

## II. 景気の先行きに対する判断理由

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

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北海道)		百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス対策での人流抑制も落ち着いていることから、これから人の動きが活発になるのに伴って需要が拡大することになる。今後の景気は良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・夏季の観光ピーク期に向けて、自治体の道民割などが発表されている。ワクチン接種の進展に伴って、イベントの入場制限緩和など、需要拡大に向けたステージによりやく移行してきたことから、今後の旅行や帰省などの需要回復が期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・引き続き新型コロナウイルスの感染拡大は懸念されるものの、緩和的な施策が増えていることから、今後の輸送量はますます増加する。
		商店街（代表者）	・人の動きが元どおりになるとまでは言えないが、新型コロナウイルスの収束が本格化することで、景気は回復する。
		商店街（代表者）	・当地において夏祭りなどのイベントが実施される予定であり、見物客や参加者を中心に来街者数の増加が見込めるため、飲食、交通、駐車場事業者などの売上増加が期待できる。また、新型コロナウイルスに関連した規制が緩和されていることで帰省客も増えると見込まれ、夜型飲食店や土産物などでの売上アップも期待できる。
		商店街（代表者）	・コロナ禍での規制が緩和されていることから、今後の景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・夜型の飲食店については、1次会が行われるような居酒屋は週末の予約が難しいほどまで客が戻っている。ただ、2次会や3次会が行われるような店は客がほとんど入っていない。コロナ禍のなか、終電までには帰るといった習慣が根付いてしまったこともあり、タクシーはいまだに大苦戦している。観光客も戻っているが、水準としてはまだまだであり、早期のGo To Travelキャンペーンの再開を熱望している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・まだ本来の安定した状況ではないが、回復基調が続いていることから、今後の売上は徐々に増加する。
		百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響による来客数の減少にも歯止めが掛かっていることから、今後は季節の移り変わりとともに衣料品を中心に売上が伸びてくる。
		百貨店（営業販促担当）	・様々な商材で値上げの動きがみられるため、景気回復には来客数の増加が求められるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくることで、今よりも来客数が回復するとみられる。ただ、年配客の動きはまだ慎重である。
		スーパー（店長）	・参議院選挙の終了後、マスク着用などの新型コロナウイルス感染対策や規制の緩和が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・前年は9月末までまん延防止等重点措置や緊急事態宣言が相次いでいたため、売上への影響がかなり大きかったが、今年はこのままの状態が続くことが見込まれるため、9月末までは売上が伸びて推移することになる。
		スーパー（役員）	・食品の値上がりにより、客の節約志向が強まるが、節約分を上回る客単価アップが見込まれるため、売上増加につながる。
		家電量販店（経営者）	・夏物商材、特にエアコンの売上増加を期待している。
	乗用車販売店（従業員）	・上海のロックダウンが6月に解除される予定であることに加えて、新型車の発売が予定されていることから、今後は受注量が若干増えてくる。ただ、新型車の納期がいまだに半年程度掛かる見込みであることから、今後の販売量にどのような影響が生じるのか分からない面もある。	
	自動車備品販売店（店長）	・このまま新型コロナウイルスの感染対策が緩和されていくことになれば、人流が増えることになる。それに伴って消費も活発になる。	

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
		高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス発生前の水準まで戻るのは難しいがもしれないが、ゆっくりと戻していこうとする意識が強くなっていることから、今後の景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・様々な制限が緩和されているなか、マスクも制限緩和に向けた動きを取り始めることが見込まれるため、客の雰囲気が変わることになる。
		旅行代理店（従業員）	・2019年の状態には戻らないとみられるが、旅行ムードが高まってきていることから、今後の景気回復を期待している。
		旅行代理店（従業員）	・社会的な規制緩和の動きが加速していくことを期待している。
		タクシー運転手	・3年ぶりに開催が決まったイベントがあるため、イベント関係者や観光客の来客を期待している。今後の景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・人が動き始めていることから、今後の景気はやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・ゴールデンウィーク期間中は、国内観光客の入込が新型コロナウイルス発生前に近い水準まで回復するなど、にぎわいがみられた。ゴールデンウィーク後は思ったほどの伸びがみられなかったものの、6月から外国人観光客の受入れが再開されそうなこと、国内客も徐々に観光や旅行に前向きになっていることから、今後の来客数の増加が期待できる。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルス発生前の水準には遠く及ばないものの、来客数が少しずつ回復しており、今後のGo To Travelキャンペーンの再開やインバウンドの試験的な受入れなどが望まれる。新型コロナウイルスの感染対策と経済活動の両立がいち早く確立されることを願っている。
		美容室（経営者）	・客との会話のなかで、以前よりも食事、コンサート、旅行などの話題が多く出てくるようになってきている。徐々に新型コロナウイルスの影響が薄れていることがうかがえ、今後、来客数及び売上が増加していく気配がある。
		住宅販売会社（経営者）	・3回目のワクチン接種の進捗に伴って、新型コロナウイルスが収束することを期待している。また、治療薬ができれば、相当の効果が出ることになり、消費などに好影響が生じることになる。
		商店街（代表者）	・今後もウクライナ情勢及び新型コロナウイルスの影響が続くとみられるため、秋の収穫期までは厳しいまま推移することになる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・コンブ漁師は大量に油を使うため、商材の仕入価格がどんどん上がっている。一方、コロナ慣れで人出が増加するとみられることから、全体としては横ばいでの推移となる。観光業では国からの援助が行われているが、新型コロナウイルスの感染拡大から3年目を迎えて限界にきている事業者も多い。
		百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き、客の買物動向が上向きになりつつあるが、これから物価上昇の影響が徐々に始まる、購買意欲の低下につながる懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響から徐々に回復してくるとみられるが、前年7月は天候が良く好調だったため、その反動も懸念される。そのため、景気が良くなるか悪くなるかどちらとも言えない。
		コンビニ（エリア担当）	・ウクライナ情勢や円安の影響による物価上昇が続くとみられることもあり、不安定な時期に突入するとみられる。今後の景気が良くなるか悪くなるか、どちらとも言えないが、十分な警戒が必要である。
		コンビニ（エリア担当）	・食品を始めとした様々な商材の値上げが家計を圧迫することになる。販売量は減少するとみられるが、商品単価が上がるため、売上は一定期間横ばいで推移することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数が落ち着いて推移しているように見えるが、この先がどうなるか分からないため、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・今後の消費について前向きな情報がない。対面販売の動きが盛り上がるのはインバウンドの受入れ再開で潤ってからになる。
		家電量販店（店員）	・メーカーの値上げに伴って、客の購買意欲が低下するとみられることから、今後も景気は変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・現在と同様の状況がまだ1年以上は続くと思われるため、今後も大きな変化はない。ウクライナ情勢も大きく影響してこるため、好転する状況にはない。
		乗用車販売店（従業員）	・海外のロックダウンや新型コロナウイルスの影響に加えて、海外情勢の問題もある。今が最低の状態であり、これから少しずつ景気が良くなるとみているが、まだ読めない部分もある。ただ、新型車が発売されることで来客数の増加が見込まれることはプラスである。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・現在のドラッグストア業界は過去3年間のバブル期から、それ以前の通常期間への変換期となっている。競争の時代に戻るといことであるため、今後の景気は厳しくなる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・客自身が現状に慣れていることもあり、冠婚葬祭や行事の縮小傾向が定着していくことが見込まれる。そのため、今後も景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・夜の外出が少しずつ増えてきたが、40歳以上で高所得の客はいまだに自粛していることから、今後も景気は変わらない。屋外の食イベントも開催されるようになったが、現状では赤字必至の販促活動としてみるべきである。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルス新規感染者について爆発的な増加がみられず、行動自粛などの要請がないにもかかわらず来客数は減少している。個々の感染対策が引き続きみられること、店舗側も密にならないように対策していることなどから、大胆な施策がない限り、現状と変わらずに推移する。
		タクシー運転手	・今後、人流抑制策が行われない限り、人出は少しずつ回復し、新型コロナウイルス発生前の状況に戻るようになる。タクシーの利用客も前々年や前年よりも増えることとみているが、乗務員不足はすぐには解消されないため、会社の売上は新型コロナウイルス発生前の70～80%で推移する。
		タクシー運転手	・いまだにコロナ禍の影響から回復できていない。新規感染者が出てくる限り、人の流れは鈍いまま推移する。これから本格的な夏に向けて観光客が増えてくることで景気がやや良くなることも考えられるが、全体的には今と変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の先行きはまだ不透明だが、そう大きく売上に影響するとは考えにくい。諸物価上昇の影響も心配であるが、そう大きな影響はないとみられる。
		商店街（代表者）	・現在の状況は、世界経済全体におけるロシアの影響が大きく、悪い方向へ進むことになる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、ウクライナ情勢の影響が本格的に出てくること懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・資源やエネルギーの価格高騰、商品価格の上昇はこれから本番を迎えるとも言われていることから、消費者の財布のひもは今後ますます固くなる。
		コンビニ（店長）	・食料品や光熱費などの値上げの影響で、より価格の安い商材を求めてスーパーやディスカウントストアに客足が流れていくことが見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・様々な価格が高騰し、給与もベースアップが見込めないことから、景気を刺激するような施策が行われない限り、客の財布のひもは緩まない。
		通信会社（企画担当）	・通信端末の販売については新商品含めて期待を持てるが、関連する複数の自社サービスが計画を下回っている。今のところ、改善の兆しもみえないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・原油高の影響で今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・今後、分譲マンションの供給価格が一段と高くなるとみられる。全体的に所得が伸びていない状況にあることから、今後の需要が落ち込むことが懸念される。
	×	スーパー（店長）	・物流コストなど、まだまだ値上げが厳しい環境にあるため、今後ますます影響が出てくること懸念される。

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
	×	スーパー（企画担当）	・前年末の経済回復基調時の需要増加に伴う値上げが今春に行われたが、ウクライナ情勢の影響による穀物類の需要ひっ迫に伴う値上げが今夏から年末に掛けて見込まれる。さらに、円安による影響も同時期に影響してくるとみられ、商品価格の値上げが一段と進むことになる。これらのことから、今後の景気は下向きになる。
	×	スーパー（従業員）	・エネルギー価格の高騰、最低賃金の上昇により、今期は経費の増加が著しく、利益が悪化する懸念がある。それに伴って、投資の滞り、ボーナスの引下げなども懸念される。
	×	観光型ホテル（経営者）	・現状が最悪の状況なのかは判断できないが、エネルギー価格及び食品価格などが急激に高騰している。人流抑制で営業がままならないなか、財務環境が一段と悪化する懸念がある。補正予算が微々たる金額となったこともあり、景気回復には程遠い環境にある。
	×	タクシー運転手	・まん延防止等重点措置の解除により、ある程度の景気回復が実感できているが、回復しているのは個人での行動に関連した消費行動に限定されており、多人数での行動に関連した消費行動は弱含みである。また、ウクライナ情勢、円安などのマイナス要因もあり、この先の景気回復をうかがわせるような材料は何もない。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		建設業（経営者）	・今後については、受注が進み稼働率が上がることになる。ただ、燃料、鉄などの建設資材の価格高騰や需給動向が原価や工程にどの程度の影響を及ぼすかが懸念材料となっている。
		建設業（役員）	・土木工事、建築工事のいずれも順調なスタートを切り、新年度前半の出来高は計画を上回る推移が見込まれる。ただ、新型コロナウイルスやウクライナ情勢、円安などの影響で、建設資材の価格高騰と品不足がより深刻になっており、工事原価や工期に与える影響が大きくなることを懸念している。
		金融業（従業員）	・検討が始まったインバウンドの受入れ再開は、実現すると道内景気の押し上げに寄与する。個人消費はコロナ禍の影響が和らぐ一方で、消費者物価が上昇することから、持ち直しのペースは緩やかなものにとどまることになる。これらのことから、3か月後の道内景気はウクライナ情勢による世界経済の下振れの影響が懸念されるものの、やや良くなる。
		司法書士	・ゴールデンウィーク後、新型コロナウイルス新規感染者数が増加傾向にあったが、これまで緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が行われていないこと、国内における業務での地域間移動や観光にも制限がないことから、今後の景気は少しずつ回復することになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・北海道新幹線の延伸に伴う駅前再開など、これから本格化する建設工事が見込めることから、今後の景気は良くなることを期待している。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・新型コロナウイルス対策の規制が緩和されることで、全業種にわたる経済活動の再開、景気刺激策の実施を期待している。ウクライナ情勢の影響、天候不順による農作物の不足など、燃料及び食料を中心とした価格上昇の懸念はあるものの、各種施策により限定的な影響となることを期待している。
		食料品製造業（従業員）	・今後の売上について、現状と変わらない見込みとなっている。
		通信業（営業担当）	・原油などの原材料コスト上昇に加えて、ウクライナ情勢の動向や半導体不足などの不透明な要素も多く、この先の景況感が改善することは考えにくい。一方、新型コロナウイルスの感染状況は一定の抑制が効いており、収束に向けた明るい兆しもみられることから、全体的には現状のやや良い状況のまま横ばいで推移する。
		司法書士	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢の影響による経済の落ち込みは大きく、諸物価の上昇に伴って消費が確実に減少すると考えられるため、今後も景気に変化のない状態が続く。

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
		金属製品製造業（従業員）	・今年も鋼材の値上げが春から起きている。さらに、ステンレス、アルミ、銅も高騰している。特にステンレスはロシアによるウクライナ侵攻が発生してから高騰しており、流通在庫も減少している。原油価格の高騰が続いていることで、灯油やプロパンガスなどの動力費も2倍になっている。利益確保が難しい状況となっている。
		建設業（従業員）	・建設単価の上昇に伴い、建設計画を見送る民間発注者が増えることが懸念される。実際、客から相談された際に、建設費高騰を伝えると、時期の先送りを検討するケースがみられる。官庁からの発注量も前年から半減している状況が続いており、今年度の発注量も前年を下回るほどしかみえていない。
		輸送業（支店長）	・各種商材の値上げ浸透によるコスト増が見込まれるが、当社のような物流会社においては契約料金にコスト増をすぐに転嫁できないため、物流業界の景気は下向きとなる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・ウクライナ情勢の影響によって、世界的な物不足やインフレが起きるのではないかという不安から、客の設備投資が控えられる懸念がある。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・現状、加工物件の受注単価を見直すことができない状況にある。資材や消耗品などの値上がりが続いていることから、今後の受注状況によっては資金繰りが苦しくなることが心配される。
	x	-	-
雇用関連 (北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	・道民割などの効果で道内の観光業界が元気になりつつあるなか、外国からの観光客受入れの可能性も出てきている。これまで蓄積していた需要が観光のみならず様々な業界に波及することで今後の人材採用が活発になると期待している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人への潜在需要が強く、飲食業及び販売業の求人件数に回復傾向がみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・国内旅行が上向いていること、海外旅行再開に向けた動きがみられること、3年ぶりに100万人規模の大規模イベントの開催が決まったことなど、観光業界において明るい兆しがみられることから、今後の景気はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年1か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しがみられる。ただし、産業や業種によってその度合いは異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況、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心配もある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・首都圏の企業と道内の企業では状況が異なるが、現在の道内企業の採用状況を見る限り、今後も上向きでの推移が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・外国人の入国制限が緩和される見通しであること、コロナ禍で控えられていた国内観光客が増加傾向にあることから、ホテルなどの観光業界の回復が見込まれる。他の業界も売上獲得競争の様相がみられることから、求人数はますます増えることになる。新型コロナウイルスの影響で休職などに追い込まれた労働者が再就職すれば景気を底上げする可能性もある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客の受入れや各種イベントの再開などへの期待は大きいですが、仕入価格やランニングコストの上昇などが足かせとなり、経済は動いても中身が伴わないことが懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少している一方で、新規求人数が増加しているが、マッチングに結び付くかが不透明なことから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・コロナ禍の長期化や原材料の価格高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、今のところ業況が堅調とする事業所からの求人もあって、新規求人数が増加傾向にある。また、高齢を理由に離職した人材がいる一方で、これまで転職を控えていた人材がまん延防止等重点措置の解除を受けて求職活動を開始していることで新規求職者数も微増している。
		*	*

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
	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  (東北)		観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況も下火にあり、ウィズコロナが進んだようにも感じる。7～8月は夏休み期間なので、良くなるとみている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染に収束感がある。
		商店街（代表者）	・全国的に新型コロナウイルスに対する規制緩和が始まっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顕著な動きを見せていた新型コロナウイルス関係の商品が今後どうなるかは未知数であるが、通常の客は良く来てくれており、平日の売上の動きが大変良いので、少しずつ上向きになっていくとみている。
		百貨店（売場担当）	・感染状況に変化がなければ、今後も良い状況が続くとみている。ただし、コロナ禍の新しい生活スタイルのなかで、衣料品は優先順位が低くなっており、良くては緩やかな回復程度になると考える。
		百貨店（催事担当）	・新型コロナウイルス対策の規制緩和や各種イベントの再開により、旅行や出張等で人の移動が増えてくれば、消費の回復が期待できる。
		百貨店（計画担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染が収束に向かう前提であれば、外出の機会が増えることにより、衣料品を含むここ2～3年苦しかった領域のリバウンド消費が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まっているが、3回目のワクチン接種が進んだことと、県民割などの利用者が増加することで、人の動きが出てくるとみている。
		コンビニ（経営者）	・県民割クーポンを利用する客も若干増加している。イベントも規模は縮小とはいえ開催されるなど、人の動きが出てきているので、緩やかな回復傾向が続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・行動制限がなくなり、後は天候次第である。天候が良ければ伸びていく。
		コンビニ（経営者）	・夕夜間に出歩く人が多くなるとみている。遅い時間帯は単価の高い客が多いので、売上アップを期待している。
		コンビニ（経営者）	・まだ油断は禁物だが、ここ最近来客数も少しずつ戻ってきた。夏祭りも開催するので売上が上がるとみている。厳しい冬に向けて少しでも夏場に利益を確保しておきたい。
		コンビニ（経営者）	・来客数の減少は避けられないが、人の動きが活発になってきており単価の増加が見込めることから、やや上向くと推測される。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの3回目のワクチン接種が進んでおり、これから夏に向かうことから、人の動きが良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス次第である。盛夏に向け人流増加となれば、来客数の伸びも期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・イベントも増加傾向にあり、来客数の動きが新型コロナウイルス発生前に近づいてきている。天候の状況にもよるが、今後の売上増加が期待できそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスに関する規制は段々と緩和されており、元に戻りつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・祭りや各種行事も徐々に開催されるようになり、人出もかなり増加している。来店客も増え、売上に結び付くことを期待する。
		衣料品専門店（経営者）	・例年どおり大規模な祭りなどが開催される予定であり、経済効果を期待したい。
	衣料品専門店（店長）	・今後、いろいろな催し事が再開されるような雰囲気がある。会合や同窓会などが再開されると当然、それに伴うニーズが増えてくるので、少しずつ上向いてくるのではないかとみている。	
	衣料品専門店（店長）	・ウィズコロナの生活にも少しずつ慣れてきて消費が戻りつつある反面、今後の物価上昇がどのレベルまで進行するのかという懸念材料もある。	
	衣料品専門店（総務担当）	・来客数、客単価に上昇傾向の感じがあるので期待したい。	

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
		家電量販店（従業員）	・ボーナスの支給により、購買行動に動きが出てくるのが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・上海のロックダウンが解除されるという報道があったので、今後は少し販売量が伸びるのではないかとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、現在大きく下回っている売上計画をばん回できるほどの新車の生産が予定されている。納期遅れの新車が8月頃まとまって在庫予定になっており、下取車で中古車の販売にも動きが出ると見込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	・お盆用品等の売上が見込まれるため、やや期待が持てる。自粛していた仏事・行事も少しずつ増えるとみられるので、景気もやや良くなるのではないかとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・このまま、まん延防止等重点措置等がなければ、売上は徐々に良くなる可能性が出てきたが、地方では良くても新型コロナウイルス発生前の7割、都市部では8割との見方が大勢である。どのような動きになるか予想できない。手探りながらもいろいろ試みながら進めている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・外国人観光客の入国制限緩和で、当地を訪れる人の増加が期待される。
		高級レストラン（経営者）	・夏に向かって少しずつ回復し、良くなっていくとみている。
		高級レストラン（支配人）	・宴会場の予約が徐々に入り始めている。Go To Eatキャンペーンの食事券を利用する地元客が多いが、レストランの来客数も増加傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・人の流れが段々と出てきているようである。生活習慣も変わったと思うので、夜の飲食街で会社関係が戻るにはまだ時間が掛かるが、やや良くなるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・今後は新型コロナウイルスもインフルエンザと同等の扱いになるのではないかとこの声が多く聞こえるので、そうなれば今よりは良くなっていくのではないかとみている。ただし、新規感染者数が増えれば増えるほど、以前のような状況に戻る可能性は否定できない。やはり、新規感染者数次第である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・地震被害の修理修繕が終了したので集客はある程度期待できる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・課題と不安が残るが、来月から訪日客再開が予定されている。
		観光型旅館（経営者）	・ウクライナ情勢で混乱もあるが、経済再開の兆しもみえてきており、大きなことがなければ回復に向かうとみている。
		旅行代理店（従業員）	・6月10日より訪日旅行が条件付とはいえ再開されることが決まり、新型コロナウイルスの感染が再び悪化しない限りはやや良くなると予想する。また、2～3か月後は夏休みとなり通常であれば繁忙期に該当する。
		旅行代理店（従業員）	・今後のGo To Travel実施により、東北における最大マーケットへの期待が大きい。県民割で一定の伸びはあるものの、玉切れ感もあることから、Go Toキャンペーン再開への期待は業界全体として大きい。
		テーマパーク（職員）	・来月の集客なども少し上昇傾向にある。
		観光名所（職員）	・旅行者の仮予約のキャンセルが減ってきて、そのまま確定することが増えてきている。団体を募集しても、それなりに来そうな状況になってきている。それに加え、個人客はまだ2～3人のグループが多いものの予約も徐々に増えつつある。回復に向かっているのではないかとみている。
		競艇場（職員）	・大規模イベントはできないが、確実に集客が見込めるイベントの開催を予定しているため、期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルス発生前と比べて80%ほどに回復している。このまま回復基調が続くことを期待している。
		商店街（代表者）	・最近になって社用の関係が多少増えている。高単価の客も多少動きがあるが、まだ採算性が良くなる感じではない。しばらくは採算ラインを割る状況が続くとみている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているものの、マスク生活は続いており、景気は横ばいである。
		商店街（代表者）	・景気が良い感じはしないが、コロナ禍や物価上昇などに慣れてきている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・7月に行われる参議院選挙を控え、人々は繁華街には出てこない習慣があるので、現在の悪い状況とほとんど変わらないとみている。

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
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・マスク着用緩和等の報道を受け、ピヤガーデンの開催などの話も今年は早期の段階で進んでいるので、これからの景気回復に期待をしたいところだが、ここに来て主要商品であるビールの値上げが決定した。各メーカーが順次実施すると予想しているが、これがどのような影響を及ぼすのか心配している。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客の買い控えは、世間のいろいろな問題を抱えての景気の悪さが影響しているとみている。
		百貨店（経営者）	・夏場に向けて、新規感染者数も落ち着き、ウィズコロナでの消費活動が活発になると期待している。一方で、旅行などのコト消費への移行、物価高による生活防衛の動きが少しずつ大きくなることも懸念している。
		スーパー（店長）	・商品の値上がりは相変わらず続いており、節約志向の客が相当数いる。この状況はまだまだ続きそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・半導体の不足が解消されない限り、景気が良くなることはない。
		乗用車販売店（店長）	・直近でも再度の工場停止が発令されるなど、まだまだ工場の生産レベルは安定しない。多くの自動車ディーラーは客への納車が進まないため、中古車の在庫確保も難しく、収益の全体レベルは当分安定しない見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・受注残があるので変わらない。ただし、新規物件はコロナ禍でなかなか動きがない状況であるため、4～6か月後となると厳しいかもしれない。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・ウィズコロナが加速していくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気は上向き気配があるものの、新型コロナウイルスの感染状況、ウクライナ情勢とまだまだ不安要素があるため現状維持とみている。
		高級レストラン（スタッフ）	・営業状況は、新型コロナウイルス発生前とほとんど変わらないところまで回復してきた。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行の完全回復と団体旅行の回復がみえてこない限り、現状維持が続く。
		タクシー運転手	・新規感染者数が落ち着けば、良くなるとみている。
		通信会社（経営者）	・営業部隊の人員増加や無線インターネット等の新メニューに加えて格安電気サービスなどの割安セットプランも導入し、加入者数の増加を図っている。このような新規展開でようやく現状維持の加入者取り込みができると考えている。放送サービスは、大きくは伸びていないが、拡張エリアでの戸別展開で少しずつ加入者を増やしていけると期待している。
		通信会社（営業担当）	・インバウンドも増えていく流れにおいて、一部の業種で好況感が出るが、全体を押し上げるには至らないとみている。
		遊園地（経営者）	・近隣の学校団体の動きが不透明である。新型コロナウイルスの感染状況や値上げの推移もあり、好転した状況がこのまま順調に続くのは難しいとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・依然、価格確定の建売は良いが、注文建築は納期が確定できず苦戦している。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコン交換工事、リフォームは塗装工事が増えてくるとみている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が数か月一定数のまま推移しているため、未就学児がいる家庭の住宅購入層の来場組数増加は見込めない状況となっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客が節約志向を強めている原因がはっきりしない。ロシアのウクライナ侵攻後もしばらくは売上に悪い影響はなかったし、経済情勢が特に変化したとも思えない。分からないが故に何か大きな地殻変動が発生しているのではないかと感じる。
		スーパー（経営者）	・6月の消費環境は更に良くない状況になる。電気、ガス、水道、そして輸送コスト、食料品製造原料の価格高騰等、経費増が直接的に収益を圧迫し始めている。商品の仕入価格の上昇も、買い控えを恐れ、売値への転嫁が遅れている。7月も更に仕入原料の価格上昇があり、商品の単価は更に上がるので、消費環境は良くない状況になる。この厳しい消費環境、事業環境は、この先しばらく続くこととみている。
		スーパー（店長）	・今後も商品値上げラッシュが続く予定があることから消費動向を予測すると、食料品への出費は厳しくなるとみている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・いろいろな場所でイベントが開催となり、スーパーへの客足が遠のいている。
		スーパー（企画担当）	・各メーカーの値上げが相次いでおり価格競争も厳しいなか、食品小売業としてはなかなか安い値段を出すことも厳しくなってくるため、苦戦が予想される。
		スーパー（営業担当）	・原油価格の高騰や輸入品の供給不安定、円安による価格高騰等により生活環境は厳しくなっており、先行き不安から客の節約志向は更に高まるとみている。
		スーパー（営業担当）	・供給側の不足が発生してくるのではないかと不安がある。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いてきても、ウクライナ情勢により物価や輸送費の上昇などアパレルも影響を受けている。秋物の定価アップなどもあり、厳しい状況は避けられず不安である。
		衣料品専門店（店長）	・インフレによる価格上昇で、買い控えが増えてくと予想される。
		家電量販店（店長）	・食品やガソリン価格の値上げなどが客の懐にじわじわと効いている。故障しない限り家電製品の買換えが促されることはないという実感がある。
		乗用車販売店（従業員）	・いろいろなものの価格が上がってきている。長納期の車より日々の生活で使用するものに需要がシフトしていくのではないかとみている。自動車業界としては、先行き不透明である。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・あらゆる物の値上げにより個人消費もかなり落ちている。この先新型コロナウイルスの感染が収まって、これからというときにこのインフレ状態はかなり危機的である。また、ウクライナ情勢や中国のロックダウンにより、我が国に商品が入ってこないなど、一層不安な状況になることも想定される。今後、飲食店や観光業も値上げラッシュになるとみられ、我々の業界への影響も続くともみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・価格高騰は収まる様子がなく、当面は高い水準で続く。買い控え及び節約志向の状況が今後も続くともみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・夏季シーズンに向けて灯油の販売量は減る。店頭ガソリン価格も下がる見込みはないので、販売量も伸び悩むとみている。
		一般レストラン（経営者）	・一部のエコノミストが今年の景気のピークは5月の下旬ではないかと言っていた。何となくそれは実感しており、5月後半からは客の足取りが悪くなっている。やはり物価の上昇や現実を見た行動になってきているのではないかと。低迷の期間がまたスタートし悪化していくのではないかと懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・人の動きに制限が掛かっている以上は景気回復は難しい。かといって新型コロナウイルスを無視し、人の動きを活性化させても新規感染者数が増えてしまう。なかなか突破口を見いだせず、この状況は続くともみている。制限が解除されたとしても、国の方で新型コロナウイルスを気にせずどんどん動いてくださいと言わない限り、田舎ほど心理的に守りに入る。景気回復は見通せない。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスによる行動制限がなくなり、皆、自由に外出している。現在の地震の被害調査が終わっても仕事量が増加傾向にあり、タクシー業界の景気は良くなってきている。
		通信会社（営業担当）	・今後、間接税の負担が増すとみている。また今後、中国からの輸入制限も考えられ、市場は悪化の傾向にあるとみており、景気はやや悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・コロナ禍やウクライナ情勢の影響の長期化、円安の影響などにより、より悪くなる可能性がある。
		通信会社（営業担当）	・今後、値上がりするものが更に増えることが予想されるため、製品が売れにくくなるとみている。
		美容室（経営者）	・客の様子を見ても、再来店の間隔は短くなってきそうにない。ウクライナ情勢や物価上昇などがあるなか、当店でも多少単価の変更をしており、なかなか厳しい状況がしばらく続くともみている。
		設計事務所（経営者）	・県内の建築設計においては、物価が上昇しているにもかかわらず、低価格による受注が続いており、今後、更に厳しさが増すことが予想される。

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
	×	一般小売店〔書籍〕 (経営者)	・コロナ禍の出口がみえないために生活への不安を感じ、買い渋りなどにつながる影響があるとみている。それが続く限りは厳しい状況が続くと予想される。
	×	スーパー(経営者)	・原油高、原材料高、円安の三重苦のなかで、可処分所得が伸びない、若しくは可処分所得が下がっている状況のなかで生活しているため、景気は悪くなる。
	×	コンビニ(店長)	・ウクライナ情勢の先行きが不透明なことから原油高が続く、電気代や物価が上がっている。最低賃金は上がったがその割には厳しい。この物価高は、特に年金生活者にとっては手取りも増えていない状況で非常に厳しくなっている。ひどい状況になっていくのではないかとみている。
	×	コンビニ(店長)	・物価の上昇や世界情勢の不安があるなか、景気が上向く要素がない。
	×	通信会社(営業担当)	・食品、飲料、外食、家電製品等、全般的に値上げが発表されている。経費削減で消費者への価格転嫁を避けてきた企業努力は限度を超えている。国内企業物価指数が上昇しており、消費者、各企業共に今後の景気はかなり悪化することが見込まれる。
企業 動向 関連 (東北)		食料品製造業(製造担当)	・各種イベントも開催され、コロナ禍による人数制限も解除されているので、街全体が活気付くとみている。
		建設業(企画担当)	・半導体関連の景気はかなり上がっている。また、新型コロナウイルス感染の状況が一段落していることから、それに伴う上昇もみられるとみている。
		食料品製造業(営業担当)	・各種値上げによる購買意欲の低下が心配である。しかし、イベントや夏祭りの実施が続々と決定しており、人の流れができることで、嗜好品である酒の消費も上向きになるのではないかとみている。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・新型コロナウイルスの終息に期待している。
		広告業協会(役員)	・夏に向けてのイベントが今後増えていく見込みである。この時期にGo To Travelが再開となれば、消費意欲も活発となり、広告業界浮上の起爆剤となり得る。
		経営コンサルタント	・新型コロナウイルス対策の緩和、円安の落ち着き等が消費促進効果をもたらす。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕(経営者)	・新型コロナウイルス発生前の日常を取り戻す取組が更に進むとみている。新型コロナウイルスの感染対策をすることで、ホテルでの会合・宴会などが増えてくる。
		その他企業〔企画業〕(経営者)	・当地には観光名所があるので、夏に向かって交流人口の流入が期待できる。ガソリン価格などエネルギー価格が高騰しないことを祈るばかりである。
		農林水産業(従業者)	・ウクライナ情勢による燃料価格や農業資材価格への悪影響は続くと思われるが、穀物価格の高騰が米価や玄そば価格の上昇につながる見込みがある。
		食料品製造業(経営者)	・ロシアのウクライナ侵攻の影響がこれからいろいろと出てきそうである。原料確保や仕入価格アップの対応が必要になってくる。
		窯業・土石製品製造業(役員)	・需要増加につながる特需が見当たらない。しばらくはこの厳しい状況が続くとみている。
		金属製品製造業(経営者)	・生産能力が上限に達しようとしているため、更なる受注増への対応が難しい。人員増加を計画したいが、ウクライナ問題で先行きが不透明であるため、思い切った策が取りづらい。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・半導体開発は順調に推移しており、大きく状況が変化する要素は今のところ見当たらない。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・取引先において、予防保全に対する費用削減が継続して行われると予想する。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・一部既存客からの依頼は受けてはいるが、全体的な売上増加には至っていない。新規客の開拓へ向けた動きが、まだ完全にできる状況まで戻ってはいない。
	建設業(従業員)	・工事量は増加が見込まれるが、資材価格の高騰が懸念材料である。	
	通信業(営業担当)	・明るい素材は見当たらないが、現状維持でも前向きに捉え、客のつなぎ止めに努力していく。	
	通信業(営業担当)	・想定より半導体不足の影響が長引いており、満身に商品を提供できない状態が続いている。	

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
		公認会計士	・建設関係の客では設備関係の建設会社の業績が振るわず、業種により差が生じている。新型コロナウイルス関係の規制がなくなり、飲食、小売、サービスは回復傾向なので、全体としてはやや良い状態を維持するとみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・依然として原材料等の価格が高騰している。また、新電力の大幅な価格上昇改定や、新電力の事業停止による電力会社の再見直しによる価格高騰が収益を圧迫している。
		農林水産業（従業者）	・資材等の値上がりで贈答用果物の値段を上げたいが、注文数が減少する心配があるため余り上げることができず、収入が減少してしまう心配がある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今のまま利益率改善が進まない状態が続くと、事業体への影響が本格化していく。事業体の廃業、M&A、再構築が更に加速する。特に地方経済にとっては、基幹産業の破綻にも直結しかねない事態である。国や行政による一層上の強力な対策、施策が急がれる。
		建設業（従業者）	・資機材高騰局面が継続しており、ウクライナ情勢に起因した資機材価格への悪影響が更に大きくなる見通しである。特に民間発注案件では資機材価格の高騰分を請負価格に転嫁する交渉が難航するケースがみられ、プロジェクトベースで採算が悪化する可能性が高い。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス感染は若干落ち着いた感もあり、ゴールデンウィーク辺りから人流が増えている。物流も増えてほしいところだが、生活必需品等の値上がり品目が増えていることが影響しているのか、物の動きが良くない。主要製造業取引先の生産量もなかなか増えてこない。
		金融業（広報担当）	・地政学的リスクの影響が長期化するなかで、原料不足やコスト高の影響がいよいよ全ての業界や家計にまで広がり、節制機運が再び高まる可能性が高い。
		広告代理店（経営者）	・ウクライナ情勢、原材料の価格高騰、半導体不足の長期化により、景気が後退する。
		司法書士	・建売住宅の着工件数が減っているなどの状況が続いており、すぐに改善が見込める様子ではない。
		コピーサービス業（従業者）	・毎月のように仕入先から値上げの案内が来ており、販売価格に転嫁できるか見通しが立たない。客が納得するよう丁寧に説明するしかない。マイナスの材料に変わりはない。
	×	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・現状の価格競争や原材料価格の高騰等を考えると、小さい業者はなおさら廃業に追い込まれるような状況になっており、どうしたらいいのか悩んでいる。
雇用 関連 (東北)		*	*
		人材派遣会社（社員）	・現状、ウクライナ侵攻に端を発するインフレ等、景気を押し下げるリスクはあるものの、旅行業やサービス業などでは新型コロナウイルスとの共存の雰囲気浸透しつつあり、徐々に回復していくと予測している。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・海外客の受入れが進むと同時に、海外旅行への期待も出てきており、旅行関係の広告の問合せが増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、これまで2年連続中止となっていた夏祭りが開催される。
		職業安定所（職員）	・管内事業所の多くは、ウクライナ情勢や新型コロナウイルスによる海外のロックダウンで、資材の不足・価格高騰や流通の混乱を訴えてはいるものの、受注は堅調の様子で求人数を減らす事業所は少ない。また、卸・小売業や観光業もゴールデンウィークの行動制限解除やウィズコロナの追い風により、求人数を増やす事業所が散見される。
		職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回る状態が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	・数か月間は人材が必要だという企業からの問合せがあった。
		学校〔専門学校〕	・マスク着用や外国人の入国などで新型コロナウイルス関連での規制緩和が検討されており、緩和されることによって経済活動の活性化が進むことが予想される。
		その他雇用の動向を把握できる者	・労働力不足を背景に企業の採用意欲は旺盛である。新型コロナウイルスの感染状況の収束見込みにより、この傾向は継続するとみている。
			人材派遣会社（経営者）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・ウクライナ情勢含め、世界経済の安定がみえない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向になってきている。開催が決まった夏の祭りやイベントもあり、経済活動の本格的な回復に期待が持てる。
		人材派遣会社（社員）	・円安・物価上昇の影響が出てくることで、今後は悪くなると予想している。
		アウトソーシング企業 （経営者）	・ウクライナ情勢の影響などで、燃料や紙などの価格が高騰するため、利益がなくなるとみている。
	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)		百貨店（店長）	・これまで苦戦が続いてきた紳士服や婦人服の売上に、回復の兆しが見られる。新型コロナウイルス新規感染者数の低減傾向が続く、イベントや旅行等の外出機会の拡大や屋外でのマスク着用の見直しが進めば、ファッションや化粧品、その他商材への需要も、徐々に高まっていくと想定している。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスも収まってきたので、人の流れは今以上に良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・このまま行動制限緩和が続くようであれば、当観光地は良くなる。当然、顧客が良くなると当社の景気も良くなるという循環になってくる。
		観光型ホテル（経営者）	・G o T oキャンペーンに期待している。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数が減っていることやワクチン接種の影響もあり、外出する機会が増え、飲食業を中心に回復の兆しが見られる。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・前月は旅行先で土産物を買う動きは少なかったが、今月は土産物を購入する客が増えてきたように感じる。修学旅行等の学生団体は依然として堅調で、一般団体旅行も増えつつある。比較的規模の大きいレストセンターには、大型バスがよく停まるようになっている。6月より外国人観光客の受入れも始まるので、日本の新型コロナウイルス感染対策を外国人客にも理解してもらい、売上に繋がっていければと期待している。
		百貨店（店長）	・人流が戻り、人々の消費動向が戻りつつあると感じているため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・現在の外的状況に変化が起きる見込みがない。
		衣料品専門店（統括）	・当店は祭り衣装等を専門に扱っている。この1～2年、全国の祭りが中止になったため、店の売上は大打撃だったが、いくらか兆しが見えてきている。東京で祭りが始まり、縮小されても祭りが行われるようになってきたことは、私どもにとっては非常に良いことだと思っている。これから夏～秋にかけて、精一杯、祭りができるように皆に頑張ってもらっている。
		一般レストラン〔居酒屋〕 （経営者）	・食品や原油の価格高騰等、マイナス要因は多いものの、新型コロナウイルスワクチン接種の進捗や各所の経済活動の活発化等、全体的には行動範囲が広がって、景気も回復していくと思われる。
		一般レストラン（経営者）	・円安の影響による値上げは3か月後には落ち着くとみており、仕入先も同様に感じているようである。ただし、どうしようもなくなった場合は値上げをして、来客数が減っても利益を取らざるを得ない。
		都市型ホテル（支配人）	・Withコロナ、アフターコロナの取組が定着し、新型コロナウイルスが感染拡大しないことを願い、希望的観測も含めて、良くなっていてもらいたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・県民割も延長され、今後は都民割も再開されるとの報道もあり、追い風が吹いている。新型コロナウイルス禍前の2018年と比べても105%と宿泊は好調である。レストランも個人利用は堅調に推移しているが、団体利用はまだ弱く、2018年との比較で95%程度となっている。宴会については相変わらず飲食を伴う利用は少ないものの、人員制限等の解除が進み、金融、官公庁系が動いてくれば期待が持てる。
	旅行代理店（経営者）	・前年に比べると学生団体が動いている。一般団体はまだまだ無理ではないか。	

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（所長）	・飲食時の人数制限解除も発表され、徐々にWithコロナが浸透し始めてきている。インバウンドの人数制限も段階的に解除との方向性が発表され、適度な注意をしながらも、ある程度は自由に旅行ができる雰囲気が出てきているので、旅行市場の拡大が期待される。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスに対する慣れもあるのか、販売量が増えている。
		タクシー（経営者）	・ゴールデンウィークから動きが良くなってきたので、この先も良くなるとみている。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィーク以後の新型コロナウイルス新規感染者数増加がみられないため、週末を中心に観光客も徐々に回復してくるのではないかと。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、前年同時期と比較しても人の動きはかなり良くなっており、景気回復の兆しを感じられる。
		住宅販売会社（経営者）	・Withコロナで新型コロナウイルス前とは取引内容が変わったものの、確実に需要は回復傾向にある。変化に対応できる企業が残っているようになってきている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種4回目を受けられるようになってきている。イベント、各行事ができるようになれば、回復の兆しも出てくる。しかし、いろいろな品物の値上がりや報じられており、会社は大変である。生活必需品しか動かない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・緊急事態宣言等の発出はなくなっているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減らないので、やはり夜の人出が少ない。宴会や居酒屋等の売上が戻っていない。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの見通しは依然不透明な上に、円安や物価上昇等の懸念材料も加わり、消費に対する慎重な姿勢は継続する。
		スーパー（総務担当）	・ウクライナ情勢や物価上昇による悪化も懸念されるが、政府による政策もあるので、大きくは変わらないのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・現在、売上は前年比8%減少と悪い状態が続いており、売上回復の兆しが見えず、このまま減少傾向が続くそうである。イベントや地域経済活動もあるが、以前のような盛り上がりがない。値上げラッシュが続いている間は厳しい。
		コンビニ（経営者）	・近くの工場の出勤人数が大きく減少したまま新型コロナウイルス前に戻っていないことが、来客数の回復を妨げている。しかし、前面道路の交通量は大分回復し、物流の動きは活発になってきた感がある。値上げが消費者に受け入れられていけば拡大傾向となり、景気回復につながると期待している。ロシアや国際情勢の悪化で、これ以上日本へ悪い作用がないことを願っている。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に左右されるため、先行きは不透明で、明るい兆しはない。
		家電量販店（営業担当）	・海外から大小様々な部品の入荷が少ないことや値上げの影響がある。売上、利益の減少している取引先の建築関連企業でも、資材価格高騰のため、発注量に影響が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、依然として中国上海のロックダウン等でサプライヤーからの部品調達が順調ではなく、前年比70%程度の生産台数に落ちてしまっている。一方、大規模小売店の来客者数は多少増えてきているようである。
		自動車備品販売店（経営者）	・良くなる材料が見当たらないが、悪くなる材料もこれと違ってない。現状維持プラスアルファ程度ではないかと。
		住関連専門店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向だが、ウクライナ情勢による物価の不安定さが継続しており、当分は終息しない見込みである。
		住関連専門店（仕入担当）	・為替や連動する資源価格の不安定さは当分続き、Withコロナへの浸透も手探り状態なので、現状が当分続く。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・過去にもあったが、一時的に消費が増加しても継続して人の動向が良くなるとは考えられない。生活用品や電気、ガス又はガソリン価格が、毎日のように値上げ報告されている。また、メーカーの生産や物流の改善がいまだに良い方向に向かっていない。我々小売業の状況は厳しいままである。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・今後も、とりあえずは現状維持の予想をしている。

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
		一般レストラン（経営者）	・梅雨に入ると、例年どおり少し客足が減るのではないが。
		都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は好調で料飲は現状維持若しくは若干の回復傾向という状況が、しばらくは続く。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で、いまだに出張での来客が少なすぎる。その上、地元の利用客も少ない。
		通信会社（経営者）	・まだしばらくは現状が継続する。国のGo To系の支援事業が再開すれば、事業を利用して少しは立ち直れるのかと思う。
		通信会社（総務担当）	・需要を喚起できる要素が乏しい。
		通信会社（局長）	・ウクライナ情勢や中国のロックダウンの影響が出てきており、機器の調達も滞りつつあるので、予断を許さない。
		ゴルフ場（従業員）	・原材料等の価格高騰のため、変わらない。
		設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス禍は落ち着いてくると予想されるが、景気についてはしばらくはこのままで推移するのではないが。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・原材料の値上がりで、予定コストを上回る見積金額になってしまうため、何らかの工夫や譲歩を引き出す必要がある。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス禍で、自宅からの外出を控える人が多いなか、商材の値上がりが続いて、先行き不安が募るばかりである。
		百貨店（営業担当）	・不透明な世界情勢や物価上昇、いまだ収束のみえない新型コロナウイルス禍など、まだ客に消費意欲が戻っておらず、生活防衛への警戒感を感じている。
		コンビニ（店長）	・食品等の多品種の値上げが相次いでおり、夏祭りの自粛等も継続していることから、良くない方に影響するのではないが。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響等で、半導体不足のため車両納期の遅延が続き、思うように受注できない状況が続いている。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・事業所給食において、食材費の上昇は今しばらくは続くこととみている。加えて、最低賃金の見直しにスライドする形で人件費も上昇することから、総体のコスト上昇が続く限り、当面は収支の厳しい状況が続く。
		通信会社（社員）	・新型コロナウイルス関連では、徐々に経済活動も広がりを見せているものの、ロシアのウクライナ侵攻による物価高騰等の影響の方が上回るのではないかと懸念している。
		ゴルフ練習場（経営者）	・今後もしばらくは中国上海のロックダウンの影響で、物不足が続く見込みである。
		競輪場（職員）	・世界情勢の不安定な状況が長引いており、物価上昇の影響が出始めていると感じている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・地方の中小零細企業の大半は、売上減少と利益率低下のなかで、給与アップを叫ばれてもどうしようもない。悪化の要因が解除されない限り、しょうすいは続く。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・このまま物価高騰が進んで、半導体不足が続くようだと、商売は上がったりの状態になる。政府も少し考えてくれないと市民の生活は苦しくなる一方である。自分たちばかりで金を使っていないで、少しは減税する方向へ持っていかないと助かる。
	×	コンビニ（経営者）	・特に、夜の時間帯は客が全然来ない。隣にあったファミリーレストランが葬儀会社になってしまったことが原因である。
	×	衣料品専門店（販売担当）	・今後、人流を促進するような具体的な安心対策が、政治責任で出てこない限りは、このままずっと下り坂の悪い状態が続いていく。
	×	家電量販店（店員）	・商材の供給が回復しない間は、期待が持てない。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・メーカーより、7月頃からの小麦、油、ガス等の値上げの依頼が来ている。年内にはもう1段階値上げの話もあるため、やはり売価に転嫁せざるを得ない。大手ナショナルチェーン等も10月を目途に今から値上げの話をしている。値上げの話は今から客に根付いていって、先の消費は落ち込むと考えている。
	×	都市型ホテル（経営者）	・耐えるのももう限界である。宿泊やレストランの売上は、新型コロナウイルス前の1/3で、本当に限界である。

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
	×	通信会社（経営者）	・仕入れコストの上昇分を売価に転嫁ができないのが現状である。デフレマインドが根付いている消費者は、値上げをすれば何のちゅうちょもなく安い方に移る。決して景気が良いわけではない今、円安を維持するのは、かえってデフレマインドを助長するだけで、財布のひもは一層固くなるだけではないか。
	×	美容室（経営者）	・世界の国家間勢力がアンバランスな今こそ、政治の舵取りが求められている。防衛力の強化も必要だが、外交力が欠けている。
企業 動向 関連  (北関東)		-	-
		化学工業（管理担当）	・新型コロナウイルス禍が緩やかではあるものの、収束に向かっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先から「3か月後くらいから、新機種が出るので増産する」といわれている。おそらく8～9月頃からは多少、良くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・需要はあるので、やや良くなるのではないか。
		社会保険労務士	・前年までは中止だった夏祭り等のイベントが行われるなど、少しずつ通常の経済活動に戻っていく。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注の件数、金額からみても増加傾向にあり、収益の改善が見込める。
		金属製品製造業（経営者）	・これから先の景気は分からないし、景気は悪いと思っていて、本当に困っている。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の生産計画が上振れする理由が見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・我々のような中小企業でも戦争による影響を受け、原材料の確保が難しくなっている。全ての製造業の景気が上向かないような気がする。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、販売量、競争相手の様子等が、この2～3か月は上がったたり下がったりで、全く分からない。今後のことも同様に全く読めない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはまだ新型コロナウイルスの影響が残ると考える。
		輸送業（営業担当）	・夏物家電、エアコン、扇風機、除湿器等の物量は前年並みを確保しそうである。新型コロナウイルスの行動制限も緩和され、レジャー、パーベキュー用品等の物量も増える予定である。しかし、原油価格高騰も続いており、政府の緩和策である程度価格も落ち着いているが、いまだに高値でコスト高となっているため、経営的には厳しくなりそうである。
		経営コンサルタント	・新型コロナウイルス禍が収まりつつある一方、ウクライナ戦争が引き金となった世界全体の経済活動の停滞や、それに関連する燃料や輸入資材の価格高騰の影響で、中小企業や下請企業、商店等、販売業への業績面へのマイナスの影響が、大きな懸念となっている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の全てで価格高騰しているものの、製品に価格転嫁ができず、苦慮している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車の組立ラインが稼働しない状況が改善されず、長引く見込みである。
		建設業（総務担当）	・例年以上に年度初めの動きが悪い上、この先の見通しも暗い。
	不動産業（管理担当）	・空きテナントの下見はあるものの、入居につながるものがほとんどない状態が続いている。取引先も資材高騰に悩んでおり、円安や世界各国での資材取り合いで、値上がり要素が続く限り、経費増加による利益の減少や契約内容の縮小による売上減少が見込まれる。	
	×	建設業（開発担当）	・現与党政権誕生後、公共工事は順調であったが、新型コロナウイルス禍の影響で、2年前からは前年割れが生じている。今期も新年度がスタートした4月の発注は、前年の60%と厳しいスタートで、今後期待せざるを得ない。当社受注も前年比10%減少で厳しい。
雇用 関連  (北関東)		-	-
		職業安定所（職員）	・製造業や建設業からの新規求人が増加傾向にある。また、まん延防止等重点措置が解除されたことにより、飲食店やサービス業等からの求人の動きもみられること等から、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
		人材派遣会社（経営者）	・天候が良く気温も上がり、梅雨に入る時期にはなっているが、衣料品、食料品、特に、生鮮食料品等は、やや高めになると予測して、購買力が上がってくる。行楽地へお金を落とすよりもまだ自宅等での消費が多く、食材やゲーム機、衣料品等も含めて、横並びの状態である。値上がり予測される公共料金、ガス、電気等もあるので、余り購買は高まらないのではないか。
		人材派遣会社（経営者）	・仕事の依頼が少ない。
		人材派遣会社（社員）	・特に大きく改善する要因は見当たらないが、しばらく人材不足の状況は続く見込みである。取引先の自動車部品メーカーは半導体不足による減産の影響で採用を抑制しており、業界によって温度差がある。
		人材派遣会社（管理担当）	・原材料、部品等の調達見込みが不透明で、自動車部品を扱うクライアントの生産計画は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は一進一退で、月ごとに推移しているので、この状況は変わらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルスやウクライナ等の国際情勢の悪化を受けて、物価が上昇し消費行動が抑制されている。今後の動向を様子見の状況と感じており、先行きは不透明である。
		-	-
	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)		一般小売店〔生花〕 (店員)	・花屋にとってお盆とお彼岸は売上のかなりのウエイトを占める。今年は母の日が余り良くなかったため、7～8月のお盆、9月のお彼岸に期待をしている。必ず今月よりは売上は良くなる（東京都）。
		百貨店（店長）	・いよいよ東京都でも都民割がスタートすることになり、インバウンド受入れ等のニュースもあることから、期待したい（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・Go To Travelキャンペーンといった経済政策の再開や、外国人旅行客受入規制の段階的解除などにより、夏以降は消費が活性化される（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスが落ち着き、人の動きが活発化している。さらに、インバウンド受入れ制限の段階的な解除が功を奏して上向きになる（東京都）。
		商店街（代表者）	・いろいろと策を考えながら商売をしているが、なかなか思うようにいっていない。ただし、そのなかで、少しずつ前は雰囲気が変わってきたように感じてはいる。客の来店頻度も徐々にではあるが、上がっているように感じる。そうしたことを踏まえて、今後商売も何とか回復軌道に乗せていきたい。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が再拡大しない限り、順調に回復基調が続く。ただし、ロシアの問題や材料費の高騰、商材によっては品薄というチャンスロスリスクも抱えている。それらをクリアできれば、やや良くなる（東京都）。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染者数が減少し、夏に向かってもっとイベントや行事が復活することを期待している。
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・全ては今後の新型コロナウイルス感染者数に左右されると思うが、このまま感染者数が減少傾向で進んだならば、地域イベントも活発に開催される予定なので、少しは景気が回復するのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・街のイベントが復活して、気持ちの前向きになるにつれて、購買意欲も湧くのではないかと期待している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・観光客、訪日外国人もどんどん入ってくるようなので、少しは良くなる。人が動けばホテルなどからも注文が増えるとささやかな期待をしている（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数次第ではあるが、父の日、お中元商戦が本格化するに当たり、現在は来客数が伸びていることから、このまま帰省手土産の頃まで安定していることを期待したい（東京都）。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるものの、オフィスへの出社や人と会う傾向は高まっていくと予測する。関連して当社のコア分野であるハレの日消費にとっては追い風である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今後も売上は右肩上がりと考えているが、懸念されるのは物価上昇である。様々な商材の値上げが相次いでいるものの、賃上げ率は低水準のため、個人消費がどこまで回復するか不安である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・3月までは厳しかったが、4月はまずまずのスタートを切った。恐れていたゴールデンウィーク期間中の新型コロナウイルス再流行もそれほどでもなかったため、来客数は増えつつある。加えて、新型コロナウイルス禍での規制が徐々に緩和されることから、商業一般は今後徐々に良くなるのではないかと（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィーク以降、人出が戻るとともに商況が上向いてきている。夏休みに向けてこの傾向が順調に進めば、商況の更なる改善に期待が持てる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・客の動きや客単価の上昇からの判断である（東京都）。
		百貨店（管理担当）	・懸念されたゴールデンウィークの人出増加に伴う新型コロナウイルスの感染拡大も見られず、マスク着用の緩和など、徐々に戻りつつある日常の動きに合わせて、消費も拡大していく（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・マスク着用の制限も緩和されてきて、近隣のイベントにも期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・土日はかなり人が多く出ているうえ、来月から外国人観光客が増えることもプラス要因になる。新型コロナウイルスの影響が大分減ってきているようなので、来客数が増え、売上も伸びていくのではないかと感じている。
		コンビニ（エリア担当）	・人流の増加がこのまま続いてくれれば売上が回復しそうである（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・近くに観光地があるので、その観点から見れば人出はここ数か月で増加傾向にある。観光客のコンビニ利用は多いわけではないが、消費が多くなっていると考えれば、地域の客の客単価が上がってきても不思議ではない。希望も含めて、数か月先には少しずつ景気が良くなってきていると良いかと思っている。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス収束後の楽しさは、多少の価格上昇を超えていきそうである（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスによる制限が解除され、マーケットに活気がみられるようになってきている。一方で、中国上海のロックダウンによる影響で商品の入荷が遅れ、営業店等への商品供給の遅れを懸念している。また、円安による仕入コスト高、ロシアのウクライナ侵攻によるエネルギー価格やその他原材料費の上昇が、利益面での懸念材料となりつつある（東京都）。
		家電量販店（従業員）	・旅行など外出する人が増えているため、新型コロナウイルス発生前の状況に少しずつ戻っていく。
		住関連専門店（営業担当）	・ゴールデンウィーク後に新型コロナウイルス感染再拡大の兆しがみられないこと、こどもみらい住宅支援事業が思いのほか消費者に浸透しており、リフォーム業界への追い風になることが見込まれる（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・アフターコロナの動きもあり、燃料油需要は増加する（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・日々の報道、情報などによる、新型コロナウイルス感染者数の増減トレンドや、入国規制等様々な制限の緩和に対する今後の国や都の方向性により、このままいけば改善されていく（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は余り変わらず、そこそこ売上も良いが、3か月先は恐らくケータリングが今よりも増えてくると思うので、また少し良くなる。パーティーやテイクアウトも含めて外売りの方が多くなってきているので、少しずつ良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・老舗の閉店が紙面をにぎわしているが、営業の取組方次第という感もある。旧業態の長所短所を踏まえることが肝心である（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
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、現状のような推移で感染が減っていけば、また徐々に経済も回復してくる。そうすれば多少客の増加も見込める。新型コロナウイルス次第である。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス関連の規制がほとんど解除されても、規制に慣れた客はなかなか戻ってこない。円安やロシアのウクライナ侵攻の影響による仕入れや経費全般の高騰は、会社にとって大変厳しい。それでも新型コロナウイルス感染者数の減少、インパウンドの規制緩和等もあるので、今よりは良くなってほしいと、会社もどうなるか分からない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・もう少し世の中が外食しても良い、大人数で出かけても良いという雰囲気にならないと飲食業は良ならないと思うが、今よりは良くなるのではないが。
		一般レストラン（経営者）	・景気回復には時間が掛かると思うが、外国人観光客が元のように来るようになれば違ってくる（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・飲食業は新型コロナウイルスの感染状況と並行しており、終息若しくは落ち着いている場合は良くなる。新型コロナウイルスがまん延した理由の1つとして真っ先に飲食店が挙げられ、今もなお、どの店舗でも経営への影響が続いている。席数を減らし、シートやガードを作り、楽しい飲食という感じではない。マスクを外すという話がちらほら出てきているが、飲食店に課せられている条件をまず解除してほしい。その上でマスクを外すという順番を選択してほしい。そうでなければ、感染が再拡大した際、また飲食店が被害を受け、業界全体が疲弊する。飲食店の未来のためにも良くなることを願うばかりである（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新型コロナウイルスの影響が徐々に軽減しており、大人数でのパーティー需要も少しずつ戻ってくると思われるため、景気回復が一段と進むものと推測する（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・宴会部門における法人需要が回復すれば良くなると思うが、やはり1つ不安材料としては原材料の高騰がある。加えて、水道光熱費の高騰が夏場に掛けて重くのし掛かってくるのではないかと。早くそれ以上に売上が上がるような政策を政府から発信してほしい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・徐々に良くなることは確かだと思うが、新型コロナウイルスの感染症上の分類がもう少し下げられるとか、あるいはマスク着用の緩和についてももう少し強いメッセージが出るということがあれば更に良くなっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の新型コロナウイルス感染状況が続き、ウィズコロナが進めば、ホテル全体の利用も伸び、県民割などが後押しとなり、販売も上向きとなる。ただし、海外からの外国人受入れを進めれば感染再拡大の恐れもあり、安心はできない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィーク明けでも新型コロナウイルス感染者数が増加していないことから、更に収束が進んでいくと信じている。まだ不明だが、Go To Travelキャンペーンが再開すれば、見通しは更に明るいものとなる。
		旅行代理店（従業員）	・お盆休みや夏休みは海外渡航制限が緩和され、旅行者が増えると予想している（東京都）。
		旅行代理店（販売促進担当）	・まずは6月10日から、いよいよインパウンドの受入れが始まるという発表があったので、2～3か月後は海外インパウンドの売上が間違いなく伸びるとみている。加えて、国内も夏休み等の旅行シーズンを迎えるので、個人旅行を中心に、より多くの客が国内旅行に行くと思うので、やや良くなる（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・気候が良くなり、県民割を利用した国内旅行申込みが増加し、6月には訪日外国人観光客の受入れが本格化するため、景気が上向くと期待できる。
		タクシー運転手	・近々外国人観光客の受入れ試行というニュースが流れてきたが、タクシー業界としても早々に再開を望むところである。国内旅行についてのGo To Travelキャンペーンも同じく再開を望みたい（東京都）。
		タクシー運転手	・5月頃から徐々に利用数が伸びている。中距離、ロングの客も少しあり、確実に客が増えてきている。昼は平均して利用があるので、あとは夜の客が増えることを期待したい。

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
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が減れば、徐々に人の流れが良くなり、景気が上向いてくる。懸念材料は、ロシアのウクライナ侵攻がどこまで続くかということであり、これがなければかなり景気は回復するのではないかと（東京都）。
		タクシー運転手	・緩やかではあるものの、サラリーマンの客が増えている。期待も込めて、少し良くなるのではないかと（東京都）。
		通信会社（経営者）	・家庭、個人共にお金を使わない期間があった。新型コロナウイルスへの心配も徐々に薄れてきたので、今後は消費に向けて動き出す（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・案件増加に伴い、技術者就業の増加に期待している（東京都）。
		通信会社（局長）	・ウクライナ情勢が安定しない。
		通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限の緩和など、経済活動活性化の方向へ推移しており、今後もその流れが強化されていくものとみている（東京都）。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症に対する社会の認識が変わり、ウィズコロナの生活様式になれば、新型コロナウイルス発生前のような状況になると信じている（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・各地でイベント再開や自粛等が緩和され始め、6月からは海外からのツアー観光客受入れが再開され、ウィズコロナに向けた国の緩和政策が着々と進むことが予想される。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・企業から予約の問合せなどが増えている（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・今後の新型コロナウイルスの状況次第ではあるものの、来客数が着実に回復しており、先の催事などの予約も堅調である（東京都）。
		その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・ロシアとウクライナが停戦し、世界経済が元に戻る（東京都）。
		その他サービス[福祉 輸送]（経営者）	・新型コロナウイルスやロシアのウクライナ侵攻の影響で、新車販売は各メーカー共に大分遅れており、かつ先延ばしにしているの、なかなか人気を呼ぶような車種が現れない。景況が上向き、またメーカーからの新型車の発表等があれば、少しずつ受注も増える（東京都）。
		その他サービス[学習 塾]（経営者）	・新型コロナウイルス禍のマイナードも和らいできており、夏の集客に向けていろいろと行動計画を練りやすい環境になってきている。
		その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い、徐々に来客数が増えてきている（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・営業をしていることもあり、行政からの指名がかなり増えてきている。今月末現在、こなしかねないくらいの仕事を受注できており、少しずつ良い方向に向かっているように感じる。民間の仕事も、営業している業務が少しでも決まるように頑張りたい。
		その他住宅[住宅資 材]（営業）	・大型案件の実需が数字として上がってくる見込みで、ある程度は景気が上向くと予想している（東京都）。
		一般小売店[和菓子] （経営者）	・ウクライナ情勢が長期化しそうなので、コスト高がまだまだ続きそうである。消費も冷え込んでしまうのではないかと。
		一般小売店[印章] （経営者）	・非常に厳しいという言葉に尽きるのだが、客の動きが少ないように感じている。最低限の買物には来てくれるが、プラスアルファがなかなかなく、状況は変わらない。
		一般小売店[米穀] （経営者）	・食料品は全般的に値上げの方向に向かっている。物流経費の増加等があり、商材価格が値上がりしているため、なお更慎重になる。全体の物価指数も上がると、財布のひもが締まる（東京都）。
		一般小売店[眼鏡] （経営者）	・良くなってほしいと願っている。
		一般小売店[文具] （販売企画担当）	・今後、大きな案件はまだ余り見えてきていない。小型の案件は既に数も分かっているが、大口案件の見込みが立っていないことから、今後の見通しがつかない。
		一般小売店[書店] （営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は少しずつなくなってくるが、円安の影響で販売量が抑えられる傾向にある（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・客の消費に対する慎重な姿勢は継続すると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢、円安など、景気に対して悪影響を与えられる要因については、時間が経過するなかでの停滞感があり、危機意識の薄れも感じる。いずれにしても先行きが不透明なまま継続している。いつどうなるか分からない状態であり、今後の景気に対して具体的な明るさが見えているとは思えない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・個人消費にとって、新型コロナウイルス感染予防対策の緩和というプラス要素がある一方、エネルギーや食料品などの価格上昇というマイナス影響もある（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・このまま回復に向かうことを期待してはいるが、円安、物価上昇、ロシアのウクライナ侵攻など不安要素が多く、先行き不透明感がまだ残っている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数は天候に左右されるため、梅雨シーズンの来客数に懸念がある。ただし、消費マインドは上向きにあり、ボーナス需要に期待できる。新型コロナウイルス禍での出入国の規制緩和により、インバウンド回復の兆しも見え始めている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・ウクライナ情勢や燃料費、食品等、生活に密着した物の値上げに対する不安から、消費に消極的になると見込まれるため、景気は大きくは変わらない。夏に向けて、外出機会の増加とそれに伴う消費の回復に期待したい。
		百貨店（販売促進担当）	・全ては政府のコロナ対応次第である。日本は全てが遅過ぎる（東京都）。
		百貨店（経営企画担当）	・ウクライナ情勢の影響による原油高や食料品の値上げ、中国の新型コロナウイルス感染対策による工場閉鎖などによって商品供給が滞るなど、厳しい状況下で、大きな回復は見込めないものの、外国人観光客の受入れも徐々に拡大するなど、経済にとって明るい話題も見受けられるようになってきている。品不足による価格上昇は全体の売上を押し上げるものではないため、景気自体は余り変わらないと推察する（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルス禍における自粛の反動、ペントアップ効果等が今後も期待されるが、原油高、原材料費高騰による物価高の個人消費への影響も懸念される（東京都）。
		百貨店（店長）	・ゴールデンウィーク同様、行動制限のない夏となれば、外出に向けた需要が増えると考えられるが、値上げ等のマイナス与件は今後も継続するため、現状から大きく回復するとは考えにくい。
		スーパー（販売担当）	・客の動きを見ていると、ポイント何倍であるとか、広告初日の目玉品、価格を打ち出した安価な商品など、同じ物なら少しでも安く買おうという様子は今も変わらず、多くの客に見受けられる（東京都）。
		スーパー（経営者）	・やや悪くなるのではないかと気もするが、今が悪いので、変わらない。原材料の値上げ、資源価格の高騰でいろいろな経費が上がっている。客の家計にも響いており、買い控えが起きると思うので、悪い状態が続くのではないかと。
		スーパー（店長）	・現状から考えると、悪い状態がそのまま3か月後も続いていくのではないかと。特定の商材でほとんど売れていない物もある。客はチラシを片手に安価な物をピックアップして買物かごに入れている。買上点数も単価も低迷するなか、当店で買物を済ませたら恐らくまた近隣スーパーに行くような状況が今度も続くのではないかと予測されるため、3か月後も今と変わらない（東京都）。
		スーパー（店長）	・今後も値上げが続くものと思われるため、1品単価についてはこの先も上昇傾向にあるが、買い控え等が起きる可能性も考えられる。
		スーパー（営業担当）	・1品当たりの単価はこれからも上がり続けることが予想される。さらに、内食化傾向がどんどん少なくなり、販売量の動きが止まる可能性が出てくる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・周りの状況に変化がない。
		コンビニ（経営者）	・今月末～来月にかけて商品価格が上がるが、実際に買う側から見ると、給料が上がっていないので購買力は落ちる。そのため、景気は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着き、売上も戻りつつあるが、今後値上げされる商材が多いため、先行きは不透明である。
		コンビニ（商品開発担当）	・ひとまず現状が続くと思われるし、そう思いたい（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・ブロック割より、Go To Travelキャンペーンの再開を期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・いろいろな動きが出てきて、良い方向にはある。しかしながら、原材料など様々な物の価格が上がっており、購買意欲が低下する可能性もある。この先どうなるかまだ分からないため、変わらないという判断にしている。
		衣料品専門店（従業員）	・そろそろ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きそうではあるが、まだ客には不安感があるように見受けられる。
		家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着く局面、ロシアのウクライナ侵攻の終結が見えてくれば明るさが出てくると考えられるが、逆の局面も考えられるので、予想しにくい（東京都）。
		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、販売は前年度比で5割減少と、余り芳しくない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が追いつくのはいつになるのか、まだまだ見通しが立たない状況が続くそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売できても納期遅延のため現金化できず、改善がみられない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルス、ロシアのウクライナ侵攻の影響で、やや悪い状態が続いている。全体的に出張や旅行などでの人の移動も過去と比べるとまだまだ足りない。ウクライナ情勢の影響で食料品などの価格が上がっているものの、賃金は上がらないままなので、2～3か月後も景気はやや悪いままで変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産正常化の兆しが見えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・良くなるような情報はない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足は解消の見込みがないようである（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから景気が良くなりそうな気配が身の周りではしていないので、現状のままで変わらない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・多くの企業で商材の値上げが行われており、当社も値上げを検討している。値上げにより単価が上昇しても、販売数量が減少すると予測されるため、全体としては変わらない（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・所得倍増等、景気の良い話は、ウクライナ情勢に関する報道によってかき消され、所得増の実感もないため、良くても平行線ではないか（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・次から次へと起こる難問に、政府はもっと長期的な視点で対策を採ってほしい（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・夏休みを控え旅行等、個人単位の経済活動は活発になるだろうが、レストラン、レセプション等、夏の利用頻度が落ちるため、景気は上向きにはならない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・景気が回復しそうな雰囲気はあるのだが、資源価格の高騰や、これから始まる参議院議員選挙の影響で接待等禁止の動きも出てくるので、総じて横ばいくらいになるのではないかと（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・これから暑くなるが、飲食店は例年2月と8月には売上が下がるので、それに向かって何かまた独自の集客アイデアを練っていきたい（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・国際的には、ロシアのウクライナ侵攻の行方が分からないこと、中国経済がリスクをはらんでいることがある。米国のインフレ対応策が世界に及ぼす影響等、景気回復を阻む要素があり、いつどのような形で影響が現れてくるか分からない。国内においては、参議院議員選挙の結果がどのように影響するか分からない。
		一般レストラン（スタッフ）	・特に国からの追加支援があるわけではないので、変わらない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価が上昇しているにもかかわらず、給料は据置きで、新たな景気対策がないなかで、良くなる要素は見当たらない（東京都）。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスが終息したわけではないので、客も、なかなか2～3か月先のことは考えがまとまらないとのことである。

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
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が漸減していき、マスクを外せるようにならない限り、業界の景気が良くなることはない。
		旅行代理店（従業員）	・円安が続いており、旅行のために取っておいたお金を生活費に回すようになるのではないかと（東京都）。
		タクシー運転手	・やはりまだ新型コロナウイルスの影響が尾を引いており、一段落したとは思っていない。これからも夏場、夏休みにかけて、不安はそのまま残っている。もう少し様子を見なければいけない。
		タクシー（団体役員）	・多少の期待はあるが、余り望めない。
		通信会社（経営者）	・通信機器等が以前のように正常に納品されるようにならない限り、当面景気は良くならない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は少なくなっていくと思うが、全体的な物価上昇の消費に対する悪影響が懸念され、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（管理担当）	・底打ち感が続いている。しばらくは現状のままが続く。
		通信会社（営業担当）	・転居など住民の移動自体はそこまで回復しておらず、人の動きが活発になっているとまではいえない。
		通信会社（局長）	・電気料金の高騰で、当社の割安な新電力の伸長は期待できるが、娯楽性の高いケーブルテレビは儉約対象になる可能性があるため、しばらくトレンドは変わらない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
		通信会社（経理担当）	・契約者数を増やして売上を前月並みにするため、割引することで獲得数を増やしている。その結果、客単価が下がり続けることになり、売上を大きく増やしていくことが難しいサイクルになっている。
		競輪場（職員）	・販売チャンネルが1つなので根本的に厳しいことは分かっている。今後の販路拡大を検討したい。
		美容室（経営者）	・まずウクライナ情勢の影響による景気の見通しが立たないことには、事が進まない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルスが終息するまでは良くならない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続くので、一足飛びでの景気回復は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・今のところ新しい案件はないので、現在と変わらない。
		設計事務所（経営者）	・現在手掛けている業務は長期にわたるスパンのため、しばらくは今の状況が続くとみている。民間からの新規受注は難しい。
		設計事務所（所長）	・木材、鉄骨を含め他の品物も高値が続き、また納期物件も未定である。このままの状況が続くのではないかと（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢もあるが、やはり新型コロナウイルスが収束しない限り、景気は良くならない。早く4回目のワクチン接種が進展することと、治療薬が普及することを期待している。また、政府による景気対策にも期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・情報数などに大きな変更はないため、変化がない。
		住宅販売会社（従業員）	・現段階では景気回復の兆しは見えてきていない。土地及び資材の高騰により利益が圧迫されているので、しっかり定価で販売を行い、今の状況が改善されるまで粘り強く営業を進めていく。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・経済全体が活発になっていかなければ、建設の方には仕事が回ってこない。そうした余裕がないのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・前年は天候の影響で夏にエアコンが売れなかったが、今年は状況が異なり、家電製品の材料不足のため商材が不足し、価格も高騰しているため、売上が良くなるとは思えない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・夏商戦に向けて、エアコン、冷蔵庫の入荷がないのは致命的である。それ以外にもない物が多い。工事などで活動はしているが、困ったものである。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・所得が上がらないなか、光熱費を始め様々な価格が上昇している。それらを省いた中での消費はなかなか厳しい。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今月、商店街では小型スーパーの生鮮産品を扱っている店が閉店したため、人の流れが変わることが予想される。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は一時の低迷を脱しつつあるものの、物価上昇、円安などは、景気に対して確実にマイナスに働く（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
		百貨店（企画宣伝担当）	・景気が本格的に上向きには中間層の消費意欲が重要と考えるが、最近の物価高が冷や水と成り兼ねない。
		スーパー（経営者）	・更なる値上げに客がどれだけ付いてこられるかが不安である。
		スーパー（経営者）	・商品単価はやや上がっているが、販売量、売上共に減少している。この傾向はまだまだ続く。
		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いるが、これから数か月にわたり食品メーカー各社が値上げを行うため、売価に転嫁せざるを得ない状況になる。そのため、より一層シビアな状況になると予想している（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が2年続いたなかで、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限がなくなり、今まで我慢していた旅行などのコト消費に対する客の要望、要求が高まっている。ただし、賃金がそれほど上がっていないなかで、コトに掛けるお金が増えるということは、食品、衣料品、住まいの品というモノに掛けるお金が少なくなるということなので、小売業としては非常に厳しい状況になっていく。
		スーパー（総務担当）	・全てが値上がりしているものの、給料は増えていない。
		スーパー（仕入担当）	・円安、原材料の品薄、値上げは続き、将来への不安から貯蓄にお金が回り、消費はますます冷え込む。
		スーパー（販売担当）	・物価高、ウクライナ情勢の先行き不透明感、新型コロナウイルス収束の見通しが見えないことなどにより、消費に積極的にはなれない社会環境である。
		コンビニ（経営者）	・値上げの影響がこれから出てくる（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・大手スーパーの特売が毎日続き、コンビニは先行きが不透明で、改善の見込みがない。
		衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスは落ち着いてきているが、今度は物価高などが衣料品需要に影響してくる。
		家電量販店（店長）	・家電商品でいえば、故障での買換えはあるが、半導体不足や中国上海でのロックダウンの影響で売れ筋商品の在庫がなく、買い控えや仕方なく安価な物に流れてしまう可能性が考えられる。
		家電量販店（店長）	・マスコミの報道にあるとおり、値上げがあらゆる商材に及びつつあることで、消費者の買い控えや節約志向が顕著になっていく可能性がある。状況次第で給付金や減税の措置に期待したい（東京都）。
		家電量販店（店員）	・部品不足による白物家電の品薄状態が続くことが見込まれる。
		住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスはまだ収束には向かっていない。したがって、どれだけ共生していくかということが鍵になるのではないかと。
		その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	・人が動くことでお金は流れるが、日用品への使い道は減る可能性がある。
		高級レストラン（営業担当）	・6～8月は、年間を通じて当社が一番苦戦する第2四半期である。他社、他業界も軒並み値上げを断行しているが、当社も例に漏れず7月1日に実施予定である。マイナス要因も多いため、厳しい状況になると予測している（東京都）。
		通信会社（社員）	・前年に契約を打ち切った客に回復の様子が無い（東京都）。
		通信会社（社員）	・MNPを利用した乗換え契約増加の流れは落ち着くものとみている。同制度を利用して契約したユーザーは、再度他社に切り替える可能性も高いことから、良いとはいえない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・このまま仕入値ばかりが上がるようであれば、業績が悪化していく可能性がある（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響により資源が高騰している。また、新型コロナウイルスの影響により半導体等の部品が不足し、製品の納入が遅れている。さらに、金利上昇の懸念もあり、良くなる材料が見当たらない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・電力費用の上昇や半導体不足によるサプライチェーンの乱れから、支出増加への影響が一層強まることが予想される（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・猛暑予報が出ていることと、ウィズコロナも定着して、夏休みに行楽地に行く客が前年より増加するのではないかと予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（経営者）	・賃上げを伴わない物価上昇により、日常的なレジャーに割く金額が減少する。
		ゴルフ場（経営者）	・原材料高騰や商品値上げのニュースが毎日のように流れていることもあり、消費者は消極的になってきているように感じる。
		その他レジャー施設 〔映画〕（営業担当）	・光熱費、食品、生活必需品の価格上昇を実感している（東京都）。
		美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが収束してほしい。
		設計事務所（所長）	・材料費高騰等の影響から、仕事が非常に決まりにくくなっている。
		設計事務所（職員）	・良くなる要素が見当たらない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・この先も、品物が入ってこない、流通が止まってしまう状態が続く気がしている。正常化するには1～2年掛かるというようなこともいわれているので、それまでどのように商売していけばいいのか、とても不安である（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・悪くなる要素が多いため、この先の景気は良くはならない。まず物価が上がってきており、インフレ傾向になるということで、これからも少々厳しい時代になるのではないかと（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕 （経営者）	・全てが不安定なため、先行きは悪くなる。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・電気やガスなどの大幅値上げが利益を大きく圧迫する。また、更なる値上げも進むなか、節約志向の高まりや価格競争の激化などが想定され、売上よりも利益の確保が難しくなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・ロシアのウクライナ侵攻による商品資材の原価高騰により、今までのような価格政策が採れなくなり、商品価格の上昇が避けられない。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染防止策を緩和すると、また感染拡大が起こる。その繰り返しはしばらく続く。さらに、ロシアのウクライナ侵攻の影響はまだまだ広がり、景気回復は簡単には望めない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・原材料、資源エネルギー価格の高騰、物流の混乱に円安要因が加わり、物価上昇圧力を一段と加速させることが懸念される。資材の先行確保が必要な上、必要緊急性が高い設備投資も完工のめどが立たず、BCPに影響を及ぼす状況にある。慢性的な労働力不足に加え、新型コロナウイルス感染者は自主隔離を強いられ、代替要員の確保も含め、人材不足によるサービス水準低下と一部の機会損失も発生しており、その影響は看過できない水準にある。
	×	その他サービス〔学習塾〕 （経営者）	・在籍している生徒でも、週3回から2回に減らすなど安価なコースにシフトしていき、外部からもほとんど生徒が入ってこないで、景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（従業員）	・今月は建築費値上げ前の駆け込み需要で販売量が増大したが、来月からは販売量の減少が避けられないため、悪くなる。非常に危機感がある。
企業 動向 関連  (南関東)		金融業（従業員）	・製造業の一部事業者からは「仕入先から3割前後の大幅な値上げを要請された」との声が聞かれるなど、原材料価格の高騰に関しては依然厳しい状況が続いている。一方、小売業やサービス業では、外国人観光客の入国再開に向け、売上増加に期待を寄せる事業者が多いようである（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕 （従業員）	・電話での仕事依頼が入ってくるようになり、人材不足で対応できない状況である。中小企業にも景気上昇の気配がある。
		輸送用機械器具製造業 （総務担当）	・自動車メーカーは今期大幅増産を見込んでいたが、中国上海におけるロックダウンの影響で、減産を余儀なくされている。ただし、自動車の売行きは好調で、ロックダウンが解除されれば増産に向けて動き始める。
		輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスが収束方向に向かっていることと、天然資源の高騰により、日常生活関連製品の値上げが進む（東京都）。
		金融業（従業員）	・政府がウィズコロナに方針を転換し、マスク着用義務を緩和するなど明確な方向性が出てきているため、国民も惑うことなく経済活動の活性化に前向きに取り組むことができるようになり、景気は良くなる。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にあり、夏季休暇の旅行需要等が増加する。



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
		不動産業（従業員）	・新型コロナウイルスが収まりつつあり、ホテル等の宿泊需要が増えている（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・物価上昇が懸念されるところではあるが、海外からの観光客受入れも始まり、国内も活気付くと想定されるので、今月よりも良くなるのではないかと（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・経済を回していこうという動きが継続、拡大していくことで徐々に景気回復につながっていくものと期待している（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・エンターテインメントのイベントが増えてきたので、前年と比べるとグッズ販売やイベント制作の売上が多くなるのではないかと期待している（東京都）。
		税理士	・事業復活支援金の申請状況を見ると、前年11月～今年3月までの売上が3年前以降より減少している事業者が相当数存在するが、これからは徐々に上向きに推移するような気配がある。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・行動制限緩和の方向性は今後しばらく続くと思われるが、新型コロナウイルスが完全に終息したわけではないので、その傾向は緩やかと考える。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・8月までは受注が余りない予定なので、景気は悪いままで変わらない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・最近インターネット経由での注文も受けているが、ある1日を例にとってみると、店のレジスターの売上が1000円しかないにもかかわらず、同じ日のインターネットの受注ではすぐに決済はないものの、5万円を売り上げたという日もある。販売チャネルが変わってきていると感じており、今までのような店頭販売は減るものの、インターネットでの売上で相殺して変わらないという見通しを立てている（東京都）。
		化学工業（従業員）	・海外から原材料及び部品が入ってこないため、製品が製造できず、納期も遅延している。今後の見通しも立っていない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・現在の原材料費高騰から考えると、良くなる理由はないが、来月からインバウンド需要が増えるため、全体としては横ばいになる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・政府によるマスク着用義務解除の指示が出れば、口紅等の化粧品容器の受注にも回復の期待が持てる。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先の仕事も少しずつ動き出しているので、材料の値上がり分を上乗せして見積りし、営業に努力して受注につなげたい。
		精密機械器具製造業（経営者）	・更なる仕入価格の上昇と品不足が予測されるが、受注は好調であり、受注残も増えている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・新型コロナウイルスも不安だけではなく、安心も加わってきている。ロシアのウクライナ侵攻の影響で物価が上がっているが、気持ちだけは幾らか明るくなっているのではないかと個人的には思っている。極めて抽象的だが、何と云っても新型コロナウイルスが落ち着くことが重要である。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス禍から回復し、人々の動きは活発化しているが、サロンは元々そこまで冷え込みがみられなかったため、値上げなどの動向の方が影響を受ける（東京都）。
		建設業（経営者）	・景気対策の実効性が不透明で、具体的にどの分野に対して何をしているかがはっきりしない。全体的には新型コロナウイルスが収束すれば良くなると思うが、2～3か月後ではそれほど変わらない。
		輸送業（経営者）	・今月に入り燃料価格が値下がりし始めたが、値下がり幅は小さく、状況打破には至っていない。取扱量の増加要因もなく、現状改善の兆しは見えてこない（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷し、輸出量は全くない。今後も現状が続く予想である。
		通信業（経営者）	・東日本大震災時と同様、2～3か月ではまだ変化はないのではないかと（東京都）。
		通信業（広報担当）	・半導体不足が徐々に解消され、今月の回復の動きが当面続く（東京都）。
		不動産業（経営者）	・まん延防止等重点措置の解除後、飲食店の客入りはかなり戻りつつある。諸物価の高騰などの不安要素はあるものの、当テナントビルにもにぎわいが戻ってくるものとみている。

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
		不動産業（従業員）	・物価上昇等で工事費が上がってはいるが、2～3か月後であれば不動産販売価格に変化はないと考えている（東京都）。
		税理士	・米中、東南アジア等の景気に関して、新型コロナウイルスの影響は少なくなってきたが、やはりウクライナ情勢の影響による燃料費高騰、小麦等の食料の不足等により、悪い状態のまま変わらない（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）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率回復が見込めず、当社の受注量も変わらず低空飛行が続くであろう。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくこのままで推移していく。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・全体的な景気は少し良くなると思うが、広告や映像制作の分野では、まだ低迷状態が続く（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・今は急激に動き出しているのよって良くなっているが、しばらくすると落ち着いてくると思うので、現状を維持することはできない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・値上げのニュースが多く、財布のひもは固くなる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・仕入原価の値上がり分を提示すると受注に至らず、厳しい状況が目立っている。
		化学工業（総務担当）	・個人消費は拡大していくと思うが、価格改定により、より安価な他材料に切り替えられる心配がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今、仕事量が維持されているのは、取引先が受注回復に備えてストックを持つためなので、どこかで受注量が大幅に減ることが見込まれる。
		金融業（総務担当）	・まだ新型コロナウイルスの収束には程遠いことと、食品等の値上げが徐々に効いてきて、消費自体を下げてしまうのではないかと。在宅勤務はメリットがあるものの、残業代や飲み会の減少により、飲食業にとってはまだ厳しい状況が続く。今後もロシアのウクライナ侵攻の影響が出てくると思うので、先行きは余り良くない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス禍のなかでどのように変革していくかは、それぞれの会社の自助努力しかない。とにかく感染の収束を祈るのみである（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・円安と原油価格上昇の影響がある（東京都）。
		経営コンサルタント	・原材料高などで利益圧迫の様相が強い。
		経営コンサルタント	・材料、エネルギー価格がどこまで上昇するか、相当の危機感がある（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げができなければ、人件費の高騰で厳しくなってくる（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・少子高齢化や政情不安により悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・設備投資を控える企業が多くなり、案件もなくなってきた。
	×	建設業（営業担当）	・資材高騰及び資材納期末定の状況が継続しており、金額に大きく影響しているため、発注者が手控えの状態になっている。当面、改善の兆しもないと感じている。
	×	輸送業（経営者）	・受注量は増えない（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・銀行の統廃合により、近隣エリアで多くの銀行跡地が空いてきている。今後のオフィス料金に対して下げ圧力となるのではないかと（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（経理担当）	・現状の新型コロナウイルス感染状況であれば、引き続き回復傾向に向かう。ただし、回復傾向ではあるものの、新型コロナウイルス発生前の景気になるまでにはもう少し期間が必要である（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・空港関連企業の復活が加速してくると思うので、この先1年で求人が増えて、景気回復傾向になるのではないかと推測している。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き、外出や旅行など人の動きが活発になるに連れて、景気が上向いてきている。それに伴い求人数が増え、景気が良くなってきていることが感じられる（東京都）。
		職業安定所（職員）	・求人数は好調に推移しているが、原材料高、原油高によるインフレが顕在化しており、景気全体の動向としては大きく回復することはないのではないかと（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
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなってほしい（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・人材不足の状況がそのまま続きそうである。
		人材派遣会社（社員）	・海外情勢の影響により、原材料の高騰や部品調達の問題など、経営へのダメージが大きくなっている。価格転嫁できない企業の経営状況が急速に悪化しており、人員調整等の相談が増加してきている。全体として求人は増加傾向であるが、業界により格差が大きくなってきている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・派遣、委託請負業務に限らず、契約期間が長期化する傾向にある（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・特に大きく求人数を増やす要因はないが、現状と同程度の求人数は維持できるのではないかと予想している。
		人材派遣会社（支店長）	・官公庁から新型コロナウイルスワクチン、デジタル化、助成金関連などの受託業務があるため、当面の業績見通しは明るいだが、民間の人材需要が乏しく、見通しは不透明である（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・メーカーからのスタッフ、エンジニアのニーズは中長期的なものが多いことから、今後も開発のアクセルが踏まれることが予想される（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・連休は一時的に消費が増え、良くなってきていると思うが、景気には波もあるので夏頃はどうか。旅行や観光に行く人たちが増えてくれば上向き、求人も増えてくる。求人数は7～8月辺りに少し落ち着く傾向があるが、9月は多くなる時期でもあるので、夏にたくさん消費してもらい、9月に求人数が大きく上向きを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・注文の予約や計画の話と同じかそれ以上に倒産や廃業の話も多い。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で2.2%増加しており、前年比では1.5%の増加と、5か月連続で前年同月を上回っているものの、上げ幅は3か月連続で縮小している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・今年の就職内定率が前年を下回っている。重厚長大の企業が積極的に採用を復活するとは思えない（東京都）。
		民間職業紹介機関（経営者）	・確固とした改善要因はないが、諸状況は比較的安定しており、大きな変化は見当たらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスとロシアのウクライナ侵攻の影響により、景気が悪化している（東京都）。
		職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢等の影響で、資源や穀物価格の上昇が続くことが見込まれ、景気の先行きは楽観できない状況にある。
	×	求人情報誌制作会社（所長）	・回復につながるようなことが起きていない。

## 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)		高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まり傾向ではあるものの、社会活動が活発になる兆しが見えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・市内の企業関係が徐々に宴会を意識し始め、懇親会付きの宴会を開催し始めている。また、特に9～10月に向けて、100名規模の宴会予約が入っている。各企業とも新型コロナウイルス慣れし、この2年間我慢して3年目になって、皆が一気に動き始めたような気がする。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・最近の墓じまいでは、永代供養墓にお骨を移すのではなく、粉骨して自分のお墓にまいて、半年ほどして土にかえってから墓じまいをするという方法を採用する方が増えてきている。この流れはこれからも増えていくとみている。
		商店街（代表者）	・スポーツ用品店なので、クラブ活動等がないと、子供のユニフォーム等が売れない。各学校でクラブ活動がかなり復活してきたようなので、今後はもう少し良くなる。
		商店街（代表者）	・夏休みに向かって、このままのマインドが続けば、上向きになると思われる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・商材不足はしばらく続きそうだが、猛暑等が予測されるので、エアコン等の引き合いも増えてきている。
		百貨店（店長）	・新型コロナウイルスへの対応も以前と変わり、経済を動かす方向にかじを切っている。百貨店としてもインバウンドに期待できるのではないかと。ただし、格段に良くなるような勢いは感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・政府が「マスクの着用をしなくてよい」と公表したとの報道もある。人が交流して、人の流れが盛んになれば、景気も良くなる。
		スーパー（副店長）	・明確な理由は分からないが、新型コロナウイルスにも順応し、少しずつ普通の生活に戻りつつある。ただし、ガソリンを含め、電気代等の価格高騰が景気にどう影響するかは心配である。
		コンビニ（経営者）	・天候も段々良くなり、夏に向かって冷たい物など暑い時期の商材が売れてくるので、少しずつ販売金額が伸びてくる。新型コロナウイルスもやや落ち着いており、非常に良い傾向である。
		コンビニ（経営者）	・従業員の新型コロナウイルスに感染や、ウクライナ問題等、不安材料はあるものの、ゴールデンウィークも新型コロナウイルス前ほどではないが、前年よりは良かったので、このままやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・新しい客が増えることに期待をしている。リピーターになってもらえるように努力が大切である。今後の新型コロナウイルスの状況も、今までよりは普通の生活に戻っていくことで、客も増えるのではないかと。
		自動車備品販売店（従業員）	・原材料費等の高騰による物価上昇の懸念はあるものの、客の動きは増えつつある。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・今後は海外からのインバウンド需要の期待があるのでやや良くなるとしたが、同時に物価高もあるので、まだ3か月後は不透明である。
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィークや地元の大きなイベントも、新型コロナウイルスの新規感染者数には余り影響がなかったため、感染に気をつけながら、以前のような生活に戻していく流れになってきている。夜の人出も少しずつ戻ってくるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今月は個人客利用が非常に活況だったため、この先は落ち着いていくのではないかと。しかし、徐々に団体や法人利用の予約が入り、夏以降は増加傾向にあるので、個人利用が落ち着く頃には、法人の大人数での利用が見込まれ、良くなる方向へ進み、生産性が改善されていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年に比べ予約数が増えており、やや良くなる。
		観光名所（職員）	・一般客の伸びが堅調な上に、新聞社等のメディア系ツアー会社の催行率が高く、日々大型観光バスが多く見られるようになってきている。
		設計事務所（職員）	・実施設計に移る物件も増えてきて、担当配分の調整が必要になってきている。
		商店街（代表者）	・回復までには時間が必要である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節商材の動きが気になるところだが、商材調達に難しいなかでも、客に消費意欲を出させなければ厳しい状況になる。相変わらず商材の動きは良くない。
		一般小売店〔薬〕（経営者）	・現状、人の動きはある。ただし、急激な伸びは期待できない。
		百貨店（営業担当）	・物価高でなかなか消費マインドは上がらないかもしれないが、買物したいという気持ちはあると思うので、良くなるという現状維持である。
		衣料品専門店（経営者）	・リモートワーク、配置転換等で、スーツの不要な部署への異動があり、しばらくは元へ戻るとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス禍やウクライナ問題、物価高騰、特に、生活費にかかわるエネルギー関連価格が高騰しており、購買、消費に回らない状況が多くありすぎる。
		家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染対策の行動制限緩和等があるものの、物価上昇により景気が減速すると思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・不安定な国際情勢もあり、供給不足解消は長引くと思われる。しばらくは受注残からの納期遅れ対応に追われることになりそうである。
		一般レストラン（経営者）	・イベントの終了に伴う反動は否めない。ただし、当市独自の飲食店限定のプレミアム付き商品券販売の第3弾が7～12月まで予定されているため、極端な下落反動は抑えられそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・やっと、少しずついろいろなことが緩和されつつあり、若干、客の動きが良くなってきている。この先どうなるかわからないが、このまま行けば、少しでも良い方向に進んでいくのではないかと。
		観光型旅館（経営者）	・現状は、県民割などの需要喚起政策をしてもらって、新型コロナウイルス前の80%程度に回復している。県民割などは直前に決まるため、皆、その様子を注視しており、先の予約が動かない。
		旅行代理店（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染状況や世界の諸事情によっても、大きく左右される。円安や物価高等、先行き不透明な要因が多く、どこまで余暇等に支出をするかは疑問が残る。企業の旅行は、現状では自粛傾向が強く、当面は様子見が継続するとみている。プラス要因は少なく、現状と大きくは変わらない。
		タクシー運転手	・今月は前年比109%くらいで終わりそうである。それでも新型コロナウイルス前の令和元年5月と比べて73%である。ここ数か月の様子をみると、徐々にではあるが、良くなってきていると思うものの、新型コロナウイルス前に戻るには、3～4年掛かるのではないかと。
		通信会社（経営者）	・物価上昇が続いて節約志向が一層増していけば、通信費用は節約の対象になりやすいため、今後も状況は厳しい。
		通信会社（社員）	・市場全体が物価上昇傾向にあるなかで、通信費の節約等で他社からの乗換えの流れが出てくれば、上向き可能性がある。
		遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルスの影響は懸念されるが、感染対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス、ロシアとウクライナの戦争の影響が大きいので、何とも答えることができない。物不足、物価上昇だが、経済制裁という戦争中のため、耐えるしかないと考えている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・2～3か月で大きく変わることはないと思うが、いろいろな規制が緩和に向かえば、客の意識も変わり、客足が戻るかもしれない。ただし、新型コロナウイルス前までに戻るにはなかなか厳しい状況である。
		その他サービス[クリーニング]（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減り、原油価格も高騰している。何も業界にとって良いことが起きず、政府からの対応や応援もないので、クリーニング業界は大変厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・今後も売上は横ばいで、収益の悪化が予想される。
		スーパー（経営者）	・原価上昇分を徐々に売価に転嫁しているが、今後、家計が値上げに耐えられるかが心配である。
		コンビニ（経営者）	・ウクライナとロシアの情勢や物価高騰により、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・水道光熱費の高騰や物価上昇で、やや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・値上げの動きがソフトドリンクにも及んできている。暑くなってくれば、飲料は必要になると思うが、値上げの影響を受けて厳しい状態になってくる。
		乗用車販売店（経営者）	・車両販売は、納期が延び、予測ができない。
		一般レストラン（経営者）	・とにかく原材料費の値上がりがかつてはひどすぎる。7月頃からは輸入食材が高騰し、国内生産材料の値上がりも目に見えているので、消費は減る。
		ゴルフ場（経営者）	・最近の食材費、燃料費、電気料金等の原価に関する値上げが非常に厳しい。ただし、健康寿命に関する集客用企画案内等への反応は良く、年配のプレーヤーが非常に目立っている。
	x	スーパー（店長）	・物価上昇が最大の原因ではないが。
	x	スナック（経営者）	・悪くなると回答したが、本当に良くなる要素が一つもない。飲食店はこれからどうなるのか。皆の回答した調査結果資料を読んでも、本当に困った3年だと感じる。何か良い方法があったら、教えてほしい。
企業動向		金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需要が増大しているので、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	
関連 (甲信越)		食料品製造業（営業統括）	・業務関係からの受注が増加しつつある。しかし、物流経費及び資材関係のコストアップにより利益が圧迫され、収益は若干の伸びにとどまる見通しである。	
		食料品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きを見せているため、やや良くなる。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・県内の新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりのまま、半年となりそうである。感染レベルは下がらないが、Withコロナで、イベントや観光も感染対策を実施した上で開催し始めている。ロシアとウクライナ問題による世界情勢からの燃料価格高騰により経営は厳しいが、「各企業で何か動き出さなければいけない」という取引先の声は多く聞かれている。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品受注等は急に決まることが多く、先行きの見通しは不透明である。今後、海外からの観光客の戻りが幾らかでもあれば、主要な店舗販売等は期待が持てる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安の影響で原価が上がるものの、価格転嫁は追い付かない状況が続いている。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・来月から、段階的に海外観光客の入国受入れが始まる。といっても、中国からの観光客が来日するまでには時間が掛かることから、すぐに状況が変わることはない。	
		建設業（経営者）	・受注数はある程度期待できるが、人手不足や資材価格の高騰、納入の不安定化が心配である。	
		金融業（調査担当）	・製造業、非製造業の中小企業では、仕入価格上昇分の転嫁の動きは鈍く、企業間でも格差が広がることが予想される。	
		金融業（経営企画担当）	・今後もすぐに宿泊数が増加するとは考えられない。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・資材等の会社から6月、7月の値上げ連絡が入っている。値上げ分を客に転嫁できない状況が今後も続く。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況や関連する海外都市のロックダウン、ウクライナ情勢、円安等が要因となって様々な影響が出てきている。なかでも新電力小売事業撤退事業所の影響は、先行きが見えず、懸念している。	
		×	食料品製造業（製造担当）	・輸入原料自体が国内に到着しておらず、納期が2か月遅れになってきている。製造するのでも売のでも困難になっている。
		×	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。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	・当面の生産量が少ない上に、材料の値上げ要請も続いている。	
雇用 関連 (甲信越)		-	-	
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあり、経済が回り始めている。雇用情勢は持ち直しているため、やや良くなる。	
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染防止のための行動制限が緩和されたことにより、多方面での経済効果が期待される。	
		職業安定所（職員）	・物価高騰による生産活動への影響が懸念されるが、企業からの求人は増加傾向にあり、人手不足感がうかがえる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・秋まで何も変わらずにいくのではないかと。	
		職業安定所（職員）	・中国上海のロックダウンやウクライナ情勢の影響で、先行きが不透明なため、物価上昇がいつ収まるか分からない。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・採用は契約、派遣、パート等の採用は増加中だが、正社員は採用基準が高く、充足できていない会社が多い。先行き不安から慎重な姿勢がうかがえる。	
	×	-	-	

## 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）	・新型コロナウイルス感染防止に注力しながら、元気を出すことが大切である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・遅きに失した感はあるものの、一定数の外国人観光客を入国させるなど政府が経済を回そうという方向に動き出したことが大きい。

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
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として高い水準にあるが、これまで消費されなかった分の需要があり、今後の売上拡大に期待が持てる。インバウンドについても徐々に戻ることが想定され、売上の上積みにも寄与が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの規制緩和でますます来客が増えそうである。
		百貨店（業績管理担当）	・店の改装効果やイベントワクワク割のスタートにより、少しずつ客の購買意欲が高まると考えられる。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、規制も緩和されたため、少しずつ客が出てくると思う。
		商店街（代表者）	・夏休みの帰省時期は、人出が増加傾向になる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が収束して、旅行業界や航空業界も良くなると思う。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・行動制限が大分緩和されると思うので、足元のような状況ではなく、景気はやや上向いていくと思う。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・ゴールデンウィーク以降、大分人出が戻ってきたように感じる。外出の機会が増えたからか、服飾雑貨の動きも戻ってきている。
		百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィーク前から、特に百貨店の中心客である中高年層の消費者の動きが活発化し、ファッション関連商材も動き始めた感がある。ゴールデンウィーク後も、新型コロナウイルスの感染拡大は予測を下回っており、中間層にも動きが見えつつある。
		百貨店（経理担当）	・コロナ禍も落ち着きつつある。
		百貨店（営業担当）	・来客数は増加傾向にある。ただし、物価高に伴う景気減速やアフターコロナの新しい生活様式により、一気に回復していかない。
		百貨店（販売担当）	・このまま自粛などがなく夏休みに入ることができれば、売上は上がりそうである。
		百貨店（販売担当）	・今の状況が続けば、徐々に客足は戻ると感じる。しかし、新型コロナウイルス発生前のようにするには、まだ時間が掛かる。
		スーパー（販売担当）	・夏休みに入るため、より一層来客数が増えると思う。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響も懸念されるが、このままの状態を維持することが予測され、盛夏に向けて、売上、来客数共に緩やかながらも伸長していきそうな流れである。
		コンビニ（エリア担当）	・海外旅行者数も少しずつ増えて、国内の人流は回復していくと思われる。
		コンビニ（店員）	・夏に向けて、冷たい物を買いたい涼みに来る客が増えると思う。
		コンビニ（商品企画担当）	・夏季に向けての行楽シーズンの到来により、人の動きが活発になると想定する。
		衣料品専門店（店長）	・大口の注文が増えてきており、コロナ禍からの回復で今後も続くと思われる。
		衣料品専門店（売場担当）	・国内での規制緩和だけでなく、海外からの入国者の受入れも始まっている。今後、こうした規制緩和に伴う動きが活性化していくと消費も上向きになり、併せて景気も回復すると考えられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いてきたので、経済活動が活発になれば景気が少し良くなると思う。ただし、いろいろな物が値上がりしているため、マイナス要素もある。
		乗用車販売店（経営者）	・今後は新型車も発売されるので期待をしたい。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗などのリフォーム物件が増えている。ここ数年新型コロナウイルスで休止していた物件も動き始めており、将来的な見込みはある。ただし、建築資材の値上げで先々の見積りが出しにくくなっており、プレーキが掛かっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店長）	・このまま社会の新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進みマスクが外れていくと、化粧品や旅行用品の売上が加速すると思われる。
		高級レストラン（経営企画）	・コロナ禍で厳しい営業状況であった都心部において、企業等の動きが徐々に出てきている。6月以降のインバウンドにも期待している。
		都市型ホテル（営業担当）	・国内の飲食需要の回復に加え、インバウンドに期待する。

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
		旅行代理店（経営者）	・ 今後は経済回復にシフトしていくことを期待する。
		旅行代理店（経営者）	・ 新型コロナウイルスの感染対策が緩和されて2か月たつが、このまま収まった状態があと2～3か月続けば、良い方向に向かうと思う。
		旅行代理店（経営者）	・ 2年半の我慢から解き放たれ自由に移動できて宴会も多くなる。ただし、人口の減少は間違いなく、内需は復活しても、海外からのインバウンドが増えない限り生き残れない。
		旅行代理店（営業担当）	・ さすがに数か月後にはGo To Travelも実施されると思うので、ウィズコロナで団体旅行も増えていくと予想する。
		旅行代理店（営業担当）	・ 現在問合せを頂いている団体がそのまま実施に至ってくれば、多少は回復傾向にあると考えてもよい。
		テーマパーク（職員）	・ 学生団体、一般団体も戻りつつある。
		レジャーランド（職員）	・ 県民割がブロック割へと範囲拡大しており、集客促進の効果が期待できる。直近3年は夏に感染拡大しているが、ゴールデンウィークに引き続いて、行動制限のない夏になるようお願いしたい。
		テーマパーク（職員）	・ 今後新型コロナウイルスの感染が収束し、インバウンドも増えてくる可能性がある。
		その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・ 新型コロナウイルス収束によるマインドの上昇が、景気全体を上向きにさせる気がする。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・ 暑くなると入浴用品の需要が高まるため、販促活動を計画中である。
		住宅販売会社（従業員）	・ ポーナスの状況次第で、動きが変わるかもしれない。
		商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は、まだまだ思ったよりも減少していかないと思う。
		商店街（代表者）	・ ちょっとした要因で活気がしぼんでしまうので、正直、答えようがない。薄氷の上を歩いているようである。
		商店街（代表者）	・ 当業界としては、家で巣籠り生活をしてもらう方が販売量につながる傾向がある。外へ出掛けられると、他で散財されて当業界にまで回ってこない。
		商店街（代表者）	・ コロナ禍においても、客の動きは回復しているように感じるが、家電製品の品切れ状態や商品部材の値上げが余りに急で驚いている。商品が高くなりすぎて、買いたくても買えない状況が出てくると思われる。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・ 今は全世界的に経済のバランスが崩れている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・ 3か月後も今と変わらないと考える。足元で伸びている企業、産業は売上と収益に貢献してくれるが、大多数を占める中小企業は物価高によって4か月先も消費を控える。全体では変わらない状況だが、内訳は大多数のマイナスを、一部企業の売上によって賄っている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 消費者の飲食店の利用方法は新型コロナウイルス発生の前後で大きく様変わりしており、以前のようにもう戻らないという飲食店オーナーの声をよく聞く。複数の不動産業者からも、空き店舗に入る良いテナントがないかと相談される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 物価上昇はとどまるところを知らず、この状態が続くと家計にも響き、消費は落ち込むと思う。切り花の仕入価格もかなり上がっていて、厳しい状況にある。
		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）	・ 新型コロナウイルスの影響は段々と改善に向かっていると考えられるが、他の要因として、ウクライナ戦争、インフレや物価高などは先が読めない。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・ 例年どおりと思われる。
		百貨店（経理担当）	・ 新型コロナウイルスの感染リスクが後退して、レジャー、外食やイベントを中心とした関連のリベンジ消費が期待される一方、物価高が家計を圧迫することで、景気は足踏みすると考える。
		百貨店（計画担当）	・ コロナ禍の影響はあると思われるが、今のマインドが維持され、ある程度の需要は続いていくと思われる。
		スーパー（経営者）	・ 席数を減らしての営業では客足が戻っても変わらない。単価を上げることは容易ではなく回転数にも限りがあり、売上は頭打ちの状態である。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店員）	・うめの時期になるが、入荷量が少ないと聞いている。その影響がどこまで出るか。また、スイカの価格がどこまで下がるかによって売上が変わる。
		スーパー（販売担当）	・商品の値上げはまだまだ続く。
		スーパー（総務）	・食品メーカーでの値上げの報道もあり、買い控えて財布のひもが固くなると見込んでいたが、売上や来客数など来店状況には余り変化がないため、このままの状態で推移すると思う。
		コンビニ（店長）	・当店は、夜の繁華街のにぎわいととも売上が伸びる形ですと推移してきたが、今の状況では夜の人出でにぎわいが戻るようには思えないため、ずっとこのままの状態が続くと見込む。
		コンビニ（店長）	・業界全体としては必ずしも良い状況は期待できないが、個店としては、新体制のスタッフも機能し始め、淡々と落ち着いて営業できそうな見込みである。上昇はしないが、減少するような要素も当地では余りない。アプリ登録者・利用者の増加は、経営の下支えとなっている。
		コンビニ（商品開発担当）	・ウクライナ情勢と新型コロナウイルスに左右される環境は、短期的に変化がないと考える。
		コンビニ（本部管理担当）	・小売業界のみを考えた今後の見通しは、来客数の増加で増益をもたらす人動の活性化度合いと、経費を圧迫する各種商材の値上げ幅が指標となり、この2点が折り合うことが理想である。商材値上げのインパクトが想定を超えた場合、小売業界の先行きは不透明となる。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールではそれなりに売れるが、勢いで購入する人が少ない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・もう少し新型コロナウイルスの規制緩和が浸透して、常に人の動きが活発化してくれば、上向いてくると思う。今はまだそうっていないので、変わらない。
		家電量販店（店員）	・テレビや洗濯機の在庫状況が芳しくない。余り販売が伸びるようには思えない。
		乗用車販売店（経営者）	・部品不足や工場停止は回復の兆しもなく、その影響は長く続きそうな様相である。それに輪を掛けて、各種エネルギーの高騰や物価高が消費に悪影響を及ぼしそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・先行きに特に明るく魅力的な要素はないが、悲観する理由も特になく判断が難しいため、変わらないと思う。
		乗用車販売店（従業員）	・新車は売れるが、納期は最低半年で1年以上掛かる車が多数ある。1年以上先の車を販売しても、いつ登録納車ができるのか分からない状況である。上海のロックダウンで、更に伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	・ものづくりの世界では、課題解決にまだ1年は掛かると思われ、まだまだ悪い状態が続くと見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表されて、前年比120%ほどの来客数で店には新型コロナウイルス発生前の活気が戻りつつある。注文数も、前年を上回る数字になっている。ガソリン価格の高騰でより燃費の良い車や電気自動車話題になり、車の維持費を下げることに関心があるように見受けられる。軽自動車の売上比率の上昇もそのためとを感じる。ただし、生産遅れはやはり深刻で、今注文を頂いても納車は半年以上先で、ここしばらくは良くなるとは思えない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上は、前年比マイナス4.6%、前々年比マイナス13.0%である。来客数は、前年比マイナス9.8%、前々年比マイナス18.0%である。なお、当社は大手小売店をキーテナントとするショッピングセンターを運営しているが、前年度からリニューアル工事が進捗中で一部店舗がローテーションで休業しているため、単純な比較はできない。
		一般レストラン（経営者）	・いろいろな物品の値上げのため、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・ウクライナ問題と石油、ガス、電気、食材や原材料の価格高騰を受けて、これから先が良くなるとはとても思えない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・4月から売上ベースで6割を占める商材を約10%値上げした。5月は、数量ベースでは前年を下回ったものの、金額ベースでは前年と同程度となった。今回の値上げ分を販売価格に転嫁する取引先が多く、消費者に受け入れられるかは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（支配人）	・県民割などにより、個人の予約数が増えつつある。修学旅行も再開され、宿泊人数の増加が期待できる。一方、レストランはなぜか来客数の伸びが今一つで、一般宴会の予約状況も4割程度にとどまっており、全社的には厳しさが続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から変わらないと見込む。
		都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が収束して平常に戻ると思う。
		旅行代理店（経営者）	・当地域ではこの夏の国際線リゾート路線の運航がまだ未定である。もし夏の需要が国内旅行だけになると利益が見込めず、やはり厳しい状況が続く。国内旅行を自分で手配したりマイルージのポイントで旅行する客も多く、ホテル単体の予約はネットの予約サイトに負けてしまう。さらに、ブロック割で直接ホテルに予約をされると、他県に支店がない個人旅行会社は、もはや県内旅行だけの取扱となってしまふ。移動の多い夏休みには、県民割を中止してほしい。また、電子マネーは使いにくいので現金割引とするなど県民割の方法を統一すべきである。海外旅行では、帰国前PCR検査をワクチン接種者は免除してくれたらハネムーン需要が増えて、仕事にもつながると思う。
		タクシー運転手	・3か月先にはまた暑い時期となり、期待半分の複雑な心境である。明るいニュースとしては、6月頃より海外からの観光客受入れが少しずつ始まる。悪いニュースは、ガソリン価格、ガス代、食品などの値上げで毎月の出費がこれまで以上に増えるので、特に高齢者のことを心配している。
		通信会社（営業担当）	・工事の長期化は当面続きそうである。
		通信会社（営業担当）	・半導体不足の影響はより身近な商品にも及んできており、機器の一時出荷停止などによって販売量が減少している。2～3か月では解消に向かうのは難しいと思われる。
		観光名所（案内係）	・少なくとも新型コロナウイルスの感染が収束に向かっている状態は喜ばしいと思う。ただし、ウクライナ問題や続々と商品の値上げが続くことから、余り大きな期待はできない。
		ゴルフ場（支配人）	・7月以降の入場者予約数は順調で、各ゴルフ場共に前年同日の予約数を大きく上回っている。前年もそこそこの入場者があったので、今後も、このままの良い方向で期待できると見込む。
		美顔美容室（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスを警戒している人がいるため、新型コロナウイルス発生前の状況には至らない。
		住宅販売会社（従業員）	・しばらく横ばいが続くと思われる。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今のところ見積り等の引き合いもほとんどない状態である。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期の間にもどれだけ準備できるかが課題であるが、新型コロナウイルスの感染状況がこのまま落ち着けば期待が持てる。
		百貨店（売場主任）	・平日の来客数は減っている。客の様子は、買うというよりも売場を一周見て回るという人が多い。接客時間も長く、一足ではなく何足か履き試しをして、購入する客もいれば、検討すると言って帰る客もいる。メーカーも余り在庫を持っていないため、他店からの取り寄せで回しているがなかなか納品も厳しく、商品の値上げもあって、厳しい状態がずっと続いている。
		スーパー（店長）	・世界情勢の不安、原料価格の高騰や末端商品売価の値上げ、新型コロナウイルスのリスク減少に伴う在宅率の下降により、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・原料の価格高騰により様々な物の値上げが相次いでおり、買い控えによる買上点数が減少している。この状態はしばらく続くと思われる。
		スーパー（店員）	・6～7月にも値上げの要請があり、更なる販売数の減少が見込まれる。
		スーパー（営業企画）	・燃料費を始め各種原料費の値上げが今後本格化することが予想される。内食需要は高まるものの、消費支出は抑制されられると思われる。

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（支店長）	・新型コロナウイルス及びウクライナ紛争の影響により、ことごとく値上げされている状況下で個人の収入が増えることはなく、ますます消費が厳しくなると思われる。新型コロナウイルスに関しては少し明るい見込みがあるものの、特にアパレル関係の購買に関しては、まだ上向き兆しはない。この状況が当たり前の世の中になりつつある。
		コンビニ（企画担当）	・人の動きはより活発になっていくと思われるが、今後商品の値上げが予定されており、物価の上昇による影響が心配である。
		コンビニ（店長）	・物価の上昇が著しい。6月に多くの商品が値上げとなる一方で、人件費削減を図る企業が多く給料は増えないため、段々と景気は悪化していくと思われる。
		家電量販店（営業担当）	・物価の上昇及び円安の影響により、やや悪くなる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・まん延防止等重点措置の解除でこれまで控えられていた旅行や外食は復活し始めるだろうが、逆に今まで恩恵を受けていた家電業界に回る金が減る。上海のロックダウンの影響で売れ筋商品の納期が分からないのも、不安材料である。
		乗用車販売店（経営者）	・半導体不足からくる新車の供給状況は、ウクライナ問題などによりここ数か月でますます悪化している。メーカーでは今後最低1年は改善しないと予想しているようである。
		乗用車販売店（従業員）	・客の財布のひもがますます固くなると見込まれる状況で、希望する車両の納期がはっきりせず待ち時間が必要になれば、よほど定期的に車両購入が必要な客か、若しくは事故等でどうしても買換えが必要な客といった限られた客層になってくる。運転中の快適さが増すような装備が増えないと、一般客へのアピールは弱いと思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・この先もしばらくは納車状況は変わらないか、更に納期が延びる恐れも出てきており、見通しが立たなくなってきた。いずれは商品が入ってくることを前提に受注を取っていくしかないが、目安の入荷時期は目安でしかなく、客には相当余裕を持って案内しなければならない。
		その他専門店【貴金属】（経営者）	・輸入状況と円安の影響で、メジャーブランド品、素材としての金地金やダイヤモンドが更に高騰する見通しである。真珠も国内養殖市場が厳しいようで、価格高騰が見込まれている。貴金属品は全般的に値上げせざるを得なくなりそうである。その結果、買い控えが発生すると思われる。
		一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上がりやウクライナ侵略の影響で、例年と比べやはり売上は下がると思われる。
		一般レストラン（従業員）	・物価の上昇が家計を圧迫する。
		その他飲食【仕出し】（経営者）	・物価の上昇は広範囲にわたるため、買い控えが進む。
		観光型ホテル（経営者）	・7～8月も県民割などが継続していれば今の状態が続くと思うが、継続するかどうかは全く不透明である。県民割などがなければ、やや悪くなる。施策の有無が、良くなるか悪くなるかの大きなポイントになる。
		都市型ホテル（総支配人）	・食材、清掃、リネン、アメニティーなど全ての取引業者がここぞとばかりに10～40%の値上げを告知し、交渉の余地なく実施してくる。このような環境は、過去に体験したことがない。国内出張の宿泊客が当ホテルの主要客であるが、出張手当の引上げは期待できず、厳しい競争のため価格には転嫁しづらい。レストランのディナーや宴会は、大手企業を中心にいまだ会食が禁止されており、受注に苦戦している。
		旅行代理店（経営者）	・観光需要喚起策が県民割からGo To Travelに移行されたときの客の反応が読めない。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているものの、原油高、半導体不足などマイナス要因の先行きは見通せず、閉塞感が続くと思う。
		通信会社（サービス担当）	・ほとんどの家庭で既に光回線が導入されているため、今後はより安い会社への乗換え客で実際の新規客はほぼいなくなる。料金体系の見直しや新しいサービスの提供等で既存客を引き止めていかないと、テレビサービスの強い他社等に客が流れてしまうと思われる。
		パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が一巡したあとも来客数は漸減したままである。業界全体で同じ動きと思われる。

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
		理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がっていきため、景気は悪くなると思う。
		美容室（経営者）	・2～3か月後は夏になるが、車を運転できる客が少なくなっているため、客の出足は悪くなると思う。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの治療薬ができれば良くなると思うが、できない限りはまだまだであると思う。
		美容室（経営者）	・少しずつ新型コロナウイルスの影響はなくなっているが、物価上昇など別の要因で、景気が悪くなっていくと思う。
		設計事務所（職員）	・政府のスタンスとして、景気対策の優先度は低いように思われる。景気回復は余り期待できない。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・客のリフォームしたい意欲は少しずつ高まっているが、3か月先に建築資材が下がる保障もなく、まだまだ厳しい。景気回復も進まず、油断のできない状態である。
	×	商店街（代表者）	・全ての仕入れ品目で値上がりしている。ロシアが戦争を続ける限り、まだまだ景気は悪化しそうである。
	×	スーパー（店長）	・国内全体で特殊なインフレ状況に陥る可能性がある。物価は上がるが賃金は上がらず、安物買いの状況となる恐れがある。
	×	スーパー（販売担当）	・輸入食品の停滞が更に深刻化し、中国製の工業製品や市町村の指定ゴミ袋にも供給不安もあり、客の需要に対応できないことも予想される。コロナ禍で落ち込んだ商品の回復力も弱く、厳しい状況になりそうである。
	×	コンビニ（店長）	・次々に食品の仕入価格が上がっていて、価格改定が追い付かない。配送経費の増大のため、納品回数も減っている。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足の影響で車がほとんど生産されていない状況となっている。ショールームにも展示用の車が半分以下しか置けない状態である。
	×	タクシー運転手	・石油価格の高騰や円安に十分対応できていないので、景気は悪くなるしかない。
×	設計事務所（経営者）	・新しい案件が現時点でないと、おのずとしばらくは暇な日々を過ごすことになる。	
×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がまだ続いている。広告を出しても、客の動きは余りなく反応は悪い。	
×	住宅販売会社（従業員）	・なぜか資材高騰にかこつけて工賃も上がってきている。大工の手間を習得しようと思う若者も少なく、手配が大変になってきた。	
企業 動向 関連 (東海)		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のメーカーがそろそろ設備投資を始めるということから、ある程度の販売台数が出るのではないかと期待を込めて、やや良くなると思っている。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外からの部品や半導体の供給なども、今よりは改善されると思われ、完成車メーカーの生産も増えていくと考えられる。
		建設業（役員）	・在庫物件にはお買い得感があり、販売しやすくなるのではないかと。しかし、その後は価格が高騰した新規物件が出てくるので、買い控えとなる可能性がある。建設工事では、受注はまだあるが、資材高騰による減益が懸念される。
		輸送業（従業員）	・この2年間コロナ禍で中止になっていた引き合いで、4月以降次々と話が出ている。このまま次の新型コロナウイルス感染拡大が起きないことを祈りたい。
		通信業（総務担当）	・足元の新型コロナウイルスの感染状況であれば、もっと人流が活発になって国内消費が増えるため、やや良くなると思う。
		通信業（法人営業担当）	・長く続いたコロナ禍だったが、日常を取り戻す動きが加速している。学校でも体育時間にはマスクを外し、自転車に乗る大人もマスクを外す人が多くなった。日常の行動が変わることから、心理的にも新型コロナウイルスから解放されて、消費行動も元に戻るようになるのではないかと考えている。
		金融業（従業員）	・足元では比較的新型コロナウイルスの感染が落ち着いているため、旅行に出掛けたり飲食店も長い時間営業ができるようになってきている。将来についても、旅行の予定を立てているとよく耳にするので、景気は戻ってきておりこれから良くなると思う。
		不動産業（経営者）	・海外事情を考慮した国内不動産への回帰の兆しがある。
		広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少と、4回目のワクチン接種が開始されたこともあり、今まで中止されていた夏開催の企画等も再開され始めている。

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
		会計事務所（職員）	・夏休みに向かって出掛ける機会が増えると思う。私自身も友人との旅行を計画している。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・いろいろな問題が少しずつ解消されてきて生産は回復すると思う。抑えていた設備投資も国内向けで増加し、当社の新製品も大きく評価されると思う。
		食料品製造業（経営企画担当）	・食品を中心に値上げの事例が後を絶たず、人流が増える反面、家庭内消費の勢いは大幅に減速する可能性がある。
		食料品製造業（営業担当）	・受注量は前年に比して減少が続いている。回復の兆しがみえない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気は余り良くないが、2～3か月先も、原材料高、原油高、物価高、ウクライナ問題、新型コロナウイルス感染症等には余り改善が見込めず、景気はこのままやや悪い状況が続くと思われる。
		化学工業（総務秘書）	・アフターコロナの外出や買物を楽しむ日々がしばらく続く。賃上げを行う企業が多く、景況感良好で消費を支えることにつながる。物価の急激な上昇は不安材料だが、今のところ容認できる範囲である。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、変わらない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円安で設備を売りやすい状況だが、輸送費と部材費が高騰しているため、利益の確保が難しい。部材が入らないので設備の製造が遅れており、輸送も混んでいて予定が立てられないため、受注に至らない案件も出ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化の見込める要素が少ない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ロシアのウクライナ侵攻もあり、不安感、停滞感が漂っている。コロナ禍が落ち着いたところで、思い切った経済政策を行わないと、当分日本経済は浮上できなくなるのではないが。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ロシアの戦争が終わっているいろいろな物の価格が少しでも下がり始めたら、多少景気は上向くと思うが、しばらくはこのままだと思う。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの収束がはっきりしないと、景気のことからは分からない。内閣では対策を考えているようだが、これからはウイズコロナの方向で進まなければ、どうにもならない気がする。
		輸送業（経営者）	・軽油の高止まり、ドライバー不足によるコストアップは当面収まらないと思われる。また、値上げによる消費財の荷動きの悪化が懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・移動やマスクの制限が緩和するとEC市場は一時よりは減少するが、人が動けば荷物の量も増えていく。
		不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数が減少する傾向がしばらく続くと思われる。外出や遠出する人の増加傾向は当面継続すると見込まれる。今後も売上は徐々に回復していき、前年を上回る状況は継続していくと予測している。
		不動産業（開発担当）	・引き続き様々な値上げが控えているため、良くなるという見込みが立たない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新規感染者数は少ないが、折込広告の受注が全く増えない。
		公認会計士	・中小企業を取り巻く環境に大きな変化は予想されない。政府の中小企業施策は薄く広くの総花的であり、また、本当のニーズに対する内容になっていない。
		化学工業（営業担当）	・プラスチック原料が値上げとなり、更なる収益ひっ迫の可能性はある。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・中国でのロックダウンの影響から、ほとんどの原料や部品に供給不安をかかえている。通常よりも在庫を多くせざるを得ないが、それでも原料等の不足により生産調整を余儀なくされる可能性がある。取引先でも生産調整を始めているところがあり、じわじわと影響が拡大する。
		金属製品製造業（従業員）	・特にステンレス材のかつてない高騰を目の前にしながらも、取決め価格への上乗せは厳しく、仕事量も確保しなければならず、ジレンマだらけである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社でも3割近く値上げをしているため、その分物価が上がり消費が落ち込むのではないかと思う。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・運輸関係、素材関係の入手が難しく、更に悪化するような内容の情報が多い。

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
		輸送業（エリア担当）	・取引業者からは先行きの原材料の価格高騰をうかがわせる発言があり、資材や工賃の値上げが示唆されている。ウクライナ問題に起因する世界的なエネルギーの欠乏感が反映されて、いろいろなものに波及していくのではないかと考えると、先行きは落ち込むと見込む。
		通信業（法人営業担当）	・世界各地で様々な大きな課題がある。半導体の輸入停滞など我が国でも非常に厳しく、海外ではもっと厳しい国がたくさんある。ロシア・ウクライナの戦争の影響がかなり大きく、世界全体の景気自体も減速していくのではないかと心配している。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数等と関係なく、日常生活は変わっていないように思う。物価の上昇により、人々の生活は打撃を受けていると感じる。
		金融業（企画担当）	・一般管理費の増加が見込まれるなかで価格転嫁も難しい。利益が減ることにより給与等の増加も難しく、個人消費への影響があると思われる。景気はやや悪くなると見込まれる。
		会計事務所（職員）	・客先業界では、販売量、受注件数は新型コロナウイルス発生前に戻ってきているが、仕入価格全般が値上がりしているため利益率が下がっている。価格転嫁も簡単ではなく、今後も材料費は高くなっていくと予想されるため、状況は悪化するとと思われる。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・材料費の値上げで利益が落ち込んでおり、値上げせざるを得ない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・収入が増えないのに物価が上昇している状況や新型コロナウイルスの感染状況などを考えると、景気はもっと悪くなり個人消費も減っていくと思われる。周囲をみても良い話は全くないため、景気は下がっていく。
	×	鉄鋼業（経営者）	・大手鉄鋼メーカーの中小零細向け店売り価格は値上げばかりが続き、大手客向けとの値段差が広がる一方である。このままでは、中小ものづくり企業の大半が仕事を続けられない状況になる。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いは減少しており、この先は販売数量の減少と材料価格の高騰による利益の減少が見込まれる。
雇用 関連 (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・夏季に向けて求人数が増加しそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・全体としての求人数は増加傾向にあり回復局面ではあるが、回復ペースは業種や企業による2極化が徐々に広がっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・年間で2番目に人材ニーズが高まる半期替わりに向けて、派遣募集が増え始める時期となる。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月採用者の教育や受入先での業務開始により、各部署での人員構成の問題点が出てくる時期である。それに合わせて派遣人材の活用が活発化すると考えている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加傾向にあり、新規求職者数も減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は一部の職種を除き全体的に伸びてきている。新型コロナウイルスの感染対策も徐々に緩和されるなか、外国人観光客の入国を6月から再開するなど地域経済の活性化が見込まれ、サービス業を中心に求人の回復が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善に向かっており、緩やかな回復が続くと思われる。ただし、第7波の可能性や円安、ウクライナ情勢を始めとする国際情勢の不安定化に伴う物価上昇等、景気や雇用に対する不安定要素は引き続き懸念されているため、今後の動向には注意が必要と思われる。
		人材派遣会社（経営企画）	・特に材料はない。
		人材派遣業（営業担当）	・現状からの回復にはまだ時間が必要である。劇的な景気回復は期待できない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・今後も供給部品・半導体不足が継続的に続き、工場稼働停止が懸念される。また、地元で起きた工業用水の施設損壊の影響も懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ危機の長期化、円安、部品調達の停滞や働き手確保の苦戦など景気が上向き要素が見当たらない。今後は今の厳しい状況のままか、あるいはもう一段の悪化を予想する。

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
		職業安定所（所長）	・新型コロナウイルスの感染状況が高止まりであることや原油・資材の高騰、ウクライナ情勢など不透明な要素が多い。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向にあるが、半導体不足や中国でのロックダウンによる部品不足、電気代の高騰などにより、今後の景気の動向に影響が出てくる可能性がある。
		職業安定所（職員）	・当面は原油高、物価高などの影響を受け、景気は現状と変わらないと思われる。求人数は増加する一方で、求職者数は減少又は横ばいの傾向が続いている。在職中の求職者も多いと感じることから、転職には慎重になっていると思われる。60歳以上の高齢層の求職者数は、増加傾向といえる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今期の業績予測を見据えた上で採用に慎重な姿勢となる企業がでてくる可能性もあるが、現状では変化はみられない。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・新型コロナウイルス感染の収束とまではいかなくても少しずつ日常が戻りつつあるため、派遣での求人需要は一定数変わらずにあるなかで、本格的に正社員への就活を開始する人も多くなる。企業にとっても、直接雇用のチャンスの時期になると予想する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年までは複数回実施されていた採用試験が、今年は特定日に随時開催といったケースが増えている。採用人数の調整若しくは厳格化が見受けられる状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	・生活必需品などの値上げが相次いでいる一方で、賃金は上がらない風潮が強まっている。
		人材派遣会社（企画統括）	・エネルギーや原材料の値上げが波及して、様々な物価上昇につながっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ情勢による原油高や円安など、先行きには不安要素が強い。
		職業安定所（職員）	・物価の上昇等により、個人消費が伸びないと思われる。
	x	-	-

#### 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）	・スポーツやイベントなど、旅行会社から団体予約の問合せや予約受注が増えている。また、県民割などを延長しているが、夏のトップシーズンに向けて個人の予約に対する継続的な需要喚起策を期待している。
(北陸)		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症による自粛生活が続くとみていたが、意外に多くの人が出歩き始めている。その一方で株価が低迷しているため、高額品の売上回復まではまだ時間が掛かると考える。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・コロナ禍ではあるが、規制緩和によって人の動きが出てくることを期待している。
		スーパー（総務担当）	・現状のままウィズコロナの対応を続けられれば、少しずつ回復傾向で推移していくと考える。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらないという前提ではあるが、来客数の回復が続くと見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・予断を許さないが、世の中の経済活動が徐々に再開してきており、少し期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・スピードは鈍化しているが、徐々に良くなっていくとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク前からの行動抑制のない状況が今後も一定期間継続され、夏休みやお盆の時期の消費者の行動範囲が広がるようであれば、来客数と売上は力強く回復すると見込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が、ようやく少し薄らいできた感じがする。宿泊部門は個人客やビジネス客の予約が増えてきたが、団体客の予約はまだ少ない。個人客の予約増加については、県民割などの効果が大きい。レストラン部門も徐々に来客数が増えてきているが、宴会部門は密を避けるため、引き続き企業の利用は少ない。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドの制限緩和が発表になり、更に客の警戒心もなくなってくれば、旅行需要は上向きになると考える。
		タクシー運転手	・週末には夜の繁華街に人が出ているようである。
		テーマパーク（役員）	・現在実施されている県民割が、ブロック割や新しいGo To Travelの再開につながれば、来客数も更に回復すると期待している。

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
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の濃厚接触者の休業期間が短縮され、新規感染者数も全国的に減少傾向にあることから、今後は消費行動が活発化するとみている。
		商店街（代表者）	・駅前新しい商業施設が好調である。その波及効果は、デパートではみられるとのことだが、当商店街では感じられない。全体で良くなればよいが、売上のパイが大きくならないなかで、以前に郊外でショッピングセンターができたときと同じ状態になっては意味がないと考える。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・外食が活発になり内食が弱くなっているため、生鮮三品については買上点数が減少すると見込んでいる。この先2～3か月後もこの状態を見込んでいるが、仕入価格が高騰しており経費等が厳しい状態になってきている。
		百貨店（売場主任）	・外国人観光客の受入れ再開で、円安によるインバウンド需要に期待が高まるが、その反面、外国人が増えることで新型コロナウイルスの新規感染者数の急増が心配である。
		百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響による消費低迷は、少し収束してきたと考える。しかし、食関連以外の旅行需要などはまだ少ない状況である。県や市が実施する消費喚起策が間もなく終了とのことだが、施策の有無が客の動向を左右しており、小売店としてはプラス要素になるため継続してほしい。また、当店の取扱品を含めて商品価格が高騰しており、ぜいたく品なども大幅値上げとなっていることから購入をちゅうちょする場面がある。当面は増減しながら、現状維持で推移するとみている。
		スーパー（統括）	・新型コロナウイルス感染症の終息の見通しは不透明ではあるが、一部で社会活動が正常化する動きがみられ、徐々に景気が回復していくことを期待している。その一方でウクライナ情勢等の政情不安の影響により、原材料価格の更なる上昇や金融資本市場の変動、原油や天然ガス、穀物、半導体等の供給面での制約による製品への価格転嫁や商品の値上げ等、依然として先行きは不透明な状況である。スーパーマーケット業界では、コロナ禍によるライフスタイルの変化に加え、消費者の節約志向、業種業態を超えた競争の激化、働き方の変化、電気料金や物流費等の高止まりなど、厳しい経営環境が続くことが見込まれる。
		コンビニ（店長）	・商品価格の上昇から1人当たりの購入金額が増えたことが影響して売上は好調に推移している。買上単価は50円近く増加しているが、来客数は以前と変化していないので、この状況で景気が良くなったとは考えられない。今後は過度な商品の値上がりから来客数が減少するのではないかと危惧している。
		コンビニ（店舗管理）	・コロナ禍が明けても、消費行動はもはや変わらないと考える。
		家電量販店（店長）	・必要な商品だけの購入になりそうである。
		家電量販店（店長）	・天候等の影響で需要が伸びる兆しはあるが、各メーカーの在庫状況は良くなる様子が見えず、景気の改善にはつながらないと考えている。
		家電量販店（本部）	・長期予報では気温が高くなるとの予報が出ており、エアコン等の販売に期待したい。しかし、在庫状況に不安があるため、景気回復は難しいと考える。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーからの新車入荷が改善しない状況では、販売量が増加するとは考えられない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・ウクライナ情勢や円安などの要因で各種値上げが起こっている反面、所得は増加せず、景気が良くなる要素がみられない。最悪の状態にならないでほしいと願っている。
		高級レストラン（スタッフ）	・県民割や、金額が20%プラスされた自治体の飲食店応援食事券の発行期間中は、集客の後押しをしてくれるものと見込んでいる。
		一般レストラン（統括）	・今後は新型コロナウイルス感染症よりも、ロシアのウクライナ侵攻継続による原材料や食料の不足に起因する値上げで、消費マインドが低下し、消費や外出が若干控え気味になるというリスクを見込んでいるため、現状維持で推移すると考える。
		スナック（経営者）	・非常に大きく変化する国内外の状況により、生活に対する守りの姿勢が強くなっていくと考える。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（スタッフ）	・予約の状況を新型コロナウイルス発生前と比較すると、大都市からの予約は50%、地元からの予約は180%で、大都市からの予約がまだ回復しておらず、県民割や近隣県のブロック割でつないでいる状況である。Go To Travelの再開が、早く実現することを期待している。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が連日500人前後で推移し、なかなか減少しないため、コロナ禍の前の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうだと考える。
		通信会社（職員）	・原材料価格だけでなく、手数料関連のコストも原価を押し上げてきているが、販売価格への転嫁が困難であり、収益減少は必至である。
		通信会社（営業担当）	・2～3か月後はボーナス商戦の時期に入るが、大きな変化を感じさせるような要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・当面は販売数の上下がない状態が続くと考える。
		通信会社（役員）	・通信、放送サービス共に契約者数は、引き続き今月と同程度で推移すると見込んでいる。
		通信会社（役員）	・半導体不足、ロシアのウクライナ軍事侵攻に終息の兆しが見えない。
		住宅販売会社（従業員）	・木材や資材などの価格が安定しない限り、客の動向が変化することは難しい。そのため、景気の回復は厳しいと考える。
		商店街（代表者）	・6月からの商品値上げの話を多くの業種から聞いている。生活必需品に回す金が増えるため、衣料品や外食、レジャー関連への影響は必至である。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・原油価格の上昇や、生活関連品全般の値上がりは今後も続くため、景気の悪さはしばらく続くともみている。
		百貨店（販売促進担当）	・食品や生活関連品など生活必需品の値上げの影響が大ききく、婦人、紳士アパレル、化粧品といった部門で、購入品をワンランク下げたり我慢したりするなど、価格を意識した動きが出てきている。
		スーパー（店長）	・政府の誘導により新型コロナウイルスへの警戒感が一層薄れて外食産業が活性化すれば、スーパーマーケット業界は厳しい状況となる。加えて6月から一般食料品の値上げが進めば、買上点数が減少するとみている。値上げによる単価の上昇で全体の売上は前年並みを見込めるが、来客数や買上点数などの内容は悪くなる。
		スーパー（仕入担当）	・値上げの影響による来客数の減少は、今後も続くと思込んでいる。
		スーパー（店舗管理）	・食料品だけではなく、商品を作るための資材も含めて今後の値上げは確実で、売価に反映せざるを得ない。商品によっては節約志向のため、消費者の買い回りに更に拍車がかかると見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇は、この先もまだ続くと考ええる。
		乗用車販売店（従業員）	・納期の長期化や部品供給の遅延等、不安な状況が続くと考える。
		乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス対策における政策が緩和傾向になり人の移動も活発化しているが、物価高などに対する生活防衛で、今後は購買意欲が減少していくと思込んでいる。
		自動車備品販売店（役員）	・住宅建設の増加や雇用の回復など明るい兆しはあるが、海外の新型コロナウイルス感染症による影響やウクライナ情勢、原材料価格の上昇、円安等の直近の危機をあおる報道から、消費に対しては慎重になると考える。
		一般レストラン（店長）	・旅館休業などの影響があるのか、予約の入り方も悪くなっている。
		パチンコ店（経理）	・ウクライナ情勢の影響などによる諸物価の上昇で、より景気が悪くなる。
		競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、飲食や旅行等の行楽が再開されたときに、現在の売上が維持できるか不明である。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・コロナ禍の生活に慣れてきているが、新規感染者数は高止まり状態で客の気持ちは前向きになっておらず、新規入会者の獲得は厳しい。また、ウクライナ状況による影響も含めて、全ての経費増加が追い打ちを掛けてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・住宅価格の高止まりが顕著になっている。今後世界的にインフレ抑制のため金利の上昇傾向が進めば、我が国もいやおうなしに金利が上昇傾向になると考える。そのときは近づいてきており、それまでにできるだけ受注して乗り越えられるよう取り組みたい。
	×	住関連専門店（役員）	・今年のゴールデンウィークは3年ぶりに新型コロナウイルス感染症対策による規制がなく、人もよく動き、完全に外食や旅行に消費意識が向いている。この意識は恐らく今年の夏休みも継続するため、それまでは節約志向がより強まると考える。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ウクライナ情勢や材料価格の高騰、不確定な納品時期など、悪影響の要因が多い。この先の状況は読みにくいが、良くなる要因がない。
	×	住宅販売会社（営業）	・ウッドショックの継続やインフレの加速、円安、エネルギー価格の高騰といった要因が重なり、建築費用の高騰が止まらない。客にもこれらの認知が広がっていることから、単価の安い建売系の住宅へのシフトを強く懸念している。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		一般機械器具製造業（総務担当）	・中国のロックダウン等コロナ禍による懸念はあるが、輸出は好調であり、良い方向に向かっていくと考える。
		精密機械器具製造業（財務担当）	・受注状況が改善している取引先が徐々に増加している。
		建設業（経営者）	・国土強靱化は絶対にやらなければいけない施策であり、財務省の削減方針はあるが、国土交通省は必要な工事を発注してくれると考える。
		不動産業（経営者）	・6～7月に向けて、個人客からの問合せやハウスメーカーからの話が多くきており、動きが出てくるとみている。
		司法書士	・各種法人の定時総会で、積極的な事業展開を内容とする事業計画予算が多くなっている。
		税理士（所長）	・中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策も、いつまでも続くとは考えられず、物流についてもこの先は少しずつ良くなると考える。そのためコロナ禍明けの経済は必ず盛り上がりが見込んでおり、期待したい。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスによる供給制約に加え、ウクライナ情勢の混迷により食料品や日用品等の商品の値上げが相次いでおり、個人消費は当面本格的に回復しないと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、変わらないと見込んでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症による上海のロックダウンの影響が長引いていることで、好調であったオートバイ用部品の受注が、オートバイメーカーの部品調達の遅れによる生産調整により、停滞する可能性が高くなっている。コスト面では鋼材等の値上げが止まらないことから、価格転嫁が追い付かない状況が続くと考える。
		輸送業（管理会計担当）	・原油高は今後も続く見通しであり、更に人材不足もあいまって、当面は厳しい状況が続くと考えている。
		通信業（営業）	・一定の設備投資などは期待できるが、抜本的な補助金対策がなければ中小企業からの受注を期待できる材料は乏しく、現状程度の受注量になると見込んでいる。
		金融業（融資担当）	・売上は引き続き改善する見通しであるが、資源価格の高騰を背景とする経費増加が本格的に業況に影響を与えると考える。
		金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が解除され、外食や観光業の需要は回復傾向にある。一方で円安の進行や原材料価格の高騰は、利益を圧迫する要因となっている。上海のロックダウンやウクライナ情勢の長期化により、供給面での制約が顕在化しており動向を注視していく必要がある。
		食料品製造業（経営企画）	・国際情勢の悪化による輸入原材料のコストアップや慢性的な労働力不足など、マイナスの要因しか見当たらず、売上は何とか確保できたとしても、経営は更に厳しくなるとみている。
		繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰が長期化することを懸念している。
		化学工業（総務担当）	・今後の受注量については、減少傾向である。
	建設業（役員）	・資材価格の高騰が収まる見通しが立たず、先行きの不透明感が依然として続いている。	
	×	輸送業（役員）	・世界情勢の緊迫化が影響すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連  (北陸)		人材派遣会社(社員)	・求人と求職者がマッチングすることで就労者が増加し、必然的に経済も上昇すると考える。
		職業安定所(職員)	・求人数は前年と比べて増加が続いている。特に製造業の求人数が増加している。
		民間職業紹介機関(経営者)	・新卒学生の就職率は高くなっている。中途採用に関してはマッチングが厳しく採用率は低下しているが、景気が上向きになれば改善されると考える。
		人材派遣会社(役員)	・ロシアのウクライナ侵攻の状況が、すぐに好転するか不透明である。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求人数に大きな変化はないと見込んでいる。
		新聞社[求人広告](担当者)	・ウクライナ侵攻を背景に各種の原材料価格や輸送費の高騰が続いている。生活に直結したガソリン価格や食料品の値上がりも落ち着く気配がなく、当面この状況は好転しないと考える。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスによる影響は落ち着いてきているが、生活必需品等における値上げのニュースが続く一方、賃上げの様子はほとんどみられない。
		学校[大学](就職担当)	・求人数については、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
		職業安定所(職員)	・夏になり人の動きは活発になると思うが、4回目のワクチン接種がどうなるかみえないと、なかなか良くならないと考える。
	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)		百貨店(サービス担当)	・来月から、訪日観光客の入国規制が緩和されるため、売上へのインバウンド効果を期待している。
		百貨店(外商担当)	・自粛行動の緩和による傾向が、消費に好影響を与えると予想される。超富裕層に続き、富裕層による高額品や特選ブランド品の購入増加が、顕著になりつつある。
		百貨店(マネージャー)	・訪日外国人の入国拡大による、インバウンド客の需要回復が期待される。また、国内客は政府による新型コロナウイルス対応の新方針の下、客の心理に安心感の追い風が吹くほか、個人でも感染症対応が進み、需要の回復につながる。ただし、節約志向と自粛からの解放行動による消費の二極化のほか、SDGsを踏まえたエシカルな消費傾向が更に強くなる。
		その他小売[インターネット通販](企画担当)	・引き続き、新型コロナウイルスの感染が引き続き落ち着くことが前提となるが、旅行や近郊への外出が以前の状態に戻るなど、消費意欲の改善を期待したい。
		一般レストラン(経営者)	・政府の施策や円安の影響もあり、インバウンドが戻ってくる見込みである。夏休みに入れば国内の旅行者も増えるため、大阪の観光関連の景気は一気に良くなる。ただし、物価が上がる一方で、収入は増えにくいと、消費者の予算の振り分けがどうなるのか、不安はまだ残る。
		都市型ホテル(フロント)	・府民割が開始され、旅行需要が増えるのと同時に、インバウンドからの問合せも増えてきた。早ければ秋、遅くとも来春の訪日に向けて、動きが出てくると予想している。
		旅行代理店(役員)	・インバウンドの受入れが進む一方、海外旅行に行く人が増えそうである。
		通信会社(企画担当)	・ようやくウィズコロナに向けた動きが始まった。次の値上げに向けて、秋までは消費が増えると予想される。
		商店街(代表者)	・人出は戻ってきているが、売上は2年前の水準に届いていない。しばらくは今の状態が続くと予想される。
		一般小売店[花](経営者)	・新型コロナウイルス関連の規制が緩和され、取引先も通常の営業となるため、経済も動き出すと予想されるが、ウクライナ危機の影響が不安である。
		一般小売店[珈琲](経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため、Go Toキャンペーンなどの施策も始まる。
		一般小売店[鮮魚](営業担当)	・宴会場の予約も徐々に入り始めている。このあたりが少し動けば、景気も良くなってくると予想される。

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
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・物価の上昇がどこで止まるかによるが、かなり値段が上がってきているため、今の状態が続くようであれば、購買意欲に水を差すと予想される。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・これからお中元商戦が始まるため このまま好調が続くことを期待したい。
		百貨店(売場主任)	・このまま来客数が増え、販売量も増える流れが進むことへの期待は大きい。
		百貨店(企画担当)	・インバウンド需要の拡大に期待している。
		百貨店(販促担当)	・今月は自粛ムードからの開放感があり、夏に向けても同様の傾向が続くと予想される。夏休みは少し遠出の旅行を計画したり、積極的にレジャーを楽しむ傾向が予想され、関連商材の動きが期待される。イベントなどで集まる機会も増えるなど、多くの関連需要に期待している。
		百貨店(売場マネージャー)	・観光の動きが活発になり、特に夏休みにはにぎわうことが予想される。これまで中止となっていた各種の夏の風物詩も、3年ぶりの開催が予定されており、消費意欲の喚起につながりそうである。
		百貨店(マネージャー)	・コロナ禍による影響の縮小で、更なる来客数の増加が見込まれる。インバウンドの回復の動きも出てきている。
		百貨店(外商担当)	・新型コロナウイルスと共存していく方法を模索するなか、従来の厳格な感染症対策を少しずつ緩和し、以前の行動に近づける流れになると予想される。それに伴い、旅行やインバウンド関連の売上も伸び、景気の上昇にもつながると予想される。
		百貨店(販売推進担当)	・上海のロックダウンが解除され、物流が回復すれば、日本への商品供給だけでなく、中国での消費も活発化するほか、インバウンド需要の上昇も期待できる。
		スーパー(店長)	・現状の販売動向から、夏休みやお盆を前に、リゾート関連の需要が高まると予想される。リゾート関連では、デザイン水着やキャンプ用品、浴衣の需要が増えるほか、旅行関連などの需要も売上の増加につながる。
		スーパー(店長)	・外国人旅行者の受入れや、政府の経済支援策などにより、新型コロナウイルス発生前に近い状態に戻ると予想される。
		コンビニ(経営者)	・訪日外国人の入国の上限が、6月1日から1日当たり2万人に引き上げられる。動きが安定してくるのは、8～9月頃になると予想される。それと同時に、冷たい飲料水も売れ始めるため、売上の増加が見込まれる。
		コンビニ(経営者)	・このまま回復が進めば、良くなると予想される。
		コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況もようやく収束に向かい、出張や観光の動きも元の水準に近づいている。周辺ホテルの宿泊客数が増えてくれば、来客数の増加が期待できる。
		コンビニ(店長)	・暑くなって客の行動が活発になるほか、コロナ禍に伴う各種制限も緩和傾向にあるため、状況はやや良くなる。
		コンビニ(店員)	・中止されていた様々な物が再開となり、元の状態に戻りそうである。
		コンビニ(店員)	・経済が少しずつ動き出し、客の様子にも以前と比べて活気がある。学生の部活動も通常に戻っているせいか、買物に来る学生が増え、近隣からも毎日来店する客が増えている。
		衣料品専門店(店長)	・新型コロナウイルスの影響が少しずつ和らぎ、人流も回復しつつあるため、来客数も上向きになる。ただし、海外情勢の変化で衣料品の素材価格が高騰し、粗利の良くない状況が続いている。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・スーツを約2年にわたって買わなかった客が、サイズも変わったため、新しいスーツを作ろうという雰囲気になってきている。
		家電量販店(人事担当)	・今年は猛暑の予想であり、エアコンなどの季節商材の販売増加が期待される。ただし、半導体不足や中国のロックダウンの影響が長引く懸念もあり、供給の停滞が予想される。
		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。食品や日配品のほか、マスクなどの衛生用品の動きも引き続き堅調である。今後は気温の急激な上昇により、夏物商材や飲料などの売上は増加が見込まれ、景気は緩やかに回復していくと予想される。
		高級レストラン(企画)	・県民割などで関連需要が高まるほか、海外からの入国規制の緩和でインバウンドも微増となる。

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
		一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスへの対応が徐々に緩和され、乗客数が戻ってきたため、今後も売上は良くなると予想される。ただし、エネルギー価格や原材料価格の高騰といった不安材料があり、先行きには不透明な部分もある。
		観光型ホテル（経営者）	・観光業者は新型コロナウイルスの影響をまともに受けており、非常に悪い状態が2年も続いている。それに比べると、少し落ち着いてきたと感じる。
		観光型ホテル（客室担当）	・まだコロナ禍の影響が続いており、単価が戻らない。
		観光型旅館（経営者）	・ブロック割のルールが厳しすぎる。利用者数が増えなければ、割引制度の変更などで業界の景気も左右されるため、先行きの見通しが立たない。
		観光型旅館（経営者）	・ようやく6月1日から、大阪で府民割が始まることに期待している。
		観光型旅館（団体役員）	・コロナ禍の収束の兆しが出てくれば、期待感は大きく高まる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は1テーブル辺りの人数規制がなくなり、円卓での食事を希望する客が戻ってきている。一方、レストランは新型コロナウイルスの感染対策で間隔を空けなければならず、席数は増やせないままである。客室の動きも、ビジネス利用が戻ってきているものの、Go Toキャンペーンに代わる政策がなければ、稼働率の底上げは進まない。直近は、宴会、レストラン共に派遣社員やアルバイトの応募が減少しており、人手が厳しい状況である。
		都市型ホテル（管理担当）	・自粛ムードから解放されたことで、経済が活発化することを期待している。
		都市型ホテル（客室担当）	・京都駅は週末の人流が増えている。新型コロナウイルスの感染拡大を恐れ、外出を控えざるを得なかった層にも動きが出ている。リモートワークは定着してきたが、ビジネスで現地に行く必要がある人の動きは回復する。
		都市型ホテル（総務担当）	・レストランのディナー利用や、会食を伴う宴席の予約も、徐々に増加傾向となっている。
		都市型ホテル（管理担当）	・海外からの入国規制の緩和で、インバウンドの増加が予想されるほか、夏休みにかけて宿泊客の増加が見込まれる。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・客室稼働率の推移は、本当に良くなっているのかどうかは不透明である。右肩上がりではなく、相変わらず横ばいが続いている。6月に府民割の開始に合わせて、宿泊とステーキ食べ放題のプランを始めるため、前回と同じく稼働率は一時的に上がる。そのままの勢いが続いてほしいが、先の動きは読めない。
		旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのまま推移し、海外渡航の規制が今以上に緩和されれば、海外旅行の需要も戻ることが期待される。
		タクシー運転手	・昼間の人出が増え、旅行の案内なども増えてきた。これから外出する人も増えてくるほか、海外からの観光客の動きにも期待している。
		タクシー運転手	・コロナ禍で落ちた動きはなかなか戻らないが、少しずつ外出が増えて、社会全体の循環も良くなっていく。
		観光名所（企画担当）	・先行きの不透明感が残るなか、各種の制限が緩和され、緩やかであるが回復傾向が進んでいる。新型コロナウイルス発生前には届かないまでも、それに近い状況まで戻ることを期待している。
		遊園地（経営者）	・3年ぶりに行動制限のないゴールデンウィークを迎えられ、回復傾向にあることは間違いないが、平時との比較ではまだ減少幅は大きい。新型コロナウイルス発生前の水準には、もはや戻らないと改めて実感している。長引くコロナ禍で企業の体力が消耗しきったなかで、アフターコロナを見据えたビジネスモデルに変化できるか、今が正念場であると感じている。
		ゴルフ場（支配人）	・現時点では来場者数や予約状況が比較的良好いため、今後も徐々に良くなる。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] ( 職員 )	・新型コロナウイルスへの不安感が少なくなり、これまでの自粛ムードからの解放感が強い。一時的に消費マインドが高まっているが、物価上昇の影響が遅れて出てくると予想される。

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
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・コロナ禍対応の緩和が進めば、旅行やレジャーでの外出が増えると予想される。
		美容室（店員）	・マスク着用の要請が緩和され、都市部での人流も増えることで、来客数が増えると予想される。
		美容室（店員）	・旅行や買物などでの外出が多くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が、ゴールデンウィークの影響を余り受けていない。それに伴い、今後の経済活動も活発になってくると予想される。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・先行きは不透明で、安易に予測ができない。生活全般に関わる様々な物の値上げが決まっており、時計関係もそれに含まれる。値上げ幅も大きく、販売する側としても厳しい。落ち着く先がどこにあるのか、日々手探り状態で過ごしている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・まだまだ予断を許さない状況であり、値上がりとなる商品も多いため、困っている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・消費意欲に加え、実際に使用できるお金も少ないと感じる。また、価格の高騰などで先行きが見通せず、余裕のある人もお金を極力使わないようにしている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物はぜいたく品になるほか、コロナ禍や世界情勢の悪化により、状況が良くなることはない。
		百貨店（売場主任）	・百貨店も厳しいが、取引先の業績も厳しい状況にある。投資の抑制や、取引先からの派遣店員の削減、店舗の撤退、商品生産の抑制などが続き、今後は百貨店の業績にも少なからず影響が出る。また、世界情勢が不安定であり、所得の増加も大きく望めないなか、物価上昇もあって、購買意欲は更に低下する可能性がある。
		百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善傾向にあるが、消費動向やライフスタイルの変化があり、厳しい状況が続くと予想される。さらに、原油価格の高騰やロシアのウクライナ侵攻による影響もあり、当面の景気は厳しいものとなる。
		百貨店（営業推進担当）	・ゴールデンウィークと同様に、前年よりも人の動きは活発になるが、完全には新型コロナウイルス発生前には戻らず、現在と同じような水準が予想される。
		百貨店（宣伝担当）	・衣料品や季節商材は堅調に推移しているものの、不安定な世界情勢のほか、原材料価格の高騰による物価の上昇など、消費者の財布のひもが固くなる要素が増えている。先行きが楽観できない状況が続いている。
		スーパー（店長）	・急な変化ではなく、少しずつ変化することが予想される。食品スーパーに対する特需の期間は、既に終わったと考えられる。
		スーパー（店員）	・暑くなってくるとかんきつ類やスイカなどがよく売れる。夏は野菜の種類が減る一方、果物がよく売れるようになる。
		スーパー（企画担当）	・コロナ禍の落ち着きや、値上げの影響など、まだまだ食品スーパーにとっては不利な条件下での競争となり、厳しい状態は避けられない。
		スーパー（企画担当）	・客単価の低下は今後も続くと予想される。
		スーパー（経理担当）	・内食需要は、新型コロナウイルス発生前と比べて減少するものの、一定の規模は残る。夏休みに向けて、旅行やレジャー支出が増加する一方、いわゆるリベンジ消費もあり、消費マインドは比較的高くなると予想する。ただし、物価の上昇やガソリン価格の高止まりが消費の冷や水となる可能性もあり、一方的に増勢が続くかどうかは、若干の懸念がある。
		スーパー（開発担当）	・10月にも商品の値上げが予想されている。賃金は上がらないのにインフレ状態が進むため、景気が良くなるとは思えない。
		スーパー（社員）	・現在の物価やエネルギー価格の上昇は長引くことが予想される。客の購買意欲は当面低いままと予想され、スーパーにとっては厳しい状況が続くそうである。
		コンビニ（経営者）	・景気が上向き要素はないが、今すぐに大きく悪化するとも思わない。
		家電量販店（経営者）	・コロナ禍やウクライナの情勢不安、物価上昇などによる消費マインドの冷え込みが、まだ回復するとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・ボーナスの支給時期になると、例年は購買意欲が高まって景気が上向きになるが、今年はそうでなく、できるだけ消費を少なくする傾向が進む。物価の上昇や光熱費の値上げのほか、ガソリン価格の高騰など、様々な経路で消費者にダメージが及ぶ。
		家電量販店（営業担当）	・最近では値上げとなる商品が多過ぎる。所得は増えない一方、物価だけが上がっていく傾向が顕著である。
		乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍関連の規制緩和が目立つようになり、人が動きやすくなると期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍については、感染状況から判断すると徐々に収束に向かっていると感じるが、完全には収束していない。また、ロシアのウクライナ侵攻も続くなか、物流は遅れがちで、半導体不足や人手不足も続いている。今後もしばらくは景気が良くなると予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後の受注についても限定的である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車は引き続き減産傾向にあるため、状況は大きく変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・毎週のように、半導体不足を理由に生産遅延の連絡がくる。ウクライナ危機だけでなく、上海のロックダウンなど、厳しい状況に終わりがみえない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・以前の価格からはなかなか値上げできない。来客数を増やすためには、やはり価格を安くする必要がある。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・ウクライナ情勢などの不安要素が解決しなければ、安心感が出てこない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・休日などは人の流れが戻ってきているものの、円安などの影響でコストは上がったままである。販促につながる商品も乏しく、来店客の購買意欲を上げる手段が見当たらない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・季節が変わるため、少し受注が増えると予想されるが、今の状態をみるとそれほど期待できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・座席数には限りがあり、まだ全ての席は埋められないため、状況が劇的に変わることはない。
		一般レストラン（店員）	・自治体の飲食業向けのキャンペーンが終わり、次の支援策の予定はないため、先のことは分からない。
		旅行代理店（従業員）	・Go To Travel がなかなか実施されず、消費者の動きは鈍い。
		旅行代理店（支店長）	・夏休みに向けて需要が伸びてほしいが、物価の上昇や景況感の不安などで、客の出足は非常に遅いため、今と変わらない状況が予想される。
		タクシー運転手	・コロナ禍の影響で、企業の営業活動によるハイヤーやタクシーの利用が、やや減少傾向となっている。
		通信会社（社員）	・機種変更に伴う需要が減っている。
		テーマパーク（職員）	・今の政府になってから株価は下がり続け、経済政策も基本的に何もやっていないように感じる。少なくとも景気を良くするための政策は見当たらないため、悪くなることはあっても、良くなることはなさそうである。
		競艇場（職員）	・売上は全国的に、高水準での推移が続いている。特に、電話投票やインターネット投票の勢いは安定しており、しばらくは現状維持が予想される。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・株式や為替、債券といった金融市場の動きが不安定なほか、エネルギー価格などの上昇も足かせとなる。ウクライナ危機の早期解決も期待できないなか、不安な要素が多過ぎる。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・依然として、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数は多く発生しているが、イベントの入場規制がなくなって満員に近くなり、以前のにぎわいが戻りつつある。なお、3か月後の状況は不透明であるため、ほぼ現状と変わらないと予想している。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルマッサージでは服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
		住宅販売会社（経営者）	・様々な物の価格の高騰が、いつまで続くか分からない。
		住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍は収束に向かうと予想されるが、ウクライナ問題が長引くため、楽観的な展望はもてない。

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
		住宅販売会社（従業員）	・円安や低金利を背景に、海外投資家による我が国の不動産への出資意欲は非常に高い。経済環境が大きく変わらない限り、購入意欲の旺盛な状況が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・受注は回復傾向にあるが、資材価格の高騰が徐々に浸透している。販売価格に転嫁する必要があるため、受注の減少が心配である。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客からは、物価の上昇や、それに伴う景気後退の話がよく出てくる。その様子を見ると、数か月後に景気が良くなるとはとても思えず、むしろ悪くなる可能性が高いと感じる。
		百貨店（売場主任）	・原料やエネルギー価格の上昇による値上げの動きがピークを迎え、影響が拡大する。早期にウクライナ危機が終結するとも考えにくく、引き続き消費マインドが抑え込まれると予想される。
		百貨店（企画担当）	・値上げによる買い控えの傾向が、徐々に強まってきているように感じる。
		スーパー（経営者）	・3月からの値上げラッシュの影響で、単価の上昇が幾分みられるなか、燃料価格の高騰などで消費者の負担が大きくなっており、消費が落ち込んでくると予想される。
		スーパー（経営者）	・今後も飲料やパンなどの値上げが相次ぐ。今年の春闘は好調といわれているが、わずか2%強の賃上げでは、食品や燃料費の値上げだけで吹き飛ぶ可能性が高い。一方、経営面では光熱費を中心に費用がかさみ、営業利益がかなり圧迫されることが予想される。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス対策の緩和による、レジャーや観光需要の拡大と、食品やガソリン価格の値上げによる買い控えのせめぎ合いは続く。
		スーパー（店長）	・コロナ禍の影響は緩和に向かっているが、原料価格の高騰により、食料品の販売は低迷が予想される。
		スーパー（店員）	・商品の値上げが増えて、売上が落ちている。周囲に競合店が多いため、今の状況をばん回するのは難しい。
		コンビニ（店長）	・電気代やガソリン代のほか、当店で扱っている大半の商品が値上げの傾向にあり、買い控えがいつ始まるのか不安である。
		コンビニ（店員）	・店舗の近くにある高速道路が、リニューアル工事で3年間通行止めになる予定であり、う回などで交通量が減る。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くことで、客の購買意欲の低下が心配される。
		家電量販店（店員）	・まず商品が安定供給できない限り、改善は見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・コロナ禍は収まってきたが、商品の供給不足に苦しんでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰や部品の値上がりに加え、部品自体が入ってこない。新車の納車が半年～1年待ちのため、新車も売れず、中古車の価格が高騰している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・消費財などの値上げによる家計への負担は大きいため、景況感は今後悪化する。
		一般レストラン（経営者）	・世間は値上げラッシュでも、個人店舗はなかなか値上げができない。消費者の財布のひもは固く、家族での外食の機会はますます減る傾向にある。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げによる影響はすぐに出てくる。消費者は自由に外出し始めた一方、今後は様々な物の値上げによる打撃も受ける。
		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）	・今後もウクライナ危機の行方は良い方向に進まず、物価の上昇や消費の減少につながる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・土地価格の上昇に加え、住宅資材価格の高騰があらゆる部材に及んでいるため、住宅価格の高騰は更に加速すると予想される。そのため、実需物件の販売は減速が進む可能性が高い。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・あらゆる物が春から値上げとなり、蛍光灯やガムテープなどの消耗品も購入費がかさんでいる。電動工具やバッテリーも価格が数千円上昇しており、厳しい状況である。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・ウクライナ危機による影響が出る。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・値上げによる家計への影響が出ており、花を購入する余裕がなくなってくる。



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
	×	衣料品専門店（経営者）	・自由に外出できる体制を作ってほしい。ウケチンの次は治療薬の利用が広がらなければ、客は来ない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ウクライナ問題で物価の上昇が進んでいるため、アパレル業界の厳しい状況は今後も続く。
	×	家電量販店（企画担当）	・今の状況が続くと、部品関連などの会社にも影響が出ることが予想される。連鎖倒産などを意識しておかなければ、大変なことになりかねない。
	×	住関連専門店（店長）	・あらゆる経費や原価の高騰が止まらず、利益を大きく圧迫している。
	×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・電気代やガス代を始め、あらゆる物価がどんどん高騰している。特に、小麦相場の高騰により、パンなどの値上げがますます進むことになる。
	×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・今までのような営業を続けていても、売上が見込めない。商店街には企画力が不足しており、衰退に向かわざるを得ない。
	×	競輪場（職員）	・ロシアのウクライナ侵攻やコロナ禍の影響で、物価が軒並み上昇している。賃金が物価の上昇に追い付かず、その悪影響を覆すような要素は見当たらない。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅市場は建築資材価格の高騰などで建築単価がはね上がっており、今後はより一層厳しい状況になりそうである。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・余りの速さで円安が進んだため、すぐには対応できず、販売価格にも転嫁できていないため、現在は取引が逆ザヤに近い状態である。今後は販売価格への転嫁や、船の運賃の適正化などで利益を確保し、売上の増加につなげるよう努力していく。
		広告代理店（営業担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏に向けて少しずつ回復の兆しが見られる。
		食料品製造業（営業担当）	・今後もまん延防止等重点措置の適用がなければ、売上は新型コロナウイルス発生前まで戻り、景気は少し良くなる。
		繊維工業（団体職員）	・各種イベントなどが再開されているため、受注の増加が期待できる。
		化学工業（管理担当）	・上海のロックダウンによる影響の緩和が予想される。
		金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・前月までは極端に売上が減っていたが、今月は大型案件が受注できた。今後の景況は良くなることを期待している。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・日系の海外企業からの、搬送設備の引き合い案件が増えている。
		輸送業（営業担当）	・プラスチックや金属関連の工場からの荷物が増えている。不安定な海外生産から国内生産に切り替える動きが出てきている。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入ってから、Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を上回る動きが続いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料や資材の全てが値上がりしており、入荷も遅れている。一部を除き、全体的な減産の動きが広がっている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・様々なキャンペーンや企画が動き出しており、緩やかな回復が進むと予想している。
		化学工業（企画担当）	・ウクライナ危機が長期化し、世界的に食品原料の価格が高騰している。作付けなどの問題もあり、改善には長い時間が掛かると予想される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円安やウクライナ危機、半導体不足と、製造業にはマイナスの要素が多い。何とか営業力を駆使し、業績の良い取引先にアプローチするほか、仕事のある分野にシフトすることで、現状維持を目指す。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品の供給が滞っている。このままでは、せっかく入った受注もキャンセルをするしかない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行き不透明感が強まっており、景気改善の見通しが立たない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・一時期に比べて、新型コロナウイルスの新規感染者数は少なくなり、当組合の行事も平常時に戻りつつある。ただし、国際情勢の悪化による原油相場の上昇や円安の影響で、原材料価格が高騰しており、販売価格に転嫁できた場合も、発注数が減少するといった弊害が生じている。	
	建設業（経営者）	・建設業界もコロナ禍やウクライナ危機、円安の影響を大きく受けている。また、中国でのロックダウンによる建設資材関係の納期への影響も、再び出てくる。中国の日系工場の休業でどの製品に影響が出るのか、明確に把握できていない。	

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
		建設業（経営者）	・問合せが増えている一方、資材価格の高騰による悪影響もある。全体としては変わらないが、需要はあると考えられる。
		輸送業（営業担当）	・商品の納期が早まらなければ、配達が増えない。
		輸送業（商品管理担当）	・例年、この時期は家具の販売が低迷する。
		金融業（営業担当）	・原材料価格の高騰や、電子基板などの生産縮小のほか、仕入れもまだまだスムーズに進まない状態が続くため、景気の回復には時間を要する。
		金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いており、消費は回復していくと予想されるが、ロシアによるウクライナ侵攻の影響で物価の上昇が進むため、当面の景気は今と同じような推移が続くと予想される。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・早期にウクライナ情勢が落ち着くとは考えにくいほか、円安や物価高の影響を払拭し、景気浮揚に向かう体力があるのは一部の業種に限られる。ただし、インバウンドの入国規制の緩和や、コロナ禍の収束といったプラス材料もあり、全体としてどちらに振れるかは不透明である。
		司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数には減少傾向がみられるが、各種の値上げがウクライナ危機によって加速することから、景気が良くなるとは考えにくい。
		経営コンサルタント	・コロナ禍の状況は変わらない中で、特定の業種や、必死の努力をしている企業は生き延びていく。ただし、多くの企業は生き残り戦略を打ち出せず、現状維持が精一杯である。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも、以前のように忙しくならないという声がよく出ている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・食品メーカーなどによる値上げが気になるが、今のところは大手の小売各社による価格の据置きで、値上げの実感は余りない。今秋頃から、その影響は徐々に出てくると予想される。
		その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・値上げや納期遅延といった動きは、現状のまま変わらないと予想される。
		食料品製造業（従業員）	・原材料や資材の値上げ交渉がほぼ決着し、6～7月にかけて製品の原価が上がってくる。今後、当社はしばらく製品価格に転嫁できる状況にはないため、コストの上昇に対応できない。ただし、製品価格に転嫁できたとしても、売上は落ちることになる。
		繊維工業（総務担当）	・これから物価の上昇が本格的に始まる。経費の見直しや工程の無駄をなくすなど、ますます工夫していく必要がある。一方、売上が前年の70%と低迷するなかで、利益の確保が非常に難しい。
		繊維工業（総務担当）	・原材料コストや経費の増加などで利益が圧迫されている。今後もこの傾向が続くと予想される。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ウクライナ危機が長引くなか、ロシアへの制裁の強化が予想される。その結果、円安基調も重なり、国内の物価上昇が続くことになる。各社がスムーズに値上げ交渉を受け入れてくれればよいが、難しい場合もある。その場合は消費意欲の減退が予想され、しばらく景気はやや悪化傾向となる。
		金属製品製造業（経営者）	・半導体などの各種部品の入荷が遅れ、工場の稼働率が全体的に低下している。
		金属製品製造業（営業担当）	・原材料価格の高騰によるコストアップに対し、販売価格への転嫁が進まず、採算が悪くなる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・ウクライナ情勢が日々悪化しており、その影響が出てくる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・部品の納期が延びているほか、仕入価格の値上げに対して、販売価格に転嫁できない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・コロナ禍とウクライナ危機の影響で、材料価格が高騰している。
		建設業（経営者）	・これ以上、建築資材価格の値上げが続けば、契約の見直しや延期も出てくる可能性がある。住宅の新築やリフォームについても、時期を見直す客が増えそうである。
		輸送業（経営者）	・輸入の遅れもある程度は落ち着くため、一定の受注は期待できる。一方、雇用調整助成金の期限到来で、今後は会社の負担する給料が増えることになる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・商品の値上げや納期の遅れが続いているため、景気の良くない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	化学工業（経営者）	・強烈な再値上げの動きが見られる。価格が転嫁できなければ経営が厳しくなる一方、値上げをすれば売上の減少が予想されるため、これから景気は悪くなる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・ロシアによる暴挙で、これだけ多くの人々が不幸になることに恐怖を感じる。
	×	通信業（管理担当）	・物価上昇による影響で、景気は悪化する。
	×	不動産業（営業担当）	・コロナ禍はほぼ収束しているが、原油価格の高騰で原価が上がる一方、販売価格への転嫁できない。物価の上昇で来客数も減少するなど、まだまだ景気は悪くなっていく。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響などで、世界情勢が混とんとしている。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・派遣依頼件数の増加が続いている。
		人材派遣会社（役員）	・食料品や資源価格の上昇が進んだとしても、物価上昇率は2%程度にとどまる。参議院選挙後はコロナ禍への対応が緩和されると予想されるため、景気は上向いてくる。
		人材派遣会社（管理担当）	・訪日外国人客数の増加期待など、観光産業にもようやく明るい兆しがみえ始めた。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数のリバウンドや、世界情勢の悪化による物価の上昇など、不安材料も多い。
		人材派遣会社（支店長）	・第2四半期に向けて、回復が更に加速すると予想される。
		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響や原油相場の高騰による問題もあるが、今の状態であれば、回復傾向が進む。
		民間職業紹介機関（職員）	・材料費や輸送費といった企業のコスト負担の増加は、しばらく続く予想される。その一方、新型コロナウイルスの実際対策が緩和され、6月以降は外国人観光客にも段階的に広げられる。それに伴い、インバウンドの増加による一定の経済効果が期待できる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・これまでの悪化の大部分は回復に向かうと予想されるが、リスクが拡大する可能性もあり、先行きが見通せない。
		人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィーク以降に新型コロナウイルスの感染状況が改善し、企業の心理にプラスとなっており、先行きについて強気になりつつある。この状況が続くようであれば、第2四半期の7月頃から本格的な右肩上がりの動きにつながっていく。ただし、コロナ禍の状況次第であり、収束の見極めができるかどうかで変わってくる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者の数は変わっていないため、取り合いになっている。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事が減っている状態が続く、増える見込みもない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ようやくコロナ禍から抜け出しつつある一方、円安やウクライナ危機の長期化による原材料価格の高騰で、国内でもこれから本格的にインフレが進行すると予想される。世界情勢は激しく動いているため、今後の景気はどちらの方向にも動く可能性がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の出稿は、前年比で90%と前年割れが見込まれる。まだまだコロナ禍の影響が続いていると感じる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行きは不透明であるものの、良くなる要素と悪くなる要素が存在し、どちらともいえない状況が続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加し、景気回復への期待から新規求職者数も増えている。特に高齢者の増加が目立つが、生涯現役社会の実現に向けた、様々な取組が浸透してきた結果と考えられる。ただし、コロナ禍の影響は続くため、今後も注意深く見守っていく必要がある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用動向は例年と大きく変わらないが、内定の辞退がどこまで出るかで、今後の求人数が変わると予測される。一方、夏のインターンシップの広報は前倒し傾向であるが、理系や土木建築系など対象を限定した物も多く、学生の選別が進んでいるようである。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・ウィズコロナが浸透し、円安などの影響はあるものの、採用を始める企業が増えているため、今後数か月は大きな変化はない。	

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
		その他雇用の動向を把握できる者	・コロナ禍の影響が薄まりつつあるなか、先を見越した求人の申込みや、これまで活動を控えていた求職者の申込みが増えている。前年は緊急事態宣言が発出され、ワクチン接種前で慎重な動きが続いていたが、その反動だけでなく、求人と求職の両方の活発化という、明るい兆しがみられる。一方、原材料価格の上昇や供給網の混乱、円安による収益圧迫、海外経済の減速といったマイナスの要素が企業活動に影響を及ぼすことが懸念されるほか、求職者数の高止まりなどから、求人と求職がきつ抗する状況は続くため、急激な回復は期待しにくい。
		人材派遣会社（営業担当）	・以前の生活に戻る期待が高まる一方、物価上昇による生活の圧迫で、消費活動に制限が掛かってくる。今のところは後者の影響が上回ると予想している。
		職業安定所（職員）	・石油関連や食料品、原材料の価格高騰を心配する事業主が増えている。
		職業安定所（職員）	・ウクライナ危機やインドの猛暑で農作物が不足し、物価が上昇している。個人消費は伸び悩むため、特に小売や外食などの内需型の業界は厳しい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・夏に向けて求人が一段落し、特にコロナ禍の特需による求人が減ってくる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の決算発表は好調であるが、今後は物価上昇や米国の株価の下落などが、我が国の景気に悪影響を及ぼしそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・地政学上の問題に改善の兆しがみられるまでは、停滞が続くそうであるが、解決が進めば一気に回復すると予想される。
	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)		観光型ホテル（副支配人）	・新型コロナウイルスの影響で宿泊者は県内の人ほとんどだったが、最近では県外客も増えており、これから夏休みに向けて旅行者は増加する。
		テーマパーク（業務担当）	・現状の来客数の状況が推移し、景気は良くなる。
		観光名所（管理担当）	・2年間中止になっていた夏季イベント関連の催行が決まり、人の動きも正常に近づく。
		商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客がストレス解消のため買物やレジャーに向かうので、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・出店補助など行政の援助策の影響なのか、商店街の空き店舗に新たに開店する店が増えてきたので、今後に期待している。
		商店街（代表者）	・今後も外出者が増加するため、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今まで控えてきた旅行などができるようになり、消費が増加する。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスに対する警戒感の薄れから客の外出機会が増え、夏物衣料品の実需期に入れば、来客数は増加する。
		百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で減少していたインバウンドを含めた県外客の流入により売上の上昇が見込め、商品の値上がりによる客の買い控えの影響が弱まる。
		百貨店（外商担当）	・各種値上げが多いものの、アフターコロナの消費が緩やかながらも回復しつつあるため、景気はやや良くなる。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に大きな変化がなければ、旅行など外出機会が増える。今後の夏物商戦は前年と比べると好調に推移する。
		百貨店（売場担当）	・しばらくは今の状況が続いていくが、秋以降は不透明である。
		スーパー（店長）	・徐々に行動制限が緩和されてきているので、平日だけでなく、週末も来客数が増加する。
	コンビニ（エリア担当）	・ウクライナ情勢の影響で商品が値上がりし、客の買い控えが発生することを危惧しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば来客数が増加するため、景気はやや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（副地域ブロック長）	・今後、インバウンド関連の需要が戻ってくれば、売上は増加する。
		コンビニ（支店長）	・中止されていた花火大会やマラソン大会など各種イベントの再開が決まっており、売上回復が期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・着物での歌舞伎観劇ツアーに多くの人が参加を希望するなど、良い兆候があることから、景気はやや良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・このまま、エアコンの売上が伸び続ければ景気はやや良くなる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ゴールデンウィーク以降、順調に客足が戻りつつあり、自治体の観光振興策も始まるため、来客数の増加に期待しており、今後、従業員を増員し対応する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今の状態が続き、マスクの着用制限が緩和されれば、景気は更に良くなる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策が少しずつ緩和され、来客数が増加する。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・県民割及びブロック割やGo To Travelキャンペーンの復活で、景気はやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・客の外出機会が今後も増えれば、景気は少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・客のコロナ慣れと政府の外出規制の緩和で、来客数が増加する。
		一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況に慣れた客が増えれば、景気は徐々に回復していく。また、訪日外国人の規制緩和に伴い、現在予約が入っているツアーが催行されれば活気が出てくる。
		バー（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、景気が回復する。
		都市型ホテル（企画担当）	・行動制限の緩和に伴い県民割や対象地域を拡大したブロック割で、宿泊需要の上昇が期待できる。また、自治体の観光振興策やイベントの開催で集客が見込める。7～8月は宴会の閑散期で先行受注は弱い、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う宴会や婚礼のキャンセルがほぼなくなっているため、安定した売上確保が見込める。
		都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンが再開されれば、景気はかなり上向きになってくる。再開されないとしても、少しずつ人流は通常に戻ってくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・ゴールデンウィーク明けの新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き、全国的に県民割の対象地域を拡大したブロック割や、外国人入国制限緩和などが発信され、国内旅行のマインドが高まっていることから、今後の観光需要の回復が期待される。
		旅行代理店（支店長）	・旅行需要が確実に回復し始め、海外旅行の販売も再開されつつあり、今後、政府の施策実施が確定すれば、更なる売上の回復が見込まれる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたので、今後、景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、出張等も増加していることから、今後、景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、感染に対する恐怖感や行動自粛の傾向がますます薄れる。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているため、景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・国内外の新型コロナウイルス対応において、ウィズコロナの生活形態が進むため、今夏は客の購買意欲が高まる。一方で、世界的な半導体不足などの問題が徐々に大きくなっているため、下期以降の景気状況が懸念される。
		テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスによる自粛が緩和され、経済活動が徐々に動き始める。
		観光名所（館長）	・夏休みに入ると更に人の動きが良くなる。
		美容室（経営者）	・人出が戻り、消費が増加すれば、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスへの国の対応状況に変化がないので、景気にも変化はない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく先行き不透明である。
		百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大は収まりつつあるが、商品の値上げが景気回復に影響するため、景気は変わらない。

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
		百貨店（営業担当）	・ワクチン接種回数が増えれば、旅行や外出機会も増えてくるが、客の衣料品購入意欲は高まらない。また、中国のロックダウンや海外情勢の影響で商品の入荷遅れがあり、商材がセール時期に確保できるかも心配である。
		百貨店（営業担当）	・ワクチンの4回目接種が始まるが、新型コロナウイルスの感染状況が不透明で、客の生活スタイルも変化しないため、景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・外食機会が増えるなど、今まで新型コロナウイルスの影響で出控えていた客の動きが変化し、スーパーでの買い物機会が減少するため、景気は良くならない。
		スーパー（店長）	・値上げにより販売数量が伸びない。
		スーパー（店長）	・行楽等の外出が増える一方で、値上げが足かせになる。食料品のみならず、ガソリン、電気、ガス等のインフラ系の値上げは客の節約志向を加速させる。しかし、お盆商戦では前年より購買は進み、値上げ基調もディスカウントストア業態には強みとなる。
		スーパー（総務担当）	・天候と価格が落ち着くまでしばらくかかる。
		スーパー（営業システム担当）	・商品の値上げが続くので、販売数量の増加は見込めない。スーパーよりも低単価の商品が多いディスカウントストアといった競合店が近くにある店舗では、来客数の減少も懸念される。
		スーパー（販売担当）	・ウクライナ情勢の影響で高騰している燃料価格が落ち着くか分からないので、3か月先の景気に変化はない。
		スーパー（販売担当）	・経験値が乏しい現状の社会情勢の影響もあるが、物価上昇に伴って、客の嗜好品への節約傾向はしばらく続く。
		衣料品専門店（代表）	・新型コロナウイルス発生前よりも客の外出頻度が低下している現状では、客の衣類の購買意欲も低下する。また、物価上昇で財布のひもも固くなる。
		家電量販店（店長）	・今後、物価上昇が景気に大きな影響を与える。
		家電量販店（企画担当）	・今夏は気温が上がり、季節商材の需要が高まる可能性があるが、半導体不足や新型コロナウイルスの影響で商品の供給が滞るため、売上は変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・納期長期化の改善は当面見込めそうにない。整備入庫は堅調に推移しており、結果として現状維持に落ち着く。
		乗用車販売店（営業担当）	・身の回りの商品が値上がりしているため、車など大きい買物をする客が減少する。
		乗用車販売店（営業担当）	・納期の長期化が当面解消されそうにない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の納期遅れで購入を見送る客が多く、物価上昇に伴い消費を抑える客も多くなる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が全国的に落ち着きつつあるため、景気は多少良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ウクライナ情勢、円安、値上げラッシュが客の購買意欲に与える影響が不透明なため、景気は変わらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響だけでなく、原材料の価格高騰による値上げにより、客の購買意欲は高まらない。今後、夏のボーナスによる客の購買意欲の上昇、夏休みの来館者数の増加などによる景気回復を見込む。
		一般レストラン（経営者）	・輸入食材の値上がりや国産品の値上がりにつながっているため、今後の利益確保に不安がある。景気全体の流れが良くなっても、内食の比率が上昇し、客の節約志向から外食利用の頻度が下がると、外食産業の景気は余り変わらない。
		観光型ホテル（営業担当）	・県民割や対象地域を拡大したブロック割に期待していたが反応が鈍い。行政がもっと県民割やブロック割の情報発信をした方が良い。
		旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くまで、もう少し我慢するしかない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの長期化が家庭にどう影響するかは未知数であるが、ここ数か月の家計の支払能力がほぼ変わりなく推移していることから、景気は変わらない。
		通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、景気の先行きが不透明である。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約状況は良いが、燃料や食料品の価格が高騰しているため、プレイ費の値上げを検討中である。
		美容室（経営者）	・客に新型コロナウイルスに対する不安が残っているため、数か月では景気に変化はない。

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
		美容室（経営者）	・物価の上昇が客の心理に影響しているため、もうしばらく景気の回復は見込めない。
		設計事務所（経営者）	・住宅取得優遇制度などの景気対策がないと景気は上向かない。
		設計事務所（経営者）	・住宅消費に回せる資金が限られている状況で、今後の更なる価格上昇が見込まれることから、景気は良くならない。
		設計事務所（経営者）	・資材の価格上昇が予想され、見積りが難しい状況が秋まで続く雰囲気であり、着工時期を決めるのも難しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・資材高騰による値上げや住宅ローン金利の上昇など、マイナス情報しかないため、景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、景気はやや悪くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・繁忙期を過ぎ、全ての取扱品で利率率が低下するため、景気はやや悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・ウクライナ紛争の影響による物価上昇で消費者の購買意欲が停滞する。
		百貨店（販売計画担当）	・個人所得が低迷しているため、今後の景気回復は難しい。
		スーパー（店長）	・食料品や電気料金の値上げなどで客の財布のひもが固くなる。
		スーパー（業務開発担当）	・電気・ガス・食料品など全てが値上がりし、客の消費意欲が減退する。
		コンビニ（エリア担当）	・今年に入って2回目の価格改定があるため、販売量が低下する。
		乗用車販売店（営業担当）	・納期が長くなっており、販売が進めづらくなっていることから、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・新車の供給不足で売上が低下する。
		自動車備品販売店（経営者）	・地方の中小企業従事者は収入が減少し、今後商品の再値上げがあるので、客の買い控えが発生する。
		自動車備品販売店（経営者）	・輸入関連商品の値上げ等の影響で、客の購買意欲が減退する。
		住関連専門店（営業担当）	・食料品等の値上げが多くなり、耐久消費財の買い控えが多くなる。
		通信会社（営業担当）	・中国のゼロコロナ政策の影響で、様々な商品の品薄状況が続いているが、数か月で回復する見込みがないため、客に消費意欲があっても買えない状況になる。
		住宅販売会社（営業所長）	・値上げをして、住宅の価値を上げる方向であるが、購入客層の2極化が進み、販売量は減少する。
		住宅販売会社（営業担当）	・人出が多くなり、景気は少し良い方向に進みそうだが、インフレによる物価高騰の懸念もある。
	×	商店街（代表者）	・仕入先から値上げの話が出始めているが、値上げが続けば、今後、景気はやや悪くなる。
	×	スーパー（財務担当）	・原材料や原油価格の高騰で商品が値上がりし、客の買上点数が減少するため、売上が前年を下回る。
	×	コンビニ（エリア担当）	・電気料金の値上げや原材料の価格高騰による各種商品の値上げで、景気は悪化する。
	×	家電量販店（店長）	・洗濯機やエアコンなどが品薄な状況で、景気は悪化する。
	×	通信会社（広報担当）	・物価上昇に伴い、客の買い控えが進む。
	×	テーマパーク（管理担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず、政府が消費税減税等の対策を行わないため、景気は悪くなる。
	×	競艇場（企画営業担当）	・SG競走のように収益が見込まれるレースの開催がないため、景気は悪くなる。
企業動向関連		*	*
(中国)		繊維工業（財務担当）	・新型コロナウイルスによる制限が緩和され、夏季のイベントが増えてくれば、客の消費行動も改善する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・半導体不足やコロナ禍による物流や調達網の混乱が落ち着くまでは悪い状況が続く。
		輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
		輸送業（総務・人事担当）	・上海のロックダウンが解除され、半導体需要を満たせば景気が上向く可能性がある。
		通信業（営業企画担当）	・半導体機器の在庫切れや納期問題がやや落ち着くことが予想され、導入に向けた計画が見直される。デジタル化の進展速度が上昇し、データセンターやクラウド利用も加速する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要因も悪化する要因も現段階では見当たらないため、景気は変わらない。
		食料品製造業（総務担当）	・景気はウクライナ情勢に左右されるため、先行きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高止まりで景気に変化はない。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型案件の生産が9月まで継続するため多忙な状況が続く。通常製品の生産も好調を維持する見込みである。	
		鉄鋼業（総務担当）	・足元の環境から景気に大きな変化はない。	
		鉄鋼業（総務担当）	・当面の間、受注予測が堅調に推移する。	
		非鉄金属製造業（業務担当）	・ウクライナ情勢の混とんで、資材価格や金属価格の高値が継続するため、景気は良くならない。	
		一般機械器具製造業（管理担当）	・各種原材料の価格高騰が続き、上海のロックダウンが部品調達に影響を及ぼすため、景気は良くならない。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中国子会社の稼働は、やや見通しが立ち始めているものの、その他の懸念材料がなくならないため、景気は良くならない。	
		建設業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢が落ち着いていても、景気がすぐに改善することはない。	
		輸送業（業務推進担当）	・世界情勢の不安定さが景気に影響を与えるため、景気は変わらない。	
		金融業（貸付担当）	・ウクライナ問題の長期化や中国でのロックダウン等もあり、コスト高からの脱却が難しいため、当面、企業の目立った収益力向上は見込めない。	
		金融業（融資企画担当）	・当面、地元完成車メーカーの国内生産の回復が期待できないため、系列の地元部品メーカーの受注や生産も低調が続く。	
		不動産業（総務担当）	・来客数や成約件数が前年を下回る。	
		広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かず、受注量や販売量が上向きにならない。	
		会計事務所（経営者）	・半導体不足を理由に物が動かないことやウクライナ問題での心理的マイナスの影響で、新規投資に対する客の消極的姿勢が継続する。また、資材不足や価格上昇が顕著になることが懸念される。	
			食料品製造業（経営者）	・中国のロックダウン、輸入原料の価格上昇、円安の進行などにより景気はやや悪くなる。
			木材木製品製造業（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和が景気を押し上げることを期待するが、円安やロシアのウクライナ侵攻の影響で景気は悪化する。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注は増加する見込みであるが、7月から鉄原材料価格が大幅に上がることが確実となり、収益の悪化要因となる。電気料金や部品など全般的に値上がり傾向にあり、製品価格への転嫁を再度行わなければならないが、全ては認めてもらえないと想定している。	
		建設業（経営者）	・民間建築工事で競争激化の傾向が続いている状況で、材料価格の高騰により収益が圧迫されることから、景気はやや悪くなる。	
		×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが回復しないため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)			民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・留学生や外国人技能実習生の入国規制が緩和され、人手不足が顕著であった介護業界も採用計画を見直す必要がなくなる。
		人材派遣会社（経営戦略担当）	・重症化リスクが高くない新型コロナウイルスオミクロン株が主流であるため、ウィズコロナの社会が常態化した状況で経済活動が行われていく。ただし、地政学的な要因による影響は予測できない。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用は回復傾向にあり、今後は新型コロナウイルス発生前の状況に戻るため、給与水準や雇用条件を見直し、他社より早めの対策を検討することが必要になってくる。対象となるZ世代はインターネットで情報を収集していることが多いため、会社説明会を動画にするなど、情報の発信方法が今後ますます重要になってくる。	
		民間職業紹介機関（職員）	・外国人観光客に対する規制緩和によるインバウンドや長期休暇による宿泊を伴う移動の増加で、今後、景気はやや良くなる。	
		その他雇用の動向を把握できる者	・ウクライナ情勢に対する不安が残るが、新型コロナウイルスに係る懸念が解消しつつあるため、今後、人流が活発化する。	
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、海外からの観光客が増加しない限り、景気は変わらない。	



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
		人材派遣会社（支社長）	・ウクライナ情勢により原材料価格の高騰が続いている影響で、求人数は増加しないが、人材が不足しているため、大幅に減少することもない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの感染症対策の緩和や政府の様々な施策によって、経済活動は活発になるが、景気上昇には至らない。
		職業安定所（所長）	・多方面で景気が回復傾向にある一方で、建築関係はロシア産材料の輸入制限の影響で、県産木材が輸入木材より安価になる逆転現象が起きるなど、先行きが不透明であり、前年より状況が悪化する。
		職業安定所（雇用関連担当）	・福祉、警備、建設といった業種では恒常的な人手不足が継続しているが、求職者は自分の希望に合った求人に応募したい意向が強く、ミスマッチが続く。他の業界では原材料価格の高騰や中国のロックダウンの影響で部品供給が遅れている。
		職業安定所（事業所担当）	・求人の動きが回復傾向にあることや、雇用調整助成金の申請件数が前年と比べ、16.1%減少していることから、景気の回復がうかがえる。しかし、原油価格の高止まりやウクライナ情勢の影響で値上げ品目が増えていることを踏まえると楽観はできない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数は5月中旬以降も増加しているが、その伸びが鈍化し始めているため、景気は変わらない。
		人材派遣会社（副支社長）	・物価の高騰が続くため、景気はやや悪くなる。
	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)		百貨店（営業管理担当）	・ゴールデンウィーク期間中もそれ以降も客の購買意欲は高い。また、目に見えて新型コロナウイルス新規感染者数が減少していることもあって、今後はクリアランスセール、お中元等において客の動きが活発になると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・景気は、国の新型コロナウイルス感染症対応次第で変動する。飽くまでも希望を込めた予想。
		商店街（事務局長）	・国内物価の上昇による消費萎縮の懸念はあるものの、新型コロナウイルスオミクロン株の収束に向けて、リベンジ消費に期待したい。
		商店街（代表者）	・様々なイベント等が再開し始めており、人の動きが活発になってきている。ただし、依然として遅い時間帯の人の動きは鈍く、厳しい状況が続いている。人の動きが活発になる季節を迎え、多少の期待感を持っている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症収束の兆しがみえてきている。すぐに以前のように戻らないと思うが、今より悪くなることはないだろう。客足も販売量も、今後に期待したい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・慶事の予約が少しずつ増えてきている。客は、ウクライナ情勢の影響で少し値上がりしているのは仕方がないと納得し、予約される。ゆっくりではあるが、回復傾向にあると感じる。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れている現状が続くと、緩やかな回復になると思われる。
		百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルス感染症の影響が一段落すると予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品販売においては、新型コロナウイルスの影響が大きい。将来的には良くなると思うので、もう少し頑張りたい。
		乗用車販売業（営業担当）	・生産できないとの理由による受注停止は解消されていく予定となっている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから暑くなると飲料の販売数が伸び、お中元の売上等も期待でき、景気は良くなると思う。
		都市型ホテル（経営者）	・イベント復活やスポーツ大会等の開催に伴う宿泊予約、観光宿泊団体客の予約が好調である。一方、大規模宴会の予約の動きはまだまだである。
		旅行代理店（営業担当）	・県民割の延長や新Go To Travelへの期待、インバウンドの受入れ再開に向けた実証事業の開始など、業界として景気回復に期待できる。

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
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着きつつあり、客の動きも回復傾向にある。
		観光遊園地（職員）	・過去2年間中止となっていたイベントの実施が決定した。
		美容室（経営者）	・結婚式やコンサート、祭事も増えて人前に出ることが多くなり、美容室の需要も高くなってきている。
		設計事務所（所長）	・企業がウィズコロナを意識した新商品の開発や、ITを活用した新会社設立といった動きが顕著になっている。
		商店街（代表者）	・県民割などで観光客がかなり訪れている印象を受ける。また、今年は夏祭り等のイベントも開催される予定で、ウィズコロナの状態が徐々に定着しているように思う。
		スーパー（店長）	・今後も値上げによる消費減退は回避できそうにない。
		スーパー（企画担当）	・値上げは当分続く模様なので、現状から余り変わらず推移すると予測している。
		コンビニ（店長）	・今以上に良くなる理由が見当たらない。現状のまま、しばらく続くと思う。
		コンビニ（店長）	・高速道路の利用者、観光客も増えてきているため今後改善されると期待したいが、ゴールデンウィーク後の落ち込みや物価高などの影響で消費減退となる可能性もある。
		コンビニ（総務）	・商品単価の上昇は収まりそうになく、今後も続けば来客数の回復は簡単ではない。そういう状況下では良くなるとは考えられない。
		家電量販店（副店長）	・半導体不足の影響で商品の入荷状況が悪く、部材の高騰で新型モデルの販売単価が高くなるなど、全体の消費量が上がるのは期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスやウクライナ侵攻などの問題が解決されない限り、良くはならない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の生産台数が伸びないと、現状のままと予想する。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産次第である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・このまま新型コロナウイルス感染症が落ち着けば改善の方向に向かうだろうが、物価上昇がマイナスに作用し、景気が良くなるとは考えにくい。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が、所得が減少した人が多いように思う。懐が寂しいと外食は控えるだろう。ましてや焼き肉店は難しい。
		観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きに伴ったプラス要因と、ウクライナ情勢の影響によるコスト上昇とが、綱引きをしている状態が続く。
		タクシー運転手	・例年、梅雨明けには客の動きが活発になって売上も増加するが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で閉店した飲食店も多いため、大きな期待はできない。
		通信会社（営業部長）	・販売は堅調だが、低価格帯の商品を選択するケースが増えている。
		通信会社（支店長）	・物価高の影響等が改善する見通しは立っていない。
		美容室（経営者）	・身近なところで新型コロナウイルス新規感染者数が増えているものの、警戒心が薄れているように感じる。
		商店街（代表者）	・中心市街地の将来像が政策面で全く話題に上らない。民の活力には限界がある。官民一体となって取り組まない限り、現況では地域像も都市像もしばらく期待できるものがない。
		スーパー（経営戦略）	・連休に合わせた動きは活発だったが、物価上昇が続いているため、今後は少し慎重になると予想する。
		スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着くと大型商業施設や外食へ客が流れる。
		家電量販店（店員）	・引き続き公共料金や食料品、日用品の値上げが予定されていることに加え、入荷遅延による品薄も予想される。より厳しくなると思われる。
		競輪競馬（マネージャー）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、他の遊興に行動が向けられると予想する。
	x	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇による買い控えが続くと思う。
企業動向関連		食料品製造業（商品統括）	・食品業界では、原料輸入等の価格上昇のため利益面が圧迫されている。しかし、業務筋の回復が反映されつつあって、今後に期待が持てる状況となってきている。価格転嫁も受入れ側に比較的理解がある状況である。

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
(四国)		繊維工業（経営者）	・観光地にある小売店には外国人観光客が戻っていないが、規制が緩和されれば外国人観光客が増えて一挙に商況が上向くと思われる。ただし、新疆ウイグル問題による原材料価格上昇や、コロナ禍での物流コスト増に加えて、最近ではウクライナ問題で世界的に資源価格が上昇してニューヨーク綿花相場も一段と高騰している。更なる価格転嫁は難しいところであり、この状況が続けば採算的に厳しいものとなる。
		電気機械器具製造業（経理）	・ロシアのウクライナ侵攻や新型コロナウイルス感染者の高止まり感はあるものの、ウイズコロナによる経済や社会活動が浸透しつつあり、改善の兆しを感じる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの販売量には変化がない。新型コロナウイルスの感染拡大で除菌や掃除用のウェットクリーナー需要があるが、同業他社も増えており供給力も高い。4月にふた付きウェットクリーナーの製造工場を新設したので、その売行きに期待している。
		輸送業（経営者）	・マスコミの報道が世間の景況感に与える影響は大きいため、今の雰囲気が良い方向に変わるような情報発信が行われることを期待する。
		通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によって、前年まで開催見送りとなっていた各種イベント等も今年度は開催されるケースが増えると見込まれる。
		金融業（副支店長）	・仕入価格の値上がり分を販売価格へ転嫁できる環境にあって、売上が新型コロナウイルス感染前に近い水準まで回復している客もあつたりするので、景気は持ち直すと考える。
		食料品製造業（経営者）	・円安や世界情勢の影響で輸入する原材料価格が大幅に高騰しており、先行きは不透明である。
		鉄鋼業（総務部長）	・主要材料のスクラップ価格はピークを過ぎた感はあるが、依然高水準にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気は下降気味と思っている。企業、事業者はよく考えて経営を行っている。景気は悪いものの、全体的には変わらない。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況並びに世界的な景気停滞への懸念などが悪材料といえる。一方、リモートの活用やここ数年の本業が堅調で財務的に余裕があるなど耐性ができつつある。ここ数か月はこのまま推移すると見込まれる。
		建設業（経営者）	・今のところ先が読めない。
		輸送業（営業）	・食品等を中心とした生活消費財の値上げが、消費者の購買意欲を鈍化させることを危惧している。
		輸送業（経理）	・海外向けの出荷計画については中国向けを中心に不透明な状態が続く。国内向けの出荷計画も低水準のままで、大きな変化はない。
		通信業（企画・売上管理）	・希望的観測も含めて、悪くなっている今と変わらない。
		広告代理店（経営者）	・イベント関係は小規模での開催が予定されており、やや回復傾向にある。しかし、ウクライナ情勢の影響による悪化が心配され、客先の販促計画も依然として低調になると予想される。総じて、余り変わらないとみる。
		税理士事務所	・新型コロナウイルスや戦争の影響は大きくない。
		木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注が若干悪く推移している。年内は契約残で受注は問題なく推移する見込みだが、来年の年明け以降の受注は不安を感じている。
		化学工業（所長）	・今後も原油やナフサの価格動向が不透明となっている。夏頃がピークという見方もあることから若干、底を打った感を期待したい。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルス感染防止策や各種政策の効果により、持ち直しの動きが続くことが期待される。一方、ウクライナ問題や中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策、原材料価格の上昇や調達環境の制約、各国の金融政策等、不透明な状況が深まっている。
		農林水産業（職員）	・国際情勢を受け青果物の生産から出荷に係る資材経費の値上がりが続いている。特に、肥料価格の値上がりは激しく、6～7月の改訂価格は、成分にもよるが現状に対し130～180%と大幅な値上げとなる見込みである。卸売価格への転嫁ができないなか、全農業者の農業所得は大幅に減少する。高齢者の離農の動きも加速すると予想する。
雇用	x	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (四国)		職業安定所（求人開発）	・5月18日時点で、当地域の新型コロナウイルス3回目のワクチン接種率が51%以上となり、行動制限の撤廃もあいまって人々が戸外へ出やすくなった。新規求人も運輸業、郵便業、生活関連サービス業、娯楽業が前月比、前年同月比でかなり伸び、宿泊業、飲食サービス業の求人数も増加した。原油原材料の価格高騰、中国のロックダウンの影響は受けるが、人々の消費動向消費性向は停滞せず、上向きになるように思われる。
		人材派遣会社（営業担当）	・アフターコロナに向けた人材採用が増加すると思われる。
		人材派遣会社（営業）	・ウクライナ情勢等による物流の停滞、物価上昇による商品の値上げが相次いでいる。今後は日常生活の購買意欲にも影響が現れ、景気は苦しい状況が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で低迷を続けており、派遣の需要は一定数あるものの増加は期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一部イベントなどで盛り返している部分を、飲食関連の低調によるマイナスが相殺してしまい、低いままキープになることを懸念している。観光、個人消費など伸びてほしい。
		民間職業紹介機関（所長）	・宿泊や観光、メイク系の求人数はまだ回復していない。もう少し時間が掛かると思う。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇、原材料価格や燃料価格の上昇により、いろいろなところが少し厳しくなっているという声を聞く。
		求人情報誌（営業）	・人員が充足しないことや、各産業における原材料の値上げ等により、経営が圧迫される企業が増える予想される。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・夏休みのアルバイト募集が増える時期ではあるが、逆に正社員などの募集は減少し、トータルでは若干の減少が予想される。
	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)		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・経済対策を実施し、感染抑制が進めば、外食や旅行、インバウンド需要も戻り、更に景気は良くなる。また、原材料の価格高騰で仕入価格が上がるため、売価の転嫁により給与の引上げができれば、景気回復のポイントになる。
		観光名所（従業員）	・外出自粛等の規制が適用されなければ、景気が戻る兆しがある。
		商店街（代表者）	・ファッション業界では、ファッション性がある低価格帯に人気があり、まとめ買いが増加し、客単価が上がっている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が心理的に影響を持たなくなりつつあり、マスクの緩和とともに次第に不況は薄れていく。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がこのまま減少し、更に規制の適用もなければ、2～3か月先の状況は良くなる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスに関する規制が緩和され、安心感から外出が多くなっている。そのことは、消費活動に反映されており、外出用婦人服の売上が上がっている。
		百貨店（企画担当）	・原材料やウクライナ情勢等、不安要素による下振れリスクはあるものの、例年より気温が高い夏になるとの予測もあり、衣料品関連を中心に追い風が吹くと予想する。物産催事も強化し、数多くの来客を期待している。
		百貨店（経理担当）	・5月に入り、来客数が戻っている。美術品等の高額品の売上も若干ではあるが良くなっており、今後期待が持てる。
		百貨店（販売促進担当）	・行動制限が緩和され、来客数は格段に増加しており、今後も売上増加が見込まれる。
		百貨店（業務担当）	・徐々にではあるが、新型コロナウイルス発生前の生活に戻りつつある。これまで抑えていた需要が活発になることを期待したい。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が薄まりつつある。ただし、ウクライナ情勢による商品の値上がりしが継続した場合は、客の消費意欲が減衰するおそれがある。
		コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスとの共存にも慣れ、人の動きが始めている。
	コンビニ（経営者）	・夏の行楽やイベントが3年ぶりに開催されることで、人の動きは更に活発になると期待している。	

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
		コンビニ（エリア担当）	・インバウンド規制の緩和により、国内でも開放的な意識が高まり、人流増加が予測される。
		コンビニ（店長）	・景気回復に期待をしているが、新型コロナウイルスの感染再拡大が懸念され、先行きが見えない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・暖かくなるにつれ、飲料水や冷たい食べ物売れていく。長雨になると売れ方も変わるが、この天候が続くと売上が伸びると予想される。
		家電量販店（店員）	・家電では季節要因により、3～4月の売上が大変良かった反動から、5月は大きく落ち込んでいる。6～7月の気温が平年並みであれば、若干上向くと考えている。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・6月は梅雨に入り、若干客足が遠のく傾向にある。2～3か月先には梅雨が明け、来客数も回復してくる。新型コロナウイルスの関連性もあるため一概にはいえないが、夏休み時期でもあり、景気は良くなっていく。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・新型コロナウイルスの規制緩和がプラスに働くが、物価高の影響もあり、楽観視できない。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少していないが、少しずつ慣れ、気にしなくなり客足が増えている。6月からは、海外からの渡航客も緩和され、景気が良くなることを期待している。
		一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の収束で、消費者が活発に動き出すことを期待する。
		観光型ホテル（総務）	・コロナ禍による延期や中止が相次いだ大型宴会の予約が、着実に増えている。これまでは開催日直前まで仮予約するケースが多かったが、現在ではこれまでより早い段階で決定するケースが増加している。
		旅行代理店（職員）	・県民割以降に始まる予定のGo To Travelに期待している。
		通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はあるものの、関連業務の受注が定着しつつある。
		通信会社（営業担当）	・飲食店への来客も増え、全体的に経済が動いている。その効果が目に見えてくる。
		ゴルフ場（従業員）	・海外からの外的要因がない限り、昨今の景況感やゴルフブームはしばらく続くと考えられ、やや良くなっていく。
		ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス対策や薬の開発も進み、制限が少しずつ解除されている。今後は、ウクライナ戦争の状況次第で、景気の方向性が変わってくる。
		競馬場（職員）	・新型コロナウイルス対策による規制が緩和されると、人の動きが更に活発化され、良くなると期待している。
		理容室（経営者）	・夏場に向かい暑くなると来店回数が多くなるため期待している。業種によっては、材料搬入や高騰で苦勞しており、飲食業では持ち直している。
		美容室（経営者）	・今年の夏は猛暑で、秋も暑さが残ると予想されるため、来客数が増加する。
		美容室（経営者）	・春先から初夏に掛け、服装に変化が出てくる。また、新型コロナウイルスも収束していくと2～3か月先の景気は、向上すると予想される。
		美容室（店長）	・旅行等外出の機会が増えているため、おしゃれマインドが美容院利用につながっており、徐々に上向いていく。
		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）	・3回目のワクチン接種が進んでいることで、今後の新規感染者数が大きく減少し、サービスキャンセル等の影響により減収となる頻度は減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、客の動きも活発になり、景気も良くなる。
		商店街（代表者）	・原油高が少し落ち着いているが、材料や食料品が高騰し、値上げ情報を頻繁に受けている。買物控えの兆しがみえている。
		商店街（代表者）	・夏物の最盛期に入るが、新型コロナウイルス発生前の売上回復には程遠く、生活必需品の値上げで買回品の購買力は期待できない。
		商店街（代表者）	・火災で客が商店街から離れたため、商店街一丸となりイベントを考え、客を取り戻すよう努力している。

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）	・ウクライナ情勢により今後の景気は悪化すると考えられるものの、現時点では新型コロナウイルス対策が緩和され、商店街には活気が出ている。しかし、物価の上昇は日々報道されており、低所得者には大変厳しい状況となっている。中小企業の賃金アップは難しく、貧富の差が拡大することが予想される。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・新型コロナウイルス発生前の売上には程遠い。マスクや行動規制などが緩和され、明るい兆しがみえてくることに期待している。このところ魚の水揚げが少ないため、一気に景気回復した場合が心配である。
		百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの対応については、新しい生活様式が進みつつあるが、ウクライナ情勢や世界的なエネルギー価格上昇、円安等、不透明な要素が多い。
		百貨店（企画担当）	・夏休み期間は、ゴールデンウィークとほぼ同様の動きを予想している。来客数は増加すると予想されるが、秋の商材に対する反応はまだ鈍い。
		百貨店（営業担当）	・物産催事や全店催事で客の外出意欲を感じている。店頭や周辺では観光客への土産品紹介も目立ち、催事やお中元展開で店舗・地域への来店が期待できる。加えて、サテライトショップやギフトショップ、お中元通信販売、ネット受注における販売額の堅調な推移が見込まれる。外出意欲が高くなっており、来客数増加で徐々ににぎわいをみせ、景気の急回復に期待している。自家需要やし好性の高い舶来雑貨・和洋酒・時計・リビング用品等は堅調である。また、購買客単価や商品単価も堅調で、来客数や購入客数の増加が期待できる。
		百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの規制による反動で、購買意欲の高まりが継続しているが、今後は値上げが購買意欲を減衰させる懸念がある。
		コンビニ（経営者）	・原油価格の高騰や世界情勢の緊迫感及び円安等もあり、食料品を始め生活必需品の値上げが相次いでおり、小売業では買上点数の減少や買い控え等が危惧される。
		衣料品専門店（店長）	・景気回復する好材料が見当たらない。今後数年は、この状態が継続する。
		衣料品専門店（店員）	・新しい生活様式に慣れ、ある程度落ち着いていくと予想される。
		衣料品専門店（取締役）	・物価高の影響で、外出用衣服の需要の戻り方が心配である。また、買物を抑えていた時期も長かったため、消費意欲を刺激するセールも多くなり、収益が伸びづらいのではないかと懸念される。
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大を受けたロックダウンの影響により、出荷遅延となり、納品遅れで売上が下降する。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車受注は堅調に推移しているが、メーカーからの新車配給が大幅に減少している。改善する明るい兆しが全くなく、新年度第1四半期の決算は赤字の見込みで、大変厳しい状況にある。
		住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、横ばいか減少傾向にあり、規制緩和も進んでいる。経済活動で、観光など活発に始まっているが、ウクライナ侵攻の長期戦や大幅な物価上昇により、家具などの消費は鈍くなる。
		住関連専門店（従業員）	・夏日が少なければ、夏物商材の買い控えが懸念され、景気は気候次第で左右される。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・5月は、まん延防止等重点措置の解除により良好な結果が見込まれており、特に映画のヒット作によるシネマは好調である。夏休みには、更なる新型コロナウイルスの規制緩和がない限り、今月と同程度の景気が期待される。
		高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況は、まだまだ動きは鈍い。当月は総会時期で食事の利用が多かったが、新型コロナウイルスの影響でオンライン総会が進み、会食は見込めない。今後先行き不透明であるため動きが読めないが、客が戻ってくることを期待している。
		スナック（経営者）	・新型コロナウイルス対策の規制が緩和されているが、大人数での宴会など禁止している企業が多く、団体利用はない。人数制限がなくなれば団体利用が見込まれ売上も上がるが、現状は自粛状態が続いており、景気は変わらない。
		観光型ホテル（専務）	・個人客の予約は休日に多いが、団体客の予約は早くても秋以降になる。

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
		都市型ホテル（販売担当）	・先行き不透明であるため、全く予想ができない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・物価上昇やウクライナ情勢の影響による消費マインドの悪化で、旅行や外食を控える傾向が今後もしばらく続く。
		タクシー運転手	・県外からの人の動きは戻りつつあるが、県内の夜の動きは僅かである。
		タクシー運転手	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響だと考えられるが、原材料の価格高騰により、様々な商品が値上げしている。その結果、今後の消費者行動は、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているものの、消費行動が活発化するとは考えにくい状況が続く。
		タクシー運転手	・今後、インバウンドの復活等に期待しているが、一方でウクライナ情勢による物価高が国民生活を圧迫し始めており、景気回復への不安要素も多い。
		通信会社（統括者）	・携帯電話等の売上は、前年並みに推移するが、事業者から獲得する手数料収入は厳しい状況が継続すると予想している。
		通信会社（企画担当）	・販売方法の見直しを行うが、販売量増減への効果や影響は、先行き不透明である。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・健康サービス産業のため、感染を心配する客の利用は、まだ改善傾向には遠い状況である。
		設計事務所（所長）	・受注を目指す案件の状況について、足下では大きな変化はないため、景気は変わらない。
		設計事務所（代表）	・新型コロナウイルスの感染が収束すれば、景気も良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いている状況が継続すると、旅行や買物が増加し、景気は良くなっていく。ただし、新型コロナウイルスの第7波が課題である。
		住宅販売会社（代表）	・ここ半年の景気は、横ばいである。この状況が長引くことにより、会社の財務が悪化していくため、根本的なところから改善していく必要がある。加えて、融資による改善対策も考えなければいけない。
		商店街（代表者）	・企業の売上は現状より良くなるが、一般消費は現状のままだと予想される。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・今後は当地の野菜が少なくなり、県外産が中心になる。暑くなり、需要の低下と単価の上昇により、かなり厳しくなる。中でも完熟マンゴーは、県外からの引き合いが多く需要が伸びていることから、前年より高くなっている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ロシアのウクライナ侵攻により、物価高などは小売店にかなり影響している。コロナ禍で売上が半減しており、原材料の価格高騰で、販売価格を上げなければ生活も厳しくなる。これから暑い季節になり、売上は期待できない。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰問題が落ち着かず、物価上昇に歯止めが利かないと予測している。消費の冷え込みはますます厳しくなる。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染の規制緩和に伴い、客の流れが小型・中型店から大型店へ移行しているため、減少傾向である。食品中心の店舗は、物価上昇も含め、今後厳しい状況になると予想される。
		スーパー（総務担当）	・6～7月に各メーカーの食品価格の値上げが実施される予定となっており、今後は消費者の節約志向と小売業界の価格競争等が更に強まり、当面は厳しい状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・今後の社会情勢に左右されるが、国際情勢不安が長引けば消費者が買い控えに向かうことも想定される。一方、新型コロナウイルスについては、新しい生活様式が浸透しており、今後の景気に特に大きな影響はないと予想している。
		スーパー（経理担当）	・値上げに対する所得増加の見込みがなく、生活防衛に回るのはないかと危惧している。
		コンビニ（経営者）	・商品の値上げにより、一部客離れ傾向にあり、来客数の減少が心配される。必需品のみの購入となっており、客単価も落ちているため、この厳しい状況が、今後も継続されると考えられる。
		家電量販店（店長）	・商品供給が安定しないと、夏の商戦にも大きく影響する。
		乗用車販売店（従業員）	・6月は農繁期となり、農業が盛んな当県では販売量に影響が出る。

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（代表）	・これから先もコロナ禍の影響が出てくる。
		高級レストラン（経営者）	・やっと新型コロナウイルスの感染が収まりかけ、国はインパウンドの入国を決定しているが、梅雨で人の動きが減少するなど、全く先が読めない状況である。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・取引先の操業状況は、行き過ぎた円安や原油高が原因で、各種製品の値上げや納期遅延など影響を受け、悲観的になっている。
	x	一般小売店〔生花〕（経営者）	・気温が上がると通常でもギフトとして花を贈ることを控えることが多い。加えて物価の上昇や、生産者によるコスト削減を目的とした生産停止のため、花屋で販売するときには金額が上がる。今後様々な要素から景気が悪くなると懸念している。
	x	家電量販店（店長）	・今よりも更に商品供給が厳しくなると予想され、供給が安定するまでは様子を見ている客が増加する。
	x	家電量販店（店員）	・休日の観光地は多くなっているが、物価高の影響もあり、家電量販店への来客数が非常に減少している。この傾向はしばらく続き、改善がみえてこないと予測している。
	x	家電量販店（従業員）	・製品原価の高騰で、店頭陳列品のほぼ全てが値上げとなっている。しかも、現在の在庫完売後の次の入荷が未定の状況である。ウクライナ情勢や中国のロックダウン及び半導体不足等が影響し、供給が圧倒的に不足している。
	x	設計事務所（所長）	・世界情勢が不安定、不透明であるため、材料・製品・生活必需品等の価格上昇について先が見えない。収入がそのままならば、自由に使える金が少なくなるため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連  (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先より、8月以降の増産依頼を受けている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先では、来月から生産ラインを増やし、フル稼働することで増産体制となっている。
		農林水産業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染率が高い状況であるが、新しい生活様式を取り入れ、外食部門の販売では、Web販売で補うなどしてうまく状況をわたっている。また、店舗でも安全を重視しながら営業しており、利用者も安全マナーを守っている。新型コロナウイルス発生前のようにはいかないが、梅雨明けの7～8月は野外活動を中心に消費が伸びてくると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この業界では、半導体の受注量や生産量、販売量等の動きによって左右されるが、悪い状況が改善されれば、これから先の景気は、徐々に良くなると予想される。
		電気機械器具製造業（取締役）	・業種を問わず、AI関連や生産性向上に伴う業務の引き合いは、今後強くなる傾向がある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・予想では、半導体関連は増産傾向である。
		建設業（社員）	・官公庁の4年度発注予定が今月末にそろそろため、期待している。例年発注されるまでに時間が掛かっているが、民間工事や雑工事、少額工事等、何でも受注していきたい。
		金融業（営業）	・新型コロナウイルスの規制が徐々に緩和され、景気も正常化すると考えている。
		広告代理店（役員）	・3か月予想の数字が上向きである。また、競合プレゼンテーション案件が増える見通しである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・2年以上続いている新型コロナウイルスの感染状況もやっと出口が見え始めている。完全に元に戻るわけではないが、経済も徐々に動き出していく。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数が増加している。
		その他サービス業〔物産リース〕（職員）	・一時期の大幅な円安傾向から落ち着きを見せており、将来を見据えた設備投資等もやや活発化すると予測している。
		食料品製造業（経営者）	・原料の価格高騰と品薄が続き、状況の改善は厳しい。
		家具製造業（従業員）	・少しずつではあるが、案件情報は増えつつある。ただし、材料費や運送費の高騰により利益確保はまだまだ厳しい状況が続く。また、大型案件と小規模案件の2極化が、より一層進んでいると実感している。
		化学工業（総務担当）	・本年度は、売上や損益が前年度と同様を見込んでいる。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスなどの影響で通常営業の売上が落ちるのではないかと心配しているが、通信販売やネット販売等でどうにか補えると考えている。しかし、原材料等や人件費の値上げはどうにもできないため、この状態が続くと予想している。
		金属製品製造業（事業統括）	・設備投資の意欲は感じるが、ここに来て建築現場の職人不足が深刻で、建築設備機器の納期延期に影響している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の反応は、今までと変わらない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・海外部品の供給が不透明のため、再度非稼働日が設定され、内示計画数に対して減少が予測される。
		建設業（従業員）	・大型物件の受注がすぐに結び付かないため、公共工事の受注活動を強化していきたい。
		輸送業（従業員）	・海外からの輸入に頼る我が国は、海外の状況が元に戻らないと景気の回復は難しい。
		輸送業（従業員）	・原料の輸入状況が変わらないと、生産量が変わらず景気も変わらない。幸い原料費高騰は報道の影響もあり、価格に転嫁できている。
		輸送業（総務担当）	・物価上昇の影響はそこまで大きくないが、今後運送会社が一斉に値上げすると、価格転嫁せざるを得ず、景気に水を差すことになる。一方、来月からの入国緩和で海外の観光客が増える見通しである。これにより、観光業界や飲食店等に以前の活気が戻ると予測する。
		通信業（職員）	・官庁の施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、受注目標に対して厳しい状況となっている。
		通信業（経理担当）	・売上の見通しは、現時点では大きな変化がみられない。
		金融業（従業員）	・公共投資が高水準で推移しているほか、住宅投資も持ち直しの動きがみられるが、原材料費や食料品などの値上がりの影響が多く業種に及んでいる。一方、新型コロナウイルス感染拡大に伴う各種制約が緩和されるなか、飲食店、ホテル・旅館、旅行業では需要が回復している。
		金融業（営業担当）	・一般消費者を対象とする小売業やサービス業は、新型コロナウイルスの規制緩和で活発になり、売上が増加していくことが考えられる。物価上昇は、中小企業や仕入れ販売共に苦勞している状況で、政府が景気対策の手を打たない限り、景気は上昇傾向にならない。
		金融業（調査担当）	・インバウンドの入国緩和などによる人流の増加に伴い、サービス業の回復が期待される。ただし製造業における材料不足が解消されるには、まだ時間を要すると考えられ、景気全体としては、それほど変化しない。
		金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息とウクライナ情勢に連動して、企業動向や消費マインドが左右される状況は続く。
		不動産業（従業員）	・オフィス物件の収益が横ばいに推移している。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・Webの広告やテレビCMの売上は好調なもの、新聞は厳しい。
		経営コンサルタント（社員）	・現在の閉塞感が薄れなければ、新しい動きはみられず、明るい気配が感じられない。
		不動産業（経営者）	・世界の情勢や円安等の影響で、景気はやや悪くなる。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの重症化リスクが抑えられ、若干の景気回復が予想される。しかし、ロシアのウクライナ侵攻が世界経済の下振れリスクとしてあり、このまま回復基調に戻っていくとは考えられない。
		経営コンサルタント（社員）	・国内商品の値上がりに続き、輸入商品も値上げが始まり、消費が落ち込んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	・多くの工場では工賃が上がらず、人手不足や後継者不足、高齢化等で10年以内に閉鎖していくと予想される。当社でも機械を含め、難しい時期に差し掛かっており、良くなっていく状況ではない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の4年度の当初予算を閲覧すると、今年度は、まちづくりや福祉等の調査・計画を予算化している市町村が少ないため、市町村からの発注が減少する見込みである。入札ではなく、Webによる公募型のプロポーザルによる発注が前年より多くなっているが、実績が要件になっている場合が多く、新規業務の受注の機会を得ることが少ない状況である。以上から、景気が悪くなると予想する。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (九州)		人材派遣会社(社員)	・ゴールデンウィーク以降も求人数は増加しており、求職者からの問合せも増加している。
		人材派遣会社(社員)	・今後も新型コロナウイルスの対応が継続される見込みで、長期雇用を検討する求職者数の相談もこのタイミングで増えており、全体的な稼働数も増加傾向にある。
		人材派遣会社(社員)	・大きな波がなければ回復していく。
		新聞社[求人広告] (社員)	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、ゴールデンウィークにかなりの人が動いたにもかかわらず、新規感染者数が増加する懸念は払拭され、安定している。また、新聞広告の大きな客である旅行業や宿泊業の回復傾向は続くと思われる。加えて、夏祭りも3年ぶりの開催が数多く報じられており、夏休みの旅行増加につながり、人流の活発化が期待できる。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向で、規制緩和の影響もあり、飲食店や人の集まる会合など増えている。企業の業績も回復傾向にあり、新卒の求人も前年より増加すると予想している。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は、前年を上回り増加傾向にある。また、新型コロナウイルスによる休業相談や雇用調整助成金の申請件数が、ここ4か月は70件台で推移していたが、今月は50件弱と減少傾向にある。
		人材派遣会社(社員)	・契約終了後、再就職せずにしばらく失業手当をもらうスタッフが多いため、注文を受けた求人数が決まらず残っている。企業も自力では採用できていない状態である。
		人材派遣会社(社員)	・原材料の価格高騰や株価下落など経済的な不安要素が多い。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・良くなる兆しが見えない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は増加しているが、新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢により、先行きは不透明である。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は横ばいを維持しているが、新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢の影響もあり、景気が好転する材料に乏しい状況である。
		職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、管内では新しい施設のオープンにより、観光客の増加が見込まれている。一方で、現在価格の上昇と供給不足による影響も危惧されており、良くても現状維持と予想される。
		民間職業紹介機関(職員)	・今後2～3か月で、採用数が大幅に増加されるとは考えられない。新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた外国人観光客の受入れが本格化し、インバウンド関係の業界で人材不足になれば、増加要因となるが、それにはもう少し時間が掛かる。
	学校[大学](就職支援業務)	・心配されたゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの感染拡大は、予想よりも抑えられた。しかし依然として、ウクライナ情勢の収束がみられず、エネルギー価格や原材料価格の高騰で日本経済への影響も大きくなっている。この状況が続けば日本経済に大きな打撃を受けることになり、今後の企業の求人数にも影響が出てくると考えられる。	
	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)	・新型コロナウイルスの感染がインフルエンザの感染のような扱いになり、観光客数も増えると思われている。
		コンビニ(代表者)	・新型コロナウイルス感染者数が再度増加に転じなければ、徐々に景気は回復していくと考える。
		コンビニ(副店長)	・新型コロナウイルス感染防止のための行動制限の緩和や、国内外の移動制限の緩和も受け、今後も来客数は増加すると期待する。
		百貨店(店舗企画)	・今月は新型コロナウイルス感染者数が高止まりするなかで集客拡大となり、今後、徐々に新規感染者数が減少していく傾向もあるため、更なる集客に期待している。
		スーパー(企画担当)	・6月中に沖縄でも外国人観光客の受け入れが再開されれば、県内の消費も活発になるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		衣料品専門店（経営者）	・政府の新型コロナウイルスに関する方針も経済重視にかじを切り、少しずつ制限が緩和されてきているので、戦争の影響で様々な値上げの波があるが、良くなるのではない。	
		家電量販店（営業担当）	・前年は、天候、気温に恵まれず単価の高いエアコンが伸びなかった。例年並みの天候、気温であればエアコンが大きく伸長する可能性が高い。ただ新型コロナウイルスの感染が広がっており、来客数の伸びは不透明である。	
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので不安はあるが、希望的観測でこれより悪くはならないとみている。	
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光に関する新型コロナウイルス対策の基準が緩和されてくると従い、国内、インバウンドの観光客数の増加が期待できるが、2年もステイホームに慣らされた地元客は戻るのに時間が掛かりそうである。	
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊の予約が増えている。夏休みにも入るので更に増えると予想される。飲食に関してはまだ予約状況が鈍い。	
		通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスも収まってきており、新商品の発売も続くのでやや市場は活気付くのではないかと期待している。	
		観光名所（職員）	・行動制限を出さない政策に傾き出したことで期待できる。	
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は、夏季繁忙期を中心に好調に推移しており、また今後は国際線再開等の明るい材料もあり受注増加が期待できる。	
		旅行代理店（マネージャー）	・新型コロナウイルスもなかなか収まらないなか、爆発的に復調する要素が見当たらない。	
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築単価の上昇による受注減少や建築商品の納品遅れによる工期遅れなどが懸念される。	
		衣料品専門店（経営者）	・今月は少し期待していたが、思いの外悪い状態が続く、前月よりも売上が悪い状態である。あらゆるものが値上がりしている影響で、景気は悪い状態が続くとみている。	
		乗用車販売店（経理担当）	・昨今の社会情勢の変化が購買意欲に表れてくるのではない。商品も供給不足である。	
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの5月の販売室数は前年比67%増加なのに対し、5月末時点での8月の予約室数は前年比44%増加と、プラス幅が小さくなっている。	
		住宅販売会社（役員）	・世界情勢、コロナ禍の影響やウッドショック等により建築費が高騰しており、住宅関連の動きが鈍くなるとみている。	
		×	商店街（代表者）	・沖縄の新型コロナウイルス新規感染者数は高止まりが続いている。新規感染者数が改善されない限りは、売上が上がるには大変厳しい状況である。1日も早く新型コロナウイルスの感染が収束するのを期待している。
	企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		輸送業（経営企画室）	・更なる物価の上昇により、消費者の消費行動が落ち込み、発注量の減少が懸念される。しかし、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和され、マスクの着用緩和や海外の観光客の受入れ再開などで、観光や商業施設などの動きが活発化して、景気がやや良くなると期待したい。	
		食料品製造業（役員）	・これまで同様、しばらくは売上は徐々に新型コロナウイルス発生前に戻っていくとみているが、資材の輸入が多い中小企業については、円安を始めとして原価高による中身の薄い状況が続くとみている。早く円高になってほしい。	
		窯業土石業（取締役）	・受注量、生産量は当面の間、現状が続くと予想するが、原材料の価格高騰により収益悪化が懸念される。	
		輸送業（代表者）	・宮古島、石垣島の建設関連は、官需部門では石垣島の陸上自衛隊関連工事が本格化しており、民需部門では宮古島のホテル等での回復がみられる。軽石問題は軽減されたが、新型コロナウイルスオミクロン株の新変異株の脅威が発生していることと、ウクライナ問題や円安問題による燃料費や食糧費を始めとした物価の上昇の影響が懸念される。	
		建設業（経営者）	・見込み度の高い、真剣な客が相談に来ることが少なくなっている。	
		広告代理店（営業担当）	・終息がみえない新型コロナウイルス感染や原材料の価格高騰などの影響で、県内企業が販促費を抑える動きがあり、景気の先行きは厳しくなるとみている。	
		×	会計事務所（所長）	・ウクライナ情勢、コロナ禍、円安の問題がしばらく続きそうである。
雇用		-	-	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (沖縄)		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・徐々に新型コロナウイルス新規感染者数も減り、観光業に動きが出てくる。
		求人情報誌製作会社 (営業)	・従来であれば、夏シーズン中は求人数が比較的減少する時期ではあるが、企業の採用意欲は続くと考えており、微増又はほぼ同数だとみている。
		職業安定所(職員)	・宿泊、飲食サービス業などの夏に向けて採用活動の増加が見込まれる。
		人材派遣会社(総務担当)	・どこに行っても人出は増えているが、物価の上昇により、買い渋りが増えそうである。
		学校[専門学校](就職担当)	・これから夏に向けて、IT系求人がほぼなくなり、その代わりに他分野の求人が増えてくるため、トータルで考えると今後も変わらないと見通している。
		学校[大学](就職支援担当)	・しばらくは新型コロナウイルスの影響を受けながら、徐々に回復するのではないかとみている。
		-	-
	x	-	-