

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になってから、高齢者を中心に観光客が増えているほか、グループ旅行や修学旅行も活発になっている。インバウンドもこれまでにみられなかったような国からの客が増えており、好調を維持している。これらのことから、今後も大きく期待できそうである。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・5月の売上がコロナ禍前の水準に届かなかったのは、ゴールデンウィーク期間中に中国人観光客がいなかったためとみられ、中国人観光客の影響がいかに大きかったかを思い知らされた。今後については、中国人観光客が戻ってくることが期待できるため、景気は更に良くなる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後については、全国旅行支援が終了するため、その分の観光客が減るとみられるものの、今まで旅行を控えていたゴルフ客が夏の旅行シーズンに増えることが見込まれる。また、北海道で開催される大きな会議や会合などがこれから増えるとの話も聞いている。こうした需要により景気が下支えされ、全国旅行支援が終わった後も売上に大きな影響は生じないとみられる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍も終息しつつあることから、今年の夏季繁忙期は観光需要の拡大が見込まれる。また、空港に隣接する工業団地に大型企業の進出が決まったことで、関連するビジネス需要の拡大も期待できる。これまでコロナ禍前の50%程度の便数で推移していた国際定期便も北京路線の約3年半ぶりの再開が発表されるなど、中国路線の復便がようやく始まることもプラスである。
	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後については、ツアー客に加えて、個人客の増加も見込めることから、景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・今後については、観光客による来街も、地元客による来街も増える公算が大きい。また、新型コロナウイルス感染症の分類が5類になって初めての夏祭りが行われるため、郊外や周辺町村からの来街者も期待でき、様々な業種で前年よりも売上がアップすることになる。週末に歩行者天国が実施される期間であることもプラスである。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になったことで観光客が増え、それに伴って当店の来客数も増えると期待している。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・観光客の入込がかなり増えており、街も活気を取り戻している。人流が増えることでそれに比例して販売量も増えることになる。
	○	百貨店（売場主任）	・7月11日に中国との直行便が再開されることから、インバウンドの動きが活発になると期待している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・来客数が増加し、客単価も上昇していることから、今後の景気はやや良くなる。ただ、物価の上昇幅が予想以上に大きく、生活者の負担になっている。この傾向は今後しばらく続くこととみられるため、景気が大きく向上することまでは考えにくい。
	○	百貨店（マネージャー）	・直近3か月の客の買上動向から判断する限り、今後も景気は良くなる。
	○	スーパー（店長）	・夏に向けてコロナ禍で休止となっていたイベントが再開される予定であることから、水着、浴衣、行楽用品、旅行用品などの販売量の伸びが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後については、インバウンド需要、特に中国人観光客の回復が大きな焦点となる。中国人観光客が回復することで、一気に国内景気回復の動きが加速すると期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍が終息し、来客数が増えてきていることから、今後の景気はやや良くなる。当社はコロナ禍の最中も売上が増えたが、コロナ禍が落ち着きを見せてからも来客数が伸びているところから、新型コロナウイルス感染症の影響による部分以外でも売上が伸びていると分析している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（エリア担当）	・スポーツや祭りなど、特に野外でのイベントが制限なく開催できるようになったため、今後も人出の増加が見込める。北海道で高校生による全国規模の大会が開催されることもプラスである。
	○	衣料品専門店（経営者）	・アフターコロナの流れにあることから、今後の景気はやや良くなる。また、そうならなければならないはずである。
	○	家電量販店（経営者）	・エアコンなどの夏物商戦に期待している。
	○	家電量販店（店員）	・電気料金引上げのニュースが伝えられてから、客が省エネ家電に注目しているため、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・求人倍率の上昇に伴って、個人消費も伸びると見込んでいる。雇用する企業、就労する個人の増加により、新型車への関心も高まることになり、購入を検討する場面も増えることになる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表されることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類へと変わり、コロナ禍前の人出に戻りつつある。特にインバウンドが目に見えて増えており、今夏には台湾との直行便が増便されることから、景気回復に寄与すると見込んでいる。
	○	旅行代理店（従業員）	・現在の旅行需要は2～3か月は続くと思われる。ただ、この流れがいつまで続くか不安な面もある。
	○	タクシー運転手	・北海道はこれから本格的な観光シーズンを迎えるため、今後の人出が増えると期待している。また、当地では、5月31日からタクシーの運賃が約14%の値上げとなるため、売上がコロナ禍前の水準に近づくことを期待している。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、これから夏に向かって徐々に人の動きが増えてくる時期でもあるため、今後への期待が大きい。
	○	観光名所（従業員）	・来客数の推移をみると、例年並みの水準に回復する動きは鈍化しつつあるものの、地元空港の国際線定期便が7月から増便されることでのプラス要素を期待できることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・旅行やイベントなどに出掛ける人が増えており、それに伴って客の来客周期が短くなってきた。来客周期が短くなったことで売上が増加傾向となっている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になったことで人々の動きも徐々に回復してきているが、物価の上昇や賃金の引上げなど、今後に向けて不確定な要素も多いため、景気がどうなるか分からない。
	□	一般小売店（経営者）	・単価の高い商材は売れているが、販売量自体はそれほど多くない。こうした傾向は変わらないとみられるため、今後も景気は変わらない。
	□	スーパー（店長）	・前年はコロナ禍での需要増があったが、今年はその恩恵がない。また、食品の値上げが続いているなか、電気料金も上がることから、今後も景気は変わらない。状況によっては、若干景気が悪くなる可能性もある。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になったことでお盆の帰省客が増え、当店の来客数や販売量も増えるとみられる。ただ、光熱費などの経費がかさむことも見込まれるため、景気は変わらないまま推移する。雇用を思うようにできない状況も変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・電気料金の引上げを控えるなか、各店舗が経費上昇分を吸収できるか心配している。客も家計支出が増える分、買い控えの動きが出てくるのではないかと心配している。ただ、現状、内部努力可能な部分で値上げ幅を極力抑えることができているため、市場での優位性は高いと考えている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・受注残があるため、引き続き安定した販売量を見込めるが、同業者も含めて受注量が前年の60%と悪く、年後半の販売に影響する懸念がある。一方、観光業などは道内外からの人の動きが活発なことから、引き続き上向き傾向で推移するとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・今が景気の底だとみているが、業界によって景気の良しあしが分かれている。飲食業や旅行業は景気が良さそうだが、小売業は物価高、電気料金引上げの影響もあって厳しい状況にある。特にぜいたく品については、客が金を使うことが難しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・短期的には今後も生産能力の向上が余り見込めないことから、収益増加は期待できない。受注を停止している車両も多く、この先が心配である。
	□	自動車備品販売店（店長）	・今後も景気の変わらない状況が続く。
	□	住関連専門店（役員）	・気温が上昇しているものの、季節商材の動きが鈍いことから、今後も景気は変わらない。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・現在の消費動向から、今後も景気は変わらない。仕入価格の高騰が続く限り、変化のないまま推移する。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・今後の景気については判断しづらい。売上は増えているが、利益は横ばいであり、一部の客は外食志向が強いが、多くの客は来店しなくなっている。毎月の変化も大きく、手放しで喜べない状況にある。
	□	観光型ホテル（経営者）	・夏季シーズンの予約数が増加傾向にあるが、遊覧船事故の影響が長引いており、道内を周遊する個人客が伸び悩んでいる。一方、インバウンドについては、ドライバー不足の影響でバスの供給が追い付いていないことで旅行需要を逸しており、コロナ禍前の水準には程遠い状況にある。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が終了するタイミングを境に予約の動きが止まっており、今後、夏場の予約がどのくらい伸びていくのかが未知数である。
	□	旅行代理店（従業員）	・現在は4月までの旅行特需の反動で需要が減少しているが、秋の旅行シーズンに向けて需要が回復することを期待している。
	□	旅行代理店（従業員）	・現在、旅行先によってはまだ全国旅行支援が適用されているが、夏以降は補助が無くなると見込まれることから、現状と比べて景気が良くなるとは考えにくい。
	□	タクシー運転手	・季節的に良いシーズンを迎えることから、観光客の利用が増えることへの期待はあるものの、地元客の利用状況、特に夜間の利用が減少傾向にあることから、日中の利用がある程度増えたとしても、全体的な利用客は変わらないとみられる。
	□	タクシー運転手	・乗務員不足が顕著であるため、人流が増えても対応しきれない。乗務員採用が加速度的に進まない限り、今後の回復は見込めない。
	□	通信会社（企画担当）	・通信端末の売上が減少傾向にあるものの、付帯するキャッシュレスサービスが引き続き伸びている。今夏において、都市圏を中心に加盟店も増える見込みであることから、通信端末の売上減少分をカバーできるとみられる。
	□	美容室（経営者）	・アフターコロナの段階となり、これまでの制限から完全に解放されているわけではないが、少なくとも景気が下向き気配は感じられない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・需給バランスが落ち着き、木材や合板の単価が下げ止まるまで景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建築価格の上昇に伴い分譲マンションの価格は上昇を続けているが、客の所得の増加が最近のインフレに追い付いていない状況にある。客の所得増が価格上昇に早く追い付くことを期待している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・賃上げが物価や燃料価格などの上昇幅と同程度以上の水準になるか不透明なことから、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・客の様子をみると、より価格の安い商品を求めるようになってきている。
	▲	スーパー（店長）	・光熱費の引上げや物価高によって、買い控えの動きが強まるとみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	・食料品、酒類、雑貨など、日用品の値上げがいまだに続いており、客の買上点数もここに来て減少幅が一層拡大している。買い控えの傾向が顕著になりつつあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・価格上昇の動きが強くなっていることで、客がバーゲンセールなどを狙って来店することが増えるようになり、来客数が減少することが見込まれる。
	▲	スーパー（役員）	・食品の値上げが続くなか、電気料金の引上げが発表されたことで、客の節約志向がますます強まることになる。
	▲	スーパー（従業員）	・光熱費の引上げに伴って売上が悪化することになる。
	▲	コンビニ（店長）	・値上げの影響で主食系の商材の売行きが鈍化している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	衣料品専門店（店長）	・モノよりコトへの消費が活発になっていることから、今後の景気はやや悪くなる。また、外出が盛んになっていることが報道されているが、スーツ業界はこれから閑散期に向かうため、需要回復は期待できない。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・光熱費が高騰するなか、食品の物価上昇も続くとみられることから、今後の景気は下向くことになる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・あらゆる商材の値上げが当業界にとってマイナスになっている。客の買物を増やすような新たな啓もう活動を行うことが急務である。
	▲	スナック（経営者）	・2次会や3次会で利用されるような店であるため、居酒屋とは違って利用するのが難しいとみられる。当店にとってはコロナ禍の影響が続いているのが現状である。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の終息に伴う人流回復の恩恵を受けるのは一部の業種であり、地方のタクシー業界が享受することはないとみられる。
	▲	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの代理店施策が影響し、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策動向から、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・人件費が高騰していることから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	—	—
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	家具製造業（経営者）	・コト消費に移る動きがみられることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	建設業（経営者）	・今後については受注が一層進むことで稼働率も上がることになる。新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、インバウンドなども増加していることで街中の景気が良くなっていることもプラスである。物価や株価が上がることで経済そのものの力強さも生まれるようになれば、民間工事の増加も見込めるようになる。
	○	輸送業（支店長）	・半導体製造工場の建設が始まることで、土木、建築関係の物流量が増えることを期待している。
	○	通信業（営業担当）	・観光シーズンの本番を迎える時期であることから、このまま新型コロナウイルス感染症が終息することになれば、道内の景況感は現状よりも上向くことになる。
	○	金融業（従業員）	・輸入物価、企業物価の増加幅が縮小していることに加えて、消費者物価も4～5月の値上げで一段落することが見込まれる。6月から引き上げられる電気料金について、値上げ幅が当初よりも圧縮されたこと、10月までは国による激変緩和対策が続くことで影響は小さくするとみられる。今春の賃上げが実施されていることもあって、個人消費は今後も底堅く推移すると期待している。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・都市圏の再開、北海道新幹線の延伸などにより、今後も旺盛な建設投資が見込まれることに変わりはない。これから発注が活発に行われると期待している。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設投資は全体的に堅調なことから、今後の景気はやや良くなる。ただ、資材価格の高騰や人手不足など、今後に向けての不安材料もみられる。
	□	食料品製造業（従業員）	・当面、現状と同様の傾向が続くことになる。
	□	建設業（従業員）	・建設工事費が高騰していることで、新築案件を先延ばしする傾向がみられるため、景気が上向くとは考えにくい。
	□	建設業（役員）	・今年度前半の完工高が年度計画を上回るペースで推移する見通しに変わりはない。賃上げに伴う人件費増や、資材や燃料の価格高騰による建設コストの上昇をいかに吸収して利益を確保していくかが今後に向けての課題となっている。
	□	輸送業（従業員）	・取引先との商談において、商材価格が高騰していることで受注量が減少し、在庫量が増加しているとの話を聞くことから、商材の値上げが買い控えにつながっている様子が見えてくる。観光客も徐々に回復してきているが、今後に向けて余り期待できない状況にある。
	□	司法書士	・景気が良くなる要素が見当たらない。増税が先行するような政策が出てきたり、国会議員が解散風に吹かれてそわそわしている状況では景気が良くなることはない。今後の景気が悪化しないことだけを願っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス業 [ソフトウェア開発] (経営者)	・経済面に対する多くのマイナス要因が世界全体で生じており、今後どのような影響が出てくるのか見当も付かないが、少なくとも直近3か月については、現状の景気の良さを維持できる。
	□	その他非製造業 [鋼材卸売] (従業員)	・短期的な景況感を判断するには難しい状況となっている。長期的な仕事量の見込みや今後の動きを判断するためにも多方面での情報収集力が必要になっている。
	▲	金属製品製造業 (従業員)	・新築住宅着工棟数が前年を下回る状況が続いていることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	司法書士	・今後については、電気料金の引上げなどが予定されているため、生活費の負担が増すとみられる。そのため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービス業 [建設機械リース] (支店長)	・物価高騰に伴って収益力が低下している客が多いことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	農林水産業 (経営者)	・6～8月は青果物の端境期であり、製品在庫の積み増しを重点的に行う期間となるため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	・企業の求人意欲が強まっている。欠員対応もあるものの、新規採用を計画する企業が多いことから、今後の業績拡大を見込んでの動きとみられる。採用時期は採用活動の開始から3か月ほど先になるため、夏以降の業績回復を見込んでいるとみられる。
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	・地域基幹産業の農業が安定していることから、活発な人の移動やインバウンドの入込増などが、これからの地域経済の底上げにつながるようになる。
	○	職業安定所 (職員)	・当地における月間有効求人数は2年1か月ぶりに前年を下回ったが、産業や業種によってその度合いが異なるため、全体的な景気は良くなると期待している。ただ、今後の新型コロナウイルスの感染状況、経済活動や消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・これから電気料金が上がり、食品の更なる値上げも心配されていることから、今後企業の採用活動が一層慎重になるとみられる。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・当地は全国的な人気観光地であるため、今後、観光客の入込が増えることで、引き続き上向きで推移すると期待している。
	□	職業安定所 (職員)	・春闘などによる賃上げが実施されることで一時的に景気は良くなるかもしれないが、更なる値上げが心配されることから、その効果は長続きしないとみられる。
	□	職業安定所 (職員)	・原油や原材料の価格高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、業況堅調な事業所からコンスタントに新規求人が出されていることから、今後も景気は変わらない。当地の有効求職者数は9か月連続で減少しており、新規求職者も5か月ぶりに前年を下回った。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・新型コロナウイルス感染症に伴う制限が大幅に緩和されたことで、旅行業、宿泊業、飲食業などでは活気が戻ってきている。一方、その他の業種においては、企業採用担当に聞く限り、景気が上向きにあるとは感じられない。これらのことから、全体的には今後も景気は変わらない。
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・物価高の影響がじわじわと表面化している。街中で観光客を見掛ける機会が増えているが、企業側の求人意欲はそれほど高くはない。
	×	*	*

2. 東北 (地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター)

(—：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	◎	高級レストラン (支配人)	・乗客数が増加しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街 (代表者)	・イベントや祭りの通常開催が予定されており、新型コロナウイルス感染症発生前の活況が戻りつつある。
	○	商店街 (代表者)	・中心部商店街への来街者が増加しており、確実に消費拡大するとみている。
	○	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したため、景気は良くなるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔酒〕(経営者)	・6月は当地で大きな祭りが開催されるため、多少景気が良くなるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・2～3か月先は暑くなることが予想され、それに伴い関連商品が出て、滋養強壮剤の売上も伸び、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕(経営者)	・来月には地元特産品の最盛期を迎えることもあり、より多くの観光客の来県が予想されるため、景気も良くなるとみている。
	○	百貨店(企画担当)	・4月、5月は売上が伸長しており、同業他社でも同様の傾向がみられる。また、インバウンドも順調に伸びている。この状況は続くとみている。
	○	百貨店(売場担当)	・施策の見直しを進めている。施策がしっかりしていれば回復は十分に見込める。
	○	百貨店(催事担当)	・物価上昇等の懸念材料はあるが、コロナ禍からの回復により消費が上向いていることや、現在改装中の売場がオープン予定であることから、売上が増加するとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・人の流れは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているようで、来客数は夜間、週末共に堅調に推移している。また、買上点数や客単価は、商品の値上げが続いているなかでも堅調に推移しており、客にまだ余裕がみられる。今後も景気は多少良くなるとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・人は動いているため、2～3か月後は天候次第である。暑くなり晴れ間が多くなれば景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ(経営者)	・5月の連休頃から県外ナンバーの乗用車が目立つようになってきている。人の動きが活発になっているため、景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ(エリア担当)	・夏季に向け景気が上昇傾向になり、コロナ禍が収束すれば各種イベントも復活し、来客数に好影響をもたらすとみている。
	○	コンビニ(エリア担当)	・コロナ禍の収束と物価高では、物価高の影響の方が色濃く出るとみている。
	○	衣料品専門店(経営者)	・コロナ禍が落ち着き、人と物の動きが活発になり明るい兆しがみえる。夏祭りの人出の増加が売上の増加につながると期待している。
	○	衣料品専門店(店長)	・当社では価格転嫁によるコスト増に対し割引幅を小さくするなどして対応しているが、他の業種でも同様なことが行われている。増税と同様、それに消費者が慣れるまでは少し時間が掛かるが、浸透すれば景気がまた良くなってくるとみている。
	○	乗用車販売店(従業員)	・秋口までは納車が進み、安定した収益が続くとみている。
	○	その他専門店〔酒〕(経営者)	・大きなマイナス要因が出てこなければ、地方でも景気が徐々に回復し、新型コロナウイルス感染症発生前の7割くらいまでは回復するとみている。都市部では既に回復基調のところもあるが、地方では過大な期待はなく、皆、慎重な見方をしている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(経営者)	・少しずつではあるが、人の流れや経済活動に動きが出てきている。観光地が忙しくなり、地域経済も良くなることを期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・社会情勢や金融情勢に左右されるが、景気の波が上向きであれば、小売、流通にもその影響が及んでくるものとみている。
	○	一般レストラン(経営者)	・一般客は余り増えないが、これまで自粛していたパーティーやウェディングなど団体客の利用が増えるとみており、今よりは若干良くなると予想している。
	○	観光型ホテル(スタッフ)	・夏休みシーズンは前年より期待できるとみている。
	○	観光型ホテル(スタッフ)	・個人客は変わらないが、今まで旅行を控えてきた企業などの団体客はこれから動き出すとみている。
	○	旅行代理店(従業員)	・3か月後は東北の紅葉需要商戦期となり、コロナ禍で長い間旅行を中止していた客の需要が大きく動く可能性があるかとみている。
	○	旅行代理店(従業員)	・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、秋以降の団体旅行の動きが出てきている。東京・名古屋・大阪の企業で動きが出てきており、東北は2～3か月遅れで動きが出てくるものとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	テーマパーク（職員）	・学校が夏休みになるため、来客数の増加が期待できる。商品購入率も高くなるとみている。
	○	観光名所（職員）	・国内客の動きも活発だが、インバウンドも戻ってきているため、景気が良くなるのではないかとみている。
	○	競艇場（職員）	・7月に来場促進イベントの開催を予定しているため、今よりは良くなるとみている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏の需要期に向けて、一層好調になるとみている。
	□	商店街（代表者）	・物価の上昇に対し、消費者はついていけない状態にある。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年になって各商品を値上げした結果、売上は低迷している。今後もこの状況は変わらないとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年になって低迷が続いており、5月に入っても商品がほとんど動いていない。このような年は初めてである。来月以降も見通しが立たない。
	□	百貨店（経営者）	・夏場に向け、生活必需品の物価も多少安定していく方向であり、消費マインドが大きく減退することは考えにくい。高額商品の売上動向は株価と連動していく傾向があり、不透明な状況は続くとみている。
	□	スーパー（経営者）	・6月は電気料金が上がり負担増になるため、実質可処分所得が増えなければ消費の拡大は期待できない。観光、ビジネスを含めて人の移動が活発になり、交流人口が増えることを期待している。
	□	スーパー（店長）	・相変わらず商品は特売のときしか動かず、残った商品は値引き販売することが多くなっているが、来客数と売上は上向いており、この状況は続くとみている。
	□	スーパー（店長）	・外出する客が増え、売上に影響するとみている。
	□	スーパー（店長）	・来客数や買上点数に変化がみられないため、2～3か月後も変わらないとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・食品小売業では、値上がりが続く客の購買意欲は高まっていない。付加価値の付いたものやセール品は購入するが、必要なものしか買わない状況が続くとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことにより人の動きは活発になったが、同時に外食にも流れており、食品スーパーの来客数は今後も横ばいで推移するとみている。
	□	スーパー（商品担当）	・コロナ禍が収束したことによる環境の変化により、内食需要は低下していくとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・物価の上昇に収入の増加が追い付かない状況は当面続くとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・値上げラッシュは続いており、今後も来客数、買上点数に影響が出るとみている。
	□	コンビニ（店長）	・商品の値上げが続くため、家計への圧迫は続くとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・夏物も落ち着く時期になるため、それほどの好転要因はない。
	□	衣料品専門店（店長）	・セール品への客の反応は良く、やり方次第で売上増加となる方向性はみえている。しかし、正価販売商品に慎重な購買動向が見られる限り、景気は良くなるとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・物価高騰と電気料金の高騰により消費モチベーションが低下するため、買い控えが続くとみている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・今後値上がりするエネルギー関連料金が実際の家計に及ぼす影響の度合いが分かるまでは、現状と変わらないとみている。
	□	家電量販店（従業員）	・消費の傾向が小売業ではなく、娯楽等に向いているため変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・法人の受注は少しずつ回復しているが、個人の受注は余り回復していない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・納期遅れの車両が徐々に在庫しているが、一気に売上台数が伸びる見込みは薄く、しばらくは売上台数も変わらないとみている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・販売量の動きは横ばいが続くとみている。
	□	乗用車販売店（店長）	・車両生産が堅調になった分、しばらくは納車待ちの売上が見込める。反面、新たな受注は今一つである。
	□	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、受注活動が厳しい状況は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価が上昇しているため、消費者の財布のひもが緩むにはまだ時間が掛かるとみている。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ることで売上にプラスになる面もあるが、値上げによるマイナス面もあり、先行きは不透明である。
	□	高級レストラン（経営者）	・1か月くらいでは変わらないが、その後緩やかに回復していくとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・引き続き外国人客が増加するとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・会社関係の利用が多いため、その客層の人たちが動かなければ良くならない。
	□	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなっているが、光熱費や物価の上昇がマイナス要因となり、大きな変化はないとみている。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・物価高が続く限り、客の心理状態に変化はないとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・上期は国内旅行も海外旅行も、現状の先行予約状況からは緩やかな右肩上がりが続くとみている。ただし、家計を節約しているなかで、全国旅行支援などの割引がなくなったため旅行への支出を抑える傾向があり、極端に良くなることは期待できない。
	□	通信会社（経営者）	・今後も外出傾向が続くため、放送サービスを中心とした自宅でのサービス利用者数の大きな増加は期待できない。ただし、インターネットを中心とした通信サービスは、今後もWi-Fi環境などを整備する人が増えるため、新規加入者は多少増えていくとみている。特にネット配信による映像サービスの利用者が少しずつ増えている。
	□	通信会社（営業担当）	・6月からの電気料金値上げでより一層節約意識が高まり、客の購買がディスカウントストアに流れることが予想される。地震や豪雨等の災害も懸念される。
	□	通信会社（営業担当）	・販売量の増加は続くものの、各種物資の値上げが相次いでおり、消費者の需要は横ばいとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しいため変わらないとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・物価上昇が続いていることに加え、円安にもなりそうである。
	□	通信会社（社会貢献担当）	・通信業界のこの時期は市場的に落ち着いており、個人向けの動きに大きな変化はみられない。企業、自治体も横ばいとみている。
	□	遊園地（経営者）	・コロナ禍からの景気回復が一服し、賃金の伸びと物価上昇の状況次第だが、緩慢な動きになるとみている。
	□	美容室（経営者）	・4月に賃上げをした企業が多いことはプラス要因になるが、来月から電気料金が平均で2000円前後値上がりし、他の物価も上がることを考えると、改善の方向にないとみている。賃上げ分が物価上昇分を吸収できたとしても、美容の方まで金が回るかは難しい状況である。
	□	美容室（経営者）	・常連客のみのため、来客数は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・公共の受注は多いが戸建て住宅はそれほど伸びていない。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコンと給湯器の問合せが落ち着いてきている。リフォームは補助金対象工事の増加が続くとみている。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したため、来場者数の減少が予想される。
	▲	商店街（代表者）	・客単価の低い、若い層はある程度消費が動いているが、客単価の高い層はほとんど動いていない。また、社用も動いていない。
	▲	スーパー（店長）	・これから地域の特産品の収穫期を迎える。その販売動向によって、経済効果が高まることを期待している。
	▲	スーパー（総務担当）	・電気料金の値上がりや物価上昇といったマイナス要素はあるが、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、気分的には消費の傾向にある。しかし、来月から電気料金が更に値上げされれば、買い控えが進み、来客数は減少するとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価が上がりに、客の財布のひもは固くなるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・電気料金が上がるため、6月初めから消費マインドは下がっていくのではないかと危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	衣料品専門店（経営者）	・食費や光熱費の増加により、節約志向が高まるとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・当分の間、客の関心は観光旅行に向けられるとみており、家電製品の伸びは期待できない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後の燃料油価格激変緩和対策事業の補助金縮小などで、家計はますます厳しくなる。これまで以上に節約が進むことで販売量が減少するとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・夏期間となり配達灯油の販売量はますます下がり、他油種でのリカバリーも難しいとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・天ぷら油の約2.5倍を始め、全ての物が値上がりしていることに加え、景気が完全には戻っていないため、飲食業は徐々に経営が厳しくなっている。新型コロナウイルス感染症に対する規制は緩和されたが、宴会は以前と比べてもまだ戻っていない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍から解放されて外に出てきている人はいるが、まだ警戒して外に出てこない人もおり、外食回数はこれ以上増えない。また、物価上昇が家計が圧迫され続けており、外食回数は減る一方である。法人関係の客は期待できるが、個人客の回復は見込めない。繁華街全体の景気は悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今後も生活必需品の価格が上昇し、景気は更に悪化すると予想している。
	×	スーパー（経営者）	・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、マイノリティには依然厳しく、更なる悪化も予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・6月に電気料金が値上げされたら、売上が多少上がったところで全くペイできない。さらに、暑くなりエアコンや店内じゅう器がフル稼働となれば、利益以前に借金経営となる。フランチャイズ契約が10年なので辞められない。借金を増やしてまでやりたくないし、せめて24時間営業をやめてほしいというのが本音である。
	×	設計事務所（経営者）	・働き方改革に伴う4週8休や残業時間の制限等によって労務単価が上がっている。供給不足により資材価格も上がっており、コストカットできる要素がない。一方、買手の購入希望額は、物価上昇前のイメージで予算取りしているため、工事発注が減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良く売上が回復基調にある。ただし、人件費や電気代が上がるため、前年に商品の値上げを実施したが収益は厳しい。
	◎	建設業（従業員）	・今年度は既に一定の受注見通しが立っている。受注を更に積み増しできる可能性が高いとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・売上拡大につながるオファーは頂くが対応できるスタッフがそろっていない。利益を生み出す体質の強化とともに、オファーの選択・見極めをすることで良くなるとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・イベント等の再開により、多少は需要があるとみている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連で設備投資の動きが徐々に始めている。
	○	建設業（従業員）	・引き続き、受注は堅調が見込まれる。一方、現場作業員の不足が懸念される。
	○	通信業（営業担当）	・8月から9月にかけて、新機種の発売を控えているため、一時的に売上が上がることを見込んでいる。
	○	金融業（広報担当）	・電気料金の値上がりを経て、地方でもようやく賃金引上げの流れが明確化してくる。夏祭りの前後には県外からの観光交流人口流入量もここ数年にはない規模で増えることが予想されており、地域経済、幅広い業種に好影響が期待できる。
	○	広告業協会（役員）	・行動制限のない夏休みに向けたレジャー関連の広告出稿に期待している。広告業界の業績は持ち直し傾向にあり、しばらくは好調な状況が続くと見込んでいる。
	○	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことを受けて、夏祭り等のイベントが通常開催されることから、連動した消費の活性化が見込まれる。
○	公認会計士	・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、規制が大幅に緩和されたことで対面販売が可能となった小売業、サービス業は更に業績が回復し、製造業、建設業もある程度の業績を確保すると予想している。全体としては、現状よりも良くなるとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コピーサービス業（従業員）	・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。現在、受注件数、金額共に若干増加しており、この先も増加していくとみている。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス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、交流人口も更に増加するとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・さくらんぼの結実が例年より多く、収入増加が期待できるが、県内の作況によっては価格が下落する可能性もある。
	□	食料品製造業（営業担当）	・既存品、新商品共に売行きは順調なので、前年並みの販売量はキープできると見込んでいる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・首都圏と地方の分断はますます拡大していくとみている。また、地方では働き手の若者がいなくなってしまうという現実がある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・新しい受注案件が少なく、2～3か月後の景気が良くなる見込みはない。良くて現状維持の状態が続くとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状に変化はなく、先々も変化はないとみている。
	□	通信業（営業担当）	・明るい素材は見当たらないため、現状維持とみている。
	□	広告代理店（経営者）	・エネルギー価格の値上げが控えているため、変わらないとみている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・依然値上げが続いているため変わらない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・身の回りの景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連は低調が続いており、一般加工は特別な変動はみられない。この状況は変わらないとみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・果物の生育は順調だが、生産資材の大幅な値上がり分を販売価格に転嫁すれば、注文数が減少するのではないかと危惧している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・中長期の生産予測情報では横ばいだが、直近では若干だが減産の情報が出てきている。この先、電気料金の値上げがあるため、経営を圧迫するおそれがある。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・6月からの電気料金の値上げに伴い、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。
	▲	輸送業（経営者）	・売上が前年の9月から9か月連続で前年を下回っている。国内向け、海外向け共に製造業の物量が減っており、今後の見通しも良くない。さらに、6月からの電気料金の値上げは景気に悪い影響を与えることになると予想している。
	▲	司法書士	・地元法務局の登記申請件数が前年同月比で4%減少している。このままの水準で推移するものとみている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格等の高騰及び官需・民需の受注の減少により、景気は悪くなるとみている。
	×	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の半導体メモリの受注量は2～3か月後も回復せず、今月よりも悪くなるとみている。
雇用関連	◎	人材派遣会社（社員）	・先々を見据えて、今後の需要拡大に対応するための採用活動をする企業が多くなっている。
(東北)	○	人材派遣会社（社員）	・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、今後、企業の採用の動きや求職者の動きが出てくる可能性がある。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	・今後も物価上昇分の価格転嫁ができると期待している。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・株価も上向いており、国内の経済全体の景気が上向いている感じがある。
	○	職業安定所（職員）	・物価高やエネルギー価格高騰の影響はあるものの、賃上げが浸透すれば経済活動が活発化し、景気も上向くとみている。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は増減を繰り返しているが、現在のところ常に求職数を上回っている状態が続いている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・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〕	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、経済活動が段階的に活性化されるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（経営者）	・採用意欲は旺盛なので、各企業の業績は良いとみている。特に当地域では小売業、飲食、商社といった辺りが良い。しかし、建設業や建設関連の企業は原料価格の高騰が利益を圧迫している。全体的には変わらないとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍が収束し、観光業やサービス業に改善の傾向があるものの、製造業などの求人数は下降しているため、変わらないとみている。
	□	新聞社 [求人広告]（経営者）	・アフターコロナで大きく改善するとみていたが、これまでのところ動きはほとんどない。物価高騰や求人難に加え、多くの中小企業では賃金アップもままならない状況であり、よほどの政策的な対応がない限り、景気回復は見込めない。
	□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・物価高は広告の動きにも影響しており、回復はまだ先とみている。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の大規模な増加が再び起こらない限り、変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・人流回復により小売業、宿泊業等で求人数が増加している。この動きは変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・引き続き、物価上昇等の影響があるとみている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・想定以上に新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大しており、再度景気が悪化するとみている。
	×	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	コンビニ（店長）	・花火大会や祭りも開催される予定なので、乗客数が増え、売上も上がるとみている。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	・当店は観光地を控えた立地なので、観光業が数段良くなっている状況を見ているだけでも、2～3か月先は現状よりもっと良くなると思える。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、動きが出てきている。宿泊は過去最高の売上で、料飲部門も2018年比80%と戻り方が堅調である。宴会部門も6月の総会シーズンで好調に件数を伸ばしているが、1件当たりの人数が若干少ないため、売上としては2018年比70%で落ちている。とはいえ、新型コロナウイルス感染症によるキャンセルがなくなり、前向きな売上予測ができるようになってきたことは好材料である。
	○	商店街（代表者）	・前年は実施されなかった商店街のイベントが、夏から冬にかけて目白押しに企画されているので、来街者が増えるのではないかと期待している。
	○	一般小売店 [酒類]（経営者）	・宴会等の飲み物の受注が増えてきている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の落ち着きと5類移行によって、化粧品売場での客へのタッチアップ再開によるアイテムの売上増加、また、婦人服や衣料品の売上回復が顕著になってきている。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大期間が長かったため、消費行動も連動して低迷が続いているようである。今後、従来以上に厚みのある様々な営業、集客対策を講じることで、徐々に客を店頭へと引き戻すことが可能だと考えている。
	○	コンビニ（経営者）	・夏場は客足も増え売上は上がるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（店長）	・行動の通常化により、乗客数は新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っている。今後、夏祭り等も4年ぶりに開催される予定で、良い方向に向かう。
	○	衣料品専門店（統括）	・いよいよ夏祭りが開催されるという客の期待感がうかがえる。そろそろ準備をしなければならないような、前年までなかった動きが出てきている。なかなかそろえようと思っても物がそろわない状態もあるが、気持ち的には祭りが近い。
	○	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	・暑気払いや夏に向けてのイベント等が活発になってくるので、これから動きが出てくるのではと予想している。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策での行動自粛が徐々に減って、改善されている。具体的には、飲食店でのアクリル板や検温がなくなっている。
	○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の受注に戻りつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（所長）	・ウクライナ問題や米国のデフォルトへの懸念等、不安要素はあるものの、今後、新型コロナウイルス感染症のようなパンデミックが再発しない限り、順調に伸びていくのではないかと。
	○	旅行代理店（従業員）	・夏休みの需要も非常に多い。
	○	タクシー（経営者）	・昼、夜共に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、生活様式が新型コロナウイルス感染症発生前に近づくのではないかと。消費者の支出が増えて景気が上向きになることを期待している。
	○	通信会社（営業担当）	・夏のボーナス支給による一時的な消費増加はあるが、節約志向は当面続く恐れがある。
	○	テーマパーク（職員）	・個人や団体、訪日外国人客等、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に向けて徐々に増加しているが、全国旅行支援終了の影響が出ないかと、心配している。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・外出の機会が増えている。
	○	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症の行動規制もなくなり、動きやすくなったため、消費行動につながるのではないかと。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・電気料金や食料品の値上げ等、ダブルで動きが抑えられている。イベントも復活するので、幾らか動きが良くなるのではないかと願っている。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内外問わず、観光客の動きが活発化しており、観光業に携わる者にとって大変有り難い状況である。また、修学旅行や遠足等での訪問もあるので、非常に活気にあふれている。しかし、迎え入れる側の体制が整わず、せっかくの来客を売上増につなげられない状況が、多くの施設でみられている。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、人流は拡大しているものの、物価高に伴う消費マインドは依然低いままである。数か月では改善に至らない。
	□	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症発生前の日常生活に戻っているものの、これ以上良くなる傾向はない。
	□	コンビニ（経営者）	・店舗前道路の土日の交通量から、新型コロナウイルス感染症収束後の消費行動パターンの変化を感じている。値上げも容認されつつあるが、客の選別の目は厳しくなっている。このまま景気回復を期待したいところだが、光熱費等の経費増加で、経営的には厳しさが続く。
	□	衣料品専門店（販売担当）	・当店の顧客ターゲットの年配の方々が、社会環境のなかで安心安全を確保しながら、通常の生活ができる状況になっていると、一人一人が実感を持てれば、若干は人の流れが多くなると思う。残念ながら、まだまだもう少し時間が掛かりそうな気がしている。
	□	家電量販店（営業担当）	・今年は梅雨入りが早くなる予測が出ている。エアコン、除湿機等の関連商材を強化し、キャンペーンを展開していく予定である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産は、ここ2～3か月は安定している。ただし、その過半数は北米向けの輸出にあてられている。商業界では大規模小売店に客が集中し、正に独り勝ちの状態である。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注が少なく受注残も減少傾向になっている。客の動向が車以外への消費に移ってきているように思われる。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・今一つムードに盛り上がりがないが、なぜ盛り上がらないのかが分からない。そのため、来月～2か月先はボーナス等支給月だが、期待は薄い。
	□	住関連専門店（店長）	・ベースアップも企業の規模と職種により異なるため、ボトムアップしてはいないと感じている。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・前年を上回るカテゴリとマイナスのカテゴリは、今後も明確に色分けされる傾向が続くだろう。特に、値上げの影響が大きく、トータルプラスになる想定はできない。
	□	その他専門店（総務担当）	・この先の見積依頼が少ない。
	□	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は夏に向けてイベント等もあり、予約も早めに受けているので、良い状況は変わらない。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊に関しては全国旅行支援が落ち着き、特需が薄れていく。その分、料飲部門で宴会等の予約が活発となってきており、ホテル全体では好調な状況が続くのではないかと。
	□	タクシー運転手	・今までと変わらず、客が増えるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（経営者）	・高齢者が多い地域では、明らかに買い控えが起きている。
	□	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなってきたので、今後は天候が景気に最も影響することになる。
	□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症が5類に変更となり、人の動きが多様化しているなか、その動向をしばらく注視する必要がある。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・良くなる兆しが見えない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・電気代への関心が高く、内窓などの遮熱効果が見込める商材への問合せが多い。ただし、盛夏を過ぎるとどうなるかは不透明な状況である。
	▲	スーパー（総務担当）	・物価高騰に加え、地震等の災害も多く、全般には大きく変わらないのではないか。
	▲	スーパー（商品部担当）	・商圈内に新規オープン店舗が控えており、厳しくなることが予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価高が止まらず、納入業者からは6月から値上げする品目が多数あると言われている。さらに、電気代の上昇で、エアコンを使用した際の電気代などを考えると、当店も値上げは必須である。客がどこまでついてこられるかが心配である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・例年どおりなら梅雨に入るので、ここで少し下がる。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・電気料金を始め、各種料金の値上げが予定される等、コストアップが落ち着くにはもう少し時間が掛かるようである。結果、改善努力は続けても、収支悪化に歯止めをかけるのには、もう少し時間を要する。
	▲	都市型ホテル（支配人）	・近隣のビジネスホテルが、新型コロナウイルスの軽症感染者受入れ施設を解除し、通常営業に戻るための影響でやや悪くなる。
	▲	通信会社（総務担当）	・現状に加え、毎年9月にモデルチェンジが行われる人気機種種の買い控えで、7～8月は例年販売が減少する。
	▲	通信会社（局長）	・7月以降の電気代の値上げが要因だと思う。
	▲	美容室（経営者）	・物価は高止まりしており、前年より3割も上がった電気料金が、再び来月から上がる。日本経済はデフレからインフレに完全に変わっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・コスト増加分の転嫁ができず、銀行の借入金利が上昇傾向にあるので、一段と厳しい状況を迎える予想である。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・一部では回復しているのかもしれないが、一般の客に関しては、悪くなる一方である。景気が良くなる限り、このような状態では無理である。
	×	家電量販店（店員）	・季節商材のエアコンが、天候次第でどれだけ伸びるかが鍵となる。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・飲食チェーン店を運営しているが、今でも急激な寒暖差があると、客の来店に密接な影響を及ぼすが、今夏はエルニーニョやラニーニャ現象が同時に発生するという話である。今までにないことで、同時発生すると厳しい猛暑が予想され、やはり購買は落ちる。また、最近では円安が進んで、1ドル140円台になってくると、原材料の価格が高止まりし、更に値上げをしなければならなくなる。給料が上がりずにいるような物価が上がる状況である。
企業 動向 関連	◎	一般機械器具製造業（経営者）	・電動車向け部品では、取引先の生産ラインで対応しきれない仕事の応援生産が本格的に立ち上がる見込みである。今のところ、その他分野の仕事も減産計画は出ていない。
(北関東)	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今、いろいろな物が値上がりしているため、園芸用土が売れているのではないかと。今後もこの傾向は変わらないと思うので、景気は良くなる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・季節的にも受注増加が予想される。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産計画台数は増産傾向にある。ただし、いまだに当月にならないと減産かどうか分からないため、今後の見通しは不透明である。増産になれば人材確保も必須となるが、募集をしてもなかなか集まらない。生産の安定もそうだが人材確保も今後の課題になりそうである。
	○	広告代理店（営業担当）	・旅行や飲食など、新型コロナウイルス感染症で打撃を受けた業種の客入りが良くなっており、広告宣伝費も少しずつ出るようになってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	経営コンサルタント	・賃金増額改定や人材採用のための賃金引き上げの動きも散見され、少しずつ所得は上昇トレンドにある。地域経済が更に刺激されるのではないかと。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注件数、金額共に増加傾向にあり、収益も改善されると思う。また、商談件数も増加しており、取引先のマインドに変化がみられる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・先行きの受注や販売量はいずれも変わらない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・景気が良くなることを期待するが、何も良い材料はない。早く良くなることを願っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・残念ながら、ものづくりに先行きの明るい情報や未来が見えてこない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・6～7月の物量を見ると、4月の3割減少程度で推移するような受注量なので、状況的にはかなり良くない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品の生産量は上向きに計画されているが、今までけん引してきた製品の一部に陰りもあり、景気としては変わらずに推移するのではないかと。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・この数か月余り変化はない。取引先も10社くらいあるが、良いところ、悪いところが毎月交互にある状況なので、2～3か月先は全く分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動自粛等は緩和されてきてはいるが、あらゆる物の価格等が上がっている状態のため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・季節家電のエアコンや扇風機、また、除湿器、園芸用品等、前年並みの物量を確保予定である。しかし、ドライバーの労働時間制限が厳しくなって車両不足も発生し、手配が厳しくなりそうである。
	□	司法書士	・全体のなかで、相続登記の占める割合が多くなってきている。やはり、不動産の移動が始まらないと良くなることはないと考えている。
	□	社会保険労務士	・大手企業の夏のボーナス支給額は増加するだろうが、中小企業はそれほど増えそうにない。各地の人出は前年よりは良いだろうが、消費マインドはさほど変わらない。
	▲	不動産業（管理担当）	・円安の進行や来月から燃料への補助金が段階的に縮小するため、経費が上昇する要因ばかりである。個別に収益を見直している分が簡単に吹っ飛んでしまいそうである。
	×	建設業（開発担当）	・今期がスタートして1か月が経過したが、公共工事の発注額は前々年度比19%減で、当社も前期比10%減の売上なので、決算が厳しくなる。
	×	建設業（総務担当）	・年度始めということを加味しても動きが悪く、先行きは不安である。
雇用関連	◎	—	—
（北関東）	○	人材派遣会社（社員）	・全般的に人材不足ではあるが、自動車関連やサービス業等、業界を問わず、募集依頼数が増加傾向にある。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品関連の生産計画が高水準で、製造派遣人数も増員になるため、やや良くなる。
	○	人材派遣会社（従業員）	・人材の依頼が増える予定なので、やや良くなる。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・今後も、人材不足により賃金が上昇し、消費行動も増加すると思われる。
	□	職業安定所（職員）	・3か月前と比べて、前年同月からの求人増加率は、飲食、サービス業、医療、福祉で増加傾向が続いているものの、建設業では減少に転じている。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・ガソリン価格は落ち着くか若干下がると思われるが、電気料金等の値上げもあり、かなり節約ムードになってくる。購買力も、衣料品等は梅雨の状況次第であり、台風等の影響も出てくるとすれば、動きはある程度止まってくると思われるため、落ち込みも見込んでいる。建設や建築関係も季節的に若干伸び伸びになってくるものもあると思われる。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高騰の世界的な流れが止まらない。先が見えない状態になっている。
	×	—	—

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

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕 (店員)	・3か月先は7～8月のお盆になるので、墓参りや仏前に供える仏花を客が買ってくれるので、今よりは良くなる(東京都)。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・新型コロナウイルス感染症の収束感が強く、リベンジ消費が力強い。これに加えて外国人観光客が増加しており、旺盛な消費に寄与している。ただし、当社運営施設でのインバウンド需要は高いものではないので、詳細は分からない。
	◎	都市型ホテル(スタッフ)	・夏季シーズンに向けて予約が順調に伸びている。
	◎	旅行代理店(従業員)	・国内だけでなく、インバウンド需要が大幅に増えている(東京都)。
	◎	通信会社(社員)	・商業施設やイベントへの来客数はコロナ禍前以上のにぎわいを見せている。飲食店や宿泊施設の予約も取りにくくなっている(東京都)。
	○	商店街(代表者)	・まだまだ売上の伸びしろはある。イベント告知をすると、かなりのレスポンスがある。アミューズメントや、抑圧されていた時期を取り戻す流れは当面続く。新たな店舗の出店も随分活発化してきている(東京都)。
	○	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・エアコンの時期になり、各種工事が増える見込みである。メーカーの商品在庫が心配である。
	○	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・夏本番を迎え、行事の活性化に期待が持てる。
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・街の構造として、アーケード型商店街ではないため、今後の梅雨入りなど天候に左右されることは考えられるが、今年に関しては外国人観光客の来街者が多いため、例年ほどは影響されないと考えている(東京都)。
	○	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・米国の株価が上がり、利下げ方向になれば、株価が更に上がり、連動して日本の株価も上がると予想されるので、景気回復に転じる。
	○	一般小売店〔傘〕(店長)	・数年間滞っていた梅雨及び夏向け商材の買換えが増えることを期待したい。
	○	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響が徐々になくなり、平常時の販売量が回復する(東京都)。
	○	百貨店(売場主任)	・中元商戦の間合せも多く、来店せずに注文を完結させていた客の来店も期待できることから、買い回りによる客単価上昇を促すことができる(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・館内に大型テナントが導入され、売場面積は縮小されたものの、来客数の増加により効率的に売上の向上が見込める。
	○	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類引下げにより、国内の消費行動が改善されていることに加え、インバウンド消費の回復も見込まれる(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	・これまで外出を控えていた中高年層の行動が活発化することに加え、航空便の正常化で中国本土からのインバウンド客の増加もある程度期待できる(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・人流の回復により売上は今後も緩やかではあるものの上昇する。不安要素は、相次ぐ値上げにより客が必要な物を慎重に選んで購入する傾向が更に強くなることである(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・我々のような定期賃借ビジネスでは、契約時に固定家賃だけであると、テナントの売上が増えても収入は同じである。次回の契約時に歩合賃料を設定し、それが売上にヒットしてくれば、本当の意味で景気が良くなる(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・今後、中国人訪日客数が増加する(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・街中の人出も目に見えて増加しており、合わせて来客数が増えていることや、株価の上昇もあり、売上に期待ができる。一方で、モノやサービスの値上げが続いており、景気は緩やかに良くなる程度である。
○	百貨店(販売促進担当)	・今月上旬のゴールデンウィークで新型コロナウイルス感染症発生前の水準の外出需要を取り込めたことを踏まえ、夏はここ数年のコロナ禍の反動も含めて、夏休みの大きな外出需要が見込める(東京都)。	
○	百貨店(販売促進担当)	・インバウンド需要が増加している。地方客も増えている(東京都)。	
○	百貨店(企画宣伝担当)	・株価が上昇傾向にある上に、インバウンドを始めとする人の流れが良化するなかで、景気悪化の要素がない。	
○	百貨店(管理担当)	・旅行需要やイベントなどが復活し、それにまつわる消費が増える可能性がある(東京都)。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（店員）	・賃上げがかなり進んでおり、その一部が消費に回ると期待感はある（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・これから夏場に向けて、ソフトドリンクやアイスクリームなどの販売量が増えるため、多少は上向く。
	○	コンビニ（経営者）	・前月くらいから、少し空気が変わってきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・天候次第だが、人出を見ていると期待が持てる。
	○	コンビニ（経営者）	・水道光熱費の上昇にもよるが、現在は少し補填もあって抑えられているなかで、客はコンビニでも結構お金を落としていってくれている。ショッピングセンターに入っているコンビニを見ていると、ショッピングセンターにもかなり客が入っているようである。新型コロナウイルス感染症が収束し、皆が自由な生活ができるようになってきたということにおいては、今後2～3か月先もまだ景気が良くなっていく。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・予想よりかなり早く梅雨入りしたことは少しマイナスだが、引き続き来客数、販売量共に好調に推移する（東京都）。
	○	コンビニ（従業員）	・今から2～3か月先はちょうど夏休みの時期となり、例年よりも多くの人出が見込めるのではないかと。近くには観光地もあり、ふだんから多くの人でにぎわってはいるが、新型コロナウイルス感染症対策による制限もなくなり、より人出が多くなることが予想される。もはや最近では新型コロナウイルス感染症を気にする人は減っているかもしれないが、公に制限されるとはされないのでは、日本人の行動は大きく変わりそうである。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、外出機会が多くなれば、外出着の需要も増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・各種イベントの再開により季節商材の売上拡大が見込まれる。海外旅行者の増大によりインバウンド需要が見込まれることなどから、良くなることを期待したい（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・賃金上昇により一般の消費動向が上向くと予想している（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・季節要因も重なり、この3か月は耐久消費財が動く。一方で、物価上昇は消費者の財布のひもを引き締める可能性もあり、賢い消費行動になる（東京都）。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節的にも暖かくなり、何となく皆が外に出て動き出すような気がするので、良くなる。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられ、来客数が前月よりも増加している。2～3か月先は夏休みということもあり、国内外からの来街者が更に増えると予測している（東京都）。
	○	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行もあり、来客数、来店頻度などが活発化して景気回復を期待できるが、深刻な人員不足が並行してあるため、その部分が足かせとなり、やや上昇と微増にとどまる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・今まではケータリングもなく、店舗の売上だけで何とかやってきたが、これからはケータリングも少しずつ増えてくる。店に客が戻りつつあるので、売上も少しは伸びるのではないかと。
	○	一般レストラン（経営者）	・近隣の再開も一部完成をみている。街並みも変わったが、まだ人流の変化は感じない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先もこのままの状態であれば、景気は少し上向いてくる気はするが、物価も上昇しているため、収入が増えるかどうか次第である。コロナ禍でお金を使わなかった分、貯蓄があるので外出が増えているが、それもいつまで続くかわからない。その辺りは物価と貯蓄のバランスによるのではないかと。
	○	一般レストラン（経営者）	・当店の5店舗中1店舗は5か月連続で営業利益を確保できている。残りの4店舗は依然としてマイナス営業となっているが、そのうち1店舗は近いうちに営業利益を確保できる見込みである。加えて、採算の厳しい1店舗を6月一杯で閉店する。少しずつだが回復基調にある。それまで会社が持てば良いのだが、分からない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・ようやく新型コロナウイルス感染症が終息したので、多少だが夜も外食してもらえるのではないかと、希望を込めて思っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドの影響で緩やかな回復傾向が継続する（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・人の動きがだんだん良くなっている。人が動くことによって経済が回ってくる（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・コロナ禍の間には一切なかった昼の宴会や8名での予約も増え、先々の予約が入るようになってきている（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、売上が伸びてきて、これからというときに、原料、資材、流通の値上げが止まらず、足かせになっているというのが実感である。小売商材は少しずつ商品を替えるなどして値上げしているが、卸の方は上げられていない。第2弾、第3弾の値上げをせざるを得ない状況下で、更に人件費を上げるのは至難である（東京都）。
	○	都市型ホテル（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症が完全に終息し、客が新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に戻ってくることを期待しつつ現在も営業している。ただし、6月以降に水道光熱費の値上げが発表されていること、原価の高騰、この2つが非常に不安材料である。これについて、政府の強力な対策をお願いしたい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・マスクも徐々に外すようになり、飲食を伴う会合にも抵抗がなくなってくると思うが、日本人の気質から言えば回復は徐々にだろうと考えている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、宿泊、レストランいずれも先々の予約が好調で、新型コロナウイルス感染症の発生前とまではいかないが、平日も含めて問合せは相当増えている。予約の増加とともに販売量も増加しており、単価も比較的高単価で推移している。ただし、フルに予約が入っているわけではないため、やや良くなる程度である。
	○	旅行代理店（経営者）	・客が退店する際、検討するためにか、それぞれパンフレットやチラシ等を持ち帰っているのので、この先の景気はやや良くなるのではないかと期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンドが増えている（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が現在の状況を保つ前提であるが、今のところ中止案件は発生していない。
	○	タクシー運転手	・中国がまだ日本への団体旅行を制限しているが、近い将来規制が緩和される。中国人観光客の爆買い回復もあるとみて、景気は良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・これまで利用が少なかった会社や夜の飲み屋からのオーダーが増えてきている。朝、駅までの利用者、駅からの利用者、会社、飲食店のオーダー、いずれもコロナ禍前の忙しさに戻っている。
	○	タクシー運転手	・人の動きがかなり通常に戻ってきているので、人出が増え景気が良くなっていく（東京都）。
	○	タクシー運転手	・都心部では車も人も増え、やはりタクシーの利用者も増えている。ここにきてテレビでの宣伝効果などもあり、特にアプリの利用者が大分増えている（東京都）。
	○	タクシー（団体役員）	・根拠はないが、期待を含めての回答である。
	○	通信会社（経営者）	・営業活動をより活発にできるようになる（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・不安要素が1つ消えた影響は大きい。様々なことが復活して、元に戻りつつある。依然として新型コロナウイルス感染症への感染不安を持っている人もいるが、感染することのリスクがなくなっている。感染することの何を心配していたのかがよく分かる（東京都）。
	○	通信会社（局長）	・物価の上昇は相変わらず続くものの、コロナ禍の疲弊感の反動で購買意欲は増してきている（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・少しずつではあるが案件数、商談数共に上向いていくと予想している（東京都）。
	○	通信会社（局長）	・契約数が徐々に伸びてきている。
	○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類移行、電子化の法整備により、需要が増加する（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・来客数が少しずつ増えている（東京都）。
	○	競輪場（職員）	・イベントをどんどん打ち出して、自分たちが変わる必要があると感じている。できることを何でもすることが大事である。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・予約やコンペの問合せが多い（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類引下げにより、企業コンペの間合せが大幅に増え始めている（東京都）。
	○	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行以降、関連報道が少なくなり、企業の会食や団体旅行が増加傾向にある。今後は中国人観光客の受入れの再開により、景気回復が進む（東京都）。
	○	その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う個人消費に期待している（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も大分落ち着いているようだが、ウクライナ情勢が落ち着かないと景気は回復しないのかもしれない。政府の景気対策を期待するところである。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪かったため、単純に今月よりは販売量が増える。ゴールデンウィークで集客が伸びると思っていたが、集客数も商談数も増えず、結果的に販売量が伸びなかった。商談のメインは土日になるので、大型連休により商談が減ってしまった分が戻れば、販売量も少し戻る。
	□	商店街（代表者）	・最近になって売上も大分回復はしているものの、それでも新型コロナウイルス感染症の発生前の80%前後である。やはり、商売の形態が少し変わってしまったような印象である。着物関連の仕事をしているが、今までは少しは物を売ることができたが、3年たった現在では、振り袖や七五三、婚礼衣装についても圧倒的にレンタルが多くなっている。
	□	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・とにかく悪い状態のままずっと変わらない。現状を続けていけば、何とかしのいでいけるのではないかと。話はあっても、値段についてかなり厳しくいわれるようになっており、結局は数字の競争となり、そこから抜け出せない。皆は値上げ、値上げという話だろうが、場合によっては値下げ、値下げといわれている（東京都）。
	□	一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・原材料や公共料金の値上がりにより商材の単価も値上がりしたため、来客数や買上点数が減少しており、少し懸念している。
	□	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・景気の悪さは変わらない。販売形態が大きく変わってきていることと、専門小売店だが商材の数が少ないこともあるかもしれない。地元で長く営業しており、年配客は来てくれるので、何とかやっているが、これから先も変わらない（東京都）。
	□	一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・変わらないというより、分からないというのが現状である。外商において案件等が増えていることは間違いない。ただし、利益やコストに見合うだけの増え方かという点、そうも言い切れない。多少は景気が上向いているのかもしれないが、それに比して物価やコストも上がっており、中小企業にとっては苦しいところである。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今までどおりで変わらない。特別に売れたり販売数量が伸びたりすることもない。ただし、1つ従業員にとって良かったことは、世間でこれだけ騒がれているので、10数年かぶりに給料を上げてもらえたことであり、その点は皆が喜んでる（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類への移行に伴い、日常生活が徐々に戻りつつあり、人出も多くみられるようになってきている。外国人観光客の増加に伴い、当面の間は現在の堅調な伸びが期待できる。なお、食料品等の値上げの影響もあり、購買単価は増加傾向にある一方、今後は購入点数の減少が懸念される（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・目に見えて増加している海外からの観光客等のインバウンド増加による景気の上昇は、一部では期待ができる。しかし、国内の一般的な客の行動自体は以前の状態に戻るとしても、コロナ禍や物価上昇などを経て形成されてしまった買い控え意識等は、更なる景気対策などが無い限り、なかなか払拭されないのではないかと（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・今の回復傾向が続き、大きな変動はないと予想している（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・通常の日常生活に戻り、インバウンドも含め、今後も来街者数の増加が続くことが期待できる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・当初、5月中旬以降は消費の勢いが収束するかとの予想もあったが、実際は5月中も勢いを失うことなく推移している。夏の暮らしやトラベル、帰省需要なども見込まれ、しばらくは変わらずに推移するのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価高、電気代高騰のため、節約志向が続くのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・足元の消費は上向き基調だが、今後の物価高など、マイナス要素も懸念される（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・夏に向けて、ゴールデンウィークのような旅行等の支出が増えれば、日常生活での節約志向は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、客の出足が良くなり、来客数も以前より増えている。反面、物価が非常に上がっており、客も節約志向がどんどん強まる傾向にあるため、プラスマイナスゼロである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・販売量は若干減っているが、売上は徐々に戻ってきている。この先も来客数が増える見込みがないので、このままいくのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・食料品の価格高騰に伴い、今まで購入していた物から1グレード下げた品選びをする客が増えている。依然として節約意識が高く、不自由な購買行動がみられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げによる単価アップや、安価な物、必要最小限の物は買ってもらえていることで何とか売上を維持しているような状況なので、3か月後も今と変わらずにいくと予測している。これは景気が上がるとか下がるということではなく、食品スーパーなので、必要最小限、口に入れなければならない物を客に買ってもらっているということだと推察している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行により、消費者の生活行動が徐々に元どおりになってきている。値上げによる買上点数減少を抑える目的で、各社共に生鮮食品を中心としたチラシ等の施策が増えてきている。今後は価格に重点を置くようになっていく。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・今後も単価は上がっていく。それに伴う来客数、販売量の減少もまだ続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・客の買物動向に変わりはなく、大幅な変化は考えられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来客の戻りが継続し、今くらいの売上水準を維持する見込みである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策のいろいろな緩和が進んで、人の流れは良くなったが、この3～4年の間に、取引先が廃業したり、職人が辞めたり、物価が上がったりというマイナス要素もあるので、今後どうなるかは見通しにくい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・前年のリベンジ消費ほどに来客数が更に増えるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・食料品等の値上げがまだまだ続くようなので、衣料品は後回しになりそうである。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（従業員）	・現在の原価高騰の流れや食品の値上げは今後も続いていくとみられるため、必要最低限度の買物しかしないような気がする。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・現時点では買換え需要が中心で、ついで買いや新規購入が少なくなっており、販売数量などが極端に増えることは考えにくい。そのため、現状と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価の上昇が止まらないため、景気回復にはまだまだ時間が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は、新型コロナウイルス感染症がまだ完全に終息していないため、余り芳しくない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・サービス部門と新車の販売量は前年並みになる見込みである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・これ以上悪くはないと思うが、良くなる要素も見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・物価が上がっている割には賃金が上がっていない。日本では30年間賃金が上がっていないといわれている。やはり賃金が上がり、物価も上がり、健全なインフレになっていくことが続けば今後については良くなるだろうが、直近3か月くらいでは変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・メーカー供給の正常化が不透明であり、この先も厳しい環境が続くと予想している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産の正常化にはまだ時間を要する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・賃金上昇が急速に進まないと、新車販売は厳しい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界における補助金効果と、新型コロナウイルス感染症の終息という認知が浸透していることから、今後は需要の回復を見込んでいる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症がまだまだ収束しないので、景気もまだしばらく回復しないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・今後、初任給の引上げなど収入増加から景気が良くなる。しかし、実際には物価上昇が先行しているため、景気はやや悪い状態が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価上昇と所得増加が比例している実感もなく、エネルギーコストの負担増加が購買意欲を低下させる懸念がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・食材の海外需要に国内需要が金額面で負けている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・株価は持ち直しているものの、円安がどれほど影響を及ぼすかについては未知数である。輸入品は値上がり著しく、仕入れに大きな影響がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・コロナ禍から抜け出した感があるなか、新たな景気上昇要因が見当たらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・正確には、変わらないというより分からない。1歩国外へ足を踏み出すと、そこは動乱の世界だからである。明日何が起こるか分からない世界の動きについて未来を予測することは困難である。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・値上げ交渉の効果は、今後に電気料金の値上げ等が控えていることから、勢いが減衰となることは必定である。今年度は社内パーティーなどの需要が決め手になると期待している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・6月からの電気料金の値上げがどのくらい影響するか、不透明である。
	<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・良くなっている雰囲気はあるものの、物価高、燃料油価格激減緩和措置の終了等があり、余り変わらなくなるのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・機器等の仕入価格の値上がりが頻繁にあり、2～3か月先も身の回りの景気は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・具体的な対策がない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・転居数は新型コロナウイルス感染症の発生前まで戻らないことが予想され、人の動きも前年比で横ばいであることから、通信サービスの販売数も横ばいの状況が続くことが見込まれる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・社会情勢が変わらないと、当面は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・商品の投入が遅れ、既存商材でのアプローチを継続する必要があるなかで、販売環境は変わらないことから、厳しい状況は変わらない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先は、アフターコロナが続き、一時的な景気回復であるとの懸念は残るが、変わらない。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更によりインバウンドが伸びている一方、人件費高や電気料金の更なる値上げ、原材料高を始めとする物価高により、売上は伸びても収益は悪くなり、景気全体に与える効果は思うほど出てこない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息するまでは景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・短期間に急に良くなるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・今のところ、新しい物件の相談はない。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・発注コストが厳しい傾向にあり、仕事が増えても利益率向上は余り期待できない。このまま横ばいで推移するとみている。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・良くなってくると思うが、土地が値上がりし、物価もまだ上昇するので、景気動向の見通しがつかない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	設計事務所（職員）	・極端な変化はないと思うが、社会情勢次第である（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・価格が上昇したままとなる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・現在は地価はまだ高止まりしている。今後、地価が下がってくるようであれば、景気も上向きになる。ホステル事業は、訪日外国人の数が増え、稼働率も7割を超えてきているので、こちらについては良くなる。
	▲	商店街（代表者）	・残念ながら良くなるとは思えない。早く良くなってほしい。
	▲	商店街（代表者）	・販売方法が多様化している。
	▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・これから梅雨に入っていくが、現在も非常に気温差が激しく、客が外出するには芳しくない天候である。天候に左右されないのがインターネット販売などであり、遅い一手だが、何かそのようなことも考えていかなければならない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・電気料金等の高騰により、物価も全体的に上がってきている。今後、更なる物価上昇が見込まれる。
	▲	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、少しでも安価な物を求めているなか、賃上げ幅より物価の上昇幅の方が大きいので、食費にかかわる部分はより一層厳しくなる（東京都）。
	▲	スーパー（仕入担当）	・家計消費支出の増加に対し、収入の増加が少ないため、節約志向がますます高まっている。また、円安傾向になってきたため、食料品等、輸入品が多い物は値上げが続いていく。
	▲	スーパー（販売担当）	・アフターコロナで旅行や行楽など外向きの消費は増えるだろうが、来月は電気代や商材の更なる値上げが控えており、決して消費マインドは上がらない。実際に、食品は堅調であるものの、衣料品や住居関連の売上は2けた近く落ち込んでいる。
	▲	スーパー（食品担当）	・食料品、電気代などの値上げから、節約志向になる（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価が上がるので、生活自体は苦しくなるというか、質素にならざるを得ない。そのため、余り良くなるとは思えない。
	▲	コンビニ（経営者）	・固定客の来店頻度の減少と、アプリクーポン商品のみの購入客が増えており、財布のひもが固くなっていると感じる。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・この先もまだ値上げが続く。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和措置が9月で終了予定であり、現在よりも販売価格が上がってしまうため、買い控えが続くことが予想される（東京都）。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が終了すると申込みが減る（東京都）。
	▲	タクシー運転手	・生活必需品や食料、光熱費などあらゆる物が値上がりしている。収入が増えていないのにもかかわらず、支出が増えている。今後も続くことを考えると、やはり不安である。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高騰の影響はこれから大きくなると思われるため、徐々に景気は悪化していく。
	▲	通信会社（経理担当）	・電気代が上がり、客が夏のエアコンの電気代の代わりに何を節約してくるのか分からないが、お金の回りにくいところが出てくると想定している。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・アフターコロナが加速して、いよいよ平常に戻っているが、民衆心理として、新型コロナウイルス感染症の発生前より旅行や外食が増えてくると予想している。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・エネルギー価格や修繕費用の高騰、賃上げ、採用難により利益が圧迫されている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・電気料金の値上げや物価高騰の流れもあり、消費はより低迷することが想定されることや、旅行や外食など様々なレジャーへの客の流出が考えられる。
	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・公共料金的大幅値上げが続いている。固定費に近い内容であり、対応に苦慮している（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新規問合せ件数の前年比などから景気はやや悪くなると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	設計事務所（経営者）	・3～4月は落ち着かず、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5類移行といったなかで、真面目な営業展開をなかなかできなかった現状がある。5月の終わりを迎え、6月に向かっていくなかで、もっと頑張らなくてはいけないと思ひ、何か活路を見いだせないかと考えてはいるが、なかなか方向性、社員の動きの方向付けができない状況にある。
	▲	設計事務所（所長）	・大企業は景気が良いといっても、その下請である中小企業では単価がたたかれているのが現況である。その問題に国がなかなか目を向けてくれない。大企業だけ景気が良くても、実感が伴っていない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材の価格高騰の影響から一部の需要家に需要の減退がみられるようになってきており、回復までには期間を要する（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・物価高が影響している。以前より電気代を気にする客が多くなっている。また、新型ではなく旧型で安価な商材の方が売れている。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・経費の上昇分をまだまだ価格に転嫁できていない。
	×	衣料品専門店（店長）	・物価高騰により客の買い控えが顕著に出てきていて、販売数量が減っている状況がすぐに改善する見通しはない。
	×	一般レストラン（経営者）	・3～4月の歓送迎会の予約数に比べると、やはり6月はかなり減っている。コロナ禍よりも今の方が客の動きは多いが、3～4月の勢いが大分落ち着いてしまっている（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・値上げトレンドが続いている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・海外経済やウクライナ情勢の不透明感は依然として強く、エネルギー、素材価格の高止まりや労働市場のひっ迫などの懸念材料は全く払拭されていない。賃上げの社会的潮流は続き、夏季ボーナス負担も重荷になるなど、要員不足や物価高などが下押し材料となる懸念は強い。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・授業料は変えていないが、物価高のために教育費に掛かる値段を少し切り詰めるというような生徒が多くなっている。これから更に景気が悪くなる。
	企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）
○		食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきて、動きが始めているので、良くなる（東京都）。
○		出版・印刷・同関連産業（所長）	・世間全体に値上げの意識が共有され、以前よりスムーズな交渉ができるので、良い傾向である。
○		化学工業（総務担当）	・前月の予想よりも、実際の受注が増えている。
○		一般機械器具製造業（経営者）	・このまま緩やかな回復が続けばやや良くなる。
○		電気機械器具製造業（経営者）	・現在、競合相手に技術的な面でやや劣勢に立たされている。対策により技術的優位性がライバルよりも勝てれば、今後の景気は良くなる（東京都）。
○		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連企業における設備投資増額及び政府からの支援が決まり、徐々に身の回りの景気に好影響が出てくる。
○		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは今後も増産体制を継続する見込みであり、景気は良くなる。
○		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高の見通しが出てきている（東京都）。
○		建設業（従業員）	・1日も早く世界情勢が安定することを願っている。ロシアのウクライナ侵攻が1日も早く終わってほしい。
○		輸送業（経営者）	・コロナ禍で中止されていた種々のイベント開催の案内が増えてきており、飲食関係を中心に明るさを増してきている（東京都）。
○		金融業（従業員）	・「新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで売上が回復した」、「従業員のモチベーションアップのため賃上げを行った」など前向きな声がある一方で、原材料価格や光熱費の高騰が続いたまま夏を迎えることに不安を感じている事業者が多いようである（東京都）。
○		金融業（従業員）	・観光需要がますます増加している。新型コロナウイルス感染症に対する医療体制を維持できれば、景気は良くなっていく。
○		不動産業（経営者）	・コロナ禍で中断していた夏のイベントも復活開催となり、多くの人出が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	不動産業（総務担当）	・店舗の売上も新型コロナウイルス感染症の発生前の8～9割まで戻っている。また、コロナ禍前から空いていた店舗区画に出店を希望する店が現れるなど、良くなっている（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・夏のイベントが盛況になると、宣伝費が見込める（東京都）。
	○	税理士	・株価がバブル期に相当するほど値上がり、大手企業の賃上げのニュースもあるので、今後の消費は活発になることが予想される。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・取引先の動きから景気はやや良くなる（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・原材料、包装資材の値上げが止まらず、当店も値上げをしたが、利益率が厳しい状態が続いている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・このまま8月までは低水準の受注が続く（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は単発的に良かったが、店頭への来客数、問合せや受注のメール件数に関しては全然変わっておらず、成約金額も余り変わっていないので、見通しとしては変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・国内向けの受注は横ばいだが、海外向けはやや減少している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月先では原材料、電気代などの値上がりがあるという状況が続いている途中なので、基本的に景気はまだ良くなる方向にはいかない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器の受注は増加傾向にあるものの、化粧品容器に関してはなかなか結果につながらず、ジレンマに陥っている。
	□	建設業（経営者）	・いろいろな不安定要素があるので、今後良くなるのか悪くなるのか分からないが、2～3か月くらいはこのままで推移する。
	□	建設業（経営者）	・材料の高騰が響き、案件がとうたされてくるのではないかと。
	□	輸送業（経営者）	・前年度と変わらない（東京都）。
	□	輸送業（経営者）	・先行きが不透明である（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・閑散期のため荷主の国内出荷が落ち着いている。現状は数か月続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・これまで抑えられていた需要があるので、しばらくは現状が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（営業担当）	・企業の収益性、一般個人の総収入共に物価高騰による負担の増加に追い付かない状態である。当面は大きな変化は期待できない。
	□	不動産業（従業員）	・状況は変わらず、景気回復まではいかないという予想している（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・上向きにはしばらく時間が掛かりそうである（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・回復の兆しが見えない（東京都）。
	□	税理士	・米中の景気が国内に大きな影響を及ぼすということはないと思うが、日本は新型コロナウイルス感染症の影響もあってか、まだ変化が遅い。数か月前、半年前と比べると良くなっているが、まだ弱い。今後伸びていきそうな気はする（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・価格上昇でも先取りして購買しようという意欲は乏しく、逆に購買抑制の意識が強い。状況の改善は期待できず、今後も同様の状況が続く。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気回復動向が続くように感じるが、6月から原料、資材等の値上げも実施されるため、先行きは不透明である。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・まだ案件が出ていない。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約の値上げがペンディング状態になっている（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・少ない仕事ながら見積りを出してもすぐには決まらず、また、仕事はあっても余り良くない。それでも、材料価格の高騰を転嫁できるようになったので、幾らか良くなってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	金属製品製造業（経営者）	・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、販売は鈍化の情報がある。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状況から、先行きはやや悪くなる。
	▲	精密機械器具製造業（経営者）	・3か月先まで在庫によるだぶつき感があり、受注は低空飛行を続ける。電気代が上がり、更に燃料油価格激変緩和補助金が終了するので、利益が取れないことが予想される。取引先と交渉しているが、パートナーシップ宣言もしておらず、原材料費以外は交渉を認めてもらえないため、経常利益率が更に悪化すると予測している。
	▲	建設業（経営者）	・経済がなかなか安定しない。
	▲	建設業（営業担当）	・価格が高騰したまま横ばいになってきており、高値ながら価格自体は安定してきているものの、受注量は減少傾向が継続しているため、やや悪くなる。
	▲	金融業（従業員）	・原材料の高騰について先行きが見えず、なお一層悪化している。大企業は価格転嫁できているだろうが、中小企業は依然として厳しく、今後も出口が見えない状況にある。
	▲	金融業（総務担当）	・今後、燃料高騰の影響がかなり出てくると思われ、個人、法人の両方で値上げや経費増加が予想され、景気への影響がある。また、各業種で人手不足により賃金が上がっており、経費増加が利幅にも影響するとみられ、景気はやや悪くなる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・開発ビルの区分所有者は、自ら営業する人、貸している人、権利のみ所有して借りて営業の人、権利のみの人、借りている人と様々である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・値上げはまだ幅広くある上に、再値上げもあり、真綿で首を絞められるようである。今春の昇給は、大手企業が大幅な賃上げを実行するなど、人材の取り合いも激しくなり、中小企業にとっては収益の圧迫とともに人員確保の難しさ、人件費上昇の圧力など、値上げの問題の他にも多難な状況にある（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・単価が上がらないだけでなく、人員不足である（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・求人倍率につられるように募集に対する求職者のあっせんができておらず、引き続き人材がひっ迫する見込みである（東京都）。
	◎	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・リサーチでは良い。予定では結構いろいろな話があり、全部取れば相当の数字になるのだが、うまくいくかどうか分からない。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増加している。観光業を中心に、夏の繁忙期に人材が不足しているとの問合せが多くあるように、消費が喚起される。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなり、個人消費が戻り、ますます景気が良くなる。それに合わせて、様々な業界が人を採用していくのではないかと（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・4月の賃金上昇が物価上昇に追い付いていない。個人消費が増えるには、まだ少し時間が掛かる。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後も人材不足の状況が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・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があるので、結果的には変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・改善の見込みがない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材不足が引き続き深刻で、需要に対応できていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・季節要因もなく、求人数に大きな変化はない見込みである。倉庫内作業の求人は堅調である。
	□	人材派遣会社（支店長）	・育成型の派遣を強化することなどで成約は増えてくると思われるが、求人要件は即戦力を求める傾向がより強まっており、マッチする人材が少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業にてネガティブな情報は聞こえず、今後もエンジニア不足は継続する（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・電気料金や食品の値上げなど、まだまだ不安材料が多い（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・ 求人数が多いただけでは企業の業績は伸びていかないと述べたが、採用した人材が会社で力を発揮してくれて初めて求人活動はうまくいく。採用したばかりの人材が企業に利益をもたらしていることは少ない。医療、介護、保育業界では常に人手不足である。必要不可欠な仕事にもかかわらず人手が不足しているのは、根本的に待遇が余り良くないからではないか。職に就いていない人も大勢いるかと思うが、そのような現状が変わっていかないと、景気も良くなっていかないとはいえない。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・ 変化を感じる場合、前兆となるものがあるが、その兆しを感じない。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数が増加し、企業の正規雇用への意欲も高まっているが、求職者はより雇用条件の良い就職先を志向する者も多く、応募に慎重な様子が見受けられる。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人の伸びに対して、求職者が不足している。特に運輸、飲食、宿泊業は極めて厳しい（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 採用の年計ベースでも、求人数は前年割れのトレンドに入り始めており、今後厳しくなることが予想される。再就職支援の相談も増え始めていることから、原料高を価格転嫁できない企業などでは要員調整の開始が見込まれる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・ 求人数が減少傾向にあるなかで、現在稼働中の派遣スタッフの契約終了希望数が増加してきている。そのため、次月以降、全体的な派遣稼働者数は減少する可能性が高い。例年、時期的な要素もあるが、夏場は派遣求人が減少傾向で推移することもあり、数か月先の派遣総稼働者数は減少傾向になる（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・ 現在も物価高が続いており、今後は電気代の高騰も見込まれるため、景気は良くならない。
	▲	職業安定所（職員）	・ 求人数、就職件数が減少傾向にある。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	・ 会社等の接待、会食、各種会合等が、新型コロナウイルス感染症発生前よりも多く入ってきているため、良くなる。
	◎	スナック（経営者）	・ 街の雰囲気、日に日に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていくのを実感している。良くなるというより元に戻るということなのだと思うが、それでも十分有り難い。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・ 予約状況は非常に好調に推移している。特に、法人や団体利用の予約が急激に増加しており、利用人数も100名を超える案件が多い。また、原材料高騰により販売価格を値上げしているが、コロナ禍で実施していない分、値上げに関しては、客に理解してもらえるケースが多い。件数、人数、単価共に、上昇傾向で好調に推移すると思われる。
	○	商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルス感染症も一段落ついて、各学校のクラブ活動も前年、前々年と比べれば良くなると思うので、期待している。
	○	商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルス感染症の5類移行で客の外出機会が増え、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ることを期待する。
	○	百貨店（店長）	・ 催事への来客数、売上が増えている。観光客の来客数や売上も増えている。また、我々のような地方百貨店では元々多くはないが、インバウンドの売上も増えてきている。
	○	スーパー（経営者）	・ 当地区では4月に桜祭りが開催され、7月の夏祭りも開催予定である。その後も盆踊り等であつという間に9月の秋祭りを迎えるのが新型コロナウイルス感染症発生前の状況であったが、今年は、以前の状況に戻るのではないかと。調理場の人手が足りないため、募集の貼り紙を店の入口に設置している。良い人材が応募してくれることを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・ 天候も暖かくなり、来客数が増える傾向にあるので、売上の的には若干プラスになる。
	○	コンビニ（経営者）	・ 仕事以外で外出する人が増えているように感じる。観光客も増えてきている。
	○	コンビニ（経営者）	・ 夏に向けた商材や、飲料等の買上点数が増えるともみている。物価上昇も止まらないが、期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、イベントの開催等も活発になり、客の購買意欲も上がるのではないかと期待している。
	○	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、人出が変わってきている。飲み会等も順調に増えてきているものの、新型コロナウイルス感染症の影響で辞めてしまったスタッフが依然として戻らず、客に対応できていない状況である。売上を増やしたいが、なかなか難しい現実があるので、今後は人材確保が1つの課題になりそうである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・5月の全館売上は、G7サミットの恩恵を受けてかなり数字が上がっている。客室予約は過去10年で1番の売上である。そこまではいかないと思うが、5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類移行で、一般宴会の動きはかなり変わってきている。企業のマインドが改善しており、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきているので、前年比を上回ってやや良くなっている。ただし、現状はドライバーが減って、車も減っているため、夜の時間帯に、車が足りない日が結構出てきている。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症も5類に移行し、より万全な受入体制を整えるとともに積極的に集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
	○	ゴルフ場（経営者）	・円安効果で、やや良くなる。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・企業コンペや団体客の予約が少しずつ戻ってきている。新型コロナウイルス感染症の5類移行で、企業や個人の考え方が以前のように戻れば、今後の予約件数が増加していき、回復が期待できる。
	□	一般小売店 [家電] （経営者）	・電気代等の値上げで、エアコン等の季節商材の動きが良くないので、この先景気が良くなるとは思わない。
	□	百貨店（営業担当）	・今後も電気代を始め、食品その他各種値上げラッシュということで、賃金上昇も若干あるにしても、それほど景気が良くなるとは思えず、現状のままの推移ではないか。
	□	スーパー（経営者）	・賃上げと物価上昇がうまくバランスを取り、消費が安定するかもしれない。
	□	コンビニ（経営者）	・大会やイベント等で人々が動いているので、今の売上は前年よりも上がっている。ただし、6月からは光熱費の値上げ等があるので、このまま伸びもせずにく。
	□	コンビニ（店長）	・今月のように僅かながら上がるような状態で、大きく景気が良くなっていくのはまだまだ先だと思う。現状がしばらく先まで続くと思うので、変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・回復すると思えるような要因が見込めない。
	□	家電量販店（店長）	・景気刺激策がない。
	□	その他専門店 [酒] （店長）	・今の状態のままなら良いのではないと思うが、電気代等も上がるので、3か月後を予測するのはなかなか難しい。今のところは、都会で聞くようなにぎわい、消費が、地方では特に駅周辺で起きている状況で、これが持続するかどうかは予想が難しい。
	□	一般レストラン（経営者）	・人流は増えるが、当店を手近に思っていた客層は、よそに流れるのではないかと。緩やかな増加はあるものの、大幅増は見込めそうもない。
	□	スナック（経営者）	・毎回同じ、変わらないという回答だが、変わってほしくない、これ以上悪くなるとは困るということでの回答で、本当に地方は大変である。我々のところだけなのか、ちょっとそれも分からないが、長年やっていると本当に大変である。
	□	観光型旅館（経営者）	・しばらくは旅行を先送りしていた方の需要が続くと思われる。現状、新型コロナウイルス感染症発生前と同程度の売上が継続するとみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・旅行需要の増加に伴い、全国旅行支援終了を踏まえても、現在の需要増加が継続すると見込んでいる。海外旅行も規制撤廃に伴い、旅行相談や申込みが増加傾向になってきている。
	□	通信会社（社員）	・サービス提供エリア拡張などで加入者増加の期待はあるものの、CMやキャンペーン等の効果が、いまだ不透明である。
	□	通信会社（社員）	・来客数が伸びてくる要素が見当たらない上に、代理店への締め付けがますます厳しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光名所（職員）	・インバウンド客、国内ツアー客はいずれも目的を多く詰め込んでいるのか、忙しい行程のようで、通過するだけの観光客が多い。来場者数増加の割に、売上はそれほど伸びていない。国内個人客の増加に期待している。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・天候不良等による来場者見込みの減少や、競争相手の集客等により当ゴルフ場への来場が読めない。周りの状況が変わらないため、この先2～3か月も変わらない。
	□	設計事務所（職員）	・実施設計に移る物件も多く、当分は忙しい状況が続く。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建設資材の値上がりによる建設費の上昇から、別荘の新築数は今後も伸び悩む見込みである。
	▲	商店街（代表者）	・改善策はまだ手探り状態である。
	▲	スーパー（店長）	・電気代の値上げが発表され、夏季の需要が増加するとともに光熱費の負担が更に増すと考えられるため、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・補助金により価格が下がっている燃料費の補助が来月からなくなる。企業や一般家庭にとっては大打撃である。ベースアップはあったものの、ペイできていない。自身の給与明細を見て思うことは、給与が上がっても社会保険料等で引かれる分が多いことが、根本原因で、国民負担率が45%を超えていることが全てである。
	▲	自動車備品販売店（従業員）	・電気代の値上げ等、諸物価の値上げが更に予定されており、必需品以外については節約志向が強まるため、やや悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・人が動き出しても比例した経済効果は得られないように思う。新型コロナウイルス感染症がもたらした精神的な変化と、何よりも継続的な値上げの影響が大きい。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・予約日と宿泊日の間隔が短いため準備期間も短くなり、稼働率の低下を招く。
	×	—	—
企業動向関連	◎	—	—
(甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	・飽くまで私自身の感覚にすぎないが、少しずつ回復するものと思われる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・部品、部材の入手が、以前よりは時間が掛からなくなってきている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・今のところ、生産量はある程度確保している。
	○	金融業（経営企画担当）	・当地域は外国人観光客が多いところなので、今後、ますます増加すると考えられる。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・イベントや企画など、今まで抑えられていたものが復活してきている。インターネット広告との競合は厳しいが、折込業や観光業での売上増が期待できる。
	□	食料品製造業（営業統括）	・新規酒販店への拡販や新製品の開発等、様々な手を尽くしているが、一般消費者の購買意欲の減退に追い付かず、苦慮している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年のことだが、予想は立てにくいものの、新商品の展開に伴い問合せ等は増加している。また、イベントへの出店が数件あり、期待感を持つ。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は足踏み状態である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・消費行動に変化が見られないため、売上増加につながらない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・金価格が1グラム1万円になろうかという状況や再び円安に進んでいることから、海外志向か国内志向かで、明らかに企業間格差は広がっている。老舗宝石のデパートテナントが販売不振で、事業を業界大手の会社へ譲渡する事態も出てきている。今後もしばらく国内のマーケットは低迷するのかもしれない。
	□	建設業（経営者）	・今後は工事の問合せが徐々に増えてくる。工事価格の値上げが浸透してきている。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は半導体不足がやや落ち着いてきたようにみえる。一方で在庫調整もしばらく続く可能性がある。非製造業は観光関連の復調がどこまで続くのか、価格転嫁の対応が重要になっている。
	▲	—	—
	×	食料品製造業（製造担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前には戻らず、更に電気代高騰が重くのし掛かり、ますます利益が出ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・まだ動きが大きく変わっていないので、これから良くなるのではないかと。
	○	職業安定所（職員）	・宿泊や飲食サービス業を中心とした企業の動きが、更に活発化すると見込んでいる。また、一部の機械製造業等での受注が堅調傾向を示している。ただし、原材料確保の関係で納期は長期化しつつある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・駅前ビル等も、集客の仕方に問題があるのかテナントがなかなか決まらない。これでは購買意欲は湧かない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた観光関連業では、夏に向け観光客が増加して上向きになると思われる。ただし、物価高騰の影響もあり、全体的な景気は変化しない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含め引する製造業では、企業によって求人数にばらつきが目立ち始めている。
	▲	職業安定所（職員）	・政府主導のゼロゼロ融資の返済が始まっていることから、今後の企業動向が不安要素である。引き続き、物価高騰の影響も景気のマイナス要因となっていく。
	×	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドは引き続き増加していくと予測している。
	◎	コンビニ（企画担当）	・国内での人の動きはほぼ戻りつつあり、今後は海外からの旅行者が戻ることが予想され、更なる売上の増加が考えられる。
	◎	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍での自粛の反動とみるが、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に合わせて、夏頃にかけて同窓会を始めとする宴会予約が増加してきた。
	◎	都市型ホテル（営業担当）	・コロナ禍で食事を自粛していた企業からの問合せが多くなっている。全国旅行支援が終了し宿泊稼働は落ち着いてきているが、インバウンドの来客数も徐々に増えてきているため、今後が期待できる。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・個人旅行に加え団体旅行も復活しており、さらに海外旅行も徐々に申込みが増えてきている。この流れは、新型コロナウイルス感染症の新しい波やその他の旅行を自粛する要因が生じない限り続く。物価上昇は多少マイナスであるが、給与、ボーナス等の所得が増えれば、大きな影響はない。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・問合せを受けている多くの団体旅行は秋口に実施の案件のため、3か月先辺りから実際に売上数字として表れてくる。ただし、同じような時期に問合せが集中しているため、予約が困難なケースが多々ある。単純な割引制度ではなく、需要を分散させる施策を実施してほしい。
	◎	タクシー運転手	・梅雨や夏の暑い時期は利用客が増える。
	◎	美顔美容室（経営者）	・8月になると例年どおりキャンペーンセールが始まるため、セールの購入がある。
	○	商店街（代表者）	・ウクライナ問題が解決して景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に関する話題も少なくなったため、消費マインドも徐々に上向く。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の新たな波が来なければ、ゆっくり回復する。
	○	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことで人との接触が楽になり、冠婚葬祭や記念イベントなどの参加人数も増え、景気は良くなる方向にある。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束による影響は大きい。物価は上がっているがそのうちに落ち着く。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来客数は、僅かであるが増加傾向が続いている。飲食に伴う飲料の販売も、夏になるとビールを中心に緩やかに戻ると期待する。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・引き続き緩やかに良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（総務担当）	・早い梅雨入りとなったため客足が心配されるが、インバウンド需要も中国からの航空便が増えつつあり、更なる売上増加が期待される。物価高騰も落ち着きをみせており、引き続き底堅い消費に期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・今年の夏休みは旅行や里帰りなど家族単位での移動が想定される。それに伴う手土産需要だけでなくレストランの利用拡大のほか、ファッション関連商品やマスクなし生活に伴う化粧品の需要拡大が見込める。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、消費者の mindset は上向いている。夏に向けて、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、季節外れのインフルエンザ感染のリスクや物価高の影響が懸念事項である。
	○	百貨店（営業企画担当）	・前年は6～8月にかけて新型コロナウイルス感染症の第7波が来たが、本年は5月から感染症法上の分類が5類感染症へ移行したため、夏場の景気は良くなる。
	○	スーパー（経営者）	・8月の夏休みに期待している。
	○	スーパー（販売担当）	・更に新型コロナウイルス感染症発生前の状況へ戻って、消費は伸びる。
	○	スーパー（販売担当）	・夏休みに向かって来客数が増え、経済も落ち着いてきたため購買力も増す。
	○	スーパー（販売担当）	・小売店ではまとめ買いや値引きセール等の販売促進をかなり多用しているが、対象商品の動きにも格差が出ており、全体の押し上げになるかは疑問である。季節商材は猛暑頼みのところがあり不確定であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度の販売を見込む。企画の成否が業績を左右する状況が続く。
	○	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルス感染症もようやく落ち着き、マスク生活からも徐々に解放されたことで消費者の動きが活発になると同時に、消費も活性化しつつある。人々が動けば経済は上昇するため、今後インバウンドも含め期待したい。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、地域イベントが復活開催され、予約注文が入り始めた。商品の値上げに対しても、消費者には慣れが出始めている。
	○	コンビニ（店員）	・暑くなるため、来客数や冷たい物の販売量が増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和により、法人客の仕事量が増加して消耗品の購入や制服の販売数が増えている。今年の夏も猛暑が予想されるため、防暑小物の購入増加が見込まれる。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・今後、賃上げの効果に加え一時金の支給もあり、社会全体がこれまでよりは消費に向かい、好景気につながるとみる。
	○	衣料品専門店（販売企画担当）	・販売量も増えてきて、少し改善傾向にある。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束してきたため、冠婚葬祭用の礼服がよく出るようになった。夏に向けてはシャツとスラックスとジャケットを別々に購入する客もいるが、2～3か月先には、またスーツの準備をする客が多くなる。
	○	家電量販店（店員）	・どうせ買うなら良い商品をとという声も多くなってきた。エアコンの上位モデルなどが売れそうである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・人の動きが通常時に戻ってきた。自動車の生産が回復している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策の煩わしさが薄れ、客の店頭誘致を図ることが可能となってきた。今年の賃上げ及び夏季ボーナスにも期待し、夏に向かって新車需要が盛り上がるよう願いたい。新車販売店の合併もあり、新しい競争がどう生まれるのかも注視したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・足元の良い流れには安定感があり、問合せから成約につながっていくと考える。良い方向に向かっている。
	○	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で数年止まっていた工事が、通常のように入り始めた。飲食業、住宅やマンションなどの小規模から中規模の改修工事が多く出ている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・景気はやや良くなると期待したい。引き続き客足の動向を注視する。
	○	高級レストラン（経営企画）	・都心部の店から郊外店への広がり、中国人観光客の来日とインバウンド需要、アフターコロナの夏休みに期待する。
	○	一般レストラン（従業員）	・客の話では、会社でも飲食自粛の通達は解除され自由だと言い、大変有り難い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・賃上げが少しでも行われれば、良くなる要素が多々ある。
	○	都市型ホテル(総支配人)	・夏休みの宿泊需要を期待している。ただし、コストの上昇を価格に転嫁できない。大手企業などの一般社員では地方への出張費がここ20年近く8000円で変わらず売値を上げられないため、インバウンドの増加を期待したい。
	○	旅行代理店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症も少し落ち着き、最近ではインフルエンザが発生しているようだが、2～3か月先には少し良くなる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の制限がなくなった直後は客の動きが非常に増えたが、時間がたつにつれて新型コロナウイルス感染症発生前の水準程度に落ち着いてきている。今後の客の動向が気になるが、客足は徐々に増えている。
	○	テーマパーク(職員)	・インバウンドが増えている。
	○	ゴルフ場(支配人)	・2か月先の7月の入場者予約数は、前年同日比でそれほど遜色なく推移している。今後、台風の影響が多くなければ、2～3か月先の入場者数はほぼ順調に推移するとみており、今月よりは景気は良くなる。
	○	美容室(経営者)	・パーマは2～3か月に1度、毛染めは2か月に1度程度のサイクルで来店があるため、7月頃は施術サイクルの観点から来客数が増える。
	○	住宅販売会社(従業員)	・6月はボーナス月のため少し購入意欲が湧くはずである。少し回復すると考える。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕(営業)	・閑散期に突入するため期待値は低いが、この間に準備をして次回に期待する。
	□	商店街(代表者)	・コロナ禍からの解放感が出てきたので消費活動は活発になりそうであるが、やはり物価高も響いており、全体的な景況感は余り変わらない。
	□	商店街(代表者)	・商店街での客の動きから、現状維持とみる。
	□	商店街(代表者)	・地域家電専門店の主な顧客層である高齢者世帯の購買意欲が低い。商品価格の上昇が消費を鈍らせている。
	□	一般小売店〔高級精肉〕(常勤監査役)	・新型コロナウイルス感染症の新しい波が来なければ、このまま横ばいで推移する。
	□	一般小売店〔結納品〕(経営者)	・元々夏場は売れない時期であるため、このまま推移する。
	□	一般小売店〔果物〕(店員)	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕(企画担当)	・円安やウクライナ問題等、先の見えない状況が余りにも多い。
	□	百貨店(販売担当)	・人の動きが活発になったため消費も増えると期待したいが、6月からの値上げラッシュが懸念される。
	□	百貨店(販売担当)	・春先の来客数と比べるとゴールデンウィークには勢いがなかった。
	□	百貨店(計画担当)	・しばらくは現状が続く。インバウンドに関しては、中国人観光客の増加がないと飛躍的な増加はないと考える。
	□	スーパー(店長)	・電気代の高騰や商品値上げからある程度の時間が経過したことで、今の生活が通常となりつつあるため変わらない。
	□	スーパー(店員)	・5月末からの連続雨天が予報どおりとなると農作物へ影響し、一時的に野菜の値段が上がって購買意欲が低下する懸念がある。さらに、夏に向けてエアコンなどによる電気代の増加に対して何で節約するかという食費になるため、スーパーが影響を受ける羽目になる。
	□	スーパー(店員)	・商品の単価上昇がまだ続いているため、最低限の購入はしても、それ以外の買上が非常に少なくなる。
	□	スーパー(営業企画)	・当面、大きく景気を左右する要因は見当たらない。
	□	コンビニ(エリア担当)	・今月のこの状態を、夏頃にかけても維持していく流れになると予測する。
	□	コンビニ(エリア担当)	・変化があるとすれば更なるインバウンド消費だが、地方への効果は薄い。
	□	コンビニ(店長)	・商品の値上げは継続して発生している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で人の動きが活発になっても、生活必需品の購入以外には、財布のひもは緩まない。
	□	コンビニ(店長)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、インバウンドを含め来客数が増えている状況であるが、特にここからの大きな伸びはないとみる。
	□	コンビニ(店長)	・値上がりした商品が増えているのに、買い控えのため客単価は下落している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・いまだに続く値上がりに、今と同程度の消費者マインドが維持されることは難しいと考える。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品企画担当）	・人流に回復はみられるものの、現状維持とみる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・小売業としての経営努力以上に、経済情勢の好転が必要と考える。全体的に商品単価、人件費や水道光熱費などの上昇により消費が不安定で、近々にこの状況が改善されるとは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・諸物価の上昇が続く昨今、元々上代設定が高いため、幾らバーゲンセール期間になるとはいえ売れるとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・旅行等での需要は良くなっているとみるが、家電購入においては目新しい商品もなく、使用できる間は使用するため、景気においては現状と変わらない。天候次第で、夏物商材の販売においては一時的に変わる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・いろいろな値上げに慣れてきたところはあるが、まだ値上げが続いている。中小企業の賃上げは、大手のようにはいかないとみる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・足元の状況が改善されるには、時間が掛かりそうである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・供給体制は整ったようだがさほど入荷もなく、先が不安である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車種の発表も延期になり、人気車種は受注が終了して販売停止になっている。販売できる車がかかなり限られている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・景気は少し悪い状態が続く。最近よく地震が起こるため、大きな災害が発生すればとんでもないことになるかと心配している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今年上半期は前年よりも車の入荷が少なく、前年を割っている。下半期に生産が回復してくるような話もメーカーから来ていないため、売上は停滞が続く見込みである。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・そう簡単に景気が良くなる要因は見付けられない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の問題がある。定点観測で数人から数十人という情報では、自分の住むエリアで実際にどれくらい新型コロナウイルスの新規感染者数があるのか不明であるため、とても心配である。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・7～8月は団体より個人客が中心となる。新型コロナウイルスの感染状況がこのまま収束するか、インバウンドが更に増えて地方都市にまで波及するかがポイントと考える。もう数週間先でないかと7～8月の状況は読めないため、かなり流動的ではあるが、足元のやや良い状況は変わらないとみる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・海外路線の臨時便や定期運航も現状維持で、余り期待できない。欧州行き路線などの需要回復は難しそうだが、夏に向けてアジア方面の需要はまだ期待できる。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したものの、海外旅行需要がこの地方でも回復するには、まだ時間が掛かる。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・以前と比較して消費が減っている。不要不急の出費が控えられている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・いろいろな物の値上げに加えて、光熱費の補助金終了による値上げも見込まれ、消費者が余り動かない状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・機器の積滞は解消されつつあるが値上げは止まらず、個数を多く買えば新型コロナウイルス感染症発生前との金額の差がかかなり大きくなり、見送りになる案件も多い。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・大容量通信サービスでIP電話のオプションが利用できるようになったため、速度重視の顧客にとっては魅力的な商品となり、今後申込みの増加が期待できる。
	<input type="checkbox"/>	テーマパーク職員（総務担当）	・国の施策に代わり映えがなく、新型コロナウイルス感染症対策において5月からインフルエンザと同等の扱いになったものの、日常生活においてははまだ息苦しさが残っている。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（案内係）	・一見すると景気が少しずつ回復しているように見えるが、誰に聞いても景気は良くなっていないと言う。これから値上げの影響が出てくるし、その他にも家計に響くことが多く、しばらく期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて外出する人が多いが、物価や電気代などの上昇のため、手放しに喜べない。
	□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・酷暑といわれない程度の夏になれば、客の体調変動も少なくサービス提供の機会も増えるが、どうなるか心配している。
	□	住宅販売会社（従業員）	・大きく変化する様相はみられない。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・物価、資材などあらゆる方面における価格上昇に収入が全く追いついていない。人手不足も物価上昇の一因であるが、それらを解決するべくAIや自動化に向けた動きも、国家レベルでは見えてこない。現状から改善する要素が見当たらない。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・リフォーム工事や内装工事の引き合いが活発ではない。
	▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・引き続き円安傾向が進むとみる。
	▲	百貨店（売場主任）	・前年も同様だったが、商品の値上げラッシュが続いている。6月1日から3ブランドほど2000円から4000円値上げし、インポート物も次から次へと値上げとなる。これまで税込み4万円程度で買った物が税込み5万円近くになり、客もなかなか手が出せないのではないかと。
	▲	百貨店（経理担当）	・足元では景気の緩やかな回復が続くとみられるが、米国を始めとする世界経済の減速に伴って、少なくとも一時的な後退局面を迎えると考えられる。
	▲	スーパー（店員）	・8月に大きな値上げを控えている。
	▲	スーパー（店員）	・買いだめの反動で、買い控える客が増えることが予想される。
	▲	スーパー（総務）	・来客数は若干増えているが、1人当たりの買上金額が前年より1割近く下がっており、物価上昇による買い控えと考える。買物する客の雰囲気は悪いわけではないが、割引商品には敏感に反応している。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・コロナ禍での特需も終わり、テレビやエアコンの巣籠り需要がなくなった。消費行動が外へと向かい、家電の需要は減りそうである。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・相変わらず新車の納期は改善される様子がない。新型コロナウイルス感染症対策の規制が解除され旅行などの行楽に消費者の興味が向かっているため、車の購入意欲が低下傾向となる。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・円安の影響もあり、車両本体価格が異常に値上がりしている。一方で下取り車の価格は異常に下落しており、非常に販売しづらい状況が続いている。この状況が今後も続く予想され、先行きはかなり厳しくなる。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・将来の家計に不安を覚える人が増えており、予約注文は月平均と比較し10%程度減少となっている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・7月まではほとんどの都道府県で全国旅行支援の停止状態が続くと見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・新しい税金が導入される。
	▲	パチンコ店（経営者）	・コロナ禍の影響が薄れつつあるなか、新型コロナウイルス感染症発生前の状態まで回復するかと思っただが、業界全体が下降して将来の展望が描きづらい。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、給料は上がらないのに物価だけ上がって景気は悪くなると考える。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇と6月から電気料金の値上げがあるため、先行きは悪くなる。
	▲	設計事務所（職員）	・これまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた部分では景気が回復するが、それ以外の景気は全く変わらない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・物価が上がり住宅に金が回らないため売行きが悪い。先行きが不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利は上がらないという神話をまだ当てにしている人もいる。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・なかなか値上げできないなかで材料費だけが上がり、厳しい状態が続いている。無理して仕事を取れば赤字になる。経済が明るい方向に向かっているとは思えない。
	×	スーパー（店長）	・1品単価は値上げにより上昇しているが、買上点数の減少でトータルの客単価は前年を割っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（店長）	・賃金が増えず支出が増えていけば、おのずと使える金が減り、自衛に走るしかなくなる。コンビニでの買物はぜいたくな行動の1つになってしまっている。余裕がない人は、コンビニで買物をしない。
	×	設計事務所（経営者）	・種まき仕事も全くない状態である。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	化学工業（営業担当）	・自動車の生産が回復傾向にある。表面処理剤関係の需要は、徐々に回復見込みである。
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	・従来品は、足元では在庫調整の色合いが強いため、3か月後には若干上向きそうである。また、新規テスト品が量産に移行する可能性もある。
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・アジア、北米の自動車向け設備投資の引き合いが増えており、受注が増えると予想する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・客先業界ではお盆前にある程度の需要が見込めるようで、2～3か月後は仕事量が増えるを期待している。
	○	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産レートが上がるという情報が入ったため、先行きはやや良くなる。
	○	金融業（従業員）	・今後も新型コロナウイルス感染症対策の緩和により飲食店などが盛り上がりを見せていく。飲食店もコロナ禍でSNS等による宣伝効果を学び、はやる店でははやるスタイルを確立しており、全体として良い方向に向かう。
	○	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症への不安は減少していくとみられることから、外出や遠出をする人は更に増加傾向になると予測する。外出の増加に伴い、今後の売上は増加していき、前年を上回る状況が続くと見込む。
	○	公認会計士	・米国債の債務不履行は回避の可能性が高まり、円安、株価高が続けば輸出産業の景気回復が見込まれる。海外からの入国者が増えていることも良くなる要因の1つである。大企業等が賃金を上げているため、消費がもう少し戻り原価コストの上昇分を価格に反映することができれば、景気の改善も可能となる。少しずつその傾向が出ている。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・半年ぶりの円安水準になってきたが、金利は大きく変化しないと考える。日本としては数十年ぶりの円安によるチャンスである。新しいものを常に考案してきた当社には、いろいろなチャンスが訪れると考える。
	□	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量から見ても回復にはつながらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気がやや悪いままで推移する。景気が良くなる材料は何も見当たらず、2～3か月後の景気も今と余り変わらない。
	□	化学工業（総務秘書）	・企業の好業績、賃金アップ、アフターコロナ、インバウンドの復活、株価高など好景気の要素が多い一方、景気を下げる要因は余りない。
	□	金属製品製造業（従業員）	・しばらく忙しい状態が続くと考えるが、これが収益につながるようになると、景況感も良くなる。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	建設業（役員）	・物価や資材の高騰で今後は販売物件の価格が高騰してくる。客に対しての税制メリットも毎年縮小傾向で、景気好転の材料がない。
	□	建設業（経営者）	・景気は良くも悪くもなく、政治もはっきりしない。全体的に元気がない。
	□	建設業（営業担当）	・公共事業や大型の委託業務が来月辺りに契約締結となる。こうした仕事は予算は削られつつも採算が合うため、景気としては問題ない。ただし、今後の新型コロナウイルスの感染状況などによって景気は悪くなるかもしれない、どちらともいえない。
	□	輸送業（従業員）	・仕事量は今後も少しずつ増えると見込むが、運賃が上がるかどうかは不明である。協力会社からも値上げ要請が出ており、業界では値上げムードではあるが、同業他社も同じように値上げ交渉に苦慮しているのではないかと。
	□	輸送業（従業員）	・自動車業界など日本経済を支えている企業に良い話がない。
	□	輸送業（エリア担当）	・季節変動以外は、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（エリア担当）	・単価は若干しか上がっておらず、物量は逆に若干減っている。協力会社からの値上げ要請は強く、単価がもう少し上昇しないと厳しい。
	□	輸送業（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して、世の中では人々の日常生活が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるという報道もある。しかし、物流の面だけを見ると、そのような動きから波及するはずの荷物の動き、生活物資の大きな流れといった新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているようなトレンドは見当たらない。引き続き景気は低迷する。
	□	通信業（総務担当）	・物価上昇で消費の拡大は見込めず、買い控えや節約が一段と進む。まだ先行きが不安である。
	□	通信業（法人営業担当）	・株価が30年ぶりに3万円台に突入し、当地域においては太陽光発電所等の工事も2か所で始まった。ただし、6月には多数の品目で値上げがあるため、庶民の生活が上向きという見方はできない。景気は良くなりつつあるのかもしれないが、現実の庶民の生活は余り変わっていない。
	□	金融業（従業員）	・物価の上昇に対する賃金の伸びは見合っていない様子である。景気が劇的に良くなることは考えづらい。
	□	金融業（企画担当）	・徐々にではあるが、初任給や若手社員の賃金アップが中小企業にも出始めている。当面は現状の景気が続くと考え、良くなる兆しがみえつつある。
	□	不動産業（経営者）	・現状のまましばらく進む。
	□	広告代理店（制作担当）	・これからも食品や日用品、更に電気料金が値上げされる予定のため、夏に向けてのイベント等の企画も足踏みする企業が増えそうである。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・5月から当地区では他の新聞社が夕刊を廃止したり、値上げをしている。自社の取扱紙は現状のままであるが、それがどのように影響するかは分かりにくい状況である。
	□	行政書士	・現状維持である。
	□	会計事務所（職員）	・雇用保険料率が上がり、賃上げがあっても手取りは余り変わっていない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小に合わせて引き合いが減少している。受注量が減少すると考える。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・電気代の値上げやまだまだ続く物価上昇で、良くなるわけがない。
	▲	輸送業（経営者）	・人手不足が更に深刻な状況になると見込む。非効率な仕事は断らざるを得なくなりそうである。
	▲	通信業（法人営業担当）	・元気、やる気が起こる要素がどんどん減っている。自分たち現役世代は、コロナ禍での巣籠りで新しい技術や産業を生み出すパワーを失っている感覚がある。これまで業界には景気の波に左右されない安定感があり、安心感のある会社の中で忠誠心が生まれ、落ち着いて新しい技術を生み育て、伝承できた。ウィズコロナ社会で世界に向かって発信できる技術や産業を生み出す力は、今の業界、社員には期待できない状況である。
	▲	会計事務所（職員）	・物価高が続き、客は価格に対して今まで以上にシビアになっている。競合他社の価格を提示されると値引きしてでも売上を確保しなければ生き残れない。物価高への対策や消費者の可処分所得を増やす政策がなければ、状況は変わらない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・今年前半は何も良い兆しがなかった。下期には良くなるという期待だけで臆測を言う客も増えており、実需の回復の見込みがみえない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・価格転嫁せざるを得ない環境であるが、価格転嫁をすれば需要が減少するのは必然である。
雇用 関連	◎	—	—
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	・企業側の求人意欲は旺盛であり、ボーナス後の6月中旬以降に求職者の活動が活発になることを期待している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・第1四半期を境に、退職者補充のための求人が増えるの見込む。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・6月以降の自動車生産体制は上向きで、今後発売される新型車種の受注状況によって更なる上向きが期待される。ただし、生産体制強化に伴い人材確保が必要だが、追い付かない状況が見込まれる。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人の流れが戻ったことにより、飲食関連や観光施設等がにぎわう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	職業安定所（所長）	・物価高騰、原材料不足の影響は懸念されるが、人手不足の声は強く、企業の業績回復が期待される。飲食、サービス業の業績回復は遅いが、アフターコロナでの社会経済活動の正常化に伴い、業績は一定程度回復すると見込む。
	○	職業安定所（職員）	・求人への回復傾向は緩やかで、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るかは不透明である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後で転職潜在層の活動意欲が高まる時期となる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・過去5年間、人気があり就職希望者も多いが1人も採用されなかった法人から、今年度は現時点で2人の内定を獲得している。採用に積極的であると感じるとともに、全体の内定状況も前年より早く、雇用の拡大がうかがえる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク期間が良かったので、夏季も同じくらいで変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の不足から採用が徐々に厳しくなり、条件の悪い仕事は採用難が深刻になる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・今のところ自動車業界を中心に設計開発意欲は高いまだまだ、材料費高騰などコスト増加も解消されていないため、現状の景況感が維持される状態が続くと予想する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな材料が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・深刻化する人手不足、原材料やエネルギーなどのコスト高などがあり、悪くはならないが大きく良くもならないと考える。今後は企業の淘汰も進むが、現状レベルと予想する。
	□	職業安定所（職員）	・2～3か月先には好転するようには見受けられない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の発生前と比して、製造業や運輸業等の求人数が減少傾向にある。
	□	職業安定所（職員）	・食料品等を含め生活用品の値上がりは続いており、買い控える人も多い。一方、街中では外国人の姿を目にすることが多い。景気ももう少し安定しないと、良くなるとまではいえない。
	□	職業安定所（職員）	・今後も物価上昇が続くと予想される。原材料費や光熱費の高騰が利益確保に影響し、厳しい経営が続くことが予想される。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・業種により景気に差があるため一概にはいえないが、採用のタイミングとして、時期的な要因からこのままの状況が継続すると予測する。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・物価上昇の波を賃金上昇で賄い切れないため、景気回復の兆しはみえない。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	・3か月後の8月には夏休みやお盆休みを迎えるが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、人々の活動や外出は継続するとみている。その一方で、あらゆる材料費や光熱費が上がり続け、値上げ分がそのまま外食回数の減少になると懸念している。
	◎	都市型ホテル（役員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により各地でイベントが開催されており、夏季シーズンに向けて更なる人流の増加が期待できる。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇が心配であるが、好景気を感じ始めている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・脱マスクや新型コロナウイルス感染症対策の緩和で、世の中の雰囲気以前に戻りつつあると考える。
	○	コンビニ（店舗管理）	・今年の夏休み期間への期待が大きい。これまでのうっ積を晴らすようなムードがあるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関しては分類の変更など、心理的には相当良くなっているため、今後期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・客の動きは余り良くないようだが、新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、展示会等のイベントへの来場者が多くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・行動変容によりこれまで購買を控えていた外出需要は回復傾向が続いている一方で、イエナカ需要が後退しつつある。また、飲食店の利用者が大幅に増えてきている一方で、食品関連では値上げの影響もあり、節約志向が強まっているようにみえる。8月頃までは新型コロナウイルス感染症からの反動で回復すると考えるが、9月以降については不透明である。
	○	観光型旅館（経営者）	・個人客に加え、夏以降の団体やグループの問合せが増えている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げ後に期待している。
	○	タクシー運転手	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増加せず、人々がマスクをはずして外出すれば、景気が良くなってくると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売と夏休みに入ることで、少し購入が増えるとみている。
	○	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・夏に向けてマスク着用の習慣が減ってくれば、人々の行動が以前と比べて積極的になり、会員動向にも少しずつ影響が出てくると希望的観測をしている。しかし、電気料金が40%アップするなど、経費の上昇が続くので採算面が不安である。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数もほぼ落ち着いている様子であり、連日の株高の報道もあって、消費者の購買意欲も高くなってくる。
	□	商店街（代表者）	・売上が伸びているのは、日本人観光客ではなく外国人観光客の増加が主な要因である。日本人観光客による売上が伸びないと、景気が良くなったとは考えられない。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・値上げが続き、高額な牛肉はなかなか売れない状態が続くと考える。そのなかでゴルフの景品等の受注が少し増えてきているため、そういった需要に期待しつつ、来月から始まるお中元等ギフトの売上にも期待したい。
	□	百貨店（売場主任）	・電気料金や原材料価格の高騰による物価高の影響で生活防衛意識が強まり、お中元やクリアランスセール商戦も余り期待できない。
	□	百貨店（販売担当）	・電気料金やガソリン代の上昇、円安、物価高などによって消費者心理にどのくらい影響が出るのか様子を見ている。5月中旬に実施した優待会では来客数、買上点数共に少なく苦戦した。早くもクリアランスセールを待つ声すら出ており、客はより価格に敏感になっている。当面は品質よりも低価格を強化した品ぞろえが必要だと考える。そのため夏休みまではやや低調に推移し、夏のボーナスや夏休みの外出需要の掘り起こしでの回復に期待している。
	□	スーパー（店舗管理）	・卵の特売を中止しただけで、来客数が100人以上減少するような状況である。ポイント付与もキャリア決済に左右されるため、困り込みをしたくても費用対効果が得られない。
	□	スーパー（経営企画）	・値上げはまだ続くとみられ、来客数も現状と同様の動きをすると考える。
	□	コンビニ（店長）	・売上は増加しているが、経費の上昇がカバーしきれていない。経営面での景気は変わらないが、来月以降に光熱費が更に上昇するようであれば悪化するとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・消費者の価値観が洋服から他へと移ったようにみえる。洋服に金を使わなくなっている。
	□	家電量販店（店長）	・県の省エネ家電購入応援キャンペーンが実施されているが、より性能が良い高単価商品の購入に結び付いているわけではなく、前年をキープできる程度と考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・しばらくは今までの受注残による納期遅れの影響で納車業務が続くため、変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（役員）	・受注に関しては引き続き大きな懸念材料がなく、現状同様に順調に推移していくと考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	・自動車業界としては、新車の販売数量が増えて商流が活性化する必要がある。納車期間は改善方向にあるが、新車販売は依然として軽自動車やエコカーの比率が高く、オプション用品等の売上が上がっていないため、この先も景気は変わらないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・早く新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ればと思うが、戻ったところで景気は悪かったのだと思い直している。
	□	高級レストラン (スタッフ)	・5月は今年に入り初めて来客数が増加し、手応えを感じているが、この先の動向はまだ見通しが立てにくい。
	□	一般レストラン (店長)	・アルコール類の消費や、夜の来客数の増加は鈍い状態である。
	□	スナック (経営者)	・このままの状態であれば変わらないが、国内、国外共に異変があれば、マイナスになると考える。
	□	旅行代理店 (従業員)	・夏は団体旅行のオフシーズンであり、個人旅行の受注も前年同様とみている。
	□	通信会社 (営業担当)	・前年の販売数と比較して大きな変化はみられない。2～3か月後に変化する要因が見当たらない。
	□	通信会社 (役員)	・5月同様に、前年と同レベルの契約者数で推移するものとみている。
	□	通信会社 (役員)	・大きな変動要因が見当たらない。
	□	テーマパーク (役員)	・今後3か月間の予約状況を見る限り、現在と変わらない状況が続くと考える。
	□	パチンコ店 (経理)	・今のところ景気に大きく影響する事柄が見当たらない。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・イベントへの来場者数、問合せ件数共に減ってきているなかで決断にも時間が掛かっており、大変厳しい状況が続くとみている。金利の低さだけは変わっておらず助かっているが、住宅価格が下がるとは当面考えられないため、現状が続くとみている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・坪単価の高い新築住宅は厳しい状況が続くと考える。リフォームにはまだ需要はあるが、人手が不足している。それに加えて協力業者の高齢化による施工能力の低下問題もあり、売上の伸びに対して課題も多い状況が続くとみている。
	□	住宅販売会社 (従業員)	・建築資材の高騰が落ち着かないと、景気の回復が期待できない。
	▲	一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・来月以降も多品目の値上がりが控えており、良くなる要素が皆無である。
	▲	百貨店 (販売促進担当)	・電気料金値上げのタイミングで節約モードになるとみしており、生鮮食品などのデイリー品は厳しくなる。ただし、富裕層の消費はいまだに継続しており、ラグジュアリーブランドや高級時計などの販売会を中心に、高額商品の販売機会をより仕掛けていく必要があると考える。
	▲	スーパー (店長)	・物価高が止まらない。客は余計なものを買わない流れになっている。
	▲	スーパー (仕入担当)	・食料品に加えて光熱費等の生活費が高騰してくるなかで、し好品の購入頻度は下がるとみている。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・足元の物価は高止まりしていて、サービスでも価格転嫁が進展している。6月からの電気料金的大幅な値上げを控え、消費への影響を懸念している。
	▲	家電量販店 (店長)	・電気料金の値上げで買換えを検討する客もいるが、想定予算は前年よりも低く、低予算での買換えを検討している。
	▲	家電量販店 (本部)	・電気料金の値上げ率が大きく、消費マインドへの影響を危惧している。
	▲	住関連専門店 (役員)	・夏休みに入ると、外向きの消費が更に加速すると考える。
	▲	通信会社 (職員)	・大手の進出により売上が減少する。
	▲	競輪場 (職員)	・新型コロナウイルス感染症対策での行動制限がなくなったことから、今まであった巣籠り需要がなくなっている。
	▲	住宅販売会社 (営業)	・物価が緩やかに上昇を続けることで、販売単価の更なる値上げが避けられず、客足が離れるとみている。
	×	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で、人出が増え売上の増加を期待していたが、予想以上に財布のひもは固い。食料品や光熱費の値上げによる影響が大きいと考える。
	×	タクシー運転手	・電気料金的大幅値上げ、野菜や食品の値上げにより、買い控えや外出控えが増えて金回りが悪くなると考える。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業 (経理担当)	・企業業績も改善がみられ設備投資も順調なことから、産業機械向けの受注が順調に入ってきている。自動車関係も生産が戻りつつあるものの、正常化までにはもう少し時間が掛かると考える。
	○	精密機械器具製造業 (財務担当)	・来日外国人観光客の消費に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送業（管理会計担当）	・物流はやや回復傾向にあることから、徐々に景気は回復してくるとみている。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により各種行動制限が緩和され、観光、飲食、交通及び関連業種の需要が増加している。一部の製造業でみられた部材の供給不足による納期遅延も徐々に解消されている。
	○	金融業（融資担当）	・製造業の受注状況及び観光関連産業に回復の動きがみられる。しかし、売上回復の程度にはばらつきがあり、原材料や各種のコストアップにより利益が圧迫されている事業者も多い状態である。
	○	司法書士	・新幹線駅の開業が近づき、駅周辺では新しい事業の計画が多くある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・人の動きはより一層活発になるだろうと、売上に関しては楽観視している。一方、コスト面でのプラス材料は見当たらず、この先も収支は厳しい状態が続くとみている。
	□	化学工業（総務担当）	・受注量は変わらずに推移するとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・状況が早急に改善するとは考えられず、今後も当分は厳しい状況が続くとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注量から判断して、景気は変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・依然として為替や社会環境の変化が大きく、先行きの見通しが難しくなっている。
	□	輸送業（経理）	・食品や電気料金などライフライン価格の上昇と、賃金の上昇が一致していないため、必要最低限の買物で済ませるような消費動向が続くとみている。
	□	通信業（営業）	・政府の新たな施策等がないため、変わらないと考える。
	□	不動産業（経営者）	・個人客や企業などの法人客からの問合せが、かなり少ない状態である。
	▲	繊維工業（総括）	・電気料金の値上げに加え、景気減速による欧米の消費マインドの低下により、これまで好調であったスポーツやアウトドア向けの受注にも影響が出始めるなど、先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	建設業（役員）	・大型案件を含め受注量の確保が、現状と比べて減少方向にあると考える。
	▲	税理士（所長）	・今後、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済に対応できない会社がどんどん増え、倒産が相次ぐと考える。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加から就労者数の増加が見込まれ、賃金増、消費増へと好転し始め、景気が徐々に回復するとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・数年ぶりに開催される祭りやイベントなどが多く、告知のための広告出稿も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。ゴールデンウィークに続き、夏休みやお盆の時期に向けて観光地や宿泊施設の特集紙面も検討しており、近年としては明るい材料が多い。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れ、経済活動の正常化を期待している。
	○	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に増加傾向であり、今後は採用活動や求職活動が少しずつ活発化する兆しがみられる。
	□	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症の収束というプラス面と、ウクライナ情勢や物価高というマイナス面がまだきつ抗している。
	□	新聞社〔求人広告〕 （営業）	・物価の上昇が終息する様子はない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人流が回復することを見込んだ増員のための求人が出てきているが、全体の求人数は余り変わっていない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人活動をしていても人材が集まらない状況で、年齢幅や経験などの採用条件を緩めても応募がない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	求人情報誌製作会社 （編集者）	・求人数がやや減少している。

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も外国人観光客の増加に変化はなく、好調が続くと予想される。来店促進策として、イベントや催事の開催、新ショップの導入などを進めることで、売上の確保が期待できる。
	◎	百貨店（マネージャー）	・国内市場は価格の上昇傾向が続くなか、人流は更に拡大すると予想される。そのなかで、優先順位を決めた選択消費の傾向が顕著となる。さらに、インバウンド需要が大都市から地方都市にも広がる。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・社会活動が通常の状態に戻りつつあり、インバウンド消費も回復している。中国からの訪日客の動きが戻れば、景気は活性化すると予想される。
	◎	家電量販店（店員）	・夏商戦やボーナス商戦に向けて需要が高まり、来客数の増加が見込まれる。特に、エアコンや冷蔵庫の需要が高まることで、客単価の上昇につながり、売上の増加が見込まれる。
	◎	乗用車販売店（支店長）	・株価の上昇による影響が出る。
	◎	高級レストラン（企画）	・宿泊、レストラン、宴会の全てで、2019年の水準に戻りつつある。今後のインバウンドの増加や飲食需要の増加により、引き続き業績の回復が見込まれる。
	◎	一般レストラン（店主）	・夏に向けて、いろいろな行事やイベントなどが行われるため、多くの客が動く。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・今後もインバウンド需要が見込まれる。
	◎	観光名所（企画担当）	・前月と同様に、来場者数の回復が進んでいる。コロナ禍による悪化の反動かもしれないが、前月、今月は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を少し上回っている。さらに、海外からの観光客が増えれば、先行きは現状よりも良くなる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、人の動きが活発になり始めた。高速道路のサービスエリアにある店舗の売上も、土日はかつての数字に戻りつつある。夏休みの時期については、かなりの期待を持っている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・中国の観光客に係る規制が解除され、団体客の来訪が始まれば、状況は良くなる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・景気は良くなると予想されるが、買物や娯楽関係の意欲が高まっているため、物価の上昇がどの程度で収まるかに左右される。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商品が多少なりとも動くため、先行きに期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・今後も大きくは変わらない。ただし、企業業績の改善や株価の上昇など、好転する材料も出てきている。恩恵を受けるのは一部の人かもしれないが、プラスに働くことが期待される。国内需要に大きな期待が持てない分、今後はインバウンド需要をいかに取り込むかが重要になってくる。
	○	百貨店（売場主任）	・徐々にマスクの着用者も減っており、コロナ禍の影響が小さくなってきたと感じる。また、外国人客による売上比率も高まっており、今後もこの傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客の需要が更に増えると予想している。その一方、外商を中心とした国内の富裕層の動きは、注視していく必要がある。
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドを含む観光客が引き続き多いため、販売数や来客数が増加している。また、地元客を中心とした商圏内の客も、外出頻度が増えているため、ファッションを中心とした雑貨関連も好調な動きが続いている。
	○	百貨店（外商担当）	・国内の富裕層の動きは横ばいであるが、インバウンドは増加が期待できる。
	○	百貨店（宣伝担当）	・原料価格の上昇による価格改定は続いているものの、今後も人の流れは活発になると予想される。都心店舗を中心に、来客数が増えるとの見込みから、商材の発注額を増やしている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（販売推進担当）	・国内客については、コロナ禍の影響が薄まるものの、物価の上昇による影響もあり、全体では前年並みとなる。一方、インバウンドについては、中国人客の動き次第で急回復する可能性がある。
	○	百貨店（外商担当）	・中国からの観光客がかなり増えると予想され、それに伴って売上も増えると予想される。
	○	スーパー（店長）	・食料品は、現状の集客方法を継続すれば、売上の増加が見込める。一方、衣料品はコロナ禍の収束で、夏休みや盆休みのリゾート需要が高まるため、キャンプ関連や水着、キャリーバッグなどを中心に売上が増える。
	○	スーパー（店長）	・コロナ禍の収束により、アウトドア関連のほか、家飲み目当ての若者の消費が増える。
	○	スーパー（店員）	・マスクを着用していない客も増え、通常の動きに戻ってきている。週末は人が集まる機会が増えた様子で、商品をたくさん買う客が多い。単価の高い果物もよく売れている。
	○	スーパー（企画担当）	・各自治体でのキャッシュレス支払いキャンペーンや、専用電子通貨などの取扱が予想される。伸びている総菜部門の強化や、インスタアペーカリーの新たな導入などもあり、売上への寄与が期待される。
	○	スーパー（社員）	・当社の店舗だけでなく、競合店の店頭を見ても、前年よりも活気がある。今春の賃上げや最近の株価上昇の効果が、徐々に客の購買の増加につながっている。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してインバウンドが増えるほか、夏に向かうことで景気が良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・このままの勢いに乗って、景気が回復してほしい。
	○	コンビニ（経営者）	・季節要因もあり、活発な動きが出てくる。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドもまだ増えそうで、来客数はかつての水準に戻りそうである。また、様々な商品の値上げ効果により、客単価も上昇傾向が続いており、売上の増加が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・長期休暇もあるため、旅行客が更に増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・各種制限の解除で人流が活発になり、来客数は増えているが、原価の上昇や円安の影響もあり、先行きは予断が許されない。
	○	衣料品専門店（店員）	・クリアランスセールの出しも来月以降に始まるため、状況は良くなる。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・出社する人が増え、街で人を見掛ける機会も増えている。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果やコロナ禍の収束で消費が喚起され、販売量の増加が期待される。
	○	家電量販店（人事担当）	・相変わらず来客数には期待できないが、猛暑によるエアコンの販売量の増加には期待できる。また、エネルギー価格の高騰が続くことで、高単価の省エネ製品の販売増加にも期待できる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・生産台数の回復により、新車が短い期間で届くようになっている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・世間の雰囲気は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。旅行や高級品の購入を含め、し好品の購買意欲も高まる。
	○	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価の上昇が少し落ち着いてくるため、株価の高い状態が続いた場合は、全般的に明るい方向に向かう。
	○	その他専門店 [食品]（経営者）	・コロナ禍の習慣で帰宅時間が早くなっており、夜の繁華街では客足の引きが早いため、飲食店などは客の回転数が減っている。ただし、回復に時間は掛かるものの、全体の気持ちは高まっている。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・生活用品の値上げに歯止めが掛かるどころか、更に上がる一方である。生活必需品であり、客は受け入れざるを得ないため、買い控えの動きは見られない。また、女性のメイク関連商品が少し動き出しており、以前のように化粧品関連の売上も増えている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・来客数は前年比で105%となっている。
	○	一般レストラン（企画）	・5月8日以降、コロナ禍での各種規制が全面解除されたことで、人流に変化が出てくる。テレワークから会社での勤務に変わった影響か、ランチタイムの販売量が伸びており、全体としても好調を維持している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・物価は上がっているが、コロナ禍の影響がかなり落ち着いたなか、ウィズコロナに向けた日本人の考え方が根付きつつある。このままではいけないと考え、外に出る人が増えたほか、インバウンドも増えているため、景気は上向きになる。
	○	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍がどの程度収束するかに懸かっているが、今のところは徐々に良くなっている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・宴会の利用は徐々に回復が進んでいるが、レストランの利用は回復が遅れている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・企業や個人のマインドはほぼ元に戻っている。コロナ禍で我慢していた人の動きが活発化し、夏休み需要にも期待できる。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門では直近の予約が多く、稼働率が上昇している。新型コロナウイルスが5類感染症に移行した影響もあり、レストランは小規模なグループによる予約が増えている。例年開催されている、懇親会や同窓会などの宴席も、以前と同じではないが、参加人数が戻りつつある。
	○	旅行代理店（支店長）	・コロナ禍による各種制限が取り払われ、消費マインドがようやく上向いてきたなか、旅行マインドも旺盛になりつつある。物価の上昇による影響は残るものの、夏休みに向けて旅行に関する動きは上向くと予想される。
	○	旅行代理店（役員）	・海外旅行の需要も戻りつつあり、国内旅行と合わせると、新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度の回復が見込まれる。
	○	タクシー運転手	・全国旅行支援などの施策の効果は大きく、出掛ける人が増えた。外国人観光客の動きもあり、ホテルの動きもふだんより良くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	・協業相手とのコラボレーションを実施する予定であり、引き続き客の関心が集まる。
	○	遊園地（経営者）	・消費行動は確実に活発になっているが、人手不足により受付体制が整わず、チャンスロスが生まれている。コロナ禍の長期化で経験不足の人材も増え、需給バランスが整うまでには時間が掛かる見込みである。
	○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・夏に向けて、ますます大小のイベントの開催が増え、外出の機会が増えると予想される。物価の上昇が、趣味や娯楽面にどの程度の影響を及ぼすかは不透明であるが、趣味や娯楽に対する消費意欲は高まっている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国からの観光客を中心に、インバウンドの回復が期待される。
	○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・人が動くことで、何らかの上向きの傾向はみられる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・建材価格の上昇の価格転嫁も進んできて、全体的に落ち着いている。
	○	住宅販売会社（経営者）	・徐々にインバウンドも戻りつつあり、市場が刺激されている様子がみられる。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・客との面談回数が増え、それに伴って仕様も高額化の傾向にある。
	□	商店街（代表者）	・多くの店が苦戦しており、急に良くなるとは思えない。
	□	一般小売店〔花〕（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、経済面でも多少は動きが出てきたが、全てが動き出したわけではない。光熱費などの値上がりで利益率も上がらず、景気の回復には至らない。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・数か月後に景気が良くなる要素は全くなく、物価の上昇などを考えると、今よりも悪くなる可能性の方が高い。新型コロナウイルス感染症への対応の緩和で、社会の変化に対する期待と不安が入り混じっている。
	□	一般小売店〔自転車〕（店長）	・価格が上がることはあっても、下がることはない。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・以前は、ふだん着のつむぎといった高額品も動いていたが、今は購入があっても、振り袖や仕事で使う色無地などの商品に変わってきている。
	□	百貨店（売場主任）	・今後も、都心店の好調に対し、郊外店がやや苦戦するという構図が続く。ただし、百貨店全体としては好調が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症への意識は低下しているが、食料品などの多岐にわたる商品の値上げにより、消費マインドは低下している。
	□	百貨店（商品担当）	・株高などによる富裕層の購買意欲の向上や、インバウンドの回復が好材料となるが、物価の上昇による節約志向の強化で相殺される。
	□	百貨店（店長）	・百貨店が強みをもつ、母の日などの季節商戦は盛り上がるが、ふだんの生活は節約ムードが続き、お金を使う客は富裕層に限られる。百貨店で買物をしなくても生活ができることを、コロナ禍で認識されてしまったと感じる。
	□	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要の回復を期待したいが、中国での新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ危機といった不安要素の解消には、しばらく時間が掛かる。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・5月のグループ店舗の売上や来客数をみると、都市部の本店が好調な一方、郊外店は厳しい状況が続いている。売上の前年比は、本店がプラス3.0%で、3つの郊外店がマイナス6.2%、マイナス3.2%、マイナス2.3%となっている。
	□	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、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は、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化しており、この傾向は継続することが予想される。
	□	百貨店（販促担当）	・現状は堅調な推移であり、先行きも同様の動きが予想される。外出関連の需要が高まり、イェナカ需要はやや下降する形となる。今夏は気温が高めとなる予想のため、紫外線や暑さ対策関連の商材をしっかりそろえる予定である。また、コロナ禍の収束後の、夏の買換え促進もキーワードとなる。
	□	スーパー（店長）	・ポイントの付与施策により、現状維持が予想される。
	□	スーパー（店長）	・物価が引き続き上昇するか、高止まりの状況となる。店頭価格の上昇で1品単価はアップしているが、販売点数のダウンが続き、結果として売上の減少傾向が続くと予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・来客数や購入点数に変化はないと予想される。
	□	スーパー（経理担当）	・例年よりも梅雨入りが早く、強い台風が発生するなど、異常気象の影響が懸念される。以前は雨天の翌日は販売が伸びたが、コンビニやネット通販などの選択肢も増え、それほど期待はできない。今後は天候の影響を大きく受ける可能性がある。
	□	スーパー（企画）	・当面は状況に変化はない。食費や電気料金などの生活費の上昇で可処分所得の減少が続くことから、低価格志向が強まり、プライベートブランド商品の販売が伸びる。
	□	コンビニ（店長）	・今の来客数はこのまま維持できそうであるが、単価が結構上がってきたほか、ブラジルの鳥インフルエンザによる影響で、日配品の更なる値上げが懸念される。
	□	コンビニ（店員）	・店の立地から、来店客には高齢者が多い。いろいろな物が値上がりしても受け入れており、今までと変わらない動きを続けている。
	□	コンビニ（店員）	・消費の拡大につながる要因が見当たらない。
	□	コンビニ（店員）	・余り変化は感じないため、現状の来客数が見込まれる。
	□	家電量販店（企画担当）	・しばらくはこの状況が続き、夏のボーナス商戦にも期待できそうにない。猛暑となればエアコンの販売が期待できるが、省エネのリフォーム補助金も早々と予算が尽きる予想から、既に販売促進活動もストップしており、厳しい状況が続く。
	□	乗用車販売店（経営者）	・変わらないというよりも、先のことは分からない。現状は、近年まれにみる不景気が続いている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・中古車相場も下がったまま回復していないため、今後も状況は変わらない。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・夏物商材を中心に順調に推移しているが、インバウンド需要は現時点で大きな変化はみられない。
	□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・人の流れは戻りつつあるが、既存の客層以外の、若い世代へのセールスポイントが求められる。若い世代は、高級ブランドのアクセサリなどは購入するため、商品の質やコストを見直す必要がある。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・コロナ禍に伴う貯蓄の増加、リベンジ消費、賃上げによる好影響と、今後の消費者物価の上昇による悪影響に、景気が左右される。その結果、向こう3か月間の景気は現状の推移が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・今の状況に変化はないため、売上も変わらない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・インフルエンザの流行もあり、まだ先行きの回復を安易に考えることはできない。
	□	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍で失った信用や支持を取り戻せない飲食店は、経営の継続が難しくなっている。今後は店ごとの明暗が分かれるなかで、閉店を余儀なくされる店舗が増える。また、仕入コストの上昇が続くため、利益を上げるにはまだ時間が掛かる。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費者はかつての生活に戻っているが、物価が上がっており、生活は厳しい。電気料金の値下げの報道はあったが、以前の生活レベルには戻れない。
	□	観光型旅館（経営者）	・3年間にわたって旅行に行けなかった分の需要が、全国旅行支援の後押しもあって増えた後、直近では一巡したと感じる。旅行に回せる予算の余裕は景気に左右されるため、全体の給料が上がって旅行を楽しもうという雰囲気になるかどうか、業界の活性化のポイントである。
	□	観光型旅館（経営者）	・単価の高いホテルの動きが悪い状況であり、先行きも大きな変化はないと予想される。
	□	都市型ホテル（管理担当）	・利用に占めるインバウンド比率は高まるものの、全体の売上は現状維持で推移する。
	□	旅行代理店（店長）	・前月と余り動向は変わらず、海外旅行の相談はあるが、なかなか受注につながらない。国内旅行の受注も、以前の40%程度にとどまっている。
	□	通信会社（役員）	・大手通信事業者による代理店の運営方針が変更されるか、計画されているキャリアショップの削減が完了するまでは、状況の改善が見込みにくい。
	□	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、ここ数か月は前年比でやや低調であるが、依然として高い水準で推移している。今後はコロナ禍の収束後の動きを見極める必要があるが、しばらくは現状が維持できそうである。
	□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・企業業績の好調や株式市場の活況、給与所得の上昇といったプラス材料と、原材料やエネルギー価格の上昇による消費の冷え込みが、当面はきつ抗すると予想される。
	□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦や人気球団の試合があるほか、人気グループのコンサートなども予定されている。また、夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
	□	美容室（店員）	・人が動き出しているため、客単価が上がってくる。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・現状の人員体制では仕事がこなせないが、今春に新入社員が入ったわけではなく、現状の人手でやっていくしかない。本当に即戦力の良い人材が入ってこないため、数か月先も好転しないと予想される。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・電気代やガソリン代を始め、あらゆる物が値上がりしており、生活のやりくりが厳しくなる。節約生活を強いられるなかで、生活必需品以外に目を向ける余裕はなく、今後は厳しい状態となる。
	▲	百貨店（マネージャー）	・富裕層とその他の国内客による2極化が顕在している。富裕層は比較的来店が多く、購入もみられるが、その他の層の来店が伸びていない。今後も様々な負担増が予想されるなか、富裕層以外の伸びは見込めず、それをインバウンドが補う構図が続くと予想される。ただし、インバウンドの消費は予測やコントロールが難しい。
	▲	スーパー（開発担当）	・賃金の上昇や目立った景気対策もなく、少子化対策のみが発表されている状況で、景気が良くなるとは思えない。
	▲	家電量販店（店員）	・6月以降は世の中での物価の上昇に左右され、景気は悪くなると予想される。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・明確な要因は分からないが、注文の減少が顕著となっている。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・団体客の問合せは増えてきたが、宿泊単価などの予算は少しシビアになっている。当地域や近隣の観光地でも、団体料金の値下げが目立ってきている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の終了後は、予約の伸びは緩やかである。徐々にペースは上がり始めているが、想定よりも遅い。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・光熱費や物価の上昇による影響が広がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	タクシー運転手	・5月31日からのタクシー料金の値上げにより、利用率は少し低下する。5000円を超えた分の料金が半額となる、遠距離割引が廃止されるが、ドライバーの生活水準のアップにつながるのかは不透明である。
	▲	通信会社（社員）	・回復要因が見当たらない。物価の上昇と、賃金の増加が見合っていない。生活費の増加が顕著であるため、家庭では生活防衛のために固定費の見直しが進む。
	▲	通信会社（社員）	・社内決定により、今後は値引きの制限が厳しくなるため、販売台数は一時的に落ち込む。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・円安傾向の影響が再び出てくる。一旦落ち着いていた仕入価格も上がってきたため、景気はやや悪くなる。
	▲	競輪場（職員）	・6月に値上げが予定されているため、消費マインドが下がると予想される。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・依然として値上げの動きが続くなかで、教育に掛ける予算が削られると予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売価格は、都心のみでなく、郊外も上昇している。今後の販売予定価格では、消費者がついてこれられないため、販売が苦戦する物件が増える。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・外国人観光客はかなり増加しており、観光業や飲食業は良くなっているが、今後の米国経済の状況によっては、国内景気は悪くなる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築資材価格の高騰で、各社が建築単価を上げたほか、電気代やガス代等の上昇もあり、このタイミングで新しく家を取得しようという気持ちにはなりにくい。政府による新たな住宅取得策に期待したい。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・コスト上昇の動きは続くため、住宅価格の上昇も続くほか、その上昇幅は更に拡大することから、市場の先行きは厳しくなる見通しである。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・増税に向けた動きにより、悪影響が出る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍の影響は収束したといわれているが、客が買物に出てこないため、今後も悪くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・賃金の上昇は限定的であり、多くの人は収入が減少している。
	×	家電量販店（店員）	・補助金施策のインパクトが強いため、補助金が終わると、次回まで待つという客が発生している。そもそもメーカーの出荷が間に合っていないなかで、補助金の受付が終了するほど売れるという状況は珍しい。その陰には、販売現場での企業努力があることを理解してほしい。
	×	住関連専門店（店長）	・燃料費の上昇による原価の高騰が深刻で、円安が続いていることも打撃である。客の買い控えと客単価の低さは、もはや通常の動きとなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・食品の相次ぐ値上げで、消費者の財布のひもが固くなり、家族での外食回数は減少する。
	×	一般レストラン（店員）	・物価の上昇により、今後は悪くなる一方である。
企業動向関連 (近畿)	◎	食料品製造業（従業員）	・コロナ禍も収束し、今年は夏祭りなどのイベントも開催されると聞いている。今までの開催されなかった分の上乗せも予想されるため、状況は良くなる。
	◎	木材木製品製造業（経営者）	・輸入販売業は、為替や船の運賃といった外的要因に大きな影響を受ける。直近は以前のような円安傾向や運賃の高騰が落ち着いてきたため、一定の商品の売上や利益が見込まれる。
	◎	経営コンサルタント	・コロナ禍の影響や景気の動き、人流や商売の傾向をみても、上り調子になることが予想される。
	○	繊維工業（団体職員）	・今後は需要期となるため、受注量が増えることを期待している。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・年度初めの立ち上がりの悪さは、例年の動きであり、今後は通常のリcoveryを見込んでいる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇は懸念材料であるが、大手企業を中心に賃上げが進んでいるほか、コロナ禍も収束に向かいつつある。企業業績も増益の取引先が多く、インバウンド効果も期待できるため、先行きはやや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・期待も込めて、景気には上向く気配がみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界での海外からの追い上げは厳しいが、まだ数年間は日本企業も頑張れそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・不確定要素がまだ多いため、先行きは楽観できない。
	○	輸送業（商品管理担当）	・夏に向けて酒類の販売が伸びてくるため、少し良くなる。
	○	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、人の動きはインバウンドを含めて良くなる。大手企業が主体であるが、賃金のベースアップも行われたため、消費は良くなると予想される。
	○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年の水準を上回る状態が続いている。
	○	経営コンサルタント	・商店街の各店舗は、店の前の人通りが増えてくれば、それを取り込もうと考える。そのための行動が、取引先の購買意欲の刺激につながる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・人流はこれからも増えるが、物価の上昇や電気代、ガス代の値上げで、消費者の財布のひもは固くなるため、景気は余り変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・販売量や受注量の増加についての情報がない。
	□	化学工業（経営者）	・問合せや引き合いなど、新たな案件の動きは緩やかな回復傾向が続いている。
	□	化学工業（企画担当）	・インバウンドの回復により、土産の菓子などの需要が急激に増えている。今後のコロナ禍の推移次第ではあるが、これらの需要は今後も安定的に増えると予想される。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先からは、購入量が増えるといった情報が少ない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の受注内示をみると、電気自動車の関連部品は動き出す気配があるものの、一般の部品は在庫調整もあり、足踏み状態である。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・値上げで買い控えていた状況と比べて、徐々に良い方向となりそうである。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安基調による物価の上昇や、電力各社による電気代の値上げなど、家計にとって厳しい状況がしばらく続く。
	□	建設業（経営者）	・2024年問題といわれる働き方改革が迫るなか、公共工事はそれなりに対応が進んでいるが、民間の工事でも週休2日に対する意識の強化や、経費と工期面での理解をお願いしたい。
	□	建設業（経営者）	・材料の入手状況や、協力企業の繁忙状況が変わらない限り、良くなるとはいえず、現状維持が予想される。
	□	建設業（営業担当）	・コストの増加分が受注額に転嫁できていないケースが散見されるため、当面は収益が圧迫される。
	□	輸送業（営業担当）	・家計の間では、家具を購入する優先順位が低いため、今後売上が増えない。
	□	金融業（営業担当）	・まだ景気の改善には時間が相当掛かる。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・最近の株高の動きが一過性ではなく、円高傾向も進んで物価の上昇にも歯止めが掛かれば、一定の景気浮揚の材料にはなる。ただし、政府の政策動向や中国、ロシアの動向次第では、生活に大きな影響が出そうで不安である。
	□	広告代理店（営業担当）	・しばらくは今のよう状況が続くと予想される。
	□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いてきたが、不安感は依然として消えていない。物価上昇の問題もあるため、しばらくはこのままの状態が続く。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上がっている一方、賃金は変わらないため、財布のひもが締まった状態であり、景気は上向かない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・7月からは、いよいよ中国人観光客の本格的な来日が予想され、インバウンド需要の拡大が期待できる。ただし、電気料金や物価の上昇による影響で、消費マインドが徐々に低下することから、現状維持が予想される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・再び円安に振れている分、価格転嫁が難しいため、利益の確保が困難になっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、引き合い件数も少ない。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・物価の上昇や円安の状況は変わらない。
	▲	建設業（経営者）	・住宅に関する優遇税制が縮小傾向にある。また、物価の上昇で建築価格も高止まりとなり、住宅ローンの借入れが厳しい客も出てくると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	輸送業（経営者）	・とにかく売行きが悪い。今年の新商品は以前の商品とほぼ同じであるが、価格が大幅に上昇しているため、売れるとは思えない。
	▲	通信業（管理担当）	・エネルギー価格の高騰による食料品価格の値上げで、家計は更に悪化傾向となる。
	▲	不動産業（営業担当）	・これからますますコロナ禍関連の補助金も減少し、銀行融資も厳しくなるため、景気は悪化が進む。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・出荷量が減るなかで、人件費や外注加工費、エネルギーコストが上昇し、採算が悪化している。その一方、大手の取引先では、購買担当部署が価格転嫁の受入れにかなり消極的となっている。
	×	輸送業（営業担当）	・運送業界では、運賃の値上げをして荷物量が減った会社と、値上げをせずに荷物が増えたものの、それをさばけなくなっている会社の2極化が発生している。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・産業や経済の動きが低迷し、先行きの見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	○	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢に一抹の不安はあるが、しばらくは回復基調が続く。
	○	人材派遣会社（役員）	・先行きは依然として不透明ながらも、米国の債務不履行の回避や、日本の株式市場への海外からのマネー流入、国内の旅行者やインバウンドの増加により、売上の伸びがしばらく続くと予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期になれば、少し回復することが予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中国からのインバウンドの回復がまだ本格化しておらず、その部分の上積みはあるものの、国の政策方針として、企業や消費者の負担が増えることは間違いないため、景気が目に見えて良くなることはない。
	○	職業安定所（職員）	・求職者による就職件数は前年比で僅かに減少している。ただ、応募数は横ばいであるが、就職面接会への参加状況などをみると、求職者の就職意欲は高まっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・コロナ禍の影響が変化する。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用は夏に追加募集の掛かるケースが多いため、2024年卒の採用も、求人関連の広告増加や、合同企業説明会への出展増加が見込まれる。また、2025年卒を対象としたインターンシップなどの広報も例年以上に多く、かつ動きが早期化しているため、夏に向けて増える見込みである。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルス感染症に罹患した学生が、今月は2名と大幅に減少した。まだマスクの着用は解除していないが、そろそろ解除を検討したい。これらの事情から、先行きの見通しは明るい。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・2024年3月卒の新卒採用が始まり、内定や内々定を得る学生が増えてきた。企業の担当者との会話では人材不足の話題も多いため、現時点では求人が急減するような動きはない。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇や価格転嫁の不調などが、雇用に及ぼす影響が懸念されるものの、深刻な人手不足から、求人は堅調に推移する見込みである。一方、求職者はゴールデンウィーク明けから、賃金増を見込んで積極的な応募を開始している。全体的に就職活動の動きが増えており、就職活動の活発化が期待される。
	□	人材派遣会社（経営者）	・今年度の第1四半期はまずまずの景気であり、7月からの第2四半期にも期待できる。派遣先によっては、優秀なスタッフをじっくりと見極めた上で直接雇用で切り替える動きと、派遣社員のままで活用する動きの2極化がみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・夏場に向けて、観光や宿泊、飲食業での需要が伸び、一時的な人材争奪戦となることが予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当面は企業側で不安定な状況が続くと予想される一方、求職者の動きに変化はない。世代によっては、売手市場になることが予想される。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・半導体関連やインバウンドなど、業績が回復しつつある企業も多く、国内の株価は上昇している。ただし、インフレは続いており、米国政府の債務上限問題やウクライナ危機など、国内経済に大きなダメージを与える不安定要素も多い。今後の景気は上下のどちらにも向かう可能性がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・関西企業のプロモーション費用は、現状と同じ水準で推移すると予想している。
	□	職業安定所(職員)	・新規求職者数は前年比で減少し、特に55歳以上の登録者の減少率が高くなっている。一方、雇用保険受給者は増加しており、物価の上昇の影響もあって、より良い条件への転職を狙った離職がみられる。
	□	職業安定所(職員)	・物価やエネルギー価格の高騰により、先行きが不透明な状況にある。
	□	民間職業紹介機関(職員)	・大阪・関西万博の関連工事が増える見込みであるが、それを請け負う大手ゼネコンを中心に、下請企業の社員に対する現場への入場条件が厳しくなっている。それに伴い、下請の中小建設業者による求人動向に制限が掛かっている。
	□	民間職業紹介機関(支社長)	・当地域における慢性的な人手不足感は依然として強い。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・値上げも一段落してきたが、落ち着きどころがみえないため、不安定な状況が続くと予想される。
	▲	—	—
	×	—	—

9. 中国(地域別調査機関:公益財団法人中国地域創造研究センター)

(—:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	◎	一般小売店〔眼鏡〕(経営者)	・客が抑制していた消費行動を活発化させている。
	◎	高級レストラン(事業戦略担当)	・G7広島サミットの開催が後押しとなり、問合せが増えているため、今後、景気は良くなる。
	◎	一般レストラン(経営者)	・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、客の行動パターンが新型コロナウイルス感染症発生前に戻る。また、客の外出機会が増える季節に入るため、来客数が増加し、客単価の上昇で、売上も上向く。
	◎	都市型ホテル(総支配人)	・G7広島サミットの開催で、国内外問わず、知名度が上昇したため、今後、ますます観光需要が高まる。
	◎	テーマパーク(業務担当)	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がない状態が続けば、景気は良くなる。
	◎	観光名所(館長)	・客の旅行意欲が高まっており、しばらくは良い状況が続く。
	○	商店街(代表者)	・段々と新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔茶〕(経営者)	・原料価格の上昇や諸経費の増加で、利益が出るかどうか不安であるが、景気自体は良くなっていく。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	・観光客だけでなく、買物客も増加すれば、景気はやや良くなる。
	○	百貨店(広報担当)	・6月から電気料金が値上がりするが、お盆等長期休暇を控え、今後、世の中が新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻り、客の消費行動も活発化する。
	○	スーパー(店長)	・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、行動制限がなくなり、人の動きが活発になっている。今後、更に人の動きが活発になり、消費行動が上向いてくる。
	○	コンビニ(エリア担当)	・あらゆる商品の値上げが続いているが、娯楽のような消費は増加するため、景気はやや良くなる。
	○	コンビニ(副地域ブロック長)	・今後も人の動きが前年より良くなるため、物価高騰があっても、販売数量は増加していく。また、引き続き、商品の値上げを予定しているため、単価の上昇効果が期待できる。
	○	衣料品専門店(経営者)	・ベースアップの話をちらほら聞くようになったため、今後、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店(統括)	・自動車メーカーの生産台数が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
○	乗用車販売店(業務担当)	・商品の動きが活発になると、客の動きも活発になっていく。	
○	その他専門店〔土産物〕(経営者)	・バスツアーの企画など旅行会社からの問合せが増加しているため、来客数も少しずつ増加していく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・電気料金の値上げ、増税等のマイナス要因はあるが、全体としては新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。今後、中国からのインバウンドが復活すれば、景気は更に上振れする。
	○	一般レストラン（経営者）	・先行き不透明な部分もあるが、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・G7広島サミットの閉会で、交通規制がなくなり、全国旅行支援の再開で観光客を始めとして来客数が増加する。来月以降の予約も順調で、修学旅行での来店に関する問合せも増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	バー（経営者）	・平日の来客数が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・G7広島サミットの開催で、注目されるようになったため、観光目的の宿泊の問合せが増加する。
	○	都市型ホテル（営業企画担当）	・ここ数年、定例で行っている企画イベントについては、販売開始から早期の購入が目立ち、コロナ禍にみられた様子見が少なくなっており、今後もその状況が続く。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・予約の直近化が進んでいるのは以前と同じだが、このところ2～3か月先の予約数も増加している。
	○	旅行代理店（経営者）	・海外旅行を希望する客が出てきたことで、航空会社の対応が変化している。2～3か月後は海外旅行の需要がますます増加しそうである。
	○	旅行代理店（支店長）	・インバウンド需要が増加すると、景気は更に回復する。
	○	タクシー運転手	・イベントが増加し、何年かぶりに飲みに出掛けるとい人も出てきたので、今後、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・景気は良くなるが、収支面では厳しい状況が続く。
	○	通信会社（営業担当）	・人々の行動が活発的になっているため、今後、景気は浮揚する。
	○	通信会社（工事担当）	・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、景気はやや良くなる。
	○	観光名所（観光振興担当）	・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、今後も会食が増加する。
	○	住宅販売会社（従業員）	・夏に向けて様々なイベント等が再開されており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・当面は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続くため、景気はやや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・景気は回復傾向にあるが、物価の上昇が回復を妨げているため、厳しい状況が続く。
	□	商店街（理事）	・外国人観光客数が徐々に増加している。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、今後、客に安心感や解放感が生まれる。
	□	商店街（代表者）	・電気などライフラインに関わる料金の値上げもあり、客に節約ムードがみられることから、景気は良くならない。
	□	商店街（代表者）	・業況は非常に厳しく、今後も変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・夏場に向かって、景気が上昇する兆しがないため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・景気は個人所得が増加しないと良くならず、特に、食品スーパーではその傾向が顕著なため、個人所得が増加しない現状では、景気は良くならない。
	□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いた感があるが、現在もマスクをつけている人が多く、慎重さがうかがえる。人々がマスクなしで安心して生活できる状況に戻るまで景気回復は難しい。
	□	百貨店（広報担当）	・人流は活発になっているが、消費が活発になっているかは疑問である。客の収入が増加しない限り、景気は回復しない。
	□	百貨店（営業担当）	・今後も価格改定の影響が続く見通しである。景気は、変動する特段の要素が見当たらないため、現状維持となる見込みである。
	□	百貨店（営業担当）	・インバウンド関連の需要がほぼない店であるため、衣料品もアウトドアや外出需要関連は持ちこたえているが、その他は厳しい。今後、食料品価格や光熱費が上昇する状況で、衣料品への支出はますます少なくなる。
	□	百貨店（売場担当）	・商品単価の上昇が来客数の減少を相殺しているため、全体の売上は、前年と比べても大きな差はない。今後、来客数が増加しないと、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・インバウンド需要のないエリアであり、逆に為替変動等でアウトバウンドが増加するため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・今後も客の生活防衛意識が強くなるため、売上的大幅な増加は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価が上昇している状況では、ディスカウント形態のスーパーには追い風となるため、2～3か月後も良い状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も来客数は前年を下回る。客の所得が増加しないと、景気は回復しない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・小売業については、飲食店のような来客数の伸びが期待できないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響は今後弱まると考えるが、食料品のみならず、今後、電気料金の値上げも公表されており、収入の増加が見込まれないなか、客の節約志向が更に高まるため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・社会が動き出して、イベント等の買物が増加しているが、まだ、需要が完全に戻っていないので、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・今後も、輸送費や電気料金の高騰で、商品の値上げが続くため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・商品の値上げが続き、客が、今までより割高感を持っており、必要な商品以外は購入しないため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・大手企業には賃上げする企業があるが、賃上げが地方の中小企業まで波及していないため、客の消費行動が活発にならない。このため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルス感染症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、外食需要が増加するかと思っていたが、外食産業なども値上げが多く、内食需要も変わらずにある。しかし、商品の値上げが多く、客の節約志向の高まりもあり、高額商品やし好品の販売量が厳しいため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・電気料金の高騰による経費圧迫が続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・呉服業界でも、材料費等が上昇したり、商品が手に入らなくなったりしているため、今後、厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・光熱費など物価の上昇があるため、思い切った減税等の景気対策がないと、個人消費は活性化しない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・景気の先行きは不透明である。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・エアコン商戦に期待している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今年に入り、市場の動きが悪くなり、来客数も減少傾向にあるため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・納期の長期化や車両高額化の影響もあり、客の購入意欲が低下しており、今後もこの傾向がしばらく続くため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・販売台数は前年同期と比べ、約30%減少している。半導体不足に伴い、販売を中止する車種や納期が17か月になる車種もあり、購入を検討し直す客が多くなっている。物価上昇の影響で家計が厳しく、節約する客も多いため、景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・目新しい車がなく、中古車販売価格も下落するなど厳しい状況にあるため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・度々の値上げにも慣れ、感覚が麻痺しているようで、全く無風状態のようであり、今後も景気に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・観光客が増加してきたような感じがあるが、先行き不安のようなものがあり、なかなか購買に結び付いていないため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・客の給与が増加し、電気料金等の物価高騰の影響が弱まらなないと、客の財布のひもは緩まない。夏のボーナスが支給されてから、このまま株価が上昇し、ウクライナ情勢等の不安要素が軽減すれば、景気はもう少し良くなる。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業担当）	・まだまだ先行きは不透明で、景気がどうなるか全く分からない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・消費が良くなっているのは事実だが、物価が更に上昇すると、客が消費を控える傾向も強くなるので、景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	テーマパーク（営業担当）	・現在、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、しばらくは繁忙期が来ないため、景気は変わらない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・これから夏に向けて、来客数が若干減少する。お盆期間の予約状況が前年と比べ少なく、ゴールデンウィークと同様、客が帰省や旅行にシフトしている。
	□	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後も売上は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・コロナ禍に来店しなくなった客が多いため、今後も景気は良くならない。
	□	美容室（経営者）	・今後、2～3か月では、まだ客の行動に大幅な変化はないため、景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・建築物価の上昇や人手不足が続いているため、景気は上向かない。
	□	設計事務所（経営者）	・今後、宿泊施設、大阪万博関連施設、スポーツ施設等、大型物件の需要が高まるが、現実には目を向けると、労働者の高齢化や人手不足問題があり、業務の効率化への取組が急務となっているため、景気は急には良い状態にはならない。
	□	住宅販売会社（営業所長）	・経済指標から判断すると、景気は好調に見えるが、実生活において、景気が良くなっている実感がないため、今後の動きが読みづらい。地価や資材の高騰が顧客を苦しめないか心配である。
	▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が旅行に目を向けるようになると、消費が洋服に回りにくくなる。旅行のために新しい洋服を購入する客が多くないため、売上は伸びない。
	▲	スーパー（店長）	・物価上昇率と賃金上昇率に差があるため、景気は良くならない。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価の上昇による節約により買上点数の前年割れが続いている。今後も客の節約志向がますます強くなり、買上点数の前年割れが続く。
	▲	家電量販店（店長）	・物価が上昇しているため、客の財布のひもが固くなっている。省エネ家電の購入に関する補助金等がないと景気は良くならない。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気料金の高騰が続くため、景気は悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足の影響で、販売できる車種が限られているため、今後、販売台数が減少する。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・恐らく景気は前年より若干悪くなる。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増加しない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・景気回復の起爆剤になる出来事がなく、今後も物価の上昇が続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・国内は全国旅行支援が終了した状態でトップシーズンの夏休み期間を迎えるが、先行予約が低調で、先行き不透明な状況である。需要の少ないインバウンドの底上げを期待している。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金など物価の高騰が家計を圧迫し、客の可処分所得が減少しているため、家計の支払能力の低下が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・客の生活費が増加しているため、美容などサービスへの支出が下向きになる。
	▲	設計事務所（経営者）	・予算が厳しい客が増加し、客が中古住宅の購入に向かっているが、なかなか条件のあった物件がないため、今後も低調に推移する。
	×	コンビニ（エリア担当）	・電気料金や商品価格の上昇で、コンビニから商品価格の比較的低いスーパーやドラッグストアにシフトする客が出てくるため、景気は悪くなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・電気料金が上昇し、客が家電商品の購入に回す金額が減少し、売上も減少する。
	×	通信会社（広報担当）	・物価が上昇しても、客の給与が増加しないため、今後も販売は伸びない。
	×	テーマパーク（管理担当）	・政府の景気対策の効果がないため、景気は悪くなる。
企業動向関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・7～8月も取引先の生産が好調を維持するため、忙しくなる。
	◎	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気は良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(中国)	◎	通信業（営業企画担当）	・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、経済活動が活発化している。G7広島サミットの開催の影響で、データセンターの立地場所としての印象が良くなり、今後も注目されるため、景気は良くなる。
	○	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅市場が少しずつ動いているため、夏に向けて、景気は現状よりは少し良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・物量の動きは堅調に推移しており、今後も多少良くなっていく。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け通常品に変化はないが、大口注文の生産に着手するため、生産量が増加する。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の今後3か月の内示情報が若干上向いているため、景気はやや良くなる。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおりに推移すると、景気は今年よりは回復し、来客数等もやや増加し、前年並みとなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、受注も増加傾向にあるため、景気は上向く。
	○	会計事務所（経営者）	・堅調に推移するコンサルティング案件に加え、人材不足を背景に、事務系、総務系業務のアウトソーシング化も進展する。
	□	農林水産業（従業員）	・観光地になっているような場所ではないため、景気が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・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、しばらくは値上げ状態が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高騰は落ち着いたが、価格の上昇を販売価格に転嫁できないため、厳しい状況が続く。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・上期に大きな環境変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・当面の受注予測も回復基調にはない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材受注は当面回復しない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・テレワーク需要が沈静化し、液晶パネルの需要は縮小傾向にあるものの、パッケージ基板等の電子部品実装の需要が堅調に推移しているため、景気は現状を維持する。
	□	建設業（経営者）	・客から改修や修繕の依頼があるが、小規模なものばかりで、本格的な設備投資はまだ様子見状態であるため、景気は良くならない。
	□	建設業（総務担当）	・最悪の状況は脱したが、先が読めない状況が継続する。
	□	輸送業（営業担当）	・半導体不足の解消により受注が上向く可能性があるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までは改善しない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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、景気は余り変化しない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・一部で価格転嫁の動きが出ているものの、原材料費等は依然として高止まりが続いており、企業の収益環境は厳しい状況が続く。
▲	食料品製造業（経営者）	・原材料費やその他の経費が大幅に上昇しても、商品価格に転嫁できない。秋口にも商品を値上げし、経営基盤を安定させないと、厳しい状況になる。	
▲	金属製品製造業（総務担当）	・仕入業者の話では、受注が減少している同業者もあるようである。また、取引先による納入業者への説明会では、案件はまだあるものの、中国向けだけが強い状況で、全体的には右肩上がりではないようである。鉄原材料価格相場も下落傾向にあることから、景気後退の予兆ではないかと感じている。	
▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気はやや悪くなる。	
▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料費や電気料金の上昇で、景気はやや悪くなる。	
×	—	—	
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣先との派遣料金の交渉で値上げが成立したため、売上や利益が増加する。
○	人材派遣会社（支社長）	・生産年齢人口が減少しているため、高齢者や女性の労働参加率を上げたり、外国人の採用を増やしたりすることが必要になっているが、既に限界が見え始めている。このため、今後、募集時給を上げて、優秀な人材を確保する動きがより強まっていく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	人材派遣会社（副支店長）	・企業の欠員補充で受注が増え、6月末の更新時期に応募者も増加する。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・大手就職サイトの調査では、新型コロナウイルス感染症発生以降、企業の採用手法や応募者の企業選択のポイントに変化がみられる。採用手法については、対面だけでなく、Web説明会やWeb面談が増加し、県外からも積極的に応募を受け付けている。応募者の企業選択のポイントは、安定しているが5年連続で最多、自分のやりたい仕事ができる、給料が良い会社がそれに続いている。安定しているのは3年連続、給料が良い会社は2年連続の増加となっており、安定志向や待遇面への関心の高さが読み取れる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・賃金上昇の動きが出ていることから、消費活動が徐々に活性化する。また、企業が新規ビジネスに取り組んだり、設備投資をしたりする動きが出てくる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・G7広島サミットの経済効果、更に、広島を中心に国内外からの観光客が増加するなど今後の波及効果も期待できる。また、隣接県への周遊などにより、中四国エリアも活性化する。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・第二新卒層の動きが出てくるタイミングのため、転職相談件数が増加する。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・採用選考が開始し、就職活動が本格化するため、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナが定着し、日常が戻ってきているが、求職側と求人側のアンマッチの状況が続いているため、景気は良くならない。
	□	職業安定所（職員）	・複数の事業所から、今後の休業計画に関する雇用調整助成金利用の間合せがあるなど、依然として厳しい状況が続いているため、今後も景気は良くならない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・来春の新規学卒者を採用しようとする企業を対象とした求人説明会への参加企業数が前年度に比べて2割弱増加していることから、景気の回復がうかがえる。しかし、一方で、物価の上昇など懸念材料も多いため、今後、景気が大幅に回復することは期待できない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率が高水準であり、一部の大手企業で、賃金上昇が期待できるものの、我が国の多くを占める中小企業では賃金上昇は見込めない。また、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くなど景気が良くなる材料はあるものの、物価の上昇が国民生活の負担となっているため、景気は良くならない。
	▲	職業安定所（雇用関連担当）	・電気料金など物価の高騰が依然として継続しているため、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	観光遊園地（主幹）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類感染症に引き下げられたため、今後、社会活動が活発になると考えられる。
(四国)	○	商店街（代表者）	・夏場のいろいろなイベントが平常どおり行われる予定であるように、新型コロナウイルス感染症に対応するいろいろなものが解除されて、これからは人の動きも活発になり、消費が伸びると予想される。
	○	商店街（常務理事）	・政府の全国旅行支援が終了すると観光客が減ってしまうのではないかと危惧がある。また今のところ大きくは報道されていないがゴールデンウィーク明け以降の新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が気になるレベルであり、懸念材料である。人流の回復、経済・景気の上昇を背景に、杞憂に終わればよいと願っている。
	○	商店街（代表者）	・客のマスクの使用率が少しずつ減少しており、ようやく新型コロナウイルス感染症の影響がない通常の日常に戻ってきており、顧客行動が活発になっていると感じている。原油高に商品値上げ等が続いてきているが、顧客の消費行動も少しずつ活発になっていくと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔文具店〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で街の雰囲気 が以前より確実に良くなっている。まだ以前のようにマスクを している人は多いが夏場になれば徐々に減ってくると考えら れる。街の雰囲気が良くなり店の売上の増加に期待したい が、そう簡単なものではなく、気長に待つしかないと思われ る。
	○	コンビニ (店長)	・今月初旬は外出の様子見している感じであったが、日を追 うごとに来客数が増加している。今後は新型コロナウイルス 感染症の影響が更に緩和していくと予想される。
	○	衣料品専門店 (経営 者)	・ここ2〜3か月の売上状況はやや悪く、同じか微減の状態 が続いていたが、6月はボーナス時期であり、客のボーナス が増加すれば、それに伴い売上も良くなるのではないかと期 待している。
	○	家電量販店 (店員)	・電気代の値上げにより省エネ家電への問合せが増加してい るため、買換えが進むとみられる。
	○	乗用車販売店 (役員)	・おおむねあと1〜2年程度で受注残が減少していくが、そ れまでに大きな出来事がなければ業績は順調に推移すると予 想される。
	○	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・物価は上昇傾向にあるが、客の話しぶりから夏のお中元期 が期待できそうなので、業況は良くなると予想される。
	○	その他飲食〔ファース トフード〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、 消費者心理として外食への抵抗感が薄くなっている。まだ新 型コロナウイルス感染症発生前まで消費者心理は回復してい ないが、徐々に回復しつつある。
	○	旅行代理店 (部長)	・新型コロナウイルスの感染症の2類相当から5類への緩和 による交流人口の拡大と、水際対策の緩和によるインバウン ド需要の拡大が予想される。
	○	通信会社 (社員)	・外食する人が増加しており、景気が良くなっていると予想 される。
	○	通信会社 (営業担当)	・来客数はコロナ禍の影響時期と比較し、来店予約なしの客 も含めて増加傾向にある。
	○	設計事務所 (所長)	・各種経済団体等の会合等が活発に行われるようになってお り、懇親会後の2次会等も始まっている。
	□	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・予約が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。夜 の繁華街も小規模の団体客が増加しており平常に戻ってい る。このまま安定した状態が続くと予想される。
	□	百貨店 (販売促進)	・新型コロナウイルス感染症を気にしない生活に戻ってきた が、今後は新型コロナウイルスの感染再拡大や電気料金の値 上げなどが見込まれる。
	□	スーパー (企画担当)	・5月8日以降新型コロナウイルス感染症への対応は変わっ たが、外国での新型コロナウイルス感染症の動向など、まだ 不透明なことも予見され、将来の景気予測の先行きは見えな い。
	□	スーパー (人事)	・公共料金や商品の値上げが懸念されるが、人流が活発に なっており相殺されると予想される。
	□	コンビニ (商品担当)	・ウクライナ情勢が回復せず、一般家庭の電気代が上昇して いる。また政府が防衛費へ財源を投入し、少子化対策費の財 源を税収に依存する場合、家計が厳しくなると予想される。
	□	コンビニ (総務)	・新型コロナウイルスの感染状況にもよると思うが、人流が 活発になってくると先行きは手探りの部分が多い。今後は物 価高騰の影響もあるため手放しで景気が良くなるとは考えら れない。
	□	衣料品専門店 (営業責 任者)	・今と同様に推移するのではないかと考えているが、単価の 上昇による消費悪化の懸念があるためまだ油断はできないと 考えられる。
	□	家電量販店 (副店長)	・これから夏に向けて天候に大きく左右される傾向があるた め、景気動向の予測は不透明である。
	□	乗用車販売店 (従業 員)	・メーカーの生産量が通常に戻らない限り、景気は良くなら ないだろう。
	□	一般レストラン (経営 者)	・賃金の上昇が始まっており飲食業も時給を上げざるを得な いが、非正規労働者は、扶養家族控除から外れないように労 働時間を抑えるため、受け取る賃金が変わらない。構造的な 規制改革が行われないことには消費が伸びることはないと思 想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響があった3年間で収支が合わなくなり、スナック等のアルコール提供店を含めた飲食店の5分の1が今年に入って廃業している。また、個人タクシー事業者はこの3年間で運賃収入が減少し、組合員の半分が廃業しており、景気は変わらない。
	□	通信会社（営業部長）	・電気代等の物価上昇がますます進み、景気が良くなることはないと思われる。
	□	通信会社（支店長）	・行動制限がなくなり、需要は喚起されているものの、物価上昇による消費の抑制影響で、大幅な回復は見込めない。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・光熱費や食料品の価格上昇のため、家計はどんどん厳しくなるだろう。
	▲	スーパー（店長）	・今後も商品の値上げが控えており、買上点数と来客数の減少が更に進むと予想される。
	▲	スーパー（店長）	・電気料金や商品価格の値上げの影響により、消費者の節約志向が強まると予想される。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高が収まる見通しが立たないだろう。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げで買上点数が減少すると考えられる。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇の影響により、6月から電気代の値上げ、食品類の値上げが予定されており、生活防衛の意識が高まるため景気はやや悪くなると考えられる。既に今月後半から生活防衛の意識の高まりがみられる。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	・半導体不足が解消されないため景気はやや悪くなると予想される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇に伴い、車両の整備関連商品の値上げが予想されるため、商品の販売及びサービス共に厳しくなるだろう。
	▲	観光型旅館（経営者）	・地方のインバウンドの回復はもう少し時間が掛かるとみられるなか、エネルギー価格を始めとするコストアップの影響が出てくると予想される。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の終わりに伴い、宿泊者の動きがやや鈍くなっていくと予想される。
	▲	タクシー運転手	・毎年、夏が来ると四国遍路の仕事がほとんどなくなり、街にドライバーが増加するため、今よりも景気が少し悪くなる。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	・実際の物価上昇の影響もあるが、マスメディア報道により、買い控えといった風評的自制がしばらく続くとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・物価高、光熱費の高騰で買い控えをする客が多くなっていくとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・法人の電気代は4月からかなり上昇しており、個人の電気料金も6月から上昇する。電気代の上昇は消費税の増税と一緒にあり、収入は増加していない。業種によっては景気の良いところがあると思うが、ネット販売以外の実店舗での販売業は、地方では全般的に景気が良くなるとは考えられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高による買い控えが予想される。
	×	美容室（経営者）	・電気料金の高騰により、資金のやりくりが大変である。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	・今後、インバウンドが更に増加するとみられ、しばらくは景気が上向くとみられるが、燃料費や資材の価格上昇や賃金アップにより、売上増加にふさわしい利益は確保しにくくなっている。今後、最低賃金が引き上げられるが、人手不足は解消されておらず、更に人件費の高騰が進むと予測される。
	◎	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症への対応について5月8日以降、5類感染症に移行となり新型コロナウイルス感染症発生前の社会環境に戻り、その浸透が目を追うごとみにみられる。自分の周りでも小旅行や外出をする人が新型コロナウイルス感染症発生前と同じように増加しており、インフレによる物価高や円安基調は継続しているものの、景気の回復は顕著であると考えられる。
	○	食料品製造業（商品統括）	・低価格商品への要望は強いものの、原材料価格の高騰を織り込んだ適切な価格に対する理解、定着が進んでいる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅の契約が回復基調で、展示場の来場者数が増加しているとの情報があり、賃金の引上げが販売価格に追い付いたと期待したい。厳しい状態が継続していた住宅販売市場にも光が見え始めた。
	○	鉄鋼業（総務部長）	・受注に対応できる生産能力が上昇すれば景気は良くなるだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・設備や物件についてはかなりの見積依頼があり、段々と受注が決まっていけば、景気は良くなると予想される。
	○	通信業（総務担当）	・社外でのイベントやボランティア活動の参加者が戻っており、従来の形に近づいていくと考えられる。
	□	農林水産業（職員）	・相次ぐ値上げにより消費者の食費に充てる予算は制限されており、青果物等の生鮮食料品で食費を調整する動きが強まっているため、台風や集中豪雨等の天災等による農産物の不作で需給状況が大きく変わらない限り、現状が続くと予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの売行きが、供給量の超過により悪くなっている。また、新型コロナウイルス感染症の収束もあり、除菌クリーナーの売上もこれ以上増加しないだろう。
	□	化学工業（所長）	・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が実需が増加している実感はなく、いつかは回復するとみるが、まだ時間が掛かるようにみられる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安の進行などにより、原材料や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。
	□	建設業（経営者）	・とにかく早く公共事業を受注したい。
	□	輸送業（経営者）	・行動制限が緩和され人流が戻ったにもかかわらず、地域経済を押し上げるような好材料は見当たらないことから、都市圏と地方圏の地域間の所得格差を埋めることができる新たな政府のてこ入れ施策が打ち出されない限り、地方圏における個人消費は伸び悩み、景気回復は極めて限定的な状態が続くと予想される。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に景気が良くなる情報は入ってきていない。新型コロナウイルス感染症に制限されない今年の夏場のレジャー関係の広告の増加に期待したい。
	□	金融業（副支店長）	・今後、景気は回復すると考えられるが、電気料金や原材料価格の値上がりや米国の景気やウクライナ情勢等の外的要因の影響により、景気は現状程度での推移が予想される。
	□	広告代理店（経営者）	・旅行・ホテル等観光業界の客先は販売促進広告等が戻りつつあるが、エネルギー等の高騰の影響を受けた客先の多くは広告費の削減を継続しており、全体として景気は余り変わらないと予想される。
	▲	建設業（経営者）	・この1～2か月、引き合いもなく受注状況に上向きの要因も見受けられないため、この状況がもう少ししばらく続くとみられる。
	▲	輸送業（経営者）	・人材の不足が顕著に表れている。
	▲	税理士事務所	・社会保険料の引上げにより購買意欲の低下が予想される。
	×	—	—
◎	—	—	
雇用 関連 (四国)	○	人材派遣会社（役員）	・これから夏休みに向かうにつれ、様々なイベントが3年ぶりに開催するという情報が広まり、企画内容によっては新型コロナウイルス感染症発生前以上の集客が見込まれる。ただし、課題である客対応する人材の不足をどう充足していくかにより規模や内容も変わり、売上に大きく影響すると予想される。消費者のイベント参加へのニーズはゴールデンウィーク以上の増加が見込める。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・夏季の学生アルバイトは募集人数の増加が予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・4月の製造業の求人数は減少したが、今年の4～7月の値上げによる価格転嫁が順調に進むと景気は持ち直すと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・稼働している派遣スタッフの変動に大きな動きはない。
	□	求人情報誌（営業）	・2024年度の新卒採用が落ち着き始めるこの時期に、今年度も地元の中小企業は採用に苦戦をしているところが多い。新卒採用で目標人数までの充足ができない場合も、中途採用に転換するわけではないため、短期的な求人倍率等にも影響せず、景気は横ばいと予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・短期間では大きな変化はないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業側の人手不足は引き続き変わらないだろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・一般企業では少し景気が回復しても、新型コロナウイルス感染症発生前のような求人広告を出してくれる企業はほとんどいない。
	×	—	—

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	スーパー（店長）	・物価上昇の懸念はあるが、人流活発化の方が上回り、景気は回復すると判断している。新型コロナウイルス感染症が収束しつつあり、各業態の様々なサービスイベントが盛んになるのも追い風となっている。
	◎	乗用車販売店（役員）	・新型車の発表を控えているのと同時に、今月減少しているメーカーからの車両出荷数が、今後大幅に好転する見込みであるため、景気は良くなると予想される。
	◎	乗用車販売店（役員）	・話題性の高い新型車の発表を控えているため、来客数及び注文数は多くなると予測される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限から解放され、3～4月までは人の動向も多くなり売上は増加していたが、ゴールデンウィークが終わってからは、売上が落ちている。人の流れが回復傾向のため、今後は景気を取り戻し、上向きになると予想している。
	○	商店街（代表者）	・今後も今の商況が続く。
	○	商店街（代表者）	・景気は5月より上向きになると予想している。しかし、6月は梅雨になるため、若干厳しくなると考えられるが、お中元セール等でかなり上向き、新型コロナウイルス感染症発生前の経済状況に戻るのではないかと期待をしている。
	○	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後は、その疲れもあり商店街へはなかなか客足が向かなかつたが、6月は期待をしている。
	○	一般小売店〔精肉〕 (店員)	・人流が活発になっているため、景気の若干の回復が予想される。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・これからシーズンに入るウナギの売上が良くなっている。ウナギが高価格で推移しているが、丑の日だけでなく、日頃から若干動きがあり期待している。他の魚でも入荷が少し増えており、イカが安くなったり、タイの漁獲量が増えたりと、売上に期待できる。
	○	百貨店（総務担当）	・夏の繁忙期に景気が良くなると予想している。
	○	百貨店（経理担当）	・今後も引き続き来店客の増加が見込まれ、婦人衣料品を中心に売上が改善すると予想される。また、外商客を中心に、美術品や時計等、単価の高い商品が売れ始めている。
	○	百貨店（営業担当）	・海外クルーズ船寄港の増加やチャーター機増発により、国内外から大きな人の動きが見込まれる。店頭でも、自家需要の紳士婦人雑貨やし好性の高いブランド品・舶来雑貨は価格の上昇で来客数が抑制されるが、購買意欲は継続しており、クレジット利用等で商品単価は上がっている。通販部門は落ち着きが見られるが、プレミアム付商品券の利用やギフトシーズン開始で店頭への来客数が増え、自家需要やギフト等、県内外からの観光需要である特産品需要増加で回復が望める。
	○	コンビニ（経営者）	・日々順調に消費は回復している。
	○	コンビニ（経営者）	・イベントや行楽で人の動きが活発になる時期である。気温が高くなるとの予測も出ており、飲料水やアイスクリーム、スキンケア化粧品の販売は、在宅業務が中心だったコロナ禍とは違い、販売数の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・インバウンドが右肩上がり増加するにつれ、消費行動の意識にも良い変化が現れてくる。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・雨量にもよるが、梅雨に入るため来客数の伸びは期待できない。一方、客単価や買上点数は回復しており、売上が徐々に増加すると予想している。
	○	衣料品専門店（店員）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたことで、日常生活が戻り、消費活動も2019年ベースに戻ってくる。
	○	家電量販店（店員）	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていないが、全体的に家電の単価が上がっているため、売上が良くなっている。今後もこの状態が続くと予想している。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増えるため、若干売上に期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	住関連専門店（従業員）	・気温が高くなると、路面店への客足は減り、乗客数は落ち着く見込みであるが、6月から開始されるプレミアム付商品券による需要喚起を期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・販売量や1人当たりの購入量は前年と変わらないが、梅雨から夏にかけて店頭では、コーヒー豆やリキッドコーヒーの販売が主力となり、気温が上がるにつれ売上が伸び、前年と同様な増加になると予想される。
	○	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〕（統括者）	・中国のインバウンドが回復すると、新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同じ状況に戻る。
	○	高級レストラン（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、自粛していた人が動き始め活発になり、県内外やクルーズ船、飛行機などから観光客が多くなるため、景気が良くなっていく。
	○	スナック（経営者）	・5月8日で新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となり、5～6月にかけて、今まで控えていた会食が一時的に増えると予想される。ただし、物価の値上がりが続く、出費を抑えることも予想されるため、短期的なものとして捉えている。
	○	居酒屋（経営者）	・クルーズ船や海外からの航空便が増加することで、更にインバウンドの客が増える傾向にある。
	○	観光型ホテル（総務）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、需要が増加している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・世界水泳や夏のイベント等が控えているため、人流の増加が景気に反映される。
	○	通信会社（企画担当）	・取引先の状況は、新型コロナウイルスの感染を意識しないほど、活発化してきた印象を受ける。
	○	通信会社（役員）	・生活物資の値上がりの影響は引き続きあるが、全国旅行支援や地域の道路建設事業の影響、株価上昇、政府の少子化対策など、生活を取り巻く環境にやや明るさがみられる。
	○	観光名所（従業員）	・来客数が増加しているため、若干良くなる。
	○	観光名所（職員）	・来場者数は増え、客の購買意欲が高まっている。
	○	ゴルフ場（営業）	・ゴルフ場の企業のコンペ予約が増加し、半年先の予約が入っている状況である。ラウンド後のパーティーはまだ予約が増えておらず、本格的な景気回復には至っていない。
	○	理容室（経営者）	・今から暑くなるため、来店サイクルは短くなり、また、新規の客が来店する季節になってくるため期待したい。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されたことに伴い、客の動きが出て景気が好転に向かうと考えられる。一方、人流増加により新型コロナウイルス感染症の第9波が発生すれば、サービスにキャンセルが増加することも懸念される。
	○	住宅販売会社（従業員）	・国内外の景気はウクライナ情勢もあり、景気が落ち込むことも予想されるが、今のところ持ちこたえることで、若干の値上げで済んでいる。消費は若干落ち込むと考えられるが、観光では回復もみられ、景気は良くなっていく。
	□	商店街（代表者）	・徐々に暑くなるが、仮店舗は青空市場であり客に迷惑を掛けているため、順調に再開を進めたいと考えている。
	□	商店街（代表者）	・商品の価格が1～2割ほど上がった影響で、買上点数が減少したため、売上が伸びていない。賃金の実質の手取り額が上がらなければ、消費者行動は活発にならない。
	□	商店街（代表者）	・景気は若干良くなっているが、諸物価の上昇で全般的には変わらない。特に、食料品等の生活必需品は購入しなければならないので、生活必需品以外の商品は売上が下がるのではないかと危惧している。
	□	商店街（代表者）	・値上げの話題が多くなっている。小売店は、しばらく厳しい状況になるのではないかと心配をしている。
	□	商店街（代表者）	・8月頃までは、現状が続くと予想される。
	□	百貨店（企画担当）	・晩夏から初秋にかけては、大きな商戦がなく、売上は伸び悩むことが予想される。
	□	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により客単価が落ちることが予測されるため、景気は変わらない。
	□	百貨店（経営企画担当）	・外出増加に伴う化粧品や衣料品の売上増加傾向は、しばらく継続する見込みである。特選ブランドの値上げも景気の影響を避けられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（業務担当）	・多くの客は、相次ぐ物価の上昇により、消費に対する防衛本能が高まり、買物も慎重に検討し、必要がなければ購入しない。夏場にかけて電気料金値上げの報道もあり、しばらくは良くなる要素がない。
	□	スーパー（店長）	・時間給や年収ベースの上げが行われているものの、世帯収入が増加に転じるまでには、制度変更を含めまだ時間が必要である。
	□	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の収束後、人流回復は見込まれるものの、相次ぐ値上げにより消費行動としては余り活発にならず、プラス要素とマイナス要素が相殺される形になると予想される。
	□	スーパー（経理担当）	・特に都心部では、来客数が大幅に戻っている。新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っているが、商品の値上げが続き所得が目減りすると、若干悪い状況へ向かうことが予想される。
	□	コンビニ（経営者）	・当店の特性はオフィス立地であり、新型コロナウイルス感染症の規制が緩和され、通常勤務に戻り来客数は増加している。それ以外には、来客数増加の要因はなく、景気はほぼ横ばいで推移している。
	□	衣料品専門店（店長）	・天候が落ち着いているため、来客数の増加を期待している。
	□	衣料品専門店（取締役）	・様々な値上げに加え、最近の異常気象により8月の気候状況が不安である。そのため、夏の衣料品の需要について全く見当が付かない。
	□	家電量販店（店長）	・来客数減少が回復せず、しばらく継続していくことが予想される。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価が上昇し、客の財布のひもは固いままであるため、景気は変わらない。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・当面は現在の厳しい状況が続き、車検や点検のサービス部門で会社の売上と利益を支える状況である。
	□	乗用車販売店（代表）	・景気が変わる要因が見当たらない。
	□	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に分類され、旅行や行楽、外食など活気を運び、インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前に近づいているが、予算が回っていない業界もあり、今後も厳しいと予想される。
	□	高級レストラン（経営者）	・2～3年前より経済が回り、景気が良くなることが理想である。しかし、来月の予約は少なく、まだ元の状態には戻っていないため厳しい状況である。
	□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・仕入原価や販売価格が上昇しており、消費者にも更なる物価上昇があり、景況感が良くなっているとはいえないのが現状である。足元の業績が改善しても、コロナ禍の影響によるマイナス面を取り戻すまでにはまだ時間が必要である。すぐに景気が個人所得へ反映されることはなく、状況は変わらない。
	□	観光型ホテル（専務）	・今月で全国旅行支援が終わるため、今後の動きが心配である。しかし、団体客も動き始めており、客は増加すると予想される。
	□	観光型ホテル（支配人）	・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、規制が緩和されたことにより、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。しかし、各支援の終了や物価高騰などもあり、状況は変わらないと見込んでいる。加えて、人材不足による受注制限も心配である。
	□	都市型ホテル（販売担当）	・宿泊では、目的地の近くに宿泊できるため、余り状況に変化はない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・稼働状況は好調であるため、現状維持で推移すると予想される。
	□	旅行代理店（職員）	・全国旅行支援が、6月で終了することに対する懸念もあり、状況は変わらない。
	□	タクシー運転手	・韓国以外のインバウンドは増加傾向にあり、イベントもほぼ回復しているが、天候に左右される時期でもあり楽観はできない。
	□	タクシー運転手	・夏に向け人流が増えているが、自家用車やレンタカーなどの移動が増加するため、タクシー利用がその分少なくなると考えられる。
	□	通信会社（社員）	・特にトピックスがないため、景気状況は変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	・光回線の販売件数が変化するような要因がなく、景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	ゴルフ場（従業員）	・全国的なゴルフブームはしばらく続くため、数か月は現状の入場者数で推移すると予想される。
	□	競馬場（職員）	・賃上げによるプラス面はあるが、電気代や生活必需品の値上げがどのように影響してくるかについては不透明さがある。
	□	美容室（経営者）	・例年春先から夏にかけて景気に変化がないため、横ばいが続くと予想している。
	□	美容室（店長）	・ゴールデンウィークが終わり、日常が戻りつつあるが、来客数は減少しており、景気が良くなっているようには考えられない。
	□	設計事務所（所長）	・今後も材料費や製品代の値上がりが見込まれ、生活必需品の価格も上昇傾向が止まらない。しかし、地方では収入がなかなか上がらず、景気状況は変わらない。
	□	設計事務所（所長）	・今月の景気は3か月先になるため、やや悪い状況である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・一時的に客の動きは出ているが、契約状況等を踏まえると、まだ景気が良くなるような実感はない。
	▲	一般小売店〔青果〕（店長）	・気温が上がると野菜の相場も上がるため客の消費意欲が下がり、今後3か月程度は厳しい状況となる。完熟マンゴーの価格が前年より2割高くなっているものの、ギフト関係の動きが強くなっているため期待している。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・どの商品も値上がりしており、売上が伸びることはない。今年の夏は前年以上に暑くなると予想され、更に売上が減少することが懸念される。
	▲	スーパー（総務担当）	・食料品の値上げが続き、今後は消費者の慎重な購買がますます強くなる。そのために、ディスカウント業態や大手資本系小売店等との価格競争に巻き込まれ、販売点数を増やすことができれば、前年割れの状態で推移していくものと懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・1品単価が大幅な値上げになっており、買上点数は大幅に下がるとみられることから、厳しい状況は今後も続く。
	▲	家電量販店（店長）	・物価高の影響が大きく、しばらくは厳しい状況が続く。新型コロナウイルス感染症が落ち着いたが、現在はモノよりコトに消費者意識が向いている状況である。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・当ショッピングセンターにおいて景気の状態はシネマの集客力に依存する。前年の夏は記録的なヒット映画があったが、今年のヒット作は前年ほどではないと予測している。また、夏になると電気代が高くなり、一般家庭の家計に悪影響を及ぼし、消費動向にも陰りがみえてくると予想している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ある程度、景気対策などが出尽くした印象を受ける。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・客の工場操業計画が山積みである状況から工事量不足が予測され、その影響により当社の景気は悪化傾向となることが危惧される。
	▲	設計事務所（代表）	・更なる商品値上げや金利上昇があると予想される。
	▲	住宅販売会社（代表）	・現在よりも良くなる要因がない。このところ、原材料の価格が高くなり、木造住宅に関しては、1棟辺りの金額がかなり上がっているため、景気は若干悪くなっていく。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋にとって7～8月の猛暑は、消費が減る要因になっており、切り花メインで販売しているため、夏の景気は悪くなっていく。しかし、新型コロナウイルス感染症が落ち着いたこともあり、介護施設等への納品を停止していた花屋が再開するなど明るい話題もあり、今後の経営に力を入れたい。
	×	家電量販店（店員）	・当店は郊外店舗になるが、街中の話題のスイーツ店やスーパーマーケットが開業するなど競合店が多くなっている。この景気の悪さは、競合店の影響が大きく響いている。
	×	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・当市中心地の再開発工事が続き、中心繁華街の集客力の低下と交通の要地である駅周辺への人の集中が、一層進むと予想される。
企業動向関連	◎	金属製品製造業（事業統括）	・人の動きが更に活発になり、海外からの旅行者が増え、景気が良くなると予想される。
(九州)	○	家具製造業（従業員）	・訪日外国人を含む観光需要の回復により、景気は上向き傾向にある。ただし、原材料の価格高騰は相変わらず続いており、利益確保が難しい状況である。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後の購入開始や納入が始まると見込まれ、景気はやや回復する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客の組織体制が変わるため、取引先の状況もそれに応じた動きになりつつある。将来の景気動向を考え、それに沿った改革がされており、今後に期待している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・パワー半導体関連の取引先からは引き合いが強く、景気は回復していくと予想される。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今後の予定では、予算以上の生産が計画されている状態である。現時点で上期中は、このような状態が続くと考えられる。
	○	建設業（社員）	・官公庁の発注は発表されたが、民間工事の情報がないため、まだ景気が良い状況ではない。ただし、少しずつではあるものの景気は回復しつつある。
	○	金融業（従業員）	・家電販売は横ばいながら、自動車や住宅の販売は持ち直しの動きが見られる。また、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、飲食店や旅行業者の売上も上向いている。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症の第9波も予想されるが、新しい生活様式は継続し、経済活動への影響は小さい。
	○	金融業（調査担当）	・大手半導体メーカーにおける新用地取得方針の表明等、九州域内で半導体産業を中心として、設備投資の気運が高まっている。産官学連携による更なる進展に期待している。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	・広告出稿に関する問合せが増えてきている。
	○	広告代理店（従業員）	・5月から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となり、新型コロナウイルス感染症が話題に上がることも少なくなっている。また、ロシアによるウクライナ侵攻についても、今後進展が見込まれ、円安はまだ続いているものの、一時期の悪い流れから回復基調に入っており、徐々に景気は良くなっていく。
	○	広告代理店（役員）	・今後、中国からのインバウンド誘客が始まることで、景気回復効果を期待する声を聞くことが多い。また、国内旅行やレジャー全般において、夏以降に需要拡大することを期待している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・仕事の引き合いが出始めているため、今後に期待している。
	□	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨に入るため落ち込むことが考えられるが、7月以降はビールの消費に合わせて鶏の消費も期待される。今年は輸入物が少なく、国内物に対する需要が強いと予想され、冷凍食品メーカー向けの供給については、今年は奪い合いの状況になる。今年後半も売上は大きく期待できないが、利益はある程度確保できる状態になる。
	□	繊維工業（営業担当）	・工場は人、電気、運賃など様々な問題があり、達成できるか不安がある。何か大きな受注でもない限り、まだ苦しい現状は変わらない。
	□	化学工業（総務担当）	・今年度の売上は、前年度から引き続き横ばいになると想定している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・生産者には受注関係が最も重要であるが、現在値上げの浸透により、出荷量が若干減少している。しかし、新商品や値上げの浸透により、他の商品がある程度動き始めるのではないかと期待をしている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い等の状況から、しばらく現状に変化はないと予想される。
	□	輸送業（従業員）	・取扱量は低調で、倉庫も空きスペースがあるため、運送会社も値上げができず、空車が目立っている。
	□	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
	□	金融業（営業担当）	・売上は回復基調であるが、人件費や原価の上昇により利益は減少傾向が続いている。また、融資の返済が6月以降に始まる客が多いため、中小企業の景気回復は多くは見込めない。
	□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ分類されたことで、製造業や商業施設、飲食店等では新たな取組やチャレンジがみられる。しかし、物価高騰やインフルエンザの流行等の懸念材料もあり、当面は現状程度の推移が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	経営コンサルタント (代表取締役)	・順調に良くなるとは考えにくい、新型コロナウイルス感染症が収束しつつあり、元の状態に企業が戻り始めている。5月の景気が好調であったこともあり、今後も引き続き伸びていくことは考えにくい、景況は変わらないと予想される。
	□	経営コンサルタント (社員)	・節約志向は加速し、相次ぐ値上げにより、健康に良い甘酒等の売上が伸びてきている。
	□	経営コンサルタント (代表取締役)	・当社Webのアクセス数や問合せ件数には特に変化がない。
	□	その他サービス業〔物 品リース〕(職員)	・海外経済やロシア・ウクライナ情勢は不透明感が強く、原材料価格の高止まりや労働市場のひっ迫、新型コロナウイルス感染症関連での融資の返済、金利動向など、懸念材料がある。現状からも景気に大きな変動はない。
	□	その他サービス業〔コ ンサルタント〕(代表 取締役)	・市町村の調査や計画策定の業務について、入札の機会は増えるが、安く入札する業者が、複数の市町村から同じように落札するため、他の会社が受注するには、更に安く応札しなければならず受注の機会は限られる。そのため、景気は変わらない。
	▲	食料品製造業(経営 者)	・景気は若干良くなった程度であるが、比較的順調な受注が見込めている。
	▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・取引先からの受注は減っているが、営業対策により少しずつ売上に繋がっている。引き続き営業強化をして現状維持に努めたい。
	▲	その他製造業〔産業廃 棄物処理業〕	・市場価格が下落傾向となり、更に半導体の生産性が上がらない厳しい状況になる。
	▲	輸送業(総務担当)	・物価高騰やエネルギー資源の高騰が家計に影響を及ぼし、景気は冷え込んでいる。加えて、社会保険料等が引き上げられるため、賃金が上昇しても手取りの金額は少なくなり、家計は苦しい状況となる。そのため、購買意欲は減退し、景気は悪くなっていく。
	▲	通信業(経理担当)	・取引先からの値上げ要請が相次いでいるが、販売価格への転嫁がうまくできるかは不透明である。大ダメージとはいかないまでも、収益への影響は避けられない。
	▲	不動産業(経営者)	・金融機関等の話題では、好材料がなく、まだ先行き不透明である。
	×	電気機械器具製造業 (総務担当)	・客の需要見込みより、今後の景気は不透明な状況である。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社(社員)	・現在の景気は横ばいであるが、料金改定の提案をすると、物価高の影響もあり、2～3か月後であればと検討する企業が多い。登録者に関しても、先日付での派遣稼働が可能との連絡が入ってくるが多くなっている。
	○	人材派遣会社(社員)	・大幅な求人数の増加は見込めないが、求人誌の求人数は増えている。また、正社員紹介では求人数の問合せも多くなっている。
	○	人材派遣会社(社員)	・新型コロナウイルス感染症発生前の稼働件数に戻ると予想されるが、それ以上の稼働件数の伸びは不透明である。
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	・サービス業関連では、夏需要の取り込みを積極的に考えている状況である。また、インバウンド需要もかなり伸び、活気が出ると予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕 (社員)	・夏を控えて外出の機会が増え、それに伴い購買も増えるのではないかと考えている。
	○	学校〔専門学校〕(就 職担当)	・インバウンドが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるため、景気は若干良くなることが予想される。
	○	学校〔大学〕(就職支 援業務)	・5月8日より、新型コロナウイルス感染症の位置付けが感染症法における5類感染症に移行され、日本経済の正常化が内需を中心に緩やかに持ち直している。個人消費では、物価高による下押しはあるが、賃金上昇を追い風に回復が続くと考えられる。また、輸出は、中国経済の持ち直しやインバウンド消費の回復などにより、底堅い推移が見込まれる。この状況のなか、企業の新卒採用意欲は高く、今後もこの状況が続くと予想している。
	□	職業安定所(職員)	・事業環境悪化の要因が複数あり、先行き不透明な状況である。業種によっては、人手不足についても状況の把握が必要となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向で推移すると予想されるが、新規求職者数や充足数が減少傾向であることから、人手不足の状態が継続し、景気は変わらないと判断している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症が収束して再び人材不足になっているが、特に悪くなる要因は見当たらず、当面の間は今の状況が続くと考えられる。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求人の動きや登録者の転職志向が前年を下回っており、この流れは続く。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月から生活必需品や新聞購読料の値上げが続いている。原材料費や人件費の高騰もあるが、生活スタイルの変化も大きく、今後、新しい生活様式の動向にも注視したい。
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	・マスク着用要請も緩和され、海外からの来客も期待できる。
	◎	コンビニ（代表者）	・国内観光客の動向は更に良くなり、加えてインバウンドの回復が見込める。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・梅雨が明け本格的な夏シーズンに入ると、来客数も増え、全体的に良くなるとみている。
	◎	その他専門店〔陶器〕（製造）	・夏は繁忙期であり、外国人観光客もどんどん増えると考えられる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているとはいえ、まだ大変な部分もあるとみているが、改善の方向に向かっていくと期待する。
	○	百貨店（店舗企画）	・電気料金値上げの懸念材料はあるが、夏場に向け国内外の観光客数増加による活性化を期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・4月のハレの日需要が高まったことを鑑みると、3か月後の旧盆商戦も、清明祭と同様に好調に推移すると考えられる。また、これから夏のトップシーズンとなり、入域観光客数の増加も見込まれ、更に景気は良くなっていくのではないかと考えられる。
	○	コンビニ（経営者）	・景気が良くなって客単価が上昇しているため売上増加が期待できる。
	○	コンビニ（副店長）	・来月のクルーズ船寄港は落ち着くものの、再来月以降の寄港回数も増え、また夏休みなどもあり期待できる。
	○	一般レストラン（代表者）	・まだ気を抜けないが、来客数は増えているため、良い方向につないでいければと期待する。人手不足も問題なので、どうにかして確保していきたい。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・沖縄観光にとって例年ピークの季節になる。宿泊の予約は堅調に入ってきている。飲食宴会に関しては、この時期は利用が弱い時期ではあるが、それなりに問合せがきている。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品の発売があるため市場が活気付くと予想できるが、今の状況からして大きく上向くとは期待できない。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの予約受注状況は2019年を上回っており、特に旅行代理店経由の個人予約が好調に推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は、新型コロナウイルス感染症対策の自粛解除等の影響か、少しずつではあるが良くなってきている。良い兆しがみえ始めてきているが、これからのこともあるのでもう少し様子見が必要だとみている。
	□	家電量販店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、内向き消費から外向き消費へ需要が変化してきている。また広範囲な値上げで消費意欲が低下している。外国人需要も思ったほど伸びていない。
	□	乗用車販売店（経理担当）	・販売量を維持できる見込みである。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・県内の景気は少しずつ改善はしているが、自動車販売業は新車製造の部品不足が続くため、厳しい状況は変わらないとみている。
□	旅行代理店（マネージャー）	・物価上昇に伴い、旅行代金も上昇しているため、販売量が伸び悩んでいる。	
□	住宅販売会社（代表取締役）	・新規の建築相談は減少傾向だが、住宅防音工事や修繕工事などで補っている。これから発注される公共工事に期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（役員）	・人流は活発化し住宅購入の購買層も増加傾向にあると考えられるが、不動産価格の高騰には追い付いていない状況である。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・インバウンドを含め、観光客数はどんどん増えているが、観光関連以外の飲食店は電気料金的大幅値上げで営業に支障が出そうである。なお当社の店舗では1店舗当たり、15万円ほど電気料金が上がる。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの5月の販売室数が前年比100%増加なのに対し、5月末時点での8月の予約室数は同比28%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	×	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	輸送業（経営企画室）	・物流施設等に関する投資案件の話が増えており、今後も物流関係の成長が期待される。
	○	食料品製造業（役員）	・沖縄の夏シーズンを前にして新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあり、観光及び行楽関連の需要の増加が期待できる。
	□	窯業土石業（取締役）	・原材料の価格高騰に伴う価格転嫁はある程度実施できたが、受注は当面の間、現状維持を見込んでいる。
	□	建設業（経営者）	・土地活用の地主オーナーが、銀行借入れに対して慎重であり、また銀行が融資に対して慎重である。
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進活動は、業種によるばらつきはあるものの、原材料価格及び人件費の高騰により全体としては消極的である。
	□	会計事務所（所長）	・物価上昇が長期化することで賃上効果がどの程度で物価上昇にキャッチアップできるか。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・求人も多くなったが、人材募集に対する反応が最近良くなり、今まで人材不足で売上につながらなかったところが売上、利益につながるようになった。ただし、事務関係の人材はまだ応募が少ないため、今後の動きに注目している。
	○	人材派遣会社（総務担当）	・観光業の人手不足を外国人材で活用できないかと今後の動きに注目している。
	○	職業安定所（職員）	・求人について、賃上げを検討する事業者が増えている。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・これから夏シーズンに向けて大きな増加は見込んでいない。求人数はあるものの、求職者の応募が少ないなどの求人掲載を控える声もあるため、ほぼ同数の推移を見込んでいる。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・全体的に求人が前倒しになっているため、数値的には変わらないと予想している。ただし、人手不足には変わりなく、学校としても求人を頂いても学生を紹介できないという問題もある。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価上昇はしばらく続きそうである。
	▲	—	—
×	—	—	