

II. 景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北海道)	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着き、観光客の入込も相当に増えている。街の活気も戻っており、今後に向けて期待できる状況になっている。
	○	商店街（代表者）	・北海道は12月中旬からインバウンドの急激な回復がみられ、関連業種の状況はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。中国本土からの客はまだみられないが、それ以外のアジア圏の客が穴を埋めており、客単価も高いことから、好調な状況が続いている。客層も高所得者層とみられることから、マナーもとても良く、有り難い限りだ。
	○	百貨店（営業販促担当）	・当店は1月一杯で閉店となるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いていることから、周りの商況も持ち直していくとみられる。
	○	スーパー（店長）	・今後も人の動くシーンが増加することが見込まれる。外国人観光客も増えていることから、観光産業の盛り上がり小売業にも好影響を与えていくと期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・今後も素材の値上がりが続くことから、内食需要はまだまだ高まっていくものと見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・エリア的に春先から工事関係の需要が増加することが見込まれるため、若干ではあるが、売上増加が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後については、インバウンドの増加がプラス材料になると期待している。ただ、電気料金の値上げによる影響が心配である。
	○	家電量販店（店員）	・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から、今後、来客数が増加すると期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・今後については、新型車の発表を控えていることや年度末を見据えた動きが出てくることから、景気はやや良くなる。年が明けてから来客数が増加していること、メーカーからの供給状況が若干良くなっていることもプラスである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・業界全体での需要の底上げを期待している。観光産業の回復、購買層の拡大に伴う小売業の収益回復もプラスとなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・まだ受注台数には反映されていないが、客の来場数が増えていることから、今後の受注増が見込まれる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・景気はやや良くなることを期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5月から5類に変更されるとの報道もあって、客からの申込件数が増えていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	旅行代理店（従業員）	・客の動きが徐々に良くなっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・インバウンドなどの観光客を少しずつ見掛けるようになってきている。国内旅行客や出張での利用も期待できる環境になっていることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行することで、景気はやや良くなることを期待している。
	○	観光名所（従業員）	・行動を抑制するような環境がほぼなくなっていく方向にあることに加えて、春の始まりとなる時期でもあるため、心身両面で経済活動や行楽に積極的になることが期待される。
○	観光名所（職員）	・中国を除いたインバウンドの来場者が徐々に増え始めている。今後、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行することで、水際対策の一層の緩和なども期待できるため、インバウンドの本格的な受入拡大につながるようになる。	
○	美容室（経営者）	・暖かくなっていくことで光熱費の負担が減ってくるため、客の購買意欲が高まり、売上も増加することになる。	
○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・春の訪れとともに、輸送量の増加が期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・物価の高騰、電気料金などの公共料金の値上げによる影響が懸念される。特に公共料金は節約するにも限界があることから影響が大きい。客の話の聞いていると、財布のひもがどんどん固くなっている様子がうかがえる。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染対策が一層緩和される方向にあることから、周辺町村からの来街者、道内からの来訪者が増加することになる。ただ、地元百貨店が閉店した後であることから、地域住民による来街は増加が見込めず、全体的な来客数の増減についてはどちらともいえない。
	□	商店街（代表者）	・物価高騰の影響により、しばらくは現状のままで推移することになる。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・大寒波で交通網が大きな影響を受けたなかにあっても、1月の売上が新型コロナウイルス感染症発生前の水準近くまで回復したことから、今後も特別なことが起きない限り、好調な状況が続くことになる。
	□	百貨店（販売促進担当）	・当地の冬の恒例イベントが3年ぶりに制約のない状態で開催されることから、かなりの観光客が見込まれ、土産需要が喚起されることになる。一方、燃料価格の高騰に伴う生活防衛意識の高まりによって、地域住民の購買意欲が伸び悩むことも考えられる。全体としては、現状と余り変わらないまま推移する。
	□	スーパー（役員）	・電気料金などが値上がりしていることから、客の節約志向は強まるとみられるものの、外食や衣料品などを節約する動きが優先されるため、食品スーパーへの影響は少ないとみられる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・春以降のインバウンドの入込状況が重要になってくる。地域住民の需要だけでは限りがあるため、インバウンドを中心とした観光需要を取り込むことができるかどうかで景気も変わってくる。
	□	コンビニ（エリア担当）	・現状において、来客数、売上共に余り良い数字ではないため、景気が良くなる兆しが見えない。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行することで多少は景気が良くなると期待しているが、今の段階では良くなるとははっきりといえない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・アフターコロナに向けた動きがみられるようになってきているものの、期待していたような回復がみられないことから、今後も景気は変わらない。
	□	衣料品専門店（エリア担当）	・今後も光熱費の高騰が続くとみられるが、新型コロナウイルスの感染対策が一層緩和されることが決定し、今後の更なる人流回復が見込まれることは明るい材料である。ただ、感染対策が緩和されることで、感染が拡大することが懸念される。
	□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・家計の出費を抑える習慣がこの数年で定着していることから、今後の大幅な好転までは見込めない。新型コロナウイルス感染症が過去のものになりそうにないこともマイナスである。
	□	その他専門店〔造花〕（店長）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行する方針が出されたことで、行動が活発になることが期待できるが、すぐに景気に影響するとは考えられない。今までの状況をみても様子見での活動にとどまるとみられる。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・景気の先行きは不透明である。2月から食品展示会などが数年ぶりに開催されるなど、経済活動が活発化したり、外国人観光客が増えていることは明るい材料だが、客の動きは鈍いままである。食材価格が上がっていることもマイナスである。メニュー料金を上げて、食材価格がまた上がるため、お手上げ状態である。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・これまでと比べて、予約に伸びがみられるようになっており、回復傾向にある。ただ、全国旅行支援がいつまで続くかはっきりとしていないため、仮に終了することになれば、反動で予約が大きく落ち込むことも懸念される。どれほどの影響が出てくるかで、今後の景気は大きく左右されることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・これからも人出は少しずつ増えていくことになる。特に冬季は、天候にも左右されるが、雪のない時期と比べるとタクシーの利用が多いことから、前年よりも売上は増えることになる。ただ、ドライバーの高齢化に伴って、徐々にドライバーが減少しているため、今後もタクシーの稼働台数は減ることになる。会社としてはなかなか経営が難しくなってくる。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類を2類相当から5類に移行させる方針が出されているが、景気が一気に回復するとは考えにくい。通常時の景気に回復するには相当の時間を要するとみている。
	□	タクシー運転手	・天候要因による一時的な利用で客は増えると思われているが、観光客による利用の増加などの安定的な状態にはまだならないとみている。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、今後、どのように変化していくのか判断できない状況にある。客の動きについても、どちらともいえないため、今後の動きを注視したい。
	□	住宅販売会社（経営者）	・今後の一層の物価上昇など、マイナス要因もあるが、現在分譲マンションを購入している客は経済的にゆとりのある人が多く、目先の物価上昇の影響を受けている人は少ない。そのため、今後も景気は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	・客の反応をみても、様々な物が値上がりしていることを気にしている。今後も値上がりはますます進むとみられるため、景気はやや悪くなる。
	▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内観光客については、現在の全国旅行支援の予定期間が3月までであることから、3月に駆け込み需要が生じるものの、4月は若干動きが落ちるとみられる。インバウンドも北海道の冬の観光が一段落する時期であるため、動きが少し落ちるとみられる。これらのことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	一般小売店（経営者）	・家電を扱っている立場からすると、これだけ電気料金が上がってくると先行きへの不安を感じる。
	▲	百貨店（売場主任）	・国内地元客の消費動向が頭打ちである。また、インバウンドも中国本土からの受入れが進まない限り、これ以上の伸びは見込めない。
	▲	百貨店（マネージャー）	・物価上昇以上に給与が上がらない限り、買い控えの傾向は続くことになる。特に生活必需品以外のぜい沢品はこれから大きな影響が出てくるとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・物価高の影響で客が必要最低限の買物しかしていないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（企画担当）	・冬場の本格的なエネルギーコストの上昇時期を迎えているなか、今春以降の更なる電力料金の値上げが発表されたことから、今後、消費者の節約ムードがますます強まることになる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・商品価格の上昇に伴い、地域全体での売上は前年を上回っているものの、電気料金などの営業経費も上昇している。今後、経費を吸収し切れない店舗が出てくることを懸念している。
	▲	コンビニ（店長）	・客単価は上がっているものの、商品単価が上がっているだけで、実質的な売上増加とはなっていない。経費も増えているため、利益は前年割れしており、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（経営者）	・電気や燃料などの光熱費の値上がりにより、商品価格の値上げが重なり、商材の売行きが徐々に低下傾向にある。ただ、省エネ家電への関心が高くなっていることから、冷蔵庫、寒冷地型エアコン、省エネ型給湯器、LED照明などでの売上増加を期待している。
	▲	高級レストラン（スタッフ）	・今後については、観光業界にとっての閑散期に入ること、あらゆる商材の値上げが加速していること、全国旅行支援の割引率が低下したことから、観光客の消費マインドは冷え込むことになり、景気回復には程遠い状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	旅行代理店（従業員）	・今後については、インバウンド需要の端境期となり、伸びが鈍化することになる。また、中国本土からの入国制限措置が続く限り、国際線の需要は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に達しないものとみられる。国内航空需要は4月の統一地方選挙の影響でビジネス客の伸びを期待できない状況が予測される。これらのことから、現状と比べると景気が良くなる要素に乏しい。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価上昇に歯止めが掛からず、賃上げも進まないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が一旦終了することで、後は反動減に転じるとみられる。長期的にみると、その後は新型コロナウイルスの感染症法上の分類を5類に移行することで、これまでの感染対策が緩和され、旅行需要が緩やかに回復することを期待している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価や金利の上昇に耐えることができるほど、所得が上昇していないことから、今後の景気はやや悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・光熱費などの更なる値上げが予定されているなか、賃金も上がっていないことから、今後も景気回復は見込めない。
	×	スーパー（従業員）	・今後、一層の値上げが見込まれることから、消費の減退、経費の増加が不可避である。
	×	衣料品専門店（店長）	・光熱費、食費について、大きな値上げが続くなか、余裕を持って衣料品を買う客は限定されることから、今後の景気は悪くなる。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が収束すれば、少しは活気付いてくるかもしれないが、それにはもう少し時間が掛かることになる。
	×	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行されるのが5月8日と3か月以上も先の見通しであることから、国内外からの集客について、期待していた収益は見込めない。今後、電気料金やガス料金の大幅な引上げも予定されていることから、全ての利益が消えてしまうことも懸念される。プラスチックが全く見当たらない状況にある。
	×	通信会社（企画担当）	・増加している競合他社への流出を食い止める決定的な手段がないことから、今後も苦戦が見込まれる。
	×	美容室（経営者）	・食料品や光熱費の負担が大きくなっているため、それ以外の支出が抑えられることが懸念される。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後も金利の上昇が続くとみられることから、住宅着工数が低迷することになる。資材価格が大幅に低下することも考えにくいから、今後についてはとても厳しい状況となる。
	企業 動向 関連 (北海道)	◎	—
○		農林水産業（経営者）	・例年3月になると、長期保存したりんごの国内流通が始まるため、今後の出荷量の増加が期待できる。
○		建設業（経営者）	・公共工事の新規受注が進み、動きの早い案件は工事に着手することになるため、稼働率が徐々に上がってくることになる。民間工事についても受注が始まることから、マインドが上向くことになる。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
○		建設業（役員）	・民間建築工事は次年度繰越しの継続現場が複数あることから、当面、フル稼働状態が続く見通しである。公共工事の来年度予算成立後の新規受注も期待できることから、今後の景気はやや良くなる。
○		輸送業（従業員）	・今後については、観光客などの人の移動が期待できることから、それに伴って物の動きも活発になると見込まれる。
○		その他サービス業 [ソフトウェア開発]（経営者）	・受注単価を引き上げることができそうなことから、今後の景気はやや良くなる。
□		食料品製造業（従業員）	・今後の売上についても、前年比で約1割の減少が見込まれることから、景気は変わらない。
□		建設業（従業員）	・北海道発の案件が少ない。再開発などの東京発の案件は道内企業を素通りするため、北海道発の案件が増えてこない限り、北海道経済の回復につながらない。
□		輸送業（支店長）	・現在ある保管在庫品について、全般的に3月末以降まで動きが期待できないことから、新規入荷品の取扱量が減少するとみられる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（従業員）	・コロナ禍における行動制限を緩和する動きへの期待感が強まっているものの、原材料価格やエネルギー価格の上昇、電気料金の引上げによる収益悪化を懸念する声も多いことから、今後も景気は変わらない。
	□	司法書士	・日本銀行の長期金利の変動幅見直しによって、近い将来、ローン金利が上昇するものとみられる。物価上昇の状況や春の賃上げの動きによっても影響されることになるが、景気回復までにはしばらく時間が掛かるものとみられ、当分は足踏み状態が続くことになる。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・案件量はそれなりにあるものの、業界において低価格化が進んでいる動きもあるため、プラスとマイナスが相殺され、今後も景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・観光関連を中心に景気が回復傾向にあるものの、全業種に景気回復感が現れるまでもうしばらく時間が掛かることになる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・通期目標に近づくとの予測が出ているものの、活況な地域とそうでない地域が明確に分かれており、今後の状況によっては目標がずれこむ可能性も否定できない。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・住宅の着工棟数が増加に転じる材料が見当たらない。金利の上昇に伴う駆け込み受注があるかもしれないが、エネルギー価格の上昇や住宅価格の高止まりなどにより、着工棟数は若干減少するとみられる。
	▲	通信業（営業担当）	・道内企業において、燃料を始めとした高騰する原材料価格の販売価格への転嫁が容易ではないことから、今後の収益下押しや投資抑制を懸念する声を聞く機会が増えている。
	▲	司法書士	一部の大企業では賃上げを予定しているが、ウクライナ情勢、為替相場、物価高など、マイナス要素が多く、景気を底上げする材料に欠ける。増税や課税基準の見直しなどを進める動きが出ていることもマイナスである。新型コロナウイルス感染症が流行し始めた時のような急激な落ち込みはないとみられるが、景気は徐々に悪くなる。
	×	食料品製造業（従業員）	・原材料価格の上昇や光熱費の引上げにより、3月から内容を減らして販売することになった。それに伴って、販売量が現状よりも更に減少することが見込まれる。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・台湾や韓国、タイからの観光客がかなりの勢いで来道している。今後についても、中国本土からの観光客が来道するとみられるため、観光関連を中心に経済が潤うことになる。ただ、これから人手不足が露呈しそうなことは気掛かりである。
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は1年9か月連続で前年を上回っており、全体としては回復の兆しが見られる。ただ、産業や業種によって、その度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の状況によっては、先を見通せない状態になることも懸念される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・客の消費行動が前年と比較して大分回復しているとの話を企業から聞くようになってきている。また、5年後、10年後を視野に、必要な新卒者を確保し、教育していこうという意気込みも感じられることから、今後の景気は徐々に回復することになる。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末商戦も終わり、春商戦まで一段落というところだが、求職者の転職活動はこれから本格化する時期である。求職者は4月までに転職することを目標に動き出すことになり、企業も新年度までに良い人材を1人でも確保できるように動くこととみられる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・従業員の少ない中小企業の求人意欲は旺盛だが、応募者が少なく、ばらつきもみられるため、ここしばらく大きな変化はないとみられる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・経済活動が活発になることへの期待感はあるが、物価の高騰や金利の上昇などによる影響が不透明なことから、今後も景気は変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・2024年問題への対策として、運送会社からの求人広告掲載の申込が増えているものの、今後の景気は、当地の主力産業である建設業界の動向次第となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年から微増している。また、原油価格や原材料価格の高騰、円安など事業環境の悪化を招く要因も多くみられる。ただ、有効求職者数が5か月連続で減少していること、業況堅調な事業所からの求人もあって新規求人数が高水準にあることから、今後も景気は変わらない。
	▲	—	—
	×	職業安定所（職員）	・原材料や輸送コストの値上がりや価格に転嫁できない企業がみられることから、今後の景気は悪くなる。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	一般レストラン（経営者）	・現在全く客がいない。2～3か月先は季節も良くなるため、間違いなく客が増える。これ以上悪くなることはないため客は増える。
(東北)	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の終息感がみられる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・天候も良くなるため、少しずつ消費者が動くのではないかとみている。新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行するとなれば、状況が変わるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・客単価と買上点数は横ばいと、動きは以前より悪くなっているが、新型コロナウイルス感染症の規制緩和や政策や全国旅行支援の再スタートにより、人の動きは良くなってきている。
	○	コンビニ（経営者）	・降雪が平年並みであれば土建業が活発化するため、当面は来客数、販売量共に微増することが推測される。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響はあるが、春に向けて少しずつ人の動きが良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・暖かくなり、新型コロナウイルス感染症対策も緩和されれば、購買意欲も少しずつ高まるとみている。
	○	家電量販店（従業員）	・電気代の値上げに伴い、来店客からは省エネ性能の高いエアコンや給湯器などに対する問合せが増えてきている。今後、高価格の家電商品の販売量が増えていくと予想している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・納期が不安定ではあるが、海外向けを調整して国内需要に変更するという話があるため、収益の上昇に期待が持てる。
	○	住関連専門店（経営者）	・お彼岸やお盆といった節目の前後に売上が伸びる傾向にある。春のお彼岸が仏具類の買物を後押しするとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・新年度に向けての動きが出てくるとともに、これまで購買意欲が抑制されてきたことへの反動が出てくると予想する。観光業が多少でも盛り返すことができれば少し弾みがつくと期待している。ただし、少子化、労働者数の減少等も含めて、先行きはそれほど明るくない。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行することで、人々の動きが新型コロナウイルス感染症発生前に近づくとみている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒い日が続き、配達灯油の販売が伸びている。しばらく続くのではないかとみている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の状況が落ち着いてきて、新型コロナウイルスの感染症の分類が2類相当から5類へ移行する。それに伴い、年度末に向けて消費マインドもかなり上がってくるとみている。
	○	高級レストラン（支配人）	・予約数が徐々に増えているため、やや良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・マスク着用が緩和されることになるため、段々と人が外に出て飲食するようになり、今よりは良くなるとみている。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援の効果もあり見込み提出件数が増加している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行発表も旅行マインドにはプラスとなっている。
○	通信会社（経営者）	・アパートなどの集合住宅へのインターネットサービス一括導入が増えてきている。また、3月に4年ぶりの加入促進イベントの実施を予定しており、通信サービスを中心に新たな客の加入が期待できる。特に、若年者を中心に低価格で高速なインターネットサービスへの加入増加が期待できる。	
○	テーマパーク（職員）	・3月からの予約数などは順調に推移している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	競艇場（職員）	・天候が悪くなると客足が落ち込む傾向にあるため、来月の売上は余り期待できない。3月以降は客足が良くなるため、今よりは売上が良くなるとみている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症については出口が見えつつある。ウクライナ戦争が終結すれば輸入状況も回復するとみられるため期待している。
	○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・住宅購入の後押しとなる要因はないが、新型コロナウイルス感染症の規制緩和の影響で、来場者数が増加するとみている。
	□	商店街（代表者）	・店舗の廃業が多くなっている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響のほか、冬期間は雪による影響で外出を控える人が多くなる。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数も販売量も3か月前とそれほど変わっていないため、この状況がしばらく続くとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価が上がっており、客の買い控えが進むとみている。
	□	百貨店（売場担当）	・各種行事やビジネス関連の買換え等で、今春は緩やかな上向き傾向が続くとみている。
	□	百貨店（催事担当）	・来客数は増えてきているが、インフレにより生活防衛感が強まっており、景況感が改善する要素が見当たらない。
	□	百貨店（計画担当）	・値上げ、新型コロナウイルス感染症、ウクライナの問題が解決しそうにない。
	□	スーパー（経営者）	・物価や光熱費の高騰が原因で、客は特売日やポイント販促日に集中しており、来店回数が減少している。この原因が改善されない限り、現状は変わらないとみている。
	□	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、商品の値上げが続いており、客の購買意欲もかなり下がっている。また、寒さが厳しいこともあって光熱費が高騰しており、食品の節約傾向がみられる。この状況はまだ続くとみている。
	□	スーパー（営業担当）	・客が購入に慎重になっており、当面現状のまま推移する可能性が大きい。来客数の伸長に期待が持てない状況下で、景気は変わらないとみている。
	□	コンビニ（経営者）	・今月は真冬で寒く客の動きが鈍いが、3月、4月になれば人の動きも活発になる。そこまで何とか横ばいであってほしい。
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染状況と天候によって若干の変化はあるが、大きくは変わらないとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・公共料金や燃料代の異常な値上げが落ち着かないうちは、景気が良くなる見通しは立たない。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価高はしばらく続くとみている。
	□	コンビニ（店長）	・子供を持つ家庭の主婦が意外と夕方に買物に来るようになってきている。一方で、サラリーマンは値上げに対する意識が少し高くなっており、買い控えがみられる。全体的にみるとそれほど悪くない状況が続くとみている。
	□	コンビニ（店長）	・輸入原料の価格高騰で商品の値上げは続くが、新型コロナウイルス感染への緊張感が緩むことで外出の機会が増え、来客数が増加する。取りあえず売上のバランスが取れるのではないかとみている。
	□	衣料品専門店（経営者）	・依然として新型コロナウイルス感染症の影響で客足が鈍い。観光客も寒波の影響で少なく、売上に結び付かない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰の影響により買い控えは継続するとみているが、富裕層による高額品購買は安定しているため、トータルでは変わらないと予測する。
	□	衣料品専門店（店長）	・前年は3月から需要が戻ってきたが1月2月はそこまではなかった。よって、2月は前年よりも多少良く、3月は多少落ちるため、2～3か月先は横ばいとみている。
	□	衣料品専門店（店長）	・徐々に買物客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。一方で、物価高に対して賃金上昇が追いついていない現状下では、高単価商品の購入頻度が上がらない状況が続くとみている。
	□	衣料品専門店（総務担当）	・物価は更に上昇し、必要な物しか買わない状況は今後ますますシビアになるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響も段々と薄まってきて、客の購買意欲は上がってくるとみている。しかし、まだまだガソリン価格など生活必需品や食品などの価格が高止まりしているため、家電製品の消費は故障してからの買換えが多い。大きく需要が伸びるような要素は見当たらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足による納期の遅延で、客の購買意欲がなかなか高まらない。
	□	乗用車販売店（店長）	・直近で新型車投入の予定があるが既に納期末定の状態である。収益改善に即効性がないのも痛いし、現場第一線のスタッフのモチベーション維持も当面の課題となっている。
	□	住関連専門店（経営者）	・オーダーメイドで製作しているため2～3か月先は受注残分の納品予定があるが、新規物件の受注については厳しい状況にある。
	□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の適用により、販売価格の急激な上昇はないものの、依然として高い水準で推移しており、今後も現状価格のまま推移するとみている。全体的な節約志向のもとで、販売数量の回復は見込めない。
	□	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍は落ちてきているが、飲み方や宴会のスタイルが変わってきており、来客数が減少している。また、物価の上昇がボディーブローのように効いてきており、我々の業種は全体的に厳しくなっている。
	□	一般レストラン（経営者）	・物価高騰は落ち着かないとみている。今シーズンは季節的なイベントが制限なく開催されるとみられる。また、新型コロナウイルス感染症も5類感染症へ移行するとの発表があったので、多少は人の動きが活性化してくるとみている。プレミアム付商品券のようなものが出れば、田舎でも景気が良くなるのではないかと期待をしている。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・国の経済対策次第である。
	□	観光型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が予想されるが、物価高による客の旅行意識の低下も予想される。
	□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の次に登場した値上げというワードが現在の悪い状況の全てを物語っている。先が見通せない以上、変わらないと判断するしかない。
	□	旅行代理店（従業員）	・2～3か月先の先行予約状況は、国内、海外共に横ばいが続いていることから変わらないとみている。
	□	旅行代理店（従業員）	・現在は全国旅行支援が再開され、国内旅行も活発に動いている。今後は、東北においても国際便の復活によりインバウンドが徐々に増えてくるとみている。遅れているアウトバウンドの復活も待たれるが、まだ大きな動きは見られない。
	□	通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しく、良くない状況が続くとみている。
	□	通信会社（営業担当）	・電力料金の値上げが避けられない状況にあり、好転は期待できない。
	□	観光名所（職員）	・予約状況は順調で、前年より良い状況が1～2か月続いている。しかし、今より良くなる要素は見つからないため、今後も変わらないとみている。
	□	遊園地（経営者）	・2月まで冬季休園している。3月の電気料金や諸物価の動向が懸念され、家計への影響に不安が残る。
	□	美容室（経営者）	・給料アップの方向で進んでいる大企業が多いようだが、中小企業はなかなか上げられない。給料アップによる景気回復への期待感はあるが、給料のアップ率よりも物価上昇率の方が高い可能性もあり、難しいのではないかとみている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・戸建て住宅の受注は芳しくないが、一般建築で大型倉庫、投資用鉄筋コンクリート賃貸マンション等の受注があり、今期の受注予定を満たしている。
	□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォームは補助金制度を対象とする工事の問合せが増えるかとみている。給湯器は納品遅れの改善により問合せが落ち着くとみている。
	▲	商店街（代表者）	・来客数が減り続けており、高単価、低単価いずれの店も来客数は少なくなっている。ここ2か月の予約状況をみてもほとんど入ってきていないため、かなり悪くなるとみている。
	▲	商店街（代表者）	・4月には電気代の更なる大幅値上げが決まっている。固定費の上昇で節約ムードが高まっており、景気は悪化傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波がいつ終息するかが不透明である。また、あらゆる商品が値上げになっているが、中小企業の賃金は上がっていない状態なので、景気は悪くなる一方である。
	▲	百貨店(経営者)	・物価高の影響により売上が少しずつ減少する傾向は、これといった消費喚起を促す動きがないだけに、しばらく続くものとみている。春闘終結をきっかけに、季節の変わり目における高額商品や贈答品が再び活発に動くことを期待している。
	▲	スーパー(経営者)	・2月は前月からの寒気があり、暖房費、燃料費、電気料金、物流費等の負担が更に重くなる。食品類は企業の経費増の商品への転嫁がまだまだ続く。一方で消費者の賃上げが叫ばれているが、実質的に上げられる企業は限られている。消費者の財布のひもは一層固くなり、地方の消費環境は更に厳しさを増すとみている。
	▲	スーパー(店長)	・2月には最大量の値上げが予定されており、販売量や売上が好転する可能性は低い。
	▲	スーパー(店長)	・今後も物価高の影響を受けて客の買上点数は減少を続けるとみている。
	▲	スーパー(店長)	・値上げはまだまだ続きそうであり、消費は更に落ち込むとみている。
	▲	スーパー(営業担当)	・光熱費は更に高騰し、家計に影響する。寒波で青果物の高騰も予想されることから、食費が抑えられるとみている。
	▲	コンビニ(経営者)	・人手不足なので賃金アップをせざるを得ない状況である。また、電気代が前年比180%にまで上がっている。経費が掛かり経営は厳しい。
	▲	コンビニ(エリア担当)	・光熱費の高騰により、消費行動は明らかに鈍くなっている。その傾向は強くなり、長く続くとみている。
	▲	乗用車販売店(従業員)	・現状直接売上に影響は出ていないが、法人客、個人客のいずれからも光熱費、特に電気代が高くなり、今後、経費の見直しが必要になるという声を多く聞く。
	▲	自動車備品販売店(経営者)	・電気料金と原材料費の値上がりに拍車がかかるため、企業収益の圧迫が進む。日々の会話のなかに電気料金の話が必ず出る。個人支出も停滞するとみている。
	▲	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・今月は値上げ前の駆け込み需要があるが、その反動でこの先2~3か月は悪化する可能性が高い。また、ビン等の製造元で資材が不足しているとの情報もある。値上げや商品の調達、現在の景況を考えると、悪くなると予想している。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げが良い方向になることを期待したい。
	▲	高級レストラン(スタッフ)	・物価高が続き、客の出控えもますます増えて、景気は今と変わらないか、より悪くなるとみている。しかし、新型コロナウイルス感染症対策が緩和されれば良くなる兆しがみえてくるかもしれない。
	▲	観光型旅館(経営者)	・光熱費等、様々なものが値上がりし、出控える人が多くなるのではないかと心配している。
	▲	タクシー運転手	・電気料金などの公共料金の上昇が家計に響いているという印象を受ける。今後の政府の施策に期待するしかない。
	▲	通信会社(営業担当)	・インフレの進行に政治施策等が追いついていない。地球温暖化やウクライナ情勢の問題もある。賃上げは実質目減りする。よって、消費動向はやや悪くなるとみている。
	▲	通信会社(営業担当)	・各企業は商品の再値上げや再々値上げを予定している。消費者にとってはかなりのダメージとなり、景気は徐々に悪くなるとみている。
	▲	通信会社(営業担当)	・物価高に伴い、経費が更に増えることが予想される。
	▲	通信会社(営業担当)	・各種値上げによる買い控えが予想される。
	×	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・電力料金の大幅な値上げが予定されているため、家計に余力がなくなり、消費したくても消費できない状態になると予想している。
	×	スーパー(経営者)	・今年の前半ももろもろの値上げが予定されている。ガソリン価格や電気料金も高騰している。可処分所得が伸びないなかで、生活するために支出をかなり抑えている。
	×	スーパー(企画担当)	・光熱費の高止まりが続く限り、厳しい業況が続くとみている。また、給与水準も値上げに連動して上げる必要があるが、必要以上の引上げは現状難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	コンビニ（経営者）	・1月は天候不良もあって乗客数がなかなか伸びなかった。2月以降もこのような天候が続けば厳しい状況が続くとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・4月から電気代が上がるともう経営が成り立たない、お手上げである。24時間営業も再度見直すべきではないだろうか。
	×	衣料品専門店（店長）	・電気料金の値上げが予定されているため、状況は更に悪化するとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	・客の給料が上がらない限り、景気は良くならない。給料が上がってくるのに2～3か月掛かるとみている。
	×	設計事務所（経営者）	・リーマンショック以来、新年度の発注状況が見えないのは初めての状況である。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（製造担当）	・ツアー客やインバウンド等、旅行客が動き始めるため、活気付くとみている。
	◎	建設業（企画担当）	・客先からの引き合いの量から、景気は良くなるとみている。
	◎	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、行動を妨げる要因が無くなるとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波は落ち着き、なおかつ5類感染症への引下げも決まったため、経済に動きが出るとみている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部客先から良い情報が入り始めている。見込みの情報だけではなく確定注文もあり、少し上向きとなる見込みである。
	○	建設業（従業員）	・受注量は相応にあるため、雪がなくなり気温が上がると工事の進捗が良くなるため、売上増加が見込まれる。
	○	建設業（従業員）	・年度末に向けて契約締結する案件が見込まれるため、景気としてはやや上昇傾向になるとみている。
	○	通信業（営業担当）	・3月決算期の企業が多いため、来年度に向けた設備投資等で若干販売量が増える見込みである。
	○	金融業（広報担当）	・県内において消費需要が活発化する時期を迎えることに加え、円安傾向や原料の価格高騰トレンドが落ち着きつつある。
	○	広告業協会（役員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減による浮き沈みの幅が小さくなり、販促計画が立てやすくなっている。物価高騰による買い控えが心配の種ではあるが、今春は広告業界として新型コロナウイルス感染症発生前の実績に戻すチャンスとみている。
	○	司法書士	・不動産業者の宅地分譲用仕入取引が増加している。
	□	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良くなり売上は良くなっているが、それ以上にコストアップが厳しい。更なる電気料金の値上げは何とかなしてほしい。人件費も上げていかないと人が集まらないが上げられない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・新商品等の販売も不調で、好転する要素がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高に対応するための賃上げは大手、中央の企業に対する施策であって、地方の中小企業にとっては企業存続にも影響しかねない死活問題である。賃上げによって、中央と地方の更なる格差、地方の優秀な人材の中央への集中、地方経済の更なる疲弊といった負のスパイラルが加速することが懸念される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量や価格などはしばらく横ばいの状態が続くとみているが、新規案件の話題も徐々に増えてきているため、今後期待も持っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で新規引き合い案件は増加しておらず、プラス要因もない。特に半導体は生産調整局面が続くとの情報がある。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先では厳しい経営状況が続いている。
	□	輸送業（経営者）	・当社の製造業主要取引先では製品の需要が減り生産減となっており、今後増える見込みはない。また、輸出関連取引先の相手国は中国が多いが、中国の景気動向に左右され不安定である。このような状況だと2～3か月先の景気は余り良くないと予想せざるを得ない。
	□	通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はいまだにあり、今後も客の反応が厳しい状況は続くとみている。リモートに特化した対応でつなぎ止めるしかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	□	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症第8波のピークアウトがみえてきた。	
	□	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類変更されて規制が完全になくなれば、小売、サービス業の業績は更に改善することが予想される。建設業は現状維持としても、製造業で円安による原料高、部品調達不足等による売上減少等の影響がまだ続くとみられるため、全体としては今と変わらない。	
	□	コピーサービス業（従業員）	・世の中の動きが賃上げムードで、当社が取り扱うデジタルトランスフォーメーション商材が客の業務の効率化に役立てられそうだが、導入に対しては動きが慎重であるため、現状と変わらないとみている。	
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続くため、今よりも良くなることはないかとみている。	
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体製造関連の受注量が短期的には減少しているが、案件はある程度ある。しかし、原材料費、電気料金、人件費などが上昇しており、それによる経費の上昇分をカバーしきれない状況である。総じて変化はないとみている。	
	▲	農林水産業（従業者）	・今年は、果物の消毒剤は値上がりしないが、肥料は4～5割と増加が著しい。	
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	・令和5年度の需要想定は東北6県全てで前年比減少となっており、明るい兆しが全くみえない状況である。	
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関係は新型コロナウイルス特需もあり盛り上がりつつあったが、最近は海外IT企業を中心に人員削減も進んでおり、市場がしぼむ可能性がある。IT企業以外でも半導体以外の調達リスクが長期化していることから、半導体需要が余り伸びない可能性が高く、結果として景気はやや悪くなる方向にあるとみている。	
	▲	広告代理店（経営者）	・受注量の見通しが立たない。	
	▲	その他企業〔企画業〕（経営者）	・値上がりが予定されている商品のほかに、電気料金も値上がり予定されている。取引先企業のみならず、規制料金契約をしている多くの一般消費者の契約動向が大いに気になるところである。	
	×	農林水産業（従業者）	・電気料金の約3割の値上げや、肥料価格の2倍近い値上げなど、大幅なコスト増が予想される。	
	×	金属製品製造業（経営者）	・ウクライナ情勢に起因したエネルギーインフレにより、主要取引先であるカメラ業界の輸出が減っており、受注量が減っている。	
	雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（社員）	・来期に向けた採用計画自体は今期継続が多く、このまま順調に推移していくことが予想される。
		○	人材派遣会社（経営者）	・政府が新型コロナウイルス感染症を5類感染症に引き下げることを決定したため、特にここ数日、経営者のマインドが明るくなっており、今までストップしていた中途採用や新卒採用を本格的に実施しようかという声が多くなっている。雇用面も含めて上向きに推移するとみている。
○		職業安定所（職員）	・依然として物価高が懸念材料であるものの、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への引下げにより経済社会活動が正常化することで、景気も上向きになるとみている。	
○		民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業から4月以降の人材供給の依頼が入っている。	
□		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末に向けた出稿の動きは、例年よりも鈍いようである。	
□		職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、今後も電気代や原材料価格などの更なる高騰が予想され、企業の経営状況に影響が出るとみている。	
□		学校〔専門学校〕	・経済状況に様々な影響を与えている諸要因を改善する公的な支援体制が弱い弱であるため、変わらないとみている。	
□		その他雇用の動向を把握できる者	・労働力人口の減少に伴う人手不足から企業の採用意欲は高いが、求職者数が少なく採用に至っていない。	
▲		人材派遣会社（社員）	・光熱費を含む物価の上昇に伴い、景気は悪くなっていくとみている。	
▲		人材派遣会社（社員）	・求人数の動きにやや下振れの傾向がある。景気後退の懸念から長期の採用計画に弱気になっている企業が多い。全体的には景気回復に弱さがみられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	人材派遣会社（社員）	・人材派遣については、人手不足が続いており企業からのオーダーは増えている状況である。しかし、物価やエネルギー関連の値上げ等ネガティブな要因が多く、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・客とは年度契約をしているが、経常経費や仕入価格上昇分の価格転嫁について、今後、客の理解が進むかが課題である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価高騰に伴う慎重姿勢が個人にも企業にも広がっており、求人広告も通常の広告も縮小傾向にある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・値上げが相次いでおり、電気料金の値上げもこれから本格化する。消費力が落ちるのは間違いない。
	▲	職業安定所（職員）	・求人事業所からは、資材・燃料の価格高騰にあえいでいるところに、電気料金の更なる高騰を懸念する話を聞くことが多いことから、今後は設備投資や求人を抑制するのではないかと予想している。中小企業からは春のベースアップも厳しいという声が多く聞こえてくる。
	×	*	*

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (北関東)	◎	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向に転じていること、春先には新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更される見通しであること等から、来客数、売上共に増加方向に動くと思察している。
	◎	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきたので、景気は良くなっていく。
	◎	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・5月8日以降は、新型コロナウイルス感染症に対する制限緩和が大幅に進む。人の流れがかなり多くなってくると思うし、イベントや外食に出向いたり、現在でも増えている外国人旅行者等が、より顕著に増えてくると思われる。
	○	商店街（代表者）	・物価や光熱費の高騰がいつまで続くのか不透明で、生活も厳しくなっている。今後、新型コロナウイルス感染症の位置付けも5類に引き下げられ、医療費の不安は募るが、マスクの使用や街のイベント事業も緩和され、にぎわいが取り戻せるのではないかと期待している。
	○	スーパー（商品部担当）	・外的要因が続く要素があるため、やや良くなると回答したが、一時的な要素のため、長く続くことはない。来客数や客単価が上昇傾向となるまでには至らない。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かくなるにつれて客足が伸びるため、やや良くなる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・飽くまでも希望的観測だが、1月後半の流れが社会的な現象として、客に多少なりとも光明が見えてきたという雰囲気になってきたとしたら、人の流れは多少良くなると期待している。
	○	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルス感染症の位置付けが、5類に引き下げられるため、市場の活性化につながる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・納車遅延が解消されてきており、受注も増えている。受注残も堅調に確保できている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・いろいろな新型コロナウイルス感染症に関連する制約が解除になっていくので、人の往来もますます良くなる。3か月後は多分、景気が良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・3～4月頃は動きやすい時期でもあるので、少しずつ良くなるのではないかと。物価もそれなりに落ち着くと思うし、賃上げがあれば徐々に良くなる。宴会が増えることを期待する。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・歓送迎会の時期に入ってくるので、団体宴会や2次会利用等に期待したい。
	○	都市型ホテル（支配人）	・料飲部門では、3月以降の歓送迎会や総会等の予約が、前年比200%ほどの受注がある。
	○	都市型ホテル（支配人）	・受験や人事異動に伴いホテルが動く時期なので、期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の期間延長を受けて、今年度の宿泊売上は予算達成の見込みである。コロナ禍前の2018年度と比べても118%と好調である。料飲部門は人員不足で休業日を設定するようになったものの、2018年度比93%、前年比140%と、個人消費が回復傾向にあると感じられる。宴会売上は唯一回復が遅れているが、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変わり、状況が好転することを願いたい。
	○	旅行代理店（所長）	・相変わらず、医療緊急事態の当県だが、新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いてきている。ゴールデンウィーク明けの新型コロナウイルス感染症の分類の5類への変更に向け、日常の行動制約が緩和されることの効果に期待したい。
	○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になれば、より一層、活発に人が動く。
	○	タクシー（経営者）	・夜の動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	通信会社（総務担当）	・進入学や転勤での需要が増えるので、今月よりは販売は伸びるが、4月中旬までには通常に戻ると予測される。
	○	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類へと引き下げられることにより、経済の動きは活発になる。
	○	住宅販売会社（経営者）	・日本銀行の金融政策に動きがあれば、住宅ローンの長期金利に変動がありそうなので、少し動きが良くなる可能性が出てきている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・首相が「5月頃、マスクをしなくてもよいような状態になる」というような話をしているが、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている状態である。出掛ける人も皆、気を付けているので、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・全国旅行支援が3月まで延長となったが、支援額が少なくなったためか、客に秋のような購買意欲がない。寒い地域のため、元々、国内観光客は少ない時期で、カバーするように外国人観光客が来ていたが、今はそれも見込めない状況である。ただし、外国人観光客も少しずつ増えてきて、希望が持てる状況だが、国内客は消費に消極的なので、楽観できない。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向にあり、全国旅行支援や、年度末のオケージョン需要に期待したいところではある。ただし、エネルギー価格の高騰や食料品等の物価高による生活防衛意識は依然として高く、春先に向けても状況は大幅には変わらない。
	□	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症発生前の日常生活が戻りつつあり、食料品や日用品は回復基調にある。ただし、旅行やぜいたく品の購入等は完全には戻りきらず、景気上昇への期待が薄い。
	□	衣料品専門店（統括）	・今の状況からすると、まだまだ先は見えない。良くなる見通しはつかない。
	□	家電量販店（営業担当）	・いまだに半導体関連の入荷が悪く、安定的な売上確保は大変である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーでは、特に、海外サプライヤーからの部品調達に、今一つ不安定な要素があるためか、本来の生産台数に未達である。現状の納期見込みは2～3か月位である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・ムード的には余り良くない。皆、疲弊した感じがしている。増税や政府のいじり方次第で、すぐ萎えてしまうようなムードである。Go To Travelキャンペーンとか、一部の人だけが分かるシステムも困る。とにかく、高速道路料金を半分にするとか、割引するとか、少しでも動きが出るような、誰にでも分かりやすいシステムにしてほしい。そして、皆が少し動ける状況を作ってほしい。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・短期間で現状から変わる理由が見当たらない。春に向け行楽やレジャーへの意識が高まれば、その分、生活品への節約意識は高まっていく。
	□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・毎月の状況がみえない。店によって上下があり全体的には前年並みに推移していくのではないかと。今一番の課題は商材確保で、重要な問題になってきている。そのためには、商材手配の情報を入手していかなければならない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・人流が増える反面、食品その他の相次ぐ値上げが止まらず、価格安定後に客を引き戻すには時間が掛かるとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類になっても変わらない。
	□	通信会社（経営者）	・年度末に向けて多少の動きがあっても、通常どおりに戻るほどの期待は、一切持てない。
	□	通信会社（社員）	・前年来の電気、ガス料金等の上昇を始め、生活にかかる固定費上昇を身近に感じている。個々では良しあしはあるものの、全体的には変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・今以上に悪くなることもないが、今後、ますます既製品の値上げが待っているため、良くなるとは考えにくい。
	□	テーマパーク（職員）	・全国旅行支援が再開され、訪日外国人団体客も少しずつ来園し始めている。ただし、個人客の動きが鈍く、増加するとは思えない。
	□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行、物価高の影響等で、先行きの不透明感が根強く、現時点では今後の景気予測は見通しにくい。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安に歯止めが掛からない現状が続くため、変わらない。
	□	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・景気が良くなっていく感じがしない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・現状、本当に不動産の動きがなく、低迷しているような感じがする。
	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・何らかの補助金や助成金の受給を検討している客もおり、年度明けまではしばらく我慢が続くのではないかと。
	▲	百貨店（営業担当）	・現在の客の消費動向が変わるほどの大きな変化は期待できない。しばらくは厳しい状況が続くことが予想される。
	▲	スーパー（総務担当）	・景気回復に向けたベースアップの話も報道されるが、実際の店頭での感覚は、売上が伸び悩んでおり、厳しいと考えざるを得ない。その上、各種値上げが続けば、より景気は悪化するのではないかと。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上を見ると前年割れだが、人の動きはあるので、少しの期待感はある。しかし、経営的にはかなり厳しい。経費の増大、特に、電気代の高騰が利益を圧迫している。手を打ってはいるものの、これ以上抑えることは大変難しい。その他の用品も値上がりしており、このままでは利益の出せない状態が続き、夏に向けて赤字の心配すら出てきている。
	▲	コンビニ（店長）	・当地のプレミアム付商品券の使用が1月で終了するため、影響はマイナスの方向にある。
	▲	住関連専門店（店長）	・現状、値上げが継続するなかで、買い控えが進んでいる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・値上がりしが止まらないため、外食産業の痛手は大きい。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・為替相場が戻り足となるなど、一時期の状況とは少し変わってきているが、コストアップは当面続く想定される。加えて、人手不足が重しとして加わっている。一方で、異業種からの参入もあるので、入札条件も厳しい状況が続いていく。
	▲	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援が終了するため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（局長）	・生活費が増加している以上、節約できるところは通信費となるため、やや悪くなる。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・コストが増加しており、今後もやや悪くなる。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・国の方針が余りにも、国民の生活とかけ離れているところが問題だと思う。いい加減に辞めてほしい。
	×	都市型ホテル（経営者）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策がひど過ぎて、経済が停滞している。
	×	通信会社（経営者）	・円安もピークは越えたとはいえ、いまだ仕入コストは高止まり状態で、消費者の買い控えから末端の価格競争は続いているのが現状である。末端の企業は賃上げどころではなく、少しでも利益を上げるのに必死である。経常赤字国になっても利上げのできない状況は、国債を乱発している以上、今後も続けざるを得ない。せめて増税をする前に議員数を減らすべきではないのか。
	×	美容室（経営者）	・消費税増税による値上げを除き、実質35年ぶりに施術料金を10%値上げした。ただし、仕入商材費、光熱費の急激な上昇は、値上げした10%では追いつかない。この上、消費税まで上げられたら、我々商人の担税力は地に落ちる。
企業	◎	—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
動向 関連 (北関東)	○	金属製品製造業（経営者）	・受注の増加により、やや良くなる。	
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・ロボット関連の増産対応で忙しくなる見込みである。また、自動車関連も取引先からの内示を上回る計画になると予想している。	
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年度末を過ぎて4月にならなければ、先のことは分からない。ただし、当社の取引会社や親会社は、どこもかなり強気の生産計画を出していくような感じである。全般的に景気は上がっていくのではない。	
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4～5月頃からは取引先の受注量等も増えそうな予定だが、2～3か月先のことは分からない。	
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・世界的な受注は確保されているので、半導体不足が解消されれば高稼働になる。人材確保が課題である。	
	○	経営コンサルタント	・コロナ禍の自粛的な行動が、徐々に薄れてきた傾向が見られるため、一般の消費活動や生産活動が上向くと考えられる。	
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注状況からみても、収益の増加が見込まれる。	
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・年度末に向かって、工事発注は見込めない。	
	□	金属製品製造業（経営者）	・材料やその他いろいろと経費が掛かっているため、今、親会社と単価を交渉中である。親会社の方でも、製品の販売会社に単価を上げてくれるよう交渉中で、返事を待っている。単価が上がれば採算が取れるようになる。	
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・当社取引先全てで半導体関連部品の不足による減産や生産調整の改善が見られない上に、明るい兆しを全く感じられないことが残念である。	
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。	
	□	輸送業（営業担当）	・新生活用品、白物家電、生活雑貨、寝具等や引っ越し依頼等は、前年並みの仕事量を確保予定である。	
	□	不動産業（管理担当）	・賃貸物件の空き状況は変わりなく、定期的に入居の下見はあるものの、決まらない。メンテナンス部門は、光熱費高騰のために取引先も定期契約を減額したい意向が強く、売上の現状維持がやっとというところである。	
	□	司法書士	・当地は金属加工とプラスチック加工の下請業者が圧倒的に多い街で、自分の仲間もそこで社長業をしている。彼らに話を聞くと、良くなる要素もないが、悪くなる要素もないというのが一般的な傾向である。我々の業種も彼らの延長上にあるので、同じような状況だと考えている。	
	□	社会保険労務士	・中小企業は利益が上がっているわけでもなく内部留保もないので、賃金はそれほど上がらない。	
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品の受注量が、1～3月の間は落ち込む予定のため、やや悪くなる。	
	▲	建設業（総務担当）	・発注予定を見ても年度末なのに発注量が少なく、先行きは大変不安である。	
	×	建設業（開発担当）	・現与党政権の下、公共工事は順調に推移しており、大変有り難い。ただし、今期の公共工事発注は前年比7%減、前々年比20%減と厳しく、当社受注も前期比10%減で、厳しい決算になるかと案じている。	
	雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
		○	—	—
□		人材派遣会社（社員）	・企業からの派遣依頼は増加傾向だが、求職者数が圧倒的に不足している。物価高騰のため、派遣料金の値上げを交渉しているが、企業間で温度差があり、しばらくはこの状況が続くと考えられる。	
□		人材派遣会社（従業員）	・人材派遣業だが、求職者が少ない。	
□		職業安定所（職員）	・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、新型コロナウイルスの感染状況や物価上昇による影響等の懸念材料によって、先行きは不透明である。	
□		学校〔専門学校〕（副校長）	・採用状況を見ると、業種によって良しあしが分かれているため、今後の見込みは不透明である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	人材派遣会社（経営者）	・年度末に差し掛かるので、動きは全体的に上がってくると思う。ただし、公共料金等の値上げや物価も上がる物が多くあるため、高額な自動車関連やパソコンは多分、横ばいかと思われる。公共事業に関する工事は増えると思うが、製造業関連は全般的にはそれほど動かずに、逆に悪くなるのではないか。
	▲	人材派遣会社（社員）	・こここのところ続いている物価高騰等で、当社の客からも、先行きどうなっていくのか心配だという話を聞いている。今のところ、旅行や観光関係では割引や助成があったりするので、まだ動いてはいる。ただし、このまま物価高が進行して、一般家庭でも肌身で感じるような状態になると、数か月先にはやはり更に悪くなるのではないか。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・生産調整の先行きが不透明な上に、新規の派遣取引営業数が少ないため、やや悪くなる。
	▲	職業安定所（職員）	・今までの新型コロナウイルスオミクロン株の別系統よりも強力な株が、米国や中国から入ってくることが確実で、再び景気は悪くなる。
	×	*	*

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕 (店員)	・3か月先の3～4月には、卒業式、入学式、お彼岸があり、花の需要が一番多い時期なので、必ず良くなる（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 (営業担当)	・前年10月の政府の水際対策緩和以降、韓国を中心とした外国人旅行者による購買が売上全体をけん引し、前月比で増収が続いている。今後は新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げも現実的となり、国内の更なる人流回復、加えて訪日中国人観光客も2019年度並みの水準に回復することが予想される（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・5月に新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へと分類変更されることから、ますます人流が活発になることが予測される（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・春休みや年度が変わることにより、移動が増えると予想される（東京都）。
	◎	その他レジャー施設 〔総合〕（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への分類変更に伴い、人の流れがより活性化する（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・天候による下振れリスクはあるものの、新型コロナウイルス感染症の大きなリスクが薄まったことにより、小売業、飲食業の回復、伸びがかなり期待できる。ただし、ロシアのウクライナ侵攻や原材料費の高騰などのリスクはまだ残っているため、完全に安心はできない（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・客が省エネ家電に興味を持っているのか分からないが、余りにもマスコミで電気代が高いとか高くなると報道していることもあってか、エアコンの買換えの需要が出てきている。ただし、その話がまだ決まるかどうか分からないので、とても不安である。また、前年にはなかったことという、ある程度の見積り依頼がきているので、もし実際に決まれば有り難い（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・来店客の話を聞くと、家電に限らず不動産を購入する人も多く見受けられるので、3月の期末に向けてエアコンを中心に売れていきそうである。
	○	一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・春を迎え、新型コロナウイルス感染症に関する規制も緩和されたので、少しずつながら回り始める。また、行事再開の知らせも入ってきている。
	○	一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・ファミリー客を中心に学童用品のまとめ買いも多く見受けられ、客単価が若干ではあるが増加傾向にある。また、全国旅行支援を利用した国内観光客も目立ってきており、来客数も12月を上回っている（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・新年度向けの受注増加が見込まれる時期に入る（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類を2類相当から5類に引き下げ、マスク着用不要の指針が出るのが想定され、これまで以上に来客数が増える見込み（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（営業担当）	・賃金のベースアップや臨時手当の情報もあり、良くなる要素はあるが、今後も値上げラッシュが続く。特に、電気料金や人件費、物流費の値上げは商品対価に直接反映されるため、不安が大きい（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症の対策、水際措置の緩和に伴い、インバウンド売上の更なる伸長が期待できる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・ライフスタイルが一新する時期を迎えて、セレモニー、ギフト、外出に伴う購入需要を見込んでいる（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・中国本土からのインバウンドに期待ができる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・ゴールデンウィークに入る4月はまだ人流回復の伸びしろがある。加えて、中国からの旅行客が増加すると見込んでいる（東京都）。
	○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類で2類相当から5類への変更が検討されており、マスクも不要になる見込みもあることから、生活行動様式が元に戻る可能性がある（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・新生活に向けての需要は最低限ある。加えて、気温の上昇とともにアパレルの動きが活発になると想定している。
	○	スーパー（総務担当）	・賃上げムードがある。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更されても、マスク社会はしばらく続くと考えられるが、今までよりも行動範囲が広がり、食品以外への支出も増加へと向かい、商材の動きも増えると見込んでいる。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられるという発表もあり、よりアフターコロナが進むと期待している（東京都）。
	○	衣料品専門店（統括）	・新生活用品を買いに来る新入学、新社会人の来客数が増える予想している。
	○	家電量販店（店長）	・春頃に中国人観光客が復活すると予測している（東京都）。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・物価の上昇傾向は景気の流れを減速させる可能性はあるものの、日本におけるデフレの終えんとも取れる。賃上げ等により実質所得がインフレ率を上回る可能性が出てくること、インバウンドが減速しないという条件付ではあるが、景気は上向くとみている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・EVへの切替えが進みつつある現在、いよいよ今年は各メーカーから新しいEVが売り出されてくる。その動きをみて、大分古くなった車を買換えたいといった需要も高まってきているのではないかと（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の供給が早まってきており、受注してから売上にすぐ結び付くようになってきている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・半導体問題はいまだに解決していないが、下取価格の高騰により即決傾向にある。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・年度末の需要月を迎えるため、売上が増加する見込みである。
	○	住関連専門店（営業担当）	・こどもエコすまいる支援事業、先進的窓リノベ事業等、国の補助金施策の内容が充実しており、リフォーム需要の強力な起爆剤になり得ると期待している（東京都）。
	○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた時期と比較すると、外出機会が増えてきていることから、来客数、接客数が増えてきている。この状況が継続すれば、身の回りの景気は徐々に良くなっていく（東京都）。
	○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症を意識している客が減り、来客数も伸びている一方で、いまだに患による直前キャンセルがある。急に来客数や販売数量が増えるとは思えないが、緩やかに回復するとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年、前々年と比べたら良くなると思うが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べたら、やはりそれほど良くなるとは思えない。時短営業していた時期よりも今は3～4割程度は増えているが、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べたら少ない。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は徐々に縮小すると思うが、円安等の影響は厳しく、原価率の高止まりがまだまだ続きそうである（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般レストラン（経営者）	・地域の新型コロナウイルスの新規感染者数も減ってきており、インフルエンザと同様に感染症法上の分類が5類に引き下げられることで、3月の歓送迎会は前年よりも予約が入ると見込んでいる（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍が収束あるいは軽症化の方向に向かっていると感じること、新型コロナウイルス感染症を2類相当から5類に分類変更することが現実的になってくれば、一時的には解放感から衝動的な購買が起きて、短期的な好景気が起きると予想する。しかし、様々な要因を考えると、生活は厳しい方向に向かうので、それはつかの間の好景気で終わるのではないかと。
	○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波が収束し、感染症法上の分類も2類相当から5類へ変更されると発表されている。そうなれば3年続いた新型コロナウイルス感染症も収束となり、これからは良くなっていく。一方で、水道光熱費や原価の高騰はますますひどくなっている。政府にはこの対策を合わせてやってほしい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・政府による行動制限緩和により人出が確実に増えており、販売量も増加傾向だが、新型コロナウイルスの感染再拡大の可能性は否めず、次第に勢いがなくなる。先々の予約は動いているが様子見もあって限定的で、販売量が大きく増えるとは考えにくい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられることにより、感染防止対策への意識は一定にとどまり、客足が伸びると予測している。2019年度の動き程度に戻れば良い。
	○	タクシー運転手	・昨秋に新型コロナウイルス感染症の水際対策が大きく緩和されたことを受けて、訪日外国人客が増加している。本格的な回復の兆しが見えてきたことから、景気は良くなり、タクシー利用にもつながる（東京都）。
	○	タクシー運転手	・5月に新型コロナウイルス感染症の分類を2類相当から5類に引き下げるといふ政府の発表や海外の情報も比べてみて、コロナ禍の影響がなくなってくるので、経済が活発に動いてくるのではないかと（東京都）。
	○	タクシー運転手	・サラリーマンの利用客が特に良くなってきている。タクシー業界にやっと光が見えてきた様子である。希望も込めて、これからますます元気になることを願っている（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・外出が徐々に増え、それに伴い支出が増える（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	・今までは半導体不足の影響により機器の納品が遅れていたが、最近は順調に納品できるようになってきている（東京都）。
	○	通信会社（社員）	・イベントやCMの引き合いなど、動きを感じられる状況が出ていく。多少上向くことを期待している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	・厳しい寒さが和らぐのでやや良くなるはずだが、コロナ禍からの脱却が進むとゴルフ離れが加速する恐れもあるので、一概にはいえない。
	○	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げが決まり、世の中の動きが本格的にウィズコロナ、共生に向かい、全般的な社会経済活動が活発になっていく。
	○	その他サービス [フィットネスクラブ] (エリア統括)	・新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類に変わることで、景気が上向きになる可能性が高まる（東京都）。
	○	設計事務所（所長）	・少しは動いてきている気配があるので、多少は良くなるのではないかと（東京都）。
	○	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナ情勢や新型コロナウイルス感染症が落ち着かない限り、景気は良くならない。政府には観光業に対してもっと強い対策をお願いしたい。
	○	住宅販売会社（従業員）	・注文住宅は横ばいの状況が続きそうだが、完成が近い建売分譲の販売を合わせれば、今月よりは販売量をやや伸ばせるのではないかとと思われるので、やや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・来場者数は余り変わらないが、2～3月に向けて受注数が増える。
	○	その他住宅[住宅資材] (営業)	・先々の公共案件の引き合いが増えてきていることから、一定レベル以上の注文増加が期待できる（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	商店街（代表者）	・前年10～12月の売上状況も、少しずつではあるが回復しているの、以前よりは良くなってきている。新型コロナウイルス感染症の発生前の状況にはまだ届いていないが、大分迫ってきて85%前後になっている。観光客が増え、新型コロナウイルス感染症も早く収束してくれれば、少しずつ好転してくるのではないかと。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・今月中旬以降は寒波によって非常に寒い日が続いており、外を歩く人が非常に少ない。インターネット販売の売上は余り変わらないという話なので、やはり独立店舗には足が向かないのではないかと推測している。何か手立てを打たないといけないと思っはいるものの、良い案が浮かばない。
	□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・現在のウクライナ情勢、エネルギー問題等々の見通しがつかないために、不安定なところもある。しかしながら、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、経済活動が活性化するため、プラスマイナスゼロと予想している（東京都）。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・個人的には、当然良くなってほしいと願っているが、まだまだ現状が続くのではないかと。
	□	一般小売店〔傘〕（店長）	・景気が上向くような良い材料が見当たらない。
	□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・売上等もおおむね順調に進んではいるが、燃料高騰や、その影響による原価の上昇などがあり、客の様子から、今後買い控えがあるのではないかと予測している。そのような不安要素を考えると、余り大幅に良くなることはないのではないかと。例年に比べ、外商の大口案件数が減っているようにも感じるので、総じて余り変わらない。
	□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・早く新型コロナウイルス感染症が終息し、普通の世の中になることを願うばかりである。イベントを行っても、多少は客が戻ってきているものの、その割には販売量が伸びていない（東京都）。
	□	百貨店（売場主任）	・富裕層の購買意欲は活況で衰えていないが、日配品の購買層は値上がりしている食材などはシビアに選んで購買しているので、現状はしばらく変わらない（東京都）。
	□	百貨店（総務担当）	・店舗内の出退店が続いていくなかで、遊休スペースの活用が必須となっていく。
	□	百貨店（総務担当）	・先行きはまだ不透明である。景気対策や賃上げ効果等が実感として表れない限り、物価上昇の影響に飲み込まれてしまうような印象を持っている。現時点では景気への悪影響を払拭しきれしていない（東京都）。
	□	百貨店（広報担当）	・中国本土からのインバウンド客の本格的な回復が依然として見込めない上に、地方百貨店の消費の劇的な回復も期待できない。ただし、大都市圏の百貨店では引き続き高付加価値な物へのニーズが底堅いため、トータルで現状から大きな変化はないとみている（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドも増えるが、新型コロナウイルス感染症の反動で伸びた来客数が一巡するため、それが続くかどうか分からない（東京都）。
	□	百貨店（営業担当）	・中国の新型コロナウイルス感染症対応の変更後に春節を迎えたものの、インバウンド消費は劇的に変わらなかったことを踏まえ、現状の水準で推移するものと推察する（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・客の物価上昇に対する警戒感が更に強くなっていることから、今後もこの流れは変わらない。春闘での賃上げ気運が高まっているものの、実際に反映されるのは先になるため、しばらくは状況に変化はない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・百貨店の主軸部門である食料品売場における物価高のマイナス影響が大きく、春以降も大きな景気回復は見込めない（東京都）。
	□	百貨店（販売促進担当）	・物価高の影響により、賃金が上がらないと景気は良くならない（東京都）。
	□	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する対応、意識が徐々に薄れていることから、人の流れも少しずつ戻ってくる。特に、インバウンド需要には期待している。駅の改装工事が継続していることから、通行量の制約はあるものの、回復に向かうと予想している（東京都）。
	□	スーパー（店長）	・また来月も値上げがあるので、客の財布のひもが固くなるのではないかと。3か月後も今と変わらないと予測している（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の外食への抵抗感は大分少なくなっているものの、全体から見れば内食へのシフトは続く。ただし、値上げがまだ続くため、買上点数と客単価への影響が懸念される。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、この先も食料品の値上げが続くため、節約意識が更に高まっていく可能性がある。当面は同様の状態が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・所得及び消費に関する予算が増えない限りは、このまま最低限の買物しかされない（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・1品単価は上がるが、来客数並びに販売数量が減少し、トータルで相殺されるという状況が今後も続くのではないかと（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・外国人客の来店が増えているが、新型コロナウイルス感染症の発生前のような動きはない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・やはり物価高の影響で財布のひもが締まっている。コンビニの場合、単価が上がるとかなり厳しくなってくる。現状で来客数が1割程度減っている。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・人の動きや購入量を見ると、新型コロナウイルス感染症の発生前並みになっているため、現状程度の売上で推移する見込みである。一方で、電気料金の値上げや物価上昇で買い控えが起きることを懸念している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・当店は学校関係の物も扱っており、それについてはこれから入学に向けて動くため、良い方向に向かう。しかし、やはり原材料が高騰しているため、価格設定等については非常に苦労している。利益率を抑えなければならない部分もあるし、光熱費の値上がりという話も聞いているので、今後良くなるのか悪くなるのかについては、微妙な線で推移する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・円安に関しては多少落ち着きを見せているものの、物価上昇の流れは更に加速し、消費者の財布のひもは依然として固いままである。持っている物を再使用するリメイク、リユース傾向は加速しているように感じる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇が止まらない。電気料金も厳しい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。半導体不足で、車を注文してから納車まで半年掛かることなどが影響している。最近は少し良くなってきて、注文から3か月くらいなので、半導体不足も少しは解消されたようである。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・賃金は上がらず物価が上がる状況のため、景気は変わらない。ただし、一部の大手企業では賃金ベースを最大4割引き上げるとか、政府が大手企業などに6%程度ベースアップを、といった話もあり、安定した賃金上昇があれば景気はこれからは回復していくと思うが、残念ながら中小企業についてはそこまでの体力がないという話も聞いている。やはり景気の浮上が考えられるかは、4月以降賃金が上がるかどうかによる（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車生産台数の回復基調が鈍い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現状が過去に例がないほど悪いので、このままの状態が続く（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・販売量からみて変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春闘次第ではあるが、賃金上昇が実感として得られれば、購買マインドも向上するものと期待している（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春に新型コロナウイルス感染症の分類が2類相当から5類になることが発表されたため、コロナ禍による消費者心理への悪影響はかなり薄らぐ。一方、光熱費の高騰、物価高が悪影響を及ぼしているため、ほぼ相殺状態とみている。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げを契機に、消費がどの程度動き出すか、その気運の高まり具合によるが、劇的な回復は現実的でないかと捉えている（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・食材、間接材料費、光熱費の価格上昇が著しいために、収益に影響が出ている。値上がり対策も講じているが、利用客にも費用圧縮のマインドが大きくなれば、この先の不安要素は大きい（東京都）。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新規出店の店もあるが、家賃の値上がり傾向もあって全体的に客単価の設定が高価格となっており、苦戦を強いられている（東京都）。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	一般レストラン（経営者）	・値上げがもう頭打ちに近い。一般的には賃金が多少増えても、物価高の方が勝っているの、どこまで消費者に還元できているか分からない。中小企業はまだまだ苦しい状況が続くので、景気が回復するか不明である（東京都）。
	□	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなったとはいえ、物価高、燃料費上昇の影響があることから、景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
	□	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・物価高の影響がかなり出てきている。何もかもが値上がりしているところに、電気代の値上げが重なり、家計を大きく圧迫してきている。賃上げをという声があるが、原材料費が上がり、価格に転嫁できていないなかで、中小企業はこれからどのように利益を出し、賃金を上げていくのかという課題から抜け出せない。コロナ禍による売上低迷後、これからというときに、ふたをされているようである。消費税増税となった場合は景気が悪くなることも予想される（東京都）。
	□	旅行代理店（経営者）	・東北から北陸、北海道と、日本海側全てに大寒波が押し寄せており、関東地方も10年に1度くらいの寒波に見舞われているので、客も外出することがかなわないようで、なかなかうまくいかない。
	□	旅行代理店（従業員）	・引き続き実施や見積り等の動きがみられるのは学校団体のみで、一般団体の動き出しは限定されている。ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変わり、なおかつマスク着用義務がなくなれば、一般団体も動き出すと期待している。
	□	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援対象のツアーが順調に推移している現状がしばらく継続しそうである（東京都）。
	□	旅行代理店（営業担当）	・賃金が上がれば改善の方向性は見えるが、不確定要素がある。
	□	タクシー運転手	・我々の給料は毎月ほとんど変わらないどころか、売上の的にはむしろマイナス方向である。食料品や生活用品、材料費等の値上がりで四苦八苦している状態で、客の中にはこのままいくと死活問題だと話している人もいる。
	□	タクシー（団体役員）	・良くなると思える要素がない。
	□	通信会社（社員）	・引き続きMVNO業界に話題性がない（東京都）。
	□	通信会社（営業担当）	・2～3月の予約状況は前年同等の契約数で推移しているため、しばらくこの傾向が続く。
	□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
	□	通信会社（経営企画担当）	・現状が続く見込みである。少しずつ案件の動きはあるものの、人材を確保できるかによって変化する（東京都）。
	□	通信会社（局長）	・長期金利も含めて、金融が不安定である。
	□	通信会社（経営企画担当）	・新サービスを導入したが、新規客の獲得には至っておらず、既存客のアップセルにとどまっている（東京都）。
	□	通信会社（管理担当）	・昨今のDX推進というプラス要素もあるが、新たに生じている燃料費の増加に伴う原材料費への転嫁など、マイナス要素の先行きが不透明なため、しばらくは停滞すると予測している（東京都）。
	□	観光名所（職員）	・客足の回復が鈍い（東京都）。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・物価が上がっているの、生活必需品を優先すると、趣味は後回しになる（東京都）。
	□	その他レジャー施設〔映画〕（営業担当）	・今でも十分景気が悪いので、変わらない（東京都）。
	□	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が収束してほしい。
	□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままではないか。
	□	設計事務所（経営者）	・新しい案件の相談はあるが、当社との契約の前段階でのコスト調整に手間取っているようである。
	□	設計事務所（経営者）	・現在の仕事が年度末まで継続するので、特に景況感に変化があるとは思えない。現状からは今年度の新規受注も考えにくい。
	□	住宅販売会社（総務担当）	・資材高騰を始め、客の消費を刺激する要因が見当たらない。国の補助金制度では賄いきれない。
	▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・公共料金や商品の値上がりはまだまだ続くとの報道があるため、財布のひもが固くなるのではないか。
	▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新年度に必要な物などは多少動きがあるかもしれないが、良くなる理由が見つからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・光熱費、物価上昇などが改善されず、嗜好品に対する消費を少し抑えているように感じる。
	▲	百貨店(財務担当)	・今後、物価高、生活防衛意識の高まりが、消費に更なるマイナス影響を及ぼすことが懸念される(東京都)。
	▲	スーパー(経営者)	・1点単価が上がり、来客数、買上点数が減っている状況がずっと続いている。今年もこれからどんどん値上げが増えてくるので、その傾向が更に強くなる。そのようななかで、いかに消費マインドの冷え込みを抑え、おいしい物やお買い得な物の提案により消費を喚起して、売上を減らさないようにするかが問題なのだが、非常に厳しい状況なので、今のところは多少減るかと思込んでいる。
	▲	スーパー(仕入担当)	・鳥インフルエンザの影響で、特に卵の供給が不安定である。
	▲	スーパー(ネット宅配担当)	・春闘も大手企業以外は満額回答は厳しいと思うが、消費者物価は更に高くなる。既に節約志向が高まりつつあるなか、売価の調整や利益確保が今まで以上に難しくなる。
	▲	コンビニ(経営者)	・諸物価の上昇による(東京都)。
	▲	コンビニ(経営者)	・大型店の特売が続き、コンビニではそれに対抗できない。さらに、従業員の応募が全くなく、厳しい状況を改善できる見込みがない。
	▲	コンビニ(経営者)	・物価ばかりが上がり、買うための収入は変わらないどころか下がるのではないかという不安の方が大きいので、やはり景気は良くならない。
	▲	コンビニ(経営者)	・光熱費等の値上げもあり、客が出費を抑えているようである。
	▲	コンビニ(従業員)	・最近では身の回りにも新型コロナウイルス感染症を気にしている人が減ってきているが、高齢者や中高年世代の両親などは多少気にしている。今後、新型コロナウイルス感染症がインフルエンザなどと同等の5類の扱いを受けるようになったときに、中高年の立場からすると、逆に動きを制限されるような気になるかもしれない。それくらい現役世代、若年層などは行動が活発になり、注意も薄くなっていく。コンビニには様々な世代の客が来店するが、中高年層がそのような気持ちでいると、高齢化社会の現在としては余り良いことではないのかもしれない。
	▲	衣料品専門店(経営者)	・日本製の小学校等の体操着の生産遅延が続いている。外国人実習生の確保ができていない。ロシアのウクライナ侵攻による影響で材料が不足している。商材があれば売れたのに、という欠品による売上減少が起きる。
	▲	衣料品専門店(役員)	・この先もまだ値上げが続くようなので、衣料品需要は2の次になるのではないかと。
	▲	衣料品専門店(従業員)	・日用品や食料品、光熱費等の値上げの影響によりかなり厳しくなる。積極的な消費が見受けられず、客がかなり慎重になってくるのではないかと。
	▲	家電量販店(店長)	・給与が増えても、物価上昇の方が大きければ、消費よりも水道光熱費などの家計にお金が回ってしまう。
	▲	家電量販店(店長)	・必需品の売上に関しては大きく下振れはしていないが、嗜好品の販売台数が伸び悩んでいる。国や自治体による施策も終了を迎えるに当たり、今後の売上の苦戦が懸念される(東京都)。
	▲	乗用車販売店(経営者)	・値上げする物が多い。
	▲	住関連専門店(統括)	・コロナ禍はまだ収束していない。具体的な対応策が出てきていないので、もうしばらく収束しないのではないかと。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕(団体役員)	・車両台数の減少傾向、燃費の向上による燃料油需要減少は継続すると見込んでいる(東京都)。
	▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・日本銀行総裁の交代が景気に悪影響を及ぼさないことを願っている(東京都)。
	▲	高級レストラン(役員)	・物価上昇や人手不足が改善されるように思える政策もなく、状況好転が期待できると思えないため、景況感としてはマイナス方向である(東京都)。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・2月以降も物価の上昇が続き、4月にも商品等の価格が上がるが、それに賃金上昇がついていかないことに加え、防衛費増額のための増税という話もあるので、客が買い控えをして消費が冷え込む。そのようなことから、3か月後も、新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、今までどおりには良くはならない。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・原材料費、水道光熱費は、現状から更に一段価格上昇の可能性が見込まれるため、コスト高が容易に予想される。新型コロナウイルス感染症対応のため、取引先がパーティー等、料飲部門の利用を避けているため、景気の悪化は避けられない（東京都）。
	▲	タクシー（経営者）	・物価上昇が客足が遠のいている原因であることは間違いなく、経済状況が好転しなければ、この先もじり貧になるのは確実である。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いており、回復しかけていた個人消費の伸びを妨げる形になっており、改善の兆しが見えてこない。
	▲	通信会社（局長）	・いまだにウクライナ情勢などの外的要因による圧力と、円安及び物価高によるし好品の買い控えや契約数鈍化の影響もあり、純増数の下降トレンドがしばらく続く（東京都）。
	▲	通信会社（営業担当）	・売値は上げられないので、このまま仕入価格の高騰が続くと利益が減り、景気は悪化していく（東京都）。
	▲	通信会社（経理担当）	・通信業では、今より高い商材を買ってくれる様子はない。今の販売価格を維持しながら、原価の電気代や物価上昇分をコストや人員の削減でどこまで吸収できるか算定中である。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・物価上昇が続き、利用者の来店意欲の減退が危惧される。
	▲	ゴルフ場（経理担当）	・今春に新型コロナウイルス感染症の分類が5類に位置付けられれば、更に高稼働となる可能性はある。ただし、インパウンドの増加で軽視できない変異株のまん延も懸念される。春には金融政策が見直され、外国為替が円高方向に振れれば物価上昇が落ち着きを見せる可能性もあるが、いずれも楽観はできない。
	▲	競輪場（職員）	・ソフト面では、Webでの販売に力を入れたいが、開発に時間が掛かる。ハード面では、新型コロナウイルス感染症収束後も半導体等が簡単に手に入りにくくなっており、欲しくても購入できない。以上のことから、不安要素の方が現実的には多い。
	▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・景気への不安がますます増大しているため、客が様子を見ている。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・集客期が近づいているが、問合せ件数などには変化がみられない。
	▲	設計事務所（所長）	・建築資材等、物価の値上がりから、なかなか計画が進まないため、仕事にならない。
	▲	設計事務所（職員）	・良くなる要素や傾向は全くない（東京都）。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・長期金利の引上げで、ここ1か月はもしかしたら駆け込み需要があるかもしれないが、その先は不透明である。まだ地価、建築費用は高止まりしており、厳しい状態である。新築売りアパートは利回りを下げて販売せざるを得ない。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・年明けから来客が非常に少なく、売上がゼロの日もある。値上がりしていることと、消費者も生活防衛のために耐久消費財にまで消費を回すほど余裕がないのだろう。商売をしている者にとっては非常に厳しくなる（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・水道光熱費、人件費、材料費、原価の上昇が利益を大きく圧迫している。
	×	スーパー（経営者）	・先の見通しが立たない。
	×	スーパー（経営者）	・インフレ傾向により食品スーパーで扱う商品の単価は上がっているが、買上点数、来客数共に減少している。過疎地域であることに加え、可処分所得の減少、エネルギーコストの上昇でかなり厳しくなっている。
	×	衣料品専門店（店長）	・価格上昇は避けられないが、それ以上のコスト上昇を自社だけでは吸収できない。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・春に向けては値上げラッシュになる。賃金は消費者物価指数の上昇分ほどは上げられないので、より出費をしない傾向になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	高級レストラン（経理担当）	・コアコアCPIがおおむね横ばいなので、需要は横ばいという感触である。一方、エネルギー価格の上昇と労働コストの上方圧力で企業収益は圧迫されている。コストプッシュ型のインフレ傾向のなか、金利調整懸念が一層強まり、景気は悪化する（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する政策がまるっきりの外外しているように感じる。現首相は経済にプラスになるようなことを何もしていないのではないかと。
	×	タクシー運転手	・年明け早々、利用者が減っている。物価上昇の影響が利用者の減少につながっているとしたら、しばらくの間、利用の増加は望めない。
	×	通信会社（管理担当）	・更なる値上げ予測により購買トレンドは下降気味である。
	×	通信会社（管理担当）	・予算策定の時期となり、電気代、保守費用等、当社設備の運営、維持コストへの各取引先からの転嫁が本格化しており、加入獲得の弱含みも踏まえ、想定した実績を上げにくい状況が見えている（東京都）。
	×	ゴルフ場（経営者）	・売上は5%程度アップの見込みだが、エネルギー価格の高騰、仕入価格の上昇、賃上げにより利益が半減する見込みである。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症、ロシアのウクライナ侵攻などが社会経済、生活に大きく影響しており、問題解決には程遠い状況である。公費を投じての景気回復は、本物とは思えない。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・物価が上がっているの、教育費を少し削ろうという親が実際に出てきている。今後景気は更に悪くなる。
	×	設計事務所（経営者）	・今、世界情勢が見えなくなっている。ロシアとウクライナの停戦もなかなか難しいなかで、日本として何ができるかが見えなくなっている。そのようなこともあり、社員の給料を上げることができない。新しい仕事も見えないなかで、営業活動が非常にやりにくくなっている。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上が増加し、引き合い案件も増えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症からだんだんとフリーになってきているので、徐々に良くなる（東京都）。
	○	食料品製造業（経営者）	・気温が上がれば、人出も多くなっていき、売上につながる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・3月は受注量が増え、景気が少し良くなる（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	・個人消費が拡大すれば、身の回りの景気は回復するだろうが、原燃料費の高騰と諸物価の上昇により、一般雑貨品の購買意欲が回復してくれるか不安である。インバウンド需要が回復しているので、多少は良くなってほしい。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新年度に期待しながら、年度末の仕事を片付けるべく頑張っている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーの部品調達不足も徐々に解消方向に向かっており、増産に向けて動き始めている。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げや観光客の増加等により、影響を大きく受けている業種についても回復に向かうものとみている。
	○	不動産業（従業員）	・インバウンドの回復が期待できる（東京都）。
	○	不動産業（総務担当）	・テナントからは良い話が聞こえてこないが、悪い話も出ていないので、マインド的には賃上げムードのなか、春に向かって景気もやや良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	広告代理店（営業担当）	・インバウンドや円安の影響が落ち着いてきている（東京都）。
	○	税理士	・円安にも歯止めが掛かり、外貨建ての資産運用も活発になっている。大手の賃上げも確定してうれしい材料が多い。中小企業への波及はまだだが、期待して良いと考える。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・警備、ビルメンテナンス共に順調に売上が増加している。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注件数が増えていく兆しが見えない。3～4月は年度末なので、例年どおりに増えてくるとは思うが、それは景気にかかわらずいつものことであり、やはり若干少なめに増える程度かと見通している（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・原材料の値上げも全然止まらず、また、海外向けの受注も2～3か月先まで余りない。良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・電気代、燃料代等の値上がりが非常に大きいので、全体の動きがかなり悪くなっている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器に関しては大きな動きはないが、医療品容器では新企画の相談が出始めているので、具現化することを期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・直近の状況を見ると、新規受注の見立てができていない企業の中に、逆に受注量は減ってしまった取引先もある。相殺すると全体の取引量の増減はなくなる可能性がある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・一度落ちた売上が元に戻すのは大変なことで、半年から1年は掛かる（東京都）。
	□	建設業（経営者）	・先行き不透明感があって分からないことがたくさんある。新型コロナウイルス感染症とウクライナ情勢が収束すれば良くなると思うが、その辺がまだ見えないので、何ともいえない。
	□	建設業（従業員）	・このまま物価が良くなることを希望する。
	□	建設業（営業担当）	・資材価格は高止まりしたままだが、幅は小さくなってきている。現状は様子見の案件が多いので、今後2～3か月は現況のまま停滞することが見込まれる。
	□	輸送業（経営者）	・取扱量の低迷、人手不足、燃料や資材価格の高騰など、短期間で改善するとは考えにくい問題が多く、当面厳しい環境が続く（東京都）。
	□	輸送業（総務担当）	・荷主の輸出は前年に続いて無く、国内出荷量も増えていない。今後も現状が続く予想である。
	□	通信業（広報担当）	・当面は回復傾向が続く見込みである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・小売業の一部事業者からは、毎週値上がりしている原材料もあり経営は非常に厳しいとの声が聞かれる。長引く原材料価格の上昇に加えて、光熱費の高騰やゼロゼロ融資の返済本格化などで先行きが見通せないなか、コスト上昇分を価格に転嫁する事業者も増えているようである（東京都）。
	□	金融業（従業員）	・物価の上昇分以上の賃上げがないため、財布のひもが固くなっており、価格上昇により消費量が全体的に落ちてくると予想される。
	□	不動産業（経営者）	・テナントの飲食業からは、仕入価格、暖房費などの高騰により、先行きは厳しいとの声が多い。
	□	不動産業（従業員）	・物価上昇、建築コスト増加の傾向は変わらないが、不動産取引価格や販売状況は好調である（東京都）。
	□	広告代理店（経営者）	・まだまだ時間が掛かりそうなので、2～3か月では何も変わらない（東京都）。
	□	広告代理店（従業員）	・現時点において上向き要素、要因が見当たらない（東京都）。
	□	税理士	・日本の景気は米中の景気に大きく左右されるといつも言っているが、国内でも、特に中小企業や個人店などは新型コロナウイルス感染症の影響からまだ回復していないため、より一層、国からの様々な支援が必要になる（東京都）。
	□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
	□	経営コンサルタント	・電気代やその他物価の上昇のために消費を抑える傾向が続くとみている。
	□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・原材料高騰等の影響により取引先工場の稼働率向上の見込めない状況が続いている。先行き不透明感も根強く、低迷状態がしばらく続く。
	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の値上げができないと、収益の改善は難しい（東京都）。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・大きく良くなる要素も悪くなる要素もない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・2月から用紙価格の更なる値上げの話があり、再度値上げ交渉をすることが厳しい状況で、スムーズにいくか不安である。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・米国の金利上昇やインフレの影響が出て、米国の景気が悪くなり、輸出が減るとみている。国内は、インフレ対策として賃上げを要求しているが、先行き不透明なため、インフレが終わったときに元に戻すことができないことに対して、現実には簡単にはいかない。社員を大切に経営には賛成だが、働かない社員や怠け者が楽をするようになってはいけな

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	電気機械器具製造業 (企画担当)	・半導体製品の在庫調整に加えて、減産が顕著になってきているように感じられ、これまで以上に景気に影響を与えることが予想される。
	▲	その他製造業〔化粧品〕 (営業担当)	・物価高によるサロンへの来店控えが発生し、サロンのオープン案件が減少傾向にある(東京都)。
	▲	建設業(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に引き下げられた段階で消費指数は上がると思うが、長期的には増税の話などもあり、冷え込むとみている。
	▲	金融業(総務担当)	・コロナ禍の長期化に加え、食品や電気料金の値上げが響いており、消費が減退している。不動産市況も戸建て価格の高騰により今後は販売が低迷するとみている。ベースアップも中小企業では厳しい状況なので、一層節約志向が高まり、余分な物は買わなくなる(東京都)。
	▲	不動産業(経営者)	・新型コロナウイルス感染症に気を付けて営業しているが、仲間もちらほら感染しており、そうしたニュースを聞くと不安である(東京都)。
	▲	広告代理店(経営者)	・各種補助金がなくなり、納税できない業者が増えるのではないかと(東京都)。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕 (経営者)	・公共料金の値上げや、賃金上昇で取引先の経費がかさむので、B to Bの仕事は厳しくなる(東京都)。
	▲	その他非製造業〔商社〕 (従業員)	・経済状況から判断している(東京都)。
	×	精密機械器具製造業 (経営者)	・製造業における主要仕入れである原材料の高騰が価格改定のペースより早過ぎる。電気代の高騰が止まらないことが経営を圧迫している上、賃金上昇が更に拍車をかけている。
	×	建設業(経営者)	・少額の設備投資案件はあるものの、大規模案件の話はなくなっている。
	×	経営コンサルタント	・政府は大幅な賃上げをと旗を振っているが、大手企業はできても、中小企業は追随できない。下請代金の大幅な改善がないまま、材料等の値上がりで賃上げでは、利益を圧迫しかない。当たり前だが、国を挙げて下請代金の大幅な改善をしないと、経済の活性化は望めない(東京都)。
雇用 関連 (南関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社(社員)	・年度末に向けて4月以降の求人が増えてくる。
	○	人材派遣会社(支店長)	・正規雇用を避け、派遣などの臨時的雇用やアウトソーシングを考える企業が増えてきており、ニーズが高まっている(東京都)。
	○	人材派遣会社(経理担当)	・毎年、年度末に向けては繁忙となるが、今年も同様で、求人数、求職者数の増加傾向がみられる。派遣総稼働者数は増加傾向にある(東京都)。
	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・対象企業の99%近くが中小企業であり、その80%近くは賃金を上げようにも上げられない状況である。そのようななかで物価が上昇しており、どうしようもない。年度替わりに期待している。
	○	民間職業紹介機関(経営者)	・離職者の再雇用など多様な人材活用が進行し、新卒採用が急激に増えるとは思わないが、賃金アップなどの動きが中堅企業まで浸透するには少し時間が掛かる。人材獲得競争は少し先になる(東京都)。
	□	人材派遣会社(社員)	・引き合いに対して、供給が追い付いていない(東京都)。
	□	人材派遣会社(社員)	・求人に関しては大きなイベントもなく、例年と変わらない程度の求人数となる見込みである。倉庫新設や新業務の受注に伴う倉庫内作業のオーダーは、今後も継続的に発生することが見込まれる。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・エンジニア不足は変わらないまま推移する見通しであり、派遣業界へのニーズは依然として多いと予測している(東京都)。
	□	人材派遣会社(営業担当)	・売手市場になるとは思うが、求人企業側の採用基準が下がるわけではないため、職に就けない人も増えていくのではないかと。そのため、景気が良くなることも悪くなることも予想しにくい。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	・応募が今後増えていけばもちろん景気も上がってくる。求人を出す取引先は採用を目的としているが、その前にまず応募である。応募がなければ求人者の意義を感じることができない。2月以降は応募が増えて求人も増えていくかもしれない。例年であればそうなるが、今年は景気が悪くなるともいわれているので、求職者の動きも注意深く見ていかなければならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	求人情報誌製作会社（広報担当）	・そろそろ不景気になりそうな気がするが、まだ身の回りの景気はさほど悪くなっているとは感じていない（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が前月と比べて1.4%増加している。前年比では8.8%の増加で、13か月連続して前年同月を上回っている。求職者数が減少傾向にあることから、有効求人倍率は前月と比べ0.09ポイント上昇の1.29倍となっている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・政治、経済面で大きな変動はないとみている。冬場で物の動きは鈍いが、心配するような状況ではなさそうである（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価の上昇に給与改定が追い付いていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきており、今後、活動が活発になると思われる。インバウンドも急増してきているが、サービス提供側の人材不足は解消の兆しが見えない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の期間満了件数が新規契約件数を上回る状況が続いており、長期就業件数そのものが減少している。当面、売上は下落トレンドになることが予想される（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・多くの中小企業では、経営コストの上昇と売り物である製品やサービス等への価格転嫁という難題により、厳しい経営環境が続くことが見込まれ、雇用情勢への影響が懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・燃料費、原料費の高騰がメーカー、卸売業の利益を圧迫し、人件費削減の観点から求人抑制の動きにつながっている（東京都）。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・光熱費や物価の上昇により、消費意欲が低下している（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（経営者）	・これから新型コロナウイルス感染症対策による借入金の元本返済が始まり、様々な原材料などの値上げも増え、中小零細事業者にとってますます厳しい環境になる。政府与党は増税へと進み、少子化の影響で労働者人口も少なくなる。様々なつけがどんどん出てくる。将来に明るい予測ができる要素があるだろうか（東京都）。
	×	求人情報誌製作会社（所長）	・物価が上がっているため、悪くなる。
	×	職業安定所（職員）	・物価の上昇、電気代やガス代などのライフラインの価格高騰による消費者の手控えが要因である。

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	◎	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波も落ち着きが見え、卒入学、歓送迎会のシーズンを迎えるため、この先2～3か月は景気も良くなる。
(甲信越)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・今年に入り、以前までは実施か否かを悩んでいた団体や法人で会場を利用する、また、お弁当等ではなく懇親会を実施する企業が増加傾向にある。今年度で全国旅行支援が終了するため、個人消費は低下すると思うが、現時点では団体や法人利用が増加傾向にあるので、個人利用のマイナス分以上に団体、法人利用が増加し、プラスに推移するとみている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は葬儀に1件も寺を呼ばなかった。むしろ、10年ぶりに会う親族は、他県にいて火葬の手続だけして帰ってしまい、火葬後、粉骨して発送したりということもあった。新しい葬儀の形がすぐそこにまで来ている。
	○	商店街（代表者）	・当店は学校指定の体育衣料などを扱っている。2月から新学期向けの販売が始まるので、多少は忙しくなり活気が出る。
	○	百貨店（店長）	・全国旅行支援が3月で終了するため、春の集客についてはこれといったインセンティブがないので、動きは期待できない。ここ数か月、売上が前年実績付近で推移してきたが、新年になり新型コロナウイルス感染症への慣れもあるのか、少しずつではあるものの、来客数が増えてきている。ここに来て、若干だが売上も前年を上回ってきている。このトレンドは2～3か月後も続くのではないかと。
	○	スーパー（経営者）	・3月末になれば、総会や送別会等もあると思うので、折詰の注文が増えてくれれば、有り難い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更になれば、人の動きが制限されないので、これからは良くなっていく。
	○	乗用車販売店（経営者）	・多くの受注残が、徐々に売上に変わってくると見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症関連の規制も緩くなり、経済活動も活発になるかと思われたが、当地域での飲食やサービス関係の動きは、最悪である。世界的な不穏な動きが収まらなければ、景気回復は無理だと思う。
	○	一般レストラン（経営者）	・人手不足で木曜日にアルバイトがいないため、苦肉の策として、新メニューの日と設定し、セットメニューで単価をアップし、効率向上商材と位置付け、拡販を目指し、順調なスタートを切っている。
	○	スナック（経営者）	・2～3か月後には歓送迎会シーズンに入るので、多少、売上は良くなる。周囲でも新型コロナウイルス感染症に感染する方が多く、大分、皆の考え方も変わってきており、共に生きていくという感じで、余り気にしていない方が多い。今までよりも多少は客の来店に期待できるのではないかと。
	○	観光名所（職員）	・原材料費、燃料費の高騰による景気への影響が懸念される一方、新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げもあるので、来客数の増加に期待している。
	○	遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行って、多くの客の来園を期待する。
	□	商店街（代表者）	・3月の年度末に向かって、新型コロナウイルス感染症対策の沈静化と経済対策の終了、相互の作用で、横ばいが続くのではないかと。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新生活に向けての移動時期となるが、新生活を始める場所で生活用品がそろっているところも多く、商材の動きに期待はできない。自治体で省エネキャンペーン等を打っていても、不具合もなく機能している商材をわざわざ買い換えることはしない。買換えの時期にキャンペーンがはまると利用するというケースが多い。一部の施策に乗って、得だからと売上を伸ばすことは難しい。
	□	コンビニ（経営者）	・乗客数はやや下回っているものの、いろいろな物の値上がりで、客単価だけが上がっている。それらを合わせて前年の平均くらいかと思われる。
	□	コンビニ（経営者）	・光熱費、物価高が安定していかないと、今後も厳しくなっていく。今のところは良くなる要素がない。
	□	コンビニ（店長）	・今のところ特別良くなる要件も見当たらないので、今月と変わらず悪い状態が続く。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ほんの少しは良くなるかもしれないが、景気が良くなるといえるほどの数字が出るかは、疑問である。
	□	家電量販店（店長）	・物価高の影響で、購買意欲が落ちている。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・新車の納期遅延がなかなか解消されず、乗客数の伸びも期待できない状況が続くとみている。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	・やや円高に戻ってはきているが、2月と4月に我々の酒業界では、資材価格や物流価格の高騰で、値上げをするという話がある。値上げが実施されれば、今よりも1段階ほどは買い控え等で厳しくなり、消費の安定というところまではいかないのではないかと。もう少しの辛抱が必要である。
	□	スナック（経営者）	・これ以上悪くならないようにという意味での変わらないである。本当に困っている。
	□	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が3月で終了してしまうため、春の旅行客の集客についてはこれといったインセンティブがなく、動きに期待できない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・2月に関しては、依然として悪天候、降雪の影響があり、今月とほぼ変わらない。ただし、3～4月には天候も回復し、何よりも、政府が「5月8日から、新型コロナウイルス感染症を5類に引き下げる」と正式に発表したもので、3月以降は期待したい。
	□	旅行代理店（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症等の特殊事情を除けば、現状と余り変化がない。しかし、今後の物価上昇や大きな為替変動が起きれば、少なからず景気に影響が出る。
	□	タクシー運転手	・世間の状態次第である。報道等で、新型コロナウイルスの新規感染者数が増える等のニュースが広まれば、段々落ちてくるので、この先は分からない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	通信会社（社員）	・現状の流れが続くことを期待しているが、現時点では不透明である。新入居の時期が間近に迫っているため、万全の準備を整えておきたい。
	□	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行、物価や光熱費の上昇等、良い材料が見当たらない。
	□	住宅販売会社（経営者）	・電気料金や燃料費等の高騰による収益悪化傾向に、改善が見込めない。
	▲	商店街（代表者）	・インフレに伴う買い控えムードで、低迷が続くそうである。
	▲	一般小売店〔薬〕（経営者）	・付近にある百貨店の撤退、並びに縮小、移転ということで、やや悪くなる。
	▲	百貨店（経理担当）	・今後も引き続き、物価上昇に伴う影響が個人消費の足を引っ張ると感じている。
	▲	百貨店（営業担当）	・原材料の高騰が続いており、電気代、ガス代の上昇、その他日用品の値上げも懸念されているので、もう少し悪くなるような気がする。
	▲	スーパー（経営者）	・家計所得が実質マイナスとなっていることは事実で、賃上げ状況によっては、節約モードへ変化する可能性はある。
	▲	コンビニ（経営者）	・電気代を始め、体感のある物価上昇が続く。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・生活に関連する諸物価上昇や将来の賃金等、購買意欲向上につながる要素がみられない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の終了で、やや悪くなる。
	▲	通信会社（社員）	・物価高の状況を超えるほどの賃金上昇にならない限り、厳しい。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・年間で一番売上が厳しい2月を迎えるので、あらゆる原価管理を厳しく実施している。今後、統一地方選挙もあり、予約減少が予想される。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・成長戦略がみえないなかで、物価や賃金、金利の上昇、新型コロナウイルス関連の緊急融資弁済の開始、ロシアとウクライナの戦争、新型コロナウイルス感染症の長期化等を考えると、企業経営者としては厳しさを感じている。長期的にみると、若年層の長時間労働禁止でプロ人材が減り、競争力が後退すると考える。
	▲	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・エネルギー価格や電気代の値上がり、人件費増加等、コストアップばかりで先行きがみえない。
	×	スーパー（店長）	・物価高騰が叫ばれており、それが悪化の引き金になる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高と燃料費の高騰で、かなり厳しい。
	×	スナック（経営者）	・急に悪くなった理由が分からないが、電気代とガス代の高騰を受けて、お金を使わなくなっているとしたら、多分このまま一気に、景気はどん底まで落ち込む。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は好調である。
	○	食料品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症に関連する制限が、緩和の方向で進めば良くなる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想が立てにくいだが、クラウドファンディングを利用した新商品開発に取り組んでおり、期待感はある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・新生活に向けた販売増は期待できるものの、物価上昇による低価格志向の影響で、収益性が懸念される。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規受注が減少している。
	□	建設業（経営者）	・資材価格の高騰が収まれば、景気は上向くと思われる。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価高騰対策の政策次第ではないかと考えている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	・原料費の高騰に加え、諸物価の高騰が大きな重しになっている。製品売上の減少が、更に経営を圧迫しつつある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・部品の入荷が一向に安定しないため、生産効率が悪くなる。材料費や光熱費等が増えている上に、賃上げを行い、支出は増えているが、販売価格は変わらない。こうした状況が続き、企業としては厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・一般小売店舗への誘客や販売の復活が望まれるが、円安や材料価格の高騰、物を作るための電気代や資材の値上がりで、モノづくりには厳しい環境になっている。前年1月までの商材価格に比べて5割近く値上がりしている。店頭にはまだ旧価格の在庫商材が並ぶため、顧客も価格差に戸惑い、しばらくは買い控えが続く。
	▲	金融業（調査担当）	・製造業で海外景気減速の影響が見込まれるほか、観光関連業でも全国旅行支援の効果は続くものの、割引率の低下が需要の押し上げにつながらないとの声が多く、業況感の悪化が予想される。
	▲	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・諸物価が上昇するなか、一般家庭や取引企業の節約志向が更に強まっているため、商材や折込チラシ出稿が減ることが予想される。旅行部門では、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更になれば、押さえていた旅行熱も高まり、一定の売上増になると考えている。ただし、当社の主要層である60代以上の顧客は、基礎疾患等から感染への不安も高く、完全回復とまではいかないと予想している。
	×	食料品製造業（製造担当）	・世界的な異常気象で、穀物価格が高止まりし、外国産が国産並みの価格まで上がってきて、外国産の使用をやめる同業者が出始めている。利益を出していくのが、非常に厳しい。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代が今期3回目の値上げになるという話が来ている。全然、景気が良くなるとは思えない。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や物価高は変わらないものの、各企業が賃金のベースアップを検討しているようである、実際、大企業で賃金を上げているケースが増えているので、今後はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・経済状況が変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・全国旅行支援やインバウンドの復活など、プラス要素はあるものの、経営環境の悪化や生産活動の低迷、新型コロナウイルス感染症に対する先行き不安と諸物価や電気料金等の値上げが続くことで、消費が手控えられる。
	□	職業安定所（職員）	・当面は、求人数は横ばいで、求職者の減少傾向は続く。新型コロナウイルス感染症対応による行動制限緩和から、飲食やサービス業等では景気回復が期待できる反面、物価高騰による消費の落ち込みも懸念される。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・海外と取引のある企業は、製造業を中心に堅調な傾向にある。
	▲	*	*
×	—	—	

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・人々が安心して観光バスを利用するようになって初めて景気の上昇につながる。
	◎	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症に対するマインドが変化しており、景気は回復に向かう。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症移行などにより、行楽需要が更に活性化されると予測する。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・景気対策次第である。
	○	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制も段々と緩くなり、春風が吹けば、小売業にも人が来てくれる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類第5類への移行決定に伴い、インバウンドの回復と、国内の消費回復のプラス効果が、景気の押し下げを上回るのではないかと考える。
	○	百貨店（総務担当）	・中国の日本人に対するビザ発給再開の報道もあり、今後我が国の中国からの入国者・帰国者に対する水際対策が緩和となれば、本格的なインバウンドによる需要増加も見込まれるのではないかと想定している。このままバレンタインも好調に推移すれば、2月も売上の確保の見込みが立つ。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	百貨店（企画担当）	・足元の景気は戻りつつあるが勢いに欠ける状況で、当地周辺では買物目的のインバウンドはまだ多くみられない。ただし、数か月先にはインバウンドの戻りも今以上みられると考えており、期待をしている。
	○	百貨店（営業担当）	・足元の景気は戻りつつあるが勢いに欠ける状況で、当地周辺では買物目的のインバウンドはまだ多くみられない。
	○	スーパー（経営者）	・行動制限がなくなり、客足は回復しつつある。
	○	コンビニ（企画担当）	・現段階ではインバウンドによる効果は出ていないが、今後徐々に効果が現れてくるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春先に向かい、新型コロナウイルスとも共存して生活していくスタイルが浸透してきたため、来客数の伸びは例年と比べて大きく、更なる需要増加が見込める。
	○	コンビニ（店長）	・3月～4月は学校の入学・卒業や社会人の異動などで人が大きく移動するため、経済活動が活発になる。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類感染症に下がると人の動きが多少良くなるので、それにつれて売上、来客数共にやや良くなる。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への見直しにより客の購買が増える。カジュアル服を求める一般客の行楽需要やプロの客の仕事量の増加により、経済は活性化に向かう。
	○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・前年4月にはマスコミを中心にエアコンの品不足が報道され夏前に売れた。今年は4月に向けて電気代や食料品などの値上げが予想されるが、家電ではエアコンや白物の値上げが顕著になりつつある。エアコンの2022年モデルも早めに無くなる予想で、いつもは売れない2月でも値上げ前みの需要を掘り起こせば、1月同様に前年を超えそうである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・2月～3月は決算月である。例年のことではあるが、この時期に契約する客も多い。納期遅れが続くものの、ここ数か月は動きが出てくると見込む。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車生産の正常化にはまだしばらく時間を要すると思われるが、販売現場ではこの状況に慣れてきており、生産が少し改善すれば業績の向上が見込まれる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・中古車の市場価格が落ちてきた。これは新車の供給が増えてきたことを意味する。すぐにとはいかないまでも、これから先は新車の供給が増えるのではないかと期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・人気の小型車がデビュー予定で、現時点でかなり予約注文をもらっているが、より活発になると見込む。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・関係企業で社長交代の発表があったが、これによって何らかの動きがあるのではないかと期待している。
	○	その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・物価高騰の影響は多大にあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い外出意欲が向上し、来客数、購買意欲の上昇を期待する。
	○	高級レストラン（経営企画）	・インバウンドや全国旅行支援などから、来客数の増加が見込める。年度末や年度初めの祝い事などの予約も増えてきている。ただし、アフターコロナのスタイルなのか少人数、小グループの傾向がある。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・今月で景気の悪さも底に着いたのではないかと。
	○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり減っており、新型コロナウイルスの感染症の分類も2類相当から5類感染症に引き下げ、政府主導で日常生活に戻ろうとしている。さらに、行動の自由や旅行への関心が出てくると思うため、2～3か月後の景気は今よりやや良くなる。
	○	都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、5月に感染症法上の分類を5類に引き下げる効果で、客の意識が良い方向に向かうと予想する。中国以外からのインバウンドにも期待が持てる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・政府がゴールデンウィーク明けからの新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を発表した翌日に、かなりの宴会予約が入った。ただし、リネンなどこの1年で2回値上げがあり、また電気料金が支払ベースで2019年の135%になっているため、経営は苦しい。
	○	旅行代理店（経営者）	・見積依頼が少しずつ増えつつあるため、期待したい。
	○	旅行代理店（経営者）	・大きな要因としては新型コロナウイルスの感染状況に収束傾向がみられるため、景気は少し良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	旅行代理店（経営者）	・年明けからの全国旅行支援には余り効果がみられない。消費者は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行すれば制限なく旅行できることを期待している。ただし、10代の新型コロナウイルスワクチン未接種者はすぐに感染するため、医療機関が混み合う。公共交通などではマスク着用ルールを残すなど、少しずつ緩和していくべきである。医療逼迫が繰り返されるのは怖い。
	○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行する方針が固まり、3月も沖縄や北海道など遠方の申込みが増えている。4月以降の申込みも順調に増えている。後は、団体旅行の復活を待つのみである。
	○	タクシー運転手	・年度末から年度初めは、挨拶回りや歓送迎会などが増えるため利用者が多くなる。
	○	テーマパーク（職員）	・今後、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になり、海外や国内の動きも活発になる。
	○	その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・歩みは遅いものの、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の数値に近づいている。
	○	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕 （広告担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で、少し消費者のマインドが改善されると期待している。ただ、国民性に鑑みると、一気にノーマスクやイベントの人数制限が進むとは思えないため、劇的な変化はみられないと考える。
	○	美顔美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ落ち着いていくのではないかと期待があり、新しいキャンペーンセールも始まる。
	○	美容室（経営者）	・これから先は新型コロナウイルスの感染状況が収束していくニュースが流れていくと考えられるため、客が動き出して景気は良くなる。
	□	商店街（代表者）	・先行きはそのままプラスにもマイナスにもならず進むのかもしれない。
	□	商店街（代表者）	・急激な物価上昇に所得の増加が追い付いていない。中小企業従業員の可処分所得が増えない限り景気の上昇は見込めず、数か月では状況は変わらない。
	□	商店街（代表者）	・来客数は増えているが客単価は低調なままなので、今の状況がピークである。決して購買力が強くなったとは思えない。
	□	商店街（代表者）	・物価高の影響により、買い控えが加速している。
	□	一般小売店〔高級精肉〕 （常勤監査役）	・まだまだ冬の時代が続く。
	□	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・まだまだ消費者の飲食店での行動は慎重な傾向が続く。飲料の販売増加は期待できない。
	□	一般小売店〔贈答品〕 （経営者）	・諸物価の上昇、新型コロナウイルスの感染状況がなかなか収まらないことなどから、個人も法人も同じように少し経済や付き合いの幅を狭くする状態が続く。
	□	一般小売店〔果物〕 （店員）	・3か月ほどでは変わらない。
	□	一般小売店〔和菓子〕 （企画担当）	・不安定要素がいろいろある。賃上げの問題や落ち着いたとはいえ円安の問題、ウクライナや中国・朝鮮情勢等、不安定な要素が多過ぎて先行きは分からない。
	□	一般小売店〔生活用品〕 （販売担当）	・これから新年度に向かっていくが、これといって明るい材料が見当たらない。
	□	一般小売店〔書店〕 （営業担当）	・年度末の予算消化が始まったが、前年と比べると9月～10月の円安の影響で、予算残が少ない。
	□	百貨店（販売促進担当）	・閑散期からの切り替わりで、今とそれほど変わらないと予測する。
	□	百貨店（販売担当）	・年末年始は来店客も多かった。バレンタイン関連は出だし好調である。反対にコロナ禍で売上が伸びた自家需要品は低迷している。
	□	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類引下げでマスク着用の緩和が浸透すれば、4～5月くらいには景気回復がみえてくるのではないかと。
	□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は今後そこまで大きく変化しないと思われるが、物価高の影響を受けた買い控えが懸念される。
	□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍の影響は余りなくなってきたが、物価高の影響などにより商品の値上げが続いており、消費マインドが上がってくるのか疑問を感じている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になったとしても、現状でも客の動きは以前に戻っており来客数が今以上に増えるとは考えられないため、今と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・最低限必要な物は単価が上がっても購入するが、それ以外の物は後回しになるため、その分の売上がない状況である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（営業企画）	・まだしばらくは原材料の価格高騰が続くと見込まれ、商品価格も高止まりが予想されるなか、消費の低迷を見込む。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・景気が上向きになる理由が余り思い付かない。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務）	・毎日の来客数は前年と余り変わらない。ただし、必要最低限の買物にとどまっており相変わらず財布のひもは固い。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・中国からの供給不安定で需要を賄えなくなる可能性がある。必需品の動きは順調だが、販売者の売り方が問われそうな商戦に感じる。値上げがまだまだありそうなことも懸念材料である。消耗品のアルミホイルの価格がかなり上昇し、販売量がどうなるか注視している。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・良い習慣が定着すれば、売上利益の取りこぼしが減っていく。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・春休みに入って、お花見などへ出掛ける人の来店を期待したい。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・行動制限の緩和から来客数は高まってきたが、落ち着きを見せている。物価高がまだ落ち着きを見せず、水道光熱費など生活にまつわるものも高騰しており、油断はできない状況である。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（本部管理担当）	・売上の要素を来客数と客単価に着目してみると、世間全般の値上げによる販売単価の上昇で売上が好調な小売業が多い。一方で、来客数の上昇は期待を下回る状況である。また、利益に注目した場合、値入率の高騰、水道光熱費の高騰などで売上ほど利益は伸びていない。この状態が継続すれば、近い将来にも小売業に不景気が訪れると想定する。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・天候が落ち着いても、値上げラッシュのため一見客は洋服を買う気持ちが萎える状態がまだしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売企画担当）	・なかなか需要が回復しない。インバウンドもまだ期待できない。土産物の子供向け浴衣などがまだ動かない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（売場担当）	・物価高対策として、政労使による賃上げの気運が高まっているが、企業もエネルギー代の高騰で負担が増加しており、期待するほどの賃上げが行われるとは思えない。そうした点から、今後の景気も現在と大きな変化はないと考える。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・客と話をしても購買意欲が感じられない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価高の影響は広くある一方で、賃金が上昇するのは一部の企業においてのみではないのか。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ物価の上昇が続くそうであるが、大手企業がこの春賃上げに積極的に取り組むというニュースが出ているため、現状維持の景気若しくは、中小企業にも賃上げが広がれば景気が良くなる可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する姿勢も変化し、人の動きに活気が出てきたのはプラス要素だが、一方で物価高が顕著になってきており、その影響次第で良い方にも悪い方にも転じる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・先が見通せない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・やはり明るい材料がないのが一番大きい。これから何か大きく変わるという要素もないため、この調子で進んでもおかしくはない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今後の新しい賃金にもおおよその目算が立ち、自動車販売店も決算販売の真っ最中となる。しかし、客の求める車と登録可能な車両のアンマッチは続くため、なかなか販売は厳しい環境に置かれている。物価上昇もまだまだ続くだろうし、客の購買意欲にはまだ盛り上がりを感じられない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・それほど急激に製造業が活気付くとは思えないため、しばらく停滞した状態が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・春に向かって来客数は増えていく見込みであるが、メーカーから商品の生産・入荷に関して色よい返答はない。年間予定もつかめない状況になってきている。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で様子見及び中断していた現場が動き始めた。ただし、先が読めないということで大規模な物件については検討中という姿勢が強い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・中堅中小企業まで賃上げが行われるかどうかである。上場・大企業のみでは、物価高の環境においては景気回復は限定的である。
	□	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染法上の分類を、今春を視野に見直す方向で検討が進められているが、5類感染症に移行した場合、行動制限がなくなり医療現場の状況も変わる。ただ、それが良くなるのか悪くなるのか読めない。また、コロナ禍での生活習慣に慣れているため、3年前の生活には戻らない。
	□	観光型ホテル（支配人）	・引き続きコロナ禍の影響が続くと思われる。全国旅行支援の補助金減額の影響も大きい。
	□	都市型ホテル（従業員）	・全国旅行支援の終了もあるため何とも見通せない。
	□	旅行代理店（経営者）	・インバウンドなどに関連する業界は、当分は激減していた需要が戻ってくるが、生活形態が変化しているため、宴会は1次会で終わる。光熱費の高騰や物価上昇に伴い、賃上げがあっても新型コロナウイルス感染症発生前と同じようには戻らない。
	□	旅行代理店（営業担当）	・団体旅行の問合せは増えてきているが、下期以降の実施がほとんどで、上期は依然厳しい状況が予想される。
	□	タクシー運転手	・最近にない異常な寒波のせいで短い距離の利用客は増えてきているが、夜間の長距離利用客が少なく売上が増えないため、現状維持の状態がまだ続く。現在の寒さが収まるまでは、変わらない。
	□	通信会社（企画担当）	・新規契約件数がもう少し増えてくるようであれば好転の兆しと思えるが、まだそこまでの状況ではないため、現状維持程度と見込む。
	□	通信会社（営業担当）	・半導体不足が解消されるまでは、この状態がしばらく続く。
	□	通信会社（営業担当）	・今までと変わらない。
	□	通信会社（営業担当）	・前月より変化はないと考える。
	□	テーマパーク職員（総務担当）	・少しずつ円高傾向にあるが、海外情勢の安定が見込めない。
	□	ゴルフ場（支配人）	・2か月先の3月の予約数は、現時点で各ゴルフ場共に前年同日比を大きくクリアしており、この先もこのまま順調に推移するとみている。
	□	設計事務所（経営者）	・少し案件数が戻ってはいるが、良くなる材料が乏しい。
	□	住宅販売会社（従業員）	・材料の価格高騰もあり販売価格の値上げを行ったが、販売量に大きな変化はない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・金利が上がる前に家を持ちたいと思う若い人が少し増えたようである。
	□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・今のところ、個人の住宅新築やリフォーム、企業の設備投資など安定して見積依頼や引き合いがきている。
	□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・繁忙期も終盤になる頃で、どこまで維持できるかが課題である。
	▲	商店街（代表者）	・光熱費がかなり上がっていて、いろいろな物も値上がりしているため、財布のひもを引き締めるのは当然のことである。消費拡大はとて望めそうにない。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これだけ値上げが続くとやはり買い控えるようになり、買物の回数も減らすようになる。
	▲	百貨店（売場主任）	・海外からの輸入品は納期が遅く、国内生産の商品も原料が高くなってまた値上げになるため、売上は少しずつ厳しい状況になる。
	▲	百貨店（経理担当）	・インバウンド拡大の期待というプラス要素は、更なる物価高がもたらす企業の業績悪化や消費者の買い控えのマイナス要素によって打ち消され、全体として景気はやや後退すると考える。
	▲	スーパー（店員）	・4月より担当カテゴリーの値上げが予定されている。
	▲	スーパー（店員）	・1月下旬に襲った記録的な寒波の影響が間違いなく出てくる。野菜や果物がこれから価格上昇に転じ、電気代や物価の高騰も重なって、かなり苦しい状況に追い込まれる。
	▲	スーパー（支店長）	・生活に関わる全ての物での値上げラッシュにより、ますます好性の高い商品は売行き鈍感必至である。値上げに対して個人所得が増えない以上は、今後も商売を続けていく上で厳しい環境が続く。国には中小企業を支える政策を打ち出してほしい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	コンビニ（エリア担当）	・電気代の高騰、物価高や円安などにより、状況は一層厳しくなる。
	▲	コンビニ（店長）	・1月下旬に新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じ、売上増加に期待しているが、物価上昇などの影響を考えると全く先が読めない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・人気車種のほとんどが販売停止になっており、欲しい車があっても販売できない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・一部車種の値上げのため、販売台数の減少が考えられる。
	▲	住関連販売店（経営者）	・物価高の影響からやや悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・食材を中心として値上げがひどい。物価が高騰しており外食等に使う金の余裕がない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・原料費の高騰や公共料金の値上げによって商品を値上げした。客単価は上がったが、常連客の来店頻度が減ると予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・光熱費など全ての値上がりひどすぎて、財布のひもが緩まないのは仕方がない。当分の間は景気が上向くことはなく、気持ちばかりが焦る。
	▲	一般レストラン（従業員）	・電気代の値上げが消費を抑える。
	▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、ウクライナ、原材料高騰などでマイナス心理が働いているなかで、税を上げるという議論だけでも、景気の気の部分が落ち込むことは明らかである。
	▲	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・値上げにより販売数量が5%程度減っている。仕入価格や賃金の上昇、固定費の上昇などコスト高のため購入量を抑えたいという商談が増えている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援も3月までで、4月以降の状況は不透明である。
	▲	タクシー運転手	・景気対策はなく、増税のおそれがある。
	▲	理美容室（経営者）	・客との話から、物価がいろいろ上がって段々と景気が悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・まだまだ物価が下がらないことと光熱費がまだ上がるということで、客の消費マインドとしても余り良い景気とは受け取れない。
	▲	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・前年の春、秋に続き、原価高騰の波がまた押し寄せてきている。光熱費の価格上昇は恐ろしい。
	▲	設計事務所（職員）	・今の政策には景気が良くなる要因が乏しく、これから良くなる可能性は低い。
	×	商店街（代表者）	・家電製品を始め工事部材等の値上げ幅が大きいいため、販売単価は上がっても販売数はそれ以上に落ちると思われる。ソフト料金を値上げして利益を確保したいが、限界がある。
	×	スーパー（店長）	・商品値上げによる買い控えと競合店との価格競争から、悪くなる。
	×	コンビニ（店長）	・仕入商品の値上げにより販売量が落ち、光熱費の上昇や配送費用の高騰で販売経費が上がり、利益率の下落を実感する。
	×	コンビニ（店長）	・依然として景気が上向く要因が見つからない。客の多くに、公共料金の高額な支払を何とか払っている様子もみられる。蓄えも余りなく、新型コロナウイルスの感染やけが等で仕事に行けなくなったらどうしようといった声も聞く。
	×	観光名所（案内係）	・人出が少ない上に、値上げや物価高騰はこれからもまだ続くと思われ、全く良くなる兆しはない。
	×	パチンコ店（経営者）	・業界全体の収縮が止まらず、新機種などの効果も今一つの状態が続いている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後は金利上昇、物価高で家のローンに回す金が今までより少なくなるため、分譲住宅の売行きが悪くなる。
	×	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・人材確保が難しく、職業安定所や人材派遣会社に相談しても労働力不足で見通しが立たない。今のところ景気回復は見込めない。
企業動向関連	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けて取引先から設備投資を受注しているため、2～3か月先は今より良くなる。
(東海)	◎	輸送業（エリア担当）	・他社の値上げを受け、運送業界全体が値上げして適正な利益が生まれるようになると思う。
	○	化学工業（営業担当）	・自動車向け以外の電材需要は一部回復の見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	輸送業（従業員）	・2024年問題もあり運賃が上昇するかもしれないが、その反面人手不足は相変わらずである。受注量は新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻ってきており、今後も続きそうであるため、それにどう対応できるかが課題である。
	○	通信業（総務担当）	・サービス業界の業績向上が期待できる。
	○	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、経済が活性化される。
	○	不動産業（経営者）	・今後は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向で推移すると見込まれ、外出や遠出をする人は徐々に増加傾向になっていくと予測している。今後の売上は徐々に増加していき、前年を上回る状況は継続していく。
	○	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・我が国にとっては厳しい円高が20年ほど続き、国内の産業は空っぽになったが、円安状態が長く続けば国内回帰が起こり再び活性化する。新製品の引き合いもきており、より高度な開発が要求されるため一層の努力が必要である。
	□	化学工業（総務秘書）	・しばらくアフターコロナを満喫したいと世間は考えている。中止されてきたイベントやコンサートは再開され、体力のある会社は賃上げを宣言している。極端な円安も収まっている。景気は、大きく上げることもし下げることもないと考える。
	□	窯業・土石製品製造業（社員）	・前年10月頃の急激な円安で原料価格が大幅に上昇したが、円相場が落ち着き今後しばらくは上がらないと思われるため、現状維持と考える。
	□	一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資の長期計画が凍結や延期になっている状況には、好転する材料が見当たらない。
	□	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量の見込みから、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・余り変化は見込めない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体等電子部品の供給不足により通信系機器の納期が遅れており、はっきりとした見通しが立てづらい。業績への影響がどの程度になるか不安である。
	□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・2023年度中の受注量はそれほど上がらず、2024年以降に上昇する計画である。
	□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・この冬の寒さもあり、当分、燃料費が下がる気配も給料が上がる気配もなく、変わる要素がない。
	□	建設業（経営者）	・政治の状況をみていると、政策等の判断が遅く不安がある。
	□	輸送業（経営者）	・荷主からは荷量の回復につながる話も出ていないし、燃料の価格高騰や人手不足も収まる気配がない。
	□	輸送業（エリア担当）	・国際航空貨物は世界の事情に影響される。国際経済、政治情勢が不安定であるため予測が難しいが、季節的には増加する時期となる。
	□	通信業（法人営業担当）	・まだこれからも物価高が予測されており、一般庶民の財布のひもはますます固くなる。景気は上向いてほしいと願うが、庶民の感覚からするとまだまだ景気が上向く状況ではない。
	□	金融業（企画担当）	・中小企業は原材料費等の高騰を価格に転嫁しづらく、利益への影響は大きい。中小企業の賃上げも進まない個人消費も上向かないため、当面現状の景気が続くと思われる。
	□	広告代理店（制作担当）	・春に向けて各イベントの予定はあるが、規模は縮小されるものが多く、告知等も控えめになってきている。
	□	会計事務所（職員）	・コロナ禍で人同士の接触を避ける傾向がみられたが、最近はその傾向がみられなくなっている。円安は落ち着いているが物価が高止まりしているため、今後も景気が良くなるとは思えない。
	▲	食料品製造業（経営企画担当）	・春先にかけても値上げラッシュは収まらず、引き続き厳しい状況は続く。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気も悪いが、2～3か月先も原材料価格の値上げ分を製品価格へ転嫁できず、収益面で悪化して景気はやや悪くなると見込む。
	▲	鉄鋼業（経営者）	・当地域の傾向として、自動車業界の生産量が上向くと全体が上向く傾向があるが、その兆候はない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・材料価格が高止まりで推移するなかで、価格を下げて販売する製品がある。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・年度が替わると仕事の落ち込みが大きいのでは、という声をよく聞く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・下半期にかけて素材価格が2割近く上がっている。今後生産される製品はその分を価格転嫁して販売されるため、需要は落ち込むのではないかと。
	▲	建設業（役員）	・不動産購入に対する税制優遇が縮小傾向の上に物価高で販売価格も上がる一方では、客側のメリットが少ない。一般のファミリー層の動きが悪く、一部の富裕層やディンクス層が少し動いている様子である。
	▲	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は余り変わらないのに感染症法上の分類が5類感染症へと移行する。景気が良くないなかで、今後は新型コロナウイルス感染症になっても何も休業補償が無くなり、この先は保障なしで仕事を休む人も出てきて、需要が減るかもしれない。
	▲	通信業（法人営業担当）	・ウィズコロナの掛け声のもと、働き方や営業方法が変わってきている。それに伴ってコミュニティやコミュニケーションの取り方も変わり、必要な交際費などの支出が極端に減った。娯楽や飲食に関わる支出項目や金額が減り、それを生活のための基本的な消費に充てる状況になっている。
	▲	金融業（従業員）	・例年と比べると今後の景気の伸びには期待もあり、世間一般では、今後は消費指数等も上がっていくイメージが強い。
	▲	不動産業（経営者）	・様子見の状況が続く。
	▲	公認会計士	・中小企業でも価格転嫁を少し始めているが、それ以上に物価の上昇が激しく、値上げ幅では吸収できなくなっている。消費者が必要な物資の価格高騰も顕著で、今後、消費の減少が見込まれる。新型コロナウイルス感染症関連の補助金も3月末で多くが無くなり、企業の収益も圧迫され賃金上昇もすぐには難しいため、家計を見直す消費者が増えて景気の悪化が予想される。新型コロナウイルス感染症関連の融資返済が徐々にスタートするなかで金利の上昇も景気が悪くなる要因と考えられる。
	▲	会計事務所（職員）	・年末に物価上昇を考慮して特別ボーナスを出した顧問先が2社あった。しかし、これからも再値上げがあると考えられるため、財布のひもは固くなり景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・商品の値上がりで購買意欲が落ち込む恐れがある。
	×	食料品製造業（営業担当）	・様々な業種で、食料品などの家庭必需品の値上がりによるし好品の買い控えが大きく影響している。今後更に当業界は厳しくなる見込みである。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・給料は上がらないのに物価だけ上がっていき、どんどん生活しにくくなる。今後も同じ状況がまだ続けば、景気が上向くわけがない。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・全ての材料、電気、素材が高騰していて、利益率の下降が著しい。円安の影響もある。
	×	輸送業（エリア担当）	・年末の繁忙期は僅か数日間のピークであった。年が明けてびたりと荷物が動かなくなってしまった。これから年度末に向けて例年であれば荷物が増えていく時期であるが、その状況は全く予想できず、このまま低迷するのではないかと。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・用紙代の再々値上げの影響で、折込広告の出稿が減少している。
雇用関連	◎	職業安定所（職員）	・海外からの渡航制限が大幅に緩和され、外国人労働者等の入国が一層進むことで、人手不足感が緩和されると考えられる。
(東海)	○	人材派遣会社（社員）	・期末に向けて人の流動が発生する。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・4月の派遣採用に向けて派遣先各社が動き出す時期である。2月中に4月採用を決定していく企業が増える。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・先行して客から聞いている4月以降の案件は、例年より若干多く感じる。本当に人手が不足する領域や客にない技術領域であれば、外部人材を活用する機会が増えるかと予想する。
	○	求人情報誌（営業担当）	・4月入社を見据えての転職活動が活発となる。人員配置が決まることから、求人数にも影響がある。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類引下げによって、観光業などが完全に回復してくることに期待したい。
	○	民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は順調に右肩上がりの状況である。年度末を迎えるに当たり人の動きが多くなり、更に求人数の増加が見込まれる。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の5類への引下げが確定し、医療機関の採用控えが解消され、医療系学生の採用は回復すると見込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	人材派遣会社（経営企画）	・特に景況変化の要素はない。
	□	人材派遣会社（社員）	・宴会での利用が少しずつ増えてきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数によっては宴会が開催されるか直前まで未定なので、不安定である。
	□	人材派遣会社（企画統括）	・新型コロナウイルス感染症に関連する動きなど先行き不透明な材料があり、景気が回復する決め手がない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・春闘が始まったが、物価上昇分をカバーする賃上げは期待できない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は増加する傾向でも、求職者が増えないため、採用数は良くても横ばいと推測する。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現状もかなり冷えた状況であるが、今後もしばらく大きな変化はなく、現状の景気が続くと予想する。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が予断を許さない状況であるが、行動規制がなく年末年始の帰省や旅行が行われることで財布のひもが緩む一方、年明けから値上げされる商品も多いことから買い控えが起こる。
	□	職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるが、主要産業である製造業関係の半導体等の部品不足が解消されていないことや、エネルギー価格の高騰、物価高など不安要素がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人、求職に大きな動きはないが、新型コロナウイルス感染症は第8波の感染状況を呈しており、今後の経済活動への影響が懸念される。海外情勢の不安定化や物価の上昇も継続しており、先行きは不透明な状況である。
	□	職業安定所（職員）	・2～3か月先に雇用情勢が好転するとはとても思えない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月入社を目指して活動意欲の高い求職者が動き続ける時期である。経済情勢の動向も気になるところであるが、現状では求人募集を継続している企業が大半である。
	▲	人材派遣業（営業担当）	・景気後退の波は継続すると見込む。政府の支援も余り効果はなく、中小及び小規模企業はますます厳しい状況へ進むと予測する。
	▲	アウトソーシング企業（エリア担当）	・2月以降、半導体不足の改善で生産台数が増加すると発表され、生産体制の安定や残業時間の増加は見込まれるが、他地区では半導体関連で人の動きが激しくなっていると聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・電気料金やガス代が値上がりし、経営を圧迫する。燃料費が高止まりしており、引き続き電気、ガス代は高値が続くことが予想される。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (北陸)	◎	*	*
	○	商店街（代表者）	・一部の海外直行便が3月より復活するようで、インバウンド需要に期待している。その反面、日本人の財布のひもは相変わらず固く、全国旅行支援等による来客数の増加が見込めない限り、売上は厳しいとみている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・大雪により悪化した分は解消されると考える。
	○	乗用車販売店（経営者）	・メーカーからの新車入荷が多少良くなる情報があり、売上の増加も期待できるため、やや良くなると思う。
	○	乗用車販売店（従業員）	・積雪の多い地域のため、今年も雪の日が続き客足が悪くなっているが、新型車への問合せもあり、春に向けて期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・直近では新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着きつつあり、生活者の行動も以前の日常と変わらない状況になってきている。こうしたなかで、全国旅行支援の利用者やインバウンドなどの旅行者が増加し、生活者の行動範囲は更に拡大して、支出の増加が期待できる。
	○	タクシー運転手	・観光やその他の行事の予約が入り始めている。
	○	通信会社（営業担当）	・新入学を迎えるこの時期は、販売台数が良くなる傾向にあってほしいと考える。
	○	通信会社（役員）	・商戦期を迎え、特に通信サービスの新規契約者数が増加することが期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類感染症への移行が打ち出され、室内でのマスクの制限も緩和されれば、春先から少しずつでも、しっかりと上向いてくることが期待できる。
	○	美容室(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波が収束し、5類感染症への移行もあれば、消費者の消費行動も活発化してくる。
	○	住宅販売会社(従業員)	・施工単価や金利の上昇が今後も考えられるなかでも、住宅の購入意欲やリフォームの要望は強いようである。好機と考える人が、行動に移している。
	□	商店街(代表者)	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和が話題になってはいるが、数年ぶりに買物に来たという客も多く、景気回復にはまだ時間が掛かるとみている。
	□	一般小売店[精肉] (店長)	・来客数は多少増えてきているが、4月から値上げ等があるため、買い控えがあると考ええる。
	□	一般小売店[書籍] (従業員)	・効果的な景気対策もなく、現状と変わらない状態が続くと考える。
	□	百貨店(販売担当)	・当面購買行動には慎重な傾向が続くと考える。2月以降も商材の値上げが続く予定で、春に向けて購買心理の低下が更に大きくなるとみている。一方、旅行やビジネス移動における需要が増え、新入学、卒業などの中止していたセレモニー関連の物についても復活が期待でき、この分野の需要は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ると考える。モチベーション訴求による需要拡大が期待でき、マイナス面があっても現状維持になるとみている。
	□	衣料品専門店(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザ、大雪の影響など、まだまだ気が抜けない日が続いていくと考える。
	□	家電量販店(店長)	・4月の電気料金値上げに対して省エネ家電への買換えを検討する客も増えたが、故障による買換えの客がほとんどで、セール等を実施しないと来客数が増えない。
	□	乗用車販売店(役員)	・電気料金の高騰など、物価の上昇傾向は今後も変わらないと考える。
	□	自動車備品販売店(役員)	・新車の納期は安定しているが、中古車の動きがまだ戻ってきておらず、全体としては厳しい状況になるとみている。春商戦に向けても、値上げ情報があるため、明るい兆しはみられない。
	□	住関連専門店(役員)	・食品や電気料金など必要な生活費が増え、耐久消費財や趣味し好品に回る金が減っている。先が見えない経済情勢のなかで、少しでも節約しようという思いが強まっている。
	□	その他専門店[酒] (経営者)	・毎回のことだが、これ以上悪くなってほしくないということである。
	□	高級レストラン(スタッフ)	・足元の物価高もあり、単価の高い飲食店に対する来店者の動機は上向きにならないと考える。
	□	一般レストラン(店長)	・全国旅行支援などの利用が普通になり、お買い得感がないために客が動かないようにみえる。飲食店には余り効果を感じられない。
	□	一般レストラン(統括)	・新型コロナウイルス感染症が、今年のゴールデンウィーク明けから季節性インフルエンザと同等の5類感染症になり、行動制限がなくなれば、景気が少しずつ良くなると考える。一方で我が国の物価の上昇は続いており、今後も歯止めが利かないとみられるため、簡単に景気や外食市場が右肩上がりになるという楽観視はできない。
	□	観光型旅館(経営者)	・電気料金の値上げなどにより燃料費や水道光熱費、食材仕入価格など経費が増加する割合に対し、売上が追いつかないと考える。
	□	都市型ホテル(スタッフ)	・コロナ禍からの回復の兆しが見えてきたものの、物価高による生活防衛意識の高まりを感じる。
	□	旅行代理店(従業員)	・旅行に抵抗がない客とそうでない客が極端に分かれている。海外旅行についても、地方路線の復活にはまだまだ時間が掛かりそうである。
	□	タクシー運転手	・最近では新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきている。インフルエンザも流行しなければ、タクシー利用者も横ばいで、余り変化はないと考える。
	□	通信会社(営業担当)	・現状のまましばらく続くと考える。
	□	通信会社(役員)	・物価の上昇が継続しており、賃上げの状況にもよるが、改善する材料が乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	住宅販売会社（従業員）	・今後も住宅価格の高止まりが懸念されることに長期金利の上昇も加われば、更に客は減るとみている。まだ低金利であることを理解してもらうことに注力することで、どの程度契約者数を増やせるか、営業力の差が出てくると考える。
	□	住宅販売会社（従業員）	・日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大により住宅ローンの金利も上がると考えられ、景気が上向きになるとは考えられない。
	▲	商店街（代表者）	・給料のアップ、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの収束をどれだけ短期間で実現し、景気回復に転ずるか次第である。また、電気料金のアップについては、家庭料金でさえ非常に高くなっており、店や商店街の維持にも大きく影響しそうである。
	▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・物価の上昇が止まらず、今後も値上げの予定ばかりで、消費者は必要最小限の商材しか購入しない。この傾向は将来的にも続くともみている。
	▲	百貨店（売場主任）	・2月から春先にかけて更なる値上げが予定されており、生活防衛意識が弱まることはないため、消費はしばらく低迷するとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価の上昇と電気料金の値上げムードが浸透し、節約モードに入り厳しくなるとみている。婦人アパレルへの影響は非常に大きい、ギフト需要や引き出物などの冠婚葬祭に関連した需要については比較的影響が少なく、低迷していない。引き続き注視し、継続した企画を実施していく。
	▲	スーパー（店長）	・物価高や電気料金の高騰もあり、客の買い方が控えめになっている。来客数は多いが売上の伸びが一時期より小さくなっている。
	▲	スーパー（仕入担当）	・2～3月に多くの食品の値上げが控えているため、販売量に大きく影響を及ぼすと考える。
	▲	コンビニ（店長）	・売上を金額のみでみると多少増加するが、来客数は確実に減少すると考える。当店の単価の上昇や、様々な物価の上昇により買い控えも起こっている。1日3回の来店が2回に、週5日の利用が週3～4日に減少するように、客の来店機会が減ってきている感覚がある。これは全ての客というわけではないが、現場ではそういった傾向が感じられ、確実に1日当たりの来客数が減少している。客の流れが滞るため、売上が維持されても景気という点ではマイナスだと考える。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇は今後も続き、全般の出費をますます見直さざるを得なくなる。
	▲	家電量販店（本部）	・電気料金の高騰が消費者マインドを悪くし、経営面でも収益を圧迫すると考える。
	▲	スナック（経営者）	・春には県議会議員選挙がある。また、物価高による影響も避けられないと考える。
	▲	通信会社（職員）	・物価変動の見通しが不透明である。
	▲	テーマパーク（役員）	・現在の全国旅行支援がいつまで続くかという問題や、物価高により客の財布のひもが固くなっているように感じられることから、全体としてはやや悪くなるとみている。
	▲	パチンコ店（経理）	・電気料金の値上げや諸物価の上昇に加えて増税論議もある状況では、消費意欲は湧かないと考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	・物価高が進む上に電気料金も大幅値上げとなるなど、消費マインドを低下させる要素しか思い浮かばない。さらに、住宅ローン金利も上昇する気配があり、そうなれば業界的に大打撃を受けるものと危惧している。
	×	スーパー（総務担当）	・ライフラインの価格高騰のため、賃上げや経済政策が追い付かない状態である。
	×	スーパー（店舗管理）	・一部報道では賃上げといわれているが、地方では難しいのが現状である。生活費の高騰は明らかであり、良くなる要素が見当たらない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・先行きの不安定感が強く、マインドの安定が望めない。
	×	家電量販店（店長）	・電気料金の高騰により、家電製品の買換え以外は客の購入意識が弱くなる。
企業動向関連	◎	不動産業（経営者）	・現在は同業者関係からの情報もなく、個人客からも法人客からも、ほとんど問合せがない状態である。
(北陸)	○	繊維工業（総括）	・4月からの電気料金の値上げの影響に加え、世界的な景況の悪化により受注の不透明感が増大している。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・製品を供給している小売店への客足が増えつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	建設業（経営者）	・ 来年度の公共事業予算がほとんど増えないが、3月の年度末を目掛けての工事発注があるとみている。
	○	司法書士	・ 定時株主総会及びその後の取締役会で決議される役員報酬が、前年より増加している会社が多くなっている。
	□	化学工業（総務担当）	・ 受注は変わらず推移すると考える。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・ ロシアによるウクライナ侵攻の先が見えない状況が続く限り、エネルギー価格や原材料価格の上昇傾向も持続するとみられ、本格的な景気回復にはまだまだ時間が掛かると考える。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・ 国内の半導体関連の需要が一旦落ち着き、為替相場の影響も読みにくいことから、先行きは不透明な状態である。
	□	建設業（役員）	・ 原材料価格については、一時期のような急激な高騰は収まったものの、今後の動向については依然として不透明感がある。
	□	通信業（営業）	・ 補助金等の新しい施策が、国、県共に特段ないため、現状維持程度とみている。
	□	金融業（融資担当）	・ 原材料の価格高騰を受けて、一部では価格転嫁できているが完全とはいえない。春先からは電気料金の値上げもあることから、予断を許さない状況である。
	□	金融業（融資担当）	・ 円安や原燃料価格の高騰が続き企業の収益を圧迫しており、価格転嫁が進まない企業は採算が悪化している。製造業の受注は増加傾向にあるが、一部の企業で部品の調達ができず納期に遅れが生じている。
	□	税理士（所長）	・ 顧問先へのヒアリングでは明るい材料が見当たらず、しばらくは鈍化したまま進むと考える。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・ この先のエネルギーや物流絡みのコストアップが、収益を更に圧迫すると考える。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・ 2～3か月先の分の受注の状況のみをみて、やや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 自動車関連、産業機械関連共に、受注状況については大きな変化はないとみているが、材料や燃料、運賃、電力、人件費等、ほとんどが上昇しているなかで価格転嫁に時間を要しており、利益を押し下げる状況が続いている。また、金利も上昇局面にあり、企業体力が削られている。当面は非常に厳しい状況が続くと考える。
	▲	輸送業（役員）	・ 円安の状況は、当分変わらないのではないかと考える。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・ 新年度に向かい求職者と求人内容が徐々にマッチングし、雇用契約者数の増加につながると考える。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	・ 3月は年度末となり新聞広告申込みが比較的多い時期であるが、2月も例年と比べて広告掲載の申込みが多い。内容は販促やイベント告知など様々で、決算を控えて各企業の営業活動が活発化している印象を受ける。
	○	職業安定所（職員）	・ 年度末や年度初めに当たるため一時は上向きになるが、ゴールデンウィーク後には恐らく低下すると考える。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・ アフターコロナに向けての制限緩和が進むことで、にぎわいと消費が拡大してくると考える。求人数と求職者数の増加を期待したい。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 大きな雇用の話が出てこない。
	□	職業安定所（職員）	・ 求人数は緩やかに増加しているが、今後のエネルギー価格や原材料価格の高騰が懸念される。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・ 物価の上昇や円安の傾向が続き、求人数についての状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・ 取引先からは、生産減少などの悪いニュースが目を追うごとに多く入るようになってきている。
	▲	職業安定所（職員）	・ 電気料金の高騰が家計を圧迫しているため、それ以外の出費を抑えることにつながると考える。

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

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)	◎	一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	・高度成長期の再来が予想される。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・インバウンド売上が更に増えるほか、コロナ禍に対する対応の見直しが発表されるなか、2025年の大阪・関西万博の話題が今年くらいから増えてくることから、徐々に消費に対する影響も出てくることが予想される。また、旅行関連の売上も顕著に増えており、今後も増加が予想される。
	◎	百貨店（外商担当）	・当面、国内客の購買意欲は上昇が続くと予想されるなか、インバウンドの復活がより一層強まる気配も感じられる。中国本土からの客が回復してくれば、かなりの景気の回復が期待できる。
	◎	百貨店（サービス担当）	・これまでの傾向に変化はなく、来客数の増加でより一層好調に推移すると予想される。また、今後も新しいショップの導入や改装効果により、売上の拡大につながる。
	◎	百貨店（特選品担当）	・インバウンド関連では、桜の季節をめぐりに徐々に中国人客が増えてくることが予想される。
	◎	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが5月8日から5類感染症に移行となる見込みのため、来客数が以前の水準に戻り、売上も95%程度に回復する見込みである。
	◎	コンビニ（店員）	・冬の寒い時期でも来客数が多く、売上も伸びているため、春になって暖かくなれば、更に外出の機会が増える。当店の立地による特徴もあるが、コンビニは商品価格が高いものの、飲料やたばこなどがすぐに購入できて便利のため、今後も利用は増える。
	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、中国からの訪日客の増加などによる、宿泊需要の増加が予想される。
	◎	観光名所（企画担当）	・行動制限のない年末年始となり、大半が国内客であるが、来場者数が増加した。今後もこの状況が続く、外国人客も増えてくることを期待している。
	◎	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕 (企画担当)	・新型コロナウイルスが5類感染症に変更される見通しであり、出控えなどの影響がなくなっていくことが予想される。
	○	一般小売店〔事務用品〕 (経営者)	・物価の上昇は続くものの、アフターコロナに対する期待は高い。
	○	百貨店（売場主任）	・来客数は月を追うごとに回復しており、海外からの客による免税売上も増加傾向にある。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客の増加に期待している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・不透明な環境下ではあるが、新型コロナウイルス感染症の分類変更が検討されていることもあり、景気は上向くと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の影響が和らいでおり、特に来街者の増加が著しい。インバウンド、国内旅行客を問わず増えており、今後は更なる好調が期待できる。
	○	百貨店（外商担当）	・5月に新型コロナウイルスの分類が5類感染症に変更される見込みであるため、徐々にではあるが、通常の生活に戻っていくと予想される。それに伴い、外出用やイベント用の紳士、婦人服のほか、新築に伴う家具、インテリア関連商品の需要も増えると予想される。
○	百貨店（マネージャー）	・環境的には、バレンタインデーや春の行楽、モチベーション需要、インバウンド、コロナ禍関連の規制緩和などで、特に百貨店の強い市場の活性化が進むと予想される。商材による差はあるものの、全体的にはやや良くなると予想されるなか、今後は賃金のアップなどによる消費マインドの変化がポイントとなる。	
○	百貨店（販売推進担当）	・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスが5類感染症に移行するのに伴い、客の動きが活発化する。	
○	百貨店（店長）	・コロナ禍からの解放感により、外出や旅行が増えていく。それに伴い、消費は間違いなく増加するほか、インバウンドの増加も期待される。後はウクライナ危機などによる物価の上昇で、消費マインドの低迷が懸念されるものの、これは賃金のペースアップの動き次第でもある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	スーパー（企画担当）	・エネルギー相場にも落ち着きが見られるなか、価格政策としてのエブリデーロープライスも定着しつつあり、既存店舗の売上が徐々に回復基調となっている。
	○	コンビニ（経営者）	・企業の出張や外国人観光客は更に増えることが予想されるほか、多くの商品の値上げで客単価もアップしているため、売上の増加が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かくなり始めれば、人の動きも増えると期待している。
	○	コンビニ（店員）	・行動制限がなくなったことで、客が増える。
	○	衣料品専門店（店員）	・3月後半になって気温が上がると、春物商材の売上の増加が見込まれる。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・今後は人の動きが増えると予想される。
	○	家電量販店（経営者）	・マスクの着用ルールの変更など、少し明るい兆しが見られる。
	○	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍の影響が弱まったことで、新生活需要が増える可能性がある。また、転勤などの増加も予想されるなど、ようやく以前の状況に戻ると期待している。
	○	家電量販店（企画担当）	・こどもエコすまいる支援事業を中心とした、リフォーム補助金が必要な起爆剤となる。特に、断熱改修の先進的窓リノベ事業の補助金が消費の大きな増加につながる。また、住宅省エネ2023キャンペーンによる効果にも期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・徐々に供給量の増加が見込めるため、販売量の増加が期待される。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・4月以降も引き続き在庫が増える予定で、待っている客への納車が更に進む。
	○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数次第で変わるため、感染第8波が終了すれば徐々に良くなる。ただし、今の物価の上昇や、4月以降の値上げ加速の影響がどこまで出るかで、売上が左右される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・コロナ禍の開始から3年がたち、そろそろマスクの着用も解除され、自由に買物や旅行に行けるようになることで、消費意欲の向上が期待される。季節も変わるため、生活必需品だけでなく、もう1品にも手が伸びるような賃金アップを期待したい。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・春に向けたユニフォームの新調など、受注量の増加を期待している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行決定に加え、季節性インフルエンザの流行も落ち着いてくる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症への対応に転換期が訪れようとしており、元の生活へと徐々に戻る期待が高まっている。空港でも水際対策が緩和され、海外からの観光客やビジネス客が一気に増えつつあり、サービス業や飲食店での盛り返しに期待が掛かる。ただし、仕入価格の上昇はまだ続きそうで、大幅な利益の確保にはまだまだ時間が掛かる。
	○	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、いろいろな面で社会が動き始める。
	○	一般レストラン（店員）	・季節が良くなり、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症への対応も緩和されるため、今後に期待している。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は大きく減っていないが、ウィズコロナで社会活動を続ける必要があるという客の考えで、来客数は通常どおりとなっている。旅行者や観光地の動きも、今までのように戻っているように感じる。5月には新型コロナウイルスが5類感染症に変更となるため、前向きな形で来客数が増加し、経済も回復していく。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・当グループ全体でも、単価を上げた上での高稼働が期待できる。宴会や会議についても需要が多く、仮予約が順調に獲得できている。
	○	都市型ホテル（フロント）	・中国からの旅行者が増加する。また、4月は桜のシーズンでもあり、既に予約で満室となる日が増えている。
	○	都市型ホテル（販売担当）	・中国からの訪日旅行の動向を注視している。ただし、既に高稼働の日が多いため、うまく取り込めるかどうかは不透明である。
	○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に変更となるほか、外国からの客が順調に増えると予想されるが、物価の上昇が続くため、飲食の利用の回復は緩やかなものととどまる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に変更となる見通しで、行動制限が緩和されれば、ある程度は良い影響が出ると予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・3月末で全国旅行支援は終了予定であるが、インバウンドの増加による需要の拡大に期待している。春の観光シーズン入りや、新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴う、旅行需要の回復も期待される。
	○	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行するほか、マスクの着用基準の変更により、自己管理を行った上での旅行需要は更に伸びる。
	○	タクシー運転手	・当市では神社仏閣関連のイベントがある日は人出が多く、修学旅行も再開するため、今後は良くなる。
	○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に反比例して業績が変動する傾向は変わらず、新規感染者数が激増した今月は、出控え傾向がみられる。ただし、過去と比べると消費行動の抑制は限定的で、年末年始の需要も一定の動きが見られた。足元では感染状況がピークアウトした様子で、現在は消費動向の好転に期待しつつ、反転攻勢に備えている。
	○	美容室（店員）	・卒業式や入学式などの行事が対面で行われる見込みのため、予約が入り始めている。
	○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐので、毎年寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
	○	住宅販売会社（経営者）	・年末年始の雰囲気脱し、繁忙期に向けて取引量も増えてくる。
	○	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来客数や、来場のインターネット予約が増加傾向にある。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年度末の繁忙期を迎え、忙しくなることは確実である。売上予想も前年度を上回ることが予想される。
	□	商店街（代表者）	・客の買物が慎重になっている。特に買回品の動きが悪く、今後も大きく変わる要素はない。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・卸売の前受注はほとんどないため、その分を店頭販売のインバウンド売上で補っている。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・光熱費の上昇による影響次第である。経営が圧迫されている店も多く、当店の納品先の店では、仮に電気代が更に上がるならば、7～8月は商売ができないと話している。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・先行きが見通せないほか、着物は高額品で生活必需品ではないため、買い控えが進む。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・1月と同様に、2月も行事が少ないため、販売量の増加は期待できない。
	□	百貨店（売場主任）	・燃料費や電気代などのインフレ懸念が顕在化しつつある。コロナ禍による買い控えから立ち直りつつある消費行動に、水が差されることを懸念している。
	□	百貨店（売場主任）	・所得が増えず、物価が上昇する状況が続けば、購買意欲が減退するのは当然の結果である。そのような状況が改善されない限り、インバウンド需要の増加や、富裕層向け商品の需要拡大など、特殊な材料に期待せざるを得ない。結果として、今後も改善に向かうとは言い難い。
	□	百貨店（企画担当）	・コロナ禍への意識は徐々に薄れているが、3年間で変化した消費者の意識は以前の形には戻らない。また、様々な物の値上げがあり、生活防衛意識や節約志向が高まることで、売上の増加には期待できない。
	□	百貨店（販促担当）	・コロナ禍への対応として行動制限は実施されず、新型コロナウイルスが5類感染症に変更となることで、以前の日常が戻りそうである。一方、物価の上昇は急速に進んでおり、家計の負担はますます増えていく。趣味関連への需要は増える一方、日用品の節約は進むなど、消費は不安定な状況が続くことが予想される。
	□	百貨店（マネージャー）	・正月やバレンタインデーなどが消費意欲を後押しするなど、ハレの日やイベント時は売上が加速するが、それ以外の平常時の売上が伸び悩む傾向にある。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍の影響は薄れてくるが、電気代などの光熱費の上昇や、食料品などの値上げにより、消費マインド自体は現状と変わらないと予想される。
	□	百貨店（営業推進担当）	・コロナ禍は収束に向かうものの、原材料や燃料価格の高騰に伴う値上げの影響で、大きな伸びは期待できない。
	□	スーパー（経営者）	・燃料費や食品価格の高騰で、景気の上昇期待は全くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状の動きが今後も続く。春に賃上げがあっても、景気の推移に反映されるまでにはタイムラグがある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・他社よりも優位性があれば、売上が安定する可能性はある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・コロナ禍による大きな影響はなく、消費マインドや景気は現状と大きく変わらない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・支出額が増える一方、買上点数などが減ると予想される。客が今の状況に慣れてきたのか、それとも諦めてきた影響か、急激な変化はないように感じる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・現状維持ができればよいが、光熱費や物価の上昇が続くなか、客の節約志向の強化は避けられない。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・客の様子からは、買い控えや節約の動きが見られる。また、光熱費などの様々な値上げがある一方、年金の引下げ不安や、給料が上がらないといった不満の声を耳にする。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・売上は少し回復しつつあるが、まだまだ新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行など、周囲の環境は余り良くない。物価の上昇が売上に圧迫する動きも感じる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・異常な中古車価格の高騰も一巡し、業者による損切りの影響で価格も安定してきた。この傾向はしばらく続きそうで、大きな変動要因がなければ、更に見通しは良くなる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新車の供給状況が悪いので、好転することは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現状のあらゆる物価の上昇が止まり、為替が少しでも円高になれば、今よりも良くなる。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・実店舗での集客や販売の流れ、売上などに変化はみられない。一方、宝石に関する大型展示会でも、仕入れた後で販売するという従来の形から、オンラインでのリモート取引が増えている。対面型ではなく、リモートによる集客や提案、販売を検討していく必要性を感じている。
	<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温の低下により、風邪薬などの医薬品の売上は伸びている。一方、食品や日配品の動きは横ばいから下降気味であり、しばらくは同様の傾向が続くと予想される。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・現在、来客数や客単価は伸びておらず、2～3か月後も今月と変わらないと予想される。上場企業の今年度の決算発表までは、景気の大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	・しばらく続いてきた好調は今後も続く。今まで開催が少なかった宴会部門でも、通常の会議や宴会が少しずつ増えており、コロナ禍を気にしながら、昼食プランでの懇親会の開催がみられるなど、少しずつ動きが増えていると感じる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・宿泊や宴会は増加傾向にあるが、物価の上昇により経費が増えており、回復の動きが鈍化している。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・海外からの問合せが増えてきたものの、まだまだ受注につながるケースは少ない。全体の受注額は前年よりも増えているが、2019年と比べると40%台にも届いていない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行も、ゴールデンウィーク明けと先延ばしになり、景気回復へのインパクトには欠ける。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・インフレに対する明確な対応策がなく、掛け声だけの状況であるなど、消費者マインドが変化する好材料は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・春商戦に期待したいが、物価の上昇も進むなか、通信機器を購入する優先順位は更に下がる。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者数は増加傾向にあるが、電気料金の高騰や、仕入単価の上昇などで、景気そのものは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・全国発売のG1競走などは、ほぼ目標どおりの売上を記録しており、順調に推移している。インターネット投票にやや減少傾向がみられるものの、依然として好調な動きに変わりはない。今後は、新型コロナウイルスの5類感染症への移行が、客の動きにどう影響するかが注目される。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価の上昇が賃金のアップにつながればよいが、中小企業も含めてかなりの時間を要するため、当面は現状維持となる。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・原材料価格やエネルギー価格の上昇が、消費マインドの冷え込みにつながるリスクは変わらず、来年度の後半までは一進一退の状況が続くと予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの新規感染者数は多いが、2月は多くのコンサートが予定され、3月は野球の注目試合の開催やプロ野球公式戦も開幕となるため、かつてと同等のにぎわいを予想している。ただし、3か月後の状況は不透明であるので、全体的には現状と変わらないと考えている。
	□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・入会者が増えてきた一方、新型コロナウイルスの感染拡大などの影響で、一時的な休会も増えている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・住宅関係の建築原価が安定すれば、販売も進めやすくなる。
	▲	商店街（経営者）	・値上げラッシュの継続で、客の購買意欲が低下する。
	▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・光熱費やガソリン代のほか、仕入価格などの値上げによって利幅が伸びず、利益が上がらないため、景気の回復には至らない。
	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・景気が良くなる要素が全く見当たらず、むしろ今後も物価が上昇していくため、景気が上向き期待は一切持てない。これからの日本経済がどうなっていくのかが不安である。
	▲	百貨店（宣伝担当）	・春以降も更なる値上げが続く見込みであり、節約志向が更に加速するおそれがある。また、中国での新型コロナウイルスの感染拡大により、工場が稼働せず、春物の入荷遅れが目立っているため、売上への影響を懸念している。
	▲	スーパー（経営者）	・今月以降も幅広い値上げの動きが続く。前年の1年間で食料品の単価は5%アップしたが、光熱費も驚くほど上昇しており、客の低価格志向は高齢者や乳幼児の子育て世帯の間でますます強まる。新年度が始まるが、売上は維持できても、利益面が相当心配である。
	▲	スーパー（店長）	・食品の価格や光熱費などが更に高騰する見込みである一方、給料の増加は大半の家庭では難しい。家庭の支出額は一定で推移すると予想されるため、どこかで財布のひもを締めざるを得ない。
	▲	スーパー（店長）	・コロナ禍による景気への影響は小さくなっているが、食品を中心とした値上げの影響で、必要な物以外は買い控えが進むと予想される。
	▲	スーパー（店員）	・雪の影響で野菜の値段が更に上がるため、ますます厳しくなる。今後は全体的に値上がりが続くことから、当分は厳しい状況が続く。
	▲	スーパー（販売促進担当）	・当面は値上げ傾向が続き、物価が更に上昇すると予想されるため、節約疲れが出てくるまでは買い控えが続く。
	▲	スーパー（社員）	・短期的には価格の上昇による増収効果があると予想されるが、徐々に家計の購買力が低下するのではないかと心配している。
	▲	スーパー（開発担当）	・まだまだ物価の上昇が止まらない一方、消費者の賃金は増えない。政府も具体的な政策を出さないため、景気が良くなることはない。
	▲	コンビニ（経営者）	・光熱費や諸物価の上昇など、家計の負担が大きくなるため、今よりも節約傾向が進むと予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・今の時点で春物が入荷している必要があるが、韓国や中国からの入荷がないため、今年は春物が売れない。
	▲	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、物価の上昇も続くことで、景気は悪くなる。更なる国からの補助金などの政策が必要だと考えられる。それも現金給付ではなく、各自治体で発行する商品券で配布すれば、国民も事業者側も潤う。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇による負担を、賃上げでは補うことができない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善に向かうものの、物価の上昇がどこまで続くかは不透明である。消費マインドへの影響などを考えると、現在よりも景況感はやや悪化すると予想される。
	▲	一般レストラン（企画）	・2月に価格の見直しを実施する予定であり、来客数が減少する。また、物価の上昇はとどまるところを知らず、外食関連の支出は減少が避けられない。さらに、6月以降のエネルギー価格の上昇は、大きな影響につながる事が予想される。
	▲	観光型旅館（経営者）	・エネルギー価格の高騰で、業績が大きく圧迫されている。また、物価の上昇が消費マインドを下げており、旅行者の利用が増えない。広告を出したり、値下げをしても動きがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	観光型旅館（経営者）	・旅行の動きは景気に左右されやすいため、様々な物価の上昇により、国内旅行の需要は鈍化している。明るい材料はインバウンドの増加であり、中国本土からの旅行客の増加が期待されるが、国内旅行の落ち込みをカバーできるほどではない。
	▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症への対応については、外交や海外との交流を重視する部分と、日本ならではの不安などとのバランスを取る必要がある。
	▲	タクシー運転手	・食料品や光熱費の値上がりは現実となり、ダメージが広がっている。節約傾向が進むため、徐々に落ち込んでいく。
	▲	通信会社（経営者）	・原材料価格の上昇傾向が続く。
	▲	競輪場（職員）	・前年と比べると、客単価が6000円、1日の平均売上も100万円ほど下がっている。物価が天井知らずのように上がっているため、今後も余り期待できない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの販売単価の上昇が郊外にも波及するなか、郊外の中古住宅の動きが鈍っている。今後は新築マンションの一部で売行きが鈍化する。
	▲	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）	・今後はウクライナ危機が長期化し、今以上に物価の上昇も進むことで、消費マインドは悪くなっていくと予想される。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・富裕層向けの販売はまだ悪化がみられないが、1次取得を中心とした実需向けの販売は厳しくなっていく。分譲マンションは供給も少ないため、販売を急ぐ必要はないが、戸建て住宅は回転重視の業者が多く、値引き販売の増加が懸念される。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	・前月に続き、近隣の個人営業の店がひっそりと閉店した。理由は分からないが、天然素材の洋服を扱う店で、遠方からも客が来るような人気店であった。閉店セールなどのイベントもなかったことから、厳しい状況が想像される。地域としての寂しさとともに、明日は我が身という現実を考えてしまう。先行きに明るさは全く感じられない。
	×	百貨店（商品担当）	・今までの食料品などの物価上昇に加えて、電気やガスといったエネルギー関連の値上げも進む。これまで以上に限られた予算のなかで生活をしていくことになるため、更にカネとモノの流れが悪くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今後も電気代やガス代の値上げが実施されるため、ますます物が売れなくなるほか、犯罪の増加傾向も気になる。
	×	家電量販店（店員）	・光熱費などが家計に占める比率が上がる以上、商品の買い控えは避けられない。今後は更に商品単価の値上げが進むため、購入できる客とできない客が明確になり、家電量販店では販売個数の減少が避けられない。今までの価格帯から、これからの値上がりした価格帯に慣れるまでは低迷が続くことになる。心理的に値上げに慣れるには、1シーズンは十分に掛かると感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・客との会話からも、物価の上昇や、光熱費の高騰を実感している様子が伝わってくる。当店は生活必需品や日用品を取り扱っていないため、真っ先に買い控えの対象となる懸念が高まっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えて、予約のキャンセルが出るといった動きが、いまだにみられる。歓送迎会も、以前のように大人数で開催することはないと感じる。
	×	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・支出の増加が先行し、賃上げが後から進むのかどうか不透明ななか、生活に必要な光熱費は節約の余地が少ないため、諦めが先にきている。現状は良い材料が全くない。
	×	通信会社（社員）	・物価の上昇傾向が急に収まるとは考えにくい。仮に収入の増加が見込めたとしても、消費マインドが冷え切っている状況では、景気の改善には時間が掛かる。政府による期限付きの商品券の給付など、直接的な消費刺激策を講じる必要性が非常に高い。
	×	通信会社（役員）	・通信キャリアの方針変更がない限り、事業環境は厳しい状況が続く。
	×	テーマパーク（職員）	・このようなタイミングで増税を検討する政府はあてにできない。台湾有事に備えるための防衛費増額についても、増税の前に優先度の低い物から予算を捻出する努力はどの企業も行っている。それをやる気もない政権は、国民に不信感を与えるだけである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	×	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・建築資材価格の高騰などで、出展企業は建築単価を上げているため、契約者数は減少している。この状況は今後も改善されそうになく、富裕層にターゲットを絞った高額商品を発売するなど、各社は様々な工夫を進めている。
企業 動向 関連	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安の逆風は吹いているが、前年の秋から受注量が増えており、生産が間に合わない状態であった。あと2～3か月すれば、受注に合わせて生産も対応できるため、増収増益となる見込みである。
(近畿)	◎	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、規制が更に緩和されるほか、マスクの着用も無くなることで、景気は回復に向かう。
	◎	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、前年の広告売上を毎月上回っている。
	○	繊維工業（団体職員）	・コロナ禍も収束時期がみえつつある。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・少し先の受注は増えている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少しずつ上向いている。
	○	輸送業（商品管理担当）	・家具の引っ越しなどで忙しくなる。
	○	経営コンサルタント	・取引先である食品スーパーや飲食店の経営者は、来客数さえ戻ってくれば売上は増えると考えている。問題は仕入原価の上昇による値上げであり、価格の据置きが限界にあることから、今後は値上げによる客離れや、値上げ幅の抑制による利益の圧迫が懸念される。
	□	食料品製造業（営業担当）	・行動制限はなくなったが、光熱費や物価の上昇などで消費者の財布のひもは固くなっているため、余り景気は変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からの増産情報がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・通常の生活に徐々に戻るなかで、以前の活気が戻ってくることを期待される。
	□	化学工業（企画担当）	・原材料価格が高止まりしているほか、増税を懸念した消費の落ち込みからの回復が見込めない。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先からの購入見込みの情報が、現状はまだ模様となっている。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・生活必需品の値上げや燃料費の高騰で、しばらくは厳しい状況が続くが、円安の動きも落ち着いてきたため、これ以上の景気の悪化はないと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の生産見通しを元に、3月までは減産の状態が続くと予想している。
	□	金属製品製造業（開発担当）	・受注量が一定していない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・前年よりも良くなると予想されるが、ここ数か月では景況は大きく変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・半導体不足や原材料価格の高騰が続くなか、どこまで価格転嫁できるのかが不透明なほか、そもそも部品調達のためにも立たないため、生産計画も立てられない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・世界情勢などの外部環境は、まだまだ不透明な状況が続く。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・コロナ禍とウクライナ危機による影響で、材料費が高騰しているほか、入手も難しい。
	□	建設業（経営者）	・今後も状況の改善が続くことはなく、現状維持が予想される。まずは物価の安定が重要だと感じる。
	□	建設業（経営者）	・半導体不足で建設資材関連の生産も遅れているため、納期の不確定な状態が続いている。中国では新型コロナウイルスの感染急拡大のため、工場を稼働できない企業も多い。建設資材価格の高騰も重なり、今後も厳しい状況が予想される。
	□	建設業（営業担当）	・引き続き、取引先の設備投資意欲は衰えていない。ただし、資材価格や賃金の上昇によるコストアップに対し、販売価格への転嫁ができなければ、仕事をこなしても収益の拡大につながらず、景気の悪化が懸念される。
	□	輸送業（経営者）	・多少の変化は予想されるが、今は主要な取引先に変化がみられないため、良くも悪くも状況が大きく変わると思えない。
	□	輸送業（営業担当）	・商品の値上げにより、売上が落ちている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	輸送業（営業担当）	・海外生産から国内の生産に切り替える流れがみられる。今まではみられなかった、衣料品の国内生産が増えている。
	□	金融業（副支店長）	・今後の受注状況についても、良くなるとの見通しが立たず、変わらないという声が多い。
	□	司法書士	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの二重の流行や、物価の上昇、円安と難しい問題が多いため、先行きは厳しい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今年に入っても景気は良くなり、物価も高いため、様々な動きはまだ続きそうである。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・3月までは値上げが続く。販売の強化よりも、まずは値上げを受け入れてもらう必要があるため、今の状況は変わらない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年度内は今の状態が続くと予想される。
	▲	食料品製造業（従業員）	・商品の値上げが浸透しても、次の値上げをしなければならぬ状況であり、先行きは厳しい。
	▲	繊維工業（総務担当）	・前年の急激な円安の進行で販売価格を上げた影響かもしれないが、販売量が減少している。
	▲	繊維工業（総務担当）	・先が読めない状況であるが、本格的な値上げはこれからであり、新商品から単価を上げる予定となっている。一方、加工を行う企業の高齢化が進むなか、技術の継承が進んでいない点も気掛かりである。
	▲	化学工業（経営者）	・再三の原材料価格の値上げで、価格転嫁も難しくなっている。10%前後の需要の減少を含め、これから業績は厳しくなる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・問合せ件数が減っている。新規立ち上げ時は、まず問合せが入り、打合せを経て試作となるが、そもそも費用が掛からない段階での問合せが減っている。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・一般消費者の収入の増加が見込めないなど、消費の拡大は難しい状況にある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・政府の施策が悪過ぎると感じる。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇などが報じられるなか、地方の中小企業には大幅な賃上げは難しく、住宅投資は先延ばしになりかねない。
	▲	金融業（営業担当）	・物価の動向に対する不安がある。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・現在進行中の物価の上昇を補って余りある賃上げが行われない限り、2～3か月で景気が良くなることは考えにくい。
	▲	広告代理店（営業担当）	・例年の傾向では、4月になると広告出稿が少し控え気味になる。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・食料品や消耗品などの生活関連で、価格の上昇が続くと予想されるため、消費マインドが確実に減退すると考えられる。一方、人流は現状と変わらないため、大きなダメージにはつながらない。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響で閉店の動きが増えているほか、金利の上昇で住宅ローンの利率も上がり、住宅の買い控えや不動産の売却が増えている。それらの動きに伴い、将来的には景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価が大きく上がっているが、賃金は上がっていない。
雇用関連	◎	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決定し、経済環境が平時に戻っていくことを期待している。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢の先行き不安や、物価上昇への不安などが懸念されるが、このままコロナ禍が落ち着けば、更に人の動きが活発化し、状況は良くなってくる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・年度末までは短期派遣の需要が旺盛となるが、4月以降の動きが出ており、6か月～1年単位の派遣を必要としている企業が増えている。問題はマッチングできる人材を確保できるかどうかである。
	□	人材派遣会社（支店長）	・4月以降は一旦落ち着くことが予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・採用企業による賃金の引上げがなければ、景気は良くならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末に向けたプロモーション予算の動きを期待しているが、関西の地元企業からの動きが鈍く、前年割れの推移が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	・中国の景気回復や新型コロナウイルスの感染第8波の収束など、求人数の増加を予感させる明るい兆しはあるが、電気代の高騰などによる物価の上昇で、国内の消費に悪影響が出ている。企業に対する賃上げ圧力が高まるなか、余力のない関西の中小企業は不安を感じている。
	□	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルス感染症の影響は更に少なくなるが、今後は円安や物価の上昇による影響が大きくなるなど、先行きは不透明である。
	□	職業安定所(職員)	・賃上げを進める大企業と、できない中小企業との格差が不安要素となっている。
	□	民間職業紹介機関(営業担当)	・現時点では、前倒しで情報の公開や採用の選考が進んでいるため、今後2～3か月で求人等が急激に増えるとは考えにくい。ただし、ここ数年はコロナ禍で採用を縮小、中断していた企業が新卒採用を増やす見込みであり、トータルでは大きな変化はないか、少し増えると予想される。
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・物価の上昇が企業業績の悪化につながるものの、新卒採用の動向には変化がないと予想される。
	▲	人材派遣会社(営業担当)	・今後も物価の上昇が続く一方、賃金の上昇は停滞気味のため、購買意欲があっても景気が良くなる方向には進みにくい。
	▲	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・今の状況が短期間で落ち着けばよいが、好転する材料は見当たらない。今後も景気はずるずると後退していくと予想される。
	▲	職業安定所(職員)	・新規求職者数は10～11月に続き、3か月連続の減少となった。有効求職者の年齢別登録状況をみると、19歳以下を除いて全て減少しているなど、しばらくは求職者の減少が続くと予想される。
	▲	民間職業紹介機関(職員)	・資材価格の高騰の影響などで、住宅投資の減少傾向が続いているため、建設業の求人は前年比で約2割減少している。今後もこの傾向が続くと予想され、回復の好材料は見当たらない。
	▲	民間職業紹介機関(支社長)	・良くなるイメージはないが、社会の動きを見ると、状況の悪化に身構えていると感じる。現状はビジネス環境に明確な悪化リスクはみられない。
	▲	学校〔大学〕(就職担当)	・物価の上昇に賃金のアップが追い付いておらず、消費が落ち込んでいる。今後、光熱費の大幅な上昇が家計に与える影響は計りしれない。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率などの指標は長期的な回復傾向にあり、今後も持ち直しが続くと予想されるが、企業の景況感の見通しは悪化傾向にある。また、新規求人数は前年比で増加が続いているものの、価格転嫁が困難ななか、業績は悪化している。人件費を増やすことができないため、求人募集は欠員補充にとどめるといった厳しい声が多く、実際に求人を控える動きも見られる。一部では弱含みの動きもあるため、今後はフェーズが変わる可能性もある。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和され、新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すれば、消費は更に活発になる。
(中国)	◎	都市型ホテル(総支配人)	・G7広島サミットの開催に向けて、観光関係のビジネスや人が動き始めると、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク(業務担当)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すれば、観光客が増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻る。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、世論が変われば、景気は多少良くなる方向へ向かう。
	○	商店街(理事)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、新型コロナウイルス感染症の発生前の日常生活が戻ってくると、外出する人が増え、消費も増加する。
	○	商店街(代表者)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、人出が増え、景気はやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これから暖かくなると、来客数が増加する。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年同様、新年度に入ると、景気は良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、人の動きが活発になる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・単価の上昇で、売上は上昇するが、光熱費の上昇に歯止めが掛からなければ、利益の回復にはつながらない。新型コロナウイルス感染症に関する制限が大幅に緩和されれば、明るい兆しが出てくる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、行動制限がなくなると、客の外出機会が増加し、景気がやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・新生活需要が高まると、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和されれば、客の自粛ムードも弱まり、購買意欲も高まる。新型車の評判が上々で、インフレの影響もそれほど大きくならないと予想しているため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・新車の供給台数の増加に伴い、販売台数も増加する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今は出費を抑えたいとの客の意見が多い。しかし、今後については、電気料金に対する補助や新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけの5類への移行が経済活動を活性化し、景気が上向く。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・外国人客が少しずつ増加しており、屋外ではマスクをしない客も見掛けるため、景気はゆっくりではあるが、回復に向かう。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・政府の新型コロナウイルス感染症への対応が継続すれば、景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミットの開催もあり、注目が高まるため、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症がある程度落ち着けば、一般客が戻る、また、インバウンドも今後はやや盛り返す。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・春先に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを5類に移行することが検討されており、国内だけでなく、インバウンドの需要回復が見込まれる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・景気の現状は良くないが、3か月先は外国人観光客が増え、来客数も増加する。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響が更に弱まり、観光客が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、日常行動の制限がなくなること、新年度に向けて、客の消費行動抑制が弱まり、単籠り需要とは違う通信サービスのニーズ喚起になっていく。
	○	通信会社（経理担当）	・新年度に向けて加入者数が増加する。
	○	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が少し落ち着いてきているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	観光名所（館長）	・インバウンドの増加等、人の動きが今より活発になる。
	○	観光名所（管理担当）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを2類相当から5類に移行することが発表され、人々の間で雪解けムードが更に加速する。
	□	商店街（代表者）	・来客数や購入単価が低下している状況で、客との会話でも景気が良くなるような話題が出てこないため、今後も景気は良くならない。
	□	商店街（代表者）	・物価上昇の影響で、中小企業の売上は減少する。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・3月で雇用調整助成金等が無くなる可能性があるため、今、内部の改革を必死に行っている。今後の景気は決して新型コロナウイルス感染症発生前には戻らない。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の値上げに伴う価格変更で売上が前年を上回っているが、販売数量は僅かしか前年を上回っておらず、今後も景気は変わらない。
	□	百貨店（経理担当）	・物価上昇に歯止めが掛かり、新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気は多少良くなるかもしれないが、余り変わらないと思う。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・商品単価の上昇などから、客が消費に対して消極的になる。状況が良くなる見通しがないなか、客が不安感から生活費を抑える一方で、外出や旅行などは活発化しそうである。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したとしても、消費が伸び、売上が増加することはない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・外商客の購買意欲は戻ってきているが、ミセスを中心とした主力客の価値観などが大きく変わっていくなか、光熱費など物価の上昇が衣料品の購買意欲にどれだけの影響を与えるかなど、先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症以外に特に景気を左右する要因はないため、今後の景気は新型コロナウイルス感染症の動向次第である。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、客の購買行動の変化が著しく、その変化に完全に対応できていない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・生活は少しずつ平常に戻りつつあるが、新型コロナウイルスの感染拡大も予想されるため、本格的な景気回復はまだ先になる。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行するようだが、変化してしまった現在の生活様式がそう簡単に元に戻るとは考えにくい。景気はゴールデンウィーク辺りから徐々に良くなっていく。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・原価高騰による利益率の低下が懸念材料であるが、3か月後も販売量や売上は良い状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の生活防衛意識が更に強くなり、財布のひもが固くなる一方である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・食料品のみならず電気料金を中心に生活に関わるものの値上げが今後も続く見込みであり、食料品の節約につながる。客の収入が増加する気配はなく、今後も、割引デー等の催事にまとめ買いする客が集中する。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・商品が値上がり傾向にあり、先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・現状から判断すると、5ポイント程度の伸びが続く。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・春先から木・紙製品を中心に商品が再度値上げされる予定であり、輸入に頼っている原材料の価格高騰が商品価格に反映され、厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・単価が高いコンビニエンスストアは、今後、客の来店頻度が低くなり、商品の購入も必要最小限にとどまることが多くなってくる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・道路工事が3月に終了するが、弁当など商品価格が上昇し、客の買上点数が減少していることから、今後も厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・消費税廃止等、政府が大胆な施策を実施しない限り、景気悪化が続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・光熱費が高止まりしているため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・有効な経済対策が示されていないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・様々な物価の高騰により動きが鈍くなる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・市場が上向くのは程遠い。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・価格高騰や生産遅れの影響が大きく、今後も厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・新型コロナウイルス感染症、インバウンド、エネルギー価格、増税など先行きが不透明な部分が多い。
	<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから消費意欲が高まる新生活シーズンに入るが、一般消費財や電気料金などの値上げが今後も続く見通しであり、客の財布のひもは引き続き固いままではないかと推測する。イベントなどを充実し、誘客する予定であるが、その客の他店への来店をいかにして促すかが課題になる。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援があっても、予約は余り入っていないため、今後も景気は良くならない。
	<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援の利用者が多くないため、今後も景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型ホテル（営業担当）	・今後の客の動向が分からない。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援が再開されたものの、宿泊の予約に大幅な伸びはなく、新年会等の予約も少ない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけの5類への移行の議論も始まり、経済が大きなダメージを受けることはまずないと予想される。しかし、物価が高騰しても賃金は上がり、新型コロナウイルス感染症による生活スタイルの変化が根強いこともあり、この負の景況感は継続する。政府のコンフル剤的な景気対策を期待する。
	□	旅行代理店（経営者）	・人々がマスクの着用から完全に解放されないと、景気は良くならない。
	□	旅行代理店（支店長）	・法人関連の旅行需要は、完全には回復しておらず、各種支援が終了するとまた低迷する可能性があり、何らかの施策継続がないと厳しい状況になる。
	□	タクシー運転手	・12月は良かったが、1月は少し落ち込んでいる。ただし、人の動きはさほど落ち込んでいないため、今後も景気は変わらない。
	□	タクシー運転手	・以前より景気は良くなっているが、新型コロナウイルス感染症が終息していないため、今後の動きは分からない。
	□	通信会社（工事担当）	・客の様子から判断すると、今後も景気は変わらない。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・景気は変わらないと思うが、物価の上昇が家計に与える影響次第では、景気がやや悪くなる可能性もある。
	□	ゴルフ場（営業担当）	・予約は例年と変わらない状況で推移している。韓国からの利用者は増加してきているが、国内利用者は若干減少しており、今後も全体の予約状況は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・生活物資の価格、電気やガスの料金の上昇の影響が少しずつ出てくる。
	□	美容室（経営者）	・年配者が依然として、新型コロナウイルス感染症に感染する恐怖を感じているため、景気は変わらない。
	□	設計事務所（経営者）	・電気料金など物価の上昇がしばらく続き、現在よりも景気にマイナスな要素が増加する。
	□	設計事務所（経営者）	・客の様子から判断すると、今後、景気が大幅に回復することはない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・今後も値上がりが決まっている商品があるため、厳しい状況が続く。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響が続く。
	▲	商店街（代表者）	・来客数が非常に少なく、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（販売計画担当）	・光熱費の高騰や客の買い控えが続く。
	▲	百貨店（売場担当）	・年末のギフトの解体セールなど、特価品の売行きは前年よりいい状態であるが、光熱費等生活必需品の価格が高騰し、今すぐ必要のない工芸品や宝飾などの買い控えが顕著になっているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・金利や物価の上昇の影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・単価上昇による売上の増加が来客数の減少をカバーしているが、今後、値上げが続き、客が生活防衛に入ると、来客数が更に減少し、売上も減少する。
	▲	スーパー（店長）	・2月に大幅な値上げが予定されており、現在の販売状況から判断すると、今後、景気はやや厳しくなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・仕入価格が2月以降も上昇する可能性があり、客の節約志向により買上点数の減少が続く。
	▲	スーパー（営業システム担当）	・食品類や公共料金等の値上げで、客の節約志向が高まっているため、今後、し好品など高単価の商品の販売量は減少する。
	▲	家電量販店（店長）	・様々な商品の値上げの影響で、今後も客の節約傾向が続く。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の販売が開始されたが、依然として、客の買換え需要が少ないため、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・今のまま物価の上昇が続けば、客の買い控えが増えたり、安い商品の購入で済ませたり、車そのものに乗らなくなったりする。今後、優先順位が低い物が売れなくなるのではないかと心配である。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・寒波や新型コロナウイルス感染症の影響で、春までは景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	一般レストラン（経営者）	・食品や光熱費などの値上げで、家計負担が増加し、客が外食に使う金が抑えられている。今後、更なる値上げや進学や就職などへの出費が重なり、客の節約志向が進むため、外食利用は大幅に減少する。
	▲	一般レストラン（経営者）	・現時点で閉店が増加している状況であり、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・電気料金の値上げによる家計の引締めが予想されるため、景気はやや悪くなる。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・3か月後は今月と同等のレースが開催されないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・建設資材の高騰により、建築費が前年より3割程度も高くなっており、工事を見合わせるケースも増加している。近い将来、一気に景気が良くなるとは思えない。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・住宅購入に向け、増税論、物価高、金利上昇機運、光熱費負担増とプラス要因が少ないため、景気はやや悪くなる。
	×	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げが4月から始まると、客の財布のひもが更に固くなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・燃料費の高騰による電気料金の値上げや物価の上昇の影響で、家電商品に使う金が減少するため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・政府が社員の賃金を大幅に引き上げると言っているが、地方の中小企業の経営はギリギリの状況で、無理して賃金を引き上げると、倒産が続出する。大手企業が取引先の中小企業に低価格で商品を製造させ、仕入れることで利益を上げる構造を変革しないと、中小企業は衰退する一方である。また、少子化対策、人口増加、内需拡大を早急に進めるべきである。
	×	住関連専門店（営業担当）	・景気が回復する要素が見当たらないため、今後、景気は悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・ウクライナ情勢や物価の上昇など、今後、景気が良くなる材料が全くないため、景気は悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・今後も、物価上昇の影響で、なかなか販売が増加しない。
	×	テーマパーク（管理担当）	・物価が高騰し、国民が生活に苦しんでいるため、今後も景気は悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・光熱費がかなり上昇し、客が支出に敏感になっているため、2、3か月後は今よりも厳しい状況になる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが忙しいため、今後、年度末に向けて、景気は良くなる。
	◎	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元からの内示が上向いているため、今後、景気は良くなる。
	◎	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・地政学リスクは残るものの、国内問題については、新型コロナウイルス感染症も含め、比較的明るい方向に向かっていることから、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・客の様子から判断すると、3月や4月には景気は良くなる。
	○	会計事務所（経営者）	・電気料金の上昇などによるコスト増、新型コロナウイルス関連の融資の返済開始、金利の上昇等が懸念材料となるが、今後、コロナ禍で抑制されていた企業活動が活発化する。
	□	繊維工業（財務担当）	・景気対策が採られていないため、景気は良くならない。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高止まりが続く。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・次の大口案件受注が決まっているが、生産着手が少し先になるため、この3か月では景気に変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・当面の受注状況から判断すると、景気に大きな変動はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・今後も景気に大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料価格など物価の高騰が続くため、景気は変わらない。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、世の中の動きが加速してくる。
	□	建設業（総務担当）	・物価上昇に対して、価格転嫁も進むとは思いますが、時間外労働への対応などコストアップの要因も多いため、簡単には改善が見込めない。
	□	輸送業（営業担当）	・スポットでの受注はあるが、特別に消費マインドが明るくなる要素はないため、景気は変わらない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素はなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は変わらないと判断する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	金融業（融資企画担当）	・今後も、半導体不足等の影響から地元完成車メーカーの国内生産が現状程度にとどまるため、系列の地元部品メーカーの受注も伸び悩みが続く。
	□	不動産業（総務担当）	・例年並みの賃貸住宅需要を維持する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・値上げを検討しているが、なかなかうまくいかない。原料費の高騰や経費の増加の影響で、厳しい状況が続く。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・まだまだこれから食品などの値上げが予定されており、消費者物価が上がる傾向にある。物価が上昇しても、それに比例すべき給与の上昇は中小企業を中心に望めないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・エネルギー価格の更なる高騰が収益に与える負の影響が大きいため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・4月からの電力料金の値上げが当社の生産コストの増加に大きく影響する。加えて、他社も電力料金の値上がりを経済転嫁すると想定されるため、原材料や部品等の購入品のコスト上昇は不可避となる。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の先行き手配が落ち着きを見せており、また、今後、中国経済の減速の影響も見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	金融業（貸付担当）	・大手企業が、物価高への配慮として、従業員の生活を守るため、従業員の賃上げを実施するという報道が出ている。しかし、中小企業の多くは、財務や収益力が盤石でなく、従業員の賃上げが現実的に難しいため、景気はやや悪くなる。
	×	通信業（営業企画担当）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、電気などエネルギー価格が不安定であることや全体的に価格の上昇が止まらない状態が予測されるため、客の購買意欲は今後も変わらない。企業側がエネルギー価格や仕入価格の高騰を販売価格に転嫁していく動きも活発化しているため、景気は悪化する。
雇用 関連 (中国)	◎	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを5類に移行することが決定し、5月の移行に向けて、人々の消費意欲が高まったり、事業所が積極的に求人活動を行ったりするため、景気は良くなる。
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行することで、就業制限がなくなり、社会活動が緩やかに平常化していくため、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行することで、今後、規制緩和の方向へ向かう。インバウンドの回復、海外ビジネスの強化、賃上げへの期待など景気回復に向けた好材料がそろっており、消費や雇用を生み出す素地が整いつつあるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・成人式以降、緩やかではあるが、問合せが増加している。今後、春の入社シーズンに向けて、転職活動が活発化してくる。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2024年3月卒の学生を対象とした採用活動が本格化する。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・2024年3月卒の採用は約8割の企業が実施予定で、採用予定数を増やすと答える企業も多い。2023年3月卒の採用活動は厳しかったが、2024年3月卒の採用活動では、人材を獲得する競争が更に激化すると予想されるため、採用手法の工夫がより求められる。特にWeb面接と対面面接とで学生の印象が変わるという問題に対して、企業は差が出ないように面接を行ったり、判断基準を見直したりして、調整することが求められる。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・宿泊業では全国旅行支援の影響で需要が回復しつつあり、飲食業では個人が新規開業する動きが出始めている。しかし、物価高や仕入価格の高騰等の懸念材料があるため、今後も来客数や開業件数が増加していくかは注視する必要がある。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価高が続き、人件費も上昇傾向にあるため、今後、企業が新規採用を控える動きが強まる。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	・物価の上昇、公共料金の値上げ、新型コロナウイルス感染症などの影響で、景気はやや悪くなる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・賃上げが進めば状況は変化するが、地方の中小企業では対応が困難なため、景気の回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で48.3%の減少と引き続き大幅に減少し、休業規模は縮小している。しかし、年末年始に新型コロナウイルス感染対策のための規制がなく、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、現在も物価の高騰が続いている状況を踏まえると、今後、人も企業も慎重な行動となるため、景気は低迷する。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価が高騰していること、また、多くの中小企業では給与のベースアップが見込めないことから、今後、消費が減少する。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率が1倍を大幅に超えており、人手不足の先行きが見通せない。また、物価の上昇に賃金の上昇が追い付かず、ウクライナ情勢の先行きも不透明なため、今後、景気はやや悪くなる。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	タクシー運転手	・こう法大師生誕1250年の今年は四国霊場でも各種イベントがあり、お遍路の仕事が増える。また、新型コロナウイルスの感染状況が収束に向かえば街中でのタクシー利用も増え、今よりは良くなる。
	○	商店街（事務局長）	・新型コロナウイルス感染症の第8波のピークを過ぎ、ウィズコロナも定着し、暖かな季節に向けて景気は上向くと期待している。飛行機の国際線の順次再開によりインバウンドも日々増えてきており、業種は偏ってはいるが、消費動向には確実にプラスとなっている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・繁華街のにぎわいは余り良くないが、春に向けて祝い商品の予約は順調に入ってきている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数増加が見込まれている。
	○	乗用車販売店（役員）	・第2四半期以降、メーカーの生産状況は不透明だが、前年割れはない。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末は忙しかった反動で、年明け以降は落ち着いているが、3月や4月には売上は少し良くなる。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症による外出自粛も落ち着き、新生活シーズンを含め一定の回復を期待している。
	○	美容室（経営者）	・卒業シーズンの3月は来客が増える。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が5類へ移行されるという精神的に明るくなるような兆しもあるが、まだ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。各種値上げもあり、飲食を中心に厳しい状態が続く。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響等から、現時点ではレジャーなど娯楽への意欲が格段に引き上がるとは思えない。商品、サービス等の値上げが今後も続くため、客の財布のひもは固いまま変わらない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大傾向に歯止めが掛かり、この先少し期待が持てそうな気もするが、正直分からない。小売業者としては、現状を少しでも打破すべく努力するのみである。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・物価上昇で家計がひっ迫するなか、消費者の財布のひもはますます固くなるだろう。
	□	スーパー（店長）	・物価上昇が続くなか、買上点数が増えるとは考えにくい。
	□	スーパー（企画担当）	・今後も値上がりが続くと報道があるため、売上は増加すると予想するが、買いだめによるものである。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ここしばらく停滞気味で、上向くことはない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・新型コロナウイルス感染症が5類へ移行した後のメディアの報道次第では、来客数が増えるのではないかと期待している。
	□	家電量販店（店員）	・商品価格が上昇しているため、販売数量は減る。
	□	家電量販店（副店長）	・物価の上昇傾向が続き、故障以外では高額商品の買換えに慎重になっている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・今後も注文できない車種が多く、厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇が4月以降の新車受注に影響するのを心配している。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・為替や原料価格の推移から、物価高に不服感が出てくると期待する。
	□	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の2類相当から5類に移行が検討されているが、今後の動きは不透明である。
	□	タクシー運転手	・例年3月や4月は歓迎会等で忙しいが、客との会話から、新型コロナウイルス感染症の影響で飲み会や歓迎会は行わないと聞く。そのため、1月と余り変わらないと判断した。
	□	通信会社（支店長）	・電気代を始め物価高騰により、需要拡大は見込めない。
	□	観光遊園地（職員）	・コロナ禍でこれまで中止あるいは縮小開催を余儀なくされてきた春のイベントが今年は通常どおり開催される見通しで、好調を維持できる。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・物価高の大きな波も2～3か月後には緩やかな波になると予想しており、現状程度で推移する。
	□	美容室（経営者）	・先行きの見通しは立たない。
	□	設計事務所（所長）	・先行きは不透明であるが、住宅に限れば、価格上昇や設備の納入遅れなどから販売が不調になっている。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が終息しないなかで、政府は増税策を進めている。
	▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で、人々の生活が平常に戻れば巣籠り需要が消滅する。また、物価上昇が今後も続く消費に悪影響を及ぼすことが予想される。
	▲	スーパー（人事）	・相次ぐ値上げで商品単価は増加傾向にあるが、買上点数は前年とほぼ変わらない。節約志向が高まれば買上点数は減少に転じると予想される。
	▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げにより、買い回りが一層進む。
	▲	コンビニ（店長）	・商品の値上げの影響か、買い控えを感じる。恐らく、ディスカウントストアやスーパーのセール品等の安価な商品を購入し、やや高価格なコンビニでの買物は控えているのではないかと。このような状況がしばらく続く。
	▲	コンビニ（店長）	・客の節約志向は感じられないが、これから売上が減少し始めるのではないかと。
	▲	コンビニ（総務）	・相次ぐ増税や物価高に加え、賃上げも不透明になっていることから、来客数の減少傾向は強まる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・洋服や小物が値上がりしており、景気は余り良くならない。電気代も上がり厳しいためやや悪くなる。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・消費者物価が上昇し、外食を控える傾向がみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・先々の予約状況から判断した。
	▲	通信会社（営業部長）	・電気料金の値上げなど物価高の影響が大きくなる。
	▲	通信会社（社員）	・賃金は変わらないが、物価が上昇しているため、結果として家計消費は低下していく。
	×	コンビニ（商品担当）	・現政権は、軍事費増加や少子化対策を増税で賄おうとしており、消費者の生活水準は上らず、消費は冷え込むばかりである。
	×	衣料品専門店（経営者）	・終わりのみえない値上げにより、買い控えがある。
	×	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の効果は一巡し、原材料価格高騰や人手不足などの影響が顕在化する。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・値上げが続くなか、極端な円安の調整は進んでおり、輸入原料のコストが低下することから、利益が確保できるとともに、賃金も上昇すると予想される。
	○	農林水産業（職員）	・例年、春は人の動きが活発になり、気温も暖かくなると業務需要を中心に消費が増加する。新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるものの、景気好転を期待している。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・円安の影響により仕入先を海外から国内に切り替えた卸売業者からの依頼で売上が増加し、この先も増加する見込みである。
	○	化学工業（所長）	・前月同様、為替が落ち着いてきていること、原油・ナフサの相場が弱含みであることが、景気好転の材料になる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・大型受注の案件があり良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の第8波による新規感染者数が落ち着き、海外からの渡航者が増加したことや、円安の動きが一段落したこと、5月には新型コロナウイルスの感染症法上の5類へ移行する方針が示されたことから、インフレによる物価高はあるものの、それ以上に好影響な材料が見えてきた。
	○	通信業（総務担当）	・前年度に未実施であった社外とのイベント等が一部再開されるなど、新型コロナウイルス感染症発生前の形に戻りつつある。
	○	金融業（副支店長）	・電気料金や食料品の値上げ等が予定されている一方、円相場は落ち着き、新型コロナウイルス感染症対策の緩和や賃上げ、インバウンド効果等により、景気は緩やかに回復している。
	□	繊維工業（経営者）	・販売面では回復基調にあるものの、円安による原材料費の増加や加工賃の値上がりで利益を圧迫している。最近では円高傾向だが、いつ円安に振れるか分からず、電気代などエネルギーコストが更に上昇する懸念もあり、元の仕入価格には戻りそうにない。政府は賃上げを声高に訴えているが、多くの中小企業では足元のコストプッシュ要因への対応が喫緊の課題となっている。
	□	建設業（経営者）	・今後の公共事業次第である。
	□	建設業（経営者）	・補正予算次第であるが、景況感は部門・地域によって相当格差が出るだろう。良くなることも悪くなることもいえない。
	□	輸送業（経営者）	・このままずるずると進むのではないかと。
	□	輸送業（営業）	・消費財の相次ぐ値上げに加え、電気・ガス等の公共料金の上昇、燃料価格の高止まりが、消費者の購買動向に及ぼす影響は大きい。年度末の繁忙期を控えているが、景気の好転は期待できない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・景況感は特に大きく変わる見込みはない。野球のWBCが盛り上がり、流通やメーカーの販売・キャンペーンが活況することを祈っている。
	□	広告代理店（経営者）	・5月の連休明けに新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ移行する予定であることから、イベント等の回復が期待できるが、エネルギー価格高騰による影響は意外と大きい。次年度予算はこれからだが、客の広告自粛等も予想され、景況感は余り変わらない見込みである。
	▲	食料品製造業（経営者）	・4月からの電気代等の値上がりで確定しているため、それに伴い、製造コストが上昇し、利益率が低下すると予想される。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの契約件数が回復していない。年始の挨拶周りでは、今年の景気は悪いという声が多かった。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染再拡大の懸念から、先行き不透明感が強くなっている。
	×	鉄鋼業（総務部長）	・製造経費に占める電気料金の比率が高い鋳鋼電気炉メーカーにとって、上昇し続ける燃料費調整額や4月からの電気料金の引上げは、製造コストに甚大な影響を及ぼす。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業）	・人事異動や転職のシーズンに入る年度末は、新生活に向けての購買ニーズも高まり、新たな雇用も見込め、景気回復が期待できる。しかし、物価上昇や新型コロナウイルス感染症の5類への移行が消費者の行動意欲にどう影響するかで、景気は大きく変わる。
	○	求人情報誌製作会社（従業員）	・人事異動の時期には求人数の増加が予想される。
	○	民間職業紹介機関（所長）	・引き続き、求人活動が活発になると予想される。
	□	学校[大学]（就職担当）	・恒常的な人手不足感是不変だが、原材料価格等の上昇が企業の採用意欲にどう影響するかは分からない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の増産による人材派遣の需要が期待できない。
	▲	求人情報誌（営業）	・周辺各社では物価高騰による仕入原価の増加や、人件費の増加など、コストがかさむ一方、それに見合う売上増加は見込めず、利益は減少傾向となっており、景気は悪化傾向にある。
	▲	新聞社[求人広告]（担当者）	・良くなる要素が余りない。観光などが回復して景気につながってほしい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	職業安定所（求人開発）	・管内製造業の中には、これまで徐々に価格転嫁してきた企業がある一方、今月から大幅な価格転嫁を始める企業もある。価格転嫁により受注が落ち込む様子見している企業もあれば、半ば出たとこ勝負のような企業もある。食品業・化学繊維業は今後の見通しについて不透明との認識であり、景気の先行きを読み切れない状況である。
	×	—	—

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	◎	スーパー（店長）	・経済は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復できるのではないかと判断している。行政支援策や様々なイベント催事も開催され、当店でも2023年度の集客イベントは、活性化していく計画である。
	◎	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の需要が増える。
	◎	乗用車販売店（役員）	・増加を重ねてきた国内受注残台数の解消に向けて、メーカーも本腰を入れ改善に取り組んでおり、販売量の増加が見込める。
	◎	乗用車販売店（役員）	・1月からメーカーの生産が、更に改善される見通しとなり、販売台数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ると考えられる。
	◎	ゴルフ場（従業員）	・韓国からのチャーター便が期間限定で運航されたが、一部がその後も継続されるため、前年よりも入場者が増加することが予想される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩んできたため、人の動きが良くなっており、衣料品の需要が増加すると予想している。
	○	商店街（代表者）	・マスクの着用義務の緩和や新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ引き下げられるなど、規制緩和の施策により景気が回復してくる。
	○	商店街（代表者）	・今後も近隣の商店街や商工会議所、関係各団体に協力を得て、元の市場へと復興を目指していくため、商店街の組合では、各商店主が売上向上に一致団結している。
	○	商店街（代表者）	・年度末商戦が始まり、繁忙期に入る。
	○	一般小売店〔生花〕 （経営者）	・2～3か月先は卒業式や春の移動シーズン、退任式等があり一番忙しい時期となり、売上は上がると予想されるが、燃料が高騰して仕入単価が高くなる。前年は花の博覧会に多くの花が使われたため、販売用の花の需要が多かったにもかかわらず不足した。今年も忙しい状況であるが、売上につながらないため厳しい状況である。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染症分類が5類へ引き下げられ、消費者心理としては改善に向かうと期待している。卒入学に向けた商材等は今後活発に動く予想され、また、観光客の動きも活性化するため、来客数は増加していくと見込んでいる。
	○	百貨店（経理担当）	・来客数も増加傾向にあり、食料品や衣料品全般に売上の改善がみられる。インバウンドの需要も若干ではあるが回復しており、宝飾・美術品等の高額品が売れるようになっている。
	○	スーパー（店長）	・客の生活スタイルが新型コロナウイルス感染症発生前へ戻ることにより、現状の来客数が伸長し、客単価や売上増加へつながっていくと想定している。
	○	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に分類され、行動制限のない新型コロナウイルス感染症発生前の生活様式に戻っていけば、これまで食品スーパーマーケットに向けられていた消費の一部が、レジャーや旅行、外食、趣向品等へと向けられていく。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の点数は増加しないが、商品値上げによる売上増加が続く。
	○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の行動規制が緩和されたことでイベントが増加し、インバウンドの需要も復活する見込みである。一方、自粛派の巣籠り需要も継続しており、コンビニエンスストアは行楽と巣籠りの両面で需要拡大すると判断している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	コンビニ（経営者）	・社会風潮としては、物価高騰に対する購買意欲の低下が懸念されているが、現段階においては買い控え等のネガティブな状況はみられない。外食や外出などに対する意欲はみられるようになり、今後更に人の行動が活発になると景気は良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・賃金上昇傾向が、消費行動に影響することに期待している。
	○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症が収束気味になっているため、今後を期待したい。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は余り減少していないが、行動規制が緩和されているため、来客数の回復が期待できる。
	○	家電量販店（店員）	・今月の売上は悪く、2月もこの状況が続くと予想している。今が底の状態であるため、3か月後はやや良くなっていく。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度末商戦に期待が持てる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの発表では、3月まで新車配給を前年比150%程度増やす計画である。新車販売台数が増えると、会社の売上や利益が確実に増える。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・この地域では、半導体工場の建設に関わる作業員や台湾からの訪日客など新規の来店もある。このため、売上が増加していく。
	○	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）	・中国からのインバウンドが見込めるため、徐々に良くなる。
	○	高級レストラン（経営者）	・食事や宴会、観光、インバウンドなどで年末から人の動きが出ており、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加や減少を繰り返している。しかし、新型コロナウイルスが5類感染症になると、新しい生活様式が普通になり、人の移動が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想される。
	○	一般レストラン（経営者）	・寒波も弱まり次第に暖かくなると、当県ではキャンプシーズンに入るため、来店客の増加を期待している。
	○	通信会社（企画担当）	・年度の切替え時期になり、継続して引き合いが増えており、受注量も好調である。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に引き下げられることで、もっと行動が活発になる。
	○	通信会社（役員）	・政府の電気料金の負担軽減策が始まり、春を迎えることで光熱費の負担が軽くなるため若干の景気は良くなる。
	○	観光名所（従業員）	・春休みに入るため、3月、4月に来町予定の客から問合せが多くなっている。行動制限緩和もあり、コロナ禍で旅行自粛していた人にとっては、今後の旅行の起爆剤になると予想している。
	○	観光名所（職員）	・国内の客に加え、インバウンドも増加傾向が続き、市内での需要が上向いてくる。
	○	ゴルフ場（営業）	・中国の新型コロナウイルス問題やウクライナ情勢などの外的要因が不安定であるが、外国人受入れや全国旅行支援等により、人の流れが2018年以前のように戻りつつある。
	○	美容室（経営者）	・経営がなかなか上向かない状態で、支援もないため、今後を懸念している。
	○	理容室（経営者）	・3月になると卒業や入学シーズンに入り、業種によって忙しくなる時期であるため、徐々に景気が良くなっていく。
	□	商店街（代表者）	・やや良くなっている商況が続く。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつある傾向にあるため、3か月先には期待が持てるが、一方、物価高騰や電気・ガス料金等の値上げで、消費が厳しい状況になることも予想される。特に、商店街は生活防衛をしている高齢者客が多いため、景気が良くなるとは考えられない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・物価高騰の影響で、購買心が起こる状況にならず、野菜や果物の価格はこの状態が続く。春先に出荷されるかんきつ系果物は予約が少ないため、期待ができない。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・節分の恵方巻きや、ひな祭りのハマグリなど幾らか売れるイベントがあるが、近年は思ったほどの購買にはつながらず、期待薄である。海水温の影響で魚が少なくなっており、漁獲量の増加は期待できない。養殖物に頼る比率が上がってくると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・外販での売上は、ほとんどない状態である。企業では、客へのお茶出しはなくなり、事務員も自分で準備するため、お茶の葉を購入して飲まなくなっている。このため、売上にかなり響いており、今後の売上が元に戻ることは厳しいと危惧している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークに向けた人の動きは、年末年始並みと予測しており、土産やギフト需要も同様の規模だと予測している。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、行動規制緩和で客の戸惑いはあるが、店頭来店の回復が見込める。県内のサテライトショップやギフトショップへの来店やWeb受注も落ち着いている。来客数の回復がみられ、商品価格の上昇はあるもののキャッシュレス決済利用の増加や自家需要、し好性の高いブランド品・舶来雑貨・必需の季節商材は堅調で、客単価や商品単価は高く維持しており、ギフトや自家需要目的の来店と購買で徐々に回復が望める。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・依然として社会情勢が不安定であり、値上げも度重なっているため、消費が慎重になっている。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ことにより、今以上に行動範囲が広がり、外出する機会が増えることが想定されるため、衣料品や雑貨類が伸長する可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・大手企業がベースアップなど値上げを相次いで表明しており、すぐに購買につながれば景気にプラス効果があると考えられる。しかし、大多数の中小企業が値上げできるかは疑問であり、大きく景気が上向きになるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・今後も商品の値上げが続く、エネルギー支出が減らず、可処分所得も変動しない状況であれば、この傾向は続く。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価上昇により売上増加が見込めず、光熱費を始め経費のみ増加しており、個人事業主は厳しい状況を強いられて、先行きが全くみえない状況である。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・良くなる条件が見当たらない。ニュースでは景気が上向いているような報道があるが、零細企業にとっては、まだまだ景気回復には程遠い。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・4月は年度替わりで、多少の需要があると予想されるが、光熱費を始めとする値上げや増税などの報道もあり、高額商品を販売している当社にとっては、客が消費に充てる割合を考えると先行きが良いとは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が落ち着くまでは、現況が続くのではないかと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・現在の物価高が標準になるまで、まだ時間が掛かりそうである。以前の価格が定着しているため、しばらくは上向き状況ではない。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・来客数が減少しているが、必ず商品を購入しており、買い回りの客はいなくなっている。そのため、売上に変化はない。値上げがあれば景気が良くなる可能性があるが、なければ耐久消費財等の買い控えがあると考えられる。
	<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・円が一時150円まで安くなり心配されたが、現在130円程度で落ち着いている。一方、資材の値上がりは続いており、商品の仕入価格は高騰しており、経営に影響するのではないかと、先の見通しがしづらい状況である。
	<input type="checkbox"/>	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）	・物価高騰は、悲観的に捉えている人や企業が多いため、経済活動にも悪影響を及ぼしており、何か新しい取組やコンテンツが必要である。また、新型コロナウイルスが5類感染症になることで、行動規制のない社会を期待している状況でもある。特に旅行業界や酒を提供している飲食業には、当ショッピングセンターとしても期待しており、何らかの協力をする予定である。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・今月は個人の客が多かったが、企業関係は多くはない状態である。3か月後企業関係の客が増加すると景気は上向きになると考えられる。4月は選挙等があり不安材料が出てくる。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・来客数は減少しているものの、今月は客単価が若干増加し、来客数の減少を補っている。しかし、これ以上の客単価増加は望めず、この先も現状のまままで推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が実施され、宿泊利用は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る売上を見込んでいたが、宴会・婚礼の動きが悪いため、全体ではどうにか新型コロナウイルス感染症発生前ほどの売上となる予想である。
	□	観光型ホテル（専務）	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響は続いており、景気が良くなる要素が見当たらない。
	□	観光型ホテル（総務）	・5月に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まで、状況を判断していく。
	□	タクシー運転手	・予約は多くなっているが、その状態に対応できる人や車がないため、先行きに懸念をしている。
	□	タクシー運転手	・不安要素が多いものの、タクシー業界では順調に回復軌道にのっている。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染法上の分類が5類に引き下げられるが、新型コロナウイルス感染症に対する恐怖心は高いため、このことが今後の景気に与える影響が危惧される。また、様々な商品の値上げがあるため不安材料となっている。
	□	通信会社（企画担当）	・引き続き低迷が想定される。
	□	美容室（経営者）	・3か月先は徐々に景気が良くなると予想されるが、天候不順や新型コロナウイルス感染症の影響もあり、景気回復にならず横ばいが継続している。売上に大きな変化が現れないため、キャンペーン等の支援を期待している。
	□	美容室（店長）	・年末に来店してから、3か月先に来店すれば卒業や入学と重なるため、少し景気が良くなっているようにみえるが、現実的には余り状況は変わらない。
	□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・3か月後は少し気候も良くなり、電気やガス等の使用量も下がると期待しているが、商品の値上げが予想され、好転するとは考えられない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・原油等の物価高や食料品の値上げ等生活用品の高騰で費用が増えている割には、購買意欲があり、旅行する動きがあるため、総合的には景気は現状維持で推移する。
	□	住宅販売会社（従業員）	・受注全体的に大きな変動はないが、注文住宅の受注がやや減少し、賃貸住宅の受注がやや増加傾向にある。
	▲	商店街（代表者）	・食料品や電気、ガス等の値上げは生活費に重くのし掛かり、景気上昇に悪影響を及ぼしている。
	▲	商店街（代表者）	・ウクライナ情勢の影響で、全ての商品が値上がりしている。値上がり分、生活必需品や食料品の売上が上がるが、し好品等は買い控えにより売上が落ちることが予想される。商店街のスーツ店などから、電気代高騰による相談があり、県や市に実態を知ってもらうべく補助金の陳情を行っている。大手企業のように、商品価格の値上げを簡単にできないため、小規模小売業は対策を考えなくてはいけない状態である。賃金値上げは、時給10円上げすることも苦しい状態であることを政府に理解してほしい。
	▲	商店街（代表者）	・全体的に値上げの情報が多く、地方では寒波も重なり、消費につながる好要因が考えられない。
	▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・人件費や原材料、光熱費等の上昇により利益幅が落ちると予想される。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染症対策による行動規制が緩和されたことで意識も薄れつつあることから、モノからコトにシフトしていくと予測している。
	▲	百貨店（業務担当）	・客の買物に対する姿勢は、これまでにないほど慎重になっている。生活必需品の購入はするが、当面は旅行や外出を控える人は多い。人の動きがコロナ禍から物価高に止められている状態である。
	▲	家電量販店（従業員）	・生活必需品や食料品、電気料金等の更なる値上げが、今後の営業に悪影響を及ぼす。
	▲	乗用車販売店（代表）	・物価の上昇等で悪くなる。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇以上に、給与所得が上回ることがない限り個人景気は良くならないため、3か月で景気が良くなるとは考えられない。
	▲	旅行代理店（職員）	・全国旅行支援が終了する4月以降の販売量は、低下する可能性がある。
	▲	通信会社（社員）	・客の購入マインドが悪くなっており、ケータイ業界が減少傾向にあるため、景気が若干悪くなる。
	▲	競馬場（職員）	・インフレが、販売量に影響を与える可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	▲	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）	・新型コロナウイルスが感染症法上の5類へ引き下げられるが、新型コロナウイルスの感染による影響は少なからず避けられず、また公的な介護報酬が売上を中心であるため、物価高騰分を価格転嫁できず、損益の前年比悪化は継続することが想定される。
	▲	設計事務所（所長）	・新規の業務が少ないため、3か月先の景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（代表）	・物価の高止まりと金利の上昇により、景気は悪くなる。
	×	住関連専門店（従業員）	・日用品を扱うため、物価の高止まりのため、多くの客が買い控えや予算を抑えて来店している。この物価高が続くと考えられ、為替や原料価格高騰により、多くの取引先が今春にも価格改定を予定している。身の回りの景気が好転する兆しがない。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・原材料値上がりによる価格転嫁で、販売量が減少している。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の値上がりが継続しそうである。また、業務の対価についても上昇することがない限り、景況感は改善しない。地方の個人事業主に支払う対価が上昇するかは大いに疑問である。
企業 動向 関連 (九州)	◎	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末納品を控えている案件が多い。
	○	農林水産業（経営者）	・2月は例年期待できないが、3月4月は移動や行楽シーズンでもあるため、需要が増えてくる。春先には鳥インフルエンザも落ち着き、原料不足の影響が2年間続いたため、輸入原料を含め対策が必要である。供給不足で取引先に迷惑を掛けているが、資材の値上げ等の負担も大きく、自社商品の値上げも春先以降大きな課題となっている。
	○	家具製造業（従業員）	・例年どおり、年度末に向けて一定数の案件は増えてきている。円安の動きも落ち着きを取り戻しつつあり、今後は徐々に利益も回復すると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合いや見積りの状況が良くなりつつある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・電気代高騰などが懸念材料である。今後、ソーラー設置で自社消費を凶るなど対応が必要である。
	○	通信業（経理担当）	・業種の特性上、物価高の影響が限定的であるため、年度末に向けて売上が増加し、それに連動して利益を確保できる見込みである。
	○	金融業（従業員）	・住宅販売は横ばいで推移しており、自動車販売は持ち直しの動きが見られる。また、百貨店やスーパーマーケットでも売上が上向き始め、旅行業の取扱額や飲食業の売上も回復している。
	○	金融業（営業）	・新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ引き下げられれば、新しい生活様式の動きは更に加速する。サービス業においても、一段と回復していくと考えている。
	○	金融業（調査担当）	・為替の安定化や行動制限の緩和等、景気に対してネガティブな材料が着実に解消されている。
	○	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は、今後落ち着きが見られると予想される。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類へ引下げになり、規制緩和や行動緩和等への期待感もある。また、前年より円高傾向になっており、中小企業の原材料輸入の安値感が出ているため、今月と比べ2月、3月は景気が良くなってくる。
	○	広告代理店（従業員）	・受注量は、前年と比較すると若干持ち直しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の7割程度にとどまっており、やや良くなると予想している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・値上げにも慣れ、新型コロナウイルス感染症の規制緩和により外出が増加する。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・国の政策として、新型コロナウイルスの規制は緩めてきている。社会の動きが出ているため、プラスになっていく。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	・Web経由での問合せが増えてきている。
	□	食料品製造業（経営者）	・農産物原料の伝染病による生産性低下が予想されるが、受注は安定して見込めている。
□	化学工業（総務担当）	・来年度以降の受注量や価格等は横ばい、又は若干減少の見通しである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の段階では、人手不足と原材料の価格高騰で難しい状況であり、値上げによる受注関係への影響が、今後の課題である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・新年度の計画は、社内の動きや状況外の動きを把握した上で、来年度は動き始めるが、今年度中の状況は現況と変わらず、恐らく来年度もこの状況が続く。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数は当初計画台数レベルでの生産を見込んでいたが、半導体供給問題が継続しているため、今月も休出計画の取りやめ等が発生しており、下方修正される可能性が非常に高い。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・半導体関連は部品調達ができず、ほとんど生産が進んでおらず、パワーデバイス系はある程度、上向きの傾向がみられる。しかし、好調とまではいえない状況である。
	□	建設業（従業員）	・大型物件の入札があるため、何としても受注したいと考えている。
	□	輸送業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢等もあり、今後の先行き不透明感は拭えない。
	□	輸送業（総務担当）	・これまでも値上げや増税によるマイナス情報があったが、大きく景気が悪くなることはなかった。九州の景気が東京など都心部に比べて遅れて反映される可能性があるが、情報では出荷量が下がり、取引量が制限されることはない。
	□	通信業（職員）	・材料不足で携帯基地局工事の完工が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。
	□	金融業（調査担当）	・ガソリンや光熱費の急騰など、様々な物価の上昇が家計を圧迫しており、消費マインドの向上は期待が薄い。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料はありつつも、通販関連の出稿が停滞気味であるため、景気は横ばいである。
	□	経営コンサルタント（社員）	・余りにも新型コロナウイルス感染症の影響が大きいため、積極的に今できることを模索する意欲に欠けている状態である。
	▲	農林水産業（従業者）	・資材や肥料の価格高騰が販売金額に転換できる仕組みが構築できなければ、農業の持続化は難しい。
	▲	繊維工業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症で休む人が多く、この状態が続くそうであるため、生産性が非常に悪くなっている。その上、悪天候の影響で工場も休みになり、更に生産予定が遅れてしまう。
	▲	金属製品製造業（事業統括）	・再開発は多数あるにもかかわらず、大手取引先が受注を控えている情報が散見される。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・今後の受注は減る見込みであるため、危惧している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・円安や半導体供給不足により、半導体関連の客状況の先行きが不透明であるため、若干景気は悪くなる。
	▲	不動産業（経営者）	・他の業種の企業でも、景気の良い話はない。
	▲	広告代理店（役員）	・3か月予想が当初の推定よりも低く、身の回り景気は後退する可能性が高い。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・今後も継続して悪化の傾向は変わらないと予想している。
	×	建設業（社員）	・公共工事への予算が減少している現状では期待ができない。民間工事への営業を広く実施しているが、大きな成果は期待できず、また、繰越し工事やゼロ国債、ゼロ県債等の発注が分からないため不安である。公共工事に依存している地方の零細企業は、非常に懸念している。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の今年度の補正予算では、調査や計画、設計等の委託業務の予算が少ないことから、入札やプロポーザルの回数が減少することが予想される。入札があっても低価格競争になるため、受注の機会が減り、売上の増加が難しいため、景気が悪くなることが予想される。
雇用関連 (九州)	◎	求人情報誌製作会社（編集者）	・当社は元々インバウンド需要が高かったが、コロナ禍で旅行者が減少していた。しかし、最近では、街を歩いている外国人が増えており、インバウンド需要も伸びている。これまで低迷をしてきた景気を、一気に取り戻す動きになっていく。
	◎	民間職業紹介機関（職員）	・年度が替わる3か月後には、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、また、インバウンド需要は回復し、加えて人手不足もあり、人材業界の景気は更に上向く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末の注文は順調に受注しており、人数も前年より増加している企業もある。また、4月からの派遣料金改定に前向きな企業も多い。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、集客案件が増加する。
	○	人材派遣会社（社員）	・物価上昇に伴い、求職者のエントリーが高時給の求人へシフトしている。売り市場は加速すると考えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・卒業や入学、異動などの時期に入るため、関連消費が生まれ、また、当地では空港のリニューアルオープンも控えている。新型コロナウイルスの感染症法上の分類が引き下げられ、人の動きや消費活動が活発になってくる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の減速傾向と春先の観光やイベントシーズンを迎えるため、消費は徐々に良くなっていく。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・春には新型コロナウイルスの感染症法上の分類を5類へ引き下げることが決定し、今後は新型コロナウイルス感染症発生前の生活水準に戻そうとする動きが強まる。インバウンドの増加に加え、国内旅行者数の増加も予想されるなど、日本経済には明るい兆しもみえ始めている。その一方で、依然ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後も物価高が続く見通しであることから、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はしばらく続くため、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じている。今後も経過を注視したい。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業の求人数は伸びつつあるが、求職者の条件が整わず就業開始までに時間が掛かるケースが多く、全体的に余り景気が上向きの状況にはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・行動制限が緩んだ状況は続くため、旅行や宿泊関連の広告は引き続き好調となり、ある程度回復が考えられる。燃料費高騰などの物価上昇は気になるが、円安も落ち着きつつあり、電気料金値上げの予定も現状ではなく、ある程度は通販の支出に向かう余裕も出ると期待している。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向はなく横ばいであり、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談も横ばいであるため、状況は変わらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求職者確保の兆しがみえず、引き続き募集費が増加すると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・全国旅行支援や行動規制緩和により、宿泊業や飲食業の事業所は業務が繁忙になっており、求人申込みは前年比を増強して推移している。一方、他の業種からは、新型コロナウイルス感染症の支援策の縮小や廃止、貸付けの返済開始により、従業員の雇用維持や事業継続が厳しくなっている。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・賃金が上がらず、このまま物価上昇が続けば購買意欲の低下につながる。
	×	—	—

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (沖縄)	◎	一般小売店〔酒〕（店長）	・観光客の入国措置が緩和されれば、今後景気回復になる。
	◎	百貨店（店舗企画）	・5月の新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行が、インバウンドの規制緩和につながると期待している。
	◎	コンビニ（店長）	・現在の来客数の推移や、那覇港へのクルーズ船の寄港予定をみると需要が増えていくと予想できる。
	◎	コンビニ（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類に変わる。また、1月10日より再開した全国旅行支援により、春休み、ゴールデンウィークと観光客が今以上に増える。以上2点の理由により、観光産業中心に県経済は回復していく。
	○	スーパー（企画担当）	・来客数は前年を捉えることができている。値上げラッシュで現状は買上点数が落ち込んでいるが、徐々に値上げに対する意識が和らいできている雰囲気があり、今後買上点数が増えると予想している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・沖縄は暖かくなるにつれ来客数も伸び、県全体的に景気は上向くとみている。
	○	乗用車販売店（経理担当）	・一時的に商品供給量が増加することから販売が伸びる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に変わること、沖縄の景気を左右する観光業が更に伸びて景気は良くなるとみている。
	○	その他専門店〔陶器〕（製造）	・外国人観光客が更に増えればという希望的観測である。焼き物全体の価格は電気代の高騰により上がっていきとみているので、海外客が購入すれば卸先での売上も確保できるのではないかとみている。
	○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・観光客が増え始めている。また、クーポンの効果にも期待している。しかし、仕入原価の高騰、慢性的な従業員不足は続いている。
	○	観光型ホテル（代表取締役）	・2月、3月の宿泊予約数は動いている。料飲部門の宴会や夕食も先々の予約が入ってきている。ただし、人件費の上昇、様々な値上げにより経費負担が増えており、収入は増えるものの4月以降の負担増により、これまで上向いていた景気はどうなるのか分からない。
	○	通信会社（営業担当）	・学生需要が高まる時期であるため、今よりも市場は活気付くと期待している。
	○	その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行きの受注状況は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年を上回っており好調に推移している。国際線の再開によりインバウンド需要は著しく伸長している。
	○	住宅販売会社（役員）	・コロナ禍の影響がなくなり、また、住宅取得に直接影響する金利もさほど上がらないのであれば、住宅需要は期待できる。
	□	スーパー（販売企画）	・家庭でも光熱費値上げの影響があり、食費を切り詰める話も聞こえている。そのため客の買い控えは続くこととなり、店舗での買上点数を増やすことは難しい。また商品値上げも続くので3か月先の景気は同じような状況だと考える。
	□	コンビニ（経営者）	・近隣に他店舗が建設中なので、客が分散する心配がある。商品の品ぞろえと接客に力を入れて売上を伸ばしたい。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今月は年始の成人式に期待していたが、さほど売上アップにはつながっていない。まだまだ我慢が続くものとみている。
	□	家電量販店（営業担当）	・物価上昇によって客の生活防衛意識が高まり、消費意欲が低下しているとみられる。
	□	旅行代理店（マネージャー）	・世の中のあらゆる物価が上昇しているなか、旅行代金も比例して高くなっている。春休みなどの商品への反応も今一つ良くない。
	□	住宅販売会社（代表取締役）	・物価高騰の影響などもあり、多くの予算が掛かる住宅購入やマンション購入などには、慎重な態度が当面続くと予想される。
	▲	コンビニ（副店長）	・原油価格が高騰し、中小企業の賃上げがなかなか進まないなか、低価格志向の強まりや、買上点数の減少が進み、苦戦を強いられると考える。
	▲	一般レストラン（代表者）	・まだ新型コロナウイルス感染症を気にする人もいるし、ニュースではインフルエンザの注意などが放送されているため、警戒しているとみている。
	▲	観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの1月の販売室数は前年比280%増加なのに対し、1月末時点での4月の予約室数は前年比152%増加と、プラス幅が小さくなっている。
	×	商店街（代表者）	・現在でも新型コロナウイルスの影響はまだ落ち着かず高止まりしている状態である。感染状況が穏やかになれば、徐々に景気は上向きになるとみているが、末端の店舗はまだ大変厳しい状況下にある。
企業 動向 関連 (沖縄)	◎	食料品製造業（役員）	・国内の観光客は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復していて、またインバウンドも徐々に増えつつあり以前のような物量の増加が見込まれる。さらに、春以降、値上げに伴う単価の上昇も見込まれる。
	○	建設業（経営者）	・資材価格高騰分を、床面積を少なくしたりで、総予算は変えずに契約方向に向かう可能性がある。
	○	輸送業（代表者）	・先島地区の建設関連は、公共工事では石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調だが、宮古島は端境期で少ない。与那国島は先に発注された大型の自衛隊工事が始まり、今後が期待される。民需については、宮古島、石垣島を中心に大型のホテル工事が進んでいる。
	□	窯業土石業（取締役）	・資材価格の高止まり及び価格転嫁の遅れにより利益率の低下が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	□	広告代理店（営業担当）	・県内企業の販促意欲は高いものの、経営基盤を揺るがしかねないエネルギー価格や資材の調達コスト高騰などの影響でちゅうちょする傾向があり、先行きの景気は不確実性がますます高まっているとみられる。
	□	会計事務所（所長）	・継続しているエネルギーコスト負担、今後の金利上昇圧力が影響する。
	▲	—	—
	×	—	—
雇用 関連 (沖縄)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・以前は派遣依頼があっても求職者数が少なく、なかなか契約に至らず、売上や利益には結び付かなかったが、ようやくマッチングができ、数字に反映されるとみている。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業が人材採用を積極的に行う。
	○	求人情報誌製作会社（営業）	・これから3月から4月にかけてを求人数のピークとして予測している。また同様に、企業の採用活動に合わせて、求職者の応募も増えていくと予測している。
	○	職業安定所（職員）	・人員確保のために、緩やかではあるが全体的に条件アップが図られるのではないかとみている。
	○	学校〔専門学校〕（就職担当）	・どの業界でも人手不足が著しい状況もあり、現状を踏まえると、より多くの求人を頂けると予想している。また、今まで中途採用のみだった企業や、新卒でも即戦力として採用をしていた企業が、育成にシフトスキルに重きを置かず採用をしているため、学生にとってもチャンスが広がると期待している。
	□	人材派遣会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染とインフルエンザの流行により、なかなか景気は回復しないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・急な好転はないとみられる。
	▲	—	—
	×	—	—