作地への5年に1回の水張りルール適用を打ち出した。それにより、湿気を嫌う転作物の収量が激減する。水張りをしない水田は転作助成金の交付を打ち切られる。水張りをする水田が増えることによる米の供給量の増加で、米価の更なる下落も予想される。
	雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）
○		人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和によって人の動きが非常に活発化しているため、飲食、小売を中心とした業態において業績が上向いている。また、それに伴って卸売業も人材のニーズが高まっており、問合せが増えている状況である。
○		アウトソーシング企業（経営者）	・客と値上げ交渉をしているが、理解してくれるところが多いため、良くなるのではないかとみている。
○		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症との共存が定着して、イベント開催や集客に制約がなくなりつつあり活動が活発化しているため、良くなるかとみている。
○		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新聞広告の掲載状況が好転しつつある。
○		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス5類感染症への移行により、経済社会活動が正常化し、旅行や外出機会等もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るとみている。物価高の影響はあるものの、消費活動は回復に向かい、景気はやや良くなるとみている。
○		民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業からの人材採用に関する相談が増えている。
□		人材派遣会社（社員）	・円安、ウクライナ情勢、金利等、余り良い傾向がみられない。
□		人材派遣会社（社員）	・サービス業を中心に求人数は増加傾向にあるが、それ以外の製造業などは鈍化傾向にある。景気が上向くところとそうでないところが混在している状況であるため、結果として景況感是不変とみている。
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エネルギー価格の高騰や物価高が続き、広告の動きに影響が出ている。新型コロナウイルス5類感染症への移行により、観光宿泊業が回復することを期待したい。
□	職業安定所（職員）	・資材価格やエネルギーコストの高騰は、企業において改善につながる材料が見当たらないことから、当面厳しい状況は続くとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、今後も電気代や原材料など更なる物価高騰が予想され、事業所の経営状態に影響が出るとみている。
	□	学校〔専門学校〕	・物価高騰が改善される要因が少ないため、経済活動の停滞が考えられる。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の採用意欲は高いが、労働力人口の減少が進む限り、人手不足により充足ができていない状態は変わらないとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・ロシアによるウクライナ侵攻から1年が過ぎ、水産関連の原料確保がより困難になっていると聞いている。
	×	—	—

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北関東)	◎	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への見直しの方向性が明示されたこと、現状の新規感染者数も低下していること等、商売環境が良化してきたなか、今後3～5月にかけては、卒入学や様々なオケージョン対応があり、消費行動が間違いなく活発化すると考える。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	・当社は観光地のなかに立地しているので、行動制限がなくなったことは明るい材料で、これから春休みを含めて観光客が来るのではないかと考えると、2～3か月後はかなり良くなっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・案件数がかなり顕著に伸びている。客単価は、物価等の影響で高くなってはいるものの、購買意欲が勝っている。
	○	商店街（代表者）	・卒業式や入学式、入社式等の記念写真撮影の注文が入ってきている。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・期待を込めてのやや良くなるである。新型コロナウイルスの新規感染者数がかなり減ってきており、祭りや行事を今までどおり実施するところが増えてきているので、期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に変更になることで、今後、観光客が増加するだろうとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かくなると客足が伸びるため、やや良くなる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する国の見解等が、割と具体的な政策として出てきていることも、人の動きの背景にあると思う。皆、具体的な政策等に敏感になっていて、安心材料として、幾分、人の動きが出てきたようである。
	○	乗用車販売店（従業員）	・受注が増えて、納期遅延車両の解消も進んでおり、登録台数も受注残も増えてきている。
	○	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の動向が新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻ってきたようである。しかし、仕入単価がアップしているので、価格の見直しで良い方向にいければと思っている。メーカーや問屋の動きは、まだコロナ禍を引きずっているようである。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰分、賃金が増えれば、行動制限もなくなり、暖かくなることから、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前に戻るのではないかと。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・歓送迎会の時期で新年度の始まりでもあるので、季節的に動くのではないかと予想している。現時点でも先の宴会予約が多少入ってきている。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への引下げ以降が、最大のポイントとなる。業界的には3か月後の予約からスタートとなるので、半年近く耐え抜かないといけない。現在から3か月後の予約は、前年よりは確かに増えてはいるので、やや良くなるとも言える。
	○	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引下げられると報道発表後、明らかに予約数が増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・前年に比べて、宿泊は団体受注が多く売上の下支えとなっている。全国旅行支援が終わっても、変わらずに前年比を超えているのは良い材料である。レストランでも、ランチ売上はインターネット予約が堅調で、平日でも満席の日が出てきている。人員不足で、ディナーは定休せざるを得ないのが残念である。宴会も持ち直しの兆しは出てきたが、3月は新型コロナウイルスの感染第8波によるキャンセル分はカバーしきれていない。4月以降の新年度で、客の心理的なスイッチが変わることに期待したい。
	○	旅行代理店（経営者）	・時期的に5月頃から旅行が動き始めるため、やや良くなる。
	○	旅行代理店（所長）	・5月には、新型コロナウイルス感染症も5類になる。各地のイベントへの規制も減っていくので、景気は間違いなく上がっていく。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きは良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	設計事務所（所長）	・天候も暖かくなり、新年度が始まるため、景気は良くなるのではないかと。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・今夏の電気代高騰の報道もあり、省エネに対する関心が高い。今までの商材アプローチに加え、何らかの新しい効果的な提案が求められると思っている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・三寒四温というが、これから花が咲いて青葉若葉のころになれば、商材の値上がりに対しても皆、仕方がないと諦めムードで、人の動きが出てくるとは思うが、現状維持ではないかと。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・3月13日より、マスク着用が個人の判断にゆだねられるとの発表があったが、発表以降、人の動きが活発化している。そうしたことから景気は良くなると考えるが、同業者からは「観光業は慢性的な人手不足に陥っており、訪れる観光客を迎え入れる体制が整わないのではないかと」という話を聞いている。結果的に景気は変わらない水準で推移するのではないかと。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の5類引下げや、マスク着用緩和により、コロナ禍前の日常生活に戻つつある。ただし、足元ではエネルギー価格を始めとした物価高が消費にブレーキを掛けている状況で、向こう数か月は同様の状況が継続すると思われる。
	□	百貨店（営業担当）	・足元では改善の兆しは見られるものの、ウクライナ情勢などによる世界情勢の不透明感が払拭されない状況や、価格高騰の波がこの春以降も続くことから、先行きが読めない。景気の良しあしの判断が難しい。
	□	百貨店（店長）	・人流が回復傾向にあり、売上はやや良くなるという期待はあるものの、新型コロナウイルス感染症発生前までには戻りきっていない。
	□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきて、3月からの行動制限解除によって、明るい方に向かってほしいと期待している。その一方で、電気代の高騰と経費増大で利益が圧迫され、経営の厳しさを感じている。売上が横ばい状態では、とても利益を確保することができず、この先の人件費等の増加を考えると、非常に心配である。
	□	コンビニ（店長）	・現状と余り変化がないと思われる。
	□	衣料品専門店（統括）	・今後、少しの間は同じような状況が続いていくのではないかと心配している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産台数の目標発表は多少なりとも強気で、販売台数もほぼ順調である。ただし、半導体等を使用する部品ユニットの調達不安定なことは心配である。相変わらず、大規模小売店や食品品のチェーン店の来客数は従来どおりだが、街の小売店は残念な状況である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・客一人一人が、将来に向かっての希望や生活を楽しんでいる様子が余り感じられない。かつて東日本大震災のときは、高速道路等が無料になって、とりあえず旅行に行ってみた、楽しかった等の話があった。簡単なシステムで皆の利益が共有でき楽しむことができていた。車が壊れても怒るようなことはなく、買換えたり、修理する流れがあった。そのような単純なシステムで、国民一人一人に補助金なり、ポイント等を付けてもらえるという。税金を上げるといふようなムードになると、どうしても消費は萎えてしまう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住関連専門店（仕入担当）	・ほぼ全商材で値上げの影響がいまだに続き、同じ商材群でも2回目、3回目の値上げが継続的に発生しているようである。当面は節約志向が続く。
	□	都市型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が3月で終了する影響が出てくる可能性がある。
	□	タクシー運転手	・まだまだ、時間が掛かりそうな気がする。
	□	通信会社（社員）	・これまでの生活スタイルを維持しようとした場合、支出が増えるので何かしらの支出を抑える必要がある。3か月先という視点では変わらないが、悪くなる方向になる。
	□	通信会社（営業担当）	・世界情勢の変化がない限り、輸送コストが増えていることで物価高が続く。
	□	テーマパーク（職員）	・現状が続けば、少しずつ来園者は増えてくると思うが、諸物価や水道光熱費の高騰等、来場者の増加よりも経費の増加の方が大きくなり、結果として景気は良くならない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・順調だった来場者数が、ポストコロナで減少に転じないように努めたい。
	□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてきているなかで、来場者の動向に変化が出てくることに期待したい。
	□	美容室（経営者）	・施術料金を10%値上げしたばかりの1～2月の売上は、前年同月比で10%増えたものの、営業利益は同6%増にとどまっている。光熱費と仕入商材の高騰が利益を圧迫している上に、前年夏に従業員の給料を上げた影響もある。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・期待できる材料がない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・物価が上がる話ばかりが出ていて、景気が良くなる話を聞かない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・ロシアとウクライナの戦争が終われば改善されるだろうが、見通しが立たない。
	▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・今後、再度の商材値上げが予定されているため、やや悪くなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・電気代が3割増になれば、必然的に購買意欲は下がり、景気は悪化する。
	▲	スーパー（商品部担当）	・値上げラッシュの波が止まらない限り、良くなることは考えにくい。新型コロナウイルス感染症も5類に引下げられて人の動き方も変わると思われるが、すぐに良くなることはない。
	▲	家電量販店（店員）	・夏の天候次第である。季節的要因が大きく影響しなかった場合は、新型コロナウイルス感染症の行動規制が緩和され、消費が外に向き、巣籠り需要は減少する。
	▲	住関連専門店（店長）	・ウクライナ問題が1年継続し、物価上昇の歯止めが効かない。会社の業績が上向かなければ、行政が示しているほど賃上げの動きは進んでいかない。
	▲	その他専門店（総務担当）	・この先の受注見込みが薄い。
	▲	一般レストラン（経営者）	・このまま客単価の低い状態が続けば、客が安い方へと向かう流れができそうで心配である。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・賃上げが広く検討されているなかで、労働集約型産業である給食業務では、人材確保が更に厳しさを増している。一方で、異業種からの参入も加わり、入札等での条件引上げも進みにくく、当面は収益が圧迫される状態が続くものと思われる。
	▲	通信会社（経営者）	・仕入コストの上昇を、即、売価に転嫁できるのは大手だけで、中小零細はいまだに激しい価格競争をしているのが現状である。エンドユーザーは、どこで買うのが一番安いかを常にチェックしている。これでは人件費を上げるどころか、現状維持するのも大変である。
	▲	通信会社（総務担当）	・食料、インフラ、生活や職場での必需品の値上げで出費が増え、それを補う物が少ないため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（局長）	・物価高や電気料金の高騰が、家計を圧迫し続けている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高、エネルギー料金の高騰で、客はかなり疲弊している。良い物を買おうという考えはほとんどない。今後、景気が回復しない限り、今以上に悪くなることが予想される。
	×	乗用車販売店（経営者）	・いまだに、納期が長期化している現状から、変化する様子が感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・外食業は円安が進んで原価高になっているが、更に価格改定が進む。また、食料品や電気、ガスの値上げも発表されており、引き続き、家計を圧迫することが分かっているため、悪くなる。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・商材の動きが少し早まってきており、この調子で商材が動くと思っている。
	○	金属製品製造業（経営者）	・ビル関係インフラのメンテナンス需要が高まっているため、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車に関しても生産ライン停止により受注残を多く抱えていることから、先々の仕事は豊富にある。EV生産用の新規ライン投資等に関連して、ロボット業界の仕事も忙しい状況が続く見込みである。
	○	輸送業（営業担当）	・年度替わりによる新生活のための引っ越し便や新生活用品、白物家電、インテリア等は、前年並みの物量を確保予定である。
	○	経営コンサルタント	・ウクライナ戦争の先行き不透明感による先々の経済活動上の悪影響が拭いきれないが、旅行や買物といった個人の消費意欲は上昇傾向にあり、それに伴って企業の生産活動が上向いてくる。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注状況からみても収益が改善され、先行きは良くなる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の値上げがいつまで続くのか心配である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・前月も報告した単価交渉の結果だが、1社が4月から全面的に単価を上げてくれることになったので、希望を持っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・原材料や光熱費の高騰、さらに当社で使用する工具や海外からの調達品の欠品や物不足による影響が深刻である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が予想に反してがくっと落ちてしまっている。今後、増えずにしばらく低空飛行が続いてしまう可能性がある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品にやや落ち込みはあるものの、家電分野で増産傾向にあるため、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注や販売量の動き、受注単価、販売価格の動き、取引先の様子等は、いずれも余り良くなってはいない。今後もこのまま余り変わらない状況が続くのではないかと。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力取引先の部品調達問題から、生産調整を余儀なくされている。数か月先まで受注が読めない状況にある。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	□	不動産業（管理担当）	・ビルテナントの新規入居はあるが、その分退去もある。その他、物価高の影響がまだ続くと思われるが、値上げ交渉も以前よりは受け入れてくれる取引先も増えてきているので、横ばいのまま変わらない。
	□	司法書士	・ほんの僅かだが、上向いているのは良かったと思っている。これから将来に向かって、このままいくとは考えられないので、今月の少し良かったのは一過性のものかと考えている。
	□	社会保険労務士	・春祭り等のイベントは従来どおり開催されるようである。ただし、大企業の賃上げだけでは、景気が良くなるまでには至らない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原材料が高くなっており、電気代や光熱費も上昇している。上場企業は従業員の賃上げができるが、中小企業は大幅にはできない等、一段と経営を難しくする要因が多い。
	▲	建設業（総務担当）	・繰越工事は少なく、補正予算の効果もまだないため、非常に先行きが不安である。
	×	建設業（開発担当）	・現与党政権の下、公共工事は順調に推移してきたが、3年前からのコロナ禍の影響が大きく、今期の公共工事は前年比7%減、前々年比は20%減と厳しい。当社受注も前期比で10%減と、厳しい決算になるのではないかと心配している。
雇用	◎	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	・スーパー等の小売部門では、生鮮食品の動きと、年度末や新年度、春に向けての商材構成をかなり早めに固めているようなので、この辺りの伸びが期待できるとみている。公共料金の電気等の値上げ、ガソリン価格については落ち着いてきているものの、今後については不透明な状況なので、かなり備蓄しているところもあるのではないかと。出費や投資等は控えているようである。
	□	人材派遣会社（社員）	・大手企業を中心に賃上げ報道が目立つものの、地方の中小企業の実態は厳しく、温度差を感じている。
	□	人材派遣会社（従業員）	・人材募集の依頼はあるものの、求職者が少ない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、電気代高騰や物価上昇等の不安要因から、引き続き、雇用に与える影響等に留意が必要である。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・求人数の動向では人手不足が懸念され、業務縮小等の方向へと進む企業も増加していく可能性もあるため、景気の変動は難しいと考えられる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が薄れてきて、人や社会が動いていくという段階になっているにもかかわらず、原材料費、物価高がある。身近で話を聞いても、物価だけが先に上がっていて、実入りが増えてくるまでタイムラグがあつて大分先になることを考えると、やはり買い控え等で、やや悪くなる。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・4月以降、派遣取引先との契約が終了になることや、サービス業務への派遣契約件数が少ないため、やや悪くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・海外から新型コロナウイルスオミクロン株の別系統が入ってくる可能性が高く、やや悪くなる。
×	*	*	

#### 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	商店街（代表者）	・コロナ禍で抑圧されていたものが、随分解き放たれており、その勢いは半年から1年くらいは続くのではないかとみている。イベントやアミューズメント、集団での飲食は、寒い時期に試しに行ったイベントを見る限りは底堅く、特に家族連れでの需要は小売、サービス共に強い印象である（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月先というと、4月は入学式や入社式、5月は母の日があるので、どん底の今よりは十分良いのではないかと期待している（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、あらゆる制限が解除され、消費意欲が更に高まることが予想される。また、同時にこれまで少なかった中国人旅行者の増加も見込まれ、景気はますます良くなる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・3～4月は歓送迎会の予約がかなり入ってきている。今まで集まりを我慢していた客からの相談などもかなり増えているので、2～3か月先は前年とは大分変わって、多くの予約が取れるとみている（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・団体客の問合せ等が多くなっている。人員を充足させ、行楽シーズンに備えたい。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症終息の雰囲気がマーケットを押し上げている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・冬休みや春休み、異動などによって移動が増えると予想される（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行するというので、イベントや行事などの開催予定が増えており、それに伴い注文も増えている。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年3月は引っ越しなど人の動きが多くなるので、白物家電が売れると見込んでいる。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・都内の新型コロナウイルスの新規感染者数も1000人を切る日があり、感染の心配も減ってきているため、春休みからゴールデンウィークにかけて今以上の来客数増加が見込め、売上の増加を期待している。しかしながら、3月13日からマスク着用が個人の判断にゆだねられる状況になったとき、それを恐れる人が出てきて来街者数が減少するなど、影響が出ないことを願っている(東京都)。
	○	一般小売店〔傘〕(店長)	・新入学で新規購入や贈答需要に期待したい。
	○	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・店頭部は、建て替えに伴う仮店舗への移転ということで、ちょうど商材の入替えをしている最中で、その効果なのか来客数が増え、セールも順調に行うことができている。外商部においては来年度の単価契約や官庁の経常物件契約等が取れているので、安定して案件が多くなるとみている。
	○	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和と合わせて、新年度に向けて受注増加が見込まれる(東京都)。
	○	百貨店(売場主任)	・新型コロナウイルス感染症対策のマスク着用ルール緩和や、5月からの5類への引下げにより、今まで自粛傾向にあった客についても、人の集まるイベントやイートインスペースでの飲食利用、試食などを復活することで、売上に好影響がある(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・物価高が続くというマイナス要素はあるものの、3月からマスク着用ルールが見直されるなど、新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進むことから、全体としては消費行動はプラスに働く(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・各種イベントなどが新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあり、消費に期待ができる。また、春闘で大幅な賃上げの情報が出ており、実現すれば影響が大きい(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・コロナ後の回復見込みを2023年度と予定している企業も多く、出店やリニューアルの計画を来年度に置いているところが多い。そのため、店舗のリニューアルや出店も増え、景気が良くなる(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・新型コロナウイルス感染症対応のフェーズが変わることにより、世の中のマインドも良い方向に変わることが容易に想像できる。移動や消費行動は現時点よりも更に好転すると予測している(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・かつてのコロナ禍から、ライフスタイルの変化も顕著になり、花見やゴールデンウィークなどのイベントシーズンを迎え、買換え、買い足し需要が高まる(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するニュースの後、来客数に好影響が出て、売上が伸びている。新年度からゴールデンウィークに向けて新型コロナウイルス感染症による制限が順調に緩和されていけば、原料高、物価高の影響はあるものの、景気は今よりは上向いてくる(東京都)。
	○	百貨店(管理担当)	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ引き下げられるとともに、マスク着用ルールも緩和され、人々の活動が活発になる(東京都)。
	○	百貨店(店長)	・物価高の影響は継続すると思われるが、新型コロナウイルス感染症対策での行動制限の解除が更に進み、春のオケーションや行楽に向けてのニーズは今より高まると想定している。
	○	スーパー(店員)	・前年できなかった花見や行楽需要が従来どおりに戻れば、大幅に伸びると期待している。また、子供手当など各手当が整ってくれば、消費に回ると見込んでいる(東京都)。
	○	スーパー(総務担当)	・賃上げの流れになっている。
	○	スーパー(販売担当)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行することにより外向きの行動が増え、行楽用品やマスクを外した後のビューティー関連の消費が伸び、全体として売上が増加すると見込んでいる。食品も堅調に推移すれば、現状よりも景気回復に向かう。
	○	コンビニ(経営者)	・花見シーズンにかけても人の動きが期待できる。
	○	コンビニ(商品開発担当)	・とにかく客足が増えるということは、回復の兆しが現れているということである(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられれば、世間の消費も良い方向に変わってくる。コンビニではその影響も少ないかもしれないが、外出する人が増加することはとても良いことである。元々コンビニは生活必需品が多いので、人々の消費が増えることが経済の循環につながる。少しずつでも来客数や客単価が増えることを願っている。
	○	衣料品専門店（店長）	・政府による行動制限の緩和が進み、インバウンド需要など国内消費が進む。また、賃上げをする企業も増えつつある（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・期待を込めてということになるが、全体的に賃金が上がることで消費が増え、良いインフレが続けば、景気は上向く。
	○	家電量販店（店長）	・ゴールデンウィークにかけての訪日客の増加、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う変化、マスコミの報道状況等、好条件が重なれば、春に急激な回復が見込める（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・3か月後は、足元の流れを受け、また、新型コロナウイルス感染症の分類が5類となることにより、より安心感が醸成されることで市場環境には好影響をもたらすとみている。一方、物価動向等のマイナス影響についても注意深く見ていく必要がある（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・各メーカーのEV化に伴う新車の発表が徐々に始めている。長らくガソリン車に乗っていたユーザーがよいよ乗換えを考えざるを得ない時期がきている。その意味で景気はやや上向く（東京都）。
	○	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産台数が回復基調に転換する見込みがある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・企業の賃上げが進めば幾らか良くなる（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・ベースとしては厳しい状況が続いているが、窓断熱など特定分野で大規模な補助金政策が実施される予定である。実施前の段階でかなり消費者の関心を集めており、売上の起爆剤となることを期待している（東京都）。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和措置は継続しており、ゴールデンウィークも控え、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着いていけば期待できる（東京都）。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・マスク着用ルールの緩和を含め、心理的な面でコロナ禍の影響が薄れていく。
	○	高級レストラン（営業担当）	・2月の売上実績同様に、3月以降の法人関連、予約受注状況にも回復の兆しが見えてきている（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	・物価上昇のネガティブな影響はまだみられない。このまま推移していけば、景気は徐々に回復していく（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	・財、サービスの需要が増加し、それに伴い労働需要も増加すると見込まれる。ただし、労働供給が必要に追いつかないため、景気の良化は限定的になる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息したので、少しずつ売上も伸びてきている。ただし、2～3か月先はどうなるか分からない。2月は閑散期なので、それに比べれば少しずつ良くなると思うが、まだ現段階でははっきりしない。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されるめどが立ったことに加え、円安により利益を得ている輸出関連企業及び大企業が政府の要請にこたえて賃上げを実現していることにより、いずれ我々末端の零細企業まで影響が及んでくるという希望的観測を持っている。
	○	一般レストラン（経営者）	・賃上げが進み、消費が増えてくれば、景気はもう少し良くなる（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなる（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類変更に向けて、新規感染者数が減少し、良くなっていくという見込みはあるものの、一方で原価や水道光熱費の高騰が重くのし掛かっている。政府にはこの対策を早急をお願いしたい。そうしなければ、新型コロナウイルス感染症が終息しても、結局は業況がますます悪化していくのではないかと危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・3月にマスク着用が任意になることや、5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に移行することで、当然良くなると思うが、非常に慎重な日本人は急激には戻らず、徐々にという形になる。
	○	旅行代理店（従業員）	・来月からマスク着用が任意になり、世間がそれを受け入れるならば、団体旅行も企画しやすくなるため、期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・ようやく海外旅行の申込みもあり、復活の兆しが見えている。円安、宿泊等の地上費高騰による旅行代金の値上がり傾向等、引き続きマイナス要素はあるものの、今年は海外旅行が動いてくると期待している（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	・賃上げの動きが現実化してきており、4月以降は期待できる。
	○	タクシー運転手	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の感染法上の位置付けが5類へ引き下げられることから、地域経済も復興に向かっていくとみている（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・例えば久しぶりの同窓会など、外出機会の増加に伴い、飲食の機会が増え、消費が上向く（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・半導体不足の影響が解消されたため、景気が良くなる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・2年間止まっていたイベント事業が復活し、順調に進行している。来年度以降も、計画の復活が期待できる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・コロナ禍で自粛が続いてきたイベントが、春先から再開されるというニュースが増えている。自治体レベルから商店街まで、再開に向けて動き始めている。イベント自体の経済効果は大きくなくとも、街が動き出す気配に人々の活気が影響されると予想している（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・インバウンド旅客が増加傾向にある（東京都）。
	○	パチンコ店（経営者）	・今後も、電気料金の大幅値上げや依然として続く円安基調、ロシアのウクライナ侵攻を始めとする世界的、地政学的政情不安等による原料高と、安心できない要因がある。一方、インバウンドの回復や、陽気が良くなることから、人々の動きが活発になっていく。
	○	競輪場（職員）	・売上はWeb側の対応をしないと簡単にいじれる部分ではないので、まずは来客数を増やしていくことに注力したい。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・3月からマスク着用ルールが変更される（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類に分類変更されることで、人の動きが更に活発になる（東京都）。
	○	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染症は2類相当から5類に分類が移行することが決まったが、客の動きはまだ変わらない（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	・新年度も契約を継続してもらえるように話をしている。契約金額が上がるかは分からないが、期待している。
	○	設計事務所（所長）	・建築物価は高値が続いており、また人手不足も否めないが、仕事の話が動いてきているため、多少上向くのではないかと（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、景気は良くならないと考えているが、観光業に関しては、少しずつ良くなってきている。この機会に、政府には観光業などに対してもっと強い対策をお願いしたい。
	○	住宅販売会社（従業員）	・注文住宅の販売量は横ばいが続くと思われるが、年度末に完成する建売分譲物件が売れると見込んでおり、注文建築の受注と建売分譲の契約を合わせれば、景気はやや良くなる。分譲物件は完成した実物を見て決まる傾向があるため、ゴールデンウィークまでに在庫を完売できるのではないかと。ただし、注文住宅の価格を上げざるを得ない状況のため、今よりは良くなるものの、ノルマ達成まで販売量が増えるとは思えない。
	○	住宅販売会社（従業員）	・期末に向けて受注量が伸びていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・最近、観光客や商店街の通行者数も、以前よりは半分戻ってきているし、土日はかなりの人出がある。ただし、それらの来街者の購買行動はさほど積極的ではなく、何となく不安を感じながら買物をしているように見える。今後新型コロナウイルス感染症が収束すれば、買物に慎重になっている消費者の行動も少しは変わってくるのではないかと。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・本来であれば、3～4月は入学シーズン、引っ越しシーズンということで忙しくならなければいけないのだが、現状から考えると、このまま厳しい状況が続くのではないかと（東京都）。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度末ということで期待はしたいが、余り期待し過ぎてもいけない。非常に残念だが、こういう返答しかできない。今現在、非常に低迷している。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・一般客がまだ動き出していないので、良くなるのは本格的に復活してからである。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の利上げがあと2回控えているとされるが、それまでは低迷する。今年の秋に米国大統領選挙があるので、その頃は一時的に上昇するのではないかと。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・間もなく新茶の時期だが、それほど売上が伸びるとは思えない。大規模展示場などでの売出しも今までのように期待できない。客の財布のひもも固いようである。いろいろな物が値上がりしていることも影響しているのかもしれない（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスオミクロン株の影響が一段落した前年5～6月との比較では、伸びが鈍化すると予想している。一方、物価上昇の影響もあり、売上は徐々に回復する。今後中国を始めとするアジア圏の観光客増加によるインバウンド需要の増加に期待している（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和に伴い、客の消費に対する行動の変化が予想されるが、大幅な改善は期待できない。
	□	百貨店（総務担当）	・今後、ますます新型コロナウイルス感染症に対する警戒感の弱まり、過去の日常に戻ることが予想される。しかし、資源高などによる目に見える形での物価上昇リスクは依然として高く、より具体的な景気対策等がない場合は、新型コロナウイルス感染症が終息したとしても、単純に上向くとは思えない（東京都）。
	□	百貨店（広報担当）	・アッパーな消費が衰える材料は今のところ見当たらない。また、中国からのインバウンド需要も緩やかながら回復を期待できる。地方百貨店の商環境以外に大きなリスク要因は見当たらない（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドが伸長しているため、しばらくはこの好況が続く（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・外出需要などの回復が期待される反面、消費に影響する物価高が続き、しばらくは景気は変わらない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・物価高であり、給料も上がらない（東京都）。
	□	百貨店（財務担当）	・中国本土を中心とするインバウンドの大幅な回復がない限り、将来の景気も大きく変わらない（東京都）。
	□	スーパー（経営者）	・近隣に出店した2つの競合店共に当店より売場面積が大きく、売り筋の変更を迫られており、回復まで少し時間が掛かる（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・3か月後も良くなる要素が全く見えてこない。客の買物の仕方や世の中の雰囲気、報道、ニュース等に鑑みても、3か月後も今のまま推移していくと予測している（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によるマスク着用ルールの見直しや、2類相当から5類への分類変更による購買状況の変化はないものと思われるが、商材の値上げによる購買行動の変化が懸念される。
	□	スーパー（店長）	・所得は平行線にもかかわらず、全ての物価が上昇しているため、消費者の節約志向はより一層強くなってきている（東京都）。
	□	スーパー（営業担当）	・1品単価が更に上がり続けると予想される。それに伴い、消費者の生活防衛意識が更に強まっていくのではないかと（東京都）。
	□	コンビニ（経営者）	・各社でキャッシュレス決済何%引きなどいろいろなキャンペーンを行っているが、店には直接関係ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで来客数が戻り、維持できている。今後も継続するとみている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今後は悪くならないとは思いますが、いろいろな原材料、特に光熱費が上がっているため、厳しくなる。また、衣料品業界では、メーカーが在庫をほとんど置かなくなっており、非常に不便を感じている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・3月以降もいろいろ値上がりすると聞き、衣料品業界はまだまだ厳しいのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商材の値上がりが落ち着かないと、まだまだ厳しい。ただし、旅行や外食業界は今後期待できる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・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。半導体不足で、注文してから納車までに3～6か月掛かっているため、客の購買意欲がなくなっているのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売は前年度と変わらない状態が続いていく。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生活に関連する物が相当値上がりしているため、4月の春闘でそれ以上の賃上げがあれば良くなるだろうが、そこまで賃上げできない中小企業もあるようである。そのため、今後もやはり客の買い控えなどは続き、悪い方向のまま変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・来客数は例年に比べると減少が予想されるが、新型車や長納期の減少などメリットが増えれば、大きく変化する。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・花粉症関連商材に期待している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・何となく周りが少し静か過ぎるので、良くならないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・給与アップなど景気が良くなる話題が多いが、すぐに販売量の増加や客単価上昇にはつながらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春先に賃上げ効果の実感がなければ、消費活動は活性化されない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・もっと具体的な動きがないと、まだ今の状況から抜けられない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・コロナ禍より日常に戻りつつあり、春から初夏に当たるため、インバウンドも増えてくると思われるが、まだ2～3か月では回復を実感するところまでは至らない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後もやはり物価高の影響は大きいような気がする。あとはどうしたら賃金を上げられるかである。それによって変わると思うが、まだまだ物価上昇と賃金との差はかけ離れているので、厳しい状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・原料の高騰が大きく、コーヒー豆は倍の価格になっている。ただし、価格に反映されていないものが多く、利益率が下がっている。反面、飲食は大きく伸びてきている。資材価格などに加え、配送や流通コストも上がってきており、また、輸入の豆は為替の影響も受けているので、落ち着いてくると良くなる。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、これからというときに厳しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料、水道光熱費の高騰の影響が、価格転嫁も含めて長引く可能性が高く、収益の回復にはまだ時間を要する（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・まだ新型コロナウイルス感染症が終息したわけではないので、客も希望を出してはくるが、なかなかマッチしないので、現状維持ではないかと。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・人の動きが余り変わっていないからである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・物の値上がりが尋常ではなく、全面的に上がり過ぎているので、苦しい生活が更に苦しくなる。ぜいたくしている場合ではないので、タクシーには乗ってもらえない状況で、ますます厳しくなりそうな心配がする。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・現状では良くなる兆しは見えず、変わらない。ただし、インバウンドが増えてくれば多少は良くなる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・2月としてはサラリーマンの動きがやや良い。2～3か月後はもっと動きが良くなると期待している。リモート営業もやや落ち着いてきたようで、サラリーマンの外出が少し増えてきている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・値上げラッシュの年になり、この先不透明な状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・端末転売を目的とした契約への対策は、すぐには難しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・固定インターネット回線、携帯電話を軸とした価格競争が激しくなっており、同じ顧客層を取り合う状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・エネルギー小売や食品の値上げのマイナス影響と、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ変更となることのプラス影響で相殺されるので、余り変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・現状の案件数増加傾向が続く見込みである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・今後も光熱費の上昇が続くため、通信費が家庭内の出費削減候補であるトレンドは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・鶏と卵のような話ではあるが、一般消費者の賃金が上がらないと、高価格帯サービスを志向しにくい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・市場環境、提供サービスの内容が変わらないため、解約のリスクは継続しているものの、転居、転入シーズンでもあることから、顧客数増加を期待できる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・現状でも十分に悪い状態である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス [立体 駐車場]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス [学習 塾]（経営者）	・春の集客期に期待したいが、良い雰囲気を感じられない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・あと1か月ほどで新年度を迎えるが、周りの状況を推察しても大きな変化があるとは考えにくい。しばらくは現状の景況感が続く。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・3か月前よりは良くなった感じがあるが、今後も良くなるとは思わない。地価が高いままで推移し、建築費もまだ下がってきていない状況なので、今後も景気の低迷は続く。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店 [家電] （経理担当）	・値上げはまだまだ続きそうで、良くなる要素が見当たらない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店 [米穀] （経営者）	・春になり気温が上がるので、気分的には明るくなるが、消費者物価指数の上昇と光熱費の値上がりにより、トータル的にはマイナスになるような気がする（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店 [酒類] （経営者）	・賃金の見直しが報道されているが、中小企業を取り巻く環境は依然として厳しいため、消費の活性化がイメージできない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・12～1月は少しは良かったのだが、2月に入って非常に悪くなっている。降雪や降雨の影響もあるが、やはりいろいろな物が値上がりしているため、客が買い控えをしている。来店回数をできるだけ少なくし、購入点数を絞るなど、少しでも家計を助けるためにいろいろ工夫して買物をして節約していることが響いている。この傾向は今後もずっと変わらないので、厳しい状況が続く。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・消費者物価が高止まりしており、節約志向がますます強くなるため、消費支出は下降線をたどる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・電気代高騰の影響がある（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年金生活者が多い地域なのだが、年金は増えないまま税金が増えることから、買い控えがあり、景気が悪くなりつつある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コンビニは生活に密着しているので、物価が上がるとやはり単価が下がり、来客数が減る。また、水道光熱費が前年比150%ほどになっており、1店舗当たり15万円くらい上がっているため、かなり経営が厳しくなっている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・光熱費や商材の物価が上がっているため、買い控えが今後しばらく続く。
	<input checked="" type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・春物衣料の値上げが難しくなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響でかなり厳しくなり、積極的な消費が見受けられず、客がかなり慎重になってくるのではないかと。
	<input checked="" type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題が解決されないため、売っても先が見えない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・決算月の後は需要が落ち込むため、悪化すると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍がまだまだ収束することはなさそうに見えるので、景気もまだ伸び悩む。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇は店にも客にも大きな影響を与えている。新型コロナウイルス感染症が小康を保っても、政情不安は大きなマイナス要因である（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況も販売量に影響するが、現在は水道光熱費などの値上がり影響による物価上昇が客の使い控えの原因となっている。土日はさほど変わらないが、平日は人手不足もあって定休日を設定せざるを得ない。この状況は当分の間、解消される見込みがない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援がなくなると申込みが伸びなくなる（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・先が全く分からない。週末だけはやや利用が良いので助かっている。昼間から夕方、深夜は最悪の状態が続いている。店からのオーダーがほとんどないのが不思議である。遠方まで足を運んで飲みに行く人が少ないとか、近場の店で飲んでいて徒歩か自転車で帰宅しているのかもしれない。
	▲	タクシー（団体役員）	・タクシー利用客は依然として減少しているが、人手不足等によりタクシー自体の稼働率が落ちているため、1台当たりの営業収益は伸びている。ただし、今後人手不足が解消した場合には、営業収益は減少する懸念がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が今後も続く限り、大きく景気が好転していくことはない。
	▲	通信会社（営業担当）	・当社の収入源の1つでもある電力の小売販売契約が当面獲得しにくくなってきたので、景気は悪くなっていく（東京都）。
	▲	通信会社（局長）	・長期金利の動向と物価上昇により一時的に悪化がみられる。
	▲	通信会社（管理担当）	・企業への電気料金の値上げが4月から本格化するため、少なからず設備投資等への影響が考えられる。早期の解消は見込めないため、ややマイナス影響と予測している（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束も見えてきており、様々な娯楽が復活し、拡散していく。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・物価上昇を抑えられず、この先も上昇傾向のまま、客の購買意欲も感じられず推移していく。
	▲	設計事務所（経営者）	・2月後半から非常に悪くなり、3月は最悪の状態である。営業面では、物件がなかなか決まらず、世間の物価の上昇が響いている。ようやく求人がかかったのだが、思うようにいかないもので、4月は全く内容が見えない。年度末、新年度ということ踏まえて頑張らないといけない。
	▲	設計事務所（所長）	・これだけ世界的に物価が上がってしまっていることは、先々の懸念材料である。ロシアの暴挙で世界情勢が大いに不安定になってしまったことが元凶である。材料費が上がり続けているなかで、工事費予算が見込めないのが実態である。
	▲	設計事務所（職員）	・改善する兆しや傾向はみられない（東京都）。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一部の建材需要で先行きの落ち込みが予想されているため、全体的にも総量が低下傾向にある（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットである。1品単価は上がっているが、来客数、買上点数共に下降気味で、売上も減少傾向である。この先、電気代などコストの更なる値上げが見込まれるため、この傾向は続く。
	×	スーパー（経営者）	・商材の値上がりスピードに収入増加が追い付いていないため、ますます節約志向が強まる。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・4月の電気代値上げは中止になったが、4月以降も食品の値上げは変わらず続き、経費も増えていくことを考えると、厳しい状況が続く。
	×	スーパー（食品担当）	・エネルギーコストが増加している（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	・来客数が減少し、売上等も大幅に落ち込んでいる上、従業員が全く集まらず、お先真っ暗である。
	×	衣料品専門店（店長）	・商材の原材料やこん包資材の価格上昇に対して価格転嫁が進まず、客の購買意欲も下がってきている。
	×	家電量販店（店長）	・値上げの影響がある（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般レストラン（経営者）	・マスクを外してスポーツ観戦や声援ができるようになるのは良いのだが、会社によってはいまだに大人数での宴会は遠慮するようと言われているところがある。そういうところまで政府が口を出せないと思うが、何とかしてくれないと飲食業は駄目になる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇の影響が大きい。
	×	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格や仕入価格の上昇が不安材料である。
	×	ゴルフ場（経営者）	・物価の上昇が収まる気配が感じられないため、ますます厳しくなる。
	×	ゴルフ場（従業員）	・ロシアのウクライナ侵攻も終わりが見えず、物価は上がり続ける。夫婦が共働きで豊かな生活を得ているとしたら、出生率は下がり、日本の先行きはとても不安である。かつてのものづくりと一生懸命働く日本が戻れば、景気は回復するのかもしれない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・資源、エネルギー、素材価格の高騰により固定費の回収にも苦慮する状況が継続する。特に、メンテナンス上必要な肥料薬剤の多くは輸入品であり、円安、素材価格高によりアイテムによっては調達価格が5～50%高騰しており、納期の遅れもみられる。今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に重大な痛手となることは不可避である。設備の維持管理上必要な設備投資の着工遅れは前年から続いており、BCPに影響を及ぼしている。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価の上昇とともに生徒数も減少している。これから先は更に景気が悪くなる。
企業 動向 関連	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・中小企業だが、仕事の依頼が多くなってきている。社員にも決算ボーナスを支払う。
(南関東)	○	食料品製造業（経営者）	・社会が動き出してきていることを感じる（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・物事が動き出しているなかで、値上げ部分もスムーズに進行しており、良い傾向で推移する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・部材の選定と確保に向けて全力を尽くしている（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの部品調達不足は徐々に解消されつつあるが、いまだに予断を許さない状況である。ただし、来年度に向けては明るい兆しがある。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高を懸念した消費縮小モードが続いていたが、新型コロナウイルス感染症収束後の開放感が広がり、消費意欲が高まるのではないかと（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類引下げにより、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている業種の回復が見込まれる。
	○	広告代理店（経営者）	・取引先の飲食店などで、近々人を呼び込むためのキャンペーンが始まる（東京都）。
	○	税理士	・3月13日にはマスクも外して良いという情報が出ているので、徐々に人が動いていく気がしている。これまで大分抑えられていた経済が、マスクを外すことによって全体的に動いていく（東京都）。
	○	税理士	・光熱費の過去に例のない高騰は驚きだが、賃上げも専ら大手企業で、中小企業への波及はもう少し時間が掛かりそうである。桜祭りや夏祭りの計画も順調に進んでいるため、景気は回復する。
	□	化学工業（従業員）	・3～4月に運送費の値上げがあり、まだまだ厳しい状況が続くが、海外向けの受注が少しずつ入ってきている。
	□	化学工業（総務担当）	・賃上げによる個人消費性向が上昇すれば数量の回復を期待できるが、2～3か月ではまだ無理である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料などの値上げが製品に価格転嫁されていない。動きがやや悪くなってきているので、もうしばらく時間が掛かる。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に回復傾向はみられないが、医療品容器に関しては、これまで低迷していた間の穴埋め受注や新企画の相談等、慌ただしい動きがみられる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・今出している見積りが年度の替わった後に受注につながれば、良くなる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・新規受注の見込みについて、取引先から良い連絡が来ていない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢の影響により、この先の景気はまだ不透明である。早く収束すれば、その分景気が上向いてくると思うが、今はなかなか判断しにくい。
	□	輸送業（経営者）	・厳しい現況の打開策が見当たらないため、変化はない（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	・物価高、ウクライナ情勢など、世界的に不安定要素が多くある（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出がないこと、国内出荷が低迷していることから、今後も現状が続くであろう。
	□	通信業（広報担当）	・現在の改善の動きがしばらく続く（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類引下げもあり、小売業やサービス業では売上増加に大きな期待を寄せる一方で、「原材料費や光熱費の高騰が続き、賃上げの余力がない。このままではますます人手が不足し、人流の回復に対応できないのではないか」と懸念する声も上がっている（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に対する政府の方針転換により、経済の更なる活性化が望まれるが、原材料や人件費の高騰によるマイナス影響を勘案すると、総じて変わらない。
	□	不動産業（経営者）	・当ビルの飲食業テナントによると、客は増えてきているものの、客単価が低下している。物価の上昇が続くようで、消費者、事業者共に厳しく、先行きが心配とのことである。
	□	不動産業（従業員）	・受注価格は高めで推移し、マンションの販売価格も高いままだが、契約数からみると好調である（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策でのイベント自粛等は減ってきているものの、リモートでの実施等もあるので、以前のように戻ってこない。
	□	広告代理店（従業員）	・現状、上向く気配がない（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・外国人観光客の購買が各メーカーの売上を支え、その結果、各メーカーの宣伝予算が増えるような気がする（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・景気が好転する材料が見当たらない。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状、売上に大きな変動はなさそうである。3月になれば見込みが判明する。
	□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注実績から判断している（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・全ての物が値上がりしているので、客の買い控えが心配である。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月をピークに受注量が減っていくと思われるので、4～5月はやや悪くなる（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印鑑リフォームという彫り直しサービスを行っており、今までコンスタントに売上があったが、受注件数が少なくなってきた。今後も少しずつ減少することが予想される（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・世界情勢が不安定である。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・業績低迷の影響がしばらくは続く予想されるため、身の回りの景気も悪い方向へと向かう。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・今後3か月は人件費、エネルギー費、油製品などの値上げがあり、吸収しきれなくなる。
	▲	建設業（経営者）	・物価高が続く。
	▲	建設業（経営者）	・材料費の高騰がやはり一番大きく、消費者である客の方から計画を中断する案件が増えているので、この先も不安定な状況になる。
	▲	建設業（従業員）	・飽くまでも希望だが、景気が上向くことを期待している。
	▲	金融業（総務担当）	・ガソリン価格や人件費高騰、食品の値上げ等の影響はこれからもまだ続くので、今後も景気は低迷する（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・年末から徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数も少なくなっているようである。それぞれがきちんとわきまえた行動をとるように心掛けたい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	不動産業（総務担当）	・テナントの共益費で賄う諸費用のうち、特に水道光熱費が高騰しているため、共益費不足が顕著になってきているが、値上げしたくても応じてもらえない。さらに、建築資材の価格上昇も激しい。オフィスの供給過多のためか低迷している賃料水準が上がらない限り、今後立ち行かなくなるのではないかと不安である（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響に加えて、ロシアのウクライナ侵攻の影響による燃料、原材料等、各物資の値上げ、取引先工場等の稼働率回復が見込めないことによる受注量の減少も重なり、状況が更に悪化する。
	▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・あらゆる物の値上がり影響している。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・物価の上昇に給与が追い付いていかない。大企業のように簡単に賃上げできれば良いが、中小企業では難しく、今後の採用にも響くのではないかと（東京都）。
	×	建設業（営業担当）	・資材の高騰が毎月のように発生しており、それによる買い控え傾向もより一層増えていることを考えると、更に悪くなることが予想できる。
	×	経営コンサルタント	・現時点では、受注の良しあしはまだら模様であるが、春過ぎから更なる値上げの情報もあり、一層厳しい経営環境になることが予想される（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（経理担当）	・派遣市場においては、新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻つつあり、求人数、求職者数が増加傾向にある。このまま推移すると、数か月で従来の水準に戻る（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（所長）	・2024年まで採用難といわれている。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況が今後も続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足の解消には至っていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・依然として求職者の総数が減り続けており、差別化ができない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は安定しているが、上振れ要素は特にない。求職者の時給上昇に伴い、求人単価アップを要請しており、情勢を理解して了承してもらっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車産業界ではまだ景気の衰退は見え、今後も現状維持の見通しである（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数については、現在、観光産業や販売業務等で回復傾向だが、それに対して依然として人手不足感がある。需給バランスが合致していない状況が続くので、景気は良くなることも悪くなることもいえない。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・増加している求人のうち、採用がうまくいく業種は意外と限られている。建設関係の職人などはほとんど採用ができていない。増加する介護施設でも人手不足が問題になっている。なかなか採用ができない業種や職種をどのようにして改善していくかが、今後とても重要な課題になってくる。企業の成長にも大きな影響を及ぼす大事な問題である。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・生活費の上昇などの不安要素はあるが、企業の採用意欲は強いと感じている。このまま景気が良い状態が続くのではないかと（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・高騰する原材料費や光熱費等の対応に加え、従業員の賃上げにも配慮しなければ人材流出の懸念もあり、この先も多くの中小企業の経営を圧迫する状況が続く。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が継続的に増加している。企業の採用意欲は、コスト高に苦しみつつも新型コロナウイルス感染症の影響を脱しており、旺盛である。求職者が増加に転じれば雇用状況は改善するものの、まだその兆候はない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月と比べ1.0%減少しているが、前年比では5.8%増加しており、14か月連続して前年同月を上回っている。有効求職者数が3か月連続で前年同月を下回っており、有効求人倍率は前月と比べ0.07ポイント増加して1.36倍となっている。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。	
▲	人材派遣会社（支店長）	・派遣事業の伸びが鈍化傾向にあり、景気の先行きに不安がある（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	求人情報製作会社（経営者）	・ 明るい見通しとなるような好材料がない（東京都）。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価や光熱費の上昇が徐々に家計を苦しめている。賃上げがどこまで進むか次第である（東京都）。
	×	人材派遣会社（社員）	・ 例年3月末は派遣契約の契約更新が最も多くなる時期だが、景況悪化により後任発注のないケースが増えてきており、4月以降も厳しい状況が予想される。クライアントから要員調整の相談が増えていることは、再就職支援分野では好材料ではあるものの、全体的には厳しい（東京都）。
	×	職業安定所（職員）	・ 食料品価格と電気料金の高騰が大きく影響している。電気料金は既に高騰しており、今後も更なる上昇が見込まれるため、景気の悪化は必至である。

## 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	商店街（代表者）	・ 人の動きがある。年度末からゴールデンウィークにかけて、新型コロナウイルス感染症の悪影響が出ないことを期待して、右肩上がりを予想している。
(甲信越)	◎	スーパー（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症の収束はめでたいことである。後は、ロシア戦争の終結を祈るだけである。
	◎	高級レストラン（経営者）	・ 新入学や異動の時期でもあり、会食機会も更に増えると思われる。
	◎	スナック（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症が終息することが前提だが、余り新規感染者数も増えなくなってきたので、もう大丈夫ではないか。企業の宴会禁止などが早く解除してもらえるように、国からも働きかけてもらいたい。
	◎	観光型旅館（経営者）	・ 旅行に行きたいという個人客の欲求はあるようだが、冬は雪が降るため首都圏からの個人客の動きは見られなかった。春になると雪の心配がなくなるので、桜の時期やゴールデンウィークを中心に、予約が新型コロナウイルス感染症の発生前の85%程度まで回復してきている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・ これからはますます、お別れの会の後、火葬をして葬儀を終了とするパターンが増えてくると思う。何よりも費用が掛からない上に、新型コロナウイルス感染症の3年間で、葬儀に対する考え方が変わってきている。
	○	百貨店（経理担当）	・ 物価上昇による消費の足踏みは懸念されるものの、新型コロナウイルス感染症の影響を脱しつつあり、高額品や化粧品等の身の回り品の需要が高まることが期待できる。
	○	百貨店（店長）	・ このところ、売上が前年をクリアし、今月は2けたの伸びになっている。また、来客数も増えている。社会生活が戻ってくれば景気も徐々に回復してくるのではないかと。
	○	スーパー（副店長）	・ 新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下がり、季節も暖かくなるので、行楽に出掛ける機会も増え、経済活動は今よりも活発になるのではないかと。
	○	コンビニ（経営者）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数も減少してきていることにより、やや客の動きも良くなって、いろいろと消費が伸びるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・ 気温が上がり、飲料等の購入頻度やついで買いも増えると思われる。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・ 今までよりは景気は良くなるのではないかと。人も動いており、いろいろな集まりも復活してきている。また、インバウンドの話もよく聞くようになってきたので、物価上昇は心配だが、やや良くなると期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・ 新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に変わることに対して、消費者がどう反応するか。春闘後の賃上げで物価上昇をカバーできるのか疑問が残るし、先行き不透明なことには変わりがない。
	○	一般レストラン（経営者）	・ 期待感ではあるが、新型コロナウイルスの感染状況も若干落ち着きを見せ、外出にある程度慣れてきて動きが出ている。自治体関連の経済対策も終了してきているので、独自の割引策等、値上げと合わせて新手法を考えているところである。乗り遅れないよう、準備中である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スナック（経営者）	・ 来月からマスクの着用が自己判断となるという報道もあるなか、段々と新型コロナウイルス感染症のことを余り気にせず飲食する方が多くなってきている。また、多少ではあるものの団体客なども動き始め、少しは良くなる方向に向かうと思うので、若干期待はしている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 全国旅行支援が終了することで、確実に利用者数は減少傾向になる。しかし、5月8日以降に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更されることで、現状からみて確実に法人や団体利用が一段と増加すると予測される。一時的に利用者減少もあると思うが、減少以上の利用者増加が考えられるので、良くなる方向で推移する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 3月13日から、マスクの着用が緩和される。それにより、かなり消費者の行動マインドが変わってきて、春になり確実に動きは出てくる。歓送迎会の宴会も、前年はキャンセルが相次いだ、今年はキャンセルは3分の1程度である。
	○	タクシー運転手	・ 週末、特に金曜日の夜の動きがやや良くなってきている。また、マスクを外してもよいという状況になってきたので、少しは良い方向に進むのではないかと。
	○	観光名所（職員）	・ 募集型企画旅行の設定が復活している。予約状況は好調で、既に予約受付不可の日も出てきている。
	○	遊園地（職員）	・ 引き続き新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染症対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	コンビニ（経営者）	・ 前年よりは少しずつ売上は増えてきているものの、物価や電気代等が値上がりしてきているので、客は慎重になっている。今後、売上が伸びてくるとは思えない。
	□	コンビニ（店長）	・ 2～3か月後には、新型コロナウイルス感染症の扱いが5類に変わるので、大分期待はしている。ただし、すぐにはそう変わらないと思うので、今までと余り変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 期待できそうにない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ 良くなる理由が見当たらない。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・ 春の値上げ等もあるため、来客数は駆け込みで増えるものの、光熱費等の高騰は続いており、景気が良くなるとは言いが切れない。
	□	スナック（経営者）	・ これ以上悪くならないでほしいとの願いを込めての変わらないである。毎回、同じ回答で申し訳ないが、本当に地方は大変である。何とかお願いしたい。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・ 全国旅行支援が3月で終了するものの、大会等が再開しているため、繁忙期は変わらない。
	□	通信会社（社員）	・ 年度末の入れ替わり時期が近付いているが、今のところ大きな動きはない。
	□	通信会社（社員）	・ 物価の上昇等、懸念材料の方が多い。仮に給料の昇給率が上がったとしても、結局はそれも市場価格に反映されるのではないかと。
	□	ゴルフ場（経営者）	・ 新しい日本銀行総裁候補が、「金融緩和とインフレ率2%を目指す」ということで、これまでの政策を承継することを評価している。ただし、ブロック経済化による原料やエネルギーのコスト高が続く予想があり、成長戦略の実現性が見えない現状では将来への期待は薄い。
	□	その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者）	・ いろいろな規制が緩和されていけば、客の動きも活発になる可能性はあるが、物価上昇や光熱費の高騰等で、個人の消費意欲がそがれている部分が多い。
	□	設計事務所（職員）	・ 小型物件も含め、依頼数は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・ 建築資材の高騰などから、新築別荘販売は低迷が続く。
	▲	一般小売店「家電」（経営者）	・ 4月以降の物品値上げが3月の消費動向につながれば、多少なりとも売上増に結び付くとは思っているものの、買いだめ傾向は余りなさそうである。購入も店頭だけではない時代に、あえて抱え込む必要もない状況とも見受けられる。
	▲	一般小売店「薬」（経営者）	・ 仕入単価が上昇しており、売上の確保に苦しむ。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（営業担当）	・電気代、ガス代が大幅に上がっていること、また、今後も食品関係の値上げは軒並みあるということで、なかなか買物に対して慎重な買い方になっている。値上げが続くので、若干悪くなっていくのではないかと。
	▲	スーパー（経営者）	・賃上げ次第かとも思われる。
	▲	スーパー（店長）	・毎週のように商材の値上げラッシュが続いていることが原因かと思っている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・規制緩和や減税が行われない限り、悪くなる一方ではないかと。
	▲	家電量販店（店長）	・物価高に対して政府の対策がない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新車供給の遅延は続いており、改善は見通せない。原材料高騰に伴う新車価格の上昇も、好調に推移している受注に水を差す懸念がある。
	▲	旅行代理店（副支店長）	・燃料価格高騰や物価高により、先行き不透明感による旅行自粛が目立ってきている。物価高騰が収まれば需要は回復すると考えられるが、当面は現状のままの物価高が続くと、旅行需要に影響が出て売上減少につながるのではないかと。
	×	商店街（代表者）	・現状の売上を維持するのが精一杯である。
	×	コンビニ（経営者）	・電気代の高騰の影響がある。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰がかなり響いている。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は好調である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・新規や既存の取引先からの見積依頼案件数が増えている。
	□	食料品製造業（営業統括）	・販売数量の減少に加え、電気料金的大幅アップや諸物価の値上げの影響で、大変厳しい状況にある。今後もこの状況はしばらく続く。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ウェブサイト上で商談会の開催を予定しており、効果に期待している。地場産品とのコラボ新商材の見込みがついたので、展開に期待している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・部品によっては4月から再値上げの連絡が来ており、今でも厳しい状況のなか、更に収益が圧迫される。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・新しい日本銀行総裁候補のコメントで、為替はまた円安方向に進み、材料高が収まらない。春先から夏にかけてはライトジュエリーの需要期だが、売りやすい価格帯での商材作りが難しく、大きな伸びは期待できない。
	□	建設業（経営者）	・今後は人材不足が心配である。
	□	金融業（調査担当）	・現状と同様の状況が続く見込みだが、円安が年度末に向けて進行した場合、原材料価格の上昇から来年度の賃上げにも影響が出る可能性がある。
	□	金融業（経営企画担当）	・ウクライナ問題が終了する気配がないため、変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ変更となるので、イベントや旅行等は活発化し、受注量や売上の増加は期待できる。ただし、諸物価高騰により企業でも「新年度からの経費削減」が話題となっており、結果として現状と変わらない。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・スーパー等に期待はできない。軒並み価格が上昇しているものの、原材料や光熱費等の上昇分を吸収するだけの価格には追いついていない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ティッシュが値上がりしていても客は何も言わないが、印刷の紙代の値上げは小言を言われるので、大変つらい思いをしている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・新生活関連の需要が終わることに加え、物価上昇による買い控えが懸念される。	
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。	
雇用 関連  (甲信越)	◎	求人情報製作会社（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の状況や経済の動きから、良くなっていく。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の収束と各企業の賃上げが進んでいる点から、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当地の駅前にある百貨店は、金曜日等の週末に立ち寄っても客がおらず閑散としており、閉店するのではないかと心配の声が少なくない。商材力や接客も、客がいなければ頑張る気持ちもなくなり、士気が上がらないだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者の減少により有効求人倍率は改善傾向にあるものの、一部では物価高騰等の影響による価格競争の激化から廃業する企業も見られる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・目先の業務に変わりはないが、先行きの不安が拭えない状況が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	・原材料価格や諸物価高騰、電気代、燃料費の値上げ等の影響は、当分続く。
	▲	職業安定所（職員）	・4月には、更に電気料金の値上げが予定されており、物価上昇も続いていくことから、回復の兆しが見られない。
	×	—	—

## 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (東海)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波も収束に向かってい る。この状況が続けば景気回復は早そうである。
	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・インバウンドの急激な回復とともに、現状より更に良くなる。
	◎	コンビニ（商品企画担 当）	・ウィズコロナの実現により、人の動きがより活発化すると 予測する。
	◎	タクシー運転手	・年度初めでビジネスマンの利用が多くなり、観光シーズン で観光客の利用も増える。
	○	商店街（代表者）	・インバウンドが戻りつつある。
	○	一般小売店〔結納品〕 (経営者)	・春から初夏にかけて気候も良くなり人出も増える。
	○	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症への対応の仕方がみえてきて飲 食店利用が回復する傾向が引き続き期待できる。それに伴い 飲食店での飲料の販売量も増える。
	○	一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かうと特に大き な影響がある。
	○	百貨店（売場主任）	・フロアの改装はまだ終わっていないが、先日から当売場の 前が完成して客が入ってくるようになった。靴と洋服を併せ て購入する客が出てきたため、少しずつ売上は戻ってくる。
	○	百貨店（企画担当）	・3月にはマスク着用ルールの緩和、5月には新型コロナウ イルス感染症が5類感染症へ移行と長く続いたコロナ禍での 生活から解放される反動及び海外からの観光客の増加によ り、消費活動の活発化が予測される。反面、エネルギーを始 めとした物価高騰による消費者の日常生活への影響から、中 間価格帯商材の動きが鈍ることを懸念している。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症に対するマインドも変化し景気 は元に戻る。
	○	百貨店（営業担当）	・物価高の懸念はあるが、新型コロナウイルスの新規感染者 数も減少傾向にあり、経済活動の活発化が予想される。
	○	百貨店（販売促進担 当）	・今後も本格的に景況感が良くなり、春から初夏の商戦も好 調に加速すると予測している。
	○	百貨店（営業企画担 当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になりマスクを外 す人が多くなれば変わる。
	○	スーパー（販売担当）	・天候が暖かくなると皆外に出掛けようという気分になり買 物に来てくれる。また、これからのいろいろなイベントがある ため、買いやすい状況になる。
	○	コンビニ（企画担当）	・物価上昇の影響はあるが、人の動きに制限がなくなり、気 温の上昇とともに行動が活発になることが予想される。
	○	コンビニ（エリア担 当）	・コロナ禍に1つの区切りもみえてきて、例年の春先の動き に加え、更なる来客数の向上や春先に動く商品の販売数ア ップにつながる様子がうかがえる。
	○	コンビニ（店長）	・インバウンドが各方面で少しずつ動き出していることと、 新型コロナウイルス感染症の終息まではいかずともウィズコ ロナの状況が続けば、これから少しずつ良くなる。
○	衣料品専門店（店長）	・客の受注が増えてきており、それに伴って備品購入のシー ンを以前より見掛けるようになった。SNSやテレビなどの 影響によって取扱商品の注目度が高まってきている。	
○	家電量販店（店員）	・購入に至らなくても前向きに検討してもらえるようになって いる。	
○	家電量販店（フラン チャイズ経営者）	・白物商材の値上がりが続き販売数量の減少を補う。電気代 の値上げが省エネ家電の需要を喚起する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足の影響は相変わらずだが、客の様子に動きがみられる。この動きが販売量につながることを期待する。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・人気車種がデビューしたため注文が増えている。2～3か月後の入荷のためこれからも注文が増えると思込む。
	○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、リフォームや商業施設のオープン、改修工事など見通しが立ちつつある。少しずつ見積りや受注物件が多くなっている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・春の卒入学、新社会人への贈物や御褒美需要を期待する。
	○	高級レストラン（経営企画）	・政策とともにアフターコロナの行動が広がる。また、少人数になるが春の卒業・入学、入社、歓送迎会などの集まりに期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げによって少し人出が増える。
	○	一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上げも落ち着いたので、イベントの売上を伸ばしていきたい。既存店舗の売上は前年と比べ10%増え、少しずつコロナ禍以前の売上に戻りつつある。
	○	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げの影響で来客数や売上が減少すると想定していたが、コロナ禍での自粛から解かれた需要と海外からの来日客の増加で、値上げの影響はほぼない。
	○	都市型ホテル（経営者）	・景気対策が順調に進めば良くなる。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・インバウンドも回復しつつあり、今後も良くなる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和による客の戻りを期待したい。ただし、仕入コストの大幅な増加と人手不足を価格に転嫁できず、収益状況は厳しい。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行やマスク着用の緩和、海外旅行の需要も増えるので、景気は少し良くなる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・3月からマスク着用ルールが緩和となり、5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症へとシフトしていく予定は、法人客の団体旅行の復活へ大きな要因となり得る。既に秋口の旅行計画の依頼も受け始め、好転していく予測である。物価高騰でも旅行計画は進めてもらえるため、このまま推移していけば新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻る日は近い。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が見直される5月以降、旅行需要がそのまま拡大していくのか、あるいは、新型コロナウイルス変異株等によりまた違う展開となるのか、大きな動きがあると考え。
	○	通信会社（営業担当）	・少しずつではあるが積滞解消が進みこの流れで客の購買検討が始まれば、僅かではあるが上向きになるのではないかと。
	○	通信会社（営業担当）	・販売状況が良く、好調な状態になると考える。
	○	テーマパーク（職員）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、やや良くなる。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・今後新型コロナウイルス感染症発生以前に近づく流れがある。
	○	美顔美容室（経営者）	・新しいキャンペーンセールが始まったため、セット購入が多くなる。
	○	美容室（経営者）	・最近明るい兆しが見えている。この3年間は特に新型コロナウイルス感染症の影響があったが、随分収束に向かっているようにみえてきて、これからは少し良くなる。
	○	美容室（経営者）	・これから春になり出掛ける頻度が増えるため、来客数も増える。
	○	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・個人住宅及び企業の設備投資工事を順調に受注している。
	□	商店街（代表者）	・徐々に街にも活気が戻りつつあるが、若者が多く、年配者の姿が余りみられない。店の形態によって集客に差があり、景気の上昇は今後も期待できない。
	□	商店街（代表者）	・本当に軽い上昇トレンドが続くと考える。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・景気の高揚待ちである。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・金を使わないと経済が伸びないと考え国のいろいろな施策やキャンペーンで金を使おうという人と、諸物価の高騰で財布のひもが固くなりなかなか動けない人が半々に混じり合っていて、結局見た目では余り変わらない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・物価の上昇はまだまだ続く。余り期待はしていない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	・暖房費の負担が無くなるこれからの時季に期待したいところだが、全く良い材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・年度末の予算消化が来月まで続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・全国旅行支援の延長は予算があればという前提となるが、引き続きクーポン利用による売上の底上げを期待する。一方、様々な物価、特に食料品の値上げ、中でも卵が大きく値上がりしており、総菜関係などの価格転嫁に苦労している状況や卵を極力使用しない商品の展開など、悩ましい状況である。また、電気料金などの各種値上げも、財布のひもを固くする要因にもなっている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	・値上がりを不安に感じるため買い控えとなる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響よりも物価高の影響が大きくなり、購入に関してはシビアになる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(計画担当)	・現状でもコロナ禍の影響は余りなくなっているが、特に商品への購買意欲の高まりは余りみられない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・間もなく新型コロナウイルス感染症対策の措置や行動制限もなくなり、客足増加を期待する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	・電気代やガス代の高騰、商品値上げ分を上回る賃上げがされない限りこの状態は続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・まだまだ商品が値上がりし必要最低限の物しか売れなくなる。必要とされていない物は後回しにされていく状況が続くとなかなか大変である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・広告の影響で選定される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(営業企画)	・金融政策の大きな方向転換はなく、原料価格の高騰など経済環境にも変化がみられないため、当面は消費行動も変化しない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和されそうなため、アウトドア関連の販売は回復しそうであるが、マスクの需要は間違いなく下がる。小売側の販売努力が結果を左右していく。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	・晴れの日のパーティーは増えてきたが、商品の値上げも増えてきた。したがって、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(支店長)	・電気料金を始めとするあらゆる物のコストアップに伴い、家庭の消費支出もかなり抑えざるを得ない状況になり、生活必需品以外の嗜好品などの購入は消極的になる。併せて国際状況の悪化もマイナス要因に働いている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	・光熱費高騰などのダメージや物価高を、一部企業の賃上げでは補えない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(店員)	・暖かくなると行楽に出掛ける人は更に増える。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(売場担当)	・賃上げが大きなポイントになると考えるが、大企業の一部のみにとどまり、社会全体では期待できるほどの賃上げが実施されるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(営業担当)	・円安傾向及び市場環境による物価高が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(営業担当)	・食品や光熱費などの生活必需品が値上がりしているため、庶民にとっては気分的にも節約をしなければという考えが働く。大手企業の賃上げの波が中小企業にまで波及すれば、多少景気が良くなるかもしれない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・今後も不安定な納期が続くそうである。しばらく辛抱の時期が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・相変わらず新車の納期は車種によっては1年以上となり先が見通せない状況が続いている。この状況はあと1年くらい続くとの見方もある。新型車の値上げもじわと進んでおり、受注状況に影響が出ないか心配である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・先が見通せない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(従業員)	・特に明るい話題や先につながる話題はなく、そろそろ上向いてくるのではないかという根拠のない雰囲気もあるが、結局変わらない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きにより客の行動は活発化しているが、客によって感染対策の意識の違いがあり、不快感を持たせない対応が必要となる。新年度も始まりいろいろな行事も盛んとなれば、店舗への集客活動も盛り上げられると期待する。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・客を呼び込みたいが材料がない。しばらくこの状態が続くとみられ、正直なところセールスの士気も落ちており、厳しい状況が続く。
	□	一般レストラン（経営者）	・日本銀行の政策がこれからどのようになるか不透明なところがあり、それによっては全く変わらないかもしれないし、もしかすると、また諸物価の上昇につながるかもしれない。
	□	一般レストラン（従業員）	・暖かくなり入出は増えるが、支出は抑える。
	□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
	□	旅行代理店（経営者）	・爆発的な流れがまだみられない。徐々に良くなっているが、物価高の影響もあり、まだまだ鈍い。
	□	旅行代理店（経営者）	・4月は新生活も始まり、ゴールデンウィークまでは余り新規案件は動かないことが多いため余り期待していない。ゴールデンウィークや夏に向けてのアプローチを進めていく。社員旅行も海外方面は少し動きが悪く感じる。マスクなし、制限なしの生活に期待している。
	□	旅行代理店（経営者）	・コロナ禍の最中よりは回復はしているが、以前のような動きは見られない。以前にも増して節約志向が強くなっている。
	□	旅行代理店（経営者）	・暖かくなると旅行需要も増える。
	□	タクシー運転手	・良くなる政策がない。
	□	通信会社（企画担当）	・新規契約者数は増えているものの、良かったときほどの勢いはみられず堅い動きになっている。物価高の傾向に慎重になっているのではないかと。
	□	通信会社（サービス担当）	・メタル回線の終了に伴い、関連する新サービスへの移行で光回線サービスの申込みが増加するかもしれないが、逆に回線を廃止する人も増えそうである。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・まだまだ物価が上がっていく。
	□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の予約を前年同日比でみる限り、このまま好調に推移する見込みである。前年4～5月の入場者数も好調であったが、それに匹敵する入場者数があると見込む。
	□	設計事務所（経営者）	・設計自体の案件は少ないままだが、省エネ、住宅性能評価や長期優良住宅に関連する書類作成の依頼は多少あると見込む。
	□	住宅販売会社（従業員）	・当分横ばいが続く。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の影響よりも、ウクライナ情勢や日本の買い負けの影響の方が大きいため、景気の上昇は期待できない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行すれば、動きが良くなって期待値が上がる。
	▲	商店街（代表者）	・省エネ家電の補助金が無くなる。
	▲	百貨店（経理担当）	・企業の業績は明らかに落ち込んでおり今後の雇用・所得環境の悪化が懸念されるほか、今春闘における賃上げも生活防衛に充てられ消費の拡大にはつながりにくく、その結果、景気は緩やかに後退する。
	▲	スーパー（店員）	・卵の価格上昇がしばらく続くと予想されるため、マヨネーズなど関連する商品の値上げが回避できない状況になっている。ほかにもアイスや飲料関連も仕入業者から値上げの告知がきているため、しばらくは我慢が続く。
	▲	コンビニ（店長）	・来店客が年明けから極端に減っている。生活に直結する商品を扱っているので、買い控えかもしれない。
	▲	コンビニ（店長）	・水道光熱費の上昇による家計圧迫の影響が出始める。3月以降は外気温が上昇して暖房による光熱費は減るが、節約志向は高まる。
	▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、予想外に来客数は伸びていない。物価上昇による節約志向があるのかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・気温の上昇、移動や異動の増加に伴い良い変化が起こる可能性は大いにある。国際的なスポーツイベント、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）などによる良い影響があるかもしれない。ただし、それも限定的にならざるを得ないほど生活に余力がなく、酒やたばこの消費が増えている人も多いのではないかと案じる。
	▲	コンビニ（商品開発担当）	・コロナ禍は落ち着きをみせているが、物価高が止まらず価格に敏感になっている。特に飲料など構成比の高い商品への反応は顕著である。物価高の様相は変わらないとみられ、今以上に消費者の購買マインドは厳しくなる。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・売上は好調だが経費の高騰で利益の捻出に苦しむ状況が続いている。この状況は、単純にもうかっていないということなので、このままの状況が継続すれば景気の悪化が懸念される。コロナ禍は収束してきたが、新たな課題に直面している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・これだけ物価が上がると、なじみ客ですら買い控えている様子である。
	▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・食品価格が上がっていることが、衣料品に回す金を減らしている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車の供給がいまだに不透明である。ちょうど3年前から新型コロナウイルス感染症が流行し出して一番新車が売れない時期と重なってくるため、車検の需要も少ない予想で、しばらくは厳しい状況が続く。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・この先直近で何か非常に盛り上がるのがなく、WBCはあるがそれほど期待できないため、どちらかというやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くは受注停止になっており、当分受注再開しないため、売れる車が限られてきている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・不景気までとはいわないが、消費回復までの要因が見当たらない。
	▲	バー（経営者）	・先が見えない。マスクが自主性に任せられた途端に新型コロナウイルスの感染状況がどうなるか分からない。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・明るい材料が出てこないことには、なかなか難しい。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・3月で全国旅行支援が終了する。延長の噂もあるが今は分からない状態である。支援が無くなると景気を下支えした個人消費を冷ましてしまうため、景気はやや悪くなる。新型コロナウイルスの感染状況が収束したといっても、3年間このような状態が続いたのだから、支援措置も3年間くらい中長期的に行わなければ景気は落ちていく。その辺りに狙いを定めた政府の支援が求められる。
	▲	テーマパーク（職員）	・雪が少なくなって、雪遊びの客が少なくなってくる。
	▲	観光名所（案内係）	・値上げがまだ続くようである。景気が良くなる見通しは全く立っていない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体で客離れが続き、将来に対するマインドが低下している。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が上がるのに給料は上がらないため段々と生活が苦しくなると考える。
	▲	美容室（経営者）	・いろいろな面で値上がりがあり、賃金が上がっているところは少ないため、まだまだ厳しくなる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・物価高の収まる気配がなければ、利益を目減りさせるだけで好況感を味わえない。
	▲	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているが、だからといって景気が良くなるような全体的な雰囲気はない。基本的に円安傾向が続くため、景気は上昇しない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建築ではある程度の養生期間を置く必要があるが、急いで工事を行っている会社があるようで、何か不具合が出なければよいが、問題が起きると価格高騰に加えて不信感につながり、より消費マインドがなくなってしまうため不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・良くなる要素が全くない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・コロナ禍の頃からみれば客に意欲がみえる。今後2～3か月先に給料が上がれば契約者数も増える。経済回復に期待する。
	×	スーパー（店長）	・食料品の値上げはまだまだ続き、原料以外にも人件費や全ての経費類での値上げがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	スーパー（店員）	・4月も担当カテゴリーでの値上げが決まっている。直近の買上点数の落ち込みに更に拍車が掛かる可能性が大きい。
	×	タクシー運転手	・仕事の売上が増加しているが、増加分が給料に反映されるのは微弱である。春闘によるベースアップがここ2年反映されず非常に厳しい生活を強いられ、今年も残り期待できない状況に思えて仕方がない。給料が全く上がらない一方で生活に必要な物がほとんど値上げとなり、良くなる要素は全くなく、非常に悪くなっていく。特に、電気・ガス・ガソリン・食料品の値上げを何とかしてほしい。
企業 動向 関連  (東海)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先が設備投資を積極的に行う状況になってきている。新型コロナウイルスの感染状況が終息しなくても、改めて設備投資を行う気運が全体的に高まっている。
	○	化学工業（営業担当）	・一部半導体向け需要の回復を見込む。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米自動車向け設備投資で、凍結されていたプロジェクトが再開したり、設備入替えの話が出始めたりしている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・客の設備投資、機器購入意欲は底堅いが、納期が遅れている他社製品の動向に合わせるように当社製品の納入調整を受けている。半導体部品の供給が進めば、全体の動きが活発になる。
	○	通信業（法人営業担当）	・諸物価高騰のなか春闘では大手企業各社は非常に高額なベースアップ回答を出し、非常に喜ばしいことである。新年度予算も早く国会を通して早く一般世間に行き渡るよう手早く進める必要がある。希望的観測であるが、景気はやや上がってくる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の収束により、旅行や飲食店などいろいろな業種が活気を取り戻しており、これからも景気は良くなる。
	○	不動産業（経営者）	・都心回帰で不動産市況の活発化が予想される。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・足下の円安水準であれば必ずチャンスが来る。そのためには多くの経営者が喜ぶ新製品を作ることが自分の仕事と考える。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料の値上げ分について、大手企業が4月の年度替わりから製品価格の修正に応じてくれるようで少し潤うが、景気は今と余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気が下がる特段の理由はない。電気代がかさみ飲食費も高騰しており個人消費に悪影響がありそうだが、金の出入りが激しい方が景況としては熱くなるため、影響は限定的と考える。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の生産計画3か月先くらいまで、低いまま継続することが確定している。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・値上げラッシュと円安が続く間は良くなるらない。
	□	建設業（役員）	・消費者心理としては、物価の上昇などマイナス面もあるが、地元大手自動車メーカー系企業のベースアップ等のプラス材料もあり、市場の活性化に期待したい。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は良いが判断が遅い。この状態では良くも悪くもならない。
	□	建設業（営業担当）	・コロナ禍や部材・材料不足で仕事もままならないなか、生活面では物価等が上がっているため、景気はそれほど上昇してくる様子にはみえない。横ばい状態での物価高のため景気が良くなるとは思えない。
	□	輸送業（経営者）	・新たな引き合いも増えてきているが、多くは既存物流会社からの値上げ要請からのコンベ案件であり、収支改善にはつながらない。
	□	輸送業（従業員）	・恐らく受注量は増えていくが、支出もかなり増えているため、忙しいだけでもうからない状態になっていくのを危惧している。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物の動きは悪くなっている。2024年問題の対策に相当の金額が掛かると見込まれ、値上げを行ったがその増収分も2024年問題の対策で消えてしまう。
	□	輸送業（エリア担当）	・国際情勢の変化が読みにくいいため、予測が難しい。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行やゴールデンウィークを迎えることにより、旅行やその他消費は増える。また、海外旅行者の国内への受入れにより国内の景気は良くなるが、日々の生活での変化は余りない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（企画担当）	・中小企業にも原材料費の上昇分を価格転嫁できる兆しが出てきていること、給与面でも交渉できる雰囲気になっていることから、当面は現状と変わらないが、少しずつ良くなる方向に向かう。
	□	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が更に減少傾向で推移すると見込まれ、外出や遠出をする人は更に増加傾向になる。今後も売上は増加し前年を上回る状況が続くと予測する。
	□	不動産業（開発担当）	・数か月の間で上下に振れるような感じはせず、現状維持とみる。
	□	公認会計士	・国際情勢に落ち着く気配がみえないため、景気回復は考えにくい。物価は4月以降も上昇傾向が予測されるため、利益は悪くなる傾向にある。サービス業や観光業が来月になると少し動き始めることはプラスの材料である。人材の供給が追い付いてくると、企業によって差はあるが、景気が回復する企業も出てくる。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・更なる値上げのニュースも聞く。賃上げが値上げに追い付くかどうか不明であるため良くなるとはいえず、変わらないと考える。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・足元で起きている商品の需要減退傾向が、更に強くなると見込まれる。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・以前からの商品に関しては、客先からは伸びそうな情報がなく新規引き合いも少ないことから、ジリ貧の様相である。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・全体的に良くなる要因はない。個別に仕事のあるところにどれだけつながっているかで変わってくる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・春先以降、材料の価格高騰がまた続くという見方もあり、仕事量もやや落ち込む傾向があるため、収益性は落ちる懸念がある。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・物価高などで先行きに良い見通しはない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・素材の価格上昇分がそろそろ製品価格にも転嫁される時期になり、需要が減少する。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・素材、運賃も高騰し、売上が下がれば更に厳しい状態になる。電力、燃料や運搬費の価格が高騰したままでは、先行きはやや悪くなる。
	▲	輸送業（従業員）	・食料品や燃料費などの値上げはあるが、賃金アップの話を聞かない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・日々仕事をするなかで、日本経済が収縮していると感じる。まずは空気感、次に働く人のパワー、最後に企業活動に新しいモノが生まれにくい現実である。どんどんと小さくまとまって、収縮している。
	▲	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられたら、大型連休等に向けてイベントや印刷物などの広告受注が増える。
	▲	会計事務所（職員）	・物価の高騰が続いているせいか、消費者の財布のひもは固くなっている。仕入価格が高騰しているため値上げをしたい企業も、売上が減っては元も子もないため、利益が出なくても売り続けるしかない。物価高騰が一時的であればいいが、しばらく終わりそうもないため、景気は悪化する。
	×	食料品製造業（営業担当）	・様々な価格高騰の影響もあり受注数が軒並み減少している。収入が変わらず支出が増え続けている。今後とも回復の見込みは立たない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・賃金が上がらず物価が上がる。まだ新型コロナウイルス感染症の影響もある。ウクライナでの戦争の影響もある。とにかく賃金が上がっていないのに物価が上がるという状況のため、景気が上昇するとは思えない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているため、価格を下げ提示している。
	×	輸送業（エリア担当）	・国内では、日本銀行総裁の交代が発表されて10年以上続いたゼロ金利政策が見直されるのではないかとことから、先行きは金利の上昇が見通せるが、そうなると段々と金の動きが鈍くなる。国外では、ウクライナ紛争、米露の対立がますます激化することによって景気が良くなる見通しが全く立てられないため、景気はますます悪くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	通信業（総務担当）	・物価高に対して国の対策も賃金上昇による対抗策もないまま、各家庭の現金はどんどん目減りしている。この状態はこの先も続く。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の減少についても新聞購読の減少についても解決できる状況にない。
雇用 関連  (東海)	◎	職業安定所（職員）	・入国規制の緩和に伴うインバウンド需要の回復が、やや遅れている産業分野での景気拡大に寄与する。
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末の予約は増えてきてはいるが、新型コロナウイルスの新規感染者数によってはキャンセルの可能性もある。
	○	人材派遣会社（企画統括）	・4月採用に向けて転職の動きに活発化が見込まれる。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による影響次第である。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・今の求人情報から景気は上向きで、かつ派遣給与の改定も大きく関係して求職者も増加する予測から、これから先も良い循環が見込まれる。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に変化の兆候はない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・物価上昇のなかでも光熱費関係が抑えられない限り、景気回復までは厳しく、現状維持が精一杯と想定している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・例年3～4月の年度替わりは、派遣契約の入替が多く発生するはずではあるが、例年ほどの動きがなく、派遣市場は停滞を続けるのではないかと想定する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げ気運もみられるが、対応できるのは一部の大企業のみで、所得アップは限定的である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・人材不足が更に厳しくなり、採用が難しくなっていく。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連は多少の上向きを予想するが、電気機器関連は非常に厳しい状況が続く。製造系人材の転職の動きは、多くはみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・当面は今の状況からの改善が見込めない。
	□	職業安定所（所長）	・人手不足や原材料の価格高騰による収益への影響が懸念されている。
	□	職業安定所（職員）	・オンライン化が進むなか、企業としては社員の若返りに向けた採用を検討しているところも多いが、求職者数は高齢者が増加し若年者が減少していることから、なかなか採用に結び付かないようである。
	□	職業安定所（職員）	・前月と変わらず、主要産業の製造業の雇用情勢については、原材料やエネルギー価格の高騰などにより企業収益が減少しており、求人募集の判断に苦慮がみられる。
	□	職業安定所（職員）	・求人・求職について大きな動きはないが、新型コロナウイルスの感染状況や物価の上昇も継続していることから、今後の雇用や経済に与える影響が懸念されており、先行きは不透明な状況となっている。
	□	職業安定所（職員）	・2～3か月先に雇用情勢が好転するとは考えられない。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・主要客の派遣募集数にはここ数か月変化はないが、外部活用の削減は継続されているため、契約レートの締め付けが厳しくなっている。4月以降の契約レート改定も、前年と比べて芳しくない。	
▲	求人情報誌（営業担当）	・求職者の動きから、やや悪くなる。	
▲	職業安定所（職員）	・引き続き燃料費の高止まりで経営改善が難しい。原材料費の値上げは続くこと見込まれることから、更に経営を圧迫していく可能性がある。	
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年3月中旬以降くらいから求職者の登録は落ち込みを見せており、本年度においても例外ではないと推察する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—

## 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	・今年のゴールデンウィークは、前年以上に人が動くと思っており、観光地を始めとして、北陸三県へ観光や帰省を中心に多くの人々が来るとみている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	・マスク着用の緩和等が始まり、人々の意識も少しずつ変わってくれば集客につながると考える。内祝いや遠方からの来客のための購入などに期待している。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、いろいろな催物が増えて買物客が増えると考え。
	○	衣料品専門店（経営者）	・客はまだまだ元どおりとはいかないが、元の生活に戻ろうとしているようにみえる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が少しずつ安定化し、行事も抵抗なく行える傾向があるため、消費も活発になると考える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行やマスク着用の個人判断など、新型コロナウイルス感染症対策が更に緩和されていくことから、消費者マインドはポジティブでアクティブな方向に向かうと考える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ報道により、旅行需要と宴会需要の高まりを感じる。宿泊ではインバウンドの引き合いが増えており、期待している。
	○	タクシー運転手	・3月の観光及び行事に使うタクシーの予約が順調に入っている。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学の時期になり、販売数に少し動きが出ている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・3月と5月に新型コロナウイルス感染症における規制緩和の情報が出てきている。タイミング的には、新規入会及び新型コロナウイルス感染症が理由で退会した元会員の再入会を期待している。
	○	美容室（経営者）	・物価の上昇や人手不足、ウクライナ情勢等の懸念材料はあるが、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、消費活動は活発になるとみている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、5月から5類へ移行し、客の動きが活発になると考える。
	□	商店街（代表者）	・来客数自体は伸びていないが、仕入価格などの高騰による販売価格の上昇で、売上金額の数字だけが上がっている。当然のことながら、電気料金や人件費なども高騰しているため、経営自体は厳しい状況である。コロナ禍が落ち着いて、通常どおり花見シーズン、ゴールデンウィークを迎えられることのみが安心材料である。
	□	百貨店（売場主任）	・4月以降、このまま電気料金やガス料金が値上げとなれば、消費者の生活防衛意識は更に高まるため、国内経済はしばらく低迷するとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・新生活、入学などのモチベーション需要とトラベル需要は確実に増加している。この需要に関しては当面拡大が期待でき、仕掛けをしながら更なる拡大を見込む。しかし、自家需要については、商品価格の上昇や電気料金等の増加などのマイナス要因によって商品購入に慎重になる傾向があり、プラス面とマイナス面が相殺し、現状を維持すると考える。
	□	家電量販店（店長）	・節電のための高付加価値商品で買上単価は上がるが、販売数量が落ちる。
	□	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、ほぼなくなりつつある。来客数は増加するが、物価高により景気は良くなりえない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・2月から新車の入荷が増え始めたが大幅に改善したわけではないため、しばらくは現状維持が続くとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇が続く限り、先は見通せない。
	□	乗用車販売店（役員）	・現在も受注残が膨らんでいるが、その解消については2年程度は必要だと見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	自動車備品販売店（役員）	・マスク着用の緩和は景気に影響することはないとみている。外出や多くの人が集まる場所への警戒感を持つ人も一定数いるとみられ、すぐには元に戻らないと考える。新車の納車状況は大分良くなってきたが、中古車市場が冷え込み、全体の活性化につながっていない。新型コロナウイルス感染症対策の縮小や値上げの連鎖等、安心できる要素が何もみえない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行が決まったが、光熱費の高騰や物価高により、生活していく上で全ての物が値上がりしているなかで給料は上がらず、年金は少なくなっていくという状況では、今後景気が良くなることは全くないと考えている。下手をすると、今よりもっと悪くなる可能性がある。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・燃料費の高騰や物価高など足元の生活が不安定な環境にあることから、高単価の飲食店への客足は確実に遠のいているようである。
	□	一般レストラン（店長）	・全国旅行支援や旅行キャンペーンの切符などお買い得感のある企画には飛びつくが、通常の消費が増える様子がみえない。
	□	スナック（経営者）	・先々には選挙などの心配材料はあるが、最近の傾向として客が来店する回数が増えてきているようにみえるため、期待したい。
	□	観光型旅館（経営者）	・電気料金を始め4月以降の固定費の高騰が、経営を圧迫してくるとみている。
	□	通信会社（職員）	・変わる要素が見受けられない。
	□	通信会社（役員）	・特段プラス、マイナスに働くイベントがなく、新規契約者数は前年同期と同程度に推移すると見込んでいる。
	□	通信会社（役員）	・好転若しくは悪化する要因が見当たらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・給与水準がどれだけ上昇するか、物価の上昇が抑えられるかが大きなポイントとなっている。
	□	住宅販売会社（営業）	・景気が良くなる要素は全くないが、今後極端に悪くなることも考えにくい。当面はこのままの状況が続くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・食料品などの生活必需品の値上がりで、その他の商品にまで金が回らない。賃上げも地方にまで影響してくるにはまだ時間が掛かるとみられ、買い控えは当分続きそうである。
	▲	商店街（代表者）	・物価高や光熱費の大幅値上げによる消費者の買い控えを見込んでいる。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・今年に入ってからいろいろな商品群の値上げがあり、ウクライナ情勢も変わらず、厳しい状況が続くと考える。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・電気料金の値上げや物価高により食料品が中心となる買物が主となり、アパレルを中心に苦戦するとみている。また、卵などの原材料の不足により店頭には並ばない商品が出始め、品ぞろえに影響が出てきており、売上に影響する問題が更に増えてきている。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇、卵不足、エネルギー不足、電気料金の上昇はこのまま続きそうである。しかし、給与が上がっていない家庭は厳しくなっており、良くなっていくとは考えられない。
	▲	スーパー（仕入担当）	・食品の価格改定が多く、ますます買い控えが起こる。
	▲	スーパー（店舗管理）	・食料品の値上げは当然ながら、光熱費の値上げも控えている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・消費者物価指数や日用品の店頭価格は高い伸びを示しているが、4月からの値上げは難しいとの報道もあり、物価は少し落ち着いてくると考える。
	▲	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げにより省エネ家電の買換えは多少あるが、デジタル家電の需要が落ちてきており、今後の趣味し好品の家電の苦戦を懸念している。
	▲	都市型ホテル（役員）	・国内の個人観光客が伸び悩んでいる。今後も燃料価格の高騰や物価高による宿泊需要への影響が懸念され、付加価値なく販売価格に転嫁するだけでは売上獲得は難しくなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇や全国旅行支援の終了は、レジャー費用の縮小につながると危惧している。
	▲	通信会社（営業担当）	・一旦新規需要が落ち着いたら、買い控えが起こるとみている。
	▲	テーマパーク（役員）	・エネルギーを始めとした諸物価の上昇により客の財布のひもが固くなるなかで、全国旅行支援が3月で終了した場合、現在堅調に推移している個人旅行の動きも鈍くなり、全体としてやや悪くなると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	パチンコ店（経理）	・物価高騰による消費動向の減少を見込んでいる。
	▲	競輪場（職員）	・様々な値上げがあるなかで、公営競技に使う金が増加するとは見込めない。
	×	スーパー（総務担当）	・賃上げが追い付いておらず、物価高が続いている。
	×	コンビニ（店長）	・光熱費の上昇や物価高などから、今以上のコンビニ離れが起こるとみている。本部へ支払うロイヤリティ等は新型コロナウイルス感染症発生前と同等だが、最低時給の上昇、社員の生活維持のための給与上昇など、経費が掛かるばかりである。客も従業員も会社も値上げが続き疲弊している。
	×	住関連専門店（役員）	・生活用品や電気料金の値上げなどで消費マインドが確実に低下している。さらに、数か月後には旅行などに消費が向くと考える。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	建設業（経営者）	・年度末に向けての発注と、年度繰越しの緩和でやや良くなると見込んでいる。
	○	司法書士	・新幹線関連の事業や新施設の開業が始まり、各駅周辺への投資が期待できる。
	○	税理士（所長）	・3～4月は人の移動があり、5月には新型コロナウイルス感染症が5類へ移行することで、あらゆる業種において活動や消費が前向きになるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・売上は堅調に推移するとみているが、コスト面でのプラスチック材料が見当たらない。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた経済活動の正常化が見込まれる一方で、資材価格の高止まりが引き続き重くのし掛かると考える。当社の主力である住宅の新築需要が減退し、売上状況も更に厳しくなると見込んでいる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないとみている。
	□	輸送業（役員）	・客先との交渉が簡単に進むとは考えられない。
	□	輸送業（管理会計担当）	・物量の回復には至っておらず、現状では物量の増加が見込めない。
	□	通信業（営業）	・政府の景気刺激対策がほとんどない状況では、変化はないとみている。
	□	金融業（融資担当）	・企業の受注状況や販売状況は改善傾向にあり、売上は増加傾向にある。一方で原燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁が進まない企業の収益は悪化傾向にある。新型コロナウイルス感染症の5類移行を見据え、飲食業、観光業、旅客業の売上も増加傾向にあるが、収益環境は依然として厳しい。
	▲	繊維工業（総括）	・更なる電気料金の値上げが予定されていることに加え、景気減速による欧米における消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツやアウトドア向けの受注に変調の兆しが鮮明になっている。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・主原料や副資材、燃料、輸送費、諸経費の増加に加え、足元では大きな電力の値上げが予定されており、価格転嫁がどこまでできるかが課題である。少なくとも採算としては、非常に厳しい状況が当面続くとみている。
	▲	建設業（役員）	・原材料価格の動向が依然として先行き不安定で、利益確保が現状より厳しくなっていくと考える。
	▲	金融業（融資担当）	・4月から更に電気料金が上昇することから、各社の試算では相当の経費増加を見込んでおり、利益率悪化が避けられない状況である。
	▲	不動産業（経営者）	・個人客から電話連絡などの問合せがほとんどなく、法人関係の問合せもほとんどない。今は活発な話が全く聞けない状況である。
	×	—	—
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末から新年度に向かい変化の多い時期となるため、新商品やセミナーの広告出稿が期待できる。新生活を控えた学生に向けての大型催事なども予定しており、年末年始ほどではないが広告やイベントが活性化する時期となる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、イベントの復活などで人流が多くなるため企業活動も活発化して拡大に向かうとみている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（社員）	・求人案件に興味を持ち、問合せはそれなりにあるものの、自分の就業条件が優先であり、そぐわない条件が1つでもあれば辞退という傾向が多く見受けられる。新年度に向かい多少変化があればよいが、これでは景気が上向くのはまだ先だと考える。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
	□	職業安定所（職員）	・求職者や求人への動きは良いが、事業所の整理が結構出てきているのが少し気になる場所である。
	□	職業安定所（職員）	・求人数についてはほぼ変わりがない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・インバウンドによる好影響があるようにもみているが、半導体不足やウクライナ情勢、物価高などのマイナス要因を埋めるほどではないため、やや悪くなると考える。
	×	—	—

## 8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（服飾品担当）	・海外からの団体客による買物ツアーの立ち寄りが、徐々に増えている。海外でのコロナ禍対応による影響で、ようやく日本もウィズコロナの雰囲気が出ており、4～5月以降の来客数は更なる増加が予想される。好調な高額商材の伸びが今後も期待できるほか、国内客の消費も伸びることが期待され、景気の改善が予想される。
	◎	百貨店（外商担当）	・5月から、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することもあり、中国からの旅行者がかなり増えることが予想され、売上の増加が見込まれる。円安の影響で、海外からの旅行者にとって、日本は高級品が最も安く買える場所になる。
	◎	百貨店（特選品担当）	・中国からの入国規制などが緩和されるほか、国内でもマスク着用の緩和、新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、外に出掛けることへの規制は間違いなく緩和が進む。
	◎	百貨店（外商担当）	・外商客の来店が順調に増えるほか、中国本土からの観光客の増加が見込まれる。
	◎	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、旅行を控えていた人も外に出始めている。また、近隣にはホテルも多く、外国人客だけでなく、国内の旅行者もかなり増えている。
	◎	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ウィズコロナの動きに伴い、脱マスクの生活にシフトする。さらに、季節の変わり目で大手企業の賃上げも進むため、客の購買意欲が高まると期待している。
	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和による消費マインドの回復と、中国からのインバウンドの急回復が予想される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・インバウンドの問合せが急増している。特に、桜シーズンの4～5月に集中している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドの推移次第であるが、伸びる傾向にあるため期待している。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・全体的に人の流れも増えているため、良くなっていくが、電気代やガス代の高騰により、営業が続けられない飲食店も出てくるのが懸念される。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・外に出て買物をしようという、前向きな気持ちが感じられる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月になって気候が良くなり、コロナ禍もやや落ち着くことで、人の動きも活発になるため、販売量の増加に期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・目を追うごとに、客の動きが活発化している。3月13日以降、マスクの着用が自由化されれば、更に来店客が増えそうな勢いを感じる。
	○	百貨店（売場主任）	・海外情勢の動きにもよるが、基本的にやや円安傾向で推移するため、少し良くなると予想している。
○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの旅行者がそろそろ増え始めると期待している。	
○	百貨店（サービス担当）	・今後も海外からの団体客などによる、来客数の増加が期待できるほか、売場やショップのリニューアル効果で、来客数の増加や売上の拡大が期待される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（マネージャー）	・全体的には新型コロナウイルスの感染状況の緩和などで、更に人流が活発になり、インバウンド需要の回復傾向も続く予想される。一方、今後は旅行関連やイベント関連の需要が注目されるが、コストパフォーマンスも厳しく問われる。
	○	百貨店（店長）	・外出や旅行の機会が増え、これまでコロナ禍で我慢していた分、コト商品への需要が増えると予想される。ただし、食品価格や光熱費の上昇はまだまだ収まる様子はなく、高所得者層とそれ以外とで2極化が進むと予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・食料品を中心とした価格高騰による消費マインドの低下は心配であるが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となっている。また、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することもあって、消費者の購買意欲が高まると予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、消費を後押しする要素が多く、景気動向は上向くと予想される。
	○	百貨店（宣伝担当）	・この春で値上げが一巡し、価格の改定が一旦落ち着くほか、久しぶりの行動制限のない春となり、新生活や新入学関連の需要が目立っている。さらに、中国本土からのインバウンドが戻ってくれば、売上の回復に弾みがつくと期待している。
	○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は一進一退が続くが、次第に日常を取り戻すことを期待したい。
	○	百貨店（マネージャー）	・外出意欲を抑える傾向が小さくなっているほか、インバウンドを始めとする旅行者を中心に、来街者が増えている。インバウンドに関しては、ようやく中国人客の動きが徐々に出てくることで、インバウンド売上は更なる増加が見込まれる。
	○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の収束の兆しが明確となり、卒業や入学関連の需要や旅行の増加に加え、衣料品や雑貨などの買換え需要も高まる。また、大型の物産展も復活し、来客数が上向く見込みである。
	○	スーパー（店員）	・天気の良い日が続くと、年配の客が増える。また、コロナ禍が更に落ち着くと家族連れの客も増え、販売量が増える。
	○	スーパー（店員）	・創業祭などのイベントが続くため、今よりも売上の増加が見込まれる。
	○	スーパー（企画担当）	・行動制限が大幅に緩和され、今後は行楽や花見、バーベキューの需要が増える。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍に伴う各規制が撤廃されることで、通勤客や学生の来店が増えるほか、出張客による近隣ホテルでの宿泊も増加が見込まれる。また、インバウンド需要も増えることで、来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・3月からは新型コロナウイルス感染症に関する規制も少なくなるため、回復を期待したい。
	○	コンビニ（店員）	・移動制限もなくなり、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻りつつある。
	○	衣料品専門店（店長）	・インフルエンザの流行はあるが、コロナ禍が収束に向かいつつあるため、景気は上向く。
	○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、来客数が増えるほか、購買意欲の上昇も期待される。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・季節の変化に伴って、やや良くなる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・海外からの客が増えているため、少し売上が増加する。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金を活用した購入の増加のほか、マスク着用の見直しで消費意欲が高まると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・決算期で来客数が増えるほか、新生活や引っ越し需要で売上の増加が見込まれる。また、エアコンや冷蔵庫などの買換え需要も見込まれる。
	○	家電量販店（人事担当）	・物価の上昇やエネルギー価格の高騰といった不安要素はあるが、旅行やイベントなどの動きが徐々に増え、それに伴う経済の活性化が期待される。
	○	家電量販店（企画担当）	・こどもみらい住宅支援を中心とした、住宅設備関連の国の補助金により、内窓や蓄電池、省エネ型給湯器などの大きな消費が期待できそうである。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・決算月に向けて、客の来場増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新カタログの問合せや、資料の請求が増えているため、今後は受注量が増える。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・都市部を中心に集客が増えている。飲食も好調で、停滞ムードがなくなりつつある。衣料品も好調となるなど、外出の機会が多くなってきたと感じる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・マスク着用の緩和など、新型コロナウイルス感染症への対策も緩やかになることで、例年並みのにぎやかな春に戻ってほしい。
	○	一般レストラン（経営者）	・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、中国向けの入国規制の緩和で観光客が増えるため、経済は少し良くなる。ただし、物価の上昇に歯止めが掛からず、消費者の所得を上げる方が早く経済が回復すると予想される。
	○	一般レストラン（店員）	・商品価格が上がっているにもかかわらず、来客数が増加し、価格の高いメニューにも注文が入っている。
	○	一般レストラン（店主）	・様々な面で動きが増えているため、良くなることを期待している。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行やマスク着用の緩和に加え、これまでの反動から外出する人も増え、お金を使う機会も増えるため、今後は少し良くなる。
	○	観光型ホテル（経営者）	・このまま個人客の増加が続くと予想され、4月以降は団体客も増える見込みである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援や地域独自の支援策が好評となった結果、早期に終了する事態となったが、その後も宿泊需要は旺盛となっている。宴会やレストラン利用についても、2月はディナーがほぼ満席の状態が続いており、残る懸念はビジネス利用によるランチ需要の回復となっている。全体的には回復傾向がみられることから、今後に期待したい。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限がなくなり、旅行や外食関連の需要回復が見込まれる。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前と同様の客単価と、販売量の増加が見込めるため、先行きは明るい判断される。
	○	都市型ホテル（販売担当）	・足元の来客数の推移から、先行きが期待される。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・コロナ禍の影響を大きく受けていた宴会部門も、同窓会などは少ないものの、突発的に開催される会議が増えてきた。リモートではなく、スクール形式やロの字形式の会議が目立って増えている。レストランのランチ利用も、1日当たりの来客数が46人と前月よりも4人増え、好調となっている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。マスク着用の緩和からも2か月が経過することで、更に人流が活発化するが、以前の水準には戻らないと予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援が3月末で終了するが、桜の季節である4月前半の予約受注は順調である。コロナ禍による規制も緩和され、旅行を控えていた客が再び動き始めることを期待している。
	○	旅行代理店（店長）	・海外旅行の相談が増えている。現在はまだ相談だけで、様子を見ている客も多いが、今後は受注が増える予想される。
	○	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、海外旅行の需要回復が予想される。
	○	タクシー運転手	・当地域は桜の時期となり、活気が出てくる。
	○	タクシー運転手	・年度末に向けた動きや、インバウンド効果も出てきており、以前の状態に戻ってきたと感じる。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の販売が4月から始まるため、契約数が増える。
	○	観光名所（企画担当）	・2月に入っても来場者は徐々に増えているが、インバウンド客はそれほど伸びていない。
	○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく減少したほか、感染予防行動などの方針が見直されたことも影響し、全ての客層の行動が活発化していると実感している。
	○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価の上昇による問題はあるものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、経済活動が活発化している。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国からのインバウンドの増加が見込まれるほか、マスク着用の見直しや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、レジャーマインドの上昇が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージで服を脱ぐので、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
	○	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・マスクの着用が見直されても、当社の社内ルールとしては様子見となるが、年度末を迎えて雰囲気は良くなる。
	□	商店街 (代表者)	・2月も良くなる気配がない。コロナ禍だけではなく、電気代やガス代の値上げといった悪い話題が多く、買い控えが進んでいる。
	□	百貨店 (売場主任)	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、行動制限がなくなることで、消費の増加につながる。反面、様々な商材で価格が上昇しており、家計が圧迫されている。好材料もあるが、消費抑制につながる要因もあり、大きな改善は期待できない。
	□	百貨店 (企画担当)	・現時点では景気は上向きの様子であるが、飽くまでもここ数か月との比較である。まだ値上げラッシュが続いており、消費者の節約志向は変わらないため、今後更に良くなるとは考えにくい。
	□	百貨店 (販売推進担当)	・賃上げ状況などにも左右されるが、物価の上昇といった悪化要因もあり、消費者の生活防衛意識は更に強まる。
	□	スーパー (経営者)	・物価の上昇による影響もあり、新聞購読数の減少が更に加速している。まだまだ値上げの動きは続く見込みで、エネルギーコストも引き続き上昇する。
	□	スーパー (店長)	・今後も物価の上昇が続く見込みである。大幅な賃上げが行われない限り、家計の支出額は限られているため、買い控えによる買上点数のダウンは続く。
	□	スーパー (店長)	・価格の高騰が続く反面、外国人観光客の回復は続くため、今の状況が続くと予想される。
	□	スーパー (店長)	・プライベートブランド商品には、他社よりも優位性がある。
	□	スーパー (店長)	・値上げの影響で、売上比率の高い食品を中心に苦戦が続くと予想される。一方、行動制限のない春休みやゴールデンウィークに向けて、衣料品を中心に旅行や行楽などの需要は、前年よりも活発になる。
	□	スーパー (企画担当)	・外部環境に変化がないことから、現状の動きが続くと予想される。
	□	スーパー (開発担当)	・物価の上昇が続くなか、具体的な景気対策は発表されていない。賃金についても、中小企業の多い当地域では上昇する可能性が低い。
	□	コンビニ (経営者)	・企業が賃上げなどに動いても、企業側の収入源については不透明であるため、景気回復につながるまでには時間が掛かる。
	□	コンビニ (店員)	・物価の上昇が続くなか、現状よりも良くなる期待はもてない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	・先行きの不透明感が増しており、なかなか読めない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	・前年の注文分の新車が徐々に納車されるようになってきた。このままの調子であれば、新車への取付け品などの仕事も戻ってくるが、全体的に不透明な状況に変わりはない。
	□	乗用車販売店 (経営者)	・車検の予約台数に大きな変化はないが、半導体不足もあり、新車販売台数の回復には時間が掛かるため、売上が伸びない。
	□	住関連専門店 (店長)	・来客数は増えても、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には程遠く、客単価も低いままである。売上や景気が戻る期待はまだ持てない。
	□	その他専門店 [宝石] (経営者)	・ガス代や水道代を含めて、あらゆる物価が上がり過ぎている状況が、すぐに改善するとは思えない。
	□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	・風邪薬などの医薬品は伸びているが、健康や美容関連は伸び悩んでいる。また、食品や日用品も横ばいの状況であり、しばらくは同様の傾向が続くと予想される。
	□	一般レストラン (経営者)	・昼間の時間帯は来客数が戻ってきているが、夜の宴会などは動きが全くみられない。以前のような大宴会を開く雰囲気はなく、歓送迎会なども少ない。
	□	観光型ホテル (経営者)	・コロナ禍の収束時期がはっきりしないほか、ウクライナ危機や世界的な不況の影響が、日本経済にも出てくる。
	□	都市型ホテル (客室担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控え、新年度は人々の解放感も増し、人やお金の流れが活発化しそうな反面、交通機関での値上げなど、物価の上昇が身近に感じられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍関連での行動制限の解除で、景気の回復傾向が期待されるものの、物価の上昇がブレーキとなる。
	□	旅行代理店（支店長）	・現状の前向きなマインドが、スポーツの世界大会などの様々なイベントで更に高くなるが、旅行の相談から申込みにつながる確率は大きく変わらない。
	□	タクシー運転手	・昼間の時間帯は乗客数が少し増えているが、夜になると急激に少なくなる。この状況をみると、今年中は厳しい状況が続くそうである。
	□	通信会社（経営者）	・今後の世界情勢の見通しから、大きな変化はない。
	□	通信会社（社員）	・業界を取り巻く環境は年々厳しくなっており、先行きが不透明である。
	□	通信会社（役員）	・コロナ禍の影響から、経済活動が回復する兆しがあり、乗客数は増加傾向にある。ただし、大手通信事業者の方針が変わらない限り、キャリアショップの運営ビジネスが好転するのは困難である。
	□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、良くも悪くもなく、現状維持で推移することが予想される。
	□	競艇場（職員）	・全国発売のG1競走などは、インターネット投票などがやや伸び悩んでいるが、依然として好調な売上を記録している。1年前のような爆発的な伸びはないが、高い水準で安定してきた感がある。ウィズコロナの動きが進む、春以降の動きが注目される。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・物価が高止まりしており、景気回復基調に水を差しかねない。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となっており、野球の日本代表戦やプロ野球の開幕戦などは満員の来場を予想している。なお、3か月後の状況は不透明であるため、全体的には変わらないと予想している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・土地価格が高止まりの状況にあり、投資家以外のエンドユーザーの消費が増えにくいと予想される。
	□	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは現状の動きが続く。
	□	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）	・現状で景気の変動につながるような対策は見当たらない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・急速な市場環境の悪化はみられないため、短期的な変動は少ないが、中長期的には厳しい方向となりそうである。
	▲	商店街（経営者）	・物価の上昇と収入面の不安から、購買意欲が低下し、商店の売上が減少する。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・2～3か月先は行楽シーズンとなるが、5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行する見通しである。マスクの着用も見直されるが、気温が上がればマスクを着ける人も少なくなる。個人経営の小さな店舗としては、マスクの着用を求めたいが、その状況が全く想像できない。
	▲	百貨店（販促担当）	・外出関連の需要の伸びは期待できる一方、家での需要は低迷が予想される。値上げの影響で、月々の支出のコントロールが厳しくなりそうで、特に光熱費の上昇は身の回り品の消費縮小につながる懸念が大きい。本来は、気温の上昇で消費が増える時期であるが、光熱費が上昇すれば、消費が冷え込む要因となる。節電関連の機能商材など、打ち出し方の工夫が必要となる。
	▲	百貨店（商品担当）	・エネルギー価格の上昇を含めた、物価の上昇に対し、賃金の増加が追いついていないと感じる。今まで以上に、取捨選択を吟味した購買動向が強くなると予想される。
	▲	スーパー（経理担当）	・4月以降は鉄道運賃の値上げが始まり、電気代やガス代の値上げも予想されることから、食費を中心にした節約意識の高まりは避けられない。春の行楽シーズンを迎え、マスク着用の見直しや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行があり、一気に外出が拡大することを期待したいが、所得環境の改善が伴わない。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・価格の上昇が終息するめどは立たず、今後も更に値上げが続く見込みである。節約疲れが出るまでは、今後も買い控え傾向が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（社員）	・値上げラッシュによる売上の増加効果は、前年の後半には大きくみられたが、結局は一時的な現象であった。このため、今後も当面は消費が余り活発にならないと予想している。
	▲	コンビニ（経営者）	・ウクライナ危機の影響でエネルギーコストが上がりつつあり、企業の売上を圧迫する動きが続くため、売上は3～5%減少する見込みである。
	▲	コンビニ（店長）	・世の中の様々な物が値上がりし、家計を圧迫しているのは明らかである。買い控えが顕著になることが予想される。
	▲	コンビニ（店員）	・コロナ禍が落ち着き、明るい兆しがみられるが、いろいろな物が値上がりする不安を口にする客が多く、買い控えや節約を進めている様子がみられる。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・電気代やガス代の高騰などで、購買意欲が下がってきている。まだ半導体不足の影響も少なからず残っているが、回復を期待したい。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・当社の取扱商品も大幅な値上げを行う予定であり、消費への影響が顕著に出てくる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・物価の上昇による家計への影響が、これからますます深刻化していく。
	▲	一般レストラン（企画）	・物価の上昇に歯止めが掛からず、4月以降も公共料金の値上げが予定されるため、更に家計は厳しくなる。また、当社も3月からメニュー価格の改定を計画しており、来客数の減少が予想される。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・入会しても、受講する教科数を絞る傾向にある。また、年度末には退会者も出るため、全体としては厳しい。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・物価の上昇で個人の住宅需要が落ち込み、収益物件のサポートが下支えしている状況であるが、人件費や材料費が上がってくれば厳しくなる。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・給料の引上げが報じられているが、大手企業が中心である。零細企業や工場の多いこの地域では、日々の生活のやりくりだけで精一杯のような気がする。地域格差が広がっているのか、周辺の商店の様子をみても、景気が上向いている様子は少しも感じられない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇による影響で、購買意欲の低下や節約傾向がますます進むため、繁忙期の売上アップは見込めない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、韓国や中国での衣料品の生産量が減っており、商品が入らないため、売物が少ない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・収入の増える見込みが立たないなか、今後の生活必需品の値上げや、光熱費の推移が不透明である。
	×	家電量販店（店員）	・エネルギー相場や物価の上昇が落ち着かない限り、悪くなる一方である。まずは客の購買意欲を上げるためにも、政府の補助的な政策が必要と感じる。特に、エネルギー関連ではすぐに手を打つべきである。
	×	家電量販店（店員）	・補助金制度のあるリフォーム関連については、多少なりとも売上は見込めるが、補助金制度は数年前から続いており、利用が慢性化してきたと感じる。補助金によって需要は前倒しされたが、今後は市場で値上がりが進むことを考えると、これまでの反動がどの程度出るか不安である。
	×	住関連専門店（店員）	・今後も食料品の値上げが進むため、状況は悪くなる。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・外出は増えているが、物価は上がっている。生活面でも光熱費が上がっているほか、円安の状況も停滞したままであり、買い控えの意識がますます高くなる。
	×	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・雇用環境は賃上げの雰囲気が高まり、悪くなるとは感じられないが、家計の収支は厳しい。特に、非正規労働者には置き去り感が強く、時給の引上げは蚊帳の外となっている。
	×	観光型旅館（経営者）	・先行きには不安要素しかない。エネルギーコストの上がり方は異常で、全ての利益を吸い取られている。
	×	テーマパーク（職員）	・税収を増やすために増税しかできない政府は、存在意義を問われる。
	×	競輪場（職員）	・まだまだ物価が上がっており、それにつれて賃金も上がれば良くなるが、先が見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・住宅資材価格の高騰を受けて、住宅展示場の出展各社は前年の下期から建築単価を上げたため、契約数は減少傾向にある。大手ハウスメーカーは1億円を超える富裕層向けの商品開発に力を入れており、契約数よりも契約単価重視にシフトしている。
企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業(経営者)	・季節要因により、輸入商品の供給が需要に追いついておらず、その分の売上が半分ほどに減少している。今後は回復する見込みであり、売上、利益共に増加が予想される。
	○	食料品製造業(営業担当)	・今後はインバウンド効果にも期待できるため、景気は少し良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業(企画営業担当)	・コロナ禍関連の報道も少なくなり、通常の動きに戻っていく状態にあるため、今後もイベントの増加や、それに伴う販促活動が活発化する。
	○	化学工業(企画担当)	・年末年始の食品需要の増加も大きな消費拡大にはつながらず、収益改善への影響は小さかった。ただし、コロナ禍への対策が大きな転換点を迎え、多人数での会食の制限も撤廃されるため、消費の拡大が予想される。
	○	金属製品製造業(経営者)	・受注の内示によれば、新年度から通常に戻る計画となっている。
	○	電気機械器具製造業(経理担当)	・明確な根拠はないが、部品メーカーの話では、5月頃から徐々に欠品が落ち着き始める見込みである。
	○	建設業(経営者)	・受注の増加ペースはそれほど早くないが、着実に増えつつある。ただし、原材料価格や電気代の高騰などが、受注に悪影響を及ぼす可能性はある。
	○	輸送業(商品管理担当)	・3～4月は繁忙期に入るため、家具の売上が伸びる。
	○	広告代理店(営業担当)	・前年から紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	経営コンサルタント	・取引先の経営者と話していると、新型コロナウイルス感染症への対応から、収束後の対応に話題が変わってきたと感じる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・良くなる情報が少ない。
	□	化学工業(管理担当)	・取引先からは、生産量が増えるという情報が少ない。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	・改善要素が見当たらないが、動きの良い業種からの仕事もあるため、全体としては現状維持となる。
	□	窯業・土石製品製造業(管理担当)	・4%程度の物価上昇率となっており、あらゆる物価が上がっている。身近な生活必需品の値上げも止まらず、今春の賃上げ動向が注視される。自動車業界などの春闘では、大手企業がいち早く満額回答で対応しているが、就業人口の約7割を占める中小企業の賃上げは厳しく、今後の動向を注視したい。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	・最悪期に比べて少し良くなっているが、大幅に景況が改善するとは思えない。
	□	電気機械器具製造業(経営者)	・何しろ政府の方針が定まっておらず、しばらくは楽観できない。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	・不安定な世界情勢が続くと予想される。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	・材料価格の高騰や物価の上昇など、良い材料がない。
	□	建設業(経営者)	・今後も建設資材価格の高騰や不安定な納期が続けば、厳しい状況は変わらない。実態に見合った予算の引上げや、不確定な工期に対する、取引先からの理解を望む。
	□	輸送業(営業担当)	・送料や商品の価格を下げなければ、なかなか売れない。
□	輸送業(営業担当)	・運賃の値上げを行った結果、すぐに荷物量が減ったが、今後も更に値上げを行う予定である。	
□	その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、あたかもコロナ禍が収束するような見方が増えつつあるが、本質的には何も変わらず、人流の増加にはつながらない。	
□	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・全体的に商品の値上げが続いており、その処理に追われているが、今後も現状の動きが続くと予想される。	
□	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・年度内はこのままの状況が続くようである。	
▲	食料品製造業(従業員)	・商品の値上げを始めたため、価格の上昇に伴って客の購買意欲が低下し、販売量は減る。	
▲	繊維工業(総務担当)	・経費の増加に対し、売上は減少傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	繊維工業（総務担当）	・ 催事客の顔ぶれが決まっているようで、追加での購入がない。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・ 売上が伸びないなか、賃上げなどに伴うコスト上昇に対し、価格転嫁に苦慮することが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 受注が少なくなっている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・ 需給のバランスが崩れかけている。また、コストの上昇によるインフレが続いているが、労働人口の減少でこの問題が長引くことになる。
	▲	建設業（経営者）	・ 近隣の市町村の予算をみても、緊縮財政で公共工事関連の予算は先細りとなっている。
	▲	建設業（営業担当）	・ 物価の上昇による収益の低下については、数か月では解決しないと予想される。
	▲	輸送業（経営者）	・ 3月で雇用調整助成金が終了するため、多少は無理な仕事でも受けざるを得なくなる。無理をすれば、そのときは良くても、長期的には損失となる。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・ 悪くなる理由は幾つも思い当たるが、良くなる理由は全く思い付かない。少なくともウクライナ危機の終結といったかなり強い刺激がなければ、気分的にも上向くことは難しい。
	▲	広告代理店（営業担当）	・ 新年度明けは、広告の動きが全体的に低調となる。
	▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ 例年2月は余り良くないが、今年はそれ以上に悪い。
	×	化学工業（経営者）	・ 原材料費や光熱費の高騰による再三の値上げで、確実に需要は減退しており、問合せ、受注共に大きく減少し始めている。
	×	通信業（管理担当）	・ エネルギー価格の高騰による物価の上昇が、景気に大きく響いている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ ウクライナ危機の影響で、世界情勢が混とんとしており、経済の先行きも不透明である。
雇用 関連 (近畿)	◎	* *	
	○	人材派遣会社（役員）	・ 新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、経済が正常化に向かうことを期待している。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・ 今後ますます海外からの観光客が増加し、観光産業の活気が更に高まることが期待される。
	○	職業安定所（職員）	・ 求人数が増えつつある。求人募集は人材への先行投資であるため、今後はやや良くなると期待している。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価上昇の動きが止まらない状況であるが、企業の新卒求人意欲は旺盛であるほか、初任給もアップしているため、徐々に景気は良くなると予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ コロナ禍は落ち着く流れになっているが、それ以外の社会不安の要素が多いため、大きくは変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ コロナ禍も一段落するはずであるが、物価の上昇もあって先の読めない状況が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ 国内外のインフレ動向やウクライナ紛争、米中関係の悪化など、今後の景気に影響する不安定要素が引き続き多い。今後の景気はこれらの結果次第で、どちらの方向にも動くともみられる。5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行するが、国民は既にウィズコロナに慣れており、景気への影響は限定的と予想される。
	□	職業安定所（職員）	・ 新型コロナウイルスの感染拡大は一段落したが、エネルギー問題などが続いているため、景気はお踊り場状態にある。
	□	職業安定所（職員）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に影響されず、消費者が動くようになっており、生活関連サービスは求人数が増えている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・ 例年であれば、仕事量が増える時期であるが、資材価格の高騰などで、求人数の伸びは足踏み状態が続いている。公共工事を受注する建設会社も少なく、民間需要に大きく影響されるため、今後も求人数の増加は期待しにくい。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 3か月先の5～6月は、内定の1次ピークが一段落する頃であるが、今年は例年よりも早期選考の動きが早かった影響もあり、早期選考組からの内定辞退が増えそうである。一方、売手市場に転換しつつある状況から、大手企業を希望する学生も多いと予想される。内定が取れずに、6月頃に新たに企業を探し始める学生も出てきそうである。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・まだ先の様子が見えない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の景況感の見通しが低下し、収益悪化への不安の声も多いことから、やや悪くなる可能性もあるが、足元の状況は、求人にはやや復調に向けた力強さが感じられる。新型コロナウイルスの5類感染症への移行や賃上げのほか、大阪・関西万博の開催に向けた動きといったプラスの要素がうまく作用すれば、求人や求職の活発化が期待される。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・新年度になり、しばらくは落ち着いた動きになると予想される。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・物価が上昇している一方、賃金は上がっておらず、消費を抑制する動きが増えると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で10月から4か月連続の減少となり、特に45歳未満と45歳～54歳の求職者が減少となった。また、有効求職者の年齢別登録状況をみると、前月と同じく19歳以下を除いて減少しており、しばらくは求職者の減少が続くようである。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・身の回りの景況感については、プラス材料が少ない。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・引き続き人材不足の傾向にある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇で生活が苦しくなるため、お金の流れは滞ると予想される。
	×	—	—

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（—：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・マスク着用が個人の判断にゆだねられるなど、客が更に動きやすい環境になるため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・G7広島サミットの開催や規制緩和により、海外からの渡航者数が増加する。また、マスク着用が個人の判断にゆだねられるなどの行動制限の緩和で、国内で開催されるイベントが増加するため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・アフターコロナに向けて、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和されることで、国内はもちろん、インバウンドも回復が見込まれる。
	◎	タクシー運転手	・来月からマスク着用が個人の判断にゆだねられるなど、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和により、人出が増えるため、景気は良くなる。
	◎	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることで、インバウンドを含め、観光客が増加する。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が少し落ち着き始めており、個人の気持ち次第で景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・ウィズコロナが定着し、人々の生活が元に戻ってくる。季節によって変動は出てくるものの、人々の動きが前向きになる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の外出機会が増加し、消費意欲も回復しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・インバウンドがこれから期待できるような感じで、人の移動も多くなることから、商店街の人出も増加する。
	○	商店街（代表者）	・来客数が少なく、売上も厳しい状況であるが、今後は現状よりはやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、賃上げにより消費が増加する。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきて、商店街のイベントも開催されるようになり、来客数も増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げの影響が続くため、簡単には以前の状況に戻らない。しかし、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和することによって、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいていく。
○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくなり、セレモニーの洋服やスーツの販売に動きが出ていることから、今後、景気はやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（営業担当）	・地方店ということもあり、都市に比べ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、すぐに元には戻らないが、直近の来客数や売上は、少しずつではあるが、上向いている。また、オケーションや目的買いも増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・客の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が薄れること、春物衣料品や雑貨の需要が増加すること、各メーカーの商品生産が増加することにより、売上の増加が見込まれる。
	○	百貨店（売場担当）	・マスク着用が個人の判断にゆだねられることになって、人々の行動パターンが以前に戻るか、あるいは新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加し、行動が自制されるかは分からない。いずれにしても、全体の景気は良くなっていく。
	○	スーパー（業務開発担当）	・客の様子や購買意欲など、マスク着用以外は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・物価高の影響で、客の買い控えが続いている一方で、外国人客が徐々に見られるようになるなど、期待感が高まっている。また、マイナポイントによる景気対策の影響もあり、景気は少し持ち直す。
	○	コンビニ（エリア担当）	・人々が新型コロナウイルス感染症から解放され、人流が回復してくる。3月からは観光客を含め、来客数が大幅に回復してくる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、人々の外出機会が増加する。
	○	乗用車販売店（統括）	・新車の供給量によっては景気が良くなる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが良くなることや商品の生産が増加することなどから、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・生産が増加すれば、売上も増加する。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光クーポンがなくても出掛ける人が増えれば、来客数は増加する。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和次第であるが、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、気温が上昇するとともに、来客数が増加する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられ、中国からのインバウンドが増加すると、景気はやや良くなる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が続けば、客の外出への拒否感が薄れ、行動が活発化し、新生活へ向けた購買意欲が高まる。光熱費の高騰など家計の負担感が今後、景気にどのように影響するか不安ではあるが、景気は好転する。
	○	一般レストラン（経営者）	・3月からマスクの着用が個人の判断にゆだねられるなど、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が徐々に緩やかになる。行動制限緩和が、入学や通勤など人の動きが活発になる時期と重なるため、来客数は徐々に増加する。
	○	一般レストラン（店長）	・来客数が回復傾向にあり、今後も回復が続く。また、インバウンドの問合せが非常に多く、新型コロナウイルス感染症発生前のピークよりも多くの予約が入っており、今後も増加すると予想されるため、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向になっていることから、宴会利用の予約が回復しつつあり、今後、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・桜シーズンを迎え、訪日外国人が増加することや、G7広島サミットの開催を契機に、人流が活発化していくことなどから、景気は更に上向いてくる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・移動や集会に制限がないため、レストランや宿泊の需要は既に回復しているが、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることで、人の動きが更に活発になる。また、延期や中止をしていた宴会の先行予約が好調で、新型コロナウイルス感染症発生前の経済環境に戻りつつあることから、景気はやや良くなる。ただし、コロナ禍で変化した生活スタイルが根強く残る部分もあるため、ホテル業界としては客の消費スタイルの変化をよく見極めながら対応していく必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	タクシー運転手	・燃料費の高騰がなかなか収まらず、最低賃金の引上げによる人件費高騰の影響も懸念材料となるが、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・ホテルの新規開業やイベントの復活で景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・コロナ禍の生活は実質解消となるが、在宅スタイルは別としても、インターネット通信の活用は日常生活のなかでより広がっていく。
	○	通信会社（経理担当）	・新年度になり、客のサービスへの新規加入が増加する。
	○	通信会社（販売企画担当）	・賃金が改善し、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くことから、客の消費活動が活発になる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスに関する行動制限が解除されるので、景気はやや良くなる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・マスク着用の判断が個人にゆだねられることもあり、経済活動の拡大が予想されることから、景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、人が出掛けやすくなってきたので、今後、景気は徐々に良くなる。
	□	商店街（代表者）	・4月からは値上げラッシュなので、消費にはマイナスとなり、売上は増加しない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・良くて今の景気が維持されるという状況で、景気が良くなることはない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・相次ぐ値上げの動きから、今後、経済がどのようなようになるかは分からない。
	□	百貨店（経理担当）	・マスク着用が個人の判断にゆだねられるなど、今後、政府の方針で、景気がどのような状況になるのか予想しづらい。これまで何度も新型コロナウイルスが感染拡大を繰り返していることで、慎重な姿勢を維持する人も多いと考えられるため、景気は余り変わらない。
	□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感は薄れつつあるが、この3年間で変化した客の購買意欲が元に戻るとは考えにくい。また、新型コロナウイルス感染症に加えて、電気料金などあらゆる物価の上昇が、客の消費マインドを更に低下させる。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇の影響で、ディスカウント型スーパーが優位になっていることもあり、来客数や販売量は伸びている。今後も物価上昇が続くため、現在の良い状況が続く。
	□	スーパー（店長）	・今後も食品の値上げが続き、消費者の財布のひもが固いままとなるため、景気が良くなるとは考えにくい。
	□	スーパー（店長）	・4月以降も食料品等の値上げが進む予定である。一部では賃上げの情報があるものの、現状の値上げ基調のペースをカバーできるほどではなく、客の節約志向は変わらない。衣食住の最低限は消費するが、ぜいたく品の購買は停滞を続ける。また、今後、割引日への客の集中は更に強まる。
	□	スーパー（店長）	・3月や4月に値上げラッシュとなるため、売上は良くなるが、景気は変わらない。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和しているものの、電気料金や食品価格の値上げなどの影響で、景気は良くならない。
	□	スーパー（総務担当）	・価格変動が収まらないと、売上に大きな影響を与え、景気は良くならない。
	□	スーパー（販売担当）	・エネルギー価格が下がらないと、食品への支出が増加しないため、厳しい状況が続く。
	□	スーパー（営業システム担当）	・物価上昇が続き、売上は増えるが、販売数量の増加は見込めない。客の目が既存の安売り商品に向き、新規商品に手を伸ばしづらくなっていく。
	□	コンビニ（エリア担当）	・原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇等が続く限り、製造業は厳しい状況が続く。
	□	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数や販売量は回復するが、光熱費の高騰が店の利益を圧迫しているため、今後、高騰に歯止めが掛かなければ、経営は厳しくなる。
	□	コンビニ（支店長）	・店舗経費の負担は増加しているが、マスク着用が個人の判断にゆだねられる3月以降、人の動きは活発になり、売上改善につながる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻の継続など景気が良くなる要素がないため、今後も景気は良くならない。
	□	衣料品専門店（代表）	・商品が徐々に値上がりしているため、売上の増加は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（販売担当）	・景気は変わらないが、新生活需要に期待したい。
	□	家電量販店（企画担当）	・電気料金に対する国の補助が始まっているものの、今後、電気料金の負担が家計を圧迫するため、景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（店長）	・数か月で景気が上向く要素は余りない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・景気が回復して、業績が上向くことを期待したいが、決算月が過ぎた後、景気が良くなる気配はない。
	□	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、春が訪れると、街に出る人が多少は増加する。
	□	一般レストラン（経営者）	・電気料金が再び上昇することに頭を抱えている人が多いため、今後も景気は良くならない。
	□	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が3月末で終了することもあり、今後の景気は分からない。
	□	旅行代理店（経営者）	・旅行需要が以前の水準まで回復することはないので、限られた需要を奪い合うようになり、会社間の業績の格差が顕著になってくる。
	□	旅行代理店（支店長）	・2～3か月先の先行受注状況の動きは鈍く、大きな改善は期待できない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は好調で客の動きも良いが、経費が営業利益を圧迫しているため、厳しい状況が続く。値上げを検討しているが、客の反応が不安である。
	□	競艇場（企画営業担当）	・3か月後の1日平均の売上は現在とほぼ変わらない。
	□	美容室（経営者）	・今後も客が新型コロナウイルス感染症を警戒しながら生活するため、来客数は増加しない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・4月以降も値上げされる商品が相次ぎ、客が生活防衛で精一杯になるため、景気は良くならない。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響が当面継続する。
	□	住宅販売会社（営業所長）	・金利、物価、エネルギー価格の上昇といったマイナス要素と賃上げなどのプラス要素が目まぐるしく動くなかで、今後、住宅市場がどう変化するか分からない。
	▲	百貨店（広報担当）	・今後も物価高騰の影響で、客が消費を控える。
	▲	百貨店（販売計画担当）	・原価や光熱費の高騰で景気は良くならない。
	▲	百貨店（売場担当）	・これまで価格が上昇しなかった卵や関連食品などの価格が上昇し、販売量が減少している。物価の上昇が客にかなりのストレスを与えているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高の傾向が変化しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇による客の節約志向が今後も続き、買上点数が減少する。また、買い回りにより、客の来店頻度が低下し、売上が減少する。
	▲	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げが続くので、家電需要は必ず減少する。
	▲	乗用車販売店（店長）	・新車拡販期後の実績が振るわない時期になるため、景気はやや悪くなる。売上を伸ばすために、大きな販売促進と情報宣伝活動が必要である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・客の給料が増加しないのに、物価は上昇し、電気料金も値上げされるため、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・このまま物価が上昇していけば、客単価が下がり、客の買い控えも増加する。
	▲	一般レストラン（経営者）	・企業の賃上げが浸透するにはまだ相当な時間が掛かる。また、物価上昇が進み、販売量が減少するため、景気はやや悪くなる。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・今後も物価高が家計に与える影響が大きいいため、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・電気料金の30%の値上げが家計へ多大な影響を与える。特に高齢者の消費が冷え込む可能性が高いため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・生活必需品の価格の高騰や電気・ガス料金の値上がりの影響で、客の消費抑制が徐々に始まっている。4月の電気料金の更なる値上げに対して客がシビアになるため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・あらゆる物価の上昇が続く見込みなので、住宅に関する景気対策の実施や客の収入の増加がない限り、住宅業界の景気は上向かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	設計事務所（経営者）	・資材高騰を受け、価格が上昇する一方で、客の給与水準が上がらず、購買意欲が低下していることから、しばらくは積極的な動きは出てこない。
	▲	設計事務所（経営者）	・年度末で官庁からの仕事は終了するが、次年度の見通しは良くない。また、人手不足や残業時間の規制への対応も求められている現在の状況では前へ進めない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・店舗近くでの工事が最低でも来月まで続くため、引き続き、来客数に影響を与える。また、卵、カップラーメン、弁当など商品価格の上昇が客の購買意欲を低下させるため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・客の購入点数が減少し、単価も下がってきている。国内メーカーよりも安価なアジア製品を求める客が多い。日本の多くの企業が中国に依存しているため、中国の経済は急成長し、国益も多くなっている。日本経済の悪化は、国民の意識を変えなければ抜本的には修復できない。4月からは仕入価格が上昇するため、買い控えが出る。
	×	住関連専門店（営業担当）	・今までと何も状況が変わっていないため、今後も景気の回復は期待できない。
	×	通信会社（広報担当）	・価格上昇の終わりがみえないと、なかなか客の購入にはいたらない。
	×	テーマパーク（管理担当）	・政府が国民目線の物価高対策を行わないと、景気は良くならない。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も自動車メーカーの生産が好調であるため、忙しくなる。
	○	化学工業（総務担当）	・値上げが続いているが、仕入れや販売についての価格面は順調に推移しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・取引先の販売量の計画から判断すると、今後、受注は増加する見込みである。
	○	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・2～3か月先には現状より動きが良くなり、受注量と販売量が増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がないため、景気は良くならない。
	□	繊維工業（財務担当）	・原材料価格の上昇が続くため、景気は良くならない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・3月は季節要因で新設住宅着工戸数が増加するが、4月以降は減少傾向になる。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高止まりが続くため、景気は回復しない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け生産の回復が見込めないため、現在の生産量が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・G7広島サミットの影響で、景気は若干停滞する。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・受注や生産計画から判断すると、減産傾向にあるため、今後も景気は良くならない。原材料価格など物価の高騰の影響が懸念される。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・今後も受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	建設業（経営者）	・企業の設備投資については、まだ様子見であり、最低限の投資をして、先の大きな投資に備えている段階であるため、今後も大きな変化はない。
	□	建設業（総務担当）	・予定物件で工事の延期等の動きが出てきているが、しばらくは現状が続く。
	□	輸送業（営業担当）	・決算期であるが、大幅な改善要素はみられないため、今後も景気は良くならない。
□	輸送業（業務推進担当）	・景気に大きなプラスとなる要素がなく、各取引先にも目立った動きがないなど、状況が変わっていないことから、今後も景気は良くならない。	
□	金融業（融資企画担当）	・これから2～3か月先も、地元完成車メーカーの国内生産は現状程度の低水準にとどまるとみられる。系列の地元部品メーカーの受注も低水準で、工場の操業度は8割程度となる先が多いと予想される。	
□	金融業（貸付担当）	・原材料費、輸送費、光熱費等コストの高止まりがしばらく続くとみられ、企業の収益環境は好転しない。	
□	不動産業（総務担当）	・例年どおり、この時期は変化はない。	
□	会計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあるものの、ウクライナ紛争によるコストの増加が懸念材料となる。賃金上昇も影響するが、おおむね現状維持となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	食料品製造業（経営者）	・4月に3回目の商品の値上げを実施する予定であるが、客の購買意欲が低下しているため、当面は厳しい状況が続く。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・受注に回復の傾向がみられず、むしろ悪化しているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関連の受注は引き続き低調のまま推移する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・4月からの電力料金改定により、採算面の悪化は必至である。製品価格への転嫁がどれだけできるかが重要になるが、値上がり分全てが認められるとは限らない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の先行手配が一旦落ち着きを見せている。また、前々年より前に受注した先行手配分について、当初見込み以上に半導体や部品の価格が高騰している。
	▲	通信業（営業企画担当）	・エネルギー価格の高騰でデータセンターに関連する電気料金の値上げも予定されており、今後、ますます客の購買意欲がなくなる。ただし、サーバ関連の更新は計画的な面もあるため、一定の需要は期待できる。
	×	*	*
(中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・季節要因が大きいのが、求職者、求人者共に増加傾向で推移する見込みである。新型コロナウイルス感染症に関する各企業の規制も緩和されつつあるため、景気は良くなる。
	○	人材派遣会社（支社長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることにより、ヒト、モノ、カネの動きが活発になる。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・物価上昇が根底にあるものの、新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、経済が戻りつつある。理系学生の採用が深刻化しており、採用できない企業も多く、理系学生を中心に採用環境は更に厳しくなる。初任給の引上げや基本給の引上げの動きがある企業への学生の関心や志望度が高まる傾向にある。企業側もまだ検討はしていないが、賃金引上げの必要性を感じている。
	○	職業安定所（職員）	・2～3か月先は例年、新規求職者数が増加するため、人手不足で困っている事業所に一定の人材を供給できる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新年度に向けて人員増員を計画する企業が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナが進み、経済活動は日常に戻るが、従来どおり事務系求人に対する求職者数が増加し、マッチングに苦慮する状況が続く。
	□	人材派遣会社（副支社長）	・例年と変わらない程度の求人数となる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気は業種によって偏りがあり、海外情勢が安定するまで、当面、様子見は変わらない。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・飲食業では、店が新規オープンする動きが増えており、利用客も増加し始めている。しかし、景気は、マスク着用の判断が個人にゆだねられる3月以降、新型コロナウイルス感染症が拡大するかどうかにも左右される。また、全国旅行支援が4月以降も継続するかどうかにも影響する。
	□	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で54.3%の減少と引き続き大幅に減少していることから、景気の回復がうかがえる。しかし、円安や物価高騰といったマイナス面が大きく、本格的な景気上昇はまだ先と考える。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・来年度の卒業者を対象とした求人数の伸びが、前年度の同時期と余り変わらないため、今後も景気は良くならない。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・政府は賃金の上昇を政策のようにしているが、そこに対応できるのは一部の大企業であり、中小企業等は賃上げが不可能な状況である。また、少子高齢化が進んでいるが、若い人材の人手不足を解消するには時間を要するため、高齢者の活用やAIへの取組が必要不可欠である。ウクライナ情勢の今後がいまだ見通しが立たない状況であるため、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	—	—

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (四国)	◎	商店街（事務局長）	・光熱費の高騰や物価高の懸念はあるが、新型コロナウイルス感染症が終息の方向にあり、今以上に人流が増え、経済活動が活発化し、飲食や旅行、レジャー、会合、イベント等の機会も増加することから関連の消費には期待をしている。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・5月8日から新型コロナウイルスの感染状況が2類相当から5類感染症に引き下げられるため、観光需要が拡大すると予想される。また、インバウンド等の復活が大きく期待される。
	○	商店街（代表者）	・春先から初夏にかけていろいろなイベントがフルで行われる計画となっている。新型コロナウイルス感染症の第8波も終息に向かい、5類感染症になるということもあって、来客数が増加する見込みである。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今までになく、先の予約まで入ってきている。急な注文や高額商品の注文も増えている。
	○	百貨店（販売促進）	・マスク着用ルールも変わり、新型コロナウイルス感染症への恐怖感が薄れて、徐々に以前のような消費マインドに戻ると予想する。
	○	コンビニ（店長）	・今後人出が増える見込みである。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類となることで、客の心理的な負担が取り除かれ、回復基調にある。
	○	乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの生産台数もしばらくは増産傾向にあるが、この状態がいつまで継続するのか不透明である。
	○	乗用車販売店（役員）	・3月から5月に向けてメーカーの増産が続く見込みである。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は花見等もあり、多少の売上増加が期待ができる。
	○	一般レストラン（経営者）	・例年では3月や4月は、繁忙期であり、今年こそは期待している。
	○	タクシー運転手	・3月から6月くらいまでは四国遍路の仕事が入ってくる。特に今年は弘法大師の生誕1250年で、多くの仕事が入ると予想される。来月からタクシー料金が値上がりするため街のタクシーの動きがどうなるか、少し悪くなるのかは分からないが、四国遍路の仕事が入るため今よりは多少良くなると予想される。
	○	通信会社（社員）	・会社でも少しずつ出張や会食等が許容されてきており、経済活動が活発化していると予想する。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響も段々と薄れており、イベントや旅行に行く人が多くなることで美容室の需要も増えると予想される。
	○	設計事務所（所長）	・休日の観光客も以前と比べると若干少ないが戻ってきており、仕事の上でも新築物件が増えている。
	□	商店街（代表者）	・材料費及び光熱費等の経費が高騰しており販売価格に転嫁していかなければならないが、値上げをしてしまうと客の負担割合が増えてしまうことから、まだまだ不安定な状況が続いている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収束に向かいつつある状況下において今後を期待したいが、商店街への人出がどの程度回復するかが未知数であり不安を感じている。当方の商材が客にどれほど訴求するか分からないため、余り期待できない。
	□	スーパー（店長）	・値上げによる単価の上昇は継続するため、売上の急激な落ち込みはないと予想される。
	□	コンビニ（総務）	・今後の物価上昇と賃金上昇の程度によるが、消費の冷え込みは厳しくなる。
	□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢、エネルギー価格高騰の打開策がない場合は景気は変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	・ここ2～3か月の業況は低調ムードになっている。3月は例年20日を過ぎたら好調になっていくため、期待をしている。	
□	家電量販店（副店長）	・物価高が続き、家電商品にも影響が出ている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売業（営業担当）	・長納期化の解消のめどが立っていない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・全国旅行支援の恩恵を強く受けている状況であり、環境変化のない当面の間は現在の景気状況が続くと予想される。
	□	タクシー運転手	・年度末までは仕事が多いという建設業及び塗装業が多い。またサラリーマンの飲み会は新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右される。
	□	通信会社（営業担当）	・従来と比べて来客数も回復しているが、大きな回復はみられない。新生活様式を含めこの傾向が続くだろう。
	□	通信会社（支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響は縮小したものの、物価高騰などにより景気改善までには時間が掛かると予想される。
	□	観光遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の感染対策も徐々に緩和され、好調を維持できると予想される。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の終息に伴い、巣籠り消費需要が減少すると予想される。
	▲	スーパー（人事）	・更なる値上げも予測されているなか、鳥インフルエンザの流行により卵の価格がさらに高騰すると予想する。
	▲	スーパー（財務担当）	・価格上昇が続くなか、電気代が高騰している。そうしたなかで賃金は余り上がらず、節約志向はどんどん進んでいる。
	▲	スーパー（統括担当）	・ふだんの客との会話から、今年の春以降、物価高を感じていたところに、とどめを刺すような電気代の値上がりがあり、多くの人がショックを受けたと感じる。家計の引締めは免れないだろう。
	▲	コンビニ（店長）	・商品価格は更に上昇し、買い控えや節約ではなく、「買えない層」が少しずつ増加してくると予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・前年の10月くらいまでは景気は良くなると思ったが、ここに来て足踏み状態である。他の業種はどうか分からないが、洋服関係全般は値上がりし、良くなる兆しがみえない。
	▲	家電量販店（店員）	・買換えが一段落すると思われ、新たな購買意欲をかき立てるような政策がない限り冷え込むだろう。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・今月の新車受注状況は、前年比を下回るペースでの推移となっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・4月以降の宿泊予約は極めて低調で全国旅行支援が継続しない場合、宿泊客数は大きく落ち込むと予想される。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・エネルギーコストの上昇による利益水準の低下が客足に影響しているのではないかと感じる。全国旅行支援の終了後は客足の伸びが弱くなっていると予想される。
	▲	通信会社（営業部長）	・客の節約意識は高い。マイナポイント付与などへの興味は旺盛である。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・物価の上昇に賃金の上昇が追い付いておらず、遊興へ回せる余裕資金が少なくなっていくと予想される。
	×	商店街（代表者）	・経済視点から考えても、現在の世界変動に国政が全く付いていけない状況が続いている。戦後は再び大変動が起きる可能性がある。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・物価高騰の影響が家庭に随分響いており、消費者の財布のひもは今後もっと固くなるだろう。
	×	衣料品専門店（経営者）	・光熱費の高騰などが続いている。
	×	美容室（経営者）	・物価高で消費を抑えるようになると予想される。
企業動向関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・為替動向が、130～140円の範囲で推移することが条件ではあるが、原料の有無、価格の上昇の許容度が増しており、業界そろって価格転嫁が確実に実施できている。
	○	繊維工業（経営者）	・取引先の小売店ではコロナ禍の影響で優劣がついているが、それはこの3年間で消費行動が大きく変化した結果である。消費者が新しい価値観を感じるものの、SNS等で他人が良いと評価するものの、そしてリーズナブルな価格のものは積極的に求めており、景況的には良くなると予想される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客が段々と脱炭素や再生可能エネルギーに取り組まなければならないと切羽詰まってきたり、ようやく契約をしてもらえるという段階になっている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	電気機械器具製造業（経理）	・5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症になることで、新型コロナウイルス感染症発生前までにはいかないにしても、社会経済活動は回復傾向である。またインバウンド需要が1月より出てきており今後も右肩上がりが見込まれることから、インフレによる物価高や円安基調は継続しているが、景気回復の兆しがみえる。
	○	輸送業（経営者）	・景気がこのまま推移すると有り難いが、ロシアとウクライナの戦争が気になる。
	○	通信業（総務担当）	・社外とのイベントやボランティア活動について、一部イベントの再開に加えて、参加者数も増加傾向であり、新型コロナウイルス感染症の流行以前の状態に戻る傾向が続いている。
	□	農林水産業（職員）	・日配品等の値上げが更に強まる動きがあり、その影響は計りしれない。農業生産費の上昇を販売価格へ反映できるよう取り組んでいるが、販売環境の改善が見込めないなかでは厳しい状況。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・原材料の価格上昇は落ち着いてきたが、これから電気代と人件費の上昇があり、業績の悪化は避けられないだろう。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーは新型コロナウイルス感染症の影響もあり需要は高いが、供給も高い。プラスチックの蓋つきのウェットクリーナーの販売を開始したが、価格が高いことや、プラスチックが環境に負荷を掛ける等の理由で売行きが良くない。
	□	化学工業（所長）	・原油、ナフサの価格は弱含みであるが、実需が伸長している実感がないことに加え、ロシアとウクライナの戦争が長期化すると予想されることから、景況感是不変。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・受注量の増加は見込まれるが、4月からの電気料金の値上げ、人手不足の影響により、生産、売上は余り期待ができない。
	□	建設業（経営者）	・このまま受注が少ない状況が続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・手持ちの仕事量に大きな変動がない状態で年度末から新年度を迎えることとなる。例年、この時期は大きな受注の変動はないため、今期も、公共事業予算の状況から、変動は小さいと見込んでいる。新型コロナウイルスの感染状況が好転することより、事業活動の制約も小さくなることから、ビジネスチャンスは増えると期待しているが、その効果の出現は当分先になると予想される。
	□	輸送業（営業）	・通販等の個人向け宅配便需要が増加するなか、宅配便を取り扱う大手2社は、4月より宅配便基本運賃の8%から10%の引上げを発表しており、宅配便を取り扱わない運送事業者間においても同様の運賃引上げが波及すると予想される。燃料油価格の高止まりや人件費の上昇等が経営を圧迫する要因となり厳しい経営環境におかれるなか、大半の運送事業者においては運賃引上げが経営の安定を図る上での喫緊の課題となっている。
	□	通信業（企画・売上管理）	・現段階では特に良くなる話、悪くなる話とも目立ったものがない。
	□	広告代理店（経営者）	・エネルギー等の高騰による影響で客先の広告関係は低調であり、また多少増加していた旅行関連広告も4月以降は国の支援策がなく減少が予想される。一方、人手不足に伴う採用は増加が見込まれ全体としては余り変わらない。
	□	税理士事務所	・売上は回復しているが、人件費や物価高騰によりなかなか利益は出ないだろう。
	▲	食料品製造業（経営者）	・エネルギー費（特に電気代）の大幅な値上げが控えており、製品価格に転嫁できないことにより利益率が低下する。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・ウクライナ問題や原材料・エネルギー価格を始めとするコスト上昇、調達・物流環境の制約、各国の金融政策等、不透明な状況が続くと予想される。
	▲	金融業（副支店長）	・電気代の値上がりや原材料費も高止まりしているが、価格転嫁が追い付いていない。
	×	*	*
雇用関連	◎	—	—
(四国)	○	人材派遣会社（営業）	・年度末に向けて、人の移動も多くなり購買ニーズも高まる。また人事異動や入退社時期で、しばらく人材不足に悩む企業、店舗も増加する。一方、事務処理の定型業務などはデジタル化推進が強まる傾向がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	求人情報誌製作会社 (従業員)	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・派遣先の求人数に大きな動きはなく、景気の反映にはつながりにくい、一定の求人数はある。
	□	求人情報誌(営業)	・求職者の数や流動性が低い、景気の回復が見込めず、低調に推移している。
	□	学校[大学](就職担当)	・引き続き人の動きは良くなっていくが、物価の見通しが不透明であり、結果として横ばいであると予想される。
	▲	新聞社[求人広告] (担当者)	・4月以降、電気料金を始め、今まで以上の物価上昇が発表されており、当面落ち着く気配がみえない。
	×	—	—

## 11. 九州(地域別調査機関:公益財団法人九州経済調査協会)

(—:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (九州)	◎	一般小売店[精肉] (店員)	・新型コロナウイルスが5類感染症に分類されると、更に人の往来も旺盛になる。
	◎	百貨店(企画担当)	・マスク着用の自主化に伴い化粧品需要が復活し、新型コロナウイルス感染症も5類に引き下げられることから、消費動向は活発になると予想される。また、各種イベントや旅行需要などによる消費を期待している。
	◎	コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスが5類感染症に引き下げられることが確定し、マスク着用ルールも緩和されるため、人流や購買行動が更に活発になる。
	◎	乗用車販売店(役員)	・車両供給量が急激に増加したため、現場の受入れ態勢に若干の不安材料はあるものの、供給量が安定することで、受注残からの売上が確保できる状況になる。
	◎	観光旅館組合(職員)	・インバウンドが更に増えるため、景気は良くなっていく。
	◎	通信会社(企画担当)	・売上は好調であるが、人手不足が深刻な状況である。見込みに対して人手の確保が必要となっている。
	◎	観光名所(従業員)	・2月は例年だと閑散期であるが、今年の来客数は盛況となっており、3月も問合せなどが増加している。また、新型コロナウイルスの分類が5類感染症へ引き下げられると、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ると期待している。
	◎	ゴルフ場(営業)	・ようやく新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきたことにより、ゴルフ以外のレジャー業界に客が流れているが、それでも問合せや企業のコンペの予約が多くなっており、景気は上向きになる。
	○	商店街(代表者)	・季節も良くなり、加えて賃上げも行われると、人の動きは活発になり商品も売れていく。
	○	商店街(代表者)	・3月にはマスク規制の緩和もあり、社会全般で解放ムードとなり、景気は良くなると推測している。
	○	商店街(代表者)	・3か月先は気候も良くなり行楽シーズンとなるため、客足が商店街や百貨店へ向くように考えていきたい。
	○	商店街(代表者)	・年度末や新年度準備で経費が増加する。
	○	商店街(代表者)	・コロナ禍が落ち着きつつあり、来客数及び客単価は伸びていく。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症の流行が4年目になり、当地では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、低水準で安定して推移しており、3月、4月は繁忙期になるため、現状より良くなると期待している。
	○	一般小売店[青果] (店長)	・生産物の全国的な相場が落ち着くと、販売がしやすくなるため、客も購入しやすい状況になり、客単価が増加していく。当地のかんきつ類やマンゴーも販売がしやすくなる。
	○	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、若干良くなる。
○	百貨店(経理担当)	・外商部を中心に絵画・宝飾・時計の高額商材の売上やインバウンド需要が、若干ではあるが回復傾向にある。マスク着用が緩和されると化粧品や婦人服など売上が伸びてくる。	
○	コンビニ(経営者)	・行動規制が緩和され、インバウンドも徐々に増え始めているが、この状態になってまだ1年にならず、先行き不透明であるため危惧している。	
○	コンビニ(経営者)	・インバウンドの更なる増加やイベント開催も新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、人の動きが活発化することで、来店機会や頻度も増加する見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、乗客数も若干伸びると予想している。客単価は増加しているが、商品単価が値上げしているため先の判断がしづらい。暖かくなるにつれ更に客の動きがあり、売上は上昇すると見込んでいる。
	○	家電量販店（店員）	・当店では、新型コロナウイルス感染症とは関係なく売上が伸びている。新生活のバーゲンセールも開催しているため、前年より2週間程度早いペースで売れており、この流れは今後も続くと期待している。
	○	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の購入が増えるため、売上が増加する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度末は最も販売に力を入れるため繁忙期となる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が順調に進み、供給が多くなればその分の売上が計上できる。年度決算は黒字が見込める。
	○	住関連専門店（従業員）	・秋冬商材の需要が一段落した現在に比べ、春夏商材の需要が高まる春先は、より良くなると考えている。しかし、原材料の価格高騰や円安傾向の影響を受け、今春より価格改定が各メーカーで行われるため、販売価格にも反映されることになり、買い控えにつながる要因として懸念している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3月は異動時期になり、コーヒーだけではなく小物の売上も伸び、新規の客も見込めるため、2、3か月先の売上は上昇していく。
	○	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）	・中国人観光客が戻れば、新型コロナウイルス感染症発生前まで回復すると考えられる。
	○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、マスクを着用していない人も出始めている。夜は全く人通りがなく、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るには、数年掛かると考えられる。
	○	高級レストラン（経営者）	・3月の予約状況は、新型コロナウイルス感染症発生以降来店していない客や、10人を超える人数の予約などがあり、3か月先は今月より良くなると見込んでいる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・マスク着用のルールが緩和されるため、大人数での会食需要の回復などにも期待したい。
	○	観光型ホテル（総務）	・3月以降は歓送迎会等の宴席や宿泊の活況を予想している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や増加するインバウンドや国内観光客、集客力が強い催物などプラス材料が多いため、ある程度の景気回復を期待している。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症との共存により新しい生活様式が進み、経済活動が活発化する。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスは5類感染症へ引き下げられ、人流の活発化が見込まれる。また、物価上昇が続いているが、まだまだ昇給は少ないが、来年度は例年以上の賃金上昇が期待され、消費マインドも高まっていく。
	○	ゴルフ場（従業員）	・暖かくなるにつれ、韓国からの来場者は減少すると予想しているが、3月から4月の予約数は順調に推移している。
	○	理容室（経営者）	・入学で客が動く予想されるため期待している。
	○	美容室（経営者）	・暖かくなると洋服が春物になり、同時に人の動きも活発になるため、3か月先のファッション業界の景気は回復傾向になってくる。
	○	美容室（店長）	・花見や同窓会、職場の食事会など集まる機会が増え、行動範囲も広がっており、景気も回復していくと予想される。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・3月までは受注する工事が少ないが、4月からは定期的な工事が再開されるため、売上増加を期待している。
	○	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）	・新型コロナウイルスの分類が5月8日から5類感染症へ引き下げられることで、現在の規制も大きく緩和され、客の感染に対する考えにも変化が現れ、提供しているサービスのキャンセルも減少してくる。
	□	商店街（代表者）	・物価高騰による先行きは不透明であるため、消費が回復する材料が見当たらない。
	□	商店街（代表者）	・電気代の高騰や卵を始め、諸物価の上昇で各家庭のやりくりは大変である。小規模小売店では、給与の引上げは現状では難しく、閉業する店もあり、今後良くなる見通しはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・客からは、生活必需品が値上がりしても購入しなければならず、節約している状態が伝わってくる。この状況では景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・特に大きな行事もなく、先行きが不透明であるため希望がみえない。飲食店では、宴会や歓迎会が少ない状況であるが、歓送迎会の季節になるため、利用客の増加を期待している。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・4月は更なる食品等の値上げで売上は伸びないと予想している。仕入価格は上がっているが、高齢者の客が多いため売値を上げることができず、現状維持で頑張っている。生活必需品の値上げがこのまま続けば、子供支援に国の予算が回っても、少子化に歯止めが掛からない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きや卒業、新学期など人の動向の活発化に加え、新型コロナウイルスの感染対策緩和により、街の回遊や店頭への来店回復が予想され、観光船の入港や観光客の増加に伴い街の活性化も見込める。また、Web受注や地元サテライトショップ、ギフトショップへの来店も戻っている。商品価格の上昇はあるものの、来客数の増加やキャッシュレス決済キャンペーン開催、自家需要・し好性の高いブランド品・舶来雑貨・必需商品は依然好調である。客単価や商品単価は堅調で、新生活や自家需要での来店と購買で回復が望める。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症へ分類され、旅行などへの消費割合が増加すると想定される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限はなくなったものの、相次ぐ物価上昇で、客はかなり慎重になっている。節約方法を考えている客が多く、今後短期間で消費や購買が活発になることは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後の景気は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減で景気動向が変わってくる。特に3月13日以降のマスク着用の緩和による新型コロナウイルスの新規感染者数に注視したい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・大手企業は賃上げを実施しているが、中小企業では、毎年実施される最低賃金の引上げがあり、賃上げどころではないのが実情である。地元の消費者に支えられているローカルのスーパーマーケットが置かれた環境は過酷である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・値上げが一段落したかに思えるが、消費者がより安い店を求めており、来客数や買上点数の減少傾向が続き、周辺での価格競争になっている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価高による影響が、更に続くと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後の新型コロナウイルス感染症への対応がどう影響するか不透明である。電気・ガス価格激変緩和対策や春の賃上げで、上昇基調になることを期待している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価が上昇しているが、個人零細業者にとって賃上げは厳しい状況である。一刻も早くウクライナ戦争が終わり、経済状態が戻ることに期待している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・電気代を始め4月には様々な商品の値上げがあるため、消費マインドの悪化が懸念される。高額な衣料品に対しての優先順位が低くなっているため、先行きは懸念事項が多い。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・3月に再度値上げするメーカーもあり、物価高が落ち着くまでは状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・客は、徐々に物価高騰に慣れてきており、値上がりはまだ続きそうである。現在の価格が通常価格となれば、ある程度の回復が見込めると考えている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・売上の落ち込みがひどく、2、3か月では回復が難しい状態である。季節が変わる夏にならなければ、底をはうような今の状況は回復していかない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産も順調に進んでいるため、販売も高水準を維持できる。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・景気は、商品値上げにより、仕入価格も上昇し消費意欲が減少していくため、2月からの新規キャンペーンを今後の売上につなげていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	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）	・当施設では、ディスカウントショップや家電量販店の開業により、売上が高い水準で推移すると考えている。また、新型コロナウイルスが5類感染症に分類され、加えてマスク着用規制の緩和等、明るいニュースもある。一方、エネルギーの高騰が、商圏内の消費者心理にマイナス心理を与えており、そのため、ゴールデンウィーク前後で一時的に消費動向は回復するものの、その後は横ばいか、あるいは新型コロナウイルス感染症発生前よりやや下回って推移するものとみている。
	□	スナック（経営者）	・個人利用客は戻りつつあるが、相変わらず法人の団体利用は少ないため、売上の増加は期待できない。外出自粛はなくなっているが、春からの商品価格の値上げで外食費を節約することが予想され、今月並みの売上が確保できれば上々である。
	□	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が3月末で終了予定であることや、人材不足による予約の制限があるため景気は変わらない。
	□	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援が終了した後の客の動向が全くみえないため、先行きが懸念される。
	□	タクシー運転手	・少しずつ人の動きが良くなっており、今後に期待したい。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和され、インバウンドなど人の動きはかなり戻っている。しかし、今後新型コロナウイルス感染症の状況が予想できないため、経済への影響や物価高騰の影響がいつまで続くのか危惧している。
	□	設計事務所（所長）	・現在の業務の結果は2～3か月先の業績として現れるが、足下で大きな変化はないため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・賃上げできない企業がほとんどのため、景気は回復しない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅業界では、資材や設備等の価格見直しの動きがあるが、客の動きに大きな変化はなく、しばらくは現況が続く。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価高になり、花を購入する金額が少なくなり、加えて、新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いているため、キャンセルが発生しており、売上に大きく影響している。このような状態がしばらく継続するようでは、今後の景気は良くはない。
	▲	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークが終わると、人の動向に目立ったモチベーションがなくなり、来客数も落ち着くと予想される。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により、食品の動きが現状より鈍化している。加えて、電気代等も値上がりし、客の購買意欲の減退が予測される。
	▲	スーパー（企画担当）	・水道光熱費の値上げが今後も続くことから、生活防衛に意識が偏り、消費を抑える傾向が更に強くなると考えられる。また、今後も価格上昇が続き、更に最終利益確保が厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・ロシアとウクライナの戦争が長引くと、水道光熱費を筆頭に全ての商品価格の上昇が影響し、客離れによる売上減少と経費高騰による利益減少により、店自体が成り立たなくなるのではないかと危惧している。
	▲	コンビニ（店長）	・日本銀行総裁の交代により、今後の政策による影響が心配である。
	▲	家電量販店（従業員）	・今後も様々な値上げが続くが、更に来客数の減少が予想されるため、単価の増加では吸収しきれずに、売上減少となるのではないかと懸念している。
	▲	乗用車販売店（代表）	・良くなる要因がない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・原価高騰が続き、引き続き景況は悪化すると見込んでいる。
	▲	通信会社（社員）	・円安や半導体問題などで、景気動向はやや悪くなる。
	▲	通信会社（役員）	・当社の調達部品の値上げが止まらない状況である。また、主要な生活物資の値上げが続いており、景気が回復する傾向にはない。
	▲	通信会社（企画担当）	・景気が上向くような好材料がない。
	▲	競馬場（職員）	・水費光熱費の値上げなどで、インフレへの影響が出てくると考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	設計事務所（所長）	・国内外の情勢の影響で、材料・製品・生活必需品等の価格上昇がいつまで続くか不透明である。また、人件費の上昇が予想されるが、業務に対する対価が上がるかは期待できず、特に地方の零細企業や個人事業者までの波及は分からないため、懸念される材料が多い。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇の影響が危惧される。
	×	*	*
企業 動向 関連  (九州)	◎	経営コンサルタント （代表取締役）	・新型コロナウイルスが2類相当から5類感染症へ引き下げられることで、規制が緩和され元の生活に戻つつある。したがって、現況よりも良くなっていく。
	○	農林水産業（経営者）	・3月4月の原料入荷の予定は、一頃の厳しさを脱して若干和らぐとみている。原料が前年並みの入荷になれば、生産は元に戻ると考えている。また、販売は引き合いも強く、価格も前年からの消費財等の高騰により値上げをするため、夏までは安定した状況が続く。長期的には、鳥インフルエンザの発生により、多くのとり肉を淘汰しているため、業界では大きな原料不足となり、今年の後半は特に厳しい状態になる。
	○	家具製造業（従業員）	・案件情報の数が多くなっており、またそのプロジェクトの規模も多様化している。
	○	一般機械器具製造業 （経営者）	・今後は、メーカーも半導体の供給不足に対して対策を考えると考えられる。各取引先はその状況を判断しながら対応を考えるため、今後に期待をしている。
	○	電気機械器具製造業 （取締役）	・半導体不足やエネルギー、原材料の価格高騰などの問題もあるにもかかわらず、それを乗り越えて伸びる業種が出てくる。
	○	その他製造業〔産業廃 棄物処理業〕	・徐々にではあるが、生産量が増えてくる見通しになり、前年より良くなっていく。しかし、特定部品の調達に難しい状況であるため、物によっては現状維持となる。
	○	通信業（経理担当）	・期末に向けて売上の増加が見込まれており、それに伴って利益を確保できる見通しである。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売は、ほぼ横ばいで推移しているが、乗用車の販売は持ち直しの動きがみられる。また、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しており、旅行業の取扱額や飲食店の売上也回復している。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収束しつつある。ゴールデンウィーク前には生活様式の変化が加速し、需要も期待できる。
	○	金融業（調査担当）	・為替の安定化や新型コロナウイルス感染症の行動規制の緩和等、景気に対してネガティブな材料が着実に解消されており、人流が増加している。
	○	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、新型コロナウイルスの分類を5類感染症へ引き下げることやマスク着用の緩和など政府の見直しが発表されている。また、旅行や各消費動向に関しては、旅行や会食の予約状況が活発になっているため、今後の景気は良くなっていく。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻していこうとする意欲が感じられ、継続的にやや良くなる方向に向かっている。
	○	経営コンサルタント （社員）	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻れば需要が増加し、売上が増加する。
	○	経営コンサルタント （代表取締役）	・Webのアクセス数や問合せ件数が伸びており、企業の人材投資は今後も少しずつ増えていく。
	□	食料品製造業（経営者）	・今後の受注も比較的順調であると見込んでいる。
	□	化学工業（総務担当）	・来年度の売上や販売数量は、ほぼ横ばいと見込んでいる。
	□	窯業・土石製品製造業 （経営者）	・値上げをしている量販店は少ないようであるが、新商品への入替え時期が値上げのタイミングとなり、今後の課題となると考えている。
□	一般機械器具製造業 （経営者）	・この状況はしばらく続き、自らコストダウンを図って対応する必要がある。	
□	輸送用機械器具製造業 （営業担当）	・2月見込みや3月計画は、当初の計画を維持できているが、半導体不足による生産減少のリスクは続いている。そのため、来期予算は、手堅く当初予測の9割で計画している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（従業員）	・輸出入に好転の兆しがなく、海外消費や中国経済の回復がなければ厳しい状況である。物価が上昇していることもあり、建築資材関係が高騰し、人件費も上昇していることから新規受注を停止している企業もある。
	□	輸送業（総務担当）	・4月にほとんどの物やサービスにおいて、値上げが実施される。そのため、消費への影響を注視しているが、大きな変化はないと予想している。
	□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、来年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
	□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行されるため、企業や消費者のマインドが徐々に上向くことが期待されるが、地元企業の賃上げ動向には不透明な部分も多く、終わりのみえない物価高が景気回復の重しとなる。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
	□	広告代理店（役員）	・3か月後の予想では、大きな変動は期待できない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・これから本格的な決算時期に入るため、多くを期待できない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年年度末に出版物の購入を終えるため、4月から6月は購入の動きが落ち着く状況である。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	・客の新規案件の受注控えは、今後の景気に影響すると考えている。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の見込みにより景気に変化していくため、やや落ち込んでいく。
	▲	建設業（社員）	・現在のゼロ県債や繰越し工事の発注が、止まるのではないかと予想している。新年度に向けて発注が続けば景気が回復すると考えており、下請等の受注も実施していく予定である。
	▲	不動産業（経営者）	・他社の経営状態が悪くなっている。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・現状の景気は変動せず、円安から転じた物価高騰の影響で、買い控えは続いていく。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・次年度における調査や計画、設計等の委託業務の予算化が少ないことが予想され、委託業務のプロポーザルや入札が少ない状況が続くと、見込んでいた受注量が減少する可能性があるため、景気が悪くなることが予想される。
	×	繊維工業（営業担当）	・燃料費では特に電気代がかなり値上げをする。経営を圧迫することになり、深刻である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦やメモリ一半導體需要の低迷による影響が、当面続くと考えられる。
雇用 関連 (九州)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人の回復と時間給の上昇が続いている。派遣先は、今以上の賃金アップを図らない限り、マッチングの難易度は高まっている。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣料の改定をしているが、例年よりも昇給する企業が多い。自社雇用の社員の賃上げ等も実施され、派遣社員にも同様の対応をするため、4月からの派遣料金に反映される。
	○	人材派遣会社（社員）	・人が外に出る機会が増える季節になるため、イベント関係も好調となる。
	○	職業安定所（職員）	・2月の新規求人数が、前年を大きく上回ることが予想され、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談は前月より若干減少していることから、景気はやや良くなる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・世界的な物価高と金融引締めによる内需の下振れに加え、新型コロナウイルス感染症の拡大による中国経済の一時的な失速を背景に、世界経済は緩やかに減速している。一方で日本経済は、経済活動の正常化を背景に、内需を中心に持ち直す傾向にある。個人消費は、物価高が家計の購買力を下押しするが、人手不足などによる賃金上昇が下支えの要因となり、ペントアップ需要の顕現化が見込まれる。このような状況でも、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じており、今後の経過を注視していきたい。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣スタッフの処遇改善に向け動いているが、それが登録者などの増加につながって案件へのエントリーが進むとは感じられない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価が高騰しているが、これに対して中小企業の賃金アップは簡単にはいかない。このため先行きに不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕 (社員)	・行動規制がなくなり、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、既に好材料は出尽くしており、3か月後の景気は、現状とは大きく変わらないと予想している。しかし、次の新型コロナウイルス感染症の拡大では、景気がやや悪くなるリスクもある。新型コロナウイルスが5類感染症に分類されると、楽観ムードが漂う状況になるが、油断は禁物と考えている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・円安の影響もあり、特に欧米からの観光客が目につくようになり、観光消費は明るい兆しであるが、物価高騰の対策が課題になる。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・学校への求人数が増えていることと、企業側も説明会への参加意欲が前年より旺盛で、九州でも2024年卒採用人数を増やそうとする企業が増加している。この状態はしばらく続くと予想している。
	▲	職業安定所(職員)	・求人数は宿泊業や飲食業、製造業を始め、各産業から出ているが、業務量は確保しているにもかかわらず、人手不足となっている。原材料や高熱費の値上がり分の回収が難しく、利益が下がっていることから、今後の景気動向を危惧している。
	▲	学校〔専門学校〕(就職担当)	・物価高騰がしばらく続くと予想されるため、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

## 12. 沖縄(地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕(店長)	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いて、マスクなしの方針も出てきているため、今後景気回復は見込める。
	◎	コンビニ(代表者)	・県内の人流はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、活発になっている。また観光の好調は今後も続き、県内景気は更に改善していくと判断する。
	○	百貨店(店舗企画)	・物価高の懸念材料はあるが、アフターコロナ、インバウンドの回復等、期待が大きい。
	○	コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたので、観光客数増加により客単価が伸びるため景気は良くなるとみている。
	○	衣料品専門店(経営者)	・今月は前月に続き、季節もののセールを中心に展開しているが、まだ客の購買意欲は感じられない。しかし、観光などが再開することで金の回りが良くなると考えており、これから少し期待する。
	○	家電量販店(営業担当)	・県内客の購買意欲は大きく変わらないとみられるが、3月からはクルーズ船の入港が開始するため、外国人の来客数増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔陶器〕(製造)	・全国旅行支援が終わっても、新型コロナウイルス感染症に対する反応も落ち着き観光客数が増えていくのではないかと期待している。しかし、陶器自体は材料代や光熱費の高騰により価格が上がっていくとみており、需要が減らないか懸念している。
	○	その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・観光客数はかなり増えそうな雰囲気であるが、食材の値上がりや、急激な求人数の増加で従業員が全く採用できず、仕方なしに店休日を入れ、パンクしそうになると入店規制でしどろみしている。大変な機会損失が生じている。
	○	その他サービス〔レンタカー〕(営業)	・先行きの受注状況は2019年を上回っており好調に推移している。特にインバウンドは顕著に増加しており、円安傾向も追い風になっている。
	□	スーパー(企画担当)	・コロナ禍での生活が落ち着き来客数が戻りつつあるなか、4月以降、電気料金の大幅値上げがあることで節約志向が高まり、客の購入する点数が伸び悩むことが予想される。
□	コンビニ(副店長)	・訪日外国人の利用は今後も回復し、ある程度売上の見込みはあるものの、水道代、電気代、人件費といった諸経費の高騰は、引き続き締めるが厳しい状況である。1度上げると引下げは考えられず、出費の多くなる季節は、やはり財布のひもも固くなるとみている。	
□	衣料品専門店(経営者)	・4月から電気料金が大幅に値上げされるため地元の客は財布のひもが固くなるとみている。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症や半導体不足関連で、例年より春先需要が前倒しとなって車を買いに来ている雰囲気がある。
	□	一般レストラン（代表者）	・来客数がまだ読めない。
	□	観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊の予約が伸び悩んでいる。全国旅行支援の今後の未定で動かない。飲食は懇親会の予約が動き始めてきている。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は伸びているが、販売に結び付いていない。日用品の値上げや携帯端末自体が高価格、高スペックになっていることから取替えスパンが延びてしまっている。
	□	住宅販売会社（役員）	・建築費及び地価の高止まりに加え、住宅ローンの金利の先高感が気になる。不動産価格に対して、客がどこまで許容するか気になる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が僅かに良くなっているが、その分インフルエンザ感染者数が増加しているため、そのような点も微妙に営業に支障が出ているように見受けられる。
	▲	乗用車販売店（経理担当）	・商品供給量が絞られる。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの2月の販売室数が前年比764%増加なのに対し、2月末時点での5月の予約室数は前年比60%増加とプラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・物価上昇に合わせて旅行素材も高騰している。個人旅行は伸び悩むとみられる。
	▲	住宅販売会社（代表取締役）	・建築相談の新規情報が減少しており、今後の受注契約件数が少なくなることが予想される。
	×	—	—
企業 動向 関連  (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・円安の状況を考えると引き続き沖縄県への観光客数は国内、国外とも増加が見込める。
	○	建設業（経営者）	・市内のあちこちで、解体工事の現場が増えている。解体があるということは、建て替えにつながる。
	□	窯業土石業（取締役）	・見積りは若干増加傾向であるが、原材料価格は高止まりしており電気料金の値上げも予定され、生産コストの上昇による利益率の低下が懸念される。
	□	輸送業（代表者）	・先島地区の建設関連は、公共工事においては石垣島の陸上自衛隊工事が順調だが、宮古島は端境期で少ない。与那国島は先に発注された大型の自衛隊関連工事が始まり、今後の期待される。民需においては宮古島、石垣島を中心に、大型ホテル工事が進んでいる。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促予算は確実に増額傾向にあるとみているものの、エネルギーや食材などの価格高騰の影響で、予算執行の先行きが不透明である。
	□	会計事務所（所長）	・恒常的なコスト高に対する不安感から、消費増加には結び付かない。
	▲	—	—
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連  (沖縄)	○	人材派遣会社（総務担当）	・5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に変わるなど、新型コロナウイルス感染症対策等の変化に伴い、沖縄に観光客が戻り、経済はやや良くなるとみられる。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が毎月増加している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の終息に向けて、観光や物流を始め、経済活動の活発化を見据えて、採用活動も活発化が予想される。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・観光関連やサービス関連求人数は夏シーズンに向けて増えると思われているが、年度初めを越えた5月の時期になるため、他業種では求人数が減っていくとみている。現在と比較し、全体的な求人数は横ばい又は減少と予測している。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・早期に求人を出していることで、徐々に求人数は落ち着いてくるとみられる。ただし、慢性的な人手不足であることから、求人数としては例年を上回る数値になるものと期待している。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価上昇、電気代、燃料費の高騰などの状況は好転する兆しがみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	—	—
	×	—	—