

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)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・国内旅行者は全国旅行支援が延長になったことから、今後の伸びが見込まれる。インバウンドもここに来て入込が回復している。また、インバウンドについては円安の影響もあって、これまでとは違う傾向もみられるようになってきている。韓国からの旅行者は、以前はそれほど買物をしない傾向にあったが、最近では両替した日本円を帰国前に空港で使うようになってきている。
	○	商店街（代表者）	・12月に入り、当地と海外を結ぶ直行便が多数復活したことでインバウンドが一気に増えた。インバウンドの3割を占めていた中国からの入込はまだ戻っていないが、それ以外の東南アジアの国からの入込が多くみられており、12月の売上は新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準まで回復した。また、インバウンドについては、これまでの3年間の鬱積の反動で開放的になっていることに加えて、円安の影響もあって、消費単価が増加しており、年明け以降も期待できる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症について、今後、感染症法上の分類を5類に変更することが見込まれるため、新型コロナウイルス感染症の影響が沈静化することが期待できる。
	○	百貨店（売場主任）	・引き続きインバウンドによる購買が見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・行動制限が緩和されていることで、今後人々の行動がますます活発になる。また、来年以降、これまで中止されていたイベントが全面的に再開されることも期待できる。こうした動きに伴って、消費行動も活発になると見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・近いうちに新型コロナウイルス感染症のピークアウトが起これば、人の動きが現在よりも活発になることが見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ここ2年連続して売上が前年を上回っている。また、当社の12月のボーナスも例年よりも増えている。これらのことから、今後、身の回りの景気は上向きになる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・インバウンドの増加が見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・今までが余りにもひどい状況であったため、今後、アフターコロナに向けた動きが進むことで、景気はこれまでの底から脱却することになる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・需給が回復傾向にあること、新型車の発売が予定されていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・長期金利の変動幅の見直し、物価高騰の影響で個人消費が若干落ち込むことが見込まれる。ただ、生活必需品の購入サイクルが長くなる一方で、観光業の大幅な回復が景気の回復をけん引することになり、全体ではプラスがマイナスを上回ることになる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・以前は決算期を迎える3月がピークとなっていたが、今は動きが1か月ほど早まり、2月から販売台数が伸びるようになってきている。そのため、12月の厳しい状況と比べると、相当盛り返すことになる。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・外国人観光客の増加や全国旅行支援の延長などのプラス要因があり、先々の予約状況にも反映されていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・北海道の冬季観光については、恒例イベントの開催などの好材料があるため、国内観光需要の伸びが期待できる。また、インバウンドについても、中国路線を除いたアジア路線が12月にほぼ復便したことから、円安を追い風に入込が大きく増加することになる。
	○	旅行代理店（従業員）	・今後、外国人の入国制限が更に緩和され、国際線の就航率が上昇することになれば、景気は一層上向きになる。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況をそれほど気に掛けない人が少しずつ増えている。個人の意識の問題でもあることから、緩やかなものになるとみられるが、旅行需要も回復することになる。

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
	○	タクシー運転手	・ウィズコロナの考え方が浸透すると見込まれるため、今後の景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・新入学、新生活などの春商戦に向けて需要が回復することを期待している。
	○	観光名所（従業員）	・全国旅行支援については年明けから割引額などが引き下げられるものの、行動制限がないなかで観光や外出を積極的に楽しむムードが加速していくとみられる。また、インバウンドも更に増加する。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・インバウンドを中心に観光客が増加傾向にある。また、春が近くなると当地を訪問先に選ぶ割合が高くなることも期待できる。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・物価の高騰による影響がどの程度のものか、まだ判断できていない。
	□	商店街（代表者）	・報道などでは景気は良い方向にあるようだが、客の反応は決して良いものではないため、今後も景気は変わらない。
	□	商店街（代表者）	・区域内の百貨店が閉店すること、物価高が継続しているとみられることから、今後も売上の増加は期待できない。また、物価高の影響で給与の可処分所得が減っていることから、出控えがますます進むとみられるため、来街者数の増加も見込めない。
	□	商店街（代表者）	・商材の値上げが進んでいることか、今後も景気は変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・温暖化とコンブ漁師減少の影響で仕入価格が上昇しており、収益が減少している。また、いまだにマスクなしの人を1人も見掛けないほど、新型コロナウイルス感染症への警戒が定着していることから、経済的に大きく回復することまでは見込めない。
	□	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まり、物価高などが今後も続くこととみられることがマイナス要因としてあるものの、プレミアム付商品券の販売による売上効果が一定程度見込めることから、良い点と悪い点が相殺され、変わらないまま推移する。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類がこれまでの2類相当から5類相当に変更されることになれば、状況が好転する可能性が高い。ただ、これまでの物価上昇について、一度上がった価格が下がるとは考えにくく、上がった価格が維持されるのが精々とみられるため、現在の厳しい状況が大きく変わることはない。
	□	スーパー（店長）	・前年は1～2月にかけて大雪の影響で低迷したが、今年は前年のような大雪がみられないことから、このまま好調に推移することになる。
	□	スーパー（役員）	・インフレの影響で見掛け上の売上は増加しているが、客の節約志向が強まっていることから、今後の景気は悪くなる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・ここ3か月の売上の動向をみると、少しずつ伸び率が低下している傾向がみられる。新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってこないことが要因の1つとして考えられるが、今後の企業努力によって鈍化している伸び率を上げていくことができると考えられるため、今後も景気は変わらない。
	□	コンビニ（店長）	・客の様子をみると、買い控えや余計な物を買わないといった傾向がみられる。光熱費などが以前の水準に戻るまでは、現在の景気が続くことになる。
	□	衣料品専門店（店長）	・景気が好転するような判断材料がない。企業の外営業周りも活性化してこないため、仕事着の需要が伸びるとは考えにくい。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・今後も物価の高騰が継続するとみられるため、必要な物以外は買わない傾向も続くことになる。円安がプラス要因となるのも特定の業種や特定の地域に限られるため、今後、急激に景気が上向きになるとは考えられない。
	□	家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況について、先行き不透明な状況にあることから、今後の景気がどうなるか予測できない。
	□	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が依然として多いことから、客足がますます鈍ることが懸念される。今後の景気回復は期待できない。
	□	自動車備品販売店（店長）	・経済情勢が良くならない限り、現在の流れが続くことになる。

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
	□	住関連専門店（役員）	・乗客数は増加傾向にあるが、今後の値上げ予定を踏まえると、客単価が低下するとみられるため、今後も景気は変わらない。
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子をみると、無駄なものを購入しないスタイルができていくことから、今後も景気は変わらない。エビデンスを伴ったうえで、客に勉強している姿勢をアピールすることが大事になっている。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・メーカーからの値上がりの情報が相次いでおり、年明けも商材の価格高騰が収まらなるとみられる。そのため、今後も買い控え傾向が続くことになる。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・先行きについて判断しづらい。景気が上向き傾向にある一方で、新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、期待と不安が入り混じる落ち着かない状況となっている。現状のスタッフで対応できる範囲の営業を地道に続け、乗客数が増えるようであれば、景気改善に向けた方策を考えたい。
	□	旅行代理店（従業員）	・各種商材の値上げ、防衛費の増額に伴う増税方針などのマイナス要因があるため、今後も景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・今後、夜間の乗客数は微増するとみられるが、現在の予約状況から、インバウンドも含めた観光客の動きには変化がないとみられる。
	□	タクシー運転手	・北海道においても、当地においても新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることから、人の動きが鈍くなっている。年明け以降、どのような動きになるのか予想も付かない。
	□	観光名所（職員）	・国内観光客を中心に乗客数が回復しつつある。ただ、新型コロナウイルス感染症発生前の実績には程遠く、今後、中国を中心としたインバウンドの本格的な回復が待たれるところである。
	□	住宅販売会社（経営者）	・住宅資材や物価が値上がりしていることで、住宅もなかなか建たなくなっている。また、新型コロナウイルスの感染状況も収束してこないため、今後も景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・円高の影響が出てくるのは来春以降とみられ、建築価格は当面高い水準で推移することになる。そのため、マンションの販売価格も高いまま推移することになり、分譲マンション市場においては現在と同様の動向がしばらく続く。
	▲	一般小売店（経営者）	・販売商品の価格改定が行われているが、改定後の買い控えが想像以上に厳しいことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（営業販促担当）	・現状は閉店セールという特殊要因で景気が良いため、セール終了後は物価上昇の影響を受けて景気は悪くなるとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高、新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢の影響が、今後一層強まるとみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	・年明けから更なる商品価格の値上げが予定されており、一層の買い控えが懸念される。また、エネルギーコスト、特に電気料金の一段の値上げなどにより、消費マインドが低下することも見込まれる。
	▲	スーパー（企画担当）	・当社の業況は現状維持で推移するとみられるが、生活者の消費行動は、電気料金の更なる値上げ、物価高騰の継続から年明け以降、ますます落ち込むことになる。そのため、今後の景気はやや下向きとなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・電気料金などの営業経費が増加する一方で、それをカバーできる売上を確保できないことから、今後の店の経営環境は厳しくなる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今後、物価高騰の影響がますます経営に響いてくる。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・世の中の動きに変化がないことから、景気は停滞気味であり、日本経済好転の期待感も薄れるばかりである。原材料を含めた商材の値上げが続いていることから、消費マインドも鈍化することになる。新型コロナウイルスの感染拡大の影響も懸念されることから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・乗務員の高齢化に伴って退職する乗務員も増えているが、募集しても人が来ないため、思うように新規採用できない状況にある。これから先も同じような状況が続くと見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況がますます拡大し、人の動きが悪くなるとみられることから、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）	・灯油を始めとした光熱費の値上がりりが影響して、美容関連商品の売上が減少している。また、物価の上昇幅が大きいことから、今後、客が出費に対してかなりシビアになるとみられる。実際、年金生活者は来店頻度がかなり低下している。
	▲	美容室（経営者）	・12月の売上は良かったが、客の様子から、物価上昇への警戒感の強さがうかがえる。今後、美容関係への出費の抑制につながる事が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・今後の景気はやや悪くなる。今の料金を改定するべきなのか悩んでいる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・長期金利の変動幅の見直しに伴って住宅ローン金利にも影響が出てくるとみられるため、今後の景気はやや悪くなる。
	×	スーパー（従業員）	・原材料の原価も経費も上昇しており、企業としての収益低下が続くことになる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・中国や香港などの水際対策強化により、1月以降の団体予約に多数のキャンセルが生じており、大打撃である。このタイミングでの発表はありえない。
	×	タクシー運転手	・夜間の売上が新型コロナウイルス感染症発生前の7割ないし8割に回復している。一方、昼間の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の6割程度で足踏みしている。ライフスタイルや消費行動に変化が起きているためとみられることから、今後の景気は悪くなる。
	×	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの営業方針が当社にとって逆風となっていることから、今後の景気は悪くなる。
	×	通信会社（エリア担当）	・昨今の通信キャリアの方針は異常なほどの手数料削減に走っており、携帯電話の販売代理店にとってマイナス要因となっている。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	*	*
	○	建設業（経営者）	・実際の工事稼働量はまだまだ少ない時期だが、公共事業を中心に新規の受注が始まることから、マインド面が好転することになる。新規受注案件の準備作業も一部動き出すことになる。年度末完成工事の精算、設計変更額がほぼみえてくるため、完工高や利益額も確定することになる。
	○	その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	・札幌を中心に民間設備投資が堅調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。ただし、札幌オリンピックの招致断念が心配される状況となっており、今後の観光需要や建設投資に水を差すことも懸念される。
	□	建設業（従業員）	・半年後に業務発注量が増えるような要因も見当たらないことから、今後も少ないまま推移する。
	□	建設業（役員）	・2023年度予算案が閣議決定され、北海道開発予算が微増ながらも2年連続の増額となったことから、新年度も今年度並みの公共工事受注が期待できる。そのため、当社の業績は今後も順調に推移すると見込まれる。
	□	輸送業（営業担当）	・生乳の本州向け輸送量は前年と比べて大幅に減少しており、来年度以降もこの傾向が続く見通しである。また、紙パルプ業界も伸び悩んでいる。一方、本州サイドでの雑貨トレーラー輸送には動きがみられる。
	□	輸送業（支店長）	・当社の場合、取扱品目が多いことから、取扱量の増える品目と減る品目が事前にある程度想定できる。総合的にはプラスマイナスゼロで大きな変化がないまま推移すると見込まれる。
	□	金融業（従業員）	・個人消費は消費者物価の上昇に伴う消費マインドの更なる悪化と節約志向の強まりが見込まれる。一方、インバウンドの消費増による景気押し上げ効果を引き続き期待できることから、3か月後の道内景気は横ばいでの推移となる。
	□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然として多いが、人々がコロナ慣れしている状況がみられる。一方、物価の上昇は1月以降も続くとみられる。全体としては、景気が上向く要因が見当たらないため、当分低迷したまま横ばいで推移することになる。
	□	司法書士	・資材価格の高騰や為替の変動が今後どのように影響してくるか不透明ではあるが、業種的に冬の期間は春に向けての準備期間であり、売上が大きく伸びることはない。また、地方都市においては人材不足も景気回復の足を引っ張る原因の1つとなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他サービス業 [ソフトウェア開発] (経営者)	・世界中で起きている景気後退要因が、今後どのように影響してくるかは分からないが、身近で何か具体的な動きが生じているわけでもないことから、今後も景気は変わらない。ただ、3か月後に何らかの動きが出ている可能性はある。
	□	その他サービス業 [建設機械リース] (営業担当)	・これまでの建設工事量の推移から、今後、大きく増加するような兆しはみられないため、景気は変わらないまま推移する。
	▲	農林水産業 (経営者)	・2023年の旧正月が1月22日となるため、輸出向け製品の動きは1月初めで止まることになる。今期はこれまでの出荷量が多いため、これからその反動が出てくるのが懸念される。また、原材料について、2023年早期からの値上げ通知が来ていることもマイナスである。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	食料品製造業 (従業員)	・価格改定の進捗に伴って、商材の買い控えなどが見込まれることから、売上は前年と比べて減少することになる。
	▲	金属製品製造業 (従業員)	・観光業や飲食店などのサービス業の景気は回復傾向にあるが、製造業はエネルギーや原材料の値上げなどに伴う製造原価の上昇が避けられず、製品を値上げしないと利益が確保できない状況となっている。今後も悪循環が続くとみられるため、景気はやや悪くなる。
	▲	通信業 (営業担当)	・海外、特に米国を中心とした景況感の落ち込みが懸念されることから、先行きについて慎重な見方をしている企業が多く、今後の景気は現在をピークとして緩やかな右肩下がり推移することになる。
	×	—	—
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	・北海道における新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し始めた。また、全国旅行支援への期待感から、観光業に明るい兆しがみられ始めている。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
	○	職業安定所 (職員)	・当地における月間有効求人数は1年8か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しがみられる。ただ、産業や業種によってその度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	○	学校 [大学] (就職担当)	・道内の観光業、宿泊業について、国内客をターゲットにしているところでは景気が上向くものとみられるものの、中国を始めとしたインバウンドをターゲットにしているところでは年明け以降も大きな不安が残る。一方、消費の上向き傾向がみられることもあって、2024年新卒者の採用に向けた企業のインターンシップが順調に開始されており、全体的には景気は上向くとみられる。
	□	人材派遣会社 (社員)	・今後も中途採用のニーズは業種、職種にかかわらず堅調に推移することになる。雪解け後を見据えたキャンペーンなどで短期の人材調達が増える可能性もある。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・地方を取り巻く人材獲得競争は人手不足の影響もあって厳しさを増している。営業時間短縮などの対策も含めて、新型コロナウイルス感染症に対する行動制限緩和後の景気回復に水を差すのではないかと懸念している。
	□	求人情報誌製作会社 (編集者)	・今後の掲載申込件数は、若干の上積みもあるかもしれないが、しばらくは新型コロナウイルス感染症発生前の水準をベースに推移していくとみられる。当地の主力産業である建設業の動きが鍵を握ることになる。
	□	職業安定所 (職員)	・原油や原材料の価格高騰、円安など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、今のところ業況堅調な事業所からの求人もあって新規求人数は高水準で推移している。新規求職者数も前年と比べて減少している。これらのことから、今後も景気は変わらないまま推移する。
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	・長期金利の変動幅の見直しが公表されたことから、極端な円安は抑制されるとみられるものの、物価の上昇傾向はしばらく続くことになる。中小企業の賃上げは現実的には難しいとみられることから、景気が良くなるのはもう少し先のことになる。
	▲	職業安定所 (職員)	・円安に伴う企業収益の悪化、長引くウクライナ情勢、原材料の価格高騰に伴う様々な物の値上がり、物価上昇に追いつかない賃金上昇などのマイナス要因があることから、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
	×	*	*

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）	・円安が解消傾向にあることと、ウィズコロナの進展が予想されることから、景気はやや良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・帰省客が見込める。また、春に向かうにつれ気候も落ち着き、人出がみられるようになる。
	○	百貨店（催事担当）	・新生活の需要が高まる時期に向け、インフレによる消費の冷え込みが下げ止まって少しずつ上向いていくことを期待する。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱くなっており、夜間の人出が良くなり、イベントにも人がよく集まるようになってきている。客単価や購入点数の推移も依然堅調であり、これからは若干伸びるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・現在の単価増による売上の増加は当面続くと推測される。人流は新型コロナウイルス感染症発生前に戻つつあるが、来客数の減少は懸念材料である。
	○	衣料品専門店（店長）	・今までの行動制限で取りやめになっていた卒業式や入学式、入社式などが再開されれば、スーツや礼服の動きが良くなってくと期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・物価高騰などの影響は部品や用品にも少なからず出ているが、来客数の変化は余りない。活動や提案の見直し等が少しずつ成果につながってきている。
	○	乗用車販売店（店長）	・生産遅延が解消傾向にあり、このままのペースで車両生産が進めば、サービス部門に続き、新車部門、中古車部門共に収益が大きく改善することが見込まれる。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・今後、寒気が居座るとの予報どおりであれば、除排雪関連業者に良い結果が出るとみている。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、受注量が多いため3月にかけては本月よりはやや良くなる。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・個人消費については、これまでの自粛生活などで抑え込まれていた分、反動が大きく出てくるのではないかと期待している。企業関係はまだ個人消費のような動きはないとみているが、前年よりは間違いなく大きく動く。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の第8波による先行きの不透明感はあるものの、年末年始から冬のセールにかけてかなり期待をしている。
	○	一般レストラン（経営者）	・2月を中心に団体予約が前年と比べて大分増えている。同時に、イベントなどでレストランを利用する機会も増えている。物価高もあり判断は難しいものの、現状と同じレベルで推移するとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の延長が予定されている。また、新型コロナウイルスの新規感染者数も減少が予想されるため、客は増加するとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の収束と全国旅行支援による一時的な好転に期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の延長による販売拡大に期待している。しかし、物価高による生活への影響や宿泊費の値上げなどマイナス要素が多く、各家庭のレジャーに対する消費が減少する懸念がある。
	○	タクシー運転手	・年末年始の需要で客の動きが多くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・飲食店を中心に固定客が戻ってきているものの、新型コロナウイルス感染症対策で新年会の規模縮小等がみられる。現状では景気の回復は望めない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・好調であった前年を超えるかは今後の来客数や販売量次第だが、安定している業種なので、このまま好調に推移するとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後は降雪量も増えていくなかで、光熱費の値上がりなども大きく影響し、ますます消費者は苦しくなっていく。この状況下では見通しが立たず不安である。

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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・春に向けてコロナ禍の影響は薄れ、観光も含め人の動きが活発化する。しかし、モノの消費については物価高の影響もあり消費者は慎重になるとみている。景気に大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・ウィズコロナは定着しており、物価上昇による影響の度合いによるとみている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ戦争、円安などに変化がみられそうにない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・今後も商品価格の値上げが続くため、特売日以外の来店が減少する傾向は続くともみている。また、降雪と光熱費上昇の影響もあり、景気の回復は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げ等の影響で、客の財布のひもは相変わらず固く、必要最小限の買物で済ませている。新型コロナウイルス感染症による制限のない年末ということで高額品も動いているが、年末が過ぎれば元に戻るとみている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げによる客単価上昇の傾向は続くともみられるが、このまま加速するとは思えない状況である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・年末の帰省客増加により一時的に売上が上がっている。しかし、年が明ければ買い控えが発生することも予想され、食品小売業としては余り良い状態が続くとは思えない。今後も、現在のインフレの状況で余り良くない状態が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・販売量が下がったままで横ばいが続いていることが気掛かりである。物価が上がっていることが一番のネックであり、特に田舎の場合は給料も上がっていないため、家計も苦しくなってくるかとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、人の動きが悪い。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。多少の人流回復はあるが来客数の増大とまではいかない見込みである。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続いており、来客数も減少したままが続くのではないかとみている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・商品価格が高騰している分、単価が上がっているが、それに対して客の消費行動はそれほど悪くなっていない。ウクライナ情勢が極端に悪くなるようなことがなければ、このまま変わらない状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰や新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりで、高齢者は余り出歩く気分にはならず、買物も最低限で済ましている状況は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気回復に期待できる要素がない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・クリスマスや成人式、旅行用途などモチベーションと連動した需要が回復している。一方で、大部分の消費者は生活必需品以外の消費には慎重になっている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・客は利上げや電力料金の高騰で生活に不安を抱えており、買物に慎重になってきている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・生活必需品以外の購買を控える傾向は続くともみている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・石油やガソリン、食品などと同様に、家電製品の市場価格も値上がり傾向にあり、客の購買は慎重になっている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売できる車種の納期がなかなか早くならないため、今後も販売が進まないともみている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・納期が不安定であるため収益が安定しない。海外向けを国内需要に一時的に変更するという話もあるが、実際に配車されなければ収益にならない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・決算時期で販売量が上向くとみている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・今月は通常の月よりやや売上が増加したが、3か月先は春のお彼岸があるため仏事のお彼岸用品の販売が見込まれる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症への警戒とここ数年で染みついた習慣により、飲食店に客が戻ってこない状況が続いている。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを引き下げなど、抜本的な施策がない限り、この状態が長引くか常態化することが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・引き続き燃料油の売価は高値を維持し続け、販売量の回復は見込めない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・様々なものが値上がりしていることに加え、節電傾向もあり、燃料費の節約で灯油も買い控えが出るとみている。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・3か月後くらいからは円高になり、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、やや持ち直すのではないかという予測をしている。明るい兆しがみられれば、消費も活発化してくるとみている。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収束していくとは思えない。今後、海外からの渡航者数の増加に伴って、新型コロナウイルスの新たな変異株がまた出てくると予想される。よって、今までのように悪い状態が続くとみている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・燃料などの物価高が収まらないと景気は良くならない。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の状況や世の中の値上げラッシュ、全国旅行支援の割引率が下がることを踏まえると、変化がない若しくは悪くなるとみている。
	□	タクシー運転手	・世界的に新型コロナウイルス感染症、物価高、インフルエンザといった懸念材料があるため、景気の上昇は見込めない。
	□	通信会社（経営者）	・景気は変わらず良くないため、有料テレビへ金を掛ける客が増える要素はみられない。一方でインターネットサービスについては、自宅でのWi-Fi環境が生活必需品になりつつあり、優先順位が高くなってきている。このため、低価格で速度の速いケーブルインターネットへの加入が少しずつ増えてきている。ただし、インターネットは競合が多く、客の取り合いの連続であり、加入者数の大幅な増加は難しい。
	□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、悪い状況は変わらないとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格は落ち着いてきたが物価高は相変わらずである。当面はこの状況が続くとみている。
	□	テーマパーク（職員）	・来客数の動きが微妙であるため、変わらないとみている。
	□	観光名所（職員）	・1月10日からは今までの紙クーポンから電子クーポンに変わるが、当店は客の年齢層が高いため、果たして客がうまく利用できるのか分からない。インバウンドは伸びているが、どこまで続くのか分からないため変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の状況と、物価上昇の家計への影響がどの程度になるかによるが、好転は期待しにくい。
	□	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているなかでも人の動きがあることから来客数が増えている。この状況は継続するとみている。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安、材料高、原油高、諸物価の上昇など、景気が良くなる要素が見当たらない。このまま低空飛行が続くと予想している。
	□	住宅販売会社（経営者）	・建て替え物件での競合が多く、受注が伸びない。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・給湯器の納品遅れは解消してくるとみている。リフォームは補助金制度を活用する問合せが増えるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・幅の大きい値上げが増えている。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・天候も悪く需要も減るため、暇になるとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・あらゆる商品の値上げが始まっているため、消費活動は非常に鈍くなると予想している。よって、景気も悪くなるとみている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現状で価格を維持している輸入業者や製造業者も、今後、円安や燃料費・原材料価格の高騰に押されて値上げをすることが予想される。値上げにより、家計の生活防衛意識が強まるとみている。
	▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・年末である12月が商品も動かず売上も低迷している状況では、年が明けて2～3か月は商品の動きはもっと鈍くなるとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・1月は引き続き、公共料金を含め食料品や燃料費の負担増が更に重くなり、実質可処分所得は減ってくる。よって、消費動向は生活防衛的な買物行動が更に強まるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	スーパー（店長）	・物価高で客が財布のひもを締めていくのではないかと心配している。
	▲	スーパー（営業担当）	・東北地方では、灯油代や電気代といった冬の光熱費の上昇に伴い、特に食品の節約が顕著になり、売上が厳しくなると予測している。
	▲	スーパー（営業担当）	・値上がりの影響は今後も強まる。また、人手不足によるサービスレベルの低下も懸念される。総菜の原料の価格高騰による利益の圧迫は大きくなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・来客数の減少傾向はこのまま続くとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・来年は更なる景気後退が予測されており、消費動向に不安がある。
	▲	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大もあり、ここ数か月、来客数が明らかに減ってきている。
	▲	高級レストラン（経営者）	・中国では新型コロナウイルスの新規感染者数が非常に増えている。それが我が国でもその影響が出るのではないかとこの危惧があり、余り良くならないとみている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の割引率の変更や新型コロナウイルスの新規感染者数の多さなどから、来客数はやや減少していくとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・年末年始後、新型コロナウイルス感染症の拡大が懸念されることや全国旅行支援の割引額引下げの影響などから、国内需要は現状よりも落ち込む見込みである。予約状況も芳しくない。また、海外需要は引き続き厳しい状況が続くものとみている。現状においても、個人、団体共に予約案件は極めて少数であり、売上増加には程遠い。
	▲	タクシー運転手	・今月は忘年会の開催があり、タクシーの需要が多い特別な月である。まだまだ予断を許さない状況なので、この先については楽観できない。
	▲	通信会社（営業担当）	・3月末の決算時期が節目になる。燃料の価格高騰に加え、新型コロナウイルス感染に収束が見えないなかで、小売業界、観光業界で格差が生じ、倒産件数が増えるとみている。貧富の格差が広がり始めており、全体的には悪くなるとみている。
	▲	競艇場（職員）	・イベントや大きなレースの開催もほぼなくなるため、来客数は減少する。また、客足は天候にも大きく左右され、雪が積もれば非常に悪くなる。売上は下がるとみている。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加していることと、物価高騰により、客は金を最低限必要なところ以外なるべく出さない方向に進んでいるようである。
	▲	設計事務所（経営者）	・建物を必要としている客からの引き合いがあるため、低調ではあるが需要はある。しかし、業界全体が潤うような力強さは全くない。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・物価上昇などの影響を受けて、商談が長引く傾向にあり、住宅購入を先送りにする人が多くなっている。低調な状況が続くと予想している。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で消費が低迷している。それに加えて、来年は日本銀行の政策で不景気になるとみられる。インフレが進みマイナスの相乗効果で景気はかなり悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・景気が良くなるというポジティブな要因が内的にも外的にも見当たらない。特に、政府の増税の動き等により、将来の不安定感は拭えない。
	×	スーパー（経営者）	・電気代やあらゆる商品、サービスの価格が高騰している。年が明けてからも更に値上げが続くため、客の節約・儉約志向は更に強まっていくとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数もなかなか減らず、天候も前年より大分悪いため、景気回復は厳しい。
	×	コンビニ（経営者）	・電気代が下がらない限り良くなることは絶対にならない。4月頃からまた値上げするようだが、そうなればもはや24時間営業は無理である。本部からは何の指導も援助もない。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・光熱費などの費用が軒並み上がり、食費は抑えられる。ましてや高級食材といわれるものなどは、ますます厳しくなるとみている。
	×	その他専門店〔靴〕（従業員）	・プレミアム付商品券の期限が到来することで客足が落ちることに加え、様々な商品の値上げと新年度に向けた準備での支出で、し好品へ目が向かない状況になる。

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
	×	一般レストラン（経営者）	・暇といえども12月は忘年会の予約が入っていた。1月は新年会という形での宴会がなくなっており、ここ数年12月と比べると売上が落ちている。
	×	一般レストラン（経営者）	・値上がりに対して急には賃金アップが追い付かないのが現実なので、物価高騰が落ち着くまでは消費が減少するのは当たり前である。新型コロナウイルス感染症についても、5類感染症に変更にならない限り自粛の状況は変わらず、景気の回復はみえてこない。ショッピングモールや郊外型のチェーン店は混雑しているが、人がおらず感染率が低い飲食店が多い繁華街には地元の人ほど足が向かないようである。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高に伴い、企業によっては賃金アップや一時金支給などの手当をしているところもあるが、ほんの一部に過ぎず効果は薄い。行政もプレミアム付商品券等の施策を行うが、一時的であり吸収し切れないため、景気は更に悪化するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	電気機械器具製造業（企画担当）	・ウクライナ情勢や米中問題の影響により、各国で半導体に対する投資計画が進んでいる。また、技術的にも半導体の計算能力、メモリ能力は更に高まると考えられることから、長期的には景気が良くなると考えている。
	◎	建設業（従業員）	・年度末に向けて受注を見込める案件が確保できたため、景気は上向くものと予測している。
	◎	建設業（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する諸問題も国際問題もいづれ解決する。解決次第、経済成長していくとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・大きなイベント等もなく観光客が減少する時期になるが、コロナ禍でも大きな規制がないとすれば、前年、前々年と比較してある程度の人流が呼び込めるものとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収まり、良くなるとみている。また、年度末、年度初めの仕事が見込まれる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けた設置工事などの話題が出る頃なので2～3か月先はやや忙しくなるとみている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・先々の案件が徐々に増えてきている。客先での来期の設備投資の情報も一部入ってきているため、上向きになる見込みが出てきている。
	○	輸送業（従業員）	・国際線が復便し、人流の増加が見込まれる。
	□	農林水産業（従業者）	・最近になって米の価格の先高観が出てきたが、生産者価格への反映は期待できない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・依然コロナ禍を脱出できずにおり、酒類販売の低迷は続くこととみている。販売量の減少が続く一方で利益確保のための値上げも行わなければならない、苦境は続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先は国内生産比率が高く、かつ海外出荷比率が高いため、円安で一時的に利益が増加し増産傾向であった。しかし、円安が落ち着いてきていることから、受注が落ち着いてくるとみている。
	□	輸送業（経営者）	・中国ではゼロコロナ政策の緩和により新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えているが、当社の主要取引先の機械装置メーカーは中国への輸出が多く、今までも業務に新型コロナウイルス感染症による影響を受けた時期があった。今後、中国のゼロコロナ政策緩和が景気にどう影響してくるのか予想しづらい。
	□	通信業（営業担当）	・契約以外でも相談に乗るなど、客との関係性を強めていくことにより、ビジネスチャンスのきっかけを探していく。
	□	通信業（営業担当）	・光熱費などが値上がりしている影響で、設備などに経費を掛ける企業が減っており、なかなか受注まで至らない。
	□	金融業（広報担当）	・ウィズコロナの環境にも社会が慣れたため、新型コロナウイルスの感染状況が多少変わったくらいではマインドに変化は起きにくい。また、ウクライナ情勢や原料高、為替動向などの外的環境も、現状では変化を予想しづらい。
	□	広告業協会（役員）	・全国旅行支援の継続により、旅行関連企業の広告出稿は増加の見込みである。しかし、エネルギー等の仕入価格が高騰しているため、販促活動を控える企業も多く、広告業界は依然として上昇気運にはない。
	□	経営コンサルタント	・人の移動が活発になれば、景気刺激の一助となる。
	□	司法書士	・当地では前年とほぼ同様の不動産登記申請件数が受理されている。

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
	□	公認会計士	・円安による原材料等の価格高騰や、部品不足等による製造販売の遅滞が見受けられるため、それらが景気回復の足を引っ張る要因になる。小売、サービス、飲食関係は業績回復傾向にあるが、全体としての景気は今月とさほど変わらないとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	・働き方改革に関連する商材も多数扱っているが、メーカーが期待するほど受注が増えていない状況である。インボイス関連の準備もまだまだなので、しばらく様子を見てから活発化してくるのではないかとみている。来春には市場が活発化すると期待している。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・まだ数か月は新型コロナウイルスの新規感染者数は高い数字が続くとみている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続くため、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・各社の現在の受注動向からは減少は余りみられないが、増加も考えられない状況である。
	▲	農林水産業（従業者）	・農業機械の使用料や修理費が高い。また、肥料も4～5割値上がりしている。生産資材の全てが値上がりしている状況なので、生活が苦しくなる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原価の上昇がかなり厳しく、売上が上がっても利益面はかなり厳しい。来年2月に値上げを実施する予定だが、その反動も怖い。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種的にもそうであるが、地方の中小企業では業界的にもデジタル化が遅れている。SDGs、サステナビリティの観点からも、次の事業の柱を見据えていかなければならない。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・需要減少に加え、物価の上昇等もあり、景気回復の時期が全く見通せない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の生産調整が尾を引き、部品加工案件も伸び悩むことが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先においては、修繕費用を今後も削減する傾向が強くなるとみている。
	▲	建設業（従業員）	・冬季は降雪の影響で工事の進捗が鈍る。
	▲	広告代理店（経営者）	・取引先の業績回復が見通せない状況が続けば、更なる発注減リスクがある。
	×	その他企業〔企画業〕（経営者）	・今後、値上げされる商品が増えれば、衣食に関わる不可欠な消費以外は控える人が多くなるとみている。電気料金値上げの影響は2、3か月先に大きく出てくる。せめて再生可能エネルギー発電促進賦課金が中止になってくれればと願っている。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・この時期は来期の採用計画を立てている会社が多いが、採用総数は維持若しくは増加傾向という話も多い。今期及び来期に向けての採用市場も良い状況は続くとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・多少波はあっても全体的には回復傾向にある。多くの取引先企業で前向きな動きが出ており、大きなイベントを開催する準備も進んでいる。物価高、エネルギー高騰がなかったらもっと改善するとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業から採用人数拡大の情報が入っている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・12月の1か月間で求人数が増えている。建設業、食品小売業、飲食業、製造業はしばらくの間は求人意欲が衰えることがないとみている。新型コロナウイルス感染症の影響が危ぶまれた飲食業でも、徐々に客足が戻っており、ウィズコロナのなかで今までよりも良い状態が続くのではないかとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの新規感染者数の急増により休職者数が増えている良くない状況は余り変わらず、この先も見通しが立たない。
	□	人材派遣会社（社員）	・相変わらず不透明感が漂っている。サービス業はウィズコロナが浸透し、インバウンド需要などの戻りにも期待できる反面、円高傾向に振れる為替環境のなかで製造業に陰りが出る可能性がある。また、人材確保に課題がみられ、回復期の商機を逃す懸念がある。今後の景況感の上にも下にも揺れながら余り変わらずに推移すると予測している。

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
	□	新聞社〔求人広告〕 (経営者)	・ 全体的には上向き傾向にあるが、地方では実感が無い状態がここ数年続いているため、結果的には変化が無いとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ 1月から再開する全国旅行支援で観光宿泊関連に動きが出るが見込まれる。
	□	職業安定所(職員)	・ 求人者の多くは一定の受注があり業況はまずまずである。しかし、資材、燃料、電気等の価格高騰により収益が低下し、今後徐々に求人数を抑制する動きが出ることも懸念されることから、雇用状況も踊り場に入る可能性がある。
	□	職業安定所(職員)	・ 物価高の影響は大きいですが、新型コロナウイルス感染症による行動制限がないため、ある程度の消費活動は維持され、景気に大きな変化はないとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・ 現状、企業の採用意欲は高いが労働力人口の減少等で採用には至っていない。この状況は当面変わらないとみている。
	▲	職業安定所(職員)	・ 求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、燃料費や電気代など物価高騰が続いていることが事業所の経営状況等に影響を与えている。
	▲	学校〔専門学校〕	・ 現在の経済状況を改善するためには国の支援が必要であるが、大きな支援策はない。企業努力では限界があり、中小零細企業が耐え抜くには厳しい現状がある。
	×	アウトソーシング企業 (経営者)	・ 法人税の値上げも検討されている。契約上、人件費は上げられない。どんどん悪くなる。

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)	◎	都市型ホテル(支配人)	・ 来春の動きが、ここ数年にないほどの回復傾向にある。
	○	百貨店(店長)	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は依然多いものの、行動制限が掛からないなかで、年末から1月の初商以降は、来店客数が前年を超えていくと想定できるため、やや良くなる。
	○	百貨店(店長)	・ 新型コロナウイルスの感染拡大が続くものの、人の流れは回復しつつある。期待を込めて、やや良くなる。
	○	スーパー(総務担当)	・ 年末年始も行動制限なく動けることで、景気は上向く。
	○	家電量販店(営業担当)	・ 新型コロナウイルス感染症の影響は更に増加する。来客数増加の販促に注力し、売上を拡大させたい。
	○	乗用車販売店(経営者)	・ 当地域の自動車メーカーは、他のメーカーと比べて受注から納車までの期間が短縮されてきている。また、当店も将来を考えて比較的大規模の設備投資を行い、希望を持って進み始めたところである。
	○	乗用車販売店(従業員)	・ 車両遅延も解消されつつあり、登録できる車両がある上に、受注も少しずつ増えてきている。
	○	乗用車販売店(販売担当)	・ 当社は観光地を控えているが、新型コロナウイルスによる行動制限の解除以降、旅行客が特に増えて、各ホテル、売店、レストラン関係が潤っている。このままずっと続けば、今後2~3か月も明るい材料となる。
	○	自動車備品販売店(経営者)	・ 新型コロナウイルス感染症のせいで、消費や活動等が随分抑制されていたので、そろそろ放出の時期にきている。ここで政府が、いたずらに景気を妨げるような増税や信頼できない計画を立てると、いろいろと冷え込んでしまうので、下手に増税や補助金等、余り経済をいじってほしくない。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕(経営者)	・ 人流が活発になってきており、春に向けて各種催しも復活し、交流の機会が更に増えそうである。飲食店は必要な場である。
○	都市型ホテル(支配人)	・ 全国旅行支援の割引終了後にGo To Travelキャンペーンが続けて始まるのかが分からないため、やや良くなるとしている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊や料飲部門の売上は、コロナ禍にもかかわらず目標達成することができ、単価、来客数からみても個人消費や出張等は動いている印象である。ただし、本来であれば忘新年会で、書き入れ時となるはずが、新型コロナウイルスの感染拡大を理由にキャンセルが相次ぎ、全体の売上としてはマイナスとなっている。また団体での催物には抵抗感があるようなので、感染症法上の分類の変更等、新型コロナウイルスに対する社会的な対応が変わってこない限り、同じことの繰り返しのように思える。
	○	旅行代理店（従業員）	・年明けも全国旅行支援が延長になったため、やや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなるのではないかと。
	○	通信会社（総務担当）	・商材の特性から、2～3月は年間でも一番需要が増える時期である。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・今までのリバウンドなのか、買物する人が増えている。
	○	設計事務所（所長）	・年明けには、新型コロナウイルス感染症の扱いが変わって行動しやすくなることや、経済政策にも期待したい。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が一番である。ウクライナ問題が解決してくれば、経済も安定してくるはずなので、解決を願っている。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・全国旅行支援の追加策で来年3月まで延長となるようだが、支援額が少なくなったためか、客に秋のような購買意欲がない。インフルエンザと新型コロナウイルス感染症のダブル流行も懸念されており、関連した報道が活発化すると、自主的に行動制限をする方が多くなるのが過去の動きなので、2～3か月後の景気はやや悪い現状が続くのではないかと。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着かず、光熱費、その他諸物価の値上がりで、財布のひもは固くなる。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症や物価高など、先行き不透明感には依然として変わっていない。一部富裕層による旺盛な消費があるものの、中間層の動きは鈍く、景況回復には至らない。
	□	スーパー（商品部担当）	・現状より良くなる要素がない。値上げによる家計への影響で、食料品業界にとって厳しい状況は続く。
	□	コンビニ（店長）	・せめて現状維持を希望する。
	□	衣料品専門店（統括）	・12月は歳末で、年始用の商材が大分動いてくる時期だが、今年の販売量はかなり少なくなっている。
	□	住関連専門店（店長）	・値上げ傾向のトレンドは当分続くと予測している。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・ほぼ全商品群の値上げが、家計を圧迫している反面、これまで抑えられてきたイベントや旅行等への消費は活発である。当面は生活品への消費は抑えられる傾向が続く。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の出足は、新型コロナウイルスの新規感染者数に懸かっている。本当に必要な物のみの買上という状態が続く。
	□	その他専門店（総務担当）	・この先の見通しが悪いので、変わらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末の忘年会シーズンほどではないが、先の予約も若干ではあるものの、入ってきている。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・1～2月は閑散期だが、ある程度の集客は見込めそうなので、しばらくは好調に推移していくのではないかと。
	□	旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向で、なかなか読みにくい状況である。また、インフルエンザとのダブル感染も心配である。年末年始に休止する全国旅行支援の再開効果が、1月からどのくらい出るのか。また、例年に比べて、降雪が順調にあるので、スキー客の来訪にも期待したい。
	□	通信会社（社員）	・このまま行動制限緩和が継続されれば、変化はない。
	□	通信会社（営業担当）	・節約志向が高まり、消費は鈍くなる恐れがある。
	□	テーマパーク（職員）	・新規感染者数の増加傾向や寒波等の影響により、観光客は伸びないのではないかと。
	□	競輪場（職員）	・例年、冬場は全体的に良くなる傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の動向に加え、インフルエンザが増加傾向にあるようである。物価高の影響も考えると、景気が良くなる要素は不透明で、大きな変化はない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・金利上昇傾向によって顧客動向が変化すれば、少しは良くなるかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数や濃厚接触者が、社内外共に増えており、自社のみならず対応に迫られている。客も極力会いたくないという様子が感じられる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、死亡者数も少なくないので、これから先の不安は募る。
	▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の未収束や原価高騰等、不透明な情勢が続き、客の消費に対する意識は向上していないとの認識が、現場販売員には多い。
	▲	コンビニ（経営者）	・現状、新型コロナウイルスの感染状況で、来客数も少ないが、従業員を募集してもなかなか良い人が集まらないので、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・12月はボーナス支給やクリスマスイベントがあったりと、気分的にゆとりがあつて、消費も前年並みとなっている。新型コロナウイルス感染症に対しても、新規感染者数が増えても、以前のように自粛は見られず、普通の生活をしている感じである。このまま景気回復を期待したいところだが、人件費、材料費高騰による経費の増加、電気代の高騰が、ボディーブローのように効いており、売上は前年比100%を超えていても、利益は同60%と半減近い。電気代の影響が一番大きい。先行きは不安で一杯である。
	▲	コンビニ（経営者）	・2～3月は、来客数が減り、売上は下がるため、やや悪くなる。
	▲	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がない分、有り難いことだと思うが、当店の顧客は高齢者がほとんどなので、やはり新年会などでも自己防衛で人の出が相当に悪い。この状況からどう脱したらよいかと模索を続けても出口が見えない。一つ一つ積み重ねて、客と接点を持つしか方法がないと思っている。
	▲	家電量販店（店員）	・需要を掘り起こすような大きな要因がなければ、消費マインドは上向かないのではないかと。
	▲	一般レストラン（経営者）	・12月の動きは時期的なものもあるので、一時的な感じがしている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・冬の寒さで、新型コロナウイルス感染症も広がるだろうし、年末年始の出費があるので、外食費用は節約する方向になる。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・今もなお、原材料の仕入価格が上がっており、他の物でも高止まりが続いている。それらを販売価格に乗せざるを得ない。このままいくと、インフレによる生活への危機感で、個人消費は防衛意識からやや落ち込む。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・契約更新時の入札で、コストアップを反映できない結果となるケースも散見される。一方で、新規の業務受託には人材確保がハードルとなっている。こうした両面から、収益悪化が今後も続くのではないかと。
	▲	旅行代理店（経営者）	・この時期、旅行業は売上が減少する。暖かくなるころから上向きになるのではないかと。
	▲	タクシー運転手	・12月がこの程度では、この先も期待できない。
	▲	通信会社（経営者）	・前年同様業績は良くない。地方では少子高齢化と人口減で顧客の減少が止まらない上、その客を取り合っているのに、仕入コスト上昇分をなかなか売価に転嫁できないのが現実で、人件費を上げるどころではない。こうした状況下で法人税を上げるとはどうか。
	▲	通信会社（局長）	・価格高騰や新型コロナウイルスの感染拡大の先行きが見えない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・コストが増加しているからである。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安から脱却できるか次第である。輸入物資で成り立つ業種なので、原材料の高騰は当分止まらないのではないかと。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高、エネルギー不足等になっているのに、政府は増税とおおるばかりで、具体的な制度を出してくれない。そのため、客はかなり買い控えの状況になっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・物資がいまだ安定しないため、悪くなる。
	×	都市型ホテル（経営者）	・今の新型コロナウイルス感染症対策のダブルスタンダードでは、景気が良くなる兆しは見えてこない。
	×	美容室（経営者）	・12月は「頑張ろう商店街」の経済産業省の助成金を使って様々なイベントを開催している。久々に街中がにぎわいを見せたが、どれも単発型なため、抜本的で持続可能な国策が急務である。

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
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・年度末に向かって、多少動きがみられる。
	○	金属製品製造業(経営者)	・取引先の発注計画により、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・春先から、ロボット関連業務の増産が予定されており、生産体制の整備を進めている。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・半導体不足の影響は軽減されつつあったが、年明けには再び、半導体不足による生産調整が見込まれている。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・春闘後の賃金体系がまだちょっと判断できないので、変わらない。
	□	金属製品製造業(経営者)	・景気が良くなることを願っているが、先の見通しは全く立っていない。景気が良くなるとか仕事が増えるというのは得意先の様子で決まるが、全然分からないので、とても不安に思っている。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・残念ながら、先行きに明るい兆しが見当たらず、低調な低空飛行が続くのではないかと。円安もさることながら、日本経済や国民感情も負のスパイラルに陥っているような状況かもしれない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・これからしばらくの間、横ばいが続くかとみている。新型コロナウイルスの新規感染者数が大分増えてきたので、またちょっと陰りが出てくるのかと心配しながらも、現状と同じくらいで推移する。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・取引先の様子や受注量の動き等は本当に上下するので、1～2か月先でも今後のことは分からないのに、2～3か月先のことは分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕 (営業担当)	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	□	輸送業(営業担当)	・新年に入り、新生活用品、テレビ、白物家電、冷蔵庫、洗濯機等の物量は、前年並みを確保予定である。
	□	広告代理店(営業担当)	・コロナ禍の2年もの間に、広告出稿が激減しており、特に印刷物は顕著である。SNS等に移行するケースが多いため、広告業界にとっては、今後も厳しい状況となる。
	□	経営コンサルタント	・再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、医療現場のひっ迫が増しているせいで、せっかく、景気回復の兆しが見えた地域経済活動にブレーキが掛かっている。ある意味、経済は着実に戻りつつあると見られるが、当面は足元の足踏み状態が避けられない。
	□	社会保険労務士	・インバウンド等の需要増もあるが、海外の景気は後退するという話もあるので、簡単には良くなりそうにない。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕 (経営者)	・受注状況は増加傾向にあるものの、景況感としては特段変化は見られない。
	▲	建設業(総務担当)	・年度末へ向かう時期にもかかわらず、手の空いている担当者もおり、工事量が足りず先行きも不安である。
	▲	不動産業(管理担当)	・取引先に物価高騰による値上げをお願いしている。何とか受け入れてもらったものの、来年以降の業務で見直しや削減を検討しているところも多く、厳しい交渉になる。
	×	食料品製造業(経営者)	・「新しい資本主義」は、ほとんど意味が分からないし、増税で経済が良くなるわけがない。
×	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社の主力である中国向け生産品が、第4四半期にかけて、落ち込む計画である。	
×	建設業(開発担当)	・現与党政権の元で、公共工事は順調に推移している。現野党政権時は「コンクリートから人へ」のキャッチフレーズで、建設業は大変迷惑を被っていた。建設業者は災害時に大変重要な役割を担う業種で、今回の大雨でも地元建設業者は身を粉にするほどの大変な活躍である。今期公共工事は前年比8%減、前々年比21%減と厳しい。コロナ禍でも思うが、当社売上も10%減となっていて、今期決算が心配である。	
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社(社員)	・物価高騰の影響を加味して派遣先企業へ賃上げ交渉を開始しているが、要請に対する理解度にかい離がある。自動車販売店は、今後新車納期が短縮の見込みで、人材が必要になるものの、供給できる人材が不足している状況は変わらない。

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
	□	人材派遣会社（従業員）	・求職者が来ない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人は、コロナ禍前の令和元年11月とほぼ同水準となってきたが、新型コロナウイルスの新規感染者数や物価上昇による影響等、引き続き、動向を注視する必要がある。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・食材や燃料関係の価格の落ち着きは、年明けから出てくるのではないかと。衣料品の動きが少し鈍くなる。新年度に向けて、贈答品等の動きは伸びると思うが、製造業全体や選挙に向けての動きから、財布のひもは締め付けられている。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・来年3月末で派遣や請負契約が終了との連絡があったためである。
	▲	職業安定所（職員）	・政府が今までの新型コロナウイルス感染症対策を堅持するのであれば、景気はどんどん悪くなっていく方向である。
	×	学校〔専門学校〕（副校長）	・学校のイベントも継続するので、いろいろな企業との関わりも今後多少は増えていく。

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)	◎	旅行代理店（従業員）	・年末年始の客の動きが前年よりも多いと感じる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・期待を込めて、良くなるように頑張りたい。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年明けの新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、様々な行事、イベント再開の連絡があるため、経済が動きそうである。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波がこのまま1万人台で頭打ちになれば、地域のイベントも複数開催され、全国旅行支援の効果などにより、来街者数とともに当店の売上も増加するのではないかと（東京都）。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・2～3か月後はちょうどお彼岸や卒業式シーズンになる。お彼岸の方は法事関係なので何とか客が来てくれるとは思いますが、とにかく来客数が少なくなっているのが、本当に大変だと思っている。納品先も少なくなっているが、12月よりははや良くなると期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末から新年度向けの受注量の増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・高付加価値な物を求める傾向は引き続き堅調に推移すると予測しており、特に不安材料はない。また、インバウンドについては、当面は回復基調が続くと予測している。一方で、中間層についても、ウィズコロナの mindset 定着と賃上げムードが高まってくればここに多少上乘せしてくると思われる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・高額品の需要が上向いてきていることに加え、行動制限がほぼなくなってきたことにより、2月メインのバレンタイン商戦では前年以上の回復が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・気候が良くなり、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてくると予想されるので、人々が活発に動く（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の収束は見えないものの、年度替わりのオケーションや年明けから再開する全国旅行支援等を考えると、春先には動向が上向くと想定している。
	○	スーパー（総務担当）	・多くの企業で賃上げされるようである。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・値上げは更に進むと思うが、節約志向なども含め、内食化傾向は強まる。
	○	家電量販店（店長）	・中国で新型コロナウイルスの新規感染者に対する隔離期間が撤廃された。今の感染状況が一段落したら、新型コロナウイルス感染症の発生前までには届かないにしても、インバウンドの緩やかな復活に向けた良いニュースとなる（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・2～3か月先の需要動向については、足元の新型コロナウイルス感染症対策の有効性と物価動向、為替、金利、株式市況、ウクライナ情勢等の概況の変化は引き続きウォッチするが、大きな悪化は見込んでいない。また、消費者心理の安心感とともに市況は上昇するとみている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車の初売りでの受注量が増加するとみている。サービス部門は前年並みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（総務担当）	・需要月を迎えるため、多少は活発化してくると予想している。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・外国人旅行者による消費の勢いが止まらない。入国制限等がなければ、今後も売上は堅調に伸びていく（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・新規出店の店は、平均して客単価を高めに設定している。地域的に再開発などがあり、大きな変化を余儀なくされている。ある意味で新しいビジネスチャンスも生まれている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・中高年層がメイン客のため、新型コロナウイルス感染症の影響が色濃く出ている。それでも、これからは慣れが出てきていることと、若年層の客にも来店してもらえるようにメニュー開発や広告宣伝に力を入れているため、良くなってくれないと困る（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援が継続するので、また申込みが増える（東京都）。
	○	旅行代理店（営業担当）	・業界的には全国旅行支援により若干上向きになりつつあり、春先の旅行需要と合わせて更に上向く。
	○	タクシー運転手	・入国制限が10月11日に大幅緩和されたこと、円安がまだ続いていることなどから、海外からの訪日旅行が復活の兆しを見せているので、景気は多少良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・今年は忘年会が多く開かれているようだが、いずれも早い時間帯での利用である。飲食店からのオーダーも久々に多く感じている。年明けの新年会需要にも期待したい。少しずつではあるものの、昼間の利用は増えてきている。
	○	タクシー運転手	・物価が上がった分、年明け早々は静かになると思うが、タクシー業界としては法人の運転手の激減、個人タクシーの減少という部分で、少し忙しくなって需要に供給が追い付かなくなるくらいか、ほどほどに動きが良くなる（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	・不安要素が一般化されてニューノーマル化することでマイナス要素が薄くなる分、DX化等のプラス要素に引かれる（東京都）。
	○	観光名所（職員）	・来客数の増加が続いてくれれば良くなる（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・正月の来客数も多く、円高傾向にもなってきている（東京都）。
	○	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・催事が予定どおり開催される見込みであり、来客数も堅調に回復すると予想している（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・基本的には新型コロナウイルス感染症が収束しない限り、そしてウクライナ情勢が落ち着かない限り、景気は良くならない。しかし、観光業界は多少回復しつつあるので、来年に期待している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪過ぎるので、普通に推移すれば景気は良くなると思われるが、政策や税制に目新しい材料もなく、景気はやや良くなるぐらいではないか。新春キャンペーンや決算月のキャンペーン展開で多少の販売量増加が見込める程度と思われる。
	□	商店街（代表者）	・本来ならば、12月はもう少し客が来店して、注文や販売量も少しは増えるのだが、今年に関しては来客数も平行線をたどっているような感じがしている。3か月先がどうなるかは全く分からない状況で、非常に不安を感じている。年が明けて少しでも良くなってくれればよいが、新型コロナウイルス感染症次第である。早く収束してくれるよう願っている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・悪い状態から変わらないということだが、問合せ等は増えているので、もしそうした話がどんどん決まってくれば、売上自体も徐々に伸びてくるような気がする。まだそれが形になっていないので、何ともいえない（東京都）。
	□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がまだまだ収束せず、商材の値上がりも続いているので、消費者が消費に慎重になる懸念がある。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・必要以上の物は購入しない客がほとんどだが、購入する客に高齢層が多いためだと思われる。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・現状が続くのではないか。この先も食品などの値上がりが続くし、家電製品にも大分値上がりした商材が増えている。ただし、省エネの機種は高くても動いてはいる。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が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
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・乗年3月くらいまでは厳しい状況が予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕(店 長)	・良くなる要素が1つも見当たらず、現状が続く。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商部は多少大きな案件等を持っているので、ある程度売上はいく。また、店頭部も来客数が増えているため大変良い。ただし、海外から仕入れる紙などの価格がかなり上がっており、このままだと客がなかなか買わないのではないかと考えている。来客数はある程度維持できて増えたとしても、要らない物は買わないので単価が下がるのではないかと。また、紙離れ、ペーパーレス化が進むという懸念もある。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(営 業担当)	・いつも同じ回答になるが、新型コロナウイルス感染症が収束して、社会が通常の状態にならないと、更に悪くなるかもしれない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	・本格的な冬を迎え、行動制限はないものの、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの影響を懸念している。また、インバウンドは円安の影響で単価が伸長しており、新型コロナウイルス感染症の発生前をしのぐ勢いであることから、この状況はしばらく続くともっている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・今後、ガソリン価格の下落等、先行きが明るくなるような材料が具体的に表れない限り、現在の不透明感のある雰囲気は変わらない。現状より悪化要素が更に表面化した場合は、景気の下振れも十分にあり得る(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(総務担当)	・国内では食料品の値上げが相次ぐなど物価高が続くが、一方でインバウンド消費が戻ってきており、やや良い状態が続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・回復傾向ではあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向であり、また、食品を始め輸入雑貨などの価格上昇が継続しており、不安材料は多い(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・コロナ禍での厳しい状況からは脱しつつあるものの、物価上昇が今後どのように影響してくるかは依然として不透明である。今月の状況からは大幅に変わらないと推測している(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担 当)	・新型コロナウイルス感染症での自粛生活のリベンジ消費も落ち着きが見られ、以前ほどの勢いがなくなっている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(販売促進担 当)	・中国の新型コロナウイルス感染症対策次第である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(経営企画担 当)	・インバウンド需要が伸びつつある一方で、国内消費については、継続した食料品の値上げに伴い、財布のひもが固くなると推測している。前年3～4月にかけては新型コロナウイルスオミクロン株の影響が薄れ、徐々に回復傾向であったことを踏まえると、現状と余り変わらない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(店長)	・中国のゼロコロナ政策緩和の可能性による更なる免税売上の増加はプラス要素と考えているが、まだ不透明である。現状の好況が一定程度維持されると予測するものの、これ以上良くなるとは現時点では考えていない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	百貨店(財務担当)	・物価高などの影響は今後も継続すると想定している。また、インバウンドも、中国のゼロコロナ政策が大きく緩和されない限りは良くなるとは考えられない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	・年明け以降も商材の値上げが控えているため、客が価格により敏感になってくる。
	<input type="checkbox"/>	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、年末年始で出費が重なる時期であることに加え、年明けには更なる値上げも控えているので、購買意欲が上向きになるとは考えにくい。当面は同様の状態が続く(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(店員)	・各家庭における食品などの予算が増えない限り、最低限の買物になるため、現状維持で横ばいとなる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	スーパー(営業担当)	・1品当たりの単価の上昇はまだまだ続く。それに対して販売個数、販売口数については減少傾向になってくると思うので、合わせると相殺される状況は今後も続いていく(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	スーパー（販売担当）	・年末年始の帰省は前年に比べて1～2割伸びており、それに伴う土産需要も10%以上伸びているが、帰省関連以外は前年とほぼ変わらない。年明け以降も食品を中心に価格の引上げが予告されているため、客の財布のひもが固くなり、頻度品以外の商材は厳しいと予想される。したがって、先行きは変わらないか、やや後退する。
	□	コンビニ（経営者）	・値上げ商材が多いため単価は上がっているが、来客数が伸び悩んでいるため、不安要素がある。
	□	コンビニ（エリア担当）	・現状の売上規模は維持していく見込みだが、値上げの影響が少しずつ効いてきそうである（東京都）。
	□	コンビニ（商品開発担当）	・年始までは活発に推移すると思うが、それ以降は不明である。新型コロナウイルスの新規感染者数の動き次第では低下も懸念される（東京都）。
	□	コンビニ（従業員）	・2～3か月先も余り変わらないのではないかと。イベントごとには多少お金を消費したとしても、それがふだんの生活にそのまま表れるかという点、少し違う気がする。ふだんからぜいたくができるほど景気が良いとは言えない。ただし、この先のイベント関連は多少良くなるという印象ではない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響に加え、いろいろな原材料が値上がりしており、糸関係も上がっている。先行きに不安があり、客も値上がりを感じているので、必要最低限の買物しかしないような気がする。景気はまだ戻っていない。
	□	衣料品専門店（役員）	・物価上昇の影響で、衣料品需要は2の次、3の次になっている。
	□	家電量販店（店長）	・物価の上昇が落ち着かないとまだまだ良くならない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。半導体不足の影響で車の納期が大分先になるため、注文が少なくなっている。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・前年より納期の遅延が大きくなり、トラブルが増えている。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・ウクライナ戦争が終わらないことには、余り景気は変わらない。原油、小麦を始めとしているいろいろな食料品などが値上がりしてきているので、今年4月以降の春闘でどれだけ賃金が上がるかによって、景気の浮揚があるかどうかが見えてくる。当分の間は変わらない（東京都）。
	□	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が通常時レベルには程遠く、客への納車が進まない。
	□	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、こどもエコすまい住宅支援事業などの補助金施策がプラス要素として期待できるものの、電気料金の値上げが景気全体に及ぼす影響が懸念され、予測が難しい（東京都）。
	□	住関連専門店（店員）	・物価の上昇が止まらない（東京都）。
	□	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・先行きが見えにくいなかで、節約している客の購買が増加するとは思えない。現状のままで変わらない（東京都）。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和事業補助金の上限額が減額されるが、現在は原油価格が下落しており、補助額も上限に届いていないため、当面影響はないと思われることから、販売量も大きくは変わらず、微減の状態が継続する（東京都）。
	□	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくても、外食産業では急な回復は望めないため、変わらない。来年の第4四半期は新型コロナウイルス感染症の落ち着き具合によっては大きく回復する可能性があると考えている。
	□	高級レストラン（仕入担当）	・著しい物価上昇が今後の消費行動にどのような悪影響を及ぼすかが気掛かりである。経済循環の活性化につながれば良いが、収入増加には不透明な部分もあり、現状と変わらない（東京都）。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大があり、若干早めに宴会を実施する傾向があったのだが、中国における感染拡大や株価の下落の影響で年明けは少し厳しくなってくるので、それほどは上がらない（東京都）。
	□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・物価高の影響により不安感があることから、景気が良い方向に向かうようには思えない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響により景況が変動する。新型コロナウイルス感染症が落ち着き始めている印象なので、良化傾向と考えてはいるが、1～2月は元々良くない時期なので、値上げラッシュ、為替変動、天候などの影響で、大きく悪い方に動かないでほしいという希望が大きい。景気は良い方向には向かっているとは思いますが、判断としては変わらない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル(経営者)	・新型コロナウイルスの感染第8波の新規感染者数がピークアウトし、新型コロナウイルス感染症の分類が2類から5類に変更されれば、ほぼ新型コロナウイルス感染症の収束方向に向かうと思うが、その判断が遅れば、状況は変わらず、宴会部門の法人需要は回復しない。さらに、水道光熱費や原価の高騰が重く足を引っ張っている。これらの不安材料を抱えながら2～3か月が経過し、新年度に入る。政府にはその辺の対策をきちんと採ってもらい、新年度からは正常な姿に戻れるようにしてもらいたい。これで新型コロナウイルス感染症を収束させてもらいたい。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	・現状では日本海側や北海道で大雪になっており、なかなか外に出て歩くという状況ではない。また、車で行くにしても、冬用タイヤに換えなければならないなど、様々な事情があるようで、はっきりした回答が出てこない。全国旅行支援のクーポンは大手がほとんど占めてしまっているため、当社のような小さな代理店ではそこまで手が届かない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が拡大しているとの報道により、一定のブレーキが掛かったままの営業を余儀なくされる。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	・全国旅行支援のおかげで予約は伸びているが、未決定事項が多いなかで始まるので、問合せが絶えない。予約済み分は対象外にするなど、詳細を決めてから各旅行社に下ろしてほしい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	・期待していたCM依頼が先延ばしになっている。広告予算を絞る傾向がうかがえる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	・サブブランドの値下げにより、MVNOへの契約切替えは一巡したと考えられる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	・学生や外国人の転居者数が、新型コロナウイルスの新規感染者数や物価高などにより左右される状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	・良くなると思える材料がない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	・今のところ、案件増加等、景気回復の兆しが見受けられない。また、人材も不足してきており、今後の技術者不足も課題である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	・競合他社等の兼ね合いもあり、利用料の値上げは簡単にはできないが、仕入価格だけが高騰している。仕入価格や利用料金が変わっていかないと、現状のまま変わらない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	・金融対策を含めて不透明である。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	・企業にも客にもデフレマインドが染み付いており、値上げに対するアレルギー反応があることから、適正価格の反映が難しい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(管理担当)	・電気料金の上昇基調、顧客獲得の維持などにより、景気低迷から脱することはできない見通しである(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(経営者)	・度重なる増税報道や新型コロナウイルスの新規感染者数に関する報道で、レジャー施設には厳しい状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	パチンコ店(経営者)	・新型コロナウイルスの感染第8波に加え、インフルエンザ流行の兆しが出始めている年明けの状況が気になるころである。
	<input type="checkbox"/>	競輪場(職員)	・インターネットでの売上のみが伸びる傾向にある。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 〔映画〕(営業担当)	・良くなる要素はないが、極端に悪くなる要素もない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	美容室(経営者)	・早く新型コロナウイルス感染症が収束することを祈っている。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体 駐車場〕(経営者)	・新型コロナウイルス感染症が収束するまでは悪いままである。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険 代理店〕(経営者)	・年を越して景気は安定してくると予測されるが、まだ不安定であり、安心はできない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス 〔フィットネスクラブ〕 (エリア統括)	・来館者の動きを見る限り、先行きは不透明である(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	設計事務所（経営者）	・依頼先の状況を考えても上昇は難しい。ただし、急に落ち込む要素も見当たらないので、現状維持が続く。
	□	設計事務所（所長）	・設計の計画は夢を実現させるためのものなので、対面での打合せが必要であるが、新型コロナウイルスの新規感染者数がどんどん増加しており、それが非常に難しい。また、金融の動きや物価も定まらず、方向性が見定められないため、変わらない（東京都）。
	□	住宅販売会社（従業員）	・価格が高くなり過ぎている。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・好材料が見当たらない。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波がいつピークアウトするかにもよるが、12月後半からやや陰りが出てきている。年末年始で人が激しく動き、新規感染者数がこのまま増加し続け、病床使用率の危険水域まで達したら、リバウンドが来るのが予想される（東京都）。
	▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当店の取扱商材は少々特殊で、本来12月は平常月とは比べ物にならないくらい忙しくなければならぬが、徐々に売上が低迷してきている。平常月と比べると多少は売上が良いものの、これは継続できず、1～2月は売上が下がる。現在、プレミアム付商品券もあるので期待してはいるものの、非常に厳しい環境ではある。
	▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・やはり物価指数並びに燃料価格、また、小麦粉など全般的に値上がりしているが、賃金上昇が伴わないので、生活の苦しい人の財布のひもは固くなっていく（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・今まで唯一売上がけん引していた富裕層の外商売上が低迷している（東京都）。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇に対する警戒感が更に強くなっていると感じる。今後もこの流れは続き、しばらくは景気が悪くなる。
	▲	百貨店（企画宣伝担当）	・物価上昇傾向に歯止めが掛からない一方で、法人税などの税制が見直され、賃金アップへの環境も厳しくなることが想定される。
	▲	スーパー（経営者）	・10～12月と比較的前年並みで推移している。特に、12月はハレの日需要で客もそれなりの消費をしてくれている様子であり、ここまでは良いのだが、1月からは厳しくなるのではないかと。賃金がさほど増えないなかでいろいろな物が値上がりし、家計のやり繰りが大変だと思うので、1月以降はやや厳しくなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・12月はボーナスやクリスマス、年末年始に向けての帰省等があり、客が非常に動く状況だったが、食料品を含め全体的な物価の上昇があり、来客数は前年比で2～3%悪くなっている。このまま賃金が上がらず、物価だけ上がっていくようであれば、客の購買意欲が失われていき、生活コストを抑えていくようになっていく。
	▲	スーパー（仕入担当）	・消費者物価が上がっており、年が明けると生活防衛意識が高まり、ますます消費が冷え込んでくる。
	▲	コンビニ（経営者）	・来客数が減少するとともに、商品価格が上がっているために、売上は95%くらいになっている。
	▲	コンビニ（経営者）	・エネルギー事情が悪くなっている（東京都）。
	▲	コンビニ（経営者）	・従業員を募集しても全く集まらず、配達などを止めたため、売上が減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	・10月頃から商材の値上げがどんどん始まっており、購入するときに、「これこんなに上がっちゃったの」という感じで、もう買えないよねというようなことを直接言われている。そのような状況なので、やはり数量的にも金額的にも減るのではないかと。
	▲	コンビニ（経営者）	・少し円高には振れているが、この物価高によって人々が少しずつお金を使わなくなっている。コンビニにおいても、来客数は同じでも客単価が下がる状況が続いているので、2～3か月先も現状のまま変わらなければ、同じような状況が続く。
	▲	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の住民や客層は中小企業の勤務者が多く、政府が推奨している賃上げは期待できない。その上、値上げ商材が多数あり、景気は後退するとみている。

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（経営者）	・衣料品の値上げが全てに及んでいるが、うまく価格に転嫁できていない。例えば、仕入価格が50円値上がりした物を、売値も50円値上げすることを数か月続けてきたら、粗利率を3%落としてしまった。客が価格に敏感に反応している。
	▲	衣料品専門店（店長）	・大企業等一部の企業を除き、実質賃金が上がっていないこと、交通機関等コストプッシュ型インフレが依然として拡大傾向にあることから、消費者の財布のひもは相変わらず固い。特に、当社が扱う商材が着物、フォーマルドレス等の非日常商材であることから、消費者がリユース、リサイクル市場に流れている（東京都）。
	▲	衣料品専門店（従業員）	・基本的な日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響で、非常に厳しくなる。積極的な消費がみられず、かなり慎重になってくる。
	▲	家電量販店（店長）	・地域で発行されているクーポンが年明けに終了するため、更に消費が落ち込むことが懸念される。また、国が増税に向けた話合いを進めていくなかで、消費者は警戒を強めてきているようである（東京都）。
	▲	乗用車販売店（店長）	・半導体不足による納期遅延の影響で、今後車種によっては受注停止が予想されるので、より厳しくなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足問題の悪化は続くと考えている（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	・今後まだまだコロナ禍が続くため、販売量も来客数に比例して減少する。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・来年も更なる値上げがあり、財布のひもはますます固くなる。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は天候の変化が激しく、前年よりも今年の方が何となく悪いような気がする。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、来年はやや悪くなる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の再度感染者の増加傾向に加え、エネルギーコスト上昇を実感する冬場を迎える（東京都）。
	▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・日本銀行総裁の交代も控えており、景気が更に悪い方向に動いていかないか不安である（東京都）。
	▲	高級レストラン（役員）	・予想以上の光熱費、仕入原価等のコストアップにより、利益的に厳しい状況に至っている。価格改定などもしたが、これが年明けに平常時に戻ったときに、客の利用頻度、機会、単価にどのように響くかを考えると、厳しく考えざるを得ない（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今月はクリスマスや忘年会などいろいろな行事があるので、売上もかなり良くなっているが、2～3か月先は、多分今よりは悪くなる。これは毎年のことなので仕方ないが、1～2月は飲食業にとっては一番暇な時期である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・電気代など光熱費の高騰や全ての製品の値上げなどが断続的に進んでおり、生活も徐々に厳しくなってくる（東京都）。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料の高騰がより一層のマイナス影響を与えることが予想されることから、今後も当面は厳しい状況が続く（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染拡大とともに予約の延期やキャンセルが多くなってきており、新規感染者数が増えるごとに販売量が減る傾向にある。更なる感染拡大予想もあることから、景気は悪くなる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が落ち着くことが考えられる。それ以前に、現在、従業員の退職が相次いでおり、人員不足のため通常営業ができない状況になっている。ロストビジネスが続くのか、不人気な業種のために採用がままならず、この先2～3か月で人員が充足できるとは思えない。
	▲	タクシー運転手	・全体的に値上がり拡大している中で、これが取まらない限り少々苦しい。正月も余り休めそうもなく、厳しい毎日である。とにかく、新型コロナウイルス感染症と値上がり落ち着かないと厳しくなる。
	▲	タクシー（団体役員）	・タクシーの稼働台数が増えれば、1台当たりの収益が落ちるのではないかと。まだ、人出が回復したとは考えられない。
	▲	通信会社（経営者）	・商談はあるものの、機材等の値上がりにより受注見込みの客が先延ばしをする状況にある（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が消費の足かせになっており、回復の兆しが見えない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	通信会社（局長）	・春商戦の不動産繁忙期が当業界では契約数が最大となる時期だが、近況を調査すると人の移動が例年になく少ないという情報が入ってきており、苦戦が見込まれる（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・利益を確保するために、4月から人員を減らすことになる。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・しばらくは現状のトレンドは変わらない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・経済的理由から辞めていく生徒も多く、生活が苦しいということもいろいろ出てきているので、景気も悪くなっていく。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数などから判断している。
	▲	設計事務所（職員）	・社会情勢次第だが、エネルギー価格の高騰がボディーブローのように効いてくるのではないかと（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・長期金利の変動許容幅の拡大の発表があり、今後の事業性ローンにどのように影響するか分からないが、少なくとも良くなるとは感じられない。金融機関の今後の動きに注視していきたい。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・公共案件で一定の建材購入が見込めるなか、民需への期待が薄れている。首都圏と地方の投資バランスも、首都圏に集中して地域格差が発生し、全体を押し下げている（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから2～3か月先だが、良くなる要素が少しも見当たらない。年が明けると、電気代や他の物価もまた値上がりする。客には特に耐久消費財を購入するような雰囲気がないので、これからまた悪くなる（東京都）。
	×	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットである。これから先、本格的な値上げがあるので、買い控えが更に進むのではないかと心配している。
	×	スーパー（店長）	・このところ、電気代の値上げや防衛費を捻出するために増税するというニュースが客にも十分浸透しており、客が守りに入っている。必要で安価な物しか買わず、少し良い物、ちょっと食べたいというような物には全然手を出してもらえない状況がうかがえる。3か月後は今よりもっと悪くなるのではないかと（東京都）。
	×	衣料品専門店（経営者）	・中国からの商材入荷が遅れている。商材を積み増しているが、欠品が広がる可能性が高い（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・価格の上昇が続き、資材を含めたコスト上昇分の価格転嫁ができないままである。
	×	家電量販店（店長）	・どこまで物価が上昇するかめどは立っておらず、物価上昇率に対して賃金がどれだけ上がるかで、消費に向かうか生活防衛意識が強くなるかは不透明である。現状では良い方向とは思えず、また、海外の景気動向にも影響されるので、良くなる要素は少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の3～4月にもう一段階いろいろな物が値上げされるといいう情報が流れているので、また消費が冷え込む。とにかく、所得倍増計画を何とかしてもらわないと、この物価高では商売が成り立たない。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する政策が、果たして外に出て良いのかいけないのか分かりにくい。飲食に限っていえば、忘年会は行わない人がかなり多い。エンターテインメント、興行の方ではいまだに感染者が1人出れば中止になるが、スポーツでは何万人入ってもOKという、よく分からない状態になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・やはり新年会は忘年会と比べて予約数が少なく、また、年末に人出が増えたことで新型コロナウイルスの新規感染者数も気になるので、この先は余り良いようには思えない。悪くなると予想している（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の金融政策、中央銀行の強気の態度からすると、当分金利の上昇が続くので、株価が下落傾向となり、景気は減速する予想である。そうすると、世界や国内経済にも大きな影響が及び、更なる円安が進み、米国発の不景気が世界に広がっていく恐れがある。
	×	通信会社（管理担当）	・増税への警戒感が強く、購買意欲が極めて低くなっている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・2月まで寒波の影響がある。また、光熱費と仕入単価が前年に比べて2～3割上昇している。

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
	×	ゴルフ場（従業員）	・物価は著しく上昇しているが、給料は上がらない。この状況が続く限り景気は良くならない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・エネルギー、素材価格の高騰は固定費を圧迫し、著しく収益性を悪化に導いている。金融緩和修正により円安に歯止めが掛かれれば多少は改善も期待できるが、ロシアのウクライナ侵攻が長期化することになれば、厳しい状況が更に続く。
	×	設計事務所（所長）	・いずれにしても新型コロナウイルス感染症が沈静化しない限り、先行きは明るいものではない。特に、材料費が上がっていることが足かせになっている。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・仕事の問合せ件数が増えてきている。売上も伸びてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する考え方が変わってきているようなので、イベント等への人出が多くなってくる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・得意先で大口の仕事が予定されているということなので、当社にもできる仕事が多くなってくる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在の生産計画では、年明け2～3月は今までにない規模の増産を予定しているが、これまでのこともあり、下請としては半信半疑のところもある。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつも、経済の足を引っ張るほどではなく、サロン業界の業績も落ち着いている。中国への渡航などが活性化するなかで、春に向けて一定の戻りが期待できる（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加したとしても、経済の動きを止めることのない、政府の経済優先の方針が安心感を与え、消費活動に結び付いているものと思われる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症との共存で活動が戻ってきているので、景気は上向く。
	○	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症が再び感染拡大しているものの、慣れもあってか、人流は徐々に増えているので、先行きは明るくなる（東京都）。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・円安が緩和傾向にある。
	○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・周辺状況からの判断である（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・よく売れる商材の中に大手はんこメーカーのインク浸透印があるが、1月から30年ぶりくらいに値上げをする。一番多い製品が1450円から1600円と、約10%上がる。よく売れる商材ではあるものの、値上がりとははんこ離れもあって、恐らく客が買い控えをするので、横ばいかやや下向きになるのではないかと（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・輸出は受注が少なくなってきたおり、国内も新型コロナウイルス感染症の影響が、動きが悪い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・確かな情報ではないが、医療品容器に関して新企画が決まり始めたので、年明けから回復すると期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先から、特に新しい取引の話について聞いていない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・日本のエネルギー政策がはっきりしない。国民の生活はすべからず電気で成り立っている。いつまでも省エネ、省電力を言っていたら、景気は良くならない（東京都）。
	□	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・当社の場合、世の中の景気というよりも、得意先が非常に頑張ってくれていることが大きい。また、同業者の声などを聞くと、全般的に幾らか動き出している様子なので、良くなる。
	□	輸送業（経営者）	・新年度を控えた3月の出荷量に期待をしたいところではあるが、近年の傾向からみると期待外れとなる公算が大きい（東京都）。
□	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に反比例して受注が減る。感染第8波が収束しないと良くならない（東京都）。	
□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出量は引き続きない。また、国内出荷量も低迷していて増えない。したがって、今後も景気は現状のまま変わらない。	

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
	□	金融業（従業員）	・サービス業を中心に「政府の全国旅行支援の効果により売上が回復した」との声がある一方で、光熱費の高騰などにより利益が減少した事業者も多い。多くの中小企業がコスト増への対応に苦心しており、賃上げやインフレ手当の支給など、従業員への還元までにはなかなか及んでいないようである（東京都）。
	□	不動産業（経営者）	・諸物価の上昇が続き、新型コロナウイルスの感染再拡大による客足の鈍化など、不安要素が大きいと、景気は良くならない。
	□	不動産業（従業員）	・建築資材等の高騰はあるものの、マンション販売、賃貸稼働状況は上向きである（東京都）。
	□	広告代理店（営業担当）	・円安は落ち着いてきたものの、引き続きウクライナ情勢次第で燃料費の高騰が続くと思うので、原価率確保のために宣伝費がひっ迫する状況は続く（東京都）。
	□	税理士	・米中の景気の動きもそうだが、やはり国内の中小企業はまだ新型コロナウイルス感染症の影響から回復できていない。政治を含めて改善させていかないと、まだ立ち直れていない（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・原材料などの物価上昇はやや収まることを期待しているものの、好転するとは言い難い。
	□	税理士	・新型コロナウイルス感染症に加え、ここ2年間抑えられてきたインフルエンザに流行の兆しがあり、景気への影響が懸念されるが、横ばいのまま維持する力はあるものとみている。増税案はあるが、ウクライナや台湾の情勢を考えると仕方がなく、増税を支える景気の良さに期待したい。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・値上げの影響がまだ尾を引くと思われ、年初や春先に更なる値上げも予想されるため、厳しい状況が続く。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくはこのまま変わらずに推移する。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年明け早々に仕入価格の更なる値上げ要請が来ているので、どこまで理解してもらえるか不安が残る。
	▲	化学工業（総務担当）	・個人消費が上向いてくれないと、なかなか需要回復は望めない。エネルギー価格の上昇、諸物価の上昇、住宅ローン利率の上昇など、懸念事項が多い。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・2～3か月先の2～4月頃に、原材料等の更なる値上げが予想されるので、また若干悪くなるのではないかと。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品、特に半導体製品の受注量が徐々に減少しつつある。今後も数か月は現状が継続し、事業や景気に影響が出てくる。
	▲	建設業（経営者）	・公共料金を始め全ての物が高騰しているが、賃金が全然上がらないので、大変なことになっている。
	▲	建設業（経営者）	・増税といわれたら、良くなるものも良くなる。
	▲	金融業（総務担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてくると思われる。飲食関係も、Go To Eat が終了すると、売上は一段と厳しくなる。小売業も値上げが続くと予想されるので、売上は減少していく。燃料価格も高止まりしており、人手不足から人件費が増加すると思うので、全体的に景気は下向き方向となる（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のせいにはできないが、全般的な動きは悪いようである。できるだけ節約していく時代ではないか（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・飲食店など業種によっては年末年始は回復傾向にあったが、例年以上に1～2月は厳しい営業になるのではないかと予想している取引先が多い（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	・景気が単月など一時的、瞬間的にでも上向き要素がなく、前年割れの状態が続いている（東京都）。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・取引先からの依頼が多少減ってきている。また、2～3月の受注量の巻き返しが難しい（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明け以降は受注予定が余りない（東京都）。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・取引先からの受注量は前年比15%ダウンしている。製造原価を大きく占める材料費が20%以上アップ、今まで太陽光自家発電、新電力などコストダウンによる効果があったものが前年比30%アップとなっている。来年春からは14%の更なるコストアップ、人件費や運送費の高騰により利益の大幅減少が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	建設業（経営者）	・予算が合わず中止する案件も出始めている。先々が不透明である。
	×	建設業（営業担当）	・資材の中には価格が高止まりしてきた物もあるが、今後も高騰する予定の物が多い。価格が折り合わず、工事自体の中止も出てきているので、3か月後は現状より悪くなる。
	×	経営コンサルタント	・経済対策についても、部分的な救済型のばらまきでは根本的な対策にはならないので、景況はまだまだ悪化する。高度成長時代の建物や道路、橋などの老朽化も進んでおり、思い切った公共工事の予算建てをして、修理や立て直しをすることで、経済活動の底上げを図るべきである（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・派遣募集を紹介予定派遣に切り替えて募集するケースも増えてきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて、新年度からの求人数が増えることが見込まれる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・どこの企業もぎりぎりの体制で人員配置しており、コア業務以外は外部委託とする傾向がより強まってきている。景気見通しの悪化傾向が強まれば強まるほど、派遣や請負の臨時的ニーズはますます増える（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・今年に関しては、求人数はコロナ禍以前の水準まで戻ってきている。ただし、求職者数については、コロナ禍で離職した際に再就職できないリスクが大きく、余り増加していない。そのため、全体的には派遣労働者数は少しずつではあるが、増加している（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・過去の経験からも、年が明けたら良いことがある、何か起こるといふことで、実際今までもそうしたことがあった。年明けの話も幾つか出てきているので、期待している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・採用を増やすわけではないが、対面活動など手間をかける傾向が強くなり、採用意欲の高まりを感じる（東京都）。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・様々な金融政策が考えられている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・ホテル、旅館などからの募集増加に対して、求職者からの応募がないため、改善が見込めない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・登録者の年齢層のシフトに応じて、ビジネスモデルも変わっていかざるを得ないが、移行過程でバランスは取れている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数を押し上げる特別な要因はないものの、大きな減少の兆しもなく、例年どおりの求人数を見込んでいる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・直近3か月先に悪化傾向はみられない。当面、現状維持が見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・自治体関連の新型コロナウイルスワクチン接種の終息に向け、失職する求職者が一時的に増えると見込んでいる。その受皿になり得る求人が増加してくるかによる。
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・人材業界では大きな不安要素もないので、しばらく現状のままではないか（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・エネルギー価格高騰と円安影響による物価の上昇が続くと、景気が冷え込み、雇用にも悪影響を及ぼすことが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月比で7.1%増加、前年比では12.0%増加しており、12か月連続して前年同月を上回っている。有効求人倍率は前月と比べ0.09ポイント増加の1.20倍であり、約20か月ぶりに1.20台に回復している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・短期的には大きな変化はないが、中長期的には若年層の増加が必須であり、税務上の対応も含め、対応策が急務である。同じことが言われ続けているが、政治的な検討を要する（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価高の影響が出てくる（東京都）。	
▲	人材派遣会社（社員）	・2021年8月以降、派遣の受注件数、稼働者数共に回復トレンドにあったものの、2022年12月から下降トレンドに移行し始めている（東京都）。	
▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・好転材料に乏しい。ただでさえ弱っている経済環境なのに、自然災害による流通断絶や、青果や海産物の収穫高の減少などで、一般家庭の生活消費が抑えられている。消費活動が低迷すればするほど企業収入が減り、必然的に賃金も上がらないなど不安事項が多い（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	求人情報誌制作会社（営業）	・ 来年は景気が悪くなるのではないかとされている。ウクライナ情勢や、相次ぐ値上げなど様々な要因から景気が悪くなり、求人の動きに影響を及ぼすのではないかと。求人数と景気は密接にかかわっているため、世界の動き、国内消費者の動きなど、少し先に起こる未来を見据えて行動することが重要である。
	▲	職業安定所（職員）	・ 原材料高、原油高が中小企業の大きな負担となっているため、求人の賃金額が上向かない。このため、求職者が期待する条件とならず、紹介数にもマイナス影響がある（東京都）。
	×	求人情報誌制作会社（所長）	・ ロシアのウクライナ侵攻や半導体不足の問題が解決すれば良くなる。
	×	職業安定所（職員）	・ 電気料金の値上げや、食料品等あらゆる物価の上昇による。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	・ やはり会社単位の宴会等が少なくなっていることと、国内、海外旅行の機会が少なくなっているためか、地元での消費が増えてくるのではないかと。
	○	商店街（代表者）	・ 諸物価が上がるなかで、給料も何とか多少は上がっていく傾向なので、春先に期待している。
	○	商店街（代表者）	・ 新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、全国旅行支援の再開で、当面は期待が持てる。
	○	一般小売店〔薬〕（経営者）	・ 当店の周りは飲食店街が控えているが、店がほとんど閉まっており、どん底の状態、どうしようもない。少しでも上がってほしいという期待感を込めての回答である。
	○	コンビニ（経営者）	・ 当県では新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、お構いなしに人が騒いでいるので、良くなっていく。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりで推移しているせいか、1か月後の法人や団体利用でキャンセルや人数の減少が増える傾向にある。その先は、現在のところ、キャンセル等の動きはなく、予約は好調に推移している。個人利用は変わらずに好調なため、全ては新規感染者数次第となる法人、団体利用の影響が強い。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 政府が新型コロナウイルス感染症の分類を第5類に引き下げることを検討するという報道があった。3～4月以降ということなので、それをきっかけに法人宴会はかなり増えてくると思う。また、全国旅行支援も1月10日以降再開するので、県外客の往来も出てくるのではないかと。
	○	通信会社（社員）	・ 年度末の引越し需要に期待している。また、料金プランの見直しも考えたい。
	○	遊園地（職員）	・ 引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底して万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	百貨店（営業担当）	・ 今は、電気や灯油等がかなり値上がりしている。また、日用品関係も値上がりしているため、基本的には今のような慎重な買上状況だと思うので、景気は上向く傾向にない。
	□	百貨店（店長）	・ 新型コロナウイルス感染症の行動制限がなくても、なかなか以前の売上に戻らず、時間が掛かっている。今もほぼ例年どおりの営業をしており、今後新しい何かがあるわけではないので、3か月後も変わらないのではないかと。インバウンドの波が来れば良いが、地方では元々インバウンドの影響が少ないので、期待できない。
	□	スーパー（経営者）	・ 1～3月はあつという間に過ぎる期間で、早く春になってほしい。冬のイベントの仕事が入ると、売上は上がるが、先のことはどうなるか分からない。
	□	コンビニ（経営者）	・ 新型コロナウイルスの感染状況にやや落ち着きがみられるので、恐らくそれほど売上は変わらない。
	□	コンビニ（店長）	・ 今後、極端に良くなるか悪くなる状況は余りないので、難しいところだが、動き自体は変わらないのではないかと。
	□	家電量販店（店長）	・ 物価高、材料不足など問題が多い。

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）	・年末年始の人流による新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。新車供給の回復も短期的には見込めないなか、景気は現状のまま推移するのではないかと。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・なかなか新車の生産が回復していないため、余り状況は変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症はこれからも同じような動きになると思うが、物価上昇への対応がなされない限り、景気回復は望めない。ロシアによるウクライナ侵攻、米中関係を始めたこと、きなくさい話の影響がもっと出てくると思う。
	□	一般レストラン（経営者）	・今後の天候次第で、かなり左右される。
	□	スナック（経営者）	・少しでも良くなると思っているが、良くなりそうな感じが無い。コロナ禍が始まって、すぐに緊急対策融資をしてもらい、今までしどろしどろだったが、ここまで長引くとは想定していなかった。そろそろ返済がつかなくなってきている。商売を辞める店も増えてきているのも分かる。
	□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないでほしいという回答である。本当に困った1年であった。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・例年1～3月は、それほど来客数が伸びないので、現在と変わらない。全国旅行支援がどのように影響するのかは不明である。
	□	旅行代理店（副支店長）	・しばらくは、物価上昇や政情不安の解消が見えないことから、先行き不安感や不透明感はある。全国旅行支援の期間延長はしたものの、終了となる3か月先の受注状況は非常に低迷する。
	□	タクシー運転手	・今月前半はやや悪い状態で心配していたが、15日の年金支給日を境に、年末に向かってやや回復してきたものの、前年比95%くらいで終わりそうである。
	□	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況はある程度落ち着き、重症者も減少していくことで来客数は増加するが、原材料費や光熱費の高騰がいつまで続くのか不透明である。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・観光地であるが、今はまだ、中国人観光客が全く来ていないので、中国の新型コロナウイルス感染症の動き次第で、景気は大分変わってくる。また、原油高騰で結構大変である。
	□	設計事務所（職員）	・社員1人当たりの担当物件が多い状況は当分続く。
	□	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍による巣籠り指向の需要は一巡し、別荘販売は低調に推移する見通しである。
	▲	商店街（代表者）	・様々な企画が出てくるが、客の反応は鈍い。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・全ての物の値上がりに伴い、消費は冷え込んできている。
	▲	百貨店（経理担当）	・雪害、新型コロナウイルス感染症、物価上昇等の影響で、好材料がない。
	▲	スーパー（経営者）	・実質的な家計の可処分所得低下で、徐々に財布のひもが固くなるように感じている。
	▲	コンビニ（経営者）	・増税方針を見直さない限り、景気は良くならない。
	▲	コンビニ（経営者）	・天候や物価高の影響もあるので、客足が遠のいてしまうのではないかと懸念がある。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・長期金利変動幅を拡大するとの発表があったため、やや悪くなる。
	▲	スナック（経営者）	・12月にもかかわらず、団体客が全く来店せず、例年の7割くらいの売上しかない。年明けは更に厳しくなる可能性の方が高い。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の割引が徐々に減少することは、ハードランディングを避けるために有り難いことだが、1月からは、利用できる人数が大幅に減っていて、対象期間の最後まで支援が利用できないのではないかと懸念されるため、3か月後は現状よりやや悪くなる。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・働き方改革の影響による人手不足で事業拡大に足踏みしている状況である。業務効率化のための投資も必要である。金融引締めと増税も心配なところである。金融緩和から財政出動までやって、成長戦略が成功していないうちに回収となれば、株価は下落し、景気は後退すると予測する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰や燃料費の高騰によって、普通の買い回り商材を買う客が少ない。

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
	×	その他専門店〔酒〕 (店長)	・円安の影響で、様々な物が高くなってきている。12月の飲食店の動向をみても、非常に厳しい様子が見受けられる。今後また年明けに値上げが始まると思うので、かなりシビアな状況が生まれるのではないかと。日本酒の一升瓶は、かなり供給がタイトということで、生産量を上げられないという話を聞いているので、前年を上回る仕入れはなかなか難しいかもしれない。2～3か月後は厳しい状況になっているとみている。
	×	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(経営者)	・新型コロナウイルスの感染再拡大も懸念材料だが、光熱費の高騰も経営を厳しくしている。物価上昇や増税等、良い材料が見当たらない。
企業 動向 関連	◎	金属製品製造業(総務 担当)	・半導体業界は好調である。
(甲信越)	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・例年、新生活準備時期は売上が伸びる傾向にある。ただし、物価高による客の低価格志向については懸念している。
	○	その他製造業〔宝石・ 貴金属〕(経営者)	・1月は国際的な宝飾展示会も開かれるが、現状では、まだ中国からの客の来場は見込めない。さらに、展示会用の新商品を作りたくても、材料になる宝石の供給元である海外の工場が、新型コロナウイルス感染症の影響で生産を縮小しているため、魅力のある材料が手に入らない。満足のいく商材がそろえられないことから、年明け当初は苦しい状況が続く。ただし、円安が止まり、3月の海外展示会へ出展できる状況も出てきたので、多少は良い方向に向くのではないかと期待している。
	□	食料品製造業(総務担 当)	・物価高で先行きは不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・ワークショップの予約の動きはややあるので期待感はあるが、商材受注は見込めない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	・取引先より電子部品の流通が良くないとの情報があり、再度部品入荷遅延による生産調整が掛かりそうな状態である。特に、海外からの部品は予定どおりの入荷が見込めない傾向にある。
	□	建設業(経営者)	・受注量は問題ないと思うが、今後は利益面からも考えていきたいと思っている。
	□	金融業(経営企画担 当)	・世界的な金融引締めによる金利上昇から、世界景気が失速傾向にあり、しばらくは現状のままか、あるいは景気鈍化方向へ進む可能性がある。
	□	新聞販売店〔広告〕 (総務担当)	・今後も紙代は上昇傾向で、新型コロナウイルス感染症の分類が来年に5類になれば、イベント等が活発化することが予想されるものの、はっきりとした見通しはついていない。旅行部門では海外旅行需要が少しずつ増えてきていることはプラス要因である。
	▲	食料品製造業(営業統 括)	・インバウンドによる効果は若干期待できるが、諸物価高騰の影響で、利益率は大幅にダウンしている。経営状況は今後厳しい方向に向かうものと考えられる。
	▲	出版・印刷・同関連産 業(営業担当)	・資材や紙の価格上昇によって、景気の良くなる見通しが立たない。
	▲	電気機械器具製造業 (営業担当)	・12月は納期が集中して忙しかったが、1月からの生産量は通常状態に戻る。
	▲	金融業(調査担当)	・観光関連は前年に比べ持ち直すとみられるが、製造業はやや弱い動きが進む懸念がある。
	×	食料品製造業(製造担 当)	・電気料金が爆発的に上昇しており、契約はしたものの、値上げ分を商材価格へ転嫁をしないと、大変厳しい財務内容になる。節約程度ではとても無理である。
	×	出版・印刷・同関連産 業(経営者)	・毎月の資金繰りが大変である。
雇用 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	求人情報製作会社(総 務担当)	・求人依頼が増えている。また、世の中の動向もどんどん戻りつつある実感がある。
	□	人材派遣会社(営業担 当)	・収入減が響いており、消費動向も変わらず、財布のひもも固い。
	□	職業安定所(職員)	・円安が続いていることと、新型コロナウイルスの感染第8波の行方がどうなるかということで、状況が分からないので、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
	□	職業安定所（職員）	・食料品等の値上げが行われることで、買い控えなど消費減退が懸念されるが、新型コロナウイルス感染症に対する行動制限の緩和が継続されれば、観光業やそれに付随する産業は、現状を維持できる。
	□	職業安定所（職員）	・原油価格高騰等が及ぼす企業の生産活動への影響が懸念されるが、今後2～3か月の間は変わらない。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高騰や円安等の影響、金融政策の効果がどの程度になるか見通しが立たない状況で、新型コロナウイルスの感染状況も依然改善せず、対応も定まらないなかで生産活動も消費動向も低迷する。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・物価高、円安、景気に対する将来不安からか、多くの企業でボーナスが芳しくないようである。
	×	—	—

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)	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・新型コロナウイルスの規制緩和により、前年よりも経済は動くと考えられる。
	◎	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・個人の自覚で新型コロナウイルス感染防止に努めながらのコロナ禍の終息を期待する。
	○	一般小売店〔結納品〕 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、春にはやや良くなる。
	○	百貨店（総務担当）	・中国から入国時の検査導入は発表されたが、新たな新型コロナウイルス変異株の流入から次の感染の波につながらないかが懸念される。しかし、まだまだ海外旅行需要は新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないことや売上への貢献が高かった全国旅行支援が1月10日から再開されることから、国内での旅行需要の取り込みに期待できる。年末年始の天候も良く行動制限のないことも見込まれることから、初詣帰りの需要の取り込みにも期待したい。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加は続いているが、消費者の購買行動は前年と比べて積極的であり、旅行や外出に対する抵抗感は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらない。来客数は継続的に前年を上回っており、売上も前年を超える日が続いている。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症をインフルエンザと同等に扱う議論が始まっており、人々のマインドも変化する。
	○	衣料品専門店（店長）	・人手不足により仕事をこなせない企業が多い。人手不足は慢性化しているが、技能実習生の活用などにより苦境を乗り越えている企業も増えている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	・スーツ業界は今が繁忙期である。寒くなってスーツを購入する客に正月三が日でどれだけ販売できるか、正月が終わると就活が始まるので他店と比べてどれだけ良い物を提供できるかに重点を置く。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制も緩和され、新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなれば、景気はおのずと良くなる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・3月まで我々の業界は一番活気付く月となる。客もそのことを心得ているため商談しやすい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・1月は時間も金も余裕が出てくるタイミングで、世の中の雰囲気も変わってくる。12月後半に買い控えしていた客も戻ってくるのではないかと期待もある。ただし、商品である車自体の生産量が増えるわけではないため、今と比べれば良くなるという見立てである。
	○	住関連専門店（営業担当）	・小中規模の改修工事の見積りが多くなっている。新築工事に対しても、商業施設や小規模だが住宅等の引き合いが多くなっている。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類感染症になれば、少し変わるかもしれない。
	○	観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍の収束に伴って、宴会利用が増加する。
	○	都市型ホテル（経営者）	・円安が心配であるがインバウンドの再開が期待される。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・中国からのインバウンド需要に期待する。国内需要は新型コロナウイルス感染症発生前まで良化すると予想する。

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
	○	旅行代理店（営業担当）	・1月から3月まで全国旅行支援の延長が決まり、旅行需要に期待をしている。年始から新型コロナウイルスの新規感染者数が減っていけば、旅行申込みは増えていくと想定している。まだ個人旅行が中心でグループ・団体旅行の実施は2割程度であるが、団体旅行の実施が増えると旅行業界も一気に好景気へと推移する。
	○	ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約数は前年同日以上で推移しており、景気は今年より良くなると見込む。冬の間は雪の状況に大きく左右されがちであるが、天候が平年並みであれば、景気は良くなる。
	○	その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・新型コロナウイルス感染症への警戒感が徐々に和らぎ、旅行に対する需要も少しずつ上がってくる。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期に入り、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着けば期待はできる。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・財布のひもの固さはなかなか変わりそうにない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に収まる気配もないし、大して変動はない。厳しい状況はまだ続く。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・年末は人の動きが活発になり、ボーナスが出たことも影響して伸びたが、少し良くなるような客の動きは、2～3か月先もこのまま変わらない。
	□	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）	・生活に係る費用の値上がり、商材の値上がりなどの話題ばかりで明るい材料が見つからない。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・客の残予算が少ない。
	□	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・政治の安定感がなく景気政策の方向性が分からない。日本銀行の金融政策には疑問があり、先行きが読めない。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響もあり、今後も例年並みに戻るとは考えにくい。
	□	百貨店（販売担当）	・12月に入ってから来客数がやや減少している。加湿器などの冬物雑貨がようやく売れ出している。
	□	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波次第である。
	□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加はあるが、外出を控える人は少なくなっている。明るい兆しはみえ始めてきたが、回復までにはまだ時間が掛かる。
	□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍の影響はそれほど変わらない。物価高などの要因も、百貨店の買上動向に大きな変化はもたらしていない。
	□	スーパー（経営者）	・ウィズコロナで来客数は大幅に増加しているが、席数を減らしての営業が継続しており、売上的大幅増加までは至っていない。
	□	スーパー（店長）	・商品価格や電気代が以前のように下がることはないため、節約志向は当分続く。
	□	スーパー（店員）	・年末の大雪の影響がどう出るか。一気に野菜価格が高騰するため心配な部分がある。
	□	スーパー（営業企画）	・原料高の状況が改善される様子はなく、その反動からの保守的な消費傾向は当面続く。
	□	スーパー（販売担当）	・年末ほどの勢いはないかもしれないが、お買い得品だけでなく、良い物やおいしい物は見せ方で売れる。
	□	スーパー（販売担当）	・季節商材の動きは良いと見込まれるが、客の購買を捉える営業政策が企業の業績を左右するため、一概には良しあしがいい状況が強まる。消費の縮小に連なる外的環境にもよるが、企業努力が業績に直結する。
	□	コンビニ（企画担当）	・今後海外からの観光客が徐々に戻ってくれば、現状を維持していくのではないかと考える。
	□	コンビニ（エリア担当）	・電気料金や原材料費高騰の収束が見られず悲観している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がこのまま増え続けても、政府による行動制限は掛からなさそうであるため、今と同じ動きになると考える。
	□	コンビニ（店長）	・ウィズコロナの空気ができ上がっているため、新型コロナウイルスの感染拡大による影響は特にならない。ただし、政府の増税に関する議論の進展次第では、節約志向の人が増えるおそれがある。

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
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症に対する意識が客から離れない限り、現状のままが続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限はこれまでとは明確に違い、プラスに働いている。一方で様々な価格上昇が続いており、これによる購買意欲低下を懸念する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・年配のなじみ客が多いため、新型コロナウイルスの感染状況が収束しない限り、あえて外出しない傾向が続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・インバウンドの動きを余り感じられない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・値上げに伴い単価が上がっているだけである。特に良い商品を求めている傾向はない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・全国旅行支援による旅行需要の拡大や水際対策緩和によるインバウンド需要の回復といった要因はあるが、一部での回復であり全体としてはさほど変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・年明けに更に値上げが多数予定されており、支出が増えても収入が増えないため、どうしても消費は落ちるのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまた増加傾向にあるが、以前のような行動制限はないと見込まれ、景気にマイナス影響はない。反面、プラス要素もみられず、しばらくは変わらず推移する。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売における納期改善の兆しが少しみえてきたが、毎月状況が変わるため予想が困難である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体問題は変わらないようで、あと半年くらいは影響を受ける見込みである。客に、納期が1年掛かるため今購入を決めてほしいとは言い難い。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・景気が改善する材料が見つからないため、どう動くか分からない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営企画）	・ウィズコロナ、アフターコロナとして新たな客層、嗜好や会合に対応して、少しずつ回復する。外国人の入国や全国旅行支援等で、前年を超えると期待する。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も日に日に増えている。物価高などでガソリン代も上がっている。外食に掛ける予算がどんどん減っていくのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・イベント販売も徐々に開催されて店舗外での販売も増え出したため、現状維持に努める。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・特別なことがない限り変わらない。日本銀行が長期金利の変動許容幅を拡大したがすぐに効果が出るとは思えない。これから3か月程度は何も変わらない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（従業員）	・仕入価格の上昇により、売上が伸びない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（従業員）	・予約数から、先行きも変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症で落ち込んでいた外食、旅行などの業界は全国旅行支援もあいまって良くはなるが、支援が終われば落ち込む。インバウンドが徐々に増えても、人件費や燃料費の高止まりなどによるコスト高が影響して、景気回復とまではいかない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・閑散期に入るが、全国旅行支援の後押しがあれば予約も期待できる。ただし、年明け分の年内予約が余りなかったので何ともいえない。春休みやゴールデンウィークの新規予約が入らないと、2023年も厳しいかもしれない。地元空港で定期便が増えて新型コロナウイルス感染症発生前のような便数になれば、コストダウンにつながる。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症で死者や重症者が出る限り、団体旅行の完全再開はない。今後数年は、個人・小規模団体の取扱がメインと考える。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシー料金の値上げによって売上が上がり、現在は行動制限がないことや年末ということで、一時的に良いようにみえる。年明けの様子をみないと判断しにくい、余り変わらないと考える。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・1月から新たな施策で販促を掛けるが、我が国の経済力不足に社会として追い付くには時間が掛かるため、物価高による消費後退、買い控えが続く。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（サービス担当）	・ほとんどの家庭には既にインターネット環境が導入されているため、インターネット環境でできる新たなサービス等を提供していく必要がある。

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
	□	通信会社（営業担当）	・半導体不足の状況下で機器納期の遅延も解消せず、その兆しもみえないため、2～3か月で良くなるとは思えない。
	□	通信会社（営業担当）	・今後も現在の状況が続くそうである。
	□	テーマパーク（職員）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況次第である。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・物価上昇に伴って国の補助があり、同じ水準で推移すると見込まれるため、変化がないと考える。
	□	美容室（経営者）	・これからも光熱費など物価の上昇が当分続き、かなり影響を受ける。
	□	住宅販売会社（従業員）	・材料価格の高騰がみられ、販売量への影響は大きい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・後押しとなる補助金、税金対策も今一つである。正月の来場に期待したいが厳しいと予想する。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・住宅のリフォームや新築物件を年明けから受注している。
	▲	商店街（代表者）	・ロシアによるウクライナ侵攻が長引けば長引くほど、景気が悪くなる。
	▲	商店街（代表者）	・いろいろな製造業などで製造原価が上昇しているが、なかなか販売価格への上乗せは難しい。
	▲	商店街（代表者）	・電気代や燃料費のコストアップが客の購買意欲にブレーキを掛けている。今後も物価高は続くと考え、販売量自体は落ちる。
	▲	商店街（代表者）	・物価高により日用品の購入が精一杯となり、ほかに金を使う余裕がない人が多い。ますます量販店や安売りの店に集中し、店舗や事業所の淘汰が進みそうである。
	▲	百貨店（売場主任）	・11月中旬に売場が少し縮小になった。メーカーも在庫が厳しく前年よりもクリアランスセール用の商品を十分用意できないため、売上も少し落ちると考える。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・シーズンの端境期になるため、若干落ち込みがみられるのではないかと予測する。
	▲	スーパー（店長）	・商品の値上げ要請は継続されており、来客数の増加も見込めない。
	▲	スーパー（店員）	・年明け以降も担当カテゴリーでの値上げが控えているため、再び消費が落ち込むリスクを抱えている。
	▲	スーパー（総務）	・物価上昇により、売上金額は変わらないが販売数が1割ほど下がっている。徐々に買い控えが加速すると見込む。
	▲	スーパー（支店長）	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴う外出控え、原料原価の高騰やコストの上昇継続により、あらゆる業種、消費者のマインドが買い控えの方向に向いているのではないかと懸念している。
	▲	コンビニ（店長）	・良くなる理由が依然見付けられない。本部の施策も価格高騰に対応できておらず、新規商品開発中心の旧態依然としたものである。もっと客をドキドキワクワクさせなければいけない。
	▲	コンビニ（店員）	・寒さが厳しくなり外出を控えることが見込まれ、来客数が厳しくなる時期になる。
	▲	コンビニ（商品企画担当）	・値上げの影響による消費回復の遅れにより、現状維持と考える。
	▲	コンビニ（本部管理担当）	・足元の売上が好調に推移していても利益の捻出に苦戦している。特に水道光熱費は、1.5倍となる店舗も出てきており、利益を圧迫している。この状況が今後、小売業界を追い込むと危惧している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・全体的に余り活気がなく、先につながる話も少なくてやや良くない。自動車業界全体の動きが鈍い。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ますます生活に必要な品物の価格が上昇する。それに見合う可処分所得の増加が見込めるならば新車購入の商談も聞いてくれるだろうが、客が希望する車両の価格や納期問題が結構大きなハードルとなり、今乗っている車に不具合が起これないとなかなか話の核心には入ってもらえない。客の財布のひもは相当固い。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・光熱費の高騰による原価上昇が、企業でも収益圧迫につながっており、厳しい状況は当面続く。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・物価高騰が浸透してくるため、購買意欲は明らかに下がる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・2022年に実施した価格改定は、おおむね客の理解を得られた。しかし、2023年予定の価格改定は、更なる値上げに客からも大きな反発があり、取扱が取りやめとなる商談が出てきた。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・2月から3月は、11月から12月ほどの好景気は見込めない。1月10日から全国旅行支援が始まるが、割引幅の縮小や寒さが続くため今のような景気が続くとは考えにくく、やや悪くなる。また、新型コロナウイルスの感染状況とそのときの雰囲気景気はかなり影響を与える。新型コロナウイルスの感染状況がどの程度収まるかにもよるが、既に社会では許容度、寛容度が広がっており、不安感が払拭されれば後押しになる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症の今後の行方が懸念材料である。年末年始の宿泊予約は非常に悪く、春からのインバウンドの戻りに期待する。宴会は、大手企業を含む経済界が宴会を解禁しない限り見通しは暗い。様々なコストの上昇を価格に転嫁できない。リネンサプライは半年前に10%程度値上げたにもかかわらず、2度目の値上げを伝えてきており非常に厳しい。
	▲	旅行代理店（経営者）	・2023年3月まで全国旅行支援が延長されるが、割引率も低くなり客の反応が今より悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・今後は落ち込む。
	▲	観光名所（案内係）	・寒波が続く予想と、値上げがまだ続くようである。これでは2～3か月先に良くなるとは考えられない。
	▲	理美容室（経営者）	・電気代やいろいろな物が値上がりして、段々と景気が悪くなる。
	▲	美顔美容室（経営者）	・毎年のことであるが年末年始の出費で買い控える客がいる。新しいキャンペーンセールが始まるが、購入する客は限られているため悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・やはり新型コロナウイルス感染症第8波の影響で良くない。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・仕入先から更なる価格改定の連絡があった。福祉用具のレンタル商品は介護保険制度の上限価格設定もあり、サービス料金への反映はできない。安全な商品を提供するために整備をするにも、交換部品のコスト上昇により、負担が大きく押し掛かってくる。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・長い間営業していた店から、年明けに閉店予定という連絡が次々と入っている。
	×	百貨店（経理担当）	・物価高が企業業績の悪化や家計の圧迫をもたらし、更にこれが消費者の買い控えや消費マインドの低下を招くことによって、間違いなく景気は後退する。
	×	コンビニ（店長）	・主力の食品では仕入価格の上昇が続く。運送料金のほか販売コストも下がる見込みがない。価格転嫁が追い付かない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・人気車種の多くが販売停止になっているため売れる車がない。客に対する言葉も、これまでの、納期が掛かるので待つてほしいから、注文できず申し訳ないになってきている。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・元々車の在庫がないうえに、来年から標準金利が上がるといって報告を受けダブルパンチである。車がないため在庫販売ではなくオーダー販売になれば値引き幅も減り、販売量は厳しくなる。
	×	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響で売上が復調しない。
	×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・更なる物価上昇や税制改正で、悪化が予想される。
	×	美容室（経営者）	・正月前に集中的にパーマ、毛染めをし、1月から3月は寒くて足が遠のき、次の施術は4月から5月まで延びてしまう。
	×	設計事務所（経営者）	・現在進行している案件は設計ではなく、設計の二次的な業務である住宅性能評価の作業のみである。これも1月中には終了するため、忙しくなる気配はない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、物価高による生活苦など、先行きが不透明ななかで不安が大きくなり、景気は降下する。
	×	住宅販売会社（従業員）	・工事費が高くなり、かつ借入金利も上昇すれば新築住宅を手にすることはかなり難しくなる。

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
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・年明けからの受注は何件もなく、定例的な仕事だけでは心配である。景気が回復して消費意欲が戻らない限り、先の見通しは余り明るくない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（営業担当）	・1月から新年度が始まる会社が多いため、引き合い・受注が増えるの見込む。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の設備投資が数か月後には復活するのではないかと期待から、若干良くなる。
	○	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加も日常化し、人々の生活への大きな障害にならなくなってきたため、国内景気は経済活動の再開を背景に持ち直しつつある。企業の設備投資計画も依然として堅調である。
	○	金融業（従業員）	・前年までと比べると新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が大分進み、中小企業などの指標も若干上向いて生産性も上がり、飲食店なども活気付いている。
	○	金融業（従業員）	・足元では新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、3か月後には、経済が落ち着き景気も良くなると期待する。
	○	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が来ているが、消費者には以前のような自粛の傾向がそれ程なく、売上は現状維持が見込まれる。物価高騰で売上原価の上昇がみられるが、円高傾向に進んでいるため、今後は仕入価格も落ち着く。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・4年間を投じて開発してきた機械を使用し、中小企業の残業時間や人件費削減にも貢献したい。海外情勢の影響で国内に仕事が増えてくるならば、より重要になると考える。
	□	食料品製造業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の行動規制緩和、海外からの入国者が戻りつつあり、外食や土産物需要などが回復しつつある。一方、原材料、エネルギーコストの上昇は止まらず、企業経営においては厳しい状況が引き続き見込まれる。
	□	化学工業（営業担当）	・需要回復は来年7月頃からと見込む。
	□	化学工業（総務秘書）	・基本的な流れが大きく変わる兆候がない。過度な円安に収束の気配が感じられることは、国内経済の安定感醸成につながっている。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・新規案件はまだ増えていきそうだが、以前からの製品の動きが悪く、現状維持となりそうである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・受注量がさほど伸びず、仕入価格は高止まりであることから、収益性はやや低下すると考える。
	□	金属製品製造業（従業員）	・春先の仕事量がみえていないため、やや不安は感じるが、一方で仕事は途切れないであろうという期待もあり、読みづらい。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ここ数か月は余り変わらないと見込む。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・ロシアによるウクライナへの侵攻が長引き、その他世界情勢の懸念など、これまで考えもしなかった事象が浮上するなか、我が国は防衛力の増強に進む動きなど、次はどういう展開になるのか不安感を持ちながら進むことになる。明るい未来は考えにくい。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・円安傾向が緩和の割に値上げラッシュが収まらない。増税も予定されており不安しかない。
	□	建設業（役員）	・来年は長期金利の上昇で住宅ローンの固定金利が上がることで予測されるため、客の住宅購入意識がプラスに転じるかマイナスになるか、気になるところである。
	□	建設業（経営者）	・政策の方向性は良いが決断に時間が掛かっている。積極的に判断しもっとリーダーシップを発揮してほしい。
□	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で自治体の予算はかなり削られるが、必ずやらないといけない仕事は発注が見込まれる。ただし、また新型コロナウイルス感染症が拡大してくると、仕事が止まる可能性もある。	
□	輸送業（経営者）	・物量増加、コスト減少や人手不足解消といった良い兆しは、全く見当たらない。	
□	輸送業（従業員）	・売上は回復しても、同様に経費が増えている。同業他社からは、余り良い話が伝わってこない。廃業という話もチラホラと聞こえてくる。決して他人事ではないと感じる。	
□	輸送業（エリア担当）	・世界経済が安定していないため、何とも予想が付かない。	

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
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物が最も多い12月もさほどひっ迫せず慌てることなくあったことに鑑みると、景気は引き続き変わらず、2～3か月後も悪いままが続くと推測する。
	□	輸送業（エリア担当）	・荷物の量は増えているが、低単価の荷物のみ増えている。経費はこれ以上下がる余地がなく原油価格も高値での定着により、経費コントロールもできにくくなってしまっている。
	□	金融業（企画担当）	・原材料費の値上がりや価格転嫁できるまでに時間を要すること、給料は増加が見込まれても物価高に追い付かないことから、当面現在の景気が続く。
	□	不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向が見込まれるが、外出や遠出をする人は横ばいになっていき、今後の売上も前年並みで横ばいと予測している。
	□	不動産業（経営者）	・コロナ禍への慣れがあり、際立って変動するとは考えにくい。
	□	広告代理店（制作担当）	・広告の受注量は微増しているが、3か月先になっても景気はほとんど変わらないと考える。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料は本年度2回の値上げがあったが、製品価格への2回目の転嫁は非常に難しい。受注量や販売量も更に減少し採算面でも悪化傾向になり、景気は今よりやや悪くなる。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・客の好調な話が聞こえてこない。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・世界的な金融引締めの影響が出てくる。新型コロナウイルス感染症やウクライナ問題は来年も解決しないと思われるため、引き続き不安定な状況が続く。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・価格転嫁された製品が今後市場に出た場合、需要の減少が見込まれる。2～3割程度の価格上昇を想定しており、需要減少が見込まれる。
	▲	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・物価高が地味に響いてきており、給料も上がらないし景気が良くなる兆候が全くない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・円安はとどまるところを知らず、消費者は菓子1つ取ってみても、内容量の減少に違和感を持ちながらも淡々と日常を過ごしている。内部留保を切り崩しながら経済活動を展開している企業も、見込みどおりの利益を確保できるか先が全くみえない状況下で、いつまで頑張れるか疑問である。景気回復のきっかけが1つも見当たらず、徐々に景気が悪くなる。
	▲	通信業（法人営業担当）	・年明けには更なる値上げが報道され、消費者マインドはかなり冷え切っている。日本銀行が大規模金融緩和策から実質上の利上げに踏み切ったことで、1月からは住宅ローンの固定金利の引上げとなるなど、非常に厳しい。
	▲	不動産業（開発担当）	・工事費の上昇が著しい。今後価格が落ち着いていけば良くなるが、このままの水準が続くとやや悪くなる。
	▲	公認会計士	・固定金利の上昇が見込まれる一方、新型コロナウイルス感染症対策による融資の返済が本格的に始まる。特に中小企業は0.5%金利が上がるだけで日々の資金繰りに影響が出るため、少し景気が悪くなることが予想される。増税の話も出ていて、これまで購買意欲の高かった消費者でも、これからは少し鈍化が予想される。
	▲	会計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症対策での無利子融資の返済が間もなく始まる。多少の余裕を持って借り入れたところは良いが、切羽詰まって借りたものの業績が戻っていないところは、返済が始まると一気に苦しくなる。顧問先のなかでも、行き詰まりそうところが幾つかある。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・低価格帯へのシフトが続き、売上全体が落ち込む。
	×	食料品製造業（営業担当）	・現在でも販売量、注文量共に前年比で減少しているが、年明けより様々な商品の値上げも重なり、更に販売しづらくなる状況が容易に考えられる。
	×	通信業（総務担当）	・来年春の電気料金の40%上昇はあり得ない。このようなことを見逃せば、一層消費は冷え込む。電気は全ての財やサービスのコストに影響する。また、比較的高額な耐久消費財の購買意欲の減退にもつながる。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・年明けに印刷用紙代の再々値上げがある。折込チラシの印刷コストが上がり、受注の更なる減少が見込まれる。
雇用関連	◎	—	—
(東海)	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・年度末に向けて生産台数は上向きと予想されており、半導体不足も徐々に解消されるといわれているため期待したい。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大するなかでも、求人動向には影響が余りみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用決定数及び法人企業側の熱意は落ちる気配がなく、1月から3月の需要期に向けて今後も加速していく見込みである。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・有効求人倍率のとおり求人数も右肩上がり順調に伸びている。年度末を迎え求人の増える時期にも重なるため、更に良くなることを見込む。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年学内で実施している医療系法人の説明会を、過去2年間はオンラインで実施していたが、参加希望法人が増え今年は対面で行った。各法人に採用意欲がうかがえる。
	□	人材派遣会社（社員）	・歓送迎会の時期になり多少予約は入っているものの、取りあえず押さえているだけの感じで、期待はできない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・日本銀行が事実上の利上げを決定したことによる影響が不透明である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・年明けから来年度以降の引き合いは増加しているが、自動車メーカーの生産台数が回復しないと、外部への投資の振り分けは見直しとなる可能性が高い。ばん回生産となるほど半導体調達が順調に進む見通しではないため、現状から変わらないと考える。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は引き続き高い状況で推移するとみられるが、人材不足感から採用コスト等の上昇傾向が続き、採用数の大きな変化はないと予測される。
	□	求人情報誌（営業担当）	・2月は4月入社に向けた転職活動が活発になり、2～3月にかけては、人員配置の兼ね合いから求人が増加する傾向にある。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気浮揚の要因が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・好転する材料が思い浮かばない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数も徐々に増加しているが急激な変化はみられない。年明けに新型コロナウイルス感染症第8波の影響がどこまで出るか、原材料費等の高騰がどこまで続くか、海外情勢がどうなるのかなど不安材料が多いなかで、景気が大きく変わることはない。
	□	職業安定所（職員）	・雇用情勢は落ち着いており、改善の動きがみられるが、原材料やエネルギー価格の高騰が雇用に与える影響に注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人、求職の動きは落ち着いており、改善の動きが継続している。新型コロナウイルス感染症は行動制限のない年末年始を迎えたが、感染状況は第8波の様相を呈しており、今後の経済活動への影響が懸念される。海外情勢の不安定化や資源価格の高騰等もあり、先行きは不透明な状況である。
	□	職業安定所（職員）	・雇用環境の改善は見込めない。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・値上げラッシュの影響が続くことで、生産量が向上しても利益率が低下するため、景気回復へは至らない。政府の支援策も大規模なものにはならない様子である。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・収入が増えない限り、家計圧迫が続く。
	▲	職業安定所（職員）	・引き続き物価高騰の影響が予想される。また、人手不足により工事の受注量も減少が見込まれる。従業員の高齢化で若手を採用したくても充足できない状況が続いている。
	×	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、消費面は上向きである。仕入価格の上昇を、売上の増加で吸収できるかが鍵である。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活のために必要な用品や、贈答品などが売れることに期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・人出は少しずつ増えているようである。新型コロナウイルス感染症の終息や景気対策について、状況が良くなっていくことを期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・日常生活が戻ってきたため、旅行やイベントなどの晴れの場や外出機会が増えてくれば、今後は購買機会も増えて良くなってくとみている。しかし、エネルギー価格の上昇を含めた各種値上げによる買い控えや安価な商品の選択など、生活防衛意識が更に高まるとみられ、楽観視はできない。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・全国旅行支援により、12月は2019年との比較で98%の総売上になっている。年末年始もほぼ満室である。全国旅行支援が1月10日から3月末まで延長されることが決まり、予約が増加することを期待している。
	□	商店街（代表者）	・メーカーから毎日のように値上げのFAXが入ってくるが、値上げしても正札では売れず、結局は安いバーゲンセール価格にしないと売れない。値上げのしわ寄せが小売店に回されているだけである。
	□	商店街（代表者）	・相変わらず高額美術品の動きが鈍く、景気自体が良いとは考えられない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・前年は新型コロナウイルスの感染拡大や大雪などマイナス情報が多かったが、今年は行動制限のない年末年始を中心に初売りで帰省客の需要が戻ると見込んでいる。帰省客を迎えたり、おねだりされたりするといった需要が復活し、前年に近い推移をすると考える。2月以降も、外出や集まりによる需要が戻り、アパレルが動き始めるとみている。
	□	スーパー（店長）	・物価高は続くと考えている。その分、売上があるように感じてしまうが、給料は上がってこない。
	□	コンビニ（店長）	・しばらくは販売価格の上昇により売上は維持できるが、長目で見た場合にそれが良いとは全く思わない。客のコンビニ離れが始まれば一気に売上が減少する危険性がある。コンビニの商品価格は高過ぎる。せめて必要不可欠な商品は適正価格で販売しないと、スーパーやドラッグストアに取って代わられる危機感が常々ある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・末端の一般消費者相手の商売であれば、明日の動きに影響されることは否めない。
	□	家電量販店（本部）	・景気が良くなる材料がない。来客数は、新型コロナウイルスの感染再拡大と物価高の影響で落ちるとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量確保が困難な状況が続いているため、2～3月は変わらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・積雪が多い地域のため、積雪量によっては来客数や入庫数にかなりの影響が出るとみている。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症の自粛緩和策がいろいろと出され、旅行や買物を楽しみたいが、新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大や各種値上げなどで余裕がないという声を多く聞いている。抜本的な改善施策がみえないなかで、見通しは暗い。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかくこれ以上悪くならないでもらいたいと願っている。
	□	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況も気になるが、インバウンドの状況などをみると急激な変化はないと考える。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・電気料金の値上げ報道などから、ますます消費は慎重になるとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・行動制限が掛からない状況であれば、2～3か月以内はさほど変わらないと考える。
	□	タクシー運転手	・来月は貸切りの仕事があるが、前年の悪い時期と同じくらいである。
	□	通信会社（職員）	・若干円高傾向になってきたが一喜一憂できず、物価上昇に歯止めが掛かる見通しが立たない。
	□	通信会社（営業担当）	・前年と比べても大きな変化がなく推移している。依然として物価高であり、消費者の目がとても厳しく感じられる。
	□	通信会社（役員）	・通信、放送サービス共に、前年同月と同レベルで新規契約者数を確保できると考える。
	□	通信会社（役員）	・円安は少し改善したものの、現時点で大きな変動要因が見当たらない。
	□	美容室（経営者）	・円安やウクライナ情勢に変化がない限り、この状況が続くと考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格が上昇したため需要は減るとみっていたが、金利の先高感が出てきたため、客は金利の低いうちに購入しようとの思いが強くなっているようにみえる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅や不動産の問合せや展示会への来場予約が増えず、しばらく厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業	□	住宅販売会社（営業）	・良くなる要素が見当たらない。値上げに対する世間の不安を感じている。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店長）	・12月はプレミアム付商品券が発行されたことで、売上はそこそこ伸びて前年並みとなり良かった。1月は通常に戻るため、12月より悪くなるとみている。12月は新型コロナウイルスの感染拡大により内食が進んだ。引き続き内食が伸びてくれたらと考えている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来年以降も各種値上がりが続ぎ、良くなる要素がない。
	▲	百貨店（売場主任）	・長期予報によるとこの冬は大雪の可能性が高く、外出を控える行動が強まると考える。それに加えて電気料金や物価の上昇で、生活防衛意識が極めて高いため、消費は更に冷え込む。
	▲	百貨店（販売担当）	・低価格志向が強くなるため、福袋やクリアランスセールは比較的順調に推移するとみている。再値下げをするセール中盤まで待つ購入する客も増加するとみられ、ディスカウントを含めた低価格商材の確保がポイントになる。それ以降については、モチベーション需要は低下しないが、商品価格の低下と購買点数の最小限化が進み、苦戦すると考える。期待していたトラベル需要も旅行代金の高騰で、衣料品やバッグなどの旅行グッズの購入は厳選し、購買点数が減少するとみられるため、春に向けてはやや苦戦する。
	▲	スーパー（総務担当）	・原油価格の高騰に伴う値上げが止まらないなか、賃上げがあっても、雇用形態が月給の場合にはなかなか反映されない。
	▲	スーパー（仕入担当）	・年末の消費に加えて、年明けから値上げの波が大きくなる。そのため支出に対して厳しくなるとみている。
	▲	スーパー（店舗管理）	・オーバーストア状態は変わらないとみている。
	▲	コンビニ（店舗管理）	・各キャンペーンの効果は弱まると考える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、物価上昇、電気料金の値上げ、日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大、増税などの不安定要素が加わり続け、今後も景気後退が続ぎ、生活者にとっては生活維持を中心に置かざるを得ない。
	▲	家電量販店（店長）	・電気料金も上がり、家電の購入より節約志向が強いと考える。
	▲	家電量販店（店長）	・4月からの電気料金の値上げもあり、省エネ家電への買換えを検討する客は増えてきたが、故障による買換えでは、省エネ等の長期的なことよりも価格を抑えた商材を選ぶ客が多く、単価が下がっている。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今のところ、景気が良くなる要素が見当たらない。
	▲	スナック（経営者）	・先々は非常に不透明な様子で、先を読むことができない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援にも一服感があり、1月以降の予約数が伸びてこない。
	▲	都市型ホテル（役員）	・全国旅行支援が一時休止し、年始以降の宿泊予約の入込みが鈍い。北陸地区でのインバウンド需要は回復しておらず、国内宿泊需要においては全国旅行支援の縮小とあわせて、日用品の物価高や今後の燃料費高騰による旅行に対する意欲の低下を懸念する。
	▲	タクシー運転手	・今月は忘年会で忙しかったが、これから先は新型コロナウイルスの感染状況次第で変わっていくと考える。また、新年会があっても前年ほどではないとみている。
	▲	テーマパーク（役員）	・全国旅行支援も縮減していく方向に加えて、現在の物価高の影響もあり、個人客の動きは鈍くなるとみている。
	▲	パチンコ店（経理）	・良くなる要因が見当たらない。逆に物価の上昇や増税があり、消費動向が減退すると考える。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況が、年末年始をまたいで一層悪くなることを懸念している。それに加えて物価高が一段と厳しいものになり、独自の力ではどうしようもないところが多くなっている。
×	住宅販売会社（従業員）	・駆け込み受注が発生するかもしれないが、契約までの決断に時間が掛かることや、建物の価格が上昇することで受注が苦しくなる。	
企業	◎	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北陸)	○	通信業（営業）	・3か月後は年度末決算の企業が多く、業績も上向きであるため現在よりも受注量が増加するとみている。一方で値上げによる消費支出の負担増の影響で、各企業共に一時金やベースアップを強いられることも想定され、投資が抑制される可能性を懸念している。
	□	食料品製造業（経営企画）	・この1～2年で、数度価格の引上げを実施してきたが、原材料やエネルギーなど更なるコストアップが見込まれるなかで、来春にはまたもや価格を引き上げることになりそうである。どこまで受注量を維持できるかは不透明である。
	□	繊維工業（総括）	・受注は引き続き堅調であり、稼働は年度末までタイトな状況が続くものとみているが、先行きについては世界的な景況悪化により、不透明感が増している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・原材料価格が高止まりしているため販売価格を改定せざるを得ず、その影響が売上に及ぶことを懸念している。本格的な回復にはまだ時間が掛かる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・国内では企業の設備投資需要などの回復により、産業機械関係の受注が好調である。海外ではオートバイ向けの部品を中心に受注が好調に推移しているが、中国がゼロコロナ政策を転換し、新型コロナウイルスの感染が拡大していることで、各車メーカーの生産が急速に落ち込んでおり、受注が低迷し始めている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・円安傾向は緩和されたが、先行きが不透明な状態が続いている。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がインフルエンザ同様の感染症と考えられるようになり、世情も落ち着いてくれば、経済活動が活発になり、消費需要や観光客も増える。
	□	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、行動制限のない年末年始を控え、観光需要や個人消費は上向きである。一方、原燃料価格の高騰や円安の影響が継続しており、価格転嫁の成否で企業業績が二分されつつある。
	□	司法書士	・新築住宅の案件が数量的に落ち込んでいたが、住宅ローンの金利上昇が見込まれるなかで、需要がどのように変動するのか見通しが立たない。
	▲	精密機械器具製造業（財務担当）	・物価高の影響が更に出てくると考える。
	▲	輸送業（役員）	・メーカー及び物流センター等の荷主は、輸送会社に配慮できる状況ではないことはある程度理解できるため、社内合理化の努力でどこまで対応できるか次第である。
	▲	金融業（融資担当）	・来年以降も電気料金を中心に経費増加が見込まれており、利益率が悪化すると考える。
	▲	不動産業（経営者）	・現在は一般客からも法人客からもほとんど問合せがないと聞いている。
	▲	税理士（所長）	・物価上昇を給料に反映させる事業者が増えているが、価格に転嫁するにはもう少し時間を要するため、しばらくは利益を確保できない状況が続くと考える。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数と比べ、求職者とのマッチングは停滞気味であるが、新しい年を迎えて気候が良くなるにつれ、求職者数やマッチング数が増加するとみている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の動きが見られない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・変化の途中であり、落ち着くまで景気は回復しないのではないかと考える。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体的にみると大きな変動はないものとみている。資材価格や燃料費の高騰により、新聞の発行原価も上昇しており、年末年始は広告出稿が最も活発な時期であるとはいえ、楽観視できない状況に変わりはない。
	□	職業安定所（職員）	・物価が上昇するなかで、大手企業が賃上げを行っているニュースはあるが、中小企業で同様に行われているようにはみえない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は穏やかに増加しているが、今後のエネルギー価格や原材料価格の高騰を懸念している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束状況にもよるが、飲食や宿泊、観光業は一気に回復する兆しがある。

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
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数については状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・半導体関連企業から、欧米諸国が台湾有事などの地政学的なリスクを回避するため、これまでアジアで生産していたものを自国生産に戻す動きが出ているという情報を聞いている。
	▲	職業安定所（職員）	・消費者向けのいろいろな物価が上がることや金利が上昇することで、かなり出控えがあるとみられ、それによって雇用にも少し影響が出るとみている。
	×	—	—

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)	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・本格的な高成長期の始まる条件が整っている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・インバウンド需要が伸びている。2018年の状態にまでは回復していないが、中国政府による出入国規制の緩和の発表もあり、春先は更なる伸びが期待できる。また、海外から購買を求める声も多く、パートナーである中国企業からの受注が増えており、今後もこの傾向は続きそうである。
	◎	百貨店（外商担当）	・コロナ禍による想定外の悪影響がない限り、国内客の回復に加え、インバウンド客の増加傾向が継続する。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・1月10日から3月末まで、全国旅行支援が再開となる。春休みや花見シーズンに入るため、国内旅行者の予約が活発になると予想される。既にインバウンドの予約で満室の日も発生しているため、需要はまだ増えそうである。
	◎	観光名所（企画担当）	・今の状況から、更に中国を除くインバウンドの回復が進んでいくと、以前ほどではないが、来場者数が戻ってくると予想している。
	○	商店街（代表者）	・高齢者の人出も増えているなど、安定的な人出の増加が期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	・少しずつ中国本土からの旅行者が戻ってくる。
	○	百貨店（サービス担当）	・来月から大きな傾向に変化はなく、特に強い寒気の影響で、年末年始は冬物衣類を中心に売上の拡大が期待できるほか、外国人観光客の増加にも期待できる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・行動制限のない年末年始を控え、人流の増加が消費の増加に直結すると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・いまだに動きの少ない、比較的高齢の客に復調の兆しが出ている。また、インバウンドに加えて国内の旅行者も順調に増えており、消費の底上げにつながっている。
	○	スーパー（企画担当）	・クリスマス当日やそれ以降の売上も、前年の水準を上回っている。年末年始も天候の大きな崩れはなさそうで、多くの集客が期待できる。また、年明けも自治体によるキャンペーンが予定されており、売上の増加につながる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えるかもしれないが、企業の出勤者数や出張サラリーマン、観光客の動きには影響がなく、以前の水準に近づくと予想される。それに伴い、しばらくは来客数の増加傾向が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・外国人客頼みとなるが、確実に増えているため、売上も増える。コンビニは単価が高いが、客は余り気にせず買物をしている。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・コロナ禍による、これまでの買い控えの反動が出てくる。
	○	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍の影響はまだ続くが、そろそろ入学や就職による転居など、シングル需要が高まると期待している。
	○	家電量販店（企画担当）	・リフォームの補助金の継続により、更なる景気の回復につながりそうである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和や、国内外の旅行の解禁など、経済活動を押し上げる材料が出てきている。中国も海外旅行が解禁となり、来年はインバウンド消費の増加も見込めるため、ここ数か月は景気が少し良くなる。
○	乗用車販売店（販売担当）	・徐々に在庫量に関しては改善の兆しが見られる。ただし、まだまだ予断を許さず、来年度は新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に戻ることを期待したい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・春の新生活商戦に向けて、少し受注量が増えることを期待している。
	○	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染拡大による利用の自粛がみられるものの、インバウンド需要の増加や、客単価のアップによる効果がカバーしている。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド客が年明けから増加するため、増収となる見込みである。
	○	都市型ホテル（販促担当）	・来年1月の中国による出入国規制の緩和に期待している。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いても、行動制限は要請されず、医療体制のひっ迫も回避されているなど、少しずつであるが収束に向かっている。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・もともと1月の稼働率は低いが、全国旅行支援も再開され、ある程度は好調の波が続く。レストランはグループ予約が入り始めたほか、宴会部門でも会議や懇親会の開催が徐々に増えている。
	○	旅行代理店（店長）	・年明け以降は全国旅行支援が再開するが、来年度の予約は既に受注したものは対象外のため、国内旅行は新規受注の増加が見込まれる。また、海外旅行の間合せも少し増えているため、先行きに期待したい。
	○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に反比例して、業績が変動する情勢は変わらず、新規感染者数が多い現在はやや停滞気味である。それでも客が消費行動を極端に抑制する傾向は、過去と比べて明らかに弱い。新型コロナウイルスの感染状況がピークを過ぎれば、回復は早いと予想し、反転攻勢の打ち手を検討している。
	○	ゴルフ場（支配人）	・仕入価格や電気料金の高騰に加え、新型コロナウイルスの感染もまだまだ続きそうであるが、予約や来場の状況を考慮すれば、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの回復が続くことが予想される。
	○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響もほぼなくなったほか、インバウンド需要の増加もあり、景気は上向くと考えている。
	□	一般小売店〔花〕（経営者）	・季節商材の売上で販売量は少し増えたが、例年と比較すると落ち込んでいる。仕入価格が上がり、利益は減少している。細かい経費が増えている状況で、景気回復の兆しはみられない。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今後も引き続き、インバウンド需要の増加が見込める。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響次第で変わってくる。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・来年はコロナ禍が収束し、良い1年になってほしい。
	□	百貨店（売場主任）	・富裕層も景気の先行き不安を感じており、資産価値の高い、投資的な購買以外は鈍い状況にある。
	□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が身近に感じられるようになった。今後の動向次第では、厳しい状況になることが予想される。
	□	百貨店（売場主任）	・従来の人件費や物流コストの上昇に加え、水道・光熱費のほか、諸物価の上昇も激しく、企業を取り巻く環境は全体的に良いとは言い難い。百貨店は一部で売上が回復しているものの、取引先を含めた全体的な状況は依然として厳しく、インバウンド需要の回復など、特別な需要がない限り景気回復は見込めない。
	□	百貨店（外商担当）	・生活は徐々に平常に戻りつつあるものの、新型コロナウイルスの感染拡大も予想されるため、本格的な回復にはもう少し時間が掛かる。
	□	百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に余り左右されない日が続いており、特に消費が増減する要素が見当たらない。物価の上昇もあり、一定の生活防衛の要素を含んだ消費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
	<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・小売のプラス要素として、中国の出入国規制の緩和によるインバウンド需要の改善と、社会全体での人流の更なる増加が考えられる。一方、国内消費の関係では、1月にはかなりの品目で値上げが実施されるため、春先までは全体的に一進一退の動きが続く。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第8波が落ち着いた後も、物価の上昇が続けば、景気は横ばいとなる。実需品に対する消費よりも、旅行やイベント、特選ブランド商品といったハレの需要の方が、活発化する傾向が強まる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類見直しや、中国の出入国規制の緩和など、以前の環境に戻りつつあるが、物価の上昇による消費マインドの冷え込みは大きく、すぐに景気が回復するとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・エネルギーを含む物価の上昇が続く様子であり、消費マインドは冷えたまま、節約ムードが続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・競合の激化による影響が、しばらく続くことが予想される。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染拡大による来客数の減少や、食品を中心とした価格の高騰により、消費は厳しさを増すと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が1月でピークアウトし、緩やかな回復基調のまま、春の実需期を迎えると予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・円安が少し修正され、度重なる値上げも一服の兆しが出てきた。今後、春闘で賃上げが例年以上に進むことで、過去10数年下がり続けてきた客の価格耐性が、少し上がることを期待している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・特別などときにはしっかりお金を使うが、通常の生活では節約が進むと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も価格優位性を元に、節約志向に対応していくことが重要である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・12月の食料品売上は前年比で87%と、3か月前よりも5%増えているが、競合店ができた影響もあり、まだ前年実績とのかい離は大きい。また、食料品の1人当たり買上点数が8%減っていることから、客の財布のひもは固いと感じる。今後も光熱費の上昇や商品の値上げは続くため、厳しい状況は変わらないか、悪くなると予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・正月はおせちを買う客が増えている様子で、正月用の食材の動きが遅い。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・外部環境の変化もないことから、今の状態が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・年が改まっても値上げラッシュは続き、生活防衛意識は更に高まることが予想される。一方、賃上げによる所得の増加イメージが高まれば、景気の好循環につながることを期待される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・円安の動きは落ち着きつつあるが、ウクライナ情勢は不安定な状況が続いており、しばらくは現状のままとなりそうである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・食品の値上げについては、多くの客に受け入れられつつある。これに伴う商品単価の上昇により、売上は当面、堅調な傾向が続くと期待している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・円安が続き、値上げの動きも止まらない。関西は中小企業が多いため、賃金の上昇は見込めず、景気が良くなるとは感じられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品は10～14%値上がりしているが、売上は少し減少している。ただし、全国旅行支援が3月末まで続くことで、値上げ価格が定着することになり、売上の増加につながる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年末年始の人の移動で、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えれば、また人の動きに影響が出ることが懸念される。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価の上昇といった負の要素はあるが、急激な来客数の減少は考えられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・クリスマスや年末年始の買物では、前年と同じような売上が上がったため、現状維持で推移すると期待している。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍による賃料の悪化は改善されつつあるが、原価の高騰や円安などの影響が、商売にも少し影を落とすようになっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・需要の閑散期に入るため、売上の減少が予想される。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・マスク生活が終わらない限り、消費意欲が高揚することはない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇で家電価格も値上がりし、購入に当たって客に慎重な素振りがみられる。また、天候などに左右される季節商材の動きにも不安がある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・中古車価格は徐々に下がっているが、販売台数が増えている気配はない。新車を含め、今後どのように価格が変化するか、しばらくは分からない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・車両の生産状況の改善が進まず、客の希望する車両がなかなか販売できない。また、納期が十分に説明できないため、車の売行きも悪い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足などが改善される見込みはないため、引き続き厳しくなる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類となれば、多くの面で上向いてくると予想される。ただし、物価の上昇による売上への悪影響は、今後更に大きくなる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安の傾向が緩和すると状況も変わるが、現時点ではその方向に向かうとは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年が明けて季節も変わるため、コロナ禍も落ち着いて景気が良くなることを期待したい。商品の値上げとともに賃金の増加を進めば、景気は上向く。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・年末年始以降、新型コロナウイルスの新規感染者数の推移による景気への影響は不透明であるが、以前のような行動の自粛などの影響は限定的と予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・入国規制の緩和により、海外からの人の流れは増加が顕著であるが、売上の増加にはまだつながっていない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・来客数は増加傾向にあるほか、気温の低下で医薬品の売上は増えている。ただし、食品や日配品の値上げが続き、売上の大きなプラスにはつながっておらず、今後もしばらくは同じような傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かず、先行きが見通せないなか、今後2～3か月後に景気は変化するという判断は難しい。現状のまま、大きく変わらず推移すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇はまだまだ続いており、値上げの際には付加価値が求められる飲食店にとっては厳しい状況である。円安の傾向もそろそろ変わりそうであるが、天候不順による青果等の値上げや、公共交通機関の終電時間繰上げなどで、利益や来客数に影響が出ると予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇や新型コロナウイルスの感染拡大、インフルエンザの流行などで外食が控えられるなど、消費者の財布のひもは固い。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・来年度も多くの飲食料品の値上げが予定されており、エネルギー価格も上昇傾向が続いているため、外食の利用頻度は良くても現状維持と予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、新規感染者数が一向に減少しない状況から考えて、これから好転する見込みは薄い。かつてのような悲惨な状況は脱したものの、良くなる動きも進みにくい。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が顕著に増えているが、ホテルの感染対策を信頼して会合を開くケースが多い。ただし、客は一定数戻ってきたものの、アルバイトが集まらずに宴会を断らざるを得ないケースや、他部署への支援の増加で、残業時間が増えている。飲食部門は新型コロナウイルスの感染が収まっても、すぐには対応ができないほか、宿泊も全国旅行支援で客室単価は一時的に好調となったものの、年明け以降は割引率が縮小するため、収入アップを見込むのは難しい。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・前月に続き、足元の景気は全国旅行支援と訪日客の増加によるプラス効果と、インフレなどによるマイナス効果が相殺し合っている。しばらくは同じような状況で推移すると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援が延長となったため、乗客数の減少は避けられそうである。
	□	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波や、インフルエンザの感染拡大の影響次第であるが、大きくプラスになる外的要因もなく、全体的には変わらない。
	□	タクシー運転手	・物価は上昇しているが、それ以上に景気の上向き感が味わえるような政策を期待したい。
	□	タクシー運転手	・今の良い状態が続く。
	□	通信会社（営業担当）	・生活インフラとしての設備のため、大きく変化するとは思えない。
	□	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波による、新規感染者数の増加はあるものの、経済活動は平常に戻っている。今後は、あらゆる物の値上げによる影響が広がってくるため、現状維持が予想される。
	□	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・年明けも更なる値上げが進行し、低所得層から中間層までの、生活者のマインドは低調なまま推移しそうである。さらに、世界経済の動向次第では、企業業績にも水を差しかねない。
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、1～2月は多くのコンサートが開催予定のほか、3月にはプロ野球の注目試合もあり、多くの客の来場を予想している。ただし、3か月後の状況は不透明であるため、現状と変わらないと考えている。
	□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期よりも寒い時期の方が来客数は減少する。
	□	住宅販売会社（経営者）	・物価の上昇に関して、政府が適切な政策を打っているため、効果に期待したい。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年末で社員2人の退職が決定しており、人手不足による影響が出ることは確実であるが、中途入社への引き合いもない。入社しても当社の仕事は1人前になるまでに時間が掛かるため、即戦力とはなる期待は薄く、しばらくは厳しい時期が続くそうである。
	▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・近隣の個人店舗が年末で廃業すると聞いた。夫婦で50年以上営業を続け、地域の顔のようなイメージがあったため、とても残念である。近くの大規模商業施設とは違う、会話をしながらの対面販売の店が消えることは、地域での集客にも影響するため、当店にもマイナスとなる。
	▲	一般小売店〔呉服〕（店員）	・年末年始には多くの人が移動するため、それに伴って新型コロナウイルスの感染拡大につながれば、今よりも悪くなる。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・コロナ禍に対する意識が変わってきたことから、新型コロナウイルスの感染状況によって入店客数が左右されることはなくなってきた。ただし、今後も円安や原材料価格の高騰で、様々な品目の値上げが予定されており、客の財布のひもが固くなると予想している。
	▲	スーパー（経営者）	・エネルギー価格の上昇とコロナ禍への抜本的な対策ができれば、良くなるとは感じられない。
	▲	スーパー（店長）	・円安や食品の値上げ、電気料金の上昇などで、消費にブレーキが掛かると考えられる。自宅などでの節約につながる消費は伸びるが、その他の商品は厳しいと予想される。
	▲	コンビニ（経営者）	・景気が回復するとの予想もあるが、また新型コロナウイルスの感染拡大により、経済の動きが悪くなりそうと怖い。
	▲	コンビニ（経営者）	・明らかな物価の上昇や、燃料費の高騰によって景気は停滞する。一部では、全国旅行支援などで利用可能なチケットがあり、客が動いている部分はあるが、飲食店などではその影響で人手不足となっている。予約を引き受け、疲労困ぱいのなかで営業している空回りの状況を政府は認識するべきで、これで景気回復の起爆剤などと考えているのはおかしい。
	▲	コンビニ（店員）	・12月は長期休暇もあり、来店客が増える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍が続いているほか、ロシアによるウクライナ侵攻の影響が続く。せめて新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類となれば、多少とも改善すると予想される。
	▲	家電量販店（店員）	・円安が続けば、消費者の購買マインドもなかなか上がらない。食品は生活必需品で購入するしかないが、家電は必要最低限であれば少し古くても我慢して使う。厳しくなるのはこれから先だと感じている。

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
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、年明けはしばらく静かな営業となる。
	▲	一般レストラン（店員）	・物価が上昇しているため、これから良くなる要素が全く見当たらない。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・電気料金やガス料金などの値上げは仕方がないとしても、生活は確実に切迫している。給料が上がらなければ、切り詰めるのは外食や趣味の部分となり、外出の頻度も減る。お金を持っている人たちがお金のことを決めても、消費者には伝わらない。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・1月以降も全国旅行支援が継続されるものの、割引率が下げられたほか、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による影響か、10～12月と比べて予約は低調である。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の終了やエネルギー価格の高騰、物価の上昇など、良くなる要素が見いだせない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の延長による予約の増加を期待していたが、10～11月と比べて、新規の予約受注ペースは鈍化している。
	▲	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の延長が発表されたため、ほぼ横ばいとなる。仮に終了していれば、大きく落ち込んでいたと予想される。
	▲	タクシー運転手	・年末年始にかけて良くなると予想されるが、最終的には落ち込む。
	▲	通信会社（経営者）	・今後も原材料価格の高騰が懸念される。
	▲	通信会社（社員）	・年度末の春商戦については、目標の達成に向けた費用の持ち出しが予想され、利益の確保が難しくなる。
	▲	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染再拡大のほか、商品価格や電気料金の上昇など、景気を悪化させる要素は多いが、景気対策は特に実施されないため、景気の良くなる理由が見当たらない。
	▲	競輪場（職員）	・様々な物の値上げが予定されているため、先行きへの期待は薄い。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・値上げの動きや光熱費の高騰などが、まだしばらくは続く。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・中古住宅の仲介市場では郊外物件の価格上昇が止まり、動きが鈍ってきている。さらに、新築分譲マンションも、ターミナル駅以外は販売が厳しくなると予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・販売価格が上がれば、必然的に受注が減ってくる。
	▲	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金利の上昇が懸念される。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築資材価格の高騰により、住宅展示場の出展各社は、建築単価の引上げを余儀なくされ、新築住宅の販売件数は減少気味となっている。政府による新築住宅取得支援策でも発表されない限り、今後も回復は望めない。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・物価の上昇や不動産価格の上昇が続いていることから、販売の好転が期待できない。販売価格の値下げなどが一部で始まるなど、市場環境の悪化が心配な状況である。
	×	商店街（経営者）	・値上げが続くことで、買い控えが進む。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価上昇の影響もあってか、消費者の買い控えが続いている。物価の上昇が今後も続くことを考えれば、景気が良くなるとは到底思えない。むしろ、ひどい落ち込みとなることが懸念される。
	×	百貨店（商品担当）	・金融政策の転換や物価の上昇、世界情勢の変化に加え、消費者の心理的な不安も今まで以上に高まるため、今よりも悪くなると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・前年は春夏物が売れなかったため、メーカーが今年の春夏物も余り作っていない。客が来店しても買う商品がないため、売上が伸びるとは思えない。
	×	家電量販店（店員）	・客からの信用が取り戻せなければ、状況は改善しない。客は1度品切れを体験すると、他店と比較を始めることは間違いない。販売店が何年もかけて客づくりを進めても、いざ必要ときに商品が手に入らない店は、2度と来店してもらえない。客と接することのないメーカーには、このあたりの事情が理解してもらえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	住関連専門店（店長）	・生活必需品ではない商品を扱っているため、元々景気が悪化すれば買い控えが発生しやすいが、これまでになく客単価が下がり、消費者の買い控えが顕著にみられる。世界情勢を鑑みても、長期的にこの状況が続くと懸念している。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価が上がり過ぎている。
	×	旅行代理店（従業員）	・実質賃金の減少で、ますます消費は冷え込む。
	×	通信会社（社員）	・景気の低迷と物価上昇のダブルパンチとなり、様々な固定費の見直しが更に進むと予想される。
	×	通信会社（役員）	・特定の通信事業者によるキャリアショップの閉店が完了するまでは、状況の改善は見込めない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・2～3か月後には、受注量が現在の約3倍に増えると予想される。その他の事業は今と余り変わらないが、極端な円安水準はやや脱した感があるため、仕入価格を少し抑えられ、売値にも余裕ができたため、良い方向に進みそうである。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・今後もイベントなどが例年どおりに行われるため、受注量や問合せは増加すると予想される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・電気料金や資材価格の値上げの不安があるが、1～3月の取引先からの内示によると、工場の稼働率は上昇基調となる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・来年の起点として、景気が良くなってきている。来年はこの方向性が安定したまま、推移してほしい。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年になって、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・企業の決算期末に向けて広告出稿が増えそうである。
	○	経営コンサルタント	・全国旅行支援で、明らかに新幹線や飛行機などを使う人が増えている。これは旅行だけにとどまらず、街での人出の増加につながっている。
	○	経営コンサルタント	・春先に向けて、就職や進学に伴う動きで上向いていく。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・インバウンド客が急速に増え、消費の増加に直結すると予想される。ただし、入国者の水際対策をきちんとできるかが、最大の懸念材料である。
	□	食料品製造業（営業担当）	・年末年始の行動制限がないため、新型コロナウイルスの新規感染者数が増える可能性がある。エリアによっては行動が制限される可能性もあるため、景気は余り変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・景気が良くなるような、増産の情報がない。
	□	化学工業（企画担当）	・年末年始に向けて改善が進むとみられた収益が、急激に悪化している。原材料価格の上昇傾向が頭打ちとなるなど、明るい要素もあるが、年度末に向けて先の読みにくい状況が続く。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・世界的な半導体不足が続くなか、状況は大きく変わらないと予想される。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・原材料価格などの高騰はしばらく続き、経費の増加による純利益の減少は避けられないが、日本銀行の実質的な利上げ方針への転換により、円安傾向は落ち着きを取り戻しつつある。また、ウィズコロナ政策の効果もあり、全体的には一進一退の動きが続くため、大きくは変わらない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費を鈍らせている物価の上昇が改善されるめどは立っていない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ウクライナ危機の影響で材料が入ってこない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・部品の納期遅れの影響で納品ができず、2～3か月先の売上が伸び悩んでいる。	
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・良くなるとは思えないが、これ以上景気が悪化するとも考えにくい。	
□	建設業（経営者）	・原材料価格の高騰が年明けも続き、受注の妨げとなる可能性がある。そのため、今後も状況は変わらないと予想される。	
□	建設業（経営者）	・取引先にも、計画段階から設備投資予算や工期について、柔軟な考え方を持ってほしい。	
□	建設業（営業担当）	・取引先の設備投資計画は多いままであるが、施工人員が確保できず、工事を選別して受注している。コストの上昇や労務費の上昇により、今後は利益が圧迫される可能性がある。	

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
	□	輸送業（経営者）	・荷動きの急激な増加は期待できないが、これ以上の悪化の兆しは少ない。延期になっている案件も来年には多少は動くと思われ。
	□	輸送業（商品管理担当）	・物価の上昇に伴い、販売量が停滞している。例年1～3月は売上が低迷する時期であるが、今回は更に低くなる。
	□	輸送業（営業担当）	・円高になりつつあるが、まだ水準としては円安であり、しばらく状況に変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・まだまだ注意が必要な状況である。
	□	金融業（副支店長）	・取引先との会話では、これから受注が回復に向かうという話はなく、景気はまだ戻っていないとの声が多い。
	□	司法書士	・行動制限のない年末年始や、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えている中国からの訪日客の増加などで、先行きへの不安が高まる。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今年ももう終わりであるが、今年は良くなかった。まだ景気は良くなっていないと感じる。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国人観光客の訪日が始まると予想され、観光地を中心ににぎやかになると考えられる。ただし、水際対策をしっかりと行うことが前提となる。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続けているが、経済を回し続けているため、大きな変化はない。
	▲	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が進む。
	▲	繊維工業（総務担当）	・円安による仕入価格の高騰で、販売価格の値上げを行ってきた影響か、販売量が減少している。今後の方針決定や判断の難しさを感じている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・経費や原材料費の値上がりにどう対応するかが課題であるが、現実には販売価格の値引きを求められており、厳しい状況である。
	▲	化学工業（管理担当）	・中国での新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、部品や素材の供給の遅れが予想される。
	▲	建設業（経営者）	・いまだに建築資材価格は値上げが続いているため、消費者の住宅の購入意欲は上がらない。
	▲	輸送業（営業担当）	・商品価格と配送料の値上がりで、お歳暮の注文数と販売量が減っている。
	▲	通信業（管理担当）	・年末の活気が落ち着き、物価上昇の影響で消費がやや冷え込むと予想される。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府や日本銀行によるかじ取りが機能しておらず、景気浮揚は期待できない。むしろ円安や物価の上昇が落ち着かなければ、景気の悪化も懸念される。少なくとも中小零細企業には厳しい冬となりそうである。
	×	食料品製造業（従業員）	・当社も遅ればせながら値上げに動く。業界の前例では値上げを行えば売上が減ることは間違いない。買い控えも始まっているため、ダブルパンチとなる可能性もある。
	×	化学工業（経営者）	・3度目の値上げが必要となり、2度目までは何とか了承を得た取引先も、さすがに受入れにくいようである。今後、価格転嫁がどこまで進むかは不透明であるほか、物価の急上昇によって3～7%程度は確実に需要が減っている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・取引先からの発注の内示数量が減っている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・肝腎の政府予算も防衛費の増加が中心であり、これでは経済が良い方向に向かうことはない。
	×	不動産業（営業担当）	・アパレル関連の店舗の撤退が続いており、今後も続くと思われる。新型コロナウイルスの新規感染者数も増加しているため、厳しい傾向は変わらない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価の上昇や日本銀行による事実上の利上げ、ウクライナ危機などの悪影響が続くため、これから良くなるとは考えられない。
雇用関連	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、更に売手市場の傾向が加速する。
(近畿)	○	人材派遣会社（役員）	・物価や金利の上昇、コロナ禍などの悪材料はあるが、年も新しくなり、うさぎ年での飛躍に期待したい。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢の変化や、物価の上昇に対する不安は残るが、このまま人の動きが活発になれば、徐々に経済活動も良くなることを期待される。
	○	職業安定所（職員）	・円安や原油価格の推移は心配されるが、新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用市場は、以前の売手市場にはほぼ戻っている。ただし、2024年卒の学生は学生生活のほとんどをコロナ禍の下で過ごしてきたため、例年よりも就職活動への参加が少ないなど、消極的な学生が多い。インターンシップや就職フェアへの参加も非常に鈍い点が懸念される。
	□	人材派遣会社（経営者）	・来年3月の年度末までは今のような力強い動きが続く。企業は人材確保に向けて動いているが、マッチングする人材の確保が難しい状況が続いている。企業に長期派遣の利用は少なく、短期の利用で様子を見ている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・職に就けない人が一定数は存在するため、求職者の間に格差が出てくると感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・多くの企業による年度末に向けたプロモーションや宣伝費の動きを見ても、特に現在と変わらず、前向きな動きが感じられない。
	□	職業安定所（職員）	・コロナ禍による行動制限はなくなっているが、これまでの赤字は取り戻せず、代表者の高齢化もあって廃業する事業所が出てきている。宿泊・飲食業は、全国旅行支援もあって持ち直しているが、人手不足に悩んでいる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まらない限り、次のステップへ進めない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の間には、新型コロナウイルスの感染第8波の影響や懸念が広がる一方、人手不足解消の必要性や、インバウンドの回復期待などから、先を見据えた人材確保を目指す動きも根強い。こうした状況から、多少の落ち込みの可能性はあるものの、求人は引き続き堅調に推移することが見込まれる。ただし、原材料費や光熱費、燃料費などのコスト上昇分の価格転嫁は困難であり、業績の見通しは厳しいといった声が多いなど、一部で厳しい状況もみられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、上向きになった景気がまた足踏みしそうである。
	▲	アウトソーシング企業（社員）	・人員削減のための雇い止めがみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政策動向や世間の動きから、今のところは好転する材料が全く見当たらない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・来年に関西の求人数が上向く要素は、インバウンドの本格的な回復期待などに限られる。ただし、インフレやウクライナ紛争、中国における新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的な増加など、世界経済の悪化要素は多く、来年の国内経済は今年よりも更に厳しい。日本経済への影響が大きい米国も、来年は景気後退が確実とみられているなど、景気の悪化要因が非常に多い。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求職者数の減少は、物価の上昇で離職や転職が控えられ、自己都合離職者が減少した影響とみられる。有効求職者の年齢別登録状況を見ると、20～24歳と30～34歳以外で減少しているなど、しばらくは求職者数の減少が続きそうである。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・従来どおりの受注額に対し、原材料費などの経費が高止まりする状況が続いている。今後も当分はこの状況が続くと予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇が企業業績を悪化させ、新卒採用への悪影響につながることが予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・今後はマイナス材料が多いと感じる。
	×	—	—

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	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が弱まることで、国内旅行に出掛ける人が増加し、外国人によるインバウンド消費も高まるため、景気は良くなる。
(中国)	◎	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が延長となり、3か月先までは景気が良くなる。
	◎	ゴルフ場（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの流行が落ち着いて日常が戻れば集客は良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	商店街（理事）	・客が新型コロナウイルス感染症に慣れ、買物や食事に出掛けるため、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・人々が新型コロナウイルス感染症に慣れ、いろいろな行事や会合が増え、人出が増加しているため、客の購買意欲は更に上向く。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年明けは動きが良くなる。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	・客単価と売上点数の上昇が持続するとは考えられないが、値上げの影響で平均単価の上昇は続く。
	○	スーパー（店長）	・帰省や成人式などのイベントの開催で、景気は徐々に回復する。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のため中止していた茶会が再開され、景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・初売り、新生活需要に期待できる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが活発になる。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の効果や車両の供給量の増加で、状況は良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・3月の決算期に向けて生産の増加が見込まれる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新車の納期遅延の影響が続き、想定したほど売上の伸びはないが、問合せや新規客の来場は増加しているため、年明けからの3か月は動きが良くなる。スタッドレスタイヤの販売は一定数ある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・2、3か月後は決算期に入るため、客の動きが多少良くなる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄れてきているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・1月から再開される全国旅行支援に期待しており、それに合わせプラス1品の買物や飲食をしてもらえる商品選定やメニュー開発をしている。
	○	一般レストラン（店長）	・観光客数自体は増加傾向にあり、今後も増えると予想される。新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、景気はある程度回復していく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息すれば景気は良くなる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・水際対策の緩和で外国人観光客が増えている。春に向けて外国人の入国数増加が更に加速すれば、現状よりも景気は改善してくる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減らないため、一部宴会などでキャンセルが出始めている。一方で、全国旅行支援が3月31日まで継続するとの発表があり、また、3月は春休みなので旅行がしやすい環境となる。
	○	旅行代理店（経営者）	・政府の支援策で、今後の景気回復に期待が持てる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、全国旅行支援の効果もあって観光客は増加している。来年1月から全国旅行支援の内容が変更になることで、観光客が減少しないことを希望する。
	○	タクシー運転手	・客が新型コロナウイルス感染症を恐れなくなり、夜の街ににぎわいが戻ってくる。
	□	商店街（代表者）	・若者は街に出ているが、高齢者はまだ買物などに積極的に出ていない。天候が悪い日が続くと余計に来客数が悪化する。
	□	商店街（代表者）	・物価高による買い控えがかなり深刻で、今後しばらくは改善しそうにない。
	□	商店街（代表者）	・例年、需要が高まる12月であるが、今年は全くそんな様子はなく、今後も景気は良くならない。
	□	商店街（代表者）	・商品の値上げが続き不安であるが、地域共通クーポンの利用者が増加して売上につながるなどプラス材料もあるため、景気は現状を維持する。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人出は多くなってきたが、売上の増加につながっていないため、今後も景気は変わらない。
	□	百貨店（経理担当）	・売上は少し良くなったかと思えばすぐに悪くなる。終わりがみえない新型コロナウイルス感染症、商品や原材料の値上げなどで景気は停滞したままになる。
	□	百貨店（営業担当）	・来客数の回復要因は見当たらず、商品の値上げが購買客数の減少につながっており、景気は現状のまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（営業担当）	・物価高で今から入荷する商品の価格が上がっている。旅行需要や生活に不可欠な電気、ガス、食品などの優先順位を考えると、衣料品の需要は最低限と考えられる。前年と比べて取引先は在庫を増やしているものの、売上回復は厳しい。
	□	百貨店（営業担当）	・セレモニー用の洋服を購入する際に、一式購入ではなく、必要な一部だけを購入する客が増加している。プレクリアランスセールに入っても、一部を購入する購入スタイルに変化がないため、今後も景気は良くならない。
	□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響はそれほど大きくならないと思うが、インフレの影響で実需商品への消費意欲は向上しない。
	□	スーパー（店長）	・値上げが続き、ディスカウント業界にとっては追い風となるが、現在の社会状況を考えると、景気は2、3か月後も変わらない。
	□	スーパー（店長）	・客は割引セールに集中する傾向があり、値上げ基調が進むなかで景気は上向きにならない。
	□	スーパー（店長）	・1、2月に値上げが控えており、売上は増加するが、来客数の増加は期待できないため、景気は変わらない。
	□	スーパー（総務担当）	・大雪の影響で生鮮価格に影響が出る懸念がある。
	□	スーパー（業務開発担当）	・年明けから食品の再値上げが予定されているが、来客数や販売点数は現状のまま推移する。
	□	スーパー（販売担当）	・年明けから値上げする商品が多数あり、引き続き客の節約意識が働く。
	□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、全国旅行支援の効果で観光客が増加しており、今後も良い状況が続く。
	□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向にあり、年末需要も厳しい。当社の店舗は人口減少地域にしかなく、値上げ傾向と併せて来客数の減少は避けられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・1月から値上げが続き、景気は変わらず悪いままとなる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・依然として値上げの影響が大きいいため、今後の景気回復は見込めない。
	□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、物価も上昇するなど、明るい材料がないため景気は変わらない。
	□	家電量販店（企画担当）	・季節商材が売れているのは一時的な現象であり、今後は増税の話もあるため、景気は良くならない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ここから更に新車在庫が改善されると、影響を受ける可能性はある。
	□	その他専門店〔時計〕（経営者）	・アフターコロナの販売計画を考えているが、物価上昇で景気はなかなか良くならない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・為替市場は極端な円安から戻りつつあるようだが、値上げ基調は変わらず、光熱費も上がった状態で、家計を圧迫している状況である。年末で売上が伸びる時期ではあるが、客の財布のひもが緩む状態ではなく、今後も厳しい状況は続く。
	□	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援が3月まで延長になったことから、観光客数は現状のまま推移する。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援の延長が決まったが、割引の減額でややお得感が薄まり、宿泊需要の更なる拡大は期待できない。政府の増税案の発信や企業の値上げ再申請など、一般家庭における景況感の不安要素が高まる。
	□	都市型ホテル（総支配人）	・例年2月はオフ期で厳しい経営環境となるが、3月は全国旅行支援や自治体独自の支援策による需要喚起で観光客の動向に期待できる。
	□	旅行代理店（支店長）	・大きな期待を寄せている海外旅行需要の回復がまだ見込めないため、景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・前年と比較して売上はかなり良くなっているが、寒さが厳しく人の動きが止まっているため、今後も景気は変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・円安にブレーキが掛かったことで物価高がどこで止まるかが鍵になるが、当面3か月以内に改善されるとは考えられないため、現状のまま推移する。
	□	通信会社（企画担当）	・物価や光熱費が上昇するなか、例年より早く寒い冬を迎えているため、客からは家計引締めの声がよく聞かれる。
	□	通信会社（工事担当）	・客の動向から判断すると、景気に変化はない。
	□	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が改善する様子がなく、閑散期にも入るので景気は回復しない。

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
	□	テーマパーク（業務担当）	・物価高、ガソリン価格の高騰が続き、客の出控えも予想されるため、景気はなかなか上向きにならない。
	□	観光名所（管理担当）	・現在の来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の状態にほぼ戻っているが、料飲部門の回復にはもうしばらく時間が掛かる。
	□	競艇場（企画営業担当）	・2、3か月後も売上は増加しない。
	□	設計事務所（経営者）	・円安による物価の上昇が続く見込みであることに加え、新型コロナウイルス感染症が終息する様子がみられないため、景気は良くならない。
	□	設計事務所（経営者）	・新築物件の依頼が相変わらず出てこない。建築コストはまだ値上がりを受けており、価格が安定するまでは景気が良くなることはない。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・ウィズコロナの感覚が広まっているため、景気は変わらない。
	▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・当地方は確実に経済が縮小している。
	▲	百貨店（売場担当）	・秋の行楽時期から年末年始にかけて人の動きが更に活発化しており、金の使い方が前年や前々年と大きく変化しているが、百貨店の商材が追い付いていない。
	▲	百貨店（売場担当）	・各種値上がりの影響がじわじわと感じられる。食品など絶対必需品についても節約傾向で、衣料や雑貨にもかなり影響が出ている。今後も、電気やガスの料金が売上に影響を与える。
	▲	スーパー（店長）	・値上げにより上昇した客単価が売上を押し上げているが、今後は客の買い控えが進んだり、ディスカウントショップに客を奪われたりするため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高が個人消費に悪影響を及ぼす。
	▲	スーパー（財務担当）	・現在は、客が単価の上昇を受け入れてくれているものの、物価の上昇ほど収入が増加していないため、今後は客の買い控えで売上が減少する。
	▲	スーパー（営業システム担当）	・2月からの値上げの報道があり、客の節約志向がより高まっている。新型コロナウイルス感染症に関する移動制限がないため、外食需要が高まること、また、光熱費が上昇していることもあって、客の消費は抑えられる。
	▲	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価の上昇で売上が改善しても、光熱費の増加が経営を更に圧迫していく。来客数増加と販売単価上昇の両軸で大幅な売上改善を目指さなくてはならない。
	▲	コンビニ（支店長）	・電気料金の高騰で収益悪化が継続し、仕入コストを抑制するため、売上が減少する。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素も対策もなく、国の経済対策に失望している。
	▲	衣料品専門店（代表）	・景気対策がされていない上、いきなり防衛費のための増税が決められそうなので、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店長）	・エネルギー価格の高騰が家計に打撃を与えているので、景気は悪化する。
	▲	乗用車販売店（店長）	・車両価格が少しずつ上がっていることもあるが、食料品等の値上がりが客の購買意欲を下げている。年度末は最大の繁忙期であるが、新型コロナウイルスへの感染が社員にも散見されてきた状態において、業務量確保のための残業にも限界がある。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・扱っている商品の単価が高く、無理すれば多少交換時期を遅らせることもできるので、他の生活必需品より後回しにされかねない。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するため、消費は改善しない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・電気料金や物価の上昇の影響、インバウンドの戻り等の先行きが不透明である。
	▲	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援の割引率が下がり、新型コロナウイルス感染症発生前においても閑散期であった時期なので、もう少し消費の後押しになる話題が欲しい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・2月に値上げが予測され、客が買い控えをする。
	▲	一般レストラン（経営者）	・年末の景気は良かったが、年が明ければ景気は冷え込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援による一時的な景気回復は長続きしない。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金や物価の高騰に対し、賃金上昇が比例していないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	テーマパーク（管理担当）	・政府の政策が不十分であるため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇の影響が少しずつ出てきている。
	▲	美容室（経営者）	・年末年始に新型コロナウイルス感染症が拡大するため、今後、来客数が更に減少する。
	▲	設計事務所（経営者）	・中古住宅の動きはみられるが、減退を押し上げるほどでもない。所得が大幅に増加しない限り、客の購買意欲は向上かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に賃上げが追いついておらず、更なる増税の可能性も出てきており、客の消費意欲の低下が続く。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・客の購買意欲の低下、資材の更なる値上げ、利上げなど好転材料に乏しいため、景気はやや悪くなる。
	×	百貨店（販売計画担当）	・可処分所得の減少、物価上昇、エネルギー価格高騰で景気が良くなる要素はない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・工事で3月末まで24時間片側交互通行となるため、売上は増加しない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・閑散期になるため、景気は悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・値上げが止まらないので集客は増えない。
	×	通信会社（広報担当）	・値上がりや止まらない限り、客の購買意欲が戻ることはない。
	×	美容室（経営者）	・物価が上昇しても客の給料が増加しないので、節約のため今後も景気は悪くなる。
	企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送業
○		化学工業（総務担当）	・仕入れ、販売いずれも値上げが継続中であるが、多くの取引先は値上げを見据えて行動している。一方で、川下の企業は、値上げによる利益悪化の影響を受けているため、全体的な景気回復には相応の時間を要する。
○		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元の年度末までの内示から判断すると、景気はやや良くなる。
○		建設業（総務担当）	・物価上昇の度合いもあるが、今後の折衝物件については価格転嫁が見込める。
○		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期になるので景気は良くなる。
○		広告代理店（営業担当）	・受注予定の話があるので景気は少し良くなる。
○		会計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が徐々に終息し、経済活動が活発化する。ものづくり補助金、事業再構築補助金が設備投資につながり始める。
□		繊維工業（財務担当）	・物価が上昇するので、景気に変化はない。
□		木材木製品製造業（経理担当）	・日本銀行の金利政策により一時的に円高になってきたが、しばらくは景気が悪い状態で推移する。
□		化学工業（総務担当）	・原燃料価格は大きく変動しない。
□		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け生産が回復する気配はなく、現在の生産水準が続く。
□		鉄鋼業（総務担当）	・1～3月の動きは低調に推移する。
□		鉄鋼業（総務担当）	・現状がしばらく続く。
□		電気機械器具製造業（総務担当）	・もうしばらくは半導体関連や先行発注の動きに変化はない。
□		建設業（経営者）	・中国の新型コロナウイルスの感染状況に不透明感があるが、資材調達、人手不足の状況、引き合いなど、横ばいで推移する。
□		輸送業（業務推進担当）	・取引先の荷動きに目立った様子はなく、大きなプラス要素もないため、状況は変わらない。
□		輸送業（総務・人事担当）	・企業決算期になるが、明るい兆しはみられないため、景気は変わらない。
□		金融業（貸付担当）	・日本銀行による長期金利の変動許容幅の拡大が企業の設備投資等経済活動の抑制につながる可能性があり、企業の収益回復のスピードは鈍化する。
□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの国内生産は現状程度のやや低調な状態が続くため、今後2、3か月の系列の地元部品メーカーの多くの受注や生産も現状程度で推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	食料品製造業（経営者）	・更なる価格高騰の懸念があり、景気は今後、一段と厳しくなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野の受注量は減少傾向にあり、金属素材分野でもエネルギー価格の高騰が収益を圧迫する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・受注は増加傾向にあるものの、現在は踊り場と客から説明されたが、今後、春頃まではこの状況が続く可能性がある。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪いので、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料価格の高騰が利益の減少を招いている。新型コロナウイルス感染症関連の需要が落ち着き、今後の生産については減産の見込みである。
	▲	通信業（営業企画担当）	・価格高騰に歯止めが掛からず、積極的な投資は見込めない。ウクライナとロシアの戦争の影響で高騰したエネルギー関連の価格が安定するめどが立たない限り、客の購買意欲や投資意欲は高まらない。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連	○	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナの生活が広がり、経済活動が活発化しているため、今後、企業の雇用意欲は高まる。
(中国)	○	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年より57.3%も減少していること、求人数が増加していること、新型コロナウイルスの感染対策を十分に行った上での規制のない年末年始を迎えることが、今後の景気の回復に影響する。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・インバウンドの更なる増加が予測され、年末年始の移動に関する規制もなくなり、また、日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大に伴う円高効果も現れてくる。
	□	人材派遣会社（支社長）	・円高が進み原材料の価格高騰は抑えられるが、日本銀行の方針転換により消費に影響が出る可能性がある。新型コロナウイルスの新規感染者数も引き続き高い水準になっており、今後も一進一退の状況が続く。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・今年度は高卒採用や大卒の理系採用に苦戦している企業が多数ある。高卒採用の苦戦は、大学への進学率の向上、高校生の絶対数の減少が主な理由である。理系採用に関しては、メーカーを中心に理系獲得に苦戦しており、今後更に加速する見込みである。メーカーによっては人数の確保が困難であるため、技術職を希望する文系の学生も同時に募集し、時間をかけて技術職として育成する動きもある。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・企業の求人担当者からは、応募者数が年々減少していると聞く。また、施設、学校、企業等で新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生しており、すぐに応募する人材は増加しない。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・物価高騰の影響が出てくる可能性がある。パートを含め、より給与が高い職場への転職を意識する人が増加する。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・多くの学生が内定を得ており、求職活動が一段落している。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価やエネルギー価格の高騰にもかかわらず、賃金の上昇は一部の大手企業のみとなっており、客の消費意欲が減退している。また、新型コロナウイルス感染症の影響は飲食関係を中心に継続しており、景気回復に至っていない状況である。
	▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	・業界によって大きな差が出てくるが、新型コロナウイルス感染症に関する規制が徐々に終了することや燃料価格の高騰によって景況感は悪化する。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、景気回復が遅れる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・光熱費や物価の上昇があらゆる産業に影響を及ぼすため、景気はやや悪くなる。
	▲	職業安定所（所長）	・管内の観光スポットの人流が良くなり、コロナ禍で休業していた店舗が再開する動きもあるが、直近の新型コロナウイルスの新規感染者数の急増と物価上昇が雇用に与える悪影響は避けられないため、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
	×	—	—

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)	◎	一般レストラン（経営者）	・景気は回復基調にあり、政治が更に後押ししてくれることを期待している。
	○	商店街（事務局長）	・行動制限がない年末年始を迎えることから、年明けには新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加し、高齢者を中心とした感染症関連の死者数が増加することで、高齢者層の外出控えが発生すると推測する。一方、来春頃になれば、消費が本格的に回復し、景気が上向くと予想する。
	○	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの感染拡大が一段落すると予想する。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・1～3月は国内向けの生産台数が増加する予定であるため、今より景気は良くなると思う。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算商戦とメーカーの生産台数増加に期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・来月にはモデルチェンジを予定している車両の発表があり、遅れていた新車の納期も改善される見込みであるため、景気が回復することを期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・4月以降も前年並みの生産台数は確保できるという情報もあり、年度末に向けては明るい兆しが見えている。
	○	一般レストラン（経営者）	・ウィズコロナが定着し、客足は順調に回復している。一気に景気が良くなるとは思わないが、少しずつ上向くと予想する。
	○	通信会社（営業担当）	・値上げの影響もあり客単価は低くなっているが、乗客数は回復している。春の新生活シーズンで売上が少しでも増加することを期待している。
	□	商店街（代表者）	・商店街の幾つかの飲食店で新年会の予約がキャンセルになったという話を聞いた。経営者マインドが下がることが、消費者の購買意欲にも悪影響を及ぼしているように感じており、依然として厳しい状況が続くと予想する。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・商店街への人出は増加傾向にあるが、当社の取扱商品は年末商戦にさほど関係なく、余り恩恵を受けていない。新型コロナウイルス感染症の第8波が急速に拡大しており、来年の2月頃までは現状が続くと思う。
	□	スーパー（店長）	・値上げが続いていることで客の来店頻度は減少したが、単価は上昇しているため、全体としての状況は変わらない。
	□	コンビニ（総務）	・行動制限のない環境で、多くの企業で業績が回復しつつあるという報道を目にするが、当社では来客数が増加しておらず、依然として回復基調にあるとはいえない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・例年1月は売上が大きく伸びる月であるが、ここ最近の売上の推移や近隣に進出してきた競合他社の影響を考えると、余り変わらないと予想する。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・特に目立った社会的な動きが少ないため、売上は現状と同じような推移を続けると推測する。
	□	家電量販店（店員）	・依然として客が必要最低限の物だけを購入し、し好品等を買控える状況が続くと思う。
	□	家電量販店（副店長）	・様々な商品の値上げにより、今後も節約傾向が続くと思う。
	□	旅行代理店（営業担当）	・1月から再開される全国旅行支援は前回の割引率から半減するが、同様の需要が見込めることで引き続き好調な状況が続くと予想する。
	□	通信会社（支店長）	・来客数は増加傾向にあるものの、ウクライナ情勢等に伴う燃料費高騰等により、依然として消費は大きく増えないと予想する。
	□	観光遊園地（職員）	・全国旅行支援による需要は一段落するが、新型コロナウイルス感染症の第8波や円安による影響も落ち着いたため、ある程度好調な現状が続くと予想する。
□	競輪競馬（マネージャー）	・物価高は今後も続くため、遊興に回せる余裕資金が厳しいということに変わりはないが、賭け事へのマインドが急速にしばむことはなく、現状が続くと予想する。	
▲	商店街（代表者）	・衆参両院議員の定数削減と資質の向上が喫緊の課題であると思う。経済は政策と直結するため、抜本的な発想の転換がなければ当面経済は上向かないと思う。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・市場の入荷量が減少しているため、客に予約購入を勧めているが、購入を迷うケースが増えている。クリスマスや正月等の大きなイベントの時期でも、予約数は前年よりも伸び悩んでおり、今後も景気の回復は余り期待できない。
	▲	スーパー (企画担当)	・年が明けても商品の値上げが続き、客の買い控えにつながることを懸念している。
	▲	スーパー (財務担当)	・値上げによる単価の上昇が、客の節約志向を更に加速させると思う。
	▲	スーパー (統括担当)	・物価が上昇していることで、商品1点辺りの金額は増加しているが、購入点数はやや減少しており、この傾向は今後も続く予想する。
	▲	コンビニ (店長)	・クリスマスや年末等、人流が活発化する時期にもかかわらず客の購買意欲は低下しており、今後更に景気が悪化することを危惧している。
	▲	コンビニ (店長)	・物価上昇による買い控えのため、来客数が減少しており、今後もこの状況が続くと思う。
	▲	コンビニ (商品担当)	・ウクライナ情勢と現政権の軍事費への税金投入が終わらなければ、景気の上向きは考えられない。
	▲	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・年末年始は特需で売上が好調であったが、3か月先はどうか分からない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕 (総務部担当部長)	・全国旅行支援の影響を受けづらい業種においては、売上の回復に力強さがみられない。また、長期金利の上昇による各種活動への悪影響を懸念している。
	▲	観光型旅館 (経営者)	・全国旅行支援の効果が一段落するとともに、インバウンド需要は回復途上にあるため、低調である。また、原材料の価格高騰も利益を圧迫しており、景気は悪化すると予想する。
	▲	都市型ホテル (経営者)	・少し先の予約状況が低調に推移しているため、今後景気は悪化すると思う。
	▲	タクシー運転手	・繁忙期である12月は売上が少し回復したが、当県では新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあるため、今後客の動きは鈍化すると予想する。
	▲	通信会社 (営業部長)	・物価は更に上昇するため、生活必需品以外の需要は減少する一方であると思う。
	▲	美容室 (経営者)	・12月に売上が少し伸びた反動で、1～2月は減少すると予想する。
	▲	美容室 (経営者)	・年末は来客数が増加しているが、年が明けると再度減少すると予想する。
	▲	設計事務所 (所長)	・建設業や製造業においては、売上は増加傾向にあるものの、原材料費や燃料費がそれを上回り、増収減益という状況となっている。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・電気代等の様々な経営コストが上昇しており、今後も景気が良くなることはないと思う。中小企業や個人の力でどうにかなる問題ではないと感じる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・物価高に賃金アップが追い付いておらず、今後も客の買い控えが続き、景気が悪化すると予想する。
	×	タクシー運転手	・例年3～4月はお遍路の仕事が増加するが、新型コロナウイルスの感染が再び拡大し、全体的に街に人が少なくなっている現状を加味すると、今後ますます景気が悪化する可能性もあり、回復には程遠いと思う。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	食料品製造業 (商品統括)	・長期金利の変動許容幅の拡大は、日本がようやく正常な金利政策に戻るきっかけになったと思う。今後、景気回復や賃金上昇が実現すると予想する。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経理)	・円安の影響で、国産のキッチンペーパーを仕入れる業者が増加したため、当商品の売上は増加する見込みである。また、ウェットシート関連の工場が完成して半年ほど経過したが、徐々に売上が上がってきており、今後の増収に期待している。
	○	化学工業 (所長)	・世界情勢が大きく変わらなければという前提ではあるが、為替動向が落ち着いてきていることや、原油やナフサの価格が少し値下がり傾向であることは、景気が少し良くなる方向に向かう材料となると思う。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社では、1つつつ事業計画を実行していこうという経営マインドを感じることができているため、今後景気が上向くことを期待している。
	○	建設業 (経営者)	・来年の2月以降、公共工事、民間工事共に少し見通しが良くなるかもしれない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	通信業（企画・売上管理）	・12月は予想を下回る悪さだったが、行動制限がなければ2～3月は新生活に向けて多少広告費が増える予想する。
	□	農林水産業（職員）	・寒さが年明け以降も続けば、需給バランスが崩れることで、品目によっては高単価な商品が生まれる可能性もあるが、販売環境そのものの回復は見通せないことから、今後も状況は変わらないと思う。
	□	繊維工業（経営者）	・原材料や加工賃は、今後更なる値上げが予定されているものがあり、加えて電力料金も来春以降大幅な値上がりが見込まれている。現在売上は順調に推移しているが、当社も再度値上げをしなければならなくなっており、次の値上げをした際、消費者に納得してもらえないかどうか不安である。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注棟数が低調に推移しているため、今後の受注量についても引き続き低調に推移すると予想する。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・一部米国金利の上げ幅が低下したものの、円安基調やインフレによる物価高の終わりがみえない。加えて、新型コロナウイルス感染症の第8波の経済への影響も懸念されるため、先行きは不透明である。
	□	建設業（経営者）	・当業界は、例年年度末にかけて繁忙期となり、業績が上向き傾向にある。前年と比べると売上や利益率はやや低調であるものの、ここ数年が特に良かったことに起因するものであり、総合的には現状が続くと思う。
	□	輸送業（経営者）	・不安要素が多く、先行きは不透明である。
	□	輸送業（経理）	・国内向けと海外向けの出荷予定数量について、共に大きな変動はない。
	□	輸送業（営業）	・政府による景気回復に向けた施策が打ち出されているなかではあるが、新型コロナウイルスの感染拡大と収束を交互に繰り返しているような状態が続く限り、景気の先行きは極めて不透明である。
	□	通信業（総務担当）	・社外イベントやボランティア活動への参加者が増加傾向にあったが、足元で新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しており、先行きは不透明である。
	□	広告代理店（経営者）	・客の販促広告やイベント等の数は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症やエネルギー価格の高騰等の影響により慎重な姿勢の客も依然として多く、今後も全体としては余り変わらないと推測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・エネルギー価格の上昇により製造経費や物流費が高騰しているが、製品の価格に転嫁することは難しく、粗利率が下がると推測する。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・新型コロナウイルスの感染状況が今後も悪影響を及ぼすと予想する。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染再拡大の懸念があり、先行きの不透明感が強まっている。
	▲	金融業（副支店長）	・年明けに仕入価格の更なる値上がりや燃料費の値上げが見込まれるため、景気は悪化すると思う。
	×	税理士事務所	・景気回復につながる要素がないため、今後状況は更に悪化すると予想する。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	—	—
	□	求人情報誌（営業）	・当県の製造業においては、受注量や人材採用数が増加傾向にあり、景気は緩やかには回復している。一方、観光業においては、全国旅行支援により一定程度の回復はあったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を受けて、更なる打撃が見込まれており、大幅な回復は更に先になるため、状況は余り変わらない。
	□	職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が押し寄せ、当県では「医療ひっ迫防止対策強化宣言」が発出された。年末年始の会食は、必要最小限にとどまると思われるが、前年ほどの制限はなく、飲食業界は小康状態を保つと推測する。また、生活関連サービス業や娯楽業も同様に、消費者の行動はそれほど抑制されないと予測する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・依然として構造的な人手不足が続いている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・資材の高騰が様々な業界に影響を及ぼし、結果として企業の広告自粛及び削減につながっており、広告業界の先行きは不透明である。

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
	×	人材派遣会社（営業担当）	・求人数と派遣会社に登録する求職者数の双方が減少しており、先行きに大きな不安を感じる。

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)	◎	スーパー（店長）	・新しい生活様式への動きが定着しており、様々な活動が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻ってきている。また、行政による支援策も追い風になり消費支出も上昇してくるから、今後は企業の業績向上につながると予想している。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・自動車業界は年度末に最も動きが出始めるため景気は良くなる。
	◎	乗用車販売店（役員）	・大幅な需給改善策が1月から実行に移される計画で期待が大きい。併せて量販車種の新型車発表を控え、受注・販売双方での上向き傾向を予想している。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてはいるが対策を採ることができるため、恐怖心や警戒感が薄れており、行動が活発になっている。そのため、景気は良くなっていく。
	○	商店街（代表者）	・ワクチン接種の回数が増加し、新型コロナウイルス感染症への警戒感が薄れているため、ショッピングへ出掛ける抵抗感がなくなっている。ファッション関連の景気は回復基調になる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響があると考えられるが、来年は景気の明るい展望を持っている。
	○	商店街（代表者）	・今月は最悪な状況になっている。3か月後には新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、景気は良くなると予想している。
	○	百貨店（企画担当）	・国内だけではなく、インバウンドの来店が見込める。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新しい年を迎え、春物商材の動きが良くなることが予測される。
	○	スーパー（店長）	・生活における最低限の消費は、現状を維持すると予想しているが、商品値上げによる客単価の増加で景気は上向いていく。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症による行動規制もほとんどなくなり、今後更に解除されることで、客の動きも良くなると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・大規模な再開発工事による関係者の利用や外国人観光客の増加により、景気は良くなると予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、国内の経済活動が徐々に回復基調になり、海外からの渡航客も増加傾向にあるため、景気は上向き。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息を見据え、消費行動の変化に期待している。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症発生前の来客数にはまだ遠いが、売上点数に関しては若干戻ってきており、売上は前年より回復している。新型コロナウイルスの新規感染者数はまだ多いが、気にせず客の流れも多くなっている。今後もこの状態が続くと予想される。
	○	家電量販店（店長）	・春先の異動マーケットは、新型コロナウイルス感染症による行動規制緩和で活性化すると期待できるため、景気は良い方向に向かう。
	○	家電量販店（従業員）	・年末年始で客が増加するため、景気は少し良くなる。
	○	家電量販店（従業員）	・原油や原材料、光熱費等の高騰により家計の負担が増すなか、省エネ性の高い製品に関心を示す消費者が増加している。そして、景気刺激策の後押しもあり、実際に省エネ製品の売上が伸長しており、これらの状況はまだ継続と予想される。
○	乗用車販売店（役員）	・減産問題は3か月前と比較し、更に改善される見通しとなり、販売台数増加へつながる。	
○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーから、1～3月にかけて前年比で150%程度の新車配給ができるとの発表があり、相当分の売上や利益の確保に期待している。	
○	住関連専門店（従業員）	・1月も冷え込みの影響により、秋冬寝具が好調に推移すると期待している。また、新生活を計画する客が増加するため、新生活需要が見込まれる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	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）	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることに期待している。
	○	高級レストラン（経営者）	・経済が低迷し、新型コロナウイルス感染症が終息していない環境ではあるが、慎重な生活をしながら新しい生活様式に慣れ、マスクを外した人も出始め、客は安心して来店している。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰の影響により少しずつ外食産業にしわ寄せがくるのではないかと心配しているが、手厚い補助事業の再開に期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・宿泊では全国旅行支援が継続され、地元利用に関しては医療関係者等の利用が増加傾向にある。
	○	旅行代理店（職員）	・1月10日から再開する全国旅行支援により、1月から3月の旅行需要が喚起されると期待したい。
	○	通信会社（企画担当）	・引き合いや販売量共に好調を維持している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、業務上担当者間での感染による遅れはたまにあるものの、営業上の支障は感じない。
	○	通信会社（社員）	・例年、1月から3月にかけて売上が増加する傾向がある。
	○	通信会社（営業担当）	・新しい生活様式が定着している。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の第8波である可能性もあるが、円安傾向が落ち着いており、事業者の経営が改善すると考えられる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・国内外の来場は増える傾向にあるが、今年の冬は気温が低い予報のため、若干減少すると思われ、現時点では微増を予想している。
	○	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症対策も充実し、人々も対応に慣れてきている。またロシアによるウクライナ侵攻もこう着状態であるが、今後西側諸国の支援により終結の方向で動き、物価が安定してくることを期待したい。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・若干円高に振れ、燃料調整費等の見直しを期待している。
	□	商店街（代表者）	・まだまだ復興までに時間を要するが、商店街一丸となり以前の明るい商店街になるよう取り組んでいく。
	□	商店街（代表者）	・生活必需品の物価高について、現役世代は賃金の上昇により対処できるが、零細企業にとっては人件費の高騰が発生し、年金生活者の多い地方の商店街では消費を後退させる要因になる。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・好転するような情報もなく、客の購買心理を上げるような魅力的なものはない。加えて、冬は鍋物関係で単価が上がるが、寒さの割には鍋物関係が動かず、3か月先もこの状態が続くと予想される。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	・販売量や単価の動きは好調であるが、仕入コストの上昇により利益幅が落ち込むのではないかと危惧している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・景気回復の好材料がなく、売れる気がしない。年明けは例年、売上が落ちるが、来年は今まで以上に厳しくなる。かなりの店が閉店すると予想している。
	□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇により買い控えの影響が現れている。購入金額の単価が減少し、ついでに購入されていた菓子も需要がなくなっている。元の売上に戻るには相当な時間を要する。
	□	百貨店（企画担当）	・旅行需要の回復と寒さの影響で、コート等の重衣料や防寒用品はこれから伸長していくと考えているが、新しい生活様式による需要の反動や生活必需品の値上げなどのマイナス要素もある。新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が不透明ではあるが、景気自体は足踏み状態が続く。
	□	百貨店（経理担当）	・新規ブランド導入等のリモデル効果で来客数の増加が今後も見込まれるが、衣料品全般の売上が回復しない限り大幅な売上増加は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの感染拡大で来客数の急速な回復は望めないが、福袋受注や初売りの問合せは多い。店頭への来店への回復は遅いが、県内のサテライトショップやギフトショップへの来店、通信販売、Web受注は維持している。来客数の回復には時間を要するが、依然、購入客単価、商品単価は高く、ギフトや自家需要、嗜好性の高い舶来雑貨、必需の季節商材は堅調である。自家需要目的の来店と購買では急速な回復は難しい。
	□	百貨店（経営企画担当）	・現状では特選ブランドや宝飾類が売上をけん引し順調に推移しているが、物品の値上げや光熱費の上昇など、生活費への影響は今後も継続することが想定される。
	□	スーパー（総務担当）	・年明けに、更に食品等の値上げが行われるが、消費者の財布のひもはますます固くなると予想される。
	□	スーパー（経理担当）	・原材料の価格高騰からの商品値上げが続いており、客にとってはますます厳しい状況が続くそうである。
	□	衣料品専門店（店長）	・少し景気が良くなった業界もあるが、新型コロナウイルス感染症による生活に疲れが出ている状況である。商品の値上げが続いており、景気は余り好転しない。
	□	衣料品専門店（取締役）	・様々な原材料の値上げがあり、洋服についても輸入物に関しては特に高額な商品を取り扱っているため、単価が上昇している。3か月後に立ち上がりの時期であるが、景気が良くなる材料が見つからず、どれだけ需要があるか予測が付かない。ひたすら企業努力を継続していくことになる。
	□	家電量販店（店員）	・急な寒波のため、家電の動きが良くなっているが、冷蔵庫や洗濯機、エアコンディショナー、テレビ等の数字が上がらない限りは良いとはいえない。
	□	家電量販店（店員）	・電化製品は円安や原材料高の影響で、全般的に価格が上昇している。販売の数量は減少しているが、単価が上がっているため売上は変わっていない。3か月後に変化があるとは考えられず、この状態が続くと予想される。
	□	住関連専門店（経営者）	・コロナ禍の巣籠り生活の影響で、家具の買換えがあったが、現在ではそれも一段落している。
	□	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界では、年末はコーヒーの需要が一番多い月である。お歳暮などの進物等も増加し、一通り12月に出回るため、1月、2月は年間を通して、一番需要が下がる月となり、例年と同じ現象が現れると予想される。
	□	その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・秋のイベント時のように、忘年会や新年会等で再び新型コロナウイルスの新規感染者数は増えるが、消費動向への影響は小さいと想定している。しかし、歯止めが利かない物価高騰により、嗜好品への支出は抑える心理が働く。より安価なサービスを提供する業界や、一部のサブスクリプションサービスは変わらず新しい生活様式に向かっていく。
	□	高級レストラン（経営者）	・ここ数年は新型コロナウイルス感染症の影響で、ほとんど電話や予約が入らない状況であったが、今年は1月の予約が若干入っており、徐々に良くなるのではないかと予想している。
	□	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援の終了後が不透明であり不安である。しかし、団体客が少しずつ動き出しており期待したい。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・このまま好調に推移していくと予想される。
	□	タクシー運転手	・台湾や韓国の旅行者が徐々に増えているが、厳しい状態はまだまだ続いている。
	□	通信会社（統括者）	・2月、3月の最需要期を迎えるに当たり、1月から店外イベント等、店舗情報の告知をしながら、備えていきたい。需要の頭打ち感はあるが、前年以上の販売台数に期待したい。
	□	通信会社（役員）	・標準プランから安価プランへの最近の移行状況や調達機器の為替レートの影響等から判断すると状況は変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	・季節要因的な転居に伴う販売増加は見込めるものの、それ以外の変動要因が見当たらない。
	□	観光名所（従業員）	・これから本格的な冬に入るが、三が日に関しては神社への参拝のため、来町する観光客が多くなる。しかし、それ以外の日は交通機関の状況や寒さが厳しくなるため激減する。
	□	競馬場（職員）	・先行きの不透明感は根強いものの、足元の販売量は好調である。しかし、コロナ禍からの回復が一服した後は、現時点では見通せない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	美容室（経営者）	・徐々に良くなっているが、3か月先は寒さが影響し、年末年始の需要が多い時期から売上が落ちていくため、客の購買意欲が薄れていく。
	□	設計事務所（所長）	・今月の受注状況は3か月後に結果としてつながる。12月の受注は変わらないため3か月先も変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響で冷え切った景気は、感染状況が落ち着くたびに上向いている。現状では、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、人の動向もあるため、景気は良くなっていくと考えられる。
	□	住宅販売会社（従業員）	・第2次補正予算で、こどもエコすまい支援事業が創設され、また日本銀行の金融政策修正に伴い金利上昇の可能性も考えられるため、これまでより客の動きが出てくる。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況もなかなか下火にならない。政府は外出制限をしていないが、市民は注意を払っており、商店街の活気は欠けている。さらに、物価高騰のあおりを受け、買物にも慎重である。ロシアによるウクライナ侵攻の影響は全世界の経済に打撃を与えており、現状のままでは厳しさは続く。
	▲	百貨店（総務担当）	・原材料単価や燃料調整費額等の高騰で、若干景気は悪くなる。
	▲	百貨店（業務担当）	・今後更に商品や燃料の値上げが予定されており、客にはかなりのダメージになっている。生活防衛のための買い控えは一層強まるものと予想される。
	▲	スーパー（企画担当）	・景況感に影響がある円安と原油高は、ある程度収まっているが、年末のイベント出費後の反動が大きくなる懸念がある。
	▲	コンビニ（経営者）	・経営者としては、経費の高騰、特に電気料金の異常な値上がりで赤字が続き、改善がみえない状況である。政府の具体的な対応を待っている。
	▲	コンビニ（店長）	・金融引締め動きが出てきており、景気が悪くなると予想される。
	▲	乗用車販売店（代表）	・良くなる要因がない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や商品値上げによる消費の冷え込み、また、実施される予定の増税の影響で、景気はやや悪くなると予想される。
	▲	スナック（経営者）	・10月から11月にかけて上向きだった売上が、12月の繁忙期に入って減速している。やはり新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向となり、夜の外食を控えさせている。企業の忘年会もこの数年は自粛が続いており、年末の団体の宴会需要で以前のような数字は見込めない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・原材料の価格高騰がどこまで続くか先が見えない。給与所得は増えておらず、増税やインボイス制度など税支出まで多くなることで、景気は悪くなると予想される。
	▲	観光型ホテル（総務）	・例年12月をピークに1月、2月は落ち込みが予想されるため、売上は減少する。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するなかでも、国内外の観光客によるタクシー需要は続いているが、賃金の上昇を上回る物価の上昇が続いており、年が明けると景気は維持できないと予想される。
	▲	タクシー運転手	・物価高騰やウクライナ情勢、エネルギー問題など悪い材料が並んでいるため、景気はかなり落ちると予想している。
	▲	美容室（経営者）	・3か月後は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、行動がしにくい状況になる。
	▲	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）	・新型コロナウイルスの感染拡大やエネルギーを含めたコスト増加が継続しており、業界でも価格転嫁ができず、収益悪化につながる懸念される。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高騰や金利上昇の影響により、買い控えが増えていく。
	×	商店街（代表者）	・年末商戦が終わり、景気は冷え込む。加えて、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるため、今後の影響が不透明である。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後燃料代の高騰で、花の生産者は生産を控えることになり、生産されても仕入単価の高い花になる。加えて、1月、2月は需要が少ない時期であるため、売れないのに金額が高い商品となる。3月になると更に商品価格が上がると予想され、かなり厳しい状態になってくる。

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
	×	家電量販店（店長）	・物価高騰のイメージが強く、かなりの買い控えが発生している。原価が高騰しているが、ほぼ利益がない価格提示をしても以前の価格が定着しているため、なかなか成約に至らない状況である。来月以降も値上がりの予定があり、しばらくは良い方向に向かない可能性が高い。
	×	通信会社（業務担当）	・新電力の営業を行っているが、燃料価格の高騰により代理店への販売手数料の単価が大幅に減額されるため、景気は悪くなる。
	×	理容室（経営者）	・例年、年末は忙しくなり、1月、2月は閑散期になるため、厳しい状態になる。
	×	美容室（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、状況を確認しながら来店するようになってきているため、現況が続く。
	×	設計事務所（所長）	・建築の材料や製品価格の上昇の予告が既に行われている。また、生活必需品も値上げの予定があり、収入はほぼ変わりそうにないため、景気は悪くなると予想している。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	農林水産業（経営者）	・1月は期待できないが、2月以降は畜産物の供給不足も手強い、引き合いはかなり強くなると予想される。新型コロナウイルス感染症がまだ収束していない状況であるが、食品需要は外食量販店を含め従来の約90%戻っている。加えて、3月、4月の異動を考えると需要はまだ伸びてくるが、原料不足のなか、需要が戻っても供給や人手不足をどう補うか懸念している。
	○	家具製造業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症と共存する新しい生活様式が浸透し、また、政府による新型コロナウイルス感染症の水際対策の規制緩和や円安も追い風となり、インバウンド消費は回復すると予想している。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた各所の予算消化により、若干景気が良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・販売価格や出荷量共に堅調に推移する。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・人手不足や材料調達などで納期対応ができる企業は、仕事が回ってくると予想している。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今年は間に合わなかったが、調達のめどが付き、来年からは少しずつ増産傾向になる予定である。ただし、継続的な調達ではないため、上向きともいえない。
	○	金融業（営業）	・行き過ぎた円安が是正されたことから、依然として物価高ではあるが、消費については現在が底で、今後は回復傾向がみられると予想される。
	○	広告代理店（従業員）	・このまま新型コロナウイルス感染症の規制緩和が進んでいけば、景気は上向いていく。
	○	経営コンサルタント（社員）	・アジア圏、特に中国、韓国、フィリピン、タイとの取引が増えている。
	□	繊維工業（営業担当）	・海外での生産が減り国内での生産が戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で生産数はやはり落ちる見込みである。全体的に維持することが精一杯で、悪化しないようにしている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・商品の値上げの浸透が心配されるが、その後の受注関係が大きな焦点になると考えられる。足下では8割が現状のまま推移するが、2割は値上げされた状態で店頭と並ぶ状態になる。
	□	金属製品製造業（事業統括）	・再開案件がめじろ押しであるが、どこも人手不足が深刻で案件としての進捗は遅い。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・上昇に向かう気配はあるが、半導体の供給状態と客の年度末における在庫調整の動きがあるため、今の状態が続くと予想される。
	□	建設業（従業員）	・人手不足で、入札には参加できない。来年の3月までに今の受注工事を完成させ、入札に参加、受注できるよう今から準備していきたい。
	□	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波や世界情勢、円安、物価高の動きと消費に対するマイナス要因が懸念されたが、大きな影響を感じさせない物量の動きである。消費マインドは人の心理状況が大きく影響されるため見通しが難しいが、大きな変化はないと予想される。
	□	通信業（職員）	・材料不足により携帯基地局工事の完工が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信業（経理担当）	・他の業界に比べると、円安や物価高の影響は軽微で、引き合いは堅調である。
	□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しており、旅行業の取扱額や飲食業の売上も回復している。一方、住宅販売はおおむね横ばいで推移しているほか、新型コロナウイルスの感染拡大や原材料や消費財の値上げで、慎重な見方が広まりつつある。
	□	金融業（調査担当）	・製造業、非製造業共に、回復に向かってはいるものの、先行きの不透明感は拭い去られない。
	□	金融業（調査担当）	・新型コロナウイルス感染症や物価高、資源価格の高騰の動向に大きな変化がない限り、当面は購買意欲が増加せず、生活防衛のための消費行動が続く。
	□	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前との比較では、景況感が良くない。
	□	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの空室率が横ばいに推移している。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、景気は変わらない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・12月は、様々な場所で新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増加している。人出が多くなると景気が良くなり、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するという動きが繰り返されている。かなり身近に増えてきており、今後も厳しい状態が続く。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社のWebアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルス感染症による制約が多く、これを打破するような手立てを見付けられない。ダイレクトメール作戦が成果を生まず、手段が見つからない。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・現状において、大きく変動はないが、今後日本銀行の金融政策などの変動によっては円高が生じることによる景気の上向きも考えられる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・農産物原料の伝染病による売上低下や作業の低下が見込まれるため、やや景気は悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・メーカーや客の在庫調整がうまくいかず、景気は若干落ちていく。
	▲	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数は予算数量に対して3割ほど減少しており、中国での販売数も伸びず3月まで低く推移する。
	▲	建設業（社員）	・補正予算は確保されたが、発注があるまでは心配である。官公庁の発注予定では、第4四半期にはほとんど発注がない。補正予算の発注やゼロ県債等の発注を早期に期待している。
	▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、人の行動を制限する動きが若干出ている。そのため消費者心理が落ち込むことが予想されるため、今後も全体的に景気が良くない方向へ進んでいく。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の生産計画が減産計画になっている。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からは、新年度の4月以降の業務の問合せが多いことから、1月以降に新たに業務を受注する機会が少なくなることが予想されるため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末へ向けて、人や求人動きが出てくる時期である。例年期間限定で注文がある企業からも打診がきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和などで、動きに制限がなくなるとイベントも増加し、売上は増える。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・最近では韓国からの旅行者が増えているが、韓国以外のアジア系のインバウンドも増加し始めている。当地の景気は元々インバウンドで活況だったが、やっとその兆しがみえてきたようである。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の状況によって行動制限や出入国のハードルが高くない限り、空港の新ターミナルオープンも控えるなど景気の刺激につながるようなトピックは幾つかある。

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
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・年末年始を迎え、全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、現在これまでのような行動制限が発出されていない。そのため、インバウンド増加や帰省等で年末年始の旅行者も増加することが予想され、日本経済には明るい兆しも続いている。その一方で、依然ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後もしばらく物価高騰が続く見通しであり、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はまだしばらく続くと予想されるが、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じている。今後も経過を注視したい。
	□	人材派遣会社（社員）	・業界的に求人数は動きがあるが、求職者の動きは相変わらず慎重で、募集を掛けても求人に応答がない。就業開始までに時間が掛かるため景気は変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加は当面続くと予想され、インフルエンザとの同時流行も懸念している。しかし、自治体による行動規制が掛からない限り、景気への大きな影響は小さいと考えられる。3か月先は大きなマイナス材料はないが、プラスの材料も出尽くした感があり、景気の先行きは変わらないと予測している。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談が減少していることで、新規求人数が令和4年8月以来4か月ぶりに前年と比較して増加傾向にある。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の増加に比べ、求職者数が増加していない。宿泊業や飲食サービス業は、コロナ禍で従業員を減らした影響と行動制限解除から、人手不足の求人数が増加しているが、応募者が少なく採用が進んでいない状況である。また、新型コロナウイルスの感染が再拡大していることから、一部求職者が医療や介護関係の応募を控えるようになっている。このため、事業所の採用が進まず求人数の増加が続くと予想される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・現時点でかなりの過熱感を持っており、これ以上良くなることはない予想される。一方で、人手不足は依然として解消していないため、景気が悪くてもすぐに人材の供給過剰とはならない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今のところ好転する要素が見当たらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価高騰の影響を受け、賃金の上昇が続いており、採用を増やすことよりも生産性向上にかじをきる派遣先が多くなっている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光客需要も地域により景気には限定的な効果である。食品などの生活品の値上げも続いており、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

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〔酒〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症のワクチン接種も進んでいる。今後新規感染者数が増えたとしても、対応能力はある。
	◎	コンビニ（経営者）	・観光客の増加によってホテルの宿泊利用者数が回復しているため、来客数の増加が期待できる。
	◎	コンビニ（店長）	・年末の来客数の推移がコロナ禍以前にほぼ戻ってきており、人の動きが活発になれば当店の立地上、景気は良くなると判断している。
	○	スーパー（企画担当）	・国内旅行者に加え、今後インバウンドの規制緩和も進むことで入域観光客数の増加が見込まれる。そうなれば、スーパーマーケットにも追い風になる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・全国旅行支援が再開されることもあり、3月一杯までは順調に国内の旅行者数が増え、景気も上向きになるとみている。
	○	家電量販店（営業担当）	・海外からの観光客数が増加し、免税売上が増加する。また、全体的な商品の値上がりにより商品単価が上昇する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新車購入検討で来店する客は前年12月より増えており、来年1月から3月の春先需要は回復の予想である。

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
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・宿泊部門に関しては、全国旅行支援があり2月の動きが良い。3月はまだ動いていない。飲食宴会部門は、まだ動きが少ない。新型コロナウイルス感染症の動き次第と考えている。
	○	その他サービス [レンタカー]（営業）	・先行受注状況は2019年を上回っており好調に推移している。全国旅行支援の延長も後押しになると期待できる。
	□	百貨店（店舗企画）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限緩和は期待しているが、消費財の値上げによる悪影響が拭えないため、景気の変化はみられないと予測している。
	□	スーパー（販売企画）	・年明けも商品値上げの情報が製造メーカーやニュース報道からあり、単価アップによる売上の伸びは現状どおり期待できる。しかし全て売価に反映させることが難しかったり、また電気料金高騰などの影響で経営環境が厳しい状況にある。
	□	コンビニ（代表者）	・観光客数の増加には期待しているものの、足元の消費に関する不安要素を払拭することができない。ガソリン価格、電気代高騰、2023年2月の値上げ再ラッシュを懸念する。実際に、幹線道路や観光地に近い立地は好調だが、生活道路サイド、住宅地の客足は遠のいてきている雰囲気がある。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は年末であり期待していたが、前半の暖かい気候やあらゆる物の値上がりもあり、売上が増えていない。また後半も基本の定価では売上上昇の材料になっていないのが現状である。まだまだ景気が上がる気配はみえない。
	□	一般レストラン（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきて、皆敏感になっている。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	・民間の住宅建築や投資計画に関しては、当面は現在の低下傾向が続くとみられる。公共工事の発注増加に期待したい。
	□	住宅販売会社（役員）	・今後の住宅ローン金利が上がる可能性があり、消費者心理が後退する懸念がある。
	▲	コンビニ（副店長）	・物価上昇により売上は増加しているようにみえているが、光熱費や人件費といった経費も軒並み掛かり、利益確保が困難である。物価高騰や増税に対する生活防衛にシフトチェンジも見受けられる。政府には十分に実感できる効果的な支援を強く望む。
	▲	乗用車販売店（経理担当）	・良くなる要素が見当たらない。
	▲	その他専門店 [陶器]（製造）	・陶器製造に関しては、2～3か月先は観光の影響を受けて年末年始の発注数よりは一旦落ち着くと予測される。観光に頼らないスタイルの確保、イベント参加や展示、作品の良さをより高めていくなど、作って卸す以外の活動に力を注ぎようと考えている。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの12月の販売室数は前年比47%増加なのに対し、12月末時点での3月の予約室数は前年比10%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	▲	旅行代理店（マネージャー）	・全国旅行支援も継続となっているが、業務的には更に複雑化していく模様である。時間や手間を考えると社会的には悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・今後いろいろな商品の値上げが続き水道光熱費なども上がっていけば、消費を抑える傾向になり、販売は苦しくなると考えられる。
	×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の収束の目安がまだまだ立たない厳しい状況下にあるとみており、もろもろの商売、飲食やその他も含めて来客数が少ない様子で、大変危機感が募っているようである。
	×	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え始めており、県から12月22日から1月13日までの対処方針が出された後で予約キャンセルが20件ほどあり、平日の入客数も例年の50%以下に落ち込んでいる。最悪の求人難、仕入れの値上がりで原価を圧迫しており、厳しい状況が続くそうである。
企業動向関連	◎	—	—
(沖縄)	○	食料品製造業（役員）	・引き続き円安の影響もあって国内の観光客数は増加傾向であり、来年は海外からの観光客も徐々に回復し、観光関連を中心に景気が上向きになりそうである。
	○	建設業（経営者）	・契約済みで未着工の現場が始まっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送業（代表者）	・先島地区の建築関連は、公共工事においては石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調だが、宮古島は端境期で少ない。ただし、与那国島では大型の自衛隊隊舎工事が発注され、今後は先島全体で防衛関連の需要が期待される。民需については、回復基調にある。
	□	輸送業（経営企画室）	・特段現状と変わらないと考えている。
	□	会計事務所（所長）	・土産品店の年末年始の客足増加は季節要因によるものである。
	▲	窯業土石業（取締役）	・原材料の価格高騰が続いているが、来月より再値上げの品目もあり、更なる収益悪化が懸念される。
	▲	広告代理店（営業担当）	・国内を中心に観光客が戻りつつあるなか、県内企業の販促活動も少しずつ活発になっているが、原材料の価格高騰の影響による収益悪化や人材不足を懸念する動きもあり、今後の販促投資はやや厳しくなると推察している。
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光業が復調している。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・例年の推移として、年明けから企業の採用活動が活性化し求人情数も増加していく。3月をピークとして増加し、夏に向けて減少していくと予測している。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・これから2024卒向けの採用活動が本格化していくなかで、学内説明会の依頼など前年以上に問合せがある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・派遣依頼の増加はあるものの、人材難等で売上や利益の増加にはさほど反映されない。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・物価の上昇、電気料金の値上げ、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加等が影響する。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足が深刻なので、条件を上げられる事業所は人員を確保できるが、条件を上げられないところは、人員確保が非常に厳しいとみている。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・年始の一時的な景気は期待できるが、それ以降は新型コロナウイルス感染症、物価高が重なり伸びにくい。
	▲	—	—
	×	—	—