

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕(店員)	・3か月先の3～4月には、卒業式、入学式、お彼岸があり、花の需要が一番多い時期なので、必ず良くなる(東京都)。
	◎	その他専門店〔雑貨〕(営業担当)	・前年10月の政府の水準対策緩和以降、韓国を中心とした外国人旅行者による購買が売上全体をけん引し、前月比で増収が続いている。今後は新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げも現実的となり、国内の更なる人流回復、加えて訪日中国人観光客も2019年度並みの水準に回復することが予想される(東京都)。
	◎	旅行代理店(従業員)	・5月に新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へと分類変更されることから、ますます人流が活発になることが予測される(東京都)。
	◎	旅行代理店(従業員)	・春休みや年度が変わることにより、移動が増えると予想される(東京都)。
	◎	その他レジャー施設〔総合〕(広報担当)	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更に伴い、人の流れがより活性化する(東京都)。
	○	商店街(代表者)	・天候による下振れリスクはあるものの、新型コロナウイルス感染症の大きなリスクが薄まったことにより、小売業、飲食業の回復、伸びがかなり期待できる。ただし、ロシアのウクライナ侵攻や原材料費の高騰などのリスクはまだ残っているため、完全に安心はできない(東京都)。
	○	一般小売店〔家電〕(経営者)	・客が省エネ家電に興味を持っているのか分からないが、余りにもマスコミで電気代が高いとか高くなると報道していることもあってか、エアコンの買換えの需要が出てきている。ただし、その話がまだ決まるかどうか分からないので、とても不安である。また、前年にはなかったことという、ある程度の見積り依頼がきているので、もし実際に決まれば有り難い(東京都)。
	○	一般小売店〔家電〕(経理担当)	・来店客の話を聞くと、家電に限らず不動産を購入する人も多く見受けられるので、3月の期末に向けてエアコンを中心に売れていきそうである。
	○	一般小売店〔祭用品〕(経営者)	・春を迎え、新型コロナウイルス感染症に関する規制も緩和されたので、少しずつながら回り始める。また、行事再開の知らせも入ってきている。
	○	一般小売店〔文房具〕(経営者)	・ファミリー客を中心に学童用品のまとめ買いも多く見受けられ、客単価が若干ではあるが増加傾向にある。また、全国旅行支援を利用した国内観光客も目立ってきており、来客数も12月を上回っている(東京都)。
	○	一般小売店〔書店〕(営業担当)	・新年度向けの受注増加が見込まれる時期に入る(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の分類を2類相当から5類に引き下げ、マスク着用不要の指針が出るのが想定され、これまで以上に来客数が増えると見込んでいる(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	・賃金のベースアップや臨時手当の情報もあり、良くなる要素はあるが、今後も値上げラッシュが続く。特に、電気料金や人件費、物流費の値上げは商品対価に直接反映されるため、不安が大きい(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染症の対策、水際措置の緩和に伴い、インバウンド売上の更なる伸長が期待できる(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・ライフスタイルが一新する時期を迎えて、セレモニー、ギフト、外出に伴う購入需要を見込んでいる(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	・中国本土からのインバウンドに期待ができる(東京都)。
	○	百貨店(店長)	・ゴールデンウィークに入る4月はまだ人流回復の伸びしろがある。加えて、中国からの旅行者が増加すると見込んでいる(東京都)。
	○	百貨店(管理担当)	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類で2類相当から5類への変更が検討されており、マスクも不要になる見込みもあることから、生活行動様式が元に戻る可能性がある(東京都)。
	○	百貨店(店長)	・新生活に向けての需要は最低限ある。加えて、気温の上昇とともにアパレルの動きが活発になると想定している。
○	スーパー(総務担当)	・賃上げムードがある。	

○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更されても、マスク社会はしばらく続くと考えられるが、今までよりも行動範囲が広がり、食品以外への支出も増加へと向かい、商材の動きも増える見込んでいます。
○	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられるという発表もあり、よりアフターコロナが進むと期待している（東京都）。
○	衣料品専門店（統括）	・新生活用品を買いに来る新入学、新社会人の来客数が増えると予想している。
○	家電量販店（店長）	・春頃に中国人観光客が復活すると予測している（東京都）。
○	家電量販店（経営企画担当）	・物価の上昇傾向は景気の流れを減速させる可能性はあるものの、日本におけるデフレの終えんとも取れる。賃上げ等により実質所得がインフレ率を上回る可能性が出てくること、インバウンドが減速しないという条件付ではあるが、景気は上向くとみている（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・EVへの切替えが進みつつある現在、いよいよ今年は各メーカーから新しいEVが売り出されてくる。その動きをみて、大分古くなった車を買って換えたいといった需要も高まってきているのではないかと（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給が早まってきており、受注してから売上にすぐ結びつくようになってきている。
○	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題はいまだに解決していないが、下取価格の高騰により即決傾向にある。
○	乗用車販売店（総務担当）	・年度末の需要月を迎えるため、売上が増加する見込みである。
○	住関連専門店（営業担当）	・こどもエコすまいる支援事業、先進的窓リノベ事業等、国の補助金施策の内容が充実しており、リフォーム需要の強力な起爆剤になり得ると期待している（東京都）。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた時期と比較すると、外出機会が増えてきていることから、来客数、接客数が増えてきている。この状況が継続すれば、身の回りの景気は徐々に良くなっていく（東京都）。
○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症を意識している客が減り、来客数も伸びている一方で、いまだに患による直前キャンセルがある。急に来客数や販売数量が増えるとは思えないが、緩やかに回復するとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・前年、前々年と比べたら良くなると思うが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べたら、やはりそれほど良くなるとは思えない。時短営業していた時期よりも今は3～4割程度は増えているが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べたら少ない。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は徐々に縮小すると思うが、円安等の影響は厳しく、原価率の高止まりがまだまだ続きそうである（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・地域の新型コロナウイルスの新規感染者数も減ってきており、インフルエンザと同様に感染症法上の分類が5類に引き下げられることで、3月の歓送迎会は前年よりも予約が入ると見込んでいる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍が収束あるいは軽症化の方向に向かっていると感じること、新型コロナウイルス感染症を2類相当から5類に分類変更することが現実的になってくれば、一時的には解放感から衝動的な購買が起きて、短期的な好景気が起きると予想する。しかし、様々な要因を考えると、生活は厳しい方向に向かうので、それはつかの間の好景気で終わるのではないかと。
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波が収束し、感染症法上の分類も2類相当から5類へ変更されると発表されている。そうなれば3年続いた新型コロナウイルス感染症も収束となり、これからは良くなっていく。一方で、水道光熱費や原価の高騰はますますひどくなっている。政府にはこの対策を合わせてやってほしい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・政府による行動制限緩和により人出が確実に増えており、販売量も増加傾向だが、新型コロナウイルスの感染再拡大の可能性は否めず、次第に勢いがなくなる。先々の予約は動いているが様子見もあって限定的で、販売量が大きく増えるとは思えない。

○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられることにより、感染防止対策への意識は一定にとどまり、客足が伸びると予測している。2019年度の動き程度に戻れば良い。
○	タクシー運転手	・昨秋に新型コロナウイルス感染症の水際対策が大きく緩和されたことを受けて、訪日外国人客が増加している。本格的な回復の兆しが見えてきたことから、景気は良くなり、タクシー利用にもつながる（東京都）。
○	タクシー運転手	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類を2類相当から5類に引き下げるといふ政府の発表や海外の情報も比べてみて、コロナ禍の影響がなくなってくるので、経済が活発に動いてくるのではないかと（東京都）。
○	タクシー運転手	・サラリーマンの利用客が特に良くなってきている。タクシー業界にやっと光が見えてきた様子である。希望も込めて、これからますます元気になることを願っている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・外出が徐々に増え、それに伴い支出が増える（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・今までは半導体不足の影響により機器の納品が遅れていたが、最近は順調に納品できるようになってきている（東京都）。
○	通信会社（社員）	・イベントやCMの引き合いなど、動きを感じられる状況が出ている。多少上向くことを期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・厳しい寒さが和らぐのでやや良くなるはずだが、コロナ禍からの脱却が進むとゴルフ離れが加速する恐れもあるので、一概にはいえない。
○	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げが決まり、世の中の動きが本格的にウィズコロナ、共生に向かい、全般的な社会経済活動が活発になっていく。
○	その他サービス【フィットネスクラブ】（エリア統括）	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に変わること、景気が上向きになる可能性が高まる（東京都）。
○	設計事務所（所長）	・少しは動いてきている気配があるので、多少は良くなるのではないかと（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、景気は良くならない。政府には観光業に対してもっと強い対策をお願いしたい。
○	住宅販売会社（従業員）	・注文住宅は横ばいの状況が続きそうだが、完成が近い建売分譲の販売を合わせれば、今よりは販売量をやや伸ばせるのではないかとと思われるので、やや良くなる。
○	住宅販売会社（従業員）	・来場者数は余り変わらないが、2～3月に向けて受注数が増える。
○	その他住宅【住宅資材】（営業）	・先々の公共案件の引き合いが増えてきていることから、一定レベル以上の注文増加が期待できる（東京都）。
□	商店街（代表者）	・前年10～12月の売上状況も、少しずつではあるが回復しているので、以前よりは良くなってきている。新型コロナウイルス感染症の発生前の状況にはまだ届いていないが、大分迫ってきて85%前後になっている。観光客が増え、新型コロナウイルス感染症も早く収束してくれれば、少しずつ好転してくるのではないかと。
□	一般小売店【印章】（経営者）	・今月中旬以降は寒波によって非常に寒い日が続いており、外を歩く人が非常に少ない。インターネット販売の売上は余り変わらないという話なので、やはり独立店舗には足が向かないのではないかと推測している。何か手立てを打たないといけないと思っはいるものの、良い案が浮かばない。
□	一般小売店【米穀】（経営者）	・現在のウクライナ情勢、エネルギー問題等々の見通しがつかないために、不安定なところもある。しかしながら、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、経済活動が活性化するため、プラスマイナスゼロと予想している（東京都）。
□	一般小売店【眼鏡】（経営者）	・個人的には、当然良くなってほしいと願っているが、まだまだ現状が続くのではないかと。
□	一般小売店【傘】（店長）	・景気が上向くような良い材料が見当たらない。

□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・売上等もおおむね順調に進んでいるが、燃料高騰や、その影響による原価の上昇などがあり、客の様子から、今後買い控えがあるのではないかと予測している。そのような不安要素を考えると、余り大幅に良くなることはないのではないか。例年に比べ、外商の大口径案件数が減っているようにも感じるので、総じて余り変わらない。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・早く新型コロナウイルス感染症が終息し、普通の世の中になることを願うばかりである。イベントを行っても、多少は客が戻ってきているものの、その割には販売量が伸びていない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	・富裕層の購買意欲は活況で衰えていないが、日配品の購買層は値上がりしている食材などはシビアに選んで購買しているので、現状はしばらく変わらない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・店舗内の出退店が続いていくなかで、遊休スペースの活用が必須となっていく。
□	百貨店（総務担当）	・先行きはまだ不透明である。景気対策や賃上げ効果等が実感として表れない限り、物価上昇の影響に飲み込まれてしまうような印象を持っている。現時点では景気への悪影響を払拭しきれていない（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	・中国本土からのインバウンド客の本格的な回復が依然として見込めない上に、地方百貨店の消費の劇的な回復も期待できない。ただし、大都市圏の百貨店では引き続き高付加価値な物へのニーズが底堅いため、トータルで現状から大きな変化はないとみている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドも増えるが、新型コロナウイルス感染症の反動で伸びた来客数が一巡するため、それが続くかどうか分からない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・中国の新型コロナウイルス感染症対応の変更後に春節を迎えたものの、インバウンド消費は劇的に変わらなかったことを踏まえ、現状の水準で推移するものと推察する（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・客の物価上昇に対する警戒感が更に強くなっていると感じることから、今後もこの流れは変わらない。春闘での賃上げ気運が高まっているものの、実際に反映されるのは先になるため、しばらくは状況に変化はない。
□	百貨店（販売促進担当）	・百貨店の主軸部門である食料品売場における物価高のマイナス影響が大きく、春以降も大きな景気回復は見込めない（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響により、賃金が上がらないと景気は良くならない（東京都）。
□	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する対応、意識が徐々に薄れていくことから、人の流れも少しずつ戻ってくる。特に、インバウンド需要には期待している。駅の改装工事が継続していることから、通行量の制約はあるものの、回復に向かうと予想している（東京都）。
□	スーパー（店長）	・また来月も値上げがあるので、客の財布のひもが固くなるのではないかと。3か月後も今と変わらないと予測している（東京都）。
□	スーパー（店長）	・客の外出への抵抗感は大分少なくなっているものの、全体から見れば内食へのシフトは続く。ただし、値上げがまだ続くため、買上点数と客単価への影響が懸念される。
□	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、この先も食料品の値上げが続くため、節約意識が更に高まっていく可能性がある。当面は同様の状態が続く（東京都）。
□	スーパー（店員）	・所得及び消費に関する予算が増えない限りは、このまま最低限の買物しかされない（東京都）。
□	スーパー（営業担当）	・1品単価は上がるが、来客数並びに販売数量が減少し、トータルで相殺されるという状況が今後も続くのではないかと（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	・外国人客の来店が増えているが、新型コロナウイルス感染症の発生前のような動きはない。
□	コンビニ（経営者）	・やはり物価高の影響で財布のひもが締まっている。コンビニの場合、単価が上がるとかなり厳しくなってくる。現状で来客数が1割程度減っている。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人の動きや購入量を見ると、新型コロナウイルス感染症の発生前並みになっているため、現状程度の売上で推移する見込みである。一方で、電気料金の値上げや物価上昇で買い控えが起きることを懸念している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・当店は学校関係の物も扱っており、それについてはこれから入学に向けて動くため、良い方向に向かう。しかし、やはり原材料が高騰しているため、価格設定等については非常に苦労している。利益率を抑えなければならない部分もあるし、光熱費の値上がりという話も聞いているので、今後良くなるのか悪くなるのかについては、微妙な線で推移する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・円安に関しては多少落ち着きを見せているものの、物価上昇の流れは更に加速し、消費者の財布のひもは依然として固いままである。持っている物を再使用するリメイク、リユース傾向は加速しているように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が止まらない。電気料金も厳しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。半導体不足で、車を注文してから納車まで半年掛かることなどが影響している。最近は少し良くなってきて、注文から3か月くらいなので、半導体不足も少しは解消されたようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・賃金は上がらず物価が上がる状況のため、景気は変わらない。ただし、一部の大手企業では賃金ベースを最大4割引き上げるとか、政府が大手企業などに6%程度ベースアップを、といった話もあり、安定した賃金上昇があれば景気はこれからも回復していくと思うが、残念ながら中小企業についてはそこまでの体力がないという話も聞こえている。やはり景気の浮上が考えられるかは、4月以降賃金が上がるかどうかによる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産台数の回復基調が鈍い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現状が過去に例がないほど悪いので、このままの状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量からみて変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春闘次第ではあるが、賃金上昇が実感として得られれば、購買マインドも向上するものと期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類になることが発表されたため、コロナ禍による消費者心理への悪影響はかなり薄らぐ。一方、光熱費の高騰、物価高が悪影響を及ぼしているため、ほぼ相殺状態とみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げを契機に、消費がどの程度動き出すか、その気運の高まり具合によるが、劇的な回復は現実的でないと捉えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・食材、間接材料費、光熱費の価格上昇が著しいために、収益に影響が出ている。値上がり対策も講じているが、利用客にも費用圧縮のマインドが大きくなれば、この先の不安要素は大きい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新規出店の店もあるが、家賃の値上がり傾向もあって全体的に客単価の設定が高価格となっており、苦戦を強いられている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・値上げがもう頭打ちに近い。一般的には賃金が多少増えても、物価高の方が勝っているため、どこまで消費者に還元できているか分からない。中小企業はまだまだ苦しい状況が続くので、景気が回復するか不明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなったとはいえ、物価高、燃料費上昇の影響があることから、景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・物価高の影響がかなり出てきている。何もかもが値上がりしているところに、電気代の値上げが重なり、家計を大きく圧迫してきている。賃上げをとという声があるが、原材料費が上がり、価格に転嫁できていないなかで、中小企業はこれからどのように利益を出し、賃金を上げていくのかという課題から抜け出せない。コロナ禍による売上低迷後、これからというときに、ふたをされているようである。消費税増税となった場合は景気が悪くなることも予想される（東京都）。

□	旅行代理店（経営者）	・東北から北陸、北海道と、日本海側全てに大寒波が押し寄せており、関東地方も10年に1度くらいの寒波に見舞われているので、客も外出することがかなわないようで、なかなかうまくいかない。
□	旅行代理店（従業員）	・引き続き実施や見積り等の動きがみられるのは学校団体のみで、一般団体の動き出しは限定されている。ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変わり、なおかつマスク着用義務がなくなれば、一般団体も動き出すと期待している。
□	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援対象のツアーが順調に推移している現状がしばらく継続しそうである（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	・賃金が上がれば改善の方向性は見えるが、不確定要素がある。
□	タクシー運転手	・我々の給料は毎月ほとんど変わらないどころか、売上の的にはむしろマイナス方向である。食料品や生活用品、材料費等の値上がりで四苦八苦している状態で、客の中にはこのままいくと死活問題だと話している人もいる。
□	タクシー（団体役員）	・良くなると思える要素がない。
□	通信会社（社員）	・引き続きMVNO業界に話題性がない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・2～3月の予約状況は前年同等の契約数で推移しているため、しばらくこの傾向が続く。
□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
□	通信会社（経営企画担当）	・現状が続く見込みである。少しずつ案件の動きはあるものの、人材を確保できるかによって変化する（東京都）。
□	通信会社（局長）	・長期金利も含めて、金融が不安定である。
□	通信会社（経営企画担当）	・新サービスを導入したが、新規客の獲得には至っておらず、既存客のアップセルにとどまっている（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・昨今のDX推進というプラス要素もあるが、新たに生じている燃料費の増加に伴う原材料費への転嫁など、マイナス要素の先行きが不透明なため、しばらくは停滞すると予測している（東京都）。
□	観光名所（職員）	・客足の回復が鈍い（東京都）。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・物価が上がっているので、生活必需品を優先すると、趣味は後回しになる（東京都）。
□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・今でも十分景気が悪いので、変わらない（東京都）。
□	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままではないか。
□	設計事務所（経営者）	・新しい案件の相談はあるが、当社との契約の前段階でのコスト調整に手間取っているようである。
□	設計事務所（経営者）	・現在の仕事が年度末まで継続するので、特に景況感に変化があるとは思えない。現状からは今年度の新規受注も考えにくい。
□	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰を始め、客の消費を刺激する要因が見当たらない。国の補助金制度では賄いきれない。
▲	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・公共料金や商品の値上がりはまだ続くとの報道があるため、財布のひもが固くなるのではないかと感じる。
▲	一般小売店 [家電]（経理担当）	・新年度に必要な物などは多少動きがあるかもしれないが、良くなる理由が見つからない。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・光熱費、物価上昇などが改善されず、し好品に対する消費を少し抑えているように感じる。
▲	百貨店（財務担当）	・今後、物価高、生活防衛意識の高まりが、消費に更なるマイナス影響を及ぼすことが懸念される（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・1点単価が上がり、来客数、買上点数が減っている状況がずっと続いている。今年もこれからどんどん値上げが増えてくるので、その傾向が更に強くなる。そのようななかで、いかに消費マインドの冷え込みを抑え、おいしい物やお買い得な物の提案により消費を喚起して、売上を減らさないようにするかが問題なのだが、非常に厳しい状況なので、今のところは多少減るかと思込んでいる。
▲	スーパー（仕入担当）	・鳥インフルエンザの影響で、特に卵の供給が不安定である。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・春闘も大手企業以外は満額回答は厳しいと思うが、消費者物価は更に高くなる。既に節約志向が高まりつつあるなか、売価の調整や利益確保が今まで以上に難しくなる。

▲	コンビニ（経営者）	・諸物価の上昇による（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・大型店の特売が続く、コンビニではそれに対抗できない。さらに、従業員の応募が全くなく、厳しい状況を改善できる見込みがない。
▲	コンビニ（経営者）	・物価ばかりが上がり、買うための収入は変わらないどころか下がるのではないかと不安の方が大きいので、やはり景気は良くならない。
▲	コンビニ（経営者）	・光熱費等の値上げもあり、客が出費を抑えているようである。
▲	コンビニ（従業員）	・最近では身の回りにも新型コロナウイルス感染症を気にしている人が減ってきているが、高齢者や中高年世代の両親などは多少気にしている。今後、新型コロナウイルス感染症がインフルエンザなどと同等の5類の扱いを受けるようになったときに、中高年の立場からすると、逆に動きを制限されるような気になるかもしれない。それくらい現役世代、若年層などは行動が活発になり、注意も薄くなってくる。コンビニには様々な世代の客が来店するが、中高年層がそのような気持ちでいると、高齢化社会の現在としては余り良いことではないのかもしれない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・日本製の小学校等の体操着の生産遅延が続いている。外国人実習生の確保ができていない。ロシアのウクライナ侵攻による影響で材料が不足している。商材があれば売れたのに、という欠品による売上減少が起きる。
▲	衣料品専門店（役員）	・この先もまだ値上げが続くようなので、衣料品需要は2の次になるのではないかと。
▲	衣料品専門店（従業員）	・日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響によりかなり厳しくなる。積極的な消費が見受けられず、客がかなり慎重になってくるのではないかと。
▲	家電量販店（店長）	・給与が増えても、物価上昇の方が大きければ、消費よりも水道光熱費などの家計にお金が回ってしまう。
▲	家電量販店（店長）	・必需品の売上に関しては大きく下振れはしていないが、し好品の販売台数が伸び悩んでいる。国や自治体による施策も終了を迎えるに当たり、今後の売上の苦戦が懸念される（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	・値上げする物が多い。
▲	住関連専門店（統括）	・コロナ禍はまだ収束していない。具体的な対応策が出てきていないので、もうしばらく収束しないのではないかと。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・車両台数の減少傾向、燃費の向上による燃料油需要減少は継続すると見込んでいる（東京都）。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・日本銀行総裁の交代が景気に悪影響を及ぼさないことを願っている（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	・物価上昇や人手不足が改善されるように思える政策もなく、状況好転が期待できると思えないため、景況感としてはマイナス方向である（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・2月以降も物価の上昇が続く、4月にも商品等の価格が上がるが、それに賃金上昇がついていかないことに加え、防衛費増額のための増税という話もあるので、客が買い控えをして消費が冷え込む。そのようなことから、3か月後も、新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、今までどおりには良くはならない。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料費、水道光熱費は、現状から更に一段価格上昇の可能性が見込まれるため、コスト高が容易に予想される。新型コロナウイルス感染症対応のため、取引先がパーティー等、料飲部門の利用を避けているため、景気の悪化は避けられない（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	・物価上昇が客足が遠のいている原因であることは間違いなく、経済状況が好転しなければ、この先もじり貧になるのは確実である。
▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いており、回復しかけていた個人消費の伸びを妨げる形になっており、改善の兆しが見えてこない。
▲	通信会社（局長）	・いまだにウクライナ情勢などの外的要因による圧力と、円安及び物価高によるし好品の買い控えや契約数鈍化の影響もあり、純増数の下降トレンドがしばらく続く（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	・売値は上げられないので、このまま仕入価格の高騰が続くと利益が減り、景気は悪化していく（東京都）。

▲	通信会社（経理担当）	・通信業では、今より高い商材を買ってくれる様子はない。今の販売価格を維持しながら、原価の電気代や物価上昇分をコストや人員の削減でどこまで吸収できるか算定中である。
▲	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇が続き、利用者の来店意欲の減退が危惧される。
▲	ゴルフ場（経理担当）	・今春に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に位置付けられれば、更に高稼働となる可能性はある。ただし、インバウンドの増加で軽視できない変異株のまん延も懸念される。春には金融政策が見直され、外国為替が円高方向に振れば物価上昇が落ち着きを見せる可能性もあるが、いずれも楽観はできない。
▲	競輪場（職員）	・ソフト面では、Webでの販売に力を入れたいが、開発に時間が掛かる。ハード面では、新型コロナウイルス感染症収束後も半導体等が簡単に手に入りにくくなっており、欲しくても購入できない。以上のことから、不安要素の方が現実的には多い。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・景気への不安がますます増大しているため、客が様子を見ている。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・集客期が近づいているが、問合せ件数などには変化がみられない。
▲	設計事務所（所長）	・建築資材等、物価の値上がりから、なかなか計画が進まないため、仕事にならない。
▲	設計事務所（職員）	・良くなる要素や傾向は全くない（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・長期金利の引上げで、ここ1か月はもしかしたら駆け込み需要があるかもしれないが、その先は不透明である。まだ地価、建築費用は高止まりしており、厳しい状態である。新築売りアパートは利回りを下げて販売せざるを得ない。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・年明けから来客が非常に少なく、売上がゼロの日もある。値上がりしていることと、消費者も生活防衛のために耐久消費財にまで消費を回すほど余裕がないのだろう。商売をしている者にとっては非常に厳しくなる（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・水道光熱費、人件費、材料費、原価の上昇が利益を大きく圧迫している。
×	スーパー（経営者）	・先の見通しが立たない。
×	スーパー（経営者）	・インフレ傾向により食品スーパーで扱う商品の単価は上がっているが、買上点数、来客数共に減少している。過疎地域であることに加え、可処分所得の減少、エネルギーコストの上昇でかなり厳しくなっている。
×	衣料品専門店（店長）	・価格上昇は避けられないが、それ以上のコスト上昇を自社だけでは吸収できない。
×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・春に向けては値上げラッシュになる。賃金は消費者物価指数の上昇分ほどは上げられないので、より出費をしない傾向になる。
×	高級レストラン（経理担当）	・コアコアCPIがおおむね横ばいなので、需要は横ばいという感触である。一方、エネルギー価格の上昇と労働コストの上方圧力で企業収益は圧迫されている。コストプッシュ型のインフレ傾向のなか、金利調整懸念が一層強まり、景気は悪化する（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する政策がまるっきりの外しているように感じる。現首相は経済にプラスになるようなことを何もしていないのではないか。
×	タクシー運転手	・年明け早々、利用者が減っている。物価上昇の影響が利用者の減少につながっているとしたら、しばらくの間、利用の増加は望めない。
×	通信会社（管理担当）	・更なる値上げ予測により購買トレンドは下降気味である。
×	通信会社（管理担当）	・予算策定の時期となり、電気代、保守費用等、当社設備の運営、維持コストへの各取引先からの転嫁が本格化しており、加入獲得の弱含みも踏まえ、想定した実績を上げにくい状況が見えている（東京都）。
×	ゴルフ場（経営者）	・売上は5%程度アップの見込みだが、エネルギー価格の高騰、仕入価格の上昇、賃上げにより利益が半減する見込みである。
×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症、ロシアのウクライナ侵攻などが社会経済、生活に大きく影響しており、問題解決には程遠い状況である。公費を投じての景気回復は、本物とは思えない。
×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているため、教育費を少し削ろうという親が実際に出てきている。今後景気は更に悪くなる。

		設計事務所（経営者）	・今、世界情勢が見えなくなっている。ロシアとウクライナの停戦もなかなか難しいなかで、日本として何ができるかが見えなくなっている。そのようなこともあり、社員の給料を上げることができない。新しい仕事も見えないなかで、営業活動が非常にやりにくくなっている。
企業 動向 関連 (南関東)	×		
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が増加し、引き合い案件も増えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症からだんだんとフリーになってきているので、徐々に良くなる（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・気温が上がり始めれば、人出も多くなっていき、売上につながる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月は受注量が増え、景気が少し良くなる（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・個人消費が拡大すれば、身の回りの景気は回復するだろうが、原材料費の高騰と諸物価の上昇により、一般雑貨品の購買意欲が回復してくれるか不安である。インバウンド需要が回復しているので、多少は良くなってほしい。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新年度に期待しながら、年度末の仕事を片付けるべく頑張っている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの部品調達不足も徐々に解消方向に向かっており、増産に向けて動き始めている。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げや観光客の増加等により、影響を大きく受けている業種についても回復に向かうものとみている。
	○	不動産業（従業員）	・インバウンドの回復が期待できる（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	・テナントからは良い話が聞こえてこないが、悪い話も出ていないので、マイナミックには賃上げムードのなか、春に向かって景気もやや良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・インバウンドや円安の影響が落ち着いてきている（東京都）。
	○	税理士	・円安にも歯止めが掛かり、外貨建ての資産運用も活発になっている。大手の賃上げも確定してうれしい材料が多い。中小企業への波及はまだまだだが、期待して良いと考える。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・警備、ビルメンテナンス共に順調に売上が増加している。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注件数が増えていく兆しが見えない。3～4月は年度末なので、例年どおりに増えてくるとは思うが、それは景気にかかわらずいつものことであり、やはり若干少なめに増える程度かと見通している（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の値上げも全然止まらず、また、海外向けの受注も2～3か月先まで余りない。良くなるとは思えない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・電気代、燃料代等の値上がり非常に大きいので、全体の動きがかなり悪くなっている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器に関しては大きな動きはないが、医療品容器では新企画の相談が始めているので、具現化することを期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・直近の状況を見ると、新規受注の見立てができていない企業の中に、逆に受注量は減ってしまった取引先もある。相殺すると全体の取引量の増減はなくなる可能性がある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・一度落ちた売上を元に戻すのは大変なことで、半年から1年は掛かる（東京都）。
□	建設業（経営者）	・先行き不透明感があって分からないことがたくさんある。新型コロナウイルス感染症とウクライナ情勢が収束すれば良くなると思うが、その辺がまだ見えないので、何ともいえない。	
□	建設業（従業員）	・このまま物価が良くなることを希望する。	
□	建設業（営業担当）	・資材価格は高止まりしたままだが、幅は小さくなってきている。現状は様子見の案件が多いので、今後2～3か月は現況のまま停滞することが見込まれる。	
□	輸送業（経営者）	・取扱量の低迷、人手不足、燃料や資材価格の高騰など、短期間で改善するとは考えにくい問題が多く、当面厳しい環境が続く（東京都）。	
□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出は前年に続いて無く、国内出荷量も増えていない。今後も現状が続く予想である。	
□	通信業（広報担当）	・当面は回復傾向が続く見込みである（東京都）。	

□	金融業（従業員）	・小売業の一部事業者からは、毎週値上がりしている原材料もあり経営は非常に厳しいとの声が聞かれる。長引く原材料価格の上昇に加えて、光熱費の高騰やゼロゼロ融資の返済本格化などで先行きが見通せないなか、コスト上昇分を価格に転嫁する事業者も増えているようである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・物価の上昇分以上の賃上げがないため、財布のひもが固くなっており、価格上昇により消費量が全体的に落ちてくると予想される。
□	不動産業（経営者）	・テナントの飲食業からは、仕入価格、暖房費などの高騰により、先行きは厳しいとの声が多い。
□	不動産業（従業員）	・物価上昇、建築コスト増加の傾向は変わらないが、不動産取引価格や販売状況は好調である（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・まだまだ時間が掛かりそうなので、2～3か月では何も変わらない（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・現時点において上向き要素、要因が見当たらない（東京都）。
□	税理士	・日本の景気は米中の景気に大きく左右されるといつも言っているが、国内でも、特に中小企業や個人店などは新型コロナウイルス感染症の影響からまだ回復していないため、より一層、国からの様々な支援が必要になる（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・電気代やその他物価の上昇のために消費を抑える傾向が続くとみている。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料高騰等の影響により取引先工場の稼働率向上の見込めない状況が続いている。先行き不透明感も根強く、低迷状態がしばらく続く。
□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の値上げができないと、収益の改善は難しい（東京都）。
□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・大きく良くなる要素も悪くなる要素もない。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・2月から用紙価格の更なる値上げの話があり、再度値上げ交渉をすることが厳しい状況で、スムーズにいくか不安である。
▲	金属製品製造業（経営者）	・米国の金利上昇やインフレの影響が出て、米国の景気が悪くなり、輸出が減るとみている。国内は、インフレ対策として賃上げを要求しているが、先行きが不透明なため、インフレが終わったときに元に戻すことができないことに対して、現実には簡単にはいかない。社員を大切に経営には賛成だが、働かない社員や怠け者が楽をするようになってはいけない。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の在庫調整に加えて、減産が顕著になってきているように感じられ、これまで以上に景気に影響を与えることが予想される。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・物価高によるサロンへの来店控えが発生し、サロンのオープン案件が減少傾向にある（東京都）。
▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられた段階で消費指数は上がると思うが、長期的には増税の話などもあり、冷え込むとみている。
▲	金融業（総務担当）	・コロナ禍の長期化に加え、食品や電気料金の値上げが響いており、消費が減退している。不動産市況も戸建て価格の高騰により今後は販売が低迷するとみている。ベースアップも中小企業では厳しい状況なので、一層節約志向が高まり、余分な物は買わなくなる（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に気を付けて営業しているが、仲間もちらほら感染しており、そうしたニュースを聞くと不安である（東京都）。
▲	広告代理店（経営者）	・各種補助金がなくなり、納税できない業者が増えるのではないかと（東京都）。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・公共料金の値上げや、賃金上昇で取引先の経費がかさむので、B to Bの仕事は厳しくなる（東京都）。
▲	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・経済状況から判断している（東京都）。
×	精密機械器具製造業（経営者）	・製造業における主要仕入れである原材料の高騰が価格改定のペースより早過ぎる。電気代の高騰が止まらないことが経営を圧迫している上、賃金上昇が更に拍車をかけている。

	×	建設業（経営者）	・少額の設備投資案件はあるものの、大規模案件の話はなくなっている。
	×	経営コンサルタント	・政府は大幅な賃上げをと旗を振っているが、大手企業はできて、中小企業は追従できない。下請代金の大幅な改善がないまま、材料等の値上がりと賃上げでは、利益を圧迫しかない。当たり前だが、国を挙げて下請代金の大幅な改善をしないと、経済の活性化は望めない（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて4月以降の求人が増えてくる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・正規雇用を避け、派遣などの臨時的雇用やアウトソーシングを考える企業が増えてきており、ニーズが高まっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・毎年、年度末に向けては繁忙となるが、今年も同様で、求人数、求職者数の増加傾向がみられる。派遣総稼働者数は増加傾向にある（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・対象企業の99%近くが中小企業であり、その80%近くは賃金を上げようにも上げられない状況である。そのようななかで物価が上昇しており、どうしようもない。年度替わりに期待している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・離職者の再雇用など多様な人材活用が進行し、新卒採用が急激に増えるとは思わないが、賃金アップなどの動きが中堅企業まで浸透するには少し時間が掛かる。人材獲得競争は少し先になる（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・引き合いに対して、供給が追いついていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人に関しては大きなイベントもなく、例年と変わらない程度の求人数となる見込みである。倉庫新設や新業務の受注に伴う倉庫内作業のオーダーは、今後も継続的に発生することが見込まれる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア不足は変わらないまま推移する見通しであり、派遣業界へのニーズは依然として多いと予測している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・売手市場になるとは思うが、求人企業側の採用基準が下がるわけではないため、職に就けない人も増えていくのではないかと。そのため、景気が良くなることも悪くなることも予想しにくい。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・応募が今後増えていけばもちろん景気も上がってくる。求人を出す取引先は採用を目的としているが、その前にまず応募である。応募がなければ求人者の意義を感じることができない。2月以降は応募が増えて求人も増えていくかもしれない。例年であればそうなるが、今年は景気が悪くなるともいわれているので、求職者の動きも注意深く見ていかなければならない。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・そろそろ不景気になりそうな気もするが、まだ身の回りの景気はさほど悪くなっているとは感じていない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べて1.4%増加している。前年比では8.8%の増加で、13か月連続して前年同月を上回っている。求職者数が減少傾向にあることから、有効求人倍率は前月と比べ0.09ポイント上昇の1.29倍となっている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・政治、経済面で大きな変動はないとみている。冬場で物の動きは鈍いが、心配するような状況ではなさそうである（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に給与改定が追いついていない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきており、今後、活動が活発になると思われる。インバウンドも急増してきているが、サービス提供側の人材不足は解消の兆しが見えない（東京都）。	
▲	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の期間満了件数が新規契約件数を上回る状況が続いており、長期就業件数そのものが減少している。当面、売上は下落トレンドになることが予想される（東京都）。	
▲	職業安定所（職員）	・多くの中小企業では、経営コストの上昇と売り物である製品やサービス等への価格転嫁という難題により、厳しい経営環境が続くことが見込まれ、雇用情勢への影響が懸念される。	
▲	職業安定所（職員）	・燃料費、原料費の高騰がメーカー、卸売業の利益を圧迫し、人件費削減の観点から求人抑制の動きにつながっている（東京都）。	

	▲	学校 [大学] (就職担当)	・光熱費や物価の上昇により、消費意欲が低下している (東京都)。
	×	求人情報製作会社 (経営者)	・これから新型コロナウイルス感染症対策による借入金の元本返済が始まり、様々な原材料などの値上げも増え、中小零細事業者にとってますます厳しい環境になる。政府与党は増税へと進み、少子化の影響で労働者人口も少なくなる。様々なつげがどんどん出てくる。将来に明るい予測ができる要素があるだろうか (東京都)。
	×	求人情報誌製作会社 (所長)	・物価が上がっているため、悪くなる。
	×	職業安定所 (職員)	・物価の上昇、電気代やガス代などのライフラインの価格高騰による消費者の手控えが要因である。