

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)	◎	商店街（代表者）	・今の季節の北海道は良い材料のない時期だが、それにもかかわらず観光客の動きがとても良い。特にインバウンドの入込が活況なことから、今後の景気は良くなる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・4月は統一地方選挙があるため、航空需要のうちビジネス需要が抑制されることになるが、初夏から夏にかけて北海道の観光需要は高まることになる。インバウンドも東南アジア各国との航空路線がほぼ再開しているため、今後、中国路線が再開すると一気にコロナ禍前の水準に回復することになる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍前の2019年と同じ水準まで回復することは難しいが、景気が回復傾向にあることから、今後の景気は良くなる。
	◎	観光名所（従業員）	・当地に寄港するクルーズ船が復活し、観光地がにぎわうことが見込まれる。外国人観光客の団体旅行についても主力の台湾や韓国がほぼ復調している。台湾との直行便の再開が予定されていることもプラスとなる。また、これまで余りなじみのなかった国からも団体旅行の仮予約が増えており、インバウンド特需の復活が期待できる。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ツアーを始め、予約が好調に推移している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束していること、5類感染症に移行することなどがプラス要因となる。また、物価高が安定し、客が価格に慣れてくることも見込まれる。今後、賃金上昇の動きが出てくることになれば、ますます景気は良くなる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・景気は持ち直している。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、これまで3年間続いていた人出の減少も大分緩和されているため、今後の売上は増えることになる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・今後も来客数は緩やかに増加し、客単価も一定の水準を保つとみられることから、総じて売上も増加することになる。
	○	百貨店（マネージャー）	・今後については、大規模なセールを準備していることもあって、好調を維持できる。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を機に脱マスクの流れが進むことで、化粧品、外食、イベントなどの消費の活性化が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・これから春夏にかけて、行楽需要や工事需要が増えてくることが見込まれる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、従来の日常生活を取り戻しつつあることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（店員）	・マスク着用や感染対策に伴う規制の緩和などに伴って、客足が回復することを期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・全体的に人の動きが活発になっているなか、新型車のイベントなどで多くの受注が見込まれることから、今後の景気も少しずつ良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィークを契機に道外客が増加し、それに伴って市場が活性化することを期待している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・漢方相談など、込み入った相談が増えており、それが売上にも貢献していることから、今後の景気はやや良くなると期待できる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症について、死亡率の高い変異株などが発生しない限り、今後の景気は少しずつ良くなる。ただ、物価の動向によっては再び景気が落ち込むことも懸念される。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・例年であれば、ゴールデンウィークと花見シーズンが重なるため、繁忙期となるが、今年は桜の開花が早まると予想されていることから、人出が分散することになる。ただ、ある程度のにぎわいは期待できるため、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
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・インバウンドが回復基調にあること、マスク着用が緩和されたことなどから、新型コロナウイルス感染症発生前の水準への回復に一步步近づいている。
	○	旅行代理店（従業員）	・国内や海外の移動についての忌避感が今後ますます縮小することになる。今後については、全国旅行支援の終了に伴う一定数の旅行需要の反動減など、ネガティブな要因も見込まれるものの、団体旅行を中心に旅行需要の増加が期待できることから、景気はやや上向きになる。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症などが新たに流行しないことが条件となるが、全国旅行支援がしばらく継続することもあるため、今後の景気はやや良くなる。海外旅行の需要回復が見込めることもプラスである。
	○	タクシー運転手	・これから春のシーズンを迎えて、歓迎会などのイベントでの利用や外国人観光客の予約が増えると見込まれるため、今後の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感染症発生前の2019年以前の状態に戻りつつあることから、今後の景気はやや良くなる。ただ、従業員の雇用がとてもしばり厳しい状況にあり、雇用を確保できることが大前提となる。
	○	観光名所（職員）	・マスク着用ルールの緩和、5類感染症への移行など、新型コロナウイルス感染症を取り巻く環境が変わるなか、来客数が増加傾向にある。特にインバウンドの伸びが顕著であり、今後、中国本土からの観光客の回復も見込まれることから、景気が良くなると大きな期待を持っている。
	○	美容室（経営者）	・ちょっとした外出や旅行の機会が増えているなど、客の行動が活性化しており、それに伴って来店する機会も増加している。今後、売上は増加すると期待している。
	□	商店街（代表者）	・地域住民の来街機会が限られており、今後の来街者数の顕著な増加は見込めない。ただ、新型コロナウイルスの感染状況、全国旅行支援の利用状況などによっては、交通、宿泊、土産物などの業種で売上を伸ばすことも期待できる。
	□	商店街（代表者）	・景気が良いとはいえない状況にあることから、今後も変わらないまま推移する。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・雪解けが始まり、砂交じりの悪路のなか、東南アジアなどからの外国人観光客、国内客について、見込み以上の来客がみられる。新型コロナウイルス感染症の影響で移動が抑制されていたことの影響なのか、当地の魅力ある街並みのお陰なのか、想像以上に早い回復がみられることから、今後も期待できる。ただ、物価の上昇、電気料金の引上げなどの影響で地元客の利用が減少していることはマイナスである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年であれば、閑散期に入る時期だが、全国旅行支援の延長が決まったことから、国内客の利用を後押しすることになる。6月頃までは全国旅行支援の効果が期待できるため、今後も堅調に伸びていくことが期待できる。一方、インバウンドについては、冬が終わると落ち込む傾向にあること、国際線の便数が減ることから、本格的な回復までもう少し時間が掛かることになる。
	□	百貨店（売場主任）	・旅行などがより活発になり、それに伴って客のニーズも拡大するとみられるが、中間層の所得が増えてこないこと、来客数の伸びにはつながらない。
	□	スーパー（企画担当）	・物価高騰の影響は夏頃まで続くと思われる。客足が鈍くなったとしても、客単価の上昇がそれを補う構造が今後も続くことになる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・客の買物の様子を見ると、物価上昇に伴って、買上点数が見込みほど増えていない状況にある。今後の景気については、世界情勢次第の面があり、良くも悪くもならないまま推移する。
	□	コンビニ（エリア担当）	・消費者の生活防衛意識の強まりによる買い控えが気掛かりだが、今のところは売上を維持できている。今後については、営業経費増加分を増加傾向にある売上で維持できるかがポイントとなってくる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、今後の来客数は増えるとみられるが、電気料金や人件費などのコスト上昇に伴う値上げによって、消費が冷え込むことを懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴うプラスの効果が期待できる反面、賃上げ効果は余り期待できない。物価高に歯止めが掛からない現状から、今後の消費がより活発になるとは考えにくい。
	□	コンビニ（店長）	・買上点数が減っている。目的の物以外、買わない客が目立つことから、今後も景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・光熱費が上昇していることから、節約しながら必要な物のみを買う傾向が今後も続くことになる。
	□	家電量販店（経営者）	・燃料価格や電気料金の高騰、商品価格の値上げなどの影響により、客の節約志向が強まり、消費マインドが低下することになる。今後、売上に影響が出てくることを懸念している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・引き続き受注残の安定した販売が見込めるものの、同業者も含めて3月の受注状況が非常に悪い。受注できる車種が限定されていることが影響しているのか、光熱費を含めた物価上昇が影響しているのかは分からないが、今後も景気は変わらないまま推移する。
	□	乗用車販売店（経営者）	・住宅関連の価格が高騰していることで、新築住宅などの購入を断念し、その分の予算を新車に向けていることで、新車需要が高まっているものとみられる。そのため、当面、堅調な受注状況は続くことになる。ただ、今後、電気料金の引上げがどのような影響を及ぼすのか心配している。
	□	乗用車販売店（従業員）	・5月になれば、タイヤ交換の時期も終わるため、少しは売上が回復すると期待している。また、車の納車も多少は進むことで売上也立つようになる。ただ、長納期化によって、例年よりも売上が立ちにくい状況となっており、そのことが販売面にも影響している。できることは最大限行っているため、今後もそれなりの売上は見込めるが、全体的には厳しい状況となる。
	□	自動車備品販売店（店長）	・客は必要な物は買うものの、娯楽品などの支出には厳しくなっていることから、今後も景気は変わらない。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和に伴うイベント開催によって、購入意欲が高まることを期待したいが、現段階ではそこまで変化が出てくるとは考えにくい。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、来客数も増加すると見込めるが、物価高騰の影響は計り知れないものがある。食品の値上げは、当店の仕入れにも大きな影響を与えており、客も家計の負担が増えることで外食控えが進むことを懸念している。また、4月は統一地方選挙があり、客の選挙応援などで売上がやや減少することになる。
	□	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の延長が決定したが、割引率が2割にとどまるため、大都市から遠方の観光地への旅行は増えず、むしろ大都市周辺の観光地への誘客が促されるのではないかと懸念している。地方の観光地にとっては厳しい状況となる。
	□	タクシー運転手	・ゴールデンウィークを控えて、まだ大きな案件などもみえてこない状況にあることから、今後も現状のままで推移することになる。
	□	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況もピークを過ぎ、新型コロナウイルス感染症発生前のような人出に戻っているにもかかわらず、来客数がなかなか回復してこない。また、通信端末自体の値上がりに伴って、機種交換をする客が減っており、通信端末の価格が引き下げられるまで、現状からの回復は期待できない。
	□	美容室（経営者）	・美容関係の消費について、それほど切り詰めた様子もみられないことから、今後もこのままの傾向で推移するとみられる。
	□	住宅販売会社（経営者）	・人手不足もあいまって、業界によるばらつきが大きくなっている。観光業界や飲食業界は順調な推移が見込まれるものの、建築建設業界はやや厳しい状況が続くとみられる。
	□	住宅販売会社（経営者）	・所得の底上げに向けた動きがようやくみられるようになってきたが、不動産価格が依然として上昇しているため、今後も厳しい状況が続く。分譲マンション市場が安定的に成長するには一過性の賃上げではなく、持続的な賃上げが必要である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・賃上げの動きが各企業で出てきているが、建築コストや地価の高騰、金利の上昇に耐えうるかは不明である。

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
	▲	商店街（代表者）	・鳥インフルエンザの影響で卵の価格が上昇しており、価格が元の状態に戻るまで1年程度は掛かるとみられていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価の高騰、電気料金の引上げが家計を苦しめていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・物価高騰が継続していることに加えて、電気料金の引上げも予定されている。一方、大企業を除いた多くの企業の賃金上昇率は物価上昇率を下回っている。このため、実質所得の目減りがこの先顕在化するとみられ、消費の冷え込みが続くことになる。
	▲	スーパー（役員）	・賃上げの動きが日々報道されているが、地方においては中小企業が多く、賃上げは難しいという声が聞かれる。今後、地方ではデフレ傾向が強まることが懸念される。
	▲	住関連専門店（役員）	・商材の値上げによって、客の買上点数が減少する傾向がみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・例年、雪のある時期はタクシーの利用が多く、雪解けとともに利用が激減することになる。今年は例年よりも雪解けが早いため、4月から売上が減少することになる。
	▲	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの次年度方針がマイナス要因となっており、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・給料の底上げや最低賃金の引上げで、どうすれば良いのかわからないような状況にある。物価がどこまで上がるかわからないため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	一般小売店（経営者）	・今後も客が外出する傾向が続くとみられるため、インドアで楽しむ商材を多く取り扱っている業界にとっては厳しい状況が続くことになる。
	×	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなりつつあるが、今度は物価高の影響が強くなっている。そのため、衣食住のなかで優先度の低いスーツ関連は厳しい状況が続くことになる。仕入価格や光熱費などのコストが上昇するなか、売価への転嫁が進まない業種にとっては苦しい状況となる。
	×	タクシー運転手	・新年度と同時に物やサービスの値上げが予定されている状態では、消費マインドの好転は期待できない。今後については、生活防衛に伴って利用を控える動きが強まるとみられる。
	×	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの方向性が代理店にとって逆風になるとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	企業 動向 関連 (北海道)	◎	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）
○		金属製品製造業（従業員）	・原材料価格が高止まりしているが、動きは落ち着いている。一方、金利の上昇傾向がみられることから、これから駆け込み需要が生じることになる。
○		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策としての規制、制限がほぼなくなったことで、経済を正常に回そうとするマインドが強まることになり、土木、建築共に受注が順調に進むことが見込まれる。ただし、秋まではエネルギー価格や資材価格の上昇が続くとみられるため、民間工事の受注や採算性に悪影響を及ぼさないか気掛かりである。
○		建設業（役員）	・新年度工事の受注は順調な受注となっており、手持ちの次年度繰越し工事と合わせると、技術職員の現場配置は秋口までフル稼働の見通しにある。今後については、賃上げや工事原価といったコストアップ要因をいかに吸収していくかが課題となる。
○		輸送業（営業担当）	・倉庫関連の保管状況は、乳製品が徐々に例年並みの在庫に近づく見込みにあるものの、依然として高い水準にある。また、飲料容器、紙製品の保管状況も堅調に推移している。トレーラー輸送は2～3月の動きが停滞した反動で、本州向けの雑貨を中心に需要が出てくることが期待できる。
○	通信業（営業担当）	・燃料価格高騰やインフレの進展の影響が不安ではあるものの、コロナ禍の終息に伴う企業活動の活性化が期待できる。特に北海道はこれから観光シーズンが本格化する時期であることから、景況感の回復が続くことになる。	

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
	○	金融業（従業員）	・道内の中小企業の7割程度は今春の賃上げを予定している。賃上げ金額、賃上げ率に不透明感はあるものの、物価上昇分の一部は吸収可能な状況となる。また、賃上げの実施により、物価上昇による消費マインドの低下を抑制する効果も期待できる。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・国家予算が過去最高になったこともあり、景気回復策が本格化すると期待している。ただ、鳥インフルエンザへの対応、物価高騰対策など、課題も多い。また、企業の賃上げの状況、日本銀行の金融政策によっては、今後に向けて不透明な部分が出てくることも懸念される。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後しばらくは現在のような状況が続くとみられる。
	□	食料品製造業（従業員）	・3月は内容量を減らしたリニューアル商材の販売初月だったが、様子見の動きもあって、販売量は半減した。景況感を判断するには、これから2か月ないし3か月がたたないと難しい面がある。客からは内容量を減らしたことについての意見も届いている。
	□	輸送業（従業員）	・過去3年間の売上推移をみると、減少傾向が続いている。価格改定などによって売上は確保できるとみられるが、物量の確保については難しい部分がある。これから景気が良くなる企業、悪くなる企業があるため、全体的にはほぼ横ばいで変わらないまま推移することになる。
	□	輸送業（支店長）	・取扱品目ごとに受注量の増減が見込まれるが、全体的にみると、収益に大きな変化はないとみられる。
	□	司法書士	・2023年度の予算が成立し、あと数日で新年度を迎えるが、景気が向上するような雰囲気はない。価格優等生であった卵の価格が2倍以上に高騰するような状況下において、財布のひもは緩くならない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・全体的には不透明感が強いものの、公共投資の下支えもあり、大きな変化は限定的なものが見込まれる。
	▲	農林水産業（経営者）	・最近になり、前年に収穫したりんごの品質が悪いことが判明した。4月はまずまずの販売量が見込めるが、5月以降は振るわないものになることが見込まれる。
	▲	建設業（従業員）	・工事価格の上昇要因のうち、物価高と職人不足による工賃の上昇は既に反映されているが、ガス料金や電気料金の上昇によるものはこれからの対応となる。そのため、今後、工事費が一層上昇することになり、発注控えなどによって、案件が減少することが見込まれる。
	▲	司法書士	・ウクライナ情勢の解決や半導体不足の解消など、明るい展望があれば良いが、今のところない。また、米国の銀行破綻の影響が国内の地方銀行に波及する懸念があるなど、更なる不安要素も出ている。景気が回復に転じるような兆しがみえないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・今年は雪解けも早く、新型コロナウイルス感染症も終息しつつあるなど、企業が動き出すには明るい材料がそろっている。業績が少しでも上向けば、人材ニーズも高まることとなるため、今後、好循環が進むことを期待している。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・多少は先行きが見通せるようになってきたことで、コロナ禍で採用を控えていた事業所の採用計画が本格化することを期待している。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・当地は道内を代表する観光地の1つであり、インバウンドや国内客の旅行需要回復による好影響を期待できる。
	○	職業安定所（職員）	・当地おける月間有効求人数は、1年11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、産業や業種によって回復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や経済活動、消費行動の動向によっては先を見通せない状況となることも懸念される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用に慎重であった観光、ホテル、飲食業などでも採用活動が新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるなど、これからの観光シーズンに向けて明るい兆しがみられることから、今後の景気は回復することになる。

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
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人への応募はみられるものの、マッチングし決定する比率が低下傾向にある。働く人を確保することの厳しさが事業拡大の足かせになっていることから、地方においては景気の足踏み状態が続く。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・今後も堅実な経済活動が期待できるものの、物価高の影響による下振れリスクが大きい。特に電気やガスなどの料金引上げに伴う企業のダメージは少なくないとみられる。
	□	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせ始め、街に活気は戻りつつあるが、食料品や日用品、ガソリン、光熱費など、あらゆる物が値上がりしているため、今後も景気は変わらない。また、春闘で賃上げ要求に対する大企業の満額回答が相次いでいるが、北海道は中小企業が多く、どこまで賃上げ要求に応えることができるのか心配な面がある。また、賃上げを行うとしても数か月のタイムラグが生じることになる。賃上げの状況によっては、今後の景気が落ち込むことも懸念される。
	□	職業安定所(職員)	・新規求職者数が前年と比べて増加している。また、原油価格や原材料価格の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、有効求職者数は7か月連続で減少している。今のところ、業況堅調な事業所からコンスタントに新規求人が出されていることから、今後も景気は変わらない。
	▲	*	*
	×	—	—

2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	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)	◎	乗用車販売店(店長)	・車両生産は順調に推移する見通しのため、今後の新車売上はかなり期待できる。プラス要素として、中古車の在庫確保も進む見込みのため、現状で前年割れの中古車販売も収益回復が期待できる。
	◎	その他小売[ショッピングセンター](統括)	・将来の不安要素はあるものの、来客数は増加が続き、景気は上向きを維持できるとみている。
	◎	高級レストラン(支配人)	・来客数、客単価共に上昇しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街(代表者)	・外国人観光客が増え始め、飲食店も人気店は活況を取り戻しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、人出が良くなるとみている。
	○	一般小売店[医薬品](経営者)	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、緊張感を持つ人が少なくなるとみている。現在はマスク着用の人が非常に多いものの、街には活気が出てきている。今後もますます人が出てくるとみている。
	○	一般小売店[酒](経営者)	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより状況は更に好転するとみている。ゴールデンウィークに予定されている祭りも今年は久しぶりに規制のない開催になるため、国内外から多くの観光客が訪れることを期待している。
	○	一般小売店[寝具](経営者)	・現在が景気の底にいるため、さすがに商品は動き始めるとみている。ただし、一気に良くなるとは思えない。
	○	百貨店(売場担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人々の動きが良くなるとみている。マスク着用も緩和されており、旅行関連需要や旅行者による買物も見込まれる。
	○	百貨店(催事担当)	・人流が増えることにより、旅行やレジャー需要等で服飾衣料品関連を中心にニーズが高まるとみている。
	○	百貨店(計画担当)	・マスク着用の見直しや新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、人やモノが動くことと予想している。ただし、海外情勢や物価の上昇といった要素もあり、大幅に良くなることはないかとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・来月も値上げが予定されている商品があるなかで、客の買上点数の減少は僅か1%にとどまっており、客単価も堅調に推移している。人の動きが良くなっているため、景気は引き続き堅調に推移するとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、人流も更に活発化するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・気候が良くなると人の動きも良くなることから、景気は徐々に良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・盛夏に向けて、更なる来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなりつつあり、景気は良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・夏物の本番を迎えるため、来客数の増加を見込んでいる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、イベント等も通常どおり開催され、景気は回復していくとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・会社のイベントごとが増えて、前年はなかった会合や出張などが増えてくれば、スーツや礼装を購入する人が増えてくると期待している。現在、そういった動きが出てきている。
	○	家電量販店（従業員）	・ウクライナ情勢等に対する関心が薄れていることから、景気回復に期待が持てる。家電製品は省エネ性能の高い商品が売れているため、景気は良くなるとみている。
	○	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、客の動きが活発化するとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・4月からメーカーで停止していたオーダーを再開する新車が幾つか出てくるため、少し良くなるとみている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行することで、行事や人の動きが新型コロナウイルス感染症発生前の状態に近づくとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・旅行者が増え、春闘で賃上げする企業が多くなれば、来客数の増加につながると期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、陽気も良くなり、人々の気持ちは和らぐので、人が少しずつ出てくるようになる。まだ予断を許さない状況ではあるものの、やや良くなるとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、来客数は間違いなく増えるとみている。
	○	観光型旅館（経営者）	・気候も良くなり、新型コロナウイルス感染症の規制も緩和され、徐々に人の流れも回復傾向に向かい、景気はやや良い方向に向かうとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・国内旅行先行予約状況は、極端な増加はないものの緩やかな右肩上がりが続いている。海外旅行は微増であり、今後、業務渡航、グループ、団体の各申込みが増加すれば、旅行全体での景気はやや良くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・団体旅行の見積依頼件数が増加している。社員研修やイベント開催といった新しい業務も出始めており、景気は良くなるとみている。
	○	通信会社（経営者）	・家電量販店や大型ショッピングセンターの当社の窓口に来る人が増えている。インターネットサービスを中心に、放送サービスの問合せや申込みが日に日に増加している。さらに、今後、戸建て住宅や大型集合住宅の物件完成が見込まれているため、新規加入申込みの増加が期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・マスク着用の緩和により、今までほとんど旅行に行かなかった未就学児を含む家族連れや年配の客の増加が期待できる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料の価格高騰、資材や人材の不足もあり、すぐに好転することはないが、景気は上向くとみている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、補助金対象の問合せが増えると思われている。リフォームも、補助金制度を利用した工事の受注増加が続くとみている。
	□	商店街（代表者）	・消費者は価格の高騰に慣れてきている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・健康に関する商品を販売しているため、客足が急激に減ることは考えにくいだが、物価高の影響が少しずつ出てくるとみている。
	□	百貨店（経営者）	・今まで売上をけん引してきた高額商品の好調さはモノ消費から海外旅行などのコト消費へ移行することで落ち着くとみているが、アフターコロナで人が動くことから、化粧品や雑貨、旅行者の土産需要が期待できる。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上がりが続いており、商品が動くのは特売の期間だけに限られている。通常売価に戻ると商品は全く動かず、値引きでの販売が多くなっている。この状況は続くとみている。

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）	・今後も値上がりは続き、乗客数の動向も大きく変わりそうにないため、変わらないとみている。
	□	スーパー（総務担当）	・光熱費の高止まりが大きく影響し、来店回数や買上点数が減少している。少しでも安い店で買おうとする動きが顕著である。今後も価格上昇が続くなか、厳しい状況は変わらないとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・値上がりが続いており、客の節約志向も続いている。当店の場合、広告やポイントサービス等で集客し何とか前年をキープしているが、それが無くなると来客数は減少する。今後も集客に向けたサービスを行わない限り、前年をキープするのは難しいとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・集客が厳しく、販促強化をしても来客数増加の期待は薄い。現状からの変化はないとみている。
	□	スーパー（商品担当）	・より安いディスカウント系の店へ客が流れていくとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・物価が上昇しすぎている。当地のような田舎町では会社の給料が上がっていないため、余分なものはなかなか買ってもらえない。売上は3か月後も厳しいまま変わらないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・今後も公共料金の値上げが続くとみている。公共料金が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻ってこなければ、景気の回復はないとみている。
	□	コンビニ（店長）	・今のコンビニ業界は、電気代の上昇と最低賃金の引上げが経営を圧迫している。しばらくはこの状況が続くが、ウクライナ情勢が落ち着いて電気代が下がれば、一気に景気は回復するとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・年度末の売上と中学・高校の制服販売に期待している。
	□	衣料品専門店（店長）	・様々なイベントのモチベーション需要と連動して、衣料品の需要が回復している一方で、物価高により消費に慎重な消費者も多くなっている。本格的な需要回復は賃金上昇が実施されてからとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・物価上昇により生活に係る出費が見通せないため、節約に対する意識が高まるとみている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・多種多様な商品の値上がりが続いているため、お買い得商品が買われ、新商品や高単価商品が買われない状況は変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・乗客数が少なく、根本的な解決策も見当たらない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・夏以降は人の移動や物流が活発化し、部品の摩耗や故障などの修理交換が増えると予想しているが、この先2～3か月はまだ変化はないとみている。
	□	住関連専門店（経営者）	・受注残をみると、2～3か月先の販売量も今月と変わらない見込みである。
	□	その他専門店 [酒]（経営者）	・春先に更なる値上げがあるが、新型コロナウイルス感染症の5類への引下げにより、経済が回復基調に向かうという期待もある。消費者は様子見で慎重になっており、全体としては大きく変わらないとみている。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・コロナ禍によって生活スタイル等が変化しているため、以前のような販売量には戻らないとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・物価高が広がりを見せ、ぜいたくなものに対して金を支出しない状況は続くとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・天ぷら油や電気料金等、全ての価格が2～3割上昇しており、2.5倍くらいになっているものもある。物価高騰がかなり大きな負担になっている。やや忙しくなったくらいでは厳しい状況は変わらないとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ景気を良くする材料が見つからない。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・景気自体は良くならないが、世間はその良くない状況に慣れるとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援による割引枠が枯渇しており、ここしばらく割引とセットで需要回復してきた旅行業界においては、割引がない状態でのマーケットの動きが見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（営業担当）	・WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）優勝で景況感が良くなっており、その流れに乗れるかどうかで景気回復に差が出るとみている。どこにフォーカスするかが、今後の景気回復につながるかとみている。前例に捕らわれないチャンスをいかすことが重要である。
	□	通信会社（営業担当）	・物価上昇は続いており、今後景気にどのような影響を及ぼすか見通せない。
	□	通信会社（営業担当）	・良い材料に乏しく、状況が改善するのはまだ先になるとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・一部の人々や外国人観光客に動きがあるものの、景気は現状維持が精一杯とみている。
	□	通信会社（営業担当）	・良い要素が1つもない。当面は支出を抑える状況が続くとみている。
	□	通信会社（社会貢献担当）	・新生活準備による需要が一段落した後は、落ち着いた状況が続くとみている。
	□	観光名所（職員）	・ここ半年ほど状況は変わっておらず、この先も特に催事や起爆剤になるようなこともないため、変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・物価上昇や賃上げの動向によるが、変わらずに推移するとみている。
	□	競艇場（職員）	・来客数に変化はなく、景気は大口客の来場に左右されるとみている。大口客の来場がなければ変わらない。
	□	美容室（経営者）	・来月以降、全国的に賃上げをする企業が多くなる。賃上げ分で食料品等の支出の部分をフォローできることから、美容室の利用客が減ることはないかとみている。美容業界も価格転嫁ができればよいが、見通しは立たない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・自社所有の戸建て住宅用不動産があり、現状と同程度で戸建て住宅受注を確保できるとみている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・光熱費や物価上昇の影響もあり、住宅購入への興味関心が高くなることはなく、現在と同等で推移するとみている。
	▲	商店街（代表者）	・3月は新型コロナウイルス感染症の規制がかなり緩和されイベント等も多かったため、例年と比べて売上が上がっている。しかし、イベント等が無くなる4月以降は、予約状況からみて景気はかなり落ち込んでくるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・物価高騰、材料費等仕入コストの上昇、人件費の増加が心配である。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・4月からの大手運送会社の運賃値上げは、あらゆる商品の値上げに波及するとみている。これまでは企業の負担で抑えていたが、こらえきれず値上げに踏み切る企業が増えるかとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・4月も食品の値上がりが続くため、買い控えが一層進むことを懸念している。一部企業では賃上げ等もあるが、1品単価上昇率を補填できるほどではなく、賃上げ自体ができない中小企業も多い。消費環境はこれまで以上に厳しくなるとみている。
	▲	スーパー（店長）	・市場の値上げの動きが変わらなければ、一番大打撃を受けるのは食品であり、景気は少しずつ悪くなっていくとみている。
	▲	スーパー（店長）	・コロナ禍も一段落し、人の流れも活発化することから、食事への支出は外食へ流れ、内食は節約されるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・気温が上がってきたことにより平日は来客数が幾らか増えているものの、土日は変わらないため、この先も厳しい状況が続くとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・人手不足によるベースアップの話をよく聞くが、コンビニ業界の時給は最低賃金に近くなかなか人が集まらない。ますます経営が厳しくなっていく。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・5月6月は新車在庫予定が少なく売上が見込めない。下取車もないため、厳しい状況になるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・国内需要向けの振り当て調整がいつまで続くのかにより、4月以降の収益が変わってくる。決算期を過ぎると元の長納期に戻るのではないかとみている。
	▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症の影響が出なければ観光客はもっと増えると予想している。しかし、受入れ側の人材不足は深刻であり、制服への支出は止まるとみている。

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
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・例年と比べ暖かい日が続いており、配達灯油の販売数が落ちている。夏に向け更に減るとみている。
	▲	高級レストラン（経営者）	・零細企業においては、価格を上げる、従業員の給料を増やす、物価高に対応する、ということを回していくのは簡単ではない。良くなるとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げで人の動きが出てくるとみている。しかし、何をするにも金が掛かり、収入が増える見込みがない現状では余裕がない。優先順位を考えると繁華街の飲食店に活気が戻るのはまだ先とみている。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが景気は良くなっていない。改善は難しいのではないかとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・県の公共投資額が前年度から急激に減少しており、厳しい条件での受注となっている。次年度の発注状況に不安がある。
	×	スーパー（経営者）	・4月以降も物価高は継続し、商品の値上げも予定されている。客の節約・儉約志向は収まらなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・現在もかなり厳しい状況で経営しており、これ以上光熱費が上がると経営はできなくなる。やめるオーナーもちらほら出ている。抜本的な改革をしない限り、コンビニ経営は破綻する。
	×	美容室（経営者）	・何もかもが値上がりしており、支出を切り詰める人が多いようである。4月からはまた電気代が上がるようなので更に厳しくなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良くなっているこの状況が続けば、土産需要は好調に推移するとみている。
	◎	食料品製造業（製造担当）	・国内旅行ツアー、インバウンドの予約も入っており、当社に限らず業界全体がにぎわっている。この状況は続くともみている。ただし、原料・資材価格高騰への対策、人員確保は継続課題である。
	◎	建設業（従業員）	・契約待ちの内定案件を含め、2023年度の第1四半期は、既に一定量の受注見通しがついている。
	◎	建設業（企画担当）	・政府の経済政策や民間企業の企業努力の効果が出てくるとみている。
	◎	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することが後押しとなり、企業の会食制限も緩和され、ますます人が動くともみている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・飲食店の回復、観光客やインバウンドの増加が見込まれるため、販売量の増加に期待している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行することでイベント等が復活し、それに伴って印刷物等が増えることが期待できる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・車載部品の注文数量がやや増加傾向にある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先からの引き合いと確定案件が増加しており、受注、売上共に上向き傾向にある。この先2～3か月は良くなるとみている。
	○	金融業（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症への警戒感緩和や、賃上げや経済対策の効果、春の観光シーズンの人出増加、インバウンド需要の復活といった要因により、消費行動が一層活性化することが期待できる。
	○	広告業協会（役員）	・ゴールデンウィーク明けを機に、新型コロナウイルス感染症発生前の生活様式に限りなく近づき、消費意欲も活発になり、企業の販促計画が立てやすい状況になるため、広告業界は上向き傾向になるとみている。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、小売、サービス業の客足が戻ってきており、業績も改善傾向が続くと予想している。製造業は人手不足、部品不足等で生産が上がらず、苦しい企業が多い。建設関係はおおむね好調なので、全体としては今よりも少し良くなるとみている。
○	コピーサービス業（従業員）	・ほとんどの商品の価格が上がるなか、値上げはある程度容認されつつある。時期を待っても価格が下がる気配がないため、必要な設備投資は前倒ししてでも導入する動きが出始めている。様子見をするのではなく積極的に投資する会社が増えるともみている。	

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
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・価格転嫁の交渉をすればするほど、受注が消滅する傾向が鮮明になっている。原材料価格の値上げは第3弾、4弾の引上げまで受けざるを得ない状況となっている。この状況は変わらないとみている。
	□	窯業・土石製品製造業（役員）	・先行きの需要動向も更なる減少が見込まれる。原材料の価格高騰等により経営状況は厳しさを増している。
	□	金属製品製造業（経営者）	・悪材料が出尽くした感があり、決して良いとはいえない状況がしばらく続くとみている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量が少ないメモリ半導体市場は3か月後も回復しないとみている。
	□	建設業（従業員）	・受注は堅調であるものの、資材価格の動向が懸念材料である。
	□	輸送業（経営者）	・大手企業の大幅な賃上げは、人件費の増加から連鎖的に物価高騰に発展していく心配がある。中小企業は大手と違い、コスト増分をすぐには値上げできないため、経営を圧迫するだけである。人材確保のために競合他社との差別化を図った多めの賃上げを覚悟しているものの、厳しい状況は続くとみている。
	□	通信業（営業担当）	・客の反応が出てきたものの、まだ楽観はできない。今後も営業努力を継続していくのみである。
	□	広告代理店（経営者）	・引き続き景況感が不透明であるため、取引先の判断がみえない。
	□	経営コンサルタント	・新緑の季節を迎え、旅行等による消費者の移動範囲の広がりや消費行動の活発化が期待される。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	・毎月商品の値上げがあり、景気は良くなるとは思えない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・2～3か月先となると春の観光シーズンを迎える。期待したいが観光地は天候に大きく左右されるため、先行きは分からない。
	▲	農林水産業（従業者）	・農業資材の値上がりが続くとみている。また、果物の開花が例年より10日ほど早いという予報があり、2年前と同様に遅霜の心配がある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・現段階で客先における次年度の設備投資や開発案件などの話題が少なく、社内の生産計画を立てられない状況である。
	▲	通信業（営業担当）	・4月から更なる物価上昇が予定されていることに加え、年度初めは人事異動などもあるため、各社買い控えの傾向がみられる。
	▲	司法書士	・原材料価格の高騰が消費者に与える影響は強くなるとみている。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の減速に引っ張られて、受注量や見積案件数が落ち込むことが予想される。
×	農林水産業（従業者）	・政府が打ち出した水田転作地への5年に1回の水張りルールへの対応に時間を取られ、農作業に悪影響が出るとみている。	
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・全産業で採用ニーズが高まっている。今後の需要展開によるニーズや、コア人材・パート・アルバイトの募集、様々な職種でのニーズが増えているため、今後も上向き傾向が続くとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・上期は採用計画に基づいて走り始めるタイミングなので、良い市況感是不変変わらない見込みである。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻るとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することを控え、企業の動きが活発化している。広告の間合せも若干ではあるが増加傾向にある。ゴールデンウィークに向けて、新型コロナウイルス感染症発生前の対応に戻す傾向がはっきりしている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・地域の祭り等のイベントが新型コロナウイルス感染症発生前と同様の形で開かれることに期待している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げを背景に、経済社会活動は正常化する。物価高騰の影響は多少あるものの、これまでの抑制された生活からの開放感もあり、旅行や外出の機会が増え、景気は上向くとみている。

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
	○	民間職業紹介機関（職員）	・求職者からの問合せは増えていないものの、取引企業からは人材不足の相談が増えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高騰が続き、広告の動きにも影響が出ており、回復は見込めない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、消費経済活動が活発になると推測するものの、エネルギーコストを始めとする諸物価高騰と企業の労働力不足が足かせとなり、景気の変動は余りないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いている。しかし、今後も電気代や原材料などの更なる物価高騰が予想されるため、事業所の経営状態がその影響を受けるとみている。
	□	学校〔専門学校〕	・燃料費の値上がりなどに対策が講じられなければ、消費は停滞するとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足を背景に企業の採用意欲は高いが、物価高のため高賃金を求める求職者の数が増えている。この状況は変わらないとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・IT業界の不況によるレイオフ等のニュースが我が国にどこまで影響するのか分からないが、状況は少し悪くなるとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・製造業の求人数が減少傾向にある。特に半導体の生産の動きが鈍くなっており、工場などでの工員募集が減少している。米国での金融不安など先行きが見通しにくくなっており、全体としては景気は下降傾向にあるとみている。インバウンド需要などで、どの程度相殺できるかが鍵となる。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・地方自治体の予算要求において物価高騰分を上乗せしていないところが多くみられ、そのしわ寄せは業者にくるとみている。
	×	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類への移行予定により、4月後半からは人流が活発になると想定している。店舗への来客数、売上の増加を見込める。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	・観光地に立地しているため、新型コロナウイルス感染症の行動制限がなくなり、観光客が来るようになって、ホテルやレストラン関係は人手不足で悲鳴を上げている状態なので、これからずっと良くなる。
	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・マスクが外せるようになると一気に解放されて、4年前の夏に戻ると思われる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行も5月に控えており、新年度の宴会受注件数も多くなってきている。また1件当たりの人数も8人増と良い傾向である。宿泊に関しては、全国旅行支援の延長もあって、売上の下支えとなっているほか、団体客の受入れも増えており、人の動きがはっきりと感じられる。
	○	商店街（代表者）	・商店街では、行動制限緩和のなか、コロナ禍で余儀なく止めていたイベントが開催の運びとなり、にぎわいを取り戻せるという期待感が大きい。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・マスク着用ルールの緩和や全国旅行支援の再延長など、旅行に対する人々の捉え方が肯定的となり、想定以上の旅行客が押し寄せている。海外旅行への懸念がもう少し払拭されるまでは、国内旅行は引き続き盛況なのではないか。しかし、宿泊、飲食、物販等の観光業の人手不足は深刻で、入込客を絞らざるを得ない事業所も多いと聞いている。観光業の景気を良くするためには、旅行支援ではなく、人材確保や定着を促す施策に重点を置くフェーズに移っているのではないかと。
	○	百貨店（店長）	・人流は回復傾向にあるため、期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かくなると来客数が増えるため、やや良くなる。
	○	衣料品専門店（統括）	・客は今年の祭りはあるのだろうかとか気にしながら品物を見ているようである。これから夏に向けて夏祭り、秋祭りの準備に入る時期になるが、それに伴って注文が出てくるのではないかと聞いている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度末から年度明けにかけて車両受注が増えてきており、受注残も増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高もあるものの、コロナ前に戻ってきた感覚があり、緩やかに良くなるのではないかと。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高の状況下でも、行楽シーズンに入れば一時的に上がることは、前年の売上からも予想できる。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）は日本チームの活躍が目立っていた。スポーツ観戦やコンサート等の人数制限もなくなり、ここ2～3年と比べ、グッズの売上や観客動員数が飛躍的に伸びている。確実にいろいろな物への経済効果等もあると思う。実際に、先日訪れた隣県の観光地でも、かなり多くのインバウンド客の買物姿を見受けたので、景気は確実に良くなっていく。
	○	都市型ホテル（経営者）	・若干ながら、少人数の飲食客は戻ってきているので、やや良くなる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は全国旅行支援もあり、宴会部門では総会シーズンの予約状況も前年比350%で推移している。
	○	都市型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減り、5月には感染法上の分類が2類相当から5類に移行するので、堂々とイベント等が開催できる環境が整ってきている。
	○	旅行代理店（経営者）	・受注が前年実績を超えたので、ここから先の受注はプラスである。前年、前々年共に、この時期は新型コロナウイルスの新規感染者数が多少増えたが、感染が拡大すると旅行の取消しが多くなるため、やや良くなるとしている。
	○	旅行代理店（所長）	・マスク着用の見直しによる制限解除や新型コロナウイルス感染症の5類移行も視野に、右肩上がりが必要の盛り上がりが見えてくる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和に合わせて、春の暖かさも早く訪れていることから、旅行等の外出機会が増える。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・しばらくは観光地などで、人出が見込まれる。
	○	設計事務所（所長）	・社会全体で、新型コロナウイルス感染症で衰退した分を取り戻そうとする動きがある。
	○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・新年度予算は、補助金や助成金を利用した依頼が多くなると見込んでいる。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・木々の緑が目に見える頃を迎え、人の動きも良くなってくると思うが、なかなか簡単にはいかず、変わらない。
	□	百貨店（営業担当）	・マスク着用の見直しによる緩和や新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行する等、外出機会増加に伴う需要拡大が期待できる。その一方で、物価高に伴う回復鈍化が懸念される。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息化に向けた、ファッション等の売上の持ち直しが見られる。一方、食料品を中心とした値上げラッシュがこれからも続くことが想定されるため、厳しい状況がすぐに改善するとは思えない。
	□	スーパー（総務担当）	・物価上昇が続くものの、政府も対応策を提案しているため、大きくは変動しないのではないかと。
	□	スーパー（商品部担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類も5類に引き下げられる予定で、イベントも多くなり注文も増えてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前ほどには戻っていない。物価高による節約志向は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・来客数が戻り、新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、今後の売上の上昇に期待したい。しかし、電気代が前年比1.7倍に高騰し、利益は大きく圧迫され減少している。諸経費や夏の電気代高騰、それに続く人件費の上昇を考えると、今年の決算は、売上は伸びるものの赤字になるかと心配している。
	□	コンビニ（店長）	・来客数は同程度で推移するとみているが、物価の上昇率が売上の上昇よりも高いと思うので、心配である。
	□	衣料品専門店（販売担当）	・気温が上がってきて何となく外出しようという気分になると思うが、残念ながら今月が本当に悪かったので、これがそのままなのかという恐怖感が相当拭えない。希望的観測としては、この暖かさに連れて人の流れが出てくれることを期待してやまない。

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
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、北米向けの輸出が多く、工場の稼働率は比較的順調である。したがって、街の雰囲気も生きている感じはある。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期になぜ購買量が下がっているのか、原因が余り明確ではない。消費者のマインドが冷え込んでいると思う。それが、どのようなところで、盛り上がり回復してくるのか、ちょっと読めない。この先は、上がるとも下がるともいえず、良い方に向かう見込みは立っていない。
	□	住関連専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきているので、ゴールデンウィークに向けて、人流も多少は外出に向かうかもしれないが、全体で見れば景気が良くなるとは言えない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・ゴールデンウィークまでは、支出の比率はレジャー関係で埋められるとみており、当面は来客数減少は継続すると想定している。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の動きが出てきたことは良い傾向である。社会行事の動きは活発になってきているものの、このところのコストアップで、客の買物もシビアになってきている。また、メーカーや問屋は在庫調整しているようで、的確な仕入体制を取らなければならない。売上予測と仕入れのバランスがより大切になっていく。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・もう少し暖かくなってくれば、人の動きも活発になるのではないかと。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊や料飲部門共に、受注状況からみても当面は好調な状況が続く。
	□	タクシー運転手	・ドライバーの数が減っていても、売上は変わらない。仕事が減ってきている。
	□	通信会社（経営者）	・国は新型コロナウイルス感染症の影響での低迷は明けたかのように伝えているが、地方では改善の兆しさは見えない。
	□	通信会社（総務担当）	・顧客の過半数を占める中高年の客はインフラ、食料品等の価格が上昇し続ける間は、他の消費は極力抑える傾向にある。また、若年層は新商品が出る夏までは、動きが鈍る。
	□	通信会社（局長）	・先行きが不透明なので、消費行動を控える状況は変わらない。
	□	競輪場（職員）	・今後も物価高の影響はあると思うが、新年度が始まり暖かくなって、人の動きが活発になることに期待したい。
	□	美容室（経営者）	・地方の町では、ここ何年も景気対策を論じる雰囲気はなく、毎日が無事に過ぎればよいといったところである。政治に期待しても無理なのだろうか。せめて犯罪が起こらないようにと、日々願っている。
	□	美容室（経営者）	・消費マインドに、サービス料金の値上げもやむなしと容認する変化の兆しがみられる。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・景気の良くなる話を聞いたことがない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着きつつあるものの、状況や生活習慣が劇的に変化することはない。この3年間の状態から、なかなか変化しないことが予想される。
	□	住宅販売会社（経営者）	・最近では、物件の引き合いが非常に少なくなっている。貸店舗等も少ないが、特に、中古住宅についての引き合い等がない。
	▲	その他専門店（総務担当）	・単価上昇で、やや悪くなる。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・事業所給食では、食材費や水道光熱費等コスト全般が上昇しており、収支面の厳しさは増している。なかなか賃上げを検討できる状況ではない。新年度からの賃上げ実施先が増えようと、賃金格差が広がり、人材確保面でも、厳しさが増してしまうことが懸念される。
	▲	通信会社（経営者）	・相変わらず、仕入コストは高止まり状態が続いており、4月からやむを得ず値上げをするが、販売量低下が予想される。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・コスト面の不安から、やや悪くなる。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・給与の上昇や生活支援が整わないことには、整備を安く済ませようという傾向は続く。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・景気が良くなる傾向は全然ない。物価高はいまだに変わらないし、商材の動きも今一つである。
	×	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルス感染症の終息感から、内から外へと消費行動に変化がみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (北関東)	◎	一般機械器具製造業 (経営者)	・自動車の生産ばん回計画も動き始め、増産対応が本格化の見込みである。また、ロボット関連の新規増産が立ち上がる予定である。
	○	金属製品製造業 (経営者)	・取引先から、7月から単価を上げてくれるという話が出ている。今のところ1件だけだが、当社売上に占める割合が多い取引先なので、上げてもらえば幾らか良くなるのではないかと。しかし、仕事量が少なくなっているため、受注が増えるように、機械の設備投資を行い、これから努力する。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・いろいろな分野からインターネット経由で試作依頼があり、産業界の動きを感じている。
	○	輸送業 (営業担当)	・4月に入ると、レジャー用品、キャンプ用品、バーベキュー用品等の物量は、前年並みを確保する予定である。また、園芸用品等や、夏物家電の初回エアコンの物量も、前年並みの確保見込みである。
	○	経営コンサルタント	・ウクライナ戦争がまだしばらくは終わらないことや、世界経済も回りつつあるという認識が、日常になりつつある。地域経済や個人消費はやや向上とみられる。
	○	その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	・受注件数や金額は順調に増加しており、先行きに明るさが出てきている。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・原材料の値上がり分を販売価格に転嫁しにくい状況にある。
	□	金属製品製造業 (経営者)	・受注量の推移から推測すると変わらない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・コロナ禍後で通常の仕事に戻っているはずなのに電子部品が足りなくて動けない状況である。電線、端子、コネクタ、IC、様々な分野の物が全て不足しているため、状況はちょっと厳しくなる。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・2～3か月前よりは若干良くなってきているが、今後2～3か月先の取引先や受注量等の動きは、全く分からない。
	□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・主要取引先からの予定生産量が、当月になって減産となる事態が続いている。1～2週間先の予定が変更になり、受注がいまだに読めない状況である。
	□	その他製造業 [消防用品] (営業担当)	・まだしばらくは新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	□	司法書士	・コロナ禍を何とかしのいできたので、期待を含めて来年度はもう少し良くなってほしいと思うが、変わるほどではないだろうという結論である。
	□	社会保険労務士	・大手企業の給与は大幅に上がるようである。大手だけでも夏のボーナスも同様に増額が続けば、良い流れになる。
	▲	建設業 (総務担当)	・年度の繰越工事も少なく、工事量にも大変不安がある。
	▲	不動産業 (管理担当)	・来月以降に入居予定のテナントがあるビルもあるが、一方で、今月、来月以降で退去するテナントもある。資機材の値上げや賃上げの検討もあるので、経費の増加が予定されている。
	×	一般機械器具製造業 (経営者)	・同業他社等で残念ながら倒産という会社も出始めている。3000万円の無利子無利息の融資の返済が始まり、中小企業で融資を受けた会社は、今後返済で大変になるのではないかと。
	×	建設業 (開発担当)	・年々受注が厳しくなっている。景気は厳しくなっている。
	雇用 関連 (北関東)	◎	人材派遣会社 (経営者)
○		人材派遣会社 (社員)	・大きな取引先の宿泊施設関係や当地区の物産展などの話を聞くと、やはりコロナも落ち着いて旅行支援もあってということで、取引量は増えている。先行きは多分良くなるのではないかと印象ではあるが、物価高で仕入関係の高騰もあり、やや先行き不透明な部分もあるものの、期待感がある。
○		人材派遣会社 (管理担当)	・自動車関連の生産が増加し、労働者派遣が増える。また、食品関連の製造も増加し、派遣数が増える予定である。

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
	□	人材派遣会社（社員）	・大企業はおおむね賃上げできるのだが、中小企業は厳しい状況が続いている。求職者も賃金のアップがあるか否かを重視して仕事先を選択している傾向が見受けられるため、中小企業の取引先への交渉が難しく、結果としてスタッフの離職につながっている。
	□	人材派遣会社（従業員）	・人材の依頼はあっても求職者がいない。人材が集まらないので、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、業種によって人手不足感が増している。また、電気代高騰、物価上昇等の不安要因により、引き続き、雇用に与える影響等に留意が必要だと思われる。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・年度切替えのため、特に現状では、今後の情勢が見えにくいと感じている。
	▲	—	—
	×	職業安定所（職員）	・米国の銀行やスイスの大手銀行が、既に破綻していることが要因である。

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)	◎	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も収束に向かいつつあるなか、客の動向が活発になっている。加えて、今後のインバウンド需要にも期待できるため、一時的に景気は良くなる。一方、製造分野におけるコロナ禍での製造抑制対応が、今後どのように影響するかは不透明であり、注視すべきだと考えている（東京都）。
	◎	百貨店（販売促進担当）	・生活面での新型コロナウイルス感染症対策の緩和を受けて、イベント参加など外出機会の増大に伴う必要な商材の購入、サービス両面での期待ができる（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・全体に占める外国人旅行者の客層比率がいよいよ7割を超えてきており、今後も更なるインバウンド消費の拡大が見込まれる（東京都）。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価高騰がどこまで続くか、それに見合うほど賃金が上昇するか、という課題はある。しかし、一方で、新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、外国人観光客も多くなり、コロナ禍の反動による上昇が前述の課題を上回っている。この動きが半年程度は続くともみている。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、全国旅行支援なども継続が決まっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、街や商店街という単位では更に追い風になる。年齢層が高い世代もお墨付きをもらえ、ますます動く気配を感じる。インバウンドもかなり目にするようになり、追い風が強くなっている（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今月になって、客が途切れず来店するようになってきている。一気に来店されるより、余裕を持って対応できるので助かっている。また、家電だけでなく、その他の仕事の問合せも増えてきている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・コロナ禍により学童用品や身の回り品は近隣店舗で購入する傾向になってきていたため、今春も新学期スタートから2週間の間に大きな欠品などを起こさない限り、売上は伸びるのではないかと。ただし、前年の春頃から文具メーカー各社の価格改定があったため、値上げ率以上の売上を確保しなければ、好調とはいえない（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく増えなければ、この先、徐々に回復するのではないかと期待している。ただし、米国の株価が上がれば、もっと上向きになる。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・外出機会が増える季節に向かうこともあり、上向きになる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・この先、4～6月、8月と大きな案件がずっと続く。民間に加え、官公庁の案件もある。ある程度大きな仕事が続いており、民間にそれだけ案件があるということは、全体的に景気は上向きになっているといえるのではないかと。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に伴う規制が緩和されるなかで、新年度向けの受注増加が期待される（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症対策による行動規制もなくなったことで、人の集まるイベントが活況となり、購買意欲の向上もみられる。物価高と、これから値上がりする商材が多いことを懸念している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、マスク着用機会の減少や、人と会う機会の増加など生活に変化が出てきている。それに伴い、新たな需要が出てきている（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・高付加価値消費が鈍化する要素は見当たらない。むしろ、新型コロナウイルス感染症収束に合わせて消費マインドは上振れしてくると予想している。中国からのインバウンド需要も緩やかに増加してくる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・衣料品や雑貨などは引き続き高水準で伸びる。労働力不足や燃料費の値上げなどの影響は大きく、楽観視はできない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・各出店テナントが2023年度に出店拡大計画を置いている。そのため、テナント入替えなどが活性化することで、来客数が増え、結果として景気が良くなると予測している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・マスク着用ルール見直しもあり、新型コロナウイルス感染症の影響が軽減され、アパレルも含め復調が本格化してきている。5月の新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行が進めば、ここ数年のリバウンドも含め、更なる復調を見込める（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・10月までは前年にインバウンドの数字が乗っていないため、前年より好調に推移する予定である（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、外出機会が拡大することにより、消費が更に上向くと想定している（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・物価上昇は不安定要素だが、来客数の上昇の方が上回るとみている。
	○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の基準緩和に合わせ、人々の意識も変わってくる（東京都）。
	○	スーパー（店員）	・賃上げ等により、その分が消費に回ると見込んでいる。全ての面において、上昇に向かっていていると感じている（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・値上げに慣れつつある。賃金が上がる。
	○	コンビニ（経営者）	・基本的に、夏場はソフトドリンクやアイスなど冷たい商材が数多く売れるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の終息次第である（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩やかになり、いろんなイベントが開催される見通しである。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行され、少しずつ人が動いてきて、景気も良くなっていくだろうと考えるが、やはり光熱費や人件費の上昇で、我々コンビニエンスストアの経営はかなり厳しくなっているというのが現状である。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・ゴールデンウィーク、新型コロナウイルス感染症の5類への移行、引下げにより、客足の更なる増加に期待したい（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、人の動きが活発になり、外出着等の要望も増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・インバウンド需要や国内消費が進むこと、企業の賃金上昇、政府のエネルギー施策による負担軽減、マーケットの回復、官民一体的な施策等により、徐々に良くなる（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・物価の上昇は気になるが、商材の供給が安定してくれば、売上も増える。夏に向けて来客数が伸びる。
	○	家電量販店（店長）	・夏に向け、完全な脱マスクによる各種消費の回復が連鎖してほしい（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況もスローダウンし、感染症の分類が2類相当から5類へ移行することに伴い、ウィズコロナも次の段階に進む。景気は消費者の購買心理による部分が大きいと、先行きの見通しは明るい（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・サービス部門が好調であり、新車販売部門も増加するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	住関連専門店（営業担当）	・「住宅省エネ2023キャンペーン」の周知が進み、補助金を利用したリフォームはこの先数か月でピークを迎える（東京都）。
	○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は増加傾向にある。今後も接客数、決定率の上昇が見込まれ、景気は徐々に良くなる（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルス感染症の収束状況と、新年度のスタートで、社会の経済活動が活発化していく（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	・諸外国の金融不安はあるものの、直接的な影響は少ないと考えている。所得が増え、消費マインドが上向きになることが予想されるため、景気はやや良くなる（東京都）。
	○	高級レストラン（経理担当）	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することにより、客足は更に上向くとみている。ただし、3月に既にマスク着用に対する政府方針が見直されたことにより、5類への引下げ効果が一部前倒しされているようにみられるため、「やや良くなる」と判断している（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・3か月先の4～6月の梅雨時だが、新型コロナウイルス感染症も完全に終息し、日常生活も新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に多少は戻っていると期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・マスク着用は個人の判断、新型コロナウイルス感染症の分類も5月からインフルエンザと同等の5類に移行するので、客足は少しずつ増えてくる。ただし、利益が出るまでには相当時間が掛かると思うので、それまで当社が持つかの勝負になる。また、原価率の上昇の影響も大きい（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・当分は今のやや良い状況が続く（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・5月の新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行に向けて、ますます外出する人が増える（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・水道光熱費、原材料費の値上がりに伴う取引先への単価交渉は着実に進んでいる。反映が遅れる取引先もあるものの、総じて利益改善は進むものと想定している（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への移行に向けて、徐々に客足が回復してきている。このまま収束を願うばかりだが、一方で、水道光熱費や原価の高騰がますます激しさを増してきている。せつかく売上が増加しても収支状況は改善されないのでは立ちゆかなくなるので、政府には引き続きこの辺の対策を強化してもらいたい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5月8日に5類に移行すると、徐々にマスクも外す人も多くなり、通常の経済活動に戻るペースがもう少し上がって、良くなっていくのではないかと。ただし、日本人の慎重な気質から、右肩上がりの角度は低くなるとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・4～5月は更に需要が獲得できる。団体客を含め、予約が増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が6月末まで延長されることと、訪日外国人が増えてきていることから、景気は良くなる（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、今まで海外旅行を控えてきた層が動き始めている。数年間止まっていた海外旅行の復活に期待している（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	・賃金ベースアップ、新型コロナウイルス感染症の収束を受けて、消費活動が上向きになる。
	○	タクシー運転手	・春闘で企業は賃金上げがあったようである。小売業では値上げが集中しているものの、新型コロナウイルス感染症から解放された様相がみられるので、消費が回復し、景気は良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・昼間の仕事が少し増えてきている。駅の利用も良く、無線とタクシー配車アプリからの利用もあり、コンスタントに仕事ができていく。規制緩和の影響もあり、少しずつ良くなる。
	○	タクシー運転手	・外国人観光客、インバウンドの増加が多少見込まれる。その影響により、経済が少し回復しているものの、もろ手をあげて喜ぶような状況ではない（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・旅行や外食、メイク用品への客足の戻りが著しい。商業施設や飲食店の行列、渋滞が目立ってきている。花火大会など夏以降の大型イベント再開が発表され、街の活力が戻りつつある（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
	○	通信会社（経営企画担当）	・新年度になり、年度予算確定により案件は増加する。一方、人手不足における人材確保が課題となる（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏頃までは安定するものと推測している。客の活動も、ウィズコロナも含め新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に回復が見込まれる。そのため、これに合わせた営業活動も積極的に取り組めると予測している（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することに伴い、経済活動の復調が期待できる（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・屋外型のレジャー施設としては、暖かい日が多くなり施設の来場者数は増えるものの、4～6月にかけて更なる物価の上昇が懸念されることから、売上自体の伸びは微増にとどまるものとみている。
	○	パチンコ店（経営者）	・国の令和5年度予算が一般会計で過去最高の114兆3812億円で可決され、地方交付税の増額や新型コロナウイルス感染症、物価高対策が打ち出されており、徐々にではあるが景気が上向いてくる。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・業界全体の動きが良い（東京都）。
	○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・催事の予約が堅調に推移しており、来場者数の増加を見込める（東京都）。
	○	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・見通しがやや良い方向になりつつあるので、客の購買意欲も増すという期待が持てそうである。景気も徐々に安定する。
	○	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ移行され、マスク着用ルール以外も緩和されることにより、徐々に景気が上向きになる（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	・以前から計画に関わっていた案件が新年度に動き出す予定なので、現況よりは上向く。
	○	設計事務所（所長）	・建設費の高騰、人手不足の問題は相変わらずであり、生活物価も値上がりして先が見えないが、建築の話はきているため、多少上向いてくれるのではないかと期待している（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着いた限り、景気は良くならない。政府には観光業や景気に対する対策をお願いしたい。
	○	住宅販売会社（従業員）	・もう注文建築の受注を増大させるのは厳しいのかもしれないが、建売や建築条件付売地を増やしているため、分譲部門を合わせて、販売量増大を計画している。ゴールデンウィークで集客した客を成約に結び付けられれば、今よりはやや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・最近、商店街の理事会で、街の状況を聞いたところ、飲食関係は大体戻っている、少し良くなりつつあるという話が多かったが、一方で、物販店はなかなか新型コロナウイルス感染症の発生前の状況に戻る事が難しく、大体7～8割、良くても85%くらいの売上にとどまっているということであった。当店も物販店なので全く同じ状況である。
	□	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・物価がまだまだ高騰している。新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、新規感染者数が今後どのように推移するかにより、売上が変わるのではないかと。
	□	一般小売店 [家電]（経理担当）	・賃上げの効果はそれほど見込めないが、新型コロナウイルス感染症対策に伴う規制がかなり緩くなったので、ある程度その分の効果はあるのではないかと。
	□	一般小売店 [家具]（経営者）	・この先もいろいろな意味で価格が上がるし、客の懐具合も良くないので、悪い状態が今後も続く。我慢してやっついていかないといけない（東京都）。
	□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するまでは、急激に良くなることはない。
	□	一般小売店 [茶]（営業担当）	・いろいろな物が値上がりしており、客の購買意欲もそれほど上がるとは思えないので、現状維持ができれば良いと悲観的になっている。新型コロナウイルス感染症が終息したら、少しは良い方向に向かうことを願っている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（総務担当）	・前年の新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、今後の伸びについて注目する時期となる。物価上昇に伴い、大企業を始めとする賃金のベースアップの機運が高まる一方、中小企業における賃上げは不透明であるため、一気に景気が良くなるとは考えにくい。外国人観光客増加による売上増加は見込める。また、物価上昇が落ち着けば全体の伸びも期待できる（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・来客数の減少傾向は今後も続くことが予想される。
	□	百貨店（総務担当）	・今後、ますます新型コロナウイルス感染症に関する障害は除かれていく。しかし、実際の経済活動の中では、物価上昇リスク等の懸念材料への具体的な解決策が示されておらず、消費者がより安心して消費活動を行えるかどうかは、依然として不透明である（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和に伴い、客の関心に変化がみられる。ゴールデンウィークを目前に控え、外出や集まりへの需要等も活性化し、好調を維持できる（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・交通機関や旅行会社のCMが増えてきて、旅行需要などの回復が期待される。多くの企業の春闘では賃金アップが報じられている。一方、3～4月も価格改定が予定されている物があり、しばらく景気は変わらない。
	□	百貨店（店長）	・これまでに比べると上向き感はあるものの、いろいろな物やサービスの価格が上がっているなかで販売点数を見ると、無駄な出費は控えたい様子がうかがえる。
	□	スーパー（経営者）	・変わらないと答えたが、2～3か月先も少し悪くなるかもしれない。そうならないように、しっかり販売促進をしたい。2月は28日しかないこともあり、非常に悪かったが、3月はひな祭りやお彼岸など様々な行事があることに加え、何とんでもWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）があったので、客もふだんより少し余計に買物をしてくれた。月後半は週末の雨が響いてまた厳しくなっているので、最終的な着地が心配であるが、2月よりは少しは良いのではないかと。
	□	スーパー（経営者）	・3か月ほど前から来客数、販売量共に大体同じような良くない状況がずっと続いており、それがほぼ一定している。
	□	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束してきているものの、競合店の出店の影響がある。来客数が減少しており、客単価は上がっているものの、買上点数、販売量が少ない状況が続いており、それが解消されない。今後の見通しもやや厳しい（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・今月から新しい期がスタートしたが、前年割れの予算に対し、予算未達、粗利未達が続いている。したがって、3か月後についても、本来なら良いと答えたのだが、今のまま変わらず推移していくのではないかと予測している（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・商品の値上げがいまだに続いているなかで、少しでも食費を抑えようという動きが明確に出ている。ただし、全てがその傾向というわけではなく、価格に関係なく従来どおりの買物を続けている客もいるので、購買の2極化傾向は続く。
	□	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。値上げの影響で買上点数が伸びず、固定客の来店頻度も落ち込んでいるので、当面は同様の状態が続く（東京都）。
	□	スーパー（営業担当）	・単価はまだまだ上がる状況にある。したがって、生活防衛意識から、消費は頭打ちになるのではないかと。その流れが継続する（東京都）。
	□	スーパー（販売担当）	・行楽や旅行等、外向きの需要は増加するが、光熱費やエネルギー価格の上昇等を勘案すると、家計内支出は伸びるのではなく使う分野の構成が変わるだけで、全体の支出は変わらないと思われるため、景気は良くならない。
	□	コンビニ（経営者）	・光熱費の高騰もあり、消費の減少が懸念されるが、コロナ禍から通常生活に戻り、企業の賃上げ効果に期待している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・人出の回復が継続すると思うので、新型コロナウイルス感染症の発生前を上回る状態が継続しそうである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・2～3か月先は今とそこまで変わっていないと予想している。長期休暇の際には需要が増えるが、根本的な増加にはつながっていない。電気料金が上がっており、今後も上がっていく不安などを考えても、財布のひもは自然と固くなるのではない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・良い意味でいうと、人の流れが良くなり、経済、お金も回る。悪い意味でいうと、まだまだ物価が高止まりしているなか、中小企業等の賃金はさほど上がらないので、生活面でお金の余裕がない。そうしたことから、プラス面とマイナス面で相殺されて、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・やはり食料品、光熱費等の値上げが一番影響するのが衣料品需要である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電購入よりも旅行やレジャーなどコト消費の優先順位が上がり、しばらくは本当に必要な家電以外の購入は控え目になると予想される。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・海外情勢などに鑑みて、良くなるとは考えにくい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・今月はたまたま年度末ということもあり、自動車の整備、販売共に順調だったが、来月以降がまた心配である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・4月下旬辺りからの値上げ発表があり、どちらに転じるか不透明である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車とその周辺部品の生産正常化にはまだ時間を要する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・良くなる情報がない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・賃上げの流れはあるものの、今まで減った分の補填であるため、自動車購入には影響がない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的に良くなってくると販売量も増えてくるのではないかと期待している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・大きくは変わらないが、省エネ車の増加に伴い燃料油需要は少しずつ減少していく（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・経済的不安をあおるようなニュースが多く、良ならない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・回復の兆しは感じられるものの、来月以降の法人、団体予約状況から判断して、先行きは依然として不透明である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、今は客がたくさん来店し、かなり忙しいが、2～3か月先は正直なところよく分からない。新型コロナウイルス感染症が終息したら行ってみたいレストランに集中して来る、そして慣れてきたらまた別の店に行く、という感じかもしれない。2～3か月先がどうなるか、これから注視していかないといけない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・近隣の再開発事業が一部完了し、人流の変化を感じるが、直接客足の増加にはつながっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約状況はこのまま良い方向にいくと思うが、従業員不足でやや苦しんでおり、テーブル数を抑えて予約を取っている。今いる従業員数ではこなさきれないので、今後も少々セーブしながら予約を取っていききたい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・原材料費やコーヒー豆の高騰が止まらない。原価が上がっても商品の値上げになかなか着手できない。光熱費、資材費、流通費と次々に値上がり、利益幅は縮小する一方で、賃金アップもできない。新型コロナウイルス感染症がやっと終息して、これからというところだが、先行き不透明である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況により大きく左右されるが、5月に分類が5類へ移行することに伴い、ホテル全体の販売量についてはやや上向くものの、全面的な回復はまだ先となるので、景気は大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・マスク着用は各自の判断となったが、皆外す勇気がないようで、現状では何とも言い難い。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・旅行業界は今までのコロナ禍で絶えず翻弄されてきている。新型コロナウイルス感染症が終息するまでは、2～3か月先すら見通すことはできない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・どちらの要素も見当たらない（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
	□	タクシー運転手	・景気が安定してきている感じがする。特別良くはなっていないものの、不景気も感じない。新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に近づいている（東京都）。
	□	タクシー（経営者）	・物価高が進行して足かせとなる。
	□	タクシー（団体役員）	・タクシー利用客が増えなければ、売上の根本的な増加には残りつながらない。
	□	通信会社（経営者）	・機器は順調に納品できる状況に回復したが、この先景気が良くなるとはまだ思えない（東京都）。
	□	通信会社（社員）	・現在は、前年から今年度にかけてスポンサーが離れていった状況ほどではなく、落ち着いている感じだが、復調傾向にはない（東京都）。
	□	通信会社（社員）	・短期解約抑止策がないことから、厳しい（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・ここ数か月、固定インターネット回線の販売数は前年並みで推移しており、引き続き同様の状況が続くものとみている。
	□	通信会社（局長）	・電気代や食材の高騰で財布のひもが固くなっているため、単価の低い商材を選ぶ傾向になっているなか、通信費も正にその影響を受けることが想定される（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（経営企画担当）	・物価高の情勢が一段落しないと、高価格帯の販売は難しい（東京都）。
	□	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕（財務担当）	・値上げラッシュが続いている（東京都）。
	□	その他レジャー施設 〔映画〕（営業担当）	・現状でも十分に景気が悪い（東京都）。
	□	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
	□	その他サービス〔立体 駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、発生前の状況に戻るまでは悪いままである。
	□	設計事務所（経営者）	・周りの動きを見ても、どう動いて良いのか分からない。いろいろなイベントがあるが、方向が見受けられない。今でも客を訪ねてもなかなか思うように時間を取ってもらえないのは、やはりこれからの仕事の考え方がはっきりしていないのもあるのではないかと。行政の反応も今一つである。
	□	設計事務所（職員）	・更に悪化するとは思っていないが、明るい材料もない（東京都）。
	▲	一般小売店〔印章〕 （経営者）	・当地域のプレミアム付商品券は5月まで使用可能だが、やはりほとんどが使い終わっているようで、最近では商品券を見なくなっている。当店で使用された商品券は数万円程度で終了になっている。商環境としては最悪といっても良いくらいの状況になっている。
	▲	一般小売店〔米穀〕 （経営者）	・様々な費用、経費、例えば物流経費、人件費等々の値上がりが見込まれているので、商品に上乗せされると、客の財布のひもが非常に固くなると予想している（東京都）。
	▲	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・し好品を扱っているため、厳しい状態にある。
	▲	一般小売店〔生花〕 （店員）	・3月は卒業式、送別、お彼岸全てが重なっており、母の日よりも需要が多い、年間で一番の繁忙期である。今月が圧倒的に良いので、それと比べると、2～3か月後はやや悪くなる（東京都）。
	▲	スーパー（経営者）	・賃金の上昇よりも生活費増加のスピードの方が上回っている。
	▲	スーパー（仕入担当）	・物価の優等生である鶏卵が過去にないほど相場高となっており、食料品全体の価格が上がり、消費が冷え込んでいく。
	▲	スーパー（食品担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、アパレル系の販売量は見込めるが、4月にも食料品の値上げが予定されているため、全体の消費は落ち込む（東京都）。
	▲	衣料品専門店（従業員）	・いろいろな食品や電気代等の価格が上がっていることから、衣料品に回すお金が減ってきているようである。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・物価、光熱費が上昇しており、食料品なども値上がりしているため、どうしても車は買えないという状況になる。ただし、春闘で、中小企業の60%以上が賃上げをすると回答しているようなので、それによってどうなるかである。現状のまま賃金ベースが上がらなければ、景気はやや悪くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・供給制限や3年前の新型コロナウイルス感染症発生によりサービス車検需要が激減、中古市況の悪化が予測され、厳しい環境となる。
	▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響と、物価高騰の影響で当分景気は良くならない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・マスク着用ルールを含めた新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、米国がそうであったように、衝動的な好景気でもいうべき現象が起きているのではないかと。したがって、現在米欧で金融不安が起きていることを考えると、いずれその影響が日本にも及んだ場合には、やはりこれは衝動的な好景気であったという結果になるかもしれない。
	▲	タクシー運転手	・値上がりしている物が非常に多く、客から聞かされるのは毎月の生活が苦しいという話がほとんどである。値上がりの一方で給料の手取りは増えず、ギャップで苦しいという点である。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が景気にマイナス影響を与えるようになるのはこれからである。
	▲	通信会社（営業担当）	・客の景気が良くならない限り、当社の売上は減る一方である（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・電気代など生活の固定費が上がっているため、客の節約意識は変わらない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息し、日常生活も通常に戻り、旅行や外食の動きがますます盛んになると予想している。
	▲	競輪場（職員）	・お金を回す、銀行より投資できるようなイメージで公営競技を考える方もいるが、全体的には衣食住が優先になるため、景気の悪化がすぐに業界に波及する。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は収束してきているが、物価高のために塾を辞める選択肢をする生徒が多く出てきている。周りの景気は悪くなっている。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・最近の値上げの波により価格転嫁せざるを得ない状況で、先行きに不安がある。
	▲	設計事務所（経営者）	・アドバイザーとして関わっている新規事業プロジェクトが、今までと同じ条件での契約となった。新規事業でまだ利益が出ていないので、アドバイザー料は変更できないとのことである。理屈は分かるが、もう何年も同じ条件なので、そろそろ上げてほしい。
	▲	設計事務所（所長）	・材料価格等が高騰していることにより、建築工事もなかなか決まりにくい状況である。これから更に厳しくなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・戸建て業者が在庫増加で仕入れを抑えているが、まだ売主の高値売りが続いている。金融機関の投資家への事業性ローンも若干厳しくなっている。富裕層や相続対策に対してはそうでもないが、今後も景気が良くなるとは感じない。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・物価上昇率に賃金上昇率が追い付いておらず、消費が冷え込んでいる。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新年度に切り替わるタイミングで注文が増えることより、資材高騰の影響による買い控えが顕著になってきて、新たな需要が目減りしている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・消費者のデフレ傾向が続いているため、経費が上がっても価格に反映できない。
	×	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響がある（東京都）。
	×	スーパー（ネット宅配担当）	・4月以降の更なる値上げやエネルギー価格の高止まり、さらには物流コストや人件費の増加など、コスト増加の与件が多い。
	×	コンビニ（経営者）	・人手不足が一段と深刻になり、やむなく大幅な時給アップと手当の支給で経営が成り立たなくなりつつある。
	×	衣料品専門店（店長）	・早急に経費増加に対する補助を政策で打ち出さない限り、中小の取引先が立ちゆかなくなる。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・賃金改定は頭が痛い。上場企業のような賃上げの満額回答は全く見込めない。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気対策の効果を実感できない方が大半であり、消費を動かすターゲットへの経済対策の実施が重要である（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）	・これからも会社の飲み会等が行われなくなると、飲食店にとっては相当厳しくなるのではないかと。政府は余りそのような中小企業を気にしていないのかもしれないが、大変なことになる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価上昇が引き続き影響している。
	×	ゴルフ場（経営者）	・電気料金、修繕費等の高騰が大きな負担となっている。電気料金は3年前の2倍以上になっている。修理部材なども新型コロナウイルス感染症の発生前に比べて2～3割上昇しており、利益を圧迫している。値上げが難しいなかで賃上げもしているため、今後は利益がほとんど出なくなる恐れがある。
	×	ゴルフ場（従業員）	・人生100年時代といわれているなかで、もちろん少子化対策も重要ではあるが、60歳以降の人生をどう生きるか、どのような社会にすれば良いか、両面から対策を講じる必要がある。定年が60歳から65歳に延長されるが、役職定年は60歳である。それで本当に良いのだろうか。モチベーションが上がらず、下がったとしてもその給料分の仕事をしているのか。日本の未来、総合的な政策が見えてこない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・ゴルフブームもあり旺盛なプレー意欲を持つゴルファーに下支えされ、底堅い動きが予想される一方、現下の原材料、資源エネルギー価格の高騰がレジャー控えにつながる動きも懸念され、楽観視できない。物価高に加え、人手不足が深刻化することで、物価上昇圧力が一段と加速する懸念が強く、景気回復の足かせとなることは避けられない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・4月から値上がりがある。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・引き合いが多くなってきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の印鑑受注は低いところで推移しており変わらないが、法人関係は上向きになってきている。今月受注した会社設立印9本のうち2本は薬局で、時代の流れと関係ない部分かもしれないが、医療関係はこのまま伸びていくのかと感じている（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・これからは個人消費やインバウンド需要の回復が期待できそうである。中国向け需要の回復を期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・新規の受注予定があるので、多少の改善はあるものと予想している。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・当面、自動車メーカーの増産は続くと思われるが、業界全体では回復基調にある。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息による経済回復効果がある（東京都）。
	○	建設業（経営者）	・給料が上がっていないので、その辺が改善されないと難しい。家賃等の住宅費用は衣食住のなかで一番お金が掛かるものなので、給料が上がらなければ、なかなか家賃を上げる状況にならない。
	○	建設業（従業員）	・今の物価高騰に歯止めが掛からないうちは景気は良くなる見込みがない。今後、景気が良くなることを期待している。
	○	金融業（従業員）	・行動制限の緩和などにより、飲食業者を中心に「新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで売上が回復してきた」との声が聞かれるなか、「求人募集をしてもなかなか人が集まらない」と悩む事業者は多く、人手不足への対応は急務となっている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・原材料、エネルギー価格の高騰は心配だが、経済の活性化が期待できる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へ引き下げられることにより、経済活動が戻ってくる。
	○	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着き、インバウンド需要の回復、賃上げ、歓送迎会の復活など明るい話題が増え、ビル内にも活気が戻っている（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・マスク着用ルールが見直され、声出し応援が解禁になり、エンタメ業界などで夏のイベントが前年より多くなる（東京都）。
○	税理士	・新型コロナウイルス感染症も収束してきて、人が戻ってきて、景気も動き出す。まだ9割以上の人がマスクをしているので、一気に新型コロナウイルス感染症の発生前の状態には戻っていかないとと思うが、徐々に良くなっていく。それに伴って景気も動いて良くなる（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	税理士	・海外旅行の予約は堅調である。大手企業の賃上げに、好調な中小企業は追随する模様である。物価の上昇が景気に好影響を与えることを願っている。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・売上に大きな変化はなく推移していく。
	□	食料品製造業（経営者）	・原材料、包装資材等の値上げが重くのし掛かってきている。
	□	化学工業（従業員）	・原料、運送費の値上げは落ち着いてきているが、先行きの受注が良くなる兆しはない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・4月以降、また諸物価の値上がりが見込まれている。新年度の予算等が決まったが、今後景気が良くなる兆候は余り見えてこない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器の新企画が立ち上がれば増益も見込めるが、具現化する時期はまだ読めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・新製品に期待しているが、開発がやや遅れている。早く市場に出して売上に貢献したい（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	・悪い状況が続いており、新年度以降の改善策も見えてきていないため、大きな変化はない（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	・燃料高に加えて、人件費も高騰している。物流業界の2024年問題への取組も必要である（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・繁忙期のため荷主の国内出荷量は予定どおりである。ただし、輸出货量は全くない。来月も現状が続く見通しである。
	□	通信業（広報担当）	・当面は現状が続くものの、値上げの影響がいずれ顕在化する可能性がある（東京都）。
	□	金融業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられることから、観光業は好調であるが、食品を始めあらゆる物が値上がりし、消費がやや低調になっている。賃金が上がるところもあるものの、その分、中小企業では負担が大きい。人件費高騰が企業の利益を圧迫することから、消費者への負担もある。全体的には余り景気が回復しているとはいえない（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・経済活動が正常化しつつあり、売上が増加傾向になる企業が増えてきているが、材料費高騰に加え、電気料金の値上げ等、原価率の上昇が大きく、収益に結び付いていない。また、今後は人件費の上昇も加わり、収益を更に圧迫する可能性がある。
	□	不動産業（従業員）	・販売進捗は計画どおりであり、今後も現状維持と予測している（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・すぐには景気は変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・イベントは増えてきており、仕込みの物価は上がっているものの、イベント全体の予算はなかなか増えていかない。
	□	広告代理店（従業員）	・コロナ禍から前年同月比で受注量に回復の兆しがみられる取引先も出てきているものの、当社全体の景気に反映されるのは今少し先になる見通しである（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなっているが、その他の好転する要因が見当たらない。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月、再来月と仕入れや外注の値上げが続いており、受注状況が不透明である。しばらくは不安定な状態が続く見込みである。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・少しずつではあるものの現場によっては価格改定をしてもらえるようになってきている。ただし、まだ件数は足りていない（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・4月の案件引き合いが少なく、現状の見通しは厳しい。資材関連や配送コストの更なる値上げも要請されており、厳しくなる。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・電話の件数も減って静かで、営業でも良い話が出てこないようである。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・世界経済は先行き不透明である。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の受注量減少と在庫調整がしばらく続く可能性があり、景気はやや悪くなる。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先の在庫リードタイムが100日以上になってきており、各社が発注制限をしてくれているので、今月より更に受注額が下がると予想している。
	▲	建設業（経営者）	・材料単価が上がり、全体の単価が上昇しているため、事業予算に合わない。

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
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も少しずつ落ち着いてきている。マスク着用の考え方が見直されたこともあり、景気が好転することを祈っている（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・原材料費、諸物価の値上がり、人件費の負担増、金融不安などで消費者の節約志向が強まり、採算が合わず、廃業する店舗が多くなり、空きテナントが更に増えるのではないかと気掛かりである。
	▲	経営コンサルタント	・大手企業では大幅な昇給ができるが、下請への支払を大幅に上げてくれることはない。したがって、下請企業はますます採用面でも不利になり、国内企業の大多数を占める中小企業は、より悪化する兆しが見えている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の金融危機を懸念する顧客や同業他社が多く、今後の動向は不透明である（東京都）。
	▲	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・会社の業績から判断している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・4月を過ぎると受注量が減る（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・先行きに不安しかないなかで、増税を口にする政府が良くない。
	×	建設業（営業担当）	・受注件数が減っており、価格も高止まりしているため、今後も悪化が継続する。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・求人の引き合いは引き続き堅調である（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関連の案件需要が清算され、より人的資本活用に焦点を当てた課題解決型の提案活動が活発化する。それに伴う受注の増加が見込める（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、マーケットが大分活発になってきている。求人傾向から良くなっていくとは思いますが、労働者側も仕事を選ぶ傾向が強いので、就職率は微増程度かもしれない。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響も薄れ、人出や消費が回復しつつあるように見える。それにつれて、各企業の採用も増えており、雇用も増加しているように感じる。また、コロナ禍が終わってもリモートワークが続けられるような企業への転職が進む傾向にあり、より人材が流動的になっている（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ようやく廃業も倒産もゼロという状況になり、今後の予定もちらほら出てくるようになってきている。徐々には良くなってきている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数、充足数共に伸びている。新規求職者数の減少も小幅になってきており、雇用状況は当面改善するものとみている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後も同程度の求人数が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・悪化する分野、改善する分野が混在し、総括すると変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者不足の状況に改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・4月は人材紹介の成立数が増加するものの、派遣は3月末契約終了と4月契約開始との相殺で、大きな変化はない。例年どおりの傾向で、その他は特に動きがない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・3月決算の企業が多いことから、2～3月は新たな投資が抑えられる傾向にあるが、4月以降は盛り返す（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前年よりも回復しているものの、エネルギー価格や物価上昇が更に続けば企業の採用意欲をそぐ可能性もあり、物価等の動向を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で5.7%、前年比では0.4%減少しており、15か月ぶりに前年同月を下回っている。新規求人数も10か月ぶりに前年同月を下回っており、有効求人倍率は前月比0.1ポイントと大幅に下がり、1.26倍である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・急激な市場回復はないが、徐々に改善していく（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の求人数が4か月連続で前年同月を割っている一方で、正社員等の要員調整に関する相談依頼が前年と比較して増加傾向にある。原材料価格の上昇を価格転嫁できない企業では、2023年度中に実施に踏み切る可能性が非常に高くなっている。個別退職勧奨や早期退職優遇制度の導入企業も増加していくことが予想される（東京都）。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・原料不足や原料高に伴い、派遣取引先の中小企業の収支が悪化し、会社を清算する取引先が複数発生するなど、今後の景況に不安を感じる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（経理担当）	・例年3月末で年度が一区切りとなるため、数か月先は派遣労働者数も多少落ち着き、総稼働者数の動きは今より若干減少する。新型コロナウイルス感染症の発生前も同様の推移のため、この先数か月は、動きが一旦落ち着くとみている（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（営業）	・採用が思うようにいかないことがやはり要因の1つである。それとは別に、新型コロナウイルス感染症が収束しつつあるなかで物価が上がり、物が手に入らなくなっている。経済活動を再開させようとした矢先に、新型コロナウイルス感染症の発生前のようにうまく経済活動、商売が進まないケースが出ている。これでは景気が良くなるどころか悪くなる可能性も大いにある。光熱費の上昇は消費活動を消極的にし、企業の求人活動にも影響を及ぼしている。
	×	職業安定所（職員）	・エネルギー価格や物価が高騰している。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	コンビニ（経営者）	・日常を取り戻してきているので、気温が上がるに連れて外出機会やイベント等も増える。飲料を始め、買上点数が増える見込みである。
(甲信越)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約が非常に好調に推移し、コロナ禍では一番の予約状況となっている。また、全国旅行支援の延長が決まったこともあり、個人利用の落ち込みも最小限になるのではないかと。法人や団体件数、利用者数がいずれも増加しており、個人利用の落ち込み予測は減っていることから、大幅に回復して好調に推移していくと思われる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会は、企業ほか団体や組合の宴会になるが、新型コロナウイルス感染症が始まって、2020年1月からは毎週のようにキャンセルが続いていた。3月13日以降、マスクの規制が緩和されたのと同時に、3年2か月ぶりに1件もキャンセルが出ていない。このまま、キャンセル等がなくなり、宴会は必ず復活してくると思う。企業のマインドがかなり上がっている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスのワクチン会場等の様子を見ても、ようやく終息した印象を受けるので、先の景気は上向く。
	○	商店街（代表者）	・全国旅行支援が月末まで延長が決まり、現状が続くことが期待できる。ただ、半分以上の商材が値上げとなっており、消費者の財布のひもは固くなっている。
	○	一般小売店〔薬〕（経営者）	・商店街の人出が増えてきている。特に、夜の時間帯は、天候も暖かくなったこともあると思うが、かなり増えてきている。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限等の解除とともに来客数が増え、購買意欲が高まってくると推測される。
	○	百貨店（店長）	・売上は前年を割ることがなくなってきた。また、催事売上も伸びている。現在は売上の伸びが強いとはいえないものの、確実に前年より増えてきている。ここに来て、徐々にではあるが旅行者や外国人客が増えてきており、今後に期待できるのではないかとみている。
	○	スーパー（経営者）	・地域のイベントや桜祭りも3年ぶりに開催される。その他、高齢者向けのイベントも再開され、とても忙しい。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かい陽気で、夏に向けて、来客数や客の動きが良くなる。来客数、購買等は上向いてくる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、春なので少し慌ただしくなっている。前年よりはやや良いような気がする。

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
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩和され、やや良くなる。
	○	高級レストラン（経営者）	・動きは鈍いながらも、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると思われる。
	○	スナック（経営者）	・ようやく新型コロナウイルス感染症の終わりが見えたようで、当たり前の日常が戻ってくるとの期待も込めて、やや良くなる。
	○	スナック（経営者）	・2月の終わり頃から、やっと団体もちらほら来るようになって、大分皆が新型コロナウイルス感染症を気にしなくなってきていると、本当に実感できている。現場では、今後、更にこうしたケースが増えて改善する可能性があると感じており、良い方向に向かっている。
	○	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が延長になり、客からの問合せもたくさんある。ただし、新規の集客に旅行支援が使いにくく、ぬか喜びの延長となっている。それでも、桜のシーズンやマスク着用ルールの見直し、また、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行もあり、旅行心理に影響し、徐々にではあるが客の動きが活性化してきている。プラスとマイナスの要因はあるが、トータルでは現状よりも持ち直している。
	○	旅行代理店（副支店長）	・5月の新型コロナウイルス感染症の分類の5類への移行による旅行意欲が高まっている。一般企業や団体募集の申込みも徐々に増加傾向である。しかしながら、光熱費等の高騰による旅行自粛の懸念は残る。
	○	タクシー運転手	・徐々に良くなってきている。ただし、夜の動きがまだまだで、夜に飲みに出る客が少ない。
	○	観光名所（職員）	・予約状況は数か月先までおおむね好調だが、旅客が戻ることを想定して求人募集をしても、スタッフが思うように集まらず、人材不足が懸念材料である。
	○	遊園地（職員）	・引き続き新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染症対策を徹底し万全な受入体制を整えるとともに、積極的に集客施策の実施や情報の発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	○	ゴルフ場（経営者）	・夜明けも早くなり、気温が高くなってきているので、来場者の顔色も明るくなって、活動的になると思う。また、国内外のプロゴルフが盛んになり、来場者に期待できる。客単価も上がってきている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ゴールデンウィークに向けての人の動きが気になる場所である。コロナ禍での行動制限等が解けて、物品購入よりも行楽へ出かける動きがみられるため、物販は厳しいところがある。
	□	百貨店（営業担当）	・ここ何か月も食品、その他各種値上げ品目が増えているので、特に、消費、購買については慎重になってくる。慎重さは今までと変わらない。
	□	スーパー（店長）	・値上げ傾向は変わらないが、新型コロナウイルス感染症の規制がなくなり、人の流れは戻ってきているため、プラスマイナスゼロではないか。
	□	コンビニ（店長）	・季節要因で若干の変動はある。また、新型コロナウイルス感染症の影響も大分少なくなると思うが、それを考慮に入れても、そう簡単に戻ってくるような、良くなる状況ではないので、変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・賃上げによる個人消費が上昇すれば、数量の回復は期待できるものの、賃上げに伴い、資材価格の上昇があると思うので、良くなりそうな気がしない。
	□	家電量販店（店長）	・今春の賃金改定で、消費動向が上がるか注目している。
	□	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン、電気代の高騰により、新車購入に慎重な動きが続く。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・物価上昇が続いており、現状と変わらないのではないかと。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	・今月は動きが良くなって、3か月後には新型コロナウイルス感染症の分類も5類に移行し、マスクを外して自由に動くという形になるので、今月と同じように良いのではないかと。今は移動時期で良いというものもあるが、3か月後も今と同じ水準を期待している。ただ、本当に良くなるという確固たる証拠のような物は余りなく、スタグフレーションのなかにあるとも言われており、給料が本当に上がっているかどうかは、分からない。

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
	□	一般レストラン（経営者）	・物価上昇が止まらない限り、景気回復は望めない。また、消費されない国内の良い物が、海外、特に、中国に流れてしまう。
	□	一般レストラン（経営者）	・若干上向き傾向のまま、極端な上向きは期待薄である。5年ぶりの価格値上げをちゅうちょしている。
	□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、今以上に悪くならないようにという意味である。本当に地方は大変である。いつも同じだが、何か良い方法があったら、助けてほしい。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の延長に期待している。
	□	通信会社（社員）	・サービス提供エリアの拡張などで加入者が増える見込みはあるものの、既存エリアの加入率が増加する要因はない。
	□	通信会社（社員）	・業界の動きは良くないので、変わらない。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないが、団体客が徐々に戻ってくれば、回復に向かう。しかし、物価や光熱費等の高騰が気掛かりである。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・米国の大手銀行の破綻があって、何か世界的な不況にならないかと非常に心配している。
	□	設計事務所（職員）	・物件数に対して担当者が足りない状況は、これからも続く。
	□	住宅販売会社（経営者）	・当地は都会からの移住先として他地域に先行していたが、最近はその優位性が低下しつつあり、以前に比べて、当地への移住者は減少傾向にある。また、コロナ禍による一時避難所としての別荘の役割も、感染状況が落ち着いてきたことから、需要は減少傾向にある。
	▲	商店街（代表者）	・明るい材料が全くない。
	▲	スーパー（経営者）	・中小企業の賃上げ状況により、消費マインドは下押しリスクがある。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・税金が減らないので生活が変わらない。取られる分が多く、国民負担率が47%を超えているのが原因である。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・日本経済は比較的安定しているように見えるが、スイスや米国の銀行破綻や、終息しないウクライナ情勢等、不安は残る。
	×	*	*
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は好調である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・各企業の賃上げが影響し、消費回復につながることを期待している。
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・問屋、小売もようやく金相場高騰後の価格を受け入れるようになってきている。少しずつではあるが、新作への問合せも増えている。新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、催事への来客数の伸びは期待できる。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・依然として物価高は続くことが予想されるが、5月の新型コロナウイルス感染症の5類への移行に伴い、世の中の雰囲気は、多少は消費に傾くと予想している。
	□	食料品製造業（総務担当）	・エネルギーコストの上昇は、変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表で期待感はあるものの、依然として先が見えない状態である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ここ数か月、生産量に変化はない。
	□	建設業（経営者）	・賃上げによる個人消費が上昇すれば、数量の回復は期待できるが、それに伴って資材価格の上昇もあると思われる。
	□	金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に、原材料価格や電気料金上昇の影響が大きく、価格転嫁の遅れが景況感の改善につながっていない。
	□	金融業（経営企画担当）	・春闘で、様々な企業の賃上げ報道を耳にするが、全ての企業に波及できるのか不透明である。また、日本銀行の新総裁が4月に就任となるが、政策変更等があれば国内金利上昇の懸念もあるため、景気自体は変わらないか、多少落ち込むと考えている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代、資材、配送料、いずれも値上げである。客に価格転嫁できない分、非常に厳しい。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・周辺の企業からも生産数減少の話を開いている。入手困難だった電子部品も、物によっては在庫があるようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	食料品製造業（製造担当）	・既に新しい穀物価格は高騰しており、更にプレミア価格となれば、零細企業にはとても手が出せなくなる。また、販売価格に転嫁できたととしても、一層売れなくなるので、本当に厳しい状況が続いていくのではないかと。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用関連	◎	—	—
(甲信越)	○	求人情報製作会社（総務担当）	・世界情勢に不安があるものの、現実的には周りが動き始めたので、まずは回復に向かって良くなっていく。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の収束により、ゴールデンウィーク明けから、いろいろと活動が出てくる。
	○	職業安定所（職員）	・エネルギー価格の上昇による生産活動への影響が懸念されるものの、求人は、建設業、製造業、宿泊、飲食業を中心に増加傾向にあり、コロナ禍前の水準に戻る兆しがある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・桜の開花等、イベントが開催されることで人の動きが活発になればと思うが、天候次第などところもあるので、どうなるか心配である。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和や全国旅行支援の延長などによる経済効果が期待されるものの、原材料不足や諸物価の高騰などの影響は、しばらく続くと思われる。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前ほどの景気回復をみせているものの、物価上昇等の不安要素があるため、更なる景気回復は厳しい見込みである。
	×	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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新規感染者数の減少、観光客数の増加、物流の拡大などが連動し始めている。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・引き続き好調を見込む。コロナ禍で自粛していた会合が一気に開催へ動きそうである。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援の6月、一部では7月までの再延長が決定し、個人旅行は好調で、法人等の団体旅行の計画実施も新型コロナウイルス感染症発生前の6割くらいまで戻っている。行楽シーズンに突入すると更に増えていくと予測する。新たにアフターコロナの助成事業が自治体、行政、国の事業として計画されると、更に良くなる。
	◎	タクシー運転手	・これからは寒さも緩み気候が良くなるため、歓楽街の景気も良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況も収束に向かい良くなっていくとみるが、いろいろな物が値上がりして買い控えなどで1度下がったマインドが急激に回復するとは思えない。じっくりとゆっくりと良くなっていくのではないかと。
	○	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・ボーナス支給が楽しみである。それによってちょっとしたぜいたくがしたくなるはずである。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への客の来店機会が、少しずつ増える傾向が期待できる。
	○	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて周りも戻っていく雰囲気がある。特に我々小売業には重要なことである。
	○	百貨店（総務担当）	・卵を中心とした価格高騰は総菜や和菓子、洋菓子に影響が出ており、卵を使用した商品の一時停止や販売価格の引上げが目立っている。全国旅行支援を継続する地域が多くなってきたこと、新型コロナウイルス感染症の分類の見直しや新型コロナウイルスの新規感染者数の減少もあり、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に届くところまで来た。ゴールデンウィークに向けた旅行関連商材の需要が今年は特に見込まれる。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がほぼ薄れたこともあり、旅行需要だけでなく、イベントの開催、通常勤務への回帰、会食機会の増加など、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻りつつあることで、ファッション関連商品の動きが活発化し、この数年間不要とされていたフォーマルウェア商品などのニーズも高まっている。また、この先マスクが必要ない生活を見据えて、口元系の化粧品で関心の高まりを想定している。

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（経理担当）	・直近の売上は戻ってきており、中心市街地の人出も多い。
	○	百貨店（営業担当）	・来客数が増加傾向にあり、人気の催物やイベントにはかなりの集客が期待できる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・様々な制約が解除され、更に景況感が良くなっていくと予測する。
	○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になれば変わってくる。
	○	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が第5類感染症になり行動は活発になる。物価高の影響に懸念はあるが、新型コロナウイルス感染症発生前と同様とまではいかないものの、良くなっていく。
	○	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況が一旦落ち着き、春休みの花見やイベントなどでの買い足しが戻ってくるのを期待している。
	○	コンビニ（企画担当）	・今後当エリアにも徐々にインバウンドの戻りが期待でき、交通アクセスの拠点となる駅店舗は売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症に終息の兆しが少し出てきたため、客の消費マインドが徐々に高まっていく。特にインバウンドの動きに注目している。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類への引下げやマスク着用の緩和など、人の動きを制限していた要因が緩和されつつある。4月からは新生活により経済活動が活発になることで人の動きが更に増えれば、今よりも景気は良くなる。
	○	コンビニ（店員）	・新年度が始まり、今までの常連客に加えて新しい客が増える。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・行動制限の緩和から来客数が増加し、販売も好調である。ただ、物価高騰も続いており落ち着きを見せるのはまだ先と予想する。売価を上げた商品の動きも悪くなく販売数は落ちないため、当面この状況で推移するのではないかと。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・来客数の減少は気になるが、電気代の高騰で節電家電への買換えの話があり、単価は上がりやすい。新型コロナウイルス感染症の収束で来客数が回復すれば、売上も期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・人の動きは少し良くなっているように見えるため、いろいろな理由により良くない状況としては今が最後となり、この先景気は上がっていくのではないかと。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足も解消され車が徐々に生産されるようになってきたため、自然と販売量も上がっている。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・光熱費や物価の高騰により節約傾向は強まると考えるが、新型コロナウイルス感染症の対策が緩和された好影響が数か月は継続する。
	○	高級レストラン（経営企画）	・アフターコロナとして、新たな消費や政府等の施策にも引き続き期待したい。
	○	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・当初は値上げにより販売数量の減少を予想していたが、同時期に賃金の上昇についての報道が多くなり、客も値上げに対して悲観的な様子ではなくなっている。
	○	観光型ホテル（支配人）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が2類相当から5類へ引下げられると、より一層来客数の増加が期待できる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・外国人旅行者の戻りと5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に期待する。ただし、この1年で光熱費が約40%、リネン洗濯費が25%上昇し、更に清掃コストも大幅に上昇し価格交渉も受け入れてもらえない。人材確保が非常に困難なことに加え、コストの上昇を販売価格に転嫁できず、収益は悪化する可能性が大きい。
	○	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の問合せが徐々に増えてきているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前ほどではない。今後も問合せが増え続け、旅行が実施される秋頃の数字に期待している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の行動制限が緩和されてマスク着用も個人判断になり、段々と外出する人が増えている。夜の繁華街も徐々に外出する人が増えてきて、乗車客が増えている。
	○	通信会社（営業担当）	・年度初めということもあるが、機器の遅延も少しずつ解消していることで受注も多く、僅かでも良くなるのではないかと。
	○	通信会社（営業担当）	・今後も少しずつ良くなる。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束しインバウンドが増えれば、先行きはやや良くなる。

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
	○	テーマパーク職員（総務担当）	・金融機関の定期預金利率が来月から上昇となる。
	○	美顔美容室（経営者）	・来月から新しいキャンペーンセールが始まるため、新規の客が見込める。
	○	設計事務所（経営者）	・予定の決まっている案件もあるため現状より悪くなることはないと期待する。ただし、全く仕事がない状態から抜け出すだけのことである。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・3月の動きが例年以上だったため、この先も期待値が高い。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する捉え方が変化して、外出する機会は増加傾向にある。ただし、水道光熱費の値上がりなどが景気に影響するため、変わらない。
	□	商店街（代表者）	・前向きに考えている人が多い。ウクライナの問題も解決に向かうのではないかと。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人の往来も増えてきている反面、物価高が続いているため、そこまで消費活動は増えない。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・物価高がかなり進んでいるため消費は上がらない。物価が上がりが過ぎて会社の利益は上がっても支払に回るため、3か月先も今の状況が続く。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価上昇が今しばらくは続くと思われる、賃金が上がっていない零細企業もあり、良くなるのはもう少し先になる。
	□	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〔生活用品〕（販売担当）	・物価高が多少でも解消されない限り、買い控えは続く。
	□	百貨店（売場主任）	・購買意欲や購買力のある客の来店があっても、春物新作の入荷が少し遅れており、入ってきても在庫数は十分ではないため売上につながらず、少し厳しいと見込む。
	□	百貨店（販売担当）	・春休みということもあり来客数は増えた。ギフト品の要望も多いため、新型コロナウイルス感染症の影響で自粛していた行事が復活している。
	□	百貨店（計画担当）	・現状、コロナ禍の影響はほぼなくなっているが、客の生活様式が新型コロナウイルス感染症発生以前に戻ることはなさそうであり、物価高の要因などもあるため、現状のままが続く。
	□	スーパー（経営者）	・客先の来客数は増加するとみるが、人手不足でせつかく来店があっても対応できない状況である。
	□	スーパー（店員）	・良くなる要素がない。
	□	スーパー（営業企画）	・先行きに対する見通しは立っておらず、当面は現状の景気、消費動向が続くようである。
	□	スーパー（総務）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、家族連れの買物客が増えてにぎやかになってきたが、物価上昇の影響で買物が慎重になっているように見える。今後も消費は上向きにならない。
	□	スーパー（販売担当）	・花見需要などは新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、商品の値上げが半端ではないため、手放して喜べない。
	□	スーパー（支店長）	・相変わらず値上げの勢いが収まらず、特に必需品の値上げは家計を直撃するので、嗜好品や衣服類などへの出費をかなりセーブするのではないかと。昇給が全業種、中小企業に広がれば少し景気も上向くとみるが、まだ時間が掛かる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・現在の来客数と比べると微減になるかもしれないが、例年の動きに比べると活発であるため、現在の好調な流れを引き継ぐ形で数か月は推移すると想定する。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価高や経費の高騰に収入が追い付かない。
	□	コンビニ（商品企画担当）	・行楽需要は続くと思込むが、来客数の増加につながらない限り、景気は現状のまま頭打ちと推察する。
	□	衣料品専門店（経営者）	・夏物は単価が低くなっているが、これだけ諸物価が上がっているため、洗い替えに複数枚を買う客はいない。
	□	衣料品専門店（売場担当）	・世間では、各企業が積極的に大きな値上げを実施しているようだが、それはほんの一部であり、自分の周辺では大きな値上げが行われたところは少ない。そのため、景気が良くなるまではいかなないと推測する。
	□	家電量販店（店員）	・来客数が少ないため特に変化はなさそうである。

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
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安及び物価高で4月以降も更に様々な商品の値上げがあり、賃金上昇が追い付かない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ここ最近では値上げや電力価格の高騰などに段々と慣れてきているようであるが、今後更に食料品や日用品など身近な物の値上げが予想されるため、大幅な賃上げがあっても景気は横ばいと想定する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・経済活動が戻ってきているが、業種や企業規模によって回復具合に差があるようで、全体的に考えると横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・遅れている納期の改善について、新車メーカーからの情報ではまだ見通しが立たない様子である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新年度がスタートし、周りでも徐々に例年行われていた日常を取り戻すことができれば、客の行動も活発となり、新車購入に対する前向きな検討も進むと期待する。しかし、まだ生活関連の物価上昇は続くともみられ、出費をどれだけ切り詰めればよいかという節約や選択の意識はまだ強い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィークに向けてガソリン価格がどれだけ落ち着くかも気になる。燃料代が高いと自動車の利用を控えるため、点検の需要が減る。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム、小規模改修は、住宅、企業や商業施設などで多くなっているが、新築住宅や新店舗の商業施設などについては、様子見がまだ続いている。しばらく大きな物件の動きは鈍いが、小規模の改修工事は多く出ている。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・将来の景気については不透明である。中小企業の賃上げはどうか不安がある。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・原材料費が3年前と比べ10%~20%ほど上がっている。4月から更に上がるとメーカーからは聞いている。利益確保のため、利益率の高い商品を多めに売っていくなど工夫が必要である。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・団体での行動がまだ少ない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今まで新型コロナウイルス感染症の影響で我慢していた人たちが外出するようになった。給料アップはまだ大手のみで中小、個人までは図れていない状況である。物価上昇がやはり響いている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・物価の上昇に伴い仕入価格が上がり過ぎている。
	<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・先行きは変わらないというより、マスク着用の見直しや5月からの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行などでどうなるのか分からない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・4年ぶりの夏休み需要にかなり期待している。前年とは違い海外への家族旅行の問合せが当地域でもようやく始まったが、仕入先が付いていけない。客のニーズに応えるため旅行会社も頑張るところである。前年までは事業支援金があったが今年はなく、何らかの補助金があると大変助かる。もうあと一歩、長いトンネルから抜け出すには資金も必要である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・中小酪農家のように加工業者に乳価の値上げを訴えても認めてもらえないばかりか、海外からの輸入飼料の仕入価格高騰により廃業するところが出ていたり、ターミナル駅前の飲食店ビルや歓楽街でも、空き店舗が徐々に増えたりしている。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・業況が下向きではなくなってきた。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・物価高と賃上げの状況を生活者がどのように受け止めるかによる。中小事業者ではさほどの賃上げは期待できないため、良くなるとまではいえない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・料金体系の見直しや新しいサービスなどで既存客の確保をしていかないと厳しい。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	・街中の商品は全て値上げとなり、値下げする物は皆無である。これは本当に大変なことになると考えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	ゴルフ場（支配人）	・4～5月はゴルフシーズンに入る。2か月先の5月の予約数は前年と同様でほぼ順調である。コロナ禍の状況も和らぎ、コンペの予約数も増える傾向にあり、レストランの売上も上向きに推移している。この先もしばらく順調に推移すると判断する。
	□	美容室（経営者）	・客の動きはあるかもしれないが、美容室では電気代が非常に高くなっており、水道・ガスの料金もどれくらい影響するかである。客の家庭も同様で、光熱費高騰などの影響で客の財布のひもは固くなっている。
	□	美容室（経営者）	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響も地方ではまだあるようにみえ、暑くなってきたら客の出足も悪くなる。
	□	美容室（経営者）	・レジャー面やイベントは戻りつつあるが、物価がかなり上昇しているため、景気は良くなるとも悪くなるともいえない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・商品原価や販管費等の経費がぐんぐん上がってきているため、明るい材料を探すのが大変である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・この先に大きな変化はみられない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・起爆剤となる材料がない。
	▲	商店街（代表者）	・さすがに値上げラッシュで購買意欲が低下するのではないかと。
	▲	商店街（代表者）	・これまでは政府や自治体による省エネ家電を中心とした補助金政策があり、家電買換えの促進剤であったが、今後は余り期待できず、商品単価の上昇もあり需要は落ち込むと考えている。
	▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度初めは動きが悪くなる。
	▲	百貨店（経理担当）	・今春闘の賃上げ効果を打ち消すような物価高によって更なる買い控えが広がり、個人消費の減退が景気の足を引っ張る。
	▲	スーパー（店長）	・価格上昇は止まっておらず光熱費も高騰したままであるが、賃金は余り上がっていないため、必要な物以外の買い控えは続く。
	▲	スーパー（店員）	・4月からの売価変更で、有名商品の値上がりが増えつつある。
	▲	スーパー（販売担当）	・良くなるかと判断する理由が今のところ見つからない。イベントもないし、客はスーパーに毎日来なくなった。
	▲	スーパー（販売担当）	・商品の値上げは今後も続くともみているが、商品の品薄はかなり解消されつつある。これからの動向を左右する季節商材の動きも、既に化粧品コーナーでは売上の回復があるが、全般的に押し上げる力が弱そうなので、販売量の劇的な回復はなかなか望みにくい。電気代等の高騰で客が支出に回す余裕がないのも大きな要因と考える。
	▲	コンビニ（店長）	・4月から食品の再値上げがあり、販売量の落ち込みが更に続くと予想される。電気料金などの固定費も上昇している。
	▲	コンビニ（店長）	・物価は高騰するが賃金は増えないため、家計は苦しくなるばかりではないかと推察する。土木工事等が減る春の時期は、更に消費を抑える傾向が顕著となる。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・小売業界は、電気代高騰を含む経費が異常に上昇していることに苦心している。この状況が続けば、利益確保のために人件費削減等、負の連鎖が発生すると思料する。このインフレ状況に対して、小売業経営者だけが利益の確保に苦しむ状況を打破する政策を検討する必要がある。
	▲	衣料品専門店（店長）	・中小・零細企業の顧客を中心に、不安定な仕事量や過熱した競争による報酬額の減少を嘆く声が多い。一般の顧客は、財布のひもが固いままである。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・4月以降は更に需要は下がると見込む。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くがオーダーストップで購入したくてもできない状態が続いている。新型車の発表もあるが予約の段階で数年待ちになり、納期を聞いて購入を控える客もいる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・メーカーからも良くなる見通しの話はなく、まだしばらく供給の回復には時間が掛かるといわれている。高かった中古車の相場も徐々に下がり始めており、4月からは更に下がる見通しで、受注残の客の下取り価格も予定より下がるのではないかとみられ、厳しさが更に増すおそれがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・今年前半は景気の底上げは難しいとみられる。収入と支出のバランスが大幅に変わってきている。
	▲	観光型ホテル(経営者)	・1年以上電気・ガス料金が上がっており、家庭の消費がかなり抑えられてしまうと、今よりも景気を支える若しくは追い風になる要因がないため、先行きは少し弱くなると想定される。企業も福利厚生、社員の懇親会や宿泊に対してプレーキを掛けるかもしれない、やや悪くなる可能性がある。政府には、引き続き観光産業に対する支援策が必要であると理解してほしい。
	▲	旅行代理店(経営者)	・物価上昇の折、全国旅行支援の延長も景気回復に効果があるとは考えにくい。
	▲	パチンコ店(経営者)	・業界全体が衰退過程に入っている。
	▲	理美容室(経営者)	・いろいろな物の値段が上がって、段々と景気が悪くなる。
	▲	設計事務所(職員)	・ウクライナの問題など、これからは好景気になりそうなニュースは余りない。米国の景気についても同じように暗い話題が多い。
	▲	住宅販売会社(従業員)	・ハウスメーカーでも、キャンペーンと称してお買い得感を出しているが、それでも総工事金額に対しては理解が得にくいのではないか。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	・物価高の影響がじわじわと現れて商談に時間が掛かり、これから先は悪化を危惧している。ただし、給料が上がれば話は別で、消費も活発になると期待している。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕(従業員)	・年度末需要が一段落して元請の着工状況も少し悪くなっている。
	×	スーパー(店長)	・値上げによって1品単価を上げて、来客数と買上点数の減少で客単価が下落する。
	×	スーパー(店員)	・担当カテゴリーにおいて来月以降も更なる値上げが控えている。
	×	乗用車販売店(従業員)	・現在の物価上昇の流れがこのまま変わらない限り、必ず悪くなる。
	×	住宅販売会社(経営者)	・給料が上がっても物価が上がっているため景気が良くなるわけではない。利益もなく売行きも悪い。
	×	その他住宅〔展示場〕(従業員)	・新規出展社の見込みが全くない。
企業動向関連	◎	—	—
(東海)	○	化学工業(営業担当)	・一部に電材需要が回復見込みの業界がある。夏場に向けて飲料の需要が増える見込みであり、香料メーカー向け容器の出荷量が増える。
	○	電気機械器具製造業(総務担当)	・半導体不足の影響で部品の供給不足も続くが、顧客の設備投資意欲は衰えていない。秋頃から部品供給が戻るという予測も出ており、年末にかけて通信機器の販売が増加するものと期待している。
	○	輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・製造拠点の集約が始まり、当拠点での作業が増えている。
	○	通信業(総務担当)	・物価高騰をやむを得ず許容する雰囲気になり、無駄な支出は抑えつつも購買や旅行といった気分転換に投資することはますます増加すると予測する。やはり明るいニュースが社会を活気付ける。
	○	金融業(従業員)	・ゴールデンウィークの到来や外国人観光客が増えることにより、国内景気は少し良くなる。
	○	不動産業(経営者)	・コロナ禍の反動で購入希望者の増加が想定できる。
	○	不動産業(経営者)	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向で推移するとみられ、外出や遠出をする人は更に増加していくと予測している。売上は増加し前年を上回る状況は、継続していくと予測している。
	○	広告代理店(制作担当)	・物価高がどこまで続くのか不透明で、企業も様子をみながらの広告発注になる。
	○	会計事務所(職員)	・4月は大半の顧問先が定期昇給を行うが、物価の上昇が急であるため例年より昇給額を増やすところが多い。健康保険料、介護保険料や雇用保険料の引上げもあるため手取りがどれくらい増えるかは疑問だが、少し消費に向けられるのではないかと。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・日米の金利差のため円安が続いている。我が国は低金利のため予算の成立は容易であるが、国家予算の4分の1程度が国債というは少し多い。それに対して、米国では4%程度のため予算成立が段々と難しくなり、高金利はそろそろ止まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・給与所得の向上はプラス要因ではあるものの、食品関係への後押し効果は限定的と予想する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料、運賃、その他資材等の大幅な値上げの影響で採算面ではとても厳しい。2～3か月先も今と変わらず悪い状況のまま推移して、景気は今と変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・景気が悪くなるような特段の材料は浮かばない。しばらく消費者は外出して金をたくさん使い続けると予想する。
	□	金属製品製造業（従業員）	・仕事量が見込めるのは有り難いが、原材料価格の高騰が収まらず、収益性が厳しいのは変わらない。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合い、受注共に増えてきて、運送コストは落ち着いてきたが、1度価格が上がった原材料費が下がらず、利益がなかなか確保できない状況が続いている。
	□	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。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・まだ続く物価高がいつまで続くのか分からない。
	□	建設業（役員）	・建築コストアップが続くなか、当エリアは土地価格の上昇率も高く、住宅の販売価格に転嫁されるため、販売に影響がある。
	□	建設業（営業担当）	・部材等で必要な物は、国内生産がまだ追いつかないため、価格が高いままである。身の回りの給与面に関しては、大手企業は賃金アップとなるが、中小企業や地方企業まで波及するにはまだ時間が掛かる。
	□	輸送業（従業員）	・ただでさえ燃料等の経費増加で頭が痛いのに、これからは人件費も上げていかないと人手不足になってしまう。何とか運賃に転嫁したいところだが、荷主が理解してくれるかどうか分からない。
	□	輸送業（エリア担当）	・特に変動要因がない。
	□	輸送業（エリア担当）	・春闘の結果が発表され、大手では軒並み賃上げの動きであるが、その賃上げ分は物価上昇分の補填に回る可能性もあり、増えた分が消費の拡大につながるものでもない。法人としては、投資に回すための金が人件費になって、かえって賃上げが足かせとなるのではないかと。経済はこのままおおむね停滞すると見込む。
	□	通信業（法人営業担当）	・今年度予算が国会を通過したため期待感はある。ロシアによるウクライナ侵攻で世界中が非常に困っており、特に物価高が庶民を直撃している。景気が上昇に向かうのはなかなか難しい。
	□	金融業（従業員）	・現在の景気は良い方向にあるものの、やはり食料などの価格高騰により現在の給料のままでは生活が厳しくなるという懸念を持っている人が多い。景気としては良くなっても、支出が多くなるため、総合してみるとどちらに振れるか分からない。
	□	金融業（企画担当）	・物価高が進んでおり、中小企業にまで賃上げが浸透しないと個人消費の伸びも期待できない。原材料高を販売価格に転嫁できないと業績も厳しくなり、賃上げも期待できない。
	□	公認会計士	・景気が回復しないなかで、中小企業にも賃金上昇の波が来ているように見える。4月より新入社員を採用する企業も増えており、人材獲得のために初任給を上昇させた企業もあるが、中小企業では販売価格に賃金上昇分をなかなか転嫁できていないケースもみられる。マスク着用が個人判断になるなど新型コロナウイルス感染症の影響は和らぐことが予想され、売上は少しずつ回復するが、原価の上昇も続いているため、3か月では余り変わらないと予想する。
	□	行政書士	・現状維持である。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・4月からの値上げ前の駆け込み注文が3月にあったため、4月からの3か月程度は受注量の減少が予想される。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているため、販売量の減少を想定する。価格競争も激しくなっている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・今月は年度末で受注が多かったが、2～3か月先は通常の販売量になり悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・これから価格転嫁された材料が製品になって市場に出回るため、相応な値上げが見込まれ、需要が減少する。
	▲	輸送業（経営者）	・消費財、生産財共に輸出入が減っていることから、この先の国内物流量は減少することが見込まれる。

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
	▲	輸送業（エリア担当）	・物量は減っている。値上げを行うが、2024年問題の対策費も大きく必要となる。業界全体での値上げとはなっておらず、契約荷主は値上げを受入れにくくなっている。個人の荷物も安い方に流れるのではないかと懸念もある。
	▲	通信業（法人営業担当）	・この年度末は、企業もアフターコロナを掲げ、集合会議を復活させたり送別会規制も撤廃した。しかし、この3年間で働く者の行動様式は様変わりし、対面の会議でなくとも仕事は進むことを知り、わざわざ疲れた身体にむち打って付き合いで飲みに出掛けようとする気力もなくなった。働き手は家から外に出ず、飲食店は淘汰されていく。物価高もあいまって、ビジネスマンのインドア化はますます加速するのではないかと懸念される。
	▲	会計事務所（職員）	・仕入価格の上昇と顧客の節約志向で利益が圧迫され、厳しい状況となる。コロナ禍は終わりを迎つつあるが、先の見えない物価上昇が今後も当分の間は続くことが予想され、景気は悪くなる。
	×	食料品製造業（営業担当）	・回復の要因が見当たらない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価は上昇しているが給料は上がらない状況で、景気が上向くとは思えない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。中小零細企業には賃上げができないどころか、雇用の維持や企業の存続すら危うい状況が続いている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・世界的な景気の悪さと物流の停滞、電気代、消耗品や素材の高騰でメーカーが在庫を絞り始めている。景気は間違いなく下降局面にある。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・4月から用紙代の値上げがあり、今後は折込広告が増えないと推察する。
	◎	—	—
	雇用 関連 (東海)	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）
○		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一般消費者の経済活動は、このまま上向くと期待する。
○		職業安定所（職員）	・新規求職者のうち雇用保険の受給手続きをした人をみると、自己都合の割合が大幅に増えており、自発的な転職活動が強まっている。
○		学校〔専門学校〕（就職担当）	・この時期での次年度卒業予定者の照会や訪問などによる勧奨の増加、就職サイトからの学生個人への勧奨も頻繁であり、コロナ禍明けの医療機関での採用がより積極的である。
□		人材派遣会社（経営企画）	・景況感の変化を感じる材料は特にない。
□		人材派遣業（営業担当）	・中小企業だけでなく、春闘の恩恵を受けない企業を含む支援策が必須と考える。見た目だけの政策ではなく、裾野に行き渡る政策が必要である。
□		人材派遣会社（社員）	・特に変化はない。
□		人材派遣会社（企画統括）	・物価高騰に対する賃上げの動きも一部でみられるが、大きな改善は見込めない。
□		人材派遣会社（営業担当）	・派遣募集や中途社員募集については年度替わりのピークを過ぎる。ただし、採用がうまくいっていないケースが多く、派遣、中途社員にかかわらず募集は継続されると想定する。
□		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復に向けたポジティブな要素が見当たらない。
□		人材派遣会社（営業担当）	・求人に対して求職者数も不足し、年度末での派遣契約の代替件数が例年ほど伸びない。
□		アウトソーシング企業（エリア担当）	・4月以降の国内自動車生産については、下請企業の大幅な生産調整がないようにメーカー側の対応を期待する。下請企業においては生産における人材調整が安易に行われる。
□		職業安定所（所長）	・しばらくは原材料の価格高騰による雇用への影響が懸念される。
□		職業安定所（職員）	・求人数も徐々に回復しつつあるが、雇用面も含めて各企業がどこまで回復していくのか、まだ先が見通せない状態である。
□		職業安定所（職員）	・原材料やエネルギー価格の高騰が企業の景気に影響し、求人も一部の産業では停滞状況にある。

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
	□	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数はそれぞれ小幅に増加しているが、大きな動きはない。海外情勢の不安定化や物価高騰の影響が今後の雇用や経済に与える影響が懸念され、先行きは不透明な状況となっている。
	□	職業安定所（職員）	・今後2～3か月先に雇用情勢が好転するとは考えられない。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・派遣求人数の増加は季節的なものもあり、人材枯渇企業の直接雇用での採用意識が高めな市場感は変わらない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・主要顧客の派遣募集数はここ数か月変化はないが、外部活用の削減は継続されており、2023年度での派遣増員を計画していた客でも3月時点で社内申請が通っていないなどの状況もある。
	▲	求人情報誌（営業担当）	・求職者の動きから、やや悪くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・今後も物価が上昇する可能性が高いことから、個人消費が減速する。原材料価格、輸送費共に高止まりが続くとみられる。仕事量があっても、人手不足により請負できない状況が続く。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・徐々に求職者の転職活動は鈍化するが、ゴールデンウィーク明け以降をめぐり、再び動きが活性化してくる見込みである。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	商店街（代表者）	・以前のインバウンド需要の中心だった中国人観光客がいなくても売上が伸びているため、今後中国人観光客の入国が増えるようになると、もっと売上が伸びると考える。
(北陸)	○	商店街（代表者）	・春のイベントが復活して人出が多くなることも考えられ、春による気分の高揚感が、購買意欲に結び付けてくれると有り難い。
	○	コンビニ（店長）	・売上、来客数共に好調に推移しており、期待のできる春夏を迎えられそうである。劇的に急上昇しているわけではないが、前年比で3%程度来客数が増加し、売上額は値上げ分以上に増加している。利益でみた場合は依然として経費が高騰して厳しい状況は変わらないが、来客数や売上の状況は前月と比べて大変好調に推移している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、旅行や宿泊の補助施策といった後押しもあるため、着実に景気は回復していくと考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今までの生活水準に戻ってくるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・季節柄タイヤ交換等のサービスの入庫がかなり多くなる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行する5月以降、国内旅行など経済活動が徐々に増加し、人々の気持ちも前向きになって上向いていくと考える。
	○	一般レストラン（店長）	・県議会議員選挙も終わり、新型コロナウイルス感染症も現状程度なら、少しずつ良くなると期待している。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症による影響が改善している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引下げとなった後、新型コロナウイルス感染症発生前に対し、どこまで売上が回復するか期待している。
	○	都市型ホテル（役員）	・マスク着用ルールの変更や新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、行動制限から解放され旅行に行きやすくなり、全国旅行支援が続く間の宿泊需要は続くと考えられる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなっており、観光客も増えてきている。以前の状況に戻りつつある。
	○	タクシー運転手	・夜の繁華街が少しにぎわってきている。
	○	通信会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への変更に伴い、消費活動や経済活動が徐々に復活する兆しを感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・新型コロナウイルス感染症対策が5月に緩和されることが良いきっかけになることを期待している。新年度の第1四半期で何とか上向きに動き出してほしい。
	□	一般小売店 [事務用品] (店長)	・必要なものを買ひそろえたら、購買意欲は落ち着くとみている。
	□	百貨店 (売場主任)	・首都圏や関西圏へ出かける機会が増えたためか、ラグジュアリーブランドの伸び率は鈍化している。一方で、婦人服や紳士服、食料品、化粧品の動きは好調に推移している。今後数か月はこの状態が続くと見込む。
	□	百貨店 (販売担当)	・好不調が月替わりで変化しているが、長期では現状程度と考える。ただし、4月からの大幅な値上げにより、一時的に消費にブレーキが掛かる可能性がある。真面目な県民性からか旅行にも慎重な感じはあるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、国の対策も緩和されると、旅行需要が5月頃から増加するとみている。旅行需要で消費拡大できれば、やや向上する可能性はあるが、現段階では希望的観測でしかない。
	□	スーパー (総務担当)	・物価高騰は変わらない。
	□	家電量販店 (本部)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に期待はするが、観光や外食中心になり来客数に影響が出ることを懸念している。
	□	乗用車販売店 (経営者)	・自動車販売業界では客の買い控えが続いており、すぐに販売量が増えていかないため、変わらないと考える。
	□	自動車備品販売店 (役員)	・新車の納車時期はかなり早まってきており、在庫を保有する優位性が低くなり、中古車の相場も下がっているため、在庫を大きく抱えている業者は厳しい状況になるとみている。また、4月から様々な商品が値上げされるため、先行きには不安材料しかない。
	□	住関連専門店 (役員)	・この先のゴールデンウィークや新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の実施など、ますます旅行や外向きの消費に向いていくとみている。
	□	その他専門店 [酒] (経営者)	・5月8日から新型コロナウイルス感染症が5類感染症になる。それは良いことだが、以前ほどにはイベント等は行われなるとみられる。また、今は全ての商品が値上がりしているため、状況はそれほど変わらないと考える。
	□	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・これまでの反動で外出する機会が増え、物販の消費も上昇するとみているが、4月以降には更なる物価上昇の要素が含まれており、5月頃には一服するとみている。ゴールデンウィークが明けて以降の動向がまだ読めない。
	□	高級レストラン (スタッフ)	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられることにより、団体客の集客増加が見込まれるが、足元の物価高もあり個人消費は厳しい状況が続くとみている。
	□	一般レストラン (統括)	・現状の景気が良い状態が継続し、変わらないとみている。過去3年間での周期をみると、5月のゴールデンウィーク前後に新型コロナウイルスの新規感染者数が増えると考えられるが、既に行動規制が解除され、万が一感染拡大しても、ゴールデンウィーク中の人の動きは抑制されないとみている。また、インバウンドも現在は欧州中心だが、今後はアジア、特に東南アジア圏からのインバウンドも見込まれるため、この状況が続くと考える。
	□	スナック (経営者)	・物価高や年金が下がって生活が厳しくなっている状況で、先行きは読めない。
	□	通信会社 (職員)	・物価高の情勢が変わる要素がない。
	□	通信会社 (営業担当)	・繁忙期が過ぎ、大きな変化が起こるとは考えにくい。
	□	通信会社 (役員)	・特段のイベントもなく、前年と同様の契約者数で推移すると考える。
	□	テーマパーク (役員)	・新型コロナウイルスの感染状況は更に落ち着いていく可能性が高いものの、物価等の値上がりの影響もあり、個人消費も含めて景気は減速する可能性が高い。
	□	美容室 (経営者)	・地方では中小、零細企業が多いため賃上げの幅も小さく、消費意欲はしばらく上向きにはならないとみている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・販売件数は徐々に減っていき、契約金額は1件当たり高くなっても総額は増えない状況が続くそうである。リフォームの受注件数は増えているが、受注金額は増えていかないため厳しい。金利が上がらなければ今の状態が続くと考える。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・建築資材の高騰が落ち着かず、客に変化がみえない。

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
	□	住宅販売会社（営業）	・景気については良くなる要素も悪くなる要素も見当たらないが、客からは5月以降の電気代高騰に関する問合せが増え、少なからず景気の足を引っ張るような気配がある。
	▲	商店街（代表者）	・水道光熱費の負担増加で更に家計は圧迫され、物価が上がる以上に消費が抑えられると考える。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	・4月からの値上げ等で、今月も客の購買意欲が少し落ちている。このままでいくと来月もそうなるかとみているが、新型コロナウイルス感染症対策の緩和があり、遠方からの集客に期待している。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・今月も多数の品目で値上がり予定されており、政府の具体的な対策案もなく、厳しい状況はまだ続きそうである。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・食品フロアを中心として来客数、買上金額などが徐々に減少傾向にある。物価高や電気料金の値上げなどによる生活防衛意識を感じる動きが日に日に高まっている。生鮮品などは価格重視の傾向が強くなり、単なるお買い得品では通用しない。
	▲	スーパー（店長）	・このまま物価上昇が続くと、どんどん厳しくなってくると考える。
	▲	スーパー（仕入担当）	・食品以外の値上げの影響があるとみており、消費者の心理的にも買い控えが起こると考える。
	▲	スーパー（店舗管理）	・コロナ禍の落ち着きにより流動客化が進み、大型ショッピングセンター等へ客足が流れることを懸念している。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・エネルギー費の高騰から、節約ムードが高まると考える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・食料品を始めとした物価の上昇に歯止めが掛からず、節約意識の常態化を懸念している。
	▲	家電量販店（店長）	・電気料金の高騰により、家電製品の購入意欲が下がってしまう。
	▲	家電量販店（店長）	・物価の上昇に対して、今必要な物は安価に済ませようという傾向が見受けられる。
	▲	通信会社（営業担当）	・4月以降、おおよその需要を満たした後は販売数が落ちると考える。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・広告や展示会からの契約が減っており、入居者の家族や親戚などの契約が増えてきている。販売チャネルが狭くなり、厳しい状況が増してくるとみている。
	×	—	—
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ向け部品において、欧州を中心とした海外需要が好調に推移していたが、ピークにきたからか、落ち着き始めている。ただし、現在でも関係の生産工場では高い操業度を維持し続けている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・好調な受注状況が継続している。
	○	司法書士	・北陸新幹線延伸1年前ということで、行政だけでなく各種団体や企業で、多くの事業が企画されている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・原料を始め様々なコストの高止まりにより、当面は単月ベースで増収減益が続くとみている。
	□	化学工業（総務担当）	・3か月先の売上状況は、変わらず推移する見込みである。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・価格改定を実施してもすぐまた物価高に打ち消されて、再度値上げを実施せざるを得ない悪循環は当面続くとみられ、改善のめどは立たない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・先行きが余り見通せない状況が続いているが、大きく変化することはないと考える。
	□	建設業（役員）	・直近は、ほぼ変わらないように推移しており、不安定な要素はあるものの、今しばらくは現状と変わらないとみている。
	□	輸送業（管理会計担当）	・物量回復の兆しがみえない。
	□	通信業（営業）	・過去6か月の受注量の推移をみると、今後も景気が大きく上振れするとは考えられない。補助金等で動き出ることを期待したい。
	□	金融業（融資担当）	・各種の行動制限が徐々に緩和され、これまで新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった飲食業や観光業、旅客業の需要が回復に向かっている。一方、原燃料価格高騰の影響は続いており、価格転嫁の成否により企業の収益力に差が生じている。業種によっては人材不足で需要増加に対応できないところもある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	不動産業（経営者）	・個人客も法人客も、今は不動産の購入希望者が少ない状態である。
	□	税理士（所長）	・4月以降は人が動き出すため、新型コロナウイルス感染症でダメージがあった業種ほど明るい兆しがみられる。一方で、物価上昇に伴う賃金アップは必須な状況であり、人件費率が収益を圧迫するとみている。
	▲	繊維工業（総括）	・更なる電気料金の値上げが予定されていることに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調だったスポーツ、アウトドア向けの受注にも変調の兆しが鮮明になっている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合からやや悪くなるとみている。
	▲	輸送業（役員）	・価格改定がなければ賃金も上げられず、人材確保も困難になると考える。
	▲	金融業（融資担当）	・4月以降に電気料金の値上げがあることから、利益率が更に圧迫されるとみている。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
(北陸)	○	人材派遣会社（社員）	・売手市場が落ちつき有能な人材が求められるとともに、職場に活気が戻ると考える。
	○	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・ゴールデンウィークには、Uターン人材を対象とした求人広告の出稿が期待できる。企業のイメージ広告も含め、求人関連の広告が増える」とみている。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、宿泊業や飲食サービスマンなど徐々に景気が上向きとなる業種が増えてくる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行が発表された後、街なかの人出が増えた。飲食店やショッピング店の客が、新型コロナウイルス感染症発生前の8～9割くらいに戻ってきている。
	□	求人情報誌製作会社 （編集者）	・大きな雇用の話がない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の増減が余りない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・求人数が増える予定や要素が今のところない。
	▲	職業安定所（職員）	・製造業で落ち込みの気配がある。
	×	—	—

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	◎	一般小売店〔雑貨〕 （経営者）	・日本は第2次高度経済成長期に入りかけている。
(近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	・コロナ禍関連の行動制限がなくなって以降、初めての春休みやゴールデンウィークを迎える。イベントの実施やショップのリニューアル効果に加え、外国人観光客の増加傾向による来客数の増加で、売上の拡大が期待できる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・ゴールデンウィークや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行などにより、外国人客の来店増加が期待できるほか、国内客もコロナ禍からの解放感から売上が更に増える。また、国内客の海外への渡航増加による関連需要や、ハレの日関連のファッション需要も高まる」と期待される。
	◎	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症への懸念が完全に払拭され、以前の状況に戻りつつある。こうした状況で中国本土からの客が復活すれば、インバウンド関連の動きが更に活発化すると期待される。
	◎	コンビニ（店員）	・来客数が安定して増えているほか、コンビニの商品価格は高いにもかかわらず、購買量も多い。立地の良さもあり、客単価が上がってきたように感じる。
	◎	高級レストラン（企画）	・客単価が順調に上がっており、2019年の水準を超えるケースもみられる。中国からのインバウンドの回復や、国内の旅行需要の高まりなどで、今後も更なる単価の上昇が期待できる。
	◎	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況は楽観できないが、徐々に社会全体が動き出す。

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（管理担当）	・インバウンドが今後は更に増加する。
	◎	観光名所（企画担当）	・現状は国内客が80%程度回復している。今後は更にインバウンドの回復が加わることを期待している。
	◎	遊園地（経営者）	・コロナ禍に対する政府の方針が見直されて以降、客の動きが明らかに活発になり、前月よりも更に改善している。まだ以前の水準には及ばず、客のし好の変化への対応も課題であるが、順調な回復を実感している。
	○	商店街（代表者）	・少しずつ人出も多くなっているため、期待している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・中国からのインバウンド客の回復が期待される。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・客が物価の上昇に慣れてくれば、販売の状況も変わってくる。飲食店や旅行関連の動きは出てきているため、物価が極端に上がらない限り、今後は良くなっていく。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今月と同様に、コロナ禍が少し落ち着く。人が動く時期であるため、贈答品の動きも良くなると期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・客の外出が増えるなか、旅行や関連商品の売上など、一部の商品には期待が持てる。さらに、外国人客の入国規制の緩和などで、インバウンド需要の増加も予想される。これらの良くなる要素はあるものの、海外の金融不安やウクライナ危機によるインフレの継続といった不安材料もあり、完全に良くなるとは言い難い。
	○	百貨店（売場主任）	・リベンジ消費のような動きもみられるなど、客がここ数年できなかった動きを行っている様子である。
	○	百貨店（売場主任）	・コロナ禍が収束に向かい、5月に新型コロナウイルスの5類感染症への移行が進めば、人の動きが更に活発化することが予想され、やや景気は良くなる。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客が増えると予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・5月以降、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控え、消費にも大きな変化が出てくる。訪日観光客の動きも活発化する中、国内景気は上向くことが予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍が収束傾向にある。特に、5月からは新型コロナウイルスが5類感染症に移行となり、既にマスクの着用も緩和された。今後は飲食店関係の動きが活発化し、景気も少し上向くと予想される。懸念材料は食料品の値上げや水道光熱費の上昇であり、消費者の生活防衛意識が強まることで、売上に影響が出る可能性がある。
	○	百貨店（マネージャー）	・全体的に動きが回復しており、特に卒業や入学等のオケージョン需要の高まりが顕著である。行事やイベントなどがようやく以前の形に戻っており、各イベントで購買意欲の高まりがみられる。
	○	百貨店（外商担当）	・客の中には、マンションや戸建て住宅を新しく購入したり、リゾート地の別荘の契約を検討している話も多い。それに伴い、家具やリフォームなどの需要も更に増えると予想される。
	○	百貨店（宣伝担当）	・現在のインバウンドの戻りは、韓国を中心に半分程度となっているが、中国本土からの客が加われば、売上の底上げにつながる。それを見越して、インバウンドへの情報発信や施策を強化している。
	○	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇もあるが、人流が国内外で増えるなか、全体的に景気は良くなっていく。特に、旅行関連やハレの日関連の商材には期待できそうである。
	○	スーパー（店員）	・タイムサービスなどが定着したり、各種フェアなどで新規客の来店もみられるため、今後は少し伸びてくる。
	○	スーパー（企画担当）	・業界全体での値上げに対し、エブリデーロープライスの価格戦略と、価値面での訴求が徐々に機能し始めており、一定の利益が確保できつつある。行動制限が緩和される傾向にあるものの、外食の値上げにより、家庭での内食需要が続いている。今後は店内製造の強みを元に、売上と利益の確保を目指す。
	○	スーパー（企画）	・当県では、自治体発行のクーポンによる消費への寄与が70億円程度見込まれ、期間中の3月下旬～8月末までは一時的に消費が回復する。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンド需要も徐々に戻っており、来客数は更に増えることが期待される。商品の値上げによる買い控えもほとんどなく、客単価の上昇による売上の増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・このまま外出の増加が続き、景気が良くなることを期待したい。
	○	衣料品専門店（店長）	・マスクの着用が緩和され、人の流れも活発になりつつある。また、外国人も多く見受けられ、店舗にも来店するようになってきている。
	○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、売上の回復が見込まれる。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・観光客の増加に伴い、来客数が増えている。
	○	家電量販店（経営者）	・各種補助金の効果で販売量が増加し、売上が増えると予想される。
	○	家電量販店（企画担当）	・電気代を中心とした光熱費の上昇対策として、太陽光発電や蓄電池が再注目されており、見直しが増えてきた。政府の住宅省エネ2023キャンペーンでは、特に断熱対策による電気代の削減効果が期待できる。太陽光発電や蓄電池よりも購入金額のハードルが下がるため、メーカーの納期遅延が発生するほどの受注があり、しばらくは好調が続くと予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・大手企業の賃金アップにより、中小企業にも少なからず影響が出るため、購買意欲の上昇が期待される。季節の変化による新商品の動きにも期待されるなど、日常の生活に戻りつつあることから、景気は良くなる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・買物の様子にも、良い雰囲気が戻りつつある。商業施設での滞在時間も長くなっており、入園、入学などの行事のほか、各種イベントも開催され、モチベーション需要が回復している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・今後は人の動きがますます増えてくる。
	○	一般レストラン（店員）	・マスクの着用が緩和となり、外出しやすくなったことで、今後は外食に出掛ける人も増える。
	○	観光型ホテル（経営者）	・物価の上昇や景気の停滞が続いているが、いつまでもこの状況が続くことはない。
	○	観光型旅館（経営者）	・観光関連の動きは景気と連動するため、先行きは楽観視できない。通常、お盆の時期の予約はこの時期に満室となるが、今年はまだ空室がある。ただ、予約の間際化が進んでおり、1～3日前に予約が入るケースも増えている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が延長されたことで、客室単価、稼働率共に好調が維持できる。食堂部門においても、宿泊に伴う朝食を始め、ランチやディナー共に満席になる日が多い。毎日、海外の団体客による利用がみられ、朝食は長蛇の列となっている。一方、全国旅行支援の案内や地域独自のクーポンの手続きに時間が掛かり、客を待たせることが増えている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援の延長もあり、引き続き国内での旅行需要が見込まれる。また、外国人旅行者も増えると予想されるため、売上の増加が期待される。
	○	都市型ホテル（販促担当）	・4月は敷地内で開かれるイベントの特需により、現時点で約80%の稼働率となる見込みであり、5月も60%となっている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、社会生活が変化し、飲食店にもぎわいを取り戻す。ただし、3年間の制限された生活からの、回復の速度や量については不透明である。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、需要がどのように変化するのか分からないが、宿泊、レストラン共に少しずつ客が増えており、今後の見通しは明るい。ただし、宴会部門は戻りが悪く、特に高齢者の多い同窓会関連は動きが遅い。コロナ禍で長らく集まりがなかった影響で、外出したり、集まって話すのが面倒といった声も多く、コロナ禍をきっかけに、同窓会が減っていくことを心配している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の延長により、4～5月のゴールデンウィークの予約受注は比較的順調に推移している。当県の全国旅行支援は6月末までであるが、6月以降の予約は伸び悩んでいる。
	○	旅行代理店（支店長）	・5月に新型コロナウイルスが5類感染症に移行するのをきっかけに、客の消費マインドが高まる。ちょうど夏の旅行受注のタイミングであり、景況感も良くなる。
	○	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の延長に加え、海外旅行の復活や団体旅行の需要拡大といった傾向が出始めている。

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
	○	タクシー運転手	・年度末から年度初めにかけて、あらゆる物が動き回る時期となるため、タクシー業界は少し業況が良くなる。
	○	タクシー運転手	・週末の人通りは以前よりもかなり増えており、以前の水準に近づいたと感じるが、平日はそこまでの勢いはない。ただし、気候も暖かくなってきたため、人の動きは徐々に良くなる。
	○	通信会社（営業担当）	・4月の新サービスに伴う販促活動により、加入件数は増えると予想される。
	○	ゴルフ場（支配人）	・予約や来場の状況は改善傾向にあり、電気料金や仕入価格の値上げも一旦落ち着いてきたため、景気は徐々に良くなる。
	○	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が5類感染症に移行することもあり、消費者の意識が日常に戻りつつある。様々なイベントも開催され、活気が戻ってくると予想される。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、行楽マインドの上昇や、中国からのインバウンドの増加に期待している。
	○	美容室（店員）	・今後も買物や旅行に出掛ける人が増える。
	○	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
	○	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍が収束に向かい、インバウンドも増加するため、全体的には良くなっていく。
	○	住宅販売会社（従業員）	・4月には、大手企業を中心に賃金のベースアップが予定され、分譲マンションの購入予算も増えることから、購入検討者の増加が予想される。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、来店予約の増加による成約や、打合せが進むことを期待したい。
	□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・景気が良くなってきたと感じるのは、まだ先のことである。
	□	一般小売店 [花]（経営者）	・今後のコストの動きが読めないため、景気回復の時期はまだ遠いと感じる。
	□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・これからも値上げの動きが増えそうで、景気が良くなる要素は少しも見当たらない。海外の金融市場も不安定であるため、日本もどうなるかは不透明である。そうした不安の声は消費者からも上がっている。
	□	一般小売店 [呉服]（店員）	・高額品の呉服を扱っているが、同じ高額品でも車や家電製品などは販売がみられるが、着物は買い控えが続く。
	□	百貨店（管理担当）	・資源相場の上昇や、物価の上昇による実質所得の減少といった不安は払拭されず、一進一退の動きが続く。
	□	百貨店（販促担当）	・コロナ禍の影響は大きく変わらず、直近と同様に、イェナカ需要から外出需要へのシフトが進む。一方、物価の上昇で生活防衛意識が高まり、月ごとの支出額が調整されそうである。良い方向にも悪い方向にも、消費が大きく変化する要素はなく、今と余り変わらないと予想している。
	□	百貨店（販売推進担当）	・高級輸入品や高級腕時計などは、相次ぐ価格改定の影響で、これまでの伸びが鈍化しつつある。
	□	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行する5月は一時的に伸びるが、原材料価格の高騰による影響は続くため、全体的な傾向は大きく変わらない。
	□	百貨店（店長）	・ぜいたく品を買う富裕層の消費意欲はますます活発化し、旅行やレジャーなどを含め、経済は活性化していく。ただし、物価の上昇や世界情勢の不安定化に敏感に反応する層は、コロナ禍が収束しても動きが出てくるとは考えにくい。以前の業績への回復は期待できず、将来を見据えたうえで、商売をやめる取引先も出てきている。
	□	百貨店（商品担当）	・先行き不透明な部分は大きく、賃上げによる購買意欲の回復だけでなく、物価や資源相場の上昇による購買意欲の減退という、両方の動きが予想される。
	□	スーパー（店長）	・光熱費の上昇や食品の値上げが、客の消費に与える影響は大きく、特に食品の販売が大きな影響を受ける。
	□	スーパー（店長）	・販売価格は上昇が続くか、高止まりとなるため、販売点数の減少傾向が続くと予想される。また、販売点数の減少を、平均単価の上昇でカバーできない傾向も続く。ただし、3月はコロナ禍に伴う規制が緩和され、外出関連商品の動きは上向いている。

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今はまだ以前の状態に戻りきっておらず、インバウンドがもたらす恩恵の有無により、店舗の格差が開くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・外出の動きは増えても、値上げの影響は大きいため、状況は厳しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・外部環境を含めて、大きな変化はないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・為替の動きが、円安からやや円高に向かい、輸入環境もやや落ち着きを取り戻している。値上げが一段落すれば、大企業を中心とした賃上げで消費マインドの向上も期待されるが、中小企業の現状は厳しく、仮に値上げが続くようであれば状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・商品価格の上昇による、客の買い控えは当面続く。ただし、今春にみられる各企業の初任給の大幅な増加や賃金の上昇が、今後は消費の喚起につながることを期待される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・当店はビジネス街にあるため、インバウンドは予想したほど増えていない。コロナ禍は収束しつつあるが、店内にはまだパーティションが設置され、マスクを外している客も少ないなど、プラスワン商材が売れる状況ではない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・更なる値上げが続くことで、単価自体は維持されても、買上点数や来客数への悪影響が進む。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇がまだ続くことで、客の節約志向が強まる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・また4月からは様々な物の価格が上がる。ただし、値上げが短期間で頻繁に行われることで、消費者も慣れてきている。買い控えなどもなく、普通に値上げを受け入れているように感じる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇が続くならば状況は変わらず、景気の回復にはまだ時間が掛かる。購買意欲が回復することで、徐々に変わってくるとは感じるが、もう少し我慢が必要である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・エネルギー価格の上昇で省エネへの意識が高まっており、省エネモデルの高価格商品の需要は高まる。ただし、物価上昇の影響で、故障による買換えなどにしか期待できない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新車の供給増加が続く見込みであるが、納車できる台数には限りがあるため、現状からの上乗せは難しい。今後は高位安定の状況が予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価が上昇し続けており、今後も様子見の動きが続く。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・電気代やガス代を含めた物価の上昇が止まらなければ、景気の回復は望めない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決まると同時に、人の流れは以前の水準に戻りつつある。季節要因もあり、ゴールデンウィークに向けて観光客が更に増えると予想される。ただし、消費の対象となるのは宝飾品ではなく、これまで控えられてきた娯楽や旅行、飲食が中心となる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・医薬品や化粧品などの販売は上向いているが、季節要因も含め、一時的な伸びともみられるため楽観はできない。インバウンド需要も、現時点で大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・今後数か月は、今以上の受注の増加が見込めない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・食品の値上げなどで消費者の財布のひもは固く、外食の機会は減少する。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・様々な値上げがまだ続いており、その影響で生活への不安が強まっている。大企業が給料を少しずつ上げる傾向にあるため、その動きが中小企業に浸透していけば、消費者の使えるお金がもう少し増え、経済も上向きとなるが、時間が掛かりそうである。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・物価が上がる一方、給料の増えない状況が続いているが、人気のコーヒョップやテーマパークなど、ブランドのしっかりしている企業は、価格が高くても来客数が伸びている。消費の傾向としても、お金を使うところには使うという動きが見られる。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・実生活は物価上昇の影響で非常に厳しいが、世の中の雰囲気はコロナ禍からの脱却を後押ししている。全体的な判断が難しいなか、生活は本当に苦しくなっている。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、消費者の解放感が強まるほか、インバウンドの増加によるプラス効果はあるものの、インフレによる悪影響が続く。

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
	□	旅行代理店（店長）	・海外旅行が若干増えつつあるが、全国旅行支援の4月以降の延長分はWeb申込み限定となるため、全体的には大きく変わらない。
	□	タクシー運転手	・これから祭りなどの行事もあるが、タクシーの利用はそれほど伸びない。
	□	通信会社（社員）	・春商戦も終わり、これ以上良くなる要素が見当たらない。
	□	通信会社（社員）	・地方ではまだ賃金アップなどの兆しがみえにくいいため、景気の回復には時間が掛かる。
	□	通信会社（役員）	・2025年度までは店舗の閉店が続くため、その間は状況の好転が見込めない。
	□	テーマパーク（職員）	・増税に踏み切る前に、政府が着手すべきことがある。利権絡みの話も多く、まともに企業努力を続ける意欲が無くなる。
	□	競輪場（職員）	・物価の上昇が続くなか、賃金が上がる企業も出てきている。今後期待したいが、景気が上向くまでには時間が掛かる。
	□	競艇場（職員）	・全国的に売上はやや停滞しているが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも高い水準で推移しており、急激な減少ではない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響を見極める必要があるが、今後も高水準の売上がしばらく続くと予想される。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・金融不安やウクライナ情勢など、世界情勢は先行きが見通せず、予断を許さない。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・マスクの着用が大幅に緩和され、プロ野球でも声出しの応援が可能となったため、球場がかつての雰囲気に戻りつつある。ただ、3か月後の状況は不透明であるため、現状と大きく変わらないと予想している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは現状の価格で、不動産、住宅共に、正常に流通しそうである。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・大企業による大幅な賃上げが報じられているが、当社のような中小企業では、どの程度可能なかは分からない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・賃上げによるマインドの変化は期待されるが、市場への影響は限定的である。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今の気温から考えると、2～3か月先は初夏のような日も出てくると予想される。路面店にとって、来客数が増えるかどうかは気温の影響が大きいいため、先行きには期待できそうにない。
	▲	スーパー（経営者）	・あらゆる分野で値上げが続き、その割に給料は上がらない。生活困窮者が増えるため、景気の回復は望めない。
	▲	スーパー（店長）	・旅行や一部の外食については、需要が増える。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・今後も商品の値上げ傾向は変わらないか、むしろ加速する可能性がある。ある程度は節約疲れのようなタイミングもあると予想されるが、前年のような購買行動には戻らない。
	▲	スーパー（開発担当）	・4月からはまた値上げラッシュが始まる。大手企業ではベースアップが行われるが、中小企業には良い話がなく、このまま景気が良くなることはない。
	▲	コンビニ（経営者）	・政府の所得支援策などの考えは理解できるが、中小企業がどこまで経営を続けられるか分からない状況で、きれいごとだけでは所得は増えない。また、時給を引き上げて求人を募集しても、人がそもそも集まらない。求職者の要望が多すぎると感じる。
	▲	コンビニ（店員）	・梅雨時期となるため、レジャーに出掛ける前の来店は減る。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期の遅れにより、客が来店を避けるようになってきている。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後は更にインフレの影響が出てくる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・今後、賃上げによるコスト上昇分を価格転嫁する企業が増加し、物価は更に上昇する。一方、当社はコストの上昇を十分に価格転嫁できず、収益環境は現在よりも悪化すると予想される。
	▲	一般レストラン（企画）	・売上は堅調に伸びているが、エネルギー価格の上昇で、公共料金や原材料費の負担が増えている。4月以降は人件費も増えることが予想され、利益の確保が更に厳しくなる。

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
	▲	観光型ホテル（経営者）	・4月以降は今月ほどの勢いはないものの、団体客が少しずつ増えている。今後はいかに高単価の客を獲得するかが鍵となるが、平均宿泊単価は今月よりも少し下がりそうである。
	▲	観光型旅館（経営者）	・まだ不安定な動きが続いており、回復のきっかけや前向きな情報がなければ、動きはすぐに悪化すると予想される。
	▲	通信会社（経営者）	・物価や原材料費の上昇が今後の懸念材料である。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・4月から諸物価の上昇が更に進むことで、教育費にも影響が出始める。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金融危機の前兆があるように感じるほか、物価上昇の影響で消費は減少する。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への出展各社は、住宅資材価格の高騰による建築単価の上昇を余儀なくされ、客は様子見状態が続いている。政府の新たな住宅取得支援策がない限り、厳しい状況は続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇により、来月以降も衣類を購入する動きは減る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・アフターコロナで景気が回復すると考えていたが、間違いであった。各消費者が効率的に行動し始めることで、結果的に個人消費が鈍化すると予想される。また、必要な物以外の支出を切り詰める動きが、速いスピードで進む。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連は補助金の種類が多く、購入の促進を行っているが、余りにも補助金の終了時期が早い。今回は先進的窓リノベ事業の対象期間が非常に短く、営業活動以上に、手続きに時間と労力を必要としている。
	×	住関連専門店（店長）	・全ての客の予算が厳しく、金額面での相談が多い。そのため、受注までに掛かる時間と手間が倍近くに増えている。コストが増えるなか、注文も先延ばしとなっているため、利益は出にくくなる一方であり、不況入りの実感がある。
×	住関連専門店（店員）	・商品の値上がりや止まらず、売上が増えないため、見通しは厳しい。	
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安や物価の上昇により、当社の販売価格も高止まりしたままであるが、需要の減少よりも、不安定な供給によって販売機会を逃している。仕入先の開拓に力を入れなければ、伸びるチャンスを逃すことになる。対応しきれていない需要はまだ存在する。
	◎	建設業（経営者）	・客の検討期間の短縮に加えて、実際に土地が動いている話も聞くため、今後も受注が増えると予想される。
	◎	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、イベントが完全な形で行われる予定であるため、今年は過去3年間で落ち込んだ需要を取り戻す年となる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けて、インバウンド効果で更に人流が増えるため、景気は少し良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・本格的にアフターコロナの社会になりそうであり、期待感が大きい。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・コロナ禍での各種制限が目に見えて緩和方向にあるため、当業界でも需要に供給が追い付いておらず、製品の供給が不足気味である。そのため、受注は増える傾向にあり、今後はやや良くなることが予想される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、受注も回復基調にある。新規の引き合いも徐々に出てきている。
	○	通信業（管理担当）	・コロナ禍からの解放感から、景気は上向く。
	○	金融業（副支店長）	・コロナ禍も落ち着き、インバウンドも回復傾向にある。春闘のペースアップも大手企業を中心に前向きな回答が多く、景気は少しずつ良くなると予想される。
	○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年の水準を常に上回る状態が続いている。
	○	経営コンサルタント	・どの会社も賃上げや販売戦略の見直しを進めているほか、活用できる政策を総動員し、売上や業績を上げようとしている。
	○	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年度が替わり、案件が更に増えることが期待される。
	□	食料品製造業（従業員）	・食品の売行きは人の出足に余り左右されず、値上げによる影響の方が強い。原材料の値上がりや止まらない一方、商品の値上げはなかなか浸透しておらず、しばらくは現状維持が続く。

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
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、4月以降の増産情報が聞かれない。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先からは、発注量が増える旨の情報が少ない。
	□	化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格の高騰が落ち着くめどが立たない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・半導体不足が受注に影響している。特に伸びる要素が見当たらず、年度が替わっても、様子見の状況がしばらく続く。
	□	金属製品製造業（営業担当）	・新規の見積依頼や新たな物件の話は少ない。秋以降に期待したいという声が多く、それまでは諦めムードがみられる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・小規模の受注は続いているが、急に景況が良くなるとは思えないため、今後の見通しは現状と変わらない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・賃上げの幅よりも物価上昇の方が大きい状況では、先行きに期待できない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・米国の金融機関の破綻やスイスの金融機関の経営不振など、世界の金融情勢が不安定であり、先行きは不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・様々な物が値上がりするなか、景気が良くなるとは思えない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数や受注量は悪いまま、横ばい状態が続きそうである。
	□	建設業（経営者）	・慢性的な人手不足に加えて、賃上げの問題で苦慮している。大手企業のような大幅な賃上げは難しいなか、雇用の安定と新規の採用に苦労している。
	□	輸送業（営業担当）	・全国旅行支援の効果で旅行者が増えており、旅行やレジャー関連の荷物の取扱いが増えた。
	□	輸送業（営業担当）	・キャンペーンが終わるため、ゴールデンウィークにも期待できない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍関連の支援を受けた企業のうち、借金の返済を粛々と進められる企業がどれほどいるのか、疑問がある。今後は倒産が増えていくことが懸念される。
	□	経営コンサルタント	・先行きは不透明であり、判断が難しい。
	□	司法書士	・4月からは多くの値上げが控えており、ロシアによるウクライナ侵攻問題も解決していないが、いろいろな企画が出てくることで、世の中が少しずつ動き出している。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・なかなか以前のように仕事が入ってこない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・インバウンド需要は更なる増加が見込まれるが、物価の上昇も更に深刻化する。外出気運の高まりと節約という、相反する動きが交差する状況が続きそうである。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着きつつあり、イベントが再開されつつある。値上げの通知を落ち着いた状況でできるようになれば、物の動きも良くなる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・エネルギー価格や輸入原料価格などのコストが上昇するなか、販売価格への転嫁が不十分である。大手の販売先には仕入価格の値上げを認めてもらえない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・製造コストの上昇を販売単価に転嫁できない状況が続いており、利益が圧迫されている。さらに、出張経費の増加が利益の圧迫につながっている。
	▲	化学工業（経営者）	・原材料費、光熱費の上昇による影響がかなり出始めており、値上げの影響で売上は少し増えているが、出荷量ベースでは10%以上減っている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・物価上昇の動きが終息しそうにない。
	▲	建設業（経営者）	・4月からは、生活必需品を含めた更なる値上げが予定されており、住宅への投資は後回しとなる懸念がある。
	▲	輸送業（経営者）	・現状では、政府の景気対策にも大して期待できない。取引先も、余り無理をしても赤字になるため、受注を増やす意欲が感じられない。当社も無理をせずに、景気の回復を待つしかない。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・家具関連の繁忙期が終わるため、ゴールデンウィーク頃までは例年並みの動きとなる。
	▲	金融業（営業担当）	・早期に販売価格への転嫁を進める必要がある。
	▲	広告代理店（営業担当）	・期初はどうしても広告の受注が絞られるほか、前年と比べても明るい要素が見当たらない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機に続いて金融不安も発生するなど、社会全体が混とんとしており、先が見通せない。
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 (近畿)	○	人材派遣会社（役員）	・5月8日からの新型コロナウイルスの5類感染症への移行や賃上げの影響で、景気は良くなる。政府の経済対策があれば、更に良くなる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後は外国人旅行者が更に増えるが、物価の上昇や世界情勢の変化といった不安要素も多い。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・週末の市内の繁華街などでは、多くの観光客を目にするようになった。インバウンドが戻りつつある実感や、5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行することもあり、人の動きも活発になると予想される。
	○	アウトソーシング企業（社員）	・新年度になれば少し昇給があるため、やや良くなる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価の上昇は続くが、各企業のプロモーションなどの動きが活発化する兆しがあり、景気は上向くことが予想される。
	○	職業安定所（職員）	・景気の良い事業所と、そうでない事業所の差が出てくる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・3か月先は6月の選考解禁に伴い、大手企業を中心に内々定の通知が出そう時期となる。それにより、先に内定を出していた中小企業では、内定の辞退者が増えるため、追加採用の求人申込みが予想される。また、インターンシップの意味合いが少し変わってきており、大手企業を中心に夏のインターンシップに力を入れる企業が多いため、インターンシップ情報の掲載が増えそうである。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・企業業績が好調となるなか、新卒採用は売手市場となり、新卒の初任給も上がっている。物価の上昇は依然として続いているが、徐々に景気は良くなると予想される。
	□	人材派遣会社（経営者）	・来年度に向けて、オーダーがかなり活発に入ってきている。内容を見ると、1～3か月の単発の案件と、6か月～1年の中長期の案件に分かれる。景気の見方についても、派遣先企業で慎重派と強気派に分れており、派遣社員をうまく使っている企業は、迷いがなく安定している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・新年度になれば、しばらくは動きが落ち着くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ほとんどの就業先で賃金の変更はないため、時給の引上げを求めて、転職する人が出てくる可能性は高い。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・米国の金融機関の経営破綻が欧州にも飛び火し、ウクライナ危機やインフレによる懸念も払拭されていない。今後、日本でも食品などの値上げが本格化するとみられるなど、国内外に不安定な課題が多くある。これらの結果次第で、景気は上下のどちらにも向かう可能性がある。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安やウクライナ情勢が落ち着いたとしても、景気の回復には相応の時間が掛かる。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で微増となった一方、前月比では微減となっている。前年比では55歳以上の登録が増えたほか、自己都合離職者も増えた。雇用情勢の改善を期待して、求職活動を活発化させる動きが見られる。
	□	職業安定所（職員）	・賃上げの動きが注目されているが、中小企業に及ぶことはあり得ない。円安やエネルギー相場の上昇で、先行きは読めない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・例年と比べると仕事が少なく、求人数も減少している。資材価格が高止まりしているなかで、仮に投資額が増えても、工事が実質的に減る傾向が続いている。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	・景気が落ち込む要因はあるものの、この半年間は横ばいで推移しているため、今後も大きくは変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇による影響がどこまで出るかは分からず、楽観視できない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・食品などの日常の買物でも、値上げが身近に感じられ、買物が控え気味となっている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・インバウンド需要の復活や、先を見据えた人材の確保により、求人数は業種を問わず堅調に推移する見込みである。一方、それに対する求職者の動きはまだ弱い。足元では就職件数が上向くなど、就職活動の活発化がみられるが、継続するかどうかは見通せない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、賃上げによる労働環境の改善、大阪・関西万博の開催に向けた動きなどを背景に、転職活動が進むなど、労働市場が更に活発化すれば、好転する可能性も出てくる。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・コロナ禍による特需も落ち着いてきたため、例年の状態に戻る。	

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
	×	—	—

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)	◎	家電量販店（店長）	・景気は良くなると思うが、物価上昇が続くと、景気は悪くなる。
	◎	一般レストラン（経営者）	・食材の度重なる値上がり、人件費の増加、慢性的な人手不足などで厳しい経営状況が続くが、新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が緩やかになったことで、ゴールデンウィーク以降、外出客が増加し、売上も増加する。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することが、一般宴会や婚礼にはプラスとなる。また、G7広島サミットの開催で、第3四半期以降、更なる観光需要が見込める。
	◎	旅行代理店（経営者）	・航空料金などに変化があり、海外旅行が増加すれば、景気は良くなる。
	◎	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染防止対策緩和により、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク（営業担当）	・経済活動の拡大によって、団体客や外国人客が増加するため、景気は良くなる。
	◎	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することにより、人の動きが活発になり、景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・人々が新型コロナウイルス感染症に慣れ、対処の仕方も分かかってきたため、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・結構大きい荷物を持って、商店街を通行する客が多くなっており、以前より旅行者が増えてきていることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する恐怖心が薄れ、街に出る人が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・観光など人の移動が増加してきているため、経済活動も一層活発になる。
	○	スーパー（店長）	・値上げ基調のなか、客が価格により敏感になると予想され、ディスカウント業態には多少は追い風になる。新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和で、外出や行楽等が増加し、前年と比べ、関連商品の需要が伸長する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、旅行、花見、スポーツ等の需要が活発になることを期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・商品全般で再値上げされるという情報が客に悪影響を与えると考えられるが、客の外出する機会も増加しているため、今後、来客数は増加する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制がなくなり、今後も多くの人が観光する。また、リモートワークから出社勤務に切り替える人が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・受注は順調なので、メーカーの車両供給次第で景気は良くなる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが活発になることで、景気はやや上向いていく。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・電気・ガス料金の補助や賃金上昇のニュースもあり、家計負担が減少し、景気が上向くことを期待する客がいるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、市場状況が改善され、多少なりとも景気は上向いていく。
○	乗用車販売店（店長）	・現状が落ち着いてくると、景気は上向きになる。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することで、景気はやや良くなる。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・春休みに入り、客が次第に来館するようになっている。イベントの参加状況も良くなっており、少しトンネルを抜けたように感じる。客の購買状況は、まだ良くはないが、これから更に改善される。	
○	高級レストラン（事業戦略担当）	・アジア地域からのインバウンドが徐々に回復しており、今後、景気は本格的に回復する。	

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
	○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなり、お花見シーズンに入ったことで、人々の外出機会も増えているようで、来客数が2月と比べ増加している。何よりも外国人が大幅に増加しているため、ここ2、3か月は景気が良くなる気配である。
	○	一般レストラン（店長）	・今後も新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくるため、良い状況がしばらく続く。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することによって、国内企業の食事を伴う宴席等の動きが出てくる。また、G7広島サミットの効果で訪日外国人観光客数の増加も期待できるため、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（営業企画担当）	・宿泊においてはインバウンドの回復、宴会においては新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けの5類への移行を受けた会食宴会の回復が見込まれる。ただし、景気が急激に上昇することはない。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・全国旅行支援が4月以降6月まで延長されることを受け、地方でもインバウンドの回復が期待される。
	○	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行されることを受けて、流れが大きく変わり、需要が更に回復する。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けることが少なくなるため、景気は回復する。
	○	タクシー運転手	・人件費や物価の上昇により支出が増える傾向にあることが懸念されるが、新型コロナウイルス感染症発生前に近い売上に戻りつつあるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・事業費の増加を価格に転嫁することを検討しているが、同業の周囲事業者はまだ値上げをしていない。売価を維持すれば、好調な引き合いは続く。
	○	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いており、新年度に入ることもあり、新たなスタートとして段々と景気が良くなることを期待している。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・暖かくなり予約の問合せが増加しているが、予約数は例年と余り変わらない。今後、予約数が増加すれば、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・5月以降、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することが決まっているため、夏場に向けて、加速度的に景気が良くなる。
	□	商店街（代表者）	・物価が上昇し、消費にとって悪い方向に向かっているため、景気は良くならない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年6月頃から景気が下向きになるため、景気は良くならない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・イベントや行事が復活しているため、景気の回復に期待したいが、様子見の状況が続く。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・競合店が減少したが、需要が増加しないため、今後も売上は変わらない。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・今月は、低迷していた前年の反動で、売上が前年を上回ったが、来月以降は客の動向に左右される。
	□	百貨店（経理担当）	・地方でも賃上げの傾向だが、物価高騰もあり、景気回復につながるかは微妙である。
	□	百貨店（広報担当）	・インバウンド関連の先行きの見通しは明るい。観光や飲食店は多少潤うが、小売は余り影響を受ける見込みがない。
	□	百貨店（営業担当）	・物価の上昇や衣料品に対する価値観などの変化もあり、今後も衣料品は苦戦を免れない。
	□	百貨店（営業担当）	・商品単価が上昇し、販売点数が減少する傾向が継続するが、一方で、旅行や外出の機会増加に伴い、需要が増加するため、売上に大きな変動はない。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前のように、保護者が参加する卒業式が行われたが、卒業式のために新しい服を購入する客は少なく、今後も景気は良くならない。
	□	百貨店（売場担当）	・年配の客の動きが良くなっているが、都市に流出する客も増加しているため、結果的に現状から変化はない。
	□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感は薄れつつあり、来客数、売上共に回復傾向にあるが、3年前の実績に戻るにはまだ時間が掛かる。

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
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限は緩やかに解除されてきているが、商品単価が軒並み上昇しているため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・4月も多くの商品が値上がりするため、来客数は減少しても、売上は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症法上の位置付けが5類に移行することで、イベントの再開などによる来客数の増加が期待できる。しかし、春以降も値上げが予想されるため、買上点数の増加は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇に伴い、ディスカウントのスーパーはしっかりと需要を取り込んでいる。3か月後も、物価の上昇が続くと予想されるため、現状は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルス感染症対策が新しい段階になり、イベント等が開かれる機会も増えるため、販売量の増加が期待できるが、今後も値上げの傾向が続くため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品価格が2、3割上昇しており、来月も多くの商品が値上がりする見込みである。今後、商品価格の高いコンビニから商品価格の安いスーパーに流れる客が増加するため、現在の売上を維持するのが精一杯となる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品の値上げが続くため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価高で客単価が上昇し、売上は前年を上回るが、光熱費の高騰が一時的だとは考えにくく、諸経費も上昇しているため、景気は厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・現在の状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がかなり落ち着き、客が戻ってきているが、物価の上昇の影響で、今後も厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・中小企業の景気は、依然として、厳しく、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・徐々に客が戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症を機に外出の習慣がなくなった人々もいるため、完全に新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻ることは難しい。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・特に新たな景気対策もなく、新製品もないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・特需がない限り、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・客が値上げに慣れてきて、平常に戻りつつあるのかもしれないが、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・客だけでなく、従業員も物価高に対する不安を感じているため、景気はなかなか良くならない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔布地〕（経営者）	・政府の経済活性化の施策次第で、景気は少しは良くなる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が続く一方で、昇給しても、昇給額が実感できるほど多くないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・3か月先まで全国旅行支援が延長になったことで、現在の良い状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・春になり、一時的に人の動きが良くなっているが、今後、この状況が続かないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・危惧されていた電気料金の大幅値上げが先送りとなったことで、現在の消費マインドが維持される。
	<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金の補助で、景気がやや良くなる可能性もある。
	<input type="checkbox"/>	競艇場（企画営業担当）	・2、3か月後の1日平均の売上は、今月とほぼ同等となる。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・景気は多少良くなるが、大幅に変化することはない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたものの、物価高で建築費の高騰が続いているため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・現在、新しい設計依頼の話がないため、これから2、3か月後を考えると、今持っている仕事を管理する程度だと考えられ、この様子では景気が良くならない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業担当）	・当面は物価高騰の影響が持続するため、景気は良くならない。

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
	□	住宅販売会社（営業所長）	・光熱費の高騰など物価高が継続し、4月からの賃上げが、客の消費にどれだけ刺激をもたらすか不明であるため、景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・客の購買意欲が高まらないため、景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（売場担当）	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響がまだ出ていたが、本年もなかなか前年に追い付けない。衣料品も春物の出足が余り良くなく、食品催事のようなイベント要素のあるものは人が集まってくるが、全体では顕著ではない。百貨店という業態自体に魅力がないのもあるかもしれない。
	▲	スーパー（店長）	・消費者の購買意欲減退が数値に顕著に表れているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・相次ぐ値上げで購買に影響が出てくるため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（業務開発担当）	・光熱費の高騰や食品の値上がりで家計が苦しい。地方には大手企業が少なく、賃上げが進んでいないため、節約モード一色である。そのようななか、農協系スーパー13店舗の閉鎖が発表されるなど、厳しい状況にあるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が徐々に緩和されているため、来客数は前年実績を確保している。ただし、節約と内食需要の減少により、買上点数の減少が続くため、売上が減少する。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気料金の高騰など物価上昇の影響もあり、家電販売は低迷している。今年は特に引越越し需要も弱いいため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・整備部門の売上減少が顕著になっており、新車販売も不振が続くとみられるため、厳しい経営状況が予想される。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・来客数や販売台数が減少する。G7広島サミットが景気にどう影響するかも不明である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・客の給料が上昇しない一方で、物価が上昇しているため、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・4月から大手企業は大幅ベースアップするらしいが、中小企業が多い地方では、飛躍的なベースアップは望めない。それでも食品、日用品、家電、住宅、自動車部品等々あらゆる物が値上がりする。そのため、高額所得者が多い都会では景気が回復すると思うが、地方では物の値上げが即ベースアップにはつながらないため、厳しい状況が続く。
	▲	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援の効果がないと、2、3か月後の景気の回復は見込めない。
	▲	通信会社（広報担当）	・値上がりが目立ってしまい、なかなか客の購買行動につながらないことが多いため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価の上昇が続き、客の節約傾向が強まり、2、3か月後も改善しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・しばらくは客の消費が外出に偏りそうである。光熱費や生活必需品など物価の高騰により、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・建築資材高騰が鎮静化し、賃金上昇が浸透しないと、しばらくは客の行動が積極的にならない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・何も状況が変わっていないため、今後、景気は悪くなる。
	×	テーマパーク（管理担当）	・経済政策の効果が出ていないため、景気は悪くなっており、今後も景気は良くならない。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2、3か月後は更に忙しくなる。
	◎	輸送業	・受注が増加傾向にあるため、今後、景気は良くなる。
	◎	通信業（営業企画担当）	・データセンター見学や引き合い、提案、見積依頼件数が増加してきている。オンプレミスからデータセンターやクラウド利用のニーズが明らかに増加しているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・為替問題や地政学リスク等は継続されるが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、本格的な経済活動が実施されつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・原燃料価格が下落傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	金属製品製造業（総務担当）	・再生可能エネルギー発電促進賦課金単価と燃料調整費が下落に転じ、電力料金の負担が軽減されるため、損益面では改善される。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報が少し上向いているため、今後、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
	○	広告代理店（営業担当）	・客からの情報では新年度から動きが良くなるようなので、今後、景気は上向きになる。
	○	会計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、資材価格の高騰が落ち着くことで、取引が活発化する。また、リスク回避の観点から業務アウトソーシング化の流れが強まるため、受注量が増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和が、景気にどの程度影響を与えるかが不明であるため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	・春夏は販売量が減少する季節で、厳しい状況は変わらないが、機会損失の削減に努め、価値創造できる商品の開発に力を注ぐ。
	□	繊維工業（財務担当）	・消費活動は活発になるが、金利の上昇が懸念される。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・ここ数か月悪い状態が続いている。年度末は少し回復傾向にあるが、新年度に向けて、厳しい状況が続き、悪い状態は変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け生産に変化はなく、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・大きな物件がなく、景気は変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注や売上の見通しが良くないため、景気は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々に薄れ、新型コロナウイルス感染症発生前の日常生活に戻りつつあるが、物価高が製造や販売に与える影響が大きいため、景気は良くならない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇や為替変動リスクが景気に与える影響が不透明であるため、景気は良くならない。
	□	建設業（経営者）	・官庁工事はG7広島サミットで停滞気味となるが、進んでいる民間プロジェクトは変わらない。
	□	建設業（総務担当）	・もうしばらくは現状が続く。
	□	輸送業（業務推進担当）	・景気回復に大きなプラスとなる要素がなく、取引先にも目立った動きがないため、今後も状況は変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・輸出関連の業種について、半導体供給が改善されれば、受注が増加する。
	□	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス感染症発生から3年が経過し、多くの取引先で新型コロナウイルス感染症関連融資の元金返済据置期間が終了し、返済が始まる。資金繰りへの影響が懸念される取引先が一部見受けられるため、今後、景気は良くならない。
	□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの新型車の受注は比較的好調だが、全体とすればおおむね現状程度の国内生産水準にとどまる。このため、系列の地元部品メーカーの受注や生産も現状程度の水準で推移する。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料製品の受注の回復の兆しはみられない。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気はやや悪くなる。
	▲	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着くため、今月と比べると、景気はやや悪くなる。
×	*	*	
雇用関連	◎	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナの状況は続いているが、今月は求人数が右肩上がりとなっており、今後もこの状況が続く。
	○	人材派遣会社（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、経済が元に戻りつつある。今後、求職者数が増加傾向で推移する見込みである。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・景気が回復しつつあることで経営状態が好転し、採用意欲が高まっていること、2023年卒の採用に苦戦した企業が採用予定数を多く設定していることなどを理由に、企業の採用予定数が増加している。今後、新卒・中途共に人材獲得競争がますます激化する。
	○	職業安定所（職員）	・マスクの着用が個人の判断に委ねられることになったことで、人流が活性化し、消費活動が拡大したが、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することで、より大きな効果が期待できる。一方で、物価高騰を価格に転嫁できない中小企業が多く存在しており、また、慢性的な人手不足が続いていることは、引き続き注視する必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で52.6%減少と引き続き大幅に減少していること、また、新型コロナウイルス感染症が落ち着いていることから、今後、人流が活発化し、景気が回復する。
	○	職業安定所（雇用関連担当）	・全国旅行支援が6月末までに延長され、5月には新型コロナウイルス感染症上の位置付けが5類に移行するため、今後、人の往来がより活発になる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、食品業界の求人数が落ち込んでいたが、最近は増加傾向にある。飲食店向けの食材製造が回復してきていることもあり、人的移動や宿泊施設への滞在などサービス業も復調し、景気を押し上げていく。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新型コロナウイルス感染症上の位置付けが5類に移行されるに伴い、介護施設も職場見学や体験を解禁する方向で調整しており、今後、よりマッチングが進む可能性がある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・前年と比べ、求人数が全体的に増加している。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇が気になるものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、求人倍率が新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっていることから、今後、景気はやや良くなる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が好転するには賃上げが条件となるため、当面、景気は現状維持で推移する。
	▲	—	—
	×	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	・市場からの商品の入荷数は減少しているが、早期予約が増加しているため、商品の確保などの対応が可能になっている。
(四国)	◎	コンビニ（店長）	・今後、行事やスポーツイベント、大会等が予定どおり開催され、それに伴い来客数が順調に推移していくと予想される。商品価格の高騰は気になるが、当面は順調に客を取り込める見込みである。
	◎	一般レストラン（経営者）	・ようやく新型コロナウイルス感染症の収束が見えており、景気は回復する。
	◎	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇により、客単価は上昇しないものの、来客数は確実に増加していくだろう。今後は温暖な季節になり、かつマスクも外すようになると、外出する機会が増加し、来客数が増加すると予想される。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ変更されるため、5月以降の客からの受注が増加傾向にある。
	○	商店街（事務局長）	・今のところ新型コロナウイルス感染症の拡大による第9波の懸念は少なく、経済や消費動向は回復すると考えられるが、物価や光熱費の上昇が消費マインドに水を差している。
	○	商店街（代表者）	・3月25日からドラマ関係の博覧会が開催され、観光客が増加すると考えられる。新型コロナウイルス感染症の感染拡大の不安が薄れ、ゴールデンウィークなどの夏のイベントも開催されるため、景気は回復すると予想される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症によるマスク着用が個人の判断になったため、客の行動が活発になり、集団でのイベント活動が盛んになると考えられる。電気代や生活費の高騰による不安はあるが、2～3年間外出を自粛してきた客の行動が活発になり、集団でのイベント等の増加により消費力の向上が期待できる。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の収束により、人流が活発化し、来客数が増加することが見込まれる。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	・徐々に来街者数やインバウンドが増加しており、街の雰囲気は良くなっている。増税等の景気押し下げ要因がなく、客の外出が増加すれば、景気は回復すると考えられる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・しばらくは自動車メーカーの増産が見込めるが、納期の長期化は変わらない。

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
	○	乗用車販売店（役員）	・当面はメーカーの増産体制に変化はないと考えられる。受注残が解消される来年以降は増産体制に大きな変化があるかもしれない。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・花見や気温の上昇により、飲物の販売増加が期待できる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・今後も継続するであろう物価高騰の影響は不安要素であるが、5月には新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ変更されるため、人流は更に回復すると予想される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、外出への抵抗は減少しつつある。新型コロナウイルス感染症発生前のように歓送迎会が行われるようになれば、景気は回復するとみられる。
	○	タクシー運転手	・5月、6月は四国遍路の仕事が入っているため、やや良くなっている。街の利用状況は先行き不透明であるが、運賃の引上げの影響が薄れていき、乗客数は確保できるものと予想される。運賃は15%程度上がったことから、売上も増加すると予想される。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症が終息すると、歓送迎会や人の移動があるため、5月、6月は少し回復するとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・新生活シーズンということもあり、来客数は増加している。
	○	通信会社（支店長）	・物価の上昇は変わらないが、新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなっており、消費の活性化が期待できる。
	○	観光遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症が感染症法上の分類が5類へ変更されることで、人流の更なる増加が期待できる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・地方で新型コロナウイルス感染症が収束傾向にあるのは明るい兆しであるが、景気への回復には時間を要しており、客の増加にはつながっていない。
	□	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて外出をするようになったが、電力を始め様々な値上げがあり前年より大幅に景気が改善するとは思えない。
	□	コンビニ（総務）	・景気は4月の商品値上げが消費動向にどのように影響するかによる。
	□	コンビニ（商品担当）	・電気代については政府の補填が必要である。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ここ2～3か月の売上は、値上げの影響により、微減が続いている。4月の賃上げが、地方にどのように影響するかは不明であるが、厳しい業況が続くと予想される。
	□	家電量販店（副店長）	・企業の賃上げによる景気の回復を期待したいが、物価高騰の影響により大きな変化はないと予想される。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・納期の長期化により注文できない車が多く、今後も厳しい状況が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の増産に伴う売上の増加は新年度上半期も続くが、物価上昇の影響により受注は厳しくなることが予想される。
	□	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が6月まで継続することが決定したため、当面の間の需要は堅調に推移するとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・来客数は増加しているものの、収支は悪化している。しかし、インバウンドの増加が期待できるため、景気の先行きは現状と変わらないと判断できる。
	□	通信会社（営業部長）	・新型コロナウイルス感染症や物価高騰による影響は現場では余りみられない。
	□	美容室（経営者）	・客から様々な商品の値上げや電気・ガス代金の高騰の話題を聞くことが多くなっており、今後美容にどのくらい費用を掛けることができるかが問題になってくるだろう。
	□	美容室（経営者）	・人の動きは活発になるだろうが、物価高騰により消費は控えめになるだろう。
	□	設計事務所（所長）	・業況が良い業種と悪い業種が2極化しているようにみられる。建設業界においては、原材料や人件費の高騰が受注に跳ね返っており、不安定な要素となっている。
	▲	商店街（代表者）	・中心市街地の衰退に続き、郊外大型店の成長も止まり、過剰店舗が自然に淘汰される時代が始まるだろう。IT業界についてもシリコンバレーの大手IT企業が成長の限界を迎えており、次のステップの模索に入った。従来の発想では想定できない別次元の経済システムが確立されると予想される。
	▲	スーパー（店長）	・コンビニエンスストアや外食産業の勢いが伸びており、厳しい状況である。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価の上昇に対し、賃上げが全く追いつかないため、消費者の節約志向は更に強まる。

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（店長）	・近くの小規模店での買物需要は終わり、様々な業界や店舗が競合する状況になっている。
	▲	家電量販店（店員）	・新生活の準備に伴う需要が一段落し、来客数、販売量共に減少するだろう。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・物価高騰の影響はまだ続くものの、賃上げが追い付いていないため、厳しい状況が続くとみられる。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・物価高騰の影響で、消費者の購買意欲が低下し続けるだろう。
	×	スーパー（統括担当）	・客との会話で電気代高騰の話題が増えるなど、物価高騰による将来の不安が大きい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・旅行業の業況は回復すると予想されるが、アパレル業は原材料の価格高騰によるメーカーの価格設定も上昇しており、全般的に厳しい業況が続くだろう。
	×	衣料品専門店（経営者）	・全ての物価が上昇し、特にライフラインである電気・ガス等の料金が補助を含めても高額であり、消費者の購買意欲の低下につながっている。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和により、全国の観光地に人が戻っているが、今後中国からの観光客が増加すれば、景気は更に上向くと予想される。原材料価格の高騰は問題であるが、各企業で価格転嫁を図り、社員の賃金増加につなげるなど、好循環に向かうことを期待したい。
	○	食料品製造業（経営者）	・外食向け製品の出荷量が徐々に増加傾向にあること、観光業への発注も増加傾向にあることから、景気は回復傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・当社は竹資源をバイオマスセルロースにする事業を行っているが、その事業が徐々に理解され、たい肥、鶏や豚の飼料にする事業も始まり、売上が増加している。
	○	電気機械器具製造業（経理）	・5月8日より新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ変更されることで、社会経済活動の回復がみられる。またインフレによる物価高騰や円安基調は継続するものの、インバウンド需要の回復が想定されていることから、前月にも増して景気回復の兆しがみられる。
	○	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の再流行に伴い、自粛する動きがあった社外でのイベントやボランティア活動がここ数か月は従来の形で再開しているなど、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の形に回復している。
	○	金融業（副支店長）	・取引先の業績の回復や企業の賃金引上げにより、景気は回復基調にあるが、原材料の価格高騰や、人材不足への対応による賃金引上げ等の影響を受ける可能性があり、今後も判断を許さない状況である。
	□	農林水産業（職員）	・コロナ禍の消費行動が定着しており、それ以前の状態に回復する気配がない。また物価高騰により、大手企業以外は利益率が低下し、家計も収支が悪化している。食料品、特に生鮮野菜の価格は家計の影響を受けやすい。
	□	食料品製造業（商品統括）	・過去の実績によれば、1～3年ほど景気の停滞が続くと、金融不安が増大する可能性がある。今回は各国の迅速な対応により、金融不安は早く解消するのではないかと予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症が収束傾向にあり、アルコール除菌のためのウェットシートの需要が徐々に減少する可能性があるが、アルコール除菌が習慣化されており一定の需要はあるとみている。海外からの観光客が増加すると、化粧品のフェイスマスクの売上の増加が期待できるため、力を入れていきたい。
	□	化学工業（所長）	・素材の品薄感による先行注文が多かった製品が、品薄感の低下により、控えめになったことから、全体的に受注が減少している。また、新型コロナウイルス感染症の規制が徐々に緩和されているが、本格的な回復にはまだ時間が掛かる。
	□	建設業（経営者）	・今のところ受注見込みが非常に少なくなっている。
	□	輸送業（営業）	・宅配貨物の取扱いを含む輸送業界の大手企業各社が4月より10%程度の運賃値上げを行う見込みであり、活況を呈しているネット通販等の無店舗販売市場に影響を及ぼす。
	□	広告代理店（経営者）	・取引先の情報では、原価高騰による値上げの懸念により販売促進費等は削減計画の見込みである。宿泊客の増加によりホテル等の観光関連の業況の回復は期待できるが、全体としては余り変わらない。

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
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーを含め、住宅価格の上昇により販売状況が低迷している。食品などの生活必需品の価格高騰により、住宅の購入を延期する傾向がみられる。各企業の賃金のベースアップや政府の経済対策に期待したい。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・受注量や生産量に見合うだけの人材を確保できていない。
	▲	建設業（経営者）	・次年度の公共事業は今年度並みかそれ以下であること、当地域のインフラ整備が遅滞していることにより、景気の悪化が懸念される。また、建設業界の2極化の加速や民間建築事業の工事受注の回復の見通しが立たないことも業界全体の景況感悪化の原因となっている。
	▲	輸送業（経営者）	・働かなくても生きられる時代になっている。
	▲	通信業（企画・売上管理）	・景気が良くなる要素がない。
	▲	税理士事務所	・物価高騰に歯止めが掛からないと見込まれている。
	×	—	—
雇用関連	◎	—	—
(四国)	○	人材派遣会社（営業）	・新年度の4月からゴールデンウィークにかけての観光やイベントの増加に伴い、消費者ニーズも高まることから、新型コロナウイルス感染症発生前の景気以上に回復することが予想される。このため、人材確保に向けての求人ニーズが高まるとみられる。
	○	職業安定所（求人開発）	・原材料、燃料価格の高騰が続いており、価格転嫁しても追い付かず収支を圧迫しているが、様々な分野で人手不足が続いており、新年度に向け雇用に拡大されると予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・短期間では大きな変化はないとみられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・派遣の求人数が減少しており、景気の悪化がみられる。
	▲	求人情報誌（営業）	・人材不足による閉店や倒産が考えられるほど、求職者数が不足している。人材確保には労働条件の引上げが必要だが、そのコストの増加を販売価格に反映できていないなど、人手不足や人件費の増加が経営を圧迫している企業が多い。
	▲	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期のピークを過ぎたため、正社員の求人数の減少が予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後は個人の消費力が低下すると予想されるため、民間企業の経営はますます厳しい。
	×	—	—

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	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	・新型コロナウイルス感染症による規制等が解除されつつあるため、景気は回復してくる。
(九州)	◎	乗用車販売店（役員）	・半導体不足等の不安要素はあるが、6月までのメーカーからの車両出荷量が安定傾向にあるため、売上増加が見込める。また、新型車発表も控えており、受注増加も期待できる。
	◎	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が減少しており、花見や歓送迎会の動きで今後の状況は分からないが、マスク着用による感染症対策も考えながら、景気は戻っていく。
	◎	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・売上が戻ってきており、原材料・光熱費の高騰への対応として、給与所得への還元をすることで、更に好景気の循環となることに期待している。
	◎	観光名所（従業員）	・非常に多くの客が来場しており、加えてゴールデンウィークの間合せ等が増えている。天候に恵まれれば、新型コロナウイルス感染症発生前に戻る可能性がある。
	○	商店街（代表者）	・賃金上昇や新型コロナウイルス感染症が沈静化してきたことで、人の動きが良くなりつつある。今後、人の動きが出ると経済が活発化し、季節商材を扱う当店の景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・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、来街者と来客数が徐々に増加している。

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）	・新型コロナウイルス感染症のマスク着用が個人の判断となり、5月からは新型コロナウイルス感染症法上の分類が2類相当から5類へ引き下げられる。それに伴い、規制が緩和され、人の動きが多くなるため、現況より良くなると期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜関係の流れは3か月前とは変わらないと考えられるが、当地産のマンゴーは市場で販売しており、前年や前々年と比べると注文が多くなっている。将来に期待をしており徐々に良くなっていく。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の収束で状況が良くなっていく。
	○	百貨店（企画担当）	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されても、すぐに効果はでないと考えられるが、消費者マインドの変化には期待できる。新型コロナウイルス感染症が終息するわけではないが、今後も消費者の購買行動を注視していきたい。
	○	百貨店（経理担当）	・マスク着用も夏場にかけて更に緩やかになり、人の動きも活発になると予想されるため、今後も化粧品や衣料品の売上が堅調に推移する。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症再拡大への懸念もあるが、新型コロナウイルス感染症の鎮静化や新社会人・新学期での人の動きが見られ、加えて、観光振興によるクルーズ船やチャーター機増便も予想され、国内外からの大きな人の移動が見込まれる。自家需要やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の客単価や商品単価は堅調であり、今後、新生活や自家需要、県内外からの観光需要増加で回復が望める。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の行動範囲が拡大しており、生活スタイルの変化が景気回復につながっていくと判断している。しかし、懸念材料として新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が2類相当から5類へ引き下げられるため、今後も注視していきたい。
	○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク後に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になるため、更に経済は活性化していくと考えている。各イベントは既に行っているが、ゴールデンウィークは新型コロナウイルス感染症発生前のイベント並みに計画している。物価上昇指数は高止まりしているが、全体で見ると景気は好転すると判断している。
	○	コンビニ（経営者）	・国内需要では大きな増加は見込めないが、国内観光やインバウンドの増加で、更に景気が良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・マスクを着用していない客を見受けられるようになり、大きな山を乗り越え、今後の明るい見通しを感じている。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドの影響で、来客数は伸びると見込んでいる。今後、行楽での人の流れは活発になり、主力のデイリー商品やドリンク、ファストフードの拡販が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・社会の賃上げ気運が、景気に影響することに期待している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症の行動規制が緩和されてから、客の動きは活発になっている。今から夏に向け、買上点数やソフトドリンク、ビール、アルコールなどの販売が伸びると考えられ、売上が増加していく。
	○	家電量販店（従業員）	・新生活に向け、家電の需要が増えていく。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が順調に進んでいる。自動車販売店の収益の柱は新車販売であるため、新年度も新車の売上が前年を上回り、売上や利益は大きく改善する。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年、3、4月の移動時期は、ギフトの購入が大幅に増加する。既存の客以外の増加もあり、今年は外的要因が多いため、今後の売上増加につながっていく。
	○	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〕（支配人）	・テナントや消費者の声を聞く限り、新型コロナウイルス感染症が5類感染症になることに対する期待感が高く、特に飲食や旅行関連については、新しい生活様式による売上を見込んでいる。一方で、物価高騰には、依然として慎重な反応であり、し好品に関しては鈍化する可能性も否定できない。しかし、6月から予定しているバーゲンセールは、2011年の震災後初のバーゲンセールが好調だった記憶もあり、期待をしている。

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
	○	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）	・韓国人観光客が増えている。今後は、中国人観光客の増加に期待したい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・今までは新型コロナウイルス感染症次第で景気が左右されていたが、今後は影響もなくなり、加えて、全国旅行支援が2、3か月継続されるため、更に上向きになると考えられる。
	○	旅行代理店（職員）	・海外旅行商品の販売量が、徐々に増加すると予想している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響が完全になるとは考えられないが、地下鉄の延長や国際線空港も活発に流れ、また、夜の繁華街も活気を取り戻し、景気回復が続くと予想される。
	○	通信会社（企画担当）	・コロナ禍ではあるものの、新型コロナウイルス感染症による規制がほぼなくなりつつある。それに伴い、今後の新しいニーズに対応する業務割合が既に増えており、見込みや引き合いが増加している。
	○	通信会社（営業担当）	・現状が好調であるため、それ以上の加速度で景気が上がるとは考えられない。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられるため、人流もより活発になることが予測される。街中の各飲食店の景気が上向きつつあり、この傾向が続いていく。
	○	ゴルフ場（営業）	・今まで個人の客が中心であったが、企業のコンペが多数予約に入っている。企業も活発に動き出し、接待もできるようになり始めたため、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていくと考えられる。
	○	美容室（経営者）	・3か月先は気候も良く、またゴールデンウィークもあるため、業界は潤ってくる時期になる。また、マスク着用も個人の判断となり、おしゃれがしやすくなる。徐々に新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなっており、景気も回復していく。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・派遣社員の減員等マイナス要因もあるが、委託費の若干の増額と受注も増える時期でもあるため、景気は回復傾向になる。
	○	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）	・観光業部門や健康サービス業部門は、若干利用者数が増え始めており、今後に期待できる。
	○	設計事務所（所長）	・仕事の資料が少し増え気味であるため、やや良くなっていく。
	□	商店街（代表者）	・景気回復に向かっている実感はあるが、物価が上昇しているため、買い控えを懸念している。
	□	商店街（代表者）	・商店街の都市計画や後継者問題などが残っており、今後も課題が多い。
	□	商店街（代表者）	・中小企業は、今後も節減など対策を講じていく。
	□	商店街（代表者）	・所得が上がる現役世代は良いが、地方の高齢者の多い商店街では、物価は上がっても年金の受取額が変わらないため、消費は上向かない。
	□	商店街（代表者）	・商品価格や電気代の高騰が原因で、飲食業はやや良くなるが、物販店は悪くなると予想される。電気代は、店舗によって倍になっていることから、一般家庭も負担が重く押し掛かり、必需品以外の物販は買い控える。
	□	商店街（代表者）	・電気などのエネルギーの値上げや物価高騰は、地方に影響が大きく、落ち着くにはもう少し時間が必要である。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・徐々に良くなると考えられるが、魚が少ないために魚価が高くなり、利益が余り出ていない。また、魚を購入する消費者が少なく売上が悪い上に、高価格な魚を仕入れざるを得ない。様々なものが値上がりしているため、厳しい状況である。加えて、総菜や弁当、外食等選択肢がたくさんあるため、材料を購入して料理することが少なくなっている。
	□	百貨店（経営企画担当）	・物産催事は盛況である反面、長く好調であった特選ブランドの売上が、ここに来て少し伸び悩みを見せ始めている。プレミアム付商品券の販売等があったにもかかわらず、累計では前年を下回る実績となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症は収束しつつあるが、物価高騰や卵不足など客の生活不安は続いている。人の動きが出る旅行需要等に期待をしているが、全国旅行支援など補助金による利用は、限られた時間に余裕のある高齢者が多く、全世代に波及しているわけではない。しばらくはコロナ禍での生活習慣が継続される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・値上げが止まらないため、ディスカウント店と競合していかざるを得ない。Groサリー分野を中心にますます価格競争が厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・賃金上昇は、一部の大手企業に限られているため、中小企業など多くの労働者には物価上昇が大きな負担となっている。人流の回復があるとはいえ、節約志向は継続し、景気が好転する要素は乏しいと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・商品の値上げが一段落しているが、今後も値上げが続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品の値上げが続けば、店の運営は厳しくなる。単価は値上げで増加するが、来客数は今後も減少すると考えている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、金融不安が高まっている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・入学や卒業、就職など世の中の動きはあるが、消費面では婦人服には特段の変化はない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・いろいろな物の値上げが予定されており、高額な洋服は今後どの程度需要があるか不透明であり、先行きは厳しいと予想される。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・持続化給付金や巣籠り需要で先食いした感が強く、また物価高も重なり、この状況がしばらく続くのではないかと予想している。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・特別定額給付金のような対策を実施しない限り、すぐに景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いたが、来客数は増えていない。しかし、客は高額な商品を購入しているため、販売単価は上昇している。結果的に来客数は減少しているが、高額な商品の購入により、客単価は上がっており、今後もこの状況で推移していく。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・売上は、悪い状況から徐々に伸びているが、今月はシングル需要がなく、エアコンディショナーの盛り上がりも今一つであるため、現状のままで推移すると予想している。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・行動制限が解除され、様々な行事が再開されるが、4月以降も値上げが続くため、需要全体は相殺されてしまい、景気は横ばいが予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・決算月を終えると、市場は少し落ち着くと考えられる。今後、話題性の高い商品が、景気を支え続けると予想している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・景気回復する要因がない。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・食料品など生活必需品は値上がりしても購入すると考えられ、また、新型コロナウイルス感染症の規制も緩和され、旅行やレジャーへの消費は拡大している。その面では、景気は良くなるが、置き家具など耐久消費財の購入には慎重になる。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（従業員）	・アスリートを起用したキャンペーンが終了することや新生活需要のシーズンが落ち着くため、カンフル剤となるイベントが特にならない。また、物価高騰による節約志向の影響が継続していく。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、マスク着用も個人の判断となったため、自由に外出がしやすくなり、しばらくは人流が多くなる。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も一段落し、個人利用客は戻りつつあるが、歓送迎会などの団体利用がなく、売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準には及ばない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・今月の景況は大変良いが、人材不足による予約制限や物価高騰による販売価格改定等もあり、高水準を保つことが難しい状態である。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・先行き不透明であるが、旅行志向が続くことに期待している。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・統一地方選挙があるため、人の動きが若干少なくなる。

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
	□	ゴルフ場（従業員）	・1月からの韓国の来場者は減少傾向にあるが、全国旅行支援等を利用した国内需要は今後も良い傾向が続くと予想され、天候に左右されてはいるが、地元客の予約状況も順調に推移している。
	□	競馬場（職員）	・現状では良くなる見通しはないが、底堅さはみられる。
	□	美容室（店長）	・徐々に経済の動きが出ているが、新型コロナウイルス感染症に気を付けながら行動しているため、急には良くならない。
	□	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）	・新型コロナウイルス感染症が、5月8日から5類感染症に引き下げられ期待はしているが、終息してしまうわけではない。客の多くが高齢者であるため、客の増加は限定的で、新型コロナウイルスの感染症対策に対する消耗品購入やエネルギーなどのコスト増加もあり、厳しい経営状況が想定される。
	□	設計事務所（所長）	・材料や製品値上げのアナウンスが既に行われている。地方の個人事業主や中小企業の仕事への対価上昇といった波及効果があるかは疑問である。また、国内外の情勢が不透明で、今後も期待が持てない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・年度末であるため、人の動きがあり、また、新型コロナウイルス感染症の規制も緩み、人の移動が自由になっている。3年間我慢している分、旅行などに消費する人も多く、景気は若干良くなっていく。
	□	住宅販売会社（従業員）	・少子化対策として子育て世代に対する住宅関連の優遇策が実現されれば、対象の世代の需要は増える可能性があるが、全体の景気が上向きになるかは判断が難しい。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・4月からの更なる食品等の値上げもあり、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しているが、売上につながる要素がないため期待できない。
	▲	百貨店（企画担当）	・大きなモチベーションがなく、ファッションの実需期とも異なるため売上が若干落ちる。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰による客単価の低下や原材料不足による商品供給不足で、大きな影響を受けるおそれがある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年4月から6月は、販売量が落ち着く傾向にある。
	▲	観光型ホテル（総務）	・歓送迎会シーズンであるが動きが悪く、宴会の売上が伸びない。
	▲	通信会社（社員）	・業界自体が今月と比較すると悪くなる傾向にある。
	▲	通信会社（役員）	・4月から値上げされる品数が更に増える。
	▲	理容室（経営者）	・当地では人口減少が深刻で、4月から卒業や進学、就職、転勤等があるため、新規の客を獲得することは、非常に厳しい。
	▲	美容室（経営者）	・6月は雨が多く気持ちも落ち込むため、売上は良くない。政府に景気対策を期待している。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高騰や金利上昇で消費が冷え込むことが危惧される。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・6、7月になると気温も上がり、花の保ちが悪くなる。特に大きなイベントもないため、売上は悪くなる。
	×	高級レストラン（経営者）	・来月は、統一地方選挙があるため、企業関係の動きが少なくなり、企業の客が多い当店では、かなり厳しい状況になっていく。4月の予約状況は少ないため、先行きが危惧される。
	×	通信会社（企画担当）	・今後も販売量が伸びる気配がない。
企業動向関連（九州）	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・原料不足が今年から来年に掛け継続するため、工場稼働にも影響が出てくる。新型コロナウイルス感染症も鳥インフルエンザも落ち着きつつあるため、受注は増加すると予想される。貴重な商材であるため、付加価値を見いだして販売転換をし、売上が伸びなくても利益を上げられるような対策を打ち出し、この難局を乗り越えたい。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・新型コロナウイルス感染症対策としての移動規制もなく、新型コロナウイルス感染症の対応も更に緩和されることで、消費行動が活発になっていく。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客を含めて協力工場の追加や変更がある。現在の体制から大幅な変更になる。その状況が落ち着けば半導体の需要や供給にもつながり、若干現状より良くなる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・内外物流の復活の兆しがあり、売上は増加傾向である。半導体セクションにおける当社担当は後工程であるため、すぐに落ち込む状況ではない。

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
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・半導体供給の問題は払拭できていないが、来期の予算は、一定水準の生産量は見込めるため、景気は悪くない。
	○	建設業（従業員）	・今月も公共工事の受注があり、若干良くなっていく。今後は、繰越し工事の確保を中心に積み増しに取り組みたい。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売はほぼ横ばいで推移しているが、自動車販売は持ち直している。また、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向を示しており、旅行業の取扱額や飲食店の売上も増加している。
	○	金融業（調査担当）	・世界的な景気後退への懸念はあるものの、行動制限が解除されたことで非製造業を中心に下支えし、一定期間は回復基調が続くと予想する。
	○	金融業（営業担当）	・中小企業には給与の引上げなどのハードルはあるものの、マスク着用も個人の判断となり、3月以降の消費者の動きは、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しない限り、活発になると予想される。飲食業や観光業は売上が増加しており、春先の受注や予約は伸びており、景気は上昇してくる。
	○	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いてきたことで、企業マインドには改善の兆しが現れている。しかし、仕入れや光熱費、燃料費の高騰に対する不安は依然として大きい。
	○	新聞社 [広告]（担当者）	・前年と比べると広告出稿の好材料が多い。
	○	広告代理店（従業員）	・5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類され、規制が緩和されることで、景気は上向いてくると予想している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが増え、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻ることが予想される。
	○	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。
	□	食料品製造業（経営者）	・農産物原料が春野菜になる端境期ではあるが、比較的受注が見込まれている。
	□	食料品製造業（経営者）	・原材料の価格高騰やエネルギーコストの増加がまだ続いており、経営を圧迫している。景気回復はまだ先である。
	□	家具製造業（従業員）	・前年と比較すると、景気回復の兆しはみられる。しかし、材料費や燃料費などの原価高騰は引き続き予想されるため、利益確保は変わらず厳しい状況が続くと考えられる。
	□	化学工業（総務担当）	・来年度の販売数量や売上等は、今年度並みを見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・この先、客からの引き合い等は今までと大きく変わりはない。
	□	輸送業（従業員）	・まだ回復は見込めない。
	□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、来年度の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）	・物価高の影響が少なく、受注も堅調であるため、当期は好決算が見込まれる。来期もこの状態を維持するのではないかと予測している。
	□	広告代理店（役員）	・3か月先も景気に変化はない状態である。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・3月が非常に良い状況であるため、これ以上の期待はできない。現況が続くか、若しくは若干伸びる程度である。
	□	経営コンサルタント（社員）	・現状が急速に変化しそうにはない。
	□	その他サービス業 [物品リース]（職員）	・物価上昇を価格転嫁できていない企業が大多数である。現状維持をするために自社のコスト削減を行っている企業が多く、景気に大きな変化はない。
	▲	繊維工業（営業担当）	・再び不景気の波が懸念され、不安定な状態が続き景気が良くなることはない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・引き続き受注増加が見込めない。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・2023年上期目標の見込みによるが、景気はやや悪くなる。
	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・原料調達ができるようになったところであるが、生産を控える状況となり、流れが整わず危惧している。
	▲	建設業（社員）	・繰越し工事やゼロ債工事が、どの程度発注されるのか未定のため危惧している。地方の業者にとっては、民間工事に多くの期待はできず、官公庁に依存してしまうため、民間工事や下請工事の営業拡大を講じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送業（総務担当）	・4月以降には、賃上げによる物価上昇が、景気に悪い影響を与えると予測する。2024年問題もあり、運送業に携わる中小企業にとっては厳しい状況となり、変化を余儀なくされる。景気は消費マインドに左右されるため、経済が維持されていくか注視したい。
	▲	金融業（営業）	・商品値上げが隔々まで影響を及ぼしているため、個人消費に関しては賃上げが必要である。しかし、中小零細企業の対応は難しい。値上げの根源は供給不足であるが、単純に戦争の影響とは考えにくく、複合的な要因と考えられ、早急な対応や改善は困難であると推測する。
	▲	不動産業（経営者）	・今後も良くなる要素がない。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの発注件数が少ないと受託できる件数が限られるため、今後、売上が減少することが予想される。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関係の仕事がそろそろ終わる時期となるため、次の仕事を探す時期となる。求職者の動向次第では、契約成立に至る案件の増加が考えられる。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き規制も緩和されているため、人の動きが多くなりイベント等が増えていく。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されることで動いていた業務の終了とゴールデンウィークで一旦落ち着くが、5月後半から求職者も動き出し、企業の募集状況にも期待できる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・これからゴールデンウィークに向けて、サービス業を中心に動きが活発になる。街に人が多くなり、インバウンドも増加しているため、期待できる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類になり、制限のない活動やイベントは今後ますます増えていく。物価上昇に加え、リベンジ消費などもあり、景気は上向くのではないかと考えている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・3月13日以降、マスクの着用は個人の判断が基本となり、新型コロナウイルス感染症発生前の生活習慣に近い状況になっている。インバウンドや国内旅行客も増え、日本経済は、内需を中心に今後回復する傾向にある。企業の新卒採用意欲は底堅く、しばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・観光客や卒業旅行などにより繁忙対応が増加している。街中では、タクシーもなかなか捕まえない状況である。4月以降落ち着くと考えられるが、充足しない求人が多く残っており、転職市場は動き続ける。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・行動規制も緩和され、街もにぎわいを取り戻しつつあり、マスク着用も個人の判断となることから、心理的には明るくなり、人の動きも出てくる。しかし、既にコロナ禍で失った広告は、かなり回復はしているものの、広告出稿については大きな動きがなく、今後の景気に大きな回復は見込めない。次の新型コロナウイルス感染症の感染拡大の波が来れば、再び景気に悪影響を与えることも、十分に考えられる。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は、増加傾向で景気が良くなるようにも考えられるが、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談が若干増えており、全体的には景気は変わらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の人手不足の状況が、再び顕著になっているため、この良い状況が当面続くと考えられる。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・しばらくは物価高がこのまま続くと予測される。
▲	職業安定所（職員）	・製造業や運輸業、宿泊業の事業所では、新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出しつつある。一方、原材料費や燃料費の高騰で、販売価格などへ料金転嫁ができず、厳しい状況となっている。	

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

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)	・ゴールデンウィークやイベントも増えるため、景気は良くなる。
	◎	百貨店(店舗企画)	・インバウンドが徐々に売上のベースを底上げしてきている。
	◎	コンビニ(店長)	・今のところマイナス要因がないなか、いまだ来客数は新型コロナウイルス感染症発生以前に届いておらず、伸び代が残っていると判断している。
	◎	コンビニ(代表者)	・観光客数は今後も増えていく。加えて、今月より一層県民の人流は増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前の生活が取り戻されている。
	◎	コンビニ(副店長)	・4月はクルーズ船の寄港が減るが、5月以降の寄港予定船が増える。また、国際線の便数も増える見込みで期待する。
	○	スーパー(企画担当)	・日常生活が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻つつある。また、再開されたクルーズ船の来港が5月から平常運航となる。これから夏場に向けてクルーズ船の来港が増加するなど、基幹産業の観光業が活発化することで、人の流れも活発化し来客数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ(経営者)	・ファーストフードの売上が伸びているため、量を増やして売上増加に期待したい。
	○	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルスも過去のものになりそうであり、景気も上がってくるのではないかとみられる。
	○	その他専門店〔陶器〕(製造)	・取引先から海外からの旅行者が増えている旨聞いているため、上向きなのではないかとみられる。
	○	一般レストラン(代表者)	・今の流れで良くなれば、と期待する。ただし、何が起こるか分からず、心配でもある。
	○	その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・特に観光客の増加が店舗の入客状況、街頭を歩いていても見受けられる。新型コロナウイルス感染症発生前のように、外国語が頻繁に聞こえるようになってきている。ただし、求人難でスタッフが足りず、入店規制をしながら営業しているため、利益は上がりにくい。
	○	その他サービス〔レンタカー〕(営業)	・先行きの受注状況は2019年並みに回復している。全国旅行支援の継続もあり、今後の受注増加が期待できる。
	□	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症対策の自粛解除等があり、客の動きも少し活発になっている印象がある。少しだが、売上がアップしているところも出てきているようである。長い間悪かったので安ど感があるが、もう少し市場をみていった方が良いかと考える。
	□	家電量販店(営業担当)	・外国人観光客の増加で免税需要のある店舗の売上は若干伸びているが、全体の来客数減少をカバーできない。
	□	乗用車販売店(営業担当)	・3月決算に向けて春先需要で新車販売台数は伸びていくが、半導体不足での納期遅延が客にも浸透しており春先需要が前倒しになったと考えられる。
	□	通信会社(営業担当)	・特に良くなる要因がなく、このまま物価高による買い控えが続くとみられる。
	□	住宅販売会社(役員)	・現在より状況が悪くなるとはいえないが、物価高や金利の先高感もあり現状維持ではないかとみている。
	▲	商店街(代表者)	・新型コロナウイルスの感染状況がもうしばらく落ち着いて良くなれば、将来的には少しだけは良くなる可能性はある。
▲	乗用車販売店(経理担当)	・商品供給量が絞られている。	
▲	観光型ホテル(代表取締役)	・全国旅行支援の継続が決定したが、詳細が出ていないことで宿泊部門は予約は期待するほど動いていない。料飲部門は徐々に予約が増えている。これから春、夏を迎えることでエアコンの利用が増えて電気使用料金が上がる。補えるだけの売上が増えるとは考えづらい。	
▲	観光型ホテル(企画担当)	・ホテルの3月の販売室数が前年比194%増加なのに対して、3月末時点での6月の予約室数は前年比173%増加と、プラス幅が小さくなっている。	
▲	旅行代理店(マネージャー)	・新型コロナウイルス感染症とは関係なく人も動き始めているが、今度は財布のひもが固くなってしまっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (沖縄)	▲	住宅販売会社（代表取締役）	・来月以降も建築資材などの高騰が続くことで建築コストが高止まりし、更に住宅等の購入が難しくなりそうである。
	×	—	—
	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・これからゴールデンウィークそして夏のトップシーズンに向け、これまで以上に観光客の増加が見込まれ、比例して土産、ホテル飲食店関連の売上の増加が期待できる。
	○	建設業（経営者）	・高額受注の相談が、具体的に動き出している。
	○	輸送業（経営企画室）	・クルーズ船の受入れも増加し、物流倉庫もしゅん工を控えているため、今後も物流関係は好調である。
	□	窯業土石業（取締役）	・原材料の価格高騰に伴い一定程度の価格転嫁はできたが、人件費等の製造経費が上乗せできる環境ではなく収益は引き続き厳しい状況である。
	□	輸送業（代表者）	・先島地区の建設関連は、公共工事においては石垣島の陸上自衛隊関連工事は終了したが、与那国島の自衛隊関連工事が始まっていて、また港湾関係も出始めている。民需についても、大型ホテル工事が、宮古島石垣島を中心に進んでいる。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促投資は、先行きの景気に対する不安から伸び悩んでいる。
	□	会計事務所（所長）	・県内景気は回復基調であるが、為替、エネルギーコストの家計への影響が本格的に顕在化してくる。
	▲	—	—
	×	—	—
	◎	—	—
	雇用 関連 (沖縄)	○	人材派遣会社（経営者）
○		人材派遣会社（総務担当）	・観光客の増加で人の動きが活発になり、経済が活性化するとみられる。
○		職業安定所（職員）	・求人数の充足からみて、観光関連業種の回復に伴い、人の取り合いになるため、賃金等条件を改善できるかなどで、明暗が分かれてくるのではないかと予測する。
□		求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光客も増えてきていて、観光関連が活発になってくる。
□		求人情報誌製作会社（営業）	・今月を求人動向のピークとして3か月先は落ち着くかとみていたが、人流の活性化や国内外からの観光客増加の現状からすると、採用が落ち着き求人が減少する企業と、まだ人手が必要な企業の求人でプラスマイナスゼロくらいかと予測している。
□		学校〔専門学校〕（就職担当）	・IT系を中心に多くの求人が2月から4月に届き、それ以降は求人件数としては減少してくる。ただし、例年と同様の動きであるため、現状としては変わらないと予想している。
□		学校〔大学〕（就職支援担当）	・燃料費の高騰に続いて様々な物価高騰も重なっている。
▲		—	—
×		—	—