

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・冬の観光シーズンということもあって、12月に入り、インバウンドがかなり増えている。3か月前と比べると、売上は3倍程度に増えている。今後についても、冬の恒例イベントの時期であり、売上が閑散期の5倍から8倍まで増えるなど、冬の観光シーズンのなかでも最も売上の多い時期となるため、売上はますます増えることになる。インバウンドについては、中国人観光客がまだ回復していないという報道もあるが、韓国やタイ、香港などの東南アジアからの観光客の消費がかなり旺盛なため、コロナ禍前の80%から90%まで回復している。国内客も新型コロナウイルス感染症が5類に移行して初めての年末年始を迎えるため、かなりの人が動くと期待している。
		旅行代理店(従業員)	・北海道各地の冬季イベントが再開し、新千歳空港以外の地方空港の海外定期便やチャーター便なども徐々に復便しているため、インバウンドの入込が大幅に増えることを期待している。
		旅行代理店(従業員)	・今後、海外旅行需要が上向きになると期待している。
		タクシー運転手	・タクシー業界は雪のある時期が忙しく売上も増えることになる。また、5月末に運賃を約15%引き上げたこと、12月から迎車料金として200円をもらうことになったため、今年の2月と比べると約20%の値上げを行ったことになる。さらに、10月以降、20代から40代の若い世代や女性のドライバーが20人ほど入社するなど、ドライバーも少しずつ増えている。ドライバー不足はまだ完全には解消されていないが、タクシーの稼働台数も大きくは減らないため、今後は前年を上回る売上を期待できる。
		観光名所(従業員)	・周りから、冬のボーナスが以前の水準に戻ったという話や、これまで金額を抑えていた分、以前よりも金額が増えたという話が見られるようになってきている。中には、年度明けの労使交渉を待たずに来春のベースアップが決定したという話もみられた。物価高に対応する準備が整いつつあることから、今後の景気は良くなる。
		商店街(代表者)	・観光のオフシーズンに入り、好調だった国内観光客は減少に転じたものの、外国人観光客は依然として好調であり、冬に入ってますます入込が増えている。中国からの観光客は依然として少ないが、それをカバーするほどの入込が中国以外の各国からみられていることから、今後の景気はやや良くなる。欧米諸国からの入込が以前と比べて増えているなど、今までと異なる傾向がみられることもプラスである。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・国内観光客の買い控えがみられるものの、外国人観光客、特にアジアからの観光客が大きく増えていることから、コロナ禍前の水準に戻りつつある。そのため、今後の景気はやや良くなる。
		百貨店(売場主任)	・コロナ禍前と比べてもインバウンドの購買が増えている。特に東南アジア系の外国人の伸びが顕著である。今後については、元々外国人による購買の多い時期であるため、このままのトレンドが続くことで好調に推移すると期待できる。
		スーパー(店長)	・春になれば、客の行動範囲が広がり、商圏も拡大することになるため、今後の景気は多少良くなる。
		スーパー(役員)	・人手不足が深刻なことから、賃金水準がどんどん上昇している。賃金が上昇することに消費が上向くと期待できるため、今後の景気はやや良くなる。
	乗用車販売店(経営者)	・当業界では1月から3月までが最も販売台数の増える時期となることから、今後の景気はやや良くなる。4月以降は、当業界の動きは落ち着くものの、観光関連産業を中心に景気が上向くとみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・冬季観光シーズンとなり、春節などで訪れるインバウンドの需要も期待できるため、今後の売上は多少回復することになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・冬のシーズンはこれまでもインバウンドが後押ししていた面があるが、今年はその動きが特に顕著である。アジアや欧米、オーストラリアなど、いずれの国からも予約がみられ、高単価、高稼働が見込めるため、今後の景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・景気が良くなることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・現状は旅行需要の落ち込みがみられるが、コロナ禍明けの特需が落ち着いたためであり、今後は再び増加に転じることが見込まれる。ただし、インバウンド特需によるバス、宿泊、航空機などの不足が解消しないことには需要過多になることも懸念される。
		タクシー運転手	・現状、運賃の値上げや迎車料金追加の影響がみられないことに加えて、冬のイベントもコロナ禍前と同様に開催される予定であることから、利用客数の増加が期待できる。日中の利用客も順調に推移することが見込まれるため、今後の景気はやや良くなっていく。
		商店街（代表者）	・例年であれば、新年度に向けて来街者数の増加する時期であるが、区域内の百貨店や近隣スーパーが閉店したことで買物する場所が減っており、来街者が増加する理由がなくなっている。そのため、今後も現在の景気の悪い状況が継続することになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・12月は年間で1番の繁忙期であるため、売上自体は今月よりも落ち込むことになるが、今後もコロナ禍前と同じような水準の売上は確保できるとみられる。
		一般小売店（経営者）	・景気が良くなるような雰囲気を感じられない。インバウンド需要を見込める業種でない限り、今後も景気は厳しいまま変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・店頭売上は増えているものの、商品単価の上昇によるものであるため、景気自体は今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・前年比を2～3%上回って推移する傾向が続いていることから、今後も現状と変わらないまま、前年比微増の状況が続くことになる。
		スーパー（店長）	・来客数は良くも悪くもこのままの水準で推移することになる。年始は節約志向が強まるものの、節分やひな祭りなど、晴れの日が続くことから、一定の売上は確保できる。
		スーパー（従業員）	・先の見えない状況にあるため、今後も景気は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が上向き要素がないことから、今後も変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・現在の景気は、客の天候に対する反応に左右される状況であり、今後もこうした動きは変わらない。
		衣料品専門店（エリア担当）	・全体的な景気は今後も上向き傾向で推移するとみられるが、同じ業界であっても景気の良い業態とそうでない業態の差が明確になっていくと考えられる。
		家電量販店（経営者）	・官公庁、学校などを中心に、個人、法人を問わずエアコンの引き合いが旺盛なことから、今後も引き続き期待できる。
		家電量販店（店員）	・燃料の価格高騰によって全ての分野で影響が出ているため、年始以降、景気が上向きことは期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・北海道の特徴として、冬に需要が落ち込み、春先に需要が高まる傾向がある。今年は雪が少ないため、冬の影響はそこまで出ていないが、今後については天候に左右されることが考えられる。また、ヒット商品が続々と出てくる業界ではないため、特段景気が上向きになることも見込めない。今後も今と変わらない状況が続くことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が投入されても、受注台数に制限が設けられるため、効果が長続きしない。この状況が続く限り、景気が良くなることはない。
		自動車備品販売店（店長）	・全てにおいて物価が高騰しており、当地では暖房代も増加しているため、今後、買い控えが進むことになる。打開策などが無い限り、景気が良くなる環境ではない。
		住関連専門店（役員）	・季節要因を考慮したとしても、来客数が前年を下回る傾向に変化がみられないことから、今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症への対策として補助金のあった時期と比べると、大変な日々である。店頭での啓もう活動にも限界があることから、今後も厳しい状況は変わらない。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今の状況を踏まえると、春夏商材の時期も多くは期待できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・観光などの効果で来客数が増えていることは有り難いが、客単価が上向いてこないため、利益率が低いままである。以前ほどではないが、輸入食材を中心に値上げがじわじわと進んでいることから、経営的には厳しい状況が続くことになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・コロナ禍を経て、客の嗜好や経営環境が変化していることから、これまでと販売手法を変化させていく必要があるが、客も従業員も変化に意識が追いついていない状況にある。価格と来客数のアンバランスな状況は今後も変わらない。
		スナック（経営者）	・コロナ禍が明けたことで、少しは景気が良くなると期待していたが、前年と同じような売上にとどまったことから、今後も景気は変わらない。
		タクシー運転手	・人手不足が解消されない限り、業績の好転は期待できない。
		タクシー運転手	・これから年が明け、本格的な冬を迎えることになる。例年、冬場は若干景気が落ち込むため、その影響が心配される。
		通信会社（エリア担当）	・携帯キャリアの方針が変更することはしばらくないとみられるため、今後も景気は変わらない。
		通信会社（エリア担当）	・景気が上向くような好材料が見いだせないため、今後も景気は変わらない。
		観光名所（職員）	・物価や燃料価格の高騰が続いていることから、今後も不透明な状況が続くことになる。
		美容室（経営者）	・プラス要素もマイナス要素も特には見当たらない。売上は多少減るとみられるが、全体的な景気は変わらないまま推移する。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・2月一杯は冬型の気圧配置が見込まれ、安定した運航が望めないことから、景気は厳しいまま変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・地価や建築コストの上昇が落ち着く見通しが立たないことから、今後も景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・物価高により給与の手取り額が徐々に減っているなか、税負担や社会保障費などの増加も懸念されることから、金を使う余裕が無くなっている。コロナ禍で貯蓄に回った分も底を突き始めており、節約志向が強まっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・世の中が混とんとしているなか、給与もそれほど上がっていないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・食品に限ってのことかもしれないが、物価高の影響で客が価格の安い商品を選ぶ傾向が強まっている。
		スーパー（店長）	・消費動向が変わらない限り、今のトレンドが続くことになる。
		スーパー（企画担当）	・年末の売上はまずまずであったが、12月全体としては買上点数の減少が目についたことから、客の節約ムードが高まっていることがうかがえる。そのため、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・年明け後は、客の節約志向が強まるとみられる。買上点数が減少することになり、売上も減少するとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・3月頃からコロナ禍の影響が薄れ、消費が喚起されるようになったが、その効果も一巡することになる。また、商品の値上げを要因とした売上増加はみられるものの、所得が増えていないことから、少しずつ買い控えがみられるようになっている。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上が大きく増えるような見込みがない。電気代や人件費などの経費負担も増えているため、今後の景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・経費の高騰により、店舗の経営環境が厳しくなっている。抜本的な仕組みが変わらない限り、今後の景気は緩やかに下向くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・受注停止車両があるなか、この度発表された大手自動車メーカーの不正問題の影響により、今後の車両販売の先行きが見えなくなっている。生産停止や受注済み車両のキャンセルなども懸念されるため、年度内の受注量、販売量が厳しくなることが見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・現在は受注残の車両があることで売上を維持できているが、現在の受注状況から、数か月後の売上を期待できないため、景気はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・食材を始めとした原材料が再び値上げする傾向にあることから、今後の景気はやや悪くなる。また、物価の上昇も続いていることから、客の買い控えが強まり、消費意欲の低下につながることも懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・前年の同時期に実施されていた全国旅行支援が完全に終了することになるため、今後の景気は悪くなる。また、海外旅行も円安、物価高、燃料価格高騰の影響で需要が回復しないものと見込まれる。
		タクシー運転手	・景気は明らかに下向きとなっている。円安や物価高が沈静しない限り、景気の回復は見込めない。
		通信会社（企画担当）	・電気通信事業法の改正に伴い、価格の安い通信端末が実質的な値上げとなることから、来客数や販売量への影響が懸念される。特に都市部の家電量販店スタッフから危機感のある声が上がっている。
		美容室（経営者）	・12月前半は閑散としていたが、後半に盛り返して例年並みの売上になりそうな状況から、消費者がぎりぎりまで出費を控える傾向が強まっていると考えられる。そのため、年明け以降は厳しい状況になる。
		美容室（経営者）	・燃料価格が高止まりしているなか、年末の購買時期が過ぎたことで、これから地域の経済活動が滞ることが懸念される。
		美容室（経営者）	・景気が良くなると思えるような状況ではないことから、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・北海道はまだ雪の降る時期であることから、今後、建売住宅の在庫がますます増えていくことが懸念される。
		住宅販売会社（経営者）	・分譲マンションの販売価格の値上がり率が客の所得の上昇率を上回っているため、今後しばらくの間、分譲マンション市場を取り巻く環境は厳しいものとなる。
	x	衣料品専門店（店長）	・物価高が続いているが、衣料品については思うように価格転嫁できない状況が続いている。苦しい状況が続いていることから、今後の景気は悪くなる。
企業動向 関連 (北海道)		-	-
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行などの懸念はあるものの、インバウンドの好調な入込、各種宴会の再開、政府による景気浮揚策など、プラス要因が多いことから、今後の景気はやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・底堅い公共工事、北海道新幹線の延伸、都心部の再開発に加えて、半導体製造企業の進出に伴う動きもみられ始めていることから、今後の道内の景気は上向きになる。
		農林水産業（経営者）	・りんごの冷蔵保存品が3月下旬から国内向けに販売されることになるが、今年は絶対量が少ないため、余り期待を持ってない。それまで当社が存続できるかも不安な状況である。
		食料品製造業（従業員）	・現在、利益を確保できるように、販売量増加に向けての新規販路開拓、経費や原価計算の見直しなどを進めているが、効果がすぐに出てくるものではないため、今後も景気は変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅着工戸数が増える要因が見当たらないため、今後も景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・ゼロ国債工事や建築工事などで新規の受注が見込めることになる。実際の着工は雪解け後の4月に入ってからになるため、当面は準備作業にとどまるが、マインド面は好転することになる。
		建設業（役員）	・2024年度予算案が閣議決定され、北海道開発予算は微増ながらも3年連続の増額となった。このため、公共工事について、新年度も今年度並みの受注が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・インハウンドの回復とDX関連投資の立ち上がりに加えて、半導体製造企業の進出効果により、景況感は上向き傾向にある。政治面の不安定さや燃料を始めとした原材料費の高値傾向などの懸念材料もあるが、全体的な景況感は現状のやや良い状況を維持することになる。
		広告代理店（従業員）	・即効性のある経済対策がないため、企業のニーズが今以上に活発になるイメージが湧かない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・仕事の話は相変わらず多いが、人手不足の状況も変わっていないため、今後も景気は変わらない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・少しずつ受注が増えていきそうな状況にあるが、地方格差が大きくなっていることから、現在の厳しい状況を脱していくことまでは難しいとみられる。
		食料品製造業（従業員）	・今後については、売上も受注量も落ち込むことが懸念される。
		建設業（従業員）	・半導体製造企業の進出に関連した事業や防衛関連の事業が来年度から本格化するとみられるため、施工者不足に拍車がかかり、工事費の高騰が加速することが懸念される。
		輸送業（支店長）	・冬場の北海道は元々国内貨物量が減少する傾向がある。さらに、今年は大口のスポット貨物の引き合いが乏しく、輸出入貨物が増える見込みもない。これらのことから、例年より厳しい冬になりそうだ。
		金融業（従業員）	・観光関連のホテル・旅館業、旅客運輸業、食品小売業などは売上、利益共に改善が見込まれる。製造業は輸入原材料やエネルギーコストの高止まりに加えて、人手不足の影響も懸念されることから、売上、利益共に悪化が見込まれる。建設業や貨物運輸業は資材価格の高騰や人手不足に伴う人件費の高騰から業況悪化が見込まれる。これらのことから、今後の景気は悪くなる。
		司法書士	・現政権の支持率が落ち込んでいることから、政権維持に精一杯となり、大胆な景気回復策が打ち出せなくなることを懸念している。今後の景気はやや悪くなる。
		司法書士	・世界情勢による影響に加えて、気温上昇や異常気象による災害も増加傾向にあることから、今後も食糧の高騰が続くことになり、景気も徐々に悪くなる懸念される。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・受注量も販売量も減少傾向にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連 (北海道)		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後、物価高がピークアウトすることで景気が上向くことを期待している。また、観光業においては、インハウンドの増加が追い風になると期待している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず、市民の購買意欲が少しずつ上向いていることもあって、2024年春以降の企業の新卒採用計画に引き続き安定感がみられる。また、人件費の引上げを考えている企業が多いことから、景気が上向くことを想定している企業が多いこともうかがえる。一方、大学生の海外留学希望者が増加していることから、全体的に多くの家庭において教育に出費を回せる余裕が出てきている状況もうかがえる。
		人材派遣会社（社員）	・当面、企業からの求人依頼は堅調に推移するとみられるものの、求職者のスキル不足が目につくことが気掛かりである。求職者の転職意欲は高いが、採用辞退も増えており、どのような基準で企業を選んでいるのか、よく分からない状況にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・農業が主要産業の1つとなっている地域性から、家畜用飼料や輸送コストなどの価格高騰の影響が大きくなっている。また、若年労働力の減少と流出が当地の労働市場に大きな影響を与えている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地は観光地でもあり、今冬の大規模イベントに対して国内外からの観光客が期待できそうなことはプラスであるものの、市民生活は節約が続くようなことから、全体としては今後も景気は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求職者数が増加傾向にある一方で、求人数は減少している。業況堅調な企業であっても、コンスタントに求人を公開している企業もあれば、人手不足を感じながらも物価高騰などによる事業環境の悪化を懸念して求人控えている企業もみられる。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は8か月連続で前年を下回っている。ただし、産業や業種によってその度合いは異なっており、今後の新型コロナウイルス感染症の動向や経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態になることも懸念される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・円安や物価高への効果的な対応策が出てくるまで、景気が上向きになることは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・諸物価の上昇により実質賃金が減少していることから、今後も厳しい雇用環境が続く。
	x	*	*

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (東北)		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・人の動きも物の量も復活しているため、引き続き景気は良くなるとみている。
		商店街（代表者）	・アーケード街の人出が新型コロナウイルス感染症発生前を超えている。また、インバウンドも増加し続けている。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍が明け、春に向け更に来客数の伸びが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・東北はインバウンド需要が弱い。
		乗用車販売店（従業員）	・現在の車の仕入状況と客の来場件数から、景気はやや良くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・新年度に向けて需要が増えると思われている。
		住関連専門店（経営者）	・年度末にかけて多くの受注量を確保しているため、売上が増える。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・コロナ禍明けということもあり、春先や新年度に向けて、ヒト、モノ、カネがかなり動くと思われている。特に新入社員は増えると思われており、制服の受注増加につながることを期待している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・春になり灯油代等が掛からなくなれば、多少良くなることを期待している。
		高級レストラン（支配人）	・インバウンドが増えると思われている。
		都市型ホテル（支配人）	・賀詞交換会や新年会の受注件数が増えている。また、歓送迎会、謝恩会等の先行予約も好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賀詞交換会も例年どおり行われる予定であり、大きなパーティーの予定も立て続けに入っている。
		旅行代理店（従業員）	・客へのヒアリングの結果、来年度の動きについては良い感触を得ている。
		タクシー運転手	・平日は挨拶回りで利用する客が増える。週末にかけてはコンサートや温泉街に行く客がいる。年度末にかけて客単価が増えると思われている。
		テーマパーク（職員）	・3月からは春の行楽シーズンに突入する。また、春休みもあるため来客数が大幅に増える。
		競艇場（職員）	・今月開催した来場促進イベントにより、来場者数が増えている。購買意欲を上げれば売上は上がってくるため、常連客になってもらうための催しやサービスを実施することが重要とみている。
	商店街（代表者）	・食料品、日用品、燃料等の物価高や人件費高騰等が続いているため、年明け以降も景気は変わらないとみている。	
	商店街（代表者）	・商店街の土地を売っていなくなる人が増えることを懸念している。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・政治が不安定なことに加え、物価上昇も続いている。国民の生活に対する不安感が消費に影響しているため、売上は変わらないとみている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・前年に抗原検査キットが販売量を大きく伸ばした分は落ち込むものの、客の購買意欲は回復傾向にあり、それほど変わらないとみている。
		一般小売店〔酒〕(経営者)	・年度末にまた酒類の値上げが実施される。それがどこまで消費者の購買意欲に影響するかという不安がある。横ばいで推移することはあっても、好転する要素は見当たらない。
		一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・今年1年低迷が続いており、来年もすぐには景気が上向くとは考えられない。
		百貨店(企画担当)	・物価高や価格高騰が続くことが予想され、先が見通せない。
		百貨店(経営者)	・年明けも物価高騰の影響で食料品の苦戦は継続するとみている。しかし、全体的に人流が活発になっており、春に賃金上昇することへの期待もあって、外出関連アイテムなどは好調に動くともみている。
		百貨店(催事担当)	・春にファッション関連売場の改装オープンが予定されており、ある程度売上の回復傾向は続くともみている。
		百貨店(従業員)	・食料品は吟味や買い控えが続く。衣料品は回復傾向にあるが暖冬予測を踏まえると売上が大きく伸びることはなく、総体的には大きい変化はないとみている。
		スーパー(経営者)	・1月は12月と同様の消費傾向が続くとみている。株価は上がり、円安も一服感があるが、海外の戦争や紛争拡大の不安感、政治が不安定なことなどにより、消費の自粛ムードや消費マインドの低下が発生しないことを望んでいる。
		スーパー(店長)	・値上がりは続いているが、給与が上がり、店の売上が増加している状況は大きくは変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・値上げも一回りして落ち着いている。消費者の生活防衛意識は強まっているが、値上げに慣れてきている。多少高い商品でも価値があれば需要が高まるとみている。
		スーパー(店長)	・物価、単価は上がっているが、来客数の伸びや販売点数は大きく変わっていない。3か月後も変わらないとみている。
		スーパー(店長)	・景気を大きく変える要素が見当たらないため、変わらないとみている。
		スーパー(企画担当)	・食品小売業としては、食品の値上げが続き苦戦していたが、値上げに客が慣れてきて、販売量は前年並みになっている。単価が上がった分、売上は前年を上回っている。この状態は2～3か月は続くともみている。
		スーパー(企画担当)	・食品に関しては節約志向が続き、少しでも安い店舗で買物をするのが予想される。可処分所得が継続的、安定的に増えなければ購買意欲は高まらない。
		スーパー(営業担当)	・来客数は前年比で微増しているが、買上点数の伸びは期待できない。
		コンビニ(経営者)	・コロナ禍が明けて人の動きが良くなっており、訪日外国人も増え始めている。しかし、客単価、購入点数が前年を若干下回っており、これ以上の上昇は望めないのではないかという不安がある。
		コンビニ(経営者)	・3か月前から来客数が少しずつ減っており、今後も減り続けるとみている。地域の人口も減っているため、売上が上がる見込みがない。
		コンビニ(エリア担当)	・公共料金や燃料費の値上げによる支出の増加が来客数増加の足かせとなっている。節約できない部分の値上げに対応するため、日用品等の買い控えは続くともみている。
		コンビニ(店長)	・良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店(経営者)	・ボーナスが前年より増えているため、今後の消費拡大に期待している。1月からは新入生の制服の販売が始まるため、雑誌や新聞広告で集客を図っていく。私立高校の制服も取り込み中である。
		衣料品専門店(経営者)	・光熱費や物価の上昇などが続いており、良くなる材料が見つからない。
		衣料品専門店(経営者)	・クリアランスセールが開始されるが、物価高騰と暖冬の影響で売上増加は余り期待できない。
		衣料品専門店(店長)	・人口の減少により、成人式、卒業式、入学式といったマーケットは厳しい状況にある。一方で、春の行事などによる需要が増えることが見込まれ、景気が上向くとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・不祝儀やビジネス需要などは回復しているが、カジュアル衣料の需要は気温や天候に左右され、不安定な状態が続いている。
		衣料品専門店(店長)	・来客数は前年並みに推移しているが、厳選して購入しているため、買上点数が減少している。
		衣料品専門店(総務担当)	・ボーナスが実際に増加したのは一部の企業であるため、現状のまま推移するとみている。
		家電量販店(従業員)	・暖冬ならば売上が下がることが予想される。
		家電量販店(従業員)	・1月の初売りで買物をする客が多いため、3月の決算月までは来客数は増加しない。新生活、新入学の準備をする客も3月中旬から増加していくが、少子化の影響で毎年減少傾向にある。景気は変わらないとみている。
		住関連専門店(インテリアコーディネーター)	・物価は上がっても給料は上がらない現状では、景気が良くなることはない。
		その他専門店[酒](経営者)	・景気は若干上向きではあるが、これから値上げ等の負の要素が出てくる可能性もあり予断を許さない状況である。大きく改善することはないとみている。
		その他専門店[食品](経営者)	・地方の景気は良くない。冬期間の燃料の価格高騰が家計を圧迫し、節約傾向になることが予想される。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・燃料油や冬商材は今後も販売量が増える要素がなく、厳しい状況が続くとみている。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・暖冬で配達灯油の販売量が前年割れしている。今後も前年の数字を上回ることはないとみている。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・例年、冬季の売上は厳しい。好転要素が見当たらないため、うるう年とはいえ厳しくなると予想している。
		観光型ホテル(スタッフ)	・先の不安から予約数が伸びていない。
		観光型旅館(経営者)	・増税や費用負担が多くなる話ばかりで、景気が上向き要因は見当たらない。しかし、人の流れは徐々に回復傾向にあるため、良くも悪くも大きな変化はないとみている。
		観光型旅館(スタッフ)	・依然、物価高の影響は大きい。余暇や観光に多くは費やせないとの客の話を聞く。政治が不安定なこともあり、景気が良くなることはないとみている。
		旅行代理店(従業員)	・国内・海外旅行共に2~3か月先の予約販売状況は今月とほぼ変わらない。ただし、インバウンド市場は良い傾向が続くとみている。
		旅行代理店(従業員)	・降雪によってにぎわうエリアが多くあるが、雪不足となっていることから、今後の影響を懸念している。
		タクシー運転手	・2~3か月先も冬期間であり、会社や学校関係のタクシー利用者数は現在と同じくらい多いとみている。しかし、タクシー会社の慢性的な乗務員不足は続くとみている。
		通信会社(経営者)	・テレビをインターネット回線につないで利用するコネクテッドテレビの割合が増えているため、自宅に光ネット回線を増設する人が増えている。また、引っ越しに伴う通信サービスの新規加入者数の増加、特に集合住宅における通信回線加入者数の大幅な増加を期待している。
		通信会社(営業担当)	・好転する材料に乏しく、現状維持若しくは悪化するとみている。
		通信会社(営業担当)	・期待につながる材料が見当たらない。企業の設備投資や購入等に慎重な姿勢は続くとみている。
		通信会社(営業担当)	・物価が上がるなか、給与も多少は増加することを期待している。
		通信会社(社会貢献担当)	・電気通信事業法の改正前の駆け込み需要があったため、一時的に販売量は低迷するが、春商戦で多少増加する見込みである。
		遊園地(経営者)	・国の補助金で光熱費、燃料代が抑えられているが、補助が打ち切られれば物価が上昇し、家計に影響することが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・世の中は旅行などの動きが活発になっている。客の話を聞いても、スーツを新しくしたり、人と会うためにおしゃれをしたりする意思がみられる。しかし、物価高のなかで財布のひもが固くなっている状況は変わらないとみている。
		美容室（経営者）	・新規客が増える見込みはないため、景気は変わらないとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅受注の今年度見通しに伸びはないが、投資用賃貸集合住宅の受注は好調である。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、省エネを意識した製品への買換えが増えるとみている。リフォームは、室内中心の修繕工事の問合せが増えるとみている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・新規の来場組数が減少している状況は続くとみている。
		商店街（代表者）	・大企業はボーナスが増えているようだが、インフレ傾向にあるなか一般市民の収入はほとんど増えていないため、消費はかなり落ち込むとみている。
		商店街（代表者）	・寒さが厳しい時期を迎え、来客数が減ることが予想される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・正月を過ぎれば出費を控えるようになるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・値上がり商品が多く、駆け込み購入も多いため、いずれどこかで売上が一気に悪化する時期が来ると予想している。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・物価上昇に対して、賃金の上昇が追い付いていない。また、地方の中小企業などは冬のボーナスも出ていない。
		スーパー（商品担当）	・年明けは食料費の節約志向が強まると予想しており、現状のように客単価の上昇による売上の維持は厳しくなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・人手不足による賃金の上昇と電気料金のアップで、ますます利益が厳しくなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・暖冬の影響で土木関係の除雪業務が激減しており、単価の下落傾向は続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・気温が低下することで人の動きが鈍くなるため、来客数は増えないとみている。
		コンビニ（店長）	・政治が不安定なことにより、多くの人のマインドが下がっているとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客の消費が伸びない状況に加え、法人客のオーダーがストップしそうになっており、今後の販売台数の増加が望めない。
		乗用車販売店（従業員）	・工場停止の報道が出ている。配車量に影響を与え、収益にも影響を及ぼすとみている。
		乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題で風評的な声も少なからず存在しており、現場店舗からは今後の商談への影響を懸念する声が多く聞かれる。
		高級レストラン（支配人）	・現在の予約状況からみて、今後の見通しは良くない。
		一般レストラン（経営者）	・徐々に値上げの影響が出ている。ぜいたくはしないという風潮がある一方で、値上げは関係ないという人も一定数いる。この先は読めないが、良くなることはないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・新年会を昔のように開催しなくなっている。正月休み明けということもあり、客の動きは12月よりも悪くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・今月は来客数も売上も思いの外良すぎたので、これ以上になることはない。
		一般レストラン（経営者）	・1～2月は例年雪による影響で繁華街は人の往来が少なくなる。3月後半になれば歓送迎会等に受験生を家族にもつ客が戻ってくることを期待している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・中小企業の賃金が上がらないと景気の上昇にはつながらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題と政治資金問題が火種となり、経済が低迷するとみている。
		通信会社（営業担当）	・年明けには国の給付金が給付されるが一時的なものであり、今後徐々に景気は悪くなっていくとみている。
		美容室（経営者）	・現状の消費拡大は一過性のものであり続かないとみている。物価上昇が激しすぎるのが問題である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・官公庁の今年度発注案件が大きく増えない時期であることや、民間においても設備投資に回す資金が縮小しているタイミングであるため、景気の改善は見込めない。
	×	スーパー（経営者）	・地方の中小企業にとっては、賃上げは非常に厳しい環境下にある。地方においては可処分所得が増加することはない。
	×	コンビニ（経営者）	・夜間の来客数が相当厳しくなっている。気温が上がらないと来客数は増えない。
	×	コンビニ（経営者）	・1～2月は1年で1番来客数も売上も少ない時期である。さらに、光熱費の高騰、最低賃金の引上げ、除雪代の負担を考えると、どうやっても赤字となる。コンビニ経営に限界を感じている。やめるオーナーは今以上に増え続けると予想している。
企業 動向 関連 (東北)		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末に向けて忙しくなるが、競争も激しくなることが予想される。
		公認会計士	・建設関係はそこそこの業績を確保しているため、小売、サービス業の回復傾向が続き、製造業関係も部品不足等が解消され売上が上がってくれば、全体として今より景気が良くなるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが落ち着いている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地を訪れる観光客の数が増加し、多少景気が上向くことを期待する声を多く聞く。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件及び受注依頼が微増となっている。ただし、納期、単価共に同業者との競争が更に激しくなっている。
		農林水産業（従業者）	・果樹は6月以降の収穫になる。
		食料品製造業（経営者）	・秋以降動きが良くない。人はそれなりに動いているが客単価が落ちている。
		食料品製造業（営業担当）	・現状を好転させる要素はなく、販売量は現状維持が精一杯とみている。依然、原材料価格の値上げは続いており、収益の悪化も見込まれる。
		食料品製造業（製造担当）	・空港の国際線増便によりインバウンド需要は続くとみている。しかし、消費者の買い控えの懸念もある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方経済の景気が良くなったとの実感はない。高齢化、人口減少、若者の県外流出など、地方経済の疲弊の進行に歯止めがかからないことが主要因とみている。
		金属製品製造業（経営者）	・顧客の話から、やや悪い状況がしばらく続くとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車や半導体関連の案件が少なく、今後もしばらくは忙しくなりそうにない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の在庫調整が想定よりも長引き、注文見込みの計画が後倒しになっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体各社の開発スケジュールは依然後倒し傾向にあり、設備投資フェーズへの移行も後倒しになっていることから、先が見通せない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・良い情報はあがるが正式な動きには至っていないため、直近の動向は変わらないとみている。
		建設業（従業員）	・年度内に生産施設を始め、一定量の受注契約を見込んでいる。
		建設業（従業員）	・建築資材の不足や価格高騰が続いている間は変わらない。
		輸送業（経営者）	・当社の場合、国内輸送も海外向け輸送も減少している。プラス要因が見当たらないなか、政治資金問題や大手自動車メーカーの不正問題が新たなマイナス要因となって、景気にも多少なりとも影響があるのではないかと危惧している。
		通信業（営業担当）	・客の反応が冷え込んでいるため、契約以外でも相談に乗るなど、顧客との関係性を強めることでビジネスチャンスのきっかけを探すしかない。
	通信業（営業担当）	・最近では物価高騰による値上げは受け入れられつつあり、提案依頼は増加しているものの、最終的な購入には至らない案件が多い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（広報担当）	・個人消費は堅調な推移が期待される。一方、当県の主要産業である水産業と水産加工業においては、主要魚種のほとんどで何かしらの問題が顕在化していることから、今後も資金繰りを始め、業況推移に注意が必要である。農業も夏の高温被害の影響から品質を落としている産品がある。
		広告業協会（役員）	・企業の経営環境が不安定であるため、広告費を縮小せざるを得ない状況は続くともみている。ただし、旅行・宿泊等の観光関連、人手不足対策の採用関連の広告出稿増大に期待している。
		経営コンサルタント	・原料価格高騰、人手不足等に対して、企業のマネジメント力がますます求められるようになる。対応次第では収益に大きく影響するとみている。
		司法書士	・景気を上げる要因も下げる要因も見当たらない。
		コピーサービス業（従業員）	・社会情勢やマーケットの状況などが混とんとしており、先行きは不透明である。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・人の移動などは外国人旅行者を含めて回復している。
		農林水産業（従業者）	・肥料価格は今年より下がる見込みだが、肥料価格高騰対策事業の助成金が継続されるかが不透明である。
		建設業（従業員）	・冬季は降雪の影響から工事の進捗が遅くなるほか工事が減少するため、売上は減少する。
		x	窯業・土石製品製造業（職員）
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・営業職の募集が特に増えていることから、今後、業績を拡大する意向を持つ企業が非常に増えるともみている。募集を掛けても人が集まらず、求人総数が増えているため、ある程度経験を持つ人の獲得競争が激しくなっている。
		人材派遣会社（社員）	・今期の採用目標に対する後追いと来期の採用目標に対する動き出しが重なるため、良い状況になるとみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・県内に海外企業の半導体工場の誘致が決まり、様々な情報が飛び交い始めており、今後、大きなビジネスチャンスが訪れるともみている。求人活動は確実に活発化するため、大いに期待している。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・コロナ禍が明け、正常化に向かっており、緩やかな回復が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・個人消費の回復に伴い生産量も増え、徐々に景気は良くなるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が増えるような明るい材料に乏しいため、変わらないともみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が思ったより伸びていない。中小企業を中心に賃上げのペースは遅く、物価上昇に追い付いていない。インバウンドを中心に潤っているところとそうでないところの格差が広がっている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数が不安定で余り良くない状況が続くとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良い材料が少なく、売上の回復は余り期待できない。
		職業安定所（職員）	・人手不足が続いているため、企業の採用意欲は高く、採用や離職防止のために労働条件を改善する動きが多くみられる。この状況は継続するとみている。
		職業安定所（職員）	・人手不足感は解消していない。
		職業安定所（職員）	・物価高騰などのマイナス要因が継続しているため、景気は変わらない。
		学校〔専門学校〕	・経済活動が活発になる起爆剤となるものがないため、現状と変わらないともみている。
		アウトソーシング企業（経営者）	・人件費を上げたものの、受注量が確保できるか不透明である。
	職業安定所（職員）	・物価やエネルギー価格の高騰が続いていることに加え、消費者の節約志向も常態化しており、消費低迷が加速するとみている。また、中小規模事業所における事業主都合の離職者は減少する気配がなく、事業所の存続が危惧される。	
	民間職業紹介機関（職員）	・今後、大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくる可能性がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北関東)		百貨店（店長）	・今後も乗客数の増加傾向が続くと想定している。
		百貨店（店長）	・売上は2018年比95%程度で推移しているものの、前年比100%を超えており、堅調に回復している。
		スーパー（総務担当）	・政府の少子化対策等が発表され、景気が後押しされた雰囲気である。
		衣料品専門店（販売担当）	・過去を悔やんでも仕方がないので、少しでも良い方向になるように、春に向かって明るい兆しを何とか手繰り寄せる工夫を、これからしていこうと思っている。希望的観測を持つてのやや良くなるである。
		乗用車販売店（経営者）	・観光地に人の動きが増えたように感じている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・当社はホームセンターを中心に店舗しており、ホームセンターのレシートにチケット割引を載せてもらっている。春は移動の季節なので、チケット割引を利用して買い求める客が非常に多くなり、テレビ放映された影響で、好調な店舗もあるため、やや良くなる。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新規案件自体は従来どおりとみられる。ただし、人材確保が全ての重しとなっている。これから新年度の受託に向けての活動時期に入っていくが、仮に案件があっても積極的に取りにいきにくい情勢である。
		都市型ホテル（経営者）	・一旦離れた客の動きは、なかなか読めない。
		旅行代理店（経営者）	・新年度に向け受注が増えだす時期となる。
		ゴルフ練習場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、思うように外出できなかった反動で、気の緩みが出ている。
		競輪場（職員）	・年末年始や年度末、年度初めは業界では販売量が増える傾向にある。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・春の明るいニュースはなかなか入ってこない。先行きは、今月同様に悪いままではないか。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・2023年は1年を通して新型コロナウイルス感染症発生前の売上に匹敵するような月が多く、この傾向は年明けも維持されるとみている。周辺の同業者も同様の見解である。前月に引き続き、懸案事項は海外情勢が不安定な点と受入れ側の人手不足である。
		百貨店（営業担当）	・初売りから春物商戦に入ってくるが、依然としてエネルギー価格を始めとした物価高の継続が見込まれ、消費マインドの改善には至らない。
		百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行によって、食品エリアの需要は伸びる要素がある。ただし、相変わらずの物価高や不安定な世界情勢、地方都市における賃金所得の伸び悩み等、し好品に近い雑貨やファッションエリアの動きが不透明である。
		コンビニ（店長）	・このところの騒動が落ち着いたというか、そろそろいろいろな面で落ち着いた動きがみられることを期待している。
		衣料品専門店（統括）	・特殊な商売ということもあり、暇な時期を狙って、何かしようということもなかなかできない。
	家電量販店（店長）	・春商戦に向けた販売促進策で臨むが、伸びる要素が見当たらない状態にある。	
	乗用車販売店（経営者）	・輸出の比重の高い当地域の自動車メーカーであれば、他の大手自動車メーカーの不正問題があっても、地域経済が大幅にダウンはしないのではないか。そのためか、商業界は大規模小売店を中心に客足は良いようである。	
	自動車備品販売店（経営者）	・ずっと消費を抑えた緊縮的な傾向だったが、いよいよお金を使いたいという雰囲気が出ている。しかし、政治的なことや情勢、納税等があると、再び警戒して物の消費が抑えられてしまうのではないかと、自分自身も客も心配している。	
	住関連専門店（店長）	・値上げ傾向は高止まりしているが、収入の増える要因が見当たらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		仕関連専門店（仕入担当）	・コロナ禍の行動制限解除による行動パターンの変化や各種値上げによる消費行動のネガティブ方向への変化は、当面続く。
		その他専門店（総務担当）	・見積件数が横ばいである。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・デフレの影響で、正月明けの消費の冷え込みが心配である。年度末に向けて、明るい材料が欲しい。希望を込めて横ばいとなることを願う。
		一般レストラン（経営者）	・物価高に伴い、給料が上がらなければ、わざわざ外食という気分にならないだろう。大都市から少しずつ良くなったとしても、地方が良くなるのは更に先になるため、当面は厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年始で一旦落ち着くが、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比で売上は120%と相変わらず好調である。宴会、料飲部門共に件数は新型コロナウイルス感染症発生前に近づいているものの、1件当たりの人数がまだ回復しきれていない。ここに来てインフルエンザや新型コロナウイルス感染症のり患で、参加人数が減るケースが多くなっている。ただし、以前のように集まり自体がキャンセルにならないことが救いである。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンでもあるため、景気は大きくは変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・今後の景気は冬のボーナス次第と踏んでいたが、客の動向に変化はみられない。オフシーズンに入るため、今後の動きを注視したい。
		タクシー運転手	・1月は新年会で多少の動きはあると思うが、2月以降は分からない。地方の景気は良くない。
		タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（社員）	・サービスに対する満足度の高い客は、今後も継続して利用する可能性は高いが、価格で評価している客は、少しでも安価なサービスを提供しているところがあれば、そちらに流れる傾向がある。2～3か月程度では身近な景気は変わらないと思うが、数年単位で考えた場合は、悪くなると考える。
		通信会社（営業担当）	・大きな変化は期待できないものの、社会情勢による影響は受ける可能性がある。
		テーマパーク（職員）	・地域全体で、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りたくても、人手不足等から対応し切れないといった新型コロナウイルス感染症とは別の問題もあり、今後良くなるとは思えない。
		ゴルフ場（従業員）	・女性の来場者が少しずつ増えている。
		美容室（経営者）	・大企業のように賃金を上げられない中小企業では、人手不足と物価高で首が回らない。ガソリン料金補填等の実感を伴わない政策ではなく、あまねく消費税減税を強く望む。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現行社員の離職を防ぐためにも、給与増額は避けられず、大手の賃上げニュースに神経質にならざるを得ないが、追い付いていけるだろうか。来客数は確保しているが、売上は下がる。原材料の価格高騰にも四苦八苦しており、改善への出口が見つからない。
		設計事務所（所長）	・価格高騰が続いており、余り景気好転は期待できない。
		住宅販売会社（経営者）	・物価上昇が、人件費高騰等、いろいろな部分に影響してくる。価格に転嫁できないまま悪化をたどる。
		住宅販売会社（経営者）	・現在は不動産の引き合いが大変少なくなっている。土地、建物の数も少なく、街の人の動きもいまだに少なく感じる。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・今夏の猛暑のイメージがあるため、省エネやエコ関連の施工の問合せはあるものの、補助金頼みという面もあり、見通しは難しい。
		商店街（代表者）	・来客数が前年近くまで戻ってきたのに、商材仕入れの主力メーカーから、来年の値上がり通知が届いた。また値上がりかとうんざりして、客離れが一層進みそうである。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・贈答品の販売が大分少なくなる。
		スーパー（商品部担当）	・商圏内の新規出店の影響による売上減少は続く。年明けには、消費者の節約志向が更に高まるとみられるため、苦戦は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・思うようには受注ができていないため、厳しい状況が続くとみている。全体的に価格が上がっているため、非常に厳しい。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・2～3月は今ほどの動きはないのではないかと予想している。特に、平日の集客が厳しくなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・例年冬は良くないため、今年も同様に良くないとみている。
		通信会社（総務担当）	・行政から売価が厳しく指導されており、客のニーズにあった販売が更に困難になるため、やや悪くなる。
		通信会社（局長）	・現状の円安も回復には向かっていない。政策も不透明だという評価で、今後も買い控えや節約傾向が改善されていくとは思わない。
		美容室（経営者）	・将来に期待が持てない。一企業の問題ではなくなっている。
	x	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の懐事情が悪いというのが、顕著に出ている。やはりもう少し対策を打たないことには、持ちこたえられない客や業者が出てくる。
	x	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の道路工事は来年3月まで続き、その後はまた来年度の予算から工事が始まる。今後しばらくは売上に影響があるのではないかと。
	x	家電量販店（店員）	・先行き不透明感があるからか、購買には慎重なようである。耐久消費財の買換え促進策が欲しい。
	x	通信会社（経営者）	・当地のような高齢者が多い地方では、物価高が消費意欲に直接影響する。優先順位が食費や公共料金となるため、それ以外の物の購入は極力抑えられてしまう。
企業 動向 関連 (北関東)		金属製品製造業（経営者）	・取引先の内示により、良くなる予定である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しい年を迎えて、やはり良い生活をしたいという方向に向かうのではないかと。
		金融業（営業担当）	・アフターコロナにおいては経済活動が活発化しており、企業間の格差はあるものの、全体的には改善が見取れる。
		経営コンサルタント	・来春の賃上げ状況次第などところもあるが、ここで所得の安定感が強まれば、個人消費も企業の経営活動も堅調に推移するとみられる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量も多くなり、今後は収益が改善されるとみられるが、人件費や経費がいずれも増加しているため、どこまで抑えられるか不安である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・景気が良いとはいえないが、期末手当、物価高騰手当が支給されて良かったと思っている。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先や同業者の様子が分からない。良いところもあれば、悪いところもあるという感じで、捉えどころがなく本当に困っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現状から大きく変わるような情報は、入ってきていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の大手から中小零細の50社ほどを見渡しても、景気が良くなる気配を感じることはできない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一部増産となる情報もあるが、減産となる機種もある。中国の不況がどのように影響するか、懸念している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先等の動きだが、現状、1か月先のことすら全く分からない。2～3か月先に販売量が減るか増えるか、取引先が良くなるか悪くなるか、全く分からない。
		その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだ物価高の状況等が続いているからである。
		輸送業（営業担当）	・年度替わり前の白物家電、特に、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、電子レンジやインテリア雑貨等は、前年並みの輸送を確保予定である。しかし、2024年4月からの輸送体制問題もあり、車両不足も懸念されるため、利益は落ちそうである。
		不動産業（管理担当）	・請負金額の値上げを受け入れてくれた取引先であっても、メンテナンス費用についてはシビアになっており、業務内容の削減を検討している先も多く、今後の見通しは厳しい。
		社会保険労務士	・日本銀行が1月にマイナス金利の解除をしなければ、国内の状況は変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・取引先より2～3月の減産が決まったと連絡があった。国内の販売台数が伸び悩んでいるのが主な原因とのことである。いろいろな問題が解決に向かって良くなっているなかで、とても残念である。この減産が続き、影響がどのくらい出るか非常に不安である。
		建設業（総務担当）	・とにかく工事量が不足している。先行きについても補正予算の効果が出てきてくれないと、不安しかない。
		不動産業（経営者）	・年が明けて年度が替わると、退去が増え空室の修復費などが必要になる時期となるため、やや悪くなる。
	x	建設業（開発担当）	・11月現在で今期は残り4か月なので今後の発注に期待したい。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・物価高の傾向が全般的にやや広まっているが、正月商戦が大分期待できるという見込みを立てている。住宅の新築や増改築関連は年を越しても仕事が続くかと考えているが、自動車関連の人材募集等がやや気掛かりで、足を引っ張るかもしれない。購買力は鈍るとみている。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品の生産計画が高いため、やや良くなる。
		人材派遣会社（従業員）	・取引先から忙しくなると聞いている。やや良くなるのではないかと。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなってから初めて迎える新年であるため、観光などを中心に、景気は上向き。
		職業安定所（職員）	・主要産業である建設業、製造業、卸・小売業では、2か月連続して新規求人数が前年同月比で減少している。一方、新規求人数の30%強を占める医療や福祉分野等は、前年同月比で増加している。
		人材派遣会社（社員）	・物価高騰に対する賃上げ要求に対し、中小企業を中心に厳しい回答が多いため、やや悪くなる。賃金の低いパート社員を採用するまでの期間限定で派遣を利用する企業が増えた印象を受けている。
	x	*	*

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)		一般小売店〔生花〕（店員）	・3月は卒業式や退社などいろいろな行事に加え、お彼岸もある（東京都）。
		家電量販店（店長）	・訪日客数及び購入額に大幅な衰えはない。現在、円高に振れる動きがあるが、長期的にみてマイナス要因が見当たらない（東京都）。
		乗用車販売店（総務担当）	・車業界の最需要月が続き、販売量及び客の動向が活発になる。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・様々な業種の人と話をしているが、好調なところが多く、カフェ開業も着々と増え、関東近郊の保養地ではホテル開業ラッシュになっている。新規案件、海外からの話も多くなっているため、良くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・今シーズンは暖冬の見込みということもあり、天候が落ち着いているときは集客に期待が持てる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・販売量としては微増だが、地域の同業他社が廃業したため、当店の僅かながら客が流れてきている。そのため、やや良くなる。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・この1年間、売上が前年比110%から120%で推移しており、インバウンドも明らかに増加傾向にあることから、2～3か月先の売上、来客数共に上向きなまましていく（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の株価が好調なので、日本にも良い影響を与えてほしいと願っている。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・為替が落ち着いてきている状況で、年度末向けの販売量の増加が見込まれる（東京都）。
	百貨店（総務担当）	・国内消費は変わらず堅調で、インバウンドも好調さが続いている（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・向こう3か月は気温が高いとの気象庁からの予報もあり、人流は更に活発化するとみている。外国人観光客による購買もまだ順調に伸びており、期待できる（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの増加割合は縮小するものの、訪日外国人の増加による売上規模は引き続き堅調である。12月はファッションの実購買が底堅く、回復基調に向かっている（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・物価高にも慣れが出てきて、クリスマスなど主要な商機は来客数、売上共に大きな山ができるようになってきている。イベント直後は財布のひもを締めるなどのメリハリはあるだろうが、春に向けて継続的に良くなっていく（東京都）。
		百貨店（財務担当）	・引き続きインバウンドによる販売量が増加し、景気を押し上げると想定している（東京都）。
		スーパー（ネット宅配担当）	・客単価の上昇に加え、販売点数も回復基調にあり、売上が伸びやすい状況になっている。
		コンビニ（経営者）	・ここ2～3か月で徐々に良くなっているため、この先も良くなる（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・様々な場所でのイベント等が新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきているため、消費についても期待したい（東京都）。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車が出たので、初売りセールで販売量が増加する。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅省エネ2024キャンペーンについては、従来の国の補助金事業よりも認知度が高く、建設、リフォーム業界への後押しになることが期待される（東京都）。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・年が明けたら少し景気が良くなるような感じがする。何となく世の中も動いてきているような気がする。それと同時に、販売量も良くなるのではないかと。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費者の心理面で、コロナ禍からの脱却が果たされたと感じる。この心理が継続するには、物価の上昇以上の賃上げができるかが次の課題であり、それまでは現行の基調が続く。
		高級レストラン（役員）	・3か月後の3～4月は春季で、年度末のパーティーシーズンでもあるため、問合せ、予約等の利用機会も多く、期待できる（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・12月は1年間で1番売上が多い月なので、それと比べると2～3か月先は少し落ちる。1～3月と売上が落ちていくが、なかでも2月が1番売上が落ちる。ただし、ケータリングがやや上向きになっているので少しは良い。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も、今と変わらず景気が良いというか、お金を持っている人はきちんとお金を使ってくれるのではないかと。安い店などは分からないが、それなりに良い価格帯の当店においては、多少の微増が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・国内経済全体が上向き、中小企業の賃金が上がっていけば、更に上向き（東京都）。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・前年とは違い、新年から新年度にかけて、人の出入りや動きが増えることが予想される（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も収束し、新年を迎えることによって、更に新型コロナウイルス感染症が過去の物になるような気がする。このまま上向きでいってくれることを願うばかりだが、不安材料としては原価と水道光熱費の高騰である。こちらについては注視しつつ、政府としてもその動向を見ながら、適切な対応を迅速にお願いしたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が微増しているが、インフルエンザほどではないため、予約などへの影響は軽微である。予約は順調に入っており、この状況が続けば景気は良い方向にて推移する。
		タクシー運転手	・コロナ禍に対する世の中での考え方が少し緩んだようで、街の中心部や駅、スーパーには人が多く出ている。駅のタクシー乗り場では両手にたくさんの荷物を持って乗り込んでくる客がいる。年明けもこの流れでいけば、期待できそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・客足の伸びや購買意欲については上昇傾向が続くとみられるが、一部店舗では働き手不足により営業時間の短縮などの影響が出ている。派遣やアルバイトの転職が容易になり、サービスクオリティの維持が難しくなっていることから、客単価や顧客生涯価値の伸長にマイナスの影響が出ることを懸念している（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・年末年始の消費増加もあり、市場に動きが出るのではないかと（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・引っ越しシーズンに伴い、売上が増加する（東京都）。
		観光名所（職員）	・来客数の増加傾向が継続してみられる（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・インバウンドの回復により、新型コロナウイルス感染症発生前よりも宿泊料が高めに設定にされ始めた結果、都内近郊にまで宿泊客増加が及んでくることが予想される。
		競輪場（職員）	・希望的観測だが、これ以上悪い状況が続くとも考えにくい。また、政治不振が続こうが、前に進まなければならない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・特に学生やジュニア層の客が活発に活動している（東京都）。
		その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・イスラエルとハマスの間の衝突が終了すれば、やや良くなる（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	・最近新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、観光業に伴うホテル業界も良くなりつつある。ただし、中小企業はまだ厳しい環境にあり、賃金を上げることができない。政府には中小企業の景気対策をお願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・子育てエコホーム支援事業が始まることと、来年度の税制改正大綱の公表により住宅ローン減税の借入れ限度額の据置きや、住宅取得等資金に係る贈与税の非課税措置の延長など、子育て世代にとっては良いニュースもあるので、現状よりはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・当店は呉服小売業だが、業界全体として物を売ることが非常に難しくなっていることは間違いない。今後、レンタル事業や着物のレンタルをした客に写真撮影をしてもらおうといったことを頑張らないと、なかなか売上は伸びてこない。
		商店街（代表者）	・緩やかに上昇していくとは思いますが、天候が極端なため、これまでのビジネスモデルが通用しないこともある。秋物が売れないとか、冬物が急に動くとか、宴会の日時が重なったり、集中して機会損失が多く出るなど、消費動向を読みにくい（東京都）。
		一般小売店 [祭用品]（経営者）	・年末の活気が感じられない。年始も引き続き物価高の影響を受けそうである。
		一般小売店 [米穀]（経営者）	・社会的な問題については、政治的な不安感、大手企業のコンプライアンス問題等があるが、新しいNISAも始まり、所得が増えれば上向きになると思うので、プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
		一般小売店 [傘]（店長）	・需要が少ない時期でもあるため、来客数、販売量共に低空飛行が続きそうである。
		一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・店頭で高価格帯のボールペンが多く出たりするなどの傾向はあるが、品切れしている物もある。また、外商でも、売りたい物もなかったり物流の便がなかったりしている。今後こうした影響が大きく出ることが予測されるため、現状と同様の推移になるのではないかと。
		一般小売店 [茶]（営業担当）	・何とか会社が存続していくことを願っているような状況である。社員一同頑張ってボーナスを支給してもらえるように営業を頑張る（東京都）。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドは引き続き好調を見込んでいる。春の卒入園に関するイベントは前年度より多くなる見通しである（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・売上の実額では、季節的な要素を除き大きな変動はないと考えるが、コロナ禍明けにより前年は回復傾向にあったため、伸び率は低下していく。暖冬で重衣料の伸び悩みも予想されるため、予断を許さない状況である。食料品では、商材値上げの影響もあり、若干プラスに振れると推察している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・全体として客の消費行動は堅調であると感じるものの、明らかに景気が上向いているという実感を持っていないまま、数か月が経過している。売上の下支えとなる食料品関連商材は値上げが続いており、買い控え等の懸念もあるため、今後の伸びは期待できない。先行きは不透明である（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・インバウンドの推移が底堅いことに加え、国内客の消費を失速させる不安材料が特段見当たらない。一方で、ここから春先にかけて前年比でのハードルが一層高くなっていくこともあり、総合的には景気が上向き方向にもう1段アクセルが踏まれるというよりも、足元の良い基調がそのまま続く形が現実的である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・元々日本人の日常使いを対象とした店舗であり、インバウンドは想定していないため、現状どおりの緩やかな上昇傾向には変わりがない（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・今の傾向が今後も続く（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・インバウンドは好調だが、国内に目を向けると不安要素も多く、大幅な改善は期待できない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・バレンタインや、卒業、入学等のライフイベントが続き、消費ニーズは今の熱量のまま変わらないと予想している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・物価上昇による客の消費マインドが厳しい状況は変わっていない。この先の春闘で、賃上げが幅広い業種で行われ、多くの方が賃金上昇を実感できない限りは景気は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からの予測である（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・物価の伸びに対して、賃金上昇が実感できないなか、現状維持が精一杯ではないか。
		百貨店（管理担当）	・相変わらずの原材料価格の高騰、物価高により、消費マインドは余り高くない（東京都）。
		百貨店（店長）	・実質賃金が増えないと、針が動くほどの景気の上向きは期待できない。
		スーパー（経営者）	・可処分所得の増加よりも、支出増加のペースが早い。
		スーパー（経営者）	・消費者の購買志向が変わったのか、全体的に来客数の減少が大きく響いている（東京都）。
		スーパー（店長）	・価格志向ではない客と低価格志向の客が混在しているため、売上のバランスが取れている。競合店等の外的要因で売上が大きく左右されることが少ない。
		スーパー（総務担当）	・客は自分に合った節約方法を見付けて、実行し始めている。
		スーパー（営業担当）	・単価が上がる一方で販売量並びに来客数が落ち込むという図式は変わらないものの、今後は販売量の増加が見込まれるため、期待したい（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	・値上げは一服しているが、物価は高止まりしている。可処分所得が少なくなり、節約志向がますます高まる。
		スーパー（販売担当）	・物価の上昇度合いは今までよりも緩やかになりそうだが、依然として可処分所得が伸びていない状況では、大きな期待は持てない。引き続き食料品、日常生活品中心の手堅い消費が続くのではないか。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍明けの改善効果も一巡し始めるため、今までのような前年比売上を出せない状況が続くのではないかと（東京都）。
		コンビニ（店長）	・3か月以内に景気が良くなるような政策、世の中の動きがみえない（東京都）。
		コンビニ（従業員）	・来年景気が良くなる要素はない。コンビニでぜい沢な品を購入する客は少ない。価格を気にするのであればスーパーなど少しでも安価な店で買う。年末も、ふだんより少し多めに食料品を買う客はいると思うが、景気に直結する動きではない。財布に余裕がなければ、コンビニでたくさんの商品を買うことは少ないのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は節約の対象となっており、慎重な購買行動が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・物価上昇に伴う消費者の生活防衛意識の高まりから、当社が扱うオケージョン商材はレンタルにシフトしており、厳しい状況が依然として続くものとみている。また、呉服に関しては、リユースが浸透し、販売する商材にはより付加価値が求められる状況にある(東京都)。
		衣料品専門店(統括)	・コストが高くなり、小売価格が上がっている。ついで買いが減っているが、この先増えてくるとは思えないので、現状維持ではないか。
		衣料品専門店(役員)	・今月は諸物価高騰の影響を強く感じる。衣料品まで手が回らない雰囲気がある。
		家電量販店(店長)	・決算セールや新生活需要がどの程度回復するか分からない。物価が上昇しているなかで各企業の賃金などの程度上がるかが、今後の景気回復に影響する。
		家電量販店(店長)	・物価高のため、現状がまだしばらく続く。
		家電量販店(経営企画担当)	・物価、エネルギー価格等の上昇に対する生活防衛として消費者の節約志向が続くと、国内消費は低調なまま、今後もインバウンド頼みの傾向が続くことになる(東京都)。
		乗用車販売店(経営者)	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前年と比べて2割減少している。
		乗用車販売店(経営者)	・仕入価格が下がる見込みはない。
		乗用車販売店(販売担当)	・ロシアによるウクライナ侵攻などの影響で燃料や食料品の価格が上がっている。自動車関連でも不正が相次いでいることから消費者が不信感を持っており、値引き交渉になるとなかなか利益が取れない。そうしたことから、この先2~3か月では余り変わらない(東京都)。
		乗用車販売店(渉外担当)	・自動車の生産や出荷について、依然として不安要素がある。
		乗用車販売店(店長代行)	・半導体が落ち着いてきたと思ったら、大手自動車メーカーの不正問題や燃料ポンプリコール等があり、自動車業界は大変苦しい。新車種の発売予定もどうなるか不明である(東京都)。
		乗用車販売店(営業担当)	・大手中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題など、自動車業界には明るいニュースがない(東京都)。
		その他専門店[貴金属](統括)	・良くなる要因も悪くなる要因も特に見当たらないため、余り変わらない(東京都)。
		その他専門店[雑貨](営業担当)	・年明け以降もインバウンドが減少する要素はない(東京都)。
		その他専門店[ガソリンスタンド](団体役員)	・少なくとも4月までは燃料油価格激変緩和対策事業が続く(東京都)。
		その他小売[生鮮魚介卸売](営業)	・いろいろな要素でこれといって期待できることがない(東京都)。
		高級レストラン(営業担当)	・今年はコロナ禍からの回復景気があったと考えると、来年はより厳しい状況になる(東京都)。
		高級レストラン(経理担当)	・法人、個人の予約は増えていく傾向にあるが、一方で労働力は縮小傾向にある。特に、正社員については、若者が飲食業を敬遠する傾向が懸念される(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・コロナ禍明けから周辺地域は建築ラッシュである。集客につながるかは分からないが、街のにぎわいは期待できる(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・政府がデフレ脱却とインフレを望んでいる結果なので、この傾向は当分続く。円高に振れることがあったとしても、以前のような1ドル100円近辺に戻ることは考えられないため、輸出関連の大企業やインバウンドのカテゴリーは増収増益となるだろうが、それ以外は経費の増加で厳しいはずである。2極化、淘汰の時期に入ったように感じる。また、海外ではいまだに戦争、紛争も続いているため、現在のような不安定な状況がまだしばらく続く。
		その他飲食[給食・レストラン](役員)	・1月以降は、定額の委託料に対し、休業日の関係でパートの人員費が減ることから、利益ベースでは現状を維持できるものと予想している(東京都)。
		都市型ホテル(スタッフ)	・戦争や中国経済の状況等の影響により、この先どうなるか分からないというのが正直なところである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・春休み中なので何ともいえないが、良くなる方向に向かっている。客の話からは、遠出をするよりも近場で家族皆で楽しく過ごしたいという意見が多いようである。
		旅行代理店（従業員）	・旅行需要自体はあるが、旅行費用そのものが上がっているため、実施に結び付くかは不透明である。
		旅行代理店（営業担当）	・業界全体として見通しが立たない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・物価の上昇、増税になっても給料は変わらない。中小企業ばかり辛い思いをさせられて、救われない。
		タクシー運転手	・正月が近いのに、物価の上昇があまりにも大きく、生活がかなり厳しくなっている。客からも毎日のようにそうした話を聞かされている。来年に期待したいが、どうなるのか今のところ想像が付かない。
		タクシー運転手	・中国の景気低迷などを背景に、訪日客の回復が遅れ、物価の上昇も続いていることなどから、景気回復は鈍化しており、しばらくは良くならない（東京都）。
		通信会社（経営者）	・受注量が増加傾向にないため、今後2～3か月先も現状が続く（東京都）。
		通信会社（社員）	・小口注文はある程度あるが、年度末に向けて大口の特別番組の引き合いがあり、今年度に関しては、急に明るい見通しとなっている。ただし、来年度以降については契約終了の案件もあり、手放しでは喜べない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・買い控えや節約志向は今後も継続していく。
		通信会社（局長）	・ここ最近、季節要因の影響はなくなってきており、年末年始をまたいで不動産繁忙期に突入するが、余り変化はないとみている（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・年度末に近づき終了する現場も出てくる（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・年末年始にプチぜいたくした後は、節約モードに切り替わる。
		通信会社（経営企画担当）	・川上からは各種費用の値上げ要請があり、応じざるを得ないが、川下の一般顧客に対しては費用増加分を転嫁できないため、収益が伸びない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・加入契約の純増数はマイナスではないものの、前年実績を割っており、顧客の伸びが鈍化している状況が続くとみている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・アフターコロナになってきている。新型コロナウイルス感染症発生前と比べて売上自体が増えている。もうしばらく来客数の減少トレンドは変わらない。
		ゴルフ場（経営者）	・暖冬傾向の予報があり、人の動きは悪くない。また、新年から習い事を始める人も多いため、スクール事業が回復する見込みである。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・新年会シーズンという一過性の可能性はあるが、大きな変化はない（東京都）。
		その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・既に景気が悪く、これ以上悪くなる要素もない（東京都）。
		その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・大企業を中心に賃上げムードが高まりつつあり、景気が上向くことを期待したいが、物価上昇の影響があり、今よりも更に景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
		その他サービス[立体 駐車場]（経営者）	・近隣に新しい商業施設でもできなければ、景気は良くならない。
		その他サービス [フィットネスクラブ] （エリア統括）	・景気の回復を今一つ感じられない。物価の上昇が続くなか、支出を抑える傾向がまだ続くのではないかと（東京都）。
		設計事務所（経営者）	・当社としてはここ2～3か月、非常に多くの契約をもらっている。大変景気の良い話だが、今一番困っているのは人手不足である。政治の混迷などがこの先どのように影響するかを考えると、当社の状況は良いが業界全体の環境は余り良くない。
		設計事務所（経営者）	・新しい物件は入ってきていない。
		設計事務所（経営者）	・これから先、年度内で景況感が変化する要素は考えにくい。変わるとしても例年どおり新年度に入ってからである。
		設計事務所（所長）	・娯楽、観光などの業界は良くなると思うが、建築設計業界は変わらない（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（職員）	・期待を込めて変わらないとしたが、良い方向に向く材料は見当たらない（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きを見ていると、急に良くなるようには思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の仕入価格に関しては高い状態で維持している。情報は入ってくるものの、価格の開きがあり、なかなか成約に至らない。建築費も高止まりしており、商材として高く感じてしまう可能性があるため、今後も余り景気は良くならない。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅に関する税制優遇を期待したが、目新しいものはみられない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・客から、賃金が上がらない現状のなか、光熱費や物価の上昇が家計をかなり圧迫しているとの話をよく聞く。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・商店街の中心にあったスーパーが今年10月に閉店し、駐車場もなくなったため、この先は静かになりそうである。現在、八百屋には客が列をなしているが、肉屋には人影が少ない。今後は客が一度に買い回りできる近隣スーパーに分散していく。
		スーパー（経営者）	・例年12月は非常に良い分、1月はその反動でやや悪くなる。商品の売行きは良くなっているため、変わらないことを期待しているが、やや厳しくなるのではないかと。
		スーパー（経営者）	・前年と比較すると売上はやや伸びているが、販売量は減っており、この傾向は変わらない。可処分所得が増えないことには現状のままいきそうである。
		スーパー（店員）	・現在の来客数、買上点数、客単価等をもても、すぐに良くなるようには思えない。むしろ、ますます厳しくなっていく（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・アルバイトなどの従業員が全く集まらず、影響が出始める。時給の大幅アップもあり、厳しさが増している。
		コンビニ（経営者）	・先がまだ見通せず、買上点数が伸びてくると予測できない。クリスマスケーキやおせちの予約も減っている。給与も最低賃金が上がったため、経費が圧迫されている。しばらく厳しい状態が続く。
		コンビニ（経営者）	・建築系などの仕事が動き出してはいるが、働く人が食事などを買いに来るかという、そうでもない。家で作り、少しでも節約しているのではないかと。やはり景気というか、賃金が良くないのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・これだけ自由な生活になっているなかで来客数が伸びていないのは、物価高の影響ではないかと。大手コンビニチェーン3社は前年比100%を超えているが、当方のチェーンでは97%から98%となっており、チェーンの差が出ている可能性もある。給与が上がらないなかでの物価高ということで、まだ影響は続くのではないかと。
		コンビニ（経営者）	・客から景気が悪い話ばかり聞いている。税金と光熱費の支出が増えているようで、全体的に悪い方向に向かう。
		衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が原因なのか分からないが、年末にもかかわらず、人の動きが余りない。最低限必要な物は動いているが、プラスアルファがない状況が続いている。
		衣料品専門店（従業員）	・物価高、暖冬の継続が予想されるため、防寒衣料の動きが鈍い。衣料品については気候次第というところもあり、厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・為替、物価上昇の影響で値上げ対応を余儀なくされる可能性がある（東京都）。
		家電量販店（店員）	・市のエコ家電購入応援キャンペーンが1月31日に終了予定である。
		乗用車販売店（営業）	・販売できる車種が減り、販売台数が減少している。
		住関連専門店（統括）	・販売量も来客数も新型コロナウイルス感染症発生前にはまだ戻っていない。したがって、景気回復にはもう少し時間が掛かるのではないかと。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・財布のひもが一段と固くなっていく。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・寒い時期を迎え、エネルギーコストが響いてくる時期でもあるため、影響が気になる。耐える限界がきている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（仕入担当）	・コロナ禍も過ぎ、経済活動の活発化が目立ったが、所得の増加が見込まれないと物価高の影響がボディーブローのように響くことが懸念される（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・オフシーズンとなるため、単価、稼働共に低下する。
		旅行代理店（従業員）	・暖冬、少雪が続くことが予想される（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行は需要と供給のバランスが崩れている。需要はあるものの、供給の減少で価格が上がり、予約につながらない。海外旅行も復活しているものの、円安の影響で申込みに至らない。空前の訪日旅行ブームだが、うまく取り込めておらず、世間の景気に乗り切れていない（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行代金が全体的に上がっているため、しばらく現状のまま変わらない（東京都）。
		タクシー運転手	・タクシー業界では年末を過ぎて1月を迎えると、年末の忙しさに比べてがたっと落ちることがある。1月はまだ正月気分があるために多少動きはあるものの、年末並みに忙しくなるとは考えられない（東京都）。
		タクシー運転手	・タクシーの利用は例年1～3月は10～12月と比べて落ちるため、恐らく売上は減る（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・年が明ければ人出もなくなるのが通常である。来年は、乗務員数が増加傾向にあり、タクシーの稼働台数も増えることが予想されているので、厳しい状況が続く。
		通信会社（経営者）	・単価的には若干上がっているが、受注が例年より少なくなっている。
		通信会社（営業担当）	・毎月お金を払うことに対してはシビアになっており、年々悪化している。徐々にではあるが悪くなっている（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	・政治家の不祥事で、本来論じるべき国民のための政策議論ではなく、政治家への追及に時間が使われている。また、日本はものづくりが自慢だったはずが、大手自動車メーカーの不正問題など、その信頼を損ねる行為が発覚している。国がどこに向かうか、そのリーダーシップを発揮できる政治家を求めたい。そうでなければ景気は良くならない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・売上はますます減少する。それに伴い周辺の景気も悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・客の様子や問合せ件数の少なさから考えると、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・物価の上昇により先の見通しが良くない。この先、景気が良くなる見通しが立っていない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・国内景気に陰りがみられ、建築資材の先行きも同様に、目立つ大型案件が少なくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・インターネットで商材や価格も簡単に比較でき、注文すれば自宅に送られてくるため、実店舗へ行く必要がなくなっている。価格だけの比較では、地域の電気店の生き残りは難しい。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後、郵便はがきの料金も上がるという情報がある。いろいろな通信費も相当掛かっているだろうし、物売る環境が変化してしまっている。耐久消費財を扱っている当店としては、景気は良くないどころか、悪くなっていく（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・価格競争が続いている。
	×	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響や来客数が増えても販売数に反映されてこない（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	・年末年始の消費の反動でやや控えめになるのではないかと（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・人件費、物流コストの上昇に対する価格転嫁がスムーズにできておらず、利益を圧迫している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・増税が影響する（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・忘年会とは違い、新年会は件数が大分減ると思うが、12月で身体も疲れてきているので、1月はゆっくりと体調を整えて、皆また頑張れるようになるとよい（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高が続いているため、緊縮傾向が収まらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	ゴルフ場（経理担当）	・素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的問題に解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。要員確保のための賃上げによる人件費負担も大きいなかで、価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向は12月に入り一服の動きを見せているが、地政学的リスクも依然として根深く、今後も物価上昇圧力が続く可能性は高く、景気改善に冷や水を浴びせることは不可避である。
	x	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価上昇のなか、教育に充てるお金が段々と減っており、辞めていく生徒も出てきている。これから更に悪化する。
企業 動向 関連 (南関東)		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・季節要因もあるが、春に向けて人が動き出す（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上、利益共に増加傾向にある。中小企業にも景気が戻りつつあるように感じる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度末に向けた動きが年末から動き出し、見積りベースであるが引き合いが増えている。同業他社の倒産、廃業等の影響もある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・来年の2月後半から3月は、人事異動や新入社員が決まり、ゴム印や印鑑の注文が入ることが予想される。名刺印刷の注文も少しずつ増えている。例年どおりではあるが、現場でも注文数が少しずつ増えてきているので、3か月後には少し上向くのではないかと（東京都）。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月先になると、年度末の需要が増えてきて良くなるのではないかと。
		一般機械器具製造業（経営者）	・見積案件の取引が続くことが見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が前年比5%から10%上向いているので、やや良くなる（東京都）。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体価格の上昇に加えて、半導体製品の需要も拡大しつつあり、今後の景気は良くなっていく。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは販売が好調で、生産も高水準で維持できており、当面好景気が見込まれる。
		輸送業（経営者）	・アフターコロナが更に進み、安定的な成長を期待したい（東京都）。
		金融業（従業員）	・原材料価格は依然として高水準にある。そのような環境でも売上を確保できるよう知恵を絞っている地域事業者からは、新たに開発したオリジナル商品の売行きが好調だ、新規開拓のため自社ホームページを改良し、成果が出始めたなどの声もある（東京都）。
		不動産業（総務担当）	・この数か月のテナントからの増床希望や売上回復などの動きから、今後2～3か月先の景気は更に良くなる（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・取引先の新年度予算編成の時期で、宣伝予算の増額等を検討してくれているケースがある。
		食料品製造業（経営者）	・客の財布のひもはまだ固いままである。
		繊維工業（従業員）	・今後受注する春物には、一部に回復傾向がみられるものの、先行きは不透明である（東京都）。
		化学工業（従業員）	・年明けに海外向けの受注があり、少しは良くなる兆しがあるが、国内向けはまだ不透明である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器に関して大きな企画が立ち上がるため、売上の増加を見込めるが、化粧品容器には上昇気配がないため、利益に大きな期待はできない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月間はそのままいくとみているが、持ちこたえるか、更に落ちるかは戦争や為替の影響で変わってくる。
		建設業（経営者）	・景気は後退傾向で、今一つ強い政策も出ていないので、このままの状態が変わらない。
		建設業（従業員）	・物価の上昇で先行きが不安である。少しでも物価が安定してくれればと思うが、その見通しも立たない。政府に考えてもらいたい。
	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷している。今後も現状が続く予想である。	
	通信業（従業員）	・政府の税金使用の効率性が悪く、未来が見通せない（東京都）。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（東京都）。
		金融業（従業員）	・建設業では2024年問題が想像以上に大きく、親企業からの締め付けも強い。その点が不安材料となっており、中小企業は解決の糸口がみえないなかで悩みを抱えている。
		金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんどみられず、年末年始は景気が順調に推移する。
		不動産業（経営者）	・各飲食業テナントでは年末年始の予約が殺到しているとの話を聞いている。お陰でこの度のテナント料の値上げも意外とスムーズに進んだ。このことから、しばらくは景気は変わらないものとみている。
		不動産業（従業員）	・人件費や物価上昇が続いているが、不動産販売価格は高値を維持したまま取引が続いている（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・改善の兆しがないので、悪いままで変わらない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・全体的な物価高などがあるため、消費喚起に向けた動きは乏しい。
		税理士	・ロシアによるウクライナ侵攻や、イスラエルのカザ地区攻撃が収まらず、海外情勢は不安定な状態が続く。物価の上昇やエネルギー事情から、景気が今以上に上向くことは望めない。
		経営コンサルタント	・低調なまま推移すると想定している（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・値上げの影響が、まだ客足が戻っているとは言いきれず、不透明な部分が多い。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・仕事があっても人手不足で、募集を掛けてもなかなか応募がない。労働集約型の業界の悩みどころだが、改善方法が見当たらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の金融政策、海外の戦争や円安傾向にしばらく変化はなさそうである。年度の替わり目で客にも大きな動きはない（東京都）。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・今後の受注量の動きからみて、変わらない（東京都）。
		化学工業（総務担当）	・地域紛争等の世界情勢や中国の景気後退の影響で、先行きは期待できない。
		建設業（経営者）	・徐々に景気が悪くなっている話を聞くようになってきている。
		建設業（営業担当）	・民間工事案件全体の動向が減少しているため、今後は競争案件が増え、再び価格競争に向かうのではないかと。
		通信業（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくる。
		金融業（営業担当）	・建築、不動産関連において、先行きの不透明感が見え始めている。高値安定していた不動産価格も、郊外エリアからやや下落傾向がみられており、活況であった不動産市場が冷え込んでくれば、今後関連業界の業績悪化が懸念される。
		不動産業（経営者）	・年が明けてから好転することを期待しているが、先行きはどうか分からない。真面目にこつこつと、毎日の積み重ねである（東京都）。
	広告代理店（営業担当）	・当社だけの問題かもしれないが、例年ある来期の宣伝費大型コンペの件数が減っている。獲得数も減っている（東京都）。	
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・1～2月は受注量が減り景気が悪くなるが、3月は例年どおりの受注予定が入っている（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先や同業者の様子を見聞きする限り、良い反応がない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けて更なる在庫の締め付けを行うため、受注がますます減る。
	×	建設業（経営者）	・政治が不甲斐ない。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・引き続き募集の引き合いが多く、直接雇用化の動きも活発である（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて求人数が増えてくると見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・人材確保に向けて、各社1月以降に採用活動を活発化させる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・倉庫内作業の求人が堅調である。求人企業のビジネス拡大に伴い、来年度の人員計画は前年を上回る予定という話が多く聞かれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・例年の時期的な需要で、年度末に向けて人材需要は増加傾向となる。前年、前々年のコロナ禍においても年度末は需要が増加していることもあり、今年も同様の傾向になるとみている（東京都）。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・周辺で給与や待遇が良くなっている企業が多いと聞くので、おのずと景気は良くなるのではないかと（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例によって年明けの予定、計画だけは33社からもらっている。全部が実現すれば質、量共にかなりある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・多数の企業で、多くの職種に同じような傾向がみられる（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	・大企業では冬季ボーナスにインフレ手当を上乗せして支給しているケースが多くみられるが、中小企業ではこの限りではない。地域を支える中小企業への経営支援、採用支援をより一層充実させてほしい。
		人材派遣会社（社員）	・景気の良い側面、悪い側面の両方があり、結局余り変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣の後任枠の受注は堅調に推移しているが、新規採用枠での依頼数は伸び悩んでいる。全体として、新規採用を手控えている企業が増えている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・周囲の自動車製造業ではネガティブな要因はなく、今後もエンジニア不足が続く（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・賃金アップの傾向になっていくとみるが、それ以上に物価上昇の流れが続くため、実質賃金でみると横ばい若しくは物価に追い付かない状況が続くのではないかと。
		求人情報誌制作会社（経営者）	・いずれにしても、政府与党の献金問題などによる景気対策の遅れが影響する（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・今年よりも景気が良くなる要素は余り見当たらない。給与が毎年少しずつ上がることで本当に景気は良くなるのだろうか。それ以上に物価が上がれば、消費行動を起こす以前の問題である。求人数はやや増えても、採用、雇用が増えていなければ生産は増えていかない。求人数だけで景気ははかれない。採用してもすぐ辞めてしまう人も多い。いかにして継続的に雇用を多く生み出すかはこの先の課題だと感じている。
		求人情報誌制作会社（所長）	・良くなる兆しを感じないため、先行きは分かりにくい。
		職業安定所（職員）	・慢性的に人材が不足している企業では、多少の雇用条件改善では人が集まらず、募集を諦めてしまっているという声も聞かれる。
		職業安定所（職員）	・今月は3か月ぶりに新規求人数が前年同月を上回る見込みとなっているが、まだ動きが弱く、先行きは不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・人手不足は変わらないが、賃金が比例しておらず、安い金額のままである（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・2023年1月以降、求人数が前年同月を12か月連続で割り続けていることから、派遣契約締結数の伸び悩みが続いている。特需などが見込まれていないことから、当面厳しい状況が予想される（東京都）。
		職業安定所（職員）	・人手不足により、今後、企業の業績悪化が進むものと考えられる。特に小売、飲食業にその傾向が強い（東京都）。
		職業安定所（職員）	・自動車部品製造、半導体、電子部品製造関係に回復の兆しがみえてこない。雇用調整助成金の問合せが入ってきている。
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (甲信越)		スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が再流行しても、それほど大きい波にはならない感じである。きちんとワクチン接種さえしていれば、社会活動の妨げになるようなことはないのではないかと。ここからは回復というか再成長していく流れになるとみている。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・1人暮らしの人が増えている。時代なのか、高齢者ばかりではなく、40～50代の孤独死もある。葬儀の形態が変わってきており、この傾向はこれからもっと増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・年末の客の動きを見ると、令和6年は期待ができると考える。
		百貨店（経理担当）	・化粧品や特選品の売上が堅調で、客の様子からも今後も継続していく傾向が強いと考える。
		スーパー（経営者）	・前年は、1月15日から2月15日まで仕事が止まってしまい、とても不安な時期だった。今年は期待も含めて、必ず良くなると信じている。
		観光型旅館（経営者）	・春になると、客層が個人旅行者に変わってくる。個人は団体と違って、旅行者が回復しており、全体としても新型コロナウイルス感染症発生前の90%程度までは回復すると予想しているため、現状よりはやや良くなる。
		観光名所（職員）	・宿泊の予約もおおむね良好で、スキー客の増加も見込んでいる。
		商店街（代表者）	・12月はボーナス支給月でもあり、商店街では日曜のたびにいろいろな催しを行っている。人は出てくるが、買物は大型店にほとんど行ってしまふ。催しを見て帰ってしまう街になっており、これから先どうなっていくか心配である。また、商店街の店舗の半分以上が歯抜け状態になっている。本当にどうなっていくかが読めず、心配である。
		百貨店（営業担当）	・現状、やや高単価の商材が売れつつあるが、全体的なマイルドとしては余り変わらない。
		百貨店（店長）	・この数か月、売上が前年比100%前後で変わらない。都内の百貨店のように、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るような兆候もみられない。この先も、目新しい材料もなく変わらないのではないかと。
		スーパー（店長）	・買上点数は前年を割る状況のため、給料が上がるまではこの傾向は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・物価高が収まらず、世の中が現状から変わらなければ、節約志向はまだしばらく続く。
		コンビニ（店長）	・景気という面では若干落ちるかもしれない。当店の売上は、価格上昇分と販売量が多少下がっている分が相殺されて、数字的にはそれほど変わらないが、動きとしては少し厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・2～3か月先には、春夏物の準備が始まる頃のため、多少は期待はしたい。変わらないというより本当のところは分からない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車供給制約は緩和されてきているが、受注残が減少傾向なので、最大需要期の2～3月は前年並みの販売量で推移する。
		高級レストラン（経営者）	・政府が過度にデフレに戻ることを危惧している。世界的なことではあるが、インフレを抑えることはなく、企業に対して賃上げを求めているが、物価高には追い付いていないため、クーポン券等の割引が終われば、消費は下がる。
		一般レストラン（経営者）	・例年同様、冷え込みが1番厳しい時期なので、出足の鈍さが予想される。
		スナック（経営者）	・変わらないと選択したが、悪いなかでこれ以上は悪くならないようにしたい。とにかく地方は大変である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後の特需に、陰りが見え始めてきている。法人や団体利用は新型コロナウイルス感染症発生前と同等の推移だが、個人利用については減少傾向にあり、この先伸長する要素も見当たらないため、現状と変わらずに推移するとみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月頃からかなり稼働率が落ち込んでいる。リードタイムもかなり短く、直前にならないと稼働状況が分からない。年末年始の予約も、例年と比べて50%程度しかまだ埋まっていない。
		タクシー運転手	・少しずつ前年を上回っているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況まで復活するにはまだ時間が掛かりそうである。いろいろなところで値上げもあるので、良くなるのは徐々にではないかと。
		通信会社（社員）	・年明けから、徐々に学生を中心に引っ越しが増えてくる。新規契約が増える時期ではあるが解約も多くなるため、防止策を講じていきたい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（経営者）	・増税、労働時間制限、インフレ、賃上げと、中小企業は厳しい状況にあるとみられるが、株価は上昇している。正直よく分からない。
		ゴルフ場（副支配人）	・水道光熱費や原価上昇のため、経費が増加している。増加分を料金に上乗せしたいが、集客に影響が出るため、価格転嫁しにくい状況が続いている。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・諸物価が高くなっている状況で、レジャーに掛ける費用が抑えられていくのではないかと心配である。
		その他サービス[クリーニング]（経営者）	・原油価格の高騰、人手不足に苦しんでいる。
		設計事務所（職員）	・物価上昇もあり、依頼数は減っていく。
		住宅販売会社（経営者）	・中古別荘の売買にやや動きがみられるものの、別荘の新築数は伸びていない。
		商店街（代表者）	・今までどおりではやっていけなくなる。
		一般小売店[家電] （経営者）	・全ての物が値上がりムードにあるなかで、収入増加はみえてこないため、消費者の財布のひもは固くなる一方である。必要ない物事への出費はみえてこない。
		スーパー（経営者）	・徐々に支出を引き締める動きが続く。ただし、賃上げ状況にも影響される。
		コンビニ（経営者）	・今の政権が続けばよいが、長くは続かないとなると、対外的に景気が若干下向き可能性があるため、現状の景気が持続するのは厳しいかと思う。
		コンビニ（経営者）	・12月は全般的に前年より売上が下がっている。今年のクリスマスは特にひどい。それでもやるべきイベントはやらなければならないため、客は日々の生活で買い控えるようになる。
		コンビニ（経営者）	・年末年始疲れて、通年と同じようにゴールデンウィークまで財布のひもは固くなりそうである。
		家電量販店（店長）	・物価高騰のため、客の買い控えが発生している。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車販売等の低迷が予想され、それに付随する商材は売れない。
		その他専門店[酒] （店長）	・給料が上がらないと、今後はなかなか難しい。新型コロナウイルス感染症の影響で、かなり飲酒の習慣が変わってきている。個人客が圧倒的に多いが、大きな宴会がない状態は変わらない。2～3か月後の雰囲気が良いかどうかは慎重に考えている。
		スナック（経営者）	・忘年会シーズンにもかかわらず、平日は企業が朝の出社時にアルコールチェッカーを行うようになったので、早く帰るケースがほとんどで、12月後半になっても次の来店客がない状況である。12月がこれでは来年はかなり厳しい。
		旅行代理店（副支店長）	・県内においては、為替の変動、物価高、燃料価格高騰の影響を受ける大規模企業が多く、3か月先の受注量が悪い。旅行控えが見受けられ、ここにきて、バス運賃等の改定もあり、影響を受けている。
		通信会社（社員）	・電気通信事業法の改正により、スマートフォンの買換え需要が更に落ち込むことが予想される。
	×	コンビニ（エリア担当）	・可処分所得が増えない状況が続いている。コンビニでいえば、デザートへの落ち込みが顕著である。客の自由に使えるお金がなくなっている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・12月は個人の購買力がぐんと上がった。1月に関しては少し、財布のひもが締まってくるのではないかと。
企業 動向 関連 (甲信越)		金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、良くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品が地域のプレミアム商品に認定され、各方面で紹介されたため、Webショップ、店頭等での展開に期待感が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新生活準備の需要が期待できる。ただし、消費動向が耐久消費財の購入に向かない傾向が続いているため、前年程度まで回復するとは考えられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年明け以降、案件にはめどが立っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（製造担当）	・依然として、電気代は高止まりしている。また、既に資材の更なる値上げの話が来ているため、経費の上昇は避けられない。
		食料品製造業（営業統括）	・円安で東南アジアへの輸出を試みているが、十分な成果が得られておらず、酒税の増税、諸物価の上昇等の影響で、大変厳しい状況に置かれている。
		食料品製造業（総務担当）	・小売の店頭で売れているという感じがしないため、変わらない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ルートセールでは、11月は店舗への来客数が少なく、売上が余り良くなかった店が多かったため、仕入意欲が少なかった。また、今まで好調だった真珠を中心とした海外への輸出も、11月に開催された香港の展示会が低調であったことから、来年を不安視する見方もあり、国内外とも見通しは楽観できない。
		建設業（経営者）	・暖冬なので、景気は大きくは変わらない。
		金融業（調査担当）	・製造業は一部企業で持ち直しの動きがみられるものの、明確な方向感が出るのはしばらく先となる様子である。非製造業は観光関連で多くのスキー場が順調にオープンできており、インバウンドを含めた集客が期待される。
		金融業（経営企画担当）	・今後も今の状態が続く。
		電気機械器具製造業（従業員）	・電線の仕入れが非常に難しくなっている。場合によっては生産停止も考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込広告の出稿枚数は減少している。印刷の紙やインク代の高止まりが続き、スポンサーも枚数や1か月の出稿回数を減らすことで予算の維持をしているため、当社の売上は減少している。今後の回復の兆しや話題は出てきていない。
		x	出版・印刷・同関連産業（経営者）
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		*	*
		人材派遣会社（営業担当）	・クリスマス商戦などと世間では言っているが、収入は増えないため財布のひもは固く、消費には回らない。
		求人情報製作会社（総務担当）	・現状より良くなる要素が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・11月に、地元有力紙が県内企業に対して行ったアンケートの結果、非製造業では人手不足を懸念しつつも、高い景況感を維持しており、製造業では中国経済の停滞や長期化する原材料の価格高騰等により、景況感は鈍いとされている。今後の物価高についての見通しが立たず、賃上げムードもどこまで浸透しているのか不鮮明で、景気の停滞は当面続くのではないかと。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増減を繰り返しているが、求人倍率は上昇している。
		職業安定所（職員）	・賃上げの原資である価格転嫁がなかなか進まない等、現在と比べ大きく変化する要因が見当たらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人进行けん引する製造業において、現場技能系の求人は少し減り始めたが、設計等の開発系求人は高止まりしている。
		-	-
		x	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)		*	*
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・毎年、年明けはそこそこの来店客があるため、今よりは良くなる。
		百貨店（経理担当）	・市街地の様子を見ても、人の数が増えてきている。
		百貨店（経理担当）	・物価高に伴って消費マインドの低下や生活防衛意識の高まりが景気の減退をもたらすと懸念していたが、次の春闘においては物価高を上回る持続的な賃上げが見込まれ、景気は緩やかながら上昇すると考える。
		スーパー（経営者）	・賃上げが順調に進み、売上増加につながることを期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店員）	・物価高が叫ばれているが、買い控えの様子は見受けられない。みかんやりんごなどが順調に売れており、買物籠一杯に商品を購入する様子がうかがえる。
		スーパー（支店長）	・来年に向けては、様々な値上げラッシュも一段落することで消費も増え、経済も良くなるのではないかと期待する。ただし、今の政治を取り巻く状況は決して良い方向ではないため、早期に国が明るい将来へ向かえる体制づくりが求められる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が無くなって徐々に人の動きが回復傾向となり、来客数、売上共に上向きとなる。
		コンビニ（店長）	・客単価の上昇に加えて来客数も増加傾向にある。ただし、来客数は前年比100%を超える良い傾向ではあるが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると相変わらず少ない。
		コンビニ（本部管理担当）	・小売業界は、コロナ禍での前年との比較から、新型コロナウイルス感染症発生前との比較へポジティブにシフトチェンジしている。このような発想となるまでに売上は好調である。将来に向けた懸念材料はあるが、それをりょうがして人流回復により活気は継続すると考える。
		家電量販店（店員）	・高付加価値商品を前向きに検討する客が増えてきた。
		乗用車販売店（営業担当）	・今も2～3月期に登録の車両は保有台数が多いため、これまでよりは買換え客の対象が多い。夏までと比べ、秋に入荷した車両の在庫が多少あるなかで繁忙期を迎えることに期待する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・物価高騰の影響はあるが、今後の賃上げに期待する。国も様々な経済対策を打ち出しているため、それが消費につながることを期待する。
		高級レストラン（経営企画）	・年度替わりに向かう時期で、1月中旬から2月は一時的に利用が控えられる可能性があるが、個人客の祝い需要は引き続き高いと見込む。
		一般レストラン（経営者）	・年末にボーナス等の臨時収入もあり、外出や外食が増えることを期待する。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年明けからは良くなるよう願望を込めて、やや良くなると予想する。
		都市型ホテル（営業担当）	・引き続き各部門で増加傾向を見込む。
		旅行代理店（経営者）	・旅行業としては12～1月は寒さのせいもあって売上が伸び悩む。2～4月にかけて、天候が良くなれば人の動きも出てくるため、少し期待できる。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後も旅行を控える動きは一定数あったが、観光地がにぎわっているという報道などにより、その客層も動き出す予兆がある。
		テーマパーク（職員）	・円安なので、まだインバウンドが増える予想している。
		設計事務所（経営者）	・来年初めからの小規模案件で問合せがあった。
		商店街（代表者）	・段々と景気が安定してきたようである。
		商店街（代表者）	・商店街全体の来客数は多い一方で客単価は相変わらず低い状態が続いており、変化する要因が見当たらない。
		商店街（代表者）	・賃金が増える気配はなく、物価の上昇は続きそうである。
		商店街（代表者）	・人出は増えているが、人手不足で思うようには対応できず売上が伸びない。また、コストが上昇しており利益が増える状況でもない。この先税金が上がると、財布のひもは固くなる。
		商店街（代表者）	・これが欲しいという商品が家電製品には余りないため、壊れたら買換える需要だけである。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・賃上げの動きは為替動向で大分変わってくる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の発生前と変わらない状況である。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・無駄遣いをしない意識が続くので、3か月先も今と同じような状況となる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価上昇が続いているため、買い控える傾向にある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・変わる要素が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは変わらない。
		一般小売店〔生活用品〕 (販売担当)	・相変わらず世の中の消費活動には明るい兆しがみえない。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・円安の影響はあるが、年度末に向けて予算消化が始まる。
		百貨店(売場主任)	・年明け以降はセールが始まるが、前年よりも商品が少ない。セール商品を少なめにして早めに正価販売の商品に切り替えると聞いているが、正価販売の商品も余りそろっておらず、他店の在庫とやり取りをしている。購入希望の客に商品が提供できず、売上も厳しくなる見込みである。
		百貨店(総務担当)	・大企業を中心としたボーナス増加に伴う消費に期待したいが、様々な不安材料や消費を冷え込ませる報道もある。年末は10年に1度の暖冬ということもあり、コートやダウンなどの重衣料の動きが鈍くなり衣料品関係の売上が厳しい。一方、年末年始の新幹線の予約状況や初詣の人出が前年を上回る見込みとの報道もあり、手土産需要などが期待できる。
		百貨店(企画担当)	・高気温の影響もあり、防寒系の衣料や雑貨の動きが相当鈍くなっている。1月以降も暖冬が予想され、クリアランスセールも単価が高い防寒衣料は動かないとみられる。反面、飲み会や会合が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っており、手土産を含めて食品関係の動きは活発となる。
		百貨店(営業担当)	・来客数は多いが、単価は低いように見受けられる。
		百貨店(営業担当)	・店舗への来客数は増加傾向にあるが、金の使い道が更に多様化しており、しばらくは現状のまま推移する。
		百貨店(販売促進担当)	・すぐに悪くなる兆候はみられない。
		百貨店(販売担当)	・今の状況から余り変わらない。購買意欲を下げないよう客に響く施策を打てるかが鍵になる。
		百貨店(販売担当)	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に近いが、お買い得品に売上が集中している。
		百貨店(営業企画担当)	・大都市に比べて地方では景気回復のスピードは鈍い。
		スーパー(店長)	・仕入価格が下がらない限り1品単価は下がらず、買上点数の増加は見込めない。
		スーパー(営業企画)	・当面、景気回復が期待できる要因が見当たらない。現状の消費傾向は続きそうである。
		スーパー(販売担当)	・節分、バレンタイン、ひな祭りやハレの日続きである。足元と同様、好調に売れると見込む。
		コンビニ(企画担当)	・大きく悪くなる要因はないが、中国本土からの旅行客はまだ期待できない。
		コンビニ(店長)	・客はようやく物価高に慣れてきた様子である。販売量の動きも客の雰囲気も落ち着いてきた。
		コンビニ(エリア担当)	・春に向けても好調な動きを維持していけそうである。
		コンビニ(エリア担当)	・値上げ効果も薄れてきており、これ以上の値上げを許容する環境にもない。
		コンビニ(店長)	・消費行動には非常に慎重な姿勢が続くのではないかと。特に上向き感じはない。
		コンビニ(店長)	・低空飛行の状態が続くとみられる。この先3か月間では浮上する要因は見付けられない。
		コンビニ(商品開発担当)	・商品単価を上げてきたが、ここに来て反応が芳しくない。様子見の状況である。
		衣料品専門店(店長)	・人手不足により客先の仕事量が継続して伸び悩んでいる。また、賃金アップにまだつながっていないことにより、引き続き買い控えがある。
		衣料品専門店(売場担当)	・食料品を始め物価高騰の影響が続くとみられるため、変わらないと予想する。
		衣料品専門店(売場担当)	・足元では成人式に向けてスーツが売れているが、その後は1番の繁忙期である就職活動期に向かう。私立高校の卒業式や大学の入学式用のスーツも男女共に売れてくるので、3か月後も引き続き良いと見込む。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	・インク、管球や電池など日用的な商品の売上は減っているが、大型商品の単価は上昇しており、売上全体では変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（営業担当）	・冬物商材の売行きは良くないが、新生活に向けて来客数が伸びることを期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・物価高が続いており、賃上げされてもそれを上回る物価上昇で、上がった実感が全くない。これでは消費意欲が高まらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車は、コロナ禍での供給不足による前倒しの発注残がなくなったことと、消費財での値上げの影響で耐久財である車の購入には消費者が消極的になっていることから、しばらくは低調に推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・生活インフラに関わる支出の増加によりなかなか財布のひもは固く、自分が必要だとはっきり認識しないと関心を持ってもらえない。収入が増えると思える状況になれば、市場にも更に活気が戻ると期待する。
		乗用車販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの不正問題で、その客が当社にも流れてきていると実感する。特に中古車部門の売上は前年比110%ほどで動いており良い傾向だが、新車は来店客も減っており、最需要期である1月から3月の見通しははっきりしない。
		住関連専門店（営業担当）	・建築関係のなかでもインテリアを中心としたリフォーム工事について、住宅に関しては普通の状況で、店舗関係の現場が増えてきている。コロナ禍も収束し、この2～3年延期されていた工事の受注がまだしばらく続きそうだ。
		一般レストラン（経営者）	・乳業メーカーより3か月先までに原材料値上げの話があった。少し前に全商品を値上げしたばかりで、また値上げをするのは厳しい。今の商品単価で原材料費の値上げを吸収できるか思案している。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子から、景気が良くなるような印象は得られない。
		一般レストラン（従業員）	・物価が上がりすぎているため、正月が明けたら消費は抑えられると予想する。
		観光型ホテル（経営者）	・前年比でみると需要は強含みで動いているため、10月以降の景気がやや良くなっている状況から変わらない。いろいろな外部的要因や政治的要因はあるが、景気が更に上向くような状況にはないと判断する。
		観光型ホテル（支配人）	・忘年会に比べ、新年会の需要が弱い。春節に伴う中国からの予約は動きが弱く、春の歓送迎会シーズンまでは予断を許さない状況である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から、変わらないと判断する。
		旅行代理店（経営者）	・まだ当分は足元の状態が続く。
		旅行代理店（経営者）	・このまま円高方向が続くとお買い得感が出るため、春から夏にかけて海外旅行客が増えると予想する。4年ぶりの海外旅行に行きたい客層には、円高が拍車を掛ける可能性がある。円安から円高になることを期待している。
		旅行代理店（経営者）	・来年度に向けて賃上げできる企業とできない企業の差がはっきりと現れ、消費ができる人とできない人もはっきりしてくる。目先では円安に支えられ自動車産業が好調のように伝えられているが、生成AIの進展によって、この先ますます厳しくなっていく。隣県でのデパート撤退にみられるように、大きな流れとして消費は縮小している。
		旅行代理店（営業担当）	・変動価格制の宿泊料金や、予約後は変更不可の旅行商品が増加している。人材不足による仕入価格の上昇や物価高騰、団体旅行など大人数の旅行手配は困難さが高まり、労働条件の厳格化による仕入れの難化もある。旅行業にも大幅な意識改革が必要な時代であり、それに対応する旅行商品を客が受け入れてくれるかも不安である。
		通信会社（企画担当）	・足元は年末ということもあり多少良いが、基本的には物価高が続くとみられ、更に景気が良くなることはない。
		通信会社（営業担当）	・特に変わらない。
		通信会社（営業担当）	・やや良くなりつつあるものの、値上げも変わらず実施されており、数か月では大きな変化はみられない。
		通信会社（サービス担当）	・メタル回線の廃止によりIP電話のみのプランが増加すれば、多少は売上も上がってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク職員（総務担当）	・足元目標比や前年比では上向いているが、天候により左右される。また、夜間イベントのみに集客が偏っているため、通常の昼間は客足が伸びない状態である。
		観光名所（案内係）	・市街地の高齢者がどんどん外出しなくなっているようで、若者だけでどれだけ支えられるかは分からない。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の予約数は、前年同日比で順調に推移している。今年5月以降、アフターコロナにより余暇の楽しみ方が他のレジャーなどに分散傾向だが、2～3か月先の景気はこのまま変わらないとみている。
		美容室（経営者）	・まだ物価が高くなっており、給料の増加が追い付いていないため、当分今のような状況が続く。
		美顔美容室（経営者）	・セット商品のキャンペーン販売は今月末で終わるが、ドリンク類のキャンペーンは3月末まで続き、新たなキャンペーン商品もあるため、販売量は変わらない見込みである。
		住宅販売会社（従業員）	・建築資材の高騰がみられる。幹線用の電線がとても不足している。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・見積りなど引き合いはまだ低調である。元請の受注状況を見ると、まだ物件数は少ない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期に入るため、この期間に集中して来客数が増えることを期待する。
		百貨店（営業担当）	・一般的な生活水準の客について購買動向をみると、物価高騰の影響を受け購買点数を減らしたり、購入金額を減らしたりしている。物価高に対して賃上げが追い付いていないことは明白であり、この状況はしばらく続く。
		スーパー（店長）	・足元の動向から、節約に動き始めている。
		スーパー（店員）	・担当カテゴリーの商品において値上げが発生する。
		スーパー（販売担当）	・来客数が減る時期なので、売上も減少する。
		スーパー（総務）	・大手企業ではボーナスが前年より上がったといわれているが、一般的には所得は低迷しており、購買意欲は低い。
		コンビニ（商品企画担当）	・来客数の戻りが悪く、客単価の伸長も値上げが一巡し頭打ちになることから、今後の景気は、踊り場状態が続くと予測する。
		コンビニ（店員）	・年度末は学生が減るため、来客数が減ると見込む。
		衣料品専門店（経営者）	・医療費や食費も値上がりが続く、しばらくは洋服を買う気持ちにならない状態が続く。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・急激に販売量が減少したため、やや悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカーから出荷停止の影響がどの程度になるか注視する。大手自動車メーカーでも委託生産の車種があるため、少なからず影響が出ると見込む。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的な流れが特に悪くはないが、先に期待できる要素も少ないため、やや悪くなるのではないかと。
		乗用車販売店（従業員）	・販売停止の車種が多く、売れたくても売れない状況が続いている。人気車種は抽選でしか購入できない車が多く、倍率も高くすぐに販売停止になってしまう。
		乗用車販売店（従業員）	・物価高、政治への不安や大手自動車メーカーの不正問題で景気は悪くなるが、コロナ禍が明けて活発に動ける初めての年末年始でそれなりに景気が動くと思われるので、結果としてはやや悪くなる方向となる。
		その他専門店〔雑貨〕（店長）	・足元はアフターコロナで人に気兼ねなく会えることとクリスマスイベントで消費の連鎖があり、売上に繋がった。今後見込めるのはバレンタインで、人と会うというイベント機会と消費が連動しなければ大きくは伸長しない。
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げの影響により販売量は10%程度減少した。今年の前半までは取引先も値上げを受け入れてくれたが、夏以降は代替品を探すというよりも仕入れを減らしており、販売量の減少も仕方がない。
		都市型ホテル（総支配人）	・旧正月でのインパウンドの予約状況が余り良くない。4月以降に人件費の上昇を見込んで清掃業者などが更なる値上げを要求している。大手企業を中心に出張費は過去10年ほぼ変わっておらず、ホテルの供給量も増えており、販売価格にどれほど転嫁できるか不安である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・年末は、忘年会等のにわか景気でいろいろな部分で良さそうに見えるが、年明けからも良くなっていくとは思えない。いろいろな物がまだ値上がりするが給与は全く上がらず、生活費が圧迫されていくため景気はますます悪化していく。
		タクシー運転手	・年始の挨拶回りが終わると、年度初めの時期までは暇になる。インパウンドは鉄道やバスでの移動が多くタクシーの利用率が低いいため稼働率は下がり、景気はやや悪くなる。
		タクシー運転手	・年末を過ぎるためやや悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・気候変動もあり今後も雪不足が続き、相対的にみるとやや悪くなる。
		理美容室（経営者）	・客からは、給料も余り上がらず段々と生活が苦しくなっているという声を聞く。
		美容室（経営者）	・来年2月頃に、また電気代が上がるという話もあり、良い方向にはいかない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・来年4月に介護報酬引上げの報道があったが、福祉用具貸与事業においては、その恩恵を受けるところか貸与価格の上限金額の見直しが行われる。3年前に引き下げられた価格から更に下げられる商品もある。商品改定に伴うカタログの刷り直し等、泣き面に蜂の状況である。
		設計事務所（職員）	・政策の問題として、今の状況では景気のことを考える余裕がないため、景気が悪くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	・株価が上がっても、物価は下がるわけではないため、先行きには不安がある。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・物価高騰に人手不足で利益を削っての値引きもできず、受注は足踏み状態である。この先の景気回復には時間が掛かる。
	×	スーパー（店長）	・年明け以降は例年冷え込む商品について、競合先への対策としては低価格での売りが主軸になっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・メーカー生産停止による影響は計り知れない。今後の売上見込みも立てられない。前代未聞の状況である。
	×	乗用車販売店（販売担当）	・輸入車を扱っているが、円安が続いているため来年からの値上げが発表されている。かなり値上がりするため、販売量はおのずと落ちる。
	×	一般レストラン（経営者）	・年末の駆け込み需要が無くなる。
	×	美容室（経営者）	・2～3月の寒い時期は、長時間頭をぬらすパーマ等がおっくうになるため、来客数が減る。
	×	住宅販売会社（従業員）	・来年度に施工予定の受注残が減ってきた。注文住宅の施工よりも、建売分譲住宅の工事で見受けられる。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・物価や人件費の上昇分を価格やサービス料金へ上乗せすることができない企業は、結局コスト削減か利益圧縮でしか対応できない。
企業動向関連 (東海)		-	-
		化学工業（営業担当）	・半導体向け電材の需要は、底を打ち徐々に回復傾向にある。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・受注量が増え、人員増強をまだ続けていく。
		通信業（法人営業担当）	・年度末に向けて、公共事業等いろいろな予算が消化され、少し景気が上向いていく。庶民の暮らしでは食料品が重要であるため、食料品を含む物価の動きを注視している。
		金融業（従業員）	・当地は自動車関連企業が多いが、大手自動車メーカーの不正問題があった割に生産面の見通しはさほど悪くなく、企業からはむしろやや良くなる方向に向かっているような声を聞く。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行のかじ取りも当分は変わらないということで安どしている。自社新製品も一般展開がスタートして、まずまずの状況である。自動車開発は電気自動車に向かっているが、日本としては水素自動車を強く推し進めるべきである。
		化学工業（総務秘書）	・年末のような消費は一段落するとみるが、春は異動のシーズンであるため関連消費は旺盛となり、景気が急に悪くなる材料は少ない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・在庫消化が進んできたので、しばらくは堅調に推移しそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・原材料の価格は、横ばい状態から1月以降は上昇する見通しが出てきている。販売価格が低下してくるなかで、利益は減少すると想定される。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みは変わらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・為替動向がどうなるか分からないし、アフターコロナの景気もいつまで続くか分からない。世界各地で起こっている軍事衝突の影響も見通しが付かない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化は見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・生産量は今後も横ばいが見込まれる。価格転嫁はできており、この数か月は材料購入価格に変動がないため、今後も数か月先から来年度上半期くらいは横ばいが続くと思込む。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・安心できる材料は何1つない。
		建設業（役員）	・前年1月から3月は新型コロナウイルス感染症の影響が多少なりともあり、繁忙期だが成約が伸びなかった。来年は新型コロナウイルス禍が明けての繁忙期で期待したいが、住宅購入を後押しする税制などの好材料がないため、落ち着いた動きを予想する。
		建設業（営業担当）	・委託業務では仕事量が増えない。3月の決算期までに発注された仕事は今期内に行うが、新しい仕事に芽が出る様子ではないため業務量は増えず、景気は上向きにならない。
		輸送業（経営者）	・モノやサービスの価格上昇、将来への生活不安などにより消費者の財布のひもは緩みそうにない。荷量が増える要因は見当たらない。
		輸送業（従業員）	・人件費や各種経費の増加分を補うには、まず値上げが必要だが、荷主側の値上げ要請に対する反応は今一つである。
		輸送業（エリア担当）	・緩やかに同じ傾向が続く。
		輸送業（エリア担当）	・景気は変わらず低迷が続くが、冷蔵冷凍食品の需要が高まっている。コンビニ、ファーストフードやレストランでの需要のほか、消費者は調理がいらす火も使わなくてよい出来合いの商品を買っている。商品価格は高くても付加価値があれば、物流費や冷蔵冷凍でコストが掛かる分が価格に反映されてもよいという消費意欲の高まりが、経済への起爆剤の1つになるのではというヒントを受けた。
		金融業（従業員）	・引き続き景気は変わらない。長期的には金利上昇による影響があるとみる。
		金融業（企画担当）	・特に中小企業において、仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できて対応に利益水準が上がることで、それに伴って従業員の給料も上がることが必要であるが、対応できない中小企業が多い。当面は現状の景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・今後も、新型コロナウイルス感染症に対する不安は更に減少し、外出や遠出をする人は増加傾向になっていく。売上が増加し前年を上回る状況は継続していくと予測している。
		不動産業（開発担当）	・工事費等の上昇により不動産市況が悪化する可能性を感じているが、良化する可能性もある。
		広告代理店（制作担当）	・広告受注の動きは、業種によって活発になっていくものと、まだ停滞しているものの差があるため、景気としては横ばいが続く見込みである。
		公認会計士	・金利の上昇が予想され、設備投資などへの影響が考えられる。中小零細企業については、物価高をカバーするほどの賃上げの実現は考えにくいと、今後ますます個人消費が低調になることが予想される。ただし、インバウンド需要はまだ続くと予想されるため、業界によって2極化していく。
		会計事務所（職員）	・ここ数か月の様子をみていると完全に新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、一方で、より良い物をより安くという傾向の強まりがある。物価高に可処分所得が追いついていない状況が続く限り、この傾向は改善されない。
		会計事務所（職員）	・冬のボーナスは前年より増えている会社が多かった。最低賃金の改定で春の賃上げ額は例年より多くなりそうだ。しかし、スーパーなどの商品価格は上がる一方であり、景気が良くなるとまでは考えにくい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・今年の冬は暖冬が予想され、それに伴い受注量、販売量共に今より大幅な減少が見込まれ、景気はやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（従業員）	・特に当地方での開発案件には余り動きがないようで、来年度前半の仕事量を懸念する声を取引先からは聞く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が減っているということは、その後受注につながる案件も自動的に少なくなる。今後2～3か月内で引き合いや受注が増えるような要因も思い当たらない。
		建設業（経営者）	・政治的に安定しないと、我が国は良くならない。
		輸送業（従業員）	・物価上昇にもかかわらず、賃金の伸びは鈍化傾向にある。
		輸送業（エリア担当）	・物量が減るなかで、委託先の単価は徐々に上がってきている。12月の稼働は、2024年問題が始まったら無理な運行でしのいでいる。来年は輸送力が不足し、今まで上がってこなかった輸送料金が大幅に上がるのではないかと見込む。
		通信業（法人営業担当）	・スーツケースを引く外国人を見掛けるにつけ、海外から日本に遊びに来る外国人が増えていることを実感する。反対に、日本人は海外旅行に二の足を踏む状況が続く。旅行に行く経済的余裕と余暇を楽しむ心の余裕とが、徐々に無くなっている。
	×	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇に伴い、嗜好品の販売が落ちている。注文数にも減少が表れている。
	×	鉄鋼業（経営者）	・年明けからは案件や見積りが少なく、大きく動く要因も見当たらない。
	×	通信業（総務担当）	・とにかく、日本人は皆貧しくなっている。付加価値のある商品などプラスアルファの消費をしないと、景気は良くならない。全国民の収入アップを期待する。
×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の減少も折込チラシの受注減少も改善する兆しがみえない。	
雇用 関連 (東海)		-	-
		求人情報誌（営業担当）	・年度内で企業側の人事異動や採用予算の兼ね合いが浮き彫りになってくることから、採用が活発になることが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・材料費の高騰に対する価格転嫁が進められている。光熱費、輸送費や人件費など経費については企業努力で経営を維持している。半導体の供給が計画的どおりに進み、生産が上がる。
		職業安定所（雇用開発担当）	・インバウンドの影響から、宿泊業と小売業が上向きである。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・業界の景気、需要自体は上向きのため、全体的に景気は上がっている。そこに加えて再来年に向けて大阪・関西万博が後押しとなり、来年からは徐々に景気は右肩上がり予想する。
		人材派遣会社（社員）	・選考目線の高い求人企業側と求職者のミスマッチが生じ、実際の成約件数は大きく伸びない状況がしばらくは続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が大きく減少することはない状況で、求職者数も増加しないため、採用数も大きな変化はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・春に向けて賃上げの動きが活発化するとみるが、物価上昇率にまでは届かなさそうな印象を受ける。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地域の自動車関連を中心とした開発テーマの活況状況に変わりはなく、それに伴う当社への引き合い数も過大な状態を維持している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安、海外の政情不安など環境は硬直化しており、大きな変化の兆しはない。このまましばらくは変わらないと予想する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気が回復する要因が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・年末から年明けにかけて、新型コロナウイルス感染症発生前のような景気の良い話は余り聞かない。インフルエンザも流行してきていることから、今一つ盛り上がり欠けている。いまだに原材料、光熱費の高騰が続き消費への影響も大きいことから、大きく景気が動くとはみられない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が好転するようにはみられない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3月にかけてキャリア採用自体は活性化する見込みであるが、事業環境が楽観視できない状態のため、一定の即戦力となる人材への採用に傾くと予測する。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今月、学内の就職説明会に参加した医療系法人より、前年と同様の採用計画であり、コロナ禍での採用控えの反動も落ち着いてきたという声を複数得た。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣業（営業担当）	・政治資金の問題が進展し、国民の反発が強まる。大手自動車メーカーの不正問題から自動車産業への不安が膨らむため、景気が好転する可能性は少ない。
		人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分、やや悪くなると見込む。
		職業安定所（所長）	・企業において人手不足は続いているが、物価高などにより収益が上がらないため新規雇用には慎重になっている。物価高などによる生活苦から求職活動を開始する高齢者は増えており、この状況が続くことを懸念している。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数が3か月以上増加している。特にフルタイムでの就職を希望する離職者が大幅に増加している。
		職業安定所（職員）	・今のところ、窓口の混雑度合いは比較的落ち着いているものの、中東情勢やウクライナ情勢の先行きへの不透明感、為替動向や物価高など景気が上向きになる材料が乏しく、求人減少、求職増加の流れはしばらく続くと考えている。
	x	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北陸)		-	-
		商店街（代表者）	・年末年始の列車の予約状況は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った模様である。また、上海便が12月17日より再開し、徐々にだが中国人の来店も増加傾向となっている。この先は天候に恵まれれば、売上も期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・北陸新幹線の敦賀延伸を見据えて景気が良くなることを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・しばらく商品の入荷遅れが続いていたが、入荷状況も随分と改善しているため売上対象となる商品が多くなっていく。
		観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の敦賀延伸に向け、マスコミで福井県の露出が増えることによる経済効果が期待できる。
		観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症による影響が減少している。
		通信会社（営業担当）	・新生活に向けた端末の購入が増えたとみている。
		テーマパーク（役員）	・3月の北陸新幹線敦賀延伸の効果もあり、全体としては来客数がやや良くなることを見込んでいる。
		商店街（代表者）	・地方では、物価が上昇しても給与は変わらず、実質減少している。インバウンド増加の恩恵も波及してこないため、景気が良くなるにはまだ時間が掛かりそうである。
		商店街（代表者）	・通常、暖冬であれば人流は改善してくる。しかし、冬の初めにドカ雪が降り、秋が短くすぐに冬が来てしまった感覚で、晩秋に冬物を準備する期間がなく、どのような影響があるのかよく分からない。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・年末から春先までの需要期に入り、売上等はやや上向きになってはいるが、政府の指針がしっかりしていない状況と、戦争等の世界情勢から変わらないと考える。
		百貨店（売場主任）	・前回のバレンタイン商戦は改装工事の影響で会期を大幅に短縮したにもかかわらず売上は大きく伸びた。今回は通常の間で催事が開催できるため、更なる売上の伸長を見込んでいる。現在の好調を維持したい。
		スーパー（経営企画）	・賃金上昇が物価上昇を上回る状況になるまで景気は変わらない。
		コンビニ（店舗管理）	・先行きの景気を左右する事象が思い当たらないことから変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・現状では先行きが全く見通せず、天候次第で大きく売上が左右されると考える。
		家電量販店（店長）	・ボーナス支給週でも家計の節約志向が強く、商品ニーズより予算を優先して商品を選定している客が多い。物価上昇により消費が低迷しているように見える。
		家電量販店（本部）	・悪い状況のままである。購入理由は、故障や季節要因、補助金以外になく、良くなることはない。
		乗用車販売店（従業員）	・整備等の在庫は順調であるが、販売に関しては厳しい状況が続いている。
		住関連専門店（役員）	・政治や経済の先行きの不透明さや物価高に加えて、家具インテリア用品を販売する際の指標の1つでもある住宅着工件数の減少など、商品販売を後押しする材料が少なすぎる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・これといった要因はないが、これ以上悪くなってほしくない。
		高級レストラン(スタッフ)	・秋口には個人や団体の観光客で久しぶりのにぎわいがあり、法人利用の回復もみえたが、12月の動きや3か月後の受注状況を見る限り、景気の良さはみられない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・足元の物価高が、コロナ禍後のペントアップ効果による景気回復の勢いを相殺している。
		タクシー運転手	・ライドシェアの認可もよいが、タクシー業界における法律の規制緩和を優先した方が客の乗り控えが減り、タクシー需要も高まると考える。
		通信会社(営業担当)	・冬のボーナス時期が重なったため今月の販売量は少し伸びたが、この先2～3か月後の販売量が伸びる要素は見当たらない。
		通信会社(役員)	・特段イベントはないが、前年と同様に新規契約者数が推移していくと考える。
		通信会社(役員)	・今後の景気については賃上げ状況の影響を受けるとみているが、現時点では不透明である。
		パチンコ店(経理)	・景気に影響を与える特段の事由が見当たらない。
		美容室(経営者)	・スタッフ不足が深刻で、すぐには解決しそうでない状況であり、将来に不安がある。
		住宅販売会社(従業員)	・物価高騰の影響で大きな受注を期待できない。
		住宅販売会社(従業員)	・客に住宅着工の意欲がみられない。
		住宅販売会社(営業)	・良くなる印象は全くないが、大きく悪くなるような感覚もない。ずっと安定的な低空飛行が続くイメージしか持てない。
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・年が明けても、資材や人件費の高騰、いろいろな商品群の値上げも控えており、更に景気は悪くなるとみている。
		百貨店(販売促進担当)	・気温が高めで推移するためファッション部門に影響が出る。また、クリアランスセールや福袋といった目玉商品の投入がかなり減るため初売りに影響するとみている。食関連は話題の商品や取り寄せ企画が好調で、引き続き取り組んでいく。1月下旬からのバレンタイン企画では首都圏で話題となっているスイーツの投入で集客を図りたい。
		百貨店(販売担当)	・今後、気温が低下してもアウターなどの購入にはつながらないとみており、衣料品は春の新生活まで苦戦を予想している。一部トラベルバッグなどは非常に好調で、旅行や飲食に費用を掛けるため、衣料品にまで消費が回らないとみている。低価格帯商材の動きは悪くないため、今後デフレのような価格帯に流されることも予想している。
		スーパー(店舗管理)	・北陸新幹線の延伸効果は駅最寄りの地区に限定されるため、広範囲にわたっての集客にはつながらない。依然として人口減少、さらには高齢化が続くため、厳しい状況でしかない。
		家電量販店(店長)	・新生活のための商品が低価格のものしか売れなくなっている。
		乗用車販売店(役員)	・円安傾向や金利の上昇により消費の減少を見込んでいる。
		自動車備品販売店(役員)	・新車販売は相変わらず車両の確保が厳しく、自動車業界の度重なる不祥事の発生で客も購入に慎重になっている。今後、自動車の販売数が落ち込むことを予想するため、先行きは不安である。
		一般レストラン(統括)	・好調だった12月を基準とした場合、2～3月は90%から95%程度になると予測している。理由としては、12～1月はクリスマスや年末年始の忘年会、新年会、成人式など行事が続くため、外出や外食をする機会が増えるが、それ以降は一旦落ち着くためである。
	タクシー運転手	・12月が良すぎた反動で来月以降は悪くなるとみている。1月は新年会があるが、2月以降は減少傾向になると考える。	
	通信会社(職員)	・経済の停滞を感じるためやや悪くなる。	
	その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 (総支配人)	・経費増加は今後もいやおうなしであるが、収入源である会員数の増加は期待薄である。やるべきことは経費削減になるが、削れる要素は段々と少なくなっているのが現実である。	
	x	-	-
企業		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
動向 関連 (北陸)		化学工業（総務担当）	・受注量が増加する予定である。
		プラスチック製品製造業（広報）	・2024年3月16日の北陸新幹線敦賀延伸に向けた各種イベントなどが業種を問わず計画されており、一定の経済効果を期待している。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・主原料である鉄鋼材の価格転嫁はおおむね済んだものの、副資材や燃料関連、人件費などに係るコスト上昇分の転嫁が遅れている。しかし、上期の状況と比べて下期は価格転嫁が進むことから、売上、利益共に改善する見通しである。
		精密機械器具製造業（財務担当）	・客先である小売店からの引き合い、店頭での販売共に堅調さを維持している。
		金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響からの回復、半導体不足の解消などにより、売上、受注共に回復傾向が続く見通しである。コストは高止まりするものの、上昇には落ち着きもみられ、価格転嫁が徐々に進むことで、利益面の改善も期待できる。
		金融業（融資担当）	・北陸新幹線の敦賀延伸、インバウンドを含めた観光客の増加、製造業の部品供給の正常化による出荷台数の改善などが良くなる理由として挙げられる。
		司法書士	・北陸新幹線の延伸までは、駅周辺での依頼が続くと考える。
		税理士（所長）	・従業員給与のベースアップを検討しているところが多いため、うまく消費につながれば、期待できる状況である。
		食料品製造業（経営企画）	・外部環境にポジティブな要素が余り見当たらず、今より良くなるとは考えにくい。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況のみをみて、変わらないと考える。
		建設業（経営者）	・12月は初雪を観測し、当社も2晩除雪にあたったが、その後は雪が降らず道路除雪による収益がなく経費倒れであった。今後も道路除雪による利益は見込めないが、その反面、受注工事での除雪経費が不要になり、工事がはかどるであろうから、収益面では変わらないとみている。
		輸送業（管理会計担当）	・特別積合せ業務での物量回復の兆しがみえない。
		輸送業（経理）	・原油やエネルギーなどのコストが高止まりするなかで、すぐに運賃に価格転嫁するのは厳しい状況である。
		通信業（営業）	・現状の受注量の動きは変わらず、1月以降も低調である。3月決算期の企業における駆け込み需要を期待したい。
		不動産業（経営者）	・個人客も法人客も動きがないという話を同業者からもよく聞いている。
		繊維工業（総括）	・欧州向けのスポーツやアウトドア用途の回復が遅れているなど、月を追うごとに先行きの不透明感が強くなっている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・経済が好転する材料が見当たらず、政治についても大きな変化はなさそうであるため、やや悪くなるとみている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・一般消費者向け関連及び産業機器関連の電子部品に関しては、コロナ禍での受注増加への対応により、流通在庫がかなり多くあるという情報が入っている。また、産業機器関連に関しては、コロナ禍での生産販売数量が余りにも多かったため、次に新型コロナウイルス感染症発生前程度の数量で動き始めるのが2026年になるとの情報も入っている。	
	建設業（役員）	・先行きの受注増加は期待できないとみられ、悪くなる要因として、資材単価上昇の影響もあるが、依然として続く人手不足がより大きく影響すると考える。	
	x	-	-
雇用 関連 (北陸)		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒採用が本格的にスタートする時期となる。売手市場の景況感は相変わらずで、新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行してから初めてとなる採用活動に向け、オンラインから対面型に戻す企業も多い。合同企業説明会などへの参加が増える見込みで、不調であった中途採用広告企画からの巻き返しを期待している。
		人材派遣会社（社員）	・企業担当者によると、前年同期と各需要は余り変動がないという話が多い。求人と求職者のアンマッチが依然として続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人数は前年同月より僅かであるが減少が続いていることから、ガソリンを始めとした光熱費や原材料費の上昇が雇用に与える影響に注意する必要がある。
		職業安定所（職員）	・求人担当者からは、仕事はあるが人手不足で受注を調整せざるを得ない状況といった話をよく聞くため、当面の新規求人数は底堅い状況で推移するものとみている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
		人材派遣会社（役員）	・今までは派遣依頼件数が減っている状況はあったが、現在派遣している企業から1か月後の派遣契約解除通知がちらほら出てきている。
		職業安定所（職員）	・都市部では余り悪くないと聞かすが、インバウンド効果や景気回復の恩恵が地方においては少ないようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・機械や部品製造業で、資材関連高騰の影響による業績低迷を理由に、要員の絞り込みや削減の話が具体的に出てきている。
	x	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		百貨店（服飾品担当）	・暖冬の影響で防寒商材の動きが悪いものの、昨今は気温に応じた購買が定着しつつあり、1月以降の気温の低下で再度動く予想される。また、2月の旧正月には海外客の来店が前年以上に期待されるため、引き続きラグジュアリー市場やジュエリー市場は活発な動きとなる。さらに、各社が春物商材をかなり前倒して投入することも予測されることから、今後も好調が続く見込みである。
		コンビニ（店員）	・季節を問わず、今まで以上に多くの客が来店しているため、このまましばらくは今の状態が続く。
		高級レストラン（企画）	・かつてと比べても、販売単価が高水準で推移しているほか、インバウンドを中心に来客数も増加傾向にある。
		都市型ホテル（客室担当）	・海外の代理店が活発に動いている印象を受けるほか、アジアと日本の間の航空便が増えている。
		商店街（代表者）	・12月らしい動きになっている。売上はかつての水準に戻っていないが、活気が出てきている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・人の動きが活発化しており、特に直営店への外国人客の来店が増えている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・いつまでも沈んではいけないという、売手人や経営者の心意気が景気を向上かせると信じているが、外的なプラス材料は乏しい。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・来年もこのまま上昇気流が続くと期待している。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・2023年の年末を良い形で乗り越えて、年明けからも良い数字が続くことを期待している。
		百貨店（売場主任）	・来客数はまだかつての水準には戻っておらず、今後も来店頻度が徐々に増える傾向が続くと予想される。
		百貨店（売場主任）	・客の購買行動が日常に戻り、外出も増えることが予想されるため、衣料品を含めて追い風になる。ただし、様々な外的要因によるインフレが、全体のマイナス要因になると予想される。
		百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果に変化はなく、好調な推移が予想される。特に、新しく導入したショッブの効果で来客数が増えることで、売上の拡大が期待される。
		百貨店（管理担当）	・商況全体としては、コロナ禍収束後の回復の継続に加え、インバウンド需要の一層の高まりを期待したい。
		百貨店（外商担当）	・これまでと同様、インバウンドが売上をけん引する形となる。さらに、中国からの旅行者が増加すれば、改善の動きは加速度を増す。
	百貨店（マネージャー）	・相変わらず、インバウンドの増加傾向は続いている。12月上旬はここ数か月と比べて、若干の落ち着きはみられたが、一時的な変化と考えられる。年明けの春節を含め、まだ前年比での増加が期待できる需要が少なくないため、引き続き好調が続くと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（外商担当）	・インバウンドの増加傾向が見込まれるほか、国内客もそれほど減っていないなど、悪くなる要素がない。
		スーパー（店長）	・コロナ禍の収束で、年末年始の動きが通常に戻っている。この状況が続けば、かつての水準に大きく近づく。
		スーパー（企画）	・来春の賃上げが話題になるなど、客の心理面にもプラスの影響が期待される。また、インバウンドの増加が続いていることも、プラス材料に挙げられる。
		スーパー（企画）	・賃金の上昇により、景気の下支えにつながる。
		コンビニ（経営者）	・インバウンドはまだ増えそうであり、来客数は更に増加する見込みである。また、値上げによる客単価の上昇傾向も続いているため、売上の増加はまだしばらく期待できる。
		コンビニ（経営者）	・この勢いが来年も続くことが期待され、更に活気が出ることを願っている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替レートの改善が少し進んでおり、仕入コストが下がるかと予想される。
		家電量販店（経営者）	・給湯省エネ事業や住宅省エネ2024キャンペーンが、リフォーム需要の増加につながると期待している。
		家電量販店（人事担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、県外への進学や就職が増加するとみられる。それに伴い、新生活に必要な生活家電の販売増加が期待される。
		乗用車販売店（支店長）	・来年度には新NISAが始まる。国民の投資意識が高まり、お金が動くかと予想される反面、更なるインフレの進行が気になる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年が明け、季節も変わるため、新商品を含む化粧品の充実が期待される。まずは、消費者の収入が増えることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・繁華街は年始の需要のほか、春節で海外からの観光客の需要も増える。また、もうしばらくは円安の影響もあるため、景気は回復傾向が続くと予想される。一方、飲食店は宴会や食事会の需要はあるものの、これまでのような2次会や3次会の需要が格段に減っている。コロナ禍に伴う時間の使い方の変化や、終電時間の前倒し、深夜利用の減少により、深夜まで営業していた店舗も営業時間を短縮している。また、人材不足や仕入価格の上昇の影響など、様々な要因で飲食店の利益の確保が難しくなっている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍による制限の反動で、外出する人や、買物をする人が増えている。量販店の単価は、今までは安い物が主流であったが、今は安い物よりも、価格が高くて体に良い物を選ぶ動きが目立っている。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・物価の上昇が鈍化している一方、消費者が値上げに慣れてきたような感覚もある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月から3月は需要が落ち着く時期であるが、リピーターを中心に予約が入っている。団体客も確保できており、人手不足への心配はあるものの、状況は上向いている。
		都市型ホテル（総務担当）	・予約状況を見ると、宿泊は好調が続き、宴会利用もかつての水準に近づいているが、レストランのディナー帯の回復が遅れている。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・レストランの予約数は増えている。宴会部門はかつての水準には及ばないが、宴会の件数や人数は増えており、貸切りでのディナーも4件入るなど、年末の動きは活発となっている。
		旅行代理店（役員）	・商圏は狭いが、固定客が多く、競合店舗が撤退しているため、売上の増加が期待できる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・今後も引き続き、インバウンドの利用が見込まれる。団体客の予約は2018年度の水準に近づいており、春節商戦にも期待できる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンド需要が安定している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素はある。ただし、ここ数か月を考えると、しばらくは現状のまま推移し、春を迎えると予想される。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・成人式での、振り袖姿の前撮りや後撮り注文が増えている。それに伴い、おしゃれをする親も増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・コロナ禍の収束で通常のライフスタイルに戻り、もう少し消費が回復すると予想されたが、かつての水準に戻った商品は限られる。その結果、取引先の状況も良いとは言い難く、しばらくは厳しい状況が続くと予想される。
		百貨店（企画担当）	・インバウンドの消費は、予想した水準にまで回復している。今後更に良くなるとすれば、まだ2019年度よりも低迷している、化粧品の売上の拡大が必要である。
		百貨店（販促担当）	・環境の変化がみられないため、現在の動きが続きそうである。既にコロナ禍の収束による影響が一巡する時期であり、我慢の反動といった心理状況が落ち着く分だけ、今後は前年よりも厳しいと予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・今月と同じく、国内客の消費マインドは低いままであり、衣料品を中心に苦戦が続くと予想される。
		百貨店（宣伝担当）	・インバウンドの力強い消費がしばらく続くと見込まれ、それに伴う広告費や営業費の増加が続く。一方、物価の上昇で国内売上が大きく伸びることはないため、しばらくは現状維持が続く。
		百貨店（マネージャー）	・年末年始は人流が活発になっており、旅行関連や正月商戦は一定の活況が見込まれるが、年明けはその反動による生活防衛意識の高まりと、外部環境による影響で、小売では更なる選択消費の動きが進むと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・景気の回復を後押しするような環境ではなく、改善要因、悪化要因共に、目立った材料はみられない。
		百貨店（店長）	・次の春闘でベースアップとなり、所得の増加が実感できても、消費者はこれまでのデフレ状態に慣れ切っている。消費には回さず、貯蓄やローンの支払に回す人が増えそうで、経済効果が出るかどうかは疑問である。
		百貨店（営業推進担当）	・2月の春節では中国からの多数の来店が予想されるなど、インバウンドは更に増加する。一方、国内客は中間層の消費が鈍く、今後も同様の状況が続く。
		百貨店（マネージャー）	・国内客の消費が上向いている兆候は依然としてみられない。ただし、大きく悪化する要素も見当たらない。一方、売上を下支えしているインバウンドについては、来年春頃から円高が進んだ場合、減少することが懸念される。
		百貨店（マネージャー）	・気温が不安定で衣料品の販売動向が読めない。一方、食品は現在と同様の動きがしばらく続くと予想される。
		百貨店（商品担当）	・インバウンド向けの販売量は好調であるが、国内客への販売量は予想しにくい。
		百貨店（売場マネージャー）	・売上や来客数は、まだかつての水準に戻っていない。また、商品の値上げや物価の上昇、人件費の増額負担などの状況も、改善するとは思えない。特に、地方は人口の減少の進行に加え、都心との賃金格差もますます広がっている。
		スーパー（店長）	・今後も、光熱費や商品単価の上昇が続く見込みであり、景気が短期間で上向くとは考えにくい。
		スーパー（店員）	・年末は値段が高くても売れるが、年明けは買い控えなどで厳しくなる。
		スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、景気は横ばいの推移となる。
		スーパー（企画担当）	・暖冬の影響もあり、生鮮品では魚や肉といった鍋物商材が大きく減少している。一般の食品に関しても、単価が比較的高い鍋物商材の販売量が伸び悩んでいる。
		スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末商戦にかけて堅調な動きとなったが、物価の上昇や漠然とした先行き不安による、消費マインドへの悪影響は続く。ボーナス支給額は増加傾向にあり、来春の賃上げも比較的高水準となりそうであるが、生活防衛意識は強い。
		スーパー（企画）	・景気を左右するような対策もないため、良くて現状維持である。
		コンビニ（店長）	・コロナ禍による制限が無くなってからは、物価の上昇こそあるが、それほど大きな変化もなく、客の様子にも変化はみられない。
		コンビニ（店員）	・物価の上昇が続いているが、売上に大きな変動はなく、今後も現状のまま変わらないと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店(店長)	・この半年間は好調を維持していたが、ここへきて前年並みとなっている。輸入生地や材料の価格が円安の影響で上がっているため、販売価格も上げざるを得ない。そのため、年末年始での低価格品を狙った客の来店が落ち込んでいる。
		衣料品専門店(店員)	・クリアランスセールも始まるが、業界は閑散期に入るため、売上が増える見込みは薄い。
		家電量販店(営業担当)	・物価の上昇がやはり厳しい。どちらかといえば、当社の取扱商品は趣味関連やし好品となるため、どうしても予算が削られやすい。
		乗用車販売店(経営者)	・消費の拡大につながる、大きな材料が見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・出口が見えない。大手中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題がいつまで続くのか不透明である。
		乗用車販売店(経営者)	・スタッドレスタイヤの入替えて売上が増えているが、新車の販売は良くない。
		乗用車販売店(販売担当)	・ディーゼル関連の補助金が無くなるなど、全体的なコストの上昇が予想されるため、引き続き低空飛行の状態が続く。
		乗用車販売店(営業担当)	・引き続き良い材料はなく、様子見が続くと予想される。
		その他専門店[宝石](経営者)	・物価は安定し始めたが、政治にまつわる問題などで不安感が高まりつつある。
		その他専門店[食品](経営者)	・当面はインフレの影響が続くと予想される。
		その他専門店[ガソリンスタンド](経理担当)	・今年の年末年始も観光関連は良くなるが、物価上昇による消費の絞り込みが進み、売れる物と売れない物の差が鮮明になるため、全体の景況感が変わらない。
		その他専門店[宝飾品](販売担当)	・円安傾向に歯止めが掛かったように見えるが、すぐに物価や消費者の意識が変わるわけでもなく様子見の動きが続く。
		その他専門店[医薬品](管理担当)	・年末商戦では化粧品、カウンセリング化粧品等の売上は増えたが、家庭用品などのまとめ買いを含め、今後の2~3か月はその反動による鈍化が予想される。食品などの生活必需品は順調に動いている一方、全体として主な増加要因はなく、今後の更なる増加は期待できない。
		その他小売[ショッピングセンター](総括)	・若年層を中心に、イベントや趣味関連の消費はあるものの、ベースとなる中高年層の消費が鈍化している。インバウンドの需要増加でカバーしているものの、状況は楽観できない。
		その他小売[インターネット通販](オペレーター)	・新年度に向けて、今の受注量は維持できそうである。
		高級レストラン(スタッフ)	・年始以降も予約は好調であるため、このまま維持していきたい。
		一般レストラン(企画)	・円安による物価の上昇は少し落ち着きを見せているが、実質賃金が前年を下回る状況では財布のひもは緩まず、良くなるとは思えない。次の春闘に期待したい。
		観光型ホテル(経営者)	・1月から3月の予約状況は余り良いとはいえない。間際での予約も多いが、団体客の予約状況は期待を下回っている。
		都市型ホテル(管理担当)	・円安効果によるインバウンド需要の増加に期待しているが、国内需要は現状維持となるため、状況は現状と大きく変わらない。
		都市型ホテル(客室担当)	・円安傾向が続いているうちは、インバウンドの動きを含めて、状況は余り変わらないと予想される。
		都市型ホテル(管理担当)	・政策の方向性をみても、特に良くなる材料はなく、上向きになる要素も見当たらない。
		旅行代理店(店長)	・旅行代金の単価が上がっており、旅行には行きたいが、価格を考えるとちゅうちょする人も多い。こういった傾向は、今後も続くと予想される。
		旅行代理店(支店長)	・パリオリンピックなどの大型イベントに向けて、ムードは高まってくるものの、旅行需要の拡大には結び付きにくく、全体的な状況は変わらない。
		タクシー運転手	・暖冬でもあり、正月は利用が増えそうであるが、それ以降の寒い時期になると客足が減ってくる。企業の間でも、毎日出勤しなくてもよいWeb会議などが定着しているため、全体としては今の状態が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（社員）	・12月は法改正に伴う駆け込み需要がみられたが、法改正後はどのような影響が出るかは分からない。
		通信会社（役員）	・スマートフォンや携帯電話の端末価格の高騰で、買い控えの動きが続いている。電気通信事業法の改正による端末価格の値上げを見越した、需要の前倒しがみられるため、同法施行後の販売の落ち込みが懸念される。
		通信会社（営業担当）	・契約の推移は横ばいのため、先行きも大きな変化はない。
		観光名所（企画担当）	・ここ数か月の来場者数は、前年比の増加率にほとんど変化がない。しばらくはこの状態が続くと予想される。
		遊園地（経営者）	・当面は、消費を大きく刺激する要素がない。
		ゴルフ場（支配人）	・予約の動きは、現状並みで推移していることを考慮すると、今後も大きな変化はない。
		競輪場（職員）	・例年、2月から3月はやや良くなるが、今月の客単価が過去最低であり、購買力の低下がみられるため、今後も大きな変化はないと予想される。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・コロナ禍が落ち着き、日常がほとんど以前の状況となるなか、にぎわいを取り戻している。一方、物価の上昇は一巡した感もあるが、収入の増加がどれだけ進むかによって、消費の動きが左右される。
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・為替の急激な変動などで、力強い消費は期待できない。当面はインバウンドに依存せざるを得ない。
		その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・スポーツを楽しむ気運はやや鈍化している。全体的な動きは天候に左右されやすいため、先行きは読みにくい。
		美容室（店員）	・3か月後はイベントが多いため、好調な動きが続く。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・不景気ではあるが、コロナ禍の下で節約を続けていた反動が出るかと予想される。
		その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期は来客数が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・地価の上昇が限界にきており、今後は緩やかな価格の低下が進んでいく。
		住宅販売会社（総務担当）	・物価の上昇に給与の増加が追いつかないのか、現状は成約までに時間が掛かる。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・客との会話で多く出てくるのが、生活をするのがつらいという言葉である。日常生活を維持するための費用がどんどん増えているため、一息つく暇がない。先行きに明るい話題も出てこないなか、景気が上向くとは考えられない。
		百貨店（企画担当）	・都心部はラグジュアリーブランドや、インバウンド関連を含め、かつての売上を超えているが、地方ではその恩恵は受けられず、回復も一息ついた様子である。今後は消費者の生活防衛意識が高まるため、前年の売上の確保が精一杯となりそうである。
		スーパー（店長）	・コロナ禍の収束による外出、レジャー消費の増加のほか、物価の高止まりも続く見込みである。賃金の上昇が物価に追いつかないなか、衣料品を購入する優先順位は低下すると予想される。
		スーパー（社員）	・今年年間を通して、株価の上昇や賃金の増加を受けた活発な消費が続いていたが、前月以降はやや守りに入っている。消費疲れと将来に備える動きが重なり、客の消費は当面慎重な推移となる。
		コンビニ（経営者）	・冬になり、来客数が約10%減少している。それをカバーするために、フライドチキンやおでんといった、毎週火曜日に出る新商品の販売促進により、インバウンドの取り込みを狙う。
		コンビニ（店員）	・駅前にコンビニとスーパーがオープンし、近隣には大型ホームセンターも開店したことで、車や人の流れが変わり、来客数がかかり減った。対策を考えているが、かなり厳しい状況である。
		コンビニ（店員）	・例年、寒い時期は来客数が減る。
		家電量販店（店員）	・ボーナスの使い道も以前と変わり、外食や旅行が中心であるため、家電業界は厳しい。ただし、リフォーム事業は国の補助金などもあるため、右肩上がりとなっている。全体としては、今後も厳しい状況に変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・政権政党の政治資金問題や大手自動車メーカーの不正問題、ウクライナ危機、ガザ地区での紛争など、すぐに解決できる問題はない。来年の前半についても、これらの国内外の問題が収束するまでは、景気は上向かない。
		一般レストラン（経営者）	・例年2月から3月中旬は、比較的暇な時期が多い。また、値上げや商品価格の上昇により、消費者の財布のひもが固くなっている。
		一般レストラン（店主）	・正月の後、例年2月は悪化するが、今年も余り期待はできない。
		一般レストラン（店員）	・物価上昇の影響で、外食を控える傾向にある。1～2か月先に良くなる要素は見当たらない。
		観光型旅館（経営者）	・物価の上昇による消費マインドへの影響は大きい。例年、年明けの集客は厳しくなるが、今年は更にひどくなりそうである。
		都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援終了後の、2月以降の予約ペースは鈍化している。高単価での販売の継続が難しく、稼働率を維持するために、単価を下げての販売にシフトせざるを得ない。
		タクシー運転手	・1月は年初の挨拶回りで少し忙しくなるが、全体的な消費が冷え込んでいるなか、イベント以外は自宅で過ごす節約派が増える予想される。
		通信会社（経営者）	・円安傾向の影響で、原材料価格が高くなる。
		通信会社（社員）	・他社のサービスへの乗換えなどが顕著になっており、コストと便益のバランスが取れた、新サービスの提供が急務である。
		テーマパーク（職員）	・効果的な経済政策は検討されていないため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの郊外物件は、昨今の急激な工事費の上昇により、各デベロッパーは販売価格を土地仕入れ時の想定よりも上げざるを得ない。それに伴い、郊外物件については販売状況が悪化すると予想される。
		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）	・住宅ローン金利の上昇や物価の上昇により、経済活動は少しずつ下降気味となる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・当面、建築単価の上昇傾向は続くと予想される。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・低所得層向けの給付策に加え、海外向けの多額の支援が計画されるなか、財政悪化のしわ寄せが現役の中間層にきている。
	×	スーパー（経営者）	・近隣の競合店やディスカウントストアの影響か、年末の消費としては前年よりもかなり落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・洋服の消費に対する優先順位が低い。デジタル化に対応できていない高齢者は、今までどおりの生活を続けるためのコストが上がっており、洋服にまでお金が回らない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今年は冬物商材が売れないという予想が多いせいか、メーカーが生産する商品のタイプや点数が少ないため、セール時期になっても販売する商品が少なく、今後も販売には苦労する。
	×	家電量販店（店員）	・給湯器等の補助金対象商品を扱っているが、ある程度の買換え需要は喚起されても、所得が大きく増えている実感はない。市場価格の値上げの方が大きいので、修理を優先する動きが続くと予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・消費の拡大につながるマインドの醸成に向けて、具体的な対策を講じなければ、消費の回復につながらないと感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・春は必ずというほど円安に傾く時期なので、原価が更に上がることはほぼ確実である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・インフレによる悪循環がみられるため、賃金を上げるための思い切った政策が必要だと感じる。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・為替レートが以前よりも円高傾向であり、仕入価格が抑えられるため、利益は少し増加傾向となる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・当社の取扱製品は、例年3月頃は需要期となる。
		広告代理店（営業担当）	・前年から、Web媒体、紙媒体共に、売上が前年を上回っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（従業員）	・家庭用商品は値上げの影響で苦戦が続く一方、業務用商品は引き続き受注が入るため、売上は伸びていくと予想される。
		繊維工業（総務担当）	・円安の状況が少しずつ緩和され、ガソリンや原材料価格、電気代などのコストが軽減される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・年明け以降は、年度末に向けた駆け込み需要や、4月からの新商品投入に向けた動きが出てくるため、ひとまずは上向き傾向となる。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・来年3月末の受注残は前年比で増加しているなど、受注量が上向き傾向にある。
		建設業（経営者）	・年度末にかけて、案件が増えると予想される。ただし、土地の価格が上がっており、取引先は用地の仕入れに苦労している。
		輸送業（営業担当）	・細かく分かれていた店舗の集約や、サービスレベルの引下げなど、時代の流れに逆行する対応を進めることで、人手不足が解消できそうである。
		繊維工業（総務担当）	・消費者への仕掛けでは、小売店ではSNSを活用した販売を模索する動きもある。ただ客を待つだけの催事や、客へのプレゼントを強化するだけでは、販売につながらない。何とか工夫をこらして、販売を増やすための取組を進めている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる情報がない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年度末にかけてイベントなどを実施予定のため、受注量の増加が続くと予想される。
		化学工業（企画担当）	・コロナ禍からの回復が堅調なほか、年末年始の消費拡大や、インバウンドの増加による好影響が続くと予想される。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みでは、大幅に減少するとの情報はない。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・コロナ禍の収束により、関連需要も回復傾向にある。海外での紛争といった不安材料はあるが、特に大きな変化はなく、現状維持での推移が予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・同じ鉄鋼業界でも、品種によって需要の格差が広がっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大型の引き合いはあるが、この数か月は受注が難しいため、数か月先の景況が特段良くなるとは思えない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年明けから大手電力会社5社の値上げなど、家計への負担が増えるほか、世界情勢も不安定な状況が続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大阪・関西万博の影響が、最近では材料の入手が困難となっている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・現在のところは、様子見の動きとなっている。
		建設業（経営者）	・今後は大阪・関西万博の工期遅れの影響で、技能労働者不足が深刻になる見込みである。最終段階では内装関連業者の不足が心配されるほか、一時的な建設資材価格や賃金の高騰も予想される。
		輸送業（商品管理担当）	・例年、売上が低迷する時期となるため、大きくは変わらない。
		金融業（営業担当）	・今後も厳しい状態が続く。
		金融業（副支店長）	・取引先へのヒアリングでは、大阪・関西万博の特需も期待できない状況であり、今後の受注も増える気配はないとの回答が多い。
		広告代理店（営業担当）	・年度内は好調が続くと予想される。
		司法書士	・年末には活発な人の動きがあり、これからも回復が予想されるが、物価の上昇は続いているため、大きくは変わらない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末の駆け込み需要がみられず、非常に暇である。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・しばらくは円安によるインバウンド効果が期待できるが、肝心の国内客の消費は年末年始を境に、いよいよ落ち込んでいくと予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先の大型量販店は、原価が上がっているにもかかわらず、それだけの値上げができていない。仕入コストが上がれば販売価格を上げてほしいが、受け入れてもらえず、利益率が下がっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（営業担当）	・北米向けの輸出が減少する見込みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が全く伸びていないほか、材料の入手が困難な状況に拍車がかかっている。
		建設業（経営者）	・4月からの残業時間の上限規制を控え、雇用側、従業員側共に慎重にならざるを得ない。
		輸送業（経営者）	・仕事量は減少傾向にあり、運賃の上昇も期待できない。ただし、これ以上の経費の上昇はないため、多少の悪化程度で収まりそうである。
		輸送業（営業担当）	・今後のキャンペーンは、送料の値引きだけになるため、売上は落ち込むと予想される。
		不動産業（営業担当）	・貸店舗の撤退が相次ぐなど需要が減少しており、この状態は今後も続く予想される。特にアパレル業界が厳しいため、1階の貸店舗のテナントがなかなか決まらない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・当面は状況が変わる材料に乏しい。
	×	化学工業（経営者）	・海外の金融政策の影響で外国企業の投資意欲がかなり落ち込んでおり、大手の取引先からは、年明けからの受注は大幅に減るといわれている。それに伴い、今後は景気が冷え込むと予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・当面は国民の経済的な打撃が和らぐことはないが、来年は円安も一段落しそうな気配であり、景気の回復が期待される。一方、電力各社は相応の利益を確保している状況から、電気代の値下げを期待したい。
×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価対策や経済対策がうまく機能していない。	
雇用 関連 (近畿)		人材派遣会社（管理担当）	・しばらくは、現在の上昇傾向が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要に期待したい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ボーナス支給額の増加や、インバウンドの増加で更に良くなる。インバウンドは、観光地では欧米系が多く、繁華街はアジア系の方が多い。
		人材派遣会社（役員）	・求人数、求職者数は、今後も一定の水準以上で推移しそうであるが、企業が欲しい人材とのマッチングが進んでいるとは言い難い。また、世界情勢や国内の金融政策、インフレ動向などの不透明感が拭えないなか、景気が上向く材料は少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者の高齢化が進み、求職意欲も旺盛であるが、求人企業の意識が変わるには時間が掛かる。
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足が厳しい建設業界などは、時給を上積みする傾向にある一方、それ以外の業界は現状維持が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪・関西万博関連の着工の遅れや、物価の上昇による影響が大きく、関西企業がプロモーションの出稿を控える動きが予想される。その結果、前年比の動きは、直近の四半期並みの水準を見込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・一時に比べて国内のインフレもやや落ち着きを見せ、為替もやや円高方向に転換したとを感じる。ただし、日本銀行によるマイナス金利の解除が取り沙汰されるなか、短期的には景気にマイナスの影響が出る可能性もある。また、世界的には相変わらず紛争やインフレが続いており、不安定化した状況にも改善はほとんどみられない。足元の国内景気は比較的安定しているが、国内外の情勢によっては、好不調のどちらにも変化する可能性がある。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比、前月比共に大きな増減はなく、しばらくは現状と同様の動きが続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・建設業や製造業では、原材料価格の高騰や中国景気の減速などで、求人の更新を見合わせる事業所が散見される。
	職業安定所（職員）	・求職者に占める高齢者の割合が高まる一方、事業所は若年層の雇用を求める傾向が強いため、雇用のミスマッチが生まれている。ただし、新年度に向けて採用が増える動きもあるため、全体的な状況に変化はないと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（職員）	・大手ゼネコンが、資材価格が上昇する前に受注した工事が、今後本格的に動き出す予定である。発注者への価格交渉も困難ななか、大手ゼネコンから下請事業者への請負額の低下が予想される。それに伴い、慢性的な人手不足にある下請事業者が、求人募集でどこまで労働条件を引き上げられるかは、今後の課題の1つである。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・25年卒で既に持ち駒がない学生がいるなど、今後は早期選考に失敗して、焦る学生が出てくると予想される。ただし、失敗する学生がどの程度出るのかは不透明であり、採用企業側が採用数と質のバランスをどう取るかで、需給状況が変わる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年の求人数と比較しても大きな差はなく、2～3か月先の景気に変化する要因は見当たらない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・今後も引き続き、業種を問わず人手不足の声が多い。また、建設業や製造業を中心に、原材料価格や燃料価格、人件費等の高騰による利益の圧迫のほか、受注の減少、中国経済の減速、円安による影響への厳しい声も多い。全体的に大きく変化する要素はないため、新規求人数の緩やかな減少が続くと予想される。
		職業安定所（職員）	・軽自動車大手の休業により、納品会社にも影響が出る。
		学校〔大学〕（就職担当）	・先行きは不透明であり、効果の薄い減税や現金給付のつけが将来に回ることを考えると、消費者心理が悪化するのとは当然である。
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年1月以降動きが良くなる。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・年末のボーナスが上がれば徐々に消費は上向く。
		スーパー（店長）	・現状の流れは大きく変わらない。商品の値上げ基調はピークを脱し、前年より改善することは確実である。買上点数が増えてきていることから、売上が期待できる。
		スーパー（業務開発担当）	・販売数量が上向いてきており、これから春に向かって景気は良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、店の周りの工事も一段落した。工事に従事している人が来店すれば、景気は良くなる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・地元産の高品質なイチゴや殻付きカキなどの生産量が増えているため、それを求めて客が増加すると見込んでいる。
		一般レストラン（店長）	・当月が谷間になる。2月には新しいスタジアムが完成し、中心部への来客数が増える。
		観光型ホテル（副支配人）	・春になれば桜の行楽シーズンになるため、人の動きが今よりも活発になる。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・受験需要は減少している感があるが、継続したインバウンドの好調により、受験の減少を十分にカバーできる。
		旅行代理店（経営者）	・今回の政権政党の流れがなければ、旅行に多く流れたはずである。
		通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症の対策緩和により、景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・コロナ禍明けで、年度末かつ新年度となる3か月後は、営業関連でより動きのある時期になる。
		ゴルフ場（営業担当）	・3月以降の団体予約の問合せが増えており、予約状況も好調である。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後にG1レースが開催されるため、売上がある程度確保できる。
		住宅販売会社（従業員）	・来年の住宅補助制度が決定されたので、今後、緩やかな駆け込み需要が起きると考えられる。
		商店街（理事）	・様々な物の価格が上昇し、日常生活における不安材料が多くなっているため、新たな物を購入することが難しくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・値上げは進んでいくが、従業員の給料は増加しない。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が終息しかけているが、インフルエンザが流行している。人出は徐々に元に戻っているが、消費につながっていない。
		商店街（代表者）	・来客数や購入単価などから、必要最低限の購入になっているため、悪い現状のまま経過する。
		百貨店（経理担当）	・消費者は慎重で堅実な買物をしている様子なので、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
		百貨店（広報担当）	・マスク着用が任意となって1年が経過し、新型コロナウイルス感染症発生前の日常に戻りつつあるものの、物価高騰、海外での戦争、物流の2024年問題など、先行きが不透明で、景気は良くなるとは言えないが、悪化するほど悲観することもないと考える。
		百貨店（広報担当）	・消費がより積極的になるような新しい変化は感じない。
		百貨店（営業担当）	・セール時期までは少し回復するかもしれないが、これだけの暖冬となると先行きが不透明である。オケージョンなどのカレンダーマーケットは多少上がっていくが、スーツ需要の減少により単価は下がっていくとみられる。
		百貨店（営業担当）	・客が必要な物を必要なときにしか購入しない。また、カジュアル化が進み、スーツ系の動きがないため、景気は変わらない。
		百貨店（外商担当）	・景気回復につながる材料が特に見当たらないため、今後2～3か月は景気は現状から大きく好転はしない。
		百貨店（売場担当）	・食品など生活必需品の高価格の影響で、今一つ売上が取り切れない状況である。ただし、非食品の売上が前年を上回る状況であり、全体では前年の売上状況と同様である。春まではこの状況が続くのではないかと考えられる。
		百貨店（売場担当）	・前年と比べて更に人流が活性化していくと考えるが、起爆剤となる程の変化はない。地方百貨店という業態では伸長していく要素は見当たらない。
		スーパー（店長）	・大きな景気対策もないため景気回復はみえない。
		スーパー（店長）	・販売点数が上がってこない。1品単価の上昇に世間がついていけない。
		スーパー（総務担当）	・景気が良くなる理由が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・ライフスタイルが大きく変わってきており、従来なら年末年始に売れていた塗り物など、新年のしつらえ品が売れなくなった。また、四季ごとの節句の祝い品や行事などを簡易に済ませるようになり、伝統産業などが衰退しており、商品も作れなくなっている。
		スーパー（販売担当）	・地域の企業は中小が大半で、賃金の上昇が政府目標値ほど上がらないため、消費につながるとは考えられない。
		スーパー（営業システム担当）	・値上げで売上金額は上がっているが販売数は伸びない。今後も値上げがあるとアナウンスされているため、販売点数だけではなく、売上金額も下がる可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・依然として物価高騰に対し、賃金上昇が追いついていない状況であるため、現状から変化しない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数の増加が続いているため、単価の下落をカバーできれば売上の改善が狙えるが、大幅な来客数増加の見込みがなく、しばらく景気は横ばいと考える。
		コンビニ（支店長）	・日本銀行の政策金利の上昇待ちである。
		衣料品専門店（代表）	・物価高に対応する経済対策がされていない。
		家電量販店（店長）	・今年は暖冬のため冬物商材の滑り出しが悪く、年末商戦の客単価も低いいため、前年の売上を維持するのが困難になっている。
		家電量販店（副店長）	・景気が良いとはいえないが、底堅く前年の売上を維持していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・依然として景気回復の兆しが見えない状況が続きそうであるが、新年を迎えるに当たり業務改善に取り組み、この状況を打破していきたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・価格改定や税金の優遇措置の解除などにより、現状と変わらない。
		乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給台数により販売台数が大きく変わる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		自動車備品販売店（経営者）	・何1つ景気が良くなる要素は見いだせない。円安が我々が取り扱っている商品の価格を高騰させ、客の購買意欲をそいでしまう。決まった収入しかないのに支出が増えれば何かを我慢するしかない。我々が取り扱っている商品はぜいたく品の部類になり、買い控えできるものである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・良くなる面がある一方で悪くなる面もある。税金、物価、エネルギー等読めないことが多い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・景気上昇のきっかけ次第であるが、ここ数か月で好転する要因がない。コロナ禍ほどではないものの、経営が厳しい会社も多くあると聞いている。景気回復のてこ入れをもう少し期待する。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・大きな話題はなく、閑散期へ入る。
		一般レストラン（経営者）	・年末でさえ現状の調子なので、3か月先の景気が良くなるとは考えられない。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後は毎年、合格発表、卒業、転勤、異動などで祝い事が増える時期であるが、客の節約モードに大きな変化はない。スタッフの入替えや諸物価の上昇もあり、苦戦が懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・社会情勢が変わっていない。
		都市型ホテル（総支配人）	・2月は例年オフシーズンとなり、3月以降はインバウンドの動向にもよるが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況まで回復することを見込んでいる。
		旅行代理店（支店長）	・観光関連事業の人員費や貸切バス代の上昇、円安の影響で本格的な需要回復は厳しいとみられる。
		タクシー運転手	・繁忙期の12月で、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたこともあり、前年より良くなっていたが、回復は今一つといった感じである。
		タクシー運転手	・好景気の状態が継続している。ただ、人手不足の影響で好況の恩恵を十分取り込めていない。また、燃料費や人員費の上昇が収支に厳しく反映されている。
		タクシー運転手	・人出は余り多くなく、平日の夜は閑散としているため、厳しい冬になるかもしれない。
		テーマパーク（営業担当）	・年末年始にかけては前年より良くなっているが、しばらく閑散期に入っていく。
		美容室（経営者）	・景気は現状がしばらく続く。
		美容室（経営者）	・客の節約傾向に変化がないため、今後も景気は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・生活物価の上昇はしばらく続く。建築業界の働き方改革に伴う残業時間の上限規制が4月から適用されるため、人手不足から建築費の高騰が続く。
		設計事務所（経営者）	・客は予算に見合った物件探しに積極的に対応しているが、動きは鈍い。
		住宅販売会社（営業担当）	・現状は景気回復の兆しとなる動向がない。
		商店街（代表者）	・客がより安い商品を追い求める傾向が顕著であり、非常に厳しい状況である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・東南アジアへ出張したが、日本と同様、物価が上がっても給料は上がらないため、経済が冷えている。彼らも来年度は期待を持ってないと悲観的な見方をしていた。アジアトップの日本がどのような経済のリーダーシップを取れるか、彼らも注目している。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・1年を通じて1～2月は暇な月なので、景気回復は見送られる。
		百貨店（営業担当）	・景気を左右する要因はない。気温の差が激しいが、比較的気温の高い日が多く、冬物衣料品については不振リスクである。
		スーパー（店長）	・ここ半年間、来客数が増加していない。また、商品の値上げが一段落したので、今後、売上も前年割れとなる。
		スーパー（財務担当）	・物価の上昇による節約のため、買上点数の減少が続く、売上も減少する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、茶会や様々な催しが開催されるようになり、客がかなり戻っている。しかし、新型コロナウイルス感染症の発生をきっかけに茶道や稽古をやめ、着物を着なくなった客もいるため厳しい。
		家電量販店（販売担当）	・年末年始の商戦が終わると新生活の準備をする時期まで期待できない。
		家電量販店（企画担当）	・今月好調だったのは、季節要因によるものなので、3か月後に今月と同様の売上は期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題、大規模リコールやそれに伴う事故など、自動車業界全体への風当たりが強くなり始めている。不満や不安を持っている客も少しずつ増えている。まずは業界全体の信頼回復が急務で、景気回復はそれからだと考える。
		乗用車販売店（店長）	・今まで以上に見込み客が獲得しづらくなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・大手自動車メーカーの不正問題などで買い控えが増えている。
		自動車備品販売店（経営者）	・国内タイヤ製品は何もかもが値上げで、消費者の財布のひもは固くなり、安価で粗悪なアジア製の商品を客が求めることが多い。このままだと国内製造メーカーの景気はますます悪くなり、アジア諸外国が裕福になる。客が日本製を購入するための対策が必要である。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・物価上昇が止まらない限り、消費意欲は向上しない。
		観光型ホテル（営業担当）	・今年は、先行予約に減少がみられる。
		都市型ホテル（総支配人）	・前年同月比で宿泊の予約ペースのうち、特に2月と3月の予約で5%程度鈍化している。
		都市型ホテル（企画担当）	・閑散期に入り、来客数が減少する。
		通信会社（営業担当）	・景気浮揚や物価高騰への対策がなされておらず、光熱費が増加する冬場において家計の引締めが厳しくなる。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・徐々にではあるが、支払延滞が増加傾向にあり、1年スパンで見ても改善はみられないため、引き続きこの流れは続く。
		美容室（経営者）	・物価高騰や高齢化で少しずつだが消費の傾向が変わってきている。会社は税金や固定費の増加で利益確保が難しい状況が続く。
		住宅販売会社（営業所長）	・マイナス金利解除がいつ起こるかによるが、消費動向に影響が出てきそうな時期に突入する。
	×	乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響が少なからず発生する。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が全く増えてこない。
	×	通信会社（広報担当）	・物価上昇に伴い、客の購買意欲が低下している。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・来月、新型車が登場するため忙しくなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・少しずつ受注が回復する。
		輸送業	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	・年始は3月決算に向けて仕事の引き合いが増えており、明るい兆しがある。
		通信業（企画担当）	・客の購買意欲の向上が更に期待でき、データセンター及びICT関連機器への需要は更に伸びる。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり、向こう3か月間は需要時期のため良くなり、更に前年と比べ来客数や成約件数はやや増加する。
		広告代理店（営業担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、3か月後の景気は少し良くなる。
		コピーサービス業（管理担当）	・毎年少なくなっているが、年度末の特需を期待する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		食料品製造業（経営者）	・日々の商流が安定してきたが、あと2～3か月は厳しい状況が続く。
	繊維工業（財務担当）	・物価上昇が続く、消費行動が抑えられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		木材木製品製造業（経理担当）	・米国の利下げや日本銀行の利上げにより、将来は円高の傾向に傾くとみられるため、輸入業界としては景気の回復基調が予測されるが、大きな回復は期待できない。よって、現時点では景気は変わらない。
		化学工業（総務担当）	・原材料の仕入れや取引先への販売量が安定的でないため、先行きに不透明感がある。
		化学工業（総務担当）	・中東や東欧の戦争長期化及び我が国の政治の混乱により、景気回復に向けた糸口が見つからない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件の計画はなく、当面現在の生産量低下が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・資材高騰、人手不足による影響が大きい。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・円安メリットとエネルギー価格等との相殺は継続する。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・自社の状況が直近で上向きとなっているが、継続して上向きになる見通しはなく、今の状況が続く。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		建設業（経営者）	・賃上げムードが浸透しているため、景気は悪くはない。
		輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス、マイナス要素がなく、各取引先に目立った動きもないため、状況は大きくは変わらない。
		金融業（経済産業調査担当）	・企業の設備投資意欲の高さといったプラス材料はあるものの、海外経済動向やインフレ動向といったリスク要素が多く、先行きの不透明感は強まっている。
		会計事務所（経営者）	・人手不足、資材不足、資材高騰等の短期解消は難しい。良い面、悪い面が混在する。
		金属製品製造業（総務担当）	・客に2024年の情報をヒアリングすると、今年並み、又は減少するとの回答がほとんどであった。加えて、2024年問題による運送費の値上げも見込まれ、収益面では厳しくなると想定している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の生産調整により、主力装置等の受注が減少している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から、景気は良くならない。
		建設業（総務担当）	・2024年問題など、時間外労働の削減に向けての投資拡大が予想される。
		金融業（支店長）	・近隣で基幹産業である繊維・カーボン向けプラントが撤退することが決定しており、プラント設備の取引業者の受注減少が想定され、景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用関連		-	-
(中国)		人材派遣会社（事業部長）	・12月に入り、例年より遅れて季節繁忙求人が入りつつあり、今後受注状況は復調していく見込みである。
		職業安定所（職員）	・令和5年8月の台風被害の補修工事の発注が順次始まる見込みであるほか、大型道路の予算確保の発表がされ、大型工場の新規建設が着工されるなど、鈍化していた建設求人の募集に明るい兆しがみえそうである。
		民間職業紹介機関（職員）	・生産財の製造業で複数職種かつ複数人の募集が目立っている。やがてはこうした動きが量産品製造から川下へと流れ、消費の増加につながっていくものとみられる。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・引き続き新年度に向けて転職活動が活発化することが予想される。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・来年度の新卒採用に向けて、企業側が動き出す時期である。
		人材派遣会社（社員）	・季節要因以外で景気に変動はみられない。引き続き、特定の職種に人気が集まり、求人が埋まらない状況が続く。
		人材派遣会社（副支店長）	・景気が良くなるような情報が特にない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・現状の良い状態が続くものとみられる。新卒採用が充足していない分、即戦力も踏まえた中途採用の活発化、専門卒や高卒採用へのシフトも見受けられ、正社員不足を感じている企業は多い。コロナ禍に急速に実施されたWeb化を行っている企業の方が、対面だけの説明会や選考会の実施を継続している企業よりも採用が上手くいっている。また、新卒採用、中途採用共に選考期間が短い方が好まれる傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・広告の動きとしては東京で活発化の兆しがあるが、地方においては賃金上昇がない限り、当面変化はないとみられる。
		職業安定所(事業所担当)	・大規模な出店情報や誘致情報はなく、雇用の拡大要因がないため、景気が良くなる感じはないが、特段、後退する様子もみられない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・政治に対する不信感が増大しているなかで、物価上昇が継続している。求人倍率は高い水準を保っているが、少子高齢化により人手不足感が強く、この状況に変化はないと考える。景気の先行きは不透明である。
	x	-	-

10. 四国(地域別調査機関:四国経済連合会)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)		*	*
		商店街(常務理事)	・国内外の金利差の縮小傾向により、止まらなかった円安も一服感が出ており、原油価格の高騰や続いていた物価高の波もようやく収まるとみられることから、2024年は消費者心理も改善し、消費が拡大すると期待される。
		コンビニ(商品担当)	・ロシアのウクライナ侵攻が停戦し、物流の安定、円安が軽減されると期待したい。
		衣料品専門店(経営者)	・非常に寒い日が続いており、1月はいよいよバーゲンセール月でもあることから、良い方向に向かっていくと期待している。
		家電量販店(店員)	・新生活準備で販売量が増えるとみられる。
		観光遊園地(主幹)	・台湾の定期便が就航予定であり、インバウンドの増加が見込まれる。
		設計事務所(所長)	・銀行が貸出し原資を増やすため、預金を集め始めている。
		商店街(代表者)	・最近商品価格の高騰が続いてきており、段々と消費者の生活行動に買い控えなどが出てきているが、賃金の上昇は大企業ばかりで中小企業にはなかなか届いてきておらず、顧客の懐具合が厳しい状況であり、現状維持で推移するとみられる。
		商店街(代表者)	・中心市街地の活性化策が首長が変わるたびに大きく変更されており、今年は県知事選挙、来年は首都の首長選挙があるため、人が変わると、これまで民間主導で行って来た「街づくり」が選挙で振り回されるとみられる。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・法人の注文は減少傾向だが、来年の予約は順調に入っており、個人消費は変わらず需要があるとみられる。
		百貨店(販売促進)	・新型コロナウイルス感染症を心配して控えていた外出や旅行が増えたが、物価高の長期化による閉塞感が漂っている。
		スーパー(店長)	・今以上に景気が良くなる要素が見当たらない。
		スーパー(企画担当)	・人流の活性化やインバウンドの需要・消費については明るい未来が見えるが、物価上昇は今後も続く予想され、増税の問題など先行きが不透明な問題もみられる。
		スーパー(企画担当)	・商品単価の上昇はまだ続くと思われるが、売上は増加傾向にあるが、来客数の増減が鍵になると予想される。
		コンビニ(総務)	・天候や気温、人流によって左右されるが、今月の動きを見る限り良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店(営業責任者)	・値上げの影響もあり、しばらくは厳しい売上が続くと思われる。
		家電量販店(副店長)	・全体的に物価高の影響で、買換え消費の減少が続くとみられるが、景気が良くなる話題もないため、この状況は続くと思われる。
		乗用車販売店(従業員)	・受注残の台数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、いつまで続くか分からない。
		乗用車販売店(従業員)	・新車受注台数が減少傾向のなかで、大手自動車メーカーの不正問題により、更に悪い影響が出そうである。
		観光型旅館(経営者)	・インバウンド需要の地方波及が徐々に進む一方、仕入費用、人件費が引き続き増加傾向であり、両者を総合し、景気はやや良い状態をしばらく維持できるとみられる。
		通信会社(支店長)	・物価高騰が一段落し、年末年始で来客数は回復すると想定したが、他のエリアと比較しても回復しておらず、悪くはなっていないが、良くなる兆しもみえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・物価高の影響もあり乗客数は落ち着く見込みであるが、新生活シーズンに入ってくるため、新たな需要に期待したい。
		競輪競馬（マネージャー）	・先々の不安材料の状態は、急激には変化しないとみられ、2～3か月後に遊興に回せる余裕資金は、今月と同じくらいで推移するとみられる。
		美容室（経営者）	・1月は毎年売上が減少するが、3月から4月は大幅な売上アップが見込まれる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・石油関連商品の高騰、また、運輸・運送価格の上昇等、暗い面しか見当たらない。民間からの受注が減っており、その分官庁からの受注が増えているが、例年と比べて年度末の商品の売上、見積件数も減少しており、今後不安がみられる。
		スーパー（店長）	・乗客数回復の兆候がみられない。
		スーパー（人事）	・明確な理由はないものの、値上げが落ち着いた状況に鑑みて、3月頃まではやや悪い状況が続くのではないかと予想される。
		スーパー（統括担当）	・物価高の収束が見えにくい。
		スーパー（財務担当）	・いよいよ実質所得の減少が、大きく影響してくるとみられる。
		コンビニ（店長）	・所得が増加するとは考えられず、物価上昇が落ち着かなければ再び節約志向が始まるとみられる。
		乗用車販売業（営業担当）	・多くの車種が注文できないことに加えて、他メーカーの影響で生産ストップの車が出てきている。
		乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの不正問題による販売台数の減少や客離れが懸念される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・例年、年が明けて2～3か月は景気がやや悪くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・11月や12月のような地域クーポンによる特需が無くなることから、本来の利用状況に戻り、今月よりは若干シビアな状況になるとみられる。
		都市型ホテル（経営者）	・政党不祥事による宴会自粛、大手自動車メーカーの不正問題による混乱などの影響が出始めている。
		旅行代理店（部長）	・物価高騰、人材不足がみられる。
		タクシー運転手	・客との話では、ガソリン代、電気代、食品関係など全てが高騰したため、会社の忘年会はなく、友人との忘年会が多かったようである。6割程度の客が来年も景気が厳しいと話をしていたため、景気はやや悪くなると予想される。
		美容室（経営者）	・営業時間の短縮や定休日の増加がみられた。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・国内の情勢が良くないため、消費者の購買意欲が湧くはずもなく、今後はもっと財布のひもが固くなるだろう。
	×	コンビニ（店長）	・地元企業の冬季ボーナスの状況が良いとは聞いておらず、物価上昇に対し生活防衛色が強くなっているため、しばらくは悪化傾向が続くのではないかとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・このまま円安・物価高が続けば、景気が良くなる見込みはなく、景気が良いのはインバウンド相手の業種だけだと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・賃金上昇が物価高に追い付かない。
	×	タクシー運転手	・来年の冬の仕事量は、今年の年末よりは少なくなり、四国遍路も春から始まるため、景気が良くなることはない。
	×	通信会社（社員）	・当社サービスは、ケーブルテレビサービスであるが、現在はテレビ離れしている客が多い。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・円安も一息つき、米国金利低下が想定されるものの、短期金利の引上げが行われる流れになっていくとみられる。金利の正常化・為替の安定化により、輸出入の活発化が想定される。
		繊維工業（経営者）	・インバウンド観光客が主な顧客である取引先の小売店からは順調に発注がきている。以前は海外観光客は都市部、奈良県、京都府が中心であったが、地方にも広がっており、この傾向が今後も広がっていくことで地方経済の後押しになるとみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社の仕事はB to Bであるが、顧客の反応をみると商品への質問も多く熱心な様子であり、これから受注が決まっていくのではないかと期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・多くの客先は依然として広告費削減傾向であるが、製造業を中心に人材不足に伴う採用関連の仕事は少し増加傾向であり、景気はやや良くなると予想される。
		農林水産業（職員）	・中小企業では物価高に対応する賃金上昇の動きは鈍く、特に地方では鈍くなっている。また、農業収入は、肥料・燃料費等の高騰から全国平均で7%下がるなど、一次産業従事者の多い地方は、景気回復の兆しすらみえない。
		鉄鋼業（総務部長）	・受注、生産、販売状況が変化する要因が見当たらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・日本、海外共に傾向は大きく変わらないと予想される。
		建設業（経営者）	・どうなるか分からないが、今のところ見通しが良くない。
		輸送業（経営者）	・大きく変わる様子はみられない。
		通信業（企画・売上管理）	・特に明るい話は聞いていない。
		通信業（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数に大きな変動はなく、参加者の状況は新型コロナウイルス感染症流行以前の状態におおむね戻ったところである。そのため、これからの参加者数の更なる増加、人の移動が活発になるような要素が当面は見当たらない。
		金融業（副支店長）	・年末年始を控えていることで消費が上向くと考えられるが、年明け以降の情勢が不透明であるため、現状程度の景気で推移すると予想される。
		食料品製造業（経営者）	・物流の「2024年問題」により物流費が高騰し、製品価格に転嫁できず利益を圧迫することが予想される。
		木材木製品製造業（営業部長）	・住宅価格高騰により戸建て住宅の購入意欲が弱くなり、アパートなどの賃貸住宅が好調に推移している。大手住宅メーカーも戸建て住宅に注力するのではなく、アパート物件に注力しているためしばらく受注は低調に推移するとみられる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・年末の掃除需要で掃除用のウェットクリーナーの売上が増加したが、その反動で1月から2月は売行きが悪くなるとみられる。また、キッチンペーパーの原紙製造機械の改造工事により機械が停止するため生産数が減り、売上は減少するが、完了後は生産数がアップするため売上は増加するとみられる。
		化学工業（所長）	・OPECの減産、中東情勢の緊迫化、ロシア・ウクライナ問題の長期化等で原料の価格高騰や供給面の不安定等があり、まだ景気回復につながる要因が少ない。
		建設業（経営者）	・現在の業界の動き、将来の見通し、今後の自社の状況が不明である。
		税理士事務所	・政治家の不祥事や大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくるとみられる。
	x	建設業（総務）	・資材の値上がりや供給困難が予想される。
雇用 関連 (四国)		人材派遣会社（役員）	・年末年始に向けて購買意欲も高まるなか、観光客が増加傾向にある。引き続き人材確保に向けて賃金面や就業時間などの就業条件の改善やサービス向上に向けたデジタル化推進など効果的な体制づくりが景気回復の大きな鍵を握るとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期が迫り求人数の増加が予想される。
		求人情報誌（営業）	・好条件を提示できる比較的大手の企業のみが、不足人員の充足・増員ができつつあり、資金力等の問題で改善が追い付いていない地元の中小企業は、引き続き採用の苦戦と人手不足の継続が見込まれており、景気は横ばいと予想される。
		職業安定所（求人開発）	・企業により景気の良しあしにばらつきがあり、売上が良くても収益が上がらず値上げ要請を続けたり、経費削減に努めたりと企業それぞれが収益を維持するための防衛策を講じている。
		民間職業紹介機関（所長）	・企業の採用活動について、大きな変化があるとはみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大企業はこの先賃上げ等で給与所得が上がっていくとみられるが、地元の中小企業の大多数はむしろ物価上昇と原材料価格の上昇等で収益は少し厳しくなり、その綱引きによって景気は余り変わらないと予想される。
		*	*

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	x	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・2～3月は卒業式や送別など新年度に向けてのイベントも多いため、今以上に売上が増加すると予想している。
		通信会社(社員)	・業界では需要が増加していくと予想される。
		商店街(代表者)	・12月は売上が落ち込んでいるが、現在の客単価を基に考えると、3か月先は気候が良くなることから来客数が伸び景気は良くなる。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	・引き続き取引先が増えたと予想される。
		コンビニ(経営者)	・インバウンドが更に増加するほか、近隣の高層ビル工事も活発化しており、コンビニエンスストアのニーズは高まる見込みである。
		家電量販店(従業員)	・インバウンド需要の継続が見込める。
		乗用車販売店(総務担当)	・2024年の新車生産台数がメーカーより提示されており、平時より多い台数が生産、配給される予定である。当面は現状以上の好景気が続く。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕 (経理)	・物価や金利が大幅に上昇しないことを前提にすると、景気は良くなる。原価高騰による家計支出増加が所得増加よりまだ多いため、個人所得が増えるように政策による後押しに期待したい。
		観光型ホテル(総務)	・宴会もほぼ開催傾向となり、宿泊はインバウンド需要が高まっている。
		観光型ホテル(支配人)	・前年は景気が良かった宿泊部門で今年は微減となっているが、宴会や婚礼部門が増加傾向にあり、新年会や歓送迎会の増加で宿泊の減少を補えると見込んでいる。
		観光名所(従業員)	・年末年始の大型連休等があり、来客数が増加すると予測している。
		観光名所(職員)	・現在マイナス要因が見当たらないため、順調に良くなっていくと見込んでいる。
		競馬場(職員)	・現状考えられる悪い材料による想定以上の影響はみられず、今後、それほど悪くなる見通しはない。
		その他サービスの動向を把握できる者(所長)	・客の工場操業状況を見ると、若干、今後の景気に期待を寄せている。また、見積りが増加し、売上がつながることを期待している。
		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)	・介護報酬の改定率がプラスとなり売上増加が期待できる。
		住宅販売会社(従業員)	・インバウンド客が増加しているため需要も多い。そのため、インバウンドに関連する業界が主導すれば景気は良くなると考えている。
		商店街(代表者)	・円安の状況や賃金上昇が商売に影響しないか心配しており、来年の予測は難しい。
	商店街(代表者)	・プレミアム付商品券による売上の増加は一時的で、やはり物価高による買い控えは続く。	
	商店街(代表者)	・インバウンドや旅行需要等が拡大しているが、物販や商店街の来客数が伸びず、売上が増加しない状況が続くと予想される。	
	商店街(代表者)	・商店街全体をみても景気が良くなったような話はないが、年末年始はボーナスも出ており、消費は上向きになると予想している。しかし、それは一時的なもので、消費の上向きは継続せず、大半の所得は上がらないことが考えられる。物価上昇もあり、厳しい状況に変わりはない。	
	商店街(代表者)	・様々な物の値上がりがあるが、それに対し収入が追い付くような勢いはない。必需品から購入するため、我慢できる商品は後に回されることになり、景気は伸びないと予想される。	
	百貨店(企画担当)	・バレンタインデー以外の大きな商戦がなく、来客数は落ち着くと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経理担当）	・乗客数は増加傾向ではあるが、購買率が上がっていない。値上げによる客単価の上昇で売上も前年並みに推移しているが、今後も状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・年末年始商材に加え、スポーツ大会関連の開催で紳士・婦人雑貨衣料は堅調となり、リビング用品やし好性の高いブランド品・舶来雑貨需要は依然需要が高い。商品価格上昇の懸念はあるが、クレジット利用促進により客単価、自家需要とギフト需要の増加が見込める。
		百貨店（業務担当）	・暖冬ではあるが、急な大寒波もあり気候が落ち着かないため、衣類や食品など状況を判断する客が多い。購入に慎重になっている間に必要なくなることも多く、今後もこの状況は変わらないと予想される。
		百貨店（営業企画担当）	・引き続き高額品は好調に推移するものの、暖冬の影響でコートなど重衣料を始めとした衣料品への消費影響が響いてくる。
		スーパー（店長）	・物価高騰が高止まりしており、来期は一層厳しくなると判断している。
		スーパー（総務担当）	・消費者の購買意欲をかき立てるほどの値上げの恩恵を受けている企業はごく一部に限られている。そのため、食品価格が高止まりしている間は来店回数や購買点数において、前年を下回る水準で推移すると見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・商品値上げは落ち着いており、値上げによる単価上昇は期待できない。むしろ消費者の買い控えが懸念され、悪化する可能性も考えられる。
		コンビニ（経営者）	・年末にかけて乗客数は悪くなく、客単価の前年割れを補っている。しばらくはこの傾向が続くと考えている。
		コンビニ（経営者）	・今年度は新型コロナウイルス感染症が落ち着いた反動から来客数が確実に増加しており、加えて、物価上昇により客単価が上がり売上は上昇している。次年度については本年度の水準で落ち着くと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍からのリベンジ消費が増加しているが、コンビニエンスストアでは大きな影響はないとみている。
		コンビニ（店長）	・値上げや物価高騰などによって経済の動きが落ち着いてきている。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素もなく、景気は変わらない。
		家電量販店（店長）	・所得増加がないため、物価高が収まらなければ購買意欲が上がることはないと考えている。
		家電量販店（店長）	・今月は家電業界が全体的に苦戦している。乗客数が大幅に減少している割合に比べると売上は増加しているが、今後の売上を上昇させる好材料が見つからない。
		家電量販店（店員）	・相変わらず賃金が増加せず物価が高止まりしたままであるが、この状態がしばらく続くと予想している。家電商品は故障すると買換えるが、買い控えもあり、利用できる物は使い尽くす傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	・今回は年末の特需があるが、3か月後は年度末という特需があり、売上は今月とさほど変わらない。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産や供給が順調であるため、販売では高水準な売上が期待でき、初売りや決算セールと購買喚起も期待できる。しかし、自動車業界への客の厳しい反応が心配である。
		乗用車販売店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		住関連専門店（経営者）	・円安と経費の値上がりによって商品価格は高止まりしているが、商品によっては値上がりが続いているものもある。買換え需要も一段落していること、住宅着工件数も最近減少していることから、新築需要も余り見込めない。
		住関連専門店（従業員）	・寒さが厳しくなる1～2月に高単価の秋冬商材の売上が増加することを期待したいところであるが、12月の厳しい売上状況では楽観視することができない。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・コーヒー業界では、年間を通して12月が1番売上が多く、進物等の需要で一時的な売上増加がみられる。例年、1～2月になると比較的売上が減少していくが、来店客は増加傾向にあるため、今後の売上は若干増加傾向を見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行され落ち着いた状態が続いているが、物価高騰や温暖化のため、し好品を中心に稼働の鈍い状態は変わらない。その外的要因により逆に売上が伸びている業態もあるが、悪影響を受けている店舗も多いため、今後簡単に良くなるとは考えられない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・国内客の売上が伸び悩んでおり、中小零細企業の賃金上昇がなければ、恒常的回復はしないと考えている。
		高級レストラン（経営者）	・今以上に景気は良くなるが悪くもならないと予想される。2～3か月先の予約状況は若干入っている程度で、今後の予約が増加するかは不透明である。
		高級レストラン（経営者）	・来年に期待していたが、国内情勢には問題があり、海外では戦争はまだ続いている状況である。店の現状では、宴会が減少し、来年の景気を懸念している。
		スナック（経営者）	・今年は忘年会を行う企業が多く、その流れにより12月は来客数が多くなっている。自粛ムードがないため、この状況が来年も続くと予想される。
		都市型ホテル（販売担当）	・食品や燃料費などの高騰により、現状と余り変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3月のインパウンドの動きは、桜のシーズンに伴い活発になると予想される。しかし、国内の需要は、今月の方がイベントの情報等も多いため、大きな変わりはないと想定される。
		旅行代理店（職員）	・春休みの家族旅行や学生旅行の需要が増えることに期待している。
		タクシー運転手	・タクシーが不足しており、レンタカーや自家用車の利用が増加していくのではないかと心配している。
		タクシー運転手	・世界情勢が不安定のため、物価高やガソリン価格の高止まりなどの影響で不安定な景気が続いていく。
		通信会社（企画担当）	・引き合いや相談等は継続しており、今後の見込みは増加しそうである。
		通信会社（企画担当）	・光回線では、販売件数の低迷が続くと予想されるが、売上が上向きイベントが見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・2～3か月先に景気が上昇しそうな確信がない。
		通信会社（役員）	・生活物資高騰の高止まりや賃金の横ばいが続き、消費意欲が低下している。
		ゴルフ場（従業員）	・しばらくは堅調な予約状態が続くと予想される。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は春になり、少しずつ動きがあると予想される。服装が変わってくると美容業界も徐々に回復してくる。2月までは売上が少ないが、3月からは上向いてくる。業界では新製品も出てくるため、回復する傾向があり期待を持っている。
		美容室（店長）	・年金生活の人は、ふだんの生活のままで、特に景気が良くなっているとは判断できない。
		設計事務所（所長）	・現在の仕事の結果は3か月先に出てくるが、現状の景気が変わらないため、3か月先も変化はない。
		設計事務所（所長）	・材料単価や製品単価の上昇が続きそうである。春闘での賃金上昇を要求しているが、大企業と都市部だけで、地方における仕事の対価は厳しい状況である。
		商店街（代表者）	・例年、正月明けは来客数が減少するため、厳しい状況になる。
		商店街（代表者）	・来客の様子では、平年どおりの売上で活気がない。通年の業務をこなしている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・前年と同様であるが、年末は売上が良かったが、年明けは厳しい状況である。例年同じ流れではあるが、寒さも厳しさを増し、野菜関係の相場は上昇し、販売しづらくなると予想している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・例年、年明けは売上が悪くなる。今年は海に変化があり、仕事の方法も変えていかなければ商売が成り立たないと懸念している。来年が良い年になるように対策を講じなければならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気がすぐに回復するような国の経済対策を期待したい。一般小売店では今以上に売上が伸びることができない厳しい状態である。客に高齢者が多く、年金等の収入減少で小売店の売上は伸びていかない。
		百貨店（企画担当）	・円安が進行した場合は円安メリットが徐々に薄れ、現在好調なインバウンドによる売上に、3か月後は影響が出ることが想定できる。
		百貨店（経営企画担当）	・バレンタインデーについては需要拡大が見込めるが、物価高の影響が依然続くため、春物衣料品等の動きは鈍くなる可能性が考えられる。
		スーパー（店長）	・物価と所得が釣り合っていない状態がここ1年ほど続いており、悪化することは考えられるが、好転する要素は見当たらない。
		スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行後、ある程度好調が続いているが、所得が予想ほど伸びず、インバウンドの回復もあるが総合的には食品への支出を抑制するのではないかと判断している。
		コンビニ（経営者）	・客の所得が現状のままで、商品の値上げが続くようであれば、より安価な他の業態に流れていくのではないかと不安を感じている。
		家電量販店（店員）	・毎月のように商品の値上げが続く限り、景気回復は難しいと考えられる。所得増加等の明るい材料がない限り厳しく、特に高齢者が多い地区では顕著に出ている。
		乗用車販売店（役員）	・業界や大手自動車メーカーの不正問題、来年からの長期金利の変動許容幅の拡大により、客の購買心理に不透明感がある。そのため、割賦販売客からの代替の成否が鍵になると考えている。
		観光型ホテル（専務）	・新型コロナウイルス感染症発生前のこの時期は、大型の団体客が入っていたが、まだ復活していない。予約が直近化していることもあり、現在の予約状況は良くない。
		理容室（経営者）	・2～3月は業種的には売上が良くない。3月中旬の卒業式や入学式が始まる頃から徐々に良くなっていく。
		設計事務所（代表）	・金利上昇の影響で、景気が若干悪くなる。
		住宅販売会社（代表）	・金利が多少上昇傾向のため、世の中の物価高など不安定感があり、今後も景気が悪くなると予想される。住宅に関しては上昇していく気配はなく、補助金に期待するしかない。
	x	一般レストラン（スタッフ）	・一時的な年末の需要が要因で売上が多かっただけで、景気に対する良い政策もなく、この先の見通しが良いとは考えられない。
企業動向関連 (九州)		-	-
		家具製造業（従業員）	・年度末に向けて案件数は増えると予想しているが、材料費を含む仕入原価の高騰に影響され、利益の確保は厳しい状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・業界全体で半導体の動きが良くなりつつある。それに伴い、取引をしている顧客の動きも良くなっており、当社の受注の動きも徐々に回復していることから、しばらくこの傾向は続いていく。
		電気機械器具製造業（取締役）	・今期の収支見込みは比較的順調である。ある事業が不調な場合でも、他の事業でカバーするという好循環な傾向が今までにはなく、しっかり利益を上げ、それを賃金上昇につなげることが大切であると痛感している。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・2023年度辺りには生産が倍増すると予想されていたが、それが2024年度にずれ込んでくるため、来年度は期待したい。
		通信業（経理担当）	・新規の受注案件が増えている。また、現在も多数の商談が進行中で、先行きは明るいと感じている。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・年度末に向けて、新聞広告の相談案件で少し動きが出てくる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・当社Webのアクセス数や問合せ件数が増加している。
		経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが増え、爆買いが多くなっているため売上が増加しており、景気は良くなっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザの情勢に左右されるものの、原料確保できる状況であれば、売上が伸びると考えられ、これまでにない需要を見込んでいる。また、3月になれば行楽や異動シーズンなどで居酒屋を中心に外食向けの引き合いが大きく期待できる。
		化学工業（総務担当）	・収益は良い状況ではなく、当面この状態が続く。
		金属製品製造業（事業統括）	・建設業界では今後2～3年は需要があると予想されている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き続き、ここ数か月は好調な受注が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・売上の基盤となる客先では当初の計画が低く設定されており、若干上乘せで内示が出ているが大きく影響はない。また、他の客先では売上比率は低い傾向があり、しばらく稼働停止となっているため、若干の影響が出てくる。
		建設業（従業員）	・応札した物件が取れず、新しい物件を探さなければいけない状況である。官公庁の入札の公示がないため、しばらくは動向を見守りたい。
		輸送業（従業員）	・中国経済の回復及び国内需要の好転がない限り、景気の回復は期待できない。
		輸送業（総務担当）	・円高に振れることで、輸入量が伸びることに期待している。しかし、どこも人手不足であるため、増産量に人手が追いついておらず、特に建築・土木や機械メンテナンス分野などが厳しい状況である。一方、食品は堅調に推移している。
		通信業（職員）	・電気工事は大幅に受注量が増えているが、情報通信工事に関しては横ばいが続いている。
		金融業（従業員）	・自動車の売上が回復しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上也増加傾向にある。また、公共工事は高水準で推移しており、旅行関係の売上也増加している。一方、物価の上昇に加え、人手不足などの影響で先行きを慎重にみる企業が少なくない。
		金融業（調査担当）	・物価高の影響が多方面に波及しており、当面は現状程度での推移が続く。
		金融業（調査担当）	・新規設備投資資金の実行額において、前年比の増減率は四半期前と比較して16%減少と大きくは変わらない。そのため、3か月後の見通しも変化はないと考えている。
		不動産業（経営者）	・同業他社と話をしても、景気にそれほど変動がない状況である。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんど無くなっている。しかし、国内の経済については、政府が減税を打ち出しても先行きの不透明感が拭えない。また、ロシアによるウクライナ侵攻、イスラエルとガザの紛争、中国経済の不安定化と景気に悪影響を及ぼしそうな材料があるため、景気は現況が続くと予想される。
		広告代理店（役員）	・依然厳しい状況が続くと予想され、2～3か月先の景気は変わらない。
		経営コンサルタント（社員）	・外部の環境の変化よりも内部の活動が停滞しているため、余り期待できない。方針転換を考えなければいけない。
		その他サービス業〔物産リース〕（職員）	・価格高騰によるマイナスの影響もあり設備投資は弱含んでいるものの、企業の設備投資意欲は底堅いと考えられ、大きな変動はない。
		繊維工業（営業担当）	・冬物が売れずに受注を十分に確保できない。工場は休んでしまうと1年取り返しが付かなくなるため、難しい状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・景気は、顧客からの生産計画で変化してくる。
		建設業（社員）	・今の状態では非常に不安で、補正予算は決まっているため、早い時期の発注を期待している。
		金融業（営業担当）	・中小企業を含め賃金の増加や人手不足等経営を抑制する要因が考えられ、業種に限らず負担が増えているように見受けられる。住宅メーカーの営業は以前と比べると販売件数が落ちており、住宅ローンの金利の心配もあり動きが鈍くなるため、景気が悪くなってくる。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・コストダウンの要求が厳しく、更に受注量の減少が懸念される。
雇用		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連 (九州)		人材派遣会社(社員)	・展示会場の業務請負など新規の案件が増えている。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・サービス業が中心の当県の年明け需要は、恐らく活発になると期待をしている。
		学校[大学](就職支援業務)	・日本経済は、サービス消費やインバウンド需要の復調が続くなど、経済活動の正常化を背景に内需を中心に緩やかに持ち直している。その一方で、働き手の人材不足は徐々に様々な業界に広がっており、企業の新卒採用意欲は一層高まりをみせている。この状況はしばらく続くと予想している。
		学校[専門学校](就職担当)	・人手不足から採用ニーズが高まり、魅力ある求人にするために賃金のベースアップが多くの企業で見受けられる。
		人材派遣会社(社員)	・企業側は求人条件の緩和に応じてくれているが、求職者のエントリーがなかなか無い状況も多く、稼働状況は余り良い状態ではない。
		新聞社[求人広告](社員)	・人出は多いが、インバウンドが目立っており、インバウンドの購買意欲や購買先は限定的と考えている。生活者の立場からは、物価高もあり景気は現状のまま推移すれば良い方ではないかと判断している。
		新聞社[求人広告](担当者)	・特に大きなイベントがあるわけではないが、インバウンドを中心に底堅い消費行動に期待している。
		職業安定所(職員)	・事業所の人手不足状態は継続しており、就職件数や充足数は増加していない。また、事業所からは人手不足で忙しいが、仕事量は特に変わらないという声を聞いたこともあり、今後の景気は横ばいが予想される。
		職業安定所(職員)	・資材やガソリン価格の高止まりのめどが立っておらず、期待感が持てない。
		民間職業紹介機関(職員)	・様々な業界で人材不足になっており、安定的に採用できる新卒市場のニーズは継続すると考えている。
	*	*	
x		新聞社[求人広告](担当者)	・年明けから公共料金の値上げが始まる。バスや電車など公共交通機関の運賃の値上げは大きい。新年度、新学期で定期などの買換え時期もあり、更に景気の悪化が予想される。

12. 沖縄(地域別調査機関:一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(-:回答が存在しない、*:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (沖縄)		一般小売店[酒](店長)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えない限り、マイナス要因はない。
		観光型ホテル(企画担当)	・ホテルの12月の販売室数は前年比20%減少とマイナスなのに対し、12月末時点での3月の予約室数は同9%増加とプラスに転じている。
		商店街(代表者)	・いまだ各業種でばらつきがあり、業種によっては少しだけ良くなる可能性もあるし、微妙に来客数が厳しい状況になる店もあるようなので、一概に良くなるとは言いつづらくなっている。
		百貨店(経営担当)	・県内では冬物衣料の需要が年明け以降に本格化する。
		コンビニ(経営者)	・人の動きが活発になってきており、今の良い傾向が続くと景気は良くなってくるとみている。
		コンビニ(店長)	・高校に隣接している立地上、4月の新年度に向けて人の動きが活発になるため、比例して来客数も伸びると考えられる。
		コンビニ(副店長)	・2023年よりもクルーズ船寄港回数は増加し、インバウンドについては良くなると期待するも、国内情勢では次年度以降の物価の上昇、もろもろの増税、賃上げ等、厳しい状況からの脱却は余り期待できない。
		コンビニ(経営企画担当)	・特に景気に影響するような材料は見当たらないが、1月末の春節時期に、那覇から中国間の国際線の増便によるインバウンド需要は期待している。しかし、春節以降の中国インバウンド需要については期待していないため、その後は現状維持になる見込みである。
	その他飲食[居酒屋](経営者)	・観光客は確実に増えているため、観光客への露出を多くして、観光客の入店比率を大きくしていく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（代表取締役）	・年末年始の宿泊部門は悪く、前年の80%ほどである。料飲部門も人材不足が解決できておらず予約を抑えている。2月の宿泊はプロ野球キャンプの影響もあり堅調に入ってきている。料飲部門はまだ先の予約は動いていない。
		通信会社（営業担当）	・学生の需要が出る3月は、1年を通しての最も大きな繁忙期となるため現在の好調を保っていけば大きく期待ができる。
		住宅販売会社（役員）	・給与所得の上昇次第だが、今のところ低金利が継続しているため、住宅販売も期待できるとみられる。
		スーパー（企画担当）	・2～3か月先は、春休みなどにより入域観光客数が増加し、人流が活発化すると予想されるが、商品値上げも続くなかで節約志向も強まると考えると、景気は変わらないとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は年末の書き入れ時ということで季節物の売上を期待していたが、前半の季節外れの高温等があり売上が取れない状態である。景気はまだ良くなる気配はみえていない。
		家電量販店（営業担当）	・需要拡大につながるような大きなイベントやヒット商品などが不足している。
		乗用車販売店（経理担当）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響があるかもしれないが、未知数である。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・通常は年明けの観光客の減少とともに陶器の売上は減るが、コロナ禍と比べれば観光客が増えているため、注文数などは変わらないのではないかと予想している。
		旅行代理店（マネージャー）	・とにかく旅行商材の単価が高騰しているため、一般予約が低調気味で推移する。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は前年を割り込んでいる。特に旅行代理店経由が苦戦しており、今後、回復する要素が少ない。
		住宅販売会社（代表取締役）	・土地価格や建築単価が高止まりしており、今後も建築相談が増えることは望めない。
		衣料品専門店（経営者）	・円安と物価高の一方、賃金は変わらずといった景気の悪いニュースが多く、国民に節約する意識があるのではないかと。
		乗用車販売店（営業担当）	・来年5月には車両生産で後方撮影ができるドライブレコーダーやバックカメラの設置も義務付けられており、その対応で生産に遅れが出る可能性がある。
		一般レストラン（代表者）	・1～2月は来客ペースが落ちるため、3月の歓送迎会シーズンに期待している。
	x	-	-
企業 動向 関連 (沖縄)		食料品製造業（役員）	・来年も賃上げや、円高傾向への変化など経済環境に明るい材料が多いため、これまで以上に景気が良くなると期待も込めている。
		窯業土石業（取締役）	・生産量は多少増加傾向にあり、3か月後は若干の売上増加が見込まれる。
		建設業（経営者）	・引き合いはあるが、具体的な進展はない。
		広告代理店（営業担当）	・入域観光客数の増加により県内企業の売上は上昇傾向にあるものの、人件費や原材料の価格高騰の影響により販売促進予算は厳しい状況にある。
		会計事務所（所長）	・増税やその他物価高の影響があるとみている。
	x	-	-
雇用 関連 (沖縄)		人材派遣会社（経営者）	・派遣企業先々の状況や、周りの企業からは、前向きな取組の話が多く、派遣需要は更に伸びると期待している。
		求人情報誌製作会社（営業）	・年明け以降3月にかけて求人数は増加すると予測している。前年、前々年は10%強の増加があった。それを超える増加率でないと、来年の求人数全体が前年、前々年を割る可能性も出てきている。
		職業安定所（職員）	・求人票に記載される賃金が増えている。企業の賃上げが進んでいる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・全国的に人手不足ということもあり、首都圏で採用が厳しい企業が地方への採用へ、中途採用のみだった企業が新卒採用へ幅を広げている状況がある。現在年明けの学内説明会も多くセッティングできており、それらの企業は求人依頼が確定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（総務担当）	・正社員や直接雇用等の雇用形態の変化によって、求職者の動きが変わらないとみている。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・年末年始が過ぎれば、変わらない物価高が購買意欲を遮るとみている。
		-	-
	x	-	-