

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〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着くかどうかには左右されるが、このまま落ち着けば、旅行業界もにぎわってきて、飲食店も更に良くなる。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・3回目のワクチン接種も進むなか、京都は観光地として人気が高い。コロナ禍次第ではあるものの、外出機会が増える時期になれば、回復傾向が続くと予想される。
	◎	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの想定外の感染拡大などが無い限り、来客数は順調に回復する見込みである。また、特選ブランドの価格改定など、インフレ傾向の継続により、客単価も大幅な上昇が予想される。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	・顕著にみられるのは、宴会部門での予約や問合せの増加であり、同窓会はまだまだ少ないが、総会や懇親会といった企業関係の動きは活発になっている。宿泊も少しずつ、近隣ホテルとともに稼働率が伸びており、先行予約も増えている。また、景気回復の指標となる休前日の料金についても、高めで設定できている。
	◎	旅行代理店（役員）	・Go Toキャンペーンの再開により、新型コロナウイルスの感染対策を講じながらの、旅行需要の回復に期待したい。
	○	商店街（代表者）	・夕方以降の人出もかなり回復しており、2018年の水準には及ばないが、前年比では相当期待できる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・久しぶりに販売量が伸びているため、この好調を維持し、お中元商戦を良い形で迎えたい。
	○	百貨店（売場主任）	・客との会話から、外出へのハードルは少し下がったように感じる。ただし、長期にわたる自粛生活で消費に対するマインドが変化し、着飾って外出を楽しむ動きは減ったようで、ファッション関連の売上は思うようには伸びていない。
	○	百貨店（企画担当）	・今後は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出されないことが前提であるが、消費者の外出機会の拡大により、売上は前年を上回る。ただし、新型コロナウイルス発生前の2019年の水準には戻らないと予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・今年のゴールデンウィークは前年と異なり、新型コロナウイルスに関する規制がない。集客を伴う催事の再開で来客数が増え、売上も増えることを期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少し減少気味になってきたほか、まん延防止等重点措置の解除により、旅行やイベントの規制がなくなり、消費者も少し解放的になることから、景気も少し良くなっていく。
	○	百貨店（マネージャー）	・海外情勢の悪化に起因する原料価格や仕入原価の上昇のほか、消費者による活動の再開と、節約行動という二極化の進行はあるものの、全体的には良くなる。
	○	百貨店（服飾品担当）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に弱まるなか、客の今までの買い控えや巣籠りの反動から、消費意欲が伸び、特に高額素材への関心が高まると予想される。また、コロナ禍に伴って整備が進んだデジタル環境も、このまま利用が続くため、売上にプラスにはたらくことが予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の影響は続いているものの、少し減ってきている。2～3か月先には、現状よりも影響が更に緩和されそうである。
	○	百貨店（店長）	・国内客の動きに加え、相変わらず好調な特選洋品のほか、少しインバウンド需要が戻りつつある。国内客も大きな買物は少ないが、ゴールデンウィークの帰省や家ナカ需要のほか、母の日ギフトなどは新型コロナウイルス発生前と変わらない数字を見込めそうである。
○	百貨店（販促担当）	・コロナ禍に関しては相変わらず不透明であるが、許容範囲は広がっており、夏本番の消費は例年よりも期待できそうである。特に屋外での需要が期待でき、機能性素材などの打ち出しで活性化を図りたい。安心して楽しめる感覚を、身近に感じてもらえる提案が重要と考えている。	
○	百貨店（マネージャー）	・直近の客の購買行動をみると、消費に対する前向きなマインドが戻りつつある。このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、夏休みシーズンのファッションや雑貨、旅行用品などへの需要は強まることが予想される。	

○	百貨店（売場マネージャー）	・円安の進行や、原油、原料価格の上昇、更にロシアのウクライナ侵攻もあり、景気はまだ回復に向かうとはいえない。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により、客が旅行や買物などで外出できる安心感が出てきたことで、消費は上向くことが予想される。
○	スーパー（店長）	・ガソリン代などの物価の上昇で、依然として厳しい環境が続く。ただし、飲食店への時短要請や移動の規制がなくなるなど、新型コロナウイルスとの共存を図りつつ、経済は活発に動く予想される。
○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が、景気を左右する一番の要因と考えられるが、4月の客の様子を見ると、外出の増加は見込めそうである。また、前年は低調であった5月のゴールデンウィークや母の日、6月の父の日、7月のバーゲンセール、8月のリゾート需要については、増加が期待される。
○	スーパー（企画担当）	・2階に大型の家電量販店を誘致したため、来客数の増加が見込まれる。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が抑えられているため、テレワーク率が低くなる。テレワークの不便さも聞いているため、出社率は上昇し、売上が約10%増加する。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が激減しているわけではないが、これまでの反動か、街中の昼間人口がかなり増えてきた。このまま感染が収まれば、新型コロナウイルス発生前にぎわいに戻り、ホテルの宿泊客数の回復につながるため、来客数は今よりも増えることが期待できる。
○	コンビニ（店員）	・どんどん暑くなるため、冷たい物が売れ始める。
○	コンビニ（店員）	・夏場に向けて、コンビニではアイスや飲料の需要が増える。また、涼しさを求めて立ち寄るついでに購入する動きにも期待できる。単価は上がらないが、来客数は増えそうである。
○	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスに関する制限も徐々に解除されて、旅行客も増える。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染が収束し、人流や営業時間も元どおりになり、周りの飲食店の売上も回復に向かうことが予想される。ウクライナ危機に関しては、終息を迎えることを願っている。
○	乗用車販売店（販売担当）	・先行きを見ると、生産も少しずつ回復していく見込みである。客に販売できる車が増えれば、必然的に販売量も増えていく。今の状況を早く抜け出せることを祈っている。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・このまま自粛モードが終わり、自由に生活ができるようになれば、更に売上や客単価の改善が期待できる。新型コロナウイルスの影響で外出ができず、今まで使われなかったお金が出てくれば、景気の改善も期待できる。
○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・医薬品や化粧品の売上は好調に推移している。マスクなどの衛生用品の動きも引き続き堅調である。今後、気温の上昇に伴って来客数の増加も見込まれ、緩やかな回復が進むと予想される。
○	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・周囲の動きにあわせて、徐々に良くなっていく。
○	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・新型コロナウイルスとの共生に向けた取組みが本格化し、消費が活発化してくることを期待したい。
○	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの新規感染者数に左右されず、消費者の観光需要が高まることを期待している。
○	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言などが完全に解除されたゴールデンウィークを迎えるに当たり、これをきっかけに客の行動が外出に向かうと予想される。ゴールデンウィーク後には、大人数での宴会や、外食の増加などが期待できそうである。
○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの影響に加え、ウクライナ危機の影響で物価が上がるなど、余り先行きに明るい希望はない。ただし、コロナ禍がある程度収まれば、人の動きは出てくる。
○	観光型ホテル（客室担当）	・3回目のワクチン接種が進めば、状況は良くなる。

○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況を除けば上向き傾向にあるが、楽観視はしていない。今後は株主総会のシーズンとなる一方、高齢者が参加する宴席は中止の傾向にある。少人数の宴席で、いかに件数を確保するかが重要となっている。宿泊については、県民割が始まって中規模ホテルにはなかなか恩恵はない。今よりも良くなるものの、新型コロナウイルス発生前の水準には到底届かない。
○	都市型ホテル（管理担当）	・3回目のワクチン接種率の上昇や、海外からの入国規制の緩和と円安傾向などによる、観光客の増加を期待したい。
○	都市型ホテル（フロント）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少し、海外渡航も可能となってきた。中国では都市のロックダウンなどの厳しい規制が続いているため、インバウンドの回復はまだ見込めないが、国内旅行の動きは期待できそうである。
○	都市型ホテル（客室担当）	・Go Toキャンペーンの再開が望まれるが、府民割などの延長は好材料である。3回目のワクチン接種も更に進み、新型コロナウイルスの感染予防策を十分に講じることで、旅行しやすい環境の整備が進む。
○	旅行代理店（支店長）	・県民割が始まり、Go Toキャンペーンの再開も期待されるなかで、夏休みは3年ぶりに旅行に行きたいという客も多い。ハワイツアーも再開されており、夏休みの旅行の受注につながっている。何よりも、客の心理として、旅行に行ってもよいという感覚が広がり始めていることが大きい。
○	タクシー運転手	・しばらくは修学旅行生の増加で忙しい。
○	観光名所（企画担当）	・まだコロナ禍の影響は続いているが、これからゴールデンウィークを迎えるため、やや良くなると予想している。
○	遊園地（経営者）	・先行きはいまだに不透明とはいえ、3年ぶりに大型連休を行動制限なく迎えられることへの期待感が強い。希望的観測ではあるが、過去2年間で異なり、新型コロナウイルスの感染予防と事業活動がある程度両立した、ウィズコロナのライフスタイルが確立されると感じる。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・コロナ禍の収束の動きはないが、一定の落ち着きがみられることから、人の動きが活発化している。今後はロシアのウクライナ侵攻による物価の上昇が、賃金に反映されるかどうかによって左右される。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・コロナ禍の収束がみえてくれば、状況は良くなると予想される。
○	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
○	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・ゴールデンウィークに新型コロナウイルスの感染がある程度抑えられれば、経済活動が活発になっていく。
○	住宅販売会社（総務担当）	・まん延防止等重点措置の解除に伴い、人の動きが活発化しており、商談客も増え始めている。
□	一般小売店 [時計]（経営者）	・ゴールデンウィークを迎え、まん延防止等重点措置の解除で人の往来も自由になっている。今までの鬱憤を晴らすような行楽の人出をみていると、新型コロナウイルスの感染第7波の発生を心配してしまう。同じように考える客も多く、今が正念場という声がよく出ているなど、先行きは楽観できない。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・徐々に景気は回復しているように感じるが、ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの新規感染者数が例年のように激増すれば、景気は悪化するため、楽観視はできない。
□	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・原材料価格の値上がりによる影響が、これから消費の面に出てくることを懸念している。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・コロナ禍がどのように推移するのか予想できないほか、ロシアによるウクライナ侵攻もあり、物価がますます上昇することは目に見えている。そのような状況で、生活必需品ではない衣料品の販売が伸びるとは思えず、まだまだ苦しい状況は続く。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・今でも動いている呉服屋もあるなど、販売状況には地域差があるが、1～2年もすれば需要が戻ってくる。
□	百貨店（企画担当）	・外商以外の国内売上を含めて、3～4月と上向いてきている。ただし、不安定な世界情勢が続く見込みであり、しばらくはこれ以上の改善は難しい。
□	百貨店（販売推進担当）	・現在は好調である高級商材も、株安などの動きが出れば悪化に転じるため、楽観はできない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（特選品担当）	・今後、高額品の需要がどうなるかは不透明である。このまま価格の高騰が続けば、ある程度は今の状況が続くとしても、2～3か月後は今よりも落ち着くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に変化はないが、ウイルスへの慣れなのか、以前のような行動の自粛は余りみられない。景気が好転するまでには至らないが、現状維持の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後コロナ禍は落ち着いてくるため、スーパーの状況は悪くなるというよりも、コロナ禍の影響のない状況に戻っていくように感じる。経済全体は活発になることが期待される一方、物価上昇の影響が気になる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・雨が続くと、また野菜が値上がりする可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・原料価格の高騰のほか、円安の進行、人件費や電気代の上昇と、上がらない物がないほどコストの上昇が進んでいる。部門内での粗利ミックスの精度を高めて販売力を強化し、利益率を改善させることが重要となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・食品に限らず、値上げの動きが相次いでおり、夏～秋にかけて販売価格の本格的な上昇が予想される。賃金の上昇が追い付いていない状況であるため、節約志向や低価格志向に拍車がかかり、価格競争の激化が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・消費が冷え込むなかで、商品の値上げが進んでいる。金利の上昇もなく、このままではインフレによる影響で景気が冷え込む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・また新型コロナウイルスの感染第7波の話題が出始めたため、先行きが心配である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・不安材料は多いが、経済の動きはかなり出てきている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・コロナ禍や物価上昇などの厳しい情勢のなか、現状維持ができればよい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きつつあり、若干景気も上向きになってきたが、ロシアのウクライナ侵攻による影響が、徐々に我々の生活にも出始めている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・店の周辺を歩く人も少なく、来客数は少ない。このような状況はしばらく続きそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・商品の入荷遅延の主な原因は半導体不足であるが、解消するまでに相当な時間が掛かるため、景気は回復しない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・気温の上昇に伴い、季節商材の販売が伸びてくるが、巣籠り需要の反動減の影響が懸念される。エネルギー価格の上昇で省エネ製品への関心が高まっていることが、唯一のプラス材料である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足もあって新車が生産できず、売上が増えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ウクライナ情勢が落ち着かない限り、原材料費や燃料費の増加は続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・政策次第で売上の減少もあり得るなど、先行きは見通せない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・コロナ禍の下で、スポット買いやローンでの購入が減っている。宝飾品が本当に好きな客に、今まで購入したことのないような商品を勧めて、納得して購入してもらおうという販売力に懸かっている。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料無料キャンペーンが終わるため、受注量が増える要素は少ない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・まだコロナ禍への慎重な対応が必要な部分もあり、席の間隔に余裕を持たせるため、予約可能人数を制限している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・まん延防止等重点措置が解除され、旅行などを楽しみにする人が増えたため、しばらくは来客数が伸びない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、来客数は今までと変わらない。まだ外出を控えている客が多い。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・5～6月もGo To Travelの再開が不透明であるほか、県民割のエリア拡大も不透明である。現時点で2～3か月先の予約状況は、非常に低調となっている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に対する反応や、府民割への反応が、少し弱まってきたように感じる。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・政府がGo To Travelを再開しなければ、旅行をしてもよいというメッセージにはならない。

□	都市型ホテル（管理担当）	・食材やガス、電気などの各種コストが増加傾向にあり、負担がどの程度増えるのかは不透明である。収入が少し回復しても、収支は余り変わらないことが予想される。
□	都市型ホテル（総務担当）	・行動制限の段階的な緩和による消費の活発化がみられるものの、新型コロナウイルスの感染状況の収束がみられないほか、ウクライナ危機の長期化や物価の上昇による影響が、消費マインドの悪化につながる。
□	旅行代理店（店長）	・夏の旅行の相談はあるが、まだまだ様子見の客が多く、即決となるケースは少ない。
□	タクシー運転手	・新聞などでは旅行の案内も出てきているが、まだ飛びつくような物は見当たらない。まだまだ今の状態が続く。
□	タクシー運転手	・現状から更に上向くことは難しそうであるが、規制のないゴールデンウィークにどれだけ利用されるのか見当が付かないなか、大きく増える気配もある。ただし、ゴールデンウィークの反動が、5月中旬以降に現れることが懸念される。
□	タクシー運転手	・企業による営業関連の送迎予約など、予約全体の減少傾向は依然として続いている。
□	テーマパーク（職員）	・参議院選挙までは目立った動きはなさそうであるが、政権与党が勝った後は増税の動きが出てくるおそれがある。消費は増えることなく、減少につながりそうである。
□	ゴルフ場（支配人）	・来客数は増加傾向にあるが、仕入価格などが上昇傾向にあるため、景気は変わらない。
□	競艇場（職員）	・ここ数年の電話投票やインターネット投票会員の増加で、全国的に売上が増えており、この状況はしばらく続くと予想される。その一方、本場や場外発売場への来場者は減少がみられるが、売上全体としては高いレベルを維持している。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・まだコロナ禍も収束していないなか、ウクライナ危機の推移は見通しが立たず、エネルギー価格の上昇や急激な円安傾向を含めて、当面は不安定な状況が続くと予想される。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として多い状況であるが、プロ野球の試合やコンサートなどの入場規制がなくなり、久しぶりの多くの来場者でにぎわいが戻ってきた。ただし、3か月後の状況は依然として不透明であるため、現状と大きくは変わらないと考えている。
□	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ危機や為替の変動といった不確定要素は多いが、住宅需要の極端な落ち込みはないと予想される。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・部材の入荷の遅れは、中国からの輸入の停滞が原因と聞いているが、改善に向かっていくとの情報はない。前年から、従業員の作業服も入ってこない状況で困っている。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・様々な値上げやインボイス制度などへの対応、ルールの複雑化に加え、ウクライナ危機による影響もあり、商売がやりやすい環境になるとは思えない。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・現時点では景気は目に見えて悪くなっていないが、ウクライナ危機の影響が、仕入価格や燃料価格といった経費の値上がりにつながり、経営にも徐々に影響が出てくる。コロナ禍の影響も不透明であるため、先が読めない。
▲	百貨店（売場主任）	・コロナ禍の影響よりも、ウクライナ危機や円安による物価の上昇で、経済が悪化しそうである。この2年間でコロナ禍による経済の疲弊が進み、企業の体力が弱くなっている。所得が増えないなかで物価が上昇した場合、一部の業種での業績悪化や、消費者の購買意欲が低下することは間違いない。
▲	百貨店（宣伝担当）	・円安や世界的な物流の混乱で、今後は商品の入荷遅れや値上げが予定されている。商品の動きが鈍くなるほか、消費マインドも低下し、財布のひもが固くなることが予想される。
▲	百貨店（営業推進担当）	・原材料や食材価格の高騰は続き、ボリューム層による消費の鈍化傾向も続くことが予想される。
▲	スーパー（経営者）	・好調な企業の決算発表でも、今期の見通しは前期よりもかなり控えめになっている。物価の上昇に賃金の上昇が追い付かず、特に年金生活の高齢者世帯は打撃を受ける。ウクライナ危機の長期化も予想されるなか、日々の生活で少しでも出費を減らそうとする圧力はますます強くなる。
▲	スーパー（店長）	・原材料や燃料価格の高騰の影響で、所得が圧迫され、客単価は低下すると予想される。
▲	スーパー（店長）	・コロナ禍が落ち着きみせれば、外出が増え、消費は増えると予想されるが、それ以上にウクライナ危機による物価の上昇が消費のブレーキとなる。

▲	スーパー（店員）	・ここ数か月は下降気味である。売値が上がってきているほか、梅雨などの天候要因を考えると、売上の増加が見込めない。
▲	スーパー（販売促進担当）	・商品価格の高騰は今後も続き、いずれ高止まりとなる。客が物価に慣れるまでは、買い控え傾向が続くと予想される。
▲	スーパー（社員）	・食品部門では、加工食品の値上げと生鮮食品の相場高が重なっており、客の節約意識はしばらく続くと予想される。競合他社との価格競争も厳しくなる。
▲	コンビニ（店長）	・コロナ禍が長引いているほか、ウクライナ危機や円安の影響で、ほぼ全ての商品が値上げされている。今後は買い控えや商品の入荷の減少など、マイナスの要素しか思い浮かばない。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・我が国でもウィズコロナの動きが広がらなければ、景気は戻らない。再びまん延防止等重点措置などが適用されるのではないかと、不安で仕方がない。
▲	家電量販店（店員）	・一部の家電では生産できない物もあるなか、今後はウクライナ危機などの影響も出てくる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・インフレの継続が予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車を注文してから納車まで半年程度掛かるため、新車の注文が芳しくない。また、車検の予約状況も良くない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ウクライナ情勢の先行きは不透明であるほか、原油価格の高止まりによる景気への影響が、これから徐々に出てくる。
▲	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・コロナ禍やウクライナ危機が続く限り、好転する期待は薄い。
▲	一般レストラン（企画）	・ウクライナ情勢が悪化し、こう着化するなか、日本経済への悪影響は更に拡大し、エネルギー価格や原材料価格の高騰が家計を圧迫し、外食への客足が遠のくことを懸念している。また、企業経営にも同様の影響が出ることが予想される。
▲	一般レストラン（店員）	・海外からの商品の仕入れが難しくなり、代用品を提供しなければならぬ状態である。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・全体的に大きな変化はないが、取引先の福利厚生は厳しいという声をよく耳にする。
▲	旅行代理店（従業員）	・世界情勢に何も反応しない政府の下では、成長の期待は薄い。
▲	通信会社（社員）	・春商戦も終わり、閑散期となる。今後もコロナ禍の影響に左右されるため、先行きが見通せない。
▲	通信会社（企画担当）	・今後のウクライナ情勢やコロナ禍の推移が不透明で、インフレの動きも懸念される。
▲	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）	・ロシアによるウクライナ侵攻がいつまで続くか予想できない。また、原油相場の上昇や円安の動きなど、経済に良くない要素が多い。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場の出展各社からは、世界情勢の変化で建築資材の高騰が続き、建築単価の上昇が避けられないため、客の様子見が続くとこの声が多い。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・住宅価格の上昇が止まらないため、販売の鈍化や市場の縮小による影響が顕在化すると予想される。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・ウクライナ危機や円安の影響が出る。
×	百貨店（売場主任）	・エネルギー価格などの高騰や、物価が上昇している一方、所得は伸びていない。当面は様々な物に対して、買い控えの発生する可能性が高い。
×	衣料品専門店（経営者）	・本格的な物価上昇の影響で、消費自体はかなり冷え込むと考えられる。
×	衣料品専門店（経営者）	・衣類は主に中国や韓国で生産されており、今は商品が入ってこない。
×	家電量販店（店員）	・当面の間は、メーカーからの商品の安定供給が見込めない。他の商品を探しても該当する物がなく、客が購入する動きにつながらない。
×	家電量販店（店員）	・ロシアのウクライナ侵攻に伴い、商品価格の高騰が避けられないため、購買意欲も下がる。中国での上海市などのロックダウンにより、入手が難しくなった商品もあり、景気悪化はすることが予想される。

	×	家電量販店（企画担当）	・中国での上海市のロックダウンなどによる影響が大きく、商品の入荷のめどが立たず、品薄状態が続いている。先行きは不透明であり、しばらくは今の状態が続くことが予想される。
	×	住関連専門店（店長）	・原価の高騰や円安の進行がエスカレートする一方、状況が改善する兆しは一向にない。仕入れができずに欠品を起こすか、販売価格を大きく値上げして売れなくなるか、ネガティブな二択しか残っていない。
	×	住関連専門店（店員）	・物価の上昇による影響が出てくる。
	×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻以来、いろいろな物価が上がっているため、すぐに回復するとは思えない。コロナ禍の影響も心配されるなか、プラスチック材料は見当たらない。
	×	通信会社（社員）	・人気のあるサブスクリプション型サービスでも需要の減少に直面しているため、更なる悪化が予想される。インターネットサービスに経営資源を投入して、悪化を食い止めていきたい。
	×	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は下火になりつつあるが、油断はできない。それに加えて、ロシアのウクライナ侵攻や円安の影響で、様々な物の価格の上昇が続きそうであり、良くなる見通しはもてない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・コロナ禍の影響が少しずつ収まったと思えば、急激な円安で海外からの仕入価格が2割も増加した。その分を販売価格に転嫁することも、現状では非常に難しく、丁寧な交渉が必要となっている。ただし、あと2～3か月もすれば、厳しい状況も収まるのではないかと予想している。
	○	食料品製造業（営業担当）	・夏休み前になれば、人の流れは増えてくる。新型コロナウイルスの感染対策を行いながら行動する人が増えれば、県外からの往來の増加にもつながるため、徐々に景気は良くなる。
	○	化学工業（経営者）	・飲食店関係に出荷していた業界はこれまで悪かったが、かなり元に戻っている。コロナ禍の影響が続いている業界はあるものの、徐々に減っているため、今後には少し期待できる。
	○	建設業（経営者）	・今の状況はしばらく続くと予想されるが、材料費が高騰しており、案件が延期や中止となる可能性も否定できない。
	○	輸送業（営業担当）	・今月は今までほとんどなかった、少し高級な通販の食品の動きが多くみられる。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年に入って、Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を上回っている。
	□	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多い状態が続いており、ゴールデンウィーク後は更に増えるとの予想もあるなど、好転する兆しがみられない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現状から変化する時期が見通せない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・今後も各社の業績や利用者数が回復するため、イベントなどの企画が実施され、受注量の増加が見込まれる。ただし、コストの削減も進んでいるため、劇的な回復とはならない。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先によって好不調が分かれるなど、まだら模様の状況が続くそうである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・ウクライナ危機やエネルギー価格の高騰、生産材料の在庫切れなど、マイナス材料を挙げればきりがなし。その中でも必要とされる部品の調達は死活問題であり、今は何とか現状を維持している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・全体的に荷動きは良いが、採算は悪くなる。
	□	金属製品製造業（開発担当）	・中国での新型コロナウイルスの感染が収まっていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・コロナ禍が始まって以降、景気は最悪の状態が続いている。それに加えて、ロシアによるウクライナ侵攻で海外の案件が不安定になっている。この状況はしばらく続くと予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・新型コロナウイルスの感染状況や世界情勢の先行きが不透明で、景気の見通しも予想しにくい。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・まん延防止等重点措置が解除となり、景気の回復が期待されたが、原油相場の高騰や円安の進行で原材料価格が高騰している。それを販売価格に転嫁できないなど、メーカーにとっては依然として苦しい状態が続いている。	

□	建設業（経営者）	・建設資材価格の高騰で、設備投資の予算とのかい離が広がっている。建設資材の納期も不透明で、工期も不確定という状況である。今後は設備投資の予算や計画について、大幅な変更が必要となる。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年は忙しい3～4月が、新型コロナウイルスの影響で通常月と変わらない売上であったため、今後も厳しい状況は変わらない。
□	輸送業（営業担当）	・海外からのコンテナが以前のように入ってくるまでは、良くはならない。
□	金融業（営業担当）	・物価が安定しない限り、受注の増加には至らない。
□	広告代理店（営業担当）	・コロナ禍は収束せず、夏までは現状のままで推移しそうである。
□	司法書士	・各種の制限のないゴールデンウィークが始まり、人々は動き始めているが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に対する不安や、ウクライナ危機、円安の影響もあり、楽観はできない。
□	経営コンサルタント	・気が付くと、当社の売上もかなり減少している。取引先が経営難のため無償で対応するケースが増えており、今後も厳しい状況が続く。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ゴールデンウィーク前であるが、バタバタすることなく休みに入り、休み明けも忙しくなりそうにない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・原油や資源相場の高騰に加え、円安が追い打ちとなり、徐々に生活への影響が出てくることが予想される。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・まん延防止等重点措置が解除され、ウィズコロナの状態では経済を回す方針が強まるなか、まだまだ通常の動きは見られない。
□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・製品単価だけではなく、輸送コストなどの値上がりの影響が出る。
▲	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格の高騰による影響がそろそろ出てくる。今後は当社も値上げに動く予定であるため、しばらくは生産や売上の伸びが期待できない。
▲	繊維工業（総務担当）	・値上げの動きが消費者の購買意欲を抑えることで、売上の減少が懸念される。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・急激な円安やウクライナ危機による更なる原油相場の高騰で、企業収益が圧迫される可能性が高い。以前は、製造業などで円安効果が得られたが、海外生産などの動きが進み、以前ほどは期待できなくなっている。むしろ、輸入価格の高騰が収益を圧迫する傾向にあるため、先行きの見通しはやや悲観的にならざるを得ない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・景気を取り巻く環境が複雑で、先が読みにくい。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕入価格の高騰だけではなく、部品の納期も大幅に伸びている。部品を手配しても、予定どおりに入荷しない。
▲	建設業（経営者）	・物価の上昇や先行きへの不安により、大型の投資をしばらく見合わせる家庭や企業が増えると予想される。
▲	通信業（管理担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻の動きが終息しないため、経済を圧迫している。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・物が値上がりし、いわゆるインフレ基調にあるが、賃金は据置きとなれば、スタグフレーションが想起される。政府主導でこの難局を乗り切るしかないが、現時点では期待できない。
▲	金融業（副支店長）	・2～3か月後もウクライナ危機は沈静化しないと予想され、身の回りの景気は少し悪くなる。
▲	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・円安のほか、輸入品の船便運賃の上昇などから、メーカー側でのコストアップは深刻である。販売価格への転嫁が進みつつある状況であるが、既に中小の輸入企業の業績が深刻な状況であり、従業員の削減やコストカットを進める企業が増えている。こういった企業では従業員の所得が減る方向にあるほか、食料品などの価格の上昇で、個人消費に悪影響が出ることは間違いない。
×	繊維工業（総務担当）	・急激な円安で商品や原材料の仕入コストが増え、収益を圧迫する傾向が顕著になると予測している。また、コストの増加分を販売価格に転嫁できればよいが、それも非常に難しい状況である。
×	化学工業（企画担当）	・油脂の価格高騰が止まらず、インドネシアでは内需を優先するために輸出禁止措置が執られた。現時点では、原料価格の下がる要因が見当たらない。

	×	金属製品製造業（営業担当）	・原材料の鉄鋼を始め、あらゆる物の価格が上昇している。需要が低迷するなか、販売価格に転嫁できなければ死活問題になる。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	・コロナ禍やウクライナ危機による影響で、材料が入ってこない。
	×	輸送業（営業所長）	・以前から、採算割れでの事業運営を強いられているが、運賃の値上げは困難である。とにかくお金がないと言っている取引先があり、廃業しないかどうか不安である。そろそろ新型コロナウイルス関連の休業補償も終了するため、休みの多い社員の給料が出せなくなる。会社が赤字でも給料を支給せざるを得ないほか、無利子の特別融資の返済も近づいているが、有利子で借り換えると採算が合わない。
	×	不動産業（営業担当）	・以前から原油相場が上がっているが、これから更にウクライナ危機によって、原油を含む様々な物の価格が上がってくる。また、円安の影響もかなりの痛手となるため、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・コロナ禍にウクライナ危機の影響も加わり、先行きが全く見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・採用する人材の時給が高騰しており、この傾向は2～3か月続くと予想される。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・まん延防止等重点措置も解除され、通常の生活が戻ってきている。求人数も前々年を超える状況であり、景気の回復が感じられる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・年度末に人員を減らし過ぎた部分があるため、新年度に向けて需要が戻ると予想される。
	○	職業安定所（職員）	・コロナ禍への対応が進み、経済状況が良くなると予想される。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	・投資効果が出るまでに時間の掛かる製造業からも、投資が活発に始めている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ここから夏のインターンシップに向けた広報が盛んになるため、情報サイトへの広告掲載やイベント出展の動きが見込まれる。一方、23卒の採用については、どれだけミスマッチが出るかによって追加募集の動きが変わるため、まだ見通しが立たない状態である。
	□	人材派遣会社（経営者）	・新年度の4～6月は様々な悪条件が重なるが、今年は参議院選挙前に政府が景気対策を打ち出してくる予想もあり、それほど景気は悪くならない。一方、企業は今まで以上に慎重になっており、本格的に人材を採用するとは考えにくい。人材派遣は飽くまでも雇用の調整弁であり、当分は今の状況が続く。
	□	人材派遣会社（役員）	・参議院選挙が終わり、新型コロナウイルスの感染症法上の指定が5類から2類に変更となるなど、正常な経済活動ができる環境が整うまでは、一進一退の動きが続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃金は伸びないが、食品の値上げは今後も予定されており、家計への影響が懸念される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪関西万博などのトピックスに期待したいが、まだまだコロナ禍の影響を脱した感はない。景気は低調なまま推移し、四半期ベースで横ばいの動きとなりそうである。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が増えているほか、景気回復への期待から新規求職数も増えている。離職の動きでは、コロナ禍の影響もあり、事業主都合による離職者が前年比で増えた。特に、55歳以上の登録者が増加している。その一方、登録中の求職者の中には、新型コロナウイルスの感染拡大への不安から求職活動を自粛するなど、依然として慎重な動きも見られる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しつつあるなか、3月の新規求職者数は前年比で9.1%減少している。まだ様子を見ている求職者が多いほか、ロシアのウクライナ侵攻に伴うエネルギーや原材料価格の高騰で、物価に影響が出始めているため、先行きが不安である。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスによる特需案件が落ち着きつつある一方、通常の派遣求人が増加傾向になると予想される。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	・ウクライナ危機が解決しなければ、状況は厳しい。	

□	その他雇用の動向を把握できる者	・根強い人手不足感の高まりもあり、企業の求人意欲は強いが、様々な懸念事項があるほか、先行き不透明感も強い。特に、コロナ禍による物流の停滞や、半導体などの部品不足による生産調整、原油や原材料価格の高騰、食品などの仕入コストの値上げに加え、ウクライナ危機といった海外情勢の変化による影響も含め、企業活動に悪影響を与えうる要素について、注視していく必要がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ロシアのウクライナ侵攻が止まったとしても、経済制裁は継続することになる。新型コロナウイルスの感染第7波の発生や、円安の進行も含めて、今後は好転する要素がないため、景気の悪化が続くと予想される。
▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ゴールデンウィーク明け以降、新型コロナウイルスの感染第7波の発生も予想されるなか、ワクチン接種の動きは頭打ちとなっている。ウクライナ情勢も複雑化し、事態の終息の見通しは立っていない。その影響で原材料価格の高騰によるインフレ懸念も高まっているほか、インフレに拍車を掛ける円安も急速に進むなど、国内景気に影響を与える不安材料が非常に多い。これらの要素が一気に解消される可能性は低く、景気はやや下向くことが予想される。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・今後も原材料費や輸送費の上昇傾向が続き、求人企業の採用者数にも影響が出てくる。また、生活福祉資金の貸付けなどの施策により、求職者の相談も増えていない。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇で景気は落ち込むと予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・地政学的な混乱が続けば、景気が良くなるのは米国に限られそうである。
×	—	—