

Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・4月の売上は前年比で220%、前々年比で541%、2020年比で1141%、コロナ禍前の2019年比で117%となっている。観光地ということもあって、コロナ禍前の水準を上回るようになっており、景気は良くなっている。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前の時点で来客数が増加傾向にあり、前年比プラス67%となっていた。4月は増加幅が更に拡大し、前年比プラス179%となっていることから、景気は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が少しずつ回復しており、それに伴って売上も以前の水準に戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が報道されていることで、客の気持ちにも変化がみられるようになり、景気も順調に回復しつつある。ただ、3年にも及ぶ巣籠り生活によって染み付いた習慣を変えるのは至難の業であり、コロナ禍前の状態に戻ることは簡単ではない。コロナ禍前よりも低調な状況はまだ続くとみられるため、商業者の苦悩も続くことになる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・4月に入ってから日ごとに景況が上向いている。特に週末の売上の回復が目立っている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関連した制限の緩和に伴って、国内外の観光客が増加しており、来客数、買上客数共に増加傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響はあるが、販促企画に対する客の反応が良く、販売量や来客数の増加に加えて、客単価も上昇していることから、景気はやや良くなってきている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・入国制限の緩和により、観光客が増加している。観光地に立地している店舗では、コロナ禍前のように客が増加している。
	○	スーパー（従業員）	お客様の様子	・コンビニエンスストアの弁当類や飲食店のメニューが値上がりしているため、内食需要が再び増加している。特に総菜や冷凍食品など、すぐに食べることのできる商材の売上が伸びている。
	○	スーパー（従業員）	お客様の様子	・飲食店や観光関連の状況が変わりつつある。全体的には景気が上向き傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客の動向が活発になってきたことが来客数の回復に直結している。ゴールデンウィーク明けから少しずつ回復も期待できそうだ。ただ、卵不足などの懸念材料も一部あるため、まだ気を抜けない状況にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関連した制限の緩和により、消費者の行動が通常の状態に戻りつつある。ただ、物価が上がっているため、消費がそれほど伸びているわけではない。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・コスト上昇に伴う価格転嫁が進んでいることから、景気はやや良くなっている。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・経済活動が動き出していることで、スーツの買換えが進んでいる。インナーのシャツや靴についても、これまでの買い控えから、必要分をそろえようという衣替え効果がみられている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年比の動きをみると、販売量が堅調に増加している。
○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、販売台数が目標を達成できるほどに回復している。納期が長期化していることで客が早めに動く傾向もみられる。	
○	住関連専門店（役員）	単価の動き	・日用品の値上げの影響もあって、来客数は前年よりも減少しているが、客単価が上昇している。気温が高めで推移するなど、例年よりも春の訪れが早いことから、ガーデン関連の商材が前倒しで好調に売れている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・例年は桜の開花がゴールデンウィークと重なるため、ゴールデンウィークが繁忙期となるが、今年は開花が2週間以上早まったことから、ゴールデンウィーク前にもかかわらず観光客を中心に来客数が増加している。ゴールデンウィーク期間中もコロナ禍で旅行を自粛していたことへの反動で観光客の増加が期待できるため、例年よりも繁忙期間が長くなるが見込める。
	○	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・3月の国内線航空機利用者数は、ビジネスや帰省などの生活需要、春休みの観光需要などでコロナ禍前の95%程度まで回復している。物価高騰などのマイナス要素はあるものの、景気は上向きで推移している。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による最近3年間の旅行自粛の反動もあって、徐々に団体旅行の相談が増えている。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・来客数が増えており、3か月前と比べると2.5倍まで増加している。売上もコロナ禍前の水準に迫りつつある。
	○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新年度に入ったこともあり、3か月前と比較すると、これまでコロナ禍で控えられていた企業や組織の団体旅行の見積依頼、実施が増加傾向にある。ただ、海外旅行については、世界的な物価上昇、円安、燃油サーチャージ高騰の影響もあって、まだ回復していない。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・日中、夜間共にコロナ禍前の2019年比で80%程度まで売上が回復している。ただ、顕著な乗務員不足が続いているなど、産業存続に向けて危機的な状況もみられる。
	○	通信会社(企画担当)	来客数の動き	・今までは通信サービスを他社から切り換える客に対して、特に手厚い支援を行っていたが、支援額の見直しを行い、純粋な新規客への支援のウエイトを増やしたところ、想定以上の客からの引き合いがあった。
	○	美容室(経営者)	販売量の動き	・コロナ禍前の売上にほぼ回復するなど、ここ数年の動きとは明らかに違う雰囲気があることから、景気はやや良くなっている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者【フェリー】(従業員)	来客数の動き	・少しずつではあるが観光客が増加しており、コロナ禍前の水準に近づきつつある。
	□	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控えて、外食ニーズが増えている。また、商材が値上がりしていることで、生鮮食品の動きが悪くなっている。これらのことから、来客数の伸びが鈍くなっている。
	□	スーパー(店長)	販売量の動き	・旅行需要回復の影響が大きく、衣料品や日用品の売場ではトラベル関連商材を中心に売上が伸びている。一方、コロナ禍で大きく売上を伸ばしたアウトドア関連やテレワーク関連商材の売上はコロナ禍前の水準まで低下している。
	□	スーパー(店長)	競争相手の様子	・競合店も苦勞しているなど、厳しい状況にある。
	□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数が増加したことで飲料や菓子の動きが良くなっているが、弁当などの主食、デザートなどは値上げの影響もあって、販売量がやや低調に推移している。
	□	家電量販店(店員)	来客数の動き	・4月前半は新入学関連の需要が多少みられた。4月後半は気温が低下したこともあって客足が鈍っている。
	□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・1月及び2月は新車の受注状況が上向いていたが、3～4月にかけては低調であった。
	□	その他専門店【ガソリンスタンド】(経営者)	販売量の動き	・石油製品価格が高止まりしているため、客の節約志向が依然として強い。
	□	その他専門店【造花】(店長)	お客様の様子	・5月の繁忙期を前に事前購入が増えることを見込んでいたが、利益は見込みを1割程度下回って推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・観光客の来店が微増していることもあって乗客数が増えており、それに伴って売上も増えている。ただ、客単価が低下しており、例年の50%前後となりそう だ。顧客の顔ぶれも変わりつつある。食材は今まで値上げをしてこなかった小規模事業者で値上げの動きがみられたり、大手企業で品目を減らす動きがみられるなど、大きく変化している。中心部の飲食店や市内のホテルでは調理師の求人を出す動きもみられる。
	□	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症を気にする雰囲気が徐々に薄れている。インバウンドの利用や客からの問合せも増えている。ただ、先々に向けての動きがある一方で、4月の動きは今一つであり、景気が好転しているとは言い難い。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・運送収入はコロナ禍前の8割程度の水準で足踏みをしている。これは客のライフスタイルが固定したことによるものとみられる。今後、コロナ禍前の水準に回復することも考えにくい。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客の利用はある程度みられるが、期待ほどではない。地元客の利用状況は余り変わっていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・ここに来て新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着きつつあることで人の動きが徐々に回復している。売上もコロナ禍前の6～7割の水準に回復している。これからも様々な観点から、客の動きなどを注視したい。
	□	美容室(経営者)	販売量の動き	・4月の売上は前月よりも良かったが、前年よりは良くなかった。1月以降の流れをみても、景気が上向いているとはいえない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客の購買意欲は相変わらず高く、購入予定の客がほとんどである。客の所得水準も以前と比べると高くなっている。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・客の様子をみると、景気が良くなるとは考えていないようであり、買物の動きも鈍い。鳥インフルエンザが相次いで発生したこともマイナスである。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・地元百貨店閉店による負の影響が継続している。百貨店に隣接している区域の物販店主によると来街者が3割近く減少しているとの見立てであった。また、他地域からの旅行者についても期待以下の数であり、当区域を買物などで歩行している客はまばらである。ホテルの宿泊客についても、近くのコンビニエンスストアのレジ袋を携行してホテルに戻る姿が散見されるなど、土産品を購入している様子はみられない。
	▲	一般小売店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着くとともに、外出する人が増えている。インドアで楽しむ商材を扱っている当店にとっては厳しい流れになっている。
	▲	コンビニ(店長)	お客様の様子	・主食系の商材が売れなくなっている。これまで弁当やレンジ麺、冷やし麺を買っていた客が、おにぎりやパン、カップ麺を買うようになってきている。主食系の価格が600円台に値上がりし、昼食代としては高過ぎるのだと考えられる。
	▲	衣料品専門店 (エリア担当)	来客数の動き	・来客数の減少が顕著であり、それに比例するように買上点数も伸び悩んでいる。特に大型店の不振が大きい。客の行動範囲が広がり、競合店に一定数の客が流れていること、食品の値上げにより、衣料品の買い控えが起きていることなどが要因とみられる。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・当店における新車の販売量は目標を達成できているなど、安定して推移しているが、他店の様子を見ると、目標の50%程度の販売量にとどまっている店舗もあり、2月と比べると景気は明らかに落ち込んでいる。
	▲	その他専門店 [医薬品](経営者)	単価の動き	・値上がりラッシュ前の3月に商材がよく売れたため、4月は非常に厳しい結果となった。3月のあおりを受けている。
	▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が低下していることもあって、客の動向がやや落ち込んでいる。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・今年は雪解けが早く、4月になってから暖かい日が多かったため、3月までの雪のある時期と比べてタクシーの利用が減っている。特に電話での注文が少なく、売上が3月よりも20%ほど減っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価全体が上がっていることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・ウッドショックの影響が落ち着きつつあり、木材合板の価格が下がり始めているものの、建材などは引き続き高値のまま推移している。業者によっては逆ぎやになっているところもみられるなど、厳しい状況が続いている。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が20%に引き下げられてから、本州からの予約客が目に見えて減少している。地方の観光地の景気が回復する前に制度が縮小、終了する流れとなっており、景況感は悪化している。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・前年度からの繰越し工事と4月着工の新規工事の受注で新年度前半の工事量を確保できている。技術職員の現場配置がフル稼働の状態の新年度がスタートしている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州向けの生乳輸送は相変わらず低調であり、新年度に入っても同じような傾向が続いている。紙パルプ製品は消費停滞の影響で消費地在庫が増えている。飲料品は価格改定の影響もあって伸びていないが、需要期に向けて飲料容器に動きが出始めている。ゴールデンウィークから夏にかけて暑くなれば、荷動きが良くなると期待している。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価高の影響はあるものの、道外観光客やインバウンドの回復に伴って、食料品製造業、小売業、卸売業、運輸業、ホテル・旅館業などの観光関連業種の売上が持ち直している。ヒアリングした企業の6割が物価上昇分の50%以上を価格転嫁できたと回答していることもプラス要素である。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4月に入り、売上が前年から10%以上の伸びを示している。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば4月は売上の増える時期だが、今年はそれほどでもない。5月以降に上向くことを期待している。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上が前年比95%となっており、景気はやや悪い状況にある。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として新築住宅着工棟数が前年を下回る状況が続いている。こん包材、塗料、外注品などの値上げも止まらないため、景気は厳しいまま変わらない。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・受注量に大きな変動がみられない。
	□	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・引き続き取引量が順調に推移していることに加えて、ここ最近では販売単価も改善傾向にあることから、景況感のやや良い状況が継続している。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に関連した制限が緩和されていることで、外国人観光客やこれまで旅行を控えていた国内客の動きが活発化しているが、これは時間と金に余裕のある一部の人であり、多くの方は4月の食料品などの値上げ、6月に控えている電気料金引上げなどの影響で、依然として厳しい生活環境にある。景気回復が感じられるようになるまで、まだしばらく時間が掛かることになる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度替わりなどの影響で市場の動きが鈍くなっている面も一部でみられるものの、大きな落ち込みにはなっていない。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設工事費の高騰に伴い、民間工事がストップし始めている。
	▲	司法書士	取引先の様子	・取引先の建設業では、材料費や燃料費の高騰が続いていることから、販売価格も徐々に上がっている。また、流通の遅延により、建物の完成まで時間が掛かるようになっており、需要はあるものの、供給が間に合わない傾向がみられる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・4月の販売量は前年比マイナス32%であった。3か月前の1月の販売量は前年比マイナス23%であったことから、景気は悪くなっている。
雇用	◎	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (北海道)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人依頼は3か月前よりも増加している。営業・管理系の求人は堅調に推移しており、新型コロナウイルス感染症の収束に伴って、イベント系や飲食店からの求人も増加している。さらに、百貨店からは外商の拡大を目指した人材依頼もみられ始めている。建設業界からも雪解けに伴う技術者の依頼が増えている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・4月に入り、中途採用市場における求人広告が増えている。これまで潜在していた企業の求人意欲が具体的に現れ始めている。
	○	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・3月の新規求職者数は前年から0.4%の増加と4か月連続の増加となったが、有効求職者数は8か月連続で減少している。また、新規求人数は前年から22.1%の減少と2か月連続で減少したが、引き続き高水準で推移している。業況が堅調な企業を中心に引き続き求人数が好調に推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における3月の新規求人数は3か月前と比べて18.0%増加している。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・季節要因を除くと、各業種の動向などは3か月前とほとんど変わっていない。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・例年と比べて、求人広告の掲載申込件数が僅かに減っている状況が続いている。
	□	職業安定所(職 員)	それ以外	・相次ぐ商材の値上げや光熱費の高止まり、上がらない賃金など、厳しい状況が続いている。春闘での全国的な賃上げ状況が道内にも反映されるようになれば、景気が上向き可能性がある。
	□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・2024年春の新卒採用に向けて、2～3月にかけては企業の採用担当者の動きが活発であったが、4月に入ってから動きが低調になっている。新型コロナウイルス感染症に関連した制限は緩和されている一方で、企業側の慎重姿勢がみられることは、道内経済予測の表れとも考えられることから、今後の景気回復は大きくは期待できない。
	▲	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・年度が替わり、採用費用を見直す企業が多くみられる。建設や医療介護などでは、採用の動きがやや鈍化している。宿泊やタクシー、飲食店などは引き続き堅調に推移しているものの、物価高の影響が出始めており、これまでの勢いがみられない。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)	◎	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・車両生産が軌道に乗っており、特に新車部門では収益面が前年比130%と大きく改善している。
	○	商店街(代表 者)	販売量の動き	・売上は増えているが値上げによるものであり、利益は増えていない。
	○	一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・上旬の動きはそれほど良くなかったが、中旬以降は飲食店や観光施設等への販売量が上昇傾向にある。特にビールを始めとするアルコール類の伸びが良い。地方でもようやく宴会や夜の飲食に関するの捉え方が肯定的になっている。
	○	百貨店(売場担 当)	来客数の動き	・ビジネス関連が好調であり、トラベル需要も高まっている。また、国内外からの観光客が増加しており、来客数を含め回復傾向にある。
	○	百貨店(計画担 当)	来客数の動き	・前年より継続的に来客数が増加している。
	○	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・来客数の増加分がそのまま売上に上乗せできている。客単価や買上点数は横ばいで堅調に推移している。
	○	コンビニ(経営 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきているため、人の動きが良くなっている。
	○	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・人流が復活傾向にあり、来客数が多少増加している。
	○	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・来客数は前年比では大きく伸ばしている。
	○	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、外出の機会が多くなりつつあり、購買力も上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・暖かくなり、新型コロナウイルス感染症の縛りもなくなったため、旅行の計画を立て、洋服を用意する人がいる。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・コロナ禍が収まり、遠方での結婚式やお悔やみ、出張等のニーズが増えているため、少し良くなっている。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・仕事、旅行、趣味などに連動した買物は確実に増えている。一方、高単価商品やセール品以外の商品の購入は慎重である。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーが国内需要向けに振り当て調整をしていることで、前月同様登録が進んでおり、収益が向上している。
	○	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (経営者)	販売量の動き	・新幹線の乗車率が上がり、県内観光地にも外国人を始め多くの観光客が訪れており、活況を実感している。ただし、金が回り始めるまではタイムラグがあるため、実際に当社で景気の良さを実感できるようになるのはこれからである。
	○	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・新幹線を含めた鉄道利用客や観光客、ビジネス客の流れがかなり増えており、それとともに来客数も上向いている。
	○	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・物価高で苦しいものの、少しずつ動きが出てきている。客の購買意欲も上がっている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドが増えている。個人客、少数グループが大幅に増えている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べるとまだ少ないが、3月4月は団体客の予約がかなり入り、若干良くなっている。
	○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・外に出ようとする人の動きが出てきている。しかし、会社関係の大人数での集まりは依然自粛が続いている。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・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、旅行意識が高まり、来客数が増えている。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・国内旅行は緩やかに販売量が増加している。また、海外旅行は国内ほどの販売量には達しておらず、微増が続いている。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援の割引が終了したエリアは多いが、宿泊販売は大きく落ち込んではいない。ゴールデンウィークの商戦はほぼ終了となるが、夏商戦が新型コロナウイルス感染症発生前よりも早いタイミングで動き始めている。
	○	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・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伴い、個人旅行の動きが活発化している。物価高により旅行単価も上がってきているが、富裕層を中心に購買意欲の高さがうかがえる。また、夏以降の企業MICEの問合せが増えている。
	○	通信会社 (社会貢献担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、人流が増え、購買意欲などが高まっており、需要が拡大している。
	○	観光名所 (職員)	単価の動き	・来客数は若干伸びている。客単価も一時的なものか分からないが非常に伸びており、景気が良くなっている。
	○	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和と暖かさのせい、来客数は春休みを中心に増加している。その後は通常に戻ったものの、前年比でも順調に推移している。
	○	美容室 (経営者)	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年比約87%であったが、前年比約94%になっている。良くなかった前年を割っているが、3か月前よりは回復傾向にある。
	○	美容室 (経営者)	来客数の動き	・客の出足が良くなっている。
	○	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	単価の動き	・4月から販売価格を引き上げたが、売上は下がっていない。来客数も件数も好調で、回復の期待がある。社員の給与も物価高に合わせて5%のベースアップを実施している。
	○	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器、コンロ、エアコンの交換工事が増えている。リフォームは増改築や屋根外壁塗装と補助金対象の設備交換工事が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きを見せたことに加え、新聞報道などで当地が紹介されたことから旅行者が増えている。ただし、経済効果はホテルや紹介された飲食店等に限定されており、総体的には横ばいである。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから外出機会が増えたことで、衣料品・雑貨の売上が増え、堅調に推移している。特に県外からの客が増えており、週末の来客数は増加している。
	□	百貨店（催事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和に伴って、外出機会やトラベル需要が増加しており、ファッションやコスメ関連商品は売上が伸びている。一方で各種値上げによる生活防衛感の高まりもあり、新型コロナウイルス感染症発生前までは回復していない。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・4月の平均1品単価は前年比107%弱になっている。買上点数と来客数は前月同様に推移している。エネルギー、物流、原料、資材等、取引先各社が値上げした分の価格転嫁が進んでいる。しかし、消費者は諦めか買い控え疲れか、消費低迷に下げ止まり感がある。
	□	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が進むとともに、来客数は減少している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、人の動きがかなり良くなっているものの、長かったコロナ禍での自粛生活に慣れたせいも、実際には出歩いている人の数はまだ少ないようである。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・単価は変わらないが来客数は減少傾向にあるため、販売量は前月比、前年比のいずれにおいても減少している。
	□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症も終息の方向にあり、人の動きは戻りつつある。商品の標準小売価格が上がっているため、売上は前年と比べて改善しているが、公共料金の大幅な上昇で経費が大きく増加しており、利益は変わっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・依然として仕入価格の上昇が続き販売価格への転嫁が厳しい状況になっている。数量でのカバーに努めている。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き経済が動き出したことで、来客数が回復している。
	□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・例年4月は新入学等の学生需要が高くなるが、来客数が増えてこない。
	□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・引越越し等の新生活需要は例年並みである。テレビ等の買換えは単価が上がっていないが、冷蔵庫や洗濯機は大型製品が売れている。売上は前年と同程度である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・受注量や取引先の入庫数などに変化はない。
	□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしているが、3か月前と比べて受注量に大きな変化はない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・一般店頭販売は値上げの影響が出ているが、飲食店では来客数が徐々に戻っており、何とか前年並みに近い水準になっている。地方では都市部ほど人が戻っていない。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・選挙の影響で購入客数が減少している。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により需要回復を期待していたが、販売量は前年割れが続いている。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・法人や組合、学校関係等の集まりは回復しているが、一般客、特に振り客は依然少ない。新型コロナウイルス感染症はほとんど意識していないが、物価の上昇が家計を圧迫しており、余裕がないという客の声が多い。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・物価高騰の影響か、来客数の伸びは以前より鈍化している。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援や季節要因もあり、今のところは3か月前と変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・桜の開花が平年よりかなり早く、外出する人が一気に増えた。そのため、家のテレビの視聴時間が大きく減少しており、テレビサービスの新規加入者がやや減少している。インターネットサービスは年齢問わず利用者がいるため、新規申込者数は横ばいである。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は収束傾向にあり、経済活動が活発化している。WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）の影響もあり、スポーツに関わる消費動向が上昇している。小売業も復活しているようにみえるが、物価高騰の影響があるため、状況は変わっていない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も下げ止まりの状況にある。マスク着用ルールも見直され、客足も徐々にではあるが新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。しかし、景気が上向いているとはいえない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・3か月前と変わっていない。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで少しでも良くなることを期待したい。
	□	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・新規受注も発生しているが、案件数や受注平均金額が減少しており、相対的に大きな変化はない。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・低価格帯のコンセプト住宅販売が上々のスタートを切っている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・4月はほとんどの商品が値上がりし、売上は前年を割っている。桜の開花が例年より早く、花見が早く終わったため、人の流れも止まっている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年と比べて2割ほど落ちている。前年は抗原検査キットの売上が良かったため、その分が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品単価が上がり、買上点数、客単価共に下がっている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数と買上点数は減少し、1品単価は上がっている。客単価は維持しているが、低価格、お買い得商品の需要は高いままである。即食、中食の買上点数は落ちていない。
	▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比95.7%と前年を割っている。週末、特に土曜日が厳しく、卵の不足と価格高騰で特売ができない環境にあるため、来客数が大幅に減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・今月初め、向かいにドラッグストアがオープンし、来客数が減少している。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の値上げが始まり1年が過ぎ、客の消費に息切れがみられ、大分厳しくなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高騰の影響による買い控えが続いている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売中止になっている車はなくなったが、なかなか販売量が伸びない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高騰の影響が少なからず出ている。家計の負担が増しているため、車両の支払額を抑えたいということで商談の保留や買い渋りが増えている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月、3月と少しずつ客が戻っていたが、4月は大変厳しい状況である。ゴールデンウィーク前までは客の財布のひもは固いのではないかとみている。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・新規客も増えず、来客数が減っている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・医薬品は日々消費するものなので、基本的には景気動向にかかわらず一定の需要があり、毎月の売上に大きな変動はない。しかし、ここ数か月そういった需要すら消滅したような状況になっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価高が続き、可処分所得が低下するなかで、買上点数が減少し、1品単価は上昇している。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・除雪代、電気代高騰で冬場の赤字がいまだに響いている。廃棄の問題もあり、厳しい月が続いている。新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻る状況にない。
	×	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前月比70%で推移している。行楽などに掛ける人が多くなっていることが原因とみている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・1週目の春休み期間は前年比で大きく伸長、2週目で新学期が始まり伸び率は落ちたが、それでも前年比で30%以上伸びている。人の動きが良いのが要因である。外国人も多く見掛けるようになっている。
	◎	建設業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・景気の回復に加え、新しい産業、新しい事業についての取組が寄与している。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・販売量の前年割れが常態化していたが、ここ2~3か月は改善傾向にある。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量 の動き	・人流が活発化し実店舗の売上は好調だが、コロナ禍において伸長したオンラインショップの売上が停滞している。また、マスク着用から解放された3月は売上が著しく増加したが、4月に入って落ち着いている。ゴールデンウィークに向けて一般家庭での支出を抑えているとも推測される。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・受注量は少しずつ増えている。ただし、電気代や鋼材などの価格高騰により、都度、見積りを見直して客先に提出している。客先でも価格が決まっている製品があるため、容易に値上げ要求を認めてくれるところは少ない。
	○	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	取引先の様子	・電子デバイス関連の客先の動きが良くなっている。全体の売上も3か月前と比べ上向いている。
	○	建設業(従業 員)	取引先の様子	・受注が堅調に推移している。増収増益が見込まれる。
	○	建設業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・大型公共施設の受注機会に恵まれた。
	○	通信業(営業担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、相変わらず顧客は消極的であり反応は冷たい。
	○	金融業(広報担 当)	取引先の様子	・桜の開花が平年よりかなり早まったことで観光・小売業界に影響が出ている。しかし、観光イベントは新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同様に開催されており、県内外から観光客が訪れている。消費動向は上向いている。
	○	経営コンサル タ	それ以外	・寒さからの解放と新年度の定番イベントとがあいまって消費が活発化する時期であり、日中の商店街、夜間の繁華街共に人出が増えている。
	○	コピーサービ ス業(従業員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染法上の分類が5類へ移行することが決まったこともあり、世の中が明るくなっている。訪問先での商談も以前より活発になっており、受注件数、受注金額共に増えている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・原材料の価格高騰が消費抑制につながっている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注単価の引上げに難色を示している取引先があり、引上げ金額次第では発注自体を取り消す動きも見られる。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・製品ごとに増減産があり、全体としては横ばいである。
	□	広告業協会(役 員)	受注量や販売量 の動き	・天候が良く外出機会も増えているため、消費活動が活発になっている。娯楽施設、イベント告知、旅行関連の広告出稿は好調だが、新型コロナウイルス感染症発生前の実績にはまだ及ばない状況である。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス業は全体としては改善しているが、一部小売業の顧客で業績が悪化している。製造、建設業は現状維持の顧客が多く、全体としてはやや良い状況とみられる。
	□	その他非製造業 [飲食料品卸売 業](経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・ほぼ前年並みで変わらない。
	▲	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・車載量産部品の生産調整が一部みられる。
	▲	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・メモリ系を中心に半導体関連顧客からの受注量が減少している。
▲	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・1月から売上の低迷が続いており伸びる気配がない。物価高騰により個人消費が伸びないことも原因の1つとみている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の発注量が減っている。
	▲	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・食料品と電気代の値上がりが家計に大きな影響を与えている。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業団体では、肥料だけでなく農薬の価格も2～3割値上げしている。その他の生産資材の価格も大幅に値上げしている。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・水田等に散布する肥料が届いたものの、価格は前年の2倍近くにのぼるため、経営を圧迫している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・令和4年度の出荷量は過去最低を更新している。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・価格高騰に対応できた企業での中途採用が増えている。サービス業や小売業、専門商社や飲食店等で中途採用の求人数が伸びている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大手企業を中心に採用を強化している動きがあり、求人数が急増している。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は前年を上回っている。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・今年度、地方自治体はしっかりと予算をつけているところが多く、物価高騰分の値上げが何とかできている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、12月は前年比96.1%であったが、2月は109.1%になっている。コロナ禍が落ち着き外食やイベントに出掛けることが増え、特に飲食・宿泊業で求人数の大幅な増加がみられる。その他小売業、製造業からの求人数も増えている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・取引先企業からの人材不足の相談が増えている。
	○	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、インバウンド需要が増加傾向にある。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・求人広告を始め広告全体の取扱状況は前年より改善しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると落ち込んだままである。新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により経済は活発化するとみっていたが、物価高騰などマイナスの影響が大きく、景気の改善はみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・あらゆる分野で原材料価格の高騰が続いていることや、今後電気料金が値上げされることが市民生活に影響を及ぼしている。県内においては春闘の賃上げも都市部のように目立った動きがない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・観光・宿泊関連の業種に回復の動きがあるが、売上が上向きまでには至っていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・資材、エネルギー価格高騰の影響で、建設業、製造業での求人数が減少している。一方、市中の観光客や買物客の増加を背景に、宿泊業、外食産業での求人に明るさがみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は21か月連続で前年同月を上回っている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・震災に係る復興工事が完了したことや、製造業において原材料価格が高騰していることにより、求人の動きがやや悪くなっている。	
×	*	*	*	

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は全国旅行支援もあり、引き続き高稼働をキープしている。料飲部門も歓送迎会等の受注も多々あり、新型コロナウイルス感染症発生前の8割まで回復してきている。
	◎	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・予約台数が増えてきている点からみて、良くなる。
	◎	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数も落ち着きを見せており、特に、外国人の来訪者数が顕著に伸びている。街中の動き、特に飲食店関係は活性化している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク前後から、個人旅行の動きが非常に多い。観光地も大変混雑してきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・来客数の増加、家族や友人等のグループでの来店が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・観光客がかなり多く見受けられる。新型コロナウイルス感染症がある程度落ち着いたということで、観光客が今後も増えるのではないかと。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比122%と好調に推移している。値上げが続いているが、客は値上げを受け入れているように見受けられる。また、コロナ禍では売上が落ちていたデザート等のし好品が同比139%と、特に好調である。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両販売台数が増加し、受注は増加している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限等の緩和で、4月は景気の上向き方が激しく販売量に現れてきている。新車や中古車販売、車検入庫台数が、2～3か月前と比べものにならないほど、順調に入ってきている。
	○	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限等の緩和により、季節商材の販売数が前年を超えてきている。
	○	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・4月に入り、前年同月比の売上は伸長している。各商品群の値上げ傾向に、消費者が慣れつつある上に、安定した天候も春の園芸やレジャー用品の売上を助長している。明らかに人流が多くなっている。
	○	その他専門店【靴小売業】（経営者）	販売量の動き	・2～3月と比較して、4月は新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和等の対策が出ているので、入学、入園等関連で、人が動き出している。地域ごとに差は出ているが、良い方向に向かっていると感じられる。一方、メーカー等の生産や物流は、いまだにスムーズになっておらず、このままの状態が続くようである。
	○	一般レストラン【居酒屋】（経営者）	来客数の動き	・3月の送別会に比べて、4月の歓迎会の件数や人数はいずれも明らかに増加しており、ゴールデンウィークの予約数も増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数、10人以下の飲み会が少しずつ増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、宴会予約が入ってきている。また、ランチやディナーの動きも戻ってきている。
	○	一般レストラン【居酒屋】（経営者）	来客数の動き	・社会情勢も変わりつつあり、宴会の人数制限もなくなって、人が動いている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良かったので、前年同月と比べて15%の増収である。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・いまだに物価高が続いているものの、コロナ禍の反動で、店舗への来客数が増加傾向にある。都心でも、外国人観光客を多く目にする事から、復調の兆しが見える。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・例年に比べて、天候に恵まれ暖かい日が多く、また、新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきたことから、来園者数が増加している。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・海外からの外国人観光客が、今までの大都市中心の観光から、地方の観光情報を知って地方への観光に移行してきている。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・来月からの新型コロナウイルス感染症の5類移行で、経済活動も活発になると予想され、施主の動きも前向きになってきている。
	○	その他住宅【住宅管理・リフォーム】（営業）	お客様の様子	・新年度になり、各種助成金がゼロリセットされたため、問合せが多少増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症を気にしながらも、人の動きは徐々に良くなってきている。また、街のイベントも開催され、にぎわいが戻ってきているものの、店への客の流れは少ない。
	□	一般小売店【精肉】（経営者）	お客様の様子	・気候が良くなってきて、人の動きは少し増えてきているように感じている。土日は良くても平日は余り良くない。新型コロナウイルス感染症の影響がいまだ続いている。値上げの影響もあるので、なかなか心配である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍前の売上を基準とした売上達成度は、前月は上回ったものの、今月はコロナ禍前の7割程度となっている。3か月前の売上達成度と比較しても少し状況は悪いが、コロナ禍の前年度と比較すれば大変良い。ウィズコロナというよりは、アフターコロナといえるほど、観光客が戻っている。3月に比べると、国内客も海外からの観光客も、やや数が落ち着いた感がある。また、月末のゴールデンウィークは、報道にあるような人の動きは余りない。通常の土日程度の人出である。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、外出機運が醸成されつつあるが、相次ぐ物価高騰等により消費は足踏み状態である。食料品や化粧品等の消耗品は堅調なものの、それ以外の商品群は苦戦を強いられている。
	□	百貨店（店長）	来客数の動き	・店舗への来客数が前年実績を下回る状況が、3月から現在に至るまで継続している。これにより売上も前年実績は超えているものの、目標未達の状況にある。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・生鮮産品や総菜等、食品物販は堅調である。
	□	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・売上、来客数共に増加傾向にあるが、これは近隣店舗の閉店による影響である。数字は良いものの、客単価、買上点数等に変化はない。
	□	衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・客が来店するといろいろな話が出てくる。今年は祭りが開催されるという話題がかなり多くなってきている。これからは良くなり、やや明るくなるのではないかと期待はある。
	□	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・季節商材であるエアコンの売上が、前年比102%と伸びている。大型案件がけん引している。映像関連、パソコン、白物家電に関しては、前年比95%と苦戦している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・依然として、新車や中古車の販売が低迷している。そのため、車検などの整備売上の向上を図り、利益拡大を目指している。
	□	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・販売量は3か月前ほどではないものの、人の動きは少しずつ増えており、例年どおりの動きがあったと感じている。
	□	一般レストラン（経営者）	それ以外	・これから行楽シーズンに入るため、上向きに感じるかもしれないが、一時的なものとしている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・4月上旬は、新型コロナウイルスの新規感染者数も少なくなりつつあったが、後半に入り、また少しずつ増え始めてきているようで、心配している。歓迎会等は、1次会で解散し、2次会等などもなく、21時頃までがピークで、深夜の客がいない。売上は10%程度増えている。まだ景気が良くなるには程遠い気がする。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・身近な支出では、電気代の高騰を感じている。節電には限界があり、体調を崩してまで節電をする必要性は感じないが、これから夏を迎えるので不安である。
	□	通信会社（局長）	来客数の動き	・来客数は回復傾向にあり、景気は上向いているように見える。ただし、物価高騰がいまだに影響し、購買意欲は上がっていない。
	□	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・来場者の様子に変化は感じられない。物価高が来場数に影響している状況にはない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・海外投資家は、投資基準として変化を求める。日本銀行の政策に変化を求めるのは時期尚早だろうか。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・来店客の話は「いつまで、この景気低迷が続くのか」から、「物価高が身の回りに迫り、ゴールデンウィークは出掛けない」という話が増えてきている。消費はしばらく改善しそうにない。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・売買量、仲介等、動きが悪く、全くない状態である。これから先、販売量が増える要因がみつからない。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・いまだに景気が良くなっているとは思えない。街の中をみても、店舗の閉鎖や撤収、売却物件が増えている感じがする。現実には、当社への引き合いも最近は少なく、貸店舗の空室も目立っている。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きに伴い、都内を中心とした商圈に客が流れている。また、止まらない物価高の影響で、食品売場の集客が落ちており、地方店として苦しい状況が続く。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・当店の顧客は高齢の年金受給者が相当な割合を占めている。今月は年金支給月にもかかわらず、今までの新型コロナウイルスの感染対策の状況がずっと延長しているようで、客の出が相当に悪い。何とも言えないほど悪い。
	▲	その他飲食 [ファースト フード] (経営 者)	お客様の様子	・飲食業を営んでいるが、ゴールデンウィークを控えて、旅行資金等にあてるために出費を抑えているのか、昼は営業の人が多いためそれほど変わらないものの、夜の営業は、来客数、単価共に、落ちている。
	▲	その他飲食[給 食・レストラ ン] (総務)	単価の動き	・社員食堂等の事業所給食では、コスト全般の上昇が先行している。これまで交渉を続けてきた、新年度からの取引条件見直しにより、どの程度収支がばん回できるかが重要となっている。コストアップが大きいことから、100%カバーするのは難しいと想定される。
	▲	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が長引いている。マスク生活がなくなると、宴会需要が戻らない。
	▲	通信会社(経営 者)	単価の動き	・また徐々に円安が進んでいるため、仕入コストが少しずつ上昇している。
	▲	通信会社(総務 担当)	来客数の動き	・大手通信キャリアのオンライン販売が確実に増えており、窓口販売しか利用しない客層に、いかに販促していくか苦慮している。
	×	家電量販店(店 員)	販売量の動き	・前月から今月への進捗が、前年度と比べて12ポイント鈍化している。前年比で78%とクリアできていない。主要商材が伸び悩み、エアコンは50%、冷蔵庫、洗濯機共に70%、パソコン本体が90%と振るわず苦戦している。内向きの消費から外向きの消費に変わってきている。
	×	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車納期がいまだに長期化している。回復の見込みがない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車、ロボット業界からの増産要請が強く、一部部署では、休日出勤対応をしている。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・主要取引先の生産が、以前に比べて安定してきている。売上も少しずつではあるが、増えてきている。
	○	経営コンサルタ ント	それ以外	・コロナ禍による社会の諸活動及び人心面への影響が、急速に縮小している。また、行楽シーズンの到来とともに、人々の外出行動や消費活動は活発になりつつある。企業の生産活動もコロナ禍前の水準に戻り、設備投資も積極的になってきている。
	○	その他サービス 業[情報サービス] (経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注、商談件数共に増加傾向にあり、収益は改善されている。
	□	窯業・土石製品 製造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・特別な変化もなく推移している。
	□	一般機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・いまだに半導体関連部品の不足によるものなのか詳細は分からないが、自動車やトラック製造関連事業の景気が思わしくないことを痛切に感じている。
	□	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・4月に入り、新年度で受注が増えるかと思っていたら、全然増えていない。これから2~3か月は、平行線を歩むのかという気がしている。
	□	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・生産の落ち込む機種もある一方で、落ち込み分をカバーできる新機種もある。
	□	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	取引先の様子	・前月と全く変わらず、横ばいである。
	□	輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・ゴールデンウィークを前にして、レジャー、キャンプ、バーベキュー用品等や、夏物家電、エアコン、扇風機等の物量は前年並みを確保している。しかし、ドライバー不足により、協力会社の車両費も高く、利益は薄くなっている。
	□	広告代理店(営 業担当)	取引先の様子	・飲食店等が閉店する一方で、新店も同程度あり、良くも悪くもない状況となっている。
	□	司法書士	受注量や販売量	・ほとんど変化はない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・人流増加で、業績が回復する業種はあるものの、全体を押し上げるまでには至らない。
	▲	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・取引先からの受注状況が悪化している。
▲	不動産業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・取引先減少による売上減少と請負額の値上げ交渉が進まず、利益が伸びていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権に至るまで公共工事は順調に推移しており、業界としては大変有り難い。今期の公共工事発注額は、前年比で5%減少、前々年比19%減少と、厳しい。当社売上も前期比10%減少で、決算が厳しい数字になるかと心配している。
雇用 関連 (北関東)	◎	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・当社近隣の観光地のホテル、宿泊施設の稼働率も安定して上がってきている。それに伴い、卸などの出入り業者の話も聞くこともあるが、非常に忙しくなってきたとよく聞く。
	◎	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・現時点での求人数が、前年度比1.3倍になっている。
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・建築関係での増改築や食品製造、機械等はやや伸び悩んでいる。生鮮食品や小売、スーパーの出足は良さそうで、人の出入りも多く見られた。飲食店等は観光地を中心として、人の動きが多くみられている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ほとんどの主要産業で求人数が増加している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人依頼数は変わらず安定しているが、どの職種でも求職者数が圧倒的に不足している。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・正社員に採用されなかった人が派遣求人に応募してくるが、正社員も派遣も高いスキルが求められている上に採用数が少ないため、厳しい状況が続いている。
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・今年の1～2月頃から来街する外国人観光客が増加してきてはいたが、4月に入ってからは急増している。当店への外国人の来客数もレジ客数の2割強となり、客単価も高いので、売上を押し上げている。また、ファミリーでの来店も増えており、単価の高い学童用品を中心としたまとめ買いが多く、売行きが好調である（東京都）。
	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・3か月前の1～2月頃は元々花の持ちが良いので売れる時期ではない。その頃と比べれば良いとは思いますが、例年の3～4月よりは売上が少ないような気がする（東京都）。
	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・4月に入り、急激にインバウンド客が増えている。新年度に伴うギフト、イベント需要も企業、学校関係で増えている（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年末より人流、来客数が増加傾向で推移している。特に、一般客に加え、欧米、韓国、中東などからのインバウンド客が大きく伸びている（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・客数は確実に前年を上回っている。
	◎	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・旗艦店舗では他店舗に先んじて来客数の増加がみられ、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に回復したが、一方で、周辺店舗では新型コロナウイルス感染症の発生前の50%程度の来客数にとどまっていた。それが、4月には80%程度まで回復が進んでいる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・かなり多くの宴会予約が入り、久しぶりの宴会だという声もあったので、以前のように大人数で集まることができるようになってきているようである（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・暖かい日が続き、3か月前の寒い時期と比較すると10%ほど来場が増えている。
	◎	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍に比べ、グループの人数が増加している。また、3月13日以降マスク着用が個人判断となったことにより、団体予約問合せや21時以降の客の来場が大幅に変わり、新型コロナウイルス感染症の発生前よりも滞在時間が長くなり、客単価も大幅に上がっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標の約91%と、景気は変わらない。3か月前と比べると約1.5倍になったので良くなっている。こどもエコすまいる支援事業の申込みがスタートし、既に補助金申請額が今年度予算の27%を超えている。超低金利も後押しして、客の動きが出てきている。
	○	商店街(代表者)	それ以外	・相変わらずクレジットカードの取扱高は堅調である。来街者数も明らかに増えている。コロナ禍の反動で、人々の戻りが本当に早く、驚くレベルである。イベントへのレスポンスも良く、アミューズメントに飢えているように見受けられる(東京都)。
	○	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	それ以外	・行動制限が緩和され、新年度で入学式や年度始めの集まりが多く開催されるようになった分、注文が増えて売上に繋がっている。
	○	一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・客に動きが出てきているように感じる。品不足があったせいか早め早めの問合せが来ている。
	○	一般小売店〔酒類〕(経営者)	お客様の様子	・出かける機会が増えてきて、客の生活が活性化してきたように思える。
	○	一般小売店〔書店〕(営業担当)	販売量の動き	・新年度向けの販売量が順調に推移している(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症への対応、意識が大きく変わり、来客数の増加が続いている。外出需要の目安となる、紳士、婦人の衣料雑貨が好調に推移している。来客数に比例する形で食料品や食堂関連も良い。好景気というイメージは余り持てないが、3か月前との比較ということであれば、良くなっている(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症収束の兆しや気温上昇もあり、人々の外出が緩やかに増加している。それに加えて、インバウンド客の来店数も着実に増加傾向にある(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・マスク着用ルールの見直しにより自粛ムードが更に落ち着いたことで、外出機会が増え来客数が伸長している。また、控えていた入園、入学や新生活関連などの需要が高まり、宝飾品やアクセサリ、服飾雑貨などの売上が伸びている。一方、食品は外食需要の拡大により前年並みの推移となっている(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・1週間を通して、3か月前よりも更に人出が増えており、売上も増加基調にある(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・国内消費はコロナ禍以前の動きにほぼ戻ってきている(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・行動制限がなくなり、気温の上昇が早かったこともあり、来客数が増加している。在宅勤務からオフィス勤務への回帰や、旅行需要の回復に加え、会合など人が集まることも増えていることから、それに伴う需要が伸びている。
	○	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・桜シーズンはインバウンド客が目立っていた(東京都)。
	○	百貨店(財務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少やマスク着用ルールの見直しもあり、外出機会が拡大し、化粧品、衣料品を中心に販売量が上向き傾向にある(東京都)。
	○	百貨店(管理担当)	販売量の動き	・単価、販売量共に上がっている(東京都)。
	○	スーパー(経営者)	単価の動き	・値上げの効果がややプラスに出ている(東京都)。
	○	スーパー(店長)	単価の動き	・来客数と買上点数は前年を割っているが、単価が101.2%と前年より高く、その押し上げ効果が売上のプラス要因となっていることがうかがえる。安価な物も売れるが、ちょっとこだわりのある良い商材もそれなりに売れていることがけん引している(東京都)。
	○	スーパー(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、調子は通常に戻りつつある。単価等も上がっており、前年よりは上向いている(東京都)。
	○	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・買上点数が増えている。
	○	スーパー(ネット宅配担当)	来客数の動き	・3月下旬から来客数が回復傾向にあり、販売点数もやや改善してきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると、気温の上昇で、ソフトドリンクとその他の冷たい商材の販売が多少好調である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月に入って販売量が増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候にも恵まれ、客足は好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価は上昇しているが、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきている。5月8日に分類が5類へ移行するということで、かなり夜遅くまで人の動きがあるので、我々コンビニにおいても売上が前年よりやや良くなっている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・単価や販売量もそうだが、加えて来店頻度も増えてきている（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・良くなってきてはいるが、原価が上がっているにもかかわらず、相変わらず価格競争が厳しく、利益が圧縮されてしまっている（東京都）。
	○	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・気候の影響もあると思うが、前月より来客数、販売量共に増えている。
	○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・4月に入り、新型コロナウイルス感染症は完全に生活の一部となった感がある。5月の5類への分類移行も混乱なく進むものとみている。足元の景気動向は、国内需要は前年度を下回る一方、渡航者の入国制限緩和措置の効果もあり、インバウンドは最盛期の6割程度に回復している。前年度は全く見込めない状況であったため、全体の売上動向では前年度を上回る結果となっており、順調に進んでいる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・客の関心は高まっているのだが、新型コロナウイルス感染症の影響、半導体不足により新車の発表が遅れているので、受注に至るような商談が余りないのが現状である（東京都）。
	○	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症も沈静化してきて、以前よりは確かに良くなっているものの、欲しい商材が手に入りにくくなっているなど、値上げが痛い（東京都）。
	○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当月の売上は、2019年比で85%となっている。法人関連、団体の宴席が、徐々にではあるが回復傾向にある（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も収束に向かい、また年度始めでもあり、イベントや会食が再開され、クライアントからの問合せ、予約も徐々に増えてきている（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も薄らぎ、人流の活発化もみられ、来客数は戻りつつある。その反面、価格高騰の影響は避けられず、仕入商材の値上げや、一部商材の仕入れができない状況もあり、懸念している（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べれば現在の景気は、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたので、良くなっている。人手も足りず、大変である。ケータリングも徐々に戻ってきており、レストランの来客数も少しずつ増えてきている。コロナ禍で客が減り、従業員もいなくなったため、今は少々大変である。
	○	一般レストラン（経営者）	それ以外	・近隣のホテルに外国人観光客が戻ってきたことに伴い、その一部が回遊してきている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、気候も暖かくなったので、人が出てきて、飲食店にもそれなりに客が戻っている。景気が良くなったのか、客が開放的になったのか、その辺はまだ分からないが、売上が多少伸びている。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・現状の改善は新型コロナウイルス感染症対策緩和の影響によるものである。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・海外からの客も増え、景気は上がってきている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・当店はメニュー単価を1割くらい上げたため、客単価が良くなっている（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う制限もほぼなくなり、完全に人出が戻ってきている。ただし、コロナ禍での借入れの返済に追われる日々で、来客数、売上共に増えてはいるものの、景気が良いとは言い難い（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更に向けて、客足は徐々に回復している。宴会も戻り始めている状況で、全体的には回復傾向にある。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、レストランや宴会需要が回復し、新型コロナウイルス感染症の発生前とはいえないものの、販売量も徐々に増えてきている。ただし、コロナ禍に減員となったスタッフの補充が追いついておらず、店舗を不定休で回す事態となっている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が予算を超えたことで需要が鈍化している。1月よりは来客があるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前と比較すると動きは弱い。
	○	旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・乳幼児を連れた客が多く来店している。乳幼児が一緒だと余り遠くまで出かけられないので、近場の水族館や動物園などに行きたいということで、来客数が増えている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・コロナ禍での行動規制がようやく解除され、タクシー業界の景気も復調する兆しが見えてきている。いたるところでアプリ配車、電子決済の利用が増えてきて、売上も大幅に増加している(東京都)。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・1日を通して利用が多いのは週末で、朝から夕方までは平均して利用がある。夜の飲み屋からのオーダーも少し増えている。終電後、遅くまで飲んでいるようで、ロングの利用客に当たることが度々ある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・完全に景気が良くなっているということではなく、我々タクシー業界では、特に法人の従業員が不足しており、稼働率が7割くらいなので、街が忙しくなると、タクシーの供給不足に陥ってしまう。その分、個人タクシーが多少忙しくなるところはあるが、もろ手を挙げて喜んでいられる状況ではない(東京都)。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・客はサラリーマンが一番多い。このところ、サラリーマンの短距離の利用が増えている(東京都)。
	○	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・4月に入り週末には人が出てきている。
	○	通信会社(社員)	お客様の様子	・CMやイベント司会の問合せが複数件あり、前年までとは様子が違い、活気が出てきている(東京都)。
	○	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に起因した行動自粛意識が薄れたことにより、転居等、人の動きに活発化の兆しがあり、転居に伴う固定通信需要が回復しつつある。
	○	通信会社(局長)	販売量の動き	・2019年度並みの実績に戻りつつある。
	○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束と、法整備に関する需要の増加もあり、案件に広がりが見えている(東京都)。
	○	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・夜間の来客数が減少している。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、飲食店の営業が再開しているためだとみている。
	○	ゴルフ場(経営者)	来客数の動き	・暖かい日が多いため、3か月前に比べると良くなっているが、前年同期比では3%減少している。
	○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行が発表され、人々の動きも活発になってきている。物価高による消費者の生活防衛的な消費動向で不透明な部分もあるが、海外からのインバウンド効果もあり、全体的には良くなってきている。
	○	その他レジャー施設[総合] (経営企画担当)	単価の動き	・3か月前と比較して新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に減少し、行動制限がなくなり、マスク着用も任意になったことで心理的な解放感が生まれ、飲食店やホテル等、これまで苦戦した施設への集客が明らかに上向いている(東京都)。
	○	その他サービス[保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・客に対して推奨販売どおりの価格で販売できている。やや余裕があるように感じられる。
	○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・4月からの契約を交わす際に、報酬の見積りを前年よりも高い計算で出したが、そのまま通っている。
	○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新規案件がスタートしたことで、年初に比べ持ち直した感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・現状では来客数が増えてきており、その中でも外国人観光客が圧倒的に多くなっている。ただし、買物については余り積極的にはなっておらず、かなり慎重である。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なく、このところ景気の悪さがずっと続いている。価格が上がったこともあるが、食料が優先され、我々の扱う耐久消費財はどうしても敬遠されているので、非常に良くない（東京都）。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・路面店点在型の商店街の店である。1日を通して通行人はいるものの、来客数は限られてしまっている。やはり、ショッピングセンターのように、自店以外の商品や仕掛けで客を呼び込むようなところに店を構える方が良かったのかなと、最近少し考えている。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・イベント、行事等に復活の兆しが見えるが、人出は今一つ増えていない。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・良い面も悪い面も五分五分で、変わらない。経済が良くなりつつあることと、新型コロナウイルス感染症の5類移行でプラス面はあるものの、物価上昇で財布のひもが固くなりマイナス面もあるので、プラスマイナスゼロである（東京都）。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・前年の今頃と比べると、やや上向きであるが、まだ期待している売上高には、程遠い気がする。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・回復の兆しはあるものの、実際の数字は横ばいである。
	□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・今月、仮店舗への移転がありセールをしたので、そのときはさすがに単価が上がったが、そのほかの店舗の単価は余り変わっていない。また、外商部の案件もおおむね通常どおり良好で、余り変化はない。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・4月後半より新茶の時期に入り、手土産や志の返礼品需要があり、売上が伸びている。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新規客も増えないし、現状維持がやっとなようではなかなか売上も伸びない。イベントでの売上も以前に比べて金額が落ちているし、来客数も少しは増えているものの、財布のひもは固い（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・外国人観光客の増加に伴い、売上は堅調に推移している。街中にも人が多く出ており、新型コロナウイルス感染症対応もゴールデンウィーク明けの5類への移行で解除されることを受け、出かける人も多くなってきたようである。食料品は堅調に推移している。前年4月は新型コロナウイルス感染症の影響が収まった時期となっているため、前年比での伸びは鈍化したのが、依然として2けたの伸びを維持している（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・マスク着用ルールの見直しやインバウンドの増加に伴い、化粧品が好調である。ランドセルや新生活における寝具などの季節商材のニーズにより、売上が拡大している（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・来客数は増えており業績は回復しつつあるが、社員の給与が上がらないと、物価高により景気は上向かない（東京都）。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行を踏まえた外出ニーズは見受けられるが、反動による増加の要因も大きく、新生活対応商材など本来盛り上がるカテゴリーは想定よりもシビアな反応がみられる。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・相変わらず値上げが続いているので、1点単価は上がっているが、その分買上点数、来客数が落ちており、やや悪い状態が続いている。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・商材の値上がりによって売上高は上がっているが、客の来店頻度は上がっていない。節約のトレンドは続いている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・生鮮等の値引き品について、以前より客が商材をチェックすることが多くなってきた。また、価格を確認しながら買物する客も見受けられるようになっている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年並みを維持しているものの、値上げの影響もあり、買上点数の前年割れが続いている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は現在も上がり続けているが、その分、販売量並びに来客数が減少しており、トータルで相殺されている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・コロナ禍も落ち着きが見え、人の動きが戻ってきて、買物頻度が増えている。来客数アップ、客単価ダウンで、値上げの影響もあり売上は4%ほど前年を上回っている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・行動制限がなくなったため、従来であれば花見や行楽等で外出機会が増え、それに伴う買物も増えるはずだが、想定したよりも来客数が少なく、大きな変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・セールをしているが、プラスで売れることはない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・年明けからの人出の回復が継続している。販売量は変わらず、新型コロナウイルス感染症の発生前と同水準を継続している。4月は気温も高く、週末の降雨が若干マイナス影響となったものの、飲料を中心に売上が伸びている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きに特に大きな変化はない。新型コロナウイルス感染症の影響は大分なくなってきているが、物価が上がり、無駄遣いは良くないとちゅうちょするような様子が見受けられる。世間の景気が上向きになっている印象も少ない。ただし、消費活動、旅行といった動きは増えてきていると思うので、今後は徐々に売上なども良くなっていくかもしれない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、ドレス事業の売上は地方店で好調である。首都圏店舗は競合激化により苦戦している。着物事業については、フォトスタジオなど他の業態の参入がみられ、レンタル着物と写真のセット企画で販売している。一般消費者はレンタル及びリユース市場に流れつつある。ただし、高所得者の多い百貨店店舗については一定数の購入客がいる模様である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	お客様の様子	・客の数は3か月前とほぼ変わらずの前年水準並みだが、客単価が伸びているため、今は好調に推移している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・来店客数は増加しているが、前年のコロナ禍の影響を勘定すると、余り景気は大きく変わらないように感じられる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電量販店に足を運ぶ客の数が減少しており、インターネット通販を利用する人の増加傾向が顕著に出ている。コロナ禍を機に、リアル店舗に行かなくても購入できる利便性が増したことで、来客数の減少につながっている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・出掛ける人は増えているものの、毎月の値上がりもあり、来客数は伸びていない。まだまだこの状況は続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・前年と比べると新車販売の来客数が減少しているが、サービス部門の来客数は増加している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・給料が上がらないまま物価が上昇しているため、購買意欲が低下している。客はいろいろな物を厳選しており、少しでも安価な物を買う動きが出てきていることから、景気は悪い（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車は生産が少し進み、登録ができるようになったので、売上が上がっている。その反面、3年前の新型コロナウイルス感染症の発生による車検等サービス需要の減少と、中古車市況の悪化により、プラスマイナスゼロとなっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・春闘で賃金改善があったものの、世の中の物価上昇には追い付いておらず、自由に使えるお金は増えていないので、景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・販売量は数か月前からやや良い状況が続いているが、その時点からは横ばいで推移している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策緩和の雰囲気から、積極的な活動が見受けられる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・繁華街で飲食店をしている。ランチは普通に客が戻ってきたような感じだが、ディナータイムに複数名で酒を飲みに来ることは極端に減ったままである。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食 [カフェ]（経営者）	単価の動き	・客数は減っているものの、客単価は上がっている。商品の値上げラッシュが止まらないため、購買につながる客は単価を気にしていないようだが、客数は減っている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・販売量は、前年同期比で130%を超えているが、前月比では60%程度となっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・比較的新型コロナウイルスの感染状況に左右されにくい学校関係を中心に、新年度の計画を立てる時期だが、例年どおりの状況になっている。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行は、全国旅行支援が延長されているものの、予約の動きは鈍っており、4～5月は伸び悩んでいる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援が続いているので、申込みがある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・春夏の旅行シーズンに入ったが、来店客数は3か月前と変わっておらず、景気の影響を受けているとは感じられない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	競争相手の様子	・競争相手、競合店の登場回数が増えている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・商談案件はあるが交渉中が多く、販売量の増加にはまだ至っていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	単価の動き	・インターネットやモバイルの販売量は上向きではあるものの、単価が下がっており、結果的に売上は横ばいか下降気味になっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・依然として、消費者の生活費の見直しが収まらず、娯楽的な費用を削減する傾向がみられる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更を見据え、営業を本格的に再開したが、際立った成果は見えていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	来客数の動き	・転居の動きが回復基調になっていることもあり、前年比で増加しているため、3か月前と比較すると改善傾向にあるが、飽くまでも季節的な要因に基づく一時的なものとして捉えており、総体的な変化はみられない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行やマスク着用ルールの見直しにより、消費者のマインド改善などアフターコロナに向けた動きが加速していることもあり、旺盛なゴルフプレー意欲と季節需要の増加に下支えされ、4月も高稼働率で推移している。一方、素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足による機会損失の発生などの悪材料も依然として根強く、固定費の回収に苦慮する状況は変わっていない。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。
	<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	来客数の動き	・いろいろな施策がうまくいっていない。Webマーケティングを集中的に修正しなければならない。小さな修正ではない部分が多く、経費が掛かる部分も多いので、投資と時間が必要である。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	来客数の動き	・若い人の来店頻度は大分戻ってきたが、中高年の客はいまだに鈍い。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・毎回同じ回答だが、設計の話は出ているものの、コンサルタント的な相談ごととして進めているが、どういうわけか先に進展なくとどまっており、なかなか1歩前に進めない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率は、インバウンドは大分戻ってきているようだが、まだ良くない。販売するために作ったホテルも都内に5か所あるが、ホテル事業者はまだ積極的な投資に入らないため、売れない。新型コロナウイルス感染症の発生前にはまだ戻っていないようである。また、住宅の売行きも良くなく、請負工事も原価が上がっているために十分な金額で受けられない状態が続いている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注がそんなに変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・4月は新築売りアパートの販売が好調である。要因は分からないが、客の購入意欲は落ちていない。富裕層及び相続対策の方がほとんどである。今後の金融機関の動向が気になる場所である。
	▲	一般小売店「家電」(経理担当)	来客数の動き	・今月になって、極端に来客数が減っている。
	▲	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・前年との環境の変化から来客数が大幅に落ち込み、そのあおりから最も影響を受ける食料品や、婦人衣料品に関しては、退店したショップの売上を新規ショップがカバーできず、大きなマイナスとなっている。
	▲	スーパー(食品担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行を控え、旅行など外出が増えることから、衣料品、行楽用品はかなり好調であるものの、食品は値上げが多く、買上点数が落ちているため、トータルではカバーできていない(東京都)。
	▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・客数は減少し、客単価は低下、売上は5%ダウンしている。更にアルバイト、パートの時給アップにより、収支はトントンで、状況は悪化している。
	▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・売上が微減状態である。今後も微減は続く。
	▲	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・外出着は若干プラスであったが、他の部門が悪い。
	▲	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・例年以上に販売台数が低迷し、大幅に前年割れとなる見込みである。
	▲	住関連専門店(統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響だと思うが、来客数が伸び悩んでいるため、販売点数も減少している。
	▲	その他専門店「ドラッグストア」(経営者)	単価の動き	・物価の影響が大きいのか、明らかに客単価と買上点数が下がっている。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価の高騰による生活防衛のため、より安価なサービスを求めて契約の見直しを検討する客が以前よりも増えてきている。
	▲	通信会社(経理担当)	来客数の動き	・客の外出機会が増えて、在宅時に営業する機会が減っている。不在を理由にアポイントが取りにくい。
	▲	設計事務所(所長)	お客様の様子	・材料高騰から仕事が決まらないというのが実情で、新規の発注がない。
	▲	設計事務所(職員)	それ以外	・民間発注の動きが停滞しているように感じる(東京都)。
	▲	その他住宅「住宅資材」(営業)	販売量の動き	・建材の繁忙期を過ぎ、一段落の時期ではあるが、例年並み以下の需要推移となっている。資材価格の高騰も要因と考えられる(東京都)。
	×	一般小売店「食料雑貨」(経営者)	単価の動き	・小売業界では、様々な経費が上がっても、それを価格に転嫁することは、客が離れてしまうのでできない。
	×	その他専門店「ガソリンスタンド」(団体役員)	来客数の動き	・原油価格高騰により、消費者の買い控えが目立ち、販売数量が減少傾向にある(東京都)。
	×	その他飲食「給食・レストラン」(役員)	それ以外	・給食においては、依然として水道光熱費、食材価格の高騰の影響を受けて、収益の悪化が続いている。当社としても取引先に対し委託費の値上げ、給食単価の引上げ等の要請を行っているが、反応は鈍いため、苦しい状況が続いている(東京都)。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻等による物価上昇や、北朝鮮からの度重なるミサイル等による戦争への恐怖と日本の防衛力への不安、そのほか人口減少等、日本には大きな課題が山積している。新型コロナウイルス感染症の5類移行等により、人流が盛んとなりつつも、仮の姿としか思えない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・イベントや集会等が行われるようになり、それに伴う売上が伸びている。
	○	出版・印刷・同関連産業(所長)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク中のイベントに向けた販促物関連が多数発生し、例年にないほどの案件数を受注できている。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引が減ったところもあるが、総じて、僅かにはあるが、取引量が回復しつつあるように感じる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーにおける部品調達不足も徐々に解消し、増産体制が整ってきている。
	○	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物量は増えてきているが、燃料費の高騰、人手不足等、マイナス要因が多い。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、一定の活性化がみられる。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・イベント等が活発に行われており、予約が取りにくい状況になっていることから、受注量や販売量が増加している。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの宿泊予約は順調に推移している（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	取引先の様子	・マンション用地の契約数が増加し、当社だけではなく他社もマンション計画数が増加している（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	競争相手の様子	・ビル内の人口も明らかに増えてきており、店舗の来客数も伸びている様子がうかがえるので、景気は多少良くなっている（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食店は人が戻ってきて、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあるが、値上がり傾向から原価は上がっている。デザイン業は余り変わらない（東京都）。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の終息により人出が増え、取引先の集客も好転している様子である。
	○	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先工場等の稼働率が上がってきており、今月の受注量は前年同時期より20%程度増え、一時的ではあるが新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に回復してきている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・受注率は前回より上がっているものの、比率を考えるとそれほど変わりが無い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、4月は年度始めで少し動きが悪いのだが、今年はやはりふだんよりも更に動きが悪い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・医療品容器の取引先は既存製品の発注や新企画が回復傾向にあるが、化粧品容器の取引先では動きに大きな変化はなく、回復に至るにはまだ時間が掛かりそうである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の景気の悪い原因の1つは電気代の値上げである。電気を使う商材が売れなくなっている（東京都）。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	競争相手の様子	・競合他社がトップシェアを持っているため、競合先の様子が我々の事業、最終的には景気に大きく影響する。限られた情報ではあるが、競合先の様子を踏まえると、現時点では大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・やや上向きの業種もあれば、変わらない業種、低迷している業種もあり、全体的に今の景気がどのようになっているのかよく分からない。我々の業種としては、他の業種と比べると良いのではないかと。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価高騰が止まらない。人手不足である。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えたとしても、燃料費など的高騰で、それほど変動がないため、もうかっているような感じはしない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束しつつあるなか、諸団体の会場の会場となるホテルやレストラン等の予約が取りにくくなっている。景気回復の感があるが、自社の輸送量は低迷したままで、燃料を始めとした資材価格の高止まりとあいまって、景気回復は感じられない（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・料金が理由で受注率が下がっている（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期で物量が予想どおりに増えなかったことと、燃料価格の高騰が続いており、収益が伸び悩んでいる。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・補助事業などが増えており、今のところ影響が出ていない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎年4月は期初で立ち上がりが悪いが、前年同月を下回っている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・前期ほどの勢いがなく、全体的に売上の伸長が落ちている（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・毎夜10時過ぎに近隣の駅周辺の商店街を歩いて歩いている。飲食店をのぞいてみたり、自分でも飲食店に入って食事をしたりしていると、随分と客が戻ってきている。新型コロナウイルス感染症の影響もあって、大分客入りが悪かったが、徐々に戻ってきて、にぎわっている。そういうことから景気が戻ってきているのではないかと（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ資金繰りの厳しい会社や、助成金を活用したい会社も見受けられる（東京都）。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・人手不足で売上が伸び悩んでいる。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・客に今年度の予算を確認したが、まだ確定できないが前年並みだろうとのことである（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などを行っている。店頭受付と、法人への納品などがある。例年4月はもう少し良いのだが、今月は個人、法人共に停滞しており、3か月前と比べてやや低調である（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新年度になっても得意先では大きな仕事の予定が少ないということで、仕事量が減っている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売は好調だと聞いているが、在庫がたまり始めているという情報が入っている。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて受注が約10%減少している。取引先の販売量が減り、在庫過多の様相である。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・設備投資の話があったが、客先の受注減とコストアップが原因で中止となった。
	▲	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月をピークにその後は1けた台の増加が続いている（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が大分落ち着き、飲食業では宴会が増え、売上が増加している。観光業も、全国旅行支援もあり、予約率が戻ってきている。消費では、電気料金も含めあらゆる物が値上がりし、家計に響いている。客が選定して買物するため売上の伸びは鈍い。不動産業は、商品在庫が増え、販売も鈍くなり始めている。運送業は、燃料価格の高騰や人手不足、労働環境もあり、利幅が減少している。3か月前と比べると、総体的にやや悪化している（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・賃貸の動きもすっかり止まった。特に私鉄沿線の学生専用ワンルームの空きが多いようである。当社でも預かっているワンルーム10室のうち5室が空室のままシーズンを終えた。廃校もあり致し方ない（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・業務量は新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあるが、イベント、宣伝経費は増えず、仕入価格の高騰により利益を余り確保できない。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・製造業の中小企業では、光熱費を始め、材料価格も大幅な値上がりをしており、取引先への値上げ交渉も難しく、利益の圧迫が大きい。今年度は大手では賃上げの動きがあり、社員の給与問題もあるので、中小の採用はより一層難しくなっている（東京都）。	
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・単純に受注量が少ない（東京都）。	
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼数が前年同月と比べて10%以上伸びており、企業の採用意欲は引き続き底堅く推移している（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数において、新規取引先、未取引先も含めて派遣需要が高まってきている。特にどの業界ということではなく、全体的に派遣需要が高まってきているようである（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	求職者数の動き	・中途採用において、複数の企業から内定をもらっている求職者が多いように感じる。そのため、より志望度の高い企業から内定が出るとそちらを優先し、他の内定や面接を辞退することがとても多くなっている。求職者の売り手市場であると感じる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・令和4年度の新規求人数は前年度比で約17%増加している。アフターコロナを見据えた採用活動が活発化していること、求人賃金が上向いていることから、雇用情勢は上向きつつある（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・企業の求人、採用者数が少し良くなっている。外国人採用者数も増えている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・自動車関連の企業では受注が減少しているようだが、全体としては引き続き人材不足の状況にある。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の影響等、景気に悪影響を及ぼす事象と、インバウンド、アウトバウンドの回復等、好影響を与える事象が混在しており、きつ抗している（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・サービス業への求職者の関心が少なく、人を紹介することができていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・受注は引き続き堅調だが、人材が不足しているため、動きが少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズは変わらず多く、景況の良さがうかがえる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職者が増えてくる予想はあるが、マッチングする求人が引き続き少なく、売手市場化が加速していくのではないかと考えている。有効求人倍率の観点からいけば、改善されていくかもしれないが、就職率は横ばいなのではないかと考えている。
	□	求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・求人広告件数や社数は一定数の伸びがあり、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで戻りつつあるが、深刻な人手不足から採用につながらず、事業縮小や撤退などのマイナス面が見て取れる（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	採用者数の動き	・求人数は増えてきているので、これにうまく採用数も付いていければ、企業の人材確保がうまくいき、新しい仕事や事業の拡大にかじを切っていくことができるが、それほど簡単に採用はできない。人気のある求人には応募が集中し、人気のない職種にはほとんど応募が来ないという偏りが顕著にある。仕事があっても、その仕事を始めたいという人材が少なくは、景気につながるような企業の成長は見込めない。高齢化で採用がなかなかできないような現状は、思ったよりも深刻である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・顧客の動きは悪くなっている。今月やや増えたのは、要するに、他と客を奪い合って獲得したという形でしかない。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は大半の職種が前年を上回っているが、就職数は事務、サービスのパートタイムの増加と、一部のフルタイムで微増の動きがあったものの、全体の紹介及び就職件数は前年を下回っている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・物価高騰の影響を受けている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・4月に入り、物価が更に上昇しているように感じる。便乗値上げも見受けられる。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べて約10%、前年比でも10%強の落ち込みとなっている。構造改革による再就職支援の相談を受けるケースも増えてきており、アウトブレイクメント事業は前年に比べて復調の兆しが見えてきているものの、全体としては厳しい状況となっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	*	*	*

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、かなりはっきりと改善している。観光客が増えているのと、在宅勤務をしていた企業の人たちの出勤日が増えたようで、ランチに来店する回数が増えている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・マスク着用ルールが個人の判断に変わってからは、マスクを着用せずにホテルに来館する客がかなり増え、3か月前の1月と比べて、来館時にノーマスクの客は約2割増えている。また、宴会や懇親会の際にも、1月は完全にアクリル板をセットしての開催であったが、4月はそういったリクエストは1件もなかった。外国人宿泊客については、1月もかなり増えてはいたが、全体の比率で5%程度だったものが、4月は全宿泊数の10%と約2倍に増えている。
	◎	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・予約、売上とも順調で、プレー後の小パーティーも増えている。また、売店では家庭向けの食品等の売上が伸びたことから、客単価上昇につながっている。
	◎	その他サービス 〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月も葬儀依頼が多い。他にも墓じまいや粉骨、また、犬や猫に関連する依頼が特に多くなっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・当店は、学校用の体育衣料販売を行っているが、今年も前年同様の注文数があり、良かったと思っている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・年度始めや大型ゴールデンウィークを前に人出は悪くなっているものの、ここ数年では一番ムードが良い。
	○	一般小売店 〔薬〕（経営者）	お客様の様子	・当店は県庁所在地の中心にある商店街の、飲食店が密集している場所にあるが、新型コロナウイルス感染症の行動等の制限緩和からは、飲み屋や飲食店に多く人が来ている。
	○	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限等が緩和傾向にあり、来店する客が前年に比べて増加している。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の来客数は堅調である。単価上昇で買上点数が減少しているものの、客単価は維持できている。
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・前年4月はイベントに伴う弁当等の売上が50万円あったが、今年はそれがなくて数字的には減少しているものの、イベントの再開で当店も忙しくなっている。前年比でみると、来客数は22%減少だが、売上は4%減少と、来客数に比べて売上は下がっていない。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・暖かくなり、外出する人が増えたようで、おむすびやサンドイッチ等、行楽の道中で飲食するための商材を買い求める客が多くなっている。マスク着用ルールの見直しも、やや良くなっている要因ではないか。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年と比べて気温が上昇したため、客単価も増加傾向である。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の供給遅延が解消され始め、新車販売台数が増加傾向にある。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・各種会合、接待、法事等の会食機会が、一層増えてきたため、やや良くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・当店の客の動きも増えてきているが、客の会話からも、歩き回っている様子がうかがえる。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・今年に入ってから3月までずっと、前年比115%前後で推移しているが、今月も115%くらいで終わりそうである。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・アジア圏からのインバウンド客が好調で連日盛況だが、国内の一般個人客は少ない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・全ての物が値上がりムードにあるなかで、消費者の購入意欲はみられない。ゴールデンウィークを控えて出費を控えているのか抱え込んでいるのか、必要な物以外の購入には至らない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は物価高により前年を上回っているものの、3か月前との比較で見ると横ばいである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・季節的な要因もあると思うが、ようやく何とか前年並みになってきて、ある程度、客の動きが活発になってきた気がする。ただし、まだそれほど上向いてきてはいない。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・販売数量は少し増えてきているものの、材料や工賃等の値上げが続き、コスト高により減収である。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車納期は若干早まってきたが、人気車種の納期は相変わらず遅れている。中には新車の車両は届いているものの、オプションパーツの生産が間に合わない車種も出てきているため、売上に結び付いていない。また、車両部品の高騰で、事故で入庫した車両が全損になるパターンも多く、これも売上に結び付かない要因である。一方、車検、一般整備は目標をクリアしている。
	□	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・暖かい天候が続いており、タイヤの値上げも控えていることから、タイヤ販売は順調である。ただし、来客数がいまだに戻らない状況が続いている。
	□	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子と回答しているが、選択肢の全部が当てはまるような気がする。コロナ禍から解放されたようだが、まだ地方には及んでいないので大変である。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・問合せや契約数をみても、特に強調すべき材料がない。
	□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の行動等の制限緩和により、社会活動が活発化してきている。そのため、ゴルフ場への来客数はここ2年と比べて落ちている。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は減少傾向にあり、客の動きが活発になっている。4月に入って値上げを行ったが、客も理解を示してくれており、売上が増加している。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・食品や雑貨の値上げが、物によっては100円単位で値上がりしている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣に同業のコンビニが出店して、販売量の影響を受けている。相手の店舗は駐車場も広いので、やや厳しい状態が続いている。
	▲	その他専門店 [酒]（店長）	販売量の動き	・第1週から第3週くらいまでは、非常に良い動きだったが、直近の10日ほどはゴールデンウィークが始まるまでなのか、非常に厳しくなっている。ゴールデンウィークもちょっと分からないが、今はゴールデンウィーク前の買い控えということなのか、ここ2週間ほど非常に悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による観光地等の人出回復の報道とは裏腹に、地元百貨店の閉鎖もあって、中心街には終日ほとんど人出がない。イベントも復活しているのでも、上昇のきっかけになればと思っている。
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が延長されたが、新規予算が付かなかったため、ほとんどの人は全国旅行支援を利用できずに予約に結び付かなかった。また、新型コロナウイルス感染症の5類移行後の予約の動きがみられるものの、その反動で4月中は旅行を控えている傾向がある。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・5月8日より、新型コロナウイルス感染症も5類に分類移行されるため、人流も活発になって景気も回復してくる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特注品の受注は依然として少ないものの、店頭商材受注は多少の動きがある。
	○	新聞販売店 [広告]（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行が現実味を帯びているに伴い、イベントが開催されるため、折込広告の減少が鈍化してきている。また、県内で地域によっては小売店の新規出店があり、出稿枚数が増えているところもある。旅行業も海外旅行の取扱が増え、新型コロナウイルス感染症発生前との差はまだ大きいものの、前年比で大きく伸ばしている。
	□	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・一般消費者の購買意欲が減退しており、従来はケース単位で購入していた客が、数本単位での購入になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月、大きな宝飾展示会があった。来場者は前回より大幅に増えたが、6割以上は海外からの来場で、また、国内の外国籍バイヤーも多く、日本人バイヤーは大幅に減少している。小売店の多くは、3月までは徐々に売上が回復していたが、4月になって来客が減少し、売上が落ちているということで、その影響か、来場はしても仕入れの意欲は余りない。真珠を扱う業者は、海外のバイヤーが積極的に買い付けをしているので、好調である。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているため、引き続き受注は順調である。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・海外からの観光客が増加してきているが、働き手側で人手不足になっている。原材料価格の高騰により取引先の仕入コストを圧迫している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部材調達に苦慮している。スムーズに入荷する物もあれば、時間の掛かる物もあり、生産開始に影響が出ている。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業の景況感が半導体の在庫調整の影響を受け、悪化し始めている。一方で、観光関連需要は持ち直してきており、方向感が見えにくい状況にあるため、消費の動きがポイントになる。
	×	*	*	*
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後の経済活動の活発化に伴う、企業の採用意欲は旺盛であり、ウクライナ情勢や原材料高の影響を考慮しても、景気は緩やかに上向くものと考えられる。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることから、求職者も増加傾向を示しており、人の動きが増えることから同様の判断となる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・市内の大型書店等の閉店や、宅配業者の宅配時間変更等、身近な生活に変化が出始めている。今までが便利すぎたのか、原点に戻るときなのかもしれない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・業種によっては、現場作業者の不足感が高まっている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・業種により求人数の増減が分かれている。原材料費やエネルギー価格の高騰等の影響を受けていると思われる製造業では求人数が伸び悩んでいる。一方、観光や外食、派遣需要に対する求人は増加傾向にある。ただし、新規求人数が前年同月比でマイナスとなったのに対し、有効求人数は増加しており、ますます人手不足感が募っている感がある。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の取戻と全国旅行支援など助成策の相乗効果で、観光客の増加が著しい。マイカー利用による個人旅行やグループ旅行が増え、団体旅行も少しずつ増加に転じており、4年前の90%の水準である。
	◎	コンビニ（店長）	単価の動き	・物価高により商品単価が上がっているため、一概に回復しているとはいえない。ただし、価格が高くても商品力の高い商品は継続して売れている。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・行楽需要の伸長に伴い、週末を中心に旅行者の土産需要への対応で売上も堅調である。
	◎	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・4月初めから月末まで予約が一杯入っており、前年や前々年とは打って変わって大変うれしい状況である。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・客からの問合せは宴会、宿泊、レストラン共に新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきている。収入面では値上げ効果で増収傾向であるが、食材の原価高が利益を圧迫している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新年度が始まり、新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、全国旅行支援も延長継続されているため、団体旅行の実施、計画、申込みが多数発生している。取扱高をみる限り、完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻った状態である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和が進み、まず少人数グループから客足が戻っている。3年ほど行事を見合わせてきたため余剰予算があり、グレードの高い宿泊先や食事がよく採用された。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・年度末から年度初めでタクシーの利用が増えた。前年末の改定でタクシー料金が14%高くなったが、それ以上の増収になっている。運転手不足で市内のタクシー会社全社の稼働率が下がっていることも、稼働しているタクシーの増収につながっている。
	◎	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・物価が上がっているにもかかわらず、来園者数が伸びている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻が長引いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し始め、人出がかなり増えている。それに伴い消費活動も上向きである。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況もやや落ち着き、景気は上向いているとみられるが、我々のような小売業の回復には、まだもう少し時間が掛かる。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・今月は世の中の動きが大変良くなってきた。結婚式、葬式も含めて人の集まりが増えてきた。今までの自粛ムードから一転して、結婚式でもたくさんの人を呼ぶ傾向にある。春ということで金を使う意識が高まっているため、贈答品や冠婚葬祭関係の品も幅広く動き出した。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・午前中は年配客がカジュアルシューズを見に来店し、午後はスーツケースを引いた客が来店して靴を試着するなど、来客数はコンスタントに増えている。夕方方も会社帰りに立ち寄って靴を購入する客が多いため、売上につながっている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・入社、入学式等の対面開催やコンサート等のイベント参加など、人の動きが活発化している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も薄れて生活様式も元に戻りつつあり、売上も着実に伸長傾向にある。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・店舗への来客数は増えてきており、インバウンド需要もようやく戻りつつある。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にある。インバウンドは、身の回り品のブランド品の売上がほとんどで化粧品の売上は少なく9対1の構成比である。アフターコロナ、ウィズコロナの動きも少しずつみえてきた。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・チラシの配布エリアを変えたことで、夕方から夜間の来客数が増えた。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・春休みの旅行やイベントなどによる飲食の買い出しがある。また、旬のたけのこなどが順調に売上を後押しした。
	○	スーパー（店員）	お客様の様子	・春の祭りやゴールデンウィークなどのイベントに関する購入量が増えており、1客当たり購入額が高い傾向にある。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比100%を超えている。商品値上げの影響もあるが、景気は回復傾向にある。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前より来客数は増えたが、来客数と販売量はイコールではなく何ともいえない。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・春に伸長する商品群が例年と比べて高い水準で売れている。前年よりも暑い日が多く、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着きつつあることから外出需要が増えて、米飯や調理パン類、飲料・酒の売行きが好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数や販売量は新型コロナウイルス感染症発生前に届かないが、単価上昇で売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前と比べて微増している。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月から人気雑貨ブランド商品の販売が始まった。まだ認知度は低いブランド力が高いため、購入客が少しずつ増え始めている。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	単価の動き	・仕入単価上昇分の価格転嫁が進み、客も価格への抵抗がなくなり、収益が改善している。商品も、若干であるが動きが良くなった。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年4月は販売台数が落ち込むが、今月はよく売れている。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限なども気にする必要がなくなり、車での行動も増えてきた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・生活の基盤となる水道光熱費の上昇が続いているが、何もかも値段が上がっているため、諦めたように受け入れている様子を客との会話から感じる。今後は収入が増えるという期待を皆がもっている。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・前年よりも車両の生産、入荷が少なく商談もままならず、1～3月は過去最低の売上であったが、4月から少し回復傾向になってきた。それに伴い、商談も進むようになってきた。新規来客数は横ばいが続いている。
	○	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・建築関係では、特に店舗や商業施設の中小規模の改修、新規出店など、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きこれまで保留になっていた物件が動き始めた。
	○	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が緩和され人流が戻りつつある。物価高騰のあおりを受け、中低価格帯の腕時計やアクセサリなどぜいたく品は低調だが、生活必需品である眼鏡や補聴器は好調に転じつつある。
	○	高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・年度末から年度初めに当たりコロナ禍から脱却の兆しがみえてきたが、利用人数や利用時間などには変化はみられる。都心部ではインバウンドの動きが活発化している。
	○	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・値上げにも客には納得してもらえた。
	○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・1月はまだ新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしていたが、3月は全国旅行支援の効果もあり春休みにはかなりの来客数があり、4月もその余韻として続いているため、3か月前と比べるとやや良くなっている。
	○	観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・インバウンドの増加により宿泊部門が堅調である。宴会部門にも回復の兆しがみられるが、依然として厳しい営業状況にある。
	○	都市型ホテル (総支配人)	競争相手の様子	・宿泊は、前年比で売上が増加したが新型コロナウイルス感染症発生前には戻らず、競争は厳しい。宴会の受注が増えてきた。レストランは単価を引き上げられる状況には至っていない。
	○	旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・流れはアフターコロナに向かっている。しかし、原料や燃料の価格高騰による消費財の価格動向にも憂慮している。また、1度は需要が喚起されるが、企業体力の低下による個人消費への影響が懸念される。
	○	旅行代理店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行となるため、海外旅行の問合せも徐々に増え、ようやく長いトンネルから抜け出せたような気分で大変うれしい。夏に向けて一層の予約増加を期待している。
	○	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・マスク着用の緩和や新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へと移行することが影響している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が全くないともいえない。行動制限が緩和された当初は客が一気に動いたようにみえたが、ここ最近少し落ち着いてきた。夜の繁華街は段々と客が増えて、まだ新型コロナウイルス感染症発生前とまではいかないが、乗客数が増えてきて上向き傾向にある。
	○	通信会社 (サービス担当)	販売量の動き	・引越シーズンに伴い、光回線、IP電話、テレビサービスの申込みが増加している。新社会人からも光回線の申込みが増えている。
	○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、インバウンドが増えてきた。
	○	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客の様子は、物価の上昇で大変という声もあれば、外出したり飲み会などに出席する人もいる。全体的に景気が良いのか悪いのか分からないが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、外出や消費をする人が多い。
	○	その他住宅 [不動産賃貸及び売買] (営業)	販売量の動き	・閑散期に入ったが、例年ほど客足は衰えなかった。
	□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・この1～2年と比べると大分良くなっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはどこも戻っていない。やはり自粛に慣れてしまって、年配者のマインドはまだ自粛を続けるままのようである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 入出は順調に増加している。特に外国人観光客が増えている。ただし、客単価は相変わらず低い。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・ 景気は余り良くないが客単価は徐々に上がってきており、財布のひもは少し緩んでいる。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・ ゴールデンウィークを前に出費を抑える傾向がある。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・ 例年4月は来客数、売上共に少ない時期であるが、今月も来客数は伸びていない。お彼岸と母の日の間は閑な月だった。ただし、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて家族葬がやや減り、御供花が増えている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・ 来客数は徐々に戻ってきているが、売上には全く結び付いていない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・ 年度初めのため販売量が減る。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ 全国旅行支援は延長となったが、早々に予約終了となる都道府県もあり、人の動きは直近と比べ少なくなっているようにも見える。特選ブランドや時計などの高単価商品の需要も、伸びが鈍化し始めている。一方で欧米やアジアの新興国を中心としたインバウンドが数字としてもけん引し始めており、今後は海外から入国時の規制緩和で更なるインバウンド消費に期待できる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ 来客数は少しずつ回復しており、高単価商品の稼働もある。行動範囲が広がってからはコト消費がメインのようで、期待したほどの伸びではなかった。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行も決まりゴールデンウィークを前に感染状況も落ち着き始めたことにより、外食需要は高まっている一方、内食需要は相対的に下がってきているようで、来客数、客単価共に3か月前と大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ ほとんどの店舗で前年の売上を上回っており、その状況を維持している。来客数も同様に、ほとんどの店舗が前年を上回っている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・ 来客数が思ったより伸びていない。伸びてはいるが、景気の回復を実感できるほどの伸びではない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 来客数の減少に歯止めが掛かってきたが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・ 3か月前と比較すると、来客数は増えているが購入につながっていない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 新車の生産量が回復しつつあるのか、納期が短くなっている。ただし、新型車や人気車は相変わらず半年以上待ちか新規の注文中止が続いていて、今一つ盛り上がり欠ける。新車の生産量が回復してきたため、高騰していた中古車の価格は暴落し、収益的には厳しい状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 販売台数は前年より落ち込んでいるが、新車の発売もあり納期は掛かるが販売には結び付いている。ただし、販売停止の車種も多いため、納期が掛かるが売れる車を売る状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・ 全体的に、悪くはないが少し良い程度である。動きが非常に良くなっているわけではないが、前月と比べれば反響も少し出ている。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染状況が比較的落ち着いた環境ではあるが、商業施設への来客数は新型コロナウイルス感染症発生前まで戻っていない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ 客の飲酒量は減少している。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ 来客数は変わらないが客単価が伸び悩んでいる。諸物価の上昇が響いている。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・ 原因が何かつかみどころのない不安感が余りに強すぎて、なるようになるという心理が働いている様子が最近多く見受けられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍の影響はほぼ無くなった。物価が上がり消費意欲が減退するとみられたが、客の動きに変化はみられない。4月に値上げを実施したが、販売量も変わらなかった。
	□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・コロナ禍のマスク規制なども解除され、人の移動も徐々に増加しており、空港や駅前のレストランなどへの人も増加している。一方で、レストランも満席の店と閑散としている店の差が大きい。また、空港、駅前や地下街など以前は考えられなかった場所で空き店舗の数が増加している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・全く上向かない。
	□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・行動規制が無くなって、客の選択肢が広がるのがどう影響してくるか、予測しづらい。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・街を歩いている人が多くなったが、夜8時を過ぎると街にはほとんど人通りがない。これは景気のせいである。
	□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・現在キャンペーンセール中のため、セール品の購入がある。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で当店から離れていた客がそろそろ戻ってくる頃かと思っていたが、公共交通機関を使って遠方から来ていた客は戻らず、残念である。
	□	美容室（経営者）	それ以外	・陽気が良いれば客も多いが、今月は天候が不安定で客の出足が悪かった。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	それ以外	・中途採用で求人を行っているが、我々の業界は、製造業の景気が良くなると応募者の数が減少し、求人単価も上昇する。また、仕入原価の値上げが一段と続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。回復傾向にあるが、当分の状況が続く。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来場者数は減少した。例年4月からゴールデンウィークまでは少ないが更に減っている。月単位の動きでは分かりづらいが、戸建て住宅への興味が低くなっているのではないかと。少子化の影響も徐々に出てきている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数の減少が続いている。
	▲	スーパー（総務）	単価の動き	・物価上昇が著しい。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上げ商品の動向は生活必需品でも悪化しており、販売数が30%減少した商品もあるなかで、それをばん回すヒット商品が出ていない。客の節約志向を解消するような新たな生活必需品が出ておらず、動向の改善が望めない。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。物価上昇により客単価が高水準であるため、日々の販売では数字が取れているように錯覚するが、来客数だけに注目すると、とても前年の数字に追い付けない。1円でも安く買物をしたという心理が働いているかもしれない、価格競争に入るとコンビニ店にとっては厳しくなる。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比105.8%と好調である。新型コロナウイルス感染症の影響もほぼ皆無となり、売上状況は好調である。ただし、値上げや水道光熱費の高騰が利益を圧迫しており、小売業界が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っているとは言い難い。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・受注期に入っても一見客の来店が全くない。物価の上昇でここに来て消費マインドが大きく落ちた。なじみ客には外商で売上を確保している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は5%程度の前年割れとなっている。経営的に厳しい客が増えている。客単価は商品値上げのためか2~3%の下落にとどまっている。購入する際には余分な物は購入しない。
	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・故障による買換え需要が中心だが、なるべく安い商品が良いという客が多い。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・4月に入って来客数が減っている。コロナ禍の巣籠り需要も一巡し、前年好調だったエアコンやパソコンも今年は余り売れていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年4月は動きが止まる。1～3月までの決算シーズンとは打って変わって客も動かなくなる。ただし、コロナ禍の頃と比べると改善傾向にあり、納期も改善してきた。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、原材料費の値上げにより商品の販売価格を10～15%値上げした影響か、少し客が買い控えをしているように見受けられる。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援は零細旅行会社にとっては使い勝手が悪い、客がネットでの旅行注文に流れている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前月と比べて解約数は同レベルで推移しているものの、新規契約の勢いが落ちている。
	▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・4月は雨の日が多く入場者数は低調であった。コロナ禍の影響も薄れコンペ人数も増えているため、ゴルフ熱は変わらず高い。しかし、今月は入場者数が前年より大きく減少しているため、景気はやや悪い。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・段々と暖かくなり来客数が伸びる時期であるが、客が来ない。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・注文住宅の発注が減っている。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・建築材料が高騰しているため補助金を利用してても商談がまとまらない。動きが出ていても仕事にならない。この先を心配している。
	×	スーパー（店員）	販売量の動き	・主力カテゴリーの販売数量で前年割れが止まらず、苦戦が続いている。
	×	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・飲食店からスーパーまで、ここまでの値上がり幅は過去に経験したことがないほどの値上がりを体感している。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・今月に入ってからほとんど設計の仕事をしていない。関連する書類仕事のみである。
	×	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・競合相手も売行きは悪い。値引きをしないと売れないため、利益も出ない。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への来場者で取得を検討している人の数が、明らかに減少している。下期全体で悪かったが、3月が年度で最も悪いという結果であった。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・前年夏頃から増産予定だった客がずっと増えないままであったが、今月から急に立ち上がり、6月分までの先行注文が入った。他の客も注文数が増え始め、久しぶりに残業が必要になった。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・海外からの旅行者数の増加などをみると、経済が回り始めたと感じる。一方で、インフレによる消費の不振などもあるため、一律に回復傾向にあるとも言えない。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・やはり渡航規制緩和という明るいニュースが、皆の気持ちを上向きにしている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・取引先の飲食店等は、前よりも客足が多くなっている様子である。新型コロナウイルス感染症の行動規制が解除され、人の流れが戻っている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食店を中心に聞き取りをしたところ、新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄れ、売上も来客数も増加傾向の様子である。
	○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者からの引き合いが多くなっている。
	○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・以前に比べると紙媒体での広告受注量は、交通機関とコラボした観光業関係が増えている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・景気の状態はまだらで、良い会社と悪い会社に2極化している。設備投資も行われているが、規模は小さく大きな案件は出ていない。先々を心配し抑え気味である。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が収束し、商店では人手不足感がある。労働者の期待を上回る賃上げが認められ、景況は良好な状態を維持している。企業の採用意欲は高まっており、早期の新卒内定が話題になったところもある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・一部は首都圏での大型再開案件の納期対応に追われる業者からの玉突きと考えるが、思いの外仕事量が例年より出てきており、繁忙状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・設備投資の引き合いは増えてきたが、原材料や輸送費の上昇分を価格に含めると、なかなか成約に至らない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・良くも悪くも変わらない状況である。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料値上げ分の価格転嫁は了承を得ているが、販売量が2割程度減少している。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年同比で増加しており肌感覚としても景気は悪くないものの、売上自体は3か月前、現時点とも前期比減少となっていることから、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・客先の生産計画では、3か月前と余り変わらず低いままである。
	<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・いつになったら物価高が落ち着くのか。電気、ガスの料金も一向に落ち着く気配がなく、不安しかない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・年度が替わり客の動きが少し鈍かった。来場者は、決断まで時間を掛けるじっくり検討型の人が増えている。
	<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先から、今期に限り物価上昇も踏まえ給料が多少上がったたり、今年限定で金額を上げているという話を聞いた。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人件費、募集費、光熱費などが高騰するなか、荷主からは、商品や部品の調達コスト増加による利益減少を理由とした値下げ要求を受けている。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月の繁忙期はほぼ予想どおりの仕事量があり売上、利益もまずまずであったが、4月に入ると少しペースは落ちた。それでも前年よりはまだまだである。新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるが、まだ復調したとは言い難い。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・個人消費は回復基調にあるものの、企業間の物量は低調である。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の荷動きが鈍い。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・2月頃より発送便、到着便共に荷物量が減少している。
	<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	取引先の様子	・取引先から外食、宴会や集会議などへの出席依頼が来るようになったものの、取引量は増える兆しがない。景気に影響が出るほどの変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（法人営業担当）	それ以外	・景気の動きは引き続き良くなく、産油国の減産による景気への悪影響も心配される。
	<input type="checkbox"/>	金融業（企画担当）	取引先の様子	・仕入価格の高騰もあり原価率は低下傾向にある。価格に転嫁できる企業は良いが、価格転嫁ができなければ業績に大きく影響してくることが懸念される。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいから増加傾向にあるが前月同様に外出や遠出をする人が増加しているため、利用状況は増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域のマンション市況は良くなく、販売状況が芳しくない。
	<input type="checkbox"/>	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の受注が少ないまま推移している。
	<input type="checkbox"/>	公認会計士	取引先の様子	・取引先の来客数や営業利益をみると、来客数は増えているが物価高や金利の高騰を吸収できていないため、利益は余り伸びていない。取引量は増えているにもかかわらず人手不足が深刻で、機会損失を起こす取引先も増えている。
	<input type="checkbox"/>	行政書士	受注量や販売量の動き	・物価高により荷物が動かないため暇だと言う物流業者がある一方で、大手自動車メーカーの部品を運んでいるため安定しているという業者もある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が少しずつ薄れている。飲食店ではテイクアウトが定着し、来客数の戻りが遅い分をカバーしている。それでも新型コロナウイルス感染症発生前ほどには売上が伸びていない。製造業や建設業の顧問先の中には売上が増えているところもあるが、全体としては停滞気味である。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・値上げの影響で、消費者の商品を選択する基準は一層厳しくなり、競争力のない商品は受注量が減少する傾向が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量をみても前年比で減少している。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は全般的に悪く、特に自動車関連は従来よりも減少しており、景気はやや悪い。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り新規の案件も少なく、客の反応も非常に良くない。通常であれば新しい見積りなどが活発化する時期であるが、見積量は通常に比べ3割以上少ない異常事態である。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量が前月と比べて落ちている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・前年同期比でみると、新規求職者数、成約数共に増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束とインバウンドの復活で、ホテル、レジャーなどの観光業や飲食店を中心にやや景気は上向いてきた。それに合わせて人手不足による求人件数が増えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・統一地方選挙の影響により、広告、印刷関連の企業はにぎわった。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食、宿泊業、卸売業や小売業の求人数が大幅に増加した。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がある程度落ち着き、新規求人数は増加傾向にある。ただし、今後の感染者数、ウクライナ情勢、物価高の動き等先行きの不透明感からか、派遣社員、契約社員等有期雇用の求人が目立つ。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業を中心に回復傾向にある。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特段の変動要素はない。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・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、観光客の増加は確実であるが、その他の産業では回復の兆しがみえていない。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の入社式、研修会などは少し戻っているが、歓迎会などはまだ余り戻らず、全体的に3か月前と変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・取引先各社の派遣募集が落ち着き始め、新規の依頼が減っている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は高止まりで、条件面が良くないと採用が難しくなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・紹介会社からの推薦や広告媒体経由の応募は、3月までよりも減少している。同業他社でも応募者獲得に苦戦しているようだが、年度の替わり目でメーカーでの募集が仕切り直しとなり、求職者がそちらに流れている可能性が高い。ただし、毎年4月に起こり得る季節性の要因であるため、3か月前と比べて景況感是不変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が続いている。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車製造業において、二次三次の下請企業や更にその下請企業において、前年同月を上回る企業が増えてきた。ただし、大企業のような賃上げは難しいようである。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足感は強くなっており、新型コロナウイルス感染症が5類感染症の位置づけになることから、景気の回復や新規求人の増加が期待される。ただし、製造業では、受注が安定しないという声があるなど新規の求人は減少傾向にある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は全体的に3か月前と比べてほぼ変わっていない。どの業種も多少の増減はあるが、大きな変化はみられない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・季節要因で採用決定者数は下がる傾向にあるが、前年比でみると伸長している。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業は、原材料価格の高騰やエネルギー費、特に電気代の上昇が影響し、売上があっても利益が上がってこない状況である。また、製品価格に値上がり分を転嫁できず、経営を圧迫している。建設業も、原材料価格の高騰により利益が上がらないことに加え、仕事量は増加しているのに人材不足で請け負えない状況である。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・市内はインバウンド需要が急拡大中である。また、年度末から消費者の行動が活発になり、外出や外食の機会が増え、さらに企業の歓送迎会なども4年ぶりに実施されている。その反面、物価が上昇し続けているため、1人当たりの外食回数は減っている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候も良く、新型コロナウイルス感染症の影響も薄れつつあり、春恒例の大型イベントも再開されて期待感は大い。しかし、電気料金の値上げが6月まで先送りされたことがこの後の消費を抑え、買い控えにならないか心配である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・桜の開花が例年よりも早く4月の売上を心配していたが、インバウンド需要に助けられている。このままインバウンドが勢いを増してくればよいが、4月20日以降は外国人客が少し減少しており、新型コロナウイルス感染症発生前と同水準の売上にとどまっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークに向けた準備で、旅行かばんは前年の1.5倍の売行き、UV対策の化粧品も店によっては前年の2倍以上と、客の外出機会が増えたことを反映する動きとなっている。
	○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・週末の客の流れが特に良くなっている。広域の観光客も多くみられ、人の動きが戻っている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足は戻りつつあり前年と比べるとプラスで推移しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態には今一つ届かない。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・ファミリー層及びシニア層、インバウンドも回復傾向になってきており、買上点数や飲食の利用が伸びてきている。外出の機会が増えてきていることや、これまで買い控えていたこともあり新調が多くみられる。
	○	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前には戻らないが、インバウンドの増加が宿泊をけん引している。
	○	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・団体ツアー客の予約が増加し、団体予約の受注数は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して115%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人旅行、団体旅行共に問合せが増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少なくなり、観光客が多くなってきた。4月に入り週末以外も観光客が増えており、外国人客も多くなっている。
	○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクの着用ルールも緩和されたことから、3か月前と比べるとは前年同期よりやや良くなっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3か月連続で新型コロナウイルス感染症発生前の2018年及び2019年の売上は超えたが、ほぼ前年並みの見込みである。コロナ禍において店全体をけん引していたラグジュアリーブランドの勢いが鈍化した。旅行用のキャリーケースは前年の3倍で推移している。海外や首都圏、関西圏への旅行需要が復活したことで富裕層の金の使い道に変化がみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・価格がより安い店へ足を運び、特売商品のみ購入する客が多くなっている。
	□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・年初と比較すれば、来客数はコロナ禍の落ち着きにより持ち直している。しかし、値上げが継続しているため、買い控えと部門別に異業種店舗を買い回る傾向は更に拍車が掛かり、依然として厳しい状況である。
	□	コンビニ（店舗管理）	それ以外	・売上は回復基調であるものの、それ以上に原材料等の値上がり痛みが痛い状況である。
	□	家電量販店（本部）	単価の動き	・来客数は改善しているが売上につながっていない。特に主要商品の動きが悪い状態である。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車の商談が長くなっており、購入には慎重な様子が見える。また、現金一括支払が減り、残価型など支払方法も変わり始めている。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車の受注に関しては、ここ数か月は同様の水準で好調に推移している。
	□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・3月のタイヤ値上げ前であった駆け込み需要の反動から、4月は来客数、売上共に厳しい状況である。会員優待のフェアに対しても反響は弱く、敏感に価格を検討する客が多い。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・全体の売上は増えておらず変化はない。しかし、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行した影響か、帰省した人が土産に酒類を買って帰る兆候が少しみえる。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・会社関係の客からは大変厳しくなる心配だと聞いているが、当店は他店の閉店や紹介により来客数が増え、以前よりは少々忙しくなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前まで来ていた常連客は、年齢や健康問題で足取りが重くなっている。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシーの利用が必要とされていない。
	□	通信会社（職員）	お客様の様子	・客からの問合せ内容に変化がない。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前と同じく、通信、放送サービス共に新規契約者数が前年同月と同程度で推移している。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・料金の滞納件数は横ばいである。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和が打ち出されてはいるが、マスク着用など客の感染対策にはほとんど変化がない。そのため、ふだんの利用状況にも入会状況にもほとんど変化がない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上、来客数共に前年同月比で5%ほど伸びている。ただし、6月よりカット料金の500円アップを予定しており、客にも告知しているため、値上げ前の駆け込み需要の可能性も考えられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・持家の着工件数が減少するなかで、注文住宅の受注も厳しい状況となっている。リフォームの受注は堅調に増加している。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・本来なら、春先の展示場への来場者数は冬場と比較して2倍程度見込めるが、冬場と来場者数が変わらない。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れてきているにもかかわらず、展示場の来場者数に改善の兆しが全くみえない。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・ギフトの動きが芳しくない。ふだん買われている鶏肉や豚肉等の動きは活発だが、牛肉の動きは良くない。
	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・3月以降の気温変化や、店舗周辺の大規模工事などの環境変化もあり、来客数が減少している。新生活関連や入学式、卒業式などのモチベーション需要は若干あり、来客数は一定数いたが、4月初旬以降は特に苦戦している。選挙や気温の乱高下などの影響はあるが、人気催事やテレビCM、媒体チラシなどによる販促を実施しても来客数が増加しない。外国人客は増加しているが、全体の売上を押し上げるには全く至らない。購入もこれまで以上に慎重になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物流は活発さを増しているが、物価高による影響が常に脳裏をかすめている。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・物価高により、必要品以外の電化製品は買わない傾向がみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月の宿泊客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて30%程度ダウンしている。地方はまだインバウンドの影響も少なく集客に苦戦している。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・スマートフォンを初めて持つ層などへの需要が満たされ、新商品の発売も一通り終わっているため買い控えが発生している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・見込み客が少なくなっているなかで、一定数の客を確保し商談を進めたが、客層が細分化して対応が難しくなっており、予定どおりには進まず目標を下回っている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が一段落したなかでの花見シーズンということで人出を期待していたが、人出はまだ元には戻らず財布のひもも固い。今年は桜の開花が早かったせいもあるが、物価高の影響もあると考える。
	×	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・気温が高くなると消費が外向きになり、趣味やし好品への消費意欲が低下している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事の受注が順調に推移している。
	○	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、物流量が少し増加している。各社の値上げにより大幅な回復とはいかず、少しずつではあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻りつつあるとみている。
	○	金融業（融資担当）	取引先の様子	・観光関連事業者は感染症対策の緩和により、新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準まで回復の動きがある。製造業の受注は堅調だが、原料価格等のコストアップがあるなか価格転嫁は一部にとどまり、利益率は低下傾向にある。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・人の動きが活発になっており、特に飲食業において回復がみられる。あらゆる食材やその他の原価が高くなっているものの、特に一般消費者向けにおいては販売価格に転嫁できている傾向がみられる。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・人の動きが戻ってきたことで受注は好調に推移している。原料やエネルギー関連のコストアップに対する値上げ効果も手伝って売上は前年を上回っているが、各種コストの高止まりによって増収減益傾向が続いている。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・生産は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらず推移している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・エネルギーの高騰や原材料価格の高止まりに苦しむなか、国を挙げた賃上げムードも出てきているが、景気は大きく変わらないと考える。
	□	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前と比較し大きく増加してはいないが、堅調に推移している。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の企業間物流は低迷しており、前年割れが続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3月は例年と比べ受注量は低下し、4月は若干回復したが例年並みである。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客からの活発な話を聞かない。
	□	司法書士	取引先の様子	・新築は床面積の大きい物件が多く建築費が高い物件が増えているが、材料費高騰の影響があるとみている。
		▲	*	*
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人と求職がうまくマッチして、新規契約数が少しずつ増加している。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ゴールデンウィークを控えた時期に、UターンやIターン希望者向けの求人広告特集を実施したが、申込みは伸び悩んだ。媒体そのものの特性も影響していると考えられるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には達していない。一方で観光地からの広告出稿は前年を上回り、回復基調となっている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・求職者数が少ない状況が続くなか、募集の年齢層や職種で企業とのアンマッチが発生しており、就業につながっていない。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年と比べ求職申込件数が少ないように見える。今後の動きに注目している。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種によって明暗が分かれているが、売上は前年を大きく上回っている。
	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・インバウンドのほか、国内客の動きも活発になり、飲食店ではかなり客が戻ってきている。一方、物価上昇の影響でセール品の購入が目立ち、定価品が売れにくくなっている。
	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も引き続き、来客数の増加傾向に変化はなく、婦人用の身の回り品や物産催事を中心に、好調に推移している。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・4月に入って外国人客の来店が日々増加し、都心の雑貨店では、インバウンド売上が前年の2倍以上の伸びとなっている。また、国内客を含む来客数も20%増えており、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を想定すると、今後は更に伸びると予想される。品目別には、衣料品などのファッション関連の売上が伸びており、春、初夏の装い共に好調で、高額品の売上も前月と同様に伸びている。また、コスメや食品関連も2けた増となっている。
	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・マスク着用の緩和等で顧客心理が改善し、国内客の人流が活発になっている。来客数は増加傾向にあり、新生活やフレッシューズ、春休みの旅行や行楽需要など、ハレの日関連の商材が全体的に好調であった。また、インバウンドの消費も消耗品の伸びが非常に良く、全体を大きく底上げしている。
	◎	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・高額品や高級ブランド品の購入を中心に、来客数の増加傾向が続いている。また、価格改定が続く見通しから、店頭にある商品を早く購入しようとする客が増えている。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・外国人客が増えてきている。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・インバウンドの増加により、増収となっている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・インバウンドが完全に回復しているほか、レジャーやビジネス需要の回復で、稼働率、客単価共に上昇している。ただし、人手不足は顕著であり、受入れ側の状況としては非常に厳しい。
	◎	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援の実施に関係なく、国内客による旅行が遠方向けを中心に増えている。また、海外旅行も増えつつある。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・カフェなどの飲食店や、アミューズメント関連の卸売の販売量が増えてきた。直営店の販売量も、堅調に推移している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドのお陰で好調であり、売上に占める比率もアップしている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・前月と同様に、前年比で販売量が少し伸びている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・24日までの来客数の動きは、都心店が前年比で27.1%の増加、売上が14.1%の増加と大幅に伸びている。一方、郊外店である当店は、来客数が4.3%減少、売上が0.8%減少と、客の都心回帰の傾向が更に鮮明になりつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・免税売上が2018年の2倍に増えているなど、外国人旅行者による売上の押し上げが目立つ。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・高級時計や宝飾品、海外ブランドが好調を維持しているほか、婦人服や紳士服の売上も回復基調にある。インバウンド売上も、2019年比で70%程度にまで戻ってきている。
	○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・マスクを着用していない客が増え、購買力の高い年配層の来店も目立ってきた。さらに、インバウンド消費も堅調であり、一部の商材では2019年の実績を上回っている。
	○	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・来客数が安定しており、それに加えて外国人客の来店も多い。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・販売点数はやや減少しているが、値上げ商品の単価の上昇が全体の売上増加に寄与している。また、外食の値上げもあり、総菜の手作り弁当や、店内調理でのパンやサンドイッチなど、価値の高い商品の売上が伸びている。
	○	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・3月と比較すると販売量は上向いているが、行動制限の緩和による行楽需要もある。ふだんの買物需要は値上げの影響が大きく、伸びていない。
	○	スーパー（社員）	単価の動き	・比較的価値の高い、やや高額な商品の動きが良くなってきた。前年の相次ぐ値上げ以降、客の買上数量の減少は続いているが、購入商品の価格帯が上昇したことで、売上は堅調な推移となっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客数はほぼ以前の水準に近づいており、周辺ホテルの宿泊者数もかなり回復したことで、来客数の増加が続いている。また、多くの商品の値上げ効果もあり、客単価が上昇している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月と比べて販売量は増えつつあり、このまま景気が回復してほしい。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前月よりも10%増えている。また欧米系のインバウンドが増え、売上も8～10%ほど増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・一見の客が増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・行動制限が緩和され、客足が伸びている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・今月は3か月前と比べて、客単価と来客数は少し上向いている。ただし、新規客は前年比で増えていない。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・購買意欲は高まっているように感じる。
	○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・今年度の住宅関連の補助金制度が始まり、水回りのリフォームや給湯器の引き合いが増えている。
	○	家電量販店（営業担当）	それ以外	・コロナ禍が一段落したこともあり、海外旅行の客が増えるなど、周囲ににぎわいが戻りつつある。その動きが広がり、当業界にもにぎわいが戻ることを期待したい。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍の下での3年間の生活から解放され、飲食やレジャーなどに消費が向かいつつある。インバウンド消費も回復してきたため、景気は上向くように感じる。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	単価の動き	・来客数は伸び悩んでいるが、客単価は前年比で100円上がっており、客は値上げを受け入れざるを得ない状況にある。マスクを外してよい状況でも、マスクの売行きは余り落ちておらず、脱マスクには少し時間が掛かると感じている。一方、インバウンドは新型コロナウイルス感染症発生前よりも増えている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	来客数の動き	・今月の来客数は前年比で126.1%、売上は113.5%となっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・明らかに予約が増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・マスク着用の緩和以降、福祉関連や医療・介護関連の客が何人か来店するようになっている。
	○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・行動制限の緩和のほか、個人の判断により、社会全体がやや動き出している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・今月はメニュー価格の変更を行ったが、来客数は減ることなく、販売量も2019年比で110%以上を維持し、伸び率も4か月連続で上昇している。
	○	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・インバウンドが増え始めたほか、少人数の団体客なども徐々に動き出している。
	○	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・インバウンドの増加で、宿泊客に占める外国人比率が上昇しているほか、来客数全体も増加している。
	○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・客室稼働率が高水準を維持している。
	○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊の利用は、全国旅行支援もあってレジャー目的が多く、海外からの客も増えているが、宴会の利用の回復は芳しくない。特に、レストランはディナーの時間帯の利用が予想以上に増えていない。
	○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・物価の上昇が続くなかでも、インバウンドは増加する一方であり、国内需要も高単価、高稼働での推移となっている。宿泊業では消費が増えていることを実感している。
	○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・全国旅行支援の効果もあり、好調に推移している。特に、週末は満室近い稼働となり、高単価で販売できている。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が近づき、人の移動も増えている。特に、全国旅行支援の効果は大きい。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍から新たな局面へと変わり、景気は上向いているが、今後上昇気流に乗るかどうかは不透明である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・当地域は観光客の7～8割が外国人となっており、かなり良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・人出が増えてきている。まだ以前の水準には届かないが、在来線や新幹線の駅でタクシーの動きが出てきた。日中も繁華街の人出が今まで以上となっている。
	○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新たに訪問営業を開始した成果もあり、加入数が増えている。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール](職員)	来客数の動き	・イベント開催が順調であり、それに伴う物販も活発化している。また、遠方からの来場者も多く見受けられる。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設](職員)	お客様の様子	・コロナ禍への警戒心が日に日に薄れ、客が日常を取り戻したと感じる。消費意欲も旺盛になりつつある。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・インバウンド、国内観光客共に、引き続き増加傾向にある。
	○	美容室(店員)	お客様の様子	・客がイベントに行く回数が増えている。
	○	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・コロナ禍で、空室の入居率がかなり低かった物件も、入居が見えるほど増えている。
	○	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・コロナ禍の収束傾向に伴い、客の動きが加速している。
	○	その他住宅 [住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・年度末には過去最高益を記録するなど、リニューアル工事の好調による良い影響が出ている。
	□	一般小売店[時計] (経営者)	来客数の動き	・マスクの着用が緩和されたり、行動制限が無くなるなど、雰囲気はかなり自由になり、来客数が増えた。ただし、月中旬に同じ沿線で、関西初のテナントを含む大型商業施設がオープンし、人の流れが変わってしまった。さらに、月後半は4月にしては異常な気温の影響もあり、かなり来客数が落ちた。トンネルを抜けて少し安心すれば、また次のトンネルが出てくるように感じる。
	□	一般小売店[事務用品] (経営者)	販売量の動き	・インバウンドは一気に復活しそうであるが、一般の商店には何の追い風にもならない。生活者が景気の向上を実感できるようになることが大切である。
	□	一般小売店[衣服] (経営者)	来客数の動き	・季節が中途半端であり、夏物にはまだ早く、春物も以前のように売れなくなっている。
	□	一般小売店[呉服] (店員)	販売量の動き	・着物はぜひたく品と考えられているため、コロナ禍以降は買い控えがみられる。振り袖も動かないため、景気が良くなっているとは思えない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標を達成する見込みである。ただし、行動制限等の緩和による外出の増加で、旅行用品等の一部商材は好調に動いているが、以前の水準には戻っていない。客は必要な商材や付加価値の高い商品には、購買意欲をみせるものの、不要な商材には、価格が安くても見向きもしない傾向が強まっている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外国人を含む、観光客の姿が増え始めた。ただし、街全体の人出は増えているが、各種の値上げが消費行動にマイナスの影響を与えている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・海外からの観光客による免税売上は確実に増えている。また、中国本土からの観光客が増えた影響で、免税売上に占める化粧品の割合も17%程度と、前月比で5ポイント増えている。国内売上では、外商客の売上が前年比で2けた増えたほか、外商を除く売上も比較的堅調に推移している。
	□	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことで、来客数は次第に回復してきたが、競合店による影響もあって、売上は計画に届いていない。
	□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・インバウンドを除き、来客数はほぼ以前の水準に戻ってきたが、中国人旅行者の回復が遅れており、全館レベルでは前年並みにとどまっている。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は増えているが、物価の上昇もあって消費は増えていない。バレンタイン商戦などの特定のイベントには反応するが、日常的には慎ましい生活を送っている。新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあるが、消費が活発化する様子はみられない。
	□	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・来客数は堅調に推移している。新型コロナウイルス感染症対応も段階的に緩和されているが、特段の反応はなく、新型コロナウイルス感染症への関心の低下がうかがえる。ただし、マスクはほとんどの客が着用している。一方、ゴールデンウィークに向けた消費は好調で、外出の準備などが好調に推移しているが、値上げに対する防衛反応も根強く、日用品では購入額をコントロールする動きがみられる。日常とハレの日とで、別の価格ラインを提示することが重要になっている。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の前年比は、2月が18.8%の増加で、3月が6.4%の増加、4月が6.6%の増加と、直近の2か月は余り変化がないが、来客数は増加傾向にある。今後は、4月後半から5月前半のゴールデンウィークの動きが良くなると予想される。
	□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・春の行楽シーズンを迎え、来客数は増加傾向にあるものの、洋服や食料品といった身近な商品に対する消費は伸び悩んでいる。旅行やイベントなどのコト消費への需要は大きい一方、実需商品に対する購買意欲はみられない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は上がっているが、来客数は減っている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着きつつあるなか、多くの値上げが実施されているが、当店では客単価が前年よりも低い状況が続いている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品の販売数量は前年比で96%と、3か月前よりも5ポイント弱上向いているが、衣料品の販売数量は77%と、気温の低さもあって大きく落ち込んでいる。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・値上げの動きが続き、売場で悩んでいる客が多い。チラシの特価品はよく売れているほか、土日は家族連れの客がかなり増えている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比が100～103%と、3か月前と同じような動きとなっている。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは休みが比較的多く、行楽や外出の増加が見込まれる。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、外出や外食の機会も増えると予測される。その一方、商品の値上げの継続や、ゴールデンウィークで支出が増えた反動で、消費の減少や、節約ムードの拡大につながる懸念される。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の回復には、業種によるばらつきがある。飲食店の来客数は増えているが、小売などの流通関連では、余り変化が感じられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は微増で、欧米からの観光客が増えているように感じる。度重なる値上げによって客単価が上がっているため、景気は悪くない。ただし、観光客の増加を除けば、良くも悪くもないように感じる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数が伸びているが、売上は横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・前年と比較すると、来客数が減っているように感じる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染リスクへの意識が希薄になり、消費の対象が家の中から外へと移っている。新生活関連の家電購入のほか、補助金を利用したリフォームや断熱改修は好調であるが、通常の買換え需要は大きく減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・流通量は多い一方、市場価格が低下している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が減少しているほか、価格交渉も多くなり、販売数は伸びていない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・電気代やガス代を中心に、物価が上がり過ぎている。全ての面で物価上昇の影響が出ており、苦しい状況に追い込まれている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍も収束に向かい、徐々に人の動きなどは良くなっているが、買い控えの動きも徐々に出てきている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や、全国旅行支援の影響が続き、3か月前とは大きく変わらず推移している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・前月以上に海外からの観光客が増え、春休み頃からは若年層の動きも増えたが、売上の増加にはつながっていない。ただし、催事の客については、購入率が上昇している。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・販売価格の上昇で売上は維持できているが、消費者に価格転嫁しているだけである。一方、価格転嫁が許されている状態とみることもできる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・コロナ禍の収束や気温の上昇に伴い、制度化化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨などの動きは顕著に上向いている。一方、花粉症関連の医薬品などの動きはかなり低調である。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・値上げの波は続いているが、購入しなければ生活できない。さらに、光熱費の高騰が激しいため、今後の生活はより厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・今月も全国旅行支援が継続となり、月前半の15日までは稼働率が80%前後で推移していたが、16日以降は70%前後に下がり、尻すぼみとなっている。ここ数か月は稼働率、平均単価共に、それほど高くも低くもない。一方、ゴールデンウィークを含めた5月以降の予約状況は良くなく、販売数はほぼ横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・4月以降は来客数が伸びず、遠方への旅行の申込みも少ないため、客単価が低い。ゴールデンウィーク間際の駆け込み予約も、予想以上に少ない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・生活必需品などの価格が上昇し過ぎている。それに伴い、毎年ゴールデンウィークに旅行をしていた客が、今年は可処分所得の減少で旅行は諦めるといった現象がみられる。一方、富裕層などは久しぶりに制限のないゴールデンウィークとなり、財布のひもも緩く、高額商品の販売が好調である。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	お客様の様子	・携帯電話の販売では、例年3～4月は春商戦の需要期であるが、3か月前と比較しても、来客数、販売数共に変化がない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	来客数の動き	・コロナ禍の収束で客足が少し戻ってきたが、物価の上昇の影響で化粧品がなかなか売れず、通販で購入する客が増えている。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築原価は上がりきっており、徐々に落ち着いてきたと感じる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は、コロナ禍が収束してきた影響や、イベントの実施もあって戻ってきている。
	▲	商店街（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、買い控えする客が多くなっている。
	▲	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・卵の価格高騰による洋菓子への影響など、長引く原材料の値上げが、単価の上昇や品不足の状況を招いている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、衣料品を中心に外出需要は顕著に上向いている。特に、旅行関連ではキャリーケースの販売量が前年の2.5倍となり、以前の水準に戻りつつある。ただし、前年までのイエナカ需要が減少し、特に週末の外出需要の増加により、総菜などの落ち込みが目立つ。
	▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しであるが、来客数が少なくなる時間が増えたように感じる。時間帯や日による変化がみられるなか、給料日にはかなり多くの客が来店する。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・行動制限の緩和があり、外出需要がみられる一方、物価の上昇で来客数に大きな影響が出ている。必要最低限での購入が中心となり、高額な家電を購入するまでには至っていない。
	▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・物価の上昇により、販売量が回復しない。ただし、エネルギー価格の高騰の影響もあり、高額の省エネ製品が売れているため、何とか販売額を確保できている。
	▲	住関連専門店（店長）	それ以外	・毎年4月頃に円安が一段と進む傾向があり、輸入業の当店としては痛手である。さらに、今年は安価で借りていた倉庫が持ち主の都合で売却が決まり、立ち退きを要求されるという予期せぬアクシデントも重なった。当店の立地エリアは不動産投資バブルの状況であり、土地や建物の売買が激しく、その影響を受けている。外的環境の変化により、どんどん商売がやりにくくなっている。
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・値上げをした影響か、受注量が減少している。Web注文限定の送料無料キャンペーンの効果も、以前ほどは出していない。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、その後の予約が減っている。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・国会で増税への道筋がついた部分もあり、景気回復への道がみえなくなっている。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	お客様の様子	・物価の上昇が響いているのか、受講する教科数を減らしたり、休会する生徒が出てきている。
	▲	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）	それ以外	・コロナ禍の影響が少なくなり、観光などは良くなってきた一方、物価の上昇で消費全体は減少している。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・物件価格の高騰で、新築物件の購入検討者の動きが鈍化している。特に、郊外エリアでその影響が大きい。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・行動制限がほぼ解除され、以前の状態に戻りつつあるが、個人客の回復が遅れている。さらに、物価の上昇や統一地方選挙の影響もあり、当商店街では2月末や3月末に閉店する店舗が相次いでいる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候不順もあって客の外出が減り、物が売れない。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・前年から続く補助金制度で需要は見込まれるが、メーカーでの長期欠品による影響で工事が遅れ、対応に余分な時間を費やしている。結果として、営業にも支障が出ている。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・売上は前年比で40%ほど減少している。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8573円となり、3か月前の9344円よりも下がっている。
企業動向	◎	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (近畿)	◎	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベント開催の増加や参加人数の増加もあり、商品の需要が増えている。企業による販促物への引き合いも増えており、先行きに明るい見通しを持っている。その一方、足元の量販店での店頭販売数は伸び悩む傾向にある。
	○	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・例年のゴールデンウィーク前よりも受注が増えている。原料や資材価格の高騰は止まることがないが、増産によって悪影響は少しカバーできている。
	○	食料品製造業 （営業担当）	取引先の様子	・インバウンド効果で飲食店の客足が増え、飲料水の売上が少し良くなっている。
	○	出版・印刷・同 関連産業（企画 営業担当）	受注量や販売量の動き	・イベントの再開などで、問合せや受注量が増加している。
	○	化学工業（管理 担当）	受注量や販売量の動き	・車載関連を中心に、出荷量が増加している。
	○	窯業・土石製品 製造業（管理担 当）	受注量や販売量の動き	・物価上昇の懸念は残るが、3年以上続いたコロナ禍が収束しつつあり、インバウンド効果も出始めている。当社の製品は需要に供給が追いつかず、不足気味であるが、限定的ながら値上げ効果が出てきている。売上は順調に推移しているため、やや良くなっている。
	○	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足や、海外からの部品の入荷遅れの問題も徐々に解消され、自動車関連や各種製造業の生産が正常に戻りつつある。
	○	建設業（経営 者）	受注量や販売量の動き	・利益が少しずつ改善している。案件も徐々に動き出ししており、案件数が増えつつある。
	○	広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量の動き	・年度初めは広告出稿が控え気味となるが、コロナ禍以降でみると、今年の出足が比較的好調となっている。
	○	経営コンサル タント	取引先の様子	・取引先の商店街のほか、市街地の中心部では明らかに人通りが増え、新型コロナウイルス感染症発生前の7割ぐらいにまで回復している。
	○	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・コロナ禍が落ち着いてきたため、動きは若干良くなってきたが、商品の値上げが続くなか、取引先への価格改定の提案にかなり時間がとられている。
	□	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控え、状況は上向くと予想されたが、原材料やエネルギー、その他のあらゆる商品の値上げにより、受注件数は伸びていない。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク前であるが、受注量が少ない。
	□	金属製品製造業 （営業担当）	取引先の様子	・人件費やエネルギーコストの上昇で採算が悪化している。ほとんど全ての仕入先から、値上げの要請がある。
	□	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・継続的な案件は途切れていないが、新規の案件はほとんどない。
	□	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機、エアコンといった主要商品の実売が、総じて前年を下回る状況で推移している。
	□	その他製造業 〔履物〕（団体 職員）	受注量や販売量の動き	・経済の現場は動き出しているため、プラスの効果が見込まれる。ただし、想定よりも回復の動きが鈍く、今後の円安や物価上昇の影響を考えると、プラスの効果ははく落する。
	□	建設業（経営 者）	取引先の様子	・コロナ禍で取引先もダメージを受けるなか、建設資材価格の高騰による計画予算とのかい離が進んでいる。工事の見直しや価格競争の激化も進むなか、計画予算の見直しなどが求められる。
	□	輸送業（経営 者）	取引先の様子	・仕事の量は少し減っているが、以前から交渉していた運賃の値上げが多少は実現したこともあり、経営環境に大きな変化はない。
	□	輸送業（営業担 当）	取引先の様子	・キャンペーンで少し売れていたが、配達件数は増えていない。
□	金融業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・全ての商品が値上がりするなか、業種によってはなかなか販売価格に転嫁できない。	
□	金融業（副支店 長）	取引先の様子	・取引先との会話でも、受注が増えているといった話はほとんどなく、横ばいの客が多い。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・インバウンドが徐々に戻り、その恩恵を受ける企業は業績の回復が進んでいるが、円安と物価の上昇が全く解消できない状況では、根本的に景気浮揚が進むことはない。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・催事での販売がメインになり、経費が増える一方、販売価格は下がっており、収益が圧迫されている。
	▲	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売額は増えているが、値上げの影響で出荷量は大幅に落ちている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月は前月と比べて販売量が減る傾向にあるが、今年は特に落ち込みが大きい。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注案件に対するコストアップへの対応に苦慮している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・非常に幸運にも、当社の取引先は半導体業界が中心で、しかも海外の取引先が多かった。ただし、最近では物価の上昇が広がり、値上がりの悪影響が当たり前のように出始めている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えてこない。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・人気の商店街や、百貨店に近い立地の良い場所でも、1階の店舗が空室となっている。アパレル関係が厳しいため、空室が埋まらず、賃料が下がって景気が悪くなっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・食料品と日用品が、かなり値上がりしている。
	雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
○		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・観光地に外国人客が多く訪れるようになり、観光業も活気があふれるようになってきた。それに伴い、求人数が増加している。
○		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と比べると、インバウンドの増加もあり、飲食店や観光業などは景気が良くなっている。
○		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・令和5年3月の就職件数は、前年と比べて増加している。
○		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3月からは新卒採用の広報が解禁となり、4月からは来年度の採用を見据えたインターンシップ情報の公開が始まった。インターンシップ情報の広告掲載数は、当社でも前年比で大きく伸びている。今年からは、大手就職サイトやインターンシップ情報サイトが、4月からエントリーを解禁したこともあり、業界全体でも企業からの掲載申込みが早くから増えている。
○		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・コロナ禍の打撃を受けた業種からの求人が戻ってきた。内定率も微増となっており、求人も増えている。求人募集の継続の声も多く、企業の業況が好転している。
□		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新年度に入っても、景気は引き続き右肩上がりでも推移している。特にIT関連のけん引が目立っており、プログラム内容の変更などでSEやプログラマーは今まで以上に食い合いとなっている。現状はなかなか企業の要望に応えきれていない。
□		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・繁華街では、外国人観光客を多く目にするようになった。観光業界に活気が戻りつつある一方、食品などの物価の上昇が相次いでおり、消費は一時的に伸びても長続きしないことが懸念される。
□		アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・新年度になり、賃金のベースアップは少しあったが、雇用形態そのものは変わらない。
□		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	周辺企業の様子	・新聞求人には大きな動きは見られない。新入社員の早期退職は以前からあるが、最近では長く勤務した中堅社員の転職が増えていると聞く。転職市場に動きが出ることは経済の活性化に向けて良い傾向であるが、大企業とは異なり、中小企業が賃金を上げることは容易ではない。今後は、勝ち組と負け組の格差が生じる可能性もある。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・コロナ禍が落ち着き、インバウンドが戻って活況を呈しているが、関西企業の広告、プロモーション予算は、3か月前からほぼ横ばいの状況である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・コロナ禍の影響はほとんどみられなくなったが、諸物価やエネルギー価格の高騰により、65歳以上の年金受給者の生活は苦しくなっている。また、兼業や副業を希望する求職者の増加がみられる。一方、企業側ではコストの上昇を販売価格に転嫁しにくい、福祉関連などの業種は厳しい。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比、前月比共に増加となっている。前年比で増加したのは宿泊・飲食サービス業で、飲食店の求人が大幅に増えた。また、運輸・郵便業では、特に道路貨物運送業の増加が目立つ。その一方、減少しているのは不動産・物品賃貸業である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・小売価格の上昇により、景気は後退しているが、求人数の減少はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・コロナ禍の影響は採用面でまだ残っており、インターネット経由での採用活動が浸透している。その結果、大学主催の対面での就職説明会に対する、医療機関からの参加が伸びず、慎重な様子がみられる。それに伴い、求人数も伸びていない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・インバウンドの回復や先行きへの期待、人手不足を背景に、求人への堅調な持ち直しが続いている。ただし、建設業や製造業を中心に、原材料価格や燃料価格が高騰するなか、価格転嫁が進まないことで利益が圧迫されているなど、一部に厳しさがみられる。一方、求職者の動きは、年明け以降の求職活動の活発化に一服感がみられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・ここへきて求人数が少し落ち着いている。特に、50代以上の人材を雇う企業が減っており、就職氷河期世代の人材に余剰感が出てきている。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・新年度に入り、動きが一旦落ち着いている。
	▲	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・中途採用を行う企業数の伸び率が鈍化し、右肩上がりが増えていた状況から変化がみられる。
	×	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍関連の特需がなくなり、通常の求人のみとなっている。求職者数は前月よりも増えているが、マッチングが難しく、売上が減っている。

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人流が回復している。2019年比では来客数の減少が続いているが、減少幅は小さくなっている。外国人観光客も増加しており、数値は戻ってきている。
(中国)	◎	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、来客数が増加している。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・インバウンドが回復しているため、景気は良くなっている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・4月は前月と比べ、来客数や販売量が伸び、価格も上昇している。特に宿泊とレストランは2019年の新型コロナウイルス感染症発生前を上回っている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・小売業の回復が鈍化しているが、飲食業、観光業関連は好調である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、外国人を始めとして、多くの人が外出している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・県外からの来客数が増加している。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・人の動きが少しずつ良くなり、街のにぎわいが戻ってきている。イベントも開催されるようになり、徐々に以前の状況に戻ってきている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・街の人出は増加している。外出や旅行の需要が高まり、買物が増えている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・催しやイベント等に関係なく、平日の来客数が日々増加傾向にある。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円のジュエリーや美術品が売れるなど、景気はやや良くなっている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年をやや下回っているが、商品単価の上昇で、売上は増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・食品等の値上げで1品単価が前年比104%と上昇していることにより、売上も前年比105%と好調に推移している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・物価の上昇に伴い、客単価も上昇している。客の価格に対する意識が高くなっているため、低価格商品をアピールしており、売上の増加に大きく貢献している。
	○	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以前の売上まで戻するには時間が掛かるが、3か月前と比べると、外食や旅行などが動き始め、来客数や販売量が増加している。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が戻ってきている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・4月の販売量は前年比145%と好調だった。
	○	乗用車販売店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、客の行動範囲が拡大し、購買意欲が高まってきている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	競争相手の様子	・来客数は多くないが、微増であり、市場の動きもやや回復感がある。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・3月より客の動きが良くなり、景気は少しずつ好転している。4月に入り、外国人客も増加してきており、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和の影響が出てきている。ただし、高額品の購入やついで買いなどは増加しておらず、客の財布のひもはまだ固い。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3月、4月上旬は、とにかく外国人観光客が多かった。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・3月ほどではないが、以前と比べると来客数が増加し、観光客の来店も増加傾向にある。また、インバウンドについては、ツアーが非常に多く入ってきていることに加えて、今月は個人での来店も増加傾向にある。
	○	バー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息で、景気はやや良くなっている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一時的に落ち着き、全国旅行支援の延長やインバウンドの回復基調の追い風もあり、月内での伸びが見受けられる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・3か月前に予測していたよりも訪日外国人の数が多くなっている。
	○	都市型ホテル（営業企画担当）	来客数の動き	・インバウンドの利用人数がほぼ2019年並みに回復していることに加えて、国内客の動きも活発な状態を維持している。また、客単価も上昇傾向である。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行の申込みがやっと増加してきている。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内個人旅行は好調に推移しているものの、海外旅行や団体旅行はまだ低迷しており、これらが復活しないと数値的には厳しい。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・送別会や歓迎会がかなりあった。また、何か月ぶりに街に出てくる客もいた。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が緩和され、地元客や観光客の行動が活発になっている。5月から新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、新型コロナウイルス感染症の第9波が発生しても、今までのような景気の停滞はない。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価が上昇しているものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことで、客の外出機会が増加し、消費マインドの回復も顕著となっている。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	単価の動き	・前年までと違い、2～3か月先の予約は好調である。ただし、経費の高騰で単価が上昇したことが少し影響しているのか直近の予約が増加しない。特にゴールデンウィークはその傾向が顕著に出ている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・月初めにG1競走が開催されたため、1日平均の売上が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の外出機会が増加している。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3月にマスクの着用が個人の判断にゆだねられることになってから、イベントも3年ぶりに復活し、来客数も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近くなっている。
	□	商店街（理事）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が終息しておらず、生活用品の価格が上昇しているが、人々が精神的に強くなっているため、何とか現状を維持している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークを前に、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加の方向に向かっている。全ての商品が値上がりに向かっており、消費は右肩下がりとなっている。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・都会では人の動きが非常に活発になっているようで、当地域もやや動き出したように感じる。しかし、周辺では諸経費の値上がりや原料調達がままならないことなどで、不安を感じている企業が多い。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・例年、ゴールデンウィーク以降、景気が下向きになる。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比べて売上は回復しているが、来客数は前年を下回っている。値上げの影響で、販売量は前年を1%強下回っているが、平均単価は前年を5%強上回っている。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は増加傾向だが、撤退したショップの影響もあり、店舗全体の売上は前年を下回りそうである。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・想定以上に客の戻りが悪い。3か月前はオケージョン需要や、久々に来店された顧客の購買意欲もあったが、今月は前年並みである。週末を中心ににぎわいがあるものの、平日は閑散としている日もある。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・大きな集客イベントを開催したが、来客数は前年を10%上回っている。若者が多かったが、販売単価は低く、単品の購入が多かったため、売上は前年を10%下回っている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数や業績が前年並みで推移している。外国人観光客の買物もほとんどみられず、大きな変動要素はない。
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・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、様々な物価の上昇といった不安要素が中間層に影響を与え、景気回復の足かせとなっている。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・4月に入り、気候が安定していることで、ゴールデンウィークに向けての関連商材を中心に、客の購買の動きが活発化している。一方で、今まで控えてきた県外エリアへの移動も増加傾向にあるようで、来客数や売上は前年から大きな伸長はない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費はやや良くなっているが、来客数は変わらない。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・商品の値上がりによる1品単価や客単価の上昇で、売上が確保できている状況で、来客数や買上点数は横ばいである。ディスカウント業態のため、客からの価格についての評価は高いが、一般的にはまとめ買いや節約志向が継続している。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増加している。しかし、現場での生産能力が追いついておらず、欠品が多いため、機会損失が発生している。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・日々の食費に対する節約志向は定着し、抜け出す気配はない。来客数は前年並み、平均単価は6%増加、販売数量は3%減少、売上は2%増加にとどまっている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数自体は横ばいであるが、1品単価の上昇で買上点数が減少している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇に給与の増加が追いついていないため、景気に変化はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外出機会が増加しているため、客の心理も改善している。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断にゆだねられることになり、新型コロナウイルス感染症が新たな段階に入ったことで、経済環境が整いつつあるが、客が依然として外出に戸惑っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度となり、売上も減少している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が3か月前と変わらない。
	□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・来客数や販売量は前月並みである。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売額は前年並み、値上げ等が数回あったので、販売量は低下、販売利益も減少している。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は微増だが、客が必要なものだけを購入しているため、買物単価や買物点数が抑えられている。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・来客数は増加していないが、単価が上昇しているため、売上は増加している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3年ぶりに新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がない状況での営業が年始から続き、3月、4月は好天にも恵まれ、順調であった。しかし、4月の2週目以降は、度重なる生活必需品の値上げや光熱費の上昇で、客の生活防衛意識が高まっている。ディナータイムの来客数は月を追うごとに良くなっているが、ランチタイムの来客数は今月に入り、前年割れとなっている。
	□	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると景気が下向きとなっている。
	□	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援が延長になったため、3か月前と変わらず好調である。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・前月や月初めは忙しかったが、現在は、人の動きが落ち着いていて、特に夜の乗車は少ない。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新年度としての好調さではないが、1年前の同時期と比べると、引き合いや販売数が多くなっている。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・料金の延滞も、その後の回収率もほぼ横ばいである。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の節約や自粛が少しなくなっているが、まだ、客の来店頻度は低い。
	□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・建築コストが高騰しているため、工事契約に至るまでの動きが悪い。平均的な住宅でも坪単価が100万円を超える見積書が出てきている。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・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、諸物価の上昇や建築費の高止まりなどにより、住宅の引き合いが低調な状況が続いている。
	□	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・世間がウィズコロナとなり、人流は活発になったように見受けられるが、物価高騰の影響が垣間見え、景気回復に至っていない。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・高額商品の売行きが悪く、購買単価が低下している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少なく、売上に繋がっていない。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の買上点数が減少している。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価は余り変化してないが、来客数や買上点数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、既存店の売上は前年を上回っているが、来客数や1人当たり買上点数は前年割れが続いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・商品の値上げが続いているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が前年割れで推移し、今後も改善が見込めない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・生産の流れは良くなったが、来客数や販売量が圧倒的に少ない。
	▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・生活防衛のためか高額品が売れない。購買が2極化している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資金に余裕がない客が増加し、資材高騰分の追加予算に対して慎重になっている。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・集客企画の実施の際に、引き合い数や来客数の減少を実感している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が3か月前と比べ、減少している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・4月から各商品の仕入価格や販売価格が値上がりしたことに伴い、客の買い控えが多くなっている。また、客の購入商品が中高級品から廉価商品に移行しているため、売上が減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・来客数が少なくなり、購買単価が低下している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり減少している。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・相次ぐ値上げで客が買い控え傾向にある。
	×	テーマパーク（管理担当）	それ以外	・国の政策の効果が出ていないため、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産が好調である。
	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
	◎	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの引き合い量や視察回数が増加している。新年度に入り、計画的な投資に向けた動きが活発化している。電気料金の高騰など、マイナス要因はあるものの、取引先の動きは活発化している。
	○	繊維工業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・新年度を迎え、卒業、入学、転勤など人の動きが活発になり、そうした行事に必要な消費活動が行われている。
	○	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の価格高騰が継続している。新規物件については価格上昇局面を認識した交渉を進めている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、客の動きが良くなっており、受注量も増加している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気状況に影響を受けてきたマーケティング関連分析業務が増加してきている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・注文量などは特に変わりはなく、量に対する単価の変動も今までと変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・同業種には、4度の値上げを実施したが、原材料費や電力料金等が大幅に上昇しているため、値上げ効果がない企業がある。人手不足による人件費の高騰もあり、景気は一段と厳しくなっており、中小企業には廃業を考える企業も出ている。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・様々な制限が緩和されているが、様子見の状況が多い。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大型注文の製造に着手した状況である。鉄鋼業向けの需要が回復しないため、生産量に変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が低調である。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・ここ数か月大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・1月以降、生産能力以上の受注に対して、超過勤務で対応している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・現段階で需要に対し生産がおおむね計画どおり進捗している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル向けの配向膜塗布装置や消耗部品は減少傾向にあるものの、電子部品実装の需要や量産製品等は堅調に推移している。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・大きなプラス要素や各取引先の目立った動きもなく、状況に変化はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・需要は堅調であるが、一部業種では物価上昇による価格転嫁の影響を受ける可能性がある。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新年度になって、日用品などあらゆるものが値上がりし、消費者の購買意欲が減退している。新型コロナウイルス感染症に関する規制緩和の影響もあり、観光や飲食は少し持ち直しているようだが、住宅関連はしばらく厳しい状況が続くようである。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属価格の下落や電子材料素材関係の受注減少が続いている。
▲	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・インフレが続き、需要が後退傾向にある。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅需要の時期の関係もあり、前月と比べると、来客数や成約件数が大幅に減少している。3か月前と比べると、来客数はほぼ横ばいだが、成約件数は約88%まで落ち込んでいる。また、前年比では、来客数が約88%、成約件数が約93%となっている。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	*	*	*
(中国)	○	人材派遣会社（副支店長）	求人数の動き	・企業からのオーダーが増加し、以前の状態に戻りつつあるが、人材不足は変わらずマッチングに苦戦している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊業や飲食サービス業の求人数が、前月や前年同期と比べ大幅に増加している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・募集側が提示する年収の範囲と求職者の希望する年収が一致しなかった場合、上限年収を引き上げても内定を出すケースが徐々に増え始めている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・3か月前と比べ、転職活動が活発化している。ただし、時期的に転職決定者の数が増加しているため、4月の転職相談数は前月比93%と少し落ち着いてきている。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・製造関係の求人数が増加傾向にある。
	□	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・景気の先行きが不透明感なことから、自動車や半導体など一部の業種で、求人絞りの動きがあるものの、全体では人手不足の状況は変わらず、求人数は比較的高い水準で推移している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・企業の求人数に大きな変化はないが、求人と求職者とのマッチングは進んでいない。地方では原材料や物価の高騰への備えが優先され、賃金引上げが抑えられているため、先行きの不透明感は拭いていない。
	▲	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理件数は前年比で2.5%減少しており、新型コロナウイルス感染症発生前の3年前と比べても11%以上減少している。産業別にみると、運輸業や宿泊業が前年比20%以上減少している。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・スポーツイベント等における人流も良くなっており、新型コロナウイルス感染症発生前まで来客数が回復している。
(四国)	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・客の通行量が増加し、街には活気がある。物価の上昇はあるものの、イベント等の開催数が増加し、客は外出や会食、買物、レジャー、旅行等を楽しんでいる。また、それらに付随して衣料や雑貨の購買数も増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いたこともあり、歓送迎シーズンと花見の影響で飲食にも人が流れてきている。また観光客の増加やクルーズ船の入港もあり、にぎわいにつながっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・行動制限の緩和後、初めてのゴールデンウィークで、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行もあり、客の様子が良くなっている。ただ物価上昇等の不安定な要因があり経営的には難しい状況が続いている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・祝い用商品の注文や予約の数が増えた。繁華街の空き店舗だったところの開店が多くなっている。人通りも少しずつ増えてきている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数と買上点数の動きはやや鈍いが、値上げによる1品単価の上昇の影響により売上は前年比で増加している。
	○	スーパー（財務担当）	単価の動き	・1品単価の上昇が、買上点数の減少を上回り、前年を上回る売上となっている。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・人流が良くなり、徐々に来客数が増加している。また販売価格の上昇に伴い客単価の上昇が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	衣料品専門店 (営業責任者)	販売量の動き	・売上が良いということではないが、前年と比較して15%程度売上が増加しており、来客数についても徐々に増加している。年配客の動きが悪いが、その動きが改善してくれば更に良くなるのではないかと考える。
	○	家電量販店(副 店長)	単価の動き	・来客数と一部販売量は前年を下回っているが、物価高騰の影響により商品単価が上昇し、全体売上の増加につながっている。
	○	乗用車販売業 (営業担当)	単価の動き	・生産台数の回復により新車が届くようになった。
	○	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・メーカーの生産状況が国内向けにシフトしているため、年内については特に問題なく販売が継続できる見通しである。
	○	その他小売 [ショッピング センター](総 務部担当部長)	販売量の動き	・人流の回復を受け、客の利用は回復傾向にある。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・客単価は1品単価の上昇以上には上がっていないが、客足は回復傾向にある。
	○	観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束や全国旅行支援に伴う好影響が続いている。
	○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊を中心に来客が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今春は、四国遍路の仕事がたくさん入ってきていることと、全国旅行支援の影響もあり、売上が伸びている。街においても聞くところによると、今までよりは人の動きが良い。全体的に以前よりは少しプラスである。
	○	通信会社(社 員)	それ以外	・人の動きが多少活発になっている。
	○	美容室(経営 者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前になり、客がかなり動き始めた。
	○	美容室(経営 者)	お客様の様子	・ゴールデンウィークに出掛ける予定の人の話をよく聞いており、人が動き出している。
	□	スーパー(店 長)	単価の動き	・1品単価、買上点数に変化はみられない。
	□	スーパー(統括 担当)	来客数の動き	・来客数は前年並みを維持している。また、値上げの影響で、単価上昇の分だけ、売上が増加している。
	□	スーパー(人 事)	販売量の動き	・値上げによる買い控えが発生するとみられたが、そこまで大きな変化はなかった。
	□	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・売上は横ばいである。その理由は、コロナ禍が落ち着き、人の行動が比較的自由になったものの、県外の大きな店に客が流れているためと考える。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・今月の新車販売台数は前年並みである一方、受注台数は前年を下回る状況で推移している。
	□	通信会社(営業 部長)	来客数の動き	・販売数は大きな減少はみられない。春の新生活需要も特に大きな落ち込みはみられなかった。
	□	設計事務所(所 長)	販売量の動き	・特に変化はない。
	▲	商店街(代表 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況の沈静化により部分的に回復方向にあるが、しばらくは新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻るよりも、感染再拡大が起こりうる可能性の方が高い。
	▲	一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・飲食店への販売が少しずつ戻っているが、家庭用商品については値上げが続き、客が買い控えをしているのか、販売量が低迷している。
	▲	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・来客数の減少に伴い売上が減少している。客の買物エリアが広がり分散しているためと考えている。
	▲	コンビニ(商品 担当)	単価の動き	・原材料・輸送費の値上げであらゆるカテゴリーの商品単価が上昇しており、購買数などの減少につながっている。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・景気が良くなっている実感は余りない。電気代や水道代も値上がりし、客が金を使うことをためらっていると考えられる。一方で、インバウンドについては、そこそこ良いと考える。
	▲	家電量販店(店 員)	販売量の動き	・新生活需要が落ち着き、季節商材も低迷している。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・客の話から、4月の新入社員の歓迎会の状況は新型コロナウイルス感染症発生前の状態までには戻ってはならず、減少気味である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響が続いており、遊興に回せる余裕資金が厳しい状況とみられる。
	×	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・新学期の販売は、店頭売上と外商売上共に前年を下回った。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・前年秋から新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況になってきたが、全国的に人出が増加したことに伴い、3月以降、小売店からの発注が一段と活発になっている。特に海外からの観光客が急増しており、観光地で外国人に人気の商品の売上が増加している。前年来、一部商品は値上げをしているが、現状では値上げによる影響はみられない。
	◎	金融業（副支店長）	取引先の様子	・燃料価格や原料価格の値上がりや賃金上げの影響はあるものの、来客数の回復や販売価格への転嫁も進んでおり、業績は改善傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー等の環境に関する仕事において、竹から作る特殊飼料を開発した。認可が得られたので、売上につながっている。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外イベントやボランティア活動について、新型コロナウイルス感染症の対策を一定程度は求められるものの、従来に近い形での実施が増加する傾向にある。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、需給バランスに対する価格への反映が、値上げすることには鈍く、値下げすることには敏感な状況が続いており、改善の方向がみえない。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格及び製造経費（工賃・燃料費・電気料金）の上昇に伴う受注価格の値上げ交渉の進捗状況は7～8割程度である。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度初期のため公共事業の発注がまだ先であり何ともいえないが、現在は繰越し業務等が、手持ち業務として施工中であることから、売上は例年と比べ大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注が少ない。民間も良くない。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・良い雰囲気だが人手不足が怖い。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば3～4月は、進学・卒業や就職に伴う移動や企業活動に伴う人事異動等により引越し需要が増加する時期であるが、支出を抑えるために、料金値上げを行ってきた引越し専門業者に引越しの依頼をせず、レンタカーを用いて自前で引越しを行う人が、以前にも増して多く見受けられた事や、それらの人流に係る生活消費財の購買も低迷していることから、従前にはない一般消費者や企業、とりわけ中小・零細企業による節約志向の高まりがある。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が大きく減少している。注文住宅市場は約10%程度減少し、ここに来て分譲住宅の販売の鈍化も加わり、各社着工の抑制を行っている状態である。今後の回復に期待する。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ引き下げられる見通しとなり、消費者は解放感のなかで春休み、ゴールデンウィークと新型コロナウイルス感染症発生前と同様の行動に戻っている。地域のイベントや公共施設での催しなどに、県内外、海外からも人が流れ込み、景気も良くなっている。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・業界を問わず求人数が増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣会社に依頼する企業（求人数）は一定数あるが、派遣会社に登録する求職者数は少ないため、就労につながらず景気が低迷する。
	□	職業安定所（求人開発）	採用者数の動き	・就職件数が前月比50%以上伸びており、前年同月比でも10%以上伸びている。
	▲	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・求人数は変動はあるものの大きく変わっていないが、求職者数が少ないため、採用に至っていない企業が各業種で多い。特にアフターコロナの景気回復を狙う観光や飲食等のサービス業界での人手不足が深刻である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・物価の上昇により、企業の求人広告が明らかに鈍っている。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・乗客数や販売量及び単価共に良くなっている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊やレストランでは、国内外からの来館者が、3か月前と比べ増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・人が動きやすい季節になれば、経済も必然的に上向いていく。飲食店や小売店の来店が多くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症がかなり収まりつつある。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、商店街の来街来客数が増加したことにより、店の来客数も増加し、売上が上向いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症発生の影響で、人出は少なくなっているが、高齢者のお得意様の来店頻度が極端に減少している。購入単価が低くなっており、売上が伸びていないことから、物価高騰の影響が原因だと予想される。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者数が増加している。今までは来客があっても購入までに至らないことが多かったが、最近では好みの商品があればすぐに購入しており、動きが出ている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・年度初めから何かと経費関係の支出がある。また、新型コロナウイルス感染症が収束し、大手企業の商品拡販が増加している。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍では、必需品のみや目的買いの客が多かったが、春休みや土日は、複数での来店が多くなり、目的以外の商品を回遊している様子が見受けられる。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて、5%増加で推移している。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・婦人服や宝飾時計の売上が回復しつつあり、催事等を含む食料品の売上も良くなっている。また、食堂の売上も、来客数の増加に比例して堅調に推移している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるため、客の外出意欲が増し、来客数が増えている。春休みやキャンペーン、大型物産催事開催で来客数が増加し、にぎわいも出ており、購買も多くなっている。また、プレミアム付商品券や友の会の効果もあり、商品価格の上昇をカバーしており、全国旅行支援やクルーズ船来港で国内外からの旅行により街のにぎわいが増加し、県特産品の土産や記念品、免税手続が増えている。行楽を控えスポーツや紳士婦人雑貨に加え、化粧品や子供用品など自家需要商品の購入単価及び客単価は好調を維持している状態である。家族での来店が増え、大食堂や喫茶店も混雑しており、買物を楽しむ姿が増えている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、新型コロナウイルス感染症発生前と同等なイベントを活発に実施できるようになり、集客につながったことが来客数の増加になっている。ただし、懸念としては販売点数が伸びていないことである。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類になるが、既に人流が回復し活発化している。食品部門では内食は減少傾向であるが、物価高による単価上昇が売上を押し上げている。衣服住部門では、主力であるファッションアウターを中心に回復傾向にあり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までには及ばないものの着実に回復している。
○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・値上げによる単価の上昇や買上点数減少の流れは変わっていないものの、人通りは多くなり、来客数がこれまでより伸びている。都心に近い店ほど来客数や売上は増加している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されることになり、日常生活がほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・人流も戻り、通勤通学での利用は新型コロナウイルス感染症発生前と同水準に戻っている。しかし、在宅ニーズ型商品の酒類、加工食品など夜の時間帯の販売は下降しており、ファーストフード型のおにぎり、パン、揚げ物の売上が伸びてはいるが、価格上昇の影響によるためである。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品値上げの状況に慣れてきているため、来客数の増加や購買意欲が高まっている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和が、良い方向に向かっている。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年と変わりがないが、商品単価が上がっているため、客単価が上がり、売上が伸びている。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの旅行や食事会等外出用の服を求めに来る客が増えている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産が順調になり、配給が多くなっている。新車販売の増加とともに、下取車が増え、中古車販売も好影響を受けている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・需給改善を行っているため、販売量は引き続き好調である。
	○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	お客様の様子	・気候が穏やかになり、来客数が若干増加している。前年比でもやや増加している。
	○	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（支配人）	お客様の様子	・アパレル業界では、4月に入り3月からの気温上昇により、順調な推移をみせる店舗が多くなっている。また、5月には新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるため、売上は伸びると予想される。規制が緩んだゴールデンウィークとなるため、外出も多くなり、衣類購入も活性化している。旅行代理店でも全国旅行支援の後押しを受け、比較的回復傾向である。エネルギーの高騰もあり懸念されるが、消費動向は悪くない状況である。
	○	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（統括者）	来客数の動き	・国内外の観光客の戻りが、売上に大きく影響しており、上昇傾向である。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当市では新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり少なくなっているが、都心部では増加している。インバウンドも多くなり、また、卒業旅行や5月の総会などの利用が見込まれるため、状況が良くなる。
	○	その他飲食の動向を把握できる者 [酒卸売]（経理）	販売量の動き	・繁華街の人出も多くなり、酒類販売量も増えている。この状態にインバウンド需要も更に加われば、新型コロナウイルス感染症発生前の状況を超えると想定される。まだ、昇給までは至っていないが、この状況が続くと更に景気は良くなる。しかし、原価高騰もあり先行きは不透明である。
	○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・3か月前と比較すると4月の売上が減少している状況であるが、宿泊やレストラン、宴会の受注は伸びている。3月13日にマスク着用が個人の判断となり、5月8日には新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるなどの情報が景気を後押ししている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・団体旅行や企業のインセンティブツアーの引き合いが強く、旅行需要がますます旺盛になっている。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、海外旅行の販売量が増加している。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前の人の動向になっているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が全く増えておらず、更に経済活動が活発になる。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると徐々に売上が良くなっている。暖かくなると外出が多くなり、おしゃべりするようになる。そのため、店が忙しい状況になっている。客のマインドが明るくなっており、景気回復傾向である。
	○	美容室（店長）	お客様の様子	・遠方より里帰りする人が増え、グループで食事会をする機会が多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	来客数の動き	・工場の来客や検査官など発注主対応のためのゲストハウスを運営しているが、1月下旬から、使用率が高くなっている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波は収束傾向となっており、マスク着用の緩和や5月8日から新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ引き下げられることもあり、サービスをキャンセルする客が減少している。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、商店街や駐車場、公共交通機関の人数が増えている。人が動くことで、金も動くため景気は若干良くなっている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数や販売額に余り変化がない。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の火災後のがれきが撤去され仮設店舗ができたが、面積が狭いため限られた量の商品しか出せず、客が満足して買物ができない状態が続いている。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・気候が安定し、商品の入荷量も安定しているため、相場は落ち着いている。状況が大きく変化する材料がないため、2～3か月はこの状態が続く。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・魚が少なく、個人の店には来客数が少なく利益が出ていない。現在、景気が良いのは、ごく一部の市場だけで、全体的には景気は悪い。個人で対応できることは少なく、国や県などが抜本的な海の対策を講じなければ漁獲量の減少は止まらない。
	□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症関連の対策が緩和され、行動範囲が広がることで衣料品や雑貨の需要は一定程度あるものの、来客数や購買単価は緩やかに減少している兆候が見受けられる。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・行動規制もなくなり、新しい生活様式の動きになっているものの、来客数を含めて大きな改善はみられていない。状況を見定めている客が多く、買物意識は回復していない。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・1品の単価は上昇しているが、1人当たりの買上点数は減少している。また、低単価商品の購入傾向がみられ、生活防衛の意識が高まっている。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食料品の値上げによる商品単価上昇等により、売上は前年比プラスで推移しているものの、来客数や買上点数で前年比を下回っており、決して良い状況ではない。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上に変化はないが、3か月後を期待している。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客が全く来ない日もあるが、今月に入り景気が戻ったように売上が良い日もある。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前と比較すると気候も良くなり、旅行が容易になっている。外出の機会も増え、来客数が増加しているが、購入までには至らず、財布のひもは固いままである。
	□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自治体のDX化が進んでおり、引き合いは増えている。
	□	住関連専門店（経営者）	単価の動き	・今月は、久しぶりに催しがあり、それなりに人出はあったものの、売上は前回と比較すると大幅に減少している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・地元の人の流れは、連休を前に控え気味であるが、インバウンドや国内旅行者の人数は順調に回復しており、全体の活性化は新型コロナウイルス感染症発生前に回復している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・夜の繁華街の人出が徐々に戻っているが、利用時間が集中しているためタクシーの台数が追いつかない状態である。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・韓国からの来場者は減少したが、地元客の来場が順調に推移しており、前年から引き続き入場者を維持している。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量に変化はなく、横ばいで維持している。
	□	学習塾（従業員）	お客様の様子	・保護者の様子には、特に変化がない。
	□	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）	来客数の動き	・地域における人の動きや催しなどが増えているが、フィットネス事業への入会は、減少のまま横ばいで推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築するための材料や製品の単価上昇が続いている。また、食料品などの生活必需品の価格も上昇している。それに反して、仕事の対価は上がらないため、景気の良さを感じない。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来場者数や資料請求は増加傾向にあるが、決算も終わり今は受注もやや控えめの状況である。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・4月に入り客足が止まっている。原因を模索しているが不明である。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・例年では繁忙期のため受注が多い時期であるが、新型コロナウイルス感染症の発生から受注も少なくなり売上は減少している。一部の企業では、新型コロナウイルス感染症発生前までに回復しているが、中小企業や小売店の現状は厳しい。穏やかな気候となり外出も増えてきているが、来客数は減少している状態である。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・客の消費動向が外に向かっており、明らかに来客数が減少している。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・コストパフォーマンスを求める客が増え、単価が下がっている。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月のエアコンディショナーの売上が悪く、また、テレビの売行きも少なく、沈んだ状況になっている。
	▲	家電量販店（従業員）	単価の動き	・来客数は前年と同じ数値で推移している。しかし、売上では値上げによる購入単価の上昇を予測していたが、購入単価の下落が続いている。
	▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・4月は選挙が2回行われたため、企業関係で利用が少なく、かなり苦戦している。週末に数件の団体客があったため助かったが、全体的には厳しい状況である。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・当社だけではなく、多くの同業者も4月前半から中旬にかけて、かなり低水準で売上が推移している。
	▲	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、連休直前は来客数が減少するが、今年もその傾向である。全国旅行支援がまだ続いており、その効果が出ている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・従来3～4月は書き入れ時だが、例年ほど販売件数に伸びがない。
	▲	設計事務所（代表）	単価の動き	・物価や金利が上がり、消費者のマインドが低くなっている。
	▲	住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・新規住宅が以前の半分になっており、市場の動きがない。
	×	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・2月頃より節約志向がみられるようになり、長期化している。ついで買いがめっきり減っている。
企業 動向 関連 (九州)	◎	*	*	*
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度になり、注文数は多いが、鳥インフルエンザによる原料不足で100%供給できない状態になっており、売上計画は90%の達成で終わりそうである。利益は、値上げによりどうにか計画を達成しているが、取引先に対し満足できる供給ができず危惧している。
	○	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・工場の縮小や外国人研修生の減少から、国内の生産能力が減り、メーカーの取り合いになっていくことが懸念される。先行して仕事の注文を受けていたため、安定した生産ができている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注で国内外向け電池案件の引き合いが増えている。半導体製造装置関連では、限られた分野向けのため、落ち込みは少ないものの、汎用品向け分野での落ち込みがみられる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・電気自動車モーター関連やパワー半導体分野での引き合いは継続中である。新型コロナウイルス感染症の影響は完全に払拭されている。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2023年2月以降、生産計画に対し大幅な減産もなく、計画同等の生産が実現できている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅や家電販売は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加しており、そのほか、飲食店や旅館・ホテル等の売上也着実に持ち直している。また、賃上げに踏み切る企業が増加するなど雇用・所得環境も次第に改善している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流が活発な状態が続いており、前月末の地下鉄の延伸開業も後押しとなっている。このような背景もあり、宿泊サービス業では高稼働を維持するなど、サービス業の回復基調が続いている。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類され、行動制限のない平時へと向かうが、既に人の動きは活発化している。
	○	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・通販関連の新聞広告が順調に推移している。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており、3月の売上は前年比を若干下回っているが、景気マインドとしては3か月前と比べて良くなっている。
	○	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・物価高騰により安価な商品を買う傾向にはあるが、高価なものも一部では売れ始めている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節に応じて加工品の種類が変わるが、全体的に受注が堅調に推移している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社では、従来の状態は変わらないが、取引先の体制や協力工場の編成が変わっている状態である。しかし、現状を維持しており、恐らく3か月後には安定すると予想され動きが出てくる。
	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・半導体が弱く伸びていないが、パワーデバイス系が若干好調である。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・米国を始め諸外国の自動車産業の回復があり、自動車関連の輸出は回復傾向にある。しかし、食品や雑貨等の生活関連品は依然低調である。飲食関係も少しずつ回復しているが、消費者のニーズが以前のようになく、閉店時間も新型コロナウイルス感染症発生前より早くなっており、景気回復にはまだ時間が掛かる。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3～4月は、急激な物価上昇が消費を停滞させているため、予測した量より出荷量が少ない。また、1～2月は例年より出荷量が多かったことも要因と考えられる。景気が良いとも、悪いとも判断が付かない状況である。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・光熱費や食料品など、相次ぐ物価上昇が消費マインド向上の足かせとなっており、地元中小企業の賃上げの動きも勢いに欠ける。街中のイベントが増加傾向にあり、各地の人出には回復の兆しがみられる。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注金額や件数共に変化がみられない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の状況から、新しい動きに取り組んでいるとは考えられない。
	□	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・物価上昇や仕入価格、燃料の価格高騰は高止まりしており、3か月前と比べても大きく変動はない。取引先では、価格転嫁を早急に進めており、設備投資の抑制になっている。
	□	その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役）	取引先の様子	・当県などの市町村の街づくりや福祉関係の調査、計画の委託業務について当初予算をみると、予算化されている事業が前年より多いが、大半は市町村に策定が義務付けられている高齢者や障害者に関する調査や計画である。4月中の発注は少ないが、入札やプロポーザルによるため、受注要領が不明な状況にある。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ガスや電気の値上がり著しく、加えて、陶土や原材料も値上がりしたため、2割ほど価格改定を希望しているが、市場として受け入れてもらうことが難しく、受注関係が若干落ち込んでいる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・需要減少により客の在庫調整などがあり、景気がやや悪くなっている。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・手持ち工事を持っている業者は良いが、公共工事のゼロ債や早期発注、民間工事を受注できていない業者は厳しく、ゴールデンウィーク明けまで我慢が必要な状況である。市の発注予定は発表されているが、県の発注予定が未定のため、早い発表を望んでいる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の銀行員等の会話では、新型コロナウイルス感染症に伴う融資の返済が始まり、経営が厳しい企業等が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫調整や米中貿易摩擦の影響で半導体製造装置の需要が落ち込んでいるため、主要取引先からの受注も激減している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人の外出が増え、イベント発注が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・街に観光客が目立つようになっているが、休日の交通量は特に増えたという印象は受けない。ゴールデンウィークに期待したい。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・通勤電車が混むようになり、インバウンドを含めて人が動き出している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の行動規制もなくなり、人の往来が活発化している。ホテルの予約も取れにくい状態で、飲食店などにもにぎわいが戻っている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着くとともに観光客も増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の人員体制の業種が多く、慢性的な人手不足で、求人広告を出しても人が集まらない状況だと経営者が嘆いている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の大卒求人倍率は1.71倍になり、2023年卒の1.58倍より0.13ポイント上昇している。全体の求人倍率は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年卒、2020年卒でそれぞれ1.88倍、1.83倍となっていた時期の水準に近づきつつある。2023年卒の採用拡大に慎重であった中小企業では、今年は採用意欲が回復している。また、建設業や流通業で求人倍率が大きく上昇している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が若干落ち着いているが、急激な減少ではなく、ほぼ毎月横ばいである。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・2024年度卒業生の就職活動も本格化しているが、前年より早く内定をもらっている学生が多く、現在行われているセミナーへの参加数が減少している。また、当社の就職サイトへの掲載だけでなく、大学への求人も増えており、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、一気に回復してきた印象を受ける。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・労働力人口の減少など環境の変化もあるため、今後の景気に対する影響が懸念される。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・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により、新型コロナウイルス感染症関連の業務が減少していく可能性がある。既に求人数が3か月前より減少しており、売上や派遣稼働率が下降している。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者では特に雇用保険の手続をしている失業者が増加している。
	×	—	—	—

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・インバウンド客も、国内観光客も増えている。
	◎	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・前月までは春休みがあり、またクルーズ船の寄港が多く好調であったが、今年より新年度ともあって中旬までは予想より伸びていない。中旬以降は客足も戻ってきているが、前月並みとはいえない状況である。
	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・陶器の注文数が増えている。観光客が戻ってきていてゴールデンウィークの準備もあると考えるが、全体的に県内作家の陶器需要が増えていることも影響しているかもしれない。
	○	百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・菓子の人気ブランドのポップアップ出店や4年ぶり開催の夏の北海道展など、食の催事を強化した結果が客の動員につながり、食品部門を中心に売上が底上げされている。また、徐々に免税売上も伸びてきており、国内外の観光客増加もプラスに働いている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前月の売上実績が、2年ぶりに前年比の売上実績を超過している。来客数が前年比103.8%と大きく増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（販売企画）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増えてきている。また物価高騰により客単価も上がっている。そのため売上も増えている。しかし電気料金値上げ、人件費の増加、商品の原価値上げ等による経費の増加により利益確保は厳しい状況でもある。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がないことで人の動きが活発になって来客数が増えてきている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援や新型コロナウイルス感染症の沈静化によって来客数が増えてきている。
	○	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する規制の緩和に伴い来客数が増えて、観光客も増えている。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊予約は、全国旅行支援の助けもあり堅調に推移している。料飲部門の利用についても、企業による宴会が徐々に増えている。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・出張や団体旅行などの予約が少しずつ増えている。しかし、交通機関、宿泊などの価格がかなり高めに設定されていることもあるため個人旅行の部分については伸び悩んでいる。
	○	住宅販売会社（役員）	来客数の動き	・コロナ禍を意識することなく日常生活を取り戻している様子が見え、不動産物件を検討する顧客も日々増加傾向にある。
	□	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・全体的な商品の値上がり、客の消費意欲を低下させている。電気代の上昇などで生活防衛意識は一層高まっていることも要因である。商品群としては、生活必需品ではないデジタル家電の低迷が続いている。
	□	乗用車販売店（経理担当）	来客数の動き	・客の購買意欲は衰えていない。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・新規の住宅建築相談件数が減少傾向にある。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・4月に入って、例年と比べて平日の入客数が急激に落ちている。週末は例年並みで満席になっている。連休前は地元客の買い控えが影響している。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの1月の販売室数が前年比280%増加なのに対して、4月の販売室数は同177%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数の前年比が70%と大きく落ち込んでいる。来客も少なく厳しい状態となっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響で、厳しいところがある。一部は良くなったという話も聞くが、なかなか客の戻りが悪いようで、個人店は各々四苦八苦しているようである。
	企業動向関連	◎	—	—
(沖縄)	○	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・清明祭り用オードル等具材が、今年は新型コロナウイルス感染症による制限がなくなり参加人数も増えたのか、前年と比べ好調である。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・高額リフォームの相談、契約が増えてきている。
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼は3か月前より若干増加しているが、前月と比較すると横ばいの状況である。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用関連	◎	—	—	—
(沖縄)	○	人材派遣会社（総務担当）	それ以外	・入域観光客数の増加により観光業界に活気が出てきて景気が良くなっている。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・3月より始まった新卒の採用活動において、選考試験の最終結果が徐々に出てきており、内定をもらう学生が増えてきている。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	求人数の動き	・年明け以降、中途採用において全体的に求人数が増え高止まりしている。人手不足のなか、計画どおりの採用ができていない企業は少なく、応募者が集まりにくくなっている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	それ以外	・県外からの往来も再開し人の流れは感じているが、物価高などが足かせとなっている印象を受ける。
	▲	—	—	—
×	—	—	—	—