

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)		観光型ホテル（スタッフ）	・1年のなかで1番の繁忙期を迎えることになる。例年と比べると、客の動きはゆっくりしているが、インバウンドを中心に客が動き始めている様子がみられることから、期待できる状況になりつつある。
		タクシー運転手	・12月からタクシーの迎車料金として200円が加算されることになるため、1か月の売上が約400万円の増収になると試算される。また、これから忘年会シーズンを迎えるなか、今年は移動制限などもないため、前年から20%程度の売上増加を期待している。
		観光名所（従業員）	・当地においては、今後も国際線の定期便や季節便の就航が予定されていることから、更なるインバウンドの入込を見込める。国内観光客についても、冬季観光イベントが再開されることで、ますます活況を呈することになる。
		商店街（代表者）	・観光客が堅調に推移している。国内観光客については、例年11月の入込が大幅に減っていたが、今年は比較的多くの入込がみられている。インバウンドも好調を維持しており、これから冬を迎えて、タイなどの国からの入込が増えることが見込まれる。これらのことから、今後にも期待が持てる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東南アジアからの観光客が回復していることで、売上はコロナ禍前の2019年比で132%まで増加した。11月としては気温の高い日が続いたことで、国内観光客の入込が多かったことも売上に繋がった。国内客については買い控えの様子が引き続きみられているものの、徐々に反応が良くなっていることから、今後の景気はやや良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後については、冬の観光シーズンを迎えるため、インバウンドが増えることになる。インバウンド1人当たりの客単価は、今の円安傾向もあって、国内客の2.5倍程度となっており、これからインバウンドが増えてくることで、当店の売上も増えていくことを期待している。一方、国内客については、年末年始を迎えて人が動くとみられるものの、買物の仕方が必要最低限の土産品の購入や自分用の土産品の購入にとどまるなど、以前のような買物に前向きな様子がみられないことから、販売点数が減少することが懸念される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってから売上が好調に推移していることに加え、人流も活発になっていることから、今後の売上は堅調に推移することになる。
		百貨店（売場主任）	・年末にかけてインバウンドの増加が期待できる。国内客についても、円安や日並びの影響で今年は海外に行かずに国内で過ごすことが多いとみられるため、観光や帰省などに伴う需要の増加が期待できる。
		スーパー（従業員）	・コロナ禍が終息したことで、人の動きが活発になっていることから、今後の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・観光需要が一段と伸びていることから、今後、個人消費が徐々に向上することになる。法人需要は、小売業に落ち着きが見られるものの、観光関連業や一部の大手建設業において回復傾向がみられることがプラスとなる。これらのことから、今後の景気はやや良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・コロナ禍の影響が落ち着きつつあることから、今後、販売施策を転換することで景気はやや良くなる。ただし、どのように転換していくかが今後の課題である。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍が終息し、各地の冬のイベントもコロナ禍前と同じような規模で開催する予定であることから、冬季繁忙期における国内旅行需要の活況が見込まれる。また、インバウンドについても、中国便3路線の運航が再開したこと、上海線を運航している航空会社が1社増え3社となったことから、コロナ禍前の約70%の水準まで回復しており、今後の需要回復が大いに期待できる。

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
		タクシー運転手	・冬季となるため、雪などの天候要因によって利用客が多少増えることになる。年末年始の忘年会、新年会での利用客増加にも期待できることから、今後の景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・年末の繁忙期を迎えるため、利用客の増加が期待できる。ただし、人手不足の影響で稼働台数が制限されているため、供給不足となることが懸念される。
		通信会社（企画担当）	・都心部を中心に、大型量販店などから通信端末の引き合いがあるため、今後の販売量の増加が期待できる。
		観光名所（職員）	・物価が高止まりしているが、今後、徐々に落ち着きが見られるようになる見込んでいる。そのため、若干ではあるが、消費が回復し、景気はやや好転することになる。
		商店街（代表者）	・定額減税の効果がでてくる、又は物価の安定、賃金のアップがみられるようになるまで、厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・近隣スーパーの閉店、暖房費の高止まりの影響により、今後も外出を控える傾向が継続するとみられる。当区域の来街者数、売上は悪い状況のまま推移することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・年末年始のイベントに向けて、消費が上向くとみているが、物価高が続いていることから、景況感は余り好転しない。
		スーパー（店長）	・現状と同じようにやや景気の良い状態で推移するとみられる。ただし、降雪地では、降雪量に左右されることも多いため、前年並み又はそれ以下の降雪量にとどまることが条件となる。
		スーパー（店長）	・物価が上昇していること、天候の変化が大きいことから、客の来店頻度が低下しているものの、客単価が上昇していることから、今後も景気は余り変わらない。
		スーパー（店長）	・客単価、販売点数共に伸びている状況が続いているため、年末年始も期待できる。
		スーパー（企画担当）	・今後については、値上がりする商品の数が減少していることから、インフレ傾向は鈍化するとみられるものの、年末を控えて買い控えが起きることも懸念されるため、今以上に景気が良くなるとは考えにくい。
		スーパー（役員）	・観光関連や飲食関連において、需要増加に伴って求人数が増えており、店舗での人手不足が深刻になっている。今後、売上増加に対応することができなくなる懸念がある。
		コンビニ（エリア担当）	・今後については、消費者の生活防衛意識が強まり、嗜好品の売行きが鈍化することになる。催事商材の客単価が低下傾向にあることもマイナスである。
		コンビニ（エリア担当）	・物価の上昇が続くなか、最低賃金の引上げやボーナスの増額などは行われているものの、多くの家庭において、貯蓄が増えていない。現状の生活で一杯一杯なため、今後も景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・このまま景気はやや悪い状態が続くことになる。
		衣料品専門店（エリア担当）	・社会情勢に特段の変化がみられないため、今後の景気も現状のまま推移する。
		家電量販店（経営者）	・省エネ型商品の販売が好調な状況は今後も続くことになる。
		乗用車販売店（経営者）	・例年であれば、年が明けると客に動きがみられるようになり、それに伴って受注量も上向いてくるが、今年は受注を停止している車種が多く、営業スタッフのモチベーションも低下していることから、今後も景気は変わらない。新型車が発売されたとしても、納車が長期化しているため、同じような状況が続くことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、新型車が発売される予定があるが、FF車が主体となってしまうと、積雪のある北海道において販売量が大きく増えることは見込めない。販売量の伸びは僅かなものにとどまるため、現状維持での推移となる。
		乗用車販売店（従業員）	・受注残がまだあることから、今後3か月は現状維持のまま推移する。ただし、受注につながるような車種が増えてこないため、受注残が減る一方である。新車の受注量が目標の半分以下にとどまっていることもあって、先行きへの不安がある。

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
		乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して半年が経過したが、新車の販売動向が一向に上向いてこないことから、今後数か月で景気が大きく変わるとは考えにくい。
		自動車備品販売店（店長）	・冬季に入ることから、これから北海道においては、暖房費の負担が重くのしかかってくる。ガソリンや食品などの物価高のなかにあつて、暖房費も増えてくることから、今後、客の節約志向が強まることが懸念される。
		住関連専門店（役員）	・商品が値上がりしていることもあつて、必要なものを必要な分だけ買う傾向は今後も変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・現状から、動きが鈍化した市場はなかなか改善できないとみられる。手の打ちようがない厳しい状況にある。皮肉だが、コロナ禍の時のほうが活気があつた。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・仕入先から、来年度の商品の値上げも確定しているとの情報があるため、今後の純利益は減少することになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここ数年と同様に予約の動きが悪く、12月の予約が少ない状況にあることから、年末年始の客の動きがどうなるか読みにくい。ただし、規模の大きな団体客は見込めないと考えている。年末は席を限定したり、貸切り状態にするなどして、予約客以外を断ることで、特にスタッフを増やししたりせず、現状の人員体制で乗り切ることを考えている。
		スナック（経営者）	・例年であれば、宴会の予約が入る時期であるが、前年も今年も予約が余り入っていないことから、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍が明けたことで、需要が爆発的に伸びたが、景気回復が遅れていることから、ここに来て販売量が減少傾向に転じている。そのため、今後も景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・今後の景気は社会情勢によって変わってくるとみられるが、物価高、円安、燃料価格の高騰などの状況が大きく変わるとは考えにくい。そのため、景気も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・今後も円安、物価高が続く限り、企業や組織の団体旅行需要が今以上に上向くとは考えにくい。
		タクシー運転手	・北海道においては、冬季になると売上、販売量などの落ち込みがみられるため、今後の景気が良くなるとは考えにくい。ただし、年末年始にかけて、宴会などが多数行われるようになれば、状況は変わってくるため、今後の動向を見極めていきたい。
		通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策が変わらない限り、今後の景気も変わらない。
		通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの方針が変わらない限り、景気は上向いてこない。
		美容室（経営者）	・売上、来客数共に、大きな変化はみられない。季節要因以外に景気の変化するような要因もないため、今後も景気は変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・冬季においては、現状の景気のまま推移することになる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後については、補助金など、国の経済対策が行われることを期待している。そうなれば、客の購入マインドが刺激され、受注量が増加することになる。
		商店街（代表者）	・客の様子から、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるためには、国がこれから何をしたいのか、分かりやすい方針を示すことが必要と考えられる。
		一般小売店（経営者）	・年末商戦に向けた盛り上がりが見られないことから、今後の景気はやや悪くなる。例年と比べても盛り上がり欠けており、危機感を持つほどである。
		スーパー（店長）	・賃金の上昇が物価高に追い付いていないため、最低限の生活をしている客が多い。買物も価格の安い物が中心となっていることから、今後の景気はやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・今年前半ほどではないにしろ、メーカーサイドからの食料品の値上げ要請が継続している。北海道において、冬はエネルギーコストの負担が増加する時期であることから、客の買い控えがますます進むことになり、買上点数の減少が見込まれる。年末商戦に向けて、価格面に対する意識を強めていかなければならないと考えている。

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
		衣料品専門店(店長)	・当業界においては、コロナ禍において生じた行動の変化が今も影響しており、コロナ禍前の状況に戻り切れていない。特に正装、スーツといった文化がみられなくなっていることが大きなマイナス要因となっている。暖冬もマイナス要因であり、これから行事の増えてくるシーズンを迎えて、どのような動きがみられるかがポイントとなる。
		家電量販店(店員)	・地元のカード会社のイベントが中止となるなど、街中が盛り上がり欠ける状況にあることから、今後の景気はやや悪くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・今後については、来客数がそれほど変動しないものとみられるものの、一旦は落ち着いた原材料価格に再び値上げの動きがみられることから、収益が減少する懸念がある。
		タクシー運転手	・本来、年末は繁忙期であるため、期待したいところではあるが、物価が高騰している現状から、コロナ禍前の水準に回復するとは考えにくい。
		美容室(経営者)	・先行きへの不安が高まっており、客が必要な物にしか支出しない傾向が強くなっている。そのため、今後の売上はある程度減少することを覚悟している。
		美容室(経営者)	・景気が良くなるような要因が何もないため、今後の景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社(経営者)	・分譲マンションの価格上昇率が、客の所得の上昇率よりも明らかに高く、そして値上げのスピードも早い。また、建築価格の高騰により、分譲マンションの供給量も減少傾向にある。これらのことから、今後、分譲マンション市場は縮小していくことになる。
	x	スーパー(店長)	・個人消費が上向いてこない限り、今後の景気はやや悪くなる。
	x	観光型ホテル(経営者)	・地方空港におけるグランドハンドリングの人手不足が影響して、海外便の就航数が回復してこないため、閑散期を下支えするインバウンドの予約数が少なくなっている。このため、今後の景気は悪くなる。
	x	住宅販売会社(経営者)	・住宅会社において、住宅の在庫が思うように処理できていないことから、今後、各社が赤字覚悟で価格を大幅に下げた在庫処分を行うとみられる。住宅会社の業績も悪化することになり、倒産する会社も出てくるのではないかと心配している。
企業 動向 関連 (北海道)		-	-
		食料品製造業(従業員)	・コロナ禍ではできなかったマネキン販売ができるようになり、販売促進関係に力を入れることができるようになっていくことから、今後の景気はやや良くなる。
		通信業(営業担当)	・半導体製造企業の進出により、関連企業に動きがみられるなど、北海道経済におけるプラスの効果が具体的になっていくことから、今後の景況感は上向くことになる。
		広告代理店(従業員)	・これから何らかの経済対策が行われることで、今後の消費が活性化することを期待している。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	・ホテルの価格動向、インバウンド需要の回復、値上げに向けた企業の積極的な動きなどから、今後も景気回復は続くことになる。
		その他サービス業[建設機械リース](営業担当)	・今後も受注量の増加が見込める。受注単価も徐々に改善していくことが期待できる。
		農林水産業(経営者)	・今夏の猛暑の影響で青果物の収穫量が思わしくない。春節の頃までの輸出需要は期待できるが、春以降の国内流通については不安がある。
		食料品製造業(従業員)	・今後について、販売量が増えるような案件が見当たらないことから、景気は変わらない。
		家具製造業(経営者)	・為替の状況から、今後も景気は変わらないとみられる。
		建設業(役員)	・建設資材価格の高止まりは続くと思われるものの、ゼロ国債工事について、例年並みの新規受注が期待できることから、今後も業績が順調に推移する見通しに変わりはない。
		輸送業(支店長)	・荷主への聞き取りにおいて、今後の貨物量を現状維持とする見通しが多いことから、今後も景気は変わらない。

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
		金融業（従業員）	・観光関連は今後も改善傾向が見込まれる。財・サービスの価格上昇は徐々に落ち着くようになるとみられるものの、円安の影響によるエネルギー価格の高止まりが、個人消費の足かせとなる。これらのことから、今後も景況感是不変わらない。
		司法書士	・物価の上昇率が今年の賃上げを上回っていることから、これから冬を迎えるなか、消費動向の節約志向が強まるとみられる。ただし、景気が良くなることはないが、極端に悪化することもないとみられる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・人手不足が解消しない限り、今後の景気は良くならない。ただし、景気が悪くなることも考えにくい。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・冬物商材などの物量は増えてくるとみられるが、中小規模の案件の引き合いが少なくなりつつあるため、今後も油断のできない状況が続く。
		建設業（経営者）	・厳寒期を迎えるため、今後の新規受注は余り見込めない。例年のことではあるが、特に土木工事においては日照時間の減少に加えて、除排雪作業や土砂の凍結、採暖などで、生産効率が落ち込むことになるため、採算性が大きく悪化することになる。観光客が減少することで、街中の景気が落ち込むこともマイナス材料である。
		建設業（従業員）	・建設費高騰の大きな要因として、施工者、特に設備施工者の不足が挙げられる。こうした状況は全国的に同じであるが、北海道から首都圏に技術者が流れているため、地域差が生じつつある。特に北海道は他地域と比べて先行して影響が出始めているため、今後の景気はやや悪くなる。
		司法書士	・一部の地域を除けば、地方都市の人口が減少傾向にあることから、経済規模が縮小することになる。必要な物はECサイトなどによって入手できるが、地域に金が回らないことから、商店や大型店舗の閉店が相次ぎ、地域経済の衰退が進んでいくことになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・物価の高騰や先行きの不透明感などから、企業の設備投資意欲が減退しており、今後の景気はやや悪くなる。
	x	-	-
雇用 関連		*	*
(北海道)		人材派遣会社（社員）	・例年、12月のボーナス取得後に離職者が増え、転職活動に入ることになる。減員は企業にとっては戦力ダウンにつながることから、営業体制の整備が急務となり、採用活動が活発になる。一方、人材がなかなか定着しない企業も多く、経営者が描く拡大戦略が思いどおりに進まない状況もみられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地方の労働市場においては、若年労働力減少の影響が大きく、徐々に厳しさを増している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・政府による大胆な経済対策の実施やウクライナ情勢の終息など、経済情勢が大きく転換するような要因がない限り、景気は現状と変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・競合相手の存在、他社の新サービスの台頭など、当社を取り巻く環境は厳しく、今の底の状態が続く。
		職業安定所（職員）	・資材価格、燃料価格、電気料金も含めたあらゆる物価の高騰など、事業環境の悪化を招く要因が多いものの、業況堅調な事業所からは引き続きコンスタントに新規求人が公開されている。新規求職者数と有効求職者数は横ばいで推移していることから、今後も景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数は7か月連続で前年を下回っている。産業や業種によってその度合いは異なっているが、新型コロナウイルスの感染状況、経済活動や消費行動の動向によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業では将来に備えた新戦力の獲得に力を入れており、この時期になっても2024年新卒者の採用活動が続いている。ただし、物価の上昇に伴って市民の購買意欲が低下しており、飲食関連、販売関連、不動産業などでは客の買い控えを感じているようである。一般市民としての目線では、好況とはいえない状況にある。

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
		求人情報誌製作会社（編集者）	・物価高に向けた効果的な対策が打ち出されない限り、今後の景気が上向くことは考えにくい。
		職業安定所（職員）	・物価の上昇と実質賃金の低下が続いているなか、冬季を迎えて暖房費の支出も増加することになるため、景気が上向くとは考えにくい。
	x	*	*

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)		*	*
		商店街（代表者）	・来街者数の増加はこの先も続くともみている。
		商店街（代表者）	・歳末商戦が始まるため、ある程度の来客数は見込める。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・様々な制限がない年末年始を迎えるため、忘年会・新年会需要や帰省客増加などによって客先全体の売上増加に期待したい。
		百貨店（従業員）	・物価高騰に落ち着きが見られることに加え、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後初めての年末年始で帰省客の増加も予測されるため、食品や土産品を中心に前年よりも売上が増加することが見込まれる。
		スーパー（経営者）	・冬のボーナス支給額が前年よりも良いという話を多く聞くので、地方のスーパーにも恩恵があることを期待したい。また、政府の諸政策が消費喚起に結び付くことにも期待したい。原料価格や人件費等、原価が上がった分の価格転嫁は続くが、消費は期待も込めてやや回復するとみている。
		コンビニ（店長）	・国の政策次第では景気が良くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・個人客の販売量が少しずつ戻っているため、今後の景気はやや良くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・年度初めに向けて購入を検討する人が増えるともみている。
		乗用車販売店（店長）	・収益はおおむね好調推移が続くものとみている。しかし、高額車の取引が進む一方で、車検代や保険料が支えない人が出ている等、格差も広がっている印象を受ける。
		住関連専門店（経営者）	・今月から来年にかけて受注があり、販売量の増加が見込まれるため、景気はやや良くなる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・この先も制服については、一気に買い替えるという動きは見られず、様子見が続くが、年度末や新年度の人の動きについては、コロナ禍の頃よりは活発になることが予想され、良くなるとみている。
		タクシー運転手	・挨拶回りやカレンダー配りなどで年末にかけては利用客が多くなる。また、週末は県外からの観光客が多くなり、長距離客が増えるともみている。
		通信会社（経営者）	・若者を中心にテレビ離れが進んでいるといわれてきたが、コロナ禍で家庭でのテレビ視聴が定着し、テレビをインターネットにつないで視聴する人の割合が増えてきている。このため、有料テレビの加入と併せて、インターネットの契約も増えている。低価格のWi-Fi利用を中心とした自宅への通信環境整備が再び進んでいる。
		通信会社（社会貢献担当）	・年度末に向けて学生向けの需要が拡大する見込みである。
		観光名所（職員）	・今月の来客数はほぼ前年並みだが、1～3月はインバウンドを中心に前年実績数の倍の予約が入っている。これに振り客を加えると更に増えるため、見通しは明るい。
	競艇場（職員）	・年末年始に向けて来場促進イベントを企画している。新規客が多く来場するため、多少なりとも売上アップが見込める。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金融引締め懸念はあるが、物価の上昇に対し賃金を上げることができている。好調な状況は続くともみている。	
	設計事務所（経営者）	・現在計画している仕事動き始めるため、景気はやや良くなるとみている。	
	商店街（代表者）	・大人数の会食が減り、グループの人数も少なくなっているため、採算ラインを割った状態が続いている。	

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
		商店街（代表者）	・年末を控え、抽選会や大売出し等を新型コロナウイルス感染症発生前の規模に戻して企画している。しかし、消費が伸び悩むことを懸念している。
		商店街（代表者）	・季節感がなく、正月も景気は変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・正月を迎える準備には金を使うが、正月が終わると再び節約志向になるため、今と変わらない状況になるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・前年は新型コロナウイルス感染症の抗原検査キットの需要があり売上は前年比125%だった。今年は売上が前年比87%から89%で推移しており、前年ほどではないがそれなりに良くなっている。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・客は値上げに対しある程度理解をしている。安い物だけを購入する客と、値が張っても品質が良い物を購入する客とで2極化しており、しばらくはこの状況が続くとみている。
		百貨店（企画担当）	・上位顧客をターゲットとした企画を開催しているが、客単価は伸長するものの買上客数のマイナスを補うまでには至らず、数か月連続で前年を下回っている。
		百貨店（経営者）	・経済動向、天候などの変化により、好調・不調のアイテムが明確になっている。年末年始までは人流も増え、高額商品の好調が続き、全体としては大きな変化はないとみている。
		百貨店（催事担当）	・冬季を迎え、暖房など光熱費上昇の影響を受けるため、生活防衛中心の消費マインドは続くともみている。
		スーパー（店長）	・食品スーパーとしては消費が低迷する状況にはならないとみている。
		スーパー（店長）	・来客数、商品動向共に大きく変わらないとみている。
		スーパー（店長）	・いろいろな手法で売り込みを掛けているが、物価高による節約志向がみられる。景気が上向き要因が見当たらない。
		スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、販売量は少々苦戦しているものの、値上げにより売上は前年並みをキープしている。プチゼいたく品、話題品、年末のごちそう予約などは前年よりも好調に推移している。
		スーパー（企画担当）	・周辺は1次産業に従事する人が多く、高温の影響で1等米比率が低下したことや果樹の作柄が前年の6割強だったことから、収入が減少すると見込まれるため、景気が上向きことはない。また、暖冬で除雪回数が減れば、除雪従事者の収入が減少するため、弁当や飲料の売上も減少する。景気を押し上げる材料がない状況である。
		スーパー（営業担当）	・来客数が減少し買上点数が伸びない。値上げにより必要なもの以外の衝動買いが抑えられ、買物に慎重になっている様子がみられる。景気は変わらないとみている。
		スーパー（商品担当）	・物価上昇による売上増加の傾向はしばらく続くともみているが、買上点数や来店頻度の減少が続くことを懸念している。
		コンビニ（経営者）	・年末に向かっていくが来客数に変化がみられない。
		コンビニ（エリア担当）	・降雪等の影響次第だが、根本的な消費動向は変わらないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・東北はインパウンドが余り来ていないため、他地域よりも外国人需要が弱い。
		コンビニ（店長）	・増税ばかりが言われ、消費マインドは低くなっている。来年にかけて悪い意味で変わらないとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・個人向けのお歳暮は県産品に重点を置いて売り込みを図っており、売れることを期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・円安で輸入品の値上がりが続いている。また、寒くなると光熱費の負担が増える。賃金の上昇は地方には波及しておらず、景気が良くなる見通しが立たない。
		衣料品専門店（経営者）	・暖冬の影響で冬物衣料ニーズは加速しないとみている。
		衣料品専門店（店長）	・少子化により参加者数は減少傾向にあるが、成人式や卒業、入学、入社といった節目には多くの需要が見込まれ、大きく変わることはないともみている。
		衣料品専門店（店長）	・実売期から処分期にかけてはCMやチラシなどの販売促進に左右されやすい客層が増える。価格にシビアな人の増加とともに苦戦が予想される。
		衣料品専門店（総務担当）	・冬季の光熱費等の支出増加により、家計を抑える行動に出ることが考えられるため、購買意欲は高まらないとみている。

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（従業員）	・世界情勢などの変化により先は見通せないが、買換え需要は底固い。
		家電量販店（従業員）	・2か月後は初売りがあるため、若干の売上増加は期待できるが、その後は特に変わらないとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・今回は新車受注に遅れがあるため、この先3か月の収益は大きく上がることはないとみている。下取り車の在庫が増える予定も今のところはない。
		自動車備品販売店（経営者）	・良い材料が見つからない。暖冬予報のため除排雪などの仕事に影響が出ることが予想され、それに付随する関連業種も落ち込むとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・冬場は灯油代の負担が増えるため、消費が冷え込むとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油の販売価格は来春まで現状のまま推移すると予想され、良くなることはないとみている。
		高級レストラン（支配人）	・現在の来客数、宿泊客数共に多い状況は、この先2～3か月は変わらないとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・景気が良くなる要素がない。
		観光型旅館（経営者）	・物価の上昇や税負担の増加の話ばかりで良いニュースがない。
		観光型旅館（スタッフ）	・今月も物価の上昇が続いており、2～3か月先に良くなる要素は見いだせない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会、新年会の季節になる。会議の需要は余りないため、全体的な動きは今月とほぼ変わらないとみている。
		旅行代理店（従業員）	・2～3か月先はオフシーズンとなる。先行予約状況を見ても新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度並みの水準であることから、景気は横ばいとみている。
		旅行代理店（従業員）	・11月以降の販売が下降傾向にあるが、シーズンのなものなのか、マーケット自体が縮小しているのかの判断が付かない。今後の動きを注視している。
		旅行代理店（従業員）	・来年以降の動きが出てきているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るかは不透明である。特に海外旅行が回復するのは2025年以降といわれている。
		タクシー運転手	・人出は少しずつ増えているものの大幅な増加は見込めないため、変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末年始需要により消費動向は伸びるが実質賃金下がっているため、景況感は悪いまま変わらないとみている。暖冬の予報も出ているが、その影響も予測できない。
		通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しいため、変わらないとみている。
		通信会社（営業担当）	・好況な業種もそうでない業種もあり、全体的な景気は良くなるとも悪くなるともいえない。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフで営業も限定的になるが、物価上昇の影響次第で変わってくる。
		美容室（経営者）	・クリスマスがあるため一時的に景気は回復するが、正月を過ぎた時点で、現状と同じになると予想している。
		美容室（経営者）	・年配客が多いため、寒くなると出足が悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・自社所有地を使った建築条件付分譲地の販売が伸びている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、光熱費等の節約につながる省エネタイプの暖房器具への買換えが増えるとみている。リフォームは、助成制度期間が終了したため、工事の問合せは更に減るとみている。
		その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数は今月と同等で推移すると予想している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今まで多くの観光客が来ていたが、これからは来なくなることが予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中東情勢の影響でエネルギー価格等が高止まりすることが予想される。消費者は収入が増えないなか生活費が増えるため、生活防衛意識が更に高まることが予想される。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・この先の動向が読めない。
		スーパー（店長）	・生活防衛意識が強まり、値下げ品や割引セールに客が集中するとみている。

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
		コンビニ（経営者）	・今月に入り来客数の伸びが鈍化している。年末年始で歳時商品は動くともみているが、それ以外は動きに陰りが出るとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数が減っている。夏が暑すぎて、金を使い過ぎたとも考えられる。また、例年だと建設関係の仕事が年内の追い込みで忙しくなる時期だが、今年は仕事が少なくなっており、それが売上減少につながっているとみている。この状況は続くともみている。
		コンビニ（経営者）	・弁当類も1コインで購入できるものがなく、販売数が増えない。物価の上昇により、客の財布のひもがますます固くなっていくともみている。
		コンビニ（経営者）	・暖冬の影響で土建関係業者の除雪の仕事が減ることが予想される。それに伴い来客数、単価共に減少するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・光熱費の上昇や商品の値上げが続いており、売上は伸び悩むともみている。インバウンドは期待しているほど伸びておらず、景気が良くなることはないともみている。
		衣料品専門店（店長）	・冬になると光熱費が上昇するため、消費行動が慎重になる。
		乗用車販売店（従業員）	・年内は安定した配車量を供給できるが、年明け後は配車量が減るとの通知がメーカーからきており、景気はやや悪くなるとみている。
		住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・景気が良くなる要因が見つからない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年明けに更なる値上げなどがあれば、景気はますます悪くなると予想している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・気温の高い日が続いており、配達灯油の販売数量が伸び悩んでいる。暖冬の予報が出ており、前年割れになることも予想される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・買上客数は2018年比で平日94%、休日106%となっており、客からは強いメリハリ消費の傾向が感じ取れる。所得が増えていない現状では、12月のイベント期にはメリハリ消費が強くなるおそれがある。イベント関連の動きが良くても、月全体では来客数が減少することが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・商品の値上がりが多くなっていることや給料がなかなか上がらないことなどで、2～3か月後は再びマイナスに転じるとみている。今のところ結婚式など団体の予約も余りない。
		一般レストラン（経営者）	・例年、今の時期には12月の予約がかなり入るが、現在の予約状況は新型コロナウイルス感染症発生前と比べて若干少ない。今月よりやや悪くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・予想よりも良かった今月よりも良くなることは考えられないため、やや落ち込むともみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・世の中の動向次第だが大きな伸びは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・来年にかけて更なる値上げを予定している企業もあるため、徐々に負担が増してくる。減税や給付金などの政府案は一時的であり全体の底上げにはならない。今後景気は徐々に悪くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・物価高は落ち着くことはなく、政府の物価高対策も期待できない。
		テーマパーク（職員）	・観光業にとって1、2月は閑散期である。景気は上向き傾向にあるものの、物価高のため期待はできない。
	×	スーパー（経営者）	・インフレにより可処分所得が減少しており、なおかつ税金等も上がっているため、消費者の日々の支出を抑える傾向は更に強くなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬期間は来客数が減り売上が下がる。電気代の高騰、最低賃金引上げ、除雪代の支払と、負担増しかない。1年で1番辛い時期だが、今年は前年以上に厳しい。春まで経営を維持できるか不安しかない。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地域は世帯当たりの人数が多いため、その分生活費も増加している。個人の収入が上がらなければ余裕が生まれえない。
企業動向		建設業（従業員）	・現在交渉中の契約などが、年度末に向けて成約していく見通しである。

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
関連 (東北)		食料品製造業（製造担当）	・集客による売上は見込める。しかし、資材、物流、人件費等のコストアップにより、利益が生み出しにくい構造となっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の需要は見込めるが、物価高騰が冷や水を掛けるおそれがある。
		通信業（営業担当）	・見積依頼は増加傾向にあり、顧客の購買意欲は高くなっている。しかし、物価高のため受注までいく案件は伸び悩んでいる。
		金融業（広報担当）	・年末年始で個人消費に勢いを取り戻すことが可能である。また、国内外の観光需要が引き続き経済全体の緩やかな回復基調を押し上げる。現時点では、資金調達時の金利上昇の懸念が企業の設備投資意欲に与える影響は僅かであるとみている。
		公認会計士	・年末年始に向け、製造業での部品不足等が解消に向けば、一定の業績回復が期待できる。小売、サービス、飲食、建設関係も現状維持できれば、全体としては現状よりも景気が良くなるとみている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・食品の値上げが落ち着いてきたため、やや良くなるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・製造原価の上昇分を価格転嫁しているがカバーしきれていない。上昇分以上の価格転嫁は印刷発注の取下げを招く。改善はしているものの、原価割れの受注も受け入れざるを得ない状況は続くとみている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・同業種においては仕事量が少なく休みを増やしている会社もある。今後の見通しが立たない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の後ろ倒しとなっている設備投資計画が進む気配はなく、景気は低迷が続くとみている。
		建設業（従業員）	・資材高騰が続いている間は、状況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・客の動向を静観するのみである。
		広告業協会（役員）	・インバウンドに関連する業界の活況は続くとみられるが、広告業界は余り恩恵を受けられないのが現状である。企業は人件費、原材料費、燃料費の高騰が利益を圧迫しているため、広告費を削減せざるを得ない状況が続くとみている。
		経営コンサルタント	・生活者の消費マインドを刺激する要素が見当たらない。
		司法書士	・忘年会や新年会などの案内も増えて新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、各所で値上がりしており、景気の上昇に水を差している。
		コピーサービス業（従業員）	・ウクライナ情勢やイスラエル情勢、中国の日本産水産物輸入禁止措置など、国際情勢の先行きが不透明な状況が続いている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・人の移動は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらなくなっており、外食もにぎわいを取り戻している。この状況が続くとみている。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・先が見通せない。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・自動車関連及び紙幣交換機関連の受注量は良い。しかし、その他加工品の受注量は依然として低調であり、好材料も見当たらない。
		農林水産業（従業者）	・水田の転作作物への水張りルールの厳格化が施行され、それに合わせて、助成金の団地化加算部分が削られる可能性があり、収益が悪化するとみている。
		食料品製造業（経営者）	・前年よりも人の動きが良くなっており、土産需要は回復傾向にあるが、原料や資材価格、人件費の上昇で経営的には厳しい状況が続くとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・度重なる値上げの影響で商品の売行きが悪くなっており、回復の兆しがみえない。	
	金属製品製造業（経営者）	・3月の年度末に向けて、大きく在庫調整が入る可能性がある。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・在庫調整による生産見込み数量が減っている。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数、見積件数の伸び悩みがあり、先々の動向は良い状況とはいえない。	
	建設業（従業員）	・冬場に入り受注が減るほか、雪、雨で工事は進まなくなる。	

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
		輸送業（経営者）	・今後の見通しを見ても、プラス要因は少なく圧倒的にマイナス要因が多い。製造業の取引先はなかなか生産量が増えず、建設関連は延期になっていた仕事動き出ただけで、新規の仕事は少ない状況である。
	×	農林水産業（従業者）	・収穫物がなくなる時期になるため、販売するものがなくなる。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・採用に関する問合せが増えており、大卒向けのインターシップに取り組む企業が増えている。また、中途採用では、営業職や、将来の店舗開発を見据えた職種の募集が増えている。
		人材派遣会社（社員）	・大手企業を中心に採用を抑える動きがあるが、来期に向けての採用はまた増加するとみている。
		人材派遣会社（社員）	・年度替わりに向けて、求職者数に動きが出るとみている。
		アウトソーシング企業（経営者）	・人件費も含めて原価が高騰しているが、その分を価格転嫁できる見通しが立っている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・県内への半導体工場の誘致が決まり、実際に動きが始められており、期待感も増している。インバウンドについても台湾への期待が膨らんでいる。求人活動はもとより、様々な準備が始まっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・人員補充の話が出ているため、生産量も増えているとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人の動きにやや減退感がみられる。人手は不足しているが、地方経済はまだコロナ禍から回復しきっていないため、採用に慎重な姿勢が見受けられる。
		人材派遣会社（社員）	・プラス要素が見当たらない。2月頃までは求人数の低下傾向は続くともみている。
		新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンドの増加により景気が上向いているが、物価高が改善しなければ景気は後退するとみている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始の出稿は堅調に動いている。
		職業安定所（職員）	・人手不足を背景に求人数が多くなっており、雇用条件の改善も続いている。この傾向は当面続くともみている。
		職業安定所（職員）	・年末年始にかけては、人流や物流が活発化し個人消費は増加するが、その後は景気拡大策がなければ足踏状態になるとみている。
		職業安定所（職員）	・個人消費は緩やかな回復が期待できるとみている。しかし、物価高や燃料費等の光熱費の高騰が続けば、節約志向に拍車がかかり、消費低迷につながる懸念される。
		職業安定所（職員）	・今後も求人数の減少は続くともみている。
	学校〔専門学校〕	・現状を打開する要素が見当たらず、政府の対策案にも期待できない。	
	職業安定所（職員）	・人手不足は続いているものの、新規求人数の増加の勢いが鈍化している。	
	×	*	*

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・前年は新型コロナウイルスの感染拡大により、11月中旬から1月中旬までは来客数が落ち込んだが、今年はその反動で、来客数が大幅に増加すると推察している。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・予約は週末に偏っているが、徐々に平日の問合せも来ており、年末年始は最終的に例年並みの来客数に戻るとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末のボーナス支給で多少、消費は高まると思うが、それ以外の良くなる要素は、今のところない。
		商店街（代表者）	・季節商材を扱う店と日用品を扱う店の売上の高低はあるものの、暖冬予想のため、外出機会が増えて、客の購買意欲が上昇することに期待する。
		百貨店（店長）	・今のやや良い傾向が続くと考えている。

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
		スーパー（総務担当）	・物価も安定してきており、政府主導の減税対策等が実施されれば良くなるのではないかと。
		コンビニ（店長）	・近隣の地方スーパーが人手不足により営業時間短縮を実施し始めたようである。それにより、当店の客足増加につながるとみている。
		コンビニ（店長）	・年末年始にかけては人の流れが多くなるため、今よりは良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今月から1月までは受注残の車両登録ができるため、登録車両が増えている。
		自動車備品販売店（経営者）	・ここ数か月は、特に悪くなる理由はないのに、余り販売等が動いていなかった。やはり、お金を使うことは不安だという購買者の心理が先行している。これが、世の中の景気は良くなり、税金も上がらないというような安心できるムードになると、日本の景気は良くなる。そうすれば当店の客の購買力も高まるのではないかと。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年明けから、同窓会や歓送迎会等、一般宴会の受注が好評である。各種団体ではなく、一般団体客が動いてきた感じがする。宿泊も団体とビジネス需要がバランスよく受注できており、良い傾向である。レストランは人手不足で、夜の営業をクローズしているため機会損失はあるが、経営上のコスト面では効率よく人をやり繰りできるようになっている。人員確保に努めながら数字には注視していきたい。
		旅行代理店（従業員）	・法人や団体旅行では、上限額が設定され始めたが、より良い旅行にしたいという欲求が勝ると期待している。
		設計事務所（所長）	・年が明け、新年から次の動きが始まるとみている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年、当地方では11月末は紅葉も終盤になり、目に見えて客足が鈍るが、今年は暖冬の影響もあって紅葉が月末まで見頃で、客足の鈍化も12月以降にずれ込む様相である。久しぶりに旅行に出たという方や、外国人旅行者も相変わらず多い。例年、冬場は国内観光客が少なくなり、外国人観光客が目立つようになるが、来年の年初は外国人観光客に支えられて、景気もこのまま良い状況で推移するのではないかと。前月に引き続き、海外情勢が不安定な点と受入れ側の人手不足が懸案事項である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店関係の活気がまだ戻らないので、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・年末年始商戦が始まるが、物価高などに伴う生活防衛意識は依然として高止まりが予測される。今後数か月で、消費マインドの改善には至らないとみている。
		百貨店（営業担当）	・販売や客単価は上がってきているが、相変わらず不透明な世界情勢や物価高、資源価格の高騰が続くことが予想され、先を見通せない状況である。
		コンビニ（経営者）	・当店付近の道路工事は店の100メートル手前から始まり、その後、500メートル手前まで続くとのことで、しばらく交通量の減少は避けられない。また、店舗から1キロメートル先では陸橋工事が続いており、こちらもしばらく掛かるため、今のところ、売上の増加は見込めない。
		衣料品専門店（統括）	・当店の取扱商材は、祭り用品が大部分を占めている。特に、夏から秋までが祭りの時期なので売れるが、これから寒くなると、ほとんど動きが途切れてしまう。特に、みこしに関しては、春から夏にかけてが主なので、売上に繋がっていくのは、祭りの時期が始まってからになる。それまでは変わらない。
		家電量販店（店員）	・耐久消費財の柱になる映像関連、白物家電、季節商材が伸びないと厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・国内の自動車メーカーは、輸出も含めてかなりの収益をあげている一方で、国内販売の場合、最近是我々のような中小零細の小売店に対し卸価格の締め付けなどがあり、見通しが立たない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・現状景気は良くないと感じるが、2～3か月後に良くなる材料も知らないため、更に悪くなるかわからない。
		住関連専門店（店長）	・値上げの傾向はいまだ続いており、価格の安い物しか買わない様子がうかがえる。

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
		住関連専門店（仕入担当）	・これから年末に向けて、人流はより活発になると思うが、その恩恵を受ける業種は限定的である。コロナ禍でプラスに働いた業種の反動減は当分続く。
		一般レストラン（経営者）	・ここ半年は横ばいのため、しばらくはこの状態が続くのではないかと。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新規案件はあるものの、人材確保の見通しがなければ、受託に動けない状況となっている。労働集約型の産業で、機械化や省人化がすぐには難しく、当面は人材確保が業績改善に向けて1番の重しになると懸念される。
		都市型ホテル（経営者）	・インバウンドが好調な他の観光地等の波が、当ホテルのエリアには来ていない。
		都市型ホテル（支配人）	・宴会部門は新型コロナウイルス感染症発生前の8割くらいまで予約件数が戻ってきているが、残り2割の戻りが遅いと感じている。
		旅行代理店（所長）	・オフシーズンに入るので、宿泊者、来訪者数は減少すると思われるが、暖冬予報もあり、それなりに観光客は来るのではないかと。ただし、降雪量が余りに少ないと、スキー客や雪を使った冬の誘客イベントに影響が出る懸念がある。
		旅行代理店（営業担当）	・シーズンの波動の動きが変わったのか、客の行動パターンが変化したのかははっきりしないが、変わらない。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（総務担当）	・2～3か月先に仕入価格が下がる見込みは全くない。
		テーマパーク（職員）	・前年並みで推移しており、この先、全国旅行支援等の大きく増加する要因もないことから、横ばいで推移するとみられる。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者の動きから、変わらないかやや悪くなる傾向とみている。
		競輪場（職員）	・現在より良くなる材料に乏しく、この先の社会情勢に変化が見受けられない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・周囲の状況から鑑みて、現在の傾向がまだ続く。年末の売り込みも期待できない。小売業の顧客が6店、年内で閉店予定で、下請工場も2店閉鎖と不景気が忍び寄り寄る状況である。
		住宅販売会社（経営者）	・最近、不動産や貸店舗、貸事務所等の引き合いが非常に少なくなっており、逆に撤収の話ばかりが増えてきたような感じがする。
		その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・リフォームに関しては、補助金の関係で見送るケースが増え、年度明けからの商機となるのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・商圏内の新店オープンの影響は続き、物価上昇の影響もしばらくはあるとみている。特に、年末年始の買上点数や客単価に大きく影響するのではないかと。
		家電量販店（店長）	・販売業ではいろいろな施策を行い売上の増加に臨んでいるが、増加につなげられていない。年明け以降も改善の見込みはない。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始でお金を使い、出費を控える時期になる。物価高などの影響がじわじわきているため、先行きの見通しは悪い。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・例年、1～2月は当店の最繁忙期になるが、仕入価格が高止まりしている上に、ここにきて、鳥インフルエンザ等で、再び卵等の価格が高騰している。人手不足もいまだに解消できておらず、例年よりも定休日を増やすなどで対応しているために、全体の売上は下がっているため、やや悪くなる。
		旅行代理店（経営者）	・最繁忙期が終わり閑散期に向かうためである。
		タクシー運転手	・運賃の値上げで利用客がいなくなってしまった状況は、しばらく続きそうである。
		通信会社（社員）	・成長企業と衰退する企業の2極化が顕著になっている。客を増やしてもそれ以上の解約があるため、新規客を増やさず、既存客を守る営業にシフトする企業も増えている。
		通信会社（局長）	・現状では、物価高、円安が収まる傾向や気配がみえない。このままでは、間違いなく買い控え等の影響が出る。
		美容室（経営者）	・歳末商戦の時期だが、温暖化の影響で季節商材の売上の伸びが鈍い。
		住宅販売会社（経営者）	・中国の不動産バブルの状態が悪化するなか、日本にも少なからず影響が出てくる可能性がある。

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
	×	一般小売店〔家電〕 (経営者)	・本当にお金のない家庭が結構増えてきているようで、この景気の悪さに、子育て世代等は完全に圧迫されており、必要な物以外は買わなくなっている。
	×	衣料品専門店(販売担当)	・今月は年金給付月ではないこともあるかもしれないが、本当に人出が悪い。年末年始に絡んで、若干の人出が期待できればよいが、今後もこの状況が続いたら、それこそ店を閉めるような状況になる。
	×	乗用車販売店(経営者)	・出費の増える年末年始を迎えるため、悪くなる。
	×	通信会社(経営者)	・内閣支持率からも、日本がどこに向かっているのか分からないという不安が拭えない。もう、インバウンドも十分ではないか。その分、大半の国民は苦しんでいる。円安の恩恵を受けている企業は人件費も上げられるだろうが、多くの中小企業は、度を越した円安でむしろ苦しんでいる。若者や年金受給世代もここまで物価高騰が切実になると、政府の政策に不安を覚えざるを得ない。
企業 動向 関連 (北関東)		金属製品製造業(経営者)	・大阪・関西万博の影響により、良くなる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・2部署ほどで、やや増産傾向にある。
		金融業(営業担当)	・全体的に賃金の上昇等が確認でき、今後においては消費の増加が見込まれ、景気の上振れが予想される。
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・業績を上げ、良い正月を迎えられればよいと願っている。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・自動車業界向けの仕事に関しては、自動車の受注残も多く抱えていることから、堅調に推移すると見込んでいる。その他の業界の仕事も現状から大きく変化すると情報は、今のところない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・今後への期待や前向きな気持ちにもなれない状況下である。景気は悪いまましばらく変わらない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・恐らく、受注は来年3月までは横ばいで、安定して上振れしているのではないかと。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・現状の2~3か月はまずまず良くなっていると思うが、2~3か月先は、再び落ちるのか、上がるか微妙なところで、全く分からない。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・受注は安定してきたが、取引先からは輸出面での不安があるために来月は減産になるかもしれないという情報がある。どうなるかはまだ分からないが、いまだに先の見えない不安がある。
		その他製造業〔消防用品〕 (営業担当)	・物価高の状況等は、いまだに続いている。
		輸送業(営業担当)	・年末年始に向かい、暖房家電、エアコン、こたつ、電気カーペットや冬物寝具、毛布や初売り商材等の輸送量は前年並みを確保できそうである。しかし、ドライバー不足や燃料価格の高騰による車両不足が発生し、コスト的には厳しくなりそうである。
		経営コンサルタント	・一定の賃上げと年末のボーナス支給等による増収効果がいつまで続くかという問題はあるものの、インフレの動きが落ち着けば個人消費は堅調に推移する。また、一部の中小企業の業績が順調なままであれば、経済状況は普通といえる。
		司法書士	・少しずつは良くなると思うが、回答の評価が変わるほどまではいかないのではないかと。
		その他サービス業〔情報サービス〕 (経営者)	・商談、受注の件数が増加傾向にある。ただし、仕入コスト、経費等も増加しているため、収益は圧迫されるとみている。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・様子見がもう少し続く気がする。なかなか商材が出ない感じがしているため、今後も良くはならない。
		不動産業(管理担当)	・テナントの入居数や賃料面では横ばいが続きそうであるが、資材価格の値上げで、維持メンテナンス部門の利益が、じりじり減少しており、なかなか回復の兆しが見えてこない。
		社会保険労務士	・政府の物価高対策も大したことはなく、春の賃上げで家計負担感が減らない限り、改善は見込めない。

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
	x	建設業（開発担当）	・11月末で今年度は8か月が経過し、残り4か月である。当社は現在売上が前年比10%減少と厳しく、今後に期待したい。
	x	建設業（総務担当）	・特に、公共工事の量が少な過ぎるし発注予定もなく、不安しかない。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・年末に向けてのイベントとしては、クリスマス関係で、子供の期待にこたえたいという親の姿が出てくると思う。動きが多くみられるとすれば、そういった子供向けや家電関係で、良い方向へ向かうと期待している。住宅関連は年末年始の休みに向けて、ピッチを上げた工事が多い。製造業の生産や自動車関連の販売も、年末ぎりぎりまで、若干ではあるが期待は持てる。
		人材派遣会社（管理担当）	・サービス業への派遣依頼が多数あるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・これまでなら、人手不足時には速やかに派遣を利用していった企業でも、来春に新入社員が入社するまでは在籍社員で対応するという取引先が増えた印象を受けている。
		職業安定所（職員）	・求人数が多い建設業、製造業、医療、福祉等の主要産業について、新規求人数が前年同月比で増加と減少を繰り返している。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・政府の景気対策が不透明であり、景気の底上げができるかは疑問が残る。
		人材派遣会社（従業員）	・派遣取引先の会社が、この先は暇になるとのことで、やや悪くなる。
	x	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		家電量販店（店長）	・直近3か月の乗客数は前年より大幅に増加している。今後も乗客数が減少する要因は見当たらない（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会のシーズンであり、今入っている予約の客に加え、当日に来店する客も見込まれるため、気を引き締めて稼ぎたい（東京都）。
		その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・イベントがとて多くなっている。イベント集客も良く、客の購買も良くなっている。観光客やインバウンドも伸びており、新型コロナウイルス感染症の影響がなくなっている。コロナ禍の影響で止まっていたものが大きく動き出しているため、良くなってくると思うが、日常使いは余り良くなく、値上げが大きく響いていると考えている。開業サポートなどをしていたが、コロナ禍では1件もなく、今年は5件目と大きく変わっている（東京都）。
		その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・年末の宴会需要が上乗せになることから、景気は改善するものとみている（東京都）。
		旅行代理店（従業員）	・コロナ禍明けで旅行マーケットの活発化は続く（東京都）。
		住宅販売会社（従業員）	・単純に今月の販売量がとても悪かったため、今月よりは良くなる。また、経済対策が閣議決定され、子育てエコホーム支援事業が決定したので、客も来年度まで待たずに動きが出てくるのではないかと。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・行動制限のないコロナ禍明け初めての年末年始で、今年は暖冬の予想も出ているため、人の動きが期待され、売上につながるのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末にかけて、テレビや白物家電が売れてくるのではないかと。特に、洗濯機は毎日使うものなので、買換え需要があり、これからもコンスタントに売れていく。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・同業他社の閉店により、微増ではあるものの売上がプラスになっている。やや寂しいところもあるが、印章業界は今後もそのような状況になっていくのではないかと。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・コロナ禍明けの年末年始に向けて、客の活動が活発になる（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
		一般小売店〔文具〕 (経営者)	・インバウンドの乗客数は増加傾向にあり、年明けには中国の春節もあるため、中国人客の売上が見込めるのではないかと(東京都)。
		一般小売店〔眼鏡〕 (経営者)	・米国の株価は年末に上がる傾向があり、そうなると日本株も上昇するので期待できる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・季節の移り変わりによって季節商材も店頭で売れてくる。また、外商においてはある程度決まった案件もあるので、その分、今よりは良くなる。
		百貨店(売場主任)	・行動制限のない、クリスマス、年末年始に向かい来客数も更に多くなると予測している。企業のパーティーに関する案件が多く入っており、これから先も学校関係の人が集う謝恩会などの需要などが多くなると期待している(東京都)。
		百貨店(営業担当)	・年末年始など最大需要期に向けて、人流の拡大はプラス要素だが、人手不足が不安材料である(東京都)。
		百貨店(販売促進担当)	・直近の数値と比較すると、直近2~3か月は上昇傾向でいくと予測している(東京都)。
		百貨店(財務担当)	・インバウンドの更なる拡大を想定している(東京都)。
		スーパー(営業担当)	・単価の上昇、来客数、販売量の減少という構図は変わらないものの、販売量並びに来客数が抑えられるという構図が変わってくるのではないかと(東京都)。
		スーパー(ネット宅配担当)	・しばらくは節約志向もあり、家庭内需要が高まることで販売量も増える。
		家電量販店(店長)	・多くの企業で賃金アップが進むことで消費に向かってくれば、現状に比べてやや良くなる。賃金上昇を物価上昇が上回っている場合は変わらないのではないかと。
		家電量販店(店長)	・物価の上昇が少しずつ収まってくれば良くなっていく。値上がり商材も少なくなってきたので、今後の値下がりにも期待したい。
		乗用車販売店(総務担当)	・ボーナス、需要月と拡販材料があり、販売量が伸長すると予想している。
		高級レストラン(営業担当)	・年間を通じて最大の繁忙期を迎え、宴会需要の回復が徐々に感じられる(東京都)。
		高級レストラン(役員)	・大型案件はちょうど第4四半期が強く、春の3~4月は決算月でもあり、歓送迎会関連の案件や大型案件も見込めるので、好転を期待している(東京都)。
		高級レストラン(経理担当)	・人手不足から人件費の上昇は避けられないため、販売価格に転嫁した価格での予約を受けているが、予約は数量ベースで落ちたはいいない。物価と雇用の好循環となるかは不透明ながら、3か月という短期でみれば景気は良化する(東京都)。
		一般レストラン(経営者)	・当社は輸入業と飲食業なので、どちらもコスト高で苦労しているが、客は生活基盤が多様である。円安で好調な企業が増えれば、その影響が及んで、いずれ社会全体の景気は良くなるだろうが、当社のような業態では、価格改定が流れに追い付き経営が安定するのは、ずっと後のことになりそうである。それまでの資金繰りが大変である。
		一般レストラン(経営者)	・年末に向かい、良くなっている感じはある(東京都)。
		その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・給付金なども充実しており、このまま景気が上昇するものとみている(東京都)。
		都市型ホテル(経営者)	・水道光熱費の高騰、原価の上昇など不安要因は多々あるが、今月に続き、宿泊そして宴会を中心に年末年始はかなり期待ができるので、総体的にはやや良くなる。このまま新年を迎えて、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることを期待している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・年末年始を含む繁忙期の予約が好調なため、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていれば販売量の増加が期待できるが、新規感染者数増加の場合の落ち込みが懸念される。このところ先々の予約も順調に入ってきており、このままの状況で推移していきたい。
		都市型ホテル(スタッフ)	・クリスマス及び年末年始がピークとなる。
		旅行代理店(経営者)	・予約が多少入ってきているので、良くなるのではないかとはいえるが、インフルエンザが流行し始めているため、やや不安ではある。

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
		タクシー運転手	・クリスマス、忘年会、新年会と行事が続くため、当然利用状況は良くなる。いまだに新型コロナウイルス感染症やインフルエンザは気になるが、飲み会も増えてきているようなので、期待したい。
		タクシー運転手	・これから年末に向かって、人の動きが活発化するのは間違いない。私は個人タクシーだが、法人タクシーが人手不足で6割5分から7割くらいしか稼働していないため、ライバルがいない分、忙しくなるのは必然である（東京都）。
		通信会社（社員）	・12月27日からの電気通信事業法改正の影響を受ける（東京都）。
		通信会社（社員）	・年末年始の各界の動向により、上向き基調が演出されると予想している。国外で休戦状態や米国政権に安定がみられれば、年始から一段上の好況へ進めるのではないかと（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・電子化の流れが一段落するが、導入後の業務改善など堅調に推移する（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・ボーナス月でもあり、少しはインバウンドも見込める（東京都）。
		パチンコ店（経営者）	・年末に向けて人の動きが活発になることが期待できる。インバウンド効果も少しずつみられるようになってきている。コロナ禍明けの久しぶりの忘年会やイベントが復活し始めている。
		競輪場（職員）	・年末年始は数字が伸びる傾向があるので、少しでも目に触れる機会等を作りたい。
		その他レジャー施設 【ボウリング場】（支配人）	・大型の予約等、予約状況からやや良くなる（東京都）。
		美容室（経営者）	・暮れから正月に向かって、来店頻度が幾らか高くなるような気がする。
		設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症もやや落ち着いてきて、今はインフルエンザ対策をして頑張っている。当社では半数の社員が新型コロナウイルス感染症に感染したが、それを乗り切って頑張っている。周りをみると、何とかしないとイケないという雰囲気はあるものの、全体としては、行政の怠慢が分からないが、良い方向には向かっていないような気がする。
		設計事務所（経営者）	・相談されている案件はあるので、それが具体的に良くなれば、良くなっていくのではないかと。
		住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてきて、観光業に伴うホテル業界も良くなりつつある。ただし、中小企業はまだ厳しい環境にあり、賃金を上げることができない。政府には是非中小企業の景気対策をお願いしたい。
		住宅販売会社（従業員）	・期末に向けて受注活動が活発になる。
		商店街（代表者）	・よく分からないが、消費者がお金を使うことをちゅうちょしており、買わずに済むのであれば遠慮するという様子が多く見受けられる。最近、買物に対する積極的な姿勢は全く感じられない。
		商店街（代表者）	・今年の冬の天候に大きく左右される。飲食業はコロナ禍明けの好景気が続いているが、他の小売は季節感をつかむのが難しく、インフルエンザの流行もあいまって、家族連れを中心に落ち着き感がある。年末年始は天候がどうなのか、季節性の感染症がどうなるのかによって大きく左右される（東京都）。
		一般小売店【家電】 （経理担当）	・暮れに向けてテレビを、とも思うが品薄なのが残念である。買換え需要があるので、メーカーにも何とか頑張ってもらいたい。省エネ家電の提案は喜ばれている。
		一般小売店【家具】 （経営者）	・これから先も現状のまま変わらない。逆に、悪くなる可能性もあるのではないかと気がしている（東京都）。
		一般小売店【祭用品】 （経営者）	・祭りが終わり、一般消費者の消費が少なくなっている。企業関係も思ったほどは復活していない。
		一般小売店【生花】 （店員）	・毎年このことだが、3か月先の2月頃は花も長持ちするし、売行きが良くない。その月を頑張れば、3月は卒業式やお彼岸シーズンになるので、我慢のしどころである（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
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・現状では新規客の増加も期待できず、年末だからといって特別に販売量が増えるような商材でもないので、期待薄である。何とか現状を維持したい（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつある時期であったため、前年との比較での伸び率は徐々に鈍化してくる。ロシアによるウクライナ侵攻に加え、中東地域も政情不安定となり、ますます燃料費、食品の値上げは増えるともみている。物価の上昇に伴う賃金上昇はまだ弱いので、当面の間は買い控えも含めて厳しい状況が続く（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・消費に対する流れが大きく改善することは見込めない。
		百貨店（総務担当）	・一般的な客の消費行動については、良くも悪くもない様子が続く。しかし、物価高が続いており、先行きの明るい材料も乏しく、楽観できる状況ではない（東京都）。
		百貨店（総務担当）	・インバウンドは好調だが、国内消費の伸びが弱くなっている（東京都）。
		百貨店（広報担当）	・インバウンドの伸びがしばらく続くことに加え、当社が関係性を深めた高ロイヤルティ顧客のリピート購買が堅調に推移すると想定している。また、足元のインフレも高付加価値商材をメインとする百貨店にとっては追い風である。一方で、一段突き上げられるかどうかは未知数である（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・前年はまだマスクなど新型コロナウイルス感染症対策をしていたため、クリスマスや年始の日並びが悪くても瞬間的な盛り上がりはある。2～3か月後にはまた現状の緩やかな伸長が続くとみている（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・円安傾向はこのまま続くと思われるため、当面インバウンドが活発である今の傾向が続く（東京都）。
		百貨店（営業担当）	・季節商材への反応は強いものの、来客数は落ち着いてきている。また、インバウンドの購入単価も低くなっていることから、今後、前年比での伸び率は縮小傾向になる（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・相変わらずインバウンドが好調であり、この傾向はしばらく変わらない（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・旅行や外食などには期待が大きいですが、百貨店では現状維持ができればよい（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・今後はクリスマスから年末年始の繁忙期に向かう時期になるが、物価上昇により客の消費マインドが厳しい状況は変わっていない。その後も良くなる要因が見当たらず、景気は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・春物商戦に本格的に突入する前段階であり、セール売を見込む時期だが、メーカー各社の生産状況を勘案すると、セール商材の投入予定量が少なく、売上向上は困難である（東京都）。
		百貨店（販売促進担当）	・物価高による影響を受ける（東京都）。
		百貨店（企画宣伝担当）	・物価が上昇するなか、政府が有効な対策を打っているとは思えない。
		百貨店（管理担当）	・消費に対し慎重になっているような客の動きがみられる。様々な物の値上げなどにより、生活防衛意識が強くなっているのではないかと（東京都）。
		百貨店（店長）	・必要な物を買う、コト消費のために投資するというスタイルが定着しつつあり、インバウンド等がない郊外店舗においては、自分たちで集客施策を準備しなければ、自然に景気が上向いていくという要素は特にはない。
		スーパー（経営者）	・今後もやや悪い状態が続くとみている。ただし、地域特性として、12月から市独自のキャッシュレス決済の20%還元キャンペーンが始まるので、それが追い風になって数字は上向ってくる。これは景気とは関係ないが、当社にとっては非常に大きいので、力を入れて、全体を押し上げていきたい。
		スーパー（経営者）	・来客数は前年並みに戻ってきているが、販売点数はやはり若干減っている。売上の影響は値上げの影響でやや戻っているが、この状態が続くのではないかと。
		スーパー（経営者）	・可処分所得が増えていないため、節約の動向が続く見込みである。

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
		スーパー（経営者）	・競合関係が更に激化しているということが大きな理由である（東京都）。
		スーパー（店長）	・商材の値上げの影響はまだ続くため、今すぐ売上等には響かない。ただし、光熱費等の生活関連費用の動向による食品購入への影響が懸念される。
		スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げの影響も大きく、必要最低限の買物で済ませている感じがする。物量自体が増えているわけではないので、当面は同様の状態が続く（東京都）。
		スーパー（総務担当）	・物価が上がっているのに賃金が余り変わらない。
		スーパー（販売担当）	・良くなることを期待するが、依然として続く生活必需品や光熱費の高止まり等を考慮すると、ハレの日以外の日常では節約志向が続くと考えられ、アフターコロナで需要が伸びるのは旅行や行楽等に関する業種に限られるのではないが。また、円安もありインパウンドは堅調に伸びていく反面、食品スーパーは恩恵を受けにくい。
		スーパー（食品担当）	・何も変わっていない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・来客数は多少の伸びがあるが、客単価は大きく割っている。スーパーなどではポイント還元や3%割引を行う店が多いので、コンビニはやや厳しい。
		コンビニ（経営者）	・諸物価の上昇が止まらない（東京都）。
		コンビニ（経営者）	・景気が上向いているとは思えない。値上がりする商材が多く、客離れにつながらないか気掛かりである。
		コンビニ（エリア担当）	・クリスマスの曜日並びがコンビニ業態には不利に働くものの、売上、来客数共に好調に推移しており、変わらない傾向になる（東京都）。
		コンビニ（商品開発担当）	・確実なプラス材料が見つからない。政府の減税対策も消費の増加につながる見込みはない（東京都）。
		衣料品専門店（店長）	・ドレスのマーケットには回復の兆しがあるものの、全体で捉えると消費者のオケージョン商材の買い控えが継続している。必要性によりレンタルで済ませているようにも見受けられる（東京都）。
		衣料品専門店（役員）	・寒くなってそれなりに衣料品需要はあるだろうが、単価は上がりそうにない。食料品や光熱費の高騰の影響がある。
		家電量販店（経営企画担当）	・3か月先の景気動向については、今後も物価上昇が続くことから現状維持と考えている。賃金の上昇に伴う景気の好循環を見通すことができれば、景気も回復局面へと転じるとの見方もある（東京都）。
		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、販売の方は、来客はあるものの、なかなか成約に結び付いていない。
		乗用車販売店（経営者）	・年末に向けて新車のセールを行うが、まだ売上増加には結び付かない。
		乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻、国内の物価高、円安などのなかで、景気全体は決して良くない。物価が上がっている割には賃金が上がらない。やはり相当賃金ベースを上げて、物価高に対応できるようにしていかなないと、日本という国は魅力のない国になってしまう。今後についても現状のままでは変わらない（東京都）。
		乗用車販売店（渉外担当）	・国内市場に向けた自動車の生産環境は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っておらず、楽観視はできない。
		乗用車販売店（営業担当）	・納期は改善傾向の一方で、車両本体価格は徐々に高くなっている。物価上昇に収入が追いついていないため、車を買える人が限られてきている（東京都）。
		住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては来年度の政府補助金も決定し、大幅な環境変化はないため、おおむね現状と同様に推移すると想定している（東京都）。
		その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	・商店街自体が余りぱっとしないため、変わらない。
		その他専門店 [雑貨]（営業担当）	・ゴールデンウィーク以降、これまで8割を占めていた外国人観光客の売上シェアが、11月は遂に9割を超えてきた。レジは開店から閉店までほぼ休むことなく稼働しており、好調を維持している。この傾向は2~3か月先も続くともみている（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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和対策事業期間中はある程度、仕切価格が安定している（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・水道光熱費の高騰が身に染みる季節の到来と、物価高に賃金が追いついていない印象を受ける（東京都）。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症が感染拡大しているなかで良好な成績を上げられている。特段の悪化要因が出てこない限り、この状態がしばらく続く。来春の賃上げ結果がどう出るのが次の焦点である。
		高級レストラン（仕入担当）	・円安といったネガティブ因子もあるが、年末の経済効果の押し上げもあることから、変わらずに推移していく（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・コロナ禍の3年は様々なテーマを残した。業態の変化も求められるが、工夫次第で新局面が生まれる結果となっている（東京都）。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない。物価が上がっていても、客は変わらず来店している。売値を上げて余り変わらず、来客数は伸びている。
		一般レストラン（経営者）	・景気の先行きについては、この2～3か月様子を見ないと分からない。特に、12月から2月が新型コロナウイルス感染症発生前と比べてどのように変わったかを見てみたい（東京都）。
		都市型ホテル（スタッフ）	・光熱費や原材料費の価格の動向が不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着きを見せて久しく、影響はみられなくなっている。代わりに、物価の上昇が続いており、宿泊料、昼食代、入場料も徐々に上がっている。今後の旅行需要に影響が出てくることを懸念している。
		旅行代理店（営業担当）	・円安が進み過ぎている（東京都）。
		タクシー運転手	・昼間営業には変化はない。夜に営業している同業者に聞くと、大分上向いているような感じがする。また、タクシー業界ではライドシェア問題が出ているが、地域的に考慮した方がよいのではないかと（東京都）。
		タクシー（団体役員）	・政府による景気対策等の効果が全くみられない。物価高で消費者は節約できるものから節約しているのではないかと。
		通信会社（社員）	・小口の注文が期待でき、イベントの復活も続いているが、状況としては今までどおりで、大口注文の復活が期待できないため、採算改善の見通しは立てられていない（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・物価の上昇が続いている状況では、消費意欲の大幅な改善は見込めない。
		通信会社（局長）	・現在の政府の景気対策にインパクトを感じないため、しばらくは現況のままではないかと（東京都）。
		通信会社（経営企画担当）	・例年12～1月については、年末年始を始め休日が多いこともあり、商談件数が鈍る傾向にある（東京都）。
		通信会社（営業担当）	・客の様子をみていると、物価高が収まらない限りは変わらない（東京都）。
		通信会社（経理担当）	・正月で一時的にお金を使う機会が増えるかもしれないが、消費が継続する予感がしてこない。世間では、良い物がある程度持っているため、無駄遣いする必要がない。
		通信会社（経営企画担当）	・物価が上昇傾向にあるため、サービス業においては、仕入価格は上昇しているものの売価は値上げできず、原価上昇分を反映できていない（東京都）。
		通信会社（管理担当）	・新商材の投入や調達コストの増加など、好転する要素が薄いため、やや悪いままで変わらない（東京都）。
		観光名所（職員）	・政府の発言内容などを踏まえ、出費を抑えるようになるため、観光業に影響してくる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いた今、しばらくトレンドは変わらない気がする。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（従業員）	・大きく変化する要因はない（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が、一方でこれ以上悪くなる要素もない（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
		その他レジャー施設 [総合] (経営企画担 当)	・インハウンドの活況は当面続くと考えるが、国内客は単価 上昇に敏感であり、これ以上景気が良くなるとは思えない (東京都)。
		その他サービス[立体 駐車場] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまで、景気は良く ならない。
		その他サービス[保険 代理店] (経営者)	・来年一杯は現在の傾向が続き、景気回復はしばらく先にな りそうである。
		その他サービス [フィットネスクラ ブ] (エリア統括)	・来館者数は横ばいである。物価上昇による消費控えの傾向 が続く(東京都)。
		設計事務所(経営者)	・現在と比べて受注が大きく増える気配はないが、落ち込む 要素もないため、しばらくは現状維持である。
		設計事務所(所長)	・建築コストや人件費が上がり、人手不足のままでは、この 先も変わらない(東京都)。
		設計事務所(職員)	・景気にかかる社会情勢の変化があれば別だが、今の情勢が 続く限りは変わらない(東京都)。
		住宅販売会社(従業 員)	・メインの不動産事業は余り良くなる感じはしないが、ホス テル事業はインバウンドによる稼働率のアップ、客単価の上 昇で今後も良くなる。
		住宅販売会社(総務担 当)	・資材高騰の影響が長引き、具体策を講じているものの、販 売価格に転嫁できず、苦しい。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・生活に必要なとされる物の価格が上昇し、家計の負担が増え ている。当店の商材はし好品のため、影響が出るのではない か。
		一般小売店[傘](店 長)	・例年、冬場は商材の動きが悪いが、いつにも増して来客数 が少なく、売上が上向きになる気配がない。
		一般小売店[書店] (営業担当)	・円安傾向の影響が続き、生活物資の上昇も続いていると実 感している。所得の上昇感も余りなく、景気改善の実感は何 れもない(東京都)。
		スーパー(店員)	・給与や手当など所得面が変わらない限りは、今の消費動向 が続く(東京都)。
		スーパー(仕入担当)	・人流はあるものの近場で安く済ませる傾向であり、前年か らは値上げが多く、年末年始は節約志向が高まり、伝統的な 正月商材の販売も控えめになると予想される。
		コンビニ(経営者)	・パート、アルバイトが全く集まらない。時給アップもあり 、非常に厳しい状況が加速していきそうである。
		コンビニ(経営者)	・近隣住民には年配者が多く、来店頻度が減ってきている。 幹線道路には違いないが、利用する車も、何時間も駐車をし て買物はせず、仮眠やトイレ利用のみである。
		コンビニ(経営者)	・商材価格が上がっている一方で、賃金は伸びていないた め、買上点数や買物の頻度が減少しているなかで、来客数も 数%程度下がり続けるのではないかと。
		コンビニ(経営者)	・毎年1～2月は赤字であり、光熱費の支出が膨らむ。この 先3か月は引き続きやや悪くなる。
		コンビニ(従業員)	・減税されなければ、物価が上がっている分だけ、コンビニ での買物は減るかもしれない。コンビニで少し高いデザート を買う。少しの金額といえどもそれまでだが、ケーキ屋で買う よりは少し安い。そのようなプチゼイたくも、物価が上がり 続ければ少しずつ控えていくようなこともあり得る。生活に 必要な出費はなるべく抑え、好きなことに自由にお金を使え る世の中にどんどん変わってほしい。
		衣料品専門店(経営 者)	・買い控えが進む。
		衣料品専門店(経営 者)	・円安と諸物価の上昇が続いており、景気動向に不安を感じ ている。これからクリスマス商戦に向かうが、余り期待はし ていない。周囲の飲食店を中心に、閉店が徐々に増してい る。いろいろな資金の返済が徐々に効いている。
		衣料品専門店(従業 員)	・当店の客層はほとんどが高齢のため、インフルエンザや新 型コロナウイルスの感染拡大等により、余り家から出てこな い。今後もそのような状況が続くことから、余り良くならな い。
		乗用車販売店(経営 者)	・消費動向が弱くなっている。
		乗用車販売店(営業担 当)	・物価の上昇や金利の引上げで、いまだに買い控えが収まら 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
		乗用車販売店（営業）	・ 今後は販売できる車種が更に減る予定である。
		住関連専門店（統括）	・ 今後景気が良くなる商材は何もなく、買い控えもまだ続くと思うので、景気はそれほど良くならない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・ 値上げによる購買抑制は年末にも影響する。
		その他専門店〔貴金属〕（統括）	・ 国内の物価が全体的に上昇しているためか、客の積極的な購買意欲がみられない（東京都）。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・ 例年、年明けは売上が落ちるため、期待できない（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が収束してから急激にケータリングが増えた分が少し落ちてくるため、2～3か月先は今より落ち着いてくる。例年1～2月は売上が落ちるので、ケータリングが多少あっても、今よりはやや落ちる。
		旅行代理店（営業担当）	・ 物価は上がっているが、収入が増えていない。
		タクシー運転手	・ 年末に向かって忙しい時期に入るが、やはり物価の上昇が響いている。いろいろ買物をしないとけず、ばたばたと忙しくなるのに、負担が増えて選択に悩むことが出てくる。来年は良い年になることを願うのみである。
		タクシー運転手	・ 原油価格高騰、円安、物価の上昇が心配である。この先、景気は伸び悩むとみており、タクシー景気も落ち込む（東京都）。
		通信会社（経営者）	・ 検討中の案件等を受注できれば景気は良くなるが、現状が続くようなら、今後2～3か月先の景気はやや悪くなる（東京都）。
		ゴルフ場（経営者）	・ 地元の経営者仲間からは、賃上げとエネルギーや仕入価格の上昇で利幅が取れなくなっているという話をよく聞く。インボイス制度スタートによる混乱や、人件費が上昇している話も聞くようになっている。
		ゴルフ場（経営者）	・ 暖冬が予測されるとはいえ、3か月先の2月は寒さが厳しく、1年で最も集客に苦しむ時期なので、現状よりは来客数は見込めない。また、エネルギーコストがかさむ時期でもあり、経費面でも厳しさが予測される。
		ゴルフ場（従業員）	・ 物価の上昇に個人所得の増加が追い付かない状況はまだ続く。最低賃金を上げて、企業の収益が増えなければ、財源が捻出できない。そのような状況のなかで、内閣支持率は低下するばかりで、政権が安定しない。政権交代でもあれば、更に混乱してしまうという過去のトラウマもあり、不安は尽きない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・ 住宅着工数の減少に歯止めがかからず、物件の増減が多少はあるものの、建築業界そのものに好況感がない現状では、何かしら上向いていく兆しはみられない（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・ 再び商材の動きが滞るようになっている。ガソリン代等、経費もやたらと掛かるようになり、利益が取れなくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・ 価格競争が続く。
	×	衣料品専門店（店長）	・ 物価上昇に伴い、客の買い控え傾向が高まっている。衣料品でも生活必需品でない物に対しては、その傾向が強く出ている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・ 増税のニュースで客の購買意欲が著しく低下している（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	・ 販売代金が上がったため、申込み控えが増える（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・ 物価高が続いている。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・ 素材、エネルギー価格の高止まりや、業務要員不足の長期化などの構造的課題に解決の見通しが立たず、固定費の回収に苦慮する環境は変わっていない。要員確保のための賃上げによる人件費負担も大きいなかで、価格転嫁も容易ではなく、利益を創出できるような状況ではない。物価上昇の一因となっている円安傾向は長期にわたり継続しており、今後も物価上昇圧力が一段と加速する可能性が高く、景気改善に冷や水を浴びせることは不可避である。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ 物価の上昇が続いており、教育費を削る傾向はなお一層進む。塾業界の景気はますます悪くなっていく。

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
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問合せ件数や売上の前年比などが悪化の一途をたどっている。
	×	設計事務所（所長）	・このまま物価が落ち着くなり下がるなりしないと、仕事もなかなか出てこない。特に、民間については非常に厳しい。
企業 動向 関連 (南関東)		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・年末年始に向けて繁忙期となる（東京都）。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・問合せが多くなり、客との価格交渉でも上げてもらえるようになっている。
		食料品製造業（経営者）	・今までとは更に違った仕掛けをして、良くしていきたい。
		化学工業（総務担当）	・当社の製品に関しては今が閑散期なので、数か月先は上向くはずである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・既に大量の見積依頼があり、その全てが受注ではないものの、「やや良くなる」と判断する材料にはなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の大口価格、特に当社で開発、製造している製品群の価格が、少しずつではあるものの上昇している。今後は徐々に景気が良くなる方向に作用してくる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは販売好調もあり増産を続けている。新車発売もあり、今後も好調が続く見込みである。
		輸送業（経営者）	・2024年問題で運賃が上昇する（東京都）。
		金融業（従業員）	・原材料価格は依然として高止まりしているが、製造業を中心に「価格転嫁が追い付いてきた」、「利益率が改善された」という声は少しずつ増えている。ただし、人手不足や不安定な中東情勢などへの懸念から、多くの中小事業者が先行きに不安を感じているようである（東京都）。
		金融業（従業員）	・年末年始にかけて経済が活発に動く。
		不動産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いてちゅうちょなく外出できる。商店、飲食街には活況が戻り、明るい雰囲気景気を良くするのではないかと。
		不動産業（総務担当）	・オフィス回帰が進み、館内に人が増え、活気が出てきている。これから迎える年末年始には、更に流動人口が増え、店舗の売上アップが期待できそうである（東京都）。
		税理士	・政府が大手企業に賃金の引上げを要請しており、受け入れる企業が増加している様子である。中小企業ではすぐ対応できるとは思えないが、円安に歯止めがかかり景気が上向けば、徐々に賃上げに向かう。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・年末に向けて公共工事が増える。
		その他非製造業〔商社〕（従業員）	・売上が増加している（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・仕入コストも落ち着きこれ以上悪くなることはないが、2024年問題で物流コストがどのように変化するかが非常に気になる。
		化学工業（従業員）	・海外向けの受注は順調だが、国内向けは低調である。原材料の値上げも続いており、良くなる要素はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・このところ物価等は落ち着いてきているが、全体の動きとしては、問合せ等が非常に少なくなっている。そのようなことから、この先は動きがやや悪くなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今後、化粧品容器の国内生産回帰が具現化すればかなりの受注増加が期待できるが、まだ確定的ではない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外の展示会は新型コロナウイルス感染症の影響で開催されないことが多かったが、来年辺りから開かれそうである。国内についても来年の展示会に出品したい（東京都）。
	建設業（経営者）	・具体的な景気対策が実施されていない。政策があまりにも不透明でよく分からない。	
	建設業（従業員）	・物価の上昇で先行きが少し不安になっている。円安が収まれば少しは安定してくると思うが、その見通しもまだ立たないため、かなり不安が残る。	
	建設業（営業担当）	・物件数は下げ止まったように感じるため、現状のままで変わらない。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が伸び悩み、輸出量がない。今後も現状が続く予想である。	
	通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（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
		金融業（従業員）	・物価高、資源価格の高騰は改善されず、消費動向は一進一退で、一時期良くなっても、すぐに停滞してしまう可能性がある。このような状況がこの先も続く予想される。
		金融業（営業担当）	・まだ先の見通しには不透明感が強いが、向こう2～3か月程度の推移に絞って言えば、すぐさま業績が悪化するような要因は確認できず、現状程度の推移は期待できる。しかし、現状の業況は必ずしも盤石の基盤に基づいて維持されてはならず、現に中規模以上の倒産が相次いでいる状況下であり、楽観視はできない。
		不動産業（従業員）	・工事費や人件費上昇が継続しているが、不動産販売価格は高値を維持しているため、景気自体は変わらない（東京都）。
		広告代理店（経営者）	・同じような状況が続くそうである（東京都）。
		広告代理店（従業員）	・当社に大別して2つある商材のうち、減少傾向が続く商材については今後も回復が見込めず、回復傾向にある商材を更に伸ばしていくにはまだ時間が掛かる（東京都）。
		税理士	・繁華街の大型家電量販店には中国人などが普通に来店しており、インバウンドが戻ってきている部分はあるが、中小企業は原材料価格高騰、人手不足などが響いて、経営的には結構厳しいところがあるのではないかと。景気が良いという報道もあるが、上場企業は円安で潤っているところが多い一方で、中小企業にはまだ恩恵がなく、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない（東京都）。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
		経営コンサルタント	・客に物価高や今後の先行きに対する不安が根強くある。
		経営コンサルタント	・値上げの動きは、一応一息ついているが、売上は大手の引取り価格の値上げが最小限しか認められず、とても厳しい。利益も低く抑えられたままである。来年の昇給が大きな問題になりそうである（東京都）。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先である周りの中小零細企業に景気回復の兆しはみられず、しばらくは低迷した状態が続く。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・年末が近く、そろそろ来年度の案件が予定されるはずだが、今年は遅れているのか、そのような案件がまだ来ていない（東京都）。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年、12月は年末需要で年賀状印刷などの注文があるが、今年は11月でも件数が少ない。さらに、1～2月に関しては特にイベントがないので、当店に関しては、景気回復の見通しは暗い。成人式前にといいことで、成人に伴って印鑑の注文があるが、こちらも前年、前々年並りと比べて少なくなっている（東京都）。
		金属製品製造業（経営者）	・世界全体の景気が不安定である。
		建設業（経営者）	・取引先で受注減少により倒産したところがある。製造業はかなり厳しいようである。
		輸送業（経営者）	・例年、1～2月は稼働日数や取扱量が減少する月のため、今月より状況は悪くなる（東京都）。
		不動産業（経営者）	・相続税の支払いや健康上の都合で賃貸物件を売却する人が増えてきたようだが、賃貸経営も、人口が減少しているためこれまでどおりにはいかない。賃貸を借りると費用も大変なので、親元から通う学生も増えている。新築物件でも完成即満室とまではいかないため、考え方を変えなくてはならない（東京都）。
		広告代理店（営業担当）	・夏はアフターコロナでイベント事業の需要が多かったが、秋以降、大型プロモーションの話が減っており、イベントの数も夏ほどはないため、当社の売上としては減少する（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明けに受注量が減ることが予想される（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先に大型計画がないので、当面は目先の案件を探してこなさなければならない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・2月までの主要取引先からの内示情報では、来月から2月頃まで受注量が更に10%以上マイナスとなり、損益分岐点を割り込む。取引先に対して、エネルギーコスト、労務費の増加によるコストアップをお願いしているが、認めてもらえていない。

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
	x	建設業（経営者）	・経済政策が的を射ていない。
雇用 関連 (南関東)		人材派遣会社（営業担当）	・募集が多く、人手不足感が継続している（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・年度を超えるに当たっての人材の流動化によって、人の入替え需要が発生する（東京都）。
		人材派遣会社（支店長）	・官公庁のアウトソーシング案件の受託が増えつつあり、業績面でのプラスが予想される（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・例年の時期的な需要も含め年末、年度末に向けて求人数が増加する。各企業共に繁忙期に入るため、短期を含めた需要が増加する見込みである（東京都）。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けの分はかなり予約をもらっていたり、計画の話が出たりしているので、相当盛り上がる予定である。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き求人数は堅調に推移し、人材不足が続くことが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・景気の良い分野、悪い分野があり、結局余り変わらない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・サービス業への求職状況に大きく変わる要素がない（東京都）。
		人材派遣会社（社員）	・求人数に大幅な変動はなく、事務、軽作業、製造関係で一定の受注が見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・エンジニア不足は改善の見通しが立たないため、当面は現状維持が予想される（東京都）。
		人材派遣会社（営業担当）	・売手市場において就職率は高くなるかもしれないが、ミスマッチにより短期間で退職する人も増えている。賃上げも大きく動いていないため、当面今の閉塞感が続く。
		求人情報製作会社（経営者）	・政府の経済政策は事業者が期待を持てる内容とは思えない。国際情勢も好転材料がない今、耐え時かもしれない（東京都）。
		求人情報誌制作会社（営業）	・来年に入ってもそこまで変化があるようには感じない。2024年問題があるため、求人数だけを考えれば増えるかもしれないが、景気が良くなったということではなく、残業時間などを考慮して人材を増やさなければいけないといった感じである。来年どのように動いていくかは、年明けの様子次第である。
		求人情報誌制作会社（広報担当）	・中途採用で幾つもの企業から内定をもらっている人が多いようである。中途採用の活動が活発に行われているためではないか（東京都）。
		求人情報誌制作会社（所長）	・変化のきっかけとなる事柄がみえない。
		職業安定所（職員）	・現在、ガソリン価格高騰等に対して国が補助金を出しているが、いつまで続くか分からない。また、賃上げを国の施策として打ち出しているものの、まだ成果が出ていない。いつになったら成果が出るのかも分からず、不安視する様子がある。
		職業安定所（職員）	・人材不足から積極的に募集する企業がある一方で、受注が減り余剰人員を抱えていると話す企業もあり、雇用に関する先行き感是不透明である。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月の前年同月比の傾向から変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数及び有効求人数共に減少傾向で推移しており、ここしばらくは同様の状況が続く。
	民間職業紹介機関（経営者）	・採用業種はいつもと同様で余り変わっていない。そういった意味で、状況は余り変化していない（東京都）。	
	人材派遣会社（経営者）	・下請業者が適切に価格交渉や価格転嫁をしやすい環境整備を法令等でより強化してくれないと、円安や賃金上昇による倒産、廃業が増える。	
	人材派遣会社（社員）	・再就職支援市場は適時開示情報にもあるとおり、1000名規模の大型案件などが増加傾向にあるが、主力事業の派遣事業は前年を割っており、厳しい状況が続いている（東京都）。	
	職業安定所（職員）	・人手不足により営業時間の拡大や売場拡張を行えないといった声が事業主から聞かれる。求職者の減少傾向は、景気の冷え込み要因となる可能性が高い（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
	x	-	-

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (甲信越)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・昔は、後のことは頼むとって亡くなったものだが、今は自分で全てやらなければならない人が多くなっている。記憶が曖昧になる前に、全ての準備を終えたいという人が増えている。
		商店街（代表者）	・学校販売の制服の採寸を始めている頃なので、今の形でいけば売上そのものは毎年と同じような形でいくので、春先には幾らか動きが良くなるのではないかと。
		商店街（代表者）	・年末の歳暮需要が多少増えていることと、商材価格の値上がりで、客単価が上昇している。
		コンビニ（経営者）	・年末に向けて、需要の更なる増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が若干早くなったので、商談がしやすい。
		その他専門店〔酒〕（店長）	・2～3か月後も、まだいろいろな値上がりは続いていると思うが、報道されているように賃上げも始まっているとすると、個人消費を中心に少しずつ前年よりは良くなるのではないかと。どの程度物価の上昇が進むかは不明で、賃上げ分以上の物価高だと財布のひもは固くなっていると思うが、個人消費が伸びてくれれば少しは良くなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・会食をするか、しないかの選択では、実施を選択するようになっている。
		一般レストラン（経営者）	・インフルエンザは感染拡大しているが、新型コロナウイルス感染症のような危機感はなく、人流の滞りは少ない傾向とみている。
		スナック（経営者）	・本当に久しぶりに忘年会の予約がたくさん入ってきており、中には5年ぶりという客もいて、新型コロナウイルス感染症の終わりを実感している。元どおりになるにはまだ時間が掛かると思うが、明るい気持ちになってくる。
		スナック（経営者）	・間もなく忘年会シーズンに入るため、団体客が動くケースが増えて今年よりは良くなる。新型コロナウイルス明けから、意外だが深刻な人手不足の問題があるため、大量の客をどのように迎えることができるかが課題になる。
		遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後も、受入体制を完全に整えて、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、来客数の増加を期待する。
		百貨店（経理担当）	・ここ3か月はほぼ前年並みで推移している。今後、大きな案件はないため、変わらずに推移すると予想する。
		百貨店（営業担当）	・相変わらず、ガソリンを始めとして諸物価は上がっているが、それに見合った賃上げはなかなか期待できない状況から、特に変化のしようがない。
		百貨店（店長）	・地方百貨店ではインバウンドも影響なく、どちらかというところ停滞した状況が続いている。物価高による節約志向もみられる。
		スーパー（経営者）	・物価高で、客は商品購入を控えているようである。当地区はインバウンドも全く関係ないので、地域のプレミアム付商品券事業を実施してもらって、起爆剤にしたい。
		スーパー（店長）	・客は値段を見て買物をしており、賃上げの話が出てこない限り、財布のひもは固い。物価指数は以前より安定しているため、来年度には一定の改善があるのではないかと考えている。
	コンビニ（経営者）	・売上を見ると、前年と大体同じ流れになっているので、この先も同じような流れでいく。必要な物は買わざるを得ないため、物価が上がったらその分、メリハリのある動きをするつもり。	
	コンビニ（店長）	・来客数自体は余り伸びていない。また、単価も微妙な状態なので、余り変化はないような気がする。	
	衣料品専門店（経営者）	・変わらないというより分からない。	
	衣料品専門店（経営者）	・物価高で、なかなか商材が売れなくて困っている。	

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）	・政府からの景気刺激策がない。
		乗用車販売店（経営者）	・部品不足からまだ完全に供給が戻ってはいないため、一部不足している部品がある。新車価格の上昇が、新規受注の鈍さにつながる懸念がある。
		自動車備品販売店（従業員）	・季節商材の購入を中心に、来客数が見込まれる状況は変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・物価高騰に、収入が追い付いていかない。
		スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、いつもと同じで、これ以上悪くならないでほしいという願いを込めての変わらないである。
		観光型旅館（経営者）	・例年冬季は、地元の自治会や各種団体の役員交代時の総会と宴会の需要があったが、今年は期待できない。代わりにインパウンドは回復傾向だが、従来客の減少を補完していくだけの増加はまだ見込めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・行動自粛後の反動需要から落ち着いてきたことで、新型コロナウイルス感染症発生前と似たような状況になりつつある。ここから先の状況が、大幅に伸長する要素も見当たらないが、予約状況も大幅に減少しているわけでもないことから、現状と変わらずに推移する。
		タクシー運転手	・時間帯によってだが、運転手の数が足りない。特に、19時から深夜0時頃までの夜間の運転手が不足している。それさえ解決できれば、もう少し売上が上がる。
		通信会社（社員）	・サービスエリア拡張で加入者の絶対数は増えるだろうが、単価が下がっていくのは止められない。
		通信会社（社員）	・法改正の影響で、一時的には良くなるようにみえても、その後の厳しい状況は変わらない。
		観光名所（職員）	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の人数に匹敵する程度に増加しているものの、収入はほぼ変わらない。物価高が家計を圧迫しつつある。
		ゴルフ場（副支配人）	・物価上昇は収まる様子がなく、何も手を打たなくても集客できるほど、状況は甘くない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・寒い時期になり、屋外よりは室内レジャーにシフトしていくので、団体の予約が戻ってくればよいが、インフルエンザ等の不安要素もある。
		設計事務所（職員）	・物件数も減ってきているため、しばらくは仕事量が少なくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・中古別荘の販売は若干回復しているが、まだ一時的なものかどうかの判断ができない。
		商店街（代表者）	・上向きになる要因が見当たらない。
		一般小売店[家電] （経営者）	・年末年始の必需品の購入に出費するだけで精一杯の様子がうかがえる。家電製品等は使える限り使い、購入は我慢できるだけ我慢する傾向にあり、売る側の施策には乗ってこない。全般的に商材の動きは鈍い。新型コロナウイルス感染症とは違い、行政の助成金等もなく、商売人には厳しい状況が続くそうである。
		スーパー（経営者）	・賃上げ次第だが、実質可処分所得の減少で消費が落ち込むリスクがある。
		スーパー（副店長）	・北国のため、冬季は灯油代や車のガソリン代等が高値であることから、消費は冷え込む若しくは良くて前年と同じくらいだと考えている。
		コンビニ（経営者）	・冬になるとどうしても寒くなっていくので、来客数自体がやはり減少傾向になってくる。降雪があると売上は非常に厳しくなるので、降らない方がよい。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスが控えているものの、材料の価格高騰でクリスマス商材が前年と比べて値上がりしており、買い控える客も多いとみている。冬は元々、来客数は減少するが、物価が高騰したままだとその先も客が戻ってこないのではないかと不安である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・12月、1月になると、当地は冬の期間に入り、どうしても客足が鈍ってくる。宿泊に関しては当然ながらビジネス利用の機会も少なくなる。ただし、若干でもインパウンドがこの冬に向けて増えてくることを期待したい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・冬に入り、各種大会やコンサート等が落ち着き始めるので、特に日曜日の来客数が下がる。

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（副支店長）	・物価高騰の影響を受け、旅行業界でも値上げせざるを得ない状況のなか、半導体工場の低迷や更なる為替変動により、客の動きが鈍くなる。好調が継続してきたが、冬季に向かうため、受注が減少し始めている。
	×	コンビニ（エリア担当）	・改善に向けてのプロセスが思い付かない。
	×	ゴルフ場（経営者）	・働き方改革は人手不足に直結し、賃上げや原価高騰は個別項目で政府のインフレ目標を大幅に超えている。配偶者控除枠の据置きでパートへの年間支給額は変わらないため、世帯の可処分所得の増加に貢献しない。新型コロナウイルス感染症もあり消費税増税分でさえ価格転嫁できていない企業もあるなかでの増税では、円安や新型コロナウイルスでメリットのない中小や零細事業者の経営が圧迫されるため、悪くなる。
企業 動向 関連 (甲信越)		-	-
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・このたび、プレゼン審査を経て、当社商材が地場ブランド品に認定された。幾らかでも知名度や認知が高まることを予想している。
		金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最大の需要期である年末年始や、生活必需品の需要が高まる新年度を迎える商戦に入るため、売上増加が見込まれる。
		食料品製造業（総務担当）	・販売量が大きく伸びる見込みがない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて盛り返していくと考えるが、製造コストや人件費も上がっているため、終わってみないと分からない。
		電気機械器具製造業（従業員）	・円安による電気代及び燃料の価格高騰が続いており、物価も上昇している。下がる要素は余りないため、変わらない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・売れる催事、売れない催事の差が極端で、一概に市況が良くなってきたとはいえない。小売店も地金価格の高騰による商材価格の値上げに付いてこられず、仕入れは相変わらず厳しい。会場費、経費が大きく上昇しており、地金の高騰も続いているなか、収益は下がっている。
		建設業（経営者）	・これからは冬季に向かうので、今月と変わらない。
		金融業（調査担当）	・製造業では、半導体関連を中心に持ち直しの動きがみられるかどうかポイントになるが、力強さは望めない見込みである。非製造業は、冬季の観光シーズンに入り、スキー場で十分な積雪量を確保できるかが、需要増加の鍵となる。
		金融業（経営企画担当）	・観光業は潤うが、物価上昇はまだしばらくは続く。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・様々な物価が上がり、家計が厳しいとの理由から、新聞の購読停止が増えている。急速な回復は見込めず、現状が続くと予想している。
		食料品製造業（製造担当）	・同業者が値上げするなかで、当然、当社も値上げの準備はしている。値上げをしないと確実に厳しくなるが、この状況で安く仕掛けてくる同業者もいて、迷惑な話である。今年の穀物収量が2割ほど減少するといわれているため、原料価格は更に高騰するとみられ、一段と厳しくなる。
		食料品製造業（営業統括）	・コロナ禍以降、客足が戻らないワイナリーもあり、営業努力にも限界があって、値上げするかどうか苦慮している。
	×	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。
雇用 関連 (甲信越)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・政治もおかしな方向に動いているため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・賃上げが進まずに物価の上昇だけが続く状況は、景気の本動力となる消費の拡大を鈍らせている。人手不足による影響が運賃値上げやバス路線の減便等に出始めており、サービスの低下に拍車を掛けている。製造業の低迷も回復の兆しがなかなかみえてこない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増減があるものの、3か月前と比較し増加している業種もあり、人手不足感が続いている。
		職業安定所（職員）	・景気が好転する要因が見当たらないことから、現状維持かややもするとじりじりと悪化するのではないかと。

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
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業では、製品によって異なるが、一部の大手企業においては残業規制が強化され、フレックス制度を導入して残業を大幅に減らす傾向が出始めている。
		*	*
	x	-	-

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・観光客に明るさが見られる。
		コンビニ（企画担当）	・東京・大阪ほどではないがインバウンドは着実に増加しており、今後もこの状況は継続する。
		コンビニ（店長）	・物価高で価格改定は継続しているものの、高価格のスポット商品は売上が好調である。継続して非常に苦しい景気ではあるが、客に価値があると認識された商品は価格にとらわれず売れる傾向にある。客や店舗立地に合わせた品ぞろえの改善を継続すれば、来客数も増えているため好調と予想する。
		乗用車販売店（経営者）	・1月からは年度末商戦に入るため期待したい。
		一般レストラン（スタッフ）	・今が厳しい時期の底と考えられ、今後は良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・年末年始の宿泊及び忘年会や新年会の予約が好調である。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	・ボーナス次第である。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・年明けは毎年好調なので期待している。
		百貨店（総務担当）	・年末のボーナスも増加見込みで、コロナ禍後の高額消費を引き続き後押しする。おせちやクリスマスケーキの受注も、今のところ好調である。原材料の値上げもあり、受注増加に加え価格上昇が売上の大きな増加につながっている。ガソリン代も政府の補助金が継続されており、他の消費に金が回ることを期待している。当地区はまだ海外への渡航も控えられており、国内消費に引き続き期待したい。
		百貨店（経理担当）	・全体的にマインドが改善している。
		百貨店（営業担当）	・施策を考えて実行を繰り返し、変えていく。
		スーパー（経営者）	・暖かい日が続き来客数が増加している。年末年始を迎えるため、更なる増加を期待する。
		スーパー（店員）	・年末商戦に向けて売上が伸びる。
		スーパー（店員）	・これから玉ねぎなどの高騰が予測されるが、買い控えなどマイナス要素は、今のところ客の様子にはみられない。年末に向けて、天候さえ良ければプラスで推移する。
		コンビニ（商品企画担当）	・年末年始を迎えるため、来客数の増加を期待する。
		衣料品専門店（店長）	・客先の仕事量は増えてきており、作業用の備品についても販売量が5%ほど伸びている。ただし、企業の人手不足により仕事の受注量が限られるため、今後も外国人技能実習生の受入れが進むかどうか、これからの景気向上の鍵となる。
		衣料品専門店（売場担当）	・旅行等に関する支出が増加する。
		衣料品専門店（売場担当）	・紳士服の量販店はこれからが繁忙期になる。成人式や就職活動用のフレッシュャーズスーツ等、単価も点数も増えてくる。それに伴って一緒に礼服を購入する客も増えるため、予算も高くなり販売量も増加する。
	乗用車販売店（営業担当）	・特に新商品が出たりトピックがあるわけではないが、2～3月に車検満了を迎える客が依然として多いため、ターゲットの数は多くなる。全くなかった在庫も増えてきて、販売も上向いてくる。	
	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム工事のほか中規模工事の見積り・契約が少しずつ多くなっている。客の業種も商業施設、戸建て住宅やマンションなど、幅広く引き合いが入り始めてきている。	

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
		その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・賃上げが鍵になってくるが、物価高騰に対する国の施策等にも期待している。
		高級レストラン（経営企画）	・年末年始で海外渡航は増えるが、外食での集まりの需要は前年と同様期待できる。
		一般レストラン（従業員）	・政府の給付金に期待している。
		バー（経営者）	・年末年始で人の動きが出る。
		都市型ホテル（営業担当）	・予約状況をみると引き続き増加傾向である。問合せ数も増加している。
		都市型ホテル（総支配人）	・先行きに期待をしているが、人件費、光熱費など仕入コストの大幅な増加により収益的には厳しい。
		旅行代理店（営業担当）	・法人客から4年ぶりに復活した忘年会や新年会の申込みが多数ある。宿泊を伴う宴会も多くなり、景気は好調をキープしている。年末年始の旅行計画や申込みも増えており、懐にも余裕が出てきている様子である。
		テーマパーク職員（総務担当）	・前年比で入園者実績を見れば7月は88%、8月は84%、9月は95%、10月は73%と下回っているが、11月中旬で今年目標入園者数の100%に近い数字になっているため、少しずつ回復傾向にあるとみられる。
		ゴルフ場（支配人）	・2か月先の入場者予約数は、冬場クローズのゴルフ場を除き全て順調で、前年同日と比べてかなり上回っている。ここ数日の晴天続きで予約も増えているとみられるが、この冬場は好調に推移する見込みである。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新型コロナウイルス感染症の影響がない世の中になったため、繁忙期に入り新型コロナウイルス感染症発生前以上に売上が上がると期待する。
		商店街（代表者）	・戦争が起きても解決しても、このまま景気は変わらない。
		商店街（代表者）	・商店街の客は、飽和状態で変わりようがない。
		商店街（代表者）	・世界各地の戦争も終結の気配はなく、原材料の価格高騰が続く。国民の所得増加が浸透するには、まだ時間が掛かりそうである。
		商店街（代表者）	・これから増税が控えており、まずはそれに備える買い控えて、余分な物はなかなか買ってもらえない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・個人客は財布のひもが固いが、購買力や自家需要は変わらない見込みである。法人客は若干伸びており、全体としては変わらずに現状が続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・足元の状態はまだ続く。
		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）	・余りにも不透明なことが多すぎて、先行きが読めない。
		一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	・今年は暖冬との予報で、冬物衣料の売行きが懸念される。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年度末の予算消化が始まりつつあるが、引き続き円安の影響は改善する。
		百貨店（企画担当）	・乗客数や売上は前年同月を上回り続け、新型コロナウイルス感染症発生前に近づきつつあるが、消費傾向の変化により、低価格の食料品とインポートブランド品や時計宝飾品・美術品などの高額品の2極化が顕著である。また、中国からの旅行者が戻っておらず化粧品の伸びは頭打ちとなっている。ファッション関係も新型コロナウイルス感染症発生前を下回る状況が続いており、この先にも大きく上向くとは考えられない。
		百貨店（経理担当）	・物価高に伴って中間所得者層の消費マインドの低下が懸念されるが、富裕層においては株高に支えられた高額消費が更に盛り上がり、結果的に景気は現状を維持する。
		百貨店（営業担当）	・物価高の影響から客単価は上昇傾向にあるものの、今後は人口減少もあり、入店客の伸長は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・特に高額商品などの動きは鈍化が続く。一方、外国人観光客がこのところ増加しており、この傾向は今後も続いていく。
		百貨店（販売担当）	・消費マインドは上がっており期待できるが、客単価の低下もあり、現状維持にとどまるのではないかと。

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（店長）	・お盆同様に今年のクリスマスや年末年始は、新型コロナウイルス感染症の規制緩和で帰省や旅行など外出が大幅に増えることが予想され、店への来客数が減少する。
		スーパー（販売担当）	・良くなる材料が今のところ見当たらない。
		スーパー（営業企画）	・消費が上向く要因が、当面は見当たらない。しばらくは現状の消費傾向が続く。
		スーパー（販売担当）	・寒さの到来により季節商材の動きは良くなる。また、インフルエンザなどの流行により、マスク等の健康・衛生関連用品の売上が回復する見込みである。しかし、依然として物価高への警戒感強く、生活防衛意識が高まっている。販売側も相当に販売促進を行っているが、これ以上消費者の需要を喚起するのは難しい。
		コンビニ（店長）	・イベントが中止になることなく行われるため、そのたびに特需がある。
		コンビニ（エリア担当）	・例年冬は売上、来客数共に落ち込む時期だが、現在の好調を維持できると予測する。
		コンビニ（エリア担当）	・悪くなる材料は少ないが、良くなる材料もない。
		コンビニ（店長）	・例年であればクリスマスから年末までは順調に売上が伸びる時期であるが、前年と比べ商品の値上げや暖冬の影響があり、今年は大きく伸びる見込みがない。
		コンビニ（本部管理担当）	・経済政策に注目すると、物価高・経費増大の状況を脱するような政策が見受けられないため、当面この状況は変わらない。現在は電気代の補助金が出ているが、補助が無くなった場合、更なる経費負担が発生するので、今後の見通しは明るくない。
		コンビニ（商品開発担当）	・商品が値上がりが続いている。今のところ客の購買マインドへのマイナス要素とはなっていないが、いつまでこのままの流れが続くか分からない。
		衣料品専門店（経営者）	・半額だから購入するという客が、新型コロナウイルス感染症発生前よりも増えたような気がする。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・客の話を見ると、やはり物価高の影響で買い控えはあるが、必要な物はこれ以上削減できないとも言っている。
		乗用車販売店（経営者）	・景気に大きく影響するような要因が、今のところ見受けられない。
		乗用車販売店（従業員）	・前月よりは良かったが、3か月前と比べると微妙であり、3か月後については予想が付かずどちらともいえない。販売量は少ないが問合せは多いため、判断が難しい。
		乗用車販売店（従業員）	・これからも生活に係る費用が上昇していく状況は変わらないとみられるため、実際に収入増加が見込まれる来年度に入らないとこの局面は改善されない。年末年始を迎えてにぎわうだろうが、あれもこれもといった消費ではなく、必要な物やお買い得と思える物への賢い消費にとどまる。
		その他専門店〔貴金属〕（経営者）	・円安、物価高騰や戦争などの社会情勢不安により、確実に消費への影響が出ている。
		一般レストラン（経営者）	・家庭で使用する食材等の値上げや店で使用する全材料の値上げの影響で、消費者の購買意欲は少し低下している。店頭販売は少し落ちるがイベント販売などの外売りが伸びているため、例年と比べても総売上は変わらないと見込む。
		一般レストラン（経営者）	・自営業者もサラリーマンも所得が増える様子がみえないため、外食に掛ける支出は減少する。
		一般レストラン（経営者）	・物価高などで仕入コストが上がっている。
		一般レストラン（経営者）	・現状の周囲の様子をみていると、上向きになるとは思えない。
		観光型ホテル（経営者）	・年明けは秋に比べると需要期ではないが、コロナ禍であった前年よりはかなり良い予約数になっているため、前年比で1～2月は良くなる。3年以上にわたって旅行ができなかったため需要が底堅い。新型コロナウイルス感染症に対する心配が無くなったので、需要が底堅く推移する。
		旅行代理店（経営者）	・冬場は旅行需要が少ない。

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
		旅行代理店（経営者）	・コロナ禍明けで久しぶりの海外旅行ということで、パスポートも再申請費用が掛かり、どの国も物価が高いことは分かるため、客には安全に行きたいという様子がみられる。海外旅行について自分で航空券やホテルをインターネットで手配するのはまだハードルが高い。国内旅行はやはりネット予約に押され気味で全国旅行支援終了後から個人の受注は少ないため、2024年は海外旅行需要に期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する規制緩和後に初めて実施する団体旅行、特に社員旅行を、来年に計画する顧客が多い。過熱した団体旅行需要が一段落するまでには、これから1年以上掛かる見通しである。
		タクシー運転手	・クリスマス、忘年会で年末はタクシーの利用客が増えて忙しいが、正月休みに入るとかなり暇になる。
		通信会社（営業担当）	・先行きがはっきり見通せないなか、当分は買い控えが続く。
		通信会社（サービス担当）	・物価が上がっても給料が上がらないため、節約をするために、固定電話の廃止が目立っている。
		美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてイベントや外出は増えているが、物価の上昇に付いていけない印象を受ける。当分この状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・当分は変わらない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・人口減少や空き家の増加に鑑みても、良くなる材料が見られない。
		その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・元請も着工しておらず、一般顧客のリフォーム工事等の引き合いも減少している。
		商店街（代表者）	・顧客の高齢化により、来客数の減少が激しい。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・正月休みから成人の日の3連休と休みが続いた後は、飲食店への来店は控えるようになる。
		百貨店（売場主任）	・メーカーが商品を余り作らないため、これから始まるセールにも在庫が不足して余り商品が入らないことが考えられる。客の買上単価も低くなっており、ビジネスよりもカジュアルシューズの売行きが良い。スーツにも合わせられるスニーカー等、ビジネス・カジュアル両方に使用できる物を求める客が多いため高額商品は売れない。
		百貨店（販売担当）	・主力の化粧品関連は周辺競合店の増加で売上が厳しい。免税客の爆買いもなくなり、低額品の購入が多い。
		スーパー（店員）	・依然として担当カテゴリーでは値上げ商品が次々と発生している。
		スーパー（販売担当）	・1～2月は更に寒いため、夕方の来客数減少が懸念される。
		スーパー（支店長）	・戦争等の海外情勢、内閣支持率の低下にみる政治不安や物価高騰による先行きへの不安で、購買意欲の減退は否めない。年末年始に向かうなかで、ますます購買意欲は鈍化が進む。世界平和、そして中長期的な経済対策が望まれる。
		スーパー（総務）	・ボーナス商戦を迎えるが、各企業でのボーナスの出方によっては景気が大きく変わることが心配である。
		コンビニ（店長）	・スナック菓子でも低単価商品が売れる傾向で、高めの商品は売行きが良くない。節約志向が続いていく。
		コンビニ（店長）	・ここ数か月間は、少しずつ来客数、単価が落ちているため、その傾向が当面続くと判断する。景気が浮上するような要因が見当たらない。
		コンビニ（店員）	・寒さがピークになり、来客数が減る。
		家電量販店（店員）	・客は余り機能や付加価値を商品に求める様子がない。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・暖冬の影響で冬物商材も滑り出しが悪い。年末商戦もダイレクトメールセールが始まったが、単価が低く前年割れしそうである。
		家電量販店（営業担当）	・今年の冬は暖冬予想のため、冬物商材への影響が心配である。
		乗用車販売店（経営者）	・新車供給が通常の状態に戻りつつあり、それに伴い受注は大幅な減少傾向にある。既に受注残数が無くなっているブランドもあり、今後は売上の減少が見込まれる。

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	
		乗用車販売店（従業員）	・オーダーストップしている車種がかなり多く、買いたくても買えない、売りたいくても売れない状況がまだ続く。新型車が発表になっても割り当て台数がかなり少なく、すぐにオーダーストップになってしまう。	
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車種のデビューイベントがあり、フルモデルチェンジのため、これまでであればかなりの来客数が期待できたが、当日の呼び込み客と2人しか来店がなかった。新型デビューのイベントにもかかわらずこの来客数では、非常に今後が不安視される。	
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・いろいろな意味での過渡期である。新型コロナウイルス感染症により、抱えているいろいろな問題点が具体的に現れている。	
		その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・円安による原材料の価格上昇が著しく、利益を圧迫している。自社も取引先も同じ状況で、前年から今年の春までに複数回の値上げを実施しているが、更に来年の春にも実施する予定である。そうなると、販売量の更なる低下は避けられない。	
		旅行代理店（経営者）	・理由は不明だが、急に予約が減ってきたので不安を感じている。	
		旅行代理店（経営者）	・飲食店以外でもタクシー運転手と話をしているときなどには、飲食料品を始め様々な物の価格が上昇しているなかで人々が支出を抑制している状況を実感する。	
		タクシー運転手	・客の動きは少し悪くなる。	
		タクシー運転手	・週末はそれなりに客の出足があるが、売上は落ち込んでいいる。年末にかけて忘年会等で客足は増えるものの、乗車率、乗車単価に期待ができない。年末は、厳しい状況もあり得る。	
		通信会社（企画担当）	・年末年始を控えているが、むしろ物価高を改めて感じる機会ともなり、更に冷え込んでいく。	
		観光名所（案内係）	・国の施策や地方行政の対応が適切とは考えられず、世の中がうまく動かなくなっている。	
		理美容室（経営者）	・客からは物価上昇の話が聞かれ、買い控えが起こる。	
		美顔美容室（経営者）	・キャンペーンセールが今年一杯で終わるため、販売量が減少する見込みである。	
		美容室（経営者）	・物価高の影響が大きいのか、客に不安そうな様子がみられる。	
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・燃料、光熱費が値上がりし、仕入れや配送運賃などの経費がかさむ要素がまだ続く。来年4月には、介護保険で福祉用具レンタルの上限価格が3年前から更に押し下げられる。他の介護保険サービスとは逆行するサービス単価の下落を強いられ、賃上げムードと板挟みの運営となることを想定している。	
		住宅販売会社（従業員）	・冬枯れの時期で例年どおり来場者が減るため、販売数も落ちる。	
		住宅販売会社（従業員）	・金利が上昇すると新築住宅は売れなくなり、中古住宅を購入する人が増えてくる。	
		その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・建築材料費、人件費等全てが上がり、施主も二の足を踏んでいる。コロナ禍の次は物価高で、まだ厳しい状態が続く。	
		×	スーパー（店長）	・1品単価の上昇分以上に買上点数の減少がみられる。低価格を売りにした店に人が集まり出している。
		×	美容室（経営者）	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響もあり、また、インフルエンザや風邪がまん延しているため出足が悪い。
		×	設計事務所（経営者）	・計画案件や問合せはほとんどない状態が続いている。良くなる根拠が全くない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・土地が値上がりしているため、分譲住宅の用地購入がなかなかできない。分譲住宅の販売も進まず、先行きが不安である。	
企業 動向 関連 (東海)		-	-	
		化学工業（営業担当）	・半導体向け需要の低調は底を打って、徐々に回復傾向にある。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では、電気自動車への切替えのための設備投資意欲が大きくなっている。金利が高くて資金調達が難しいという声もあるが、引き合いは増えている。	
		金融業（従業員）	・いろいろな不安材料は多いものの、コロナ禍が明け人々が旅行などに消費して楽しむ傾向が高まっている。	

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
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安基調は当分続くので、大企業は人手不足解消のため、中小企業に対して自動化を促す傾向が強くなっている。また、高付加価値、高単価の案件を企業内で対応しようとして、その関連の話が当社にも来ている。当社の新商品に対する反響が大きく、忙しい状態になっている。
		化学工業（総務秘書）	・久しぶりに忘年会・新年会の誘いが届いている。きっと12月も飲食店からは、予約が一杯という言葉が返されることだろう。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・3年前からのセラミックス用輸入原料の急激な高騰は、どこのメーカーでも同条件なので、比較的製品価格への転嫁が容易であったが、その後は受注量が減少してしまった。回復には、あと半年くらい掛かる見込みである。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量は比較的多い状態が続く見込みである。この傾向のまま、来年度に入っていく。
		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判断する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・政府の景気対策は遅過ぎて、かつ小規模過ぎるため期待ができない。今のような政策が続いているうちは、景気の好転は期待できない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな変化は見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・素材価格や諸経費等の増加分は転嫁できている。価格上昇率が10%以上であることを考えると、受注量、販売量が増加する見込みは薄い。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・先の生産計画上も、同じようなペースで生産する予定になっている。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・給料は上がり残業も減りつつある。景気回復の材料がない。
		建設業（営業担当）	・公共性のある委託業務は、予算が多少削られても安定してあるが、自社での新規事業展開を考えたときに、新しい芽が出るような事業はなかなか確立しにくい。投資した分だけ負担となるので、景気や自社の先行きは下向きである。
		輸送業（従業員）	・同業他社で廃業やM&Aの話をちらほら耳にする。コロナ禍明け以降も立ち直りが難しいところが多いように見受けられる。体力のある企業とそうでない企業の2極化になりそうである。来年にはいよいよ物流の2024年問題が迫っており、先行きが不透明である。
		輸送業（エリア担当）	・季節変動以外の要素がない。
		通信業（法人営業担当）	・猛暑による野菜の値上がりや、秋冬家電等の値上がり等が影響し、かなり消費が落ち込んでいる。いまだ景気が上向き実感はない。
		金融業（企画担当）	・仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できるような環境になって、それに伴い社員の給与も上げられるようにならないと、景気は良くならない。政策も含めて実現には課題も多く、まだ時間を要する。
		不動産業（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染症に対する不安は更に減少していき、外出や遠出をする人は増加傾向となる。今後の売上も増加していき、前年を上回る状況は継続していく。
		広告代理店（制作担当）	・冬のイベントは、暖冬が予想されていることもあり、客の動員数を多く見込める。
		公認会計士	・年末年始に向けて、人の動きも活発になり消費が活性化すると予想する。しかし、年明け以降に金利上昇の可能性が高まっており、設備投資が消極的になる可能性や返済額の負担増加などのマイナス要因もあるため、大きくは変わらない。
		行政書士	・現状維持である。
		会計事務所（職員）	・最低賃金は増額され、スーパーの商品の値段は上がる一方である。会社によっては物価手当という名目で一時金を支給したところも何社かあるが、数万円程度なので、景気を上向かせるほどの影響はない。
		食料品製造業（経営企画担当）	・賃上げを行う企業も増えてはきたものの、物価の上昇に追いつかない状況が今しばらく続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気はやや良い状態にあるが、2～3か月先はこの状況を維持するような良い材料がない。
		鉄鋼業（経営者）	・良くなる要因がない。見積件数も増えてこないため、先行きの販売量の伸びが期待できない。

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
		建設業（役員）	・住宅購入に向けた国の施策やバックアップがない。また、物価上昇に伴う建築コストの上昇が著しく、今後の新規物件は販売単価が上がる。
		建設業（経営者）	・我が国のリーダーによる人選や施策等をみると、このままの状態では不安で仕方がない。
		輸送業（経営者）	・物量が低迷するなかで、人件費、燃料等のコスト増加が見込まれる。
		輸送業（従業員）	・人材採用で費用が増加し、収入は前年並みのため、企業収支への影響が大きい。
		輸送業（エリア担当）	・自社も同業他社の動向もさほど変わらない。荷物量が増えない一方で人件費・燃料費等の経費増加などの要因が重なり、明るい兆しが無い。業界内のみならず、世の中全般の景気も大きな上向きの兆候はみられないため、今後は更に悪くなる。
		輸送業（エリア担当）	・物量が伸びておらず単価もなかなか上がらないなかで、人件費や燃料代などの経費は上がっている。2024年を目前にし、冬の繁忙期に配送委託先が集まらず、委託単価を上げて無理やり集めている状況である。今後は委託先の取り合いになって、単価が一気に上がりそうである。
		通信業（法人営業担当）	・企業が投資を抑えると消費者の購買意欲を満たせなくなり、高い利益水準を維持できなくなる。企業が利益を上げないと税収が減り、税収が減ると公共事業への投資が減って暮らしの利便性を享受できなくなる。人の生産性は、暮らしの豊かさや満足度に比例するものなので、このままでは、日本は生産性だけでなく魅力度までも低い国になる。
		金融業（従業員）	・年末年始が過ぎても、景気は変わらない、若しくは悪くなると見込む。人々に買い控えのような動きがあるのではないかと。
		会計事務所（職員）	・長引く物価高騰のためか、消費意欲が低下している。必要な物でも品質は二の次で、とにかく極力出費を抑えたいという傾向が強い。仕入価格は上がる一方で客単価は下がるため、大変苦しい状況である。
	×	食料品製造業（営業担当）	・回復の要因がない。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・収入が上がらず、物価がどんどん上がっている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・全体的に引き合いが減少している。客先によっては、大きく落ち込む予想のところがある。
	×	通信業（総務担当）	・賃上げがなければ、政府は物価抑制に努めるしかなく、デフレが継続して円の価値が下がって更に売られる。諸外国と対するならば、物価上昇に伴うインフレを覚悟で、とにかく賃金を2倍に上げる必要がある。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシの原材料費が下がるまでには数か月の時間が掛かり、その間にも最低賃金の引上げなど配布の経費も上がってきている。新聞は再販指定商品で販売店では値上げもできないため、価格転嫁も難しく二重三重に苦しい状況が今後も続いていく。
雇用 関連 (東海)		人材派遣会社（社員）	・法人関係の忘年会で派遣の予約状況が好調なため良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・退職者の増加が見込まれるボーナス支給後から年度末に向けては、求職者の増加により採用数が微増することを期待する。
		求人情報誌（営業担当）	・12月のボーナス支給後は、4月入社に向けた求職者側の動きが活発になることが見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末に向けての動きに期待したい。
		人材派遣会社（社員）	・求職者、求人企業の動きが当面変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・ふだんの生活のなかでポジティブな要素を感じない。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地域では自動車関連を中心とした開発テーマの活況状況に変わりはなく、それに伴い当社の引き合い数も過剰状態を維持している。

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
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・半導体供給の滞りが緩和されつつあり、過去最高の自動車生産台数となっているが、製造現場をけん引する人材が不足している。特に中小企業においては、賃金アップをしないと採用が難しく、賃上げの原資をどこから捻出するかが課題である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ウクライナ問題や中東での戦争などの心理的な要因と、その影響による食料とエネルギー供給への不安は変わらず、原材料コストの上昇は依然企業に影響を与えている。現状では上向き要因が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・原材料や光熱費の値上がり、燃料費の高騰が続き、消費への影響が大きい。生活の活気も戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前ほどの景気はまだ戻らず、消費者には買い控えもみられる。
		職業安定所（職員）	・引き続き原材料やエネルギー資源の価格高騰を受け、企業経営が悪化するおそれがある。仕事があっても人材不足が解消されない。今後も物価上昇は続いていくと予想する。
		職業安定所（職員）	・景気が上向きになる材料が乏しく、求人減少・求職増加の流れは今後も続きそうであるが、窓口の混雑度合いは比較的落ち着いている。大量離職が数多く発生するような、更に悪化した状況にはならない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は、ここ最近横ばいで推移しており、今後2～3か月先に今以上に上昇するとは見受けられない。
		民間職業紹介機関（窓口担当）	・求人数は増加しているものの、求職者数の増加や企業ニーズに伴ったスキルを持つ求職者とのマッチングが実現せず、決定に至らない状況が続くと予測する。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・前年のような採用決定数の伸長は見込みづらい。企業側の採用時における見極めが厳しくなっていくと予想する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後2～3か月で状況が現状から大きく変化する要因が見当たらない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年12月に学内で行われる医療機関による就職説明会への参加施設数は、参加希望が急増した前年並みである。新型コロナウイルス感染症収束後の採用意欲に落ち着きが見えてきた印象を受ける。
		人材派遣業（営業担当）	・賃上げが物価高に追い付かない限り、景気回復は見込めない。一時的な助成金や補助金では、長期的な効果は見込めない。
		職業安定所（所長）	・企業での人手不足は続いているが、物価高などにより収益が上がらないため、新規雇用についてはやや慎重姿勢になっている。また、物価高などによる生活苦から求職活動を開始する高齢者は増えており、この状況が続くことを懸念する。
		職業安定所（職員）	・事業所の廃業や規模縮小等の相談が、頻繁に聞こえるようになっている。
	x	-	-

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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）	・夜のにぎわいをけん引していた夜間ライトアップイベントが11月で終了した。毎年のことだが、12月は天候に恵まれなことが懸念材料である。インバウンド需要に期待したい。
		一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活に向けた商材の購入を期待している。
		スーパー（仕入担当）	・人の流入が活発になり、観光客やレジャー客に加え、年末の帰省客など来客数の増加に期待できる状況である。
		スーパー（経営企画）	・来客数に改善傾向がみられる。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の様子見している状況も2～3か月たてば落ち着くと考える。また、購入意欲が無くなっているわけではないため、売上は少しずつ増えてくるとみている。
		自動車備品販売店（役員）	・業界では明るい情報はないが、客が戻って買物を楽しむ姿も多くなり、多少だが景気は良くなっていくとみている。
		観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の脅威が後退している。
		タクシー運転手	・冬場の観光客の入込にも期待ができる。また、飲酒の機会が多くなるため、売上は良くなると考える。

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
		通信会社（営業担当）	・新生活に向けて準備する時期に入り、需要が増えるともみている。
		テーマパーク（役員）	・2～3か月先の予約状況を前年同月比で見ると、団体客も増加傾向にあり、全体としてプラスに推移している。
		住宅販売会社（従業員）	・新築工事の着工数は停滞しているが、リフォーム工事が増加している。
		商店街（代表者）	・今年は暖冬の予報であるが、気候不順を感じている。客は本当に必要な物のみ購入しており、買い控えが顕著である。ブランド品の購入数は増えないが、日用品への消費意欲が高まる年末商戦に期待したい。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・贈答品には金を使っているが、日配品の売上が前年より伸びておらず、自分で食べる商材に関しては購入を抑えている。円安などの影響があると考える。
		百貨店（売場主任）	・前回のバレンタイン商戦は1月の改装工事により会期を大幅に短縮したにもかかわらず、売上は大きく伸びた。今回は前回と比べると会期は本来の期間に戻るため、更なる売上の拡大を見込む。
		百貨店（販売担当）	・年末年始のクリアランスセールで若干需要は戻ると考えるが、衣料品需要は当面苦戦するとみており、暖冬が更に追い打ちを掛ける可能性もある。帰省客が増えることから単価高騰もあり、伸長するとみている。
		スーパー（店長）	・変わらないと回答したが、先の見通しが悪い方向になる可能性も懸念している。
		衣料品専門店（経営者）	・客は買物に慎重である。今年は暖冬の予測も出ているため、先行きは不透明である。
		乗用車販売店（従業員）	・タイヤ交換の時期に入り整備工場への入庫は多いが、販売は芳しくない。
		乗用車販売店（役員）	・自動車メーカー側の生産計画により、当面の間は販売量が一定の台数で推移する。
		住関連専門店（役員）	・今月はこれまで以上に悪くなっていることに加え、冬場に入りますます客足が遠のくことを見込んでいる。社会全体の消費意欲の減少を感じている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる材料がない。これ以上悪くならないでほしい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・コロナ禍からの回復が一巡してくるなかでインフレが続くことが懸念材料である。より節約志向が強まり、販売量の減少や低価格帯が支持されることで、客単価の下落による売上の伸び悩みを見込んでいる。来春向けの商材の価格帯を注視する必要がある。
		一般レストラン（店長）	・コロナ禍以降は宴席控えがみられ、利用も少人数の傾向となっている。
		一般レストラン（統括）	・今後も円安傾向の継続により、インバウンド需要は続くともみている。しかし、国内では原料の更なる高騰や、鳥インフルエンザの流行といった不安材料もあるため、この状態をキープするか、若干下がると見込んでいる。
		観光型旅館（経営者）	・団体や小グループの客、インバウンドも戻ってきており、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
		タクシー運転手	・物価高騰の状況が変わらないため、必要な物に対しては金を掛けるが、タクシーの利用を最低限に抑えており、タクシーについては乗り控えが進むとみている。ウイズコロナの生活が普通になっていることが消費力の低迷につながっている。
		通信会社（営業担当）	・前年と比べて販売数は変わらずに推移している。
		通信会社（役員）	・特段のイベントもなく、今月同様に前年同期比と同じレベルで新規契約件数が推移すると考える。
		通信会社（役員）	・現時点で景気変動に係る大きな要因が見当たらない。
		住宅販売会社（営業）	・国の住宅関連政策も購買意欲の刺激までには至らない感触のため、当面は変化がないものと捉えている。一方で、更なる物価上昇や長期金利上昇に伴う住宅ローン金利アップが発生した場合に景気が一気に冷え込むことを懸念している。
		商店街（代表者）	・人手が足りないという企業が多い反面、定職に就いていない人も多い。賃上げをしても、職に就いていないのでは話にならない。物価高が影響し、財布のひもは更に固くなりそうである。

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
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・値上がり品目が相変わらず多く、客の購買意欲が高まるとは考えられない。
		百貨店(販売促進担当)	・暖冬が予想され、重衣料の動きが鈍いとみている。食品やレストランは年末年始の帰省客が増えたり、人が集まる場面が増えたりすることで、新型コロナウイルス感染症発生前の動きを考えると考えるが、衣料品については気候次第のところと取引先の生産減少もあり、厳しい動きになるとみている。
		スーパー(総務担当)	・ガソリンなども値上がりし、生活必需品といえども満足に買えない状況である。
		スーパー(店舗管理)	・年末商材も全て値上げで、メーカーによっては価格を維持しているアイテムでも容量を減少させている商品がある。新型コロナウイルスの感染状況も表面上は落ち着いているため、外食に流れる可能性も高く、肉食需要は減少傾向にある。
		衣料品専門店(経営者)	・社会情勢の変化が落ち着き、景気の良しあしが出てくるとみている。特に川下にいる流通業は消費者意識に非常に左右されやすいため、落ち着いた社会になることを願っている。
		家電量販店(店長)	・メーカー側の価格上昇が続き、ますます客は買換えに至らない。
		家電量販店(店長)	・1会計当たりの購入点数が減っており、目玉商材等で特価だからついでに買おうという客が減少している。
		家電量販店(本部)	・季節などの外的要因がないと厳しい。減税施策も支持されていないようで、将来の増税等への不安が客の購買マインドに影響している。
		高級レストラン(スタッフ)	・現在の行楽シーズンは県外を含めた団体利用が多いためにぎわっているが、2~3か月後に中心となる客層は個人客のため、この秋口のような集客は見込めない。
		スナック(経営者)	・雪の季節になり、天候次第で変化するとみている。また、物価高騰で生活にゆとりのある人しか来店しない雰囲気である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・国内客の動きが悪い。レストラン部門は夕食を利用する客が少ない。単価上昇には敏感で、おせちやクリスマスケーキにおける予約の滑り出しが弱い。
		都市型ホテル(役員)	・12月以降は団体予約が減少し、稼働率の低下により販売価格も下がるとみている。
		通信会社(職員)	・国内の経済状況に特段良くなる要素が見当たらず、閉塞感がある。
		パチンコ店(経理)	・パチンコ業界の売上鈍化により遊技台などの設備投資ができないため、客離れが起こる。
		その他レジャー施設 〔スポーツクラブ〕 (総支配人)	・景気が良くなったと実感できないし、給料の上昇した割合以上に身近なものの価格がどんどん上がっており、実質、前年と同じことができない状態である。
		美容室(経営者)	・11月に入ってからインフルエンザに感染するスタッフや客が増えている。年末の繁忙期を控えて心配である。
		住宅販売会社(従業員)	・物価上昇により住宅価格は高止まりしているが、そのうち少し下がるとして様子見している客もいる。所得が上がらないなかでは、購入の決断はなかなかできない人が多いように見える。
	x	住宅販売会社(従業員)	・物価高騰の影響で、住宅に使う資金が減少している。
企業 動向 関連 (北陸)		-	-
		精密機械器具製造業 (財務担当)	・客からの注文量が増加傾向である。
		建設業(経営者)	・北陸地方は今冬は大雪が予想されているため、道路除雪を担当している当社にとって、オペレーターの確保は厳しくても、一旦出勤すれば利益が見込める。
		輸送業(管理会計担当)	・物量の回復、運賃改定の進展を見込んでいる。
		金融業(融資担当)	・不動産業者によるテナント新築や不動産取得計画、製造業の生産設備や脱炭素関連の設備投資計画、卸売業者のシステム関連投資計画などの相談が出てきている。今後の増収や生産性向上等を見込み、やや良くなると考える。
		金融業(融資担当)	・新型コロナウイルス感染症が終息し、北陸新幹線の敦賀延伸による観光業を中心とした経済効果で、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
		税理士（所長）	・これまで余り動いていなかった一般消費者向けの小売業、飲食業、観光業等で上向きになるとみている。
		食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止問題の動向次第だが、時間がたてばたつほど元には戻らないかもしれない。
		プラスチック製品製造業（広報）	・現在、受注見込みについて増減の要因が特に見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないとみている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・原油価格高騰や円安を主要因としたインフレ基調が続いており、引き続き製品への価格転嫁を進めるものの、四輪車、オートバイメーカーからの受注に大きな変化はない。企業の設備投資を背景とした産業用関連製品についても、米中景気の影響を受け低調に推移している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・不透明な状況がまだ続くと考える。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月後に上向きになるには、既に新規製品の受注が現在できている、若しくはほぼ決定に向けて動いていることが条件である。しかし、客からの情報ではその動きがなく、更なる情報収集及び新規獲得への動きを活発にする必要がある。
		建設業（役員）	・ある程度の受注は確保できるかもしれないが、人員確保が予想以上に難しい状況である。
		輸送業（経理）	・戦争による原油価格の高止まりや販売価格の乱高下で、消費者の購買意欲が減退している。
		通信業（営業）	・ここ数年は年度末の駆け込み需要が少なく、分散傾向であるため、変化は少ないものとみている。
		司法書士	・来年4月の相続登記の義務化に伴い、相続した物件の処分の依頼が多い。
		繊維工業（総括）	・世界的なインフレにより需要が減退したスポーツ、アウトドア用途の回復が特に欧州市場で遅れているなど、先行きに不透明感が強くなっている。
		不動産業（経営者）	・個人客からも法人客からも、問合せや依頼が全く出てこない状況である。
	x	-	-
雇用関連 (北陸)		新聞社 [求人広告] (担当者)	・集客を伴うイベントの増加や年末年始商戦に向けて新聞広告がにぎわう時期となる。一方、求人関係の動向でいえば、2025年新卒の採用活動に向けた求人広告企画がスタートしているものの、合同企業説明会への参加を希望する企業は今のところ例年どおりの顔ぶれとなっており、今後も劇的な増減はなさそうである。
		新聞社 [求人広告] (営業)	・現状の経済状況に各企業が対応することに慣れ、これから積極的な企業活動を行っていくとみている。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・製造分野では、原料価格高騰などコスト面の高騰により収益面が厳しい状況だと聞いている。消費者も購入商品の値上がりで価格を比較しながら買物をしている。一方で、来客数が増えてきているようで、消費は徐々に拡大に向かうとみている。雇用数も増えていくことを期待している。
		人材派遣会社 (社員)	・企業担当者との対話からは積極的な求人に至っていない。
		職業安定所 (職員)	・人流や物流の回復により人手不足の状況は続いている。しかし、ガソリンを始めとした光熱費や原材料の価格高騰が続いているため求人を控える事業所もあり、求人数全体の増減幅が少ない状態が続いている。
		職業安定所 (職員)	・物価上昇等の懸念材料があるものの、新規求人数は底堅く推移している。
		学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について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)	・派遣依頼数が減少傾向にある製造業関係の取引先と、増加傾向にあるサービスや販売関係の取引先を比較すると、依頼数全体としては若干減少傾向が強くなっている。
		職業安定所 (職員)	・飽くまでも感覚的なものだが、コロナ禍からの回復の勢いが弱く、回復しきらないまま上昇局面が終わる。物価上昇が収束する見込みがないまま、異常気象や国際情勢の悪化等から下降局面に入っていくようである。

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
	x	-	-

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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〔野菜〕 (店長)	・このまま物価の動きが落ち着き、価格が更に上がらなければ、景気は良くなっていく。
		百貨店(服飾品担当)	・中国からの客が増えると予想され、特に年末年始での来店が大きく伸びそうである。また、ボーナス支給の増加でボーナス商戦も好調な推移となるため、売上の増加が続く。一方、特定のラグジュアリーブランドは外国人の購入が半分以上を占める状況であり、今後も円安の影響が続くとみられる。国内客も海外旅行ではなく、国内での消費を増やすと予想されるなか、中型サイズのスーツケースが国内客に売れ、大型サイズが外国人に売れる現象が発生している。
		百貨店(マネージャー)	・迎春やバレンタイン関連など、大きなイベントのある月は、需要の増加によって好調な推移が予想される。
		高級レストラン(企画)	・中国からのインバウンドの回復や、継続的な単価上昇の動きにより、収益が拡大すると予想される。
		一般小売店〔呉服〕 (店員)	・購入にはつながらなくても、足を止めてくれる客が増えている。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・商品の製造への依頼も増えるなど、良い傾向にあるため、好調が続くことを期待している。
		百貨店(売場主任)	・売上が数か月連続で増えているが、まだ来客数は回復途上にある。
		百貨店(売場主任)	・ウクライナや中東情勢の変化による、エネルギー価格の上昇といった不確定要素はあるが、それらが安定するとの前提に立てば、当社には円安基調も追い風となるため、インバウンド、国内客共に消費の増加が期待される。
		百貨店(サービス担当)	・年末年始にかけて、インバウンドの増加による売上の拡大が期待できるほか、コロナ禍で中止していた食品イベントや催事も開催されるため、今の好調な状況に大きな変化はない。
		百貨店(管理担当)	・ブランド品を中心に、インバウンド需要の拡大に期待したい。
		百貨店(マネージャー)	・やはり好調な要因は主にインバウンドであり、今後も来客数は横ばいか、増加が続く見込みである。特に、当地区ではインバウンドの増加が目立つが、ホテルなどの宿泊施設の増加による影響も大きい。とりわけラグジュアリーホテルの開業が続いており、今後2～3年は続く予定されるため、中長期的な増加が見込まれる。
		百貨店(外商担当)	・インバウンドの来客数、客単価は、順調な改善が続くと予想される。一方、国内客の来店は伸び悩み見通しであるが、特定の若年富裕層による購買意欲は旺盛で、希少性のある高級輸入時計や、海外特選ブランドの婦人用バッグ等への需要は止まらない。
		スーパー(企画)	・冬のボーナスの増加や、来春の春闘での昇給が見込まれることで、食品に対する買い控えや節約志向は限定的となりそうである。今回は、コストプッシュインフレであるが、生産性の改善や販売力の向上が実現できた小売業では、好調な業績が続くと予想される。
		コンビニ(経営者)	・各商品の値上げはまだ続いている一方、買い控えも特になく、客単価は上昇している。インバウンド需要もまだ伸びているため、今後も来客数の増加が期待できる。
		コンビニ(経営者)	・お歳暮の配達や、忘年会も始まるため、年末の売上に期待したい。
	衣料品専門店(店員)	・クリランスール期間中であるほか、会社が幾つかの値上げ商品の価格を元に戻しているため、やや良くなると予想される。	
	衣料品専門店(営業・販売担当)	・寒くなるのが遅かったため、これまで買物をしていなかった客が来店すると予想される。	
	家電量販店(経営者)	・住宅省エネ2024キャンペーンが先行して始まるため、省エネ型給湯器などのリフォーム商材の販売が期待できる。	

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
		乗用車販売店（支店長）	・年内は株価の上昇が続くほか、来年からは新NISAがスタートし、国民の投資活動が活発化するため、お金が動くと予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・12月の予約は早くから埋まっているため、先行きに期待したい。
		一般レストラン（店員）	・前年度と比べて年末年始に向けた問合せが多く、予約も入ってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後の予約はかつての単価に戻りつつあり、予約率も高水準である。ただし、慢性的な人手不足が続いており、当地域での旅行支援も始まるなか、先行きへの不安は大きい。食堂は和食、中華、洋食の全てで好調であるが、人手不足の影響で、定休日を設けなければ営業できない。
		都市型ホテル（フロント）	・12月から2月はオフシーズンとなるため、今月ほど見込みは良くないが、それなりの単価での販売が期待できる。
		都市型ホテル（販売促進担当）	・来春などの宴会の受注は増えており、ビュッフェを希望する客も増えている。宿泊の予約は不透明な部分が多く、ふたを開けなければ分からないが、これまでの流れをみると、上向き傾向の動きがみられる。
		旅行代理店（店長）	・年度が替われば、客が動く時期になるため、少し上向くと期待している。
		旅行代理店（役員）	・コロナ禍の収束により、我慢していた旅行需要が出てくる。3世代での旅行など、家族旅行の幅にとどまらない動きが予想される。
		タクシー運転手	・例年どおり、年末年始は人の動きが活発になる。時期的に景気の満潮時に当たるため、状況は良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・予約が減少傾向となる時期であるが、今年は順調な推移が続いており、景気はやや良くなる。
		競輪場（職員）	・今から2～3か月先の時期は、例年良くなる傾向となるが、今年はそれほどの力強さがみられない。
		その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・今後は気候が安定するほか、マラソンや駅伝などのシーズンに入るため、体育施設の利用者や関連用品の売上が増えると予想される。
		商店街（代表者）	・コロナ禍でライフスタイルが大きく変化した影響か、業種によっては売上が回復していない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・現在の諸物価の上昇を考えると、財布のひもが緩むことはまずない。現在の世界の悲惨な状況が続く可能性もあり、そのような環境で人の気持ちが明るくなるとは思えない。今のところ、景気が上向き見込みは薄い。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・かつてのライフスタイルに戻りつつあり、外出や旅行、イベント等の増加で、売上の増加が期待できる。一方、所得税等の減税が予定されているが、消費に回るまでには時間が掛かるなど、効果は全く未知数である。
		百貨店（企画担当）	・最近の売上動向をみていると、大きな変化はないと予想される。
		百貨店（外商担当）	・インバウンド売上や、高級ブランド品に対する購買意欲は、当面は大きな変化はないと予想される。
		百貨店（販促担当）	・大きな変化の要素が乏しく、現状の傾向が続くと予想される。先行きは暖冬傾向の予報が懸念材料の1つであるが、物価の上昇は大きなマイナス要因にはなっていない。コロナ禍も既にニュース性が弱まっていることから、懸念材料とはならない。その一方で、プラス材料も見当たらないことから、モチベーション需要を軸に、きめ細かな商品展開が必要となってくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・経済環境は、年末にかけても改善するとは思えない。特に、円安の進行や物価の上昇により、日常的な消費は厳しくなる。また、今年は前年と比べて、地方都市から都心への客の流出傾向がみられるため、年末商戦も厳しいと予想される。
		百貨店（営業推進担当）	・コロナ禍の収束で、年末年始やバレンタイン商戦といったカレンダー商戦が正常化するため、前年からの増加傾向の継続が予想される。

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
		百貨店（販売推進担当）	・物価上昇の影響で買上単価も上がっているが、来客数や買上点数は増えておらず、結果的に前年並みの売上しか上がっていない。
		百貨店（売場マネージャー）	・クリスマス商戦や初売りなどを迎えるが、今月よりも良くなる材料は見当たらない。どちらかといえば、物価の上昇といった外的リスクも多いなか、景気が上向かないケースも意識しておくべきである。
		百貨店（宣伝担当）	・気温が下がらず、季節商材が苦戦しているほか、今後も暖冬予想であることから、苦戦が予想される。来客数は好調なため、今よりも悪化することはないが、更に好調となるのは難しい。
		百貨店（マネージャー）	・インバウンドの消費は好調であるが、国内中間層は消費シーンごとの2極化が進み、平時は節約志向が強まるという傾向は変わらない。全体的には選択的消費による買上数量の減少や、商品単価の上昇による客単価の上昇傾向が続く。
		百貨店（マネージャー）	・現状からの変化は見通せず、良くなることも悪くなることもない。ただし、インバウンドの増加による混雑の影響から、国内客の来店が減っており、売上の伸び悩みが懸念される。当店も、時間帯によってはインバウンド客で非常に混雑しており、店舗のある地域も人であふれている。市内中心部に向かうバスなどの公共交通機関は、地域の人に乗れないなど、街が混雑し過ぎて来店しにくくなっている。
		百貨店（商品担当）	・物価や金利等の経済環境に不透明感が増すなか、全体としては今と大きく変わらないと予想される。
		スーパー（経営者）	・様々な物価の上昇で、消費者の節約志向は高まるばかりであり、景気の回復は望めない。
		スーパー（店長）	・収入と物価のバランスが改善されなければ、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・物価の高止まりが続くなか、コロナ禍関連の規制解除後はレジャーや外出、帰省などは増加傾向が続いているため、日用品の買い控えは続くと思われる。
		スーパー（店員）	・原油価格が上がれば、商品価格も高いままとなる。天候の変化もどうなるかわからないため、先行きはまだまだ厳しい。
		スーパー（店員）	・物価は上昇しているが、収入は増えていない。来客数もさほど増えておらず、今の状況がすぐに変わるとは思えない。
		スーパー（企画担当）	・競合先の動きを含む外部環境に、大きな変化はない。
		スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末年始という消費のビッグイベントの動向に加え、ボーナス支給や賃上げなどの状況により、消費マインドは大きく変化する。これらがプラス材料となれば、来年の消費は明るい見通しとなるが、現段階では不透明感が強い。
		スーパー（販売促進担当）	・単価の上昇による売上の増加は、今後も継続が見込まれる一方、景況感が上向いているようには感じない。しばらくは現状維持が続くと予想される。
		スーパー（企画）	・ウクライナ危機やイスラエル問題が長期化しており、燃料費が抑制されるまでにはまだ時間が掛かる。燃料費が下がったとしても、人件費が年々上昇しているため、値下げに踏み切る企業は少なく、景気は大きく変わらないと予想される。
		スーパー（社員）	・店頭の様子では、価格を重視する節約型の客が増えている一方、味や健康を意識したこだわり型の客も増えている。当社のように、こだわり食品を中心とするスーパーは、来客数の増加が期待できる。
		コンビニ（店長）	・物価の上昇が続くなか、客は価格を気にしているが、それほど購買の傾向が変わったようには感じない。今後も特段の変化があるとは思えない。
		コンビニ（店員）	・大きな変化はみられないため、このまま安定した状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・ここ数か月は好調が続いているが、来客数が減少しつつある。年末から年明けにかけて、何か仕掛けが必要と感じている。
		家電量販店（店員）	・年末から年始にかけてクリアランスセールは続くが、客離れによる落ち込みを取り戻すには、少し時間が掛かる。
		家電量販店（企画担当）	・ボーナス商戦と住宅省エネ2024キャンペーンをフル活用し、住宅設備やリフォーム関連の販売増加につなげたいが、集客がポイントになるため、見通しは不透明である。

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
		家電量販店（人事担当）	・エネルギー価格や物価上昇の動きはまだ落ち着く様子がないため、客の財布のひもが緩むことはない。
		乗用車販売店（経営者）	・全体的に節約ムードが広がっている。
		乗用車販売店（経営者）	・年末のボーナス支給額次第であるが、今のところ客から前向きな言葉は聞かれない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の注文は入っているが、メーカーからの納車に時間が掛かり、販売量が増えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・当分の間は現状維持が予想される。
		その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価が安定し、下がり気味とならなければ、状況は変わらない。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・生活用品の値上げが何度も行われており、売上は増えているが、本当の景気回復には程遠い。まずは賃上げを進めてほしい。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・物価の上昇による景気への影響は不透明であり、今後2～3か月先も大きくは変わらないと予想される。
		その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・食品等の生活必需品は順調に推移しているが、インバウンドの売上に大きな変動はなく、今後の大幅な増加も期待できない。一方、気温の低下で医薬品の売上は伸びつつあるが、化粧品や化粧品雑貨の動きは大きく鈍化している。2～3か月後も同様の推移が続くと予想される。
		その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・大阪・関西万博の盛り上がりもなく、クリスマスなどのオケージョン需要も弱含みである。
		その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・良くなる要素もないため、今の状態が続く。
		一般レストラン（企画）	・物価上昇の継続により、個人消費の減速が懸念される。特に外食産業は真っ先にその影響を受けやすい。
		その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・給料が増える職種と、そうでない職種の差が開きそうである。生活は厳しくなり、中間層の家庭では生活水準の低下が予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が完全に収束したわけではないほか、海外情勢の不安定化や円安の進行もあり、経済が上向くとは思えない。
		都市型ホテル（総務担当）	・特に高齢の客は、寒くなると夕食時の外食を控える傾向が強まるため、レストランの回復には悪い材料となる。
		都市型ホテル（管理担当）	・好調な動きが続くなか、今後は国内需要が一旦落ち着くものの、インバウンドの取り込みによって売上の維持は可能と予想される。
		都市型ホテル（客室担当）	・宿泊はこのまま好調に推移すると予想されるが、物価の上昇といった不安要素も残る状況が続く。
		旅行代理店（支店長）	・所得の圧迫に対し、減税策なども焼け石に水という声が多く、抜本的な解決策には程遠い。じわじわと生活への影響が広がっているため、2～3か月先も厳しい状況に変化はない。
		タクシー運転手	・給料が増えたという声を聞くこともあり、一時的には忙しくなっているが、今の状況ではタクシーに乗る人と乗らない人に分かれる。また、運転手不足による影響も広がっている。
		通信会社（社員）	・キャリアの方針転換により、販売総数の強化に拍車がかかると予想される。ただし、法改正によって値引きが厳しくなるため、それが販売にどう影響するかは分からない。
		通信会社（役員）	・来客数、販売量共に、大きな増減はないと予想されるが、春商戦に向けては、来客数の増加を見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・世界情勢は現状のまま推移すると予想される。
		観光名所（企画担当）	・前年よりも来場者は増加しているが、増加率はほぼ同じ傾向が続いており、それ以上の増加はみられない。しばらくはこの状態が続くと予想している。
		遊園地（経営者）	・予定されている経済対策の効果には期待が持てない。
		その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・今後もイベントは順調な開催が続くが、輸送コストの上昇や働き方改革などに伴う、物価上昇の影響が出ると予想される。

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
		その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・企業業績は好調であるが、景気対策への失望感などから、個人消費の伸びは期待できない。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・雪目当てのインバウンドが増える期待はあるが、暖冬の影響も予想されるため、大きな変化はない。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球はシーズンオフとなるが、12月から2月にはコンサートが27日間開催されるなど、以前と同等の集客を見込んでいる。
		その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・景気の悪化による生徒数の減少を心配していたが、維持できている。
		住宅販売会社 (経営者)	・減税などの効果次第で、今の好循環が維持できるかどうかが決まる。
		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)	・不動産の取引状況に変化はみられない。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・資材価格の高騰に伴う、建築単価の上昇傾向は当面続くと予想される。
		その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・低空飛行の横ばいを脱するような材料が見当たらない。首都圏や九州エリアでは、中途採用の面接機会が何度かある一方、関西エリアでは問合せも数えるほどしかない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・年度末に向けた販売強化が一部で始まり、値引き販売が増加する可能性がある一方、高額物件では売り急ぎがない状況となるなど、需要の2極化が更に進む見込みである。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・今後、景気が良くなる要素は全く見当たらない一方、物価が上がっていくことは間違いない。かといって、給料が以前よりも増えているかといえば、消費者の声からも、増加の動きはない。
		スーパー (店長)	・物価の上昇や円安傾向が続き、気候も長期予報では暖冬傾向となるため、客の消費は鈍化が進むと予想される。
		スーパー (店長)	・当面、単価の上昇に賃金の増加が追い付かないため、消費には消極的になると予想される。
		スーパー (企画担当)	・売上の前年比は堅調な推移となっているが、競合店の出店による影響は続いている。
		スーパー (開発担当)	・物価の上昇が止まらず、具体的な景気対策も講じられていないため、景気が良くなるとは思えない。
		コンビニ (経営者)	・平均単価が落ちているため、フライドチキンやおでん、サラダチキン、総菜といったプラスワン商材の販売を増やし、売上の減少に歯止めを掛ける。
		コンビニ (店員)	・来客数が徐々に減っている。最寄り駅の前にコンビニが出店し、新しいスーパーもオープンしたことで、そちらに客足が流れている。同じ国道沿いにオープンしたショッピングモールも好調となるなど、周りに目新しい店が次々に出店している。
		コンビニ (店員)	・寒い時期は来客数が減るため、やや悪くなる。
		家電量販店 (店員)	・物価の上昇やエネルギー価格の高騰で、購買意欲はなかなか上がらないため、景気は回復しない。国民に対する補助金の支給や、減税の実施が急務である。
		その他専門店 [食品] (経営者)	・徐々にインフレの影響が大きくなると予想される。
		その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・円安傾向の継続で、様々なところで物価の上昇が進んでいる。家計が出費を抑えることを最優先に考えれば、宝飾品の購入にはつながらない。
		一般レストラン (経営者)	・まだ海外客による日本への観光需要は強く、物販や体験型観光などは更に伸びそうである。飲食店に関しては、コロナ禍で気軽に外食する習慣が薄れ、以前のように利用客が戻るまでにはまだ時間が掛かる。また、仕入価格の上昇が続くなか、販売価格の検討を続けなければならないのは、正直苦しい。
		その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・日ごとに物価の上昇が顕著となり、いろいろな物価が上がっているため、余計な出費をする人が少なくなっている。
		観光型ホテル (経営者)	・12月は、今月ほど好調にはならない。週末は団体客の予約で埋まっているものの、平日はまだ空室が目立つ。

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
		観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響で、附帯売上は伸び悩んでいる。1月からは消費マインドも下がるため、客の動きは落ちると予想している。
		都市型ホテル（客室担当）	・紅葉シーズン後の12月には、旅行の府民割が再開されるため、予約は増加しているが、来年1月以降の予約の動きは緩やかとなっている。
		旅行代理店（従業員）	・物価の上昇が当たり前のような状況では、消費マインドは更に低下する。
		通信会社（経営者）	・円安傾向の継続が予想される。
		テーマパーク（職員）	・増税関連の話が続くと、実際に増税していなくても、その印象が心理的にも強くなるため、先行きには期待できない。
		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ため、暑い時期よりも、寒い時期の方が来客数は減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・価格調整が進む局面であり、販売量も今以上に減ると予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・工事費の高騰により、郊外の新築マンションは、土地の仕入れ時の計画よりも販売価格が高くなっている。今後は、販売がより一層鈍化することが予想される。
		住宅販売会社（総務担当）	・物価が上昇するなか、よほどの必要性がなければ新築案件は出てこず、受注の減少につながると感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・賃金や年金等が増えないなか、物価だけが上昇している。収入が増えない限り、景気の回復は見込めない。インバウンドの増加効果は限定的で、景気のプラス材料にはならない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・1～2月は寒くなり、冬物商材の販売が中心となるが、天候が良くならなければ売上の増加にはつながらない。天候頼みのところもあるが、一般的には物価が上がっているため、洋服にまではお金が回らない。
	×	家電量販店（店員）	・インターネット販売の定着で、客の契約や解約が簡単になり、買物に対する意識も変わりつつある。販売側の努力だけでは限界があるため、安易な契約や解約ができないよう、客側にもある程度のペナルティが必要と感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・予算の厳しい客がほとんどであり、ほぼ全ての商談で予算やコストの打合せに時間が掛かるようになってきている。コストや物価はまだ上がるため、悪循環に陥ることが懸念される。
	×	通信会社（社員）	・ブロードバンドの利用に関して、普及率の面でも飽和状態にある。市場では利用料の低下に加えて、他社への乗り換えが慢性化しつつある。地方では景気が下げ止まらないため、値上げなども実現できない。
企業 動向 関連 (近畿)		化学工業（企画担当）	・コロナ禍による落ち込みを脱し、人流の回復が続いているほか、年末年始の食品需要期に入るため、先行きは良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取りあえず先行きには期待したいが、大きく悪化する懸念もある。
		広告代理店（営業担当）	・今年に入り、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
		食料品製造業（従業員）	・家庭用商品の受注は値上げの影響で減るものの、業務用商品は少し上向いている。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・この先のイベントやキャンペーンの企画に対し、引き続き問合せも入っているため、受注量は微増で推移する。
		化学工業（管理担当）	・住宅設備や、車載用の電装品関連の発注内示が増えている。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・コンベアの修理部品の受注が、国外向け、国内向け共に増えている。
		輸送業（営業担当）	・商品の値引きキャンペーンが始まるため、荷動きの増加に期待している。
		通信業（管理担当）	・景気は低調であるが、年末商戦が始まるほか、野菜価格が低下するとの予想に立てば、景気は若干良くなる。
		金融業（営業担当）	・販売価格への転嫁ができれば、改善の兆しも出てくる。
		食料品製造業（営業担当）	・引き続きインバウンド効果は続くが、売上はやや平行線となる予想であり、大きな変化はない。
		繊維工業（総務担当）	・メーカーが販売現場に出向く動きは日常化しているが、対応できる客の数も限られることから、販売数量の増加は困難である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・状況の変化する要素が見当たらない。

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
		プラスチック製品製造業（経営者）	・生産調整は落ち着き、緩やかな生産の増加に移行しつつある。納期はかなり先であるが、受注も戻りつつある。
		窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇への懸念は残るが、大手企業の春闘では大幅なベースアップが期待されるなど、賃金の上昇も期待できるため、景気は大きく変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・しばらく業況は良くならない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後の為替や物価変動の度合いにもよるが、市場に落ち着きが出てくる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安傾向は変わらず、年明けには電力大手5社による電気料金の値上げも予定されているため、まだ先行き不透明な状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件が出てきたが、納期はかなり先である。受注残をみる限り、直近は良くならない。
		建設業（経営者）	・年度末にかけて期待したいが、現状は良くなる要素が見当たらない。
		建設業（経営者）	・大阪・関西万博のパビリオン等の着工遅れにより、監理技術者や技能労務者不足に拍車が掛かり、人材の確保が厳しい状況になる。万博の建設費上乘せが承認されれば、技能労務者の工賃や建設資材価格が一時的に上昇する可能性もある。
		輸送業（商品管理担当）	・例年12月から2月は売上が低迷するため、今年も更に悪くなる。
		金融業（副支店長）	・今後の受注も、大きく増える見込みはない。
		広告代理店（営業担当）	・年度内は、広告需要が比較的好調に推移する見込みである。
		司法書士	・年未年始には消費が少し伸びるが、海外での紛争などの先行きは不透明である。物価の上昇も続くなか、余り良くない状況が2～3か月後も続く。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今月は少し忙しかったが、一時的な変化であり、長続きしない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資の動きを含めて、引き合いが少ないため、先行きは不安材料ばかりである。
		繊維工業（総務担当）	・円安に伴い、海外からの仕入コストが高止まりとなり、利益率の低下が続いている。国内での生産品についても、原料価格の高騰で利益が十分に確保できない状況が続いている。
		金属製品製造業（経営者）	・在庫調整による影響で、期末にかけて荷動きが悪くなる傾向となる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めての年未年始を迎える。旅行やレジャーへの出費が増えるため、耐久消費財の購入はその後になると予想される。
		建設業（経営者）	・物価の上昇に、賃上げの動きが追い付いていない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・物価の上昇による影響は確実に始めている。年末のイベント消費は盛り上がるものの、その反動で財布のひもは固くなる。
	×	化学工業（経営者）	・インバウンド消費の動きは順調であるが、消費全体では買い控えが始めている。さらに、これまで景気をけん引してきた輸出関連が悪化している。取引先からの情報によると、海外の金利上昇を背景に、設備投資意欲が急激に減速しており、年明けからは大幅に落ち込むことが予想されている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安やインフレという環境は、靴業界にとっては最悪である。
	×	輸送業（経営者）	・取引先では売上がかなり落ち込んでいるため、来年は専属の配送車両を少し減らす話が出てきている。
	×	輸送業（営業担当）	・人手不足で職場環境が悪化するなか、更に職場から人が去っている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・消費者が買物などに臆病になっており、悪循環に陥ることが懸念される。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今のところは経済対策が機能していない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・年度末となるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（管理担当）	・しばらくの間は上昇傾向が続くが、不安要素があることも否めない。ウクライナやイスラエル問題のほか、中国での肺炎の流行が今後どうなるのか、予断が許されない。

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
		人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、駆け込み需要が増えると予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業の利益次第で、人件費が左右されると予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・まだしばらくは、2024年卒採用の追加募集が見込まれる。ただし、次年度の準備も年々早まっているため、年内に決着をつける企業が多いと予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業の様子から、やや良くなると予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・当地域の人出も、医薬品店はそうでもないが、繁華街はインバウンドを含めて活況である。
		人材派遣会社（営業担当）	・マスメディアの報道にも、景気が上向きとなる情報は見当たらない。
		人材派遣会社（役員）	・ウクライナ情勢に加え、中東情勢が悪化し、中国経済の悪化リスクも顕在化している。さらに、日本の経済対策の状況から考えれば、今後はますます予断を許さない状況といえる。世界情勢の変化次第では、一気に景気が悪くなる可能性もある。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンドが頭打ちになりつつあるなか、それ以外の上向き材料が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業からの新聞広告や、デジタル広告への出稿見込みをみても、前年とほぼ同じで変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・食料品等の消費財への価格転嫁が進む一方、やや円高傾向が進んでいることから、年が明けるとインフレも若干落ち着く。新NISA制度も始まり、多少は国内経済が活性化すると予想される。ただし、海外では各地での紛争やインフレに加え、最大の貿易相手である中国経済の不安定化も続いており、これらの状況次第では今後の景気は大きく変化しそうだ。
		職業安定所（職員）	・好材料、悪材料共に見当たらないため、今の状態が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少となり、特に若年層の減少が続いている。その一方、50歳以上は増加しており、就職意欲が強いほか、職業安定所に対する期待も高い。
		職業安定所（職員）	・人手不足に対応するために、工場内や現場の環境を整えたり、年収の壁の範囲で働きたい人のために、勤務時間や勤務日数の相談に応じたりする事業所が多い。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設業では、年末に向けて仕事が増える時期となるが、求人企業からそのような話は出てこない。原材料費の上昇による工事の発注控えや、人手不足による受注控えの影響が続いている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的にも求人数は横ばいとなるため、状況は変わらない。
		民間職業紹介機関（支社長）	・今年度に入っても、大きなトレンドの変化はみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の来春に向けた採用活動が一段落し、採用担当者との話題も来年度の採用計画などに切り替わってきた。ただし、複数の企業で事業拡大の動きはあるが、求人数の増加の話は聞かえてこない。
		その他雇用の動向を把握できる者	・新規求人数の季節調整値は、前月比で2か月連続減少となったものの、減少幅は縮小している。また、業種を問わず人手不足の声が出ている一方、製造業を中心に、原材料価格や燃料費、人件費等の高騰のほか、受注の減少による利益の圧迫が進んでいる。こうした状況から、求人数は横ばいで推移すると予想される。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年を上回るなど、企業の手不足感は更に高まっている。その一方、求職者の動きは鈍く、応募数、採用数が上向き材料はない。

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
	x	-	-

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		旅行代理店（経営者）	・諸外国で戦争をしているが、日本ではこれから旅行を楽しむ人が増加する。
		タクシー運転手	・12月の繁忙期を迎えることや新型コロナウイルス感染症が終息し、4年ぶりに街が活気付いていることなどから、乗車率が良くなる。
		商店街（理事）	・商店街では特に正月の需要が消費に大きな影響を与えるため、景気はやや良くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年、これからの時期は繁忙期となる。
		百貨店（広報担当）	・コロナ禍明け、数年ぶりの年末年始を迎えるに当たり、多くの人流が想定される。大都市に集中しているインバウンド需要が多少とはいえ徐々に地方に波及してくるを見込む。
		百貨店（営業担当）	・外出することに抵抗がほぼないため、年末年始の帰省なども増えてくる。バーゲンセール時期にもなるので、気温が下がれば重衣料の動きがある。また、マザーニーズなどオケージョン対応も前年以上に増えてくる。
		百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症終息後初めての年末を迎えるため、売上は前年から大幅に改善する。
		百貨店（売場担当）	・食品を中心にかなり値上がりしているが、販売量、来客数に余り変化はなく、結果的に売上増加につながっている。
		スーパー（店長）	・現状の流れのまま年末年始に突入するとみられる。前年と違い、帰省も増えることが予想され、商品単価も上昇する。生活経費である電気料金やガソリン価格も落ち着いているため、物販への消費が見込まれる。
		スーパー（業務開発担当）	・ボーナスの時期、クリスマス、年末年始に向かって、多少は客の財布のひもが緩んでくるのではないかと期待しているが、年明けからは今までどおり節約モードになりそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・そろそろ店の前の工事が終わりそうなこと、また、今年は暖冬が予想され、前年よりも人の動きが良くなることなどから、景気は今よりも少し良くなる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・暖冬になるのであれば、外出する人が増えて、関連商品の販売に期待できるため、景気は好転する。また、会合やスポーツイベントも新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っているので、期待はできる。
		乗用車販売店（店長）	・中古車販売に以前ほどの勢いはなく落ち着いているが、新型車発売で来客数は堅調に推移している。
		乗用車販売店（営業担当）	・現在はフルモデルチェンジの車両の販売が芳しくなく、想定の販売台数を大幅に下回っており、3か月前と比べても10%少ない販売台数で推移している。今後は新型車の発表も控えており、新規客の来店も増えていることから、景気が上向く要素はある。
		乗用車販売店（店長）	・景気は今が1番底だと思われる。
		乗用車販売店（営業担当）	・毎年12月は駆け込み需要があるため、市場の動きは上向いてくる。そうなってもらいたい希望も含めて期待している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・徐々に景気回復が進む。
		一般レストラン（経営者）	・今より景気が悪くなると困る。これから年末にかけて、景気は少し良くなる。
		バー（経営者）	・来客数が増加する。
		観光型ホテル（営業担当）	・これから年末年始を迎える時期なので、来客数の増加に期待できる。
	旅行代理店（支店長）	・個人の春休みに向けた旅行需要に期待する。学生を中心とした卒業旅行も受注が増加しているため、こうした販売に注力していく戦略を展開する予定である。	
	通信会社（工事担当）	・客の要望から判断すると、景気はやや良くなる。	
	美容室（経営者）	・このまま何も起きなければ、年末を迎えるため、景気は前年よりも良くなる。	

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
		住宅販売会社（従業員）	・国の補正予算による優遇制度が発表されたので、今後、改善傾向が出てくる。
		商店街（代表者）	・値上げラッシュであらゆる物価が上昇しているため、客の購買力が追い付いていない。
		商店街（代表者）	・人出は戻ってきているが、消費に結び付いていない。将来に不安を抱えている人が多く、財布のひもが固くなっている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年の年末商戦も余り期待していない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・寒くなる1～2月は暇になる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・燃料費、光熱費等の負担増加により、景気が良くなることはない。
		百貨店（経理担当）	・節約志向が高まっていて、消費者は買物に慎重であるため、景気は今とさほど変わらない。
		百貨店（営業担当）	・百貨店のなかでも、ハイブランドではなく、婦人服ブランド全体の売上が悪いため、メーカーも新型コロナウイルス感染症発生前のように商品を生産していない。このため、ヒット商品が出ても商品数が少ないため、売上は拡大しない。
		百貨店（営業担当）	・景気回復につながる材料が特に見当たらない。暖冬予報のため、引き続き冬物商戦は苦戦の見込みである。
		百貨店（売場担当）	・行動範囲が比較的広い40～60歳の年齢層を中心に、来客数が減少傾向にある。近隣の商業エリアに客が流出し、週末中心のイベント等でも集客が厳しくなっている。また、立地や利便性など、地方百貨店が抱える問題で先行きは更に不透明である。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、物価が上昇している状況が3か月後も変わらないため、今後も現状が続く。売上が前年、今年と伸びているが、3か月後もこうした状況が続く。
		スーパー（店長）	・景気回復の要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・しばらくの間、来客数の前年割れが続き、客が価格の安い商品を求めるため、景気は変わらない。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月、悪い状況が続いているが、景気持ち直しの要因が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・再度値上げする商品もあり、客の節約志向が続くとみられる。
		スーパー（販売担当）	・12月について、お歳暮やクリスマスなどの売上は前年並みに推移すると考えるが、日中の短さや天候により景気が著しく良くなるとは思えない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が大きく変わることはないと感じている。ただ、物価上昇の影響がじわじわと押し寄せており、単価が上がって、売上は伸びている。買上点数が伸びないのが課題であるが、今後増えれば景気は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業において景気の良くなる要素がみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・日常の買い回り品について様々な商品が値上がりし、家計は厳しくなっているが、呉服業界も生地代等が値上がりし、商品単価が上昇しているため、今後、厳しくなる。
		衣料品専門店（代表）	・景気が上向きになる経済対策が採られていない。
		家電量販店（店長）	・物価上昇が落ち着かないと、客が必要な物以外の購入を控える。また、今年は暖冬が予想されているため、暖房器具の売上が望めない。
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・価格高騰や税制優遇終了の影響が続くとみられる。
		乗用車販売店（統括）	・バックオーダーは多いため、メーカーの生産次第で大きく変わる。
		乗用車販売店（リース担当）	・売上が増加せず、景気は変わらない。
		乗用車販売店（業務担当）	・生産に変化はなさそうなので、変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・1年で1番売上が伸びる年末にかけてが勝負であるが、現在までのところ明るい要素は見当たらない。

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
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・実際にレジや売場での客との会話で、光熱費の高騰などいろいろな値上がりについての話題が必ず出てくるため、景気が上向く雰囲気ではない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・円安、物価高、増税、減税の影響が景気の先行きが見えにくい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・商品の値上げラッシュが落ち着き、年末のボーナスや年越し需要に期待するところではあるが、家計的に楽になっていない状態で、客の財布のひもが固い状態が今後も続く。少しでも客の来館動機を増やし、売上増加のために客を魅了する要素を作りながら、客の財布のひもを緩める施策を行う必要がある。
		一般レストラン（経営者）	・忘年会、新年会、年末年始の帰省などで一時的に売上が増加するが、1月中旬からは現状に戻る。諸物価の上昇は相変わらず続いており、電気料金や灯油価格の上昇が家計を圧迫し、外食に支出ができなくなる。
		一般レストラン（経営者）	・物価高には変わらない。
		一般レストラン（店長）	・忘年会や新年会が今年は多く入ると予想されており、期待感が強い。2月からはインバウンド需要が増えると予想されているため、好調が続く。
		観光型ホテル（副支配人）	・秋に予約が取れなかった客が、時期をずらして冬に予約をすることが多く、今と変わらず順調に推移する。
		都市型ホテル（宿泊担当）	・12月以降はインバウンドの需要が若干落ち目になることが予想される。その穴埋めとしてファミリーの個人予約の増加が見込まれるが、今と比較した場合には、大きな変動はない。
		都市型ホテル（総支配人）	・例年1～2月はオフシーズンとなるが、旧正月期間を始め、米子～香港便の季節運航や近隣県からのインバウンドの増加に期待したい。
		タクシー運転手	・良い状態が維持されるが、更に良くなる感じはしない。前年は新型コロナウイルス感染症による自粛ムードがあったが、今年の12月は忘年会等で高い売上が期待できる。
		タクシー運転手	・乗務員数や物価の動向がどうなるか分からないため、来年の景気がどうなるかも未知数である。
		通信会社（企画担当）	・年末で特別キャンペーンを実施し、また、2～3か月後は年度末に向かう時期なので、売上の増加が期待できるが、それ以外に特別な変動要素は今のところない。一方で、ネガティブな要素も見当たらない。
		通信会社（総務担当）	・広告費が増加するための良い要素が見当たらない。
		テーマパーク（営業担当）	・11月は週末の天候の悪化が入園者数の減少に関係していると考えるが、今後は改善される。
		テーマパーク（業務担当）	・景気はガソリン価格など物価高や天候不順などに影響される。
		観光名所（館長）	・インバウンドが増えており、しばらくは良い状況が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	・今年の冬は例年より暖かいとの予報であるが、予約状況は変わらない。直近の天候で左右されるとみられる。
		美容室（経営者）	・2～3か月後も客の生活スタイルに変化がないため、来店頻度や消費金額も変わらない。
		美容室（経営者）	・経済的にシビアな家庭が増えてきた。販売量も減っており、お買い得なものを常に探しているように感じる。
		設計事務所（経営者）	・物価高はしばらく続く様子で、住宅ローン金利も上昇傾向にあることから、客の様子見の状況が続くとみられる。
		商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ残っていて、客の購買意欲が無くなっている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・来年は海外の景気後退に影響され、国内景気も下降するとみられる。
		百貨店（広報担当）	・年末年始の消費の反動で客の購買意欲が下がる。
		スーパー（店長）	・商品単価の上昇に客が付いていない。賃金と商品単価のバランスが悪くなっている。
		スーパー（営業システム担当）	・単価上昇や税に関するネガティブな報道が多く、客の購買意欲低下に歯止めがかからない。客の目が支出の抑えやすい食品に向けられ、買上点数は低くなり、値段が下がっている特売商品よりも更に値段が安い商品の購買点数が多くなっている。

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
		スーパー（財務担当）	・消費者は、既に買い控えの状況になっているが、これからもますますその傾向は強くなり、1人当たりの買上点数が減少する。
		コンビニ（支店長）	・現環境からの変化が見込めない。
		家電量販店（企画担当）	・目新しい製品がないため、このままでは何か景気対策がないと、景気はやや悪くなる。
		家電量販店（副店長）	・販売量の伸びが期待できない。革新的な新商品が特にないのも課題である。
		自動車備品販売店（経営者）	・年末商戦に向けて、更なる原価高騰による価格転嫁のため、買い控えが予想される。また、値上げしても原価高騰のため利益は変わらず、経営側は消費税支払が大きな負担となる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・例年のことではあるが、年明けの予約数が伸び悩む。
		都市型ホテル（総支配人）	・ホテル業界は、1～3月はどちらかというオフシーズンで、現時点でも予約のペースは前年と比べて少し鈍化している。予約の直近化が理由かもしれないが、今後伸びてくることを期待したい。
		都市型ホテル（企画担当）	・閑散期に入り来客数が減少する。
		通信会社（営業担当）	・燃料費など物価の高騰で、今後一層の家計引締めが予想される。
		通信会社（広報担当）	・価格の高騰により、なかなか客の購買意欲が回復しない。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・急激にはないが、延滞率が上昇している。エネルギー価格など物価の高騰に収入の上昇が追い付いておらず、家計への影響を感じる。
		設計事務所（経営者）	・年明けまでの動きが悪い。予算の伸びがなく、客がしばらく諦めているようにもみられる。
		住宅販売会社（営業担当）	・現状、好転の兆しがみえない。
		住宅販売会社（営業所長）	・金利上昇、建築コストと土地価格の高止まりなど需要に影響を与えるマイナス要因の多様化で、景気が浮上する材料に乏しい。
		×	商店街（代表者）
	×	住関連専門店（営業担当）	・購買の落ち込みが止まらない。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・来年、新型車が登場するため忙しくなる。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注見通しが多少回復している。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・引き合いの増加による生産の増加を見込んでいる。
		輸送業	・受注が増えている。
		輸送業（営業担当）	・設備投資の動きがあり、各企業が先行きに明るさを持っている。
		通信業（営業企画担当）	・顧客が扱うデータ量の増加やデータ利活用に伴うデータセンターの利用ニーズが増えてきている。ICT関連の投資も徐々に増加傾向にある。
		金融業（支店長）	・年末にかけての特需や大手企業の3月決算に向けた受注量増加が期待でき、取引先の中小企業への受注還元がある。
		不動産業（総務担当）	・需要の時期に入り、例年と比べ来客数や成約件数が徐々に増えているため、景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始に進行する内容で客からの依頼があり、上向きに進行する。
		農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
		繊維工業（財務担当）	・原材料の値上げが続く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・円安が継続しており、このままでは材料や原油等の輸入コストが高止まりし、景気は変わらない。一方、一部の輸出業者は業績が好調のようである。
		化学工業（総務担当）	・仕入れ、販売共に価格が安定すれば景気は良くなっていく。
		化学工業（総務担当）	・軍事侵攻により世界経済が回復に向かわない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・短納期品の飛び込みなどで多忙感があるかもしれないが、生産量の水準は現行水準と計画している。
	鉄鋼業（総務担当）	・2023年度は全体的に大きな変動はないとみている。	

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
		非鉄金属製造業（業務担当）	・金属価格や為替の状況に大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の3か月内示の情報から判断すると、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・企業の設備投資に変化がみられない。
		輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス要素や各取引先に目立った動きはなく、状況は大きく変わらない。
		金融業（経済産業調査担当）	・弱含んでいる業種が多々みられるが、自動車など比較的良い動きをしている業種もあることから、景気は横ばい圏内で推移する。
		食料品製造業（経営者）	・12月は年末商戦で、ある程度良くなるが、その先は不透明であり、まだ厳しい状況が続くそうである。
		金属製品製造業（総務担当）	・取引先には中国向けの大型案件があるが、当初ヒアリングしていた時期よりずれる見込みである。ここ数か月は全体の案件数も減少傾向にあることから、当社も受注減少となり、生産への影響が懸念される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・電子機器部品製造装置、電子部品関連共に顧客の生産調整に伴い減少となる。
		建設業（総務担当）	・仕事量はあるが、技術職の稼働が目一杯の状態が続き、資機材の高騰や納期遅延など不安要素もある。また、時間外労働規制強化に伴う人件費の高騰で受注機会の損失が予想される。
		会計事務所（経営者）	・コロナ禍の補助金や経済支援が終了し、物価高騰の影響やインボイス制度の負荷、各種増税基調がマイナスに作用するとみられる。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年度末までは引き続き転職活動が活発化するため、求職者数及び求人数が増加する見込みである。
		人材派遣会社（副支店長）	・例年どおり4月に向けて求職者数が増加する。
		人材派遣会社（社員）	・良い意味で、季節事情の景気以外は平行線である。キャリアアップを望む求職者が多いが、その前に経験者に求人が行き渡っていないため、就きたい職種に手が届かない状況が続く。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・求人需要は旺盛なもの、人材確保が難しく売上に繋がっていない。また、募集時給や法定福利費が上昇しているが、原価上昇分を価格転嫁できていないため、利益率が低下している。こうした状況がすぐに変わる見込みがないため、景気も変わらない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用は2024年卒が充足していない企業があり、採用できなかった分を上乗せして2025年卒採用に臨む。一方、採用が予定より充足している企業は、職種によっては微減で2025年卒採用に臨む。運送業、建設業、介護は人手不足が悪化している。初任給を上げ、待遇面での条件を整えることを検討する企業も多いが、それだけでは補えない状況となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数に変わりはないが、マッチングが難しく、人手不足の解消には至っていない。地方に賃金上昇が波及するまで、変わらない状況が続く。
		職業安定所（事業所担当）	・年末という季節要因によって一時的な景気上昇はあるかもしれないが、景気を盛り上げるに資する根本的要因はなく、現状が大きく変化する気運はみられない。
		民間職業紹介機関（職員）	・コロナ禍明け初めての年末年始ということもあり、前年度に比べ個人消費は大幅に増える。ここ最近、同一曜日、同一時間帯に乗る新幹線の空席がなくなってきており、インバウンドを含む人の移動が明らかに増加している。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・前年度同時期と比較して、来年度の採用に向けた企業側の動きに大きな変化がみられない。
		人材派遣会社（支社長）	・企業業績に連動しない人件費の上昇により、業績が悪化する。
	職業安定所（職員）	・ここ数か月、新規求職者数の微増及び新規求人数の減少が続いており、これを解消するような明るい予兆はみられない。	

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
		その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足による賃金の上昇が全体に行き渡っていない。そのような状況のなかで、物価の上昇に賃金が追いついていない状況である。少子高齢化による人手不足の状況は、賃金の増加では対応できなくなっている。
	x	-	-

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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)		美容室（経営者）	・12月、1月は忙しくなる時期であり、景気回復が期待される。
		商店街（代表者）	・レジャー産業にとっては良い営業シーズンの到来であり、忘年会・新年会等の年末年始の宴会も企業・団体等の大多数で開催することが可能な状況である。以前よりも少人数での開催となる可能性が高いことが不安材料であるが、顧客が個々に気を付けながら楽しむことができれば、景気は良い傾向になるとみられる。
		商店街（常務理事）	・中国の景気減速やグローバルな地政学的リスクが国内景気に及ぼす影響は計り切れないが、来年は為替が円高傾向へ変化し、物価高も落ち着き、国内の経済、消費は上向くことが期待される。
		スーパー（店長）	・現状の傾向がしばらく継続するとみられる。
		コンビニ（店長）	・自粛傾向は過去のものになり、平常の生活に戻り、徐々に良くなっていくとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は気温の変化とともに業況が良くなってきたため、今後については暖冬といわれているが商品はそこそこ売れていくと期待される。
		家電量販店（店員）	・新生活の準備で一時的に販売量が増えると思われる。
		旅行代理店（部長）	・経済対策の効果による景気回復が期待される。
		通信会社（支店長）	・全国と比較し、来客数は伸び悩んでいる状況にあるものの、年末年始の商戦をきっかけに景気が回復すると想定される。
		競輪競馬（マネージャー）	・物価上昇が緩やかになり、先々の不安も解消しつつあり、遊興に向けられる余裕資金が少しずつ増えると思われる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・今後2～3か月後に向けて、我が社に関係している商品需要は良くなる要因がみられず、年度末に向けて、客からの見積依頼は少ない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価上昇により生活に必要性が高い物から優先的に購入するため、今後も消費者の財布のひもは固くなるだろう。
		百貨店（販売促進）	・物価の高止まりと、多方面での先行きの不透明感により、急激な消費行動の好転にはならないとみられる。
		スーパー（企画担当）	・物価の上昇により商品単価は上がる一方、販売数は前年割れとなっている。結果として企業の売上は増加しているが、増税などにより実質賃金が上がっていないなかで、景気は変わらないとみられる。
		スーパー（人事）	・12月に向けての景気動向がどうなるか読めない部分が大きく、先行きが不透明である。
		コンビニ（総務）	・今後、人流が活発になれば売上が伸長する可能性はあるが、ドラスティックに景気が良くなるとはみられない。
		コンビニ（商品担当）	・更なる原材料の価格高騰、販管費・人件費・物流費の高騰が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品店は通常、年末にかけてアウターなどの重衣料品が売れて景気が良くなるが、今年は売行きが良くない。
		衣料品専門店（営業責任者）	・暖冬になることが予想されており、高単価のコートなど重衣料の販売動向の悪化が懸念され、非常に厳しいシーズンになるとみられる。
		家電量販店（副店長）	・今年度は暖冬の予測になっているため、季節商材を中心とした売上は期待できない。
	乗用車販売業（営業担当）	・長納期が解消されないため販売のめどが立たない。	
	乗用車販売店（従業員）	・長納期の車種が多く、販売できる車が少ない。	
	乗用車販売店（従業員）	・今期の販売台数は確保できそうであるが、受注台数の減少継続が懸念される。	

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
		観光型旅館（経営者）	・物価高により国内の集客は一服すると考えられるが、インバウンド需要が地方に波及するとみられ、現状は維持されると予想される。
		通信会社（営業担当）	・来客数は前年同月比でやや減少気味であり、物価高により通信端末の購入需要も減少するとみられる。
		観光遊園地（主幹）	・現時点で、景気状況の大きな変化が予測できない。
		設計事務所（所長）	・人手不足の影響により、中途採用の希望年収が上がっており、それに追いつけるだけの企業業績が見込まれるかが不透明である。
		商店街（代表者）	・かなりの人手不足が予測され、賃金アップ等、経営にかなり負担が掛かってくるようにみられる。消費者マインドもかなり下がり、これからは少し足踏み状態が続くと予想される。
		商店街（代表者）	・生活のゆとりにすぐにつながると考えての手当の分配や賃上げは、場当たりの、小手先の政策と捉えられており、もはや通用しない。真剣に消費税の値下げまで踏み込んだ国民生活の改革が不可欠になっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年末年始に向けての予約が入りにくい。前年より購入に慎重になっている様子で、問合せのみで予約にまで至らない。
		スーパー（店長）	・1品単価が低下傾向にあるとみられる。
		スーパー（統括担当）	・物価高の影響は大きいとみられる。
		スーパー（財務担当）	・更なる物価上昇に、賃金上昇が追いつかないとみられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これからは年末に向けてお歳暮商品が売れるが、3か月先はその反動で少し悪くなるとみられる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・現在の売上は地域クーポンの寄与による部分が大きく、当該事業終了後は一定の売上縮小が避けられないと想定している。
		一般レストラン（経営者）	・来客数、客単価が伸び悩んでおり、物価高騰等のあおりで外食に掛ける出費を抑えている。
		都市型ホテル（経営者）	・国際情勢の先行きの不透明感が強まり、好調なインバウンドにも影響を与える可能性が高い。
		タクシー運転手	・客との会話では物価高やガソリン代・電気代の上昇などのいろいろな要因で、小遣いが減ったというサラリーマンの声が多い。また、個人事業主もインボイス制度の開始により、自由に使える金有余がなく、様子見の状態であり、タクシーの稼働率も現状のままで増える要因がない。
		通信会社（社員）	・若年層がテレビ離れしている。
		美容室（経営者）	・少しずつ来客数と売上が減少している。
	x	コンビニ（店長）	・地域柄、ボーナスを望める世帯が少ないため、更に消費が悪くなるとみられる。
企業 動向 関連 (四国)		食料品製造業（商品統括）	・来年に給与アップの予定があり、他業種への波及がより進むと景気の底上げが期待される。
		鉄鋼業（総務部長）	・主要材料のスクラップ価格、製造経費率の高い電気料金共に高値ではあるが、ピークは過ぎたとみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主に竹を飼料にするバイオマス事業に取り組んでいるが、一般飼料の価格高騰の影響や、ゼロカーボンの世間からの認知により、飼料が売れ出している。
		広告代理店（経営者）	・多くの客先では販売促進のための広告計画は依然として慎重であるが、旅行・ホテル等の観光関連広告や人手不足対策の採用ソリューション関連の仕事は増えており、全体としてはやや良くなると予想される。
		農林水産業（職員）	・冬野菜の作況は特に天候に左右されるが、貯蔵出荷する玉ねぎ、さつまいも、じゃがいも等は既に収穫しており、施設栽培する果菜類、葉物、茎野菜などが作況・収穫時期に天候による変動が大きい。消費需要に変化はみられないことから、今後の景気は天候次第であると予想される。
		食料品製造業（経営者）	・値上げにより消費者が廉価品を選択することが予想される。
		繊維工業（経営者）	・現在、全般的には受注は堅調であるが、繊維業界は原材料、加工資材等、ほとんどが輸入に頼っており、仕入れ・加工業者からの値上げがまだ続いている。この状態が続けば将来的には消費者が離れていくことが懸念される。

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
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの需要は高く売行きが良い。ウェットクリーナーは年末の掃除に向けて需要が高まるため売上が増えるとみられるが、その後は年末で納品した分の在庫があるため売上が減少すると予想される。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・日本、海外共に景気傾向は大きく変わらないと予想される。
		電気機械器具製造業（経理）	・一時的な減税の話も余り効果が得られそうになく、原動費及び物価は依然として高止まり、円安基調も継続していることから今後の景気回復の兆しがみえない。
		建設業（経営者）	・公共工事、民間工事共に受注できそうな物件はあるが、確実ではない。
		輸送業（経営者）	・今後2～3か月では大きくは変わらないとみられる。
		通信業（企画・売上管理）	・特に悪い話も聞かないため、景気は変わらないと予想される。
		通信業（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数はおおむね横ばいになっており、新型コロナウイルス感染症流行以前の状態にほぼ戻ったと感じるが、これから更に参加者が増加して、人の移動が活発になるような要素が現状では見当たらない。
		金融業（副支店長）	・原材料価格の上昇等の影響はあるものの、価格転嫁や客足の回復に加え、受注量も変動がないことから現状程度の景気で推移するとみられる。
		木材木製品製造業（営業部長）	・11月からの着工計画が予定より悪くなっており、1月からの受注量もかなり下回る予定で計画を立てている。今後もこの傾向は継続するとみられる。
		化学工業（所長）	・原油・ナフサの価格は上昇傾向で、円安も重なり原料価格が高騰する可能性が高いとみられる。
		建設業（経営者）	・金利・物価の上昇の影響が考えられる。
		不動産業（経営者）	・不動産仲介業では、土地価格・建築資材・人件費の高騰等で買い控えが発生している。
		税理士事務所	・まだ状況は安定しておらず、これからも不測の事態が発生するのではないかと予想される。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は一定数あるものの、専門性が高いため就労につながりにくい。
		求人情報誌（営業）	・人材不足は継続の見込みで、現状では改善要素が見当たらないため横ばいとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気は低調のままで変わらないとみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・ここ数か月では、求人の動きに大きな変化があるとはみられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学卒業生に対する人手不足感は変わらないとみられる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・年末年始のアルバイト募集も落ち着き、全体的に募集が増えてくる3月までは求人数の増加は少ないと予想される。
		職業安定所（求人開発）	・前年同月比で産業別新規求人数が増加したのは5つの産業であるのに対し、減少した産業は12の産業であり、景気がやや冷え込んでいる。
	x	-	-

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		住関連専門店（従業員）	・本格的な冷え込みで、羽毛布団などの秋冬商材はもちろんのこと、毛布やパッドなどの周辺商品も好調に推移することが見込まれる。
(九州)		商店街（代表者）	・インバウンド含め、人流が増加している。年末に向け景気は上向いてくる。
		商店街（代表者）	・年末年始に向けた販売促進計画をしているため、今月より客足が伸び、3か月先の景気はやや良くなる確信している。

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
		商店街（代表者）	・物価高のなかで消費者の購買を下支えしているのはプレミアム付商品券である。限定的な施策であるため根本的な景気上昇にならないが、小売店にとっては商店街の様々なイベント開催、減税、給付金の配布よりもプレミアム付商品券が客の購買意欲向上のために効果的である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜関係は春先まで単価が落ち着き、冷え込みにより鍋物商材の動きも出ており、客が購入しやすい単価になっている。12月はギフト商戦の時期となり、ポンカンやデコボンなどが売行きを中心になってくる。注文も順調になることが期待される。
		スーパー（店長）	・帰省や旅行で、年末年始の人流の動きは2019年度より活性化すると予測できる。新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行したことや旅行需要の拡大により、政府の補助等も確実に消費支出のプラス要因になると判断している。
		スーパー（企画担当）	・高温傾向が続き、秋を通り越して冬に向かっていく。おおむね暖冬の予測ではあるが、そのような状況でも気温が低下すればしっかり消費につながると考えている。また、プレミアム付商品券の使用期間である年末までは堅調な消費行動が続く。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に客の動向に変化があるが、今後の大きな動きに注視している。その動き次第で売上も大きく変化してくる。
		コンビニ（経営者）	・値上げの継続により、客の買物に対するスタンスが徐々に慎重になっているものの、マスコミで騒がれるほどの影響はみられない。年末に向けて、まだ伸び代があると考えている。
		家電量販店（従業員）	・まだ寒くなりきらず暖房器具の需要が少ない状況であるが、今後寒くなれば暖房器具の需要が増える。
		乗用車販売店（従業員）	・年末に向けて買い控えが発生しているが、年が明けて注文が増加すると予想している。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が順調であるため、登録や納車は高水準が期待できる。加えて、新型車の発表もあり、初売りや決算セールによる購買喚起も期待できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月にかけてコーヒー飲料など進物が増えてくるため、例年と変わらず売上は増加傾向である。当地では外国人を含めた新規顧客が徐々に増えており、売上は前年より増加すると予想している。
		高級レストラン（経営者）	・飲食店は忙しい時期となり、週末にかけ予約も入っている。しかし、例年の12月と比較すると平日の予約は少なく、週末に集中して予約が入っているのが今年の特徴である。来客数が多くなり、景気が良くなることに期待したい。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・一部で戦争が続いており、先行き不透明な状況ではあるが、経済状況は良くなっていくと想定している。インバウンドの状況や、国内観光客はまだ伸びると考えられる。
		観光型ホテル（総務）	・人手不足を補う機会はあると考えられるが、タイミング次第である。
		観光型ホテル（支配人）	・コロナ禍で自粛されていた多くのイベントが開催されるようになり、人の動きも活発になると予想される。
		タクシー運転手	・前年より忘年会の予定が増加しているため、景気は良い傾向になっていく。
		タクシー運転手	・円安傾向で、インバウンドの増加はもとより、海外を諦め国内旅行で訪れる人が増加している。石油価格や物価の安定により、消費の拡大を期待したい。
		通信会社（社員）	・季節的に景気が上向く時期であるため、売上は増加する。
		通信会社（業務担当）	・12月から単価が上がるため、売上の増加が望める。
		観光名所（職員）	・市内飲食店の来客状況は、徐々に増えているように見受けられる。
		ゴルフ場（従業員）	・県内だけでなく国外需要の予約も順調に推移しており、やや良くなると予想される。
		ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症がインフルエンザと同じ5類感染症に分類されたことで企業のコンペの予約が多くなっており、感染症発生前の状況に戻りつつある。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始の動きがあるため、現状より若干景気は良くなっていく。また、気温が変化してファッションにも変化が出てくるため、髪型や化粧品の景気は上向いていく。

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
		学習塾（従業員）	・保護者の経済状況が良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・政府予算案の閣議決定により子育てエコホーム支援事業が創設されるため、今後の客の動きに変化が出てくる。
		商店街（代表者）	・前向きに年末商戦を乗り越えたいと対策をしている。
		商店街（代表者）	・行楽や旅行などで金を使っているため、商店街で買物をすることが減少している。12月は歳末商戦があるため、期待をしているが厳しい状況となる。
		商店街（代表者）	・女性が集まる場所では特に物価上昇の話題が多くなっている。買物も時間を掛けて商品を選んでおり、家庭消費率が25%以上まで増えている状況である。
		商店街（代表者）	・冬が到来しているが、気温が全く低くならないため年末に向かっていく感覚がないとみられる。年末に売上の追い込みがあればよいが、心配している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今1番の旬といえばサバであるが、今年はマサバが少なく、入荷しても形が小さいためとてもおいしそうにみえない。水温が高く紋サバが多くなっている。形は大きくおいしそうであるが、残念ながら紋サバは売れないため、販売方法を変えていかなければ商売にならなくなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末年始に向け、諸般の事情による物価高騰で家庭用のお茶の売上は減少すると予想しているが、贈答品の売上に期待している。
		百貨店（企画担当）	・年末年始の後、大きな商戦としてはバレンタインがあるが、食料品や催しなどが限定されるため、全体としては変わらない予測をしている。
		百貨店（企画担当）	・3か月後も現在の景気の状態から大きく変わることはないかと予測している。現在の日本人客とインバウンドのバランスから、今後は更なるインバウンド増加になると想定している。
		百貨店（経理担当）	・物価高騰の影響もあり、食品全般で今後も節約志向が続くと予想される。また、衣料品において、婦人服の売上はやや改善するとみられるが、紳士・子供服関連は苦戦が続く。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮商戦が本格化し、通販やWebに加え、ギフトセンターの本格的な稼働で来店促進を行うことで周辺商店街を含めにぎわいが予想される。全店催事やクリスマス、正月、新生活商戦で冬物衣料や雑貨の需要に加え、堅調な紳士雑貨やスポーツ関連、し好性の高いブランド品・舶来雑貨の購入意欲は依然高い。価格上昇の懸念はあるものの、自家需要やギフト需要が増加しており、クレジット利用促進により、客単価や商品単価の伸びが見込める。
		百貨店（業務担当）	・食材や光熱費が値上がりして生活費が増加しているため、客は最低必需品の購入のみで、ぜいたくができない状況である。年金は一定額の支給であるため節約しており、先行きが不安のためこれまでのように買物ができず、苦しい状況である。
		百貨店（経営企画担当）	・年末年始を迎えてギフト需要がピークとなっており、消費が活発化することが期待できるが、物価高とのバランスによって日常的な支出は抑えられる可能性もある。
		百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してから初めての年末年始となり、人流の活発化が見込まれる。しかし、物価高騰の影響により、景況は大きく変わらないと想定している。
		スーパー（総務担当）	・中小零細企業において賃上げやボーナス増額は少なく、ほとんどの消費者は物価高騰対策として買い控えが続く。
		スーパー（経理担当）	・世の中が平常に戻りつつあり、各人の消費拡大にもつながり、インバウンド需要も回復してくる。
		コンビニ（経営者）	・消費に元気がなく、生活必需品のみの購入が続くと予想される。
		コンビニ（経営者）	・景気が上向き好材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・ボーナス商戦に期待している。
		コンビニ（店長）	・物価高となり、客の財布のひもは固くなっている。
		衣料品専門店（店長）	・年末には来客数が増加すると考えられるが、新規の客が増えず危惧している。

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
		衣料品専門店（取締役）	・2月は景気が良くなる好材料が何もないため、企業努力によって新たな発想で望むしかない。景気は政治主導ではなかなか難しいと考えられる。
		家電量販店（店長）	・暖冬予想や物価高で景気が好転する要素が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・物価高に慣れてきた感じがあり、数か月前と比べると消費が回復している。
		乗用車販売店（総務担当）	・今年度中の新車配車計画が示されており、前年より少ないがほぼ目標どおりの台数がメーカーより配給される。今年度の決算は計画どおりの黒字を見込んでいる。
		乗用車販売店（代表）	・景気の状態が変わるような要因が見当たらない。
		乗用車販売店（役員）	・話題性がある新型車でも受注台数制限があるため、いかに安定して販売していくかが課題である。現状から、今後大きな変化は望めない状況である。
		住関連専門店（経営者）	・値上がり感をカバーしていたプレミアム付商品券が無くなり、産業祭りもしばらくは催されないため、置き家具業界はしばらく低迷が続く。
		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〕（支配人）	・コロナ禍が落ち着いても、小売業界では物価高騰により水を差されている。当施設において各都市部や観光地で盛り上がっているようなインバウンド需要はほぼないため、大きなインパクトのあるロシアによるウクライナ侵攻の終戦をきっかけとしたガソリン代の引下げ等がない限り、需要の劇的な回復は期待できないと考えている。一方、現状が悪化する要因も特にないため、景気は変わらない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・企業の業績に優勝劣敗が分かれ、結果として一進一退である。
		高級レストラン（経営者）	・当店の客は観光客が多いが、12月は観光より夜の忘年会が多くなっているため、昼の来客数の状況は悪くなっている。新年会が減少しているため、1月の予約も減少しており、地元の客も財布のひもが固くなっているため、2～3か月先の見通しは分からない状態である。
		一般レストラン（スタッフ）	・今は年末需要の一時的な状況であるため、2～3か月先の景気は変わらない。
		スナック（経営者）	・今月は週末の団体利用がない。これから12月の忘年会シーズンに入るが、会社の団体利用が減少している状況では、新型コロナウイルス感染症発生前のような来客数は望めない。
		観光型ホテル（専務）	・最近の先のことが全く読めない情勢であるが、このまま平穩に団体・個人客共に、以前の活気を取り戻してほしい。
		旅行代理店（職員）	・国内旅行は、全国旅行支援の反動で販売量の伸びは小さくなる想定をしている。海外旅行は、燃油サーチャージが12月から値上がりするため需要は横ばいになると考えている。
		通信会社（企画担当）	・引き合いの数はやや鈍化している。
		通信会社（企画担当）	・ブロードバンド光回線の販売件数を左右するようなイベントが想定されないため、景気は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる要素が見当たらない。
		通信会社（役員）	・生活必需品の値上げは一段落しているが高止まりの状態が続いており、それに対して賃金の上昇が伴っていない。
		競馬場（職員）	・インフレによる物価高などで逆風となる要素が多いが、一定の底堅い動きも継続してみられる。
		理容室（経営者）	・年末が近づいており来月までの景気は良くなってくると予想されるが、1月からは厳しい状況となるため景気は変わらない。
		美容室（店長）	・成人式に出席するために美容室でセットをする若者が減少している。写真と貸衣装をセットにした貸衣装屋が増加していると考えられる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・病院の入院患者が新型コロナウイルス感染症発生前まで戻っておらず、当面は現状が続くことが想定される。
		設計事務所（所長）	・今月の状態が2～3か月先に結果として出るが、今月の景気は良くないため、先行きの景気は現状と変わらない。

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
		商店街（代表者）	・ 買い回り品の値上がりでし好品や書籍等の買い控えがおこっている。物価は値上がりしているが、中小小売店や小規模小売店等の従業員の昇給はなかなかできない。そのような状況では一段と家計が厳しくなり、消費の落ち込みが案じられる。
		商店街（代表者）	・ 当店では、気候や気温に景況が大きく影響される。気温が下がると来店頻度が落ち、来客数や売上は減少していく。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 正月の花までは需要が良くなるが、それ以降は需要が悪くなっていく。
		百貨店（総務担当）	・ 物価高の高騰により、若干景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・ 消費者の所得が増えていないため、可処分所得の減少が著しい。消費は伸びず、景気は後退すると考えている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・ 目的以外の商品を購入する客は、余り見受けられなくなっている。レジ付近について買い商品を置いてはいるが、手に取る客は以前より減少している。
		家電量販店（店員）	・ 物価が上がっても給与が上がらない状況となっており、エアコンやヒーター、冷蔵庫などの家電品は売れているが、テレビやパソコンの売行きは非常に落ち込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 10月、11月のような繁忙期が過ぎるため、若干落ち着く見込みである。
		観光名所（従業員）	・ 寒くなるため閑散期となる見込みがあり、来客数、販売数共に減少するのではないかと心配している。
		美容室（経営者）	・ 今後、景気が良くなってきてもすぐには反映されず、悪くなる時は客の反応は敏感で何事も控えるようになる。国民が安心して生活できるような政府の対策に期待している。
		その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・ 今月は見込みより売上が増加し利益が好調であったため、2～3か月後の景気は若干悪くなると予想される。燃料費や光熱費などの値上げを受注している委託費に転嫁できない状況である。
		設計事務所（所長）	・ 世界情勢不安定の影響を受け、物価上昇がまだ続くと考えられる。一方、仕事の対価としての所得は追いついていない。
		設計事務所（代表）	・ 金利の上昇に伴う買い控えが増え、景気はやや悪くなる。
	×	家電量販店（店員）	・ 景気回復につながる好材料もなく、現状のままでは更なる物価高騰の影響により、厳しい状況が続く。
	×	住宅販売会社（従業員）	・ 中東情勢が不安定で紛争が発生しており、穀物や原油など輸入については為替の影響もあり、原価が高くなっている。輸出も余り期待できず、経済的には政府の施策、ゼロ金利、原油価格高騰、為替の変動に対する処置ができていない状況となっている。
企業動向関連		-	-
(九州)		一般機械器具製造業（経営者）	・ 2～3か月前と比較すると受注量が増加している。それに対し取引先の動きや当社の体制も合わせているため、今後、徐々に半導体の供給も増えると期待している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 顧客の見込み情報を鑑みると、景気は良くなっていく。
		電気機械器具製造業（取締役）	・ 半導体関連の取引先業況が好調となる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ 今後は新機種生産も計画にあり、試作を行っている。来年には増産され、ようやく徐々に上向き始める。
		通信業（経理担当）	・ 官公庁向けの案件で受注が増加しつつある。今年度は売上の伸長がなかったが、年度末に向け勢いが出始めている。
		金融業（従業員）	・ 住宅販売は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケット、自動車の販売は増加している。また、公共工事は高水準で推移しており、飲食店及び旅行業者等の売上も上向いている。一方、原材料費の値上がりに加え人手不足などから、一部の企業では経営状態が厳しくなっている。
		金融業（営業）	・ 価格転嫁や賃上げは、利害関係者との交渉で来春には可能といった話もあるため、徐々に浸透していくと考えている。12月のクリスマス商戦に向けて、少しでも消費が盛り上がることを期待している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・ 自社Webの問合せ件数が増えている。

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
		農林水産業（経営者）	・年末年始需要はかなり期待できる。しかし、人出や原料不足により需要に対応できないことも予想され、加えて鳥インフルエンザが絡んでくると、もっと深刻になっていく。11月には鳥インフルエンザの発生が確認されたため、冬の大きな試練となってくる。
		家具製造業（従業員）	・年度末に向け案件数自体は増えつつあるが、材料費や輸入コストを含む輸送費高騰に歯止めが利かず、利益確保は困難な状況が続いている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年度は最高な状態でふるさと納税を受注していた。今年11月の受注関係はそれなりにあるものの、単価が低くなり落ち込んでいるため心配している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の直近の引き合い状況では、回復は期待できない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ここ2か月においては増産傾向にあるものの、その後の見通しは立っていない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現在の生産は安定しており、当初の計画台数より若干の上振れで推移しているため、大きく生産が変動することはない。
		建設業（従業員）	・12月には大型物件の入札があり、これを落札すると景気は良くなるため、様々な情報を集め、落札できるように頑張っ
		輸送業（従業員）	・インバウンド需要や海外の急激な変化に各企業が対応できておらず、需給のバランスが悪くなっている。加えて、円安や2024年問題、中国景気回復の遅れ、国内の物価高、天候不順による一部商品の値上げなど回復材料がない。
		輸送業（総務担当）	・物価高や円安の加速状況に対して賃金が上がっておらず、この状況はしばらく続くと予想される。しかし、歳末や初売り商戦などのイベントにより、消費増加のきっかけになることを期待している。
		通信業（職員）	・民間企業では施主の営業案件数が多少増加しているものの、官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
		金融業（営業担当）	・年末年始に向け、消費の盛り上がりがあるように感じる。しかし、金利の上昇が懸念され、物価の上昇もあるため、消費者にとって厳しい状況は継続し、景気は変わらない。
		金融業（調査担当）	・物価高に対する価格転嫁が十分に進んでいない事業者が多く、個人の消費マインドの大幅な向上も期待薄で、当面は現状程度の推移が続く。
		金融業（調査担当）	・新規設備投資資金の実行額における前年比は、四半期前と比較して大きくは変わらない水準である。
		不動産業（経営者）	・受注状況などに大きな変動は見受けられない。
		新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんどないが、世界を見渡すとロシアによるウクライナ侵攻や、中国の不動産業界に端を発した中国経済の不安定化、イスラエルとガザの紛争と、景気に悪影響を及ぼしそうな材料があり、先行きは不透明である。今のところ景気は足踏み状態が続く。
		広告代理店（役員）	・好転する要因がないため、厳しい推移が続くと予測している。
		経営コンサルタント（社員）	・物価高や人件費高騰が経営に響いているため、現状は変わらない。
		経営コンサルタント（社員）	・待ちの姿勢のままでは成果は期待できないため、何かきっかけを作り、仕掛けていく対策を考えていく方針である。
		その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・現状では大幅に景気が上昇することは考えにくく、横ばいが続くと考えられる。
		農林水産業（従業者）	・産地の出荷はこれからがピークとなるが、価格を上げなければ持続可能性はない。
		繊維工業（営業担当）	・生産拠点を海外に移すことで、コスト競争が少なからず発生するのではないかと懸念している。
		化学工業（総務担当）	・損益では余り良い状況ではなく、当面この状態が続くと予想される。
		建設業（社員）	・補正予算は決定しているが、執行するまでに時間が掛かり過ぎるのは問題である。補正予算やゼロ債等の早期成立を望んでいる。

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
		その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の調査や計画策定について、今後の発注は少ないと予想される。入札があった場合は、価格競争が復活する恐れもあり、新たな受注を見込むことは難しい。業務量が多いものを受注した場合は負担が大きくなり、3月までの期間が少ないため、積極的に受注することが難しい状況にある。このため、景気はやや悪くなる可能性がある。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
(九州)		人材派遣会社（社員）	・年始や年度末に向けての注文が増える時期であり、新年度に向けた注文を受け始める時期でもある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当地はサービス業のウエイトが高いため、第4四半期はヒト・モノ・カネを積極的に動かしてくると考えられ、この動きがなければ、倒産する企業が増加してくる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・サービス消費やインバウンド需要の復調が続くなど、経済活動の正常化を背景に、日本経済は内需を中心に緩やかに持ち直している。このため、一部の業界によっては働き手の人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅いことから、今後もしばらくはこの状況が続くと予想している。
		人材派遣会社（社員）	・時期的に発注が増加しているが、経済が良くなっているとは言いがたい。
		人材派遣会社（社員）	・企業側の求人依頼は増加傾向にあるが、派遣の求職者に関しては若い年齢層の新規募集は余り芳しくなく、新規稼働数の増加にはなっていない。また、派遣就業者の料金改定なども行っているが、処遇改善として余り実感してもらえていない状況である。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・年末年始商戦やイベントへの人出から、新型コロナウイルス感染症発生前以上に景気が良くなることを予想している。物価高騰のため、購買意欲が伴っていないかは不透明であるが、全体では現状のまま推移していくと推測している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症拡大時の制約が緩和されたため、人出は活発化すると考えられる。しかし、賃金や可処分所得の増加が力強いものではないため、限定的な動きだと考えられ、イベントなどがなければ消費活動も上向いていかない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者や就職件数は増加しておらず、人手不足状態は変わらず続いている。事業所からは一部仕事量が増加しているという声も聞かれているが、全体的には変わらないため、今後景気は横ばいが予想される。
		職業安定所（職員）	・全体として企業の人手不足感は変わっていないが、物価高騰により収益が悪化している事業所もみられ、求人減少が懸念される。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業のセミナー申込状況は前年よりも多く、求人数が余っている状況が続いている。この好調な状況が、今後も続くと考えられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後2～3か月で特に変化する要素が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・年末に向けた求人数の増加を予測していたが、前年比が減少傾向となっているため、年明けの求人数の見込みは低く見立てている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価が上昇しており、給与引上げや減税も予定されているが、中高年対象の企業の早期退職募集やリストラが増えている。そのため、補助金や節税をしなければ企業は生き残れないと嘆いている人もいる。
	x	-	-

12. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	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〔酒〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、問題が見つからない。強いて言えば、人材不足がある。
(沖縄)		観光型ホテル（企画担当）	・ホテルの11月の販売室数が前年比16%減少とマイナスなのに対し、11月末時点での2月の予約室数は同比123%増加とプラスに転じている。

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
		百貨店（経営担当）	・今後、年末商戦を控え、乗客数や買上点数共に増加が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・年末年始で観光客が増えると予想される。乗客数が増えると売上増加が期待できる。
		一般レストラン（代表者）	・繁忙期に期待している。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・これからの年末の予約状況は例年並みになりそうだが、大口の団体予約が弱い。少人数のグループと家族連れが増えている雰囲気がある。
		通信会社（営業担当）	・現在乗客数が上向きな上に、2月からは卒業生などの学生需要が高まるため乗客数、販売量共に期待が持てる。
		スーパー（販売企画）	・物価上昇による単価上昇は、2～3か月後も続くと考えられ、景気は同じ状況が続くと考えられる。
		コンビニ（店長）	・直近での乗客数の推移をみると、季節要因以外で景気が良くなる条件が見当たらないため、変わらないとみている。
		コンビニ（経営企画担当）	・現状の景気は良いと判断しており、この状況が続くと考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は季節ものの売上を期待していたが、例年にない暖かい気候などで売上は上がっていない。様々な影響があるとみているが、景気は悪いままで、様子見である。
		衣料品専門店（経営者）	・このままだと、余り変化しない。
		家電量販店（営業担当）	・12月は単価の低い小物の売上構成が高くなるため、実店舗からEC販売に流れる傾向が強くなると予想している。
		その他専門店〔陶器〕（製造）	・正月休みまでは忙しいが、1月の後半からは観光客が減り売上も減少するとみられる。売上は観光客の影響をそのまま受ける印象である。
		旅行代理店（マネージャー）	・旅行商材は高止まりしている様子があり、今後は微増で推移しそつである。
		住宅販売会社（代表取締役）	・土地単価や建築費が高止まりしており、当面は個人住宅や投資不動産の取得に対する購入意欲は上向かないとみられる。
		住宅販売会社（役員）	・土地の値上がりと建築費の上昇が相変わらず継続し、購買層の所得が追い付いていない状況である。
		商店街（代表者）	・まだ新型コロナウイルス感染症の影響もあって、店によっては偏りが出ている状況で、商店街全体への乗客数は少し減っている。飲食店は少し良いように見受けられるが、その他の物販店の影響はまだ厳しい。
		スーパー（企画担当）	・2～3か月後は、クリスマス、正月といった大きなイベントの後になることから、落ち込みで苦戦するとみられる。
		コンビニ（副店長）	・年末までは購買意欲に期待できるものの、前年までの規制緩和に伴う消費喚起には期待できず、より財布のひもが固くなるとみている。ガソリンへの25.1円課税が免除されるトリガー条項の凍結解除の措置が年度末までに進めば年度明けからの消費需要回復が見込めると考える。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末に向けて駆け込み需要が多少は見込めるが、1月の初売りは前年より落ち込むとみられる。
		その他サービス〔レンタカー〕（営業）	・先行受注状況は前年を下回っており、全国旅行支援の終了が影響している。来年は裏年に当たり国内客は厳しい状況になると予想している。ただし、インバウンドは引き続き好調に推移していく。
	x	-	-
企業 動向 関連 (沖縄)		-	-
		窯業土石業（取締役）	・公共工事の見積依頼が増加傾向であり、3か月後の受注増加が見込まれる。
		建設業（経営者）	・前向きな大型土地活用の相談案件が来るようになっている。
		食料品製造業（役員）	・需要は引き続き前年を上回るとみているが、電気代等の生産価格の上昇が心配である。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進投資は、資材や人件費の高騰、さらには人材不足などの影響から、やや消極的である。
		会計事務所（所長）	・物価高の影響がどの程度長期化するか、また税制、社会保険料の負担増加も消費動向の懸念材料である。
		-	-
	x	-	-

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
雇用 関連 (沖縄)		学校〔専門学校〕(就職担当)	・これから年末に向け、2025年卒向けの学内説明会や求人数の問合せが増えることが見込まれる。
		求人情報誌製作会社(営業)	・来月12月は年末業務の影響で求人数は減少すると予測しているが、年明け1～2月において求人の需要が増える見込んでいる。
		人材派遣会社(総務担当)	・年末に向けて、求職者の動きがもっと鈍くなりそうである。
		職業安定所(職員)	・物価高の影響で、無業の高齢者の求職活動が活発になっている。生活の苦しさを反映している。
		学校〔大学〕(就職支援担当)	・求人票などから給与は上昇しているが、物価高騰による消費意欲の低下は否めない。
		-	-
	x	-	-