

1. 景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが堅調に推移している。国内線においては、修学旅行客が増えているほか、卒業旅行とみられる若い世代の客もみられる。これらのことから、来客数は引き続き前年比2けたの伸びとなっている。
		観光名所（従業員）	来客数の動き	・2月27日時点で利用者数が前年を35%上回っている。こうした利用者の増加傾向は今年度に入ってから継続しており、特に個人利用の外国人観光客の増加が顕著である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・地元の人々の動きは余り良くないが、観光客の入込が順調で客先の売上に大きく貢献している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当地恒例の冬のイベントに加えて、春節の効果もあって、中国人を始めとしたインバウンドの売上が想定を上回って推移した。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・婦人フォーマル、セレクトスーツなど、学校行事関連商材の動きが良い。
		スーパー（従業員）	お客様の様子	・外国人観光客が大幅に増加していることで、ホテルや居酒屋などが混雑するようになり、地域全体に活気が出ている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、受注量が伸びている。ただし、前年と比べるとやや落ち込んでいる。株価が上がっていても、一般家庭の消費行動にはそこまで反映されていない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・冬季観光シーズンとなり、各地の冬のイベントや春節の効果もあって、インバウンドを中心ににぎわった。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・2月初旬は春節の効果もあり、インバウンド需要が伸びた。中旬は気温が上昇したことで、冬のイベントが中止になるなどの影響がみられたものの、月全体をみると、観光消費は上向きとなっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行需要は3か月前と比べてやや増加している。貸切バス料金や宿泊料金の値上げが続いていることで旅行単価が上昇傾向にあるものの、成約率も上昇傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	単価の動き	・来店予約なしの客が増えている。旅行という娯楽を考えると余裕が出始めていることがうかがえる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・日中の来客数が微増している。ただし、夜間の来客数は低迷したままである。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・少数ではあるが、例年と比べてインバウンドの利用が増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・販売点数が2から3%減っている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・原材料価格の上昇に伴って、商品の価格も目に見えて上がっていることもあって、客の様子は決して良いものではない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼間も夜間も来街者数が減少している。特に夜間は新年会などの飲み会が落ち着いたこともあって、夜型飲食店の利用が団体客、個人客共に減少した。また、管外からのビジネス客や観光客も前年並み以下となっている。	
	商店街（代表者）	販売量の動き	・今年は突然の大雪に何度も見舞われたことから、大雪の日を中心に客足が鈍り、苦戦を強いられた。ただし、当地恒例の冬のイベント期間中は天候に恵まれ、旅行者も多かったことから、にぎわいがみられた。2月全体としては比較的好調であった。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・売上は2023年比127.1%、2022年比595.5%、2021年比1158.3%、2020年比191.5%となっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店（経営者）	販売量の動き	・売上は悪くないが、来客数が減っている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・売上は増加しているものの、購買単価の高いインバウンドによるところが大きい。一般の消費者は物価上昇に対応するべく消費を控えている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・株価が上昇傾向にあるものの、個人の給料が上がっていないことから、景気は変わっていない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・雪や寒さの影響で商圏が狭くなっていることから、数か月前と比べると、来客数の伸びが緩やかになっている。ただし、商品の値上げが続いているなか、客単価も伸びており、堅調に推移している。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数は依然として前年を下回っているものの、客単価の上昇がいまだに続いており、来客数の落ち込みをカバーしている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上の伸びは鈍化しているものの、来客数が前年を上回る状態を維持している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・インバウンドを始めた観光客が増加しているものの、コンビニのメインターゲットである日常使いの客は間違いなく減っている。客の買上点数も依然として少ないままである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて、特に変化がみられない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価がこれだけ上がり、消費者の実質賃金も減っている現状から、コロナ禍前のような消費の動きとはなっていない。安い商品を買うのが買物行動としてメジャーになっている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今年に入り、コロナ禍明けが鮮明となっている。新生活の時期を迎えて、新規客が明らかに増えており、忙しくなっている。ただし、衣替えに対する客の反応はとても鈍く、全体としてはややプラスの状況にとどまっている。
		衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が毎月ほぼ変わっておらず、前年をやや下回って推移している。ただし、外国人観光客や観光関連の従業員が多い地域の店舗では来客数が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ここ数か月、新車の受注が低調に推移している。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・3か月前と比べて、前年比の動きに変化がみられない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格の高止まりにより、客の節約志向が強まっている。
		その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・催事において、実際の商品を確認するために来場する客が多く、即決購入する客が少なかった。また、必要な物を必要数だけ購入する傾向も続いている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・2月は天候に左右された。前半は温暖な日が多く、売上も良かったが、後半は降雪や低温の影響で地元客が減り、売上も今一つであった。ランチは満席近い利用がみられるが、夜は予約状況が悪く、団体客を中心に来客数が減っている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年2月は来客数の落ち込む時期である。今年はインバウンド需要が回復しているものの、国内客は相変わらず厳しい状況にある。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・販売量が伸び悩んでいる。インバウンドを中心に利用はみられるものの、販売ペースが鈍化している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前月と状況は変わらない。国内旅行の販売量は順調に推移しているが、海外旅行の販売量はコロナ禍前の3割程度までしか回復できていない。円安に伴う海外旅行の費用上昇、燃油サーチャージの高騰が影響している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍からの反動需要が継続している。先行きの旅行に対する問合せが個人客、団体客共、多くみられる。旅行代金の設定についても、物価の上昇にけん引されて、ある程度の増額であれば、客に許容されるようになっている。また、インバウンドの入込がコロナ禍前の数値に近づいていることもプラスである。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・前年5月末に15%の運賃引上げを行ったほか、12月に200円の迎車料金を導入したことで、前年と比べて約20%の値上げとなっているなか、2月の売上は前年比プラス20%とまずまずであった。うるう年で例年よりも営業日数が1日多いため、その分の売上が前年より増えている。前年末から若いドライバーの採用ができるようになり、稼働台数が前年と比べてやや増えていることもプラスである。
		タクシー運転手	販売量の動き	・人手不足が顕著であるため、冬季繁忙期にもかかわらず、稼働率の向上につながっていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年と同様に、冬を迎えて観光客などの利用が激減している。一方、地元客の利用はコロナ禍前の8割程度の水準まで回復している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建売住宅が引き続き売れていない状況にある。それに伴って、材料や資材などの販売も停滞している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを来訪する客の購入意欲は依然として高い。事前に購入希望の部屋タイプとそれに合わせた予算を綿密にシミュレーションしている客も多く、商談に要する時間が比較的短い状況にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・加工食品や日用品については、商品単価が上昇しているなかでも、販売量が前年を上回って推移しているものの、野菜、肉、魚などの生鮮については、若干の商品単価上昇で販売量が前年を大きく下回る状況にある。3か月前と比較してもマイナス傾向での推移となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・全体売上は前年を上回る傾向が続いているものの、内容をみると、商品単価が引き続き上昇している一方で、買上点数の減少幅が大きくなっている。エネルギーコストがかさむ冬本番を迎えて、客の買い控えが進んでいる。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エアコンの販売は好調だが、その他の家電品の販売量が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・前年12月と今年1月に相次いだ大手自動車メーカーの不正問題の影響で、多くの車種で受注停止や出荷停止などが生じたことで、新車販売台数が前年比50%、受注台数が前年比70%と厳しい状況となっている。収益にも大きく影響を及ぼしており、景気が良くなっているとはいえない状況にある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量が落ち込んでいる。物価高、とりわけ電気料金、灯油価格、ガソリン価格の高騰が大きく影響している。また、半導体製造企業の進出に伴い、一部の産業では景気が上向いているものの、関連のない地域や企業では、営業経費の高止まりにより、利益が減少しており、賃金の上げが進んでいないこともマイナスである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で工場が止まったことで、売上予想台数を下回る状況となっており、収益に影響を及ぼしている。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・レーダー探知機やドライブレコーダーなど、付加価値商材の購入者が減少している。必要最低限の設備で構わないと考える客が増加している。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・2月も天候に大きく左右される結果となった。当店の主力客は60から80代にかけての年代が多く、外に出るのがおっくうになるほど、寒暖の差が厳しかったことが影響している。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・景気は改善しつつあるが、販売施策の転換がうまく進んでおらず、売上の伸びは今一つであった。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・2月の状況をみると、前年と比べて、客足が鈍くなっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・インバウンドによる経済的な効果には地域差があり、当地はその恩恵にあずかることができていない状況にある。地域内消費は落ち込み気味であり、世間で騒がれているような景気回復は実感できない。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・技術売上は前年と同じような金額で推移しているものの、関連商品の販売状況がかなり悪く、消費の引締め傾向がみられる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・例年2月は来客数の落ち込む月だが、今年は前年や前月と比べても、落ち込み幅が大きい。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		美容室（経営者）	お客様の様子	・物価高が影響している。
	×	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・専門店では、客の予約をさばき切れないうらいの来店があるものの、大型商業施設での出店販売や量販店では、通信端末の販売に苦戦しており、競合相手にも大敗している。出店販売は都市部を中心に良い出店場所を競合相手に取られ、量販店は販売員の数で競合相手に負けている状況にある。
企業動向関連		*	*	*
(北海道)		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月の販売量は前年比マイナス4%であり、3か月前の11月の販売量は前年比マイナス11%であったことから、景気はやや良くなっている。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・年度末を控えて、民間建築を除いた受注工事の大半が完工期を迎えている。年度計画を上回る完成工事高と利益が確定しており、次年度繰越工事の進捗によっては、一層の利益の上乗せも期待できる。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・観光需要の回復に加えて、半導体関連やその周辺企業の進出への期待感を背景に、ITやDX関連などの先行投資に大型化かつ案件量増加の動きが出てきた。
		広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・広告出稿量が堅調に推移している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・建物新築案件の売上が増えている。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社の2月の売上は前年比90%を下回っているものの、同業者や建設業者などから、悪い話は聞こえてこないことから、業界全体の景気はやや良くなっている。当社の売上が前年を下回っているのは地域性が災いしているためとみられる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・公共投資、民間投資共、国内の建設投資は堅調に推移している。特に、九州や北海道からの引き合いが多い。ただし、建設資材や人件費の高騰など、留意すべき点もみられる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して、受注状況に変化がみられない。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設設計案件はあるものの、工事に着手できない案件が増えている。工事費の高騰、施工者不足が原因であり、その原因を理解して着工するか、見送るかで動きが二分されている。着工する場合も工事費削減提案が必須になるなど、受注に向けての手間が増えていることもマイナスである。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・飼料原料は船の到着が順調なこともあって、堅調に推移している。輸入化学肥料は依然として需要減少の影響で取扱量が大幅に減少している。農産物関連は不作の影響で本州向けのトレーラー輸送が減少している。倉庫関連はバターの在庫が微減で収まっている。また、電気料金の負担増を抑えられていることも保管収益に寄与している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・国内移出入貨物は冬場の工事停滞の影響もあって、軒並みダウンしている。輸入貨物は円安の影響で貨物量が増えておらず、厳しい状況が続いている。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年は稼働日数が少ないこともあって、売上が前年よりも減っている。物価上昇に伴って値上げを行っているにもかかわらず、売上が減っている状況から、商材の動きが悪い状況と考えられる。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月の能登半島地震によって大きな影響が生じている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・建設費の高騰や人手不足により、再開発などの設備投資において、計画の見直しや延期が発生している。円安の影響で日本で働くことを選択する外国人人材も減っており、人手確保にマイナスの影響が生じている。
		司法書士	それ以外	受注量などはそれほど極端に減少しているわけではない。むしろ、一時的な動きかもしれないが、新たな法律の施行により増加傾向にある。ただし、物価の上昇やインボイス制度の導入などにより、企業の負担が実質的に増えていることから、景気が良くなっているようにはみえない。
	×	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物、特にりんごが凶作となったことで、商品が売れない状況にある。
雇用		-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
関連 (北海道)		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人ニーズは引き続き底堅く推移している。業績が改善傾向にあることで、増員を目的とした求人が目立っている。今まで新卒採用で増員を賄っていた大手企業からも中途採用の依頼が増えており、新年度に向けて事業拡大を視野に入れていることがうかがえる。以前と比べて求人の給与を高く設定する企業も増えており、人材獲得が経営を左右することを企業が自認し始めていることがうかがえる。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・どこの企業や店舗においても、人手不足を背景とした求人への潜在的ニーズはあるものの、募集しても求めるような人材が集まらないことから、求人決定率が極端に低下している。そのため、求人を控える動きがみられるようになっている。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求職者数の動き	・建設業や貨物運送業などの求人数が減少している。人材が集まらないため、様々な方法で採用を試みている企業と諦めている企業の2極化が進んでいる。一方、タクシー業界や娯楽業界はインバウンド需要が少なからず増えていることで求人数が増加している。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・インバウンドを始めとして観光客が増えていることで、経済の動きは良くなっている。ただし、円安や物価高の影響もあって、景気が良くなっているとは言い難い。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・前年5月から続く求人申込件数の落ち込みに若干の改善がみられるようになった。ただし、まだ力強さは感じられない。
		職業安定所(職 員)	それ以外	・様々な商材の価格高騰に実質賃金の伸びが追いついていないため、景気は変わっていない。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・1月の有効求職者数は前年比4.1%増となり、増加傾向が続いている。新規求職者数は前年比0.8%増と前年並みの水準で推移している。新規求人数は前年比21.3%減と12か月連続で減少したものの、業況堅調な企業からは引き続き安定的に求人が公開されている。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における1月の有効求人倍率は0.88倍であり、3か月前との比較では0.03ポイント下回った。
	-	-	-	-
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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・受験シーズンでもあり、客単価が上がっている。
		百貨店(経営 者)	お客様の様子	・県外からの客と若い層の客を中心に来客数が増えている。販売量が極端に増えているわけではないが、必要なものだけを吟味しながらショッピングを楽しんでいる様子がみられる。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・台湾からの観光客が明らかに増えている。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・前年と比較すると土日の売上が順調に伸びている。土日開催のコンサートやイベントが関係しているとみられ、近隣のホテルの予約状況を確認するなど動向を注視して対応している。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数が若干ながら増加している。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・人の動きが活発化しており、東北全体で来客数が前年より増加している。北東北、特に青森県ではインバウンドの影響が若干みられる。また、例年よりも積雪が少ないことも影響している。
		乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・新車生産状況が前年より改善され、仕入れ車も増え売上可能な台数がある。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・決算期ということもあるが、販売量が増加している。
		乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・買換えに前向きな客が増えている。
	住関連専門店 (インテリア コーディネー ター)	販売量の動き	・客の購買量が増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・販売量が増加傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月の歓送迎会の予約はコロナ禍の頃よりは若干多く入っている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・株価は上昇しているが、身の回りではその恩恵はない。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・例年であれば閑散期だが、暖冬の影響で宿泊者数が前年よりも大幅に増加している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県内の契約旅館、ホテルの販売額は、今年度第3四半期は2019年度比98%だったが、第4四半期は同126%まで回復している。
		通信会社（社会貢献担当）	販売量の動き	・新生活に向けて需要が高まっている。また、独自キャンペーンが需要を後押ししている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・売上、来客数共に新型コロナウイルス感染症発生前の水準を上回っている。3か月前と比べると非常に良くなっている。
		美容室（経営者）	単価の動き	・旅行やイベント等に行く前に髪を整えるために来店し、パーマやカラーをオーダーする客が増えている。行動が活発になり消費意欲も高まっているとみている。
		その他サービス [自動車整備業]（経営者）	単価の動き	・商品価格の値上げが客に受け入れられている。高価格帯の商材の売行きも良い。社員の給料も上げることができている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・暖冬の影響を受け、冬物用品の売上が伸び悩んでいる。株価が高値更新をしても地方の経済は物価高で停滞している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・物価の上昇がまだ止まらない。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	来客数の動き	・前年は化粧品限定販売があり、今月はその分が落ち込んでいる。しかし、影響は限定的であり、売上全体としては変わらない。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・天候やイベントによって、来客数は大きく変わる。
		百貨店（催事担当）	販売量の動き	・パレタインデーのチョコレート催事や物産展、化粧品などが好調の反面、靴やバッグ、家庭用品などが苦戦している。全体としては3か月前とほぼ変わらない状況である。
		百貨店（従業員）	販売量の動き	・売上、買上点数共に前年比微減が続いている。継続的な物価の上昇により、買物に慎重になっている様子がみられる。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・2月の平均1品単価、来客数、買上点数、売上の前年比は、直近3か月ではほとんど変わっていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。
		スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比98.3%と前年を割っている。客は購買に慎重になっており、買上率は95.5%である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に前年並みで推移している。前月より若干持ち直しているが、大きな変化はみられない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが、来客数が増えない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・卒園や卒業記念品の受注増加や、叙勲祝いパーティーの記念品の特注で2月は予算を達成できそうである。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・卒業、入学、新生活に向けた準備などの需要は回復傾向にあるが、ふだん着は暖冬など不安定な天候により、需要が安定していない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・入学式、入社式需要が前年より2週間ほど遅れている可能性が高い。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・暖冬により冬物商材の売行きが良くない。客の動向を見ても購買意欲に欠けている。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・暖冬のため暖房商品が不調である。エアコンは前年の猛暑の影響で早めに購入する客が増えており好調である。テレビや白物家電は単価が少しずつ下がっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・商用車についてはほとんどの車種がオーダーストップとなっており、販売量が伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・配車が安定している。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産をしている。販売量は変わらない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・自動車用燃料油は回復傾向にあるものの、暖冬の影響により灯油の販売量が減少している。
		その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・2月の買上客数は前年比107%であり、2023年4月から11月までの累計買上客数と同値でトレンドに変化はみられない。インバウンドの買上客数は、直近3か月間は前年比280%と好調ではあるものの、買上客数全体の0.04%であり、構成比で見るとまだ少ない。
		一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・客単価は少しずつ上がっているが、全ての客が良いわけではなく、財布の中身を確認しながら食事をする客もいる。景気はやや良くなりつつあるが変わっていない。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ランチタイム、ディナータイム共に来客数は3か月前と変わらない。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・当地域独自の宿泊割が再開したものの予算が少なく、来客数を大きく増やすまでには至っていない。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・冬場は閑散期となり動きが鈍い。4月以降の予約は比較的順調に入っている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・暖冬で道路に雪がないため、タクシーを利用する客が減っている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・金融市場は堅調に伸びているが、景気が上向いている実感はない。一部の上場企業は賃金を引き上げているが、中小企業の経営者からは経営を圧迫するという声を多く聞く。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高騰が続いているが、3か月前との比較ではその影響はないようにみえる。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・取引先の大半は中小企業であり、大企業のような賃上げは期待できない雰囲気は漂っている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規契約が増えない。
		遊園地(経営者)	お客様の様子	・今月は冬期休園中だが、学校団体の予約問合せの数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・業務の引渡し時期に当たるため、大きな変化はない。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・戸建て注文住宅の受注が低迷している。低価格の企画住宅が売上の大半を占めている。
		その他住宅[リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は、コンロの買換えは増えたが給湯器の交換工事が減っている。リフォームは、少規模工事は多少増えたが大規模工事が減っている。
		一般小売店 [酒](経営者)	お客様の様子	・今冬は降雪量不足で日常生活の負担は減る一方、イベントやレジャーに与える影響が大きい。また、除雪作業従事者が苦しい状況である。豪雪地帯では雪に関連する業務従事者が多いため、降雪量がある程度なければ経済が回らない。
		一般小売店[寝具] (経営者)	販売量の動き	・商品が動かず、とにかく悪い。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・来客数は回復しているが、客単価は前年比93%と低下している。買上点数が伸びておらず、特に加工食品は単価高の影響が悪化している。特売比率が高いことから、客は価格に対してシビアになっていることが分かり、ついで買いによる数量アップは期待できない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数と買上点数が減少しており、景気は下向いている。
		スーパー(企画担当)	販売量の動き	・商品原価は上がっているが、価格競争が絶えないため特売の売値を上げることができない。売値を下げて買上点数は増えない状況である。来客数は前年を超えているが、買上点数は割り込んでいる。
		スーパー(商品担当)	販売量の動き	・値上げの影響か、年明け以降は販売量、買上点数共に減少が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年は雪が少ないため来客数が増加するとみていたが、逆に天候が良いため行楽に出掛けているのか、土日の売上が悪い。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・今月は例年以上に悪い。客はたばこの購入をやめたり、安いものに替えたりしている。また、購入品を1品減らしているとみられ、バナナやガムの販売量が減っている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価上昇の影響で売上は前年をクリアしているが、来客数は減少している。暖冬による雪不足の影響も気になるところである。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・商品単価を気にして買い控えをする客が多い。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・コロナ禍でビジネスマンが買わなかったスーツや礼服を買い求めるリベンジ消費が前年の今頃からみられた。今年はそういった客の来店がなく苦戦している。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・来客数、販売量共に減少している。決算セールでお買い得な処分品が多く並んでいるにもかかわらず、販売量が減っている。また、暖冬の影響で季節商材の販売量も減少している。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で、注文のキャンセルや買い控えの動きが多くなっている。また、新型車の発表が遅れるなど良いニュースが少ない。ただし、受注残となっていた分の納車があるため収益自体は確保できている。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・経験したことのない暖冬で降雪が極端になかったため、除排雪等に係る業者と付随する業種では、例年の1割程度の仕事量だったとみている。
		その他専門店【酒】（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震の心理的な影響が大きいのか、引き続き停滞感が強い。1月よりは動きはあるが鈍い。徐々に売れ筋の商品が少なくなっている。
		その他専門店【白衣・ユニフォーム】（経営者）	販売量の動き	・今年はほとんど雪が降らず、その影響なのか冬物の動きが例年と比べて良くない。防寒長靴などにほとんど動きがなく、それに代わる売り物がないため、売上が下がっている。
		その他専門店【靴】（従業員）	販売量の動き	・暖冬の影響で冬物処分が進まず春物メインの売場にしたところ、大雪となって冬に逆戻りしている。客も天候に振り回されており、購買意欲がみられない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・団体、グループ客は回復傾向にある。個人客は以前より減少傾向にあり、動きに波が出てきている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・冬場の観光コンテンツに左右される月である。インバウンドが都市部を離れてスキー場等へ流れている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・通信、放送サービス共に解約者は減少しているが、新規の加入契約者が増えていない。通信サービスは、競合他社の携帯電話とセットになった超格安商品に顧客が流れている。放送サービスは、携帯電話などの端末で動画配信サービスを利用する人が増えているため、若者を中心に新規の客は減少傾向にある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客の再来店率はここ2か月、前年比マイナスは変わらないものの僅かながら回復基調にあったが今月は停滞している。出費を抑える状況になりつつあるとみている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・寒い時期のため、最低限の客しか来ていない。
	×	一般小売店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・来客数は3か月前より増えているが客単価が悪い。売上は前年より10%落ち込んでいる。
	×	一般小売店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・車で来店すれば天候は関係なさそうであるが、悪天候あるいはその予報だけでも来客数が顕著に減少している。以前はこれほどではなかった。また、客単価も落ちている。
	×	一般小売店【雑貨】（経営者）	お客様の様子	・暖冬により除雪や雪に関係した仕事が極端に少なく、例年この季節に入ってくる収入がほとんど入っていない。また、賃金が上がったという話はほとんど聞いたことがない。株価の最高値更新や賃金アップの話は地方には関係ない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・年金支給日の2月15日の売上が上がってこない。また、節約志向が更に強まっているため、買上点数が落ち込み、客単価が上がってこない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・理由は分からないが、今月ほこれまでよりも更に悪くなっている。株価は高くなっているが、地方の場合は人口が減り客の数が減っている状況もあり、景気は悪い。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・例年と比べて雪が少ないため来客数はそれほど減っていない。しかし、光熱費は依然高く、除雪代もシーズン契約のため経費が掛かっており、経営は厳しい。競合もできたため、売上も徐々に減っている。人手が足りない状況も変わっておらず、24時間営業は厳しい。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・1月は暖かかったため気分は春に向かっていたが、2月初めに吹雪があったため出勤をくじかれてしまった。雪は少ないが寒いため来客数が少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は1月後半から減り、2月は極端に少なくなっている。客の財布のひもも固い。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・例年より雪が少ない分、昼の来客数に動きがあるが、夜は家族連れを含む一般客の来客数が前月よりも減少している。法人や組合団体等の客の予約数は新型コロナウイルス感染症発生前よりも増加している。エリア的には活気がなく、景気は相当冷え込んでいる。
企業 動向 関連 (東北)		*	*	*
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・市長が変わり行政改革の影響で発注量が減っている。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	取引先の様子	・半導体デバイスメーカーである顧客の開発遅延が続いていたが、量産に向けた設備投資の動きがやや活発になっている。
		輸送用機械器具 製造業（経営 者）	取引先の様子	・前月からの引き合い案件が正式受注となり、全体的な売上の増加が見込める。
		その他企業〔企 画業〕（経営 者）	それ以外	・雪不足で町内のスキー客の入りは期待値を下回っている。しかし、コロナ禍が明けた影響からか、宿泊施設の来客数は多くなっている。
		農林水産業（従 業者）	それ以外	・冬はせん定などの管理作業を行っているため、景気に変わりはない。
		食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・バレンタインやひな祭りの企画商品の動きが良かった。
		食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・販売量の前年割れが続いており、やや悪い状況に変わりはない。
		食料品製造業 （製造担当）	受注量や販売量 の動き	・インバウンド需要により飲食部門はにぎわっているものの、商品特性上、土産品として輸出できないため、物販でのインバウンド需要は期待できない。
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・地方では、コロナ禍で減少した発注量の回復がみられない。単価を引き上げた分、発注量が減らされるなど、トータルでは売上に大きな変化はなく、むしろ収益を圧迫している。さらに、社員の減少などもあり、負の連鎖が止まらない状況である。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・目立った受注契約がない。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・資材価格の高騰が続いているため、受注に結び付かないことが多い。
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・前年の年間売上は前々年を下回っている。1月の売上も前年を下回っており、今月も同様の予想である。
		通信業（営業担 当）	取引先の様子	・顧客の反応は冷え込んだままであるが、業種によっては明るい兆しがみえ始めている。
		金融業（広報担 当）	取引先の様子	・インバウンド関連業種の回復は継続している。一方で、水産関連は記録的な不漁で主要魚種は必要量が確保できず、水産業、水産加工業共に厳しい状況である。一般消費者は物価上昇に賃金アップが追い付いていない状況に対応するため、日常的に購入量を抑制している。
		広告業協会（役 員）	受注量や販売量 の動き	・インバウンド向けの販売促進の広告出稿はやや増加しているが、広告業界全体の業績を押し上げるほどではない。3か月前と比較して大きな変化はみられない。
		経営コンサルタ ント	それ以外	・東北は冬が観光資源であるが、雪不足などにより悪影響を受けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売、飲食業等のサービス業は景気が回復しつつあり、業績は回復傾向にある。製造業は部品不足、人手不足でまだ業績が良くない。建設業等はそこそこの業績である。全体としてはやや良いと判断している。
		コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量や売上は前年と同水準である。
		その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経営者）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の影響で外食向けの出荷が落ち込んでいたが、2月に入り地震発生前まで回復している。
		その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経理担当）	受注量や販売量の動き	・暖冬で冬物商材の動きは良くないが、受注量、販売量共に前年並みである。
		農林水産業（従業員）	それ以外	・農業関係の肥料や薬剤、その他資材の価格は依然高値が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月の売上は例年以上に大きく落ち込んでいる。顧客製品の販売不振により受注が減少しているのが要因とみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいか減少傾向にある。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年の冬は降雪が少なく工事の進捗状況は良い。一方、職人の確保が課題である。
	x	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に受注量が減少しており、厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用数は第4四半期からまた増加傾向になっている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・1月と比べて人材の新規登録者は安定して増えている。その分、競争は激しくなるが、人手不足の状況は底ではなくなったとみている。
		新聞社 [求人広告]（経営者）	求人数の動き	・求人広告は季節的な変動も大きいですが、全体としては増加傾向にある。人材採用の動きが出てきている。
		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・業種、業界、規模を問わず、企業の業績は回復しつつあるが、求人を出しても人材を確保できない状況にある。営業職や、建設現場・物流倉庫の作業員、流通、販売、いずれも人材不足のため、思い切った事業展開ができず、足踏み状態にあるとみられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求職者数は前年比増加傾向にある。一方、求人数は前年比横ばいの状況であり、停滞感が継続している。
		新聞社 [求人広告]（経営者）	周辺企業の様子	・年明けの新年会等でも、景気の良い話は余り聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・企業の売上は伸びていないが労働力不足は継続しており、求人活動は旺盛である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・原材料価格の高騰や人手不足による諸経費増加の影響で、建設業、製造業を中心に求人数が伸びていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の減少傾向が継続している。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・自動車関連部品工場で、前月から引き続き減産等が行われており、休業はないものの残業時間が削減されている。
		学校 [専門学校]	求人数の動き	・専門学校への求人数は継続してあるものの、処遇内容に大きな変化はない。
		アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・A I に仕事を奪われている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少の傾向が続いている。事業主都合による離職者が増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・1月の新規求人数は前年比18.9%増加し、3か月前比では5.7%低下しているが、引き続き求人数が求職を上回って推移している。前年同月と比べ、新規求人数では製造業の自動車向け電子部品・デバイスが堅調であり、輸送機械は供給制約が改善の方向にある。その他多くの業種では人手不足だが、人件費を抑制しているとみられ、求人数の落ち込みが目立っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)		百貨店（店長）	来客数の動き	・インバウンド需要がない地方都市を基盤に商売するなかで、来客数が前年比105%前後で推移し、着実に売上増加へ結実している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・案件数は増えてきている。今後は物価高の影響が気になる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前にも経験がないほど、今月の販売量は多い。要因としては、暖冬で外出しやすい環境だったこと、円安により若者の卒業旅行等の行き先が国内になっていること、外国人観光客が堅調なことがあげられる。若者以外の観光客は、例年と比べて少ないように感じている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年との比較で、ここ3か月は105%と堅調に推移している。新型コロナウイルス感染症発生前の2018年度との売上比較ではマイナスではあるものの、人流、売上共に回復している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年より増加傾向にある。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・1月の動きは鈍かったが、2月に入ってからの来客数や客の購買意欲等が急激に出てきた感じがする。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主力の給食部門では、これまでの食材費、人件費、諸経費等のコストアップにやや落ち着きが見られる一方で、取引条件の見直しが少しずつ追い付いてきた結果、採算面も幾分改善される傾向にある。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は梅祭り等もあり、週末は高単価で販売できている。また、宴会部門も新年会需要が伸びており、稼働率も良い状態である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前年同期と比べ、問合せが増えている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・3か月前から2割増加となっているが、例年どおりの時期的なものである。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・例年と比べて暖かい日が多く、また、今月はうるう年や3連休が2回あるなどの日並び効果もあったことから、前年を上回る来園者数になっている。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・業界全体ではインターネットによる購買意欲が強くなり、売上をけん引している。一方、来場者数や来場者の購買単価は減少傾向となっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・業種によって新型コロナウイルス感染症の影響で、売上が回復せず廃業に追い込まれる当店の顧客が後を絶たない。個人の力ではどうすることもできない切実な状況に、恐怖と無力感を抱いている。しかし、当店としては勝ち組に入らなければならない。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・先の不安はあるものの、消費行動が活発になっているようにみえる。今年は暖冬で春の暖かさも早く来ると思われるため、臆せず積極的に行動している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・初商以降、来客数、売上共に回復基調にある。今月実施した食品の大型物産展は盛況に終わった。しかし、依然として客単価の低い傾向がみられ、慎重な消費行動は続いている。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・2月は5日に10センチメートル程度の降雪があり、来店、売上共に厳しい状況だったが、祝日が1日増えたこともあり、何とか前年比103%超で推移している。食品もバレンタインフェアが好調に推移し、衣料品、雑貨、化粧品、婦人服が好調である。時期的に天候に左右される部分があるので、つかみきれない状況でもあるが、何とか踏ん張っている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比で来客数は94.7%、客単価100.2%、売上95.3%で推移している。店舗前面道路の工事が続いており、交通量が大きく減少しているため、来客数が戻らないことが売上に大きく影響している。
	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・現在、客の動きが余り良くないため、販売量にも影響がある。	
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・大物家電を中心に、販売数量が伸びていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・継続的な必需品の値上げと物価上昇で、景気は変わらない。
		住関連専門店 (仕入担当)	販売量の動き	・値上げによる客単価の上昇で保ってきた売上も、上昇が停滞し始め、客の節約志向だけが残っている。
		その他専門店 (総務担当)	お客様の様子	・来客数、今後の見積件数が少ない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチは好調なもの、ディナーが依然として良くならない。トータルの売上では以前と変わらない。
		一般レストラン [居酒屋](経営者)	来客数の動き	・相変わらずの動きだが、予約のないフリー客の動きが鈍いように感じている。
		観光型ホテル (経営者)	単価の動き	・景気はほんの少しだけ上向きのように感じるが、単価の上昇を助けるほどではない。円安の為替と人材不足による合理化のため、値上げせざるを得ない。これ以上の物価上昇分を宿泊料金へ転嫁することは当面見込めない。一部のスモールラグジュアリーと、マーケティングやプロモーションに長けた大型施設や地域は値上げに踏み切れるかもしれないが、それ以外はインバウンドやアフターコロナの来客数増加は一時的であり、継続性は望めない。
		旅行代理店(所長)	来客数の動き	・シーズ的には閑散期でもあり、また、暖冬や小雪等、天候不順が響き、実施していた催事も繰上げで中止している。スキー場等も、滑走できるエリアが狭まっており、厳しい。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・夜の動きは良くないが、昼の動きが良かったので、前年同月比8%の増収である。
		通信会社(社員)	競争相手の様子	・業界大手の越境営業による顧客喪失はあるが、当社の顧客獲得が上回っているため、現時点では悪化につながっていない。
		通信会社(局長)	お客様の様子	・物価上昇に対して給与の増加が比例していない結果、買い控え等になっている。
		ゴルフ練習場 (経営者)	来客数の動き	・個人消費の回復感はない。
		ゴルフ場(従業員)	お客様の様子	・客の様子に今のところ大きな変化はない。
		その他サービス [自動車整備業](経営者)	お客様の様子	・消費マインドは節約話ばかりで、景気の良い話はかけらも出ない。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・今月は、店舗等の引き合いが少し出てきたようで、問合せも若干増えた感じはあるものの、実際はなかなか契約に至らない。いまだ悪い状況のまま変わらない。
		その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業)	販売量の動き	・建築資材の高止まりが続いており、客の予算額と見積額にかい離があるため、検討止まりで終わってしまっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・接客中の会話からも客の節約志向が顕著で、消費マインドの向上は望めない。
		一般小売店[酒類](経営者)	販売量の動き	・いろいろな商材が値上がりしているため、販売量が減少している。
		スーパー(商品部担当)	来客数の動き	・競合店の出店に伴い、集客力が2割程度落ち込む状況が続いている。来客数の落ち込みが回復する兆しはなく、今しばらくはこの状態が続きそうである。
		衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・当店の取扱品は婦人用の季節商材なので、人が出てこない上に、これだけ気候変動が極端だと、買い控えの上の買い控えになっていて、本当に商材が回らない。打つ手、打つ手が全て水泡に帰するというか、何の効果も生まれてこない。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・前月、大手自動車メーカーの不正問題が発覚してから、客の購入意欲が逡巡しているようで、なかなか契約に結び付かない。そのため、当地域の自動車メーカーも少し減産している。
		一般レストラン [居酒屋](経営者)	来客数の動き	・1月、2月と徐々に来客数は減ってきており、例年よりも若干その差が大きく、先行きが不安である。年度末を迎えるが、予約も週末に集中している。
		通信会社(営業担当)	単価の動き	・社会情勢の影響による物価高が続いており、実質賃金の低下も続き、景気は良くなっていない。節約や低コストに走る傾向は変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・地価は落ち着いているものの、建設関連の工事費が高騰しており、買い控えが発生している。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月に続き販売量は悪く、前年比91%と低迷している。商材別ではエアコンが70%、冷蔵庫は80%、洗濯機が75%である。良かった商材はテレビが110%、ビデオカメラ120%、ビデオレコーダー150%である。
	×	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・いまだに残業や休日出勤等もなく、仕事が増えていない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・地方は固定客が多いのだが、以前からの客が減少している。客の高齢化が進み、施設等に入って外出しなくなったことも減少原因だとみている。フリーの客が増えない限り、増収は見込めない。景気も良くない。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-	-
		一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大手自動車メーカーが、取引先の労務費の上昇分を価格に反映させる方針を明らかにしたこともあり、適正価格実現に向けた価格交渉がしやすい雰囲気広がってきている。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業においても価格転嫁が進んでおり、売上増加、利益率の改善がみられる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・堅調に推移している。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上の的には低飛行が続いているものの、明るい兆しがみえてきた取引先もあるので、今後に期待したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の影響なのか、あちらの方面で作っている部品が入ってこないため、止まっている部署がある。そのほかはまあまあといった感じで、全般的に以前よりは良くなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・この2～3か月、受注価格、取引先の様子に余り変わりはなく、まあまあ状況である。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・2月に入り、初旬は物量が落ちていたが、中旬過ぎから新生活用品、白物家電、冷蔵庫、洗濯機、テレビ等や引っ越し依頼等も前年を上回る物量を確保している。ただし、ドライバー不足、車両不足により、手配車両に苦労し、運賃が高くなっているため、利益は薄くなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿の件数に大きな変化はなく、宣伝予算も相変わらず伸びないままである。
		経営コンサルタント	それ以外	・個別企業は現状の業績面に大きな変化はなく、自動車関係の下請企業で一時的に受注を減らしているところがあるものの、年間を通じた季節要因によるものであり、特に不安要素はない。2極化傾向も基本的に変っていない。また、飲食、食品関係も大きな変化はなく、活発さはない。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・相続登記の分野が少し伸びてきているため、やや良い状態である。
		社会保険労務士	取引先の様子	・インバウンド消費が余りなく、コロナ禍からの回復も停滞感がある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の1つが生産をストップしているため、やや悪くなっている。
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・スポットでの建物維持管理業務が思ったほど受注できず、売上がやや減少している。部品などの納期が未定のため、着手見込みが不明な案件もある。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、公共工事は順調に推移しており、業界としては大変有り難い。今年度も11か月が経過し、発注額は前年比5%減少、前々年比で19%減少である。当社受注も前年比10%減少で、決算が心配である。
雇用 関連 (北関東)		-	-	-
		学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・再来年度の求人が例年より早く動いている上に数も多くなっている。各企業が優秀な人材確保に必死になっている状況がうかがえる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・例年と比較して、派遣の依頼数に大きな変化はないものの、身の回りでは、派遣スタッフが正社員で転職するケースが増加傾向にある。
		人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・20～30代の求職者が増えて、40～50代の求職者が減っている。全体的な求職者数は変わらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で減少と増加を繰り返している。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・衣料品関係、家具等も含めての求人はほぼ横ばいである。ただし、生鮮食料品等の販売やファーストフード等の飲食店分野では、大分募集はかけているようだが、物価も上がっているため、かなり厳しいのではないかと。購買力も幾分鈍っているように見受けられる。住宅関連は、増改築や新築等の売買を目的とした物件の建設が進められている。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (南関東)		スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・乗客数が伸びているが、それ以上に販売点数が伸びている。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・土日祝日だけでなく、平日の来客数も伸びている。新型コロナウイルス感染症発生前に戻るということでもなく、ベースの来客数が多くなっている。インバウンドも、2019年の全店インバウンド比率1.5%に対して、3%と増えている（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	単価の動き	・材料費、人件費の断続的な値上げの影響が気になる。社員食堂、病院等の取引先が価格転嫁要請に応じてくれるか否かが全く不透明である。ただし、断られても交渉を継続するしかない（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前年同期比162%で推移しているが、暖冬の影響でスキー商材に勢いがいない（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・観光地の来客数、インバウンドの活況、小売業や飲食店の繁盛などから判断している。自身の活動範囲も広がったが、行く先々で旺盛な消費行動に直面している。スキー場や飲食店では高価格帯の販売エリアにも行列ができています。自社サービスでいえば、解約や未払い件数の減少が続いている（東京都）。
		通信会社（局長）	単価の動き	・日経平均株価が最高値を更新している。
		商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高が順調に伸びている。来街者数も僅かながら増えている。街全体としても完全に新型コロナウイルス感染症からの回復が進んでいることが実感できる。ただし、インバウンドは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っておらず、来街者の層が変わってきている（東京都）。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・補助金対象の省エネ型給湯器や、省エネ補助金のパッケージエアコンなどが動いている。祭り関係の電気工事なども依頼がある。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・前回同様に、同業他社が閉店したために、その仕事が当店に回ってきている。業界自体が厳しいため、そういうことが今後も発生するかもしれないが、当店もいつまで続けられるか分からない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・売上に関しては3か月前の年末には劣るものの、来客数に関しては少しではあるが上向いている。また、年末には地域でのイベント開催が余りなかったが、年明けから活発に開催され、来街者数、特にインバウンドが目に見えて増加している（東京都）。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・米国、国内の証券市場は共に好調だが、实体经济にはまだ反映されていない気がする。賃金が上がらないと景気は良くならない。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は降雪の影響を受けた日があったものの、全体的に気温が高く、来客数も増加している。節分やバレンタイン等のモチベーション、物産催事などが好調に推移している。
		百貨店（財務担当）	販売量の動き	・インバウンドの増加が景気を押し上げている（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（企画宣伝担当）	単価の動き	・特選雑貨や宝飾品などの高額品が好調に推移している。
		百貨店（管理担当）	販売量の動き	・恵方巻きやバレンタイン商戦などが前年より活況であった（東京都）。
		スーパー（食品担当）	競争相手の様子	・当社の売上は横ばいだが、競合各社は好調であることから、消費が回復している（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・区内3店舗の来客数が少し増えている（東京都）。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温の高い日が例年より多く、人出が増えている。外国人客も増えてきている（東京都）。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・やはり本決算ということもあり、活気づいている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・需要月でもあり、新車登録が順調に進んでいる。
		高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・通常、2月は閑散月だが、それでも大型の宴席があり、好況の裏付けだとみている（東京都）。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・例年落ち込みがちな2月も、今年は予約や当日来客が比較的多く、店内がにぎわう日が多かった（東京都）。
		その他飲食[カフェ]（経営者）	販売量の動き	・寒暖差が激しく、それに伴い売上も変動している。飲食は、インバウンドが増えているため良くなっている。一方、観光地の店舗は冬が閑散期のため、悪い日が続いている。コーヒー豆製造については良い傾向である。コロナ禍で良かったオンラインショップは下がり気味である（東京都）。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今年に入り、新型コロナウイルス感染症の影響も大分減り、客が戻ってきている。宿泊、宴会を中心に、1～2月はかなり良い状況だが、まだその実感はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・土地柄、春節等で需要があるため、稼働率が上がっている。
		旅行代理店（営業担当）	それ以外	・当店最寄り駅周辺ではインバウンドが増えている様子がうかがえる（東京都）。
		タクシー運転手	お客様の様子	・昼間の利用は、以前と同様に無線配車、アプリ共に鳴りは良い。自宅、会社、病院、駅と、夜8時頃まで仕事ができている。夜の飲み屋からの配車は少し減っているようで、駅出しを主に利用している。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月同様に機器の受注及び工事案件が増加傾向にある（東京都）。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・前月に引き続き、CM依頼など継続して仕事が入っており、景気が良くなっている（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・受注数は少しずつ増加しているが、終了する案件もあり、なかなか純増とはならない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・DX化の調整など、需要は堅調である。主業が手堅く推移しており、店舗販売も順調である（東京都）。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・株価上昇や祝日が多かったこともあり、消費活動は上向きの印象を受けている（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・繁忙期に突入し、前年比で超過傾向となっている（東京都）。
		その他レジャー施設[ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・能登半島地震の影響は比較的少なく、大学生以下の来客数も伸びている（東京都）。
		その他レジャー施設[ボウリング場]（従業員）	お客様の様子	・客の滞在時間が延び、客単価が上がっている（東京都）。
		その他レジャー施設[総合]（経営企画担当）	単価の動き	・ホテル事業は引き続きインバウンドを中心に高単価での稼働が続いている。また、飲食事業は会食需要が旺盛である。物販事業においても、高単価商材が堅調に販売数を伸ばしており、収益に貢献している（東京都）。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。都内に販売するためのホテルを5棟保有しており、3年半くらい全く売れなかったが、前年に2棟を販売できた。インバウンドもかなり戻ってきており、今後に期待している。建設業の方は原価が高止まりしており、なかなか受注につながらない。民間工事、公共工事共に同じ状況である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約62%と悪いが、3か月前と比べると約124%でやや良くなっている。ただし、3か月前は今までで最も販売量が減少した月なので、景気がやや良くなったという実感はない。いろいろなキャンペーン展開で集客の増加を図っているが、来場謝礼の景品狙いの来場者が増えているだけで、実際の商談には結び付いていない。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・来客数はさほど変わらないが、買上比率が下がってきており、やや低調である。
		一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・当店は家具という耐久消費財を扱っているが、小売店としての品ぞろえ等が少ないことと、販売形態がいろいろと変わってきていることがあり、非常に厳しい状態が続いている(東京都)。
		一般小売店[生花] (店員)	販売量の動き	・例年2月、8月はとても悪いが、やはりこの2月も厳しい。販売量、来客数も少なく、耐える月であった(東京都)。
		一般小売店[茶] (営業担当)	販売量の動き	・売上は伸びているが、来客数の伸びは少ない。
		一般小売店[茶] (営業担当)	販売量の動き	・当社はお茶が主な商材だが、売上はここ数年頭打ちである。日経平均株価が史上最高値を更新したと大騒ぎしているが、庶民の感覚からはずれているのではないかと。マネーゲームで一部の投資家はもうかっているかもしれないが、実体経済とは合っていない。いまだにマスクを着用しているような社会が新型コロナウイルス感染症発生前に戻らないことには、景気が良いとはいえない(東京都)。
		一般小売店[書店] (営業担当)	販売量の動き	・年度末向けの予想された販売増加は、円安が影響して余り伸びていない(東京都)。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前を上回っているが、インバウンドの拡大による部分が多い。地方からの来客は、以前は月4回であった来店が半分に減るといった状況である。3か月前に値上げした商材の再値上げ予定の情報も多く、購買点数への影響が懸念される(東京都)。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・天候不順により衣料品の動きが鈍く、全体の目標に届いていない。消費に対し慎重な姿勢が継続している。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・気候の影響もあるが、引き続き婦人ファッション関連商材の動きが良い。加えて、インバウンドの売上も伸びており、消費全体という面では、景気は良くなっていると思える部分もある。しかし、実生活を反映する食料品関連の動きは伸び悩んでおり、明らかな上昇はみられない(東京都)。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・高付加価値商材や独自性の高い物を求める顧客ニーズは引き続き高い。新型コロナウイルス感染症による制限がないなかで、この時期らしいバレンタインや春の準備といった一般的なニーズも堅調である。春節の影響も一定程度あり、インバウンドは前月よりも高水準で推移している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月は節分の恵方巻きやバレンタインなどし好性の高いイベントの需要は良かったが、ベースとなる個人消費は節約志向の高まりとコロナ禍明けの一巡、暖冬の影響により、衣料品や食料品において季節商材の販売が低迷している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	それ以外	・コロナ禍明け以来、担当する近隣型ショッピングセンターはインバウンドの影響を受けず好調に推移してきたが、売上額で比較すると、1~2月と伸びがやや止まったように感じる(東京都)。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・引き続きインバウンドは堅調であり、国内消費も底堅い。今後も大きく変わる要素は見受けられない(東京都)。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と現在では、乗客数、売上実績共に前年比での増加率が2けたから1けたへと全体的に鈍化している。店舗実績内訳として、特選ラグジュアリーはインバウンドや国内若年富裕層の購買により堅調に推移している。また、地下食品売場の実績も、旅行者、出張者などの人流増加により売上は堅調である。一方で、国内ファッション関連は実績が伸びていない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・化粧品、宝飾、時計が売上をけん引し、衣料品も春物商材を中心に好調に推移している。インバウンドは春節に合わせて大幅に増加している（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・自家需要としてのバレンタイン催事は、インバウンドも巻き込み大きく売上、集客共に伸ばしている（東京都）。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は伸ばしているものの、値上げの要素が大きく、買上点数の減少傾向は継続している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・11月から売上が伸びている。来客数は変わらないが、単価が上がっているため、必然的に伸びる。そのような状況がずっと続いている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・販売点数が増えていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げの影響が徐々に収まるなか、来客数は前年並みに推移しているが、1品単価の上昇、買上点数の減少が続いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、単価は前年を超えているものの、買上点数の前年割れが続いている。値上げの影響が大きく、販売数量の増加までには至っていない（東京都）。
		スーパー（店員）	単価の動き	・来客数には日々ばらつきがあるものの、1週間単位でみると全体的には変わっていない（東京都）。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新商品はよく売れている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・相変わらず単価が上がり続けている。来客数並びに販売点数については、最近降雨が多く振るっていないが、単価の上昇分と相殺されて売上は変わらない（東京都）。
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・相変わらず来店頻度が減り、1日の来客数が減っているが、値上げにより1品単価が上がっており、売上は前年を上回っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・1つ1つの単価が高くなっており、買上点数がかなり減っている。小さい物だと2つ買うこともあるが、1つで間に合わせたり、トータルの販売量が減っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温の高さと販売促進施策が奏功し、販売額が好調に推移している。この傾向は高い水準を維持しながら継続している（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・気温の変動が激しく、寒いときに売れるべき物が売れない。週末の降雨も大きな要因である（東京都）。
		コンビニ（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて、販売量の動きに大きな変化はない。新学期に向けているいる準備することもあると思うが、コンビニで用意するような物は特別なない。受験や卒業、入学シーズンになるが、何かと忙しい時期であり、観光や旅行、外出などを自粛する人もいるかもしれないので、観光需要などはやや減ると想定している。もちろんそういう人ばかりではないので、販売量からも特段変化はないといえるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・2月に入り、新入学に向けた小中学校向けの販売数は例年どおりの売上を確保できている。春物衣料も前年を超えている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・季節物であるため、2月は動きが鈍い。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・主力である着物事業のイベントは計画値をほぼ上回っている。ただし、日々の店舗販売の売上は目標値を下回っており、月間ではマイナスで推移している。特に、卒業式シーズンの袴売上が前年と比べて6～7割の実績となっている。もう一方の主力であるドレス事業は、首都圏店舗に比べてローカル店舗の売上が安定しており、今後期待している（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (従業員)	来客数の動き	・商材が余り売れず、売上自体は横ばい傾向だが、来客数が僅かに減っているため、買上点数や来店頻度も減っている。
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・来客数の少ない日が続いている。消耗品なども値上がりしているため、壊れてから買換える客が多い。
		家電量販店(経営企画担当)	販売量の動き	・2月に入り、暖冬の影響や、耐久消費財の買換えの長期化、物価の上昇、消費者の節約志向等もあり、国内消費は引き続き厳しい。一方、インバウンド需要は堅調に伸びており、国内消費の減少分を何とかカバーしている(東京都)。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。客の来場はあるものの、なかなか成約に結び付いていない。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・新車販売は前年並みの売上であり、サービス部門にも大きな変化はない。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・ディーラーによると、コロナ禍で車が余り走らなかったとか旅行に行かなかったということで、車検費用は1台当たりの単価が下がっている。新車についても、電気、ガス、食料等が値上がりしているために、やや買い控えが出てきており、3月を迎えるにあたり少し恐ろしいと話している(東京都)。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	来客数の動き	・今月は初旬の降雪や長雨が来客数に大きく影響している。販売促進を打っても単価が余り上がらない。
		その他専門店 [ドラッグストア](経営者)	来客数の動き	・来客数が減っているため、当然販売量の動きも落ちている。
		その他小売 [ショッピングセンター](統括)	お客様の様子	・外国人旅行者向けの販売価格に、国内客の戸惑いがみられる(東京都)。
		その他小売[生鮮魚介卸売] (営業)	お客様の様子	・例年1~3月は良くないが、今年は能登半島地震の影響もあり、ムードが悪い(東京都)。
		高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・2月単月で、2019年比で売上は101.2%、来客数は87.5%である(東京都)。
		高級レストラン (経理担当)	来客数の動き	・宴会、特に婚礼の宴会需要が旺盛で、大人数の披露宴の予約が高位で安定している(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・同業各店共に来客数は微増傾向にあるが、原材料費、人件費の上昇により、経常利益はさほど増えていない(東京都)。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・2~3か月前と比べて、来客数も余り変わらずに推移している。もちろん季節柄もあるので、3か月前と同じような来客数にはなっていないが、全体的には変わらない。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、初めての年末年始となったが、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の販売量に戻ってきている。年末の忘年会は例年並みに実施され、年始の新年会も例年以上の結果となった。2月も販売量は上向きで、好調に推移していることから、好景気が変わらず続いている。
		旅行代理店(経営者)	単価の動き	・急に暖かくなったり寒くなったり、雨が降ったり雪が降ったりと、天候不順のために客も来店に二の足を踏んでいる。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・来年度に向けての見積作成の内容、件数からは景気の変化はみられない。
		旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・前月と比べて、単価の上乗せが全くなくなっている(東京都)。
		タクシー運転手	お客様の様子	・主に都心部のサラリーマンを客として営業しているが、客の動きは特別変わらない(東京都)。
		通信会社(局長)	販売量の動き	・当社のサービス全体の加入と解約の両方が伸長しており、結果的に利益は一定で変わらないことから、景気のトレンドは変わっていない(東京都)。
		通信会社(営業担当)	単価の動き	・物価上昇の影響か、商材の品質や内容より、安価な物を選ぶ客が増えてきている(東京都)。
		通信会社(経理担当)	お客様の様子	・同じサービスでも、まだ必要としている世代、必要としない世代があり、上向きと下向きがあいまっているため、総じて変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・売上は増えも減りもせず、低調のまま横ばいである（東京都）。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は、特に平日の利用が回復しない。前年の猛暑の影響による減員も、物価の上昇等の影響で回復していない。株価は上昇していても、貯蓄に回して持ち出しを控えているようである。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・比較的客足が伸びている感があるが、波があり、総じて横ばいで推移している。季節要因があるのかもしれない。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・いろいろなキャンペーンを打っているが、実際に購入する客はそこまで増えていない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・来店頻度がいまだに上がらない。
		その他サービス [保険代理店] （経営者）	単価の動き	・ここ2～3か月、販売単価が安定しており、極端な価格の上昇がみられなくなっている。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・当社としては、12月、1月が大変好調だったために、今月は多少マイナスとなっている。やはり能登半島地震の影響があるのか、各自の考え方が前向きでないと感じる。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・業務量に変化はみられないため、例年どおり年度内はこのまま推移する。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・設計の計画数に変化はない。施工単価が高騰しており、建築主である客の理解がまだ得られない（東京都）。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・建材需要期である年度末を迎えても販売量は一定程度を維持するものの増える気配がなく、住宅関連を取り巻く景気は余り良い方向に向かっているとはいえない（東京都）。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・大企業の景気は良いようだが、一向に良くならない。当地域は石油精製、石油化学工場が多いが、石油化学は良くない。
		一般小売店[祭用品]（経営者）	販売量の動き	・1月にも増して、2月は消費が滞っている。
		一般小売店[酒類]（経営者）	販売量の動き	・年が明けてから売上が減少している。株価は高水準だが、一般消費については厳しい状態が続いている。
		一般小売店[文具]（販売企画担当）	来客数の動き	・店頭部の方は、元々建て替えのため仮店舗での営業ということもあるが、前年に比して苦戦している。客は不必要な物は余り買わない。外商部は、官公庁案件等がある程度はあるものの、単価が低くなっている。ただし、件数は増えてきているというのが現状である。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・2月に入り、食料品の動きに鈍化がみられる。前年実績は捉えているものの、年末年始のような勢いはない。運動して全館の動きも、今までは2けたの伸びをキープしてきたが、陰りがみえてきている。日経平均株価のバブル期超えといった景気の良い話題や賃上げの話も出ているが、消費意欲の高まりにはつなげていない（東京都）。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・毎回同じだが、競合店がまた1軒出てきて、厳しくなっている（東京都）。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今まで堅調であった精肉、青果、鮮魚の生鮮3品でも来客数が前年比で2～3%減少している。特に平日の減少が顕著で、相場も関係するが、直近でも伸びてこない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・1～2月は1年で最も悪い月であるが、来客数も減少している。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・店舗密集地に同業他社の店舗が次々とオープンし、来客数、売上がますます減少している。また、従業員獲得競争が過熱していることから更なる時給アップが続き、苦境に立たされている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・世の中的には株価が最高値となっているが、客単価、来客数共に前年並みである。販売額が伸びているにもかかわらず、売上同率ではないということは、やはりまだ景気回復を実感できていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月も来客数、売上共に前年比3%減少している。天候不順も要因としてはあるが、高額な弁当や麺類は新品品であっても販売数量が伸びていない。やはり売れるのは安価な商材で、景気は悪くなっていると感じる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が減っている（東京都）。
		衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・客が目的の商材以外の買物をするのが少なくなっている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価の上昇で家計に余裕が少なくなり、電化製品を壊れるまで買換えないユーザーが増え、来客数が減少している。また、購入価格にシビアになっており、ECと比較する客がますます増えている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・消極的である。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はある程度増えているが、成約件数、販売件数がなかなか伸びない。
		その他専門店【貴金属】（統括）	販売量の動き	・仕入価格の上昇分を販売価格に反映しているが、その分、販売量が減少している。全体の売上額が減少傾向にあることから、景気はやや悪くなっている（東京都）。
		高級レストラン（役員）	来客数の動き	・3か月前は秋でイベントシーズンでもあり、10月、11月はかなり好調であった。それと比べると、年明け1月はやや鈍化した感があり、予約状況も落ち着いている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・飲食業はどうしても2月は暇になる。ケータリングも余り仕事がないため暇である。そのため、3か月前と比べると15から20%売上が落ちている。ただし、これは毎年のことなので、余り気にしていない。仕方のないことである。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は新年会も大分落ち着き、予約数が大分減っている。かなり寒い日があったので、週末も客足がやや遠のいていたようである（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の足出がやや悪いような気がする（東京都）。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援の終了により旅行代金が上がっている（東京都）。
		タクシー運転手	それ以外	・2月と8月は昔から二八といって景気が後退するといわれているが、今年は特に新型コロナウイルス感染症発生前と比べて低迷している。うるう年で1日多いため得をした感があるが、12月から1月が良かったので、その反動がきている。タクシー景気は少し悪い（東京都）。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今までより安価なプランを選択する客が増えており、売上が減少している。
		観光名所（職員）	お客様の様子	・インバウンドの戻りが止まっている（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・降雪と寒波の影響により、来場者数が3%、客単価が1%減少している。
		ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月の降雪、降雨により、1週間程度のクローズを余儀なくされ、季節要因による減収となっている。物価の上昇、実質賃金の減少から生活防衛を意識する動きも散見され、プレー料金が割高となるビジター来場は落ち込み、レストランも高額商材の販売伸び悩みが続いている。水道光熱費、人件費を始め、営業費用の全般的な高騰の影響は大きく、固定費の回収も容易ではない。一方で、株高などの要因もあってか新規入会の引き合いは引き続き堅調で、収益を下支えしている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・単価が上がっているようだが上がっていないのが実情である。
		設計事務所（職員）	それ以外	・民間からの発注が特に減少している。また、会社の受注が伸び悩んでいる（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約数が落ち込んでいる。
	x	一般小売店【家電】（経理担当）	来客数の動き	・2月になり、来客数が前月よりも減っている。前年は個人客以外の大口物件で売上を伸ばしていたが、今年はそれがなかったため悪くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	単価の動き	・原材料、人件費、諸経費の上昇分を価格に反映できていない。価格競争から抜け出せない。
	×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・毎年2月は売上の少ない月だが、今年は特に悪い。客に買おうというマインドがない。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と同様に、やはり2月ということで、3か月前や年末に比べると悪くなっているのは間違いない。客の動きが極端に減っている（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・元から乗客が少ないところに、タクシー乗務員が補充され、稼働台数が増えている。
	×	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると気温が低く、降雪の影響もあり、13%程度集客が落ちている。
企業 動向 関連 (南関東)		*	*	*
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・高額商材が動くようになっている（東京都）。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・テレビで取り上げられてから、少し来客数が増えている。
		出版・印刷・関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、軽印刷、名刺印刷などの仕事をしている。今月は特需があり、音楽事務所から、会社設立関係の、しかもチタンの注文を5本もらっている。会社設立の件数が4件あり、合計で11本となっている。個人の需要はないが、法人関係は少し伸びてきている（東京都）。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・短納期の製品が多く、それなりにコストの転嫁もできている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は大きく売上を伸ばすことができなかったが、前年同月と比べると増えている。コロナ禍が明けたのかもしれない（東京都）。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは、大手自動車メーカーの不正問題等での稼働停止があるものの、引き続き高水準の生産を続けている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここにきて予定していた大型案件を数件受注できている。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物量は安定してきているが、人件費や燃料費の高騰が続いており、収益が伸びない。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期のため物量は増えているが、予想以上ではない。また、燃料の価格高騰が続いていることで、収益が伸び悩んでいる。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・宿泊需要は引き続き堅調である（東京都）。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィス賃料水準は、テナントからの減額要望がなくなり安定若しくはやや上向いて、良い方向に向かっている。一方で、新築オフィスビルが増え、供給過多でもあるため、空室を埋めるべく安い賃貸条件を提示してテナントを引き抜こうとする営業も見受けられるなど、テナントの奪い合いも顕著になっている（東京都）。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・春先に向けてイベント事業が増えてきている。
		税理士	取引先の様子	・株価が史上最高値を記録してバブルの再来かとも思えるが、消費動向を見るとさほど好況感はない。インバウンドは確実に戻っており、高級旅館などは外国人観光客でにぎわっている。能登半島地震からの復興に尽力したいところである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・工業系製造工場等の取引先からの問合せが増えてきており、取引量も新型コロナウイルス感染症発生前に回復しつつある。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・相変わらず2号警備の受注が多く、受けきれない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・案件数は増えているものの、要員不足で今後がみえない（東京都）。
		繊維工業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってから受注が全くない企業があれば、3月までの引き合いはまずまずという企業もあり、業界的には3か月前と変わらない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	それ以外	・3か月前からは受注率が少しずつ上がってきているように見えるが、紙媒体の需要低迷等により、今後の景気がどうなるか不安である。
		プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・2～3月は年度末になるので、通常より若干受注量等が増えてくるが、例年どおりそれほど大きく増えているとは言い切れないので、景気は変わっていない。
		プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・前年同期は医療品容器がアフターコロナの影響で米国向け企画が決定し特需に恵まれたが、今期は息切れしてしまっている。
		金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・先の情報として、生産が減ると聞いているが、現在は踏みとどまっている様子もあり、踊り場であることは確かである。先行きは不透明である。
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・取引先によって好不況の差が大きくなっている。トータルでは微増だが、現状はそういった内情があり、若干の不安がある。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・半導体の大口価格が上昇しつつあるが、それが業績につながり、身の回りの景気に影響するまでには至っていない。
		精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比べて大きな受注増加には至っていない。半導体の在庫調整、大手自動車メーカーの不正問題等、更なる不安要素が大きい。
		建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・価格が高止まりしており、以前のような流通になっていない。
		建設業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・原材料費や燃料費がますます値上がりしているため、以前と比べて良い傾向にはない。
		輸送業（経営 者）	取引先の様子	・出荷量が減少を続けるなか、取引先が出荷場の統廃合を進め始めており、影響が懸念される（東京都）。
		輸送業（経営 者）	取引先の様子	・既存の取引先との値上げ交渉がうまくいっていない（東京都）。
		通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・前年同期並みに鈍化している（東京都）。
		金融業（従業 員）	取引先の様子	・原材料の価格高騰で利益が圧迫されている。また、大企業での賃上げのニュース等を耳にした従業員からの賃上げ要求が中小企業にも及んできている。現実に、賃上げに対応できない中小企業からの離職者も出ており、人手不足が深刻化していることから、景気が良い状況とは決していえない。
		金融業（総務担 当）	取引先の様子	・地元の観光業は新型コロナウイルス感染症発生前より売上が戻ってきている。運送業では燃料の価格高騰や人手不足もあり、利益が減少傾向にある。建設不動産業では、建売やマンション販売は立地優先で、駅から離れている物件はやや仕入れをちゅうちょしている。また、原材料の価格高騰や人手不足もあり、例年より厳しい傾向である。小売業では、食品関係やいろいろな物が値上がりし、消費者は価格を見ながら買物をしているため、売上は減少傾向にある（東京都）。
		金融業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・業績が好調で回復に向かっている企業と、悪化が進む企業の2極化が進んでいる傾向にある。以前と変わらず廃業、業績悪化が進む飲食業のみならず、最近では特に製造業、建築業関連からも先行きの不透明感に不安を感じる声が聞かれる。零細企業においては特にその傾向が大きいようで、前年から続く物価上昇に対応できていない企業の業績悪化が顕著にみられる。
		不動産業（経営 者）	競争相手の様子	・当社が営業するビル南西角地の店舗が、2年掛かりでようやく借り手が見つかり、3月初めにオープンを迎えることを前月に報告したが、代わりに創業100年近い精肉店が今月閉店した。これで1階で営業中の地権者はパチンコ店のみとなった。おにぎり屋、八百屋、魚屋、雑貨屋、どこも長年営業してきた地権者であり、寂しい限りである（東京都）。
		広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・悪い状態のまま変わらないという回答を続けていることから、このような状況に至った経緯や事情を考えさせられている（東京都）。
		税理士	それ以外	・夜10時、11時頃に、近隣駅周辺の商店街を歩きながら飲食店をのぞいてみると、余り客が入っていない。新型コロナウイルス感染症発生前は、通り沿いの店は客が入っていたが、今は席が空いていたり、客が入っていなかったりしているため、まだ良くない（東京都）。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		社会保険労務士	取引先の様子	・助成金や補助金を活用したい会社が多く見受けられる（東京都）。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売店、飲食店でも来客数や客単価が伸び悩んでいる。株価の話題がにぎやかだが、景気には影響がみられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・特に大きな変化はない。余り良くないまま推移している（東京都）。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・人手不足もあり、新規物件の受託が難しい（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・年度末の繁忙期に入ってきているが、案件の動きが鈍いと感じる。前年の案件数と比べて半分近くになるとの予測で、低調な動き出しである。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に設備投資額が追いつかない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ボーナスなどの人件費の増加、燃料費の高騰により、増収しても追いつかない。グループ各社が減益となっている（東京都）。
	x	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎年のことだが、2月は受注量が少ないため悪い（東京都）。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣から直接雇用への転換が進んでいる（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人材派遣における求人数は、3か月前と比べて20%増加し、前年同月を超えており、回復傾向が顕著になっている。2月に入り適時開示情報が出ているが、再就職支援事業における受入れが大幅に増加する見込みとなっており、インフロー、アウトフロー両方で回復傾向になっている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・時期的な要因が大きいと考えるが、年度末に向けて求人数が増加傾向にあり、数か月程度の短期間の派遣需要が増えている。業界等における偏りはさほどなく、全体的に業務量が増加している（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	採用者数の動き	・2～3月は卒業シーズンでもあり、スタッフの入れ替わりなども行われる時期になる。そのため、求人数がやや増え、採用者数も伸びる傾向にある。増員での採用ばかりではないかもしれないが、この時期を狙って採用活動を強化する顧客も多い。希望に沿った人を採用できるかは条件やタイミングなどにも大きく影響してくるが、チャンスであるなら予算を増額した上で採用活動を行うことが得策ではないか。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	求人数の動き	・クライアントの中には、新卒及び中途採用を大量に行う予定の企業が何社も出てきている。景気が良くなっている証拠ではないか（東京都）。
		職業安定所（職員）	それ以外	・バブル期の株価最高値の更新や、一部大手民間企業のベースアップ満額回答等がある。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数は増加しているものの、伸びは鈍化している。飲食、宿泊業の求人数が頭打ちとなっている。企業の採用数は増加していることから、人手不足が一服したと考えられる。ただし、介護福祉、警備、建設業などの人手不足は続いている（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・サービス業への求職者が増えてこない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・賃上げ交渉の成功率が低い（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣依頼数としては前年同月を上回っているものの、企業の人材厳選傾向は変わらず、依頼数に比例して成約数が伸びてこない（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車製造業からのエンジニアニーズは継続して高い。一方で、設備系メーカーは若干業務量が減少傾向にあり、エンジニア派遣の契約満了の話が出てきている（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は堅調に推移しているが、マッチングする求人は実質横ばいである。数字だけみると景気が良いように見受けられるが、実態としては変わらないのではないか。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		求人情報製作会社（経営者）	求人数の動き	・例年の流れだと、新年度に向けた人材補充など、中途採用や学生アルバイトの入替えニーズが佳境となる時期であるが、今年は採用方法やスタイルの変化もあり、それほど募集件数や採用人数が増えている実感がない（東京都）。
		求人情報製作会社（所長）	周辺企業の様子	・為替や株価が変化していても、特に何か変わった様子は感じない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・インフルエンザと新型コロナウイルス感染症に感染し、今月はほぼ電話営業だけだったが、予約はそこそこ入ってきているので、まあまあである。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続で減少しているが、求職者数は前年比で大きな変動はなく、就職者数も12%ほど増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・半導体、電子部品を製造する企業では回復がみえず、燃料費高騰や原材料高、物価の上昇が雇用に悪影響を及ぼしている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は様々な職種で出ているが、求職者でなかなか適当な人がいなくて困っている（東京都）。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・求人数は増える一方、求職者の求める条件も変わってきており、マッチングが難しい（東京都）。
		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・賃上げできない又は賃金上昇率が低い企業において、今年は例年と比べて年度末での退職者が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・時期的なこともあるかもしれないが、3か月前と比べて求人数が減少している。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績や、自身を含めた周囲の消費動向等が余り良くない（東京都）。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は1人暮らしの方が亡くなったという、遠縁からの依頼が多い。また、ペットの火葬の依頼も多い。ペットも家族の一員なので、今後はこういう流れになってくる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客を中心に、1月の能登半島地震の影響からの回復が思いの外、早い。コロナ禍で抑えられていた旅へ出たいという気持ちが強いとみている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・リニューアルオープン後に新規の客が増えている。アプリの新規会員増加の影響もある。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客が不要な商品を購入する機会が多くなった。デザート、お菓子等、必需品でない物の動きが良く、前年比104%程度となっている。所得が増えたことや水道光熱費等、家計に関わる費用が減ったとみている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売イベント時の来場客が増えており、供給制約の緩和もあって販売台数は増加している。
		その他専門店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・景気自体は持ち直してきている。物価も上がって安定しており、飲食店、ホテル、宿泊関係等の客の動きは、多少順調に入っている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・フリー客は少ないものの、宴会、食事会、接待等の予約は堅調である。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上は前年比で今月も110%くらいになりそうだが、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると、まだ9割程度である。前年よりは1割良いため、やや良くなっている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・バスの稼働が増えてきている。また、飲食店等に外国人観光客が戻ってきている。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・週末はファミリー層を中心に集客が増えている。降雪の影響で営業できなかった日もあったが、トータルで見ると新型コロナウイルス感染症発生前に迫るくらいに回復している。
		設計事務所（職員）	来客数の動き	・物件数は多く、1人当たりの担当件数が多くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・世間に流れる経済ニュースでは上向いていると報じられているが、商店街の人出は相変わらずゼロである。天候不順が原因なら仕方ないが、客はよほど必要な物以外は買う気がない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	販売量の動き	・今年の冬も比較的寒いため、客は外での運動を控えている。株価が良くても、スポーツ関係の商売には直接響いてこないで、穏やかな1～2月である。
		百貨店（経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、年末の11～12月は回復傾向にあったが、元旦の能登半島地震で当県も被災し、1月の消費マインドが低下した。2月はバレンタイン商戦を含め、前年のペースまで回復している。今後は地震の影響が弱まり、消費マインドが回復することを期待している。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・うるう年の1日分は大きい。天候も降雪が少なく来客数は安定している。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比18%増加、来客数は12%減少となっている。前年1月15日から2月15日までは、ばたっと仕事の注文がなくなり、非常に困っていたが、今年は定期的に仕事が入っている。今週末の3つ重なるイベントにも、100%の力で臨みたい。来客数は減ってはいるものの、外販が好調である。忙しい現状のまま、推移してほしい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数の前年割れが続いており、徳用サイズ等の購入に流れている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・段々と暖かくなり、来客数は増えてきている。ただし、寒い日や暖かい日が続かず、ムラがあるため売上の的には厳しい。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・気温によって客の購入が変動する商材があるが、最近は暖かいときに出る商材が出なかったり、寒いときに出る商材が出なかったり、天候どおりにいなくなっている。逆の動きもあり、客が何に反応して購入するのかが読みづらくなっている。売上自体は余り変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客足がまるで伸びてこない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・年々、来客数が減少し、売上が下がっている状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は目標をクリアできているが、車両販売に関しては、客と相場価格にギャップがあり、話が進まない状況にある。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・物価上昇に伴って、客単価は上がっているものの、来客数は伸びておらず、景気は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・天候不順の影響で、例年よりも来客数が少ない。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きを選んだが、全ての選択肢が当てはまる気がする。ともかく大変な年である。都会は徐々に良いと聞かすが、地方は参っている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・旅行需要の増加傾向は継続している。国内旅行は比較的高単価な旅行の売れ筋が好調である。ただし、バス旅行は低迷傾向にある。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・特に強調するような材料はない。良くも悪くも例年並みであるが、大手他社の新サービスの動向によっては、乗換えでの解約が増えていく可能性もある。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・大型スケートリンクの営業や富士山の日のイベント等、多くの催事によってにぎわっていたが、降雨、降雪等もあり、来客数は余り伸びなかった。
		ゴルフ場（経営者）	それ以外	・冬季クローズ中のため、現状の景気は判断できない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・来客数や業務発生等の電話は少ない。客は冬物処分に飛びつくわけでもなく、新生活商戦にも興味はない様子である。消費者の消費や購買意欲が全くみえず、静かな状況である。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価高で単価は上がっているものの、一時的なものであり、今後は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は増えているが、客単価が低い。余計な物は買わないという思考がみられる。今までは特に、連休前等は売上が増えていたのだが、今月の連休は平日並みである。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・年が明けてから、フリー客の動きが悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・前年秋以降、例年の85%程度の売上で推移していたが、今月は77%程度まで落ちている。3連休が2回あり、両方とも大混雑だったが、それ以外は、週末とは思えないほど閑散としており、2回の3連休に吸い寄せられてしまったのかもしれない。春節やインバウンドの動きもほとんどみられず、平日は連日閑散としている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・能登半島地震の影響をはっきりとはみられないものの、遠方からの宿泊の動きは非常に悪い。大きな被害がある地域ではないが、積極的な利用客は少ない。また、北陸応援割が発表になったことで、詳細が分かるまでは予約しない客もいるため、今月やこの先の動きも、鈍い状況が続く。
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・3か月前と比べると客の動きが悪く、予約状況も良くない。
	x	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・1月の能登半島地震の影響により、例年2月に開催される大型新年会が3件ほどキャンセルとなった。また、2月に恒例で開催されていた政治家のパーティーも、政治資金問題を理由にキャンセルとなり、外部環境の影響がかなり大きい月であった。
企業 動向 関連		*	*	*
(甲信越)		窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特注商品の受注があり、こじばらくは多忙となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が増加しているものの、部品の遅延が目立ち、納期どおりに生産できるか、不安定要素はたくさんある。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・消費者の購買意欲が減退しており、工場見学者の購入金額は減少している。
		電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・特に変化はない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・小売店を回っているが、1月が不振だったためか仕入れを控える取引先が多い。地金の高騰から、使わなくなったジュエリーを処分したいといった話は多い。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因にもよるが、受注量が少ない。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業では半導体需要の回復の動きがまだ弱い。非製造業では物価上昇分の販売価格転嫁は進んでいるものの、消費者のマインド改善にはつながっていない。
		金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・企業業績を全体で俯瞰すると、一部良好な状況にあるものの、物価上昇の影響で実質賃金は下がり、消費が低迷している。よって、変わらない。
		*	*	*
	x	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・また1軒、大手の製造メーカーが店を閉める。価格を上げると取引先から止められる可能性もあるが、上げなければ自滅してしまう。非常に厳しい環境になっている。
雇用 関連		-	-	-
(甲信越)		*	*	*
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・マスコミが騒いでいるだけで、何も変わらない状況が続く。
		求人情報製作会社（総務担当）	周辺企業の様子	・景気が良いという取引先がない。また、周辺の製造業では売上が低迷していると聞いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・ホテル関係ではインバウンド需要や大人数での宴会、会議の需要回復で、コロナ禍で減少した従業員補充のための求人増加がみられるが、利用状況はまだ新型コロナウイルス感染症発生前の7～8割程度とのことである。そのほか、好調な製造業等への派遣求人の増加がみられるものの、景気に波及する要因は余りない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・12月までは前月と比較して、新規の求人、求職共に減少傾向にあったが、1月はいずれも前月より増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料高や人手不足の傾向に変化がなく、賃上げ気運も十分ではない状況から、景気が上向き、下向きといった判断に至らない。
		-	-	-

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・公共交通機関やマイカーを利用する来客数は着実に回復している。団体旅行はなかなか戻らない。
		スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・1番近くの競合店が閉店する。また、近くに大きな公園があるため花見シーズンは売れる。新型コロナウイルス感染症への自粛の心配もない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・能登半島地震から約2か月が経過し、景気は上向いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍でほとんど止まっていた工事が前年末頃から急速に再開した。これまでできなかった工事分の発注が徐々に来るようになったので、景気は回復している。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・株価が過去最高を記録し、景気の動きもそれに追従している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・バレンタインデーの催事でチョコレート売場はにぎわっていたが、紳士フロアはそれほどでもなかった。バレンタインデー用に靴を購入する客もいて、土日になるとその下見客やネット購入で失敗したので実際に履いて確かめたいという若者が訪れた。高齢者層でも春に向け靴を新調しようと平日に来店する夫婦の客が増えており、売上は増加している。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・バレンタインデーの催事は過去最高の売上を記録したほか、海外特選ブランド品の動きも堅調に推移し、インバウンドもアジアからを中心に新型コロナウイルス感染症発生前水準まで回復してきた。一方で、食料品の一部で買い控えの動きも見受けられ、物価高に消費が追いついていない状況がみられる。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・当地のインバウンド消費は引き続き拡大しており、特に高単価商品の購入が目立っている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数は変わらず推移しているが、株高の影響があるのか、富裕層の買上金額が増えてきている。インバウンド消費も更に増えてきている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・株高の影響により、富裕層を中心に財布のひもが緩くなっている。
		スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・ドラッグストアやコンビニエンスストアの新規開店が非常に活発になっている。競合店が増えているにもかかわらず、自店の売上がそれほど落ちていないのは、好景気の影響と考える。
		スーパー（支店長）	それ以外	・株価上昇のニュースが取り上げられるたびに、感覚的には良くなっているのだろうと考えるが、残念ながら末端の現場では、目に見えるほどの景気好転はみられない。
		コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・旅行者とインバウンドの動きが引き続き好調を維持している。ほとんどの店舗が前年の売上を上回っている状況である。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・今年は特に新規採用を強化した企業で作業服を新調する傾向が高まっている。前年より2割ほど多い。
		衣料品専門店（売場担当）	販売量の動き	・高校の卒業式シーズンであることから、下旬までかなり来客が多く、今月の売上は前年比110%となった。時期的に下見客は少なくなった。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・物価高は気になるところだが、来客数は比較的安定している。	
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価高騰により、実感はないが雰囲気としては良くなっている。	
	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・宿泊は、ビジネス利用とインバウンドにより単価も利用客数も好調に推移している。レストランも、株高を背景に単価が上昇している。法人宴会も順調に予約が入っており、全般的に好調に推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊は、アジアを中心に春節で良かったが、必ずしも単価は上がっていない。夜のレストランは厳しいが、宴会は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきた。
		旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・能登半島地震の直後は、被害状況の情報も少なかったため北陸方面で予定していた団体旅行が軒並み中止になったり、行き先が変更になる事態が相次いだ。しかし、2月に入って復興支援の観点から、既存予約の北陸への旅行団体に加えて、できるだけ早い時期に北陸方面へ団体旅行を計画しようという新規客が増加している。
		旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・物価高騰の影響で旅行商品価格のみでなく航空券、バス代やホテル代等の旅行商材も値上げとなっているが、それでも旅行を計画する人は増えている。インフルエンザや新型コロナウイルス感染症も流行しているが、影響はほぼない。海外旅行の申込みも徐々に増加している。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・海外からの来園者が増加した。
		パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・各店舗で売上が増加している。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・客の声を聞くと、物価の上昇で大変だという人もいれば、旅行やイベントに出掛けたという人もいる。全般的にみると、少し景気は良くなっている印象を受ける。
		商店街(代表者)	単価の動き	・商店街への来客数は高止まりしているが、客単価は相変わらず低い。
		一般小売店[結納品](経営者)	単価の動き	・小売業では全く景気が上がっていない。
		一般小売店[酒類](経営者)	来客数の動き	・食事を提供する店では来客数の増加がみられるが、酒類を中心とするバーやクラブ等では増えていない。
		一般小売店[生花](経営者)	それ以外	・卒業祝いの花等については、前年と同程度の注文数、金額である。学校関係の注文などはなかなか値上げを受け入れてもらえないため、厳しさがある。
		一般小売店[贈答品](経営者)	お客様の様子	・法人客は堅調に伸びているが、個人客は財布のひもは固くして物価高に対応している様子がみえる。両者の動きを合わせると、全体的な景気は余り変わらない。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・目的買いが多い。好みの物や必要な物は迷いなく購入するが、何となく購入するような様子はみられない。
		百貨店(販売担当)	お客様の様子	・春節でインバウンド需要が高くなり、以降も継続的にインバウンド需要があった。テナント館の集客はイベント終了後に減少したが、購買意欲の高い客が目立ち、売上をけん引した。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・来客数は前年プラスで推移しているが、販売量には値上げによる買い控えがみられる。特に、特選ブランド品にその傾向が強い。
		スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数は増加しているようにみえるが、売上の増加には比例していない。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・チラシなどによる販売促進強化で1人当たりの買上点数は増えつつあるが、来客数が減少しており、売上が上がってこない。
		スーパー(店長)	単価の動き	・客の来店回数が変わらない。
		スーパー(店員)	単価の動き	・1月は能登半島地震の影響により、海鮮関連商材の入荷不足や買物を質素に済ませようという心理的な動きがあり、売上が伸びなかった。約2か月が過ぎ、ある程度落ち着きを取り戻して、少しずつであるが売上也戻ってきている。
		スーパー(総務)	販売量の動き	・客の買上点数が減少している。必要な物以外は買わない様子である。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・例年2月は閑散期であるが、今年は3連休が2回あったことや比較的暖かい日が多く、例年と比較しておにぎりやサンドイッチ、飲料、酒等の行楽商品が好調であった。
		コンビニ(店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が若干増えていると聞くが、ほぼ例年どおりの売上を継続している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・自店は繁華街に立地するため、夕方から夜にかけて来客数が多くなる。最近の夜の来客数は、前年比ではやや良いが、最盛期の2018～19年頃には及ばないため、まだ景気は回復途上にある。
		コンビニ(本部管理担当)	単価の動き	・売上は前年比103%である。景気が良くなった感覚はないが、継続的に前年超えが続いており悲観する状況ではない。前年比でみた売上は、自社だけでなく小売業界全体で好調である。好調の要因は、物価高による客単価の上昇にある。
		家電量販店(店員)	単価の動き	・壊れたから買換えるという最低限の購入が中心である。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・客との会話で、生活に関わる物価が高止まりあるいは一層高くなる状態が続いているため、段々と余分なものには金を回せなくなっていると聞く。購買に際して、ますます選択の目が厳しくなっている。
		乗用車販売店(従業員)	お客様の様子	・購買意欲が多少高まった印象を受ける。問合せ件数も伸びている。ただし、それに比例して販売量が良くないわけではないため、判断が難しい。
		乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・株価の高値更新など明るいニュースが出てきている。また、車両販売価格は非常に高くなっているが、客も徐々にその価格に慣れてきた様子がみられる。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・3か月前と比べて下がってはいないものの、繁忙期であるはずの2月も販売が上向いてこない。来客数は増えてきているが、車両の供給もままならず、繁忙期という言葉からは遠くなっている。
		一般レストラン(経営者)	販売量の動き	・客1人当たりの飲酒量は変わらないようにみえるが、全体的にみると販売量が少なくなっている。
		一般レストラン(従業員)	来客数の動き	・12～1月と好調だった反動が、一変して暇になった。
		その他飲食[ワイン輸入](経営企画担当)	お客様の様子	・客との話のなかでは、じわじわと上がっている物価に対する警戒感と、株高やベースアップなどで自由に使える金が増えそうな期待感が交錯している様子がみて取れる。
		旅行代理店(経営者)	競争相手の様子	・コロナ禍が明けて人流は改善しているが、インバウンドの客足は東西に比べて戻りが遅い。加えて、人手不足の影響で空港など観光を支える人材が不足している。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・受験シーズンのため家族旅行の動きは悪い。当社では北陸応援割は販売できないが、客は該当商品を期待しているようで、今は北陸方面の新規予約が入ってこない。海外旅行はハネムーンや女子旅が多い。6月開業予定の大型レジャー施設にある新しいホテルへの問合せが多い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は大手自動車メーカーの工場が停止した影響で、メインの顧客が減少した。
		タクシー運転手	お客様の様子	・駅での稼働は良いが、街中での利用客は少ない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の様子は3か月前の予算取りの時期から変わらず、周りの状況をうかがっている模様である。
		テーマパーク職員(総務担当)	来客数の動き	・1月の入園者数は目標比100.3%、前年比105.05%という状況である。12月は目標比102.48%、前年比118.37%だったので、12月と比べ減少している。気候の影響もあるが、能登半島地震の影響が大きい。阪神淡路大震災のときにも入園者数の減少がみられたため、同じ状況であると推測する。
		観光名所(案内係)	販売量の動き	・街中の飲食店が元気になり始めている。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・前年末で人気商品のキャンペーンセールが終了したが、新たに美容商品のキャンペーンを開始した。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・12月は気候が良く暖かかったため多少動きも良かったが、客層が高齢化しているため、この時期は客足が伸びない。
		美容室(経営者)	お客様の様子	・ガソリン代、電気代やガス代など光熱費の高騰が影響している。
		その他サービス[介護サービス](職員)	単価の動き	・4月の介護保険改正に伴う価格改定を控え、レンタル価格を値下げする準備を淡々と進めている。駆け込み需要等はなく、嵐の前の静けさといった様子である。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・悪い状態が変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は横ばいである。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・2月は天候が悪い日が多く、来場者が少なかった。住宅購入の後押しとなる材料もなく、動きが悪い月であった。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・悪いままで変化はない。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・繁忙期のはずが、客足が伸びていない。退去者は例年並みのため、修理の受注状況は良い。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・2月に入り来客数も販売量も減少している。特に今年は暖かく、冬物商材の消費が伸びなかった。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比90%台前半で推移している。週末でも同様の傾向である。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・土日の来客数はますますであるが、平日は落ち込んでいる。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数が減っている。店の雰囲気もにぎわいがなく静かである。年末年始に購買意欲が高くなった反動で、買い控えをしているように見受けられる。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・客単価及び買上点数が少し下向きである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・能登半島地震の影響か、インバウンド消費が活発化しない。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は微減であるが、客単価は約50円下落で下げ幅が大きい。カテゴリーでみると商品券やカード類の好調により、この程度で済んでいる。もしこの伸長がなければ、客単価はより下落傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数が少ない。来店があっても、試着はするが購入に至らないことばかりで、このような状況は今までなかった。
		衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・競合他社の話では、来客数、客単価共に下がり続けている。前年比2割ほど下がっているようで、当社でも同程度下がっている。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・白物商材の動きが悪い。冷蔵庫は、販売数は前年クリアだが500リットルクラスが売れず、安い300リットルクラスにシフトしている。洗濯機も、単価の低い小型の商品にシフトしている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は変わらずそれなりにあるが、暖房商品や生活家電の動きが悪く、家電全体での販売台数が伸びなかった。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年、前月と比較して減少している。生産停止の車種が半数を占めており、車が欲しくても希望の車が購入できない。生産再開のめどが立たない車も多数あり、購入した客にも迷惑を掛けている。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・最近の物価高、政治への国民の不信感や異常な株価の高騰で、この先、かつてバブルがはじけたときのような大きな出来事が起きないかと不安を抱いている人が非常に多い。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	来客数の動き	・例年どおり雪の影響もあったが、それ以上に能登半島地震、政治資金問題、物価高騰など社会情勢に対する不安の影響が大きい。来客数が減少して購買単価も下落し、結果的に売上が減少した。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・11～12月は前年比で好調だったが、年明け以降は能登半島地震や航空機事故の影響で消費が冷え込んでいる印象を受ける。今月に入ってから、予約数の伸びも停滞気味である。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍が明けて客は戻ってきているが、物価高騰により旅行に対する支出が少ない。消費は必要最低限という様子である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の制限が緩和されて、一時的には良くなっていくように見受けられたが、本当に一時的で、段々と客の動きが低迷している。2月という时期的な影響もあるかもしれないが、出足が悪くなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・年末年始は少し持ち直してきたようにみえたが、ここに来て新規契約数は伸び悩み、解約数も増加傾向である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・2月は寒くゴルフ場にとって厳しい時期であるが、初旬は温暖な気候で入場者数は好調に推移していた。しかし、中旬以降は突然の雪によるクローズや雨天続きの影響が大きく、予算、前年比共に未達で終わる見込みである。11～1月にかけては好調に推移してきたため、それと比べるとやや景気は悪くなった。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・余り来客がない。
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは景気の良くなるような話は聞かない。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・一部の建売業者は土地を購入している。
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・年明けからまた材料費が上がったが、販売価格に転嫁できずますます利益を削ることになり、経営を圧迫している。トンネルの向こうに光が見えない。
	×	コンビニ（店長）	お客様の様子	・天候に恵まれなかったことを加味しても、来客数、単価共に著しく悪化した。元々2月は月間売上が最も低いが、恵方巻き、バレンタインデー、人気の加熱式たばこが販売解禁などの好要因があっても数字を押し上げるには至らないほど、節約傾向が顕著である。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・大手自動車メーカーの不正問題による生産停止がいまだ続いている。貨物車は再開のめどが立ってきたようだが、乗用車はまだ先行きが不明である。決算月にこの状態では、非常に厳しいという言葉以外にない。コロナ禍でも経験しなかった非常事態が、現在も続いている。
×	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・競合他社でも売行きが悪く、値下げしても売行きは悪い状況である。	
企業 動向 関連 (東海)		-	-	-
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・1年半以上停滞していた半導体関連の生産が回復してきたので、若干景気は上向いてきたが、磁石素材や単結晶製造関係は低調なままである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の効果が出ている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月末に向けて、通常の3倍程度の受注があった。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・建設業での受注は順調だが、人手不足で受注にも影響が出ている。また、2024年問題に対応するため、休日対策など働き方改革を実施している。住宅販売では、年度末を迎え例年どおり繁忙期となり、2月は来場者数が伸びて成約件数も伸びた。
		輸送業（エリア担当）	取引先の様子	・取引先の受注は、季節変動を考慮しても、とても好調に推移している。
		通信業（総務担当）	それ以外	・株価の最高値更新がニュースで大々的に報道され、人々の気持ちに明るさが芽生えてきたように見受けられる。市内のホテル前には観光バスが停留する風景が頻繁に見られ、観光サービスにも需要が増えているようである。ただし、食料品の物価高は、毎日の購買品として暗い材料になっている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・給料は上がらないものの、不動産業や製造業など様々な業種で販売量、生産量が増加しており、各業界が全体的に盛り上がっている。
		会計事務所（職員）	それ以外	・舞台のチケットが取りにくくなっている。発売開始直後から販売サイトにはつながらず、結局取れずじまいのことも多い。娯楽に金を回せるようになっていく。
		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・物価上昇に伴い消費者の選択基準はますます厳しくなっている。価格に見合った価値を訴求できていない商品は間違いなく消滅するという危機感を持つ。
		化学工業（総務秘書）	それ以外	・前年からの物価上昇は誰もが感じているところだが、賃上げも労使合意の元に進んでおり、金の循環を生んでいる。株価が過去最高値を更新し、何もかもが高い状態は景気が良好なのだろうというムードを作っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・株価は上昇傾向にあるが、物価高に収入の増加が追いついていないため、個人向けの商品は大幅な売上増加には至っていない。業務用の商品は、若干の売上増加がみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ半年以上は、ピーク時の3割減少で横ばいが続いている。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・株式市場は過去最高値で湧き上がっているが、株式投資をしていない人には関係がない。国の施策にも、景気回復の具体的な提案がみえない。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からは客の予算が余っていて追加で受注があったという話を耳にするため、仕事量は増えているように見受けられる。ただし、飽くまでも予算内での追加受注にすぎず、景気拡大にはつながらない。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・広告費、人件費や燃料等のコスト増加に対して、これまで価格転嫁に応じなかった荷主が交渉のテーブルにつくようになってきた。ただし、大半は予算化されていないや新年度から前向きに検討するといった回答が多く、待たなしの状況は理解されておらず、厳しい状況に変化はない。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量自体はやや減少しているが、昨今の物価上昇の波に乗り価格交渉が比較的進んでいるため何とかなっている状態である。世間では仕事を受注するために値下げしている同業他社もいると聞くので、受注量の減少にも関係しているかもしれない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一部地域では賃金の上昇や受注量の増加に伴い景気回復の兆しがみえるが、その他の地域においては鈍化傾向である。全体の底上げにはつながらっていない。
		輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・関東の同業他社と話したところ、小規模の会社では、様々な仕事の依頼はあるものの、常にドライバー不足がネックとなって断るケースが多いとのことである。景気が良いから仕事があるわけではなく、どこにも断られて泣きつかれている状況である。
		通信業（法人営業担当）	それ以外	・物価上昇の鈍化や年金運用の黒字など良い傾向もみられるが、いったん上がった物価はなかなか下がらず、庶民感覚としては微妙な状況である。
		金融業（従業員）	それ以外	・日常生活では物価の上昇が続いている。新卒者の初任給には引上げの動きがあるようだが、まだまだ会社に勤める人の給与は引き上げられず、引き上げられても上げ幅は小さい状況である。
		金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業では、原材料等の原価上昇を販売価格に転嫁できていないことから利益が減少している企業も多い。そのため、従業員の賃上げも十分にできておらず、当面は現状の景気が続く。
		不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも晴れの日が少ないが、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。今月も売上は前年を上回る状況となっている。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・客先の企業も日用品を中心とした様々な商品値上げの影響を受けており、紙媒体等の出稿量の減少がみられる。
		その他非製造業【ソフト開発】（経営者）	受注量や販売量の動き	・世間では景気が良くないといわれているが、当社は良いまま変わらない。大手企業では円安の恩恵をかなり受けている様子である。円安は当分の間変わらないため、設備投資のニーズが続き、自社にも要請がきている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注が急激に減少している。暖冬の影響が青果物関連も減少している。全般的に景気はやや悪い。
		化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料の需要は、徐々にではあるが回復傾向にある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売数量が減少傾向である。
		金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料のみならず諸経費が高騰するなかで、価格転嫁交渉が思うようには進まず、進捗案件は利益率の低下が著しい。
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米国、欧州、アジア、全ての市場において、自動車向け設備投資の引き合いが少ない。設備投資に対して慎重になっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・コロナ禍が明けても客先業界の景気は元に戻らず、設備投資が少ない。さらに、部品の原価が上がりそれを売価に転嫁できないため、とても大変な状態である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞購読者と折込広告は微減が続いており、回復する兆しが無い。
		公認会計士	取引先の様子	・物価上昇による売価への価格転嫁も一巡し、更なる値上げは中小企業にとって難しい状況である。中国経済の景気後退も影響し、中国との取引がある企業は収益が悪化傾向にある。自動車産業でも、大手自動車メーカーの不正問題に伴う操業ラインの停止などにより、関連企業で売上の減少がみられる。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に減少傾向にある。通常よりも10%ほど悪化している。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての客先業界が下降しているが、ロボット、液晶、印刷機では減少傾向が顕著で、目標を15～20%下げの見込みを立てている。自動大量生産機器については、中国の景気悪化に伴い受注残が積み上がっている。
雇用 関連 (東海)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・キャリアの棚卸を促すCMの影響か、年末までは転職意欲の低い応募者が多いように見受けられたが、真剣に転職を考える求職者が増加している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・決算期に向けて、企業の動きが活発である。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・エンジニア稼働率は高水準を維持している。営業拠点から入る客の引き合いでも求人数は増加しているため、取引先企業はより積極的な人材投資を計画していると考えられる。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・株価が史上最高値を記録するなどポジティブな情報はあがるが、実生活において景気回復を実感するまでには達していない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末の時期的な影響で、求人数は3か月前と比べれば増加しているが、前年同月比でみた伸び率が低い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・過去最高の株価やインバウンド復活などの要素があるが、地元の経済には、特に上向く雰囲気はない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べ、全体的な求人数は微増であった。金融保険業、医療福祉、サービス業では若干増加がみられたが、その他の業種では減少がみられた。なかでも建設業、情報通信業、卸売・小売業では10%以上の減少となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月比での求人数の減少傾向と求職者数の増加傾向は変わらない。株価上昇が雇用に与える好影響はみられない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・例年のトレンドと変わらず、年度末に向けた採用充足で企業側、求職者側共に意欲が高まっている。一方で、4月以降の組織体制に鑑みて部署異動による充足や配置転換等を検討する企業も増えている。
		人材派遣業（営業担当）	それ以外	・政治資金の問題など課題山積の政治に対する不安が、周辺企業だけでなく個人レベルにまで影響しており、誰もが不安を抱える社会になっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・年末が良かった分、やや悪くなった。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	それ以外	・この地域においては、昨年起きた大手自動車メーカーの不正問題はさほど大きな影響がなかったが、新たな大手自動車メーカーの不正問題の影響は大きく、出荷停止が開始された。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・産業全般において求人数が減少傾向にある。また、求職者の約2割が65歳以上の高齢者となっており、物価高などが高齢者世帯の生活に大きな影響を及ぼしている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では、原材料やエネルギー価格の高騰が収益を圧迫し、求人募集を控えている。また、在庫調整による受注減少や海外情勢の先行き不透明感により、求人数が減少している。飲食業、小売業では、人手確保に積極的な反面、燃料価格の高騰によるコスト増加分を価格に転嫁できず、雇用拡大に慎重となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・主要産業分野での新規求人数は、前年同月比でほぼ減少傾向にある。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (北陸)		一般レストラン（統括）	来客数の動き	・元日の能登半島地震の影響により、北陸は一時的に来客数、売上が大きく減少したが、2月からは支援活動の活発化で復興ムードが高まっている。被災しなかった人による地元応援意識が強まり、2月は客の消費行動が活発である。また、例年より暖かく、雪がないことも活動の活発化に寄与しているとみている。
		都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・能登半島地震による災害支援関係者の宿泊により高稼働となっている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・1月に起きた能登半島地震でタクシー事情が変化している。保険会社が家屋被害調査にタクシーを利用しており、1日に30～40台のタクシーが能登方面に向かっている。そのため夜の街が手薄になり、夜は全体としてタクシー台数が少なく売上が上がらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントの人出が回復している。当商店街での能登半島地震の影響は薄れてきている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・美術館の一部が開館し、少しずつ客足が戻りつつあるが、能登半島地震の影響もあり、全体で見ると相変わらず静かな雰囲気が漂っている。元々観光のオフシーズンということもあり、売上自体は前年並みを達成できたことは喜ばしいことである。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・需要期になってきたため、土日の来店が多くなっている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・バレンタインの催事や物産展といった企画の来客数が増え、ふだん買えないスイーツや期間限定の弁当などが売れている。外食の代わりに自分への御褒美といった声が多く、プチぜいたく気分で購入をする客が多く見受けられる。
		コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・能登半島地震の影響で、前月の来客数は大苦戦したが、今月は右肩上がりに回復基調となっている。北陸新幹線の延伸を目前にした気運の高まりも感じている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・元日に能登半島地震が発生し自粛ムードがあったが、活力をつける意味から消費に前向きさも出てきている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・給湯省エネ2024事業の対象期間内であるため、先行して省エネ型給湯器の買換えが増えている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入り来客数が減ってきているが、高級ボトルをキープする客がいたため売上は少々増えている。一方で、仕入価格などの経費が上昇している。中小企業の関係者からは、人手不足や給料アップにより経営面の厳しい話題が多くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・能登半島地震直後は宿泊、宴会、レストランの全部門でキャンセルが相次いだ。現在は宴会部門以外は徐々に予約が戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前から比べると2割減少している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震による家屋の修繕工事が一段落し、新築や中古住宅を購入してリフォームするなど工事が増えていることに加え、分譲住宅を購入する人も出てきている。小さな仕事から徐々に大きな仕事が増えたとみている。
	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・住宅展示場への新規の来場者数が3か月前と比べ、20～30%程度増えている。能登半島地震による現状の建物に対する不安が来場を後押ししている印象を受ける。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・前年同月と比べて売上は悪く、乗客数も全く伸びておらず厳しい状況が続いている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・能登半島地震発災以後、1月は観光客が激減し街中は閑散とした状態が続いていた。しかし、2月に入って日を追うごとに通常に戻りつつあり、2月の店全体の売上は前年を超えている。特に春物衣料品の動きが好調で、被災地から市内のホテルに2次避難している被災者が衣料品を購入している。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・能登半島地震の影響や気温変化の激しさにより、セール商材を含めて高単価の冬物商材が苦戦する一方、気温が高いと春物商材に動きが出ており、不安定な売上が続いている。就職や入学、卒業などの祝い事関連や旅行商材などは好調に推移している。2月は天候不順で遠出が少ないためか、週末の百貨店に客足が向いているようである。特に、食催事では来客数が増加している。しかし、目的とする商材以外の購入は少なく、全体としてはやや低調傾向が続いている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は横ばいである。食品などの値上げも一時に比べて落ち着いてきている。前年より1品単価が上がった分で客単価は上昇しているが、客の購買数量は落ちていない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上が悪い状態は変わらない。食料品の販売量が例年より減少し、デザートやイベント商材などの利益率の比較的高い商材も値段が高騰しているからか、売れ残りが目立っている。廃棄や値下げで対応しているため余分な経費が掛かり、売上減少以上に利益が圧迫されている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年この時期になると販売量が多くなるが、今年は思うようには増えない状況が続いている。新車価格が高くなっているからか、購入に対して慎重な様子が出がえる。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・受注停止の車種が複数あり、例年であれば最需要期となる2～3月であるが、新車の販売面では来客数も含め、余り活気がみられない状況となっている。
		自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・今月は天候が比較的穏やかで、冬季用品の販売量は平年と比較して大幅に減少しており、車販売についても厳しい状況となっている。しかし、買取り査定依頼は増えており、免許返納等の理由もあるが、車両を維持する負担低減のための売却もみられる。
		住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数に大きな変動はないが、相変わらず客単価や販売点数は伸び悩んでいる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・テレビでは株価が最高値を記録したなど景気の良い話をしているが、実際の暮らし向きは停滞している状態である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・天候が安定していることから来客数は堅調に推移しているものの、買上状況については業種により好不調が分かれている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行のオフシーズンに入ってから横ばいである。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せの内容に変化がない。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に契約者数が前年同期から若干下回っている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・契約件数や解約件数に大きな変化はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・会社の業績の良しあしが浮き彫りになっている。多くの客にとってローン金利、物価、住宅価格それぞれの上昇が続き、身の回りの景気が良くなった感覚はない。新築住宅の受注については同業他社との競合が激しくなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日もあれば、一転して平年並みの寒い日もあり、寒い日は極端に入出が減っている。寒い日が続けば寒さに慣れてしまうが、今年は天候不順に泣かされている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品の値上げだけでなく、能登半島地震の発生により景気が後退している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・能登半島地震による避難や断水の影響があり、明らかに来客数が減少している。また、財布のひもも固く、安価なスーパーマーケットやドラッグストアへ客が流出している様子がみ取れる。
		スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・都市部と異なり、地方では賃上げ等の実情が厳しい状況である。物価上昇は浸透しているとはいえ、買上点数の減少が顕著である。商品カテゴリーごとに他の小売業態店舗への客の買い回りが更に加速するとみている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震の影響は少しずつ収まってきているが、来客数はまだ戻っていない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震の影響がまだ続いており、購買意欲を押し下げている。
		家電量販店（本部）	販売量の動き	・省エネ家電購入のための補助金による反動が大きい。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・能登半島地震の影響や北陸応援割が3月から開始されるということで、2月に予約が入っていた客のキャンセルや外出控えが発生し、新型コロナウイルス感染症発生前の6割程度の売上になっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・北陸を襲った能登半島地震の影響で観光客が激減し、交通事業の柱になる部分の収益が減っている。しかし、物流は動いているため、これから良くなっていくと考える。
		その他レジャー施設【スポーツクラブ】（総支配人）	競争相手の様子	・市内の大手競合店舗が能登半島地震被害の影響で2月末で閉店し、撤退することが急ぎょ決まった。同事業所の別の建物で子供水泳教室は継続するということが、大人の利用場所がなくなる。また、当社でも3年前に開業した特化型ジムを2月末で閉店するため、フィットネスクラブ全体としてのイメージダウンを避けたい。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ半年間ほど連続して来客数が前年を割り込んでいる。物価高から客の来店サイクルが長くなっていることが要因の1つと考えている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・能登半島地震の影響で、景気がやや後退していると考えられる。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・能登半島地震以来、観光客の動きは悪い。北陸応援割が始まるまで、旅行を控えている。
	×	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登地区は能登半島地震により多大な被害を受けている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・能登半島地震の影響によるキャンセルや風評被害の拡大により、来客数が大幅に減少している。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-	-
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が少し増えている。
		建設業（経営者）	それ以外	・市内の飲食店街に人が戻ってきている。
		通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・景気的好調に後押しされ、受注量は増加している。金額の大小関係なく、設備投資も積極的である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注動向に変化がなく、相変わらず悪い状況である。新製品の引き合いに関しては、若干増加傾向にはあるが、新規注文にいまだつながらない状況である。
		輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・企業間の物量が前年比でマイナスが続いている。
		司法書士	取引先の様子	・駅周辺では相変わらず各種工事が進んでいるが、取引先の話では受注原価や人手不足など、経営状態について厳しいという話をよく聞いている。
		繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震により半数を超える繊維事業者が被害を受け、一時稼働停止を余儀なくされた事業者も多い。
		金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・小売業等で能登半島地震の影響による一時休業や修繕対応のため業績の下振れがみられる。
		税理士（所長）	取引先の様子	・能登半島地震から2か月がたち、一時的に落ち込んでいた飲食業、小売業はほぼ回復しているが、全体的にまだ静かな様子である。
	×	食料品製造業（経営企画）	それ以外	・能登半島地震で被災した工場の製品については製造も販売もストップしたままで、復旧を急いでいる状況である。
	×	金融業（融資担当）	それ以外	・能登半島地震の影響により、製造業や飲食業、観光業が低迷している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者や個人客から活発な話を聞かない。
雇用 関連 (北陸)		-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・2025年卒の学生を対象とした企業説明会などを実施しているが、参加企業からは人材不足のため良い学生がいれば積極的に採用したいという声が多かった。インターンシップへの参加など就職活動の早期化が進み、既に内々定が出ている学生も多いようで、中小企業を中心に採用活動が最も活発化する時期となっている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数は増えも減りもしていない状況である。求職者数も同様に減りも増えもしていない。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・職業安定所に求人を出している企業から、なかなか紹介がないため民間紹介会社にも求人を出すという事案があったことから、人手不足がずっと続いている様子である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・北陸新幹線の敦賀開業に向けての求人は見受けられるが、全体的に求人数の微減が続いている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・能登半島地震により、避難者や休業者の問合せや雇用保険の手続が多くなっている。
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関連、ゴルフ場共に、客の入りは良くなっている。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・2月に入り、春節に伴うインバウンドの来店が多くみられ、全ての店舗で売上が大きく伸びている。特に、都心店舗でのインバウンド効果は大きく、ラグジュアリー商材はこの1年で最も好調となったほか、化粧品関連も130%と大きく伸びている。うるう年による営業日数の増加もプラスとなり、国内消費も2けたの伸びとなっている。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・これまでの価格改定にもかかわらず、特に輸入高級ブランドは絶えず入店待ちの列ができています。服飾品を中心に、かつての水準を上回る商談が活発に行われている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・2月は春節があったほか、3連休もあったため、計画よりも販売量が伸びた。インバウンドだけでなく、国内客の動きもかなり活発となっている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援による反動を心配していたが、全く落ち込みが感じられないほど需要が戻っている。企業の団体旅行も活発になりつつある。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9615円と、3か月前の8314円よりも上がっている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客の購買意欲が少し高まっている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、店頭売上は販売量の増で前年比1.6%増となっている。特にイベント時には大きく販売量が伸び、節分当日の売上は15.4%増となるなど、非常に好調となっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・外出機会の増加に伴い、化粧品や衣料品の売上が好調となっている。一方、宴会や外食の増加で総菜関連の売上は減っているが、単価の高い食品以外が好調なことで、売上全体は伸びている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・バレンタイン商戦は好調であったほか、リニューアルオープンしたレストランを中心に、好調に推移している。また、インバウンドも春節に伴う観光客の増加で好調となり、来客数の増加と売上の拡大につながっている。
	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・インバウンド需要が堅調に推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・能登半島地震による消費意欲への影響が徐々に改善傾向にあるほか、春節による訪日外国人の増加が顕著となっている。バレンタイン商戦でのモチベーション需要も好調に推移しており、国内景気が上向く一助になっている。
		スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・客単価が少し上がったほか、来客数が前年比で約105%に増えたため、売上の増加につながっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・例年2月は販売量が少ないが、今年はやや良くなっている。この調子で春に向かってほしい。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・円安による海外からの旅行客の増加で、インバウンド関連商品が大きく動いている。調理家電や理美容家電などのほか、温水洗浄便座などがよく売れている。
		乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・株価が過去最高値を超え、富裕層の含み益が増えている。今後は徐々に購買意欲が高まり、景気が上向くと予想される。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震から1か月が過ぎ、客が外出を控える動きも収まったため、昼の売上は1月よりも伸びている。
		都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・客室単価や稼働率が上昇しており、今後も僅かながら上昇の見込みである。
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宴会の利用は回復に向かっているものの、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染が収まらないこともあり、レストランはディナー帯の集客に苦戦する状況が続いている。
		都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・春節に伴う予約は予想を下回る状況で、かつてのような早期受注はみられなかったが、個人旅行のWeb経由の受注は順調に推移した。ターミナル駅の近隣ホテルは稼働率を重視するか、単価を重視するかではっきりと2極化しており、当館は単価を重視したことで目標以上の売上となっている。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加がみられるなど、レジャー消費の底堅さが感じられる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・中国からの団体客は来ていないが、台湾や韓国を中心とした団体客や、東南アジアからの個人客などのインバウンドが、引き続き好調に推移している。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	来客数の動き	・公共の体育施設の指定管理業務を行っている。健康志向の高まりや、各種スポーツ大会の報道の影響で、利用者が増えている。
		美容室（店員）	来客数の動き	・行事が増えることで、予約の動きも増えている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・地価が高止まりするなか、購買意欲は上昇している。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・売上は前年並みであるが、2019年と比べると90%程度で推移している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上のペースは3か月前とほぼ変わらない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・パーゲンセールが終わって、客足が鈍っている。一方で、春物衣料の動きはまだみられない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・今月も前月と同様、販売量の動きが芳しくない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標が達成できそうである。ただし、好調な商品はラグジュアリーブランドなどの高額商品が中心であり、ボリューム商品は依然として厳しい状況にある。一部の富裕層やインバウンド需要が好調で、売上进行き引している一方、大半の客は積極的な購入を控えており、全体的に良い状況とはいえない。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの動きは、春節前に少し落ち込んだものの、春節休暇の3日目辺りから売上が大きく拡大し、2月後半も好調が続いている。また、外商を除く国内売上も比較的堅調な動きとなっている。その一方、外商売上は店頭での売上が少し厳しい状態となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・コロナ禍の収束以降、堅調に回復していたインバウンドが前年割れとなり、苦戦している。前年にラグジュアリーブランドの値上げが重なり、駆け込み需要が増えたことが要因である。国内客は暖冬の影響で防寒用品は苦戦したものの、富裕客向けのイベントなど、なじみ客対応を強化したことが奏功し、前年の実績を上回っている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・1月の傾向や雰囲気からは、良い方向に進んでいると感じたが、2月に入ってからは販売量の動きが鈍い。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ここ数か月は、客の動きに大きな変化はなく、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザによる消費への影響もみられない。インバウンドの動きによる大きな影響はないが、前年を上回る推移であり、化粧品や高級ブランド品に動きがみられる。一方、福袋やクリアランスセールへの盛り上がりは低調であり、食料品の福袋は人気であるが、ブランド品の福袋に従来の勢いはみられない。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内の中間層を中心とした消費動向は、ふだんは節約消費が続いているが、単価上昇の影響もあり、節分やバレンタイン関連などのイベント消費は好調である。また、インバウンドは中国の春節に伴う消費が増え、富裕層の消費も宝飾品や時計が好調を維持している。
		百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数は年末年始から増加を維持しているほか、インバウンドも過去最高の売上となるなど、好調が続いている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が引き続き前年を上回っており、店全体で大きな比重を占めるに至っている。ただし、国内客の売上は、海外ブランド品の高額品は好調ではあるものの、中間層による婦人服、紳士服の売上は低調であり、本格的な回復とはいえない状況である。
		百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きは引き続き好調であるが、値上げの影響で国内客の売上の伸びが弱い。3か月前から状況は変わっていない。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・能登半島地震による消費マインドの委縮は少し回復したが、暖冬の影響で、高額な冬物商材はセールが始まっても動きは鈍い。また、不安定な天候の影響で、春物商材の動きも良いとは言いがたい。インバウンドは春節の到来で中国人観光客が一時は増えたが、買物の動向は、自分のために必要な商品だけを購入する形に変化している。いわゆる爆買いは完全になくなるなど、中国経済の軟調さが実感される。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数は1月が前年比で108.8%、2月が107.1%と微増の傾向であるが、店頭の商品単価は下がっている。婦人服や紳士用品の売上はやや増加傾向にある一方、婦人用品などの身の回り品が、値上げなどの影響で苦戦している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・同じ商品でも、少しでも安価な見切り品や特売商品が売れる傾向にある。物価の上昇に収入が追い付いておらず、1人当たりの購入単価が戻らない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・大型ショッピングモール内で営業しており、天候の影響を受けにくいので、来客数は前年並みを維持しているが、食品や衣料品、生活雑貨では売上が伸びていない。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・天候の影響で月前半は暖かい日が続く、野菜の値段が下がっている。また、春野菜も早い時期から並び、よく売れている。月後半に寒さが戻り始めてからは、鍋物野菜が売れたものの、値段が上がったことで厳しくなっている。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、大きな増減はない。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の乱高下や、雨の多さなど、天候に左右されている部分は大きいですが、全体的に売上は堅調に推移している。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・インフレ傾向の継続で、価格に更に敏感になっている。目玉品のチラシが出た日に売上が偏っており、価格に左右される傾向が高まっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の収束以降、来客数は増加が続いてきたが、企業や学校、ホテルの動きが正常に戻り、かつての購買動向に近づいてきたため、増加傾向は落ち着いている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・行動範囲が広がるなど、消費者の動きは活発になっているが、全てにおいて景気が良いとはいえない。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量、客の様子共に、過去数か月は大きな変化がみられない。値上げで価格が高くなったという声はあるが、買い控えの動きは今のところ余りみられない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・売上や来客数に大きな変動はないため、景気に変化はない。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年2月は来客数が最も少なくなるが、今年は旅行者が多く、3か月前と同じ水準となっている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・余り変化はみられず、来客数も安定している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・1月よりも来客数は増えているが、3か月前と比べると停滞感がある。客単価も横ばいのため、売上も良くない状況である。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・3か月前は繁忙期であったが、現在は閑散期であり、売上目標を達成できない日もある。また、来客数は日によるばらつきが大きい。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・明確な理由は見当たらないが、客の購買意欲が下がっている。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・冷蔵庫や洗濯機、テレビなどの耐久消費財の買換えが進まない。物価の上昇や外出関連の消費など、客の意識が商品の購入に向いていないと感じる。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・コロナ禍の収束以降、購買が減少している。モノを購入するよりも、旅行や体験にお金を使う傾向に変化している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や販売数は横ばいであり、インターネット販売も問合せが減少している。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・富裕客の増加傾向に変化はないが、商談に要する時間が伸びているなど、キャッシュフローの改善につながっているわけではない。
		その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・インフレの影響が続いており、値上げを行っているため、購入量が減っている。
		その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・株価は上がっているが、客の様子からは、景気が良くなっている印象は受けない。
		その他専門店【ドラッグストア】（店員）	販売量の動き	・客単価は高めで推移しているが、雨の多い月となったため、売上は厳しい。テナントの改装準備により、客足が遠のく様子もみられる。全体的に、客はなるべくクーポンを使った、割安な買物を求めている。
		その他専門店【ガソリンスタンド】（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は全国的に微減で推移している。コロナ禍の影響もなくなり、アフターコロナの行動パターンが定着したと感じる。
		その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・株価が上がっても円安は高止まりの状態が続いており、購買意欲の高まるきっかけは見当たらない。
		その他専門店【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・感冒薬などの医薬品やカウンセリング化粧品は順調に動いているが、食品や日配品といった生活必需品は横ばいが続いているほか、日用雑貨や健康食品は減少となっている。3か月前と比較して、買上点数は減少しているものの、客単価や商品単価は上昇している。
		その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	販売量の動き	・受電数は増えているが、ほとんどが問合せの電話で、受注自体は減少している。
		その他小売【ショッピングセンター】（総括）	販売量の動き	・販売額は前年比で微増となっているものの、客単価は下がっている。来店の動きはみられても、消費は抑えめという印象を受ける。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・景気は回復傾向にあるものの、今月は天候不順の日が多く、客足の安定しない日が多い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・同業者も同じであるが、飲食業界では相変わらずの人手不足と不安定な売上が続き、当店も例外ではない。春節などの休暇でインバウンドが動いているが、多少の恩恵はあるものの、利用者の比率は国内客が圧倒的に多い。国内客は、前年との比較では宴会需要が少し増えたものの、来客数や売上は横ばいである。
		その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・インフルエンザが流行しているが、新型コロナウイルスの感染も広がっている。ただし、世の中は通常の動きに戻っている。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震以来、富裕層による宿泊の動きが極端に鈍っており、現在も続いている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・閑散期ではあるが、インバウンドや受験関連の需要は安定しており、レストランも週末を中心に集客できている。
		都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・来客数は上向いているが、単価は低下傾向にある。
		旅行代理店（店長）	来客数の動き	・特に平日は、1日中落ち着いている日が多い。北陸応援割への問合せは多いが、Go To Travel キャンペーン以降、旅行は割引ありきという客が一定数みられる。インバウンドも今年に入って低迷が続いており、回復には至っていない。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・株価の上昇などで、資産を持っている人は財布のひもが緩みそうであるが、中間層以下は賃金も上がらず、厳しい環境が続いている。また、その実感があるため、なかなか旅行にお金を使う気にはならない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前から、総販売数に大きな変動はない。
		通信会社（役員）	それ以外	・景気に大きな変化はない。キャリアの代理店手数料に変化はなく、客の来店状況も例年並みである。
		テーマパーク（職員）	お客様の様子	・景気の見通しが暗いため、何となく客の買い控えが増えている。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	販売量の動き	・イベント等の開催は順調で、前年並みの動きとなっているほか、外国人観光客も増加している。
		その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・インバウンドは好調な一方、食品は値上げによる買い控えが続くなど、プラスとマイナスがきつ抗している。
		美容室（店長）	来客数の動き	・今月はまずまずの動きとなっており、特に良くも悪くもない。
		美容室（店員）	単価の動き	・単価は高水準の動きが続いている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	それ以外	・世間的には景気が良いといわれているが、物価の上昇に対して賃金の増加が追い付いていない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・建築単価の上昇等により、消費者の購入マインドが低下する傾向が続いている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲物件の販売状況は、高価格帯では堅調な動きがみられる一方、低価格帯物件は動きが鈍くなっている。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・3か月前と比べても、状況は特に変わっていない。どちらかといえば、低い水準での横ばいが続いている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・今月は2度の3連休があった割に、来客数はそれほど落ち込まなかったが、来店目的がほぼ電池交換であったため、客単価は低かった。他店との比較のため、事前に価格を聞かれることが多く、全体的に客の余裕がない。株価が上がって恩恵があったという話は、誰からも1度もない。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・コロナ禍からの回復の動きもやや一服し、回復のペースが鈍化している。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・客の購買行動をみると、価格への感度が高まっている。
		スーパー（社員）	販売量の動き	・来客数の増えている店が多く、商品単価の上昇も続くなか、1回当たりの買上数量は減少している店が多く、売上は伸び悩んでいる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品の価格が全体的に10%上がっているにもかかわらず、購入単価が10%ほど落ち、売上は3%ほど減っている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・暖冬の影響もあり、給湯器やエアコンの動きが悪い。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、客の動きが内向きから外向きに変わり、店舗に足を運ぶ客が減少している。旅行や行楽地、飲食店などに出掛けて、お金を使っているのが現状であり、家電量販店は厳しい状況である。
		一般レストラン（企画）	販売量の動き	・来客数の動きに変化がみられる。土日の営業に大きな変化はないが、平日の来客数が減少している結果、販売量の減少につながっている。
		一般レストラン（店主）	お客様の様子	・正月も過ぎて、にぎわいが一段落している。インバウンドも少なく、天候も良くない。
		都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・稼働率が全体的に落ち込んでおり、訪日客の利用も同様に落ち込んでいる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらずの物価の上昇に加え、タクシー料金の5000円超過分の半額割引が前年6月に廃止となり、実質値上げとなったため、需要は冷え込んでいる。まずは消費者の給与が増える必要がある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年2月は落ち込む時期であるが、今まで以上にホテルでの利用が減り、駅での待ちの時間も長くなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費の上昇により、利益が圧迫されている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年の4月から販売を始めた新商品の売上が落ちてきており、折込チラシの反響も少なくなっている。また、他社が集合住宅向けのテレビサービスを始めたことで、オーナーから解約を示唆する問合せがきている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・輸送費などの高騰による、建築コストの上昇が止まらない。
		住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・物価の上昇による販売価格の値上げで、展示場への来場者数が少し減っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の影響で、洋服を見に来る動きもなく、必要最低限の支出のみという状況である。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月に入ってから来客数が減り、売上も減少している。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・年度末も近いせいか、価格が低下するケースが以前よりも多くみられる。また、急ぎの購入以外は、決定までに時間の掛かる傾向が更に強まっている。
企業動向関連		*	*	*
(近畿)		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・非常に厳しい業界もあるが、好調になってきた業界に押し上げられ、全体的な景気はやや良い状態となっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せ件数、注文個数、受注案件数が増えており、一時の在庫調整は落ち着いた感がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体関連のうち、特に半導体製造装置は好調が続いており、好業績は10年以上続くとみられている。当社は半導体分野を得意としているため、その恩恵を感じている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・これから取扱商品の需要期に入る。
		輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注や照会が増えている。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設現場への納品が増えている。特に時間指定のある納品が多いため、車両が必要となり、稼働台数が増えている。
		金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の出荷量は安定しているが、価格の上昇による生産調整の影響で順調とはいえない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・原材料価格や経費の上昇分を販売価格に転嫁できず、利益率が10%ダウンしている。売上を確保するため、販売時点での値引きに対応しており、悪循環に陥っている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		ハルブ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、取引先の在庫調整で受注量が減少する。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・円安傾向の継続やインバウンド需要の回復により、一部の業種では回復傾向が鮮明となっている。その一方、物価の上昇による節約志向に変化はなく、企業業績の好調や株高による恩恵は広がっていないと感じる。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外向けの電気自動車部品の出荷量が例年になく悪い。特に、中国向けが半減に近い状態となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月はコロナ禍の収束で上向いているが、かなりペースは遅く、下向きではないという程度の動きである。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・今月の第2週以降、エアコンは前年を上回る荷動きとなっているが、洗濯機や冷蔵庫などの大型商品は、荷動きが鈍化傾向にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少し増えており、年度末に向けた駆け込み需要がみられる。
		その他製造業【履物】（団体職員）	受注量や販売量の動き	・業界の景気は低空飛行が続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けた、駆け込みでの土地売買の問合せはあるが、実際の受注には至らないケースもある。協力企業との取引価格が上昇しているため、今後はいかに価格転嫁を行った上で受注するかが課題である。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・エレベーターの納期遅延や電線不足が続き、工期内の完成が厳しい作業所もある。また、一部の建設資材価格の高騰や、技能労務者不足で苦慮している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の見学会への来場者や問合せの動きは、横ばいである。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンが始まったが、学習机が売れず、配達件数が増えていない。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先の決算書では、大幅な増収などの例は余りみられない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末頃から、交通広告の受注の増加が続いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街では、コロナ禍収束後の観光客の戻りに差がある。戻りが鈍い商店街は、観光地に近い一方、商店街自身が集客力をもっていない。このまま商店街の衰退が進むことを、店主たちは心配している。
		その他非製造業【機械器具卸】（経営者）	受注量や販売量の動き	・全製品と比べてよいほど、値上げの動きが広がっているが、取引先への値上げ要請が全て認められるわけではなく、利益は減少している。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・値上げの進んでいる市販製品の販売量は、少しずつであるが減っている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車用の電装部品向けや、ガス器具向けの出荷量が、取引先の在庫が過剰という理由で減少している。
		金融業【投資運用業】（代表）	それ以外	・物価の上昇が続き、光熱費やガソリン代も高騰するという状況では、景気が上向くはずはない。景気回復の兆しがみられるとの報道もあるが、インバウンドによって一部の企業が潤っているだけであり、全く現実を捉えていない。
		その他サービス業【店舗開発】（従業員）	受注量や販売量の動き	・駅ナカ店舗では、ターミナル駅は依然として外国人観光客による効果で好調に推移しているが、ターミナル駅間の駅ではその恩恵はほとんどない。季節の端境期でもあり、低調な動きとなっている。
		その他非製造業【衣服卸】（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖かい日が続き、冬物の重衣料の売行きが芳しくなかった。セールを行っても販売点数が伸びず、在庫が増えている。消費財は量販店を中心に、全体的に低調な販売状況となっている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一部の自動車向け製品を除き、ほとんどの業界向けの出荷や売上が落ち込んでいる。
	×	その他非製造業【電気業】（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の変動に大きく左右される状況では、経済活動が全く成り立たない。
雇用関連		アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・最低賃金の引上げで基本給が上がり、良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
(近畿)		人材派遣会社 (役員)	それ以外	・上場企業の好調な決算や、株価の上昇により、気持ちの上でも盛り上がっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加となっている。求人が増えた業種は、運輸・郵便業、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業、建設業、サービス業などである。有効求人倍率も前年比で23か月連続の上昇となっている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・株価は上昇しているものの、雇用に関する効果はまだ出ていない。
		民間職業紹介機関(営業担当)	求職者数の動き	・新卒採用の本選考関連の広報がピークとなり、3月の解禁に向けて採用企業、学生共に動きが活発になっている。合同企業説明会などはインターンシップ等の動きも重なって前倒し傾向にあるが、こちらへの参加も増えている。売手市場で、学生数を企業の需要が上回っているものの、コロナ禍が収束して時間も経過したことで、対面でのイベントにも客足が戻ってきており、前年比で1割ほど参加者数が増えている。
		学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・採用活動に苦戦している企業がある一方、早期選考で新卒を囲い込もうとする企業もある。全体としては、企業収益の回復基調を受けて、求人も微増となっている。
		人材派遣会社 (管理担当)	求職者数の動き	・旅行業界の活況が続き、求人数が伸びている。ただし、求人数の増加に対して、求職者数は伸び悩んでいる。
		人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・60代の応募者は若い方で、70代もめずらしくない。男女を問わず、派遣市場への応募が増えている。
		人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は多いものの、時給や在宅勤務関連での求職者の希望が、求人内容と合わないケースが多い。それに伴い、人手不足の企業に人材がなかなか行き渡らない。一方、既存の在籍社員の時給についても、改定の進んでいない企業が多い。
		新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況を3か月前と比べると、前年比の動きはほぼ横ばいである。
		新聞社[求人広告] (営業担当)	それ以外	・株価が史上最高値を更新するなど、景気は良くなっているように感じるが、バブル期のように日々の生活レベルで好調を感じることはなく、現実感のないものになっている。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの不正問題で、製造業の業況が悪化すると予想されたが、大きな変化はない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・人手があれば、積極的に注文を取れる事業所が多いが、現状は求職者の応募がない。従業員に辞められることが1番困るため、企業は受注量を調整している。
		民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・例年この時期は求人が増えるが、求職者が例年よりも少ないため、人選に苦労している。
		学校[大学] (就職担当)	それ以外	・インバウンドの利用が多いターミナル駅の混雑具合は、少し落ち着いてきたが、まだ多くの外国人がみられる。その一方、かつてインバウンドが列をなしていた百貨店の免税コーナーでは、客の姿が減っている。帰国者の様子をみても、多くの荷物を抱えている人は少ない。
		学校[大学] (就職担当)	求職者数の動き	・卒業時点での就職を希望しない学生が目立つようになっている。
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人数の季節調整値は底堅さを維持しているものの、前月比では9か月連続の減少となっている。一方、新規求人数の原数値を元に、産業別の推移をみると、製造業が前年比で5か月連続の減少となるなど、多くの産業で減少している。物価や労務費の上昇分の価格転嫁が限界にきているとの声や、中国などの海外需要の悪化による生産調整など、受注減少の声が多い。これらが影響しあって求人数の減少につながっており、景気を持ち直しは続いているものの、その動きには弱さがみられる。
		*	*	*

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・近所の片側交互通行の工事がほぼ終わりつつあるため、来客数が増加している。
		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・G1レースが開催され、十分な売上があった。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人出が増え、来客数もやや増加している。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・最近是人出も多く、売上も少しずつ増加している。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・年末年始から、明らかに人の流れが活発化している印象がある。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・衣料品については引き続き苦戦傾向が続いているものの、客の消費意欲が低いわけではなく、イベントや外出などには積極的な印象がある。特に話題のコンテンツへの熱量は高く、問合せの増加や行列も見受けられる。また、インパウンドも伸びている。これまでの欧米客層以外にも、アジア圏の観光客が増えた印象がある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数、単価、販売量、いずれも良い状況にあり、全体的に業績が上向いている。
		乗用車販売店（店長）	それ以外	・全体としては景気は上向きに感じるが、金を使う場所が自分たちの業界の方ではないと感じる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り来客数も増加し、それに応じて、売上の実績も着実に上向いてきている。3か月前と比較すると格段に景気は良くなっている。今後もこの状況が続くことを期待している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・確実に新型コロナウイルス感染症の影響が消滅しつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・値上げをしなかったこともあり、ランチタイムの来客数が前年比115%まで回復している。また、1月から回復傾向にある予約宴会がディナータイムにおいて2月も順調に推移している。これまで不調だった金曜日の飲み会、平日の飲み会や食事がディナーの早い時間帯に確実に入っている。ただし、夜9時以降の売上は3か月前から変化がない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客が多い日もあれば、少ない日もあり、その差が激しくなっている。
		一般レストラン（店長）	単価の動き	・前年と比べて客単価が上昇しており、単価の高いコースを頼まれることが増えている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・春先に向け先行予約が入ってきている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べて、宿泊は15%前後良いが、婚礼は伸びがなく20%以上下がっている。レストランは5%前後良く、一般宴会は回復の兆しがあるものの10%前後下がっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・1月に能登半島地震が発生したが、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、同窓会グループ旅行の申込みが多数きており、やっと旅行ブームになってきている。しかし、まだ、海外旅行の申込みは少ない。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・団体や海外旅行需要は引き続き厳しい状況であるが、好調な国内個人旅行需要がけん引をしている。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなっている。
		住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・年度末の影響もあってか、物件の販売数が伸びている。
		商店街（理事）	お客様の様子	・3か月前は年末を控え、客の購買意欲が高まっていたが、現在は季節の変わり目で客の購買意欲が高まっている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が前年より落ちている。また、購入金額も下がっている。	
	商店街（代表者）	単価の動き	・客が良い商品をより安く購入することに徹底している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	お客様の様子	・小売店の方が弱まっている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・景気は低調のまま推移している。東京、京都と出張したが、インバウンドの観光客でにぎわう同業者を見て、大変羨ましく思った。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・年度替わりも近づいているが、景気が上向いていると言えるほどの変化はない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前半は最終セール商品などの動きも良かった。しかし、中旬以降は、気温が上がり、春物展開を広げていったが、商品を手に取り見ていく客は多かったものの、販売量は前年より減少した。セレモニー需要も単価が低く、単品買いの客も多い。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月はうるう年かつ3連休が2度ある曜日周りで集客を期待していたものの、予想していた状況とは異なる状況である。今月の重要なポイントであるバレンタインはほぼ前年並みの結果であった。売上の大きい婦人服は気温が高めであったこともあり、冬物の最終処分が厳しい推移を示した。
		百貨店（外商担当）	お客様の様子	・株価が高値更新しているが、景気回復の兆しはなく、3か月前と比べても景気に大きな変化はみられない。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円の美術品やブランドのバッグが売れたが、単価が下がり、販売も落ち着いているため、来月どうなるかは分からない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・給料日前の来客数の落ち込み具合が3か月前と比較して大きい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、前年と比べると、上昇傾向ではあるが、買上点数に変化はなく、週末や催事以外の平日の落ち込みは大きい。値上げもピークは過ぎていると考えるが、生活必需品の値上げは日常の生活において厳しいものがある。景気という観点では、やはり、客に収入の上昇がみられず、生活防衛意識が高まっている状況は変わらない。
		スーパー（営業システム担当）	お客様の様子	・ディスカウントストアが出店してきたことによりそちらに客が流れている。客が周辺店舗よりも価格が低い日用品や生鮮品、特に精肉を買い求めている様子があり、節約志向が更に強まっていると感じる。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・物価高による客の節約志向が要因と思うが、生活必需品以外の商品は売れていない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価の上昇により買上点数の伸びが以前より鈍化している。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類に移行して以降、来客数は回復傾向にあるが、単価の伸びはほぼ変化がない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数は堅調に推移しているが、客単価と買上点数が伸び悩んでいる。前年で大きな値上がりが見止まっていること、主力商材のたばこの販売量が低迷していることが要因と考える。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・地方ではインバウンド効果も薄く、来客数の増加を感じることができない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・株価が過去最高を記録したが、その恩恵を感じている人は少ない。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・必需品や消耗品は売れるが、趣味やし好品は苦戦している。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数や販売量が前年並みで、特に景気に変化はない。
		乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・販売できる新車が少なく、客の動きが悪い。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・2月の販売量は前年比95%となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・世の中が決算期なのににもかかわらず、決算という感じがしない。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・まだまだ動きが感じられず、特に暖冬、積雪なしで、冬商品が動かず、販売に勢いがいない。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・2月はカキやいちごなど割と単価が高い商品が売れるが、観光バスの乗り入れがさほど増えていないため、前月と同じ来客数及び売上で推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他小売 [ショッピング センター] (管 理担当)	お客様の様子	・株価の異常高騰や給与のベースアップの報道は流れているが、特に景気が良くなっている状況は見受けられない。景気の状態というよりも、気温が比較的温暖で雨が降ることが少ないことで、土日などの来客数が増加しているように感じる。
		高級レストラン (事業戦略担 当)	来客数の動き	・平日のランチの集客に苦戦している。
		観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・宿泊の利用は以前と比べ特に大きな変動がない。
		都市型ホテル (宿泊担当)	お客様の様子	・高単価での販売を継続しているが、レジャー等の利用については、高額商品の販売ができていないものの、ビジネスにおいては、価格重視の傾向が散見される。
		タクシー運転手	販売量の動き	・利用客は増えても、単価が上昇していないため、変わらない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼晩通して利用客が減少している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・景気は悪くない状態が維持されているが、更に良くなっている感じはしない。
		通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・物価上昇傾向はあるものの、極端な買い控えにつながっている様子はない。
		放送通信サー ビス (総務経理 担当)	お客様の様子	・利用料の延滞率、延滞回収率ともほぼ横ばいである。
		通信会社 (企画 担当)	お客様の様子	・顧客との会話のネタで、株価高や賃金見直しがよく出るようになってきている点は事実かなり明るい材料だが、実際の購買への動きにつながっている点はまだない。
		テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・現在の来客数に伸びがない。
		ゴルフ場 (営業 担当)	お客様の様子	・インバウンドの需要が減少しているが、国内利用客が増えているため、全体的には変わらない。今後のインバウンドの動き次第では減少する可能性もある。
		美容室 (経営 者)	単価の動き	・いろいろなメニューを提案するが、客が変化を求めず、今の価格があるいはそれより安い価格を選ぶため、単価が上昇しない。
		設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談の数は変わっていない。客の新規提案業務でかなり忙しそうに見える。
		設計事務所 (経 営者)	お客様の様子	・物価の上昇が続いているなか、建築費や住宅金利の上昇などから、客の住宅購入意欲が低下している。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する制限解除による景気浮揚感が一巡して、客も落ち着いてきた感じがする。
		一般小売店 [食 品]	来客数の動き	・客の来店頻度が低くなり、来客数が減少傾向にある。
		一般小売店 [眼 鏡] (経営者)	来客数の動き	・物価が上がったためか年金生活の高齢者層の来客数が減っている。
		百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・原価高騰などからの価格上昇による影響が大きく、来客数は前年並みであるが、販売点数は減少傾向にある。
		百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・2月はクリアランスセールからプロパー販売への切替えが重要であるが、気温が下がり、売上が伸びなかった。
		スーパー (店 長)	来客数の動き	・来客数が前年を上回り、値上げ等により単価も上昇しているが、売上は前年並みである。
		スーパー (店 長)	販売量の動き	・2月は節分、バレンタインなどの行催事が多い月で催事のときは来客数、買上点数共に前年超えと上向きだが、それ以外の日に關しては大きく買上点数を落とし伸び悩んでいる状況である。2月月間進捗で、買上点数は前年比95%で推移している。
		スーパー (総務 担当)	来客数の動き	・来客数も買上点数も激減している。
		スーパー (財務 担当)	販売量の動き	・1品単価の上昇により売上は前年を上回る状況が続いているものの、来客数の前年比よりも、買上点数の前年比の方が下回っている。
		スーパー (業務 開発担当)	販売量の動き	・食品の値上げに客が付いて行けていない。客単価は上昇しているものの、来客数、販売点数が3から5ポイントも落ちている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外出者が増えているが、物価上昇もあり、厳しい状況が続いている。
		衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・物価高が生活費を圧迫することにより、新商品の購入を控える動きが見られる。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・新生活が始まる春に向けて、少しは変わるかと思っていたが、来客数が増えない。
		家電量販店（副店長）	単価の動き	・冷蔵庫、洗濯機、エアコンどれも前年と比較して単価が下がっており、売上もその分低下している。
		乗用車販売店（業務担当）	来客数の動き	・度重なる不正問題などで客の動きも鈍くなっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年2月は観光需要も閑散期である。また、インバウンド需要も米子空港のソウル便が再開し、季節運航香港便が就航するも、都会と比較すると動きが限定的で鈍い状況である。
		通信会社（広報担当）	お客様の様子	・現在は価格勝負になることが多く、安い方に決められることが多い。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業者に話を聞いても、来客数が少なく、売上も伸びていないようで、景気はやや停滞している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・年末からの来客数は回復傾向にあるが、住宅取得の予算は建築費が高止まり、また、地価に変動がないため、総予算で厳しい状況である。土地の大幅な値引き要求もあるが成立せず、手詰まり状態がしばらく続く。
		住宅販売会社（営業所長）	お客様の様子	・建築費や地価が高騰し、住宅価格が当社の考えているボリュームゾーンを上回ることによって、ターゲット層が縮小する傾向がみられる。
		×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き
企業 動向 関連 (中国)		-	-	-
		繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇により、経済が回り出している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界の客から中国向けの大型案件を受注した。
		輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年より受注数量が増加しており、新しい引き合いも増えている。
		通信業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・データセンターやICT関連の引き合い量が増加している。電気料金高騰の懸念や半導体不足も落ち着き、利用ニーズが明らかに増えてきている。客の購買意欲も高い。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約5%増加、成約件数は約10%増加となっている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・円安の影響で輸出産業の経営は良いが、木材を海外から調達している産業は景気の回復がみられない。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は増加しているが、自動車業界の動向もあり、受注量や販売量の減少が継続していることから、状況としては変わらない。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・人手不足等が影響し、鋼材の荷動きも変化がない。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注の動きは鈍い。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料部品関係の受注量に大きな変化はみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置関連は顧客の設備投資需要が減少傾向にある。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・工事請負契約を締結直前まで進めて半年余り悩んでいた客がやっと一歩進んだのはこの先の景気が横ばいだと判断したからだと思う。
		輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は大きく変わらない。
	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・受託業務別に違いがある。M&A等の引き合い情報は増加している。年度末に向けて、販売促進関連のアンケート分析業務等も増加傾向にある。他方、車のリースや運送業関連事業は引き続き伸び悩んでいる。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月に入り、冬物商材の点数が一段と減少している。気温の上昇により、季節商材が厳しい状況で、販売量が5から10%減少している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大口注文は納期が先送りとなり、通常注文品も受注量に変化がなく生産量は低水準が続いている。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注や受注物件への価格転嫁はうまく進んでいるが、今後の2024年問題等から派生するコスト上昇の度合いに不安がある。
		金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・節約志向の高まりから、個人消費に減速傾向がみられる。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・仕入価格や原材料価格が高止まりしているが、それらの売価への転嫁がうまくいっておらず、利益率の低下が発生している。売価への転嫁が4月以降となることから、現状景気はやや悪くなっていると判断する。
	x	*	*	*
雇用 関連 (中国)		-	-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	採用者数の動き	・人材派遣はほぼ前年並みであるが、人材紹介による直接雇用での決定は増えている。採用難が続くなかで、紹介手数料を支払ってでも採用したいという企業の意向が強まっていることが要因である。一方で教育研修事業では、例年実施している春の新入社員向け研修において、企業が計画していたとおり採用できず研修を見送る事例が複数出ている。
		職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・1月の新規求人数の受理状況を見ると、前年比16.2%増加と3か月連続で増加となり、有効求人倍率も2倍を超えて新型コロナウイルス感染症発生前を上回る数値となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・慢性的な人手不足感からか、1名増員枠に対し、優秀な人材であれば2名でも採用するというケースも増えてきた。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・2025年採用に向けて求人依頼が増加傾向にあり、企業側の採用意欲も高いとみられる。
		その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・求人倍率は全般的に1倍を大幅に超えている。
		人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・3か月前と求職者数が変わらない。
		人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・取引先からの新規の受注は、前年11月頃から対前年を下回って推移しているが、その傾向に変化はみられない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・景気が上向きかどうかでいうと変わらないが、若年層を中心とした人材不足は多くの企業で課題となっている。今は次年度の採用計画が出そろった時期だが、採用人数を微増する企業が多い。理由は前年採用できていない人数の上乗せと将来的に若年層の確保が必須だと考えている企業が多いからである。
		求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	周辺企業の様子	・人が採れなくて困っている企業は多いが、採用予算が割けないケースも多い。また、年度末に向けて例年なら予算が余った企業が出てくるが、今期は突発的に削られたという顧客が数社あった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・株価高、円安で、輸出企業や卸業など一部の企業の業績は好調だが、物価高騰に地域企業の賃金上昇が追い付いていないため、景気が上向くまでには至っていない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・3か月前よりも、休業に係る雇用調整助成金の相談が増加しており、地域の主要産業である製造業に集中している。
		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・転職相談者の問合せ件数が1～2月と鈍化傾向で、前年同月比89%と、転職層が少なくなっている模様である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)		-	-	-
		商店街（常務理事）	来客数の動き	・年始からの株高も継続しており、経済は堅調さがうかがえるが、庶民にはその恩恵が感じにくい。今春、前年にも増して広く賃金が向上することになれば、消費環境は上向くものと期待している。
		コンビニ（商品担当）	それ以外	・株価が上がってきているため、気運が上昇している。
		旅行代理店（部長）	販売量の動き	・Web予約が好調に推移している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・3～4月に向けて、少しずつ売上が増加してきている。イベントも増えてきたため、客がヘアースタイルを変えることが増えてきた。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・SNSの影響や口コミにより、来客数が増えてきた。
		商店街（代表者）	それ以外	・現状において地方経済が少しでも上向く可能性があるとするれば、投資市場が上向き、国民の可処分所得が上がる以外に見当たらないが、ようやく34年ぶりに株価が史上最高値を超えて活況を呈してきた。この状況がいつまで続くか知る由もないが、可処分所得の増加は大都市と地方との格差に大きな違いが少ない景気指標のポイントになる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・受注価格や販売価格の動きは変化がみられていないが、受注量や販売量は最近減ってきている。その原因として、客が買いだめをしなくなっており、必要分だけを注文する小口注文が増えてきている。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商売上が好調で店頭売上のマイナスをカバーできた。2月の前半は出だしが鈍かったが、後半になるにつれて年度末が迫っていることもあり、好調に推移した。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・能登半島地震以降、観光客需要が減少しているようにみえる。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数の伸びや買上数量の伸びは今一つであるが、1品単価がこれまでの値上げの影響で上がっていることに加え、うるう年の調整が入っていることから、売上の伸びは堅調に続いている。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数の前年超えが続いていたが、ピークアウトし、ここに来て前年割れとなっている。
		スーパー（統括担当）	単価の動き	・来客数と客単価の動きは前月と余り変わらない。来客数は減少し、一方で物価高の影響もあり、単価が伸びている状況である。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・物価上昇に比べて客単価が上昇していない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月は本来悪い月ではあるが、今月は特に週末が雨ということも影響し、全体的に客が少なく、微減であった。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・景気は良くなっているのか。株価も過去最高のようなのだが、店頭で販売していると地方は景気は良いとは考えられない。インバウンド相手の商売はかなり良いようだが、日本人の消費は良くないと考えている。来客数も少なく、客単価も上がらない。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活準備需要も思ったほどではなく、必要最小限の物のみを購入している。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・新生活需要が活発化し、白物商材を中心に前年度より5%ほど実績が上がってきている反面、暖冬の影響にて暖房商品の売上は悪い。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・販売量と来客数共に、新型コロナウイルス感染症発生前との比較において、3か月前と同程度の回復傾向がみられる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・地方空港への海外直行便が徐々に増便されており、インバウンド需要が国内客の衣服感を補い、横ばいで推移している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・報道などでは企業業績が良く、景気は上向きのようにも見えるが、実感として景気が良いとは思えないようなことがない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前と比べて販売量に大きな変化はないが、今後は減少していく可能性が考えられる。
		観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・来場者数に変化がない。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価上昇による遊興資金の減少懸念は払拭されており、下振れすることなく推移している。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・新規事業を起業する人が若干増加しているようだが、建築費の上昇が心配である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症以降、企業や団体での行動が変わり、退社後の行動が個人行動となり、集客数が伸びにくくなっている。総じて厳しい状況が続いている。年始の能登半島地震等の不安要因や物価の上昇等が続き、経営への圧迫が続いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・連休を中心とした週末の観光客の来客数がかなり多くにぎわっているが、平日の来客数は極端に減っており厳しい状況であった。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・2月は個人経営の飲食店の閉店が多くなっている。そうした2月末で閉店となる方向への送別用商品の注文が多かった。居抜き物件で開業している店舗もあるが、長続きしないところが多い。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・物価上昇で節約志向のなか、客は食料品以外の購入を控えている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年の来客数を割り続けている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・年明けから商品の値上げの影響が大きく、来客数の減少と客単価の下落が顕著になっている。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題の影響で、オーダーストップや長納期の車が多くなり苦戦している。
		乗用車販売店（役員）	それ以外	・受注制限車種の増加と大手自動車メーカーの不正問題による生産停止の影響がでている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・1年間を通して、運送業、ハイヤー、タクシーのいずれも2月には景気が少し低下する。タクシーの稼働率も40～50%程度であり、乗務員が不足している状況である。さらに、乗車料金が19日から約13%上がったため、客足が少し遠のいたとみられる。また、スナックなどの飲食店は営業していないが、若しくは週休二日制になっているところが多い。来客数が減少しているため、営業を停止している店舗も目立つ。
		通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客が減少している。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数と売上の両方が前年比減少している。物価上昇に対して、客単価がそれほど上昇していない状態である。客の購買意欲の低下がみられる。
	×	乗用車販売店（従業員）	それ以外	・エンジンの生産停止に伴い、産業車両及び貨物車の受注と販売も停止している。
	×	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・明らかに来客数は減少し、客単価は下がっている。固定客が来店頻度を減らしている印象を受ける。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・この時期は四国遍路の仕事がほとんどない。また、2月にしては気温が暖かく、穏やかな日が続いたため、街でもタクシーを利用してくれない。
企業動向関連 (四国)		*	*	*
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に外食ルートへの販売量が強くなっている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・昨年12月に一部商品を値上げした関係で、12～1月にかけて売上がやや低調であったが、今月に入り観光客がにぎわう小売店からの受注が活発である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・再生事業をしているが、案件を提案すると反応も良く、客の購買意欲が十分にある状況。
		金融業（副支店長）	取引先の様子	・引き続き受注状況は堅調であり、現状では景気はやや良くなっていると考えられる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・日本では大規模工事が実施・計画されており、需要は堅調に推移している。海外では欧州やアフリカを除く全ての地域で需要は大幅に増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事共に受注が伸びない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政局は不安定だが、景気は変わらない。
		通信業（総務担当）	それ以外	・一部のボランティア活動等で社外イベントの参加者数が前年度より増加しており、景気の改善を実感はしないものの、状況は悪くなっていないと考える。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているとのニュースなどもあるが、人の流れに特段の影響は出ていないように見受けられる。
		税理士事務所	取引先の様子	・業績に大きな変動がみられない。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が若干低調である。大手自動車メーカー系の自動車関連設備投資の動きが鈍い。
		建設業（総務）	取引先の様子	・資材調達が困難な状態が継続している。さらに、資材価格の上昇により案件に不調が生じている。
	×	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が大幅に減少し始めた。注文住宅の着工実績も回復の見込みなし。
雇用 関連 (四国)		-	-	-
		人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・公共施設での利用者数が前年度と比較して約120%の増加傾向となっている。新型コロナウイルス感染症発生前の状況にほぼ回復しつつあるため、十分なサービスを提供できる人員の不足が課題となっている。今後、更に求人のニーズが高まってくると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・一定の求人数はあるが、派遣登録の数は少なく、就労に結びついていない。しかし、離職者数は減少しており、一定数の派遣需要は存在する。
		求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・どの業界や企業でも慢性的な人材不足が継続しており、身の回りの景気は良くない状況が続いている。
		職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数が、共に8か月連続で前年同月比で減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大学卒業生の就職活動で、内定が早くなっているようである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・来期の契約更新については、横ばいである業態の広告もほぼ全体的に、縮小又は微減での契約更新となっている。
	×	-	-	-

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)		観光名所（職員）	来客数の動き	・土産販売店の貸切バスの状況や居酒屋等の予約状況等を調査したところ、多くの店舗で売上が随分回復している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドの伸びが大きくなっており、中国や韓国、東南アジア系の観光客が非常に増加している。買物の動向もそれなりにあり、景気は順調に良くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・11月から1月までの売上が前年比10～15%低下していたが、2月に入り来客数も増加し、景気回復の兆しがみられる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・株価が最高値になり、社会の雰囲気としては好景気のような感じを受けるが、中小企業にとっては実感が無い。円安の影響で、インバウンド消費については、堅調に推移している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンドの来店は複数名が多く、購入は食品やラグジュアリーブランド商品など幅広いため、景気は良くなっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・全店催事やクレジット催事での来場に加え、パレタインコレクションや物産催事への来場は好調となっている。また、試食や目当ての商品購入目的で会場周辺が混雑した状況もあった。加えて、スポーツ関連も好調で、館内は平日・土日祝日共にぎわい、客単価や商品単価が伸びている。
		百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・気温の上昇に伴い来客数が増加傾向である。そのため、高額商材の需要は引き続き堅調に推移している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・例年と比較すると雨の多い2月であるが、来客数が前年並みに推移し、悪い影響はみられない。イベント集客も好調であり、消費意欲は高まってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・国内外からの旅行者数の増加により、来客数が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・景気は良い方向を示していたが、このところ、若干足踏み状態に陥りつつある。天候の悪さも客足に影響している。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・外出用の春物コート需要が高くなっており、例年より客単価が上がっている。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・当地では、インバウンドが目に見えて増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいに戻りつつある。消費では、質の良い物や高単価、高付加価値な物を購入するケースが増えており、円安であることを実感している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算の時期となり、購買意欲が高い客が多くなっている。
		その他専門店 【コーヒー豆】 （経営者）	お客様の様子	・前年との比較では、来客数が若干増加している。当地では海外の大型企業の進出もあり、海外の客も増え景気は良くなっている。
		その他小売の動向を把握できる者 【ショッピングセンター】 （支配人）	お客様の様子	・11～12月は暖冬が報じられ、アパレルを中心に物販店舗が季節商材の販売に苦慮し、全館の動向が芳しくなかった時期である。一方、現在は当市の取組であるキャッシュレス20%還元キャンペーンの影響から、全館の流れとして活性化している印象を受けており、複合映画館ではヒット作の上映が重なり、好影響である。
		その他小売の動向を把握できる者 【ショッピングセンター】 （統括者）	単価の動き	・単価が上昇傾向となっており、その要因としてインバウンドが単価を押し上げている。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・注文される料理の単価が高くなっている。国内外の客が増加しているが、国内の客の宴会や少人数の客では単価は安くなり、インバウンド客は高単価な食事を注文する傾向にある。
		居酒屋（経営者）	単価の動き	・インバウンドが徐々に増えており、メニュー価格を若干値上げしたが、問題なく注文がある。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・客の問合せや宴席件数が上昇している。
		旅行代理店（職員）	販売量の動き	・海外旅行商品と海外手配の販売量が、3か月前より増加している。
		観光名所（従業員）	販売量の動き	・来客数が増えており、それに伴い販売数も増加している。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・案内の数が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・子育て世帯への住宅関連の支援策もあり、若い世代の動きが出ている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・このところ、商圏内ではスーパーマーケットが出店したため、客の動向が気になっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日もあるが、商店街の来街者数が増加していない。
		一般小売店【青果】（店長）	単価の動き	・中央市場の相場は2～3か月前と比べると変わらず、当地は極寒になることもなく穏やかな気候となっており、地元の野菜が順調に出荷されている。単価が落ち着き商売がしやすい状況である。
		一般小売店【生花】（経営者）	来客数の動き	・2月24日に当県で海外の半導体企業の開所式があり、売上を期待していたが全く注文がなく、今後が気になるところである。
		一般小売店【茶】（販売・事務）	お客様の様子	・株式会社市場は最高値を日々更新しており、大型デパートや人が集まる都市周辺では集客が多い状況であるが、周辺の景気は全く回復していない。初売りで商品値引きをして、その効果に期待をしていたが、売上は横ばいである。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると客は節約しており、消費につながる購買行動にはなっていない。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・食料品や飲食、婦人雑貨等の売上は回復傾向にあるが、紳士・子供関連の売上が悪く、全体的に売上が伸び悩んでいる。インバウンドにおいては、時計等の高額品が売れるようになっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況にはない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・季節の変わり目となっているが、今年の冬は気温が高めとなり、冬物の最終処分が動かなくなっている。客はあらかじめ購入するということはなく、必要になって購入することが圧倒的に多い。無駄な買物はせず、必需品を必要になってから購入する姿勢が定着しつつあり、買物に対する慎重さは根強い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・インバウンド需要も増加しており、中国からの個人客は確実に増えつつある。モノ消費からコト消費へスライドが顕著となっており、期待どおりには収益につながっていない。また、単価上昇は顕著な状態で、来客数減少を補う構図は変わらず、どうにか前年の売上を保っている状況である。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・値上げの影響で売上は前年を上回っているものの、物価高のマイナスの影響で来客数や買上点数が前年より減少している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・前月と変わらず、客の購買意欲は薄く、単価の抑えられている商品の方が売れ、客単価は物価上昇分だけ増加し、来客数は横ばいの状況である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャンペーン商品に対する反応は良いが、全体的には横ばいである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・景気は相変わらず低いままであるが、春には動きが出てくると期待している。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・11月と比較すると、気候の影響もあり出足が少ない。客は政治が不安定なことなどで買物をする気分にはなれないと消費意欲が減少している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・例年この時期には、新生活の需要があるが、今年は売上が非常に少ない。また、必要最小限の物をそろえる傾向になっており、売上も下がっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の配給が依然として安定しない。半導体不足に加え、大手自動車メーカーの不正問題などの影響で新車生産が増えていないのが原因である。多くの受注残があるため、早急な増産を望んでいる。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車はなく、来客数は若干減少している。しかし、販売台数は、高水準を維持している。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・都市部でのキャンペーンは、来客数や売上共に悪い状況である。また、店舗への来客数は多かったが、売上にはつながっていない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月の来客は、大人数よりも少人数で部屋が埋まっていく状態で、売上は増加しないが忙しい月である。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	それ以外	・物価上昇分に見合った給与所得の上昇には至っておらず、個人的な景気には変動がない。会社の業績は改善しつつあるものの、コロナ禍で増加している負債への対応が優先となり、社員への還元まで至っていない状況である。
		観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けなくなっており、週末や連休は大人数や家族連れが多く、景気も若干良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きは良くなっているが、曜日により売上にばらつきがある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・学校行事や歓送迎会などイベントを控えているが、物価上昇などもあり、市民の動きの悪さは相変わらずである。国内外からの旅行者の活気やイベントの充実で、かき消されている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が横ばいである。
		通信会社（役員）	お客様の様子	・高額プランから低額プランへの変更が続いている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・以前は2月と8月が閑散期であったが、コロナ禍以降閑散期でも入場者が余り減少しない傾向が続いている。今後1～2か月は韓国からの来場も予想されている。
		美容室（店長）	お客様の様子	・寒くなったり、暑くなったり気温の変化が著しく、体調が悪くなる人が多くなり、来客数が減少している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	販売量の動き	・売上や来客数等に余り目立った推移はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		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）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行し、医療機関における病床確保から入院患者確保へシフトしたため、要介護度の高い客のうち、在宅医療が必要な客の紹介が減少しており、損益にも影響が出ている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・サービス業では、コロナ禍を受けたことで新しい市場環境へ変化しており、当分市場規模が以前の環境に戻ることは期待しにくい。
		設計事務所（所長）	単価の動き	・建築関係では、材料や製品単価の上昇が続いているが、仕事に対する対価は増加していない。生活必需品の価格上昇もあり、可処分所得が目減りしている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・年末と比較すると売上は大幅に減少しており、街が冷え込んでいるとみられる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・必需品は購入するが、そうでない物は慎重に選ぶ客が多いため、購入までに時間が掛かり、売上は減少している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの影響があり、学校が閉鎖になったり、買物にも影響が出ている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順に加え、食料品をはじめとする生活必需品の度重なる値上げの影響で衣料品などの購入を控える客が多い。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・海水温やしけの影響で魚が非常に少なく、そのため価格が高くなり、売れない状況である。他の食料品も価格が高くなっているため、魚までなかなか手が出せず、飲食店向けも動きが悪い。
		百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・バレンタインについては前月に引き続き好調となっており、幅広い年代においてプレゼント用だけでなく自分用の購入も多く見受けられる。一方、特選関係や衣料品については苦戦しており、物価高騰が大きく影響している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数は、前年を下回り続けている。購入するものを絞り込んでおり、景気は後退傾向にある。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・今までは値上げによる商品単価の上昇で、買上点数が減少しても販売額が維持されていたが、このところ単価の上昇が鈍化している。当地区ではそれほどでもないが、近隣地区では単価が落ちている状況で全体的に厳しく、消費者は生活防衛のため慎重になっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候悪化が続き、人の動きが低迷している。そのため、来店頻度は減少しており、主力のファーストフードや食料品の販売は下降気味である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・通常客単価が高い時間帯は夕方から夜にかけてであるが、この時間帯の来客数が減少している。販売量の動きも減少しており、それに伴い単価も落ち気味である。朝の状態は前年を回復しているが、今後、昼から夜にかけて単価や来客数の減少が懸念される。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が止まらない。携帯電話の法改正で前倒し需要が発生したこともあり、売上も減少傾向である。
		乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・大手自動車メーカーの不正問題やそれに伴う出荷停止、配車遅れ、新型車発表延期など客の購買マインドに水を差す状況が続いている。販売側にも販売可能車種の縮小や、客対応でかなりの負荷が掛かっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前月と比較すると景気は上向いているが、11月と比較すると稼働率や販売単価は低下しており、客の宿泊件数に差がある。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月先は徐々に景気が良くなると予想しているが、メーカーなどから価格引上げを伝えられており、消費者からはなかなか受け入れてもらえず、景気回復が遅れている。
	x	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・例年であれば大学の合格発表があり新生活需要が高まるが、その需要の出足が遅い。加えて、低価格帯の商品でも購入決定をちゅうちょする客が多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連 (九州)		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月からの受注が好調である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・海外企業開業の報道があり、外国人も含め街中に人があふれている状況である。特に飲食業では売上が大きく伸びており、不動産関係の企業も景気が順調になっている。
		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1～2月は非常に厳しい数字になるが、今年の1月は記録的な売上で利益が多くなっている。2月の売上也計画どおりに進んでおり、利益も過去最高になるのではないかと予想している。要因は社内生産性の向上と外部要因としては外食や量販、メーカー向けが好調であることである。また、卵消費の不振で低価格で早期出荷があり、工場はフル操業で動いている。そのため、全てがうまく流れ、例年厳しい1～2月を何とか乗り切れそうである。
		食料品製造業（経営者）	それ以外	・半導体の大規模生産工場が稼働し始める。異業種ではあるが、県内の様々な産業に良い影響を与えると予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が徐々に上向いている。恐らく、車関係や家電関係の動きが少しずつ良くなっていると考えられ、忙しくなっている状況である。
		電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・省力化や省人化に関する取引先からの引き合いが強い。また、半導体関連での設備投資意欲も引き続き強い。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・通常の年度末と比較すると今年度は、若干忙しい状況であるが、3月には少しずつ閑散としてくるのではないかと心配している。まだゼロ債等が発注されていないため、早期の発注を望んでいる。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅販売はやや弱含みながら、百貨店やスーパーマーケット、コンビニエンスストアの売上は回復しており、設備投資も高水準で推移している。また、飲食店のほか旅館・ホテル等の旅行や観光関連業種の売上も増加傾向を示している。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところの仕事の内容が、徐々に良好となっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先では、人材投資に力を入れ始めていることが伝わってくる。
		繊維工業（営業担当）	それ以外	・受注は安定して、様々な値上げも落ち着いている。しかし、人手不足や高齢化によって、仕事への意欲不足がみられる。特に高齢者の職離れがあり、引き止めることが大変である。
		その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・受注状況が余り良くないため、生産は若干落ちている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・春節の影響を考慮しても、今月はかなり荷動きが悪い。スエズ運河の件などもあり、輸入量自体が落ち込んだり、遅延状態になっている。輸出に関しても、大手自動車メーカーの不正問題の影響もあり低調である。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・陸送貨物の量は、相変わらず多くはないが、ドライバーの人手不足が顕著となっており、トラックはあるが動かす人がいない状態が増加している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・地場の有力企業では賃上げの動きが出ているが、中小・零細企業がすぐに追随する流れには至っていない。また、大型イベントが続き、宿泊施設は活況を呈している。
	金融業（営業）	取引先の様子	・個人消費はコロナ禍の収束により順調に推移しているが、3か月前と比較すると大きく上向いているとはいえず、横ばいである。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である住宅関係や不動産関係の中小企業では、前年後半から住宅の需要がなく、住宅ローンが急減している。また、不動産会社の戸建て住宅の分譲用地に関しても、割高感と資材高騰で業者の仕入れもなくなり、土地の仕入れは慎重になっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・経常運転資金を用途とした貸出金が減少している。2024年2月は前年比16%減、四半期前との比較では10%減となっている。一方で、法人の預金残高自体は増加しており、景気は3か月前と比較すると横ばいである。
		新聞社〔広告〕（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・テレビCMなどの広告申込みは比較的好調と聞けるが、新聞広告の申込みは少ない。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・この3か月を比較すると、当社の売上は前年比で微減が続いているが、利益は微増となっており、全体では景気は変わらないと考えている。
		広告代理店（役員）	取引先の様子	・観光産業など活気が出始めているが、全体を底上げする要因にまでは至っていない。
		経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・12月決算に入り、内向きの業務に集中しているため、特に目立った動きはみられない。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・依然として物価高騰の状況は変わらず、設備投資も伸び悩んでいる。一部の事業者においては、好景気が要因で投資も増加しており、事業者で差がみられる。
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定、設計業務の委託を請けているが、令和6年度の業務の発注が始まっている。現在多くの業務を抱えているコンサルタントも入札に参加しており、低価格で落札されている。
		*	*	*
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年末の商品値上げの動向が産地全体に影響しているため、注文が減少し、メーカーや商社の売上は減少していると考えられる。当社でも2月の売上は前年比で2割減少しており、特にふるさと納税の利益幅が多いため、売上の落ち込み方が全体的にひどい状態である。
雇用 関連 (九州)		-	-	-
		人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・派遣契約の交替が、直接雇用での採用に切り替わっている企業が目立っている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・集客イベントが増加しており、また、売上に直結するキャンペーンも増加しているため景気は良くなっている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2月に入り、2024年卒の就職活動はほぼ終わりを迎えているが、現時点で採用活動を継続している企業は多く、有効求人数の件数も前年と比較するとかなり増えている。また、大学への企業来訪件数も増加しているが、2024年卒の目標採用人員に到達できず、採用活動に苦戦している企業が増えている。企業の採用意欲は底堅い状況であるが、一方で、人手不足の状況は今後も予想され、求人の動きは緩やかではあるが、拡大傾向にあると予測している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は増加せず、派遣スタッフ終了時の後任についても注文にはならず、欠員のままでしばらく様子を見る企業が多い。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月は新規の問合せが少なく、また、登録者数も伸び悩み苦戦している。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・例年1～3月は最も求人が活発になる時期であるが、今年は勢いが無い。街ではインバウンド客を多く見掛けるが、全体的に人の動きは今一つである。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・インバウンド景気は注目されるが、生活者としては景気好転の材料を見つけれない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新規求人数は減少している状態である。新規求職者数は増えているが、就職者数や充足数は若干減少傾向にあり、製造業や介護や調理等のサービス業などで人材確保が難しいとの相談が寄せられている。求職者数の高齢化により、若年層を求める企業と登録している求職者に大きく隔たりがある。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・新卒の採用で、既に2025年卒の学生を対象とした動きになっているが、前年と比べ早期化が進んでおり、来年就職の学生で、既に内定をもらっている学生が多数いる状況である。そのため、売手市場になっており、採用マーケットは学生優位の状況である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・現時点で景気に変化をもたらす要素が見当たらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年末年始から企業や団体の会合が再開されているが、会費が2～3割増しになっている。また、大手企業の一部の会合は派手にせず、会合をしない企業団体も少なくない。にぎやかな景気回復というイメージはなく、現状維持又は後退とみている。
	x	-	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (沖縄)		一般小売店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・野球やサッカーその他のキャンプ地になり、来客数が伸びている。不安要素はないため今後も期待できる。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・客先から、観光客が増え、売行きは好調との話があった。アジア圏以外の観光客も増えているようである。
		観光型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・ホテルの11月の販売室数が前年比17%減少なのに対し、2月は前年比2%増加とプラスに転じている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・やや良くなっていると回答しているが、難しいところもある。居酒屋や飲食店の店舗が段々と多くなって、一般の物販店が少なくなりつつある。景気がやや良くなっているというのは、部分的な観点でもある。
		百貨店（経営担当）	販売量の動き	・バレンタイン等のギフト需要が好調に推移している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・今月の来客数をみると、3か月前よりも前年比を伸ばしている。月初めの節分、恵方巻きに始まり、旧正月、旧十六日祭が好調に推移しているほか、春節によるインバウンド需要もあり、売上や来客数が伸びている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価が前年より上昇しているため売上が良い。
		コンビニ（副店長）	販売量の動き	・今月は春節もあり、販売量が増えていると考えられる。
		コンビニ（経営企画担当）	来客数の動き	・気温が高く、雨が少ないため、外出する人が多くなっていることが来客数に反映されている。加えて、観光客が増えてきているため、来客数が増加傾向になっている。
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・春節で外国人観光客が多く来店し、免税売上が伸びている。
		一般レストラン（代表者）	来客数の動き	・野球のキャンプなどで観光客や、地元客の来客数が増えてきている。
		観光型ホテル（代表取締役）	来客数の動き	・2月の宿泊はプロ野球キャンプなど様々なイベントがあり観光客が増えている。ただ売上は2019年比で90%と完全には戻っていない。料飲部門もわずかであるが宴会などが増えている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、販売数が140%と伸びている。営業努力の効果もあるが市場が活発になり景気が上向いている。
		住宅販売会社（役員）	お客様の様子	・例年この時期は繁忙期でもあるが、県内外から賃貸物件及び売買物件の問合せが前年同期と比較して増えている。
		スーパー（販売企画）	単価の動き	・商品の値上げによる客単価の上昇が続いており、その恩恵で売上が伸びている。来客数は少し落ちているがそれを単価上昇がカバーしている状況にある。
		乗用車販売店（経理担当）	お客様の様子	・大規模イベントの集客と受注も順調である。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・例年2月はかなり落ちるが、後半は観光客に助けられ、例年並みの入客は取れている。	
	住宅販売会社（代表取締役）	来客数の動き	・個人住宅や投資物件に関する相談件数が減少傾向にある。	
	旅行代理店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼないに等しかったが、物価上昇が続くなか、旅行代金も高くなり取扱高も前年のコロナ禍と同じくらいで余り伸びていない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	x	*	*	*
企業 動向 関連		-	-	-
(沖縄)		食料品製造業 (役員)	受注量や販売量 の動き	・2月も旧正月の需要や野球キャンペーンによる観光客の増加で例年以上に人が増え、飲食店関係、土産品店などどこも一杯である。
		窯業土石業(取締役)	受注量や販売量 の動き	・見積依頼は3か月前と比較すると若干増加傾向であるが、生産、販売は横ばいの状況である。
		建設業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・新築の受注及び契約が止まったままである。
		-	-	-
	x	-	-	-
雇用 関連		-	-	-
(沖縄)		*	*	*
		人材派遣会社 (総務担当)	求職者数の動き	・求人案件はあるが、求職者の動きが鈍くなかなかマッチングにつながらない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数については、横ばいから減少に転じてきている。求人票へ記載される賃金は上昇しているが、物価高の影響を注視している。
		学校[大学] (就職支援担当)	それ以外	・観光客が目立ち、ホテルや飲食店などが忙しくなっているように見受けられるが、個人的には物価高を気にしながら過ごしている。
		求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・前月と比較して、ほぼ全業態、職種で求人数は減少している。ただし、2月の減少は、例年同様にある定期的な求人数の変動とみている。
	x	-	-	-