

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月は卒業式やお彼岸があるため、確実に良くなる。催物があるときは花屋は強いので、期待している。あとは、天候次第である。天候が悪いとやはり売行きが悪くなる。天候が良く、卒業式や退職、入社式などでたくさん利用があると、見通しが明るくなる（東京都）。
	◎	百貨店（営業担当）	・株価上昇による高額品ニーズの高まりに加え、引き続きインバウンドが前年比300%で推移する（東京都）。
	◎	百貨店（企画宣伝担当）	・株価も好調に推移しており、消費者心理はより良い方向性に向くものとみている。
	◎	衣料品専門店（経営者）	・全く別の活動を始めている。新しい販路も開拓している。
	◎	高級レストラン（役員）	・3か月後はちょうど四半期末の3月を超え、春季でもあり、再度予約や問合せも出てくると期待できる（東京都）。
	◎	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・売上増加の兆しが出てきていることから、今後も身の回りの景気は改善するものと推測する（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・春に向けて、団体利用等の問合せが相次いでおり、今月よりは良くなる見込みである。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・4月以降はゴルフ業界にとってハイシーズンとなるため、来場者数の増加が期待される。
	○	商店街（代表者）	・暖冬傾向が続くので、今続いている良い流れは途切れない。能登半島地震による一部マインドの冷え込みはあるものの、街自体は被災地とも縁故があるため、被災地を盛り上げていくという別のモチベーションでプラスに働く（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・前年1月頃から売上及び来客数が前年と比較して増加傾向にある。インバウンド観光客の来店が増加していることもあり、来月以降も今月以上に売上は伸びるとみている（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の株価が上昇しているため、日本の株価上昇も期待できる。米国で大統領選挙があり、景気が良くなると予想できるので、日本もその恩恵を受ける。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・新入学の時期になれば需要も増えると期待している。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・新年度向けに販売量の増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・国内消費が堅調であること、引き続きインバウンドの拡大が見込まれることから、やや良くなる（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の厳しさもあるが、春闘での賃上げが多く業種で行われる見通しもあり、一進一退ではあるものの少しずつ良くなる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇にも慣れが出てきて、年末年始商戦も活況であった。春の新生活やお花見商戦においても、人の集まりなどが見込まれ、改善が期待できる（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・インバウンド販売量の拡大に加え、物価高の不服感や賃金の上昇により、国内における個人消費の改善が景気を押し上げる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・前年4月はコロナ禍であったが、今回は通常の4月となり、入園入学や外出も増える（東京都）。
	○	スーパー（経営者）	・インフレに転換して1年以上経過し、消費者も価格上昇に慣れてきた。今後、賃金上昇分を消費に回す余裕が生まれれば、実体経済の上昇も期待できる。
	○	スーパー（総務担当）	・購買意欲が高まっている。
	○	スーパー（食品担当）	・消費が活発化している（東京都）。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、給料アップが見込めそうである（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	・訪日客によるインバウンド需要が衰える要因は見当たらない（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・物価高の落ち着き、能登半島地震の復旧復興がみえる。春先の移動マーケットも力強い動きがある。日本銀行の政策転換等の材料がそろえば、景気浮上の可能性はある（東京都）。	

○	乗用車販売店（総務担当）	・決算月を控え、活動が増え、売上が増加する。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は3～4月で暖かくなるので、今よりは景気が良くなる。人の動きも活発になり、売上も少しずつ増えていく。3月はケータリングの予約も結構入っているの、今よりは良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・インバウンドは今後も好調が続く（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・客や他社の動向をみると、やや良くなるような気がする（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	・人が動く時期になり、歓送迎会の需要も見込める（東京都）。
○	その他飲食 [カフェ]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、カフェの新規オープンが前年から続いており、観光地での新規オープンなども多い。海外の客がとても多く、活気がある。その反面、コロナ禍で急速に増えた自家焙煎のコーヒー店は減少傾向にある。コロナ禍に別事業体でオープンしたものの、閉店したカフェなどもある。別業態からカフェを運営する厳しさを感じている（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・3か月先は年度替わりで歓送迎会等が見込まれている。また、近隣の大型コンベンション施設でのイベントも順調に入ってきているようで、期待している。水道光熱費もやや落ち着いているため、原価の高騰が落ち着けば、回復が更に進むのではないかと。
○	タクシー運転手	・2024年度の大幅な賃上げを表明する企業が相次いでいるので、良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・いまだに深夜の利用が少ないのが気になるが、前年辺りから昼間の利用は良い状況が続いているので、かなり期待できそうである。終電後まで飲み歩く人は少ないようだが、昼だけ効率良く頑張れば、売上はかなり期待できる。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れて、日常生活が戻りつつある（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・受注が増加傾向にあるため、機器を順調に納品できれば、この先の景気は良くなっていく（東京都）。
○	通信会社（局長）	・当社としては、他社とのコラボも複数増えることから、今までの転居解約者のインターネットサービス継続率が上がるため、その分純増ベースでは上向きとなる（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・中心事業は堅調に動いており、仕掛中の案件も例年より増加している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・販売戦略の見直しなど、大幅な刷新を予定している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・前年、一気にアフターコロナが進んだが、今年に入って少し落ち着きを取り戻したかのように感じる。
○	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	・能登半島地震の影響はあるが、中小企業全体にも賃上げの動きが実現されればやや良くなる（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・春先にかけてインバウンドや法人関連の予約は堅調であり、さらに、賃上げにより個人消費も高まる（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・新規案件の話は入ってきており、契約できそうなどころまできている。あとは時期の問題になっている。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、観光用に準備しているホテルの業況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ための景気対策をお願いしたい。
○	住宅販売会社（従業員）	・今月が悪過ぎるので、今月よりは良くなる。子育て世代への優遇政策、税制によりもう少し販売量が増える。注文住宅の販売量がなかなか回復しないため、建売分譲を増やして販売量の増大を狙っている。
□	商店街（代表者）	・最近の商売の傾向に、来客数が若干減少傾向にあること、買物に大変慎重であること、それから現実的で夢がなくなったことがある。着物業界というのは夢を売る商売なので、非常に残念に思っているが、何とか頑張るしかない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・人の流れがあり、ギフト商材が新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準で売れるようになってきている。また、春に向かって行事の予約注文も順調に入っているため、売上に期待している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [家電] (経理担当)	・賃金アップが盛んにいわれているが、実際問題として中小企業ではなかなか大変である。物価はまだ上昇基調であり、この先3か月で良くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・物価上昇の影響か、客の価値観や金銭感覚が変わり、なかなか消費につながらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担当)	・今の時期はインフルエンザの流行もあり、まだマスクをしている人が多いようで、なかなか景気が良くなるようには思えない。ノーマスクの状況になれば少しは良くなるのではないかと。社員一同、そこまで頑張っていく (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・原油価格の高騰、海賊の影響による欧州からの荷物の遅延もあり、値上げの加速を実感している。買い控えはないが、必要な物をしっかりと見てから購入している客が多い (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して約1年が経過した。今までは前年比2けたの伸びが当たり前であったが、そろそろ頭打ちになり、今後の伸び率は鈍化するとみている。一方、賃金については、大企業が率先して賃上げ方針を示しており、中小企業も追随する気配を見せていることから、売上は堅調に伸びていくと予想している。反面、人件費、原材料費の上昇を原因とする経費増加が経営に与えるインパクトは大きく、企業倒産の懸念は残る (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・先行きの不透明感があるなかで数か月が経過し、結果としては、消費という面からの景気は上向いていたといえる。このまま、同じような状況が続くのであれば景気は上向きと判断したいが、実感としての不安要素も多く、判断が難しい (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (広報担当)	・既に景気が良い状態が続いており、もう一段加速するとすれば、中国からのインバウンドの本格的な回復か、国内の賃上げが一段上のレベルに達するかどうかである。いずれにせよ、これらの要素は現時点では実現する根拠が不足しているため、変わらない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・モチベーションやイベントなどへの反応は良いが、まだ必要な商品を選んで購入している状況は続いており、消費意欲は高くはない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・マスクなしの消費が丸1年は過ぎたため、アフターコロナの生活を想定した品ぞろえの変更などの営業努力も行うことで、現在の微増の状況を維持したい (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・インバウンドの好調は継続するものの、一定規模で落ち着くと予測している。他方、能登半島地震の影響からか、国内消費については関西圏の店舗で一時的に鈍化している。足元は少し復調の兆しも出てきているが、依然として物価高など不透明な情勢が多く、国内消費も大きく回復するとは思えない (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・インバウンド、国内消費共にしばらくは今の傾向が続いていく (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・春の生活需要シーズンを迎えるが、物価高の影響から現状の不調、伸び悩みが続くと予測している。現状ではインバウンドなど一部の領域のみに依存せざるを得ないこともある (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・直近数か月の来客数や売上の動向から、伸びが鈍化している (東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (店長)	・新生活や卒入学等のオナーシーズンに期待はあるものの、当社商圏においてインバウンド等のインパクトのある与件はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・比較的安定した良い状態がこのまま続く。前年、前々年と比べて大分商品単価が上がっているため、来客数や買上点数がさほど変わらなくても売上が増加するという構図がまだ続くともみている。今後も同じ状態ではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・客の動向が回復しない状態が続きそうである (東京都)。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・買上単価は上昇しているが、買上点数の落ち込みが続いている。総体的に売上は伸びているものの、値上げのピークが収まる春以降の売上が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響もあって売上は好調であるものの、販売量自体が増加していないため、上向き基調になるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・特に新規客が大幅に増加する見込みもないことから、現状の来客数のまま変化なしと考えれば、良くて今までどおりの売上で推移する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・来客数並びに販売点数は前年並みで、単価が若干上昇している。この構造は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値上げによる物価高で客単価の伸長が継続しているものの、来客数が伸びていないため、今後も大きく変化はしない。可処分所得が増えない限り、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・特にはないが、他の地区でキャッシュレス決済の25%還元サービスなどが行われると、当地区は悪くなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・不安定な要素が多い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・当店の周りだけの事情かもしれないが、高齢者が多いことと、街道に面しているため客が通り過ぎてしまうか、立ち寄っても休憩のためでコーヒー1杯だけという状況なので、景気が上向くとはとても思えない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来店客の増加傾向は継続しており、好調を維持する見込みである。一方で、客単価は値上げの影響が一巡して前年を割り込む傾向になってきたため、トータルで前年並みくらいで推移するのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・能登半島地震の被災地の復興は進んでいるものの、政治も不安定で、好転しそうな明確な要素が今のところ見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・物価が高く、1つ1つの価格が上がっている。元よりコンビニの商材はやや高いと感じる客も少なくはないはずである。それでもコンビニで物を購入するには、早さや便利さ、近さなど何かしらの価値を感じているからである。春に向けて景気が大きく変わるとは思えない。1～2年前と比べれば景気が良くなっているようにも感じるが、数か月先では特別変わることはなさそうである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・良くなる兆しがない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・前年からの物価上昇に伴う消費者の生活防衛が依然として続いていることに加え、1月に発生した能登半島地震の心理的影響より、生活防衛意識が一層高まっている。一方、新型コロナウイルス感染症により自粛していた入学、卒業関係などのイベントが例年同様に開催されていることから、対応次第ではやや良くなる可能性もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・諸物価の高騰は衣料品業界に特に影響がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高に対して収入が追い付いていない現状では、消費活動が活発になるという想像ができない。単価は上がっても、絶対数の減少が上回っているのが現状である。製造業や輸出関連企業は価格転嫁や為替の影響で良くなっても、末端の小売業の流れがすぐには変わらないと思えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇はまだ続くので、現状がしばらく続く。災害などもあり慎重になっている様子も見受けられる。
<input type="checkbox"/>	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。前年度と比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車販売もサービス部門も例年どおりの売上で推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻や能登半島地震などがあり、先行きの景気としては良い方向にない。物価高が続いているが、4月の春闘で給料が相当に上がれば、消費動向も上向いてくるので景気も良くなるだろうが、現状では厳しい状況が続くとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・販売量に減少傾向がみられるため、注視が必要である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車両本体価格の上昇に対して給料は上がらないので、まだ買い控えがある（東京都）。

<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・政府からの大きな対策は特になく、物価ばかりが上がっていく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・当店もそうだが、周りを見ても景気が良いようにはみえない。じっとしているほかない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・景気が良くなるニュースを実感できるようにならないと購買意欲につながらない。2～3か月という単位では景気は良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・変わる要因がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費行動が2極化している印象を受ける。投資活動をしている人は景気が良いが、一般の景気は悪い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・コロナ禍明けの反動景気が見込めないことから、苦戦を強いられると推測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・好調が続く予想だが、現在以上に上向くかは、原動力となる個人所得増加の実現可否に掛かっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経理担当）	・当施設は法人の接待需要が多いため、身の回りの景況は企業の業績に左右される。3か月先の今年度の業績公表までは様子をうかがう状況が続くため、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症を境に、商店でもインターネット環境整備が課題になっている。対応の遅れは集客、売上にかなり影響を与えるのが現状である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・能登半島地震や物価高などいろいろな問題があり、3か月後も景気が良くなる兆しはない。海外から見ても、特に賃金だが、日本は安過ぎるので、その辺りを改善していかないと、海外に追い付いていけないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・能登半島地震の発生以来、地震対策や準備をしなければということで、ほかにお金を使うことを避けているようなので、なかなか景気が良くならない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・ここ数年は新型コロナウイルス感染症に振り回されたが、今年は影響を受けずに活動ができる。その点では、新型コロナウイルス感染症発生前と変わらずに活動できるものと期待している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・旅行代金の割安感がないため、現状がしばらく継続する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・年明けからの客との話のなかで、進展は余りみえてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・日本人客が動かないため、変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているものの、客が増えるという感じはしない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・年度末に大口の特番企画が入ってきて、大幅に採算が改善する見込みが出てきている。ゲーム関連業界の盛り上がりの好影響がこの先も継続することを期待したい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・株高による景気刺激が続くとは思えず、春先には一旦停滞して、現在のバブル的な消費傾向は落ち着くとみている。夏の旅行予約が始まっており、春から初夏の消費は抑えられるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる兆しがみえず、一進一退が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・現時点ではこの先2～3か月での案件情報が少ない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・仕入価格の高騰は一旦収まったように見える。先行きは、変わらず安定するとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・セット割引などの効果は、購買傾向に対して影響が薄い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・競合に対する商材力の不足に対して対応を図ってはいるものの、3か月での対応は難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・現状維持で進んでいくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・繁忙期にもかかわらず、来客数の増加がみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・依然として実質賃金は目減りしており、消費意欲は高まっていない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・現場対応、業務体制は徐々に改善できているものの、根本的な改善にはつながっていない。組織的な応援がまだ必要な印象を持っている。

□	その他レジヤ施設 [ボウリング場] (支配人)	・能登半島地震の影響で、企業コンペが自粛でキャンセルになった。正直なところ、今後は読みにくい (東京都)。
□	その他レジヤ施設 [ボウリング場] (従業員)	・悪くなることは想像できるが、街の人の動きを見ると、良くなるきっかけは見当たらない (東京都)。
□	その他レジヤ施設 [映画] (営業担当)	・今月の来客数の動きを見る限り、今後、短期間で景気が大きく変化する要素はない (東京都)。
□	美容室 (経営者)	・卒業式、入学式、入社式で幾らか来店頻度が良くなる。
□	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまで、景気は良くなるらない。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・売上が増加しない状況がこのまま続く。
□	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・能登半島地震、航空機事故等の影響によりキャンペーンの出足が悪い (東京都)。
□	設計事務所 (経営者)	・良くも悪くも変化の兆しはみえない。業務量、経費率は横ばいが続く見込みである。
□	設計事務所 (職員)	・社会的な背景が悪い状態のまま、やや停滞しているだけで下向きの傾向だと思う。期待を込めて変わらない (東京都)。
□	住宅販売会社 (従業員)	・展示場への来場者数などは余り変わらないため、変化はない。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・コスト上昇分を価格に転嫁できていない。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	・客の年齢層が上がってきており、これから購買力が増すようには見受けられない。
▲	一般小売店 [酒類] (経営者)	・客の現在の様子が良いようにはみえないために、やや悪くなるのではないかと。
▲	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・年度末予算等、外商においては、大きな案件はそれほど数がないのが不安要因である。又は、あっても単価が低くなっている。100万円以上の大口案件は少ないが、全くないわけではないので、しっかりこなしていかなければいけない。店頭においては、通常品は単価が上がり売れていないが、その分、非常用品などが売れている。ただし、今までの文房具等の分をカバーできるほどではない。
▲	一般小売店 [茶] (営業担当)	・街の中心部にあった大型スーパーが閉店し3か月が経過した。街を歩く人が減り、商圈が狭くなったように感じる。
▲	百貨店 (総務担当)	・改装前の売場面積の縮小から、来客数及び売上の減少が想定される。
▲	スーパー (経営者)	・今月上旬までは売上はまあまあだったが、中旬以降は買上点数が減少している。この傾向は以前からあったが、更に強まりそうである。可処分所得が増えないことにはかなり厳しい。
▲	スーパー (仕入担当)	・食品の値上げは一段落してきたが、まだ下がる要素はない。また、円安も続きそうで、輸入品の価格が高く、消費者物価指数は上がっていく。
▲	スーパー (ネット宅配担当)	・物流の2024年問題などで更に値上がりが予想される。一時的な節約や買い控えなどの影響がある。
▲	コンビニ (経営者)	・人手不足が深刻で、店を回すのが非常に困難になっている。
▲	コンビニ (経営者)	・スーパーやドラッグストアで安く売られている飲料や菓子類の販売量が落ちている。この流れはしばらく続きそうである。
▲	コンビニ (経営者)	・中小零細企業にとっては、物価上昇に追い付くほど賃金を上げることはできない。また、この物価上昇によって原価も上がっていることから利益は減少しており、社員の給料や時給を上げることは厳しい。今後どのようにしていくのか期待はしたい。
▲	コンビニ (経営者)	・利益が減っているなかで、我々中小企業は値上げへの対応が難しい。同様の中小企業は多い。そのため、倒産、リストラによる景気減速が懸念される。
▲	コンビニ (店長)	・年末から売上が前月実績を超えなくなっている (東京都)。

▲	衣料品専門店（経営者）	・我々繊維関連産業は輸入品が多いが、円安及び続いているガソリン価格高騰の影響で大変困っている。メーカー側も在庫を置かなくなっており、ジレンマがある。こうした状況が解消されない限り、なかなか回復は望めない。
▲	衣料品専門店（店長）	・配送コストや仕入単価が上昇していく一方で、商品単価に反映させるまでには時間が掛かっており、上昇に追い付かないため、利益を圧迫している。
▲	衣料品専門店（従業員）	・光熱費や食費などの値上がりが続き、しばらくは洋服等を買う気持ちにはならない状態が続く。
▲	衣料品専門店（販売促進担当）	・資材の高騰により、コストが高くなっている（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	・メーカーから連絡があり、能登半島地震により一部サプライヤーが被災した在庫の活用や、代替品の調査を継続しているものの、根本的な解決につながらず、納期の長期化は避けられない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・決算の反動減は避けられない。
▲	乗用車販売店（営業）	・車を販売するためにいろいろな活動をしているが、それも余りうまくいっている感じがしない。
▲	住関連専門店（統括）	・半数以上の方がまだコロナ禍が続くと判断している。したがって、もうしばらく景気は良くならないのではないか。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年は前年と比べると花粉の飛散量が少ない予想なので、期待できない。
▲	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・正月明けの3連休を境に、客単価が低下傾向にある。円安で購買意欲の高かった外国人観光客が微減し、国内客の比率が少しずつ高まってきていることが要因の1つである。この傾向はしばらく続く（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・能登からの入荷がストップしてしまったので、今後の品ぞろえが不安である（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・能登半島地震の影響、中国経済の低迷、中東情勢、ロシアによるウクライナ侵攻、米国大統領予備選挙等、不確定要素が多く、国内政治も不適切な政治資金疑惑で波乱含みである。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・閑散期ということもあるが、1月以降の予約が伸びておらず、特に3月の謝恩会や歓送迎会の動きが鈍い。宿泊も、年末年始は好調だったが失速しており、平日は稼働が落ち込み、週末も満室にならない状況が続いている。
▲	旅行代理店（従業員）	・暖冬傾向でスキー場のクローズ時期が早まる可能性がある（東京都）。
▲	タクシー運転手	・年末から正月に掛けて、ふだんよりは出費が多く、今は切詰めるべき時期なので、どうしても今月、来月は客が減るのが毎年の流れである。3～4月に期待したい。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前も同様だったが、2月は客の利用頻度が最も少なくなる。さらに、コロナ禍明けで法人の乗務員が徐々に戻ってきており、稼働台数も増えているため、多少悪くなる（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・業界に関連した法律が改正されれば、過当競争を助長し、収益に多大な影響を及ぼしかねない（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	・販売価格への転嫁が難しいなかで人件費が上昇し続けており、利益が圧迫されている。
▲	ゴルフ場（従業員）	・能登半島地震に加えて、大企業の不正、政権の不安定など人災もあり、国内経済の先行きが不安である。米国大統領選挙の結果次第では、日本にも大きな影響があることが懸念される。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・教育費に掛ける費用が徐々に減っている。新年度の4月を迎えるが、やや悪くなるのではないか。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・季節講習の受講率などが顕著に低くなっている。
▲	設計事務所（経営者）	・前年秋から年末にかけて、当社の仕事は非常に良かったが、営業面において、1月は全く方向を見失っている。ひとえに政治の問題ではないか。そこに能登半島地震が発生した。よほど内閣がしっかりしていないと、国が方向性を見失ってしまう。
▲	設計事務所（所長）	・全体的に仕事量がさほど多くないのが現状である。資材高騰等が非常にマイナスに影響している。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・現状から大きく景気が良くなる見通しはない。富裕層の投資需要は堅調との話が出ているが、まだ実態と結び付いていない。今後に関しては、何か対策を講じなければ厳しい状況が続く。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・一定の建材物件需要はみられるが、大型案件は少なく、見通しは良くない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・本当に厳しい状況で、見通しが暗い。どうなっていくか何ともいえないというのが正直なところである（東京都）。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気の先行きだが、耐久消費財である家具業界はこれから先も非常に厳しくなり、良くなる要素が見当たらないため、現状が続いていく。内装関係の仕事もしていることで何とか維持しているが、物が売れないのが現状である（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・経費の上昇分を価格に反映できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・2月は歓送迎会なども特になく、1年で最も売上の悪い月なので、3月に向けてまた何か新しいことを考えていきたい（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	・タクシー乗務員は順調に増加しており、乗客の増加は期待できない。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高が続いているため、購買意欲は限定的である。
	×	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は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月に一服したものの、1月には再度円安方向に振れていることなどから、今後も物価上昇圧力が続くと考えており、景気改善の足かせとなることは不可避である。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3～4月は今よりも受注予定がある（東京都）。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・来月以降の受注残が以前と比べてかなり多い（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・12月決算で、2月に期末賞与も出す。景気は上向きである。
	○	食料品製造業（経営者）	・いろいろ消費が喚起されそうな計画が出てきているので、期待している（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・コロナ禍で止まっていた新年会や卒業式などの注文が多く入ってきている。
	○	化学工業（総務担当）	・取引先からの状況聴取では、先々の受注量増加が見込まれている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・このまま予定どおりに増産すれば、やや良くなる。ただし、災害や紛争などといった事態による影響も考えられるため、油断はできない。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体大口価格の上昇に加え、新製品開発要求も維持されているため、徐々に社員の景気も良い方向に推移していくと予測している。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・客の新車購入時の納期もかなり短縮されている。自動車業界はコロナ禍から順調に回復している。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春に向けて繁忙期を迎える（東京都）。
	○	建設業（営業担当）	・年度が替わり、受注量が多少増えることが予想される。
	○	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、新型コロナウイルス感染症発生前の生活スタイルに近づいている。若しくは、抑制された生活から解放された感があり、業界によってはイベント開催などが新型コロナウイルス感染症発生前を一部上回っている（東京都）。
	○	金融業（従業員）	・円安傾向が続くなか、卸売業の一部事業者からは、取扱商材の7割以上が輸入品のために利幅が縮小しており、資金繰りに苦労している、という声が上がっている。ほかにも人手不足など課題は山積しており、中小事業者は依然として厳しい経営環境に置かれている（東京都）。
	○	税理士	・株価の高止まりに続き、輸出産業の好景気はしばらく続きそうだが、円安傾向も長引きそうである。大手では賃上げが進んでいるが、中小企業はまだ時間が掛かる。



○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・受注が増加している状態が数か月は続く。
○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・3月末で5か所の赤字物件からの撤退が決まった（東京都）。
○	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・震災やいろいろな問題が落ち着けば、気持ちも前向きになり、消費も良くなる（東京都）。
○	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・取引先の動きから判断している（東京都）。
□	繊維工業（従業員）	・春秋物は低迷していたが、一部の春物については回復傾向がみられる。ただし、全体的には春物の受注減少が懸念されている（東京都）。
□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・インターネットでの注文件数は増えてきているが、店頭の販売点数や金額は徐々に減っている。時代の流れで販売形態が変わってきていることもあるが、店頭販売が減り、インターネット販売がやや上向きであることから、今後の見通しとしては変わらない（東京都）。
□	化学工業（従業員）	・輸出にやや陰りがみられ、減少する見込みである。国内向けも低調なままだとみている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・今、政治も非常に混とんとしているし、新年度の予算がすんわり決まるかどうか不透明なので、3か月先の景気はまだ良くならない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器に関しては新企画が立ち上がり始めたが、化粧品容器に関しては大きな案件がなかなか起きない。
□	金属製品製造業（経営者）	・短期で考えれば受注量は増加傾向だが、中長期の予定はない。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・中小製造業は取引先に左右され、震災やいろいろなメーカーの型式認定取消しなど外的要因が多く、不安である。
□	建設業（経営者）	・物価は上がっているのに、賃金が上がらないため、なかなか景気は良くならない。
□	建設業（経営者）	・予定金額に届かない案件が多く、停滞したままである。
□	建設業（従業員）	・物価が上昇していて、一般の生活はかなり厳しい。不適切な会計処理があった場合には、会計責任者だけではなく、政治家も責任を負うべきである。
□	輸送業（経営者）	・荷主から新年度に向けての新たな改善策も出されておらず、現況が続く（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量は多少増えたものの、輸出はない。今後もこの状況が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・2～3か月先では現状とそれほど変わらない（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・年が明けて、賃貸も多少の動きが出てきたが、どの会社も苦戦している。各団体の新年会等が開催され、明るい見通しが感じられるものの、まだまだである（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・仕事場が自宅からオフィスに戻る傾向が進むとみられ、コロナ禍ではタイトであった家族向け賃貸物件の空室、賃料の値下げなどが懸念される。
□	不動産業（従業員）	・前月同様に工事費等の価格高騰が続いているが、不動産取引価格も高値を維持している（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・コロナ禍明けの年末年始を迎えたが、店舗テナントの多くは、差はあるものの売上が増えている。この先も賃上げの気運が高まっており、マイナス材料は少ない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・仕事の依頼は増えてきているが、社員不足で対応できずに断っている仕事もあるため、売上の増加は余り見込めない。
□	広告代理店（従業員）	・悪い状態からの改善の兆しに乏しく、変わらない見通しである（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	・春から夏に向けてイベントなどが増えるものの、来期の大型展開が余り決まっていない（東京都）。
□	税理士	・大企業は円安でもうかっていて賃上げなどもできているが、圧倒的に多くを占める中小企業はまだ悪い。原材料高、人手不足に加え、ゼロゼロ融資といわれる無担保無利子融資の返済をしているところが多く、苦戦している。3か月前と比べても変わらない（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	・環境の変化は期待できない。国が、中小企業の賃上げが可能になるように配慮を打ち始めているが、浸透するには数年掛かる（東京都）。

	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料の価格高騰等の影響、景気の先行き不透明感が根強くあり、この先もしばらく変わらない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度末に向けた紙媒体の動き出しが鈍い。案件数自体の減少傾向が加速している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・既に出始めている欧州でのインフレ、中国の不動産バブル崩壊懸念などの影響が、今後はより大きくなる。
	▲	金融業（従業員）	・中小企業は人手不足にとっても悩んでいる。大企業では賃上げの風潮があるが、中小企業にはそのような余裕はないからである。従業員は、うちの会社は賃上げしてくれるだろうと勝手に思っているが、経営者としては対応することができないため、離職者も多い。その離職者の穴を埋める新規雇用者は低賃金のために集まらず、人手不足で大変な状況になり、倒産を考えるような企業も今後出てくる。
	▲	金融業（従業員）	・物価の上昇が見込まれる。
	▲	金融業（営業担当）	・ここに来て郊外エリアの不動産にやや販売不振の傾向がみられる。現時点では目に見えて価格の変動はないが、今後地価の下落が始まれば、現在の景気をけん引している不動産業界の業績悪化による景気後退が懸念される。
	▲	経営コンサルタント	・増税等を控え、客の購買心理にはマイナスになる。
	×	建設業（経営者）	・物価上昇、人手不足、資材不足の影響がある。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（社員）	・3月期末の入替えによる人材の流動化が起きる（東京都）。
	◎	人材派遣会社（営業担当）	・派遣の時給見直しによる待遇改善が進んでいる（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・半導体関係のクライアントについては、春先から受注が増える見込みという情報が多い。
	○	人材派遣会社（支店長）	・自治体からの受託案件が増える予定もあり、新年度からの業績に期待できる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症も明けて、例年のトレンドと同様になっているため、年度末に向けた短期間の求人や、来年度の体制における欠員補充などを含め、求人数は増加する（東京都）。
	○	求人情報製作会社（経営者）	・災害復興など、復興特需が起きそうではあるが、物価、株価、為替などからくる個人需要の増加等、個人の生活の安定がみえなければ景気としては余り変わらないのではないかと（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に景気が悪くなる要素はみられない。株価も上がっているし、余りマイナス要素はない（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度明けの予定、計画をかなりもっているため、希望的観測も含めてやや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数について大きな動きはない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・各メーカーでのエンジニア不足は落ち着きが見えず、今後も派遣ニーズは変わらず多いと見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価上昇が続くなかで賃金がどこまで上がっていくかによる。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・景気が良くなる要素が特別見当たらない。物価が上がれば物の買い控えなども起きる。人々の給与は果たして上がっているのか。それ以上に物価が上がり、生活がひっ迫しているケースの方が多いのではないかと。景気が良いと実感できるのは、それ相応の理由と、大きな転換期などがあったときである。
	□	求人情報誌制作会社（所長）	・良くなる兆しを感じる手応えがない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、伸び幅は縮小している。また、求職者数は微減傾向が続いており、採用者数も大きな増加は見込めない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にはあるものの動きは弱く、不透明である。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人数及び求職者数、採用者数いずれも以前より少し良くなっているが、これから大幅に上向くということではなく、今の状態が今後もしばらく続く（東京都）。	
▲	人材派遣会社（経営者）	・4月からの2024年問題への対応で、建設業界、物流業界において、特に中小企業で景気後退、業績悪化が起こる可能性が高い。	

▲	人材派遣会社（社員）	・最も生活に身近な食料品などの物価が上昇し続けている（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・求職者はより待遇の良い正規雇用を志向しており、派遣事業における求職者の募集は今後も厳しくなっていくことが予想される。3月末での契約更改が多いことから、派遣社員の正社員登用や転職などが前年以上に発生することが見込まれる（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・当所における紹介件数は増加しても、就職件数は減少している。求人、求職のミスマッチ拡大が懸念される。
▲	職業安定所（職員）	・例年3月は求人数が減少する。
×	職業安定所（職員）	・一部企業のベースアップ等が報道されているが、ほとんどの会社では賃金が上がる実感はない。それに加え、2月からの百数十品目の食料品等の値上げを考えると、悪くなるのではないか。