

## Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北海道)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・各国からの入国制限が緩和されたこと、当地及び札幌で冬の恒例イベントが開催されたことから、大雪の日があったにもかかわらず国内外からの観光客が増加しており、売上が増えている。
	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が沈静化するに伴って売上も回復している。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・大型イベントの集客力が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近いところまで回復している。客単価、稼働共に上向いており、コロナ禍からの回復を実感している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に変更されるとの報道があったことで、春の新規旅行予約が増加している。今後にも期待している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・2月は3年ぶりに当地恒例の冬のイベントが開催され、インバウンドを始めとした観光客が増加したことで、売上は前年から20%の増加となった。特に夜間の売上が伸びている。乗務員不足の影響で、タクシーの稼働率は前年を10%下回ったが、タクシー1台当たりの売上は前年から30%の増加となり、新型コロナウイルス感染症発生前よりも良くなっている。歩合給中心のドライバーの給与も新型コロナウイルス感染症発生前と比べて10%以上増えている。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・当施設における2月の1日平均の利用状況をみると、月初めは1月の約2倍に達しており、20日過ぎの段階でも1.5倍となっており、利用客が着実に増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせていることから来客数が増加している。ただ、物価が上昇していることで客単価が上昇している一方で、買上点数は減少している。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・2月は3年ぶりに冬の恒例イベントが開催されたことで多くの来場者があり、絶大な経済効果がみられた。会場で飲食イベントが開催されなかったことから、周辺飲食店への波及効果も大きかった。繁華街などにも人が流れ、客が並んでいる飲食店が続出するなど、久しぶりの活況となった。やはり経済効果が見込めるようなイベントの開催は非常に効果的であると再認識させられた。
	○	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・決算セールの影響もあったが、以前よりも客の動きが良くなっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価の上昇が収まらない状況ではあるが、新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、来街者や当店への来客が確実に増えている。それに伴って店頭売上も増加傾向にある。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は大雪という外部要因の影響もあったが、衣料品の動きが顕著に良くなっている。トラベル関連の雑貨も好調に動いている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比をみると、3か月前と比べて伸びている。商材の値上げに伴って、外食するのであれば総菜などを買うようにしたり、同じ商材を買うのであればコンビニエンスストアよりもスーパーで購入したりすることで節約につなげようという動きがみられ、客足が伸びている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3年ぶりに冬の恒例イベントが開催されたことで、国内旅行者、外国人観光客が増加した。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・求人倍率の向上に伴い企業の雇用情勢が回復傾向にある。また、観光需要が高まり、人流が増加していることで観光産業の業況に伸びがみられる。燃料価格や物価の高騰などの影響はあるものの、それを若干上回る伸びがみられることで雇用が創出され、小売業においても販売量の伸びを期待できる状況となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーの生産台数が伸びていることで、2月及び3月の納車が予定台数に届きそうな状況に回復している。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の受注量が前年比で120%以上になっている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が収束しつつあり、新型コロナウイルスの5類感染症への移行も予定されていることもあって、僅かではあるが来客数が増えている。
	○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・インバウンドの回復により、2月の冬季観光シーズンを中心に集客が増えている。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援や入国制限の緩和により、人の動きが活発になってきた。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・夜間の乗客が少しずつ増加しており、2019年の水準に近づきつつある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・少しは人が外出するようになっている。
	○	美容室(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が急激に収まっており、それに伴って買物や飲食、観光など、客が外出する動きが活性化している。当店の来客数も増加傾向にある。
	○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員)	来客数の動き	・天候が比較的良かったこともあって、2月は欠航が少なく、輸送量が増加している。
	□	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・特選関連の商材の動きは良いが、物価高騰の影響で依然として中間層の伸びが鈍化している。特に食品などのデイリー品の動きが鈍い。
	□	スーパー(店長)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響に加えて、エネルギー問題やウクライナ情勢に端を発した物価高騰の影響もあって、不安定な状況となっている。短期的な景気の変動はあるが、ならずと変化はみられない。
	□	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて1年近くが経過することもあって、客の流れが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。一方、物価高騰が続くなか、店舗や商材、価格に対する客の選別の目が厳しくなっている。売上動向にも地域差がみられる。
	□	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・商品価格が上昇していることで客の買い控えを懸念しているが、今のところ価格が上昇した分だけ売上が伸びている。
	□	衣料品専門店(店長)	単価の動き	・新生活スーツ販売のピークを迎えつつあり、コロナ禍が収束していることで需要も増えているが、低単価商材しか稼働しておらず、過去最低水準の客単価となっている。
	□	衣料品専門店(エリア担当)	来客数の動き	・光熱費の引上げや物価高騰がみられる状況ではあるが、来客数や買上点数は3か月前と比較してそれほど遜色ない状態で推移している。
	□	家電量販店(店員)	来客数の動き	・相変わらず来客数は前年を下回っている。商材を指名買いする傾向も変わらない。
	□	自動車備品販売店(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせているものの、光熱費の引上げや物価の高騰により消費が慎重になっている。
	□	住関連専門店(役員)	来客数の動き	・一部の店舗だけではなく、全店舗で来客数が減少している。
	□	その他専門店〔医薬品〕(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響もあって、個々の客の健康志向は高まっている。必要な商材は値上げされたとしても購入する客が多い。
	□	その他専門店〔造花〕(店長)	お客様の様子	・原材料価格高騰の影響もあって、客の購買意欲が低下している。注文を受けてから必要数を購入する傾向がみられる。
	□	高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・売上は例年の50%となりそうで景気は変わっていない。昼食は12時前後はビジネス客の利用がみられ、13時前後からは女性のグループ客が目立つなど、盛況ではあるものの、安いセットから売れていく。夕食は予約客も振りの客も少なく、限られたスタッフでこなしている。注文が重なると人手が足りなくなるが人員採用はとて無理な状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が継続しているものの、来客数について見込みほどの伸びがみられなかった。観光閑散期であること、全国旅行支援の割引率が低下していることなどが影響し、以前ほどの勢いが感じられない。
	□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・3か月前も全国旅行支援が実施されていたことから、余り変化はみられない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・雪が降ると一時的に客の利用が増える一方で、インバウンドの予約状況はほとんど変わっていない。観光客の利用状況も以前と変わっており、全体的な景気は変わっていない。
	□	タクシー運転手	単価の動き	・3か月前と比較すると、景気は横ばいで推移している。ただ、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、これからどのような変化がみられるのか注視している。
	□	通信会社(エリア担当)	販売量の動き	・景気の悪い状況が1年以上続いており、3か月前と変わっていない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客の様子をみると、以前よりも慎重に購入を検討する客がやや増えているものの、前向きに検討している客がほとんどである。商談に掛かる時間も比較的短い。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・客から物価が上がっているという話を聞くことが増えている。こうした状況下で景気が良くなることはない。
	▲	スーパー(従業員)	販売量の動き	・電気料金の引上げ、食料品の値上げに伴って、客の節約志向が強まっており、売上が前年を下回るようになってきた。
	▲	スーパー(従業員)	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着きをみせているにもかかわらず来客数の減少が続いている。値上げによって客単価が上昇しているものの、前年並みの売上が確保できない状況となっている。
	▲	コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・商品価格が高騰していることで売上は良い状態にあるが、販売量が顕著に減少していることから、消費の先細りを懸念している。
	▲	コンビニ(店長)	お客様の様子	・値上げの影響で客が低価格商材に流れる傾向がみられ、新商品であっても単価の高い商材の売れ方が鈍くなっている。
	▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・部品などの入荷遅れが生じており、それに伴って車の製造が後ろ倒しになっている。販売量も2か月前や3か月前と比べると落ち込んでいる。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド](経営者)	販売量の動き	・石油製品価格の高止まりに加えて、電力料金やガス料金が引き上げられていることで、客の節約志向が強まっている。
	▲	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・3年ぶりに行動制限のない冬となったことで、恒例のイベントを目的とした観光客などによる航空機利用が増加したものの、全体的にみると、全国旅行支援による国内旅行需要喚起策が一巡しており、閑散期を迎えている。一方、インバウンドによるニセコなどへの冬季スポーツ需要はようやく回復してきた。
	▲	通信会社(企画担当)	競争相手の様子	・他社からの通信契約の乗換えはある程度獲得できているものの、新規客の獲得においては競合他社が強く、競り負けている。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・例年2月は売上、来客数共に多少の落ち込みがみられる月であるが、今年は特に来客数の落ち込みが目立っている。来客数は前年と比べて10%程度減少している。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・物価高騰の影響で客の使う金額が増えているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・ウッドショックの影響が落ち着きつつあり、木材の単価も徐々に下がっているものの、全体の建築コストは余り下がっていない。金利が上昇する動きがみられることもあって、住宅が余り建っていないこともマイナスである。
	×	商店街(代表者)	来客数の動き	・地元百貨店の閉店から約1か月が過ぎ、周辺の区域の来街者が激減した。また、商店街区域内のバス乗降客数も目に見えて減った。特に高齢者の買物客が減少しているのが目立つ。新型コロナウイルス感染症への対策としての行動制限が緩和されつつあるとはいえ、当区域では来街者の減少傾向が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・新車を購入するのではなく、今の車を乗り続けるという客が増えている。また、近隣の百貨店の閉店報道などもあり、総じて景気は下向いている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・少しは景気が良くなることを期待していたが、2月になっても良くはならなかった。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると8割の売上にとどまるなど、停滞している。昼間、夜間共に売上の伸び悩みが続いている。外出、外食を控える傾向はライフスタイルの変化が大きく影響している。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業(役員)	受注量や販売量の動き	・年度末を控えて受注工事の多くが完工を迎えている。悪天候の影響を受けることが少なく、工事の進捗が順調だったことに加えて、追加工事による変更契約もプラスとなり、計画を大きく上回る完工高と利益を確保できている。
	○	通信業(営業担当)	取引先の様子	・観光客の増加、イベントの再開などにより、周囲の取引先に活気が戻っており、道内の景況感の盛り上がりを感じている。
	○	その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	受注量や販売量の動き	・売上を前年と比較すると、1月はほぼ前年並み、2月は微増となっていることから、景気はやや良くなっている。
	○	その他サービス業[建設機械リース](営業担当)	競争相手の様子	・資材価格の高騰など、不透明な部分が多く、業界全体としては判断が難しいところではあるものの、インバウンドの回復などもあって景気はやや良くなっている。競合先も業績を回復しつつある。
	□	輸送業(従業員)	取引先の様子	・売上について前年と比較すると、前年並み若しくは減少している。
	□	輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・客の多くがメーカー系で取扱品目も多種にわたるが、一次素材品関連において受注量に大きな変化があるような情報が今のところない。
	□	金融業(従業員)	取引先の様子	・3年ぶりに開催した冬のイベントの効果もあって、来道客、インバウンドが増加するなど、観光関連業種の回復傾向が続いている。一方、コロナ禍で離れた就業者の回復が遅れており、人手不足によりフル稼働での事業活動が難しい状況も散見される。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症への対策としての行動制限もなく、夜の街にもにぎわいが戻っている。外国人観光客の声を聞く機会も増えてきた。一方、前年からの物価上昇に歯止めが掛からず、不要不急な物の買い控えもあり、景気が良くなったとの感じはない。不動産に対する投資も金利が上昇するとの予測があることで停滞気味である。
	▲	食料品製造業(従業員)	取引先の様子	・鳥インフルエンザの影響で鶏卵の供給制限が生じており、必要量を製造できない状況となっている。
	▲	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年から設計の業務量の少なさを感じていたが、周囲のゼネコンからも業務量の少なさを聞く機会が増えている。建設業務の業務量の落ち込みは設計から工事へと段階が移り始めており、北海道における建設業界の経済縮小が確実に進んでいる。
	▲	輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年2月は物流の動きが鈍くなる時期である。倉庫関連ではバター、粉乳の出庫が進んでいるが、依然として高い保管水準となっている。一方、本州内での雑貨のトレーラー輸送は堅調だが、本州向けの荷物は生産抑制が続いている生乳、合板が低調である。3月もこうした傾向が続くとみられる。
	▲	司法書士	取引先の様子	・建設業の主要取引先における受注量はおおむね例年どおりであるものの、燃料費の引上げ、為替相場の影響による輸入資材や原材料の価格高騰などがみられることで建築単価が上昇しており、販売価格も引き上げざるを得ない状況にある。価格が上がると売却までの時間が掛かることになり、資金調達などにも影響するため、悪循環が続くことになる。
	×	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年2月は端境期である。11～12月にかけては繁忙期であるため、3か月前と比べると景気は悪い。
	×	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、売上が2割強減っている。前年と比べても若干ではあるが落ち込んでいる。
×	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・2月の販売量は前年比マイナス30%であり、3か月前の11月の販売量は前年比マイナス4%であったことから、景気は悪くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連  (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は増加傾向にある。2月の獲得求人数は3か月前と比べると2割増加している。IT人材へのニーズは引き続き高く推移しており、営業、管理系の求人も増えている。コロナ禍での退職者を補充するニーズも引き続きみられるほか、堅調な業績を見据えて人材の採用を増やす企業も増えている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・ほとんどの業界において、新型コロナウイルス感染症発生前の求人件数に戻ってきた。これまで堅調であった観光業、小売業だけでなく、飲食店や娯楽業の採用活動も活発になってきた。ただ、採用が追い付かない状態が続いていることから、今後、人手不足が深刻になることも懸念される。また、少しでも条件の良い企業に移りたいのか、転職者が増加している。
	○	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・1月の新規求職者数は前年から6.9%の増加と2か月連続の増加となったものの、有効求職者数は6か月連続で減少している。新規求人数は引き続き業況堅調な企業を中心に求人が出ており、前年から15.4%の増加と引き続き高水準で推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における1月の有効求人倍率は0.96倍であり、3か月前との比較では0.03ポイント下回ったものの、引き続き堅調に推移している。
	○	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・本学において2月20日から2024年新卒者の就活が始まっており、企業の採用意欲はおおむね例年と同様である。ただ、飲食、ホテル、旅行などは学生がコロナ禍の状況を見てきたため、避ける傾向が強く、これらの業界の発信力によって学生の動きが変わることになる。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求職者数の動き	・業種、職種により求職者のエントリー数に大きなばらつきがみられる。また、規模の小さな企業やサービス業では、応募数の減少が顕著であり、人材確保の厳しさが増している。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・宿泊業や飲食業、小売など、観光分野の求人が増加傾向にあるものの、物価高などの影響もあって、全体的な景気が上向くところまでは至っていない。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・求人広告について、運輸業、一次産業、観光産業からの申込が増えている。一方、介護福祉業界においては求人広告の出し控えがみられる。
	▲	職業安定所(職 員)	それ以外	・物価上昇に賃金の引上げが追い付いていない状況が引き続きみられる。
×	—	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (東北)	◎	その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・地域のプレミアム付商品券の期限が2月だったことで、駆け込み需要が多くなっている。また、寒波襲来で冬物商材の動きが活発になっている。
	○	商店街(代表 者)	来客数の動き	・百貨店などで、外国人を始め高級ブランド品を購入する人が増えている。
	○	一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・全国旅行支援のクーポンを使う客が来ている。
	○	百貨店(経営 者)	お客様の様子	・物価高などの影響を懸念したが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少とともに週末の来客数が増えてきている。特に県外からの客が増加している。店頭でも客の表情や会話から、積極的な購買動向が見られる。
	○	百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・各種行事、ビジネス関連共に好調に推移している。特にマザーニーズが回復している。
	○	百貨店(催事担 当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきていることに加え、集客催事効果もあり、特に前半の来客数の伸びが顕著で、売上も比例して順調に推移している。
	○	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・来客数が前年比20%増加と回復傾向にあり、それにつれて売上も増加している。行動制限の緩和と全国旅行支援が要因とみている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・前月同様高額品が好調で、買上客数、客単価を伸ばしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・お悔やみの参列や出張の機会が増え、礼服やスーツを徐々に着てみたらサイズが変わっていたなどの理由で、一般の客が増えており、景気が上向いている。
	○	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・県が省エネ家電の買換え支援策を実施している。その効果で少し客が高額商品を買うようになってきている。また、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきていることや、客が物価高にやや慣れてきていることから、買い控えから通常モードに変わりつつあるようである。
	○	家電量販店 (従業員)	販売量の動き	・販売量も少しずつ上昇傾向にあるが、それ以上に単価が上がってきている。
	○	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・メーカーの車両生産ペースが上がってきている。前月は前年比92%、当月は前年同数まで回復する見通しが立っている。新車納車が進むにつれ、中古車の在庫確保も期待できる。
	○	住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月は口コミで来た客とリピーターが多く、売上の増加につながった。しかし、一見客が少なかったため大幅な増加には至っていない。
	○	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきた。暖かくなり、春物を中心に客の購買意欲も出てきている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・国内外からの旅行者も徐々に増えたことで、来客数が増加している。新型コロナウイルス感染症を余り気にしない雰囲気が出てきた。
	○	高級レストラン (支配人)	お客様の様子	・様々な会合が多くなっている。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、旅行への意識が高くなっている。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向と5類への移行決定のニュースを背景に、全国旅行支援が後押しをする形で国内旅行の販売量が増えている。また、訪日旅行も3か月前と比べ増加傾向にある。一方で海外旅行に関しては、2018年度に就航していた路線が復活していないことや、ウクライナ情勢による燃油サーチャージの高騰、リスク不安等があり、販売が伸びていない。
	○	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・物価の上昇が続いているが、各企業の売上のダメージは軽微にとどまっています。利益もプラス方向になっている。
	○	観光名所 (職員)	来客数の動き	・来客数は前年比300%と好調である。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べるとやっと半分まで戻ってきたところである。客は買物もよくしている。
	○	遊園地 (経営者)	それ以外	・今月は休園しているが、団体の予約状況は問合せを含めて、前年より増加している。新型コロナウイルス5類感染症への移行に期待しているとみられる。
	○	競艇場 (職員)	単価の動き	・来客数は思うほど伸びていないが、高額利用客の来場により客単価が上がっている。
	○	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	販売量の動き	・人流が回復し、僱事も集客も好調である。客の表情も年末年始とは全く違い、販売金額、件数、数量のいずれも完全に戻ってきている。
	○	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は、ガス給湯器の交換工事が大きく増えている。リフォームは、補助金制度対象の増改築や設備を改修する工事と塗装工事が増えている。
	□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトし、飲食店を中心に人出は戻りつつあるが、冬場の電気・ガス等の価格高騰による家計費負担の増加で景気は小康状態である。
	□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	それ以外	・今年は例年と違い、2月上旬に雪が多く降ったり夜には低温注意報が出たりしたため、夜の客足が途絶えた。そのため売上は伸びず、来客数、売上共に3か月前とほとんど変わっていない。
	□	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・観光施設への販売量は前月よりも上昇したが、飲食店への販売量は増えている実感がない。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、外食は家族で行くものという概念が定着してしまっている。家族での外食は食事をしてアルコールは頼まない傾向が強い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ 平年と比べて来客数が確実に落ちていて、客単価が変わらない分、売上も落ちている。このような傾向がここ数か月続いている。
	□	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・ 来客数は前年比でプラス傾向だが、客単価が前年比でマイナス傾向にある。食品は前年比でマイナス傾向にあるが、ブランドや高額品は前年比でプラスとなっている。
	□	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・ 商品価格の値上げにより1品単価が上がり、結果的に売上は前年を超えている。しかし、来客数と買上点数は前年割れとなっている。客の購買は生活防衛、無駄な買物は控える傾向にある。
	□	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・ 物価の上昇に加え、原材料不足や鳥インフルエンザなどの影響もあり、生鮮食品の買い控えが更に進んでいる。客は特売品や販促に集中することから、価格競争が激しくなり、利益が取れない環境になりつつある。消費量の多いサバ缶などの入荷が滞るなど、商品調達の不安も大きくなりつつある。
	□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・ 1人当たりの平均買上点数が減少していることで、客単価が低下傾向にある。
	□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・ 天候の回復とともに除排雪を業務の主とする土建関係の動きが鈍くなっており、結果として販売量が低下している。販売量の前年割れは今年度初である。一方、人流は活発化しているようで、来客数は改善傾向にある。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 人の動きは出てきているようだが、来客数は増えていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 天候要因、立地による格差はあるが、全体的に状況は変わっていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・ 燃料費や電気・ガス料金等公共料金の値上げ幅が大きすぎる。売上が改善しても経費の増加が著しく、利益は減少している。景気が改善している感じはない。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 購買力の低下がうかがえる状況は変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ 仕入価格の上昇で売値も上げざるを得ない状況になり、客先との交渉にも大変な労力を払っている。様子見の客も多いなかで、一企業の作業服の受注で予算は達成したが見通しは暗い。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ お買い得商品に対するレスポンスは良いが、新規商品や高単価商品を求める客は減少している。
	□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・ 来客数は前年よりも増加しているが、客単価は低下している。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 販売量は前年末から前年比80%で推移しており、大きな変化がない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 若干、長納期が解消されつつあるが、納期が安定するには程遠い。
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・ 観光客が戻り始めている実感はある。しかし、関連する企業が制服に金を回すようになるには、まだ時間が掛かりそうである。2月の売上は非常に厳しい。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・ 新型コロナウイルス感染対策の緩和により、販売量は前年割れから前年同水準に近づいている。しかし、前年実績値は新型コロナウイルス感染症の影響を受けた値であり、良くなっているとはいえない。
	□	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルス感染症の影響からは回復しているが、景気は余り良くない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことで、客の雰囲気は少し良くなっている反面、物価の上昇により客の財布のひもは固くなっていて、相殺されている。なかなか順調な回復とはいかない。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ コロナ禍が落ち着いてきたが、会社関係などの宴会のスタイルが変わったようであり、少人数での宴会や個人客の来店が続いている。全体的にはまだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 物価高騰の影響で個人客の動きはまだ少ないが、新型コロナウイルス5類感染症への移行決定により、法人関係や地域の会合が増えており、小規模ではあるが会食の予約が入ってきている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ 物価高の影響なのか売店の売上が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3月13日からはマスク着用が個人の判断に委ねられることになり、その後の出発日を選択する人が増加しているため、今月の販売状況は3か月前と比較してもさほど変わらない状況である。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援により3月31日までの動きは活発であるが、4月以降の動きが鈍い。
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・生活に直結する身の回りの物価高の影響が少しずつ現れてきており、放送サービスの新規加入者が急激に減っている。電気代や灯油代が高騰しており、今年は特に厳しい低温が続いていることから暖房費の負担が更に大きくなっている。娯楽への出費は厳しさを増している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・景況感が悪いといわれるなかで、経費削減の努力により景気は安定している。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
	□	通信会社（社会貢献担当）	単価の動き	・来客数が増えているため販売量は伸びているが、単価が下がっている。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・2月は寒いイベントも余り行われなことから、客の出足が悪くなっている。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築全体の年度内目標値はほぼ達成しているが、一般建築が主で住宅の比率が低い。
	□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・成約棟数は減少しているが、来場組数は年明けから増加傾向にあり、今年度の1か月平均を超えた結果で推移している。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・価格の見直しにより利益が少なくなっている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・業種的に余り景気の上がり下がりはないが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことで、その分の来客数は減っている。
	▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・2月は平均1品単価、来客数、買上点数のいずれも前年比で前月同様の推移になっている。大変厳しい消費状況が続いている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・電気、ガスなどの光熱費が上昇し、家計における食費が減っているのではないかとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も大分収まって、人の流れも良くなり来客数が増えるとみていたが、2月は商品の値上がりもあり悪くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇や電気代高騰のためか、来客数、客単価が減少傾向になっている。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・前月までとは打って変わって客単価が下がり始めており、その代わりに来客数が増えている。必要な分を必要だけ、その都度買いに来るといった傾向になっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・入学商戦は前年よりも来客数が増加しているが、前倒しで来店している感じがある。前年と比べて購入は必要最低限とする客が多く、単価は低下している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売中止になっている車の再開のめどが立っておらず、依然注文が取れない状況が続いている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・2月からの値上げもあるせいか、値上がり前に出荷した在庫品を買い求める傾向があり、商品は動いている。値上げされた商品の動きに関しては何ともいえない状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は全体的に良くない日が多い。元々2月は余り良い時期ではないが、予約が週末に集中しており、更にキャンセルも多くなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が下がったせいか、盛り上がりとしては少し弱くなっている。
	▲	タクシー運転手	競争相手の様子	・客は乗車距離を少しでも短くしようとしている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客からはコスト削減の話ばかりである。
	▲	テーマパーク（職員）	単価の動き	・全国旅行支援のクーポンは金額が減っている。クーポンを持つ客はクーポン金額分のみの購入になっており、クーポンを持たない客とは動きが異なっている。また、客は学生が減りシニアが多くなっており、通常の2月の客層と異なっている。販売量の動きが全く読めない。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年2月と同数まで来ている。ただし、前年の2月は新型コロナウイルス感染症の影響で来客数がかなり少ない時期であり、景気は後退していると言わざるを得ない。
	×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・寒さのためか客の反応も鈍く、商品に動きがない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・電気料金が値上がりしたことが非常に響いている。また、物価高や可処分所得の減少により、買わない、来店しない、上限を決めての買物になっている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・ただでさえ厳しい冬場に、更に電気代の高騰が重なり、ここ数か月は大幅な赤字となっている。ここまで来ると24時間営業は厳しい。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・電気代が値上がりし、今後更に値上がりすることへの不安から、洋服などの買物は控えられているようである。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・物価上昇で、し好み購入の優先順位が下がっている。
	×	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災の復興復旧にめどが立ったことと、ウクライナ情勢や半導体不足による資材の高騰や工事期間の長期化に伴い建設を控える客が増えたことにより、民間においては様子うかがいの状態が続いている。公共投資は、発注数は減少ながらも一定数は出ているが、事業によってはダンピングが目立つ。
企業 動向 関連  (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きが活発化しており、土産需要がかなり戻ってきている。
	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・公共工事を中心に一定の受注契約がある。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・来月から商品が値上がりするため、一時的な仮需要が発生しており、販売量が前年比125%となっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで広告に動きがみられる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・商談の引き合いが増え、見積りから受注へつなげる割合が増えている。売上に関しても前月までよりは上がってくる見込みがある。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・県内外の現場があり、受注量は相応にある。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・特に景気が好転する要素はないが、消費に対する抑制の程度が弱まりつつある。
	○	司法書士	取引先の様子	・住宅販売業者から関連費用見積りの作成依頼が増加している。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス5類感染症への移行決定、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少、外国人旅行者数の増加もあって、人の移動が増えている。
	□	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前が繁忙期で今月は閑散期に当たるため、同一比較にはならないが、人流が週末に集中し、平日夜が鈍い傾向は変わっていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいである。今後の受注量に影響する懸念もあるが、原材料価格や電気代等の高騰のため客先に値上げをお願いしている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件に関する見積依頼数に大きな変動はない。また、受注量の傾向も同様である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応は冷え込んでいるが、相手先によっては少しずつ明るい兆しが出てきている。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたことや、インバウンド需要の取り込み・拡大などの前向きな環境変化がある。一方、資源や原料の価格高騰が続いていることや一次産品自体の不足などのマイナス要素が、販売価格設定等企業経営にインパクトを与え続けている面があることは否定できない。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・イベントの通常開催や旅行などにより外出機会が増えてきて、広告業界としてはコロナ禍による悪影響はなくなっている。しかし、エネルギー価格の高騰、各種値上げが景気の先行きを不透明にしており、一気に業績をばん回するには至っていない。	
□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・期末に向かったの受注量が増えない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業は業績改善が進んでいる。製造業の一部では部品不足で売上が上がらず、業績が悪化している。建設関係は一定程度の売上を上げ、利益も確保している。全体の景気としてはやや良い。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・納期に時間が掛かる主力商品については、在庫を先行して多く持つことにより、商談のチャンスを逃すことなく受注できるようになっている。多少なりとも市場が動き出している。
	□	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いているが影響は少なく、販売量は前年をやや上回っている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・客先は買い回り品が主体の店で、その売上推移から判断している。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・燃料価格や資材価格の高騰が、収益を圧迫し続けている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・海外、特にユーロ圏の販売が伸び悩んでいるという話が出ている。ウクライナ情勢が原因とのことで先が見えない。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の開発計画が後ろ倒しになっている印象を受ける。また、設備投資も後ろ倒しの流れがみられる。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高騰と寒波による大雪の影響で荷動きが良くないため、1月の売上は前年より5%以上落ち込んでいる。2月も7%以上落ち込む見通しである。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・1月分の電気料金は前年同月と比較して3割程度上がっている。また、肥料は5割程度値上がりしており、支出のなかでは突出している。
	×	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・地域差はあるものの、東北全体で官需・民需が低調で出荷減少が続いており、回復の兆しが全くみえない。諸資材や燃料費、電気代の高騰により値上げが追い付かない。
雇用 関連  (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・来期採用が活発に動いている。目先の市況の変化だけではなく、その先の需要を見越した体制の整備や組織課題の解決に向けた採用が特に活発に動いている。
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・飲食、小売業を中心に人材がひっ迫している。卒業シーズンとも重なりアルバイトも少なくなっている。募集活動にかなり力を入れており、正社員として採用したいというニーズが非常に高まっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・僅かながら求人件数は増加傾向にある。職種、雇用形態も以前より広がりがみられる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人材採用に関して取引先企業からの相談が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・前年から大きな改善はみられず、良くなる要因もない。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・来年度に向けての予算や契約に関して、値上げ交渉をしている。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・企業の社員採用状況等は依然厳しい状況にある。ただし、新聞広告は上向き傾向にある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・景気が好転する兆しがみられず、売上も前年を下回っている。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・コロナ禍の生活に慣れたこともあり、経済活動の活発化がみられる。しかし、物価高騰の影響もあり、総合的には景気は停滞している。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・労働力人口の減少による人手不足から企業の採用意欲は高いが、充足していない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰やウクライナ情勢による水産関連の原料不足等により、求人数が減少傾向にある。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・周辺の企業からは、一定の受注は継続しており人手不足感が続いているが、資材高騰に続いて電気料金の段階的値上げが続いており、収益が悪化しているという声をよく聞く。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建築資材、原材料、エネルギー価格等の高騰の影響を受け、建設業、製造業、宿泊・飲食サービス業における飲食店からの求人数が少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	*	*	*

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北関東)	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行が非常に増えてきている。私自身も海外から回答している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・大手企業が賃金のベースアップを実施すると発表しているなか、当店のような従業員が数名の弱小商店では、対応に苦慮している。一方、客の節約志向で、ベースアップ分が貯蓄に回ってしまうのではと、不安と期待が入り混じっている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和が続き、外出やセレモニー需要等、前年より改善が見られる。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・11月中旬の新型コロナウイルスの感染拡大から低下した来客数が、1月下旬以降は回復傾向にあり、各商材の売上も徐々に回復している。
	○	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・全体的に冷え込んでいて、人の流れが悪いのは相変わらずである。ただし、そうしたなかでも、多少なりとも新型コロナウイルス感染症の先行きが少しずつ見えて、動き始めたということもある。当店の顧客は高齢者が多いが、社会的な背景を考えながら行動しており、多少でも動きが出てきて良くなっていると感じる。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は新型コロナウイルス感染症に関連する規制が今後緩やかに緩和されていくとの発表があって、久々に春の新生活マーケットが前年を上回っている。生活家電は前年比で、冷蔵庫128%、洗濯機105%、掃除機144%と伸びている。1月から2月の前月比は前年より4ポイント改善され、売上は前年比102%と僅かだが伸びている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・徐々にではあるものの、納入遅延車両の登録が進み、販売台数も増えてきている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当店は観光地のなかにある。3か月前と比べて、数段、観光客が増えており、売店、ホテル関係、ドライブイン等もにぎわっていて、良くなっている。
	○	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の状況が変わってきたように感じている。出張等によるのか、新幹線の乗車率が格段に増えてきている。若い世代から高齢者へこの動きが伝わっていかばと思っている。また、生活に密着する価格帯の商材を扱い始めたことで、来客数は増えてきており、客単価は下がったものの、売上は上がっている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・少しずつではあるものの、客足が戻ってきている。
	○	その他飲食 [ファースト フード] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和で、イベント等が増えて外出規制も緩くなり、消費の需要が高まっている。また、インバウンドの消費も高まっている。
	○	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・若干ではあるものの、客足は戻りつつある。常にコロナ禍前の10%程度というどん底だっただけに、それが15~20%になったところで、やや良くなっているという一言で済まされる状況ではないのが現実である。
	○	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊部門は観梅の影響もあり、回復してきている。宴会部門も少しずつではあるが大人数の会合も出てきており、回復しつつある。
	○	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果なのか、単価の高い部屋の売行きが良くなってきている。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することを受け、旅行の相談件数が前年同時期より増えている。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少により、観光客の動きは日々活発化してきている。外国人観光客の来訪数も、同様に増えてきている。
○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼の動きが良くなり、前年同月と比べて23%の増収である。	
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてきていること、全国旅行支援等もあることから、少しずつ来園客も増えてきている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新年度への動きや、新型コロナウイルス感染症への対応が変化してくるため、今まで停滞していた動きが大きくなっている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・連日のような冷たい風と寒さでは、客は動かない。そこに値上げの発表があるので、皆、売出しチランを持って大型店や中型店を回っている。それで必需品や目玉商品が動くくらいである。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍前の売上を基準とした売上達成度を3か月前と比較すると、ほぼ変わらず8割程度まで回復している。例年、この時期は国内観光客は少なくなるが、コロナ禍のせいか、卒業旅行で海外に行くはずの若者の姿がいまだに多い。また、外国人観光客の姿も見かけるようになってきている。天皇誕生日以降、人の動きが活発化していることが、売上をみても顕著である。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前年のまん延防止等重点措置期間との比較では、来客数、売上共に2けた増となっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には程遠い。ただし、数か月前と比較して、新型コロナウイルスの感染症法上の5類への引下げや、マスク着用緩和等により、客の外出や消費への意欲は醸成されつつある。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年と同程度まで回復しているものの、2019年との比較ではまだ回復途上である。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・商材や電気代高騰の影響からか、来客数、客単価が減少しているように感じられる。
	□	スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・電気料金や食料品の値上げと、家計を圧迫する状況が続き、節約志向が更に強まり、客単価に影響している感じがする。集客はできるものの、買上点数が減っている状況は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で、売上は100.1%、来客数98.5%、客単価102.5%となっている。客単価の伸びは値上げの影響がみられる。また、来客数の微減は、会社のリモート勤務が戻らないための微減である。このまま、3年前の状態には戻らないと考えている。
	□	衣料品専門店（統括）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の問題が少し落ち着いてきた。ただし、諸物価がこれから上がっていくのではないかという報道が大分出てきていることも影響して、なかなか販売量が増えない状況が続いている。
	□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・寒さが厳しい上に、電気料金が高騰している。客は節電意識から、省エネ家電を購入、検討している方が多い。ただし、季節商材は前年比87%で推移している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・1月と同じように、車両販売が低調なものの、車検整備等のサービス部門を伸ばして、営業成績のバランスを取っている。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・来客数や予約の入り方を見ても、横ばいである。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高騰傾向による生活費の切り詰めが継続している。一方で、生活費に余裕のある世帯では、今まで控えていた旅行や食事等の機会が増えていることから、全体として2極化しており、結果として大きな変化はない。
	□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・店舗での販売数は減少の一途だが、出張販売で販売数を稼いでいる。
	□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は順調だが、電気料金等のコストは引き続き上昇しており、収益的には厳しさが増している。
	□	競輪場（職員）	来客数の動き	・来場者数は多少上向きになってきているように感じるが、ここ数か月の傾向は、余り変わっていない。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・日本銀行が10年間ひたすら金融緩和を続けていても、得られる効果は限定的である。一方で、政府は増税して回収しようとしている。市場と対話しながらの経済政策を、庶民感覚のある日本銀行新総裁に期待したい。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・金利上昇の気配があり、通常なら駆け込み等があるはずだが全くない。ロシアとウクライナの戦争も沈静化せず長期化が見込まれ、不安要素が多くなっている。客の様子見状態が継続している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・リフォーム等の場合、国や自治体の補助金を利用するケースが大半で、年度末に近づくほど問合せが減る。あるいは年度明けの受注問合せが増えてくる。客の様子は例年と変わらない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・当社は自動車販売店だが、販売量が伸び悩んでいる。人の動きや細かい物に対する購買意識等をみても、人が車で動こうとしていない上に、稼働率も低い、例年の2月とは思えないほどの状況である。
	▲	住関連専門店（店長）	単価の動き	・商材の値上げ傾向が強く、買い控えが進んでいる。客は少しでも安い物を買う動きが顕著である。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・来客数の減少幅が、年明けから徐々に大きくなってきている。
	▲	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・客からの受注量で判断すると、やや悪くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価が下がっている。高価格のメニューが余り出なくなっている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・給食業務では、食材費、人件費、諸経費等の主要コストが軒並み上昇を続けている。食材の絞込みを行い、調達ロットを大きくしたり、総体的に安価な食材へシフトする等の努力をする一方で、受託先取引条件の見直し依頼を継続して行っている。コストアップが先行する形のため、収益は圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	単価の動き	・一部で値下げ商材があるものの、値上げ品の割合が多くなってきていることを、より一層感じている。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・携帯料金プラン見直しで来店する高齢の客が増えている。物価高や電気料金の値上がりも、見直しの要因として考えられる。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・物価の値上がりが止まらなければ、難しい。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ここに来て、アパートの退去がかなり目立ってきている。また、店を閉める飲食店等の数も増えてきている。最近、当地はやや停滞気味で、客の問合せ、引き合いが非常に少なくなっている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・物価高、エネルギー高の影響で、悪くなっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・仕入れが悪く、納期の大幅な入庫遅れが続いている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・例年2月の動きは少ないが、月後半になって、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているものの、昼夜問わず、歩いている人がいない状況は変わらない。地方でも場所によっては忙しいところもあるようだが、当市では、ドライバーの数が少なくなっているにもかかわらず、新型コロナウイルス感染症発生前には程遠い。
	×	通信会社（経営者）	単価の動き	・円安による仕入コストの上昇で、悪くなっている。
企業動向関連 (北関東)	◎	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車生産ラインも計画どおりの稼働に戻り、順調な納車が続いている。また、ロボット向けの増産要請があり、シフト勤務に切替えて対応している状況である。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注がキャパシティオーバーとなり、人手不足を感じている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は、3か月前と変化なく推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きは余り良くないが、取引先によっては、若干増えているところもある。この2～3か月は余り変化はない。
	□	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・従業員、取引先共に新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきている。延期になっていた作業等も実施することができた一方で、そのまま中止になったものもあるため、横ばいである。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・いまだに広告出稿は増えてこない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べた場合に、ほとんど変わらないと言って良いが、最近では珍しく少しは良くなっている感じもある。このまま来月も少し良くなって、この流れで上昇していってくれば良い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量、商談件数共に増加しているが、特段の変化は見られない。
	▲	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げが続いており、原価意識が大変である。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・大企業から中小零細企業まで製造業としては比較的多くの取引先がある当社だが、見積依頼数自体が減っており、受注につながらないことが多くなっている。受注量の減少が大きい。
	▲	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前回、受注が増えて景気が良くなると回答したが、その後1月、2月と極端に悪くなり、結局1月は前月比で4割減って、かなり厳しい状況になってしまっている。
	▲	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・新生活用品、家電、インテリア商材や、輸入コンテナ便が前年の1割減となっている。また、ドライバーの人材不足や燃料高も続き、利益確保は厳しくなっている。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・マスク着用を義務視したコロナ禍も、徐々に薄れているのは確実である。ただし、電気代や燃料費、食料費や外食費などの増加といった諸物価の値上がり傾向で、家計の消費意欲は減退している側面がある。一方で、自動車、家電等は、納期の長期化や品薄状態が拡大しつつあり、こうした面から、消費と生産、販売の勢いがそがれている嫌いがある。
	▲	社会保険労務士	取引先の様子	・一般消費者向けの商材は、厳しさが増してきている。
	×	建設業 (開発担当)	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、公共工事は順調に推移しており、業界として大変有り難い。今期公共工事は前年比7%減で、当社受注も前期比10%減と厳しく、赤字決算になりそうな状況である。
雇用 関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	学校 [専門学校] (副校長)	求人数の動き	・業界ごとに求人数の多少はあるものの、総じて求人数は増加している。今後、業界によっては人手不足が懸念されており、その影響で景気が悪くなることも予測できる。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・ファーストフードや小売、飲食店等で、人の動きはほぼみられず、動きはごく僅かである。建築関連では、工事が一段落し、寒さの影響もあると思うが、少し沈滞ムードである。周辺の各種工場の社員数はほぼ変わらないか、もしくは幾分減らす傾向で動いているようである。
	□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・当地の観光地の小売販売店の話を聞くと、新型コロナウイルス感染症が収束とまではいかないが大分落ち着いてきて、皆、余りにせぬに行動するようになり、来客数は増えているものの、お金の使い方、落とすお金は人数に比例して増えているわけではないということである。
	□	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・派遣先と料金改定の交渉をしているが、料金アップ前提の派遣スタッフの契約更新に慎重である。正社員の配置転換を行い、派遣契約終了になるケースが散見される。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前の11月と比べて、全数で7.8%の増加となっているが、前年同月比では16か月ぶりに下回っている。産業別では、建設業、医療、福祉で増加がみられ、人手不足感が増している。また、業種を問わず、オープニングスタッフの求人や、数年ぶりにハローワークを利用する事業所が増えた感がある。
	▲	人材派遣会社 (管理担当)	採用者数の動き	・製造業関連への派遣取引が終了したため、やや悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	*	*	*

#### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (南関東)	◎	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱は確実に良くなってきている。1人当たりで見ると、物価高による買い控えはあるものの、総量としては新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ反動に勢いを感じる。寒い時期に仕込んだイベントには、予想以上に人が出てきている。アミューズメントや消費に対する渴望が今の勢いを支えている（東京都）。
	◎	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・ビジネス、プライベート共に外出する機会が増え、婦人、紳士服飾が好調である。トラベル用品、スポーツウェア、スポーツシューズなど、旅行やアウトドアライフに関する商品も伸長している。インバウンド動向も戻りつつある（東京都）。
	◎	高級レストラン（経理担当）	来客数の動き	・予約を受けるものの、部屋や座席が埋まっているために断るケースが増加している。新型コロナウイルス感染症の発生前の現象が増えている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・インバウンドが戻ってきて、市場が活況を呈している（東京都）。
	◎	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件数が増加傾向に動き始めている（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・明らかに受注が増えている。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・週末に関しては、来街者数が新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ったようで、外国人観光客も明らかに増加傾向にある。当店の来客数も増えており、売上は微増ではあるものの1月より良くなってきている。また、新学期に向けた学童用品のまとめ買いも、例年より多くなってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・今月は寒かった割には来客数が伸びており、店頭部の売上は極端に伸びている。外商部は前月に大きな案件が集中していたことや、ちょうど3月とのはざ間ということもあり、一旦落ち着いている。進捗として、全体的にはそれほど極端に良いということではない。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今までチャット、電話注文であった客の来店が戻りつつあり、来店頻度も上がっている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年の新型コロナウイルスオミクロン株の影響による売上減少の反動を考慮しても、売上は徐々に回復傾向がみられる。外国人観光客の来街者による免税売上も増加している。食料品値上げに伴う単価上昇も売上を底上げた要因の1つである。化粧品の売上は堅調であり、食料品は1月以降2けたの伸びを示している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する予防意識、警戒感はあるものの、以前に比べると弱まっている。それに呼応する形で、紳士、婦人衣料、雑貨等、外出需要に連動するファッション関連商材の動きが非常に良い。ただし、世の中全体として値上げ等により客の生活防衛意識が強く、食料品の伸びは余りみられない（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年同月は新型コロナウイルス感染拡大の影響があったため、比較すると今月は大きく上回っている。訪日外国人需要もプラス要素である。しかし、相次ぐ商材の値上げにより、客の消費マインドは低く、購買には慎重である（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・例年2月は売上や来客数が落ち込む時期ではあるが、インバウンドの増加により来客数が増えている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数の増加に加え、滞留時間が延びて買い回りが促進されている。また、買上単価も上昇し、売上増加につながっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、政府からマスク着用についての考えなどが発表されるなど、外出に対するハードルが下がってきたことで、来客数が伸長している。また、通勤やコロナ禍で中止されていた会合、学校行事などが再開されつつあることで、それに向けた需要が伸びてきている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・前年に対してはインバウンドがプラスしてくるため、これから景気は良くなると予想している（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響や物価高等、消費に与える影響が一定程度落ち着き、回復基調にある（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・動きの悪かった衣料品の販売量が増えてきている（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策での規制がなくなり、週末の動きが良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・短期的なキャンペーンが奏功し、販売量が増えている。値上げで販売数量が減っても、合計の販売額が前年を大きく上回っている（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・客単価は少し下がっているが、来客数は確実に増えてきており、それだけ売上回復のチャンスを感じている（東京都）。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・気候が良くなり、外出やイベントが増えて、いろいろなものが早めに動き出している。まだまだセール品が強いが、プロパー商材へ順調に推移している（東京都）。
	○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響はほぼ見受けられず、マーケットの回復が見込める。ただし、事業によりスピードは異なり、フォーマルドレス事業、EC事業は計画を上回るものの、呉服においては回復にしばらく時間が掛かる見込みである。物価上昇が落ち着けば追い風になる（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・当店自体は訪日客の緩やかな回復を実感できているが、市況の回復を肌で感じるほどではない（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・2月に入り、新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類への引下げが既定路線となり、行動制限のない商流である。完全なる出口ということではないが、ウィズコロナが続くなか、規制緩和が更に進むと考えると、市場の悲観的な見方が薄れることにより安心感が醸成され、楽観的な市場環境に変わるとみている（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車、サービスと需要月を迎え、計画どおり推移している。ただし、中古車の市況が悪化し、計画を下回っていることが懸念材料である。
	○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・原油価格や新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きからか、各油種共に3か月前よりは若干の売上増加がみられ、前年度比でも若干増加している。しかし、新型コロナウイルス感染症の発生前から比べると大きく減少している（東京都）。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・昨秋に施設の一部改装を実施した。新規導入店舗を中心に、好調を継続している。
	○	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・2月度の売上は、2019年比で75.8%となっている。1月までは70%を超えることはなかったため、僅かばかり回復の兆しが見える（東京都）。
	○	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・通常、2月は閑散期だが、前年に比べると明らかに来客数が多くなっている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・2月に入って、1月の新年会を後ろ倒しで2月に行っているようなイメージで予約が入っている。会社側から集まっの飲食にOKが出たという話も客から聞いている（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和されるめどが立ったことから、短期的、衝動的な購買意欲が高まっている。このままこの勢いが続けば有り難い。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・中小企業でも賃上げについて検討しているところが増えてきている。一方、対応できずに労働環境の悪化が進んでいる会社も多く見受けられ、ますます2極化が進む。最近の客の動向を見る限り、全体的には景気は良くなっている(東京都)。
	○	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	来客数の動き	・2月は新年会と歓迎会の合間ということもあり、例年居酒屋利用は落ち込みがちだが、今年もその傾向がみられ、売上が落ち込んでいる。しかし、3月については早めに予約が入り始め、中旬にはマスク着用の考え方も見直されることから、景気が回復すると期待している(東京都)。
	○	その他飲食〔カフェ〕 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、12月頃から客が戻ってきている。前年比で飲食が150%、物販が100%となっている(東京都)。
	○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も収束に向かいつつあり、宿泊部門においては延長となった全国旅行支援がかなり利用されている。一方で、宴会部門は法人利用がまだ鈍く、回復は道半ばである。5月8日に向けて徐々に状況は良くなっている。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行は東西の人気テーマパーク、沖縄を中心に引き続き好調である。ただし、単価は安い(東京都)。
	○	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・旅行業界も団体旅行が復活してきており、景気の回復を感じる。
	○	タクシー運転手	それ以外	・コロナ禍で観光業や飲食業は抑制されて苦境にあったが、ようやく新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきたようで、話題に上らなくなっている。ウィズコロナという新たな段階に向けて明るい兆しが見えてきているが、昨今タクシー業界は運転手不足で四苦八苦している。ちまたでは客足が伸びてきて、稼働している運転手は連日忙しく、ほくほくしている(東京都)。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前の売上に戻るのには、さほど遠くないというか、目前のような気がする。しかしながら、前年11月に運賃が上がっているのでも、実質的には新型コロナウイルス感染症の発生前の7～8割である。景気はまだ弱さを感じる。生活様式が変化していることも大きな要因である(東京都)。
	○	通信会社(社員)	お客様の様子	・CMの引き合い案件もあり、上向き傾向を感じられる。ただし、中止となった大口案件の復活はなさそうなので、新しい客にシフトしていかなければならない(東京都)。
	○	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・ようやく新型コロナウイルス感染症も落ち着き、人々の往来も活発になってきている。今まで精神的に抑えられていた部分が徐々に開放されつつある。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕 (支配人)	来客数の動き	・学生やファミリーの来場が増えている(東京都)。
	○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・若干だが客の動きが活発になってきたようで、新築売りアパートの問合せが増えてきている。今後の金利上昇懸念による駆け込みもあるとみている。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・前月から今月にかけて、新型コロナウイルスの感染状況がかなり改善してきたこともあり、人出が大分良くなってきている。当地域では観光客もかなり増えており、その中でも外国人客が急激に増えているように感じている。それだけでは商売について余り良いとも悪いとも言えないが、以前に比べれば大分回復してきている。ただし、まだ新型コロナウイルス感染症の発生前の9割程度である。
	□	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	来客数の動き	・今月は特に来客数が少ない。
	□	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	来客数の動き	・米国の利上げの影響による株価低迷もあり、景気が良くなっている気がしない。来客数も相変わらず少ない。
	□	一般小売店〔傘〕 (店長)	来客数の動き	・引き続き来客数の伸びがない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず品物の動きも客の購買も今一つ伸びない。新規の受注も取れず苦戦している。既存客からの注文で何とかつながっているような状況である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末向けの受注量が、円安の影響を受けて余り伸びていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前年とは商環境が変わり、来客数が大幅に減少し、それに比例して食料品が苦戦している。売上構成比の高い食品の苦戦で前年より落ちているが、前年に行っていない高額品を各種展開した店外催事が好調に推移し、店の売上を押し上げている。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値な商材への関心は依然として衰えていない。バレンタインや卒入学、春物ファッションなど、中間層の関心が高いオケージョン需要も盛り上がっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが増えてくれば上向く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・値上げの影響等で来客数や買上点数が減ったカテゴリもあるが、春物アパレルや雑貨の動向は比較的上向きであり、客自身が投資するところとしないうところを分けている様子が見受けられる。結果として、全館の売上伸長率は横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が前年比94.8%と落ち込んでおり、最悪の状態になっている。客は安価な物しか買わず、関連で並べている商材などは買い控えというか財布のひもが固いというか、購入してくれる様子がない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・商材の値上げにより1品単価は上がっているものの、買上点数や客単価に若干の影響が出てきている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げの影響で単価は前年を超えているものの、買上点数が微減で、来客数は大きく落ち込んでいる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・原材料費の高騰により弁当類、すし類の価格を若干上げたが、売上点数は変わっていない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価が継続して上がってきている分、販売量並びに来客数が落ちてきているため、相殺されている状況が今も続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・日々の買物状況を見ると、値上がりの告知や、サバの不漁で缶詰の品不足が報道されると、すぐに店頭に影響が出るあたりに、客が価格や品不足に敏感になっている様子がうかがえる。今後も食品を中心に価格上昇による客単価アップはあるが、買上点数の増加までにはつながらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・店舗の立地によってまちまちである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	単価の動き	・3か月前と比べるとそこまで大きな変化はない。来客数は多少の増減があるが、単価に関しては大きく変わっていないので、景況の変化はさほど感じない。景気が良くなれば来客数も多くなり、単価もやや上がるが、ここ数か月ではそのような動きも余りみられない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる、新生活需要の立ち上がりも良くなく、下見に来る客が少ない。生活必需品なので故障での買換えはあるが、故障してはいないが買い換えようという客は明らかに減っている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・毎月商材の値上がりがあり、電気料金などの上昇の影響も確実に出ている。1人暮らし向け商材の需要も少ない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響があるのか、配車が非常に遅れているということで、売上がなかなか上がらない状況が続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売は前年並みで、サービス部門は微増である。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・納期の長期化により、納車の早い車を探しているユーザーが多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・来客数は増加傾向にある。メーカーも増産になり、多くの客に納車できるようになり、利益を確保できている。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長代行)	それ以外	・半導体不足が依然として続いており、納期の長期化が改善されない。納車ができず売上を計上できないので、収益に影響している(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属](統括)	来客数の動き	・来客数は回復してきているものの、販売量の増加にはつながっていない。現在は販売単価の上昇によって売上を維持している状況である(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター](統括)	お客様の様子	・物価上昇が止まらず、先行き不安で財布のひもが固い(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきているものの、先行きにまだまだ明るい見通しが立たない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてからは少しずつ客が戻ってきて、売上もそこそこあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べればやはり少ないので、景気が上向きか下向きか現段階では分かりかねる。恐らく良くなっていくとは思いますが、まだ分からない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制は徐々に緩んできており、人流も一時よりは回復しているものの、物価上昇のあおりを受け、メニューの価格据置きは難しくなっている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・物価上昇はあるが、今のところロードサイドの観光地的な飲食店にはまだまだ車利用の客が来ているので、前年よりはうまくいっている。しかし、仕入価格が大分上がっていることで利益は圧迫されている。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・繁華街で飲食店をやっている。ランチは少人数ずつではあるもののまだ人が動いているが、ディナーの時間帯はほぼ人が動いていないというか、皆帰ってしまっただけで歩いている人もいない。
	<input type="checkbox"/>	その他飲食[給食・レストラン] (役員)	販売量の動き	・給食事業においては、料飲部門で新型コロナウイルス感染症の影響が継続しており、社内での宴会等の販売量が低迷している。回復にはもう少し時間が掛かりそうである。さらに、原材料、水道光熱費の高騰が追い打ちを掛けており、価格が下方硬直的なだけに価格転嫁が長引く可能性がある(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客からの問合せ等はあるが、なかなか決定まではいかない。余り良い状態ではない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症を理由に催行が延期や中止になることはなくなったものの、景気の良さあしを判断できる材料はない。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・客の動きは通常どおりだが、たまに少し忙しくなると、乗務員の不足により、タクシー車両が足りなくなることがある(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・サラリーマン客の昼間の動きがやや上向いている。また、高齢者も近距離だが寒さで乗車してくれている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向でも、自粛により人出がない状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・格安スマートフォンへの乗換えの流れは変わり、端末転売を目的としたものと思われる契約数が増えている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・業界的には特筆すべき変動はみられない。客や取引先から物価高に対する不満は聞かれるものの、解約や受注減少に目立った数値的な変化は表れていない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・サービス単価は若干落ちているものの、販売量は前年同月並みで推移している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	販売量の動き	・前年同月比ではグロスの進捗は変わらない。他社切替えの解約が少ないことで、純利益は前年を超過しているものの、グロスの進捗が景気にも連動してくるので余り変わっていない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に必要最小限の内容を選択する意識は相変わらず強い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（経理担当）	単価の動き	・通信費は家庭内の固定費削減の対象になっており、安価なプランへの変更が続いているため、売上が毎月減少し続けている。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・安くて良い物を求める姿勢は依然として根強く、良い物は高くなることにまだ理解を得られにくい（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・加入者数の純減が継続しており、収入が減少している（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・電気料金を始め、物価の上昇を背景とした買い控えの影響がある。営業努力で改善を図っていることもあり、状況としては軽微な影響となっている（東京都）。
	□	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・天候に左右されるところが大きく、来客数の増加は難しいが、販売単価が上昇傾向にある。
	□	競輪場（職員）	お客様の様子	・相変わらず、来客数はデイナイトで合計150名ほどである。500名ほど入らないと、コンテンツ内容的に厳しい状況が続いている。タレントを呼ぶことで少しでも客が増えればと考えて、定期的にイベントの同時開催も検討している。
	□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類に移行することが決まったが、客の動きはまだ変わらない（東京都）。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・期末に向かい、終わる物件もないが、新しい物件も今のところない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年末から仕事量に多少の増減はあるものの、ほぼ横ばいが続いている。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・仕事の話は動いてはいるが、前へ進む気配はあるようでない。やはり様子見が続いているのではないかと（東京都）。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状態がまだ良くなく、既定の賃料が入ってこない。関東近郊については戻りつつあるが、都内のホテルは回復が遅れているようである。前年9月以降少しずつ良くなってきてはいるが、まだ新型コロナウイルス感染症の発生前には戻っていない。住宅の売行き及び請負工事についても良くない。
	□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・原材料や燃料費高騰の影響が大きく、建材需要が抑えられている（東京都）。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・物価上昇により来客数がかなり減少している。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・年度末でもあり、補助金にかかわる工事は忙しいが、家電は今一つである。なかなか販促活動ができていないが、様々な物の値上げによりユーザーの購買意欲はかなり減退している。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・毎回同じような回答になってしまうが、収入に対する物価やエネルギーの高騰で、財布のひもが固まっている。
	▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・弔事の志の返礼ギフトに動きがあり、売上は伸びたものの、来客数は減少している。
	▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数の落ち込みはずっと続いていることだが、それ以上に買上点数が落ちてきている。1点単価は上がっているものの、補うような売上にはならないので、非常に厳しい状態が続いている。
	▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がったため、買物を必要最低限にしている。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・値上げが毎月のようにあるため、節約意識が働き、買上点数が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・単価の上昇より販売点数の落ち込みが激しく、売上が落ちてきている。特に、値上げ幅が大きいカテゴリは影響が大きい。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少も要因の1つにある。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・買上点数、客単価共に低下し、売上が前年比80%台まで減少している。客単価も売上同様前年比80%に下落しており、改善の見込みがない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・粉や油、卵などの商材が入ってこないことと、それにかかわる物のほとんどが値上がりしているため、購入量が少ない。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価や水道光熱費が上がっていることから、買い控えが起きており、単価が下がっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2022年10月以降、売上は前年を上回っていたが、2月は前年を割っている。販売金額が減少しており、たばこの売上が顕著である。禁煙している客も多く、どうしてもたばこがやめられない客は単価の安い銘柄にシフトしている。通常商材でも同様の傾向である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来客数、売上共に2けた減少している。客は必要な物をしっかり吟味して購入している。
	▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・食料品や光熱費の値上げで洋服代までとても回らない、買うのは必要最小限の物だけという話を何人もの客から聞いている。
	▲	衣料品専門店（従業員）	お客様の様子	・電気料金の高騰で家計に影響が出ているため、買物に対しても買い控えがあり、厳しい状況である。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・ウクライナ情勢の影響もあると思うが、原油、食料品、小麦、いろいろな物が値上がりしており、良くないと客が話している。特に、電気、ガス代などは相当値上がりしているために、新車の注文時にそういう話が出てきて値引き交渉をしていくということがある。全体的には景気は良くない（東京都）。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・車を購入する客は家族が多いが、物価の上昇や水道光熱費等も上がっている影響か、決算期なのに動きが鈍い（東京都）。
	▲	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・リフォーム業においては、高額工事での客の投資判断がより慎重になっている。電力を始め様々な分野で今年も値上げの動きがあるため、生活防衛意識が働いているようである（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数が以前に比べて大分落ちており、売上も比例して減少している。
	▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束してきて、今まで稼ぎ頭だった関連商材の動きが一気に止まってしまい、全体への影響が大きい。
	▲	高級レストラン（役員）	それ以外	・前月同様に、来客数の動きは回復基調ではあるものの、原材料費、光熱費などの継続する物価上昇や人手不足による人件費増加により、景況感としてはマイナス方向である（東京都）。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策での公的制限がないため、予約もそれなりに入っているが、閑散期ということもあり、12～1月のような勢いはない。食材や人件費の高騰、電気代、ガス代の値上げなどにより、販売価格の大幅な値上げが足かせとなって販売量が伸び悩んでおり、人員不足もあいまって厳しい状況にある。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・旅行支援がマンネリである（東京都）。
	▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月は受注が増加したが、今月は商談案件が増加していない（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、契約変更共に今までより安価なサービスを選択する客がほとんどである。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・当社は電力の小売販売も行っているが、昨今の電気料金の燃料調整費等の負担が当社に掛かってきたので、ほとんど利益がなくなってきている（東京都）。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の流れが激しく、レジャーへの消費動向は消極的に感じられる。また、電気代を含む光熱費の上昇が経営を圧迫している。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月は降雪はあったもののクローズの影響は想定範囲内であり、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少効果もみられ、冬季としては高稼働率で推移している。一方、レストランの稼働回復は緩やかで、プレー後の飲食の動向にはコロナ禍以前から行動変容が見受けられ、影響は軽視できない。原材料や資源エネルギー価格の高騰により固定費が膨張しており、稼働率は改善しながらも厳しい経営環境が続いている。
	▲	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	それ以外	・光熱費や物価が上昇している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・総合的に売上が減少している上、客の購買意欲も感じられない。年々売上が落ちている。
	▲	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・3月度が非常に悪く、これから先どうなるか心配である。1～2月度が大変悪かったため、それを踏まえて何とか盛り上げようと営業を頑張ったのだが、同業他社との競争が激しくなり、思うようにいなくなっている。2月は大変悪くなっているなかでも少し光が見えたのだが、今月は人手不足、全体の景気の悪さ、物価の上昇が営業に響いている。
	▲	設計事務所(所長)	単価の動き	・資材等の価格高騰により設計上の工事予算が見込めない状況が続いている。非常に困ったものである。
	▲	設計事務所(職員)	それ以外	・例年12～2月の受注は伸び悩み傾向にある。今期は受注額も少ないが、発注自体が少ない、あるいは小規模化しているように感じる(東京都)。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約73.3%となり、3か月前と比べても約11%落ち、景気はやや悪くなっている。前月、前々月に比べると新規来場者数、商談数共に増えてきている。販売量も増えているものの、ここ2か月が余りにも悪かったため、今月はまだ悪い。キャンペーン展開、新商品の発売を行って何とか集客数を維持している。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・例年に比べて受注が伸びていない。
	×	一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・3か月前頃から価格が非常に上がっており、なかなか客に買ってもらえず、販売につながらない。販売金額がゼロという日も何日もあり、非常に景気が悪い(東京都)。
	×	一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・毎年のことだが、プレミアム付商品券が発売され、今流通しているが、やはり期待をしていたほど商品券での買物は増えておらず、非常に残念である。
	×	一般小売店[生花] (店員)	販売量の動き	・取引先のコンビニが新型コロナウイルス感染症の影響で潰れてしまった。お墓に近いコンビニということもあり、かなりの量を買ってもらっていたのだが、その分がなくなってしまったので厳しい(東京都)。
	×	スーパー(経営者)	販売量の動き	・来客数、買上点数共に前年と比較して減少している。
	×	スーパー(経営者)	競争相手の様子	・前年、近隣に競合店が2店舗出店し、徐々に影響が出ている(東京都)。
	×	家電量販店(店長)	来客数の動き	・来客数が減少している(東京都)。
	×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援で需要がピークだった3か月前に比べると、オフシーズンの2月は来客数が落ちている。また、2月は人員不足で稼働を抑えている部分もあり、ロストビジネスとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・1日を通して、駅、会社、自宅からのオーダーが以前より減っている。夕方から深夜にかけてはもっと利用が少ない。病院だけは以前と変わらず利用があり、助かっている。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・関連するあらゆる物やサービスが値上がりしている。4月以降、物価は更に上昇するが、賃上げがそれに追いつかない。景気は悪くなっていると思わざるを得ない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	出版・印刷・同 関連産業(所 長)	受注価格や販売 価格の動き	・来年度予算の見積依頼が来る時期だが、値上げ対応の見積金額にて理解してもらえない取引先が多くある。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・景気は落ち込んではいないと思うが、使用する組立部品の確保の問題から、受注ができていない(東京都)。
	○	輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車メーカーの半導体を中心とした部品調達不足も徐々に解消され、増産傾向となっている。
	○	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き始めるのと時を同じくして、受注が上向いてきているが、新型コロナウイルス感染症の発生前にはまだまだ戻っていない(東京都)。
	○	輸送業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・これから繁忙期に入ってくるので、物流量が増えることを期待している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・供給制約の影響が和らぐなかで、改善傾向が続いている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきており、外出機会が増加している。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が収束しつつあり、観光需要が増えてきている。春の宿泊予約は順調である（東京都）。
	○	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先に飲食店が多く、新型コロナウイルス感染症が終息を迎えつつあるので、これから人を呼び込むためのキャンペーンを行い、巻き返していきたい（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・勤務先の営業利益が増加している（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・3月13日からのマスク着用の見直し、海外旅行客の増加や訪日客の集客が見込まれ、新型コロナウイルスの新規感染者数も劇的に減少しているため、春休みからゴールデンウィークにかけて国内外共に旅行者が増え、それに伴ってアパレル関係も好調の兆しがある。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきている結果である（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料、包装資材の再度の値上げ案内が続き、価格を上げざるを得なくなり、客の買上点数が減っている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・仕入価格の高騰が続き、利益率は更に低迷している。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末と比べて諸物価が高騰し、当社製品の販売単価も多少値上げできたが、数量は低迷したままである。特に、一般雑貨用途での落ち込みは大きい。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいた医療品容器の受注に回復傾向がみられるが、仕入れや電気料金等の諸経費が値上がりしているため、利益は上がらない。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・見積りをして、材料や他の価格が上昇しているのので、早く決まらなと見積直しが出たりして二重三重の手間が掛かり、大変苦労している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一部の業界ではそれなりに回復しているが、全体的に見るとまだ消費生活は回復していない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・今月はたまたま好調だったが、まだまだ先行き不安である。
	□	輸送業（経営者）	それ以外	・取扱量が増えないなか、納品先の閉店が続いている。また、燃料を始めとする資材の高騰など、収支悪化の要因が多く、厳しい状況が続いている（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に思った以上に物量が増えなかったことと、燃料費の高騰が続いていることで、収益が伸び悩んでいる。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・原材料及び人件費の高騰は想像以上に厳しく、価格転嫁ができない中小企業が非常に大きな負担を負っている。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・商業テナントの売上は、新型コロナウイルス感染症の発生前とまではいかないが、かなりの水準まで戻っている。ただし、人手不足は深刻で、営業時間を延長できずに苦慮しているようである（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣商店街の飲食店を窓ガラス越しにのぞくが、店が満杯だった頃と比べて、やはりどの店も客入りが悪い（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・まだまだ資金繰りが厳しい会社や、社会保険料を延滞している会社が見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の話では、物価上昇などの影響により、客の価格、購入決定への意識がよりシビアになったと感じているとのことである。
	□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・2～3月は入札案件のシーズンで、決定するまで売上の予測がつかない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の2月よりは良くなっているが、繁忙期だった3か月前と比べると受注量が少なくなっている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・印鑑やゴム印、軽印刷、名刺印刷などを行っている。店頭での個人客と企業への納品の仕事がある。新規の会社設立印は、3か月前の11月は2本あったが、今月は1本もない。例年の2月に比べてやはり低調だと感じている（東京都）。
	▲	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注量が少しずつ減ってきており、動きがやや悪くなっている。
	▲	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・資源高、米国の景気等で先行きが不透明であることから、在庫が積み上がり始めているという情報がある。
	▲	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・取引先に話を聞くと、相変わらず忙しいところと新規受注が取れていないところがあり、明暗がはっきりしてきている。トータルではやや悪くなっている。
	▲	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・電子部品、特に半導体製品の大口価格の下落傾向が続いており、業績及び従業員への影響が出てきている。
	▲	精密機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・3か月前に比べて明らかに生産調整が露骨になってきて、100日分程度の在庫を抱えている。また、部品供給において一律に納期を遵守できていないため、上場企業の完成品メーカーが固定費などの削減を図るなどで大きな生産調整を行っており、中小企業に影響が出始めている。
	▲	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・値上げ申請ができていない（東京都）。
	▲	金融業（総務担 当）	取引先の様子	・小売業では、食品関係の原材料費アップに伴う値上げにより、客が買い控えをしており、売上が減少している。運送業では、燃料費の高止まりにより利益が縮小している。建設不動産業では、住宅機器の価格高騰により物件価格が上がり、やや販売が低迷している。飲食業は新型コロナウイルス感染症の影響もやや和らぎ、売上が戻りつつある。総合的に見て、景気は低迷している（東京都）。
	▲	不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・賃貸の動きも前月と余り変わらない。学生が少なくなったのか、特にワンルームの動きが鈍いようである。都内の業者のチラシに「担当営業マンに個人的に報酬を払う」との印刷があったが、良くないことである。営業は客の要望をきちんと把握して、満足してもらえるように動かなければならない。各種団体の新年会、会合、受賞の祝賀会などが徐々に開催されるようになり、大変喜ばしい（東京都）。
	▲	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、材料費、燃料、電気代の値上がりに加え、取引先との値上げ交渉の難しさ、大手企業での4月からの賃上げの影響と三重苦の状態であり、人材採用にも大きな影響が出ている（東京都）。
	▲	その他サービス 業〔廃棄物処 理〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・製造工場等の取引先の稼働率低下が回復せず、受注、売上共に前年同期以上に減少している。
	▲	その他サービス 業〔ソフト開 発〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・取引先からも厳しいという話しか聞かない（東京都）。
	▲	その他非製造業 〔商社〕（従業 員）	受注価格や販売 価格の動き	・会社の業績から判断するとやや悪くなっている（東京都）。
	×	建設業（従業 員）	取引先の様子	・世の中の景気がかなり悪くなっているため、皆不安を感じている。
×	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・第2四半期から明らかに低迷している（東京都）。	
雇用 関連  (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （経理担当）	採用者数の動き	・求人数、求職者数共に増加傾向が続いている。各企業とも人材不足感があるなか、派遣市場としては繁忙となってきた（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・人材不足が顕著であり、求人に対して候補者の人選が追いついていない。
	□	人材派遣会社 （社員）	それ以外	・物価は上昇しているものの、身の回りでは旅行や観光などのレジャー関連が活発になっている（東京都）。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・観光業界に特化した人材派遣会社だが、ホテルや旅館を始めとする雇用の確保に進展がみられない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・依然として求職者の総数が減り続けており、差別化ができない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材サービス全体で前年比2けたの成長率であり、特に官公庁向けのアウトソーシング事業が伸びている。一方、派遣事業自体の伸びは鈍化しており、不安要素となっている(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業、特に自動車産業界では相変わらずエンジニアニーズが多く、依然として景気の良さがうかがえる(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することで、様々な措置が緩和され、求人数が増加してくるのではないかと想定しているものの、まだ確定的ではないため、継続してウォッチしていく必要がある。
	□	求人情報誌制作 会社(営業)	採用者数の動き	・ここ数か月を比べても求人数は増加している。しかし、求職者数は減少傾向にある。幾ら求人数が増加して、採用を望んでいる企業が増えたとしても、採用者数が伸びていなければ、企業にとっての成長は見込めないのではないかと。
	□	求人情報誌制作 会社(広報担 当)	採用者数の動き	・物価高、電気料金の高騰等、不安要素はあるが、周辺企業や当社では中途採用が続いている(東京都)。
	□	職業安定所(職 員)	採用者数の動き	・前年に比べて正社員の新規求人数が増加しているが、物価上昇の影響で就職活動が活発になっているのは高齢者で、求人側の求める人材とのギャップがあるため、就職数の伸びにつなげていない。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は飲食、宿泊、小売業を中心に前年同月比で約20%増加している一方、求職者数はやや減少している。このため、就職数が伸びていない(東京都)。
	▲	求人情報誌制作 会社(経営者)	求職者数の動き	・求人を出しても採用決定に至らず、結果的に営業時間の短縮や事業の縮小につながり、更に賃上げの流れとともにますます人材採用に窮している(東京都)。
	▲	求人情報誌制作 会社(所長)	求人数の動き	・ドライバーの募集が増えている。2024年問題が理由だと思われる。
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前と比べて10%強、前年比で20%強と減少幅が大きくなっている。加えて、12月以降3か月連続で前年同月を割っているため、景況の悪化が本格化し始めている(東京都)。

## 5. 甲信越(地域別調査機関:株式会社日本経済研究所)

(-:回答が存在しない、\*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (甲信越)	◎	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・宴会や食事会等の予約時の料理単価が上がっている。来店回数も増えてきている。
	◎	遊園地(職員)	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルス感染症の流行により、団体予約のキャンセルや一般客が大幅に減少していたが、今年は、全国旅行支援が延長となり、旅行に対する機運が高い状況が続いており、前年と比較して、来客数が増加している。
	◎	その他サービス [葬祭業](経営者)	お客様の様子	・今月は過去最高に並ぶ葬儀依頼の多さである。ここ数か月は、寺を呼ばずにお別れの会の後に、葬儀、火葬をして終了という流れが定着してきている。また、住宅の解体等の依頼もある。
	○	商店街(代表者)	お客様の様子	・今月2回の祝日を中心に、旅行クーポンの使用が増加しており、売上の底上げになっている。
	○	百貨店(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症によるまん延防止等重点措置の反動もあり、買上単価が上がってきている。また、若干のインバウンド需要もある。
	○	スーパー(経営者)	それ以外	・前年比で売上は15%減、来客数は22%減となっている。来客数は20~30%減だろうと予想していたとおりである。ようやく新型コロナウイルス感染症も収束してきたようで、仕出しに関しては、2月半ばから注文が多くなり、2つの地域でほかに頼むところがないからと弁当注文をもらっている。客は「お金はたくさんある、新型コロナウイルス感染症で使っていなかった」という感じであり、これからイベントが多くなると肌で感じている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・段々天候が良くなって暖かくなれば、客の動きや販売量もきっと増えると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年度末も近づいているせいか、近隣で工事が多く、現場関係の客の来店頻度が上がっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、客の動きが活発になっている。新車購入目的での来店も増加しており、受注は伸びている。
	○	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いていた状況から、今月に入って来客数、客単価共に微増ではあるが、前年を超えてきている。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べると販売量は非常に増えている。ただし、波も非常に大きい。それでも前年と比べれば非常に良い伸び方をしている。物価が非常に上がっているため、仕入価格が高騰している。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたので、客も少し動いてきているようだが、トータルで見ると、現状はやや良くなっているものの、先行きは分からない。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終わりが見えてきたからか、フリーの客が多少増えている。宴会の動きは悪いながらも少し入るようになってきている。平日は駄目なままで、週末に人が出るようになったので、会社などはいまだに宴会禁止のまま個人的に飲みに来ているようである。国から会社の宴会禁止の解除を要請してもらえれば有り難い。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・個人利用は一時の勢いは薄れてきたものの、大幅に減少することなく推移している。また、団体や法人利用が着実に増加傾向にある。各種助成制度の爆発的な勢いはないものの、1組当たりの利用人数が増え、結果として、回復、増収傾向にある。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・前年がかなり悪かったこともあるが、今月は前年比125%くらいになりそうである。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が増加している。宿泊施設やスキー場で、多くの外国人客を見かけるようになってきている。
	□	一般小売店〔薬〕（経営者）	お客様の様子	・物価が上がり、皆、非常に困っているものの、消費自体は特に変わらず、今までどおりである。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・相変わらず、ピーク時間帯の客の来店が、低調である。一時的に今までのようなピークの時間帯もあるが、その時間は非常に短く、余り良い状況ではない。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・修理関係の仕事はほんの少し出てきたものの、オーダーはまだまだである。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・世界情勢による先行き不安と品不足による物価高騰が影響している状況に変わりはない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は若干、目標を上回っている。車両販売は例年2月から、問合せや販売台数が増加するが、今年例年に比べて低い。物価の高騰がボディープローのように、じわじわと家計を圧迫しているのではないか。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前回同様、期待感を含めて、若干上向き感があるため、変わらないとしている。例年どおり、2月と8月は閑散期である。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きが悪いまま変わらないと回答したが、これ以上悪くならないようにするため、毎月、本当に大変である。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前の11月は、全国旅行支援は40%の割引があった。2月は割引率が20%と下がっており宿泊客は若干減っているものの、11月と変わらず動きはある。また、先日はアイドルのコンサートが開催され、市内の宿泊施設が満室になる等、動きは出ている。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・国の施策である全国旅行支援が終了する予定が延長になった期間なので、本質的なところがつかめないが、旅行需要が高まってきていることは確かである。3か月前より若干のこぼこはあるものの、売上は良いまま推移している。しかしながら、地方によってやや需要の差が出ているようである。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・前月と比較して、特に上向いている様子はない。一時的な刺激策としてイベントの活用があるが、費用やリソースを考慮すると、継続して実施できない。
	□	通信会社（社員）	来客数の動き	・現状では新規顧客につながる来店が、年々落ちてきている。これが変わることはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・今年の予約状況も例年と変わらない。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向になってきているものの、客の動きは余り変わっていない。団体や法人の利用が戻っていない。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・相変わらず依頼数は多く、1人で数件の担当を抱えている。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・自治体のプレミアム付商品券等の施策も終了したが、消費意欲は全く見えてこない。地方では賃上げの話題さえなく、物品の値上げだけが騒がれるなかで、消費は冷え込んでいる。
	▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の反動か、価格上昇による節約志向か、買上点数に陰りがある。
	▲	スーパー（副店長）	お客様の様子	・多くの商材や電気代の高騰により、1品単価は上がっているものの、客の買い控えにより買上点数が減り、結果として売上は横ばいか低下傾向である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・収入が変わらず、食品、日用品、燃料等に掛かる費用が増えているため、やや悪くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・光熱費や燃料代の価格上昇が影響している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資材の値上がりの影響で、工事計画が先送りになる事例が増えている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・街のシンボルだった百貨店が閉店し、中心街の魅力とは何かを改めて考えさせられる。商店街に新規開店する店もあるものの、夜の飲食店ばかりで、昼間の物販はますます寂れる。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・電気代の高騰で悪くなっている。
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・3か月前の秋は団体客はなかったものの、行楽シーズンと全国旅行支援が重なり、首都圏からの個人客の需要が増えたため、新型コロナウイルス感染症の発生前と同等の売上まで回復していた。冬季は地元団体客の新年会や自治会の会合等が主な売上になっているため、いまだに団体客需要がないため売上はコロナ前の66%しかない。年明けから第2期の全国旅行支援が実施されているが、当地では降雪があるため、首都圏からの個人客の動きは少ない。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は多くなってきているが、エネルギーコストが高騰しており、利益を圧迫している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・短納期で少量生産ではあるものの、受注は続いている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の主要店舗のインバウンド需要に期待をするものの、受注量は一方向に改善しない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料高や円安による製品価格上昇を少しずつ受け入れてもらえるようになってきており、売上は前年を上回ってはいるものの、各種値上がり分を100%商材価格に転嫁できないため、利益率は下がっている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は、IT関連の需要で弱い動きが続いている一方、非製造業では、観光関連でスキー客を中心にインバウンド需要の持ち直しがみられる。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、徐々に観光客が増えているようである。ただし、それとは逆に食料品等の価格高騰により、家計は圧迫されている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	取引先の様子	・降雪の影響もあり、工場見学者の減少や業務関係、酒飯店からの引き合いも弱含みで推移している。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・4月には諸物価の値上げがあると思うので、値上げ幅が心配である。
	×	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・前月辺りから、同業者の廃業や会社を売却する等、大変厳しい経営環境になってきている。
雇用 関連  (甲信越)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・相変わらず、求人側企業、求職者共に条件が厳しく、マッチングしていない。世間一般ではベースアップ等が騒がれているものの、大手企業の話であり、中小零細企業は何ら変わらずにいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は依然高い水準で推移しているものの、事業縮小や事業譲渡等、経営を維持していくことが困難な企業も見られる。また、円安や物価上昇、公共料金の値上げなども企業に大きな負担となっていることから、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近月の新規求人数は、前年同月比で増加しているものの、3か月前との比較では目立った変化はない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は高止まりしているが、選考に時間を掛けているため、高止まりに影響している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今後の新型コロナウイルス感染症対策の方向性が示され、景気回復機運は高まりつつある。ただし、折からの原材料価格や物価高騰、電気代、燃料費の値上げ等が、製造業を中心に経営を圧迫しており、景気回復の足かせとなっている。
	×	—	—	—

## 6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍が終わってきたこともあり、地元の観光市場、全国の飲食店向け商品出荷共に好調である。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・雪害もなく比較的温暖な日が続き全国旅行支援の第2弾もあってマイカー利用の個人・グループ客の旅行が増えた。観光バス利用の団体客はいまだに30%程度の戻りである。エネルギーコストの上昇で財布のひもは固い。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・直近のすう勢では、新型コロナウイルス感染症発生前との対比で90%を超える売上を継続中である。来客数は新型コロナウイルス感染症発生前との対比で70%台と振るわないものの、土産品を主体に売上が好調で、単価上昇により堅調な売上で推移している。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制も若干緩くなったため客が少し戻ってきた。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店での飲料の販売量は微増である。食事のできる店は昼の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、夜は週末に僅かであるが増えてきている。飲物中心の店は依然として来客数は増えていない。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・少しずつではあるが、販売量は増えてきている。値上げも余りしないように頑張っているが、仕入価格は確かに10～20%上がっているため厳しい。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・少しであるが就活用の靴を買いに来る親子連れや新入社員用の靴を友人と買いに来る客が増えた。売場自体がどちらかというと20～40代向けに改組されたため、結構若い来客数が増えた。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・バレンタイン催事は、新型コロナウイルス感染症の動向がある程度落ち着いたなかでの実施で、売上は想定を大きく上回る一方、オンライン販売は不調に終わり、客の行動もリアルに戻りつつある。全国旅行支援によるクーポン利用も多く、売上の底上げにつながっている。まだ寒さが厳しい日もあるが、利益率確保の観点から早めに正価販売価格の春物衣料を展開し、早期受注の取り込みをしている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行とマスク着用義務の解除が決まったことを受けて、自粛や出控えの空気感は消失し、レジャーや飲食関連の個人・法人需要が高まっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・バレンタイン時期の人の動きは、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらなかった。週末の電車内も、旅行や出掛ける人たちが多くなった。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、来客数も回復傾向にある。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は余り感じられなくなっている。客の購入マインドが大きく変化している。値上げ前の駆け込み需要もあり、高額品の動きも良い。
○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・コロナ禍の状況が明らかに改善されてきており、店舗への来客数も安定している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・11月中旬からの新型コロナウイルス感染症第8波もピークは超え、来客数も増えてきた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比100%を超えている。ひな祭りケーキの予約もある。ひな祭りパーティーなどのイベントをするようになってきた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・生活必需品は値上げの影響が余りなく販売されている。暖房器具や防寒用品も降雪や寒波により順調に販売されている。卵の入荷減少と値上がりも、販売数の減少になっているが、客にはちゅうちょしている様子はない。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ほぼ全ての店舗で売上が前年を上回っており、10%以上伸びている店舗も多い。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する客の動きは緩和されつつあり、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると低いが、客は増加傾向にある。売上金額及び客単価は非常に回復傾向にあるが、商品値上げの影響が大きい。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少とともに消費マインドが上向いている。ただし、相変わらず夜間の客の動きは良くなく、依然として停滞状態が続いている。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・行動制限が緩和されて自由に動けるようになったため、週末もコンビニに寄ってから出掛ける家族が増えた。値上げラッシュに伴い売上も上がっている。
	○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、一部の客ではあるが商品の購入度合いが回復してきた。
	○	家電量販店（店員）	単価の動き	・高価な商品が売れるようになってきた。超省エネエアコンやドラム式洗濯機、有機ELテレビなどである。
	○	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・通常、2月は厳しい客足になるが、自治体の施策により週末の来店は明らかに増加している。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月から割引と地域共通クーポンの額が減ったとはいえ全国旅行支援が3月末まで延長されたこと、当地の温暖な気候、新型コロナウイルスの感染状況が収束傾向にあることなどから、3か月前と比べると堅調に予約が入っているためやや良くなっている。
	○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの報道も下火になって、客のマインドも少しずつ改善してホテル利用にも前向きになっている。宿泊、料飲部門は新型コロナウイルス感染症発生前並みに改善し、最も悪化していた法人営業も新型コロナウイルス感染症発生前と比べ80%くらいまで回復しつつある。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・レストランは週末を中心に動きがある。宿泊は1～2月は単価が上がらず依然厳しい。宴会は少しだが食事付きの問合せも出始めた。
	○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・問合せや相談が3か月前よりも明らかに増えている。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いており、全国旅行支援を利用した旅行需要は高まっている。団体旅行も少しずつ実施する企業が増えてきた。旅行取扱量も実施案件も上向きで、新型コロナウイルス感染症発生前の70～80%くらいまでは戻りつつあり、景気上昇の気運が高まっている。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体旅行については少人数グループではあるが、件数は増えてきており、新型コロナウイルス感染症発生前の50%程度である。春以降の問合せも、徐々にではあるが確実に増えてきている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・イベントやコンサートが開催されるようになり、空港の国際線、国内線共に利用客が通常に戻りつつある。インバウンドの観光客も増えており、徐々に良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策による制限が緩和されて、客の動きは以前と比べれば良くなり、日々の売上も徐々に増加している。このまま新型コロナウイルス感染症対策による制限がない状態が続けば、もっと日々の売上は増加して、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づく。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は横ばいであるが、新規契約件数は増加傾向にあり、多少良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・積滞していた状況も解消し始めた。
	○	通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・ADSL回線のサービス終了に伴い、光回線への移行の申込みが増加した。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も収束し5類移行などの報道もあり安心感が出てきている。
	○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・2月は時折寒波が来るものの好調に推移している。2月は降雪に左右されがちであるが、雪によるクローズもなく良い数字が残せる見込みである。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・小さな催しながら、鉄道ファン対象の車庫見学や旅行代理店主催のツアーなどで観光客に動きがあり、徐々に動員数が上昇している。
	○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・3か月前のほとんど仕事がない状態からすれば、多少は改善している。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・業界の繁忙期のため3か月前より良いのは当たり前であるが、例年どおりである。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず客単価は低い、来客数は増えている。やはりイベントに制限がなくなったことが大きい。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・元々動きが少ない時期とはいえ、売上の状況が極めて厳しい。メーカーもモノが売れないため商品の廃番が多く、客の選択肢が狭くなり更に売上が悪くなるという悪循環に陥っている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・多くの客の話から、まだしばらくはこのままの状態が続く。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・賃上げが続いて次のボーナスが楽しみであるが、まだもらってみたいと分からないという雰囲気である。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べると、物価上昇により消費を控えて着実に財布のひもを固くする人と、値上げは仕方がなく経済を良くするためには金を使わないといけないという風潮に乗る人などで大きく中身が二分した。そのなかで世の中としては、どちらともいえない余り変わらない状況にある。
	□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・前月に引き続き年度末の予算消化がある。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・百貨店の回復による来客数の減少と、商品値上げによる買い控えで買上点数が落ちており、前年の売上を割った状態が続いている。
	□	スーパー（店員）	お客様の様子	・極端な買い控えの動きは見られないが、物価の優等生とみられた卵の価格上昇が激しい。野菜や果物などは天候のお陰で安価であるが、いろいろな物の値上げの影響が買物点数に少しずつ出ている。
	□	スーパー（店員）	来客数の動き	・安い商品で店を選定しており、奪い合いの状況である。
	□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・依然として来客数、客単価共に前年を下回っている。客単価の下落は回転数の低下によるものである。商品の値上げにより、無駄な物の買い控えが定着している。
	□	スーパー（総務）	来客数の動き	・前年より商品単価が上がっているため売上が若干良くなっているように見える。来客数が少し増えているため、状況は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年よりはやや来客数は増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前との比較では相変わらず大幅に減少している。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・昨秋以降、来客数は増加しており、この流れが変わらずに現在も続いている。気温が例年と比べて低い日が多かったこともあり、ホット商品を中心に温める商品の販売数が多くなっていた。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	それ以外	・人件費を上げているが、売上はそれほど増えず厳しい状況が続いている。仕入価格の上昇を価格に転嫁していることも、今一つ売上が上がらない原因の1つである。
	□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・来客数は減っているが、エアコンや冷蔵庫など単価の高い商品が例年より売れている結果、売上は横ばいである。電気代の上昇と白物商材自体の値上がり予想で、壊れていなくても買換える客が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・生活用品、食料品、ガソリンの値上げなどに慣れてしまったのか諦めたのか、必要な物には改めてしっかり金を掛けるようになってきた。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・それほど景気が悪いという雰囲気はないが、これだけ物価が上昇すると非常に不安定な状態である。
	□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・生活の基準に置くような商品価格が目に見えて上がっているため、世の中の物価が上がっていることを肌で感じる。これだけ生活に係る費用が増加してくれば、生活に余裕がないため大きな出費はまだ先、という客の言葉を強く受け止めてしまう。
	□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・売れている車種はプラグインハイブリッド車など政府の補助金がある車種で、今後の施策次第では販売台数が落ち込む恐れがある。
	□	住関連専門店 (営業担当)	販売量の動き	・持家の新築住宅が減っている。ただし、リフォーム、商業施設の新築及び改修工事が増えている。
	□	その他専門店 [貴金属] (経営者)	来客数の動き	・物価高騰のあおりを受け、消費者心理が貯蓄・節約に向かつており購買意欲が減退しているせいか、来客数が減少傾向にある。
	□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響も少し落ち着き客の外出が多くなった。イベントも以前のようにはまだないが、イベント販売の売上も少しずつ増えてきた。
	□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・諸物価上昇で、仕入価格も高くなっている。当然メニューの値段も少し上げざるを得ない。したがって、客が注文する品数も減っている。
	□	一般レストラン (従業員)	単価の動き	・物価が上がり過ぎて支出を控えている。
	□	バー (経営者)	来客数の動き	・飲食業は、ランチや夕方早い時間帯の客足は戻ってきている様子だが、遅い時間帯や2軒目へ行く客足は伸び悩んでいる。むしろコロナ禍での生活に慣れ、飲みに行く習慣がなくなっている。
	□	その他飲食 [仕出し] (経営者)	お客様の様子	・先行きに対する不安感が増している。
	□	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	来客数の動き	・コロナ禍の自粛はほぼなくなった様子である。それに加え、海外からの来日客も増え、来客数自体は2割程度伸びている。売上も同様である。
	□	旅行代理店 (経営者)	お客様の様子	・暖かくなって人出も増えてきたが、以前と違い様々な価格改定のせいか、より商品選びに慎重になっている。
	□	旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・全国旅行支援延長の効果は少なく恩恵が得られなかった。行きたい場合は割引に関係なく旅行をするような雰囲気は見受けられるが、新規予約の動きが4月以降は少ない。海外旅行需要が新型コロナウイルス感染症発生前に戻らないと、経営が大変厳しい。パスポートが切れている客も多く、次はパスポート申請のキャンペーンをしてほしい。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・悪いままである。
	□	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・現在の状況が当面続く。
	□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・コロナ禍も落ち着いてきたが、受注状況も横ばいである。
	□	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・下期以降、年明けの節目でも相変わらず来客数などの数値は好転がみられず、情勢の変化がみられない。
	▲	一般小売店 [生活用品] (販売担当)	販売量の動き	・商材の値上げがまだまだ続くなか、生活防衛のための節約意識が高く、今年に入ってから散々な状況である。
	▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数減少と買上点数減少により売上減少となっている。
	▲	スーパー (従業員)	販売量の動き	・卵不足による商品供給不足の影響がかなり出てきている。
	▲	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・2月は日数が少ないこともあって来客数は少ない。籠の回転数もいつもより少ない。
	▲	コンビニ (店長)	お客様の様子	・秋口からの悪い状況が2月もみられた。来客数の減少と比較的若い客の購買意欲の低下が著しい。物価高騰の影響が依然強い。紙媒体のクーポンを本部が大量投入したので、それを使用するために来店する客が相当数いた。30円引きや50円引きのクーポンでも効果があるということは、数十円程度のディスカウントにも敏感に反応する消費者心理があるのではないかと。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・2月期売上は前年比104.9%と好調であった。しかし、経費の高騰で利益の捻出にどの店も苦戦している。恐らく小売業界全体が抱えている課題と推測する。特に電気代の高騰は致命的で、このままの状況が継続すれば、売上は好調だが利益の捻出に苦しみ、営業が困難な状態になる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・例年なら卒業、入学を控えているため単品単価が高い物が多いが、スポーティな軽めの物ばかりで単価が低い。重衣料メーカーは工場の生産が遅れているとあって、いまだに納品されない。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・仕事に対しての報酬が下がっているという声は多く、客からは購買での節約志向を感じる。しばらく来店がない常連客が増えてきている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・決算月でもあって期待していたが、動きはそれほど良くない。来客数も予想より少ない。新車の納期はまだまだ遅く、この情報も悪い影響を与えている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・暴騰していた中古車相場が暴落し始め、オークションに出しても買手が付かない状況になってきた。新車の供給も不安定で、非常に厳しい収益となった。ガソリン価格は高止まりで家庭の光熱費が上がるなか、電気自動車は注目を集めるが、半導体の塊のような車なので、数十万円の値上げもあり自動車の販売には苦慮している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くは受注停止になっており買いたくても買えない状況になっている。新型車が出て人気グレードは発売1か月で2年待ちになり、客の購入意欲も低まっている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・全体的に売れていない。2月が売れないのは一般的だとしても、反響は少なく3月につながる分も少ないことも含めて、余り良くない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期となるこの時期に商品がなく、商談も盛り上がりならず、受注も落ちている。メーカーからも年間計画がおおよその台数でしか提示されず、4月以降に少しずつ回復していく予測という根拠のない展望で、前年同期より厳しい。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	それ以外	・物価高、エネルギー価格高騰の影響が大きい。賃上げが行われたとしても、どの程度消費が回復するかは不透明である。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・物価が上がっているにもかかわらず、給与の上昇が追いついていない。
	▲	観光名所（案内係）	お客様の様子	・寒い日が続いているため、人出は明るい時間帯のみでそれ以後は帰宅する人が多い。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・今月は暇な時期であるが、それにしても客が来てくれない。
	▲	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・やはり今月も客自身や家族が新型コロナウイルスの感染者となってキャンセルが多く出た。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話にはどうしても光熱費の値上がりが大変厳しいという話題が毎回出てくる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはりまだ新型コロナウイルス感染症が完璧に終息していないことが大きい。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客は暮れにパーマを掛けているため、1～2月はどうしても来客数が減る。
	▲	その他サービス [介護サービス]（職員）	単価の動き	・3月以降の仕入原価の値上げ要請が来た。福祉用具貸与は、介護保険の仕組みで価格の上限が設定されており昨今のエネルギー価格及び原価高騰や人件費アップ分を貸与価格に反映することは実質できない。他の介護保険サービスでは物価高騰の助成金を得られるが、福祉用具貸与事業者は除外されるなど矛盾がある。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・仕事の打合せをしても、これから景気が良くなる話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・物の値上がりが止まらない。販売量が前年の同じ時期と比べて減少した。購入意欲が下がっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・決算対策なのか、分譲住宅を短期間で完成させている会社がある。しかし、完売しているようには見受けられない。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・値上げもあって客単価は上がったが件数がまだ付いてこない。客は相見積りを取って来店するが、とにかく価格交渉が多い。徐々に収入が上げれば仕事も増える。
	×	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数の減少と同時に、商品が高くなっている分、必要最低限の物しか購入しない状況が続いている。
	×	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今まで安定していたたばこの売上が、理由はよく分からないが2月は大きく落ち込んだ。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・とにかく来客数が少なくゼロの日が続くこともある。
	×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援は大手旅行会社向けの支援のため、小規模の旅行会社にとっては販売量の増加が少ない。中には面倒だからといって利用しない客もいる。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっていると判断する。
企業動向関連 (東海)	◎	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先では来たる増産に向けて何かしようと前向きに取り組んでいる。このため当社の成約に結び付いている。ただし、取引先は資金繰りが苦しく、銀行の一層の応援が必要である。
	○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・ガソリン、電気、ガスを始め、あらゆる物価の上昇が庶民を直撃している。特に、生鮮食料品である卵の価格高騰は、毎日食べる物であり非常に家計に響く。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・前年と比べると、新型コロナウイルス感染症の収束により様々な業種で活気を取り戻している傾向にある。
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあり、前月同様に外出や遠出をする人が徐々に増加傾向にある。今月の売上は前年を上回る状況となっている。
	○	会計事務所（職員）	取引先の様子	・物価が上がっていることから、賃上げを考慮する顧客先は多い。既に冬のボーナスとは別に物価手当のような特別手当を出すところも出てきた。また、来店客の戻りが十分ではない飲食店も、コロナ禍で広まった宅配業者による出前が定着し、売上を支えるようになってきている。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・アフターコロナでストレス発散消費は継続している。人気飲食店は週末の予約が取れなくなってきて、新型コロナウイルス感染症発生前の状況が復活している。ベースアップ満額回答など、企業は賃上げ了承に大きく変わってきた。
	□	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕事量が、あるという見通しと春先から無くなるという見通しが交錯しているが、悪い一方ではなさそうである。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備投資で引き合い自体は出てきているが、具体的な話は少ない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品はリリースされたものの全体的に大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いており、取引先業界の回復が遅れている。今月も前年同期と同じような状態で動いている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料や電力料金のアップにより製造コストを抑えるのに四苦八苦している。価格転嫁も通信関連市場では競合相手もあり、思うようには進んでいない。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・生産計画上ではしばらく低いままが続くことが確定した。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・2月は通年の異動時期のため成約が伸びる月で新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いているため期待したが、マンション・戸建て住宅とも期待外れで思ったより集客・成約が伸びなかった。
	□	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料等の値上がりと半導体不足で機材などが入荷しないため、それが必要な施設の維持管理業務の場合は、見積りを提出してもなかなか来期に実施できるかどうか微妙である。全体的に価格が上がっているため、何か予算を削らなければならない状態も起き得る。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前々年来の燃料価格の高騰や人件費の上昇を受け入れられない荷主が多い。大手荷主ほど運送会社なら他にもたくさんあるという意識が根強く感じられる。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年末までは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っていたが、年が明けてからは小康状態に感じる。既に3月の話は入ってきていて、3月はまた受注量が増えるようだが、4月はどうかというところと全く分からない。売上が安定して見通せない状態である。
	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・国際情勢の変化が読みにくい。
	□	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・本年度の事業計画を総括する時期になったが、景気低迷から新規の契約や投資を控える客と半導体不足により売れる物がない自社の事情で、計画を大幅にショートする見込みである。半導体の流通量は回復し、客への提案バリエーションの幅は戻りつつあるが、投資控えが染みついた企業からは、経費削減につながる提案以外は受入れ難い雰囲気がある。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・原材料の価格高騰を販売価格に転嫁できる企業の業績は良いが、中小企業は容易に転嫁できずにいる。従業員の給与も上がっていないことから個人消費も伸びず、当面現状の景気が続く。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍も落ち着き現状は変わらない。
	□	不動産業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・分譲住宅市況が当地域においては芳しくない。工事費も高止まりが続いている。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・Web媒体、紙媒体等の広告の受注は、1年前と比べてもほぼ変わっておらず、大きな変化は見当たらない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・中小企業も少し前に値上げを行ってきたが、それ以上に価格高騰の幅が大きく利益を圧迫している。人材の獲得が難しい状況であり、機会損失を起こしている企業も少しある。材料などの仕入れや新規客の獲得等は3か月前と比べると少し落ち着いてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとまだ回復しきれていない状況である。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカー向けに納入製品の配送する運輸業者は、商売が安定しているという。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・食品関連の値上げが相次ぎ、生活者の商品を選択する目が一層厳しくなっている。生活必需品ではない商品は需要減退傾向がより強くなっている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に自動車関連は従来どおりであるが、その他は全般的に買い控えの影響等で荷動きが鈍く悪化しており、景気はやや悪くなっている。
	▲	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年の夏頃から半導体向け需要は悪くなっている。現状では更に悪くなっている。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・例年なら年度末の予算消化の注文が入る時期だが、今年は少なく残業も必要ない。新規の引き合いも非常に少ない。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大企業の生産需要は若干回復しているが、中小零細企業の需要は伸びるどころか減退している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少傾向のため、価格を下げている製品がある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・素材価格の高騰により受注が減少した。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・素材の値段が高騰し、売上はそれほど増えていないため、結果的に業績は下がり気味である。これで出荷数が減ればかなりの打撃である。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・いまだに続く物価上昇と、賃上げも余り期待できないなかで不安しかない。
	▲	輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先の話によると、半導体不足の影響で中国からの製品入荷が年明け前から遅れており、今に至っても入荷待ちとなっているそうである。我が国だけではなく中国でも製品供給が間に合わない状況が生まれているということは、景気が全世界的に低迷しているということではないか。
	▲	通信業（総務担当）	それ以外	・光熱費、食料品、その他あらゆる物の価格が上昇している。余暇に充当させる余裕がない。生活がギスギスしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子や日常生活などから、物価の上昇により日々の生活のなかで余裕がなくなっている様子がみられる。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・様々な価格高騰の影響もあり受注数が軒並み減少した。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・用紙代の値上げの影響で折込広告の出稿が減少している。生活費が上昇している影響か、新聞購読者も減少率が高くなっている。
雇用 関連  (東海)	◎	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数について、2019年の同月と比較し、ほとんどの産業分野で同等となっている。
	○	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・新規求人数は前年同期比で増加しており、年度末に向けて採用数も増加傾向にある。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車産業においては、部品供給・半導体不足が少し解消され、稼働停止人数も減り生産体制も増加傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・引き続き年度初めからの入社決定に向けて、企業の採用意欲は高い。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特に変化はない。
	□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・決して景気が上向いているとはいえないが、企業の人材不足がより深刻化しているため、求人自体に減少傾向は見受けられない。物価上昇のあおりを受けているため、人材が確保できたとしても景気回復には直結せず、目の前の受注等に対応するまでとなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣募集数は3か月前とほぼ変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・3か月前比で求人数は増加傾向にあるものの、求職者数が減少しているため、採用数は横ばいとなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が著しい。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の変更や観光施策などで人の動きは出てきているが、原料高、人手不足からの人件費高騰で、経営状況は余り良くない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・観光業を中心に動きが戻ってきた。採用イベントの出展社数も増加している。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加を継続しているが、原材料の価格高騰による収益への影響が懸念されている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は微減しているが、宿泊、飲食業、サービス業においては増加がみられる。業績に影響がないところでも人手不足感は否めない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が若干減少し、有効求職者数は僅かに増加したため、有効求人倍率が低下した。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・忘年会や新年会が終わり少し落ち着いたためやや悪くなっている。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・海外輸出に係る燃料の価格高騰やコンテナ不足等により船賃が6倍になる製造業があるなど、燃料価格の高騰による影響は依然として続いている。また、原材料の価格高騰を価格に転嫁できずに経営を圧迫している企業が多い。建設業の仕事量は、新型コロナウイルス感染症発生前に回復しているが、人材不足の状態が解消されない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (北陸)	◎	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は終息していないが、行動制限がなくなった。さらに、3月13日からはマスク着用要件が緩和されるなど、消費者マインドが行動したり、外出したりする気持ちに向かい、活動的になっている。この消費者マインドをなくす懸念事項の1つに値上げの継続があるが、直近数か月の消費者マインドは上向きだと考える。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月前半は天候にも恵まれず来客数は少なかったが、後半は大学生を中心とした卒業旅行シーズンに入り、天候にも恵まれ売上自体は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・バレンタイン関連は好調に推移し、過去最高の売上を達成した。また、マスク着用の要件緩和となる3月13日が近づいていることから、リップ関連を中心に化粧品などの動きが好調で、店全体の売上をけん引している。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・入学式や卒業式など春の行事におけるウェアや、祝いや祝返しのギフトを中心に動きが出始めている。自身への買物は節約傾向にあるが、大切な人への贈物といった需要はバレンタイン、入学や卒業関連、ブライダル祝いを中心に、新型コロナウイルス感染症発生前に近づく勢いがある。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が収まってきていることで、日常生活が元に戻るといわれ始め、客足も徐々に戻っているようにみえる。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高で買上点数は少なくなっているが、消費マインドは上がってきているようにみえる。
	○	家電量販店（店長）	単価の動き	・電気料金の高騰により節電機能が付いた高付加価値商品の販売数が増え、商品単価が上がっている。
	○	家電量販店（本部）	販売量の動き	・1月の雪の反動で回復しているが、1月と2月の合計でみると、回復したとはいえない状況である。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・遅延していた新車の入荷が少しずつではあるが増えてきたため、売上が戻り始めている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、降雪日が少なかったことで来客数が増加している。また、飲食店の喫食率が回復して滞留時間が長くなっており、買い回りも向上している。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・天候のせいもあると考えるが、新型コロナウイルス感染症も少々落ち着いてきた状態で、客の様子も以前とは違い、出歩く人が増えてきている。当店周辺も人通りが少し増えたようである。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門は、新型コロナウイルス感染症の落ち着きと全国旅行支援により宿泊者数が少しずつ増えている。一方でレストラン部門は、相次ぐ値上げにより客に生活防衛の様子がみられ、来客数は伸びていない。宴会部門は少しずつ件数が増えてきたが、1件当たりの人数は新型コロナウイルス感染症発生前と比べて明らかに減少している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・昼間のタクシー利用が多くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・子供の新生活などで新規契約の需要が増えてきているなか、家族連れでの同時購入が増えており、販売数が伸びてきている。
	○	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・全国旅行支援のお陰で個人の国内旅行は底堅く動いているが、団体旅行やインバウンドの動きはまだ鈍い。全体としてはやや良くなっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・2月は雪の影響がなく、新型コロナウイルスの新規感染者数も減ってきて、来客数、売上共に増えてきている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、雪も予想以上に少なかったが、客の動きは変わらず慎重である。電気料金の値上げや欧州での戦争拡大不安などが、自然と影響しているのかもしれない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔精肉〕(店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和を受けてか人は少しずつ増えている。しかし、販売量ではそれほど感じられず、本当に少しずつというところである。
	□	一般小売店〔事務用品〕(店長)	単価の動き	・物価上昇で、まとめ買いする客が減少傾向にある。
	□	百貨店(販売担当)	来客数の動き	・1月末は雪の影響で苦戦したが、天候要因がなくなった2月より伸長している。バレンタインのチョコレートなどでも多くの来客数があり、買上単価も高く5万円以上購入する客もいた。県や市による経済強化策の影響もあり、衣料品の売上も増加している。新生活や例年より遅くなった成人式などのモチベーション需要が拡大し、スーツやバッグ、靴などが伸びている。春に向けた旅行需要も回復している。
	□	スーパー(仕入担当)	お客様の様子	・季節が変わり、売れる商品が徐々に変わってきた印象を受ける。
	□	スーパー(店舗管理)	販売量の動き	・来客数の確保が困難ななか、既存客の買上点数増加のための施策を実施するが、利益を下げるだけで、収益に結び付かない。
	□	コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数が減少している。値上げにより販売単価は上昇し、売上金額だけをみたら新型コロナウイルス感染症発生前と比べて微増しているが、来客数は1割強減少している。経費が高騰しており、利益率も減少し、経営面では大変苦しい状況である。
	□	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・前年と比べ新型コロナウイルスの感染状況は収まってきており、客も落ち着きを取り戻している。
	□	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・依然として長納期となっているが、前年末より当社への車の配送が徐々に増えてきており、受注も現況と変わらず安定した状態で推移している。
	□	自動車備品販売店(役員)	お客様の様子	・今年は厳しい寒波があったが降雪量はそれほど多くなかったため、冬季用品の動きが例年以下であった。集客も前年を下回り、一時回復した売上も厳しい状況となっている。
	□	その他専門店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・節分以降、販売量が低迷している。昔から2月と8月は暇だといわれるため、季節要因だと思う。
	□	一般レストラン(店長)	来客数の動き	・通常人の動きが少ない時期ではあるが想定より悪い。鉄道会社の旅行キャンペーンの影響で宿泊施設は活況だったようだが、飲食店は駅周辺や一部の店舗に客が集中し、恩恵には差がある。
	□	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・2月に入り、週末や休みの前日はほぼ満室に近いが、平日の稼働はまだ少ない状態である。
	□	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・全国旅行支援で一定の効果が上がっているが、景気が良いとまではいえない。
	□	通信会社(職員)	お客様の様子	・世の中の雰囲気停滞感がある。
	□	通信会社(役員)	販売量の動き	・3か月前と変わらず、通信サービス、放送サービス共に、新規契約者数が前年同月と同程度の数で推移している。
	□	通信会社(役員)	販売量の動き	・新規契約獲得数が低迷している。
	□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕(総支配人)	来客数の動き	・新規会員がほとんど増えない。3月に予定している春休み短期教室の申込みも伸び悩んでいる。
	□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・建築資材価格の高騰が落ち着かない。
	□	住宅販売会社(営業)	来客数の動き	・常設展示場への来場者数の低迷が続いている。新型コロナウイルス感染症発生前との比較で3割程度の落ち込みが、ほぼ1年にわたって続いている。
	▲	商店街(代表者)	単価の動き	・多少の人出があっても、1日を縮めてみると売上がパツとしない。客単価が確実に減少していて、財布のひもが固い。
	▲	一般小売店〔書籍〕(従業員)	お客様の様子	・今は本当に必要なものしか購入しない。買い控えの傾向が強い。
	▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・物価高騰による買い控えがある。来客数は増えているが、買上点数が伸びない。
	▲	スーパー(総務担当)	競争相手の様子	・鳥インフルエンザによる鶏卵の高騰等、物価高が続くなかで、1円でも安い方に客が流れている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・全国旅行支援により12月まで続いていた来客数の増加は、1月以降横ばいから緩やかに減少へ転じているが、販売客室単価の増加により新型コロナウイルス感染症発生前の売上を確保している。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・建築資材の高騰に加え、光熱費、その他生活用品の全てが値上げされ、住宅ローンの固定金利も上昇しているため、新築を考える人が段々と減少している。その反面、中古住宅を購入してリノベーションする若者が増えてきている。
	×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・販促などの仕掛けをしても、動きが見られない。
	×	高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・3か月前はプレミアム付食事券により大きな恩恵を受けていたが、その反動なのか地元個人客の集客が悪化している。新型コロナウイルス感染症発生前に対して70%以下の集客しかない。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	食料品製造業 (経営企画)	それ以外	・受注量、販売量は前年同月を上回ったり下回ったりを繰り返しながらも、おおむね堅調に推移している。数回にわたって販売価格の引上げを実施しているが、原材料やエネルギー関連のほか、様々なコストアップを吸収できるところまでには及ばず、収支は大幅に悪化している。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調である一方、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらずに推移している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高止まりに加えて電気料金などのエネルギーコストも増加し、一部価格転嫁でしのいでいるが、状況はより厳しくなっている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・人件費についてはベースアップを行う会社が多く、待遇を良くしなければ人が集まらない、定着しない状況になっている。ベースアップを行うことで景気が良くなればよいが、企業にとっては材料費等が高騰しているなかで、更なる利益圧迫の要因となっている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3月決算期の企業が多く例年この時期は受注量が多いが、今期は販売量が鈍化傾向である。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・売上は緩やかに回復しているが、仕入原料の値上がりや電気料金の上昇で、利益の額は横ばいか、微減している。
	□	司法書士	取引先の様子	・資材の高騰や住宅金利の上昇が懸念材料とみられていたが、新築住宅の依頼は多い。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・どの分野も価格高騰が響いており、利益率が5～10%下がっている。価格転嫁できていない現状をなかなか脱することができない状況が続いている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官庁工事の発注が少ない。
	▲	輸送業（役員）	それ以外	・物価上昇等の影響が客先との契約価格に反映できていないため、経営環境を悪化させている。
	▲	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・前年10月以降、企業間物流の物量は減少傾向で、売上は前年同月割れが続いている。
	×	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今は同業者から良い話が全くなく、止まっている状態である。
	雇用 関連  (北陸)	◎	—	—
○		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・転職市場では派遣やパートの区分も含め安定的に出稿があり、新卒も採用が解禁される3月に向け、各企業の採用に積極的な姿勢がみて取れる。合同企業説明会などは前年度を上回るペースで申込みがある。
□		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・まだしばらくは現状維持が続くと考える。
□		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変動がない。
□		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前とほぼ変わらない。
□		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人倍率が上昇しているのは景気の活発化によるものではなく、人手不足のなかで応募者数が少ないことに起因しているとみている。求人活動しても人が来ない状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人員整理を進める会社が結構あるため、余り良くないのではないかと懸念している。
	×	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (近畿)	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・2月に入り、前年の来客数を大幅に上回る状況が続いている。特に、月前半はバレンタインイベントで開店直後から客が増えるなど、商戦は過去最高の売上となった。また、高額商材の動きも年末から好調が続いている。雑貨や宝飾品も前年比で140%ほどの伸びとなったほか、コスメ関連も130%となるなど、来客数の戻りが実感できる月となっている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・来客数は明らかに増加傾向が顕著で、インバウンドも目立って増えている。観光バスが久しぶりに多くみられるようになっている。
	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・以前のような活気が戻りつつある気配を感じている。来客数もかなり増えており、それに伴い販売量も増えている。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・インバウンド需要が回復し、売上の増加につながっている。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8733円で、今月は9362円に上昇した。ただし、前年比では約6割の水準である。
	◎	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンドが増加傾向にあり、国内の観光客も堅調に推移している。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・全体的にインバウンドや旅行者が増えて、取引先の飲食関係も少しずつにぎわっているなど、良くなっていく。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客が怖がらずに来店できる状況になりつつある。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・家族やカップルなど、複数人での来店が増えている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・郊外店である当店では、2月の来客数が前年比で5.6%増えた一方、都心の店舗は51.1%の増加と、インバウンドの回復もあって大幅に増えた。外出が増えてきたこともあり、衣料品や雑貨の売上が前年を大きく上回っている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・年明け以降、2月に入って来客数は増加傾向にある。新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着きつつあり、全ての商品群の売上が堅調に推移している。
	○	百貨店（サービス担当）	来客数の動き	・バレンタインフェアの催事を強化するため、期間限定の店舗を増やしたことで、売上の拡大につながっている。また、インバウンドの水際対策の緩和で海外の団体客が増え、高級ブランド時計や化粧品を中心に、好調に推移している。新型コロナウイルス感染症発生前の水準には回復していないが、来客数は前年比で約18%の増加となり、売上は約20%の増加となっている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・高級時計や海外ブランド品の需要が止まらない。商品が足りないだけでなく、商品によっては注文が多過ぎて予約も受けられない状況である。さらに、インバウンド売上も新型コロナウイルス感染症発生前の、約8割の水準まで回復している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・物価の上昇は続いているが、全体的には好調を維持している。特に、富裕層関連では美術品や時計が好調を維持し、中間層も春の行楽や通勤関連が堅調に動いている。また、インバウンド需要が前年比で約3倍に増えるなど好調で、人流が活発になるなか、ハレの日の市場が全体をけん引している。
	○	百貨店（店長）	お客様の様子	・2月前半はバレンタインのチョコレート売上が前年よりも10%以上伸びた。新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決定した影響か、客にはイベントへの参加意欲や解放感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決定して以降、今まで出控えていた高齢層の来客も増えており、以前の来客数に近づいている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少もあり、全店での来客数は増加している。前年比では11月が3.7%の増加で、12月が5.1%の減少、1月が9.1%の増加、2月は19.7%の増加と、来客数は増加傾向にある。1月は月後半の大雪の影響がなければ、更に来客数が増えたはずである。
	○	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・店頭の来店客による消費意欲は高まっている様子が見受けられる。物価の上昇といった外的要因によるリスクはあり、中間層への影響もあるものの、富裕層には目立った影響はみられない。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたこともあり、来客数が増えてきた。特に、婦人ファッション関連やレストランでの売上回復が目立ち、日常を取り戻しつつある。
	○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・外国人客による購入が増えているほか、来街者が大きく増えている。団体客も増え始めているが、中国本土からの動きはまだである。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・インバウンドを始めとした来街者を中心に、購買意欲が高まっている。来客数の増加以上に、販売量には増加傾向がみられる。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・バレンタイン需要が過去最高の盛り上がりとなった。プレゼント用に加えて、自分への御褒美用として、単価の高い商品が好調に動いている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・鍋料理の材料は余り動かなくなったが、春野菜や季節のかんきつ類が出てきたため、よく売れている。コロナ禍も落ち着き、人が集まる機会も増えているため、週末は家族連れの子が増えている。
	○	スーパー（店員）	来客数の動き	・毎日のタイムセールや販売促進の効果か、以前よりも来客数が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客や専門学校生の来客数が以前の水準に近づいているほか、多くの商品の値上げによって客単価も上昇している。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・一見の客が多く来店している。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・コロナ禍も落ち着いてきたことで、客の動きが以前の状態に戻りつつある。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数、購入点数共に増えている。ただし、前月や前々月と同様に、資材費や運賃などの経費が増え、利益が少し圧迫される状況が続いている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・2023年の住宅補助金関係の商品は、動きが良くなっている。特に、省エネ型給湯器などの動きが良い。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・3か月前と比べた場合、急激な気温の低下に伴い、暖房器具やエアコンの販売が順調に推移している。また電気代の高騰を受けて、値上げ前に購入する姿も見受けられる。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・前年と比べてコロナ禍の影響が弱まり、新生活需要が高まっている。また、他府県への引っ越しを伴う移動も増え、以前の状態に戻ることが期待される。
	○	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・観光や散歩などで街を出歩く人が増え、来客数も増えている。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・当地域でのキャッシュバックキャンペーンに伴い、売上は前年比で120%超となり、来客数や買上点数も前年を上回った。紙オムツなどは依然として値上げが続いているが、どうしても買うしかないといった様子である。クーポンなどをうまく活用した客の動きも見られる。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	販売量の動き	・売上は前年比で120%、当施設の客の通行量は130%となっている。
	○	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・Web限定のセール効果もあり、受注量が増えている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・販売量は前年の11月から改善が続いており、乗客数もほぼ2019年の水準に戻っている。客単価は継続して高水準を維持しており、高額商品の販売が好調である。
	○	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・季節要因もあるが、若い人の動きが良くなっている。
	○	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・1月は正月明けから動きが良くなかったが、2月中旬以降は客の動きが再び活発化してきたと感じる。団体客の動きはまだまだであるが、個人客はかなり戻ってきている。
	○	都市型ホテル (販促担当)	来客数の動き	・宿泊は、平日でも満室で販売をストップする日がある。稼働率は前月比で8%上昇し、単価はプラス80円となった。料飲部門は2月も好調で、単価の上昇はみられなかったものの、来客数が増えた。ランチは28日間の営業中、20日間で満席となり、新規予約をストップしている。
	○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、政府や自治体からは感染防止対策の緩和や廃止が発表されている。人の動きも活発化しており、特に休日の来客数が増えている。
	○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・接客カウンターのパーティションが外されるなど、少しずつコロナ禍からの脱却が進んでいる。日常生活でも、人々が開放的になってきたと感じる。全国旅行支援は縮小されたが、本来は閑散期であるにもかかわらず、一定の客による利用がみられる。
	○	都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあり、平均稼働率は80%台を維持している。稼働率は3か月前と同じ水準であるが、インバウンドや法人からの問合せは増えている。
	○	旅行代理店(店長)	お客様の様子	・販売額は以前の水準に全く戻っていないが、ゴールデンウィークの旅行や海外旅行の相談が増えたほか、インバウンドが戻ってきている。
	○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・全国旅行支援を利用した申込みは順調である。また、5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行することで、客の間で交流や外出に対するモチベーションが高まり、旅行の相談や申込みが増えている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・政府のコロナ禍に関する規制の撤廃により、外出が増えてきたようで、夜の店は特ににぎやかになっている。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設](職員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、マスク着用の緩和、日々の感染者数の減少など、経済が正常化する兆しが増えるにつれて、来客数や滞在時間も上向いている。美術品や特選バッグといった高額品の動きも、引き続き堅調である。
	○	その他住宅 [住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響によるキャンセル等が減り、予定の組みやすい状況が続いている。訪問先でもノーマスクの客が増えてきたと感じる。
	□	一般小売店[時計] (経営者)	来客数の動き	・今月は営業日数が少ない割に、来客数は安定的に推移した。相変わらず時計の販売はなく、修理やバンドの交換などの需要が目立った。春に向けて服装も軽くなるため、腕時計の存在が見直されたと感じる。
	□	一般小売店[菓子] (営業担当)	販売量の動き	・前月と同様に、販売量の動きが良くない状況である。3月になって人の動きが活発になり、贈答品の動きも良くなることを期待している。
	□	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。前年は特に前半が不調であり、その反動もあって今年は好調に推移した。ただし、商品の好不調に大きな変化はなく、依然としてボリューム層を対象とした商品は動きが良くない。客の不要不急の商品に対する購買抑制の動きは、更に強まっている。
	□	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・11~12月と比べて前年比での伸び率は改善しているが、これは主に前年のコロナ禍による影響が関係している。前年の11~12月は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていたが、1月に入って感染が拡大し、売上が減少した。一方、インバウンド関連は前月と比較して大きな変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は大きな変化がなく、堅調な推移となっている。来客数が前年を少し上回るなか、気温が少し低めとなったため、防寒商材を中心に動きが好調である。食品に関しては、1回の購買に対する予算が決まっているのか、値上げの分だけ客単価が上昇することはない。
	□	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・売上は堅調であるが、その要因は韓国を中心としたインバウンド売上である。国内客の購買は、相次ぐ値上げで力強さに欠けている。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・平均の買上点数が、引き続き前年割れとなっている。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・外国人観光客が戻ってきた反面、既存の国内客は値上げに対して敏感で、見切り商品などの利用が増えている。プラス材料とマイナス材料が相殺し合い、全体的にはほとんど変わらない。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・プライベートブランド商品が支持されている。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品の1人当たりの買上点数が、前年比で0.74点の減少と引き続き伸び悩んでいる。買上単価は、値上げの影響で103%となっているが、その分だけ買上点数が減っている。現状は、単価の上昇が買上点数の減少をカバーできていない状況が続いている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・様々な商品の値上がりもあり、必要な物以外は買わないという状況にある。商品単価は上がっているが、販売点数や来客数の減少が続いている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・食料品、日用品共に、販売量は変わらず安定している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・いまだに新型コロナウイルス感染症や物価の上昇による影響が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・周辺施設の就業者数の変動に左右される。
	□	コンビニ（店長）	それ以外	・来客数はほぼ変わらず、買上点数が少し減った一方、値上げの影響で買上単価がやや上がっている。また、鳥インフルエンザの影響で玉子が入ってこないため、牛乳やパンなどの関連商品の動きにも影響が出ており、売上は横ばいで推移している。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・日による来客数の差はあるが、売上は横ばいである。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客の出足が低調なほか、財布のひもが固い。新しい物が欲しいようではあるが、価格面で全く妥協しないため、客単価が低調である。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・光熱費や食料品価格の高騰により、必要に迫られない限り、消費は耐久消費財まで回らない状況である。
	□	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・来客数、客単価共に横ばいで、買上点数は若干減っているが、商品単価は上昇傾向にある。前月と同様に、気温の低下で風邪薬や栄養補給関連の医薬品が顕著に増えているが、嗜好品の動きは減少傾向にある。一方、食品の売上は順調に伸びている。
	□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・個人的には値上げによる負担で厳しいが、会社の景況には余り変化が感じられない。
	□	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・客室の平均単価は下降気味であるが、高額なサービスを求める客もいるため、全体としての単価は大きく変わらない。
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・客室稼働率は76.5%となった。例年は年明けが弱いですが、今年は2月も好調を維持した。3月は春休みの卒業旅行や高校野球もあるほか、現在も予約の動きが良く、稼働率は80%を超える勢いである。レストランで使用できる全国旅行支援のクーポンの影響もあり、少しにぎわいがみられる。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・物価の上昇で消費マインドが低下している。賃上げの動きは一部の大手企業にとどまる。
	□	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・これまでは全国旅行支援の影響で上向いていたが、徐々にその反動が出ており、需要が減少傾向にある。
	□	タクシー運転手	単価の動き	・前月から変化がない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・旅行の動きの増加や、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少など、コロナ禍の収束が見えつつある。ただし、物価の上昇などで、タクシーを利用する客は余り増えていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や物価の上昇で、厳しい状況は変わらない。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・販売は何とか前年の水準を上回ることができたが、ここ数ヶ月の販売は横ばいである。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・家庭での固定費が上がっているため、料金を下げるための問合せが増えている。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が収まるにつれ、徐々に来客数が戻り、売上も少し上向いている。ただし、全体的には横ばいの推移が続いており、以前と比べるとまだまだ厳しい状況である。
	□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・資材価格の値上げは落ち着いてきたが、高止まりしたままである。
	□	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）	それ以外	・不動産の取引状況には、余り変化がみられない。
	□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション、新築戸建て住宅共に、価格の高騰が続いており、徐々に販売の鈍化傾向が広がりつつある。用地の取得コストや建築コストの上昇も大きいため、利益を確保しつつ、事業規模を維持、拡大することが難しい企業が増えている。
	▲	商店街（経営者）	単価の動き	・物価の上昇で購買意欲が低下している。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・1月初旬までは動きは順調にみえたが、中旬以降は売上が良くなく、前年の悪い状況と余り変わらなくなっている。
	▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	単価の動き	・直営店での1人当たりの客単価が低下している。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上が8%ダウンしている。
	▲	一般小売店〔花〕（店長）	それ以外	・原料などの価格が、大幅に値上がりしている。
	▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・バレンタインデーなどの季節イベントは好調であるが、日常で販売している商品の動きが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも悪い印象である。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の買物動向の変化が見受けられる。商品価格や電気料金の値上げもあり、商品選びが慎重になったほか、買上点数が少し減っている。前年は、新型コロナウイルスの感染拡大によるまん延防止等重点措置の適用で、イエナカ消費が伸びた反動もあり、今年は食品全体の売上が伸び悩んでいる。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年に続き、相次ぐ値上げや物価の上昇に関する報道で、消費マインドに冷や水を浴びせている。一方、賃上げのニュースもあるが、中小企業を含めると物価の上昇には追いつかず、売上の増加は見込みにくい。
	▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・光熱費の高騰や商品価格の上昇に加え、値上げのイメージによる悪影響もあり、買い控えが進んでいる。
	▲	スーパー（社員）	販売量の動き	・前年からの商品価格の上昇により、客が商品の購入に慎重になっている。商品の単価は上がっているものの、客の1回当たりの買上数量は伸び悩んでいる。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・電気代の値上げにより、企業も家庭も予算が圧迫されている。ビジネス街では昼食代などを節約する傾向がみられ、購入金額が10%ほど下がっている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・閑散期のため、来客数が減っている。
	▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・コロナ禍も少しずつ落ち着き、来客数は増加しているが、物価の上昇で客の購買意欲は下がっている。商品を買いたいという気持ちは伝わるが、購入にまでは至らない。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は少ないが、客の動き自体が活発ではない。
	▲	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・中古車市場の相場が崩れ、週ごとに下落が進んでいる。
	▲	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・物価が全体的に上がっているため、家具や雑貨にお金を掛けられなくなっている。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品価格の高騰による買い控えの影響が、徐々に出てきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・ガス代や電気代などの価格が上がり過ぎており、全ての面で景況が悪化傾向にある。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・電気料金や生活必需品の値上げが進み、消費対象の選択が進んでいる。売れる物と売れない物の差ははっきりしており、全体的な景況感は悪い方向に進んでいる。
	▲	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	販売量の動き	・人の流れが前月よりも更に増えても、来客数は増えていない。
	▲	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・とにかく目先の物価上昇が目立ち、電気代、ガス代の負担が増えている。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・物価の上昇が続き、消費者が家計のひっ迫を実感している。飲食店も仕入れにまだまだ大きな影響が出ており、売上には大きな変化がないが、利益率が低い。また、今月は来客数が安定していない。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・本店が地域のキャッシュレス決済キャンペーンの対象に入っていなかったため、来客数がかなり減少した。政策の施策の影響もあり、スマートフォンにポイントが入る人が多く、高齢者も使い始めているが、食品の値上げにより、スーパーなどでの利用が優先されている。
	▲	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・全国旅行支援による効果はあるが、平日の来客数が伸び悩んでいる。コロナ禍の影響でリモートでの営業活動が定着したこともあり、宿泊を伴う平日のビジネス利用が減少している。
	▲	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・意外に身近で起きているウクライナ紛争と、かなりはっきりみえてきた増税への動きで、消費は間違いなく悪化しそうである。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・不動産の流通では、大手企業に客や情報が偏り、中小零細企業は営業が困難になっている。特に、コロナ禍以降はインターネット経由の客が増えたため、その流れが一層強まっている。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・電気料金などの諸物価の上昇に伴い、客の動きが鈍くなっていると感じる。
	▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	販売量の動き	・住宅展示場への出展企業の契約数は、この数か月は前年比で減少が続いている。
	×	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に、前年と比べて減っている。物価の上昇による影響か、生活必需品ではない衣料品に回すお金が減っていると感じる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・雨や雪といった天候要因の影響か、コロナ禍の影響かは分からないが、来客数が非常に少ない。
	×	家電量販店 (店員)	競争相手の様子	・競合他社の価格設定が極端に低くなっている。従来の客との信頼関係が無くなりかねない状況と感じる。正当な理由のある割引であれば、客も不安に感じることはないが、そこまで価格を下げなければ販売できない状況なのか、他社の方針に疑問を感じる。
	×	観光型旅館 (経営者)	お客様の様子	・2月の動きは鈍く、中旬からは予約も動き出したが間に合わなかった。全国旅行支援も終わって延命措置がなくなり、今後の入込が心配である。価格が安ければ、客が動くという様子がないことも気になる。物価の上昇で先行きが不安なのか、動きは鈍い。
	×	通信会社 (役員)	それ以外	・携帯電話のキャリアショップを運営している。21年度の大手通信事業者の方針変更により、手数料や運営支援金の削減に加え、他社への乗換え客の獲得は過当競争となり、運営代理店は疲弊している。端末の販売台数の減少もあり、業況は下向いている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は前年を上回っている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・外食する客が増えているようで、飲料水の売上も少しずつ良くなっている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注の内示や荷動きからみて、1月が底で、2月からは回復基調に転じており、徐々に荷動きは良くなっている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・規模は小さいが、受注が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・問合せ件数の増加がみられるが、電子部品やハーネス、コネクタの欠品で、受注のできない状況が続いている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いが堅調で、受注残も積み上がってきている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期末に向けた広告出稿が増えている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食業、小売業の取引先では、そろって買物客が増えている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として原材料価格や資材価格の高騰が収まらないなか、当社商品は値上げのタイミングがずれたため、商品は売れているが、利益の出ない状況が続いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、大きな変化はない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量に大きな変化はなく、前年比で微増の状況が続いている。
	□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量に関しては、家電や車載向けは取引先による差が大きく、全体としてはやや悪い。一方、建設材料向けは、出荷量の少ない取引先が多い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・明確に受注量、販売額が落ちている。一時的な動きではなく、産業構造に起因する変化である。サプライチェーンがうまくつながらないことで、あちこちにゆがみが出ている。製品を完成させるために必要な部品がそろわず、全体の動きが止まっている。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・円相場は落ち着きを取り戻しつつあるが、生活必需品はもちろん、全ての物価の上昇が止まらず、原材料費や燃料費の高騰が収益の減少要因となっている。3年以上にわたるコロナ禍に出口が見え始め、インバウンド効果なども出つつあるが、物価の上昇による悪影響を打ち消すまでには至っていない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政府の景気対策が不確定で安心できない。今の政府には景気を改善する力がないように感じる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビやBDレコーダーは前年を下回る荷動きであるが、冷蔵庫や洗濯機等の大型白家電は、堅調な荷動きで推移している。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着きつつあるが、市場の動きが想定よりも鈍い。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格の高騰や、不安定な納期が続いている。当初予算と現状の乖離や、しゅん工の時期が固まらないことで、計画物件の延期や凍結、縮小などが増えている。
	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・主要な取引先が外資系企業に買収され、社名も変わることになった。社内外の動揺を避けるためにも、取引内容の急な変更はできない状況である。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・セールを行っても、以前よりも価格が高いため、余り売れていない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・駅ナカ店舗では、駅や業態による好不調の偏りがみられる。飲食店は比較的好調であるが、物販はやや低調に推移している。インフレが進むにつれて、買い控えが進んでいるが、飲食店は変わらず利用がみられる。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが止まらず、価格改定の通知に時間が掛かっている。仕事は増えているが、売上のアップにはつながらない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて受注案件は増えてきたが、規模は小さく、まだまだ物の動きは悪いようである。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での販売に参加しているが、販売額、数量共に、前年比で15%減少する状態が続いている。客に購入意欲が感じられず、生活用品の値上げにより、嗜好品への支出が厳しいと感じる。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の売上が伸びてこない。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少なく、売上は少し落ちている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一般企業からの依頼が少なく、特に飲食業の仕事はほとんどない。
	▲	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築需要は旺盛な状況が続いているが、建築資材や人手の不足で原価が上昇し、収益性が低下している。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・燃料代の高騰や物価の上昇で、消費意欲の減退につながっていることを肌で感じる。このような時期にこそ、政府にはしっかりと良い方向にけん引してほしい。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・世界情勢が依然として不透明である。
雇用 関連  (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・街中でも海外からの旅行者が目立ち、観光産業に活気が戻っている。それに伴い、求人数も増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は増えつつあるが、求人の人数自体に変動はない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒採用関連の広報が解禁間近となり、前年よりも採用数を増やす企業が増えている。それに伴い、就職情報サイトへの企業情報の掲載や、イベントへの出展も増えている。ただし、求職者である学生が早期選考に進んでいるケースも多く、3月の解禁に向けた合同企業説明会や企業のエントリー数、説明会の予約数は想定よりも少ない。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・相変わらず売手市場が続いており、良くも悪くも変わっていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き求人数は伸びており、求職者が仕事を選べる状況が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症への対応が緩和されることで、社会の明るさが少しずつ戻ってきたと感じる。ただし、円安やウクライナ危機による影響は続いており、景気が好転しているとはいえない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人数に、景気の先行きを示す動きはみられない。インバウンドが回復しつつあり、旅行や観光、小売関連の求人数は増えているが、一部の業種に限られ、関西全体では盛り上がりを感じられない。新型コロナウイルスの感染第8波は収束しつつあるが、国民は既にウィズコロナに慣れており、新規感染者数の増減による影響は余りないように感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年度末の四半期となったが、例年のような年度末商戦の勢いがいない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大は一段落し、求人も増えているが、円安やエネルギーの問題もあるため、当面の動きは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少したが、前月比では増えた。前年比で増えたのは、「不動産・物品賃貸業」、「生活関連・娯楽業」、「専門技術サービス業」であった。一方、減少したのは、「教育・学習支援業」、「運輸業・郵便業」、「宿泊・飲食サービス業」であった。求人数の増減はそれほど大きくなく、景気の動向に特に影響はない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・3年間のコロナ禍の影響に加え、光熱費の高騰もあり、会社都合の離職が目立っている。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数の動きは引き続き堅調で、来年度の採用増加を検討している企業も多く、来期も採用動向は活発となることが予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・医療職の採用もコロナ禍の影響で遅れ、人手不足が顕著となっているが、徐々に対面式の採用が復活してきた。求職対象の4年生も、国家試験の結果が間もなく出るため、就職活動の最後の追い込みが始まる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・当地域の新規求人数は、前年比で19か月連続の増加と持ち直しが堅調である。近畿全体でも22か月連続の増加という状況であるが、「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」などの、全国旅行支援やインバウンド需要の増加の恩恵がある業種が好調な一方、建設業が2か月連続減少、製造業が22か月ぶりの減少となるなど、一服感もみられる。原材料費や燃料費、光熱費などの高騰で、売上は増加しても利益が上がらないという企業や、価格転嫁が困難で収益が圧迫されているといった企業は引き続き多く、求人募集を見合わせる動きも出始めているため、注意が必要である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・人材派遣のオーダー数に陰りが見えつつある。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は横ばいであるが、求職者が例年と比べて少なく、他社との競合案件が多い。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・全ての商品が値上げとなり、生活費の負担が増えている。間接的に就職活動に必要な経費も上がってくるため、学生には厳しい状況といえる。
	×	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)	◎	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、以前は客が感染を気にしていたが、最近には気にしないで来店する客が増加しており、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。また、全国旅行支援の利用客が多くなっている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・2月は閑散期なので、来客数や販売量は3か月前と比べて減少しているが、前年と比べると景気は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・地方都市でも旅行者が増えてきて、キャリーケースを引きながら通行する人が増加しているように感じる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の外出機会が増加している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が新型コロナウイルス感染症発生前よりも増加してきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が多少少なくなり、新年度に向け、景気に上向き感がある。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・売上に変化がなく、景気はまだ不安定だが、人の動きが出てきたような気がする。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が増加している。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新規客が増え、販売量もかなり増加している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2月に入り、週末を中心に、来客数が前年と比べて20%増加している。特に、ミセスを中心に家族連れや3世代での来店も多い。オケーション目的で下見に来る客も増えてきており、春物の動きも良い。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、旅行や行事への参加に伴う衣料品や雑貨類の需要が増加している。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・あらゆる方面での行事の復活や新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和などで、人の動きが活発化しており、外出対応の商品を中心に販売が好調に推移している。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくなり、転勤など移動需要もあることで、販売機会が増加している。マイナポイントも購買を促す要素になっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症から景気が回復する兆しが見られる。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることやマスク着用が個人の判断にゆだねられることなどが決まり、人々の心理が変化したことで、人流が回復している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・週末の来客数が新型コロナウイルス感染症発生前くらいまで回復している。また、客単価も上昇しており、売上は前年比でも改善を続けている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・新車の供給量が減少したことにより、2月の販売量は前年を下回っている。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・商品の増産で、景気はやや良くなっている。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・景気は、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・物価の上昇が家計を圧迫しているのか、客の目的買いの傾向が強くなり、景気は好転していない。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、行動制限も緩和されているため、来客数は増加している。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻ってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・前年はまん延防止等重点措置の影響で厳しかったが、今年はディナータイムの売上が増加している。会社関係の宴会はほとんどないが、友人同士や家族客が各曜日で増加している。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・海外情勢がやや落ち着きつつあるなか、物価高騰の影響で、個人消費は良くないが、市内のショッピングセンターや駅周辺の飲食・物販店などのにぎわいは戻ってきている。人が集まることへの警戒心が薄れ、企業のセミナー、研修会、祝賀会などが増え、大型の宴会需要が増加していることから、低迷していた宴会需要が元に戻りつつある。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることが報道されてから、予約数や来客数が徐々に増加してきており、3か月前と比べると、景気は上向いている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・閑散期であるが、全国旅行支援が継続され、観光客層には動きがあるが、ビジネス客層の回復の動きは、依然として、緩やかである。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・物価は上昇しているが、観光シーズンに入り、店の営業時間も長くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、観光客、地元客の動きがいずれも良くなり、売上に反映されている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・物価上昇のなか、ネット・通信サービス関連は、価格転嫁が進んでいないため、消費を抑制する生活スタイルにおいては、むしろ、ネットを起点に節約を図るべく、活用の幅が広がっているようである。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和されているため、景気はやや良くなっている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1日平均の売上が若干増加している。
	□	商店街（理事）	お客様の様子	・様々な商品の値上げで、客のストレスがたまっているが、バーゲンセールなどで客の動きは出てきている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるが、物価の上昇で、客の買物にとっては悪い方向に向かっている。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・ほとんどの部門の売上が、まん延防止等重点措置の適用期間であった前年を上回っているが、景気が回復したとは言い難い。
	□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・3か月前は年末に向け、来客数が増加傾向にあったが、それ以降、特に変化はみられない。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円を超える商品が売れているが、来月は分からない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品を中心に値上げが進み、消費は停滞気味である。また、週末や割引デーといった日に客が集中し、平日との差が更に大きくなっている。客のまとめ買い傾向が強まると同時に、ふだんの平日の買上点数は伸び悩んでいる。値上げが進む一方で、収入は増加していない。電気料金を中心に食料品以外の生活基盤での物価が上昇していることで、客の生活防衛意識が高まっている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・食品価格の値上げや電気料金の高騰などにより、客に生活防衛意識がみえ、安いものや無駄な買物はしない傾向にある。客単価は前年比100.4%と前年を上回っているが、中身をみると、買上点数は減少し、1品単価が上昇している状況である。
	□	スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・商品が値上がりしているにもかかわらず、客の来店頻度が増加し、客単価も上昇している。
	□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上が良くない状況が続いている。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・給料の上昇率が商品価格の上昇率に追いついていないため、景気は良くなっていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・人々の外出機会が増加している。4月に京都で開催される舞踊公演のツアーを企画したが、多くの人に参加することになっている。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外食や旅行のための買物客が徐々に戻っている一方で、電気料金等のエネルギーコストや物価の上昇により、客が支出を抑える傾向もみられる。
	□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、販売量が減少している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・決算期に入ってきていることもあり、来客数が、多少増加傾向にある。
	□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・買い控え等は感じられないが、来客数や成約率は上向いていない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は少しずつ増加しているが、販売にはなかなか結び付かない。
	□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・一般客が増加したが、観光クーポンの利用者が減少したため、全体の来客数は伸びていない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置期間中であつた前年の反動で、来客数は伸びているが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の来客数には届いていない。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきて、来客数が少し戻ってきているが、販売量は以前よりも少ない。景気は良い方向に向かっている。
	□	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援が継続しているが、前年と比べ利用者が少なくなっている。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・長期の新型コロナウイルス感染症の影響で、各企業がかなりのリストラ、部門の閉鎖を実施しており、旅行業界においても、かなりの痛手が出てきている。
	□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・2月は閑散期であるものの、全国旅行支援が継続されており、売上がもっと多くあってもよいと思うが、伸びは限定的であり、状況は変わっていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・例年2月は余り忙しくない時期なので、今月は少し景気が良くない。特に夜が良くない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率は微増である。
	□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・3か月前から特に変化はない。
	□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・年明けから予約状況は良いが、売上が増えても、光熱費や人件費など経費が増加しているため、利益は減少している。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・店に来なくなった客がいたり、年配者の中には自分で髪をカラーリングしたり、カットしたりする人がいるなど、厳しい状況は続いている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、客が商品を手にとって購入につながらない状況である。
	▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・前年に地元の行政が新型コロナウイルス感染症対策でキャッシュレス還元セールを実施し、売上が大幅に増加したが、今年は来客数が減少している。商品の値上げに対する客の買い控えは買上点数にも顕著に表れている。
	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・相次ぐ商品の値上げの影響で、これまで好調であつた特選ブランド、時計、ハイジュエリーの動きが鈍化している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めが掛からない。単価の上昇で、来客数が減少しても、売上は前年を上回っていたが、値上げが一段落し、来客数の減少が売上に響くようになってきている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・単価の上昇や卵の供給不足などの影響で、販売量が減少している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価や来客数は問題ないが、販売点数が落ちている。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・客単価は変わらないが、来客数や買上点数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価上昇のため、売上は既存店で前年を上回っているものの、物価の上昇による節約志向により、1人当たり買上点数の前年割れが続いている。
	▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・商品価格の上昇により単価は上昇しているが、来客数や買上点数は減少している。食費の予算が決められているなかで、エネルギー価格が上昇しているため、客が買い控え傾向にある。
	▲	コンビニ（支店長）	それ以外	・電気料金高騰による店舗経費の負担の増加が激しい。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比94%となったが、94%はまだ良い方で、90%を下回ることも珍しくない。
	▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が明らかに減少している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・来客数が少なく、客と話をすると、物価が上昇しても、給料は増えないという客が多い。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・様々な商品の値上げが続いている状況で、生活必需品でない商品を販売しているため、業績は少し落ち込み気味である。
	▲	その他専門店 [布地]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、景気はやや悪くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・値上げが続き、客の財布のひもが固くなっている。
	▲	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・年末と比べると、来客数は落ち込んでいる。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・電気料金が最たるものだが、生活費が目に見えて増加し、今後も増加する一方であるという情報しかない。客にランニングコストを抑制する姿勢が見受けられ、当社サービスの解約が増加傾向にある。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・生活必需品の価格の高騰や電気・ガス料金の値上がりの影響で、客の消費抑制が徐々に始まっている。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資材価格は高止まりし、落ち着きかけているようであるが、民間の動きは相変わらず悪く、景気は良くない。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客の収入に伸びがなく、住宅に予算が十分割けないため、低価格の物件を探すか、購入を見送るようになってきている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、生活ひっ迫感の強い客が増えている。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、人々が高額商品等を買ひ控える傾向がある。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月からの店舗近くの工事の影響が大きく、11月以降、来客数は減少する一方である。3か月前と比較し、来客数や売上はかなり減少している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客の購入点数が減少し、単価も下がってきている。国内メーカーよりも安価なアジア製品を求める客が多い。日本の多くの企業が中国に依存しているため、中国の経済は急成長し、国益も多くなっている。日本経済の悪化は、国民の意識を変えなければ抜本的には修復できない。
	×	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・寒い日が続いているため、来客数が少ない。
	×	通信会社（広報担当）	単価の動き	・相次ぐ価格上昇で、客もなかなか購入にいたらない。
	×	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府が国民目線の物価高対策を行っていないため、景気は良くなっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、人々の外出機会が減少し、身だしなみに時間を費やさないようになっている。このため、客の来店間隔が長くなり、来客数が減少している。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築物価だけでなく、他の消費財やエネルギーコストの上昇も続いているため、客が住宅のような大きな投資を差し控えている。
	×	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・展示場来場者が大幅に減少するなど、客の情報確保が難しくなっており、ビジネスモデルの変革が必要な市況になっている。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車メーカーの生産が好調であるため、忙しい。
	○	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上げが続いているが、仕入れや販売についての価格面は順調に推移している。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増加している。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や契約者数が増加し、景気は良くなっている。
	□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いているが、長期間のコロナ禍で、外食等の文化が薄れたため、景気はなかなか元に戻らない。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰の影響で、景気は良くならない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現在は新設住宅着工戸数の減少傾向が続き、景気が悪くなっている。3月は年度末でもあり、季節要因で良くなる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・短納期対応で多忙な部署はあるが、鉄鋼業向けを中心とした生産量が減少している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・前年末からの荷動きに変化はなく、しばらくは横ばい状態となる。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産能力以上の受注があり、超過勤務で対応している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注や生産計画から判断すると、減産傾向にある。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の価格高騰や人件費の上昇といった利益率が低下する要因が目立っている。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・国際関連の動向は正常化に向かっているが、輸出入総量に大幅な増加がみられない。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気に大きなプラスとなる要素がなく、各取引先にも目立った動きがないなど、状況は変わっていない。
	□	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高騰や半導体不足の影響で、販売価格が高騰し、データセンターの販売量やICT関連機器の受注量が減少している。以前と比べ、提案価格が下がらないことで、客が二の足を踏んでいる。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの国内生産は、半導体不足などからフル操業の8割程度の低水準が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も低水準で、工場の操業度が8割程度の企業が多い。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・消費回復や一定の値上げにより、企業の売上は漸増している。しかし、原材料費、輸送費、光熱費等コストの上昇を販売価格へ転嫁しきれない中小企業は多く、収益の回復や安定につながっていない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・現時点ではまだ動きが悪く、受注が少ない状況である。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・マーケティング関係分析業務等、企業活動の活発化につながる業務が年度末に向けて増加している。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春と秋に商品の値上げを実施したが、効果はない。秋に10%値上げしたときは、受注量が12%減少しており、厳しい状況が続いている。
▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向が悪化している。	
▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料関連の受注量が減少している。	
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の先行手配が一旦落ち着きを見せている。また、前々年より前に受注した先行手配分について、当初見込み以上に半導体や部品の価格が高騰している。	
×	—	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (副支店長)	求職者数の動き	・年度末に向けて、求職者数が増加する傾向がある。
	○	求人情報誌製作会社 (広告担当)	採用者数の動き	・2024年卒の企業の新卒採用予定数は、前年並みが5割強、増加する企業が約3割と、2023年卒以上に採用意欲が増している。企業の経営状態の好転、既存事業の拡大、2023年卒を採用できなかったことなどが主な理由である。
	○	民間職業紹介機関 (人材紹介・派遣担当)	求職者数の動き	・前月と比較し、求職者の応募数が1.4倍増加している。新年度の入社を目指す人やまだ内定がもらえていない学生層からの応募が多くなっている。
	□	求人情報誌製作会社 (HR担当)	それ以外	・求人数は好調だが、電力料金の高騰、円安、ウクライナ情勢などの影響で、景気は良くなっていない。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、経済活動、社会活動、人々の日々の生活が元に戻り、企業活動が活発化していることは確かである。しかし、物価高や商品の供給難の影響で、消費の活性化は一部に限られている。
	□	職業安定所 (雇用関連担当)	求人数の動き	・求人数は令和3年11月以降、前年同月を上回っていたが、令和5年1月は一時的に微減となっている。飲食、宿泊、卸売、小売等で求人数が増加し、建設、介護、警備等では、慢性的な人手不足が続いている。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・日勤制から2交代制にシフトするために、大幅な増員を計画している造船関連の製造会社がある。また、就職氷河期時代に採用を抑えた反動から40代中盤から後半のマネジメント経験者を複数名募集する製造会社も出てくるなど、増員を計画する会社が増加してきている。
	□	学校 [短期大学] (進路指導担当)	求人数の動き	・前年同月と比べても、景気に大きな変化はない。
	▲	職業安定所 (事業所担当)	求人数の動き	・新規求人数の受理状況を見ると、前年比で0.7%減少している。産業別では、製造業を始め、人流に直結する卸売業、小売業、宿泊・飲食サービス業が大幅に減少しており、円安や物価高騰などの影響がうかがえる。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	それ以外	・電気料金等の基礎的な支出の物価が高騰しており、低所得者の生活が脅かされている状況である。	
×	—	—	—	

#### 10. 四国 (地域別調査機関：四国経済連合会)

(－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(四国)	◎	美容室 (経営者)	来客数の動き	・卒業シーズンのため客がかなり動いている。
	○	商店街 (事務局長)	来客数の動き	・2月中旬に新型コロナウイルス感染症の第8波がピークアウトして以降、外出を控えていた高齢者層が人混みにも多く出てきたことで、週末を中心に街に久しぶりの活気があふれている。インバウンドの増加と併せて消費にも良い影響が出るものと期待している。
	○	商店街 (代表者)	来客数の動き	・2月は週末に各種イベントが開かれるようになり、人出がかなり多く大分にぎわいが戻ってきた。
	○	商店街 (代表者)	来客数の動き	・ようやく新型コロナウイルス感染症が減少傾向になり、多少なりとも客の行動が活発になりつつある。レジャー産業では来客数が前年比で伸びており、来春に向けての予約状況も多少なりとも改善している。
	○	一般小売店 [生花] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への意識が薄れて、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の水準にまで戻ってきている。来客数の回復は緩やかではあるものの、予約状況や販売量は戻った。また、仕入価格の高騰のため販売価格が上昇しているが、多少の値上りは理解して客は購入している。
	○	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・来客数の増加傾向が続いているため、売上も上向きである。
	○	コンビニ (店長)	販売量の動き	・予想以上に順調な売上推移となった。販売価格が上昇している商品もあるが、意外と良い状況であった。
	○	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・新生活準備と省エネ家電への買換えが重なり販売量が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	家電量販店（副店長）	単価の動き	・ 来客数全体での伸びに大きな変化はみられないものの、前年度よりシングルライフ関連の需要時期が早くなっており、白物家電を中心に好調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ メーカーの新車増産に伴い、受注残となっていた車両に対する登録が可能となり、販売台数が前年比で大幅に増加している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・ メーカーの増産により登録車数が増加したため、売上にも貢献し、受注残高の解消に向けて進んでいる。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の終息に伴い、来客数が増加している。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 全国旅行支援の効果が継続している。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ 新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており、ビジネスを中心とした多くの客が移動している。それに伴いビジネス需要と観光需要が復活し、販売量も拡大している。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・ 2月に入ってからサービスの販売量は増加しており、客の経済活動も若干上向いている。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・ 夜の人出が戻ってきた。週末においては結構な人出がある。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・ 来客数は前年比で増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。商品値上げによる客単価の上昇もあり売上は前年比で増加しているが、更に物価上昇が進めば客の来店頻度が低下する可能性もある。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・ 売上は前年比120%程度で推移しているが、前年はまん延防止等重点措置の期間中の実績であり、前々年と比較した場合は95%程度にとどまっている。売上は上向きつつあるが、まだまだ物足りない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 半導体などの不足により長納期化し、受注停止になっている車が多い。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・ 3か月前と比べ、客との会話では、飲み会が全くなく自分だけの飲み食ベという客の声が多い。また、スナックなどの廃業も随分増加しているといった客の声もあるが、全体的に変化はない。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・ 買換えサイクルは伸びるものの、新入学に伴う需要は大きく減っているわけではないため、最低限の景気は維持できている。
	□	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・ 観光地を訪れる客が多い状態は継続しており、変化はない。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・ 郊外型店舗の閉店が見立つようになった。中心街は以前からシャッターを下ろす店舗が続いている。増税に続き、電力、ガス等の経費の大幅な増加を国は余りにも軽く見過ぎている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	それ以外	・ 物価上昇しているものの、今のところ客の買い控えはそれほどみられない。経費は上がっている。
	▲	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・ 毎年2月は業務用への納品が低迷しているが、家庭用についても、物価高騰の影響で客からの注文が随分減少した。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 節約志向が強まり買上点数が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（人事）	販売量の動き	・ 販売単価の上昇により買い控えが起こり、結果、買上点数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・ 商品の値上げで客の買上点数は減少している。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・ 生鮮食料品等の販売量は変わらないが、日用雑貨品などは減っており、急を要しない物の購入を控えている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 商品の値上げで客単価が上昇し売上は前年比で増加しているが、来客数が減少している。価格の上昇を許容できない人が出始めている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・ 来客数が少ない。一時は景気が良くなると思ったが、いろいろなもの値上がりし、4月から電気代も30～40%上がるということで、客の買い控えが起こる。このままだと将来的に景気はどうなるのか分からない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ 2月は日数も少なく例年厳しい月だが、今年は来客数が少なくなっており売上は微減となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	その他小売 [ショッピング センター] (総 務部担当部長)	販売量の動き	・全国旅行支援のクーポン金額の変更を機に、客の買 上や利用が顕著に減少し、その傾向が2月も継続して いる。
	▲	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・エネルギーコストの上昇による利益水準の低下が客 足に影響している。全国旅行支援終了後は客足の伸び が弱くなっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・前年秋頃から年末にかけて四国遍路関係の仕事が 入っていたが、年が明けてから来月まではほとんどな い。また夜の客も平日は少ない。新型コロナウイルス 感染症発生前にはなかなか戻ってはならず良くない。
	▲	競輪競馬 (マ ネージャー)	販売量の動き	・急激な物価上昇の影響が出始め、遊興費へ回せる余 裕資金が少なくなってきたと思われる。
	▲	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・光熱費が高くて、困っている客が多い。
	×	コンビニ (商品 担当)	それ以外	・物価上昇と電気代や輸送費などのコストが上昇して いる。
企業 動向 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業 (商品統括)	受注価格や販売 価格の動き	・値上げにより売上は増加しているが、利益は低下し ている。ただし、販売量は回復傾向にあるため、利益 は回復に向かう。
	○	繊維工業 (経営 者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきてお り、観光地を中心に小売店への来客数が増加してい る。今月の東京での雑貨展示会においても、新しい商 材を求める新規取引先小売店の来場が多くみられた。 あわせて、前年頃から、若者の間で温浴が新たなブー ムとなっており、全国的に温浴施設の新設、改装が活 発になっている関係で、それらの施設からの発注が増 加している。
	○	鉄鋼業 (総務部 長)	受注量や販売量 の動き	・受注量、見積案件共に増加傾向。
	○	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する世間の考え方の 変化が大きい。
	○	通信業 (総務担 当)	それ以外	・社外でのイベントやボランティア活動について、新 型コロナウイルス感染症対策に留意することで、前年 度は実施できなかったものが再開されるケースがある など、人の動きが従来に近づきつつある。
	□	農林水産業 (職 員)	受注価格や販売 価格の動き	・青果物の卸売価格は、数量が少ないなかでも単価へ の反映が乏しい状況が続いている。本来なら多少上が るべきだが、量販店の売り方が変化し、青果物を利益 商材化する傾向がみられる。また、かつてのように青 果物を特売商品とする扱いは減少しており、販売量は 減少傾向である。
	□	木材木製品製造 業 (営業部長)	受注量や販売量 の動き	・先行き不透明である。
	□	一般機械器具製 造業 (経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・ロシア、ウクライナ問題の長期化やインフレ、円安 傾向などにより、原材料価格の高騰や、調達、物流環 境の悪化が進んでいる。
	□	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社だけではなく、周りの人に聞いても、景況感に 変化はない。物は普通に動いており、景気が良いとか 悪いとかはなく、ずっと同じ状況が続いている。
	□	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・第4四半期に入り、繰り越した業務が発注されてき ているが、年間を通した総額では、公共事業の発注額 と受注額が前年度を下回る状況に変わりない。納期の 平準化も期待どおりには進まず、例年どおり、繁忙期 であることも変わらない。当業界では、物価上昇によ る原価等への影響は小さく、総合的には数か月前と変 わらない景況感である。
	□	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・官民とも工事の受注が伸びない。
	□	輸送業 (営業)	受注量や販売量 の動き	・主に量販、小売店等の企業向け貨物を取り扱う当社 の取扱量は、発着共に直近3か月間を通していずれの 月も前年割れとなっており、取扱量に回復の兆しが一 向にみられない一方で、宅配便を取り扱う他事業者の 取扱量は増加傾向にあることから、好調な通販等無店 舗販売による需給が市場の景気をけん引しているもの の、全体的にみて変化はない。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・売上や利益に大きな変動がみられない。
	▲	金融業 (副支店 長)	取引先の様子	・電気代や原材料費等の経費負担が大きくなってい る。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	—	—	—
雇用 関連  (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少し、公共施設への来客数が増加傾向にある。また、県外からの観光客も増加しており、イベントの開催規模も大きくなっている。一方で、光熱費と物価の上昇に伴い飲食、物販については経費の見直しをしつつ、消費者ニーズを見ながら値上げも視野に入れる必要が出てきている。
	○	民間職業紹介機関 (所長)	求人数の動き	・製造業など、一部の業種で企業の求人活動が活発になっている。
	○	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・政府の全国旅行支援策の効果もあり、人の移動が非常に多くなっている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は一定数あるものの、派遣会社に登録後、実際に就労できる求職者数が少ない。結果として景気の上昇に反映されにくい。
	▲	求人情報誌 (営業)	求職者数の動き	・人材不足から採用を継続的に行っている企業や新規募集を開始した企業も、求職者からの応募が少なく、採用数を充足できていない状況が続いている。求職者の数自体が足りていないことに加え、労働市場の流動性が低くなっている。
	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・物価上昇に伴い、企業の広告出稿への慎重さがうかがえる。
	×	—	—	—

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (九州)	◎	スーパー (店 長)	販売量の動き	・店舗全体では良い状態で推移している。特に、食品関連が来客数や客単価の上昇をけん引し、好調を支えている。
	◎	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・メーカーからの車両供給量改善により販売量が増加しており、売上や利益の改善につながっている。
	○	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いているため、客の顔が明るくなり、滞在時間は長くなっている。
	○	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・来客数は3か月前より増加しているが、2か月前と比較すると停滞気味である。
	○	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・2月は消費が落ち込む時期であるが、例年と比較すると商店街では売上が上向いている。仕入原価の高騰により価格を値上げしているが、客はそれに慣れてきている。
	○	百貨店 (企画担 当)	来客数の動き	・盛況であったバレンタイン商戦が終わった後も売上が減少することなく、国内外からの旅行者が来店し、好調に推移している。
	○	百貨店 (企画担 当)	販売量の動き	・来客数も増加傾向になり、化粧品や卒入学イベント向けの衣料品が好調に推移しており、物産催事も以前と比べ活気が出ている。新型コロナウイルス感染症第8波の影響は縮小し、徐々にではあるが改善傾向にある。
	○	百貨店 (経理担 当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、催事イベントでは試食も可能になり、食堂や喫茶等の来客数増加により売上は好調に推移している。低調であった衣料品も含め全般的に売上が回復傾向にある。
	○	百貨店 (営業担 当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少により、催事への来客数が増加しており、街には県内外からの人が戻っている。また、商品価格の更なる値上げで、慎重な購入傾向は続いているものの、クレジット催事や物産展の人気商品、バレンタインギフト、土産・贈物に加え、自家製商品の販売などで来店してにぎわっている。また、キャッシュレス決済キャンペーン利用や、加えて全国旅行支援の終了を見越した駆け込み利用が増え、店頭での購買が戻っている。紳士・婦人用品雑貨、リビングの寝具など自家需要商品の購入単価や客単価が好調を維持しており、店内の食堂や喫茶を含め買物を楽しむ姿が見受けられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・行動規制のない生活が当たり前になってきており、今後はこれまで開催を見送っていた催事を再開するなど対策を行いながら、新型コロナウイルス感染症と共存していくことになる。売上では、特選ブランドが依然好調であり、多少高額であっても価値がある物を購入する傾向が見受けられる。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月は来客数と客単価が共に前年を上回っているが、買上点数がほぼ横ばいになっている。最近では、インバウンドの客も見掛けるようになっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息に伴い、企業の業務スタイルもテレワークから出社形態に戻っている。また、国内外からの観光客も徐々に増加しており、来客数が2割ほど増加している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝夕の通勤通学や工事関係者が増加している。また、週末の行楽の動きは戻ってきており、加えてインバウンドも確実に増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・値上げ基調の影響でお買い得商品への反応が良く、購買意欲は若干の上向き傾向である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・本部が実施したキャンペーンへの反応について、2月の状況は想定を下回った。一方で、来客数は少し増加している。それに伴い、買上点数や客単価が前年より伸びており、暖かくなるとこのまま増加傾向が顕著になっていく。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産が順調に伸びている。前年比150%の供給が実行され、加えて新車受注も新型車を中心に好調に推移している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・話題性の高い新型車の発表に伴い、来客数と販売数は共に増えている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	お客様の様子	・例年業界では、年末のコーヒー需要増加の反動から年明けと同時に売上が極端に下がってくる。しかし今月は、新規の客がやや増加しており、その要因は、近隣の大手ゼネコン関係や半導体関連企業の客が来店しているためである。
	○	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]（統括者）	来客数の動き	・インバウンドの増加に伴い、売上が回復している。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症はまだ収束していないが、新型コロナウイルスが5類感染症に分類されることになり、また、マスク規制が緩和されるなどの発表もあり、多くはないが個人客が増加したことで、景気が若干良くなっている。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当地では人が動き出し、当店では市内からの宴会が若干増えた程度である。2、3人程度の客であり、一時期の繁忙ぶりと比べると全く話にならないが、段々と回復傾向ではある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・韓国を中心としたアジアのインバウンドが好調である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・様々な場面で、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の動きがみられる。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・野球チームのキャンプもあいまって、2月下旬から非常に客が多くなっており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・市内へ流入する旅行者や飲食店への来客数は増加している。加えて、全国旅行支援の効果もあり、宿泊施設の満室が続いている。
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・入場者が前年を上回る傾向が続いており、更に韓国からの来場者も加わっている。
	○	競馬場（職員）	販売量の動き	・コロナ禍からの回復基調を維持している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数が少なく、客は慎重に商品を選んでいるが、購入までに至らない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、商店街のイベント予定はなく、2月の商店街は寒さもあり来街者数が少ないため、ここ3か月は悪い状況が続いている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・冬になり地産野菜の単価及び相場がかなり安価になっている。地元のピーマンやトマト、キュウリの動きは、東日本の長期寒波の影響で引き合いが多く、高騰している。また、かんきつ類も例年と比較すると高くなっており、価格に大きな差があるため販売が難しい状況である。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・飲食店向けの販売では、3か月前から高価格の商品がよく売れている。一般客向けの販売では、中価格程度の商品が好調である。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・魚が少ないため価格が高くなり、厳しい状況が続いている。客である魚屋や飲食店などは、他店を羨むことが多くなっている。廃業店の増加が懸念される。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・全国的な物価高で、切り花や鉢物に影響している。前年と比べ客の購入金額が少なくなっている上に、花も値上がりしているため、厳しい状態である。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・前年はまん延防止等重点措置の影響で、かなり売上が落ち込んでいたため、前年比で若干上昇している。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前の客の購買状況までには、まだまだ回復に至っていない。物価上昇を懸念し、購入する必需品を慎重に吟味している客が多い。
	□	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・月末まで寒さが続いたため、春物よりも冬物のバーゲンセールでの購入が多い。
	□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前は季節の変わり目で、客の回遊は若干増えている。しかし、バーゲンセール期間も長くなっているため、利益率は通常より低くなり、企業努力で何とか営業はできているが、景気が良くなっているとは考えられない。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高騰の影響が強く、バーゲンセールを開催しても以前より財布のひもが固い。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・販売量は維持できているものの、前年と比較すると価格が大きく乱れている傾向は変わらず、客の慎重な購入状況は続いている。
	□	家電量販店（従業員）	単価の動き	・来客数の減少と値上げによる影響で客単価の増加が相殺され、前年とほぼ同じ売上となっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・新車販売価格は上昇の一途であり、それに伴い中古車需要が増加している。
	□	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月の売上にはつながらなかったが、店への来客数は増加している。また、都市部でのキャンペーンは、売上につながっている。
	□	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）	販売量の動き	・前年は11月から12月にかけて施設の食料品店舗が改装中であったが、今年は営業しており、年末商戦の売上前年比は高くなっている。加えて、現在もディスカウントショップや家電量販店の開業が続いているため、全館への波及効果も大きく、専門店もその恩恵を受けている。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・団体利用は少ないが、個人利用客の増加傾向により、来客数が前月に引き続き新型コロナウイルス感染症発生前の9割程度に戻っている。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・今月は過去最高の売上である。新型コロナウイルス感染症発生前は団体客が多かったが、現在ではファミリー層へと変わっている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・2月は物価高の影響もあり、地元の買物客や夜の繁華街などで人出の減少傾向がみられるものの、国内外の観光客の増加や通常に戻ったコンサート等のイベントで、週末にホテルの予約が取れないほどの活気を取り戻している。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・テレビ等では、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）による経済効果があったような報道があるものの、その影響はほんの一部にすぎない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・人の動きは戻っているが、一方では物価高の影響が徐々に出ており、先行き不透明で見通せない状況である。
	□	通信会社（役員）	単価の動き	・地域の高齢化も重なり、当社の主力プランから低額プランへの移行が続いている。
	□	美容室（店長）	お客様の様子	・周囲の状況をみながら行動しているため、景気に変化がない。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・前月に引き続き、建築業務の材料及び製品の単価が上昇している。また、生活必需品の値上げも続いており、収入は減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・人の出足は良いが、購入量は思ったほどなく、景気は横ばいである。
	□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・イベント及び展示場の来場について、前月と状況は変わらない。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・3か月前は火災にあった商店も含め、商店街一同努力しながら営業していたが、商品の値上げが影響し、スーパーマーケットでの特売品を購入する客が多くなり、当商店街への客の出足が悪く、客の流れに変化が出ている。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・生鮮食品に続き電気ガス料金の値上げにより購買意欲が低下し、必要最小限の購入になっている。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・街に活気がない。
	▲	一般小売店 [茶](販売・事務)	来客数の動き	・物価高騰により、生活必需品以外の購入は慎重であるため、売上は伸びていない。特に電気代の値上げが響き、削れるものから我慢しており、来客数は減少している。
	▲	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・食品全般の値上げが広がったこともあり、客の買上点数が前年を下回っているが、値上げによる客単価は前年を上回っている。しかし、全体では来客数の減少が響いている。
	▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・商品価格の上昇により売上が若干前年を上回っているが、1人当たりの買上点数は前年を下回っている。一方、原価上昇に対する適正な値上げではない商品もあり、粗利益は前年を下回っており、最終利益は悪化している。
	▲	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・都市部の客はかなり戻っているが、周辺部については値上げと、競合店との価格競争の影響もあり、なかなか売上が上向かない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者[酒卸売](経理)	お客様の様子	・客先の閉店や破産などの件数が増え、景況は悪くなっている。さらに、原材料の価格高騰は続いており、売価に転嫁しきれず厳しい状況は続く。
	▲	観光型ホテル(総務)	来客数の動き	・年末年始は、繁忙期であるため景気は良かったが、2月は若干落ちている。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・販売量は、前年比及び前月比で減少している。
	▲	美容室(経営者)	販売量の動き	・2月は閑散期であるため、美容業界は低迷状態である。新製品も少ない時期であり、またおしゃれを控える傾向にあるため販売量が増加しない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者(所長)	販売量の動き	・2月は閑散期に当たるため、売上は落ちている。
	▲	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)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が継続しており、サービス提供客が減少している。
	▲	設計事務所(代表)	販売量の動き	・物価上昇で、買い控えが続いている。
	×	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・商品全般で値上げが進んでおり、より安価な地元のスーパーマーケットに客が流れているため、コンビニエンスストアの利用客が減少している。客単価は値上げにより増加しているが、全体の売上は減少している。
	×	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・今年に入り客足が止まっており、新型コロナウイルス感染症の影響が続いている。零細企業にとっては厳しい現実である。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・例年はシングル需要が2月から出てくるが、今年はほとんど需要がなく、当地の売上は都市部より悪くなっている。
	×	住関連専門店(従業員)	来客数の動き	・この時期は寒の戻りがあるために、高価格の秋冬商材の需要が高くなる。しかし、期待していたような売上や来客数には及んでおらず、それどころか価格が手頃な商品をそろえたバーゲンセールでも集客が思わしくない。
企業動向関連	◎	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・絶好調ではないが、新型コロナウイルス感染症発生前に近づいている。街での人の動きが多くなっており、特に飲食店は状況が良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(九州)	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い案件は多くなっているものの、材料費などのコストを販売価格に転嫁しづらい状況で大変厳しい。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・当地に進出する海外企業関連企業、及び自動車関連の半導体、また、イメージセンサーなどの動きが活発化しつつある。
	○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・今月にゼロ債の工事が発注され、現在では工事を選択できる状態になっている。来月までこの状態が続くことを期待している。
	○	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・値上げ前の駆け込み需要やインバウンド効果で、通常は閑散期にもかかわらず、出荷量が多い。また、倉庫保管に関する問合せも多い。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅や家電の販売は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上は持ち直している。また、ホテル・旅館や飲食店などの売上も増加しており、雇用環境も緩やかに改善している。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・小売業や宿泊サービス業は、インバウンド消費が回復基調で推移している。自動車製造業では、依然不安定な状況ではあるものの、生産状況に改善がみられる。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新しい生活様式が浸透しつつあり、商業施設や旅行などは上向いている。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響により、長い間受注が低迷していたが、最近少しずつ改善している。まだ、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には程遠いが、景気は少しずつ上向いていく。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業が人材教育に対して、投資額を増やしている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月の原料不足は1月より厳しく、臨時で2日間休業したが、1週間休む同業者もいる厳しい状態である。注文が多いため、取引先に大きな迷惑を掛けているが、特に卵不足による値上げで最悪の状況であり、今月の売上は、目標計画の80%である。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・比較的順調に受注しているが、原料農産物が不良のため、調達や歩留りでは苦慮している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料やガス料金、取引先の商品などが全て2割程度、値上げしている。しかし、動きのある数量が多い小口商品については、これからの単価交渉となる。小口商品は、生産全体の2割を占める。
	□	金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・年度末に近づいているため案件としては存在するものの、人手不足が深刻で新規案件の受注に対して制限しているという情報が多い。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先も含め、半導体の動向から非常に影響を受ける業種であるため、国内需要と国内外の供給状態が現状のまま続くと予想され、良くも悪くもならない。
	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・調達不足により、製造ラインがうまく稼働していない。来期初旬まではこの状況が続く。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、複数の大型イベントが開催され、地域限定ながら一部の業種は活況を呈している。住宅着工では、建築資材の高騰による物件価格上昇等で、新築戸建て住宅の伸び悩みが続いている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・今月は、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であるため、消費活動が活発になっているが、2月ということもあり、前月までの消費や売上等のように増加しておらず、全業種の景気は変わらない。しかし、このまま春先にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であれば、期待できる。
	□	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・年度末は期余り予算があるが、新年度には落ち着くとみており、状況としては変わらない。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・業務の受注量に変化がなく、売上や売上総利益共に横ばいである。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドが増加し、酒類の販売量が増えている。一方で物価高騰により食品全般で30%値上がりしているため、少量パッケージ商品の購入が多くなっている。
□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・決算期に入り、外部への働きかけが難しい状況であるため、景気は変わらない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	その他サービス業 [物品リース] (職員)	取引先の様子	・景気について3か月前との比較では変動がみられない。物価高は続いており、投資意欲は低下している。
	▲	繊維工業 (営業担当)	それ以外	・燃料費や資材費が更に高騰している。4月からの値上げも多く、経営を圧迫するほどになっている。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・市場の鈍化によるメーカーの在庫調整が影響している。
	▲	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	取引先の様子	・市町村からの調査や計画、設計等の委託業務について、通常では3月議会で予算が確保されることを前提に、次年度のプロポーザルや入札の案内が2月から3月に行われるが、今年度は、前年度と比較して少ない状況である。そのため、業務の受注ができず、景気が悪くなっている。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響とメモリー半導体需要の低迷で、受注も急激に減少傾向になっている。
	×	不動産業 (経営者)	取引先の様子	・取引先の2社が業績不振となっており、倒産の可能性がある。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・4年生は卒業間近であるが今でも求人があり、2024年卒の3年生は就活解禁前であるにもかかわらず、既に内定者が前年より多いことから、景気は良くなっている。
	○	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・派遣スタッフの料金改定のため企業に相談をする機会が多いが、今年は例年以上に検討する企業が多い。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ホテルでの懇親会も増えており、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・新規採用の求人数が増えている。また、後任についても今までは在籍する人員で対応する企業が多かったが、補充をする企業がほとんどである。しかし、人手不足が続いており、なかなか契約には至っていない。
	○	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・例年ほどではないが、第4四半期になり求人数は増加傾向にあるが、これまでの同時期と比較すると鈍化傾向である。
	○	新聞社 [求人広告] (社員)	周辺企業の様子	・行動規制がなくなったため、新聞広告の出稿が多い旅行広告も復活しており、外出に慎重だった高齢者層も動き出している。海外へも復活しつつあり、それに伴う広告出稿も出ている。一方、外出への支出が増加しており、これまで好調であった通販広告に陰りがみえているのは不安要素ではあるが、全体としては、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少しているが、有効求人数の増加は続いている。製造業のうち、金属製品製造業や輸送用機械器具製造業では仕事量の確保はできているものの、人手不足が顕著である。
	○	学校 [大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・2023年卒の内定状況は、前年との比較では若干良い状況である。また、2024年卒採用についても企業の採用意欲は高く、業種によっては採用人数を大きく増やす企業の増加が予想される。企業の採用活動は活発となっているため、既に内定を得ている学生もいる。現在のところ2024年卒の求人状況は好転すると予測している。
	□	*	*	*
	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・生活必需品や食品、光熱費などの値上げによる影響が出ている。寒い日が多いこともあり、この数か月は生活防衛のため買物や外食などを控える傾向にある。また、スーパーマーケットなどでも値下げになる時間帯に人が集中している。気候が暖くなれば、多少は消費に回るとは期待している。
×	—	—	—	

## 12. 沖縄 (地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(—：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向	◎	一般小売店 [酒] (店長)	販売量の動き	・インバウンドや国内観光客も戻り、来客数も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
関連 (沖縄)	◎	百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・前年は2月20日までまん延防止等重点措置期間だったため、その反動増もあるが、インバウンドの回復が2019年比で1割程度となり、徐々に活気が出てきている。全体的には気温の低下が後押しし、防寒物の服飾等の動向が良い。	
	◎	観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの11月の販売室数が前年比124%増加なのに対し、2月の販売室数は前年比764%増加とプラス幅が大きくなっている。	
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・買上点数は3か月前と比べて大きな変化はないが、来客数がここに来て増加傾向にある。全国旅行支援等もあり来客数が前年と比べても2～3%増えている。	
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間の来客数が増えてきている。総菜関係の売上が夕方から夜間にかけて増加している。	
	○	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・前月は生活防衛が原因か、来客数、販売量共に下降傾向ではあったが、今月に入り修学旅行生や訪日外国人、プロ野球キャンプのお陰で回復が見受けられる。だが引き続き全盛期といえる状況ではない。また年明けの全国旅行支援クーポンが県内のコンビニ、スーパー等で利用できないのは、事業者もしかり利用者にもマイナスと考えられる。	
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べると店の周辺などは人通りが多くなってきている。	
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・卸先からの発注依頼が増えており、来客数が増えているものと見受けられる。	
	○	一般レストラン（代表者）	単価の動き	・酒を飲む人が少し増えているが、来客数はまだ増えていない。	
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・例年2月はかなり落ちるが、今年は地元客は例年並みで、地域クーポンを使う観光客の入店が増えている。インバウンドも徐々に増え始めている。	
	○	観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・宿泊については、全国旅行支援や他の施策もあり、観光客も増えてやや良くなっている。料飲部門も予約が増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて70%から80%で、経営状態は良くない。	
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・全国旅行支援の恩恵は余りないが、今まで行けなかった出張等が増え販売量は増えている。	
	○	住宅販売会社（役員）	競争相手の様子	・売買物件は県外、県内とも客からの問合せが増えている実感がある。同業他社からの問合せも増えている。	
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少し落ちてきているが、まだ薬が不十分なのが懸念される。良くなっている店舗も少しだけあるとみている。	
	□	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・大規模イベントでの成果がある。	
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・マイナンバーカード申請などで来客数は増えているが、販売数は前年の85%と低い水準になっている。	
	□	住宅販売会社（代表取締役）	販売量の動き	・建築受注件数が減少傾向にあるものの、取りあえずは前年並みの受注高を維持している。	
	▲	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・商品価格の値上げが相次ぎ、単価は上昇しているが、購買意欲が低下して来客数が大幅に減少している。結果として売上は減少している。	
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・1月の初売りでは前年、前々年より大きく販売台数を伸ばしていたが、2月に入り一気に冷え込んでいる。	
	×	—	—	—	—
	◎	—	—	—	—
企業 動向 関連 (沖縄)	○	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・2月からキャンプも始まり、県外からの観光客も相当増えているようにみられる。インバウンドも同様に目立つようになっている。その影響で業務用及び観光土産向け食材が引き続き増加している。	
	□	窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・見積依頼は3か月前と比較すると公共、民間とも若干増加傾向であるが、原材料の価格高騰により収益が低下している。	
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材高騰で、打合せ中の客は契約への決断が鈍っている。	
	□	会計事務所（所長）	それ以外	・観光業においては、全国旅行支援、プロ野球キャンプでの流入人口は増えているが、コスト高に対する売上単価増にタイムラグがあるように見受けられる。	
	▲	—	—	—	—
	×	—	—	—	—

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
雇用 関連  (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (総務担当)	それ以外	・観光客数の増加等で、人の動きが良くなっている。
	○	求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・当初の予測として、求人数の横ばいか減少を予測していたが微増している。例年3月を求人数のピークとみているが、早期対策として若干前倒しになったため2月が増えたかと推測している。全体的に微増しているものの、物流関連、建設関連の求人数は減少し、一方で医療、介護業界や保育関連、コンビニを主とした流通小売の募集が増加している。新年度に向けた保育士募集や学生アルバイトの卒業時期などの季節要因がうかがえる。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人に関しては人手不足感の高まりもあり、各業種で賃金が上がってきている。
	○	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・多くの企業が早期に良い人材を獲得しようと早期選考に踏み切っていることで、前年以上に求人数が増えている可能性がある。
	□	学校[大学] (就職支援担当)	それ以外	・観光等の再稼働はあるものの、物価上昇、電気代、燃料費の高騰など生活費が値上がりしており、客の購買意欲にセーブが掛かっている雰囲気がある。
	▲	—	—	—
×	—	—	—	