

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)		観光名所（従業員）	・次年度、当地に寄港予定のクルーズ客船が過去最多となると発表されたことから、年度明けからのにぎわいが期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・現在の予約状況から、前年を上回る輸送量が期待できる。
		商店街（代表者）	・今後については、観光客や地域住民の来街が増加してくる時期となるため、土産、宿泊、交通、遊興施設などが売上を伸ばすことになる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今年は3月に入っても雪の日が多かったものの、売上が好調だったことから、今後の景気はやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・物価高の影響で売上が減少傾向にあるものの、エアコンの早期予約が堅調に推移していることから、今後については、若干の売上増加が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・近隣の宿泊客が増加傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。道内容の宿泊需要が増加する兆しがみられることもプラスである。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・4月にビールの値上げが予定されていることで、3月は駆け込み需要がみられたが、様々な商品、サービスの価格が依然として高騰していることから、今後の需要が上向くとは考えにくい。
		百貨店（販売促進担当）	・今後数か月は大きなイベントなどもないことから、当地への観光需要が今以上に上向くとは考えにくい。インバウンドや道外からの観光客が大きく増加するとは見込めないこと、道内容による消費が拡大するとは考えにくいことから、今後も景気は変わらない。
		スーパー（店長）	・増税や負担増に関するニュースが相次いでいることから、景気が回復するような気配は希薄である。インバウンドの消費も、一部のブランド品を除けば、観光や体験に向かっていることから、今後も景気は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・夏頃までは物価の上昇が続くことが懸念されるが、賃金の引上げにより、影響が緩和されることになる。そのため、今後も現状の購買行動が続くことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・日常の食事は削るにしても限界がある。そのため、牛乳、卵、パンなどの食品の販売量は維持できるとみられることから、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・賃金が上昇しても、物価がそれ以上に上がるとみられるため、客の可処分所得が増えることにはならない。価格を確認して購入する客が多く、衝動買いも少ないことから、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（店長）	・物価高の影響で売上は前年を上回っているが、買上点数が落ち込んでいることから、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・客の節約志向が強まっているため、今後も価格転嫁を思うようにできない状況が続くことになる。人件費の増加などにより、利益が圧迫されている状況も続くことになる。
	衣料品専門店（エリア担当）	・食品や光熱費への支出増が収まらない限り、客が低単価商品を求める傾向は続くことになる。今後、気温の上昇に伴って、商品の動きがどれだけ上向ってくるか予想できない状況にある。	
	乗用車販売店（経営者）	・来年度の商品計画から、現在と同様の販売状況が安定的に継続することが見込まれる。	
	乗用車販売店（従業員）	・車の供給状況は多少改善しているが、登録台数は前年とほとんど変わっておらず、売上は低調に推移している。変化が余りみられない状況にあることから、今後も景気は変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・新車が毎年のように値上げを続けていることから、客が買換えを控えている状況がうかがえる。一方、サービス収益が僅かに増加していることから、今後も景気は変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・季節要因を除けば例年と変わらない状況で推移することが見込まれる。混雑するランチ時は人手が不足しているが、外国人観光客の増加がいつまで続くか分からないため、安易にスタッフを増やせない状況にある。料理の単純化などで対処していきたい。
		観光型ホテル（経営者）	・6月までのインバウンドの集客状況が余り良くない。一部の国では、日本での大地震を警戒する動きがみられ、特に香港などからの観光客が減少している。物価高の影響で経費負担が増え、収益が悪化していることもマイナスである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・来客数が引き続き堅調に推移することが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・貸切バスのドライバー不足と受入れホテルの人手不足が劇的に回復するとは考えられないため、今後も観光業界の価格上昇は続くことになる。取扱額は、価格上昇により増えると見込まれるが、観光バスやホテルを手配できないことで受注に至らないケースが増えることが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・円安による国内の物価高が継続しているため、地方都市の景気が大きく回復することは見込めない。現状と同じような景気の悪い状態が続くことになる。ただし、大阪・関西万博が始まり、盛り上がりが見られるようになれば、客の動きが変わってくる可能性がある。
		タクシー運転手	・乗務員の採用が順調に推移し、タクシーの稼働台数が増えていることから、年内は大幅な増収となることを期待している。
		タクシー運転手	・送別会や歓迎会などで、タクシーの利用が微増すると見込まれる。ただし、それほど大きな期待はできないことから、代わり映えしない状況が続くことになる。
		タクシー運転手	・春を迎えて、需要が落ち込むとみられることから、今後も景気は変わらない。
		通信会社（企画担当）	・競合他社も含めて、現状が大きく変わるような要素が見当たらない。
		美容室（経営者）	・前年から今年の初めまで続いた各種値上げに対する客の警戒感が、若干ではあるが、薄れてきている。そのため、今後は来店間隔やメニューの選び方について、多少は良い傾向に変わってくるとみられる。
		住宅販売会社（経営者）	・他業種の景気が良くなっていないため、今後も住宅着工数は伸びないとみられる。そのため、今後も同じような状況が続くことになる。
		住宅販売会社（経営者）	・所得は徐々に伸びているものの、まだマンションの価格上昇には追い付いていない。分譲マンション市場が安定するには、建築価格の上昇がもっと緩やかになることが必要である。
		住宅販売会社（従業員）	・物価上昇を上回る賃上げが進むことになれば、客の消費意欲が刺激され、住宅購入マインドも高まることになる。
		商店街（代表者）	・現状から、今後しばらく景気が良くなることは考えにくい。減税策など、国による即効性のある対策が求められる。
		商店街（代表者）	・現内閣を巡る問題が解決しない限り、景気が上向くことは期待できない。
		商店街（代表者）	・インバウンド消費のある百貨店や店舗は比較的好調だが、一般客の消費は冷え込んでいる。今後については、インバウンドの入込が減る時期となるため、景気はやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・海外との直行便が前年夏に増えてから一巡するため、今後、インバウンドの伸びが鈍化することになる。そのため、景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・物価高の影響で、生活していくだけで精一杯という声が多いことから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・物価の高騰が収まらない。米の価格も依然として下がってこないことから、今後も販売量の落ち込みが続くことになる。
		スーパー（店長）	・先行きが不透明ななか、賃金も増えてこないことから、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
		スーパー（企画担当）	・米やパックご飯などの米類、野菜の価格高騰が続いているなか、4月からはビール類の値上げ、ガソリンの価格上昇も加わるなど、家計の圧迫要因は増すばかりである。買上点数も落ち込んでいることから、今後の景気はますます厳しくなる。
		スーパー（役員）	・配送業者における労働時間の管理が厳しくなっていることで、今後、物流費が上がることで懸念される。そうなれば、食料品の値上がりも続くことになり、消費者の節約志向がますます強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・物価高騰と人口減少の影響で、来客数が今よりも減少することが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・物価高の影響で、今後も商品の値上げが続くことになり、消費がますます落ち込むことになる。
		衣料品専門店（店長）	・インバウンドが好調なこと以外に明るい話題がない。一時的に需要が伸びても、盛り上がりには欠けることから、今後の景気はやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・同じ地域に新たに量販店がオープンしたことで、一時的に来客数が減少している。エアコンの販売量も前年と比べると減少していることから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・現状、明るい兆しがないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・ローン金利を低く設定している車種のうち、3月で低金利設定が終わるものがあること、金利が若干上昇傾向にあることから、売上は今よりも減ることになる。ただし、販売量はそれなりの量を維持できるとみられる。
		住関連専門店（役員）	・食料品を始めとした商品の値上げにより、これから家計の支出を抑える傾向が続くとみられることから、先行きの景気は悪くなる。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・取引先各社から値上げ交渉がきている。値上げを受け入れることになれば、これまで以上に客の買い控えが進むことが見込まれる。値上げ分を自社で吸収することも難しいため、景気が良くなるとは考えにくい。
		高級レストラン（スタッフ）	・当地を舞台としたアニメ映画の効果で、前年4月以降、観光客が増加し、それに伴って当店の売上も増加していたが、今年は特に大きなイベントなどもないため、来客数の減少が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・4月はビジネス需要及び観光需要の閑散期となり、年間を通して国内航空需要の落ち込む時期となる。4月以降もインバウンドの観光需要が継続することを期待している。
		美容室（経営者）	・2年ぶりに価格を引き上げることを予定しており、それによって客離れが進むことが懸念される。
	×	一般小売店（経営者）	・物価高の状況が変わってこないため、客の購買意欲が落ち込んでいる。そのため、今後の景気は悪くなる。
	×	タクシー運転手	・連日のように食品関連の値上げが報道されていること、石油関連製品の価格がじわじわと上昇していることから、客が物価の上昇を実感する機会が増えている。そのため、今後、客の消費マインドが低下することになる。
企業 動向 関連 (北海道)		農林水産業（経営者）	・今後については、天候に恵まれることで、青果物の収穫状況が良くなることを期待したい。
		建設業（経営者）	・新年度予算が年度内に成立することが見込まれるため、今後、公共工事の着工が始まり、人、物、金動き始める。また、新年度になり、工事の標準作業量や単価が改訂されることから、経営状況も多少は改善されることになる。お盆過ぎまでは特に問題なく、業務が進むことになる。
		建設業（役員）	・年度またぎの繰越工事を複数受注している。また、新年度早々に着工予定の公共土木工事、民間建築工事を受注できる見通しがある。建設コストは高騰しているものの、インフラ整備、商業店舗、工場倉庫などへの投資需要が旺盛なことから、新年度は順調なスタートが見込める。
		通信業（営業担当）	・半導体関連企業の進出による各種の経済効果が2025年度前半から顕在化してくると見込まれる。また、その影響は広範囲に及ぶと見込まれ、当社もそれらに対応するための設備投資について、検討を進めている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（従業員）	・3年連続となる大幅な賃上げが中小企業にも広がること、物価の上昇幅が縮小することで、消費者マインドが改善し、個人消費が上向くことが見込まれる。そのため、今後の景気はやや良くなる。
		司法書士	・当事務所の業務量に余り変化はみられないが、同業者や取引先からは景気の良い話が多く聞こえてくる。業界全体として、物価高騰に見合った報酬に改定していくことで、景気が上向くことを期待している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・4月以降の作業単価について、引き上げることで合意できているため、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）	・世界経済の先行きについて、不透明さはあるものの、国内建設投資は当面堅調に推移することが見込まれる。
		食料品製造業（従業員）	・受注量について、前年を下回る傾向で推移している。今後、受注量が増えるような要素もないため、景気は変わらない。
		建設業（従業員）	・案件の多さと技術者不足の状況はしばらく変わらないとみられることから、今後も景気は変わらない。
		輸送業（支店長）	・現在の引き合い状況から、今後、建材類の動きが活発になると見込まれる。ただし、輸出入貨物が例年以上に伸びる確証までは得ることができていない。一方、人手不足がまだ解消されておらず、荷主との料金改定も手探り状態が続いていることから、今後も厳しい状況が続くことになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・新年度の案件が少なく、秋口までは仕事量が少ないという情報もあるため、今年度下期と同じような動きが続くことになる。
		金属製品製造業（従業員）	・政策金利の上昇に伴って、住宅ローン金利も上昇しつつある。住宅価格が高騰しているなかでの金利上昇は、新築住宅着工棟数にマイナスの影響を及ぼすことになる。
		×	食料品製造業（従業員）
	×	司法書士	・食料品やガソリンなどの価格が高騰しているなか、税負担の増加を巡る議論が行われているため、今後の景気は悪くなる。国による効果的な対策が行われることを期待したい。
雇用 関連		-	-
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・例年の傾向から、4月に入ると転職活動は一旦落ち着き、5月以降に活動が再開されることになる。転職される企業は人材不足となり、採用できた企業は経営体質の改善が見込まれるなど、転職者の動向が企業業績を左右することになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・米国の関税や物価高などの動向について、先行きを見通せないため、今後しばらくは現在のような低調な状況が続くことになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も物価の上昇を上回るような賃上げは見込めない。地元中小企業の動向からは、物価高による景気の下振れリスクの方が大きいと見込まれる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・5月下旬から6月中旬に当地で開催される全国規模のイベントに期待する声が多い。そのため、今後の景気は徐々に上向くことになる。
		職業安定所（職員）	・求人数が減少していることに加えて、求職者数も減少するような動きがみられることから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・当地の新規求人数は前年比マイナス11.3%と7か月連続で減少しており、月間有効求人数は23か月連続で前年を下回っている。産業や業種によってその度合いは異なっているものの、今後の物価上昇の状況によっては、経済活動、消費行動が先を見通せない状態となることが懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は減少が続いているものの、特殊要因によるものであり、求人数の減少が景気の悪化に直結しているとはいえない状況にある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・景気が上向きになるような要因が見当たらない。

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
		-	-
	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)		コンビニ（エリア担当）	・客が商品の値上げに慣れてきて、来客数、客単価共に上がる可能性が高いとみている。
		商店街（代表者）	・クルーズ客船の寄港も始まり、港町として活気付くとみている。
		スーパー（経営者）	・4月以降、仕入原価や電気・ガス・水道料金等インフラコストの上昇に加え、国際情勢に懸念はあるが、当社を含め多くの企業で賃上げが実施される見込みである。また、国の新年度予算が成立し、景気対策が実施されれば、消費の刺激、拡大が期待できる。消費環境は短期的にみるとやや良くなるとみている。
		スーパー（店長）	・野菜の相場が下がりつつあり、買い控えは解消に向かうとみている。
		コンビニ（経営者）	・キャンペーンやセールによるところが大いにあるため楽観はできないが、景気は良くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・物価高による買い控えは続くが、気温の上昇とともに来客数は多少増える。ただし、経済的に厳しい地域のため、物価高が更に進めば、来客数は減少する。また、経費の増加分は価格転嫁して対応するのが一般的だが、コンビニは販売価格が上がっても原価率はほぼ変わらないため、経営は年々厳しくなる一方である。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなり、人の動きが良くなって県外からの客が増えている。少しずつ良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・初夏に向けて人の動きが活発化することから、来客数は伸びるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・春闘で満額回答の企業が相次いでおり、景気回復に期待が持てる。中小企業の賃上げの動向が不透明であるため楽観はできないが、景気は少しずつ改善していくとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・気温が上がると人の動きが良くなることから、来客数が増えることを期待している。
		家電量販店（従業員）	・5～6月になり気温が上がれば、夏物の季節商材の動きが活発になるため、全体的に単価、数量共にアップするとみている。
		一般レストラン（経営者）	・4月は予約が少ない。暖かくなるため振り客は多少増えるが、全体的に売上は変わらないとみている。
		都市型ホテル（支配人）	・インバウンドを軸に先行予約状況が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・当地の選挙も終わり、夏に向けて海外旅行の問合せが増え、販売や先行予約の状況も悪くないため、一定の申込件数や人の動きが期待できる。
		商店街（代表者）	・食料品やガソリンの価格が下がる見込みはなく、物価高が家計を圧迫する状況が続いている。景気は小康状態が続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・過ごしやすい時期になり、身体の状態も夏や冬に比べて良くなるため、薬を購入する客が減る。悪い状況は変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・業種的に暖かくなれば景気が上向き。売上の伸び率が今月並みであれば、前年を大きく上回ることになる。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月は日本酒、来月はビール類と酒類が値上がりする。消費者の買い控えの影響がどれだけ出るのか、不安は尽きない。	
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価高が収まり、世の中が安定しない限り、客の買い控えは続く。	
	百貨店（企画担当）	・来客数に加え、客単価も前年を割っている。特に、客単価、買上点数共に低調が続いており、上位層の客単価の大幅減少と下位層の来客数の減少が目立つ。	

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（経営者）	・人が動く季節になるが、物価の上昇が百貨店でのモノの消費、特にファッションアイテムに少なからずマイナスの影響を与える。高額商品は堅調に推移しているため、ギフト需要に期待したい。
		百貨店（催事担当）	・物価高騰により生活防衛意識の高い状態が続いており、景気が改善するかは不透明である。
		百貨店（従業員）	・店舗都合の特需による来客数の増加は継続するが、物価が上昇していることから購買行動に変化はないとみている。
		スーパー（店長）	・売上をけん引している米の売行きも衰えがない。米の単価が上がって、客単価上がり、売上に結び付いている。買上点数だけ前年比96.7%と落ちていることが気になっている。
		スーパー（店長）	・景気が上向きになる要素が見当たらないため、変わらないとみている。
		スーパー（企画担当）	・物価上昇に賃上げが追い付いていない。賃上げが進まない限り、買上点数の減少は継続するとみている。
		スーパー（商品担当）	・今後も商品の価格改定による値上げ基調は続くため、買上点数の減少、1品単価の上昇、客単価の前年超えは継続するとみている。
		スーパー（業務担当）	・景気が急激に上向くことは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・売上、来客数共にプラスに転じているが、客単価及び買上点数は横ばいである。競合店の閉店で売上が伸びているだけで、客の財布のひもは緩んでいない。現状のまま推移するとみている。
		コンビニ（経営者）	・物価が大幅に上昇しても、地方では賃金が低いため、売上は上がらない。
		コンビニ（経営者）	・今月同様に天候が悪い日が続けば、この先も来客数は伸び悩むとみている。
		コンビニ（経営者）	・建設業関係の動きが改善する要素は見当たらないため、しばらくは現状のままとみている。
		コンビニ（店長）	・景気は少しずつ悪くなっており、改善の兆しが全くみえない。
		衣料品専門店（経営者）	・行楽シーズンになり、花見客や観光客が増えるため、県産品の売上に期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も物価高騰による消費意欲の減退は続くともみている。
		衣料品専門店（店長）	・何か大きく変わるような要因も見当たらず、変わらないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・一部の大手企業を除いて、物価の上昇に賃上げが追い付いていない。今後も必要な物を吟味して購入する傾向は続くともみている。
		衣料品専門店（総務担当）	・光熱費やガソリン代、食料品等の値上がりが続いているため、出費を抑える傾向が続くとみている。
		家電量販店（従業員）	・食品や日用品などの価格上昇と、賃上げの実施状況次第である。
		乗用車販売店（従業員）	・ここ2～3か月に新型車の発表はなく、オーダーストップが解除になる車もないため、販売量が伸びない状況は変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・車両本体や部品、用品の値上げがあり、ガソリンも高騰していることから、客の動きが悪くなっている。今後のメーカーの施策次第だが、大きくは変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表になったが、それ以外の車種は受注停止しているため、差引きすると配車量は変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新年度に入り需要は増えるが、大きく変わることはないともみている。
		乗用車販売店（店長）	・店頭での商談件数が例年より少ない。車両価格が高騰しているため、顧客の購入マインドが低下したままの状況は変わらないとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・米も野菜も高くなっている。物価の上昇に賃上げが追い付かない状況では、景気は良くならない。
		その他専門店【白衣・ユニフォーム】（経営者）	・同業他社はもちろん、他業種からも制服販売に参入しているため、パイの取り合いになっている。専門店としての存在意義が問われている。競争の激化に加え、制服の販売機会が減少することを懸念している。

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
		その他専門店〔靴〕 (経営者)	・物価の上昇が支出の抑制につながるとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・変動要因がないため、価格、販売量共に変わらないとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・フード業種は、3か月前比で売上がマイナス2%、来客数はマイナス1%になっている。物価高が続くことや世界経済の不透明さに加え、米などの値上がりにより弁当総菜の商品値上げの可能性もある。そうなれば消費行動は更に慎重になるとみている。
		高級レストラン(支配人)	・予約の鈍い状況は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・4～6月の予約も少ない。例年4～5月は入学、就職祝いの予約が入るが、今のところ少なく、期待もできない。
		一般レストラン(スタッフ)	・来客数は横ばいの状況が続くとみている。
		観光型ホテル(スタッフ)	・大企業とは違い賃金が上がっていない。光熱費、食料品など物価が上昇しているため家計は苦しい。
		観光型ホテル(スタッフ)	・閑散期が終わり来客数は増えるが、客単価は上がらないとみている。
		観光型旅館(スタッフ)	・景気低迷は物価高に起因しており、その原因はウクライナ情勢にあるとみている。解決に向けた動きに注目しているが、身の回りの景気に反映するまでは時間を要する。
		都市型ホテル(スタッフ)	・ゴールデンウィーク、大きな祭り、株主総会で客は増加するものの、外国人の動きは少し鈍くなる見込みである。
		通信会社(経営者)	・放送サービスについては、4月以降転勤を理由とする解約者数の増加が予想される。テレビ放送の視聴方法の変化や低価格の動画配信サービスの利用者が増えているため、大幅な増加は期待できない。インターネットサービスは、集合住宅への一括導入が進んでいるため、新規契約数は多少増加するとみている。
		通信会社(営業担当)	・好転する材料に乏しい。
		通信会社(営業担当)	・物価が上がっているため、客が経費を抑えることには変わりはないとみている。
		テーマパーク(職員)	・物価高が家計を圧迫する状況は変わらないため、観光や娯楽の出費が減る傾向は続く。土産品などの購入額や買上点数などの減少傾向も続くとみている。
		遊園地(経営者)	・物価上昇と賃上げの動向が見通せない状況で、消費に弾みはつきにくいとみている。
		美容室(経営者)	・米国の経済政策が我が国の消費者の行動にも影響を及ぼしているため、今後も様子を見ていく。
		美容室(経営者)	・来客数は伸びているが、物価高の影響か単価は下がっているため、良くなるとはいえない。
		その他サービス〔寮管理〕 (管理人)	・ゴールデンウィークは消費が増えるが一時的なものである。実質賃金が上がらない限り、景気は変わらない。
		設計事務所(経営者)	・人工単価や工事費は上昇傾向にあるものの、発注件数が減少傾向にあるため、受注価格の低下が予想される。
		住宅販売会社(経営者)	・新築住宅の受注は低迷している。しかし、国直轄事業を手掛ける地区外の法人から、賃貸事務所用及び3000坪単位の長期滞在従業員向けプレハブ用の用地のオーダーがあり、提案中である。
		商店街(代表者)	・新年度になっても消費が伸びる見込みがない。
		商店街(代表者)	・原材料価格や人件費の更なる高騰が懸念される。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・ロシアとウクライナの戦争は終結が見通せず、生活必需品の高騰は続く。消費者は生活防衛に回り、出費は最低限にとどめるとみている。
		スーパー(店長)	・商圈内にドラッグストア、コンビニ、食品スーパー、飲食店などの出店予定があり、消費行動に変化があるとみている。
		スーパー(企画担当)	・4月以降は値上がりにより酒類の需要が減ることに加え、米の価格が高止まりしていることもあり、販売点数と売上は全体的に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	
		スーパー（店舗運営）	・販売促進策の見直しにより景気は好調だが、そのピークは1～3月であり、一巡する4月以降の景気はやや鈍化するとみている。	
		コンビニ（店長）	・値上がりする商品が更に増え、購入意欲はますます低下するとみている。	
		衣料品専門店（店長）	・スーツ離れが加速している。紳士服市場全体が縮小傾向にあり、売上の減少が止まらない。	
		自動車備品販売店（経営者）	・電気料金等の物価の上昇が購買力の低下を招く。特に年金受給者と就職氷河期の年代で顕著に出るとみている。	
		住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、この先の受注量はある程度確定しているが、2～3か月後は減少するため、やや悪くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・4月からの値上げラッシュなどネガティブな話も聞くため、やや悪くなるとみている。	
		観光型旅館（経営者）	・物価高に賃上げが追い付いていないため、しばらくは様子見になる。	
		旅行代理店（従業員）	・物価高騰による買い控えの影響で、収益は悪化する見通しである。	
		旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先2～3か月の先行販売額は、前年同期比94%となっている。	
		タクシー運転手	・2～3か月後は暖かくなるため、買物や通院での利用は減少するが、旅行者やコンサートなどイベント来場者、出張者の利用が増加する。	
		観光名所（職員）	・ここまで順調にきているが、米國政權の動きに対する影響が出始めたのか、上がってきた単価が横ばいになっている。これ以上の伸びは望めず、下がっていくことも考えられる。	
		競艇場（職員）	・大口客の来場は続かず、現在は一時的に売上が良くなっているだけとみている。	
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金利の上昇により新規投資や機械設備需要が停滞傾向にある。また、米國の自動車関税による急激な景気の悪化を懸念している。	
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコン交換に関する問合せが増えるともみている。リフォームは、物価高の影響で先延ばしにするケースが続くとみている。	
		×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今年に入り、卸売業、小売業など数件の廃業を目の当たりにしており、景気は明らかに悪くなっている。円安傾向も終わりがみえず、良くなる材料も見当たらない。
		×	スーパー（経営者）	・止まらない物価の上昇に賃上げが追い付いていないため、実質可処分所得が大きく減少している。
×		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後も更なる値上げの動きが出てくるとみている。売上は確保できても、数量や利益が出ないという状況になりつつある。	
×		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油のシーズンも終わり、出荷数量も減少する。他の油種も劇的に増える要素はないため、景気は悪くなるとみている。	
×		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークを含めて繁盛期になるが、個人が消費に回せる金を捻出することは難しく、景気回復は望めない。	
		建設業（従業員）	・見積査定が遅れている案件を始め、複数案件の受注契約を見込んでいる。	
		農林水産業（従業者）	・米の生産コストは確実に上がっているものの、それを補って余りある米価の上昇が見込まれる。	
		金属製品製造業（経営者）	・客先の来年度の予定が出てきており、受注が上向いている。	
企業 動向 関連 (東北)		電気機械器具製造業（営業担当）	・客に新たな取組を始める動きが見られる。	
		金融業（広報担当）	・賃上げの動きが加速することを期待している。また、春祭りのシーズンを迎えることから、インバウンドに加え地元客の消費意欲回復が期待できる。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・6月のボーナス支給が消費の呼び水になることを期待したい。	
		農林水産業（従業者）	・米は需要、価格共に高止まりで推移するとみている。果物についても価格が低下する要素はない。	
		食料品製造業（経営者）	・春から値上がりするものも多く、厳しい状況は続くとみている。	

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
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰が収まらない限り、節約志向は変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方における構造不況業種になっていることに加え、業界としてもペーパーレス化の進展やSDGs、二酸化炭素排出量の問題など課題が山積みである。また、社員の高齢化により旧態依然の体質から脱却できないこともあり、新たな事業展開がみえてこない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在は年度末で忙しいが、新規案件の話題も少ないため、新年度は不透明な状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響で、客先の生産増は期待できない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製造の顧客においては、積極的に設備投資を行う予定もなく、特に変化はないとみている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の情報からみても、今しばらく厳しい状況が続くとみている。
		建設業（従業員）	・工事案件が少ない状況が続いている。また、求人を出しても応募がない状況も続いている。
		建設業（従業員）	・人手不足も続いているため、変わらない。
		輸送業（経営者）	・中国経済悪化の影響を受けて、主要取引先の機械装置製造業で輸出の落ち込みが予想される。他の製造業も業績が回復していないことから、来期の売上予想は減収の見込みである。
		通信業（営業担当）	・国内外共に不安要素が多く、設備投資に踏み切れない状態が続くとみている。
		広告業協会（役員）	・景気回復に向けた政策に乏しく、消費マインドの低下には歯止めがかからない。景気が良くなる兆しはなく、広告業界には厳しい状況が続くとみている。
		広告代理店（経営者）	・来期予算は各社今期並みと予想しており、当社の業績に大きな変化はないとみている。
		経営コンサルタント	・消費者が納得するレベルで物価が落ち着かない限り、消費回復は見込めない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・観光シーズンを迎えることへの期待はあるが、観光客の滞在時間が短いため、買物など経済効果は限定的とみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・依然として明るい材料は見当たらない。人件費、原材料価格、エネルギー価格等の上昇が止まらず、受注量の増加も期待できない。先行きには不透明感が漂っている。
		食料品製造業（営業担当）	・販売量の前年割れが続いているなか、原材料高に伴い製品の値上げを実施するため、販売量の更なる悪化が予想される。
		食料品製造業（製造担当）	・物価高の影響か、商品購入単価が低下傾向にある。
		建設業（従業員）	・計画中止の案件が多くなり、施工案件が減少することを懸念している。
		通信業（営業担当）	・仕入価格の上昇及び派遣社員の請求単価の上昇などにより、経費が売上を上回る見込みである。
		通信業（営業担当）	・物価上昇や米国の経済政策の影響が、今後長期にわたって出てくることが予想される。
		司法書士	・金利と物価の上昇が続く限り、景気の回復は見通せない。
		公認会計士	・小売業、サービス業は好調を維持しそうだが、製造業は業績がなかなか回復せず、建設業関係の一部でも業績が悪くなると予想している。全体としての景気はやや悪くなるとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・米国内政の影響や混んとした経済状況で先が見通せない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格等の高騰と官需、民需の工事の減少により、今後も厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・新卒採用の早期選考が一段落するタイミングとなるが、新卒採用で苦戦している企業が中途採用に流れてくる可能性がある。
		アウトソーシング企業（経営者）	・賃上げが進めば消費が増え、景気が良くなるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンド需要の回復が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（経営者）	・製造業の経営者は、米国の関税政策により自動車関連産業の景気が後退して生産の見直しが始まり、他の産業にも影響が出ることを懸念している。依然続く材料価格の高騰も不安材料である。
		人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に前年夏の後半から前年比約80%から90%の数値で推移している。好転する気配もなく、若干悪化の傾向が続くとみている。同業他社もほぼ変わらない状況とみている。
		人材派遣会社（社員）	・企業の求人依頼において、請求単価などが変わる様子はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告の動きが活発な状況が続くことを期待している。
		職業安定所（職員）	・販売など一部の業種では人手不足に起因する求人活動が活発だが、製造業は原材料価格の上昇分を価格に転嫁できず、採用意欲が低下している状況は続くともみている。
		職業安定所（職員）	・どの産業も人手不足であるが、原材料価格や人件費などの高騰が経費を圧迫しているため、求人につながらない状況が続くとみている。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は横ばい圏内の動きとなっているが、今後も推移を注視する必要がある。
		人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策により不確定要素が増している。特に地方経済の地盤となる製造業等での景況感の悪化は、求人数減少につながる懸念がある。
		職業安定所（職員）	・小規模な人員整理案件が増加している。
		学校〔専門学校〕	・政府が有効な経済対策を打ち出していないため、良くて現状維持とみている。
	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)		都市型ホテル（支配人）	・宿泊、料飲部門共に、予約状況は前年より良い状況で推移している。
		旅行代理店（経営者）	・春の繁忙期になるため、現在よりも良くなる。ただし、運転手不足で仕事をこなせるかが不安である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・天候が暖かくなれば、飲料関係が出て、宴会等も増えて良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・インバウンドや値上げ等の影響も大きいですが、現在もこの先3か月も、まだ良くなっていくと考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・物価高が懸念材料ではあるが、販売品目が日常に必須の食料品や飲料中心のため、値上げ後は一旦販売が低調となるがその後は持ち直すのが通常の動きである。そのため、4月1日以降の値上げでやや下振れするものの、持ち直すともみている。
		コンビニ（店長）	・3月は月末の3日間くらいでかなり寒さが戻り、客の出足が大変鈍い。余り良い結果は出ないものの、3か月後は通常に戻るとみている。
		コンビニ（店長）	・これから気温が上がってくると、出掛ける機会も増えて販売量も増えてくる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・新年度を迎えてから、送迎と歓迎を合わせた歓送迎会をする企業が多いようで、宴会の増加に期待している。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・天候も暖かくなり、人の動きが活発になるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・行楽シーズンになるため、物価高でも人とお金は動く。
		都市型ホテル（経営者）	・外食産業は季節的な理由だが、歓送迎会と総会シーズンの到来で、2月の落ち込んだ状況から今後数か月間は上昇傾向となる。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前の数字との比較では、日によって50～70%という状況である。
		旅行代理店（所長）	・景気の先行きは見えないものの、インバウンドは前年と比較してもかなり良くなると期待できる。ただし、全体的な引上げとなるには、国内需要の盛り上がり次第である。

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
		タクシー（経営者）	・全体的に人の動きが良くなったので、この先も良くなるとみている。
		設計事務所（所長）	・新年度がスタートして少しは前向きの動きがあると予想している。
		商店街（代表者）	・米、野菜、日用雑貨等の高騰で、最近は節約志向が顕著に表れている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・天候が暖かくなり、青果、米等の価格は下がってくると考えるが、政府の備蓄米放出も、価格は余り変わらない状況のため、景気の浮上はない。買い控えの多さは変わらない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内観光客の購入数も、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつあるが、安い物を数多く購入する傾向が一段と強まっている。4月から大阪・関西万博が始まるため、海外観光客が増えると予想している。ただし、国内観光客は、大阪・関西万博に流れるため、国内観光客の落ち込み分を海外観光客が埋める形と予想して、周辺の景気は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・依然として、食料品を中心とした日常生活に直結する物価高の影響が顕著である。客単価は上昇しているものの、それ以上に買上客数が減少しており、この傾向はしばらく継続する。
		百貨店（営業担当）	・最近の値上げや原材料価格の高騰が、食料品以外の繊維製品や石油製品にも反映されてきており、納品分の値上げ等の通達が各取引先から来ている。これらを受けても今後の購買動向は変わらないか少し悪くなる程度と考えている。
		百貨店（店長）	・不確定要素が多すぎて判断できない。株価や円相場は直近で大きく動く可能性もあり、現在の不安心理に経済指標が連動すると大きく悪化する可能性もある。
		乗用車販売店（経営者）	・現時点では、地域の自動車メーカーの生産台数は横ばいである。また、大規模小売店は、売上は分からないが、休日になると道路渋滞を起こすほどである。
		住関連専門店（仕入担当）	・インバウンドによる需要増以外にプラス要因がない。インバウンド需要の影響がない地域は、今後も厳しい消費傾向が続く。
		その他専門店（総務担当）	・先の物件がない状況のため、変わらない。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食事業は食材費が高止まりし、人件費も上昇が続き、主要経費が収支を圧迫し続けている。受託先から取引条件の見直しに理解が得られ、受け入れてもらえてはいるが、どうしても後追いの改定となるため、厳しい状況は今後も続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・原材料費や人件費の高騰で、最高益とはならなかったものの、売上は過去最高となっている。特に宿泊は、稼働率に加えて客室平均単価も前年実績を超え、予算達成している。今まではそれほどでもなかったインバウンドも増えてきており、地方にも流れがきつつあることが実感できる。
		旅行代理店（従業員）	・海外情勢や円安の現状が変わらないと厳しい。国内旅行需要だけでは大きく変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・今年のゴールデンウィークも日並びが良いため、業界全体では動きがあるとみているが、現場としては景気が上向き要素がない。
		通信会社（社員）	・現時点では変わらないと考える。今後は、客の声を大切に、顧客が満足するような対応力、提案力等を追求することで、顧客離れを防止していきたい。
		通信会社（営業担当）	・物価高対策などが無い限り、改善は望めない。
		テーマパーク（職員）	・ガソリンや諸物価の上昇により、余暇に対する消費は厳しくなっている。
		ゴルフ練習場（経営者）	・依然として、消費者物価は上昇しているものの、賃上げが追い付かない。
		スーパー（総務担当）	・4月以降の値上げにより、悪くなるとみている。
		スーパー（商品部担当）	・競合店の新規出店が予定されており、現状でも良くないところ、更に悪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
		衣料品専門店（販売担当）	・コロナ禍での外出自粛が身にしみついてしまったという雰囲気のところ、この長期の物価高が、相当生活に影響している。当店の扱う外出着等は、し好品に近いので一番後回しになる。そこまでのゆとりが、多分生活の中にはない。そういう意味でこれからどんどん輪をかけて悪くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・受注と受注残は、減少してきている。
		自動車備品販売店（経営者）	・身の回りのムードは余り良くない。車に乗って出掛けるとか、積極的に動くというイメージはなく、緊縮的である。そのため、車への消費や売上に結び付かない流れができていく。ガソリン価格等が安くなるといった手だてをしてもらえると助かる。
		観光型ホテル（経営者）	・やや悪くなるとみているが、政局次第である。
		通信会社（総務担当）	・利益が物価上昇に全く追いついていないため、やや悪くなる。
		通信会社（局長）	・このまま物価高騰が続き、それに比例した賃上げが伴わない限り、買い控えが進み、景気は悪くなる印象が強まる。
		ゴルフ場（従業員）	・物価上昇の影響で、仕入れ値の上昇が続いているものの、客単価の上昇は見込めない。
		住宅販売会社（経営者）	・従来の営業スタイルを見直していかないと、売上は維持できない。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・年度明けすぐの依頼が少ないこともあるが、職人等の人手が足りず、せつかくの依頼も断るケースが出ている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・生活が苦しく、家庭で使う物にお金を使えなくなっている現実がある。ましてや電化製品等は、壊れないと買換えという選択にはならないため、当業界は苦しい状態にある。
	×	家電量販店（店員）	・期待できる商材群は見当たらないものの、予報どおり猛暑となればエアコンに期待ができる。
	×	乗用車販売店（経営者）	・落ち着いた国内政権や米国政権の影響により悪くなる。
	×	住関連専門店（店長）	・今の政権運営では、景気は悪くなる一方ではないか。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高が続き、かなり影響を受けている。この状況はしばらく続く。
	×	タクシー運転手	・4月は歓迎会等で利用客が多くなる時期だが、地方では余り期待できない。
	×	通信会社（経営者）	・企業の倒産件数からしても、いかに景気が悪いかはうかがえる。仕入コスト高に人件費高騰、商品に価格転嫁ができるかできないかで騒いでいるが、転嫁したところで売れなければ意味はない。物価高騰で消費者の買い控えがますます顕著になっている今、インフレを抑えることを優先しないと本当にスタグフレーションになってしまう。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3か月先の景気が良くなるかは、正直分からない。ただし、希望も含めて、これより悪くなるとは考えにくいので、少しは良くなる。
		金融業（営業担当）	・金利のある世界で、全体的には各種の物事が改善すると見込まれる。
		食料品製造業（経営者）	・物価上昇が所得の増加を上回り、消費が落ち込む状況は変わらない。
		化学工業（管理担当）	・3か月先までは売上が確定しており、変わらない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・取引状況にも変化がなく、現状のまま推移するとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・取引先でも人手不足による業務遅延が発生しているため、変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・景気が良くなったと実感できる仕事量に戻るのには、まだ先ではないかと考える。
		一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税の行方にもよるが、先行きの明るさがみえてこない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注が段々と増えてきており、残業しないとやり切れない状況になっている部署もある。ここ最近では珍しいことである。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国向けの製品は、今と変わらず伸びないとみている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・このところまずまずの状況だったが、2～3か月先のことは全く分からない。多分、変わらないかやや悪くなる。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等も、依然として続いている。
		輸送業（営業担当）	・季節替わりで園芸関連、レジャー、キャンプ用品等の物量は前年並みを確保予定である。現状、燃料価格の高騰でドライバー不足の手配車両高もあり、利益は薄くなりそうである。
		経営コンサルタント	・米国政権の関税政策と世界的影響がどの程度あるのか分からず、国内生産の動向も不透明であるため、地域の中小企業の生産活動活発化が見込めない。
		司法書士	・何となく落ち着いているようなので、今後も変わらない。
		社会保険労務士	・地方の中小企業は賃上げ余力がないので、消費は盛り上がり、現状と変わらない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・物価上昇が続いており、国内では自動車が余り売れていない。輸出に関しても米国の関税がどうなるのか不安があるため、先行きに不透明感がある。
		建設業（総務担当）	・補正予算の効果も薄く、公共工事の業務量が足りていない。この先も不安しかない。
		不動産業（管理担当）	・経費の増加傾向はこのまま続くとみている。従業員の給料を上げないと人材確保に影響があるため、取引先に更なる受注価格の引上げを依頼しないと財源が確保できない。ただし、交渉は厳しい状況が続く見込みである。
	x	*	*
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・小売、販売等での募集傾向は短時間のアルバイト、パートが多く見受けられる。どちらかという、賃金は一進一退である。物価は米価も高い傾向で、工夫しながらの食材購入となっているが、連休等を控えて、小売、販売、製造の一部でゴールデンウィークに向けた商戦も見受けられる。公共事業関係は、受注が伸びていく傾向にあるものの、厳しいと考えている。
		人材派遣会社（管理担当）	・天候が暖かくなり、麺類の製造派遣の増員予定があるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・求職者に対し、より高い賃金を払える企業と払えない企業の採用格差が拡大している。対応できない企業の採用は苦戦が続くとみている。
		人材派遣会社（社員）	・米国政権の関税の件などもあって株価が下がっており、先行きの大きな動きはやや心配である。当社だけでなく他社も含めて、深刻な人手不足が続いており、仕事があったとしても対応できるのかというところもある。市内への外国人観光客の入込は変わらず多いが、人手不足である。
		職業安定所（職員）	・新規求人動向は、医療福祉については増加傾向で推移している。建設業は減少傾向で、製造業、卸売・小売業、サービス業では増減を繰り返している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・世界情勢や日本の政局を考えた場合、不安材料が多い。そのため、購買意欲が低下し、貯蓄などが増えるとみている。
		x	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		商店街（代表者）	・天候による下振れリスクはあるものの、春の気候が穏やかであれば、今後2か月くらいは、クレジットカードの取扱高や来街者数は伸びる要素の方が大きい（東京都）。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・文房具全体が値上がりしているにもかかわらず、客はちゅうちょなく購入している。また、高価格帯の筆記用具や筆箱などの単価の高い学童用品を中心に売行きが好調であり、客単価が上がってきている。これから先、新学期を迎え、文具の最盛期に商材の品切れなどがなければ、売上は伸びる（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
		衣料品専門店（経営者）	・良くしていきたい。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・2024年度に行った価格転嫁交渉の効果が2025年度の4月より顕現化するため、収益は大幅に良化するものと見込んでいる（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンドなどで良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行楽シーズンは既に大口案件が入っているため、稼働及び単価が上昇している。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・最近インターネットでの購入客が多くなっていて、今年になって実店舗で販売している当店への問合せが多くなっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・省エネにかかる助成金などの公募が出てくるとみている。ただし、そういうものは時間が掛かるので、その他の仕事や細かい工事なども大切である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・当店は家具専門店ということを出し立てており、客が専門店の良さを認識し始めている。長らく不景気が続いていたので、客の財布のひもも緩んでくると期待している（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・これから暖かくなると来客数も増えるため、売上も伸びると予想する。
		一般小売店〔傘〕（店長）	・暑い季節に向けて、遮光遮熱効果の高い商材の需要が高まる。
		百貨店（営業担当）	・必要な物を選んで賢く購買する傾向は続いており、今後も商品価格の上昇が続くが、客の購買意欲はある（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・6月の外商招待会に向けたプロモーションを開始しているが、富裕層のレスポンスが良く、来客数及び売上の増加が期待できる（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・賃上げによる個人消費の改善、また、大阪・関西万博開催に伴うインバウンド増大による景気の改善を想定している（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・賃金が上がっている。
		コンビニ（エリア担当）	・春闘の結果が好調に推移しており、通勤者の懐事情に左右される当社としては好影響が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・4月以降に周辺施設でイベントが複数開催されるとともに、前年からの競合店の閉店により継続して前年を上回る店舗がある（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・新入学シーズンに向けて、人の活動が更に活発になることが想定され、消費へのプラスの影響になると期待している（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・新年度のスタートに向け、マーケットニーズに応える新商品の投入準備が完了している。また、新入社員を迎え、店舗に新たな活力が生まれ、商販一体の体制が整っている（東京都）。
		家電量販店（店長）	・中長期的な目線では円安に動くと思われるため、訪日旅行者の購買意欲の変化に期待している（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の受注台数が増えており、納期に時間が掛かるものの、売上が順調に増加している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当社の戦略変更により、集客につなげていく。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節の変わり目ということもあり、気温差で身体の調子が変わるため、薬や栄養剤を購入して飲む人が増えてきている。
		その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・外国人観光客が依然として来客数全体の9割を占めており、3月の売上も前年比105%の見込みと、好調を維持している。今後も円安傾向が続く限り、インバウンドがけん引して売上が微増していく（東京都）。
		高級レストラン（経理担当）	・旺盛な需要に応えるための人員を新卒者に頼っており、事業年度スタート時点では客への供給が増加するため、身の回りの景気はやや良くなる（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・インバウンドが引き続き好調を維持している（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
		タクシー運転手	・これから飲む機会が増えるため、少しは利用が増える。花見、卒業、入学、歓送迎会とあるため期待したい。ここにきて1出番に1回は、昼夜問わず中距離が長距離の客に当たっている。
		タクシー運転手	・これから暖かくなると人の動きももう少し活発化する(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少なくなり、前向きな人が増えてきている(東京都)。
		通信会社(管理担当)	・B to Cビジネスにおいて緩やかに状況が回復しつつあるため、マイナス要因が縮小する(東京都)。
		その他レジャー施設 [ボウリング場](支配人)	・3月に入り、急激に来客数と売上が伸びてきている。この流れのままゴールデンウィークまで期待したい(東京都)。
		その他サービス[学習塾](経営者)	・今春の集客時期の反応がまずまず良い。
		住宅販売会社(経営者)	・大企業については景気も回復しつつあり、従業員の賃金もかなり引き上げているようだが、我々中小企業はまだ厳しい環境下にあり、賃金を上げることができない。この物価上昇の折、賃上げは必要不可欠だと考えている。政府には中小企業の景気対策を是非お願いしたい。
		住宅販売会社(従業員)	・客の動きが良くなっている。
		住宅販売会社(従業員)	・共同住宅の賃料の値上げも受け入れられており、物価高に伴い賃上げが広まっていけば、景気は良くなっていく。
		商店街(代表者)	・客は、賃金が上がっても、物価高などもあり実質の手取り額はなかなか思うようには増えていないため、お金に対してシビアになっている。そのため、景気は余り変わらない。
		一般小売店[食料雑貨](経営者)	・変わらない。
		一般小売店[印章](経営者)	・これから気候が良くなると、目的の店舗に行くために車を駐車場に入れてから歩いてくる。駐車場は少し遠いため、インターネット通販やショッピングセンターなどに行ってしまう客もいると考えると、今後も決して楽観は許されず、期待薄である。
		一般小売店[祭用品](経営者)	・他の方法での購入が多くなっている。また、物価上昇の折、買い控えやより安価な物に消費が向かっている。
		一般小売店[米穀](経営者)	・消費者物価指数同様、超インフレの時代に入り、慎重な買物をする客が増えているため、良い面、悪い面の両面がある(東京都)。
		一般小売店[文具](販売企画担当)	・今月が良かったこともあり、これを超えることはないともみている。現在、外商案件は大変多く、民間案件もあるため、現状が続くとみている。店頭部も固定客がしっかり付いており、安定している。ただし、これから急激に伸びる要素は余りないので、現在の良い状態を維持できればよい。
		一般小売店[茶](営業担当)	・時期的には良くなるが、様々な品物が値上がりしているため、客の購買に余り期待はできない。営業には新規注文を取るよう言っているものの、うまくいかない。先行きは余り良いとは考えられない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	・春の人事異動など人の動きによる進物需要は引き続きあり、企業によるコンペなども多く見込まれている。インバウンド顧客向けにギフトを贈る企業からの大口需要も予定されている(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・物価の先行き不透明感も継続しており、客の消費傾向にやや停滞感がある。景気の先行きに明るさがみられない(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・前年4～6月はインバウンド売上の伸び率が高かったこともあり、今年度は同様の伸びを示すのかが不透明である(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・多岐にわたる値上げに伴い、消費に対する慎重な姿勢は継続することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・本格的な春になれば外出機会も増加し、遅れていた春夏ファッションへの需要が一定数戻ってくる。一方で、インパウンドは足元の円高基調や米国経済を起点とする軟調な株価もあり、来客数は落ちなくても、しばらくは消費に慎重さが出てくる可能性がある。いずれにせよ、景気が現状から大きく振れる材料は見当たらない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・外国人客の減少については一部の国の影響が大きく、中国、香港からの客は伸長しているため、余り心配していない。しかし、国内客の客単価が伸び悩んでいることが気になる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・前年比ではインパウンドの伸びは一巡したため、コンスタントに微増してはいる。ただし、輸入の革製品は数年前の価格の1.5倍、コーヒー豆は2倍以上の価格となり、客が価格面でのデメリットを感じている。期間限定など特徴のある食やモノ、コトでない、客には響かない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・野菜や米など、日常生活に直結する物の値段が高く、新年度以降も客のシビアな感覚は変わらない。春闘による賃上げが中小企業まで含めて行き渡り、社会全体として賃上げを実感できるまでは、景気は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からみて、変化はない（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・毎日のように物価高のニュースが流れるなか、消費マインドを活性化する要素がない。
		百貨店（管理担当）	・様々な物の値上がりの影響がある。しばらく現状の厳しい状態が続く（東京都）。
		スーパー（経営者）	・前年10月にディスカウントの競合店が出店した影響を受けていたが、少しずつ回復している。その頃よりは全体的にやや良くなっているが、当店の成績が余り良くないため、2～3か月は現状のまま変わらない。
		スーパー（経営者）	・外食の抑制による家計のやりくりで、自由にお金を使える余裕はまだ少ない。
		スーパー（店長）	・今までは値引きを待って購入したり、チラシの価格を見て安価な物を選んで購入したりしていたが、今はある程度許容しつつ買物をしている。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、必要最低限の買物しかない。物価と所得の上昇のバランスが取れるようになるまでは、もうしばらく同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（営業担当）	・販売量、来客数の減少並びに単価の上昇傾向がしばらく続く（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・単価が上がり、今後のコンビニの使われ方が心配である。
		コンビニ（経営者）	・季節要因的に、これから3か月は売上が伸びていく時期ではあるが、やはり物価高と、それに伴い収入も多少は増えているのかもしれないが追い付いていないため、無駄遣いをしない。また、物価の上昇により自然と客単価自体は上がっているものの、買上点数が減っているため、売上の的には今と変わらないか、やや落ち込む。今後もいろいろ考えていきたい。
		コンビニ（経営者）	・4月には賃上げが見込まれるが、当店近隣の客は中小企業の従業員が多く、賃金がどの程度上がるのか不明である。そのため、今後も変わらない。当然、当店でも賃上げが必須であり、持ちこたえられるか非常に不安である。
		コンビニ（エリア担当）	・単価が高い状態が継続している。来客数も減っておらず、好調な状態を維持できることが期待できる（東京都）。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も値上げする商材が多くある。来客数も横ばいなので、不透明な部分もあるが当面は変わらない。
		コンビニ（店長）	・具体的に良くなる又は悪くなるような要件がない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・この先も物価高の影響で物が売れにくい。コンビニではそこまで高価な物を販売しているわけではないものの、1つ1つの価格が上がれば決して安い金額ではなくなる。減税やガソリン税の廃止など、ふだんの暮らしが少しでも楽になるような政策が打たれなければ、市民生活はずっと厳しいままである。

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
		衣料品専門店（経営者）	・景気自体はそれほど変わらないが、商店街で廃業する店が増えてきている。また、駅近くのデパートも百貨店からショッピングモールへと業態転換する。そうしたことから、まだ不安がある。
		衣料品専門店（役員）	・食料品等の値上がりが衣料品業界の1番の脅威である。いつになったら落ち着くのか分からないが、それまでは厳しい。
		衣料品専門店（従業員）	・不安要素となっているガソリン価格や光熱費の高騰、食料品の値上がりなどが落ち着かない限り、厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・大企業だけでなく中小企業まで幅広く賃上げが行き渡らなければ、消費行動は好転しない。エンゲル係数が高い状態では、家電製品などは生活必需品であっても壊れる前ではなく、壊れてからの買換えになってしまい、購入単価が上がりにくい。
		家電量販店（店長）	・物価高や電気、燃料代などの値上がりが続いており、まだしばらく現状のままと見込んでいる。災害への心配も年々高まっている。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。客の来場は結構あるものの、なかなか契約には結び付いていない。
		乗用車販売店（従業員）	・決算月が終わり、来客数の減少が見込まれる（東京都）。
		乗用車販売店（販売担当）	・物価上昇に対して賃金が上がっていないため、今後も景気はやや悪くなる。大手企業では初任給の引上げが3万円、4万円といわれているが、中小企業ではとてもではないがそれほどの引上げはできない。国内の中小企業については、景気は現状のまま変わらない、若しくは悪くなっていく（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売量は現状のまま高水準を維持する。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇以上に所得が増えていかないと、状況は変わらない（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、新年度の住宅省エネ2025キャンペーンの需要喚起効果が期待できるものの、その度合いについては未知数であり、まだ見通しは立てにくい（東京都）。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在の景気はやや良い。社会経済全体に大きな変化がない限り、身の回りの景気は現状のまま変わらない（東京都）。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・直近の景況から今後も大きな変化はないと推測される（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・仕入価格の高騰や商材の品薄状態はこれからも続きそうであり、気温の上昇が早まらないかが心配である（東京都）。
		高級レストラン（営業担当）	・法人関連の直近数か月の予約状況は、例年同様のペースで推移している（東京都）。
		高級レストラン（役員）	・3月は年度末でオケージョンも多く、季節的にも良い時期となり、売上、来店など期待できるが、仕入原価、コストは引き続き上昇傾向である。米国などの世界経済の動きにも左右され、不安定な状況が続く（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も現状のままである。減税及び賃上げがなければ物価高には追い付かない。至急対策をしないと全ての消費が冷え込んでしまう。
		一般レストラン（経営者）	・段々と気候が良くなり、人出も多くなってくるため、1～2月の悪い時期よりも、この先2～3か月は3月の良い状態が続く（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・4月の値上げラッシュが落ち着いてくれば回復するかもしれないが、分からない（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・5年刻みの周辺再開発計画の影響もあってか、異業種参入が活発化しており、商店街が少しずつ変化している（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・収入が増える見込みがなく、物価が上がり続けている現状では、景気が良くなる見込みは薄い（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
		その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	・良い面、悪い面がある。当社はコーヒー業を始めて26年になるが、生豆が買えなくなるかもしれないと感じたことは1度もなかった。しかし、この数か月はかなり不安になっている。その要因は気候変動、生産国やその地域での戦争、先物価格の上昇、中国を始め世界的にコーヒー摂取量が増えていることなどがあり、世界で奪い合いが始まっているといわれている。長く続いている円安が更に追い打ちを掛けているようである(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・今後の政府の経済政策、米国の様々な状況、それに伴う原材料費の動向によって、変わらないというよりは先が見通せない。
		旅行代理店(経営者)	・気候変動が激しいことと、あちこちで災害が発生しているため大変だが、景気は変わらない。
		旅行代理店(営業担当)	・円安を止めないと良くはならない(東京都)。
		旅行代理店(営業担当)	・個人所得が増えていない(東京都)。
		タクシー運転手	・3月に入り、サラリーマンの利用客が増えている。期待を込めて、その後も客が増えることを願っている。また、車内でタクシーアプリの支払を切り替える客が非常に増えている(東京都)。
		通信会社(経営者)	・交渉中の案件は増加傾向にあるが、機器等の値上がりで受注までに時間が掛かっており、この先もまだ景気は良くならない(東京都)。
		通信会社(社員)	・現状、継続のスポンサーに変更はなく推移する見通しである。また、放送料の値上げを受け入れてもらえた先もあり、来年度の採算見込みは明るい(東京都)。
		通信会社(社員)	・人手不足と就職活動のミスマッチで双方が疲弊している。安定雇用の上に成り立つ経営の伸長に光が見えない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・物価が引き続き上昇していく限り、先行きは不透明な状態が続く。
		通信会社(局長)	・政治や経済状況が不安定ななか、景気回復は簡単にはいかず、かといって下降トレンドになることも考えにくい(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・良くなる材料がない。
		通信会社(経営企画担当)	・現状が少しずつではあるが続いていく見込みである(東京都)。
		通信会社(経理担当)	・4月の昇給が物価上昇分を上回ることは難しいため、それほど変化しない。
		通信会社(管理担当)	・インフラ更新として光ファイバー化される新規エリアの営業成果によるため、現状を注視していく(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・米国情勢が不安定ななか、そこまで大きな回復への動きにはつながらない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	・営業手法やスキームの抜本的な改革を進めるが、効果や定着に時間を要する(東京都)。
		観光名所(職員)	・ここ数年の傾向を見て大きく変わることはない(東京都)。
		ゴルフ場(経営者)	・現在の気候がベストであり、今年は前年より早く暑くなるのが予想される。
		ゴルフ場(経営者)	・ゴルフにとってはハイシーズンになるため自然と来場者数が増加するはずだが、光熱費の上昇や物価高による家計の厳しさに加え、施設運営面でもコストが非常に重くのしかかっていることから、ある程度相殺されると予測している。施設リニューアルなども検討したいタイミングになりつつあるが、なかなか手が出せない。集客のてこ入れにも影響が出そうである。
		競輪場(職員)	・インバウンドを取り込める業務は上昇傾向にあるが、公営競技はいろいろな部分で改善が必要である。景気が良くなるニュースが増えれば状況は変わるが、スポーツ界も厳しく、公営競技も大幅な増加は考えにくい。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕(従業員)	・物価高傾向は実感するものの、客の動きに変化がみられない(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 [複合文化施設] (財務担当)	・この先も値上げラッシュが続く(東京都)。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・3月の来館者数の推移から、景気の回復を肌で感じられない。物価上昇に賃金が追いついていない(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・新規案件が幾つか入ってきているが、このところの物価高により、全てが着工できるとは限らない。
		設計事務所(経営者)	・年度末の現在、先行きの景況感を読むのは非常に難しい。政治への不透明感や物価上昇など不安要因はあるが、例年どおり大きな振れ幅はなく、受注状況も現状維持とみている。
		住宅販売会社(総務担当)	・金利のある世界へと変わるなか、客への価格転嫁が追いついていない。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・物価の上昇に対し、所得が追いついていない状況が変わらない限り、良くなるとは考えられない。
		一般小売店[書店] (総務担当)	・繁忙期に向けて要員を確保したいところだが、売手市場により採用活動が難航している。マンパワーが不足することで売上を上げる好機を逃してしまうことが予想される(東京都)。
		百貨店(総務担当)	・物価の伸び率に対して、賃上げが追いついていけない状況は続く。米国政権交代に伴う先々の景気の見通しも立たず、不安要素が多いため、一般の生活防衛意識は更に高まると予想している。急激に景気が悪化するとは考えていないが、徐々に悪くなる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・国内客の売上基調については、物価高などが影響し、これから減退するとみている。これまで全体をけん引してきたインバウンドについては、依然として堅調ではあるものの、ラグジュアリーブランドを中心に値上げ前の駆け込み需要があった前年上半期の実績を上回することは難しく、しばらくは不透明な状況が続く(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・歯止めの掛からない物価上昇により消費意欲が減退し、国内需要の回復には少し時間が掛かる見通しである。インバウンドの伸びも大きな期待はできなくなっている(東京都)。
		スーパー(経営者)	・来客数は維持できているものの、買上点数がやや減っている。1品単価が上昇しているため、売上は確保している。賃上げによりこの先の経営が不安である。
		スーパー(仕入担当)	・円高には振れているが、原材料価格の高騰、物流費、人件費等いろいろな物が値上がりしているため、輸入品の価格は下がらない。
		スーパー(ネット宅配担当)	・4月以降の食品の更なる値上げや、電気、水道料金の引上げなどを含め、節約志向が強まる。
		スーパー(販売担当)	・値上げが続く。
		コンビニ(経営者)	・従業員が全く集まらず、厳しさが更に増している。
		コンビニ(経営者)	・来客数はさほど落ちているはないが、客単価が大きく落ちており、余り上向きにはならない。
		コンビニ(経営者)	・米国の関税引上げの実行が迫り、米価は下がらず、ガソリン価格も高止まりしている。この現状が続くようならば景気は落ち込んでいく(東京都)。
		コンビニ(エリア担当)	・4月もかなりの数の商材の値上げが控えており、客単価は自動的に上がる。ただし、買上点数や来客数が減少傾向にあり、前年比では下がり始めている。野菜や米の価格高騰もあり、少しでも安価なスーパー、ディスカウントストアに客が流れていくことが考えられる。
		乗用車販売店(経営者)	・物価が上昇している。
		乗用車販売店(経営者)	・繁忙期が過ぎ、連休などが入るため、やや悪くなる(東京都)。
		乗用車販売店(営業担当)	・決算期が終わり、大多数の商材の値上げが見込まれる。
		乗用車販売店(営業)	・以前と比べて、車の購入に係る費用が顕著に増えている。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・物価高に対して賃金上昇が追いついていないため、預貯金の目減りと可処分所得の減少が懸念される(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（仕入担当）	・経済活動はコロナ禍に比べれば活発だが、米を始めとする仕入価格は依然として高騰が続き、消費に停滞感が生まれることが懸念される（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の6～7月は暑くなってくるので、3月より売上が落ちて、少し景気が悪くなる。3月は、卒業や入学、転校、引っ越しなど人の動きが活発であるため、年間では12月に次いで売上が良い月である。今月と比べると、2～3か月先はやや落ちる。
		一般レストラン（経営者）	・国際的には、米国の関税引上げにより国内輸出企業の収支が悪化している。加えて、戦争や紛争により輸入コストが増加している。国内的には、銀行の金利引上げ、原材料価格の高騰、物価高、人件費増加、水道光熱等の経費増加等が要因となり、不景気になるおそれがある。
		都市型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィークが明けて6月、7月辺りまでは非常に落ち込む時期で、予約等も余り入っていない。さらに、それに輪を掛けて仕入価格や水道光熱費などあらゆる物の価格が上昇しており、収益を圧迫している。ここまでは良かったのだが、この2～3か月を乗り切れるか心配である。
		旅行代理店（従業員）	・宿泊費、交通費の上昇が顕著なため、旅行の実施を検討する際に、中止を選択する団体が増えていく。
		タクシー運転手	・このところずっと同じだが、物価の上昇が一向に収まらず、4月以降も値上がりの話が続く。この物価の上昇が落ち着かない限りは、先行きも不安だらけである。米価の問題もあり、大変な時期である。
		通信会社（営業担当）	・仕入価格の高騰が続く限り、状況は変わらない（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・賃金は上昇しているものの、それを物価高が打ち消しており、余暇に資金を充当するだけの余力がない（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・米国大統領の一手一投足に株式、為替、世界情勢が左右されている。先行き不透明であるため萎縮、様子見の状態が当分続くことが予想される。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・収益力の高い企業はますます強くなり、それ以外の企業は厳しい状況が続くそうである（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・政情不安や株価低迷、物価上昇の継続等による心理的な不安から、支出を抑える傾向に転じる懸念がある（東京都）。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・いろいろな物価が上がるなか、教育費を少し削減しようという客が増えている。景気はこの先また悪くなる。
		その他サービス[立体駐車場]（経営者）	・電気代や物価の上昇、メンテナンス費用の増加など良い材料が見当たらない。
		その他サービス[保険代理店]（経営者）	・物品購入意欲が低下し、物の良しあしにこだわらず、安価な物で我慢をするようになる。
		設計事務所（経営者）	・現内閣の政治に対してかなり期待感があったが、実際に動いてみるとやや期待外れで、前より悪くなっていくような気さえしている。
		設計事務所（職員）	・変わらないにとどまってほしいという願望はあるが、傾向としては低調である（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量は良かったが、これは3月だけの結果であり、今後2～3か月続くとはいえないため、やや悪くなる。政策金利は据置きとのことだが、株価も下がっているようなので、景気が良い状況が続くとは考えられない。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・年々、新築住宅着工数が減少していくなか、トータルの建材需要が増えることはなく、各業者の取り合いにつながり、苦しい価格競争に陥ってしまう。このような環境では景気の高揚は期待できない（東京都）。
	×	一般小売店[生花]（店員）	・2～3か月後の5月は母の日、6月は父の日がある。花屋にとって母の日はメインイベントだが、当店で売上が最も良いのはやはり3月のため、今月と比べると確実に悪くなる（東京都）。
	×	スーパー（食品担当）	・4月からの値上がり、競合他社の出店により、先行きは不透明である（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・コスト上昇に対応できない業者が廃業するなどの動きが出てきている。

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
	×	乗用車販売店（総務担当）	・サービス、中古車の需要、市況の悪化により、相当悪くなることが予想される。
	×	ゴルフ場（経営者）	・物価高の影響で利益は前年より減少しているのに、賃上げをしなければならない。リストラも視野に入れている。減税や社会保険料の削減などがあれば、もっと消費に向かうはずである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・米国の輸入品に対する関税引上げは世界中に影響する。大企業も打撃を受けるため、日本経済や景気への影響が心配である。平和に対する不安も増している。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・止まらない物価上昇により固定費の回収に苦慮する環境は変わらず、利益を創出できるような状況ではない。春闘の結果を踏まえて相応の賃上げを行わざるを得ないが、現下の状況では原資を捻出することも困難を伴う。今後も人件費や物価の上昇圧力が続くことは自明であり、暖房需要のため光熱費負担が増えるなか、燃料油価格激減緩和対策補助金を縮小した上、ガソリン税暫定税率の廃止は先送りとなっている。
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）	・売上増加により基本給の見直しを行う。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大型再開発事業で引き続き当社の省力化機器の採用が決まっている。特許商品で競合する物がなく、価格的に利益率が良い（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の各種政策の影響とみられるが、電子部品の大口価格が徐々に上がっている。AI事業は更に拡大傾向のため、景気は良くなる方向に向かう。
		精密機械器具製造業（経営者）	・大きく伸びるとは考えられないが、前月比10%増加は見込める。ただし、様子見のところが多いことは否めない。
		税理士	・普通預金の利息が増えていることから多少の金利上昇を実感している。大企業の賃上げ効果が徐々に市中に還元されれば、景気の上向きを認められるであろう。令和6年の所得税収の動きがそれを表すと良い。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注量からみてやや良くなる（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・問屋から値上げの知らせがまだ続いているため、再値上げも考えている。
		化学工業（従業員）	・材料の値上げが再度あり、この先良くなる要因はない。
		化学工業（総務担当）	・取引先から余り良い情報が出てこない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・4月からまた値上げラッシュが始まるようである。物によって幾らくらい上がるか分からないが、景気が良くなることはなく、変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・各クライアントで浮上してきた海外生産中の金型移管の企画が通れば、一気に業績が回復するが、まだ具体性に欠ける。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・美容室の開業が減少している（東京都）。
		建設業（経営者）	・物件によって見定める状況が出てきている。人手不足は同業者でも同様で、重要な課題である。
		建設業（従業員）	・良い方向へ向かってほしいが、取引先の原価も上がっているため、お互い厳しい状況下にある。今のところ解決策を見いだせずにいる。
		輸送業（経営者）	・現状の改善策は出ているが、実施までには日数が掛かるため、しばらくは現況が続く（東京都）。
		輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は平年並みだが、輸出量はなく低迷が続いている。今後も現状のまま変わらないと予想している。
		通信業（広報担当）	・当面は一進一退の状況が続く見込みである（東京都）。
	金融業（従業員）	・原材料価格の高騰や人件費の上昇が続いており、利益の確保が難しくなっている。多くの中小企業では、仕入れ方法の見直しを主としたコスト削減に取り組んでいるが、仕入価格の上昇に対し、販売価格への転嫁が進んでいない企業も一定数みられる。当面は、価格転嫁ができるかどうかが焦点となる（東京都）。	
	不動産業（経営者）	・客が来店し、会って話せば一番良いのだが、インターネット時代を乗り越えていくために、勉強しながら対応していかなければ仕方がない（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
		不動産業（経営者）	・当面、当社の賃貸物件入居率に変化はない。入居しているテナントからは、連発される米国大統領の関税に関する発言が一般市民の財布のひもを固くすることにならないか心配だという話を聞いている。
		不動産業（総務担当）	・実態に伴う価格転嫁は受け入れられるが、明らかに便乗値上げとみられるケースも散見される。その見極めが企業側にも求められることになり、今後は価格交渉がより厳格になることが予想され、景気の先行きは不透明である（東京都）。
		税理士	・大企業は円安が利益に大きく貢献し、良くなっているところもあるだろうが、大部分を占める中小零細企業では材料高、人手不足、賃上げによる人件費の上昇があり、悪いか余り良くない状況である。倒産や廃業が増えているようで、この先も良くないまま変わらない（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）。
		経営コンサルタント	・特に良くなる理由がない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・問合せ等が増えてきている反面、来月より原材料、資材等の値上げも予定されており、トータルとしては変わらない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・新年度もさほど大きな変化はないとみている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件の問合せがあっても、人手不足で受注もままならない（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	・値上げを予定しているが、値上げの影響による売上減少が発生するとみている（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今年の3月は例年になく売上が良くなかった。この傾向はこれからも続く。また、オーダーのゴム印を作れるメーカーの廃業があり、当店を含め印章店に対応できるメーカーがないためにオーダー需要が受けられなくなっている。そうしたことから、将来的にはますます需要が減っていく見通しである（東京都）。
		金属製品製造業（経営者）	・年度末や値上がり前の駆け込み需要が減り、新年度も受注予定はあるものの、案件数は少ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引開始の可能性がある企業もあるものの、将来予測は予断を許さない状況である。米国の関税政策によって、主要な取引先の発注元である大手自動車メーカーの生産量に減少や移管の可能性があるため、当社においても取引量が減少すると予測している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・米国大統領は4月3日からの輸入自動車への追加関税を発表した。自動車メーカーはまだ影響について公表していないが、先行きは不透明で、景気は悪化する。
		建設業（経営者）	・物価高のために消費が低迷するとみられるため、景気が良くなる可能性はない。
		輸送業（経営者）	・良くなる要素がない（東京都）。
		通信業（経営者）	・米国大統領の発言による影響が懸念される。
		金融業（従業員）	・中小企業と大手企業との給与格差はますます広がってきており、中小企業は人材確保に支障が生じてきている。格差は今後も広がるため、政府の補助対応が必要と考える。
		金融業（総務担当）	・各種値上げはまだ続く見込みで、賃上げが追い付かず、消費はますます落ち込む。ガソリン代や電気代等、身近な物価が高騰し、景気の悪いニュースがない（東京都）。
		金融業（営業担当）	・取引先からの受注予測は非常に厳しい。特に、自動車関連の受注に携わる業種で先行きの不透明感が強い。大手自動車メーカー同士の動向から、同社に絡む取引先は軒並みマイナスで、大型車関連でも主要トラックメーカー以外が今後の減産見通しを立てており、厳しい局面となっている。
		広告代理店（経営者）	・原材料価格の高騰や人手不足で、複数の店舗を運営している企業では一部閉店を決断しており、今後もその流れが続く（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・グループ会社の不祥事からの回復次第だが、劇的に変化するとは考えていない（東京都）。
		経営コンサルタント	・米国の関税政策の悪影響がどう出るかが新たな問題としてある。下請けのコスト増加に対する大手企業の対応は限られた範囲でしかなく、政府の強力な後押しが必要である（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・米国次第でどうなるか分からない(東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・例年5～6月は受注量が減る(東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業(所長)	・案件数の減少もあるが、更なる値上げ分を価格に転嫁することが難しい。
	×	建設業(営業担当)	・新築工事の打合せ件数が減少している。打合せ段階に比べて着工時期における工事金額が大幅に上昇していることの影響が大きい。今後も良い方向には向かわない。
雇用 関連 (南関東)		-	-
		人材派遣会社(社員)	・社会課題解決型案件の需要が旺盛である(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・長期的な増加傾向は、穏やかながらも継続する(東京都)。
		求人情報誌制作会社(営業)	・このままの調子でいけば、求人数が増え、やや景気が良くなる。ただし、物価高で物が売れなくなる可能性もある。調子の良い企業とそうではない企業との2極化が進むかもしれない。今後は、世の中のニーズをうまくつかめた企業が生き残っていける。
		求人情報誌制作会社(所長)	・周辺企業の様子から、やや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・年度替わりで新しい動きがあるとみている。
		人材派遣会社(社員)	・人材不足の状況が続いており、現時点で求人数が減るような要因はない。
		人材派遣会社(社員)	・改善がみられない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・週5日勤務ができる人材が不足しているため、週2～4日や短時間勤務の人材を受け入れる企業が増えている。求人数は変わらないものの、1人の業務を2人に分けるなどの対応で採用人数は増える傾向にある。
		人材派遣会社(支店長)	・派遣スタッフ数がますます不足している一方、企業が求める人材のスキルは変わらないことから、成約数が伸び悩む傾向にある(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・製造業の景気後退予測の話は聞かないため、エンジニア不足は継続するものとみられる(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・人材流動化は続くともみているが、景気回復には直結しない。
		求人情報誌制作会社(経営者)	・米国の関税や住宅ローンの変動金利上昇など、事業者や労働者にとって明るい話題がない。米価も下がらない。物価やインフラの利用料金は上がるものの、取引価格は上げられない。しわ寄せは全て下流の零細事業者が被っている(東京都)。
		求人情報誌制作会社(広報担当)	・慢性的な人手不足は変わらないため、現状がしばらく続く(東京都)。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が低調な状況が続く。
		職業安定所(職員)	・価格転嫁が途上である。人手不足、人件費高騰を懸念材料と捉えている事業所が多い。
		職業安定所(職員)	・米国の関税引上げが事業に影響することを心配する声が聞かれる。
		民間職業紹介機関(経営者)	・企業からの求人案件は依然として多いが、条件に見合う人がなかなか見つからず、企業側も決定してくれないケースが多い(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・物価の上昇に歯止めがかからず、賃上げが追い付いていない(東京都)。
		人材派遣会社(社員)	・年間で最も依頼が多いのは4月開始の案件であり、3月を過ぎると一旦依頼が落ち着くことが予想される(東京都)。
		人材派遣会社(営業担当)	・年度末の繁忙は3月末で一旦落ち着くとみている。特に、更新型で動いている派遣契約が3月末で一区切りとなり、新たな転職先を探すなどの理由で3月末に契約終了する件数も増加している(東京都)。
		職業安定所(職員)	・円安や物価高が依然として続いており、改善がみられない。

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
		職業安定所（職員）	・産業により好不況の波はみられるが、中小企業においては依然として人手不足が解消せず、銀行の金利上昇や人件費の高騰から廃業に追い込まれる事業所も目立っており、しばらくは厳しい状況が続く（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなる見込みがない（東京都）。
	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)		スーパー（経営者）	・新規の仕事が増え、20%くらいは良くなる予測である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・元々、冬季は来客数が落ち込む傾向にあるが、インバウンドの増加によってかなり良くなっている。従来、春先は集客が良いため期待できる。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・子供が少なくなり、後を見てもらえる人がいなくなっている。仏壇の処分や墓じまいの依頼、1人暮らしの方が亡くなった後の遺品整理の依頼も増えている。これらの依頼はますます増えるとみている。
		高級レストラン（経営者）	・物価高騰に対する賃上げは大手企業にとどまっており、中小企業は追い付いていない。個人消費は必要最小限に抑える傾向が予想されるが、年度の区切りでもあるため、景気はやや上昇傾向になるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・花見やマラソン大会等、春先のイベントが続くので期待したい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの客単価は、恐らく今月と横ばいになると予想している。4月の宿泊については、各種イベント、学会、コンサート等のMICE需要があり、県外客がたくさん来る見込みである。また、年度初めで、各企業の宴会等の開催を見込んでいる。
		タクシー（経営者）	・年度末や年度初めのため、会合等が増える。
		観光名所（職員）	・本格的な観光シーズンを前に、この先の予約状況を見るとインバウンド、国内ツアーの予約は、比較的好調に入っている。
		遊園地（職員）	・春休み期間終了後も、パブリシティの獲得やイベントの開催など積極的な集客施策や情報発信を行い、より多くの来園客を期待している。
		商店街（代表者）	・物が高くなったという割には、客の様子は余り変わらない。また、景気は良くもみえないが、極端に悪くなったということもない。小売店の売上は徐々に落ちている。
		商店街（代表者）	・身近な商材の値上げが多く、厳しい状況が続いている。
		スーパー（経営者）	・賃上げ率が相当高いようなので、消費への影響に期待している。
		コンビニ（経営者）	・徐々に天候が良くなり、来客数は上向き傾向となるが、現状が続いて、特別良くなるということはない。
		コンビニ（店長）	・価格的には、皆かなり厳しくなっているという話だが、必要な物やすぐ使うような物は高くても使うので、消費は変わらないと考える。若干減ってきてはいるが、価格のベースが上がっているため、品数が少なくても売上金額は余り変わらないとみている。
		家電量販店（店長）	・政府の景気刺激策の効果がなく、回復していない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの予定もなく、競争激化のなかで販売は伸び悩む。
	自動車備品販売店（従業員）	・運賃や工賃を始め、人件費や物価上昇の影響で値上げが続いており、良くなるまではいえない。	
	一般レストラン（経営者）	・飲食業の場合、宴会の予算は区切りのよい金額で決められることが多い。内容を調整するものの、金額がプラスされることはないため、物価の上昇がある以上、景気は良くならない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・本来なら今頃は、歓送迎会の宴会等から流れて来店する客が多い時期である。ただし、コロナ禍明けから、団体が動くケースが余りなくなり、本当に少人数で来店する客しかいない。今後も厳しい状況が続いていくのではないかと日々実感している。
		観光型旅館（経営者）	・インバウンドの増加により、宿泊業界全体の需要が増えているため、材料費、人件費、燃料費等の仕入価格の高騰を宿泊料金に転嫁しても、客から一定の理解が得られるようになってきている。おかげで、バブル以降続いていた宿泊施設の供給過剰による誰も得をしない価格競争は減ってきている。
		旅行代理店（副支店長）	・国内旅行の需要増加は継続するとみている。大阪・関西万博開催や企業旅行等が微増である。前年の同時期と比べると、受注額では90%を超えてきているものの、海外や団体募集旅行は厳しい状況である。
		タクシー運転手	・売上が上がらない理由は、1年前30人いた乗務員が26人と、4人減ったことである。1割ほど減ったため、夜勤乗務員が少なくなっていることがあるが、客も夜は出歩かなくなっている。
		通信会社（社員）	・今後も段階的にサービスエリアの新規開局を控えているが、爆発的な加入増加につなげるのはなかなか厳しい状況である。解約防止にも注力し、減少を少しでも食い止めたい。
		通信会社（社員）	・物価上昇に見合った賃上げがないと、現状は改善しにくい。
		ゴルフ場（副支配人）	・平日来場者の大半を占める高齢者のうち、以前はよく来ていた方がゴルフをやめるなど、課題である平日の集客については、今後も難しい。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・春休みが終わって学生利用は減る傾向になるが、企業等の団体が増えることを期待する。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘の建築費が高止まりしていることなどから、新築数が伸び悩み傾向にある。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・全ての物といってよいほどの値上げが発表され、消費者の購入意欲は、必要なこと以外へは向かない。買い控えの状況もあり、売る側とすれば、厳しい状況は続きそうである。
		百貨店（経理担当）	・不安定な世界経済の影響や物価高騰で、継続的に消費が冷え込むと予想する。特に、米価の高騰や燃料費の補助金縮小に伴う価格上昇が、衣料品や食品動向にも影響すると考える。
		百貨店（営業担当）	・4月以降も値上げによる物価高は進みそうである。米国の関税政策による先行き不安のなか、株価も落ちている。プラスの要因というか、道すじがみえてこない。
		コンビニ（経営者）	・売上は前年とそれほど変わらないが、物価が高くなっている分、実質的に下がっているとみている。無駄に出歩かないということなのか、以前と比べて夜間の来店客が少なくなっていると夜シフトの従業員から、聞いている。
		コンビニ（エリア担当）	・賃金と税金のバランスが悪い。
		乗用車販売店（総務担当）	・物価高の影響でやや悪くなる。
		その他専門店〔酒〕 （店長）	・4月から値上げがある予定だが、消費活動にどれだけ影響が出るか分からない。今までは値上がり分だけ前年より売上が増えているが、どれほどの利益を確保できるかは非常に不透明な部分もある。余り良くないことを想定、予測しながら経営をしていくことになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人利用の消費が下がり続けている。法人関係はある程度例年並みの動きが出始めているものの、個人予約の動きは非常に鈍い。主要な観光地と比べて、インバウンドが非常に少ない地域のため、悪くなる要素が強い。
		ゴルフ場（経営者）	・可処分所得が数年間減少傾向にあるため、やや悪くなる。
	x	スーパー（店長）	・主食に関わる商材のコスト増加は家計を圧迫し、製造コストの増加にもつながっている。このまま何も対策がされないのであれば、家庭の財布のひもは固くなるばかりである。
	x	コンビニ（経営者）	・今の日本には希望がない。

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
	x	コンビニ（経営者）	・収入は増えずに物価高が続けば、景気は悪くなる一方である。ただし、これからは気温が上がり、飲料等の売上も伸びてくるため、店としては大幅に悪くなることはない。
	x	スナック（経営者）	・デフレが終わることは歓迎するが、現状のようなハードランディングでは死者が出るのではないかと心配である。もう少しコントロールしてくれないと困る。
企業 動向 関連 (甲信越)		窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注商材の受注対応で、数か月先までは数字的に上向き見込みである。
		食料品製造業（製造担当）	・4月から取引先全てで価格が上がるため、スーパーでは売れなくなる。時間ができたら出張販売を行い、独自価格で販売する予定のため、多少は内容が良くなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、やや良くなる。
		建設業（経営者）	・工事金額や値上げ時期等の問合せが出てきている。
		食料品製造業（営業統括）	・相変わらず、消費者の購買意欲は減退しており、工場出荷量は変わらないとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・耐久消費財への支出が抑えられている状況は余り変化がない。賃上げ後の消費行動に期待したいが、食料品の物価高騰の影響もあり、不透明な状況である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・潜在的な需要はあるものの、材料である地金の高騰が止まらない限り、マーケットが求める価格帯での商材作りができない。
		金融業（経営企画担当）	・物価高騰による支出増加で、景気が良くなる雰囲気はない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・通信販売や小売業の折込チラシは、前年比微増が3か月ほど続いている。
		食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇が続いているため、やや悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・単発案件が増えているため先の見通しが立たない。様々な費用が値上がりしており、先行きは懸念しかない。
		電気機械器具製造業（従業員）	・以前と比べて、設備投資が少なくなっているようである。また、先行きが不透明であるため、対応が非常に難しい。
		金融業（調査担当）	・非製造業は、観光関連のほか賃上げに伴う消費の押し上げも予想されるが、物価高の影響が消費の下押し要因となるため、大きな改善は見込めない。製造業も米国の本格的な関税引上げの影響を受けることから、先行きへの慎重姿勢が強まる見通しである。
	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。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・米価の高騰もあり、物価上昇のためか週末のスーパーではいつも以上に安売りコーナーに客が多い。地方はベースアップ等が少ないため、購買意欲はますます上がらない。
		職業安定所（職員）	・半導体需要の回復や海外資本の大手スーパーの進出等、景気が良くなる要因はあるものの、物価高騰や米国との貿易の影響などが危惧されるため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・大手企業を除き、物価高騰による価格転嫁が難しいようで、売上増加への不安が続いている。
	職業安定所（職員）	・中国経済が依然低迷していること、米国政権の対外政策が、日本経済に今後どれだけ悪影響を及ぼすか不明であること、そのほか、依然として物価上昇の影響も懸念される。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が、8か月連続で減少している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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)		旅行代理店（営業担当）	・年度当初の行事も落ち着き、職場旅行は5月から6月に上期の繁忙期を迎えるため、例年どおりの好調な売上となる見込みである。大阪・関西万博の見学を盛り込んだ旅行も多い。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・季節が春めくにつれて、少し良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・高齢者がどういう旅行形態でアフターコロナを過ごすかが当地域の課題である。
		百貨店（経理担当）	・足元では景気の一足踏み感があるが、今後は一段の景気回復となる予兆がある。
		スーパー（店員）	・備蓄米の放出により米の単価が下落し、野菜の単価も下がりにつつあるためこれまで控えていた客が増えてくる。
		スーパー（販売担当）	・今より来客数が増える見込みであり、来客数が増えれば比例して売上も上がる。
		スーパー（販売担当）	・今後は気温が高くなることが予想され、対応する商品の動きは良くなる。食品についても値上げは続く見込みだが、消費者も慣れてきた様子が見受けられ、それほど大きな影響はない。ただし、米国の政策により今後の動きが見通せない部分も多くある。
		コンビニ（エリア担当）	・行楽立地の店舗を中心に、インバウンド需要などで売上伸長が最も見込める時期である。また、市中の店舗も主力商品の伸びが期待できる。
		コンビニ（店長）	・よほどのことがない限り懸念材料が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・今夏も暑くなる予想のため、例年より早く夏物の販売量が増える見込みである。ただし、米国の関税政策によっては当地の経済への影響があるため、不透明さが残る。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・単価が上がっても生活必需品の冷蔵庫や洗濯機は底堅く売れている。今年は早めに暑くなるようなので、エアコンも期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価高で生活費が上がっているが、4月に大手を中心にかんりの賃上げが予定されているため、収入アップが実感でき消費の拡大につながると期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・春闘の状況から個人所得は引き続き伸びが期待できる。その影響が耐久消費財の購入にも波及することを期待している。
		その他専門店〔書籍〕（社員）	・しばらくは新年度向けの販売量の増加が見込まれる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・引き続き物価の上昇は気になり、賃上げ動向も含めて注視していく。
		観光型ホテル（支配人）	・引き続きインバウンド需要は旺盛であり、良い方向に進んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・新生活がスタートして年間スケジュールが確定してくれば、家族旅行の計画も立てやすくなるため、期待している。家族旅行やハネムーン客の新規予約に期待している。
	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生から時間がたち、各地での山火事も収まりそうであるため、2～3か月後は少し良くなる。	
	旅行代理店（営業担当）	・宿泊や交通、飲食、観光施設などの値上げによる旅行代金の高騰は続いているが、旅行需要は増加している。国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況である。中部地方からの海外旅行の渡航者は、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の50%から60%程度にとどまっているが緩やかに増加しており、しばらくはこの好調な状態が続く。	
	美容室（経営者）	・3か月先はそろそろ暑くなり、髪が気になる時期となるため、ヘアカットの客が増える見込みである。	
	美顔美容室（経営者）	・4月から新たなキャンペーンを開催予定で、客からちらほら問合せがある。	

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
		商店街（代表者）	・物価高が続くなか、購入数を減らしたりして購入単価が抑えられている。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・先のことが見通せない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・4月も米やビールを含め幅広い値上げが予定されている。生活必需品の価格が高いため購買意欲が伸びず、米国の関税の影響も考えられることから、3か月先の景気は変わらない。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・物価の上昇が特に食品において顕著で、ほぼ2倍近くになっている。賃金も少しずつ上がっているとはいえ、全く追いついていないため生活は厳しい。賃金が物価に追い付くまでは現状のままである。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店の来客数は比較的安定している。しかし、ビールの値上げ等も影響して客単価は上がらない傾向が続く。
		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）	・減税、ウクライナ侵攻やガザ侵攻の終結など、大きな材料がなければ現状から変わることは難しい。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・世界の景気は米国大統領に左右されてどうなるか分からない。国内政治も方向感が分からず、先行きが不透明である。
		百貨店（売場主任）	・今月20日過ぎから、新年度で転勤するために靴をまとめ買いする客が複数あった。4月に入ると一部メーカーの商品値上げに伴い靴の修理代金も上がるため、買い控えが懸念される。メーカーで生産数を抑えているためか店舗の在庫が少なく、購入希望があっても、取り寄せに日にちが掛かると諦めて帰る客も多く、機会損失が発生している。売上は厳しい状態が続く。
		百貨店（企画担当）	・食料品を中心にほぼ全てのアイテムで価格が上がっており、必然的に売上総額は前年以上を確保している。大企業を中心に賃上げとなることから今後も売上は維持できると考えるが、消費に対する不確定要素が大きく、先行きの消費が不安定になることを懸念している。
		百貨店（営業担当）	・株価は安定せず、生活必需品の値上げも拡大しているため消費意欲は上がらない。インバウンド需要も盛り上がり欠けた状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・値上げもあり、必要な物だけに金を掛ける傾向は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・今後もしばらくはインバウンドが好調を維持する一方、従来の客足は以前より鈍化する。景況感は冷え込みつつある。
		百貨店（販売担当）	・既にUV商品など夏物の売行きが良くなっている。ゴールデンウィークまでは若者の来店頻度が高いため下がることはないと思われる。
		百貨店（販売担当）	・国内需要では、物価高の影響は懸念されるものの急激に悪くなる要素は余り見当たらず、現状維持となる。インバウンドは大阪・関西万博の効果で増加に期待する。
		スーパー（経営者）	・購買力は低下しており生鮮食品の価格が安定しない限り、売上増加は期待できない。
		スーパー（店長）	・この先、電気代補助が終了し、商品の値上げやゴールデンウィークでの旅行などが控えているため、消費者は無駄遣いはせずに買い控えが続くとみられる。
		スーパー（店長）	・米の価格も安定せず、節約傾向が続く。
		スーパー（販売担当）	・気候も暖かくなり、来客数は増えている。好調が続くとみられる。
		コンビニ（企画担当）	・大きく変化する要因がなく、現在の傾向がしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・賃上げがあろうと、値上げが続く状況ではこれ以上商環境が良くなると思えない。
		コンビニ（店長）	・物価上昇による買い控えがみられる。インバウンドの利用傾向が今のまま維持できれば景気は変わらないが、もしなくなったり減ったりすれば、景気は悪くなる。

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
		コンビニ（店長）	・今月が良かったから4月以降も良いとは思えない空気が現場に漂っている。値上げとミニサイズ化による商品の魅力低下が継続している。安くはない商品を買う貴重な客からの信頼を失えば、先の景気が急降下するのは目に見えている。全体的な手取り収入増加の可能性が示されなければ、今以上の消費需要は見込めず、いつまでも安心はできない。
		コンビニ（本部管理担当）	・株価がやや乱高下をしているが生活への影響は感じない。今後の世界情勢は、特に米国の動向など懸念はあるものの、2～3か月で大きな情勢変化は発生しないと考える。
		衣料品専門店（売場担当）	・世間では賃上げといわれているが、一部に限定されている印象を受ける。4月以降の食料品を始めとした価格高騰の影響により個人消費は思ったほど伸びず、景気自体に大きな変化はない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・先行きが不透明だが、需要はあるため全く悪いわけでもない。
		家電量販店（営業担当）	・政策に動きが見えないため、景気も動きがない。
		乗用車販売店（経営者）	・米国の自動車関税引上げに伴い、国内の部品が値上がりする懸念がある。
		乗用車販売店（従業員）	・新しい給料体系となり賃金が上昇する人が多くなるが、4月以降も生活に関わる品目の値上げが発表されている。今後の賃金が物価上昇を上回って先行きの生活が楽になると考えている人は少ない。まだこの先も市場環境は厳しい状況が続くとみられる。
		乗用車販売店（従業員）	・客と話をしても物価高の話題しか出ない。車は欲しいが、優先順位は低いと言われる。
		乗用車販売店（従業員）	・政策一新のような大きな変化がない限り、まだ悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出た影響か、最近は新規客が増えており、実際に購入する新規客も多い。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅、店舗等の新築工事は変わらないが、リフォームや中小規模の改修工事は増加傾向にある。業種によって景気にばらつきがあるため、全体としては横ばいである。
		高級レストラン（経営企画）	・日常の節約志向はより高まる傾向にあるため、大きな伸長は期待できないが、他地区での大阪・関西万博への期待と、インバウンド需要は旺盛である。
		一般レストラン（従業員）	・4月には予約が余り入っていない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・様々な物の価格が上がり消費意欲が増すような要素はないが、賃上げなどで収入も増えており販売量は大きく変わらず、将来の景気についても変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・3か月先の宿泊予約は、前年比5%から7%ほどプラスになっている。個人の消費が比較的堅調である。
		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）	・4月からゴールデンウィークにかけて、宿泊を中心に予約は積み上がっている。季節要因もありその後の予約はこれからの状況である。リネンサプライ費や飲食材料費が4月以降軒並み値上げとなる。光熱費も引き続き高く、コストを価格に転嫁し切れず、収益を圧迫して厳しい。
		旅行代理店（経営者）	・物価高騰のラッシュが一段落するまでは、この状態が続く。
		タクシー運転手	・段々と気温も上がり人出も期待したいが、今までの客の動きを見る限りは余り期待できず、変化はなさそうである。
		通信会社（営業担当）	・良くなるきっかけが見当たらないため、良くなるとは考えにくい。
		テーマパーク職員（総務担当）	・景気が多少上向いた感はあるが、現在の春季イベントの結果をみて、慎重に判断していきたい。
		ゴルフ場（経営者）	・賃上げの原資が確保できていない。
		パチンコ店（経営者）	・4月以降に実施される行政施策などの影響が多々あり、マイナス要因が強いが、新年度を迎えることでプラスマイナスゼロになり、景気は余り変わらない。
		美容室（経営者）	・4月から値上がりする品物も多く、この先も物価上昇が抑えられないため今の状況が続く。

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
		住宅販売会社（従業員）	・材料原価の高騰があり、建築費の上昇が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価高は続き、どんどん生活が厳しくなっている。家庭用の花も購入減少が危惧される。
		百貨店（総務担当）	・米や野菜などの価格高騰や電気代への政府補助金縮小などの影響で消費者の財布のひもが締め、消費マインドは低調になる。米国の関税政策、特に自動車関税の引上げによる地域の自動車産業への影響を考えると、悪影響が想定され今後の収益状況にも注意が必要である。
		百貨店（経理担当）	・今春闘での賃上げが若年層に偏り当社の主力顧客層である50代以上への恩恵が小さいことや、生活必需品の価格高止まりが続くことにより個人消費は萎縮し、景気は減退する。
		百貨店（営業担当）	・米などの食料品を中心とした物価高の影響で、ぜいたく品や高級品の消費が大変鈍くなっている。この傾向はまだ続く。
		スーパー（店長）	・商品の値上げ要請が継続している。
		スーパー（店員）	・仕入れ元の情報では米の価格は下がる気配がないのに加え、4月からは豆腐も値上げに踏み切らざるを得ない状況で、その影響が大きく表れる。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーでの値上げが控えている。
		スーパー（支店長）	・賃金は若干増加したものの、再三の物価上昇により家庭の支出負担は増えるばかりで、今後も決して良い経済状況とはならないとみられる。
		コンビニ（店長）	・4月からの食品やアルコール類の値上げが販売量に影響する。米の価格も高止まりし、出荷規制も継続している。景気は下落傾向にある。
		コンビニ（店長）	・値上げ商品が非常に多く、どこかで好調も頭打ちになる。
		コンビニ（店長）	・4月からビール類を始め食品や電気代等が値上がりするため、しばらくは節約志向が続く。
		コンビニ（商品企画担当）	・今後も一定数の値上げが見込まれるため、消費の冷え込みを懸念する。
		衣料品専門店（経営者）	・前年から取引先のメーカーで倒産や廃業があり、ますます未来に明るさがみえない。
		衣料品専門店（売場担当）	・2～3か月後はクールビズが始まりスーツが必要なくなる。ワイシャツやパンツだけを買求める客が増えるため売上は悪くなる。3月から4月はフレッシュアズスーツなどの需要が増えるが、その先に暖かくなると単品販売しなくなる。
		家電量販店（店員）	・購買意欲が余りみられない。
		乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇が続き、節約ムードが強くなってきた。米国政権の影響で株価が下げ止まらず、景気減退の雰囲気が出てきた。
		乗用車販売店（従業員）	・半数以上の車種が販売停止になっている。販売可能な車種も納品に時間が掛かるため、今後も販売台数の伸びは期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的に商品価格が高止まりしており、消費者の購入意欲が湧かない様子である。
		乗用車販売店（営業担当）	・車両のオーダーはできるようになったが、生産制約により潤沢とはいえない。オーダーしても生産されて届くのは年後半になるため、向こう3か月の見通しは良くない。
		一般レストラン（経営者）	・自身の体調やもろもろの状況を考えると、この先どう見積もっても良くなることはない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・良くなる要素を見付けるのが難しい。
		旅行代理店（経営者）	・米国関税の動き次第ではあるが、当地域では自動車産業の動向が今後の収益にも影響し、また、物価高騰の影響で消費も落ち込む。当地域の製造業では派遣社員が減りつつあり、事業所によっては既に生産調整が行われている。
		通信会社（企画担当）	・国内政治、海外情勢共に先行きが不透明で、人々が慎重になっているように見える。物価上昇で動きが鈍いこともあるように見える。
		通信会社（サービス担当）	・引越シーズンが終われば、新規客の獲得は難しいとみられる。
		テーマパーク（職員）	・4月に入ると、ゴールデンウィークまでは静かである。

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
		観光名所（案内係）	・相次ぐ値上げに天候不順が重なり、誰に聞いても景気が悪いという答えが返ってくる。明るい展望はない。
		理美容室（経営者）	・客からは、物価ばかりが上がりが賃金が上がらないため段々生活が厳しくなるという声を聞く。
		美容室（経営者）	・光熱費、ガソリン代や米の価格も高騰しており、この先景気が良くなる見通しはない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・人件費を始め販管費を上げざるを得ない状況において、介護サービス料金の上限価格設定が大きな足かせとなっている。価格転嫁ができない状況で、介護保険制度は事業者を整理したいとしか思えない状況になっている。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・補助金を使ったりリフォーム工事もなかなか決まらない。建築資材の高騰により施工実施に結び付かない。これ以上物価上昇が続くと、景気の回復は難しい。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年度も替わり見積りなど引き合い物件も少ない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・収益減少が予定されている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期が終わり、どうなっていくのが不安しかない。
	×	商店街（代表者）	・地域専門電機店で物販メインのスタイルでは、今後ますます成り立たなくなってくる。しかし、サービスに特化した営業は地域限定では成り立たない。
	×	商店街（代表者）	・所得が限られるなかで物価が上がれば、当然生活は厳しくなる。値上げにより今まで購入していた商品を買わなくなる。取引先でも、仕入価格が8%も値上げされ、そのメーカーとの取引を中止している。メーカーにとってはこれまでであった売上がなくなるわけで、値上げをすればその分収入が増えるものではなく、かえって売上の激減も起こり得る。この先、大変な不況に陥る可能性がある。
	×	スーパー（総務）	・今年の値上げも、上げ幅は物価上昇を上回るものではなかった。水道光熱費も料金引上げが決まっており、この先景気が良くなることはないとする。
	×	乗用車販売店（経営者）	・4月以降は需要が一気に落ち込んでいく。
	×	一般レストラン（経営者）	・仕入れ単価がどんどん上がっている。ガソリン代も高騰しており、光熱費も一向に下がる見込みがない。
	×	タクシー運転手	・ガソリン価格を始めとした物価高騰の影響が大きい。
	×	設計事務所（経営者）	・種まき案件もないため、良くなる気配が全くない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・物価上昇で生活が厳しくなるなか、さらに金利が上がればどうなるか不安で仕方ない。
	×	住宅販売会社（従業員）	・人生設計を考慮せず単なる欲求だけで家を購入する客は破綻する可能性が高く、購入を促しにくい。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の関税政策について方向性がみえてきたのか、今まで設備投資を様子見していた大手企業から発注してくる可能性が高まってきた。
		広告代理店（制作担当）	・広告予算に対する企業側の価格設定にもよるが、特に屋外でのイベント等の企画が具体的に形になっている。
		化学工業（営業担当）	・引き続き電材需要は増える見込みであるが、米国の自動車関税政策の影響で失速する可能性もあり、先行きが不透明である。
		化学工業（総務秘書）	・米国の関税政策は自動車業界を始めとして強い衝撃をもたらしている。今後の影響を注視していく必要はあるが、景気に影響を及ぼす時期はまだ分からない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・特定の客からの受注増加ではなく全体的に注引量が増えている。しばらく現在の好調が続くようである。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから判断した。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の関税政策がどの程度影響するか分からないため、グローバルでの見通しは不透明である。国内動向も物価の高騰により可処分所得が増加するかはっきりしないため、予測が難しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今夏はお盆前の時期に設備投資が期待できる。足元での年度末の設備投資と同等程度の需要になる見込みである。

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
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・求人募集を掛けても高齢者からの応募が多く、若い人が集まらない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ガソリン価格、米などの物価高騰が続き景気回復の見込みがない。
		建設業（役員）	・住宅への政策には際立ったものがなく、税制やローン控除も縮小している。物価や建築コストは上昇傾向で、更に金利上昇では住宅購入の顧客に対して逆風ばかりである。当地域の主要客が勤める自動車メーカーが安定していることがまだ救いである。
		建設業（営業担当）	・通年型の仕事に関しては余り代わり映えがなさそうだが、予算が縮減される部分がかかなり目立っている。これから先は新たな取組を屋台骨の業務にプラスしていくことになる。新業務が日の目を見るまでには、まだ時間が掛かる見込みである。
		輸送業（経営者）	・物価が上昇し続け、消費財の物量は下がる。
		輸送業（従業員）	・既に4月の予定も少しずつ入っているが、3月、4月共に仕事量はほぼ前年並みである。前年と違い、利益をいかに確保するかが悩ましく、協力会社からの値上げ要求は確実に増えている。
		輸送業（従業員）	・生鮮食品やその他の食料品の価格高騰によって、消費者物価は高止まりである。個人消費も低迷し国内物量も鈍化傾向となる。
		輸送業（エリア担当）	・月前半は前年より荷量が多かったが、後半からは減少し最終的には前年同様となっている。
		輸送業（エリア担当）	・正直なところ景気は今後どうなるか分からない。景気が上向くのか下がっていくのか見通しが立たないため、変わらないとしか判断できない。何が景気をけん引していくのか、売れる物がなく何をすればよいのか分からない状況である。その状況が四半世紀近く続いており、今後も変わらず続くと思予想する。
		金融業（企画担当）	・大手企業と同程度とはいかないまでも、ある程度連続した賃上げが中小企業にまで浸透しないと景気は良くなってこない。しかし、追従できる中小企業は多くないと考える。
		不動産業（経営者）	・今後は前年同様に晴れの日や暖かい日が多くなる見込みで、外出や遠出をする人は増加する。今後も売上の増加傾向は継続し、前年を上回る状況が続く。
		行政書士	・現状維持である。
		会計事務所（職員）	・飲食店など消費者と接する店のうち、従前と変わらない営業の店は客が減っている。一方、他店とは違う特色を出している店は、価格設定が高かったり、以前より値上げしたりしても繁盛している。この傾向が既に定着しており、景気としては変わらない。
		会計事務所（職員）	・原材料等の値上がり分に対して、客先は価格転嫁に応じる状態で、利益としては現状維持となっている。この先も引き続き応じてくれる保証はないため、価格転嫁が困難になった場合を考えると、物価上昇に歯止めがかかってほしい。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国の関税政策のショックにより世界は守りの姿勢に入るため、景気は減速気味となる。新製品や新施策による打破以外に方法はない。政府には、高速道路の無料化を考えてもらいたい。早期の実現を望む。
		食料品製造業（社員）	・販売価格の見直しを予定しており、販売量への影響が想定される。
		食料品製造業（経営企画担当）	・消費者の節約志向はますます強くなり、食品、特にし好品の購入に対しては、より厳しい選択にさらされる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・足元の景気も余り良くないが、米国大統領により自動車関税が25%追加されるという発表があった。これを引き金に全産業への影響が見込まれ、景気は今よりやや悪化する。
		金属製品製造業（従業員）	・今年は夏にかけて仕事の動きが鈍いという声が多い。プロジェクト案件の工期が延長になっていることも原因である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・良化する要素が見当たらない。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・需要増加が見込まれないなか、米国大統領による自動車関税引上げの影響で輸出量が減少する。受注減少につながり、やや悪くなる。
		建設業（経営者）	・政治と金の問題が収束せず、期待感が持てない。今の状況では、未来が良くなるとはとてもいえない。
		輸送業（エリア担当）	・米国の関税政策など不透明な部分が多い。
		通信業（法人営業担当）	・人を助けるためにシステムを有効活用するべきと思う反面、余りのデジタル化は人の様々な力を劣えさせるようにも感じる。最近の行き過ぎたシステム化で、人がシステムに合わせる傾向が見受けられ、その繰り返しで景気や活気がますます衰えていくと考えている。
		金融業（従業員）	・米国大統領の関税政策による日本企業への負担増加や日常生活への影響が懸念される。
		金融業（従業員）	・米国大統領の関税施策により様々な変化の気配がある。我が国単体で見た場合も、家計の収支バランスがこの先良くなるイメージが持てない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・じわじわとジリ貧感がある。事業を支える複数の柱を考えたくても、需要が読めないなかで先行投資して人件費がかさむリスクがあり、先に進めない状況である。
	×	食料品製造業（営業担当）	・商品コストが上がり販売数も減少している。良くなる要素がない。
	×	鉄鋼業（経営者）	・回復が見込める先行きの話がない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、価格は更に低下する傾向にある。市場の縮小が続いており、景気は悪くなる。
	×	通信業（総務担当）	・上向きあるいは現状維持の要因がなく、これからどんどん悪化するのみである。日々の生活維持が精一杯という国民の思いを施政者、経営者は理解するべきである。
雇用 関連 (東海)		-	-
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・当地域の国内自動車メーカー関連は、年度末に向けて上向きに推移してきた。人材募集においても応募も増え採用の動きが出てきた。4月以降も増産の話聞いており、このまま上向きを期待する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今月になって進学から就職へ進路変更した学生でも1か月弱で内定を得ており、相変わらずの売手市場を実感する。
		人材派遣会社（営業担当）	・賃上げは企業の業績や規模により限定的で、実質賃金が下がっている人が多い印象を受ける。
		職業安定所（所長）	・周辺企業からは倒産等の話はなく、安定した状況がうかがえる。
		職業安定所（職員）	・春闘による賃上げ情報を見る限り、上向き傾向に期待が持てるものの、飽くまで大手企業を中心とする状況である。中小・零細企業でこの賃上げ競争に追随できるかどうか問題で、今しばらく様子見の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・エネルギー価格や物価の上昇が今後も継続するのか、景気や消費マインドに与える影響について注視する必要があり、先行きが不透明である。
		職業安定所（職員）	・人件費や原材料費等の上昇、円安や関税問題等の不安定要素はあるが、求人数は微減増を繰り返しており、当面はこの状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比増加したものの、新規求職申込件数も同様に増加した。
		職業安定所（雇用開発担当）	・米国における25%の自動車関税引上げにより、自動車産業に与える影響が懸念される。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・昨今の求人募集での売手市場に合わせ正社員を目指す人が増えた。有期雇用である派遣は、スキルのある人材発掘に向けて募集の打ち出し方を見直すことが急務である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末から年度明けは、転職希望者の活動意欲が減退する時期であり、ゴールデンウィーク明け以降に新規転職活動者が増加する見通しである。米国関税政策の影響など地政学的な要因による採用見送りの動きは大きくない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学の卒新求人について、今後2～3か月先に現状から増減することは考えづらい。
		人材派遣業（営業担当）	・自動車業界への米国の関税引上げの影響や工場火災による生産遅延など悪条件が重なり、景気が後退する危険性がある。

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
		人材派遣会社（社員）	・例年4月以降は登録者数が低調に推移するため、好転する材料が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良かった反動で、先の予約状況は余り良くない。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材不足が更に加速し、人材獲得がますます困難になる傾向で、求人企業は優秀な人材を獲得するためにより条件を引き上げざるを得ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価高やコスト高に歯止めがかからず、今後も悪くなる方向と考える。
		職業安定所（職員）	・人手不足や物価の上昇が続くなかで、前年までは希だった後継者不足等の理由で事業継続を断念する事業所が毎月のように発生している。
	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）	・欧米からの観光客を中心に来客数が今後も伸びるとみている。日本人による購入が増えることを期待している。
		スーパー（仕入担当）	・能登半島地震からの復興が進み、地域行事や観光スポットが復活することで、流入人口が増加するとみている。
		コンビニ（店舗管理）	・これまでが悪すぎたため、これからは回復基調になるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年と比較してインバウンド関連の需要が伸びており、ゴールデンウィークに向けて更に需要の拡大が期待できる。
		一般レストラン（統括）	・前年の春は復興支援策として北陸応援割が始まり、県外からの客が増えたことを考慮すると、今年の4～5月は前年同期よりも悪くなるとみている。前年の震災復興需要と北陸新幹線開業効果による影響を除けば、外食企業各社の値上げも落ち着き、外食などの消費マインドも通常に戻ると考える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門におけるインバウンドの受注が堅調なので期待している。
		タクシー運転手	・暖かくなりこれまで以上に観光客が増え、修学旅行客も訪れることから、タクシー利用が増えると思われている。
		タクシー運転手	・今がどん底のため、良くなるしかない。少しでも上向きになることを期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・被災地域からの受注が増加するとみているが、人手不足や作業効率の低下など懸念点も多い。
		商店街（代表者）	・4月以降、水道光熱費の上昇が予測され、再び儉約ムードに陥りそうである。
		商店街（代表者）	・春物衣料品を扱っている店舗では、春が短くすぐに夏になることから、夏物の準備を急がないといけないという声を聞く。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・どう考えても状況が良くなることはなく、現状のまま変化はないとみている。
		百貨店（売場主任）	・4月3日からの米国における輸入自動車への追加関税が、我が国の基幹産業である自動車業界並びに日本経済にどのような影響を与えるのか、見通せない。
		百貨店（販売担当）	・4月以降も多くの食品や化粧品で値上げが拡大する。百貨店主力アイテムの値上げによって客の購買活動に一層慎重さが出ると思える。また、一部好調なラグジュアリー商材はあるが、ギフト返礼品などが若干減少していることから、当面売上は低めの現状維持が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・電気料金やガソリン価格など物価上昇が収まらず、客の節約志向が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者のファッションに対する優先度が低くなっているため、景気が良くなると感じるほど売上は上がらないと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・あらゆる物が値上がりしているため、賃金上昇が追い付いていない。購買意欲のある年齢層が広がっているが、4月から更に値上がりする商品も増えるため余り期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・この後も物価高が続き、生活必需品しか売れなくなるため、景気は変わらない。
		家電量販店（店長）	・白物家電は、節電や節水を考えて高単価でも良い物を選ぶ客が増えている。一方、テレビ等の黒物家電はスペックよりも価格重視の客が多く、商材の 카테고리によって客単価の差が大きい。物価高による節約志向は続いている。
		家電量販店（本部）	・期限付、条件付の対策では物価高の影響は長引き、マインドの回復は期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・生活用品の価格が上昇しているなか、自動車の価格も上がっているため販売量がなかなか増えない。可処分所得が上がるまでしばらくはこの状況が続くとみている。
		住関連専門店（役員）	・依然として続く経済不安や物価高の影響により、耐久消費財や趣味嗜好品への支出は最小限で推移するとみている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上景気が悪くならないことを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・個人利用による来客数の減少が続いているが、コスト高やスタッフ不足により低価格メニューの販売も厳しい状況になっている。
		一般レストラン（店長）	・うまく季節ごとのイベントをいかせると考える。
		スナック（経営者）	・物価高による厳しさがあり、特別な期待はできない。当店は現状のままとみている。
		都市型ホテル（役員）	・引き続き、インバウンド需要は期待できるものの、国内宿泊客の販売単価は横ばいに転じており、宿泊需要と他社販売価格を見極めた価格コントロールが重要となる。
		旅行代理店（従業員）	・円安基調、物価の上昇を考えると、海外旅行が伸びる可能性は低く、国内旅行のみで対処せざるを得ない。
		通信会社（営業担当）	・毎年この時期は新入学で来客数が増加するが、一時的なものである。
		通信会社（役員）	・特段のイベントもないため、新規契約数は前年と同レベルで推移すると考える。
		通信会社（役員）	・物価上昇等の不安要素があり、現時点では先行きが不透明である。
		テーマパーク（役員）	・予約状況を見ると、2～3か月先もこれまでと変わらず推移すると考える。
		競輪場（職員）	・4月にも大規模なレース開催があり、売上の増加を期待している。ただし、通常、業界では4月は売上が落ち着く傾向があり、今月と同水準で推移すると考えている。
		その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・4月より会費の値上げを実施するが、人件費や経費の上昇分で相殺される。現時点で会員数の伸びが見込めないため厳しい。
		美容室（経営者）	・ゴルフ練習場などいろいろな所で値上げがあり、賃金の伸びが追い付いていない。
		住宅販売会社（従業員）	・他社では販売量減少の話が多いが、実際は堅調な会社と落ち込んでいる会社の2極化が進んでおり、今後は建築基準法の内容を遵守してスピードを持った提案ができるかどうか、受注量を増やす鍵になると考える。
		住宅販売会社（従業員）	・物価高の影響から景気回復の兆しがみられない。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・最近発表された諸外国の関税問題や戦争など世界情勢が不安定であるため、消費者の購買行動は減退に向かうとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いている影響なのか、気候が良くなっているのに来客数が増えていない。
		乗用車販売店（役員）	・米国の関税政策が不透明なこともあり、景気の上昇は余り期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・物価高による消費者心理への影響や中古車の在庫不足はしばらく継続するため、現状よりもやや悪化するとみている。
		観光型旅館（経営者）	・春休みやゴールデンウィークなどの特定日は順調に予約が入っているが、平日などはまだ空室が多く、間際の予約に期待したい。
		通信会社（職員）	・関税引上げ等の外交上の理由から、景気上昇の気配がみえない。

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
	x	パチンコ店（経理）	・物価が上昇しているが、賃金は上がっていないため消費に回す金がない。
		住宅販売会社（営業）	・今後は原材料費の価格上昇に加え、ベースアップもあるため、更に値上げせざるを得ない。利益確保を前提に進めているが、一方で顧客マインドの冷え込みを大いに懸念している。
		コンビニ（店長）	・商品単価の上昇が来客頻度の減少につながっていると実感している。コンビニでは1日に同じ客が何度も来店することが多々あるが、ヘビーユーザーの1日の来店頻度が著しく減少しており、売上減少へとつながっている。小遣いがないから何回も来られないといった声も聞かれ、今後も来店頻度が減少する動きが増えていくとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	-	-	-
		食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震での被災以降、少しずつだが数字は戻り続けており、当面この傾向が続くとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内、海外共に各企業の工場稼働率の高まりから、設備に関わる交換用部品の需要が堅調となっている。4月以降、生産量を増やしながら対応していく予定である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件の引き合い件数、技術的な問合せや相談事項が増えていることにより、顧客サイドに新規案件開発の動きが出ていると実感する。実際に着手する明確な動きはまだないが、現状と顧客からの情報を考え合わせると、着手する可能性の高い新規案件が増加傾向にあるとみている。
		金融業（融資担当）	・地区の主要産業である製造業や観光業、飲食業が堅調に推移している。能登半島地震関連の復興支援に関連する工事も本格化している。
		プラスチック製品製造業（広報）	・特に景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の注文の入り具合から、景気は変わらないと考える。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・すぐには変わらないものの、人手不足の常態化によって自動化や自動運転に対するニーズが高まることをきっかけに状況が良くなることを期待したい。
		輸送業（管理会計担当）	・企業間物流の物量は回復傾向にあるが、関税問題などで先行きに不透明感があり、現状と大きくは変わらないとみている。
		通信業（営業）	・米国による関税の動きにより、関連業種の投資縮小が懸念され、投資については現状より悪化する可能性がある。
		不動産業（経営者） 司法書士	・個人客、法人客共に、問合せがほとんどない状況である。 ・投資用物件の売買や清算会社の物件処分などにおいて、担保設定なしでの不動産取引が多い。
		繊維工業（総括）	・米国の関税引上げや世界的な景況悪化による消費の冷え込みにより、受注が減少しているという声が多く、先行きに対する警戒感が強まっている。
		建設業（役員）	・足元の受注量は現状無難に推移しているが、このペースを維持できるかどうかは先行き不透明である。
		輸送業（経理） 金融業（融資担当）	・良い方向に向かう要素が見当たらない。 ・物価高や賃上げの圧力が続き、企業収益は圧迫されている。加えて、米国政権の影響も不透明で、好材料に乏しく、状況が改善する様子がみえない。
		税理士（所長）	・米国の関税引上げによる影響がどう出るのか不安はあるが、人が移動する季節なので、飲食業などでは明るい兆しがある。
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)	-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の見込み数が増加している。
		人材派遣会社（社員）	・求人及び求職状況に変動はない。新たな積極的求人も期待できない。
		職業安定所（職員）	・現在の人手不足感は続くとみているが、求人窓口では新たに大口の求人が出る動きはない。
	職業安定所（職員）	・2～3か月前と比較すると新規求人数に大きな変化はみられず、今後も同じような状況が続くとみている。	

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）	・有効求人倍率は高止まりの状態が続いている。原材料費や水道光熱費の高騰などで、中小企業を中心に企業環境が厳しくなっている。今後は米国の自動車関税引上げに関する国際情勢に注意する必要がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変化がなく、求職者数は頭打ちの状態のままである。一方で、中小企業における人材不足は継続しているため、今後も景気は変わらないとみている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震、能登豪雨災害の影響が続いており、状況が好転する要素や気配がみられない。
		人材派遣会社（役員）	・今のところ、求人数、求職者数共に増減する要素がない。
	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）	・国内客以外の消費者の間で、消費意欲が高まっている。
		百貨店（サービス担当）	・来月からの大阪・関西万博の開催に伴い、大阪に国内外から観光客が訪れるため、来客数の増加による売上の拡大が期待される。
		百貨店（マネージャー）	・4月から5月にかけて、食品フロアのリニューアルを実施する。それに伴い、共働きの若年世帯という地域の顧客層に合わせて、総菜や冷凍食品などの品ぞろえを強化する。
		コンビニ（経営者）	・現在よりもインバウンドの来店が10%ほど増えるほか、4月からは大阪・関西万博も始まる。さらに、今後は暑い時期となるため、来客数が増加する。
		都市型ホテル（フロント）	・大阪・関西万博による効果が出ており、企業による社員旅行の問合せや受注が増えている。従来は閑散期である6月も、今年は空室がなく、既に予約で一杯の状態である。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
		商店街（代表者）	・人出も増えており、順調に売上が伸びることを期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドが多いホテルなどからの、予約注文が増えている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなって人の移動も活発になることで、商品の販売量も上向くことを期待している。
		一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の開催中は、人の往来や消費が増えると予想される。
		百貨店（売場主任）	・来客数が前年割れとなる傾向は続くものの、大阪・関西万博の開催が新たな来客につながることで、売上は少し増えることが期待される。
		百貨店（販促担当）	・今後は暖かくなるほか、前年の猛暑の記憶も鮮明ななか、その対策として機能商材などの需要が高まると予想される。また、大阪・関西万博の影響もある程度は期待できるため、土産品などの販売にも力を入れたい。
		百貨店（宣伝担当）	・大阪・関西万博の開催により、国内外からの来街者が大幅に増加すると予想している。特に会場内での飲食価格が高額な一方、弁当の持ち込みが可能のため、デバ地下を中心とした需要増加が見込まれる。
		スーパー（販売促進担当）	・現状は落ち込みがみられるものの、大阪・関西万博の開催を控え、インバウンドを含む商圏人口の増加による消費の拡大を期待している。
		スーパー（企画）	・物価の上昇は続くが、直近は備蓄米の放出もあって、米の価格の安定が期待される。また、新生活需要などもあり、消費は一定程度の回復が予想される。
	コンビニ（経営者）	・春になって暖かくなり、人の動きが活発になることで、景気も良くなると予想される。様々な値上げの動きもあるが、景気の回復を期待している。	
	コンビニ（経営者）	・来客数は高止まり傾向であるが、商品の値上げラッシュがまた始まっているため、客単価の上昇が見込まれる。	
	コンビニ（店長）	・大阪・関西万博が始まるため、国内外からの人出が増えることを期待している。	

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
		コンビニ（店員）	・大阪・関西万博が開幕し、今まで以上に観光客が増えるが、当店としてはここ数年、外国人客が多く来店しているため、大きな変化はないと予想される。
		衣料品専門店（店長）	・当面は物価上昇の影響が続くものの、高所得者を中心とした回復の動きが、日々の客との会話でも実感される。
		衣料品専門店（店員）	・5月は繁忙期に入るため、母の日のプレゼント購入などで良くなるが、6月は梅雨入りの影響でやや悪くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替が少し落ち着いたため、輸入品が仕入れやすくなると期待している。
		家電量販店（経営者）	・リフォーム関連補助金が再開されるため、需要の拡大につながる。
		家電量販店（人事担当）	・前年ほどではないものの、今年も猛暑の予想となっている。それに伴い、暑い夏を快適に過ごすための、エアコンを含めた家電の需要が期待される。
		乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売台数は3か月前よりも増えているが、客の購入に対する慎重な様子は変わらない。
		乗用車販売店（支店長）	・米国の株価次第では、今年の年末に向けて良くなることが予想される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・客単価が上昇していることから、各家庭による支出が増えている。インフレに連動して収入も増えれば、更に良くなる。
		高級レストラン（企画）	・大阪・関西万博開催の影響でインバウンドの予約は堅調であるが、国内客の予約は伸び悩んでおり、全体では微増にとどまっている。
		一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博への来場が、集客の増加につながる。
		観光型ホテル（経営者）	・大阪・関西万博の開催に期待を掛けている。
		観光型旅館（経営者）	・先の予約状況は、まずまずとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの利用増や単価の上昇で、売上の増加が見込まれる。国内客についても高額商品の利用が順調で、食堂は依然として人手不足が顕著であるが、予約は好調となっている。一方、宴会部門は新規の受注に苦戦しているが、来年度開催の案件や少人数の宴会などで予約を埋めている。
		都市型ホテル（総務担当）	・4月の予約状況から、宿泊は大阪・関西万博の開催中は好調が続く見込みであるが、直接的な影響の薄い宴席や飲食関係は、苦戦が続くと予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博に伴う需要がある程度見込めるため、現状よりも良くなることが予想される。
		都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博の開催による需要の増加に加え、単価や稼働率の上昇を見込んでいる。
		都市型ホテル（客室担当）	・高単価での販売が期待される。
		都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の開催効果を実感することはないが、海外のWebサイト経由の先行予約は、前年と比べて好調に推移している。
		旅行代理店（役員）	・ゴールデンウィークの間際予約のほか、最大9連休となるお盆や夏休みなどの予約が増えてくる。4月13日から大阪・関西万博は近場での開催となるため、チケットだけの需要が中心となるが、徐々に問合せも増えている。また、4月18日から当地の空港で国際チャーター便就航により、韓国や台湾などへの旅行需要の拡大も見込まれる。
		タクシー運転手	・新年度は大阪・関西万博の開催などで、多少は利用率の向上が見込まれる。
		通信会社（社員）	・加入者の増加傾向を維持したいが、様々なキャンペーンを多用しているため、単価は下がってきている。
		遊園地（経営者）	・今年の春闘では、前年以上の賃上げが進むとの見通しが出ているため、消費の後押しとなることが期待される。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると今後の景気はやや良くなる。特に、客単価の上昇が進めば、業況の改善につながると予想される。
		競輪場（職員）	・例年、客単価は上向く傾向にあるが、米の価格などの上昇で負担が増えているため、小幅の動きにとどまると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・購入意欲の強い客も増えてきたため、今後も成約数は増加傾向となる。
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・大阪・関西万博の開幕以降、更に人の動きが活発化することで、景況感の上向き期待が高まる。不動産市況にも先高観があるため、堅調な動きが期待される。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・米国大統領による関税引上げなども始まるため、先行きは不透明である。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・以前は花嫁道具として、色無地と黒紋付、訪問着くらいは購入されていたが、最近は購入が減っているため、状況は大きく変わらない。
		百貨店(企画担当)	・今後も続く様々な商品の値上げにより、消費者の財布のひもはますます固くなる。
		百貨店(企画担当)	・4月13日から始まる大阪・関西万博の効果で、海外からの客が増えることを期待している。ただし、為替の動きにも大きな影響を受けるため、効果のほどは不透明である。
		百貨店(売場マネージャー)	・米国大統領の就任後、為替の動きは不透明であるが、個人消費への悪影響や物価の上昇傾向は続くと予想されるため、景況感は大きく変わらない。
		百貨店(販売推進担当)	・物価の上昇により、衣料品などの購入には慎重になると予想される。来客数は横ばいとなり、客単価は上昇する一方、購買率や購買点数が悪化することで、トータルでは若干の悪化傾向が続く。
		百貨店(外商担当)	・国内のファミリー客には物価上昇の影響が出るものの、富裕層やインバウンドは堅調な動きが続くと予想される。
		百貨店(マネージャー)	・主にインバウンドの動きの鈍化により、足元の景気は厳しい。来客数は横ばいか微増傾向であるものの、販売量が減少気味である結果、売上は減少している。かすかな期待は大阪・関西万博であり、過去の万博でも開催前はインバウンドが減少したとの情報もあるため、今後は回復が見込まれる。ただし、大きな期待は掛けられない。
		百貨店(外商担当)	・インバウンド売上は少しの為替の動きにも敏感に反応するなか、米国大統領の政策による影響は見通せない。ただし、株価は今よりも上がることが予想されるため、国内の富裕層による購買意欲は上向きことが予想される。
		百貨店(商品担当)	・大阪・関西万博の効果がどうなるかにもよるが、このままではインバウンドの動きが小休止となる。また、外交問題や為替の変化によるインバウンドへの影響も、今まで以上に大きくなると予想される。一方、国内客については、物価の上昇や政情不安による悪影響が出る。
		百貨店(売場マネージャー)	・大阪・関西万博の開催により、関西全体ではインバウンドや全国からの来客数の増加が期待できるが、地元客の売上が上向きとは考えにくい。その一方で、商品の値上げの動きや、水道・光熱費の高騰による消費の低迷が予想される。
		百貨店(商品担当)	・来月から大阪・関西万博の開催に伴うインバウンド需要が期待されるが、国内客は4月以降の更なる日用品の値上げや、米国の景気後退懸念による投資家心理の冷え込みもあり、一進一退の動きが予想される。全体としても、特に上昇要因は見当たらない。
		百貨店(マネージャー)	・国内消費は夏を迎えて、モノ消費よりもコト消費が増えると予想される。そのため旬の付加価値があるコンテンツの提案がポイントになるが、消費マインドは慎重姿勢が続くそうである。一方、インバウンドについては大阪・関西万博による集客効果がポイントとなる。
		スーパー(経営者)	・食品の値上げが続くため、消費の伸びは期待できない。
		スーパー(店長)	・物価の上昇傾向に変化はないため、賃金の増加などの明確なプラス材料がない限り、現状から変化はないと予想される。
		スーパー(店長)	・現状の物価対策では、収入が物価の上昇に追いつくイメージがもてないため、景気回復は見通せない。
		スーパー(店員)	・天候の問題で野菜や果物の収穫量が年々少なくなり、販売期間もすぐに終わるなど、今後も厳しい動きが続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・酒類や食品価格の上昇が予定されており、1人当たりの購入点数は減少するが、購入単価の上昇により、売上や利益への影響はないと予想される。
		スーパー（企画担当）	・ビールなどの値上げもあり、4月からはそれほど販売量は伸びない。今後も値上げの影響が続くと予想される一方、野菜相場には低下がみられる。それに伴う販売点数の増加などで、青果売上は増加が期待される。
		スーパー（経理担当）	・消費者の多くは、物価の上昇による実質賃金の減少に対し、どこまで賃上げで応えてくれるのかと期待している。期待どおりの賃上げとなれば、厳しい状況も少し緩和されるが、中小零細企業に勤務している人や、年金生活者も多いため、一気にムードが変わることは期待しにくい。
		スーパー（企画）	・値上げの動きがまだ続いており、4月の賃金のベースアップはあるものの、景気の改善にはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・買い控えが続くなか、中食の需要は減少している。
		コンビニ（店員）	・5月にはゴールデンウィークもあるため、旅行者による来店が増える。
		コンビニ（店員）	・度重なる値上げに客も慣れてきており、あえて買い控えを行うこともなく、諦める雰囲気がある。
		衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目になると、客の購買意欲の上昇が期待されるが、今年は物価上昇の影響で商品の単価も上がっているため、不安な部分もある。
		家電量販店（店員）	・現在は好調なパソコンや携帯電話は、学割対応の終了や新生活需要の一巡で売れなくなるが、暑い時期となることで、エアコンの販売量が伸びると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・値上げの効果に期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・必要最低限しか売れない状況は、今後も変わりそうにない。新しい物に買換える購買力も、物価の上昇に追い付いていない。
		乗用車販売店（役員）	・新たなヒット車種がなく、売れ筋車種が限定されるため、在庫が潤沢にあるとは言い難い。車両価格も高騰しており、新車の販売台数が大幅に増加する要素は見当たらない。さらに、本社のある欧州市場のほか、中国市場が不振であり、米国の輸入関税引上げの問題もあるなか、積極的な対策は乏しいため、今の状況が続くと予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・客の動きも2極化しており、一部の客には定期的な購入がみられる一方、長く乗り続ける動きも顕著となっている。この状態は当分続くと予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・生産が安定しているため、車両の販売台数も高止まりした動きが続いている。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車の値上げなどもあり、買い控えの動きが懸念される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・更に値上げをする商品が多く、販売量が徐々に落ち込むため、増収減益傾向となることが予想される。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・海外のハイブランドのバッグや小物類の単価が、円安で値上がりしているように、地金の価格が上がり続ければ、金製品の単価も上がっていく。消費者が手を伸ばすのは、どちらかといえば前者である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・米国大統領の政策による貿易摩擦や紛争の行方など、先行きには不透明感が強いが、業況が大きく変化することはない。
		その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温の上昇に伴い、予防商材も含めた花粉症関連商品やアレルギー薬といった医薬品の売上増加が見込まれる。また、春物商材に需要がシフトすることで、売場の活性化も期待できる。一方、食品などの生活必需品は、値上げの影響で客単価が上昇しているものの、買上点数は減少しており、売上に大きな変化はみられない。今後も引き続き、同様の状況が続くと予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料の無料キャンペーンがまだ続くため、売上の増加傾向も続くと予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークもあり、外出日和となればランチ需要の増加が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・4月に入るとまた様々な物価の上昇が予想されており、当店の仕入れにも影響が出るほか、利用客の生活費にも影響がある。また、喫煙に関する条例も施行されるため、今までの購入客の来店状況にも不安がある。ただし、大阪・関西万博がいよいよ開幕となるため、良い影響が出ることを期待したい。
		都市型ホテル（管理担当）	・景気の良くなる材料が非常に少ない。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・ここ最近では、客室、レストラン利用共に高水準で安定している。レストランのランチは、4月から最低価格が2000円から2400円にアップするが、先行予約の動きは良い。客室部門については、大阪・関西万博の影響は現時点で不透明であるが、レストランでは、大阪・関西万博に伴う観光バスでのランチ需要が少しずつ増えている。
		旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博が4月13日に開幕するが、需要の波に乗れるかどうかポイントとなる。現状は関西ですら盛り上がりを見せている。実際には、開幕後は状況の好転が予想されるものの、景気回復の一助となるかどうかは不明である。
		タクシー運転手	・徐々に暖かくなり、外出する人が増えているため、好調な状況がしばらくは続く。
		通信会社（役員）	・需要は前年比で微減となっており、競争環境も厳しいため、販売台数に大幅な増加は望めない。
		通信会社（営業担当）	・実施中のキャンペーンにより、引き続き好調な推移が見込まれる。
		観光名所（企画担当）	・これまでと同様に、前年比では一定の増加が続いており、状況は変わらないと予想される。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・人件費や物価の上昇による影響が顕著であり、売上に対する費用の比率が上昇している。可能な経費の削減策を講じて、現状維持に努めている状況である。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球のシーズンが始まるほか、5月には家族向けのイベントや多くのコンサートが開催されるため、若年層を中心に多数の来場が予想される。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・梅雨の時期となるため、来客数は少なくなる。
		美容室（店員）	・この季節に販売量が落ちるということは、今後しばらくは厳しい状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・例年は4月が近づくと、年末年始の流通の停滞状況を脱し、活発な情報が飛び交う動きとなるが、今年はその傾向がみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの都心と郊外の格差は、価格に加えて売行きでも大きくなると予想されるが、全体的には良くも悪くもならない。
		住宅販売会社（総務担当）	・価格の上昇に賃金の増加が追いついておらず、税負担ばかりが増えるなど、先行きへの不安が高まっている。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・例年であれば、年度末は新築物件の駆け込み需要がみられるが、今年には忙しくないなど、景気の良くない状態が常態化している。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・3か月先には大阪・関西万博が開催され、関西全体が盛り上がる。ただし、収入がその分、上がるわけではないため、ふだんの買物は厳しくならざるを得ない。大阪・関西万博による需要の喚起が逆効果となることを懸念している。
		一般小売店 [花] (経営者)	・物価の上昇による影響が出てくる。
		一般小売店 [ガラス細工] (店長)	・運送コストや光熱費が高騰するなか、販売価格への転嫁にも限界がきている。
		百貨店（広報担当）	・大阪・関西万博による影響を除けば、免税売上については、前年に大きく伸びた反動がしばらく続くと予想される。
		百貨店（管理担当）	・政局の不安定さや、米国による関税引上げ、株値の先行き不透明さといった流動的な要素が多いため、一進一退の状況が続く。
		百貨店（売場統括）	・米国大統領の政策により先行き不透明な状況が続いているなど、好材料に乏しい状況にある。

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
		スーパー（店長）	・中心となる購入客層が70代となっており、物価上昇の影響をまともに受ける。
		スーパー（開発担当）	・年度末になり、また商品の値上げが進んでいる。賃金は上がらない一方、値上げラッシュが続いているため、消費者は悲鳴を上げている。
		スーパー（社員）	・食品価格の高止まりが続いているため、客の節約志向が更に強まり、ディスカウントストアなどの低価格店舗に、客が流出する傾向が高まりそうである。
		コンビニ（店長）	・店舗周辺の環境が変わったため、先行きはやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・決算セールが終わり、4月から5月にかけては販売も低調となるが、春が短く夏の到来が早まる気候となれば、単価の高いエアコンや冷蔵庫が動き出す。ただし、それまでは停滞した動きが続く。
		乗用車販売店（経営者）	・ウクライナとロシアによる戦争やガザ地区の停戦交渉も難航しているほか、米国の関税引上げの影響で世界的な株価調整局面となっている。4月からは更に物価上昇が始まるなど、景気が改善する材料に乏しい。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安の影響や、米国大統領の政策による影響で振り回される状況が落ち着けば、少し良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・米国の景気後退が予想されるなか、日本に対する輸入関税の引上げにより、厳しい状況が待っている。先行きへの不安から、消費も減退する。
		その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・猛暑による影響が懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・4月に入ると、今の勢いが少し衰える見込みである。大阪・関西万博の恩恵も、今のところは市内中心部に限られる。5月以降、当地域にも好影響が波及してくることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・物価の上昇による影響が大きく、更に値上げが一気に加速している。デフレには戻りたくないが、現実の動きに気持ちが追い付いていない。
		通信会社（経営者）	・今後も原料価格の高騰が続くと予想される。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・健康増進の気運が高まる傾向にあり、スポーツ施設の利用には追い風となるが、物価の上昇が原価や経費にどう影響するかが懸念される。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・退会者が少し出てきたほか、体験学習の入会者も例年と比べて少ない。
		住宅販売会社（経営者）	・いつまで値上げラッシュが続くのか分からない。
		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）	・社会全体が不安定であるほか、金利の上昇懸念や金融機関の融資姿勢の悪化、物価上昇などの影響で、お金が貯蓄に回ると予想される。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、4月以降は更に物価が上がるため、生活必需品ではない衣料品の消費は減少することが心配される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇が続き、家計が圧迫されている。
	×	百貨店（売場主任）	・特に高齢者の客が多い店舗では、物価の上昇に収入の増加が追い付いていない。各種物価の上昇に対し、明確な政策が示されていない状況では、景気の悪化が避けられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・主婦が洋服を購入できない状況が続いており、今後も景気は悪くなることが予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・米だけでなく、お金が知らぬ間に消えている。NISAなどで若年層にお金が回り始めているといわれるが、やはり高齢者はしっかりと貯蓄しており、不安材料が出てくると、敏感に財布のひもを締めている。
	×	家電量販店（店員）	・様々な分野で物価の上昇が続けば、状況は悪くなる一方である。物価の上昇に対する政府の対策にもスピードが求められる。場合によっては、過去にない最悪な景気となりかねない。
	×	家電量販店（店員）	・4月には更なる価格の見直しがあるため、厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	家電量販店（企画担当）	・住宅省エネ2025キャンペーンの利用条件が厳しくなり、リフォームの検討客の反応が悪い。また、4月からの水回り商品の価格や、人件費の高騰による施工費の値上げで、リフォームへの意欲が低下している。
	×	住関連専門店（店長）	・例年、春になると案件が増加傾向となるが、今年はその気配がないほか、予算が合わずに断られるケースも増えている。物価の上昇により、今後も厳しい状況が続く。
	×	住関連専門店（店員）	・収入は変わらない一方、値上げラッシュが続いているなど、景気の良くなる要素が見当たらない。賃金が上がっているのは大手企業だけである。
	×	一般レストラン（店員）	・食品や酒の値上げが続くため、外食を控える動きが増える。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇により、消費者の価値観まで変わってきている。
	×	通信会社（社員）	・3月の最需要期が過ぎれば、販売は落ち着いてくる。年間で最も販売数の多い月と比べると、必然的に販売は悪化する。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・為替相場はいまだに安定せず、方向性も分からない状況であるが、今までの事業とは別に、新規事業の開発に取り組んでいる。新規事業が順調にいけば、夏までには利益率の高い事業が生まれるため、増収増益となる予定である。
		食料品製造業（従業員）	・穏やかな気候となれば、人流も活発になり、今まで動きの悪かった商品も動き出す。大阪・関西万博も開催されるため、先行きに期待したい。
		食料品製造業（営業担当）	・価格の上がる商品が多いなか、飲料関連では価格が下がっている物もあるため、気温の上昇に伴ってやや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博関連の問合せが続いており、今後も駆け込み需要で受注量の増加につながると予想される。
		化学工業（企画担当）	・春の食料品の需要期を迎えるほか、ゴールデンウィークも控えているため、夏を前に販売量の増加が見込まれる。
		化学工業（製造担当）	・来期の製造品目が追加されるなど、見通しはやや良い。
		金融業〔保険〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催により、少なからず観光関連の消費増加が見込まれる。
		繊維工業（総務担当）	・和装を楽しむ機会が増えなければ、安定した需要が確保できないため、業界による機会の創出が必要となっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する要因が見当たらず、インバウンドの増加による恩恵も業種が限られている。
		化学工業（経営者）	・取引先にもよるが、主要取引先への聞き取りでは、良くなる見通しを示す企業がない。
		化学工業（管理担当）	・米国大統領による関税上げの実施について、見通しが立たないため、先行きが全く予想できない。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇が止まらない。春闘の状況を確認し、物価の上昇以上の賃上げが、中小企業も含めて順調に進んでいるかどうかを注視したい。
		金属製品製造業（経営者）	・米国大統領の発言で何が起きるのが読めない。自動車関連の関税問題などの不安材料が多いなか、来年度に期待するしかない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後も景況は低調なまま推移すると予想される。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価上昇の動きは続いているため、家計の負担増は避けられない。
		建設業（経営者）	・監理技術者不足が続くなか、働き方改革による工期への制約もあり、作業所の工程管理は厳しい状況となっている。発注者側にも完全週休2日の工期設定を望んでいるが、民間工事では理解が得られても、現状は厳しい工期が続いている。
		建設業（経営者）	・新年度に入るため、しばらくは問合せや受注の動きが落ち着く。
		輸送業（経営者）	・大阪・関西万博の影響で人手不足となっており、通常は当社に来ないはずの仕事が、少し回ってくることになっている。
	金融業（営業担当）	・物価の上昇が止まらないため、個人消費は停滞が予想される。業種によってはインバウンドの特需も見込まれるが、景気への効果は限定的とみられる。	
	司法書士	・物価の上昇が止まらず、景気が良くなる要因も見当たらないため、現状が維持できればよい。	

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
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇に、消費者がついていけなくなっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・いよいよ大阪・関西万博が開催となるが、足元の景気は決して良いわけではなく、節約志向が続くと予想される。一方、外国人旅行者は前年を上回る動きが予想されるなど、プラスとマイナスがきつ抗する形となる。
		食料品製造業（管理担当）	・商品の値上げを検討しているため、来客数に影響が出るのが懸念される。
		繊維工業（総務担当）	・一般的に、物価の上昇による生活費の増加に、給料などの収入の増加が追いついていない。靴下の製造、販売状況では、大手の販売先が仕入コスト上昇分の半分以上しか負担してくれないのが現状である。そのため、従業員の昇給は非常に厳しい状況である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今月の新規案件の受注減少による影響が、今後出てくるおそれがある。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費者に買い控えの動きがみられ、特に価格感応度が高くなっているため、コストアップ分を販売価格に転嫁し切れない。
		建設業（経営者）	・物価の上昇に収入が追いつくまでは節約志向が強まるため、住宅に投資する客の減少が危惧される。
		輸送業（商品管理担当）	・家具販売の繁忙期が終わるため、売上が少し落ちる。
		輸送業（営業担当）	・年々家具の売上が落ちているため、引っ越しシーズンが終われば、売上が更に落ち込むと予想される。
		金融業（営業担当）	・今後も燃料価格の高騰などによる、あらゆる物への影響が避けられない。仕入価格はまだ上昇すると予想され、この改善には政策による介入が必要と考えられる。
		不動産業（営業担当）	・今後もECサイトなどでの販売が増える一方、実店舗での販売が縮小することで、空室が増加する。将来的にも空室率が上がり、賃料が下がるため、景気の悪化につながる。
		広告代理店（営業担当）	・期初は例年どおり、広告の受注が減ると予想される。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・需要期が終われば、取扱商品には良くない時期となる。
	×	輸送業（営業担当）	・大規模な運送拠点が計画どおりに稼働し始めたが、人手不足で労働環境は悪化している。
	×	通信業（管理担当）	・物価の上昇により、かなり悪化が進んでいる。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・大阪・関西万博の開催が、関西景気の底上げに貢献するという見方は楽観的過ぎる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価上昇対策を含めた、経済対策が十分に実施されていない。
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（役員）	・いよいよ大阪・関西万博がスタートする。関西での開催気運の高まりも、景気に良い影響を与えると予想される。
		人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催期間中は、観光産業からの求人の増加が続くと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の大阪・関西万博の開催気運が高まることを見込んでおり、新聞広告やデジタル広告の受注予想は前年以上と考えている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・インターンシップなどの広報が過熱することを考えると、4～6月のインターンシップ合同説明会の出展はますます増えると予想される。また、例年この時期は3回生のモチベーションも高いことから、就職ガイダンスなども前年以上に開催が増える。
		人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博の開催効果で人材需要が少し出ているため、求職者の動きには活気が出るものの、効果は短期間で終わる。
		人材派遣会社（営業担当）	・物価が上昇している割に、求人企業による時給の引上げがなかなか進まない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気対策に期待できないなか、良くなる材料はロシアとウクライナの停戦くらいであるため、大きく変わることはない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少となった一方、年金だけでは生活できない170代の求職相談が増加している。

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
		職業安定所（職員）	・企業が求人を募集しても求職者の応募が少なく、採用に至らない。その一方、求職者は応募先を慎重に検討した上で、応募先を決める傾向にあるため、現状が大きく変化するような要素は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・中小企業の間では、人手不足の解消がなかなか進まない。賃上げによる収益への影響もあり、早期の回復は難しい。
		職業安定所（職員）	・求人企業からは、景気に影響が出るような話はない。ただし、大阪・関西万博の開催や、米国の経済施策などによる影響は注視する必要がある。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業を中心に年度末は繁忙期を迎えるが、今年はその傾向がみられず、求人数は伸び悩んでいる。それに伴い、求職相談は増加傾向となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・賃金の上昇が物価上昇に追いついていないほか、慢性的な人手不足といった懸念材料もあるが、2～3か月程度では景気に大きな変化はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人意欲は旺盛であり、退職者の補充に加えて、医療業界ということもあり、診療報酬の改定による求人数の増加傾向は根強い。ただし、求人数や求人施設数は、コロナ禍以降の伸びが止まっており、4年前の水準に戻ったという程度である。全体としては、医療、福祉業界に人手不足感はあるものの、景気が好調というわけではない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業による早期採用の動きが加速し、求人数も緩やかに増えているが、今後2～3か月で景気が変化する要因は見当たらない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・インフレと賃金上昇のサイクルが続くかどうかは、不透明な状況である。
		人材派遣会社（支店長）	・今後も余り見通しは良くない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は少し落ち着くと予想されるため、今月よりもやや悪くなる。
	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)		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・当県に限定すれば、新しい駅ビルの開業が景気回復の追い風になると考える。
		観光型ホテル（営業担当）	・降雪の心配がなくなり、大型連休で多くの集客が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・これから夏に向けて、消費が伸び、景気回復の追い風になる。
		家電量販店（副店長）	・販売量や単価が改善傾向にあり、景気は少しずつ良くなっていく。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・いろいろな商品が値上がりしたが、客が多少値上がりには慣れた、あるいは受け入れた様子で、買上点数が戻り、客単価が上がった。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ゴールデンウィーク、母の日、父の日などのイベントがあり、来客数の増加が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・春の行楽シーズンになり、ターミナル駅も新しくなったので人出が増える。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・海外需要は5月中旬まで継続する見込みであり、それに加えてイベントに伴う需要も見込んでおり、好調な状態がしばらく続く。
		都市型ホテル（総支配人）	・大阪・関西万博が開催されるが、先行予約は例年並みで推移している。インバウンドも全国と比較して少ない地域ではあるが、首都圏の空港経由並びに当地空港発着のソウル便、台湾便、香港便などの海外個人旅行者に期待する。
		タクシー会社（営業所長）	・大阪・関西万博が開催されて人流が活発になれば、この地域にも恩恵があることを期待している。
	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気は上向く。	

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
		テーマパーク（業務担当）	・新年度の予定が立ち始めているのが、ゴールデンウィーク前後の予約が入り始めており、今後も期待できる。
		テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に向かい、来客数の増加が見込まれる。
		ゴルフ場（営業担当）	・先の予約状況は前年を少し上回っている。インバウンドの予約は変わらないが、国内の予約が増えている。今後の天候にもよるが、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・今月の状況から判断すると、2～3か月後に景気が良くなることは期待できない。
		商店街（代表者）	・電子マネーポイント還元など、行政による景気対策事業が行われると、景気は一時的に盛り上がるが、その反動が必ずあるため、全体では変わらないと考えられる。
		商店街（理事）	・景気に変化する要素が見当たらない。
		商店街（代表者）	・原材料価格や仕入価格がどんどん上昇し、販売価格に上乗せすることができず、厳しい状況で、先行きが全く不透明である。
		一般小売店〔食品〕	・米の値上げが続いているが、政府備蓄米放出により多少は価格が下がると見込んでいる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が少なくなっており、以前のようにはない。
		百貨店（広報担当）	・前年に続き、全国的な賃上げが実行されたとはいえ、いまだ先行きの不透明感が拭えない。
		百貨店（営業担当）	・2～3月の販売動向を見ると、衣料品に対するモチベーションが低下しているため、今後も景気は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の発生を境に客の商品の購入方法が変化している。客は店頭で購入する場合でも、事前にネットで商品を確認し、その後、気に入った商品を店頭で見て、必要な商品だけを購入するようになっている。
		百貨店（売場担当）	・日本を取り巻く世界情勢の大幅な改善がなければ、現状のまま推移する。インバウンドの全くない地方エリアでは景気回復もなく、むしろ百貨店は右肩下りの傾向にある。
		百貨店（外商担当）	・物価の上昇を含め、先行き不透明な部分が多く、景気回復は見込めない。
		スーパー（店長）	・米を始めとする様々な物の更なる値上げが続くことから、現状の生活感は変わらない。食料品のみならず、ライフラインの値上がりの影響は大きいと考えられる。収入の大幅な増加もなく、物価との差は更に大きくなる。
		スーパー（店長）	・4月からかなりの商品が値上げとなる。今後も来客数は前年並みで推移するとみられるが、販売点数は減少する。しかし、値上げをするため売上は変わらない。
		スーパー（販売担当）	・生活に密着した商品が値上がりしており、客の購買意欲が停滞している。
		スーパー（販売担当）	・4月以降も商品の値上げが続く。備蓄米の放出があったが、米価の上昇が続いており、景気や消費動向が大幅に改善するとは考えられない。
		スーパー（営業システム担当）	・物価の上昇が続いており、特売日に客が集中している。4月から酒類の価格改定に加え、米の価格の値下げも難しいことから、販売数の増加は見込めない。
		スーパー（販売担当）	・物価高騰により、ふだん使用する物は必要最小限の購入となっている。3月は就職活動や卒業式のセレモニー関係の商品の需要があった。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・店舗運営における費用が増大している。特に電気料金、人件費、各種消耗品が値上がりし、売上の改善でも追い付かない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・ベースアップ幅より値上げ幅が大きいと感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	・客が値段だけでなく、長く使えて環境に配慮されている商品を選ぶ動きが少しずつ拡大していく。消費が拡大しないかわりに、消費内容が変わっていくので、景気自体の数値指標は変わらない。
		衣料品専門店（代表）	・例年であれば売上が上昇する時期であるが、具体的な景気対策がされていないため期待できない。
		家電量販店（店長）	・物価上昇の影響で現状のままである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（企画担当）	・販売量の増加が見込める商品が見当たらず、景気を刺激する政策がないことから、今後も厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・米国大統領の政策などの影響で、当面、明るい情報がない。
		乗用車販売店（業務担当）	・賃金がなかなか上昇しない状況で、物価が上昇しているため、客の買い控えは継続していく。
		住関連専門店（営業担当）	・来店状況が変わらなければ、悪い状況が継続する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・今月の景気が続けば有り難いが、不安である。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・景気を左右するような大きな話題はない。
		バー（経営者）	・今後の状況は全く予測できない。
		旅行代理店（支店長）	・海外旅行需要の回復が鍵を握っているが、まだ回復基調ではなく、環境改善を期待したい。
		タクシー運転手	・入学、進学、引っ越しなどで人の動きがあるため、利用客が増加しているが、今後は極端に利用客が増加するとは考えられない。
		タクシー運転手	・景気は現状で推移するが、気候が良くなり、観光客が増加することを期待する。
		通信会社（企画担当）	・今の世の中の中の動向では、消費者が景気が良くなる期待を持ちにくく、景気が好転するきっかけも少ない。
		通信会社（総務担当）	・情報通信業界では競争が激しく、客の離脱も増えてきているため、売上が減少傾向にある。また、身近な生活環境面では、給与収入が増えているわけでもなく、物価ばかり上がっているようである。
		通信会社（企画・総務担当）	・年度替わりで新規顧客は増えるが、業界の競争も激化するため、顧客の取り合いとなり、現状と変わらない。
		美容室（経営者）	・食品、電気、ガソリン、宿泊、旅行など、いろいろな物の価格が下がり、給料が上昇しないと、客の節約志向が続く。
		美容室（経営者）	・前年と比べると、客がかなり節約しており、2～3か月では節約志向に変化はないため、景気は変わらない。
		設計事務所	・実際の将来計画調整の決定がまだ分からない。
		設計事務所（経営者）	・建築費の高騰で設計後の発注が予算内に収まらず、設計変更などで時間が掛かっている。
		住宅販売会社（事業推進担当）	・4月からはコンクリートの単価が更に上がり、ガス会社の設備工事の価格改定もあるため、価格の上昇で購入が難しくなる。このため、景気回復は難しいと考えられる。
		住宅販売会社（住宅設計担当）	・例年、春先の販売量は下がる傾向であるが、大勢に影響はないと考える。
		商店街（代表者）	・客がより良い商品を探し続けて、商品の購入で悩んでいる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・輸出とインバウンドが頼りである。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年の動きを見ると、梅雨の時期や夏場は下降気味となる。
		百貨店（営業担当）	・来月からの更なる物価上昇により、客のアパレルに掛ける支出の割合は徐々に低下してくる。そのため、ブランドの撤退や販売員削減など、店にも影響が出てくる。
		百貨店（総務・経理担当）	・物価上昇に歯止めがかからず、客の購入意欲が下がる見込みである。インバウンドに下支えされていた小売業も一旦落ち着く。
		百貨店（売場担当）	・4月からの値上げの予定や米の価格高騰など、心理的に影響するような事項が大きい。客が節約する場面と金を使う場面のメリハリをつけて買物をする傾向が顕著になってきた。
		スーパー（店長）	・賃金上昇が物価高騰に追い付いていない。大きな景気政策もなく、景気が良くなるとは考えにくい。
		スーパー（店長）	・今後は食品中心に値上げの予定があり、更に客の節約志向が高まる可能性が高い。
		スーパー（店長）	・客単価の伸長が鈍化しており、全体的に1品単価の低い商品に客の購買がシフトしている。客が単価上昇に付いていけないことが顕著である。
		スーパー（業務開発担当）	・食品の値上げは今後も続き、買いたくても買えない状況と生活防衛意識が続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（財務担当）	・乗客数と全体の買上点数は前年を上回っているが、1人当たりの買上点数は前年を下回っており、節約と買い回りにより売上が減少する。
		コンビニ（エリア担当）	・車の通行量が減少したため、特にたばこを購入する客が減少したことで売上が落ち込んでいる。たばこ以外の売上が前年並みの数値を維持しているため、道路工事が終わり、来客数が元に戻れば良くなると考えられるが、競合店の出店の影響で悪い状況が続くことを危惧している。
		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状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・日常の買回品の価格が全般的に上昇しているため、大変である。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月は決算商戦でにぎわいを見せている。
		乗用車販売店（統括）	・今期の推移から判断すると厳しくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月後の状況は読めないが、厳しい状況に変わりはないと予想する。市場の動向が上向けば業績も回復するが、何とか現状を維持していくのが精一杯の状態であり、非常に厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売の予定がないため、既存車種のみでは良くなる兆しが無い。
		自動車備品販売店（経営者）	・物価が上昇し、日常の出費が増え、当業種のような必要不可欠ではない商品に客が回せる金が少なくなり、右肩下がりとなる。
		一般レストラン（経営者）	・電気料金やガソリン価格の上昇に、入園、入学、進級、転勤等に伴う出費が重なったため、客の節約志向が強まっている。4月からの値上げが、客単価や利用頻度の低下を引き起こすと心配している。
		一般レストラン（店長）	・駅ビルオープンで商圈が変わり、来客数が更に減少すると危惧している。
		観光型ホテル（副支配人）	・4月から各種料金の値上げを実施するせいか、宿泊や食事等の予約の状況が悪い。
		都市型ホテル（総支配人）	・5月の客室の予約ペースが前年から5%から10%落ち込んでいる。
		旅行代理店（経営者）	・大企業では新卒の給与を上げられるが、中小企業では値上げもできず、給与も思うようにならない。
		通信会社（総務担当）	・年度末の好景気の反動で、今月よりやや悪くなると見込む。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高は家計に確実に負担を与えているため、可処分所得が少なくなる可能性が高い。
		競艇場（企画営業担当）	・今月中旬に開催した女子レース程度の売上が見込めるレースが開催される予定がないため、景気はやや悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・来客数は増加しているが、来月から値上がりが発生するため、客の予算と合わなくなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・物価が上昇し、株価も不安定な状況で、景気が良くなるとは考えられない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・米国の関税の影響で、株価と共に更なる景気の低迷が襲い掛かると考えられる。地方の中小企業にとって、新卒初任給30万円は絶望的な金額である。さらに、景気低迷で自動車関連の製造業の従業員は離職率も上がると考えられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税引上げが景気に影響を及ぼし、消費が冷え込む。
	×	通信会社（広報担当）	・このままでは消費は正常な状態にならない。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高に対して政策的な動きはなく、実効性のある施策が実施されていないため、景気は悪化の一途をたどる。
	×	美容室（経営者）	・急激なインフレや質上げに追い付かず、なおかつ増税の噂などが行き交い、消費は鈍化している。
企業動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・春先から夏にかけて忙しくなる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・全体的に大きな変化はないが、受注量は微量ながら増加傾向にある。
		輸送業	・受注が増えている。

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）	・海外向けの輸出関連顧客においては、米国の関税政策の影響により生産調整や減産の動きがある。
		通信業（企画担当）	・地政学的要因もあるが、AI関連分野への投資が活発化することが想定され、データセンター、クラウドのハイブリッド需要は増加してくると想定される。
		金融業（副支店長）	・物価上昇分までの賃上げには至っていないものの、域内の受注量は確実に増加傾向にあり、将来の景気はやや良くなる。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		食料品製造業（営業担当）	・期首の動向から判断すると、景気は前年と余り変わっていない。
		繊維工業（財務担当）	・エネルギー価格を含めた物価の高騰などのマイナス要因がある。
		木材木製品製造業（経理担当）	・建築基準法の改正が4月にあり、その影響が住宅着工戸数にどのように影響してくるのかが読めないのが、不安要因である。これが今後の住宅業界の景気に大きな影響を与える。
		化学工業（総務担当）	・化学工業薬品では値上げや値下げ等が種々あり、不安定な要素が多い状況が変わらない。当面様子見の状況である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・自動車販売に伴い、鉄鋼需要がどうなるか次第であるが、現在の生産水準が続く見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の解消はない。
		金属製品製造業（総務担当）	・物価上昇や米国の関税等、経済情勢の変化の懸念はあるものの、具体的な影響がまだ判明していないこともあり、当面、現状と同水準の受注や価格で推移すると想定している。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・一般産業用機械は減少しているが、小型屋外作業機械の分野ではエンジン製品の販売が引き続き好調であることから、全体としては大幅には変わらないと予測している。
		建設業	・賃金は上向きであるが、それ以上に物価上昇が著しい。
		建設業（経営者）	・世界情勢に鑑みると、不安定さは想定できるが、金物が動いているため、現状維持となる。
		建設業（総務担当）	・当面は予定物件で手一杯の状態である。
		輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラス、マイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
		広告代理店（営業担当）	・来月から更に物価が上がり、先行きは不透明であり、厳しい状況は変わらない。
		会計事務所（経営者）	・単価の見直し効果と受注案件の収益化が進む一方で、物価高や人手不足等の外部要因に懸念材料がある。
		食料品製造業（経営者）	・4月から再値上げをするため、一段と客離れが進みそうである。商品企画等を見直し、客が買いやすい価格帯の商品をそろえる必要がある。
		化学工業（総務担当）	・販売数量や価格の動向は良くなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・海外向けの需要が鈍化する懸念がある。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは悪くなる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・インフレの状態が続き、賃上げが追い付かないほど物価高となっている状況であり、支出を抑えることで流通が滞るなど、景気が良くなるようには見受けられない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、景気は良くなる。
		金融業（経済産業調査担当）	・企業の価格転嫁の動きが積極化する状況で、物価上昇が当面続く。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着き、来客数や成約件数がやや悪くなる予測である。
	x	*	*
雇用 関連 (中国)		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年度替わりということもあり、引き続き求職者からの問合せ数は増加傾向になる。
		人材派遣会社（求職者対応）	・ゴールデンウィークを過ぎた辺りから、求人、求職者共に動きがある見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪・関西万博や瀬戸内国際芸術祭など、インバウンド需要を期待する動きが加速する。また、賃上げ効果も見込まれる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・景気が変動する要因を見つけれられていない。

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
		人材派遣会社（支店長）	・例年であれば、求人数や求職者数が一気に増え、目まぐるしく動き回る時期だが、今年はかなり落ち着いている。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・飲食店の予約の増加を期待しているが、まだ先が見えていない。
		職業安定所（職員）	・労働市場が閉じた地域ではあるが、例年4月は多数の求職登録がある月でもあり、今後、数か月は求職活動が人手不足に悩む事業所に一定の効果をもたらす。しかし、状況は大きくは変わらず、引き続き事業所の人手不足は続く。
		職業安定所（事業所担当）	・賃上げムードがあるが、賃上げが難しい中小企業も見受けられる。また、人手不足感があるものの、賃上げによって新たな採用が難しいという声も聞く。景気が上昇するような材料は見当たらず、3か月先も現状と変わらない。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数は増加しているが、求職者数が減少しており、景気が良くなる方向には進まない。
		人材派遣会社（事業部長）	・自動車関連の生産が弱含みで推移する見込みであると聞いており、増員計画が見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求職者の動きが鈍化して、それに伴いマッチング機会も減少しているため、事業活動の停滞が懸念される。人さえいれば受注できるのに、人がいないため断ったという状況に歯止めを掛けられずにいる。
		その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率は1倍を超える状況で推移しており、人手不足感が強い。一方、市場は物価高に賃上げが追い付いていない状況であり、今後の景気は先行きが見えていない。
	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)		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は暖かくなるため、飲物が売れるとみられるが、今現在は値上げなどで売れている。
		商店街（常務理事）	・今春も物品、サービス等の値上げラッシュはとどまらない。思っていた以上に消費環境は改善しておらず、地元消費者の節約志向は強い。4月以降に開催予定の、多くの人出につながる瀬戸内国際芸術祭や大阪・関西万博の恩恵も、地元のごく限られた業種や関連施設にとどまるものとみられており、期待を持ってない。
		商店街（代表者）	・観光客やインバウンドも含め、多数の客が商店街を訪問する予定となっている。地元客も夕方頃から新規開店した飲食店を目当てに街に来ており、それらの飲食店は繁盛している。よって、良い傾向になっていくとみられる。
		商店街（代表者）	・政策の中に減税が打ち出されてきたことなどで、我が国の将来に僅かな光明を見いだせる。
		スーパー（店長）	・現状の増加傾向に加えて、今後予定されている瀬戸内国際芸術祭、大阪・関西万博などの各種イベント等により人流が活発化し、その恩恵として来客数の増加が見込まれる。
		コンビニ（総務）	・瀬戸内国際芸術祭の開催等により、来客数の増加、売上の増加が見込まれる。
		タクシー運転手	・2～3か月先は梅雨になるため、タクシーやハイヤーの利用がやや増加するとみられる。また、新入社員や新入生の動きが一時落ち着くことから、飲食の客がやや増加するとみられる。それに加え、人の動きが昼間に活発になるようになる。タクシーの現状として、8年前と比較すると、全法人タクシーの75%、個人タクシーの48%が減車となっている。
		観光遊園地（主幹）	・今月末から花見の時期を迎えるため、来客数が増加するとみている。花見時期に合わせて台湾便が増便となっており、インバウンドの増加が期待される。
		美容室（経営者）	・4～5月もイベントが多い月なので売上も期待できる。
		商店街（代表者）	・電気、ガス料金の補助金が終了して値上がりする上に、仕入品や原材料も少しずつ値上がりする傾向になっている。販売価格の上昇は、難しい状況が続いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・4月からの仕入価格が改定になるものが多く、商品価格を上げにくいものも多いため、注文が増えたとしても利益は余り上がらないと予想している。

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
		百貨店（マネージャー）	・地元客は引き続き厳しいことが予想されるが、瀬戸内国際芸術祭の開催により観光客の増加は見込める。
		スーパー（店長）	・1品単価の上昇と前年並みの販売点数が今後もしばらく続くと予測している。
		スーパー（企画担当）	・世界情勢を背景とした物価の上昇や実質負担の増加による消費の冷え込みなど、まだ先行きは不透明とみている。
		コンビニ（店長）	・物価高騰による商品の値上げはしばらく続くとみているが、消費は現状で推移していくとみられる。
		コンビニ（商品担当）	・ウクライナ、パレスチナの停戦など好材料もあるものの、米国の関税の問題などが国内の経済に影響するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・本来は4月とゴールデンウィーク終了までは、非常に売上が良い時期である。しかし、商品単価が高くなっており、需要が追い付いておらず、売上も大きく伸びるとはみられず不安である。
		衣料品専門店（営業責任者）	・客の間でも物価の上昇や政治の話が多く、先行きに不安を感じている人が非常に多い。購買意欲が低迷しており、4月に多くの物の値上げが発表されているなかでは、上向く兆しがなかなかみられない。
		家電量販店（副店長）	・来客数は下がることなく安定しているが、物価高の影響から景気が良くなるような要因はなく、景気は変わらないとみられる。
		乗用車販売業（営業担当）	・販売停止車両の再開が見込まれない。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの配車はますますだが、受注が伸びないため受注残が減る状況が続いている。
		乗用車販売店（役員）	・賃上げ気運はあるが、世界経済の動向に不透明感もあり、大きな変化はない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・足元の物価高で不安はあるが、県外客やインバウンドはまだ堅調に推移している。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊供給量に限界がある。また、ある程度は大阪・関西万博へ吸い上げられるとみている。底堅くは推移するとみている。
		タクシー運転手	・お遍路の仕事が徐々に入ってきているが、前年のような逆打ちの年ではないため、今の状況からは変わらないとみられる。
		通信会社（支店長）	・物価高騰の影響から、あらゆる方面で価格上昇となっており、消費行動も抑えられていることから、来客や販売に影響が出ているが、改善の方向性は不明確と考える。
		通信会社（営業担当）	・来客数は安定しており、微増傾向にあるが大きな期待はできない。
		競艇場（マネージャー）	・年配の常連客への販売量は、やや減少していると考えられるが、CM効果で、若年層の客が増え、落ち込み分をカバーしているとみられる。
		美容室（経営者）	・ほぼ固定客で、新規の客はほとんどないため、ある程度安定はしているが、良くなることもないとみられる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・メーカーから値上げの連絡は現在のところ来ていない。しかし、燃料費がやや上昇している。材料費は、メーカーから4～5月にかけて値上げすると聞いており、上昇幅については現時点では不明だが、例年の水準であれば10%となるとみられる。今後の景気については、悪化していくとみられる。
		百貨店（販売促進）	・世界情勢などにより景気が停滞するとみられる。
		スーパー（企画担当）	・来月以降更に商品の単価が上昇することが決まっているため、顧客の買い回りによる来客数の増減や買上点数の増減が発生し売上にも影響が出てくるとみている。
		スーパー（統括担当）	・物価高、買物点数の減少の傾向は変わらず、消費は徐々に冷えていくとみられる。
		スーパー（財務担当）	・消費者は物価高騰に耐え切れなくなり、購入量を更に減少させている。引き続き経費は増加しており、経営を圧迫している。
		コンビニ（店長）	・来客数が増加する要素がない。今後も物価上昇が続き来客数が更に減少するとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・物価高のため買い控えがみられる。

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
		家電量販店（店員）	・新年度からの値上げ情報もあり、すぐに必要な物以外の購入が減るとみている。
		都市型ホテル（経営者）	・外国人旅行者が多い施設以外の、日本人利用客の多い宿泊施設は単価が上がらず、人件費や原価の上昇から利益率が低下している。宴会需要も余り強くない。
		設計事務所（所長）	・大型プロジェクトが建設費の高騰等によって、計画が白紙になったり、事業が中断したりするようになっている。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・4月よりビールの値上げで3月中は駆け込み需要があり、4月以降当分の間は、商品の動きは余りないとみられる。今後はこれだけ物価高では、消費者の購買意欲もなくなるとみている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ガソリンも含め物価も当分下がりそうにないため、景気は良くならないとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年、4月以降は、7月まで売上は低い傾向があり、期待できない。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・食品業界においても春闘での賃上げ要求を会社、経営陣共に前向きに評価し妥結した。今年の春闘は、物価上昇、金利上昇、賃上げの傾向がはっきりしてきている。
		繊維工業（経営者）	・3月から初夏にかけて、タオル需要が増加する時期であり、活発な需要が見込まれる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ゴールデンウィークに外出する人や家で掃除をする人が増えるため、ウェットクリーナーの需要が増加し売上が増える。借入れの金利だけが上昇している状況のため、適正な価格転嫁を行っていかねば利益が出にくい。
		輸送業（経営者）	・温暖になってきたが、やはりインバウンドの効果が以前より大きい。
		広告代理店（経営者）	・人手不足に伴い採用関連広告、及び瀬戸内国際芸術祭や大阪・関西万博の影響もあり、旅行やホテル等の観光関連広告の増加が見込まれる。したがって、やや良くなる見込みである。
		農林水産業（職員）	・主食である米が値上がりしており、加工食品の多くが近年値上げされている。食料自給率が低い我が国において、4半世紀以上続いた食の安値は、この令和の米騒動をきっかけに転換期に来ているとみられる。
		食料品製造業（経営者）	・原材料、エネルギー費、労務費の高騰に伴い、値上げを実施したが、販売量が減少しており、今後もこの状況が続くとみられる。
		木材木製品製造業（営業部長）	・仕入価格の高騰、賃上げで業績が悪い状態が継続している。受注量の回復が見込めないためリスクは伴うが、価格転嫁を行い業績の回復を図ることが必須である。
		化学工業（所長）	・一時的な買い控えがあっても、長いスパンでは大きな変化はない。人口減少もあり大きな変化はないとみられる。
		鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械関連の回復待ちの状態だが、今のところ、その兆しがみえない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の政策動向による世界の政治、経済への影響や中国、欧州経済の先行きに不透明感があることに加え、地政学的リスクの高まり等もあり、先行きの不透明感が増している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メインとなる自動車、電気自動車関連事業が、非常に停滞するとみられる。一方で、バイオ関係の業務は景気が良くなるとみており、両者を総合的に勘案し、景気は変わらないとみられる。
		建設業（経営者）	・公共工事の動向、住宅購入意欲の減退などが見込まれる。
		建設業（経営者）	・次年度、民間建築はある程度の見通しが立ったが、公共事業の動向に懸念がある。
		通信業（企画・売上管理）	・大きく変動する要因はない。
		通信会社（総務担当）	・来年度の受注見込みの積上げが進んでいない。
	電気機械器具製造業（経理）	・米国政権の関税引上げによる物価高の継続が見込まれ、ウクライナ情勢によるグローバルな政治経済の不安定さの解消が見込めず、円安基調が続くとみられる。	
	金融業（副支店長）	・1月から住宅ローン等が引き上げられて、若年層の負担が大きくなっている。	
	税理士事務所	・米国が様々な製品に関税を掛けたりするなど、物価高に対して賃上げが見込めない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(四国)		-	-
		人材派遣会社（総務部長）	・人手不足、最低賃金引上げにより、2～3か月後は余り変わらないとみているが、将来的な人材ビジネス業は厳しくなるとみている。
		職業安定所（求人開発）	・前月同様、周辺企業からは、今春での賃金改定へのプレッシャーに加えて、増大する人件費や原材料価格、エネルギーコストの推移等を不安視する声が聞かれ、先行き不透明な状況で一進一退が続くとみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・これから2026年卒の新卒採用が本格的に開始されるため、現時点では判断しにくい状況だが、合同企業説明会などの様子を見る限り求人状況が悪くなる可能性は低いとみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感は、このまま続くとみられる。
		求人情報誌（営業）	・多くの業界で人材不足が続いている状況で、早期化が本格化している新卒採用においても、変わらず苦戦をしている。特に地方の中小企業では、都市圏の大手企業と比較して競争優位性がないため、人員確保が困難な状況が続くとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期が落ち着き、求人数が減少するとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一般の消費が伸びない限りは、厳しいとみられる。
	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)		-	-
		商店街（代表者）	・4月になると気候が良くなり、人の動きも多くなるため、商店街にはぎわうものと予想される。
		スーパー（従業員）	・現状を踏まえると、今後は来客数と売上が良くなっていくと予想される。
		コンビニ（経営者）	・地域周辺のイベントが増加する時期であり、インバウンドも含めて確実に消費が拡大するため景気は良くなる。
		コンビニ（経営者）	・今春の賃上げのニュースは明るい話題が多いものの、米国の動きに影響され、客からの不安の声も耳に入ってくる。そのため、今後も先行きは不透明である。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の需要が高まっている。また、気候が暖かくなることで冷房器具の需要も増加するため、景気は良くなる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・企業の人員の異動もあり、新年度に入ると来客数は増加する。特に当地は外部からの転入者が増えている地域であるため、客は増加傾向にあると予測している。
		高級レストラン（経営者）	・今月の来客数が悪すぎたため、現状より悪化することはないと予想している。4月の予約状況は前月と比較すると若干増加しているが、まだ低調である。新年度に入ると接待等の会合も行われるため、予約の増加に期待している。
		旅行代理店（統括者）	・当県の空港が第2滑走路運用開始に伴い増便を行うため、この先の景気は良くなる。また、当県の都市の成長により、経済が活性化すると予想される。
		タクシー（統括者）	・運賃の一部を改定した効果は継続すると考えている。また、乗務員の採用も増加傾向で推移すると予想され、効果がより強固な物になると推測している。
		テーマパーク職員	・大きな環境の変化がなければ客足は伸びてくると考えられる。
		観光名所（職員）	・団体バスが増加しており、駐車場が常に混み合っているため景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・この数か月客の動きが増えており、住宅ローン金利や補助金等の背景もあって住宅購入が増加傾向になっている。

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
		商店街（代表者）	・生活に余裕がある客はいつでも購入できる状況にあるが、給料が昇給しても物価がそれ以上に上がっているため、財布のひもはしっかり固くなっている。生活の格差がはっきり現れている状況である。
		商店街（代表者）	・物価高となっており、客は買物を控えている状況である。商店街にも人が少なくなっており、この状況では3か月後に景気が良くなるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・地方の商店街の周辺では会社の倒産や飲食店等が次々に閉店している。
		商店街（代表者）	・米や食料品に限らず、この先も続く物価高に客の財布のひもは固くなっている。物価高対策支援給付金は消費に回らず、物価の上昇に備えて貯蓄される状況である。そのため、消費に回るよう商品券の配布等の一般消費者や中小零細企業に効果のある施策を期待している。
		商店街（代表者）	・今の経済状況が続く限り現状から変わらず、2～3か月先も悪い商況が続くと予想している。
		一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	・今年はいかが獲れる量が少なく大変であったが、これからアオリイカや赤イカの季節になる。少しでも漁獲量が増えるようお願いしたい。また、現在、イワシが獲れておりこれは様々な魚の餌になるため、この先の漁獲量増加に期待している。
		百貨店（企画担当）	・米を始めとした食料品の値上げが継続しており、消費全般が一律で盛り上がることは見込めない。一方、富裕層における宝飾品などの高額品購入は底堅く続いていく。
		百貨店（企画担当）	・大きなモチベーションがなく、セール販売を期待して商品の購入を控える客も出てくるため、景気は変わらないと予想している。
		百貨店（経理担当）	・物価高の影響もあり、飲食も含め食料品の売上は厳しい状態が続く。インバウンドは若干回復傾向ではあるが客単価が伸びず、消費マインドは依然として弱い。
		百貨店（営業担当）	・商品単価の上昇で買上意欲の減退が見込まれるが、少しのぜいたくや御褒美による自家需要は継続している。月末に開催されるコラボウォッチツアーでは、長蛇の列や待ち時間が長くても買物を楽しむ姿が見受けられる。また、春の行楽シーズンを迎えるため今後も国内外で人の動きがあり、インバウンド需要や土産、工芸品、特産品需要が見込める。
		百貨店（リーダー）	・客は生活必需品以外の購入を控えている。また、冠婚葬祭の返礼が減少している。
		百貨店（業務担当）	・3月であるにもかかわらず夏日となったため瞬間的な物の動きが大きくなり、今後必要な物の動きは活発化する。しかし、落ち着いた物価高と不安定な世界情勢により、客の消費に対する動きが現状より良くなる見込みはない。また、オーバーツーリズムの影響により、国内旅行を取りやめる客も増加している。
		百貨店（営業企画担当）	・消費の鈍化は継続すると予想されるが、春になり新生活やイベントのほかオケージョンニーズの高まりなどマインドの変化に期待している。
		スーパー（店長）	・4月から更なる値上げラッシュとなるなか、消費者の購買動向に変化はないと予想している。
		スーパー（店長）	・春闘の結果次第で景気が多少上向きになる要素はあるが、賃上げが物価上昇を上回らない限り景況感は変わらない。
		スーパー（店員）	・備蓄米の流通が始まっているが、物価は上がり続けている。客は日々、何がお買い得で最適なのかを考え、チラシやアプリのクーポンを利用し、消費期限の長い商品をまとめ買いしており、店頭でグラム単価をスマートフォンの電卓で計算している姿を見受けられることが増えている。メーカーが販売店ごとにグラム数の違う商品を納め、一目で価格差が分からないようにしている。
		スーパー（総務担当）	・新年度からの賃上げは社会全体でなく、一部の大手企業の話である。大多数の消費者が所属する中小零細企業は大幅な賃上げに取り組める環境ではなく、引き続き消費者の生活防衛意識は高いまま推移すると予想され、消費マインドの高揚にはつながらない。
		スーパー（経理担当）	・今後、最低賃金の上昇等もあるため、4月以降は景気の上昇と下降のバランスが取れた状態に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
		コンビニ（経営者）	・物価高騰で商品単価が上がっているため、購入点数が減少傾向にある。そのため景気の上昇は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・3か月後の動きが不安であるが、周りの物価上昇に歯止めがかかり、更に景気が好調に推移していくことを期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・賃上げにより、購買意欲が高まることを期待している。
		衣料品専門店（店長）	・2～3か月先の来客数や売上は、変化がないと予想される。
		衣料品専門店（取締役）	・今後も数百品目の商品を値上げする報道があるが、食品を含め生活必需品も値上げラッシュとなっている。不安材料ばかりで、大多数の人が普通に生活することに困っている。高額な衣料品を購入できる人は一部で、先行きが不安定で危惧している。
		家電量販店（店長）	・この先も収入が増えず物価高が止まる様子もないため、景気が回復する要素がない。
		家電量販店（従業員）	・様々な料金や物価の上昇が続いており、消費の低迷につながる懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降も値上げ等が続き、来客数が減少すると考えられる。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末商戦が終了し、今後売上が減少する見込みである。車両代替の提案数を増やし売上が下がらないよう調整していく。
		乗用車販売店（役員）	・4月以降のメーカー予定生産台数は高水準となっており、登録や納車などの販売に期待している。
		乗用車販売店（代表）	・変わるような要因が見当たらない。
		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）	・2月は非常に寒いため苦戦傾向となっており、また、春商戦で目立った進展がないため、初夏までは耐え時である。気候が読めないためアパレルや雑貨店舗の予測はしづらいが、物価高や賃金、コストの状況次第では現況より悪化することも想定される。
		一般レストラン（スタッフ）	・今後、米の値上がりや物価高に伴い外食消費が減少する。
		観光型ホテル（専務）	・今後は平穏な天候が続き旅行需要が増加することに期待している。
		観光型ホテル（管理）	・宿泊の予約状況は前年よりも好調であるが、物価上昇により収益確保は厳しい状況が続いている。
		観光型ホテル（支配人）	・歓送迎会も落ち着き、宴会、宿泊の4月以降の予約状況は共に横ばいである。スポットイベント等の実施で利用増加を期待している。
		タクシー運転手	・物価が上がる一方で、そのしわ寄せが来ている状況である。
		通信会社（社員）	・特にトピックスがないため、景気は変わらないと予想している。
		通信会社（業務担当）	・年末から2月末にかけて、当社の客よりネットセキュリティに対しての問合せが増えており、UTM等のハードシステムの導入につながっている。しかし、3月は以前のように問合せが少なくなり、一過性のものだと判断している。
		ゴルフ場（従業員）	・コロナ禍のゴルフブームが落ち着き均衡状態にあるため、景気は変わらない。
		ゴルフ場（営業）	・今後は予約数、来客数共に変化はないため景気は変わらない。
		競馬場（職員）	・春闘の結果や物価高などの影響を受ける可能性があり、今後、直接的にどの程度販売量に反映されるか見通せないことから、景気は変わらない。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は初夏のような気候になるが、景気は現状から横ばいを維持する。春になり人や商品はそれなりに動くと予想している。一方で、景気そのものは回復基調とはいえ、米国の追加関税等気になる点もある。
		美容室（店長）	・今月は売上が若干増加したが、2～3か月後の景気は今と変わらないと予想している。
		設計事務所（所長）	・販売量の結果が出るのに2～3か月かかり、今月の景気の状態を踏まえて2～3か月先の結果となるため、景気は変わらないと予測している。

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
		住宅販売会社（従業員）	・需要と供給、株価の上下といった観点から非常に分かりにくい景気状況となっている。景気が良いという意見もあり、美術品のオークションでは1000万円超えの入札も行われるなど突出して景気の良いところもある。景気に格差が現れている。
		商店街（代表者）	・年度末が終了し、年度初めのサービスが増加している。年度初めのサービスは例年ゴールデンウィークまで続いていたが、年々期間が短くなっており、前年は4月下旬で落ち着いた。そのため、3か月後の景気は悪くなると予想している。
		商店街（代表者）	・食品の値上がりはし好品の買い控えにつながり、景気は悪くなると予想される。また、小規模小売業の従業員手当は据置きで、高所得者との開きが大きくなる。物価上昇により日本経済は悪化する一方である。
		商店街（代表者）	・現在再開発を行っているため空調設備等が整っておらず、雨や風、日ざしが強くなる日も多く、客を招く準備ができていない状況である。そのため、今後は商店街に客を呼び込む取組を検討していきたい。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・生活費の基準となる米の価格やガソリンに加え、春になると2000品目も値上げすることになり、青果物の買い控えが増加して景気は悪くなる。年末のぼんかんは売上が好調だったため、当県産の他のかんきつ系果物に関しても期待を持てる状況である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今後は人手不足が解消される見込みであるが、高騰した人件費により利益が圧迫されることが予想されるため、景気はやや悪くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後、売上が見込めるイベントとして母の日があるが、1年で1番売れるシーズンである3月と比べると売上は落ち込む。母の日以降は花を贈るイベントがなくなるため売上は夏にかけて減少する。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから3か月先の売上は期待できず、厳しい状況が続く。今後、消費者が生活しやすい環境を作る等、対策の検討を行うことで、中小企業の売上は向上していくと予想している。
		百貨店（企画担当）	・対米国の海外輸出企業やその関連企業は米国の関税などにより悪影響を受けることが予測されるため、消費者心理も冷え込むことが危惧される。また、3か月前より円高基調に振れているが、今後3か月は物価に好影響を与える期間としては短く、ほぼ好転はないと予測できるため、景気は悪くなる。
		百貨店（経営企画担当）	・苦戦している衣料品については気温上昇とともに持ち直すことを期待している。一方、外商を含めた催事関係も苦戦しており、物価高などの影響で購買意欲が高まりにくい状況であると推察している。
		スーパー（企画担当）	・政府の電気料金への補助金が終了するなど消費マインドの低下に結び付くような話題が多くなっており、景気回復に少なからず影響を及ぼすことが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・今後、物価高でコンビニエンスストアの店舗数は更に減少すると予想している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・毎月値上げが行われているが、4月になるとアルコール類の値上げが大幅に行われ、その分買い控えも多くなると予想している。
		家電量販店（店長）	・このところの売上はまずまずの実績であり、これは電気事業法の改正でスマートフォンが大きく売れていることが影響している。そろそろ落ち着きそうな雰囲気もあるが、先行きは不透明である。
		家電量販店（店員）	・米国の動向次第で状況が変わるため、今後の見通しは立っていない。また、我が国に不利益が生じることがあれば、迅速に対策を採ると予想している。
		乗用車販売店（役員）	・現状は好調となっているが、今後数か月はメーカーからの配車台数が徐々に減少すると予想される。生産車種もコンパクトクラスを中心として増産となり、収益構成の変化が予測される。

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
		住関連専門店（経営者）	・物価高が止まらず、加えて、米国の関税政策に各国が対抗措置を執り始めたことにより、世界経済が混乱している。その影響から身の回りの景気にも影響が及んでおり、景気はしばらく低迷すると予想している。
		住関連専門店（従業員）	・暖かくなり、単価の低い春夏商材に移行することで売上の推移も落ち着くとみている。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・4月末には再開発によるビル開業により中心地の人流が変わると予想している。一部エリアの人流が減少することも考えられる。
		観光型ホテル（営業）	・今後は大阪・関西万博が報道で取り上げられる機会も増えることから関西に注目が集まるため、客の流出が懸念される。
		観光型ホテル（総務）	・今後は客の動きは悪くなると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後の予約が今月と比べ減少するため、販売量を単純に比較すると景気はやや悪くなると予想している。要因としては、インバウンドが少ないことにあると考えられる。
		旅行代理店（統括者）	・世界や国内における政治が不安定であるため、今後の景気は悪くなると予想している。
		タクシー運転手	・物価高、関税の引上げ等の不確定要素が強く、インバウンドや国内観光客は好調を維持しているが、今後も一般市民の節約傾向は続くため景気は悪くなる。
		通信会社（店員）	・オンラインの手続に移行しているため、景気は悪くなると予想される。
		通信会社（役員）	・4月から多くの生活物資で値上げが続き、家庭経済を圧迫する可能性が高いため、景気は悪くなると予想している。
		ゴルフ場（従業員）	・今後、暖かくなるにつれ台湾や香港からのインバウンドの増加を期待しているが、現状予約数は少ない。地元客や県外客に期待している。
		理容室（経営者）	・卒業や入学で今月は忙しいが、来月になると入学や転勤を含め人の移動が始まるため、客が減少する月になり売上は落ち込む。客の話からも、現状は年度末で忙しいが、来月以降は時間に余裕が出てくると聞いている。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・会社の合併や買収により親会社が変わったため、今後の経営方針が変更になり先行きが見通せない状況である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護保険の制度上、報酬改定は2027年4月まで実施されないため、物価高騰や賃上げなどの財源確保も2年間は困難となり、経営の圧迫につながる可能性がある。
		設計事務所（所長）	・世界情勢や経済情勢が不透明であるため、景気の動きは見通しが立たない。材料や製品の単価は今後も上昇傾向が続くと予想される。また、地方の中小企業や個人事業主の経営の苦しさも変わらない状況である。
		設計事務所（代表）	・物価高騰や金利の上昇により、景気は悪くなっていく。
		x	スナック（経営者）
企業 動向 関連 (九州)		-	-
		農林水産業（経営者）	・工場での生産体制や販売先の需要の全てが良い方向に向かっているが、原料手当が外部依存になっているため、原料確保が1番の課題である。4月、5月は特に需要が期待できる時期であるが、工夫をしながら原料となる鶏の確保に力を入れていきたい。しかし、経営的には資材の値上げや賃上げ等により、厳しい状況であることは変わりがない。
		化学工業（総務担当）	・前年比では損益は回復傾向にあり、現況が続くと予想されるため、景気は良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半年前から営業展開を行っていたが、新規取引先の受注が決まって今までの受注減少のカバーができそうであるため、景気が好転することを期待している。
		電気機械器具製造業（取締役）	・決算見込みも好調でボーナスも支給予定である。一方、懸念は材料価格の高騰や賃上げも必須な状況にあることである。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・1～2月の大雪による稼働停止の影響分、新年度計画に上乗せで見込めるため、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・年度末となり、入札もない状態である。新しい年度のスタートで応札し落札できれば売上がやや良くなる。
		輸送業（従業員）	・人が移動するタイミングで商品の動きが良くなっているため、景気は良くなると予想される。
		金融業（営業）	・気候が良くなるとベースアップ等が消費に好影響を与えるため景気は良くなる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・3月は寒い日が続いたことから、予想していた季節の変わり目の景気ではなかった。下旬に入り気候が良くなり景気が改善してきたため、4～5月の売上はかなり期待ができる状況になると考えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客は輸出を抑え気味となっている。今の状態に鑑み、貿易問題がどのようになるのか今後の動向を注視している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今後の予定が立っておらず、受注も少ないため社員を休ませる会社も若干増えている。顧客の話からも、年内はこの状況が続くと考えられる。
		輸送業（従業員）	・九州は自動車輸出関連産業が多く、米国の関税などに大きな影響を受けるため、不透明な部分が多い。関税が増加する前に輸出する話もあるが、米国の販売不振もあり在庫過多となるためメーカーとしては悩んでいる状況である。
		通信業（職員）	・年末から年明けの受注量が年度当初の想定よりも多く、今年度の部門受注予算は達成する見込みとなっているため、来年度の第1四半期に大きな動きはないと予想している。
		通信業（経理担当）	・次年度に向けた商談が本格化しており、営業部門からの報告では、当年度と同等かそれ以上のスタートになると予想している。
		金融業（従業員）	・乗用車の販売が回復傾向にあるほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も増加している。一方、住宅や家電の販売は弱含んでおり、物価上昇によるコスト高や人手不足のほか、海外経済の不透明感等から先行きはやや慎重な見方をしている。
		金融業（調査担当）	・賃上げの動きに広がりが見られるものの、過熱する物価高の影響で消費マインドは高まらず、今後の景気は現状程度で推移すると見込んでいる。
		金融業（営業担当）	・取引先企業や従業員から賃上げによる恩恵の話は出ていない。しばらくは生活防衛等の話題が続くとされる。
		不動産業（経営者）	・現況や受注状況などから、今後の大きな変動はない。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、景気は変わらない。
		広告代理店（役員）	・先行きを見通せない状況であるため、景気は変わらないと予想している。
		経営コンサルタント（社員）	・商品の値上げが続いており、節約が進むと予想している。
		経営コンサルタント（社員）	・同業者も本業が忙しいことから、2～3か月先も余り活発な動きは期待できない。
		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、この先も景気は変わらない。
		家具製造業（従業員）	・年度末までにある程度の受注を終えているため、春先以降の2～3か月は厳しい状況になると予想される。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年4～6月の販売量は横ばいで推移するため、景気は若干悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年に商品の値上げをしたが、まだそのことが浸透していない状況である。特に今年から来年にかけて原料の陶土が値上げをするため、その状態を踏まえ現在の流通状況では、今後の商品の値上げは難しく危惧している。
		金属製品製造業（事業統括）	・米国政権の影響が続き、世界的に景気は停滞すると予想される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客動向予測の情報によると、景気はやや悪くなると予想している。
		建設業（社員）	・3月中に発注があると確認をしているが、まだ受注できていない状況である。発注側は年度初めて異動などもあり非常に難しい状況になっており、早期の発注を期待したい。
		輸送業（総務担当）	・4月より価格が上昇する商品もあり、物価高に拍車がかかる。それに対する政府の経済的補助は期待できず、マイナス材料ばかりでプラス材料が見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（調査担当）	・地域の中小企業には賃上げの負担が大きく、業績の悪化が予想される。
		広告代理店（従業員）	・中小企業としては、物価が上昇しているが給与を上げようとしても上げられないジレンマに陥っている。中小企業が賃金を上げられるようになればようやく景気が良くなっていると実感できるが、当面はやや悪い状態で継続される。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・2025年度は市町村の福祉に関する調査や計画策定について全国一斉に行われるものがないため、発注数の減少が予想される。そのため将来の景気がやや悪くなることが予想される。
	×	繊維工業（営業担当）	・今後2年は在庫整理等で国内工場が潤うことはないため、持ちこたえなければならない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先からの受注は今後も低調が見込まれるため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・4月に向けた料金改定交渉も順調に終わったが、求人数はゴールデンウィークに向けた内容も含め、順調に増加傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・年度が替わり、企業が新たな取組を始めるため、景気は良くなっていく。
		人材派遣会社（社員）	・売手市場が進むなか、人材採用が難しくなっている。そのため事務関連の業務を外注する企業が増加傾向にあり、外注先の企業の引き合いが増加している。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・気候が良くなることから人出も多くなり、個人消費も高まると期待している。
		人材派遣会社（社員）	・4月に入り求人のお問合せは増加している。大型連休もあるため求職者の動きが鈍くなるが、景気の上昇を感じるほどではないと考えている。
		職業安定所（職員）	・販売や観光で好調な企業もあり、スーパーマーケット等での販売額は前年を上回る等個人消費の回復がみられる。一方で、家計の圧迫から物価上昇を上回る賃上げを要求する声もあり、この先も消費者意識は厳しいものになる。
		職業安定所（職員）	・人手不足であるが就職件数は増加していない。また、物価高などの影響があり景気上昇につながる要因がみられないことから、今後も景気は横ばいになると予想している。
		民間職業紹介機関（職員）	・九州でも、新卒学生の初任給を上げてでも採用したいと考える企業が増加しており、現況の景気が今後も続くと考えている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・米国政権が打ち出す輸入品に対する関税措置を始め様々な政策が国際経済の不確実性を高めている。日本企業も具体的な対応策を模索している状況となっており、先行きの不透明感が強い。加えて、日米の金融政策や株価・為替相場の動向、物価高騰が続く状況で、実質賃金が改善する見通しが立たないため、景気が上向くとは考えられない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度の見込みをみると、約20人受入れをしている企業の派遣が終了する。また、料金改定をしない企業が約1割強あり、新年度は厳しいスタートとなる見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後景気の2極化や3極化が更に進むと予想している。大企業やIT等、時流に乗って伸びる企業とその他の企業で大きな格差がある。インボイス制度により低所得事業者から消費税を取る等、国の制度含めて、格差がますます拡大していく。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価上昇における家計への負担が景気に影響を及ぼすと予想している。	
	×	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連		-	-
		百貨店（経営担当）	・母の日のギフト需要やゴールデンウィーク期間の地元客及びインバウンドの来客数が増加すると見込んでいる。

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
(沖縄)		コンビニ(経営者)	・近隣スーパーが移転したため、野菜類を陳列したところ年配の来客数が増加している。
		コンビニ(店長)	・来客数が前年比では一旦下げ止まりをみせたが、直近では上昇の気配をみせているため、今後2～3か月は景気が良くなるとみている。
		その他専門店[陶器](製造)	・観光客が増加するとみている。
		一般レストラン(代表者)	・人流が良くなっており、5月までは来客数が増加し、ゴールデンウィーク後から緩やかに減少するとみている。
		住宅販売会社(役員)	・夏に沖縄県北部の大型レジャー施設がオープン予定となっており、北部地区の不動産供給が活発化しつつある。経済効果も期待できるとみている。
		住宅販売会社(営業担当)	・個人住宅の建売の前向きな問合せが増加している。一方で、土地の不足により、注文住宅は減少している。金利の先高観もあり、消費者マインドの変化が起きているとみている。
		商店街(代表者)	・街中は、飲食店が増加しており、物販が厳しい状況のため、店によって来客数にばらつきがみられる。全体的には景気は余り変わらない状態になっているとみている。
		スーパー(企画担当)	・2～3か月先も物価上昇が続くことで、単価の上昇と節約志向による販売数の減少が続くため、景気は変わらないとみている。
		コンビニ(経営企画担当)	・値上げによるコンビニ離れを不安視していたが、マイナスの影響は出ていない。しかし、価格が購買に影響を与えており、売上の構成が変化している。
		衣料品専門店(経営者)	・今月は、新しいシーズンに入るため、売上増加を期待していたが、例年より客数が非常に少ない状態であることから、景気はまだ良くなるとみている。
		衣料品専門店(経営者)	・現在の物価やエネルギーの高騰、円安などの社会情勢が続くようであれば、何らかの対策を行わない限り、景気が上向くとは考えられない。
		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並みに推移しており、大きな変化はなく今後もこの傾向が続くとみられる。
		家電量販店(営業担当)	・前年6月から沖縄県が実施していたキャンペーンの対象商品であるエアコン、冷蔵庫の反動減が大きいとみている。
		旅行代理店(マネージャー)	・世間では賃上げなど景気の良い話もあるが、企業としては単純に固定費が増えるため、出費を抑えるべく出張等の項目から削られている。物価の上昇傾向により個人消費もすぐには上向かないとみている。
		観光名所(職員)	・物価上昇で旅行意欲が低下しているとみている。一方で、大阪・関西万博の影響も出てくるとみている。
	×	その他飲食店[バー](経営者)	・近所の20年続いた飲食店が2軒閉業しており、飲食業は厳しい状況である。来月から値上がりする品目も多く、景気が良くなる要因がみられない。
	×	観光型ホテル(企画担当)	・3月の販売室数が前年比8%増加なのに対し、6月の予約室数は前年比30%減少とマイナスに転じている。
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		食料品製造業(役員)	・観光客は増加傾向が続くとみられ、ゴールデンウィーク需要もあいまって食品関連の需要増加を期待している。
		窯業土石業(取締役)	・次年度の上半期までは工事受注の見込みがあり繁忙が予想されるが、原材料価格の高騰等による製造原価上昇で収益面が懸念される。
		輸送業(経営企画室)	・北部の大型レジャー施設が開業し、観光需要の増加による景気の好転に期待している。
		広告代理店(営業担当)	・県内企業の販売促進予算は、資材及び人件費コスト増加の影響により増額する兆しはみられない。
		-	-
	×	コピーサービス業(営業担当)	・業者間の競争激化が影響するとみている。
雇用 関連 (沖縄)		-	-
		*	*
		人材派遣会社(総務担当)	・物価上昇が続くなか、景気の回復は難しいとみられる。

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
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・報道では、景気対策の必要性をよく耳にするが、実生活で実感するまでは容易なことではないとみている。現状がまだ続くとみている。
		人材派遣会社（経営者）	・派遣先の状況や周辺企業から、景気低迷の話をする経営者が増加している。
		求人情報誌製作会社（営業）	・3月が求人数のピークとみているため、やや減少するとみている。ただし、ゴールデンウィークの短期採用や夏シーズン向けの求人など、ふだんとは違ったニーズを見込んでいる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・新卒の就職活動が前倒しになっていることで、前月から多くの求人や問合せを受けている。そのため、求人数が減少することも前倒しになるとみている。
	x	-	-