

11. 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)		観光型ホテル（スタッフ）	・5月の予約数も4月同様にやや低調に推移しているものの、6月以降は好調に推移していることから、今後を期待して持てる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・予約状況から今後のインバウンドの増加が見込まれる。コロナ禍が明けたことで、国内旅行客の増加が見込めることもプラスである。
		商店街（代表者）	・物価高に賃金の上昇が追い付けば景気は徐々に良くなる。円安の影響で地方においても外国人観光客が増えていることから、円安の間は景気が上向くことを期待できる。
		商店街（代表者）	・今後については、中心部の夏祭りや夏休みを直前に控えた時期となるため、若年層の来街者が増加することになる。ビジネス客や道内外からの観光客が増える時期でもあるため、一部の業種を除いて売上はアップすることになる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今年は賃上げが多く企業の行われていることから、景気が上向くことを期待している。また、外国人観光客について、東南アジアからの入込が多いなか、最近になって欧米からの入込が増加していることもプラスである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・経営環境としては決して良くないが、観光客の入込が増えてくる時期であり、主要客先であるホテルや飲食店の活況が見込まれることから、今後の景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・インバウンドの入込が増えていることに加えて、観光や地域行事が活発になっていることから、今後の需要拡大を期待している。
		衣料品専門店（エリア担当）	・例年、商品の販売動向が気温に左右されやすい時期であり、今後、平年並みの気温で推移することになれば、来客数や売上が増加すると期待できる。光熱費の上昇に伴う買い控えの動きが徐々に弱まっていることもプラスである。
		家電量販店（経営者）	・エアコンの販売量が順調に伸びていることから、今後も引き続き期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表を控えていることから、今後の景気はやや良くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・今後の経済対策にもよるが、現状の客の購買行動から、今後の景気はやや良くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客に対して正しい健康指導を地道に行っていくことで景気が良くなることを期待している。健康食品の問題については、第三者機関が認可を与えるなど、新しい仕組みを導入することを考えてほしい。
		高級レストラン（スタッフ）	・当地区では、まだ景気の回復傾向がみられないものの、他地域において、回復傾向がみえつつあることから、今後、当地にもその効果が及んでくることを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・イベントなどの企画により、観光客の入込が増加すると見込まれるため、今後の景気は上向くことになる。
		旅行代理店（従業員）	・初夏となり、観光の繁忙期を迎えることから、東南アジアを中心にインバウンドの増加が期待できる。コロナ禍で抑制されていた帰省需要は前年の夏に一気に回復したため、今年も期待できる。今後については、国内客、インバウンド共に、観光需要が伸びることになる。
	通信会社（企画担当）	・量販店での販売について、予算や人員も含めて、今まで以上に力を入れる予定であることから、景気が回復することを期待している。	
	観光名所（従業員）	・当地に寄港する大型豪華客船について、秋までは多くの利用が予定されていることから、今後、地域がますますにぎわうことが期待できる。また、国内観光客について、物価高の影響を余り感じさせない積極的な動きがみられることもプラスである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・現在、北海道は観光の閑散期を迎えており、比較的観光客の少ない時期であるが、インバウンドはますますの入込がみられる。円安が進んでいることもあって、今後の観光シーズンには期待を持てる。
		百貨店（販売促進担当）	・物価上昇の影響で生活費の節約志向が顕著になっている。この傾向はしばらくの間続くことになる。
		スーパー（役員）	・輸送コストの上昇、円安に伴う原材料価格の高騰が影響して、食料品の値上げが止まらない。賃上げも行われているが、今後も消費者の節約志向は強いまま変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費者の生活スタイルは今後もさほど変わらないとみられるため、景気は変わらない。競合との価格競争が激しくならないかを懸念している。
		コンビニ（エリア担当）	・値上げの動きが続くなか、今後は電気料金の負担も大きくなる。春から賃金が上がるとはいえ、実質賃金が前年比でプラスとなる人はそう多くないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も円安傾向が続くとみられるため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・受注できる車種が増え、新型車も発売したが、物価上昇の影響もあって、高額の新車種の売行きが悪い。ただし、車両の生産体制が回復しているため、この先は販売台数が増えてくることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・高額車両の受注は好調だが、年間の配車枠が決められていることから、今後も大きな変化がないまま推移する。新型車が発売されても、割当台数を売り切ると、新規受注を取れなくなるため、景気は良くも悪くもならない。
		住関連専門店（役員）	・客の節約志向が強く、大きく変わるような要素もみられないことから、今後も景気は変わらない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	・円安の進行により、石油製品価格にも影響が出てくるとみられるが、当面、燃料油価格激変緩和対策事業が続くことから、今後も景気は変わらない。
		その他専門店 [造花]（店長）	・今後については、観光シーズンを迎えることになる。例年、観光の動きが活発なほど、売上が落ち込む傾向がみられるため、今後の景気は落ち込むことが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・売上がじわじわと下がっているなか、この先の輸入食品の値上げも予定されていることから、今後の景気が良くなるとは考えにくい。毎月、原価計算の更新を余儀なくされ、集客や接客に力を入れにくい状況にあることもマイナスである。また、これまで仕入れてたまに産地直送品を使用していたが、物流の2024年問題の影響で輸送コスト上昇や配送への不安が高まることから、生鮮品を利用しづらくなることも懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・今後については、インバウンドが多少回復するとみられる。一方、国内客は、物価高や社会保険料の増額、円安などの影響で可処分所得が減少するとみられることから、落ち込むことが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・本来であれば、夏は旅行需要の増える時期であるが、インバウンドの増加に伴って、オーバーツーリズムが懸念されることから、国内客の旅行需要が落ち込むことを懸念している。
		旅行代理店（従業員）	・円安の影響で、燃油サーチャージの高騰、海外旅行のインフレが進んでいるため、こうした動きがある程度収まらない限り、海外旅行の販売量が上向くとは考えにくい。
		旅行代理店（従業員）	・今後については、国内旅行の伸びが見込めるものの、海外旅行への問合せが引き続き少ないことから、全体的なボリュームは変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・前年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことをきっかけに入出は増加傾向にあるが、4月のタクシーの売上実績をみる限り、タクシー1台当たりの売上増加は見込めない。5月以降、気温の高い日が多いと見込まれていることもマイナスである。
		タクシー運転手	・この先、様々なイベントが予定されているものの、利用者数が増えていくような傾向はみられないことから、今後もほとんど変わらないまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・ 今後は閑散期であり、人出も余り期待できないことから、景気は変わらない。
		タクシー運転手	・ 夏は観光シーズンのため、人の動きが増えることを期待しているが、タクシー利用がどの程度増えるかは判断が付かない。ゴールデンウィークの人の流れや単価などの動きを注視している。
		観光名所（職員）	・ パレスチナ問題など、世界情勢の影響が今後出てくることを懸念している。
		住宅販売会社（経営者）	・ 住宅業界においては、原材料価格や人件費の高騰もあって、今後も着工数の増えない状況が続くとみられる。
		商店街（代表者）	・ 政治の動向を気にしている客が多く、今後も同じような状況が続くことになれば、景気が悪くなることが懸念される。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 前年は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことで旅行客が大きく増加したが、今後は余暇の過ごし方について、旅行以外の行動も選択されるようになるとみられる。例えば、前年は旅行したから、今年は家でゆっくり過ごそうという動きが出てくることが考えられ、今後の旅行需要には一服感が出てくることになる。
		一般小売店（経営者）	・ 円安の影響がこれから出てくると考えられるため、景気はやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・ 新紙幣の発行に伴って、現金が動くことを期待しているものの、円安やパレスチナ問題の影響などで消費が落ち込むことが懸念される。
		スーパー（店長）	・ 物価高がいまだに続いており、客は価格の安いときにまとめ買いしていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・ 卵が集客につながる恩恵がなくなったことに加えて、商品の値上げが続いていることもあって、客の買物回数が減っている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・ 今年の春闘において、過去にない高い水準での賃上げがみられたが、今後の為替やエネルギー価格の動向などをみない限り、実質賃金がプラスになるかどうかは分からない。現時点で先行きを見通すことは難しい。
		スーパー（企画担当）	・ 大手企業の賃上げはプラス要因であるが、当地域は中小企業が多く、賃上げを実施している企業はそれほど多くない。また、値上げの品目数は減少しているものの、依然として物価が高騰しており、可処分所得に占める食品への支出割合が高まりつつあることから、今後の景気は下向くことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 売上は持ち直しているが、商品価格が上がった影響である。来客数はずっと前年を下回って推移していることから、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 今後も商品の値上げが続くとみられることから、景気はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・ エアコンの販売は好調が続いているが、それ以外の商品の売行きが余り良くないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 観光関連以外の業種では、今後も厳しい状況が続くとみられる。特に中小の建設関連企業では、原材料や燃料などの価格高騰を十分に転嫁できず、利益が縮小するとみられる。賃上げも足かせとなることが懸念されるため、今後も厳しい経営環境が続くことになる。
		タクシー運転手	・ 物価高の影響で客の節約志向が強まることが懸念される。交通費を節約する場合、真っ先にタクシーが対象となるため、今後、業界の厳しさは増すことになる。
		美容室（経営者）	・ 客との会話で、旅行や食事などの話題が以前よりも減少しており、物価高に対する警戒感が強まっている様子が見える。そのため、今後、景気が急激に上向くとは考えにくい。
		美容室（経営者）	・ 景気が良くなるような気配が全くない。
		住宅販売会社（従業員）	・ 建築コストが下がらないなか、金利の上昇に伴って住宅ローン金利が上昇することが懸念される。現在の顧客のボリュームゾーンは20代から30代にかけての共働き世帯であり、そうした客の借入れ限度額に影響が生じることが懸念される。
	x	スーパー（店長）	・ 円安の影響で今後の景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	衣料品専門店(店長)	・観光客、特にインハウンドの動きが好調なようであるが、先行き不透明な状況のなか、客の購買意欲を上向かせるようなニュースが全くないため、今後の景気は厳しさを増すことになる。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		建設業(経営者)	・新年度が始まったばかりで、全体的な景気がどうなるか読めない部分はあるが、今後、工事の受注が進み、稼働量が上向くことになる。ただし、円安の影響で、燃料などの輸入物価が上昇することが懸念される。
		建設業(役員)	・前年度からの繰越工事と新規受注した工事現場の早期稼働開始により、例年よりも前倒しでの出来高積み上がり期待できる。ただし、円安の影響による建築資材の価格高騰、時間外労働の上限規制によるコストアップなどが懸念材料である。
		輸送業(支店長)	・国内貨物量は、ゴールデンウィーク明けから徐々に増加するとみられる。ただし、現状、それほど忙しくないなかでも、トラックが余っていないことから、貨物量が増加した際に、輸送力不足に陥ることが懸念される。
		金融業(従業員)	・電気・ガス価格激変緩和対策事業が5月使用分で終了する予定であることから、物価や消費行動に影響を与えることが懸念されるものの、賃上げを実施する企業が前年を上回る見通しにあることから、今後、消費者のマインドが改善し、個人消費を押し上げることを期待している。
		司法書士	・4月1日から相続登記が義務化されたことから、今後しばらくの間、相続登記の依頼が増えることになる。
		その他サービス業[ソフトウェア開発](経営者)	・受注単価の上昇と賃上げの効果により、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業[建設機械リース](営業担当)	・価格の適正化が課題となっているが、現在の社会情勢から、今後、徐々に適正化が進むと期待している。
		食料品製造業(従業員)	・受注量や販売量が増えるような要因がないことから、今後も景気は変わらない。
		食料品製造業(従業員)	・商材の価格改定、内容量の変更から1年が経過し、客に受け入れられてきたとみられることから、今後の景気は好調なまま推移する。
		通信業(営業担当)	・これから観光のハイシーズンを迎えるため、観光客、特にインハウンドの増加による経済的恩恵を期待できる。ただし、原材料価格や人件費の高騰に伴うコスト増がマイナス要因として考えられるため、今後の景気は現状と同じような水準で推移する。
		司法書士	・数か月の期間で考えれば、景気は余り変わらないとみられる。ただし、地方都市においては、人口減少が進んでおり、国や地方自治体が適切な対策を行わない限り、自然減と社会減が続くことになり、長期的な景気は徐々に下向くことになる。
		その他非製造業[鋼材卸売](従業員)	・今現在、動きのある大型案件に携わっている企業は忙しそうだが、それ以外の建築案件がなかなか動き始めない状況にある。そのため、今後しばらくは現状維持で推移するのが精々とみている。
		金属製品製造業(従業員)	・人口減少が進むなか、今後も物価上昇が続くとみられる。北海道は一次産業も余り良い状況にはないため、景気が悪くなることはあっても良くなることはない。
		建設業(従業員)	・建設業において、設計や施工に対応可能なボリュームが限られているなか、国策で進められる事業が増えることになれば、設備の取り合いが加速することになる。工事費は高くなり続けるため、経済としてはマイナス方向に進むことになる。
	広告代理店(従業員)	・円安の動きが止まらないことから、今後、値上げが一層進むことが懸念される。	
	×	農林水産業(経営者)	・前年産のりんごの総量が少なく、4月一杯で在庫がほとんどなくなるとみられることから、今後の景気は悪くなる。
雇用 関連		-	-
		*	*

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
(北海道)		人材派遣会社(社員)	・今後も、企業の採用ニーズの強い状況が続くとみられる。企業では、採用のハードルを下げるかどうかを検討しているようだが、採用のハードルを下げて、必ずしも定着率の向上につながるわけではないため、人事部門では不安を感じている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・農業、畜産、酪農などの1次産業が主体の地域であり、円安の影響で飼料や肥料などの輸入品の価格が上昇することを懸念している。人手不足もあいまって、今後の景気は現状と同じような水準で推移することになる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・前年5月以降、求人件数が減少傾向で推移している。増加傾向に転じるような明るい材料も少ないため、しばらくは現状と変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・海外との商取引を行っている企業においては、円安の恩恵があると考えられるものの、地元の中小企業にそうした恩恵は余りないとみられる。むしろ、物価高などのマイナスの影響が大きくなるとみられる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・9月に大型スーパーの開店が予定されていること、インバウンドの回復による観光業界の活性化など、明るい材料もあるものの、苦しい経営環境にある業界が多い状況は今後も変わらない。
		職業安定所(職員)	・有効求職者及び新規求職者数が減少している。求人数は増加しているものの、前年からの反動が要因と考えられるため、求人数の増加が景気回復につながっているとはいえない状況にある。
		職業安定所(職員)	・当地における月間有効求人数は12か月連続で前年を下回っている。ただし、産業、業種によってその度合いは異なっており、今後の物価、経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
		学校[大学](就職担当)	・物価と賃金の好循環が実現すれば、景気が上向くことも考えられるものの、現状から、そこまでの変化は考えにくいいため、今後も景気は変わらない。
	*	*	*
x	-	-	-

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)		一般小売店[医薬品](経営者)	・今月の売上は前年比103%となっている。外国人客も少しずつ増えていることに加え、これからは外出しやすい天候になるため、来客数も増えるとみている。単価は少し上昇しているが、客は必要な商品は購入している。
		コンビニ(経営者)	・天候次第だが、祭りの期間が好調に推移すればその後の経営はかなり楽になる。しかし、日々の店舗運営は人手不足で非常に危うい状況が続いていることに加え、物価高騰、賃上げ、経費増大に対してフランチャイズ契約が何1つ変わらないため、辞めていくオーナーが増え続けている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・大きなイベント等の会場利用が多くなり、県外からの客も多くなるとみている。
		商店街(代表者)	・大型連休に加え、商店街イベント、駅ビルオープン、客船寄港などの良い条件がそろっている。
		一般小売店[酒](経営者)	・県外からの客の増加が見込めるため、景気も良くなるとみている。
		一般小売店[酒](経営者)	・季節も良くなり行楽シーズンに入るため、様々なイベントが開催され、人流の増加が見込まれる。ただし、今後の賃上げと物価高の推移を注視する必要がある。
		スーパー(店長)	・賃上げや定額減税が予定されているため、今よりは景気が良くなるとみている。
		スーパー(企画担当)	・コロナ禍が明けて、客の動きは活発になっている。物価高のなか外食産業が大きく値上げしたため、内食需要が高まり食品小売業は上向いている。
		コンビニ(経営者)	・人流は活発であり当面は来客数の増加が見込めることから、気温の上昇とともに販売量も増加するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・季節が変わり人の動きが良くなるため、景気は少しずつ良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・夏に向けて消費行動が活発になるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・円安と株高の影響がどの程度出るの見通せない。
		衣料品専門店（店長）	・前年は春から初夏にかけて来客が少なく、仕事用や行楽用が苦戦したが、今年はこの先の天候が順調ならば、客の様子からみて例年以上になるとみている。
		家電量販店（従業員）	・例年より暑くなるとの予報が出ているため、季節商材を中心に販売量の増加が予想される。省エネモデルを検討する客が多く、単価も上がるとみている。冷蔵庫も気温が上がると故障しやすくなるため、買換えにつながる。パリオリンピックによるテレビ、レコーダーの需要増加も予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・例年、夏休みや海水浴シーズンを迎えるため客は増える。しかし、今年は北陸応援割及び宿泊代の高騰があるため、良くなるとは言い切れない。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドを軸に、先行予約が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・県内の当社契約施設の客の予約数が微増傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・製造業への投資需要が予測されるため、景気は上向きになるとみている。
		競艇場（職員）	・夏に来場促進キャンペーン等を計画しており、売上は徐々に上がるとみている。また、ゴールデンウィークにも売上アップの対策を考えており、景気は良くなると期待している。
		美容室（経営者）	・賃上げが地域の消費に影響を与えることになれば、その効果が当社にも及ぶことを期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・給料のベースアップもできていて、購買力が伸びている。
		商店街（代表者）	・上がった価格は下がらないため、買い控えが続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費者の金の使い方が変化している。イベントや旅行には金を使うが、日常の消費においては必要なものだけを買っている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・これ以上悪くはならないくらい底辺で推移している。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今後も値上げが続き、天候不順も予想されることから、客の購買意欲の高まりは期待できない。
		百貨店（企画担当）	・4月に入り、衣料品等、主力商品アイテムが苦戦している。ゴールデンウィーク期間中の気温上昇と人流の動きを注視していきたい。
		百貨店（経営者）	・賃金の上昇分が多少なりとも消費に向けられることを期待しているが、アフターコロナの活発な消費マインドも1年が経過し、将来への不透明感から貯蓄や金融資産への投資に向けられるのではないかと懸念している。
		百貨店（催事担当）	・今後も大型催事やフロアのリニューアルを計画しており、売上の前年超えが期待できる。
		百貨店（従業員）	・地域的にインバウンド特需は期待できない。また、生活防衛意識に変化はなく、低単価傾向や必要最低限の消費動向は継続するとみている。
		スーパー（店長）	・決して地域の景気が良いとはいえず、消費は大きくは変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・景気が上向きになるような動きは見られない。現状を維持するのに精一杯の状況が続いている。
		スーパー（店長）	・値上げが落ち着くまでは、買上点数の増加は期待できない。
		スーパー（店長）	・商品の価格見直しが依然続いており、消費行動は大きく変わらないとみている。
		スーパー（企画担当）	・企業努力による安売りで客の購買行動を刺激できているだけで、来客数は増えても1品単価は下落傾向にある。今後、物価高が進めば地方の企業は更に利益が圧迫されることになるのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・乗客数は回復傾向にあるが、買上点数、客単価は前年までの数値にはなっておらず、客は買物に慎重である。
		スーパー（商品担当）	・買上点数が回復すれば見通しも良くなるが、値上げが続く限り買い控えも続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・購入点数や単価は横ばいのまま、乗客数は引き続きプラスで推移するとみている。
		コンビニ（経営者）	・これ以上売上が下がると店の存続が危ぶまれる。
		コンビニ（エリア担当）	・6月以降の電気料金の値上がり、どの程度客の動きに影響を及ぼすのか不安がある。楽観視はできない。
		衣料品専門店（経営者）	・海外生産の多い作業服等の仕入価格が円安で急騰しているため、販売価格の設定に苦慮している。
		衣料品専門店（店長）	・気象予報でこの夏は猛暑となっているが、衣料品の購入モチベーションは、そのときの天候次第で大きく変化するため先が読みづらい。
		衣料品専門店（総務担当）	・5～6月のボーナス商戦の状況を見なければ分からないが、ベースアップ等があっても、物価上昇分を考えれば実際には何も変わっていないため、景気改善はないとみている。
		家電量販店（従業員）	・この夏は猛暑の予想で、エアコン等が売上がけん引するとみている。しかし、家電よりも観光需要に消費される可能性がある。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客の受注が少しずつ増えている状況は変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・フルモデルチェンジ予定の車種もあるが、売上に大きく影響する車種ではない。サービス部門も点検や車検の予約状況を見ると売上は変わらない。しばらくは大きな変化はないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・特に需要に変化はないとみている。
		乗用車販売店（店長）	・車両価格だけでなく交換部品の価格も上がっている。しばらくは新車成約が難しい状況は変わらないとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・暖冬で受注が減少した分の付けが大分あり、尾を引くとみている。
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているため受注内容から判断して、2～3か月後も変わらない。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・円安が止まらない限り、変わらないとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・都市部では給与が上がっていると聞く。しかし、地方ではそれほどでもなく、物価の上昇速度の方がはるかに早いいため、景気が徐々に悪くなることを覚悟している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・長期予報では今年も暑くなる見込みのため、夏物が早く動くことが予想される。苦戦している空調服などが売れることを期待したい。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・商品の値上げで客の購買意欲が低くなっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の動向にもよるが、今後石油製品需要が増える要因はない。
		高級レストラン（支配人）	・予約数の伸びが停滞しており、楽観視できない。
		一般レストラン（経営者）	・円安の影響で物価が上がっており、メニューの値段に反映せざるを得ない状況になっている。海外からの客が多少増えても今までの客は減る。良くなることは考えられず困っている。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前のような活気が戻ることはなく、今がピークである。物価高騰は続き、景気は変わらないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・インフレが進んでいるが消費は避けられないため景気が悪化するとは考えにくい。しかし、改善するとも考えられないため、変わらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・円安が改善しない限り、景気は変わらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・物価高と販売単価の上昇の影響が予約は鈍い。

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
		観光型旅館（経営者）	・マイナス要因が多く、決して良い景気とはいえませんが、良くも悪くも大きな変動はないとみている。
		旅行代理店（従業員）	・為替や株価の値動きが不安定であるため、先が見通せない。6月のボーナス支給のタイミングで夏商戦が開始することから、6月初旬の販売動向を注視している。
		旅行代理店（従業員）	・円安により海外旅行の復活が厳しい。一方でインバウンドは好調である。
		旅行代理店（従業員）	・先行予約状況を見ても、新型コロナウイルス感染症発生前、前年同期比共に大きなアップもダウンもない。今後の為替等の状況を見守りたい。
		タクシー運転手	・気候的に暖かくなり、今月と比べて一般の利用客は減るが、観光客の利用は増えるとみている。
		通信会社（経営者）	・放送サービスは契約者数の増加は期待できない。通信サービスは工事のいらぬWi-Fiルーターの設置が人気で、今後も契約者数の増加が続くと期待している。
		通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、現状維持とみている。
		通信会社（営業担当）	・賃金の上昇を物価の上昇が上回る。顧客も経費を抑えようとするため、良くはならない。
		テーマパーク（職員）	・円安の影響などによる値上がりで、買上率の変動が激しくなっている。また、購入アイテムの変動もみられる。来客数は伸びても売上に結び付く要因に乏しい。
		観光名所（職員）	・インバウンドの予約は大分落ち着いている。日本人観光客数は微増である。販売量も単価は横ばいとなっており、この状況は続くとみている。
		遊園地（経営者）	・物価上昇と賃金上昇が家計にどう影響するか見通せないが、このまま推移するとみている。
		美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が来ないため変わらない。
		設計事務所（経営者）	・県内の自治体から予算内容が公表されたが、物件数は例年どおりではあるものの、物件当たりの単価が低下している。受注競争の激化が予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・中古住宅を借り上げて従業員宿舎にと考える当地進出法人からの引き合いがあり、不動産にからむ工事及び賃貸事業が出てきている。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・住宅設備機器は、エアコン工事見積りの際にアスベスト対策についての問合せが増えるとみている。リフォームは、補助金を活用する工事の問合せが増えるとみている。
		商店街（代表者）	・相変わらず夜は来客がほとんどない。予約も5～6月はかなり少ない。景気は悪くなるとみている。
		商店街（代表者）	・観光業や宿泊業以外は、円安や物価高騰の影響で景気回復が見通せない状況が続いている。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス関連融資の返済で、経営が立ち行かなくなる店舗が増えるとみている。
		スーパー（経営者）	・実質可処分所得は期待したほど増えていない。中小企業の賃上げも若干のプラス要因にはなるものの、人口減少などもあり、消費は弱含みの状況が続く、節約志向もやや強まるとみている。
		コンビニ（経営者）	・客の財布のひもはなかなか緩まない。今後の光熱費の上昇により、更に厳しい状況になるとみている。
		コンビニ（店長）	・物価の上昇が続き実質賃金が下がっているため、購買力は低下するとみている。日本人の購買力の低下による売上の落ち込みをインバウンドがカバーしている。
		コンビニ（店長）	・賃金は上がり、円安や物価高の影響などがあり、景気が良くなる兆しがみえない。
		コンビニ（店長）	・良くなる兆しがみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で輸入品の値上がり止まらない。余り単価が高くなると売上は伸び悩むことになる。
		衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰により、景気は今以上に悪くなると予想する。
		衣料品専門店（店長）	・地方では給与が上がらない。さらに、円安の影響による物価上昇も予想される。日々の生活に大きな影響があるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・受注量が前年を下回っている。また、配車供給は安定しているものの、わずかに減少傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・季節外れの好天続きで配達灯油の販売数量が落ちている。季節的にも閑散期に入るため、好転は望めない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・5月下旬から6月中旬にかけて、当地で前年はなかったイベントが予定されており、期間中は県外客の駅利用増加に伴い、当館でも飲食業を中心に好調が見込まれる。しかし、商品単価の上昇は落ち着いた一方で、生活サービス面の値上げが散見されるため、客の節約志向は続いており、2～3か月先も楽観視できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・物価は上昇し税金も高くなっているが、賃上げが追いついていない。それでは消費は増えない。そもそも賃上げしているのも大手企業だけである。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・円安で食品などの生活必需品の価格高騰が進み、家計が更にひっ迫するとみている。消費者の生活防衛意識が更に強くなることを懸念している。
	×	スーパー（経営者）	・円安が進み、物価高が続いている。さらに、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了するため、電気料金も上がる。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年消費が活発になる4月の動きが鈍い状態では、今後景気が上向くことは考えられない。
企業 動向 関連 (東北)		農林水産業（従業者）	・6月以降収穫期になる。今年も暑くなるとコストは掛かるが、果物の消費につながる事が期待できる。
		食料品製造業（製造担当）	・飲食店は旅行客等でにぎわいを見せているものの、百貨店等は販売量が伸び悩んでいる。ギフト商戦をどのように捉えていくかが1つのポイントになる。
		建設業（従業者）	・例年これから受注工事が増加するため、例年どおりにいけば景気は上向く。
		建設業（従業者）	・現在交渉中の民間案件等の受注契約の見通しが立っている。
		建設業（従業者）	・先々まで仕事が見えている状況が突然変わることはないともみている。
		金融業（広報担当）	・法人の設備投資は堅調な推移を予想している。夏に向けた各地のイベント開催による集客効果アップに加え、賃上げの実現や所得税の減税効果による個人消費の盛り返しに期待している。
		経営コンサルタント	・大型連休に期待している。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・観光など人の移動が多くなることを見込まれ、外食や土産などの売上は良くなるとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しているが、既存商品の販売量の落ち込みが大きく、回復は見込めない。また、原材料の値上がり分を売価に反映できていないため、利益面も厳しい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方の中小企業であり、業種柄変わりようがない。
		金属製品製造業（経営者）	・やや良いニュースも聞こえてきているものの、状況が良くなるまでには半年以上掛かるとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・物価や光熱費の高騰に伴い、価格転嫁ができればよいが、価格が高いと注文が取れなくなるリスクがあるため、交渉しながら徐々に値上げを行っている。引き合い件数自体は増加しているが、2～3か月後の景気は見通せない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・量産案件の見込み情報の数量に変動はないともみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の受注計画に動きが見られない。また、半導体市場も動きが見られない。今後2～3か月先に向けて改善することはないともみている。
		建設業（従業者）	・資材価格の高騰が続いている間は変わらない。
		輸送業（経営者）	・賃上げによる人件費の上昇と2024年問題による物流費等の上昇により、幅広い分野で値上げラッシュが続いている。このような状況で景気が回復するのかを懸念している。
	通信業（営業担当）	・顧客の反応がまだ消極的であり、辛抱強く顧客との接点を探り続けていくしかない。	
	通信業（営業担当）	・助成金を活用した購入に前向きな企業は一定数ある。しかし、物価高騰や円安の影響が販売に大きく影響するとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告業協会（役員）	・人手不足の求人広告や、夏休みに向けた観光業界の広告出稿は増加傾向にある。しかし、円安の進行、エネルギー価格の高騰により、広告費を更に縮小する企業も多く、広告業界全体の業績としては変わらない見込みである。
		司法書士	・相続登記義務化の影響で相続登記の需要が伸びている。一方で、新築戸建て住宅の単価上昇が著しく、当該受託案件の伸び悩みが予想される。
		公認会計士	・製造業のＩＣ関連部品等の納品状況の改善や、人手不足が解消されない限り、業績回復は厳しいとみている。他のサービス業、飲食業、建設業などが現状維持だとしても、全体としては現在より良くはならないため、景気に変化はないとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・中東情勢の影響で原油価格がまた上がっている。また、電気料金も値上がりすることから、良くなることは期待できない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・他地域の賃上げ効果が、交流人口増加という形で町に影響をもたらしてくれることを期待したいが、それを誘引する特効薬が見当たらない。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・これとって良い話は聞こえてこない。小康状態が続いている。
		食料品製造業（経営者）	・円安もあり、コスト増加が懸念される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷物の需要が減っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・事業別に見ても良い情報はなく、良くなる見込みもない。期待していた半導体の動きも鈍く、良い状況になるには時間が掛かるとみている。
		農林水産業（従業者）	・円安やインフレで肥料価格や農業資材価格の高騰が続いている。また、農業機械や農業設備の価格高騰で設備投資ができない。これでは、コストや労力がかさみ、収益が圧迫される。
		窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注量が減少しており、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)		職業安定所（職員）	・物価高の影響は続くものの、賃上げの動きが中小企業にも徐々に波及しているため個人消費も上向き、景気は良くなるとみている。
		民間職業紹介機関（職員）	・増産の話もあり、今後も採用人数を増やす話が出ている。
		人材派遣会社（経営者）	・いろいろな中堅中小企業の経営者の話を聞くと、採用がうまくいっていない事業の縮小や拡大の停滞、円安などの懸念はあるものの、良い材料も悪い材料も見当たらないため、景気は今のやや良い状態が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・企業側の採用意欲に大きな変化がみられる状況ではない。
		人材派遣会社（社員）	・インバウンド需要の高まりや企業業績の改善など良い材料がある反面、中東情勢や円安、物価高など消費を抑制するリスクがあり、今後を見通すのが難しい状況である。
		人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に減少している状況は変わらないとみている。次回繁忙期となる今秋の同業他社を含めた動向を注視したい。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンド需要や台湾の半導体工場の進出など前向きな話題は多いものの、具体的な効果やプラスの影響はまだみられない。物価高騰によるマイナスの影響が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気を持ち直しが期待されるが、世界的な金融引締めや世界情勢の不安の影響で、先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドや観光客は多くなっているが、物価高騰による消費控えもあり、広告の回復は当面期待できない。
		職業安定所（職員）	・労働力人口の減少による人手不足は、当面変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・物価高騰の影響が現在も続いており、プラスの要因が見つからない。
		学校〔専門学校〕	・景気回復するための起爆剤がない。
		アウトソーシング企業（経営者）	・ＡＩとの違いを鮮明にできなければ、仕事が減少するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高水準を維持しているものの、緩やかに低下している。
		職業安定所（職員）	・事業所の都合で解雇される人が多くなることが見込まれる。
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		旅行代理店（所長）	・円安が進み、外国人来訪者数は今後も堅調に伸びていくと期待できる。その反面、日本人の海外旅行は伸び悩むと想定され、当面は国内旅行へのシフトが進むと考えられる。
		旅行代理店（従業員）	・良くなり続けるとは考えるが、物価高を価格転嫁できるかが課題である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・かなり飲料関係の販売が増えてきたように思われる。
		スーパー（総務担当）	・前年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行してから1年が経過し、景気は回復するのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・暑くなればなるほど販売量が増えるため、やや良くなる。
		コンビニ（店長）	・今月は天候不順と例年行われていた地域イベントの他への移行により、人の流れが減少している。ただし、2か月後には元に戻っていると考えている。
		コンビニ（店長）	・気温が高くなるにつれて、客も出掛けることが多くなり、コンビニを利用する客も増えるかとみている。
		衣料品専門店（統括）	・季節も変わり、客の動きからも祭礼行事が幾つか始まってきていると感じる。今後、秋までいろいろな行事があるため、それに向けて商材が出るのではないかと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産が順調に推移している。また、大規模小売店が増床オープンして買物客が押し寄せている。この状態は、まだ当分の間は続くかとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も収まり、収束後の循環ができてきているため、やや良くなっていく。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・近県からの来店予約が増えてきている。例年、人流が増える時期である。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・現状の動きをみている、更に動くのではないかと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・春になり、ゴールデンウィーク等でイベントが増えると、例年、気持ち的に多少は財布のひもが緩む時期であるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・大人数の宴会や会食の販売量が前年と比較して確実に増え、戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前比では50～80%なので、まだまだ完全復活とはいえない。
		都市型ホテル（支配人）	・5月以降の予約も高水準で推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は団体予約等が堅調に伸びており、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比でも110%と好調である。宴会は1件当たりの人数は回復途中であるものの、件数自体は2018年とほぼ変わらない。レストラン部門は、人員不足に伴い、引き続きディナー営業をクローズしているが、朝食摂食率は上がっており、また、ランチ利用が2018年比120%と好調である。来客数の増加に伴い、新卒採用も含め、調理スタッフの確保が急がれるが、即戦力はなかなか雇用できないのが現状である。
		旅行代理店（経営者）	・受注できなくても、すぐに次の仕事の依頼が来るため、きちんと受注できれば、当業界の景気は上昇ムードが加速する。
	タクシー（経営者）	・夜の動きが良くなってきたので、この先も良くなる。	
	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの5類移行から1年が経過し、外出や旅行に対する抵抗は皆無となっているようで、例年並みのゴールデンウィーク等を迎えられるようである。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・今年の天候はおかしいので、夏は暑さが心配である。食品を始めとする物価の上昇は、暑さと大いに関係がある。	

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
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・前年から続いていた前年比100%超の売上が、今月は達成できなかった。新型コロナウイルス感染症発生前の人出に戻りつつあり、外国人観光客はむしろ増えつつあるなかで、売上が伸びていないのは、人手不足による売上機会の損失の影響だと感じている。実際、前年より店舗休業日が多く、求人もなかなか実を結ばないため、この傾向は今後も続いていく。
		百貨店(営業担当)	・地方都市ではインバウンドや賃上げは望めず、大きな景況感の変化はない。今後も物価高が見込まれており、消極的な消費行動は継続する。
		百貨店(営業担当)	・急激な円安の進行や相変わらずの物価高など、客の様子からも生活防衛意識の高い状況が続くおそれが強く、不安定な状況がしばらく続く。
		百貨店(店長)	・回復傾向にあるものの、景気が上向いているとまではいえない。
		百貨店(店長)	・世界情勢の不安定化に伴い、株価動向も不安定になっており、富裕層の動きの変化は要注意だとみている。中間層の動きに大きな変化はみられないため、景気動向に大きな変化はないと予測している。
		スーパー(商品部担当)	・良くなることはなく、物価上昇傾向が続くなか、業績は前年割れが続く、維持するのが精一杯である。
		コンビニ(経営者)	・店舗前の道路工事が今月から再開するのか未定である。土日の来客数は横ばいで推移しているものの、平日は前年割れが続いている。特に、平日の夜10時以降、深夜客の減少が大きいのは、働き方の変化の影響かと考えている。
		衣料品専門店(販売担当)	・これといった明るい材料、具体的な物が見当たらないため、このままやはり悪い状態での推移が続くのではないかと。
		家電量販店(店長)	・賃金の上昇を待つ状況という見方があるが、先が見えてこない。
		乗用車販売店(経営者)	・良くなる、悪くなるという判断材料が、特に見当たらない。
		乗用車販売店(従業員)	・受注残が発生しているものの、先々までの受注残は減少傾向となっている。
		住関連専門店(店長)	・景気回復の兆しはなく、値上げは依然として継続している。
		住関連専門店(仕入担当)	・連日の円安の報道で、価格への影響が今後も継続するという意識が消費者に刷り込まれている状況下であり、節約志向、防衛意識の高まりは継続していく。
		その他専門店(総務担当)	・受注件数が伸び悩んでいるため、変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・このままでは変わらない。新型コロナウイルス感染症発生前に戻るのには難しい。当面の対策は、いかに利幅を増やすかを考えるしかなさそうである。
		旅行代理店(営業担当)	・物価上昇が安定期に入り、消費者動向の一巡後に判断したいが、2~3か月ではまだ判断ができない。
		タクシー運転手	・まだしばらくは、景気が良くなるとは考えられない。
		通信会社(社員)	・円安の影響により部材仕入単価が高くなる傾向にある。業績への影響は少ないものの、常に注視が必要と考える。
		通信会社(総務担当)	・商材のモデルチェンジがあるが、同等クラスの現行モデルと比べて販売価格が上がると想定されるため、販売に影響する。
		その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・消費マインドの回復の兆しはない。
		設計事務所(所長)	・世界情勢が良くなっていないため、そう大きくは上昇しない。
		住宅販売会社(経営者)	・地価の動向が変わらない限り、状況は改善しない。
		住宅販売会社(経営者)	・賃貸、売買いずれも、最近では客の引き合いが少ない。
		家電量販店(営業担当)	・来客数は前年比85%と苦戦している。特に、映像関連は前年比80%前後で悪く、白物家電はエアコンが早期キャンペーン等で前年比110%で推移し、冷蔵庫も100%で着地している。4月後半から5月上旬はゴールデンウィークで一段と来客数の減少が予測され、大変厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・人材確保が難しい状況が続いている。特に、早朝、夜間や休日の勤務がある施設では、定年等退職者の後任者補充も難しい状況である。補充の際も人件費が上昇することとなり、業務拡充を図ろうにも足かせとなっている。求人方法の多様化や作業工程の見直し等が求められている。
		観光型ホテル（経営者）	・円安が続けば、インバウンドは多少喜ぶだろうが、食材仕入価格や光熱費、特にガス料金の高騰があり、利益の大半はランニングコストで消えていってしまう。この異常な円安を是正しなければ、零細中小企業は生き残れない。
		通信会社（経営者）	・輸入品を扱う業種では、今の円安はかなり厳しい。顧客は買い控え、仕入れは円安で高騰、政府は賃上げと言うが難しく、かえって社員のモチベーションが下がるのではないかと心配している。
		通信会社（営業担当）	・電気料金高騰対策の補助金が6月以降なくなるため、節約傾向が更に強まるおそれがある。
		通信会社（局長）	・まだしばらくは、円安が進む可能性もある。
		ゴルフ練習場（経営者）	・円安により海外から旅行者は来ているものの、国内需要につながっていない。
		競輪場（職員）	・物価の上昇が続き、1人当たりの購入単価が減少すると考える。
		美容室（経営者）	・大企業のように賃金を上げられない中小企業は、人手不足と物価高で首が回らない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築資材の高止まりに加え、労務費も上げざるを得ず、高コストになることが予想される。一定の部分までは客に理解を求めると、それ以上の上昇分とのギャップを埋められるかが懸念材料である。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・実質賃金さがり続けている状況なので、客もなかなか物を買うという購買意欲が出てこない。特に、食品に比重が置かれているため、電化製品は後回しという客が多い。今こそ減税してもらわないと、庶民は持ちこたえられない。
	×	家電量販店（店員）	・商材価格の上昇により、消費行動が消極的になる。
	×	乗用車販売店（経営者）	・楽しい話題さえなく、政府の対応策も特にないため、悪くなる。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・今月は様々な食料品が値上がりし、一般家庭の家計は苦しくなっている。このところ円安が進み、食料品等を外国からの輸入品に依存している飲食業は、商品単価に転嫁せざるを得ない。2～3か月後には、再び商材が値上げになると思う。ゴールデンウィークに支出したあおりを受けて、購入を控える人も出てくるので、確実に2～3か月後の消費、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		金属製品製造業（経営者）	・受注量の動きから、やや良くなると推測している。
		金融業（営業担当）	・企業努力のなか、業況の改善が見込まれる。
		司法書士	・手数料をもらう仕事で、機械を使用しないので、そう増えることはなく、このまま少し良くなるくらいとみている。相続登記は今までのたまった分があるため、2年くらいは現状が続くのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今のやや良い状況は、通常の前倒しだと思っている。今後はそれほど増えないのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・大きな変化はなく、自治体の令和6年度の事業計画等を見守っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今期がスタートしたが、多くの取引先の状況が変わらず、芳しくない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・親会社が7～8割の価格転嫁に応じてくれたため、今のところは、まずまず良い方向に向かっている。ただし、この先2～3か月は余り変わらないのではないかと。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等がいまだに続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（営業担当）	・今後の夏物家電のエアコンや冷蔵庫、扇風機等の物量は、前年並みを確保予定である。大手自動車メーカーからの依頼によるドライバー不足に、現状のドライバー不足もあるため、車両確保が難しく、運賃コストも上がり、円安による燃料価格の高騰も予想され、利益確保が難しくなりそうである。
		経営コンサルタント	・大手を中心とした賃上げの動きが、地域の中小企業にどれだけ影響したか、今後、決定するボーナス支給額の妥結状況が生活の維持向上にどれだけ寄与するかが、ポイントになる。現状の生活レベルに物価面からの悪影響が少なければ、基本的に地域経済は平たんとみられる。
		社会保険労務士	・当地ではインバウンド消費がなく、地域を引っ張る産業があるわけでもないので、余り変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いや商談件数は増加傾向にあるが、特段の変化はみられない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事の切り替わる谷間に入ってしまい、2～3割の売上減少見込みである。自動車分野、ロボット分野等、当初計画より大幅に落ち込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社は関係ないと思ったが、円安が影響しているのか、材料費が上がってしまって、動きが悪くなり、どうにもならず、非常に困っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の計画では、生産台数が前年比95%から98%となる予定である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後2～3か月で、どれだけ主要取引先の受注が戻るのかわからない。
		建設業（総務担当）	・工事が少ない過ぎて、このままでは危うい。
		不動産業（管理担当）	・既存の取引先への値上げ交渉も一段落したが、急激な円安により再び資材や燃料等の値上げが予想される。値上げしたばかりで、すぐには価格転嫁が難しいため、利益が減少するおそれがある。
		x	建設業（開発担当）
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィークに合わせて、商店街や役所関係、各団体で各種イベントがあり、それら事業への参加、開催等を予定しているために、食材や材料関係の調達が目立っている。野菜については安くなっている物、高くなっている物があるが、季節感を取り入れて売上向上を狙っていくとみられる。住宅等の建設関連についても幾分、動きがみられる。
		人材派遣会社（管理担当）	・今夏は麺類製造計画が高く、製造派遣が増えるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・事務職は依頼に対して比較的供給が安定しているが、接客や営業等の職種では、求職者が圧倒的に不足している状況は変わらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・今後ももじばらくは円安が改善されないため、変わらない。
	x	職業安定所（職員）	・主な産業の新規求人数の前年同月比をみると、医療、福祉分野は微増傾向で推移しているものの、建設業や製造業では減少が続いている。

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		衣料品専門店（経営者）	・夏物商材が売れる。今活動している団体の注文が見込める。
		家電量販店（店長）	・訪日旅行者が増加し、免税、課税実績が前年を大きく超えている。円安の影響か、成約率も高く、次月以降も同様の傾向を見込んでいる（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・周囲でも深夜2時まで営業する店が増えており、深夜も客でにぎわっている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・価格転嫁交渉が順調に進んでおり、確実に業績が改善することが見込まれる（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏季はイベント需要も重なるため、単価及び稼働も高水準である。
		通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークとなり、経済も動くので、上向く（東京都）。
		商店街（代表者）	・円安でアウトバウンドが減って、国内観光や国内消費が伸びていく。当地域のような準観光要素がある地域や、ちょっとした外出需要の見込みがある地域は、更に良くなるのではないかと（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・近隣でも夏に向けて多くのイベント開催が予定されている。それにより来街者が増加すると、当店への来店客も増加し、売上増加につながる。また、文具メーカーの業績も好調なため、例年以上に多くの新商品を発売しており、新商品を求める客により客単価が上がっている（東京都）。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・猛暑の予測があり、遮光遮熱効果の高い商材に期待ができる。
		百貨店（営業担当）	・円安影響から、引き続きインバウンドは訪日客数に比例して伸びていく見通しである（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・化粧品、特選ブランドを中心にインバウンドが引き続き伸長すると予測している（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・天候の悪影響は一時的なものであると認識している。また、賃金の上昇により消費者心理も上向く。
		スーパー（食品担当）	・ベースアップという社会的な雰囲気、インバウンドや観光業界の新型コロナウイルス感染症発生前の水準以上の動向は今後も続く（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・これから夏場に向けて来客数と客単価が上昇する。
		コンビニ（経営者）	・季節要因が大きいとみているが、コンビニは夏が最大の売上となり、3か月後は今よりも10%から15%良くなる。当店は余り関係がないが、コンビニ全体でみると少しインバウンドで伸びている。
		コンビニ（経営者）	・買い控えの動きが落ち着いて、欲しい商材なら買う傾向になっている。これから夏に向けては販売拡大傾向である（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・キャラクターグッズ会社とのコラボレーションによる新作浴衣が、販売前から好評を得ている状況に期待をしたい（東京都）。
		家電量販店（店長）	・賃金が上がった世帯から消費活動が向上する期待もあり、生活必需品の買換えで、より良い商材の購入に志向が変化することを期待する。
		家電量販店（経営企画担当）	・完全に新型コロナウイルス感染症の影響から脱しており、賃上げ等を伴う良い物価上昇であれば、景気は好調を継続するとみているが、エネルギー価格高騰等の悪い物価上昇の懸念も可能性としてあるため、注意深く見ていく必要がある（東京都）。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・夏休みとなり、訪日外国人が更に増加する（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・賃上げによりやや良くなる。
		高級レストラン（役員）	・コスト高など利得的には厳しい状況もあるが、利用機会については上向き傾向のため、施策、商材改定、価格調整などと合わせた進行により、期待できる（東京都）。
		高級レストラン（仕入担当）	・季節も良くなり、夏季休暇もあるため、個人消費が更に上向き、消費活動も活発化することが予想される（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・円安の影響で輸出業、海外に拠点を有する企業の収益増加により、日本国内の景気が良くなる。一方、中小零細企業は円安による輸入原材料の価格高騰に苦しみ、適正利潤を得られなくなる可能性が高い。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンドについては、円安の影響が大きいですが、まだ続きそうなので、良くなっていく（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（経営者）	・これから夏に向けて大型テーマパークの新施設オープンや、大型コンベンション施設での大規模イベントが順調に入っていることから上向きになる。ただし、電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了し、6月以降かなりの値上げになるのではないかとということが懸念材料である。それに加え、猛暑が予想されるため、今夏は水道光熱費がかなり高くなるおそれがある。政府にはそうしたことへの対策をお願いしたい。
		旅行代理店（経営者）	・あちこちで地震があり、能登半島地震も発生した。被災した方が多いなかでも、新年度が始まったお祝いも兼ねて、復興支援のために旅行に行こうという傾向になっているため、先行きはやや良くなる。
		タクシー運転手	・ライドシェア問題は別として、これからどんどん暖かくなると、人の行動が活発になっていく。そうなればもう少し客が動き出すと予想されるので、期待している（東京都）。
		タクシー運転手	・景気が良くなるというよりも、最近の暑さは特別なので、近距離の客が増えるかとみている（東京都）。
		通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなり、日常生活が元に戻っている。街にも普通に行けるようになり、商店、商店街も通常に戻りつつある（東京都）。
		通信会社（社員）	・小口注文が期待できる。また、イベントの復活も続いているため、今年度の売上は伸ばせる見通しである（東京都）。
		通信会社（社員）	・社内でベースアップに加え、一時金の付与や、ボーナスの増額が予告された。事業の好転が背景にあり、社内が活気付いている（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・新年度における案件数の増加に期待している（東京都）。
		通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、契約数もやや伸びてきている。
		通信会社（管理担当）	・緩やかながらも、現在の堅調な動きが今後しばらく続く見込みである（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・各種施策を投じることで、前年超過を見込んでいる（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・ゴールデンウィークから夏場に向けて、人の往来が更に活発になる。円安傾向のなか、原材料、燃料費等の値上がりによる収益の悪化が懸念されるが、期待も込めて今月より良くなる。
		競輪場（職員）	・出歩くにも良い季節のため、以前より客足は増える。ただし、来客数が増えても売上が伸びるとは限らないのがつらいところである。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して1年がたつ。今年のゴールデンウィークは円安のお陰で国内での旅行や楽しみ方が増えるかとみている（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの宿泊料金は以前より上昇しつつあり、ホテル業界は良くなる。しかし、中小企業はまだ厳しい環境のなかであり、賃金を上げることができず困っている。中小企業への景気対策を政府に是非お願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・政策、税制、金利、客の様子などは代わり映えしないが、社内的に今までの集客ルートを見直し、新たな取組を始めている。会議や書類を減らし、営業で動ける時間を増やすなど、自分たちが変わることによって販売量の増大を狙い、売れる工夫をしており、少しずつ成果が出ていると実感している。そうしたことから、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・当店の客は家庭の主婦で、世帯主の収入についてはよく分からないが、余り増えていない状況から買物に慎重にならざるを得ないのだろうとみている。購入に慎重になり、できれば買うのを控えたいという考え方が先行しているため、これからの商売は非常に難しくなる。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・毎年、ゴールデンウィーク期間は、客が旅行や行楽で出掛けてしまうので、売上が減る。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・ヒートポンプ給湯器はどこの家庭でも導入するというものではないし、事業所向けの補助金絡みについては時間が掛かる。エアコンの早期取付けに期待している。

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
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・物価が上がっており、この先も電気、ガス、水道料金の値上がりが続く、生活が苦しくなるため、景気が良くなることはない。現状のままで変わらないのではないかと(東京都)。
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・業種が業種なので、それほど著しく売上が伸びることは望めないが、微増している。地味だが家業として続けていくしかない。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・物価上昇の影響を強く実感している。安価な物、安く買える方法、安い店舗に人が流れている。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・農産物の販売をしているが、気候変動、高温障害により米価が上がっており、流通経費も高騰している。物価指数、商材価格が上がっているため、客の買物の仕方が慎重になっている(東京都)。
		一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・1ドル130円くらいになってほしい。仕入価格が高く、利益率が低くなっている。その分を商材価格に転嫁すると客離れが起きるため、値上げできない。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・今後は外商でも余り大きな案件がないようなので、少々厳しい。また、店頭部も売れる物が徐々に変わってきているが、届かなかったりする商材も多々あり、伸び悩んでいる。
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・当社の扱っている商材はとりわけ季節に関係するような物ではないため、この先、夏場にかけて伸びるとは考えられない。よって、変わらない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・円安や日配品価格上昇の影響が懸念材料だが、インバウンドの占める割合が上昇しているため、補う形で推移している。また、気温上昇により夏物衣料、旅行需要、イベントの動きが活発になり、人流が変わるものとみている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・館内の大幅な改装が終了するまで、来客数の増加を見込むことができない。
		百貨店(総務担当)	・物価高など昨今の経済情勢の不安定な状態から、一般的な消費マインドが上昇していくことは想像できない。景気の先行き見通しは不透明である(東京都)。
		百貨店(広報担当)	・堅調な国内消費とインバウンドの好調さは底堅い。一方で、ここから数か月で大きく状況が変化する機会、リスク共に顕在化していない(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・円安が進む状況下で、インバウンドは好調の継続が見込まれる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・ゴールデンウィークは海外、国内共に好調と聞いているため、食品などは特にその後の反動が大きいとみている(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・来客数、売上共に2けた増加で推移するが、それは前年のリモデルが奏功したり、テナント入替えによる好調などが理由である。このトレンドがしばらく続いており、2~3か月先まで継続する(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・前年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行した後、消費が回復に転じたため、売上伸長率はこれまでの伸長率と比較して鈍化するものと考えるが、売上規模としては直近の状況が続くものとみており、景況感是不変(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・今後、円安の継続が光熱費などに影響したり、食品を始めとした商材の値上げも予定されていることから、客は消費に対してシビアにならざるを得ない。そうしたことから景気はしばらく変わらない。
		百貨店(販売促進担当)	・3月までの傾向と打って変わって、4月に入ってから来客数が減少傾向に転じている。物価高のゴールデンウィーク旅行への備えとも考えられるが、明らかに潮目が変わった感触があり、この傾向が続くことが想定される(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・直近の傾向からの予測である(東京都)。
		百貨店(財務担当)	・今春の賃金上昇による効果が中間層の消費押上げに寄与すると考える一方、円安加速による物価上昇懸念での消費減速リスクもあり、景気は変わらない(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
		百貨店（店長）	・ デイリー性の高い店舗特性から、都内店のようなインバウンドの恩恵はない。物やサービスの値上がりから、日々の買物において客が店舗、ブランド、商材そのものを買分けする購買動向は変わらない。
		スーパー（経営者）	・ 来客数、買上点数共に上昇せず、所得が追い付いていない。
		スーパー（店長）	・ 客の購買行動が変化してきている。例えば、アイスクリームであれば、値上げ前はマルチパック商材が売れていたが、値上げ後はノベルティ商材のような低単価商材にシフトしている。その反面、ウイスキーのように価値と価格が見合えば、値上げにもかかわらず、販売数が伸びている商材もある。今までのような売上の伸びからすると、多少停滞していくものとみている。
		スーパー（店長）	・ 値上げの影響で売上は堅調に推移しているが、消費者には節約志向が依然として根付いており、より安価な商材への志向が顕著に表れている（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・ 良くなる要因がない。
		スーパー（営業担当）	・ 単価の上昇、販売量並びに来客数の減少という図式はまだ変わらない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・ 円安が急激に進んでおり、状況が分からない（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・ 2019年頃の動き方に戻ってきており、同じような動き方をすることが想定される（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・ 円安傾向が変わらない限り、余り期待はできないが、下がることもない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・ 賃金が変わらない以上は、大きく景気が動くことは難しい。今の景気は良くも悪くもなく、今後期待できるような施策もない。物価高の影響がじわじわ迫ってきている印象である。
		衣料品専門店（経営者）	・ 団塊世代の客には、衣料品の購入は厳しい状況が続いていく。
		衣料品専門店（役員）	・ 諸物価の上昇はまだ続く見込みであり、衣料品には厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	・ 物価高が続いているため、現状がまだ続く。
		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、販売が余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・ 新車販売とサービス部門は前年とほぼ同様になっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・ 夏のボーナス商戦までは現状維持とみている。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 1ドル156円と、30年以上前の円安水準になっており、この先も輸入品の値上がりが続く。食料品や原油の価格も上がってきているが、賃金はそれほど上がっていない。こうしたことを踏まえて、今後の景気は余り良くないか、今のまま変わらないのではないかと。政府が円安対策を講じてくれることに期待するしかない（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 客の動向次第ではあるが、販売量の鈍化が続くと予想している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ 生産環境の良化が見通せない。
		住関連専門店（営業担当）	・ リフォーム業においては、国策の補助金事業の効果が表れている。今後も堅調に推移するものと予想している（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・ 毎年酷暑であり、季節が大きく変動することで売上が立ちやすくなる。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・ 一時的に良くなった気がするが、やはり5月が過ぎて6月頃になると、何となく景気が思わしくなくなるのではないかと。
		その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	・ 円安が続けば、値上げできない分の利益は見込めないため、非常に苦しい（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・ 当社決算期における3月から8月は、婚礼事業の苦戦により、全体の数値としては平行線と見込んでいる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経理担当）	・予約客でキャパシティが一杯で、フリー客を断らざるを得ない状況が続いている。現状が非常に良いため、これ以上上向くことは難しい。足元では円安を報じる動きがあるが、一過性とみており、変わらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・人手不足のためにやりたい仕事が多くなかなかできなくなっている。その点を改善しないと、売上は良くなっていかない。そうしたことから、2～3か月先の景気は今と余り変わらないのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・オフィスの空室率が下がっている。ただし、物価上昇の影響で利益率は下がっている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・物価高の影響もあるが、賃金が上がっていないため、消費が落ち込んでいる。円安の影響もあるだろうが、賃金を上げるしかないような気がする。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・売上は以前より良くなっているが、原価、経費も上がっているため、利益は変わらない。人件費も賃上げとなると厳しい（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・食材や水道光熱費、人件費などの高騰による値上がりが続く、相変わらず厳しい状況だが、比較的高単価での販売ができており、稼働率が上がることで経費を抑え利益が出始めている。予約も比較的順調に推移しているため、直前での駆け込み需要で何とかしのいでいきたい。
		旅行代理店（従業員）	・前年5月は新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、一気に人流が活発になった時期であるため、それと比べると際立った伸びは見込めない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援終了の影響がしばらく続く（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・当地域は国内客が少なく、周りの人も物価高のため食事代を節約している（東京都）。
		タクシー運転手	・物価の上昇が収まらないどころかますます進み、生活に大きく影響しているなか、毎月過ごしている。そのような客が圧倒的である。物価が安定しない限りは良くなれないし、客が増える見込みもない。
		タクシー運転手	・このところ午前中から午後にかけての利用は良い。一方、夜はやや悪く、深夜は更に悪い。利用が良いのは夕方までで、その後は徐々に客が減るパターンが続いている。終電後の利用が少ないのは新型コロナウイルス感染症発生前からである。
		タクシー（経営者）	・円安が急激に進行して、景気回復の足かせとなる。
		通信会社（経営者）	・現状からみて、受注が増加傾向になるのは2～3か月ほど先になる（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いており、しばらくは現状が続いていく。
		通信会社（局長）	・円安も続き、今のところ客の財布のひもは固いため、景気は上昇傾向にはない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・周りで賃上げ等を行っている企業が増えてきているが、ひとまずそれも一段落するため、当面景気は変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・1ドル150円から155円に円安が進んだため、まだいろいろな値上げに備える必要がある。多少の賃金アップでは物価上昇で相殺されてしまうため、さほど変わらない。
		通信会社（経営企画担当）	・販売量は増加傾向だが、単価は競合他社の動向をにらみながら頭打ちのため、売上は横ばいである。原価や経費が値上がりしているなか、利益は減少傾向にある（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・純減が続いている客の加入数の回復が将来的に必至と捉えている。今の悪い状況が続くものと推測している（東京都）。
		観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るのはいまなかなか厳しい（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・価格改定ショックが収まり、来場者数の回復に期待したいところではあるが、今年も前年と同様の酷暑が予想されており、屋外型施設としては集客が非常に難しいところである。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・大きな変化がみられない（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
		その他レジャー施設 [総合] (経営企画担当)	・円安を追い風に、引き続きインバウンド需要は堅調に推移するが、物価高や光熱費増加、株安等の影響により、国内客は消費行動を控える可能性がある(東京都)。
		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しないと、景気は良くならない。
		その他サービス[保険 代理店] (経営者)	・このままの状態が半年くらい続くとみており、2~3か月後も変わらない。
		その他サービス [フィットネスクラ ブ] (エリア統括)	・物価の上昇、円安、賃金の据置きなど、まだまだ良くなる要素がない(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・契約に結び付いた案件以外に、特に新しい話はない。
		設計事務所(経営者)	・5月以降、官庁案件の入札が出てくるため、今以上に悪化することはない。
		設計事務所(所長)	・金利上昇により、新たに住宅ローンを取り入れることが懸念される(東京都)。
		設計事務所(職員)	・どちらかといえば願望である(東京都)。
		住宅販売会社(従業員)	・資料請求数に変化がない。
		住宅販売会社(総務担 当)	・いよいよ住宅ローンの変動金利の利上げが懸念され、住宅販売に影響を及ぼすおそれがある。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・賃上げという声は聞こえるが、周辺ではそのような景気の良い話は聞かない。
		一般小売店[書店] (営業担当)	・円安の影響が大きく、輸入商材の販売量減少が予想される(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・円安による物価高の影響が懸念される。円安については当面続くと報道されていることもあり、旅行も国内近場という傾向が見受けられ、衣料品、旅行用品需要は伸び悩むとみている。インバウンド需要の高まりにより前年を超える売上は維持できるであろうが、伸び率が鈍化している状況は続くため、景気自体はやや悪くなる(東京都)。
		百貨店(管理担当)	・今年も猛暑が予想されているが、高齢客が多いため、外出が減る可能性がある(東京都)。
		スーパー(経営者)	・来客数、客単価、買上点数、1品単価、全ての面で前月までと比べて下がっている。客単価が上がっていないため、来客数を伸ばさないといけないが、商品単価が下がっている割に来客数が伸びていない。前の3か月が非常に良かったので、その分、これから先はやや悪くなるのではないかと。また、4月は天候が非常に悪いので、その影響も多少ある。
		スーパー(経営者)	・競合他社との関係もあるが、来客数が以前より若干減っている。1人当たりの買上点数が減っていることが1番大きい。
		スーパー(仕入担当)	・円安が34年前の水準まで進み、輸入品の価格がまだまだ上がっていく。9割を占める中小企業の給与は上がっていないため、消費は冷え込んでいく。
		スーパー(ネット宅配 担当)	・急激な円安により先行きの不透明感が強くなっている。少なくとも、現時点での為替レートによる仕入単価の上昇は大きく影響する。エネルギー価格への補助金終了により価格が上昇するなか、更なる値上げが懸念され、消費者の節約志向が高まる。
		コンビニ(経営者)	・実質値上げの商材が増え、大型スーパーへの人の流れが加速している。さらに、従業員の時給アップが続き、大幅な利益減少が続いており、これからも続きそうである。
		コンビニ(経営者)	・単価の上昇による客離れが起きているのか、厳しい状況は変わらない。時給アップにより経費が増えていることから、今年に入って利益の前年割れが続いている。
		コンビニ(経営者)	・当店の周辺には年配者が多く、実質収入が減ることから買い控えをしたり、生活ができないという声をよく聞くので、下向きになるのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・賃金がアップしても、それ以上に商材価格が上がっているため、買い控えの客が多く見受けられる。当面はこの状況が続くそうであり、客の声も同様である。
		衣料品専門店(経営 者)	・当業界は輸入製品が多いため、円安が進み、更に値上がりすると、せっかく維持してきた状況から、また少し消費的には厳しくなるのではないかと。

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（従業員）	・まだまだ円安の影響があり、これからはいろいろな商材の値上がりが見込まれることから、支出を抑える意識が強くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・物価上昇が落ち着く。
		乗用車販売店（経営者）	・円安や新車の生産体制の変化が望めない（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	・金利が上がるため、買い控えが起きる（東京都）。
		乗用車販売店（営業）	・客の反応が余り良くないことと、原価高騰などで車両価格が上がっているため、購入意欲が減っている。
		住関連専門店（統括）	・まだコロナ禍も安定せず、これからはしばらく伸び悩みが続く。したがって、売上もそれほど伸びない。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・値上げにより売上が増加するため、一見すると景気が良くなったように見えるが、今後も商材原価の上昇は続き、利益の圧迫が想定されることから、景気はやや悪くなる（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了し、一般家庭の負担が増えることにより、買い控えが予想される（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・6月の減税効果は期待したいが、ライフライン補助金も終わるため、可処分所得の増加を実感できるか気になるところである（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・旅行におけるあらゆる費用が上昇しており、今までの予算では実施できない案件が出てきている。
		旅行代理店（営業担当）	・大幅な円安のため、やや悪くなる（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・乗客がいらないのにライドシェアを行うなど考えられない。
		ゴルフ場（経営者）	・今年の夏は既に高温予想が出ているので、屋外施設の当社にとっては死活問題である。
		ゴルフ場（経営者）	・仕入価格、エネルギー価格、消耗品、耐久消費財など、4月から更に値上げになっており、利益がどんどん削られている。
		ゴルフ場（従業員）	・米国、ロシア、中国の大国間での不和は、世界中を巻き込む可能性がある。既に、ヨーロッパでは戦争前夜ともいわれている。景気が良くなるとはとていえない。
		その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・円安が一段と進んでおり、株価も現状より更に上がる要素がない。また、物価上昇も続いているため、心理的にも良くない印象がある（東京都）。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ここ数年、毎年集客期である春先の動きが悪いという話を聞くが、いよいよ持ちこたえられない状況になっている。
		設計事務所（所長）	・これから先、我々零細企業には景気が良くなる見通しはとてい立たない。物価がこれだけ上がってくると、建築、建設関係もなかなか消費者には手が出なくなる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の建築需要は見込めるが、期待している数量まではみえていない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・先の見通しが立たない状態である。これからどうなっていくのか、とても不安で仕方がない。商材の流れが止まってしまっているような気がする（東京都）。
	×	一般小売店〔生花〕（店員）	・4月は入学式や歓送迎会で花が売れるが、6月は父の日があるくらいで何も無い。7月は東京盆があるが、父の日は母の日に比べて全然広がっていないため、良くないのではないかと（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・物価が上昇しているものの、所得の増加が伴っていないため、買い控えが発生している。
	×	一般レストラン（経営者）	・予約表をみると、来月以降は歓送迎会が大分落ち着く。その分、土日の家族での会食予約が増えてくるとみている（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により販売量は横ばいである。

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
	×	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題は解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。要員確保のため、春闘の結果を踏まえ、定期昇給とベースアップで約5%の賃上げを行っており、人件費負担が重くなっている。価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向には終わりがみえず、今後も人件費の増加に加え、物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒たちの親から直接、教育費を削るので辞めるという話が多く出始めている状況なので、景気は悪くなる。
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）	・電話やインターネットでの問合せ件数が増え、仕事も増えている。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・取引先の動きから、良くなる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎年同時期に受注している仕事があれば、今よりは景気は良くなる（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・電気、ガス等の補助金がなくなることにより製造コストが上がるなか、案件自体の受注額の減少が追い打ちを掛ける状況となるため、非常に厳しい流れになると想定している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今年7月の新紙幣発行に伴い、行事を行う店や企業から、関連のスタンプ、ゴム印や軽印刷の注文が入るような気がしている。法人関係ではそのような需要が若干出てくると予想しているが、個人に関しては横ばいではないか（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・客の要求に沿った製品開発が順調に進み、業績が更に上向き、報酬にもつながっていくと推測できる。
		建設業（営業担当）	・物件数の増加から、ここ数年停滞していた客の設備投資が動き出していることがうかがえる。2～3か月先までは受注量の増加を期待できる。
		金融業（従業員）	・原材料価格の高騰がいつまで続くのか、実質賃金が上昇せず消費が伸びないなど、先行きに不安を感じる声は多い。しかし、価格転嫁が進み、利益率が改善された、円安によるインバウンド需要の恩恵を受けているなどの声も増えている（東京都）。
		不動産業（従業員）	・ホテルの宿泊需要は、インバウンドだけでなく、国内レジャー、ビジネスも含めて、引き続き好調である（東京都）。
		化学工業（従業員）	・原材料、輸送費の値上げが続いており、先行きの受注量も増えてくる様子はない。
		化学工業（総務担当）	・足元の受注状況は良好だが、この先更に増える兆候は見受けられない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円安が大分進んできているため、このままでいくと景気は変わらないか、下向きになるかもしれない。
		金属製品製造業（経営者）	・関連する業界によって仕事の忙しさは違うようだが、価格転嫁が進まず、最低賃金の上昇や賃上げなどで、無理が積みあがっているため厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・当社だけを見れば、久しぶりに大きな案件の見込みがあるが、身近な同業他社は先が読めないところが多い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・実際に変わらないというよりも、不透明な要素が多く、悪化する可能性も改善する可能性もある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今の増加傾向を続けていきたい（東京都）。
		精密機械器具製造業（経営者）	・原油、ガソリン、電気、ガスなどの各種補助金の終了に加え、今月から賃上げが行われるため、利益の圧迫が予想される。これに対して理解を示す取引先は少数であり、全く理解がないところが多くて困惑している。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの販売は当面高水準を維持できる見込みである。下請企業も同様で、引き続き好調な業績を見込んでいる。	
	建設業（従業員）	・円安が続くため、インバウンド効果はある。旅行会社や航空会社は良い方向に向かっているのではないかとみているが、当社のような中小企業は、やはり原価の高騰が続いているなか生活も大変苦しい。景気が良い方向に向かうよう願っている。	

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
		輸送業（経営者）	・ドライバー不足や燃料費の高騰、労働環境の規制強化等で、輸送業界は一層厳しさが増す。今後しばらくはこの状況が続く（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は落ちている状態で、輸出は全くない。2か月はこの状態が続く。
		通信業（広報担当）	・当面、状況は変わらない見込みである（東京都）。
		金融業（総務担当）	・取引先の中小企業はガソリン価格の高騰や人手不足、賃上げ対応でかなり経営が厳しく、ゼロゼロ融資返済も条件変更が増えている。今後も燃料や資材の価格高騰、人手不足による人件費上昇は続くと思われるため、景気は当面変わらない（東京都）。
		金融業（営業担当）	・どの企業においても、価格転嫁に向けた親会社、元請への価格交渉を進めているが、難航しているようで、早期の収益改善がなされる先は少ない。なお、従業員の賃上げについては既になされているか、予定している先が多いようである。
		不動産業（経営者）	・部屋を決める手段は大事である。景気もさほど良くない時代には、あらゆることを考えてやらなければならない（東京都）。
		不動産業（経営者）	・あらゆる物の値上がり、人件費の上昇などで多店舗経営していた店が規模縮小を考えていると聞いており、当ビルでもテナントの入居率維持が難しくなるとみている。また、駅近隣の大型スーパーの撤退が決まり、人の流れが変わることも懸念材料である。
		不動産業（従業員）	・物価上昇は緩やかになったが、労務費が上がり、建築費は下がらない。新築マンション販売価格は高値を維持しているが、販売進捗は好調である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・今年に入ってからの傾向から、この先もテナントの売上だけで判断すれば景気は良くなるが、人手不足が深刻なため、営業時間を新型コロナウイルス感染症発生前のようにはなかなか戻せないようである（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・1年くらい先は良くなっているかもしれない（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・第1四半期の停滞は毎年の傾向ではあるものの、この先好転する兆しがみえない（東京都）。
		税理士	・日本の景気は米中の景気に大きく影響される。国内をみると、大企業は円安の影響や、価格転嫁ができてもうかっているところが多いが、中小企業は材料高、人手不足、賃金上昇、どれをとっても業況は良くない。前政権の経済政策の失敗か。これらの課題を解決しない限り、中小企業の景気はなかなか良くなっていかない（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）。
		税理士	・円安の継続や電気やガスなどの公共料金の値上げで企業の賃上げ効果が吸収されてしまいそうで、好況は見込めない。
		その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	・客先も工場稼働率を上げようと努めているが、5～6月の原材料、資材の新たな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）	・これといって売上を見込める案件がない。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	・値上げ交渉がペンディングになっている得意先が多いため、その状況次第では良くなる可能性もあるが、現状では変わらない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・ここにきてまた原材料の値上げの知らせが多くなっている。主原料の小豆に関しては、物が無いということである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器の新企画のスタート時期が早まれば盛り返せるが、見通しが立たないため、先行きの景気を憂慮している。
		その他製造業 [化粧品]（営業担当）	・物価高の影響か、不動産価格の高騰により開業サロンが減少している（東京都）。
		建設業（経営者）	・いろいろな物価が上がっている割に賃金が上がらないということは、消費能力が落ちているということなので、景気は多少悪くなっていく。
		建設業（経営者）	・円安がまだ進み、より物価が上昇していくのではないかと不安である。電気代などの値上がりも心配である。
		通信業（従業員）	・円安の影響が止まる気配がない（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
		金融業（従業員）	・あらゆる物価が上昇しているが、所得が増加している実感がなく、支出を意識的に抑制しているため、景気は悪くなる。
		金融業（従業員）	・円安が続くことで収益を確保しにくく、賃上げにつながりにくい。
		広告代理店（営業担当）	・円安による物価上昇が家計に影響し、クライアント各社の売上にも響きそうである。その結果、宣伝費の縮小も懸念される（東京都）。
		経営コンサルタント	・電気代等の値上がり、更なる円安が予想されるなかで物価の動向が不透明であり、消費者の購買意欲に更にブレーキが掛かる。
		経営コンサルタント	・4月の大手企業の昇給後、今まで以上に採用時給与の上昇があり、その影響で、中小企業の採用については、大きな問題が起きることが想定される。既に、中小企業の採用は厳しくなっているが、大手企業で初任給が大幅に増加することから、その余波は大きくなる（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・今のままでは、負のスパイラルに落ち込む可能性が大きい（東京都）。
	×	建設業（経営者）	・構造的な問題がある。
	×	輸送業（経営者）	・良くなる理由はないが、円安、原油価格の高騰、物価上昇など悪くなる理由はある（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・紹介する人材が不足している。条件面も改善し、紹介しやすい環境である（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・競争が激化し、他社の客を奪い取る状況では、顧客重視が全く成り立たない。現在伸びているのも他社から客を獲得する状況が続いているからである。
		人材派遣会社（社員）	・10月からの年末繁忙に備え、7月頃から人材の受入れを検討している企業が増えている。
		人材派遣会社（社員）	・民間企業からの派遣求人数は緩やかに回復してきているが、派遣登録者の確保が難航している。2024年は大型の構造改革による要員調整が予定されているため、再就職支援事業が大幅に伸長する見込みである（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末の繁忙を終え、人材の動きは一旦落ち着く状況にあるが、例年、次月以降少ずつ回復していく傾向にある。今年度も例年同様の推移になるとみられ、求人数、求職者数が徐々に回復してくる（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・同じ業種や職種であったとしても、その企業の成果によって景気は大きく変わる。同じように求人広告を扱っていても、客に満足してもらえそうな商材であるかが重要である。トータルで見ると、満足が上回っていれば客はリピートし、景気の良さを実感することになる。当たり前のことではあるが、やや良くなるだろうと予測できるうちは、仕事が多量なりともうまくいっているということなのかもしれない。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・新しく社員を採用する予定のある企業が増え、雇用が増えて景気が良くなるのではないかと（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・景気の良い部分と悪い部分があるため、結果的に変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・状況が改善され、求職者が増えることは想定できない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・供給できる人員の減少により、供給が追い付かない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・物流の2024年問題でドライバーの需要は高いものの、求職者の確保が難しく、売上に繋がっていない。製造、事務などの求人は例年並みである。
		人材派遣会社（支店長）	・人材派遣依頼数は前年比5%増加で推移し、着実に伸長している。この状況が当面続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車製造業を中心に開発テーマはまだ山積みのため、当面は変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人と求職者のマッチングが難しい状況には変わりがないため、大きくは変わらない。
		求人情報誌制作会社（経営者）	・好転する材料が見当たらない（東京都）。
	求人情報誌制作会社（所長）	・状況をつかみにくい。	

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
		職業安定所（職員）	・インバウンド関連や政府が掲げる賃上げ、一部企業のベースアップ等、プラス材料がある一方で、燃料費、電気代、原材料費、飲料品、食料品等の高騰の影響で、周囲の消費動向は良くない。今後景気が良くなるかは不透明である。
		職業安定所（職員）	・4月の新規求人数は前月及び前年同月を上回る見込みだが、持ち直しの動きは弱く、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人職種、給与レベル、求職者の状況から見て、今は求人に対して採用がまだまだ足りておらず、企業が若干困っている。この状況は今後もしばらく変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	・人手不足で他の社員に負荷が掛かることで、求人企業で退職の連鎖が起きてしまう。
	x	-	-

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）	・夏に向け、土用の丑の日や夏祭りも控えているため、良くなってくと期待している。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・ヒートショックという言葉があるように、寒い時期に亡くなる方が多かったが、今は高齢者の数が多いため、季節は関係なくなっている。また、1人暮らしの方が多く、僧侶も呼ばず、通夜も告別式もやらない、新しい時代が来た感じがしており、もう元には戻らないと考えている。
		スーパー（経営者）	・キャベツ、白菜、ほうれん草、玉ねぎ等が高騰しているため、客はなるべく安い材料で料理を作っている。ゴールデンウィークを過ぎると価格が落ち着いてくるらしいので、期待している。
		コンビニ（経営者）	・夏休みの帰省客と観光客の増加で、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・当店の立地上、ゴールデンウィークは落ち込むが、それ以降は繁忙期に向けて、来客数、販売数共に上向いてくる。
		家電量販店（店長）	・気温上昇に伴い、集客が増える。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・相変わらず、インバウンドは堅調に伸びているようだが、それだけでは弱いと考えている。個人消費も伸びているが、飲食店も含めて全体がそろって初めて非常に良い景気になる。今後は給料が上がって、個人消費とインバウンドがけん引する形で、少し景気が良くなるのではないかと期待している。まだ、一進一退の状況ではある。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業の場合、夏の商戦が重要である。今年はかなり暑い夏になるとの予想もあり、この先2～3か月は現時点よりは上向く。
		観光型旅館（経営者）	・円安の影響で、旅行先を海外から国内に振り替える客が出てくると予想している。夏から秋にかけては個人客の割合も増えて、現在不調の団体旅行の影響も余り大きくないため、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況まで回復すると考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況は好調に推移している。大きなイベント等も例年以上に予定されているため、早くから多くの客が動いているように見える。また、予約で1組当たりの人数も増加傾向にある。懸念材料としては、ゴールデンウィークの動きが少し鈍く、勢いが弱い。これが物価高の影響であった場合、この先の懸念材料にもなる。
		タクシー（経営者）	・制限なく皆が自由に行動でき、人流が戻るとみている。
		観光名所（職員）	・多くのインバウンドが押し寄せ、大変なにぎわいを見せている。日本人観光客は全体の2割程度とみられる。訪日外国人客を国別でみると、新型コロナウイルス感染症発生前と随分変わった印象を受ける。
			商店街（代表者）
		商店街（代表者）	・所得税の定額減税が実施されるが、商材価格の値上げはこれからも予定されており、苦戦しそうである。観光客は宿泊料金の値上げの影響が顕著であるため、土産等の物販に回る分が減っているように見える。

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
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・季節商材の動きを期待したいところだが、賃上げは商材の値上げには追い付かず、最小限の出費で必需品の購入に至っている。相変わらず、売手側には厳しい状況が続いている。
		百貨店(店長)	・旅行者やインバウンドの影響もなく、何か月も今一つの状況が続いている。今後も劇的に変わる要素はない。
		スーパー(副店長)	・今まで長い間、景気が良い、あるいは良くなったと感ぜられたことが正直ない。
		コンビニ(経営者)	・夜の客が段々と少なくなってきており、売上の的には厳しいが、昼間はほぼ変わらない状態なので、全体としては変わらない。
		コンビニ(経営者)	・4月の売上はようやく前年並みになっている。物価が上がっているため、この先ずっと前年並みとは考えられない。
		コンビニ(経営者)	・来客数、単価等は上がっているものの、今後電気代の補助金が終了すると厳しくなる。
		コンビニ(店長)	・景気は身の回りの温度変化といった環境の変化で変わるくらいで、特別皆が困っているとか、収入が良くなったという状況ではないとみられるので、余り変わらないのではないかと。
		衣料品専門店(経営者)	・変わらないというより分からない。そう簡単に良くなるとは考えられない。
		衣料品専門店(経営者)	・物価高で消費者の財布に大変厳しい状況が続いている。
		自動車備品販売店(従業員)	・賃上げの動きは進んでいるものの、いまだ節約志向も強く、現況と変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・微増が続くような気がしており、大きな増加は期待していない。
		スナック(経営者)	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないようにという意味での変わらないである。本当に給料が上がる方法はないのだろうか。
		スナック(経営者)	・3~4月の歓送迎会等の予約はほとんど入らず、小規模な会ばかりで売上にはなかなかつながらなかったため、今後2~3か月はかなり厳しい状況が続く。
		都市型ホテル(スタッフ)	・4月は単月でかなりの実績を残したので、5月以降にこれ以上良くなるとはいえない。ただし、逆に下振れることもないとみている。ゴールデンウィーク後の客足で県外客がどれだけ来てくれるか少し心配だが、ゴールデンウィーク期間は好調に推移している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・5月から7月と動きがかなり鈍い。市内全体で宿泊料金が上がっていることもあいまって、宿泊を控えているのか。正の流れが分からない。
		タクシー運転手	・このところ、物の値上がりが続く、給与が追い付かない状態で、現状維持かやや悪くなるかというようなところだとみている。
		通信会社(社員)	・他社の高速インターネット回線大容量サービスに、どの程度影響を受けるか未知数である。当社も新規エリアの拡張が始まるため、地道に加入数を伸ばしていきたい。
		遊園地(職員)	・パブリシティの獲得やイベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、より多くの客の来園を期待している。
		ゴルフ場(副支配人)	・平日の来場者の多くは60歳以上の高齢者で、収入の増加が見込めないため、状況は変わらない。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕(経営者)	・今後、団体客の利用が戻ってくれば、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻る。徐々にではあるが、団体の予約も入り始めている。
		設計事務所(職員)	・従業員数に比べて、計画物件が少ない。
		住宅販売会社(経営者)	・企業業績が好調であり、賃上げや株高などから別荘需要は今後も堅調に推移する見込みである。
		商店街(代表者)	・どこまで落ち込むのか不安である。
		百貨店(経理担当)	・ターミナル駅の再開発で、駅に多くのテナントが開業した。2キロメートル圏内に競業エリアが出現したことにより、しばらくは食品を中心に影響を受けるものと推測する。

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
		百貨店（営業担当）	・電気料金の補助金が終了し、円安傾向のなかで、再び食品等は値上げになる。中東の問題もあり、賃金については中小企業ではそれほど上がったという実感はない。先行きはなかなか難しい。
		スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行は、ゴールデンウィーク明けで一巡するが、来客数や買上点数がどう動くか注視している。
		スーパー（店長）	・割引セールの日には客が集中する傾向にあり、買物回数やし好みへの買い控えが見受けられる。
		乗用車販売店（経営者）	・足元の受注が鈍ってきている。新車価格や維持費の上昇から、購入に慎重な商談が増えてきている。
		スナック（経営者）	・悪くなった原因がよく分からないため、先行きも見当がつかない。今のところ、良くなりそうな気配がないので、しばらくは悪いのではないかと心配している。
		旅行代理店（副支店長）	・半導体関係の企業業績が悪化傾向にあり、ゴールデンウィークの受注も伸び悩んでいる。海外旅行は円安に伴い旅行代金が値上げされ、客の負担が大きく需要が少ない。今後の更なる為替変動により、景気落ち込みの影響が懸念される。
		通信会社（社員）	・上向きになるトピックがない。
	x	ゴルフ場（経営者）	・株価上昇により大手企業や投資家は潤ったかもしれないが、地方の中小零細企業は置き去り感が強い。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体が回復し、良くなる。
		食料品製造業（営業統括）	・インバウンド効果や円安による国内旅行が増加して、工場見学者も多くなり、消費効果が期待できる。
		建設業（経営者）	・資材の価格上昇が緩やかになり、安定してくるとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・前年と同様に今年も猛暑が予想されているため、変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・商材受注の増加に期待が持てる上に、新製品の展開にも期待している。
		金融業（調査担当）	・製造業は従来同様の動きが続くものの、下げ止まりも予想される。非製造業は国内、海外の観光関連を中心に、底堅い需要が継続する見通しである。
		金融業（経営企画担当）	・観光関連業は海外からの旅行者が多く、引き続き良い方向にある。一方、機械関連業等は受注の差がある。国内消費は物価上昇により変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・前年後半から海外旅行需要が回復してきたが、ここ最近の大幅な円安傾向により、キャンセルや受注量減少の影響が出ている。
		食料品製造業（製造担当）	・他のメーカーが値上げをしないと、地元業者と大手企業との価格差がどんどん広がり、ますます安い物が買われるようになる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・継続する円安で、輸入価格の高騰も続き、耐久消費財への支出抑制は改善されないと予測している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・案件はあるものの、海外部品の入荷が遅延し調整できない上、人件費と材料費や光熱費の高騰で利益率が低下し、厳しい状態になりそうである。
		電気機械器具製造業（従業員）	・度重なる値上げに対して、当社製品の販売価格への転嫁が追い付いていない。また、今後は円安による燃料の価格高騰も予想され、大変不安である。
	x	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。
	x	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・当社の製造するジュエリーは、地金の高騰で、物によっては2年前と比べて価格が2倍になっている。注文が入ってもその都度値上げせざるを得ず、客と折り合いがつかないこともあり、思うようには売上を伸ばせていない。また、ホテル代を始め出張経費、イベント参加経費も増大するだけでなく、人件費も上げざるを得ないため、かじ取りが難しい状況である。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (甲信越)		職業安定所(職員)	・円安、物価高、海外経済の影響等、マイナス要因はあるものの、今後大手のみならず中小零細企業までベースアップが拡大することで、消費行動の活発化が期待される。また、半導体不足の改善等により製造業の受注増加が期待できる。インバウンドを中心とした観光需要や消費拡大が引き続き期待されることから、全体としてやや良くなる。
		人材派遣会社(営業担当)	・連休の外出予定の話は少なく、派遣スタッフは時間給のためか出勤するスタッフが多い。最近特に時給アップの声が多く、対応に苦慮している。
		求人情報製作会社(総務担当)	・今のところ、変わる要素がない。
		職業安定所(職員)	・3月は新規求人数及び有効求人数が前年同月比で減少し、これまでの改善の動きに足踏み感がある。
		職業安定所(職員)	・物価高などの影響が、より一層表れてくる。
		民間職業紹介機関(経営者)	・円安や物価高のためか、企業の採用マインドに消極的な姿勢がみられる。将来への不安を口にする企業が目立ち始めている。
	x	-	-

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)		観光型ホテル(支配人)	・先の宴会予約が好調である。宿泊についても、当面は円安に伴うインバウンド需要が続くとみられ、来客数、客単価共に順調に推移する見込みである。
		タクシー運転手	・これからの時期は梅雨や暑さのためタクシー利用者が増え、今以上に稼働率が上がる。
		商店街(代表者)	・米国が支援を決定したので、ロシアのウクライナ侵攻の収束を期待する。
		百貨店(企画担当)	・当地域はこれまでインバウンドの恩恵が少なかったが、明らかに来客数、売上が伸びてきている。
		百貨店(販売担当)	・今後もインバウンド需要に期待ができる。国内需要は、物価高の懸念が残る。
		スーパー(店員)	・販売数量、来客数共に上昇傾向であり、足元では多少の値上げに対しても影響なく推移している。
		スーパー(販売担当)	・3か月先には来客数が増え、徐々に売上は回復する見込みである。
		スーパー(支店長)	・インバウンドの影響は大きく、商品によってはかなりの売上増加が実績として上がっている。国内需要も、個人収入が増えたことにより、今後は緩やかな景気回復が見込まれる。
		コンビニ(店長)	・繁華街という当店の立地で、夜間の来客数が前年比では5%から10%程度増加している。それに加えて円安の効果もあってインバウンドが徐々に増加しており、景気は上向きである。
		コンビニ(店長)	・悪い状況が続いていたが、ゴールデンウィークに入った直近数日間の様子をみていると、底を打った感もある。景気の悪さに慣れて、家計では様々な自衛策や節約術を各々見いだしたのかもしれない。
		コンビニ(本部管理担当)	・小売業界は夏季シーズンに突入し、売上が年間ピークの時期となる。また、今夏は猛暑が予想されており、小売業界にとっては追い風である。猛暑となると小売業界では来客数の歩留り率が向上するデータがある。先行きの経済情勢は不透明ではあるが、ネガティブになる必要はないと判断する。
		家電量販店(営業担当)	・今夏は例年よりも暑いと予想されるため、夏物商材を中心に動きが良くなる。
		乗用車販売店(営業担当)	・今年の賃上げが反映される6月頃には、多少消費が上がってくると期待する。給料が月に1万5000円上がれば、使いたくなるはずである。
	乗用車販売店(経営者)	・メーカーのCM放送はまだ中断されたままであるが、3か月後には復活すると期待している。	

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
		乗用車販売店（従業員）	・客との会話のなかに、今年の賃金が上がる見通しであるという声がある。そうした上向きの期待が、現在の物価上昇を超えるものと考えたい。さらに、良い流れを夏のボーナスシーズンにつなげられるとよい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価は上昇しているが、賃上げが継続して実行されることを期待する。
		一般レストラン（従業員）	・円安の影響もあり、ゴールデンウィークは国内の店がにぎわうと予測する。
		観光型ホテル（経営者）	・4月は年度初めて年間を通してやや需要が弱い時期である。3か月先は団体需要の戻りがあり、予約数をみる限り現状より良くなる。6月頃には総会等で法人関係の動きが見込めるため回復する。
		旅行代理店（経営者）	・能登半島地震から少し時間がたち、国内では特に不安材料もないため、3か月後はやや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・このまま受注が伸びると期待する。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィークの影響でこの先は暇な週もあるだろうが、気温も段々と高くなり、夜の街に繰り出す人が増える見込みで、期待を込めてやや良くなってほしい。
		テーマパーク（職員）	・これから新緑の季節を迎え、気候も良くなるため期待できる。
		ゴルフ場（支配人）	・6月の予約数は、前年同日比において各ゴルフ場共に順調に推移している。今月も予約数等の客の動きは悪くないため、2～3か月先は、やや良くなる見込みである。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・インバウンド需要の高まりに期待している。
		美顔美容室（経営者）	・5月末までホワイトニング関連商品のキャンペーンが継続予定で、7月末まで新規客フェアも開催中のため、売上が見込める。
		設計事務所（経営者）	・出始めた案件が軌道に乗れば、若干良い兆しが見えてくる。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークへの流れで4月末から来場者数が増え、客足の回復を予想する。円安の影響で海外より国内が優勢となり、国内レジャーも観光地は値段が高いため、短距離の行動が増える。結果が出るのは6月になるかもしれないが、人の動きは見込める。
		商店街（代表者）	・いろいろな物が大変な勢いで値上がりしており、消費者の財布のひもが固くなっている。景気が良くならない原因として、物価高の影響は大きい。
		商店街（代表者）	・商店街への来客数は飽和状態を超えている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良くなる要因がないため、このまま悪い状態が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・物価上昇と賃上げのバランスは、景気が上昇するほどには賃上げが追い付かない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・催事や旅行など明確な目的に伴う食事に対しては支出が増えてきている。ただし、ふだんの飲食店利用はまだまだ控えめな状況であるため、アルコール飲料の販売は伸びない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・今月が良かったため、この状態が続くことを期待する。法人客や個人客も、きちんと計画を立てた上で消費を実行している様子で、贈答品やイベントはその計画どおりに進んでいるように見受けられる。今のよう消費が実行されれば、3か月後も変わらず良い。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・賃金が上がっているのは大手企業だけで、身の回りでは上がっているところは少ないと聞く。財布のひもは固い。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・行楽シーズンとなり、外出に金を使う分、日常の買物を控えるようになる。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・自社にとっては円安による物価高が大きく影響するが、世間全体では円安で好成績を上げる会社も多い。現在の為替状況下では先行きが見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・かなり高価格帯の靴を購入する客と、まだ履けるからと新しい物を購入しない客との差が大きい。平日の売上は目標を下回っている。メーカーには商品在庫が余りないため、店舗間で在庫をやり取りしながら客に勤めている。紳士靴メーカーが在庫に対してシビアになっている。
		百貨店（総務担当）	・大型連休は国内旅行を中心とした土産や弁当の需要に期待できる一方、気温が高めとの予報もあり、気候に衣料品が追い付いていない。政府の電気、ガス料金への補助策が5月使用分までで終了という報道もあり、節約志向が高まる。物価高による食料品価格の上昇もあり、百貨店で食料品の動きも鈍くなっている。
		百貨店（営業担当）	・今後も来客数は維持される見込みである。インバウンドが増加する可能性はあるが、大きく変化することはない。
		百貨店（販売促進担当）	・景気の減退要因も見当たらず、この景況感は当面続く。
		百貨店（営業企画担当）	・前年5月の新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行等を踏まえ、6月までは来客数は増加が見込まれるが、値上げの影響も続く。
		百貨店（販売担当）	・若い世代の来客数は増えたが、高齢者層がなかなか戻らない。全体としての購入金額が低い。
		スーパー（経営者）	・ゴールデンウィーク前半に入ったが、売上が想定より2～3割程度少ない。後半はこれからとはいえ、夏休み、お盆休みがどうなるか不安である。
		スーパー（店員）	・値上げする商品が多く、生鮮食品に関しては最小限度の点数しか売れない状況が続いている。
		スーパー（店員）	・5月からの値上げで売上は伸びるとみるが、買い控えもありトータルでは変わらない見込みである。
		スーパー（営業企画）	・企業でのベースアップの効果はあっても、円安の影響があり消費意欲に大きな変化は期待できない。
		スーパー（販売担当）	・今の為替相場が続けば消費にはプラスになると考えるが、諸外国との関係でこのまま続くかどうかは不透明である。ロシアによるウクライナ侵攻についても、先行きが不透明である。現在の基調が続けば景気は上がるとみられるが世界情勢で不安な部分が多数あるため、プラスマイナスで現状のまま変わらない見込みである。
		コンビニ（企画担当）	・当地方でもインバウンドは徐々に増加しており、この傾向は当面続くと予想する。
		コンビニ（店長）	・仕入価格は今しばらく横ばいの見込みで、景況感は変わらない。政府による電気・ガス料金の補助が終了すると、6月以降に影響が出るかもしれない。
		コンビニ（エリア担当）	・客の流れは大きくは変わらず、商品のラインアップにも大きな変化はない。
		コンビニ（店長）	・来客数が伸び悩んでいるが、落ち込みは今のところみられない。
		コンビニ（店長）	・円安によりインバウンド需要が更に高まる。
		衣料品専門店（経営者）	・懐に余裕がある人しか購入できない状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・値上げする商品が増え続けており、購入点数が減る傾向にある。今後も値上げアイテムが増え続けると、売上減少につながる可能性が大きい。
		衣料品専門店（売場担当）	・春闘では大企業を中心に賃上げが実施され、更に定額減税等の施策が6月に行われるものの、多くの消費者は貯蓄に重点を置くことと予想する。その理由として、食料品を始めとした生活必需品の価格高騰と将来への不安がある。可処分所得の増加、物価の安定、将来不安の解消の3点が実現して初めて景気は良くなる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・特に変わる要素がない。
		衣料品専門店（売場担当）	・最近では天候が不安定で気温も安定しないため、何を着ていいかわからないという人が多い。これから暑くなるにつれてクールビズや軽装が増える。自店ではノーアイロンシャツを夏季のメイン商品として推しているが、半袖のノーアイロンシャツが新商品として入ってきたので、その売上に期待する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・じわじわと物価上昇の影響が見え始めており、買い控え等の具体的な動きが出てくれば、景気の悪化につながるのではないかと懸念する。
		乗用車販売店（経営者）	・アフターコロナの混乱が落ち着き、車両の供給が平常に戻ったことから、買い急ぎの必要がなくなった。商談にも時間を要するようになった。
		乗用車販売店（経営者）	・物価上昇の影響で、車以外への支出が増えている様子である。
		乗用車販売店（従業員）	・具体的な問題や不安要素はないため、現状維持のまま景気は変わらない見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・一部の人気車種は受注停止になっているが、以前より多くの車種が購入できるようになっているため、前年並みで推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・客の話を聞くと、連休は家族と外出予定の人が多く、実際に車の利用が増えないと自動車関連の会社は商売が厳しくなる。状況はすぐに変わりそうにないが、外出の計画を楽しそうに話すのを聞いていると、こちらも気分的に明るくなる。
		住関連専門店（営業担当）	・建築資材価格やローン金利などの上昇が大きく、客の予算と現場から出される価格との差が著しくなっており、契約がまとまらない物件が多くなっている。改修物件については、新築ほどではないものの、やはり予算を実際の工事費が大きく上回るケースが出てきており、大型物件の動きが鈍くなっている。
		高級レストラン（経営企画）	・物価上昇による消費抑制の懸念は拭えないが、底堅い消費とインバウンドは引き続き期待ができる。
		一般レストラン（経営者）	・物価高が原因である。
		一般レストラン（経営者）	・客のなかに株取引をしている人がいて、株価の動向に関する話を耳にする。その他は年金で暮らしている人が多いため、現状維持のまま変わりようがない状況である。
		一般レストラン（従業員）	・客の生活スタイルが変わったことにより、夜9時半以降はほとんど来客がない。そのため、以前は午前0時まで営業していたが、現在は夜11時で店を閉めている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・急激な円安には少し身構える。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
		都市型ホテル（総支配人）	・円安が長引けばインバウンドは良いかもしれないが、コスト上昇を価格には転嫁できない。
		旅行代理店（経営者）	・目的意識の有無、金をどれだけ掛けられるかで客層が分かれてきている。円安と物価高の影響で全てが値上がりしている。それをごく自然に受け止められるようでない、旅行を楽しめなくなっている。
		旅行代理店（経営者）	・食料品店では、低価格で生鮮品を扱う新店舗は活況だが、旧店舗との競争は激化しており、少しでも節約する傾向に変わりはしない。近隣のカーシェアサービスも着実に台数を増やしている。消費構造が変化しているなかで、適応する供給者と適応が遅れる供給者が併存する限り、景気は変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・各観光地の混雑状況などを報道で目にするためか、コロナ禍が明けてから、団体旅行については早めの計画を立てる傾向がある。既に秋のシーズンまで観光バス・ホテル等の予約が取れない日が多数あり、受入れ側は飽和状態である。
		旅行代理店（営業担当）	・物価高騰、値上げが続く見通しのため、余暇に使う金を備えに回す様子が多い。春の行楽シーズンで旅行需要は前年比100%を超えているが、ぜいたくな旅行は控えて計画する人が多い。
		タクシー運転手	・客の動きは変わらない。
		通信会社（企画担当）	・イベントも増えており街は確実ににぎわってきているものの、放送・通信サービス契約の増加にはつながっていない。外国人観光客が目立っており、家計の景気と街の景気がかい離している。
		通信会社（営業担当）	・上向ききっかけが今のところみえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・猛暑などによって一般の乗客数は減少するが、インバウンドは増える見込みで、プラスマイナスゼロになると予想する。
		テーマパーク職員（総務担当）	・物価高によるレジャー消費控えのためか、入園者数の飛躍的な回復は見込めない。現状維持が精一杯である。
		美容室（経営者）	・今夏も前年に続き猛暑が予想されており、見通しは厳しい。
		美容室（経営者）	・何といたっても物価高が問題である。光熱費の上昇も厳しい。このままでは客足が遠のく。
		美容室（経営者）	・客には、物価高で大変苦労している人とイベントやレジャーなど明るい話題について話す人がいて2極化している。どちらも、現状が当分続く見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	・大きな変動はない見込みである。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・物価高は仕方ないとしても、それに見合った収入の増加が期待できない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・今後の経済状況が上向きになることを期待しつつ、閑散期を過ごす。
		商店街（代表者）	・家電製品のみならず材料費の値上がりもあり、収益確保が難しい。価格転嫁の努力はしているが、そのままの上乗せは無理に等しい。
		百貨店（経理担当）	・株高や円安の影響を受けて富裕層やインバウンドの消費は引き続き堅調に推移すると考えるが、中間所得層の消費減退が進むことで、全体の景気は緩やかにマイナスに転じる。
		百貨店（営業担当）	・物価高も一段落といったところだが、消費マインドが以前ほどに戻る様子はなく、生活防衛意識の方が高まっている。
		スーパー（店長）	・値上げによる買い控えが懸念される状況が継続している。
		スーパー（店長）	・人件費の高騰、電気料金への補助金の終了や印刷代の高騰等から経費削減のため販売促進費を抑えざるを得ない。来客数が減少すると予想する。
		スーパー（店長）	・今後も、割引がある日やポイントデーのみの動きとなりそうである。
		スーパー（店員）	・円安進行の影響がどう出てくるかが不透明である。まだ春なのにこの暑さで、天候の影響も出る。ドライバー不足の問題も影響して野菜の価格が高止まりしている。景気の先行きは曇りという印象を受ける。
		スーパー（総務）	・まだまだ物価上昇が続く要素が多く、目的買いのみの客が大半である。必要最低限の物しか購入しない。
		コンビニ（エリア担当）	・インフレが進み、コンビニでの消費意欲が下がっていく。
		コンビニ（店長）	・アルコール類の売上減少には、より安価に購入できるスーパーやドラッグストア等の影響が多分にあり、節約志向の表れと考える。
		コンビニ（商品企画担当）	・値上げによる客単価の上昇も一巡し、今後は来客数の伸び悩みから売上も伸び悩むと予測する。
		家電量販店（店員）	・単価の高い商品の見積りや問合せが少ない。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・コロナ禍で時短営業となり現在もそれが定時になっている。当時は時短営業の影響は少なかったが、コロナ禍が明けても来客数が戻っていない。
		乗用車販売店（従業員）	・昨今の物価高に対して低所得層に向けた対策が特に打たれていないため、その人たちの生活が苦しくなるにつれて、景気も悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出たが、期待したほど販売が伸びない。
		乗用車販売店（営業担当）	・車の生産が停止しているため、冬まで入荷の見込みがなく、今ある商材しか売れない状況である。段々と売れにくい車の在庫ばかりになってくると、本当に厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・これからゴールデンウィークを迎えるが、客の声を聞くと今年は余り金を使わずに連休を過ごす人が多い様子である。マスメディアでも明るい話題もなく、景気の停滞がみられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・仕入価格の上昇と、人件費の高騰により人集めがますます厳しくなっている。販売価格に転嫁するにも限度があるため、なかなか難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・前年は、多少であれば値上げは受け入れられ、賃金上昇というムードもあったが、今年は違う。継続して値上げが実施されており、賃金の上昇はそれに追いついておらず、消費者の購買意欲は低い。
		観光名所（案内係）	・とにかく街全体に元気がない。景気が良くなることは考えられない。
		パチンコ店（経営者）	・客との会話のなかで、物価高の話がよく出る。皆一様にネガティブな話をする。
		理美容室（経営者）	・客からは物価や社会保険料の話題ばかりで、給料が上がらないという声も聞く。この状態では景気は悪くなる一方である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具レンタルでは、返却された商品を洗浄・整備する人件費と、流通時の商品保護で梱包資材費が掛かる。これら販管費の高騰で、今後利益を確保するのに自部門の努力だけでは厳しくなっていくことが予想され、頭を抱えている。
		設計事務所（職員）	・最近の政治情勢をみると、景気に対する施策には全く魅力がない。更なる円安で景気はどんどん悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・客は銀行の住宅ローン査定がなかなか通らず、契約に至らない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の工事費用も高額になり借入金利も上がったら、仕事がなくなる。これを潮時として廃業する高齢の職人も増え、本当に任せられる職人が減る。需要があればよいが、需要が少ないため業界の再生は難しい。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・建築資材が全て値上がりして人件費も上がり、補助金を使っても施主の負担はますます増え、商談がまとまらない。給料が上がらなければ、消費も活発にはならない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積り依頼や現場の事前打合せがほとんどない。
	x	商店街（代表者）	・原油価格高騰からくるガソリン代や電気代の高騰で家計が更に圧迫され、通常の消費に影響が出る見込みである。
企業 動向 関連 (東海)		化学工業（営業担当）	・電材需要は、徐々にU字回復の見込みである。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円安で価格競争力は高止まりしており、欧米向け受注が回復する兆しがある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・能登半島地震によって機械設備が壊れたところが数多くあり、その補修用途での部品の注文が増加している。
		通信業（総務担当）	・ゴールデンウィークに入り消費が増える。物価高と円安の影響がじりじりとこたえるが、健全な生活を維持するための必需品に対するコストは必要である。
		通信業（法人営業担当）	・海外からの旅行者や移住者が増えるにつれて景気は上向きになる。観光客をターゲットにした店は既に海外客用の値付けにシフトしており、日本人客の足は遠のいている。
		金融業（従業員）	・企業の決算発表が本格化し、経済状況も影響を受けやすくなる。
		金融業（従業員）	・現在の円安状況から急に円高になるとは考えにくく、現状の動きが続く見込みである。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることから、今後、景気は良くなると推測する。
		不動産業（経営者）	・今後は晴れの日が多くなる見込みで、外出や遠出をする人は増加する。今後の売上は増加し、前年を上回る状況になると予測する。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・想定外の円安で輸入関係はさぞかし大変かと推察する。いつまでも続くわけではなく、ある程度腹をくくる必要がある。国民一丸となり徹底的に輸出を進めるとともに、海外ファンと戦う覚悟が必要である。
		食料品製造業（経営企画担当）	・値上げ疲れと消費者の買い控えが懸念されており、商品やサービスに新しい価値を付加できなければ淘汰される。厳しい市況が予測される。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・このまま一層の円安が進めば全産業に与える影響が非常に大きくなる。景気は、現在のやや悪い状況から変わらずに推移する。	
	化学工業（総務秘書）	・特に景気を下げる要因がない。経済の大きなトレンドは脱炭素投資、AI投資、円安、賃上げであるが、これらは、消費をけん引している人々には直接大きな影響はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（社員）	・原料費と人件費の上昇分を価格に転嫁するため客と交渉を開始したが、実際に承認を受けて適用されるのは3～6か月先になってしまうため、その間は利益確保が難しい。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量の心配をしなくてよいのは有り難い。零細規模の企業は継続性が不安視されるなか、一定規模のところに集中する傾向がある。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量から判断した。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先は、業界にお盆前の設備投資が期待できるため、現在の好況のまま変わらないと予測する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・為替が大きく円安に進んでいるため、短期的には利益アップの方向と見込むが、円安が更に進むと、材料価格の高騰による採算悪化などの懸念もある。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・急激な円安、続く物価高、上がらない給料、国民負担の増加などネガティブな要素ばかりでは、景気は良くならない。
		建設業（役員）	・住宅販売は、他社情報も含め好調な話がない。今後、国の定める省エネ基準が厳しくなり、更なる建築コストアップによる販売価格上昇と住宅減税の縮減が、販売に影響するおそれがある。
		建設業（経営者）	・国民が政治に期待できなければ、先行きの景気も良くならない。
		輸送業（経営者）	・保管する商品の在庫も増えてきており、少しずつ生産調整するメーカーが出ている。
		輸送業（従業員）	・様々な物品の価格は上昇傾向にあるが、実質賃金は伸びていない。
		輸送業（従業員）	・運送業界は2024年問題があり、この4月から労働環境の改善という課題に直面している。今までどおりの運行はできなくなり、車両、人員もなかなか増やすことができない。人材不足は運送業界に限った話ではないため、売上の減少は仕方ない。
		輸送業（エリア担当）	・物流の2024年問題によりドライバーが実質的に足りなくなるため、車両の購入を控える。トラックメーカーは車両が売れなくなり、物流費は値上がりする。負のスパイラルの始まりである。物流業界からみる景況感、将来的に陰りが出てくると予測する。
		輸送業（エリア担当）	・為替による影響が考慮されるが、販売面においては総じて変わらない。
		通信業（法人営業担当）	・ゴールデンウィークの過ごし方にも物価高や円安の影響があるようで、以前の景気が良かった時代に比べて消費マインドは非常に低い。自身の業務状況と照らしても、景気が上向きになるとは到底考えられない。
		金融業（企画担当）	・大手企業の決算内容が良くなり、下請先の中小企業へ波及していき、それに伴って中小企業で従業員の賃金上昇につながる限り、景気は良くならない。当面は、現状の景気が続く見込みである。
		広告代理店（制作担当）	・今夏も高温多湿との予報のためか、イベント企画について屋外でのイベントは縮小案が出てきている。
		公認会計士	・日本銀行によるマイナス金利政策の解除と長短金利操作撤廃の影響が少しずつ出てくる見込みである。円安も進行しており、多くの企業で様子見がうかがえる。特に、金利の影響を受けやすい不動産業、労働時間に制限が課される建設業や運送業などでは、機会損失が増えたと予想する。
		会計事務所（職員）	・今年の賃上げは、マスコミでの報道もあり3%から4%にする事業所が多い。しかし、所得税や雇用保険料が増加することから、手取り額の増加は賃上げ額の半分程度にとどまる。消費に回すには、増えたという実感に欠けると考える。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円安の影響で悪化する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ほぼ横ばいの状況が続いていく。客先によると年内12月ごろまでは、今の状況が変わらないとのことである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（エリア担当）	・物流の2024年問題対策は、自社では問題ないものの、協力会社への発注分では、休日や稼働時間に対してまだ無理が生じている。対策として単価を上げたり時間を短くしたりしているが、そもそも少ない運賃で、休みと時間を守るとドライバーの収入は減ってしまうためなかなか守られない。こちらではそこまで管理できず、状況が変わらないなかで支払経費のみ増加しているが、問題解決には至っていない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・大型連休前のチラシは例年どおり届いているが、連休明け以降は、折込チラシ配布料金値上げの影響をどれくらい受けるか、まだ想定できない。
		会計事務所（職員）	・再び記録的な円安となり、更なる物価高が予想される。買物に出掛けると日用品や食料品の値上がりを実感し、少しでも安い物を少量購入するようにしている。大企業は賃上げをしても耐えられるだろうが、我が国の企業のほとんどは資金に余裕のない中小企業である。今後も消費者の買い控え、節約傾向はますます強くなると予想する。
	×	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴う販売数の低下が問題である。回復する要因がない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。前期は建築や工作機械などで国内生産の予定が軒並み例年比5%以上減少している。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、今以上に悪くなる。
雇用 関連 (東海)			
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・夏以降に県内で大型イベントが各種予定されている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けからボーナス支給時期をめぐり、転職希望者の活動意欲は高まる時期である。大手企業からの新規案件の発注もあいまって、好転すると予想する。
		人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ってきていることが実感できる。
		人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブな要素が見当たらない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業関連への人材供給は増加傾向にあるが、人材募集を行っても人員の確保が難しくなっている。派遣社員から正社員への移行を希望する人も増加傾向であり、人材供給事業者の派遣登録者数が減ると死活問題につながりかねない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・どのマイナス要素も、今のところ状況が改善する兆しがない。
		職業安定所（所長）	・円安や物価高騰等が雇用に与える影響は軽視できず、建設業など一部業種では、求人を控える動きもある。
		職業安定所（職員）	・原材料価格やエネルギー価格の高騰、人件費の上昇により影響を受けている企業が数多くみられる。特に人手不足分野における人材確保の問題や物流の2024年問題等、雇用情勢はまだまだ厳しく、好景気へと転換するような状況はみえない。
		職業安定所（職員）	・物価上昇等が雇用に与える影響に注意する必要がある。
		職業安定所（職員）	・インバウンド需要の拡大などサービス業を中心とした明るい材料はあるものの、物価の上昇や購買意欲の冷え込みといったマイナス要素もあり、先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・人手不足、円安や最低賃金引上げへの対応のため業務改善や事業統廃合を行い、企業利益は減少しつつも、まだ企業として耐えうる状況である。
		職業安定所（雇用開発担当）	・当地域の基幹産業である製造業の求人が、前年を下回る傾向が続いている。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度初めからの依頼が好調である。スキルが見合う人材の不足は変わらないものの、4月下旬になっても問合せ数が変わらないことなどから、しばらく依頼は継続する見込みである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・自身が担当する新卒求人は、年度ごとの計画によるもので、短期間に大きく変動することがない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年度と比較すると、採用試験日などの前倒しが顕著であるが、採用数の増加ではなく早期確保といった募集が大勢で、全体的な求人件数にさほど変化はみられない。

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
		人材派遣業（営業担当）	・回復材料が全く見当たらないため、これまで同様、景気はじわじわと下降線をたどると予測する。
		人材派遣会社（社員）	・時期的に求職者が減少する。
		人材派遣会社（営業担当）	・新年度の求人需要が落ち着き、求職者が動かない時期になるため採用数は減少する。
		職業安定所（職員）	・事業所廃止等に伴う解雇等が増加している。
	x	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)		-	-
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク以降の観光オフシーズンがどのようになるかが読めない。残念ながら日本人による購買は少ないため、外国人が引き続き来訪してくれることを期待したい。
		百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィーク期間中は、帰省客を中心に来客数が増えたとみている。正月よりも、ふるさとで集まる機会が増えたとみられ、食品の購入や帰省した子息へのプレゼント関連の需要が増えると思込んでいる。また、急な気温の上昇により夏物が早めに動くと思込している。
		スーパー（店長）	・物価上昇に対して給与の上昇もいざい追いつくと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・能登半島地震の影響も今後は回復していくものとみられ、それと同時に購買意欲も回復していくと考える。
		家電量販店（店長）	・気温が高くなるためエアコンの販売数量が上がりそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・能登半島地震による自粛が落ち着き、県内客の受注が回復傾向にある。また、北陸応援割の第2弾などもあり、観光客が確実に増えている。
		タクシー運転手	・人の動き次第である。ライドシェアも参入してきたことで悪い影響も出るだろうが、良くなる方向に進んでほしい。
		その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・ゴールデンウィークの活動度合いによるとみているが、新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなった受け止め方になっており、今後は景気回復に後押しされた行動を期待している。
		商店街（代表者）	・イベントで人通りが多い日もあるが、消費につながっていくか疑問である。
		一般小売店[精肉] (店長)	・能登復興支援で能登牛は売行きが好調であるが、全国から受注があるようで仕入価格が高騰している。総菜の動きは非常によいが生鮮品の動きが悪いため、下振れする可能性もあるものの、この先については変わらないと考える。
		一般小売店[事務用品] (店長)	・コロナ禍による影響が緩和したと同時に物価が上がっているため、消費者の買物の仕方は変わらないと考える。
		一般小売店[書籍] (従業員)	・これから数百品目の値上がりなどがあるため良くなる要素は少なく、現状と変わらないと考える。
		百貨店（販売担当）	・街全体も食を強化しているため、来店客も食にこだわる人が増加し、食品価格の高騰を受けながらも前年並みを維持しており、客単価もほぼ前年並みである。しかし、衣料品や雑貨は高単価の影響を受け、今後も苦戦を予測している。低単価商材やセール商材を拡大したが、客の反応は鈍く購入に至らない。街を訪れる客の変化に対応できていないためか、買い控えなのか、商品内容の問題なのかを精査する必要があるため、当面低空飛行になるとみている。
		コンビニ（店舗管理）	・北陸新幹線効果はこの先1年は続くと思込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が目まぐるしく変化していくなかで、消費に対する慎重さが続くと思込している。
		家電量販店（本部）	・補助金や季節要因頼みの状況は変わらない。夏までは気温が高い予報が出ているため、現状維持はできるとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・地方都市では給与の上昇が都市部での報道ほどないと考える。物価高の影響を受けて可処分所得は厳しい状況が続くとみており、景気は変わらないと考える。	
	乗用車販売店（従業員）	・サービス部門での在庫は順調であるが、販売部門は厳しい状況である。	
	乗用車販売店（役員）	・納車状況に変化がない。	

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
		自動車備品販売店（役員）	・自動車業界では明るい兆しがほとんどない。メンテナンス商品や整備関係での利用はそれほど下がっていないが、嗜好品などへの問合せや商談は減少しており、客の声を聞くとお金を控えているようにみえる。
		住関連専門店（役員）	・年々消費が減少しているなかで、現在の家計を取り巻く環境を見ても、回復に向かうとは考えられない。低い水準での消費がしばらく続くともみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・世間では円安が止まらないなどいろいろなことがあり、この状態では今後も値上がりする商材が多く出てくるとみられる。横ばいが続くだけで十分と考えるのが良いのかもしれない。それほどこの先の見通しは悪いと考える。
		一般レストラン（店長）	・福井県ほどではないものの、北陸新幹線の延伸効果に少し期待できる。インバウンドも欧米系の人が増えているようにみえる。
		一般レストラン（統括）	・能登の復興支援や円安でのインバウンド需要は今後も継続するとみている。しかし、物価の上昇も続いており、現状以上の景気上昇は見込めない。
		スナック（経営者）	・国内が混とんとしていることや物価高により、ますます格差社会になっている。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の敦賀開業の影響で福井県がマスコミ等に取り上げられることが多くなり、関東だけではなく関西からの客も増えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在の景気回復基調が続くことを期待している。
		都市型ホテル（役員）	・震災復興支援関係者の宿泊需要が縮小傾向にあり、ゴールデンウィーク前に一旦区切りとなる。その一方でゴールデンウィークの予約が伸び悩んでおり、ゴールデンウィーク明けも予約の入込が鈍い。北陸新幹線の延伸やインバウンド需要を取り込むことで稼働の維持を図りたい。
		タクシー運転手	・能登半島地震で被害を受けたため、当地を元気にしようという合い言葉もあり、これからも観光客が増えると考えられる。
		通信会社（職員）	・円安、物価高、人口減少等ネガティブな事象が多い。
		通信会社（営業担当）	・前年と比べて販売数に大きな変化がみられない。
		通信会社（営業担当）	・需要がなくて売れないわけではなく、価格が影響しているため、短期間で販売量は変わらないと考える。
		通信会社（役員）	・新規契約者数は前年同期と同レベルでの獲得を想定しているが、通信サービスの解約が増えており、純増数が鈍化する可能性がある。
		通信会社（役員）	・円安の進行から、各機器や委託に関わる一部において単価が上昇している。消費者物価が想定以上に上昇する可能性もあることから、今後の景気動向は不透明である。
		テーマパーク（役員）	・北陸応援割の効果は一時的な可能性があることや、北陸新幹線の延伸も観光客の増加には効果がまだはっきりとみえていないことから、全体として予約状況は横ばいである。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の流れは余り変化しそうでない。宅地の供給もこれから続いて出てくるため、これまでどおりの販売量と同等に推移すると考える。
		住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震の影響があり景気回復とはならず、購買意欲が低迷している。
		商店街（代表者）	・円安の影響が更に出てくることで、より財布のひもが固くなりそうである。
		百貨店（売場主任）	・今年のお中元商戦は、能登半島地震による家屋損壊の影響で依頼主並びに届け先の件数が著しく減少するため、相当厳しい商戦となる見込みである。
		スーパー（仕入担当）	・まだまだできることに制限がある状況で、今後も観光や祭り、イベントの中止等が続く影響は大きい。
		競輪場（職員）	・円安によるインフレとそれに伴う買い控えのため、やや悪くなるとみている。
		住宅販売会社（従業員）	・物価上昇や物流経費の上昇でますます価格が上がりそうと、客への影響が出てくると考える。
		住宅販売会社（営業）	・地方における昇給レベルは都会に比べ低く、円安や物価高にあらがえていない。こうした基調が当面続く以上、景気は緩やかに下降するとみている。また、住宅ローン金利が上がれば一気に景気が冷え込むおそれも同時に出てきている。

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
	x	-	-
企業 動向 関連		-	-
(北陸)		食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震で被災した工場の復旧が進むにつれ、徐々にではあるが、業績は回復していく見通しである。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連は、国内及び中国向けの受注は低調に推移しているものの、北米向けが好調に推移している。産業機械向けは、物流や食品、環境関連の受注が堅調に推移している。
		金融業（融資担当）	・建設業はコスト高の悪影響がみられるが、製造業のプラント関連や自動車関連での受注が回復傾向となっている。北陸新幹線の延伸や新型コロナウイルス感染症の終息によりインバウンド関連は好調であり、小売業や飲食業にプラスとなることを期待している。
		金融業（融資担当）	・震災の復興がインフラや設備を含めて能登方面まで改善されていくこと、各種復興支援策による後押しなどから、景気は更に良くなっていくと考える。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況をみて変わらないと考える。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・民生向け、車載向けを問わず客からの見積りの引き合いが増加傾向にあるが、客サイドでの受注が決定していない案件が多く、2～3か月先に新規製品の受注が入るか否か現状を把握できていない状態である。
		建設業（経営者）	・良くも悪くもなる要素が見当たらない。
		建設業（役員）	・景気の上向き感はあるが、人手不足等の問題もあり、先行きに明るい兆しがあるとは決して考えられない。
		通信業（営業）	・円安により株価が下降気味のため業種により好不調があり、見通しが読めない状況である。
		不動産業（経営者）	・法人や企業関係からの問合せが全くないことに加えて、個人客からの問合せもかなり少なくなっている。
		司法書士	・北陸新幹線の敦賀開業関連のイベント、全国規模のイベントなどにぎやかな反面、建設業での深刻な人手不足や資材の高騰など、先行きを不安視する声もよく聞いている。
		税理士（所長）	・北陸新幹線の人気で、観光業、飲食業、小売業は変わらず好調だとみているが、円安による不安感がマイナスの影響を及ぼすと考える。
		繊維工業（総括）	・引き続きスポーツやアウトドア用途の調整局面が続いているなど、受注について先行きの不透明感が強まっている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・円安が続き、人件費などのコストも上がっているため、状況が好転する要素は余り考えられない。
		輸送業（経理）	・円安に歯止めがかからず、物価の上昇が経営を圧迫する懸念が強い。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(北陸)		人材派遣会社（社員）	・求人数が増えており、即時対応の要求が増えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・賃金の定期昇給やベースアップ等で離職が減りそうで、人材不足はやや緩和されるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（営業）	・良化の要素も悪化の要素も小さく、差引きすると大差がないと考える。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業広告の問合せが減少している。
		職業安定所（職員）	・震災の復興需要に加えて観光客が戻ってきていることから、宿泊や飲食関連の企業を中心に、今後は業績が良くなるの見込んでいるという声が出ている。ただし、今後、物価高騰が業績に悪影響を及ぼすおそれがあるという懸念の声も併せて出ている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・能登半島地震の影響や物価上昇、円安傾向が続いており、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
		人材派遣会社（役員）	・円安によるメリットよりもデメリットの方が上回っており、円安が止まらない限り少しずつ景気は悪くなると考える。
		職業安定所（職員）	・物価の上昇率よりも賃金の上昇率が低い。

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
	x	-	-

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)		一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・今の状態は、東西冷戦や高度経済成長期の状況に似ている。
		スーパー(企画)	・賃金の上昇を伴うインフレの進行により、景況感は底堅い推移となる。
		コンビニ(経営者)	・季節的に飲料がよく売れ、インバウンドも前年比で10%から15%増えている。一方、これから固定客を取り戻すためには、新商品を増やし、内装や陳列を工夫する必要がある。
		コンビニ(店員)	・現状をみると、売上が減る状況はしばらく考えられない。
		一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・欧米からの観光客による来客数が増えているなど、円安の恩恵を受けている。
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・4月末頃から賃上げ効果が出始めるため、しばらくは消費が上向くと予想される。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・マイナス金利政策の解除による影響は不透明であるが、株価が暴落せず、インバウンドも減らないようであれば悪くない。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・気候や人の動きが良くなれば、購買意欲も上がってくることを期待される。
		百貨店(服飾品担当)	・この半年間で、フレグランスアイテムが全店で伸び、ギフトと自家需要の両方でラグジュアリーブランドが支持されている。今後もこの動きは続くことが予想される。来月以降は、コロナ禍収束後の回復実績との対比となるが、本格的な回復が7月以降であったことから、直近の3か月は前年比での増加が予想される。
		百貨店(サービス担当)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから1年が経過し、前年と比較しやすい状況となるが、ゴールデンウィークを中心とした訪日観光客の増加で、全体的にはまだ伸び代があると予想される。
		百貨店(外商担当)	・インバウンド売上は、今後もまだ増える見込みであるほか、高級時計や海外ブランド品の需要は依然として旺盛であり、今後更に増えると予想される。
		百貨店(マネージャー)	・現在は物価の上昇が先行しているが、今年度の賃上げ効果が出てくると、売上にも好影響が出ると予想している。
		百貨店(マネージャー)	・海外からの大型船舶の寄港が、船数、客数共に増えている。まだまだインバウンドを始めとした来街者の増加が見込まれるため、来客数や売上の増加につながる。
		百貨店(売場マネージャー)	・前年は新型コロナウイルスの5類感染症への移行があり、今年はその翌年となる。ただし、前年は緩やかな回復傾向にとどまったため、現状の好調が続くと予想される。
		百貨店(外商担当)	・インバウンドの動向は、売上、来客数共に過去最高を上回る傾向が続く見込みであり、目立ったマイナス要因が見当たらない。
		百貨店(宣伝担当)	・駅前広場の完成で確実に人の流れが変わった。今後は大阪・関西万博に向けての来街者の増加を期待しており、商品の確保を進めることで売上の増加を見込んでいる。
	スーパー(企画担当)	・4月でも夏日の気温となるなか、冷たい飲料やアイス類などの売上が一気に伸びており、前年比でも堅調に推移している。自治体によるキャンペーンなどの追い風もあり、全体の売上に寄与している。	
	衣料品専門店(店長)	・現状の悪化は一過性のもので、ゴールデンウィーク明けから5月末にかけて、前年並みに回復すると予想される。また、インバウンドは高い水準で推移しており、景気の回復に寄与する。	
	衣料品専門店(店員)	・セール期間に入るため、良くなることを期待したい。	
	家電量販店(店員)	・今年の夏はかなり暑くなるとの予想から、4月のエアコン販売も好調であった。今後、気温が上がるにつれて、エアコンや冷蔵庫といった高額商品の販売が増えるほか、ボーナス商戦の好調も加わることで、先行きには期待を持てる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（人事担当）	・外出関連の消費が好調であり、ゴールデンウィークの旅行やキャンプに使用する、カメラなどの需要が期待される。
		乗用車販売店（販売担当）	・コロナ禍が収束し、インバウンドの動きも好調ななか、自動車の需要が少しずつ伸びている。
		乗用車販売店（支店長）	・金利の上昇やインフレの動きが進むなか、賃金も増加する。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節の変わり目であり、夏向けの化粧品などの需要が増える。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などの動きは上向いている。気温の上昇により、外出機会が増えた影響と考えられる。一方、花粉症関連は低調となり、インバウンド需要も現時点で大きな変化はないが、飲料などを含む夏物商材への切替えて、売上は増加していく。
		高級レストラン（企画）	・今月に実施した値上げの効果が期待できるほか、インバウンドや企業による宴会の増加も見込んでいる。
		都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要は、引き続き好調な推移が予想される。単価の上昇に対しても、国内の賃上げ効果が出ることを期待している。
		都市型ホテル（総務担当）	・レストランの予約が間際化しているため、3か月先は読みにくい。宴席の利用は確実に回復していく。
		タクシー運転手	・しっかりとした経済となるためには、健全な要素を少しずつでも増やさなければならない。
		タクシー運転手	・ホテルなどではインバウンドの動きがあるほか、駅では移動目的の人が増えることから、タクシーの利用率も高くなる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドが引き続き堅調に推移するため、今後も良くなる。一方、国内客の動きには注意が必要である。
		住宅販売会社（経営者）	・地価に下落の動きはみられず、根強く下支えされている感がある。しばらくは今の状況が続く。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産価格や金利の先高感から、引き続き市場は活性化する見通しである。ただし、郊外では需要の冷え込みが強まる可能性もあり、市況はまだら模様となる。
		商店街（代表者）	・飲食関連は結構良くなっているが、服飾関連は相変わらず厳しい。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・円安の影響で、インバウンド需要に関係のない業種には景気上昇の兆しは見当たらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ある程度の前受けの予約はあるものの、全体的な売上に大きな変化はない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費者の様子をみると、数か月後に大きく変化する気配はない。物価の上昇に関する声をよく聞く程度であり、数か月後の景気が大きく変化するとは考えられない。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・少しずつ着物もレンタルから販売に変わっている。
		百貨店（売場主任）	・富裕層やインバウンドなど、購買力の高い層による買い支えで、売上は前年を上回っている。ただし、客の大半を占める中間層は節約志向が強まっているのが、低価格品が多い商品では苦戦している。この先も消費の2極化により、トータルでは横ばいとなりそうである。
		百貨店（売場主任）	・円安の進行で、更にインバウンド需要が増加する可能性はあるが、いつまで続くかは不透明である。一方、物価が上昇する可能性が高いため、生活防衛意識が更に高まると予想される。国内客の消費が上向き要素は余りなく、現状と大きく変わらない。
		百貨店（企画担当）	・桜のシーズンが過ぎた4月後半になっても、インバウンドの売上は好調を維持している。円安が続くようであれば、インバウンドの動きに大きな変化はないと予想される。一方、国内売上がどうなるかが少し不安である。
		百貨店（商品担当）	・先行きが不透明な外的要因が多いため、今年度中は見通しが立ちにくいとみられる。
		百貨店（管理担当）	・インバウンド需要などのプラス材料はあるものの、他社との競合によるマイナスもあり、一進一退の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販促担当）	・変化する材料が見当たらず、現状の推移が続くと予想される。マイナス材料は夏の暑さであり、気温が年々高くなるなか、外出の動きや来客数への影響が懸念される。機能性衣料や自宅での調理を避けたい客層向けに揚げ物などを充実させるほか、電話での注文を増やすための準備も必要と考えている。
		百貨店（販売推進担当）	・来客数は増えているが、購買率は前年をやや下回っている。これ以上円安が進めば、更なる価格改定などで購買意欲の低下が予想される。
		百貨店（マネージャー）	・コロナ禍による行動制限の緩和効果が一巡するなか、インバウンド需要は一定の拡大が予想される。夏場を迎え、国内の富裕層や中間層は物価上昇の影響で、モノよりコトへの消費に興味に移り、消費シーンの2極化が更に進む。
		百貨店（売場マネージャー）	・円安やインフレの環境が続いており、今後も原材料価格の上昇による商品の値上げが懸念される。特に、婦人服を中心とした衣料品や婦人用品の売上が減少傾向となる見込みである。食料品は比較的好調であるが、利益率の面で更に厳しい状況が続く。
		百貨店（店長）	・行動の制限がない状況が変わることはない。また、投資によって所得が増える層は、百貨店が得意とする高齢者ではなく、もっと若い層が多いため、その消費スタイルに合わせられない商業施設、特に地方の古い店舗は厳しくなる一方である。
		スーパー（経営者）	・客層の2極化で、企業による好不調の格差も顕著になってくるが、景気全体に大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・ゴールデンウィークではしっかりと消費する一方、その後は節約志向が強まると予想される。
		スーパー（店長）	・今後も円安や物価の上昇傾向が続けば、消費が上向き可能性は低い。ただし、レジャーやリゾート需要はかつての水準に回復しているため、客に関連商品をアピールできれば、売上のけん引役になる。
		スーパー（店員）	・野菜の価格が下がっても、他の商品が値上がりしたままであるため、今後も客の様子は厳しいと予想される。
		スーパー（企画担当）	・競合先が増える予定もなく、外部環境の変化はないため、今と同じような状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・賃金のベースアップや、ボーナス、実質所得の増加が好材料となる。一方、円安によるエネルギー価格や物価の上昇がマイナス材料となるなど、プラスとマイナスが交錯する。パーゲンセールへの反応が良いところを見ると、消費者の節約志向は強まっている。
		スーパー（販売促進担当）	・円安が続く状況が予測されるなか、更なる商品単価の上昇が懸念されるため、楽観視はできない。
		スーパー（社員）	・賃金の上昇による、客の買物意欲の高まりが期待されるが、今のところ余り変化はみられない。夏に向けて消費が活発になることを期待している。
		スーパー（企画）	・景気の改善につながる対策がみられない。物価の上昇は一時期と比べると落ち着いたが、まだ若干の値上げ予定があり、買上点数の回復は見込めない。また、今年も酷暑になる予想から、好んでスーパーに来店する動機は少ない。
		コンビニ（経営者）	・インバウンドはこれ以上増えそうになく、値上げも少し落ち着くなど、客単価は変わらないことから、売上も現状のまま推移しそうである。
		コンビニ（経営者）	・物価の上昇が続く予想であり、消費者の節約傾向が続くため、売上に影響が出る。
		コンビニ（店長）	・円安が続いている間は、外国人客が減ることはない。大阪・関西万博の頃までは、今の状態が続くと予想される。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇で、客の購買意欲が落ち込まないことを期待している。
		コンビニ（店員）	・近隣にショッピングモールができた影響で、半年前から売上が落ち始め、そのまま横ばいとなっている。今後も人の流れが回復する兆しはみられない。
		家電量販店（営業担当）	・円安で海外客の動きに追い風が吹き、インバウンド相手の職種もまだにぎわっているが、国内客相手の仕事では、円安による値上げの動きが目立っている。

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（経営者）	・先行きは不透明で、客も購入をためらっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・受注残があるため、しばらく安定しているとはいえ、受注自体は減少傾向にある。年後半から来年にかけて、厳しい状況がくると予想している。
		乗用車販売店（営業担当）	・仕入価格と販売価格のバランスが崩れており、改善されなければ好転は見込めない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安による物価の上昇が、消費者には響いている。物価面が改善されない限り、消費に対する意欲は変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・株価が上昇しても、地金の相場はコストに影響される部分が多く、大きくは変わらない。在庫処分を考えて薄利で販売しても、消費の対象が宝飾品に向かう動きは少ない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・賃上げに支えられた価格転嫁の広がりや人手不足の影響で、社会全体で物価の上昇が進み、消費対象の選別は一段と進む見込みであるが、今後2～3か月の景気への影響はそれほど大きくない。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新商品が出てこない限り、売上は上がらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・円安によるエネルギーコストの上昇などで、物価の上昇に拍車がかかることが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここから夏休みまでの期間は、状況に大きな変化はない。
		一般レストラン（店員）	・来客数がかなり減少しており、今後回復する見込みは全くない。
		観光型ホテル（経営者）	・いまだに世界中で紛争が発生しており、一向にやむ気配がない。また、国内でも政情不安が改善されないなど、社会全体で良くなる動きがみられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当地域ではインパウンド客が中心になりつつあり、宿泊者に占める比率が7割から8割に迫る勢いである。また、宿泊に伴うレストランやバーの利用もあり、売上は伸びている。ただし、人手に余裕がなく、休業日を設けていることもあり、早急な人材の確保が課題となっている。
		都市型ホテル（管理担当）	・販売量は増加傾向にあるが、単価は低調のため、売上は横ばいである。
		都市型ホテル（客室担当）	・欧米からの客が減る時期となるため、落ち込みが予想される。
		旅行代理店（店長）	・海外旅行の問合せは週末を中心にみられるが、円安の影響もあり、相談だけで終わるケースが多い。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークが終わり、夏休みの旅行を本格的に検討する時期となるが、過度な円安に直面している。旅行自体をやめなくても、行き先を近場にする客や、期間を短くする客が増加している。
		通信会社（役員）	・通信事業者による代理店手数料が大幅に変更され、その影響が7月以降の実績に反映されるため、現時点での判断は難しい。足元の売上や販売量については、前年度並みで推移している。
		観光名所（企画担当）	・インパウンドに一定の増加がみられたほかは、来客数の動きに大きな変化はない。
		遊園地（経営者）	・4月以降の賃上げや減税効果で消費意欲が高まると期待しているが、レジャー消費にまでお金が回ってくるかは、まだ半信半疑である。
		ゴルフ場（支配人）	・予約の入込状況を見る限り、大きな変化はない。
		競輪場（職員）	・前年はコロナ禍の収束でほぼ全ての制限がなくなり、消費が伸びた。今年は円安が進み、株価などが上昇しているが、商品の値上げラッシュが続いているため、世間一般には景気が良いという実感はない。
		競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走のほか、人気のある女子レースの売上に目立った変化はなく、横ばいが続いている。コロナ禍の収束以降、やや失速傾向はみられるが、高い水準の売上が続いているため、今後も現状の動きがしばらく続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・催事は順調に開催される見込みであるが、経費が増えているため、収益が増えるとは限らない。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・4月も食料品の値上げが実施され、節約志向が相当強くなっている。為替も更なる円安の進行で、先行きへの警戒感が強まる。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球は交流戦の開催などが予定されているほか、人気アイドルなどのコンサートも開催されるため、多くの来場者を予想している。
		美容室 (店員)	・高単価メニューの利用が続く。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・前月までと比べて、退会者が徐々に増えている。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・建築費の増加による消費マインドの低下傾向は、当面続くと予想される。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・大型連休を控えて、稼働日数の減少が売上の減少に直結する。分散型のシフトを組めればよいが、そううまくはいかない。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・近隣の大型商業施設が、飲食スペースを含めて大きくリニューアルした。夏に向けて大型イベントの開催が予想され、各種のポイントサービスを含めて太刀打ちできない。暇な日が続くとこの予想から、今後しばらくは厳しくなる。
		百貨店 (売場主任)	・賃金の増加がインフレに追い付いていない。年金世帯もインフレには非常に弱いと、今後も消費者の節約志向が続くと予想される。
		百貨店 (企画担当)	・今後も値上げが続くと予想されるなか、消費者の生活防衛意識はますます強くなる。
		スーパー (店長)	・物価の上昇や光熱費補助の終了により、やや悪くなる。
		スーパー (開発担当)	・円安が進み、株価は上がっているが、賃金はそれほど上がらない。
		スーパー (企画)	・当地域でのプレミアム付商品券の利用期間が5月末で終了するため、売上に影響が出る。
		コンビニ (店員)	・雨が多くなる時期は工事が中止になるため、来客数が少し減る。
		衣料品専門店 (販売担当)	・円安ドル高で、様々な商品価格や物流コストが上昇するため、店頭価格を値上げしていく方向となる。今後はますます売行きが悪くなると予想される。
		家電量販店 (店員)	・このまま物価の上昇が続けば、消費マインドが極端に低下し、厳しさが増す。景気の回復見通しが立たず、不安しかないが、悪化傾向は今後も続く。
		乗用車販売店 (経営者)	・新車販売台数は少しずつ増えているが、車検や一般修理等の台数が少なくなっている。
		乗用車販売店 (経営者)	・国内的には政権与党の政治資金問題がまだ解決しておらず、円安も進んでいる。また、ウクライナやガザ地区での紛争も解決していない。物価の上昇が続き、社会情勢も安定していない状況から、しばらくは景気が良くなるとは考えられない。
		その他専門店 [食品] (経営者)	・大手企業などへの納入業者は、絶えず仕入れを抑える傾向にあり、今後は利益の圧迫につながる。マスコミなども、少しでも安く買う節約術を番組で紹介している。まだまだデフレを好む体質が消費者に残っている以上、好循環は生まれてこない。
		一般レストラン (経営者)	・一時的な集客の増加が一旦落ち着くため、大規模や中規模的な団体利用は減少すると予想される。さらに、来月からの値上げで打撃を受ける商品も多く、利益的には非常に厳しい。値上げは徐々に進めている状況で、思い切った値上げは、客の収入がまだ上がっていないため困難である。やはり全体的に景気が回復するには、給料のアップと円安の是正による経済の安定が必要である。
		一般レストラン (企画)	・売上は一時的に良くなったが、円安による原材料価格や光熱費の高騰、補助金の減少による影響が経営を圧迫しており、この傾向は当面続くと予想される。また、人手の確保が更に厳しくなるなか、人件費の上昇はもちろん、営業活動にも支障が生じる可能性がある。

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
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・円安の進行や国内での値上げ、電気代の上昇などが、賃上げ以上に支出へのダメージとなる。賃上げがあればまだよいが、パートで働いている場合は恩恵が少ない。
		都市型ホテル（客室担当）	・6月以降の予約の進捗状況は悪化している。国内旅行、海外旅行共にWeb予約は好調であるが、国内の代理店経由の予約は、店舗の閉鎖の影響で想定を下回っている。
		旅行代理店（役員）	・物価の上昇により、各種の運賃や宿泊料金が上がり、旅行代金が高騰している。今後の予約の中心となる夏の旅行は、家族での需要が多いため、家計の圧迫による旅行の見送りの懸念される。円安もしばらく続く見通しのため、海外旅行の需要が大幅に増えることはない。
		通信会社（経営者）	・現在の円安傾向は長期に及ぶことが予想される。
		通信会社（社員）	・現状が続くと予想される。サービスの付加価値向上による商品の魅力アップについても、コスト増につながるため難しく、景気全体の底上げが求められる。
		通信会社（社員）	・例年、閑散期となるため、販売量は落ち込む。
		通信会社（営業担当）	・円安の進行により、食料品や生活必需品の価格上昇が予想されるため、客がより安価な商品を選択する可能性がある。
		テーマパーク（職員）	・効果的な景気対策は期待しにくいいため、先行きへの期待は乏しい。
		住宅販売会社（経営者）	・コストプッシュ型のインフレが続いており、利益の改善には全くつながらない。
		住宅販売会社（総務担当）	・全ての製品価格が上がっており、購入希望者が様子見となる傾向が高まっている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・円安傾向で物価はまだ上昇が続くため、少しずつ消費が下降気味になる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・紛争の影響が懸念される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で、花にお金を使う余裕がなくなっており、今後もその傾向が強くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・経営者からすると、最低賃金の上昇分をカバーするための経営の効率化が進まず、利益を削って賃上げに対応している。一方、雇用者からすると、物価の上昇に賃上げが追いついていないため、消費を絞るしかない。景気はインバウンド頼みであるが、インバウンドで需要が増えている業種は限られており、国内客の消費は減る一方である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・40年前の商売のやり方を続けているようでは、今後も景気が悪いというよりも、商売が廃れていくと感ずる。時代の変化に応じて、新しい商売の方法に変えていく必要がある。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格、工事費用共に上昇が目立ち、購買意欲の低下に直結している。取扱品には国の補助金対象の商品もあり、一定の購買層には影響が小さいものの、一般的な商品の購買意欲の促進にはつながらない。
	×	家電量販店（企画担当）	・円安の動きに伴い、インバウンド消費が観光や飲食関連の売上を押し上げる一方、家電やリフォーム関連は価格の上昇に伴い、購買意欲がダウンしている。住宅省エネ2024キャンペーンによる、エアコンや内窓関連の需要増加に期待したい。
	×	住関連専門店（店長）	・輸入では円安の大きな影響を受けているほか、インテリア業界であるため、仮に金利の引上げがあれば、業界自体で受注減となり、打撃を受けることが懸念される。
	×	一般レストラン（経営者）	・相次ぐ値上げの影響で、外食の機会はますます少なくなる。消費者の間では節約傾向が進んでいる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で来客数が減っている。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-
		木材木製品製造業（経営者）	・先の見えない急激な円安が、輸入業者にとっては利益の圧迫につながるため、値上げを考えなければならない時期に来ている。現在は注文も入っているが、値上げによって注文が減れば、売上、利益共に減少することになるものの、先行きへの希望を持って進めたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界への資金投入が続いており、これで景気が良くならないようでは、先行きが思いやられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（役員）	・期末の受注残が増えている。
		建設業（経営者）	・4月の人事異動による影響が落ち着けば、止まっている案件なども動き出す。それに伴い、受注量も増えてくる。
		広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内客の消費マインドは依然として低調な見込みであるが、外国人観光客は円安の影響で更に増える予想される。
		食料品製造業（従業員）	・連休前で受注は増えているが、連休明けの状況が読めない。その先にはお盆休みも控えているなか、先が読めない状況である。
		食料品製造業（営業担当）	・現在は円安の影響で外国人観光客がかなり増え、それによる波及効果が出ているが、ゴールデンウィークを過ぎれば少し落ち着くため、景気はそれほど変わらない。
		繊維工業（総務担当）	・販売額の確保のために単価を減額しているため、一定の販売金額を超えなければ、利益は格段に減る形となる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ダンボール業界全体が悪いと聞いており、なかなか先が見えない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・イベント等の開催に対する問合せも続いているため、受注量の安定的な推移が予想される。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みによると、現在のやや好調な状態が続きそうである。
		化学工業（企画担当）	・食品の原料価格の高騰が広く認知され、販売価格への転嫁も広がっているが、消費マインドへの影響が出始める水準に達しつつあり、値上げも限界に近づいている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・やや忙しい状態が続いている。案件の内容がその都度変わり、取引先の業種も固定化されないことが、良い影響につながっている。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・企業全体に賃上げ気運が広がり、大企業のみならず中小企業でも賃上げが実現したが、物価の上昇と円安基調は続いているため、景気の判断は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の景気は下火の状況であるが、数か月先も同様の推移となる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・売上は横ばいで、受注も増えていない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安による物価の上昇が続いており、先行きは不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大阪・関西万博の開催準備の影響で、材料価格が高騰している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費者は必要に応じて製品を購入しており、必要以上には購入しない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・明るい材料はないが、これ以上の悪い材料も現在のところは見当たらない。
		建設業（経営者）	・4月からの働き方改革の厳格化により、民間関係の工期がより厳しくなる。国家プロジェクトである大阪・関西万博ではいまだに着工していないパビリオンもあり、一時的ではあるが技能労務者の争奪戦が予想される。
		輸送業（商品管理担当）	・例年、4月の繁忙期が終われば販売量は減少するが、今年は忙しくなかったため、2～3か月後も変わらない。
		輸送業（営業担当）	・2024年問題の影響がかなり懸念されたが、見聞きする限り、特に変化はない。
		金融業（営業担当）	・今後の受注状況を確認しても、増加している企業は少ない。
		金融業（営業担当）	・材料価格の高騰により、経費が増加する。
		司法書士	・円安や物価の上昇などで節約に向かわざるを得ないなか、今後は好材料も見当たらないため、現状維持となる。
		経営コンサルタント	・ゴールデンウィークが始まり、予想以上にインバウンドの来店が多いという店舗も多い。ただし、地元の国内客の来店が少ないとも感じているため、景気が良くなるとは考えられない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大型連休前でも忙しくならず、逆に暇になっている。

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
		繊維工業（総務担当）	・円安の更なる進行に対して、原料価格の上昇に伴う価格転嫁ができていない。また、転嫁しようとしても、取引先が受け付けられないケースが見受けられる。
		建設業（経営者）	・新築よりもリフォームを選択する客が増えており、明らかに住宅価格の高騰に家計の収入が追い付いていないと感じる。
		輸送業（経営者）	・工事現場への納品は安定した動きとなるが、新規の現場が少ないため、今後2年程度は仕事が少なくなる。
		輸送業（営業担当）	・円安が続くと商品の値上げが予想されるため、今後はやや悪くなる。
		通信業（管理担当）	・円安の影響で生活が更に圧迫されている。春闘による景気の活性化に期待したが、物価の上昇による買い控えなどで、景気は横ばいか鈍化傾向となる。
		不動産業（営業担当）	・今後もアパレル店舗の退店が続くなか、新たなアパレル店舗の入居は少ない。空室率が上昇して賃料が下がるなど、景気が悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・6月以降の受注ペースが前年よりも遅い。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・価格の変動が収まるのは秋頃と予想され、その後は前向きな動きが可能となる。
	×	化学工業（経営者）	・今年に入って、受注量が例年よりも減っているほか、値上げの動きが活発化している。値上げによる受注の減少で、今後は更に景気が悪くなると予想される。
	×	金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼製品全体に、価格の上昇や人手不足、2024年問題などの影響が出ており、荷動きが急激に悪くなっている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・販売が低迷するなか、主原材料の鉄鋼で強引な値上げが進んでいるため、採算の更なる悪化が予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・過度な円安の継続が、日本経済には致命的な影響になると予想される。変動相場制においては、中途半端に為替介入を行っても効果はなく、今後は不安である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円安が進んでおり、企業活動が向上かない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（営業担当）	・人材が枯渇している企業ほど、時給の改定が実施される可能性は高い。その一方、まだ余裕のある企業は据置きとなっている。
		人材派遣会社（管理担当）	・求人数の増加に比べて、求職者数の伸びが少ない点は気掛かりであるが、求人数に関しては今後も増加傾向が予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・第2四半期になれば、少し変わると予想される。
		職業安定所（職員）	・事業所を訪問すると、不況の業界は一部でみられるものの、中小企業も厳しい状況で賃上げを行うなど、求人条件の変更に比較的応じてくれている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の仕事が増えることから、景気は今よりも良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇や円安の進行など、給与所得者ではない学生の家計状況が良くなる材料が見当たらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数の増加や初任給の引上げなど、今後の事業を見据えて採用計画を高く設定する企業が増えている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・賃上げによる消費マインドの改善や、一部の自動車メーカーの生産再開により、景気の先行きに楽観的な声が増えている。
		人材派遣会社（役員）	・賃金のベースアップを実施する企業が増えたようであるが、企業規模を問わず、必要な人材の確保が厳しい状況が続いている。また、インフレ懸念や不安定な世界情勢が続いている状況から、当分は景気の押し上げが進まない可能性が高い。
		人材派遣会社（営業担当）	・オフィス勤務での派遣依頼については、この数か月で求人数が動く要素はない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・今後も大きく変わる見込みはなく、現状維持の状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・株価は急速に上昇したが、円安ドル高の状況はますます進んでおり、物価の上昇も重なって、生活水準の維持が困難になっている。物価の上昇に合わせて、給与の水準も上がらない限り、景気が良くなることはない。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・関西の地元企業によるプロモーション予算の費消状況に、特に大きな動きは見受けられない。
		職業安定所(職員)	・雇用保険の受給決定件数の減少に伴い、若年者の新規求職申込みが減少している。一方、働ける間は働き、いつまでも社会と関わりを持ちたいという高齢者が増えている。
		職業安定所(職員)	・宿泊業で求人数が増加傾向にあるなか、人手不足によって客室の稼働率が下がっている事業所もある。すぐには人手不足の解消による稼働率のアップは見込めないため、現状は変わらないと予想される。また、円安による今後の影響にも注目している。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・夏のインターンシップ関連の広報は6月頃まで続くため、当面は広報が盛況な状態が続く見込みである。
		学校〔大学〕(就職担当)	・物価の安定を期待したい。
		職業安定所(職員)	・企業の人手不足感は強いが、求職者は前年と同様の動きにとどまる。応募数、採用数が増える材料は、今のところ見当たらない。
	x	-	-

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)		観光型ホテル(営業担当)	・先行予約が好調のため景気は上向く。
		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たため、景気はこのまま推移する。
		一般小売店〔靴〕(経営者)	・国内需要だけではなく、海外のマーケットを視野に入れた販売促進を行うことで売上を伸ばしていく。
		百貨店(広報担当)	・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てから初めてのゴールデンウィークを迎えることや、春闘で各企業の賃上げが行われたことなどから、消費が増加することを期待する。
		百貨店(営業担当)	・客に対してイベントなどを開催し、新しい商品を提案すれば、購入につながるとみられる。また、インバウンドも増加しており、アジアからの観光客の購入も増えているため、売上も確保できる。
		スーパー(店長)	・前年まで新型コロナウイルス感染症の影響で行われなかった地域イベントによる別注文などの売上が見込める。
		コンビニ(副地域ブロック長)	・夏に向けて、前年と比べ、来客数が増えるの見込み。物価上昇で客単価も増加する予測なので、売上の増加も見込める。夏場の天候次第で今年は期待できる。
		家電量販店(企画担当)	・今年の夏は暑くなるため、いつもより季節商材の動きが良くなる。
		乗用車販売店(営業担当)	・新型車の話題での集客を期待したい。
		乗用車販売店(営業担当)	・決算が終わり、一段落感がある。モデルチェンジ車種もあるため、今後は上向く可能性がある。
		一般レストラン(店長)	・予約が好調で、現状を維持できそうである。前年はG7広島サミットの影響で売上が減少していたが、今年は多くの売上が見込める。
		バー(経営者)	・来客数が増加する。
		都市型ホテル(総支配人)	・インバウンドは春の訪日ツアーなどが一段落した。今後は、個人旅行客中心に移行し、山陰地域への集客は一部に限られる。また、ビジネス需要も新型コロナウイルス感染症発生以前までの回復は見込めない。一方で、国内のプレジャーユース並びにリアル開催が回復しつつある学会や大会は今後も期待される。
		タクシー運転手	・インバウンド客が多く見受けられ、観光も期待できる。

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
		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いてから1年が経過したが、人の動きが元に戻ってきたので、景気は徐々に良くなる。
		通信会社（総務担当）	・給与のベースアップが期待できる。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和されたため、景気はやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・春以降の入園者数が順調であり、ゴールデンウィーク以降の天候次第では期待できる。
		設計事務所	・今後の発注相談のなかで、これだけは今後数年でやるという内容が多い。
		商店街（理事）	・物価の上昇で、客に生活防衛意識が働いているため、なかなか好景気につながらない。
		一般小売店〔食品〕	・商品価格の上昇により、来客数や販売数量の増加が期待できず、現状維持の状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・国内市場が問題である。当店のようない地域限定的な商売はインバウンドの恩恵を受けておらず、厳しい。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・観光客数は増加するが、買物までする人は少ないため、景気は変わらない。
		百貨店（広報担当）	・景気が好転する要素がないため、このまま変わらない。
		百貨店（営業担当）	・景気を左右する大きな要因がないため、現状のまま推移する。
		百貨店（営業担当）	・前年にはなかった振興券などの発行により来客数が増えて、良くなると思うが、物価高や高い予想気温の影響で、衣料品に掛ける消費の割合は今後も上昇しない。
		百貨店（外商担当）	・当店のようない地方百貨店では都心百貨店のようなインバウンドによる大きな売上はほとんどなく、厳しい状況が続いている。今後、大幅に状況が好転するとは考えにくい。
		スーパー（店長）	・今後も値上げが続く予測であり、食品については一層厳しくなるとみられる。客の節約志向の更なる高まりは、ぜいたく品の消費を抑制していく。値上げや物価高に対し、収入面の改善が見込めない状況である。夏に向け、景気は季節関連商品の動向次第ではあるが、帰省も今後ポイントになるのではないかと考える。
		スーパー（総務担当）	・景気が良くなる要因が見つからない。
		スーパー（販売担当）	・円安が更に進み、物価が上昇することが予測される。客の節約志向に余り変化はないと考えられる。
		スーパー（営業システム担当）	・安価なプライベートブランドの売行きが伸びており、割引を開催している曜日に来客数が増えている。このような節約志向は今後も続く。
		スーパー（販売担当）	・物価の上昇に比べ、地方企業の給与は上昇が余りない。
		コンビニ（エリア担当）	・春闘での賃上げにより、日本銀行のマイナス金利政策が解除される。政府による電気料金の補助も終了予定で、家計に関わる不安が多いため、今後も景気が良くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店（代表）	・減税の予定がなく、客の消費意欲が高まらない。
		家電量販店（店長）	・物価高による客の買い控えが続き、ついで買いがほとんどない状態である。
		家電量販店（販売担当）	・夏商戦でエアコンが動くことを期待する。
		乗用車販売店（統括）	・受注残数は多く、メーカーの供給次第で販売量が決まる。
		乗用車販売店（店長）	・新製品などの予定がないため、景気は変わりそうにない。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素が乏しく、先行きにも不透明感がある。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・販売チャンネルの増加や人口減少もあり、売上は増加しない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光クーポンなどがなくなってから苦戦する状態が続いており、今後景気が良くなる理由が見当たらない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費者マインドは大きくは変わっていないが、円安傾向や中東情勢など不透明な点が多いことが懸念される。

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・円安や中東紛争の悪化といった情勢不安で、景気が活発化する要因が少ないため、景気が良くなる可能性は低い。今後、電気やガソリンなどの価格高騰も懸念され、客が財布のひもを緩めるには不安が大きい。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・ゴールデンウィーク中はそこそこ期待できるが、ゴールデンウィーク明けは例年閑散とする。
		一般レストラン（経営者）	・売上が良くても仕入価格が高すぎて苦しい。
		一般レストラン（経営者）	・3月以降の食材の値上がり、特に輸入牛肉の値上がりにより、原価率が2%強上昇している。今後、光熱費の上昇で、客の生活防衛意識が高まるため、外食の利用客は伸び悩む。
		一般レストラン（経営者）	・国が景気について明確な方針を示さないと景気は変わらない。
		その他飲食〔喫茶店〕	・景気の先行きは不透明である。
		観光型ホテル（副支配人）	・今後の見通しは、まだ予約自体が少ないため、例年どおりとみられる。
		通信会社（企画担当）	・物価高のなか、当社では値上げを控えているものの、価格訴求ができていないわけではなく、消費者の動きが鈍いと感じている。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休みなどの計画がまだなのか、前年と比べ予約状況は余り良くない。先の予約が少なく、天候を見ながらの直近の予約に変わってきている。そのため予想が立てにくくなっている。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の一般レースの1日平均の売上は、ほぼ現在の水準を維持する。
		美容室（経営者）	・数か月では客の給料が増加するなどの大きな変化が望めないため、景気は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・諸物価の上昇が続くなか、建築物価も高止まりの状況なので、状況が改善するまでは新築住宅の引き合いの低迷が継続する。
		設計事務所（経営者）	・資金の上乗せが難しい状況がしばらくは続きそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・大きな政策転換などがない限り、景気はしばらく変わりそうにない。
		住宅販売会社（営業担当）	・資材の高騰や土地の仕入れが困難である。
		商店街（代表者）	・良い商品をより安く購入しようとする客が増えているため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・毎年暑さとともに暇になる。
		百貨店（売場担当）	・コト消費への移行はますます進む。また、様々な分野で値上げが進んでおり、家計への圧迫も進む。したがって、地方百貨店の物販の厳しさは続く。
		百貨店（売場担当）	・今月に入り、来客数や1人当たりの買上金額が減少している。
		スーパー（店長）	・数値的に客の購買意欲が減退している。
		スーパー（財務担当）	・現状は1品単価の上昇により、売上が前年を上回っているものの、今後は節約と買い回りにより、1人当たりの買上点数の減少が続き、売上が低下する。
		スーパー（業務開発担当）	・4～5%の昇給では食料品の高騰には追い付かないし、節約は食料品からというイメージは払拭されそうにない。
		コンビニ（支店長）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない。
		家電量販店（副店長）	・現状の景気は低下傾向が続いており、回復するめどが立たない。むしろ今以上に悪化することが予想される。
		乗用車販売店（業務担当）	・今後、公共料金などが上昇していくと、更に買い控えが進んでいく。
		乗用車販売店（リース担当）	・来客数が少なく、客への提案の機会が減少しているため、景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（店長）	・新車価格の上昇の影響が出ている。ボーナス商戦時期を迎えるが、他メーカーを選択する客が増えそうである。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・物価上昇が影響して、更に客単価が下落すると考えられる。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・ゴールデンウィーク以降はインバウンドが落ち着き、夏休みのファミリーが動く期間においては、需要が落ち込むと予想している。

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	
		都市型ホテル（総支配人）	・6月と7月は、当県では一時的に旅行客が減るため、やや悪くなり、4月や5月と比べ10%ほど稼働が下がる。実際に予約のペースも少し悪くなっている。	
		旅行代理店（経営者）	・今後、乗務員や添乗員の経費等、全て値上げをしなければならぬが、顧客への値上げ交渉に苦慮している。	
		旅行代理店（支店長）	・円安傾向と不安定な世界情勢が起因し、旅行需要が大幅に改善したり、良くなったりすることは望めない。	
		タクシー会社（営業所長）	・地域的に起爆剤となるようなものがなく、インバウンド需要も今がピークであり、ここからは下降していくとみられる。働き方改革関連法による乗務員の拘束時間減少が売上に大きく影響してくるため、時間効率が向上する施策がない以上、一般タクシーの売上も期待ができない。	
		通信会社（営業担当）	・現役世代は昇給によるリカバリーがあるが、年金生活者は物価上昇がダイレクトに家計負担増となるため、支出抑制が加速するとみられる。	
		放送通信サービス（総務経理担当）	・当社の売上は家庭の可処分所得に左右されるため、電気料金の政府補助が終了してからの動向を注視したい。	
		ゴルフ場（営業担当）	・夏季に向けての予約状況は余り良くない。近年、夏は熱中症の危険性が高まり、外での運動を避ける傾向にあるため、特に午前10時台の予約が埋まらない。	
		美容室（経営者）	・円安の影響で物価が上昇し、消費者の財布のひもが固くなった。最低賃金引上げや燃料費高騰など景気に影響を与える要素が多いように感じる。	
		美容室（経営者）	・あらゆる商品の価格が上昇しているため、今後も景気は良い方向には向かわない。	
		×	商店街（代表者）	・客が必要以上に購入することがなくなっていると同時に、売上があっても利益率が低下しているケースがある。
		×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価が上昇しているので値上げしたいが、顧客離れが発生しないか心配している。
		×	コンビニ（エリア担当）	・円安で輸入物価が上がり、商品価格も上昇しているため、客の購買意欲が低下している。今後、政府の電気料金補助が終了するため、景気は悪くなる。
		×	自動車備品販売店（経営者）	・厳しい状況である。
		×	住関連専門店（営業担当）	・来客数の減少が止まらない状況で、景気が回復していないことを実感する。
		×	通信会社（広報担当）	・物価高に起因するのか、客は安い商品を選択する傾向にある。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後に自動車メーカーが繁忙期に入るため、景気は良くなる。	
		鉄鋼業（総務担当）	・受注予測では多少良くなる傾向にある。	
		輸送業	・受注が増えた。	
		輸送業（営業担当）	・顧客からの引き合いが増えているため、2～3か月後の受注増加が見込まれる。	
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。	
		繊維工業（財務担当）	・原材料と光熱費の高騰でコストが増加し、利益の確保が難しくなる。	
		化学工業（総務担当）	・円安や物価の高止まりが影響している。	
		化学工業（総務担当）	・競合他社の生産体制が変わり、今後の市場動向を注視している。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け需要は現在の水準が続く見込みであり、生産水準も現状維持できる見込みである。	
		鉄鋼業（総務担当）	・景気は今後も大きな変化はなく、横ばいが続く。	
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での素材受注量に特段の変化を想定していない。	
		一般機械器具製造業（管理担当）	・受注量などの見込みから、今後も特に大きな変化がない。	
		建設業（経営者）	・世の中に突出した施策がみられないため、景気は良くも悪くもならない。	
		建設業（総務担当）	・この先1年程度は、売上と受注が順調に推移すると見込んでいる。工期の変動はあるだろうが問題はなさそうである。	
		輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きはないため、状況は大きく変わらない。	

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
		通信業（企画担当）	・半導体不足などの外的要因がない限り、データセンター、クラウド、ICT関連機器への引き合いや受注量が減少することはないと想定される。ただし、中東地域の紛争など外的要因が出てくると、多少影響が出てくる可能性はある。
		金融業（支店長）	・大手化学メーカーのプラント撤退等が発生しており、関連企業の受注減少が想定されることから、景気は変わらないと判断する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸需要時期が落ち着き、今月並みと予測する。
		広告代理店（営業担当）	・賃上げしている企業はあるが、そうしないと人材確保が難しい。物価上昇の関係もあるため、なかなか景気が良くなるとは考えられない。
		会計事務所（経営者）	・人手不足を懸念する。賃上げを実施しているものの、人材確保に向けて他社も同様に賃上げをしている。効果が期待できるとは思えない。
		食料品製造業（経営者）	・円安に伴い、輸入品の価格が上昇し、経営を圧迫している。商品価格を引き上げることができないため、今後は大変厳しくなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・このまま円安が進めば、景気は横ばい、若しくは悪くなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・大型案件が終わるため、受注は減少する見通しである。5月使用分からの電気料金の上昇と円安の進行によって、輸入している原材料が値上がりし、コストの増加の要因となる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円安と物価高によるコストの増加で利益が圧迫されている。また、取引先の設備投資が減速し、受注量も減少している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
		金融業（経済産業調査担当）	・物価上昇につながるとみられる事象が相次いでおり、家計負担が更に増大する。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが良くない。
	雇用 関連 (中国)		-
		人材派遣会社（副支店長）	・例年更新時期の退職者が増える傾向にある。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣料金の値上げ交渉が想定よりも順調に進んでおり、4月の稼働分より徐々に利益率の改善が進むと予想する。
		職業安定所（職員）	・製造業が低調な状況が続いているものの、大手自動車メーカーの製造再開が進み、関連企業の生産増加が期待できる。
		民間職業紹介機関（職員）	・ボーナス月になる企業が多い時期で、ベースアップによるボーナス増も見込まれるため、夏季休暇時の国内外旅行の増加が予測される。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・5月以降も引き続き第二新卒の動きが出てくる。また、夏のボーナス後に転職を考えている潜在層が、今から行動していく。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数が増加傾向にあり、就職活動中の学生の就職意欲も例年より高い。
		人材派遣会社（社員）	・季節要因と関連があるか不明だが、求人数が減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・相変わらず良い状態が続いている。採用できていないことから採用予算を増やす企業が増えた。採用手法も会社説明会と面接は対面とオンライン、広報は採用サイト、人材紹介、学校訪問のみならず、新卒でいうとインターンシップを利用した早期選考化など、大学1～2年生への門戸も多く開かれ、数年かけて応募へつなげる長期的な方法を積極的に取り入れ始めている。今年4月、県内の企業においても大卒、高専、高卒の初任給を上げた企業が多かった。安定している、自分のやりたい仕事ができる、給料が良いというのが新卒の企業選択条件のトップ3となっている。安定し、やりたいことができ、給料も良いというぜいたくな時代が当たり前になってきた。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気は当面は現状維持だと思われるが、健康食品の問題や、なりすまし広告の影響で急激に通信販売の需要が鈍っていることが懸念材料となっている。	

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
		その他雇用の動向を把握できる者	・一部企業の賃上げだけで賃金が上がったような報道があるが、他の企業の賃金は物価上昇に追いついておらず、実質賃金の上昇につながっていない。この状況は今後も当面変わる見込みがない。
		人材派遣会社（事業部長）	・取引先と商談しているなかで、今夏に入ってくる季節繁忙期の受注の規模が例年よりも小さい企業が多い。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (四国)		*	*
		コンビニ（商品担当）	・政府の為替介入等で多少でも円安が回避できれば、夏場の需要伸長やインバウンド等の人流の動きにより少し回復するとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・5月はゴールデンウィークがあるため、そこそこ景気が良くなると期待しているが、現在の動きを見る限り厳しいのではないかとみられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はお中元時期が重なり、気温も暑くなってくるため飲料が売れるとみられる。
		観光遊園地（主幹）	・インバウンドの増加により来場者数の増加が見込まれる。
		美容室（経営者）	・SNSやテレビなどででの紹介があったため、その効果を期待したい。
		商店街（代表者）	・経費の高騰が続いており、かつ部品等の供給不足に加え、人材の確保が難しくなっている。大企業の賃金は多少上昇しているが、中小企業は賃上げ・人材確保等が難しい状況である。
		商店街（代表者）	・かなり商店街はにぎわってきているが、まだまだ物価高であることや大企業での給料アップなどが消費者マインドのアップにはつながっていないことから、しばらく今のままの景気で推移するとみられる。
		商店街（常務理事）	・今夏以降は定額減税の効果が出て消費も少し上向くと期待しているものの、今のところはレジャー、観光関連分野以外への消費者の財布のひもは固く、しばらくは改善されないと考えている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新年度に入り、一部商品の値上げ、商品の品薄、仕入れの運送費用の値上げといった必要経費のアップなど、いろいろな要素があり、売上が伸び悩んでいる。例年この時期の売上は低い伸び率ではあるが、今年は特に低いようにみられ、営業努力はしているが、先行きは不透明である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費者の節約志向は変わらず、景気は低迷したままで良くなる要素がない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・質や量を少し落としてでも値上がり以前の価格で買物をした客が多いため、値上がりした商品がよく売れて景気が良くなるのは難しい。
		百貨店（販売促進）	・外国人観光客が増えてきているが、それ以上に物価上昇の影響が大きく、消費が冷え込むと予想される。
		スーパー（店長）	・今の傾向が今後もしばらく続くとみられる。
		スーパー（企画担当）	・商品の値上げがまだ収まっていないため、これまでと同様の状況が続くと推定される。
		スーパー（財務担当）	・節約志向が継続し、安売り店への買い回りが進むとみられる。
		スーパー（人事）	・消費者マインドの変化がみられず、今後もこの傾向が続くとみられる。
		コンビニ（総務）	・現在の状況が大きく変わることはないともみられる。地方では味よりも価格で勝負できないと来店動機にはつながらないため、今後コンビニは便利さに加え、どのように客にお買い得感を訴えていき、来店を促していくかを考えなくては良くなっていかない。
		衣料品専門店（経営者）	・まだまだ円安が続いており、輸出、インバウンド相手の商売は良いとみられるが、地方の小売業は厳しいのではないかとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業責任者）	・円安の進行や税金、社会保障費の増加などのニュースが顧客の話題に上がり、消費意欲がやや低減しているようにみえており、景気が悪化するのではないかと懸念している。
		家電量販店（店員）	・価格がじわじわ上昇を始めていることもあり、ボーナス商戦の時期までは変わらないとみられる。
		家電量販店（副店長）	・物価高の影響により、来客数増加は見込まれない。上期においては特に天候により大きく左右される見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数は増えてきているものの、新たに発注できる車種に制限があり、景気回復にはつながらない。
		乗用車販売店（役員）	・物価は上がっているが、客の購買意欲に大きな変化はない。
		観光型旅館（経営者）	・オーバーツーリズムへの懸念があり、観光地だけでなく市域を含めた交流人口の受け入れ対策を進めないといこれ以上景気は伸びないとみられる。
		都市型ホテル（経営者）	・もとより人口が少ない上に、若年層の流出が続き、雇用環境が厳しさを増している。仕事はあっても利益の増加につながらなかったり、仕事を受けることができない場合もあり、景気が良くなっていく気配がしない。
		タクシー運転手	・6～7月は梅雨の時期であり、ハイヤーやタクシーの稼働率が良くなる要因もなく、客が多少増えても、それに対応できる台数が稼働していない現状がまだまだ続くと思われ。
		通信会社（営業担当）	・現状と大きく変わる要素がなく、落ち着くとみられる。
		通信会社（支店長）	・新生活需要が一段落し、来店・販売は下降傾向である。
		競艇場（マネージャー）	・実際の給料アップは大手企業が中心であり、中小企業が今より良くなるのは、まだまだ先であり、継続的な遊興費が増加するのでもまだ先だと予想される。
		美容室（経営者）	・ゴールデンウィークにどれだけ人が動くか次第である。
		設計事務所（所長）	・相変わらずマンション建設等の都市開発の分野では新築が増えてきているが、更新できない建物も増えてきている。
		商店街（代表者）	・少子高齢化への対応にどう取り組んでいくかを考える必要がある。高速道路や大橋はメンテナンスの時期に入り、我が国の将来が描けなくなっており、地方都市は更に加速度を増して過疎化していくため、コンパクトシティ、ウォークアブルな街づくりに徹しない限りもはや解決策はないとみられる。
		スーパー（店長）	・実質賃金のマイナスが続き、購買力の低下が予測される。
		スーパー（統括担当）	・物価高が続くなか、給与は上がらず、買上点数は減少傾向が続くとみられる。
		コンビニ（店長）	・ゴールデンウィーク終了後は節約期に入ると考えている。
		コンビニ（店長）	・来客数の減少傾向と、物価高騰による購買意欲の低下がみられるなか、政府の減税策も少額かつ即効性がないとみられ、しばらくこの状況が続くのではないかとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高が続くとみられる。
		乗用車販売業（営業担当）	・購入できる人は定期的に車を買換えているが、できない人が多くなっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・急速な円安傾向が継続すれば、各種値上げとこれに伴う家計防衛により、消費が減退することが大いに危惧される。
		旅行代理店（部長）	・円安が進行するとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年ゴールデンウィーク明けから梅雨明けまでは、売上が低迷しているが、今年は外食頻度が減っているようにみられ、例年に増して悪くなると予想される。
	×	タクシー運転手	・夏が近づき、暑くなってくるため、四国遍路の巡礼者が減り、真夏はほとんどいなくなる。そのため、街のタクシー台数は増えるが、売上は減少し、景気は悪くなるとみられる。
企業 動向 関連		食料品製造業（商品統括）	・物価上昇、金利アップがあり、国内だけを考えると給料アップが追い付かない状況となっている。しかし、インバウンドの旺盛な消費行動が円安で固定化されており、今後の拡大が予想される。
(四国)		木材木製品製造業（営業部長）	・5月まではこの状況が継続するが、販売価格の改定、受注量の回復が見込めるため回復基調になるとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（経営者）	・市に地域創生のための提案をしているが、それがいろいろな形で採決されており、もっと増えていくと、景気は良くなり、雇用も十分確保できるとみられる。	
		通信会社（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数が前年から増加している。また、前年度までと比べると、イベント等の運営における新型コロナウイルス感染症の影響はかなり小さくなっており、今年度はより活動しやすくなると考えられる。	
		農林水産業（職員）	・気象要因による作況次第であり、青果物の販売環境の根幹が変わらないと、根本的な動きは出てこない。なお、宅配料金が4月から値上げしており、果物の贈答需要への影響が心配される。	
		繊維工業（経営者）	・前年来、商品グループごとに値上げをしてきたが、他の物価も値上がりしているため、値上げの影響はみられない。販売単価は上昇したものの、当社の原材料費や人件費も大幅に値上がりしており、利益圧迫要因が多すぎるためであるとみられる。また、更なる円安が進んでおり、今後の不安材料も多い。日本企業は多くの原材料を輸入に頼っており、金利が安いメリットよりも為替による仕入商品の高騰というデメリットが厳しく、早急な対策を願いたい。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの需要が多いため、原紙を抄紙する機械を改造し、生産能力をアップし、それにより売上が増加するとみられる。しかし、円安などによる原料費の高騰が影響し、利益を出しにくい。値上げは慎重に行わなければ取引先が撤退する恐れもあり、更なる値上げはできていないが、値上げをしないと今以上の利益を出すのは難しい。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行きの不透明感に加え、地政学的リスクの高まり、物価上昇・人件費を始めたとしたコスト増加等もあり、世界経済の下振れが懸念される。	
		電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の対応が5類感染症になって1年がたち、新型コロナウイルス感染症発生前の状況にほぼ戻ったように感じるが、いまだ原動費や物価の高騰、円安傾向が収まらず、まだまだ景気回復の兆しがみられない。	
		建設業（経営者）	・金利の上昇懸念と資材価格の高止まりがみられる。	
		建設業（経営者）	・これから公共工事の出件数はどんどん増えるだろうが、問題は受注量であるとみられる。	
		輸送業（経営者）	・世界との差をかなり感じるが、年配者は特に関係ない様子である。	
		通信業（企画・売上管理）	・健康食品の問題もあり、一部通販事業者のCM出稿に陰りがみえる。	
		金融業（副支店長）	・円安の影響で、インバウンド需要が見込めることから、観光業や飲食店の業績が堅調に推移する見込みである。	
		広告代理店（経営者）	・ホテル・旅行等の観光関連の広告は多少増えているが、人手不足による賃金コストアップや物価高による客の買い控えが予想され、客先の広告予算は削減傾向が続いている。したがって、全体としては余り変わらない予想である。	
		食料品製造業（経営者）	・物流費の高騰に加え、円安の影響により海外原材料、商品の仕入価格が高騰しており、すぐに製品価格に転嫁できず、利益が圧迫されると予想される。	
		鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械関連受注が鈍く、今後の生産量への影響が懸念される。	
		不動産業（経営者）	・不動産業では、建築資材、人件費や土地等がかなり値上がりし、銀行の融資も厳しくなっており、停滞している。	
		×	税理士事務所	・円安、物価高など好景気になる要因が見当たらない。
	雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（役員）	・夏休みに向けて消費意欲も増してくることで、景気は上向いていくが、更に人材不足の状態が続いていくとみられる。そのため、賃金の改善や、AIを活用した業務のロボット化などの人員体制の整備に向けた課題対策が必要だと考える。
			求人情報誌製作会社（経営者）	・夏休みのアルバイト求人数の増加が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（求人開発）	・管内の主要事業者からは景気の明るい兆しがみられるものの、あらゆるコストアップを跳ね返す収益構造改革の途中のため、まだ予断を許さない状況であるという声や、価格転嫁による需要の限界を感じているという声もある。先行きの見通しについても、不安要素が拭えない様子があるため、一進一退の状況がしばらく続くと思われる。
		民間職業紹介機関（所長）	・地方の人手不足は深刻ではあるが、業界間で偏りが大きく、全体的には変わらないと考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・製造関係の需要が少なくなっており、派遣雇用の減少が懸念される。
		求人情報誌（営業）	・人材採用面ではどの業界も苦戦しており、特に地元中小企業での人材不足が長期化しておりまだ長引く見込みである。さらに、人件費や原料価格の高騰などを売価に転嫁できていない企業も多くみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価は上がり続け、給与の上がり幅では吸収できない。
	x	-	-

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)		住関連専門店（従業員）	・近年の酷暑化により、一晩中冷房をつけている家庭が増えている。そのため、ここ数年は手頃なタオルケットよりも単価の高い掛寝具の需要が高まっており、これからの夏物商戦において、例年以上に客単価が高まることに期待をしている。
		スーパー（総務担当）	・期待も込めて、5月以降の来客数や買上点数は増加を見込んでいる。株価下落や金利上昇、円安など物価を左右するマイナス要因も考えられるが、値上げがある程度浸透していくのではないかと考えられる。賃上げやボーナス増加、パリオリンピックなど明るい話題もあることから、消費マインドがプラスに動く予想している。
		コンビニ（店長）	・コロナ禍が落ち着き、見通しが明確になってきたことで、売上が堅調に伸びている。
		家電量販店（従業員）	・気温の上昇が家電の需要を後押しすると期待している。
		乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの不正問題による、販売現場での混乱状態が解消に向かい、加えて、新型車投入の効果により今後の景気回復に期待している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年と比較すると売上が増加している。外国人客など新規の客が増加しており、今後の予想としては、売上が上向いていく。また、夏になるとリキッドコーヒーの需要が多くなり、2～3か月先の売上は順調だと期待している。
		観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症が収束してから好調であった宿泊は、今後は横ばいから微減を見込むと予想される。一方、宴会・婚礼の問合せや予約は増加している状態である。
		タクシー運転手	・歴史的な円安が続いており、インバウンドは堅調となっているため、この景気の良さは続くと考えられる。
		観光名所（従業員）	・ゴールデンウィークにより、来客数や販売数が更に増加していく。
		観光名所（職員）	・ゴールデンウィークが間近になり、市外からの観光客も多くみられ、景気は上向いていく。
		理容室（経営者）	・今月は年度初めのため卒業や転職、就職により人の移動が多く余り状況は良くない。業種的に2か月後でなければ新規の客が増えないため、厳しい状態である。今後は、人の動きが出てくることで景気は良くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・一部ネット銀行の住宅ローン変動金利上昇が発表され、今後金利動向を確認しつつ住宅を検討する客が増加すると予想されるが、販売面では今の状況が続くと考えられる。
		商店街（代表者）	・様々なイベントによって人の動きが増加しており、それに伴い消費も増加している。
	商店街（代表者）	・2～3か月先もやや悪い商況が続くと覚悟している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・今年に入って4か月が過ぎようとしている。この時期の飲食店では歓送迎会等があり、多少景気が良くなっている。しかし、物販小売業では、全体的に良くない。また、ほとんどの食品が値上がりしている状況であるが、多くの人は昇給が少ないのではないかと推測している。そのため、景気が良くなるとは考えられず、現状維持が続く。
		商店街（代表者）	・現在、大変厳しい状況である。周辺では観光客等の要因から景気が良い話題もあるが、当市内では余り観光客が見当たらず、今後、観光で利益を上げた事業者の消費が旺盛になれば景気に変化が出てくると考えている。
		商店街（代表者）	・2～3か月先の先行きは不透明であるが、ゴールデンウィークもあるため商店街で一丸となり、対策を講じていきたい。
		商店街（代表者）	・商店街への来客数は増えているが、物価高騰のため、依然として慎重な消費行動がみられる。
		商店街（代表者）	・報道では円安が続くと報じられており、仕入れや販売面ではまだまだ影響を受けると考えられる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・初夏になるとアジが旬を迎え、漁獲量も増加する。漁獲量が増加しても売れなくては商売にならないため、売れる努力をしなければ景気は落ち込んでいく。飲食店に卸す、病院などに納めるなどの対応をしているが、厳しい状況である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・人手不足により顧客のニーズに対応できない状況である。
		百貨店（企画担当）	・夏のセールや夏休みなどで来客数は増加すると予想しているが、客単価は低調になると考えている。
		百貨店（企画担当）	・現状を鑑みると、急激な円安転換によって先行きの見込みができない。活況なインバウンドの状態から売上は若干増加している。また、国内消費は現状維持から季節要因を加味して、若干減少傾向と見込んでいる。
		百貨店（企画担当）	・客単価が向上しているが商品単価の上昇によるものであり、人件費など経費の増加分を上回らない状態が続く。
		百貨店（経理担当）	・飲食関連では物価高の影響は余りみられない。一方、衣料品全般においては消費マインドが依然として弱く、インバウンド需要も拡大傾向には至っていない。
		百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィークや母の日・父の日キャンペーン、催事開催で来店を楽しむ機会が増加している。お買い得なクレジット催事もあり、目的買いの来店が見込まれる。また、自家需要やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の客単価や商品単価は堅調となっている。観光振興でクルーズ船等国内外からの人の動きも多くなり、クレジット決済の増加も見込まれる。
		百貨店（業務担当）	・今後、減税が行われることに期待している客がいる一方、子育て支援に対する国民の負担増加など、漠然とした不安感を持っている客も増えている。株価上昇などのニュースが多いが、恩恵を受けられていないと感じる客も多く、生活防衛に対する意識が強くなっている。
		百貨店（経営企画担当）	・新規催事については関心の高さがうかがえた。一方、堅調であった食品催事が苦戦しており、消費マインドが物価高などの影響をある程度受けていると考えられる。
		スーパー（店長）	・6月から国民の約80%に該当する定額減税が実施されるものの、景気を左右する影響はないのではないかと危惧している。電気代補助が終了するため光熱費は高騰し、物価高騰の影響が一層高くなる。
		スーパー（企画担当）	・生活防衛のための客の買い控え傾向が多くなると経営が厳しくなるため、良くて現状維持と予想される。
		スーパー（経理担当）	・食料品への支出に対し、消費者がそろそろ耐えられなくなっている気配がある。収入が増加した実感が無い限り、この傾向は今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・当店の商圈はビジネス立地であるため、インバウンド等のプラスの影響は少なく、景気は横ばいで推移する。
		コンビニ（経営者）	・夏物商材の販売拡大がポイントであるが、前年も猛暑が続いていたため、前年比で横ばいの見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・天候に大きく左右される業種であるため、この夏に猛暑が多ければ冷たい飲物が多く売れ、活気付いてくるものと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・賃上げに加え、6月からの定額減税に期待しているが、景気動向に影響はないと考える。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・街中の店ではインバウンドの影響により来客数が伸びている。しかし、郊外立地にある当店ではインバウンドの影響は少ないため来客数が限られ、今までどおり売上の伸び悩み傾向が続くと予想される。
		衣料品専門店（店長）	・様々な値上がりに加え、周囲の人の動きが静かであるため、景気が良くなるとは考えられない。
		衣料品専門店（取締役）	・7月は更に円安が進み、物価も上がっていくと予想される。給与が上がる報道が多いが、現実的には昇給があるのは大企業のみであるため、大多数の生活は厳しくなっていく。そのため、今後は政治のかじ取りが重要になっていく。
		家電量販店（店長）	・人口減少や物価高の影響で、販売数減少や単価下落が予想されている。革新的な家電の新商品がない限り、上昇する見込みがない。
		家電量販店（店長）	・前年以上の国や自治体からの補助金等、購買意欲を高めるような施策がなければ、財布のひもは緩まない。
		家電量販店（店員）	・今の職場で現状の景気が継続したならば、今後給料が下がる可能性も考えられる。
		家電量販店（従業員）	・ゴールデンウィーク前で買い控えが増えている。
		乗用車販売店（従業員）	・閑散期に入っており、また、今後も値上げが予想されるため、景気は変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売はメーカーの配給が順調に進んでいるため好調を維持していく。コスト面ではベースアップによる人件費の増加が懸念され、今年度は前年並みの売上や利益を見込んでいる。
		乗用車販売店（代表）	・2～3か月で景気が良くなるとは考えられない。
		乗用車販売店（役員）	・今年度は新型車の発表予定が少ないことに加え、前年からの自動車業界への客の反応が心配である。
		住関連専門店（経営者）	・ゴールデンウィークのため行楽や旅行関係は活気があるが、置き家具購入の需要が少ない。その上、円安が一段と進み、輸入品が多い家具資材は値上がりするため、経営は厳しくなっていく。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・当ショッピングセンターは映画や主要店舗のシェアが大きい。5月下旬に大型区画において人気店舗が開店する予定で、定性的ながら全館に与える影響はプラスになると考えられている。しかし、前年同期は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、外出の気運の高まりから化粧品やファッション関連が高稼働していたため、それと比較して今年度はやや苦戦することが予想される。
		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）	・中小零細企業の賃上げが加速しておらず、賃上げによる消費拡大には時間が掛かると考えられる。
		高級レストラン（経営者）	・観光客や地元の客が増加しているが、人手不足により来客数を制限しなければいけない状況になっている。加えて、物価が上昇しているため、材料代も値上がりしており、売上はあるが利益に反映されない状況である。
		高級レストラン（経営者）	・予約状況では、ゴールデンウィーク明けは企業の動きはなく当店でのご接待は見込めない。5月はカレーが旬となり、春の野菜も多くなっているため食材としては良い季節であるが、客が動く理由が見当たらないのが現状で、今後も状況は変わらないと考えている。
		スナック（経営者）	・4月に入り、物価の上昇が多いため外食を控えている人が多い。5月、7月にも酒類の値上がりが予定されており、消費が抑制されるのではないかと同業者から心配の声が聞こえてくる。
		観光型ホテル（専務）	・不測の事態が起こらない限り、旅行志向の状況は続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先までは現状維持が続く。
		タクシー運転手	・今年度は雨と暑さで、人出が鈍くなると予想している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（企画担当）	・引き合いは堅調であるが、原価高騰など為替の影響が懸念される。現段階では、値上げ交渉を準備しているところである。
		通信会社（社員）	・特別な話題がないため現状のままである。
		通信会社（営業担当）	・給与が上がらない状況であるため、円安が更に進めば支出を抑えなければならない状態になってくる。
		ゴルフ場（従業員）	・天候不順による影響はあるが、予約は好調を維持している。
		ゴルフ場（営業）	・ゴルフ場の予約推移に変化がない。
		競馬場（職員）	・景気動向を左右する要素がないため、状況は変わらない。
		美容室（経営者）	・例年、2～3か月先は、春の気候から初夏になると暖かくなり売上は上向いてくるが、景気回復に影響する好材料もなく、値上げもあるため、今年は横ばいが予想される。景気回復のためには、新製品が発表されるなどのアクセントがなければ業界のなかだけで上昇は難しい状況である。
		美容室（店長）	・今月の売上はやや良くなっているが、2～3か月先は変化がないと考えている。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・為替や中東、ウクライナ情勢等の現状では、先行きは期待できない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・単価が急激に好転することは想定できず、また、他業界の賃上げや業績好転により、介護人材の確保がより深刻になっており、経営環境は一段と厳しくなってくる。
		設計事務所（所長）	・仕事は少量であるがコンスタントにある状態である。しかし、建材など物価が上昇しており仕事の成功率は厳しくなっており、今の状況が変わらないと考えられるため、3か月先も良くも悪くもならない。
		商店街（代表者）	・円安が落ち着かず、物価の上昇を招いている。そのため、購買意欲が減少するのではないかと危惧している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから3か月は暑い日が続くため、売上は伸びない。現状維持ができれば良い方である。
		百貨店（営業企画担当）	・円安や物価高騰等に鑑みると国内消費は慎重になる上、気候不順に関連するアパレル需要の減少は継続すると想定している。
		スーパー（店長）	・賃金上昇を前提で物価上昇が続いているが、賃金上昇の対象者は限られており消費は低迷すると考えている。そのため、景気は今以上に後退すると考えている。
		コンビニ（経営者）	・一時的株高から株安に転じており、加えて円安の続伸もあるため、今後の経済活動が落ち込んでいくのではないかと危惧している。
		家電量販店（店員）	・旅行や飲食の景気は良くなっているが、家電関係では破損等しなければ来店がない状況が続いている。今後パリオリンピックはあるが、大きな見込みはないと予想している。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気対策がないため、売上が良くなる兆しが無い。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇が先行し実質の個人所得としては下がっているため、景気はやや悪くなる。
		通信会社（役員）	・物価上昇に賃金の上昇が僅かでも追い付き、消費マインドが上向けばよいが、当面その気配がない。
		通信会社（企画担当）	・現状の販売数増加は短期的であるため、2～3か月先には販売数は減少する見込みである。
		設計事務所（所長）	・世界情勢が不透明であり、材料費や製品代の価格上昇はまだ続くと予想される。仕事の対価も上昇すればよいが、地方ではなかなか難しいと考えられ、対価を支払う側の意識が変わる必要がある。
		設計事務所（代表）	・今後の金利上昇が影響し、景気は若干悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・住宅建設など非常に着工件数が増加しており、非常に景気が良い状況ではあるが、人件費や材料費、土地の取得費用が高騰しているため、売値や賃借料が上昇している。国内での引き合いはあるが、中国や東南アジアからの引き合いが多くなっている。そのため、本人が居住するのか投資なのか判断が難しく、不明な部分が多い状況となっており、不動産バブルがみえているのではないかと懸念している。
	x	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後には新年度に関する準備も落ち着き、客足が減少してくる。
	x	一般小売店〔青果〕（店長）	・現況では当地産の野菜の供給が減少しても、九州圏内の中国や四国の野菜が入る。しかし、その先になると信州や東北、北海道となって輸送コストが増加するため、商品単価が高くなる。加えて、暑さで需要も下がる状況になるため、厳しい時期となる。
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		金属製品製造業（事業統括）	・4月の賃上げ効果が、3か月後に現れると予想している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体メーカーが九州圏内で新工場の稼働を始めている。それにより、各メーカーからの供給が増えれば生産量が増加し、当社のような製造業においても景気が良くなってくる。今後、思わぬ要因がない限りこの状況が続いていくと見込んでいる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・工場の拡大や人口の集積地近隣での人材確保が可能であれば、仕事は更に増加すると確信している。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産停止となっていた車両生産が5月末から再開となったことにより、社内で設定していた計画より出荷が早くなる予定である。
		建設業（従業員）	・新年度発表の官公庁の物件も徐々に出てきており、この入札に参加し落札できるようにしていきたい。また、大型物件も控えており、受注できればやや景気が良くなると予想される。
		建設業（社員）	・今のまま受注が続いてくれれば景気は悪くならず、決算期である5月までは順調を予想している。今後も積極的に受注に向けて努力する考えである。
		金融業（営業）	・コロナ禍の反動と賃上げの影響を考えると、天候にもよるが、ゴールデンウィークや夏休みにはここ数年なかったような消費活動の活発化を予想している。
		経営コンサルタント（社員）	・春になり、インバウンドが増加している。
		農林水産業（経営者）	・働き方改革による2024年問題や人手不足による負担などマイナス要因も多いが、本格的に影響を受けるのは、夏から秋にかけてであると予想している。しかし、異常気象が心配で飲み会や会食等に若干不安を感じている。例年消費が伸び悩む梅雨になるため、5～6月の消費動向が注視される。
		家具製造業（従業員）	・例年と同じ案件が情報のままで止まっており、また、円安進行による輸入品の高騰で受注率が低下している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度初めのため受注量が減少している。
		化学工業（総務担当）	・前年度の損益は余り良い状況とはいえ、当面この状態が続くと予想している。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・量産的な商品単価の交渉をしているが、なかなか商品価格の改定が難しい状況である。取引先では単価の据置きを希望しているが、本店としては非常に厳しい状況となっている。しかし、商品の値上げができないのが現状である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先からの引き合い関係に活気がみられず、景気はこのまま低調が続く見込みである。
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・新機種生産の計画はあるが、時間が必要であるためまだ通常生産には至っていない。	
	輸送業（総務担当）	・2024年問題で人手不足が顕著になっており、賃上げしても、社会保険の年収の壁問題で働く時間が制限される状態である。このままでは、物量増加に対し対応ができなくなることが懸念される。	

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
		通信業（経理担当）	・前年度の期末から順調に受注が伸びている。営業からの情報等を勘案すると、しばらくはこの流れが続くと考えている。
		金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、公共工事は高水準で推移している。一方、自動車や家電の売上がやや弱含みで推移しており、諸経費の高騰や人手不足なども影響し、先行きをやや慎重にみる企業が少なくない。
		金融業（調査担当）	・賃上げに向けた動きが地元の中小零細企業にも徐々に広がりがつつあるが、長引く物価高が消費マインド向上の足かせとなっており、当面の景気は現状で推移する。
		金融業（調査担当）	・設備投資資金の貸出金について、前年比増減率が四半期前から大きく変わらない。
		金融業（営業担当）	・中小企業では物価高や仕入れ、人件費の高騰、人手不足により、設備投資等では前向きの動きは低迷している。当面賃金の上昇や待遇の改善はこの2～3か月では見込まれず、景気は変わらない。
		広告代理店（従業員）	・長引くウクライナやガザへの侵攻、中国のバブル崩壊等、世界を見回すと余り良い話題がない。我が国においても円安による物価高騰や大企業の賃上げが行われているが、中小零細企業では賃上げが困難な状況が続いており、余り良い状態とはいえない。中小零細企業の賃金が上昇していくまでしばらく時間を要するため、3か月程度では今の状況が変わるとは考えられない。
		広告代理店（役員）	・物価上昇に加えて円安の動きなども重なり、慎重にならざるを得ない外部環境だと考えている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がないため、売上は変わらない。
		経営コンサルタント（社員）	・ゴールデンウィークに突入し決算期も始まることから、内部志向になるため景気に変化はない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・大きな変動はないまま推移すると考えられるが、金利上昇や各国の情勢不安など外部要因によって状況が変動する可能性は考えられる。
		繊維工業（営業担当）	・転職する人が多くなっており収入が安定しないため、服の購入は減少傾向になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降、調整基調になり受注が落ち着くと予想される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の生産見込みから判断すると、景気は若干悪くなる。
		不動産業（経営者）	・取引先や金融機関の情報から、今後も景気は余り良くならない見込みである。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・ゴールデンウィーク明けの広告申込みが少ない状況である。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・前年度は高齢者や障害者等の計画策定の年度であったため、発注が多くなり景気は上向いた。しかし、今年度は子育て支援関係の計画以外に市町村からまとまって発注される計画策定業務がないため、景気はやや悪くなると予想される。
	x	-	-
雇用 関連 (九州)		人材派遣会社（社員）	・国内外の観光客が多くなり、食品製造業からの販売要員や接客業などで依頼件数が増加している。4月から当県の4分の3の企業で賃上げされた影響もあり、派遣料金も改善され、スタッフの時給も以前より高く支払えるようになっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・国内景気に期待できないが、今後、夏に向けインバウンドによる消費拡大は期待できる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・日本経済が緩やかな回復傾向にある見直しには変わらないが、急激な円安が進んでおり、我が国の物価高騰への更なる影響を危惧する状況も続いている。輸出企業を始めとする好調な企業収益による物価高騰を上回る賃上げや、将来を見据えた設備投資の拡大など前向きの支出につながる事が期待されている。しかし、一部の業界では働き手の人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅く、今後もしばらくはこの状況が続くと予想している。

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
		人材派遣会社（社員）	・5月以降も引き合いが少なく、定例案件以外の新たな動きが見えない。
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに向けた求人数が一段落し、中小企業を中心に求人数が減少している。派遣ではなく、直接雇用に求人数が流れている。
		人材派遣会社（社員）	・派遣オーダーの理由は育休や傷病者代替による社内欠員補充が多く、繁忙期の増員がほとんどない。派遣法により満了になる稼働者の直接雇用受入れに関しても、直接雇用後の条件が折り合わずに契約満了や終了になるケースも多く、景気の上向きを感じる事が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・景気に影響を与える好材料を見付けられないため、現状維持ができることを望んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2～3か月では大きなトピックがないため、インバウンドの好調維持で県内内需は横ばいが続く予想される。
		職業安定所（職員）	・今後も物価上昇の可能性が高く、景気は現在と変わらない。
		職業安定所（職員）	・就職件数の動きでは前年比と大きな変化はなく、人手不足は変わらず続いていることから、今後の景気は横ばいが予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・インフレで景気が悪くなっており、人材業界も厳しくなると考えている。人手不足の現状では、特に当地の新卒についてはしばらくこの状況が続く。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・人材獲得を目的に多くの企業がベースアップを図っているが、先行きを考えると景気に影響を及ぼすまでの経済効果は見込めないと考えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今春就職した人の初任給は若干上昇している。しかし、円安などで物価高は続いており、多少の給与アップでは景気回復が難しいと考えている。
	x	-	-

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）	・景気が悪くなる要因が見当たらない。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・夏に向けて観光客の増加とともにまた注文数が増えとみている。
		百貨店（経営担当）	・ゴールデンウィークによる来客数の増加や父の日ギフト需要による販売点数の増加を見込む。
		スーパー（企画担当）	・現在、円安や国際情勢の変動により、食品や光熱費の値上げが続いているが、2～3か月先は、夏のトップシーズンで人流が活発になり景気はやや良くなると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・近くの居酒屋の帰りに寄る客が増えているので深夜の売上がやや伸びてきている。
		コンビニ（経営企画担当）	・5月の前半は観光シーズンで好調になると予想するが、ゴールデンウィーク後の梅雨時期は厳しい状況になると予測している。しかし、梅雨明け以降は定額減税も実施されることから、消費意欲が高まることを期待している。
		家電量販店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の反動減が底を打ったような印象である。
		観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊予約は前年よりも動きが良い。飲食に関しても前年よりも予約が動いている。
		商店街（代表者）	・僅かに良い方向になるのを皆さん期待している。ゴールデンウィークも近くなっているので、それにより経済効果も多少は出てくるとみている。
		コンビニ（店長）	・6月からの定額減税がある程度良い影響を与えるとみている。
	コンビニ（副店長）	・5月よりガソリン税の補助継続が決定しているが、急激な円安や中東情勢の悪化による商品価格や、必要経費上昇の影響は容易に推測される。賃上げをうたっているが、様々な増税施行に財布のひもが固くなっている。	

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
		衣料品専門店（経営者）	・今月は新年度ということで少し期待しているが、全く良い材料がみえていない状況である。しかし、街には以前と比べて人通りや活気があって今後は少し期待したい。
		乗用車販売店（経理担当）	・イベントの集客も比較的好調を維持している。
		一般レストラン（代表者）	・梅雨入りしそうなので来客が減りそうで心配である。
		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの4月の販売室数は前年比13%減少で、4月末時点での7月の予約室数も前年比減となっている。
		旅行代理店（マネージャー）	・国内客への旅行商品は、かなり厳しい価格が並んでいて売上が伸び悩むことが予想できる。
		通信会社（営業担当）	・学生需要も4月以降はなくなり、今より良くなるとは考えにくい。今の状態が続くと考えている。
		その他サービス[レンタカー]（営業）	・先行きの受注状況は前年を若干下回っているが、同業他社の増加により顧客が分散しており全体的な需要は悪くないとみられる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・土地取得費や建築単価の高騰に加え住宅ローン金利など金融機関からの借入金利の上昇が見込まれ住宅取得などに後ろ向きになりそうである。
		住宅販売会社（役員）	・働き方改革の影響と考えるが、落ち着くまでは建築費の高騰と建築工事の期間が延びることが懸念され、新規物件の供給に、より慎重姿勢にならざるを得ない。
		衣料品専門店（経営者）	・この先を見通せない状況だと景気は悪くなるのではないかとみている。
		x	その他飲食店[バー]（経営者）
企業動向 関連 (沖縄)		食料品製造業（役員）	・今後のゴールデンウィーク、夏休みシーズンに入るため更に観光客の増加が見込める。
		*	*
		窯業土石業（取締役）	・見積り依頼、受注、生産とも横ばいで推移しており、当面の間、現状維持を見込んでいる。
		会計事務所（所長）	・円安による輸入コストの増加で日常生活に与える影響が不安である。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進投資は、人材不足や人件費の高騰に加えて、景気の先行きを不安視する傾向から、やや消極的になっている。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		*	*
		求人情報誌製作会社（営業）	・今後2～3か月において大きな変化はないと考えている。その後の秋シーズンの求人数増加を予測している。
		職業安定所（職員）	・賃金が増えると見込まれるが、物価高の影響が不透明である。今後も物価高の影響を注視する必要がある。
		学校[専門学校]（就職担当）	・IT関連企業の求人はそろそろ落ち着いてくるが、ビジネス系やデザイン系の求人及び説明会依頼が増えてくると見込まれる。
		人材派遣会社（総務担当）	・円安及び物価の上昇等により、景気は良くない。
	x	学校[大学]（就職支援担当）	・円安が続く物価高が進むことを危惧している。
	x	-	-