

11. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・これから9月頃までインバウンドの入込が落ち着く時期ではあるが、円安が続いていることから、今後もインバウンドの客単価は堅調に推移することになる。また、国内客についても、全世代で旅行需要が活性化していること、海外旅行よりも国内旅行を希望する客が多いことから、今後の景気は上向くことになる。
		旅行代理店(従業員)	・これから夏にかけて、北海道観光の繁忙期となる。インバウンドについては、まだ中国路線の便数がコロナ禍前の水準まで回復していないが、韓国、台湾を中心に増加が見込まれる。また、関東や関西の空港を経由して北海道を訪れる欧米客の増加も期待できる。
		旅行代理店(従業員)	・旅行需要が上向いていることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員)	・このままインバウンドが好調に推移することで、旅客、車両の輸送量が伸びることになる。
		商店街(代表者)	・例年ゴールデンウィーク頃から、地域住民や周辺地域からの来街者が増える傾向にあることから、今後の売上アップが期待できる。外国人を含めた観光客についても増加が見込めるため、特に宿泊施設や交通関連、土産店の売上が伸びることになる。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・大手企業で見込みを上回るベースアップの動きがみられること、中小企業の人手不足が深刻なことから、中小企業で働いている人からも、ある程度のベースアップを期待する声が多く聞かれる。このため、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・2月は冬型イベントの再開や春節の影響で、中華圏を中心にインバウンドの入込が増え、当店の売上も大きく伸びたが、3月に入ってから急激にインバウンドの動きが落ち込んでいる。ただし、4月以降、花見シーズンが到来する頃には、入込客が増えるとみられるため、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー(店長)	・前年の春シーズンはちょうど新型コロナウイルス感染症が5類に移行したタイミングであり、その時期と比べれば、消費が上向くと考えられる。
		スーパー(店長)	・雪解けに伴って客の行動範囲が広がることから、来客数が増えることになる。客単価が好調に推移していることもあって、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー(企画担当)	・連日、大幅な賃上げが報道されている影響で、客単価や買上点数が大きく伸びている。客が価格上昇を受け入れ始めている様子もうかがえるため、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー(企画担当)	・今後も現状の来客数や購買動向が維持できるとみられる。企業の賃上げ効果も期待できるため、景気は今以上に良くなる。
		衣料品専門店(経営者)	・これから数か月、例年どおりの天候となることが期待できるため、景気はやや良くなる。
		衣料品専門店(エリア担当)	・販売量が気候次第で変わる状況から、景気が低迷しているわけではない。今後、気温の上昇に伴って、季節商材の販売量が増加することが期待できる。
	乗用車販売店(経営者)	・受注停止や生産・出荷停止などの悪材料が徐々に改善されているため、今後の販売量は回復傾向に転じることになる。ただし、4月以降も様々な物価上昇が見込まれるため、高額商材の購買に影響が出てくることも懸念される。	
	乗用車販売店(従業員)	・今後については、売れ筋の新型車の販売が予定されているため、受注量は間違いなく増えることになる。既存車種で受注量をどれだけ上積みできるかがポイントとなってくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・一部改良車種の受注が4月から始まる予定であることから、車両の配車状況が改善されれば、売上が増加することになる。状況が好転しそうなことから、今後の景気はやや良くなる。
		住関連専門店（役員）	・3月後半からの気温上昇により、ガーデン関連やサイクル関連などを中心に、季節商材の販売量が伸びると期待できる。賃上げが進みつつあることも、購買意欲に好影響を与えることになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・地域のイベントが増えていることから、ゴールデンウィークを迎えて人の移動が活発になることが見込まれる。それに伴って、当店の来客数も増えると期待している。
		観光型ホテル（経営者）	・旅行会社のキャンペーンにより、初夏にかけての集客が堅調に推移していることから、今後の景気は例年と比べてもやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・賃金が上昇傾向にあるなど、消費拡大の好循環サイクルに入ったとみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・外国人観光客の入込が堅調なことに加えて、当地に寄港する予定の豪華客船の数も増加していることから、今後の景気はやや良くなる。様々な業界において、春からの賃上げが見込まれることで、ゆとり旅行が増えると期待できることもプラスである。
		商店街（代表者）	・外国人観光客が減少に転じてきたことから、今後も景気は変わらない。ただし、これは季節要因によるものとみられるため、観光のオンシーズンを迎えれば、景気は回復傾向に転じることになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上は大きく変わっていないものの、値上げの動きが相次いでいることから、客単価が低下している。そのため、今後も景気は変わらない。
		一般小売店（経営者）	・円安の影響で価格改定が相次いでおり、今後の販売活動に影響が出てくる懸念される。
		百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークの人の動きは、前年よりも活発になると見込まれるものの、それ以外のプラス要因がないため、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・物価の上昇を上回るような賃上げが行われない限り、景気は変わらないまま推移する。
		スーパー（役員）	・物流の2024年問題の影響で、これから商品が本格的に値上がりすることが見込まれる。そのため、今後、消費者の節約志向がますます強まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・商品の値上げが進むなか、価格転嫁がうまくいったスーパーとうまくいかなかったコンビニで差が出始めている。今後も多くの客は価格優先で買物する店舗を決めるとみられるため、景気は変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・仕事用のスーツの需要が回復傾向にあるものの、値上げに対する客の抵抗感が非常に強くなっている。今後については、販売量が多少増えたとしても、それほど売上が伸びないことが懸念される。
		自動車備品販売店（店長）	・物価高のなか、春闘において賃上げの動きが進んでいるが、一部だけの動きのように見える。現実的には物価高のみが進んでいることから、今後の景気が良くなるとは考えにくい。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今後の景気は、お盆商戦を迎えて、付加価値の高い関連商材の購買につなげていけるかが課題となってくる。また、物流の2024年問題の影響が出てくることも懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年、気温上昇とともに売上が増加することを期待する時期だが、なじみの客が減るなど、客層が変わっていること、原材料価格の高騰で収益が減っていることから、今後の景気がどうなるか読みにくい状況にある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後、客の動きは良くなると見込まれるものの、徐々に予約の勢いがなくなっていることから、例年よりも苦戦することも考えられる。
		旅行代理店（従業員）	・今後も引き続き好調を維持すると見込んでいる。ただし、今以上に景気が良くなることは考えにくい。インバウンド需要の増加は期待できるものの、オーバーツーリズムの影響で内需が落ち込むことを懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・物価高、燃料価格の高騰、円安、貸切バス運賃の高騰などが解消されるような兆候がみられないため、今後の景気が良くなることは期待できない。
		タクシー運転手	・例年、暖かくなり、雪がなくなると、タクシーの利用が減ることになる。ただし、前年10月頃から乗務員の採用が増え、タクシーの稼働台数が増えていることから、タクシー1台当たりの売上が冬期間よりも少なくなったとしても、会社の売上は前年を上回って推移することになる。
		タクシー運転手	・客の様子から、今後、日中の来客数が減少するとみられる。一方、夜間の来客数はやや増えるとみられるため、全体としては変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・乗務員の高齢化もあいまって、乗務員不足が顕著であり、厳しい状況にある。今後については、乗務員の採用に向けた施策が重要になってきている。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークにかけて人の動きが活発になることで、回復に向けた動きが強まることを期待している。ただし、回復の度合いがどの程度になるのか、その動きを注視していきたい。
		通信会社（企画担当）	・これから夏にかけて、競合に対抗できるような新しいサービスが余りないことから、今後も景気は変わらない。ただし、ポイントサービスに対する需要が改善することで景気が上向き余地はある。
		観光名所（職員）	・大企業において5%程度の賃上げが行われる予定となっているが、国内の従業員の多くは中小企業で働いており、その賃上げ率は3%程度にとどまると報道されている。物価の上昇を上回るような賃上げとはなっていないことから、今後も景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・関連商品の売上が減少していること、客の来店周期が伸びていることから、今後も客の節約志向が続くことになる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅業界においては、資材の価格が下がるなど、動きが大分落ち着いてきたものの、金利上昇の影響で引き続き在庫の販売に時間が掛かることが見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・春闘での賃上げ率が予想よりも高く、客の所得が増加することが見込まれる。ただし、実需を中心としたマンション市場に賃上げの効果が出てくるのは、家計のやりくりが落ち着いてからになるため、もう少し先のことになる。
		商店街（代表者）	・物価高騰が進むなか、賃金の上昇による効果が全体に行き渡っていない。物価の上昇幅を上回る水準まで賃金が上昇するにはかなりの時間を要するため、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・客の様子から、足元の景気が良くなるとは考えにくい。
		スーパー（店長）	・4月も値上げの動きが引き続きみられること、金利が上昇していることなどから、今後の景気はやや悪くなる。特に金利上昇の影響が気掛かりである。
		コンビニ（エリア担当）	・新年度を迎えて、消費者の所得が増えることになれば、消費の落ち込みに歯止めが掛かると期待できるが、中小企業従事者の所得はそれほど増えないことが見込まれるため、全体的には消費が落ち込むことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ2～3か月、値上げなどの要因がないにもかかわらず、たばこの売上が落ち込んでいる。たばこの集客力が落ちている分、今後の売上が見込みにくくなっている。
		家電量販店（店員）	・天候にも左右されることになるが、今後、エアコンの販売が落ち着き始めることから、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・マイナス金利政策の解除が企業業績に影響を与えることになる。企業にとって、賃上げは避けられない状況であり、その分、設備投資や販管費を減らすことが懸念される。また、賃上げに伴って、個人消費が上向くことも余り期待できないため、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・3月で新車の受注残がほぼ解消されることになる。また、受注量も低い水準で推移していることから、今後の売上は減少することになる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・機能性表示食品に対する不安が高まっており、店頭での相談が増えている。正しい健康管理の考え方を顧客に指導できるチャンスと捉えたいが、今後への影響が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・現在の株高、円安は、大企業などの一部の企業にとっては朗報であり、賃金の大幅アップにつながり、景気を押し上げる可能性がある。ただし、当地にその影響が波及してくるまで1年は掛かるとみられるため、今後も厳しい状況が続くことになる。
		美容室（経営者）	・季節要因もあって、3月の売上はいつもよりも良かったが、今後の予約状況から景気は下向くとみられる。
		美容室（経営者）	・子ども・子育て支援金制度による家庭の負担など、どうなるのかよく分からないことがあるため、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・マイナス金利政策の解除によって、住宅ローンの金利にどの程度の影響が出てくるかによる。ただし、消費者マインドが先行して落ち込むことになれば、受注量に影響が出てくることになる。
	x	*	*
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		食料品製造業（従業員）	・スーパーなどに向けて、新たな商品を販売することになったため、今後の景気はやや良くなる。
		建設業（経営者）	・土木、建築共に受注が進むことになる。量的には前年並みを見込め、秋口までは人手不足も余り発生しないため、例年どおりの工事環境になるとみられる。ただし、時間外労働の上限規制や資材価格上昇の影響が読めないことが気掛かりである。
		建設業（役員）	・新年度工事の入札及び受注について、順調なスタートを切っており、技術職員の現場配置も前倒しで進む見通しにあることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、賃上げや時間外労働の上限規制に伴って、人的投資を上回るような収益性の改善を進めていくことが今後の課題である。
		輸送業（支店長）	・雪解けに伴って、半導体関連の工場建設が本格化し、資材の輸送量が大きく増える見込みであることから、今後の貨物量は増えることになる。ただし、都市部の大型工事物件について、軒並み中止や延期が続いており、それに関連した資材の輸送量が落ち込むことが懸念される。
		通信業（営業担当）	・インバウンドの回復が続いていること、半導体関連企業の進出効果が期待できることに加えて、所得税の定額減税による効果も期待できるため、この先の当地の景況感はやや向上とされる。
		金融業（従業員）	・2年連続の賃上げの実現、2024年6月からの定額減税、燃料油価格激変緩和対策事業の継続などにより、個人消費の支え効果が期待できる。また、円安の影響でインバウンドによる消費の増加も期待できる。
		広告代理店（従業員）	・大企業の賃上げによって大企業で働いている従業員の購買意欲が刺激され、その効果が地方の中小企業にも及び、好循環が生まれると期待している。
		司法書士	・新築建物登記の受注が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者）	・今後については、受注量の増加、受注単価の上昇が期待できることから、景気はやや良くなる。
		その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	・民間工事の増加が期待できることから、今後の景気はやや良くなる。インバウンドの入込が増加傾向にあることもプラスである。
		その他サービス業 [建設機械リース]（営業担当）	・価格転嫁について、社会全体がインフレ傾向にあり、取引先の理解を得やすい環境になっていることから、時間を要するものの、これから徐々に進んでいくと期待している。
		食料品製造業（従業員）	・価格改定が進んでおり、その進捗次第の面はあるが、今後、販売額は増加することになる。ただし、価格改定に伴って、買い控えが発生し、受注量が減ることも考えられるため、全体的な景気は今後も変わらない。
		建設業（従業員）	・経済が縮小傾向にあるとみられるが、実際に影響が出てくるのは半年以上先とみられるため、今後も景気は変わらない。
		その他非製造業 [鋼材卸売]（従業員）	・今後、ドライバーの人手不足や働き方改革の影響で、商品の配送に遅れが生じることが懸念される。取引先から、集荷などの時短を要請されることも心配される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（従業員）	・金利が上昇気運にあることで、住宅着工棟数に悪影響を及ぼすことが懸念される。
		司法書士	・現状から、景気が上向くことは余り期待できない。賃金がそれほど上がっていないにもかかわらず、国民負担の話題ばかりが先行している。電気料金などの生活負担が軽くなるような施策が行われない限り、景気は徐々に悪くなる。
	x	農林水産業（経営者）	・国内産のりんごの在庫が4月末にはなくなると見込まれることから、今後の景気は悪くなる。
雇用 関連		-	-
		*	*
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・新年度を迎えて、企業が一層の事業拡大に踏み出すものとみられることから、営業力の強化に向けて、人材の採用が増えることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人手不足が顕著になりつつあるなか、募集媒体に対する求職者の反応が弱くなっている。中小規模の企業や店にとって、人材確保が難しくなっていることで求人数の減少につながっている面もある。これらのことから、今後も景気は変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人喚起するような大きなイベントがこの先も予定されていないことから、今後も景気は変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現状、企業は人材をどうにかやりくりできているが、将来的には人手不足の影響で、日常業務に支障が出てくることも考えられる。底が見えず、先が読みにくい状況にあり、当地の景気が一段と落ち込むことも懸念される。
		職業安定所（職員）	・実質賃金について、物価上昇率を上回るような伸びがみられないことから、今後の景気は賃上げがどの程度進むかによって変わってくる。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数が増加したものの、新規求職者数は減少に転じた。求人については、安定的に求人を公開している業況堅調な事業所もあれば、人手不足を感じながらも物価高騰などによる事業環境の悪化を懸念して求人を控えている事業所もみられる。求人数は減少しているが、それが必ずしも景気の悪化と結び付いているとはいえない状況にある。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は11か月連続で前年を下回っているものの、業種によってその度合いは異なっている。ただし、今後の物価上昇の動向、経済活動、消費行動の状況によっては、先を見通せない状態となることも懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・マイナス金利政策の解除により、地方都市においては、個人消費の落ち込みなど、マイナスの影響が出てくることが懸念される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇の動きを受けて、企業が賃金を引き上げる動きがみられるが、賃金の上昇率としては不十分である。一方、体力のない中小企業は、高い賃金を支払うことができず、人材を確保できなくなることが懸念される。
	x	-	-

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の動向を見ていると欲しい物は買っている。この状況は続くとみている。
(東北)		都市型ホテル（スタッフ）	・学会などの開催予定が多く、歓迎会も多くなる見込みである。
		旅行代理店（従業員）	・県内の契約ホテル、旅館の4月先行販売が前年の4月実績との比較で152%となっている。
		商店街（代表者）	・大型連休のイベントやクルーズ船の寄港が活発になる。また、気候が暖かくなり外出しやすくなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・楽観視はできないものの、暖かくなるため県外観光客やインバウンドの需要に期待している。
		百貨店（企画担当）	・全体的な傾向としてイベントごとへの関心の高さは継続しているため、今後、気温上昇に伴い、春物などへの購買意欲の向上に期待している。
		百貨店（催事担当）	・改装計画が進み、現在クローズしているスペースもオープンすることから、来客数、売上共に増加するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・新生活が始まり、新規に来店する客を固定客化することで、売上増加につなげることを見込んでいる。
		スーパー（企画担当）	・食品小売業界も物価の上昇により一時期低迷したが、現在は販売点数も上がりつつある。この状況は2～3か月先も続くともっている。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなると来客数は伸びるが、4月からまた電気代が上がるとの話もある。これ以上何らかの経費が上がると経営は非常に厳しい。辞めていくオーナーが増えているなか、この先続けていけるのか戦々恐々としている。
		コンビニ（エリア担当）	・メーカーの大幅値上げも少し落ち着き、春闘でも賃上げ率が上昇傾向にあるため、今後の景気回復を期待したい。
		コンビニ（エリア担当）	・株価が上昇しており、期待が持てる。
		衣料品専門店（経営者）	・これから暖かくなり、今よりは購買意欲が上がるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・出張や社内行事などが活発になっているという客の話を聞く。仕事服を提案している我々の仕事も良くなるとみている。
		家電量販店（従業員）	・6月はエアコン等の冷房商品が主に売れる時期に入る。冷蔵庫などの商品は気温に左右されるため、気温が上がれば台数、件数共に伸びる。パリオリンピック開催直前であり、テレビや録画機などが多少盛り上がる。若干良くなると予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・オーダー停止中の車が徐々に再開するため、2～3か月先は良くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・しばらくは現状のまま変わらないが、メーカーの生産状況が少しずつ回復し、新車納期が早まるため、売上は伸びるとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・マンションなどの建設も増え、物件も売れている。景気が良くなることを期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・暖かくなると人の動きは更に活発になる。また、今年の夏も暑くなると予想されており、熱中症対策関係の商材に動きがあると期待している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・行楽シーズンに向けたウォーキングシューズやスニーカー需要に期待している。
		高級レストラン（支配人）	・桜のシーズンになるため、景気はやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、人が集まることが多くなっている。イベントや家族連れ、団体客の予約が増えているため、やや良くなるとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・来客数は徐々に増えている。5月に北陸応援割が終了すれば更に増加するとみている。
		都市型ホテル（支配人）	・宴会場やレストランなど全館で先行予約が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・東北においては桜の時期から夏祭りに向けて需要が拡大するため、販売拡大に期待している。また、大企業の賃上げや決算状況を見ると、夏季商戦についても期待が持てる。例年6月のボーナス支給後からマーケットが大きく動くが、今年は春から夏季商戦に向けた準備が必要と考えている。
		旅行代理店（従業員）	・上場企業の好景気の影響が地方にも出てくると予想している。
		通信会社（営業担当）	・転勤や入学式等があるため、小売業の消費動向もやや良くなるとみている。
		テーマパーク（職員）	・来客数、販売数共に増加している。行楽シーズンに突入するため更に増加すると期待している。
		観光名所（職員）	・ゴールデンウィークに入る。
		競艇場（職員）	・来場者数は天候に左右される。雪が降らなくなると来場者数は増えるため、景気も良くなるとみている。
		美容室（経営者）	・地域的に大企業のように賃上げを行っている企業は少ないが期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・株価高や賃金上昇がプラスに作用している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅[リフォーム](従業員)	・住宅設備機器は、エアコンの前倒し購入や省エネ型給湯器などの補助金についての問合せが増えるとみている。リフォームは、屋外工事や補助金を活用する工事の問合せが増えるとみている。
		一般小売店[寝具](経営者)	・景気はいまだ上向かず、不安しかない。
		百貨店(従業員)	・高額品や返礼ギフトなどの目的買いはみられるものの、全体としては買い控え傾向が続いている。また、来客数はイベントがあるとき以外は日に日に少なくなっている。
		スーパー(店長)	・当地域で給料が上がっているか非常に疑問である。物価上昇の影響がスーパーでの消費動向に出てくるとみている。
		スーパー(店長)	・来客数の動きも商品の動きも変わっていないため、景気は変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・小売業に関しては、外的環境を含め、状況が大きく変わる要因は少ないとみている。
		スーパー(企画担当)	・商品の特売構成比は上がり、買上点数も減少している。結果的に客単価は下落している。商品価格の上昇が続くなか、給料のベースアップは全体的に進んでいない。また、年金受給額も上がらないため、高齢者比率の高い地域ほど景気回復が厳しい状況は変わらない。
		スーパー(営業担当)	・賃上げは景気回復には良いが、中小企業では期待できず、景気に変化はないとみている。
		コンビニ(経営者)	・来客数と買上点数は横ばいだが、値上げにより客単価がアップしている状況が続き、売上を確保できるとみている。
		コンビニ(経営者)	・地域の人口が減少していることに加え、人の動きがないことから、売上は横ばい若しくは減少するとみている。
		コンビニ(経営者)	・好転する要因は見当たらないため、変わらないとみている。
		コンビニ(経営者)	・来客数が増える見込みがないため、変わらないとみている。
		コンビニ(エリア担当)	・初夏の天候次第である。
		コンビニ(店長)	・外国人客の来店は多少落ち着き、日本人客は買える人は買いに来る状況が続くとみている。来客数は前年比横ばいか多少悪くなるとみている。
		コンビニ(店長)	・賃上げも物価の上昇には追い付かないとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・景気は多少上向いているが、今後の金利の動向に注視が必要とみている。
		衣料品専門店(店長)	・大手企業が賃上げを行うと発表しているが、地方の中小企業までは及んでおらず、大都市圏のように消費が活発になるとは考えにくい。
		衣料品専門店(店長)	・消費者は長期金利やインフレの今後の動きを慎重にみている。衣服の購入に対してもシビアになっている。
		衣料品専門店(総務担当)	・春闘満額回答などのニュースをみるが、地方の企業からは所得増加の話は聞かれず、景気回復の期待はない。
		家電量販店(従業員)	・賃上げが景気に影響を与えるかは疑問である。客も様子をみている。値上げが続いており先を見通せない。
		その他専門店[酒](経営者)	・都市部の大手企業では賃上げを行っているが、地元にはその影響はなく、しばらくは回復基調と節約志向が均衡した状態が続くとみている。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・原油価格や為替は依然として製品コストの上昇に影響を与えているが、燃料油価格激変緩和対策事業の継続方針が示されたため、現状を維持できるとみている。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・5月までは旅行等外出機会の増加が消費行動にプラスに影響することが期待できる。一部の企業ではベースアップがあるものの全体的には不透明であり、一般消費者の節約志向は続くとみている。
		一般レストラン(経営者)	・賃金上昇のニュースを聞くが、世間一般の人たちは生活に余裕が出るとはみていない。この状況が続くことを危惧している。
		一般レストラン(経営者)	・法人関係の動きが出る時期である。また、税制改正により4月からは接待交際費等の上限が上がるため、更に期待が持てる。一方、家庭レベルでは、新生活への出費は惜しまないが、必要ではない若しくは我慢できることについては、消費行動は見込めないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・乗客数が伸びる要素がない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・株価は上がっているが、身の回りでは収入が変わらないのに物価高は続いており、景気は良くない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・好転するような材料がない。
		通信会社（経営者）	・放送サービスは特別なコンテンツがないため、新規加入者の大幅な増加は期待できない。通信サービスは低価格メニューの通信と放送、電話などのセットで若干の加入増加が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・好転する材料が乏しい。
		通信会社（社会貢献担当）	・4月以降は新生活需要が落ち着き、平常に戻る見込みである。
		観光名所（職員）	・全ての数字をけん引していたインパウンドは大分落ち着いている。旅行会社は国内の募集型企画旅行の集客に力を入れ始めており、入込は順調である。良くなるとも悪くなるともいえない。
		遊園地（経営者）	・賃上げと物価高の推移が家計にどう影響するかを懸念している。
		美容室（経営者）	・来店周期が短くなるなど乗客数が伸びている。この状況は変わらないとみている。
		美容室（経営者）	・常連客ばかりなので変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・複数の法人から現地事務所賃貸物件検索の依頼があるため、中古物件を買付けてリフォームしてから賃貸する形態が出てくるとみている。
		商店街（代表者）	・運送費や原材料価格の値上げ、円安等による物価高が続いている。4月以降、地方の企業の賃金上昇分では物価高騰分をカバーできない状況になる。
		商店街（代表者）	・中小企業は賃上げに付いていけず、人手不足が加速するとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・大手企業では4月から賃金の引上げがあるが、企業のほとんどが中小企業のため、多くの人たちは賃上げの恩恵が期待できず、消費意欲は高まらない状態が続くとみている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・購買意欲を刺激するものがなく、春からの値上げも告知されていることから客は値上げ疲れを見せている。必要最低限、売出し商品のみを購入する客が多数いる。地域通貨を全市民に配付しても、額面は前回配付時の半額以下だったこともあり、効果は余り出ていない。
		百貨店（経営者）	・物価上昇で伸長した売上も、約1年が経過し前年割れの領域が出てきている。賃上げ分がモノの消費に回るかは不透明で、むしろ金融商品、旅行などの消費に回る傾向が強くなるとみている。
		スーパー（経営者）	・3月の賃上げ交渉は大手企業を中心に大幅アップで進んでいるが、中小企業では食品の平均単価上昇率にも追い付いていない。4月からは食品の追加値上げや、物流・宅配料金の値上げ、社会保障自己負担額の一部上昇などがあり、実質可処分所得は伸びない。消費者は商品価格に敏感で選択の目も厳しくなっている。引き続き消費は低迷するとみている。
		コンビニ（経営者）	・近くに競合店ができ、その影響が徐々に出てきている。この先良くなる材料がない。
		コンビニ（経営者）	・今後も物価の上昇は続くため、変わらないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・4月からの大規模な値上げラッシュにより、生活防衛意識が更に高まるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・受注量が前年より少なくなっていることに加え、配車も減っている。
		乗用車販売店（従業員）	・6月は毎年販売量の低下がみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期や年度初めの繁忙期が過ぎ、落ち着く時期となる。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で新車販売が苦戦するなか中古車の商談は活発になっている。しかし、新車納車が少ないため商品車確保ができない状態が継続している。オークション相場も高止まりで推移しているため閉塞感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、2～3か月先の納品分の受注量は 今月よりやや少ない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖かい日が多く、配達灯油の販売が落ちている。
		一般レストラン（経営者）	・4月から値上がりするといったネガティブな報道が多いため、客は消費を少し控えるとみている。
		観光型旅館（経営者）	・賃金が上昇傾向にあっても、値上げや税金等の負担増の影響が大きくなり、景気は悪くなるとみている。
		旅行代理店（従業員）	・新幹線延伸の好影響が一段落する。北陸応援割が終了する。暖冬の影響で桜の開花時期が不透明である。為替の影響とウクライナ情勢の影響で海外旅行をちゅうちょする向きがある。これらの理由により、旅行の先行受注状況は余り良くない。
		タクシー運転手	・官庁、企業、学校などの行事が終了し、スポーツ、芸能関係のイベントのみとなるため、利用者数は多少減少するとみている。
		通信会社（営業担当）	・一時的な景気対策だけでは景気回復は望めない。景気は徐々に悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価高に対応し切れない。
		設計事務所（経営者）	・既に受注している案件で工期遅延が発生しており、その影響で新規受注を諦めるといふ悪循環が出ている。遅延理由は建設費用の増加、資材調達の遅れ、技術者不足によるものであり、設計に起因するものではない。この傾向は4月以降の就労時間の総量規制により更に悪化するとみられる。
	×	商店街（代表者）	・4～5月の予約はほとんど入っていない。動きが止まっている状況である。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・最近では生活必需品の価格上昇により家計が圧迫され、健康には金を回せないほどになっている。先々の生活が楽になる見通しが立たない限り、良くて横ばい、人口動態や世界情勢を考えれば更に悪化するとみている。
	×	スーパー（経営者）	・中央と地方、大手企業と中小企業では賃上げで大きな格差があり、地方の中小企業は非常に厳しい状況にある。なかなか可処分所得が伸びず、節約、儉約志向は更に強まるとみている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・暖冬の影響はかなり引きずるとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新年度から給与が上がるという話はほとんど聞かない。零細企業には無縁の話である。高価格帯の商品を購入する意欲が高まることはないともみている。
企業動向関連 (東北)		農林水産業（従業者）	・今年は気温が高めに推移しているが水分も問題なく、花の時期の天候も良好の予報である。今後の天候次第ではあるが、品質の良い果実が栽培できる可能性が高い。
		食料品製造業（製造担当）	・需要があっても人材が確保できず対応が制限されている。人材の確保が急務である。
		金属製品製造業（経営者）	・聞こえ始めた明るいニュースが受注増加につながることを期待している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・先延ばしになっている案件の正式受注が見込まれる。また、一部事業の動きが良くなっているため、売上増加の期待が持てる。
		建設業（従業員）	・予定していた大口案件が2件ほど受注できたため、今後は売上が安定する見込みである。
		金融業（広報担当）	・春祭りの開催や今後の天候により例年以上のインバウンド需要が期待できる。マンパワー不足の常態化は懸念材料だが、建設業や製造業の業況はおおむね回復基調である。大型スーパー撤退発表の影響は、後継先が早々に決まったことから軽微にとどまるものと予想している。
		経営コンサルタント	・春になるため消費が活性化することを期待している。
		司法書士	・4月1日から相続登記が義務化されるため、相続登記の依頼が増加するとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ゴールデンウィークもあり、気温の上昇とともに旅行や観光による人の移動が更に活性化する。
		食料品製造業（経営者）	・乗客数は前年比プラスになっているが客単価が低すぎて苦戦している。物価上昇で財布のひもが固くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（営業担当）	・値上げによる小売価格上昇で商品が売れなくなっている。原材料価格上昇に伴い商品の再値上げをしたいが、更に売れなくなってしまうため、自社で吸収している状態である。利益面でも苦しくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰が中小企業にダメージを与え続けている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数は若干増えつつあり、業界によっては今後忙しくなるとの話も出てきている。しかし、全体的な仕事量が少ないため競争が厳しくなっており、2～3か月後も変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の中期生産計画の見込みが大きくプラスになる情報もなく、低い水準で横ばいになるとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連取引先の開発スケジュールの動きが依然鈍く、3か月後も変わらないとみている。
		建設業（従業員）	・コンスタントな受注契約が見込まれる一方で、大型案件の受注見込みはない。
		建設業（従業員）	・資材価格の高騰が続いている間は状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・中国向け機械装置の輸出が増えるという取引先のプラスの情報もあるが、その他の製造業や建設関連等はマイナスの情報しか入ってこない。この状況でマイナス金利政策が解除されれば中小企業の経営環境はますます厳しくなり、景気回復に悪影響を及ぼすことを危惧している。
		通信業（営業担当）	・顧客の反応が冷え込んだ状況は続くともみている。何らかの策を講じていく必要がある。
		通信業（営業担当）	・プラス要素が何もないため、景気は変わらないとみている。
		広告業協会（役員）	・6月から始まる定額減税の効果がどれだけあるかは疑問だが、消費行動を促すキャンペーンが活発化することを期待している。
		広告代理店（経営者）	・明るい見通しはない。
		公認会計士	・小売、サービス、建設業等については順調に売上が回復して業績も回復傾向が続くが、一部製造業については厳しい状況が続く。全体としては現状と変わらないとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・物価上昇が続いており、消費意識の悪化要因となっている。金融政策の変更もどのように影響するのか不透明である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・極端に悪くなることはないともみているが、好転する材料が見当たらない。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・業態により若干の温度差はあるが、総じて良い材料は見当たらない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・全ての面で地方経済と中央経済の差が拡大している。地方の中小企業は賃上げもできない。優秀な人材の中央集中も止まらず、社員確保も緊喫の課題である。経済格差から貧富の差に至るまで深刻な問題になりつつある。中山間地域の人口減少、高齢化の進展により、地方の荒廃スピードが加速している。
	×	農林水産業（従業者）	・肥料は高値が続いており、農業資材、農業機械全般も値上がりしているため、コスト増加が収支を圧迫するとみている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・2024年度の需要想定は2023年度想定と比べて減少となっている。明るい兆しが全くみえない状況である。
雇用 関連 (東北)		職業安定所（職員）	・人手不足に2024年問題も重なり、新規求人数は前年を上回ることが見込まれる。賃上げの動きが中小企業にも波及すれば、消費も拡大し徐々に景気は良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・求人募集を掛けている企業との打合せのなかで、景気が後退するようなネガティブな情報はない。
		人材派遣会社（社員）	・大手企業の動き次第である。計画がまだ決まっていない状況のため、2～3か月は変化がないとみている。
		人材派遣会社（社員）	・業種によって偏りはあるが、求人数に大きな改善はみられない。製造業が持ち直してくると景気回復を実感できるようになるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・主な取引先企業からも景気改善の実感はないという情報が多い。大きな改善も見込めず、期待感もみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (経営者)	・周辺企業の春闘結果をみても、中央企業ほどのベースアップはない。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・物価高が続く状況で明るい材料も乏しく、売上の回復は当面期待できない。
		職業安定所(職員)	・人手不足が顕著で採用活動は旺盛な状況が続いているが、企業の利益は賃上げや資材高騰等により増加していない。この傾向は当面続くとみている。
		職業安定所(職員)	・3月の新規求人数は前年3月と同水準で推移している。
		職業安定所(職員)	・物価高騰の影響が続いており、プラスの要因が見当たらない。
		民間職業紹介機関(職員)	・企業により増産、減産とばらつきがある状況は続くとみている。
		学校〔専門学校〕	・経済活動や景気に動きが出るような施策等がみられないため、企業側も大きな動きが取れないとみている。
		人材派遣会社(社員)	・現状の推移をみても、求人数の減少傾向は避けられない。同業他社からも同じような話を聞く。
		アウトソーシング企業 (経営者)	・今後もA Iは進歩し、仕事は減少するとみている。
		職業安定所(職員)	・前月に続き中小企業の倒産や企業整備が相次いでおり、会社都合離職者が目立っている。特に改善の見込みがない各種部材費や原材料費、人件費、エネルギー価格の高騰は製造業の停滞を招き、全業種に波及することが懸念される。物価高騰も継続していることから消費も低迷し、景気はやや悪くなるとみている。
	x	*	*

3. 北関東(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(- : 回答が存在しない、* : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		コンビニ(店長)	・株価が上がり、給料も上がってくる。コンビニの商材は高い物もあるが、客は変わらずに来店すると思うので、景気は良くなる。
		観光型ホテル(経営者)	・もう少し円安が収まり、減税施策を充実し、賃上げに持続性がみられれば、景気も良くなってくる。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・これから暖かくなるので、飲料品関係の販売が増える。
		スーパー(総務担当)	・円安傾向や賃上げの効果も出て、やや良くなる。
		衣料品専門店(統括)	・今年も例年のように、年初めの2~3月は、なかなか人の動きも悪く、販売に結び付かないことが多い。これから暖かくなると、客の動きも活発になり、いろいろな行事が始まるため、商材も動き出すのではないかと期待している。
		衣料品専門店(販売担当)	・客が手土産を持って来店してくれるようになったというのは、若干好転していく兆しではないか。雰囲気も何となく明るさが増してきたため、幾らかは良くなるという希望的観測を含めての回答である。
		家電量販店(店員)	・商材の値上げと、猛暑であればエアコンが好調となるとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・当地域における自動車メーカーの生産量の過増化と、大規模小売店の増床による購買意欲の活性化があいまって進むとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・株価が高水準で維持している。
		乗用車販売店(従業員)	・受注残もあり、車両登録や売上も続いている。
	一般レストラン〔居酒屋〕 (経営者)	・新年度の始まりや天候も暖かくなっていくことで、更に人出が増えるのではないかとみている。	
	その他飲食〔ファーストフード〕 (経営者)	・飲食業だが、求人が少しずつ集まってきて、人手不足が補えている。今回、パート、正社員の賃金ベースアップができたことによるものだとみている。秋口に値上がり分を価格転嫁したが、今後もまた価格は上がると伝えており、値上げは認知されている。今回は個人消費が上向いているため、値上げせずとも、このままでいけば、社員のやる気も上がり、接客もうまくできると思うので、景気は良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新年度からの新規受託先は、好調に獲得できている。人材確保が厳しいため、競合他社は新規取引先の獲得にやや及び腰になっているとみられる。コストは高止まりしているため、新年度からの取引条件で再度の引上げをどの程度受け入れてもらえるかによって、業況が変わってくる。
		都市型ホテル（経営者）	・レストラン、外食部門の客が着実に戻っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年度を迎え、歓送迎会や各種団体の会合等、コンスタントに獲得できている。前年比でも105%程度と好調である。宿泊はまだ動き出しが鈍く、前年比95%程度ではあるものの、直近での予約が増えてきており、最終的には前年実績は超えそうな気配である。料飲部門、レストラン部門はコンスタントにランチ予約も入っており、ほぼ前年並みである。バスを利用した募集型旅行でのランチストップ等も受注し、個人消費が動き出ししているのを感じている。
		旅行代理店（経営者）	・単価が上がっているが、人手不足が深刻なので、良くなるまでは至らず、やや良くなる。
		旅行代理店（所長）	・引き続き、外国人来訪者数は順調な伸びが期待できる。また、社寺の催事やその他イベント等も、完全に新型コロナウイルス感染症発生前同様に復活しているため、日本人来訪者数の伸びにも期待したい。
		旅行代理店（従業員）	・物価が上がり、旅行代金以外のオプション分への支出が増えているため、旅行代金総額が増えており、やや良くなる。
		テーマパーク（職員）	・卒業旅行や一般団体旅行等が少しずつ増加しており、温暖な天候になれば、来園者の増加も期待できる。
		ゴルフ場（従業員）	・ハイシーズンになることやコンペの需要が戻りつつあることから、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・新年度を迎え、更に新しい動きがあるとみられる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・政府による補助金の打ち切りの話が出ている。物価の上昇も続いている。元気の出る要素がなかなか見当たらない。このまま現状維持でいくのではないかと。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前月に続き、新型コロナウイルス感染症発生前の売上を超える月となっており、この傾向は今後も維持されるとみている。周辺の同業者も同様の見解である。懸案事項としては、人手不足と海外情勢の不安定さ、能登半島地震に伴う自粛ムードが挙げられる。
		百貨店（営業担当）	・株高や賃上げの報道が多くなっているが、個人消費にプラスになっているとは感じられない。来客数の伸長率に比し、売上が低いことから、慎重な消費行動は継続するとみている。
		百貨店（営業担当）	・やや悪いままで推移しそうである。円安が続き、地方まではなかなか届かない賃金上昇等、プラスに転じる要素は少ない。特に、当店は地方のなかでも更に中心地から離れた立地であることから、厳しい商環境が続く。
		コンビニ（経営者）	・店舗前の道路工事の影響で来客数の前年割れが続いていたが、一旦3月25日に終了したため、今後の交通量の増加に期待したいところである。また、景気の上振れ感が出てきたようで、それにも期待したい。
		コンビニ（店長）	・近隣商圏内のスーパーが営業時間を若干短縮したため、客の流れが良い方向に振れていたが、今後は同じように推移するため、変わらない。
		家電量販店（店長）	・商品単価の上昇が落ち着いてきているが、数量が増加に向かうほどの大きな需要増加には至っていない。
		家電量販店（営業担当）	・年度末で消耗品等での予算消化の動きは良い状況で、前年比110%で推移している。電気代の高騰で、省エネ家電の動き、問合せが増えている。全体では前年比103%と改善はしている。
		自動車備品販売店（経営者）	・購買力が上がるとかムードが高まっていくという雰囲気は身の回りでは感じられない。株価は上がっているものの、実生活が伴っていないのか、財布のひもがやや固くなっている。
		住関連専門店（店長）	・値上げは継続し、ベースアップを行っているのは限られた企業のみであるため、このような状態では景気回復は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（仕入担当）	・今年の3月はカレンダーの日並びで土日が多かったという後押しもあり、結果的に前年を上回る売上となった。その反動もあり4月の動向は読みにくい。節約志向という傾向は変わらない。
		その他専門店（総務担当）	・大型工事物件がないので、変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・春闘でベースアップの話は出ているが、賃上げ分はまず生活必需品に反映され、旅行のような娯楽への反映は後回しになるため、変わらない。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くない。この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・大手による強引な地域参入により、将来的に悪くなる可能性を感じている。
		通信会社（営業担当）	・海外の影響が根本的に変わらない限りは物価高が続き、食品関連の値上げが続くことで家計への打撃も続く。
		通信会社（局長）	・円安の状況で、原価高騰のあおりで価格転嫁されている部分もあり、物価高と給与の伸び率が比例していないため、まだ上向きになることはない。
		競輪場（職員）	・スマートフォンによるインターネット投票が売上をけん引しているが、施設に来場して投票する客は増加していないため、変わらない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・長いトンネルを抜ける材料がない。
		住宅販売会社（経営者）	・物価に連動して賃料が上がればよいが、まだ賃料改定までは及ばない。地価も横ばいで、経費の物価上昇分をどう転嫁すればよいのだろうか。人件費も上げられない状況下にある。
		住宅販売会社（経営者）	・街中の動きがほとんどみられないので、不動産に対する動きは活発ではない。良くなるとは思っていない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築資材の高騰に加え、時間外労働の上限規制の猶予が終了する2024年問題による労務費の上昇が見込まれる。取引先の業況にもよるが受注に結び付けるのは容易ではないと考えている。
		商店街（代表者）	・取引業者の破産手続の連絡があり、業界の先行きは暗い。
		スーパー（商品部担当）	・現状より良くなる話題が見つからない。引き続き、イベントや価格訴求において集客増を試みながら、現状維持できればと考えている。
		一般レストラン（経営者）	・中小企業や地方で賃金が上がらない間は、外食も控えるだろう。物価高に加えて金利が上がるかもしれないので、財布のひもは固くなる一方である。
		タクシー運転手	・地方で景気が良くなるのは、まだまだ先のような気がしている。
		通信会社（総務担当）	・客は年金生活者も多いため、更なる物価上昇により購買意欲がそがれるとみている。
		ゴルフ練習場（経営者）	・物価上昇により、消費が冷え込む。
		美容室（経営者）	・春闘等における大手企業の賃上げの話題を聞くたびに、中小企業の賃上げでは労使どちらも嫌な気分させられそうである。地方では倒産、破産が増えている印象を受ける。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・4月からの値上げに客はとても敏感である。収入が上がらない状況でここまで景気が悪くなっているのであれば、中小の商店は厳しい。
	×	通信会社（経営者）	・円安で仕入価格の高騰が止まらないにもかかわらず、販売価格は競争が激しいため、思うようには上げられないのが現実である。一部の大手輸出関連企業ばかりが円安の恩恵を受け、その陰で多くの中小企業が苦しんでいる。そろそろ為替介入すべきではないか。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の生産計画によると、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・生産調整が終了し、多少ではあるものの、仕事は動き出す見込みである。
		金融業（営業担当）	・一部企業では業況改善がみられるが、全体的には横ばいとなっている。
		司法書士	・相続登記が義務化されたので、その分はやはり増えてくるのではないかと考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・いろいろな物が値上がりしているため、それほど増えそうには思えない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・業績はまあまあの状態で、当面は現状が続くのではないが。
		金属製品製造業（経営者）	・これから先のことはつかみどころがなく、不明である。仕事が出てくるとよいと思っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・工業部会の総会に出席した同業の社長10人程度と話す機会があったが、1社を除くほぼ全てで業績が悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2024年度上期は、生産数など変わらずに推移する予定である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月は上がったりがったりの状況のため、この先どうなるか、まるで分からない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等もまだ続いているため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・季節変わりで初夏の夏物家電、エアコンやサーキュレーター、また、夏物寝具なども前年並みの物量は確保できそうである。しかし、2024年4月からのドライバーの残業時間等の規制により、コストは上がる。西日本からのドライバーの高速使用等について、多くは許可をもらったが、物量に対しての車両不足は引き続き発生しそうである。
		広告代理店（営業担当）	・広告出稿数が増加するようなトピックは聞こえてこない。
		経営コンサルタント	・大手と中小企業間及び業種間の業績格差により、地域経済において好調な企業とそうでない企業との間で、生産活動の活発、不活発の差が際立ってくる。また、従業員の賃上げ格差の拡大で、消費経済面でも個人差が生まれ、まだら模様が目立ってくるのではないが。
		社会保険労務士	・中小企業は利益が増えているわけではないため、余り賃金は上がらないような気がする。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化はみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が落ちており、客の様子をみても、これから伸びていくような気配は全くない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・前月、取引先の生産がストップした分の受注は、今月生産することはなくキャンセルになったため、かなり影響が出てくる。今後どうなるか分からず、とても不安に感じている。
		建設業（総務担当）	・工事が少な過ぎるため、先行きも怪しさしかない。
		不動産業（管理担当）	・事務所ビルの空室に新規入居が決まらず、退去の話だけが順調に進んでいる。長く借りてくれていた取引先でも、コスト削減で賃貸面積を縮小するか退去を検討するかもしれないという話が出てきている。空室率がまた上がるのではないかと危惧している。
	x	建設業（開発担当）	・今期受注額は10%減少であり、当社決算が心配である。
雇用 関連 (北関東)		人材派遣会社（社員）	・宿泊関係の仕事を抱えている当社の取引業者は、稼働率も非常に高くなっており、売上、利益共に、かなり上昇している。今後、季節的なものもあるが、もっと客の入込が多くなって、それに付随して、我々周辺企業の客も増えていくと見込んでいる。ただし、人手不足が少し心配で、当社はなかなか対応できないかもしれない。
		人材派遣会社（管理担当）	・4月から派遣を利用する企業、特にサービス業のオーダーがあるため、やや良くなる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・今後も人材不足により求人数は伸びていき、賃金の上昇も考えられるため、景気の上向きは続く。
		人材派遣会社（社員）	・人材確保については苦戦が続く見込みだが、現状のように賃上げに応じる企業が増加すれば、優秀な人材確保につながる。
		職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比は、医療福祉分野は増加傾向で推移しているものの、建設業や製造業で、やや減少傾向がみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（経営者）	・新年度に向けての準備で、飲食、小売、コンビニ関係、スーパー等での働き方も大分変わってきたかもしれないが、アルバイトの動きが出てくる。また、金利が上がるという前提での行動かと思うが、住宅関連では購買を控えるのか買うのかを迷っている状況がある。ただし、住宅建築等は依然として伸びていく。一概にはいわないが、先行きはやや厳しいかもしれない。
	x	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (南関東)		家電量販店（店長）	・2024年の訪日客数は増加傾向の予測であり、直近の販売量にも落ち込みがない（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンに入り、周辺でのイベントも活発になるため、稼働が上昇してくる。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドが好調に推移することが見込まれる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・インバウンドがしばらくは安定しそうである（東京都）。
		商店街（代表者）	・最近、来客数が増え、店にも大分活気が出てきたように感じている。そうした現状を少しでも継続して、今までのマイナス分をカバーし、プラスの状況に転じていけるように、しっかりと営業したい。
		商店街（代表者）	・急激な上昇はないものの、好調基調は続いていく。商業イベントを通じて、小売側にも消費者側にも、新型コロナウイルス感染症発生前にあったやる気が出ている（東京都）。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・市内で純粋な印章業を営んでいる店舗が高齢のために閉店していき、中には困っている客もいるようで、当店を探して訪ねてくる客もぼつぼつ見受けられる。そうした状況もあり、これからは少しではあるが良い方向に向かうのではないかと。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・暖かくなり、春本番を迎えれば、もう少し人が出てくる。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・4月の新学期需要と、国内外の観光客のゴールデンウィークの来街者数増加が見込まれ、その結果、現在より景気は向上するとみている（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・梅雨や日ざしが強くなると、季節商材である晴雨兼用傘や日傘が動き始める。
		百貨店（売場主任）	・株価上昇により消費マインドが高まっており、ミドル、シニアの富裕層は引き続き好調に推移するとみている。また、若年の富裕層も最近増えている。春以降、新規ショッポのオープンも続くので、期待している（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・春闘で賃上げが進んでいる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの需要は継続して増加する。賃上げやインフレ手当支給などの情報もあるが、効果が上がるまでは時間が掛かる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・コロナ禍により確かにライフスタイルは変わったが、その変化に伴う必要品の需要が、物価高を乗り越え顕在化している。梅雨から夏に向けた準備品需要についても改善傾向は継続する（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・直近の数字の傾向から、やや良くなる（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・ベースアップなど賃金上昇の効果が消費全体を押し上げる（東京都）。
		百貨店（管理担当）	・各業界において賃上げの報道が多く、消費活動に若干反映される（東京都）。
		スーパー（経営者）	・減税や補助手当の給付で、一時的にも生活にゆとりを得ることで、長い節約生活からのリバウンドに期待する。
		スーパー（ネット宅配担当）	・値上げの影響が更に拡大し、単価上昇による売上増加が見込まれる。
	コンビニ（経営者）	・前月、今月共に天候の悪化で来客数が減少している。3か月後は夏場に入るため、来客数と単価が上がる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・2～3か月後はゴールデンウィーク明け頃になるが、気温が上がり人も動くので、売上は今よりも良くなる。ただし、前年比では変わらないか、下回る可能性が高いのではないかと。物価の上昇により買上点数が減ることがかなり危惧される。
		コンビニ（経営者）	・賃金を上げる企業が増えてきている（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・ベースアップに期待したい（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・株価上昇に伴う富裕層の消費意欲の高まり、円安に伴うインバウンドを背景に、有名ブランドとタイアップした開発商品、特に浴衣関係が売上増加に寄与するものとみている（東京都）。
		家電量販店（経営企画担当）	・3か月先について、3月時点の好調をキープする可能性がある程度あり、悪循環の可能性は少ないとみている（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の受注件数が前年よりも増えてきており、納期も若干早まってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・賃上げについても前年より相当良くなっており、車の需要も増えてきていることから、全体的に明るい兆しがみえてきている。戦争や円安など悪い影響もあるだろうが、少しずつ良くなるのではないかと期待している（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業における補助金効果が現れており、引き合いが増加している。補助金効果は夏頃まで続くとみえており、売上も堅調に推移するものと期待している（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・良い季節になるため、人の動きが出る。それに伴い購買量も増えていくのではないかと。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・円安の影響から外国人観光客の入店が多く、レジ客層比率を見ても依然として90%を超えている。外国人観光客は国内客と比べて客単価と購買点数が高いのが特徴的であり、今後もこの傾向は続いていくものとみている（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・株価上昇を受け、経済的に良くなる方向にいく（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・少なくとも大企業の賃上げは、それなりの上昇率になっている。中小企業がどこまで賃上げできるかによって高揚感が変わってくる。
		高級レストラン（役員）	・3～4月と気候も良く、イベントオケージョン、外出機会が増加し、売上を期待できる（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・全体から見れば所得の増加はいまだ途上にあるが、大企業を軸に増加がみられるため、個人消費が増え、徐々に経済の好循環により活性化する（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・安定的に円安が続いているため、大企業、輸出企業の業績が良くなり、経済に良い影響を与える。
		一般レストラン（経営者）	・値上げに追い付いていない客もいるかもしれないが、値上げとセールを繰り返し、どの企業も全体的に上がっていく。賃金ベースも上がっており、社会保険料や税金なども上がるため、可処分所得が増えるようにならないと、継続的な景気回復には時間が掛かる。金利も徐々に上がってきており、借入利息も高くなっている。設備投資の場合、その分、負担が増えることになる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・株価の動向や、他社、大手企業の動向を見ると、良くなる（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格転嫁交渉の成果が4月から表れるので、今月よりも改善する（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行から間もなく1年を迎える。株価の上昇など、雰囲気的には非常に明るい新年度を迎えられそうである。ただし、客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで100%戻ってくるかというと、まだそういう状況ではなく、8割5分から9割程度の回復で、あと一歩というところである。
		旅行代理店（経営者）	・これから先のことを考えると、幼稚園や保育園、学校も始まるため、その前に休みが取れた日に家族皆で出掛けようという話が出ているため、徐々に良くなっていく。
		旅行代理店（営業担当）	・寒さから解放されて良くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・今年は今までとは少し違い、コロナ禍に関して報道が控えめで、人の動きがやや多くなっている。これから徐々ににぎわいも戻る。卒業、進学、入社と行事が続ぎ、飲み会も増え、タクシーの利用者が増えることを期待している。
		タクシー運転手	・新年度になり人の動きが多少出てくる。ただし、日本型ライドシェアのスタートによりどのような影響が出てくるのか、懸念材料にはなっている（東京都）。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れていき、これまでの反動が出る（東京都）。
		通信会社（経営者）	・機材及び工事代金等の値上げが浸透していけば、この先の景気は良くなっていく（東京都）。
		通信会社（社員）	・今年は打切りの契約もなく、継続の sponsor も変更なく推移する見込みなので、見通しは明るい（東京都）。
		通信会社（社員）	・インバウンドの伸びが著しく、飲食や物販が好況であることが見て取れる。当業界に直接の恩恵はないものの、客の環境が改善していることが、解約や滞納の減少として表れている（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・4月以降、新規案件が新年度予算で出てくる兆しがある（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・電子帳簿保存法やインボイス制度などの導入が間接的に呼び水になっている。店舗に関しても、窓口業務等の活用の動きもあり、緩やかだが回復基調にある（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・インバウンド効果や、それに誘発された人の動きが引き続き活発になることで、消費が拡大することが予想される。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・能登半島地震の影響がほぼなくなってきた（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・大企業を中心に賃上げが積極的に行われていることや、円安傾向が続いており、引き続きインバウンドを中心に堅調に推移することが想定される（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・従前から話のあった契約済みの新規案件のほか、相談が継続している案件はあるが、今のところ契約できるかは分からない。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、観光用ホテル業界も良くなりつつあるが、中小企業はまだ厳しい環境にあり、賃金を上げることができない。政府には中小企業のための景気対策をお願いしたい。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	・4月から電気代やガス代、様々な商品の値上がりなどがあるので、客の購買に影響するのではないかと。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	・電気料金を始めとして、まだまだ値上げが続いているため、消費者感覚では必要な物以外は買物をしないのではないかと。賃金は上がっているようだが、生活全般にプラスになるまでには難しい。
		一般小売店 [家具]（経営者）	・これから先も、現状のまま変わらない。いろいろな販売ツールがあるが、当店は専門店であり、地元で必要とされる店になることが生き残る術である。親切な専門店の良さを出してやっていくが、景気が良くなるということはない（東京都）。
		一般小売店 [米穀]（経営者）	・食料品を扱う専門店だが、別段好材料もなく、財布のひももまだ緩んでいない。客の収入が増えて豊かになれば消費にも回ってくる（東京都）。
		一般小売店 [眼鏡]（経営者）	・株価が上がっても、消費につながらなくては意味がない。期待してはいるが、2～3か月先も余り変わらないのではないかと。
		一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・商材の価格は確実に上がっているため、本来は売上も伸びなければならぬが、大手企業や官公庁からの値下げ要求が激しく、特に、輸送費などは余り直視していない様子で、下請いじめを受けている。売上が増えたとしても、利益はさほど変わらないのではないかと。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	・これから新茶の時期になるため、売上増加を期待してはいるが、それほど伸びるとは考えられない（東京都）。
		一般小売店 [書店]（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けまでは新年度向けの販売増加が続くことが見込まれる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・大企業を始めとして、中小企業でも賃金上昇の報道が増える一方で、消費行動の活性化には少しタイムラグがあるようである。5月以降、燃料油価格激変緩和対策事業が終了するため、一般消費者はまだ慎重な動きが続くのではないかと。また、賃上げについて繰り返し報道されることは、中小企業や個人事業者にとってはまだまだ収入が増えていないことの裏返しであるように見える（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・訪日外国人による売上の押上げ効果がいつまで続くのかは予測ができない。国内の経済情勢の先行きも不透明であり、一般的な売上の大きな伸びが見込めないなかでは、見直し判断は非常に難しい（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・インバウンドの動向は伸びる要素があるが、先行きは不透明である。また、国内客の消費も社会全体の賃上げムードで堅調に推移するとみているが、大都市圏と地方との実感の格差はなお大きく、全体的に景気を劇的に押し上げる材料には乏しい（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・下期はこれまでの最高益、最大の来客数を達成した。突然そうなったわけではなく、徐々に数字を伸ばしていった感覚である。飲食店がけん引し、ファッションが弱いという構図は変わらないが、商材のバランスを変え、ファッションの代わりになるカテゴリーを成長させなければ、現在の好況を維持できなくなるため、やや危惧している（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・現状が大きく変化する兆しは見当たらないが、円安株高がどこまで続くのかということと、金利政策変更の影響を注視する必要がある（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・日本銀行のマイナス金利政策解除が企業や家計にどのような影響を与えるか不明確な部分はあるものの、しばらくは現状のまま変わらない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・春闘での賃上げが大企業から中小企業へと進み、消費への機運が更に高まることを期待したいが、4月以降、食品や生活必需品で多くの値上げも予定されていることから、そのせめぎ合いで景気はしばらくは変わらない。
		百貨店（店長）	・春闘の回答は期待以上であり、近隣のマンション販売も順調とのことだが、日常生活において目に見えて良くなる兆しは特にならない。
		スーパー（経営者）	・このところ単価が高い反面、買上点数、来客数が伸び悩む状態が続いているが、最終的には少しずつ上がっているため、まだしばらくこの状態が続くのではないかと。2月後半から3月に入って降雨が多く、なかなか厳しい日もあったが、それ以外の日では何とかカバーして、良い状態が続いている。
		スーパー（経営者）	・下げ止まってきてはいるが上昇しないという状況が続いている（東京都）。
		スーパー（店長）	・前年から続いていた値上げが一段落し、デイリー商材を中心に徐々に販売価格の値下げが行われている。値上げ前の価格まで戻っているわけではないが、商材によっては意識的に値下げする物も出てくる。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響で売上は良い状態が続いているが、景気が上向いている実感はない（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・地域のバスの減便により、マイナスの空気が流れている。
		スーパー（営業担当）	・単価の上昇、販売数及び来客数の減少という状況はしばらく変わらないのではないかと（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・為替が円安のままで、輸入品の価格が高止まりしているため、消費自体に変化はない。
		スーパー（販売担当）	・株価は上がっているが実体経済への波及にはまだ時間が掛かる。消費者まで回ってこないのではないかと。
		スーパー（食品担当）	・景気という観点では変わらないが、貯蓄に回す分を減らし、消費が活発化していく（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・この先も来客数が増える要素が少なく、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・就職などがかなり良くなっているとはいうが、それは一部であり、全体では余り良くないのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・天候や気温が平年並みであれば、今までと同程度の売上、来客数の伸びが期待できそうである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・景気が良くなる材料がない。むしろ悪くなるおそれがある（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・この先に物価高を支援するような大きな動きがないと変わらない。減税も数か月、1年近くを掛けて行うようでは大きな効果は得られず、それによりどんどんお金を使っていこうとはならない。日々の生活に余り余裕がなければなおさらである。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数はあるので、外出需要があり、暖かい日が続くようになれば良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・春になって景気が良くなると思うが、相変わらずの円安で輸入品が高くなり、諸物価も上がっているため、景気動向にどう影響するのかはよく分からない。
		衣料品専門店（役員）	・4月以降も紙製品や食品の値上げの話があり、景気の高揚感はない。衣料品関係は厳しい。
		家電量販店（店長）	・実質賃金の改善により消費活動にプラスになることを期待しているが、すぐに良くなるとは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・株価は上昇しているが、景気回復の実感がない。日用品の価格が下がらないと、まだまだこの状況は続く。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。客の来場は結構あるが、なかなか成約に結び付かない。
		乗用車販売店（営業担当）	・フルモデルチェンジする車種もあるが、値上がりするため、けん制しているとみている。
		乗用車販売店（渉外担当）	・大手自動車メーカーの不正問題による出荷停止が解消されてきた一方で、長納期化は解消しておらず、消費マインドが上がるか否かを慎重に見極める必要がある。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・販売単価、販売数量共にやや良い状態が続くと見込んでおり、現状から余り変化はないとみている（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価と賃金の上昇の勢いが勝った方が景気を左右する（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今は欲しい物だけを無駄なくという方向に消費が動いている気がする（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・宴会関連の予約状況は、前年のコロナ禍からの回復景気と比較すると低調な印象を受ける（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・路面店は余り変化は見受けられないが、路地裏、ビル上階などで新規出店が目立つ（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も決して景気が良くなるような期待はできない。株価が上がっているため、投資をしている人は裕福だとみているが、一般の労働者は決してそうではない。大手企業はベースアップが大きいですが、中小企業や現場作業員は全く賃金が上がらないため、貧富の差が広がっている気がする。物価も上がり過ぎているため、何とかしてもらいたい。
		一般レストラン（経営者）	・予約表をみる限り、来月は今月より予約数が少ないが、新入生、新入社員が入って落ち着いた月後半くらいに予約が入ってくるとみており、良い状態でいくのではないかと（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・景気自体は回復基調にあるとみられるが、年度末や新年度で出費が増え、飲食店等へのレジャー出費は減るものと予想している（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・良くなっていく要因はあるものの、物流の2024年問題の影響は大きい。運賃が上がることで、原料や資材価格が更に高騰することが考えられるが、いまだ価格に転嫁できない状況もある。良い面と悪い面があるが、気持ち的には良くなってほしい（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・国内及び海外情勢、戦争の行方によって、この先の景況は大きく変わる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行が動いてきてほしいが、地上費の高騰により、以前と比べて旅費がかなり高くなってしまふ。加えて円安で消費者が買い控えをしている（東京都）。
		タクシー運転手	・物価の上昇で日々の生活にかなり負担が掛かっており、今後の生活が不安だという声が多い。この先これ以上の落ち込みがないことを願うばかりである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・コロナ禍の不況はなくなりつつある。この先はやや上向きになることを期待している。しかし、羽田空港、成田空港などのロングの客は全くなかった。成田空港には今年になって1回も行ってない。近距離の客は依然として好調である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・物価の上昇は今後も継続していく見込みであり、より安価なサービスを選択する客が多いため、厳しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・世の中には値上げをする企業が増えているようだが、客と話す限り、余りそのような話は聞かないため、変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・一部の大手企業では値上げが報道されているが、広く値上げされないという声もある。数か月では全体的な変化は起きない。
		通信会社（経営企画担当）	・一部では値上げの動きがあるが、通信業界は依然として値下げの方向にあり、利益確保が難しくなっている（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・景気の変化は小さいが、当社自身は営業方針を変更するため、業績への効果を注視したい（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・おおよそ前年を超過する進捗が見込める（東京都）。
		観光名所（職員）	・来客数の戻りがみられない（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・コロナ禍明けから減少していた売上も、前月頃から下げ止まってきている。コロナ禍明けで盛り上がった旅行ブームも落ち着いたようであり、しばらくは現状のトレンドが続くと予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月前は、関東では梅雨なので、雨天の来場者数減少がどこまで影響するか不明であるが、ゴルフシーズンではあるため、現状とほぼ変わらない来場者数を期待できる。
		競輪場（職員）	・公営競技という枠のなかで実施する上で、体制や決められたことに対して根本的な部分の改善ができないと、回復は厳しい。時間が必要である。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・大きな要因があるとは考えにくい（東京都）。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・このままで、変化は期待できない。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・客の様子から、教育に回すお金の優先順位ははまだ低い状況がうかがえる。
		その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・物価の上昇はしばらく続くことが予想されるが、個人消費は追い付いていない（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・民間は厳しい状況が続くが、官庁案件は例年どおりの受注があるとみている。ただし、競争入札なので不確定要素が多く、楽観はできない。
		設計事務所（職員）	・極端な傾向はみられないが、じわじわと下方傾向にある（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今月は新体制ということもあり、大幅値引きで競合他社に勝った契約もあった。今後は大幅値引きをやめる予定なので苦戦するとみているが、分譲住宅の在庫を価格改定して処分することで、販売量の現状維持ができるのではないかと。
		住宅販売会社（従業員）	・情報数に変化がない。
		住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰を含めた価格上昇分を販売価格に転嫁できず、工夫にも限界がある。税制優遇等の拡大で、消費者への刺激も必要である。
		一般小売店[酒類]（経営者）	・大手企業では値上げを行うということだが、多くの消費者は実質賃金下がっているため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・大幅改装に向け店内の状況が大きく変化することから、来客数の減少が見込まれ、苦戦が予想される。
		百貨店（営業担当）	・駅周辺再開発の影響か、3月に入ってから土日の来客数が前年を割っている。駅の人流は増加傾向にある（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・一般的に消費マインドは現状と変わらないと予測しているものの、当店固有の事情ながら、売場や取扱商材の範囲が大幅に縮小する予定があり、客離れを懸念している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・競合店ができたこともあるが、来客数、販売額共に減少している。客単価は変わっていないものの、1品単価が上がった分だけ1人当たりの買上点数が減少している。可処分所得が増えないことには、この傾向は続く。
		コンビニ（経営者）	・天候不順が続くそうなので、やや悪くなる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・値上げが続き、ディスカウント店への客の流れが加速する。売上以上に利益の大幅減少が続く見込みである。
		コンビニ（経営者）	・近隣では中小企業に勤めている客が多く、賃金上昇も見込めない。当店も我慢が続く見通しで、景気が良くなる兆しはみえない。
		衣料品専門店（従業員）	・まだまだ円安の影響があり、今後もいろいろな商材の値上がりが見込まれていることから、支出を抑える意識が強くなる。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・コストが高騰している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇と、購入を検討する時間が長期化していることが影響している。
		乗用車販売店（経営者）	・国内自動車メーカーからの供給減少が考えられる。新車の納期に時間が掛かり過ぎ、乗換えの活性が悪い（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・ユーザーの景気次第ではあるが、売上、利益共に鈍化するものと予想している。
		乗用車販売店（営業担当）	・金利が高くなると、車をローンで購入する客の返済額も増えるので、買い控えが起きると予想している（東京都）。
		乗用車販売店（営業）	・販売価格が高くなり、販売台数が減ってきている。
		住関連専門店（統括）	・まだしばらく景気は良くならない。コロナ禍は明けたとみているが、まだまだ元には戻っていない。早く戻ってくれると助かる。
		高級レストラン（経理担当）	・金利上昇により、投資が控えられる懸念がある（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後の景気だが、今の時期が最も良いので、比べると売上は2割くらいは下がっていく。これは毎年のことなので仕方ないことだが、3月の方が忙しく2～3か月先の売上は今より下がっていく。人手が足りてケータリングも順調にこなしていけば売上は上がるとみられるが、人手が足りないのもそれなかなか難しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して以来、全体的に順調に販売量が回復してきているが、食材や人件費、水道光熱費など全てにおいて原材料費が高騰している。そのため、売上はあるものの、利幅が縮小しており、値上げせざるを得ない状況で、先々の予約にも影響が出始めている。
		旅行代理店（営業担当）	・バスの運行が以前より難しくなる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・これ以上の円安は、当社にとって余り良いものではない（東京都）。
		通信会社（局長）	・繁忙期対策の結果で良くみえているが、実力値からすると長くは続かないとみられるため、今後の春商戦は厳しくなると予想している（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・メディアを通じて、企業の大幅な賃上げが報道されている。中小企業や小規模な法人ではなかなか大幅な賃上げは難しく、更なる人手不足にもつながり、経営が困難となる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・ここ半年で来客数が大幅に減少している。この状況はまだ続くとみている。
		設計事務所（経営者）	・社会の空気が非常に悪くなっている。真面目な者が損をするようでは、真に良い物をとということではなく、契約だけ取ればよいという考え方になってしまう。もっと真剣に社会を良くしようという意気込みを持つ行政を願いたい。
		設計事務所（所長）	・これから先、資材等の価格が下がる見通しが立たないため、なかなか計画が進まないというのが実情である。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新年度を迎え、建材に関する予算も増えてくるとみているが、まとまった量の案件は少なく、景気の浮揚はみられない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・商材の仕入価格が上がっており、売価も当然上がっているため、客が買い控えをしている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・諸経費の上昇分を価格に反映できていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	一般小売店〔生花〕 (店員)	・花屋は売れる時期と売れない時期がある。3月はとても売れたが、前後2～3か月の1月や5月はそうでもない時期である。5月は母の日があるが、最近では余り売れないので、今月と比べると悪くなる(東京都)。
	×	衣料品専門店(店長)	・物流コストが今月より更に上昇することになったが、価格転嫁が順調に進まないため、利益を切り詰めざるを得ない。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・今年度の調剤報酬改定における減額が大きく、かなりの減収となる見込みである。
	×	タクシー(団体役員)	・自家用車を活用する日本版ライドシェアが始まれば、当然乗客はライドシェアを利用することになる。現状乗客がいないところ、客を取られてしまうことが予想される。
	×	通信会社(管理担当)	・物価の上昇により販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場(経営者)	・仕入単価、消費財購入価格、人件費が毎月増加している。販売価格を更に引き上げないと利益が減少する一方だが、値上げによる客離れも心配である。
	×	ゴルフ場(経理担当)	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。要員確保のため、春闘の結果を踏まえ、定期昇給とベースアップで約5%の賃上げを決定したが、こうした人件費負担も大きいなかで、価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向には終わりがみえず、今後も人件費の増加に加えて物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
	×	その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・新年度だが、授業料の安い塾に生徒が流れる傾向があり、生徒数も単価の安い塾への移動があるため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (南関東)		その他サービス業〔ソフト開発〕(従業員)	・紹介案件が増えてきている。昇給も前年より良くなる予定である。
		その他非製造業〔商社〕(従業員)	・受注実績より、良くなる(東京都)。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・通常、会社設立は登記をしても1本の注文がほとんどだが、今月は1つの会社で3本の注文があり、客単価がかなり上がっている。正方形の角印はゴム製が多いが、木製の柘植という指定であった。法人の印鑑受注に加え、本数は多くないが個人の実印や銀行印の受注も客単価が上がってきており、この先も同様の傾向が見込まれる(東京都)。
		化学工業(総務担当)	・大企業の賃上げが好調に進んでいる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・新規取引が始まる予定である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・技術的改良とカタログの改定により訴求力が改善されている。工場の新設による作業環境の改善に期待している(東京都)。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・A I等の新規事業の伸長が継続し、景気も良い方向に向かう。
		輸送用機械器具製造業(総務担当)	・自動車メーカーは現在も高水準の生産を継続しており、今後も景気は良くなる。
		建設業(従業員)	・景気が良くなる方向に向かってもらいたいが、国民が真面目に働いていても、最近の政治情勢をみると、先行きが心配である。景気が良くなるのも悪くなるのも、やはり国の代表者の心意気である。
		金融業(従業員)	・原材料価格や人件費の高騰に加えて、業種によっては残業時間規制の影響を懸念する声も多い。地元の運送事業者からは、取引先が協力的で価格転嫁は順調だが、今後はそれだけではなく効率化などをより進めなければならない、と危機感を持つ声を聞いている(東京都)。
	金融業(従業員)	・物価は上昇しているものの、賃金増加の効果も見込まれる。	
	不動産業(総務担当)	・管理業務では共益費が上げられないため、この先のエネルギー価格の安定を期待したい。テナント側も人件費高騰による清掃単価の若干のアップには理解を示してくれており、この先2～3か月は変わらず良い(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		税理士	・大手企業の賃金が上がっている事実を受けて、公務員のベースアップも期待される。中小企業の景気の上昇にも期待したいが、物流の2024年問題が顕在化し、運賃その他の値上げやサービスの低下が懸念される。一方、株価は高値安定が続きそうで期待を持てる。インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前以上なので期待している。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	・一部の得意先ではあるが、既存物件の契約金額の値上げが決まっている (東京都)。
		食料品製造業 (経営者)	・前年の秋に取れた原材料が不作で品不足になり、じわじわ価格が上昇してきているため、この先は少々心配である。
		化学工業 (従業員)	・輸出の受注量に増減はない。また、国内の受注動向も大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・どこも先の見通しは余り良くない。このまま円安が進み、原材料価格もまだまだ上がるとみられ、この先もしばらく余り良くならない。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・大きく変化する予測は出てきていない。受注量増大は希薄である。
		その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・物価高によりサロンへの客足が鈍くなっている (東京都)。
		建設業 (経営者)	・大手企業はベースアップしているが、零細企業ではとても価格転嫁はできず、給料も上がらない。今のまま物価だけが上がって給料がなかなか上がらない状況が続けば、この先もしばらく景気は大して良くならない。
		建設業 (経営者)	・2024年問題で残業時間の規制や賃上げ等で経費が圧縮され、利益率が下がる。
		輸送業 (経営者)	・業界内から良くなっているという声が聞こえてこない。厳しい状況が続く (東京都)。
		輸送業 (総務担当)	・荷主の国内出荷量が低迷しており、輸出は全くない。この状況が今後も続きそうである。
		通信業 (従業員)	・政府による具体的な対策がみえない (東京都)。
		通信業 (広報担当)	・当面、状況は変わらない見込みである (東京都)。
		金融業 (総務担当)	・燃料や原材料の価格高騰、食品等の値上がりがいまだ続いているが、それに伴って賃金が上がってこないため、まだ景気は回復傾向とはいえない (東京都)。
		金融業 (営業担当)	・前年まで特に好調を維持していた不動産だが、ここにきて郊外不動産の売行きが悪くなっているようである。現状では販売価格に大きな変動はみられないが、この状況が続くようであれば、価格下落に起因する不動産市況の急速な冷え込みが懸念される。他業界においても先を見通せる受注を確保している企業は僅かであり、先行きの不透明感は払拭できない。
		不動産業 (経営者)	・賃貸の動きは余り良くない。繁忙期も過ぎたので、古い物件は苦勞の種である (東京都)。
		不動産業 (経営者)	・不動産価格の高騰、金利の上昇により取引件数の減少が続く。
		不動産業 (従業員)	・工事費が高騰し続けているが、分譲マンションの価格、賃貸マンションの賃料は高値を維持したままであり、販売も順調である (東京都)。
		広告代理店 (従業員)	・根本的な問題は解決していない。加えて、期初の4～6月は例年停滞する傾向があり、この間に改善の兆しがみえるとは考えにくい (東京都)。
		広告代理店 (営業担当)	・前年が良かったので、今年は横ばいではないか (東京都)。
		税理士	・国内景気は米国、中国の景気に影響される。国内だけを見ると、周囲には中小企業が多いが、原材料高、人手不足の影響が大きい。大企業は円安による恩恵を受けて値上げなどできるだろうが、中小企業はなかなかできないため難しい。変わらないか、悪くなる可能性もある (東京都)。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない (東京都)。
		経営コンサルタント	・賃金の上昇傾向もみられるが、物価上昇で相殺されることとなり、消費意欲が高まる方向にはいきにくい。
		経営コンサルタント	・大手企業では賃上げが大々的に実施されるようだが、中小企業はその体力のないところが大部分である (東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新規の問合せ等が増えてきている反面、既存取引先の廃業等の案内もあり、トータルとしては変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・極限まで無駄を排除する傾向があり、余裕のない案件が増加する。
		金属製品製造業（経営者）	・新年度の新規案件が余りない。
		建設業（営業担当）	・年度が替わり、多少は受注が増加してくるとみられるが、一時的な増加であって、金利上昇などの影響を受けてそれ以上に減少していくと予想している。
		金融業（従業員）	・原材料価格がすさまじい勢いで高騰している。価格転嫁ができる中小企業は当然行っているが、そうした企業ばかりではない。価格転嫁ができていない中小企業も多くあり、更なる資材、燃料の価格高騰により厳しくなり、倒産するところも増えるともみている。また、深刻な人材不足に対して、大企業では賃金を上げることで対応できているが、中小企業はそうはいかず、人材不足がますます深刻化し、業況が厳しくなることが予想される。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・入札以外で受注をすべく営業をしているが、すぐに売上増加とまではいかない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・2～3か月先は例年受注量が減る時期となる（東京都）。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・アフターコロナの特需が一巡し、既存の受注には勢いが無い。新企画もあるが、具現化するまでには時間が掛かりそうなので、しばらく苦戦が続く。
	×	輸送業（経営者）	・良くなる要素がない。日経平均株価は実体経済に比例していない（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安が進み、物価がますます上がり、消費の冷え込みが一段と厳しくなる（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・営業全体で、人事担当者からの増員計画の話が多い（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・増産見込みの製造業のクライアントや、新規の物流倉庫の立ち上げなどが控えているからである。
		人材派遣会社（社員）	・派遣登録者の確保で苦戦が続いているが、求人数は3か月連続で回復しており、併せて派遣契約の成約数も回復基調にある。また、再就職支援においては大型案件の受託により、今後大幅な増加が見込まれている（東京都）。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・周辺企業で賃金が上がっているところもあり、それが全てに行き渡れば、景気が良くなっていくのではないかと（東京都）。
		職業安定所（職員）	・インバウンドが復活し、自動車部品製造業の業績は安定しているものの、燃料費、原材料費高騰の影響は小さくない。
		人材派遣会社（経営者）	・春以降も様々な分野で値上げラッシュが予想されるため、歴史的な賃上げも物価の上昇に追い付かない。
		人材派遣会社（社員）	・景気の悪い業界、悪い業界とあるため、結果的に身の回りの景気も変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求職者数が大きく変わる要因は想定できない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・需要と供給のバランスに変化はない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・労働市場における賃金上昇に伴い、派遣単価の引上げを承諾してくれた企業が多かったが、求人数に影響してくるかは分からない。単価が上がる分、求人数を抑えられる恐れもある。景気回復基調と判断して拡大していくのかは、現時点では定まっていない。
		人材派遣会社（支店長）	・高騰しつつある時給に見合う請求料で柔軟に対応してくれる企業がある一方、柔軟に対応したくてもできない企業も多い。派遣依頼数的には景気は悪くないが、良くなる予想もできない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後、製造業が低迷する要因もなく、今のエンジニア派遣ニーズの高い状態が続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・採用数の伸び悩み傾向から横ばいと予想している。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・日本銀行の金融政策などによる金利上昇などの景気動向の影響がどう出るか分からない。また、人手不足は中小企業にとってより深刻な状況であり、企業間格差が進行していく（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌制作会社（営業）	・景気が良くなるような要素は余り見当たらない。採用したい企業が増えたとしても、採用できるかどうかはまた別の話である。求職者はもちろん少しでも条件の良いところに就職したいはずで、そうなると、条件の良いところには人が来ない。条件に関しては、企業側の努力でどうにかなるものなのか、保育士や介護士のように国を挙げて給与を見直していかなければならないのかがとても重要な課題である。
		求人情報誌制作会社（所長）	・エンドユーザーへの価格設定上昇が、原価のひっ迫からくる設定なのか、外国人観光客を見据えた動きなのか、まだみえない。
		職業安定所（職員）	・好材料としてはインバウンドの増加、日経平均株価の最高値更新があり、悪い材料としては賃金上昇が一部の大手企業のみにとどまることがある。ほかにも、円安、燃料材料の価格高騰、半導体不足、物価上昇、電気代高騰等、相反する要素があるため、先が見えてこない。
		職業安定所（職員）	・旅客運送業などは人手不足から採用に意欲的だが、製造業は円安による原材料費高騰で人手不足を補う余裕のない企業もあり、雇用情勢の先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少に転じている。新規求人の伸びも鈍化していることから、今後の採用者数は横ばいになるとみている（東京都）。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が低調であり、先行きも不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・現在、企業からの求人数は安定して高いレベルにある。なかなか求職者との条件が合わないケースが多いが、ほぼ確定している。しばらく現状が続く（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・各社のベースアップが今後の新卒採用にどう影響するのか注視する必要がある（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣市場においては、年度末に向けて景気は上昇していくが、新年度に入ると若干落ち込む傾向がある。年度末での期間更新の区切りが多く、契約終了数も増加するためである。例年同様、新年度を迎えるタイミングで総稼働者数は減少するとみている（東京都）。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (甲信越)		スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症もようやく終息して、宴会がかなり増えてきている。また、世の中の景気が良くなっている印象もあり、全ての物価が上がってきたことで、ようやく普通に仕入価格の値上がり分を価格転嫁できるようになったことが有り難い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3か月前に入っていた今月分の宿泊予約に比べ、現在入っている3か月後の予約数の方が圧倒的に多い。地域のミニマラソン等のイベントも発生している。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・1人暮らしの人が亡くなって、親族が他県から来るという人が増えている。何十年ぶりに会うという人たちが何組もいた。この流れはもう止まらない。
		商店街（代表者）	・世間では景気が良くなったという話だが、目の前の販売等の様子をみていると、そう極端に変わったことはない。ただし、当店も含めて何となく良くなる雰囲気にはなってきている。
		商店街（代表者）	・客の様子からは旅行願望が強く、ゴールデンウィークに向かって気候が暖かくなるにつれ、人出は期待できる。
		百貨店（経理担当）	・一部企業で給与のベースアップが期待できるなか、緩やかに良くなるとみている。当県中小企業にも波及すれば、更なる景気回復の鍵になると考える。
		スーパー（経営者）	・4月中旬には当地区の桜祭りがあり、おでん、ラーメン、唐揚げ、たこ焼き等を当店で作り、納品販売する。アフターコロナ2年目の開催で、前年は手探り状態だったが、今年は前年実績を超える販売量を目指して臨みたい。
		スーパー（副店長）	・天候が暖かくなり、行楽など個人消費も増えると思われているので、期待を込めてやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・寒いときはどちらかというと温かい商材の売行きが良かったが、これから気候がよくなり、暑くなると、冷たい商材の需要が増えるので、売上の的にはやや好転する。
		コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークや夏休みの行楽需要が増えると予想している。
		コンビニ（経営者）	・人の移動が落ち着き、多少は回復するのではないかと。経済や政治の状況を見ると、期待するほどは上がらないとみているが、今よりは良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・世の中全体の流れで、給与のベースアップが行われている。これが消費に回ってくれば、経済活動が活発になる。
		自動車備品販売店（従業員）	・現在、冬用タイヤからの交換等が遅れている分、この先は例年以上の来客が見込まれる。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・前年と比べても、今月は物の動きが良かった。贈答品も非常に多く、小売も増えている。動き自体は良いものの、飲食店では、物価が高くなったせいか店で酒を飲まないという話をよく聞く。その反面、自宅消費は非常に堅調に伸びている。今後、秋に向けて日本酒でも値上げがありそうだが、今のところは順調に推移している。
		高級レストラン（経営者）	・コロナ禍以降、接待や宴会等の自粛が続いていたが、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前に戻り始めている。
		一般レストラン（経営者）	・大きな期待感で一杯である。地域のホテルが改名し、新年度にリスタートする等の好材料もあり、当社グループによる新産業への取組等の機会を生かしていきたい。
		観光型旅館（経営者）	・暖かくなると、関東方面からの客が動き出すため、現状よりはやや良くなると考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・北陸応援割の影響もあり、予約状況は良いが、終了後の反動等も考えられ、懸念がある。しかし、例年以上に先の予約状況は早く動いている印象であり、週末を中心としたイベント等も例年以上に多数あるため、先の状況については良い方向で推移している。
		タクシー運転手	・4月に入ると暖かくなるので、歓送迎会やお花見が出てきて、少しは良くなるのではないかと。
		遊園地（職員）	・パブリシティの獲得や、イベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、より多くの客の来園を期待する。
		百貨店（営業担当）	・現状、今までよりは多少賃金は上がっているのかもしれない。やや良くなっているが、これから先、更に物価の上昇等があるので、良くなるというよりは現状維持ではないか。
		百貨店（店長）	・大手百貨店は非常に好調のようだが、当店のような地方百貨店では、インパウンドの影響もなく、厳しい状況が続いている。今後、大きく情勢が変わる要因も見通せない。
		スーパー（経営者）	・中小企業の賃上げによって、消費意欲が変わってくると思う。
		スーパー（店長）	・値上げ前のまとめ買いもあったので、すぐに消費動向が改善するとはみられない。
		コンビニ（経営者）	・物価高の影響なのか、客の買物は弁当や軽食というよりもやや安めの冷凍食品やカップラーメンになってきている。1～3月は前年より売上が悪くなっていることから、これからは変わらないとみている。
		コンビニ（店長）	・特にこれといった良くなる材料もなく、株価が大分上がっているという話も当店には余り関係ないので、特別変わっていくようなことはない。
		衣料品専門店（経営者）	・予測がつかない。
		家電量販店（店長）	・少子高齢化などの影響で、日ごとに市場が減少傾向にある。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないように、変わらないでほしいという意味での変わらないである。
		スナック（経営者）	・今月は異動時期に当たるため、何かと飲みに出る機会も多いと想定していたが、そうした予約が全く入らず、いつもの年とは少し違っているとみている。加えて、連日のようにあらゆる物が値上がりし、当店の値上げをせざるを得ないため、客に負担してもらった金額がどんどん増えており、来店回数も減ってきているのではないかと心配している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月は勢いが良かったが、4月も北陸応援割が継続するので同じような勢いが続くのではないかとみている。ただし、これ以上の勢いはないとみている。5月のゴールデンウィークを境に、北陸応援割の終了後は下降気味になるのではないかとみている。
		旅行代理店（副支店長）	・物価高騰や為替変動による影響で、徐々に客の動向に陰りが出ているようだが、旅行意欲は継続しており、申込みや受注は堅調に推移している。インバウンドの状況が気になる場所ではあるが、現状が継続すると考えられる。
		通信会社（社員）	・大幅な加入増加は見込めないが、キャンペーンやコンテンツの充実を図って、現状維持若しくは微増に推移するようにしていきたい。
		通信会社（社員）	・良くも悪くも横ばいで推移していくとみられる。
		観光名所（職員）	・春闘は、大企業の満額回答が相次いでいるものの、すぐに地方の中小企業も追随するとは考えられない。また、相変わらずの労働者不足に憂えている。物価高の影響もあり、すぐには景気回復を実感できないのではないかとみている。
		ゴルフ場（副支配人）	・物価上昇により経費が増えた分を、プレー代に転嫁することが難しい。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・新年度、新生活の季節になり、歓迎会等の団体利用が増えてくれればよいが、新型コロナウイルス感染症発生前のように戻ることは難しいかもしれない。
		設計事務所（職員）	・動きがなく止まっている物件が多く、すぐに進み出す状況ではない。
		住宅販売会社（経営者）	・日経平均株価の最高値更新等の株高の影響や、大手企業を中心とした大幅な給与アップが、中古別荘の購入を後押ししている。こうした動きがもう少しは続くかと予想している。
		商店街（代表者）	・閉店する店が目につくようになってきている。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・現状では消費者の購入意欲は高まらず、業種によってはますます厳しい先行きである。
		コンビニ（経営者）	・今後も人口が少なくなるので、やや悪くなるのは当然である。
		乗用車販売店（経営者）	・受注残が減少しており、春の需要期以降は販売台数の落ち込みが懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・株価が上昇する一方、消費者にはその実感がないうまま流れてきてしまっている。この先しばらくはこの状況が続くとみている。
		ゴルフ場（経営者）	・日経平均株価を中心とした大手情報関連企業の株価は高いものの、地方中小企業における実体経済での手応えはない。時短、賃上げ、配偶者控除据置、物価高騰等で、人手不足とコスト増加が同時発生し、対応できない中小企業は苦戦を強いられる。
	x	-	-
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体回復により良くなる。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・今の受注量や納期の様子から、この勢いが2～3か月程度は続きそうである。
		金融業（調査担当）	・製造業では、翌期から半導体関連の在庫調整解消に向けた兆しを期待する企業が多い。非製造業は観光面の需要増加を通じて、賃上げの動き、消費の押上げを期待する。
		金融業（経営企画担当）	・株価の上昇、マイナス金利政策の解除等の外部要因が、関係各所に好影響を与え、取引先へも波及するのではないかとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・店頭での販売状況が改善されていないため、変わらない。
		窯業・土石製品製造業 （経営者）	・特注受注はいつも突発的であり、一時的に良好なものの、先行きの見通しは不透明である。他メーカーとのタイアップ等、新製品の展開に希望はある。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・大企業を中心とした賃上げにより、耐久消費財への支出増加を期待するが、円安による輸入コストの高止まりの影響が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・今年に入り、1～3月の小売の店頭売上は低迷している。新年度を迎え、新作展やセール等を企画したくても、地金の価格高騰で魅力ある商材が集まらない。好転の兆しがみえてこない。
		建設業（経営者）	・物価の上昇が続き、更に金利の上昇もあり、景気はしばらくこのままの状態が続く。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・大手企業ではベースアップを含めた賃上げが行われるが、中小企業では厳しい状況となっている。そのため県内では節約志向がまだ強く、小売業の出稿量が増えて来ていない。北陸新幹線の延伸による好影響は一部みられるが、現在大きな量にはなっていない。
		食料品製造業（製造担当）	・現状では消費者の購入意欲は高まらず、業種によっては一層厳しい先行きである。スーパー関係は値上げをした分、買上点数が落ち込んでおり、全体的には良くない。
		食料品製造業（営業統括）	・販売量が停滞している上に、酒税の増税や原材料の値上げで原価率が高まっており、経営状況は厳しい環境におかれている。
		電気機械器具製造業（従業員）	・4月より材料の値上げが予定されている。度重なる値上げに対して価格転嫁が追い付かないため、収益悪化の状況が続いている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用関連 (甲信越)		-	-
		職業安定所（職員）	・県内の企業向けの調査によると、2024年度にベースアップ等で正社員の賃金改善の見込みがある企業は67.5%と過去最高水準となり、今後の消費活動の活発化が期待される。また、半導体不足の改善により、関連する製造業での受注増加も期待される。今後もインバウンドを中心とした観光需要や消費拡大が期待されることなどから、やや良くなる。
		求人情報製作会社（総務担当）	・現状と大きく変わる要素がない。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月は、求人数、求職数共に増減を繰り返している。
		職業安定所（職員）	・賃上げや価格転嫁が一定程度は進むと考えられるが、中小企業では大手のような大幅賃上げの実施にはならないことから、景気が浮揚する要因を見いだしにくい。
		民間職業紹介機関（経営者）	・輸出主流の業種以外は、業績により、ばらつきが目立っている。
		人材派遣会社（営業担当）	・ベースアップの話は大企業のみで、地方企業はマイナスにしたいくらいの話である。駅前の飲食店は、ここ2年で100店舗閉鎖している。
	×	-	-

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東海)		一般小売店〔土産〕（経営者）	・バス会社や観光業者の積極的なPRが、団体旅行回復のキープポイントとなる。
		観光型ホテル（支配人）	・宿泊単価を値上げするが、予約数は想定より落ち込んでいない。
		旅行代理店（営業担当）	・人事異動や年間計画の都合で今は動けない会社関係の団体旅行については、4月以降に依頼が増えてくる。
		タクシー運転手	・プロ野球のシーズンが開幕になり、音楽コンサートも増える。当地で大相撲も行われるため、稼働は良くなる。
		美容室（経営者）	・春になり、寒い時期は美容院に来なかった客にも動きが出る。
		商店街（代表者）	・外国人向けの店舗や高速道路売店向けの商品はゴールデンウィークの影響がある。ただし、社会への心理的な不安が歯止めを掛けている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・毎年4月頃からは売上が少し上向きになるため、期待している。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲料や食材の値上げは続いているが、人の集まる機会はまだまだ増加傾向がみられ、今後も外食は増える見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・現状からみると、法人客、個人客共に右上がり伸びていく見込みである。冬物商材もある程度売れたが、これから暑くなるに従って夏物商材の売行きも期待できる。コロナ禍から解放され外出機会も増えていくことを考えると、3か月先の景気は上向きの見通しである。
		百貨店(総務担当)	・企業の賃上げ促進が前年以上に大きくなることや減税政策もあり、4月以降は節約志向から少しずつ消費に明るさがみえてくると予想する。インバウンドも引き続き好調で、売上を底上げする要因となっている。アフターコロナ初の本格的なゴールデンウィークとなり、その需要にも期待できる。
		百貨店(企画担当)	・富裕層とインバウンドにけん引されて高額品の動きは活発で、今後もこの傾向は続く見込みである。中間層といわれるボリュームゾーンにおいても、3月は気温が上がらず伸び悩んだものの、ファッションを中心に購買意欲は高まっている。
		百貨店(経理担当)	・少しずつではあるが、景気は戻りつつある。ただし、繁華街の夜は、以前よりはましになったが、まだにぎわいが戻っていない。
		百貨店(経理担当)	・富裕層やインバウンドの消費は拡大傾向が続くことに加えて、中間所得層においても定額減税、株高の恩恵や賃上げ効果によって、消費は緩やかながら上向くとみる。
		百貨店(営業担当)	・株価が高値で安定することで、富裕層を中心に購買意欲が高まった状態が続くと想定する。
		百貨店(販売担当)	・地元空港で国際便が復活し、インバウンド需要の増加が期待できる。
		スーパー(経営者)	・賃上げ報道が続き、消費拡大に期待している。
		スーパー(店員)	・値上げも一巡した感があり、直近は数量ベースでも前年を上回るカテゴリーが出てきている。
		スーパー(店員)	・暖冬や極端な気候の変化で野菜の一部は価格が高止まりしている。ただし、今後の気象情報等を見る限り、価格低下の予測が出ているのは良い材料である。桜を見る季節イベントでの出費も期待できる。
		スーパー(販売担当)	・4月からまた値上げされる商品が多いため、家計の対策として、ますますまとめ買いをする客が増えるかと予想する。
		スーパー(営業企画)	・大手企業の春闘での満額回答を受けて、消費マインドの向上が期待できる。
		コンビニ(店長)	・物価上昇が客の買上金額に反映されている。客の動きも週末や月末は良くなっている。
		衣料品専門店(店長)	・中小企業が顧客の主体であり、その従業員の給料アップが来客数や単価の向上につながると予想する。また、法人客の仕事量は増えており、備品の購入が増える。
		衣料品専門店(売場担当)	・大企業を中心に多くの企業で前年を上回る賃上げが実施されている。さらに、6月には定額減税も行われる。
		家電量販店(店員)	・予算の高い客の来店が増えてきた。
		家電量販店(営業担当)	・季節商材の暖房商品が全く動かなかつたため、季節が変わって次の季節商材が少しでも動いてくれればと願う。
		乗用車販売店(営業担当)	・ニュースでみる限りかなり賃上げが実施されそうなので、少し購買意欲が上がって金を使うのではないかと見込む。
		乗用車販売店(経営者)	・3か月後には生産再開されていることを望むのみである。
		乗用車販売店(従業員)	・客との会話のなかで、切り詰めるところは切り詰めて、ちょっとしたところでプチぜいたくをしようといった消費行動をとっているとよく耳にする。これからは外出にも良い気候となるので、気分が盛り上がり、少しでも財布のひもが緩むことを期待したい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(経理担当)	・賃上げ回答が大勢を占めているので、消費に回ることを期待している。
		その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・政府や日本銀行の施策に間違いがなければ、良い方向に向かう。
		都市型ホテル(営業担当)	・引き続き良い状態が続くとみる。訪日外国人客の増加で企業業績は良化が継続すると見込む。
		都市型ホテル(総支配人)	・希望としては上向きと見込むが、現実的にはコスト増加分の価格転嫁ができなかったり、人材不足のなか昇給も必要だったり、収益性は今より悪化する可能性もある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震から半年が経過する頃には、社会も落ち着いて、少し景気が良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・4月に入り新年度のスケジュールが決まってくると、夏休みの計画も立てやすくなる。まだまだゴールデンウィークにも空席があるため、うまく販売していきたい。
		旅行代理店（営業担当）	・取引先の業績を聞くと、特別手当が出たという企業が数社ある。賃上げされた分を余暇や旅行に充てる人も増えてくると予想できる。しばらくは好景気が続く見通しである。
		テーマパーク（職員）	・今後も順調に伸びていくと期待できる。
		パチンコ店（経営者）	・賃金の上昇で、少しずつ良くなる。
		その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準には僅かに足りないものの、あと2%程度である。今後に期待できそうである。
		美顔美容室（経営者）	・5月末までキャンペーンセールが続く。4月からは別のキャンペーンも始まるため既存客から新規客の紹介が見込める。
		商店街（代表者）	・金利上昇による影響はまだみられないため良い状態が続く見通したが、余り急激に金利が上がると、ローンを組んでいる人たちの財布のひもが固くなることを懸念する。
		商店街（代表者）	・3か月後も現状から変わる見込みはない。
		商店街（代表者）	・可処分所得が増えないと、自由に使える金もないままで不景気が続く。まだまだ景気が良くなりそうな気配はみられない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・今後のことは、なかなか見通しが立たない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・給料が上がっている人ばかりではないため、生活必需品以外の消費を控える人もいる。身の回りの景気は、今しばらくこのままとみる。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・中小企業は大企業ほど回復していない。それに加えて賃上げ等のマイナス面が多く、先行きは不透明である。
		百貨店（営業担当）	・足元の来客数とインバウンドによる売上が維持できる。
		百貨店（販売促進担当）	・特に阻害要因もないため、引き続き好調に推移すると予測している。
		百貨店（営業企画担当）	・やや良くなる方向ではあるが、それほど大きくは変わらない。
		百貨店（販売担当）	・やや良くなる気配はあるが、変わらない。平日と土日との差が大きく、外出して楽しむ際は購入量が多いが、日常生活用品やリピート商品については儉約している様子である。
		スーパー（店長）	・商圏内の住民には製造業の人が多く、賃上げによりゴールデンウィークは前年以上に帰省や旅行等遊びに行くことが増えるが、ゴールデンウィーク明けは今と同じように節約傾向に戻り、現状と変わらないと見込む。
		スーパー（店長）	・商品価格の上昇はあるが、時給アップや賃金改定などで横ばいと考える。
		スーパー（店員）	・4月以降は売上が伸びるとみるが、物価上昇の値上げ分が増加するだけで、全体的に大きくは伸びない。
		スーパー（支店長）	・賃上げはされたものの、著しい物価の上昇で消費の増加は決して見込めない。今後、増税もささやかれるなかで、先行きは余り明るくない。
		コンビニ（企画担当）	・現状では悪くなる要因はないが、当地方にもインバウンドが戻らないと、今以上に良くなることは徐々に難しくなる。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴い少なからず人が動き、飲料類を中心に冷たい物を買って求める客が増える。しかし、前年並みの結果が出るとは考えにくい。
		コンビニ（本部管理担当）	・小売業としては、2023年度は電気代の補助があったため、営業利益が予想以上に確保できた。今期も電気代補助が継続されるかが、今後の業況を左右する。
		衣料品専門店（経営者）	・気候に大きく左右されるため、余り期待はできない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（売場担当）	・3月の繁忙期を過ぎたため、4月から6月はスーツよりワイシャツ等の単品販売が多くなる。当社では主力商品をノーアイロンシャツに切り替えている。シャツもパンツも自宅で洗えるような商品が多くなり、スーツに比べると単価は下落する見込みである。
		乗用車販売店（経営者）	・株価高騰や賃上げのプラス要素も、恩恵を受ける範囲は限られている。物価上昇などのマイナス要素も考えると、全体的には横ばいの推移とみる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降の金利上昇や春闘の行方などを見守っている状態である。
		乗用車販売店（従業員）	・消費者には購買意欲がみられ、高価格帯の車にも問合せがある。それほど悲観的な状況ではないため、たまたま今月が悪かったとみる。客の様子からすると、今後はそれほど変わらないか、やや良くなる見通しである。
		乗用車販売店（従業員）	・この1年は受注停止の車種も多く、販売台数が大幅に減少している。人気の高級車は欲しくても販売台数が限られており、受注停止のため買えない状況がこの先も続く見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・客の自動車に対する購入意欲が低くなっているが、新車の納期は正常に戻りつつある。急な購入要望に対しても応じられるようになれば、落ち込み分をカバーできるのではないかと期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・高級車メーカーから新型車がデビューしたこともあり来客数は増えているが、その他の部分では誘引が弱いいため、今後どうなるかは不透明である。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗共に新築工事は少なく、リフォーム工事が多くなっている。建築資材の値上がりのため、オーナーの予算と折り合わず保留になる物件も出始めている。ただし、需要自体は多く、景気はこのまま平行線で進む見込みである。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・コロナ禍が明けて、今年のゴールデンウィークも旅行や行楽に消費が偏る。貴金属への購買意欲はその後からと見込まれる。
		高級レストラン（経営企画）	・急激な来客数の増加は見込めないが、新型コロナウイルス感染症の影響はなく、集まり方など食のスタイルが変化している。
		一般レストラン（経営者）	・ガソリン代や光熱費を始め調味料等も値上げが予想される。酒についても、購入できる金額内の商品が少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・関東や関西などの大都市圏では、最低賃金の引上げで時給が上昇して景気が良いかもしれないが、当地域ではそれほどの上昇感はない。
		一般レストラン（従業員）	・値上げが影響する。
		観光型ホテル（経営者）	・前年5月は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して少し状況が良くなったが、今年5～6月にはそれ以上良くなるような材料がないため、変わらない。マスコミで報じられるようなインバウンドの効果も地方ではみられない。知名度不足かもしれないが、現状ではインバウンドの恩恵はない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
		旅行代理店（経営者）	・賃上げと物価高の影響が消費の2極化につながっている。旅行代理店を利用できる層が限定される一方で、自家用車や公共交通機関を個人で利用して旅行に行く層に分かれていくので、旅行消費全体では変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・当面この状態が続くと考えている。
		タクシー運転手	・これから段々と暖かくなるにつれ、花見やプロ野球等いろいろなイベントが開かれる。今以上に客足が伸びればよいが、3月までの客の動きを見ていると、いきなり良くなるとは考えられないため現状と変わらない。良くなるように大いに期待はしている。
		通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
		観光名所（案内係）	・いろいろな物の値上げがある影響とベースアップの実績がどうなるかによって先行きは変化する。また、当業界にとっては天候も景気に影響する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場予約者数は、今のところ前年を少し下回っている。ゴルフシーズンに入っているためこの先予約は増えると見込むが、現状では、このまま余り変わらないと判断する。
		美容室（経営者）	・円安の影響か、物価が高い。物価高が落ち着けば、景気も変わる。
		住宅販売会社（経営者）	・今は良いが、金利の上下次第で変動する様子がうかがえる。
		住宅販売会社（従業員）	・極端な変化はないと見込む。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・既に受注している物件数や見積りなどの引き合い数を見ても、勢いはまだ弱い。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・株高がどのように作用してくるかが分からないため、現時点では将来の景気に関しても変わらないと見込んでいる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期も終わり閑散期に入るため期待は薄い。
		商店街（代表者）	・商品の値上がりや、購買意欲の低下を促進する。
		スーパー（店長）	・まだまだ値上げ要請がきており、単価上昇による買い控えが懸念される。
		スーパー（販売担当）	・花見客はなくなる。5月には競合店が開店し、売上は今月より悪くなる。
		スーパー（総務）	・株価の上昇は続いても自分たちの収入はいまだ変わらず、先行きへの不安が大きい。
		コンビニ（店長）	・客の購買力が落ちてきている。食品の度重なる値上げが効いているのではないかと。ガス、電気料金の補助がなくなったら、一層食費に掛ける金が減ってくるように見える。
		コンビニ（エリア担当）	・春以降も商品価格の高騰は収まらない見込みであり、1人当たりの購入点数は減少傾向が更に広がる。
		コンビニ（エリア担当）	・商品価格の上昇に限界がみえてきた。来客数は伸びず、今まで上がってきた客単価も厳しくなるとみる。
		コンビニ（店長）	・12月頃から3月にかけて来客数は減少傾向で、数か月先も来客数の回復は難しく、売上は減少する見込みである。
		コンビニ（商品企画担当）	・引き続き来客数の伸び悩みが想定されることから、景気回復は苦しいと判断する。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来客数が少なく、大型家電も売れない。円安やインフレによる商品価格の上昇が続き、今まで好調だった白物商材が売れなくなっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新規格対応のため夏頃まで全ての生産が停止し、その影響で半年近く車両の入荷がない予定である。多少の在庫がある今のうちにはよいが、在庫が少なくなればマッチングも難しくなる。夏頃が1番厳しくなる。
		バー（経営者）	・原材料価格の高騰や酒類の大幅値上げが影響する。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・企業の業績が好調な反面、消費者の消費意欲は冷めている。購入量を減らしたり、高額商品の購入をちゅうちょする様子がある。
		旅行代理店（経営者）	・団体旅行の受注が減っている分を個人客でどれだけカバーできるか予測できない。
		通信会社（企画担当）	・新サービスの折込広告やダイレクトメール等へのレスポンス数も落ちてきている。インフレが進むなか、人が動かなくなっているように見受けられる。
		テーマパーク（職員）	・春の開花状況が遅れる可能性がある。値上げの影響も続く。
		テーマパーク職員（総務担当）	・金は銀行への預入れが進み、近場での行楽にも出し渋る傾向がある。電気、ガス料金への国の補助がなくなり、生活を圧迫する。
		理美容室（経営者）	・良いニュースを聞かないため、段々と景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・現在は年度が替わる時期のため、新年度や新学期に向けて来客数が多いが、それが落ち着くと暇になる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護報酬の改定で全体では1.59%の報酬引上げといわれているが、福祉用具貸与サービスでは料金の上限価格が大規模更新され、アップどころか数%の売上減少となる。春闘では33年ぶりに賃上げが5%超となり前年に続き大幅な賃上げとなったが、人材難の介護事業者にとっては次の改定まで辛抱できないくらいとみている。
		設計事務所（経営者）	・現在の計画案件の処理後は、見通しが立っていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の話がなくなりリフォームの話が増えたが、条件の良くないリフォーム案件も増えてきた。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・この先まだまだ物価高は続く見込みで、打合せのたびに価格を伝えることが心苦しいが、受け入れてもらうしかない。景気回復には時間が掛かり、厳しい状態が続く。
		商店街（代表者）	・街の電器専門店に来店して家電を購入する客は年々減少し、店舗を利用しての顧客との接点は今やほとんどない。展示会を開催しても、地域店規模では限界があり、集客力はますます落ちる。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		建設業（役員）	・住宅販売ではローン金利上昇の懸念はあるが、大手自動車メーカー系企業のベースアップが期待でき、客の住宅購入マインドが盛り上がる兆しのような話がある。建設業としては堅調だが、2024年問題と呼ばれる働き方改革で、コストアップやリードタイムへの対策が必要である。
		輸送業（エリア担当）	・引き続き順調に推移していく。悪くなる要因が見当たらない。
		通信業（総務担当）	・新年度になり、皆の気持ち少し明るくなる。
		金融業（従業員）	・長期的な株価の上昇もあり、景気は上向いている。小売業や製造業の受注も安定して推移している。
		不動産業（経営者）	・今後は、外出や遠出をする人が増加傾向になっていくと見込む。今後の売上も増加していき前年を上回る状況になっていくと予測している。
		広告代理店（制作担当）	・初夏に向けてイベントが見込まれる。株価の上昇等もあり、前年と比べ積極的な企画の展開が見込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の金融政策変更は、世界情勢から考えるとやむを得ない。まだまだ低金利なので新製品を発売して世の中に貢献したい。当社では新商品が完成し、評価も上々である。
		食料品製造業（経営企画担当）	・価格に見合った価値が訴求できる商品やサービスを提供できなければ淘汰されていく。厳しい環境と認識している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現状の景気はやや悪いが、新年度になっても変わらずこのまま推移する見込みである。
		化学工業（営業担当）	・2024年度中は、大きな需要回復は見込めない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・1年半続いた業界の低迷状態から抜け出した感はあるが、その後の伸びは余りみられず、しばらくは現状維持とみる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・中国を含むアジア自動車向け、欧州自動車向け共に市場の勢いがなく、北米自動車向け市場の失速を補うことはできそうにない。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全体的に客先業界が復活している様子で、ある程度設備投資の期待を持てるため多少は良くなると思えるが、まだはっきりと景気が上向くとはいえない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・急激な上昇や下降が起こるような要因はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の要素が余りない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ある程度の価格転嫁はできているが、この数か月受注量、生産量共に横ばいであるため、今後も変動はなく景気は変わらないものと見込む。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・仕事量は増えているが、まだ賃金に反映されていない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・せっかくの賃上げも、ガス、電気料金の補助がなくなるとの報道があり、燃料油価格激変緩和対策事業もなくなったら、賃上げの効果はない。
	建設業（営業担当）	・年度が変わっても国内の物価高や材料の価格高騰が続くため、なかなか予算が折り合わず工事の発注が難しいという声が多い。当分ははっきりしない見通しである。	
	輸送業（経営者）	・新規の取引依頼は増えているが、既存荷主との価格交渉の決着や取引中止には、もう少し時間が掛かると見込まれる。	
	輸送業（エリア担当）	・年度末で企業の人事異動が活発になり、取扱件数が前年までの実績と比べて増えている。各企業での新しい部門等の活性化による人事異動であれば景気回復といえるが、客の声を聞くと、飽くまでコロナ禍で停滞していたものが動き始めたという話のようである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・荷物の量は若干少ないままで推移している。単価も上がっていない。
		通信業（法人営業担当）	・株価上昇等の良いニュースはあるが、なかなか庶民の生活に還元される様子はない。定年後の65歳以降も働きたいという人が多いのではないか。また、日本銀行の金融政策の変更が庶民にどういった影響を及ぼすか不透明である。
		金融業（従業員）	・行楽シーズンやゴールデンウィークがあることから、人の動きが活発になる。
		金融業（企画担当）	・特に中小企業においては、原材料等仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できて利益が増えないと賃上げも難しく、結果として個人消費につながらない。
		会計事務所（職員）	・周りの人を見てみると、日常は割引やバーゲンセールを上手に使って節約し、年に数回旅行に行くなどして大きく使う。メリハリのある金の使い方をしているが、使う金の総額が増えているようではない。
		金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小が顕著であり、引き合いが減少している。
		金属製品製造業（従業員）	・収益環境が余り変わらない見込みのなかで、他社からは仕事量への不安も聞こえる。
		建設業（経営者）	・政策の方向性は、最初は良かったが今は疑問である。総理のリーダーシップが求められる。
		輸送業（従業員）	・運送業界では4月より2024年問題が始まる。今までと同じ体制では今までと同じ仕事量はこなせない。かといって人員や設備は簡単には増やせず、売上単価が上がったとしても頭が痛い。
		通信業（法人営業担当）	・街中にアジアからの観光客が目立つようになり、その人々と同世代の日本人を比較すると、格好や買物の仕方、金の使い方に差があると気付く。日本人は安い物やおなが膨れる物に金を使い、観光客が高価な物やおいしい物を買う状況が続けば、現役世代の元気とやる気が上向くことはない。
		不動産業（開発担当）	・これ以上工事費上昇の流れになると、収益悪化につながる。首都圏及び関西圏での工事費上昇の流れは変わっていない。
		公認会計士	・日本銀行の金融政策に変更があり、多くの企業が設備投資などについて様子見と考えられる。そのため、現在の景気よりも急激に良くなることは考えにくい。金融機関の金利も上がりつつあり、コロナ禍で融資を受けている企業にとっては大きな打撃になることも予想される。4月から働き方の規制が掛かる業種等も売上減少の可能性が高く、景気はやや悪くなるとみる。
		会計事務所（職員）	・足元では円安が加速しており、物価高騰へ更に拍車がかかるか心配である。消費者の実質的な可処分所得が減少して財布のひもが固くなれば、値下げして売上を維持するしかないが、これ以上仕入原価が上がれば利益が十分に確保できず、ますます厳しい状況となる。
		×	食料品製造業（営業担当）
	×	鉄鋼業（経営者）	・新年度に向けても見積りすら全くない。非常に先行きが不安である。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の減少と折込広告の減少が、前年よりも大きくなっている。
雇用 関連 (東海)		-	-
		民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に向けて求人募集の増加率はそれほど高くはなく、人事部門が新卒採用者や研修などに時間を割かれる関係で、若干鈍化する可能性もある。一方で、大手企業ではゴールデンウィーク明け以降に新年度の新しい採用枠が出てくることを想定すると、上昇する見込みである。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・正規雇用での求人増加に伴い、募集に対してなかなか応募がない企業からの依頼が増加傾向にある。また、女性の就業率アップに伴い、ブランクがあることへの懸念から正規雇用を目指すよりもサポートのある派遣就業から始めたいという声が多く聞かれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・各企業で新卒入社者の配属と重なる時期のため人材ニーズは一旦落ち着く可能性があるが、技術開発の領域では研究開発の需要が低下する要因は見当たらないため、当面は好況が続く見込みである。
		人材派遣会社（営業担当）	・春闘やマイナス金利政策解除の影響がまだみえない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が増加せず、求人内容とのミスマッチが多く、採用者数は横ばいから減少傾向と予測する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産工場で稼働停止が続き、請負・派遣スタッフへの休業補償を行うが、残業代が見込めずスタッフからは転職者も出てきている。労働者派遣・請負供給事業者においては、人材確保で従来と違った問題が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・株高ではあるが、県内では限定的な影響である。円安の進行やエネルギー価格の更なる高騰も心配され、このまま停滞状態が続くと考える。
		職業安定所（所長）	・求職者の約2割が65歳以上の高齢者であり、物価高などが高齢者世帯に大きな影響を及ぼしている。今後も個人消費は伸びないと見込む。
		職業安定所（職員）	・引き続き材料価格の高騰、大手自動車メーカーの不正問題、能登半島地震等で業種によっては影響を受けている状況が見受けられる。景気が良くなるとは言い難く、雇用情勢についても様子見の状態が続く。
		職業安定所（職員）	・求人数がこの先も好転するとは考えられない。
		職業安定所（職員）	・春闘での満額回答や株価の最高値更新という報道はあるが、管内における雇用拡大の動きにはつながっていない。
		職業安定所（職員）	・エネルギー価格の高止まりや物価の上昇が続く可能性があり、今後も企業の経営を圧迫するとみられる。仕事があっても人材が集まらず、利益確保に苦慮する状況が続く。
		職業安定所（雇用開発担当）	・基幹産業である製造業の求人数が、4か月連続で前年比を下回っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数について、今後2～3か月で現状から変化する要因が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・予約状況は余り良くない。今後は予約も入ってくる。
		人材派遣会社（社員）	・例年どおりであれば、4月から7月にかけては求職者が動かない時期に入る。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・日本銀行の金融政策変更の影響がどうなるか不透明である。
		職業安定所（職員）	・物価高騰のみならず、人手不足や賃金水準の上昇に耐えられない事業所が発生している。
	×	人材派遣業（営業担当）	・物価高による家計負担や所得からの各種控除が増加し、賃金は上昇しても景気は後退が続くと見込んでいる。

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連		都市型ホテル（役員）	・災害支援関係者の宿泊利用で高稼働が続くなか、北陸新幹線の延伸と北陸応援割による観光需要の取り込みをコントロールすることが難しい。
(北陸)		商店街（代表者）	・北陸応援割の実施や観光客の回復と良くなる材料が多い。
		商店街（代表者）	・桜の開花が4月にずれ込んだので、来客数の増加を見込んでいる。相変わらず高額商材の動きが鈍いため、来客数の伸びに期待している。
		百貨店（売場主任）	・額面が40%上乘せされたプレミアム付商品券の発売で地元客の消費のかさ上げや、ゴールデンウィーク以降の北陸応援割の第2弾、北陸新幹線の金沢敦賀間開業効果で、国内外の観光客が増加することに期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・春休み中の店舗催事やゴールデンウィーク中に開催する物産展など、客の関心が高い企画が続くので、上向きになるとみている。また、旅行需要も増えるとみており、ウェアや旅行かばんなどに動きがあると考え。能登半島地震の影響で正月にゆっくりできなかったため、ゴールデンウィーク期間中の帰省需要が増えると見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・北陸応援割などが活況で、少しずつ景気が良くなっているようにみえるため期待したい。

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
		衣料品専門店（経営者）	・北陸新幹線の延伸があり、福井は特に新たな人の動きがあることに期待したい。
		乗用車販売店（役員）	・生産停止による受注への影響が解消されれば、来客数にも好影響が出てきて、売上増加への期待が高まってくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・本格的な行楽シーズンに突入することから遠出の機会が増すとみている。特に、北陸新幹線の延伸効果に期待でき、帰省も含めた人流が活発化することでの物販などのニーズは高まることから、購買意欲が増すことに期待する。
		一般レストラン（店長）	・人の動きが良くなっており、北陸新幹線延伸の効果にも期待したい。地元飲食店にとっては、北陸応援割の効果は限定的だと考える。
		一般レストラン（統括）	・2024年問題などがある物流も含めて、あらゆる物事で価格が上昇するが、新型コロナウイルス感染症の影響がない5年ぶりのゴールデンウィークになるため、4～5月は人が活発に動くと考え。また、インバウンドの動きも3月から活発化しており、この傾向が高まるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの予約が増えている。
		タクシー運転手	・当社事業は人の動き次第で左右される。国や県が被災地を応援する観光キャンペーン等で盛り上げてくれているため、今後は期待できると考える。
		通信会社（役員）	・マイナス金利政策の解除や金利上昇など、景気上昇のきっかけになると考える。
		テーマパーク（役員）	・3月16日に延伸開業した北陸新幹線や北陸応援割の効果が出てくることによって、来客数の動きは徐々に良くなってくると考える。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・4月に入ると百貨店でイベント等があるため集客を期待しているが、総菜等の売行きが大変良く、生鮮等の動きは少し鈍いことから、景気は変わらないと考える。
		百貨店（販売担当）	・ゴールデンウィーク終了までは北陸新幹線の延伸ムードが継続し、来街者や来客数の増加が期待でき、特に食部門に関しては継続して伸長すると考える。しかし、物価高騰の影響もあり、衣料品や雑貨部門への波及は限定的とみている。お買い得品や低価格商材の動きが良い点、祝いなどのモチベーション需要も低価格志向ではありながらも動きは伸長している点などから、ゴールデンウィーク頃までは現状維持になると考える。
		スーパー（店長）	・給与のベースアップが話題になっているが、身近な会社で大きく賃金が上昇した企業はまだ少ないようである。
		家電量販店（店長）	・物価高による買い控えは続きそうである。
		家電量販店（店長）	・ついで買いが少なく、前年と比べて客単価が下落している。
		家電量販店（本部）	・コンスタントに補助金による需要はあるが、全体として景気が良くなるほどではない。
		乗用車販売店（経営者）	・前年から新車価格が上昇し、その他にも物価高の状況が続いているため、可処分所得が増えないなら、良くなるとは考えられない。
		乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなっていく要因がない。
		自動車備品販売店（役員）	・一部では株価や長期金利、賃金の上昇などが話題になっているが、一般層の客における消費行動は依然として厳しい。物価上昇が続いており、話題となっている新NISA制度による消費の増加は直近では期待できない。
		住関連専門店（役員）	・今年に入り、来客数も買上点数も全く伸びない。耐久消費財、趣味趣向への消費マインドが下がっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・それほど期待を持ってないため変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・前年並みの受注で推移している。北陸応援割の第2弾などがなければ、大きく変わる要因は考えられない。
		スナック（経営者）	・当店の客は経営者が多いが、給料や雇用などについて大変厳しい声を聞いており、先行きは期待できない雰囲気である。
		観光型旅館（経営者）	・能登半島地震の影響が少しずつ薄れ、予約はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前まで戻ってきている。
		旅行代理店（従業員）	・予約状況をみても前年並みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・しばらくは観光客が増え、タクシー業界の人手不足もあり、忙しい状態が続くとみている。
		通信会社（職員）	・良くなる要素は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・新入学の時期が終わり、今後大きな起爆剤がない限り、変化が出ることはないと考える。
		通信会社（役員）	・商戦期が終わって落ち着く時期となるが、特段のイベントもなく前年と同レベルで契約者数が推移すると考える。
		パチンコ店（経理）	・今のところ景気変動に関連する事柄はないとみている。増税などが実施されればまた変わってくると考える。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] （総支配人）	・賃金以上に物価上昇の動きが強すぎる。当社自体はこの春から給与がアップする実感が無い。世の中でニュースになっているような生活が良くなる雰囲気は大手の企業だけであり、中小企業には見受けられない。多くの人の生活のなかで健康づくりに意識を向けることが後回しになっていると考える。
		美容室（経営者）	・最近の急激な物価高の影響で、客の来店サイクルが伸びている。この傾向がしばらく続くと考える。
		住宅販売会社（従業員）	・これから天候が良くなり、商談も増える時期となるため、今後2～3か月は忙しい時期が続くとみている。全国的な統計で新築は減っているが、今年度は前年比では数%であるが売上もアップしており、新年度に向けて良いスタートが切れそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・復旧、復興の進み具合で多くの人の動きが変わってくる。これらの進み具合と資材の高騰、業者の調達がどうなっていくかはまだ不透明で、今後を見極めていきたい。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響が落ち着くまでは景気回復が厳しいと考える。
		住宅販売会社（営業）	・やや良くなる可能性もあるが、地方では賃上げ率がそれほどでもないなど、具体的な景気の回復要素がみえない。現状維持で精一杯だとみている。
		一般小売店[事務用品] （店長）	・3～4月は基本的に新生活を迎える人が多く一時的な回復は見込めるが、それが落ち着いてくると、商品値上げなどにより再び消費が減少する可能性は高いと考える。
		一般小売店[書籍] （従業員）	・マイナス金利政策解除や多品目での値上がりなど、悪くなる要素しかない。
		スーパー（店舗管理）	・地方では高齢化が加速し、県外資本参入によるオーバーストアも確実であるため、来客数の増加が見込めない。また、販売促進費を掛けても効果が少ない。
		コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線の延伸効果が尻すぼみの状況で、効果の持続は期待薄である。
	×	商店街（代表者）	・今まで関西や中京との結び付きが強かったが、一転して鉄道でアクセスしにくくなった影響は大きい。この状態が20年以上続きそうなのは問題である。また、日用品の値上がりの影響が徐々に出てきており、財布のひもが一層固くなってきそうである。
	×	通信会社（営業担当）	・新生活需要を満たせば、一旦販売数も落ち着くとみている。
企業 動向 関連 (北陸)		金融業（融資担当）	・製造業は加賀地区を中心に回復基調である。北陸応援割などの支援やインバウンドの回復、北陸新幹線の敦賀延伸、歓送迎会の再開などで、飲食や観光も同様に回復基調となっている。
		食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれ、業績は右上がりで推移する見込みである。
		プラスチック製品製造業（広報）	・多くの企業で賃上げが進むとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連の生産が回復基調のもと、順調に受注が増えてきており、さらには物価上昇を背景に製品価格への転嫁も進んでいることから、業績としては好調に推移している。ただし、資源価格等の更なる高騰は続いており、引き続き価格転嫁を進めていく必要がある。
		建設業（役員）	・賃金のベースアップ基調により、景気はやや上向いていくとみているが、受注量の先行きについてはまだ読めない。
		輸送業（経理）	・荷主への価格改定交渉の実施により、改定の見通しがつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業）	・円安が進む懸念はあるものの株価指数は引き続き上昇傾向のため、企業の業績も安定して推移するとみられ、平行して受注量も増加すると見込んでいる。
		金融業（融資担当）	・一部で能登半島地震の影響を懸念しているが、コロナ禍からの回復により観光関連が改善傾向となっている。コスト上昇分の価格転嫁も徐々に進み、利益改善にも期待できる。
		司法書士	・北陸新幹線延伸関連の各種事業やイベント、全国規模の集まりが続くので、飲食店、宿泊、広告など、関連する事業は良くなると考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないと考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・前年から引き続き、受注量が減りつつある。
		建設業（経営者）	・3月末工期の工事の何本かは新年度に繰り越して施工するため、4月はそれなりに多忙感があるが、5～6月は公共工事の新規発注が見込めず暇になるとみている。
		輸送業（管理会計担当）	・足元では特別積合せ貨物運送の物量が回復する兆しが乏しい。
		不動産業（経営者）	・物価が非常に高くなっており、個人客の動きが止まっている状態であるため、良い情報が入ってこない。
		税理士（所長）	・飲食業や小売業といったB to Cの業種において、原材料の価格高騰を価格転嫁で補い、利益を何とか確保している。製造業などのB to Bは受注が少なく、価格転嫁も厳しい様子である。
		繊維工業（総括）	・引き続き海外向けスポーツ・アウトドア用途の調整局面が続いていること、自動車用途が大手自動車メーカーでの不正問題発覚による停止の影響を受けていることに加え、能登半島地震の被害による影響がしばらく続くものと危惧している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・目先の受注に回復の兆しが一向にない。客からの情報も、増加傾向になる製品がほぼなく、非常に厳しい状況が続いている。ただし、車載向け製品に関しては、一部の悪影響を除き、ほぼ順調な受注傾向にあることが唯一の望みである。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		人材派遣会社（社員）	・求人数が若干上昇傾向である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度に入りゴールデンウィークも控えている。北陸新幹線の敦賀延伸などもあり、観光PRの広告出稿や企画が期待できる。購買意欲も高まる時期なので、各種営業広告の掲載が増えることも見込んでいる。
		職業安定所（職員）	・当面は北陸新幹線の敦賀開業効果の持続が期待できる。
		職業安定所（職員）	・能登半島地震による被災者などの相談は減少傾向となり、通常の求職状況に戻りつつある。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・旧態依然とした経営を余儀なくされている企業と、AI等最新技術を導入して合理化している企業の間で差が広がり、特に歴史の長い伝統的企業は、業態転換や経営手法の変更が求められているようにみえる。
		職業安定所（職員）	・求人数は僅かではあるが減少が続いており、足踏み感が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・現在、春闘で大手企業は景気の良い回答を出しているが、中小企業の多くは追随できず、格差が広がっているようにみえる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響、物価上昇、円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配は見受けられない。
		人材派遣会社（役員）	・依然として求人はあり、人手不足感も変わりはないが、求人数は若干減っているようにみえる。

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・円安の継続で好調が続く。
		百貨店(服飾品担当)	・インバウンドほどではないものの、国内客の買上がこの1年は増加しており、特にファッションへの感度が高い若年層の動きが活発である。マスクをしなくなったことで、サンGLラスの売上が大きく伸び、メイク商材などの動きも増えるなど、若年層の変身願望がみられる。今後の為替の変動によるインバウンドの動向は読めないものの、しばらくは成長が続くと予想している。
		コンビニ(経営者)	・近隣の企業で新入社員が増え、アイスコーヒーやビール、ジュース類の売上が50%程度増える見込みである。
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・予約の状況を見ると、4月上旬まで結構入っている。
		百貨店(売場主任)	・若年層の取り込みにつながる品ぞろえを強化しており、それに対する反応も良いなど、次世代の客の取り込みが進んでいる。
		百貨店(サービス担当)	・春休みやゴールデンウィークでの国内外からの観光客の増加や、ショップのリニューアルオープンによる効果で、今後も好調な推移が予想される。
		百貨店(外商担当)	・今後も株高を背景に、富裕層の購買意欲の向上が続くほか、インバウンドもまだ増えると予想される。
		百貨店(マネージャー)	・インバウンドや広域からの来街が今後も続くと予想される。全体としても大きな変化はなく、堅調な状況が続くそうである。
		百貨店(宣伝担当)	・現在は高額品が売上がけん引しているが、前年から行っていた営業投資が順次進めば、今は停滞している季節商材の動きが活発化すると期待している。
		百貨店(売場マネージャー)	・気温の上昇とともに季節商材の動きが活発化し、個人消費は押し上げムードになる。新型コロナウイルスが5類感染症に移行後、初めてとなるゴールデンウィークも控えており、景気は現状よりも上向くと予想される。
		百貨店(マネージャー)	・前年のゴールデンウィークはコロナ禍の影響が小さくなり、久しぶりに旅行関連にお金を使う人が増えたことで、食品関連は苦戦したが、今年は回復が予想される。
		スーパー(店長)	・春闘では大手各社の賃上げが進むため、その効果に期待している。
		スーパー(企画)	・賃上げの流れに加え、インバウンド需要も増えていることから、当面は良くなる。
		スーパー(社員)	・若い客層を中心に、賃金の上昇への期待感が強い。これまではメーカーや取引先の値上げによる客の買い控えが目立っていたが、少しずつ買物意欲が回復すると期待している。
		コンビニ(経営者)	・4月になればイベントも増えるため、景気の回復を期待したい。
		コンビニ(店員)	・外国人客が安定的に増えるなか、暖くなれば国内客の外出も増えるため、店も今まで以上に忙しくなると予想している。
		衣料品専門店(経営者)	・アフターコロナでの消費の増加が一巡し、ある程度はかつての消費行動に戻ると予想される。
	衣料品専門店(店長)	・海外からの客が顕著に増えている。客との会話では、大企業を中心とした賃上げによる好景気が期待できそうである。ただし、まだまだコストの増加に対する懸念は残る。	
	衣料品専門店(店員)	・4月から5月は繁忙期に入り、年間で最も売上が増えるため、良くなると予想される。	
	家電量販店(経営者)	・2024年度の補助金も始まるため、販売量の増加に期待したい。	
	家電量販店(企画担当)	・省エネ型給湯器や内窓に対するリフォーム補助金の手厚いため、エアコンとのセット販売への反響が良く、契約件数が増えている。	
	家電量販店(営業担当)	・周辺では大阪・関西万博関係の仕事が幾つか見受けられるが、なかなか当社には回ってこない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（人事担当）	・行楽や旅行などの活発な動きに合わせて、カメラなどの購入が増えることを期待している。また、賃上げの動きに伴い、滞っていた家電の買換えも徐々に進むと予想される。
		乗用車販売店（支店長）	・春闘はおおむね順調に推移しており、賃金の上昇が期待される。
		高級レストラン（スタッフ）	・少しずつ増えてきたインバウンドに期待したい。
		高級レストラン（企画）	・商品単価の上昇が続くほか、インバウンドの増加による宿泊やレストラン需要の増加が見込まれる。
		一般レストラン（店主）	・季節の変化や天候要因の改善に期待している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・季節が良くなり、インバウンドも増加している。客単価は低いものの、商品価格の上昇や来客数の増加により、売上は増加している。
		観光型ホテル（経営者）	・景気が良いとはいえないが、賃上げなどの情報が増えているため、プラスの方向に進むと期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・依然インバウンドが好調であり、国内需要も増えているが、比率としては7対3で推移している。繁忙期の高単価でも需要があり、客室単価も高い水準が続いている一方、食堂は一般客の利用が中心であり、空席を外国人客が埋める状況が続いている。宴会部門もかつての稼働状況に近づいており、収益率も高まっている。
		都市型ホテル（総務担当）	・企業による宴会の回復に伴い、レストランをグループで利用する動きが増えると期待される。
		都市型ホテル（客室担当）	・桜の開花が予想よりも遅れているため、4月の受注が好調となっている。ゴールデンウィークの予約も好調に推移している。
		都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加で単価の引上げが進んでいる。国内客の単価もインバウンドに引っ張られて、上昇することを期待している。
		旅行代理店（支店長）	・今年のゴールデンウィークの日並びは、山が2つあり、特に国内旅行に行きやすい日程となっている。問合せや予約も少しずつ増え始めており、外部環境の改善で、少し景況感も上向いている。
		タクシー運転手	・新年度効果のほか、インバウンドの増加や大阪・関西万博の準備関連による効果も出る。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・順調なイベントの開催で来場者数が増えており、それに伴う経済効果が見込まれる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドが引き続き好調に推移するほか、国内客の間でも値上げが許容されている。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・今年がオリンピックイヤーでスポーツの気運も高まるため、利用者数の増加を目指す。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・ゴールデンウィーク期間中のレジャー価格の上昇も大きく、更なるインフレ傾向が消費のプラス材料として働き始めている。
		商店街（代表者）	・客は買い回り品の購入に慎重であり、価格にも敏感である。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・2024年問題によって物流の滞るイメージがあり、心理的なマイナス要素となる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇は今後も続くと予想されるが、それによる景気の変化が見通せず、先行きは不透明である。今以上に消費者の様子や、今後の社会情勢の変化に注意する必要がある。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・急激に良くなることはないが、今月のようなペースで売れていけば、良い雰囲気になる。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・ようやく気候も良くなる頃であるが、直近では健康食品の問題で消費者の感覚が更に過敏になり、消費が低迷することは避けられない。
		百貨店（売場主任）	・当面、客の動きが都市部に向かうことが予想され、都市部の好調に対し、郊外店舗がやや苦戦する状況が続く。都心店では、株高に伴う富裕層の購買力の上昇が、売上の追い風となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・マイナス金利政策の解除により、賃金や物価の動きに影響が出る予想される。ただし、景気にどのような影響が出るかは不透明である。国内の中間層や若い世代に恩恵がなければ、消費の回復には簡単につながらない。
		百貨店（企画担当）	・免税売上は好調に推移すると予想されるなか、国内売上の推移に注目している。
		百貨店（企画担当）	・原材料価格の高騰や人件費の上昇もあり、商品原価の値上げが続いている。報じられているような大幅な値上げは、大半の消費者には無関係であり、生活防衛意識の向上に伴い、購買意欲は下がっている。
		百貨店（外商担当）	・株価や為替の推移が急変しない限り、現在の好調な環境は続く。富裕客による購入状況も安定している。
		百貨店（商品担当）	・マイナス金利政策の解除や賃上げ、政治情勢や社会環境の不安定化など、少し不透明な部分が増えており、全体としては変わらないと予想される。
		百貨店（管理担当）	・引き続きインバウンド需要が盛り上がることで、売上のプラス基調が続くことを期待したい。
		百貨店（販促担当）	・変化の材料が余り見当たらず、今の動きに大きな変化はないと予想される。給与の増加といった消費の好材料については、給料が増える人数に左右されるほか、貯蓄ではなく消費に回るタイミングに注目している。今後は、夏のレジャーに対するプチぜいたくに期待しつつ、準備を進めたい。
		百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、これまでのような拡大基調が今後も続くのか、見極めが必要となる。
		百貨店（マネージャー）	・小売業の大きな流れは変わらない。国内の中間層は賃上げへの期待もあるが、物価の上昇もあり、モノの購入は慎重な姿勢が続くそうである。その反面、レジャーや旅行、イベントなどの消費は活発になるため、日常的には節約消費で、非日常では積極消費という構造となる。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドや富裕層の需要が増えている都市部の店舗は、今後も売上が堅調に推移する。その一方、そういった恩恵のない郊外店は、主要な客である中間層の消費動向に改善の兆しが無い。収益面でも仕入価格や人件費の上昇により、悪化が避けられない状況である。
		百貨店（売場マネージャー）	・現在の経済状況は、円安や商品価格の高騰に加え、気温の変化が消費に影響している。さらに、地方の郊外店では、都心への消費の流出が進んでいる。一方、外商売上は金製品などの資産価値の高い商品が好調なほか、インバウンド売上も円安の影響で期待できる。
		百貨店（店長）	・郊外店では、中間層の賃金が増えて、投資による利益が消費に回るまで、もう少し掛かる。当店の郊外店舗は、年配の資産家の顧客などが多く、この層の購買力が上がっていくかどうかは疑問である。
		スーパー（店長）	・賃金のベースアップは行われるが、商品の価格も同時に上昇している。結果として、買物時の慎重な姿勢に変化はなく、早急に景気が上向くことは考えられない。
		スーパー（店員）	・天候が戻っても、すぐに野菜価格等は下がらないため、安定するまでは厳しい状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・競合相手の出店といった外部環境の変化はないため、現状が続くと予想される。
		スーパー（企画担当）	・一般食品に関しては、エブリデー・ロープライス施策により量販品の売上は確保できているが、利益はそこまで伸びていない。今後は生鮮品の需要をいかに伸ばしていくかが重要である。
		スーパー（経理担当）	・マイナス金利政策が解除され、預金金利が上がる一方、借入金利も上昇する見込みであるが、本格的に上昇するまでには時間が掛かる。当面は物価上昇の影響の方が大きいと予想される。
		スーパー（販売促進担当）	・円相場や株価の推移も外部環境次第であるが、大きな変化はなく、しばらくは現状の動きが続く見込みである。
		スーパー（企画）	・賃金のベースアップや最低賃金の引上げもあるが、物価の上昇を吸収し切れない。マイナス金利の解除などのマイナス要素もあるため、景気に大きな変化はないと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・乗客数は今の水準のまま推移しそうであり、値上げによる客単価の上昇も収まりつつあるため、売上は現状維持となりそうである。
		コンビニ（店長）	・更に値上げが進みそうであるが、急激な販売の減少や乗客数の減少につながる感覚はない。希望も少し入っているが、横ばいの推移が予想される。
		コンビニ（店員）	・物価上昇がまだまだ続くなか、客の消費意欲が高まることを期待したい。
		コンビニ（店員）	・前年の後半から乗客数が減ったままの状態であり、しばらくはこの状況が続くと予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約はあるものの、大手自動車メーカーの不正問題による影響が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・必要最低限の動きが目立っており、客に余裕はみられない。これから給料が増えることで、消費の余力が生まれるのかどうかも不透明である。
		乗用車販売店（営業担当）	・好転する材料がない限り、現状維持が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月の生産は若干少なくなるが、5月以降ではん回できると聞いている。
		住関連専門店（店員）	・賃上げなどが報じられているが、中小企業には全く関係のない動きであり、物価の上昇が相変わらず続いている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円高が進み、物価が下がらない限り、景気は良くならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・大企業の賃上げ状況から、景気的好循環が進んでいるイメージはあるが、大部分の中小企業にとって、賃上げや価格転嫁は今後の課題という意識が強い。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・物価の上昇が遅れていた業種でも、次々と価格が上がっている。客は、日々の生活でどの出費を切り詰めるかを考えているため、売上や販売に動きがないのも仕方がない。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・医薬品や健康食品への花粉症の影響は例年よりも小さく、売上は鈍化している。一方、気温の上昇に伴い、カウンセリング化粧品等は順調に推移しており、今後の春物商材への切替えによる売上げ増が期待される。また、食品等の生活必需品も順調に推移しているが、乗客数の増加にはつながっていない。全体として客単価は上がっているが、大きな変動要因はみられず、今後2～3か月も同様の推移が続くと予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・今のところは新商品が出る予定もないため、売上は変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・大企業の賃金は上がっているが、中小企業は厳しい状況が続いている。物価上昇のムードを受けて、支出を抑える傾向が続くと予想される。
		一般レストラン（経営者）	・当店の予約状況や利益などの動きをみると、景気は横ばいか若干の上向き傾向が予想される。かつてとは利用客や飲食店の状況が変わり、客は飲酒を含む外食の際も、2店舗目、3店舗目には行かずに帰宅するため、1店舗目に選ばなければ経営は厳しくなる。また、仕入価格の高騰や働き手不足などから、営業時間を短くするか、閉店に追い込まれている。飲食店全体としては、景気の回復はまだまだ先である。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・大企業では賃上げが行われる一方、中小企業ではその声すらなく、不安しかない。
		観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響に加え、北陸応援割や北陸新幹線の延伸などで、北陸方面への客の流れが生まれていることで、当地域の動きは弱くなる。
		都市型ホテル（フロント）	・インバウンドも好調ではあるが、国内出張やライブ、イベント開催の動きが活発となるほか、円安の影響で国内レジャーが好調となる。今後3か月は、高い稼働率と単価が維持できそうである。
		都市型ホテル（客室担当）	・ゴールデンウィーク前に、利用がやや落ち込むと予想している。
		都市型ホテル（管理担当）	・国内客、インバウンド共に集客ができれば、安定した収入が確保できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（店長）	・週末はハネムーンを中心に海外旅行の相談が増えてきたが、出発時期は8月以降の相談が多いほか、様々な店舗を回っている客が多く、相談件数の割に受注につながるケースが少ない。国内旅行も長距離方面の動きが鈍い。
		タクシー運転手	・賃金の増加よりも物価上昇の方が大きく、それが追い付くまでは節約傾向が続く。
		通信会社（社員）	・ブロードバンド需要の新規開拓は、以前から望めない状態である。大手の競合先がかなり低価格の新サービスを展開している状況では、拡大基調は期待できない。
		通信会社（役員）	・2024年度は、通信事業者からの代理店手数料が大幅に変更される。現時点では詳細が未定であり、条件次第で収益が変動する。
		通信会社（営業担当）	・競合他社も、当社と同様の新規キャンペーンを実施しているため、3か月先も状況は変わらない。
		観光名所（企画担当）	・ここ数か月は来客数が前年比で増えているが、増加率はほぼ一定になりつつある。インバウンドは中国からの客を除いて、かつての水準に戻ってきており、特に米国やオーストラリアからの客が増えている。
		遊園地（経営者）	・賃上げの効果が大企業に偏っているとみられ、全体の景気回復にはなかなかつながらない。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者数や予約状況から考慮すると、勢いは余りないが、客足はそれなりにみられるため、景気自体に変化はない。
		競輪場（職員）	・マイナス金利政策が解除となり、株価も上昇している一方、物価の上昇や円安傾向の継続もあり、先行きの見通しは不透明である。現時点では、前年などの状況から判断すると、大きな変化はないと考えられる。
		競艇場（職員）	・全国発売のSGやG1競走のほか、一般競走の売上は横ばい傾向にあるが、コロナ禍の収束後も高いレベルで好調を維持している。今後も現状維持が続く見通しである。
		その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・企業業績の改善で、賃上げ効果の波及が期待される一方、多岐にわたる値上げや、株価の調整に対する警戒感もある。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンとなるほか、4月には家族向けのイベントに加え、多くのコンサートが開催されるため、若年層を中心に多数の来場者が予想される。
		その他サービス[学習塾] （スタッフ）	・年度替わりの時期であるが、やめる生徒が少なく、一定の生徒数が維持できている。
		その他住宅[展示場] （従業員）	・建築単価の上昇による客の購入マインドの低下は、当面続くと予想される。
		その他住宅[住宅設備] （営業担当）	・報じられているような春闘の満額回答が、あらゆる給与と取得者に当てはまればよいが、そうはならない。景気が大幅に良くなったと感じるのは、まだまだ先になる。
		一般小売店[時計] （経営者）	・今月以降、当店ではクレジットカードの読み取り機をアナログ回線からデジタル回線に切り替える必要がある。その複雑な手続を考えると、ひとまず現金のみを扱う方向で考えているため、来月からの売上の予想が全く立たない。キャッシュレスの流れと逆行するため、少し厳しくなる見込みである。
		スーパー（経営者）	・当社の営業エリアは、冬のスキー関連の事業で収入を得ている人が多い。今年は暖冬で雪が少なく、営業できないスキー場が多かったため、地域の様々な業種に影響が出る。
		スーパー（開発担当）	・春闘の労使交渉では、大企業は満額回答をしているが、当県では中小企業が約7割を占めている。中小企業の賃金が上がらない限り、景気は回復しない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の影響を大きく受けており、円安が続けばコストの上昇が続く。
		家電量販店（店員）	・客がいかにか安く買物できるかが重要で、補助金などの施策もしっかりと講じる必要がある。お金を使ってもらい、世の中全体を回していかなければ、先行きは厳しいと感じる。
		乗用車販売店（経営者）	・賃上げが全体には行き渡らず、物価の上昇が先行すると予想される。客の間では、低価格志向が復活し始めている。
		乗用車販売店（販売担当）	・3月と比べて、販売量は減ってくると予想される。経済全体でみると株価もかなり上がっているため、日本全体が上向いてほしい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・大企業の賃上げは進んでいるが、中小企業は思うように進められないため、物価の上昇に付いていけない状況になってくる。
		一般レストラン（経営者）	・電気やガスの使用料金など物価の上昇で、消費者の財布のひもは更に固くなり、外食の回数も減る。
		一般レストラン（店員）	・ゴールデンウィーク以降は家族が集まる機会が少ないため、期待できない。
		一般レストラン（企画）	・物価の上昇による消費の低迷が、賃上げによってどの程度改善されるかは不透明である。円安基調も継続するなか、更なる物価の上昇が懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・2月、3月と比べて、4月以降は少し厳しい状況が予想される。前年の4月、5月にみられた団体の参拝旅行が今年はないほか、個人客の動きも2月、3月と比べて、かなり増勢が鈍化している。
		旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、国内旅行の増加が一巡し、今後は伸び悩みが予想される。一方、海外旅行は円安などによる価格の上昇はあるものの、問合せや予約が徐々に増えている。今年は全体的に3連休が多く、ゴールデンウィークも前半と後半に分かれることから、国内旅行、海外旅行共に、近場中心の需要が増えると予想される。
		通信会社（経営者）	・円安傾向による悪影響が広がる。
		通信会社（社員）	・新年度からはキャリアの手数料体系が変わるため、どうなるかはスタートしてみないと分からない。ただし、繁忙期を終えて閑散期となるため、現状よりも販売は落ちる。
		住宅販売会社（経営者）	・価格調整が終わるまでは、緩やかな悪化が進む。
		住宅販売会社（経営者）	・仕入コストの上昇が続いており、先が読めない。
		住宅販売会社（従業員）	・郊外のマンションの販売鈍化が表面化すると予想され、完成在庫の増加につながる。
		住宅販売会社（総務担当）	・賃金の伸びが物価の上昇に追い付けば、以前の状況に戻るが、住宅は高額商品に当たるため、先行きは不安である。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・物価の上昇や金利の上昇で、消費は減少すると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・春物商材の入荷が少ないほか、夏物商材の発注ができないため、今後の売上には期待できない。天候に左右されることから、4月、5月の売上は良くないと予想される。
	×	住関連専門店（店長）	・住宅、インテリア業界では、金利の引上げで住宅の購入が慎重になると予想される。特に、インテリアは節約の対象になりやすいため、案件数と契約金額の減少、失注の増加につながる懸念が拭えない。
企業動向関連 (近畿)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博関連の周知が本格的に始まる。その関連イベントも増えることが予想される。
		化学工業（管理担当）	・車載用電装部品関連や、民生用関連の在庫調整が進めば、出荷量が回復してくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社が強みをもつ、半導体市場向けの製品に注力している。
		輸送業（商品管理担当）	・3月から5月は家具が売れる時期のため、売上が少し増えてきている。
		広告代理店（営業担当）	・前年以降、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
		食料品製造業（営業担当）	・北陸応援割により、主に外国人観光客が金沢方面を旅行しているため、それ以外の地域では飲料の売上が余り変わらない。
		繊維工業（総務担当）	・消費への意欲が乏しいこともあり、支出の用途が旅行や運用に回っている。NISAに回す人もいるようである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部を除いて、全体的に良くない。
		化学工業（経営者）	・取引先は、景気の良くなっている業界と悪くなっている業界に分かれている。全体的には相殺されており、今後も大きく変わる様子はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（企画担当）	・原材料価格の高騰は続いているが、販売価格への転嫁が進んでおり、適正な利益が確保できる体制が整っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・駆け込み需要が落ち着いてくる反面、従来の案件の伸びが見込まれる。両者が相殺しあうことで、現状維持が続くと予想される。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・働き手の約7割を占める中小企業の賃上げが、どの程度進むかが注目される。物価の上昇が続いているほか、マイナス金利の解除で4月からは預金金利が引上げとなるが、貸出金利も上がることから、その影響を注目したい。
		金属製品製造業（経営者）	・生産の内示は新年度から回復傾向となるが、大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も、同じような状況が続くそうである。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・世間的には、賃上げや株高で景気が良いといった報道も増えているが、身の回りでは賃上げが困難なケースもみられる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行に歯止めがかからず、先行きは不透明である。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・仕入価格の上昇を、十分に販売価格へ転嫁できない。
		建設業（経営者）	・今の状況から考えると、余り変わらないと予想される。今のところは良くなる要因が見当たらない。
		建設業（経営者）	・人手不足のなか、4月からは残業規制が始まる。技能労務者や監理技術者の人事管理を計画的に行わなければならない。大阪・関西万博の建設工事の工期が厳しいため、一時的ではあるが、技能労務者や監理技術者が集められる。結果として、現場は更に厳しい状況となることが予想される。
		輸送業（経営者）	・運賃の値上げが少し進んだが、経費の増加にはとても追いつかないため、仕事を受けたくても赤字で断らざるを得ないケースがある。新規案件の話がなかなか進まないこともあり、今後も大きな変化はないと予想される。
		輸送業（営業担当）	・売上が落ち込む時期に入り、ゴールデンウィークにどれだけ売れるかが重要となる。
		金融業（副支店長）	・円安傾向に変化はないため、2～3か月先も景気は変わらない。
		司法書士	・相続件数は増えると予想されるが、起業や増資といった相談案件が少ないため、全体としては変わらない。
		経営コンサルタント	・中小の小売店の淘汰が進むなか、これが景気にどう影響するかは見通せない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上がっている一方、材料費や工賃は余り上げられない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人による利用は増加傾向にある一方、国内客の利用は、値上げの影響もあって客単価は上がっているが、来客数はやや減少傾向にある。この傾向はしばらく続くと予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・物流が減少しているため、非常に暇である。景気が悪化している感覚が強い。
		食料品製造業（従業員）	・業務用で売られている商品もあるが、全体的には売上が減少に向かうと予想される。
		繊維工業（総務担当）	・円安による仕入コストの上昇を、販売価格に転嫁できないため、収益の確保が難しい。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・来月以降の新規受注が増えていない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安傾向やエネルギーを中心としたコストの上昇が続くほか、人手不足の影響で生産体制が安定しない。
		建設業（経営者）	・4月から実施される、建設業の残業時間規制による影響が懸念される。
		不動産業（営業担当）	・インバウンド需要はかなり増えているが、物販関係ではなく飲食関係の動きが多く、物販店舗の需要は減少している。
		広告代理店（営業担当）	・期初は広告出稿を控える企業が多いため、例年どおり第1四半期は厳しくなる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・市況が悪いなか、主な原材料である鋼材の値上げが実施予定であり、採算の悪化が予想される。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱商品の需要期が終わり、閑散期に入るため悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	輸送業（営業担当）	・2024年問題でドライバーという仕事に魅力がなくなり、人手不足が悪化する。
	×	通信業（管理担当）	・このタイミングでのマイナス金利政策の解除が、プラスに働く感覚はないほか、景気回復の材料が見当たらない。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・株価が高水準で推移しているが、恩恵を受けている人はそれほど多くない。マイナス金利の解除も、大手金融機関は潤う一方、住宅ローンを抱えている人たちの負担は増える。結果として、今後もできる限り消費を抑えるという心理は続きそうである。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・各産業の動きが安定しておらず、今後の産業振興策も余り明確ではない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・大阪・関西万博関連で、関西は特に盛り上がりそうである。
		人材派遣会社（管理担当）	・物価上昇などの不安要素はあるが、円安の影響もあり、訪日外国人は今後も増加が見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者の希望条件が上がっているなか、人手不足感が非常に強い企業は、条件の引上げも検討しており、雇用条件が上向いている。
		人材派遣会社（役員）	・賃上げや株価の状況、採用の動向など、景気の上向き要素はあるが、人手不足の慢性化や、海外の紛争が激化する可能性、米国大統領選挙による米国社会の分断加速など、不安定な要素が多い。
		人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィークなどの観光シーズンを迎えるため、一時的な景気の回復が予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは、今の厳しい状況が続きそうである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪・関西万博の開催や、北大阪急行の延伸といったトピックスはあるが、プロモーション予算の状況をみると、関西の地元産業の活性化にはつながっていない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・どれだけ株価が上がっても、それに比例して国民の暮らしが良くなる構造ではない以上、身の回りの景気が上向くのは難しい。
		職業安定所（職員）	・今後の為替動向が心配であるが、大手自動車メーカーの不正問題は落ち着きつつあるため、全体として大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比、前月比共に減少となった。若年者は就職に不安を感じているほか、希望職種のない求職者も増えている。
		職業安定所（職員）	・大手企業でも、収益の悪化による希望退職者の募集が予定されている。
		職業安定所（職員）	・今のところは景気の良くなる材料が見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数は前年比で1割減の見込みである。大阪・関西万博関連の工事が優先され、他の仕事の動きが鈍いといった話が増えている。今年中はこの傾向が続きそうである。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・学生の動きが早期化しており、6月頃には既に就職活動を終えている学生も多そうである。大手企業による26年卒向けの夏季インターンシップの募集、選考も春には既に始まっているため、夏頃は募集や広報というよりも、実際にインターンシップを実施する企業が増える予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足を背景に、企業の早期採用が加速する一方で、求人数も緩やかに増えているが、景気の変化はみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業はなかなか賃上げが進まず、大企業との2極化が予想されるため、すぐに景気が良くなるとは考えられない。
	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足の声が多い一方、製造業や建設業、小売業などを中心に価格転嫁は困難であり、利益が圧迫されているほか、人手の確保に苦しんでいる。新規求人数の原数値も6か月連続で前年を下回っており、季節調整値も同様に減少傾向にある。今後も持ち直しの動きが弱い状況が続くと予想される。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に就業の始まる求人が多く、4月以降は求人数、求職者共に減るため、景気は悪くなる。	

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

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		旅行代理店（経営者）	・円安で海外旅行は苦しいが、国内旅行の需要はかなり伸びており、今後も良い状況が続く。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、来客数が着実に新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻りつつあるため、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、人の動きが活発になるため、景気はやや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・前年4月は、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられていなかったため、今年は前年を上回る人流が想定される。
		百貨店（営業担当）	・気温が上昇すれば、来客数や売上が増加する。
		スーパー（店長）	・賃金がしっかりと上がっているため、客は現状の物価にも若干対応可能であるとみられる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられて初めての花見やゴールデンウィーク需要が見込めるため、売上増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・自社で賃金改定があり、パートナー社員を中心に収入が増える見込みである。春の行楽に向け、コロナ禍とは違い、外出機会も増え、特にバーベキュー等の需要は現在も伸長傾向である。自社のみならず収入増の動きが近隣でもあることから、現在よりも景気自体は良い方へ向かうのではないかと考える。
		スーパー（販売担当）	・外食産業や観光業は比較的回復していると聞くので、スーパーにも徐々に波及してくることを期待したい。
		コンビニ（支店長）	・物価上昇に賃上げが追い付いてきた。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・今後も気温が上昇して人の動きが活発化してくるため、更に人流が良くなるとみられる。来客数も増えており、屋外で消費する米飯類や軽食類の売上も前年より期待できるため、店舗での受入れ態勢を整えたい。
		乗用車販売店（店長）	・発売を控えている新型車に対する客の反応は好感触である。
		乗用車販売店（営業担当）	・人の動きが戻りつつある状況で、景気は上向いてくる。これからの状況に期待していきたい。
		乗用車販売店（業務担当）	・生産再開車種が増え、生産台数も増えていく。
		乗用車販売店（店長）	・整備入庫を軸にして堅実な運営ができる。新人も現場に配属され、良い意味で刺激になり、活気も生まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・賃上げ、株高ムードが高まりつつあり、期待している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・いろいろな面で徐々に新型コロナウイルス感染症発生前に近づいてきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・大企業を中心に賃上げの動きがある。株価が好調であり、マイナス金利政策が解除され、少しでも円高に進むと、エネルギー価格や食品の価格が下がる可能性がある。
		一般レストラン（経営者）	・外国人客も言っていたが、行楽シーズン、ゴールデンウィークにかけて、このまま来客数が増える見込みである。
		一般レストラン（店長）	・一般客と予約客が順調に伸びており、しばらくこの状況が続くと考えられる。予約状況は7月までインバウンドが入っているため、ある程度先読みできる。前年はG7広島サミットがあり落ち込んでいたが、今年は影響なく売上も上がると考える。
	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症からの脱却が景気を回復させる。	
	観光型ホテル（営業担当）	・国内団体旅行の予約はまだまだであるが、ファミリーや団体合宿など先行予約が好調である。	
	観光型ホテル（副支配人）	・4月から宿泊や宴会の料金を値上げして予約を受けているが、値上げの影響をほとんど感じさせない。	
	都市型ホテル（総支配人）	・4月以降の予約ペースが前年比3%から5%前後良くなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（企画担当）	・予約数が好調に推移しており、乗客数も回復しつつある。
		都市型ホテル（総支配人）	・前年5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたため、今年の4～5月は堅調に推移すると見込まれる。また4月以降、特別急行列車が順次新型車両となるので期待される。一方で、北陸新幹線の福井までの延長効果による影響が懸念される。
		旅行代理店（支店長）	・日本銀行の利上げ、各業界の給与上昇、パリオリンピックや各種イベント実施による海外旅行需要回復等で期待が持てる。
		タクシー運転手	・当市は大手米国紙で行きたい街として紹介され、今注目されている。気候も今から良くなり、海外のみならず国内でも他県からの訪問者が通年よりは多くなると考える。併せてイベントの企画などで街が活性化することが期待できる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から判断すると、景気はやや良くなる。
		通信会社（総務担当）	・給与のペースアップが見込める。
		通信会社（販売企画担当）	・春闘賃上げ等により客の消費意欲が高まる。
		テーマパーク（営業担当）	・繁忙期を迎えることと、25周年事業で集客が期待できる。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の中旬に全国発売のG2レース開催、3か月後にはG1レースが開催されるため、売上が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・日本銀行のマイナス金利政策が解除され、市場金利や住宅ローン金利が上がり始めることが、住宅販売の後押しになる。
		商店街（代表者）	・商店街に新規店舗開店の話があり、少しずつ動いている様子があるが、2～3か月後の景気への影響は余りないと考えられる。
		商店街（理事）	・景気はやや悪くなる可能性があり、良くても現状維持である。
		商店街（代表者）	・販売価格を引き上げることができない状態が続いている。
		一般小売店〔食品〕	・物価の上昇により客の節約志向が今後も続くと考えられ、景気が良くなる要因が見当たらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・毎年夏場を迎えると良くない。
		百貨店（広報担当）	・海外旅行客がここ数か月ずっと増えているように期待していたが、店舗内や飲食店内で消費している様子は余り見ない。観光はしているようだが、景気に影響しているか不明である。
		百貨店（営業担当）	・来客数が増えているが、買上客数は前年と比べ減少している。当館全体では集客があり、化粧品や雑貨・物産催事などの動きは良いものの、衣料品の動きは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・景気に影響する要因は特に見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・前年5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられて以降、地方百貨店の厳しい状況は継続しており、人が本格的に動き出したこの春以降も同じ状況が続くと考える。
		百貨店（売場担当）	・ここ1～2か月の間、販売量、販売金額、来客数いずれも前年を僅かに下回る状態が続いており、この状態が継続していく雰囲気がある。春の値上げが控えており、景気が一気に上昇する要因は少ない。
		百貨店（外商担当）	・株高の影響で富裕層の購買意欲が高まるが、中間層の動向は不透明である。
		スーパー（店長）	・1年間、商品価格が上昇し、来客数や販売量が減少している状況が続いており、今後もこの傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・春の行事に期待できず、景気回復感が全く感じられない。
		スーパー（財務担当）	・値上がりによる客の節約と買い回りににより、来客数と1人当たり買上点数が減少し、売上が減少する。
		スーパー（業務開発担当）	・賃上げ効果が出るのは連休明けか、また、賃上げしても生活防衛のための貯蓄に回ってしまうのかは分からないが、いずれにしても内食材料への節約傾向は変わらないように思える。
		スーパー（営業システム担当）	・大企業を中心に賃上げ傾向にあるものの、地方の中小企業の賃上げは厳しい傾向にあるため、今後も家計の節約傾向は続くと思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（販売担当）	・4月以降も値上げが続き、賃金の上昇分が相殺されると考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・賃金は軒並み上昇傾向であるが、一方で国の政策が変更されているため、すぐに消費に結び付くとは考えにくい。結局、客が賃金の上昇分を消費でなく貯蓄に回す傾向は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業まで景気の良い話が聞こえてこない。
		衣料品専門店（経営者）	・買い回り品などいろいろな商品の価格上昇や介護保険料の引上げなどで、今後も家計が厳しい状況は変わらない。
		家電量販店（店長）	・来客数の前年割れが続いているが、今後も大きな変化はない。
		家電量販店（企画担当）	・新製品が販売される予定がなく、また、政府の景気刺激策もないため、景気は変わらない。
		家電量販店（販売担当）	・このまま夏までいきたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・値上げ傾向や金利の上昇など、景気が良くなる要素がない。
		乗用車販売店（統括）	・今後の動向はメーカーの供給量に左右される。
		乗用車販売店（営業担当）	・新規の来客数が3か月前と比べ増加している。決算の効果もあるが、生産が回復したことの影響も考えられる。株価の上昇による景気の良さは感じられない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・株価上昇の恩恵を受けている層は一部で、全般的には将来不安を抱えている人の方が多く、なかなか消費は伸びない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・商品展開においていると試し、何が売れるのか模索しているが、安定して売れているのは単価が低くお買い得な商品であることから、景気は当分変わらないと見受けられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・大企業の給与が大幅に上昇するなど景気の良い報道はされているが、実質賃金は上昇していない。原油価格高騰による値上げ等もあるので、引き続き客の財布のひもは固い。イベントなどで客を呼び、客単価及び来客数を伸ばすことにより売上を確保する必要がある。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・景気に関する大きな話題がないため、景気は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・値上げをしてからランチタイムの利用客数は横ばいである。また、ディナータイムの利用も、物販業の総菜や米飯類の強化、テイクアウトができる店舗の増加などにより、厳しい状況は変わらない。
		その他飲食〔喫茶店〕	・3か月前と何も変わっていない。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・夏までの先行受注が前年を下回る状況であるが、今月同様に直近で動きがあれば、従来並みの売上は維持できると予測している。
		タクシー運転手	・観光などで多少景気が良くなるが、余り変わらない。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する要因が見受けられない。
		通信会社（企画担当）	・年度末である当月はサービス切替の時期であり、消費が少し活発だったが、今後、周囲の生活物資等の値上げが続くと想定されるため、客が家計全体を切り詰める傾向は変わらない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、料金の回収率が横ばいである。
		テーマパーク（業務担当）	・前年より予約は少ないが、これから増えることを期待する。
		ゴルフ場（営業担当）	・ゴールデンウィークの予約が前年より減少しているが、3か月前までの予約状況を前年と比較すると余り変わらない。
		美容室（経営者）	・2～3か月後に客の所得が増加するわけではないため、景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・景気はまだ以前の状態に戻っていない。
		設計事務所	・幅広い業種で、同じように新規計画を考えている様子がある。
		設計事務所（経営者）	・消費者物価の上昇が続いているなか、建築費も高止まりしているため、客が住宅のような投資をちゅうちょしているようである。
		住宅販売会社（営業所長）	・金利上昇傾向が懸念される。資材価格の高騰が継続している状況で、金利上昇が客の購入意欲と返済能力の関係にどのような影響を与えるかが焦点になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いているため、来客数が少なく、売上も悪い。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・人は動き出しているが、客の財布のひもは固い様子である。
		コンビニ（エリア担当）	・少し離れてはいるが、前月にコンビニエンスストアが開店したため、その影響を注視する必要がある。現在、近所の人口減少が著しいため、今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（代表）	・少子化対策や再生可能エネルギー発電促進賦課金など、実質的な増税により、客が消費に回せる余裕がなくなる。
		家電量販店（副店長）	・電気料金が更に上がるという情報もあり、景気減速が予想される。必要な家電品の購入のみに限られるとみられる。
		乗用車販売店（リース担当）	・新入社員の基本給が上昇しても、既に働いている人の給料が残り変わらないため、景気が良くなるとは考えられない。
		一般レストラン（経営者）	・政治情勢が不安定なこと、金利が変化し始めたことなどから、今後、景気が良くなるとは考えられない。
		通信会社（広報担当）	・物価が上昇しているため、買い控え傾向はこれからも続く。
		通信会社（総務担当）	・年度初めの4月は3月とは逆にCM出稿量が抑え気味になる傾向がある。
		観光名所（観光振興担当）	・4月より値上げを予定しているため、客が減ることを想定している。
		美容室（経営者）	・生活に係るコストの増加、最低賃金の上昇、実質増税など出ていくものが多くなっているにもかかわらず、平均所得水準は横ばいである。賃上げをしたくても税金、社会保険料、物価上昇で賃上げに使う資金を吸い上げられているため、実質大幅な賃上げが難しい。中小企業が苦しくなると経済の循環が悪くなるのではないかと懸念している。
		設計事務所（経営者）	・客が物価上昇分を受入れ、予算の増加を受け入れる状況になるにはしばらく時間が掛かる。
		住宅販売会社（営業担当）	・マイナス金利政策の解除が消費者の住宅購入マインドを一時的に下げる可能性が高い。
		×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）
	×	住関連専門店（営業担当）	・この1年間ほぼ状況が変わっていない。
企業 動向 関連 (中国)		*	*
		鉄鋼業（総務担当）	・少しずつ受注が増えてくる見通しである。
		輸送業	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	・受注数量が増えており、特に海外向けの引き合いが増えている。
		金融業（経済産業調査担当）	・現時点で中小企業を含め全国を上回る賃上げとなる見通しであることに加え、インフレ率の緩やかな低下で、消費マインドの持ち直しを見込む。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		繊維工業（財務担当）	・受注が減ることはないが、コストが上昇する状況は変わらない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・輸出企業は円安の影響で好調だが、輸入企業が厳しい。インバウンドによる消費は期待できるが、国内の客の消費は余り期待できない。その結果、景気は変わらない。
		化学工業（総務担当）	・将来的には良くなるが、3か月先は様子見になる。
		化学工業（総務担当）	・金利の見直しや為替の動きなどの影響で、景気がどう動くか読めない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・受注状況が変化する要素はなく、現在の生産水準が継続すると考える。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の影響により、景気に変化はない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電池材料、電子材料の受注量に大きな変化の兆しはみられない。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・賃上げにより景気が若干上向く可能性はあるが、大きな変化はないと見込む。
		建設業（経営者）	・物価の高騰傾向で企業も庶民も慎重に物事を進めているように感じられる。
		建設業（総務担当）	・しばらく様子見の状態が続くとみられる。
		輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は大きく変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（企画担当）	・電気料金の高騰が止まり、リスクが低くなっているため、今後もデータセンター関連の取引は現在のまま継続するとみられる。ICT関連機器のニーズも好調を維持しており、現状が継続すると考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・コロナ禍よりはかなり回復したが、社会情勢により2～3か月先は大きく変わらないと考えられる。
		会計事務所（経営者）	・賃上げの動きが強く、個人消費への好影響が期待される一方で、物流の2024年問題で運送業のみならず車両関連事業の回復が遅れる。
		食料品製造業（経営者）	・今年も猛暑が予測されるため、客の購買意欲が低下し、売上も厳しくなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・今後の受注は不透明だが、4月からは鉄原材料価格、5月からは電力料金が増えることに加え、運送費の値上げ要請も想定されることから、収益環境は悪化する見通しである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・機械装置や電子部品等は、引き続き販売減少を想定している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
		金融業（支店長）	・原価、人件費、光熱費など、更なるコスト増が想定され、域内の主要取引先のプラント撤退等も影響し、景気は悪化方向にあると考える。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着くため、やや落ち込むと予測する。
		×	一般機械器具製造業（総務担当）
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・全体的な状況の変化はない。季節要因以外だと、事務職の求人が増えてきているため、マッチングが進みやすい状況になっている。
		求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・決算後、若干の好転があると考えられる。慢性的な人材不足はあるが、それを解消するための予算を何とか捻出する企業も増えており、期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・賃上げの動きが消費拡大につながれば、地域の景気の上昇気運が高まると考える。
		職業安定所（事業所担当）	・賃上げ気運が浸透したこと、また、時期的にも新年度やゴールデンウィークを迎えることで、一時的に消費活動が活発になるとみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・優秀な人材を年収の差で引き抜かれた話を中小企業採用担当者から聞いたが、今後の対策として賃金制度を見直すようである。中小企業でもベースアップを検討しないと生き残れない時代に入っている。ベースアップにかかわらず、何らかの形で賃金が増えれば、その分消費に回ることが期待される。年度末の決算ボーナスや次期の昇給次第ではあるが、期待は持てる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣先への請求単価の上昇分を派遣スタッフの時給に転嫁させ、適正な処遇を確保する。
		人材派遣会社（事業部長）	・大企業を中心に賃上げが相次いでいる印象だが、取引先の多くの中小企業では、その動きが緩慢であり、経済全体が好循環に移行するにはもう少し時間が掛かるとみられる。
		人材派遣会社（副支店長）	・4月から勤務を開始した人の退職が増え始める。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・ワークライフバランスが重要視される昨今、給与だけを上げても人は来ない。求職者にとっては、会社の決められた休日がきちんと取れることは当たり前で、かつ有給休暇が好きなき取りやすく、ほぼ消化できる会社で、離職率も低く、残業も少ない会社を好む。
		職業安定所（職員）	・自動車製造以外は、製造業を中心に景気が低迷しており、その出口が見えない。中小零細企業の廃業が毎月発生しており、この流れは今後も続くと考えられる。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数は増加しているが、学生が希望する業種や職種とマッチしていない求人も多く、応募へとつながらない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・大企業の相次ぐ賃上げに伴い、景気の上昇傾向はあるものの、今後、中小企業の賃上げが実現するかがカギとなる。また、物価高の影響が賃上げを基に払拭できるかもカギとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新年度になり、企業側の中途採用ニーズが低下傾向になる。ただし、第二新卒層の転職活動は増えてくる。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		*	*
		商店街（常務理事）	・高齢者を含めて、新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きに戻りつつあり、併せてインバウンドが増加傾向にあることから、徐々にではあるが消費環境は上向いていくとみられる。
		商店街（代表者）	・大企業の賃上げが発表され、4月以降に実施されるとみられるため、地方の中小企業にとっては難しい局面である。春になり気候が良くなるため顧客の動向も良くなることを願いたい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・商品の値段は上がってきているが、予約数は順調に増えてきている。
		スーパー（店長）	・発注システムの問題により商品供給が正常に行えない状況が、改善されるとみられる。
		スーパー（人事）	・株価、賃上げなどの動向からムードとしては前向きに見える。販売側の努力も大いにあるが、販売点数も前年を上回っており、良い流れになっている。
		衣料品専門店（経営者）	・例年2月と3月は売上が期待できないが、4月になると良くなっていく。今年の場合は、賃上げによる良い影響があるといわれており、その恩恵を受けられるとみられる。
		家電量販店（店員）	・価格上昇基調は続いているが、来店客から買い控えをするような発言も少なくなっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これからは花見やゴールデンウィークの旅行などによって景気は良くなるとみられる。
		観光型旅館（経営者）	・堅調なインバウンド需要が国内需要の一服感を補うとみられる。
		タクシー運転手	・これから4～6月にかけて四国遍路の仕事が入っており、今よりは少し良くなるとみられる。街も動きがあるため、回復傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・来客数は増加傾向であり、新生活シーズンを経て新たな需要に期待したい。
		設計事務所（所長）	・大手企業ほどではないが、賃上げする中小企業も増えており、価格転嫁によって売上也増加している。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークや初夏のイベントが充実して開催されるとみられるが、来街者数が増えても売上増加につながらない状態が続くと予想される。
		商店街（代表者）	・先行きが不透明であり、予測ができない。当地方は極めて重要な首長選挙を迎えているが、新たな発想で街づくりが進められるか不安と期待がある。
		百貨店（販売促進）	・大企業の株価が上がっているが、実際の景気に反映されるには時間が掛かる上に、恩恵を受ける分野が限定される。
		スーパー（店長）	・株価の上昇、給与のベースアップなどによりそろそろ消費が回復傾向になるとみられる。
		スーパー（企画担当）	・一時落ち着いていた単価が今後再上昇していくため、売上の増加につながる。来客数、買上数量の増加は期待できない。
		コンビニ（店長）	・良くなる要素がない。賃金が上昇するまでは、様子見と買い控えが続くとみられる。
		コンビニ（商品担当）	・株価が上がってきており、一般的に景気回復の傾向がみられるが、原材料・物流費・人件費高騰の影響で、買い控えが続くのではないかと考える。
		衣料品専門店（営業責任者）	・春らしい気候が続かないまま、暑くなるようであれば、春物商材の消化を含めてかなり厳しくなるのではないかとみられる。
		家電量販店（副店長）	・4月以降も値上げが続き、5月には電気ガス料金の負担軽減措置が終了し、景気が良くなる要素が見当たらない。
		乗用車販売業（営業担当）	・不正問題の影響で生産が止まっていた車種が再開してきたのは良いが、定期的に購入できている人もいるものの、買えない人も多くなってきており、格差が広がっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		乗用車販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの不正問題や長納期化の影響により、しばらくは現状が続くとみられる。	
		乗用車販売店（従業員）	・自動車及びフォークリフト等の生産停止の継続中は厳しい状況が続くとみられる。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・観光・出張等による人流の拡大は継続することが期待され、物価高の影響はあるものの、賃上げ等を踏まえて堅調に推移すると考えている。	
		旅行代理店（部長）	・物価高騰による国内需要の低迷を、旺盛なインバウンド需要で相殺するとみられる。	
		タクシー運転手	・5～6月は現状のままスライドするとみられる。昼の入店は少なく、夜の飲食店についても送迎会がほとんどない状況であり、廃業している店も多い。	
		競輪競馬（マネージャー）	・ギャンプルへのマインドには慎重さがうかがえる。世間全体の給料がアップしていくには、まだまだ時間を要するとみられ、景気は今と変わらないと予想される。	
		美容室（経営者）	・4～5月はまだまだ客の動きがあるとみられる。	
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・前年は数回、商品の値上がりがあったため、多少売上は増えてきているが、利益率は下がっている。4月からは更に厳しくなるとみられる。	
		スーパー（統括担当）	・物価高の影響で、消費が上向くとはみられない。売上は増えるが、家計は苦しいとみられる。	
		スーパー（財務担当）	・大幅賃上げは大企業が引っ張っており、地方の中小企業は大きくは望めず、実質賃金のマイナスが続くとみられる。	
		コンビニ（店長）	・物価高騰の状況下で、春闘の満額回答をよく耳にするが、地方では賃金上昇の期待は薄く、しばらく消費は悪くなるのではないかとみられる。	
		一般レストラン（経営者）	・早春が過ぎ、ゴールデンウィークが過ぎれば、飲食業者は、暇な時期に突入する傾向にある。	
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門は堅調であるが、飲食部門の先行予約の動きは悪い。	
		通信会社（支店長）	・5月以降は新生活需要も一段落し、来客数や販売量が従来の状況に戻ると想定される。	
		×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価高で消費者の購買意欲が低下しており、本当に物が売れない時代になっている。
		×	コンビニ（総務）	・2月から続く来客数の前年割れに歯止めがかからなければ、この状況は続くとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価はまだ上がりそうであり、インバウンド相手の商売以外は余り景気は良くならないとみられる。	
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高に賃金が追い付かない。	
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・農産物・食料の価格高騰が始まり、大手企業はベースアップが確実に進んでいる。輸入品の価格上昇などのマイナス要因もあるものの、金利発生により正常な消費行動へつなげるとみられる。	
		繊維工業（経営者）	・人件費、原材料、副資材、そして加工賃が更に値上がりしており、今後、売上は順調ではあるものの、その割には利益が確保できないとみられる。そのため安易に増員するのではなく、作業の効率化などコストの見直しを進めている。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの受注は多く、生産が間に合っていない。機械の改造をしているため、それが終われば生産数がアップし、売上が増加する。まだまだ円安の影響で物価高が続いているため、売価の値上げが必要である。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在、SDGsやカーボンゼロは官民産学が少しずつ実行する段階に入っており、徐々に景気も連動し、経済効果も出てくるとみられる。	
		通信業（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数が前年から増加しており、今後気候が温暖になれば更に人の移動が若干増えると想定する。	
		農林水産業（職員）	・物価高によりエンゲル係数は上昇しているが、青果物の販売価格には反映できていないのが実情である。大手企業の大幅な賃上げがマスコミ報道されているが、中小企業の動きは鈍く、地方は蚊帳の外の状況である。	
		化学工業（所長）	・国内人口の減少、災害による不安感からも回復はまだ先であるとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・世界経済全体としては、長期化するロシア・ウクライナ問題やイスラエル・パレスチナ情勢等の地政学リスクの高まりに加え、米国はじめ各国で総選挙が予定されており、より一層先行きの不透明感が増している。	
		電気機械器具製造業（経理）	・株価の最高値更新や賃上げについても大幅な上昇率となっているものの、原動費や物価の高騰が高水準で継続しており、併せて継続的な円安傾向となっている点からも、まだまだ景気回復の動きは不透明だとみられる。	
		建設業（経営者）	・政治情勢が不安定であり、将来が不安である。	
		建設業（経営者）	・4月から建設業の時間外労働の上限規制が始まるが、どのような影響が出るのか不透明である。	
		広告代理店（経営者）	・人手不足改善のための求人広告やホテル・旅行等の観光関連広告は多少増えているが、多くの客先では広告予算の削減傾向が続いており、全体としては余り変わらない予想である。	
		税理士事務所	・環境に変化が起きる外的要因がない。	
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注量が減少したまま継続している。回復の兆しが見えない状態である。	
		鉄鋼業（総務部長）	・このまま受注の低調が続けば、生産・販売にも大きな影響が出てくる。	
		輸送業（経営者）	・先が見えづらい状況である。	
		通信業（企画・売上管理）	・3月と比べると例年5～6月の受注状況は悪くなる。	
		金融業（副支店長）	・賃上げに伴う人件費の増加や光熱費の高止まり等による経費増加分を価格転嫁できるかが不透明であり、価格転嫁ができなければ景気が悪化する懸念がある。	
		x	-	-
	雇用 関連 (四国)		-	-
		-	-	
		民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きについては、業種や職種でばらつきが多く、人手不足が深刻な業界もある一方、事務関係やデザイン系などの求人募集が不足している職種もあるため、全体的には大きな変化はないとみられる。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足要因が変わらないとみられる。	
		人材派遣会社（役員）	・春休みからゴールデンウィークにかけて、家族連れで利用する施設や観光事業などは、前年度と比較しても上回る予測である。しかし、人材不足の問題として、求人を出してもなかなか充足できないサービス業などの業界については、消費ニーズに十分な対応をするには厳しい状況である。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人倍率が下がっているように感じており、派遣での就労より直接雇用が増える傾向にある。	
		求人情報誌（営業）	・新卒・中途採用共に人材が不足しており、採用のめどが立っていない。さらに、1人当たりの採用コストが金銭的・労力的にも上昇しているため、利益が圧迫されている中小企業も多くみられる。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期が終わり、募集の減少が予想される。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に地方の民間企業では良い要素が見当たらない。	
	職業安定所（求人開発）	・年度末になり、就職件数、就職率共に増加したが、これは季節要因とみられる。物価高騰は変わらず、2024年問題などの不安材料も払拭されておらず、前年より冷え込むと予想される。		

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

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		百貨店（営業担当）	・観光振興により、海外クルーズ船の寄港増加やチャーター機が復活し、国内外からの大きな人の動きが見込まれる。観光客増加で街がにぎわうため、店頭での土産や美術工芸品の需要増加が見込まれる。また、自家需要は堅調となっており、好性の高いブランド品・舶来雑貨の需要や、新生活の開始でリビング用品需要も望める。店頭では、人気物産催事の影響もあり、食品や紳士・婦人用品・雑貨・化粧品・インポートブランドが好調となっている。また、県内外からの観光需要増加で回復が望める。
		住宅販売会社（従業員）	・円安、株価の上昇を受け、一部では賃上げがあり景気が良いように見えるが、一般的には余り変わっていない。
		商店街（代表者）	・物価は上昇しているが、収入が増加すると消費者の行動が上向きになるため、春闘の回答に期待をしている。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク前までは順調な景気が続く予想される。
		商店街（代表者）	・春になると気候が良くなるため、インバウンドも含め人の流れが活発になり、交流人口が増加することに期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・新年度での企業のお祝い需要があり、また、花屋として1番のイベントである母の日もある。物価高の影響があり心配はあるが、売上は良くなると予想している。
		百貨店（企画担当）	・前年を上回る賃上げが消費へプラスに働くと考えている。
		スーパー（総務担当）	・中小企業にまで賃上げが浸透しないと考えるが、株価上昇や大手企業の記録的な賃上げ等のニュースが、少なからず消費マインドにプラス効果を与えるのではないかと期待をしている。
		スーパー（企画担当）	・賃上げは大手企業による限定的なもの捉えており、景気が一気に上昇基調に転じるとは言い難い。しかし、継続的な物価上昇にもかかわらず消費動向が堅調なことを考慮すると、今後の景気は緩やかな上昇が続くと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・大企業の賃上げは話題になっているが、利用者の大半である中小企業従業員まで賃上げが及ぶかは懸念される。現状では、客単価が前年を上回っており、様々な商品値上げが要因の1つと考えられる。また、来客数が僅かではあるが前年を下回っており、一時的ではあるが天候の影響が大きいと考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・デフレ脱却及び賃上げ効果に期待している。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、様々な動きが回復している。今後、上向いていくことに期待したい。
		乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの不正問題が落ち着き、客の購入意欲向上に力を入れ、これからの新型車発表効果に期待し、業績改善や収入増加につなげたい。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が伸びると予想され、登録・納車など販売が期待できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・気候が穏やかになり、既存、新規の来客数増加もあり、今後の売上は上向いてくると予測している。また、当地での外国人を含む急激な人口増加による今後の売上増加に期待している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・地方の中小零細企業に賃上げの流れが出てくれば、景気は良くなると考えられる。現状は、インバウンドなどの恩恵がある企業とそれ以外で企業業績に濃淡がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2か月先には市内で学会やイベントがあり、人流の動きは大きくなると想定される。それに付随して、館内の利用客も増加する見込みである。
	旅行代理店（職員）	・海外旅行の需要増加に期待している。	
	通信会社（企画担当）	・引き合いから契約までの過程から、販売意欲を感じている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（従業員）	・春休みやゴールデンウィーク等の大型連休があり、乗客数が増える見込みである。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は、社会状況にもよるが、気候も良くなり美容業界の景気は上昇してくる。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・取引先の操業状況について、来年度上期までは受注が増加していることから、当社への発注を期待している。また、パーティー会場の予約が一般客からも入るようになり、先行きが明るくなっている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬がプラス改定となったことを踏まえ、業界全体としては損益に好転要素が出てくると予想している。
		住宅販売会社（従業員）	・日本銀行のマイナス金利政策解除の報道を受け、客の動きが徐々に増加してくる。
		商店街（代表者）	・天候に左右される商況のため来客数の増加が望めず、2～3か月先の景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・買い回り品は値上がりしており、小規模小売業の売上は伸びず、厳しい状況である。食品を扱う小売業では、売上が増加しても仕入価格が増加しているため、利益は以前と変わらないと予測している。Webで大手企業から購入している消費者も多くなり、地元の小売業は一層厳しい状況と考える。
		商店街（代表者）	・デフレ脱却で賃上げが行われているが、物価上昇の影響でなかなか消費に向かないため、向上していくような状況ではなく、商店街としては現況が続いていくと考えられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・悪い状態が続いており気が滅入っているため、状況を変化させようと対策をとるものの明るい兆しがみえてこない。4～5月は気候が良くなるが、人出が増加するのは観光地や遊技場だけで、魚業界は厳しい。しかし、歓送迎会などの動きが若干出ており、景気回復につながることを期待している。
		百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィーク明けは来客数が落ち着き、大きなモチベーションが少なくなるため、景気は現状と変わらない。
		百貨店（経理担当）	・賃上げや物価高の影響もあり客単価は上昇しているが、買上客数は減少傾向となっており、引き続き現状維持が続く。
		百貨店（業務担当）	・不安定な気候に加え、物価上昇はいまだ落ち着いておらず、株価の上昇と消費者の景況感にギャップを感じている客が多い。減税などの効果に期待するが、傾向としては変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・人流の活発化によりゴールデンウィークの来客数増加を見込んでいるが、物価高騰等の影響により消費マインドが下がる状況も想定しており、景気の先行きは不透明と考える。
		百貨店（経営企画担当）	・春物衣料品や化粧品等の動きは、今後も活発化すると予想される。しかし、前年はプレミアム付商品券の販売があったが、本年は販売がないため、売上への影響が出ると考えている。
		スーパー（店長）	・全国的に賃上げ率が大幅に上昇しているが、消費者には恩恵はないと判断している。NISA等投資が増加しているが、物価上昇が収入を上回っており、賃上げで企業の収益が減少する懸念がある。
		スーパー（経理担当）	・可処分所得が増加する方向にあるが、スーパーマーケットとしては素材の良しあしが大きく、食品ロスをなくすための対策としての即食やレンジ総菜、冷凍食品など現在伸びているカテゴリーが重要となっていく。
		コンビニ（経営者）	・来客数の伸長率は徐々に鈍化傾向にあり、今後は横ばいで推移する。
		コンビニ（経営者）	・天候悪化が続いているが、気候が穏やかになれば人の動きは活発になり、コンビニエンスストア利用客も増加すると考えられる。しかし、期待は少ない。
		コンビニ（経営者）	・客の財布のひもはいまだ固く、この先売上が伸びる要素はない。厳しい状況は今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・株高やベースアップの余波はまだみられず、景気は相変わらず低調なままであるが、気候が良くなるため、景気が上向きになることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（取締役）	・4月から多くの商品の値上げが行われる。しかし、賃上げした企業は一部であり、ほとんどの人は今までと変わらない所得で税金は上がることになるため、先行きはかなり厳しいと危惧している。
		家電量販店（店長）	・日用品の価格が高くなっており、家電に金を掛けない客が多い。その影響で1品単価が上がらず、客単価を上げる努力はしているものの、回復の見通しが立たない。物価高の影響をストレートに感じている。
		家電量販店（店員）	・春闘で満額回答が多いが、実際に消費に回るかは疑問が残る。先行き不透明のなかで消費拡大につながるとは思えない。
		家電量販店（従業員）	・株価の最高値更新による景気押し上げが期待されるものの、足元の景気が良くなる気配がない。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて、家電の需要が増えるため期待している。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売、中古車販売共に現状から大きく変化する要因はない。昇給があり、人件費は増加するが、経常利益に大きな差はないと予想している。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要因が見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・長年続いた低金利が終わり、円安や株高の影響で世の中の動きは回復しているが、置き家具業界においてはその兆しがまだみえない。
		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）	・物価の上昇に終わりがみえない上、一部、電気代など生活費がやや上がるという情報も入っており、消費動向は横ばいになると予想している。来客数は減少し、商品単価は上がっているため、いかに買い回り品を強化し売上につなげるか検討をしている。店舗や商品に興味を持ってもらうことが鍵となり、今後のゴールデンウィークやサマーバーゲンセールで、こういった施策を打つと効果があるか、思料している。
		高級レストラン（経営者）	・地元の人の流れが少なく、送別会や歓迎会も少なくなっている。現在は、物価が上昇して経営が思うようにはいかない状況である。
		高級レストラン（経営者）	・4月以降の予約状況は、3月より若干良いと予想される。歓迎会ではなく、企業の接待などが増えているのではないかと考えている。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類感染症に移行されて1年がたとうとしているが、景気が変わってくれることに期待している。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価高騰の状況は続く想定され、賃上げの金額が物価以上とはなっておらず個人の景況感は良くない。
		観光型ホテル（専務）	・外的要因に左右され、先行きが分からない状況であるが、景気が良い状態が今後も続くことを期待している。
		都市型ホテル（販売担当）	・2023年度とほぼ同じ売上を見込んでいる。
		タクシー運転手	・当地における地価上昇や、ガソリン価格の高止まりによる今後の人の移動の変化を注視したい。
		タクシー運転手	・この先、人が増えるイベントが少ないため、現況と余り変わらない。
		通信会社（役員）	・地域経済の状況に変化が現れずにインフレが進んでいるため、全体的な景気はやや悪くなる。しかし、生活水準は維持できると予想している。
		通信会社（営業担当）	・2～3か月先は、歓送迎会シーズンも落ち着き、景気は通常の状態に戻ると予想している。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況から、しばらく順調に推移すると予想される。
		ゴルフ場（営業）	・予約状況に変化がない。
		競馬場（職員）	・景気動向を左右する経済現象が見当たらないため、現況と変わりはない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる状況を期待しているが、まだまだ財布のひもが固い。皆がどうか生活ができるような施策を望んでいる。
		美容室（店長）	・客に年金生活の高齢者が多いため、支給時期には多少来客数が増えるが、今後の景気が良くなるとは考えられない。
		学習塾（従業員）	・賃金が増加しているようには感じられず、今後の景気が変わる要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・相変わらず材料や製品単価の上昇が見込まれ、仕事への対価の上昇はまだ見込めない状況である。発注者に対価上昇の認識を持ってもらう必要がある。
		設計事務所（所長）	・現状はやや悪い状況であるが、結果は2～3か月先に出るため、景気は同じ状態が続いていく。
		商店街（代表者）	・2～3年先のことであるが、当商店街の再開計画のなかに私立大学のキャンパスの一部が加わるようになった。商店街の明るいニュースであり、今後もしっかり取り組んでいきたい。
		商店街（代表者）	・低所得者への僅かな給付金では購買意欲が上昇せず、消費につながるプレミアム付商品券の発行の方が効果がある。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・これから当地の気温が上昇するため、県産物の野菜が少なくなり、信州、東北、北海道の野菜が中心となる。そのため、輸送コストも含め単価が高くなり、販売しにくい状況になる。果物類の売上を占めている柑橘類はシーズンが終わり、海外からの輸出もあるりんご関係の単価が高くなっているため、金額を上げにくく厳しい状態になる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・人手不足で販売機会が減るため、景気はやや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・食料品やガソリンは生活の必需品であるため、それぞれの高騰が財布に重く響いており、一層厳しい状況になると予想される。当店では、仕入価格は上がっているが、販売価格は新型コロナウイルス感染症発生前から変えずに販売している。
		百貨店（企画担当）	・マイナス金利政策の解除の影響がどう現れるかを注視する必要がある。一般消費者の動きが鈍るのではないかと懸念し
		スーパー（店長）	・春闘で一定の賃金上昇はあるものの、物価の上昇が大きい。多くの人は可処分所得が増えたと感じておらず、景気が好転するとは考えにくい。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・この3か月は、客単価が高い時間帯である夜間の来客数が伸び悩んでいる。客単価下落とともに買い控えもあり、買上点数も減少傾向であるため、今後もこの状況が続いていくと予想している。
		家電量販店（店長）	・電気やガスの使用料金に対する補助も終了し、ますます財布のひもが固くなる。
		家電量販店（店員）	・単価が高い商品の売上が減少している。多くの人は余り昇給がないと考えられ、耐久消費財ではお買い得品がよく売れている。ポイントも付くため単価の低い商品の需要が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・年末年始から新生活へ向けての特需がなくなり、更に物価も上昇するため、景気が好転する気配を感じない。
		住関連専門店（従業員）	・高単価の冬物需要や新生活需要が落ち着くため、売上が若干減少すると予測している。
		一般レストラン（スタッフ）	・今の景気を後押しするような政策がないため、今後の良い兆しがあるとは考えられない。
		スナック（経営者）	・4月から酒類の値上げが発表されており、メニュー価格も引き上げざるを得ない。その影響で外食機会が減少すると予想される。
		通信会社（社員）	・この業界では、3か月後の景気は悪くなる傾向にある。
		通信会社（企画担当）	・光回線市場が飽和状態となっており、新しい価値の発掘と提案が必要である。
		設計事務所（代表）	・金利上昇による買い控えが予想される。
		住宅販売会社（代表）	・物価高となっているが賃金が変わらないため、消費が鈍っている。また、住宅に関しては、金利上昇によるリスクで買い控えが起こっており、景気が悪くなる大きな要因となっている。
	x	-	-
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	・今後も受注増加が予想される。
		金属製品製造業（事業統括）	・各社の賃上げが進んでおり、今後もその傾向は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の供給が順調になっているため、この流れで動きが出てくると考えられる。いずれにしても、当社の業況は半導体の動きに左右されるため、このことを契機に仕事の量が徐々に増加してくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（取締役）	・今後、人手不足による人材獲得競争の激化が予想される。賃金を始め福利厚生などについても、きめ細かな労務対策が喫緊の課題であると認識している。
		建設業（社員）	・まだまだ受注が欲しい時期であるため、タイミングが良いときにできるだけ受注していきたい。従業員は不足気味であるが、下請業者に協力してもらいながら早期の完成にもっていききたい。
		通信業（経理担当）	・企業のシステム関連投資は堅調である。引き合いが多い状況が継続している。
		金融業（営業）	・多くの企業で賃上げが実現すれば、積極的な消費マインドとなり、好循環が期待できる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・Webや資料請求サイトからの問合せが増加している。
		経営コンサルタント（社員）	・中国からの訪日が伸び悩んでいるが、少しずつ回復し大量買いが進むと予想している。
		農林水産業（経営者）	・4～5月は原料の好調を維持できるが、夏以降は2024年問題や経費の増加で経営環境に大きく影響しそうだ。特に賃金の増加は大きな負担となっていくと予想される。商品の流れは順調であると考えられ、生産活動の影響に大きな変化はないと予想されるが、利益確保が厳しくなっていく。
		繊維工業（営業担当）	・温暖化のため冬に服が売れず、売上に大きな影響がある。今後もこのような気候の変動が続くと考えられ危惧している。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・顧客状況を数社確認したところ、今年度の生産は現状から横ばいと回答が多い。
		建設業（従業員）	・年度末になり、公共工事の応札も2か月はないと予想され、公共工事には頼れない。大きな金額の小口物件を受けることができたこともあり、今後の営業活動を地道に取り組みでいきたい。
		輸送業（総務担当）	・ドライバーの労働規制による2024年問題が景気に水を差すと考えられる。物流は流通や販売に大きな影響を与えるため、メーカーや商社等の荷主、工場や店舗等の顧客にリードタイムや値上げの理解が必要となる。ものが届かない状況になると、結局物流業者にしわ寄せがくるという構図は変わらないと予想される。
		通信業（職員）	・各企業で大幅な給与ベースの引上げがあったが、一方、設備投資を控える可能性もあり、すぐに景気が良くなるとは考えられない。
		金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、公共工事は高水準で推移している。一方、自動車や家電の売上が減少傾向で推移しており、物価の上昇に加え人手不足もあるため、一部には先行きをやや慎重にみる企業が出てきている。
		金融業（調査担当）	・長引く物価高の影響で、消費者は必要なものを厳選して慎重に購入するという姿勢を強めている。購買力アップに不可欠な賃上げが中小・零細企業に波及するにはしばらく時間を要する。
		金融業（調査担当）	・設備投資資金の貸出金が、前年同四半期比で大きく変わらない。
		不動産業（経営者）	・今後の仕事内容等が現在と変わらないため、3か月後も変動がないと予想している。
		新聞社 [広告]（担当者）	・健康食品の問題が影響し、関連の広告出稿が減少すると考えられる。
		広告代理店（従業員）	・長引いているウクライナ侵攻や、イスラエルとガザの紛争、中国発の景気後退など外圧による景気への影響が強い。また、流通・医療・建築など2024年問題も先行きに影響を与えており、当面この状態が続く。
		広告代理店（役員）	・明るい兆しはあるが、厳しい状況もあり、景気が良くなるとはいえない。
		経営コンサルタント（社員）	・決算期となり、新しい動きは期待できない。
		その他サービス業 [物産品リース]（職員）	・マイナス金利政策は解除の流れになっており、賃金と物価の好循環が生まれると想定されているが、大企業と、業績が回復せず賃上げに苦勞している中小企業との差が生じるのではないかと考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家具製造業（従業員）	・4月以降の案件情報は少ないため、年度末までの繁忙期と比較するとかなり落ち込むが、例年どおりの推移であると予想される。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予約注文分のみ見込みであり、受託案件等は控えていないため、売上はやや悪くなる。
		化学工業（総務担当）	・損益は余り良い状況ではなく、当面この状態が続くと予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・最低賃金の上昇により、それに伴う価格改定を行えるかが今後の課題となる。弱小企業の状態では、新製品を出すには期間を必要とするため、実行できるかは今後の産地全体の課題となる。現在、大変苦しい状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・設備関連では長期スパンの引き合いはあるが、機械加工は今後も厳しい状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の生産の見込みから、当社の売上は若干悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・設定した2024年度計画に対して、取引先の1社の売上が半減しているため、その影響を受けることが予想される。
		金融業（営業担当）	・マイナス金利政策の解除に伴い、今後利上げが予想される。取引先の中小企業では金利上昇が不安要因となり、先々の投資意欲は下がっており、景気は悪くなっていく。
		その他サービス業【コンサルタント】（代表取締役）	・来年度は、自治体からの福祉やまちづくりの調査、計画策定の発注件数が少なくなると予想される。4月以降の業務の入札で、既に値下げの競争が始まっているため、景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用関連		*	*
(九州)		人材派遣会社（社員）	・集客イベントが、安定して増えてきている。
		学校【大学】（就職支援業務）	・前月に続き、日本経済は緩やかに回復する見通しであり、好調な企業収益が、物価高を上回る賃上げや将来を見据えた設備投資の拡大など前向きな支出につながると予想されている。また、人手不足の深刻化を背景に、省力化などに向けたデジタル投資が活発化している。加えて、生産拠点の国内回帰も進展する見込みで、企業の採用意欲の底堅さは今後もしばらくは続くのではないかと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は増加傾向であるが、派遣料金が上がり切らず、求職者数のニーズとマッチングしないケースが増えている。企業も直接雇用での採用に力を入れ始めているが、現行の賃金ではマッチングが難しく、社内対応で乗り越えるケースが増えている。
		人材派遣会社（社員）	・新年度に入り、正社員の昇給の影響もあり、派遣スタッフの料金改定も順調である。その分の売上増加は見込めるが、新規注文が落ち着いており、大幅な回復は見込めそうにない。
		人材派遣会社（社員）	・事務職だけではなく営業や販売などの様々な職種の求人が出るようになったが、エントリーへの反応は少ない。一方、新年度向けのプロジェクト案件など市場より支払単価の高い案件はエントリーが殺到する状況である。
		新聞社【求人広告】（社員）	・購買行動に影響を与える要因を見つけられないため、現状維持ができるように対応していきたい。
		新聞社【求人広告】（担当者）	・円安や株高の恩恵があるのは、大手企業や一部の業界だけである。それ以外の中小零細企業では、値上げや税負担の増加で地道な操業が続くと考えられる。全体としてしばらく変化がない状況が続く。
		職業安定所（職員）	・更なる物価上昇が見込まれており、景気は変わらないと考えられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年と比べ減少傾向に推移しているが、充足数は増加していない。事業所から、人手不足ではあるが業務量は変わらないなどの声もあり、今後の景気は横ばいが予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数が多い状況や企業の採用意欲の高さに変化はないが、企業の採用に掛ける予算は減少している。採用をする企業の好景気も落ち着いており、しばらく横ばいが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・ゴールデンウィークを軸にインバウンド需要は伸びると予測されるため、これまでは人材採用に早めに手を打ち、春先の求人採用を見据え活発に動いてきた。ところが、前年の秋以来、その傾向が途絶えている。人材不足のため、各社の採用手段の多様化が深刻となっている。
		学校[専門学校](就職担当)	・物価上昇に賃上げが追い付かないと予想される。
	x	-	-

12. 沖縄(地域別調査機関:一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連 (沖縄)		一般小売店[酒](店長)	・今後ゴールデンウィークに向かって、県外や国外からの来客数は増えていくとみている。	
		コンビニ(経営企画担当)	・賃金上昇への期待と定額減税の効果により、消費は少しずつ上昇していくものと予測している。	
		観光型ホテル(企画担当)	・ホテルの3月の販売室数が前年比14%減少なのに対して、3月末時点での6月の予約室数は前年比22%増加と、プラスに転じている。	
		百貨店(経営担当)	・母の日のギフト需要やゴールデンウィーク期間の来店客増が見込まれる。	
		コンビニ(経営者)	・暑くなってくると年配客の行動が活発になり来客数が増えるため、弁当やサラダ類の売上が期待される。また、観光客が増加してくるため売上は上昇する。	
		家電量販店(営業担当)	・耐久消費財の買い控え意識は当面の間続くと予想しているが、上半期は生活必需品であるエアコン、冷蔵庫などの需要が高まるシーズンなので、需要は徐々に回復していくと考える。	
		その他専門店[陶器](製造)	・4月もイベントでは盛り上がりを感じるがあることとみているがそこまで変化はなく、観光客の影響を受ける客先においては5月に一気に動く予想している。	
		一般レストラン(代表者)	・地元客の動きが良くなりつつある。観光客の増加もあいまっている雰囲気がある。	
		スーパー(企画担当)	・2~3か月先は、新型コロナウイルス感染症の5類移行から1年たつことや、食品値上げも前年と比べると減少すると予想されることから、景気は落ち着き変わらないのではないかとみられる。	
		コンビニ(店長)	・店舗の立地上、観光客数の増減で景気が上下するが、沖縄の観光特性が以前ほどの強みを持っていないため、右肩上がりは期待できないと考えている。	
		コンビニ(副店長)	・新年度に期待はできるが、物価上昇と、世間で言う賃金伸長率が中小零細企業まで伴っておらず、経費負担増加も止まる様子もないため、真の景気回復のまだまだ道半ばとみられる。	
		衣料品専門店(経営者)	・今月は新しい季節で衣替えなど、いろいろ変わる時期ということで期待しているが、客の動きは思いの外良くない。時期的にまだまだ様子見だとみている。	
		乗用車販売店(経理担当)	・イベントの集客や客の熱意も衰える様子がない。	
		その他飲食[居酒屋](経営者)	・観光客も増えて、報道では賃上げも満額回答が続いているが、周りの客の状況をみていると、財布のひもは固く、全く恩恵を受けていない。物価上昇、人件費増加、人手不足は続いており、単純な値上げでは対応できなくなっている。	
			観光型ホテル(代表取締役)	・5~6月の宿泊客の予約は前年よりも伸びてはいるが、2019年には届いていない。飲食宴会部門も前年よりは動きがある。新型コロナウイルス感染症発生前の状況にはまだまだ届いていない。
			旅行代理店(マネージャー)	・物価上昇が落ち着くまでは、旅行への購買意欲はそこまで上がらない。
		その他サービス[レンタカー](営業)	・先行きの受注は前年割れの状況で、2月から予約が直近化にシフトしていることもあり、最終的には前年並みで推移すると予測している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・乗客数が少し増えている業種とまだまだ乗客数が少ない業種がある様子である。全体的にみるとまだやや悪くなっているように見受けられる。商店街に限ると、観光関連は良くなったような雰囲気はするが、その他はまだ厳しいとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利解除を行ったにもかかわらず円安が進み、物価上昇でも大半の国民の賃金は上がらず、また、燃料費の補助をやめるなど、先のみえない不安感が漂う社会のなかでは、景気が良くなるとは考えられない。
		その他飲食店〔バー〕（経営者）	・客と話していても今後の景気に不安を感じている人が多いようである。明らかに景気が良くなるまで当面は金を使うことを控えて様子見という方が今後更に増えていく雰囲気がある。
		通信会社（営業担当）	・3月は学生需要が多く1年の最大の繁忙期であるため販売のピークとなっており、今後2～3か月は落ち着き、やや下り坂になると予想される。
		住宅販売会社（代表取締役）	・マイナス金利政策の解除により住宅ローン金利などの引上げ予想があり、建築に関して客の心理的にマイナス要因とならないか懸念が残る。
		住宅販売会社（役員）	・住宅価格の高騰に所得の伸びが追い付いていない状況の最中で住宅ローンの先高観があり販売が苦戦しそうな雰囲気がある。
	x	-	-
企業動向関連		食料品製造業（役員）	・ゴールデンウィークに向けて更に観光客の増加が続きそうである。円安の影響もあるかもしれない。
		*	*
(沖縄)		窯業土石業（取締役）	・原材料費の高騰に伴う価格転嫁はある程度進んでおり収益は回復傾向にあるが、今後は人件費増加や運搬費の値上げが予想され、再度価格交渉が必要とみられる。
		輸送業（経営企画室）	・日本銀行のマイナス金利政策の解除を受け、特に中小企業がどのような方向に進むか注視する必要があるとみられる。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の広告販売促進活動を見ると、人件費高騰などの影響で事業収益が厳しいことから、やや消極的である。
		会計事務所（所長）	・国内外の政治、経済情勢が不安定であり、将来見通しが立たないため慎重に行動することとなる。
		建設業（経営者）	・相談に来て、金利が上がる見通しでなかなか契約まで踏み切れない客が多い。
	x	-	-
雇用関連		*	*
(沖縄)		人材派遣会社（経営者）	・社会が活発に動き、派遣や人材紹介についても増加しているが、人件費の増大や諸経費の高騰で単価交渉については要求までいかない。なかなか厳しい数字を出す企業が多い。
		人材派遣会社（総務担当）	・人の動きは活発になっているが、物価高騰に伴い景気は変わらないとみられる。
		職業安定所（職員）	・特に小規模の事業所において物価高の影響を注視している声も多く、賃上げができない企業も多いとみられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・IT系企業を中心に2月より多くの求人を頂いているが、今後は徐々に少なくなっていく見込みである。ただし、随時募集の企業が多いため、採用活動は積極的に行われ、景気としては良い状況のまま継続されるとみられる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・経済の流れが好循環と感じるまでには時間が掛かるとみられる。
		求人情報誌製作会社（営業）	・今月を求人数のピークとして予測しているため、夏にかけて求人数は緩やかに減少すると予測している。
	x	-	-