

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの分類が5類感染症になることで、これから人の交流がますます増えることになり、コロナ禍前の水準に近づくことになる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・5月に新型コロナウイルスが5類感染症に移行することから、これまで抑制されていた観光需要が一気に回復することになる。コロナ禍前には食と自然を求める多くの観光客が北海道を訪れていたことから、今年は夏季の繁忙期が戻ってくると期待している。
	◎	観光名所（従業員）	・修学旅行の予約が入っていること、豪華客船の寄港がみられ始めていることから、コロナ禍前の風景を取り戻しつつある。また、インバウンドもアジア圏以外の欧米からのツアー予約が以前よりも増えており、より期待を持てる状況となっている。当たり前の日常が戻ってくるのは間近とみられる。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ツアー客の予約状況から、今後も新型コロナウイルス感染症による影響が限定的なものになれば、前年をはるかに上回る輸送量が期待できる。
	○	商店街（代表者）	・今後については、当地の夏祭りの時期となるため、郊外や近隣町村からの来街者が増加することになる。また、学生の夏休み期間でもあるため、遊興を目的とした若年層の来街も多少は増加することになる。
	○	商店街（代表者）	・観光は順調に回復している。海外旅行への不安がまだ残っていることから、観光客の目が国内観光に向けられており、しばらくは国内消費が続くことになる。また、北海道の観光資源が乏しい時期にもかかわらず、外国人観光客の入込が順調に推移していることもプラスである。これから新緑のシーズンを迎えることで一層の入込増加が期待できる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後、売上の回復傾向に勢いが出てくると期待している。ただ、過去何回か期待を裏切られてきたため、やや控えめにとらえている。
	○	百貨店（販売促進担当）	・気温の上昇に伴い、春物衣料の売上が堅調に伸びている。このまま新型コロナウイルス感染症に関連した制限の緩和が進めば、来客数がますます増えることになり、買上客数も順調に増加することになる。
	○	百貨店（マネージャー）	・客の動向を注視する必要はあるが、これから大きな販促企画を予定していることなどから、景気はやや良くなる。
	○	スーパー（店長）	・これまでの世の中の制限が全体的に緩和されつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	スーパー（企画担当）	・観光客の増加など、人々の行動が活発化することが見込めるため、今後の景気は良くなる。ただ、物価高騰がおもしとなり、全体では若干の景気回復にとどまるとみられる。
	○	スーパー（役員）	・客の節約志向は強まるとみているが、それ以上に外食から内食へのシフトが強まるとみられ、売上の増加が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後の景気はやや良くなる。来客数が少しずつ回復していることが一番の要因である。ただ、物価上昇に見合った賃金の上昇がなければ、消費は縮小する一方である。客に何とかもう1品購入してもらえようようにすることが売上回復に向けた最重要課題となっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークの人の動きがコロナ禍前に近い状況となっているため、今後の景気はやや良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・観光客やイベントの増加に伴って、これから夏場にかけて来客数が増加することになる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今後もアフターコロナに向けた行動が続くとみられることから、景気はやや良くなる。
	○	衣料品専門店（店長）	・今後も人の動きが活発になれば、これまでのコロナ禍における買い控えの反動で一定数のシャツやスラックスの買換えを期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少、マスク着用の見直しなどで解放感が出てきているため、今後、気温の上昇とともに、夏物家電の売行きが上向くことを期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足の影響は続くともみられるが、第2四半期も堅調な販売を維持できるとみられる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今が景気の底であり、今後の景気は下げ止まることになる。旅行業界など、様々な業界でこれから金が回るようになれば、物価高の影響も落ち着くようになり、景気も上向くと期待している。新型車が出ることも受注量の増加に向けてのプラス材料となる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・先々の予約が増加しており、売上、販売量共に期待できる手応えがある。また、全国旅行支援に頼らない形の予約が増えており、客単価も上昇しつつある。状況分析に際して、比較対象が前年ではなく、コロナ禍前になりつつあることも回復傾向の表れである。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響による最近3年間の旅行中止の反動もあって、徐々に団体旅行の相談が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になることが契機となり、法人の団体旅行気運が更に高まると期待している。ただ、海外旅行の需要回復にはまだ時間が掛かるとみられる。
	○	タクシー運転手	・インバウンドや国内観光客の問合せなどが徐々に増えていること、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になることで業務を行いやすくなることから、今後の景気はやや良くなる。行楽シーズンを迎えることもあって期待は大きい。
	○	タクシー運転手	・乗務員の充足状況次第ではあるが、ゴールデンウィークの観光予約が堅調なことから、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・売上がコロナ禍前の6～7割の水準まで回復しており、これから一層上向きそうな気配もあることから、景気はやや良くなると期待している。
	○	通信会社（企画担当）	・例年9月に発売開始となる人気の通信端末が発売されるまではやや落ち着いた動きになると見込んでいるが、ポイントサービスなどを通じた需要の増加を期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	観光名所（職員）	・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徐々に客足が戻っている。ゴールデンウィークの国内需要も期待できることから、今後の景気はやや良くなる。国や自治体による更なる経済施策にも期待している。また、中国も含めたインバウンドの完全回復も待ち望まれる。
	○	美容室（経営者）	・旅行を始めとして客の外出機会が増加しており、それに伴って売上も伸びていることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・物価が上昇しているため、今後も景気は変わらないまま推移する。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・アジアからの観光客が客の半数を占めており、その回復の早さに驚いている。アジア各国の経済はこれから更に上向くとみられることから、今後の景気はやや良くなる。また、これからもアジアからの観光客を呼び込んでいくためには、アジア各国の人が喜ぶような街並みを生み出していくことも必要である。
	□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行や商材の値上げなどの影響は今後も続くともみられるため、景気は変わらないまま推移する。
	□	スーパー（店長）	・コロナ禍で低迷していた商材についてはリベンジ消費で夏休み期間までは伸びると見込まれる。ただ、原価高騰の影響による値上げが継続していることから、1人当たりの買上点数が増加する兆しはみられない。全体的にはプラスマイナスが相殺され、現状とさほど変わらない状況で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（エリア担当）	・新年度になり、所得が増えた人がいる一方で、給与の上がない人や収入の変わらない年金受給者もいる。特に後者にとってはこれから生活が厳しくなることが見込まれる。全体的にみると、商品単価が上昇した分だけ、売上が増えることになるが、立地や客層によっては売上が増えない店舗が出てくるのが考えられる。また、営業経費の上昇分を売上増加で吸収しきれない店舗が出てくることも懸念される。これらのことから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	□	コンビニ（店長）	・価格が下がらない限り、より安い商材へという流れは変わらないため、今後も景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・現在の原価高騰の流れや、食品の値上げは今後も継続するとみられるため、必要最低限の買物で済ませるような消費動向が続くことになる。今後の劇的な来客数回復は見込めない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・4～6月にかけても受注残の遅延を若干解消しながら、堅調な販売が続くとみられるものの、受注停止車種が多いため、思うように注文を取れない状況も続くことになる。一方、周りをみると、コロナ禍から一転、人の動きが活発になっている。グループ会社では好調なところも一部でみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・賃上げが期待ほどの金額に達していないこと、物価の上昇が続いていることから、景気は今と変化のないまま推移する。
	□	乗用車販売店（従業員）	・今後について、新型車の発表も特になくことから、現状のまま推移することになる。
	□	住関連専門店（役員）	・これからも日用品の値上げが予定されているため、今後も来客数の減少が続くことを懸念している。
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般の薬局は、各メーカーの突発的な値上げによって大きな影響を受けている。今後、数か月は厳しい状況が続くことになる。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・原材料の価格高騰に伴う商品価格の上昇に歯止めが掛からないため、今後も客の買い控え傾向が続く。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・先行きの景気はよく分からない。観光客の増加に伴って来客数は増えるとみられるが、低単価メニューが中心のため、売上アップは見込みにくい。また、スタッフを補充して予約制限のない状態で営業したいが、補充に見合う利益を出すことは難しいとみられる。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行することで、宿泊部門や飲食部門の利用客の動向がどのように変化するかが不透明である。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行することで、コロナ禍前の景気に回復することが見込まれる。インバウンド需要も徐々に回復しているため、今後も落ち込むことなく、4月と変わらない水準で推移することになる。
	□	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の割引率低下に伴う効果の落ち込みと物価高などにより、特に地方への旅行の出足が鈍い。コロナ禍前の状況には程遠いことから、今後も景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染対策に伴う行動制限があった時期と比べると人出は増えているが、これから暖かくなると、冬期間と比べてタクシーの利用が減ることになるため、売上も減るようになる。
	□	タクシー運転手	・食料品や日用品の値上げが続く一方で所得は伸びていない。社会保障もあてにならないことから、客が消費を抑えることになる。景気が上向く要因が少ないことから、今後も景気は変わらない。
	□	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの戦略が影響し、今後も厳しい状況が続くことになる。
	□	通信会社（エリア担当）	・先が見えない状況であるため、今後も景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・景気が悪くなることを想像しやすい状況であり、景気が良くなるような要素が見当たらない。賃上げへの対応も課題であるため、今後も厳しいまま変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（経営者）	・インフレが進行しているが、長期金利が大きく上昇しない限り、実需中心の分譲マンション市場の動きが落ち込むことはない。ただ、分譲マンション市場が更に伸びていくためには、需要層全体の所得が伸び、インフレへの耐性が強まる必要がある。
	▲	商店街（代表者）	・客から、物価上昇に見合うほど給料が上がらないという声が聞こえていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高、光熱費の上昇、ウクライナ情勢の影響が尾を引いている。客は余計な物を買わないようにしていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇幅が拡大する一方で、買上点数の減少幅が拡大しており、食料品に対する節約志向、買い控えの傾向が強まっている。特に北海道では鶏卵不足が各方面に甚大な影響を与えており、今後の消費動向に対するマイナスの影響が懸念される。
	▲	スーパー（従業員）	・小売業において、売上が減少傾向にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、これまでのような巣籠り需要が期待できないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・現在の旅行需要増加による反動減が少なからず生じるとみられる。全国旅行支援など、国や都道府県が実施している各種施策の終了も今後の旅行需要減少につながる要因の1つとなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅の着工数が前年と比べて大幅に落ち込んでいる。木材合板の価格も下がり始めているが、工賃などはこれまでと余り変わらず高値のままになっているため、今後の住宅需要の回復は見込めない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に伴って消費マインドが低下しており、今後の賃金上昇によってマインドがどの程度持ち直すか、その状況次第である。
	×	一般小売店（経営者）	・今後も外出に伴う支出が増えるとみられるため、その分、売上が落ち込むことになる。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	家具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し始めていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	建設業（経営者）	・これから土木工事の受注が進み、稼働が上向いてくる時期であり、秋口までは天候や人手、資機材の手配などの制約が少ないため、施工には最適な環境となる。特に今年は雪解けが半月ほど早く、例年よりも早く土木工事の着工が始まっていることから、景気はやや良くなる。
	○	金融業（従業員）	・企業物価及び消費者物価の上昇がピークアウトする見通しであること、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴う人流拡大が見込めること、賃上げの実現により消費者マインドが持ち直すことが期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	司法書士	・暖かくなると何となく気分が上向きとなり、財布のひもも緩むようになるため、これから景気が上向くことを期待している。
	○	その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者）	・新年度が始まり、新規案件がそれなりに出てきていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	・慢性的な人手不足が続いているものの、インバウンド需要の回復、各種商材の値上げ、各企業の積極的な賃上げなど、経済が拡大しそうな要素が相当にあることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業 [建設機械リース]（営業担当）	・インフレ懸念や労働者不足といった問題はあるものの、需要は今後も堅調に推移する見通しである。
	□	農林水産業（経営者）	・前年のりんごの収穫状況から、6月はどうか4月と同じくらいの動きになると見込まれる。ただ、7月は端境期となるため、見通しが立たない。
	□	食料品製造業（従業員）	・値上げに伴って、売場から当社の商材をカットする動きが一部でみられたため、今後の販売量の増加が見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（従業員）	・3月から商材の内容量を少なくしており、それと同じタイミングで商材の納入価格を1つに統合した。特売時の特売価格がなくなったことで安売りされることはなくなったが、特売で扱われることもなくなったため、全体でみると販売量が減少しており、今後も景気は変わらない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・今後については、景気がどうなるか分からない。
	□	建設業（役員）	・5月以降に入札となる公共土木工事においても新規受注を期待できるため、新年度計画を上回るペースで推移する見通しは変わらない。ただ、建設資材のひっ迫感が一部で弱まりつつある一方で、価格上昇が続いているため、コストアップを避けられない状況にある。
	□	輸送業（支店長）	・当社は取扱品目が多いため、全体的には年間の変動が少なく、売上も安定して推移することになる。また、3か月先までは売上増加が期待できるようなスポット商材の取扱予定もないため、今後も景気は変わらない。
	□	通信業（営業担当）	・道内全体では観光客の入込や飲食店の来客数の回復など、景況感の改善に向けた動きを感じるものの、燃料費や仕入価格の上昇が一段と進んでいる。景況感はプラスとマイナスで相殺されるため、現状からの更なる上振れは厳しく、横ばいでの推移となる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・最近では市場の動きが停滞気味だが、夏場以降の仕事量は見込めているため、これから市場が動き出すとみられる。ただ、物価高騰の影響も懸念されるため、楽観視できない状況にある。
	▲	建設業（従業員）	・物価高騰や施工者不足により工事費が上昇しているなか、新たに半導体製造工場の進出が発表されたことで施工者不足に拍車がかかり、工事費の更なる上昇が見込まれる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	司法書士	・地方都市においては、物価高騰や人口減少などの影響に加えて、物流の2024年問題の影響も懸念されることから、更なる衰退が見込まれる。有効な対策を立てることもできない状況にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	＝	＝
	◎	＝	＝
雇用 関連 (北海道)	○	人材派遣会社（社員）	・観光客の増加に伴い、観光業界からの求人数が増えることが見込まれる。ただ、求職者からの人気が低く、需要とのバランスが悪いため、人材調達に苦戦するとみられる。また、最近では転職先の絞り込みに迷っている求職者が多く、結果的に内定辞退が増えている。企業の採用活動もその分遅れることになり、求人期間が延びる傾向がみられる。
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は24か月連続で前年を上回っており、全体的には回復の兆しがみられる。ただし、産業や業種によってその度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況、経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食店への人出が戻りつつある。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行することで、人の動きがますます活発になるとみられるものの、求職者の動きが鈍いことが、景気回復への足かせとなっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・観光客数が回復してきていることを踏まえると、もう少し景気が上向きになってほしい。原材料などの値上げによる物価高が景気回復に向けての足かせとなっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・人手不足は否めないものの、電気料金の引上げ、円安などの外部要因が影響して求人を控えている雰囲気があるため、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・賃上げなどにより労働条件が良くなれば、景気は上向くことになる。小売や飲食業、観光業などの業績が回復したとしても働く労働者に還元されるようにならなければ、景気は良くならない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年と比べて増加しているものの、有効求職者数は8か月連続で減少している。原油や原材料の価格高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、今のところ業況堅調な事業所から、新規求人がコンスタントに公開されていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・企業の採用活動が人材の動きを見ながらのものになりそうなことから、例年よりも掲載頻度が少なくなることが見込まれる。
	×	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	◎	乗用車販売店（店長）	・新車の伸びにけん引される形で中古車の在庫確保も復調の気配がある。中古車は小売、卸共に順調に伸びており、登録台数もほぼ前年並みまで回復している。良い兆しがみられ、現場も明るい。
	○	商店街（代表者）	・夏にかけてのイベント等は通常開催が予定されている。ウィズコロナが定着し、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	・外国人客の売上が急増している。
	○	商店街（代表者）	・中心街区に商業施設がオープンしたため来客が見込める。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・暖かくなり、祭りも通常開催になるため良くなるとみている。
	○	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することが確定したことから、旅行を含め外出が積極的になるとみられ、購買意欲は更に高まるとみている。夏場に向け観光客の増加も期待される。
	○	百貨店（催事担当）	・観光客も増えており、地域市場における各種需要や消費が上向くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げラッシュは一段落し、客も物価高に慣れたようで、休日夜間の来客数が増加している。5月から新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行するため、より一層人の流れが良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・客の動きが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に少しでも近づけば、景気は改善するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行するため、人の動きが良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候が良くなることや新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和等に期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんどなくなりつつある。
	○	衣料品専門店（店長）	・仕事ニーズが再開し、さらに、同窓会などのニーズでカジュアルスタイルの増加が期待されることから、少し良くなってくるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーが国内需要向けに振り当て調整を続ければ、受注残から考えて、夏くらいまでは安定した収益が続くとみている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今年はコロナ禍を抜けて全体的に観光・物産、飲食の客が復調傾向になるとみている。ただし、どの程度か、どのくらいのペースで戻るかは慎重に見極める必要がある。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、ますます人流が活発化すると期待している。これまでたまった鬱憤を晴らすかのようにイベントや祭りが開催されるため、それに釣られて景気も良くなるとみている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで、行事の開催や人々の動きが新型コロナウイルス感染症発生前の動きに近づくとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・来客数がかなり上向いている。また、季節の変わり目において、ファッションに対する客の購買意欲も向上してくるとみている。
○	高級レストラン（経営者）	・物価は高いが、賃金もアップしてくれば、6月以降景気は良くなってくるとみている。	
○	高級レストラン（スタッフ）	・既に2～3か月先の予約がある程度入っている。	
○	高級レストラン（支配人）	・自粛をしていた客層が来店し始めている。	
○	一般レストラン（経営者）	・物価高や新型コロナウイルス感染症の第9波の懸念もあるが、全体的には景気が良くなるのではないかとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みなどは販売量が増加することを見込んでいる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・個人客のほか、団体客、会議や宴会の利用も増えるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することに合わせて、国内、海外共に販売量が増加するとみている。先行予約状況からも増加傾向がうかがえる。
	○	旅行代理店（従業員）	・これまで中止や縮小していた祭りやイベントが、早い段階で開催を決定しており、それに合わせた需要が活発化している。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することに伴い、今まで旅行を控えていた反動が一気に出てくる可能性がある。国際定期便も増加傾向にあり、インバウンド・アウトバウンドがますます活発化するとみている。一方で物価高により購買層が限られてくるため、商品造成の見直しの必要もある。
	○	通信会社（経営者）	・一気に暖かくなり予想以上の外出傾向がみられ、自宅で過ごす時間が減少している。今後、祭りなどのイベントが新型コロナウイルス感染症発生前と同様に開催されるようになるため、テレビの利用時間は減少する。ただし、通信回線を使った配信などは増加傾向にあるため、今後も通信加入者は増えるものとみている。特に低価格のサービスメニューは数字を伸ばすと期待している。
	○	通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークから観光業は上向き、外国人観光客の需要も上昇する。景気は回復傾向にあることから、やや良くなるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行するため、少しでも良くなることを期待したい。
	○	テーマパーク（職員）	・今年は温暖化により周辺の観光地で例年より早く花が咲き、ゴールデンウィークを前に花見が終わってしまったことは当社にとってはチャンスとみている。また、冬休み、春休みに新規客が多かったため、今後も期待できる。
	○	遊園地（経営者）	・物価上昇も懸念されるが、当面順調に進むとみている。
	○	美容室（経営者）	・当店でも単価的に厳しくなり料金改定をしたが、何もかも値上がりしている状況なので客離れもなく、大きな影響は出ていない。来客数も増加傾向にあり、前年比100%の境目まできている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安、原材料不足、製品の長納期のいずれも解消されつつある。今後の復調に期待が持てる。
	○	設計事務所（経営者）	・官公庁案件を含め、入札などが一段落し、ある程度の見通しが立っている。
	○	住宅販売会社（経営者）	・建築条件付分譲地の販売が順調である。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコンに関する問合せが早くも出始めている。リフォームは補助金対象工事の増加が続くとみている。
	□	商店街（代表者）	・4月は景気が非常に悪い。予約状況からもこのまま悪い状況は変わらないとみている。
	□	商店街（代表者）	・売上が増えても値上げによるものであり、利益に反映されない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当地で国際会議が予定されているが、郊外で開催されるため経済効果は期待できない。売上は現在同様低迷し、悪い状況は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症関連の商品の動きが落ち着いてきたので、その分の売上が落ちるが、それ以外の商品の売上は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費者にとっては物価上昇が足かせとなっているが、来月には新型コロナウイルス感染症の感染症法の分類が5類へ移行するため、販売量の増加に期待している。しかし、再値上げされる商品が多くなっており、大きく状況は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品の動きが悪い状況は変わらないとみている。
	□	百貨店（経営者）	・夏に向けて、賃金アップやインバウンドを含めた観光客の増加など期待できる要素があるものの、モノ消費からコト消費への移行が予想されるマイナス要素もある。全体としてはマイナスにならない程度で堅調に推移するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（計画担当）	・ウクライナ情勢等に伴う物価高騰による買い控えは続くともみている。新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和によるインバウンドや観光の回復は好材料であるが、先行きは見通せない。
	□	スーパー（経営者）	・5月は製造コストアップ分の商品価格への転嫁はまだ続くともみている。しかし、賃上げを実施する企業が広がっていることに加え、観光地がにぎわいを見せていることや子育て世代への支援対策への期待感などから、財布のひもが緩み消費マインドが好転することを期待している。ただし、地方ではもうしばらく横ばいが続くともみている。
	□	スーパー（店長）	・行動制限のないゴールデンウィークのため帰省客が増加し、一時的な売上の増加も見込まれるが、その後は逆に財布のひもが固くなるとみている。
	□	スーパー（店長）	・来客数が増える要因が見当たらない。
	□	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで、様々な行事やイベントが行われるようになり人の動きは良くなるが、光熱費の高騰や商品価格の値上げなどがあるため、消費にはつながらないとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症は収まりつつあるが、食品に関しては物価上昇が続いている。必要なものを必要な分だけしか買わないという客の動向は変わっておらず、売上も上がらない。3か月先もこの状況は変わらないとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・来客数の減少と値上げの影響で、買上率と買上点数が落ちている。
	□	スーパー（商品担当）	・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が減少している。この状況は変わらないとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・気温が上がり来客数は増えているが、これ以上増えるかは不透明である。
	□	コンビニ（経営者）	・昨今の状況に鑑みても状況が良くなるとは思えない。祭りは多くの人出が期待できるが、働き手不足で店を回せるかという不安がある。6月以降更に電気代が上がり、10月に最低賃金が上がったならもうやっていけない。
	□	コンビニ（経営者）	・あらゆる物品が値上がりの傾向にあるため、客の購入点数は変わらないか、減少するとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・公共料金の値上げが続き、利益が上がらないため、雇用促進等の投資ができない。特に電気料金の上昇幅が20%から30%と大きく、中小の経営者では支払えない金額になっている。
	□	コンビニ（店長）	・物価高や光熱費の上昇による家計の圧迫感は消えないとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・夏物販売において値上げ交渉に苦慮している。お中元商戦とも絡め、訪問回数を増やして交渉していく予定である。
	□	衣料品専門店（経営者）	・天候も良くなるが物価高もあり、先行きに不安がある。
	□	衣料品専門店（店長）	・消費者物価指数が上がっているなか、労働者の賃金上昇が伴わないと、本格的な消費回復にはつながらない。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・ベースアップは大企業ばかりでそれ以外の企業までは及んでいないため、生活必需品の各種値上げが家計を圧迫している状態が続くとみている。
	□	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の感染状況も落ち着き、観光需要は伸びているようだが、家電小売は変化がみられない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・法人客の注文はそこそこあるが、個人客からの注文がなかなか伸びないため、変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価高騰だけが進み、収入に変化がなければ、商談の保留や買い渋りは続く。新車納期も半導体不足の影響がまだあるため、しばらくは変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足が解消するには至っていない。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・業界が良くなるような情報がない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和による回復を期待していたが、今度は物価高による買い控えが発生しているため、厳しい環境が続くとみている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・家庭用灯油販売は繁忙期を過ぎて低迷している。他の油種でのリカバリーも難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・旅行者が増えることはプラス材料だが、いろいろなものが値上がりしているため、相殺されて低迷状態が続くとみている。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで人の動きは期待できるが、物価高の影響がありすぎることから景気は変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しいため変わらない。
	□	通信会社（社会貢献担当）	・人流が増え、購買意欲なども高まっているが、物価が上がり続けているため、今以上の消費は見込めないとみている。
	□	観光名所（職員）	・最近、客単価が上昇しているが、一時的なものなのか継続するものなのか判断しにくい。
	□	競艇場（職員）	・販売促進イベントなどを毎日行っているが来客数は伸び悩んでいる。大きなイベント等の開催が来客数を伸ばす一番の方法であるが、ここ2～3か月は大きなイベントの予定はないため、現状維持とみている。
	□	美容室（経営者）	・冠婚葬祭が簡素化しており、着付け等をする機会が少なくなっている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・3月4月の動きと同様に、行楽などに出掛ける人が増えて、来場者数の減少が続くとみている。
	▲	スーパー（店長）	・光熱費の高騰、商品単価の上昇で、食品への支出が抑えられている状況は続きそうである。
	▲	スーパー（店長）	・農繁期に入り、イベントも増えてくることで消費の活性化を期待しているが、価格に対しての意識は値上げにより更に厳しくなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・今月初め、向かいにドラッグストアがオープンした。最近のドラッグストアは食品、飲料、菓子、生鮮食品まで取りそろえているため、安さでは勝てない。苦戦しそうである。
	▲	コンビニ（店長）	・電気代の高騰が続くなか、国の方針が不透明であることに加え、最低賃金も上がる方向であり、今後も物価は上がるとみている。徐々に不況に向かっており、買える客と買えない客の差が顕著になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・必要な物だけを購買する傾向がますます強くなるとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・来客数は安定しているが客単価は上がっておらず、景気は横ばいである。物価高騰が続く可能性もあり買物に慎重さがみられ、先行きはやや悪くなるとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・客の消費動向は観光等に向いており、家電には向いていない。
	▲	住関連専門店（経営者）	・受注生産の受注量が減少しているため、この先販売量が減少することが確定している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが明ければ新型コロナウイルス感染症の影響も少し落ち着くとみているが、夜の飲食街はゴールデンウィーク中は厳しい。若干悪くなるとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・現在は季節的に人の動きが良くなっているが、これから夏に向けて人の動きが悪くなる。この先値上げが続くと、人の動きは消極的になるとみている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響がどのくらい出てくるか分からないが、全国旅行支援がなくなり、来客数はやや減少するとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・毎月のように各種物価の上昇が続いており、今後の販売需要も期待できない。景気は徐々に後退するとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・顧客の節約志向が顕著になっているなか、今後も値上げが決まっている商品が多数ある。現在は何とか販売価格を上げずにいるが、後は値上げせざるを得なくなり、売上は今以上に悪化するとみている。
	×	スーパー（経営者）	・食料品を始め、物価の上昇は依然続いている。消費者は所得が伸びないなかで生活をしなければならぬため、景気は悪くなるとみている。
企業動向関連	◎	食料品製造業（経営者）	・土産需要は順調に回復するとみている。ただし、回復といっても新型コロナウイルス感染症発生前と比べると90%程度を見込んでいる。
(東北)	○	食料品製造業（営業担当）	・前年から続く商品値上げの商談が順調に進んでいるため、更なる改善が見込まれる。
	○	食料品製造業（製造担当）	・飲食店や土産の動きは活発化するとみている。ただし、光熱費等の高騰は、一般家庭では支出を抑えることにつながり、企業では経費の増加となる。人件費等の経費バランスを注視していかなければ、利益が生み出しにくい構造となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで、観光客等が増えるとみている。
	○	建設業（従業員）	・受注が堅調である一方、作業員不足が懸念される。
	○	金融業（広報担当）	・消費動向の好転に加え、春・夏祭りの通常開催や新規商業施設のオープンなど、経済効果が期待できる地域の取組が増えている。
	○	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することが消費の後押しをすると期待している。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行し生活様式が通常に戻れば、小売、サービス業は現状より業績回復が進む。また、製造業、建設業の業績が現状維持であれば、全体としての景気はやや良くなるとみている。
	○	コピーサービス業（従業員）	・当社もこの4月に徐々にベースアップをしており、社員の士気も向上している。また、様々な行事が通常開催することなど明るい話題が増えており、営業活動にもプラスの影響が現れている。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することに伴って、人々の行動が活発になるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・生産資材は3～5割程度値上がりしているが、値上がり分を生産物の販売価格に転嫁できないため苦しい状況は続く。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・見積件数は増えつつあるが、新しい製品の案件が非常に少ないため、2～3か月後も変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・増産の計画もなく、現状維持が見込まれる。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・2～3か月先の受注量が改善する見込みは立っていない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き続きデバイス関連の動きは良さそうであるが、先々の動きははまだみえてこない。
	□	建設業（従業員）	・民間案件を中心にある程度の受注の見通しが立っている。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が消え去ることを待ちながら、顧客のつなぎ止めの努力をしていくことには変わりはない。
	□	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、企業の販促活動も活発になっている。しかし、景気の先行き不透明感が拭えず、規模を縮小する傾向もあり、新型コロナウイルス感染症発生前の業績に戻るには、まだ時間を要するとみている。
	□	司法書士	・新型コロナウイルス感染症の影響を克服できている業種とそうではない業種が混在しており、全体的な景気の回復までは相当な時間を要するとみている。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	・来月も多くの商品で値上げがあるため、良くなることはないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・諸物価の上昇や今後控えている電気料金の値上げは消費者のマインドをマイナスに傾ける要素となる。再生可能エネルギー発電促進賦課金が中止になれば少し改善するとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注量、受注見積案件共に変化がみられない。
	▲	農林水産業（従業者）	・肥料価格は今後下がるとしても、元の水準まで戻るとは考えにくい。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・目先のことに追われている国、県、市町村の行政対応では抜本的な改革には至っておらず、地方経済の疲弊した状況は何ら変わっていない。業種の特異性の影響も大きいですが、賃上げや新規採用の状況からしても、景気が回復し地方が元気になるような雰囲気はない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・受注量は堅調だが、光熱費の更なる上昇が予想されるため、利益の確保に苦労するとみている。
	▲	輸送業（経営者）	・売上が伸びないなか、今後、国・行政による新型コロナウイルス感染症対策や原油価格の高騰対策に関連する支援事業や助成金などが削減されていく。取引先の製造業各社の生産は増えず、また、建設関連の業務も減っている。今期は厳しくないと予想せざるを得ない。
	▲	通信業（営業担当）	・3月決算期の企業が多いため、年度初めは買い控えの傾向がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	広告代理店（経営者）	・米国の景気減速、世界情勢不安、原料高など、マイナス要因が多い。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注減少に加え、電気代や資材価格の高騰もあり、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加に伴い、求職者数の増加が見込める。
	○	人材派遣会社（社員）	・ゴールドデンウィークを含め、景気は上向くとみている。
	○	職業安定所（職員）	・社会経済活動の正常化に伴い人の往来が活発化していく。物価高は仕方なく受け入れられ、影響は次第に薄れていき、生産・消費活動は上向くとみている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数が求職者を上回っている状態が続いているため、やや良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・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〕	・今後もインバウンド需要の増加が期待できるとみている。ただし、物価高騰の影響がこの需要を受け入れられるかが課題である。
	□	人材派遣会社（経営者）	・中堅中小企業の経営者と話をする限り、特に不安な要素は見当たらないため、現状維持かそれ以上にビジネスは前に進むとみている。それに伴い、中途採用の求人も増えるかとみている。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	・価格を上げることはできたが、この先の電気代の高騰分をカバーできるほどではない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価高騰の影響が大きく足を引っ張り、当社のような中小企業では賃上げもままならず、新型コロナウイルスの感染状況が収束しても、景気回復の見通しが立たない。悪化しないことを祈るばかりである。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することが好材料ではあるが、地方においてはそれほど期待できず、先行きは不透明である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高が続いており、広告の動きにも影響がある。回復は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が多い状況は続くとみている。ただし、労働力人口の減少による人手不足によるものであり、特に企業が好況という状態ではない。
	□	職業安定所（職員）	・今のところ、新規求人数が急激に減少する動きは見られない。
	□	職業安定所（職員）	・物価の上昇、原材料価格の高騰などに変化はないとみている。
▲	人材派遣会社（社員）	・インバウンドの回復などにより、サービス業の求人数は増えているが、製造業の求人数に陰りがみえる。今後は米国や中国の景気後退懸念などが影響してくるとみている。	
×		*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなってきているので、ますます良くなっていく。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	・4月のように、5～7月と順調にいけば、ものすごい勢いで回復してきている頃なのではないか。当社の周りは観光地を控えているので、ホテル、売店、ドライブイン関係と、今の状態が2～3か月先も続き、かなりの回復状態まで持っていけると思っている。
	◎	都市型ホテル（支配人）	・1か月の予約獲得件数が、新型コロナウイルスの感染拡大後の最多件数を3か月連続で更新中のため、良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、宿泊、料飲部門、宴会共に、順調に来客数が増えている。宿泊、料飲部門では新型コロナウイルス感染症発生前の2018年売上に迫る勢いの95～98%まで回復している。宴会も健闘はしているが、2018年比で78～80%であり、官公庁を始めとした各種団体の本格的な動きに期待している。
	◎	旅行代理店（経営者）	・外国からの旅行者も増え始め、単価が上昇している。
	◎	旅行代理店（所長）	・地域の様々なイベントも新型コロナウイルス感染症発生前の状態に近いくらい再開しつつある。既に伸びが著しい海外からの来訪者に加えて、国内旅行者の来訪にも期待が持てる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったと判断している。
	○	百貨店（店長）	・4月末から5～6月にかけて、例年、徐々に来客数が増加するので、ゴールデンウィークが現況改善への大きなきっかけになると推察している。
	○	百貨店（店長）	・人流は確実に戻ってきている。
	○	スーパー（総務担当）	・値上げが続き、景気は悪くなるかと思われたが、新型コロナウイルス感染症も収束してきており、今後、景気は上向きになるのではないかと。
	○	コンビニ（経営者）	・店舗前道路の交通量増加は顕著に感じられる。それに伴い、売上も順調に伸びてきている。特に、今までの土日の売上は平日の7割程度であったところ、現状は行楽客が増えたこともあり、特に好調である。しかし、利益に関しては、電気代と経費増加に圧迫され、まだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	○	コンビニ（経営者）	・気温が高くなれば、客足も伸び、売上も上がると予想される。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症に対する緊張感が減少したようで、客の動きが活発になってきているように感じられる。今後、更に良くなると期待している。
	○	衣料品専門店（統括）	・何とんでも、当店は祭りがないと本当に商売にならない。祭りが開催される様子がうかがえることで、今後の商売につながると思っている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・車両受注が増えてきており、受注残も増加している。
	○	住関連専門店（仕入担当）	・人の流れが多くなり、消費傾向も、上昇している商品単価に慣れつつある。客単価は上がっているのに、そこに来客数が付いてくれば、おのずと売上は上がってくる。
	○	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の動きが活発になっていきそうで、この傾向が続くと思われる。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・ゴールデンウィーク後の経過にもよるが、夏季のイベント等の実施も早々に決まっています、人流が後退する要因は少ない。
	○	一般レストラン（経営者）	・少人数ではあるものの、団体客が少しずつ増加している。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・何か大きな出来事がなければ、現状と変わらず人が動くのではないかと。
	○	タクシー（経営者）	・夜の動きも良くなってきたので、この先も良くなるとみている。
	○	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の各種制限の緩和による、景気の上向きがあると感じている。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前に少しずつ戻り始めた様子も見られ、来園者数が増加しそうである。
	○	競輪場（職員）	・インバウンドによる外国人の来日が多くなるが、一方で世界の政情不安や、人口減少による労働者の不足等の中小企業への波及といった不安要因がある。
	○	設計事務所（所長）	・価格高騰で住宅新築の予定は難しいと思われるが、事業系の建築計画は再開するのではないかと。
	□	商店街（代表者）	・大手企業では従業員の賃金が改善されたようだが、地方の中小企業には及んではないようである。また、当店の来店客は高齢の年金受給者が多いこともあり、景気は良くない。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・電気料金の値上げが迫っている。また、諸物価の値上がりはまだ続いているので、客は買い控えをしている。当分、この状態が続くのではないかと。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・4月末に、政府が入国時の水際対策を緩和したため、今後は、国内旅行より海外旅行の動きが活発化するのではないかと懸念が、周辺の観光業者にはある。ただし、海外からの旅行者は、今後ますます増える予想なので、景況は変わらないのではないかと。G7サミットを契機に海外からの旅行者が増え、日本の良い物、伝統工芸品等を購入して帰ってくれるようになれば、海外旅行に奪われるであろう国内消費も、持ちこたえるのではないかと。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・店頭販売は本当に悪い。ただし、売上は伸びている。これは、景気が悪くて辞めていく店や、後継者がいなくて辞めていく店等の納入先を譲ってもらって、売上が伸びているからである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行して、外出機会の拡大が予想されるものの、物価高騰等の懸念材料は依然として解消されないため、向こう数か月では景況回復には至らない。
	□	百貨店（営業担当）	・相変わらず、不透明な状況が続くことが予想され、来客数や客単価等にどう影響するか、なかなか見通せない。
	□	スーパー（商品部担当）	・物価上昇の懸念はあるが、人の動きも多くなり、イベント等や地域行事の再開も増え、変化が見えてきている。ただし、すぐには変わらない。
	□	衣料品専門店（販売担当）	・これからゴールデンウィークを迎え、恐らく旅行等に相当出費がかさんでいくと思われる。その後は梅雨が来るので、当店にとって客の動きが活発化する要素は見当たらない。残念ながら今と全く変わらないか、やや悪くなる可能性もあるのではないかと危惧している。
	□	家電量販店（店長）	・天候による需要を除くと、来客数の増加につながる要因は見当たらない。現在も、必需品の需要はあるものの、前年を上回るくらいの来客数増加につながる要因は見当たらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、生産ラインの稼働率が、新型コロナウイルス感染症発生前の85%くらいで推移している。ただし、受注後の納期が他メーカーより多少早く、2～3か月、遅くても5か月以内の納車見込みで推移している。商業界では相変わらず、大規模小売店の独り勝ちというところである。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・コロナ禍も落ち着いてきており、経済活動は良くなる傾向にある。しかし、消費税、各種税金や社会保険料が上がるといったニュースで、消費マインドは若干盛り上がりせず、警戒し、冷え込む傾向にある。非常にデリケートに作用していることが、車の販売などからも感じられる。
	□	住関連専門店（店長）	・多少の景気回復はあるかもしれないが、物価上昇による値上げを飲み込めるほどの回復はない。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の状況等もあり、見当もつかないというのが本音である。ただし、急に悪くなったり、良くなったりということはないだろう。
	□	タクシー運転手	・歓迎会等が終われば、また元に戻りそうな気がする。
	□	通信会社（営業担当）	・まだしばらくは、社会情勢不安や物価高傾向が続くと予想されることから、ゴールデンウィーク後は現状どおりで変わらない。
	□	通信会社（総務担当）	・新商品のラインナップが増え、販売が下がる一方から多少なりとも持ち直すかと期待される。
	□	通信会社（局長）	・物価高騰の影響は今後も続く。
	□	ゴルフ場（従業員）	・夏の猛暑や今後の物価高騰次第といえる。
	□	美容室（経営者）	・アフターコロナで、生活形態が様変わりしており、冠婚葬祭は簡素化している。美容師への髪結いや着付けのニーズもなくなりつつある。この低下傾向に、先の回復は見込めない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は下火になりつつあり、人の往来は増えている。ただし、経済に対する不安要素が多く、消費につながらない傾向は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・今のところ良くなる要素がほとんどない。古い住宅の売却物件が増えている感じがする。特に、高齢化した住宅の空き家が目立ってきている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・各種値上げは一段落したが、相変わらず納期が不安定である。急ぎの依頼や期限が決まっている事案は、対応に苦慮している。
	▲	家電量販店（店員）	・夏に向かって、季節商材が伸びの鍵を握っている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今はコロナ禍の反動で、久しぶりに人と会うといった感じなので、一巡したら落ち着いてくる。物価高の影響はかなりある。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・今年は今から非常に暑く、2～3か月後には冷房等、電気料金の値上げが深刻で、経営に影響することも考えられる。企業努力でカバーするのは、かなり難しくなってくるのではないかと。値上げや商材のクオリティ、食材等に転嫁すると、客離れになると考えている企業が、結構多い。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・コストのなかでも、食材費、水道光熱費、求人関連費の上昇が特に厳しくなっている。人手不足、食材費や水道光熱費の上昇が続いていることから、収支面は当面厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行の期待感に反して、大人数の宴会は本当に少ない。
	▲	都市型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が終了することや、近隣ホテルが新型コロナウイルス感染症患者受入れ施設から通常営業に戻るため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（経営者）	・米国の景気後退懸念が強まれば、日本もそのあおりを受ける可能性がある。そもそも地方では、高齢化と人口減で市場が年々しぼんでおり、顧客数は減少の一途である。この問題を抱えている以上、大局的には景気は常に右肩下がりにならざるを得ない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・個人の消費が少額物件から変化しつつあるが、高額な土地や建物については、まだ動きが鈍い。これから先、起爆剤になるようなことが見当たらない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高の影響がここに来て、より一層出てきている。いつになったら収まるのか。このままでは商売上がったりである。
	×	乗用車販売店（経営者）	・新車納期がいまだに長期化しており、回復の見込みがない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	・親会社と値段交渉の結果、やっと2社の値上げが決まったことに期待して、これからも頑張るつもりである。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先より応援生産の要請もあり、設備投資も含めて対応を検討している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・期待を込めて良くなって欲しいし、インバウンドの増加に伴って、物が動くことで製造業にもプラスになると思われる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の来月からの生産計画台数は、増産傾向にある。それに伴い受注は増加傾向にある。半導体不足が今後どのくらい影響するのか、いまだ読めないものの、以前よりは生産が安定してきている。
	○	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、景気も少しずつ良くなっていくのではないかと。
	○	経営コンサルタント	・企業経済活動の回復基調と個人消費や生活の活発化の前に、長期化するウクライナ戦争やコロナ禍の影響は遠くへ押しやられつつある。後は、人材確保のための賃金上昇の程度と雇用の安定次第で、地域経済活動が更に盛んになる。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現在の受注量や金額からみても、収益は改善される。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・当分の間は、受注量、販売量に大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・8月以降、9月頃からは伸びていくのではないかと考えている。まだ、そこまでの受注はもらっていないが、多分、その辺りから本格的に動き出すとみている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・現状は比較的变化なく推移しており、今後3か月先も同じように推移する。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子や受注量等も全く変わらないが、5月は連休が9日あるので、若干落ちると思われる。
	□	輸送業（営業担当）	・今後、夏物家電、エアコン、扇風機、サーキュレーター等の物量は前年並みを確保予定である。また、キャンプ、レジャー用品も同様である。ただし、ドライバー不足は続いており、協力会社の車両費高騰もあり、依頼された物流を行う場合に必要な車両費が高く、利益は厳しくなりそうである。
	□	不動産業（管理担当）	・諸物価高騰分の価格転嫁が進んでおらず、交渉はしているものの、取引内容の減少など相対的に現状維持の利益を出すのがやっとの見込みである。
	□	広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークの人の動きはありそうだが、宣伝広告の出稿は増えていない。
□	司法書士	・世の中が動き出した感じなので、業務相談の客は頻繁に来ているが、まだ具体的な仕事にはなっていない部分がある。今後、それがどうなるか分からないが、余り変わらないのではないかとというのが、今のところの見通しである。	
□	社会保険労務士	・大手企業の夏のボーナス支給額は増加するだろうが、海外の景気減速が気掛かりである。	
▲	金属製品製造業（経営者）	・引き続き、取引先からの受注状況が低調なため、やや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	建設業（総務担当）	・新年度に入ってから、動きが鈍く、先行きが大変不安である。
	×	建設業（開発担当）	・今期の公共工事は前年比で5%減少、前々年比では19%減少と厳しい。当社売上も10%減少という厳しい状況であり、決算が赤字にならないか心配である。
雇用 関連 (北関東)	◎	学校〔専門学校〕（副校長）	・経済の活発化が更に進展していくと思われる。
	○	人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィークをこれから迎えるが、予約は大分取れているとのことである。それに伴う食料品や衣料の動きが若干あり、農作物等も青果が出ている。鶏肉は鳥インフルエンザの影響もあるだろうが、一般的な季節商材はかなり伸びてきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症も収束してきて、人の動きは活発になってきている。新型コロナウイルス感染症の5類移行もあり、これまで動けていなかったストレス発散のような形で、今後ますます旅行や経済活動が上向き、反映され、ホテルの稼働率も、先々、上がっていくだろう。当社及び周辺企業は忙しくなってきた反面、人手不足で、人が潤沢にいれば、仕事ももっと活発に回せるだろうと思っている。
	○	人材派遣会社（従業員）	・求人数は増えているものの、求職者が少ない。今月に入ってから、求職者も少し増えてきているので、やや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・卸、小売、宿泊、飲食サービス業で、求人数の増加傾向が顕著である。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人依頼数があっても、人材不足の状況が改善されないため変わらない。50代以上の人材を積極的に採用することが必要である。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・正社員求人への希望者が多く、派遣採用予定数が少ない状況である。正社員採用までのつなぎとして派遣を活用している方が多く、採用数が多いものの、退職数も多くなっている状況が継続している。
	▲	職業安定所（職員）	・全般的に物価が高騰していることや、米国、スイスの大手銀行が破綻していることを鑑みると、悪くなっていく。
×	*	*	

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	商店街（代表者）	・今年に入って、リベンジ消費の流れは止まらない。コロナ禍の抑圧を解放するように、人が街をかつ歩している。この流れはいつかは平常化するだろうが、今の勢いと政府による新型コロナウイルス感染症の5類移行も含めて、加熱する要素の方が高いことから、景気は良くなる（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	・テナントとの契約条件も、コロナ禍の間に取り交わした賃料減額の覚書を徐々に解消しつつあり、新型コロナウイルス感染症の発生前の収入に戻る見込みである。売上も増えることで歩率家賃が奏功し、店の収益は向上すると推測している（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	・ビジネス客、旅行者、来街者など人流が前年比約4割増加で推移している。また、インバウンドの人流も増え、売上の伸びが顕著である（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行に伴い、消費者の行動が一層活発化するとともに、消費マインドも高まる。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・季節的にも良い時期に入るので期待している。行事や旅行などのイベントも増えてきているので、今以上に売上が伸びる見込みである（東京都）。
	◎	高級レストラン（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することにより、消費マインドが加速度的に上向く。供給面では価格高騰リスクが存在するものの、今後2～3か月は需要面が勝る（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、夏季は大きく良化する。最大需要で取り込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	◎	タクシー運転手	・5月8日から、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられる。中国政府が日本への団体旅行制限を緩和し、インバウンドがもっと増加するであろうとみて、景気は良くなる（東京都）。
	◎	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更により、企業の従業員に対する行動制限がなくなることが想定され、法人での会食や団体旅行の復活が予想される。また、インバウンドは順調に回復しているが、2～3か月先には中国本土からの訪日客が一気に増え、インバウンド需要の高まりが期待できる（東京都）。
	○	一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関連する規制が緩和され、コロナ禍で中止になっていたイベントなどが開催される見通しで、販売機会が増え、売上に繋がるのではないかと。
	○	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・全般的な値上げは続いているが、世の中が活動的になってきているように感じる。地場産業の省エネ補助金による設備投資も出てきている。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・ゴールデンウィークが過ぎ、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するとまた変わってくる。
	○	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・今まで我慢していた活動ができるようになってきたので、気持ち的に明るさを感じる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・米国の金利の引下げ次第で株価が上昇するので、期待したい。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・数年間外出が規制されていて買い控えをしていた分、夏に向けての新規購入に期待している。
	○	一般小売店〔生花〕 （店員）	・4月は期待していたほどは売上が余り良くない。気候の影響や、新型コロナウイルス感染症が完全に終息したわけではないためだろうか。入学式関係の花の需要が少しあったくらいで、特別に良かったとまではいえない。3か月先の7～8月はお盆があるので、また墓参りの客が増えるのではないかと期待を込めている（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕 （営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々になくなりつつあることから、新年度向けの営業活動が活発になる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・これから気温が上昇するとともに全体的に街に人出も増え、インバウンドはそのまま堅調なことから来店客は更に増加傾向とみている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・物価高による消費マインドへのマイナス影響があるものの、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への分類変更は国内消費にはプラスであり、中国本土からの入国制限緩和もインバウンド需要拡大に寄与する（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・今後ゴールデンウィークや夏休みなど、外出や人に会う機会が増加するため、関連消費はまだ伸長の余地がある。インバウンドも中国からの入国客数はまだ足元では完全回復に至っておらず、上振れ要素の1つになる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・今後もインバウンドを含め人流は更に拡大する。また、モチベーション需要の回復は継続すると思われることから、売上は増加傾向と予測している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・これからインバウンド消費の回復が見込める（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症に伴う行動規制の緩和により、客の購買行動が、必要品を入手するというにとどまらず、ショッピング自体を楽しむものに回帰しており、滞在時間や売場回遊が向上してきている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・販売単価が上昇している。来客数も増加している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・物価高は継続しているものの、新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行による外出機会の更なる拡大や賃上げ等のプラス要素もあり、今後、景気は段階的に良くなる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、外出に対する抵抗感がなくなり、人流の活性化が見込まれる（東京都）。
	○	スーパー（店員）	・今年の賃上げも高い水準で、所得も増える。その一部が消費に回り、景気が良くなる（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・行動制限がなくなっている。
	○	コンビニ（経営者）	・これから気温の上昇とともにソフトドリンク、冷たい商材の販売が好調になると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・全体的に良くなってきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響はかなり減っているように見えること、分類が5類に移行することにより、ゴールデンウィークから人出が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するということが、人の動きが更に加速されていく。また、今もそうだが、インバウンドによって海外客が大分多くなっているため、コンビニの来客数も増えていくと期待している。ただし、水道光熱費がかなり上がっているため、利益は出ていない。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、人の動きが更に活発になるのではないかと期待している（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・希望も込めて、この先は少しずつ良くなってほしい。夏は遠出や旅行、海などに出かける人も増える。一方で、光熱費が上がり、家計を圧迫しているとの声も聞かれ、消費活動に対して良い要素も悪い要素も出てきている。しかし、新型コロナウイルス感染症を気にして何もできないというような雰囲気はほとんどなくなり、自由に行きたい場所ややりたいことも増え、イベントなども通常どおりに開催されている。そういった点で良い要素の方が多いので、景気も良くなっていくのではないかと。
	○	衣料品専門店（経営者）	・希望的観測もあるが、新型コロナウイルス感染症の影響も大分少なくなり、これからは外に出る機会が増える。それによって、購買意欲あるいはいろいろなにぎわいの中で、景気は少しずつ良くなるのではないかと。
	○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍における行動制限が解除され、今年は各地域の花火大会の開催などの行事により、着物事業においては浴衣需要が見込まれる。また、インバウンド需要も見込める（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・景気は消費者心理による影響を多分に受けることから、消費者心理を妨げる要因が減り、かつ楽観視できる状況が勝る局面になってくる。エネルギー価格、電気代、物価が落ち着いてくることなどが好感要因になる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしているが、販売は余り芳しくない。しかしながら、これまでは半導体不足で注文を入れても納車が6か月先になっていたところ、最近は半導体が間に合ってきているようで、3か月後の納車になっている。少しは先が見えたような気がする。
	○	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足が少しずつ改善されれば、ラインナップの発表を待っているメーカーの新車発表が多くなり、上向く（東京都）。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・ディーラーの中には想定以上に賃金のベースアップをしたり、整備士関連で人手不足のために賃金改定をしたりして人を集めているところもある。いろいろな形でこのまま賃金が上がっていけば、景気は徐々に回復するだろうし、そうやってほしいという期待を込めて、やや良くなる（東京都）。
	○	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が安定すれば上昇傾向が見える。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・インバウンドの急激な回復が一段落した印象で、前月比の伸び率は緩やかになってきている。ただし、前年比ベースでは依然として好調を維持しており、この傾向はしばらく続きそうである（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、経済が少しずつ活発化してきている。2～3か月先の景気は少しずつ良くなるのではないかと。ただし、私たちの業界も含めてどこもそうだが、人手が足りないようである。人手を補わなければ、経済は良くなっていかない。その辺りが今一番悩んでいるところである。人を探しているところなので、2～3か月先に補充ができていけば、もっと良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰の波は大きく影響しているが、それ以上のインバウンド効果が見えてきている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、状況が良くなってきている。これまで抑制されていたものが、だんだん買物や消費に結び付いていく。
	○	一般レストラン（経営者）	・中国からのインバウンドも増えてくると、更に国内の景気も良くなる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・取引先への諸価格の引上げ要請が反応は鈍いながらも改善の方向に進み、価格転嫁の効果が徐々に出てくるものと思われることから、これからは若干の改善を見込んでいる（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、売上は上がっていくと思うが、一方で、水道光熱費が夏に向けてまたかなり高騰するという不安を抱いている。その上、原材料価格の高騰は止まらず、売上は上がっても、採算面で結局は悪化するのではないかという危惧を抱いている。引き続き、政府には対策を強力にお願いしたい。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策も大分緩和されてきており、客から少し遠くまで足を伸ばしたいという声が多々聞かれるので、やや良くなる見通しである。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の次の波が来なければという前提で、今までと比べると世間的に団体旅行も企画しやすい状況が続いている。
	○	旅行代理店（従業員）	・海外旅行は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するため、夏場の予約に期待している（東京都）。
	○	タクシー運転手	・状況は以前と余り変わりはないが、ロングの利用客が昼夜問わずあり、売上の的には増えている。夜に飲み屋からのオーダーを受けて、店をのぞくと客入りも良く、少しずつだが利用は増えてきている。
	○	タクシー運転手	・タクシー会社の労働者不足による稼働率の悪さがあり、供給不足に陥るときがある。今後はインバウンドが増えてくるので、その需要で我々一人一人については良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・あの大変だった新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着いてきたので、希望も込めてタクシーの利用者が増えることを願っている（東京都）。
	○	タクシー（団体役員）	・ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行するので、多少は以前の生活に戻るのではないか。
	○	通信会社（経営者）	・日常を取り戻しつつある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行は、いろいろな意味で状況を変えてくれるだろう。日本人の意識にプラスに働く（東京都）。
	○	通信会社（営業担当）	・留学生等、海外からの転入者数が増えてくることが見込まれ、固定通信やモバイル需要が回復してくるのではないか。
	○	通信会社（局長）	・不透明な状況が継続しているためである。
	○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更により、経済活動の活発化が予想される。ただし、円安などによる原材料の調達コストなどの不安要素もあるため、緩やかな動きとなる（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和による行動制限の解除が、復活の鍵と考える（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することもあり、動きは良くなると感じる。また、3月の動きに解放感があるようにも感じており、企業関連の動向が良くなる分、やや良くなると判断している（東京都）。
	○	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することに伴い、好転する可能性がある（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分収束してきたようだが、完全に終息し、ウクライナ情勢などが落ち着けば、景気は回復するかもしれない。我々としては政府の景気対策を期待しているところである。
	□	商店街（代表者）	・当店は着物の店だが、着物自体が、おしゃれを楽しむために購入するとか、フォーマルな着物を買ってパーティーや結婚式などに出席するというものから、今は「めったに着ないのだからレンタルで構わない」ということで、ほとんどレンタルにシフトしてしまっている。今は呉服は余り良い商売ではなくなってきた、当店なりに努力はしているものの、なかなか思うように成績が上がらない。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年、この時期の売上は天候に左右されやすいので、売上予想も立てにくい。また、商材価格が上がっており、高価格な物は売れないため、売上は伸びない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家具〕 (経営者)	・今の状態が変わらないまま続いていくのではないかと。とにかく我々の商売は我慢の一字でもってこの先を乗り切っていかなければならない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕 (経営者)	・花の咲く時期もどんどん早まってきており、今夏もまた猛暑になるのではないかと。猛暑だと、外を歩いてくるよりは、やはりショッピングセンターなどに車で乗り付け、涼しい買物フロアでショッピングする方に客がなびいていくと思われるので、路面店の店舗ではなかなか厳しい部分がある。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・例年であれば、新学期が終わりゴールデンウィークを過ぎると来客数が落ちるが、今年に関しては外国人観光客が多いため、売上もさほど落ちないとみている。また、3月からマスクの着用も個人の判断になったことで、外出の気楽さから1～2名での少人数での買物というより、4名以上の集団やファミリーで来店する傾向が強くなり、来客数を押し上げ、売上の増加につながる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商部は今後の案件がしっかり決まっているので、上向き。店頭部においては、ビルの建て替えのため仮店舗に移転し、今月28日からオープンするが、そこでの営業がどれくらいうまくいくか、オープンしてみないと分からないといった不安要素もあるので、余り変わらないと回答している。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・今月から来月にかけては新茶の時期になるが、今のところ注文もばつとしないので、売上も余り期待が持てない。そのような状況のなか頑張っているが、世の中の人の消費が戻らないことには売れない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、5月は感染拡大で一時的な売上減少が予想される。ただし、外国人観光客の更なる増加もあるので、すぐに現在の水準まで戻る。物価上昇に伴い賃金アップの動きも出てきているが、全体の底上げまでには至らない。急激な伸びは期待できないものの、緩やかに回復していくと予想している(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・今後2～3か月先に現状から環境が大きく改善することは見込めないため、厳しい状況は継続する予想である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルスの感染状況が現状と変わらないのであれば、インバウンドの増加などを考えると、消費による景気の上昇が期待できる。しかし、物価上昇リスクの具体的な緩和策や実質賃金の上昇などが目に見える形で示されなければ、先行きの景気に対する不透明な状態は続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によるマスク着用ルールの見直しや、インバウンドの増加に伴う消費拡大はしばらく継続する(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・行動制限のないゴールデンウィークとなることや、5月8日からの新型コロナウイルス感染症の5類への移行など、今後の人の動きが変わることで、消費についても良い影響が期待される。一方、モノやサービスの価格上昇も続いており、単価や買上点数の減少もみられ、しばらくはせめぎ合いの状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担当)	・来客数は増えており業績は回復しつつあるが、物価高により、社員の給与が上がらないことには、景気は上向かない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(店長)	・好調に推移するであろうカテゴリーはあるものの、来客数の割に販売点数や買上客数が同様には伸びておらず、景気全体を押し上げるほどのプラス要素はない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・やや悪い状態が今後もずっと続くと思うので、変わらない。値上げで客の買い渋り、買い控えが大分ひどくなっているので、何とか客に買う気を起こさせようといういろいろな提案をしている。また、当社独自の事情だが、20年ぶりにポイントカードの切替えを客にお願いしているので、今月は来客数自体は増えている。ただし、全体としては、基調はやや悪い状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・景気は低調であるが、最悪期は脱出した感じがする。売上、来客数共に前年比はマイナスであるが、少し戻ってきている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・単価は上がって良いのだが、来客数と販売量がやや減少しており、微妙なので、変わらない(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、ゴールデンウィーク期間中の外出は増えるだろうと予測している。そうすると、食品スーパーマーケットでは売上、来客数を望めない。また、夏にかけて出掛ける人が多くなるとみているので、本当は良くなると答えたいところだが、今のまま変わらずにいくのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げの影響により買上点数に変化は出てきているものの、購買自体に大きな変化はない。ただし、価格に対する感度の高さは今後も続く気配である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根づいており、値上げの影響も大きく、買い控えや固定客の来店頻度も以前に比べて落ちている。物価の上昇が収まらない限り、同様の状態が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う制限が緩和されてきており、通常に戻りつつあるが、単価の上昇と販売量並びに来客数減少とでトータルでは相殺される傾向が、今しばらく続くのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・値上げの波はまだまだ続くので、生活防衛意識が高まり、消費は冷え込んでいく。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げが継続する見込みなので、節約志向が高まる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きにより行動範囲が広がるのが想定されるが、食品では消費が拡大する反面、その分、衣料品等で減少することが数字に表れており、全体の数値は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（食品担当）	・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、食品の値上げが多いために、買上点数が落ち、トータルではカバーできていない状況にある。しばらくこの状況が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・販売量はかなり落ち込んでいるのだが、たまに前年比をクリアする日もあり、平均するとやや減少している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人流の回復が続いているので、新型コロナウイルス感染症の発生前と同水準の売上が継続する見込みである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきて、行楽や旅行の機会が増えてくれば、衣料品需要も上がると思うので、期待している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・原材料価格の高騰による影響がまだまだ続くため、全体的な景気は余り大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・季節家電は気温に左右される傾向があるが、それ以外の要因として、コロナ禍の間に給付金で家電の購入が多くあったので、その反動がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・各企業のベースアップにより収入が増えた人もいるが、皆が潤ったわけではない。物価の上昇が落ち着かない限り、状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給が前年より早くなってきているが、受注量は前年並みである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・客との話の中でも景気が良くなる話がなく、物価の高騰と賃金の上昇比率が見合っていないと話している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・先行きが不透明なため、景気動向は予測不能である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価上昇はこの先も続くので、景気は変わらないどころか、むしろ悪くなる気もする（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界において、こどもエコすまいる支援事業や先進的窓リノベ事業など、国の補助金政策の消費者への認知が進み、該当分野の顕著な受注増加につながっている。予算枠消化でその効果は終わるが、少なくとも8月頃までは継続するものと予測している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店【ドラッグストア】（経営者）	・当店は薬屋なので、薬がやはりうまく動いていない感じがする。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店【貴金属】（統括）	・物価上昇など身近に影響を及ぼすことがある程度落ち着くまでは、景気は余り変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売【ショッピングセンター】（統括）	・客の行動は活発化してきているが、物価高の影響か、消費意欲が高まっている実感はない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・街に人は戻っているが、消費に結び付いている気がしない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・全体として回復基調は強いが、油断はできない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（役員）	・オーダー数のアップにより売上は回復傾向ではあるが、光熱費、仕入原価の上昇が引き続き大きく、また、人手不足も続いており、利益的にはまだ厳しい状況が継続する（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・前年よりは持ち直しているものの、価格高騰による出費抑制は引き続きみられると予想されるため、現状とさほど変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・悪いままで変わらないということで、上向きになることはまずない。何らかの政策を採ってもらわないと、飲食業は皆駄目になるような気がする。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・以前よりは宴会の予約が入ってきているが、人員が足りないの、かなり抑えて営業をしている。空いているフロアなどにも本当は客を入れてあげたいのだが、宴会の予約は今よりも多くは取らないようにしている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・当社の業態であるレストランと輸入卸業務は季節的要因により7～9月が忙しいので、特に大きな事件が起きない限り、3か月後の景気についてもやや良くなる。ただし、1歩日本を出て外国に行くと、世界は動乱の最中にあるので、いつ何が起きるか分からず、全く予断を許さない。そのようなことから、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ここ2～3か月は売上も良くなっているが、この先については変わらないとみている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価高、燃料高の影響があるので、景気が良くなるとは予想しにくい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、来客数は増えているものの、まだ値上げが続いており、商品単価を上げないといけないため、良い部分と悪い部分があり、余り変わらないのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・コロナ明けの活況が落ち着きを見せ始めている。物価上昇もじわりじわりと家計に影響を与え始めており、レジャーサービスを抑える傾向も見え始める（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・物価上昇に対する賃金ベースアップがどのくらい影響するか、先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・選挙の結果等もほぼ変わっていないので、今後も変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・前月も同じような回答をしたが、世の中の物価が上がり続けており、消費者の意識がそちらの方について、なかなか我々の利用客にはなっていない。タクシー利用が増えず、厳しい状況が続いており、今後もこれが続くだろうと予想している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・身の回りで値上げが相次いでいるため、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・モバイルの普及率が向上し、外出機会も同様に上向きになると思われるが、当社としてはサービスの種類がまだ十分ではないので、もう少ししばらく現状のトレンドのままである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価高が収まらないと、景気は戻らない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・電気代の値上げが4月から先延ばしになったが、値上げ時期になったら人件費を減らして費用を吸収していく。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症について見通せるようにはなったものの、円安、資源高による先行き不透明感が増してきている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・顧客獲得の状況が変わらないため、厳しい状況が継続している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・ゴルフにとっては繁忙期であり、集客増加が期待できる。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・ゴールデンウィークを1つの節目として、人々の動きと消費は一時的に活発になると思うが、仕入原価や人件費の上昇に伴い、収益の低下は避けて通れない。
	<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・いろいろな施策、マーケティングの修正は、2～3か月で対応できる内容ではないため、客に迷惑を掛けてしまう。厳しい状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 〔複合文化施設〕（財務担当）	・政府の景気対策の効果が表れるまでには時間を要することが想定される（東京都）。
	□	美容室（経営者）	・何となく新型コロナウイルス感染症が収束していないような気がする。
	□	その他サービス〔立体 駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままである。
	□	その他サービス〔保険 代理店〕（経営者）	・総体的な売上は変わっていない。
	□	設計事務所（経営者）	・新たな物件の話はあるが、具体的になっているわけではない。
	□	設計事務所（経営者）	・業務量の確保は問題なさそうだが、協力事務所への外注費が増加傾向にある。トータルで見ると景況感是不変。
	□	設計事務所（所長）	・選挙の影響か、新型コロナウイルス感染症の影響か、不明のまま設計の話が止まっているのであれば、当分前へは進まず、現状がしばらく続くのではないかと。また、建設価格のみではなく、資材、製品の供給がうまく回っていないことも疑問が残る。先が読めない（東京都）。
	□	設計事務所（職員）	・何とも推測しにくい状況だが、更に悪くなる傾向ではないように感じる（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・今月は前年5月以来の販売量となり、やや景気が戻ってきている。近々新商品の発売も予定しているため、景気は良くなるとは思えないが、底堅く現状を維持してくれると考えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・資料数や来客数に変動がないため。
	□	住宅販売会社（従業員）	・この先の不動産の景気は大きく変化するとは思わないが、戸建ての在庫が増え、処分売りをしているところが目立つ。土地仕入れも抑えているようである。ただ、土地の売却価格がまだ下がってきていないので、今後、徐々に下がってくれば、市場も変わってくるのではないかと。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰に伴う物価、単価の上昇に対する国の具体的な施策がない以上、打つ手がない。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・全ての商品の仕入価格、販売価格が上がっており、だんだんと引締めに入っていくと感じている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・3月、4月と外出、旅行、イベントなど3年ぶりの買換え需要があり、ファッション領域も好調であったが、ゴールデンウィーク明けからは、購買需要、意欲も一段落するので、5月後半からの停滞を懸念している（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上が減少し、更に時給アップ等が重なり、厳しさが増す一方である。
	▲	コンビニ（経営者）	・海外でも金融不安があり、今後、経済環境の悪化が懸念される。消費者の購買意欲も落ちているようで、売上が減ってきている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は節約の対象となっている。
	▲	衣料品専門店（統括）	・前年同時期が新型コロナウイルス感染症のリベンジ消費にて来客数が大幅アップしている時期のため、今年は苦戦すると予想している。
	▲	住関連専門店（統括）	・まだコロナ禍が収束していないので、販売点数もなかなか伸びない。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今後も値上げの影響が続く。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・4月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えてきており、例年春から夏場にかけて増える時期でもあることから、全般的に予約が減少し利用控えが起きる。特に、年配客は重症化リスクがあるため、レストランでは影響が避けられない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了する予定のため、申込みが減る（東京都）。
	▲	タクシー（経営者）	・物価高の影響がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・商品価格の値上がりは今後も続くと思われるため、大幅に景気が好転する兆しは見えてこない。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・暑い時期が例年より長くなるかと予想している。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価高騰、特にエネルギー価格の高騰により利益が圧迫されている。増税や保険料引上げにより、消費者がどこまで支出を抑えるか不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・春の集客期の結果が非常に厳しかった。
	▲	設計事務所（所長）	・現状、材料高騰から仕事がなかなか決まっていけないため、新規発注が追い付かない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・原燃料価格の高騰が資材価格高騰へと連鎖し、需要に陰りが見えている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・給料の手取り額が増える以上に物価高が進んでいる。
	×	衣料品専門店（店長）	・度重なる原材料価格の値上げと、ベースアップに伴う人件費の上昇分について、商品価格への転嫁が追い付いていない。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・原油価格高騰により仕切価格は高値で推移すると思われる。現在、国の激変緩和対策事業は9月までとなっているが、終了時の原油価格が高値で推移していた場合、販売価格が上がり、今以上に消費者の買い控えによる販売数量の減少が心配である（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高騰の影響はまだ続く見込みである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・人口減少や防衛力など、日本は表向き景気は良さそうに見えても、将来が見えてこないで、不安だらけである。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行などによる経済社会活動の正常化に向けた動きが一段と進むことが予想される一方、海外経済やロシア、ウクライナ情勢などの不透明感は依然として強く、素材、エネルギー価格の高騰や業務要員不足などの長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、強く懸念される。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・塾業界では、生徒が低価格の塾に移動する傾向がみられている。体験がどんどん長くなって、安い方に流れている。景気の良さは余り感じられず、今後は悪くなっていく。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・初めての客から依頼の電話が多くなってきている。中小企業も景気回復傾向を感じる。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・人の動きが非常に活発化しており、イベント等の実施が仕事量に比例して増加傾向にある。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・やや低調だったが、4月下旬にきて会社設立の印鑑の注文がトータルで7本くらいあり、いつもの月より多くなっている。また、当店の周りには飲食店が多く、新型コロナウイルス感染症の影響で停滞していたのだが、新しい店を開く人がぼちぼち出てきて、店の領収書のゴム印などの注文をもらったりしているの、少しだけ明るい方向が見えてきたと現場では感じている（東京都）。
	○	化学工業（従業員）	・国内の受注は横ばいであるが、海外向けの受注が増加している。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、インバウンドも含めて人の動きが多くなると思うので、若干景気が良くなることを期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・僅かにではあるが、取引量が回復しつつあるような内示が各社から示されている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・想像の域を出ないが、競合他社の事業見通しをベースに考えると、若干ではあるものの、徐々に景気は良い方向に向かうと個人的には考えている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは増産体制に入っており、今後もこの状態が当面続くとみられ、景気は上向く。
	○	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がこのまま収束していけば景気回復のスピードは増すものと思われるが、当社の現況には改善の要因が見当たらないため、厳しい状況が続く（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・原材料価格や光熱費の高騰が続き、価格転嫁に踏み切る事業者が増えるなか、一部では「値上げを行った結果、顧客が大手に流れてしまった」との声も聞かれるなど、中小企業は以前にも増して苦しい立場に置かれている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に変更されることで、経済活動が活発化する。
	○	不動産業（総務担当）	・新規テナントの入居希望の問合せが明らかに増えているが、賃料水準は高くなっていない（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・値上げによる買い控えがますます進む。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器の受注に増加傾向はみられず、仕入れや物流費の値上げ要求が続き、大きな期待は望めない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・電気を余り使わずに使える商品の開発を急いでいるが、やはりうまくいっていない（東京都）。
	□	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価の上昇に免疫が付き始めたのか、サロンの開業件数が回復傾向にある（東京都）。
	□	建設業（経営者）	・業種によって良しあしがあり、全体的にこれからどのようなようになっていくのか分からない。物価が上がっているものの賃金が上がらない状況で、消費がどこまで続くのかについても不透明である。
	□	建設業（従業員）	・世界情勢が安定しなければ何とも言えないので、期待は余りできない。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量の低迷が続いている。輸出量は全くない。しばらくこの状態が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・反動も落ち着き、当面は今のよう増加が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・経済の活性化は図られているが、原材料、光熱費の上昇率はそれを超えており、今後、原材料、光熱費の値上がりりが抑制されないのであれば、中小企業では収支悪化が予想される。受注単価は上がっていない。
	□	不動産業（経営者）	・人件費、電気代、仕入価格の高騰により採算が取れないという話を聞いているので、テナントの撤退が心配である。
	□	不動産業（従業員）	・工事費は高騰したままだが、分譲マンションの販売進捗は順調であり、用地取得もできている（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・まだまだ完全には良くならない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・従来4～6月の第1四半期は立ち上がりが悪い傾向にあり、現状、その傾向を覆す要素が見当たらない（東京都）。
	□	税理士	・夜に駅周辺を歩いているが、新型コロナウイルス感染症の影響で、やはり飲食店が少し減ったような気がする。コロナ禍から回復してきて景気が良くなり客が戻ってきているというよりは、そもそもの需要が戻ってきているのではないかという感じがする。空き店舗も空いたままかもしれないが、少し戻ってきているような気がする（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因がない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・物価高騰などの影響が引き続き大きいいため、余り変わらない。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場も稼働率を上げようと努めているが、5～6月の原材料、資材価格の新たな値上げの実施もあり、先行きには不透明感が残る。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・人手不足はすぐには改善できそうにない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今月以上に悪くなると厳しいが、例年5～7月にかけては受注量が減っていく（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・受注量が減少する兆しがある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・見積りは来るものの、納期が先であることが多く、資材価格も変動が大きいいため、再見積りのものがある。2度、3度の見積りを迫られて大変である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・戦争やアメリカのインフレの影響がじわじわと出始めてくることを感じる。
	▲	建設業（経営者）	・一般顧客の話がほぼなくなっている。あっても修繕やリフォームである。
	▲	建設業（営業担当）	・物価高騰に歯止めが掛からない状況が継続する。
	▲	輸送業（経営者）	・悪くなる要素はあっても良くなる要素がない（東京都）。
	▲	金融業（総務担当）	・ベースアップもややあるものの、物価高や燃料高騰、電気代の値上げがかなり家計に響いており、消費はやや低迷する。ゴールデンウィークでは観光業、サービス業では売上増加を見込めるものの、一時的であり、今後企業ではゼロゼロ融資返済が始まるのに、景気はやや低迷となると、業種に関係なく倒産や返済の繰延べ等を行う企業が増えると思われ、景気はやや悪くなる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・周辺の居酒屋も飲食店もさみしい営業である。もっと人が動かないと好転は期待できない（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・半年前に仕込んでおく予定である各企業の宣伝予算の刈取りが、コンペでの敗退などで、当社としては余り確保できていないので、やや悪くなる（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症対策の終了を迎えつつあり、現状ではいまだに回復には至らないなか、資金面から売上まで、経営の圧迫要因が続いている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・介護保険料や各種の値上げのために手取りの給与は増えない。実質的にはダウンである。また、今後の明るい話もないので、やや悪くなると予測している（東京都）。
	▲	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・売上の状況から、やや悪くなる（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・好調であった建機関係もエンドメーカーの排出ガス問題で急激な減産になってきており、半導体関係の在庫もだぶつき感が強い。
	×	建設業（経営者）	・一時的に忙しいが、少子化、物価高、人件費高騰のため、先行きには不安しかない。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなってくるにつれて消費が増え、景気が良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ようやく1か月先、2か月先、3か月先の計画がぼつぼつと出てきているので、先行きはやや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は引き続き増加傾向にあるが、一方で求職者数は大きく増加していないことから、将来の景気は現状維持若しくはやや上向き程度とみている（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	・国内外問わず旅行者が増加する。賞与が支給され、家電製品等の購入や夏場の飲料物の消費が増えることで、やや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・景気への不安感が減少しているように感じる（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・求人など採用活動が活発になってきている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・業種により差は出てきそうだが、全体としては人材不足の状況が続くそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・先行きについても、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、きつ抗することは変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・状況が変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・民間企業は厳しくなっている傾向はあるものの、パブリック事業は堅調に推移していることから、緩やかな減速が続いていくことが予想される（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材側のリスクリングが進まなければ、マッチングも進まない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症関連の求人が減少しているものの、全体的には特に変わりはない。ロジスティクスセンターでは取扱量が増えている企業が多く、求人数も堅調である。管理社員が不足しているため、アウトソーシングの相談を受けることが増えている。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣や紹介依頼のなかで、ITリテラシーのある人材への需要は高く、引き続き受注は好調を維持する（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・春から夏に向けてはさほど大きな変化はなく、例年どおりのトレンドとなっている。コロナ禍も落ち着きを見せてきており、人材ニーズも回復傾向にあるものの、まだ新型コロナウイルス感染症の発生前までは回復してきていない。数か月先では余り変わらないが、半年先、秋以降には同水準に戻るのではないかと（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自動車業界を中心とした製造業からネガティブな情報はなく、当面現状維持の見通しである（東京都）。
□	人材派遣会社（営業担当）	・物価上昇が続く中で、消費喚起はされないともし、景気が良くなるうが、実感値は変わらないかとみている。	
□	求人情報誌製作会社（経営者）	・賃上げによる販管費の増加と、コロナ禍での借入金の元本返済時期が来るなど、中小、零細事業者の資金繰りは厳しくなっている。取引価格に転嫁できず、販管費の負担増加では、景気が良くなるとは思えない。観光などもインバウンドが回復しているとはいえ、人手不足による営業縮小など、サービス産業ももろ手を挙げて回復基調とはいえない（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・採用がうまくいかないため、変わらない。仕事があっても、それをこなす人材がいない。最低賃金は毎年のように上がっていくとしても、他も同じように上がっているため、なかなかうまく採用にはつながらない。良い人材を確保するには、もっと条件を良くしたり、環境に投資をしたりしなければならない。しかし、それほど簡単に環境を変えることはできない。仕事の受注単価は上がらずに人件費だけが上がっていく現状では、企業側も新しい投資や人材確保に力を入れることができない。根本から変えていく必要があるが、もはやどこを変えれば景気が良くなっていくのか。人材確保の観点からはなかなか答えが出ない。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・為替、物価、金利、投資、まだ動向が見えづらい。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前年よりも約7%増加し、経済の回復とともに中小企業の採用意欲も高まっていると感じられるが、求職者は物価上昇に対する生活防衛のため、賃金等の条件が良い企業へ流れていくと考えられ、賃上げができない中小企業は人が集まらない事態に追い込まれることが懸念される。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・中小企業、特に小規模事業者は賃上げに対応できない。高待遇を求め、中小企業から人材が更に流出する恐れがあり、中小企業は受注量を調整せざるを得ない状況が想定される。
	×	職業安定所（職員）	・物価、光熱費等の高騰により、政府等が金融政策をした場合の傾向が見えてこない。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行されれば、以前のような人の動きが期待できる。
	◎	スナック（経営者）	・ようやく世の中がアフターコロナになったという意識に変わってきたようである。無料でワクチン接種できる間は接種に行くが、そろそろコロナ禍も終わりだと思っているように感じる。
	◎	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、大企業、公務員、教職員の内規が緩和されるようで、今まで中止していた歓送迎会や社員旅行の予約が入り始めている。5月以降の予約の入る早さが、コロナ禍と比較してかなり早いため、今までよりも良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・5月8日に、新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行することにより、企業や個人のマインドもかなり変わってきている。1年前の4月と比べて、この先の大型宴会や懇親会付きの宴会がかなり増えている。恐らく5倍程度のリクエストは来ている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・以前のように、季節に左右されることは少なくなったように感じている。今後、高齢者が増えれば、ますます季節は関係なくなっていくだろう。
	○	商店街（代表者）	・夏に向かい、新型コロナウイルス感染症の5類移行による景気回復が期待できる。
	○	一般小売店〔薬〕（経営者）	・人通りが多く、人の流れが増えている。特に、金曜日、土曜日の人出は多い。ただし、日曜日は余り出ていない。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限等の緩和により、5月からは、客の動きがより一層活発になると見込んでいる。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策がやや緩和されるため、旅行や消費は増える方向にいくのではないかと見込んでいる。ただし今後も、物価高、再びの値上げがあるので、その辺りのバランスで、どちらになるかなというところである。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないが、確実に前年は上回ってきている。特に、催事への来客数は大きく増加している。ただし、物価の影響もあるのか、客単価は下がっている。
○	スーパー（経営者）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の5類移行があるので、以前の状態に戻っていく。少子高齢化や競合の出店などで、来客数を伸ばしていくのは難しいが、外販を頑張っていきたい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症への対応が変わり、イベント等の復活もある。焼き肉セット等の高単価商材が売れるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・春になったこともあるが、今年に入ってから1週間ごとに人の動きが活発になってきている。この2～3か月はこのままの状態で行くと思う。
	○	コンビニ（経営者）	・久しぶりの行動制限のない夏休みとなり、行楽客等は多くなりそうである。外出する方が多くなれば、来客数も増え、景気は上昇する。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する慣れと物価高の影響で、消費の動きは芳しくない。ゴールデンウィークも5月3～5日にかけて集中した動きになるとみられる。
	○	一般レストラン（経営者）	・4月から、当店の値上げを機に割引クーポンを発行し、客のリピートを促している。値上げはしたものの、他店に比べると安価なため、客の反応は悪くない。ゴールデンウィーク明けに、本格的なリピート対策を仕掛けるので、効果を期待している。
	○	タクシー運転手	・今月に入って、特に中旬辺りから、夜の動きが良くなっている。時間的には夜8時から12時頃までの時間帯で、車が足りなくなりそうな感じである。暖かくなり、夜に外に飲みに出る人が多くなったのかとみている。
	○	観光名所（職員）	・インバウンドが大半で、新型コロナウイルス感染症発生前に匹敵する来客数に戻っている。ただし、国内観光客はまだ少なく、旅行に出掛けても儉約している印象も受けている。費用や物価高騰の割に、収入は変わらない人が大半ではないだろうか。
	○	ゴルフ場（経営者）	・予約は順調で、土曜日祝日のキャンセル待ちが多くなっている。しかし、平日は相変わらず、シニア客が中心だが、春本番を迎えて皆元気で、活発な様子がうかがえる。
	□	商店街（代表者）	・変わらないとしたのは、郊外に大型店が出店していて、客も何となくその郊外店利用がメインになっているからである。旧商店街は、今の客を何とか維持しようと精一杯で、景気が良くも悪くなるわけではない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・猛暑を期待し季節商材の動きを望みたいところだが、消費がどこまで伸びてくれるのかは不透明である。展示会等、イベント的なことも計画するものの、来場を促進できるほどの目新しい商材もなく、厳しい状況は続きそうである。
	□	スーパー（経営者）	・賃上げ効果で処分所得が上昇すれば、物価上昇を吸収できると思うので期待している。
	□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、外で飲食する機会が少なかったため、その分、当店の売上は若干良くなっていた。今後は、外で飲食する機会が増えると思われるので、アルコールなどの販売量はやや下火になる。
	□	コンビニ（経営者）	・依然として物価高が続き、単価の高い商材の販売量が少なくなっていく。
	□	コンビニ（エリア担当）	・持っている原資が少ないため、余暇に使えるお金がない。
	□	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響も大分解消されるので、ある程度人は動くと思うが、特別、財布のひもが緩むような気配は、まだちょっと感じられないので、余り変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・売上がよほど伸びない限り、良くならない。
	□	家電量販店（店長）	・単価、購入点数も伸びていないため、変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行による感染再拡大や物価高騰に伴う新車価格の値上げ等、景気減速の懸念材料はあるが、新車販売はしばらく堅調に推移する。
	□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、今以上に悪くならないよう、変わらないでほしいという意味である。飲食は本当に大変である。何か良い方法があったら教えてほしい。
	□	スナック（経営者）	・歓送迎会も落ち着いてきており、新型コロナウイルス感染症の影響なのか、遅い時間まで飲む人が少なくなってしまうようで、なかなか2回転目の売上が伸びない。それに加え、朝のアルコールチェッカー等を企業が導入することで、更に遅い時間まで飲まなくなっているのと、本当に肌で感じている。今後、売上を伸ばしていくのは非常に大変だと日々実感している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（社員）	・新規サービス提供エリアの開局予定はあるものの、サービス自体に目新しさがいないため、新規事業等も必要だと思っている。
	□	通信会社（社員）	・物価高や電気代高騰感が続いていて、必需品以外の買い控えが続くと思われる。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・企業コンペや団体利用が戻ってくれば、回復も期待できる。
	□	住宅販売会社（経営者）	・別荘地内には12基の深井戸があり、地下100メートルから地下水をくみ上げ、水道水として各別荘に供給している。動力は電気ポンプなので、電気料金の値上げが経営を直撃し、収益を確保することが困難になってきている。
	▲	商店街（代表者）	・先行きは、楽観的な材料が全くない。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・タイヤの値上げ後の反動もあり、来客数の減少が予想される。
	▲	その他専門店〔酒〕 （店長）	・非常に厳しい状態になるのではないかと。諸物価も高くなり、資材等の価格上昇で酒の値段もかなり上がってきて、配送運賃の上乗せも始まっている。また、飲食店もクーポン等の割引が終わり、空きが出て厳しくなっているという情報もある。3か月後、若しくは半年後辺りから、大分厳しくなってくるのではないかと。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の自社保有枠がなくなったため、やや悪くなる。
	×	*	*
企業 動向 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	・ゴールデンウィークも控え、新型コロナウイルス感染症の第9波も噂されているが、人流が良くなれば景気も上向くものと考えられる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表やフェアでの出品による期待度はある。また、ゴールデンウィークや夏休みに向けてワークショップの予約数にも期待感が持てる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・賃上げの影響や夏のボーナス支給による消費拡大を期待している。ただし、生活必需品の値上げによる耐久消費財への支出抑制は懸念される場所である。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・納品に向けて、6月から徐々に生産量が増加する予定である。
	○	金融業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、人や物の流れが活発化していく。
	○	新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	・依然として、物価高は続くと思われるが、イベントや企画等の開催が復活し、人の流れが多くなることで、折込広告業と観光業には、追い風になってくる。
	□	食料品製造業（営業統括）	・給与を大幅に上げることが幅広く浸透してきているものの、インバウンド効果と景気が上昇するまで、しばらくは今の厳しい状況が続くものと考えられる。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・装置開発が好調である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・部材調達に良くなる見込みはなく、調達にムラがある状況は変わらないだろうとみている。周囲の企業も同様な様子である。資材やエネルギー価格の高騰も続いているので、経営も厳しい。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・中国からの入国も緩和されたことにより、宝飾業界も海外向け商材を扱うところは売上を伸ばしていくとみられる。国内マーケットが低調なので、業者間でも良しあしが分かれている。
	□	建設業（経営者）	・当面は現状が続くものの、値上げの好影響が出てくれば、景気は良い方向に向かうものと期待している。
	▲	金融業（調査担当）	・ゴールデンウィークの観光需要増加は期待できるが、それ以降が鍵となる。コスト上昇の影響もあり、価格転嫁が進むのかも重要なポイントになる。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連	◎	求人情報製作会社（総務担当）	・世の中の動きが出てきたので、良くなる。
(甲信越)	○	職業安定所（職員）	・企業の採用マインドが今後も同様の傾向を示すことから、緩やかに改善するものと考えられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者だけでなく求人側もハードルが高いのか、なかなか難しい。ハローワークも含めて、うまくマッチングしていない。
	□	職業安定所（職員）	・観光シーズンを迎えて、主にサービス業関連で業況の回復は見込まれる。ただし、コロナ禍に行われた政府の財政融資の返済が始まることから、景気の先行きはその状況次第になるものと思われ、諸物価上昇の影響がどこまで続くのかは見通せない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行することで、観光関連は動きが出る。一方、製造業では半導体不足や物価高騰等の影響もあるので、全体としては変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人を引き引する製造業において、現場作業者は不足しているものの、設計、開発、生産技術、品質等の業務の求人は、慎重な採用姿勢を崩していない。
	▲	—	—
	×	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・人々のマインドがこの3年間の鬱憤晴らしに転じている。
	◎	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になれば、マスクなしも更に拡大し、今まで以上に人の動きが活性化する。ビジネスではテレワークはそのまま継続するとみるが、出張などによる人の動きは回復する。
	◎	コンビニ（商品開発担当）	・物価高の影響はあるものの、行動制限もなくコロナ禍からの脱却が来客数に明らかにプラスに働いている。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・今後、インバウンドの増加が予想され、インバウンド需要で景気が良くなると見込む。繁忙に比例する形で人材不足が懸念される。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行と同時に行楽シーズン突入のため、今まで旅行を我慢していた個人客や法人旅行がどんどん戻っている。秋口の大型旅行の計画、海外旅行の問合せも徐々に生じており、景気急上昇の予感がする。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行した後の様子見で、旅行計画を保留する客もいる。来月以降、本格的に問合せが増えると予想する。
	◎	タクシー運転手	・ゴールデンウィークは企業が休みのためビジネスマンの利用がなく、歓楽街も人出が少なくなり一時的に売上は下がるが、2～3か月先は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・そろそろ新型コロナウイルス感染症が収束しウクライナの戦争も終わるのではないかと見込み、景気は良くなる。
	○	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になると、人との付き合いが以前と比べて自由になる。贈答品や冠婚葬祭関連も付き合いの幅が段々と広がるので3か月先が楽しみである。コロナ禍が落ち着いて日常が戻ってくることを期待している。
	○	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・希望的観測ではあるが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくれたら望みはある。
○	百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークに入ると帰省客が見込める。海外からの客も少しずつ戻ってきており、結構高額商品を購入するため、売上に大きく貢献している。駅前のお店のため、時間の合間に少し見ようという客が多いが、購入する客も多いため、売上は少しずつ伸びる。	
○	百貨店（総務担当）	・ゴールデンウィークは旅行需要が前年以上に見込まれる。弁当や土産需要などをしっかり取り込むため商品在庫を新型コロナウイルス感染症発生前以上にストックし、売り切れによる売上の取りこぼしがないよう対策をしている。日本人の海外旅行や海外での消費は致し方ないが、インバウンド需要に引き続き期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（企画担当）	・5月8日以降は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、社会活動の制限が無くなることで日常生活が戻り、消費者の購買意欲が高まると想定される。外国人観光客の増加が見込めることも、大きな要因として挙げられる。実際に、ここ数年間動きが鈍かった紳士衣料雑貨も新型コロナウイルス感染症発生前には届かないものの、増加傾向が顕著にみられるなど、高額品や食料品以外の動きも活発になりつつある。
	○	百貨店（経理担当）	・夜がメインの飲食店は新型コロナウイルス感染症発生前の売上には戻っていないが、昼がメインの飲食店は、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響から脱却しつつあり、人の動きが活発になる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、より景況感が良くなる。また、インバウンド需要も本格的に高まる。
	○	百貨店（販売担当）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられることが決まったため、現状よりも良くなると期待している。インバウンドも徐々に増えてきており、回復要素はある。
	○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になれば、人の意識等含め変わってくるかもしれない。
	○	スーパー（店長）	・電気代がピーク時に比べ安くなったことで、少しずつ節約志向が緩和される。
	○	スーパー（販売担当）	・マスクを外す人も増え、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い行動制限も撤廃されるため、盛夏に向けて更に客が増えて、売行きも良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・電気代高騰などの不安はあるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による人流回復、特にインバウンド消費に期待ができる。
	○	コンビニ（店長）	・インバウンドの動き次第であるが、期待している。
	○	コンビニ（店員）	・気温が上がるにつれて来客数が増える。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・今年の春闘は例年以上に多くの企業において賃上げがされたとの報道があるなか、ゴールデンウィーク明けには新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられ、景気回復の後押しになる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・大手企業を中心に大幅な賃上げが実施されそうなので、新型コロナウイルス感染症の落ち着きとともに消費意欲が上がってくるのではないかと。
	○	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルス感染症の動向に注意が必要であるものの、人の意識が前向きになってモノの動きも出てきた。
	○	乗用車販売店（経営者）	・ボーナスシーズンが近づいてくると動きが出てくるため、期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和により、客との接触も楽になり、客の声も聴きやすくなってきた。店頭誘致活動を活発化して店頭が明るくなればと期待する。しかし、いろいろな物の価格が上がったことで細かな出費が増え、今はなかなか大きな買物を考えることができないという声は根強い。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・少しずつ生産が回り始めている。5月8日以降新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になることで、世の中が動き始める。商品が入れば戦略も立てられる。
	○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、住宅、商業施設などで中規模の改修工事が多くなっている。新築工事については、金額の大きい物件はやや鈍いものの改修工事が増えているため、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・ゴールデンウィークや夏のボーナスだけでなく各種イベントが開催され人流が活性化されることにより、物価高騰に慣れて賃金アップが浸透すれば、景気回復の見通しが出てくると期待する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・5月より新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引下げとなるため、客足の動向を注視していきたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	高級レストラン（経営企画）	・大手企業での飲食利用制限の解除を期待すると同時に、アフターコロナで新たな顧客、利用動機が創出されてくる。競争は激化する。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、客の動きが活発化する。
	○	一般レストラン（従業員）	・外出する機会が増え、消費も増える。
	○	一般レストラン（従業員）	・5月8日から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。既に周囲の人たちも来店客もマスクはしておらず、今までの通常の生活に戻りつつある。したがって、来客数も増える。
	○	観光型ホテル（経営者）	・団体客の動きは小グループから中グループへと移行している。新型コロナウイルスの感染状況がどうなるか分からないが、5類感染症への移行が決定し新型コロナウイルス感染症は収束する様子になってきたため、小グループから中グループへの動きが更に加速する可能性が高い。2～3か月先の景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（支配人）	・ゴールデンウィークの宿泊予約が全国旅行支援の休止期間にもかかわらず好調である。5月8日からの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に期待する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドなどが戻り、5月8日以降は規制も無くなり人の往来も増えてやや良くなると期待したい。一方、清掃会社が客室清掃を30%値上げしたり、人手不足でアルバイトの時給や社員の給与を上げて人も集まらず、採用コストばかりかさむ状態である。経費上昇に売上、特に客単価上昇が全く追いつかず厳しい。
	○	旅行代理店（経営者）	・急激な需要喚起では、注文があっても企業は体力低下により対応できず仕入れができない状況になるので、緩やかな上昇を期待したい。
	○	旅行代理店（経営者）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行しマスクを着用しない人も増え、5～7月は少しずつ景気が良くなる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症にまだまだ左右され、曜日にも左右されつつも客足が増えている。繁華街駅周辺の百貨店等も週末は非常に人出が多い。この状態が続けば、今より徐々にでも景気は良くなっていく。
	○	通信会社（営業担当）	・まだ半導体不足は機器の値上がりに影響しているが、情報機器端末等の滞留は解消されつつある。僅かではあるが良い方向に向かっている。
	○	テーマパーク（職員）	・今後もインバウンドが増える。
	○	ゴルフ場（支配人）	・6月の入場者予約数は、前年同日と比べ順調に推移しており、このままでは悪かった今よりは景気が良くなる。ただし、新型コロナウイルス感染症対策も5月から緩和され、コンペの予約数は増えているが、パーティーの売上は伸びず低迷している状況である。
	○	美顔美容室（経営者）	・4月からキャンペーンセールが始まっており、新規の客が見込める。
	○	美容室（経営者）	・2～3か月先は少し暑くなってくるため、パーマ、カットの客が増える。
	○	住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークで集客が期待できる。その流れはボーナスシーズンの6月まで続くと見込む。
	□	商店街（代表者）	・年配者を中心に自粛が定着してしまった。新型コロナウイルスの新規感染者がなく、ワクチンを打つ必要もないという状況にならない限り、ずっとこのまま変わらない。
	□	商店街（代表者）	・人出は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるものの、物価高が続いており、全体としては景気の変動はさほどない。
	□	商店街（代表者）	・人出は順調に回復しているが、消費金額は比例して増加していない。
	□	商店街（代表者）	・人々の関心が薄れつつある新型コロナウイルスの新規感染者数が、5月に入って再び増加すると、一旦戻ってきた人出が今後また減少する。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・余り世の中は伸びていない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業が持ち直すのはまだ先になる。秋頃の回復と考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔果物〕(店員)	・3か月ほどでは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕(企画担当)	・日本銀行の政策、ウクライナ情勢、電力・エネルギー等の先行きがどうなるのか非常に不透明で、先行きは分からない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕(販売担当)	・食品や生活必需品の値上がりはまだ響く。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕(営業担当)	・これから2～3か月程度は販売量が落ち着く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(経理担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行及びインバウンドの増加によって、レジャーや飲食を中心に活発な関連消費が見込まれる一方で、物価高に伴う消費者の買い控えが進むことで、景気は全体として変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売担当)	・ファミリーでの来店客が増え、夏雑貨はまだ動いていないが期待できそうである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(計画担当)	・買上客数の増加は続くと考えるが、物販に対する消費額が減少しており、特に高額品で買上の減少がみられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第9波がなければ、やや良くなるかとみるが、悩ましい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・物価上昇の高止まりを実感しているように見える。安価な物で済ませる傾向が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・先行きを見通すのは難しい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(営業企画)	・ゴールデンウィーク等で一時的に需要の高まる業種もあるが、諸原料費が高止まりしており、全体としての景気は上向かない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(販売担当)	・この先により良いイベントが余りないが、新型コロナウイルスの感染状況が収束し、皆が外出している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(企画担当)	・今年に入って現在の状況が継続しており、しばらくはこのままが続くと見込む。当地域にまでインバウンドが戻ってくれば、更に良くなることが予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(店長)	・仲間内で自宅に集まって飲み会などを開くことがまだない。2リットルサイズの飲料やビール類の売上がなかなか戻らない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(店長)	・コロナ禍の収束に伴い人流は活発になるため、確かに景気が上向く要素はある。しかし、貯蓄が十分ではない家庭においては、公共料金等様々な支払への備えから一般消費に回す金を控える傾向になる。プラス要素とマイナス要素があり、結果として状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(商品企画担当)	・全国旅行支援の予算到達による終了のため、行楽需要は一旦落ち着くと想定する。夏休みに入れば、ある程度行楽需要に期待できる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ(本部管理担当)	・小売業界の利益を押し下げる物価高や水道光熱費の高騰には、出口の見通しが立っていない。ただし、これからは盛夏の旺季を迎え小売業界はトップトレンドとなるため、景気の先行きに対して悲観的な状況ではない。メリット、デメリット共に存在するため景気は変わらないとみる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(経営者)	・バーゲンセールに入っているが上代が元々高い設定の品が多いため、数は売れない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(販売企画担当)	・部分的に良くなっている商品もあるが、全体ではまだ回復とはいかない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(営業担当)	・物価の上昇が止まらない上に賃金の上昇率が低い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・引き続き新車の納期遅延が続いており、今年一杯はこの状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(経営者)	・ガソリン代の値上がりも続いているなか、これ以上変わる要素はまだない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(従業員)	・客の動きは良くないが、問合せがないわけではない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(従業員)	・中古車価格が高騰しているイメージを客はまだ持っているため、うまく商談がまとまらないケースが出ている。本来は適正価格に戻っただけであるが、以前のネット情報を元に来店する客も多く、今の査定価格に納得できず他社にも多く査定訪問するようになってきている。新車の注文数は目標を下回っていて、しばらくは低調が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車が投入されるとリセール価格の高い車に多くの人飛び付くため販売台数は増えるが、納期が発売から1年以上掛かる場合がほとんどである。今後も新車の投入が続くため、販売台数は確保できるが登録に結び付かない。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・新車は少しずつ入ってくるようになったが、今度は下取りの価格がかなり暴落し始めており、難しい段階である。
	□	一般レストラン（経営者）	・気温が上がり新型コロナウイルス感染症も収まり、人出は少しずつ多くなるが、とにかく物価が上昇している。好景気は余り望めない。
	□	一般レストラン（経営者）	・原材料費の値上げに歯止めが掛からない状況が当分続く。利益確保を優先するか、顧客確保のため企業努力によって現状維持で販売していくかとも難しい状況である。当面景気は変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・やはり諸物価の上昇は本当に厳しく、それに尽きる。
	□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・景気の気の部分が全体的に上がってこないことには、明るい兆しが見えてこない。
	□	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価上昇のため客は無駄な消費は省きたいというが、購入金額自体は変わっていない。より効率的に売上、利益を確保できている。
	□	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
	□	旅行代理店（経営者）	・1年で1番稼げる時期に入るため、この3年間販売できなかった海外旅行をもっと販売したい。しかし、価格が見合わないという声があり、夏は国内志向という声も多い。当エリアではレジャー路線の定期便運航が少なく、欧州へはまだ直行便が運航されていない状況で、海外旅行が中心の当社としては、経営が厳しい状況がまだ続く。
	□	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前とアフターコロナでの生活スタイルの変化がみられる。実店舗での購入から通販や自販機での購入などへ移行している。郊外の駅周辺でも、タクシー運転手、レストラン等の人手不足により、営業時間の短縮など徐々に影響が出ている。
	□	タクシー運転手	・全く上向かない。
	□	通信会社（企画担当）	・インバウンドも含めてアフターコロナの活況が期待できる業種もあるとみるが、物価高の影響も続くため、中小企業の賃上げがどの程度進むかによって景気は左右される。場合によっては変わらない可能性もある。
	□	通信会社（営業担当）	・先行き是不変わらない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・今後は物価が今以上に上がり、それに対して給与引上げが追い付いていかない。
	□	美容室（経営者）	・公共交通機関で来店していた客が新型コロナウイルス感染症の影響で来なくなり、新型コロナウイルスの感染状況が収束しても戻らず、残念である。
	□	美容室（経営者）	・物価がかなり上がっているため、無駄遣いをしない客が少しずつ増える。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・求人単価の上昇と仕入原価の高騰が短期間で解消することはない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・大きく変化する様相はみられない。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・閑散期でどれだけ人が動くか未知数だが、新型コロナウイルス感染症発生前までに回復することを期待している。
	▲	商店街（代表者）	・電化製品の価格高騰が激しいため、消費者には割高に感じる商品が多い。したがって、買い控えが発生する。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者の買い方も、より慎重になる。
	▲	スーパー（店長）	・値上げによる購買意欲の減退で買上点数が減少し、値上げによって1品単価が上がっても、客単価は前年割れである。
	▲	スーパー（店員）	・担当部門では7月からの再値上げが控えており、更なる販売点数減少のリスクが大きい。
	▲	スーパー（店員）	・ゴールデンウィークに散財した反動で購入が控えられる。
	▲	スーパー（総務）	・物価上昇により売上は維持しているかのように見えるが、販売量が減少しているため、景気低迷といえる。客の財布のひもはより固くなった。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（販売担当）	・値上げの基調は止まる気配がなく、卵生産の復調も遅いようである。まとめ売り、クーポンやレジ割での割引企画もマンネリ感がある。小売店ではプライベートブランドの拡販による利益確保の動きが多く、アフターコロナの消費スタイルを提起できていないため、良くなる力に欠けている。
	▲	コンビニ（店長）	・仕入商品値上げの影響により、販売量が落ちている。ライフスタイルの変化も影響している。
	▲	衣料品専門店（店長）	・現在は経営的に好調な客も、経営には非常に不安を抱いており、プラスアルファの購入を避ける傾向にある。客が購入する商品の種類においては、値上げされたナショナルブランド商品からプライベートブランド商品への転換が散見される。
	▲	家電量販店（店員）	・なかなか購入が決まらないパターンが多い。購買意欲が余りないように見受けられる。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・コロナ禍の巣籠り需要でエアコンやパソコンが好調だったがそれも終わり、旅行などのリベンジ消費が活発になるのではないかと。白物家電は値上がりした商品も多く、家電には必要最低限しか支出しなさそうである。
	▲	旅行代理店（経営者）	・個人向けの全国旅行支援が予算一杯になってきており、各地で予約停止されているため、販売ができない。
	▲	通信会社（サービス担当）	・異動等が少なくなるため、今より悪くなる。
	▲	観光名所（案内係）	・今後もいろいろな物の値上げが予定されており、とても景気が良くなる可能性はない。
	▲	パチンコ店（経営者）	・業界全体で売上は下降傾向で、今は踊り場のような状態にある。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価が段々と上がり生活が厳しくなると考える。
	▲	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、景気は良くなる気もするが、全体として景気が上向きになる要素はみられない。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・ウッドショックに続き国内の建材も値上がりし、これから人件費も上げるとほとんど利益が残らない。仕事を取れば取るほど赤字になる。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・2～3か月先に案件となるような見積依頼や受注が減少している。
	×	乗用車販売店（従業員）	・ほとんどの人は給料が突然上がることはなく、今上がっている物価が急激に下がることもないとみられるため、当分景気が悪い状態が続く。
	×	設計事務所（経営者）	・全く案件確保の見込みがない。
×	住宅販売会社（経営者）	・建築資材の値上がりが激しく、利益がなかなか出ない。どうしても販売価格を上げざるを得ない。今後の見通しが立たない状況である。	
×	住宅販売会社（従業員）	・分譲住宅をローコストで建築し、消費者が購入しやすくするという考えがあるようだが、少子化により、新築住宅を購入したいというマインドは、地方にはない。	
企業 動向 関連 (東海)	◎	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人々の行動が新型コロナウイルス感染症発生前のように戻ると良い。しかし、物価の上昇は日常生活を圧迫している。
	○	化学工業（営業担当）	・一部、電材向けの需要が回復する見込みである。
	○	化学工業（総務秘書）	・5月8日から新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になることにより、お墨付きで行動できる解放感から活気が戻り、景気は上がる方向に進む。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・期待値も含めてやや良くなると判断している。ただし、ウクライナ問題など不安定要因もあるため、状況が急変する可能性もある程度あって予測は難しい。国内では、中小企業まで賃上げの波が広がるかどうか鍵になる。
	○	通信業（総務担当）	・人の移動が活発になると購買やサービスの需要が増え、必要な物を皆が購入するため、モノの需要も増える。
	○	金融業（従業員）	・卵など食材高騰の点で若干不安はあるものの、客の動きは活発化しており、将来においても比較的景気は良い方向に動く。
	○	不動産業（経営者）	・急速なアフターコロナの影響は、業界を活発化させる。
	○	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が横ばいから増加傾向で推移すると考えるが、外出や遠出をする人は更に増加すると予測する。売上は増加していき、前年を上回る状況が続くと見込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	広告代理店（制作担当）	・マスク着用の緩和等により、夏に向かってのイベント企画も積極的に動き始めている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の政策には当分大きな変化がなさそうで一安心である。円安が続いているため我々ものづくりにはきっとチャンスがくる。経営者は電気自動車について大変心配しているが、従業員はまだ実感していない。無人化できるところは早くすべきと考える。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・ゴールデンウィークでの人出の増加、小売店や外食向けの販売量の増加に期待したい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料、資材、運賃等全てにおいて値上がりで、製品価格への転嫁はいまだに難しく、採算面で苦戦している。3か月先もこの状態が続き、今と同様の景気とみる。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・今月から全体的に若干受注量が上向いたが、更に伸びそうな要素がないため、変わらない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・足元の繁忙状況がある程度は継続すると考えるが、価格転嫁が進まないと収益的にはかえって厳しく、見通しづらい。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・原材料費は下がりず、一部納入されてこない部品もまだあり設備の納期が長くなっているため、成約が難しい状況は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画上では、しばらく上がりも下がりもせずこのまま続くようである。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・配置転換で残業のない職場へ異動となり、生活が更に厳しくなる。どうすればよいのか分からない。
	□	建設業（役員）	・今、消費者には住宅購入の意識が弱い。住宅税制での優遇などの後押しが必要である。
	□	建設業（経営者）	・政府の国民に対するアピールが弱くはつきりしない。景気は良くも悪くもならない。
	□	建設業（営業担当）	・年度替わりで、今まで手を付けていない仕事や事業が遅れながらも進む状況になってきたが、元々やれていないものを補填することが景気回復といえるのか。物価高は続いているため、物品購入の際にはやはり損失が大きく、素直に喜べない状況が続く。
	□	輸送業（従業員）	・売上は上がっても、それに伴う支出はもっと増えている。中小事業者は、賃金を上げたいところだが諸経費増加のあおりを受けてとても上げられる状況ではないようだ。運送業も例外ではない。
	□	通信業（法人営業担当）	・生活必需品の値上げラッシュが庶民の暮らしを直撃している。コロナ禍が収束するとはいえ、消費者の心理はかなり冷え込んでいる。景気が上向くとは思えない。
	□	通信業（法人営業担当）	・人の消費が増えるには、サービスを提供する側にも、金を使えるような創意工夫が必要である。コロナ禍で染みついた将来への不安からの脱却なくして、消費の再燃はない。
	□	金融業（企画担当）	・大手企業では賃金のベースアップ等が報道されているが、中小企業は容易には引上げが困難である。物価は上昇しており、賃金が広く上がっていかないと個人消費も伸びず、景気回復には結び付かない。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・物価の上昇もあり、従業員に対する賃上げを従来よりも多めにしたいと考えている顧問先が多い。ただし、昇給に伴って社会保険料や税金が増加するため、手取額は思ったほど増えず、消費へ回る割合は少ないと見込む。
	□	会計事務所（職員）	・物価高が続く消費者の財布のひもが一層固くなっている。一方で仕入価格は交渉の余地なく値上がりし続けているため、事業者には利益が残りづらい状況となっている。賃上げが実施されているといわれるが、体力のある一部の大手企業だけである。今後、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量が戻る要素が見当たらない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・製造業者が値上げた分がこれから製品価格に転嫁されて市場に出回ると、需要が減少する。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・3か月後の売上予想は前年同期比で減少していることから、やや悪くなると見込むが、受注残高は前期比で増加しているため、一時的なもの判断する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送業（経営者）	・人手不足の解消が見込めないなか、賃上げの原資確保もままならず、時間外労働の割増賃金率引上げによる利益圧迫が加速すると見込む。
	▲	輸送業（エリア担当）	・半導体関連の荷動きが鈍い。
	▲	輸送業（エリア担当）	・下請の協力会社からは値上げ要請が多数きているが、売上は上がっていない。
	▲	不動産業（開発担当）	・資材や人件費の高騰を価格に転嫁できない。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	・用紙代の値上がりや各種経費の値上げなどの影響で、折込広告の受注は今後も少ないと予想する。
	▲	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の影響も余り無くなり、取引量などは落ち着いている。今後、他社との差別化などの企業努力ができる企業とできない企業で景気に大きな差が出る。また、4月の労働基準法の改正により、中小企業の負担が増すことが懸念される。特に中小企業は、物価高に見合う賃上げができていないため、今後ますます人手不足で悩まされることも予想される。そのため運送業や製造業は景気の悪化が懸念される。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価がかなり上がっているにもかかわらず、給料が上がらない。景気はまた悪くなっていく。
	×	鉄鋼業（経営者）	・先の話がなく、目の前にある仕事を淡々と消化している。物量が全く増えておらず、4～6月の案件がほぼみえていない状況である。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも減少しており、販売先の動向をみても拠点を閉鎖するなどの動きが出ている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・派遣契約更新時期に当たる6月で、派遣人材の入替え需要が見込める。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車産業各社では半導体不足による生産調整はおおむね収まっており、5月以降は新型車種の販売も見込まれ多忙になると予想する。ただし、中小企業においては増産になった際の人手不足が心配である。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・観光関連の動きがますます活発になる。
	○	職業安定所（職員）	・あらゆる産業で人手不足感が強まっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィークを境に、転職潜在層では秋頃を視野に入れながら活動を始める人の増加が見込まれる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受け、医療機関の採用も積極的になっている。特に看護師の採用については、3月時点で前年の求人依頼数を上回っている。
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特段の変動要素はない。
	□	人材派遣業（営業担当）	・賃金引上げが実施されても増税への不安が強く、景気回復へ向かう傾向はみえない。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業の利用はまだ様子見のため、この先もまだ変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・給与を引き上げないと採用が難しくなるため、中小企業は採用難になっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・例年春先は新卒エンジニアの配属に注力し、経験者向けの引き合い獲得が鈍化する傾向があるが、今年は新卒エンジニアの配属決定が順調なので、早めに経験者向けの引き合い獲得にシフトできる可能性が高い。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンドなどによる観光業の活況は良い要素だが、その他の業種はまだ回復していない。さらに、製造業、建設業を中心に慢性的な人手不足で業績拡大が難しく、現状レベルの維持と考える。
	□	職業安定所（所長）	・人手不足の声は強くアフターコロナでの企業活動の回復が期待される一方で、物価高騰、原材料不足の影響は続くともみられる。コロナ禍における融資の返済も本格化し、企業の事業活動への影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や原料価格高騰の影響か、製造業や運輸業の求人数が横ばい傾向にある。全産業での求人賃金の上昇はみられないため、物価高の影響が労働者の生活に強く影響し始めている。
□	職業安定所（職員）	・前年同月と比べ求人が減少している。原材料の価格高騰、物価上昇等、今のところ景気を引き上げる要因が見当たらない。	
□	職業安定所（職員）	・現状維持程度で進む。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行しても、原材料価格やエネルギー費が高騰しており、利益率が上がりえず経営が厳しい状況が続く。飲食店やホテル・旅館業は、利用者が増加し少しずつ経営が回復していくと見込む。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・正社員登用も例年並みに戻ってきたことから、年単位、スポットでの派遣需要は減少を見込む。業界によっては、景気回復によりニーズが高まると期待する。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと移行するなど、かつての日常に戻るなかで、求人・求職者の動きについても例年のトレンド並みになると推察する。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・物価高騰に対して賃金上昇が追い付かない。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	*	*
	○	商店街（代表者）	・ゴールデンウィークの天候次第だと考える。全国旅行支援が延長されたが、実際にクーポンを使う人は減少傾向である。不安定なインバウンド需要よりも日本人が豊かになり、安定的に売上が伸びることを期待している。
	○	スーパー（仕入担当）	・外出する人の流れが出てくるとみており、パーベキュー用商材や手土産などの動きに期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・客の意識が徐々に平常に戻りつつあり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ることを期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・人の動きが活発になり、週末の来客数も伸びてきている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、消費者の行動は更に外出傾向へと変化するとみられ、コト消費を含めた関連商材の購買が続くと考える。一方で物価上昇に伴う消費者の節約志向が強まり、買上単価や買上点数に変化が出てくることも考えられるため、今後の消費動向は注視していく必要がある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行することで、セーブされていた団体の予約などがある程度回復するとみている。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、インバウンドも少しずつ増えてきている。ゴールデンウィークの曜日回りも比較的良好なことから客足が増えることが期待できる。
	○	一般レストラン（統括）	・今後のプラス要因としては、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行することによる規制の緩和や、欧米だけでなくアジア圏、特に中国からのインバウンド拡大に期待ができる。マイナス要因としては、新型コロナウイルス感染症の第9波や物価上昇が止まらないことであるが、総合的にはやや良くなるとみている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・個人を中心に旅行需要が回復し、弱かった団体旅行の予約が順調に設定され、催行率も徐々に上がってきている。
	○	都市型ホテル（役員）	・水際対策の廃止によりインバウンドの増加を見込んでいる。一方で、全国旅行支援が6月末以降に各地域で順次終了するため、国内需要への影響を懸念している。
	○	タクシー運転手	・この先も観光客が増えるとみている。また、夜の街も現状よりにぎやかになると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売時期が近いこと、販売量が少し伸びるとみている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・5月の新型コロナウイルス感染症対策の緩和をきっかけに、マスクの着用を求めない予定なので、利用者の雰囲気は新型コロナウイルス感染症発生前に近づくことを期待している。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響も薄れつつあり期待している。ただし、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、買い控えにつながらないか心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔精肉〕 (店長)	・ 外食産業の動きが良くなっており、肉食が大分緩んできている。今後は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行することで外食産業の動きが活発になるとみており、生鮮食品については少しマイナス傾向になると考える。
	□	百貨店 (売場主任)	・ ラグジュアリーブランドの伸び率が鈍化している反面、婦人や紳士の衣料品、旅行用キャリーケースが好調に推移している。しばらくはこの状態が続くとみている。
	□	百貨店 (販売促進担当)	・ ゴールデンウィーク後は、日常的な食品やリビング関連品は節約志向が強まり厳しいとみるが、ラグジュアリーブランドや高級時計における首都圏への送客企画など、外販顧客の買物は好調に推移するとみており、前年並みか多少は超えると考ええる。
	□	スーパー (総務担当)	・ 県内での賃上げは少ないと考える。
	□	スーパー (経営企画)	・ ゴールデンウィークの旅行客の増加や新型コロナウイルス感染症の5類移行、賃上げの話もあり、景気は良いようにみえる。金の使い道が旅行や外食など外に向いていると考える。
	□	コンビニ (店舗管理)	・ 更なる売上回復は見込めるものの、原材料価格やエネルギー費の高騰によるダメージの方が大きいと考える。
	□	家電量販店 (本部)	・ 悪くならないと考えるが、良くなる材料も見つからない。気温上昇によるエアコン販売の動きに期待している。
	□	乗用車販売店 (経営者)	・ 自動車業界でも値上げが始まり、良くなる期待は薄いと考える。
	□	自動車備品販売店 (役員)	・ インバウンドや全国旅行支援等で人の流れは多くなっているが、自動車販売には大きな恩恵がない。夏には再度タイヤの値上げ情報もあり、厳しい状況は依然として変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・ 今後、昔のようにレジャーやイベントが行われるようになれば少し売上が増えると期待しているが、実際にはそこまで動かないとみている。
	□	観光型旅館 (経営者)	・ ゴールデンウィークも5月3～5日は満室だが、それ以外は空室が目立っている。6月以降も集客に苦慮している。
	□	旅行代理店 (従業員)	・ 全体的に宿泊料金が上昇傾向になっているなか、全国旅行支援も終了するため、旅行代金が高額になることは明白である。
	□	タクシー運転手	・ 国外の状況も変わらないことから、国内の状況も物価高も変わらず、景気は良くならないと考える。
	□	通信会社 (営業担当)	・ 新機種発売予定の情報はなく、今後大きく変化する要因が見当たらない。
	□	通信会社 (役員)	・ 放送、通信サービス共に変わらず堅調に推移すると考える。
	□	通信会社 (役員)	・ 物価上昇はあるが、景気への影響は限定的とみている。その他の大きな変動要因は見当たらない。
	□	テーマパーク (役員)	・ 5月から、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられ、旅行の気運も高まるとみているが、一方で全国旅行支援が終了することの影響などもあり、全体としては現状と変わらないと考える。
	□	パチンコ店 (経理)	・ 回復する要素が見当たらない。
	□	美容室 (経営者)	・ 地方では零細企業が多いため、都市部のような大幅な賃上げは難しく、消費行動は活発にならない。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・ 新築及びリフォームの市場に大きな変化はないと考えるが、人手不足が続いており受注に対応できる人員の整備が大きな課題となっている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・ 建築資材の高騰などが落ち着かないと、客のマインドも変わらず、景気回復につながらないと考える。
	□	住宅販売会社 (営業)	・ 景気が良くなる要素が見当たらない。物価高の拡大や住宅ローン金利の上昇予測など、景気を抑制する要素しかない。
	▲	一般小売店〔事務用品〕 (店長)	・ 今後も燃料費等が高騰する見込みで、ほぼ全ての衣食住メーカーが値上げを表明しているため、消費者の購買意欲がますます低下すると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（販売担当）	・周辺環境や気温の影響はあるが、客の購買行動が大きく変化したと考える。水道光熱費の上昇や各商材の大幅値上げによる先行きへの不安感で、生活防衛に動いている。新聞やテレビなどで旅行需要が活発化している報道はあるが、当店の需要変化は少なく、インバウンドも少ない。また、都市部で好調なラグジュアリー商材は好調ながらも、一部の富裕層は県外での購買に動き出している。一方、お買い得品、低価格ブランドの購買の低下はみられず、より低価格志向に動いていると考える。
	▲	スーパー（店舗管理）	・県外資本の競合店の出店により、人口が減少しているなかで限られたパイの取り合いとなり、良くなる要素が見当たらない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・常に社会不安があると警戒感が増し、ブレーキを掛けるため、やや悪くなると考える。
	▲	家電量販店（店長）	・物価高や電気料金の高騰がこのまま続くと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・来客数の減少が続いている。客単価も減少している。
	▲	乗用車販売店（役員）	・夏以降の新型車発売までの期間は、受注そのものが一旦落ちると考える。
	▲	スナック（経営者）	・会社関係の客からは大変厳しくなるという話が聞こえてくる。値上げムードが広がる現状からも、家計に影響が出ており、この先は少々厳しくなるとみている。
	▲	通信会社（職員）	・物価上昇に対する解決策がない。
	▲	競輪場（職員）	・例年夏にかけて、競輪車券の売上は落ちる傾向にある。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・4月は例年より契約額、契約件数共に2割程度少なかった。イベントへの来店客や問合せが減っていることもあり、これからますます厳しくなるとみている。こどもエコすまい支援事業など補助金の予算はあるが、限度なく支援を続けてもらいたい。
×	商店街（代表者）	・賃上げに期待しているが、物価上昇分の賃上げでは景気を上向きにする効果はない。また、地方への波及効果もまだ先になりそうである。	
×	住関連専門店（役員）	・夏休みなどに入ると、旅行やレジャーへと更に消費が流れると考える。	
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・足元の堅調さに加えて海外からの旅行客が増えてくるため、やや良くなると考える。
	○	建設業（経営者）	・景気対策としての公共工事の発注が期待できる。
	○	金融業（融資担当）	・観光需要の回復により個人消費は増加傾向にあり、外出機会の増加で衣類や化粧品などの需要も増加している。一方で物価高騰は続いているため、日常的な支出を節約するなど2極化している部分もあるが、全般的に個人消費は持ち直している。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行すれば人の動きが増え、個人消費の増加につながり、小売業やサービス業の売上増加を見込める。製造業の受注は堅調のようである。燃料価格の高騰は落ち着いてきたことから、経費増加は限定されると考える。また、過去の原料高の価格転嫁も徐々に進んでいくとみている。
	○	税理士（所長）	・今後はますますインバウンドが増え、首都圏だけでなく地方もにぎわいを取り戻すと考える。人が活発に動くことにより、飲食、観光など新型コロナウイルス感染症で冷え込んだ業種だけでなく、間接業種も上向きになるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・新型コロナウイルス感染症の5類への引下げはプラス材料だが、各種コストは高止まったままで、当面は月次で増収減益のパターンが続くとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・コロナ禍も収まりつつあり、経済活動も活発化するため景気の持ち直しを期待しているが、物価上昇や供給面の制約などが続き、回復も一進一退が続くと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連を中心に需要は旺盛なものの、供給面で一部の部品の供給が滞ったり、コスト上昇による価格転嫁が消費の減退を招き、売上が伸び悩む状況が続いている。また、3月の売上過多の影響も出ていると考える。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・コロナ禍の影響は落ち着いたが、受注量は横ばいが続いている。
□	輸送業（管理会計担当）	・物量については回復の兆しはあるものの、力強さに欠けており先行きは不透明である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（経理）	・インフレによる値上げや原油価格の高騰など、様々な要因により消費者の購買意欲が薄れて、景気回復の足止めをしている。
	□	通信業（営業）	・悪くなる要素はないが、補助金等の施策がまだ発表されておらず、購入よりもレンタルの受注が増加傾向である。
	□	不動産業（経営者）	・法人客も個人客も期待感があったが、問合せは少ない。
	□	司法書士	・新規受託案件が増えているが、1年後に迫っている相続登記義務化による相続登記の依頼が増えたのが最大の理由で、景気の動向に影響するかは不明である。
	▲	繊維工業（総括）	・電気料金の更なる値上げに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調であったスポーツ、アウトドア向けの受注にも影響が出始めるなど、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先分の受注状況から、やや悪くなるとみている。
	▲	建設業（役員）	・先行きの受注量は、徐々にではあるが減少傾向になるとみている。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きなど仕事の環境が良くなるにつれて、求人、求職も良い方向へ向かうとみている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用につながる話が出てこない。
	□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、特に制約のない日常に戻るが、大きく状況が変わることはなさそうである。一部では2019年以降の開催となるイベント等もあるが、県内の大多数の催事は既に前年の段階で感染症対策を講じて実施されているため、広告出稿の増加にはそれほど影響しないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、人流が回復することを見込んで求人の増員が出てきており、求人数はやや増加傾向にあるが、景気は余り変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新卒大学生の就職率は高いレベルだが、世間一般では求人をしても応募がなく、人材不足の状況が続いている。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・物価の上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・派遣先企業からの依頼については、増えている企業もあれば減っている企業もありまちまちであるが、全体的にみるとやや減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・ウクライナ情勢等による原材料価格の上昇や欧米諸国における金融システムの動揺など、国際情勢に不透明感が広がっている。それらが日本経済に波及しつつあると考える。
	×	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	商店街（代表者）	・週末の人出が大きく増えている。
	◎	一般小売店 [雑貨]（経営者）	・世界で信用できる国家は日本だけということが明確になったため、先行きの経済にも期待が持てる。
	◎	百貨店（サービス担当）	・コロナ禍での行動制限が緩和されたゴールデンウィークとなり、来客数の増加が見込まれる。また、外国人観光客の増加傾向により、売上の拡大に期待できるほか、リニューアルオープンしたショップも売上が伸びているため、しばらくは好調な業況に変化はない。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、マスクを外す人が増え、ファッション関連の伸びが期待できるほか、コスメ関連の売上増加も見込まれる。また、外国人の来客数も月ごとに増えると予想され、インバウンド売上の伸びも更に加速すると予想される。今後は消費の明るいムードが期待される状況で、特に自分のための消費が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行、全国旅行支援の継続、中国からの個人旅行の増加などで人流が活発になり、消費にも好影響が出る。社会や経済に対する一定の効果が予想されるが、物価の上昇が続くことで、消費の2極化が顕著となる可能性も高い。
	◎	百貨店（外商担当）	・インバウンドの増加傾向が続くが、中国本土からの客が本格的に回復すると、以前の状況を一気に上回る動きとなる。
	◎	コンビニ（経営者）	・東南アジア系のインバウンドが増える傾向にあり、2019年並みの売上となりそうである。
	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が、観光や飲食需要の押し上げにつながる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・外国人の団体客による利用が好調であり、個人客も全国旅行支援を利用した宿泊が多い。宿泊の好調に伴い、朝食の利用率も良く、収入の増加につながっている。食堂もランチ、ディナー共に満席になることが多く、スタッフの確保に追われる日々が続いている。さらに、宴会の利用も単価が上がっており、予約率も好調である。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド客が今後更に増加する傾向にあり、国内需要と併せて、市場の先行きには期待できる。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・全国旅行支援の延長も決定し、6月までは稼働率などが引き続き上昇する。一方、社員の退職もあり、客の受入体制が厳しい状況に変化はない。
	◎	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、3世代での旅行を中心とした家族旅行が増える。
	◎	観光名所（企画担当）	・この3～4月の来場者数は以前の状況に近く、国内客の来場者数はほぼ元に戻った状態といえる。この状況が続き、更に中国人客が戻れば、以前の来場者数に近づくと予想している。
	◎	遊園地（経営者）	・コロナ禍で抑制されていた人の動きが、3月中旬以降は明らかに活発になっている。これまでのような疑心暗鬼の雰囲気はなく、本格的に明るい見通しを持ち始めている。
	◎	美容室（店員）	・海外やイベントなどに出掛ける話題が増えている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外からの旅行者が以前の水準に戻り、にぎわっている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・このままコロナ禍が落ち着き、インバウンドや国内客の動きが活発になれば、飲食店関係はにぎわう。ただし、今の飲食店の人手不足はかなり深刻で、店舗によっては客を逃している部分もかなり多い。また、物価の上昇がこれ以上続けば景気が低迷する。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・人の動きが良くなり、贈答品の動きも以前と比べると動きも良くなっているため、これからのお中元商戦が楽しみである。
	○	百貨店（売場主任）	・以前のライフスタイルに戻りつつあり、売上は回復傾向にある。ただし、以前のように商品が売れておらず、商材によっては全く上向いていない物もある。徐々に良くなっているが、所得が増えないなかで物価の上昇も進んでおり、大幅な改善は考えにくい。
	○	百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークを境に、これまで動き出しが慎重であった客も、国内外を含めて段階的に動き出す。大企業の賃上げ効果が、物価の上昇に対してだけでなく、ボーナスにも反映されることで、夏に向けて消費が活発化する。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客は、まだ本格的には回復しておらず、今後の更なる回復に期待している。一方、国内客の旅行需要も拡大するなか、今まで好調であった富裕層の売上がどうなるのか、ゴールデンウィーク期間中の売上に注目したい。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、行動規制がなくなることで、客の消費意欲が高まる。また、中国からの旅行者が入国規制の緩和で増加し、インバウンド売上が更に伸びると予想される。
	○	百貨店（宣伝担当）	・今年のゴールデンウィークは旅行予約の好調が報じられるなか、百貨店の来客数も増えると予想している。その後も中国本土からの訪日外国人客の増加を見据え、商材の確保や販促策を実施していることから、売上の増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（マネージャー）	・食品の販売では、一部の小売価格の上昇による影響がみられるものの、全体的には顧客心理の改善が進んでいる。それに伴い、徐々にゴールデンウィークでの消費が活発になり、ハレの日関連でも母の日商戦に期待が持てる。また、本格的なインバウンド需要の回復が見込まれるなか、価値観の変化による選択消費が進むことから、更なる質の向上がポイントとなる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・5月前半に新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。その際、マスクの着用などの緩和が期待され、店内での飲食や試飲、試食のほか、化粧品などの試用なども積極的に実施できる。それに伴う買上率の上昇や来客数の増加により、売上の増加が見込まれる。
	○	百貨店（販売推進担当）	・国内需要の動きは堅調であり、中国人旅行者が増えてくれば、売上は純増となる。
	○	百貨店（マネージャー）	・月を追うごとに来街者が順調に増えている。来街者の中心はインバウンドを含む観光客であり、これまで余りみられなかった中国人客がようやく増えている。
	○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィークで消費に弾みがつき、賃金の増加による恩恵も時差で現れてくるため、今後は徐々に景気が回復に向かう。
	○	スーパー（企画担当）	・行動制限も大幅に緩和されるが、家での食事の需要は底堅い。気温の上昇に伴って、需要が増える商材を確実に提供していくことで、売上の確保が見込まれる。
	○	スーパー（社員）	・買上価格の上昇は、コロナ禍の落ち着きや例年以上の賃上げにより、引締め傾向にあった支出がやや緩んできた影響である。この傾向が続くことを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の影響はほぼなくなり、以前の来客数の水準に戻ることが予想される。また、インバウンド需要も増加が見込まれ、値上げ効果による客単価上昇とあいまって、売上の増加が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・今の状態が続けば、回復の動きが進む。
	○	コンビニ（経営者）	・賃金が増える影響もあり、飲食やレジャーを中心に、コロナ禍で止まっていた業種の客足が戻り始める。
	○	コンビニ（店員）	・徐々に暖かくなることで、冷たい商品が売れ始める。
	○	衣料品専門店（店長）	・仕入コストがまだ上昇するなか、販売価格に少し影響が出始めているが、販売は3か月や6か月のスパンでみると、少し上向きように感じている。
	○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、良くなることを期待したい。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・観光客の増加や、近隣企業での出勤率の上昇が予想される。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・インバウンドの増加で、少しずつ回復が進むと予想している。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果で、省エネ型給湯器の販売台数やリフォーム案件の増加が期待できる。
	○	家電量販店（企画担当）	・ゴールデンウィークを目前に、旅行や観光、飲食といったレジャーや行楽消費がしばらく続くほか、インバウンド消費も急激に増えることが予想される。
	○	家電量販店（人事担当）	・夏の暑さと省エネへの意識により、高額製品の販売が伸びる。ただし、コロナ禍の収束に伴い、観光や旅行、屋外での活動が活発になることで、家電の購入に対する意識の低下が懸念される。
	○	乗用車販売店（経営者）	・少しずつメーカーからの新車の供給が増えている。前年比でも市場の動きがやや活発になっている。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・賃上げなどの影響が少しずつ出てくるほか、コロナ禍による外出の自粛行動も大幅に緩和される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・行動制限がなくなって開放的になり、この数年間はできなかった行動が再開する。例えば、買物や旅行、食事会が増えると予想され、それに伴って支出も増えるため、経済がスムーズに回っていく。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・外国人客の増加のほか、行事やイベントの復活でモチベーション需要の上昇につながる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・今後は更に海外客も増えると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が拡大すると、来客数はまた減少するが、今は少しずつ来客数が増えている。物価が上昇しているため、今までは価格の高い商品は注文が少なかったが、徐々に増えている。
	○	一般レストラン（店主）	・様々な行事やイベントなどで、人や社会が動き出している。旅行者も増え、観光地のにぎわいも徐々に戻ってくる。
	○	一般レストラン（企画）	・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、日常の生活や店舗からコロナ禍の影響がほぼなくなり、外食需要が高まる。ただし、原材料価格の高騰や人手不足などで、経営環境は更に厳しくなると予想される。
	○	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍の話題が完全に消えるまでは、いろいろな変化があると予想されるが、いずれは収束する。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・水際対策の緩和でインバウンドが順調に増えている。今後もインバウンド需要が増えるため、売上の増加が期待される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・給与の増加による影響を含め、ゴールデンウィーク以降の動きが期待される。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・5月8日以降はかつての日常に戻ることで、宴会やレストランの需要回復に期待できる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、あらゆる面で開放的になり、しばらくは消費の増加が続くと予想される。
	○	旅行代理店（従業員） タクシー運転手	・人の移動が増えることで、消費も拡大する。 ・コロナ禍の収束に合わせて、新たなビジネスが生まれている。人工知能などの導入で景気が上向き要素が増え、競争が更に激化しているが、サービスを向上させてレベルアップしていきたい。
	○	通信会社（社員）	・夏商戦に入り、新機種の発売も始まる。キャリアも施策の転換を行ってきたため、販売の増加を期待している。
	○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場状況は順調に推移しており、仕入価格や電気料金の上昇も落ち着いてきている。収支の改善を考慮すると、やや良くなると予想される。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・桜や新緑の季節であり、施設周辺での外国人観光客も以前と比べてかなり増えている。広場でのイベントや出店などにも活気が戻り、にぎわいを見せている。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を受けて、観光需要が高まると期待される。また、現在は少ない、中国からのインバウンドの増加にも期待できる。
	○	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
	○	住宅販売会社（経営者）	・市中の観光客も外国人が特に目立って増えており、インバウンドによる需要の押し上げが期待できる。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・成約客との打合せも加速しており、回転も良くなっている。
	□	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・ウクライナ情勢など、周辺の環境が落ち着かなければならないほか、政府の政策が今一つである。
	□	一般小売店 [花] (経営者)	・生活必需品の値上げが相次ぎ、消費が落ち込むほか、経費の増加で利益も増えない。
	□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・中国からのインバウンドに対する、水際対策の大幅な緩和がなければ、大きくは変わらない。
	□	一般小売店 [衣服] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に対する消費者の警戒心は、かなり緩くなってきたと感じる。ただし、物価の上昇による買い控えが多く、販売数は伸び悩んでいる。これから数か月先も、この状況が変わるとは思えない。
	□	一般小売店 [呉服] (店員)	・高額品が動かないということは、景気は良くなっていない。
	□	百貨店（売場主任）	・ウクライナ情勢の影響もあり、食料品やエネルギー価格の高騰による大幅なインフレが懸念され、景気の足を引っ張る可能性がある。
	□	百貨店（企画担当）	・人流は増えるが、生活防衛意識が続くことで、大きな売上の増加は見込みにくい。
	□	百貨店（管理担当）	・資源価格の上昇などに端を発する、食品などの物価上昇の傾向については、今後もしばらく続くことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・夏に向けて、消費行動の大きな変動要素は少ない。継続する値上げへの防衛反応は強まるものの、外出やレジャー関連などには旺盛な消費も期待できる。日常的に価格への反応がシビアになる分、目玉価格の商品などによる来店促進効果に期待が持てる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後に期待したいが、物価の上昇が続くなか、大きく消費が跳ねることはない。また、都心への人の移動が活発化する一方、郊外の店舗は現在と変わらず、停滞が続く。最近では郊外のモールでも、テナントの入替えがうまく進んでいない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、消費マインドは上向くものの、原材料価格の高騰による値上げの動きは続くため、大きな伸びは期待できない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・社会情勢などの不透明な部分が大きいと、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、顧客の購買意欲がますます旅行やレジャー、イベントといった分野にシフトするため、当社の扱う実需商品はほぼ横ばいの推移となる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・インバウンドは少し増えると予想している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇による影響が続いており、販売数量の減少を販売単価の上昇でカバーできず、売上の減少が続いている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・3か月後の夏休み、お盆関連の需要は、リゾート需要の復活で大きく伸びるが、食品を中心とした商品は、値上げの影響もあって苦戦が予想される。結果的に、現状からは大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・値上げばかりであるが、ゴールデンウィークもあるため期待したい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新たな競合先の出店予定もなく、当面は現状の動きが続きそうである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、以前の状況にほぼ戻る。既に外食や宴会需要も戻りつつあるほか、内食傾向は完全に元には戻らないものの、減少が見込まれる。今後、賃上げの好影響と物価の上昇によるせめぎ合いにより、スーパーの売上は左右されるが、少し良くない予測をしている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・5月は4月と同様に行楽需要が見込まれるが、財布のひもは今後も固いと予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・来月頃からアジアからの観光客が増えそうであり、売上の伸びは観光客頼みとなる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価や光熱費が上がり、家計が圧迫されている話もよく耳にするため、買物が控えめとなる状態がしばらく続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・止まらぬ物価の上昇で、この先にどのような影響が出るかは不透明であり、景気の回復は難しい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣でショッピングモールが建設中であり、その工事関連の客が買物に来てくれている。まだしばらくは工事が続く予定のため、現状の動きが続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・来客数が以前の水準に戻ってきている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・変わらないというよりも、先のことはまだ分からない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク明けの見通しの悪さも気になるが、徐々に店をたたむ業者が出てきたことが気掛かりである。今後、売上に変化がなければ、更に状況は悪化する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・アフターコロナで国内経済は動き始めるが、海外の紛争は全く終息する気配がない。また、米国と中国の関係もますます悪化しており、世界の景気はしばらく低迷すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数が少し落ち着くと聞いているが、納車が追い付いていない分、高位安定の状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・中古車相場も下落しているため、当面は市況に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・電気代、ガス代を始めとする全ての物価が安定し、徐々に下がってくれば、少し景気も変わってくる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・人の流れはこれから戻ってくるが、宝飾品に興味を持ち、購入に至るまでのきっかけは見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・まず、円安を止める必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などの動きは顕著に上向いている。コロナ禍の収束と気温の上昇により、外出機会が増えた影響と考えられるが、花粉症関連の動きは低調で、インバウンド需要も現時点では大きな変化はない。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・様々な物価の上昇により、制服類の買換え頻度が減っている。
	□	一般レストラン（経営者）	・景気は回復傾向にあるが、コロナ禍での習慣もあり、飲食店の店舗によって来客数に差がある。また、物価の上昇による仕入コストや販売価格への影響のほか、家計でも賃金格差や物価の上昇により、外食への負担にどう対応するかが懸念される。
	□	観光型旅館（経営者）	・リベンジ消費に期待しているが、当地域では外国人客の利用が少ないため、国内の旅行者が増えなければ売上の増加につながりにくい。
	□	観光型旅館（経営者）	・直前の予約よりも、もう少し前からの予約が増えてきたため、先行きに期待できる。
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	・前月は良くなる見通しを持っていたが、5月の予約率が50%で、6月も想定以上に予約が少ない。ゴールデンウィークも予約が勢いよく入るとは思えず、苦戦しそうである。全国旅行支援が仮に延長されたとしても、少しマンネリ化している状況では大きな動きは期待できない。レストランは団体が少しずつ増えているが、ここ数か月は余り大きな変化はない。
	□	旅行代理店（店長）	・引き続き海外旅行の相談はあるが、以前と比べて旅行代金が高い。検討客は多いが、受注が伸び悩んでいる。
	□	旅行代理店（支店長）	・物価の上昇への対策が打ち出されないなか、国内客の落ち込み分を、インバウンドの増加で取り返す状況が続く。
	□	タクシー運転手	・世間では賃上げの動きが広がっているが、生活物資の値上げが賃上げ以上の勢いで進んでいる。タクシー代についても、関西では値上げの話が出ている。
	□	タクシー運転手	・観光客が増えているため、良くなる。
	□	競艇場（職員）	・全国的に売上はピーク時よりも少し減少傾向にあるが、年度が替わった4月も、安定した売上を維持できている。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響を見極める必要はあるが、しばらくは高止まりのまま推移すると予想される。
	□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・食品などの継続的な値上げで、消費マインドが低下する懸念があるほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後の状況も不透明である。世界情勢も金融不安やウクライナ危機などで不安定であり、方向感が読めない。
	□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・5月8日以降、新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。プロ野球の試合やコンサートも、以前の状況に戻ることを期待している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・これからは人件費の上昇による影響が心配される。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築資材価格の高騰で、各社は新築住宅の価格を上げざるを得ず、この4月に再度値上げした企業もある。客の間では、様子見の動きが当分続きそうである。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・今後も堅調な推移が続くと予想しているが、当面の悩みは慢性的な人手不足である。これが改善できなければ、機会損失がなくなるらない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・物価や不動産価格の高騰を消費者が強く感じており、短期間での改善は見込みにくい。
	▲	商店街（経営者）	・買い控える客が増えるなか、各商店の販売努力がみられない。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・客との会話では、まだコロナ禍関連の内容が多い。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による変化や、感染第9波の到来の有無など、どちらかというとき明るい話題ではなく、後ろ向きの内容が多い。気持ちが上向きになり、買物を楽しむという雰囲気は今のところはないため、景気が良くなると思えない。
	▲	スーパー（開発担当）	・生活必需品の値上げが止まらず、賃金も上がらない。この状態でどのように景気が良くなるのか、政府の景気対策も明確ではなく、先行きが不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	家電量販店（店員）	・必要最低限の商品の動きが続くなか、ボーナスが支給されても高額な家電商品の購入には至らない。貯蓄に回すケースが増え、景気は悪くなると予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・賃上げは大半の企業で行われたが、それが消費に回っていないように感じる。
	▲	住関連専門店（店長）	・初夏の頃には、新型コロナウイルス感染症の関連融資の返済も始まる。出費やコストは増える方向にある一方、売上が伸びる明るい要素は見当たらない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・4月以降も値上がりする商品やサービスが多い。今後も、物価上昇による企業業績や個人の消費行動への影響が、徐々に広がると予想される。
	▲	一般レストラン（店員）	・全ての商品が値上げとなるなか、外食をする余裕が出ない。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・光熱費の上昇による家計の圧迫が今後は厳しくなる。ただし、半年間は国の補助があるため、落ち着いているように感じる。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・5月はゴールデンウィークでの需要は見込まれるが、後半からは低稼働となることが見込まれる。6月以降は予約受注のペースは徐々に上向いているものの、基本的には伸び悩んでいる。
	▲	通信会社（経営者）	・原材料費や物価の上昇で利益が減少する。
	▲	通信会社（役員）	・2～3か月先は、携帯電話の販売は閑散期に入り、需要が落ち込む。
	▲	テーマパーク（職員）	・異次元の少子化対策に伴う増税や、防衛費の財源確保の話などはまともに議論されず、先行きの見通しは厳しい。
	▲	競輪場（職員）	・前年の傾向と比べて悪くなりつつある。ただし、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で行動制限がなくなるため、期待したい。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・受講する教科数の減少のほか、今後は休会が退会につながるケースも増える。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金利の上昇リスクの高まりや、物価の上昇によって景気は悪くなる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・増税への懸念もあり、先行きは悪くなる。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・値上げが続き、客に経済的な余裕がなくなってきたため、必需品ではない花への支出は削られる一方となり、売上は減る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍の影響で、客が服を買う習慣がなくなってきた。さらに、物価が上がっていることで、衣料品の購入にまで手が回らない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・資産を所有している高齢者が、社会が変化するスピードに対応できていない。また、特殊詐欺グループによる死亡事件まで発生している状況から、ダイレクトメールの送付を断るケースもあるなど、販売環境の悪化が進んでいる。
	×	家電量販店（店員）	・価格の上昇による影響も気になるが、商品の安定供給ができない限り、改善は見込めない。特にリフォームに関しては、需要に対して供給が間に合わないなか、補助金関係の問合せ対応に追われる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で何も買えなくなっている。
	×	通信会社（社員）	・地方では所得の増加の流れがなかなか出ないが、物価の上昇は都会並みに進んでいる。多くの家庭で固定費の見直しが進んでいる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・注引量に供給が追いついておらず、売上、利益共に抑えられていたが、供給先との協議で、将来的に十分な供給を確保できる目途が付いた。それに向けて準備を進めていくため、売上、利益共に増える見込みである。
	○	食料品製造業（従業員）	・コロナ禍の収束で人出も増え、今まで中止になっていた行事も行われるようになる。
	○	繊維工業（団体職員）	・アフターコロナの動きが活発になり、経済が動き出すことを期待している。
	○	化学工業（管理担当）	・6月頃からは出荷量が増えると予想している取引先が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・需要に供給が追いついておらず、今後も底堅い推移が予想される。既に生産はフル稼働の状態であり、物価上昇の懸念は残るが、企業の賃上げも進んでいる。また、5月8日からは新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、更なる景気の回復が進むため、2～3か月後の景気はやや良くなる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の生産計画では、4月以降の受注内示も増加傾向で推移している。
	○	建設業（経営者）	・今後は、案件への問合せや受注が徐々に増えてくる。実際に受注残も増えており、後は施工会社の確保が急務である。
	○	輸送業（営業担当）	・今後は現在よりもサービスレベルを下げる計画であり、人手不足問題の解消を進める。
	○	金融業（副支店長）	・インバウンドが増加傾向にあり、業種によっては回復が進むと予想される。
	○	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状況が、前年から続いている。
	○	経営コンサルタント	・売上自体はそこまで回復しておらず、かつての状態に戻ると楽観している事業者は少ない。当社への相談も、減少した売上をどのような商品やサービスで補うかという内容が増えている。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人旅行客が増えており、いよいよインバウンド需要の回復が本格化する。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・現在の景気拡大傾向が続くと予想されるほか、中国などの訪日外国人に対する入国規制の緩和も見込まれ、インバウンド需要の急拡大が予想される。
	□	食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けの5月8日から、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、新規感染者数は少し増えると予想されるため、外出する人の数はそれほど変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先のことは全く分からない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日常生活に戻っていくため、このまま好調な状態が続くと予想される。
	□	化学工業（企画担当）	・インバウンドの需要が増えた一方、コロナ禍による自粛の影響がなくなり、食品の需要が増え始めている。
	□	金属製品製造業（開発担当）	・受注が安定してくる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いが低調であるため、しばらくは厳しい状況が続く。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・悪いときは、悪いときなりの対応が進んでいる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価が上昇する状況は今後も続く。
	□	建設業（経営者）	・官庁関連の工事では、働き方改革により完全週休2日の作業所も増えている。一方、民間の工事では、人員を増やして工期内の完成を目指している。官民を問わず、完全週休2日が常識となることを願っている。
	□	輸送業（経営者）	・大して景気が良くなる雰囲気はないが、新たに申請する補助金の効果もあり、現状維持は可能である。
	□	通信業（管理担当）	・変動する要素が見当たらない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・景気の良い企業と、悪い企業の2極化がより鮮明になる。また、コロナ禍に伴う経済支援を受けた企業の全てが、借入金をスムーズに返済できるとはとても思えない。今後は債務不履行となる企業が激増すると予想される。
	□	金融業（営業担当）	・経済の回復には時間が相当掛かると予想され、それまで中小零細企業の体力が持つかどうか不安である。
	□	広告代理店（営業担当）	・しばらくは好調な状況が続くそうである。
	□	司法書士	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で動きやすくなる一方、値上げが止まらないため、節約志向が強まっている。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ゴールデンウィーク前にもかかわらず、周囲も忙しくならないまま、休みに入りそうである。
	▲	繊維工業（総務担当）	・原材料や製品の仕入価格の上昇に対し、販売価格の値上げが進んでいない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売方法の工夫や経費削減の見直しがなければ、売上は伸びず、経費も高いままとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	化学工業（経営者）	・販売が好調なのは、アフターコロナに向けた準備関連や、値上げの影響によるものであり、一般の出荷量は落ち込んでいる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・これまでは半導体不足で製品が作れない状態であったが、生産調整によって作らない状態に移行している。周りの雰囲気も余り良くない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・現状の動きが良くないのに加えて、政治の動きも特に悪くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、売上の見込みも落ち込んでいる。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・資金繰りが良くなるとは思えず、物価の上昇も更に進むと予想される。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇で、節約志向が強まっている。
	▲	輸送業（営業担当）	・客離れが進んでいるようで、配達件数が減っている。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・繁忙期の3～4月が終わった後、例年5～6月は家具の売上が落ちる。
	▲	不動産業（営業担当）	・米国の景気が下降傾向になり、インフレからデフレに向かいつつある。輸出が伸び悩むことになれば、3か月後の見通しは悪くなる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・仕入先による値上げや、自社のコスト上昇が進むなか、価格転嫁が進まない。相変わらず大手企業、特に自動車業界や住宅メーカーが値上げを認めようとしめない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済対策が確立されておらず、日本銀行の金融緩和策も継続となるなど、今後に期待できない。
	雇用 関連 (近畿)	◎	—
○		人材派遣会社（役員）	・海外からの観光客も多くなるなど、人流が相当増えるほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、本格的に景気の回復が進む。ただし、ウクライナ危機の推移や中国の情勢のほか、国内での増税議論が本格化することで、回復の動きに水を差すおそれがあるため、十分に注視していきたい。
○		人材派遣会社（管理担当）	・引き続き訪日外国人の増加が期待でき、景気回復の一因となる。
○		人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィーク以降、景気は一旦下降気味となる。コロナ禍関連の業務がなくなり、コールセンターなどで勤務していたシニアなどが余っている印象を受ける。
○		人材派遣会社（支店長）	・第2四半期に入れば、例年は求人数が増えてくるため、今年も同様の動きが予想される。
○		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンド需要の回復に伴って景気は上向いていく。ただし、円安や物価の上昇といった諸問題が残るなか、国民の生活を支える施策が十分でなければ、以前と同様に、回復の動きは広がらない。
○		職業安定所（職員）	・ゴールデンウィークに外出する人が増える。
○		民間職業紹介機関（営業担当）	・夏のインターンシップに向けて、インターンシップサイトの広告掲載が増える見込みである。特に、今年はインターンシップの定義が変更されたことで、採用活動につなげたいという企業の期待が大きい。
○		学校〔大学〕（就職担当）	・マスクの着用が緩和されたほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控えたなかで新学期を迎え、学生の購買行動も上向いている。歓迎会や親睦会も再開されたほか、ゼミ旅行や課外活動の合宿など、学外に出向く活動も増加する。
□		人材派遣会社（経営者）	・新年度に入り、民間企業の案件では受注価格がそれほど上がっていないため、派遣料金も連動して余り変わらない。一方、独立行政法人や社会福祉協議会などの案件はもろもろ入札であるが、受注価格は前年比で5%前後上がっており、スタッフに支払う派遣料金も同じように上がっている。
□		人材派遣会社（営業担当）	・半年先までは、現状と同じような推移になりそうである。
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍は落ち着いたが、インバウンドの回復といったプラス効果を得ているのは一部の企業にとどまる。新聞広告やデジタル広告への出稿状況を見ると、今後もほぼ変わらない推移が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	・インバウンドの動きは好調で、コロナ禍の影響はほとんど払拭されたと感じる。本格的な観光シーズンを迎え、飲食や宿泊、交通といった、コロナ禍の影響で落ち込んだ業種は大きく回復する。一方、食料品などの値上げが続くなど、国内ではインフレの長期化が予想されるほか、世界的にもウクライナ危機やインフレは今も続いており、欧米の金融危機などへの不安も強い。2～3か月先は改善と悪化の両方の可能性がある。
	□	職業安定所(職員)	・求職者の就職活動や、求人企業の採用活動に対する、コロナ禍の影響は小さくなったものの、物価の上昇が及ぼす影響が懸念される。
	□	職業安定所(職員)	・新規求職者数は前年比で減少となり、前月比では増加となった。前年比では45歳未満の登録者の減少率が大きいほか、新規求職者が減少するなか、雇用保険受給者が増えている。物価の上昇により、より良い条件での転職を考え、離職するケースがみられる。
	□	職業安定所(職員)	・景気は回復傾向にあるが、今後の諸物価やエネルギー価格の高騰の影響で、先行きの不透明感が強い。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・求人数は、前年比で約15%減少している。原材料の価格高騰やコロナ禍以降の収益の減少による、中小零細企業の経営悪化の影響と考えられる。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・政府の景気対策が機能しなければ、経済成長も鈍化し、世界から取り残されそうである。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・ゴールデンウィーク明けの、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響は不透明であり、まずは様子を見たい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、インバウンド需要の更なる回復など、社会活動や経済活動の正常化が進むなか、人手不足感の高まりもあって、求人は引き続き堅調に推移する。一方、求職者の中には、労働環境や労働条件の改善のために求職活動を始める動きもあるが、全体的な動きの活発化はこれからである。事業所に対し、今年に取り組む経営課題の聴き取りを行ったところ、販売価格の見直しや価格転嫁という回答が一番多く、この課題への対応が雇用に影響を及ぼすと予想される。
	▲	民間職業紹介機関(支社長)	・景気の好転に向けたプラス材料が少ない。
	×	民間職業紹介機関(営業担当)	・季節要因での減少に加えて、通常の求人も減っている。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	◎	商店街(代表者)	・マスコミや政府が新型コロナウイルス感染症に関する報道で変にあおらなければ、景気は順調に回復する。
	◎	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	・人の動きが少しずつ良くなっても、まだ、売上にはつながっていないが、今後、景気は良くなる。
	◎	コンビニ(エリア担当)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、観光客が増加する。また、訪日外国人の増加による売上の増加も期待できる。
	◎	乗用車販売店(業務担当)	・今後、客の動きが加速し、景気も良くなっていく。
	◎	その他専門店〔和菓子〕(経営者)	・このまま新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気は良くなる。
	◎	高級レストラン(事業戦略担当)	・G7広島サミットの開催で、国内外からの注目が高まるため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル(総支配人)	・7月までの予測値では、宿泊、レストラン共に上昇の様子で、2019年を上回る見込みである。特に5月にはG7広島サミットが開催され、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、将来的に観光全般が活性化される。
	◎	都市型ホテル(営業企画担当)	・5月に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ことで、好調な宿泊、レストラン利用に加えて、宴会においても、食事付き案件の増加が見込まれる。
	◎	観光名所(館長)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、来客数が増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が今以上に落ち着き、消費が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、市民の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感も薄れてきている。街を通行する人が増加し、平常に近づいているため、このままでいけば、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻る。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・インバウンドが増加し、高額品が売れているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（広報担当）	・外出、旅行、各種式典の増加、飲食を伴う懇親会や国際線の復活など、新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻りつつあるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、客の外出機会が増え、衣料品や雑貨などの需要も増加する。
	○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク以降、消費が増加する。
	○	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する規制の緩和で、客の外出機会が増加し、アウトドア商材の消費や帰省による消費も増加する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、内需が上向く。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数の回復や客単価の上昇で、しばらく好景気が続く。電気料金や人件費の高騰が控えているため、経費については楽観視ができないが、今後も商品価格の上昇による売上の増加が見込める。
	○	家電量販店（販売担当）	・ゴールデンウィークで人の動きが良くなり、景気が回復する。
	○	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給台数により左右されるが、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・市場の動きは僅かながらでも改善されてきているため、今後も今以上に景気が上向く。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることや、インバウンドの回復で、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・このままインバウンド効果が続けば、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、今後も来客数の増加傾向が続く。G7広島サミットの開催を控え、外国人観光客が増加傾向にあり、今後も増えるとみられる。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、来客数が増加する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・訪日外国人数が回復傾向にあることから、来客数や売上が増加する。
	○	旅行代理店（経営者）	・完全復活ではないが、全国旅行支援の影響で、良い方向に向かっているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、団体旅行や海外旅行の需要が復活する。
	○	タクシー運転手	・乗車が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・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、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたため、今後、景気はやや良くなる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に入っており、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、気候や天候が悪くならなければ、来客数が多くなる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・コロナ禍の3年間、コンペの自粛により個人客が中心の営業だったが、今年の春以降、団体客の予約が増加している。2、3か月先の予約も好調であり、今後、景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・人の動きが良くなっているため、消費が増加し、景気は多少良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・5月に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ことで、景気は夏に向けて更に加速して良くなっていく。
	○	住宅販売会社（営業所長）	・新年度を迎え、賃上げや生活の変化に伴う動きがゴールデンウィーク明けから出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・電気料金を始めとする値上げの影響で、客が節約し、財布のひもが更に固くなっているため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・食品等の消費財の値上がりや、耐久消費財の消費の停滞にもつながっている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・世の中が平常時に戻りつつあるが、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気の先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げに助けられて売上は前年を上回っているが、利益率は前年ほど回復していないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・人の動きが活発になっているため、このまま新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻れば、景気も少しは回復しそうである。しかし、物価が高騰しているため、賃上げなどが消費拡大につながるのか分かりにくい。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・収入が増加しないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けの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タイミングで、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しなければ、今まで以上に客の外出機会が増える。レジャーや観光などが増える夏に向けて、関連商品の売上の増加が期待できるが、客の買い方や価値観が変化しているため、大幅な増加は期待できない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・来客数は多いが、商品を見るだけで、購入につながっていないため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・現状、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、客の生活様式が新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまでにはまだ時間が掛かるため、現状が続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・前月までは、なかなか弱含みだったが、ゴールデンウィークを控え、また、気温も若干暖かくなってきたせいや、衣料品の動きは、新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないが、前年を超えつつある。いろいろな規制も緩和され、客の購買意欲が高まるはずだが、もろもろの値上げが水を差し、今の状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・しばらくは、商品単価の上昇が、来客数の減少をカバーする状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、内食から外食へ流れることが予想されるため、食品スーパーの景気の上昇は、余り期待できない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価が上昇している状況で、業績はやや良く、今後も現状が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げは今後も更に加速する見込みである。食料品を始め、生活雑貨における買い控えや節約志向は、今後、更に強まるとみられる。従業員の給与水準が上昇したが、現状の様々な値上げに十分対応できるものとは考えにくい。今後も割引時への来客数の集中、まとめ買い、来店頻度の低下が継続する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・商品価格の上昇の影響で、客の購買量が減少しているため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値上げが引き続き消費マインドに影響しており、必需品以外は動きが鈍い。客の節約志向が強いため、比較的手頃な価格のプライベートブランド商品が好調で、客の収入が増加しない限り、この傾向が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・食品単価が値上がりする分、販売点数が落ち込む嫌な状況は続きそうである。娯楽や旅行より家庭内食費に金を使ってほしい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・電気料金や買回り品の価格が上昇しているため、家計が厳しい状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がないため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・光熱費など物価の上昇が消費の逆風となっているが、政府が低所得世帯への給付ばかりで、全体的な景気を押し上げる対策を講じていないため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商品の仕入価格が上昇しているため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気料金の値上がりがない限り、景気は現状を維持する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦から決算への流れで、販売台数や売上が伸びていたが、今月はその反動で3か月前より販売台数が減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新型車が発売されるが、納期の長期化が進んでおり、収益面では期待できそうにない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・まだ値上げ予定があるため、景気の先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・景気が自然と良くなる気配がないため、小さなイベントを次々開催し、反応が得られたら、もう少し仕掛けを大きくしていく。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・客のニーズである高品質低価格商品を追求し、売上を確保したいが、相対的に売上は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これからゴールデンウィークに入り、人の往来が活発になるにつれて、客の購買意欲も高まる。ただし、直近で新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加してきていることもあり、客の不安が払拭されたわけではない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられても危機感を持っている人はまだ一定数いるため、今後も安心できる状況ではない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・季節が良くなり、来客数は増加するが、配席制限により、回転率が低下する。また、今後も原材料費や人件費の上昇で、利益確保が難しくなる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気が悪くなる要素は多いが、良くなる要素は見当たらないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援も予算消化し、新たな支援策を期待している。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援は終了するが、新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなっているため、宿泊の利用は今と変わらず多くなる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・夏休みを迎え、需要の増加を期待したいが、全国旅行支援の終了で、国内需要の動きが不透明である。また、夏場の新型コロナウイルスの感染再拡大もささやかれており、予断を許さない状況である。一方で、インバウンドについては中国の動向が期待される。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・人の動きが落ち着いているが、今後、G7広島サミットの開催で、人の動きがどうなるかが分からない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスに関する規制の緩和で、人々の動きが活発化することで、ネット関連のサービス商材は前期より上向きに推移する。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークに入るため、一時的な消費の伸びが見込まれるが、燃料費等原価高騰による商品値上げが止まらないため、消費が伸び続けるとは考えづらい。
	<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、家計の支払能力に大きな変化がみられないため、今後も景気は変わらない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられた後の変化に注視したい。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（広報担当）	・新型コロナウイルスに関する規制が緩和され、人の動きや経済の動きが活発化すれば、高くても買うという流れができてくる。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきているが、節約傾向が残ったままなので、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・今後の国の政策で経済状況がどのように変化するか分からないため、消費が一時的に増加しても、今後も増加していくとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・人手不足による建築費の高騰がしばらく続くことや、住宅ローンの金利が上がる予想が出ていることから、現状が改善される見込みは低い。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・今月から新年度となり、官からの仕事量が増えることを望んでいる。民間工事では木材コストが下がってきており、他の建材の見通しも良くなってくると、工事発注に期待が持てる。ただし、景気が良くなるにはもう少し時間が掛かりそうである。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響で、大多数の人々の節約傾向が続く。
	<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少ないため、今後、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（売場担当）	・旅行需要の回復や郊外イベント等の復活などで、地方の小売販売業の状況は決して良くはないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇に個人の給与の増加が追い付いていないため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・今後も物価の上昇による節約により、来客数や買上点数の前年割れが続く。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・来客数が減少しているが、商品単価が上昇しているため、売上が増加している。店舗付近の工事が終了したが、来客数が戻ってこないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（支店長）	・光熱費などの物価高騰の影響による客の買い控えが続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店長）	・様々な商品の値上がりに賃金の上昇が追い付いていないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気料金など物価の上昇の影響もあり、来客数の減少が続いているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・生産が良くなり、販売量が少ない状態が続くと、悪循環に陥り、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後も光熱費が上昇する一方で、客の給料が増加しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・ゴールデンウィーク明けに来客数が減少し、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・7月より更なる仕入商品の値上がりがあるが、一般消費者に価格の転嫁ができるかどうか分からない。政府からの助成金等が出れば、中小企業の給与も上がり、消費の拡大が期待できる。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、観光業界は活性化するが、自動車関連業界は更に厳しくなる。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・今後、2、3か月、今月と同規模のレースが開催されないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・同業他社でも手空きの話があり、受注に苦慮している。客の予算の上限の幅も狭く、当面は受注量が減少する。
	×	コンビニ（エリア担当）	・年内もまだ商品の値上げが続く。
	×	住関連専門店（営業担当）	・今後も景気の悪い状況が続く。
	×	テーマパーク（管理担当）	・国の政策の効果が出ないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型注文の生産が本格化すれば、生産量は多くなる見込みである。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2、3か月後も生産は好調を維持する。
	◎	輸送業	・受注が増えているため、今後、景気は良くなる。
	◎	通信業（営業企画担当）	・データセンターほか、取引先のICT関連商材への積極的な投資意欲が高くなっている。計画的な動きと新規への投資意欲がミックスしており、今後、景気は良くなる。
	○	繊維工業（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息で、経済活動が活発化する。
	○	化学工業（総務担当）	・脱炭素問題や地政学リスク等、問題は山積みだが、企業が政府主導でなく、主体的に行動してきていることから、日本経済は少しずつ良くなっていく。
	○	建設業（総務担当）	・従前より交渉を進めている物件についての価格転嫁は難しいが、上昇局面を認識した交渉を進める新規物件については、ある程度の価格転嫁が期待できるため、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・今後、客が売上を伸ばす対応や各種イベント等を実施することに伴い、受注量が上向きになる。
	○	会計事務所（経営者）	・燃料費や電気料金等の高騰の影響があるものの、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こと、サプライチェーンが回復傾向にあること、人手不足によるアウトソーシング化が進行していることにより受注量は増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・規制が緩和されてはいるが、その影響を感じられないため、景気は良くならない。
□	木材木製品製造業（経理担当）	・現時点では、今後の経営の動向は不透明である。	
□	鉄鋼業（総務担当）	・数か月先の受注予測が好転する様子が見られない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	鉄鋼業（総務担当）	・ ゴールデンウィークやG7広島サミットの影響もあり、物流が停滞することで、5月は大幅に動きが悪くなる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・ 当面は電子材料素材関係の受注の減少が続く。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・ 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。今後は、環境問題における二酸化炭素削減の動向に注視することが必要である。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の動きから判断すると、景気は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・ チャイナリスクにより、客が生産計画の変更や拠点の見直し等を実施し、減産するリスクがあるものの、前年並みに推移する見込みである。
	□	建設業（経営者）	・ 新年度になり、官庁工事の発注は少ないが、第2四半期になれば、受注率が高まる。民需については、低調であるが、受注は下降気味ではない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・ 大きなプラス要素や各取引先の目立った動きもないため、状況は変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・ 大幅な変動要因がなく、取引先も堅調なため、景気は変わらない。
	□	不動産業（総務担当）	・ 賃貸住宅需要も落ち着いているので、景気は例年並みで今月同様に推移する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・ 夏場に向け、売上が低迷するため、当面は厳しい状況が続く。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・ 取引先が、中国向け案件の大幅減少で、7月以降、減産する見通しであるため、その影響で景気はやや悪くなる。
	×	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・ 取引先の生産台数の減少で、景気は悪くなる。
雇用関連	◎	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（社員）	・ ウィズコロナとなり、物価高ではあるが、企業の求人ニーズは高まっている。今後、新型コロナウイルス感染症が爆発的に拡大しない限り、現在の景気の良い流れは継続する。
	○	人材派遣会社（副支店長）	・ 企業の採用ニーズが高まっており、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ことで、人の動きも活発になることから、景気はやや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・ 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以降、宿泊・飲食サービス業関係の求人数が増加しているが、5月に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ことで、更に大きな効果が期待できる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・ 例年より高い昇給率だった企業も多く、これまでの抑圧からの解放という意味でも、ゴールデンウィークの移動や消費は増加する。また、ゴールデンウィーク明けに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ことで、人々の消費意欲が高まることから、景気はやや良くなる。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・ 周辺企業の中には採用予定数を増加する企業もあることから、景気はやや良くなる。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・ 新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、人流が活発になりつつあることから、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（支社長）	・ 欧米の景気後退の影響を受けて、自動車や半導体など海外の景気の影響を強く受ける業種を中心に、求人数は更に減少する。ただし、人手不足の状況が人余りに転換するほどのリーマンショック級の大規模な景気後退にはならない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・ 売上は回復傾向にあるが、一方で、法定福利費や派遣スタッフの募集賃金などの原価が上昇傾向にあることから、全体では現状維持が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 経済活動は確実に活発化しているが、当面、物価上昇が止まらず、賃金引上げが進まない状況に変わりはしない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・ 雇用調整助成金の申請件数はピーク時と比べ大幅に減少しており、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いている。一方で、新型コロナウイルス感染症の第9波が発生する懸念もあり、国民には活動的な面と慎重な面の両面がみられるため、今後、景気が回復に向かうかどうかは分からない。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ ゴールデンウィーク明けに第2新卒層に多少動きがあるかもしれないが、これからの季節は転職活動が鈍化する傾向にある。
	▲	—	—

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

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・暖かくなるとビールなどの飲物が売れるためこれから良くなると予想される。またお中元も後押しするだろう。
	○	商店街（常務理事）	・人流の増えたゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症の感染拡大の懸念はあるものの、世界的な金融危機等が起こらなければ、国内の経済、消費は2019年以前の活気を取り戻し、超えていくと期待している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症発生前のいろいろなイベントが平常どおり行われるようになり、これから先の夏場のイベントや祭り等も予定されている。5月から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行することも含めて、コロナ禍に右往左往する時期は過ぎ、段々と元に戻ってくると予想される。
	○	一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が沈静化しつつあるとみられ、また連休が始まったことにより商店街への来街者が顕著に増えてきている。これによりしばらくは好転が続くことが期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・単価は引き続き上昇するため売上は前年比で増加するだろう。来客数の伸びが鈍化すると売上の伸びに悪影響が出てくると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への移行による人流の活発化が期待される。
	○	スーパー（人事）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、人の動きが活発になるため、帰省や旅行で県外からの来客が多くなると考えられる。
	○	コンビニ（店長）	・徐々に外出が増加し人流の総数が増えると、結果として来客数が増えていくと考えられる。
	○	コンビニ（総務）	・コロナ禍から3年経過し5月からの分類引下げにより、人流が活発になりウィズコロナが本格化すると予想される。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への変更で、より外出しやすくなれば、まだ本格的に動いていない高齢者層が動くようになるのではないかと期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・自動車の生産停止が多発した前年と比較すると大幅に改善すると予想される。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕 (総務部担当部長)	・インバウンドを中心に旅行需要の回復が期待され、それに伴い来館数、買上等も伸長すると考えている。
	○	一般レストラン（経営者）	・これからは客足が戻り、売上が回復するとみられる。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕 (経営者)	・5月8日より新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に引き下げられることにより、外食への動きが活発化するとみられる。
	○	通信会社（社員）	・ゴールデンウィークもあり、外で金を使う人が増えるだろう。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和に加え、来店促進施策等により来客数の増加が期待できる。
	○	美容室（経営者）	・ようやく普通の生活に戻ってきたが、物価高で消費は抑え気味だと考えられる。
	□	商店街（代表者）	・中小企業の賃上げが、電気代の上昇や物価の上昇等により難しい状況であり、個人消費が伸び悩むのではないかと予想される。また求人に対する募集人員の確保が思うようにはいわず営業時間の拡大等が難しい状況が続いている。
	□	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・このまま新型コロナウイルス感染症の影響を受けなければ、客の購買意欲が上がってきているため、良い状態を保つことができると考えられる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・光熱費の上昇や物価高の影響もあり、消費者の節約、儉約志向は続くだろう。
□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の収束により巣籠り消費需要が縮小する反面、行楽需要や観光需要が拡大するだろう。	
□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行し外食化が進むが、スーパーマーケットでも試食やイトインの再開等で売上の伸長が期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（店長）	・明らかにコロナ禍と比べ売れる商品が変わってきているため、そこに注視していく必要があるとみられる。今後の物価上昇は賃金と国内の景気次第かと考えられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して、人流が増え、来客数の増加が想定できるが、商品単価の上昇や電気代の高騰がカバーできたとしても景気が良くなるには、基本給のベースアップなどがないと難しいと考えられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・全体的に来客数が減っている。その理由は県外の方に客が流出しているからではないかと感じる。大手の同業者が前年度に進出してきたことも要因かもしれない。業況は横ばいという感じである。
	□	家電量販店（店員）	・家電の価格が上昇している影響もあり、買い控えの様子がみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・ゴールデンウィークに向けて外出機会が増えて家電販売への影響が懸念される。その後については賃金アップにより購入意欲の高まりを期待しているが、来客数が伸びないことには期待できない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・当面はメーカーの生産量は増加するが、決算期も終わり受注は落ち着いていくと予想される。また物価上昇が続いており、購入意欲も上がりづらいと考えられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大傾向が気になるが、5類への移行に伴い、今後も動向は変わらないと予測される。
	□	美容室（経営者）	・ゴールデンウィークが終わると、大分景気が落ち着くと考えられる。
	▲	商店街（代表者）	・新たに選ばれた首長の政策は、これまでの方向性と大きく違ったものになりそうであり、また、当面の街づくりの方向性の決定や具体化の遅れが継続して混乱が起ころう。
	▲	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が予想される。
	▲	スーパー（財務担当）	・実質所得の減少で買回りが進み、買上点数の更なる減少が予想される。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高などの暮らしの不安が小さくなることはなく、消費意欲は冷えてくるのではないかと考えられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物の原価などが上がりすぎだと思う。何をするにも高すぎるため、このままでは景気は良くなるのではないかと考えられる。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	・販売価格・ガソリン代・電気代などの価格高騰により買い控えが予想される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・燃料代も徐々に上昇しており、生活関連の物価上昇は今後も続くと予想されるため、高額商品の購入には慎重になっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の効果がなくなり、地方都市でインバウンド需要の効果が出るまでには、まだ時間が掛かる見込みである。
	▲	タクシー運転手	・夏が来るとお遍路の仕事はほぼなくなり、街で営業するわけだが、今までよりは売上は減少し、やや悪くなると予想される。
	▲	タクシー運転手	・4月に入るとインバウンドの影響で外国船の入港があったが、タクシー利用は少なく、チャーターのバス移動が多い。また、夜の街、昼の乗客数も流し営業ができる状態ではない。夜は特に流しても客がいないため、止まって客を待つが、決まった客が乗るくらいで、現状で考えると業況は変わらない。
	▲	通信会社（営業部長）	・4月に入ってから来客数が減少している。新たにものを買替える動きが慎重になっているのではないかと。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・給料のベースアップ、物価が安定するまでには最低半年は要すると予想される。
	▲	設計事務所（所長）	・建築費の高騰に加え、土地も商業地が値上がり転じて動きが鈍くなっており、事業をちゅうちょする人が増えてきたように思う。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高により購買意欲が低下している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が取東に向かい、これまでの暗い市況が上向きに転じている。現在、中国からの旅行者が回復していないようだが、今後、増えてくれば、更に活気が湧くとみられる。観光地以外の全国の小売店においても追加発注が旺盛になっており、積極的な消費が続くと感じている。小売店の中には、コロナ禍で一部店舗を閉鎖したところもあったが、ここに来て新規店舗の開設を検討しているという情報もある。
	◎	金融業（副支店長）	・現状の取引先の様子から短期的には景気は回復基調であると考えますが、新型コロナウイルス感染症の拡大や原材料価格の更なる値上がり、新型コロナウイルス感染症関連融資の返済開始等の影響により、夏場以降、景気が後退する可能性があると考えられる。
	○	食料品製造業（商品統括）	・価格引上げによる企業の増益と給料アップの実施による後押しに加え、インバウンドによる業務用食料品の伸びが急激に回復傾向となっている。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・5月8日以降更に外国人観光客の増加が見込まれ、フェイスマスクの売上は増えると思う。また、外出する人が増え除菌ウェットクリーナーの売上も増える可能性がある。
	○	鉄鋼業（総務部長）	・受注は安定しており、仕入価格の上昇が落ち着き、販売価格の交渉が進捗すれば、収益環境は改善する見込みである。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・現在、竹から作る特殊飼料が、段々と購買につながっていくようになったことで、経済的、また環境的、社会的に見ても、景気は段々と良くなっていくと予想される。
	○	電気機械器具製造業（経理）	・3月に緩和された新型コロナウイルス感染症対策が社会全体に浸透している影響により、外国人観光客や国内外のレジャーや出張が明らかに増加傾向にあり、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらないほど昼夜の街ににぎわいが出てきていることから、インフレによる物価高や円安基調は継続しているものの、回復の兆しがみられる。
	○	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いていることから、社外イベントやボランティア活動が従来どおり実施できる傾向が続くと考えられる。
	□	農林水産業（職員）	・観光旅行等は増えており、業務用の需要は回復傾向がみられるが、先行きは新型コロナウイルスの感染状況によるところが大きい。一方、様々な値上げの反動で生鮮野菜の購買力低下につながるなど、一般消費は低調である。
	□	食料品製造業（経営者）	・5月の価格改定（値上げ）に伴い受注量は減少するが、売上金額は維持できると予想される。
	□	化学工業（所長）	・中国経済及び原油需要の回復が遅延している一方で、OPECプラスの追加減産で原油は下落傾向に歯止めが掛かり、ナフサの価格も第1四半期以上には下がらないと予測されるため、当面綱引き状態が続くとみられる。
	□	建設業（経営者）	・今年度の公共事業の発注量によるところが大きいですが、公共事業関係費、四国地方への分担額等が例年並みであったことに、安どするとともに、景況感もこのまま変わらないと予想する。民間事業については、戸建て住宅がまだ動きが鈍い状況に変わりないだろう。
	□	輸送業（経営者）	・マスク着用に対する考え方の見直しが行われ、5月からは感染症法上の分類が2類相当とされる新型コロナウイルス感染症が、季節性インフルエンザと同等の5類感染症に変更されることを受け、濃厚接触者の隔離の原則撤廃等による大幅な行動制限の緩和となり、人流の活発化や消費の拡大により景気回復が期待できるが、運送における取扱物量の増加等の地域経済を押し上げるような動向は見当たらず、依然として都市圏と地方圏の地域格差を強く感じる。
	□	輸送業（経営者）	・早急に人手不足の対策をお願いしたいが難しそうである。また、監督官庁への提出書類が多いと感じている。
□	通信業（企画・売上管理）	・新型コロナウイルス感染症による制限が緩和されつつあるため、広告・宣伝が活性化するものと期待したいが、今のところその兆しがみえない。	
□	広告代理店（経営者）	・エネルギー価格高騰や新型コロナウイルス感染症の影響で、販促費や広告費の見直しが多くの客先であった。したがって、観光関連の客先以外は、新型コロナウイルス感染症発生前の販促費や広告費の予算が戻らず、広告費削減傾向を続ける客先が多い見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・ハウスメーカーの契約状況が回復していない。今後も厳しい状況が続く見込みである。
	▲	建設業（経営者）	・20年ぶりに県知事が交代して先行きが不透明である。
雇用 関連 (四国)	×	—	—
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症に左右されない日常に戻っていかなく、しっかり消費者を受入れ、満足なサービスを提供できる職員が不足している話をよく聞く。特に宿泊施設スタッフ、公共交通機関の運転手、警備員など、自粛期間中に雇用縮小していた業界が人手不足の課題を抱えている。夏休みに向けて消費意欲も高まり、景気自体は良くなっていくと予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・原材料・燃料の値上がりが続く、価格転嫁しても追い付かず、各社の収益を圧迫しているが、様々な分野での人手不足は続いており、今後も雇用が増えるかと予測される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・インバウンド需要を始めとして人の動きがやや活発になっている。
	□	求人情報誌（営業）	・観光・飲食を中心としたサービス業界では歓送迎会の復活を経て、来店客は一定程度回復しており、連休等の予約で売上の見込みを立てているが、人材不足と人件費、材料・光熱費の高騰などの影響を受け、景気としては横ばいが見込まれる。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・学生アルバイトの求人数は増えてくるが、異動時期が落ち着くと正社員の募集が減少すると予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・当面はこのままの流れが続くと予想される。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・正社員、直接雇用の求人の給与がアップしており、派遣との格差がなくなりつつある。派遣に登録し働くメリット（時給が高いなど）が薄れるため派遣業の景気が懸念される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・民間企業の所得が増えないと消費が伸びない。地方ではなおさら当てはまる。
×	—	—	

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク商戦は報道でもあるように、交通機関やホテルの予約状況から、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない人流があり、特に地方は活性化していく。また、5月には新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ分類され、景気は更に回復すると判断している。
	◎	乗用車販売店（役員）	・新年度に入り、販売数や来客数は安定している。今後も新車投入が予定されており、多くの注文が期待できる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたことで、人の動きが良くなっており、物も売れていく。
	○	商店街（代表者）	・景気は回復基調にあり、来街者及び来客数が増加することを期待している。
	○	商店街（代表者）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されるため、経済活動は活発になると予想され、徐々に景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられることもあり、ゴールデンウィークを契機に現状より売上が増加することを期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・5月から7月はマンゴーの時期になり、前年と比較すると倍の注文がある。ギフト商品が前年よりかなり増加すると予想される。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつある。催事の動員も良くなり、インバウンドの売上も徐々に回復傾向である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（営業担当）	・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や全国旅行支援、海外クルーズ船の入港増加、また、チャーター機増発が見込まれ、国内外から大きな人の動きがある。通販部門は落ち着きが見えるが、自家需要志向の紳士婦人雑貨やし好性の高いブランド品・舶来雑貨は価格上昇しているものの、全国旅行支援の利用で購入意欲は継続しており、ギフトシーズンを控え店頭への来店は増加し、加えて、新生活や自家需要や県内外からの観光需要増加で回復が望める。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により食品の動きが鈍化することが予測される。
	○	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の規制等から解放された消費者心理が、レジャーや外食等に大きく振り分けられている。生活スタイルも変化しており、中食や家飲みなどの需要もある程度定着し、食品スーパーマーケットにもプラスになると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・誘客につながる催事やイベント等の再開により、人流の回復が更に進めば、景気回復が確実なものになると考えている。
	○	コンビニ（経営者）	・マスクをしていない客もかなり見掛けるようになり、人の動きが活発化している。アジア系のインバウンドにより、売上増加に影響を与えている。しかし、商品値上げの影響が不安材料としてある。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、国内外からの人の流入増加が期待でき、来客数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・客の動きも出ており、3か月後を期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・行動規制が緩み、今後は週末、休日の行楽の動きが活発になり、家族連れやグループの行動が増加するため、コンビニエンスストア需要は高まる。それにより、買上点数や来店頻度の増加が見込まれ、ドリンクや菓子、米飯類等多岐にわたる商品の販売増加が期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・賃上げの影響や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、景気に影響することに期待している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客単価が高い夕方の来客数が伸びている。このまま夏に向け、更に来客数が増え、売上も増加していくことが見込まれる。
	○	家電量販店（従業員）	・ゴールデンウィークは家電の需要が落ち込むが、夏に向け暑くなると必然的に冷房器具の需要が増える。
	○	乗用車販売店（役員）	・需給改善は、今後も続く見込みである。受注は落ち着き始めているが、今後の新型車に期待をしている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・梅雨から夏にかけて、リキッドコーヒーの消費が増加してくる。新規の客が増えているため、今月も売上増加につながっていく。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・東日本大震災の際にも、自粛ムード後の最初のサマーバーゲンセールはアパレル関係を中心に高稼働していた経緯を踏まえると、3か月後の消費は、夏休み等に向け活性化すると考えている。一方、ウクライナ情勢による光熱費や物価高騰、円安の状況次第では変化することも予想される。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・今後、中国人観光客の増加が期待できる。
	○	スナック（経営者）	・コロナ禍での来客数の減少は落ち着いてきたが、平日、週末共に客足は鈍い。来月より新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となり、人出の増加が見込まれるため、期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援の終了により、宿泊者数は横ばいを想定しているが、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で、地元利用客の増加が見込まれる。
	○	観光型ホテル（総務）	・5月8日以降は、一気に景気が上向いてくると予想しているが、首都圏では新型コロナウイルス感染症第9波の影響が懸念される。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・月を追うごとに客室稼働率は上がっており、利用者数が増加傾向である。今後、大幅な売上増加は期待できないが、海外渡航の増加は確実であるため若干良くなっていく。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・3か月後は夏の繁忙期に入るため、新型コロナウイルス感染症発生前に完全に戻っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（職員）	・入国制限緩和も行われ、夏に向け海外旅行の需要も今より高まる。
	○	通信会社（企画担当）	・予算や業務内容が、新型コロナウイルス感染症の収束前提で引き合いが増えている。
	○	観光名所（従業員）	・今後、来客数が多くなる見込みである。
	○	観光名所（職員）	・月曜日にもかかわらず、居酒屋では客が多くなり、にぎわうようになってきている。この状態が続くと景気は良くなっていく。
	○	理容室（経営者）	・業種的には、売上が余り良くないが、客からは徐々に景気が良くなっている話が多いため、全体的に上昇傾向になることを期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に対する環境の変化もあり、徐々に客足が戻りつつある。特に若い世代の動きが見られるようになってきている。
	□	商店街（代表者）	・雨期に入ると気温が上がるが、商店街の仮設店舗では、まだ空調設備が完全にできていないため、思うような商売ができていない。
	□	商店街（代表者）	・物価高による消費者の買い控えは、給料や年金受給額が上がらなければ、購買意欲の低迷は続いていく。
	□	商店街（代表者）	・物価が上昇しており、小規模小売店では、一段と厳しい状況になる。ただし、当地では、商業中心地に新たに大規模施設がオープンしており、この影響による地域の活性化に注視したい。3か月後の街のにぎわいに期待している。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、特別な変化は出ていない。商品の値上げにより影響が出ており、経済に影を投げかけている。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・マスク着用が個人の判断となったが、再度新型コロナウイルス感染症の拡大が心配される。そのため、売上は今後も期待できず、小売店での新型コロナウイルス感染症の影響は大きいため懸念している。
	□	百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールや夏休み商戦が中心となり、ゴールデンウィークと同じ動向だと予想している。
	□	百貨店（経営企画担当）	・これまで堅調であった高額品の動きがやや鈍くなっており、売上をけん引してきた客層が、外出や旅行への切替えを加速すると予想される。
	□	百貨店（業務担当）	・旅行を始めとして、一部人の動きは戻りつつあるが、商品の需要は変わらない。必需品は購入されており、コロナ禍の間に、Webやその他の購入経路に変更した客が、直接店での買物に戻らない状況になっている。
	□	スーパー（店長）	・一部では賃金の引上げがみられるが、共働きに対する控除制度の改定がなく、世帯収入には大きな変化は見込めない。そのため、消費拡大につながるような動きが発生するとは考えにくく、景気への影響も少ない。
	□	スーパー（経理担当）	・賃上げはまだ先になるが、確実に人の流れは増加している。外国人も多くみられるようになり、都市部ではインバウンド効果も現れている。今後、中国からのインバウンドも始まるため、値上げのマイナス分を補えると考えている。
	□	衣料品専門店（店長）	・観光地はにぎわいが戻っているが、零細商店にはいつ客が戻ってくるのか分からず、先行き不透明である。
	□	衣料品専門店（店員）	・コロナ禍で外出を控えていたため、外出用の需要が増加する。
	□	衣料品専門店（取締役）	・7月は暑くなり、高額な洋服の購入は不透明であるため、企業で対策を考えることが必要となる。景気については光熱費や商品の値上げがあるため、業種により温度差があり偏った状況になる。
	□	家電量販店（店長）	・コロナ禍で内に向いていた需要であったが、規制緩和で外への需要が拡大し、元に戻っていると考えられ、この傾向は続いていく。
	□	家電量販店（店長）	・物価高の影響が非常に大きく、現状では良くなる要素がない。
	□	家電量販店（店員）	・県知事選挙や統一地方選挙が行われたが、物価高騰や消費に変化はなく、景気が大きく変わる要素がない。
	□	家電量販店（店員）	・今年に入り、低迷が続いており、販売量の動きが出てくる状況にはない。エアーコンディショナーの需要を期待したいが、気温次第であるため先行きは見えず、底の状況がしばらく継続する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（総務担当）	・当面は新車の配給が高水準で推移するため、自動車販売店にとって売上と利益が目標どおり確保できる状態になる。
	□	乗用車販売店（代表）	・今後、変わる要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（経営者）	・特別バイトを雇いながら余暇の計画を実行しているが、置き家具の売行きは、商品仕入れ等の値上げにより厳しくなる。
	□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・販売量が増えているが、原価や電気代高騰は続いており、給与所得まで反映されていない。この状況は、しばらく続くと考えている。
	□	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援の終了後は、今後の予約が全く見通せない。しかし、旅行を控えていた団体客の増加を期待している。
	□	タクシー運転手	・しばらくは現状の景気が続くと思われる。
	□	タクシー運転手	・予約は増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状態には戻らないのではないかと危惧している。
	□	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いているが、来場者は個人客が増えている。また企業のコンペが自粛傾向にあり、景気回復にはない。
	□	美容室（経営者）	・通常は暖かくなるにつれ客の動きは多くなっていき、景気は徐々に向上するが、3か月先になると梅雨になり暑くなるため、景気は横ばいが続くと考えている。
	□	美容室（店長）	・新型コロナウイルス感染症の感染を心配しながら、人の行動が拡大している。
	□	学習塾（従業員）	・現状では、そのような話を聞かない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・景気が好転傾向にあるが、ゴールデンウィークや夏休み等の後に感染拡大が懸念されるため、状況次第では経営環境の悪化が想定される。
	□	設計事務所（所長）	・世界情勢が不透明で不安定であるため、種々価格の上昇がいつまで続くのか分からない。また、特に地方の個人事業主や中小企業の仕事に対する対価についても、上昇の可能性は分からない。
	□	設計事務所（所長）	・今月の結果が3か月先に出るため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・前年度末から価格見直しで物価が上昇している。景気は新型コロナウイルス感染症収束に向けての人出の拡大次第である。
	▲	商店街（代表者）	・例年、ゴールデンウィーク後は閑散期となる。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・景気回復を期待したいが、今後の売行きは危惧される。包装材料などが軒並み値上がりしており、利益を出しにくい状況である。魚離れが進んでおり、共働き世帯や若い人に魚の調理法など食べてもらう環境作りが必要である。
	▲	家電量販店（従業員）	・値上げに対する消費者の防衛意識で、購入単価の下落傾向が続くことが懸念される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・年度末が終わり、動きが鈍化すると考えられる。
	▲	高級レストラン（経営者）	・当市では、インバウンドやゴールデンウィークで人が動き出しているため、現在売上が良い状態であるが、ゴールデンウィークが過ぎると売上が落ち込むと予想している。市内での動きは余りみられず、心配している。
	▲	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきたが、ゴールデンウィーク後の予約状況は少なく、企業の動きは株主総会辺りからだと予想されるため、先行きは不透明である。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、消費もゴールデンウィークを境にある程度落ち着くと予想している。
	▲	通信会社（社員）	・通信業界自体が縮小傾向にあり、取引企業からの手数料減少が危惧される。
	▲	通信会社（企画担当）	・光回線需要が停滞している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・数か月先まで予約は順調に推移しているが、天候次第で入場者が大きく増減する業種であるため、例年どおりの降水量であれば、前年よりやや悪くなると予測される。
	▲	競馬場（職員）	・コロナ禍からの回復により、その他の業種との客の奪い合いで厳しくなっている。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・工場の受注が今のところ芳しくなく、操業が夏頃から低くなることが予想されている。
	▲	設計事務所（代表）	・景気状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（代表）	・資材の高騰や人件費、エネルギー関係で、単価が高騰しているため、客足が遠のいている状況である。住宅ローンの金利など対策を打たなければいけないと考えている。
	×	住関連専門店（従業員）	・春先に大きなカンフル剤となるキャンペーンが特になく、例年の催事頼みとなっている。物価高が落ち着く気配がなく、不景気は長期化すると覚悟している。
企業 動向 関連 (九州)	◎	*	*
	○	家具製造業（従業員）	・インバウンドの規制緩和に伴い、市場では徐々に景気が回復すると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・この1～2か月の状況により、取引先の状態は安定してくる。そのため、協力工場の編成も変わるが、落ち着いてくると本来の動きが出てくると予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・物価高騰により影響はあるが、板金加工など一部特殊業務を除いて全体で引き合いが増加している。
	○	建設業（社員）	・ゴールデンウィーク後に発注があれば、若干景気は良くなるが、公共工事に依存する地方の業者は少しでも早い発注を望んでいる。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売はおおむね横ばいながら、自動車販売は持ち直しの動きが見られる。また、雇用情勢が改善していることなどから、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、旅行業の取扱額や飲食業の売上也増加している。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への分類後は、行動制限が平時となり、人の動きは活発化し、経済に好影響を及ぼす。新型コロナウイルス感染症の第8波以上の第9波も予想されるが、人の流れには変化がないと考えている。しかし、物価や賃上げの状況では影響を受ける可能性がある。
	○	金融業（調査担当）	・5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類され、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づくとみている。また、市内初のラグジュアリーホテルの開業が6月に予定されており、インバウンドの更なる活況や、MICE振興が期待される。
	○	広告代理店（従業員）	・5月から新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるため、経済活動も正常化していき、今後3か月は景気も良くなっていく。
	○	経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが増えており、最近では欧州からの旅行者も多くなっている。
	□	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザによる原料不足は、今年一杯影響が出るかと予想される。売上を大幅に上げることは、大変厳しい状況である。特に5月は最需要期であるため、供給できないことがつらい状況である。7月から8月は夏休みとなり行楽需要があるため、6月の在庫をどうにか回して、夏の需要に備えていく計画である。
	□	食料品製造業（経営者）	・比較的堅調な受注が見込めている。
	□	繊維工業（営業担当）	・当社も生産量は減っており、仕事量は安定しているが、決して景気が良くなったわけではない。
	□	化学工業（総務担当）	・本年度の売上や販売量は、前年度並みを見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・電池案件では、当分この状況が続くと予想され、受注拡大に向け別に作業場所の確保を検討している。一方、半導体分野では、当分の間明るい見通しは立っていない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示からでも、予算時計画数量で生産数を維持しているが、7月以降は不透明感がある。
□	輸送業（従業員）	・九州は特に半導体関連の投資が多く、企業進出が進んでいるものの、半導体需要も一時期と比較すると低調気味である。海外企業関連に期待する企業進出が増えており、他社に仕事を奪われないように先行投資が多い状況である。	
□	輸送業（総務担当）	・電気代の更なる高騰が影響を及ぼし始めており、財布のひもがより固くなる。また、物流の2024年問題もあり、各運送会社より値上げの要請がきている。交渉の進展次第では物流が止まってしまう懸念もある。一方、大企業では賃上げの気運が高まっており、当面景気は変わらない。荷主によっては例年より増産するところもある。	
□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（調査担当）	・5月8日からの新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるが、景気回復への期待が高まる一方で、新型コロナウイルス感染症第9波の発生を懸念する声も根強い。物価高もあり、当面は現状が続くと予想される。
	□	不動産業（経営者）	・周囲では、良くも悪くも変わらない状況である。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・Webのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・積極的な情報入手に取り組んでいないこともあるが、状況は余り変わっていない。
	□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の委託業が入札で行われた場合、4月中に行われた入札で利益度外視で応札する業者もいるため、今後の入札で利益が出る金額で落札できる見通しが立たない。プロポーザルも公募型が多くなっているため、景気は変わらない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・値上げ浸透が難しい現状である。また、新商品も出しているが、それが市場に出るのも難しく、しばらく厳しい状況が続くと予想され、懸念している。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・低調な受注がしばらく続くと予想される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・客の見込みが、需要減少により悪くなっていく。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・半年ほどは半導体受注がないとの情報もあり、上期は期待できない。今後の動きに注視したい。
	▲	通信業（経理担当）	・このところ各種仕入先から値上げ要請が頻繁に行われている。適切に販売価格への転嫁ができればよいが、全ての客に受け入れてもらえるかは不透明であるため、価格転嫁できない場合は、収支に悪影響が出てくる。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・インフレによる実質所得の減少により賃上ムードではあるが、コスト上昇を価格転嫁できていない企業も多く、実質所得の減少が長期化し、個人消費にも影響を及ぼす可能性がある。
	×	＝	＝
雇用 関連 (九州)	◎	＝	＝
	○	人材派遣会社（社員）	・6～7月にかけて異動時期のため、企業の欠員補充で受注数が増える。加えて、更新時期に伴う派遣登録者も増加し、やや良くなると見込んでいる。
	○	人材派遣会社（社員）	・お中元関係の注文時期である。今年は、新型コロナウイルス感染症の影響がないと考えられるため、接客業などで少しずつ対面販売の注文や問合せがきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・商品や賃金の値上げが続き、人件費交渉もしやすい環境になっている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・ゴールデンウィークから夏の繁忙期に入るため、食品メーカーやサービス業共に多忙になると予想される。インバウンド需要も回復してくると考えられる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類され、人の往来や消費活動はより活発化すると考えられる。中心市街地にはホテルや新店舗もオープンし、ゴールデンウィークから夏季休暇期間に向け、人出や消費は良くなっていく。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症が収束することで消費や経済活動が活発になり、景気が上昇する。一方、新聞の購読料など値上げをしている業種は多く、業種によって明暗が分かれてくる。
	○	職業安定所（職員）	・もろもろの支援により再就職が進み、収入が絶たれた状態が落ち着くため、景気はやや良くなっていく。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2023年5月8日より、新型コロナウイルス感染症は感染症法上の分類が5類感染症になることから、経済活動も活発になり、新型コロナウイルス感染症発生前の生活習慣に近い状況になっている。日本経済は、インバウンドや国内旅行者も増え、内需を中心に今後回復する傾向にある。企業の新卒採用意欲は底堅く、しばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・高時給求人への転職希望者が増加し、新規登録者が急増している。中小企業では増額がみられないため、多くの転職希望者が希望を満たすような転職が実現できず、現状と変わらない環境で働き続けてしまうケースが多い。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・人の動向が多くなり、様々な業種でそれに対応できる雇用ができていないか疑問である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向であるが、新規求職者数は前年比減少で推移している。人手不足の状況が続いているため、景気は変わらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いているが人手不足のため、この状況が続いていく。そのため、現時点の景気は好調であるが、これ以上良くなることはない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・特に景気が変わる要素が見当たらない。
	▲	*	*
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	・夏休みに入りイベントなどが増えていく。それと同時に経済が潤う。
	◎	コンビニ（副店長）	・ゴールデンウィークがあり、またクルーズ船寄港回数も増えるため期待ができる。
	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	・ゴールデンウィークが明けると、次はすぐ夏休みへの準備なので物を作って売る者にとっては繁忙期である。
	○	スーパー（企画担当）	・前月に引き続き今月の売上実績をみても前年を超過する見込みとなっている。これから夏のトップシーズンとなり、入域観光客数の増加も見込まれ、更に景気は良くなっていくのではないかと考えられる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症の影響がなくなりつつあるため景気は良くなっていくとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今月は前月に引き続き、新型コロナウイルス感染症に関する制限の解除等があり客の動きも良くなっているとみられる。売上も少しだが増えてきているので、この調子で増えてもらいたい。
	○	家電量販店（営業担当）	・中国人観光客の増加が見込まれる。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・確実に観光客は増えてきているが、地元は商品値上げがじわじわ効いてきている。観光客は余り単価を気にしないため、おすすめ販売で単価を上げられて助かっている。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類感染症に移行される。企業の団体旅行の予約が入ってきている。料飲部門も宴会予約が増えている。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は2019年と同水準まで回復している。予約の動きも早期に推移しており、今後もこの傾向は続くともみられる。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況がまだ部分的に厳しく、長い間の環境悪化で来客数が相当減っているという話もある。僅か一部は良くなったという話も耳にするが、まだ現状は厳しいとみている。
	□	百貨店（店舗企画）	・インバウンドは良くなるとみられるが、これから値上げされる光熱費の影響などで、国内客が節約志向となり全体的には変わらない状況となることが懸念材料である。
	□	コンビニ（代表者）	・現在の県内景気は活況を呈しているが、様々な分野で人手不足の状況にあり、多少停滞期がみられ、なかなか人手不足が解消に向かっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ゴールデンウィーク後にどうなるのか先は読めないが、悪くはならないとみている。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・商品の安定供給が見込める。
	□	一般レストラン（代表者）	・観光客が増えているが、新型コロナウイルス感染者も増えているため、分からない。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・物価上昇により財布のひもが固くなり、個人旅行はかなり伸び悩む。
	□	通信会社（営業担当）	・特に景気が回復する要因はなく、9月の新商品発売までは今の状態が続くと考える。
	□	住宅販売会社（役員）	・住宅ローン金利の状況にもよるが、住宅購入意欲は保たれるのではないかと。
▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの4月の販売室数が前年比177%増加なのに対して、4月末時点での7月の販売室数は同18%増加と、プラス幅が小さくなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	住宅販売会社（代表取締役）	・新規の住宅建築相談件数が減少傾向にあるなか、この先も建築請負契約件数が減る懸念がある。
	×	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業（役員）	・今後も、新型コロナウイルス感染症に関する制限の解除や国内観光客の増加で引き続き観光土産、行楽客の食べ物需要が増加するとみられる。
	○	建設業（経営者）	・高額契約の兆しがみえてきている。
	○	輸送業（代表者）	・先島地区の建築関連は、公共工事においては端境期にあるが、与那国の自衛隊工事のように、先々は防衛や空港、港湾等に期待が持てる。観光客は新型コロナウイルス感染症発生前をしのいでおり、各島々に生コンの出荷量が増加中であり、民間工事は盛大である。
	□	窯業土石業（取締役）	・生産、販売とも大きな変化はなく、当面の間、現状維持を見込んでいる。
	□	広告代理店（営業担当）	・原材料の価格高騰の影響により先行きを不安視する状況はまだ続いていることから、県内企業の販促投資は低調のまま推移するとみられる。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（総務担当）	・ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症が5類に移行することが決定されており、人の動きが正常化し景気は良くなっていくとみられる。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・IT系企業の採用活動はこれより徐々に落ち着いてくるが、今後においてはビジネス系及びデザイン系が動き出してくるため、結果的に現在と変わらない状況になるとみている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・新型コロナウイルス感染症による制限の反動で人の流れは増加しているが、物価高はしばらく続くともみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（営業）	・前月3月を求人数のピークとして、夏場に向けて徐々に求人数は減少していくと予測している。夏から秋に向けては緩やかに増加すると予測している。
	×	—	—