

1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・マスク着用ルールが緩和されたことで徐々に人出が増えてきた。物販店の売上はコロナ禍前の水準に近づいており、あと一歩という状況である。飲食店、特に居酒屋は送別会などの利用が活況であり、予約で埋まっている日も多くみられた。今年は雪解けが早かったこともあって、好調が続くような雰囲気があり、安どしている。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・客の動きの良さが売上にも表れている。3月の売上は前年比で281%、前々年比で510%、2020年比で473%となっており、コロナ禍前の2019年比でも119%となっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・コロナ禍の出口がようやくみえてきた。春休みに入ってから航空需要は若年層や家族連れの動きが活発であり、空港のにぎわいも戻っている。3か月前の年末年始と比べても航空便の利用者数が多くなっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・客からの問合せ件数が大幅に増えている。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前の12月時点で利用者数が平均基準値の1.5倍と伸びていたが、3月はそれを更に上回る約2倍まで増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあるなか、人出が徐々に回復している。ただ、物価高の影響で客の財布のひもは固い。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価の上昇が続き、客の生活防衛意識が高まっているとみられるものの、消費に対する意欲は予想に反して高止まりしている。来客数が増加しているだけでなく、客単価も上昇している。
	○	百貨店（マネージャー）	それ以外	・2月及び3月は買上客数が2けた増と好調であった。3月も販促企画が奏功し、順調に推移している。特に春物衣料が好調なことから、今後にも期待が持てる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・現状は大きく変わっていないが、来客数が今までよりも増加しており、景気が上向きつつある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月に引き続き、国内観光客及びインバウンドの利用が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつある。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売を機に来客数が増加している。それに伴って受注も堅調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	競争相手の様子	・自動車の生産台数が回復しているなか、グループ会社の売上が好調に推移している。当社の売上も今後は良くなるかと期待している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・ここ最近、客の購買意欲が明らかに上向いている。新型コロナウイルス感染症関連以外での質問や相談が増えている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・マスク着用が自主判断となったことで、消費者のムードが明るくなっている。移動もしやすくなっていることで、景気が良い方向に進みつつある。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和や全国旅行支援の延長などにより、人の移動が活性化している。旅行需要もコロナ禍以前の水準に迫るものがある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月は12月に次いでタクシーの利用が多い月であり、今年は前年と比べても10%売上が増えている。コロナ禍前と比べてもタクシー1台当たりの売上は10%良くなっており、歩合給のタクシードライバーの給与もコロナ禍前よりも10%ほど増えている。ただ、乗務員不足の影響でドライバーがコロナ禍前と比べて30%減っており、会社全体の売上もコロナ禍前と比べて30%の減少となっている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・当社の事業売上及び関連飲食店の売上から、ウィズコロナのフェーズに入ったことを実感している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあること、雪解けが例年よりも早かったことから、来客数が増加している。売上も従来の水準に戻りつつある。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・前年を上回る輸送量がみられるなか、3月に入り増加幅が拡大している。今後にも期待が持てる。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・居酒屋など、スナックやバー以外の夜型飲食店が徐々に回復しているものの、昼間の来街者数は減少を続けている。また、入学や就職準備などの季節需要による買物は、地元百貨店の閉店に伴って、客が市内各所に分散しており、当区域において目立った動きは見られない。外国人を含めた道外観光客が当区域を訪れている様子もほとんどみられない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客単価が低下するなど、客の購入の仕方が変わっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年はまん延防止等重点措置が出ていた時期であったことから、来客数は前年を上回っているが、原材料価格高騰の影響もあって、客の買上点数は前年を下回っている。客単価が前年を上回るようになってこないと景気が上向いているという判断にはならない。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・雪解けが進んでいること、マスク着用が自己判断となったことから、客が活動的になり、外食機会が増えることを懸念していたが、客足は落ちていない。また、商材の値上げに伴って客単価も伸びており、売上は堅調なまま推移している。
	□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・客の買上点数がやや減少しているものの、商品単価の上昇により、売上は前年並みを維持している。ただ、営業経費が増えているため、経営環境としては横ばいである。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・来客数については大きな増加もみられず、前年をやや下回る状況が続いている。一方、客単価については上昇が続いている。これらのことから、目的がはっきりしている必要な商材だけを買う傾向が続いていることがうかがえる。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・3月前半から来客数がやや増加している。客の滞在時間も長くなっている。月後半の売上は横ばいであったが、活気が少しずつ戻っている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今年は雪解けが早かったこともあって、3月の決算期に向けて、例年よりも早めの2月から販売状況が好転しており、その分、3月の販売状況が例年よりも厳しくなっている。また、新型コロナウイルス感染症が終息しつつあることで全体的な販売量もやや上向いているように見えるが、長納期化で車の売上がなかなか立たないため、全体的には厳しい状況にある。
	□	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、物価高により光熱費や食費などの負担が増えているため、消費につながっていない。
	□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が増加していない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・客の節約志向が強く、販売量が伸びてこない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ランチの売上はコロナ禍前の50%前後に落ち着きそうで、景気は変わっていない。一方、人員数に合わせた営業方法に苦慮している。知人の店は少ない人員で対応できるように、昼を予約制にしたり、予約時刻を絞るなどしている。夜の営業を継続的に休止している店もある。また、食材の値上げの影響も地味に続いている。特に低価格の割に品質が良く、当店で人気のあったオイルが大幅値上げとなったため、別のオイルに変更せざるを得なくなり、客からの苦言や客離れが生じることを懸念している。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・北海道の地方観光地においてはまだ十分なインバウンドの入込がみられない。地方空港の国際便が早々に増えない限り、経営的には厳しい状況が続く。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全国旅行支援に固執しない客が増えている。一方、先々の予約を取る動きは鈍く、1か月先ないし1か月半ほど先までしか予約の動きが見られない。
	□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援が販売量を保つ要因となっているが、3か月前と同様に海外旅行がまだ低調であるため、景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・夜間のタクシー利用は一時的に増えているものの、観光客の利用状況にはそれほど変化がみられない。結果的に景気は良くも悪くもない状況にある。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、いまだにはっきりとした先行きが見えてこない状況にある。
	□	美容室(経営者)	お客様の様子	・諸物価が上昇していることの影響を心配していたが、客との会話から、苦言はあるものの、消費動向そのものは余り変化していないことがうかがえる。
	□	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が終息しつつあり、インバウンドも大分増えていることで、観光業の景気は良くなっているものの、建設・建築業界は物価高、原料高、金利高の影響で厳しい状況にある。住宅もなかなか建たず、大きな建物の建設計画も延期されるなど、業界によって景況感に差が出ている。
	□	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客は所得が比較的高い。そのため、現在進行中のインフレの影響を受けてはいるものの、今のところ、マンション購入に対する影響は小さなものにとどまっている。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・鳥インフルエンザの発生により卵が値上がりしていることもあって、客の反応を見る限り、景気は良くない。
	▲	一般小売店〔土産〕(経営者)	来客数の動き	・3月は春休みがあるが、国内観光客は3か月前の年末年始と比べると少なかった。また、家族単位よりも単人数での旅行が多くみられた。年末年始は全国旅行支援に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響でしばらく帰省できなかったことの反動で観光客が活発に動いていた。
	▲	一般小売店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・3月は下旬に入ってやや持ち直したものの、中旬までは売上が良くなかった。販売量も前年や前月と比べて少なかった。ただ、後半になって盛り返していることから、今後には期待している。
	▲	一般小売店(経営者)	来客数の動き	・人が外出する傾向が強まっているため、全体的には景気が良い方向に進んでいるが、当業界はインドアで楽しむ商材が多いため、厳しい状況になっている。
	▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和というプラス要因はあるものの、それ以上に物価高の影響で来客数の伸びが鈍化している。特に中間層以下の客で影響が大きくなっている。
	▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・3月13日のマスク着用ルールの緩和以降、消費者の行動自由化が一気に進んでいる。これまでの巣籠り需要に支えられていた食品スーパーの客足もコロナ禍前の水準に戻りつつある。さらに、物価の高騰が続いていることで買上点数の減少幅も拡大している。
	▲	スーパー(従業員)	販売量の動き	・数多くの商材が値上がりしているため、客の買物の金額が前年を下回るようになってきた。客の節約志向が本格的に強まっていることがうかがえる。
	▲	衣料品専門店(店長)	単価の動き	・3月は新年度に向けてスーツ関連の需要の多い時期であり、前年よりも来客数が伸びている。ただ、客が活動的になってきた一方で、単価にシビアな客が非常に多く、物価高の影響が強く反映されている。
	▲	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・12～2月にかけて、受注台数の前年比が上向き傾向になっていたが、3月に入って勢いが止まっている。
	▲	その他専門店〔造花〕(店長)	販売量の動き	・販売量が前年の1割減で推移している。来客数の減少と価格高騰による買い控えがみられる。
	▲	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・閑散期ということもあって、観光客よりも地元客の利用が多い時期だが、コロナ禍が落ち着いているにもかかわらず異動や卒業による送別会、謝恩会などの宴会が少なく、利用客が回復してこない状況にある。全国旅行支援による観光客の利用もほとんどみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・競合他社との乗換競争により、持ち出しが大きくなり過ぎている。通信サービスの月額使用料だけでは賄い切れなくなっていることから、消耗戦にならないように、これまでの他社からの流入客獲得から、新規の客獲得へ方針を切り替えることを検討している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・あらゆる物が値上がりしていることで、客から不満の声を聞くことが増えている。物価高の影響もあって料金を上げたいと考えているが、対応が難しい状況となっている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・3月に入ってから夜間の人出が急激に減少している。卒業や送別などの宴会による夜間の人出を期待していたが、自粛がいまだに続いているとみられる。マスク着用ルールが緩和されたとはいえ、新型コロナウイルス感染症に対する防衛心理は依然として続いており、人流の回復には至っていない。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・3月に入り雪解けが一気に進んだこともあって、年度内工事は全て順調にしゅん工した。追加工事が想定を上回る現場もあり、完工高と利益は更に上振れして年度末決算を迎えることができた。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・燃料費などのコストが上昇しているものの、コロナ禍の終息に伴って個人及び企業の動きが活性化しており、コスト上昇によるマイナスを上回る需要増加と単価上昇がみられる。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・商材の値上げに伴って、一部の商材をカットする動きもみられるなど、荷動きが悪くなっている。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・3か月前と同様の荷動きとなっており、売上及び物量に変化はみられない。取引先において今年度の状況が好調だったこともあって、新年度以降も前年と同様の売上を計上できる見込みとなっている。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・3月も受注量が想定どおりに推移した。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業にとって、原材料や資材、エネルギーなどのコスト上昇分の価格転嫁交渉は道半ばであり、全額転嫁は難しく、減益になっていることが見込まれる。一方、来道観光客数、インバウンドが回復傾向にあることで観光関連業種の持ち直しは続いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染対策に伴う規制が緩和されていることで人の往来は増えているが、物価上昇が景気回復の足かせとなっており、景気が上向している実感はない。特に土地取得や建物の新築などは景気に左右される傾向が強いため、景気は変わらない。金利上昇も不安材料の一因となっている。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社の売上は前年比で微減に転じているものの、市況は悪くないとの情報が多いことから、景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	取引先の様子	・世界的なインフレに加えて一部金融不安も生じている。公共投資は底堅いとみられるものの、民需は不透明な状況が続いている。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月と比べると景気は良くないが、例年どおりの傾向である。1～2月と比べると販売量は増えているが、前年を下回っているため、景気はやや悪い。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設業において、設計面の影響は翌年の施工に表れることになる。最近では施工業者からも仕事量が激減しているとの声を聞く機会が増えており、北海道地区では設計だけでなく、建設業全体の仕事量が少なくなっていることがうかがえる。
	▲	司法書士	取引先の様子	・例年であれば冬期間が終わり、徐々に仕事量が増加する時期だが、今年は低調である。物価高騰の影響が大きいとみられるが、建築資材の不足により、建設業の納期や完成が遅れる傾向にあることも低迷の要因の1つとみられる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月の販売量は前年比マイナス50%となっている。3か月前の12月の販売量は前年比マイナス21%であったことから、景気は悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連 (北海道)	◎	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年度末を控えて年度内に人材を確保したいという考えに加えて、コロナ禍が終息に向かっていることもプラスとなり、企業の採用意欲が非常に高まっており、求人数が増加している。求職者の面接件数は3か月前の倍以上に急増している。面接の中身をみると、飲食店やサービス業の店員ではなく、一般の営業、経理、総務といった職種が多く、企業活動が全体的に活発になっていることがうかがえる。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・飲食業や小売、宿泊業は引き続き堅調に推移している。タクシーやバスなどの旅客運送の求人件数も徐々に増加している。ただ、どの業界も採用には苦戦しており、待遇や制度の見直しなどが求められている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・当地の主要業種である建設業界からの掲載申込み件数について、前年の落ち込みから踏みとどまっている。ただ、介護業界は前年の7割程度の件数で推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・2月の新規求職者数は前年から5.2%増と3か月連続の増加となったが、有効求職者数は7か月連続で減少している。一方、新規求人数は前年から17.4%減と2か月ぶりに減少したが、業況が堅調な企業を中心に引き続き高水準で推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における2月の新規求人数は3か月前と比べて8.7%増加している。
	○	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・3月になり、2024年春新卒者の採用活動が始まったが、採用側、学生側共に動きが活発なことから、景気は回復している。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求職者数の動き	・求人数と比べて相対的に求職者数が少なくなっている。企業規模が小さくなるほど、正規、非正規にかかわらず人材確保が難しい状況となっている。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・観光客を目にする機会が増えている。それに伴って、飲食業や小売店、清掃、ビルメンテナンスなどの観光関連業種の求人数が増えている。コロナ禍を脱して、経済活動が着実に動き出している。
	□	職業安定所(職 員)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせ始めていることで、街に活気が戻りつつあるが、食料品や日用品、ガソリン、光熱費など、あらゆる物が値上がりしているため、景気が良くなったという状態までは至っていない。
	▲	*	*	*
×	—	—	—	

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(—:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)	◎	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・ここ1か月で車両生産が急速に回復してきた影響で、店舗は納車に追われている。前年比で登録台数が2倍、収益もおおむね2倍と好調である。
	◎	その他小売 [ショッピング センター](統 括)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、年度末に向けて旅客流動も活発化している。それに伴い、来客数もかなり増えている。
	◎	旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、中止や延期となっていた団体旅行が復活するなどの動きが顕著になっている。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・春の訪れとともに商店街への来街者数が増加している。新型コロナウイルス感染の不安が薄れ、景気は徐々に上向いている。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・外国人客の免税売上が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。
	○	一般小売店[医 薬品](経営 者)	単価の動き	・3月に入り仕入価格が値上がりした商品が増え始めた。3か月前より売上が大分良くなっているが、約5%から7%値上げした分、客単価が上がったためであり、来客数は変わっていない。
	○	一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の大幅な規制緩和を受け、厳しい状況が続いてきた飲食店への販売量がようやく増えてきた。特に宴席でのお酌の自粛がなくなったためか、瓶ビールの販売量の増加が顕著になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（経営者）	販売量の動き	・少しずつ晴れが増えたことで、特に春の衣料品が活発に動いており、販売をけん引している。食料品は手土産や祝い品などの用途で購入する客が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・月を追うごとに人の動きが良くなっている。特に夜の動きが良い。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、客単価共に回復傾向にあり、売上の増加につながっている。人流が明らかに増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの規制緩和や気候が良くなったことで、来客数はやや好調に推移している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・暖かくなってきたことと、新型コロナウイルスの規制緩和により、旅行などに出掛ける気分になってきたようである。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新入社員、新入学ニーズは前年と変わらないが、転職、転勤、結婚式ニーズでスーツや礼服を新調する人が増えている。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・マスク着用の見直しを受けて、徐々に卒業や入学、出張用途、外出用途といった需要が回復している。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、ガソリン価格や食品価格の変動も穏やかになったため、消費者のマインドが上向いている。旅行等は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。また、省エネ仕様の家電製品への関心が高まっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	それ以外	・前年に受注した新車がまとまって入庫し、売上が上がっており、今年度計画の遅れ分をばん回している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・長納期は続いているが、国内需要向けに振り当て調整が進み、配送が増えてきたため、収益が向上している。
	○	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・新幹線の乗車率が高くなっており、当地の観光客が増えている。観光地のホテルからの注文が少しずつ増えている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響もあり、個人客やグループ客が増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会などのイベント等の予約は期待していたほどではなかったが、1月2月と比べて来客数はやや持ち直している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人が動き出しているものの、依然として大人数での宴会は少ない。景気が悪すぎた2～3か月前よりは良くなっている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の脅威が薄まり、来客数が増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行は個人、団体共に緩やかではあるが受注件数が増加している。海外旅行は受注件数が数件にとどまっている状況である。先行予約状況も同様で推移しており、国内旅行のようなレベルまで回復するにはもう少し時間を要する。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの日並びは悪いものの、桜の開花に合わせた需要や春の行楽関連需要が好調に推移している。
	○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・3月上旬に開催した当社のイベントには1日で2500人も来場があり、同時開催した加入者促進イベントで多くの新規加入者を獲得できた。中旬以降は人の流れが活発化し、家電量販店の窓口を中心に通信サービスの申込みが増えている。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減っており、客足が戻っている。個人消費も徐々に上向いている。
	○	通信会社（社会貢献担当）	来客数の動き	・新生活準備により来客数が増加しており、需要が拡大している。一方で、安価な料金プランへの見直しなどもある。
	○	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・マスク着用ルールの緩和以降、初めて来館する家族連れが急激に増加している。クーポンの使用も多く、額面以上の商品を購入している。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・週末の天候不順もあったが全般的に暖かい日が多く、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準になっている。飲食料品とフリーパス券の値上げをしたが、今のところ特に影響は出ていない。
	○	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数は変わっていないが、客単価が上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業式やイベントが通常どおり開催されるようになり、来客数が増加している。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクが不要になり人流が回復したことで、来客数、販売額共に復活している。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築条件付き戸建て住宅分譲地の造成が完了し、販売開始とともに順調に受注予約が入っている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はガス給湯器の交換工事が大きく増えている。リフォームは増改築や塗装工事が増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・年度末需要は少ない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・季節の変わり目に動きが活発になる傾向があるが、今月も気温の上昇とともに需要が高まっている。また、月末にかけて返礼ギフトも活発になっている。
	□	百貨店（催事担当）	お客様の様子	・前年までのポイント還元政策等、コロナ禍における集客策を休止したことによる一時的な売上の落ち込みはあるものの、来客数は増えており、ファッション関連アイテムの動きも良くなっている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・3月の平均1品単価は前年比106%を上回り、買上点数は前年比93%を下回っている。来客数も前年割れが続いている。消費支出を抑制するなか食費も確実に入ってきている。消費環境は厳しさが続いている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年と変わっていない。
	□	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比97.4%と減少しており、買上点数、売上全体共に前年割れを起こしている。客の購買は慎重になっている。
	□	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・商品の値上げによる買い控えから、1品単価は上がっているが買上点数が減少している。また、客単価は前年を上回るが来店頻度が減少しているため、全体売上は苦戦している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も大分収まってきて人も動いているが、物価が上昇しており、客の衝動買いなどがほとんどない。目的買いだけでは売上は上がらないため、3か月前と余り変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが、来客数は増えていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束し、客の動きも新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。しかし、公共料金、特に電気料金が大幅値上げとなっており、肝腎な利益が減少している。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・商品の価格が高騰しているが、消費者はそれなりに生活防衛しながら買物をしている。それほど悲観する状況ではない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格は依然として高騰が続いているが、客も値上げは仕方がないという認識になっている。
	□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・入学式用スーツの購入客の客単価が、前年より5000円以上下がっている。出費を抑える傾向が強くなっている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・来客数自体は少しずつ増えているが、購入品の構成比率はお買い得商品が高く、新商品や単価の高い商品は低い。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーでオーダーを停止している新車がまだ複数あるため、客から受注できる状態にない。
	□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・決算セールを行っているにもかかわらず来客数が少ない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・来客数、工場の入庫数共に変わらず、売上にも変化はない。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・オーダーメイドなので受注量が限られている。金額でみると3か月前と変わらない。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・マスク着用の見直しにより、客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前に近づきつつある。卒業式などのイベントの規制が緩和されたことで靴の需要が増えている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策が緩和されたものの、販売量は回復していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・歓送迎会は新型コロナウイルス感染症発生前と比べると減っているが、前年よりはやや増えている。新型コロナウイルス感染症発生前と異なり、大人数の宴会がなくなっている。
	□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前のためか、来客数に変化はない。
	□	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・気候も良くなり人の動きは多くなっているが、景気が良くなっている実感はない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・電気料金の値上げなどの物価高騰があり、消費者は様々な対策をしながら生活している。景気は低迷したまま変わっていない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に収束感があり、各種イベントも再開され、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。しかし、様々なものが値上がりし、消費拡大には至っていない。
	□	観光名所(職員)	来客数の動き	・前年と比べて売上は順調に伸びているものの、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると約半分である。その状況がここ半年ほど続いている。
	□	美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数は引き続き前年比87~88%が続いている。
	□	その他住宅[住宅展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・3か月前から来場者数の増加が続いている。
	▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、3か月前と比べて客足が少し鈍くなっている。売上は前年比105%となっているが、販売内容を見ると特定のものだけが売れているわけではない。
	▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	単価の動き	・冬に入ってから客単価の前年割れが続いている。光熱費の負担増加による消費控えが原因とみていたが、3月に入り寒さが緩んでも良くなり、更に悪くなっている。
	▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・3か月前と比べ来客数が若干戻っているが売上は落ちているため、客単価は減少している。電気・ガス料金の上昇や商品の価格高騰が消費に大きく影響している。
	▲	スーパー(店長)	お客様の様子	・来店客の減少が継続している。買上点数は下がり1品単価は更に上昇している。総菜や即食系商品の需要は高いままである。必要品以外の買物は控えているが、お買い得品の衝動買いは増えている。
	▲	コンビニ(経営者)	それ以外	・電気料金の値上げにより、利益が下がっている。
	▲	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの規制緩和により県外に旅行する人が増え、週末の集客に影響が出ている。
	▲	その他専門店[酒] (経営者)	販売量の動き	・飲食店向けでは新型コロナウイルス感染症の影響は薄れてきているが、地方である地元ではまだ数字が戻っていない。売場の状況は年明けの値上げの影響が出ており停滞している。全体的に前年よりは良いものの、低調な状況が続いている。
	▲	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・原材料価格が高くなっているが、なかなか値上げすることができない。経営の難易度が高くなっている。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・マスク着用が緩和され、滞っていた宴会の予約が少人数ながら入るようになってきている。しかし、平日の客は法人や団体が多く、振り客の動きは繁華街全体をみても週末のみと限定的である。季節要因の歓送迎会などが多少増えただけで、値上げの影響により消費は依然停滞している。
	▲	タクシー運転手	競争相手の様子	・客の流れが悪く、ドライバーの稼働時間が非常に短くなっている。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・ますます物価が上がっているため、支出を控えている。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・客は固定客のみで新規客がいない。
	▲	設計事務所(経営者)	販売量の動き	・新たな受注に向けて動き出したいところだが、物件が乏しくなっている。
	×	一般小売店[寝具] (経営者)	販売量の動き	・ほとんどの商品が動いていない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・エネルギーコストは上昇し、物価も高騰しているが、商品への価格転嫁はなかなか進んでいない。1品単価が上がっているにもかかわらず、客単価は上がっていない。客の消費は買上点数を制限した節約・儉約型になっている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・客が物価高騰でコンビニでの買物を控えていることや光熱費の高騰により、経営状況はもはや限界である。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は地震の影響で新幹線が止まっていた期間があったため、駅内店舗の売上は前年比200%以上になっている。人の動きが良くなっており、全体でも売上は前年比150%以上になっている。
	◎	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・3月に価格改定に踏み切ったが販売量は落ちていない。通販は価格改定の影響を受けて受注が減少したものの、飲食及び物販は特に週末のイベント開催で人流が活発化したことにより好調に推移している。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比105%程度の状態が続いており、回復傾向にある。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年、前々年と比べて、売上が上がっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・プレス部品の注文数量が増加傾向にある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・一部客先の動きが活発になっている。全体の受注量も以前と比べて伸びており、良い状況に変化している。
	○	建設業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格は上昇しているものの、今のところ影響は少ない。受注は順調である。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末に官民含めて一定の受注を獲得している。
	○	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・行動制限がなくなり、心理的にも新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。広告出稿も旅行関連や新生活、入学対応などを中心に増えており、広告業界はやや改善方向で推移している。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・マスク着用の見直しにより、消費者の心理的開放感が消費行動を活性化している。
	○	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス業は業績改善している客が多い。製造業はやや不振である。建設業はおおむね好調を維持しており、全体としてはやや景気が良いと判断している。
	○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎年、年度末商戦の時期は忙しいが、そこを差し引いても商談が活発になっている。主力商品も入荷遅延がある程度解消し、動きが良くなっている。
	○	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食店向けの出荷が順調である。ホテルなどでの宴会も含めて外食に人が戻っている。
	○	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年をやや上回っている。物の動きはやや良くなっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・光熱費上昇の影響はあるが、3か月前と比べると変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・主にメモリ半導体関連客からの受注量が少ない状況が続いている。3か月前と比べて低い状況に変わっていない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・第4四半期の売上は前年の93%になる見込みである。当然利益も減っている。新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き人流も増えているため、観光業などは回復傾向にある。しかし、物価高騰の影響を受けている業種の景気回復はまだ厳しい。	
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・これまで耐えてきたかきがあり、客の反応が少しずつ出てきている。	
□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・コロナ禍が落ち着くとともに地域内外での人の移動や消費行動が活発化している。一方で、エネルギー価格や物価の上昇により、その経済効果が抑えられているほか、先の見通しが不透明なことから、事業者の設備投資意欲にはそれほど影響を与えていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・観光主体の当地の景気は域外からの来訪者の数に大きく左右されるが、現在はオフシーズンである。元々当地には、食料品や日用品などは域内でも調達できるが衣料品や家電品などは域外でないと調達できないという経済的な弱点があり、その影響が最も出る期間でもある。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・燃料価格や資材価格の高騰が引き続き経営を圧迫している。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・原材料や電気料金の価格高騰等が続いており、出荷価格を値上げしても追いつかない状況である。官需、民需共に低調で出荷水準は過去最低である。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月は受注件数が3か月前と比較して減少している。見積依頼や引き合いも減少傾向にある。
	▲	司法書士	それ以外	・地元登記所の不動産登記の受付件数が前年比6%減少している。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・スーパーなどの食品売場では大きな値上がりが続いている。また、肥料などの農業資材は5割程度値上がりしている。
雇用関連	◎	*	*	*
(東北)	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ほぼ全産業で中途採用が増えている。また、2024年4月採用予定の人数も増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・2023年度採用計画は22年度よりも多く設定している企業が一定数ある。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人材不足の相談が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・景気が良くなっている実感は余りない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・前月より動きは鈍いものの、求人数、質共に前月や前年と比べて特段の変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰などが一般消費者の生活に影響している。地方では賃上げもかなり抑えられており、景気に上向き感はほとんどない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年度末の期余り予算での出稿の動きも鈍く、売上は前年割れが続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業からの求人数は増えているものの、求職者数が少ないことから求人未充足に終わり、人手不足が解消しない状況が長く続いている。大手企業では初任給額を始め賃金を上げることで労働力確保を図っているが、余裕のない中小企業は諸物価高騰分の価格転嫁もできず、人も集まらず、苦しい状況が恒常化している。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・価格高騰により消費は依然厳しい状況であるが、新型コロナウイルス感染症対策は規制が緩和され、経済活動の活性化が進んでおり、企業の採用やイベントも多くなっている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・地方自治体に予算がないところも多く、物価高騰分のしわ寄せが業者にきている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・資材、エネルギー価格の高騰の影響で、建設業、製造業、飲食サービス業において求人数が減少している。	
	×	-	-	-

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北関東)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍前の売上を基準とした売上達成度をみると、今月は上回っており、8割ほどしかなかった3か月前より確実に景気は良くなっている。例年この時期は国内観光客は少なくなるが、コロナ禍のためか、海外に卒業旅行に行くはずの若者の姿がいまだに多い印象がある。特に、日本人の観光客は、マスク着用ルールの緩和となった3月13日を待たず、3月11日の土曜日から急に増えている。また、外国人観光客の姿も確実に多くなっており、土産物の動きも活発化している。
	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・団体の歓送迎会や個人客の動きがかなり戻ってきた感じがしている。当日予約を断る日が増えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・観梅客もあり、宿泊部門は高単価、高稼働で着地している。宴会部門も歓送迎会等が高単価で受注でき、前年比350%、コロナ前との比較では70%まで戻ってきている。
	◎	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・社内外含めて上方修正となっており、営業利益は上がる予定である。
	○	百貨店(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行の情報等により、人流の活発化を期待している。ただし、3月はほぼ前年並みで、期待するレベルに達していない状況である。
	○	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・コロナ禍というものが終わりつつあり、特に、スキー客や観光客の来店数が多く伸びている。
	○	コンビニ(経営者)	単価の動き	・前年比で来客数は99.6%、客単価は104%、売上は103.6%で推移している。全体的に客が戻ってきた感がある。値上げが消費を抑えるかと心配していたが、受け入れている様子がうかがえる。
	○	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・遅延車両の登録販売ができるようになり、販売台数が増加し、受注残も増えてきている。
	○	乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・3か月前と比べて数段良くなっている。サービス部門も修理予約が目一杯の状態に順調である。販売についても、新車は納期にいろいろ問題はあつたものの、中古車は順風満帆で、順調に伸びている。
	○	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の行動制限が緩くなり始めたため、目に見える形で、卒入学旅行等の行事が動き始めている。3年前とまではいかないが、生活が普通に戻りつつある。一方、最近ではメーカーの納期遅延が目立っている。生産の圧縮をしているようで、余分な在庫を持たないようになったことも一因になっている。
	○	一般レストラン [居酒屋](経営者)	来客数の動き	・年度末になり、団体客は少ないものの、職場単位での来店組数が急増している。
	○	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が一段落し、人が動いている。大人数の宴会予約が入るようになってきている。
	○	その他飲食 [ファースト フード](経営者)	来客数の動き	・コロナ禍のいろいろな制限が緩和され、行楽に出掛けたり外食したりする方が大分増えてきたと、飲食店としても実感している。
	○	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・3月13日から、マスク着用が個人の任意に見直されて以降、飲食店の利用客が増えており、歓送迎会等も増えてきている。
	○	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・客からの注文が増え、旅館やホテル、食事会場等、各施設の単価が上がっているため、前年同時期より販売金額が増大している。
	○	旅行代理店(所長)	来客数の動き	・インバウンド旅行者の伸びが顕著である。団体旅行はこれからの期待したい。
	○	タクシー(経営者)	お客様の様子	・全体的に動きが良くなってきたので、前年同月と比べて18%の増収である。
	○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・2月までの寒波と比べ、例年以上に暖かく好天に恵まれたことから、来園者が増加している。
	○	ゴルフ練習場 (経営者)	お客様の様子	・季節が変わり暖かくなって、イベントや催事が行われるようになり、人が街に戻ってきている。
	○	設計事務所(所長)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染法上の分類が5類へ引き下げられることを見据えて、新年度へ向かっての消費活動が盛んになってきており、以前のような生活が戻りつつある。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・家計を圧迫する食料品などの値上げに疲弊しているのが現状である。節約志向が更に進み、余分な物を買いたくはない。
	□	一般小売店[精肉] (経営者)	お客様の様子	・梅、つばき、本命の桜も咲きだしてきている。暖かい日が続く、マスク着用も緩やかになってきて、人の動きも良くなってきたが、寒暖の差があるので、良くなるのはまだ先だと思ふ。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・足元では、マスク着用の見直しによる緩和で若干の改善傾向がみられるものの、前月のような伸びはみられず、足踏み状態である。
	□	百貨店(店長)	販売量の動き	・回復傾向にはあるものの、まだ戻り方が弱い状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	衣料品専門店 (統括)	お客様の様子	・当店の取扱商材はほとんどが祭り用品である。欲しい商材はあるが、今年の祭りはあるのだろうかと心配しながら品物を見ている客が多い。
	□	家電量販店(営業担当)	販売量の動き	・年度末で予算消化のための消耗品等の動きは、前年比95%と悪い。来客数は103%と動きはあるものの、買上点数アップができていない。インバウンドの来店はあるが、以前ほどの爆買はない。カメラ関連だけは110%と好調である。
	□	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・2月と同様に車両販売が落ち込んでいる。落ち込みを補填するためにも、車検等の整備売上の向上を目指し、新たな発想で設備投資をしている。
	□	住関連専門店(店長)	来客数の動き	・物価上昇と値上げのトレンドは継続しており、行政の指示によるベースアップも一部企業のみで、全体の底上げには至っていない。
	□	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・常連客の来店頻度が下がっているような気がする。客単価も少し下がっている。止まらない値上がりに不安が募るのは、経営者側も消費者側も同じである。
	□	都市型ホテル(総支配人)	来客数の動き	・宿泊は全国旅行支援の延長が決定し、更にインバウンドやスポーツ予約の間合せが増えてきている。料飲部門も宴会の間合せが増えてきている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかなり減ってきているが、今のところ、街中は相変わらずひっそりとしている。都会では、にぎやかな人出があっても、地方では、まだまだ先のような気がする。売上は、20日出勤して40万円程度と、若い人では生活できない。
	□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・地方の個店や中小企業からの受注はまだ皆無で、動き出す気配さえ見られない。
	□	通信会社(社員)	単価の動き	・価格転嫁ができていれば、景気への影響はすぐにはないと考える。
	□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・コスト増のため、利益増とはなっていない。
	□	競輪場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきた割には、来場者数は余り変わっていない。
	□	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・人事異動等の時期だが、賃貸は多少動きはあるものの、売買物件は余り反響がない。
	□	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響なのか分からないが、いまだに不動産の動きは活発化しない。売物件、貸物件が増えているような感じがしている。最近引き合いもほとんどなく、悪くなっているような感じもある。
	▲	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・食料品が特に厳しい。原材料の値上げやコスト高で、客の生活防衛意識が顕著に表れている。
	▲	スーパー(商品部担当)	販売量の動き	・物価高騰により1品単価の上昇はあるものの、買上点数の減少や買い控え傾向は続いている。
	▲	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・通常、2～3月は繁忙期のはずだが、今までに例のないほど3月の売上が非常に良くない。販売量や来客数をみても、全体的に静かな感じがする。
	▲	その他飲食[給食・レストラン](総務)	単価の動き	・事業所給食においては、食材費や水道光熱費等の上昇が続いている。クライアント先で食単価、業務委託費等の取引条件の見直しを検討してもらってはいるものの、コストアップが先行しており、収支面の厳しさが増している。
	▲	通信会社(総務担当)	お客様の様子	・かつて中高年の客はMVNOへの敷居が高く、興味はあっても乗換えをとどまる客が多かったが、ここ数か月、当社の顧客では乗換客が増えてきている。
	▲	通信会社(局長)	お客様の様子	・料金見直しの相談での来店客が増えている。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・ガソリン、電気料金、食品等、国内物価が上昇し、インフレが客の話題に上がっている。日本銀行の異常な金融緩和のイールドカーブコントロールも、出口が見えてくるのだろうか。
	▲	その他サービス[自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・値上げが直撃し、安全にかかわる整備でも、極力、より廉価に済ませたい意向の客がほぼ半数であり、確実に景気は悪くなっている。
	▲	その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業)	お客様の様子	・補助金や助成金を利用するケースが多いため、例年同様、この時期は余り良くない。3か月前と比べて落ち込んでいる。
	×	一般小売店[家電](経営者)	来客数の動き	・とにかく商材の動きが悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・今年は年明け早々はそれほどでもなかったが、1月中旬くらいからずっと良く、若干これは良くなるかという期待感もあったが、今月に入ってから極端に悪くなってきた。なぜなのか、理由が全く分からないが、本当に人の流れが悪くなってきて、かなり厳しい。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・2月から3月への伸びが前年は130%だったが、今年は115%と伸びが鈍化している。前年比で91%と前年実績をクリアできていない。主要品目では、エアコン80%、冷蔵庫80%、洗濯機100%、テレビ80%と、新生活への需要が振るわない。
	×	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・自動車ディーラーだが、一段と入荷が滞っている。
	×	住関連専門店 (仕入担当)	来客数の動き	・2023年に入り、来客数減少が加速している。3月は暖かく灯油の販売数も数量ベースで前年比60%と、行楽等への人出が多い傾向である。生活品への支出は値上げの影響とこれまで抑えられていた外出志向が重なり、相当厳しい。
	×	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染予防のマスク着用は個人の判断に見直されたが、現状ではマスク着用が継続されており、外食産業の客足は戻っていない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・廃業業者の仕事が回ってきている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・海外向けの工作機械や自転車といった一部業種で生産調整があるものの、ほとんどの取引先で減産計画はなく、好調を維持しており、増産の動きも出始めている。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新規顧客も少しではあるものの、増えつつある。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・コロナ禍が落ち着き始め、これまで落ち込んだり停滞したりしていた生産、販売、仕入れ等の経営活動は、着実に回復の兆しが見えつつある。これまでの慎重な経営状況を踏まえて、設備投資や雇用増加に意欲を持ち始めた企業も少なくない。エネルギーコストの上昇もやや落ち着き、製品等の値上げも徐々に浸透しつつある。
	○	その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	受注量や販売量の動き	・商談件数、受注状況、販売金額共に、増加傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に、大きな動きはない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・各取引先で、受注が減ったところもあれば増えたところもあるので、まずまずで、余り変りない。
	□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・主要取引先の生産が、いまだ不安定である。
	□	不動産業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もほぼなくなり、計画どおりの売上、利益に戻ってきている。
	□	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告出稿量が、全く増えない。広告を出さなくても集客ができていよう、アナログな広告はもう不要なのかもしれないと思うような状況である。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・ここ1年近くは、ちょっと上がったり下がったりはあるが、数値で表せるほどは変わらない状況が続いている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きが良くなり売上は回復してきているものの、利益面は余り芳しくない。
	▲	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が思ったほど伸びず、この2~3か月やや下降気味である。主な原因はやはり電子部品が入らないための受注控えかと感じている。
▲	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・新生活用品、冷蔵庫や洗濯機等の白物家電、テレビなど、特に、インターネット通販向けの物量が、前年より15%ほど落ち込んでいる。また、全体的にも同様の落ち込みとなっている。	
▲	不動産業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・物価高の影響を感じている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・親会社の取引先は3月が決算期で、通常であれば3月は忙しい時期なのだが、コロナ禍であった前年と比べても約4割減の受注量になっている。景気は悪い方向に向かっているのではないかと。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共事業主体で売上の95%を占める建設業であるが、直近の景気は随分厳しくなっている。
雇用 関連 (北関東)	◎	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・3月は気温の変化があり、暑かった日が多かったように思う。衣料品は春物、食料品等も卒業や彼岸等に向けた食材やギフト商材等の動きが多く見られた。電気電子等の製品やスポーツ用品等、あらゆる面で年度の切替えに向けて動きが出ている。
	◎	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・周辺はホテル関係の出入り業者が多いが、特定のホテルに限らず稼働が上がってきているということで、各業者ある程度売上が伸びているようである。仕入関係ではやはり値上がりもあるので、苦労はしているようだが、景気の良さで言うと、良くなってきている。
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数に対して求職者が不足しており、人材不足の状況は変わらない。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・取引企業の求人数、求職者数共に変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、令和4年11月と比べ全数で8.4%の増加となり、前年同月比でも3.9%増加している。特に、社会福祉や介護事業の求人は、全産業の3割を占め、高水準で推移しているものの、人手不足が顕著である。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いた感があり、消費行動が大きくなっている。半面、コロナ禍で好調だった企業が低迷していることも浮き彫りになってきている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業縮小に伴うリストラを実施した企業が発生している。
	×	*	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・3月は卒業式、送別、それからお彼岸のシーズンなので、1年のうちで一番良い時期である。季節や降雨などいろいろな面が影響すると思うが、お彼岸の前半はよく晴れたので、売上が伸びている（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・外出する人の数が増えており、来客数が伸びている。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・最近では新型コロナウイルス感染症の発生前を上回る売上となっている。ショッピングセンターはどこも好調と聞いている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・既に来客数の回復がみられている個人客層に加えて、意思決定の経路が長い大企業の顧客に増加がみられる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・今月は会社の歓送迎会の団体予約が戻ってきたことや、5～6人の少人数の会食予約がかなり入り、週末には何組か入れない客も出ている（東京都）。
	◎	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・公にマスク着用が個人の判断になり、一気に予約と来客数が増えてきている。加えて、送別会シーズンということもあり、客単価も上昇している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月13日よりマスク着用の考え方を見直すという政府の発表と、全国旅行支援が重なり、今月はかなり回復している。特に、宿泊部門は著しいものがある。一方で、まだ会社の宴会は戻っておらず、3～4月の歓送迎会が伸び悩んでいる、あるいはキャンセルになっている。これらが解消されれば、5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類への移行に向けて良くなっていくと期待している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量が前年比130%となっている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・キャンペーンの売出しなどもあいまって、予約率が高水準を維持している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月は期末のため景気が良い。
	○	商店街(代表者)	それ以外	・来街者数が明らかに増えている。飲食店の需要も確実に戻っている。クレジットカードの取扱高も堅調である。イベントへのリアクションがとても良く、新型コロナウイルス感染症の発生前ならば天候が良くないと確実にアウトだったようなイベントが、悪天候でもそれなりに実施でき、人もやってきている(東京都)。
	○	一般小売店[和菓子](経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和され、イベントなどの行事関連の注文が増えたので、売上につながっている。
	○	一般小売店[家電](経理担当)	来客数の動き	・年度末のためか、来客数が増えてきている。個人客より法人関係の客の方が多くなっている。
	○	一般小売店[文房具](経営者)	お客様の様子	・2月に引き続き、外国人観光客の来店数が増加傾向にある。一般の来客数、購入者数は微増ではあるが、外国人観光客の購入額が高いため、その分、売上が増加している。また、男子学生を中心とした単価3000円以上の高級シャープペンシルや、2000~3000円の筆箱など、商品単価の高い学童用品の動きが良く、こちらも売上増加の要因となっている(東京都)。
	○	一般小売店[眼鏡](経営者)	来客数の動き	・マスク着用が個人の判断に委ねられ、また春の陽気もあり、来客数が伸びてきている。それに伴い、売上も少しずつ伸びてきている。
	○	一般小売店[傘](店長)	お客様の様子	・旅行の予定など外出機会が増えたことや、数年買い控えをしていた物を新調したいという気持ちが生まれ、購入に向かっている。
	○	一般小売店[茶](営業担当)	販売量の動き	・街中の客足が増えてきている。売上も前年より伸びている。
	○	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・客の新型コロナウイルス感染症に対する意識はより薄まってはいるものの、対策も3年が経過しており、日常に戻ったかどうかについて、判断することも難しくなっている。現況では、衣類、雑貨から日用品を含め、3か月前よりは良い動きをしていると感じるものの、食料品を中心とした日用品の値上げ実態などもあり、現在の景気が良いという実感は余りない(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	それ以外	・高付加価値消費へのニーズは底堅く推移し、緩やかながら伸びている。また、徐々に新型コロナウイルス感染症収束の兆しから対面機会の増加を受けた消費の裾野が広がっている(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・国内、海外共に人流が増えている。それに伴い、化粧品や雑貨が好調に推移している。食品は、値上げの影響か前年同様の動きとなっている(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数が増えているため、結果として販売数や売上が増加している(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策による行動制限がなくなり、3月13日よりマスク着用が個人の判断に委ねられ、外出に対するハードルが下がったことで、来客数が伸長している。通勤や旅行需要に加え、卒業式、入学式などの学校行事や会合等の人が集まる機会に向けて、アパレルや雑貨などの需要が伸びている。
	○	百貨店(財務担当)	販売量の動き	・マスク着用が個人の判断に委ねられたことに伴い、化粧品等の販売量増加など、一定程度消費が上向いている(東京都)。
	○	百貨店(管理担当)	販売量の動き	・販売量の動きや来店頻度を見ると、着実に消費者の意識は回復しているような気がする(東京都)。
	○	百貨店(店長)	お客様の様子	・3か月前に比べると、外出を想定したニーズや夏に向けた商材へのニーズが感じられる。新年度に向けて、ジムやゴルフスクールへの入会も増えている。
	○	スーパー(店員)	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着いてきて、大分購買意欲が高まっているように感じる。商品単価も若干ではあるが上がってきている(東京都)。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数が増えている(東京都)。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・気温が高いことも影響していると思うが、客足が好調である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温が少しずつ上がってきて、また、新型コロナウイルスの感染状況も良くなってきて、夜遅くまで人が出ていることから、来客数が少し増えてきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は、年末から新型コロナウイルス感染症の発生前を上回る水準での推移が継続している。原材料の値上がりにより販売単価が高止まりしていることに加え、入社する人の増加や、週末の人出の回復により、来客数も増加傾向にある（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・マスク着用ルールの見直し後、客の動きが確実に活発になってきている。一方で、週末が天候に恵まれないことがマイナス影響である（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・今月に関しては、春休みの影響が出てきている。学校が休みになることで自宅にいる時間が長くなり、近くのコンビニに行く機会が増えているようである。学校に通っていれば、自宅近くのコンビニに行くことはほとんどないだろうが、春休みなどの長期休暇の際には通常にはない需要が出る。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・入学用品販売のピークであり、売上金額は前年並みを達成している。しかしながら、生徒数は変わらず、前年よりも単価が上がっているためカリサイクルが多くなり、購入は必要最小限になっている。外出着の売上は前年よりも若干良い。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると回復傾向にある。新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、マーケットが回復しつつある。特に、入学、卒業関連行事の復活が、全体を通して業績を押し上げている（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は極端に増えていないが、前年に比べ、新生活での家電購入者が多くなっている。観光で来ている客も前月より多くなっている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・街の活気が明らかに回復傾向にある。外国人観光客の増加もあるが、日本人の自粛意識の低下に、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）が良い意味で働いたように感じる。大声での応援解禁を実感している（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の供給量が徐々に増えてきて、新車販売の売上が前年より伸びてきている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・年度末のため販売量が伸長している。中古市況の下落を、新車やサービス、周辺需要で補うことができている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	来客数の動き	・来客数は僅かではあるが増加傾向にある（東京都）。
	○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当月売上は、2019年比で81.7%、来客数は同じく62.6%となっている。前月までの状況に比べ、2019年比で売上、来客数共に10%程度の増加がみられる。年間を通じて、12～1月の忘新年会シーズンに次いで2番目の繁忙シーズンに当たるなかで、緩やかにではあるが回復の兆しを感じられる（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束状況とマスク着用ルールの見直し、そして3月は四半期末、年度末でもあり、法人、個人共に参集機会があり、レストラン、ケータリング共に予約が伸びている。原料や光熱費などコストは厳しい状況が続いているが、社会全体の値上がり傾向もあり、予算単価も下がってはならず、僅かながら上昇傾向である。ただし、人手不足は引き続き課題であり、予約を受けきれない状況も継続している（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・客からの問合せ件数は着実に増えている一方、以前のような大規模な宴席の受注はまだ少ない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束してきて、急に忙しくなっている。ケータリングも、以前は行っていなかったところが徐々に増えてきて、今は逆に大変忙しくなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の11月1日から28日までの前年比は、売上111.8%、来客数100.8%である。今月3月1日から31日までの前年比は、売上171.5%、来客数146.1%である。ただし、2019年の同月比では売上55.0%、来客数30.6%である（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・2～3月にかけては、乗客数、売上共に増加傾向にある。コロナ禍の終わりが見えてきたことにより、衝動的な購買が起きているようで、今まで控えていた外出、買物、会食等を楽しむ人が増えているのではないかと。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなりつつある。マスクをしている人はまだ多く見受けられるが、行動範囲は変わってきている。価格を上げているが、来客数は増えている(東京都)。
	○	その他飲食[カフェ] (経営者)	販売量の動き	・前月同様、新型コロナウイルス感染症が終息し、客が戻ってきている。販売数、来客数は増えているものの、不安材料もたくさんあり、コロナ禍でのマイナス分をどこで取り戻せるのか不透明である(東京都)。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い制限が緩和され、宴会については3年ぶりの開催案件が相次ぎ、婚礼は延期案件の実施もあいまって販売量が復調傾向にある。宿泊も全国旅行支援のサポートを受けて稼働率が上がり、レストランにも客が戻ってきており、景気回復をやや実感している。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する意識が低下していくなかで、全国旅行支援を利用した春休み需要を獲得できている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・3月の全国旅行支援と、先々の延長対応も決定したため、販売量が伸びている(東京都)。
	○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・賃金ベースアップの流れを受けて、客の声も上向きになってきている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・コロナ禍前と比較してタクシー稼働も復調の兆しがみられるようである。空港には外国人観光客が大分増えている。都心では高速を使って帰宅する夜間遠距離客も増えており、景気は良い(東京都)。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は会社からのオーダーが増えている。病院の送迎は以前同様にあり、少しずつ利用が増えている。夜の飲み屋からのオーダーが少ないことが気掛かりである。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界では現在、少し忙しくなると車が足りなくなる状態であるが、景気が良くなったのかというと、実際は、タクシー乗務員の数がかなり減り、車両の稼働率が7割程度に落ちているため、その影響で忙しく感じるのだとみている(東京都)。
	○	タクシー(団体役員)	競争相手の様子	・タクシーの乗客は増えていないが、稼働台数が著しく少ないため、1台当たりの売上が伸びている。
	○	通信会社(経営者)	販売量の動き	・人が外に出てくるようになってきている。外出機会が増えてきている(東京都)。
	○	通信会社(社員)	それ以外	・スキー場、ゴルフ場に学生や外国人観光客の姿が目立って増え、活況となっている。列車やホテルも満席、満室になっている。新型コロナウイルス感染症対策の内規が緩和され、歓送迎会が解禁されたものの、3月中は宴会場の予約が取りにくい状況となっている(東京都)。
	○	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・案件が増加しており、少し回復がみられる(東京都)。
	○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きと、電子帳簿保存法などDX化促進の動きにより、上向いている(東京都)。
	○	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・暖かい日が増えてきており、シーズンインに向けて利用者が増えてきている。
	○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・3月13日からのマスク着用ルールの見直しや、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の分類の5類への移行など、脱コロナへの機運が高まり、人々の行動が活発になっている。
	○	その他サービス[保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、会合等、人の集まる機会が増えてきている。3か月前の景気の下向き傾向からは少し明るい兆しが見えてきている。ただし、新型コロナウイルス感染症の発生前までには戻っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状態が良くなかったが、最近観光客が戻ってきており、既定の賃料が入るようになってきている。しかし、まだ本格的に新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っているわけではない。また、住宅の売行き及び請負工事は相変わらず良くない。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・最近の客は買物に対して非常に慎重で、高級品志向ではなく、リーズナブルな物を買おうとする意識がかなり働いているようである。
	□	一般小売店〔家電〕(経理担当)	お客様の様子	・年度末なので、補助金絡みの仕事は忙しいが、数々の値上げや先行き不安からか、一般ユーザーの需要は多くない。大企業では賃上げの話が出ているが、大多数の中小企業にとっては厳しいのではないかと。
	□	一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・いつものことだが、独立している路面店なので、目的がある方だけが来てくれるという、アーケードの商店街とは違う弱さがあるため、来客数が非常に少ない。
	□	一般小売店〔祭用品〕(経営者)	来客数の動き	・街や企業は復活の兆しが見えるが、一般消費者の先行きはまだまだ不透明である。
	□	一般小売店〔米穀〕(経営者)	来客数の動き	・販売面を見ても、良い面と悪い面の両方があり、業態の明るさを感じられない(東京都)。
	□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・今までと変わらず、良くはない。品物の売れ方も特に変わらず、新規客もない。仕入価格が上がった分を販売単価に上乗せしたいが、そう簡単には値上げできないのがつらいところである(東京都)。
	□	一般小売店〔書店〕(営業担当)	販売量の動き	・円安の影響による輸入商材の値上げが影響し、年度末の駆け込み受注が伸びていない(東京都)。
	□	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・3月は節目のイベントが多く、卒入園関連のまとまったギフト需要が多い。3月中旬からグループでの外国人観光客の来店が増えている。団体で行動しており、新型コロナウイルス感染症の発生前への戻りがみられる(東京都)。
	□	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・食料品の相次ぐ値上げにより、売上は3か月前より2けたの伸びが継続している。前年は新型コロナウイルス感染症の影響が残っており、その反動により前年比では数値はより良く見えている。2月の前年比よりは悪化しているものの、1月と同じくらいの水準である。外国人観光客の来街者も多くなっており、免税売上も堅調に推移している(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・首都圏店舗を中心に、全体として好調を維持している。マスク着用ルールの見直しに伴い、リップの売上が伸びている(東京都)。
	□	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・インバウンドの戻りがあり、堅調な国内売上を更に引き伸ばしている(東京都)。
	□	スーパー(経営者)	販売量の動き	・値上がり感が激しいので、悪い状態が3か月くらいずっと続いている。やはり、客は節約志向で、限られた食費の中で何とか節約しないといけないと考えているので、必要以上の物は買わない様子が見受けられる。そのため、買上点数がなかなか伸びないというか、非常に少ない。
	□	スーパー(経営者)	販売量の動き	・販売量、来客数共に悪い。
	□	スーパー(経営者)	競争相手の様子	・競合店が出店したので、その影響により悪いままで変わらない(東京都)。
	□	スーパー(店長)	お客様の様子	・相次ぐ値上げの影響により、客の購買方法に2極化の傾向がみられる。一方は従来どおりの購買、もう一方は値下げ商材や特売品を中心とした購買である。世代による傾向は不明だが、客によっては全て値下げ商材を購入する客もいる。
	□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・値上がりしているので必要な物のみ買っているが、賃上げムードなので、必要な物は我慢しない。
	□	スーパー(営業担当)	単価の動き	・1品当たりの単価が継続して上がっているものの、販売量、来客数は落ちている。この傾向は変わっていない(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・直近3か月の来客数は前年比100%を前後している状況である。商品の値上げもあり、1人当たりの買上点数はほぼ前年並みだが、客単価が103%前後と伸びている。トータルの上上は何とか前年をキープしている状況で、今後も大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2月は売上が前年を割っていたが、3月は僅かながら前年を上回っている。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、今後、外出の機会が増えるので、売上増加を期待している。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・3月に入り、新型コロナウイルス感染症対策のマスク着用ルールについて政府のガイドラインも示され、ウィズコロナも次の段階に移行する状況となり、経済を回す環境が整い始めている。売上については、インバウンド需要がけん引する格好で前年を僅かながら上回る水準で推移しており、この点では国内客の購買はまだ厳しいともいえる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備、販売共に今月は順調であった。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・相変わらず納期の遅延が続き、客の決断が鈍い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・新車は納期が掛かるので中古車を買いたいという客がいるのだが、まだ半導体不足などの影響で新車の供給が追い付いていないためなのか、中古車も異常に高い。中古車価格は通常よりも2割ほど高くなっており、それに対する買い控えもある。そうした状況なので、景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車の納期は一向に改善がみられず、買いに来た客もすぐに納車ができる他社に流れている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・景気は悪いままで変わらない。インセンティブ職としては収入が減るので生活に影響がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・季節的に暖かくなってきたので販売量が増えるかと思っただが、なかなか動きが良くなく、前年と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・燃料油の売上は大きくは変わっていないが、花粉等により洗車が非常に好調である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・外国人観光客は増えているようだが、値上げが続いていることもあり、日常利用している消費者の食材に対する財布のひもは固くなっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客の数は目に見えて増えてきているが、繁華街に集中しており、周辺部へのインバウンド効果はまだ少ないのが現状である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ったこともあり、多少は増えている気がする。ただし、物価高騰により、来客数は悪くないものの、余り変わらない。メニューの値上げなどを行っているため、売上は若干良くなっているが、来客数自体は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きについて、多少問合せがあり、もしかしたら何とかなるのではないかと思いつつも、なかなか最後までこぎつけられないというのが現状である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍で旅行を中止していた客からの問合せ案件が徐々に出てきている。新型コロナウイルス感染症の次の波が来れば、元の状態にたやすく戻ってしまうため、今後の動向を注視していく。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・客の中の、特にサラリーマンとの会話から、コロナ禍での不景気からやや脱却しつつあるという感じを受けている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・例年、年度末は販売量が増加するのだが、期待以上ではなかった。まだ景気は上向いてはいない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・年度末になり、契約の継続中止となったスポンサーがあり、景気が上向いたと感じていたのに裏切られた感がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・依然として短期解約が多い（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・固定インターネット回線の販売数は前年並みで推移しており、入居、転居の数も前年並みで推移しているものと思われる。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・前年同月比では契約数がやや増加しているものの、単価が下がっている傾向で、売上は下降トレンドになっている（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規契約、コース変更共に必要最小限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
	□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・加入キャンペーンの割引期間が終わると顕著に解約者が増え、残留する割合が下がっている。とにかく安く済むようにと客が動いている。
	□	通信会社（局長）	お客様の様子	・特に状況に変化はない。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・足下は転入、転居シーズンのため、新規契約と解約でプラスマイナスゼロとなる見込みである（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・年度末の繁忙期に入ってきているため、前月より客の加入件数は増加傾向にあるものの、3か月のスパンで見ると、景気の改善は感じられない（東京都）。
	□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・3月は週末に雨天の日があったものの、温暖な気候に恵まれ、企業名を冠したコンペや法人接待需要も回復しつつあり、マスク着用任意化の見直し効果もあり、高稼働率で推移している。インバウンド増加の効果はほぼ現れていない。ゴルフ会員権を取得するゴルファーも多く、会員制ゴルフ場においてはアクティブメンバー率が高くなっており、来場者数の中心がメンバーとなる傾向が強くなり、収益性が低い状況が継続している。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で仕事は非常に先の見えない状態だった。今は周囲でイベントが大変多くなっているため、景気が良いのか悪いのか判断ができていないところがある。当事務所を振り返ってみると、やや平行線で、どういう方向に進んだら良いか分からないようなこともある。新しい社員も入り、これからというところなので、頑張りたい。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新年度の契約は、今までと変わらない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・作業としては多少あるが、仕事として動きがあるかは疑問である（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約54%となり、3か月前と比べると悪いままで変わらない。当社だけではなく、住宅業界全体に元気がない。住宅総合展示場への出展をやめ、解体している自社展示場や他社展示場を見かける。
	□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材需要の伸びが鈍化している。一部ユーザーの特需は限定的で、資材高騰傾向が継続したなかでの受注は好調とはいえない（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、客の行動様式が変わってきている。積極的に外出することが増えている分、地元での消費が落ちているように感じている。
	▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・例年、年度末になると、各種団体や会社、官公庁などでは、予算の消化のために文房具を買うことが多々ある。ただし、今年に関しては燃料費が相当高騰しているため、しわ寄せがかなりあると聞いている。残予算がないわけではないが、全てにおいて残予算が少なくなっているというのが現状である。新規客や官公庁等の取引先を増やしており、それは良かったのだが、小口案件が多々あり、なかなか難しい状況にはなっている。
	▲	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・前年との売場環境の変化から来客数が大幅に減少し、食料品、衣料品、生活雑貨等、前年を大きく下回る結果となっている。
	▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・1品単価が上昇し、販売点数が減少している。来客数も微減しており、日用品の買い控えが起きている。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比95.9%、客1人当たりの買上点数は同96.2%となっている。来客数及び買上点数の減少により売上未達という状況が続いている（東京都）。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げが大きく影響しており、来客数及び買上点数の前年割れが続いている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・食料品の値上げにより1品単価は5%ほど上がっているが、光熱費の高騰が家計を圧迫しており、食料品は顕著に節約され、買上点数が減少している。
	▲	スーパー（食品担当）	販売量の動き	・値上げが始まり、物価が高くなって、買上点数が落ちている（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少と単価の下落が大きい。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が大幅ダウンしている。価格の安い近隣の大型店に客が流れ、売上回復が望めず、更に極端な人手不足で先行きが見通せない。
	▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず販売量が少ない。また、メーカーの生産量抑制か、売れ筋商材の不足が目立っている。
	▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・商品の値上げ等で客単価が上昇している。前年と比べて売上は悪く、購入客、来客数共に減少している。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新生活や引っ越しでの新生活セットの販売量が想定より少なく、売れ筋も一番安い価格帯に偏っている。加えて、来客数も少なく、前年と比べて落ち込みが顕著になっている。
	▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・まだまだ新型コロナウイルス感染症の影響が残っている。販売件数も相変わらず伸び悩んでいる。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・今年は花粉の飛散量が非常に多いので、その分、関連の売上がプラスになっている。しかし、各種の値上げ等があり、経費がかなり増加しているため、利益が残せなくなってきている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街で飲食店をやっている。この時期、本来であれば送別会などの予約が毎日のように入るのだが、今年もほぼ戻ってきていない。ランチは若干戻ってきているが、それだけでは店はやや厳しい。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・水道光熱費、原材料の値上げの影響を大きく受けており、利益が減り、赤字に転落している（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・高付加価値サービスを利用する客が、より安価なプランへの変更を希望することが多くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・半年前に比べると問合せ件数が半分まで落ち込んでおり、販売数も同様に半減している（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・毎年、年度末は動きが悪いが、今年は夜間の来客数が前年の85%程度に落ちている。要因としては、物価上昇によるレジャー支出控えの傾向が考えられる。
	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	お客様の様子	・全体的な値上げの影響がある（東京都）。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・仕事は小規模化しているものの、全体の業務量は変わらないので、利益率は落ちている。
	▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響と同時に世界情勢不安から鋼材価格も上昇しているため、なかなか発注できない状況で、必然的に我々の受注も減っている。
	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・例年どおりであれば、3～4月は最も受注が伸びる時期だが、今年に入ってからの受注は低調である（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築売りアパートの販売が余り良くない。地価の高止まり、建築費高騰の影響で販売利回りを下げて販売しなければならず、反響はあるものの、なかなか契約に結び付かない状況である。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず景気は悪い。来客数も少なく、販売量も非常に厳しい（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	それ以外	・全ての経費が高くなっている。
	×	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・物価高の影響がある（東京都）。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・来客数の微減傾向は以前からあったが、物価高による単価の上昇で売上は伸びていた。しかし、1月中旬以降、販売点数が大きくマイナスし、売上も減少している。
	×	衣料品専門店（店長）	それ以外	・取引先や物流業のなかに、経費増加により廃業する会社が出始めている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	お客様の様子	・物価高騰により賃金上昇が実感できず、可処分所得 が減少している(東京都)。
	×	ゴルフ場(従業 員)	それ以外	・物価やエネルギー価格の上昇のなかで、労務単価を 上げざるを得ない。中小企業全てとはいわないが、厳 しい状況である。
	×	競輪場(職員)	単価の動き	・売上上昇の機運がみられない。分かりやすい単勝系 のオッズの設定もやってみたが、本音としては1年間 通して主催者側の負担が大きい。初心者を取り込み には一定の効果があるものの、費用対効果が見えない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・イベントでの売上が好調である。また、ギフト商材 も少し売れてきている。
	○	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注量や販売量 の動き	・年度末の繁忙期の影響もあるが、案件数が非常に多 く、売上が大きく伸びている。
	○	出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷などを行っている。客は法人 関係と店頭の個人客がある。今月は会社の設立時に必 要な印鑑9本の注文があった。このところ1~2本程 度だったので、そういう部分で上向きになってきてい るよう感じる(東京都)。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車メーカーも半導体を中心とした部品調達不足 が徐々に解消され、増産体制に入っている。
	○	輸送業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・人の動きが活発になり、物量も増えてきているが、 荷主との値上げ交渉は難航している。
	○	輸送業(総務担 当)	取引先の様子	・繁忙期の物量は予定どおりだが、燃料価格の高騰に より収益が伸び悩んでいる。
	○	金融業(従業 員)	取引先の様子	・原材料の高騰により収益性には問題があるが、経済 活性化により売上増加が見込まれているため、経済の 回転が良くなっている。したがって、好転を期待がで きるという声が多い。
	○	金融業(従業 員)	受注価格や販売 価格の動き	・雇用における人材確保でも賃金引上げが必要になっ てきており、価格転嫁の交渉が比較的实施しやすくな っている様子である。
	○	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響から順調に回復し ており、宿泊需要は向上が見込まれる(東京都)。
	○	不動産業(総務 担当)	取引先の様子	・オフィス、商業店舗共に空室率が改善している。特 に、店舗は客足が伸びており、業態によって異なるも の、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準近く まで売上が回復している店もある。ただし、人手不足 は深刻なようである(東京都)。
	○	広告代理店(経 営者)	取引先の様子	・グループ会社が近々大きい飲食店をオープンさせる ので、期待している(東京都)。
	○	広告代理店(従 業員)	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルス感染症がほぼ収束してきて、リ アルでのイベントが増えてきている。
	○	広告代理店(営 業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・クライアントの新規事業の話が多くなっている(東 京都)。
	○	税理士	取引先の様子	・駅の利用客が多く、ターミナル駅にも人があふれて いる。ショッピングモールの人出も以前より多く感じ られる。花見の席取りが解禁になり、お花見ムードも 満開である。WBCの優勝シーンも大勢での観戦が目 立った。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・年度末で受注量は増えているものの、原材料費の値 上がりがあり、販売価格に反映できない物もある(東 京都)。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	それ以外	・円安やウクライナ情勢による紙等の価格高騰で、客 の対応が鈍い。5月の新型コロナウイルス感染症の5 類への移行により、少しは前向きに動くことを願っ ている。
	□	化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・原材料費高騰分の価格転嫁を十分にできていない。 一般雑貨向けは消費低迷で多少価格が上昇したが、数 量は落ち込んだままである。輸出案件で回復傾向がみ られるが、電気、ガス等のコストの高止まりが厳しい。
	□	プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・年度末ということで通常に近い売上があったが、4 月以降の受注量がかなり減ってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・化粧品容器の受注量減少の底入れ感はあるものの、回復には程遠い。医療品容器に関しては回復傾向にあるが、仕入れや電気料金の値上がりで、利益が相殺されてしまう。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ主力市場の1つであるスーパーマーケットの売上が思わしくない。今はスーパーそのものが飽和状態で、新規出店が見込めない。したがって、青果物の鮮度維持用の機器の出荷も思わしくない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共料金を始めとしていろいろな物が値上がりしているが、その他のところでは、賃料は上がっていない。一番上がっていないのは不動産関係の家賃である。これが少し良くなれば良い。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	取引先の様子	・相変わらず物価上昇と人手不足が続いている。
	<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が変わらないということは、景気もさほど良くなっていない。これから景気が良くなることを期待している。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量の減少、燃料価格の高止まり、人手不足など、多くのマイナス要因が長期化しており、改善の兆しも見えず、状況は悪い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末にもかかわらず受注が増えず、単価も上がらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・供給制約の影響が和らぎ、好調を継続している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、飲食業では、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することもあり、徐々に客が戻ってきている。小売業では、食品を始めとする値上げの影響から売上がやや低調になっている。不動産業では、住宅機器の価格上昇で販売量がやや落ちてきている。運送業では、燃料価格の高止まりにより利幅が縮小している。観光業では、全国旅行支援の延長や新型コロナウイルス感染症の分類変更が予定されている影響で、好調に転じている。総体的には大きな変化はない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設費高騰の傾向は変わらない。販売価格を高値で維持しつつも、販売進捗は計画どおりである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社は元々3月の期末に向けて売上が増える傾向にあり、その傾向が今月も現れてはいるものの、数値は小さく、前期との比較では今年度下期のトレンドを引きずっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	税理士	それ以外	・夜22時頃に近隣駅近くの商店街を通るが、飲食店を窓越しにのぞくと、まだ以前のように席が埋まっていない。マスクを外しても良くなったため徐々に増えてくるかもしれないが、街を行く人々の9割くらいはまだマスクをしている状況なので、飲食店の客入りもまだまだである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金の活用を求めている会社がまだ多く見受けられる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、旅行関係など、客の業種によっては売上が増加しているところもあるものの、全体的に見て消費者の価格に対する目はシビアである。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の業務活動に戻りつつあるのか、今月の受注は例年並みに推移している。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・入札案件は前年と比較して売上増加とはいかなかった。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・契約金額が変わっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・人材不足は変わらないが、仕事量も特に変わらない（東京都）。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・見積りの件数が減少しているので大変である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・足元の受注状況に変化はないが、先行き不透明感が強い。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・数か月前から減少するといわれていたものの、なかなかそうになっていなかったが、いよいよ実際に減少し始めている。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束以降も続いている半導体製品の受注量減少傾向が、徐々に我々の景気に影響を与えつつある。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月決算もあり、今月は受注量が減っている。3か月前に比べて15%くらいダウンしている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量だけでなく、見積案件も減っている。金額が出て予算が見合わず決まらない。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・繁忙期なのに、賃貸の動きが前月と同じく良くない。ワンルームの客が少なく、なかなか満室にならない。インターネットの世の中で、直接客と対面しての対応ができないので、意思の疎通が難しい。最近では退去していない物件を内見しないで受付する業者が増えてきているが、キャンセルも多くあるようで、余り感心しない（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業について、特に機械、金属加工業では、受注の減少に加えて材料費の値上がり、電気代、ガス代的大幅な上昇などで大変厳しい。取引先に値上げの打診をしても、材料費の値上がり程度しか対応してくれない。取引先によっては、値上げを言ってこない他社に頼んでも構わないと、脅し文句を言われる先もある（東京都）。
	×	*	*	*
雇用関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・前年比120%で採用が決定している（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もほぼ落ち着いてきており、新型コロナウイルス感染症の発生前の求人数になってきている。また、求職者も同様に増加しており、人材市場は流動化が活発になってきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が上昇傾向にあり、各社増員体制を回っているものの、一方で売手市場化も加速している。観光産業は新型コロナウイルス感染症の影響で離職した従業員が戻らず苦戦しており、人手不足感が続いている。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・新卒、中途採用共に採用人数が増えている。当社だけではなく同業他社においても、人は採用したいがなかなか確保できないというような状況がこのところ続いている（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ほんの少し良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・原材料、光熱費の高騰により利益が圧迫されているという事業主の声も聞かれる一方、多くの産業において求人数は堅調に増加している（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人企業の希望人材とはなかなかマッチングしないが、求人需要は強い。市場経済も上向きで、徐々に安定した状況になる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と変わらず堅調に推移している。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価上昇が家計に影響を与えている一方、旅行等は活況を見せているので、景気が良くなる分野と、悪くなる分野とに分かれている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・サービス業に従事したい求職者がとても少なく、支給額の問題になっていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数や求職者数そのものは、例年と大きく変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・ITリテラシーの高い人材のニーズは引き続き高いが、マッチする人材は少ない。一方、事務派遣を希望する人材は多いが、ニーズは鈍化傾向にあり、労働市場のミスマッチを感じる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	求人情報制作会社（営業）	採用者数の動き	・3か月前と比べて景気自体はさほど変わっていない。元々最近では求人数が増えており、人手を欲している企業はたくさんある。しかし、求人数の増加に比べて、求職者数は増えていないどころか減少傾向にある。高齢化のあおりを受けて、若年層の取り合いになっている。高齢者であれば採用できるが、企業としてはなるべく将来も視野に入れて若い方を採用したいと考えるのは至極当然であり、採用者数がなかなか伸びない。業者や職種による偏りも当然ある。採用が望めない求人募集は費用の無駄になってしまうケースもあり、景気が大幅に伸びない要因の1つでもある。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人は前年に比べ正規採用の数が大幅に増えている。販売やサービス業の事業所における採用意欲の高まりに反し、コロナ禍を経て希望する求職者が増えず、就職数増加につながっていない。
	□	学校 [大学]（就職担当）	求人数の動き	・求人数は伸びてきているが、採用まで至らない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比では10%強となっているものの、前年同月を下回っている。通常であれば、派遣労働者の契約満了に伴い交代人員の発注をもらえるところだが、原材料高の影響もあり、発注量が減ってきている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニアの派遣ニーズが僅かに減少してきている（東京都）。
	▲	求人情報制作会社（経営者）	求職者数の動き	・求人をしてしても全く応募がなく、人手不足の危機感が更に募っている。人が足りず労働生産性が向上しない、様々な値上げで固定経費が増加して粗利が減る、という負のスパイラルに陥っている（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・物価高、電気代、ガス代の高騰により、景気はやや下向きかと思われる。
	×	—	—	—

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月に入り、前半の動きは鈍かったものの、後半には会合、接待、送別会を開催する企業等が増えてきて、売上も前年同期に比べて良くなってきている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前月から団体や法人利用が着実に増加傾向にはあったが、今月に入り一段と増加傾向になり、非常に好調に推移している。また、送別会シーズンでもあり、コロナ禍では10人未満の送別会が大半だったが、今月はコロナ禍前の水準に近い件数や人数まで戻ってきている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前の12月と比べて、宿泊、レストラン、一般宴会の全てが上回っている。全館でみても12月と比べて110%となっており、客の動きは良くなってきている。
	◎	遊園地（職員）	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和や春休みもあり、旅行に対する機運の高い状況が続いており、前年と比較して来客数が増加している。
	◎	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・降雪によりクローズする日があったものの、温暖な日が続き、来場者は順調に推移している。昼食時のレストランでは、統一地方選挙の話題も多く、年度末の小さなコンペも増えてきている。また、若者のゴルフファーが多くなってきている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・学生の新学期用の注文に入っているが、例年と変わらず景気は安定していると感じている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も沈静化するなか、全国旅行支援や行政等の消費喚起事業等で、来客数が増えている。
	○	一般小売店 [菓]（経営者）	来客数の動き	・夜の商店街の人出が増えてきている。
	○	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・来客数は前年比104%と上回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・前年比で売上は100%、乗客数は14%減少となっている。来客数が減っていても、イベントの再開で何とか売上を確保し、3月末には1%は増加に転じていればうれしい。新型コロナウイルス感染症も収束してきて、イベントが再開されて注文がかなり増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いて、やや消費が上向いている。花見シーズンで天候も良く、冷たい物、アイスコーヒー、ビール等が売れている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する様々な規制が緩和されつつあり、やや良くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客足は思ったほど遠のかず、物価高の影響もあって売上は前年を超えてきている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ようやく何とか前年に近い数字が出てくるようになってきている。今月は恐らく天候が良かった影響もあり、季節的な変動の範囲内だとは思いますが、以前よりは若干良くなっている。ただし、ようやく戻ってきたという状態なので、余り良い状況ではないような気もしている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年度末の影響と思われるが、やや良くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・温暖な天候もあり、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつある。4月の統一地方選挙の告示で人流はあるものの、金額的には効果が薄い状態である。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・この1年間をみると、12月に前年を割った以外は、全て前年比プラスで、10~20%ほどプラスになっている。今月も115%くらいで終わりそうである。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・ツアーの予約状況が好調である。県外ナンバーの車が多く行き交い、鉄道では外国人旅行客をよく目にするようになってきている。
	○	その他サービス [貸切バス] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきているため、やや良くなっている。
	□	一般小売店 [家電] (経営者)	お客様の様子	・商材の動きをみても必要な物の買換えや購入のみで、客は売る側の施策には乗ってこない。ほとんど全ての物が値上げだといわれており、余分な出費を控えている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・天候も良く、既存店の来客数は微増している。単価が高い分、客は買上点数を減らしているため、ほぼ前年並みで変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・縫製に必要な素材や工賃等の全ての価格が値上がりしていて、客の流れも悪い。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・依然として、来客数が前年割れとなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は3月ということもあり、目標値を上回る入庫となっている。車両販売は物価高騰により、ここにきて購入に慎重になる客が多くなってきている。
	□	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・タイヤメーカーより春からの値上げ発表があり、タイヤを中心に売上は伸びている。ただし、依然として来客数は前年割れの状態で、必要最小限の買物にとどまっている。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・2月末~3月中旬は最悪で、下旬になって上向いてきたが、今月はかなり落ち込んだまま終わりそうである。3年間、完全に外食産業が悪者にされてしまったので、そう簡単には客も戻ってこない。一からやり直すつもりで信頼関係を構築していただければ。
	□	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子だけでなく、客数や販売量の動きなどを踏まえても2~3か月前と比べて変わらない。競争相手の様子を見ても、それほど余裕がない。とにかく景気は良くない。
	□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前だと、3月は地元の彼岸の集まりや、学校、会社の歓送迎会等の開催で団体客があったが、今年はいまだに団体客は動いていない。それでも、全国旅行支援のお陰で、夫婦や家族など少人数の客にはそこそこの動きがあり、結果、例年の8割程度まで回復してきている。あともう一息といったところである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・大きな動きがなく、3か月前と比べても変化は感じられない。客の様子や来客数も変わらず、やはり燃料や光熱費の値上げにより、旅行は自粛傾向にあるようである。全国旅行支援の延長に期待する。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・前月から特段変化はない。引越シーズンのため、入退去の連絡は多いものの、新規契約の動きは余りない。
	□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息によるゴルフ離れが顕在化している。景況感としてはコロナ禍の景気対策もあってか、悲観的な話は少ない。アフターコロナの景況感やインフレの影響については、今後注意深く観察したい。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数も減少傾向にあり、マスクの着用も個人の判断に任せられ、感染法上の分類も5類に引き下げられれば、客の動きも活発になっていくのではないかと。団体の利用は少ないが、ファミリー層などが増えてきている。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数や相談は多く、対応に時間が掛かっている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・中心街の百貨店が閉店したが、全くゼロになったわけではなく、百貨店に入っていた店が、街中の空き店舗に店を開いてくれている。この店がいつまで続くかで先行きが決まる。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・毎週商材の値上げが発生している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・おにぎり、パン等の単価の安い商材の動きが非常に良く、前年比で100%を超えている。それに比べて、弁当や麺類は大きく前年割れとなっている。単純に、おなかの満たし方が雑になっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の生産回復により、バックオーダーからの売上は増加している。ただし、物価上昇の懸念からか、新規受注は落ち始めている。中古車の相場が下落しており、小売、卸売共に動きが鈍っている。
	×	*	*	*
企業動向関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	取引先の様子	・3月に入り、消費は思ったほど伸びず、ルートセール、催事共に前年比10%のダウンである。海外で3年ぶりに宝飾展示会が開催された。日本からの出展のうち、特に、真珠製品はかつてない売行きで4～5月に国内で開かれる宝飾展示会に出品する物がないほどの状態になっている。国内の状況が一向に良くならないため、今後ますます海外へシフトしていく業者は増える。金の価格も更に高騰しており、商材作りに苦慮している。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・人の動きが徐々に良くなってきているとは聞くものの、数量は全く変わらない。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料費、運搬費、光熱費等のコストが高止まりし、利益を圧迫している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注の動きがない。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、国内のみならず海外からの旅行者も増加してきている。観光業は回復してきていると感じているが、物価高による食品等の値上げにより、国内消費は手控えられている。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・観光業は新型コロナウイルス新規感染者数の減少や感染対策の緩和により、新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないものの、回復傾向ではある。ただし、様々な物価高により、法人、個人共に節約傾向が高まっている。また、折込チラシの出稿も、デジタル化と紙代高騰による影響を受け、新年度に向けた出稿数は減少傾向である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月まで依頼の多かった試作案件や見積案件が減少している。若干、現場にも余裕が出ている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・資材の値上げが続いているため、景気は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業の景況感は、企業間格差がみられる。特に、電子部品関連では格差が広がっている。非製造業では、観光関連で改善の動きがみられるものの、価格上昇分の転嫁が遅れている企業も多く、景況感の改善には至っていない。
	×	*	*	*
雇用関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	求人情報製作会社（総務担当）	周辺企業の様子	・求人情報への掲載で、こちらからアプローチしなくても依頼が来る件数が増えている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・全体的に求人は前年同月比で増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響から一転し、人手不足を起因とした活発な採用活動が再開されている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・相変わらず、週末等の駅前の人影はまばらであり、地方の零細企業ではベースアップなしというところが多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は好調であるものの、新規求人が減少している。年度末に契約期間終了等での退職予定求職者の来所が増えてきている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の状況が落ち着きつつあり、感染症対策も緩和ムードにシフトしている。外出機会の増加や行動の活発化に伴い、宿泊、飲食関係や生活関連サービス業等で求人が出てきているものの、主に製造業においては、原材料不足や諸物価高騰等の影響で、求人が手控えられているという感触がある。
	×	—	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計動向関連	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・3年続いたコロナ禍も3月に入って徐々に勢いを弱め、発表される新型コロナウイルスの新規感染者数も右肩下がりの日が続いている。いろいろな制約も収束に向かって緩和されつつある。桜花らん漫の今、経済的にも勢いを増しながら人々の顔付きも明るさが増している。もう一息である。	
(東海)		◎	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・様々な制約が解除され、明らかに景況感が良くなっている。
		◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・春休みの影響を受け、来客数が以前よりも増えている。特にキャリーバッグを持った人や外国人旅行者が増えている印象を受ける。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとまだ少ない。
		◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・春休みの行楽シーズンに入り、旅行需要の増加に伴って高単価な土産品の需要が増加し、客単価が伸ばした。
		◎	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・店舗での食事が増えている。
		◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と報道がなくなり種々の制限も解除されたことにより、旅行を計画する客が非常に多くなった。まだ国内旅行中心であるが、イベントの復活、全国旅行支援の実施という好要素が加勢し、販売量は増加している。
		◎	タクシー運転手	お客様の様子	・人の流れが新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。駅でのタクシー利用客も増えている。野球観戦やコンサートも通常どおりの集客数になり、タクシー利用客が増えているため、景気の回復は思ったより早く進んでいる。
		○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数もある程度少なくなってきたのにぎわってきているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状態には戻っていない。
		○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・ベースアップが好調で、6月頃のボーナス支給も楽しみである。
○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・週末は僅かであるが、飲食店からの飲料の注文が増える傾向になってきた。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・春休みに入ってから、乗客数はそれほど変わらないが、入学式用の靴を家族で買いに来る客が増えた。今月初めはカジュアルシューズがメインの動きであったが、後半は高額商品である海外からのインポート品が売れるようになって売上が上がってきた。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・全国旅行支援による旅行者も多く見受けられ、クーポン利用など売上の底上げにつながっている。海外旅行がまだ手控えられるなか、海外特選ブランドや時計を中心とした高額品需要が続き、今月も大幅な売上増加につながった。インバウンドもタイやシンガポールなどを中心に売上が回復基調となっている。気温も高い傾向と天候が良いこともあり、春物衣料や雑貨、なかでもマスク着用ルールの見直しなどもあり、化粧品の動きも大きく目立つようになってきた。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・行楽シーズンに入り、宿泊や飲食、娯楽での移動関連の消費が確実に膨らんでいる。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていないが、前年を着実に上回っている。
	○	百貨店（販売担当）	単価の動き	・2～3か月前と比べ来客数は伸び悩んでいる。しかし、中高価格ラインが好調に稼働しているため客単価は上がっている。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・特に土日を中心に来客数がかかり増加している。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・人の動きは引き続き回復傾向にあり、当エリアのインバウンドの戻りはまだまだであるが、国内の旅行者はかなり増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がないことで、人の動きが活発になっており、直近の数か月のなかでも来客数が多い。また、好天にも恵まれ、例年の3月と比べても高い売上、来客数で推移している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると店周辺の人出が、特に金曜、土曜は多くなり、外国人旅行者の姿もちらほら見るようになった。それに伴って当店での上、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、客にも徐々に動きがある。ただし、生活に係る費用が増えているため、どこに金を回すかを非常にシビアに検討している様子を強く感じる。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べ新入学・卒業の贈答品需要は減少している。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少やマスク着用の自由化に伴い外出が増加し、消費者は自分への御褒美のため、旅行や装飾品購入が増える傾向にある。
	○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・マスク着用の緩和、年度末による歓送迎会の開催、桜の早期開花で3月後半にかけて来客数の戻りが顕著になってきた。また、若干だが遅番の来客数に戻りもみられるが、客1組当たりは少人数のままで、アフターコロナが鮮明になっている。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の12月と比べると新型コロナウイルスの感染状況はかなり収まってきたこと、マスク着用が任意になったことなどから、収束を想定して街へ人が出歩けるような状況ができていく。全国旅行支援の割引額は減額されたが、その恩恵を最後に受けようと3月末までかなりの数の予約が入っているため、3か月前と比べるとやや良くなっている。
	○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前年10月11日のインバウンド水際対策緩和に続き、3月13日からマスク着用が緩和され、消費マインドが改善し来客数の増加に寄与している。
	○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・アフターコロナがマーケットに定着したことで、レストランでは接待、家族利用、個人利用が増加し、法人の宴会利用も新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。宿泊部門は全国旅行支援の継続で引き続き好調である。ホテル全体で来客数をみても、にぎわっているのが分かる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・3月後半になって先の宿泊予約が入るようになってきた。ただし、3月の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の60%ほどである。レストランも週末のランチが増えてきた。ディナーと宴会は低迷中である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・重症化リスクのある人は依然新型コロナウイルス感染症を警戒し旅行には慎重だが、新型コロナウイルスを理由に旅行をキャンセルする人は完全にいなくなった。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の制限が緩和されて、繁華街に出掛ける客が顕著に増えている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・異動の時期で解約数は増えているものの、新規加入者もそれ以上に増えており、良くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・次年度に向けての動きが活発化している。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が徐々に良くなっている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増えた。
	○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数は前年3月と変わらず推移している。前年10～12月の入場者数は今一つであったが、1～3月は順調に推移している。天候にも恵まれたが、今月は3か月前より良くなっている。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客から、最近外出したとか出先がととても混雑していたという話をよく聞くため、経済がかなり動き出している雰囲気がある。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・商店街への人出が特に週末は多い。ただし、相変わらず客単価は低い。食べ歩きのためのフィンガーフードは売れているが、衣料品などの売行きは余り良くない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客が物価上昇で給料も上がるのではないかと期待している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・良くもなく悪くもなくといった感じで、販売量も僅かではあるが回復傾向にある。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3月は、企業は決算月で金を使って物を買ひ、個人は入進学など春の祝いのお返し等で活況化する時期だが、物価高によって付き合いの範囲を狭くして出せる金額の上限を決めているため、売上はなかなか伸びなかった。会社としては、価格を上げたことにより利益は出ているが、それを全て支払に回すため、全体として変わらない。3月はもう少し伸びる予定であったが、伸びなかった。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の残予算消化が落ち着いてきた。
	□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・目的買いの客がいる。マスクも取れて行動範囲が広がったことにより、内より外に向かっていくことが、誰の目から見ても分かる。
	□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・まだ来店客の9割以上はマスクを着用している。マスクを外す人は少ない。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・卵の高値が購買意欲に水を差す結果となった。卵が高いとマヨネーズも高くなりマヨネーズを使うサラダも高くなるという悪循環になっている。卵の価格もしばらくは下がりそうにないため我慢が続く。
	□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・近くの大きな公園での花見需要で、ドリンク、おつまみ、紙コップなどの売上が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・売上、来客数、客単価共に前年を下回った状態で、ここ3か月は大きな変化はみられない。積極的な消費はなく、特に日用品については堅実な消費動向が続いている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1品単価が上がり客単価の上昇はみられるため、売上は前年比も2019年比も超えてきた。しかし、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べ70人以上減っており、電気代や人件費の高騰により利益を上げづらい。
	□	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比105.9%と好調であった。これまではコロナ禍を脱出したことを好調の要因に挙げてきたが、最近はモノの値上げが客単価を押し上げて、売上に影響している。ただし、電気代等の高騰で経費がかさみ利益ベースでは前年を割る経営者が続出しており、楽観視できない状況である。
	□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・3月に入ってから来客数が減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・自動車の生産は少しずつであるが戻りつつある。ただし、3月は決算期で一番盛り上がる月であるが、今年は来客数も少なく厳しい状況であった。
	□	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・繁忙期の3月とは思えないくらい来店客の動きが良くない。車両の生産状況も回復している様子はなく、納期がみえないなかでの商談では話も弾まない。
	□	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・建築業界は、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを取り戻し、今まで延ばしていたリフォーム、商業施設の改装などの見積りや契約の物件が多くなった。
	□	その他小売 [ショッピング センター] (経 理担当)	来客数の動き	・景気が下向きとは思えないが、光熱費等の高騰が家計を圧迫している。今後の賃上げ動向、特に中小企業の動き次第である。
	□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・イベントの再開などで売上は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻った。販売価格も上げたが、原材料の価格高騰などが要因で利益を圧迫している。
	□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・マスク着用の自由化に伴い、街中、近所全てで人出が多い。
	□	一般レストラン (経営者)	それ以外	・仕入れる商品がことごとく値上がりしており、どのように価格転嫁していいのかわからず悩んでいる。
	□	バー (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍の生活に慣れ、必要最低限の行動範囲になり遊びがなくなっている。趣味やし好に金を掛けている。
	□	その他飲食 [ワ イン輸入] (経 営企画担当)	お客様の様子	・2022年度と比べ2023年度は全体で10%程度値上げを実施したが、販売数量の落ち込みは3%程度と、想像していたよりも落ち込みは少なかった。
	□	旅行代理店 (経 営者)	それ以外	・原材料費の値上がりに伴う様々な値上げによる買い控えや、レストランでは夜の利用客の回転率が低調になっている。個店でも繁盛しているレストランは、完全予約制で無駄を省く企業努力をしている。
	□	旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・全国旅行支援もマンネリ化して効果が薄れてきているが、元気な高齢者は当てにしている。また、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類になるため、海外旅行での帰国時ワクチン接種証明書の提示等を日本人旅行客は免除して、海外旅行の負担をなくしてほしい。今後更に増加するインバウンドには、ワクチンの回数、滞在先などを入力してもらう電子ビザのようなシステムを構築すべきである。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・業況が下向きではなくなってきた。
	□	観光名所 (案内 係)	それ以外	・どの店でも公共料金の値上げ、その他様々な物の値上げの影響が出ており、何とかしないと大変なことになる。
	□	美顔美容室 (経 営者)	販売量の動き	・今年に入ってからキャンペーンセールが始まっており、今月も引き続きキャンペーン商品の購入があった。
	□	美容室 (経 営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が収束したら、今度は光熱費高騰、物価上昇などの影響で、客の美容室利用の頻度は1か月ごとから1か月半～2か月ごとに減少した。
	□	その他サービス [介護サービ ス] (職員)	来客数の動き	・寒さも落ち着き、レンタル解約も一段落している。契約件数が回復すれば好転していくが、仕入原価等値上げの波も3度押し寄せしているため、それを相殺すると状況は変わらない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・他社も販売に苦労している。広告を出しても売行きも反応も悪い。この先苦しい状況のようである。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・販売状況は横ばいである。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・来客数はやや回復したように見受けられる。きっかけは増えたが成約には至っていないため、最終的に変化はない。
	□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・リフォームを希望する客は地域工務店で、新築を考える若い客はハウスメーカーで検討している。
	▲	商店街 (代表 者)	それ以外	・原材料、資材等の仕入価格が高騰し続けているため値上げを敢行したが、売上が低迷している。
	▲	一般小売店 [生 活用品] (販売 担当)	販売量の動き	・来客数は増えているが購買に結び付かない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・日用品では卵の利用が多い食品を買い控えている。売価の安い物、特価品を中心に買い求める傾向になっている。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・値上げによる買上点数の減少が止まらない状態である。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げ、卵を始めとする商品の品薄により、小売全部門において販売量が落ちている。2月の終わり頃からこの傾向がみられたが、3月に入ってから特に衣料品、家庭用品、食品全ての部門で販売量が落ちており、今月は落ち込みが顕著であった。
	▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・いろいろな物が値上がりし計画的な買物をするようになったため、来客数が日々減少している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれたが、依然として来客数が低迷している。様々な新規商品を投入しキャンペーンも打っているが、大きな成果につながらなかった。もう少しお買い得感がある商品がないと現状を打破できない。
	▲	コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月は大きなセールや目玉になるようなイベントがなかったため、それなりの売上となっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は余りみられなくなってきたが、諸物価の上昇が購買意欲を落としている。一見客で春物を見に来て購入する客はほとんどいない。行きつけのブティックが退店廃業したからと、数年～数十年ぶりにわざわざ来店する客が最近見受けられる。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・常連客の注文が、特に5～10人規模の事業者で減少している。一般の顧客については、値上げの影響もあり購入頻度が下がっている。ナショナルブランド商品を購入していた顧客は、価格が安いプライベートブランド商品へシフトしている。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・決算月は例年客でにぎわうが、今年はそれがなくいつもどおりである。
	▲	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・新車の納期確定ができないため下取り中古車の査定にも影響が出るなど、見通しが立ちにくい状況が続いている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年度末ではあるが動きが悪い。販売台数も伸びない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価上昇に合わせて給料が上がっている人はほとんどいないため、買い控えて景気は悪くなっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くでオーダーが終了して購入できない状態が続いており、購入希望の客にも断るケースが増えている。新型車の発表もあったが納期がかなり掛かっているため、購入を見送る客もいる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・全体的に価格が安い。オークション相場も安い。買うには良いが下取りなど売るときも安くなる。販売量の動きも悪し、全体的に落ちている。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	単価の動き	・物の値上げと家計のバランスが取れていないため、景気回復にはしばらく時間が掛かる。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が延長されるが、客も何回も旅行に行くわけではないため、少々飽和状態になっている。
	▲	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	・最近固定電話の必要性も減り、固定の光回線やIP電話のセットを辞めて、据置きタイプのホームWi-Fiに乗り換える家庭が増え、解約が増加している。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・雪解けが早く、雪遊び目当ての客が減少した。近隣スキー場も早くにクローズとなり客足が落ちた。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・段々と暖かくなって客が増える時期だが、客が余り来てくれない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・今月上旬は余りにも寒くて客が外出せず、少し暖かくなったと思ったら雨の影響で出足が悪かった。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは、これから景気が良くなる話は聞かない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・若干動きが出てきたが、商談では以前よりも慎重に検討する客がほとんどで、値上げに寛容な客はいない。まだ景気回復には時間が掛かる。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年の93%で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	設計事務所（経営者）	乗客数の動き	・今月はほとんど仕事をしていない。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	それ以外	・住宅展示場では出展社の撤退表明が相次いでいる。新型コロナウイルス感染症の5類移行を受け、更なる経済活動の活性化を期待していただけない、想定外の事態である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先が年度末に設備投資を行ったことと、当社製品を気に入った新規取引先からの受注もあり、今月は売上が伸びた。
	○	化学工業（総務秘書）	それ以外	・物価上昇と企業の賃上げが実行され、金が回る大きな条件が成立した。5月に新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行でアフターコロナが公式に宣言され、水際対策の緩和でインバウンドも回復する。心機一転で4年ぶりにわくわくするような春を迎えた雰囲気がある。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備では凍結されていたプロジェクトが復活したり、具体的な引き合いが増えてきた。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・仕事帰りに飲む機会が増えている。街にも以前より人出があって活気が出ている様子がみえる。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・駅前通りの人流が格段に増えた。観光バスの運行もよく目にするようになった。春闘によるベースアップのニュースを耳にすることで、賃金アップの流れが広がっている。景気の気ということでは、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）での日本代表の世界一は明るいニュースで、家庭でも社会全体でも、そして全国が明るくなったことを実感する。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・例年と比べて景気は上がってきているところが比較的多い。工場などの生産量や飲食店の売上も伸びつつある。
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況となっている。
	○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せがやや活発化してきた。
	○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているため、業種により多少のばらつきはあるが、広告受注量は少しずつ増えている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず大きな変化はない。設備投資も、大型投資とはいわないがアフターコロナの対策でまずまず行われている。何をやっていいのか各社は思案しているが、設備投資では自動化を優先するべきと考える。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価高騰の勢いが止まらない状況のなかで、商品に対する消費者の選択の基準が一層厳しくなっている。確かな価値を訴求できる商品でなければ淘汰される危機感を持っている。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電材需要は引き続き低調である。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年なら仕事量が落ち着く時期だが、今年は思いの外仕事量の落ち込みがなく、まずまずの状態である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の動きは堅調だが全体としては横ばいである。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・航空業界はずっと底のまま変わらないが、最近関わっている分野の業界では、少し上昇の傾向がある。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・賃上げよりも物価上昇率の方が高く、景気が向上するとは思えない。	
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅契約件数は前月比でほぼ横ばいである。期末の異動時期で良い方に期待したが伸び悩んだ。取引業者の転職辞令は多く聞いている。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことが要因かもしれない。	
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年が明けてからの荷動きは年末と比べて少し鈍ってきた。3月は繁忙期のため一時的に荷量は多くなっているが、4月以降は全く読めない。それよりも、経費増加で利益が出にくくなっており、忙しいだけで中身は余り良くない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・個人向けの宅配物量は顕著な動きであるが、企業間の物流、特に自動車製造業の物量が伸びない。
	□	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・一般消費者向けの食品や家電などの消費財に対する消費意欲が増していること取引先の家電メーカーが言っている。しかし、運送業者が使用する資材や原料の荷物はそれほど上昇していない。経済を支える企業が潤っているとは思えない。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・生活必需品の値上がりがか家計を圧迫している。一方で、1人1万円を超える高級レストランはいつも満席である。コロナ禍も3年を迎える頃から、この国でも2極化が進んでいることを実感する。新入学や新生活の景気に沸く時期であるが総じて変わらず、余り良くない景気の最中にある。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症のマスク着用緩和等により、人々が外出する機会は増えた。一方で、物価の上昇がまだ続いていることにより、消費活動は活発化していない。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料高を販売価格に転嫁できている会社とできていない会社があり、できていない会社はかなり厳しい。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域における住宅不動産市況は芳しくない。そのなかで物価上昇により原価が上がっている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・大きな変化はない。物価高騰も世界情勢も変化がない。取引先では、売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると80%程度の戻りで12月頃と余り変化がない。人材採用が難しい状況であり、売上は戻りつつあるが人件費も圧迫しているため、利益水準にも大きな変化がない状況である。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・荷主が商品出荷を倉庫に依頼せず、直接販売先に持っていくため、倉庫業も担う物流業者は小口荷物だけに売上伸びない。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・マスクの着用が個人の判断に任せられたり、新型コロナウイルスの新規感染者数が余り声高に報告されなくなってきたが、飲食店は来店者よりも出前やテイクアウトが多い。製造業や建設業では売上は上昇傾向だが、経費が高くなっているため利益は余り増えていない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に全般的に買い控えで値動きが悪く、特に食品関連は目立って悪化しており、景気はやや悪い。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注価格や販売価格の動き	・今年に入って4月受注分からの一部製品の値上げを決めたが、今月になって急に受注量が増えた。値上げ前の駆け込み注文とみられる。当社が購入する原料も値上げになったが、駆け込みで最長半年分を購入された製品もある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が減少しているため、価格を下げて販売している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全般的な景気は悪い。約1割以上売上が減少し、この先も在庫調整が入る見込みで、もう1割程度の減少を想定している。
	▲	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料の価格高騰で部材が高くなり金額的に予算内に収まらないため、仕事自体が来期に見送りという話が聞こえてきた。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域を問わず輸出入の物量が減少している。また、国内の小売店向けの物量も前年を下回っている。建材などの住宅向け物量も前年を2割ほど下回る状況である。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・円安、資源価格の高騰がか家計に影響している。地価の緩やかな上昇という良い面もあるが、庶民を苦しめる物価高は非常に厳しいものがある。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年比で減少している。販売量も軒並み下がっている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月に入ってから同じ状況が続いている。本来は年度末の3月は書き入れ時で受注が増えるはずが、今年はさっぱりない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が少ない。
雇用	◎	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (東海)	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車生産において、半導体不足・供給部品不足は若干改善しており、当地区の工場稼働停止も減少している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・観光業、飲食業は回復傾向にある。今後の期待感も上向きな材料である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の求人状況を4年前と比較すると、おおむねどの業種でも90%程度に回復している。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・景況感の変化を感じる材料は特にない。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・春闘で大手企業が賃上げをするなか、世の中の大半を占める中小企業は、取引先の値下げ要求を飲まざるを得ず、賃上げは現実味がない状況である。人手不足は相変わらずであるものの、賃上げ以前に採用が厳しい状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・少人数ながら送別会での利用が増加した。
	□	人材派遣会社（企画統括）	採用者数の動き	・新規求人数は前年同期比で増加しているが、採用数は微増にとどまっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣募集数は3か月前とほぼ変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は、年度末のため3か月前比では増加しているものの、前年よりも増加率が低い。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症については新しい対応となったがまだ様子見である。一般消費者の経済活動は大分活発になってきたため今後に期待が持てるが、まだ回復には時間が掛かる。業種によっては景気が良く事業拡大の意欲があるが、人材確保が難しいことが障壁となっている。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加傾向が続いているが、人手不足感や原材料の価格高騰による雇用への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は微減であった。新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出せそうではあるが、引き続き原材料の価格高騰や原油高騰の影響が続いているため、まだ好転しているとは言い難い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に増加したが、増加幅が同程度であったため、有効求人倍率は前月と同程度になった。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き企業側の採用意欲は旺盛であり、年度をまたいで活動意欲のある候補者の採用につなげている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・大手では軒並み賃上げがされているが、中小や非正規は賃上げされていないところが多い。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・スーパーでは仕入価格の値上がりにより利益率が下降しているため、賃金を上げたいが厳しい状況である。建築業はウクライナ戦争の影響により建築資材の輸入量が減少し、材料費が値上がりして苦しい状況である。製造業でも原材料費の値上がりや納期の遅れから部品の調達に難しい状況である。原材料費や燃料費が高騰しているものの、価格転嫁ができていない。	
×	—	—	—	

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・3月に入り、急激にインバウンド需要が復調し、売上が大幅に伸びている。ノーマスクの客も増え、ようやく本格的に新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったようである。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・3月下旬よりレジャー客を中心に直近の予約が増加している。春休みシーズンに入り、桜の開花も例年より早く、中高年夫婦や若年ファミリー層の利用が多くみられる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・比較的天候に恵まれ、入込客も増加し、大手デパートは春の新生活応援フェアや、春のプライダルフエアで盛り上がりを見せている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	販売量の動き	・入学や就職などの祝いや年度末の決算時期ということで、いろいろな商品が売れている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・入学式、卒業式などの各種行事や企業等の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、関連したフォーマル、ビジネススーツ等の商品や、手土産といった商品に動きがある。またゴールデンウィークへ向けての旅行準備など、今まで不調だった商品が復調している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前まで回復する勢いで、来客数が増加している。前月までは、商品価格の上昇で来客数が減少していることを心配していたが、3月は来客数も増加に転じており、このままの勢いで夏を迎えると新型コロナウイルス感染症発生前の状況にまで迫る勢いである。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、明らかに消費マインドは改善している。新型コロナウイルス感染症発生前に回復するまでもう一息である。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・社会情勢が安定してくると、安心して消費意欲が湧いてくると考える。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーからの新車入荷が少しずつ多くなり、販売量が多くなっている。この状況がしばらく続くとみている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への不安低下と安定した天候により、来客数が伸びている。衣料品など外出に向けた物販の動きが良く、飲食店の利用も大幅な回復をみせている。その一方で、物価高騰による商品の値上げに対する節約志向として、特売日の来客数が増加している。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・観光地のため、春休みに入り県外はもちろんインバウンドの観光客が多くなっている。駅周辺に加えて市内全体で人の動きが活発化しており、飲食店の来客数や利用頻度も上がっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3月13日以降マスクの着用が個人の判断によることとなり、気分的にも社会的にも自粛ムードが和らぎ、人出が増えてきたと感じている。宿泊人数も宴会件数も増えている。しかし、レストランは地元客が主で生活防衛の意識が高く、商品の値上げで平日の会社員の利用も減少しており、夜のグループ利用の回復を期待している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り観光客が増えている。特に週末を中心に増えている。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新生活が始まる時期とともに新規契約者が増えており、客の携帯電話の需要が大きくなっている様子が見える。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・前年同月と比べると、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきていることや、マスク着用が個人判断になったこともあり、国内の個人客を中心に来客数が徐々に回復している。しかし、国内の団体客やインバウンドはまだ動きが鈍い。また、物価の上昇があり、個人消費も今後減速することが懸念される。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年の3月はまん延防止等重点措置の解除があり、それまで控えていた外出機会が増え、リベンジ消費という特需があった。前年比だけでみると2月までの勢いはないものの、婦人服や紳士服、食料品、化粧品等は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を超えている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており販売量は少しずつ回復しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上には、まだ回復途上である。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・米国での金融不安や、国内の物価上昇が続いているが、しばらくは現状どおりの安定した経済状況が続くと考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・今月は例年と比較して気温が温暖でタイヤの需要期が早まり、さらに4月の値上げの影響もあって、タイヤの売上は大きく増加している。しかし、それ以外は例年を下回り、集客も減少しているため、依然として厳しい状況である。
	□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・3月は送迎会や花見などが行われているのだろうが、利益はもたらされていない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般レストラン(店長)	来客数の動き	・例年、選挙のある時期は人の動きが悪くなる。
	□	スナック(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の事情で悪い影響が多かった感じはあるが、会社関係の客が数人で来店している。花見の時期になると人の出入りが増え、少しずつ活気がみられるようになってホッとしている。
	□	通信会社(職員)	お客様の様子	・客は少しでも安くするために動いており、景気の良さを感じない。
	□	通信会社(役員)	販売量の動き	・通信、放送サービス共に、契約者数が前年と同じレベルの数値で推移している。
	□	通信会社(役員)	お客様の様子	・割引サービスへの問合せは増加しているが、新規契約者数自体の伸び悩みは続いており、景気上向きの実感はない。
	□	その他レジャー施設[スポーツクラブ](総支配人)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が始まったが、客の行動様式はほぼ従来どおりであり、様子見というところで、売上等に影響はしていない。
	□	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・価格の高止まり状況のなかで、新規の契約件数は減り、販売総額も減っている。3月は例年並みに販売額は増えるとみていたが、そこまでにはならない。
	□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・住宅ローン金利上昇により客の動きがあってもよいとみていたが、客の動きがみられない。
	□	住宅販売会社(営業)	お客様の様子	・外部環境に好転の材料が見当たらないにもかかわらず、客の動きが完全に止まるわけでもない。低水準ながら安定している印象を受けており、景気の変化をここ3か月は感じていない。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・どの業種も商品価格は上がっているが、生活必需品以外はバーゲンセールや割引のときにしか売れない。結局、商品の販売価格が上がっているとはいえ、売手が利益を減らして販売している状態である。
	▲	一般小売店[精肉](店長)	販売量の動き	・前年はプレミアム付商品券などがあったが、今年はないため売上等は落ちている。それに加えて、4月の値上げによる買い控え等が目立つようになっている。
	▲	一般小売店[書籍](従業員)	販売量の動き	・前月、前々月と傾向は同じで、来客数、販売量の減少が続いており、特に販売量の落ち込みが非常に大きい。
	▲	百貨店(販売担当)	来客数の動き	・2月はビジネス需要の拡大で高単価商品が好調に推移し伸長したが、3月は一変して苦戦している。2月に前倒しした可能性もあるが、天候、特に気温の乱高下の影響で衣料品が苦戦し、好調だったビジネス需要もフレッシュャーズなどのモチベーション需要による客以外は減少している。全国的にいわれているトラベル需要がまだ少なく、バッグやスーツケースなどが前年より僅かに良い程度である。
	▲	スーパー(店長)	単価の動き	・給与が上がっていないのに、物価だけがどんどん上がってきている。客の買い方も変化し、無駄な物を全く買わない状況である。
	▲	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・競合店が増えているため、より安い単価の店へ客が流れている。
	▲	スーパー(仕入担当)	販売量の動き	・客の買上点数が顕著に下がっており、単価が上がっているにもかかわらず売上が徐々に減少している。
	▲	スーパー(店舗管理)	販売量の動き	・値上げの影響により、確実に買上点数が減少している。また、卵の特売に制限が掛かることにより、来客数の減少に更に歯止めが掛からない状況である。
	▲	コンビニ(店舗管理)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の景気対策キャンペーンが落ち着き、特需が減っている様子である。
	▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・新生活に向けての販売数量や商品単価が下がってきている。
	▲	家電量販店(本部)	来客数の動き	・旅行シーズンに入ったためか、来客数が非常に減少している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・県外の営業職の人が少なかったようにみえる。また、高齢者の買物のためのタクシー利用も少ない。
	▲	パチンコ店(経理)	販売量の動き	・販売量が減少している。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・例年3月は卒業式や花見などで消費活動が活発になる月であり、今年は新型コロナウイルス感染症が落ち着きをみせているにもかかわらず、客の消費意欲が盛り上がり上がってきていない。売上、来客数共に前年より5%程度落ち込んでいる。物価高が影響していると考えられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・住宅ローン金利が上昇気味で地価も低くなく、建築資材が高騰しているため、様子見の客が多い。不動産業者によると、資材高騰による建築価格の上昇で予算を上回り、解約するケースもあるらしい。
	×	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・商品の値上げなどで単価は上がっているが、販売量が減っている。さらに、来客数も減少している。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	精密機械器具製 造業(財務担 当)	受注量や販売量 の動き	・1～2月と好調だった受注状況が、3月も継続している。
	□	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量 の動き	・原料やエネルギーなど様々なコストアップを受け、数回にわたって値上げを実施してきたが、その結果、販売数量は前年割れながら金額ベースでは前年を上回る傾向である。
	□	繊維工業(総 括)	受注量や販売量 の動き	・受注は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・現在の受注状況は、変わらずに推移している。
	□	プラスチック製 品製造業(企画 担当)	受注量や販売量 の動き	・エネルギーや原材料など各種価格の高騰に歯止めが掛からず、利益の出ない状況が続いている。
	□	一般機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・業界全体として受注量は減少しているものの、依然として堅調な水準を維持している。
	□	輸送業(役員)	受注価格や販売 価格の動き	・物価上昇に伴う経営環境の悪化が懸念されるが、客先は契約条件の改定に慎重な態度を崩さない。
	□	輸送業(管理会 計担当)	受注量や販売量 の動き	・下期に入り、B to Bの国内貨物の物量は前年割れが続いている。今年に入り、国内貨物も低迷が続いている。
	□	通信業(営業)	受注量や販売量 の動き	・前年10月以降、今月まで受注量の動きに変化はない。また、例年3月は駆け込み需要が多いが、今期については通常月と変わらない程度の受注にとどまっている。
	□	不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・同業者からの話では、購入者が余りいないということである。
	□	司法書士	取引先の様子	・12月決算の会社や3月決算の会社で事業承継となる役員変更がある一方で、解散を決議した会社も多くなっている。
	□	税理士(所長)	取引先の様子	・物価高のため、どの業種も1割ほど粗利益率が下がっており、一部の建設業では受注残が減ってきている。
	▲	金融業(融資担 当)	取引先の様子	・第3四半期決算の数字をみると、売上は前年比で横ばいか微増で推移している取引先が多いが、原価上昇の影響を受けて利益率が低下している。
	×	—	—	—
◎	—	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・合同企業説明会にも、前年を上回る多くの企業から参加があった。一方で新卒学生の動きは鈍く、売手市場の様相が顕著に表れている。転職者対象の説明会にも、やはり前年を上回る企業や求職者の参加があり、市場全体が活性化してきたと考える。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・大きな変動がない。
	□	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・製造業の中小企業において、電気料金の高騰が厳しいという声をよく聞く。賃上げも難しい状況で、高騰分を価格転嫁しづらい企業にとっては苦しい状況である。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・2～3か月前と比べて、求人数は増加傾向にあるが求職者数が少ないため、マッチング率は変わらない状態が続いている。
▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数が若干減ってきており、既存の派遣先から契約解除の連絡が数件出てきている。	

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着き、関西国際空港経由でのインバウンドの入国が増えることで、3月は都心店の来客数が前年比で20%増えている。一方、郊外店の入店は0.1%の増加にとどまるが、売上は1.0%の増加と明るさがみられる。
	◎	百貨店（サービス担当）	販売量の動き	・コロナ禍関連の行動制限がなくなったほか、マスク着用が個人の判断となり、外出する機会が増えている。それに伴い、婦人服や化粧品の売上が拡大し、来客数も好調に推移している。また、外国人観光客による来店も増加が続くなど、インバウンド効果も好調に推移している。
	◎	百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・3月に入り、開店と同時に来店する外国人のツアー客などが増え、インバウンド売上が伸びている。また、国内客も来店時のマスク着用が自由になった解放感から、購買意欲が高まり、ラグジュアリー関連を中心に売上が2けた以上の伸びとなった。一方、衣料品関連も春物需要が好調で、コスメ関連も大きく売上が伸びている。食品関連も順調で、外出の増加によって行楽関連の食材が伸びている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・国内客が完全に回復しているほか、インバウンドの回復も目を追うごとに顕著となっている。店舗周辺の往来が、新型コロナウイルス感染症発生前に近いレベルまで戻っている。
	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人旅行者が増えている。
	◎	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	販売量の動き	・当施設の入館客数は前年比で145%、売上は120%となっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月に入って個人客の動きがかなり活発になっている。個人客はほぼ以前の水準に戻っており、宿泊単価も上がっているが、スタッフの人手不足で予約を断らねばならない状況にある。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・マスク着用の緩和や全国旅行支援の効果もあり、来客数が増えた。桜の開花が早まったことで、週末の稼働は満室となっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種による売上のばらつきはあるが、全体として良くなっている。
	○	一般小売店[時計]（経営者）	来客数の動き	・今月は暖かい日が増えたこともあるが、初めての客や久しぶりの客も含めて、来客数が増えた。ゆっくりと滞在して世間話をするという、個人店ならではの仕事ができ、今月はとても良かったと感じている。
	○	一般小売店[鮮魚]（営業担当）	それ以外	・インバウンド効果に尽きる。卸売の売上の減少分を、補って余りあるプラスが出ている。
	○	一般小売店[呉服]（店員）	お客様の様子	・以前は新型コロナウイルスの感染者の濃厚接触者となり、外出できない人が多くみられたが、最近はそういった客が減っている。
	○	一般小売店[菓子]（営業担当）	販売量の動き	・人の動きが活発になり、以前と比べると贈答品の動きもやや良くなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が順調に伸び、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づきつつある。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・物価の上昇などの懸念材料はあるものの、マスク着用の緩和といった日常を取り戻す動きが出てきたため、心理面で安心感が広がっている。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・13日からのマスク着用の緩和や、お彼岸シーズンに入ったこともあり、今まで出控えていた高齢者の来客が一気に増えている。
○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・今までは好不調の差がカテゴリー別にはっきりと出ていたが、直近は差が余りなくなり、全てのカテゴリーが回復傾向にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・3月13日からは、マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになった。店舗でマスクを外す客は少ないものの、開放的になっているように見え、実際に外出用の婦人服や、旅行用品の売上が伸びている。一方、一部の海外ブランドの時計や宝飾品は、高額品であるにもかかわらず売れており、品薄状態が続いている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数は都心店、郊外店共に、前年を上回っている。ただし、消費の内容が以前とは異なり、高級ブランド品などの高額品を買える店と買えない店で、業績の回復に差が出ている。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・2月の後半から3月にかけて、婦人服や化粧品の販売が好調である。卒業や入学といったセレモニー関連の復活で、婦人服が好調に動いているほか、3月13日からのマスク着用の緩和が、化粧品の好調につながっている。
	○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・マスクの着用が緩和され、外出に必要な物を購入する客が増えている。化粧品関連の商材だけでなく、夏物商材であるパラソルや帽子などの動き出しが、前年よりも早くなっている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3月中旬からのマスク着用の緩和もあり、顧客心理が改善し、人流も増えた。気温の上昇で、国内の中間層によるファッション商材やレストラン、行楽弁当などの動きが好調なほか、インバウンド需要も大幅に増えるなど、全体的に消費が活発となっている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数、販売量共に減っているが、値上げの影響で1品単価が上がっており、売上は前年の水準をクリアしている。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・商品の値上げにより、平均買上点数は前年よりも減っているが、来客数は前年を上回るようになっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・在宅勤務者がかなり減ってきたのか、通勤客は以前の水準に近づいている。また、周辺ホテルの宿泊者数もかなり戻っており、来客数の増加につながっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍関連の制限が解除されたため、来客数が増えてきたと感じる。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・昼間の客の動きは余り変わらないが、夕方から夜間にかけては日々忙しさが増している。近隣のホテルに宿泊している観光客の利用が多くみられる。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・行動制限が落ち着き、気候も暖かくなってきたので、外出する人が増えている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数がここ数か月は増えているが、単価は少し落ちている。全体にみると、やや上向いている感覚である。
	○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・子どもエコすまい補助金の効果で、住宅リフォームや給湯器の販売量が増えている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活需要や引っ越し需要、決算などの影響に加え、4月からの値上げの影響を受けて、来客数や販売量はやや上向いている。
	○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・入学や就職、転勤などに伴う、生活家電の販売が好調である。また、携帯電話の販売も例年どおり増加がみられる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・国内販売の最大化に向けて、新車の供給が進んでおり、客への納車が増えている。
	○	その他専門店【ドラッグストア】（店員）	販売量の動き	・客単価が上がり、購入点数も増加している。外出へのちゅうちょがなくなったほか、脱マスクに向けて、メイク商品の売上が伸びている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約人数の規模が大きくなっているほか、外国人による予約が明らかに増えている。
	○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや下火になり、春休みで学生や家族連れの旅行が増えている。少しずつ行事やイベントなどによる人の流れも増えており、やや良くなっている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・動きの良かった高級ホテルの動きが、1～2月は急に鈍くなったが、今月は少し回復傾向にある。客が活発に動いているほか、インバウンドが増え始めたという実感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援も6月末まで延長され、控えられていた予約も順調に入り始めた。インバウンドも一気に増え始めたため、ようやく以前の9割近くにまで回復している。
	○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・春休みや全国旅行支援の効果で、かつてのようなにぎわいがみられる。さらに、少しであるがインバウンド客の利用も増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・コロナ禍の影響がほぼなくなり、客の動きが平常時に近い状況で増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・外国人旅行客の増加傾向がみられ、客室の利用や、レストラン等の来客数が順調に増えている。
	○	都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・客室部門の収入は前年比で167%、料飲部門は205%で推移している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・中国本土からの入国規制が更に緩和され、インバウンドの動きの活発化が実感される。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊需要は大きく回復しているが、宴会、レストランの需要回復が遅れている。マスク着用の緩和効果はさほどみられず、5月8日までは厳しい状況が続くと予想される。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・前年3月は、まん延防止等重点措置の影響で稼働率が53%であったが、コロナ禍の影響が弱まってきた今年は83%の見込みである。今月はかつての春の勢いが出てきており、卒業旅行や高校野球関係のほか、出張も通常の動きに戻りつつある。また、韓国や中国などの海外からの宿泊需要が増加していることも、好調の原因となっている。
	○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果で、国内旅行の受注は前年比で163%と伸びた。一方、海外旅行は前年比では伸びているものの、実績額としては極めて小さい。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍による約3年間の低迷期から、ようやく上向き始めている。ただし、今後は各種商品の値上げにより、徐々に消費意欲が奪われる可能性は否めない。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・4月から始まる新サービスの影響もあり、問合せや訪問説明の件数が増えている。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・イベントが来場者で満員となっており、物販の売上が伸びている。また、当施設への来場者以外に、周辺施設では外国人を中心とした観光客が増え、活気を取り戻している。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	来客数の動き	・5月の新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、3月13日からのマスク着用の緩和を経て、本格的にかつての日常を取り戻しつつある。WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）での日本代表の優勝も、消費者を元気付けるきっかけとなっている。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍からの回復により、国内の観光客やインバウンドが増加傾向にある。
	○	美容室（店員）	来客数の動き	・行事が再び始まったことで、客足が伸びている。
	○	美容室（店員）	お客様の様子	・買物や旅行に出掛ける人が増えている。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・客付けが難しく、在庫として残っていた物件に対し、客からの反響が増えている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍で賃貸マンションの空室が増えていたが、やや良くなってきた。最近では都心で賃料単価が上昇に転じたものの、好調に入居が進んでいる。
	○	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決まったことで、来客数の動きが伸び、来店予約が増えている。
	○	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	販売量の動き	・年度末を迎えて仕事量が通常の1.3倍ほどに増え、対応が大変な状態である。当社にとっては、景気は上向いている。
	□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	販売量の動き	・年度末ということで、例年であれば商品がかなり動く時期であるが、値上げの影響や、供給が不安定な製品もあるため、販売には細かなハードルが多い。なかなか売上が積み上がらないのが実情である。
	□	一般小売店 [花]（経営者）	販売量の動き	・今月は卒業式やイベントなどで販売量は伸びたが、仕入コストの上昇が続くなど、景気が回復しているとはいえない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・暖かくなり、商店街を歩く人の数が増えてきたが、販売量は目立って増えておらず、相変わらず状況は厳しい。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食店には客が戻ってきた一方、当店では全体的に高い物が売れないなど、物価の上昇による影響が出ている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。コロナ禍の鎮静化に伴い、各種の規制が緩和される中、来客数は増加傾向にある。ただし、実用品や不要不急の商品に対する、購買の抑制傾向は続いており、商品ごとの好調と不調ははっきりしているため、全体的に好調とは言い難い。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年比での増加率は3か月前よりも大きい、前年は3月中旬頃まで、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が続いていた。インバウンドについては、中国本土からの旅行客が少しずつ増え、売上に占める化粧品シェアが拡大している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・1月以降は来客数が増加している。特に2月中旬までのバレンタイン商戦が好調に推移し、来客数の前年比は、1月が9.1%の増加で、2月1が8.8%の増加、3月が4.3%の増加となっている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月もコロナ禍の影響はほぼなく、外出需要が堅調で、イエナカ需要が低迷気味となっている。物価の上昇による影響で、食品は1回の買物額が調整され、客単価の上昇にはつながっていない。一方、月後半から暖かくなり、衣替え需要が動き出している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で15%程度増えているが、前年のコロナ禍による影響を勘案すると、景況は大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品の値上げが続いており、買い控えの傾向があるように感じる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・高単価商品の販売が不振である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比で98%と回復が進んでいるが、販売点数は93%と、価格の上昇に対する買い控えが続いている。ただし、平均単価が105%とアップしているため、売上は97%となっている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・行動制限などの緩和で、外食や行楽の動きが増え、来客数に影響が出ている。その反面、観光やビジネスでの外国人の入国が増えており、都心や観光地近くの店舗は良い状態が続いている。一方、郊外店舗は訪日外国人の恩恵がなく、かつての状態に戻つつある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・売上は前年比で数%増えているが、それは商品の値上げ分であるため、景気が良いというわけではない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており 特に変化はないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・中食関連の商品で20円の値引きを3週間実施したところ、値引き商品の売上は10%ほど伸び、全体の売上も8%増えた。サラリーマンの懐事情が厳しく感じる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が続いているが、今のところは際立った変化はない。ただし、販売する商品価格の上昇が実感されるため、不安は強い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コロナ禍関連の規制が緩和されても、期待したほど来客数は増えていない。観光客は少し増えていると感じるが、全体の数字の増加にはつながっていない。単価も値上げの分だけ上昇しているため、売上は前年を上回っている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	単価の動き	・コロナ禍もようやく落ち着き、人の動きが活発になったと感じるが、売上に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・来客数は以前と変わらず、客の購買意欲も引き続き厳しい。物価上昇の影響で、なかなか購入まで至らないケースが増えている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や春休み、全国旅行支援の効果等もあり、週末を中心に出荷量は前年比で0.5%程度増えている。一方、警備会社への業務委託費や、部品、部材のコスト上昇により、収益環境は改善していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・海外からの旅行客の増加で、街はにぎわっているが、旅行を優先する客が増えてきたことで、集客が難しくなっている。
	□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・コロナ禍の収束に伴い、制度化化粧品やカウンセリング化粧品などの販売は顕著に増えている。さらに、花粉症関連の医薬品などの販売も上向しているが、食品の売上は横ばいとなっている。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・制服類を新調する動きが増える時期であるが、今月はそれほど受注が増えていない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・桜並木が店と近いため、桜が咲き始めると忙しくなり、連日満席となった。ただし、WBCの日本戦の日は一気に客が来なくなり、米国のメジャーリーグの開幕日も来客がみられない。
	□	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・過去3か月と同様、今後も販売量は2019年比で110%以上を維持し、堅調に推移している。高額商品の販売量の増加で、客単価が伸びている。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	お客様の様子	・景気は上向きになってきたと感じるが、生活はとも厳しくなっている。
	□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・訪日客は増えているが、当店の取扱いはチケットのみで、来客数の割に売上は大きく増えていない。海外旅行の問合せや相談は増えているが、話を聞くだけの客も多く、申込みに至るケースは少ない。
	□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・海外旅行については様子見の客が多く、申込みが伸びない。国内旅行も、4月からの全国旅行支援の状況が分からないため、具体的な受注につながらない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・桜も咲き始めたが、人出は前年と変わらない。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・駅での客待ちの状況も、最近では特に変化がない。雨が降れば客は減少するが、それ以外は大きく変わらない。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・コロナ禍の影響は少なくなってきたが、消えたわけではなく、少しずつ以前の動きに戻りつつある。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・以前の水準は大きく下回っているものの、今月の客の動きはまずまずとなっている。
	□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材価格の高騰が落ち着きつつある。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・内外の不安定な環境のなか、不動産の販売に大きな変化はみられない、価格の上昇による販売の鈍化は続いているものの、年度末に向けた一定の価格調整などもあり、市場環境は横ばいで推移している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品はコロナ禍に係る規制の緩和で外出需要が増え、売上が伸びている。一方、売上の構成比が高い食品は、値上げや外食の増加の影響で、売上の不振が続いている。
	▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・スーパーで全体的な値上げが進み、野菜や果物も特売日以外は高いため、厳しい状況にある。マスク着用の緩和も始まり、お彼岸や週末は家族連れの来店が増えた一方、値上げの大きな影響が出ている。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・春の行楽シーズンや春休みに入り、人の活動は前年以上に活発になってきた。ただし、食料品や日用品の値上げが止まらず、消費者の生活防衛意識が高まっているため、売上の現状は厳しい。
	▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・来客数の落ち込みに加えて、客単価が大きく低下している。商品の値上げ傾向による買い控えが影響している。
	▲	スーパー（社員）	販売量の動き	・前年末までは、商品価格の上昇が店舗の売上増加につながった店が多かったが、1月以降は客の買上数量がやや減少している。このため、売上が前年よりも減少した店が増えている。
	▲	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・前年と比べて、売上目標が達成できていない。
	▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、新生活需要は盛り上がりを見せている。一方、諸物価やエネルギー価格の上昇もあり、財布のひもが固くなっている。
	▲	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・今までの良過ぎたせいもあるが、中古車の流通価格が低下している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・3月であるにもかかわらず、購入意欲のある客が少なく、販売も低迷している。
	▲	住関連専門店 (店員)	お客様の様子	・価格の上昇で生活が厳しいなか、家具にはお金を掛けられないという声が増えている。
	▲	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・電気代やガス代を始め、全ての物価が上がっているが、対策の打ちようがなく困っている。
	▲	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・少しずつインフレの影響が出ている。当社の取扱商品もほとんどが値上げ対象となっており、既に価格改定を行っているが、売上は増えていない。
	▲	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・原材料費の増加で、利益率が低下している。
	▲	通信会社 (社員)	販売量の動き	・長期にわたるコロナ禍の影響と、物価の上昇により、消費の停滞が続いている。
	▲	競輪場 (職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は9094円であったが、今月は8984円と低下している。
	▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	お客様の様子	・教科数の削減を検討する保護者が増えている。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	それ以外	・3か月前と比べると、金融機関の融資姿勢が少し厳しくなっている。
	▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・コロナ禍で自粛してきた住宅展示場のイベントを、今年から徐々に再開しているが、期待したような集客数には至っていない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・光熱費や食料品価格の上昇で、消費者の生活防衛姿勢が顕著となっている。買物に余裕がなく、目的外の支出が見込めない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・3月に入り、来客数がかなり減少している。寒暖の変化が大きく、天候が不安定となったことが一番の要因である。
	×	家電量販店 (店員)	それ以外	・商品価格の高騰や、長期にわたる商品の入荷遅れ、リフォーム補助金の開始による業務の急増など、悪循環が続いている。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・久しぶりに行動制限のない観光シーズンを迎え、来客数は増えたが、欲しい商品があっても、我慢して買わずに出ていく人が増えている。
	×	通信会社 (役員)	それ以外	・携帯電話の販売事業を取り巻く環境は厳しい。特に、ある大手キャリアの代理店は、21年度からの営業方針の変更で、全国的に店舗の閉店が進んでいる。販売のオンライン化が進む以上に、キャリア手数料の締め付けが業況の悪化につながっている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	・WBCなどのイベントの開催が完全に復活したことから、グッズや販促物などの各種需要が大きく跳ね上がっている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・インバウンド効果で飲食店の売上が好調となり、飲料水も少しずつ売上が伸びている。
	○	出版・印刷・同 関連産業 (企画 営業担当)	受注量や販売量の動き	・問合せが増えており、受注量も微増ながら増えている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先からの発注内示が2月から増加傾向に転じ、実際に2～3月は増加している。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・1～2月と比較すると、荷動きは良くなっている。
	○	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・僅かではあるが、小規模の受注が続いている。
	○	輸送用機械器具 製造業 (役員)	取引先の様子	・4月の引き合い案件に対する、面談予約が増えている。
	○	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・これまでは、提案してから受注までに数か月～半年以上掛かるケースもあったが、ここへきて客の検討期間が短くなり、受注が増えている。
	○	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は前年比で120%超となっている。
	○	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・期末の広告費用の消化で、売上が増えている。コロナ禍以降はみられなかった、久しぶりの需要である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街は、どこも来客数は戻ってきているが、それに見合った売上の回復は進んでいない。ただし、コロナ禍で止まっていた様々な活動が再開しているため、景気はやや上向いている。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・中国人観光客を中心としたインバウンド需要が明らかに増えている。マスク着用が緩和されたほか、WBCの熱気も加わって、外出気運が高まっている。月初からの気温の上昇もあり、花見客でにぎわう観光地の駅も、2019年との比較で約90%まで回復している。
	□	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・商品の値上げを行ったが、事前の購入などの大きな動きはなかった。全体的に安い物が売れ、販売数量は伸びているが、原材料の値上げが止まらない状況であり、利益は出ていない。
	□	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・エネルギー価格を始め、原材料費や加工代の上昇が続くなか、受注が伸びていない。また、値上げ交渉も難航している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・期末になり、在庫調整を行う取引先が多くみられる。
	□	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月はかなり悪いが、一時的な変化と感じる。受注状況は4月以降、少し回復する見込みである。
	□	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・家電や車載向けでは、出荷が増えている取引先と減っている取引先がみられ、まだら模様となっている。一方、建設資材関連は全体的に悪い。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・以前から案件の受注量は減っているが、新規の案件や試作関連は増えており、プラスマイナスゼロとなっている。
	□	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注価格や販売価格の動き	・依然として物価の上昇が続いている。電気代やガス代などの固定費が増えているほか、原材料費や事務関係の諸経費の値上がりも続いており、厳しい収益環境にある。一方、電気代やガス代への補助金の効果により、3か月前と変わらない状況である。
	□	一般機械器具製造業(設計担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注時の金額では、コスト変動への対応が難しい。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・テレビ、白物商材共に、全体的に前年を下回る販売となっている。
	□	その他製造業〔履物〕(団体職員)	受注量や販売量の動き	・当面はこれ以上の悪化は考えにくい。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・建設資材価格の高騰や、納期の不安定化により、計画時の設備投資額とのかい離が生じている。また、工期が確定できずに苦慮している。
	□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・キャンペーンで少し売れたが、前年の80%ほどであり、まだ悪い状況が続いている。
	□	金融業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・材料価格の上昇で、受注先への価格転嫁が必要となっている。
	□	金融業(副支店長)	取引先の様子	・取引先に訪問しても、3か月前と受注状況は余り変わらないという声が多い。
	□	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・良い材料としては、コロナ禍が収束に近づいているほか、円安も一段落している。一方、悪い材料は厳しい物価上昇である。一部に給与が増える動きもあるが、企業のイメージアップ作戦かと感じるほど、日本経済に光が差し始めた感覚は全くない。
	□	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・政府の様々な景気対策などで全体的に明るくなっており、受注量や売上が伸びている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが続くなかで、取引先への新たな値上げの通知が大変である。通知にかなりの時間を割いているため、前向きな動きができていない。
	□	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・来年度の子算取りのための引き合いは増えてきたが、現時点で物の動きは鈍いままである。
	▲	繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・問屋経由の販売量が前年比で30%ダウンしている。催事での販売が主流になりつつあり、販売量、売上共に減少している。
	▲	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・業種による経営環境の差が大きい。幸い半導体の市場環境は悪くないため、何とか存続できている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少なく、予定の7割程度にとどまる。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連の間合せが減ってきたように感じる。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月末にもかかわらず、荷物の動きは例年よりも少ない。特に引っ越しの需要は例年の6割程度である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・食品を中心とした日用品の価格が高騰している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・海外からの観光客が増えており、街中で外国人旅行者を多く見掛けるようになってきた。それに伴い、観光産業も活気を取り戻し始めている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価の上昇により、就業中の派遣社員の時給改定を要請している。応じてくれる企業が全体の10%程度であるなど、意外に多い印象である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・就職件数や採用人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3月からは新卒向けの就職情報が解禁となり、ここ数年よりも求人数が伸び、以前と変わらない水準の求人掲載数となっている。観光業や運輸業、航空関連の企業にも、採用の再開や、前年よりも増やす動きがみられる。ただし、学生による合同企業説明会の参加やエントリー数は減っており、志望先を絞り込む傾向がみられる。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・来年度に向けて、人材派遣業界は好調に推移している。サービス業を筆頭に、あらゆる業種にオーダーが入っており、以前の状態に戻りつつある。ただし、相変わらず人材不足であり、マッチングに苦勞する状況がしばらく続く。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数が順調に推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・インバウンド需要も増えており、これからゴールデンウィークに向けた、観光業界の活気の戻りが予想される。その一方、物価の上昇は止まらず、中小企業の賃金環境も変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人数に景気を左右するような大きな動きみられない。有名な観光地では、外国人観光客が大幅に増えており、飲食や旅行、宿泊・観光業といった一部の業種には追い風が吹いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・コロナ禍の影響はほとんどなくなってきたが、円安やウクライナ情勢が落ち着かない限り、状況は良くならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・コロナ禍も一段落したため、関西の地元企業がプロモーション費用の使い道を検討している気配がある。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・景気は回復傾向にあるものの、全体としては踊り場状態にある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えた一方、前月比では減少となった。前年比での増加率が高かったのは、情報通信業、運輸業・郵便業であった。そのうち運輸業では、全国旅行支援や需要の回復の影響で、貸切りバスの運転手の求人が増えた。その一方、求人が減少したのは、宿泊・飲食サービス業、製造業となっている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3月13日からのマスク着用の緩和が発表されたことで、2月中旬以降は求職者の退所が増えている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人が例年よりも多い一方、求職者は例年よりも少ない印象を受ける。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数、採用数共に、引き続き高水準である。インバウンド需要の回復により、非正規社員の清掃員の募集などでも、人材不足感が強まっている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・24年卒の就職活動が始まり、現時点では前年と同様の求人数となりそうである。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・新年度になる割に、商店街や百貨店で人のにぎわいが感じられない。ただし、外国人観光客は増えているようで、日曜日の朝は駅周辺で外国人が多くみられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による景気を持ち直し期待や、賃上げによる労働環境の改善期待などもあり、足元で求職者が増えるなど、就職活動が活発化している。一方、求人は前月に続いて持ち直しが進んでいるものの、建設業や製造業などの回復には一服感がみられる。原材料価格や燃料価格が高騰するなか、販売価格への転嫁が進まないほか、半導体等の部品入手が困難といった厳しい声もある。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年度末の駆け込みが少なく、求人数、求職者数共に減っている。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・インバウンド需要も回復し、来客数が増加している。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断に委ねられることになったことや全国旅行支援が延長になったことから、春の花見のシーズンに向けて、宿泊や宴会の予約が増加している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・2月の実績や3月の宿泊売上予想が、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年を超えることから、景気は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・徐々にではあるが観光客も増え、宿泊業や飲食業を中心に景気も元に戻りつつある。小売業はまだ活況とは言えず厳しい状況である。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・マスクの着用が個人の判断に委ねられることになり、週末に商店街を訪れる家族客も増加している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外出する人が増加している。物販の回復は遅れているが、飲食の景気は良くなっている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前に開催されていたイベントや行事が少しずつ復活しており、何となく、人が動き出している。しかし、いろいろな物が値上がりしているため、客の財布のひもは固い。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・客が新型コロナウイルス感染症の影響で買物を控えていたが、やっと平常に戻りつつある。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・遠方からの来客数が増えてきている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・客単価上昇で、売上は前年を上回っている。また、来客数も少し上向きになっており、前年並みとなっている。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ブランドのバッグが数点売れ、いい流れになっている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・様々な物価の上昇といった不安要素が、中間層に影響を与えているが、富裕層への影響はみられず、客の消費意欲は高まっている。
	○	スーパー（販売担当）	単価の動き	・買上点数は減少しているが、単価が上昇しているため、計画値が上がっている。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・前年と比べ、来客数が少しだけ増加している。また、卒業や転勤などで、ありがとうや感謝の気持ちを伝えるお礼ギフトの売上が前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制もなくなり、人流が回復している。また、外国人観光客も増加している。
	○	コンビニ（支店長）	販売量の動き	・人出が増え、売上が拡大しているが、電気料金の高騰で、経費がかさんでいる。
	○	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断に委ねられることになったため、食事会や旅行用の服を求める客が増加してきている。
	○	乗用車販売店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が動き始めている。物価は上昇しているが、気候も良くなり、更に人の動きが活発になってくる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・決算期で、生産が増加していて、景気も少し良くなっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・新車の購入客が増加しており、景気は多少は良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他小売 [ショッピング センター] (支 配人)	単価の動き	・来客数は微増だが、単価が伸びている。
	○	その他小売 [ショッピング センター] (管 理担当)	お客様の様子	・前月までは、客の来館状況も落ち着いていたが、3月に入り、土日を中心に来客数が増加している。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、外出の忌避感が薄れてきていることもあり、景気はやや良くなっている。
	○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになるなど、新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が緩やかになったこと、また、合格、卒業、就職、転勤等の祝いの会食や少人数での飲み会が増加してきたことなどから、客単価や売上が3か月前の12月に匹敵する勢いとなっている。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・前月に引き続き、来客数や予約数が増加傾向にある。旅行者とみられる県外の客が非常に多い印象である。また、マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになったことで、今まで外出を控えていたサラリーマン層の来客数も増加してきている。
	○	都市型ホテル (営業企画担 当)	単価の動き	・原価高騰の影響もあり、既存商品に付加価値を付け、販売価格を引き上げた商品についても、大きな影響なく販売ができています。
	○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・卒業旅行シーズンに加え、マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになったこと、5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することが政府から発表されたこと、さらには全国旅行支援などで需要が喚起されたことなどにより、来客数が増加している。
	○	旅行代理店 (経 営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症がようやく沈静化し、客からの旅行の相談が多くなっている。
	○	旅行代理店 (支 店長)	販売量の動き	・国内個人旅行の需要は急速に回復しており、今月になり、4月以降の申込も増加している。一方で、海外並びに団体需要はまだ低迷しており、ここが戻ってこないと収益改善が進まない。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きが良くなり、接待での利用も出てきている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制がなくなり、人の動きが良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が解除されつつあり、近年自粛されていた歓送迎会なども行われているようで、新型コロナウイルス感染症発生前に近い売上に戻りつつある。また、観光客も同様に増加している。
	○	通信会社 (企画 担当)	お客様の様子	・ネット関連のサービスの引き合いは1年前と比較して好調である。
	○	通信会社 (経理 担当)	お客様の様子	・サービスエリアの拡張に伴い、新しいサービスに興味を持つ客が多くなっている。
	○	通信会社 (工事 担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染防止対策の緩和で、景気はやや良くなっている。
	○	美容室 (経営 者)	単価の動き	・客の外出機会が増加しており、景気はやや良くなっている。
	○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになり、アフターコロナへの出口が見えてきた。3年ぶりに開催されるイベントも増加してきており、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいを取り戻しつつある。
	□	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・昔からの店が閉店しているが、新しい店舗が出店し、少しずつ良い環境になっている。
	□	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、物価が上昇しているため、消費にとって悪い方向に向かっている。
	□	一般小売店 [洋 裁附属品] (経 営者)	販売量の動き	・商店街の人通りは多くなっているが、店が裏通りにあるため、売上が増加していない。
	□	百貨店 (経理担 当)	販売量の動き	・来客数は前年並み、婦人服、若者向け商品、美術品、レストランは好調、他の部門はショップ撤退の影響もあり、前年を下回っている。全体では前年比95%の見込みである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月の上半月までは来客数が前年を上回っていたが、中旬以降は前年を下回っている。客に購買意欲がなく、必要なものだけを選んでいく。オケージョンなどの動きは前年と比べかなり良くなっているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると悪い。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）が始まるまでは、来客数も売上も好調だったが、開始後は、来客数が激減し、売上も失速している。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、気候も良くなってきたことで、人の動きが活発になっている。外出機会の増加で、消費動向がモノよりコトにシフトしつつあるため、関連商品以外は厳しい。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や売上が、前年と比べ、増加しているが、ここ2、3か月は横ばいである。単価の低い商品が販売量を押し上げている状況である。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・売上は前年をやや上回っているが、来客数は前年割れとなっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比101%で推移しているが、買上点数は前年比97%と伸び悩んでいる。食品の値上げや電気・ガス料金の高騰で、客の防衛意識が強くなっており、無駄な物は買わない傾向にある。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品の値上げの影響が大きく、割引時のまとめ買い傾向が顕著に表れており、客の来店頻度は低下気味である。一部で値上げはあるが、現在の物価との差はまだ大きく、今後も値上げが続くなか、先は見えない。前年と違い、新型コロナウイルスに関する行動規制の緩和で、客の外出が増加傾向となるが、食費への支出は増加しない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中小企業では値上げの話がほぼないため、景気は良くなっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況がかなり落ち着き、客が戻ってきているが、買い回り品の価格の上昇で、家計が厳しい状況が続いている。
	□	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・客単価も販売量も前年と変わらない。
	□	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が90%を下回っている。
	□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売台数は、前年比80%と大変厳しい状況である。
	□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・電気料金の高騰が家計を圧迫しているとの話が多く聞かれる。食料品や生活用品の値上がりも深刻で、若い子育て世帯は節約をかなり意識しており、出費に後ろ向きである。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・決算月になるが、例年と比べると、来客数は減少傾向にあり、市場の動向も厳しい状況に変わりはない。来客数は少ないが、成約率が多少改善傾向にあるため、今後を期待をしている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・4月からの値上げを前に、駆け込み需要が多少あるため、前年並みで推移している。
	□	その他専門店【土産物】（経営者）	お客様の様子	・客と雑談をするなかで、卵の値上げや光熱費の高騰などが話題に上がり、出費に対して慎重になっているようである。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が少しずつ落ち着いてきて、人の動きが良くなっているが、来客数に変化はない。
	□	バー（経営者）	来客数の動き	・まだ、従来の状況には戻っていない。
	□	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前から景気が回復傾向にあり、来客数が一定している。
	□	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・法人利用の動きがあると予測していたが、いまだ動きは鈍く、来客数の動きは予想より悪い。現時点ではまだ景気が上向いているとは言い難い。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がほぼなくなり、旅行等に対する客の消費意欲が高まっている。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・延滞率や回収率に大きな変化はなく、景気に変化はない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・まだ、天候に左右されることが多く、全体的な入場者は変わらない。今年に入り、インバウンドの客が安定してきたので、今後を期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・最近、客からの新築住宅の設計依頼が減少している。一方で、親が亡くなって空き家になっている所を何とか活用できないかといったリフォーム等の話が徐々に出てきているが、景気が活発になっているという感じではない。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以降、新築住宅の引き合いが減少する状況が現在も続いている。
	□	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・来客数は増加していないが、新年度の生活の変化に向けて、客の動きが出ている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・依然として、新型コロナウイルス感染症の影響が続いているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・物価等の上昇により、商品単価や販売単価も上がったが、販売点数は減少傾向にある。直近では前年の新型コロナウイルス感染症に関する行動制限解除の反動からか、前年と比べ、来客数が減少し、販売点数も低迷している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・単価上昇に伴い、販売数量が落ちている。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数や客単価はさほど変わらないが、売上点数は減少している。
	▲	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、販売点数は前年割れとなっている。ただし、平均単価が上昇しているため、売上は前年並みになっている。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・売上は、値上げによる1品単価の上昇により、前年を上回っているが、客の節約により、買上点数の前年割れが続いている。
	▲	コンビニ（副地域ブロック長）	それ以外	・販売量が回復しているため、今後も期待できるが、それ以上に店舗経費が高騰し、経営としては厳しい。特に光熱費は過去最高となる見込みで、人件費についても最低賃金の引上げを控えており、見通しは明るくない。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・電気料金など物価の上昇や取扱い商品の値上がりの影響で、買い控えをする客が増加している。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・来客数も販売数量も減少している。
	▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・来客数が減少し、成約率も低下している。物価高もあり、客の高額商品購入の優先順位が下がっているように感じる。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・桜が開花し、人々の心も浮き浮きしてきたが、物価が上昇しているため、客の財布のひもは固い。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・3か月前の1日平均の売上と比べると、売上はやや減少している。
	▲	美容室（経営者）	それ以外	・光熱費の上昇の影響もあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の節約傾向が強まり、来店間隔が長くなっている。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・価格の上昇や資金面での伸びがないことを受け、全体的に客の行動が消極的になっている。客の2極化が進み、低価格帯の物件には反応があるが、売上は増加していない。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は緩和傾向にあるが、物価高の影響から消費者の動きが鈍く感じる。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ここ半年くらい商品の値上がり激しく、特に卵は1か月前と比べ、50円以上価格が上昇している。卵だけでなく、食品全般の価格が上昇し、弁当も2割程度価格が上昇している。こうした商品価格の上昇や工事の影響で、来客数や売上は1割以上減少している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・商品仕入価格が値上がりしたため、買い控えが多く出ている。
	×	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・様々なものが値上がりして、客が買い控え傾向にある。
	×	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・経済政策の効果が出ていないため、景気は悪くなっている。
企業動向関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産が追い付かないほど多忙である。
(中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加し、景気は良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入れや販売での価格転嫁に一定の落ち着きがみられ、周囲の取引先も安定した利益計上を行っている。
	○	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較し、データセンターに関する提案や見積件数が増加している。実際に客がデータセンターを見学にくる機会も増えており、来年度以降の導入に向けた動きが活発化している。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・成約件数は、前月比8%の増加となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客からの情報では動きが良くなっているようであり、受注量も上向いている。
	□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・景気は悪くはなっていないが、マスクの着用が個人の判断に委ねられたことなどで良くなったわけでもない。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量が、前年と比べ、10%前後の減少となっている。商品を3、4回値上げし、価格が20～25%上昇しているため、厳しい状況が続いている。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・原材料価格が高騰しているが、製品の販売価格に転嫁できない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気は、全体的には悪くはないが、ほとんど変わっていない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・短納期対応で、基準外労働がある状況だが、生産量は増加していない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・荷動きが低迷し、受注数量も横ばいである。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前から生産能力以上の受注量があり、超過勤務で対応している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・中国経済の回復に伴い、電子部品実装関連の需要が増加しているものの、原材料価格の上昇が依然として続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の高騰に対し、価格転嫁がある程度進んでいるが、現在の施工案件の利益率の低下は避けられない。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気回復に大きなプラスとなる要素がなく、取引先にも目立った動きがない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、受注が大幅に増加するとの見通しをしていたが、大きな変化がない。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原材料費、輸送費、エネルギー関連費用等の高止まりから、値上げを段階的に実施している中小企業が増加してきているが、大手企業に比べ、収益回復が遅れている。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・半導体不足の影響などから、地元完成車メーカーの国内生産は低水準が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も低水準で、工場の操業度は依然としてフル操業の8割程度の企業が多い。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末へ向けての業務処理が終了している。全体量は前年よりやや増加したものの、特定のジャンルに偏りがある。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向が相変わらず良くない。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料製品の受注が減少している。
×	—	—	—	
雇用関連	◎	—	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・企業の2024年卒の採用予定数は、文系、理系共に前年並みが約53%と最多だが、増やす企業は文系28%、理系30%と増加している。2024年卒の採用と2023年卒の採用を比べると、企業の採用意欲がより高まっている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・売上が新型コロナウイルス感染症発生前の7、8割まで戻ったが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻るにはまだ時間が掛かるという声が、飲食・宿泊・食品製造業者から聞かれる。一方、マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになって以降、人流の活性化や消費活動の拡大がみられたという声が多数聞かれている。また、物価の上昇を価格に転嫁できない事業所が多く、売上が回復しても利益がでないという声も聞かれている。求人倍率は高止まりしており、企業の人手不足は引き続き深刻である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・前月比150%超の求人登録があり、今後も更に増加していくことが予測される。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介において、エントリー率が前月比171%の増加となり、問合せも増加傾向にある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・製造業関係の求人数が前年同期よりも増加している。
	□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・求人数は前月と変わらないが、求職者の動きが鈍く、他社との競合が多い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・消費活動や経済活動が活発になり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っているが、原材料費、光熱費の高騰が企業利益を圧迫しており、地方では賃上げが困難な状況である。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で4.7%増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の3年前と比較すると20%以上少ない。産業別にみると、運輸業が伸びているが、生活関連サービス業は大幅に落ち込んでおり、全体では良くも悪くもない。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・飲食店で新規に開業する動きが活発になってきており、新規求人数は前年同月より13.7%増加している。また、新規求職申込件数も前年同月より20.8%増加している。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少したことに加え、マスク着用の見直しや桜の開花もあり、多くの方が来店するようになった。卒業、送別の祝いも盛んであり、贈物の商品が例年よりも多く売れている。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年のコロナ禍と比較し、明らかに人の動きが活発になっており、それに伴い来客数も順調に回復している。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・来客数、販売量、単価はいずれも好調に推移しており、新型コロナウイルス感染症に対する意識の変化がみられる。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平年並みではないものの、客足は戻りつつある。
	◎	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は前年比でマイナスだったが、今月は前年を大幅に超えている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・政府の全国旅行支援の効果が継続している。新型コロナウイルスの感染状況の改善とマスク着用の緩和などが旅行モチベーションの向上に寄与している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、企業関係が大きく動き出している。また、個人の客の動きも活発化している。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて景気の現状は良くなっており、新型コロナウイルスの感染状況は徐々に落ち着き、新型コロナウイルスの新規感染者数も3月は随分少ない。県や市の公務員のボーナスが元に戻り、歓送迎会も4年ぶりに始まっている。金、土は特に客が多い。
	○	商店街（事務局長）	来客数の動き	・人通りが増えて街でのイベント等が多く開催されるようになった。通行量の増加ほど店舗売上は増加していないものの、今後に期待が持てるようになっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月になってから、週末のイベントは多くの人出でにぎわった。クルーズ船が3隻も入港し、外国人も訪れるようになり、かなりのにぎわいになっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍による行動制限が緩和された影響から、自由に人が集まれるようになり行動が活発になってきた。売上は前年比で増加し回復傾向にあるが、一方で、仕入単価や必要経費の上昇が続き、電気代の値上げ等もあることから厳しい状況で不安である。さらには従業員への賃金上げもあり、今後の企業運営は厳しい状況であると考えられる。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・今年に入りコロナ禍は落ち着いている。また、5月から新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ引下げとなることもあり、消費が動き始めている。前月から来客数が前年を上回り始め、これまでのような客単価上昇による売上増加の構造から、来客数増加による売上増加へと変わりつつある。一方で、商品値上げの影響が、来月より大きくなることが予想されるため、消費動向には注視が必要である。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活準備のため、家電やインテリア等の一式購入が増加している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・当社の置かれた環境としては、メーカーの増産が大きく寄与しており、それに伴い業績も順調に回復している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・行動制限のない花見が始まり、客は多く、売上も増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月は春の陽気になり、四国遍路の仕事がたくさん入ってきている。また、歓送迎会もあるなどますます動いている。3月9日からタクシー料金が上がり、売上も多少増加している。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・観光客の増加に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、地元住民の飲食店利用の増加が見受けられた。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業入学シーズンやコンサートなどで旅行に出掛ける人が増えたため、来客数が増加している。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・春休み期間中ということもあって平日でも観光客が増加しており、特に外国人の観光客が目立つようになってきた。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・物価上昇、金利上昇などの環境変化、人口減少の歯止めが掛からないなど、政策対応を間違えば、スタグフレーションの危険性があると考えられる。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響で節約志向が強まっている状況であるため、売上は不変だが、消費者の買物の頻度は下がってきている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年並みでとどまっている。
	□	コンビニ（商品担当）	それ以外	・原材料費、輸送費、卵の高騰に加え、電気代の値上げもあり、販管費が高止まりしている。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3月は天候に恵まれているが、20日を過ぎても状況は良くなっていない。物価上昇の影響に加え、身の回りの消費のうち特に食品等の生活費への比重が大きくなったことにより、衣料品に回す金が少なくなっているのではないかと考える。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上が前年比108%程度で推移しているが、前年はまん延防止等重点措置の期間であったことを勘案すれば、景気はまだそれほど上向いていない。
	□	家電量販店（副店長）	単価の動き	・来客数は前年を下回っているが、物価高騰により商品の単価も上昇しているため、売上は確保できている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・長納期化が解消されていないため、厳しい状況が続いている。
	□	都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・マスク着用の見直し以後、新型コロナウイルスの新規感染者数が若干増加傾向であることが不安要素である。
	□	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・新生活に伴う需要があり、販売数は当初計画どおりの数字が出ている。物価高の影響は余りみられない。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・物価高の影響で節約志向が強まっており、それに伴い買上点数が落ち込み、売上は前年割れとなっている。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・物価高の影響が顕著であり、販売単価は上昇しているが、販売数量は減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・価格上昇のため、客単価が上昇しているが、来客数が減少している。また、外出自粛が終了し、購買先が多チャンネル化、分散化している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて状況は良くない。コロナ禍が落ち着き、客が戻ってくると思ったが、思うようには戻ってはいない。百貨店にも出店しているが、まだ厳しい状況である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車増産に伴い登録台数は増加しているが、受注台数が前年比90%程度となっている。
	▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・物価高により、財布のひもが固くなっている。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の悪影響が続いており、遊興に回せる余裕資金が減ってきている。
	▲	美容室（経営者）	それ以外	・スタッフが新型コロナウイルス感染症に感染したため休業せざるを得なかった。
	×	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商での売上が2か月連続で前年同月を大きく下回る。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(四国)	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・外食向け製品の出荷量が徐々に増加傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在バイオマスの原料である竹資源の供給が増加していることから、景気は良くなっていると判断した。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の対策が前提ではあるが、社外イベントやボランティア活動について、前年度に実施されなかった取組が再開される傾向が続いており、従来の形に戻りつつあるとみられる。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・観光客の増加に伴い、観光業や飲食業の来客数も回復傾向であり、売上は回復している。また、公共工事関係の受注状況も堅調である。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・直近の卸売市場の需給動向は変化が少ない。コロナ禍で消費需要が変化し、生鮮品よりも冷凍食品の需要が高まっている。冷凍食品の主たる原材料は外国産であり、卸売価格への反映が鈍いことが憂慮される。
	□	食料品製造業（商品統括）	それ以外	・金融不安や世界的な業績悪化の懸念を受け、消費行動の縮小が想定される。
	□	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は4月から値上げを告知したため3月に駆け込み発注があり、売上が大幅に増加した。今年3月の売上は前年比では減少したが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて受注額は増加している。特に関東地区を中心に全国都市部の小売店からの受注が増えており、人出が戻っている。また、コロナ禍の反動もあり、消費者の購買意欲は旺盛になっている。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・造船関連を中心に受注や販売量は安定している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注量及び受注量は、前年比1割以上減少しているが、これは前年度が異常に多かったためであり、景況感にマイナスの影響はなく、逆に適正規模に近づいたと評価する者も少なくない。前年度のような事業量の拡大が継続できないことは想定内である。民間事業では、資材高騰により坪単価が2～3割高くなっており、需要は停滞したままであるが、少し事業所関連で開発の動きが見られる。急激な好不況が生じないように安定的な公共投資や民間開発誘導施策を望んでいる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近の受注数が少な過ぎる。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・世間ではどこを見ても人手不足であるが、最終的には、立場の弱い中小企業にしわ寄せがきている。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰による消費財や食料品の値上げが相次いでいるなか、値上げ前の駆け込み需要による取扱物量の増加がほとんど見受けられないことから、消費者の購買意欲の低下が強いのではないかと考える。また、地方圏においては、景気の回復に遅れが生じている。
	□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・観光関連以外の全国展開している客先は、例年3月と比較しても広告宣伝費が削減されている。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・取引先の利益状況などをみると大して変化がみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・材料の価格高騰がようやく取まり、販売価格の改定が完了したが、住宅市場の落ち込みは回復せず、受注が前年比よりも落ち込み傾向にある。加えて電力料金のアップが利益を圧迫している。
	×	—	—	—
雇用関連	◎	—	—	—
(四国)	○	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・年度末の人の入れ替わりが多く、欠員補充として求人募集を掛けるものの、条件に合う人材の確保に苦慮している。特にコロナ禍が落ち着き、県内外から人の動きが増加しているなかで、観光施設や集客の多い公共施設のサービス要員などの人材確保が厳しい状況である。
	□	職業安定所（求人開発）	それ以外	・3か月前と比較し、新規求職者数は増加、有効求職者数は微減となっている。これは、有効求人倍率は微増したことにより、就職率がやや低下したためである。
	□	民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・採用に意欲的な企業が目立ってきている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣会社に登録するスタッフが少なくなっており、人材確保のための経費が発生している。
	▲	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・県庁所在地ではない小規模地方都市では、特に飲食・サービス業関係で、若年労働者が不足しており、時間帯や曜日によってはスタッフが見つからず、時短営業や休業となるところが複数見受けられる。コロナ禍で働き手は自分に合った就業先を選択しており、人員が充足するには時間が掛かる見込みである。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・民間の広告が明らかに減少している。
	×	—	—	—

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・飲食店向けの販売では、高単価の商品がよく売れている。商品を値上げしたにもかかわらず、販売量は落ちず、むしろ増えている。
(九州)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・これから母の日や父の日があり、客の動きが大きくなる。その影響を受けると予想されるため、景気は良い方向に動いていく。
	◎	衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・外出用の洋服をトータルコーディネートして購入する客が増えており、売上が伸びている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客以外にもレストランや宴会利用の来客数が大幅に増加しており、景気に大きく影響していると実感できる。
	◎	通信会社（営業担当）	それ以外	・繁華街も新型コロナウイルス感染症発生前と同様ににぎわいがあり、インバウンドも見受けられる。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・例年だと12月から2月が閑散期であるが、閑散期とは思えないほどの来客数である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・就職や卒業で行事が多いため、人通りが多くなっている。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ引き下げられるため、集まりや人通りに変化が生じており、飲食店にも客が戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が微増したため、買上数量が増加し、客単価が上がっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月からのマスク着用ルールの緩和や新型コロナウイルス感染症の分類の5類感染症への引下げなどがあり、明るい材料が垣間見え、来街者数増加につながっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が発生して4年目に入り、当県では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため来街者数は増加し、販売量も伸びている。客の様子も春先となり明るくなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少やマスク着用の仕方が見直され、商店街にも活気が戻っている。しかし、生活必需品の値上がりにより購買には慎重で、客単価も上がらない。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・3か月前と比較するとかなり気温も上がり、当地市場への入荷量も増え、相場は落ち着いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・今までの最悪な状況であったために、回復している事業者は余りなく、店により景気に差が出ている。全体的には回復傾向ではある。
	○	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・インバウンドや国内旅行の客が、平日も多くみられるようになっている。
	○	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・来客数は、日々前年を超えている。一方、物価高騰などの影響もあり、売上は期待していたほどはない。
	○	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束の兆しがみえ、マスク着用ルールの緩和もあり、化粧品・婦人衣料の売上が好調に推移している。催事等も動員が良くなり、飲食も好調に売上を伸ばしている。しかし子供服関連が若干、苦戦している。
	○	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、新入学の学生服採寸客や友の会、全店催事で店頭への来客数が増え、県内外からの観光キャンペーンやクルーズ船の来港もあり、街のにぎわいが回復している。また、商品価格の上昇で、慎重な買物傾向は続いているが、全店特招会や物産展の人気商品、ホワイトデーギフトや自家需要に加え、県特産品の焼き物、土産や記念品贈答用も増加している。加えて、当地のスポーツイベントの効果でスポーツ関連や紳士婦人雑貨も好調に推移しており、化粧品、子供用品など自家需要商品の購入単価や客単価も好調である。食堂・喫茶を含め家族で買物を楽しむ姿が増えている。
	○	スーパー(店長)	販売量の動き	・売上は順調で、食品を中心として計画どおりに推移している。
	○	スーパー(店長)	来客数の動き	・マスク着用が個人の判断となり、新しい生活スタイルを取り入れながら各業種共に業務や人流が活性化している。花見シーズンでもあり来客数の増加は、顕著に表れている。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・3か月前は客単価の伸びにより売上が増加していたが、このところ客単価は横ばいである。しかし、来客数が順調に伸びており、景気が上向いていることを実感している。インバウンドの増加も、僅かに来客数増加の要因にはなっているが、まだ先行き不透明で喜べる状況にはない。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・気候が良くなり花見などで人が行動しやすい環境となっているため、外出の増加により来客数が増えている。
	○	コンビニ(経営者)	単価の動き	・コロナ禍からの景気回復や人流の戻りは確実に売上に表れている。しかし、生活防衛意識により無駄な買物は控えているため、買物点数は減少している。物価高騰で商品単価上昇分だけ売上が増加しているのが実態である。
	○	コンビニ(エリア担当・店長)	来客数の動き	・競合店が、深夜から早朝にかけて閉まっているため、その時間の来客数が若干伸びている。加えて、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の動向が活発になっている。
	○	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・年度末商戦のため、販売量が他の月と比べて増加している。前年比でも市場がやや活発になっている。
	○	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・今月もメーカーからの新車配給が順調に増加している。今期の決算は、前年比で増収増益を見込んでいる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	お客様の様子	・客の動向を前年と比較すると、特に新規の客の増加傾向がみられる。店の近くで海外企業による設備の建設が進んでおり、それに伴う建築要員の増加が要因と考えられる。今後もこの企業に関連した来客数の増加が予想される。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕(統括者)	来客数の動き	・インバウンドが増えている。
	○	高級レストラン(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、徐々に歓送迎会なども増え、加えて、国内外からの観光客の動きがかなりある。5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になった後の先行きは不透明であるが、現在の景気は上向いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕(経理)	販売量の動き	・3月の売上は好調に推移している。しかし、原材料や光熱費の高騰、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済開始などが直近の課題であり、給与所得への還元までには至っていない。インバウンド需要が戻ってきたことで、今後の推移に期待できる。
	○	観光型ホテル(支配人)	来客数の動き	・宿泊では全国旅行支援等もあり、今年度初めから新型コロナウイルス感染症発生前を大きく上回る利用がある。宴会等の自粛が緩和されたため、3か月前と比較すると歓送迎会や婚礼等の利用者や予約が増えている。
	○	都市型ホテル(スタッフ)	単価の動き	・インバウンドが順調に戻っており、単価も好調である。
	○	旅行代理店(職員)	来客数の動き	・全国旅行支援を利用した申込みが毎月増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り、歓送迎会や学校行事、コンサート、花見等通常に戻ったイベントが増加している。一方で、国内外の旅行者も増加しており、物価高ではあるが活発な人流である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和され、人の動向が良くなっており、県外客のタクシー利用が増加している。
	○	観光名所(職員)	来客数の動き	・市内のホテルや飲食店の来客数が、明らかに増加している。
	○	ゴルフ場(従業員)	お客様の様子	・比較的高価格な商品の購入や土日祝の予約数の状況から、景気はやや良くなっている。
	○	美容室(経営者)	販売量の動き	・気候が良くなり行楽へ外出する人も多くなるため、客の動きは良くなっており、3か月前と比較すると状況は良い。
	○	美容室(店長)	お客様の様子	・行動規制が緩和されているため行動しやすくなり、卒業式や演奏会など来客数も少しずつ増加している。
	○	その他サービスの動向を把握できる者(所長)	お客様の様子	・賃金引き上げも決定し、年度末の損益も数年ぶりに黒字転換しているため、若干上向きになると期待している。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・季節商材を扱うため、3月から4月は3か月前より物の動きは良くなるが、必需品購入であるため状況に変化はない。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・2回にわたる火災の復興が遅れているため、以前のような売上には戻らないのではないかと懸念している。
	□	百貨店(経営企画担当)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が前年の3月に解除されたことが影響し、今月の来客数は前年を上回っている。一方で、行動規制のない春休みとなり、旅行等に消費の割合がシフトしていることが想定され、客単価としては前年を下回っている。
	□	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・行動規制やマスク着用が個人の判断となる等、新型コロナウイルス感染症に対する向き合い方が変わってきている。この3、4年の行動習慣や心理は、すぐには新型コロナウイルス感染症発生前に戻らないと考えている客が多い。
	□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・値上げの影響もあり、売上は前年を上回っているが、買上点数が前年を下回っており、消費者の財布のひもが固くなっていることがうかがえる。
	□	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)による来客数減少や花見での増加など期間ごとに増減が激しい。値上げが一段落し、都市部では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少して販売量が戻っているが、それ以外では厳しい状況が続いている。
	□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・物価高による買い控えが発生している。
	□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・値上げ状況への慣れはみられるが、来客数や買上点数が引き続き厳しい。
	□	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、客の動きは鈍い。
	□	衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・2、3か月前と比較すると春になり気候も良いため、新しい品物を購入する機運がある。そのことにより、集客はまずまずであるが、財布のひもは固く、品数や購買を抑えたりする傾向がみられ、難しい状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高騰により、客の財布のひもが固い状況が続いている。新型コロナウイルス感染症が落ち着き、来客数は戻ると予想していたが、むしろ悪化している。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・販売量は余り変動しておらず、ほぼ前年と同様に動いている。
	□	住関連専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の値上げが止まらず、来客はあるものの購入には至らない。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月は多少客が増えている状態である。前年、前々年と比較すると回復傾向がみられるが、新型コロナウイルス感染症発生前のように、歓送迎会などが多く行われることはない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いているが、相変わらず企業の団体利用はない。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、そろそろ旅行を計画する人が増えており、社内旅行や同窓会なども少しずつ予約が入っている。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・コロナ禍から徐々に回復し、販売量は横ばいである。しかし、オンラインへの移行などにより、以前と比べ人出は減っている。
	□	美容室（経営者）	販売量の動き	・12月は美容室にとって、繁忙期である。例年3月も忙しい時期ではあるが、今年は売上が良くない。倒産した話もよく聞いている。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が現在でも続いており、客が増加していない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築に関する材料や製品の単価が依然として上昇しているが、仕事の対価である収入は上昇していない。加えて、生活必需品の価格上昇も続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来客数が前月と比較すると、増加している。人の動きが出ており、景気も若干良くなる。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・客の動きや販売では、大きな変化がない状況が続いている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、経済が上昇していると報道されているが、実情は決してそうではなく、企業は今までの債務を補おうと経費を徹底的に見直している。そのため、年度末で忙しい状況ではあるが、景気は後退傾向である。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・物価高騰により、値上がりする商品をまとめて購入する客もいるが、当店では値上げせずに営業している。急いで購入する必要がないため、来客数は減少しており、景気の回復までに時間が掛かると予測される。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・電気料金等が家計を圧迫しており、生鮮食品を始め、嗜好品など買い控えの動きが鮮明になっている。買上点数の減少は顕著となっており、商品価格の値上げによる出費上昇分を、購買品数を減らすことで抑えている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が収束したため、来客数が少し伸びている。しかし、商品の相次ぐ値上げにより、買上点数が減少するなど、客の動きに多少変化が生じており、売上は前年を下回っている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・春の移動マーケットが盛り上がり、また、新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩んだ影響で、旅行等に客が流れている。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・新しい生活様式へ向かっており、悪い状態ではないが、売上は前年より落ちているのが現状である。前年はまん延防止等重点措置が解除されたばかりで、本年は主要店舗の改装等特殊な事情はあるが、そこを除外すればおおむね順調な推移が見込まれる。
	▲	通信会社（役員）	それ以外	・地方での生活に必要な車の燃料費が高止まりしている。複数の自家用車を所有している家庭では、家計への負担が大きい。加えて、生活必需品の値上げが続いている。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントの来場者が少ない。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・3月はシングル需要の時期で、ある程度の売上は見込める予定であったが、残念ながらそのような盛り上がりはなく、現状では悪い状況になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	住関連専門店 (従業員)	お客様の様子	・来客数が減少しており、客は高単価の商品を見る様子が圧倒的に少なく、催事でも単価が上がらずに苦戦している。
	×	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・例年では販売量が増加する時期であるが、今年は伸びていない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、人出も活発になっている。また今月は年度末であるため、全般的に客である企業や事業関係は、非常に良い月になっている。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・機械部品切削加工で受注量が伸びてはいるが、ほぼ1社のみ受注で他の客から引き合いや発注が少ない。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束で、取引先の動きが活発となっている。
	○	金融業(従業員)	取引先の様子	・住宅や家電の販売はほぼ横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加し、飲食店を始め旅館・ホテル等の売上也持ち直している。また、賃上げに踏み切る企業が次第に増加するなど、雇用環境も改善している。
	○	金融業(調査担当)	取引先の様子	・建設業など一部の業種は低調であるが、人流増加の恩恵を受ける業種は着実に回復している。長らく停滞している自動車製造業についても、依然不安定な状況ではあるものの、生産に改善がみられる。
	○	金融業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、マスク着用も個人の判断となっており、観光業や飲食業等の利用者の動きは戻り、売上は上昇している。
	○	新聞社[広告](担当者)	受注量や販売量の動き	・広告出稿が増えてきている。
	○	広告代理店(従業員)	受注量や販売量の動き	・毎年2月は売上が落ち込んでいるが、今月は前年比で若干増加している。新型コロナウイルス感染症の影響がまだ残っているが、景気全体としては少しずつ上向いている。
	○	経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・企業が人材教育に対して投資を増やしている。
	○	経営コンサルタント(社員)	取引先の様子	・食品の値上げの影響で買い控えや節約傾向になっており、品物を慎重に選んでいる。一方、インバウンドが増え、酒の需要や売上は増加している。
	□	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年3月は移動シーズンで注文が多く、前年もコロナ禍ではあったが売上や利益は計画以上であった。しかし、今年は鳥インフルエンザの影響で、原料となる鶏が計画どおりに入荷せず、注文が多いにもかかわらず、工場生産が進まず、売上が危機的な状態である。近年にない深刻な状況で、大きなチャンスロスを招いている。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・原材料は不作であるが、商品の需要は比較的多い。しかし、原料価格の高騰により商品価格も上昇したため、荷動きが控え気味になっている状況である。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・低迷していたイベントや飲食店営業が復活しつつあり、売上も回復している。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の体制が変わると同時に、協力工場の構成が若干変化すると考えられる。しばらくはこの状態が続く、取引先である協力工場の新しい体制により、若干受注量や生産量の変動が見込まれる。
	□	輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・倉庫の問合せが相変わらず多く、業者からは値上げに関する連絡も増えている。新型コロナウイルス感染症の規制緩和による人の動向や4月からの一斉の値上げに対する駆け込み需要などで、出荷量は多い。
	□	金融業(調査担当)	取引先の様子	・商業施設の客足には徐々に回復の兆しがみられる。住宅着工では、新築戸建て住宅に勢いが無い状況が続いているが、リフォームの相談は増加傾向にある。また、雇用面では建設業の人手不足が特に強い。
□	不動産業(経営者)	取引先の様子	・金融機関の会話では、資金繰りに苦戦している人が増えている状況である。	
□	広告代理店(役員)	受注量や販売量の動き	・顧客からの発注数や予算規模は横ばいである。	
□	経営コンサルタント(社員)	競争相手の様子	・活発な活動はみられず、引き合いもない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービス業 [物品リース] (職員)	取引先の様子	・物価の高止まりや金利上昇の局面にあり、3か月前との比較では変動はない。
	▲	繊維工業 (営業担当)	それ以外	・大企業の賃金上昇は大きなプレッシャーである。資材はますます高くなり、経営の取組が難しくなるばかりである。利益がでなければ、企業としては成り立たないため、先行きが懸念され、閉店が脳裏をよぎっている。
	▲	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・主要取引先の生産調整基調に変化がない。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・半導体関連は、在庫調整などで減産傾向である。
	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・前年から若干上向いているが、半導体関連では9月まで受注がなく、生産が落ちている状況である。
	▲	建設業 (社員)	受注量や販売量の動き	・県工事の第5回発注予定では、令和5年度の第1四半期の発注予定が発表されているが、発注時期が未定であるため不安な状況である。繰越工事が多いことは非常によいが、発注される時期を確認しておきたい。
	▲	輸送業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・中国経済の回復が遅く、米国の景気も悪いため輸入や輸出が低迷している。さらに、新型コロナウイルス感染症が発生した際は、港での労働力不足もあり海上運賃が高騰していたが、現在はコンテナに入れる品物がなく、海上運賃が下落し輸出・輸入に頼る会社は厳しい状況である。
	▲	金融業 (営業)	取引先の様子	・物価高騰の影響は大きく、値上げ幅は許容範囲を超えている。1年前に見積りを取った外壁修繕工事は、改めて見積りを取ると2倍になっており、計画どおりにビジネスが進まない状況が起こりつつある。
	×	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	取引先の様子	・市町村からの調査や計画、設計の委託業務を請け負っている。例年、3月に次年度の業務のプロポーザルや入札の案内が多く出されるが、今年度は件数が少ない。市町村で該当する業務の予算が少ないことが要因と考えられる。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・2023年3月卒の4年生が卒業し、就職戦線は2024年卒の4年生に移行している。彼らの動きは、前年より約1か月早くなっており、九州でも既に内定が始まっている。一方で、企業の求人数が増えたこともあり、学生のエントリー社数が減っていることと、合同企業説明会の参加人数も減っている。
	○	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・派遣の新規問合せや直接雇用を前提とした話が増えている。また、求職者の動きも活発になり、長くエントリーにならなかった案件などにも問合せがあり、案件の進捗率が上がっている。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・イベントや宴会が増えており、その影響で受注も増加傾向である。
	○	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・新規求人数が増えており、欠員補充や増員で採用する企業も増加している。以前は、既存社員で対応していた企業が多かったが、今は雇用を希望している。また、派遣登録で予約が入るが、仕事が決まり登録をキャンセルする人が増えている。
	○	求人情報誌制作会社 (編集者)	求人数の動き	・街に人が多くなっており、街を歩いていると韓国語をよく耳にしている。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・3月にマスク着用が個人の判断となり、人の流れや飲食を始めとする消費行動は活発さを増している。ホテルや商業施設も多くの人でにぎわっている。
	○	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・求人数は前年比増加で推移しているが、求職者についてはこれまで反応が鈍かった。しかし、前月は求職者数が前年を上回っており、それに伴い、紹介件数や就職件数も増加となり、転職も増えている。
	○	学校 [大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・2024年卒求人数は、前年との比較では増加している。企業の採用活動も活発に動いており、業種によっては、採用人数を大幅に増やす企業もみられる。また、既に内定を得ている学生も見受けられる。
	□	新聞社 [求人広告] (社員)	周辺企業の様子	・旅行や宿泊施設の広告は、回復傾向が鮮明になっている。国内のみならず、海外旅行の広告も復活しており、新型コロナウイルス感染症発生以降休止していたクルーズ船の広告も掲載が続いている。これまで行動を控えていた高齢者の動きが戻りつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・在職中の求職者数が増加している。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計動向関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・インバウンドの制限もなくなり、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。	
	◎	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・1人当たりの買上点数は前年割れも、来客数が前年比で4%増加と好調に推移しているため、買上点数減少をカバーし前年比で売上増加となっている。商品の値上げもうまく価格転嫁できたことも売上増加の要因となっている。	
	◎	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・今月よりクルーズ船寄港が本格的に再開され、特に免税販売量が前月、前々月よりも伸びてきている。	
	◎	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前並みに入客数が急激に増えている。特に大口の20～50人の予約が入り始めている。	
	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの12月の販売室数が前年比44%増加なのに対して、3月の販売室数は前年比194%増加と、プラス幅が大きくなっている。	
	○	百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・マスク着用ルールが緩和となってもいまだ8割程度は着用している。極端ではないが化粧品の下地や口紅の新色の動きが目立ち、マスクを外す準備が始まっていて、化粧品の売上が伸びている。	
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・観光客が増えてきている。特に週末の来客数が増加している。	
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・春休みシーズンとあって、観光客が増えている。それに伴い来客数も伸びている。	
	○	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・マスク着用も任意で、全国旅行支援もあるため、相乗効果で来客数が増えている。	
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊部門は全国旅行支援、スポーツキャンプもあり客が増えている。料飲部門も少しではあるが宴会などの利用が増えている。ただし、人件費の増加、食材費の増加もあり利益は出ていない。売上も新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度である。	
	○	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・分譲マンション見学会の来客数が増加している。新築アパートの見学会も客足が良く、新型コロナウイルス感染症発生前の状況になっている。	
	□	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。商品の値上がりにより、必要最小限のものしか買わない印象を受ける。	
	□	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・イベント時の集客は変わらない。	
	□	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・この3か月で特に急激な変化はない。	
	企業動向関連 (沖縄)	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年末から1月にかけては、販売台数は上向きに販売台数は伸びていたが、2月より失速し前年、前々年共に大きく実績を下回った。
		▲	旅行代理店（マネージャー）	お客様の様子	・物価上昇とともに旅行商材が値上がりし、そのまま旅行代金に反映されてしまっている。見積りまでは進むが旅行代金を見て断念することも見受けられるようになってきている。
		▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量が前年の約70%と大きく落ち込んでいる。光熱費や日用品が値上げされるなか、携帯電話のような高価格商品の買換えは後回しになっている。
▲		住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・個人住宅建築や投資物件に関する相談件数が減少している。	
×		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は少し落ち着いているが、来客数がまだ戻っていない店も多々ある。もうしばらくは厳しい状況が続くのではないかと。	
企業動向関連 (沖縄)	◎	—	—	—	
	○	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・前月に続き日本人観光客の増加に加え、アジア系を中心とした観光客増加も増加し、土産関連への売上が好調を維持している。	
	○	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が上昇傾向にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	輸送業（経営企画室）	それ以外	・マスク着用の方針変更やクルーズ船の受入再開など、新型コロナウイルス感染症による制限がもろもろ解除になっており、ようやく収束の兆しをみせている。新型コロナウイルス感染症の収束を見越した物流倉庫がしゅん工しており、また、今後着工していく物流倉庫もあり、物流関係は景気が良くなっている。
	○	会計事務所（所長）	それ以外	・コロナ禍も落ち着き全国旅行支援もあり、県内への入域者数も増加している。
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼は民間工事が若干増加しているが、原材料価格の高止まりで収益面は厳しい状況が続いている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・観光業中心に経済が回復しており、その影響で関連の業務増加のため派遣依頼も増加している。
	○	人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・沖縄の中小企業でも賃金改善が進み、雇用が安定していく。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・コロナ禍以降、最多となる求人数となっている。求人数の底となった2020年5月と比較すると約2倍の件数まで回復している。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前である3年前の2020年3月と比較では85%と、当時の求人数までには届いていない。物流業界、建設業界、医療、介護業界は新型コロナウイルス感染症発生前よりも求人数は多くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数だけみると新型コロナウイルス感染症発生前より多い月もあり、また人手不足のため少しずつ賃金上昇の傾向がある。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・求人数も前月同様増えているが、求人1件に対する採用数も増えている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・食品含めた物価高騰が顕著に感じられるようになってきている。
	▲	—	—	—
×	—	—	—	