

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北海道)	◎	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ツアーを含めて予約が増加していることから、今後の景気は良くなる。インバウンドの個人利用が増加することも期待できる。
	○	商店街（代表者）	・今後については、当地の祭り期間に入るため、帰省客及び観光客が増加し、一部の業種を除いて売上を伸ばすと期待できる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・雪解けが進み、日々春めいてきていることから、これから観光客にとっては良い季節を迎えることになる。売上は前月と大きく変わっていないものの、客の表情から景気が少しずつ良くなっていることもうかがえる。このため、今後の景気はやや良くなると期待している。ただし、大阪・関西万博の影響で、国内観光客も外国人観光客も前月と比べて入込が減っていることは気掛かりである。
	○	百貨店（売場主任）	・今年の4月は例年ほど気温が上がらなかったことから、春物の動きが悪かった。その分、5月以降の販売量が増えたと見込まれる。ただし、インバウンドによる買物は今後も回復しないことが懸念される。
	○	家電量販店（経営者）	・エアコンを始めとした季節商材の販売が好調に推移すると見込まれる。
	○	家電量販店（店員）	・夏物商材の売行きが良くなってきた。長期予報によると、今年の夏も気温が高くなると見込まれているため、エアコンの販売量が伸びることも期待できる。ただし、その他の商品の売行きが良くないことは気掛かりである。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・販売単価が引き続き好調なことに加えて、国内客もインバウンドも堅調な来客が見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・1月に過去最高の国際線利用者数を記録した空港をゲートウェイとした北海道へのインバウンドの勢いは、夏季観光シーズンも継続すると期待できる。また、半導体工場の稼働に伴って新たなビジネス需要が喚起されることも期待できる。
	○	通信会社（企画担当）	・当社の料金プランやサービスについて、メディアを通じた徹底周知や宣伝を行うことで、現状からの改善につながると期待している。
	□	商店街（代表者）	・国民の可処分所得が増えて、使える金が増えない限り、景気はどんどん冷え込んでいくことになる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・例年であれば5月から繁忙期に入るが、最近の基調は良いとはいえないため、しばらくは景気の余り良くない状況が続くことになる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドによる消費が好調なものの、地元客による消費が力強さに欠ける。こうした状況はしばらく続くと見込まれることから、景気回復はまだ先のことになる。
	□	スーパー（店長）	・今後については、ガソリン価格が低下することで、より広域からの集客が見込めるようになる。一方、物価が上がり続けていることから、劇的に景気が良くなることは考えにくい。
	□	コンビニ（エリア担当）	・主食の米の価格が高止まりしていることから、今後も景気は変わらない。夏以降、前年のように米が不足した場合に、客の動きがどうなるかが不安である。
	□	コンビニ（エリア担当）	・景気が上向き要素が見当たらない。米国の関税の動きも不透明なことから、先行きが不安である。
	□	コンビニ（店長）	・物価高が影響して、客の買上点数が増えてこない状況にあるため、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
	☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰による客の節約志向の強まり、原価の高騰や人件費の増加によるコスト増など、当社にとって厳しい経営環境が続いている。商品開発や営業努力でこれ以上の影響が出ないようにどうにか耐えている状況であることから、今後も景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・様々な物の価格が高止まりしていることに加えて、国内外の動きが不安定なことから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・車両登録台数が大きく増えるような見込みがなく、新型車が出て当社の割当て台数が決まっていることから、景気が上向くような要因が見当たらない。今後も同じような状態が続くことになる。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・今後、メーカーではほとんどの車種で価格改定を予定している。現在、受注がストップしている車種が受注を再開したとしても、新車の受注はかなり厳しい状況になるとみられる。
	☐	その他専門店「医薬品」（経営者）	・今後については、客からの相談に対してより丁寧に対応するなど、小型店のメリットを生かした展開が必要である。また、全従業員がそうしたスキルを持てるようにレベルアップすることも必要である。
	☐	その他専門店「ガソリンスタンド」（経営者）	・新たな燃料価格支援策が5月22日から始まり、全国平均の小売価格がガソリン・軽油では1リットルあたり10円、灯油・重油では5円引き下げられる予定ではあるものの、特に大きな変化はないとみられる。
	☐	その他専門店「造花」（店長）	・これから繁忙期を迎えることになるが、注文の動きが悪いことから、景気が上向くとは考えにくい。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・しばらくは例年並みで推移すると見込んでいるが、不安もある。円安のうちは海外客の入込も順調に推移するとみられるが、円高が進むと海外客の入込が落ち込み、観光や飲食業界にとって大打撃となることが懸念される。なじみ客は、高齢になったことが影響しているのか、物価高が影響しているのかは分からないが、当店への足が遠のいている。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・景気の先行きが見通せず不安定な状況にあるものの、直近の来客数の動きから、今後も大きな変動はないとみている。
	☐	スナック（経営者）	・余り状況が変わっていないため、今後も景気は変わらない。
	☐	旅行代理店（従業員）	・大阪・関西万博が始まったが、期待したほどの盛り上がりとはなっていない。今後も団体旅行については、需要が低調に推移することが見込まれる。
	☐	旅行代理店（従業員）	・原材料価格や運送費、人件費の高騰などが収まらないことから、法人客との会話で国内旅行を控えるような雰囲気が強まっている。
	☐	タクシー運転手	・例年春先はタクシーの売上が1年間で最も少なくなる時期であり、夏を迎えるまでは4月と同じような売上で推移すると見込まれる。一方、当社では、乗務員を順調に採用できていることで、タクシーの稼働台数が前年よりも増えており、会社としては増収となることを期待している。ただし、乗務員の採用コストがかさんでいることから、収益は前年並みが見込まれる。
	☐	タクシー運転手	・今後については、イベントの開催や観光客の入込が増える時期であることから、イベント関連や観光客の利用が増えることが見込まれる。ただし、一般客の利用がやや減少していることから、全体としては変わらないまま推移する。
	☐	タクシー運転手	・今後については、需要の閑散期となるため、売上の増加を余り期待できない。
	☐	観光名所（従業員）	・物価高による家計圧迫、外出控えの声があちこちから聞こえてくるが、当施設の入込客数や売上については、毎月のように何らかの最高記録を更新しており、ピークが続いている。客の勢いはそろそろ落ち着くとみられるものの、今後も引き続き好調に推移すると期待できる。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・物価や原材料価格の高騰が続くなか、金利も上昇していることから、今後、住宅着工数は余り増えないと見込まれる。非住宅も厳しい状況にあり、建設業界を取り巻く環境は厳しさを増している。

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）	・住宅ローンの借入期間を50年とする商品が増え始めている。月々の支払が抑えられることで、客の住宅購入意欲が上向くことを期待したいが、いまだに賃上げ率が物価上昇に追いついていないため、引き続き厳しい受注環境で推移することになる。
	▲	商店街（代表者）	・今後については、米国の関税の動きが影響して、景気が下向くことが懸念される。そうなれば、客の動きがますます悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・これまで好調だったインバウンド消費は季節要因で落ち込んでいる。また、大阪・関西万博が開催されていることで、今後、国内旅行客が大阪に向かうことが見込まれる。北海道観光にとっては厳しい年になると見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・米の価格が上がっていることで、食べることに苦労する状況となっている。特売品しか買えないという客の声を聞く機会も増えている。そのため、今後の景気はやや悪くなる。物価高に伴って、店舗の売上は増えているが、人件費や輸送費などの経費負担も増えていることから、経営面でも厳しい状態となっている。
	▲	スーパー（企画担当）	・前年の米騒動以降、客の価格に対する意識がかなり強くなっており、この先、価格訴求を強めたとしても消費マインドを好転させることは難しいとみられる。現在国会で議論されている消費税減税についても、消費回復に向かうまでの効果は望めない懸念がある。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・米国の関税政策が国内経済に及ぼす影響を懸念している。仕入単価がますます上昇し、消費者心理にもマイナスの影響が生じるとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（役員）	・当分の間、米の値上がりの影響が多岐にわたって生じると見込まれる。外食やスーパー、コンビニの弁当なども値上がりすることで、今後、客の節約志向がますます強まることが見込まれる。
	▲	スーパー（従業員）	・今後については、物価上昇に伴って、客の動きがますます悪くなることが見込まれる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今後については、インバウンド効果が鈍化すると見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・食品の値上がりに加えて、酒、ビールの値上げにより消費がますます落ち込んでいることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・物価高が収まるような兆しがないことから、衣料品への支出は引き続き抑えられると見込まれる。原材料価格の高騰などで、低価格商品を提供することも難しいため、今後も厳しい状況が続くことになる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・公共料金やガソリン価格も上昇していることから、今後の個人消費は若干の弱含みで推移することになる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・夏を迎えて行楽シーズンとなることで、客が行楽に金を使うようになり、車に金を使わなくなることが見込まれる。また、新型車の発売が特に予定されていないこともマイナスである。そのため、今よりも景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	自動車備品販売店（店長）	・景気の低迷や物価高が解消されず、より厳しい状況となっているため、光熱費への支出を考えて、消費に回す金が減ると見込まれる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	住関連専門店（役員）	・食品を中心に、今後も値上げが見込まれるため、節約志向がますます強まるとみられる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・当地の市況に大きな動きがみられないこと、道内の景気が上向いているとの声も余り聞こえてこないことから、今後も厳しいまま変わらない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・米国の関税などの外部要因により、今後も物価がますます高くなることが懸念され、家庭や企業において、旅行に掛ける金が減ることを心配している。
	▲	美容室（経営者）	・あらゆる物の価格が上がっていることで、客が出費を控えようという雰囲気が強くなっている。客が来店する周期も以前よりも長くなっていることから、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
	▲	美容室（経営者）	・物価高が続いているなか、4月の売上が前月並みとなったのはたまたまであり、今後、美容にける金が減少することは避けられないとみられる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価高が解消されない限り、景気が良くなることはない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・金融経済情勢が不安定で不確実なことから、今後、客が大きな買物を先送りすることが懸念される。そのため、マンション市場の先行きについて、楽観的な見通しは持てない。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	・インバウンドの落ち込みは今は底であり、これから少しずつ暖かくなるにつれて、入込が増えてくることが見込まれる。一方、国内客は米国の関税の影響により、旅行に掛ける金が減る又は旅行そのものに行かなくなると考えられ、前年よりも減ると見込まれる。
	×	一般小売店（経営者）	・先行きの不透明感が解消されない限り、景気の回復は期待できない。
	×	スーパー（店長）	・世界情勢が落ち着いていないため、今後も様子見の状況が続くことになる。
	×	スーパー（店長）	・生鮮食品も含めて、毎週のように値上げが行われているなど、物価がどんどん高くなっている。値引きをしている日はそれなりに売れるが、それ以外の日は買物の仕方がシビアになっている。生鮮食品も半分や4分の1にカットした商材だけが売れている状態である。今後も値上げの動きは続くこととみられることから、景気はますます悪くなる。
	×	衣料品専門店（店長）	・経済や海外情勢に関する不安要素が増えているなか、企業の対外活動が大きく上向くとは見込めないことから、紳士服の売上が増えるとは考えにくい。物価高騰の影響も大きく、衣食住で真っ先に節約されるのが衣料品であることも頭を悩ませる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・米国の関税政策の影響で、国内はもちろん世界的な景気低迷が懸念される。国内客はもとより、これまで好調だったインバウンドも急激に減少しており、原材料価格の高騰もあって、景気は悪化することになる。
	×	タクシー運転手	・国内外で問題が山積しているなか、今後の方向性が見いだせない状況にあることから、消費者心理が落ち込むことが懸念される。そのため、今後の景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・今春の気温が予想ほど上がらなかったことから、今後についても例年並みの気温で推移することを期待している。
	○	食料品製造業（従業員）	・観光シーズンの到来により景気が上向くことを期待している。ただし、韓国を始めとして外国人観光客の動向に変化が生じることも懸念されるため、楽観はできない状況にある。
	○	建設業（経営者）	・今後については、公共工事の受注が進み、それに伴って稼働率、稼働量も上向くことになる。今のところ、天候以外の不確定要素は特に見当たらない。
	○	建設業（役員）	・新年度の好調な滑り出しから、例年よりも早いペースで出来高が積み上がると期待できる。一方、米国の関税の動向、夏の参議院選挙の結果によっては、国内の景気や設備投資にマイナスの影響が生じることも懸念される。
	○	輸送業（支店長）	・現在の受注見込みから、今後の景気はこれまでよりも良くなると期待できる。また、米国の関税政策が輸出入貨物の動きに影響を及ぼさないことを期待している。
	○	通信業（営業担当）	・米国の関税の動向は気掛かりだが、商談の案件数も金額規模も増加傾向にある。観光客の入込も、地域住民の日常生活に影響を及ぼすほど多いことから、この先の景気は堅調に推移することになる。
	○	金融業（従業員）	・老朽化設備の更新や生産能力増強投資、省力化・省人化投資などにより、競争力を高めたいという企業の声を聞く機会が増えている。また、道外観光客やインバウンドの増加が、売上や利益に寄与するという声も多くみられることから、今後の景気は緩やかに回復することになる。ただし、米国の関税政策の動向が懸念材料である。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・国内の建設投資は今後も堅調に推移すると見込まれる。ただし、米国の関税政策の影響など、今後の経済については不透明感が増していることには留意が必要である。

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
	☐	食料品製造業（従業員）	・受注量が増えるような要因が見当たらない。
	☐	食料品製造業（従業員）	・4月に価格改定を行ったところ、前年よりも販売量が増加していることから、今後もこうした傾向が続くことになる。
	☐	建設業（従業員）	・人手不足は今後も解消しないとみられるため、対応できる案件数に限りがある状況は続くことになる。景気は徐々に悪くなっているが、肌で感じるほどではない。
	☐	広告代理店（従業員）	・販売価格の引上げが許容されるようになっていることから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	☐	司法書士	・不動産登記の引き合いが引き続き堅調である。新築案件も一時期と比べて回復している。
	☐	コピーサービス業（従業員）	・大きな変化を見込めない状況にあることから、今後も景気は変わらない。
	☐	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今後についても、現状と変わらない受注量で推移すると見込まれる。
	☐	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・客先の仕事量が秋まで増えてこないとの情報もあり、しばらくは現状のままで推移することになる。年明けからの市況を考えると、客先の購入意欲は高くないため、仕事量が増え始めてから、少し間をおいて商材を購入するようになると見込んでいる。
	▲	＊	＊
雇用 関連 (北海道)	×	司法書士	・原油価格が低下しているにもかかわらず、ガソリン価格が下がってこない。また、主食である米の価格高騰も収まってこないことから、今後も景気の悪化は続くことになる。国により適切な対策が行われることを期待している。
	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・先を見通せない経済状況ではあるものの、各業界の人手不足は深刻である。また、正社員求人が増えているなか、徐々に採用が難しくなっていくとみられることから、今後の求人数は増加することになる。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求職者が求人を選択する際の判断が遅くなっている。また、内定に対して決断できない状況も散見される。そのため、求人数は増加傾向にあるものの、今後も人材不足の状況が続くことになる。
	☐	求人情報誌製作会社（編集者）	・米国の関税や為替の動き、原油価格が引き続き高騰していることなど、不透明な要素が多く、先行きの判断が付かない状況にある。ただし、少なくとも賃金が物価高に対応できるような水準まで上がるとは思えない。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加に転じたものの、減少要因が継続しているため、一時的な動きの可能性が高く、景気が上向きに転じたとははいえない状況にある。
	☐	職業安定所（職員）	・当地の3月の新規求人数は前年比プラス0.9%となり、8か月ぶりに増加に転じた。一方、月間有効求人数は24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）	・米国の関税の動きが全く見通せない状況にあることから、先行きの景気がどのようになるか判断が付かない状況にある。そのため、当面は現状のままで推移することになる。
	☐	学校〔大学〕（就職担当）	・どの業界も人手不足であり、今後も人手不足がますます進行することになる。景気が回復するような要因も見当たらない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・現在のところ、米国の関税の動きによる影響は受けていないものの、今後マイナスの影響が出てく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
	×	*	*

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)	◎	*	*
	○	商店街（代表者）	・天候が暖かくなるにつれて外出する人が増え、来街者数も増えるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・選挙を控えて様々な景気対策が打たれることが予想され、景気はやや改善するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・夏に向けて人の動きが良くなっているため、今後少しずつ良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに来客数の伸びが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークは、インバウンド効果で例年よりも来客数が増えるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・天候が暖かくなり晴れの日が増えれば、来客数の増加が期待できる。
	○	家電量販店（従業員）	・今年は夏場に向けて気温が高くなることが予想される。季節商材の動きが良くなれば、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・各種総会、建設業の安全大会などコンベンションの先行予約が増えている。また、インバウンドの先行予約も好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先3か月の先行販売額は、前年同期をやや上回っている。
	○	旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークを自宅で過ごす人も、景気が悪いからという理由だけではなく、混雑を避け、少し時期をずらして旅行に行く人もいる。先行予約の状況からも少し良くなるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格や電気代などへの物価高対策が行われることを期待している。
	○	テーマパーク（職員）	・繁忙期になるため、来客数も増え、販売単価も上がるとみている。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコンの交換に関する問合せが増えるとみている。リフォームは補助金を活用する工事の問合せが増えるとみている。
	□	商店街（代表者）	・賃上げを実施している企業は多いが、物価の上昇が所得の上昇を上回っているため、家計の節約ムードが高まっている。商店街の景気回復には時間を要する。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・米を買いたくても買えない人が多くなっている。米騒動が落ち着いた限り、人々が消費をしようという気持ちになるはずもなく、景気は悪いまま変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数の減少をどのようにして食い止めるかが重要になる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏に向けて繁忙期に入っていくが楽観的になれない。気候は良くなっていくが、消費者マインドは冷え込んだままとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価が落ち着いた限り、景気が悪い状況は変わらない。
	□	百貨店（催事担当）	・ガソリン価格の引下げ等の景気対策が、多少なりとも消費の活性化につながることを期待したい。
	□	百貨店（従業員）	・物価高が改善されるとは考えにくく、買い控えや必要最低限の購買行動に変化はないとみている。
	□	スーパー（経営者）	・中小零細企業の倒産件数が増加している。また、株価の乱高下や為替の変動、金利の引上げが消費マインドを冷やすことを危惧している。インバウンド需要も一部の地域に限られ、地方への恩恵は少ない。消費の動向は変わらないとみている。
	□	スーパー（店長）	・景気はしばらく変わらないとみている。しかし、米の高騰が続けば消費は更に冷え込み、ゴールデンウィークや母の日といった機会に今までどおり金を使ってもらえるか分からない。

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
	☐	スーパー（店長）	・景気が上向き要素は見当たらない。米や燃料等の価格上昇が続いているため、現状のまま推移するとみている。
	☐	スーパー（店長）	・好転する見込みは少ないとみている。
	☐	スーパー（店長）	・物価高騰が続くなか、節約志向は変わらないとみている。
	☐	スーパー（企画担当）	・所得が変わらないなか商品価格は上がる一方で、客の生活防衛意識が高まっている。更なる物価上昇が予想されるため、現状は変わらないとみている。
	☐	スーパー（商品担当）	・節約志向の高まりから、買上点数は減少、1品単価は上昇し、客単価は現状維持になるとみている。
	☐	スーパー（業務担当）	・景気が急激に良くなることはない。
	☐	コンビニ（経営者）	・近隣の競合店の撤退により来客数は伸びているものの、客単価や買上点数は横ばいである。
	☐	コンビニ（経営者）	・来客数が減っているにもかかわらず売上は少し増えているが、商品価格の上昇によるもので景気は良くない。売上は良くても横ばいとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・しばらくの間、販売量と来客数の増加が続くとみている。
	☐	コンビニ（経営者）	・暑くなり来客数も増えるが、そもそも売上が期待できない地域であるため、良くならない。
	☐	コンビニ（経営者）	・来客数の微減は続く見込みであり、改善の見通しが立たない。今後も商品の値上げが続き、更に厳しくなると予想している。
	☐	コンビニ（店長）	・良くなる兆しがみえない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・ゴールデンウィークの天候に期待している。観光客の増加による売上の伸びを見込んでいる。法人関係では夏物の作業服等を売り込んでいく。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・今後も物価高騰による個人消費の停滞は続くともみている。
	☐	衣料品専門店（店長）	・ビジネスニーズは前年よりも活発になるとみているが、物価高など不透明な要素もあるため、変わらないとみている。
	☐	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に賃上げが追いついていないため、先行き不安から必要最低限の物を少しでも手頃に購入したいという消費者心理が購買行動に現れつつある。
	☐	衣料品専門店（店長）	・物価高と米国の関税政策などで今後の景気が不透明であるため、消費者の不安が大きくなっており、購買意欲が低下している。
	☐	衣料品専門店（総務担当）	・食品を始め、あらゆる生活必需品の高騰が続き、購買頻度が下がっているため変わらない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・オーダーストップしている車種の受注再開が見込めず、今後も低迷が続くとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車の在庫予定日が確定していないため、当分は仕入れ車を販売する。よって、3か月後も売上はそれほど変わらないとみている。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・配車量が極端に増えることはないため、変わらないとみている。
	☐	乗用車販売店（店長）	・車両価格が年々上がるなか、顧客からは高く買えない、できるだけ我慢して乗り続けるといった声を聞く。価格転嫁の影響が大きいことがうかがえる。
	☐	その他専門店「ガソリンスタンド」（営業担当）	・原油価格や為替相場が不安定であり、仕入価格の変動が想定し切れない。急激な変化に対応できるよう身構えることしかできない。
	☐	その他小売「ショッピングセンター」（統括）	・6月下旬は例年バーゲンセールを実施するため、衣料品を中心に消費が活発になる時期である。しかし、光熱費や米を中心とした物価上昇に賃上げが追いつかないため、食品売場では以前のようなセット販売が売れなくなっており、単品の値段を意識する客が増えている。よって、来客数は微減でも客単価が上昇し、売上が伸びる状況は変わらないとみている。
	☐	高級レストラン（支配人）	・土日祝日のランチタイムは客が見込めるが、平日のランチタイム、ディナータイムと土日祝日のディナータイムは客が見込めない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・当店のスタッフからも、節約のため外食を控えているという話を聞く。予約状況からも、来客数が少ない傾向は続くともみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・例年と異なり、今年の4月は歓送迎会がある3月よりも忙しくなっている。3か月先も変わらないとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・参議院選挙の結果次第である。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・好転する要素が見当たらない。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・物価高の話題ばかりで良い話は少ない。消費者は家計に余裕がなく、余暇に回せる金がないとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・物価高は続くことが予想されるため、改善は見込めない。
	□	旅行代理店（従業員）	・物価高騰が続いているため、販売は伸びない。
	□	タクシー運転手	・利用者数は大きくは変わらないが、暑くなれば通勤や通院などの利用者が多くなる。また、コンサートや地域の祭りによる利用者も多くなる。
	□	通信会社（経営者）	・放送サービスは有料テレビの必要性は低くなりつつあるものの、サービスエリアの拡大を予定しているため、中高年者を中心に新規加入者の獲得が期待できる。インターネットサービスは、テレビに接続して使う人が少しずつ増えているため、僅かながらも加入者数の増加が見込まれる。
	□	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）	・政府や自治体の景気対策は実効性が乏しい。
	□	美容室（経営者）	・夏の参議院選挙を前に各党が出している各種景気対策の行方を社会全体がうかがっている。
	□	美容室（経営者）	・ゴールデンウィークに出費した分、その後は消費を抑えるようになる。物価高による節約も予想される。
	□	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の受注が伸びない分を建て替えやリフォームの売上でカバーしている。
	▲	商店街（代表者）	・休日が続くと人出が減り、更に活気がなくなる。
	▲	商店街（代表者）	・円高傾向や米国の関税政策が、インバウンドにマイナスの影響を及ぼすことを懸念している。
	▲	百貨店（企画担当）	・物価高や米国の関税政策の影響を懸念している。
	▲	百貨店（経営者）	・生活防衛意識が少しずつ高まっており、食料品の売上は更に厳しくなるとみている。政府の経済対策が実行されれば消費意欲の回復は見込めるが、今は施策を連続で実施して耐えるしかない。
	▲	スーパー（店舗運営）	・競合環境が厳しくなる見通しである。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・株価の問題、止まらない物価上昇、米価の異常な高騰など景気が良くなる話題が全くない。
	▲	コンビニ（店長）	・値上げ商品が増えているため、客が単価の低い商品を選んで購入する状況は続くとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・米国の経済政策の影響が心配される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・販売が落ち着く時期に入る。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・サービスの売上、新車及び中古車の販売台数、来客数は良くなってきているが、例年、ゴールデンウィークを過ぎると悪くなる傾向がある。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・米国の経済政策の影響は不透明で、将来の見通しが立たない。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・商圈内にショッピングセンターがオープンするため、影響があるとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の繁忙期が終わり、販売量は減ってきている。他油種でのリカバリーも難しい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇により財布のひもを固くしている客が大半であるため、良くなることはない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ディナータイムの来客数が前年比80%程度であり、営業が成り立たない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・物価高が落ち着くか慣れるまでは、消費行動は控えめになるとみている。
	▲	観光名所（職員）	・売上は落ち着いているが、客単価は若干伸びている。販売量は少し落ち込みがみられる。先行きが見えない経済状況のなかで、不安を感じて買い控えをする人と変わりなく買物を楽しむ人に分かれている。

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
	▲	遊園地（経営者）	・物価上昇や先行きの不透明感により、景気が上向くことは期待できない。
	▲	競艇場（職員）	・今月の売上は非常に良かったが、来月以降は少しずつ下がっていくとみている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・米国の関税政策による先行きの不透明感もあり、買い控えの傾向は更に進むとみている。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・企業努力をしても消費は低迷したままで、景気はやや悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・米国の関税政策の影響が見通せない。景気が良くなる要素も見当たらない。
	×	スーパー（経営者）	・米国の関税政策の影響が不透明で、米の価格上昇も続いているため、家計には食費に金を掛ける余裕がない。
	×	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、2～3か月後の受注量は多くないため、今月より悪くなる。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の異常な高騰の影響で苦しくなりつつある。特に日本酒メーカーは採算が取れるような値上げができず、危機的な状況になっている。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・企業各社は女性用の事務服を廃止又は軽装化、男性用の制服も軽装化する傾向にあり、アパレルメーカーとの競合になる。売上の確保はますます厳しくなることが予想される。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税政策の影響が不透明であり、政府の経済政策が明らかになるまでは、消費者の財布のひもが緩むことはない。この先も、広範にわたり物価の上昇が続くため、景気は悪くなるとみている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・7月に日本で大地震が起こるという噂がアジアで広まり、航空機の減便等も予定されていることから、インバウンドの減少が予想される。
	×	美容室（経営者）	・いろいろな物が値上がりしており、客は美容院に掛ける金を節約している。
	×	設計事務所（経営者）	・公共建築は、大型工事の建設費が高騰し予算を超過したため、工事の発注を延期している。発注件数が減少し、受注確保のため過剰な値下げが始まっている。穴埋めできる仕事を抱えていない企業は苦しい1年になる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・現在交渉中の案件の契約等が複数見込まれる。
	○	農林水産業（従業者）	・今後も米の価格は高値を維持するとみている。
	○	金融業（広報担当）	・為替水準の動向に留意が必要だが、夏に向けてインバウンドニーズは高まることが予想される。また、賃上げにより地元消費者の購買意欲が拡大することを期待している。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・3月の値上げ前の駆け込み需要による反動がなくなる。また、値上げに対する消費マインドの冷え込みも緩やかに解消されるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・天候、生育は平年並みで、販売に関しても変わらないとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	・販売量の減少に歯止めがかからないことから、経営状況は厳しくなるとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷業界の厳しい状況は変わらない。印刷以外の事業で補えるかという不安がある。
	□	金属製品製造業（経営者）	・良くなる気配はあるが、米国の関税政策の影響が少なからずあり、相殺してしまう懸念がある。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連の顧客においては、開発計画に大きな動きはない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・企業から良い情報が聞こえてこない。計画値までのめども立っていない。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰から契約の取りづらい状況が続く、人手不足も解消していないため、良くなる状況にはない。
	□	建設業（従業員）	・資材高騰が続いているため状況は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・特定分野の案件がなくなっているものの、全体的に工事は多い。
	□	輸送業（経営者）	・今期の見通しは厳しい。例年よりも高い賃上げのため、人件費増加の負担が重くのしかかる。また、米国の関税政策によって中国の景気回復が更に遅れることが予想されるため、当社の機械装置製造業の取引先において中国向け輸出が増えないことを危惧している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（営業担当）	・設備の安定性など価格以外の強みを強調していくしかない。
	□	通信業（営業担当）	・受注件数は前年と変わらないが、廉価な端末やプランへの変更希望が増えている。ランニングコストを少しでも減らしたい客が増えている。
	□	通信業（営業担当）	・1度上げた販売価格は元に戻さない傾向にある。
	□	広告代理店（経営者）	・不確定な要素が多く、客先の反応も様子見のところが多。大きな動きを取りづらい環境である。
	□	経営コンサルタント	・内外の経営環境は厳しさが続くが、政府による内需喚起のための政策が奏功することを期待する。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・米国の関税政策が影響することへの懸念から、近隣工場の従業員からは先行きに対する不安の声を聞く。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注案件に特段の変化はない。しばらくは低調が続くとみている。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・資材、特に米の価格高騰の影響が大きく、収益改善策を検討している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策などの影響で先行きが不透明である。設備投資の話題も少ないため、2～3か月後はやや悪くなるとみている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響で、特に自動車関連の生産計画の見直しが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・発注や納期のタイミングを先延ばしするケースが徐々に始めている。
	▲	輸送業（営業担当）	・米国の関税政策の影響でやや悪くなるとみている。
	▲	広告業協会（役員）	・米国の関税政策の先行きが不透明で、様子見状態が続くとみている。広告市場はプラス要素に乏しいため、現状よりもやや悪化するとみている。
	▲	司法書士	・住宅着工は底堅く、住宅ローン金利の上昇も一段落しているが、建築費の高騰が悪影響を及ぼすとみている。
	▲	公認会計士	・建設業関係の顧客の業績見通しは不透明である。また、米国の関税政策による国内景気の悪化が予想される。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）	・米国の関税政策による先行き不安から、不況への懸念が出てきている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・成熟した事業で今までのやり方を踏襲する企業と、デジタル分野へと新たなビジネス展開を図った企業との2極化が進んでいる。前者には全国の同業者からM&Aの話が舞い込んでいる。衰退企業の救済もあるが、体力がある間に事業撤退を判断している会社も多いとみている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・販売量は11年連続で前年を下回っている。今年度の需要想定も前年比減少となっており、明るい兆しが全くみえない状況である。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・米国の関税政策などの不安要素は残る。しかし、求人に関する問合せがあらゆる業種からきていることを考えると、今よりやや良くなるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークになると企業が採用活動に割ける時間が増加し、決定数は増えるともっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状、求人数、求職者数共に前年比約80%で変化がないなか、来月以降の成約実績は比較的悪くない。良化、悪化どちらの材料も見当たらない。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	・販売価格を上げても、光熱費や人件費、仕入価格、社会保険料など全てが上昇しているため変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・米国の関税政策の影響が見通せない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・春先から少しずつ広告に動きが出てきている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や米国の関税政策の影響、政府の経済対策等に対して、しばらく様子見の状況が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数はほぼ横ばいで推移するとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比では減少しているものの、人手不足感は続いている。管内事業所において、米国の関税政策の直接的な影響や極端な売上減少、雇用調整の話はなく、特段大きな変動はないとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・原材料価格の高騰が落ち着かない限り、景気は変わらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響が見通せないなか、自動車産業や半導体産業では、減産により雇用への影響も出てくること予想される。物価高騰のなか所得はそれほど上がっておらず、消費を冷やしかねない。よって、中期的にやや景気は減速するとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策の影響で、先行きが不透明になっている。
	▲	学校〔専門学校〕	・米国の関税政策などの影響で先行きが不透明であり、経済活動の停滞が予想される。
	×	*	*

３．北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)	◎	旅行代理店（経営者）	・春の繁忙期が夏まで続くため、良くなる。
	○	商店街（代表者）	・小学校の卒業生減少はあるものの、卒業アルバムを請け負う写真館が高齢化で若い写真館に移行してきている。そうした動きが当店にも回ってきており、卒業生数は減少でも先行きは明るい。
	○	コンビニ（店長）	・気温の上昇とともに、飲料やアイスクリーム等が売れてくるため、売上全体も増えて景気は良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げによる売上の増加が大きいと考えている。今後もこの状況は続いていく。
	○	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇による販売数減少が懸念されるものの、日用品やおにぎり、弁当等の食料品販売数は、各種値上げ後の動向を見ても当地域への影響は今のところ限定的である。観光客やデイリーユーザーの利用が引き続き見込まれる。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・今月の動きを見る限り、先行きに期待できる。
	○	一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークに一時的ににぎわうのは、コロナ禍であっても変わらなかったため、値上げによる不景気でもゴールデンウィークは例年どおり良くなる。
	○	旅行代理店（所長）	・今年もインバウンドは堅調に伸びることが期待される。加えて、教育旅行も例年どおりに受注できている。日本人の来訪がどの程度伸びるのかにかかっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・ベースアップが進んでいる企業も多いため、やや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・２～４月にかけて動きが良かったので、この先も良くなるかとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・気候が良くなり行動が活発になってくるが、物価の上昇が続いているため、変わらない。米価が少しでも下がってくる７月を皆期待している。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年、桜の時期が終わると減少する外国人観光客数が今年は減っていないのは、大阪・関西万博開催の影響だと考えている。国内観光客の消費は飲食物に偏るため、ある程度の売上規模しか見込めないが、外国人観光客は、日持ちがして食べて消えない物を購入してくれるため、必然的に購入数も増えてくる。この傾向はコロナ禍以降に拍車が掛かっており、今後も続くと予想される。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲料水関係の伸びが悪いものの、変わらない。
	□	スーパー（総務担当）	・政府による景気対策次第で動向は変化するが、物価が下がらなければ厳しい。
	□	コンビニ（エリア担当）	・価格に対する消費者の抵抗感は強いままである。現状にすぐには慣れず、高いと感じて購入を控える行動が続く。
	□	家電量販店（店員）	・季節商材のエアコンは、今年も猛暑となっても前年実績が大きいので、前年並みが良いところではないかとみている。また、耐久消費財の買換えサイクルが長く、動きが悪くなっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ゴールデンウィークもあり、稼働日数が少なく、受注は減少傾向のため、受注残も減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（営業担当）	・今までどおりの生活をしていても出費が増える状況のため、こうした状況が改善されないと良くなることはない。
	□	住関連専門店（店長）	・現状の物価高に賃金上昇が伴っていないため、消費は冷え込んだままではないか。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・インバウンドの恩恵もなく、現状が変わる要素は見当たらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・区画整理、駅前開発、交通機関整備等の計画はあるが、直近で景気が回復する要因は少ない。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食事業において、主な費用となる食材費は今後も総じて高止まりが続く。新年度から多くの取引先で受託費の上げを認めてもらったが、どうしても後追いの見直しとなるため、今後も収益面は厳しい状況が続いてしまう懸念がある。
	□	観光型ホテル（経営者）	・今後の天候が悪ければ、やや悪くなる。気象庁の予報では、気温は高めで雨量は平年並みとのことだが、ここ最近の気候変動に鑑みると、突発的な豪雨や長雨も懸念される。また、政局がどう動くかによっては、悪くなる。現段階では、旅行需要は国内外ともに大きな変化はない。
	□	都市型ホテル（経営者）	・外食産業では、コロナ禍明けの販売量の戻りが100%でなくても、前年並みで推移した場合、変わらないとなる。
	□	都市型ホテル（支配人）	・新規顧客も獲得できているが、この先も増やし続けることは厳しいため、現状維持で変わらない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・ベースアップの影響がどれだけ出るか、静観したい。
	□	通信会社（営業担当）	・5月以降も多数の品目で値上げが実施されることから、消費が上向く兆しはみえない。
	□	設計事務所（所長）	・米国の関税政策が影響しており、上向きになるはずが、変わらないとみている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの金利上昇による駆け込み需要は少なく、良くなる要因は見つからない。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・受注案件の変化よりも、人手不足による失注が懸念される。また、新規や中途の社員採用ができていない。
	▲	百貨店（店長）	・現在の傾向が一定期間続くと想定している。政府の打ち出す政策や米国の関税政策の方向感次第ではあるものの、方向性がみえてから効果につながるまでは一定の時間が掛かるため、当面の間は厳しい環境が続く。
	▲	百貨店（営業担当）	・食料品やガソリン価格の高騰は避けられず、一段と慎重な消費行動は継続する。米国の関税問題など不確定な要素も大きく、景況の改善は見込めない。
	▲	百貨店（営業担当）	・値上げや価格高騰で、消費マインドは低下傾向にある。買物を楽しむ行動は減少し、生活必需品の目的買いを主とした来店動機は今後も継続するか増えていく。必要な物を必要なだけ購入する動きは加速している。
	▲	コンビニ（店長）	・商圈内の有力商店が廃業してから1年が経過するため、やや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・4月は桜で人々の気分もほぐれたが、残念ながら、我に返ると物価高が生活に相当なダメージを与えている。客との会話のなかでも、身に染みて伝わってくる。今後明るい兆しがあればよいが、それも見当たらない。やはり悪くなっていくのではないかとみている。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・身の回りで活性化するような材料がない。将来的には悪くなる傾向にある。
	▲	その他専門店（総務担当）	・見積依頼が少なくなっている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・飛び石連休の影響か、宿泊、レストラン共に、予約の伸びが鈍い。宴会予約については、6月の総会シーズンを迎えるが、前年よりも受注件数が少なく、厳しい状況が続いている。
	▲	タクシー運転手	・観光地ではない当地では、ゴールデンウィーク等でますます利用客が少なくなる。
	▲	通信会社（社員）	・変わらないと考えているものの、当社サービスへの支払は、家計に影響するため、国際情勢も踏まえてやや悪くなる可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	通信会社（総務担当）	・気温が上がり光熱費の出費が増えると、一段と購入に回せる余裕はなくなる。
	▲	通信会社（局長）	・世界的に今後の見通しは不透明である。また、国内の物価対策も不透明で、9～10月にかけて、値上げの商材がまた出てくると予想される一方、給料に関してはそこまでの昇給は見受けられない。
	▲	テーマパーク（職員）	・米国の関税政策やガソリン、諸物価高騰等、マイナス要因が先行しており、良くなる状況下でない。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・物価の上昇に給料が追い付かない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・今年も早いうちから真夏のような暑さになり、全国的に高温になるとの予報が出ている。野外スポーツは特に厳しい状況になると予想される。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高に加え、ガソリン価格も高いままである。このままでは一般庶民は疲弊し、まともな生活をできる人が少なくなる。当店のような商売だと余計に後回しにされる傾向があるため、なかなか難しい。
	×	スーパー（商品部担当）	・良くなる理由が見当たらない。また、商圈内に大型施設の開業が控えており、その影響も予測される。
	×	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、北米向けを中心に輸出が約60%あり、企業も市民も米国の関税政策に戦々恐々の状態である。
	×	乗用車販売店（経営者）	・政治の不安定さから悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高に加えて人件費の問題がある。人を雇おうと募集をしても集まらず、時給だけが上がり、従業員を雇えない。皆、ワンオペを考えているが、ワンオペにも限界があり、店の独自性を出すことが難しくなる。人を雇うことをやめれば、働き口が減るし、負の連鎖である。
	×	通信会社（経営者）	・依然続く物価高騰で、消費者の買い控えがますます顕著になっている。いわゆる様子見不況になりつつある。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	・取引先の受注予測から、やや良くなると判断している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・これ以上良くなるとは考えられないので、以前より良くなってきた現状が続くとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・例年ゴールデンウィーク中に新設備を導入する多くの取引先で、今期の設備投資を控えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の結末がみえてくるようであれば、景気は上向きになる。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～4月はやや良い売上を保っているが、2～3か月先は、どちらかという、変わらないか落ちる傾向ではないかと心配している。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況がいまだに続いている。
	□	建設業（総務担当）	・現状、手持ち業務は少ないものの、発注見通しをみると、それなりの量があるようなので変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・景気は変わらない。夏物家電、エアコン、扇風機、夏物寝具等は前年並みの輸送量を確保予定である。しかし、燃料価格の高騰やドライバー不足による手配経費なども高くなっているため、利益は薄くなりそうである。
	□	金融業（営業担当）	・現在の経済状況、為替、関税等をみても、大きくは変わらない。
	□	経営コンサルタント	・米国の関税政策の世界的影響が長引いており、地域の生産動向も依然として不透明である。思い切った内需喚起策が望まれるところであり、地域における中小企業の生産活動の向上も、喚起策次第といえる。
	□	社会保険労務士	・夏のボーナスは前年のように支給されないだろうが、景気は余り変わらない。
	▲	食料品製造業（経営者）	・地方の中小企業の厳しさは相変わらずである。賃上げも大企業のようにはいかず、ガソリンや食品の価格高騰に追い付かないため、景気は悪化予想である。

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
	▲	化学工業（管理担当）	・米国の関税政策により、自動車関連部品会社の売上減少が予想されるため、当社の取り扱うアセチレンガスの売上も減少する。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・夏場に向かい、夏枯れが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・中国向けの製品は期待できず、また、米国の関税政策の影響が出るとみている。
	×	食料品製造業（経営者）	・売上微減のなかで、原材料、燃料、電気代、人件費等は上昇しており、今後はますます厳しくなりそうである。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・地元自動車メーカーが大幅な減産を計画しており、地域経済は厳しい状況になる。
	×	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・米国の関税政策の影響が、どのくらいになるのか想像も付かない。ゴールデンウィーク明けには動きがあるとみているが、先行きは不透明である。
	×	不動産業（管理担当）	・人件費を上げないと必要な人材の確保もできないが、現状の営業利益では、他社のように上げることはなかなか難しい。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・季節的に落ち着いてくる。各地の名所旧跡、遊園地等の地域を中心とした利用も増えてくるだろうが、財布のひもは固く、なかなか難しい。中古車販売店をみても、なかなか売れ筋を探すことが難しいようである。季節が良くなれば、衣料、食品関係もかなり伸びていくと期待している。依然として厳しさは残っている。
	□	人材派遣会社（社員）	・特段良くなる要素はなく、中小企業を中心に若手の求職者不足が続く。
	□	人材派遣会社（社員）	・ビルサービスの仕事量は若干増えてきている。ただし、人手不足が非常に深刻で、段々ときちんと仕事を実施していくことが難しくなっている。客に断りを入れるとか見積依頼があっても仕事を断らざるを得ない状況である。物価や燃料価格等もまだ高止まりをしており、なかなか厳しい。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の動向について、医療福祉分野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・小売業は増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・派遣で働く人材が少なくなっている。派遣求人は多数あるものの、募集しても人材が集まらない状況が続いている。
	▲	学校〔専門学校〕（副校長）	・短期的には株価の下落が影響し、景気後退が予想される。
	×	*	*

４．南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・売上が前年同月と比較して30%近く伸びており、前月比でも20%程度増加している。客単価も上昇傾向にあり、インバウンド向けについては高単価商材の品ぞろえを増やすとすぐに販売につながる傾向にある（東京都）。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・空調服など、夏物が最も単価が高く売やすいため、良くなる。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・今年度も、前年度の価格転嫁交渉により材料費、人件費の上昇分を消化しながら増益している（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・夏季に向けて、既に大型イベントや学会などで満室日が増加している。状況は更に良化する見込みである。
	◎	タクシー運転手	・これからまた少し暑くなると、客の動きが活発化してくる（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量の落ち込みが激しかったので、通常に戻れば今月よりは景気は良くなる。住宅ローン金利も据置きとなり、政策面での子育てグリーン住宅支援事業の内容がはっきりと決まってきたので、客の動きが出てくる。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・毎年ゴールデンウィークは売上が減る。今夏も猛暑予報のため、エアコンの売上次第である。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・この先もやはり状況は変わらず、景気は良くならない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・例年必須の総会等の事業があるため、5月は若干ながら良くなる。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・夏に向けて、暑さ対策の日傘や晴雨兼用傘の需要の伸びが見込まれる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・4月は外商での企業や官庁関係の仕事が余りなかったが、5月以降は入っているため、やや良くなる。ただし、予測のため、今後の物価上昇によって財布のひもが固くなったり、予算の絞り込みがあると、相当いろいろなことを工夫をしていかなければならない。工夫の成果が徐々に出てきて、やや上向きになるとみている。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響は残るものの、買い控えていた反動や慣れも生じ、消費が復調傾向になると期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・年度始めの4月は値上げの影響で節約傾向が強く出がちな月だが、前年よりは節約傾向が弱く、値上げに慣れて、客単価も上昇傾向にある。3か月後の夏物商戦においても緩やかな回復基調を見込んでいる（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・これから夏に向けてソフトドリンクなどの飲料やアイスの販売が上向きになる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・デイリー品の販売額は伸びているが、原材料の値上げにより当社取扱も値上げしており、その影響がある。来客数は微増しているため、やや良くなる。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・米国の関税政策の影響による円相場の動きが懸念事項だが、大阪・関西万博も始まり、国全体の経済活動が活発になりつつあるため、今後に期待したい（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	・ドレス事業においては、異業種とのコラボ商材の開発が進んでいる。着物事業においては、産地とのタイアップ商材と企画が連動し、集客しやすい環境を整えている（東京都）。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後は新型車が発表になり来場者数が増えるため、販売量の増加が見込まれる（東京都）。
	○	住関連専門店（営業担当）	・国の住宅省エネキャンペーンは今年度が最終年とされており、駆け込み需要が期待されるため、引き続き堅調に推移していくものとみている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・価格は高止まりしているが、商材とサービスの質を下げなければ、客は来てくれる（東京都）。
	○	旅行代理店（従業員）	・大阪・関西万博の影響がどれほどか計りしれないが、大阪のホテルが取りにくく、旅行先を変更するケースもみられ、全体的には底上げとなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・ここにきてロングの客もあり、会社からのオーダーと病院送迎での利用が増えている。飲み屋からの利用が少ないことが気になるが、終電後にロングの客がいるのが不思議である。
	○	タクシー運転手	・最近では夏場に向かって暑さが非常に厳しくなる。2～3か月先は恐らく暑さが厳しく、例年どおり乗客が増える（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、外出機会も増えつつある。必然的にお金を使うことが増える（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・音楽祭などのイベントが続き、期待できる状況が続いている。夏に向けて明るさがある（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	・連休明けから案件の増加が期待できる（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・やや回復傾向にある（東京都）。
	○	ゴルフ場（従業員）	・更に客が増える。
	○	設計事務所（経営者）	・打合せのとおりきちんと案件になっていけば良くなる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・国内ホテルの宿泊料金が月に約2%ずつ上昇しつつあり、ホテル業界は良くなるとみている。一方、建設業は、建設費の高騰により我々中小企業はまだ厳しい環境のなかにあり、なかなか賃金を上げることができない。
	□	商店街（代表者）	・客の所得から考えると、給料が多少上がっても、それ以上に物価が上がっていることがかなり影響している。景気が上向きになるのは大変難しい。
	□	商店街（代表者）	・米国の政権の経済政策が適切であれば良くなる方向にいくが、市場、為替、金利が不安定化すると、さすがに影響が出てくる。不確定要素が強い（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
	☐	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・暑い夏になりそうなのでエアコンはそこそこ売れるだろうが、その他の物は現状並みではないか。省エネ給湯機などへの補助金も始まったので期待しているが、高額商材なのでどうなるか分からない。
	☐	一般小売店〔印章〕 (経営者)	・パソコンの普及により印章、ゴム印等を製作する動きや数量はますます減っており、思うようには売上に結び付いていない。業界全体的に非常に厳しい。
	☐	一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・金利、株価、雰囲気、それぞれが安定し、政策が堅実に目標を目指せば、明るい兆しがみえてくる（東京都）。
	☐	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・米国の関税政策の影響で株価が下落している。輸出企業の中間決算は軒並み減収となり、余り期待は持てない。
	☐	一般小売店〔生花〕 (店員)	・4月は入園式、入学式や送別会などで花の需要が多かったが、例年と比べてどうかという気がしている。3か月先の7月は、東京ではお盆のため花の需要はあるが、4月と比べるとほとんど変わらない（東京都）。
	☐	一般小売店〔茶〕(営業担当)	・何が何でも売上を上げないことには始まらない（東京都）。
	☐	一般小売店〔書店〕 (総務担当)	・現在は繁忙期で、売上が前年と比べてどうかという、良い情報と悪い情報の両方があり、現時点で判断が付かないため、変わらないとしている（東京都）。
	☐	百貨店(売場主任)	・このまま物価上昇が継続していくなかで賃上げの影響がプラスに出るとの確約はなく、消費マインドが改善していく大きなイベントもない。引き続きインバウンドは伸長するとみており、そこでカバーする比率が上がる（東京都）。
	☐	百貨店(総務担当)	・物価高により、消費に対する慎重姿勢は続くと思っている。
	☐	百貨店(総務担当)	・実態として物価上昇が続くと、消費マインドの低下傾向も続く恐れがある。世界情勢等、先行きはますます不透明であり、明るさがみえてこない（東京都）。
	☐	百貨店(広報担当)	・米国の関税政策による株価の乱高下など、足元の不安定な経済環境が劇的に変わるような実感や確かな材料がないため、向こう数か月は現状から改善する要素が見当たらない。逆に、大きく悪化する要素も見当たらない（東京都）。
	☐	百貨店(営業担当)	・世界経済の影響による今後の株価や為替の不透明感から、先を見通すことが難しい（東京都）。
	☐	百貨店(営業担当)	・衣料品や雑貨などのセール品や食品の値引き品などを求める需要が多い。物価高の影響か、購入には慎重な姿勢がみられる（東京都）。
	☐	百貨店(企画宣伝担当)	・インバウンドの減少や物価高による国内消費の低迷に明るい兆しがみられない。
	☐	スーパー(経営者)	・2～3か月前の状況と余り変わっていないため、先行きもやや悪い状態が変わらず続く。その理由として、単価は上がってきているものの、野菜、果物の相場が大分下がっており、単価を少々押し下げている分、売上がやや悪くなっていることがある。また、2月、3月と比べて4月は天候が悪いために少し落ち込んでいる。この状況はこの先も変わらず続くと思われるため、やや悪い状態のままで変わらない。
	☐	スーパー(経営者)	・物価はまだ上がる。
	☐	スーパー(店長)	・食料品類の値上げサイクルが以前より短くなってきているため、1品単価の上昇スピードと、値上げの反動による買上点数の減少スピードに拍車が掛かる。
	☐	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、日々必要最低限の買物しかない。物価上昇と所得のバランスが取れるようになるまでは、同様の状態がしばらく続く（東京都）。
	☐	スーパー(営業担当)	・単価の上昇、販売量、来客数の減少がまだ続く（東京都）。
	☐	スーパー(販売担当)	・値上げが続き、割高感がある。
	☐	コンビニ(経営者)	・来客数がもう少し伸びてほしい。
	☐	コンビニ(経営者)	・物価高は続くようなので、景気が良くなりそうな気配はない。気温上昇時の購買意欲に期待したい（東京都）。
	☐	コンビニ(エリア担当)	・継続的な物価上昇や経済的な不透明感が続くなかではあるが、コンビニについては買い控えが起こっているようにはみえず、日常的な消費が続く（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	コンビニ（エリア担当）	・春闘は政府の読みどおり5%前後で推移しているようだが、消費者の需要が追い付いていない。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・物価が上昇しているなかでも来客数が増え、売上は増加しているが、人件費も高騰しているため、営業利益ベースでは大きく向上することはない（東京都）。
	☐	コンビニ（従業員）	・これだけ物価が上昇しているので、価格を気にするのであればスーパーやドラッグストアで購入しようとするため、コンビニで買物をする客は増えていかない。政府の景気対策や減税施策など、国民の生活が少しでも楽になるような政策があれば、コンビニで購入する客も少しずつ増えていく。
	☐	衣料品専門店（統括）	・生活必需品以外の嗜好品等に対する買い控えが続き、来客数減少が今後も予想される。
	☐	衣料品専門店（役員）	・諸物価高騰の悪影響はまだ続きそうである。
	☐	家電量販店（店長）	・賃上げが全体で進んでいても、それを上回る物価上昇や手取りの増えにくい要因があり、消費するというよりは仕方なく消費しているとみられる。消費活動が上向いても、生活防衛で食品を中心とした消費しかできない人も一定数いるため、良くなることを想像できない。米国の関税問題も不安要素になり、更に物価が上昇するのかわからず、本当に必要な物にしか消費が向かない傾向になる。
	☐	家電量販店（店長）	・消耗品までもが価格上昇しているため、まだ厳しい状況が続く。高単価商材も売れてはいるものの、慎重な客が多い。
	☐	家電量販店（店長）	・訪日外国人旅行者の来店は伸びると予測しているものの、為替の影響で購入単価の伸びが不透明である（東京都）。
	☐	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。客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いていない。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が長くなっているが、前年並みの売上になると予想している。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・為替や株価が安定すれば購買意欲も増すのだろうが、不安定なため設備投資を控え、現状のままで変わらない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・現状のベースのままであれば大きく増減することはない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・一時的に円高になったものの、やはり円安が続いている。原油や食料品の高騰に比べて、賃上げが思ったほど進んでいない。物価が上がっているものの収入は大きく上がらないため、今後数か月間は現状の悪いままで変わらない（東京都）。
	☐	乗用車販売店（渉外担当）	・販売はやや高い水準を維持する。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・物価と金利の上昇で新車販売は鈍化しているが、その代わりに中古車販売が好調である（東京都）。
	☐	その他専門店「貴金属」（統括）	・米国の動向により景気全体が悪くなる可能性もあるが、4月も売上は良い状態を維持しているため、よほどのことがない限り変わらない（東京都）。
	☐	その他専門店「雑貨」（営業担当）	・依然として外国人観光客が来店客の9割を占めており、購買単価も高い。この傾向は夏以降もしばらく続く（東京都）。
	☐	その他小売「ショッピングセンター」（統括）	・現在政府で検討されている景気刺激策次第で、消費マインドの改善が期待できる（東京都）。
	☐	その他小売「生鮮魚介卸売」（営業）	・インバウンドも何も関係ない。日常の暮らしを守るだけである（東京都）。
	☐	高級レストラン（営業担当）	・全体的な傾向として、法人を中心に、例年開催の宴席の規模縮小が目立つ。原材料費高騰等の影響も加味し、6月に更なる価格改定を予定している。現状同様、来客数の減少を客単価でカバーする傾向が当面継続する（東京都）。
	☐	高級レストラン（経理担当）	・米国政権の政策は、サプライズ効果を狙っているのか、実態を動かすべくアナウンスしているのか、計りしれない。このような先行き不透明な状況では、人は変化を求めず現状から動かない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	一般レストラン（経営者）	・3か月先は真夏になるので、売上はさほど良くない。ただし、ケータリングは新型コロナウイルス感染症が収束してから順調に伸びているため、4月の売上とほぼ変わらないとみている。ケータリングのない7月は20%程度は落ち込むが、ケータリングを含めれば、今月と同じくらいになる。
	☐	一般レストラン（経営者）	・会社や大きな部署単位での飲み会が減っている。夜の客が入らないことにはなかなか売上も上がらず、厳しい。
	☐	一般レストラン（経営者）	・今後は宴会の件数はやや落ち着くが、行楽にちょうど良い気候となり、土日の集客は変わらずに増えていくと考えている（東京都）。
	☐	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・喫煙需要というものがあるようで、ほとんどの店舗は禁煙をうたっているため、喫煙スペースのある店はいつも満席である（東京都）。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・現状が継続すればよいが、米国の関税の問題、米価を始めとする諸物価の上昇、水道光熱費の状況等、先の見えない点が多々あり、先行きは不透明である。参議院議員選挙もあるが、庶民目線に立った政策を至急実行してほしい。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・米国の関税政策等が国内景気にも大きく影響を与える。
	☐	旅行代理店（経営者）	・あちこちの旅館も値上げ続きで大変である。客足も徐々に鈍ってきて、行き先の変更や旅行ではなく国内でおいしい物を食べることなどに変わっている。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・良くなる対策等が実施されていない（東京都）。
	☐	旅行代理店（営業担当）	・この先も物価上昇が続くとみている（東京都）。
	☐	タクシー（団体役員）	・特別なアクシデント等でもない限り、乗客がいない。
	☐	通信会社（経営者）	・今月は受注が増したが、これまでの状況からみて2～3か月先の景気が良くなるとは考えられない（東京都）。
	☐	通信会社（社員）	・夏に向けて明るい兆しもなく、消費意欲の高まるイベントもない。関税問題や株価の乱高下は消費者の不安をあと、貯蓄マインドを後押ししている（東京都）。
	☐	通信会社（局長）	・現状の政治、経済状況では起爆剤的な要素が少ないこともあり、業種的に変化が乏しい（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
	☐	通信会社（営業担当）	・まだ、世の中的に値上がりしが止まらないため、落ち着かない限り変わらない（東京都）。
	☐	通信会社（経理担当）	・物価と賃金が並行して上がっているため、手持ち資金は増えていない人が多い。
	☐	通信会社（管理担当）	・光ファイバー化の更新が終わり、営業実績に成果がみられるまで少し時間が掛かるため、現時点では変わらない見込みである（東京都）。
	☐	通信会社（管理担当）	・5月も新たに値上がりする品目があるため、購買意欲の減退が続く（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・状況が全く読めないが、ゴールデンウィークの客足、景気回復を期待している（東京都）。
	☐	通信会社（営業担当）	・外的要因で大きく改善することは考えられず、自社の努力で改善を進めていく傾向が強い（東京都）。
	☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・まだ分からないが、ゴールデンウィーク明けが少々心配である。7月頃に30名から40名での企業予約は入っている（東京都）。
	☐	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・大きく変化する要素が見当たらない（東京都）。
	☐	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数などが良い状況から、落ち着いてきた印象を受ける。
	☐	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・米国の関税引上げ対策を始め、米を含めた物価上昇など、個人消費が伸びる要素が少ない。来館状況を見ても上向き感はない（東京都）。
	☐	設計事務所（経営者）	・新年度に入ったが、特に景況感が変化する要素は見受けられない。貿易関税や株価の乱高下など不安要素はあるものの、業務的には現状維持が続くとみている。
	☐	設計事務所（職員）	・これ以上悪くならないでほしいと願っている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（従業員）	・米国の関税政策次第で変わってくる。今後も賃金上昇、価格転嫁が進めば上向きになる可能性はある。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・物価高に対して、客への価格転嫁が進んでいない。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・物価上昇について改善の兆しがみえない。
	▲	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・8月から価格改定を予定しているため、そこで大きく変わる（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	・米国の経済政策の急激な転換により、徐々に円高に振れ、インバウンドも落ち着きを見せるのではないかと予想している。国内では、相次ぐ値上げにより消費行動が抑えられている様子がうかがえる。賃金は上昇するものの、物価上昇が大きく、生活防衛意識は当面続く（東京都）。
	▲	百貨店（総務担当）	・米国の関税政策の影響による為替相場や経済の悪化が懸念され、消費マインドの低下が想定される（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	・外国人の来客数がやや減少している。米国の関税政策の影響が続き、円高傾向が進めば、収益への影響が出てくとも想定される（東京都）。
	▲	百貨店（営業担当）	・物価上昇等の不透明感はまずボリュームゾーンの紳士服から始まっており、今後はカテゴリーの拡大が予測される。インバウンドも高額品売上の鈍化が進む（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・米価の高騰や品不足、物価の上昇に米国の関税問題が加わったことで、消費に対して不安を感じる要素が多くなり、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向から、やや悪くなる（東京都）。
	▲	百貨店（財務担当）	・持続的な賃上げもあるものの、米国の関税政策等の影響の広がりによる個人消費の減速が景気にマイナスインパクトを与える（東京都）。
	▲	百貨店（管理担当）	・様々な物の値上がりや不安定な株価の動きなど、消費意欲の減退につながる要素が大きい（東京都）。
	▲	百貨店（店長）	・食品の価格高騰に対応できるとは考えにくい。備蓄米を放出しても米の問題は改善できていない。従業員の賃上げを実行できるのは大手企業のみで、実際に賃上げをして耐えられるのも一部の企業だけである。
	▲	スーパー（経営者）	・可処分所得が減り続けているため、今のままでは良くならない。せめて消費税の廃止あるいは減税を行わないと、ますます悪くなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・今後は米国の関税政策の影響が出てきそうである。
	▲	スーパー（仕入担当）	・米国の関税政策の影響で輸出産業が後退する。輸入品も円安が続いており、商材の値上げで消費マインドが減退する。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	・様々な物の価格高騰や米国の関税問題による先行きの不透明感などから、節約意識がますます高まる。
	▲	スーパー（食品担当）	・薄利多売で体力勝負となっており、先行きは不透明である（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・値上がりが更に進むと、来客数の減少、従業員の賃上げが重なり最悪である。
	▲	コンビニ（経営者）	・やはり来客数を維持していかないと、最終的に売上は保つことができない。4月から3000品目程度の食料品の単価が上がっている。これが落ち着いていか、客の所得が増えていかなければ売上にもつながっていかないと、将来を危惧している。
	▲	コンビニ（経営者）	・実質賃金が物価高に追い付いていないとの声が客から多く聞かれ、買い控え又は安価な商材に流れる傾向がある。そのため、今後は景気がやや悪くなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・4月前半の春休み明けまでは非常に好調であったが、4月末、ゴールデンウィークに入る前では、想定していたほどの来客数が見込めていない。今後は人の流れが集中してしまうことから、そこまで期待できない。
	▲	コンビニ（店長）	・株価の動きが悪い（東京都）。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価がまだ上がり、円安も続いている。これから学校関係の販売等もあるが、少子化であることと、最近は通販で購入する客もいるため、売上はやや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
	▲	衣料品専門店（従業員）	・この先も不安定な世界経済の影響や物価高で消費が冷え込むとが予想されるため、衣料品にも影響が出てくる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・この先も物価上昇が続く。
	▲	乗用車販売店（営業）	・売れ筋車種の販売中止が目立っている。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・必需品の価格が上がり続けているため、財布のひもがますます固くなる。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・原油価格や為替相場が不安定であり、燃料油価格激変緩和補助金の周知も曖昧で、石油販売業界は混乱している。小回りの利いた価格対応ができないことにより石油販売業界は戸惑っている。客の買い控え等により景気は鈍化する（東京都）。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・米国の政権のいろいろな方針変更による影響が及ぶ可能性がある。
	▲	高級レストラン（役員）	・米国の関税措置、株価の行方の不安定さは続くとみられ、インバウンドも含む来客数、売上の状況は良いものの、利益的には厳しい状況が続く（東京都）。
	▲	高級レストラン（仕入担当）	・製造業とは異なり、関税問題で直ちに障壁になることはないが、ますます顕在化してくれば、影響を受けて景気が悪くなることは避けられない（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・3か月後も物価上昇が続く。ガソリンや米も含めて全てが値上がりしているため、外食に回る費用は少なくなる。そのため、今月よりも確実に売上が落ち、景気は悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・米国の輸入関税引上げ問題について、最初の波紋は収まりつつあるが、今後また何が起こるかによって情勢も変わる。為替については、大方が振れ幅が大きいことには慣れてきたようにみえるが、銀行の金利が上がってきているため、影響が出てくる。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・米国の関税の影響で企業業績に悪影響が出て、しばらくは財布のひもが固くなることが見込まれる（東京都）。
	▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・何もかもが高くなり、物の動きが鈍化してくる。外食産業も厳しい状況が続く。コーヒー豆の価格高騰も大きく、価格転嫁したいが、上げれば更に厳しい状況になるという不安から大きな値上げには踏み切れない。コーヒー業界では、先物取引だけを見ても1年で2倍、5年で4倍になっていることから、3月頃から倒産や廃業がとて増え、かなり不安である（東京都）。
	▲	旅行代理店（従業員）	・新年度になり、旅行の各種料金がそれぞれ上昇している。例年の予算での実施が困難になっている。
	▲	タクシー運転手	・前年夏頃からの物価の上昇が収まらないことから、タクシー利用客はかなり減っている。これ以上値上がりが続くと死活問題になりかねない。
	▲	通信会社（経営者）	・人件費の高騰により売上が追い付かず、厳しい。
	▲	通信会社（営業担当）	・値上がりする商材が増加しており、購買意欲は低水準のまま推移していく。
	▲	観光名所（職員）	・米国の関税政策の影響が全く読めず、不安要素となる。また、これに関連して株や為替の動きも予想できない（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・猛暑予報が出ている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・例年、夏に向けて来場者数は減少傾向にある。前年並みの酷暑となると、今年もその影響は大きいだろうと危惧している。
	▲	パチンコ店（経営者）	・対外的には米国の関税、国内的には減税施策の先送り、物価高と、消費者の消費行動に慎重度が増してくる。
	▲	競輪場（職員）	・経済の先行きも見えず、不安をおおるようなニュースばかりである。大阪・関西万博が始まりインバウンドだけがクローズアップされるが、関東圏にいと景気の良い声は聞かれない。
	▲	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・米国の関税政策の影響がある（東京都）。
	▲	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・物価上昇と株価の大幅下落が購買意欲の低下につながっている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他レジャー施設 〔総合〕（経営企画担 当）	・米政権の動向による情勢不安や株価下落は消費者の心理を冷え込ませ、個人消費の抑制につながる可能性がある。また、円高傾向の継続により、インバウンドの減速も懸念される（東京都）。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が引き続き上昇しているため、教育費を抑える傾向は変わらない。従業員の給料を少し上げたので、経営はますます苦しくなり、景気も悪くなる。
	▲	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・6月までに契約客の中で定年退職を迎える客が数名いるため、やや悪くなる。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・この先も仕入価格の上昇は止まらず、身の回りの物価上昇も止まらない。客も諦めているように見受けられる。
	▲	設計事務所（経営者）	・現在の周りの状況をみると、活気がなくなっている。この先経済がどう動いていくのか分からない。マンション価格が相当高騰しており、作る、作らないの見極めが非常に難しくなっている。そういう意味で、ここ2～3か月は前向きな兆しは見えないのではないか。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・情報数が減っている。
	×	百貨店（営業担当）	・株価、為替変動の影響により、これまで伸長してきたインバウンド並びに国内富裕層の消費減退感が強く、当面この情勢は継続する（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・生活必需品の急激な値上げが続き、購買意欲が低下し、回復の兆しがみえない。
	×	通信会社（管理担当）	・物価の上昇により、販売量は横ばいである。
	×	ゴルフ場（経営者）	・コストアップばかりでスタグフレーションが始まっているとしか考えられない。客から政策への愚痴を聞くことも増えてきている。
	×	ゴルフ場（従業員）	・最低賃金及び初任給の引上げに政治が力を注ぐなかで、既に働いている者とのバランスが崩れてしまうこと、企業の存続への影響等、問題が一層大きくなっている。その状況下で、米国の関税政策により経済が一層混乱することが懸念される。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・食品、エネルギー価格の高止まりで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。今後も物価上昇圧力の継続が自明ななか、激変緩和補助金事業が縮小し、ガソリン税暫定税率の廃止時期は明言に至っていない。限られた財源のなかで補正予算は見送られ、補助金も長続きせず、景気浮揚効果は極めて限定的と言わざるを得ない。国民生活を優先し、消費税やガソリン税の減税を進めてほしい。
	×	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築業界では新築着工数の減少がはっきりしているなかで、リフォーム需要などに活路を見いだそうとしているが現実には厳しく、先行きは見通せていない（東京都）。
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）	・7月昇給も前年より上がる予定である。全体的に景気が回復傾向にある。
	○	広告代理店（営業担当）	・グループ企業の不祥事による影響が少し収まる（東京都）。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・受注実績からみて、やや良くなる（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今後の受注予定を考えると、8月まではずっと景気が悪い（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・受注数は多少増加しているものの、数量は減少しており、良くなっていくとは考えられない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・変わらないと回答したが、新年度に入り米国の関税政策等の影響が今後出てくる可能性があるため、悪くなるかもしれない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器は新企画が立ち上がる予定で期待感はあるが、化粧品容器については見通しが立たない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・米国の関税政策による世界的な景気低迷の影響と、A I 関連事業拡大とで、トータルすると大きな変化はないと予測している。
	□	精密機械器具製造業（経営者）	・米国の関税問題での駆け込み需要なのか、情報はないものの回復基調ではあるが、先が全く読めない。

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
	☐	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・サロンの開業が減っているように見受けられる（東京都）。
	☐	建設業（経営者）	・参議院議員選挙が終わるまでは現状の景気停滞が続く。選挙後に与野党の勝敗が決まれば、良くも悪くもまた景気が動く。
	☐	建設業（従業員）	・物価の上昇が続いているため大変厳しい。取引先も単価を引き上げてきている。受注はあるものの、もうけがさほどない。
	☐	建設業（営業担当）	・新年度が始まったが、公共工事の発注件数及び入札結果をみると、例年より業者数が多く競争が厳しい。民間工事の量が少ないことが原因の1つと考え、先行きはしばらく良い方向にはいかない。
	☐	輸送業（経営者）	・収入の伸び悩み、資材を始めとする経費の高止まりが改善する様子がみえない（東京都）。
	☐	輸送業（総務担当）	・閑散期のため荷主の国内出荷量が少ない。輸出もない状態が続く、低迷している。今後もこの状況は続く予想である。
	☐	通信業（広報担当）	・先行きの不透明感から、現状の傾向がしばらく続く見込みである（東京都）。
	☐	金融業（従業員）	・米国の関税政策による生活への影響に関心が集まるなか、中小企業の経営者からは、業績に悪影響を及ぼすのではないかと不安視する声が聞かれる。先行きの不透明感から、政府に対して関税に係る特別融資枠の設定を希望する声が出ている（東京都）。
	☐	金融業（営業担当）	・米国の政策の影響が大きく、今後の先行きを不安視する声が多い。製造業の受注見通しも不透明感が強く、この先も横ばい程度で推移するという見解が多い。
	☐	不動産業（経営者）	・インターネット経由で多くの問合せが来ているが、なかなか実際の物件案内までには至らない。インターネットでの営業は難しい（東京都）。
	☐	広告代理店（従業員）	・良い話がないわけではないが、前年実績を全て取り込める確証もなく、不安定である（東京都）。
	☐	税理士	・米国の関税政策は、大企業ではそれほど大きな問題にはならないかもしれないが、中小企業は大きく影響を受けるため、先行きがどのような展開になっていくかは読めない（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）。
	☐	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・米国の関税政策の影響か、工場等の稼働が抑えられている。5～6月には原材料、資材の新たな値上げも実施されるため、先行きは不透明である。
	☐	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・売上はしばらく横ばいと見込んでいる。
	☐	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の値上げが保留になっている（東京都）。
	▲	食料品製造業（経営者）	・今年もまた猛暑になりそうなので、当業種は厳しい。
	▲	食料品製造業（経営者）	・米国の関税政策や政治の動きの悪さ、各社の値上げ等による景気の不透明感と株安などが消費者のマインドを冷やす可能性がある（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・人手の掛かる案件の価格上昇や人手不足で対応ができない案件が出てくるなど、今までできていたことができなくなっており、非常に頭を悩ませている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人の銀行印、認印などは、訪日外国人などからの受注は変わらないため横ばいだが、法人側からのゴム印の注文は減少傾向になる。来月から大きなゴム印メーカーで1割くらい価格が上がるため、どうしても小売価格も値上げになる。そのため、今までの経験から、通常であれば同じ物を3個注文するところが、2個若しくは1個と、受注個数が減少することが見込まれ、ゴム印の売上が特に減少すると危惧している（東京都）。
	▲	化学工業（総務担当）	・米国の関税政策の悪影響が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	金属製品製造業（経営者）	・新年度の予定が出てきたが、例年並みのボリュームである。もろもろの値上がりが止まらない現状では、例年のボリュームでは利益率が低くなり、結果としてやや悪くなる。ただし、前年、前々年と予定外の案件があったため、多少期待はしている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策や自動車メーカー統合等の影響は、実際には実施されていないものもあるため、現在まだ本格化しているとは考えられない。今後はそれらの影響により取引量は更に押し下げられるものとみている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・米国の政策が場当たりので株価が下落しており、今後も多くの中小企業が影響を受ける。また、中国も不動産を始めとして不景気であり、現在の経済政策が続く限り、良くならない（東京都）。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・日米間の関税交渉がどうなるか分からない状況で、自動車メーカーへの影響は予測できない。下請企業も同様で、しばらく景気動向は悪くなる。
	▲	建設業（経営者）	・材料価格の高騰や受注量の減少も含め、仕事の話がなくなっている。
	▲	輸送業（経営者）	・米国の問題は根深い（東京都）。
	▲	通信業（経営者）	・米国大統領の発言による影響がある。
	▲	金融業（総務担当）	・賃上げしても税金が高く、手元に残る金額は少ない。物価高に追いついていないため、消費は以前よりも落ちている。電気、ガス料金、ガソリン、食料品の値上げもまだ続くことが予想され、景気が良くなる材料がない。各業種で先行きの見通しが良いという取引先はない（東京都）。
	▲	金融業（支店長）	・大手企業と中小企業の賃金格差は拡大を続けており、中小企業の雇用確保が更に難しくなる。
	▲	不動産業（経営者）	・賃貸物件の入居率に変化はないと予想するが、諸物価の上昇により管理費が増大し、収益に影響を及ぼす。
	▲	広告代理店（経営者）	・梅雨の時期は例年落ち込む（東京都）。
	▲	税理士	・ロシアによるウクライナ侵攻は、米国大統領の発言もあり、停戦が見込めない。ウクライナの敗戦ムードが強くなると世界経済への影響も大きくなる。米国大統領の今後の政策次第だが、大きく景気が回復する材料は見当たらず、やや下降すると予想している。
	▲	経営コンサルタント	・米国の関税政策などの影響により、経済への不安感がある。
	▲	経営コンサルタント	・米の値上がりが良い例だが、政府の物価高対策が後手に回り、諸物価の上がるままになっている。米国の関税政策も早々に反応が出てきそうで、大きな心配の種である。高度成長期のように公共工事を大規模に実施して、老朽化した橋、下水道その他の構築物を大車輪で手直しをすることで、経済の活性化を図ってもらいたい（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響を鑑みて、国内輸出産業にとってプラスになるとは考えにくい。
雇用 関連 (南関東)	◎	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・少ない仕事をいかに獲得していくか。踏ん張るしかない。
	○	人材派遣会社（社員）	・大型案件は広くエントリーできる幅があり、個別案件よりもマッチングの可能性が高い（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数は穏やかに拡大する（東京都）。
	○	人材派遣会社（支店長）	・米国政権による国内経済への影響に懸念はありつつも、企業の人手不足感の方が強いいため、人材派遣ニーズは堅調に推移する（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	・ゴールデンウィーク明けは連休の反動もあって、1年のなかでも特に多いくらいに求人数が増える。6月はボーナスが支給されることが一般的なので、そこに向けても求人数が少しずつ増えていく。
	○	求人情報誌制作会社（所長）	・物価上昇による周辺の価格上昇が鈍化している。設定された価格が市場相場へと安定してくる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・シニア層の求職者がますます増加している。特に中小企業における人手不足を解消するためには、更なる高齢者の積極的な採用が鍵となる。
	□	人材派遣会社（社員）	・米国の関税問題の影響から先行きに不透明感があり、積極的な採用を控える企業が増える傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	人材派遣会社（社員）	・先々で大きなイベントはなく、求人数についてもそれほど変化はないと見込んでいる。
	☐	人材派遣会社（社員）	・大幅に良くなるとは考えられず、緩やかな横ばいが続く（東京都）。
	☐	人材派遣会社（営業担当）	・例年、夏に向けて若干落ち着いてくる傾向があり、今年も同様とみている。求人数、成約数共に大きく落ち込むことはなく、また、大きく伸びることもない（東京都）。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・国内経済にもうかっていく仕組みが見えにくい。
	☐	求人情報誌製作会社（広報担当）	・マイナスの要素もプラスの要素も余り見受けられない。大不況になったりしない限りは現状のままだとみている（東京都）。
	☐	職業安定所（職員）	・新規求人数は低調な状況が続いており、回復の動きも弱い。
	☐	民間職業紹介機関（経営者）	・現在でも求人企業からの求人数、職種も含めて大変良いが、なかなか決まらない。この状況はしばらく続く（東京都）。
	☐	学校「大学」（就職担当）	・良くなる見込みがない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇が続いているが、賃金は上がらない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・非正規雇用者の賃金が負担となり、求人が減ってきている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・米国の関税問題に対する決着が曖昧な状態が続く場合、エンジニアのニーズも明確に減少すると見込まれる（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・製造業において、米国の関税政策に対する危機意識が強い。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策がこれからどのように影響が出てくるか、不透明感がある。
	▲	職業安定所（職員）	・長期的に米国の関税政策が企業活動に影響を及ぼすとみている企業がある（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（経営者）	・米国政権の動向による株価の乱高下や円安が改善されるのか、米価は安定するかなど、不安材料が多すぎる（東京都）。

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)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が上昇傾向にあり、前年と比べて売上は毎月５％から１０％増加している。
	◎	その他サービス「葬祭業」（経営者）	・仏壇の処分や墓じまいの依頼に来る人は、子供がいても未婚であったり、遠方に引っ越している等で、迷惑を掛けられないと相談に来ている。
	○	スーパー（経営者）	・イベントが増えてきている上に、近隣のスーパーが２店閉店したため、当店へ注文が流れている。今後も注文は増えていく。
	○	コンビニ（経営者）	・これから暖かくなっていくので、売上は伸びていく。１～４月までは前年と同じような動きだったので、夏も同様の売上になる。
	○	コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークや夏休みのスタートで、観光客が増加すると予想している。ただし、名所と名所を結ぶ動線上に競合店が出店したため、伸びは前年と比べて少なくなる。
	○	高級レストラン（経営者）	・急激に好景気にはならないものの、納得のいくサービスにはお金を払う傾向にあるため、徐々に回復していく。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベント開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、より多くの客の来園を期待する。
	☐	商店街（代表者）	・物価がいろいろと上がったといわれている割に、客は必要な物は買っている。当店は以前と比べて段々と学校販売に絞っており、今のところはそれが当たっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費者の購入意欲を引き出せない状況は、しばらく続きそうである。必要でない物事に関心を向けることが厳しく、売上増加は見込めず、厳しい状況が続く。
	□	百貨店(営業担当)	・物価高対策として、ガソリン料金の10円補助や7月からの電気、ガス料金の補助がある。プラスの面もあるが、米国の関税政策で先行きがはっきりとは分からない状況のため、変わらない。
	□	スーパー(副店長)	・現在の政策から、景気が良くなる理由が見当たらない上に、期待もない。良くて現状維持ではないかと考える。
	□	コンビニ(経営者)	・弁当がなかなか売れず伸び悩んでいるが、総菜類は割と伸びている。家庭では余り料理をしないようである。
	□	コンビニ(店長)	・季節的な変動はさすがにあるとみているが、これから暑くなる予報で、客の動きは余り変わらないとみている。状況自体はそう変動はないと考える。
	□	衣料品専門店(経営者)	・昔ながらの古い商店街だが、いまだに人通りが全くみられない状況が続いている。
	□	家電量販店(店長)	・物価高、賃金の低迷で、消費が冷え込んでいる。
	□	自動車備品販売店(従業員)	・客単価は物価とともに上がっているものの、来客数が伸び悩んでいる。
	□	一般レストラン(経営者)	・米国の関税政策による円高への移行も、それほどの影響はないとみている。
	□	一般レストラン(経営者)	・ゴールデンウィークで人出が戻るため、多少は期待できる。ただし、参議院議員選挙前のため、大きくは見込めない。
	□	スナック(経営者)	・寒い当地も段々と暖かくなってきたので、少し人が動いている。根本的に、現状の厳しさは変わらない。ただし、暖かくなるとゴルフコンペ等が増えてくるため、コンペ帰りの客の流れなどで少しは良くなる。
	□	観光型旅館(経営者)	・現状の首都圏からの客がやや多い状況はしばらく継続する。インバウンドのシェアは現状5%ほどだが、同様にしばらくはこの状況で推移する。
	□	都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊需要は少しずつ伸びているが、今月のレストランの来客動向を見ると、高額商材の一部は売れているものの、全体的に来客数が落ちている。理由の1つとして、株価が安定せず、物価上昇で行動マインドが低下していることがある。財布のひもが非常に固くなっている。
	□	タクシー運転手	・ターミナル駅に近い繁華街のある、人が集まる地区のタクシー会社は良いが、同じ市内でも当社のある地区では、同業他社も含め、変わらない。
	□	通信会社(社員)	・新サービスの開始やサービス提供エリアの拡大はあるが、大幅な増加につながるかは現時点で不透明な状況である。
	□	通信会社(社員)	・米国の関税政策等、懸念材料が多い。
	□	ゴルフ場(副支配人)	・2～3か月先の予約状況も依然として厳しい。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(経営者)	・物価や人件費の高騰が懸念材料である。4月に値上げを実施しており、これから客の反応が出てくる。
	▲	商店街(代表者)	・米を始めとした日用品の値上げの話題がマスコミから連日伝えられ、客の財布のひもはなかなか緩まない。
	▲	百貨店(経理担当)	・不安定な世界経済と国内物価上昇、特に、米価の高騰等により、しばらく消費に対して消極的になると考えている。
	▲	百貨店(店長)	・ガソリンや米の価格上昇に対する先行き不安、米国の関税政策等で、なかなか景気の先行きが読めない。大きなお金は使いたくないようで、客は消費に慎重である。
	▲	スーパー(経営者)	・米国の関税政策による混乱の影響が懸念される。
	▲	スーパー(企画担当)	・物価高騰が家計支出に更なる悪影響を及ぼし、購買行動が抑制される客が多くなる。
	▲	コンビニ(経営者)	・今のところ何も変わらない状況のため、回復の見込みはない。ただし、天候は暑くなる予報なので飲料等が売れるとみているが、全体的に物価高の影響で、来客数や客単価は変わらない。
	▲	コンビニ(エリア担当)	・各社値上げの影響が出ており、客の可処分所得が上がっていないことも一因で、来客数が伸びない。米類の販売が減少傾向にある。この状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	乗用車販売店（経営者）	・ 新型車イベントが乏しく、維持費増加の懸念から新車販売台数は減少が予想される。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・ 引き続き、物価高騰が影響する。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・ 物価高がどこかで落ち着くか、あるいは給料が飛躍的に伸びていくかが、今後の景気と大きく関わっている。米国の関税政策が一般消費にどのような影響を与えるかに注目しているが、余り楽観はしていない。今後は2極化の流れにも注目していきたいが、この流れはまだ続く。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・ 個人消費が伸びなければ、良くなる要素は少ない。インバウンド関連が多い地域ならプラス要素はあるだろうが、当地では余り影響がないため、悪くなる要素の方が強い。しかし、法人利用はある程度動きがあるので、急激に大きく落ち込むまではいかない。
	▲	旅行代理店（副支店長）	・ 企業等については、輸出入に対する関税の不安定さによる旅行控えが見受けられる。個人消費についてもやはり物価高のため、外出控えの傾向になっている。前年同期比で受注も70%から80%にとどまっている。
	▲	観光名所（職員）	・ 節約による旅行控えが懸念される。燃料代、米価高騰等に収まる気配がない。その割に収入が追いつかない人が大半ではないだろうか。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・ 中小企業の社長の多くから、景気浮揚策がない、賃上げ、物価高騰、人手不足に苦慮しているといった声が上がっている。人手不足は働き方改革、所得税控除枠の据置きなどの人災といえる。働きたいときにはたくさん働けるような柔軟な制度にすべきである。
	▲	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・ 燃料や諸物価高騰で厳しい状況である。
	×	スーパー（店長）	・ 米やガソリン価格の高止まりが、商材価格に影響を与えている。安い物は売れるが、低価格商材では利益が取れない状況のため、低価格品の絞り込みや商材のカット等を考えていかなければならない。
	×	コンビニ（経営者）	・ 物価高が続いている。
企業 動向 関連 (甲信越)	×	スナック（経営者）	・ 自転車の飲酒運転の取締りが厳しくなって以来、客が減っている。今後は反則切符も切るようになるということで、更に悪くなるとみている。基本的には正しいことのため文句はいえないが、とても困る。
	◎	金属製品製造業（総務担当）	・ 半導体需給が回復し、良くなる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 秋口までは特注受注の対応があり、多忙の見込みである。
	○	建設業（経営者）	・ 問合せが増えてきた反面、資材等の値上げも予定されており、平均的には景気回復に時間が掛かると見込んでいる。
	□	食料品製造業（営業統括）	・ 諸物価の上昇等で、相変わらず消費者の購買意欲は衰えており、急激に回復するのは難しい。
	□	金融業（経営企画担当）	・ 物価高、米国の関税政策等、先の見えない経済情勢となっている。影響を受ける業種が今後拡大するのか、減少するのか次第である。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・ 出稿数増加については、既存小売店の閉店セール等の一過性な部分もあるため、楽観視はできない。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・ 物価高が止まらないため、量販店では引き続き価格の安い商材が選ばれる。大手企業は一向に価格を上げない。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・ 原材料価格の値上がりが続いている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・ 部材や資材を発注してから入荷するまでに時間が掛かっており、流通状況は悪い印象がある。物によっては品質も良くない。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・ 今のところ、それほど景気は悪くなっていないが、この先、米国の関税政策でどのような影響が出てくるのか予想できない。ただし、良い方向にはいかないとみている。
	▲	金融業（調査担当）	・ 米国の関税政策の影響が輸出関連のみならず、需要の低下や先送り、遅延を通じて、景況感を下押しする懸念が高まっている。

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
	×	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。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・生活物資を始めとする諸物価高騰が止まらず、顧客の買い控えにつながっている。さらに、米国の関税政策の影響で、東海地方を中心に小売店は軒並み来客が減っている。先の見通しが立たない。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新年度が4月にスタートしたが、給料や年収が変わらないため購買意欲が湧かず、景気は良くならない。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足感は続いており、物価高騰や米国の関税問題等を心配する声がある。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高、人件費高騰が続くなかで、米国の関税政策や中国経済の低迷などの要素が加わり、今後の日本経済にどれだけの悪影響を及ぼすか不明であり、懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が、9か月連続で減少している。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・製造業のうち、輸出シェアの高い企業は厳しい状況が続いている。
	×	—	—

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)	◎	商店街（代表者）	・物価上昇はまだ続くが、賃上げで給料も上がるため景気は良くなる。
	◎	旅行代理店（経営者）	・大阪・関西万博のような大きなイベントがあることで人の移動が発生し、それに伴って景気が良くなる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・マイカー利用者観光客の増加が今後の景気回復の柱となる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新年度シーズンの需要本格化にインバウンドの好調が加わり、やや良くなる。
	○	スーパー（店長）	・店舗活性化の影響で少し回復基調となる。
	○	スーパー（店員）	・物価高の影響はあるが、食品の値上げは毎日のことであるため今後も良くなる。
	○	スーパー（店員）	・競合店では低価格路線の戦略が異なるため、一旦離れた客が戻ってくる見込みである。
	○	スーパー（販売担当）	・店の改装をするため良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・3か月先は夏休みに入るためもっと来客数が伸びる。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・例年と比べ暑くなるのが早いのでエアコンの売上が上がっている。夏の機会ロスを考えるとピークの平準化が期待できる。エアコンは自店工事で粗利も稼げる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売が6月に控えているため期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・多くの車種が販売停止になっているため販売台数は減少しているが、販売利益は増加している。1台1台を大切に売るように、しっかり利益確保ができる販売方法になっている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・足元は堅調に推移している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊需要は依然として外国人観光客を中心に好調である。レストランも女性客を中心に昼間は良い。
	○	旅行代理店（経営者）	・夏休みの計画をゴールデンウィーク以降に立てる客が増えるため、景気は良くなる見込みである。大阪・関西万博のついでに大阪方面に出掛ける客が増えると予想する。インバウンドの影響や食費、人件費の高騰により、ホテル代は新型コロナウイルス感染症発生前の数倍の値段になっており、日本人とインバウンドで旅行料金を分けるべきではないかとみる。オーバーツーリズムの問題や各観光地ではインバウンドの影響で全ての物の価格が上がっているため、気軽に旅行ができないと考えている人も多い。
	○	パチンコ店（従業員）	・繁忙期を迎える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	美顔美容室（経営者）	・現在のキャンペーンが7月末まで継続することに加え、新商品の発売を予定している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークが今年度の第1四半期を左右する。物価高で自宅にとどまる人も多いと予想され、外出先に住宅展示場のイベントも入ってくると期待する。
	□	商店街（代表者）	・変化する要因がない。
	□	商店街（代表者）	・物価高が延々と続くなかで、所得が継続的に増えていく話は聞かない。可処分所得が増え、それが浸透しない限り景気の上昇はない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・4月でこの状態であることを考えると、夏の暑い時期は余計に売上は期待できない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・現在の厳しい状況はまだ続く。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先も現状と変わらない景気が続く。大手企業の注文による売上は上がるが、自社の売上の半分を占める中小企業は節約志向が続くため期待できない。
	□	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・行楽に金を使う季節になるため、ふだんの買物については財布のひもが固くなる。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・米国の関税問題がどうなるかによって大きく変わるため、先行きは不透明である。
	□	百貨店（営業担当）	・引き続き客の動向に大きな変化が出る気配はない。良くなる予兆もないが、悪化する様子もない。
	□	百貨店（販売担当）	・物価高が続いているため、高額品の稼働は厳しくなる。インバウンドは今後も増加を期待する。
	□	百貨店（営業企画担当）	・米に代表される物価の上昇により、買い控えなどで消費マインドがまだ戻らない。
	□	スーパー（経営者）	・食料品の価格が安定しない限り期待できない。
	□	スーパー（店員）	・ゴールデンウィークは家でゆっくり過ごす傾向が強いとの報道のため多少なりとも期待は持てるが、暖かい気温により必要以上の買物は少ないとみる。
	□	スーパー（販売担当）	・食費の上昇と通商の不透明さが足かせとなりそうであるが、買い控えのストレスもかなりある様子で、売手の工夫で商売の良しあしが変わる。
	□	コンビニ（店長）	・正直全く分からない。現状は価格上昇の分だけ売上は伸びているが、来客数は全く変わっていない。
	□	コンビニ（企画担当）	・インバウンドは引き続き好調を維持しており、この状況が大きく変動する要因がない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・今年は暑い日が続く予報で、冷たい商品が伸長する見込みである。また、駅前や行楽立地ではインバウンド需要が高い。
	□	コンビニ（商品企画担当）	・物価高騰に歯止めが利かないなか、節約志向がより顕著になるため、景気回復は見通せない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・食料品がこれだけ値上がりしているなかではバーゲンセールを開催しても、あまり売上が期待できない。
	□	衣料品専門店（店長）	・猛暑の期間が長くなり、避暑対応の作業着やグッズの伸びはあるが、長く続きすぎるとかえって消費を控えるようになる。売れる商品が変わるだけで、トータルとしての売上はマイナス傾向にある。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	・物価高で販売量は少し落ちているが、生活必需品は動いている。
	□	衣料品専門店（売場担当）	・景気が回復するほど個人消費が活性化する見込みはない。
	□	衣料品専門店（売場担当）	・自店はファストファッション店の隣に位置しているため、価格を重視する客はそちらに流れがちである。デザイン性や品質で勝負し、良い物を長く着てもらえる客を大切にしていきたい。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・大手企業を中心に大幅な賃上げが行われているが、物価高で給料が増えている実感がないため、なかなか消費は増えない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・良くな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
	☐	乗用車販売店（経営者）	・新車販売ではメーカーからの車両供給に多少の制限があることと、インフレ気味で大きな買物に対して消費者が慎重になっていることから、販売の盛り上がりは期待できない。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・賃上げを実感でき、少しでも財布に余裕を感じることができれば、これから夏に向かって大型商品買換えの動きが現れるかもしれない。しかし、生活に係る費用の膨張はまだ続く見込みで、新車の販売市場は予断を許さない状況である。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・全体の様子から見てそれほど悲観する必要もないが、具体的に期待できる要素があるわけでもないため横ばいである。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・一時的に売れているが、米国大統領の采配により不安定さを隠せず、売行きが良くなる気配はみられない。客との話でも悲壮感はないものの先行きに不透明感は拭えず、様子見の様相を呈している。
	☐	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・物価高騰、米国関税、米価格高騰や国内政治不安等、諸問題の解決の見込みが立たない。
	☐	高級レストラン（経営企画）	・ゴールデンウィーク明けの需要が読み切れないが、為替の変動、内外の政策的な動きなどの影響から節約志向は継続する見込みである。
	☐	一般レストラン（経営者）	・メディアで賃上げのニュースをよく取り上げているが、インフレ状態であり物価高に給与が追いつかない。当地域では賃上げの実感もなく、物価高騰ばかりが目立ち景気が良くなる気配はない。
	☐	一般レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに消費した後は静かになる。
	☐	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・物価高に対しては消費者もある程度耐性をつけてきており、むしろ賃金の上昇の気運が続く限り景気は底堅い。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・予約状況を見ると今後2～3か月後は前年比を数%上回る予約が入っている。米国の関税や物価高など先行きに対する不安要素のニュースが多いが、余りその影響はみられない。リゾート産業はおしなべて景気が上向くときも悪くなるのもゆっくりであるため、現時点ではまだ米国の関税の影響は出ていない。
	☐	都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
	☐	都市型ホテル（営業担当）	・基本的にネガティブな要素はみえないが、余り変わらない状況である。
	☐	旅行代理店（経営者）	・来客数が減少する。
	☐	旅行代理店（経営者）	・物価上昇が一旦落ち着くまではこのままの状態が続く。
	☐	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク中の客足は余り期待できず、休み明けも余り期待できない。しばらくたてば夜の客足が増えてくるだろうが、それも週末しか期待できないため、余り変化がなく今の状態と変わらない見込みである。
	☐	通信会社（企画担当）	・自動車関連企業が多い当地域では、米国の関税政策により景気が大きく変わる見込みだが、それを含めても3か月先頃までは余り動かない状況が続く。
	☐	通信会社（営業担当）	・良くなるきっかけがない。
	☐	テーマパーク職員（総務担当）	・現在、企業の福利厚生イベントの誘致と開催に努めており、ゴールデンウィーク中の様々なイベントと併せて、今後の集客への起爆剤としての効果を期待しているが、まだ樂觀視はできない。
	☐	ゴルフ場（経営者）	・米国の外交スタンスなど依然として先行きが不透明である。
	☐	美容室（経営者）	・物価の上昇に賃上げが追いついていないため当分景気は良くならない。
	☐	住宅販売会社（従業員）	・当分は大きく変わらない。
	☐	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・物価が高くなると景気の予想がつかない。
	▲	商店街（代表者）	・電化製品の値上げにより、消費者に買い控えが発生している。
	▲	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・米国関税の影響が大きい。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・食料品や酒類の値上げにより、飲食店への客の来店がより厳しくなる傾向が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	百貨店（売場主任）	・カードのポイントアップキャンペーンやカード優待を実施すると、その期間中に買物をしようという人が以前は多かったが、最近は自身のタイミングで購入する人が増えている。現在もカード優待期間中であるが、あまり効果はみられない。
	▲	百貨店（総務担当）	・大型連休は近場で過ごす人が多いという報道もあり、土産需要などに期待を持ってない状況である。食料品を中心に様々な商品が値上がりしており、生活防衛的な意識がこれまで以上に高まっている。大手企業を中心とした賃上げもあるが、消費に回る効果が乏しくなっている。
	▲	百貨店（企画担当）	・最近の株価や為替の乱高下により、富裕層から中間層にかけて高額品に対する消費意欲がやや落ちている印象を受ける。インバウンド顧客についても同様で、購買単価も下落傾向にある。
	▲	百貨店（販売担当）	・なかなか暑くなりきらないまま連休に入り、月末も厳しいような見込みである。雑貨類の値上げも多くなり買上点数減少がみられる。
	▲	スーパー（店長）	・消費税の緩和など大きな対策の効果がない限り、売上点数は増加しない。
	▲	スーパー（店長）	・食品の値上げが継続している。
	▲	スーパー（店員）	・担当カテゴリーの値上げが続く。
	▲	コンビニ（店長）	・変わらないだろうと思いつながらも、今も尚続いている価格高騰のダメージが深刻化する懸念があり、やや悪くなる。現時点のゴールデンウィーク前半の様子からは、5月の結果が好調となる感触は得られていないため、やや悲観的な予想をしてしまう。
	▲	コンビニ（店長）	・物価高が非常に深刻ななかで趣味に関する金を捻出するため、日常使いするコンビニなどの使用頻度が減少するおそれがある。
	▲	コンビニ（店長）	・外的環境が現在と変わらず、インバウンド数も変わらなければこれまでと同じように推移する見込みであるが、もしインバウンドが減少傾向になると売上に影響が出る。
	▲	コンビニ（店長）	・様々な商品の価格高騰により、少しでも値段が安いところで購入するという消費者が増えている。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・米国の政策が世界経済を不安定にしている。最近も株価も乱高下しており落ち着かない状況である。また、世帯貯蓄額が上がり購買力が下がっているというニュースも耳にした。景気が良くなるポジティブな要素が少ない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・米国の関税の影響や更なる物価高が、消費者の購買意欲をそぐことになる。
	▲	家電量販店（店員）	・予算の高い商談が余りない。
	▲	家電量販店（営業担当）	・日米政府の動きがはっきりとみえてこず、身の回りの景気は良くなるとは思えない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価高による支出増加で、ますます家計への負担が大きくなっている様子である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車よりも中古車の販売が好調だが、新車ほどの売上が見込めるわけではない。車検や点検などの整備台数は堅調であるが、新車の売行きが芳しくない状況が続く限り、しばらくは景気も下降状況が続く。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型車やマイナーチェンジの車両が出ているが、車両本体価格も金利も上昇しており、メーカーからの支援が少なくなっているため値引きもしづらくなっている。そのため販売量は思うようには伸びていない。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・米国の関税問題で、法人客、個人客共に少し様子見をしたいという声が出ている。ただし、内定物件が3～4か月くらいまでであるため、直近の状況には変化がない見込みである。
	▲	その他専門店「書籍」（社員）	・平常期に入り販売量が抑えられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・米価格を始め、ガソリン代や食料品の値上がりが大きい。
	▲	その他飲食「仕出し」（経営者）	・情勢的に当分ネガティブな傾向が続く。

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
	▲	観光型ホテル（支配人）	・5月以降の宴会予約が低調である。原材料費や人件費の高止まりに加え、輸出産業が多い当地域において、米国の関税に伴う企業業績の悪化が懸念され、その影響を受ける可能性もある。当地域の同業他社についても同じ傾向がみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・米国の関税によって製造業に影響が出てくるリスクがある。
	▲	旅行代理店（経営者）	・米国関税の行方に限らず、安近短の消費が飲食店や観光地でもみられる。駅前はまだ人通りが多いが、少し離れた商店街は閉店が目立ち、地下鉄の駅構内にできた店でも閉店が目立つ。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・夏季は予約の取りづらい夏休みや会社行事を行いづらいお盆休暇などがあり、団体旅行は一旦落ち着く。
	▲	旅行代理店（営業担当）	・米国の関税は旅行業界にも間接的に影響する。世界情勢が混とんとし、少し先の状況もみえない不安な状態では、余暇で旅行や観光を楽しむ人が減少する。
	▲	テーマパーク（職員）	・外的要因や物価高により来客数が減少する。
	▲	テーマパーク（職員）	・大阪・関西万博へ行くため、当地域の観光客自体が少ない。
	▲	観光名所（案内係）	・関税問題を筆頭に、米国が取ろうとしている政策は我が国の将来にとって良い影響を与えない。これでは景気が良くなる見込みがない上に、天候不順がそれを助長する。
	▲	理美容室（経営者）	・物価ばかりが上がり賃金は上がらないため、景気は悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・3か月後は真夏の時期を迎え猛暑で出足が悪くなる。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護業界の賃上げも制度頼みのところではあるが、福祉用具には一時金などもなく、新商品の価格を設定しても上限価格設定で削られる始末で、世間相場からは程遠くなるばかりである。
	▲	設計事務所（職員）	・米国関税の動き次第で景気が変わるため注視している。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・仕入価格、人件費等の経費は上がり続け、利益率は悪くなり伸び悩んでいる。まだこの状態が続く見込みである。
	▲	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・連休明け後の工事物件に対する見積依頼などの引き合いが減少している。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・規模縮小や再編成の流れは大手から中堅へと加速する可能性が高い。
	×	商店街（代表者）	・物価が余りにも上がり過ぎて収入が追い付かず、この状況で景気が良くなるはずがない。政府が消費税減税などの対策を採らなければ大不況が起こるおそれがある。米国の関税の影響で消費の落ち込みは加速すると予想され、大変な状況になることを危惧している。
	×	百貨店（経理担当）	・米国の関税政策による悪影響が輸出企業のみならず全産業に広がることによって、物価上昇による個人消費の減退や企業業績の悪化を招き、景気は後退する。また、政府による給付金等の物価対策は限定的で、景気悪化の歯止めにはならない。
	×	百貨店（営業担当）	・先行きの不透明感により株価も乱高下を繰り返しているなか、富裕層の消費マインドが向上する可能性は非常に低い。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高の影響がある。
	×	タクシー運転手	・物価高騰への政府の対策が見受けられない。
	×	パチンコ店（経営者）	・最近のニュースでは増税など国民にとって良くない報道が多く、政治への期待が薄れ、日々生活することが優先となっている。娯楽への支出は当然減り、今まで週2回来店していたものが週1回になるなど悪くなることしかない。景気が良くなる材料が見つからない。
	×	美容室（経営者）	・物価高騰の影響が大きい。消費税減税等の施策があれば変わるかもしれないが、現状のままでは良くなる見込みがない。
	×	設計事務所（経営者）	・突発的な案件はあるが、標準的なスケジュールでできる仕事はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・生活費が上がり、住宅購入に支障を来している。この先どうなるか不安が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	住宅販売会社（従業員）	・住宅リフォームに対して、行政から消費者向けの補助金が多くある様子だが、広告宣伝されていない上に手続きが非常に面倒で利用しにくい。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・米国の関税方針が定まり、先の予測ができるようになれば、現在止まっている引き合いが動き出す。
	○	輸送業（従業員）	・取引先である企業には製造業などの業種が多いため、円高傾向がこのまま続けば緩やかに景気は上向く。
	○	不動産業（経営者）	・今後は前年と同様に晴れの日や暖かい日が多くなると予想され、外出や遠出をする人は増加する見込みである。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。
	○	その他非製造業「ソフト開発」（経営者）	・多くの企業は様子見状態であるが、現状のようなときこそ反動的な動きが出るものである。我が国は世界から信用がある国であるため、自信を持って世界の先導役を果たすべきである。知恵を出して高速道路の無料化のような景気浮揚を行ってくれることを期待する。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・米国の関税問題で何が影響するか分からない不安が大きく、景気が好転する要素もあまりないため現状と変わらない。
	□	化学工業（営業担当）	・関税等の影響で先行きは不透明であるが、最先端のA I 向け需要は引き続き右肩上がりを見込む。
	□	化学工業（総務秘書）	・この1か月の経済に関する最大のニュースは米国の関税であるが、現在は混乱状態にあり、自由貿易の秩序がどのように変わり、最終的にどのような形で落ち着くのか見守るしかない状況である。
	□	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（営業担当）	・今後の動向は不透明である。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・夏に向け少しずつ生産量は上がっているが、上り調子は現在と余り変わらない。
	□	建設業（営業担当）	・公共の仕事について、予算が前年度や前々年度に比べて下がっている。物価は変わらず高いため、設計単価が上がらない。最低限、物価の上昇分だけ値上げしても会社としての利益は上がらず、景気が良くなる実感はない。軽微な作業はあっても大きな仕事になると見積りで止まっている。
	□	輸送業（経営者）	・物価の上昇が続くなか、消費者の買い控えも継続する。
	□	輸送業（従業員）	・米国の関税政策を受けて、荷主にどこまでの影響が出るか現段階では不透明である。そもそも関税問題自体が二転三転している状況であるため、見通しは難しい。最低限分かっているのは明るい未来にはならないだろうということである。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物量が一旦増えたが、最近は落ち着いてきた。
	□	通信業（法人営業担当）	・大阪・関西万博が始まりインバウンドは盛り上がっている様子だが、観光地では地元住民が外食できないほどにインバウンド向け価格の店が増えていると聞く。実際に春スキーで人気の北海道のスキー場では、ランチを1000円以下で食べられる店は皆無で、食パンのようなサイズのピザが2000円を超えていた。一般的な収入のサラリーマンは、リゾートでのリフレッシュさえも懐事情からかなわなくなっている。このストレスフルな状況下で生産性が高まるはずもなく、ただひたすらに耐えるのみである。
	□	金融業（企画担当）	・更なる賃上げを迫られているが、中小企業では大手企業ほどの初任給引上げや賃上げを続けられないのが現実である。賃上げをしたとしても、受注価格に十分に転嫁できない現実を踏まえたと当面今の景気は続く。
	□	広告代理店（制作担当）	・イベント等、提案中の企画物が少しずつ形になってきているが、全体の価格設定が厳しいこともあり、なかなか明るい材料が見当たらない。
	□	新聞販売店「広告」（店主）	・株価の急変動で市場が右往左往している。投資や金融商品を所有している人は落ち着かない様子である。長期的な視点が必要になる。

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
	□	公認会計士	・多くの企業で賃上げ及び初任給の引上げによる人件費の増加があり、世界経済の不透明さからも景気が大幅に改善することはない。また、物価高によるコスト上昇もあり、7月には参議院選挙もあることから、投資を控える企業が多くなると予想する。
	□	会計事務所（職員）	・昇給があっても手取りはそれほど変わらない。手元の金をどこに支出するかを考えるだけで、支出する額が変わるわけではない。
	▲	食料品製造業（社員）	・輸出の受注に不透明感があり、特に米国、中国輸出に関しては先行きが厳しい。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・消費者視点で本当に必要とされる価値を備えた商品しか生き残れない厳しい状況となる。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・米国関税の影響で、現在は受注量が減っていないにもかかわらず、来月からは在庫を減らしていこうという傾向がみられる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・仕事量が減少している影響が夏頃から出てくるという懸念が各所で聞かれる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先が今後の設備投資に対して消極的な様子がみられるため、その影響を受けて悪化する。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・3か月後も関税問題は依然として解決できていないため停滞は続く。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・直接の輸出は行っていないが、関税問題で自動車、工作機械等については今後影響が出て輸出が困難になる見込みである。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・米国の関税が始まれば景気は更に悪化する。
	▲	建設業（役員）	・米国関税の影響でお膝元の自動車メーカーに影響があると、建設の設備投資による受注や住宅販売に対して不安がある。また、建設費の上昇による分譲価格の高騰や金利も上昇気運につき客に対しては逆風である。
	▲	建設業（経営者）	・政治的不安定さに国民は不安を覚えている。リフォームや工事など仕事の依頼も減っており不安で仕方ない。
	▲	輸送業（従業員）	・米国の動向に先行きが見えず、企業も積極投資ができない状態である。
	▲	輸送業（エリア担当）	・米国の関税政策により受注減少が見込まれる。
	▲	通信業（総務担当）	・まずは物価高を落ち着かせて、安定させる必要がある。そして賃上げによって世界と同等の水準にした上で、インフレ政策を語ればよい。明るい未来がみえないと景気について語られない。
	▲	金融業（従業員）	・米国関税による不安定が続いており、日本企業への影響も少なからずあるなか、景気が良くなるとは考えづらい。
	▲	金融業（従業員）	・物価が上がり、今後も下がる気配がみえず、収入はさほど変わらないなかで生活が厳しくなる状況が続いており、政策等での改善案もみえないためやや悪くなる。
	▲	会計事務所（職員）	・海外向けの高額商品に使用される部品の製造では、米国関税引上げの影響が不安である。現在のところ注文数も変わらず落ち着いているようだが、長い目でみるとよい影響はない。
	×	食料品製造業（営業担当）	・物価高、商品の値上げ等により販売数が減少している。
	×	鉄鋼業（経営者）	・中小零細企業のものづくりの動きが全くみえない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・急激な引き合いの減少が続いている。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—
	○	＊	＊
	□	人材派遣会社（社員）	・この先の予約状況が余り良くない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・経済の不透明さや物価上昇などの課題に明確な方策がみえない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米国関税の不安定さによる輸出業を中心とした不透明さが当面続く。良くなる可能性も悪くなる可能性もあるが、現在と大きくは変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・米国関税による自動車産業・輸出産業、関連する中小企業や地域経済への影響を注視する必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・大手企業においては賃上げなど景気動向に上向きの傾向も見受けられるが、中小企業においては、原材料価格やエネルギー価格の高騰などを価格転嫁ができていない状況もあり、賃上げなどへの対応も厳しい状況が続いている。人手不足感は継続しているものの、新たな求人提出を控え、今後の景気動向を含めて様子見している状況もうかがえることから、景気動向について当面大きな変化は生じないと判断する。
	□	職業安定所（職員）	・米国関税の影響については不確定要素が多々あるものの、大統領選時からある程度予想して対策を準備していたため、ここ数か月は急激な影響はないとの企業からの声がある。
	□	職業安定所（職員）	・原材料や燃料価格の高騰が解消されないと、製造業や物流業で求人数が低迷する。ゴールデンウィークや行楽シーズンを迎え、宿泊・飲食業やサービス業の求人数は増加する見通しである。
	□	職業安定所（職員）	・求人数に大きな変動がない。
	□	民間職業紹介機関（窓口担当）	・年度替わりに好調であった求人数だが、これからの夏季にそこまでの動きは期待できない。ただし、例年以上の求人数が変わらず見込まれるため、下回ることなく調子は継続される見通しである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・2026年3月卒業の大卒求人倍率は前年度から若干の低下がみられるものの、求人状況は引き続き堅調である。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・3月の医療系免許合格発表後に就職活動し、4月に入職が決まったケースがある。次年度採用を待たず、第2新卒の採用門戸は開かれている。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・米国関税の影響が国内中小企業にも出てくることから、更に厳しい状況に悪化する。政府の対策もほぼ効果はないことが想定され、景気が上向きに転換する様子はみられない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・地域柄自動車産業にまつわる企業との取引が多く、関税問題が雇用に与える影響を注視している。今のところ動きはないが今後を懸念している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国関税の影響がある。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・今のところ具体的な事象はないものの、米国関税の影響により自動車関連企業は何らかの予算抑制方向に動く懸念があり、そうなると自社の引き合いも減少する。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げ率の低い企業では、深刻な人材不足から、新卒採用と若年者層の離職防止措置として限定的な賃上げや福利厚生、人事制度の改定などを実施し、従業員満足度を向上させるための幅広い取組を実施する企業が増加している。
	▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	・米国の関税で自動車産業における部品供給、自動車製造そのものの先行きを懸念している。自動車業界は近年で最も苦しい時期になると心配の声が大きい。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げの影響が自動車産業以外の分野にも徐々に広がってきている様子で、求人を手控える動きが見える。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で減少している。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・政治動向による影響に鑑み営業利益が減退する予測を立てているため、採用により慎重な動きを取る企業側の動向が予測される。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・インバウンドを中心に今後も来客数が増えることを期待している。最近は小さな子供連れの家族旅行者が増えている。
	○	スーパー（仕入担当）	・備蓄米放出の影響や鶏卵相場が今より落ち着くという予測が出ているため、状況は改善に向かうとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・米国の関税政策、米国米の輸入量増加、為替の変動など不透明な要素が多いが、外食産業各社の値上げがこの春で一段落するとみている。その価格に消費者も慣れてきて、現状より若干上向きになるとみている。また、今年も気温が高くなる予報のため、家庭における光熱費を抑制するために外出する機会が増えるかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	競輪場（職員）	・競輪事業は経験的に5月の売上が高くなる傾向があるが、これはゴールデンウィークを利用した積極的な消費の影響であると考える。また、新規就業者や転職者は給与収入により金銭的余裕が生まれ、趣味やし好品への消費が高まるとみている。
	□	商店街（代表者）	・当月以降、飲食店、衣料品店、サービス店の新規開店を予定しており、にぎわいにつながると期待している。しかし、経済情勢の不透明感が強く、様子見の状況がしばらく続くとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・5月に入っても贈答用商品の売上は少なめで、自分たちで消費する分も単価の低い豚肉や鶏肉の販売が主となる状況が続くとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・価格や商品内容を吟味する、目的以外の場所に出向かないといった客の購買行動の慎重さにより、当面景気の低迷が続くとみている。ゴールデンウィーク需要で伸びる衣料品やバッグ等の購買が今年はより少なくなっている。当地域では報道で聞くような旅行需要も低く、消費者は旅行を控えているとみている。
	□	スーパー（店長）	・米の価格が上昇し、下がる気配がない。ガソリンも依然として高い。客の来店頻度は減少している。来客数の減少と単価の上昇傾向は変わらないとみており、景気は良くならないと考える。
	□	コンビニ（店舗管理）	・前年度は景気が悪すぎたとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・景気が不安定で、多少の減税や給付金では消費に向かわないと考える。
	□	衣料品専門店（経営者）	・婦人服に対する価値観が変化し、購買対象としての優先順位が下がってきている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価が上昇するなかで、青年層はまだ購買に意欲的だが、中年層が守りに入っている。結局売上は相殺され、現状の景況感が続くとみている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高が止まらないため、買い控えが続く。
	□	家電量販店（店長）	・エアコンが売れてきたが購入単価が下がっている。更なる物価上昇に備えて、予定より前倒しで取付けを考える客が増えている。
	□	家電量販店（本部）	・消費マインドが良くなるニュースがない。政府の施策に期待しているが、景気は変わらないと考える。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新年度がスタートして1か月が過ぎたが、身の回りで景気の良い話は聞こえていない。報道にも要因があるとみている。地方都市では可処分所得を大きく増やすほどの賃上げになっていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価高が続いており、厳しい状況は変わらない。
	□	乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売の受注状況に大きな変化はなく、中古車の在庫不足も継続するとみている。社会情勢として前年と同様に賃上げが一定程度広がっているため、景気の下支えにはなるとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・売上のなかで最も構成費の高い中堅層の販売数が伸び悩んでいる。この層の動きが活発にならないと厳しい。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これ以上、景気が悪くなってほしくないと切望している。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費マインドの低下がみられるものの、プチぜいたくによる消費は継続しており、今後の動きは見えにくい。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・スタッフ不足が解消できないため、満席にして営業することが難しい。また、休みを確保するため月に4～5日の休業日もあり、フル営業ができていない状況である。
	□	一般レストラン（店長）	・ゴールデンウィーク前半は低調で、後半に期待したい。あらゆる物が値上がりしているため、消費者は外食費を抑えているとみている。
	□	スナック（経営者）	・国内外共に混んとしている様子のため、景気がプラスとマイナスのどちらの方向にいくのか判断がつきにくい。
	□	観光型旅館（経営者）	・食材を始め原価率が高くなっている。夏休みまではオフシーズンとなるため集客に苦戦する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型旅館（経理）	・能登半島地震の影響で2024年1月1日以降休業状態である。再開までにまだかなりの期間を要する。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド以外は厳しい状況である。
	□	都市型ホテル（役員）	・今年のゴールデンウィークは飛び石連休のため予約が分散しており、前年同期の稼働率を下回ると見込んでいる。また、客室単価も横ばいに転じており、ゴールデンウィーク明けの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。
	□	タクシー運転手	・この春に賃金は上がったが、それ以上に物価が上がっており、客の節約傾向が始まると考える。
	□	タクシー運転手	・これからもっと節約志向が進み、人の動きもより悪くなる。景気対策が鍵となる。
	□	通信会社（営業担当）	・前年の販売数、来客数と比べて大きな変化はない。
	□	通信会社（役員）	・解約防止のための新サービスを導入して3か月が経過しているが、しばらく解約が続く厳しい状況になるとみている。
	□	住宅販売会社（従業員）	・イベントや展示場の来場者数は多くないが、来場した客の契約率は高くなっており、新しい商品が客に適合していると考ええる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰に加え、住宅ローンの金利上昇も想定され、客の動きが見られない。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・関税問題などの様々な社会情勢によって、消費の仕方に変化が出てくるとみている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・多品目で値上げの影響が続くため、厳しい状況が続く。
	▲	百貨店（売場主任）	・米国の追加関税が我が国の輸出産業及び国内経済に与える影響が全く見通せず、先行きは不透明である。インバウンド売上も円高傾向により以前のような勢いはない。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・賃上げを上回る物価高騰や米国の関税によるマイナスの影響が、これから生活実感として出てくるとみている。
	▲	乗用車販売店（役員）	・国内の物価上昇や海外の関税問題による影響で、株価や為替はしばらく乱高下が続き、安定した状況が見込めない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・サービス業、飲食業の人手不足による影響が大きい。旅行を受注しても手配が難しく、断らなければならないことも今後出てくるとみている。
	▲	通信会社（職員）	・関税問題等の不安材料への対応策が不透明である。
	▲	通信会社（役員）	・米国政権の関税政策等による影響は不透明だが、景気は悪化する可能性が高いとみている。
	▲	テーマパーク（役員）	・物価高による旅行需要への影響がやや出ている。また、大阪・関西万博などの影響もあり、客の動きがやや悪くなると考える。
	▲	パチンコ店（経理）	・物価高騰などによる消費の減退に対して、政府が対応できていない。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（経営者）	・様々な物の価格の高騰により、景気は悪くなるとみている。
	▲	美容室（経営者）	・景気が減速していくとの報道が多く、消費マインドも下向きになっていくとみている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・施工業者の高齢化に加え、震災対応に伴う人手不足がますます深刻になっており、現場の段取りが付かず、受注することが難しくなっている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・賃上げを含む原価上昇分の価格転嫁により、客の購買意欲が後退することを懸念している。
	×	商店街（代表者）	・年金給付日ににぎわっていた店に今はその気配がない。年金生活者は2か月間何とか食いつないでいる様子である。
	×	コンビニ（店長）	・人件費や光熱費等の経費の高騰で経営が圧迫されている。中小零細企業は事業として成り立たなくなりつつあり、大変苦悩している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	建設業（経営者）	・米国の関税により日本経済全体は悪い影響を受ける。しかし、公共工事を主に行っている当社にとっては、発注元によってばらつきはあるものの、5月以降に発注される公共工事に期待を持てる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	食料品製造業（経営企画）	・能登半島地震での被災から、想定よりも復興に時間が掛かっている。震災前の受注レベルに戻るかどうかは怪しい状況である。
	□	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）	・米国の関税により、先行きの見通しが立てにくくなっている。為替の動きも大きくなってきており、不安定な状況である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後2～3か月で、車載向け部品以外に量産品の販売増加傾向は見受けられず、産業機器関係や民生品関係については先々の動きが全く読めない。そのため、目先の販売増加は見込めないと考える。
	□	通信業（営業）	・米国の関税政策の動きと連動して、投資意欲が高まるか減退するかにより、景気は左右されるとみている。
	□	司法書士	・これまで取引のなかった空き家や山林を求める県外業者の話を聞く機会が増えている。
	□	税理士（所長）	・関税問題や世界情勢の不安感があり、製造業などは落ち込むとみている。ただし、大阪・関西万博が開催されたことで、宿泊業や飲食業は堅調に推移すると考える。
	▲	繊維工業（総括）	・米国政権の関税引き上げの影響により、今後の受注減少や取引先からの値下げ圧力を懸念する声を聞く。
	▲	プラスチック製品製造業（広報）	・物価上昇の影響で、住宅、非住宅共に着工数が減少傾向である。関税引き上げなどの問題もあり、景気上昇につながる好材料が見当たらない。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の関税政策により、日系自動車メーカーが米国へ生産移管を検討しているなどの情報が入ってきている。加えて、現地市場へ直接輸出する補修品などの価格転嫁が販売量に与える影響も不透明であり、当面の間、予断を許さない状況が続くとみている。
	▲	建設業（役員）	・米国政権に対する先行きの不透明感から、今後の設備投資については一旦見直し等があり、落ち込む可能性があるとみている。
	▲	輸送業（経理）	・今後の動向が全くみえない。
	▲	金融業（融資担当）	・物価高や賃上げで企業収益が圧迫されるなか、ある程度の価格転嫁は進んでいるものの、費用の増加に追いついていない。また、米国政権によって先行きも不透明で、景気が良くなる好材料がない。
	▲	不動産業（経営者）	・個人客、法人客共に、2～3か月先の話は余り聞くことがない。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数及び求職者数は若干増加気味であるが、アンマッチが続く、人手不足感が否めない。IT系の求人数は依然として安定している。
	□	新聞社［求人広告］（営業）	・似たような状況が続いており、良くなりそうな要素も悪くなりそうな要素も具体的に見当たらない。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・求人数は横ばいであるとみている。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高止まりが続いており、人件費、原材料費、燃料費、水道光熱費の高騰などにより企業環境が厳しくなっている。今後は米国の関税政策に関する国際情勢を注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の動きに変わりがなく、求職者数も頭打ち状況で、中小企業における人手不足が継続している。
	□	学校［大学］（就職担当）	・物価上昇、円安、能登半島地震や奥能登豪雨の影響が続いていることに加えて、米国の関税による影響が懸念され、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）	・新規住宅着工数が減っているようで、戸建て住宅用の建材メーカーから派遣人員削減の連絡があり、物価高の影響が出てきていると考える。さらに、米国関税の影響が出てくる可能性もあるため景気は悪くなるとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・企業からは、物価高騰と米国関税が懸念材料であり先が読めないと、不安の声が出ている。

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）	・米国の関税引上げの影響が現れるとみている。
	×	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)	◎	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博の盛り上がりピークとなり、それに伴ってインバウンドも関西に集中してくるため、来客数が10%ほど増えると予想される。
	◎	コンビニ（店員）	・しばらくはこのまま好調が続く。大阪・関西万博の開催効果もあるため、外国人客の来店に加えて、国内客の来店も増えることが予想される。
	◎	家電量販店（人事担当）	・今年も夏の気温が高くなる予報であり、エアコンや冷蔵庫、洗濯機などの販売増が期待される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・団体客からは、国内客、海外客共にかなり多くの問合せがある。
	◎	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える。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今後は気候が良くなるほか、大阪・関西万博の開催で人の動きが活発となり、商品の動きも良くなることを期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の今後の盛り上がり期待している。
	○	百貨店（マネージャー）	・米価格の高騰については、備蓄米の放出効果はさほどないと予想されるが、海外からの輸入米の増加などで、少し改善すると期待される。一方、米国の輸入関税引上げの影響については不透明である。
	○	スーパー（企画担当）	・お米クーポンのほか、物価上昇対策として、複数の自治体プレミアム付商品券やチャージ追加特典などを実施予定である。ライフラインである食品購入の後押しとなるため、売上の増加につながると予想される。
	○	スーパー（経理担当）	・大阪・関西万博の開幕により、関西全体の景気の底上げが期待されるが、足元はまだ大きな影響がみられない。今後の盛り上がり次第であるものの、スーパーへの影響は限定的と予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークに入れば世の中が動き出し、活気が出てきそうであるが、連休明けは急激に暇になるのが怖い。
	○	コンビニ（経営者）	・10月までの大阪・関西万博の開催期間中は、来客数が高水準で推移することが期待される。各商品の値上げの動きとあいまって、売上は好調な推移となりそうである。
	○	コンビニ（店員）	・桜の時期が終われば、客の動きは落ち着くと予想していたが、その後も来客数は多い。
	○	衣料品専門店（店長）	・単価が数か月連続で上昇するなど、上場企業を中心にやや回復基調が続いている。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果による、案件の成約増加が期待される。
	○	乗用車販売店（支店長）	・年末にかけて良くなることを期待したい。
	○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米や野菜などの価格の高騰は、3か月後には少し落ち着くことが予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ゴールデンウィークや大阪・関西万博の影響でインバウンドが増える傾向にあり、売上の増加が期待できる。大量に購入するインバウンドの来客も増えつつあり、特に生活必需品や薬、健康関連商品のまとめ買いが増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博の開催日以降、来客数が増加している。特に、今月は価格の改定で来客数が減少する見込みであったが、増加という結果となったほか、客単価も平均で15%上昇している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による大きな影響が予想される。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博の影響は少なからず出ている。客にはそれなりの動きがみられ、消費も増加傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（役員）	・空港で国際チャーター便の運航が始まったほか、このところの円高傾向もあり、海外旅行の需要が期待できる。また、大阪・関西万博のチケット販売やバスツアーの需要も見込まれる。ちょうど夏休みの予約が動き出す時期となるため、全体の予約件数の増加が予想される。
	○	タクシー運転手	・他府県や海外からの客の利用率が上がれば、タクシーの営業収入も少し増えるが、最終的には中間層の所得の増加が必要であり、消費税の減税などの企画が求められる。
	○	タクシー運転手	・気候が良くなり、外出する機会も増えてくる。それに伴い、タクシーの需要にも少し動きが出ることを期待している。
	○	通信会社（社員）	・利用料金の値下げも限界である。今の状態で収支が合うようであれば、今後はプラス傾向を期待したい。
	○	通信会社（企画担当）	・世界情勢のほか為替も不安定なため、金融市場などの変化が続く。
	□	商店街（代表者）	・客が購買の決定に慎重になっている。
	□	一般小売店「花」（経営者）	・生活必需品の値上がりが続いている。光熱費やガソリン価格の上昇もあり、補助が出て景気への影響は薄いとみられる。
	□	一般小売店「化粧品」（経営者）	・不安定な為替や内外価格差の是正などで、好調であったインバウンド売上が鈍化傾向にあるなか、国内消費も単価の低い商品にシフトする動きがある。右肩上がりの売上拡大は難しい状況であるが、値上げも一部の企業ではみられるため、取引先のセグメント別に商材提案を行うなど、対応を強化したい。また、大阪・関西万博は前評判が決して良くなかったが、開幕後は高評価を得ており、欧米からのインバウンドの来店も増えているため、化粧品のギフト商材などの販売には期待が持てる。
	□	一般小売店「手ぬぐい」（経営者）	・国内客の消費マインドが非常に低い。
	□	一般小売店「呉服」（店員）	・例年、成人式が終わるとすぐに新しい振り袖を選びに来店する客が増えるが、今年は母親の振り袖を直して着するという傾向が強まっている。
	□	百貨店（売場主任）	・外国人観光客の増加により、いつも混雑しているイメージが強まり、日本人客の来店が減っている。
	□	百貨店（企画担当）	・米国の関税引上げ問題が落ち着くまでは、今の状態がしばらく続くと思われ。
	□	百貨店（サービス担当）	・今年も異常気象による気温の上昇が予想されるため、早期のUVケア商材の展開や、大阪・関西万博の来場者向けの行楽弁当、総菜の強化などにより、売上の拡大が期待される。
	□	百貨店（販促担当）	・米国の政権の影響で株価が低迷し、為替の見通しのきかない状況が続くと予想され、消費者の生活防衛意識が強まること懸念される。前年ほどではないものの、暑い夏が始まることで、暑さ対策などの需要の取り込みや、夏のセール展開などが重要となる。
	□	百貨店（宣伝担当）	・周辺のホテル代や航空券代の高騰により、インバウンドはこれ以上増えないと予想される。国内客も食品や日用品の値上げに加え、株価の下落で不要不急の買物を控えており、基調の回復は難しい。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・ガソリン価格の値下げなどが実施されているが、直接的に消費の増加につながっているとは考えにくい。また、インバウンドの免税売上の件数は増えている一方、円高の進行で客単価が低下するなど、インバウンド消費の内容も変化が続くと予想される。
	□	百貨店（外商担当）	・大阪・関西万博が開幕して順調なスタートとなり、今後はリピーターも増える見込みのため、好影響が出ると予想される。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・来客数は増加傾向にあるが、物価の上昇や水道光熱費の負担増により、個人客の店頭での消費は厳しさを増す。一方、外商売上やインバウンド売上は、引き続き好調に推移すると予想される。
	□	百貨店（売場統括）	・米国の政権の動向が見通せず、株価や為替が安定するまでは、今の状況が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（管理担当）	・引き続き、一進一退の状況が続く。
	☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの復活が今後の鍵となる。今のところは大阪・関西万博の開催効果もみられず、大きな変化はないと予想される。
	☐	スーパー（経営者）	・政府の具体的な物価上昇対策が示されていない。
	☐	スーパー（店長）	・米や卵などの価格が高止まりしており、景気の回復につながる要素が見当たらない。
	☐	スーパー（店員）	・様々な物の値段が上がっているため、悩みながら買物をしている客は非常に多く、今後も状況は変わらないと予想される。
	☐	スーパー（企画担当）	・来客数や客単価に大きな変化はないと予想される。
	☐	スーパー（販売促進担当）	・当面は商品価格の上昇傾向が続くなか、景気が上向く要素は見当たらないため、現状の動きが続くと予想される。
	☐	スーパー（企画）	・4月からの賃金のベースアップは行われたが、企業の社会保険料率が上がっており、賃上げ効果が出ていない。5月下旬からのガソリン価格の値下げ、7月から9月の電気代、ガス代補助による効果は期待されるものの、景気が上向くことはない。
	☐	コンビニ（経営者）	・特に変わらないと予想される。
	☐	コンビニ（店長）	・ホテルなどの宿泊施設の数も限られており、それほど観光客が増えることもないため、現状維持が予想される。
	☐	コンビニ（店員）	・2月頃からエリアマネージャーが変わり、いろいろと試してきた対策が実りつつあるが、これ以上を望むのは厳しい状況であり、現状が維持できればよい。
	☐	コンビニ（店員）	・このまま物価の上昇が続けば、家計が節約せざるを得ない状況が強まるため、景気が上向くとは思えない。
	☐	家電量販店（店員）	・生活に必要な商品の価格が上がる以上、景気の鈍化傾向は変わらない。早急な景気対策などが必要とみられる。
	☐	家電量販店（企画担当）	・価格の上昇の動きもあり、新製品や話題の商品などがない限り、買い控えが増える。先行きは、必要最低限の消費しか期待できない雰囲気がある。
	☐	乗用車販売店（役員）	・米国の輸入関税引上げによって経済情勢が不安定となり、国内消費の冷え込みが懸念される。国内では日本経済を支えてきた自動車業界への逆風となるほか、輸入車でも中国メーカーの台頭に加え、規模の大きな中国市場の悪化、欧州での電気自動車販売の計画未達による業績悪化など、景気の良くなる材料が見当たらない。
	☐	乗用車販売店（販売担当）	・まだ受注残が残っているため、2～3か月は変わらずに推移するが、その後は受注台数の減少による影響が出てくる。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・米国の関税引上げによる影響で、商品価格の上昇が必至なため、客の買い控えが予想される。
	☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪・関西万博が始まったものの、宝飾品業界に影響や効果はみられない。円安によるインバウンドの増加や、万博の開催によって人流は増えても、業界での消費の増加にはつながらない。
	☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・花粉症関連商品の好調を維持することは難しいが、急激な気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤などの夏物商材を中心に、売場の活性化が期待される。一方、食品や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、今後も同様の動きが続くと予想される。
	☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・大阪・関西万博関連の売上は好調でも、その他の売上は厳しい。特にインバウンドの売上が厳しく、円安傾向にも変化がありそうで、先が読めない。
	☐	高級レストラン（スタッフ）	・大阪・関西万博の開催中でもあり、インバウンドの来店は今後も増える予想される。
	☐	高級レストラン（企画）	・大阪・関西万博の開催中はインバウンド需要の盛り上がりが見込まれるものの、国内旅行の需要は低迷したままであり、景気全体が上向くとは判断できない。
	☐	一般レストラン（経営者）	・必要不可欠な食材が不足しているほか、物価の上昇が家計を圧迫する状況が続いているため、財布のひもが固くなっている。先のみえない不安が少しでも解消していけば、外食産業も盛り上がるのが期待される。

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
	☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・インバウンドの増加で、宿泊料金や物価の上昇につながっている。国内の消費者も同じ価格で購入し、宿泊しなければならぬため、生活は厳しい。当店への客も財布のひもが固くなっている。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・国際的な政治情勢が不安定となるなか、国内でも政情不安が続いており、効果的な景気対策も見当たらない。
	☐	観光型ホテル（経営者）	・5月、6月は例年よりも団体客の先行予約が多い。やはり大阪・関西万博関連の団体予約の影響が大きいとみられる。
	☐	観光型旅館（経営者）	・現状を打破する要素が見当たらない。
	☐	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの団体客は好調であるが、国内客や海外からの個人客の単価が伸びない。価格調整を行うと予約が動き出すことから、需要は存在する。一方、食堂は団体客の受注が好調ななか、宴会は伸び悩んでいるものの、定例の宴席は受注できている。
	☐	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博が開催される10月までは、今の状態が続く。
	☐	都市型ホテル（販売促進担当）	・米国の関税引上げや為替の変動リスクもあり、先行きは不透明であるが、周囲だけをみると特に変わらないと予想される。客室やレストラン、宴会の予約も、半年前と余り変化がないようである。
	☐	都市型ホテル（客室担当）	・物価の上昇がこのまま続くかどうか、不透明な状況が続く。
	☐	旅行代理店（支店長）	・物価の上昇や米不足、円高の進行などの様々な不安要素の影響で、盛り上がりや抑えられている。大阪・関西万博にはこの状況を打破する盛り上がりや期待しているが、客の反応はまだ落ち着いている。
	☐	旅行代理店（支店長）	・今月の動きが、大阪・関西万博が終了する10月まで続きそうである。
	☐	通信会社（経営者）	・今後も物価の上昇が続くと予想される。
	☐	通信会社（社員）	・実質値上げとなる新プランが発表されたが、既契約者の他社への転出が増えるかどうかは読めない。また、販売の増減はキャリアの価格施策に左右されるため、今後も状況は厳しい。
	☐	通信会社（役員）	・事業環境に大きな変化はないが、仮に不安定な経済状況下で景気が低迷すれば、販売に影響が出る。
	☐	観光名所（企画担当）	・4月に入ってから状況をもても、来場者数は前年とほぼ変わらず、3か月後も大きな変化はないと予想される。大阪・関西万博が4月13日から始まり、その影響を静観しているところである。
	☐	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者の動きをみると、やや良くなると予想されるが、単価の上昇がなかなか難しいため、身の回りの景気に変化はない。
	☐	競艇場（職員）	・全国発売されるG1以上のグレードレースの売上に、大きな変化はみられず、高水準で推移している。春から夏に向けても、大きな変化はなく推移しそうである。
	☐	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・順調に催事が行われているものの、費用の負担増が顕著であり、収益の増加にはつながっていない。
	☐	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の公式戦があるほか、家族向けのイベントや人気グループのコンサートなどが開催されるため、多くの来場を予想している。
	☐	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・米国大統領による政策の影響で、円高傾向が進むと予想されるが、日本を訪れるインバウンドの数は堅調に推移しそうである。
	☐	美容室（店員）	・このままの状態が続くと予想されるが、今よりも悪くなる可能性もある。
	☐	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇が続くなか、教育費にどこまでお金を掛けるかは不透明である。
	☐	住宅販売会社（経営者）	・米国による相互関税への不安があるなか、対策が講じられなければ景気は上向かない。
	☐	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築市場においては、高価格帯の物件は引き続き堅調な動きであるが、低価格帯は厳しい状況が続くそうである。

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
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・昇給はあっても、物価の上昇分がカバーできるわけではなく、結局は支出だけが増える傾向は変わらない。日々の食費や昼食代も、予算と相談する毎日である。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・連日の大阪・関西万博の報道や、既に参加した客の話を聞くと、予想以上に万博が盛り上がっている。ただし、その盛り上がりが当地域に波及するかといえば、その期待は薄い。が、社会全体の明るい雰囲気が良い動きにつながることを期待したい。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・予約数が4月よりも格段に少なくなっている。
	▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・やや悪くなると予想されるが、状況によっては非常に悪くなる可能性もある。このまま物価の上昇が続くようであれば、市民の生活はかなり厳しくなる。
	▲	百貨店（企画担当）	・米国の関税引上げの行方が読めず、先行き是不透明である。少なくとも景気が急回復することはない。
	▲	百貨店（広報担当）	・世界経済は先行き不透明であり、不安定な株価の動きも続くと思える。免税売上も第1四半期頃までが金額ベースでピークとみられ、当面は厳しい状況が続く。
	▲	百貨店（商品担当）	・インバウンド売上の鈍化傾向がしばらく続くと思える。また、現時点では横ばいの国内消費も、うまくいって横ばいであり、場合によっては減少傾向となる可能性もある。
	▲	百貨店（販売推進担当）	・株安の影響で、外商のVIP層による絵画や宝飾品の購入の動きが鈍くなる。その分を食品の催事などでカバーする必要はあるが、ハードルは高い。
	▲	百貨店（外商担当）	・米国の輸入関税引上げにより、より一層円高が進む可能性がある。それに伴って、インバウンド売上が更に減少する恐れもある。
	▲	百貨店（マネージャー）	・夏に向けて、国内の中間層はレジャー等に対する消費が増えるため、物販は厳しくなる。来客数が減少するなか、単価を引き上げる品ぞろえや企画が求められる。また、大きな鍵となるインバウンド消費は今の傾向が続くと予想されるが、米国の関税引上げといった外的要因により、先行きは見通せない状況である。
	▲	百貨店（商品担当）	・食品を中心とした物価の上昇で、比較的高額な総菜や食品の売上に影響が出ている。物産展のように、期間限定でイベント性のある催事は好調であるが、常設店舗に対しては買い控えの心理がはたらくようで、売上は微減が続きそうである。
	▲	スーパー（店長）	・米国による相互関税が報じられ、食品を中心に商品価格の上昇に対する不安が助長されている。
	▲	スーパー（社員）	・株価が乱高下し、消費税率の行方も不透明ななか、客は今後の消費にますます慎重になると予想される。
	▲	スーパー（企画）	・売上の推移は物価の上昇もあって安定しているが、来客数は鈍い状況が続きそうである。また、野菜相場は落ち着くものの、米の価格は高止まりしており、消費マインドを冷やしている。
	▲	衣料品専門店（店員）	・需要が閑散期に入るため、売上は落ちる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税引上げなど、悪い材料しか見当たらない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・米を含む物価上昇の流れが止まらない一方、賃金の増加がそれに追いついていない。世界的にも米国と中国の争いに巻き込まれている状態で、日本経済は米国大統領の言動に一喜一憂する状況が続く。しばらくは安心して消費ができる環境にはならない。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後も値上げの影響が出てくることが予想される。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・米国大統領がどこまで本気なのか読めないが、既に出ている要素をみると、景気は減退すると予測せざるを得ない。
	▲	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終了するため、受注量は減少する。
	▲	一般レストラン（経営者）	・税金の支払や物価の上昇などで、ますます財布のひもは固くなり、外食の回数が減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（店員）	・物価上昇の影響で、外食をする人が減少する。
	▲	一般レストラン（企画）	・材料価格の高騰によるメニュー価格の上昇で、客の来店回数が減少し、来客数全体の減少につながっている。物価上昇の影響は今後も続くため、景気の減退が予想される。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・更なる値上げも予定されるなか、支出が明らかに増えている。以前と同じ商品や同じ量は買えないため、代替品を真剣に探している。
	▲	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。
	▲	観光型旅館（経営者）	・大阪・関西万博による好景気を期待しているが、今のところ良い影響はみられない。むしろ需要が万博に奪われている。
	▲	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博への来場者による需要を期待しているが、予約状況は低調で、単価も下降気味である。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・オーバーツーリズムや宿泊税の値上げといったネガティブな情報があふれ、国内需要が減少している。大阪・関西万博による影響はほぼないほか、国内客の減少が懸念材料である。
	▲	通信会社（営業担当）	・客が能動的に動かない時期となるため、問合せ数の減少が予想される。
	▲	テーマパーク（職員）	・物価の上昇に給料の増加が追い付いていない。現状は物価の上昇を抑える政策は見当たらず、増税への懸念が消えない状況では、先行きの期待材料がない。
	▲	遊園地（経営者）	・これまでの物価の上昇に加え、米国の関税引上げを発端とした世界景気の悪化により、消費マインドの低下が予想される。
	▲	競輪場（職員）	・米の価格を始めとする物価の上昇が止まらない。世界情勢も米国の政策によって不透明感が強まっているため、先行きは不安定である。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・光熱費の増加は、運動公園の施設運営に打撃が大き過ぎるため、政府による補助が不可欠である。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・米国の関税引上げの影響や物価の上昇などで、先行きが見通せない。
	▲	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）	・米国の関税引上げによる影響が不透明ななか、物価の上昇が続くと予想されるため、消費は減少に向かう。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・展示場の来場者数は若干の減少傾向にあるため、先行きはやや悪くなる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・米国の政策による悪影響が出る。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、生活必需品ではない物に対する消費者の買い控えは、これまで以上に強まると予想される。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・物価の上昇により、来客数が減少している。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価上昇の影響を受けており、今後も厳しい経営が続く。
	×	百貨店（売場主任）	・年金生活者が一定の顧客層となっている郊外店では、客の収入が増えない上に、物価の上昇が続いているため、今後も厳しい状況が続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・主婦層が自分の服を購入する余裕がなくなっていると判断されるほど、売上が減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・価格の安い商品に飛びつく消費者心理がまん延しており、価格の適正な水準を無視している。
	×	家電量販店（店員）	・生活必需品のエアコンは暑くなれば売れるものの、エアコンの価格が上がっているため、他の商品に回す予算がなくなり、エアコン以外は全く売れなくなりそうである。ほかにも必要な物がある場合は、高性能の商品が売れず、中級以下の商品で出費を抑えようとする傾向が、既にみられる。
	×	家電量販店（店員）	・販売チャネルが増えることは良いが、ネット通販で商品価格が評価されても、実際には附帯する工事などもある。客との間の基準を合わせてから本題に入るため、商談に時間が掛かる。

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（店長）	・これまで売上を支えてくれた取引先からの発注単価が、軒並み下がっている。免税業者であっても、暗にその分の値引きを要求されるなど、取引が年々難しくなっており、全体的な環境の悪化が進んでいる。
	×	その他飲食「ジャズバー」（店員）	・物価の上昇により、ぜいたく品にお金はかけないようで、客が安い店に流れている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・価格上昇の動きは落ち着いたようにみえたが、依然として進行中であり、中小企業がふるいに掛けられている。
企業動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替は毎日のように変動し、米国の関税引上げも世界経済を揺さぶっている。当社も今後の経済情勢に左右されるが、6月から従来の取扱商品に加え、もう1品目増える予定になっている。その販売量が多ければ、売上、利益共に順調な増加につながる。
	○	食料品製造業（管理担当）	・今後は更に需要が伸びることが期待される。
	○	食料品製造業（営業担当）	・大阪・関西万博が閉幕するまでの期間は、外国人観光客が増え、飲料の売上もやや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・引き続き大阪・関西万博による特需が見込めるため、売上は微増となることが予想される。
	○	建設業（経営者）	・今後も少しずつ引き合いは増えると予想される。ただし、人材の確保が難しいため、いかに需要の増加に対応するかが課題である。
	○	輸送業（商品管理担当）	・例年5月から7月は家具の動きが落ち着くため、売上が減少する。
	○	輸送業（営業担当）	・配送荷物のなかに旅行カバンが増えているなど、レジャー関連の好調が実感される。
	○	経営コンサルタント	・大阪・関西万博の開催中は、まだまだ大阪の景気は良くなることが予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・例年夏が近づくにつれて、出荷は少しずつ落ち着く傾向となるため、今後の暑さに左右される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・米国の関税引上げの影響など、良くなる要因がない。
	□	化学工業（企画担当）	・現状は過去にないレベルの売上を達成しており、原料価格の上昇に対する販売価格への転嫁も順調であるが、米国の関税引上げによる影響は不透明である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・業界の雰囲気有余り良くなり、発注量、受注量共に低いレベルで推移すると予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・米国による関税引上げ問題の早期決着を望む。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・良くなると判断できる具体的な要素は見当たらない。ただし、為替の影響もあり、海外から入ってくる部品の価格は上昇が続くと予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気の押し上げが期待される大阪・関西万博が開幕した一方、米国の輸入関税による悪影響が懸念される。
	□	建設業（経営者）	・建設資材価格の高騰や、賃上げの動きが今後も続く予想される。働き方改革に対応するために、あらゆるITツール等の活用が不可欠であり、より効率的な働き方を追求する必要がある。
	□	輸送業（経営者）	・新規の案件がキャンセルとなったが、中断していた以前の仕事の一部復活したので、予定とほぼ同じ量の仕事が確保できそうである。
	□	輸送業（営業担当）	・家具が売れるようになるまでは、良い状態にはならない。
	□	金融業（営業担当）	・物価の上昇で消費が冷え込むなか、賃上げの動きも中小企業には余り期待できないため、今後も景気は変わらないとの意見が多い。
	□	その他サービス「自動車修理」（経営者）	・ゴールデンウィークの前でも、仕事の駆け込み注文が少なく、余り忙しくない。
	□	その他サービス業「店舗開発」（従業員）	・米国による関税引上げや、食品を中心とする物価の上昇というマイナス材料と、大阪・関西万博の開催といったプラス材料が混在する状況が続く。
	□	その他非製造業「機械器具卸」（経営者）	・値上げが落ち着くまでは変わらない。

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
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・ 全体的に急速な変化はなく、円高が進むとの予想から、日用品は低価格品が増えやすくなっているため、小売では販売数の回復が期待される。ただし、販売単価はまた低下傾向となるおそれがあり、全体的に一進一退の横ばい傾向が予想される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・ 客の財布のひもは依然として固い。生活費の確保が最優先のため、富裕層以外の購入はほぼなくなっている。
	▲	化学工業（管理担当）	・ 米国による輸入関税引上げが実施されると、出荷量の減少が懸念されるが、どの程度減少するかは予想が難しい。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ 景気は悪くないが、相変わらず物価の上昇が続いており、賃上げの実感も大手企業の一部にとどまる。消費者の買い控えもあり、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・ ここ数か月の景況が悪化しており、今後もこの状況が続くそうである。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・ 米の価格を始めとした物価の上昇で、消費意欲が悪化している。
	▲	金融業（営業担当）	・ 野菜価格などの上昇には落ち着きが見られるものの、米の価格は依然として高騰が続き、購入が難しくなっている。政府は備蓄米を放出したが、米の価格の低下には時間がかかっている。物価の上昇による消費者への悪影響が、今後も続くと言われる。
	▲	不動産業（営業担当）	・ ECサイト等での販売が主流となっており、実店舗の必要性がなくなってきた。今後もこの傾向は続くと言われ、貸店舗のニーズが減ることで賃料が下がるなど、景気が悪くなっていく。
	▲	広告代理店（営業担当）	・ 今月は好調であるが、6月以降は前年よりも出足が鈍いため、受注が少し減ってくる可能性がある。
	×	繊維工業（総務担当）	・ 米国大統領の方針変換などにより、急激に物価が低下することは期待できない。
	×	化学工業（経営者）	・ 物価が上昇するなか、生活防衛による需要減退が続いており、先行きが良くなる要素は見当たらない。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 5月から7月は、4月と比べると受注量が減り、景気が悪くなるのは例年の動きである。ただし、今年は米国の輸入関税引上げの影響が不透明なほか、食料品価格の高騰など、流れが良くなりそうな材料はないため、何らかの対策が必要となっている。
	×	通信業（管理担当）	・ 景気回復の兆しが見られない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ 減税策を含む経済対策がなかなか決まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	＊	＊
	○	人材派遣会社（役員）	・ 大阪・関西万博の開催や賃上げの効果のほか、各種の物価抑制策が効いてくると予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・ 第2四半期に向けて、少し良くなると予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 大阪・関西万博関連の勢いが伸びるため、広告出稿の増加が予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・ 梅雨明け後、公共工事、民間工事共に本格稼働が予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ このまま求人数が求職者数を上回る状況が続けば、大手企業の内定が出そろった6月頃までは、求人の申込みが増えると言われる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・ 米国の関税引上げにより、国内企業が少し動揺しているが、やがて落ち着くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ DX関連の取組が進んで単純な事務関係の求人は更に減るが、求職者は変わらずこの分野を希望するため、キャリアチェンジが必要な求職者が出てくる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・ 大阪・関西万博の開催中は、現状のように求人は増加するものの、条件に合う人材が見当たらない状況が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 米国の保護主義的な政策もあり、世界経済が不安定であるため、先行きが読めない。

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
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・数か月の短期間で大きな変化はない。ただし、米国の関税引上げによって製造業を中心に影響が出るとみられ、今後の景気には不透明感がある。慢性的な人材不足とはいえ、経営の悪化によって広告宣伝費や採用費用が抑制される傾向があるため、中長期的に景気が悪くなる可能性もある。
	□	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げによる影響を懸念する声が出始めている。今後の動向を注視する必要があるが、今のところは今後の採用計画などに影響が出る気配はない。
	□	職業安定所（職員）	・この数か月で景気が左右される材料は少なく、物価の上昇や社会保険料負担の増加が改善される期待も薄いため、景気は緩やかに悪化すると予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人意欲は今年度も旺盛であり、学内での就職説明会を学科別に実施するが、参加希望の施設は今までで最も多い。特に、鍼灸整骨院業界は職員の高齢化が進む一方、業績は比較的堅調であり、求人は多い。ただし、同業界は離職者数の多さが問題で、早期退職して一般企業に転職するケースも多いため、景況感の改善というよりも、退職補充による求人の増加という印象を受ける。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・一部に雇用条件の向上がみられるものの、景気への影響は限定的である。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・大阪・関西万博の開催効果やインバウンド需要に期待する声がある一方、米国の関税政策の不透明感から、先行きへの不安の声もある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円高が進行することで、インバウンド需要が少なからず減少していくため、景気は更に悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感は強いが、求職者は前年並みの動きとなっている。全体としてはシニア層の求職者が多く、マッチングが難しい傾向にある。一方、米国の関税引上げの影響は今のところ目立たないが、様子をみている企業もある。
	▲	職業安定所（職員）	・管内の事業所からは、米国の関税引上げによる直接の影響はまだ出ていないが、先行きが見通せず、不安が大いという声がある。企業が動きにくい状況であるため、景気はやや悪くなると予想される。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年どおりであれば、求人数が減るため、やや悪くなる。
	×	—	—

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (中国)	◎	—	—
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・気候が良くなり、来客数が少しずつ増加している。商店街では外国からの客も見掛けるようになっている。
	○	コンビニ（店長）	・インバウンドの増加は想定より多い。国内旅行客も順調に推移している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・朝夕の来客数が増加している。事業所や工場に出入りする人が増えており、主食中心に購入が増加している。また、観光やスポーツイベントも活発になると予想されるため、景気が上向くとみている。物価高もあるが、単価が必然的に上がっているため、来客数増加はプラス材料である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・現在は景気が良くない状況であるが、例年だと5月になれば回復してくるとみられる。ここ1～2か月が踏ん張り時で重要な月になってくる。何とか持ちこたえたい。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・大阪・関西万博の開催で外国人観光客を含めた来客数増加が期待できる。
	○	バー（経営者）	・来客数が増加する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・7月後半から8月上旬にかけてインターハイが開催予定で、先行予約も堅調に推移している。一方、大阪・関西万博開催による夏休み期間のファミリー層を始めとした観光客層の動向に不透明感が残る。
	○	タクシー会社（営業所長）	・芸術祭の影響で需要が高まることに期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	観光名所（館長）	・インバウンドを含め、人に動きが出てきている。
	☐	商店街（理事）	・景気が良くなる要因が見当たらないため、景気は変わらない。
	☐	一般小売店〔食品〕	・4月以降も商品の値上げが続いているが、収入は伸びていないため、来客数の増加には厳しい状況が続くとみられる。
	☐	一般小売店〔茶〕（経営者）	・6月に抹茶の新茶の時期を迎えるが、抹茶ブームの影響で茶の相場が上がりそうで、仕入れを心配している。
	☐	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年夏場は景気が後退する。
	☐	百貨店（広報担当）	・米国の関税問題がどのような影響をもたらすのかは不透明であるものの、2～3か月先は、まだ大きな変化はないと見込んでいる。
	☐	百貨店（営業担当）	・おすすめ商品だからといって、客が購入することはほとんどなく、必要な商品を必要なときに購入している。
	☐	百貨店（総務・経理担当）	・円高傾向を含め、インバウンド需要が落ち込むとみられる。
	☐	百貨店（売場担当）	・様々な分野での値上がりは、百貨店には逆風であり、婦人服や一部し好品においては、今後も厳しい状況が続く。
	☐	百貨店（外商担当）	・株価が安定せず、生活必需品の値上げが拡大しているため、客の消費意欲が上がらない。
	☐	スーパー（店長）	・値上げと収入面でのバランスが取れておらず、引き続き現状の生活スタイルは変わらないとみられる。食料品は節約してでも必需であるが、住居余暇商品、衣料品については、販売点数も減少傾向であり、今後も伸長するという見通しはない。
	☐	スーパー（店長）	・大きな景気対策などはなく、景気が回復する要因がない。
	☐	スーパー（業務開発担当）	・販売価格への転嫁が進み、売上は増収となっているが、販管費の転嫁までは進んでいないため、経営的に厳しい環境が続く。また、同業他社やドラッグストア、ディスカウントストアとの戦いも一層厳しくなってくる。
	☐	スーパー（営業システム担当）	・大型のディスカウントストアが近くにできるため、価格競争の傾向が更に強まる。品質に対して相対的な安さを打ち出す、低価格で提供する店舗への客の流出は免れないとみられる。
	☐	スーパー（販売担当）	・メーカーの商品開発が鈍化し、それに伴い展示会などのイベントも減っており、悪循環になりつつある。
	☐	スーパー（販売担当）	・米国の関税がどのように影響するのか不透明であり、ガソリン価格や光熱費などの上昇が続くなか、政府補助金では消費が上向くとは考えにくい。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・前年の売上が悪かったため、今年はその反動で前年を上回っている。また、競合店が数日休業して客が流れてきたことやふだん来ない客の来店があったことも、売上増加の要因となっている。2～3か月後の景気がどうなるかは、店の近くで工事があるかないかに左右されるため分からない。
	☐	衣料品専門店（経営者）	・保険料が上がり、賃上げしても実質的な手取りが増えない。
	☐	衣料品専門店（代表）	・減税なくして消費は増えないとみられる。
	☐	家電量販店（店長）	・依然として、客に節約志向が根付いており、商品値上げの影響も大きく、客が必要最低限の商品しか購入しない状況が続く。
	☐	家電量販店（企画担当）	・減税や給付金などで景気に刺激を与え、市場に明るさを取り戻さないと、景気は良くならない。
	☐	家電量販店（副店長）	・単価は上がってきているが、来客数は前年割れのため景気は変わらないとみられる。
	☐	乗用車販売店（経営者）	・商品の仕入価格が高止まりしているため、販売しても利益が薄い。
	☐	乗用車販売店（業務担当）	・物価上昇とセットで賃金が上がっていかないと、現状と同じ状況が当面続いていく。
	☐	乗用車販売店（営業担当）	・生活用品や食品、酒類の価格が上がる一方、賃上げが追い付いていないとの声が多く聞かれる。ガソリン価格は下がるようであるが、景気が上向く期待は持てない。
	☐	乗用車販売店（リース担当）	・景気が良くなることが何も起きそうにないため、景気は現状維持、あるいは更に悪くなる。

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
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・米国の関税の報道など暗くなるニュースばかりで、景気が良くなるとは考えられず、客の話題もそればかりである。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	・ターミナル駅の新施設ができてから来客数が激減しており、しばらくこの状況が続くとみられる。
	□	一般レストラン（店長）	・来客数の減少はしばらく続くとみられる。インバウンドのキャンセルも例年と比べて増えており、大阪・関西万博の影響なのか、行程変更でのキャンセルが多い印象である。
	□	旅行代理店（支店長）	・世界経済が混迷し、不透明な状況がそのまま旅行需要、特に海外旅行へ影響を及ぼしており、回復基調にない。これから繁忙期の夏商戦に入り、国内旅行は前年同期並みであるが、海外旅行は前年を割っており苦戦している。
	□	タクシー運転手	・人の動きがどうなるか予測できない。
	□	タクシー運転手	・景気が上向く要因が見当たらない。
	□	通信会社（総務担当）	・ここ数か月を見ると、景気が上向いている実感はなく、国が景気を良くするための施策を実行する気配もみられない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・米国の関税などのマクロ経済の影響が、家計にどのタイミングで波及するか注視する必要がある。
	□	通信会社（企画担当）	・サービス自体の値上げに踏み切っており、容易な訴求が難しくなっている。
	□	通信会社（企画・総務担当）	・価格を追求する層と情報速度といった品質を追求する層の2極化は今後も継続する。
	□	テーマパーク（営業担当）	・しばらく繁忙期が続くが、ゴールデンウィークの並びや大阪・関西万博の影響が未知数である。
	□	美容室（経営者）	・客の節約が続いており、2～3か月では客の生活は変わらない。
	□	設計事務所	・今の状況では見通しが立たないため、計画どおりに進んでいるだけで、動きがあれば良くも悪くもなる。
	□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が止まらない状況なので、プロジェクトの見直しや中断をするケースがほとんどである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価が落ち着き、政府の生活支援政策が決まるまでは低調に推移するものとみられる。
	□	住宅販売会社（事業推進担当）	・米国の関税の影響が個人にまで及んでいるため、良くなる可能性は低いと考えるが、今が底ではないかとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・プレミアムポイント還元事業が予算額に達したことから、予定より2か月ほど終了が早まった反動が予想される。
	▲	商店街（代表者）	・客は欲しい商品があっても購入しない。
	▲	商店街（代表者）	・米国の関税引上げが懸念材料となっている。
	▲	百貨店（売場担当）	・客の動向として、日頃の生活必需品は節約志向になっているが、イベントとなると一気に金を使うメリハリのある消費行動が顕著になっている。このような状況は当分続くとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・来客数は前年並みであるが、販売点数が落ち込んでいる。米の価格が2倍となり、商品も不足している。
	▲	スーパー（店長）	・節約志向が更に高まり、プライベートブランドの構成比が前年比で非常に伸びている。また、特売日と割引日に客が集中している状況も続いている。
	▲	スーパー（店長）	・米を中心に商品の価格上昇に歯止めがかからない。また、余分な買物はしていないことが数値にも反映している。
	▲	スーパー（財務担当）	・野菜の出荷量が増加し、1品単価が下落することが予想され、物価上昇による節約とあいまって、客単価が下落する。
	▲	コンビニ（支店長）	・米国の関税による買い控えを懸念している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・米国の関税の影響を受ける人が多く、楽観できない。
	▲	乗用車販売店（統括）	・客の動きが鈍い。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・直接的な米国の関税の影響はまだないが、これからが不安である。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・世の中のいろいろな情勢により、良い方向に向いているとは到底思えない。今後も良くなる要素は見いだせず、まだ悪くなるとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・4月に値上げをしたが、その影響が出てくるのは2～3か月後になると予測しており、客の来店回数や来客数の減少、客単価の低下を心配している。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇や米国の関税引上げなどもあり、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
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・今年は大阪・関西万博があるため、夏季の休みになると観光客はそちらへ流れていくようにみられる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・4月や5月と比べ6月以降の宿泊の予約ペースが非常に遅く、前年と比べても20%前後下回っている。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・インバウンド需要が落ち着く時期となり、ビジネス利用が主体となることで、単価は今年よりも下がると予測している。
	▲	旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる要因はなく、企業が旅行に使う金がない。中小企業や個人も倒産を恐れている。
	▲	通信会社（工事担当）	・米国の関税によるしわ寄せがくる。
	▲	通信会社（営業担当）	・当面物価上昇に対する手立てがなく、より悪化するとみられる。
	▲	テーマパーク（業務担当）	・連休明けに来客数は一旦落ち着き、暑さが厳しいようであれば減少するとみられる。
	▲	観光名所（観光振興担当）	・商売をしている客の会話の内容が、常に米国の関税の影響で、余計に不安になる。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	・前年のような猛暑が懸念されているため、7～8月の予約状況は良くない。直前の天候次第で変わるとみられる。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・今月と同等の売上が見込めるレースの開催予定がないため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・メディア情報から景気が良くないと判断し、物価上昇が容赦なく家庭状況に反映され、非常に悪い方向に進んでいる様子である。
	▲	美容室（経営者）	・客の美容院への来店頻度が1か月に1回から2か月に1回、あるいは2か月半に1回に減少する可能性がある。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・来客数の減少が続くのであれば、それに比例して悪くなるため、直近の動きを注視したい。
	×	商店街（代表者）	・米国の関税引上げで消費が更に冷え込むため、景気は悪くなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今以上に物価が上がり、買い控えの傾向が続く。
	×	家電量販店（販売担当）	・給付金がないと景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・5月からガソリン価格や電気代が安くなることが、政府は対策と考えているが、備蓄米を放出しても主食の米の売価は変わらないため、ガソリン価格や電気代が多少安くなっても、消費者の購買意欲は下がる一方である。
	×	住関連専門店（営業担当）	・米国の関税等のニュースが報道されることで消費の落ち込みが懸念される。
	×	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・経済対策の効果がないと景気は冷え込む一方である。
企業 動向 関連 (中国)	×	一般レストラン（経営者）	・今年の新米ができるまでに米がなくなる不安がある。
	×	通信会社（広報担当）	・長年使うと安くなるものだという感覚を客が持っており、物価上昇の影響で製品に価格転嫁すると、もっと安い物を探す行動に出るため、景気は後退していく。
	×	設計事務所（経営者）	・収入が増加しないため、客が委縮している。しばらくは客の意識が購入に向かない。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が出る関係で、秋に向けて忙しくなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	□	農林水産業（従業員）	・何も好転する要素がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・価格改定の予定があり、前年を維持できるか不透明である。
	□	繊維工業（財務担当）	・先行きが不透明である。
	□	化学工業（総務担当）	・取引先からの受注や仕入状況に大きな変化はみられない。先行きも変化がみられない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口注文、輸出の引き合いなどの生産量拡大情報がない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	建設業（経営者）	・プロジェクトは中止ではなく延期となっているが、その間いろいろな方面での施策が打ち出されている。
	□	建設業（総務担当）	・しばらく変化は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
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス・マイナスの要素はなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要は落ち着く時期なので、余り変わらないと予測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・物価上昇のニュースが多く、所得が増加しない状況で、客が節約せざるを得ない状況が続くそうである。
	▲	化学工業（総務担当）	・米国の関税引上げによる影響が懸念される。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・対米輸出が低調になる懸念がある。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・円高基調が続くそうである。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・米国の関税によって客先の受注にどのような影響が出るのか注視する必要はあるが、関税がプラスに働くことはまずない。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国の関税の問題による出荷減少、生産計画減少が更に大きくなると予測している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・物価高がいつまで続くのか、また、為替の動向により良くなる見通しが立たない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報から判断すると景気は良くならない。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・米国向け製品への関税の影響が懸念される。
	▲	建設業	・多種多様なものの物価上昇が続いている。
	▲	輸送業（企画担当）	・米国政権の政策動向により、景気の先行きに不安を感じている。
	▲	輸送業（営業担当）	・米国の関税政策により製造業の客の輸出意欲が急速に冷え込んでいる。2～3か月後の新規の業務も見通せないため中止となっている。
	▲	通信業（企画担当）	・経済や政治に関する不安要素がなくなると、客の消費動向に変化はないとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・人手不足による人件費高騰や原材料の高止まりの影響は中小・零細企業に直撃しており、将来的な景気はやや悪くなると考える。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・米国の関税政策により先行きの不透明感が強まり、積極的な投資が難しくなっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・年度初めということもあり、様子見している企業も多くあるが、前年と比べ受注数が圧倒的に減っている。
	▲	会計事務所（経営者）	・米国の関税問題の影響で客の経営環境が悪化すれば、受注量減少や単価低下のおそれがある。
雇用 関連 (中国)	×	＊	＊
	◎	－	－
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求職者の転職活動において、ゴールデンウィークを過ぎた辺りから第2新卒や退職代行利用者の動きが活発化するため、転職マーケットは引き続き活性化すると予測する。
	○	学校「短期大学」（進路指導担当）	・全体的に企業は新卒者を積極的に採用する傾向にあり、就職活動中の学生が順調に内々定を得ることが見込まれる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・繁忙期対応が収束し、やや落ち着く傾向である。これまで同様、求職者確保が課題である。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・米国の関税の動向次第では、製造業への人材派遣の需要が低下することを懸念しているが、国債の変動や米国と中国の関係性などが理由で、今のところその可能性は低いとみている。派遣先への時給の値上げ交渉の成果もあり、利益率は改善しているが、派遣スタッフの数は増えておらず、結果として業績は横ばいになるとみている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・広告掲載が増加する確信が持てない。また、周辺企業との情報交換でも、状況は良くない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業にとって若年層の人手不足は続き、売り手市場は継続する。学生の就職先選択の1番の条件が安定している企業であることから、中小企業を中心に初任給を引き上げた会社が多いが、入社数年目の若手社員との差別化が難しくなっているという新たな問題がある。しかし、結果的に大手企業だけでなく、中小企業を中心に就職活動をする学生が増加している。

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
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・人件費や原材料価格の高騰、米国の関税騒動等、想定外の状況に地域の製造業を中心に慎重姿勢がうかがえる。急激な変化にはならないものと予測する。
	□	職業安定所(職員)	・4月の新規求職者数は前年同期よりも少ない印象である。企業の人手不足感は相変わらず高く、2～3か月で改善する様子はみられない。
	□	職業安定所(事業所部門)	・長期的に不透明な状況は続き、2～3か月では大きな変化はないとみられる。
	□	職業安定所(事業所担当)	・米国の関税が、これから企業活動にどの程度の影響を及ぼすのか分からない状況であるが、影響が出てくるのは2～3か月先以降であるため、当面は、同じような状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社(事業部長)	・現時点で米国の関税や円安の影響は一部の製造業にとどまっているが、どの業種も決して楽観視はしていない。今後はこれらの影響が顕在化し、雇用には大きな負の影響が現れるとみられる。ただし、労働市場全体の需給は逼迫していることから、リーマンショック並みの状況にはならないとみている。
	▲	人材派遣会社(求職者対応)	・例年7～8月は応募数が減少する。
	▲	職業安定所(職員)	・有効求人倍率は1倍超えて推移しているものの、米国の関税の動向が不透明な状況にあり、自動車関連企業は残業を停止しているところもある。また、物価上昇に賃上げが追い付いていない状況があり、今後の景気に悪影響をもたらす。
	▲	民間職業紹介機関(職員)	・米国の関税の影響で地場自動車メーカーが実質的に人員削減に踏み切った。自動車部品メーカーへの影響も懸念される。
	×	—	—

10. 四国(地域別調査機関：四国経済連合会)

(－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	コンビニ(店長)	・物価上昇が当然の状況のなか、暖かい日が続くことで外出機会が必然的に増加することで、衝動買いによる売上増加につながるとみられる。
	○	コンビニ(商品担当)	・為替の変動や、米、卵、野菜の価格高騰が収まれば、多少は良くなるとみられる。
	○	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・暖かくなるとともに、お中元の時期も近づいてくることから、やや良くなっていくとみられる。
	○	通信会社(営業担当)	・ボーナス時期であり、来客数、販売数とも増加するとみられる。
	○	観光遊園地(主幹)	・7月から国際定期路線の運航再開が予定されており、インバウンド客の来訪がこれまでより増加するとみられる。
	□	商店街(代表者)	・商店街周辺で、新規ホテルの建設やコミュニティー施設等の新築が開始されて、かなり古いビルの取壊し等も含め、新陳代謝が起こっている。商店街内も、飲食店を中心に新規開店が増加し、夕方から夜にかけて、客がかなり増加していることから、夏に向けて一定程度上がっていくとみられる。
	□	商店街(代表者)	・国の政策による景気改善を期待する。
	□	商店街(代表者)	・米国の関税政策等の不透明な状況が続いているなか、燃料の補助金も減少して引き続き厳しい状況が続くとみられる。
	□	商店街(常務理事)	・為替の変動が、好調なインバウンドの購買意欲に水を差す可能性がある。今年は大阪・関西万博や芸術祭による人流に期待は持てるが、物価高がどうしても重しとなっており、楽観できない。
	□	スーパー(店長)	・単価は上昇しているが、買上点数が減少していないため、買い控えはみられない。
	□	スーパー(企画担当)	・販売単価は上昇していることから、売上は上昇するとみられる。
	□	スーパー(人事)	・予測できない。
	□	コンビニ(店長)	・ゴールデンウィーク後に節約が始まり、現状維持するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	コンビニ（総務）	・ 今月の売上は前年と比べて悪くなく、2～3か月後も同様とみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 例年どおり、ゴールデンウィークが終了すると、急速に売上が悪くなることから、大きな期待はできないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ このまま景気は悪くなることはあっても良くなることはないとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・ 賃上げを上回る物価上昇が続いていると客からの話があり、購買意欲が減少しているとみられる。
	□	家電量販店（店員）	・ 価格の上昇基調がしばらく続くとみられ、買い控えが続くとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・ 天候に左右される。暑さが早く来れば夏物商材の売上増加が期待できるが、その他商品の販売は厳しい状況が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ メーカーからの仕入れは安定しているが、価格高騰や販売車種の制限などもあり、好転はしないとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・ 米国の関税政策により株価動向が不透明である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・ 来客数、単価共に現状維持である。県外客、インバウンド客により現状維持とみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・ インバウンド客について、為替の変動により来客数の減少が一部見込まれるが、海外定期便の運航再開が予定されており、底堅く推移するとみられる。
	□	旅行代理店（部長）	・ 国内の競争は厳しいが、インバウンド客による好調を重ね合わせると、総じて不透明な状況にあるとみられる。
	□	タクシー運転手	・ ゴールデンウィーク前であり会社員の利用が減少している。週末は若年層の客が利用している。
	□	通信会社（支店長）	・ 地元舞台のテレビ放送など地域としての好材料はあるが、米国の関税政策等、経済全体への影響が懸念され、景気は不透明な状況にあるとみられる。
	□	競艇場（マネージャー）	・ 物価高の基調に変動はみられず、販売量の大きな変化は予測できない。
	□	美容室（経営者）	・ ゴールデンウィークの反動で、6月、7月は売上が減少するとみられる。
	□	美容室（経営者）	・ 値上げは行わず現状維持である。
	□	設計事務所（所長）	・ 今後に大きな不安を感じている会社が多いが、現状では繁忙感を持つ会社が多く、大きく変わらないとみられる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ 米国の関税政策に関連して、資材価格や燃料価格が上昇している。この2～3か月後には、現在よりも景気が悪くなるとみられる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 予約をして購入するスタイルが少しずつ増えてきている。余分なものは購入しない傾向にある。
	▲	百貨店（販売促進）	・ 数多くの値上げや景気の停滞が続いている。
	▲	百貨店（マネージャー）	・ 米国の関税政策の影響があり、客の購買意欲が減退するとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・ 観光行楽シーズンが一旦収束して来客数が減少するとみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	・ 米不足による価格の高騰など、物価上昇により消費マインドが低下するとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・ 政治情勢や物価高など、不安要素が多い。
	▲	スーパー（財務担当）	・ 値上げに耐え切れない客が、安売り店へ移るとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・ 米国の関税政策に左右されるとみられる。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	・ 一時的な販売量増加により納期に時間を要し、メーカーへの注文ストップの可能性が高いとみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・ 物価上昇、米国の関税政策など不安要素が増加しており、賃金上昇圧力から収支は悪化するとみられる。
	▲	タクシー運転手	・ 暑くなることで外出者が減少するとともに、芸術祭の会期が終了することから、悪化するとみられる。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 猛暑により光熱費がかさむこと、物価上昇が続くことから、消費者の財布のひもが固くなるとみられる。
企業動向関連	◎	食料品製造業（商品統括）	・ 各国の関税政策により米国への輸出に支障が出る可能性はあるが、東南アジア諸国の購買意欲は高まっているとみられる。国内での利益確保、輸出による新たな利益の可能性が高まっているとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
(四国)	○	繊維工業（経営者）	・夏までのハイシーズンに備えた在庫確保も含めて活発な注文があり、今年も前年同様、順調に推移するものとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注量が回復基調にある。第2四半期からは受注量も回復する見込みで計画している。価格転嫁を行い利益が出る体制に転換していくことが必須である。
	○	通信業（企画・売上管理）	・大阪・関西万博の相乗効果で交通、レジャー関係企業の広告が活性化することを期待している。
	□	食料品製造業（経営者）	・労務費、人件費、エネルギー費、物流費の更なる高騰が控えており、そのコスト全てを製品販売価格に転嫁できていない。
	□	化学工業（所長）	・世界的な株式相場の先行きを見ても、方向性がみえてくるまでは状況は変わらないとみられる。
	□	建設業（経営者）	・資材価格の動向や金利の動向による客の買い控えがあるとみられる。
	□	建設業（経営者）	・民間工事の件数も少なく、公共工事が発生するのを待っている状況である。
	□	輸送業（経営者）	・大きな変化は無いとみられる。
	□	通信会社（総務担当）	・フードドライブの活動を前年度より本格化しているが、食料品を持ち寄る社員数は増えているものの、集まる品数がそれほど増えていない。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連広告や芸術祭の影響もあり、旅行やホテル関係などの観光関連広告は増加するとみられる。しかし、米国の関税政策の影響で、客先は不透明な状況であることから、景気はあまり変わらないとみられる。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ゴールデンウィークに掃除や外出する人が増えるため、ウェットクリーナーの受注が増えている。その反動で5月以降の売上は減少する。原材料価格の上昇が続いているため、価格転嫁しなければならない。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・今後、米国の関税問題の影響が出てくるとみられる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の充電器や燃料電池の原料生産、機械を組立てる会社は受注が減少している。再生可能エネルギー事業にも影響がでており、不況にさらされている。
	▲	電気機械器具製造業（経理）	・米国の関税政策により、世界的な景気減速と物価上昇及び為替動向の不安定さを招くとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・物価上昇に加えて、米国の関税政策により先行きは不透明であるため、景気はやや悪くなるとみられる。
	▲	税理士事務所	・融資の返済により資金繰りが不安定になり、積極的な活動を控える企業が増えてくるとみられる。
	×	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	—	—
	□	職業安定所（求人開発）	・賃上げへのプレッシャーに加えて、人件費や原材料価格、エネルギーコストの高騰を不安視する声が聞かれ、先行き不透明な状況が続くとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きに大きな変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感は、当面継続するとみられる。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・人手不足が解消されない限り、景気は良くならないとみられる。
	▲	求人情報誌（営業）	・一部の人気業種を除いて、人員不足が続いており、事業の成果や売上への影響がみられる企業が多く、根本的な改善の見込みはない。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期も落ち着き、求人が減少するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	新聞社「求人広告」 (担当者)	・物価上昇により、消費が減少するとみられる。

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・円安は落ち着きをみせ、物価高騰も収まり安定しつつあるため、景気は回復すると予想している。
	○	百貨店（リーダー）	・夏のお中元シーズンとなり、初盆の返礼品の動きが予想される。
	○	その他専門店「コーヒー豆」（経営者）	・来客数の増加には新規の客の増加も見受けられ、既存の客の来店頻度も上がり販売量も若干上向いている。天候が暖かくなるとコーヒー以外のリキッドコーヒーなど夏向け商材も出てくるため、販売増加が見込まれる。
	○	旅行代理店（職員）	・6～7月の国内外における販売量の前年同期比が120%で推移しているため、今後もこの状況が続くと予想される。
	○	旅行代理店（統括者）	・新しく開業したビルに象徴される当市の経済成長により、法人や個人の高需要が継続している。また、大阪・関西万博開催による需要の後押しや、当県の空港路線拡大による更なるインバウンド需要の拡大により、景気は良くなると予想している。
	○	タクシー（統括者）	・客と乗務員をマッチングさせる取組を新たに実施するため、景気は良くなると予想している。
	○	観光名所（職員）	・ゴールデンウィークを迎え、様々なイベントが開催されることから、来客数は伸びてくると予想している。
	○	理容室（経営者）	・4月は客の就職、進学や異動等の年度替わりの月で、少しずつ来客数が落ちてきている。これから季節が暑くなるにつれ、徐々に来客数は伸びると期待しているが、当県は人口減少や流出があり、非常に厳しい状況である。
	○	美容室（店長）	・各種値上げしているが、人によってはその生活に慣れてきており、今までどおりの生活に戻ってきている。今後景気は少しずつ良くなると予想している。
	□	商店街（代表者）	・ベースアップでは良い回答があるが、実質的に多くの商品の物価が上昇している。収入が増加している状況にはないため客の財布のひもは固く、消費行動には移らないと予想され、今後も余り景気は良くならない。
	□	商店街（代表者）	・物価上昇のスピードは速く、今後の生活を不安に感じる人が多い。
	□	商店街（代表者）	・大幅な減税等インパクトのある政策の効果がないと消費の上向きは見込めない。現役世代より年金受給者の受給額が増えない限り、地方の商店街の活気は戻らない。
	□	商店街（代表者）	・生活必需品の物価高騰により、ファッション関係の専門店では厳しい商況が続く。
	□	商店街（代表者）	・当地区の商店街近辺に低価格の商品を扱う大型スーパーマーケットがオープンしており、当商店街のような零細企業は太刀打ちできない。集客に向けて努力していきたい。
	□	一般小売店「茶」（販売・事務）	・新茶が徐々に入荷し、購入しやすい金額になれば贈答品として若干の売上は期待できる。しかし、米を始めとして物価高騰のため、お茶の葉の購入に至るほど客の予算はない。
	□	百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールが後倒し傾向となっており、売上増加がない長い夏商戦が続くと予想される。
	□	百貨店（企画担当）	・米国の関税政策による景気先行きの不透明さが、資産を多く持つ外商顧客の富裕層の購買意欲にどう影響を及ぼすか、現時点で予測できない。
	□	百貨店（経理担当）	・物価高の影響で売上は今後も全体的に苦戦が続く。食堂部門では仕入価格の上昇もあり値上げをする予定で、売上への影響が心配である。
	□	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、全店催事・クレジット催事開催に加え、英国展では待ち時間が長くても買物を楽しめる大型物産催事を催し、少しのぜいたくや御褒美の自家需要・生活必需品需要等、客の来店が期待できる。また、行楽・クルーズ船寄港における国内外の人の動きが見込め、インバウンド需要や土産・工芸品・特産品需要も期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	☐	百貨店（経営企画担当）	・ 催事によっては来客数が増加しており、売上につながっている。全体的に物価高に対する危機感が上回っており、従来売上が順調に推移していた食品に関しても、前年の水準を確保するのが難しい状況である。
	☐	スーパー（店長）	・ 見通しとしては、エネルギー補助等は開始される予定であるが、それでは景気回復までには至らないと判断している。
	☐	スーパー（店員）	・ 賃上げの流れは大企業の正社員のみに限られているが、パートやアルバイトは賃金が上がる気配がない。物価が上昇し収入が変わらなければ、支出を減らすため安価な商品に流れるのは必然である。米価の倍増の理由も判明せず、世間は悲観的になっている。
	☐	スーパー（総務担当）	・ 毎年、最低賃金が上昇していく環境では、人員の確保がますます厳しくなっている。多くの来客数を見込むには売場の工夫やイベント等の企画力の発揮、レジシステム等の高度化対応など幾つもの課題をクリアする必要がある。そのための必要な労働力確保が難しくなっている。
	☐	スーパー（企画担当）	・ 生活必需品の買物動向に変化はないが、一般食品では好品の売行きが鈍化しており、全体的に余り状況は変わらない。
	☐	スーパー（経理担当）	・ 賃上げによる購買意欲の伸び悩み、値上げによる単価の上昇が続く見込みである。
	☐	スーパー（従業員）	・ 今後の景気は、米国新政権の関税次第で変わってくる。
	☐	コンビニ（経営者）	・ 今後夏に向けてインバウンド要素の更なる高まりが、日本人の節約志向による売上減少を補っていくと考えている。
	☐	コンビニ（経営者）	・ 景気上昇につながる特段の要素がないため、景気は変わらない。
	☐	コンビニ（経営者）	・ 3か月後の見通しは立たず、電気代の高騰が目立っており、利益をむしばんでいる。また、政府による補助金もなくなっているため、深刻な状況である。
	☐	コンビニ（エリア担当）	・ ガソリン価格や光熱費高騰による緩和対策として補助金が再開する見通しであるが、コンビニエンスストアの利用者層の賃金は大きく実態が変わらないため、この先も変化はない見通しである。
	☐	コンビニ（エリア担当・店長）	・ 春から夏にかけて天候が暖くなるため、客の動きが出てくると予想される。しかし、気温に左右される商品が売れていない状況であるため、気温と天候の影響で売上に変化が出てくる。
	☐	衣料品専門店（店長）	・ 今後の景気は現状と変わらないと予想している。
	☐	衣料品専門店（取締役）	・ 貯蓄に関して投資も目減りしている状況にあり、なかなか景気が良くなる条件は何1つ見当たらない。このまま様子をみながら企業努力をしていく。
	☐	家電量販店（店長）	・ 何か景気対策が行われれば、先行き不透明であるため家電購入につながらない。
	☐	家電量販店（店長）	・ 季節性の影響や関税の不透明さにより、市場がかなり厳しい。今後の見通しは、かなり読みにくい状況である。
	☐	乗用車販売店（従業員）	・ お盆前は毎年来客数が減るため、景気は変わらない。
	☐	乗用車販売店（総務担当）	・ 新車の受注制限が人気車種を中心にかなり実施されている。2～3か月先の売上は受注残でしのぐことができるが、その先の売上はかなり厳しい。
	☐	乗用車販売店（役員）	・ 今月末に改良車種の販売が始まり、来客数の増加が期待できる。
	☐	乗用車販売店（代表）	・ 景気が変わるような要因が見当たらない。
	☐	乗用車販売店（役員）	・ 改良を含む車両の受注再開が予定されているが、現状の受注台数制限は続く見込みであるため、景気は変わらない。
	☐	その他専門店「書籍」（副店長）	・ 再開発の商業ビルオープンの影響で来客数が減っており、しばらくは売上減少の見込みである。
	☐	その他小売の動向を把握できる者「ショッピングセンター」（支配人）	・ テナントであるアパレル業界では、明るい先行きが見えない状況である。物価高やコスト高もあり、商圏内のし好品への消費動向はますます冷え込んでおり、洋服も必要最低限しか購入しない客が増加している。アパレル以外は元気のある店舗も多いが、サマーバーゲンセールで少しでもアパレルが回復するよう施策を打つ必要性を強く実感している。
	☐	高級レストラン（経営者）	・ 現在の予約状況は、まだ少ない。この先ゴールデンウィークや株主総会、様々な企業の会食などがあれば期待できるが、先行き不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型ホテル（営業）	・沖縄県の大型レジャー施設や大阪・関西万博に匹敵する話題が九州にはなく、一部の都市や地区を除き、インバウンドにも期待できない。また、人手不足となっており、業務のため旅行見送りを検討する企業も出ている。
	□	観光型ホテル（管理）	・今後も相応の売上確保を見込んでいるが、食材原価の高騰や人件費等販管費の増加が見込まれ、収益確保が難しい状況が続くと予想している。
	□	タクシー運転手	・夏に向けて家族連れが増加し、自家用車やレンタカーの利用が増加する一方、ゴルフ客が減少していくと予想される。そのため、昼間のタクシーの利用は多くないが、夜の利用はある程度見込まれる。
	□	通信会社（社員）	・特にトピックスもなく順調な推移で今後も進むと予想され、景気は変わらない。
	□	通信会社（役員）	・国から燃料費等の補助が再開される見込みであるが、生活物資の値上がりが続いており地域経済が好転する兆しがみえない。
	□	ゴルフ場（従業員）	・海外情勢が急激に悪化した場合を除き、予約状況は堅調であるため2～3か月先も同様に推移していく。
	□	ゴルフ場（従業員）	・現時点で5～6月の予約数は前年と同程度であると予想している。
	□	ゴルフ場（営業）	・夏の暑さによるが、状況は変わらない。
	□	競馬場（職員）	・販売量は横ばいで推移しているが、現時点で景気の先行きを明確に判断できる要素がないため、景気は変わらないと予想している。
	□	美容室（経営者）	・2～3か月先は初夏となり、ファッション業界の動きが活発になる時期であるが、今の状態では余り活発にならないと予想している。その要因は、物価高の影響でおしやれに消費が回っていないことにある。ふだんの生活の基盤である飲食等が景気回復をしなければ、ファッション業界の景気回復までには至らない。春から夏にかけて若干変化はあるが、今後の売上は横ばいで推移する。
	□	美容室（経営者）	・3か月後は夏休みであるが、子供の客は少なく通常と変わらないため景気は良くない。
	□	設計事務所（所長）	・結果が出るのが3か月先になるため、今の状態が3か月先まで続く。
	▲	商店街（代表者）	・物価高や米国の関税の影響で、経済的不安から買い控えや消費マインドが低下し、景気は悪くなると予想している。
	▲	商店街（代表者）	・小売業や小規模小売業では、このところ売上が伸びていない。これらの業種は米国の政策に影響を受けることは現状ないと考えている。一方、米価格の高止まりは、物販業種には買い控えによると考えられ、今後売上が下がる可能性があり景気は悪くなる。
	▲	一般小売店〔青果〕（店長）	・今後の米価の安定がはっきりせず、加えて、かんきつ類のシーズンであるが高騰しており、前年と比較すると2.5キロ箱が2980円から3980円となっている。また、当県産のマンゴーシーズンとなるが単価が気になるころではある。ギフトになるため、どの程度の需要があるか大きな関心となっているが、厳しい状態には変わらない。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・仕入価格の高騰が続いていることに加え、人件費等の固定費が上昇しているため景気は悪くなると予想している。
	▲	百貨店（業務担当）	・現況が続くと、客の消費行動は減退していくと考えている。米の価格も備蓄米を放出しているにもかかわらず価格が下がらないなど、政府のアナウンスにも不信感を持たれており、通常の消費活動に戻るには相当の時間が掛かると予想される。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・国際情勢の不安定さや物価高に歯止めがかからなければ、ますます消費動向は鈍くなると想定される。
	▲	スーパー（店長）	・春闘が終わり若干の賃金上昇による収入増加が一部ではみられそうであるが、物価上昇の動きが大きく早いため、可処分所得は今後も減少傾向が続く。そのため、景況感は横ばいあるいは悪化が予想される。
	▲	コンビニ（経営者）	・米国大統領の相互関税問題による消費マインドの低下が懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高であるが収入は全く増えないため、景気は若干悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（店長）	・米国の関税等、経済の先行きが不透明であるため状況を確認している企業が多く、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店員）	・米問題に対する政府対応に国民の不信感が強まっており、明快な打開策の効果がなく景気の上昇は見込めない。また、労働者の賃金上昇も広い世代にまんべんなく実施しておらず、世代によって余り恩恵を受けていない人もいる。よって見通しとしては厳しいものになる。
	▲	家電量販店（従業員）	・ゴールデンウィークを控え、来客数が一気に減少しており、景気は悪くなる。
	▲	家電量販店（従業員）	・景気が良くなりそうな話題に乏しい。余計な物は買わず、必要な物だけをより安く購入する傾向が高まると予想されるため、景気は悪くなる。
	▲	住関連専門店（経営者）	・米国大統領の関税対策に振り回され、消費者は消費に慎重にならざるを得ない。従来ならば円高傾向になれば原材料の値が下がり仕入れがしやすくなるが、関税の先行き不透明で景気の先行きも見通せない状況である。
	▲	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・韓国人観光客の減少を中華圏観光客の伸びでカバーできるかは不透明であるため、景気は悪くなる。
	▲	観光型ホテル（専務）	・大阪・関西万博の影響で、客足が関西に向くのではないかと懸念している。
	▲	観光型ホテル（支配人）	・前年同時期の傾向は好調であったが、更なる物価等の高騰で若干のマイナスを見込んでいる。
	▲	観光型ホテル（総務）	・先々の予約状況が良くないため不安である。
	▲	都市型ホテル（販売担当）	・食品や人件費等が全て高騰しているため、今後景気は悪くなる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・現時点での見込みは、今月よりも単価と客室数共に減少が予想される。主であったイベントがなく、取り込みに苦戦している。しかし、リードタイムが短くなっているため、直近での駆け込み予約に期待している。
	▲	旅行代理店（統括者）	・現在の政情に鑑みるとまだ安定しそうにないため、景気は若干悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・関税問題が今から始まる中小企業の賃上げ要求に影響を及ぼすのは確実であり、節約傾向は今後も続く予想している。
	▲	通信会社（営業担当）	・全体的に昇給がこのまま上がらなければ、景気の上向きはないとみられる。
	▲	通信会社（企画担当）	・販売促進策が思うようには当たらない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・主な顧客が輸出に比重がある企業であるため、米国の関税による混乱が決着するまでは厳しい状況が予想される。米国の主張する関税が2～3か月先に実施されれば将来の景気は悪くなる。
	▲	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）	・臨時の報酬改定が実施される動きはなく、物価高騰の継続が見込まれる。4月の賃上げにおいても他の業界との差が拡大し、人材確保もより深刻になることを考慮すると、今後も依然として厳しい経営環境は続く予想している。
	▲	設計事務所（所長）	・今後も材料や製品の単価は上昇傾向で、生活必需品も価格が下がる気配はない。世界情勢も不透明となっており、仕事や生活への影響が懸念される。
	▲	設計事務所（代表）	・今後の景気は経済の動き次第では悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・全般的な物の価格上昇とともに大手銀行の住宅ローンの金利も4月より引上げが行われる。住宅計画に対する不安材料の増加が、客の動きを悪くする要因となっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・米を始めとする物価高や米国大統領による発言、関税の影響で世界経済は伸び悩むと予測している。実際に関税等を適用した場合、米国を含め世界の景気は悪くなる。
	×	商店街（代表者）	・年度初めに必要な商品は既に購入し、加えてゴールデンウィークで消費に使う予定もあるため、買い控えが進んでいる。今後ますます来客数が減少し、景気は悪くなる。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・切り花メインの花屋であるが、今年も猛暑を予想している。夏になるとやはり切り花の消費が少なくなり、加えてギフトでの花の選択が少なくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	百貨店（企画担当）	・今後の国内情勢や海外情勢の先行きが不透明であるが、経験則として最終消費者である小売業界へ本格的な影響が出るまで2～3か月のタイムラグがある。そのため、今後は現在の経済の不安定さから、景気は更に悪くなっていくと予測している。
	×	住関連専門店（従業員）	・物価高で多くの消費者が節約志向であるが、プレミアム付商品券のようなカンフル剤の実施も特にないため、今後も売上は横ばいで推移する。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・原価高騰による利益率の切迫で、今後景気は悪くなると予想している。物価高により消費は低迷している。
	×	スナック（経営者）	・米やガソリンなど物価の上昇が著しい。米国の関税政策で景気の不透明感も強く、消費は節約モードとなっている。引き続き外食やぜいたく品に掛ける支出は減少すると予想される。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨に入るため期待ができないが、7～8月は梅雨明けし暑い夏が予想されるため、ビールの消費にあった焼き鳥などの商品が大いに期待される。この状況は、家飲みや外食でも期待される。加工メーカーでは、新しい商品発売で生産が伸び、原料の引き合いが強くなってくる。一方、鳥インフルエンザによる原料不足から工場稼働や取引先の要望に 대응することができるか心配をしているところである。
	○	化学工業（総務担当）	・前年比では損益は回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想されるため景気は良くなる。
	○	金融業（営業）	・ベースアップやボーナスの増額などが多くの大企業で実施されれば、全体として消費が上向くとみられる。ゴールデンウィークの天候も良さそうであり、プラスの影響が期待できる。
	□	家具製造業（従業員）	・景気が好転する情報や材料はなく、案件も少ないためこの先も変わらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の実績より判断すると、今後も景気は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先との商談等で現在とさほど変わった動きが見られないため、景気は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（取締役）	・米国新政権の関税政策に対して、市場は抵抗しているような状況である。しばらく推移を見守ることになるため、景気は変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・4月後半に入り、予算台数に対し増産となっており、また、3か月先の内示からでも増産傾向が続く見通しであるため、景気は変わらない。
	□	輸送業（従業員）	・現在人が動く時期でもあるため荷動きがよいが、今後の荷動きの状況は微妙である。
	□	輸送業（従業員）	・現況ではどのようにかじをきればよいか悩む会社が多く、具体的な話は出ていない。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業件名情報が不足している。今後の営業活動及び情報収集で充当できると考えているが、受注量が目標を超えて大きく好転する要素は現時点では見当たらない。
	□	通信業（統括者）	・米国の動向が気になるものの、直近の客の需要動向には大きな動きはなく、景気に大きな変化はないと考えている。
	□	通信業（経理担当）	・年度の契約更改で業務委託費などの単価上昇が相次いでいる。一方で売上は堅調に伸びる見通しであり、収益への影響は限定的だと考えている。
	□	金融業（調査担当）	・賃上げや物価の上昇を踏まえ、積極的な設備投資はみられず、状況確認が続くため、景気は変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・物価高の収束が見えず、企業の景気の見通しにも大きな変化はない。家計の圧迫感も強まっており、当面は現状程度で推移する。
	□	不動産業（経営者）	・今後の仕事内容から推測すると余り変動がないと予想している。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・イベント案件等が増加しているが、メーカー系の広告出稿が減少している。
	□	広告代理店（役員）	・景気を押し上げる明確な要因はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・受け身の姿勢から脱却する必要があるが、良い対策が考え付かないため、今後も状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・ 自社Webのアクセス件数や問合せ件数に変化がないため、今後の景気は変わらない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 8月の原材料の単価上昇や人件費アップにより、今後の見通しが分からない状態である。実際の流通の動きも不透明であるため、難しい局面に立たされている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・ 当社が作っている部品は全て輸出関連企業あるいは自動車関係に使用される部品である。そのため輸出の問題が解決しなければ数字に表せる状態にはならない。関税の影響を見ながら次の手を打つ必要があるため早い解決を願っている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・ 受注に波はあるが、今後も受注低迷の状況は続くと思っている。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ 半導体が低迷しているため、関税問題が更に足を引っ張る動きが顕著になると予想している。
	▲	輸送業（総務担当）	・ 今後の米国関税の動きを注視している。自動車や鉄鋼関連の生産、輸出が抑えられると日本経済の先行きに不安がある。
	▲	金融業（従業員）	・ 乗用車の販売が持ち直しているほか、百貨店やスーパーマーケット等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、目まぐるしく変わる米国大統領政権の関税措置の動向等から、今後の先行きを慎重な見方をする取引先が多い。
	▲	金融業（営業担当）	・ 今後は米国の関税政策によるが、企業が直接一般消費者にサービスを提供する業種は、客の消費抑制により売上減少を予想している。政府による景気対策頼みとなっており、事業者にはマイナスの空気が漂っている。
	▲	広告代理店（従業員）	・ 米国大統領の関税政策や紛争解決の道筋について、今までの路線と逆行している。今後この混乱から収束にはしばらく時間が掛かると見込んでいる。また、当社の売上も前年比ではマイナスが続き、3か月後の景気はやや悪くなる。
	▲	経営コンサルタント（社員）	・ 消費者の傾向として低価格志向になっているため、景気はやや悪くなると予想している。
	×	繊維工業（営業担当）	・ 賃金は上昇しているが実際は仕事が減っているため、働けない状況である。給料は安くなり、工場は縮小し、閉鎖も起きていることが予想される。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・ 市場予測や顧客からの情報によると、今後の景気は悪くなる。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・ 今後の調査や計画に関する委託業務は、発注件数が少なくなると予想される。市町村の担当者からは、企画提案による受託業者選定の発注が多くなり、受注機会が制限されると考えられ将来の景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・ 企業からは6～7月の求人募集の問合せが多く、多くの求職者数は3か月ぐらい前から就職活動情報を収集している。
	○	人材派遣会社（社員）	・ 既にお中元時の注文が入っており、人数に関しても前年と同様である。また、前年注文を受け今期まだ問合せがない企業でも、5月には正式な依頼が予想されるため、景気は良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 景気に変化するような兆しがないため、今後の動きは変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・ 外出等人的動きは活発になると期待しているが、消費が比例するかどうか期待はできない。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求職者を前年度と比較すると若干増加している。労働市場に求職者数が増えることは人手不足の企業にとって好機であるが、職種のミスマッチもある状況である。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求職者数が減少しているが、新規求人数と紹介件数は増加しており、人手不足は継続している。一方、米国関税問題の影響も不透明であり、景気上昇の要因が見受けられないことから、今後も景気は横ばいになると予想している。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・ 米国政権が打ち出す米国への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おり、日本政府や企業も具体的な対応策を模索している状況にあるため、先行きの不透明感が非常に強い。日米の金融政策、株価・為替相場の動向、物価高騰が続いており、実質賃金が改善する見通しが立たないため、景気が上向いていく実感が無い。

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
	□	学校「専門学校」(就職担当)	・物価の高止まりと人件費や原材料価格の高騰等、企業のコストの高騰が依然として続いているため、景気は変わらない。
	▲	民間職業紹介機関(職員)	・今後は米国の関税の影響等が波及して事業縮小になると人材の採用意欲は減退する。しかし、少子高齢化の慢性的な人材不足は解消されていないため、特に九州の地元企業では深刻な状況にはならないと予想している。
	×	—	—

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 (沖縄)	◎	一般小売店「土産」(営業部長)	・入域観光客が増加しており、国内の買上げや円安により観光消費額も伸びている。今後も、現状が続くとみている。
	◎	コンビニ(経営企画担当)	・7月には大型レジャー施設の開業を控えており、国内の首都圏では宿泊費が高騰していることから、国内外からの観光客増加に期待している。
	◎	その他専門店「書籍」(部長)	・夏に向けて観光客が増える時期であり、大型レジャー施設開業の後押しにより、前年以上の観光客が予想されることから、関連する業態が伸びるとみている。
	○	商店街(代表者)	・空き店舗が飲食店になることが多く、物販の出店はないが、集客としては、良い影響が出てきているため、期待している。
	○	百貨店(経営担当)	・ゴールデンウィークによる地元客と観光客の増加により、販売点数及び来客数の増加が見込まれる。
	○	スーパー(企画担当)	・2～3か月先は、ガソリン価格の引下げや大型レジャー施設の開業を迎えることから、やや良くなるとみられる。
	○	コンビニ(経営者)	・観光客と近隣の高齢者の来客数が増加していることから、やや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店(経理担当)	・米国向け商材が国内市場に投入され、販売量が増える可能性があるかとみている。
	○	乗用車販売店(営業担当)	・新型車の投入によって、状況が好転することを期待している。
	○	その他専門店「陶器」(製造)	・夏になるため多くの来客を期待している。
	○	通信会社(営業担当)	・減税などの政策により、可処分所得が増えることで国内経済も良くなるとみている。
	□	一般小売店「酒」(店長)	・備蓄米もまだ国民に行き届いていないことから、変わらないとみている。
	□	衣料品専門店(経営者)	・今月は、季節の変わり目で新規需要に少し期待していたが、まだ客には購買意欲がなく、景気も悪い状態が続いている。
	□	衣料品専門店(経営者)	・現在の不安定な社会情勢では先が見通せない状況である。円高になることで今よりも海外からの仕入れが良くなると期待している。
	□	旅行代理店(マネージャー)	・売上が増加する状況ではないため、前年度とほぼ同水準になるとみている。
	□	その他サービス「レンタカー」(営業)	・先行きの受注状況は、ほぼ前年並みで推移している。販売に大きな変化がないため、横ばいになると見込んでいる。
	□	住宅販売会社(役員)	・住宅ローンの金利動向にも左右されるが、新築物件の完成在庫も減少しており、需給バランスが保たれるとみている。
	▲	一般レストラン(代表者)	・梅雨入りの影響で、来客数が減少するとみている。
	▲	観光型ホテル(企画担当)	・4月の販売室数が前年比26%増加なのに対し、4月末時点での7月の予約室数は前年比19%増加で、プラス幅が小さくなっている。
	▲	住宅販売会社(営業担当)	・客の購買意欲が更なる物価上昇を受け入れられるのか、見通しが不透明である。また、住宅ローンを含めた金利上昇も懸念されることから、住宅取得の大きな障害になるとみている。
	×	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反動により対象商品であったエアコン、冷蔵庫の売上が減少するとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他飲食店「バー」 (経営者)	・今後も良くなる要因が見当たらない。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	食料品製造業(役員)	・夏のトップシーズンに向けて観光客の増加が見込まれるため、食材の売上が好調に推移するとみている。
	○	窯業土石業(取締役)	・公共工事の開始により、製造も繁忙傾向にあり3か月後は売上の回復を期待している。
	○	建設業(経営者)	・資材高騰などにより、住宅着工は余り伸びないが、ある程度の建築需要は確保できるとみている。特にマンションの建築戸数は、他府県よりも維持できるとみている。一方、価格転嫁をどこまでできるか注視する必要がある。
	○	輸送業(総務経理担当)	・料金改定等を行い、売上が増加するとみている。
	□	広告代理店(営業担当)	・県内企業の販売促進活動は、資材コストの上昇などの影響から、やや消極的であるとみている。
	□	会計事務所(所長)	・国内情勢よりも米国や中国の海外動向の影響を敏感に受けるとみている。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	学校「専門学校」(就職担当)	・2027年卒向けのインターンシップ案内の増加が見込まれる。
	□	人材派遣会社(総務担当)	・求人の平均賃金も上昇しているが、マッチングにつながらない。
	□	求人情報誌製作会社 (営業)	・3か月後の7月の求人数は、現在と同水準になる見込みである。飲食やホテル業界のニーズは堅調に推移するとみている。観光客の増加によってコンビニ、小売、流通、接客業などでもニーズが高まるとみている。
	▲	学校「大学」(就職支援担当)	・物価高騰に加えて関税政策の報道があるなど、将来の見通しが期待できない。
	×	—	—