

## Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

### 1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になって人々の感覚が緩んでいることもあって、通行量が回復しており、ほぼコロナ禍前の水準まで戻っている。それに伴って、売上もコロナ禍前に近い水準まで回復しており、安どしている。一方、夜型の飲食店については、宴会利用が順調に増えているが、2次会以降での利用はみられず、コロナ禍前の状態に戻るのは至難の業とみられる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・5月の売上は前年比212%、前々年比925%、2020年比2836%となっている。コロナ禍前の2019年比でも87%まで回復している。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・輸送量が着実に増加している。特に車両については予想以上の伸びをみせている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・週末の様子をみると、これまで余り見掛けなかった家族連れの客や年配ツアーの団体客が増えている。それに伴って、当店の来客数も増えており、コロナ禍前の水準を上回るようになっている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・まだ力強さには欠けているものの、前年と比べて売上がかなり良くなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、マスク着用ルールの緩和、試飲試食の解禁などがみられるようになり、それに関連するアイテムの稼働が上向いている。また、60代以上の年配客の来店が増加傾向にある。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数はコロナ禍前の水準まで戻っていないが、客単価がコロナ禍前よりもかなり上がっている。客単価の上昇が全体売上の増加につながっている。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・買上客数、客単価、販売量のいずれも2けたの増加で推移していることから、景気は良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・以前と比べて人流が活発になっており、来客数も上向いている。確かに物価は上昇しているものの、全体的な景気は緩やかに回復している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品単価の上昇もあって、売上は増加している。新型コロナウイルスの感染対策が緩和されていることで人の動きも戻っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・様々なイベントが制限なく再開されていることで人出が増えている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・景気はやや良くなっている。ただ、4月までの売上の上がり方と比べると5月は期待ほどではなく、力強さを感じられなかった。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・個人向け商材の販売量が増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・イベントへの来場者数が前年よりも増えており、客の関心が上向いてきていることがうかがえる。3か月前と比較して行動しやすい気候になっていることも客足の伸びにつながっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年であれば、桜の開花がゴールデンウィークと重なるが、今年は2週間以上も早い開花となったことから、ゴールデンウィーク前から観光客が増加し始めた。にぎわいがゴールデンウィークまで続いたことで、当店の来客数の増加にもつながった。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行したことで、空港もコロナ禍前のにぎわいを取り戻し始めている。全国旅行支援が後押しとなり、コロナ禍において蓄積されていた旅行需要が活発になっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ここ3年間、新型コロナウイルス感染症の影響で止まっていた旅行需要が動き始めている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行については、団体客、個人客共にコロナ禍前の2019年比で90%まで回復している。ただ、海外旅行については、物価高騰、円安、燃油高の影響もあって、いまだに回復基調となっていない。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍の意識が薄れてきたことで人出が回復し始めている。観光客が増えており、夜間の人出も早い時間帯はコロナ禍前と変わらない水準まで回復している。ただ、遅い時間帯の繁華街の人出はまだコロナ禍前の水準には戻っていない。タクシー1台当たりの売上はコロナ禍前よりも増えているが、乗務員不足の影響でタクシーの稼働台数が少なくなっており、会社の売上はコロナ禍前の70%にとどまっている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行してから、人流が急速に回復している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・この3年間、コロナ禍でかなり苦しい思いをしてきたが、5月8日に新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで人の動きが段々と増えている。売上はコロナ禍前の2019年と比較しても約7割の水準まで回復している。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前のような観光客の急速な回復ペースこそ落ち着きをみせ始めているが、コロナ禍前にあった修学旅行や豪華客船ツアーが着実に復活し始めており、にぎわいを取り戻しつつある。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・地域イベントや文化サークルなどの催しが再開しており、それに伴って人の動きも活発になっている。そのため、来客数が以前よりも増えている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・地元百貨店閉店後、昼間の来街客が3～4割減少している。夜型飲食店は回復の兆しがみられるものの、全体としては悪い状態が継続している。道内外からの観光客も予想を下回っており、歩行者に占める観光客の割合は少ないままである。ただ、マスクを外す人が増えていることで、化粧品などを扱っている一部の店舗では回復に向けての手応えを感じているようである。
	□	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・来客数は減っているものの、客単価が上がっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・商品単価の上昇により売上が伸びているが、来客数に大きな変動はみられない。販売量が前年よりも減少しているため、景気が良くなったとはいえない状況にある。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べて来客数は変わらないものの、野菜や食品の値上げの影響により、販売量及び買上点数が前年を下回る状況が続いている。ディスカウント店を買い回る傾向も依然として続いており、厳しい状況にある。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年は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ことで来客数が減少していた。今年は5類への移行に伴って行動制限がなくなったものの、インフレの影響で安価な店を買い回りの客が増えていることから、来客数が前年を下回っている。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数は4月と同様に安定して推移しているが、必要最低限の買物が目立つ。あれが欲しいというよりも仕方なく買い足す様子がみられることから、スーツ関連への支出を最低限に抑えたいことがうかがえる。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	販売量の動き	・来客数、買上点数共に、前年と比べて伸び率がなかなか上向いてこない状況にある。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・5月前半は客足が鈍かった。また、気温が低かったこともあって、夏物家電の出足も悪かった。
	□	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・客は来店するが購買につながらない。客単価も低下している。
	□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・来客数が依然として増加してこない。
	□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格が安定していることもあって、特に変化はみられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・客単価は上がらないが、乗客数が増えたことで、売上が例年の50%を超えるようになり、景気はやや良くなっている。昼は単価が低くて見栄えの良いセットメニューがよく売れている。夜は振り客こそ少ないものの、ここ数年少なかった4～5人での予約が増えている。公務員が利用するホテルでは送迎会などの宴会が増えたとの話も聞いている。訪問した地方の人気店は女性客を中心に満席となっていて、うらやましかった。
	□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が20%に変更されてから、道外客の利用が顕著に減少している。冬季のインバウンド需要が落ち着いたこともあって、現在の集客状況は余り良くない。
	□	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・これまでは宿泊予定日の当月でも予約の動きがみられていたが、こうした動きが鈍くなっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・人の動きは活発になっているものの、売上がなかなか伴ってこない。
	□	通信会社(企画 担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行してから、通信端末の出張販売や専門店舗への客足が戻りつつあるが、来客数は街中の人出ほどの回復とはなっていない。春商戦が終わり、高額商材よりも低価格商材に需要が移行していることもあって、売上は横ばいで推移している。
	□	美容室(経営 者)	お客様の様子	・売上は前月とほとんど変わっておらず、客との会話でも特に変わった様子はうかがえない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪するような客の所得は以前よりも増えているが、マンションの販売価格も高くなっているため、来客数に大きな変化はみられない。
	▲	商店街(代表 者)	お客様の様子	・客の反応が今一つであることから、景気は悪くなっている。
	▲	スーパー(店 長)	単価の動き	・食品、生鮮の各商品で値上げがあったことで、客が買上点数をセーブする動きがみられる。無駄な買物をしないようにしたり、商品を購入する際に同じような商品で安い方を購入する動きがみられるなど、食費を少しでも抑えようとする様子がみられる。
	▲	スーパー(役 員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、人の動きが活発になったが、夜間の売上が回復してこない。客の行動変容が継続している。
	▲	スーパー(従 業員)	単価の動き	・商材の値上げに伴って動きが悪くなっている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・4月と比べると景気は余り変わっていないが、3～4か月前と比べると、明らかに受注台数が減っていることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	その他専門店 [医薬品](経 営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息とともに、業界が低迷し始めた。売上がピークになった2020年と比べると、落ち込みがひどく、医療品小売業にとって厳しい状況となっている。
	▲	その他専門店 [造花](店 長)	お客様の様子	・繁忙期を終え、売上は前年並み若しくは1割の減少で推移している。期待していたほどの動きがみられなかったこともあって、景気は芳しくない状況にある。
	▲	旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・4月までは全国旅行支援の効果に加えて、コロナ禍で抑圧されていた旅行需要が解放されたことで特需が生じていたが、5月に入ってから需要が落ち着き始めている。これまでの反動に加えて、物価高の影響もあって、来客数、販売量共に減少している。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・マスク着用の緩和、5類感染症への移行などによって、これまでの新型コロナウイルス感染症の影響から解放されたことで、夜間の人出が一気に増えたが、一時的な動きであった。現在の売上はコロナ禍と同じような水準まで落ち込んでおり、客のライフスタイルの変化が定着していることがうかがえる。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客や日中の地元客の利用状況には変化がないが、夜間の来客数が減少していることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	美容室(経営 者)	来客数の動き	・物価高や燃料価格高騰の影響なのか、客が低料金の店に流れている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・住宅の着工数が増えてこないため、木材や合板の単価が下がり続けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スナック（経営者）	乗客数の動き	・毎月、客が減少しており、経営していくのが大変な状況となっている。今年中に店を閉めることも考え始めている。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	*	*	*
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年と比べると5月のりんごの在庫が見込み以上に多かったため、景気はやや良くなっている。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・公共土木工事は新年度受注分の着工期を迎えている。民間建築は前年度からの繰越し工事で年度前半の工事量を確保できていることに加えて、夏以降に着工予定の新規建築案件を受注できている。これらのことから、新年度のスタートとしては順調な出足となっている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各品目で値上げが続いている影響もあって、物流は一進一退を繰り返しているが、本州の雑貨トレーラーに動きが出始めている。前年末まで例年の2倍の在庫があったバターは、原料の生産量の抑制と消費量の増加を要因に、例年の在庫量に戻りつつある。一方、生乳、紙パルプの動きは相変わらず停滞している。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・人流が回復したことで道内の主要産業である観光、飲食、土産品などの業績回復が進んでいる。それらの産業からの波及効果も徐々にではあるが、みられ始めている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・国内観光客やインバウンドの回復が続いていることで観光関連業種の業況が持ち直している。人流の拡大により飲食サービス業の業績も回復傾向にある。一方、これらの業種では人手不足感が強まっており、企業収益が改善途上にあるなかで賃上げを余儀なくされている。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上について、前年比の推移をみると、4月の14%増から5月は微増と減速したが、インバウンド需要が引き続き活況にあることから、全体的な景況感は上向き傾向を維持している。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	取引先の様子	・建設投資は全体的に堅調な推移となっている。ただ、資材価格の高騰や人手不足などの不安材料もみられる。
	□	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまでのコロナ禍の消費行動から、コト消費に移る動きがみられている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設案件のうち中型の案件がかなり少なくなっている。民間需要が止まり始めていることが要因とみられる。官公庁の案件は規模が小さくなる傾向がみられる。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・受注量について、現状から大きく変化するような要因が見当たらない。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染対策による様々な制限がなくなったことで、道内外から多くの観光客が訪れるようになり、観光地ではにぎわいをみせているが、道内全体の景気回復にはまだ至っていない。6月から全国的に電気料金が引き上げられること、食料品の値上がりが続いていることから、一般家庭は節約に迫られている。ただ、そうした状況のなか、景気が下向いていないことは救いである。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上の見込みが以前よりも増えている。ただ、前年と比べると売上は減少しているため、長期的な観点で考えると決して安心できる状況ではない。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・値上げによって販売単価が上がっているにもかかわらず、前年の売上をやや下回っている。これは受注量が減っているためであり、景気はやや悪い状況にある。
	▲	司法書士	取引先の様子	・受注量や受注単価に変化はみられず、働いている人の給与や収入も変わっていないが、鳥インフルエンザや肥料などの資材高騰の影響で農産物が値上がりするなど、生活必需品の値上がりが続いていることから、家庭で貯蓄に充てる金額が徐々に減ってきている。そのため、景気はやや悪くなっている。
	▲	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	受注量や販売量の動き	・価格の高騰によって需要が低下しており、受注量も減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・5月の受注額は前年比80%程度になる見込みである。見積依頼数も明らかに少なくなっている。
雇用 関連  (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月に新卒者が企業に入社するため、例年5月は求人数の落ち着く時期であるが、今年は新規求人数が3か月前と比べて3割ほど増えており、求人数を底上げしている。コロナ禍の落ち着きと歩調を合わせるように、企業活動が活発になっていることがうかがえる。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	周辺企業の様子	・観光客や外国人が増加しており、駅前では至る所で姿を見掛けるほどである。ゴールデンウィーク期間中は人気店に行列ができていた。イベントの集客もコロナ禍前の水準に戻ってきている。これらのことから、景気はやや良くなっている。
	○	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・4月の新規求職者数は前年から10.2%の減少と5か月ぶりに減少し、有効求職者数も9か月連続での減少となった。一方、新規求人数は前年から15.8%の減少と3か月連続での減少となったが、業況堅調な企業からは引き続き安定的に求人が出されている。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・季節要因を除くと、小売業やサービス業などの三次産業の求人数には変化がみられない。ただ、企業の潜在的な人手不足の状況は変わっていないため、今後の求人数は若干増えるものとみられる。
	□	職業安定所(職 員)	それ以外	・身の回りのあらゆる商材やサービス、燃料などの価格、光熱費が高騰している一方で、こうした物価の上昇に賃上げが追い付いていない状況が続いている。
	□	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・新卒採用に関する企業の動きはコロナ禍前の2019年と同じような状態に戻ってきたが、採用に向けて慎重な姿勢であることは変わっていない。道内企業は、今後景気が大きく上向き、好景気が訪れると想定していないように見える。
	▲	求人情報誌製作 会社(編集者)	採用者数の動き	・ありとあらゆる物の価格が高騰し、個人消費が減少していることもあって、娯楽業や生活関連サービスの求人数が減少している。また、物価高騰の影響で採用に慎重になっている企業も多い。企業では新しく人を採用して採算が取れるかどうかを慎重に見極めており、なかなか採用に至らないケースも多い。
	▲	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・求人数はほぼ横ばいで推移している。コロナ禍からの回復が進んでいるものの、その伸び率は業種を問わず全体的に縮小している。
	▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における4月の有効求人倍率は0.90倍であり、3か月前から0.06ポイントの低下となった。
	×	—	—	—

## 2. 東北(地域別調査機関:公益財団法人東北活性化研究センター)

(-:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)	◎	*	*	*
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことで観光客が一段と増え始め、3か月前より人通りが多くなっている。
	○	一般小売店[医 薬品](経営 者)	来客数の動き	・来客数、売上共に前年並みである。3か月前から徐々に良くなっている。
	○	一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行した影響で、インバウンドを含め県外からの観光客が急激に増加している。それに伴い、観光施設では団体客向けの昼食プランも再開している。飲食店でも50人以上の宴会予約を聞くようになり、客先全般で販売量が増加している。
	○	百貨店(企画担 当)	来客数の動き	・売上は前年比108%、来客数は同110%である。客単価は高額品に押し上げられた結果、1品単価の向上により同111%となっている。
	○	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・今月は大きなイベントが開催され客足が伸びた。また、夜間及び週末の来客数も好調に推移している。
	○	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行した影響もあり、人流が回復しつつある。
	○	コンビニ(エリ ア担当)	販売量の動き	・日常生活に戻りつつある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少したことと規制緩和により、来客数が増加している。
	○	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・衣替えシーズンに向けて受注が増加している。
	○	乗用車販売店(従業員)	それ以外	・今まで販売停止中だった車が少しずつ販売できるようになっている。
	○	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・メーカーが海外向けを国内需要向けに振り当て調整しているため、納車が進んでおり、収益も向上している。
	○	乗用車販売店(店長)	お客様の様子	・現在、車両生産が堅調で納車待ちの台数を確保できる状況になっており、ある程度の売上が見込める。
	○	その他専門店[酒](経営者)	来客数の動き	・値上げの影響が落ち着き、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したこともあってか、来客数などに動きは見られるが、売上にはまだ結び付いていない。都市部と地方ではまだ温度差がみられる。
	○	その他専門店[白衣・ユニフォーム](経営者)	販売量の動き	・観光客が目に見えて増えており、ホテルや飲食店からの発注が多くなっている。
	○	その他小売[ショッピングセンター](統括)	単価の動き	・売上は順調に上向いている。来客数は今一つ伸びていないが、客単価でその分を上乗せできている。
	○	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・日本人客はそれほど増加していないが、外国人客が増加している。
	○	観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援の新規申込みが終了し、個人客は落ち着いたが、団体客の宴会・会議の利用が増えてきた。
	○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク終了後、国内旅行は個人が鈍化しているものの、団体は微増で右肩上がりの傾向がある。海外旅行は個人で数件の申込みが発生している。また、団体も学生の語学研修や小グループの受注が増加しており、コロナ禍からの回復の兆しが地方においてもようやく出始めてきた状態である。ただし、依然として海外社員旅行は慎重さがみられ、様子うかがいの状況である。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・販売量が安定している。新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和以降、エリアに若干の差はあるものの、販売は好調に推移している。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・物価高や燃油高により一部買い控えの動きがあるものの、秋以降の団体旅行の動きが出てきている。
	○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客は物価高騰に慣れ、価格の安い所を探して満足している傾向にある。企業努力により安く販売しているところで購入しており、その結果、景況感は緩やかに良くなっている。
	○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・コロナ禍も落ち着き、各業種で販売量が伸びつつある。
	○	観光名所(職員)	販売量の動き	・来客数は徐々に戻りつつある。客が買い求める商品は、コロナ禍では自分のものが中心だったが、旅行に行くことを話せるようになったため土産品が動いており、全体的に販売量が増えている。
	○	その他サービス[自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・街に明るさが戻り、会合やイベント、懇親会、パーティーが増え、その後2次会へ繰り出す人も増えている。売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比べると約80%、前年比では約120%である。
	○	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・塩漬けの所有地処分が進むと同時に建築も受注している。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・人の動きは活発に見えるが、商店街周辺での購買行動にはつながっていない。
	□	一般小売店[酒](経営者)	来客数の動き	・連休が終わり、来客数が落ち着いている。
	□	一般小売店[医薬品](経営者)	単価の動き	・来客数は変わっていないが客単価が落ちている。主力商品の販売量の落ち込みが顕著で、単価の高い商品の動きも止まっている。
	□	百貨店(売場担当)	来客数の動き	・購買意欲や来客数は回復傾向が続いており、イベントでは集客を図ることができている。
	□	スーパー(経営者)	単価の動き	・5月の平均1品単価は前年比105%台で推移している。買上点数、来客数の前年比推移は前月と同様であり、全体的にみても消費は漸減傾向で変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前月に続き前年並みである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいが続いている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気は悪いまま変わらない。人は動いているものの、田舎では人口が減っているため、来客数は横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	それ以外	・コロナ禍が落ち着き人が動いていると報道されているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には全く達していない。その上、電気料金の値上げで経営状況がかなりひっ迫している。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量共に微減である。人流は通常に戻りつつあるが、商品の値上げが影響し、大きな変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが、来客数が増えていない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は前年よりも増えているが、客単価は横ばいか若干マイナスである。値上げも進んでいるため消費を抑える傾向にあり、買上点数は減っている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・天候も良くなり、新型コロナウイルス感染症に対する規制も緩和されたが、物価上昇などがブレーキになっているのか、期待したほどの動きは見られない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・セールを実施していることもあり、来客数の増加が売上増加に結び付いている。しかし、正価販売している商品の動きは例年よりも鈍く、消費者のシビアな消費傾向がみられる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、消費の回復を期待したが、食品や電気・ガスといった生活必需品の価格高騰で消費者の意識は生活防衛に傾いており、消費に向かってはしていない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注台数は例年と変わらずに推移している。フルモデルチェンジや新型車の発表もなく大きな動きはない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量の動きは横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・観光客は増加傾向にあるが、土産物購入には財布のひもは固いようである。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食業では例年ゴールデンウィーク明けは暇になる。新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されても客は戻っていない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことにより来客数は増えているが、物価高の影響もあり期待しているほどではない。
	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したが、大きな変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍が収束傾向にあるなか、旅行者を始め、出歩く人の数が大きく増えている。その影響もあり自宅でテレビを視聴する人の数が大幅に減少しており、放送サービスの利用者数は増えていない。しかし、サービスを解約する人も少ないため、契約者数に変化はない。インターネットサービスの利用者はやや増加傾向にあり、解約者もほとんどいないため純増傾向にある。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の購買意欲に変化はみられない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・コロナ禍が収まりつつあり雰囲気は良くなってきたが、物価上昇が続いているため変わらない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の再来店率は前年比90～94%が続いている。新規客が増えない以上、売上が上がることはない。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	お客様の様子	・前月は良かった客の来店サイクルが、今月は今一つである。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器交換工事が落ち着いている。リフォームは補助金対象の増改築や設備交換工事が増えている。また、高齢化に伴い自分で作業することが難しくなったためか、草刈りなどの便利サービスの利用も増えている。
	<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数は多少減っているが、大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	商店街（代表者）	競争相手の様子	・商店街のテナントがどんどん抜けている。特に家賃が高額なところから抜けている。物販等を中心に景気はかなり悪くなっている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、商品の値上げがあるにもかかわらず客単価が前年より10%減少している。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数は微増だが、ペントアップ需要の対象であった高額商品の売上が減少しており、全体としてもマイナスに転じている。モノ消費からコト消費への移行が要因の1つとみている。
	▲	百貨店（催事担当）	それ以外	・今月は前年実績の良かった大型催事が開催できなかったことが売上に影響しているものの、婦人服、化粧品を中心にファッション、外出関連需要は引き続き回復基調にある。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げの影響は大きい。買上点数は下がっているが客単価は前年と同様である。主に総菜や生鮮食品の即食性の高い商品が売れているため、日用品については買い控えや、価格比較で安価な店舗への買い回りが一層多くなっている。余計なついで買いは自粛している。
	▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年を割っている。週末も販売促進強化による集客に努めているが、前年に追い付かない。価格高騰と数量が確保できない卵の特売ができないことも要因の1つである。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、客単価が共に落ちている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で来客数の増加が見込めない。販売価格の上昇で買上点数も減っている。販売価格の上昇で売上が増えても、電気料金等が大幅に値上げされたため収益は悪い状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・顧客が大都市圏に行く機会が多くなり、来客数が減少している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後、物価上昇などにより客が財布のひもを締めているようで、購入点数や来店頻度が減っている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・コロナ禍からの回復で戻ってきた需要が一巡していることに加え、物価高騰により、ビジネス需要の来客数が大幅に減少している。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・消費は観光旅行需要に向けられており、家電製品は買換え需要のみである。販売量は前年比90%となっている。
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・生活必需品の値上げにより、財布のひもが固くなっている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されたが、販売価格の高止まりと節約志向の高まりにより、販売量は前年を大きく割り込んでいる。
	▲	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・物価や人件費の高騰で当店も苦しいが、客も苦しいようである。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもあり、季節的にも観光客が多くなると期待していたが、期待をかなり下回る状況である。物価上昇などで客の財布のひもは思いの外固くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・会社関係の客が余り動いていない。また、一般客もゴールデンウィークは動かなかった。通りに面した立地の店と比べると路地裏の店は客の入りが悪い。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことにより、本来、一般の消費活動が活発になるはずが、先の見えない物価高騰が重しになっているため、法人や組合、団体以外は動いていない。平日の繁華街はがらがらである。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・4月上旬までの勢いが取まっている。ゴールデンウィークも最終日の天候不良もあってそれほど伸びず、前年を若干下回っている。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は利用者数が激減している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築資材の高騰や納入遅延に伴い、事業のタイミングによって明暗がくつきりと分かれている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・高騰した物価や光熱費の、可処分所得に占める割合が非常に高くなっている。客は買い控えをし、かつ賢く買っている。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・各地でイベントが開催され、飲食店では来客数が増えている。当店においては、値上げの影響で来客数、客単価、買上点数、いずれも落ちている。消費は低迷している。
	×	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしており、3か月前と比べて受注量が減少している。
企業 動向 関連  (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの人の動きも良く、前年と比べて売上は好調である。新型コロナウイルス感染症発生前の売上と比べると90%程度まで回復している。
	◎	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・需要はあるものの供給が追い付いていない。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが常態化していたが、値上げ効果もあって売上が前年を上回る月も出てきた。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注価格や販売価格の動き	・3月は好調、4月は停滞、ゴールデンウィークは好調、ゴールデンウィーク明けは停滞と波があり、傾向がつかみにくい状態にある。人流に左右されやすい業態であることから、イベント等が開催される週末に集中しており、平日、特に夜は落ち着いている。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・光熱費がピークに比べると少し落ち着いてきたことと、新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和がされたことで、人の動きもモノの動きも活発になっている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・計画していた案件のスライドもあり、想定していた売上額に達するのは厳しいものの、3か月前よりは良い状況である。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が堅調に推移している。材料価格上昇分の影響もほとんどない。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費活動は、旅行や娯楽への出費が増える等新型コロナウイルス感染症発生前を目指す方向にある。一方、生産活動は、回復基調ではあるが、一部業種においてはエネルギー高や原材料・部品不足の影響を受けている。
	○	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の生活から解放され、飲食やレジャーなどへの消費が増大し、企業の販売促進活動も活発になっている。広告業界の実績は前年をクリアしているものの、新型コロナウイルス感染症発生前ほどには回復していない。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・中小企業で、ある程度の実感を伴う昇給が実施され、それが消費マインドを後押ししている。
	○	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算処理から判断している。小売、サービス業は売上等の増加により業績が回復している企業が増えている。製造、建設業は大きな増減はないが、ある程度の利益は確保している企業が多く、全体としてはやや良好とみている。
	○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行したことにより、対面での商談が少しずつ増えているため、受注件数、金額共に若干増加している。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことに伴い、外食が回復し、交流人口も増加している。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・6月からの値上げ商品が多くあるため、5月中の受注、販売量は前年を上回っている。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	取引先の様子	・今の政治では首都圏と地方の経済格差は何も変わらない。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客との対面接触は緩和されているが、きめ細かな対応が必要な状況は続いている。
□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・引き続き見通しの立たない状況が続いている。	
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・身の回りの景気動向は変わっていない。	
▲	農林水産業（従業員）	それ以外	・農業生産資材が前年と比較して肥料では5～6割、それ以外では2～3割、値上がりしている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業機械が更新時期となり購入したものの、高価格化しており収支を圧迫している。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高騰の影響か消費は低迷している。また、デジタル化が進み受注が減少している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価や光熱費の高騰で客先に値上げ等を依頼していることもあり、全体的に受注量が少ない状況が続いている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・携帯電話の5G基地局向けの案件が減少傾向にある。インフラが徐々に整いつつあるようである。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・6月からの電気料金の値上げを前に、修繕工事や改良工事については更に費用を削減する傾向にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月は目立った受注契約がない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークはコロナ禍が落ち着いてきたこともあり、人流がかなり増え観光関連の景況感は良かったが、製造業を始めとする多くの業種では依然として景気が良いとはいえない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り需要増加を期待したものの、低調で推移している。
	×	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・主に半導体メモリ市場に関して、顧客の設備投資意欲は下がっており、受注量が減少する状況にある。
	雇用 関連  (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き
○		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・物価上昇分の価格転嫁がある程度できている。
○		新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・各種会合等で経済界の人からは、景気が良くなっている話を聞く。
○		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・観光関連業種が堅調で、売上も前年を上回っている。
○		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことにより、飲食店や観光関連業種の事業所が好況である。
○		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は1月が前年比92.8%であったのに対し、4月は99.9%となっている。新型コロナウイルス感染症の影響は和らぎ、飲食・宿泊の求人数の伸びが目立つ。反面、製造業では全般的にマイナス傾向にあり、世界的な販売不振のあおりを受けての減産も散見される。
○		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・増産の話とともに人員補充の相談が増えている。
○		学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、経済活動が活性化しており、各種イベント等の開催が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
□		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・業界、規模にかかわらず採用意欲が旺盛になっている。ただし、小売店や飲食店などでは、予定していた人数の採用ができないことで、出店計画のスピードが落ちたり、シフト管理で負荷が掛かったりしている。
□		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・現状は決して上向きの状況ではない。
□		新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・求人広告を含め、広告活動全般の動きが鈍い。アフターコロナで経済が活発化し需要が増えると想定していたが、広告に関しては悪化している。
□		職業安定所（職員）	求人数の動き	・原材料価格やエネルギー価格高騰の影響で、製造業において求人数が減少している。一方、旅行客や買物客が増加していることから、宿泊業や小売業における求人数は堅調である。
□		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が引き続き好調で、1年以上求人のがなかった事業所からの求人も散見される。
▲		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月と比べても求人数は減少の傾向にある。

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

### 3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北関東)	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・総会シーズンに入り、4年ぶりに総会を開催した団体が多数あったため、良くなっている。
	◎	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の注文にまで、戻ってきている。
	◎	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、旅客の動きが著しく良くなっている。また、欧米系を中心としてインバウンド客が伸びている。
	◎	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・全体的には、新型コロナウイルス感染症の5類移行等で、インバウンドなどによる経済効果や飲食店の売上回復はある。一方で、物価高騰や値上げが続いているため、消費マインドは冷え気味である。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、宴会等がぼつぼつ用意されてきている。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・原材料高騰や値上げ等による厳しい状況が続いていた食品の売上が、持ち直してきている。また、新型コロナウイルス感染症の5類移行後、客の動きが活発になってきている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は100.8%、来客数95%、客単価108%となっている。4月は回復感があったものの、5月は横ばいで推移している。特に、ゴールデンウィークの10日間の売上が良くなかったことが、月平均で下がる要因となっている。しかし、平日の売上は前年比105%で推移している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・2～3か月前と比べて中古車、新車の販売量の動きや車検、一般整備の入庫は増えている。実際に入庫台数だけみても、本当に景気が上向きになってきた感がある。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、会社関係で飲む機会が増えてきているように思える。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・イベントの再開が大きい。イベントがあるとかかなりの人出はあるものの、客単価は余り伸びていない。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援が終わっても、客足は遠のいていない。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・業務が追い付かなくなってきた。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・夜の動きは良くなってきたので、前年同月と比べて17%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・春休みやゴールデンウィークに続き、修学旅行等、徐々に観光客が動き始め、来園者数も増加傾向にある。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・集会や祝いごと等で、人が集まる機会が増えている反面、新型コロナウイルス感染症の拡大が心配である。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、消費者の行動範囲が広がり、事業者も新たな事業へ取り組みやすくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、客の行動は活発になってきているものの、節約志向は変わらず、依然として厳しい状況である。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、マスク着用も個人の判断に委ねられるようになって、客が少し動き出したようである。物価上昇が続いているので、皆がスーパーのチラシをみて、必需品しか購入していない。
□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・5月は例年書き入れ時となるが、オーバートーリズムともいえる状況がみられる。売上達成度としては、前月同様にコロナ禍以前には及ばない状況が続いている。	
□	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・相変わらず、個人客の買上は良くないが、飲食店等はやはり新型コロナウイルス感染症が落ち着いたからか、少しずつ上向いているような気がする。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられたことに伴い、来客数が増加傾向にある。化粧品、アパレルも堅調に推移している。
	□	百貨店（店長）	来客数の動き	・3月13日以降にマスク着用が自己判断になったことや、5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類移行等、感染症対策が大きく切り替わり、大幅な来客数増加を見込んでいたが、3月から5月のいずれの月も増加見込みを大きく下回っている。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年比横ばいの状況だが、単価は若干上がっている。
	□	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・物価高騰による1品単価上昇や買上点数の前年割れの傾向は変わらずに、売上は推移している。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・4月同様、依然として新車、中古車共に販売は低迷している。カバーするために車検等、整備売上の促進をしており、売上は減少するも減収増益というところか。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は連休があったために稼働日が少なく、受注も少なくなっている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量は今一つ伸びないが、人の動き、道路の交通量、来客数も同様に盛り上がり欠ける雰囲気がある。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムの主婦層は、物価高の影響があると話しており、来店頻度が下がり、客数も減っている。一方、ディナータイムは若い客層になっており、カップルや友人同士が仕事終わりに来客している。独身層は物価高には余り関係なく、お金を使っている印象である。コロナ禍で、会社帰りに遊びに行けなかった分、再開してようやく新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・数年ぶりに海外に行ってきたが、全てではないものの、国内の販売単価は高過ぎないと感じた。身近では、ベースアップする企業と対面する機会が増え、単価上昇にも対応できる消費が進めばよいと思っている。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・基本的には来客数は横ばいで、余り増減が見込めない。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・繁忙日に天候が悪かったという要因はあると思うが、前年と比べて来場者数が伸びていない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・株価が上がれば、与党は政策運営の成果だと自賛するだろうが、中小企業にとって恩恵は薄い。
	□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・光熱費等のエネルギー関連費は上昇しているが、地価は横ばいでコスト増加による値上げができない状態にある。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、事務所関係の引き合いはちらほら増えてきているが、店舗系はまるでない。現状、特に、飲食関係にはほとんど引き合いがなく、依然として空室が続いている。夜のスナックや飲み屋関係の動きが止まっている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・必要に迫られた修繕依頼が多く、能動的に客が動いているようには感じられない。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・悪いなかでも3月は何とか客が街に出てきていた気がするが、新年度になってからは結構悪くなりつつある。新型コロナウイルス感染症の5類移行で、人が出てきているようにはみえるが、やはり、ゴールデンウィークで相当消費が大きく、残念ながら当店の年配の顧客は、まだまだ出てこない。
	▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行等による規制の緩和で、観光や外出は増えているようだが、値上げ傾向は依然進み、節約志向が顕著に表れている。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの人出は活況だったようだが、生活品の販売は厳しさが継続している。各商材群の値上げによる生活防衛意識と新型コロナウイルス感染症対策の行動制限解除によるレジャー志向が重なって、プラスとマイナスのカテゴリーが明確化し、相殺してもマイナスが続いている。
	▲	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・受注が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・食材費、資材費、水道光熱費等のコストアップが続いてきたなかで、新年度からの取引条件の見直しをお願いしてきたが、足元でもコストアップが続いており、従前の利幅を確保するには至らない。総体の改善努力による収支のばん回にはもう少し時間が掛かる。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・5月はゴールデンウィーク等があるが、観光地でもない地方では、人通りもなく寂しい。連休後もお金を使ったせいか、利用客が少なく、駅への送迎の自家用車もかなり増えている。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・商材単価や手続に伴う手数料も、オンライン経由の方が優位になってきている。販売に関しても、店頭の窓口利用客が日に日に減っている。
	▲	競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数が増加していない。売上は前年度と比べて横ばい若しくは減少傾向にある。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・主要品目が伸びず、前年を大きく割っている。前月比では99%、前年比で79%となっている。テレビ、冷蔵庫が前年比80%、洗濯機同60%、エアコン同90%と振るわない。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の仕事では内示に対して上振れ傾向で、取引先の組立ラインは土曜日も稼働している。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産は以前と比べれば安定してきている。いまだに減産はあるものの、売上は少しずつ戻ってきている。
	○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・賃貸物件への入居率が高くなっている。
	○	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークは夕方以降の飲食店への客入り、かなり多かった。予約も取りにくく、徐々に活気のある飲食店街が戻っている。その後の週末も、居酒屋などでは少人数の宴会が多々見受けられている。反面、アルバイトが集まらず、人練りがかなり大変そうである。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・ゴールデンウィーク等は行楽地への人出が多く、消費が刺激されている様子がうかがえた。また、企業の生産活動も引き続き上向きで、生産量が増加し設備投資も増えている。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や販売件数、売上共に増加傾向にあり、収益も改善されつつある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年の夏枯れが、早く来ているようである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社主力製品は2022年度第4四半期に少々落ち込んだが、今年度第1四半期でも前期と変わらない受注量で推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子や販売量等の動きは、この2か月くらい、余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・夏物家電のエアコン、扇風機、サーキュレーター、夏物寝具等は前年並みの物量を確保している。しかし、燃料高が続き、また、ドライバー不足もあってコスト高となり、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・いつものとおり、余り変わらない。地方なので、まだ動き出さない部分があるのかもしれない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・あらゆる物の値段が上がっており、すぐに必要のない物ほど、しばらくたっても売上は戻らない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多種多様な取引先が40社ほどあり、1度きりの受注がメインではあるものの、不況にも強い当社だが、売上の減少が続いているのが気掛かりである。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの受注は以前のように伸びると予想していたが、逆にかなり少なくなってきた。売上も4月と比べて5月は2～3割悪くなっている。何社かの取引先が皆同じような状況である。	
▲	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・収益改善のため取引先に値上げを受け入れてもらった後も、次々と資材や経費が値上がりし、上昇幅が大きい。良くて何とか横ばいで、利益がなかなか改善されない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権まで、公共工事は順調に推移している。業界としては大変有り難く感謝している。新年度がスタートして1か月、公共工事は前年比70%増加と好調だが、前年度決算は前年比5%減少、前々年比19%減少であった。当社受注は前年比10%減少で、赤字決算にならないか心配である。
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・衣料品や食料品関係、青果物等の購買力が伸びたからか、求人数も多く目立っている。ゴールデンウィーク等もあり、購買力の向上等に対応したものと思われ、依然として、公共事業、道路関係や橋りょう、河川といった工事も多く見られている。生産品はやはり部品不足がまだ各方面等であり、ガソリン価格は落ち着いてきているが、来月からの電気代等の値上げを見越した募集傾向や人の動きがあったように思われる。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・サービス業を中心に、派遣依頼時に正社員登用も視野に入れた求人内容が増えてきている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣取引先、特に、サービス業の採用数が上昇したため、やや良くなっている。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・前年より求人数が1.2倍ほど増加している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、前年同月からの増減率がほぼ横ばいで推移している。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—

#### 4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（—：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (南関東)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客の土産目的のまとめ買いが多いため、客単価が向上している。今月については売上が前年比で2割程度増加している。週末は様々なイベントが開催されており、遠方からの来街者も増加傾向にあり、街全体ににぎわいや活気がかなり戻ってきている（東京都）。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人出が多くなり、売上、来客数共に2けたの成長となっている。
	◎	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・販売量が新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年並み、若しくはそれ以上に増えてきている（東京都）。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・昨秋に施設の一部リニューアルを行ってから好調が続いている。当社だけでなく、同業他社にヒアリングしても、どこも売上は好調のようである。
	◎	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・元来、外国人客の少ない店舗を運営しているが、そのようななか、アジア系外国人客が来店し始めている。輸出増加が国内総生産を支える期待がある（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの需要を獲得できたなかで、新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更に伴い、外国人や団体客の利用が増えた。
	◎	通信会社（社員）	お客様の様子	・購買意欲の高まりがある。客が商品の説明に耳を傾けてくれる機会が増えている。また、支払滞納の減少も実感している（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークがあり、気温も高くなってきたことから、来客数が14%増加している。
	◎	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	お客様の様子	・客の滞在時間も長くなり、ボウリングゲーム数及び飲食注文数共に増えている。来場者数は増えていないが、2022年12月に改装した直後と比べると、客単価が40%近く上がっている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が5月8日に5類へ移行したことで、明らかに潮目が変わった感がある。恐る恐る消費していた層が、解放されたようなイメージである。クレジットカード取扱高の動きも堅調で、9割戻っている。ただし、マスク着用と同じで、2極化が見受けられる。積極的な層と、慎重に動いている層と、明らかに新型コロナウイルス感染症の発生前とは違う購買行動である（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	それ以外	・コロナ禍で中止になっていたイベントが開催されるようになり、久しぶりのイベントで来客数も多く、売上がかなり伸びている。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・行事が通常に戻りつつあり、夏に向けて受注が増えている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、マスク着用も個人の判断にゆだねられ、ある程度、人通りが増えているように感じる。それに伴い、若干ではあるが売上も伸びている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	お客様の様子	・旅行や外出が増えたためか、新しい物の購入を検討する人が増えている。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは、旅行需要の増加により都内の需要の変化を注視していたが、外国人観光客の増加もあり、堅調な伸びを示している。4月は前年のまん延防止等重点措置解除の影響もあり、若干伸びが鈍化したものの、3月の伸びの水準に戻っている。インバウンド、特に、中国、香港等、東アジアの売上が伸びたため、全体の底上げに貢献している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・客の様子が普通になってきている。前年と比較すると、総体的な売上についてはやや良い程度ではあるが、景気が悪くなっているとは感じられない。買い控えが顕著であった紳士の衣料雑貨に復調の兆しが見える（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行を受けて、人々の外出意欲や対面機会の増加及びそれを受けた関連消費への関心が高まっている。また、インバウンド客による免税売上も堅調に推移している（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・月初のゴールデンウィークは連休を利用した旅行需要回復の影響か、来客数は前年を下回る状況であった。中旬からは母の日などのギフト需要や気温上昇により、衣料品や雑貨などの売上が伸びている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・客単価は余り変わらないものの、来客数が増えたことで売上が伸びている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークを経て少し落ち着きを取り戻したものの、依然として客の消費動向は活発になっており、回復している実感がある。特に、衣料品の動きが良く、コロナ禍からのリベンジ消費も認められる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数の増加に加え、特に特選ブランドや高級ファッションへの消費意欲の高まりを実感している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来店を控えていた客が多かったが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行したことにより、来客数が大幅に増加している。店内、屋上等のにぎわいが戻っている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・行動制限のないゴールデンウィークだったことや、新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更もあり、今月も引き続き来客数が増加していることから、売上も増加している。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行、外出機会の拡大等もあり、消費が上向き基調にある（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数が増えている上に、衣料品の売上も伸長している。ただし、高額品は思ったほど動いていない。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・来客数は減っているが、販売量、販売額は前年を上回っている（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	単価の動き	・販売点数は若干減っているものの、売上は戻ってきている。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来店頻度が増加しており、行楽や通勤なども元に戻り、平日、休日共に以前のような買い回りの傾向がみられる。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年比95.8%だが、単価が前年比103.1%ということで、来客数が落ちた分、単価が上がっているので、何とか売上は維持している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられたため、人流が活発になり、来客数の増加、値上げによる単価上昇により、売上は前年度に比べて4%伸長している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数が少し増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・5月8日に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行したことで、夕方から夜にかけての来客数が伸びてきている。
	○	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、マスク着用ルールも緩和されたことが影響しているのか、大きな変化とはいえないが、気持ち的にも外でマスクをしない人が増えてきている。以前は店内ではマスク着用というスタンスだったのが、公に外でマスクをしなくても良くなったため、外出する人が増え、結果的に来客数も伸びているのかもしれない。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・身の回りでイベントが増えてきており、新たな購買へとつながり始めている（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・急激な変化はないものの、家族での来店が増えている。気温が上がり、エアコンなど季節商材の動きが良くなっている。
	○	家電量販店（店長）	それ以外	・周囲の飲食店の客入りの様子から、やや良くなっている（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・5月に入り、新型コロナウイルス感染症の5類への移行もあり、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつある状況下、来客数の動きを見ると、人流が戻ってきていることを実感している。ただし、売上はインバウンド消費にけん引される格好で、国内消費者の売上は前年を超えてはいない（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の受注量が前年よりも徐々に増加してきている。
	○	高級レストラン（役員）	来客数の動き	・レストラン、販売店への来客数、予約数も増え、トレンドとしては回復傾向にあるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べて人員が不足しており、受け入れできていない。人員が充足できれば、売上は更に伸びる（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・コロナ禍前とほぼ同額の売上に戻っていることから、良くなっていると推測できる。一方、大規模の宴席はまだないことから、マインドが持ち直していないことが懸念される（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・コロナ禍ではほとんど客が来なかったが、今は少しずつ増えてきて、新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつある。ケータリングはまだ余りないが、店舗の方では土日は待ち時間があるくらいに客が増えてきているので、少しずつ良くなっていく。
	○	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されている状況下、新規出店が増えてきている。ただし、どこも価格設定が高く、旧来の店との価格差を感じる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も明けたということで、3か月前と比べて来客数が増えている。また、車での予約も増えてきている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ディナー時間帯に若干だが客が戻ってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことにより来客数が増加した。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・アフターコロナになって来客数が急激に増えているが、売価の値上げの影響もあるのか、来客数動向が落ち着いてきている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今のところの株価の動向から、景気はまあまあ良い（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けの予約も増え、大人数の宴会や2次会需要も増えている（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、ゴールデンウィークの飲食は198%の伸び率だった。イベントなども増えてきているので、コーヒー豆の卸なども良くなっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・給食事業は、前年度に行った4月以降の受託手数料の値上げ交渉が奏功したことから、収益が大幅に改善している。この底上げ効果は今後も続く見込みである（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・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、収束段階に入ったため、客がかなり戻ってきている。宿泊や食事付きの宴会もかなり増えてきている。全国旅行支援が一旦終了するため、今月後半は少し客足が止まった感じはするものの、総体的にはかなり戻ってきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ変更となり、客が一気に動き始めた感がある。特に、レストランは土日祝日に限らず予約が入るようになってきており、対応に追われている。宿泊は、以前に比べて平日のビジネスやイベント関連の予約が入るようになり、やや上向いている。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・来店する客の様子から、景気がやや上向きつつあるように感じる。新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更され、マスクを外しても良いという雰囲気もあるので、客の心も財布のひもも大分緩んできているようである。客の希望に合うところを探し出すのはなかなか困難だが、近場で多少金額が上がっていても我慢するかという傾向も多分にある。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行企画を再開する案件が出てきている。コロナ禍前の状態に少しずつ戻っている。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行の需要が復活しており、景気は上向きになってきている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染症を警戒した消費活動の自粛傾向が和らぎ、個人消費が回復してきているようで、タクシー利用も多くなっている（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は一般家庭、駅、会社共に利用があり、以前より良くなっている。夜の飲み屋からのオーダーもやや増えている。深夜はロングの客もあり、以前とは大違いである。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・法人タクシーの運転手が少なくなった影響で、少し忙しくなると車が足りなくなる状態が続いている。その分、忙しく感じている（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間のサラリーマン客が増えている。ターミナル駅のタクシー降車場などは以前と比べて大分混んでおり、非常に困っている（東京都）。
	○	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、毎日の感染者数の発表がなくなったので、人流や経済活動等が多少戻りつつある。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、営業活動に対する制約が少なくなり、客との接触が元に戻りつつある（東京都）。
	○	通信会社（社員）	お客様の様子	・CMの継続、依頼の問合せが増えてきている。広告予算を復活させてくれている（東京都）。
	○	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビやインターネットの契約数が前年同月比で上向きトレンドとなっている（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・3か月前より案件数、商談数共にやや伸びている。ただし、景気は上向いている気はするものの、終わる案件もあるので、業績としては横ばいである（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行、電子化の法整備により、需要が増加している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後は、経済活動、社会生活が正常化する動きがみられており、天候要因を除けば良好に推移している。立地上、インバウンドの効果は皆無である。要員不足により稼働率の拡大にも限界があり、機会損失は無視できない。エネルギー、素材価格の高止まりに加え、4月の賃上げによる利益の圧迫が続き、価格転嫁もタイムリーには行えず、固定費の回収にも苦慮している状況である。
	○	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・3月の新型コロナウイルス感染症対策の緩和、5月の2類相当から5類への分類移行と、2月に比べると明らかに状況に変化がうかがえる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他レジャー施設〔総合〕（経営企画担当）	お客様の様子	・5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、平日夜の動きが活発になってきている。また、インバウンドは引き続き好調に推移しており、円安の恩恵もあり、消費単価が上昇傾向にある（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新年度になり、業務量はそれなりに確保されているので、多少明るい兆しはある。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク頃から人の動きがかなり活発になってきている。来客数も少しずつ増えてきており、それに伴って販売も徐々に上向きになってきている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・ずっと悪い状態が続いていたが、ここにきてやっとな話が多少出てきている。まだ悪い状態から抜け出していないので、今後どうなっていくかはまだ分からない（東京都）。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・エアコンと照明器具が動いている。新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行したためか、夏祭りや盆踊りの電気工事の間合せが多くなっている。
	□	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が非常に少なくなっている。仕事も修理や移動などという、販売ではないことを客に要求されるようになってきているので、やはり景気が悪いのではないかと（東京都）。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。やはり、独立店舗の路面店だと、雨が降ったり、逆に天気が良過ぎて暑かったりすると、ほとんど客が来ない。これから梅雨に入るので、少し不安である。
	□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	それ以外	・外商部の物件案件に関しては、それなりに新たな案件が出て、特に、民間案件が出てきているので、上向いている。ただし、店頭部は、現在ビルの建て替えのために仮店舗に移転しているため、客層や来店時間などの環境が変わってしまい、売上が若干落ちている。こちらは環境への対応が必要である。そのようなこともあり、プラスマイナス合わせると余り変わらない。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	それ以外	・例年実施している中旬でのイベントが降雨になり、来客数と共に売上が減少し、月末になっても回復していない。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・当社の場合は新茶の時期だからといって特によく売れるわけでもないため、変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・新年度向けの販売が一段落し、販売量が落ち着いている（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンドの来客数は、単独から複数人まとまってくる来店が目立つようになってきている。マスク着用ルールが見直されても9割は様子見の状態、客からはまだ慎重な意見も聞かれ、来店回数にも変化はない（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・ラグジュアリーブランドの価格改定により、値上がりしている（東京都）。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・来客数は増えているものの、生活必需品の取扱が多いため、物価高による買上点数減少の影響の方が色濃く出ており、都内のような好況感はない。
	□	スーパー（経営者）	単価の動き	・いろいろな理由があると思うが、前月は割と良かった。今月は、前半はゴールデンウィーク、母の日があり良かったが、後半はまた落ちてきて、平均すると3か月前と比べて変わらない。
	□	スーパー（店長）	それ以外	・値上げの影響により1品単価は上がっているものの、1人当たりの買上点数が減少傾向にある。必要な物は買ってくれているが、それ以外の物は価格等から判断して買い控えをしている様子である。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年を超えているものの、買上点数の増加がみられない。値上げの影響が大きく、客は必要最低限の買物しかしていない（東京都）。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中まではかなり全体的に商材の動向が良かったが、ゴールデンウィークが終わり、やや落ち込んでいる（東京都）。
	□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価がまだ上がり続けている。販売量並びに来客数は減少しており、互いに相殺されている状況は現在も変わっていない（東京都）。
	□	スーパー（食品担当）	単価の動き	・景気が良いとは感じないが、販売単価が上がっているため、売上は悪くない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・一部商材の値上げが影響し、乗客数が減少しているが、冷凍食品やスムージーなどのファーストフード商品の売上が順調に伸び、総体的に売上は変わっていない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・1つ1つの単価が上がってきているので、販売数が少なくなっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の戻りが継続している。入社する人が増えているためか、平日の伸びは高いままで維持している。値上げの影響が一巡し始めているので、単価は前年と比べて横ばいだが、来客数は前年から伸びている（東京都）。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・スクール水着の値上げにより販売数が減少している。
	□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・季節商材である浴衣は、各種花火大会等の開催により需要の回復がみられ、良い傾向である。また、価格についてもこの時期はオーダー需要が多く、1人当たりの購入金額が6万円超と、実需期に比べ単価が高い。ただし、買上客数は新型コロナウイルス感染症の発生前までの水準には戻っていないことから、3か月前の業績とほぼ横ばいである（東京都）。
	□	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・母の日まではまだ良かったが、それ以降は販売量が大幅に減っている。
	□	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・来客数はやや増加しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響があった前年と比較すると、景気は余り大きく変わっていない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前年度に比べて3割減少している。
	□	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・物価高のため景気は落ちている。電気代、ガソリン代、食品等、ロシアのウクライナ侵攻の下、いろいろな物が高くなってきている。自分の家族を守ろう、支出を抑えようとするなかで、新車ではなく中古車に需要が移っているが、中古車自体の価格も上がっているため、両方から影響を受けている（東京都）。
	□	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・余り活気がない。商品の動きが変わらない。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・客の活動は、新型コロナウイルス感染症のり患リスク低減により活発化しているものの、消費行動が伴っていない（東京都）。
	□	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	販売量の動き	・思うような商材の入荷が少なく、客の注文に対応できていない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月1日から28日までの前年比は、売上220.8%、来客数197.7%である。今月5月1日から29日までの前年比は、売上111.9%、来客数96.7%である。数的には良く見えるが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べると50~60%の間である（東京都）。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・セールやクーポンを配信すると一時的に効果はあるが、平常時の動きは鈍い。新型コロナウイルス感染症の発生前に比べ、夏の動きが鈍い（東京都）。
	□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・依然として商談案件の交渉が続いており、受注増加にはまだ至っていない（東京都）。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・端末の値引きを弱めたところ、契約が伸び悩んでいる。契約が少なく、解約が多くなっている（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・転居数は横ばいで、他社との競争等により固定通信回線の販売数は前年比で微増が続いている。景気も横ばいである。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最小限の内容を選択する意識は相変わらず強い。
	□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・節約志向により、客単価が毎月10円前後下がり続けている。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・年度始めの繁忙期が過ぎたこともあるが、顧客獲得数が前年の数値を割り込んでおり、総体的に景気の悪化を感じている（東京都）。
	□	競輪場（職員）	お客様の様子	・平日は飲食客が戻ってきた感があるが、土日はイベントを行わないと何も数字が伸びない。良い選手が走る等、別のPRも必要なのではないかと感じている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度がいまだに変わらない。
	□	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	販売量の動き	・単価が上がった分、販売量は横ばい若しくはそれ以下である。したがって、売上は3か月前と変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しい仕事が入ってきていない。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画は多少あるものの、行ったり来たりで前に進まない（東京都）。
	□	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内及び関東近郊に所有しているホテルの稼働率が、インバウンドは大分戻ってきているようだが、まだ良くない。また、売るために建てたホテルも都内で5か所あるが、売れていない。観光投資がまだ進んでいないようである。そうしたことから、新型コロナウイルス感染症の発生前には戻っていない。住宅の売行きも良くなく、請負工事は原価が上がっているために、十分な金額で受けられない。
	□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて新築売りアパートの契約が伸びており、比較的良い方向に向かっている。問合せも増え、購入希望者が多いと感じている。ただし、金融機関の対応は厳しくなっているので、今後はまだ読めない。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・いつもこの時期は売上が伸びるのだが、良くならない。なぜなのか理由も分からない。
	▲	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。
	▲	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う制限が緩和され、外出傾向が増加している。その反動で、地元消費の予算が縮小しているように感じる。
	▲	一般小売店〔生花〕 （店員）	来客数の動き	・母の日需要にとっても期待していたが、全然良くない。母の日はどこかに行ってしまったのではないかと思うほど悪かったので、本当に驚いている（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・大幅改装に向け、館内では閉鎖フロアが多岐にわたっているなかで、ほぼ想定どおりの売上が取れているものの、高額品の動きが鈍く、目標には届いていない。
	▲	スーパー（販売担当）	単価の動き	・5月中旬まではゴールデンウィークや行楽などで外向きの支出がみられ、客の店頭での買上点数や買上単価が上昇していたが、中旬以降はどちらも5～8%程度落ち込み、上昇してこない。トータルでは下方へと向かっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年を割っている。弁当類も単価の高い商材よりも安価な商材に流れている。販売単価、来客数共に減っている。
	▲	衣料品専門店 （統括）	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス感染症のリベンジ消費での来客数増加には、今年は届いていない。
	▲	乗用車販売店 （営業担当）	来客数の動き	・値上がりに伴い、新規の来店客が激減している。客は少しでも安く買えるディーラーを探している。
	▲	乗用車販売店 （総務担当）	それ以外	・相変わらず出荷遅れが発生しており、計画未達が続いている。
	▲	乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇に加えて、車両代金も上がったので、客の動きが悪くなっている（東京都）。
	▲	住関連専門店 （統括）	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルス感染症が収束しないので、景気も伸び悩んでいる。販売量が大幅落ちており、元に戻る気配がない。
	▲	その他専門店 〔ドラッグストア〕 （経営者）	単価の動き	・4月以降、明らかに客単価が下がっている。
	▲	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・外出機会が増え、店舗への来客数は増加しているが、購買に至らない場合が多い（東京都）。
	▲	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕 （団体役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和による人の動きに期待したが、原油価格の高騰により販売価格が高値で推移しているために、買い控えが目立ち、数量が伸びない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は客の動きがあり、店もとても忙しかったが、3～4月と比べると大分落ち着いてきている。週末は相変わらず予約が入り忙しいが、歓迎会など会社での集まりは3～4月に比べると少なくなっている（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援の割安感が後退する（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年に比べて新規の契約数が減少している。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高が止まらない影響だと思われるが、安価なプランへの加入がかなり増えている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの祝日が特に悪かった。ゴールデンウィークの来場者数は前年比で92%とほぼ新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで落ち込んでいる。ただし、ゴールデンウィーク期間中の売上はほぼ同水準であった。
	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・コロナ禍による社会経済活動の制限がほぼなくなり、アフターコロナに移行しているため、緩やかに景気が回復していると言われているが、コロナ禍前とは世界を取り巻く環境が大きく違っている。今は、皆が外に出て旅行や買物をするなど、アフターコロナの一時的な景気回復とも言える。物価の上昇、円安等に賃金の上昇が追い付かず、今の景気回復が一過性のものとなる懸念がある。
	▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が少なく、材料等の高騰でなかなか仕事が決まらない。
	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・過去2年と比較して、受注がやや伸び悩んでいる（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約63.5%となり、3か月前と比べても約13%落ちているので、やや悪くなっている。ゴールデンウィークの集客も期待していたほどにはならず、商談や販売に結び付かなかった。同じ県内でも売行きの良いエリアと売れないエリアの2極化が進んでいる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・価格が上昇している。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材に一定の需要はみられるものの、増加傾向にはなく、徐々に下がっているのが実態である（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・オーバーストアである。
	×	設計事務所（経営者）	それ以外	・3～4月については、何とか業務環境を向上させなければということやってきたが、5月に入り、ゴールデンウィーク、新型コロナウイルス感染症の問題があり、営業に真剣に取り組むことができないというか、社員の士気が上がらない状況にある。もっと行政に営業をかけたと思うが、何か気持ちが落ち着かないような感じである。
企業動向関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・総会などの会合が復活し、人が集まり、手土産需要が増えている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・資材の仕入価格値上げに伴う価格変更について、クライアントも了承してくれるケースが増えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷などをしている。店売りとして、法人への納品がある。今月は、名称変更ということで角印9本、長いだ円形の割り印で6本の特需があった。そうしたことから少し上向いているように感じる（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・見積りにおいて、エネルギー費の高騰を反映した、従来よりも高めの単価が通りやすくなっており、取引量の緩やかな回復基調とあいまって、やや良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体関連製品の受注価格、販売量に大きな変化はなく、景気に対する影響はほとんどない。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーはサプライチェーンからの部品調達不足も解消し、増産体制になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、受注が若干上向いてきている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・株主総会等を行うホテルの会場費が今まで以上に高額になってきている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの販売価格、稼働率が上向いている。先の予約も順調である（東京都）。
	○	不動産業（従業員）	取引先の様子	・不動産、土地の売買数、新築計画数の増加に伴い、業務委託先が見つからない（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィスの入居率も上がり、人流も増え、店舗の売上も伸びているので、良くなっている（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行して、いろいろな活動が活発になっている。各地の祭りや行事が4年ぶりに再会されるなどのニュースに、明らかな回復の兆しが見えている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末、年度始めの繁忙期が終わり、受注量が落ち込んでいる（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・原材料価格の高騰が収益に大きく影響している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、化粧品容器の受注が低迷したまま上昇機運がみられない。医療品容器に関しては上昇傾向にあるので、売上は落ち込まずに済んでいる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・我々の業界において、この時期は売る物、貸す物がない状況なので、ある程度止まってきている。今後はどうなるか分からない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は官庁関係の案件数が多く、助かっている。一方で、民間案件は少なくなり、見積り依頼もない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えても、燃料費などの高騰がまだ続いているので、それほど変動はない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界団体などの会合が増え、コロナ禍以前に戻りつつあり、出席者も多く、にぎわいが出てきている感があるが、自社の状況には特に変化はなく、取扱量の低迷が続いている（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・前年度と変わらない（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	それ以外	・荷主との賃上げ交渉が進まないこと、求人掲載しても思うように応募が来ないことなど、苦しい状況が続いている。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期から閑散期になり、物量は落ち着いている。ただし、燃料は相変わらず高騰しているので、収益は計画より伸びていない。
	□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・回復の動きは継続しているものの、一時期の勢いはなくなってきている（東京都）。
	□	金融業（従業員）	競争相手の様子	・中小企業は原材料の高騰にかなり苦戦している。
	□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更となり、飲食業や観光業では人出が増え、売上がやや回復している。建設、不動産では住宅機器の高騰により戸建ての販売価格が上昇し、販売にやや苦戦している。運送業では、燃料高騰と人手不足もあり、利幅が減少している。小売業では物価高騰がじわじわ効いており、消費者は必要な物を吟味して購入するため、売上は低調である。全体的には景気は変わらない（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・原価高騰により、ここ数年おおむねどの業種も収益性の悪化がみられたが、3か月前との比較ではさほど大きな変動はみられない。各企業の売上増加は単価の改定によるものが多く、実際の受注量、販売量には余り変化がみられない。
	□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅付近の商店街にある飲食店をのぞいてみると、まだ満員ではなく、客はマスクを外しているが、やはりまだ新型コロナウイルス感染症の影響があるのか、戻っていない（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・助成金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・旅行関係の取引先では新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に戻り、良い状況になっている。一方、他業種などでは客の財布のひもが固く、購買検討が厳しいようである。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行したことから、経済活動が活発になってきている。ただし、受注量等はまだ新型コロナウイルス感染症の発生前の状況にまでは回復しきれていない。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・受注は大きな変化なく推移している。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の見積り、成約件数が少し減っている（東京都）。
	□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・多くの企業が賃金を上げていると報道されているが、受注単価が上がらない現状では、賃金は上げられない。このままでは社員の離職が始まり、人員不足に拍車がかかる可能性がある。本当に他社は賃金を上げられているのだろうか（東京都）。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料や電気代、その他いろいろな物価がまだ上がり続けているので、なかなか景気が良くならない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・当社の業績と得意先からの受注、内示状況は変わらず好調ではあるが、販売は鈍化しているという情報が入っている。製造は止めていないが、販売が鈍り始めているように感じる。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・長らく半導体不足や部品調達の遅れで生産調整がされていたが、3か月前と比べると取引先の在庫が100日程度あり、各社在庫調整のための発注控えが多くみられている。
	▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・物価上昇が止まらない。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・賃貸の動きでは、今年も学生の動きが減っている（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が一応終息し、取引先の飲食業も新店舗を開店し、良いスタートを切ったかに思われたが、思ったより集客がなく、目標の売上に満たず、厳しい状況が続いている（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小製造業では、材料費や電気、ガス料金の値上がり大き一方、取引先への値上げ交渉は難しく、結果として収益が大きく圧迫されている（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・今までの得意先からの小さな仕事は少々あるが、新規の得意先では大物の案件が多く、当社では加工できないようなものである。中小加工業向けの仕事はやや少ない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気のせいではなく、当社の技術的不手際により、受注量が減少している。今、早急に回復すべく、対策を講じている（東京都）。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・これまでの傾向どおり、期初の立ち上がりが良くない（東京都）。
雇用関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣から直接雇用への切替えや、募集が充足せずに、短期での募集も増えている（東京都）。
(南関東)	○	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・当地域においてはインバウンドを含めた観光客が新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあるように感じる。街に人が増えている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人が戻りつつあり、転職する求職者も活発になってきている。
	○	求人情報製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・街中の人出、イベントの多さ、観光地の混雑などから、少なくとも新型コロナウイルス感染症の5類移行後は景気が上向いていると感じる（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	求職者数の動き	・中途採用でも幾つも内定をもらい、条件で選んでいるような求職者が結構いる。多くの企業で採用意欲が高いのではないかと感じる（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が堅調に伸びており、企業の採用意欲も高い状況が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・3か月前同様、人材不足の状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・物価上昇等のマイナス要因と、新型コロナウイルス感染症対策の緩和による人流回復等のプラス要因と両方があり、結果的に変わらない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・相変わらず、ホテル、飲食店での従事者が集まらない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・人材不足が引き続き深刻で、受注に対してなかなか人材を紹介できない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材派遣、人材紹介共に以前からIT系職種は依頼が多いが、ますますニーズが増えてきており、受注は堅調である。一方、即戦力のIT人材が少ないために、需要に応じることができず、成約機会損失も増加している (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア派遣ニーズは変わらずに出てきており、景況の良さを感じる (東京都)。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	求職者数の動き	・現状の景気としてはやや良いくらいである。ただし、どんどん上向いてきているかという点、そんな感じはしない。前年同時期頃から求人数が増えてきてはいるものの、高齢化や人手不足感は否めず、応募があるのは特定の企業や業種で、医療系や建設系の求人にはほとんど応募が集まらない。数だけを見れば十分な求人があるが、実際に働いてみたい求人かどうかは全く別の問題で、労働力として力を発揮しなければ、企業の生産性や業績は上がっていかない。採用されるのは結果として企業に必要とされる人のみである。
	□	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・新規求人は前年に比べて正規採用の数が増加し、就職数も5%ほど増加しているものの、一過性の可能性もある。就職数の増加が今後も継続していくのか注視する必要がある。
	□	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・求職者に対して多くの求人数があるが、なかなか決まらない (東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数の動きは3か月前比、前年同月比共に割り込んでおり、厳しい状況となっている。原料高などコスト増加を背景に、派遣社員の交代などを抑制する動きがある (東京都)。
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・今月は派遣稼働者数としては大きな変動はないものの、派遣求人数の減少及び稼働中スタッフからの契約終了希望数が増加している。現状、客からのニーズは減少し始めている (東京都)。
	▲	求人情報誌制作会社 (所長)	周辺企業の様子	・有料広告に手が出ないだけでなく、雇用できる状況ではないという話をよく耳にする。
	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・思いどおりにいかず、全然駄目である。
	×	—	—	—

## 5. 甲信越 (地域別調査機関: 株式会社日本経済研究所)

(—: 回答が存在しない、\*: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・予約状況がかなり埋まってきている。
	◎	スナック (経営者)	来客数の動き	・4～5月は来客数がかなり回復して、新型コロナウイルス感染症発生前に近い売上があった。3年間まともになかった宴会は、なかなか回復してこないが、新型コロナウイルス感染症の影響で閉店した店も多く、居酒屋の軒数が減っていることもあり、生き残った店に客が集中している。
	◎	観光型旅館 (経営者)	販売量の動き	・5月8日より新型コロナウイルス感染症が5類に移行したため、今まで実施を先送りしてきた同窓会や研修会、グループでの旅行等が動き出し、新型コロナウイルス感染症発生前と同程度まで回復している。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行による急激な変化はない。ただし、法人や団体利用の間合せは日々増加している。また、依然として個人客の動きは活発で、ゴールデンウィークは宿泊、レストランいずれも、個人利用が好調で非常に好循環となっている。G7の関係閣僚会合が開催されたが、メリット、デメリット双方あり、影響は良くも悪くもなく終了している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・5月に当県でG7の関係関係会合が開催された。その恩恵を受け、各国の大臣他関係者等の宿泊があり、5月の宿泊売上が前年同月と比べて140%となっている。
	○	商店街(代表者)	単価の動き	・ゴールデンウィークに大きな期待をかけていたが、今一つで終わってしまった。値上がり商材が多く、客の財布のひもが固くなっている。
	○	スーパー(経営者)	それ以外	・前年比で売上は12%減、来客数は23%減となっている。来客数減少により、店頭売上が回復しない状況ではあるものの、外販は2月中盤から増えてきている。イベントの増加で仕出し注文も増えてきている。売上は減少していても、最終的に利益を確保したい。
	○	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・観光客、特に外国人客が増加しており、やや良くなっている。
	○	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・直近の実績で、商材販売がプラス10%以上のカテゴリがあり、その状況は継続している。
	○	コンビニ(店長)	来客数の動き	・2～3か月前に比べれば若干良いような気がする。新型コロナウイルス感染症の5類移行と、天候が比較的良い状況で推移していたので、ある程度売上につながり、有り難い。
	○	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・新車供給の制約が緩和され始め、販売台数が増加している。
	○	その他専門店 [酒](店長)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、順調な売上で、ホテル、飲食店等も非常に良い動きだった。通常、ゴールデンウィーク後は厳しくなるが、まとめ買いがかなり多くなってきている。客数というよりは、1人当たりの購入単価が増えてきている。
	○	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、人流が増えている。
	○	旅行代理店(副支店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行と行動制限等の廃止に伴い、旅行需要が高まってきている。まだ個人層が主流であるが、一般企業や任意団体の申込みや旅行相談も増加してきている。全国旅行支援が6月で終了予定と思われるが、終了以降の申込みも増えてきている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・ここ数か月、前年比115%前後で進んでいるので、やや良いのかもしれない。新型コロナウイルス感染症発生前の令和元年5月と比べて、現在は84%まで回復している。
	○	観光名所(職員)	来客数の動き	・来場客は外国人観光客が圧倒的に多く、運輸部門は好調だが、観光土産等の買物は余りしないのが悩ましいところである。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場](経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、店での規制も緩和されて検温や消毒などの作業がなくなり、以前のような営業形態に戻つつある。ゴールデンウィークもコロナ禍前のようににぎわいが戻ってきた感じがある。
	□	商店街(代表者)	販売量の動き	・4月の新入生向けの学校販売も終わり、いよいよ各クラブ活動が盛んになってきて、前年と同じような感じで動いている。
	□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・単価は上昇しているものの、来客数は安定しており、買上点数も堅調である。
	□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数が前年を下回っている分、客単価が上がっているため、売上の横ばいである。
	□	家電量販店(店長)	来客数の動き	・天候や気温の影響もあるが、季節商材を購入する来店客が少ない。
	□	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・車検、一般整備に関しては、目標をクリアしている。車両修理に使用される部品は値上がりしているが、客は納得している。しかし、水道光熱費を含め、あらゆる物が値上がりし、車両購入に慎重になる客も増えてきている。
	□	スナック(経営者)	来客数の動き	・都会では上向きのようなのだが、当地方ではいろいろなことが重なって、本当に景気が悪い。毎回同じ回答になるが、何とかならないだろうか。
	□	通信会社(社員)	販売量の動き	・加入者の純増数が思いのほか伸びず、客単価自体も横ばいで推移している。
	□	遊園地(職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行や旅行機運の高い状況が続いており、前年と比較して来客数は増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・相変わらず依頼数は多く、1人で幾つもの物件に対応している。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・他の業界では回復しているようだが、当店の立地する中心商店街では、相変わらず日中でもほとんど人出はない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月に関しては、ゴールデンウィークや自動車税納付の時期も重なって、出費がかさむ月なので、来客数や単価が落ち気味である。来月以降に期待したい。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・物価高の影響もあり、生活必需品以外への出費は抑えたいためか、来客数が減ってきている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・工賃、材料費、その他諸経費の値上げにより、採算が合わない。客は多少の値上げにも敏感で、当たりが強い。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、人の動きは活発になり受注量が増えつつある。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響も大分なくなり、イベント等が開催されるようになってきている。それに伴う印刷物が少しずつだが増えている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・イベント関係の製品受注が増えている。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、旅行業では前年比で売上を順調に伸ばしている。少しずつではあるが、法人による社内旅行等の問合せも増えてきている。
	□	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・業務店並びに一般酒販店からの引き合いは、相変わらず弱含みに推移している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商材受注はやや増加傾向だが、例年受注している商材の一時的な動きである。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月末、関西地区で大規模な展示会が行われた。真珠を中心に海外バイヤーへの販売は好調で、宝飾業界全体の景況感を押し上げている。しかしながら、国内の宝飾市場は悪くなっている。コロナ禍では旅行や会食が制限されていたことで、他に使うところがないからと宝飾品を求めていた客も、新型コロナウイルス感染症が収束してきたことで、宝飾から旅行、服飾、雑貨といった物に支出は移り変わってきている。宝飾催事を企画しても集客、売上ともに、コロナ禍の前年との比較で10%ダウンは当たり前になってきている。前年並みの売上でも、地金相場の高騰から利益率は下がっている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、公共や民間共に大型工事はなく、民間の小口工事が徐々に出てきている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・企業の規模や業種等で2極化が感じられるようになり、方向感が見えにくくなってきている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も下火になり、外国人観光客が戻ってきている。今後については不透明な部分もあるが、状況としては変わらないと判断している。
	▲	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・今月も資材の値上げがある。いまだ値上げの波は止まらず、経費が増えるだけで厳しくなっている。
	×	*	*	*
	雇用 関連  (甲信越)	◎	—	—
○		求人情報製作会社（総務担当）	周辺企業の様子	・今月は正直、もっと求人が活発になるかと思っていたが、思ったほどの上昇までは行かなかった。
□		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・求人や求職者数に変化はないが、お互いに高条件を望んでいるため、マッチングしていないのが実情である。今後もこの状況は変わらない。
□		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、ゴールデンウィーク後に再び増加傾向となったものの、5類移行後の緩和ムードもあいまって外出や観光等、消費活動が活発になってきている。こうした状況に対応する業種の求人は増えているが、人手不足は深刻である。一方、主に製造業等では求人が手控えられている。これは原材料不足やエネルギー価格等の高騰の影響によるものと考えられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比較し、求人数の増加が見られない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、前年と比較し、ほとんどの業種で増加しているものの、実際に人材が確保できない等の理由から、商機を逃す等、業績向上につながらない状況がうかがえる。原材料高による収益の悪化等が顕著となる事業所も発生している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は若干減る傾向にあるものの大差はない。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・団体旅行についてはいまだに50%程度の回復率で推移している。全国旅行支援の効果がいつまで継続するか注視している。
	◎	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・問合せも多く客の様子も前向きで、販売量を含む全体的に3か月前より良い。
	◎	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援の受付が終了したが、宿泊者数の落ち込みは限定的である。回復が遅れていた宴会も、徐々に回復している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けない旅行シーズンの到来を、仕事量からも痛切に感じる。毎日、旅行関連の問合せが入っており、団体旅行も実施している。世の中は完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行が決まった辺りから団体旅行の問合せが増え、確実に取扱は増えている。ただし、秋口に実施する案件が多く、新型コロナウイルス明けに一気に出発するという状況ではない。
	◎	美容室（経営者）	お客様の様子	・主要客層の高齢化により、来客数は天候に左右される。2～3月頃は寒くて1年の内でも最も来客数が少なかったが、気候とともに景気も良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店などは若い人がかなり増え、旅行も若い人を中心に増えている。ただし、金を持っている高齢者層は、旅行も消費も自粛気味の状況が続いている。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・人との付き合いは活性化してきている。コロナ禍が一段落し自由に行動できるようになったため、冠婚葬祭の参加人数も増えた。来客数や購入金額も増えており、元の付き合いに戻るようになっている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・ビールの売上は引き続き好調を維持し、門前町の人出も新型コロナウイルス感染症発生前の90%くらいまで回復している。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは、全国旅行支援の対象期間外で客足が落ちると見込んでいたが、想定以上の来客数や売上となった。売上はコロナ禍の時期を上回り、伸び率では4月を上回る見込みである。引き続き高額消費の需要が多いことに加え、旅行需要でのスーツケースや旅行雑貨、マスクを外す場面が多くなったことによる化粧品の売上も大きく伸長している。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークには活発な人流と消費がみられた。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後も、宿泊や飲食など移動を伴う消費が好調を維持している。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・百貨店周辺の人の動きはかなり増えているが、百貨店への来客数はイベントに左右される。客単価は少し下がっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後は消費者のマインドが変わりつつあり、来客数の増加につながっている。中旬に開催した物産展も好調に推移した。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドは増加傾向で、アジアの中でも中国の比率が下がり東南アジアの比率が上がった。欧州からの客も増加している。
○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により来客数が増えている。外国人を含む観光客も増えてきており、特に土日の来客数の増加が顕著である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和前と比較して良くなっている。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行もあり、マスクを外す人も目立ってきた。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは外出や外食に客足が流れ来客数の減少を予想したが、前年と変わらない客の来店があった。帰省の手土産が好調で、売上アップにつながった。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・陽気が良くなり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いており、友達同士で飲物、菓子や食材を買い出しする姿が増えた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げによる客の買い控えは依然として続いている。コロナ禍に伸長したマスク等の落ち込みは顕著であるが、日焼け止めやリップ等が上向いている。夏に向けた商材の動きは前年より良い。企業の取組次第で格差が出ている。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・前月に続きほぼ全ての店舗で売上が前年を上回っている。海外からの旅行者もかなり増えているが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けは一時的に販売が落ち込むことが多いが、今年は通常商品に加え、例年より酒や菓子などの売上が週末を中心に良い。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことで来客数が回復し始め、それに伴って販売量が増加傾向にある。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年比で来客数は1割前後増えている。インバウンドの来客数も少しずつ増えており、良い状況が続いている。
	○	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・来客数は3か月前と比較しておおむね横ばい傾向であるが、昨今続く商品の値上げや高単価商品の購入割合が高くなっていることから、売上は伸長傾向にある。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・前月導入された人気雑貨ブランド商品の認知度が高まり、販売量が増えた。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年から来客数の減少が続いていたが、今月は前年比約3%の改善がみられた。前年はなかった法人客からの注文が増えている。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・今までは在庫で回していたが、仕入先からも新しい企画や商品がちらほら入るようになってきている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・2～3か月前と比較すると客の購買意欲が出てきた。全体の売上には大きな変化はないものの、1人当たりの購入単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車の受注では新規客が多く、受注の総量が増えている。
	○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・飲食店を始めリニューアル工事が多くなっている。
	○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けは例年どおり少し売上が落ちたが、週末には前年を上回る来客数があった。ただし、平日の夜はまだ厳しい状況である。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客から、高級店に行く回数が増えたと聞いた。
	○	一般レストラン（経営者）	それ以外	・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、日本全国でインバウンド、アウトバウンドの景気が非常に良くなった。ただし、小さな店1軒1軒としては、まだまだである。
	○	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・客はマスクなしで来店し、新型コロナウイルス感染症発生前と同じような感覚で飲食してくれる。大変有り難い。
	○	バー（経営者）	来客数の動き	・人出は良くなっており、特に深夜帯は若者が多い。ただし、2次会、3次会などはまだまだない。
	○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価が上昇し、新型コロナウイルス感染症の制約もなくなり雰囲気は上向いているが、物価上昇がとげになっている。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行された影響で新型コロナウイルス感染症に対する抵抗感が減り、来客数が増えている。
	○	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類感染症に移行したためか、コロナ禍で食事を自粛していた企業や個人の利用が増えた。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行して、遠方のセミナー・海外旅行の間合せ需要が増えつつある。夏から年末に向けて大変期待している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中はビジネスマンの利用が少なく売上が減ったが、ゴールデンウィークが明けると通常に戻った。特に天候の悪い日などはフル稼働で、配車センターも配車ができない状態になる。若い人たちはスマホアプリでタクシーを利用することが増えており、それもタクシーが忙しい原因の1つである。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・特に気になることはない。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増えてきた。
	○	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が収束し、これまでマスク生活が長かったため口元の肌荒れなどが気になりお手入れのため来店する客が増えた。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・人の流れは大分回復してきたが、消費には慎重なようでは財布のひもは固い。品物1つ買うにも十分比較検討してから購入する客が多く、多くの人余り無駄な物を買わないように努めている様子が見える。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・週末にかけて来客数は上昇し、特に外国人観光客が増えてきた。ただし、客単価は相変わらず低く、売上金額は微増である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節要因により増加したが、光熱費や食品の値上げ等の影響により、相対的に変わらない。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・景況感は本当に横ばいで推移している。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店への来客数は、僅かであるが引き続き回復傾向にある。しかし、飲食店での飲料の販売量はそれほど戻っておらず、ワンドリンクあるいは水のみ注文がまだ多い。当社スタッフの業務は、定時前の完全終了が続いている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・母の日のギフトに関して、コロナ禍で外出が規制されていたところは花を贈る客が多かったが、自由に出掛けられるようになった今年は、来客数、販売量共にやや少なかった。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	単価の動き	・コロナ禍が明けて来客数は増えているが、以前より客単価は下がっている。
	□	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは来客数も伸び、久しぶりに買物に来たという客も多くあった。ただし、ギフト需要はあるものの低単価商品が多い。さらに、自家需要は減少傾向にあり物価高の影響が見え始めている。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・行動制限が緩和となり、ゴールデンウィークは期待どおりであったが、現在は余り良いとはいえない。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・調味料など日用品の新たな値上げがほとんどなく落ち着いているものの、現状では高止まり感があるため変わらない。
	□	スーパー（店員）	販売量の動き	・最低限の数量のみの買上状況が続いている。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、旅行やバーベキューなどの材料を買いにたくさんの来客があった。しかし、金を使い過ぎてそれ以降は抑え気味である。
	□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行されたことにより生活全体に動きが出てきたが、外食の伸びにより内食需要は抑えられている。来客数、客単価共に、大きな変化はない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・値上げ効果で客単価は上がっているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に全く戻らない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の影響で人の往来が戻り、来客数も若干増えた。
	□	コンビニ（本部管理担当）	それ以外	・売上は前年比106.5%と好調である。コロナ禍が落ち着き売上はここ数か月好調を維持しているが、水道光熱費の高騰で利益は前月比100%未満の店も多数存在する。最近では、本部より水道光熱費の補填をしなければ生計が成り立たない店も発生している。物価のバランスが崩れている状況で、我々としては利益を捻出する手段が少なく、経済状況の好転が必要である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（店員）	単価の動き	・低めの予算で来店しても単価の高い商品を勧めると購入する客が多い。結果として例年並みの売上を維持している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生活の基礎となる電気代や燃料費等の高止まりは続き、食料品価格もじわじわと上がってきている。客も生活防衛のため余計な物は買えないと言って、なかなか新車の話題に乗ってくれない。これからの暮らしに余裕を見いだしている客は、まだ少ない。
	□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・半導体の供給遅れははまだ解消されていないが、以前と比べると納車までの期間が短くなっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・世の中は新型コロナウイルス感染症対策から解放されてきているが、車の生産遅れはまだ回復してこない。入荷の遅延が発生することで客にもはっきりと納期が伝えられず、受注も伸びてこない。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	来客数の動き	・前月同様、来客数には回復の実感がない。まずは1年を通じて動向を注視していく必要がある。
	□	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	お客様の様子	・物価高により消費を抑制する動きはあるものの、それ以上に賃上げや株価の上昇など明るい話題も多く、購入を控える動きは見られない。
	□	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊は5月後半から伸び悩む。6月は予約が少なく価格も低迷している。宴会は5月8日以降に予約が増えてきた。レストランはランチが少し戻ってきたが、夜は厳しい状態である。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・ターミナル駅前や都心部など当地域の中心地では、新型コロナウイルス感染症対策の緩和で客が動き始め、人出が増えていている反面、地方の拠点都市では商店街の人通りも減少し、目を覆うばかりである。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規獲得件数は余り伸びていないが、解約件数も低めで推移しており、客が動かない環境にある。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・来客数は前年4月と比べて94.3%と下がっているものの、平日の来客数には余り変化がない。近隣からの客には変化がなく、少し遠方からの客は違う遊戯施設や観光地に足を伸ばしているとみている。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・来客数が以前と比べて減少している。なじみ客が非常に少なくなった。新しい客が定着するには、しばらく時間が掛かる。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の話では、ゴールデンウィークなどに外出した人が多いが、物価上昇のため経済的に懸念している人も多い。
	□	その他サービス [介護サービス]（職員）	販売量の動き	・新年度に入って、どちらかというと受注量は落ち着いている。
	□	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・売り物件が出てこないため、売上が上がらない。古い物件はあるが新しい売り物件が出てこない。売り物件数は少しずつ少なくなっており、全体として売行きが悪い。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいが続いている。
	□	その他住宅 [展示場]（従業員）	来客数の動き	・変わらず悪いままである。
	□	その他住宅 [不動産賃貸及び売買]（営業）	販売量の動き	・ゴールデンウィークもあり、月初に伸び悩んだ。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・ウクライナ問題はそろそろ解決に向かうと皆が言っている。
	▲	一般小売店 [結納品]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和でもう少し上向くと考えていたが、全く駄目であった。
	▲	一般小売店 [書店]（営業担当）	販売量の動き	・今月後半から円安が進んできた。
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・在庫を余り持っていないため注文後に取り寄せをすることがあるが、最近は注文を承っても数日後にキャンセルする客が多い。在庫があった旨を連絡すると他で購入したからもう必要ないという客が多く、店頭でサイズだけ合わせてインターネットで購入する客が増えているのかもしれない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・6月からの値上げに備えて買いためをする客があり、数字の上では5月の売上は開店以来の出来高となっている。
	▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・値上げが続いている。販売量は90%前半であるが売上が100%前後なのは単価上昇によるものであり、決して好調とはいえない。
	▲	スーパー（総務）	単価の動き	・全てに物価上昇が影響している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は依然として減少傾向にある。公共料金の支払に精一杯ではないか。支払の督促状を持参する客も明らかに増えている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・一見客は、来店しても価格設定が高いため何も言わずに帰る客が多い。値上げラッシュが続く昨今、洋服の購入は後回しになっている。
	▲	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・3か月前は繁忙期で売上はかなり良かったが、暑くなる途中の時期で半袖などのシャツ類が多くなり、今月はスーツの売上が少ない。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数が少ない。エアコンやテレビが前年より売れていない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種のほとんどは注文が終了して受注停止になっており、前年比で大幅に販売台数を落としている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価が上がっても給料が上がっていないことが最大の原因である。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・客は戻ってきているが、全国旅行支援が予算枠一杯で停止中の都道府県が多いため、成約に結び付いていない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・新しい税金が導入される。
	▲	通信会社（サービスマン担当）	販売量の動き	・光回線の新規申込みが減り、固定電話の解約も目立っている。
	▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・5月は連休最終日の土日を含め週末に雨が多かったこともあり、入場者数は伸び悩んだ。前年、前々年の5月は好調であったが、今年は大きく入場者数を落とした。今年の1～2月は好調であったため、3か月前より景気はやや悪くなったと判断する。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・段々と気温が上がり忙しくなる時期であるが、客が余り来ない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価上昇と光熱費高騰の影響である。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなる話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・高度経済成長期に新築された大きな家を相続で取得した今の持ち主は、核家族化で一緒に住む人数も少ない。大きい家は不要でもっと小さい方が良く考えても建て替えるほどの金銭はなく、リフォームにもばく大な費用が掛かる。住宅所有はリスクであると口にする客が増えてきた。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・客先の仕事が細かくなってきた。月々の予算調整や管理が厳しくなっている。大手企業が相手でもこの先が心配である。
	×	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比95%程度で推移している。
×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・元々この時期は需要が少ない月だが、メーカー内の事情で受注が更に延期となった影響もあり、とても厳しい状況である。	
×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・仕事は少ないままで、特に今月はほとんど仕事をしていない。	
企業動向関連	◎	—	—	—
(東海)	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・平均して客の稼働率は下がっているが、この時期に新規開発を進める動きがあり、新しい形状や材質の相談や試作品の受注は増えている。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークも終わり、客は落ち着いて住宅の検討を行っている。集客数はまだ伸び悩むため、在庫物件の値引き商談で成約できている状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・前年と比べて市内には観光バスや他県ナンバー車が非常に多くみられ、駅前通りを歩く人も多い。個人的には、自宅のリフォームが始まってハウスメーカーを通じて多くの各種下請先に仕事が発注されている。
	○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行によって人出が元に戻りつつある。ただし、2月の生活保護申請が前年比でかなり増加するなど、庶民の生活は苦しい。
	○	金融業（従業員）	それ以外	・ゴールデンウィーク中の空港、駅や高速道路などの人の流れは景気の回復を感じさせるものであった。また、株価がバブル期以来の高値をつけており、景気は上向きである。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和により飲食店などがにぎわうようになってきた。外国人による高級飲食店での飲食が頻繁に行われ、以前と比べて外国人がかなり経済を潤している状況が見受けられる。
	○	不動産業（経営者）	取引先の様子	・一部の企業に限られるが、売買案件が多くなっている。
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルス感染症についての不安も減少していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。外出の増加に伴い、今月の売上は前年を上回る状況である。
	○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・3か月前と比べ人の動きも活発になっており、広告受注量も全体的に微増している。
	○	公認会計士	取引先の様子	・来客数は3か月前と比較して増えているが、売上と比例して利益が増えていない印象である。物価高の影響で仕入れ等の原価コストが上昇していることが大きな要因である。消費は回復傾向にあり、人手不足による機会損失が出ている取引先も増えているが、少しずつ価格転嫁する企業が増えてきた。
	○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の外注先は余り良くなく、競合先も余り良くないが、当社ではまずまず契約ができ、良い傾向にある。新型コロナウイルス感染症が一段落し全体的に明るい気持ちになっているが、生産が上向いてこない限り大きな上昇はない。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・電材向け需要は低調が続いている。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・街中の飲食店や百貨店等に客足が戻ってきている。今年3本のコンサートに行ったり予約をしたが、コンサート会場は満席で、予約が取れなかった公演もある。物価高でチケット代は想定の1.5~1.8倍くらいであったが、景気の良い客が盛り上がり騒いでいる光景は、景気の上向きを感じさせる。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・首都圏中心の建設市場活況による影響と思うが、例年にない仕事量の状態が続いている。ただし、収益的には原価高などの影響もあり、むしろ減少気味である。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米、欧州、アジアのどの地域でも自動車向け設備投資の引き合いは増えているが、発注までに時間が掛かっており、受注は増えていない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品も出ており堅調ともいえるが、変化は大きくない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・客先の生産レートが上がるという情報が入ったが、まだ実際に反映されていない。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・この先も値上げ予定がたくさんあるが、収入が増える要素はなく不安しかない。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の状況からは、単価も売上も上がっており、世の中の状況に鑑み今年に限り給料を上げるという話も聞くため、景気は上向いていると考える。ただし、入荷する部品の価格が上がっているため、トントンかもしれない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産財、消費財共に荷動きに余り変化がない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・世間一般を見れば、ヒト・モノの動きは5月に入ってから明らかに活発になっている。当社でも荷主からの引き合いは新型コロナウイルス感染症発生前の水準にほぼ戻った。しかし、売上の回復以上に各種経費が増大している。賃金上昇にも取り組んでいるが、荷主への値上げ交渉は思うようには進まず、先行きは不透明である。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・毎日の荷物取扱量は前年比3ポイントほど減少している。この傾向は前年の秋頃から続いている。余りウクライナ問題とは関連性を認めたくないが、国内需要の活性化は滞っている。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・大企業を中心に貸金アップが図られているが、中小企業まで十分浸透しているとは言いがたい。仕入価格の高騰を販売価格に十分転嫁できていないため、貸金アップも厳しい状況にある。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの受注が少ない。
	□	行政書士	それ以外	・取引先の物流業者は、自社のドライバーは安定していると言っている。高齢のドライバーが多く、今更転職しても同等の給料はもらえないとドライバーが言っているそうである。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・賃金の改定時期が終わり、賃上げ額を前年と比べてみても余り変化はない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量が大きく減少している。特に自動車関連は引き続き悪く、その他も買い控え等の影響か、受注量、販売量が減少している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量の減少に加えて価格引下げの要請がある。材料価格が高止まりで下がる気配がないなかで、利益確保が困難になっている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・部品単価の高騰が相変わらず続いているが、値上がり分を販売価格に転嫁できないため、全体として利益が減少して困っている。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸送物量が鈍化傾向である。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・通信業界は、物価上昇に連動した料金値上げをしにくい。安定した通信・ネットワーク環境の提供に必要な機器の仕入価格は上がるが、利用料収入は減収傾向で、利益を圧迫する。会社の経営方針にも影響し、従来推進していた方針や商材ではなく、別の商材にスポットライトが当たり出す。会社の方針が流動的でも、現場はそれを敏感にキャッチして動けるほどの余裕はない。短期的に見れば景気や商売には影響を来さないが、確実に悪い方向に向かっている。
	▲	不動産業（開発担当）	それ以外	・物価上昇や労務費アップの影響で工事費の上昇が止まらないが、住宅販売価格には変化がなく、住宅事業を進めることが厳しくなっている。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に平時より20%ほど落ちている。客の話でも回復の兆しが見当たらない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・価格が倍以上になっている素材がある。価格転嫁をしたため需要が減少した。
雇用関連	◎	—	—	—
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・夏季に合わせ新規の問合せが幾つか入り始めた。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・取引先からの情報によると中途採用計画数を前年比で増やしている企業が多い。実際に当社へ応募する求職者の併願先の選考状況を聞いても、最終選考や内定に至っている先が複数あるケースが多い。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・自動車の販売は、前年比で7か月連続でのプラスとなっている。半導体不足の制約は残るものの、徐々に緩和している。特に一部のメーカーでは好調である。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍が明けて、観光業やサービス業を中心に人の活動が戻りつつある。業種にもよるが、新型コロナウイルス感染症発生以前を超える業種も一部出ている。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・各地で集客イベントが復活し、関連する企業や業界にはぎわった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食・宿泊業の求人数が、新型コロナウイルスの感染拡大前を上回ってきた。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業、特に自動車関連からの求人が回復傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・大手から中小企業まで採用熱が加速しており、新規の求人依頼は増加傾向にある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は増加傾向にあり、全体では人手不足の企業が多いなかで、求職者数が増加しないため、採用数は変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・特段の変化を感じない。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足感は強くなっており、将来を見据えた人材確保の動きが活発になっている。その一方で、産業間で差異が見受けられ、建設業、飲食、サービス業など一部の業種では新規求人数の減少幅が大きくなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人件数、求人数共に3か月前と比べ減少している。特に宿泊、飲食、サービス業の減少が目立った。他産業でも減少はみられるが、大きな差はみられない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業においては、受注があっても原材料や光熱費の高騰があり、価格に転嫁できないため厳しい経営を余儀なくされている。建設業においても、仕事の受注があるものの、人手不足が続いている。また、燃料費の高騰が経費に大きくのし掛かっている。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業の生産状況は活発になっているものの、相変わらず人手不足で生産量が上げられない様子である。その結果、業績も向上しにくいいため、賃金にも反映されない悪循環になっている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新規求職者数が減少している。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・多くの企業で会計年度が替わり、人材の補充が落ち着いている。派遣人材についても求人が減っている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率が4か月連続で低下している。
	×	—	—	—

## 7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連  (北陸)	◎	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したことで、ふだんは余り利用のない九州方面や関東方面からの団体利用があり、大きなプラス要因になっている。
	◎	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてからも来客数は減少せず、2019年と比べて上昇傾向となっている。特にランチタイムで客が戻りつつある。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークから、個人客、団体客共に宿泊客数が好調にスタートした。ゴールデンウィーク明けも、新型コロナウイルス感染症対策の緩和や、G7広島サミットの会合関連の利用があったことで宿泊需要が落ち込むことはなく、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して105%の高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、人々が余り気にすることなく外出するようになって客は増えている。夜の街も人出が増え、タクシーの利用も増えている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・景気が悪くなっているせい、嗜好品やぜいたく品の購入をこれからのために控えるようになっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれたが、県外や郊外への外出が多く、中心部への入込客は少なかった。5月末にかけては天候も良くないようだが、3年ぶりに開催される大規模な祭りへの期待が大きく、初夏の動きに結び付くか注目している。新型コロナウイルス感染症の影響も少なくなったようで、集客をいかに売上に結び付けるか工夫が必要である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和によっていろいろな行事が開催され、必要なものを購入する人が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に分類されたことで、外出の機会が増えたようである。
	○	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・値上げによる単価高騰で前年実績はクリアしている。新型コロナウイルス感染症の5類への引下げにより、来客数も前年並みまで回復する傾向にある。しかし、買上点数は前年未達のため、決して良い状況ではない。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・5月の売上は前年比で10%程度増と好調に推移している。売上は増加しているが来客数は横ばいで、買上単価の上昇が売上増加の主な要因である。商品単価が上がっているが、来客数が変わらない点では好調だと考える。身の回りの客の様子から景気は良いと感じるが、経営面では売上以上に光熱費や人件費などが掛かり、利益は減少している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足は戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の売上にはまだ足りない。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・エアコン、冷蔵庫が好調である。気温の影響もあるが、県の省エネ家電購入応援キャンペーンの影響が大きい。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴い、春休み、ゴールデンウィークと来客数が増加した。外出機会が増えたことにより販売量も増加傾向が続いている。一方で、5月は寒暖差が激しく、天候不順が続いていることもあり、夏物の動きに不安定な面がある。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・観光客の劇的な増加はみられないが、インバウンドなどが徐々に戻っている。
	○	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はインバウンドを中心に堅調である。新型コロナウイルス感染症の5類への引下げが決まってから、宴会部門は徐々に件数が増え始めている。ただ、1件当たりの人数は新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度である。レストラン部門は夜の営業はいまだ弱く、前年は超えているものの以前のにぎわいはない状態である。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行の間合せが増えている。
	○	美容室（経営者）	それ以外	・夜の繁華街を歩いている人の数が次第に増えている。マスクをしている人と、していない人の割合はほぼ半々である。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・稼ぎ時のゴールデンウィーク期間は低単価商材しか売れず、売上が伸びなかった。また、当県では大地震が発生し、ゴールデンウィーク明けもしばらく観光客の姿がまばらだった。トータル売上は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して例年並みであったが、今までは2けた増となっていたので、余り良くなかったと考える。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・一般文具の販売、売上が厳しい状況が数か月続いている。特に高単価の商材は売行きが非常に悪くなっている。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・4か月連続で新型コロナウイルス感染症発生前の2018年及び2019年の売上は超えたが、前年並みの見込みである。新型コロナウイルス感染症対策が緩和されたことで、首都圏や関西圏、海外への旅行需要が増えた反面、コロナ禍で好調だったラグジュアリーブランドにおける売上の伸び率が鈍化するなど、消費行動に変化がみられる。
	□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、帰省客に関連した買物や食品物産催事で伸張した。3年ぶりの帰省によるおもてなし需要で食品を中心ににぎわったが、母の日以降はギフトの単価がダウンしている。ファッションを中心に、セットよりも単品で購入するなどの買い控えが顕著に出始めている。
	□	スーパー（経営企画）	来客数の動き	・値上げ等により買上単価が上がり売上は確保できているが、それに対して来客数の伸びが鈍い。この傾向が続いているため変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価高で1人当たりの買上単価は上がっているものの、来客数は前年と比べて下がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは後半に盛り上がりを見せたが、その後は前年並みの来客数と落ち着いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは久しぶりに旅行に出掛ける客がいたが、来客数は通常と変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・街中の人出は少しずつ多くなり始めたようだが、自動車業界での販売量はまだ動きが変わらない。自動車の購入には慎重な様子である。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車本体の配車は回復しつつあるものの、付随するエアロパーツなどの生産に遅れが出ており、取付けができないことで納車が遅れるといった影響が出始めている。そのため商談の際にも購入をちゅうちょする客が散見される。
	□	自動車備品販売店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間が明けてからの来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較しても減っている。他の業界では人出が増えているようだが、車用品を扱う業界は季節商材に左右される傾向が強く、来客数の回復に至っていない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は5類感染症の扱いになったが、店頭販売は値上げの影響でさっぱりである。取引先の飲食店は2割増程度の売上で、全体としては変わらない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークがあり心配していたが、前年から来るようになった客の来店があり、特別な落ち込みはなかった。また、法人関係で利用する動きもみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや週末と平日との格差が大きい。また、原材料費や光熱費の上昇による経費の増加が大きく、利益の圧迫につながっている。
	□	通信会社（役員）	単価の動き	・通信サービスの契約者数については、3か月前と同様に前年同月と同レベルで推移している。放送サービスについては、前年同月と比べて若干契約者数が下回っている。
	□	通信会社（役員）	販売量の動き	・当社の新規契約者数の状況を見る限り、大きな変化はみられない。
	□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・5月に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規制がなくなった分、グループや団体客がやや増加傾向となっている。しかし、全国旅行支援が停止となったため個人旅行の動きがやや鈍くなっており、全体としては変わらない状況で推移している。
	□	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・営業収益に余り動きがなく、変わっていない状況である。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・3月から新型コロナウイルス感染症対策の緩和が進み、5月には5類感染症に移行したが、利用者はまだ様子を見ており、行動様式がほぼ変わっていない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・建売住宅や坪単価が安い住宅への需要が高い状態が続いている。資材等の原価も高い状態で推移している。
	□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・来客数の低迷に改善の兆しが全くみられない。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・豚肉やとり肉の売行きは良いが、数々の値上げによる影響か、牛肉の売行きが悪い状態がずっと続いている。
	▲	百貨店（販売担当）	販売量の動き	・3月下旬から来客数、買上点数共に減少している。前年実施された県の景気対策の反動が大きいと考える。集客イベントも食催事が苦戦している。子供向けイベントは好調だったが、全体での買い回りにつながらなかった。電気料金の値上げが確定した報道後はより慎重な購買行動となっている。高額ブランド品にはやや動きはあるが、気温の影響もあり、主力の衣料品や雑貨は苦戦している。ゴールデンウィークは県外でのショッピングに流れる動きもあったようである。他県より半年以上遅れて、ようやく一部にトラベル需要が拡大してきたが、全体を押し上げるには至っていない。
	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・当店は来客数、客単価、1品単価等の伸びが大きいですが、買上点数だけは伸びが鈍化している。競合店でもかなり来客数や単価が減少していると聞いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げの影響により店舗全体で売上点数が徐々に落ちてきている。今後も続く値上げに対して不安が募る。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・婦人衣料に関しては、3月は入学式などの行事や式典で着用するオケージョン商材の引き合いがあったことに加えて、新型コロナウイルス感染症も落ち着いたため消費が活発になったが、現在は慎重になっている。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・買い渋っている状況が続いている。
	▲	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークがあり、来客数は更に減少している。
	▲	競輪場（職員）	販売量の動き	・前年と比べて売上収入が落ちている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークで稼働日が少ないものの、5月は春の需要があるため例年は販売目標を達成できるが、今年は大きく未達となっている。価格が高騰しているなかで、購入に至らない状況が増えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰が影響している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・とにかく人出が少ない。中心市街地はもとより、ショッピングセンターに行っても駐車場の車がまばらである。食品関係はまだ人がいるが、衣料やその他の物販関連は客の姿がない。ブランド衣料も不振なのか、インターネットの直接販売で安売りが目立っている。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・買い控えなのか、スマートフォンを購入する客が少ない。店頭で案内を行っても、検討のみで購入に至らない客が多い。
	企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
○		精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・小売店舗での販売が堅調な上、卸売部門も回復している。
□		食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・数度の値上げにより、ここ数か月の販売量は前年割れながら売上は前年を上回って推移している。それでも原料やエネルギーのコストアップを吸収し切れず、増収減益のパターンが続いている。鳥インフルエンザの影響で原料として必要な卵の量を確保できず、一部で販売の機会損失が生じている。
□		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
□		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は変わらずに推移している。
□		プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・エネルギー価格の高騰や原材料高の状況が長期化しており、価格転嫁できるものは実行しているが、もはや出尽くした感じが否めず、受注量や販売量も弱含みで展開している。
□		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内の物量は前年下期以降、前年実績を下回る状況が続いていたが、徐々に回復している。一方、国際関係は大きく落ち込んでいる。
□		輸送業（経理）	取引先の様子	・取引先の物流量に大きな変動はみられないが、食品や電気料金などライフラインの価格上昇で、一般消費者の購買意欲の衰退がみえる。
□		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・前月と変化はない。
□		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者から活発な話が出ていない。
□		司法書士	取引先の様子	・各種助成金を活用した建物の新築や本店の移転といった依頼が多かったが、一方では事業承継ができずに解散という依頼も多くなっている。
□		税理士（所長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり動きが活発になっていることや、インバウンド効果で売上が回復している業種がある一方で、新型コロナウイルス感染症対策での融資の返済に対応できず、借換えや条件変更をしている会社もみられる。
▲		—	—	—
×	—	—	—	
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・例年の同時期と比較して求職者数が多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(北陸)	○	新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・新卒の採用活動が一旦落ち着く時期だが、5～6月に開催する就活イベントへの申込み企業は例年よりも多い。売手市場の様相が顕著で、参加学生数はやや伸び悩んでいる。人材確保のため、積極的に求人活動に取り組む企業が多く、市場は活性化している。
	○	民間職業紹介機関(経営者)	求職者数の動き	・いろいろな業界から求人との問合せが増えている。人材不足もあって、採用が進んでいない状況があるとみている。
	□	*	*	*
	▲	求人情報誌制作会社(編集者)	求人数の動き	・求人数がやや減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕(営業)	周辺企業の様子	・物価上昇により、経費の削減傾向が強まっている。
	▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・求職者数が増えている。
	×	—	—	—

## 8. 近畿(地域別調査機関:りそな総合研究所株式会社)

(—:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (近畿)	◎	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィークも好調に推移し、外国人観光客の増加や新型コロナウイルス感染症への対応策の緩和、マスク着用ルールの見直し、アクリル板の撤去などで、日常生活が戻りつつある。来客数の増加により、売上も好調に推移している。
	◎	百貨店(外商担当)	来客数の動き	・外国人観光客の人数が明らかに増え、観光バスが幹線道路沿いに駐車する光景が復活している。
	◎	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・国内市場はビジネス関連や旅行、行楽、イベントなどで人流が活発となり、化粧品や趣味関連、スポーツ商材の好調が目立つ。ハレの日や記念日での予約の動きも良い。また、インバウンド需要も一般商材を中心に、売上が大幅に増えている。
	◎	百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・ゴールデンウィークは外出が増え、旅行などへの出費が増えたことで、店頭の販売は苦戦している。ただし、新型コロナウイルスが5類感染症に移行してからは、その影響で消費が活性化し、景気回復の兆しが出てきている。
	◎	コンビニ(店長)	来客数の動き	・コロナ禍も落ち着いて、外国人客や学生の来店が増えている。
	◎	都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・インバウンドが増えたことで増収となっているほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、来客数が伸びている。
	○	一般小売店〔珈琲〕(経営者)	お客様の様子	・卸売先のカフェや喫茶店の1店舗当たり受注量が、一部の店舗で増加している。
	○	一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・コロナ禍の影響が落ち着き、全体的に良くなっている。物価の上昇が止まれば、更に良くなる。
	○	一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、贈答品や土産用の菓子の動きが良くなっている。
	○	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月の売上は目標を上回る見込みである。コロナ禍に関する各種規制が緩和され、外出の機会が増えたことで、全体的に売上が伸びている。ただし、以前の売上には戻っておらず、好調な商材も限られている。客による購入の傾向は、必要な物は少々負担が増えても購入するが、不必要な物は全く見向きもしない動きが顕著である。
	○	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を下回っているが、来店客の購入率が高まっており、売上は上回っている。
	○	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間中の人出は、かつての水準に戻った。街での国内客、外国人観光客の動きも、前年までとは違っており多い。
	○	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは来客数が多い。5月8日に新型コロナウイルスが5類感染症に移行した後は、化粧品を中心に売上が伸びている。
○	百貨店(宣伝担当)	来客数の動き	・5月に入って中国からの旅行者が急激に増え、インバウンドの売上が大きく伸びている。国内客も、母の日のギフト需要やパラソルなどの季節商材の需要が高まっているほか、会合や外出の動きが増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、終盤に悪天候が重なって失速したが、翌週の母の日以降は持ち直し、前年の売上を上回っている。インバウンドも観光客が中旬以降急増しており、化粧品などに動きが出てきている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・海外のブランド品や高級時計の需要が依然として強い。インバウンドについても、中国からの観光客の動きはまだ低調であるものの、韓国や東南アジアからはかなり増えており、売上も予想以上の増加となっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・外食に人の流れは移っているものの、当店の客単価は上がりつつある。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもあって、家族連れの客が非常に多く、バーベキュー食材を買い求める人などでにぎわった。平日も値上げが進んでいるとはいえ、果物などもそれなりに売れている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、外食への需要のシフトが予想されたが、行楽やバーベキュー、家庭での内食需要もあいまって、売上は増加傾向となっている。特に、総菜やペーカリーの売上は堅調に推移している。
	○	スーパー（社員）	単価の動き	・前年の後半以降、商品価格の上昇を客が受入れつつある。客の来店頻度や1回当たりの買上数量は、多くの店舗で減少がみられるが、商品単価の上昇で前年よりも売上の増えた店舗が多い。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冷たい麺類が売れ出し、前月よりも売上が10%ほど伸びているほか、来客数も増加している。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・野外イベントが増えてきたため、様々な注文が増えてきたと感じる。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客の動きは完全に戻りつつあるほか、近隣に専門学校が開校したこともあり、来客数が増え続けている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・徐々に暑くなることで、冷たい商品が売れる。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数と客単価が上向いている。
	○	衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・気温が上がり、春夏商材の販売も増えたため、まとめ買いの客が増えている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・住宅省エネ2023キャンペーンの効果で、リフォームへの関心が高く、関連設備の動きが良い。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・気温が例年よりも高い傾向にある。気温に売上が左右される季節商材の需要が強まり、単価の高いエアコンの販売台数も増えそうである。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・在庫量は一部を除いて戻りつつあり、紹介できる製品が増えてきている。
	○	乗用車販売店（支店長）	単価の動き	・価格が非常に高い商品が売れている。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍に係る各種規制が解除されたほか、海外からの観光客の増加に伴い、外食などは売上の回復傾向が進んでいる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	それ以外	・今月はコロナ禍の収束に伴い、インバウンドや修学旅行生が多く来店し、客単価が上昇した。コロナ禍の関連商品も動きが止まることはなく、以前と変わらず売れている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・売上は前年比で115%となっている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べれば良くなっているが、期待したほどの伸びはない。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・他府県や外国からの観光客は、予想以上の回復であり、観光地や繁華街は大いににぎわっている。また、外食産業でも需要が高まっており、企業の大人数での宴会やウェディング関連は急激に回復している。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前年の12月以降、売上は2019年比で110%以上を維持しており、月ごとに増えている。各曜日や時間帯によるばらつきもなく、好調を維持している。
	○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・コロナ禍に関する各種規制の緩和で、イベントなどがいろいろと動き出している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・全国旅行支援の対象外であったが、ゴールデンウィークは高単価での販売が続いた。全国旅行支援の再開後も、販売価格は比較的高水準で推移している。海外からの客も増加傾向にある。
	○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊は以前の水準に近づきつつあり、宴会関連でも会食が増えているが、レストラン関連はディナー利用が伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・稼働率の改善に加え、1室の平均単価も3か月前と比べて上昇しており、消費の増加がみられる。
	○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・宿泊客は、インバウンドを含めて好調な推移が続いている。それに加えて、企業の宴会関係も、徐々に戻ってきている。
	○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・料飲部門では、朝食が弁当の提供から、新型コロナウイルスの感染対策を採りながらのバイキングに戻り、順調に集客できている。宴会部門でも夏以降の予約が多くなり、今月の宴席も参加人数が増えている。客室部門も前月から稼働率が5ポイントアップの85%となり、販売単価も上昇するなど、上向いている。
	○	旅行代理店(役員)	販売量の動き	・全国旅行支援が終了している府県が多いものの、それでも国内旅行に出掛ける客が増えている。5月8日を境に、動きが変わったと実感している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、外出の気分が高まり、天候にも恵まれたことで、駅や街中の人の動きが増えている。
	○	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・新商品の販売開始に伴い、客からの受電件数や工事の依頼が増えている。
	○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・順調にイベントが開催され、それに伴う物販の動きも活況である。新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、各種の規制がなくなったことで、外出の増加や施設周辺でのイベントの開催、外国人の増加などによるにぎわいがみられる。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・5月8日の新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前の日常に戻りつつある一方、原材料やエネルギー価格の上昇による買い控えの動きも見られる。両者がきつ抗するなか、各施設での買上率の低下がみられる。
	○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、国内の観光客やインバウンドが引き続き増加傾向にある。ただし、ゴールデンウィークは遠方に旅行する人が増えたことで、遠方への旅行が避けられていた前年と比べて、来客数は減っている。
	○	その他レジャー施設 [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・公共のスポーツ施設や公園の指定管理施設を運営、管理しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の利用数には戻っていないものの、徐々に回復している。ただし、昨今の経費の上昇により、トータルとしては回復傾向とはいえない。
	○	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍の収束により、客が動き出したと感じる。
	○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・投資物件の購入に積極的な姿勢がみられる。
	○	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・徐々にではあるが、住宅の面積、金額共に改善傾向である。
	□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	お客様の様子	・インバウンド頼みの傾向が強まり、4月は花見の時期でインバウンドが多数来店したが、5月のゴールデンウィーク終了後は客足が止まっている。
	□	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への政府の対応が変化したせいか、商店街には人が増え、来客数も増えた。ただし、販売量は前年と変わらず、むしろ減少気味であり、景気が良くなっているとは思えない。
	□	一般小売店 [自転車] (店長)	お客様の様子	・全ての商品が値上がりしており、自転車にお金を掛けてもらえないため、新車が売れない。
	□	一般小売店 [呉服] (店員)	販売量の動き	・着物を販売しているが、以前の購入客も、必要な物と必要でない物の見極めを行っている。
	□	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・本格的にコロナ禍が収束したが、郊外店である当店の来客数は、26日までで前年比マイナス4.8%と非常に厳しい。一方、都心店はインバウンド効果も大きく、来客数はプラス22.7%と大きく前年を上回っている。売上も、当店はプラス0.3%と、食品以外の健闘で減少は免れたが、当面はこのような傾向が続くと予想される。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比べると、インバウンド売上は大きく増えている。インバウンド売上に占める化粧品品のシェアは、3か月前の10%から30%まで拡大し、中国本土からの観光客の増加もみられる。一方、ゴールデンウィーク期間の旅行需要の増加が影響しているのか、今まで好調であった外商売上に少し陰りがみられる。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、消費行動がもう少し活発化すると期待したが、期待外れに終わった。ゴールデンウィークも人の移動はみられたが、物の購入にはお金を使わず、百貨店にも来店しない。物価の上昇もあって我慢しているのか、売上がコロナ禍の期間中と比べても変わらない。売れるのは特選洋品といわれるブランド品だけで、売上が良いのは都心店のみという状況である。
	□	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症への対策の緩和により、インバウンド需要の拡大を期待したが、予想していたほどの力強さはみられない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で増加傾向にあるが、売上は客単価の低下などで前年並みである。前年は、新型コロナウイルスの感染拡大で消費者は外出を控えていたが、5月前半のゴールデンウィークは外出する人が増え、特に都心に出掛ける人が多かった。その影響で、今年の地方店舗は、売上が厳しい状況にある。
	□	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、富裕層の外出関連の消費が増えた。それに伴い、これまで好調であった特選ラグジュアリーブランドの売行きは、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化している。
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は変化が少なく、安定的に前年を上回る推移となった。外出関連の商材の動きが良い一方、イエナカやインテリア関連がやや苦戦しているが、客単価に大きな変化はなく、食品売場での値上げに対する客の反応も限定的である。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が上がっているが、商品価格の上昇が要因である。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品関連の来客数は前年比で98%、販売点数が94%と傾向に変化はない。一方、衣料品は来客数が93%、販売点数が89%と、気温の影響もあって悪化傾向にある。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年比でほぼ横ばいであり、売上は2%増えているが、食料品の値上げによるものであり、景気が上向いているとは判断できない。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・プライベートブランド商品の販売が増えるなど、物価の上昇に対する生活防衛意識は強まる一方である。一方、品質の良い商品も根強い人気があるが、うまくバランスを取らなければ、支持を失う可能性も高まっている。
	□	スーパー（企画）	来客数の動き	・企業業績は回復しているものの、大企業に限られる。大部分を占める中小企業にとっては、あらゆる費用や管理費がアップしているため、従業員の所得の改善は進まない。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・業種や地域により、良くなっている部分と変わらない部分が混在している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、客の動きが良くなっている。特に、外国からの観光客が増えている。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・物価の上昇が続き、客は節約ムードであるが、売上に大きな変化はない。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は余り変わらないが、時間帯によっては少し減少している。
	□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・前月と同程度の来客数であるが、海外からの旅行者が増えている。
	□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・前月と同様に、来客数に変化はない。季節商材もそろそろ動き出す時期であるが、まだ動きが見られない。6月も物価の上昇やエネルギー価格の上昇のニュースがあるなか、少し様子をみているのか、よく分からない状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・コロナ禍での各種制限がなくなり、外出する人が増えているが、来客数は前年を下回っており、全体の売上は伸びていない。気温が上がり、扇風機やエアコンの売上が伸びたことで、何とか全体の売上を維持している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ数共に、減少傾向にある。
	□	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が止まらない。株価の上昇は良い傾向であるが、物価の上昇が止まらなければ、客の購買意欲は高まらない。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤、殺虫剤といった夏物商材の販売が増えており、制度化化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨なども順調な推移となっている。その一方、食品の動きは横ばいで、医薬品は低調となっている。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・街の人の流れは更に増えてきたが、来客数や売上には目立った増加はない。その一方、客の間では、旅行などの娯楽の話題が増えている。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・コロナ禍も一時的に落ち着きを見せるなか、この3か月間のガソリン等の販売量に大きな変動はない。
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・物価の上昇や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行の影響か、制服類だけでなく、マスク等の売上も減少している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年のゴールデンウィークは、久しぶりに帰省した家族が多く、来客数が増加したが、それ以降は各種税金の納付月に当たるせいとか、さっぱり来客数は伸びていない。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・人の流れは通常の動きとなっているが、値上げが売上の歯止めとなっている。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、コロナ禍明けの旅行需要が一段落した。6～7月は国内の旅行客の予約が悪い一方、インバウンドは増えているが、大阪、京都、東京などのゴールデンルートが中心で、地方はまだ少ない。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高級ホテルの動きの悪い状況が続いている。
	□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したが、予想したほど来客数は増えていない。夏休みの高額商品の受注もまだ少なく、販売単価が低い。
	□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークを終え、夏休みの旅行申込みがピークを迎える時期となるが、まだ先行受注は多くない。物価の上昇による可処分所得の減少や、旅行価格の上昇が原因であり、まだ解決が見込めない。
	□	通信会社（役員）	それ以外	・大手通信事業者による代理店の運営方針は、キャリアショップの削減となっている。代理店手数料が減少傾向にあるなかで、販売促進費の負担が重くなっている。
	□	美容室（店員）	販売量の動き	・客単価に変化はない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションの価格は、都心のタワー物件を中心に高騰しているが、販売は停滞することなく、順調に進んでいる。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・コロナ禍が収束するなか、住宅の販売市場ではこれまでの順調な動きの反動が予想されたが、価格の先高感もあり、客の動きの悪化は軽微である。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、売上が前年比で悪くなっている。特に、衣料品などの買回り品の店が苦戦している。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は、ゴールデンウィーク中は開店休業状態となり、1日に客が1人という日もあった。中旬～下旬もその状態は大きく変わらず、来客数が極端に落ち込んだ。一方、商品は売れなかったが、高額の時計の修理が重なり、一定の売上は計上できた。ただし、これは安定した売上ではないため、今月の状況には不安を感じる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、行動制限のないゴールデンウィークとなり、国内客は一時増加したものの、ゴールデンウィーク明けからは伸び悩んでいる。その一方、インバウンドは継続的に増加しており、国内客の伸び悩みによる悪化を補っている。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年比は、店全体で97%、衣料品は93%、食品は99%と、衣料品の来客数が落ち込んでいる。食品は広告やSNSにより、給料日前には価格で訴求し、給料日後は産地などの付加価値を訴求することで、前年の売上を維持している。一方、衣料品は天候不順の影響もあり、UV関連や季節商材が不調となり、来客数も減少している。
	▲	住関連専門店（店長）	単価の動き	・とにかく客単価が顕著に下がっている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・当地域では、4月上旬で全国旅行支援が打ち切られたこともあり、4～5月は3月ほどの勢いが無い。ゴールデンウィークも、5月3～5日の3日間だけはほぼ満室になったが、それ以外は報道されたようにぎわいはみられない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは国内客の利用で高稼働となったが、連休前後で落ち込みが目立った結果、5月全体では80%超の稼働率となった。一方、海外からの団体客は、欧米を中心に利用がみられる。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けは財布の中身が乏しくなっている。コロナ禍での各種規制の解除に伴う、人の憂さ晴らしの動きも落ち着き、一般客の外飲みも少し減っている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規契約の獲得数の減少と、解約率の上昇が顕著である。地方経済については、コロナ禍からの景気回復が望めない状態である。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8919円で、3か月前の9265円よりも下がっている。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数の改善等がなかなか進まず、厳しい状況が続いている。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・株価は上昇しているが、肌感覚では余り景気は良くない。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場の出展各社の契約者数は、低迷が続いている。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・仕事量は変わらず順調であるが、それを担う作業員の数が慢性的に不足している。他社に応援を要請している状況で、自社で実行できていれば利益率は上がっていたと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年に入り、80歳以上の客の外出が減っているため、高齢者向けの洋服が売れにくくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇による影響が深刻である。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・リフォーム関連の補助金対応が続いているため、客がどうしても一定期間に集中する傾向がある。前年は補助金が即終了となった後、すぐに新たな補助金が始まった上に、給湯器や二重窓だけといった補助金も増えたため、業務が停滞するなど悪循環となった。業務量は増えたが、実質的な売上の改善には至らなかったと感じる。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比での落ち込みが止まらず、コロナ禍による悪化時と比べても、厳しい状況が続いている。5月8日以降は、イェナカ消費から外食や観光、ホテル、運輸などに、需要がシフトしたと感じる。
企業動向関連 (近畿)	◎	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である商店街の人通りは、新型コロナウイルス感染症発生前よりも明らかに増えている。ただし、各店舗の売上が比例して回復しているわけではなく、店主たちは新たな対策や事業の必要性から、投資意欲が高まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・原材料関係の値上がりは止まることはないが、製品価格の値上げも徐々に浸透し、赤字から脱却できた。以前のようにはいかないが、製造量も増え、状況は良くなっている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・ゴールデンウィークの休みが長かったこともあり、インバウンド効果で飲食店への客足が増え、飲料水の売上もやや良くなっている。
	○	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・4月は産地の生産量が前年を上回ったが、今後の動向は読みにくい状況である。
	○	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年度初めて仕事が余り動かず、今月が底と予想している。
	○	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が収束に向かいつつあり、インバウンド効果も戻りつつあるなど、受注量が回復している。製品の値上げも順調に進んでいることから、3か月前と比べるとやや良くなっている。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・景気が上向いているとまではいえないが、僅かに引き合いなどが増えている。
	○	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・電子部品の在庫状況もかなり改善されたが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。当業界では、いかに受注案件が増えても、それに応えるだけの部品がそろわなければ対応ができない。また、人材の採用難もこれから顕著になることを懸念している。
	○	その他製造業 [履物](団体職員)	取引先の様子	・状況は芳しくないが、最悪期は脱しつつある。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	その他サービス業 [店舗開発](従業員)	受注量や販売量の動き	・今月はゴールデンウィーク後の悪化が気掛かりであったが、結果的に大きな影響はなく、駅構内の人流は前年比で110%程度の推移となっている。
	○	その他非製造業 [機械器具卸](経営者)	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍の影響も収束に向かい、値上げ問題も落ち着いてきたため、販売に力を入れ始めている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一部の客を除いて、全体的に低調な動きが続いているほか、好不調の格差が大きくなっている。
	□	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・車載用や家電用、建設資材用共に、取引先からの出荷の動きがまだら模様となっている。
	□	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連部品の受注が徐々に回復してきたが、完全に回復するまでは時間が掛かりそうである。
	□	一般機械器具製造業(設計担当)	受注価格や販売価格の動き	・コスト面では厳しい状況が続いているが、全体としては落ち着きつつある。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が伸び悩んでいる。
	□	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・少し上向き始めたが、建設資材価格や労務費の上昇のほか、建設資材の納期の不安定な状況が続いている。取引先にも、設備投資の予算や工期に対する柔軟な姿勢を求めたい。
	□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注状況に変化はなく、堅調に推移している。ただし、材料の入手に時間が掛かるほか、協力企業が忙しくて連絡が付かないなど、受注してもすぐに着手ができない状況である。
	□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・旅行などでお金を使っているようで、家具の購入などは後回しになっている。
	□	金融業(副支店長)	取引先の様子	・売上の動向などをヒアリングすると、変わらないと答える取引先が多い。
	□	金融業(営業担当)	取引先の様子	・仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できず、改善の兆しがみえない零細企業が多いため、景気の回復には時間が掛かる。
	□	金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・本来は景気が上向く状況ではないが、このところの株高の恩恵を受けている人もいるため、プラスマイナスゼロの状況である。ただし、この株高もバブルの要素が少しあるため、株価の揺り返しに注意が必要である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の下で、前年度は広告出稿が回復した部分もあったが、今年度に入ってから、更なる回復には至っていない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種ごとに景気の良さあしがみられるなか、半導体業界では海外の追い上げが厳しくなっている。
	▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、エアコン、洗濯機といった主力の家電製品の売上が、軒並み前年を下回る推移となっている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇や、それに関する報道の影響で、消費者が何事にも慎重になり、財布のひもが固い。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月よりも荷動きが非常に悪くなっている。値上げ前の駆け込み需要の反動もあるが、景気が全般的に悪い。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地では新しい事務所ビルの新築が進んでいるが、なかなかテナントが埋まらないため、事務所の賃料が下がり、景気が悪くなりつつある。
	▲	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の影響が収束傾向にあるほか、春先ということもあって受注量が増えており、今後も伸びると予想される。
	×	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社からは、出荷量が前年比で15～20%減少しているという声が多い。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・食料品など、全ての物価が上昇している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・個人客では国内外からの観光客が増え、法人客では自粛が続いていた宴会等が回復するなど、観光産業に活気が戻りつつあり、それに伴う求人が増えている。
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・3か月前と比べて、取引先の売上状況が着実に回復している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、インバウンドもどんどん戻っており、観光や飲食業に活気が出てきている。ウクライナ危機による物価の上昇や円安の進行といった不安要素は残るものの、以前と比べると景気は良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足であるが、人材募集への応募がない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・当社のアンケート調査によれば、2024年卒の新卒採用は、前年よりも採用数を増やす企業が40%程度あり、採用数を減らす企業の約5%と比較しても多い。今後は求人関連メディアへの掲載の追加が見込まれる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・医療機関を中心に、求人の依頼や、医療機関が貸与する奨学金の募集を行ったところ、前年度に比べて2割弱ほど増えた。コロナ禍を経て、採用意欲が旺盛になったと感じる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2024年3月卒の新卒採用に向けて、企業の採用担当者による来訪が活発化している。採用の募集を続けるという声も多く、求人数そのものが増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク明けも景気の基調には力強さがある。ここへきて、多くの企業が優秀なIT技術者や派遣スタッフを、1～3年間の派遣期間の終了後、直接雇用で切り替える動きがみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は落ち着いている一方、求職者の動きは、6月のボーナス支給以降に再び活発になる可能性がある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・情報サービス業の決算発表では、ほとんどが増収増益であったが、一部で目標に届かない企業や赤字の企業もみられ、派遣社員の雇用を終了する企業が出始めている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西企業からの新聞広告の出稿状況を見ると、3か月前と比べてほぼ同じ水準となっている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加している。卸売・小売業では、子供用衣料の販売企業から全国の販売店向けの大量求人があった。一方、製造業では半導体の供給不足で長期の受注が見込めず、先行きの不透明感から、求人を含める動きとなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、観光関係では動きが見られるが、製造業は半導体不足や物価、エネルギー価格の上昇などで、全体的には落ち込んでいる。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・国内での雇用の需給は、半導体業界などでひっ迫しているが、全体的には変化がない。一方、米国では労働市場の悪化が顕著であり、不安材料となっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・内定は順調に出ているが、まだ採用活動は続いている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・インバウンド需要の回復や利用客の増加により、非製造業の事業所では採用意欲の高い状況が続き、求人は堅調に推移している。ただし、建設業や製造業では、原材料や燃料、光熱費などの上昇、賃上げによる利益の圧迫が響き、求人控えたり、募集人数を絞る動きが見られる。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・新年度に入り、動きが止まっている。
	×	—	—	—

## 9．中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	商店街（理事）	販売量の動き	・長引くコロナ禍において、客にストレス解消的、憂さ晴らし的な購買行動が出ているため、景気は良くなっている。
(中国)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・G7広島サミットの開催が後押しとなり、来客数が急増している。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に行動制限がなかったため、売上は2018年5月の売上まで回復している。ただし、原材料費などコストの上昇もあり、依然として、経営は厳しい。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ホテルの宿泊、飲食、宴会、婚礼と全ての部署で、単価が2019年と比べ、5～10%上昇している。
	◎	テーマパーク（業務担当）	それ以外	・来客数は前年をやや下回っているが、景気は上向いている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・業種により景気回復に偏りがあり、小売業の景気はまだ回復していない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、来客数が増加している。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、この時期になって、やっと売上が戻り始めている。しかし、原料の値上げが止まらず、そのたびに商品の値上げができないため、困っている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・遠方からの来客数が増加してきている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間中には多くの人出があり、人流が活発になっている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断にゆだねられるようになり、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、人々が新型コロナウイルス感染症発生前の日常を取り戻しつつある。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・G7広島サミットの影響で、月の前半は自粛モードで厳しかったが、G7広島サミット閉会后、催事が成功し、景気はやや良くなっている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や総販売量は厳しい状況にある。ただし、単価が上昇し、1人当たりの販売量が前年を維持しているため、売上は悪くない。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に移動制限などがなく、人の動きが活発だったため、来客数が大幅に伸び、前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は3～4か月前と比べ、ほぼ変わらない。ただし、商品価格が、半年前と比べ、2～3割上昇しているため、売上は増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・人流が回復傾向にあるため、買上が増加している。自粛で伸び悩んでいた週末や休日の売上も今は増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数でなく、客単価が上昇していることで、売上が増加している。特に、今まで動きが鈍かった飲料や菓子の販売量が、人流が増えるにしたがい、増加している。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや週末を中心に人流が活発化し、来客数が増加している。
	○	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年の94%となったが、商品単価が上昇しているため、前年並みの売上を維持している。G7広島サミットが開催されなければ、もう少し、来客数が多かった可能性がある。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・5月の販売量は前年比120%と、好調を維持している。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・製造が高水準で推移している。今後、商品の動きも活発になっていく。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・来客数や売上が前年を上回り、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の状況に戻りつつある。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、行動規制などもなくなり、新型コロナウイルスの新規感染者数増加の危惧もなかったことから、観光客数が増加するなど、表面的には明るい材料が出てきている。しかし、電気料金の高騰や商品の相次ぐ値上げもあり、家計が苦しくなっていることから、客が余分な買物をしない状況が続いており、景気が明らかに上向いているとはいえない。
	○	都市型ホテル（営業企画担当）	販売量の動き	・宿泊においては、平日でも国内レジャー客の需要がある。また、インバウンドや海外個人旅行も増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・外国人観光客数が想定よりも早く回復している。また、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、予想以上に人流が活発化している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に新型コロナウイルス感染症発生前の2019年並みの集客があり、その後も全国旅行支援の追い風により堅調に推移している。
	○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客の申込みが多くなっているが、余り遠方までは行かない。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・団体旅行は復調までいかないものの、引き続き、回復基調にある。個人の国内旅行は好調を維持、今後は海外旅行の需要回復に期待している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きが良くなり、タクシーチケットの利用も増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、人々の動きがますます活発化している。しかし、物価や最低賃金の上昇等により、支出も多くなっているため、景気は良くなりつつあるが、収支面ではまだ厳しい状況にある。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・外出機会の増加により、例えばテレビ視聴時間が短くなるなど単籠り需要の減少が現れている。自社事業にはマイナス傾向となるが、全体的な景気浮揚につながる動向とみられる。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、景気はやや良くなっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたこともあり、客の雰囲気も明るく、ゴールデンウィーク期間中は新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいとなった。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・物価高騰の懸念はあるが、新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和の影響が大きく、外出や旅行をする人が目立っている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず客の財布のひもは固く、必要以上の物の購入を控えている。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、商売には余り影響がない。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・休日は人出が多く、活気があるが、売上につながらないこともある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	単価の動き	・原材料価格の高騰による商品価格や客単価の上昇で、売上が前年を上回っているが、来客数は前年割れとなっている。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中の物産展が好調だったことで、来客数が前年を上回っているが、撤退や縮小した売場の影響もあり、売上は前年をやや下回る見込みである。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・帰省や観光客で、ゴールデンウィーク期間中の来客数は前年を上回ると予想していたが、ほぼ前年並みとなっている。来店があっても、客に購買意欲がなく、売上は前年割れとなっている。催事などでファミリー層の来店が多く、カジュアルウェアやアウトドアウェアが好調だったが、高級既製服や婦人向け商品などは予想以上に厳しくなっている。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、年配の顧客が多少増えつつあるが、近隣エリアへの買物流出も増加しているため、全体では変化はない。
	□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・電気料金の上昇などが、客の消費行動のマイナス要素となっている。
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたこともあり、来客数は増加傾向にあるが、物価の上昇もあり、消費は増えていない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は依然として前年を下回っているが、売上は商品価格の上昇で前年を上回っている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ2～3か月、来客数は余り変化していないが、商品単価が上昇しているため、売上は増加している。ただし、客が特売品など低価格の商品を購入する傾向がある。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・P I 値が下落している。商品単価が高騰する一方で、客の給与は増加していない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品を中心に値上げが続いている状況で、客が割引デーに集中し、まとめ買いをする傾向が強くなっている。割引デーと通常時との差が大きく、売上が安定しない状況である。商品価格の大幅な上昇で、客の節約志向がますます強くなり、販売点数にも影響している。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価に変化はないが、相変わらず、買上点数が伸び悩んでいる。
	□	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・卵を筆頭に、商品の値上がり半端ではなく、来客数は前年の98%、販売点数は前年の95%と非常に厳しい状態となっている。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今年は前年より母の日が1週間遅く、販売機会が増加するため期待したが、ゴールデンウィーク期間中の来客数も少なく、母の日の贈物も期待ほど反応が良くなかった。
	□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・商品の値上げに伴い、売上自体の減少幅は縮小傾向にあるが、買上点数の減少が続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に景気の良くなる要素は見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、来客数が回復している。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・旅行や食事に行くための衣料を買いに来る客が増加する一方で、外出しない習慣がついた客もいるため、なかなか新型コロナウイルス感染症発生前の売上には戻らない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・5月に入り、外出者が増加しているが、物価の上昇もあり、来客数は増加していない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上が増加していない。
	□	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・客の購買意欲が低下している。下取り価格が下がってきているため、客に今購入するメリットを伝えるにくくなっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたが、来客数に変化はなく、販売量も伸び悩んでいる。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・現在、販売は落ち着いており、このところ良くも悪くもない状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、観光客がそれなりに多く、数字を上げたが、それ以降が続いていない。また新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻り切っていないため、継続した集客にはなっていない。
	□	その他専門店 〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・客が出掛けやすい気候となり、回復の兆しはあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。
	□	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は観光客が増加したが、G7広島サミットの開催で静かになった。
	□	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は行動制限がなかったため、来客数も多かったが、その後の来客数は思ったほどでない。また、G7広島サミット開催期間中は、交通規制があり、来客数が通常の6割程度に落ち込んだため、全体では来客数に大幅な変化はない。
	□	観光型ホテル （副支配人）	お客様の様子	・G7広島サミットが開催されたため、通常の宿泊とは違った形態での売上が確保できた。
	□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍を脱し、人々の動きが活発になったものの、物価の上昇により、消費が抑制されているため、景気は良くなっていない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・来客数は少しずつ伸びてきているが、単価を引き上げたため、動きが悪い。ゴールデンウィーク期間中は天候が悪かったため、来客数が減少している。
	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1日平均の売上に変化がない。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたものの、住宅の引き合いが低調な状況は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・最近では新築住宅の相談が少なくなり、少子高齢化とともに年々増えている空き家や古家のリフォーム、リノベーション工事の相談や問合せにシフトしている。景気は上向いておらず、全体の内容は芳しくない。
	□	住宅販売会社 （営業所長）	来客数の動き	・情報入手量の低下が顕著である。ゴールデンウィーク期間中は客が3年ぶりの行楽に流れ、展示場への来場者数等が少なかった。連休明けも増加に転じておらず、今後の苦戦が予測される。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・ベビー服、子供服の販売は厳しく、売上が減少している。
	▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数の前年割れが続いているが、購買客数は更に厳しい状況である。原材料価格の高騰、商品価格の改定で販売単価が上昇しているが、1人当たりの平均購買点数は減少している。
	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、新規客の来店や購入が減少している。既存客については、単品の購入が増加し、客単価も前年と比べ、1割低下している。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・1品単価の上昇により、売上は既存店で前年を上回っているが、前年を上回っていた来客数は、若干ではあるが前年割れとなっている。
	▲	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数は前年比で回復しているが、売上がついてこない。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が毎月減少しており、日用品の売行きも悪くなっている。
	▲	乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・客の動きが悪く、成約率も低下している。景気が不透明な状況である。
	▲	乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き	・来客数や売上が減少している。
	▲	一般レストラン （経営者）	単価の動き	・G7広島サミットの開催で、多くの人が訪れる大きなイベントが1か月延期になったり、外出を自粛する人が増加したりしたため、街中が静かな状態が続いた。G7広島サミットが閉会しても、人の動きはまだ元に戻っていない。
	▲	観光型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・3か月前は、全国旅行支援を使用した個人客があり、稼働率が良かった。今月は、全国旅行支援の予算が終了し、ゴールデンウィーク以降は来客数が減少している。
	▲	放送通信サービス （総務経理担当）	お客様の様子	・料金の延滞回収率がやや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	競争相手の様子	・ゴールデンウィーク以降、来客数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、客の行動が活発になっているが、消費はまだ回復していない。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築資材の価格高騰を受け、ある程度の動きはあったが、1月以降、予算オーバーする客の割合が増加しており、来客数や契約者数が減少している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・G7広島サミットが開催された4日間は来客数が少なく、売上も減少している。
	×	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・価格高騰により、販売数は落ちている。
	×	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府の景気対策の効果がないため、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産が好調であるため、景気は良くなっている。
	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
	○	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資機材の価格高騰については、予断を許さない面があるが、受注については、この先1年は、ある程度のめどが立った感がある。しかし、利益率については、2024年問題もあり、厳しい状況が続く。
	○	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客のデータセンター見学会のための来社回数も増加している。データセンターの活用は計画性があるものだが、利用に関する検討が順調に行われているようである。また、ICT関連への引き合いも増加している。
	○	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、人流が増加したことにより、サービス業を中心に業況が回復している。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、受注が増加傾向にある。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制は緩和されているが、余り変化はない。
	□	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・商品の値上げで売上は維持しているが、利益が出ない状況である。今後、6～8月は、電気料金や物流費の高騰で、厳しい状況になる。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・経済活動は活発になってきたが、原材料やエネルギー価格の高騰により、値上げ状態が続いている。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・為替もウクライナ情勢も小康状態であり、景気は低迷したまま推移している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入価格や販売価格の上昇には一定の落ち着きがあり、景気に余り変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け生産に変化がなく、生産は低水準で推移している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・新年度に入っても前年度末から環境は変化していない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注が減少している。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産能力以上の受注量があるため、超過勤務で対応しており、この状況は今年1月から変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連のパッケージ基板やプリント基板の受注量が高水準で推移し、売上は増加しているものの、原材料価格の上昇等により利益は減少している。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・海外向け受注が堅調であり、特に輸出関連は前年同期より改善しているが、直近は余り大きな変化がない状況である。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気回復に向けた大きなプラス要素がなく、また、各取引先にも目立った動きがないため、景気は余り変化していない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング案件の受注件数が堅調に推移している。また、補助金利用ながら、設備投資案件の相談も堅調に推移している。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向から判断すると、景気の見通しは良くない。
▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は前月と比べ約17%の減少、成約件数は前月と比べ約12%の減少と、落ち込んできている。また、前年と比べると、来客数、成約件数共に約15%の減少となっている。来客数の減少の要因として、G7広島サミット開催が考えられる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作 会社（広告担 当）	雇用形態の様子	・新卒採用は微増、中途採用は前年よりかなり活発化してきている。技術職を中心に、20代半ばから30代前半の若年層かつ即戦力の採用が積極的になっている。技術職の場合は、採用の年齢層を40～42歳くらいまで広げている企業も多い。
	○	民間職業紹介機 関（職員）	求職者数の動き	・欠員補充や新規採用のように明確な理由でリクルーティングを行うケースに加え、良い人材であれば、特に採用枠を設けていないが、積極的に採用を検討する企業も増加している。
	○	学校〔短期大 学〕（進路指導 担当）	求人数の動き	・様々な業種において、求人数が順調に増加している。
	□	人材派遣会社 （経営企画担 当）	採用者数の動き	・企業の求人意欲は新型コロナウイルス感染症発生前近くまで回復しているものの、新型コロナウイルス感染症発生前から続く人手不足の影響で、供給が追い付いていない。また、求職者を募集するための派遣時給が高騰していることに加え、法定福利費も上昇しており、利益率の低下が続いている。
	□	人材派遣会社 （支社長）	求人数の動き	・求人数自体は季節変動の影響を受けて若干減少したものの、派遣社員の募集時給は、コロナ禍の影響が縮小してきた年初より緩やかに上昇している。足元ではその勢いが増しており、募集時給を上げて人材を確保する動きが拡大している。
	□	人材派遣会社 （副支店長）	求職者数の動き	・応募者数に余り変動がない。5月に入ってからは年齢層の高い人の応募が続いている。
	□	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、経済活動や生活は完全に通常に戻ってきているが、物価上昇の影響もあり、一部の高級品を除くと、消費活動は鈍い。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・直近の新規求人数が前年同月比で10%以上減少している。事業所から聞き取った限り、人手不足が解消されてはいないので、今後の動きに注視する必要がある。
	□	職業安定所（事 業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理件数は前年比で3.0%減少しているが、有効求人倍率は前年比で0.04ポイント上昇しており、求人動向に大きな変動はみられない。産業別では、製造業、運輸業、宿泊業が依然として前年を下回っており、景気が上向いているとはいえない。
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	求人数の動き	・有効求人倍率が1倍を超え、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。今後も有効求人倍率は高水準を維持する。
	▲	民間職業紹介機 関（人材紹介・ 派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、求職者からの転職相談件数が3か月前と比べて27%減少している。例年であればゴールデンウィーク明けから転職相談が増える傾向にあるが、今年は鈍化傾向にある。
	×	—	—	—

#### 10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	◎	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の目録終了により、来客数や客の様子が明らかに変化している。
(四国)	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・5月の連休の人出は、新型コロナウイルス感染症発生前、若しくはそれ以上の人出があった。また、その後も土日を中心に、平日もかなりの観光客等の客が多く、特に飲食等も普通の状態に戻っている。
	○	商店街（常務理 事）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行した後、日々の感染者数を発表しないことに伴って、多くの人が余り神経質にならずにショッピング、会食、レジャー等の外出ができるようになってきている。そのため、週末を中心に、街中も人出が新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況でにぎわいが戻っており、店側についても士気が上がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りは、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいてきているが、日中と夜間の人通りを比べると、回復具合に違いがあり、夜間ににぎわい等の回復は、もう少し時間が掛かると考える。しかし、それでも少しずつ景気は上向いているように考える。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの人流の動きや購買行動に変化がある。
	○	スーパー（人事）	お客様の様子	・旅行やイベントに出掛ける客も多く、また、他県からの客の増加等に伴い利益が出ている。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・コロナ禍から3年が経過し、新型コロナウイルスの感染症の分類が2類相当から5類へ移行したことで、直近のゴールデンウィークについては何の規制もなくいろいろなイベントも開催され、人流が活発に動き、特に高速パーキングエリアや街中にある店舗などで売上が増加した。また、ふだんの売上も物価高騰の影響はあるものの、来客数とともに増加傾向である。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前年と比べ10%以上売上は回復している。まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準ほどではないが、客足が徐々に戻ってきている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・主にメーカーの生産が順調なことが要因。受注できる車種を少なくし、生産を増強することにより積み上がった受注残を解消することができる。販売会社は登録することで事業が成り立つため、受注残がある間は順調である。
	○	その他飲食 〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・レストラン業態の来客数が増加傾向にある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べると、新型コロナウイルスの感染症の分類が5類移行となったことで、会社員・企業の方も、飲食をしてもかまわないという状況に変わり、夜の街も少しずつ人が飲食をするようになってきている。また、昼の状況についても、ゴールデンウィーク等での人の動きや豪華客船の入港もあり、少しずつ戻りつつある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月からタクシー料金が値上がりしているものの、今月も四国遍路の仕事が入っていること、そのため街中のタクシー台数が少なくなるなか、供給以上のタクシー需要があり、現在は多少良い方向へ向かっていると考える。
	○	通信会社（社員）	競争相手の様子	・関係会社も営業活動がより活発化していると考えられる。
	○	観光遊園地（主幹）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が減少傾向にあり、観光地などににぎわいが戻ってきている。
	○	設計事務所（所長）	来客数の動き	・民間企業からの設備投資の問合せが増加している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・物価高による節約志向から、消費者は少しでも安い店へと流れている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の自粛期間が終わってから一貫して来客数は増加している。小規模の祝いが多くなっている様子で、手土産くらいの商品がよく売れる。
	□	スーパー（財務担当）	お客様の様子	・値上げによる客の節約志向から、ふだんの来店頻度が減少し、特売日に購入する行動が強まっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年秋頃より、順調な消費の回復をみってきたが、ゴールデンウィークを境に、商品の動きが低下している。また、夜の人の動きも減少し始めている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年、5月は連休が大きな山場となり、月全体を左右するが、今年は天候には恵まれたものの、客が他で散財したためか、県外に出て行ったためか、販売量は微減という感じである。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行により家電以外の消費が高まる一方、家電量販店の来客数と販売量はやや減少している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・自粛生活が明けて客の来店が、以前の活気を取り戻しそうであったが失速しつつあり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況までは回復しそうにない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の終了に伴い、宿泊者の動きがやや鈍くなっているが、全体としては堅調に推移している。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・販売数は計画どおりであるものの、来客数は感染症の分類が5類となってからも回復せず、むしろ前年度より減少している。
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・何もかも値上げで、高いのか安いのか感覚が麻痺してきた。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上、外商売上共に前年同月を下回ってしまった。特に店頭売上が悪い。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・買い控えが顕著で買上点数が減少している。また、来店頻度が下がり来客数も減っている。
	▲	スーパー（統括担当）	来客数の動き	・コロナ禍の下では客の外出が控えられていたが、少しずつ外出へと戻っている。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・物価上昇、特に原材料（小麦）や輸送費の高騰が商品単価に大きく影響している。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足で生産できない車が増加した。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車受注台数の減少が今後しばらく続くのではないかと心配をしている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・政府の全国旅行支援策が終了し国内の個人需要が一段落している。一方、団体客・インバウンドの戻りは、もう少し時間が掛かるとみられ、夏休み前の谷間ができています。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価上昇に対し給料アップが追い付かず、遊興に回せる余裕資金は厳しい状況が続いている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わると客の動きが緩やかになる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・電気代も上がり、洋服も含めていろいろなものの価格が上がっている。何もかもが値上がりで、それほど景気が良くなっているとは思えない。良くなっているのは業種別では旅行業であり、インバウンドの外国人が訪れる都会については景気が良いのではないかと。地方はこのままでいけば、業種的に小売業などは景気は悪いと考える。
企業動向関連	◎	食料品製造業（商品統括）	受注価格や販売価格の動き	・価格アップの流れが定着しており、利益確保が進みつつある。ただし、下請に対する価格について無理を強いていないかを注視、監査等も強化し、より正当利益確保を目指している。
(四国)	◎	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月のゴールデンウィーク前後は、前年比で大幅に受注が増加し、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても良くなっている。特に全国の主要都市や観光地の小売店からの発注が旺盛である反面、地方都市の小売店では、まだ回復していないところもある。コロナ禍の下ではネット販売が順調であったが、外出機会が増えたことでネット販売のウエイトが減少している。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注が増加傾向にある。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、社外イベントやボランティア活動は、自社のみでなく他企業の参加者数も増加しつつあるように見受けられることから、従来の人の流れが戻りつつあると考える。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、観光客（インバウンド含む）の増加、各種イベントの再開等により、取引先の業績は改善傾向である。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・仕事量が増加し、業績が向上している。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売販売は、気象要因から関東・東北等の夏秋産地の出回りが例年より早まり、大型連休明け後は、生活費を抑える消費行動もあり荷動きが鈍化している。価格を下げた滞り荷物をさばっている状況である。価格低迷が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格が高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備業だが、なかなか受注が決まらない。それは、物件の金額が大きいこともあるが、やはりマインドがまだコロナ禍のなかであり、大きな企業は大規模な工事等を見送る現状が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・変わらず公共事業待ちだが、芳しくない。また、民間の仕事もほとんど引き合いもない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マスク着用ルールや感染症法上分類の見直しにより新型コロナウイルス感染症への対応が転換期を迎えることで、緩やかな景気回復が期待されると報道された5月ではあったが、四国に発着する取扱物量をみる限り景気回復に結び付くような目立った物量増加は一向に見受けられず、依然として景気回復を実感できない状態が続いている。電気・ガス料金や燃料油価格の高騰、食料品価格の高騰が個人消費を押し下げる要因として作用していると推察する。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・雰囲気は良いが、先読みができない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が大きく減少しており、6月まではこの状況が続くとみている。今後、賃金が上昇して住宅の契約が回復することを期待している。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の行動制限も解かれ、各施設でのイベント開催に足を運ぶ客の姿が顕著に増加傾向にある。人手不足で集客のための人員の確保に苦慮する状況は課題点だが、当地域内の公共交通機関や宿泊施設等の観光業界を中心ににぎわいを取り戻している傾向にある。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・特別なことはないが、人手不足感が一段と増していると考えられる。
	□	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・周辺企業の中途採用数ほどの業界もおおむね横ばい若しくはやや減少している。コロナ禍明けで業績が回復しつつある企業（サービス業）も、大幅な回復には至っていないため、採用を控え様子をみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・観光業や飲食などの景気が回復している。回復しているもののそれを持って求人広告費に投入しようという動きはまだない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率の低下、人手不足感にもかかわらず求人がなかなか出ていない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣会社に依頼して求人する企業が減ってきており、製造業でも求人偏りがある。
	▲	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・求人数が著しく減少したことに伴い、令和5年1月、3～4月で就職件数が約1000件減少している。
	×	—	—	—

## 11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の収束や行動規制が自主判断となり、商店街では来街者が増加している。前日も歩行者天国を実施したが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、かなり多くの来客がある。売上も上昇している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街にもにぎわいが戻ってきている。生鮮食料品を中心に、若干ではあるが、買回り品も売上が上向している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来街者数と来客数が増加傾向にある。客単価と1品当たりの購入単価は下がっているが、来客数の増加で2～3か月前よりはやや良くなっている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・飲食店向けの単価が高水準で推移している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・ばらつきはあるが、売上が良い店や新規開店の店がある。一方、全く売れない店の話も聞いており、売上が良い店との温度差が開いている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・複数人での来店が増加しており、購入した多くの商品を持っている様子が見受けられる。
	○	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことにより、来客数が増加し、食料品及び飲食の売上が改善している。化粧品の売上も好調で、紳士服や子供服関連はやや苦戦しているが、婦人服等の売上は徐々に改善している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・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、来客数が増加傾向にある。特にゴールデンウィーク期間中は新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復している。ゴールデンウィーク後も来客数は伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価が前年を上回っており、来客数の増加も定着している。商品値上げの影響も今のところなく、インバウンドも増加している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・観光客の来客数が多少増加傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・物価上昇にもかかわらず、来客数が増加している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年比を割っている日もあるが、客単価や買上点数が高い分、売上が前年を上回っており、しばらくはその状態が続くと予想される。
	○	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〕（支配人）	お客様の様子	・映画館の全体的な売上は、ゴールデンウィークから実績数値が良く、前年を上回る推移である。その要因として、天候が良くなかったため室内で過ごす傾向への追い風となったことが挙げられる。また、上映したアニメが人気となったため売上が好調に推移している点も、全体に与える影響が大きく、シネマの売上は前年比160%と伸長している。
	○	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	来客数の動き	・国内外の観光客が共に増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づきつつある。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行されてから人通りが多くなり、旅行者も市内の客も宴会利用が多くなっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、外食の機会が新型コロナウイルス感染症発生前のレベルに戻ってきた。
	○	居酒屋（経営者）	単価の動き	・インバウンドの客が増え、価格の高いメニューの注文が多くなっている。
	○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・商品販売量の推移上では順調に景気が回復しているが、原価が上がっているため、現状はやや良くなっている状態である。個人所得は増えておらず、今後の原価高騰を抑制する政策に期待している。
	○	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・物価高騰に伴い、宿泊料金などが値上がりしている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・国内企業の社員旅行需要が高まり、団体旅行も増えている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊やレストラン、宴会場の利用者数が増加しており、景気は若干良くなっている。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・海外からの入国規制緩和により、訪日観光客の申込みが増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍でのタクシー利用が増加し、忙しくなっている。
	○	通信会社（役員）	お客様の様子	・全国旅行支援の影響もあり、市内宿泊業が好調に推移している。また、期間限定ではあるが地域の高規格道路建設事業が継続して発注されている影響もあり、建設業や飲食業は好調に推移している。
	○	観光名所（職員）	お客様の様子	・観光バスの利用者が増加し、観光客が動き出した実感がある。
	○	理容室（経営者）	お客様の様子	・客からの情報では、どの業種も仕事量が徐々に増加して景気が良くなっているが、理美容業界では人口減少や進学・就職で人の動きがあり、6月からは非常に厳しい状態になってくる。
	○	美容室（経営者）	販売量の動き	・気候が良くなっているため、景気が向上している。客の動きが活発化しており、売上也増加し、3か月前と比較すると徐々に来客数が上向いている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されたことに伴い、新型コロナウイルスの感染症対策を理由としたサービスのキャンセルが減少傾向にある。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークに開催したイベントにより、客足が増えてきており、客の動きが徐々に出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや気候の影響で、人の動きが少し活発になっている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・5月は、3～4月と比較すると人の動きは良いが、売上は厳しい状態である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街では2分の1が火事で焼失しており、仮店舗が一部できているが面積が狭く、客が満足できる商品を出すことができず危惧している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・5月は、母の日という一大イベントがあるため売上が多くなる。今年は新型コロナウイルス感染症が収束した影響で、ゴールデンウィークで既に贈物をしているため花代は低めになっているものの、売上は悪くない状態である。卒業シーズンから需要は落ちずに順調に売上が伸びている。
	□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行や、クルーズ船の寄港が増加したことにより、商店街への国内外からの人の動きが更に大きくなっている。店頭では各種催事の実施により来客数は増加している。また、商店街のプレミアム付商品券の利用もあり、購買意欲が上がり商品単価は上がっている。スポーツ用品、紳士婦人雑貨、化粧品、子供用品など自家需要商品は堅調を維持しているが、客単価が伸びていない。また、店頭への来客数は増加しているが、県内サテライト各店への来客数は伸び悩んでいる。
	□	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・売上が期待されるゴールデンウィーク後半が悪天候となり苦戦したが、催場での売上は軒並み前年を上回って推移している。ただし、来客数や売上の伸長率は3か月前と比較し、鈍くなっている。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限等はないが、これまでの生活スタイルが定着し、高齢者の多くは外出することに慎重になっている。来店も前年よりやや増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると8割程度で進捗している。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価の上昇は止まらず、結果として、1人当たりの販売点数は減少に転じている。消費が伸びているとはいえない状況で、景気が上向いているともいえない状況である。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食料品が幅広く価格上昇し、売上は前年比を超えているが、買上点数は前年比99%で推移している。価格が前年と同じであれば、売上が前年割れとなっている状況であるため、決して景気が良いとはいえない。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・売上は前年を上回る傾向にあるが、商品値上げによる商品単価上昇とそれに伴う客単価上昇が要因とみられる。来客数は前年をやや下回る傾向が続いており、物価上昇によって特売日を狙った買回りの傾向があるとみられる。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・全般的な値上げの影響で単価が上昇し、来客数や買上点数が減少しているが、売上は前年を超えている。また、他の地域では来客数や売上の減少が大きい。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は戻っているが、1人当たりの買上点数は前年比の微減が続いている。その要因は、新型コロナウイルスの感染対策としてのまとめ買いをやめたことが考えられる。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークで人出が若干多くなり、景気が良くなっているようにみえるが、商品の値上げで前年より買上点数が低くなり、全体的な売上は前年を下回っている。ゴールデンウィーク後、来客数の大幅な増加はみられず、前年を下回る結果になっている。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・5月初旬の来客数は多かったが、ゴールデンウィークが終わると同時に来客数は減っている。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・2月と比較すると、季節の変化に伴い商品の取引が活発化している。しかし、身の回りの値上げで単価が上がっているため、購買には慎重で購入点数も少なくなっている。
	□	住関連専門店（経営者）	単価の動き	・円安や原材料の値上がりはまだ続いており、来月から再値上げする予定の商品は売れているようだが、全体的には厳しい状況である。
	□	住関連専門店（従業員）	販売量の動き	・顧客を招いての催事を行ったところ、単価の高い商品が好調に販売できたものの、中間価格帯が振るわず、結果として例年どおり横ばいの売上となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・3月にはコーヒーの需要が多く5月には落ち着いてくる。今年の販売量も前年と変わらない状況である。
	□	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生による影響で減少していた旅行会社経由の客が、増えてきている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・5月中旬以降、人の流れは減少傾向であるが、夜の繁華街は週末を中心にかなり回復している。タクシー運転手不足は続いており、稼働台数が少ない分、1台当たりの収入は増加している。
	□	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・前月に引き続き、光回線の販売件数が低迷している。
	□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・韓国からの来場者数が減少したが、地元の来客数が堅調を維持しており、天候による増減はあるものの、来場者数は順調に推移している。
	□	美容室(店長)	来客数の動き	・周りをみると景気が良くなっているようだが、現実には来客数が増えず、良くなっていない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者(所長)	お客様の様子	・工場の操業状況や客の受注状況では、引き合いが好調になっているものの、受注にはつながっておらず、利益が見込めない。
	□	設計事務所(所長)	単価の動き	・建築では、材料費や製品代の値上がりが続いている。施工は価格転嫁がしやすいが、設計では人件費が主となるため価格転嫁がしづらいのが現状である。
	□	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、観光地などインバウンドの影響により集客数が多くなり、人が動くことで景気が良くなっている。
	▲	商店街(代表者)	単価の動き	・3～4月の年度移行期と比較すると景気は落ち着き、例年どおりの状況である。
	▲	一般小売店[青果](店長)	単価の動き	・5月になって、真夏日が2回あり、暑さで売上が落ちている。また、県産物であるピーマンやキュウリ、トマトなどはゴールデンウィーク前の半額になっているが、販売量が増えず、全国的にも商品の売行きはよくない。
	▲	一般小売店[茶](販売・事務)	来客数の動き	・景気は回復しつつあり、世の中の生活は良くなっているが、新型コロナウイルス感染症発生以降、売上は低迷状態が継続している。新茶の時期であるが、例年と異なり、売上は伸び悩んでいる。来客数は少なく、物価高騰も原因の1つである。
	▲	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・ゴールデンウィークで消費した客が多いため、来客数は増えているものの買上率は下がっている。母の日ギフトの平均単価も前年より下がっている。
	▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・来客数が前年比80%台となり減少傾向に拍車が掛かっている。コロナ禍になってからの巣籠り需要や持続化給付金による需要等で予算を先に費やした影響や、行動制限が緩和され、需要が旅行など外向き傾向となっていることが要因と考えられる。
	▲	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・新車の受注が低調で、前年実績を下回る水準で推移しており、新車目的の来客数も少なくなっている。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており、皆の関心が車以外に向いていると考えられる。
	▲	乗用車販売店(役員)	来客数の動き	・県内全店舗で車両購入を検討している客が減少している。受注台数も前年を下回る予測である。
	▲	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・4月はまだ新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されていなかったが、個人客の利用が多く経営が上向いている実感があった。しかし、ゴールデンウィークが終わり、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されたにもかかわらず、法人の団体予約は慎重で、会食の動きが少ない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者[フィットネスクラブ](営業)	販売量の動き	・観光業の低迷が続く、その上、光熱費の上昇が報道され、来客数や販売量に好転の兆しはみられない。
	▲	設計事務所(代表)	お客様の様子	・物価高騰や金利上昇があるため、状況をみている。
	▲	住宅販売会社(代表)	お客様の様子	・来客数は少なくなり、客の予算も減少している。給料が上がらず物価が上がっているため、買い控えや節約がみられる。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・冷蔵庫や洗濯機、テレビ、エアコンなどの大物家電の動きが、そのまま店の売上に悪影響を及ぼすほど落ち込んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連  (九州)	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・今月は休みが多かったこともあり、売上が伸びていない企業もあるが、ゴールデンウィークの影響で飲食業やサービス業の景気はかなり良くなっている。
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料になる鶏が少なく、取引先の要望に対応できない状態である。特に冷食メーカーからの引き合いが強く、利益は計画どおりに計上されている。量販店や居酒屋も好調である。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・収穫時期の農産物を原料とした商品製造の最盛期のため、景気は若干良くなっている。
	○	金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の規制が解除になり、人の動きが活発化し、景気が良くなっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の経営状況が3か月前から変わりつつある。外注の確立や取引先の体制や構成を整理しており、業界の動きに合わせた動きになりつつある。その結果が出てくる時期でもあるため、売上は若干良くなっている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・当社は半導体製造の後工程分野を担当しており、パワー半導体関連の取引先からの引き合いは強い。駐輪、駐輪場関連では、新型コロナウイルス感染症が収束に向かい、人の流れが戻っている影響も大きい。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注予定が出そろい、既に入札も執行されている。順調に発注が執行されれば、景気も上昇傾向になると予想されるため、県、市、双方の発注が同じように執行されることを期待している。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電販売は横ばいであるが、百貨店・スーパーマーケット、住宅の売上は増加している。飲食店や旅館・ホテルの売上は緩やかに回復し、賃上げを実施する企業が増加するなど、雇用、所得環境も改善している。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症を5類感染症に移行するなどの政策により、商流、人流は正常化している。旅行、イベント、サービス業など活況を呈している。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークの交通機関の利用実績は、新型コロナウイルス感染症発生前の9割程度まで回復している。宿泊施設の稼働状況も前年を上回る所が多く、経済活動の正常化の兆しが見えてくる。また、マスク着用が個人の判断となり、口紅や日焼け止めなどの需要が高まっている。賃上げの動きも徐々に広がっているが、物価高に対する警戒感根強く、消費者の慎重な購買スタンスに大きな変化はみられない。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィークに当市で4年ぶりに通常開催のイベントが行われるなど、新型コロナウイルス感染症発生前の街並みに戻ってきている。また、取引先からの前向きな借入れも増加している。
	○	新聞社 [広告]（担当者）	受注量や販売量の動き	・通信販売や旅行広告は堅調である。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による雇用調整助成金などの支給が3月末で終了したことから、取引先の動きは少しずつ前向きに変わってきている。売上の前年比はまだマイナスの状況であるが、景気マインドは3か月前と比べ良くなっている。
	○	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・最近、仕事の引き合いが始めている。
	○	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことにより、個人消費に加えインバウンド需要も増加し、景気は若干上向き傾向にある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連の受注量や引き合いの量は前回と変わらず多い。その他の業種は一段落しており、業界によって忙しさに温度差がある。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・食品やアパレル、雑貨関係の輸入は依然として低調である。輸出は少しずつ回復しているが、スポット的な大型案件が現在はない。ビジネスとしては各荷主共に手堅く進めている状況である。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小企業を含め、業種全般的に売上の回復がみられるが、原価や人件費の高騰等により利益は増加しておらず、むしろ減少している企業が大半である。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・自社の販売状況に余り変動がない。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行され、活気が戻っているように見受けられるが、足元の景気を押し上げるまでには至らない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・ビールや発泡酒より、リキュールやスピリッツの売上が増加し、需要が低価格傾向になりつつある。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の業況に大きな変化はない。
	□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・今年度の各市町村の当初予算では、高齢者や障がい者、健康増進に関する調査や計画策定の業務の予算化が行われている。しかし、入札においては、採算を度外視したような価格で落札する業者が多く、業界としては景気が悪い状態となっている。
	▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・社外的な問題ではなく、労働力不足が1番の問題である。受注は十分あるが、どこの工場も、注文を請け負える労働力が不足している状態である。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・産地全体として受注関係がやや悪くなっている。特に値上げの商品の売行きが悪化しており、一部のブランド商品の値上げの反動により、売れ筋商品が停滞している。2～3か月はこの状態が続くのではないかと心配している。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注価格や販売価格の動き	・米国の債務上限問題により全体的に相場が下落し、先が見えない状況である。
	▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク前の出荷量が期待値よりも大幅に下回り、売上の前年比は減少している。ゴールデンウィーク後は更に出荷量が減り、消費は伸びていない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの受注も低迷が続いており、数か月先もこの状況は変わらない。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連を中心に取引先が在庫調整を行っているため、受注量が減少している。
雇用関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・企業の求人数が増えたことで、学生の取り合いが起こっている。例えば、大学にしか求人を出していなかった企業が、専門学校にまで求人を出すようになり、非常に良い状況である。一方、企業側にとっては、新型コロナウイルス感染症発生前のような採用難になっている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベント関係の実施が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつある。
	○	人材派遣会社（社員）	それ以外	・人材の採用が難しくなっていることなどから、業務の外部委託を検討する企業が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで、接客業や事務の注文が増えている。時期的な注文を久しぶりに受ける企業もある。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・5月に入り新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となつてから、当市の飲食店を専門にした求人サイトで、求人活動が積極的になっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・休日の夕方に繁華街を歩いたが、人流が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ってきている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の大学生や大学院生を対象とした大卒求人倍率は1.71倍となり、2023年卒の1.58倍より0.13ポイント上昇している。これに伴い、本学への2024年卒求人数は、前年と比較して確実に増えており、今月からは内定報告を行う学生も増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・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、派遣市場ではもう少し受注数や登録者数が伸びるかと期待していたが、余り増加していない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・人手不足による企業の求人活動も増えているが、求人担当者の話では、人材が集まらず、定着しない状況である。時給は上がっているが、その分の値上げが景気回復の足を引っ張っている。
	□	職業安定所（職員）	それ以外	・求人数の前年比は増加しているが、求職者数は減少している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げに伴い、飲食業や観光業、宿泊業などで売上が戻ってきている状況ではある。しかし、様々な業種で燃料費や食材費、原材料費、光熱費等の高騰により経費がかなり増えている。また、人手不足で今後の見通しが立たず懸念される企業もある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・イベントの再開等で宿泊業や飲食業、小売業等の業績回復が見込まれるが、エネルギー価格や原材料費の高値が続くなど、事業環境悪化の要因も複数あるため、景気は変わらない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・物価高騰、円安、低賃金の状態が続いている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—

## 12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (沖縄)	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・注文数が増えており、客先からも外国人観光客が戻ってきているとの話を聞く。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・現在少しだけ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているが、まだ厳しい面はある。少しだけ改善の方向に向かっている。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・観光客やインバウンドなどが増えてきている。今から期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・4月は、入域観光客数の増加による県内経済の回復と、新型コロナウイルス感染対策の緩和による清明祭などのハレの日需要の高まりで、3月に引き続き来客数が増加となり、売上実績が前年を超過した。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が回復しており、売上も前年よりやや良くなっている。
	○	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・前月はクルーズ船の寄港が少なく、思ったより販売量が伸びなかったが、今月に入りゴールデンウィークもあり免税品の販売量も上がってきている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べるとゴールデンウィークの影響で月前半は売上が良かったが、後半に入ると来客数が減り、全体では良くも悪くもない。
	○	一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・外食は地元客、観光客共に増えている。団体の問合せも増えてきており、少しずつ良くなっている。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊の予約が堅調に入ってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前の70%程度である。飲食宴会に関しても、総会や懇親会などの利用があり増えているが同様に70%程度である。経営では厳しい状況が続いている。
	○	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの2月の販売室数が前年比770%増加なのに対し、5月の販売室数は同比100%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことにより、旅行者が少しずつ戻ってきたことが影響している。
	□	百貨店（店舗企画）	お客様の様子	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により脱マスクを期待したが、約9割の客がマスクを着用しており、期待したほど大きな変化はないものの、変わらず人の流れは回復している。
	□	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・販売量も好調を維持している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し、県内観光業も潤いを取り戻しているが、自動車販売は前年、前々年の販売台数を下回っている。中古車販売もかなり厳しい。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・数か月前から住宅や投資物件に関する建築相談件数が減少傾向にある。
	□	住宅販売会社（役員）	単価の動き	・住宅建築費の高騰が止まらず、分譲マンションや戸建て住宅の価格高騰に対し顧客が二の足を踏む傾向にある。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・例年、ビジネス街の飲食店はゴールデンウィークも、その後も客足は悪いが、今年は地元客の入客がいつもより悪い。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売数が前年と比べて70%と大きく落ち込んでいる。来客数も同様の状態で、今のところは回復の兆しが見えない。大変厳しい状態である。
	×	—	—	—
企業	◎	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
動向 関連  (沖縄)	○	食料品製造業 (役員)	受注量や販売量 の動き	・ゴールデンウィーク後も観光客数の増加が続いており、更にクルーズ船の入港も増え、新型コロナウイルス感染症発生前の活気が戻ってきている。
	○	輸送業(経営企 画室)	それ以外	・観光産業関連の受発注量が新型コロナウイルス感染症発生前の水準までは届かないが、好調である。
	○	会計事務所(所 長)	それ以外	・全国旅行支援の影響が継続しており、人的移動、交流が盛んになりつつある。
	□	窯業土石業(取 締役)	受注量や販売量 の動き	・見積依頼は3か月前と比較すると公共工事、民間工事共に若干増加傾向であるが、受注は横ばいの状況である。
	□	建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・小さな工事の受注はあるが、利益につながる大型工事の問合せ、進捗が止まっている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連  (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・求人依頼が幅広く来ている。新規も多く、事務関係、医療関係共に多い。数年ぶりに求人を再開している顧客もある。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数が大幅に増加している。
	○	学校[専門学 校](就職担 当)	求人数の動き	・例年であれば8月頃に求人を頂いていた企業から、すでに求人送られてきている。人手不足でより良い人材をいち早く確保したいという思いからの動きとみられる。
	○	学校[大学] (就職支援担 当)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症に関する制限が明け、消費行動は活発になると考えるが、物価上昇により伸び悩みそうである。
	□	人材派遣会社 (総務担当)	求人数の動き	・求人数については増加傾向にあるが、求職者の動きが鈍く、人手不足感が否めない。
	▲	求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・3か月前と比較し求人件数は減少している。年明けから4月まではコロナ禍以降の中途採用において高水準を維持したものの今月は減少となっている。それでも前年度の最高件数となった2023年3月とほぼ同数を維持している。
×	—	—	—	