

Ⅰ. 景気の現状に対する判断理由等

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北海道)	◎	百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・閉店セールが最終月に入り、来客数も客単価も大幅なプラスとなっている。雑貨、衣料品は人気の高い物産催事との相乗効果もあって大きく伸びている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今は積雪寒冷期であるが、百貨店の閉店が間近となり、高齢者を中心に日中の来街者数が増加している。また、夜型の飲食店においても、新型コロナウイルスの感染対策に伴う規制が緩和される方向にあることから、平日、週末共に本来の1月に近い水準まで回復している。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きをみせていることから、人出が徐々に戻りつつある。新年会もそれなりに開催されたことで週末の飲食店にもぎわいを取り戻している。ただ、新型コロナウイルス感染症の影響による巣籠り習慣を変えるまでには至っておらず、本格的な回復にはまだ時間が掛かりそうだ。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・1月の売上は前年比177%、前々年比614.9%となっている。新型コロナウイルス感染症が発生する前の2020年比では98.3%まで回復している。また、アジアからの客の売上は30%を占めている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の脅威はまだ続いているものの、中心部への来街者は確実に増えている。また、国内、海外を問わず旅行者が増えていることで土産需要も回復しつつある。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・旅行需要の回復、年末年始の帰省など、人が動くシーンが前年や前々年よりも増えており、2019年並みかそれ以上の水準になりつつある。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の水準に近づいている。物価高騰の影響で外食から内食に回帰しているとみられる。また、キャッシュレス比率が伸びていることから、中高年齢層の客に加えて、若年齢層の客も増加しているとみられる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年明けは観光客の動きが一時的に低迷していたが、中旬以降は持ち直している。春節の期間中は中国人こそ少なかったが、韓国、台湾などを中心に観光客が増加傾向にある。
	○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・1月は初売りが好調で、来客数も微増ではあるが回復していた。ただ、月後半は大雪の影響で客足がやや鈍っている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車受注が堅調に推移しており、前年比127%となっている。登録台数も前年比116%となっている。中古車は在庫不足の影響がみられるものの、底堅く推移しており、需要は回復傾向にある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来客数が伸びている。ただ、物価の上昇が続くなか、新型コロナウイルス感染症の影響もあって企業の疲弊が続いており、賃金が物価上昇に見合った上昇となるかは不透明である。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・12月の航空需要をみると、国内線は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で92%まで回復している。また、国際線も中国を除いたアジア路線を中心に、11月以降復便が進んでおり、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で50%程度まで路線数が回復している。年末年始の帰省需要も活発で、国内線、国際線共に人の動きが戻ってきたとみられる。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・5月から新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行するとの報道もあって、客からの申込件数が増えている。

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
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減っていないが、人流を抑制するような規制がなくなったことから、夜の繁華街においても、前年とは違って遅い時間でも人流が絶えなくなっている。タクシー1台当たりの売上も前年比プラス20%と回復している。ただ、ドライバー不足の影響でタクシーの稼働台数が減っていることから、会社の売上は前年をやや上回る程度にとどまっている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・人流が少し戻りつつある。2019年2月に値上げした効果もようやくみられるようになってきた。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増えている。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準に比べればまだまだだが、海外からの観光客が個人、団体共に、日を追うごとに増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類を5類に移行する方針が発表されたことで、来街者が少しずつ増えている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・1月上旬の売上はとても悪かった。中旬になると回復傾向がみられたものの、下旬に入り悪天候に見舞われたことで、再び落ち込みがみられ、1月としては過去最悪の売上となった。
	□	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・希望小売価格の改定で価格が高騰しており、買い控える客が多くなっている。
	□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・足元の客単価は、商品単価が大きく上昇していることで上昇傾向が続いているものの、飽くまでも価格上昇に伴う名目上の話である。実際には、節約志向の強まりによる買上点数の減少傾向も続いており、消費の実態は不透明な状況にある。
	□	スーパー（役員）	販売量の動き	・食料品の値上げが続いているが、食べる量を減らすことはできないため、食品スーパーへの影響は余りみられない。
	□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・観光需要に浮き沈みがあり、現状は3か月前と比べて減少している。今後の動向によっては、悪化することも懸念される。
	□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・全体売上は前年以上になっているが、新型コロナウイルス感染症の影響で前年の売上を大きく落としていた店舗も多く、実態は余り良くない。中には、前年割れしている店舗もみられる。
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・例年1月は数字的に厳しい月であり、月末に掛けて全国的な悪天候となったことで厳しさが増している。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・電力料金やガス料金の値上げに伴って、石油製品の節約志向が強まっている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が延長されたものの、決定が12月後半だったこと、割引率が変更されたことから、1月は3か月前ほどの勢いがみられなかった。
	□	旅行代理店（従業員）	それ以外	・ウクライナ情勢の影響や公共料金の値上げ、それらに対する対策不足などから、疲弊している人が周囲に増えている。
	□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響により、来客数や販売量は増加している。ただ、3か月前も状況としては悪くなかったため、景況感としては横ばいで推移している。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・季節要因や天候要因などによる需要を考慮すると、新型コロナウイルス感染症発生前の景気には戻っていない。特に夜間の売上が苦戦している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・年末年始については、利用客がややみられたものの、景気が上向いているとまではいえない。3か月前とほとんど変わらない状態が続いている。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・冬期間は観光客が少ないため、大変厳しい状況となる。また、コロナ禍のなか、客の動きがまだはっきりとみえてこないことから、景気は横ばいで推移している。
	□	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	・厳冬期における輸送量としては前年並みに推移しているが、悪天候が重なり、欠航日数が増えていることから、景気は良くなっているとも悪くなっているともいえない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	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。キャンセルが出ていないかを確認するなど、完売したマンションに対する問合せもみられる。
	▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・商材の値上げが次々に出ているため、客の反応が悪くなっている。3か月前と比べると景気は良くない状況である。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・正月明けということもあるが、来客数も売上も落ち込み気味である。
	▲	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・エネルギー価格高騰の影響で中間層以下の客層への販売量が減少傾向にある。
	▲	百貨店(マネージャー)	それ以外	・来客数及び客単価は3か月前と同水準で推移しているが、買上客数が10%以上減少している。物価高の影響により、節約志向が強まっており、買い控えが顕著にみられる。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	競争相手の様子	・業界の多くの事業者が前年から数字を落としている。
	▲	衣料品専門店 (エリア担当)	それ以外	・今のところ、来客数の極端な落ち込みはみられないが、光熱費、特に電気料金が大幅に値上がりしていることから、今後、節約傾向がますます顕著になるとみられる。寒さ対策関連商材の動きは活発になるとみられるものの、ファッション関連の買い控えが始まる懸念される。
	▲	その他専門店 [造花](店長)	お客様の様子	・行動制限緩和に伴い、イベントなどが開催されているものの、商材の価格高騰に伴う買い控え傾向が続いている。客単価の低下が著しい。
	▲	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・売上が例年の50%を下回っており、景気はやや悪い。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることで昼の客の動きは良いが、夜は客足が遠のいたままである。また、昼は格安ランチから売り切れるなど、客単価が上向いてこない。オール電化住宅に住んでいる客からはとても外食どころではないとの声も聞かれる。当店も電気料金が以前の倍となっており、コストを掛けない省エネはもう手立てがないため、途方に暮れている。
	▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数及び売上の伸び率が3か月前と比べて縮小しており、コロナ禍で減少していた前年と同じような状況で推移している。外国人観光客は増加傾向にあるが、国内観光客は全国旅行支援の恩恵も余りみられず、売上増加とはならなかった。
	▲	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・インバウンド解禁とはいえ、中国に対する水際対策の混乱から中国との航空便の多くがキャンセルとなり、春先までの需要が消えることになった。また、地方空港の海外路線が全く復活しておらず、全体的には引き続き厳しい状況にある。さらに、全国旅行支援の割引率が20%に引き下げられたことで、東京・名古屋・大阪を中心とした大都市圏からの国内客が僅かな人数にとどまっており、地方観光地はとても厳しい状況に置かれている。一方、燃料費の高騰により、厳冬地では経費負担が大幅に増加しており、財務状況も大きく悪化している。
	▲	通信会社(企画担当)	競争相手の様子	・様々な商材の価格上昇による影響を受けて、通信費を節約するためなのか、競合に流出する動きが9か月ぶりに大きくなっている。
	▲	美容室(経営者)	販売量の動き	・冬季にもかかわらず今年は光熱費の値上がりが深刻なことから、客の購買意欲がかなり低下している。値上げ幅が大きいいため、影響は大きなものとなっている。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・客との会話で、灯油価格やガソリン価格の高止まり、物価の上昇が日々の話題となっている。賃上げはまだ一部の話であり、身近な会話とはなっていないことから、景気が良くなっているとはいえない。
	▲	美容室(経営者)	それ以外	・物価高に加えて電気料金の値上がりでかなり厳しい状況が見込まれる。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・物価高や金利の上昇懸念で住宅の購入マインドが低下している。
	×	スーパー(店長)	それ以外	・この夏までは新型コロナウイルス感染症の影響による景気悪化であったが、現在は光熱費や原材料価格の高騰に伴う商材の値上げにより景気が悪化している傾向にある。

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
	×	スーパー（従業員）	乗客数の動き	・値上げを背景に、乗客数の減少が継続している。客単価は上昇しているものの、買い控え傾向はしばらく続くとみられる。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・フレッシュアズ商戦がスタートし、新規のスーツ販売が始まったが、商材の稼働は良いものの、単価の低い商材しか売れておらず、売上が大きく落ち込んでいる。服装に金を回すだけの余裕が客からなくなっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・年が明けて多少は新型コロナウイルス感染症の影響が収まるのではないかと期待していたが、いまだに影響が続いている。1次会で使われるような居酒屋は客が増えているようだが、ラウンジやスナック、クラブなど2次会で使われるような店は依然として客の利用が落ち込んでいる。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・年末以降、住宅の着工数が著しく減っている。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(北海道)	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・多くの現場が予定どおりに完工期に入った。また、追加工事による変更契約が上積みとなり、完成工事高、利益共に、計画を上回ることが確実となった。
	○	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・賃上げの必要性から、取引先に対して値上げ交渉を行っているが、例年よりも交渉がスムーズに進んでいる。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全国と比べて、北海道の建設関係の業務量が激減している。札幌駅再開発案件が注目されている一方で、それ以外の業務が極端に少ないため、再開発に関与している東京の企業以外は受注量が少ない状況にある。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・前年と比較して、物量が一向に上向いてこない。荷主からは、今後も期待できないとの声が多く聞こえてくる。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州の一般雑貨トレーラーが堅調に推移している。紙パルプも地域差はあるものの、おおむねよく動いている。一方、本州向けの生乳は引き続き停滞している。倉庫はバター、粉乳がピークを過ぎており、徐々に在庫が減っている。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格や仕入価格の上昇について、値上げにより対応しているとの声が聞かれるようになってきた。コロナ禍での行動制限が緩和され、来道観光客が増加していることで、観光業及び関連業種の業績が引き続き持ち直し傾向にある。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染対策に伴う規制が緩和され、制限のない年末年始となったことはプラスであったが、物価上昇が景気回復の足かせとなっている。観光客も増加しているが、まだ景気を回復させるまでには至っていない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設工事案件は多々あるものの、仕入れ機材の値上げや納期遅延などによってコストが上昇している。価格転嫁もほとんど進んでおらず、対応に苦慮している。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・1月に入り、売上が前年から激減で推移している。降雪状況によって状況は変わってくるが、しばらくは現在の状況が続くことが見込まれる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前の予測数値と比べると、実績は上向いているが、年間通期での予測を下回る状況が続いている。値上げなどの影響を考慮すると、市場が活況になっているとは思えない。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物の出荷が年末で落ち着き、現在は端境期となっている。また、今年は春節が比較的早い時期であったため、輸出の動きも早めに落ち着いた。
	▲	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、全般的に取扱量が減少傾向にある。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・コスト高への防衛措置として、投資と費用を抑制する動きが強まっている。
	▲	司法書士	取引先の様子	・建築や不動産関連について、資材価格の高騰に加えて、食品や電気、灯油、ガソリンなどの生活必需品の価格が高騰していることから、先行きへの判断が付き、買い控える傾向がみられる。また、冬期間であることも需要を引き下げる要因となっている。

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
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上が3か月前と比較して約2割、前年と比較して約1割減っている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月の販売量は前年比マイナス13%となっている。3か月前の販売量も前年比マイナス18%であり、景気の悪い状況が続いている。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は変わらず増加傾向にある。3か月前と比較しても、営業、IT、経理を中心に求人の問合せが増えている。求人媒体に出稿しても人材からの問合せが全くないとの理由で当社に依頼してくるケースがみられるなど、企業間の人材獲得競争が激しくなっている様子もうかがえる。給与などの労働条件を大胆に変更しなければ、人材の応募がますます見込めなくなる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきたことから、年末と比べて求人数は増加している。ただ、企業では思うように採用が進んでいない状況にあり、今後は採用手段やターゲットとなる属性を考えていく必要があるとみられる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・当地の主力産業である観光業は、全国旅行支援、春節、冬の大規模イベント開催などの効果で活性化している。
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・12月の新規求職者数は前年から1.8%の増加と7か月ぶりに増加したが、有効求職者数は5か月連続で減少している。また、新規求人数は前年から3.4%減少したものの、引き続き高水準で推移しており、業況堅調な企業を中心に求人が堅調に推移している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における12月の有効求人倍率は1.00倍であり、3か月前と同率での推移となっている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・道内各大学が2月に学内で開催する合同企業説明会において、参加を希望する企業側の意欲が前年以上に強く、新卒採用への大きな期待が感じられる。コロナ禍で苦戦していた宿泊業や旅行業にも持ち直しの動きがみられるほか、小売関連の採用意欲も高くなっている。企業と学生の動きをみる限り、景気は上向いている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業種や業態によっては、新型コロナウイルス感染症が発生する前から恒常的な人手不足感はあったものの、ここに来て、新卒、中途採用にかかわらず、全業種的に人材確保の厳しさが増している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業種を問わず景気は横ばいで推移している。外国人観光客を見掛ける機会は増えているが、物価高に加えて、寒波襲来などの影響で実体経済がつかみづらくなっている。
	▲	—	—	—
	×	職業安定所（職員）	それ以外	・原材料や輸送コストの値上がりを価格に転嫁できない企業がみられる。ただ、価格転嫁が進むと、物価上昇に賃金上昇が追い付かなくなるため、消費意欲の減退につながることも考えられる。

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・外国人の免税売上が2019年の水準に近づいている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間の来客数が増えてきている。また、週末の来客数も若干増加傾向にある。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に微増しており、単価も高水準である。新型コロナウイルス感染症発生前にかなり戻りつつある。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・年末年始は帰省や隣県からの多数の来店があり、高額品を購入する客が多くみられた。
	○	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・人流が増えている実感がある。降雪によって関連業種が活性化している。
	○	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特注物件の大型化によって、単価も上昇している。

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] (統 括)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきた。また、全国旅行支援等もあり、新幹線を含む旅客の移動がかなり増えてきている。それに伴い、来客数も徐々に増えつつある。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が延長され来客数が若干増えている。新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にある。
	○	旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・契約済み個人旅行・団体旅行のキャンセルが減ってきている。また、全国旅行支援の効果もあり売上も伸びている。とはいえ、前年比では横ばいの状況で、新型コロナウイルス感染症発生前と比べれば6割の状況である。
	○	通信会社(経営 者)	お客様の様子	・これまで低迷していた放送サービスが、12月から1月のキャンペーン効果もあり徐々に加入者を増やしている。エンターテインメントサービスに掛ける費用の節約傾向にもブレーキが掛かり、新規の加入者が増えている。また、インターネットサービスは引き続き順調に契約者数を伸ばしており、放送と通信の同時加入者が増えている。低価格の放送サービスと中価格の通信サービスへのセット加入で節約している人が増えているのが特徴である。
	○	観光名所(職 員)	来客数の動き	・日本人の募集団体も人数が増えている。それに加えてインバウンドも増えている。今までは台湾が中心であったが、東南アジア系も増えている。予約時点で前年の実績数を上回る状況がここ1～2か月続いている。
	○	その他サービス [自動車整備 業] (経営者)	来客数の動き	・年末年始の客足やセールでの売上は好調であった。例年だと1月後半から低調になるが、今年は月末になっても販売量が落ちておらず、景気が良くなってきた感じがある。
	○	その他住宅[住 宅展示場運営会 社] (従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和の影響があり、前月、前年のいずれと比較しても来場組数が増加している。
	□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・初詣などで外出する人が増え、人の流れは戻ってきたが、電気代や燃料費の高騰、商品値上げ等により、景気は横ばいになっている。
	□	一般小売店[医 薬品] (経営 者)	販売量の動き	・3か月前と変わらない。販売量が少し減少しているが売上は変わっていない。来客数も前年比103.7%である。
	□	一般小売店 [酒] (経営 者)	販売量の動き	・3連休以降の販売量が余り良くない。受験シーズンも始まり、新型コロナウイルス感染対策のため外出を控える傾向が強くなっている。特にファミリー向け以外の夜の飲食店は週末となると来客数がゼロという店もあるほどである。寒波の影響も大きく、今月は予想以上に厳しくなっている。
	□	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・夏のクリアランスセール期同様、プレセールは盛り上がりなかったが、本セールに入り売上が伸びている。セール中心というわけではなく、セール除外品や春の新作等定価品が動いていることも、夏の動向と同じである。
	□	百貨店(催事担 当)	来客数の動き	・11月、12月と来客数が減少し苦戦したものの、1月は回復基調になっている。3か月間でみると前年とほぼ同水準となっている。
	□	百貨店(計画担 当)	来客数の動き	・来客数の前年比での伸びが緩やかになってきた。値上げの影響で、買い控えもみられる。
	□	スーパー(営業 担当)	販売量の動き	・来客数は前年比100.0%を維持しているが、買上率は95.4%であり、買上点数も伸びない状況である。値上げ絡みで1品単価が105.7%と上昇したことで売上は前年を超えているが、販売点数が伸びない。客が購入に慎重になっている。
	□	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだあり、人の動きが余り良くない。
	□	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・天候要因により、本来であれば来客数が増加する立地が不調であるため、全体としては変わらない傾向にある。
	□	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・物価高、電気代高騰は、新型コロナウイルス感染症からの復活を妨げている。
	□	コンビニ(店 長)	お客様の様子	・常連客をみていると、会社の業種により、業績が良いところと厳しいところの格差が顕著になっている。総体的にいうと悪くはない状況である。

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
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価が上昇するなか、必要最小限の買物に抑えているようである。商品の動きが相変わらず悪い。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・私立高校の合格者が決定し、制服の採寸やかばん、靴等の販売に力を入れているが引渡しは3月になる。通常の売上は寒気の影響で不振である。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・初売りに関しては前年並みであった。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来客数は徐々に増えてきているが、お買い得な商品を買う客が主であり、以前のように高単価商品を購入するまでは戻っていない状況である。
	□	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・来客数、客単価は前年比ほぼ100%であるが、買上点数が落ちている。物価高騰に合わせて、ついで買いがなくなっており、必要な物しか購入していない。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・寒くなり暖房商品などの売上は伸びてきている。AV商品などは年末年始の販売量は増えたが単価は上がっていない。冷蔵庫や洗濯機といった白物家電の売上は、年末辺りから前年比90%と悪くなっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足の影響により、納期遅延や販売を停止している新車がまだまだ多い。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・相変わらず納期が不安定であり、収益が安定しない。
	□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・車両生産がまだ不安定であるため、新車登録、中古車登録共に前年比8割程度とかなり苦戦している。例年冬に多くなる板金修理が今年は大幅に少ないこともあり、収益状況も苦戦している。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・来月から値上げをする商品が多い影響で、今月は駆け込み需要が非常に目立っている。主にスーパーや量販店で多くの商品が動いている。
	□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・年明けの動きがかなり鈍い。寒波の影響などもあり、総じて動きが鈍くなっている。また、前年から各メーカーの値上げラッシュが続いており、今年に入りほとんどの白衣メーカーも値上げしている。見積りを作成するのも大変である。前倒し的な受注も想定していたより少ない。
	□	その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・ふだんの人の動きは回復している。しかし、あらゆるものの価格が上昇しており、専門店での買物を控えているようである。
	□	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・来客数が増えている店舗と増えていない店舗の差が大きい。原因をつかみきれていない。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・燃料油の販売量が前年比で大きく下回っている。新型コロナウイルスの感染対策の緩和により回復を期待していたが、販売量の増加にはつなげていない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約数、来客数共にかなり少なくなっている。ウィズコロナが進み、新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてきているが、飲み方や宴会のスタイルがやや変わってきた感じがある。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は大分落ち着いてきたが、物価高で販売量が鈍化している。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が再開したものの、盛り上がりとしては前年ほどではない。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行は全国旅行支援が1月より延長されたことで個人、団体共に伸びることを期待していたものの、割引額が低くなったこともあり、3か月前と比較しても横ばいの状況である。海外旅行は問合せが増加しているものの、まだ様子見で成約に至らないケースが散見され、国内旅行同様に3か月前と比較しても横ばいの状況である。
	□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍真っただ中の最悪の状況との比較ならば良いが、3か月前との比較では大きな変化はない。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・様々な業界や業種において、年度末のエネルギー価格や物価の上昇に対応するための節約や工夫をしていると耳にすることが多くなった。一部の上場企業を除き、景況感は3か月前と変わらず悪い。
	□	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。
	□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・期間限定の営業であったが天候にも恵まれた。また、新型コロナウイルス感染症への意識も薄れているようで、前年を少し上回っている。

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
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・物価高の影響か、ヘッドスパなど追加のメニューを注文する人が減ってきている。
	□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築条件付分譲地で受注を確保しているが、注文建築で受注までの時間が長い。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は、ガス給湯器の交換工事が増えている。リフォームは、補助金制度対象の増改築と設備を改修する工事が増えている。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候不順で人出が少ない。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・今年の初売り、成人式、小正月行事では新型コロナウイルス感染症発生前のような多くの人出があり、売上、来客数共に前年比100%となった。しかしその後、低温注意報が出てからは客が全く来なくなり、来客数は85%くらいに下がっている。
	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は横ばいだが単価が落ちている。需要は以前と変わらないが、物価の上昇により節約志向になっているようである。
	▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・初売りは数年ぶりににぎわい、前年を大きく超える結果につながったが瞬間的なものであった。不要不急の買物を自粛する動きは年末から続いており、物価高騰の生活への影響が日増しに大きくなっている。
	▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・1月の平均1品単価は前年比6%近くまでアップしている。来客数は前年比5%減少、買上点数はそれ以上に減少し、大変厳しい売上推移となっている。買い控えが顕著になっており、消費は厳しい状況になっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・メーカーやベンダの値上げが続いている影響で、商品単価をどうしても高くせざるを得ない。その結果、客の買上点数の減少が更に進んでいる。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・今月に入り雪の影響が大分大きくなっており、来客数が減り、売上が落ちている。また、1品単価は上昇しているが買上点数は93.4%と大きく減少している。値上げの影響で全体的に消費が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・加工食品を中心に値上げが相次いでいる。値上げ対応により、1品単価は上昇するが買上点数が下がってしまい、客単価は前年を割る店舗がほとんどである。
	▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・光熱費や物価の上昇、寒波の影響に加え、久しぶりの行動制限のない年末年始で支出の増加があり、節約志向が高まっている。まとめ買いもお買い得品の買い回りが顕著になっており、総菜、即食性の高い品が人気で、調味料や光熱費、原材料の節約になっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・プレミアム付商品券のようなものがなくなった。大半は給料だけで生活しており余分な金がなく、余分な買物もしなくなっている。3か月前と比べてかなり悪い。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・売上前年比はアップしているが利益率が下がっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・電気料金の高騰で家計に影響が出ているため、買物に対しても買い控えが増えており、厳しい状況である。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・物価高、輸送費コストの増加などで商品本体の値段が高騰している状況のなか、買い控えをする客が増えている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・初売りでの実績をみると、日程、天候共に来場に影響がない状況だったため、既納客は例年どおりの来場者数であったが、新規客は前年比80%に減少している。
	▲	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・当店は小規模店であり初売りも行っていない。また、主な客が高齢者のため、寒さの影響が出ていることから、来客数が減少している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・割引率もクーポン金額も下がったとはいえ、全国旅行支援は実施されている。それにもかかわらず来客数が伸びてこない。インパクトが弱いのではないかと。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っているため、景気はやや悪い。しかし、今月は単価が高い商品が出ており、個人個人でみると景気の良しあしの格差があるようである。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・12月は忘年会を含めて動きが良かったが、1月は物価高により客の財布のひもが固くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年からの物価上昇の影響を受け、消費者は徐々に買い控えを始めており、販売量の伸びが鈍化している。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・一部の業種に限り好転の期待は持てる。しかし、ほとんどの業種においては原材料価格の上昇分を価格転嫁できていない状況が続いている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高や電気代等の上昇により、経費が増えている。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・12月は来客数も売上も悪くはなかったが、1月に入り正月過ぎから急激に落ち込んでいる。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・前月まで前年比88～89%であった再来店率が今月に入り85%程度まで落ち込んでいる。再来店までの期間が長くなっている。
	▲	設計事務所（経営者）	それ以外	・所属団体の会議において、復興需要も終了して数年がたち、事業主の高齢化に伴う事業承継問題や業績悪化に伴う廃業が多くなることが予想されているという報告があった。
	×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・例年にも増して商品が動いていない。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・地域発行の商品券の効果もなくなり、物価高騰に対する自己防衛が進んでいる。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・とにかく電気代が高く、経営が悪化している。ただでさえ売上が下がり、除雪代などで厳しい時期にこの電気代の上がり幅は厳しすぎる。4月からは更なる値上げが予定されているが、そうなればもうお手上げである。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品の標準小売価格が上昇していくなかで来客数の減少が続いている。さらに、電気料金の値上げによる経費増加も非常に大きくなっており、店舗経営を更に悪くしている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・寒さも厳しい状況のなか、光熱費の値上がりなどで財布のひもが固くなっている。
	×	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・材料費等が上がり、非常に厳しい状況である。物価高に加え、給料も上がらないため、客の財布のひもも非常に固い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年の1月は初売りの期間が終わった後の落ち込みが著しい。ランチタイム、ディナータイム共に客がほぼ来ない状況が続いている。かつてないほど来客数が少なくなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・物価高騰の影響で外食まで予算が回らない人が多い。また、例年にない冷え込みで暖房費が大幅に増加している。そのため、費用がかさむ夜の部の飲食は厳しい状況である。新型コロナウイルスの新規感染者数はかなり減ったものの、新型コロナウイルスの感染が怖いのか、繁華街は人通りが皆無である。
	×	観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・値上がり続きで全てが悪い。他の観光関係にも少なからず悪影響が出るとみている。
×	美容室（経営者）	来客数の動き	・寒くなり客の出足が悪くなっている。	
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・初売りは人出も良く、売上は前年より良かった。今月は新製品の発売もあり前年よりも好調に推移している。年末年始で金を使ったためか、10日から始まった全国旅行支援の効果は思ったほどない。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・12月の後半辺りから少し物量が落ちてきているが、コロナ禍で悪かった前年と比較するとやや良くなっている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は相応にある。冬期間は雪と寒さから工事の進捗が遅れるため、休日作業等で工期に間に合うよう対応している。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・官庁、民間発注共に一定量の受注を獲得している。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・原料高、資源価格の高騰を販売価格に転嫁し切れず、多くの業種で利幅が縮小している。しかし、県内宿泊者数の増加を始め、一般の消費需要の高まりがそれらをカバーしつつある。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・航空機や新幹線での移動が増えつつある。それに伴い、関連する様々な消費も増えているようである。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・果物農家の1年間の所得は、前年比で5～10%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
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ仕事量は増えてきたが、実際の受注量や価格などは横ばいの状態が続いている。人手不足や電気料金、鋼材等の値上がりで厳しい状況である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・極端な売上増減もなく、引き合い件数も大きな変化がない。踊り場の状態が続いている。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はいまだにあり、客の反応は厳しい。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響は余りみられない。行動制限がないため人流が戻っている。旅行会社や娯楽施設の広告出稿も増えており、日常を取り戻す動きが顕著である。
	□	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス業は新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、少しずつ業績が回復している。一方、製造業関係で電子部品を利用する企業は調達が厳しく、売上が上がらない。建設関係はおおむね堅調に推移している。全体としてはやや良好な状況と判断している。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・仕入価格の高騰と配送費の値上げ等が立て続けにあり、現在、客に価格転嫁の案内をしている。周知が図られるにはもう少しばかり時間が掛かるため、今は我慢のときである。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いており買い控えの懸念はあるものの、販売量は前年並みである。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・仕入価格が上昇しており、今後値上がりが見込まれている商品もある。加えて、エネルギーコスト、特に電気料金が前年から驚くほど上昇している。取引先においても、販売価格に転嫁したいが客離れが怖いためなかなか踏み切れないのが現状と聞く。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・燃料価格や農業資材価格が高止まりしている。
	▲	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いる。原材料価格の高騰も続いているため、景気はやや悪い状態になっている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元自治体からの発注量が減っている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先のカメラ業界は、世界的なインフレの影響で輸出が減っているため受注量も減っている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先における各種予防保全業務において、事後保全での対応が増加している。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体関連の取引先からは設備投資抑制の話が聞かされている。特にメモリ関連で投資抑制の可能性があり、対中輸出規制の関係で中国市場のリスクも高まっている。半導体設備の市場はやや悪くなっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・客先からの引き合いの減少が続いている。受注、売上共に例年と比べても減少傾向にある。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年の9月から12月辺りからようやく上向きになってきていたが、物価高騰等の影響が1月に入ってから全体的に荷動きが余り良くない。インバウンド絡みの需要増加を期待したい。
	▲	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で飲食店のビジネス利用が停滞している。
	×	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・出荷は8年連続で前年比マイナスである。4月から12月の出荷も東北6県全てが前年比マイナスである。諸資材の価格や燃料費の高騰により製品価格を値上げしても追いつかない。官需、民需共に低調のなか非常に厳しい状況となっている。
	雇用 関連 (東北)	◎	—	—
○		人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・小売業や飲食業、特にショッピングセンターの来客数が増えていることにより、そこに入っている店の売上が向上している。求人のニーズも増えてきている。
○		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数の増加に伴い、求職者の登録属性も増えてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・客先の状況や見込みを聞く限り、新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなっている。しかし、物価高騰がマイナスに働いているという声が多く、慎重な姿勢が顕著になってきている。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・企業を回っても景気の良い話を聞かない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年末年始の売上はほぼ前年並みとなったが、エネルギー価格や物価の上昇もあり、景気が回復している実感はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月よりも若干増加しているものの、前月と比較すると減少している。業況が順調で人手不足の事業所もある一方で、多くの事業所は電気料金を始め資材・燃料の価格高騰が利益を削っており、求人を抑制する動きも散見される。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・経済状況に様々な影響を与えている諸要因が長期化していることで、現状への対策意識が低下している。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・光熱費を含む物価の上昇に伴い、景気は悪くなっている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・経常経費や仕入価格は上昇しているが、客とは年度契約のため、値上がり分の価格転嫁ができない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・建築資材高騰の影響を受け、建設業において小規模事業所からの求人数が少なくなっている。また、原材料、光熱費高騰の影響を受け、宿泊・飲食サービス業において飲食店からの求人数が少なくなっている。
	×	*	*	*

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)	◎	－	－	－
	○	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・商圏内にある同業者の閉店により、売上は前年を上回る状況で推移しているものの、客単価、買上点数に変動はない。客単価は若干上昇しているが、値上がり分による上昇と思われる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・1月中旬くらいから、若干だが客の動きが出てきている。多分、新型コロナウイルス感染症に関して、いわゆるインフルエンザと同じ5類になるのではないかとこの報道が多くなってきて、やや安心感が出てきた部分もあると思う。こうしたなかで、若干ではあるが、人の流れが良くなってきている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は売上が前年比96%で着地している。良かった商材は冷蔵庫が112%、クリーナー115%、パソコン133%等で、悪かったのはエアコン64%、テレビ62%である。ただし、流れとしては、前年の売上は前月比87%だったが、今年は89%と、2ポイント上昇している。
	○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・季節要因もあるが、暖房商材を中心に、前年比108%で推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・納車遅延していた車両が登録できるようになり、販売台数が堅調になってきている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・出張関連の客が平均して増えてきている。人流が動き出しているようである。天候に左右されて来客数が増減する感覚が、新型コロナウイルス感染症発生前に似てきている気がする。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	単価の動き	・当社は飲食業や中食業の商売だが、昼どきは相変わらず客が来てくれている。今まで夜の客は工場関係者が中心で、それ以外の方は外食を控えていたようだが、最近は、家族単位で週末の食事等での来店が、非常に増えてきている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波で、新規感染者数は増えているものの、全国旅行支援の効果とビジネス客の動きで、宿泊部門は好調に推移している。料飲部門も今月は数年ぶりに新年会等の開催もあり、好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になることに、一段と期待している。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・夜の動きは良くなってきたので、前年同月と比べて11%の増収である。

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
	○	ゴルフ練習場 (経営者)	お客様の様子	・前年に、コロナ禍で延期又は中止になっていた催事イベントが、順次開催されるようになってきている。
	○	設計事務所(所長)	来客数の動き	・価格高騰が続いているものの、相談案件が出てきている。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・物価高騰が続き、今後も買い控え傾向が続くなか、電気料金の値上げに拍車が掛かり、一段と財布のひもは固くなってきている。
	□	一般小売店〔土産〕 (経営者)	販売量の動き	・前年度との売上達成度合いで比較すると、3か月前の達成度とほぼ変わらず、前年より売上が少し良い。ただし、コロナ禍でも休業しなかった宿泊業者や飲食店で冬季休業を決断した店舗が多くみられる。元々、客が少ない時期のため、高騰している燃料費を絞り、人材不足をカバーするために休業日を増やしていると聞いている。客足が戻ったとしても、受入れ側の準備が整わず、売上を上げにくい環境になっている。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・初商から、来客数、売上共に、ほぼ前年並みで推移している。婦人や紳土のアパレルが回復基調にあることから、外出自粛の意識が緩和されつつあると感じている。
	□	百貨店(店長)	販売量の動き	・ここ3か月間の前年及び2019年との売上比は、100%弱が続いており、特段変化がない。
	□	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・12月上旬は上向きかと思われたが、電気代値上げの発表後から、来客数、売上が減少している。
	□	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・例年同様、年末年始にかけて来客数は増えているが、販売では新車登録ができず、修理関係は余りにも在庫台数が多過ぎて処理しきれないという嬉しい悲鳴である。例年の年末年始とは大して変わらない。
	□	その他専門店 〔靴小売業〕 (経営者)	来客数の動き	・売上は前年並みである。客層を見ると高齢者ほどいまだに買物に出てきていない。正月もそれ以降も、それほど変わらない。ここ数日は10年に一度の寒波襲来で、依然として人出は鈍い。メーカーの状況は、商材の単価上昇が一段と激しくなり、全体的に品薄のところ、仕入れが厳しい。客がどのように対応してくるか、様子見である。
	□	一般レストラン 〔居酒屋〕(経営者)	来客数の動き	・新年会の利用が思ったよりも少ない。相変わらず、少人数での飲食が目立っており、団体宴会が少ない分、売上は減少傾向にある。
	□	旅行代理店(所長)	お客様の様子	・全国旅行支援のお陰で何とかなっている感じである。ただし、インバウンドの来訪は徐々に増えてきており、個人客も日帰り旅行から宿泊にシフトしてきている。また、貸切バス利用のグループも、徐々に増えてきている。
	□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・地方の冷え込みは止まらない。特に、広報分野は壊滅的な状況である。
	□	通信会社(社員)	単価の動き	・購入頻度の高い食料品の販売単価は、企業努力による値下げもあるものの、全体的には上がっている。
	□	競輪場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加も落ち着き、休日の来場者は若干増えている。ただし、平日については余り変わっていない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・円安やエネルギー高騰の影響なのか物価が上昇しているものの、地価は落ち着いている。住宅ローンの長期金利が上昇傾向になれば駆け込み需要が見込まれるが、まだその状況ではないので変わらない。
	□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・ここにきて、不動産の問合せ等が減っているような感じがする。貸店舗等も空室が目立っており、今は引き合いがない。土地も本当に安い場所についてはちらほら動きがあるものの、売却物件が増えている。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕 (営業)	お客様の様子	・現在住んでいる家の売買や改築等の問合せは、依然として少ない。空き家対策やリフォームへの関心がまだまだ低いと感じている。
	▲	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	お客様の様子	・正月も変わらず、新型コロナウイルスの新規感染者数は多かった。生活必需品を始めとして、食品、その他の物は、ほとんどが値上がり状態で、皆の買物は控えめである。また、今月後半は、全国的に寒波が厳しく、客が外出を控えている。
	▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・価格高騰や公共料金的大幅値上げ等による消費者の購買意欲の低下が、店頭で見受けられるようになってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・前年比で売上は94%、乗客数92%、客単価は101%で推移し、売上、乗客数共に前年割れとなっている。特に、正月から9日までの正月休み期間の売上の前年割れがひどく、休みが明けて仕事が始まると、前年並みまで戻している。
	▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症関連の緊急事態宣言が出てから、客の気持ちがなかなか良くなる方向に向かわない。また、電気、ガス等の料金の値上げは、やや悪くなっている原因の大部分を占めている。客もこうした面から、なかなか気持ちが買物に吹っ切れないのではないかと。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年始を過ぎた辺りから、新車及び中古車の販売が落ち込んで、営業活動のなかでも、明るい兆しを感じられない。救いは車検整備等のサービス部門が安定していることである。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売は盛り上がりは少なかった上に、来店や人の動きが、また若干減り気味になっている。人がいる自由で動いて活発になると、自然と景気も良くなるので、動けるようなシステムがあると良い。
	▲	住関連専門店（店長）	単価の動き	・値上げトレンドが止まらず、少しでも安く買おうという客が増えている。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・1月に入り、乗客数が大きくダウンしている。商材全般の値上げの影響が大きい。生活防衛の動きが強く、消費意欲は減退している。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・給食事業においては、食材費、人件費、光熱費等の主要経費が軒並み上昇している。クライアント先も十分理解をしてくれているが、こうした状況に対応した取引条件の見直しは新年度からとなることが多く、コストアップが先行する形で、収支面が圧迫される状態が続いている。
	▲	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・年末で一度休止となっていた全国旅行支援が再開されたが、割引率が半分になった影響か、客足が遠のいたように感じる。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・元々1～3月は旅行業の売上が低い月だが、やや悪くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高により生活用品に対する消費抑制マインドが広がっており、景気に悪影響を及ぼしている。ただし、観光業等で、国内外の需要が増えてきていることはプラスだと思っている。
	▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・乗客数は横ばいだが、販売量は2割ほど落ちている。客が2～3年前に購入した物と同一グレード品の価格が、現在では2倍近くに上昇しているため、希望する商材の価格は高く、グレードの落ちる廉価商材には目が向かず、購入を諦める客が増えている。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・価格高騰の影響が家計を圧迫している。通信サービスは生活必需品となっているものの、新規契約については売行きが厳しくなる一方である。
	▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・年末から大雪や寒波が続く、全国旅行支援が再開されても以前のような勢いはなく、来園者数も伸びない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・コストが増加しており、やや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・米国金利が上がれば日本の金利も上げることで、ドルと円のバランスが保たれ、変動相場制を維持できる。資金は有効配分されて通貨は安定する。通貨の安定は日本銀行最大の役割の一つであろう。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	それ以外	・原材料費の高騰分を価額転嫁できていない。人手不足と重なり身の周りの景気は沈んできている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	お客様の様子	・どの客も、景気が良い話はしていない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・物価高に加えて電気料金や光熱費の値上がりは、一般客にはかなり響いているようである。
	×	百貨店（店長）	来客数の動き	・11月中旬から乗客数が前年比2けた減に転じて以降、12月、1月共に乗客数の減少が続く、現在に至っている。11月の暖冬や新型コロナウイルスの感染拡大、物価高等が複合的に関連していると推察している。ただし、最大の要因は過去最高に達した新型コロナウイルスの新規感染者数や死者数だと思われる。

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
	×	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・正月明けから、これまでにないほどの悪さとなっている。閑散期とはいえ悪過ぎる。業者も納品に行くところがないと言っている。物価高や巣籠り慣れなどの影響が、じわじわと出てきている。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・原材料の仕入価格の値上がり止まらない。しかも、かなりの額が上がる。他店でも同じようなことになっているだろうことから、悪いと判断せざるを得ない。
	×	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・悪くなっている状況が丸3年続いており、まひしている。新型コロナウイルス感染症の分類が変わらない限り、何も変わらない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・年末は忘年会等も少なかったが、1月になっても、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているせいか、新年会等もない。昼も夜も電車に乗っている人は少なく、利用客がいない。今夏には運賃値上げをする方向で申請中である。初乗り運賃が現行の740円から、800から1000円に変更を検討中らしい。値上げをすれば、利用客が更に減少する。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・廃業した他社の仕事が回ってきている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車組立ラインの稼働が安定化し始め、順調に納入できるようになってきている。一部の輸出部品で極端な減産計画があるものの、全体的には堅調といえる。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・毎月、前年の1割くらいずつ、売上が伸びている。一昨年と比べると2割くらいの売上増になっている。ウイズコロナで、段々と平常に戻ってきているのではないか。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、仕事や工事量は期待できない。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・多岐にわたる取引先のなかで、食品製造機器関連の受注量が減少傾向のため、やや悪いままで変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・取引先が十数社あるが、主要な取引先の受注量に余り変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・主要取引先の半導体不足による部品調達難の影響で、生産が安定しない。回復してきたと思うと操業停止のアナウンスが入り、じり貧状態である。
	□	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・新生活用品である白物家電の冷蔵庫、洗濯機、オーブンレンジ等の物量は前年並みを確保している。また、光熱費、電気代の値上げにより、石油ストーブ、石油ファンヒーター等の物量も増えている。しかし、物価上昇による買い控えもあり、全体的には前年の1割ダウンの物量となっている。
	□	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告宣伝、特に印刷物の受注が戻ってきていない。新型コロナウイルス感染症発生前の5割は減ったままである。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・前年から変わらない傾向だが、低めの安定というか、これ以上悪くなるということはないが平行線のままという状況である。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きは良くなっているものの、消費動向はそれほど良くなっていない。
	□	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	・特段変化は見られない。
		▲	経営コンサルタント	それ以外
	×	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、現政権まで、公共工事は順調に推移している。今期の公共工事発注は前年比7%減、前々年比では20%減と厳しく、当社売上も前年比10%減で、決算が心配である。

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
	×	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・寒波による水道管の障害等で、緊急のメンテナンス業務が若干増えている。ただし、電気、ガスや燃料等の使用量も増えている上に値上がりもあるので、経費負担が利益を圧迫している。
雇用関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ファーストフード等での人材募集が目立っている。値段を据置いた商材等への購買力が上がったと思われる。天候に左右されるが、生鮮食料品は安定した供給による販売向上で、販売員の応援等の募集もあった。住宅関連も、公共事業に関係してか、外装関係や増改築の一部の小売等も目立ったようである。
	○	人材派遣会社（従業員）	周辺企業の様子	・求人数が増えているので、やや良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月と比べ、新規求人数は全数で1.7%の減少となったものの、卸や小売業、飲食サービス業等では増加がみられ、業種によっては人手不足感が増している。前年同月比では10.3%増加し、15か月連続で前年を上回り、持ち直しの動きがみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の新規登録が増えず、慢性的な人材不足が続いている。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	採用者数の動き	・学生を採用している企業の情報から、業種によっては人手不足の状況で、原材料費の高騰もあり、新しい取組を実施できないとの話もある。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響はかなり減ってきており、全体としては変わらない。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・部品不足による生産調整が影響し、取引先からの求人数が減少している。
	×	*	*	*

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	◎	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・1月の半ば頃からは来客数が増え、取付工事の必要な商材の売行きが良くなってきている。また、それに付随した相談も増えてきている。
(南関東)	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・全国旅行支援や、このところビジネスマンがリモートワークから一定程度戻ってきていること、中国を除くインバウンドの増加など、複合的な要素により人流が回復している（東京都）。
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上だけ見ると、新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年以前の水準に戻ってきている。各種の値上げにより来客数や買上点数が少し落ちているが、合計の売上は好調に推移している（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末の来客数はかなり増えているが、寒波の影響もあるのか、早めに家路に就く人もいるので、平日夜の寒い日はやはり来客数が少なくなっている（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・外出自粛ムードが緩和され、流動人口が増えており、販売量も前年比200%を超えている。インバウンド需要も伸びている（東京都）。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染第8波で、何か大きな制限があると思っていたところに、5類感染症への変更という報道により、市中のマインドは相当緩くなっている。今月商店会の新年会を開催したところ、150名を超える参加者があり、その後の2次会、3次会も普通に行われた。クレジットカードの取扱も堅調である（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・前年11月以降、訪日外国人客が大分戻ってきている。今月に入ってから、外国人客による土産需要でのまとめ買いが目立ってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭においては、1月前半は暖かかったこともあり、来客数が増え、大変にぎわっていたが、後半寒くなったことによって、来客数が大幅に減少している。ただし、相殺してもプラスの方向に転じてはいる。外商部は、兼ねてから進めていた大型案件が今月2件ほど決まったこともあり、大幅に伸びている。しかし、まだまだ満足できる結果とは言い切れない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・年末年始は行動制限もないため、家族連れでの帰省手土産や家族の集まり、会社関係のパーティー食材などの動きが活発化し、全体的な売上の底上げにつながった。その代わり、前年度にはあったお菓子や弁当の配布会を、食事会へ変更する会社があった。これからは前年にはなかった謝恩会など、人が集まる需要が増えるとみている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今年は、前年まで自粛していたイベントを実施したこともあり、初商から売上が伸長している。新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、前年ほどの来客数減少はみられない。国内外からの観光客も増加しており、良くなってきている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・国内消費については、既に新型コロナウイルス感染症の発生前の2019年の水準まで戻ってきている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・初商は福袋やセール目的の客が多く来店し、ビジネスアイテムの復調に加え、行楽需要によるアウター、バッグの他に縁起財布も店頭をにぎわせた。インバウンド売上もラグジュアリーブランドの婦人服を中心に伸長している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・月初の初売りから好調に推移している。中旬にやや伸び悩みがみられるものの、寒波などの天候与件、春節与件から、売上は更に好調となる。バレンタイン商戦も好調である（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・インバウンドが戻ってきている（東京都）。
	○	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・売出効果により来客数が増加しており、高額品並びに衣料品も含め、好調に推移している。新型コロナウイルス感染症の発生前ほどではないが、外国人観光客も徐々に戻り、インバウンド需要も少しずつ伸び始めている。新型コロナウイルスの新規感染者数の報道は続いているが、行動制限がないため、前年同時期と比較しても売上は回復傾向にある（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が一定程度落ち着いてきている。また、年末年始に行動規制がなかったこともあり、販売量が回復基調にある（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客が値上げにも慣れてきて、欲しい物は我慢しなくなってきている。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・12月から現在にかけてのイベントの動向は、来客数も増加トレンドになっており、新型コロナウイルス感染症の発生前の動きに近づきつつある。今後、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更されることになれば、行楽や旅行の自粛がなくなり、消費も増えていく。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響は減りつつある。商材値上げから買上点数が影響を受けている。
	○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・キャンペーンやセールに対して、確実に来店客の反応が上がってきており、当然、販売金額も上乘せとなっている（東京都）。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・中国人観光客はほぼゼロだが、欧米、台湾、韓国を中心に増加傾向と感じる。国内需要は厳しさを感じるが、総合的にみて、街の活気は新型コロナウイルス感染症の発生前に向かって少しずつ回復しているという実感がある（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・1月に入り、新型コロナウイルス感染症の第8波が減速傾向となっていることに加え、インバウンドの動向も支えとなっている。国内消費が若干前年を割っているものの、景気動向という点では、国内にインバウンドを加えた全体では前年度を超えている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・まだ注文にまでは至らないまでも、いろいろと購買に関する客の質問、あるいは動きが出始めているように感じる（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今年の初売りは前年よりも2割以上売上が増加しており、良いスタートダッシュを切れている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3月の決算に向けて客の動きが早くなっている。
	○	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・新型車効果もあり来店数は増加しているものの、景気回復には程遠い。

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
	○	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	お客様の様子	・接客数が増加しており、購買意欲のある客も増えてきている。その結果、販売数量が僅かながら伸長しており、景気はやや良くなってきている（東京都）。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・前年10月下旬に行った部分的なリニューアルが奏功している。
	○	高級レストラン （仕入担当）	来客数の動き	・法人利用客の動きは以前にも増して多くなったが、大勢の集客には抵抗があるのか、2019年比では、利用人数に陰りがある。一方、個人の利用は良い（東京都）。
	○	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・景気自体は改善していると感じるが、円安によるコスト高の影響で、収益は悪化している。特に、輸入業に関しては、売上の増加分を大きく超える円安により損失が発生している。飲食部門についても、コストアップで利益がほとんど出ない状態である。
	○	一般レストラン （経営者）	単価の動き	・値上げをしても客が付いてきてくれるので、売上が伸びている（東京都）。
	○	その他飲食〔居酒屋〕 （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響がかなり少なくなり、外出する人が増えたことから、来客数、予約数共に増えている。売上も上向きである（東京都）。
	○	その他飲食〔カフェ〕 （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の対策が緩和されてきて、飲食が大きく伸び、良くなっている。Go To Eatやキャッシュレス決済キャンペーンなどの国や自治体独自の支援策も良い方向につながっている。新型コロナウイルス感染症の発生前にはまだまだ戻っていないが、飲食店全体が徐々に良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置や緊急事態宣言などの規制がないため、通常時に戻りつつあり、販売量も増加傾向にあるが、全国旅行支援の割引率が下がったことも影響し、中旬以降は大分落ち着いている。
	○	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・全国旅行支援は単価の低い客層だが、「旅行に行ってもいい」空気感があり、富裕層も動き始めている。
	○	タクシー運転手	それ以外	・このところ、アプリ配車が急速に伸びており、キャッシュレス決済なども定着してきているようで、気軽にタクシーを利用してくれる客が増えてきているため、やや良い（東京都）。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症を気にして経済が止まっているということではなく、むしろ動き出しているように見えるが、例年2月になると、タクシー業界は静かになる。どういう動きになるかまだ分からないが、コロナ禍よりは良くなる（東京都）。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・前年12月くらいから今年に入って、客の動きが大分良くなっている。前年の前半と比べると全く違う（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月までは商談案件の受注が減少傾向であったが、今月は増加している（東京都）。
	○	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件の量が少しずつ増加傾向になっている。ただし、人材不足のため受注につながるかが課題である（東京都）。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、来客数が以前より幾分増えてきている。観光客数も少しずつ増え、特に、外国人観光客が土産代わりに物を買ってくれることがやや増えてきている。そうした観光客などの買上がもう少しあれば、今後に期待が持てる。
	□	一般小売店〔家電〕 （経営者）	販売量の動き	・とにかくずっと悪い状態が続いているので、変わらないということである。この冬に当たり、不思議なことだが、エアコンが多少動き始めている。省エネのためかもしれない。ただし、いまだに給湯器等の商材が間に合っていないので、客にすごく迷惑を掛けているような気がする（東京都）。
	□	一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	単価の動き	・商材の値上げにより客単価が少し伸びてはいるものの、来客数が減っている。
	□	一般小売店〔印章〕 （経営者）	来客数の動き	・来客数に驚くような変化はなく、非常に低迷していて残念である。
	□	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	来客数の動き	・年始は良くなるかと思っただ、それほど回復しなかった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・業務用及び家庭用取引先全体で見ると変わらない。良い面と悪い面とがあり、プラスマイナスゼロである（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は戻りつつあるが、物価高で仕入金額が高騰しており、利益率が低くなっている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・衝動買いが減り、必要に応じて購入する以外は商品の動きが鈍い。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・法事や手土産で購入する客が見受けられるようになってきている。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新規客をなかなか獲得できず、今まで納めていた取引先でも数量や配達回数が減ったりしているため、売上が伸びない。競争が激しく、新規の注文をもらえない。したがって、従業員もずっと我慢して働いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・円安による価格上昇の影響で、年度末の受注が減少しているように感じる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・来客数は前年並みである。売上は前年を上回っているものの、目標は大きく下回っている。食品は、催事が好調だが、デイリー商材は苦戦している。衣料品に関しては、気温の低下、月末の施策が奏功し、月初のクリアランスと福袋のマイナス分を取り返している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策は意識するものの、衣料品から食料品などの日用品を含め、客の消費行動は安定的になってきている。また、訪日外国人は明らかに増加傾向にあり、まだ過去の数字とは比較にならないが、売上の押し上げ効果の一部にはなっている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・高付加価値な物を求めるニーズは富裕層、中間層を問わず根強い傾向は大きく変わっていない。ただし、人と会ったりする機会が多い年末が過ぎ、個人消費はやや落ち着きを見せている。インバウンド客の消費も年末にかけて緩やかに伸びていたが、足元では一服感がある。また、地方百貨店での消費行動は引き続き低調である（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2018年度までは届かないが、インバウンド分が伸びている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・前年は予約中心であった福袋販売を、今年は当日販売も展開したことなどから、初売りは来客数も増えた。しかし、光熱費を始め生活に直結する物の価格が上がっていることから、消費に対して厳しい状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価高による影響がある（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・客は必要な物しか買わない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・様々な物の値上げが相次ぎ、不要不急な物への支出が抑えられている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・1月前半は良かったが、後半に向かうにつれて徐々に悪くなってきている。現在、前年とは何かクリアしているものの厳しい状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	それ以外	・気温低下により冬物商材の売行きは良いものの、値上げの影響により1人当たりの買上点数と客単価に微減傾向がみられる。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	来客数の動き	・年末年始は1割くらいの伸びがあったが、それ以降は通常どおりに戻っている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品当たりの単価は確実に上がってきているものの、販売数量並びに来客数の減少によりその分が相殺され、買上単価が伸び悩む状況が続いている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・来客数は前年を少し下回っているが、値上げの影響が4ポイントくらいあり、単価アップで前年を3%ほど上回っている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比を僅かながら上回っているが、原価も上がっており、利益率は良くない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	来客数の動き	・特に大きく変わった様子はない。3か月前と比較しても同じくらいの水準で推移している。来客数の動きに多少の増減はあっても、景気が良い悪いといえるほどの変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・寒波の影響で、防寒衣料の肌着、靴下、カイロ等の売上が好調で、前年比をクリアしている。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・全体業績について、12月までは前年を下回っていたが、1月に入り前年を上回っている。ただし、前年1月は新型コロナウイルスの感染第6波によるまん延防止等重点措置が出されていた期間であることを考えると、決して回復傾向にあるとはいえない。そのなかで、成人式需要を一定程度取り込むことができている。着物においては、ママ振り袖、レンタルの需要が伸び、ドレスにおいては新調する客が増えていることから、前年を上回っている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (統括)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による買い控えと、その反動のリベンジ消費が一巡し、通常に戻っているため、来客数は3か月前と比べて横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	お客様の様子	・来客数は落ち込んでいないが、まとめ買いの客が少ないように感じる。消耗品も値上がりし、客からも高くなったと言われることがある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・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。前年度に比べて5割減少している。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・特に変化を感じない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・ガソリン代の高騰に加え、近々電気料金が30%程度上がるという話もあるので、家計を圧迫するのではないかと客が話している。車などでも、新車は納車まで時間が掛かっているため、キャンセルして安い中古車にしようかという相談もある。そうしたことから、景気は悪いままで、ほとんど変わらない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (総務担当)	来客数の動き	・物価上昇により買い控え傾向がある。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・3か月前と比べて、販売数量が増えておらず、全く変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	お客様の様子	・気温の低下に伴い、メディアのエネルギーコスト上昇に関する報道が財布のひもを固くし、購買マインドが低下しているように感じる(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・1月単月で見ると、売上実績は2019年比で62.5%である。いわゆる繁忙期の12～1月も後半に当たり、個人、法人共に緩やかな回復基調にある。ただし、そのスピードは鈍く、食材や各種燃料費の高騰もあり、厳しい状況が続いている(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	来客数の動き	・来客数は横ばいであるものの、主にサービスサイドの人員供給量が漸減傾向であるため、上向きとの判断は難しい(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルス感染症対策で店を夜8時で閉めており、ケータリングもなかったため、前年度と比べて今現在が良くなっているのか悪くなっているのか、比較はできない。時短営業していた時期と比べれば良くなっているが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べたら、まだまだ良くなっているとは思えない。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・外国人観光客は増えているが、直接集客には結び付いていない(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の10月1日から30日までの前年比は、売上115.5%、来客数110.9%である。今月1月1日から30日までの前年比は、売上142.0%、来客数119.5%である。なお、2018年同月の売上の50%である。(東京都)。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊部門は全国旅行支援の影響でかなり回復してきている。一方、宴会部門は法人需要が回復せず、相変わらず新年会のキャンセルが続いている。そうしたことから、3か月前と比べてそれほど変わっていない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・従業員不足のため、フル稼働で営業できていない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・閑散期に入っているため、業務量は落ち着いており、販売量はコロナ禍の例年と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援が再開され、前回に比べて割引額は低いものの、申込みは順調に伸びている。リピーターはもちろん、ふだん旅行に出かけない層からの申込みも見受けられ、新規客の獲得に期待できる(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
	□	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・全国旅行支援対象のツアーが順調である（東京都）。
	□	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・客の話を聞いていても、景気の良い話はない。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・CMの引き合いが複数件あるが、予算額が小さく、どちらともいえない（東京都）。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・MVNO業界に話題性がない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・契約数は前年並みで推移しており、大きな変化はない。
	□	通信会社（局長）	販売量の動き	・インターネットやモバイルの契約数は増加しているものの、ケーブルテレビの契約数は鈍化しており、トータルのボリュームは変わっていない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に無駄を省いて必要最小限の内容を選択する傾向が相変わらず強い。
	□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・集合住宅等のオーナーからの値下げ要望が多い（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・前年度と比べると、ここ3か月の加入状況は、戸建てでは11月が123%、12月は137%、1月は167%と順調であるものの、集合住宅では苦戦しており、11月が96%、12月が77%、1月は44%となっている。戸建ての加入が増えているため上向きといえなくもないが、全体的に見ると変わらない（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・電気、ガス等の生活インフラの負担増加に伴い、客に買い控え等の動きがみられる（東京都）。
	□	観光名所（職員）	お客様の様子	・買物をする客が少ない（東京都）。
	□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する政府の対応の変化や入国制限の緩和によりインバウンドが徐々に回復に向かう一方、原材料、光熱費の値上がり等による収益の悪化が交錯し、踊り場状態が続いている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響かと思うが、来店頻度がまだ鈍っている。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・今までのプロジェクトのまとめの段階に入っている。新しい案件は入ってきていない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年秋から仕事量はほぼ同じような推移で、特に忙しいわけではないが暇でもないという状況が続いている。
	□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・仕事の話が増えてきてはいるが、景気自体はほとんど変わりはない（東京都）。
	□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当社は不動産デベロッパー業と総合建設業である。当社が都内及び関東近郊に所有しているホテルの運営状態はまだ良くなく、既定の賃料が入ってこない。前年9月以降少しずつ良くなってきてはいるが、まだ新型コロナウイルス感染症の発生前には戻っていない。住宅の売行き及び請負工事についても良くない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注数は例年と変わらない。
	□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・客との契約件数に落ち込みがみられる。
	□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建材の需要期としては例年並みで大型案件は少なく、景気が良いとはいえない（東京都）。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・補助金を伴う工事関係の仕事は忙しいが、ユーザー相手の家電製品の動きは良くない。家電製品もだが、何もかもが値上がりしているので、購買意欲も湧かないのではないかと。壊れてしまえば仕方ないという感じである。
	▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・年が明けてから、来客数が減少している。人の移動が活発になっているため、地元で買物する機会が減少してきている。
	▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・来客数自体は伸長しているものの、買上点数が落ちており、より厳選して購入している様子がある。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきていることよりも、燃料価格の高騰の方が喫緊の課題となっている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げの影響で単価は前年を超えているものの、来客数、買上点数は前年割れが続いている（東京都）。
	▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・正月商戦は良かったが、月後半になるにつれて悪くなってきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数、客単価共にマイナスに転じ、3か月前から減少傾向が止まらない。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・値上がりする商材の数がどんどん増えていくので、販売している店側でも「こんなに高くなって」という不安がある。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冬という季節要因もあるが、やはり物価高によって、スーパーの方に客が流れ、コンビニの来客数は少し減っている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・中国からの輸入品遅延により、欠品を発生させてしまった。また、物価の上昇により消費者の買い控えがみられる（東京都）。
	▲	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・諸物価上昇のしわ寄せが衣料品に大きく影響している。
	▲	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・客は目的がない限りは来店しない傾向が強く感じられ、売出しやダイレクトメールを出しても反応が弱い。
	▲	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・依然として半導体不足が解消されておらず、納期の改善が見込まれないなか、注文をもらっても納車ができない状況が続いている（東京都）。
	▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・コロナ禍なので、まだ来客数が以前までは戻っていない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・燃料油価格激変緩和措置により店頭価格には大きな変化はなく推移しているが、売上は減少傾向にある（東京都）。
	▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・商材の値上げ、新型コロナウイルス感染症の影響などが日常的になり、我々にも客にも諦めムードが漂っている（東京都）。
	▲	高級レストラン（役員）	それ以外	・仕入れ、光熱費、全ての物価上昇により、やむを得ず前年末に価格改定を行ったが、仕入価格は引き続き高騰傾向にある。また、個人利用やインバウンド増加などによって来客数は改善基調ではあるものの、人員不足により予約を受けられないこともあるため、コスト高が重い（東京都）。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・やはり3か月前と比べて物価も上がっているため、消費者の財布のひもが固くなっている。外食もなかなか今までのような利用方法は少なくなっており、来客数が減ってきている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・パーティー等、料飲部門の売上がほとんど戻らない状況下での水道光熱費、原材料費の高騰が利益を圧迫している（東京都）。
	▲	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・世の中は徐々に景気が回復している様子ではあるが、単価については、客からこれ以上は難しいという声があり、なかなか希望に添えていない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー利用者がかなり減っている。昼間も以前より少なく感じる。終電後は前年よりもっと少ない。週末はやや利用があるものの、全体としてタクシーを利用する人が少なくなっている。
	▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は落ち着きを見せているものの、自主規制をしているように感じる。また、気象情報の高精度化により、積雪等の予報が出ると人出がなくなってしまう。
	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・商品価格の上昇や電気代の高騰の影響で、新規の多チャンネル放送の契約数が、大きく前年実績を割り込む状態が続いている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・依然として、仕入価格の高騰が続いている（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	単価の動き	・契約するサービス内容が満足に至らない場合でも、料金を優先してとにかく安価なプランを選択する客が一定層いるため、客単価が下がり続けている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・天候の穏やかな正月で、月初の来客数は良かったものの、後半の寒波襲来とともに、来客数の減少がみられる。

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
	▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・1月は降雪もなく、冬季にしては温暖な日が多かったこともあり、例年よりも稼働率が高く推移している。新型コロナウイルスの感染第8波による来場者数への影響は限定的である一方、エネルギーや資材価格の高騰により固定費の回収に苦慮しており、利益を上げられる状況にない。レストランの稼働率は低迷が続いており、客単価下落、物価上昇による利益圧迫、価格転嫁の困難という三重苦に陥っている。
	▲	競輪場（職員）	お客様の様子	・固定客しか来場しなくなっている。また、スポーツ以外の側面を売りにしているが、毎回足を運んでもらえるまでには至っておらず、来場動機につながっていない。
	▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・販売量、単価共に減少している。全般的に購買意欲が感じられない。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・インフルエンザのようなものがこれだけ発生して、いまだに分からないというなかで、一般客は新型コロナウイルス感染症について今後どう対応したら良いのかということが見えない。また、物価がこれだけ上昇しているなかで、社員の給料を上げるという矛盾も抱えている。社員の給料を上げたいが、売上が伸びなければ上げることができない。売上を伸ばそうとすると、また全体の物価上昇につながっていく。先行きが見通せない時期である。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・建設資材等の値上がりから計画がずれ込んでいる。したがって、景気は悪い方向に向かっている。
	▲	設計事務所（職員）	それ以外	・例年1～2月は受注が伸びない傾向にあるが、今年は発注自体が低調なようである。物価高騰に対する賃金アップも大企業等の一部にとどまる見込みであり、社会全体としては買い控えも含め悪くなる（東京都）。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3か月前と比べ、客からの問合せが少なくなってきた。年末に長期金利の上限引上げの報道が出て、今後の事業性ローンにどのように影響するかが不安材料である。
	×	一般小売店 [家具] (経営者)	販売量の動き	・値上げの影響ももちろんあるのだろうが、1月に入ってから非常に悪く、売上ゼロという日も何日かある（東京都）。
	×	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・オーバーストア状態のためである。
	×	一般小売店 [生花] (店員)	販売量の動き	・ここ数日、大寒波が来るということで、不要不急の用事なら外に出ないようとテレビなどでも呼び掛けられているので、お墓参りなどの客が本当に少なく、困っている。コンビニエンスストアにも花を納めているが、新型コロナウイルス感染症の影響で店が潰れてしまい、その分の花が売れなくなっている（東京都）。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・客は、安価な物は買ってくれるが、定番商材の販売点数が落ちていることから、いろいろとスーパーを買い回って、安い店に流れているようである（東京都）。
	×	家電量販店（店長）	お客様の様子	・見積りを求める客が増加している、競合店との価格比較が増えており、値引き交渉が厳しくなっている。物価上昇により、少しでも安く買いたい心理が働いている。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・例年、初売期間は多くの客が来店してくれるが、今年は全く来店がなかった（東京都）。
	×	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	単価の動き	・3か月前と比べて明らかに客単価が低下している。各所の値上げにより、財布のひもはより固くなっている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチタイムは1名又は2名で来店する客がいるのでまだ良いが、ディナータイムは1月に入ってからはほぼ来客がない。
	×	観光型旅館（スタッフ）	それ以外	・円安等により物価が高騰し、給料が上がらない（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
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・何もかもが値上がりし、この先の見通しが見えない。そのようななかで、ゴルフ場はウィンターキャンペーンなどサービス向上を図り、多くの来場者があるが、管理経費は高騰する一方である。利用者の負担増、つまり料金の値上げには踏み切れない。
	×	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61.5%となり、景気は悪い。3か月前と比べても、販売量が約78%と悪くなっている。今月は新春キャンペーン展開を行ったが、休日が多かったにもかかわらず、来場数、商談数も少なく、来月以降も非常に厳しくなると予想している。反響も少なく、商材や価格の改定も検討されている。
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	・法人に関しては値上げもでき、需要も増えてきているが、一般の客は必要最低限の品物しか買ってくれず、ついで買いも少なくなっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	取引先の様子	・資材値上げの交渉で、比較的値上げを認識してくれる取引先が増えてきている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新規受注の見立てができていない取引先が多くある。
	○	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、受注はあるものの半導体を中心とした部品調達不足が完全に解消されておらず、いまだに生産調整が続いている。
	○	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の行動制限緩和により消費活動が活発になり、販売量が増加傾向になっている。
	○	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルの稼働率は順調であり、販売価格も上向いている（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・コンビニエンスストアやスーパーマーケットの売上が好調で、新型コロナウイルス感染症との共存に拍車がかかっている。新年賀詞交歓会後の懇親会も相当数開催され、街中の夜間のにぎわいも出てきている。外国人観光客の出足も好調である。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・ビルメンテナンス事業の買収を行い、売上増加につながるので、良くなる。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食関係は3か月ほど前から良くなってきている（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・年度末に向けて受注が増えてきているが、原材料等の高騰で利益が少ない。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・一般雑貨向け販売が大きく落ち込んでおり、回復の見込みもなく、変わらず悪い。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比べて下げ止まったまま、化粧品容器の受注に変化はないが、医療品容器に関しては少しずつではあるものの回復傾向がみられる。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・年度末が近くなってきたので、新年度の見積件数が多くなってきており、受注に向けて努力をしている。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・最近、何を持って景気の良さあしを判断するのか、基準がよく分からなくなっている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気がもう少し良くなってほしい。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からの受注金額は、3か月前と比べて同程度で推移している。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年の街の出入は明らかに増加しており、景気が上向き始めたかと思わせるが、自社の取扱量に大きな変化はなく、低迷が続いている。月末には燃料価格の上昇もみられ、状況に明るさはない（東京都）。
	□	輸送業（経理担当）	それ以外	・燃料費の高騰等により業績が圧迫されているため、荷主に値上げ交渉をする予定である。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量は例年どおりで横ばいである、燃料価格はまだ高騰が続いている。その結果、収益が伸び悩んでいる。
□	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・供給制約の影響も和らぎ、回復傾向が続いている（東京都）。	
□	金融業（従業員）	競争相手の様子	・原材料の全てが高騰しているが、取引先ではその分を十分に価格転嫁できておらず、材料費高騰のあおりを受けている。	

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
	□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・最近の取引先の様子だが、建設、不動産業は建築資材や原材料価格の高止まりの影響で、戸建て住宅の販売価格が上昇している。そのため販売が長期化し、借入対応金利が上昇して利益を圧迫している。一方、中古住宅のリフォーム再販は増加傾向にある。飲食業では、団体客からの売上は減少したままだが、以前と比較して客足は回復傾向にある。小売、サービス業は、商材の値上げが響き、多少買い控え傾向になっているため、売上がやや減少している（東京都）。
	□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・オフィステナントからは、賃料減額要請や解約退去の話もなく、特に変化は感じられない。店舗系テナントからは、相変わらず客足が戻らないので賃料減額要請が続いているが、以前に比べれば多少減っている（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・取引先には飲食店が多い。徐々に店に人が戻ってきてはいるが、まだまだ昔のようにはいかないようである。新型コロナウイルス感染症に罹患し、突然休む従業員が多く、人手不足も問題である。印刷業等は原価の値上がりで苦しい（東京都）。
	□	税理士	それ以外	・夜10時過ぎに近隣駅の商店街を歩いて通って駅まで歩いているが、窓越しに店内をのぞくと、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べて、やはり客入りが悪い。以前は人であふれかえていたこともあったが、ここにも景気の悪さが出ている（東京都）。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金の申請をする会社がまだまだ見受けられる（東京都）。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売店等から、消費者の価格、商材の選別意識がますます高まっており、財布のひもが固くなっているとの声がある。
	□	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	・新規物件の見積りはあるが、成約には至らない（東京都）。
	□	その他サービス業 [情報サービス]（従業員）	それ以外	・円安傾向の緩和の一方、物価高の状況は変わらない。また、賃金に変動はない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷の仕事をしている。街中に構えている実店舗に加え、法人関係の納入の仕事もある。1日の来客数が月ごとに徐々に減ってきており、それに伴い受注件数も少なくなっている（東京都）。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に、受注の動きが悪くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品の大口価格、販売量が徐々にダウンしてきており、我々の景気にも影響が出始めている。
	▲	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、半導体装置部品の在庫調整により急減速しており、製品在庫が増えてしまっている。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・年が明けて賃貸の動きは少ないようである。若干、転勤等で急ぐ部屋探しもあるものの、全般的には少ない（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・値上がりだが、材料、燃料、電気、ガス等、全般にわたっており、中小製造業の環境はかなり悪化している（東京都）。
	▲	その他サービス業 [廃棄物処理]（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の工業系製造業工場等の統合、廃業等による減少や、稼働率の低下もあり、受注、売上共に前年同期以上に減少している。
	▲	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きな仕事はなく、小型の案件しかない。もちろん単価も下がっている（東京都）。
	▲	その他非製造業 [商社]（従業員）	それ以外	・世の中の動きから判断している（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社特有の繁忙期が終わり、受注量が減少している（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
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ライバルの作戦に負けてシェアを落としている。海外市場も新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢の影響で展示会が開かれず、売上が落ちている（東京都）。
	×	建設業（経営者）	取引先の様子	・様々な要因からの物価上昇に鑑みて、個人も法人も大きな設備投資を控えているように感じる。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築コストが上がったため、予算に合わずに中止する案件が出てきている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月連続で、前年同月と比較して悪化している（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き高いため、余り受注活動をする必要がない（東京都）。
	○	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣受注が前年と比較して2けた以上伸びている（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	採用者数の動き	・ここ最近、求人数、求職者数、採用数は前月比で微増となっているが、休暇の関係などもあるのか、今月はそれぞれ動きが鈍化しており、前月を割っているところがある。景気が後退しているというより、動きが鈍化しているという感じである（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求職者数の動き	・コロナ禍初期に大学に入学した学生の就職活動は非常に早く進行しており、対面接触が活発な分、内々定が早い。SNSの活用もあり、企業は効率的に採用を進めている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・サービス業を中心に求人は多いものの、応募者が少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業では相変わらずエンジニア不足が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・自治体の保健所やワクチン、給付金関連の業務が一段落し、求職者（失業者）が増えてくると見込んでいる。現段階ではそれに見合う程度の求人数が見込まれていないため、どちらとも言い難い。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・当社も周辺企業も中途採用を増やしている。人材がとでも流動的になっている（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・円安がいったん落ち着き、輸入品の価格も安定している。物の動きも落ち着いてきた感じがする。しばらくは現状が続く（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・1月ということもあってか求人数が伸びず、2～3か月前に比べても動きが少ない。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・物価の上昇に給与改定が追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前と比べて90%、前年同月比で87%となっており、景況感は悪化している。外資系製薬会社を中心にMRの人材紹介の登録も増えている。適時開示されていないものの、希望退職を実施していることがうかがえる（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（経営者）	周辺企業の様子	・電気、水道、ガスなどの料金高騰、従業員の賃金底上げ要求、仕入価格や卸値の値上げなど、取引している中小零細事業者を取り巻く経営環境は厳しいの一言に尽きる（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（営業）	求職者数の動き	・3か月前と比較して応募総数が減っており、求職者の動きに変化がみられる。年末は時期的に動きが鈍くなる月ではあるが、1月になってからも応募総数が余り増えていない印象がある。応募が減れば効果を実感できない取引先が求人を出すのを控える。そのような取引先が多くなると、当然、当社の景気は悪くなる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年明けからの状況は今までで最悪である。聞く言葉が、閉店、縮小、取りやめなどで、大変である。
	▲	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・新規求人数は微増しているが、増えているのは派遣やパートなどの非正規雇いで、正規雇用の求人数は減っている。紹介や就職件数も低調な動きに変化はなく、求職者のニーズと一致していない。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で伸び悩んでいる。4～7月頃は20%以上増加していたのが、直近では12%の増加にとどまっている。求職者数も前年比でマイナスに落ち込んでおり、労働市場が再び停滞しつつある（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
	×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・募集人数が減っている点と、予算を割けないために無料サイトを使って採用に苦戦しているケースが増えている。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も5類への変更に向かって政府の対応が始まり、会食機会も増えてきている。会社単位の宴会はまだ少ないものの、子供や孫のお祝い、記念日の集まり等の予約も戻ってきている。
	◎	遊園地（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援が延長となり、旅行に対する機運が高い状況が続いており、前年と比べて来客数が増加している。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月の葬儀はそれぞれ3分の1ずつ病院、警察、自宅での死亡となっている。新型コロナウイルス感染症発生前に、家族葬が少しずつ増えてきていたのが、話を聞きに来たという客が増えていると報告をしていたが、新型コロナウイルス感染症がなくても、いずれこういう時代が来ると思っていたところ、コロナ禍で拍車が掛かっている。もうこの流れは止まらない。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・個人利用は全国旅行支援等により、数か月間、変わらずに伸長しているなかで、団体や法人利用も伸び始め、数か月前よりは確実に利用人数が増加傾向にある。100名を超す利用も出始め、感染症対策を行った上で、宴会を利用し、多くの客が談笑し、お酌し合う光景が多くなってきている。少しずつではあるが、新型コロナウイルス感染症の発生前の状態や売上に戻りつつある。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・緩やかではあるものの、契約数が回復傾向にある。主要因は不明だが、昨今の値上げラッシュの余波で、コスト意識が高まる風潮ではある。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・水際対策が緩和され、外国人観光客やスキー客が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・12月はボーナスの支給があり、その後の正月ということで、例年のように正月の買物があるかと思っていたら、今年は本当に静かな正月で、何だか正月が来たという感じがしない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末の反動なのか、あるいは正月休みが短かったせいかわからないが、年始以降は観光客を中心に、人の動きが静かになってしまっている。
	□	一般小売店〔薬〕（経営者）	来客数の動き	・特別大きな動きはないが、当店のすぐそばにある大きな百貨店が、2月に閉店するので、今後、厳しい状況が出てくるのではないかと懸念している。現状は影響がない。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・物価高の状況が現在も続いていて、これから先、更に値上げになるので、より慎重になっている。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・年末年始の帰省客増加がプラスに作用している。価格上昇も日常化し、節約モードが加速している感はなく、おいしい物や珍しい商材には反応がある。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・毎年、この時期は降雪したり、道路が凍ったりするので、客の動きがやや悪いのは変わらない。積雪量が少ないことは、歓迎している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前は、修理部門で多少は人の出入りがあったものの、現状は、まるで動きがない。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・寒波の影響もあり、来客数が減少している。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車効果もあり、新車受注は堅調だが、生産供給がいまだに滞っているため、納車や売上は伸び悩んでいる。
	□	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・若干ではあるが、新車の納期が改善され、客との商談も具体的にできるようになっている。ただし、一般整備や板金等に必要なお金部品が値上がりしており、客の希望にこたえるために工賃を安くして若干利益が下がるケースも出てきている。
	□	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・来客数は前年を下回ったまま、物価高の影響で生活必需品も高騰しているため、節約傾向が強くなっている。

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
	□	その他専門店 〔酒〕（店長）	お客様の様子	・以前に考えていたよりは良くなっているが、それほど変わっていない。物価高も重なり、大都市ではかなり動き出しているという話は聞いているが、地方では、大きな波で良くなることもあるが、厳しいと全く客が来ないという飲食店もあると聞く。まだしばらくは時間が掛かるという認識である。
	□	一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・若干感触は良いものの、足踏み状態である。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・変わらないと回答したが、悪いまま変わらないという意味である。来客数の動きは、この寒さもあるか分からないが、本当に良くない。新型コロナウイルス感染症は本当にどうなっていくのか。何か良い答えがあったら教えてほしい。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・前年11月までは順調に前年比を超えていたが、12月と今月中旬までは伸び悩んでいた。下旬に入った辺りから回復してきて、どうやら今月は前年比108%くらいで終わりそうである。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、個人や少人数、ファミリーでの利用は増加傾向である。しかし、団体や法人利用はいまだに伸び悩んでいる。
	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・正月も年明けの明るい雰囲気全くない。寒波と同様に冷え込みが大きい。
	▲	一般小売店〔家電〕 （経営者）	お客様の様子	・寒波による修理関係は増えてはいるものの、商材の動きは鈍い。これといった新商品が出ることもなく、出回る物のほとんどが値上げをうたっているなかでは、消費よりも買い控えとなる様子がうかがえる。
	▲	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・寒波と物価上昇の影響が、個人消費に影響を及ぼしていると思われる。
	▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・1月30日時点で、前年比売上は1%増、来客数に増減はない。近隣にコンビニが出店したため、今後は来客数が更に減ると思っている。コンビニの出店前から、売上は良くない。春には新型コロナウイルス感染症もインフルエンザ並みの5類扱いになるので、経済に活気が出てこない、本当に資金繰りに困る。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・単価の安い商材を購入する客が増えてきて、客単価が低くなっている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・全体的に来客数が落ちてきている。以前はここまで全体で落ちることはなく、一部では来客数が戻っているという状態だったが、今月は部分的な動きもなくなっているような気がする。
	▲	乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・新車の納期に大きな改善は感じられない。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・秋から12月までは上向いていたものの、1月に入って急に悪くなっている。電気代もガス代も信じられないくらいに上がってしまい、コロナ禍が始まってすぐに貸してもらった緊急対策融資の返済も、きつくなっている。もう、あと半年、持たないかもしれない。
	▲	都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・1月のこの大雪で、期待していた新年会等の会合のキャンセルが相次いで、売上全体の5%ほどがキャンセルとなっている。宿泊も3か月前と比べて、全国旅行支援の勢いはない。1月はやはり、新型コロナウイルス感染症というよりも、降雪が大きく影響している。
	▲	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・3か月前との比較では、全国旅行支援の影響で需要回復がみられるものの、同時進行で、不安定な世界情勢による物価上昇と為替変動があり、ここに来て需要が縮小傾向である。
	▲	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・値上げの影響が出てきて参っている。金融緩和が継続されていることが救いである。
	▲	その他サービス 〔貸切バス〕 （経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が再び感染拡大し始めたため、旅行を控える人が増えている。

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
	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・前年秋は全国旅行支援第1期と行楽シーズンが重なり、連日忙しかったが、第1期終了後は客が少ない。新型コロナウイルス感染症発生前の例年1月には、官公庁や各種団体、自治会等の新年会需要があったが、いまだに新年会は動きがない。その分個人客に期待したいが、道路が凍結するこの時期は、主要な販売先である関東方面から当地へ、なかなか来てもらえない。こうしたなか、インバウンド客の動きはあるものの、まだ人数が少なく、動きは限定的である。全国旅行支援第2期が始まったが、OTAも宿泊施設も利用可能枠が少なくなっており、大手旅行通販サイトのような取扱量の多いところの枠がすぐに終わってしまうため、動きが今一つ良くない。
	×	ゴルフ場（経営者）	それ以外	・降雪によるクローズが多く、売上は減少している。経費削減も限度で、食材等の仕入れをコントロールし、従業員の出勤調整を行っている。
企業動向関連	◎	*	*	*
(甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増え始めており、人材確保を検討し対応している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ワークショップ予約はやや上向いているが、製品受注は低迷している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一時的ではあるが、部品納入待ちが解消されて生産は進んでいる。ただし、この先の部品納入にはめどが立っていないため、再び生産調整の懸念もある。
	▲	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・同業者が今月で廃業を決めた。事業を続けていても利益は出ず、機械のメンテナンスに修理費がかさみ、もはや継続は厳しいと判断したようである。
	▲	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・年末までの国産ボジョレーヌーヴォーの引き合いが多かった反動で、今月は飲食店からの需要が思ったほど伸びず、販売量は例年より減少している。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・年初に都内で宝石に関する大型展示会が開催された。国内に住む外国人バイヤーが多く集まり、SNSで国内や本国のフォロワーに販売する姿が多く見られた。海外からのバイヤーの来日はまだ少ない。円安が一段落しているとはいえ、前年の地金やダイヤモンド等の材料費高騰による製品価格上昇から、厳しい値段交渉が多かった。国内の各店舗や問屋については、高額品を購入する一部顧客に支えられ、売上は確保しているものの、店頭への誘客、販売はいまだ回復しておらず、通常の店頭販売に関しては相変わらず苦戦している。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇は高止まり傾向であるが、今回の大雪で、活動がストップ状態である。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で業況感の改善が遅れていた観光関連業は、全国旅行支援により持ち直し、非製造業全体も改善している。一方、製造業では海外経済の悪化により、IT関連で受注が弱含んでいるほか、原材料価格の高止まりで価格転嫁が思うように進まない企業も多く、業況感が大きく悪化している。
	▲	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・ロシアのウクライナ侵攻を発端とした不安定な世界情勢による物価高の影響が、企業の調達コストにも影響を与えている。大手企業のように製品や商材価格を操作することは、中小企業では難しいのが現状である。
	▲	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	それ以外	・当社は12月決算のため、1月から新年度になっている。前年決算は良かったものの、今期は多くの物価上昇により、一般家庭はもちろん、取引企業も経費節約志向が高まっているため、やや悪くなっている。
雇用関連	×	*	*	*
(甲信越)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職条件のハードルが変わってきている。皆、慎重になっており、決めかねている方が多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の有効求人倍率は改善傾向がみえるものの、有効求人数は横ばいで推移している。有効求職者数の減少が要因となっている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は職種によってばらつきが大きいものの、総合的には現状維持が続いている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波に入り、宴会自粛などの影響で、飲食業やホテルの求人が減少している。また、原材料不足や様々な価格の高騰、円安等の影響により、製造業でも求人が手控えられているようである。
	×	—	—	—

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)	◎	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・改装して売上が上がった。店長と担当者で販売計画をきちんと立てるようになった。
	◎	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約が入るようになった。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・週末は新型コロナウイルス感染症発生前の人出に戻り、平日も以前より商店街全体で増えている。来客数も増えている。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍が終息しつつあり、好調である。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・個人旅行は、主に若年層のマイカーによる復活で堅調である。ただし、観光バス利用による団体旅行は、いまだに新型コロナウイルス感染症発生前の20%程度の回復で遅々として進まず、全般に70%くらいの戻りである。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末の予算消化が始まった。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数も減少傾向にあり、客が外出し、特にバレンタイン催事が非常に好調であり、対応に追われている状況である。また、寒さも今年は厳しく、冬物衣料や雑貨などの動きが継続的に好調である。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症第8波のピークアウトに反比例して、平日における会食等のビジネス需要及び休日におけるレジャー関連の個人需要に盛り上がりを感じる。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客単価が良くなっている。
	○	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・購買意欲のある客が多く、来客数、売上共に徐々に伸び始めてきている。前年比では良くなってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るには時間が掛かる。
	○	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・コロナ禍は相変わらず続いているが、客のマインドがかなり変わってきており、多少の混雑も苦にこなれてきている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・買い控えにより買上点数は減少しているが、商品値上げにより1品単価は上がっており、客単価は前年より伸びている。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・年末から年始にかけて売上は前年を上回り、悪くない推移であった。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・商品の値上げが相次いでいるが、それほど買い控えの様子はみられない。寒さの到来で防寒用品、暖房器具も動きが良く、年初の福袋商戦から前年を上回る状況である。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・年末年始の効果で客単価が上昇傾向にある。また、年始を過ぎてしばらくたっても単価が高い状況が変わらない。ただし、商品の値上げによる影響も考えられる。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・売上、来客数の状況は、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。あと5～6%で新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻る。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・正月にテレビ番組で放送された商品が高評価を得て反響が大きかったため、紹介された商品がかなり売れた。

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（商品企画担当）	それ以外	・全国旅行支援の延長により、引き続き行楽需要が継続しており、単価の高い土産品を主体に好調に推移している。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して、来客数は7割強であるが、客単価の向上により売上はおおむね新型コロナウイルス感染症発生前並みで推移している。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると来店客は増えているが、成約ベースでいくと動きは鈍い。納期が掛かることで代替を控える人も多い。
	○	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・値上げにもガソリン代高騰にも慣れてしまったのか、あるいは諦めたのか、必要以上の出費は抑えるが、必要な物にはちゃんと金を使うようになってきたようにみえる。
	○	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新築は横ばいであるが、大規模改修及び中小のリフォーム物件が増えている。ここ3年程度様子見であった物件が動き始めた。
	○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・設備工事関係の仕事の客が増えてきた。
	○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・値上げが続くなかコストアップのため、需要喚起には少し時間が掛かりそうである。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて新型コロナウイルス感染症の終息も少しみえてきたという観点から、少し売上が伸びた。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりで余り気にしなくなった感があり、個人旅行を中心に全国旅行支援を利用して旅行に出掛ける人が微増している。観光地には中国以外の、特に韓国を中心にインバウンドの団体が戻ってきている。売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の70～80%くらいまで戻ってきている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・解約件数は下げ止まっており、新規契約件数や引き合いは若干増えている。
	○	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・インバウンドが増えてきている。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の3割ほど戻ってきた。
	○	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・1月の入場者数は好調であった。下旬に大寒波が襲来したものの、好天の日が多く恵まれた月となった。3か月前と比べると、シーズンとしては寒い季節になるが、それなりに入場者は確保できている。
	○	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・鉄道旅客のうち定期券取入、定期券外旅客運賃並びに雑収入のいずれも10%ほどの回復があり、やや好調といえる。観光列車や団体客の伸びは今一つながら、まずまずの状況である。
	○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・どん底から比較すれば少し良い状況だが、喜べるほどではない。
	○	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているが、前年同月比では横ばいである。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・日用品類の価格や光熱費の上昇によって、客には金銭的な余裕がなくなっていることを強く感じる。不急の商品や耐久消費財の売上がほとんどない。
	□	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制も若干緩くなって人は動いているようだが、小売業まではまだ影響がない。
	□	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・客の財布のひもはまだまだ固い。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店での飲料の販売量は引き続き増えてこない。週末や昼を中心に飲食店への来客数は少し増える傾向はみられるが、食事をして飲料は頼まない傾向が続いている。
	□	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・1月は3か月前と比べると多数の物価が上がり、コロナ禍において若干の自粛も続いていることを考えると、客は少し金を使うのを控えている様子である。特に、贈答品関係では、個人も法人も高額品の購入は敬遠している。どちらかというと少し縮小傾向の1月であった。

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（売場主任）	それ以外	・11月末に売場改組があり紳士靴売場としてはやや小さめになったため、年配客向け商品の種類が減った。昼間の来店が多い年配客には購入する商品がなく、その分売上が少し減っている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波、インフルエンザの影響が継続している。来客数は前年よりプラス10%で推移しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとマイナス10%で新型コロナウイルス感染症発生前には戻らない。
	□	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍からの回復は、今一つ感じられない。県知事の医療ひっ迫警報や医療ひっ迫防止対策強化宣言等の影響もあるかもしれない。
	□	スーパー（店員）	単価の動き	・年末商戦の勢いが下降していきと思われたが、天候と価格も落ち着いて、良い売上につながった。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数が少なくなり、販売量が減っている。
	□	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・依然として売上は前年割れをしている。来客数、客単価共に前年を下回った状態である。客単価は買上点数の減少によるもので、各種値上げにより1品単価は上昇しているが、無駄な物の買い控えが定着している様子である。
	□	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・今月上旬は売上は落ち込む傾向がみられたが、中旬以降徐々に回復し同水準となった。前年比としては、前月を多少上回りつつある。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・価格が上がり売上自体は前年以上の状況だが、来客数は前年以下であり、ニーズに応じているとは言い難い。
	□	コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・売上は前年比102.2%という状況であった。前年のコロナ禍に対する比較なので前年比を超えることは必然の結果である。世間一般、小売業界全般でも同様の事象が発生していると思われる。
	□	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	・最近、売上や引き合いが多くなってきているという同業者が、少数だが増えてきた。加工場を回っても、良くないと言っているところが9割である。
	□	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商について、物価高の影響が大きいのか、引き続き客の財布のひもは固い。
	□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比85%で推移している。前年と比べエアコンやテレビの大型商品が売れているため売上額は前年並みだが、来客数の落ち込みが気掛かりである。10年に1度の寒波もあるが、閑散期の2月に向けて販促を強化したい。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体等の問題もあるが、ついに自動車も値上げが始まった。車種によっては数10万円価格が上がるものもあり、これから新車を検討する客には良い材料ではない。新型車が出るのは期待が持てるが、納期が1年以上掛かる場合、納車の頃にはその車種がマイナーチェンジする時期でもあるため、悩みは尽きない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ある程度消費者には一定の購買意欲があるが、製造業が現在物が造れない状況にあるため、うまく調和が取れずに景気は停滞している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年末より増えてきているが、入荷商品が少ないため商談がまとまりにくく、売上につながらない。
	□	その他専門店【貴金属】（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が1月上旬に増加したため、外出しない傾向が強まり、来客数が減少した。
	□	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	・引き続き新型コロナウイルス感染症発生前に比して来客は限定的である。物価高の影響もあり、従前並みへの回復は不透明である。
	□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・年始、週末や祝日は回復傾向にあるが、平日と夜の集客は回復にまだ時間が掛かる。アフターコロナとしての傾向なのか判断しづらい。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客が金を余り使わなくなった。
	□	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・行動制限も緩和され人の動きは活発になった一方、物価高騰により低所得者には負担が大きくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・ウィズコロナになり入通りが増えてきたが、外食よりも中食といわれる総菜が売れていたりもする。新型コロナウイルス感染症対策の様々な支援金や融資が終わり、休業業の店も出てきている。また、パチンコ店、飲食店などでは、少子高齢化の影響がじわじわと出てきている。
	□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・団体客はあるといっても、秋から変わらず大半が小人数グループ、又は日帰りである。まとまった売上には結び付いていない。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・年始の賀詞交換や挨拶回りが少なくなり、12月と比べると利用者が30%以上減少した。降雪の影響で極端に利用者が増えた日もあった。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・景気対策はなく、増税のおそれがある。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・最近の異常寒波の影響がかなり出ており、事前のニュース等で大雪が降る等の発表があると客足が減っている。特に、報道発表後は公共交通機関の間引運転や遅延をおそれ早々に帰宅されてしまうため、夜の利用客が非常に少なくなる日が多い。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・機器の納期遅延は解消されず、納期が決まっている案件については受注ができない。
	□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前月より変化はない。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	お客様の様子	・物価は上昇しているが、給与の増加につながっていない。海外の状況もいまだ安定していない。
	□	観光名所（案内係）	お客様の様子	・夏から同じであるが、客足が悪い。人が街中の店に入らない。
	□	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	来客数の動き	・来場者数や契約に結び付く層の来場は、横ばい若しくはやや下降線をたどっている。今後回復するにしても緩やかな上昇で、劇的な改善は期待できない。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・全体的な販売量は横ばいである。
	□	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・取引先業者の仕事がほどほどに確保されている。他社の仕事も多いようである。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・ウクライナでの戦争が長引きそうで、皆、値上げなどで厳しいと感じている。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・元々1月は来客数、売上は少ないが、今年は寒波の影響も大きく、特に24日以降来客は数えるほどであった。当然売上も伸びない。仕入価格も高騰しているため、一部の商品はやむを得ず値上げしたが、その影響もある。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比95%を割り込んできている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の終盤は全国旅行支援などで通常外の客が多く来店していたが、今月は来客数が落ち着いた状態となっている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・1日当たり来客数が前年6月以降ずっと前年割れである。価格変更による強制的な平均客単価の上昇により、日々の売上自体はそこそこで着地しているが、客がコンビニに寄りないようにして家計を自衛しているのは明白である。消費活動が低下している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・上旬はバーゲンセールがありなじみ客の来店が商品も動いたが、中旬以降はポップ広告を出したにもかかわらず客が入ってこない。寒波と値上げのダブルパンチである。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・直近の寒波で冬物商材を求める人が一時的には増えたが、今月は暖かい気候が続いていたため、来客数及び購買数が少ない。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・壊れたから買い替えるという客がほとんどで、年数がたっているだけの理由での成約は少ない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・人気車種の多くは納期が掛かるため販売停止になっている。新型車が出てその車に販売が集中して売れるため、すぐにオーダーストップになり販売できなくなってしまう。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ますます生活に係る費用が増大し、客からは、生活防衛で今差し当たって必要としない物は買わないという話をよく聞く。各家庭で収入の大きな伸びが期待できる状況を実感として持てなければ、なかなかこの状況は打破できない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・とにかく人が出ていない。来客数が極端に少ない。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染対策がかなり緩くなってきたため、皆の外出意欲がしみじみ伝わってくる。ただし、どこへ行っても諸物価の上昇で経済的に付いていけないことが問題である。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・ここに来て増税という言葉は、どんな理屈にせよ消費マインドを低下させる。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・前年秋から年末は値上げが見込まれる商品の買い置きが増え、販売量は多かった。しかし、年明け以降は販売数量は5%程度マイナスとなっている。値上げをした分、売上は前年を上回っているが、販売数量の減少が気掛かりである。
	▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は10月11日から全国旅行支援がスタートして段々と客が増え良くなっていった。1月になって全国旅行支援が縮小されたこともあるが、一般客は既にキャンペーンを利用したためか少し飽きている感があり、3か月前と比べてやや悪くなっている。キャンペーン疲れというか飽きられてきた様子がみられる。
	▲	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前年末の全国旅行支援で回復した宿泊利用者数は、新型コロナウイルスの感染再拡大及び全国旅行支援の補助金額減少により、予算を下回る水準となっている。宴会利用者数は、特に企業の利用が大きく落ち込んだままで、回復の兆しはない。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・1月の宿泊稼働は非常に悪い。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年明けから全国旅行支援が開始されているが、都道府県ごとに取扱いが異なり、非常に煩雑で事務量が増加した。客の反応も今一つである。
	▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援の延長をアウンスする時期が悪く、割引も小さい。正月明けで出掛けづらく寒い時期ということもあり、1月～2月は取り込めていない。3月以降に計画中の予約はあるが、秋ほど全国旅行支援の恩恵はない。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・余り客が来てくれない。
	▲	美顔美容室（経営者）	来客数の動き	・客自身や家族が新型コロナウイルスの感染者となって来店できなかつたり、雪の影響でキャンセルが多く出た。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客と話をすると、毎回、物価高や光熱費の高騰で経済的に苦しくなってきたと言う客が多い。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり新型コロナウイルス感染症の影響で良くない。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	単価の動き	・光熱費、燃料費、資材費、商品仕入単価など、1月に値上がりしたのが多い。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客からは、景気の良くなる話は全く聞かない。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりし、新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりしており、良い要素が余り見受けられない。同業者や取引先の廃業が目立ってきた。
	×	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	単価の動き	・行動制限がなくなり来客数は増えてきたように思うが、購買に結び付かない。
	×	スーパー（店員）	単価の動き	・商品が高くなって、動くものも動かなくなっている状況が続いている。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりと、下旬からは気温がぐっと下がって来客数が減少し、1月全体の売上は前年同月比で10%ほど減少した。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・1月とはいっても悪い。問合せも少ないし販売量はまるでない状態で、非常に良くない。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから、悪くなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・当地域の大手分譲業者は、物価の上昇でコスト高となり、分譲用地の買い控えをしている様子である。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・企業の人手不足は深刻で、人員確保ができれば当社で受注できる仕事もあるが、自社での募集にも集まらず断念した。どの企業も人手不足には苦戦している。

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
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・やはり新型コロナウイルス感染症対策の緩和と、次年度の春以降に感染症法上の分類が5類に移行すると報道があり、人々の移動が盛んになるという気運の高まりが要因である。
	○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴れの日が多く、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあり、外出や遠出をする人が徐々に増加傾向にある。今月の売上は、前年を上回る状況となっている。
	○	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	・ここ数か月はほぼ同じ流れである。各社においては少額の資金で利益を出すよう努力をしている。仕事は前向きに増加しており、この動きは良い。
	□	食料品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・多様な商品が値上げされるなかで、生活者の商品を選択する目は一層厳しくなっている。食品においては、し好性の強い物への買い控え傾向は否めない。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (顧問)	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は3か月前と余り変わらない。原材料の価格高騰が続いているため採算面では悪化しており、景気は余り変わらない。
	□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・食品添加物・香料・色素などの食品関係は、人の動きも増え回復傾向にある。半導体向け電材需要は低調が続いている。特に自動車向けが悪い。
	□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・食料品を始め車の修理、家具や衣服など日常生活での諸費用で明らかに値上がりを感じる。前年秋頃からはアフターコロナを満喫するような変化があり、現在もそれが続いており、景況感としては悪くなっていない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・販売数量が減少している製品の価格を下げている。材料の値上がりにより客は様子見をしているとの情報も入っている。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・顕著な変化はない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・客先業界がまだ新型コロナウイルス感染症の影響から回復しておらず、設備投資が始まっていない。やや始まりかけてはいるものの、全体的に悪い。
	□	電気機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・原材料価格は高止まりし、電力料金も上がりコストアップは避けられないが、価格転嫁は競合相手もあり思うようには進んでいない状況である。客の設備投資状況は変わらないものの、適正利益を確保するまでには時間が掛かりそうである。
	□	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	・今年中は余り受注量が上がり、来年から再来年辺りになって上がってくるという情報が入っている。
	□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・仕事の発注状況を見ると、来年の予算が少なかったり年間行っている業務項目の削除もあったりするため、余り景気が良いという実感はない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費財、生産財共に荷動きは低調のまま変わらない。特に今年は、旧正月前後の輸出入物量に増加がみられない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・夏以降年末まで忙しい状態が続いていたが、1月に入り小休止といったところか。年明けに各荷主から、今年は前年より少し良くなるかもしれないといった話を聞いたので、今後忙しくなりそうではあるが、中身が伴うかどうかは分からない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と比較して企業間の出荷物量は減少気味である。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・前年と比べて受注量が目に見えて少なくなっている。企業物価指数の上昇は良いことかもしれないが、消費者物価指数の上昇に年金の増加が追い付かず、現状では変わらない。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価の上昇により、企業業績は余り良くない印象を受ける。
□	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料費、光熱費等が高騰し、従来よりも原価がかなり上がってきている。販売価格に転嫁できればよいが、取引先との関係で転嫁しづらい面も多い。利益が減ってきており、企業業績へ与える影響はまだまだ続くと思われる。	
□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格の変動は余りみられない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・紙媒体による広告は同業種が多く、新規企業の発注は余りみられない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・業種によって多少の差はあるが、新型コロナウイルス感染症対策緩和の反動が少し落ち着き、対面サービスの来客数も前月までと比較すると大幅に増えている状態にはない。クラウドソフトのようなコロナ禍で需要が多かった産業は、逆に顧客数として落ち着いてきており、景気は上向きでも下向きでもないような状態である。為替相場がやや円高に戻りつつあり、輸入業者の純利益は少し改善傾向にあるが、物価高の影響もあるため、余り変わっていない状況である。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・売上や利益率について注目すべき変化がない。
	▲	窯業・土石製品製造業（社員）	それ以外	・原料の値上がりは1年に2回もあり、中には40%以上の値上がりもある。製品への価格転嫁は容易ではなく、客を回って理解を得るための営業活動に要するコストも重荷になっている。
	▲	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業全体の停滞感が継続しているため、良くなる傾向は見受けられない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・各地の建設需要が旺盛なのか、せつかく仕事量はたくさんあっても原材料の価格高騰分を転嫁できず、収益性はかなり悪くなってきている。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備のプロジェクトが凍結されたり延期になったりしている。先の見通しが不透明で、即納できる在庫品しか売れていない状況である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・11月から1月の稼働日数は毎月20日間で同様にもかかわらず、生産量が減少している。
	▲	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・物価高、燃料費高騰で生活費が増大している。いつになったら落ち着くのか不安である。
	▲	建設業（役員）	取引先の様子	・当エリアでもマンション、戸建て住宅の在庫が多く、他社が軒並み完成在庫を大幅値引きで販売している。少ない客を取り合っていて、値引きの上乗せで利益が圧迫されている。売上となる成約件数を伸ばそうとすると利益が無くなるため、経営上厳しい状況である。
	▲	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・発着個数が減少し始めている。もう経費はほぼ割れない。
	▲	通信業（法人営業担当）	それ以外	・電気代、ガス代など生活を維持するための支出が増え、気持ち的に消費を抑える傾向にある。行楽、レジャーや旅行だけでなく、外食を控えたり、食費を抑えるために薬物野菜は少なめに根菜を多めにできるメニューを考えたりする。金が手元に残らない不安から外出を抑える人が増え、ますますリモートワークと引き籠りが進んでいる。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・特に飲食店などは、マスクなどの制限もなくなり客入りも良く盛り上がっている。その他の業種からも比較的景気は良い方向と聞いている。自動車販売については、まだまだ車が入らないため売上には直接つながっていないものの、客の動きは比較的良いと聞いている。
	▲	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域ではマンションの販売が低調な一方で、資材高騰などによる工事費の上昇が続いており、景気は下向きと感じている。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が増えない。
	×	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・様々な業種の客で、食料品など家庭の必需品での値上がりによる買い控えが大きく影響している。受注量、販売量は減少する一方である。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・液晶の生産が下がっているため、製造装置の動きが悪い。新型スマートフォンの売行き不振が影響しているように思える。自動車の生産も下方修正のままで、改善の見込みがない。
	×	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・1日当たりの取扱物量は3か月前と比べて更に減少している。1月になってから荷動きが本当に低迷しており、寒い週などは特に荷動きがほとんどストップしている。1日当たりの取扱物量は前年の10%以下で、3月に向けて果たして荷物量は伸びていくのか懸念している。

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
雇用 関連 (東海)	◎	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が増加傾向を続けており、有効求人数では一部を除き新型コロナウイルス感染拡大前の状況に近づきつつある。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・忘年会や新年会、年明けの同窓会で、少数ながら利用件数が増えた。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣業界において、4月転職希望者の争奪戦が始まってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったわけではなく、ここ3年のなかで回復しているだけである。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・年度末に向けて企業の採用意欲も高まると同時に、転職希望者の動きも活性化している。
	□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特に景況が変化する要素はない。
	□	人材派遣会社（企画統括）	採用者数の動き	・求人数は前年同期比で増加しているが採用者数はやや減少しており、企業は採用難の状況にある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣募集数は3か月前とほぼ変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は3か月前比で微増であるが、求職者が減少しており採用数は減少傾向にある。
	□	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・当地区の自動車製造については、半導体不足・部品供給不足で変わらず不安定な状況が続いている。小型船舶とバイク関連の製造は、多忙となっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・材料価格、エネルギー価格の高騰のなかで、地元企業の厳しい状況は変わっていない。政府の支援策もあるが一部業種に偏ったもので、全体的には好影響を及ぼしていない。人材面でも人手不足が続いており、その面でも厳しい企業経営が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・景気が上向く材料が乏しい。物価上昇で消費意欲が停滞している。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月と同水準で、前月比でも大きな変化がない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっている。製造業では業種によっては安定しているが、自動車関連については、円安や材料の価格高騰、入荷の遅れやいまだ続く半導体不足に苦慮する企業も多い。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数共に減少したが、有効求人数の低下幅がより大きいため、有効求人倍率が低下した。そのなかで、医療・福祉、生活関連サービス業、娯楽業の求人に増加の傾向がみられた。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業と小売業では、材料費や光熱費が高騰しているが価格に転嫁できずに収益が悪化している。建設業でも、材料価格が高騰しても値上げができず収益が悪化している。介護事業や建設業では、人材不足が続いている。
	▲	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・物価高の影響がじわじわと中小企業へのし掛かってきており、経費削減の動きがより強くなっている。人材不足の影響もあり、時間外労働の増加で企業の利益が減少している。
▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価高騰が顕著になっている。	
×	—	—	—	—

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・年末年始の行動制限がなくなったことで消費者の動きがあり、特に観光客が多かった。また、1月も全国旅行支援が再開されるなど消費者が外出しやすい状況だった。しかし、現在は寒波による大雪の影響により外出を控える人が多くなり、来客数は減少している。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・行動制限がなかったため、新春初売りは前年に比べて来客数は多かった。しかし、降雪等の関係もあり売上は前年並みである。動きとしては良いのではないかと考える。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・状況は少しずつ良くなってきたとみられるが、新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザ、大雪の影響が心配である。

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
	○	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・来客数は回復し、物販及び飲食の売上が回復してきた。特に飲食店では、ランチの利用が顕著な回復状況にある。県独自のプレミアム付食事券の効果もあると考えるが、利用期限が1月31日までのため、2月以降の動きを注視したい。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新年会も順調にあり、街に出る機会が増えている。後半に入っても雪の日が続いて、タクシーの利用がある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・12月は新型コロナウイルス感染症の急拡大が原因かどうかは不明だが、乗車回数、売上共に非常に悪かった。1月に入ってから急に良くなっている。
	○	通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・子供向けの契約を検討している客が増え、その際に家族も一緒に契約していくパターンが増えている。
	□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてもインフルエンザの流行など心配な要因は多いが、商店街の来客数に影響しているようには余りみえない。今後は電気料金の引上げなどが大きく家計に影響するとみられるなか、給与の引上げなどが順調に進まなければ景気は厳しくなる。商店街の中小零細店では、物価の上昇が売上減少の要因である。
	□	スーパー(店 長)	単価の動き	・物価高や電気料金の高騰もあり、客の買い方が小さくなっている。来客数は多いが売上の伸びが一時期より小さい。
	□	スーパー(仕入 担当)	販売量の動き	・季節柄、雪の影響による買いだめ需要はあるが、全体としては販売量に大きな変化はみられない。
	□	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・数か月前と比べると売上は下がっているが、季節変動等を考慮すると、新型コロナウイルス感染症発生前と同様となっている。一方で、今年は1月中旬まで全く積雪はなく、小売業としては大変良い状況であったが、積雪の多かった年と比較しても同程度の売上であることから、良いとはいえない。数年前の全く積雪がなかった年の売上を大きく下回っている。
	□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の受注数は3か月前と比べると少しずつ増えているが、メーカーからの新車入荷の遅れが依然として解消しないことで、売上に結び付けられない。
	□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・長納期の状況が続いているが、新たな受注も以前と同様に発生しており、特に変化は感じていない。
	□	自動車備品販売 店(役員)	お客様の様子	・初売りの集客等をみると以前のにぎわいを取り戻しつつあるようだが、その後は一気にお祭り騒ぎが終息したようにみえる。客の財布のひもは固い。
	□	その他専門店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・寒波の影響で日本全国が冷え込んでいる。当社が納品している店舗も、雪の影響で客が余り来ていない。この冷え込みが、なおさら景気を冷え込ませている。
	□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・飲食店を対象としたプレミアム付食事券も年末で期限を迎え、明らかに個人利用客が減少している。法人利用で建設関係や組合など団体関連の利用が戻りつつあるが、全体では新型コロナウイルス感染症発生前の70%ほどの集客しかない。
	□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・宿泊部門の団体旅行客の回復が遅れている。レストラン部門は悪天候と値上げにより来客数が減少している。
	□	通信会社(役 員)	販売量の動き	・新規契約者数は低調な状態が継続している。
	□	その他レジャー 施設[スポーツ クラブ](総支 配人)	お客様の様子	・新年を迎えて心機一転、入会が増えることを期待し新年早々に販促チラシを入れたが、残念ながら反応はなかった。
	□	美容室(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり減ってきたと喜んでいたところに、今度は10年に1度の寒波で、結局は前年同月と変わらない売上に終わりそうである。
	□	住宅販売会社 (営業)	来客数の動き	・総合展示場への来場者数が前年後半から落ち込んだままで、回復する見込みがない。
	▲	商店街(代表 者)	お客様の様子	・天候が人出に影響している。足元が悪いときに無理をしてまで買物をするという雰囲気では、まだないようである。

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
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・最近、何年前の売上と比較してという基準で判断できなくなっている。売上は、新型コロナウイルス感染症が続いたこの数年よりは間違いなく良いが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると80%くらいの売上しか取れていない。初売りも、天候が悪かったこともあり売上を伸ばすことができなかった。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・ここ数か月間、来客数の減少に歯止めが利かない。売上、販売数共に減少している。
	▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、1月後半にまん延防止等重点措置が適用され、来客数が大幅に減少して売上が低迷した。今年は年末年始を含めて行動制限がなく、1月前半は防寒用品や衣料品が好調に推移したが、後半は寒波及び積雪の影響で客足が止まって苦戦し、全体では何とか前年を超える状況である。
	▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・1月前半は足元も良く、企画した催事も好調に推移したため、前年比で2けた以上プラスの日もあった。ただし、下旬の大雪に伴い全館で大きくマイナスに転じた。2月の前半までは雪と気温の低さによって、特に来客数は減少するとみている。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・セールでの購入客数の増加を期待したが、12月と変化がなく、購買行動における慎重さは継続中である。1月後半は雪による天候悪化で売上は大幅に低下した。例年ある再値下げも少ないため、特にファッション衣料品の購入が厳しい状態である。外出需要に期待したが売上は向上しなかった。しかし、県の買物支援策が入った中旬からはやや上昇した。少額補助でも心理的に購買に動くが、購買を決めていた必需品を補助金を待って購入する傾向で、ついで買いは少ない。生活防衛意識が高まる傾向である。
	▲	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・3か月前は、コロナ禍に対する景気対策の各キャンペーンの効果が顕著であったが、現状は落ち着いている。直近の大雪が悪影響を及ぼしている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・降雪の影響で不要不急の外出を控えるようにという呼び掛けがあり、来客数が減少した。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・初売りから前年に比べて売上がダウンしている。必需品しか買わない状況である。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・初売りは前年を若干下回る程度だったが、1月下旬は雪の影響もあり、主要商材を中心に非常に悪くなっている。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・全国旅行支援の再スタートで観光客の動きが良くなるかと思ったがそれほどでもない。他地域では自治体による割増しの助成があるようだが、当地ではないことによる影響かとも考える。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が継続されているが、記録的寒波など雪の影響を受けキャンセルが多く出ている。
	▲	通信会社（職員）	お客様の様子	・住宅の新築着工戸数が減っている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・大雪による天候不良の日が多く営業活動に影響が出ており、新規契約者数は前年同期と比較して減少している。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・寒波の影響で交通アクセスが乱れ、国内旅行客の来店が減少した。それとともに、エネルギー価格などの物価高の影響もあり、全体的には景気がやや悪くなっていると考え。
	▲	パチンコ店（経理）	販売量の動き	・諸物価の上昇により、金を娯楽へ回す余裕がなくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・住宅価格の上昇で思いどおりの広さが取れないことや、金利の上昇懸念で打合せ時間が今までより更に長引くようになっており、予定どおりに契約が進まなくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・日本銀行が長期金利の変動許容幅を拡大したためか住宅を検討する客が少なく、展示場の来客数が減少している。
	×	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・値上げの影響で買上単価は上がっているが、来客数と買上点数が減少し総合的にはマイナスが続いている。光熱費の高騰もあり、更にシビアな買物の傾向になっている。

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	
	×	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・3か月前は、秋冬物がまだ正規価格で販売できたため活気があったが、物価高などによる社会情勢の警戒感が強く、消費マインドの低下につながっている。	
	×	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・相次ぐ値上げが大きく影響し、節約志向が強まっている。	
	×	スナック (経営者)	来客数の動き	・1月は13日からの営業だったため他の月との比較はできないが、中旬は客の出入りもあり良かった。1月24日と25日は雪のため休業し、月末は付近に人通りもなくなり、厳しい状態である。	
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・イベントによる来客数は多いが、競合負けや、契約までに時間を要するケースが増えている。	
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—	
	○	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・取引先の第3四半期の業況を確認すると、3か月前の業況は良くなっている。経済の流れが良くなっており、売上の回復が鮮明になっている。	
	□	繊維工業 (総括)	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調である一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に与える影響が深刻さを増している。	
	□	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・発注先からの受注は、横ばいで推移している。	
	□	プラスチック製品製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・国内の新型コロナウイルスの感染状況はまだ増加傾向だが、共存しつつ経済を回す方向に動き出しており、消費も上向きとなってきた。ただし、物価の上昇に歯止めが掛からず、特にエネルギー価格や原材料価格の上昇幅が相変わらず大きいため、利益確保が困難となっている。	
	□	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・公共工事の受注は発注官庁によって差はあるものの、ほぼ前年並みの受注ができています。しかし、民間工事の受注が振るわない状況である。	
	□	通信業 (営業)	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比較して変わらない。3月期決算の企業があるため、2月以降に多くの駆け込み需要を期待したいところである。	
	□	司法書士	取引先の様子	・複数の新会社設立、新役員追加といった依頼があったが、その一方で会社解散の依頼も多くなっている。	
	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・国内販売は堅調だが海外、特に中国向けが大幅に前年割れをしている状態である。中国の新型コロナウイルス感染症対策の転換によって、経済状況が回復することを期待している。	
	▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・国内向けの需要が、少し鈍くなってきている。	
	▲	輸送業 (役員)	取引先の様子	・物価の上昇に伴う経営環境の悪化は、客先も同様である。運賃等価格改定の要素を見いだせないなか、昇給等の提示は難しい状況が続くと考える。	
	▲	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・動きが止まっているという話が同業者から多く出ている。	
	▲	税理士 (所長)	取引先の様子	・製造業等の仕入価格が高騰しており、粗利益率の低下がみられる。また、物価高騰の影響か、一般消費者向けの消費に鈍化がみられる。	
	×	—	—	—	—
	雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
○		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・新卒者を対象にした合同企業説明会への申込みや、採用関連の広告掲載が前年度よりも増えてきた印象を受ける。企業の採用担当者と話をしていても、売手市場の傾向が強く、求人市場は当面活性化していくものとみている。	
○		民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症がやや落ち着き気味となり、求人数が増え始めた。しかし、求職者数が少なく人材不足の状態、マッチングはかなり難しくなっている。	
□		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求職者数の増加はみられるものの、マッチング数はそれほどでもない。	
□		求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・大きな違いがみられない。	
□		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・急いで活動する求職者が減少している。	
□		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数に大きな変化はみられず、求人倍率は高い状況が継続している。	
□		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は、3か月前とほぼ変わらない。	

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 (役員)	周辺企業の様子	・派遣先企業の残業時間が減少し、派遣契約解除の申出が散見されるようになっている。
	×	—	—	—

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	それ以外	・世界的に日本の信用度が極めて高いことを、国民が自覚し始めている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・年末には、今年最後の買物といったメモリアルな買い方がみられたが、1月2日の初売りでは、今年初めての買物といった買い方がみられた。特にブライダル関連の動きが良く、ラグジュアリー関連を含むバッグや靴、雑貨類も軒並み好調に推移した。単価の高い物の動きが良く、コロナ禍での閉塞感が払拭されるような動きとなった。単価はバッグで約5～8%アップするなど、値上げのあった商品でも動きは悪くなっていない。またインバウンドの回復もあり、前年比で化粧品売上が20%、ラグジュアリー関連で30%近い伸びとなっている。
	◎	百貨店（外商担当）	単価の動き	・海外ブランド品の前年からの相次ぐ値上げにもかかわらず、人気ブランドの時計やバッグなどは問合せが途切れず、買いたくても買えない状況が続いている。
	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・行動制限のない年末年始となったことで、国内客の増加に海外からの観光客の増加も重なり、好調に推移している。また、寒波によって防寒関連商品が好調であるほか、高額の高級ブランド商品も引き続き好調に動いている。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・外国人客が増えてきている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・全国旅行支援に関しては、エージェントを絞ったこともあり、爆発的な受注はないものの、3か月前よりも客室単価を上げてても稼働率が上昇している。インバウンドの団体客が、3か月前よりも更に増えている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスがよいよ5類感染症となる方針であり、様々な社会活動が元に戻るめどが立ってきている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・人出が増えてきて、飲食店の客も増えている。そのため、景気は回復していると感じるが、光熱費の上昇による影響次第でもある。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月29日までの入店客数が前年比で1.4%増加、全店売上が3.7%増加と前年の水準を上回っており、好調に推移している。コロナ禍の影響から徐々に脱却していることが実感できつつある。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今までと同様に、高級時計や海外ブランド品の売上が好調に推移しているほか、インバウンド売上も2019年比で約80%にまで回復している。来客数も前年を大きく上回っている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今月の後半は、前年にまん延防止等重点措置が適用された反動で、売上は前年比で大きく伸びている。特に、国内客は2019年の水準まで回復しており、インバウンド売上も春節のタイミングで増加傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・以前よりも、物価上昇の複雑な背景が消費者に認識されてきたのか、国内中間層の購買は手堅い。単価上昇の分だけ販売量が減る傾向にあるが、生鮮3品の売上は微増に転じたほか、ファッション関連も寒さの影響で防寒商材が好調となり、売上が約5%増えている。富裕層では美術品や宝飾品の好調が続いているほか、インバウンド需要もまだ全国平均以下ではあるが、前年比では倍増となり、売上全体を底上げしている。
	○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・明らかに新型コロナウイルス感染症の影響が和らいでいる。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、来客数、販売額共に厳しかったが、今年は予想よりも新規感染者数が少なく、来客数、販売額共に増えている。新型コロナウイルスの5類感染症への移行も発表され、気分的にも外出意欲が増えていることが要因である。

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
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・年明け以降、来客数が伸び、久しぶりに店頭にぎわいが戻ってきた。中旬にはバレンタイン関連の催事も始まり、会場内の買い回りも多くみられるなど、例年以上の消費意欲を感じている。大雪の影響はあったものの、それを上回る、自分への御褒美需要が高まっている。
	○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・10月11日の入国規制の緩和以降、徐々にインバウンドが増加している。1月も2週目頃には一旦落ち着いたが、後半に再び増加している。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・自治体によるキャンペーンとして、指定された4社のキャッシュレス決済の利用により、利用額の30%還元策が実施された。該当地区の店舗では売上が大きく伸び、来月も別の自治体で同様の施策が行われるため、売上の増加につながる。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数が以前の95%ほどに戻ってきているが、値上げの影響で、平均単価は3%ほど下がっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客の動きが以前の水準に近づいてきており、外国人観光客も少しずつ増えているため、来客数の回復が進んでいる。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年寒い時期は来客数が減るが、今年は旅行者や家族連れの客が増えている。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数が日々増えていると感じる。外国人観光客や旅行者も近隣のホテルに多く宿泊しており、買物に来る客が増えている。昼夜問わず、忙しい日が続いている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、売上、客単価共に上向している。いろいろなマイナス要素はあるが、平均すると来客数が増えている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・国内販売の最大化に向け、新車が国内市場に振り向けられている。少しずつではあるが、納車の増加につながっている。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・地域のキャンペーンも後押しとなり、売上、来客数、買上点数の全てで前年を上回っている。値上げについても、生活用品では仕方がないと受け入れる客が多いと感じる。
	○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前年10月に2019年の水準に戻って以降、今月の売上は2019年比で110%となるなど、前月に続いて好調を維持している。
	○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・年末年始を迎え、地元客や帰省客、観光客の動きが増えている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、客の間では宴会を開きたいという意識が強く、感染対策を講じながら開催する傾向にある。宿泊についても、全国旅行支援の影響で単価が上がっており、需要も期待どおりとなっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・1月は全国旅行支援が延長されたが、割引額が縮小されたほか、オフシーズンであるため、開始当初の勢いはない。その反面、東アジアを中心とした海外からの個人客が増えており、いよいよ以前の動きに戻っていくような実感があるなど、旅行業界の景気が上向していると感じる。
	○	都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・客室部門の売上は前年比で176%、料飲部門は259%と順調に推移しており、訪日客は利用客全体の約55%を占めている。全国旅行支援の利用は平日、週末共に多く、訪日客も順調に取り込めており、平日でも販売を止めている日がある。コロナ禍で3年ぶりに新年会を開催する企業もあるなど、料飲部門も順調に客の取り込みが進んでいる。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊では、全国旅行支援の利用客に加えて、海外からの客も着実に増えている。航空便の増加も予定されているため、早い段階でかつての水準に回復すると予想している。その一方、飲食関係は物価の上昇による影響が大きく、緩やかな回復にとどまる。
	○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行は全国旅行支援の対象か否かにかかわらず、需要が伸びてきた。ビジネス利用以上に、3世代の旅行を含む家族旅行が増えている。
	○	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているほか、政府が5類感染症への移行を検討していることで、消費マインドが変わりつつある。

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
	○	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	・インバウンドが引き続き増加傾向にある。インバウンドは団体客ではなく、個人客の回復が早い。個人客の方が団体客よりも滞在日数が長く、消費単価も高い。
	○	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・住宅設備関連では、値上げの動きが少し落ち着いている。
	○	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向に伴い、客の動きが活発になっている。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・エレベーターのリニューアルに対する引き合いが好調である。順調に成約が進んでおり、客には納期待ち依頼している状況であり、暇がなくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・年始のセールも不調で、客の財布のひもが固い。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は3か月前とほぼ変わらず、卸売での受注が少ない分、インバウンド需要の増加で補っている。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・着物の需要については、世界情勢が不透明で先行きが見通せないなか、高額品ということもあって買い控えが進んでいる。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・海外からの入国規制の緩和後、中国本土以外からの観光客の売上は、11～12月にかけて右肩上がりとなった。春節休暇のある今月は更なるプラスを期待したが、現在のところは予想を下回っている。また、前年はコロナ禍による落ち込みが大きかったため、国内売上の増加も見込んでいたが、こちらも想定を下回っている。
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・都心部の店舗は、ラグジュアリーブランドなどが好調で売上の回復が進んでいるが、地方のラグジュアリーブランドが入っていない店舗では、今までの傾向と余り変わらない。
	□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・年始の福袋の販売やクリアランスセールは前年並みの動きであり、必要な物を見極めて購入する傾向が主流となっている。今月はコロナ禍の下でも人の動きは比較的活発で、気温の低下もあって防寒素材の動きが堅調であり、外に出掛けるのショッピングを楽しんでいると感じる。一方、価格の上昇によって生鮮品の購入が減少するなど、日々の買物にはシビアになっている。
	□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・バレンタインデーなど、若年層をターゲットとしたイベントや催事は、新型コロナウイルス感染症の発生前を上回っている。一方、高齢者層は新型コロナウイルスの感染第8波や寒波の影響を受けて、まだ外出を控えている。
	□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の前年比は、前年11月が103.7%、12月が95.0%、今年1月が97.5%となった。ただし、年末年始はほぼ前年並みの動きとなっている。1月前半は、新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、売上、来客数共に厳しかったが、新型コロナウイルスが5類感染症に変更となるため、来客数が増えるなど、客の動きが活発になっている。
	□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・比較的暖かかった月前半は、来客数も伸び、値上げによる単価の上昇で好調な売上となったが、後半の厳しい寒さによって相殺されている。相変わらず、単価の上昇が販売点数の減少をカバーする状況が続いている。
	□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・燃料費や食品価格の高騰で、景気の上昇ムードは全くない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・過去3か月、食料品の販売量は平均的に前年比で86%と、大きな変化はみられない。ただし、下げ止まっているだけで、決して景気が良いとはいえない。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・以前と比べて、やや外国人の姿が目立つが、1人当たりの単価は上がりず、横ばいとなっている。
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の間で、ポイントサービスや割引クーポンなどの有無への意識が強まっている。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染は広がっているが、日常生活は落ち着いており、来客数にも変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（社員）	来客数の動き	・前年後半からの商品価格の上昇の影響も薄れ、客の買上単価は上昇傾向にある。ただし、来客数の前年比での減少が続いており、全体としてはほぼ前年と同水準で推移している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年末年始は活気があったが、最近ではコロナ禍やインフルエンザの影響で再び来客数が減っている。
	□	コンビニ（店長）	単価の動き	・値上げによって客単価は上がっているが、ここ3か月はほぼ横ばいであり、来客数も横ばいとなっている。客の様子に大きな変化はないが、様々な商品の価格が上がり、支出が増えたという声はよく耳に入ってくる。
	□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・年明けは来客数も少なく、商品の廃棄が目立っていたが、徐々に客足は戻っている。
	□	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が続き、新型コロナウイルスの感染状況にも変化がないなか、消費意欲が低いと感じる。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・食料品価格や電気代、ガス代の高騰により、消費マインドに陰りが出始めている。特に、家電は壊れない限り、需要が見込めない状況に陥っている。
	□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はない。半導体不足の影響もあり、自動車の供給が回復するまでにはもう少し時間が掛かりそうである。
	□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・在庫量は増えているが、販売台数は伸びていない。
	□	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で人の動きが鈍化しているが、極端な規制もないため、低い水準ながらも動いている。
	□	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・海外からの旅行者が増え、人の流れも多くなってきたことは実感しているが、購入が増えているのはドラッグストアの商品やブランド品の衣類、バッグなどであり、宝飾品の動きに大きな変化はない。
	□	その他専門店【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・来客数、客単価共に横ばいである。気温の低下により、風邪薬や栄養補給関連の医薬品が顕著に動いているが、嗜好品の動きは減少傾向にある。一方、食品の売上は順調に伸びている。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・厳しい天候の変化や、手探り状態にあるウィズコロナの対応から、外食に対する客の戸惑いが見受けられ、来客数は不安定である。また、度重なる仕入価格や光熱費の値上げで、支払が増えている。直近は来客数が増えているにもかかわらず、利益を考えると業況は横ばいであり、回復しているとは言い難い。
	□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の動きが収まらない限り、景気回復の見込みはない。
	□	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・秋口から好調が続いており、1月の稼働率は72%の見込みである。前年12月の82%からは下がっているが、1月は例年数字が低いなか、今年は健闘している。そう考えると景気は上向いているかもしれない。また、全国旅行支援の効果で平日の旅行者が増えている。
	□	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・全国旅行支援により客単価は少し上がっているが、インバウンドが回復していないため、客単価に大幅な上昇はみられない。
	□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・11～12月に比べて受注額は若干増えたが、全国旅行支援の対象客に要する手続の時間が長い割に、単価は安い。
	□	タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 来客数の動き	・当地域では観光客が増えている。 ・昼間に比べて夜間の客はまだ戻っていない。電車の終電の時間が早いほか、寒さによる人出の減少、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もある。また、正月にお金を使った分、年明けは外出を控える状況も見受けられる。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・総販売台数の前年割れが続いており、来客数も年々減っている。
	□	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9502円で、3か月前の9399円よりも上がっている。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・今月の来客数はまづまづの動きであったが、その反動で来月以降は悪くなりそうで、不安を感じている。
	□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・新築分譲マンションは、建築費の高騰もあって販売価格を強気に設定しているが、売行きは好調な状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	商店街（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍関連の規制も緩和され、購買意欲は高まっているが、かねてからの値上げラッシュの影響で、商店街は閑古鳥が鳴いている。
	▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・冬のバーゲンセール時期であるが、販売量は前年と比べて落ちている。客の間に購買意欲は感じられるが、買い方が以前よりもシビアになっていて、消費者の口からは物価の上昇という言葉をよく耳にする。
	▲	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・新年を迎えたが、各社の値上げラッシュが収まらない。販売価格への転嫁には時間を要するため、利益が圧迫される状況が続いている
	▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・売上は前年の水準を上回っているが、今月の目標は下回る見込みである。依然として特選ブランドや宝飾、時計といった富裕層向けの商品は順調に推移しているが、食品を除く一般ボリューム商品は苦戦を強いられている。物価の上昇により、客の購買意欲は減退しており、買い控えや単価下落の傾向が強まっている。
	▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・今月は春節もありインバウンド需要に期待していたが、11月や12月に比べて免税売上が前年比で悪化している。国内売上も相次ぐ値上げにより、特に中間層の買い控えやギフトの単価下落が目立っており、勢いに欠けている。
	▲	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・相次ぐ価格改定の影響もあり、これまで好調であった高級ブランドなどの高額品の動きが鈍化している。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の買物が慎重になっている。広告掲載商品も目玉商品は販売率が高いが、それ以外は1人当たりの買上点数が約3%落ちている。食品を中心に、商品の値上げが進んでいる影響が広がっている。
	▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・年末に忙しかった反面、年始はいろいろな物が値上がりしており、値段をじっくり見て買う客が増えたように感じる。売上の方も厳しくなっている。
	▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・主に販売額が減少しており、値上げ品目の増加による買い控えの雰囲気を感じる。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・弁当の購入客が、自宅から食べる物を持参した上で、足りない物を少し購入するなど、小さな節約を行っている。こういった部分でも、以前とは行動が少し違うと感じる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年よりも来客数が少なく、販売点数も少ない。ただし、販売価格が上がり、客単価が上昇しているため、前年と同程度の売上を保っている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・気温が下がったため、来客数が減っている。
	▲	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・外出機会が少なくなっていると感じる。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇もあって消費マインドが悪化し、来店する動きが減っている。必要最低限の物だけは購入するが、ぜいたくな高付加価値商品は余り購入には至らない。
	▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・年明け以降、来客数が思わしくない。OS旧バージョンのサポート終了に伴う需要の反動減もあり、パソコンの販売が伸びない。寒波の影響で石油ストーブは動いているが、効果は限定的である。
	▲	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・円安の影響が大きく、食料品などの物価の上昇も響いている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	それ以外	・仕入商品の値上げが続いており、全体的な物価の上昇が顕著になっている。
	▲	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	単価の動き	・円安やウクライナ問題による様々なコストの上昇について、まだまだ販売価格への上乗せが完了していない。一部の大手企業では、賃上げなどの景気の良い話が出ているが、一握りにすぎない。
	▲	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	・注文数がかなり減少しており、特に電話での注文が激減している。

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
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店は気候の影響で来客数が左右されやすいほか、値上げの影響で消費者の財布のひもが固くなっており、外食を控える傾向にある。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	それ以外	・物価の上昇が続き、光熱費の高騰が直接感じられるようになってきている。今後良くなるめどが立たない。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の割引率が下がったため、申込みがかなり減っている。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・全国旅行支援は延長されたが、補助金の減少に伴って来客数が減っている。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・物価の上昇が生活に与える影響が徐々に大きくなり、生活資金以外にお金を回す余裕がなくなったという客が増えている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症への対応は、外交や海外交流上での判断もあるが、国民の理解を得られるようにうまくコントロールするべきである。
	▲	通信会社（経営者）	単価の動き	・原油相場の高騰や物価の上昇に対する警戒心が高まっている。
	▲	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・各家庭において、生活に必要な光熱費などが高騰し、趣味や娯楽向けの予算が減っているため、先行きは厳しい。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・具体的な案件数が減少している。
	▲	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	・物価の上昇による影響が、徐々に浸透している。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・1月にイベントを強化したため、住宅展示場への来場者数は増えたが、アンケートによると来場の動機にはイベント目的が多く、契約につながるような来場者は減少している。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産価格の高騰で、低価格物件を中心に実需向けの販売状況が悪化している。住宅ローン金利の先高感も高まり、徐々に影響が出始めている。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・年が明けても華やいだ雰囲気はなく、淡々と客の来ない日を過ごしている。寒さの影響もあるが、予想以上に光熱費や食料品の値上がり幅が大きく、生活防衛として余分な物にお金を使わなくなっている。電池交換の依頼さえも少なくなり、今月は危機感を持っている。
	×	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・以前からの商品提案や販促策を実施しても、客の反応が薄いと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加よりも、物価の上昇による財布のひもの固さが目立つ。生活防衛意識が非常に高く、今まで我慢していた旅行などには支出するが、それ以外の物を節約している。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・客への価格訴求が以前よりも露骨になってきたほか、客も実店舗でより安く買うために、いろいろ準備して商談に臨んでいる。インターネット経由の情報で価格破壊が進むことはやむを得ないが、安い価格で提案しているにもかかわらず、更なる値引き交渉に時間を掛けることにメリットがあるとは思えない。ホテルの予約サイトなどでは、更に値段交渉をすることはほとんどないが、家電量販店では値引きが要求されることが多いのは、今までの悪しき習慣が影響しているのではないかと感じる。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客単価が顕著に下がっており、価格を優先して商品を選ぶ人が明らかに増えている。
	×	住関連専門店（店員）	それ以外	・収入は変わらないなか、物価の上昇で生活が困窮しているなど、良くなる要素がない。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年1月は新型コロナウイルスの感染拡大で業績が悪化したのが、今年はそれ以上に悪い。全国旅行支援が再開しても、客の動きが回復しない。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・物価の上昇で、生活費の実質的な減少につながっている。コロナ禍による趣味消費の減少と、物価の上昇によるダブルパンチで、売上の悪化が避けられない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	×	通信会社（役員）	それ以外	・大手通信キャリアの代理店としてショップを運営している。代理店手数料の大幅な減額で、事業の運営が極端に厳しくなっている。販売面でも、販売台数が大幅に減少傾向にある。端末価格の高騰も販売台数の減少に影響している。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・年末年始に行動制限が行われなかったため、観光地での人流が増え、飲食店の客も多く感じた。飲料水の売上も少し良くなっている。
	○	出版・印刷・同 関連産業（企画 営業担当）	受注量や販売量の動き	・問合せ数が少し増えており、受注量も数か月前と比べて若干増加している。
	○	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べて、ほんの僅かながら小規模案件が動き出している。
	○	電気機械器具製 造業（経理担 当）	受注量や販売量の動き	・設備投資に関する案件は確実に増えている。
	○	建設業（経営 者）	受注量や販売量の動き	・少し問合せが増えている。資材価格の高騰は続いているが、取引先の発注意欲が少し上がっていると感じる。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けた広告の出稿が増えている。
	○	経営コンサル タント	取引先の様子	・取引先の食品スーパー、飲食店共に、客が戻ってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前のような来客数は全く見込めず、対応に苦慮している。以前は、曜日ごとにある程度の来客数が読めたが、コロナ禍以降は読めなくなった。仕入価格や人件費の上昇による損失も発生している。
	□	食料品製造業 （従業員）	受注価格や販売 価格の動き	・原材料や資材価格の高騰がまだまだ続いており、利益の圧迫が収まらない。値上げを要請しているが、価格転嫁が追い付かない状況は以前と変わらない。
	□	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格や諸コストの上昇に伴う、製品価格への転嫁はほぼ完了したが、コロナ禍の影響や半導体不足による受注量の減少で、工場の稼働率は約30%低下している。
	□	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量の動き	・初売りの週は前年を上回る実売となったが、初売り以降は前年を下回る状況で推移している。
	□	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・建設資材価格が高騰し、納期も不確定なため、取引先の設備投資計画に変化が生じている。当初の予算と現状の価格がかい離し、納期も決まらないため、工期が確定できず、設備投資計画の延期や凍結、縮小が増えている。
	□	輸送業（経営 者）	取引先の様子	・主要な取引先が外資系企業に買収されたこともあり、動きが取れない状況である。先方自体が事態を把握できていないため、当社も新たな投資などを今のところ実施できない。
	□	輸送業（営業担 当）	取引先の様子	・配達件数が前年の7割ほどに落ち込んでいる。
	□	金融業（副支店 長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注状況は3か月前と変わっていないという声が多い。
	□	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・コロナ禍に加えて、原材料価格の高騰と物価の上昇が続くことで、不安が広がっている。
	□	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	・物価の上昇が進むなか、駅ナカ店舗には影響がみられない。12月と比べれば販売は減少したが、相変わらず旅行者による購買がみられ、各店舗では前年を上回る実績となっている。
□	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・前年以降、値上げが続いているが、売上は改善していない。	
□	その他非製造業 〔商社〕（営業 担当）	受注量や販売量の動き	・案件の引き合いは増えてきたが、物の動きは鈍いままである。	
	▲	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、受注量や販売量が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇による原材料費や加工賃の高騰で、利益が減少している。値上がり分の10～15%が販売単価に転嫁できない状態である。また、販売を維持するためには単価を下げて販売することになるため、厳しい状況に変わりはない。
	▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電や車載向け製品の販売は堅調であるが、建設資材向けの販売が低迷している。また、原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁し切れず、利益の減少が続いている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・発注自体はあるが、期日が数か月先となっている。年に4回来ていた注文が、1回当たりの発注量はそのままでも年に3回となり、1年の売上が減る傾向にある。仕入価格が値上がりするなか、1年当たりの出荷量は減っているため、厳しい状況にある。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・相変わらず物価の上昇が続いており、特に生活必需品の値上がりが顕著である。今後は春闘での賃上げが焦点になると予想される。業界では燃料価格の高騰が激しく、補助金はあるものの、値上げ幅が大きいため利益が圧迫されている。今後もしばらくは厳しい状況が続くようである。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格とコストとのバランスが厳しい状況である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中小企業には円安の悪影響や賃上げ負担など、悪い材料が多過ぎる。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少ない。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物件単価は物価の上昇に伴って上がっているが、問合せの件数は減っている。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・生活インフラ関連や食品などの日用品の値上げが厳しく、消費の減少は避けられない。あらゆる業態に悪影響が出ることは間違いなく、円安で収益が増えている企業以外は厳しい状況にある。2～3年は今のようない状況に覚悟しておくべきと予想される。
	×	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・世界的な景気減速の影響を受け始めたのではないかと感じる。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、実店舗の営業が難しくなり、客がネット通販に流れている。それに伴い、実店舗の解約が増えており、空室率の上昇と賃料の低下が進んでいる。
	×	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	・企業の販売価格が上がっている。
雇用関連	◎	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・相変わらず売手市場が続いている。
(近畿)	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・海外からの入国規制が緩和され、国内でも人の動きが活発になっている。それに伴い、観光産業からの求人数が大きく増えている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒採用市場では、広報解禁の3月を前に、既に前倒しで情報が開示され、早期選考を進めている企業が更に増えている。その影響で、例年よりも就職情報サイトへの掲載や、イベントへの出展が前倒しで増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前月に続き、力強い動きが続いている。職種を問わず、年度末に向けて2～3か月の短期派遣が主流になっており、かなりオーダーが増えている。ただし、人材不足のためマッチングには難航している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は多いものの、企業が提示する賃金条件はそこまで上がっていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・物価の上昇が実質消費に大きな影響を与えており、全体的に停滞している。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人数に今後の景気の方角を示す動きは見られない。行動制限のない状態が定着し、飲食や観光業など、コロナ禍で最も大きなダメージを受けた業種にも回復の兆しが見られる。インフレの影響が徐々に浸透するなか、いつ落ち着くかが景気に大きく影響すると予想される。

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
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなっているが、円安や物価の上昇、エネルギー価格の上昇による影響が出ている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比、前月比共に増加となった。前年比で増えたのは卸売・小売業であり、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にある一方、行動制限がないため、販売関係の求人が増加した。その他にも、専門技術サービス業や医療・福祉業が増加となっている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・会社都合での離職者の増加が目立っている。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は引き続き増加している。来年度を見越して採用を増やす客も多く、人材需要の観点からは、急激な景気の腰折れは感じられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数は前年比で18か月連続の増加と、全体的に持ち直しの動きが堅調である。求人が堅調な要因としては、インバウンド需要の増加などによる先行きへの期待や、人流や物流の回復に伴う人手不足の進行などがあるが、求人を出しても応募者が少なく、採用が困難という声も少なくない。また業種を問わず、原材料費やエネルギー価格が高騰するなか、価格転嫁が困難で収益が圧迫されているといった声も引き続き多い。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人の動きが鈍化している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・第4四半期が始まったが、年度末に向けた新聞広告などの宣伝予算の動きに活気がなく、前年割れの推移となっている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰や物価の上昇への対応で、苦しんでいる企業が多いように感じる。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人件数はそれほど変わらないが、求人1件当たりの求人数は減少している。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用活動が終了しつつあるほか、保育士などの募集も、首都圏では幼児の減少や補助金の減少に伴い、少なくなっている。
	×	—	—	—

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (中国)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・物不足により商品単価が上昇しているが、買い控えはなく、高付加価値商品も売れている。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・正月、バーゲンセールなどで、客の購買意欲が高まってきている。また、長引くコロナ禍で、客が限界にきており、買物や食事に出掛けるようになってきている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波も峠を越した感じがあり、経済活動が多少動き始めている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・15日までは、売上が前年を上回っていても、来客数が前年を下回っていたが、中旬以降は、外出等の規制が緩やかになってきたこともあり、来客数も前年を上回っている。
	○	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の数字にはいまだ届いていないものの、商品価格の高騰のなか、来客数や販売点数が絶えず前年を上回っている。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・迎春関連の商品の動きが鈍かったが、割引したお買い得商品の動きが良く、全体では少しだけ前年を上回っている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数が前年並みで、人流は完全には回復していないが、単価が50円以上上昇した影響で、売上が新型コロナウイルス感染症発生前に追い付いてきている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・連日の気温低下で、暖房器具の販売量が増加しているため、景気は良くなっている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・1月の販売量は前年比170%と大変好調である。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・1月に入ってから、買物だけではなく、食事をする客が増加したり、スイーツのテイクアウトなどの点数が伸びたりしており、寒い割には活気がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が感じられなくなっている。
	○	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・外国人観光客が増加している。
	○	都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・2019年比の1月の来客数は、2019年比の2022年10月から12月までの来客数ほど良くないが、2019年比の2022年前半と比べると、来客数は伸びている。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援の大半が3月末まで延長され、第4四半期の新規の申込みが増加傾向にあるため、個人需要の復調が期待できる。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・観光はまだまだであるが、イベントや大会が確実に増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・景気は12月の繁忙期よりは少し悪くなっているかもしれないが、3か月前と比べると、良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3年続いた新型コロナウイルス感染症の影響が弱まりつつあり、街中に活気が感じられる。また、観光客も増加しつつある。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・サービスへの問合せ、引き合い数は、正月を過ぎてから少しずつ良くなっている。
	○	テーマパーク （業務担当）	お客様の様子	・世間の動向から判断すると、景気はやや良くなっている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・正月レースや女子レースの開催で、売上が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・歳末セール後の人出が悪い。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているが、物価は上昇しており、景気は変わらない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、通行客が増加しているが、購買につなげていない。
	□	一般小売店 〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・年末に商店街でまた一軒閉店している。年末も、正月も前年より人出は多かったが、客の財布のひもは大変固い。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・婦人服は冬物セール、春物が共に好調、家庭用品は売り尽くして売上が増加するなど、月の中旬までは好調だったが、下旬の大雪で売上が伸び悩んだため、売上は前年比95%の見込みである。
	□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているも、3か月前よりも客の動きは活発で、遠方からの来客数も増加しているが、商品単価や電気料金の値上げなどの影響で、客の購買に対する動きは慎重である。バーゲンセールでも、安いだけでは商品は売れず、客が本当に必要なものを見定めて購入する傾向が年々強くなっている。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランスセールを実施したが、在庫不足で、売上が伸びていない。また、月末も、寒波の影響で、来客数や売上が伸びていない。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・気温が下がり、バーゲンセールの重衣料などに多少動きがある。しかし、前年と比べると、ミセスを中心に来客数が減少しており、また、セール品、春物を含め、在庫はあるが、売上が伸びない。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年を上回っているが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、比較的年齢の高い客の来店は少ない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・11月や12月と比べると、来客数や売上が少し改善傾向にあるが、景気が回復基調にあるとは考えにくい。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数100万円の美術品が売れたが、まだ安心できない。
	□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は微減となっているが、単価上昇で、売上が前年より若干増加している。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上が安定し、良い状況が続いている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・3か月前と比べ、1人当たりの購入金額が横ばいかやや減少となっているが、来客数に変化はない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食料品の相次ぐ値上げにより、客の生活防衛意識が更に高まっており、割引催事への集中やまとめ買いの傾向が強くなっている。来客数が伸び悩むなか、客の行動が単価を抑えられる商品購入へと変化しているため、厳しい状況となっている。ディスカウントストア事業として追い風になるはずであるが、値上げ基調のなか、収入は変わっていない。
	□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価は変わらないが、雪の影響もあり、来客数は減少している。
	□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・来客数や買上点数が前年を下回っているが、1品単価の上昇により、売上は前年を上回っている。
	□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上がりの影響で単価が上昇しているが、買上点数が減少しているため、販売額は変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇率に賃金の上昇率が追いついていない。
	□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ガソリンや光熱費の高騰で、家計の余裕がなくなっている。ここに防衛増税が加わると、景気に大きなダメージを与える。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客の消費意欲が低下している。
	□	乗用車販売店（業務担当）	単価の動き	・物価上昇の影響で、景気は良くなっていない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数が減少傾向にあり、来客者の成約率もかなり厳しい状態にある。これから、決算期に入るが、この状況だと先が読めない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・点検のための来客数が減少し、1台当たりの単価も低下している。
	□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・電気料金、生活商品、食料品などの値上げの影響で、車に関わる費用を抑えたいとの客の要望が多くなり、消費は縮小傾向にある。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・インバウンドについては、3月に台湾との国際便が再開するが、肝心の中国人客が戻るかは不透明である。また、エネルギー価格の値上げが景気の不安要素となっている。
	□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・景気が良くなる話題がない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・金曜日の来客数は着実に増加している。平日はランチが順調であるが、休日は子供連れのファミリーの利用が減少している。
	□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・正月営業は観光客や帰省客も多く、景気が回復したように感じたが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、予約のキャンセルが増加傾向にある。常連客のなかでも、外出を控える客と気にしない客に分かれており、まだまだ新型コロナウイルス感染症が来客数に大きな影響を与えている。
	□	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援の割引額が少なくなったせいか、宿泊の予約が余り入っていない。前年はすぐに予算がなくなったが、今回はまだまだ余っている。
	□	観光型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・宮島の週末花火の影響で宿泊者数が伸びている。全国旅行支援の影響は微々たるものである。
	□	観光型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・年末までは、全国旅行支援のお陰でほぼ毎日満室であったが、年始からの全国旅行支援の延長分については、理由は分からないが、予約数が激減している。
	□	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・年末年始にかけて個人客の動きが活発になり、宿泊やレストランの利用状況は新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。しかし、企画イベントや年末年始商品の売上は伸び悩み、電気料金の値上げや物価高騰等の影響で客の消費マインドが低下している。
	□	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・閑散時期とはいえ、全国旅行支援の開始によりレジャー利用者数が伸びてくると予想していたが、予想以上に足踏み状態である。
	□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・今回の全国旅行支援で多くの人が旅行への参加希望をしているが、高齢者の参加辞退も出ている。
	□	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から判断すると、景気は変化していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はほとんどなく、買い控えも見受けられない。ただし、光熱費など物価の高騰に歯止めが利かない状況が続いているため、消費増加につながる動きも見受けられない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・例年同様、1月に特筆すべき大きな動きはない。
	□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・特に状況に変化がない。
	□	その他レジャー施設〔温泉センター〕（経営戦略担当）	それ以外	・不安定な世界情勢に伴う運営費の上昇もあり、景気は良くなっていない。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・様々な物価が上昇しているなか、建築材料の価格高騰で建築費も上昇し続けている。また、住宅ローン金利も上昇に転じているため、客の購買意欲が落ちている。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築の設計依頼は少なく、空き家や古家の活用のためにリフォームするといった相談が多くなってきている。したがって、受注金額は減少気味である。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・収入が伸び悩んでいる客が多いため、景気が良くならない。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価高の影響で家計が苦しくなっており、高級商材の購入は控えがちになっている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・バーゲンセールを待ち、商品を購入しない客が非常に多い。
	▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・寒いため、来客数が減少している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・来客数や買上客数が減少している。
	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価上昇の影響で、客の購買意欲が低下している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げや光熱費の高騰など家計が苦しい状況で、客が無駄な物は買わない傾向にあり、買上点数が前年を下回っている状況である。
	▲	コンビニ（支店長）	それ以外	・光熱費の高騰で、営業経費がかさみ、収益が低下している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、客の財布のひもが固くなっている。
	▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・天候の影響もあり、来客数が減少している。
	▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・人気商品の相次ぐ受注停止で、販売促進する商品が少なくなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・需要が高まる時期であるが、販売量が伸びていない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・値上げ、値上げで前年は3度の値上げ、今年も値上げの予定がメーカーから発表されている。生活必需品でない商品を販売しているため、度重なる値上げで、売上が落ちてきている。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少しずつ減少しているが、まだまだ、人々の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が強いいため、街に出る人が少なくなっている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症や外国人の受け入れなどに関する行動規制が緩和しているものの、一般商材の値上げなど家計に厳しい状況もあり、高額商品の売上が鈍ってきている。土日の来客数や買上点数の減少など、客の消費マインドが低下しているように感じる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・正月を過ぎると例年1月や2月は閑散期となり、低調である。今年は全国旅行支援の効果を期待しているが、現時点では、割引率の縮小により伸び悩んでいる。
	▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、国民が生活苦に陥っている。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・予約状況は良かったが、雨や雪の影響で、来客数が減少している。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・年末から新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している影響もあり、来客数が減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	住宅販売会社 (営業担当)	販売量の動き	・物価高騰や金利上昇の影響で、客の購買意欲が低下している。
	×	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・1月になり、人流は回復傾向にあるが、来客数は減少している。また、電気料金の上昇や物価高騰の影響もあり、客の買い控えが発生している。
	×	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・10月の下旬から店の北と南で道路工事が続いているため、来客数が非常に少なくなり、売上也厳しい状況になっている。
	×	コンビニ (エリア担当)	お客様の様子	・客が買い控えているが、まだまだ商品の値上げがあり、今後も買い控えが続く。
	×	家電量販店 (店長)	単価の動き	・物価の上昇、特に電気料金の値上げの影響が大きく、家電製品の販売は厳しい状況である。
	×	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしているため、客の節約志向が高まっている。来客数は変わらないが、客が安価な海外製品を購入しているため、客単価が低下している。4月からは更なる値上げがあり、電気料金も高くなる。収入の少ない社会人からはダブルワークをする者も現れ、過労死も出てくると考えられ、人口減少は加速度的に進む。政府は向こう10年間、人口増加、少子化対策一択で全力を尽くしてほしい。
	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・前年と比べ、来客数が減少し、客単価も低下している。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・年末の景気は良かったが、1月に入り、新型コロナウイルス感染症や寒さの影響で、非常に落ち込んでいる。
	×	バー (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が減少している。
	×	通信会社 (広報担当)	販売量の動き	・物価上昇の影響で、なかなか販売数が増加しない。
	×	美容室 (経営者)	来客数の動き	・例年よりも客の来店間隔が長くなり、来客数や売上が減少している。
	×	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・10月から月を追うごとに、情報量が減少している。光熱費の上昇の影響が顕著に出ており、購入者のマインドの低下が気掛かりである。
	企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き
○		化学工業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・値上げは継続中であるが、一定の落ち着きはある。
○		不動産業 (総務担当)	それ以外	・賃貸住宅の来客数や成約件数は増加している。
○		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の進行が収まらない状況で、受注量が増加している。
○		会計事務所 (経営者)	受注量や販売量の動き	・スポット業務の受注量が増加傾向にある。
□		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は安定しているが、景気は良くもなく、悪くもない。
□		繊維工業 (財務担当)	取引先の様子	・原材料の価格高騰が続いている。
□		木材木製品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する人流の制限などがなく、年末年始から飲食や観光などの消費が回復基調にあるが、住宅業界は依然として厳しい状況にある。
□		鉄鋼業 (総務担当)	取引先の様子	・年末から年始にかけて大きな変化はなく、このままの状態が継続していく。
□		建設業 (経営者)	取引先の様子	・相変わらず、取引先からの建築工事や修繕工事の見積りの依頼はあるが、契約まで至らない案件の割合は変わらない。
□		建設業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・現在具体化している物件の価格に、資機材価格の高騰分を転嫁するのが困難であるため、仕事量を確保できても、利益面で厳しい状況となっている。
□		輸送業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・短期的には大きな変動要素はみられず、堅調である。
□		輸送業 (業務推進担当)	取引先の様子	・各取引先に目立った動きはなく、景気に関する大きなプラス要素もないため、状況は変わらない。
□	金融業 (融資企画担当)	取引先の様子	・地元完成車メーカーの国内生産は、半導体不足等の影響で8割程度の操業にとどまっている。このため、系列の地元部品メーカーの工場の稼働率も、車種によるばらつきはあるものの、おおむね7割から9割程度で推移している。	

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
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原材料や燃料等のコスト高が継続し、販売価格への転嫁が追い付いていない中小企業の取引先が多い。
	▲	農林水産業（従業員）	取引先の様子	・飲食店や量販店の来客数や売上が厳しい。
	▲	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	・鉄鋼向け大型案件の生産が終了し、生産が落ち着いた状況である。また、他の汎用品の生産量も減少している。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が悪化している。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	それ以外	・エネルギー価格、工業薬品価格、資材価格等の高騰が収益を圧迫している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・営業の想定よりも、受注が1割から2割程度少なくなっている。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・生産計画を下方修正するなど、景気はやや悪くなっている。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇や原材料値上げに対して、事情変更の原則が適用されないと思われる。取引先の先行き手配の受注物件について、販売価格が見合わない物件も出てきているため、利益圧迫やキャンセルによる機会損失が発生している。
	×	通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・電気料金やデータセンターなどで利用される部材価格の高騰の影響で、客に提案する価格が以前より高くなっているため、客の購入意欲が低くなっている。購入額が上がることで、予算の取り直しや購買計画の遅れなどが発生している。
雇用関連	◎	*	*	*
(中国)	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・コロナ禍で海外出張を抑えていた企業が海外要員の採用を増加している。
	□	会人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・新卒採用に限定すると、2023年3月卒の採用充足率は約80%で3年ぶりに減少し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっている。採用活動についても、5割弱の企業が前年より厳しかったとの見解を示している。内定者についても、約4割の企業が、質は満足しているが、量は不満と返答している。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・新規求人数が、ここ1年、前年同月を上回っている一方で、求職者数は、前月に引き続き、減少している。企業は雇いたい年齢層に合わせて募集媒体を変える等工夫しているが、人手不足は継続している。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介に関して、求職者数の登録数はほとんど変わらないが、企業からの受注数は微増傾向にある。
	▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、派遣稼働者が減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・物価や光熱費の急激な上昇等に対応することが困難で、賃上げも意識せざるを得ない状況で、企業に求人数を抑える動きが出ている。
	▲	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で12.4%の増加、前々年比では21.2%の増加と回復傾向にある。ただし、産業別にみると、不動産業・物品賃貸業や宿泊業・飲食サービス業の新規求人数が前年比で大幅に減少していることから、物価高騰や新型コロナウイルス感染症の第8波の影響等により、人の動きは落ちてきたと思われる。
	×	—	—	—

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	◎	—	—	—
(四国)	○	スーパー（店長）	単価の動き	・値上げによる1品単価上昇に加え、客の買上点数も回復したことで客単価が上昇している。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・寒波の影響で冬物の販売が好調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注状況は前年並みの推移であるが、メーカーの新車増産に伴って販売台数も増加している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの増産により業績が回復する見込みである。

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
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果が継続している。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加したが、観光客は以前より増加した。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・観光客やビジネス客、また地元企業の動き等も、以前よりも新型コロナウイルス感染症を気にせず活発に活動が始まっている。
	□	商店街（事務局長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による高齢者の死者数が高止まりしており、高齢者層を中心に警戒感が強まり、外出を控えて人混みを避ける傾向が相変わらず続いている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大寒波が襲来ということもあり、特に平日の人出が非常に悪い。週末のイベント等には一定の人出はあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりが継続し、厳しい状態が続いている。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・11月から売上の上振れと下振れの差が大きかったため、時間差で発生する商品代金支払に対する資金繰りに苦勞した。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・例年と比較して寒さが厳しかったことや、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向であったことから、外食控えが起こり飲食店への納品数が増加しなかった。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・寒波の影響で来客数が減少傾向である。値上げ発表がされている商品を中心に買いだめの様子がみえる。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・不要不急の商品や値上げ商品の販売量は減少しておらず、客が買い控えをしている様子はない。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・1月前半は良かったが、現在は来客数がかなり減少している。値上げにより消費が減退するのではないかと。景気は余り良いとはいえない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上は前年を10%程度上回って着地する見込みだが、客の購買意欲はそれほど上がっておらず、セットで購入する割合が低い状態である。一方で、少しずつではあるが、来店客は増加している。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・省エネ家電は売れているが、ついでの買物や他の商品の買上点数は減少している。
	□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・客単価は増加しているが、来客数は横ばい傾向が続いており、景気の回復までには至っていない。
	□	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	・売上の回復鈍化の傾向がみられる。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて変化は余りない。新型コロナウイルスの新規感染者数は1月に入り減少したが、新年会をするという客の声は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較し、3分の1になっている。
	□	通信会社（社員）	販売量の動き	・コロナ禍を理由に営業訪問を断る人も一定数はいるが、サービスの販売量については余り変化がない。
	□	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・販売量、来客数共に大きな変化はみられない。
	□	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなったが、良くなる要因もない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・商品の仕入価格の上昇や、消耗品、燃料、電気代等の高騰が重なり、現在の販売価格では営業利益を圧迫している。値上げ等を検討しているが、客の反応をみると、難しい。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・飲食関係を中心に、新型コロナウイルス感染症の第8波による影響は第7波のときより大きい。コロナ禍が長期化したり、政府自治体の支援策が経済活動に重点を置かれたりしたことによる新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が影響した。今後、マスクの使用が緩和されることによって、第9波につながる可能性がある。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・単価の安い商品がよく売れているが、1月中旬から人流が極端に減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げの影響により、客は安さを求めて買い回りしたり、買上点数を減らしたりしている。
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・1月の第2週目辺りから売上は減少している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	コンビニ（総務）	来客数の動き	・年末年始は、行動制限がなかったことから、観光客や帰省客が増え、売上は好調であったが、年明けから税負担増や商品の値上げ発表が相次いだことから来客数が減少傾向にある。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・物流費や原材料の価格高騰で商品の販売価格も上昇している。これにより客単価は上昇しているようにみえるが、徐々に買い控えが起きる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・1月はバーゲンセールがあり、利益はないが売上は増加する月であるが、今年に関しては、寒さや雪による影響に加え、消費が食料品やその他の日用品へ向かったこと、販売単価が上昇したことから、衣類販売は厳しい状態である。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・長納期化で生産や注文ができない車種が多くなっている。
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・予約の動きが良くない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・前年の10月から12月までの販売は全国旅行支援の影響により順調に推移したが、年明けの全国旅行支援が開始されてからは販売は鈍化した。
	▲	通信会社（営業部長）	単価の動き	・高価格帯が売れなくなっている。また、中古品の再利用や買換え周期を伸ばすなど、客の節約意識が高まっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・お遍路相手の仕事がメインであるが、3月までお遍路の仕事がない。また街の様子をみても、12月と比べて1月は夜の街へ出る人が減っている。いろいろなものが値上がりしており、タクシーを使う人は少なく、売上は悪い。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	受注価格や販売価格の動き	・値上げによる販売量の減少はあるものの、利益は順調に確保できつつある。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の厳しい環境下で従来事業の見直しを迫られた多くの事業者たちが目新しい商品やサービスを求める傾向がみられる。また、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて厳しくなっている小売店がある反面、当社は新規取引店や異業種事業者からの問合せが旺盛であり、売上は順調に推移している。特に観光地の景気は回復傾向が顕著である。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外とのイベントやボランティア活動への参加者が若干増えつつあり、新型コロナウイルス感染症対策に留意しながら、少しずつ従来の形に戻りつつある。
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で前年の同時期には中止にしていたイベントが今年1月には実施でき、参加費や協賛収入もゼロではなかったため、3か月前と比べて良くなったといえる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響によって減少していた稼働人員については、現在、全員復帰し生産体制は正常状態である。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシア、ウクライナ問題の長期化や急激なインフレ、為替動向などにより、原材料価格の高騰や調達、物流環境の悪化が更に進み、状況はより厳しさを増している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの受注が1か月延びる形となっているものの、景況感に変化なしと判断した。
	□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共事業の発注量は国、地方自治体共に前年度よりも減少しているが、前年度が多かったためと評価しており、競合相手も含めて大きな動揺はない。手持ち仕事量は適正規模で抱えており、売上も予定どおり進捗できている。新型コロナウイルス感染症の影響も少ないことから、景況感が変わらない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とにかく受注が伸びない。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・人流が活発化している一方で、景気に直結する消費財の動きは依然として停滞している。繰り返される各種消費財の値上げが消費者の購買意欲低下につながっている。
□	金融業（副支店長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格の値上がり分をすぐに価格転嫁することが厳しく、タイムラグがあるため、景気は変わらない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が低調に推移し始めている。これは、注文住宅の契約が前年から落ち始めていたためであり、回復傾向はしばらくないと判断している。価格転嫁もようやく完了したが、受注減少は今後の業績に大きく影響する。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・行政の無駄が多いなかで増税の話もあり、閉塞感を持つ。
	×	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売価格は、雪や低温により市場入荷量が減少した1月下旬に値上がりしたが、上げ幅が小さいなど需給による価格への反映は鈍い。また、日用品や電気、燃油等の値上げにより、生活防衛のため生鮮食料品を優先する傾向が強まっている。
雇用関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（求人開発）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響を特に受けていた飲食業、大衆向け飲食店、施設内調理等の求人数が息を吹き返している。また管外からの求人では、娯楽業パチンコ店で久々の大口の求人数があった。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・企業の採用活動が活発になってきており、学生向けの求人件数も前年比110%程度で推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業の求人数は一定数あるものの、ミスマッチや派遣の登録をした求職者が少ないことにより、就労につながりにくい。
	□	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・光熱費、食材、資材など物価の上昇に歯止めが利かない状況であり、人件費等の改善が求められる。新型コロナウイルス感染症の行動制限が弱まったとはいえ、景気回復にはまだ時間を要する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・人手不足感がある。また、この先の企業の景況感に少し不透明感が出てきている。
	▲	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・採用難が継続しており、採用単価が上昇している。単価を上げて採用できればまだよいが、採用の見込みが低い場合が多い。新規採用者に対してだけでなく、現社員の給与を上げる必要も出てきており、採用難に加え、人件費の高騰が経営に影響を及ぼしている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・民間客の広告の動きが悪くなっている。様子見の状態である。
	×	—	—	—

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・若い世代は活動的であるが、高齢者は新型コロナウイルス感染症の感染拡大で外出を控えている。街の人は通りは少なく、活気がない。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・新しい生活様式が通常となり、行政の支援策等の影響もあり、人流が活性化しているのが実感できる。特に来客数の増加が顕著で、12月より回復傾向である。また、年末年始商戦もほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復している。
	◎	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車効果もあり受注は好調である。メーカーからの需給改善が徐々に進んでおり、販売量も上向き傾向にある。
	◎	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・1月12日から韓国からのチャーター便が運航され、寒さで高齢者の来場が減少するこの時期に、前年を上回る来場者を確保できている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・年明けから売出しに入り、販売量や客単価が増加している。
	○	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	単価の動き	・近隣の同業者が閉店し客が流れてきていることに加え、寒さのため徐々に売上は上がっている。しかし、商品値上げの影響を受け、1人当たりの単価は低いのが現状である。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・年末年始を中心に動きが活発である。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波も収束に向かいつつあり、寒波の影響はあったものの来客数は回復傾向にある。物産展は盛況で順調に推移しており、子供向けの衣料も若干ではあるが改善している。

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（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店の売上は、1月の見通しが前年比114.2%となっており、3か月前の前年比105.2%より改善している。前年のまん延防止等重点措置の影響はあるものの、衣料品含め全般的に良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・1月下旬の雪による交通混乱はあったが、新型コロナウイルスの感染対策を施した初売りや催事や恒例の物産催事開催に加え、新型コロナウイルスの感染対策は縮小し、全国旅行支援による県内外から街への人出が増加したことで来客数が戻っている。商品価格の上昇で買物の節約傾向は続いているが、クレジット催事や物産展、バレンタインギフト会場は客でにぎわい、プレミアム付商品券の利用やキャッシュレス決済利用が増え店頭への購買客が戻っている。紳士・婦人用品雑貨やリビング用品等自家需要商品の購入単価や客単価が増加している。目的の売場から店内回遊を楽しむ姿がみられるようになっている。
	○	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行動規制緩和により、客の生活スタイルが新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあることが景気上向きの要因となっている。それに伴い全体の来客数や客単価が伸長している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は落ち着いてきているが、客単価の上昇が続いている。しかし、商品点数は増えておらず、商品値上げによる分の上昇と判断されるため、買い控えが懸念される。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・企業の勤務形態が、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、また国内外からの旅行者も徐々に増えたことで、来客数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価は前年比6%増加している。来客数の減少を商品単価の上昇で補うことになるが、購買の勢いは元に戻っており、景気は回復傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、客単価が上がったため、売上は前年を上回っている。値上げの分とまとめ買いで、3か月前より売上は増加している。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・久しぶりに行動制限のない年末年始の売上は、当初の見込みより好調に推移している。加えて、寒波やプレミアム付商品券等の経済刺激策もプラスに影響している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・1月のメーカーの新車配給は前年比150%である。新車は売上構成比が高いため、会社全体の売上や利益がかなり改善している。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・前年と比較すると、行動規制緩和により客の動きが若干多い。しかし、気温が低いため、寒い日は来客数が少ない。
	○	その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター] (統括者)	販売量の動き	・インバウンドの回復に伴い景気も回復基調にある。しかし、まだ新型コロナウイルス感染症発生前までには戻っていない。
	○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・1月は当地でフグがおいしい季節になる。前年や前々年と比較すると個人の予約が多くなっており、景気は上昇傾向にある。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が若干増えてはいるが、慣れもあり来客数に変化はない。少しずつではあるが、来客数も増加し売上は伸びている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・観光需要は相変わらず好調である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・複合施設や飲食店の来客数が増えている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたため、平日の客が以前と比べ増加している。インバウンドも徐々に増え、市内飲食店の来客数が増加傾向にある。
	○	その他サービスの動向を把握できる者 [介護サービス] (管理担当)	それ以外	・12月末からの新型コロナウイルス感染症第8波の影響による減収とともに、エネルギーも含めた物価高騰によるコスト増が影響し、損益が前年比で悪化傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月初旬から中旬にかけて、天候も良く客の出足は好調であったが、下旬になると寒波の襲来により客足が途絶え、前年並みに戻っている。

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
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では、火災の復興に向け全員一丸となり頑張っているが、火災後の商店街離れで、以前の客が余り見受けられないため、懸念している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・天候や新型コロナウイルス感染症の影響で、販売量の動きが全くない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	来客数の動き	・今月はかなり寒い日もあったが、来客数の伸びや単価や総合的な売上は3か月前と変わらない。寒さで入荷は少ないが、野菜の相場が上がりきらず、購入しやすい状況が続いているため、売上に変化がないと考えられる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・大きな変化はない。
	□	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・初売りで開店を待っていた客の人数は、前年以上であったにもかかわらず、来客数や売上は共に前年に達しなかった。客は、必需品をクリアランスセールで単品買いする傾向にある。寒波で売上が厳しい日もあるが、天候が回復した日に売上を取り返している状況にある。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・食料品は、商品値上げによる客単価引上げで、売上が上がっている。しかし、来店頻度が前年より落ちており、かなり買い控えの傾向になっている。衣料・住宅商品については買い控えの傾向がより強く、クリアランスセールシーズンであるがなかなか伸長しない。
	□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・大型寒波の影響で、鍋物材料などの冬物商材が売れているが、需要が多い日と少ない日をはっきりしている。また、点数は減少しているが、1品単価は高くなっているため、売上自体は上がっている。しかし、来店回数は減少しているため、根本的に客の支出が増えているだけで、利益増加につながっていない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・インバウンドを含め観光客は増えているが、当店へは直接影響がなく、足元の景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・年明けの売上は、順調な出だしであったが、月末には天候の影響もあり、売上が悪くなっている。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高の影響が大きすぎるため、買い控えが続いている。財布のひもが固く、商品自体は値上がりしているが、単価が上がらない。
	□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・販売量は維持しているが、前年と比較すると価格が大きく乱れており、客がなかなか購入しない状況である。
	□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・話題性の高い新型車の発表があり、引き続き来客数は増えている。
	□	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・初売りは芳しくなかったが、中旬より若干盛り返している。都市部でのキャンペーンは、月初めは良かったが、2回目のイベントは思わしくない。新規事業は、値上がりの影響により、秋口以降余り良くない状況である。
	□	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〕（支配人）	お客様の様子	・10月は、年末年始の売上と大きく変わっていない。電気代を始め物価高騰が、ネガティブなニュースとして報道されているため、商圈内の消費動向にも影響を与えている。一方で新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられる報道は、ポジティブに捉えているテナントや消費者が多いが、所得状況と照らし合わせると、引き続きし好品への支出は抑えると予想している。
	□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前月から人の流れが若干出てきたが、人の動きが活発になると新型コロナウイルス感染症が拡大と収束を繰り返す。日によって感染状況が変わっており、今後の見通しが立たない。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・相変わらず法人の団体利用はないものの、常連客を中心に個人利用が前月と比べ増えている。
	□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・春節のためインバウンドが増加している。一方、全国旅行支援は継続しているものの、割引率が下がったためか利用者は以前より減少している。
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・物価高騰や新型コロナウイルス感染症などマイナス要因が多いにもかかわらず、インバウンドや国内旅行の増加、またコンサート等のイベントの完全復活など当地では予想以上の活気である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・土曜日の利用客は増加しているが、平日はまだ戻っていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	□	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドの解禁がかなり好影響を与えているが、一般の客にとって物価高は、じわじわとこたえている状態である。
	□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の需要を喚起する販促施策や機会が見つからない。
	□	競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響からの回復が一般し、前年比で同じくらいの販売量となっている。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・行動規制は緩和されているが、依然として景気は悪いまま継続しており、物価高のため美容まで消費に回らない。
	□	美容室（店長）	来客数の動き	・外出の目的で来店するが、何ものなければ来店を伸ばしているため、来店回数が減っている。
	□	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の行動規制が緩和され、客の集客が増加している。また、商店街の人通りは増加し、飲食店にもぎわっているため、景気は上向きである。
	□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・1月は前月と比べ客の動きがやや出ているが、景気の先行きを懸念して、状況をみている客が多くなっている。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・現在の消費減退は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による影響よりも、物価上昇による買い控えが影響を与えている。
	▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・年末は思ったほど良くはないが、年明けは一段と悪い状況である。とにかく魚が少なく、十分な品ぞろえができない。売上が悪いのにもかかわらず高額な魚の購入をしなければならないため、利益が少なく、赤字状態で暗い話ばかりである。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・生花店であるため、花が枯れやすい夏よりも売上は良いが、さすがに寒波の襲来や燃料の価格高騰、加えて、ビニールハウスでも寒さで開花せず、来客数が少ない上に花の価格が高くなっている。
	▲	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・コロナ禍による行動制限は緩和しているが、電気代や身近な食料品の値上げが、客に一番影響している。しばらくは必要以外の出費を抑える客は多く、いつ元に戻るのかも分からない不安が大きい。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・12月からの冷え込みも好影響になっているが、鍋物商材等生鮮を中心とした食材が比較的好調に推移している。全般的には値上げによるマイナス影響が大きく、来客数が前年割れしている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今月は、前月からのクリスマスや歳末商戦により1年で最も売上が伸びる時期であるが、客足が悪く売上は前年を大幅に割っている。また、経費の上昇による収益の減少で、このままでは経営自体が厳しい状況である。
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・電気代や商品の値上がりで売上が悪くなっている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・特に高齢者が報道に左右されやすいこともあるが、寒波の影響で23日以降フロアは閑散としており、売上が落ちている。
	▲	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月はバーゲンセールシーズンであるため、11月と比較すると商品は割引しており利益率が低くなっている。加えて、買い回り人数が少なくなっており、値上げに対する対策や懸念などで、洋服の優先順位が低いのが実態である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・年始は、例年より販売量が落ちている。
	▲	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・高単価の商品が好調に推移する一方、中価格帯の需要が伸びきれない。例年と比べ、より多くの客が、買い控えや予算を抑えている。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	それ以外	・生活必需品の価格は大幅に上がり、給与やボーナスは変わらないため、個人の景気は悪くなっている。
	▲	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響によりキャンセルも多い。
	▲	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・今月は3か月前と同様に全国旅行支援が実施されているが、来客数や販売量を比較すると下回っている。
	▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・増税の報道やインフレ等で、客のスマートフォン購入に対するマインドが悪くなっている。

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
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・生活に関わるインフラや生活必需品の値上げが続いており、当社の加入世帯を含む地域の景気は改善されていないと感じる。
	▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・閑散期に入り、寒波が襲来したため当地までの道路が凍結しており、冬用タイヤやチェーンなど装備がされていない客が非常に多い。来客数が非常に減少している状況になっている。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較するとやや景気が悪くなっている。年末年始の連休入りや新型コロナウイルス感染症の拡大、天候不順などにより、販売量の動きが悪くなっている。1、2月の景気は若干悪くなる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・為替も一時期と比較すると、行き過ぎた円安から少し戻したことで、電力費の燃料調整費等下がってくることを期待していたが、期待に反し値上がりしており、その影響は大きい。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高騰と金利上昇の影響で、客の動きが止まっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末商戦が終わり、落ち着いた。また、天候にも左右されており、気温が低い日が続いているため客足に影響が出ている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では、初売り時期の来街数が少なかった。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、商品の値上げも重なり高齢者の来客数が減少している。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の影響もあり、12月は若干良かったため、今月は落ち込んでいる。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の値上がりが続いており、建築やリフォームの費用が高くなっている。また、生活必需品の値上がりも続いているが、収入は増えておらず、自由に使える所得が減っている。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（取締役）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感の薄れもあり、駐輪・駐車場運営機器、健康器具等の販売が持ち直しの兆しがある。また、電気代高騰の影響はあるものの、半導体事業の商談が増加中である。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電や住宅の販売はほぼ横ばいであるが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直している。また、旅館・ホテル、飲食店などの売上也増加しており、雇用環境も緩やかに改善に進んでいる。
	○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・小売業や宿泊サービス業においては、中国人観光客の来日が待たれる状況ではあるが、インバウンド消費が回復基調で推移している。自動車製造業においては、依然不安定な状況にはあるものの、生産状況に改善がみられる。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症との共存の動きが加速しており、人の流れは、元に戻りつつある。製造業・建設業は材料不足が続いているが、値上げもある程度実行され、受注残の水準は高い。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・自治体や旅行関連の広告出稿が増えつつある。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・11月より受注量が増え始め、12月も増加傾向である。しかし、新型コロナウイルス感染症発生前から比較すると70%を下回っており、やや良くなっている状態である。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いた状態ではないが、3か月前と比較すると若干良くなっている。様々な業種のなかで、売上が良くなっている方である。
	○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・値上げが続いているため、慎重に品定めをしており、来客数や購入数が減少している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・取引先から研修の依頼を受けることが増えており、企業が人材教育投資に力を入れ始めていることが分かる。
□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鳥インフルエンザの影響で、大変な原料不足に陥っている。工場稼働にも大きな影響を与えている。今月は取引先の需要が大きく、原料不足で供給できていない。特にコロナ禍ではあるが、外食部門の引き合いが強く、本来1月の需要は期待できない月であるが、今年は品不足により引き合いが近年にない動きになっている。	

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
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・比較的順調に受注が推移している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先は、在庫調整をしている状況であるが、受注量は3か月前とは変わりなく、横ばいが続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から注文が減少するとの連絡があったものの、現時点では状況は変わらず安定している。
	□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・1月は余り稼働日数がないため、生産が少し落ち込んでいる。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・為替の影響を考慮し、先行して輸入を検討する荷主がいる。一方で、今後の先行きが不透明であるため状況を踏まえ、輸入を抑えている企業もある。貨物の引き合いについては、以前と比べ減少しており、新規の話も少ない。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通常、年明けは出荷量が激減するが、今年は余り減少していない。景気が回復方向に進んでいることに変わりはない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・資材や燃料費の高騰を受けた価格転嫁に苦慮する企業が増加している。年始の人流には回復の兆しがみられたが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準にはまだ遠い。娯楽やスポーツイベントにおける入場・人数制限の撤廃・緩和が進展している。
	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・客からの発注件数は若干増加しているが、単価が低下しており、総じて横ばいである。
	□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・1月の新年会で近況報告をしたが、目立った動きは見られない。
	▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・報道の影響もあり、賃金の上昇が当たり前の風潮があるが、中小企業の現況では、対応が十分にできない。工賃は値上げできたが、毎年の交渉は非常に難しい。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・案件は豊富であるが、材料不足や価格高騰、加えて人手不足により、工事案件が進まない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が下降気味で、今月に入り下げ止まりの状況である。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁や民間工事の発注が第4四半期に入り極端に減少している。年度初めへ向け繰越し工事やゼロ国債やゼロ県債等の発注を期待している。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・インフルエンザや新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で夜の足出が少なく、特に飲食業やサービス業への影響が出ていることから、実際には12月より景気が悪くなっている。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の会話で、不景気がうかがえる。
	▲	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・物価の上昇が顕著であり、長期金利が上昇傾向にあることから、景気は悪化の傾向にある。
	▲	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	・市町村の福祉やまちづくりに関する調査、計画策定、設計の委託業務を請け負っているため、1月には、来年度の業務の入札やプロポーザルの先行が行われるが、今年度はその回数が減少している。入札が行われた場合、予定価格の50%以下で応札する業者がいるが、50%以下では利益は残らないことから、受注は難しい状況にある。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・資材関係の企業で、後継者不足と受注関係で廃業に陥る企業が2件あり、下請でも値上げと後継者不足により廃業や3割の値上げを告げられた状況である。当社も人手不足と高齢者で危機を感じている。
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・新卒の就職環境がかなり良くなっている理由として、就職イベントへの企業の参加意欲が高く、学内での就職案内への参加人数がかなり少なくなっており、企業からの求人数の増加が挙げられる。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの求人数が長期の多業種で問合せが多くなっている。また、直接雇用を前提とした派遣などの問合せも増えており、最初の募集内容で反応がなければ採用条件を見直す企業も多い。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・展示会などの催事案件が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3か月前は、まだ様子をみている状況であったが、徐々に採用も積極的になっている。特にホテル業界の求人需要が高まっている。

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
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加が続いている。特に宿泊業や卸小売業、運輸業が堅調に推移しており、宿泊業については、11月から事業所の来館者が増加している。その要因は、過去3年間で従業員を減少させているため、急速に人手不足になっていることにある。今後も来館者は増加の見込みで、求人募集は当面続く。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・内定状況は、前年と比較して少し良くなっている。現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数が今年は増えており、年間を通じて採用活動を行う企業も増えている。また、2024年卒採用についても企業の採用意欲は高く、業種によっては、採用人数を増やす企業が多くなると予想される。そのため、2024年卒の求人状況は好転すると見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	周辺企業の様子	・行動制限が緩み、旅行や宿泊施設の広告の動きは好調である。なかなか回復しなかった海外旅行やクルーズの広告も再開し、コロナ禍で行動を控えていた高齢者層も動き出している。一方、巣籠りが終了し、金は行動資金となっているため、通販広告には、一時期ほどの勢いがみられないのが気掛かりである。年明けは、外出を控える傾向にあるため、通販広告のレスポンスが好調になることが多いが、今年は例年ほどの勢いはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているが、新しい生活様式が実践され、中心市街地や飲食店等への人出はそれなりの活発さである。しかし、物価上昇などの影響もあり、右肩上がりではない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	それ以外	・求人数、求職者数及び企業採用における採用意欲に変化を感じない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣登録希望者が、3分の1以下になっており、正社員への転職希望の問合せも止まっている。また、求人についても問合せが鈍い。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の応募数が悪く、募集費が上昇している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・大手企業の賃上げ報道はあるが、地場中小企業の売上の現状では賃上げは難しいようである。働き方改革で休暇や残業削減などはあるが、実際に給与や賃金が上がったという声を聞かない。
	×	—	—	—

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)	◎	百貨店（店舗企画）	販売量の動き	・前年同月は行動制限により売上が低迷したが、本年はその反動で大きく伸長している。気温も低下し、衣料品の防寒物の動向やインバウンドも2019年比15%程度の戻りで底上げが図れている。
	○	一般小売店〔酒〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の重症者数が減少し、5類感染症扱いになるようである。また海外の観光客も増えてきており、今後インバウンド効果に期待ができる。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・買上点数の減少が響き、売上は前年割れが続いており厳しい状況だが、来客数については前年を超えるようになってきている。
	○	スーパー（販売企画）	単価の動き	・商品値上げの影響で単価は前年を上回っているが、買い控えがあり買上点数はマイナスである。それが相殺される状況のなかで、来客数は前年並みなので売上も前年並みとなっている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数が増えている。またレジ横に置いている商品の売上が伸びている。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると良くなっているが、今月に限っては前月ほどの景気の良さを実感できない。全国旅行支援などの効果も前回ほどはないように見受けられる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・1月初売りの来客数は新型コロナウイルス感染症発生前までとは言わないが確実に増えており、それに比例して新車成約台数も増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	○	その他専門店 〔陶器〕（製造）	販売量の動き	・冬休みの影響で増えていた販売数が落ち着いている。卸先からは外国人観光客が増えていると聞き、悪くない部分と、電気代の高騰もあり商品の値上げを考えたりと大変な部分どちらもある。
	○	観光型ホテル （代表取締役）	来客数の動き	・全国旅行支援は割引率が下がっているが、宿泊予約は動いている。2019年比の7割まで回復している。料飲部門の宴会や会食も以前と比べて良く、2019年比の6割である。
	○	観光型ホテル （企画担当）	販売量の動き	・ホテルの10月の販売室数が前年比259%増加なのに対し、1月の販売室数は前年比280%増加と、プラス幅が大きくなっている。
	○	旅行代理店（マネージャー）	販売量の動き	・個人旅行、出張手配なども徐々にではあるが販売量も増えて、回復傾向になっている。
	○	住宅販売会社 （役員）	来客数の動き	・県内客の反響が増加傾向だが、県外からも売買物件、賃貸物件の反響も共に増加傾向にある。
	□	住宅販売会社 （代表取締役）	お客様の様子	・戸建て住宅や分譲マンションの販売に予想以上に時間が掛かっている。
	▲	コンビニ（副店長）	販売量の動き	・客層である中小企業従業者の賃上げも期待できず、来客数や客の消費行動にも影響が出始めてきているとみられる。
	▲	乗用車販売店 （経理担当）	お客様の様子	・受注実績が悪化している。
	▲	一般レストラン （代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの影響で客の動きが弱い。
	▲	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・例年だと12月並みに入客があるが、今年は新型コロナウイルス感染症の第8波と、インフルエンザ流行が重なり、地元団体予約のキャンセルが相次ぎ、新型コロナウイルス感染症発生前の年の半分ぐらいしか入客が取れていない。
	▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。新型コロナウイルス感染症の影響で客足が鈍っていた前年と比べても70%となっている。来店からオンラインへの移行への影響もあるが、物価上昇により消費意欲が下がっていることも要因と考えられる。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着かない状況で、大変困っている。少し状況が良い店もあるが、ほとんどは不景気状態である。
	×	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・1月上旬の初売りまでは前年並みに推移していたが、中旬以降急速に来客数が落ち込んでいる。
	企業 動向 関連 (沖縄)	◎	—	—
○		食料品製造業 （役員）	受注量や販売量の動き	・今年になっても、観光土産、飲食等業務店向けの売上が順調に推移している。
□		窯業土石業（取締役）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、見積り依頼は公共、民間とも大きな変化はなく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	・以前から打合せしていた客が、最近の資材価格の高騰でなかなか契約に踏み切れない。
□		会計事務所（所長）	取引先の様子	・エネルギーコストの増加により飲食業は回転率を上げるしかないが、利益には貢献しない。
▲		—	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ好転するなか、求人、求職とも動き出しているように見受けられる。特に今まで求人を出しても反応が薄く人手不足が続いていたが、新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ好転しているせいか、ようやく求職に対して前向きな行動が始まった雰囲気がある。
	○	求人情報誌製作 会社（営業）	求人数の動き	・業種を問わず全体的に求人数が増加している。2022年内で求人数が多かった3か月前と比較すると、今月は5%程度増加している。年明け以降の応募効果が高まる時期を見込んだ、求人機会の増加とみている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人条件が良くなる、また賃金などが増加する傾向ではあるが、それでも応募者がいないなどの状況がある。
	○	学校〔専門学校〕 （就職担当）	求人数の動き	・前年以上の求人があることと併せて、例年3月以降に説明会及び選考会を実施していた企業が、2月での説明会を希望し、随時選考試験を実施している状況がある。人手不足が著しいなか、早期で新卒学生を確保したいという気持ちの表れだとみている。

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
	□	人材派遣会社 (総務担当)	求職者数の動き	・求人案件は増えているが、求職者の動きが鈍い。
	□	学校 [大学] (就職支援担 当)	周辺企業の様子	・燃料の価格高騰、円安など経済活動への悪影響がみ られる。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—