

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (近畿)	◎	商店街（代表者）	・週末の入出が大きく増えている。
	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・世界で信用できる国家は日本だけということが明確になったため、先行きの経済にも期待が持てる。
	◎	百貨店（サービス担当）	・コロナ禍での行動制限が緩和されたゴールデンウィークとなり、来客数の増加が見込まれる。また、外国人観光客の増加傾向により、売上の拡大に期待できるほか、リニューアルオープンしたショップも売上が伸びているため、しばらくは好調な業況に変化はない。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、マスクを外す人が増え、ファッション関連の伸びが期待できるほか、コスメ関連の売上増加も見込まれる。また、外国人の来客数も月ごとに増える予想され、インバウンド売上の伸びも更に加速すると予想される。今後は消費の明るいムードが期待される状況で、特に自分のための消費が増える。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行、全国旅行支援の継続、中国からの個人旅行の増加などで人流が活発になり、消費にも好影響が出る。社会や経済に対する一定の効果が予想されるが、物価の上昇が続くことで、消費の2極化が顕著となる可能性も高い。
	◎	百貨店（外商担当）	・インバウンドの増加傾向が続くが、中国本土からの客が本格的に回復すると、以前の状況を一気に上回る動きとなる。
	◎	コンビニ（経営者）	・東南アジア系のインバウンドが増える傾向にあり、2019年並みの売上となりそうである。
	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が、観光や飲食需要の押し上げにつながる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・外国人の団体客による利用が好調であり、個人客も全国旅行支援を利用した宿泊が多い。宿泊の好調に伴い、朝食の利用率も良く、収入の増加につながっている。食堂もランチ、ディナー共に満席になることが多く、スタッフの確保に追われる日々が続いている。さらに、宴会の利用も単価が上がっており、予約率も好調である。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド客が今後更に増加する傾向にあり、国内需要と併せて、市場の先行きには期待できる。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・全国旅行支援の延長も決定し、6月までは稼働率などが引き続き上昇する。一方、社員の退職もあり、客の受入体制が厳しい状況に変化はない。
	◎	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、3世代での旅行を中心とした家族旅行が増える。
	◎	観光名所（企画担当）	・この3～4月の来場者数は以前の状況に近く、国内客の来場者数はほぼ元に戻った状態といえる。この状況が続く、更に中国人客が戻れば、以前の来場者数に近づくと予想している。
	◎	遊園地（経営者）	・コロナ禍で抑制されていた人の動きが、3月中旬以降は明らかに活発になっている。これまでのような疑心暗鬼の雰囲気はなく、本格的に明るい見通しを持ち始めている。
	◎	美容室（店員）	・海外やイベントなどに出掛ける話題が増えている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外からの旅行者が以前の水準に戻り、にぎわっている。
○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・このままコロナ禍が落ち着き、インバウンドや国内客の動きが活発になれば、飲食店関係はにぎわう。ただし、今の飲食店の人手不足はかなり深刻で、店舗によっては客を逃している部分もかなり多い。また、物価の上昇がこれ以上続けば景気が低迷する。	
○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・人の動きが良くなり、贈答品の動きも以前と比べると動きも良くなっているため、これからのお中元商戦が楽しみである。	
○	百貨店（売場主任）	・以前のライフスタイルに戻りつつあり、売上は回復傾向にある。ただし、以前のように商品は売れておらず、商材によっては全く上向いていない物もある。徐々に良くなっているが、所得が増えないなかで物価の上昇も進んでおり、大幅な改善は考えにくい。	

○	百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークを境に、これまで動き出しが慎重であった客も、国内外を含めて段階的に動き出す。大企業の賃上げ効果が、物価の上昇に対してだけでなく、ボーナスにも反映されることで、夏に向けて消費が活発化する。
○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客は、まだ本格的には回復しておらず、今後の更なる回復に期待している。一方、国内客の旅行需要も拡大するなか、今まで好調であった富裕層の売上がどうなるのか、ゴールデンウィーク期間中の売上に注目したい。
○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、行動規制がなくなることで、客の消費意欲が高まる。また、中国からの旅行者が入国規制の緩和で増加し、インバウンド売上が更に伸びると予想される。
○	百貨店（宣伝担当）	・今年のゴールデンウィークは旅行予約の好調が報じられるなか、百貨店の来客数も増えると予想している。その後も中国本土からの訪日外国人客の増加を見据え、商材の確保や販促策を実施していることから、売上の増加が見込まれる。
○	百貨店（マネージャー）	・食品の販売では、一部の小売価格の上昇による影響がみられるものの、全体的には顧客心理の改善が進んでいる。それに伴い、徐々にゴールデンウィークでの消費が活発になり、ハレの日関連でも母の日商戦に期待が持てる。また、本格的なインバウンド需要の回復が見込まれるなか、価値観の変化による選択消費が進むことから、更なる質の向上がポイントとなる。
○	百貨店（売場マネージャー）	・5月前半に新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。その際、マスクの着用などの緩和が期待され、店内での飲食や試飲、試食のほか、化粧品などの試用なども積極的に実施できる。それに伴う買上率の上昇や来客数の増加により、売上の増加が見込まれる。
○	百貨店（販売推進担当）	・国内需要の動きは堅調であり、中国人旅行者が増えてくれば、売上は純増となる。
○	百貨店（マネージャー）	・月を追うごとに来街者が順調に増えている。来街者の中心はインバウンドを含む観光客であり、これまで余りみられなかった中国人客がようやく増えている。
○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィークで消費に弾みがつき、賃金の増加による恩恵も時差で現れてくるため、今後は徐々に景気が回復に向かう。
○	スーパー（企画担当）	・行動制限も大幅に緩和されるが、家での食事の需要は底堅い。気温の上昇に伴って、需要が増える商材を確実に提供していくことで、売上の確保が見込まれる。
○	スーパー（社員）	・買上価格の上昇は、コロナ禍の落ち着きや例年以上の賃上げにより、引締め傾向にあった支出がやや緩んできた影響である。この傾向が続くことを期待している。
○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の影響はほぼなくなり、以前の来客数の水準に戻ることが予想される。また、インバウンド需要も増加が見込まれ、値上げ効果による客単価上昇とあいまって、売上の増加が期待できる。
○	コンビニ（経営者）	・今の状態が続けば、回復の動きが進む。
○	コンビニ（経営者）	・賃金が増える影響もあり、飲食やレジャーを中心に、コロナ禍で止まっていた業種の客足が戻り始める。
○	コンビニ（店員）	・徐々に暖かくなることで、冷たい商品が売れ始める。
○	衣料品専門店（店長）	・仕入コストがまだ上昇するなか、販売価格に少し影響が出始めているが、販売は3か月や6か月のスパンでみると、少し上向くように感じている。
○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、良くなることを期待したい。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・観光客の増加や、近隣企業での出勤率の上昇が予想される。
○	衣料品専門店（販売担当）	・インバウンドの増加で、少しずつ回復が進むと予想している。
○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果で、省エネ型給湯器の販売台数やリフォーム案件の増加が期待できる。
○	家電量販店（企画担当）	・ゴールデンウィークを目前に、旅行や観光、飲食といったレジャーや行楽消費がしばらく続くほか、インバウンド消費も急激に増えることが予想される。

○	家電量販店（人事担当）	・夏の暑さと省エネへの意識により、高額製品の販売が伸びる。ただし、コロナ禍の収束に伴い、観光や旅行、屋外での活動が活発になることで、家電の購入に対する意識の低下が懸念される。
○	乗用車販売店（経営者）	・少しずつメーカーからの新車の供給が増えている。前年比でも市場の動きがやや活発になっている。
○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・賃上げなどの影響が少しずつ出てくるほか、コロナ禍による外出の自粛行動も大幅に緩和される。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・行動制限がなくなって開放的になり、この数年間はできなかった行動が再開する。例えば、買物や旅行、食事会が増えると予想され、それに伴って支出も増えるため、経済がスムーズに回っていく。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・外国人客の増加のほか、行事やイベントの復活でモチベーション需要の上昇につながる。
○	高級レストラン（スタッフ）	・今後は更に海外客も増えると予想される。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が拡大すると、来客数はまた減少するが、今は少しずつ来客数が増えている。物価が上昇しているため、今までは価格の高い商品は注文が少なかったが、徐々に増えている。
○	一般レストラン（店主）	・様々な行事やイベントなどで、人や社会が動き出している。旅行者も増え、観光地のにぎわいも徐々に戻ってくる。
○	一般レストラン（企画）	・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、日常生活や店舗からコロナ禍の影響がほぼなくなり、外食需要が高まる。ただし、原材料価格の高騰や人手不足などで、経営環境は更に厳しくなると予想される。
○	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍の話題が完全に消えるまでは、いろいろな変化があると予想されるが、いずれは収束する。
○	都市型ホテル（管理担当）	・水際対策の緩和でインバウンドが順調に増えている。今後もインバウンド需要が増えるため、売上の増加が期待される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・給与の増加による影響を含め、ゴールデンウィーク以降の動きが期待される。
○	都市型ホテル（総務担当）	・5月8日以降はかつての日常に戻ることで、宴会やレストランの需要回復に期待できる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、あらゆる面で開放的になり、しばらくは消費の増加が続くと予想される。
○	旅行代理店（従業員）	・人の移動が増えることで、消費も拡大する。
○	タクシー運転手	・コロナ禍の収束に合わせて、新たなビジネスが生まれている。人工知能などの導入で景気が上向き要素が増え、競争が更に激化しているが、サービスを向上させてレベルアップしていきたい。
○	通信会社（社員）	・夏商戦に入り、新機種の発売も始まる。キャリアも施策の転換を行ってきたため、販売の増加を期待している。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場状況は順調に推移しており、仕入価格や電気料金の上昇も落ち着いてきている。収支の改善を考慮すると、やや良くなると予想される。
○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・桜や新緑の季節であり、施設周辺での外国人観光客も以前と比べてかなり増えている。広場でのイベントや出店などにも活気が戻り、にぎわいを見せている。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を受けて、観光需要が高まると期待される。また、現在は少ない、中国からのインバウンドの増加にも期待できる。
○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
○	住宅販売会社（経営者）	・市中の観光客も外国人が特に目立って増えており、インバウンドによる需要の押し上げが期待できる。
○	住宅販売会社（総務担当）	・成約客との打合せも加速しており、回転も良くなっている。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・ウクライナ情勢など、周辺環境が落ち着かなければならないほか、政府の政策が今一つである。
□	一般小売店〔花〕（経営者）	・生活必需品の値上げが相次ぎ、消費が落ち込むほか、経費の増加で利益も増えない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・中国からのインバウンドに対する、水際対策の大幅な緩和がなければ、大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する消費者の警戒心は、かなり緩くなってきたと感じる。ただし、物価の上昇による買い控えが多く、販売数は伸び悩んでいる。これから数か月先も、この状況が変わると思えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品が動かないということは、景気は良くなっていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・ウクライナ情勢の影響もあり、食料品やエネルギー価格の高騰による大幅なインフレが懸念され、景気の足を引っ張る可能性がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・人流は増えるが、生活防衛意識が続くことで、大きな売上の増加は見込みにくい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・資源価格の上昇などに端を発する、食品などの物価上昇の傾向については、今後もしばらく続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・夏に向けて、消費行動の大きな変動要素は少ない。継続する値上げへの防衛反応は強まるものの、外出やレジャー関連などには旺盛な消費も期待できる。日常的に価格への反応がシビアになる分、目玉価格の商品などによる来店促進効果に期待が持てる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後に期待したいが、物価の上昇が続くなか、大きく消費が跳ねることはない。また、都心への人の移動が活発化する一方、郊外の店舗は現在と変わらず、停滞が続く。最近では郊外のモールでも、テナントの入替えがうまく進んでいない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、消費マインドは上向くものの、原材料価格の高騰による値上げの動きは続くため、大きな伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・社会情勢などの不透明な部分が大きいため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、顧客の購買意欲がますます旅行やレジャー、イベントといった分野にシフトするため、当社の扱う実需商品はほぼ横ばいの推移となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・インバウンドは少し増えると予想している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇による影響が続いており、販売数量の減少を販売単価の上昇でカバーできず、売上の減少が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・3か月後の夏休み、お盆関連の需要は、リゾート需要の復活で大きく伸びるが、食品を中心とした商品は、値上げの影響もあって苦戦が予想される。結果的に、現状からは大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・値上げばかりであるが、ゴールデンウィークもあるため期待したい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新たな競合先の出店予定もなく、当面は現状の動きが続きそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、以前の状況にほぼ戻る。既に外食や宴会需要も戻りつつあるほか、内食傾向は完全に元には戻らないものの、減少が見込まれる。今後、賃上げの好影響と物価の上昇によるせめぎ合いにより、スーパーの売上は左右されるが、少し良くない予測をしている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・5月は4月と同様に行楽需要が見込まれるが、財布のひもは今後も固いと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・来月頃からアジアからの観光客が増えそうであり、売上の伸びは観光客頼みとなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価や光熱費が上がり、家計が圧迫されている話もよく耳にするため、買物が控えめとなる状態がしばらく続く予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・止まらぬ物価の上昇で、この先にどのような影響が出るかは不透明であり、景気の回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣でショッピングモールが建設中であり、その工事関連の客が買物に来てくれている。まだしばらくは工事が続く予定のため、現状の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・来客数が以前の水準に戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・変わらないというよりも、先のことはまだ分からない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク明けの見通しの悪さも気になるが、徐々に店をたたむ業者が出てきたことが気掛かりである。今後、売上に変化がなければ、更に状況は悪化する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・アフターコロナで国内経済は動き始めるが、海外の紛争は全く終息する気配がない。また、米国と中国の関係もますます悪化しており、世界の景気はしばらく低迷すると予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数が少し落ち着くと聞いているが、納車が追い付いていない分、高位安定の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・中古車相場も下落しているため、当面は市況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・電気代、ガス代を始めとする全ての物価が安定し、徐々に下がってくれば、少し景気も変わってくる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・人の流れはこれから戻ってくるが、宝飾品に興味を持ち、購入に至るまでのきっかけは見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・まず、円安を止める必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などの動きは顕著に上向いている。コロナ禍の収束と気温の上昇により、外出機会が増えた影響と考えられるが、花粉症関連の動きは低調で、インバウンド需要も現時点では大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・様々な物価の上昇により、制服類の買換え頻度が減っている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気は回復傾向にあるが、コロナ禍での習慣もあり、飲食店の店舗によって来客数に差がある。また、物価の上昇による仕入コストや販売価格への影響のほか、家計でも賃金格差や物価の上昇により、外食への負担にどう対応するかが懸念される。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・リベンジ消費に期待しているが、当地域では外国人客の利用が少ないため、国内の旅行者が増えなければ売上の増加につながりにくい。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・直前の予約よりも、もう少し前からの予約が増えてきたため、先行きに期待できる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	・前月は良くなる見通しを持っていたが、5月の予約率が50%で、6月も想定以上に予約が少ない。ゴールデンウィークも予約が勢いよく入るとは思えず、苦戦しそうである。全国旅行支援が仮に延長されたとしても、少しマンネリ化している状況では大きな動きは期待できない。レストランは団体客が少しずつ増えているが、ここ数か月は余り大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・引き続き海外旅行の相談はあるが、以前と比べて旅行代金が高い。検討客は多いが、受注が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・物価の上昇への対策が打ち出されないなか、国内客の落ち込み分を、インバウンドの増加で取り返す状況が続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・世間では賃上げの動きが広がっているが、生活物資の値上げが賃上げ以上の勢いで進んでいる。タクシー代についても、関西では値上げの話が出ている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・観光客が増えているため、良くなる。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・全国的に売上はピーク時よりも少し減少傾向にあるが、年度が替わった4月も、安定した売上を維持できている。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響を見極める必要があるが、しばらくは高止まりのまま推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・食品などの継続的な値上げで、消費マインドが低下する懸念があるほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後の状況も不透明である。世界情勢も金融不安やウクライナ危機などで不安定であり、方向感が読めない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・5月8日以降、新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。プロ野球の試合やコンサートも、以前の状況に戻ることを期待している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・これからは人件費の上昇による影響が心配される。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築資材価格の高騰で、各社は新築住宅の価格を上げざるを得ず、この4月に再度値上げした企業もある。客の間では、様子見の動きが当分続きそうである。

□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・今後も堅調な推移が続くと予想しているが、当面の悩みは慢性的な人手不足である。これが改善できなければ、機会損失はなくなる。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・物価や不動産価格の高騰を消費者が強く感じており、短期間での改善は見込みにくい。
▲	商店街 (経営者)	・買い控える客が増えるなか、各商店の販売努力がみられない。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・客との会話では、まだコロナ禍関連の内容が多い。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による変化や、感染第9波の到来の有無など、どちらかという明るい話題ではなく、後ろ向きの内容が多い。気持ちが上向きになり、買物を楽しむという雰囲気は今のところはないため、景気が良くなるとは思えない。
▲	スーパー (開発担当)	・生活必需品の値上げが止まらず、賃金も上がらない。この状態でどのように景気が良くなるのか、政府の景気対策も明確ではなく、先行きが不安である。
▲	家電量販店 (店員)	・必要最低限の商品の動きが続くなか、ボーナスが支給されても高額な家電商品の購入には至らない。貯蓄に回すケースが増え、景気は悪くなると予想される。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・値上げは大半の企業で行われたが、それが消費に回っていないように感じる。
▲	住関連専門店 (店長)	・初夏の頃には、新型コロナウイルス感染症の関連融資の返済も始まる。出費やコストは増える方向にある一方、売上が伸びる明るい要素は見当たらない。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・4月以降も値上がりする商品やサービスが多い。今後も、物価上昇による企業業績や個人の消費行動への影響が、徐々に広がると予想される。
▲	一般レストラン (店員)	・全ての商品が値上げとなるなか、外食をする余裕が出ない。
▲	その他飲食 [自動販売機(飲料)] (管理担当)	・光熱費の上昇による家計の圧迫が今後は厳しくなる。ただし、半年間は国の補助があるため、落ち着いているように感じる。
▲	都市型ホテル (客室担当)	・5月はゴールデンウィークでの需要は見込まれるが、後半からは低稼働となることを見込まれる。6月以降は予約受注のペースは徐々に上向いているものの、基本的には伸び悩んでいる。
▲	通信会社 (経営者)	・原材料費や物価の上昇で利益が減少する。
▲	通信会社 (役員)	・2～3か月先は、携帯電話の販売は閑散期に入り、需要が落ち込む。
▲	テーマパーク (職員)	・異次元の少子化対策に伴う増税や、防衛費の財源確保の話などはまともに議論されず、先行きの見通しは厳しい。
▲	競輪場 (職員)	・前年の傾向と比べて悪くなりつつある。ただし、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で行動制限がなくなるため、期待したい。
▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・受講する教科数の減少のほか、今後は休会が退会につながるケースも増える。
▲	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)	・金利の上昇リスクの高まりや、物価の上昇によって景気は悪くなる。
×	一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・増税への懸念もあり、先行きは悪くなる。
×	一般小売店 [花] (店員)	・値上げが続き、客に経済的な余裕がなくなってきたため、必需品ではない花への支出は削られる一方となり、売上は減る。
×	衣料品専門店 (経営者)	・コロナ禍の影響で、客が服を買う習慣がなくなってきた。さらに、物価が上がっていることで、衣料品の購入にまで手が回らない。
×	衣料品専門店 (経営者)	・資産を所有している高齢者が、社会が変化するスピードに対応できていない。また、特殊詐欺グループによる死亡事件まで発生している状況から、ダイレクトメールの送付を断るケースもあるなど、販売環境の悪化が進んでいる。
×	家電量販店 (店員)	・価格の上昇による影響も気になるが、商品の安定供給ができない限り、改善は見込めない。特にリフォームに関しては、需要に対して供給が間に合わないなか、補助金関係の問合せ対応に追われる。
×	その他飲食 [ジャズバー] (店員)	・物価の上昇で何も買えなくなっている。

	×	通信会社（社員）	・地方では所得の増加の流れがなかなか出てこないが、物価の上昇は都会並みに進んでいる。多くの家庭で固定費の見直しが進んでいる。
企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・注文量に供給が追いついておらず、売上、利益共に抑えられていたが、供給先との協議で、将来的に十分な供給を確保できる目途が付いた。それに向けて準備を進めていくため、売上、利益共に増える見込みである。
	○	食料品製造業（従業員）	・コロナ禍の収束で人も増え、今まで中止になっていた行事も行われるようになる。
	○	繊維工業（団体職員）	・アフターコロナの動きが活発になり、経済が動き出すことを期待している。
	○	化学工業（管理担当）	・6月頃からは出荷量が増える予想している取引先が多い。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・需要に供給が追いついておらず、今後も底堅い推移が予想される。既に生産はフル稼働の状態であり、物価上昇の懸念は残るが、企業の賃上げも進んでいる。また、5月8日からは新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、更なる景気の回復が進むため、2～3か月後の景気はやや良くなる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の生産計画では、4月以降の受注内示も増加傾向で推移している。
	○	建設業（経営者）	・今後は、案件への問合せや受注が徐々に増えてくる。実際に受注残も増えており、後は施工会社の確保が急務である。
	○	輸送業（営業担当）	・今後は現在よりもサービスレベルを下げる計画であり、人手不足問題の解消を進める。
	○	金融業（副支店長）	・インバウンドが増加傾向にあり、業種によっては回復が進むと予想される。
	○	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状況が、前年から続いている。
	○	経営コンサルタント	・売上自体はそこまで回復しておらず、かつての状態に戻ると楽観している事業者は少ない。当社への相談も、減少した売上がどのような商品やサービスで補うかという内容が増えている。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人旅行者が増えており、いよいよインバウンド需要の回復が本格化する。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・現在の景気拡大傾向が続くと予想されるほか、中国などの訪日外国人に対する入国規制の緩和も見込まれ、インバウンド需要の急拡大が予想される。
	□	食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けの5月8日から、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、新規感染者数は少し増える予想されるため、外出する人の数はそれほど変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先のことは全く分からない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日常生活に戻っていくため、このまま好調な状態が続くと予想される。
	□	化学工業（企画担当）	・インバウンドの需要が増えた一方、コロナ禍による自粛の影響がなくなり、食品の需要が増え始めている。
	□	金属製品製造業（開発担当）	・受注が安定してくる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いが低調であるため、しばらくは厳しい状況が続く。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・悪いときは、悪いときなりの対応が進んでいる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価が上昇する状況は今後も続く。
	□	建設業（経営者）	・官庁関連の工事では、働き方改革により完全週休2日の作業所も増えている。一方、民間の工事では、人員を増やして工期内の完成を目指している。官民を問わず、完全週休2日が常識となることを願っている。
	□	輸送業（経営者）	・大して景気が良くなる雰囲気はないが、新たに申請する補助金の効果もあり、現状維持は可能である。
	□	通信業（管理担当）	・変動する要素が見当たらない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・景気の良い企業と、悪い企業の2極化がより鮮明になる。また、コロナ禍に伴う経済支援を受けた企業の全てが、借入金をスムーズに返済できるとはとも思えない。今後は債務不履行となる企業が激増すると予想される。

	□	金融業（営業担当）	・経済の回復には時間が相当掛かると予想され、それまで中小零細企業の体力が持つかどうか不安である。
	□	広告代理店（営業担当）	・しばらくは好調な状況が続くそうである。
	□	司法書士	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で動きやすくなる一方、値上げが止まらないため、節約志向が強まっている。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ゴールデンウィーク前にもかかわらず、周囲も忙しくならないまま、休みに入りそうである。
	▲	繊維工業（総務担当）	・原材料や製品の仕入価格の上昇に対し、販売価格の値上げが進んでいない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売方法の工夫や経費削減の見直しがなければ、売上は伸びず、経費も高いままとなる。
	▲	化学工業（経営者）	・販売が好調なのは、アフターコロナに向けた準備関連や、値上げの影響によるものであり、一般の出荷量は落ち込んでいる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・これまでは半導体不足で製品が作れない状態であったが、生産調整によって作らない状態に移行している。周りの雰囲気も余り良くない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・現状の動きが良くないのに加えて、政治の動きも特に悪くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、売上の見込みも落ち込んでいる。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・資金繰りが良くなるとは思えず、物価の上昇も更に進むと予想される。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇で、節約志向が強まっている。
	▲	輸送業（営業担当）	・客離れが進んでいるようで、配達件数が減っている。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・繁忙期の3～4月が終わった後、例年5～6月は家具の売上が落ちる。
	▲	不動産業（営業担当）	・米国の景気が下降傾向になり、インフレからデフレに向かいつつある。輸出が伸び悩むことになれば、3か月後の見通しは悪くなる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・仕入先による値上げや、自社のコスト上昇が進むなか、価格転嫁が進まない。相変わらず大手企業、特に自動車業界や住宅メーカーが値上げを認めようとしにくい。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済対策が確立されておらず、日本銀行の金融緩和策も継続となるなど、今後に期待できない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・海外からの観光客も多くなるなど、人流が相当増えるほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、本格的に景気の回復が進む。ただし、ウクライナ危機の推移や中国の情勢のほか、国内での増税議論が本格化することで、回復の動きに水を差すおそれがあるため、十分に注視していきたい。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・引き続き訪日外国人の増加が期待でき、景気回復の一因となる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィーク以降、景気は一旦下降気味となる。コロナ禍関連の業務がなくなり、コールセンターなどで勤務していたシニアなどが余っている印象を受ける。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期に入れば、例年は求人数が増えてくるため、今年も同様の動きが予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンド需要の回復に伴って景気は上向いていく。ただし、円安や物価の上昇といった諸問題が残るなか、国民の生活を支える施策が十分でなければ、以前と同様に、回復の動きは広がらない。
	○	職業安定所（職員）	・ゴールデンウィークに外出する人が増える。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏のインターンシップに向けて、インターンシップサイトの広告掲載が増える見込みである。特に、今年はインターンシップの定義が変更されたことで、採用活動につなげたいという企業の期待が大きい。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・マスクの着用が緩和されたほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を抑えたなかで新学期を迎え、学生の購買行動も上向っている。歓迎会や親睦会も再開されたほか、ゼミ旅行や課外活動の合宿など、学外に出向く活動も増加する。



<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入り、民間企業の案件では受注価格がそれほど上がっていないため、派遣料金も連動して余り変わらない。一方、独立行政法人や社会福祉協議会などの案件はもちろん入札であるが、受注価格は前年比で5%前後上がっており、スタッフに支払う派遣料金も同じように上がっている。
<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・半年先までは、現状と同じような推移になりそうである。
<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍は落ち着いたが、インバウンドの回復といったプラス効果を得ているのは一部の企業にとどまる。新聞広告やデジタル広告への出稿状況をみると、今後もほぼ変わらない推移が予想される。
<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・インバウンドの動きは好調で、コロナ禍の影響はほとんど払拭されたと感じる。本格的な観光シーズンを迎え、飲食や宿泊、交通といった、コロナ禍の影響で落ち込んだ業種は大きく回復する。一方、食料品などの値上げが続くなど、国内ではインフレの長期化が予想されるほか、世界的にもウクライナ危機やインフレは今も続いており、欧米の金融危機などへの不安も強い。2～3か月先は改善と悪化の両方の可能性がある。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・求職者の就職活動や、求人企業の採用活動に対する、コロナ禍の影響は小さくなったものの、物価の上昇が及ぼす影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少となり、前月比では増加となった。前年比では45歳未満の登録者の減少率が大きいほか、新規求職者が減少するなか、雇用保険受給者が増えている。物価の上昇により、より良い条件での転職を考え、離職するケースがみられる。
<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・景気は回復傾向にあるが、今後の諸物価やエネルギー価格の高騰の影響で、先行きの不透明感が強い。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・求人数は、前年比で約15%減少している。原材料の価格高騰やコロナ禍以降の収益の減少による、中小零細企業の経営悪化の影響と考えられる。
<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・政府の景気対策が機能しなければ、経済成長も鈍化し、世界から取り残されそうである。
<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・ゴールデンウィーク明けの、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響は不透明であり、まずは様子を見たい。
<input type="checkbox"/>	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、インバウンド需要の更なる回復など、社会活動や経済活動の正常化が進むなか、人手不足感の高まりもあって、求人は引き続き堅調に推移する。一方、求職者の中には、労働環境や労働条件の改善のために求職活動を始める動きもあるが、全体的な動きの活発化はこれからである。事業所に対し、今年に取り組む経営課題の聴き取りを行ったところ、販売価格の見直しや価格転嫁という回答が一番多く、この課題への対応が雇用に影響を及ぼすと予想される。
▲	民間職業紹介機関（支社長）	・景気の好転に向けたプラス材料が少ない。
×	民間職業紹介機関（営業担当）	・季節要因での減少に加えて、通常の求人も減っている。