

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・3月は卒業式や退社などいろいろな行事に加え、お彼岸もある（東京都）。
	◎	家電量販店（店長）	・訪日客数及び購入額に大幅な衰えはない。現在、円高に振れる動きがあるが、長期的にみてマイナス要因が見当たらない（東京都）。
	◎	乗用車販売店（総務担当）	・車業界の最需要月が続き、販売量及び客の動向が活発になる。
	◎	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・様々な業種の人と話をしているが、好調なところが多く、カフェ開業も着々と増え、関東近郊の保養地ではホテル開業ラッシュになっている。新規案件、海外からの話も多くなっているため、良くなる（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・今シーズンは暖冬の見込みということもあり、天候が落ち着いているときは集客に期待が持てる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・販売量としては微増だが、地域の同業他社が廃業したため、当店に僅かながら客が流れてきている。そのため、やや良くなる。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・この1年間、売上が前年比110%から120%で推移しており、インバウンドも明らかに増加傾向にあることから、2～3か月先の売上、来客数共に上向きそのまましていく（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・米国の株価が好調なので、日本にも良い影響を与えてほしいと願っている。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・為替が落ち着いてきている状況で、年度末向けの販売量の増加が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・国内消費は変わらず堅調で、インバウンドも好調さが続いている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・向こう3か月は気温が高いとの気象庁からの予報もあり、人流は更に活発化するとみている。外国人観光客による購買もまだ順調に伸びており、期待できる（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・インバウンドの増加割合は縮小するものの、訪日外国人の増加による売上規模は引き続き堅調である。12月はファッションの実購買が底堅く、回復基調に向かっている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・物価高にも慣れが出てきて、クリスマスなど主要な商機は来客数、売上共に大きな山ができるようになってきている。イベント直後は財布のひもを締めるなどのメリハリはあるだろうが、春に向けて継続的に良くなっていく（東京都）。
	○	百貨店（財務担当）	・引き続きインバウンドによる販売量が増加し、景気を押し上げると想定している（東京都）。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・客単価の上昇に加え、販売点数も回復基調にあり、売上が伸びやすい状況になっている。
	○	コンビニ（経営者）	・ここ2～3か月で徐々に良くなっているため、この先も良くなる（東京都）。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・様々な場所でのイベント等が新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきているため、消費についても期待したい（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型車が出たので、初売りセールで販売量が増加する。
	○	住関連専門店（営業担当）	・住宅省エネ2024キャンペーンについては、従来の国の補助金事業よりも認知度が高く、建設、リフォーム業界への後押しになることが期待される（東京都）。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・年が明けたら少し景気が良くなるような感じがする。何となく世の中も動いてきているような気がする。それと同時に、販売量も良くなるのではないかと。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費者の心理面で、コロナ禍からの脱却が果たされたと感じる。この心理が継続するには、物価の上昇以上の賃上げができるかが次の課題であり、それまでは現行の基調が続く。	
○	高級レストラン（役員）	・3か月後の3～4月は春季で、年度末のパーティーシーズンでもあるため、問合せ、予約等の利用機会も多く、期待できる（東京都）。	

○	一般レストラン（経営者）	・12月は1年間で1番売上が多い月なので、それと比べると2～3か月先は少し落ちる。1～3月と売上が落ちていくが、なかでも2月が1番売上が落ちる。ただし、ケータリングがやや上向きになっているので少しは良い。
○	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も、今と変わらず景気が良いというか、お金を持っている人はきちんとお金を使ってくれるのではないかと。安い店などは分からないが、それなりに良い価格帯の当店においては、多少の微増が期待できる。
○	一般レストラン（経営者）	・国内経済全体が上向き、中小企業の賃金が上がっていけば、更に上向く（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・前年とは違い、新年から新年度にかけて、人の出入りや動きが増えることが予想される（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も収束し、新年を迎えることによって、更に新型コロナウイルス感染症が過去の物になるような気がする。このまま上向きでいってくれることを願うばかりだが、不安材料としては原価と水道光熱費の高騰である。こちらについては注視しつつ、政府としてもその動向を見ながら、適切な対応を迅速にお願いしたい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が微増しているが、インフルエンザほどではないため、予約などへの影響は軽微である。予約は順調に入っており、この状況が続けば景気は良い方向にて推移する。
○	タクシー運転手	・コロナ禍に対する世の中の考え方が少し緩んだようで、街の中心部や駅、スーパーには人が多く出ている。駅のタクシー乗り場では両手にたくさんの荷物を持って乗り込んでくる客がいる。年明けもこの流れでいけば、期待できそうである。
○	通信会社（社員）	・客足の伸びや購買意欲については上昇傾向が続くとみられるが、一部店舗では働き手不足により営業時間の短縮などの影響が出ている。派遣やアルバイトの転職が容易になり、サービスクオリティの維持が難しくなっていることから、客単価や顧客生涯価値の伸長にマイナスの影響が出ることを懸念している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・年末年始の消費増加もあり、市場に動きが出るのではないかと（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・引越シーズンに伴い、売上が増加する（東京都）。
○	観光名所（職員）	・来客数の増加傾向が継続してみられる（東京都）。
○	パチンコ店（経営者）	・インバウンドの回復により、新型コロナウイルス感染症発生前よりも宿泊料が高めに設定にされた結果、都内近郊にまで宿泊客増加が及んでくることが予想される。
○	競輪場（職員）	・希望的観測だが、これ以上悪い状況が続くとも考えにくい。また、政治不振が続こうが、前に進まなければならない。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・特に学生やジュニア層の客が活発に活動している（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・イスラエルとハマスの間の衝突が終了すれば、やや良くなる（東京都）。
○	住宅販売会社（経営者）	・最近では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）	・子育てエコホーム支援事業が始まることと、来年度の税制改正大綱の公表により住宅ローン減税の借入れ限度額の据置きや、住宅取得等資金に係る贈与税の非課税措置の延長など、子育て世代にとっては良いニュースもあるので、現状よりはやや良くなる。
□	商店街（代表者）	・当店は呉服小売業だが、業界全体として物を売ることが非常に難しくなっていることは間違いない。今後、レンタル事業や着物のレンタルをした客に写真撮影をしてもらおうといったことを頑張らないと、なかなか売上は伸びてこない。

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・緩やかに上昇していくとは思いますが、天候が極端なため、これまでのビジネスモデルが通用しないこともある。秋物が売れないとか、冬物が急に動くとか、宴会の日時が重なったり、集中して機会損失が多く出るなど、消費動向を読みにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・年末の活気が感じられない。年始も引き続き物価高の影響を受けそうである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・社会的な問題については、政治的な不安感、大手企業のコンプライアンス問題等があるが、新しいN I S Aも始まり、所得が増えれば上向きになると思うので、プラスマイナスゼロで変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	・需要が少ない時期でもあるため、来客数、販売量共に低空飛行が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・店頭で高価格帯のボールペンが多く出たりするなどの傾向はあるが、品切れしている物もある。また、外商でも、売りたい物も物がなかったり物流の便がなかったりしている。今後こうした影響が大きく出ることが予測されるため、現状と同様の推移になるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・何とか会社が存続していくことを願っているような状況である。社員一同頑張ってボーナスを支給してもらえるように営業を頑張る（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・インバウンドは引き続き好調を見込んでいる。春の卒入園に関してのイベントは前年度より多くなる見通しである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・売上の実額では、季節的な要素を除き大きな変動はないと考えるが、コロナ禍明けにより前年は回復傾向にあったため、伸び率は低下していく。暖冬で重衣料の伸び悩みも予想されるため、予断を許さない状況である。食料品では、商材値上げの影響もあり、若干プラスに振れると推察している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・全体として客の消費行動は堅調であると感じるものの、明らかに景気が上向いているという実感を持っていないまま、数か月が経過している。売上の下支えとなる食料品関連商材は値上げが続いており、買い控え等の懸念もあるため、今後の伸びは期待できない。先行きは不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・インバウンドの推移が底堅いことに加え、国内客の消費を失速させる不安材料が特段見当たらない。一方で、ここから春先にかけて前年比でのハードルが一層高くなっていくこともあり、総合的には景気が上向き方向にもう1段アクセルが踏まれるというよりも、足元の良い基調がそのまま続く形が現実的である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・元々日本人の日常使いを対象とした店舗であり、インバウンドは想定していないため、現状どおりの緩やかな上昇傾向には変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・今の傾向が今後も続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドは好調だが、国内に目を向けると不安要素も多く、大幅な改善は期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・バレンタインや、卒業、入学等のライフイベントが続き、消費ニーズは今の熱量のまま変わらないと予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価上昇による客の消費マインドが厳しい状況は変わっていない。この先の春闘で、賃上げが幅広い業種で行われ、多くの人が賃金上昇を実感できない限りは景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・直近の傾向からの予測である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・物価の伸びに対して、賃金上昇が実感できないなか、現状維持が精一杯ではないかと。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・相変わらずの原材料価格の高騰、物価高により、消費マインドは余り高くない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・実質賃金が増えないと、針が動くほどの景気の上向きは期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・可処分所得の増加よりも、支出増加のペースが早い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・消費者の購買志向が変わったのか、全体的に来客数の減少が大きく響いている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・価格志向ではない客と低価格志向の客が混在しているため、売上のバランスが取れている。競合店等の外的要因で売上が大きく左右されることが少ない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・客は自分に合った節約方法を見付けて、実行し始めている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・単価が上がる一方で販売量並びに来客数が落ち込むという図式は変わらないものの、今後は販売量の増加が見込まれるため、期待したい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・値上げは一服しているが、物価は高止まりしている。可処分所得が少なくなり、節約志向がますます高まる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価の上昇度合いは今までよりも緩やかになりそうだが、依然として可処分所得が伸びていない状況では、大きな期待は持てない。引き続き食料品、日常生活品中心の手堅い消費が続くのではないか。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍明けの改善効果も一巡し始めるため、今までのような前年比売上を出せない状況が続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・3か月以内に景気が良くなるような政策、世の中の動きがみえない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（従業員）	・来年景気が良くなる要素はない。コンビニでぜい沢な品を購入する客は少ない。価格を気にするのであればスーパーなど少しでも安価な店で買う。年末も、ふだんより少し多めに食料品を買う客はいると思うが、景気に直結する動きではない。財布に余裕がなければ、コンビニでたくさんの商品を買うことは少ないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は節約の対象となっており、慎重な購買行動が続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に伴う消費者の生活防衛意識の高まりから、当社が扱うオケージョン商材はレンタルにシフトしており、厳しい状況が依然として続くものとみている。また、呉服に関しては、リユースが浸透し、販売する商材にはより付加価値が求められる状況にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・コストが高くなり、小売価格が上がっている。ついで買いが減っているが、この先増えてくるとは思えないので、現状維持ではないかと。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・今月は諸物価高騰の影響を強く感じる。衣料品まで手が回らない雰囲気がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・決算セールや新生活需要がどの程度回復するか分からない。物価が上昇しているなかで各企業の賃金がどの程度上がるかが、今後の景気回復に影響する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高のため、現状がまだしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・物価、エネルギー価格等の上昇に対する生活防衛として消費者の節約志向が続くと、国内消費は低調なまま、今後もインバウンド頼みの傾向が続くことになる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。前年と比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・仕入価格が下がる見込みはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻などの影響で燃料や食料品の価格が上がっている。自動車関連でも不正が相次いでいることから消費者が不信感を持っており、値引き交渉になるとなかなか利益が取れない。そうしたことから、この先2～3か月では余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産や出荷について、依然として不安要素がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	・半導体が落ち着いてきたと思ったら、大手自動車メーカーの不正問題や燃料ポンプリコール等があり、自動車業界は大変苦しい。新車種の発売予定もどうなるか不明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・大手中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題など、自動車業界には明るいニュースがない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・良くなる要因も悪くなる要因も特に見当たらないため、余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・年明け以降もインバウンドが減少する要素はない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・少なくとも4月までは燃料油価格激変緩和対策事業が続く(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)	・いろいろな要素でこれといって期待できることがない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (営業担当)	・今年はコロナ禍からの回復景気があったと考え、来年はより厳しい状況になる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (経理担当)	・法人、個人の予約は増えていく傾向にあるが、一方で労働力は縮小傾向にある。特に、正社員については、若者が飲食業を敬遠する傾向が懸念される(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・コロナ禍明けから周辺地域は建築ラッシュである。集客につながるかは分からないが、街のにぎわいは期待できる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・政府がデフレ脱却とインフレを望んでいる結果なので、この傾向は当分続く。円高に振れることがあったとしても、以前のような1ドル100円近辺に戻ることは考えられないため、輸出関連の大企業やインバウンドのカテゴリーは増収増益となるだろうが、それ以外は経費の増加で厳しいはずである。2極化、淘汰の時期に入ったように感じる。また、海外ではいまだに戦争、紛争も続いているため、現在のような不安定な状況がまだしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [給食・レストラン] (役員)	・1月以降は、定額の委託料に対し、休業日の関係でパートの人件費が減ることから、利益ベースでは現状を維持できるものと予想している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・戦争や中国経済の状況等の影響により、この先どうなるか分からないというのが正直なところである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (経営者)	・春休み中なので何ともいえないが、良くなる方向に向かっている。客の話からは、遠出をするよりも近場で家族皆で楽しく過ごしたいという意見が多いようである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (従業員)	・旅行需要自体はあるが、旅行費用そのものが上がっているため、実施に結び付くかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・業界全体として見通しが立たない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (営業担当)	・物価の上昇、増税になっても給料は変わらない。中小企業ばかり辛い思いをさせられて、救われない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・正月が近いのに、物価の上昇があまりにも大きく、生活がかなり厳しくなっている。客からも毎日のようにそうした話を聞かされている。来年に期待したいが、どうなるのか今のところ想像がつかない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・中国の景気低迷などを背景に、訪日客の回復が遅れ、物価の上昇も続いていることなどから、景気回復は鈍化しており、しばらくは良くならない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	・受注量が増加傾向にないため、今後2~3か月先も現状が続く(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・小口注文はある程度あるが、年度末に向けて大口の特別番組の引き合いがあり、今年度に関しては、急に明るい見通しとなっている。ただし、来年度以降については契約終了の案件もあり、手放しでは喜べない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・買い控えや節約志向は今後も継続していく。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (局長)	・ここ最近、季節要因の影響はなくなってきており、年末年始をまたいで不動産繁忙期に突入するが、余り変化はないとみている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	・年度末に近づき終了する現場も出てくる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経理担当)	・年末年始にプチぜいたくした後は、節約モードに切り替わる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営企画担当)	・川上からは各種費用の値上げ要請があり、応じざるを得ないが、川下の一般顧客に対しては費用増加分を転嫁できないため、収益が伸びない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (管理担当)	・加入契約の純増数はマイナスではないものの、前年実績を割っており、顧客の伸びが鈍化している状況が続くとみている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (経営者)	・アフターコロナになってきている。新型コロナウイルス感染症発生前と比べて売上自体が増えている。もうしばらく来客数の減少トレンドは変わらない。

□	ゴルフ場（経営者）	・暖冬傾向の予報があり、人の動きは悪くない。また、新年から習い事を始める人も多いため、スクール事業が回復する見込みである。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（従業員）	・新年会シーズンという一過性の可能性はあるが、大きな変化はない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [映画]（営業担当）	・既に景気が悪く、これ以上悪くなる要素もない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [総合]（経営企画担当）	・大企業を中心に賃上げムードが高まりつつあり、景気が上向くことを期待したいが、物価上昇の影響があり、今よりも更に景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
□	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・近隣に新しい商業施設でもできなければ、景気は良くならない。
□	その他サービス [フィットネスクラブ]（エリア統括）	・景気の回復を今一つ感じられない。物価の上昇が続くなか、支出を抑える傾向がまだ続くのではないかと（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・当社としてはここ2～3か月、非常に多くの契約をもらっている。大変景気の良い話だが、今1番困っているのは人手不足である。政治の混迷などがこの先どのように影響するかを考えると、当社の状況は良いが業界全体の環境は余り良くない。
□	設計事務所（経営者）	・新しい物件は入ってきていない。
□	設計事務所（経営者）	・これから先、年度内で景況感が変化する要素は考えにくい。変わるとしても例年どおり新年度に入ってからである。
□	設計事務所（所長）	・娯楽、観光などの業界は良くなると思うが、建築設計業界は変わらない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・期待を込めて変わらないとしたが、良い方向に向く材料は見当たらない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きを見ていると、急に良くなるようには思えない。
□	住宅販売会社（従業員）	・土地の仕入価格に関しては高い状態で維持している。情報は入ってくるものの、価格の開きがあり、なかなか成約に至らない。建築費も高止まりしており、商材として高く感じてしまう可能性があるため、今後も余り景気は良くならない。
□	住宅販売会社（総務担当）	・住宅に関する税制優遇を期待したが、目新しいものはみられない。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	・客から、賃金が上がらない現状のなか、光熱費や物価の上昇が家計をかなり圧迫しているとの話をよく聞く。
▲	一般小売店 [茶]（営業担当）	・商店街の中心にあったスーパーが今年10月に閉店し、駐車場もなくなったため、この先は静かになりそうである。現在、八百屋には客が列をなしているが、肉屋には人影が少ない。今後は客が一度に買い回りできる近隣スーパーに分散していく。
▲	スーパー（経営者）	・例年12月は非常に良い分、1月はその反動でやや悪くなる。商品の売行きは良くなっているため、変わらないことを期待しているが、やや厳しくなるのではないかと。
▲	スーパー（経営者）	・前年と比較すると売上はやや伸びているが、販売量は減っており、この傾向は変わらない。可処分所得が増えないことには現状のままいさそうである。
▲	スーパー（店員）	・現在の来客数、買上点数、客単価等を見ても、すぐに良くなるようには思えない。むしろ、ますます厳しくなっていく（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・アルバイトなどの従業員が全く集まらず、影響が出始める。時給の大幅アップもあり、厳しさが増している。
▲	コンビニ（経営者）	・先がまだ見通せず、買上点数が伸びてくるか予測できない。クリスマスケーキやおせちの予約も減っている。給与も最低賃金が上がったため、経費が圧迫されている。しばらく厳しい状態が続く。
▲	コンビニ（経営者）	・建築系などの仕事が動き出してはいるが、働く人が食事などを買ってくるかという点、そうでもない。家で作り、少しでも節約しているのではないかと。やはり景気という点、賃金が良くないのではないかと。

▲	コンビニ（経営者）	・これだけ自由な生活になっているなかで来客数が伸びていないのは、物価高の影響ではないか。大手コンビニチェーン3社は前年比100%を超えているが、当方のチェーンでは97%から98%となっており、チェーンの差が出ている可能性もある。給与が上がらないなかでの物価高ということで、まだ影響は続くのではないか。
▲	コンビニ（経営者）	・客から景気が悪い話ばかり聞いている。税金と光熱費の支出が増えているようで、全体的に悪い方向に向かう。
▲	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が原因なのか分からないが、年末にもかかわらず、人の動きが余りない。最低限必要な物は動いているが、プラスアルファがない状況が続いている。
▲	衣料品専門店（従業員）	・物価高、暖冬の継続が予想されるため、防寒衣料の動きが鈍い。衣料品については気候次第というところもあり、厳しい状況が続く。
▲	衣料品専門店（販売促進担当）	・為替、物価上昇の影響で値上げ対応を余儀なくされる可能性がある（東京都）。
▲	家電量販店（店員）	・市のエコ家電購入応援キャンペーンが1月31日に終了予定である。
▲	乗用車販売店（営業）	・販売できる車種が減り、販売台数が減少している。
▲	住関連専門店（統括）	・販売量も来客数も新型コロナウイルス感染症発生前にはまだ戻っていない。したがって、景気回復にはもう少し時間が掛かるのではないか。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・財布のひもが一段と固くなっていく。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・寒い時期を迎え、エネルギーコストが響いてくる時期でもあるため、影響が気になる。耐える限界がきている（東京都）。
▲	高級レストラン（仕入担当）	・コロナ禍も過ぎ、経済活動の活発化が目立ったが、所得の増加が見込まれないと物価高の影響がボディーブローのように響くことが懸念される（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・オフシーズンとなるため、単価、稼働共に低下する。
▲	旅行代理店（従業員）	・暖冬、少雪が続くことが予想される（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	・国内旅行は需要と供給のバランスが崩れている。需要はあるものの、供給の減少で価格が上がり、予約につながらない。海外旅行も復活しているものの、円安の影響で申込みに至らない。空前の訪日旅行ブームだが、うまく取り込めておらず、世間の景気に乗り切れていない（東京都）。
▲	旅行代理店（営業担当）	・旅行代金が全体的に上がっているため、しばらく現状のまま変わらない（東京都）。
▲	タクシー運転手	・タクシー業界では年末を過ぎて1月を迎えると、年末の忙しさに比べてがたっと落ちることがある。1月はまだ正月気分があるために多少動きはあるものの、年末並みに忙しくなるとは考えられない（東京都）。
▲	タクシー運転手	・タクシーの利用は例年1～3月は10～12月と比べて落ちるため、恐らく売上は減る（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・年が明ければ人出もなくなるのが通常である。来年は、乗務員数が増加傾向にあり、タクシーの稼働台数も増えることが予想されているので、厳しい状況が続く。
▲	通信会社（経営者）	・単価的には若干上がっているが、受注が例年より少なくなっている。
▲	通信会社（営業担当）	・毎月お金を払うことに対してはシビアになっており、年々悪化している。徐々にではあるが悪くなっている（東京都）。
▲	ゴルフ場（従業員）	・政治家の不祥事で、本来論じるべき国民のための政策議論ではなく、政治家への追及に時間が使われている。また、日本はものづくりが自慢だったはずが、大手自動車メーカーの不正問題など、その信頼を損ねる行為が発覚している。国がどこに向かうか、そのリーダーシップを発揮できる政治家を求めたい。そうでなければ景気は良くならない。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・売上はますます減少する。それに伴い周辺の景気も悪くなる。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・客の様子や問合せ件数の少なさから考えると、やや悪くなる。

	▲	設計事務所（所長）	・物価の上昇により先の見通しが良くない。この先、景気が良くなる見通しが立っていない。
	▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・国内景気に陰りがみられ、建築資材の先行きも同様に、目立つ大型案件が少なくなっている（東京都）。
	×	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・インターネットで商材や価格も簡単に比較でき、注文すれば自宅に送られてくるため、実店舗へ行く必要がなくなっている。価格だけの比較では、地域の電気店の生き残りは難しい。
	×	一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後、郵便はがきの料金も上がるという情報がある。いろいろな通信費も相当掛かっているだろうし、物を売る環境が変化してきてしまっている。耐久消費財を扱っている当店としては、景気は良くないどころか、悪くなっていく（東京都）。
	×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・価格競争が続いている。
	×	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、値上げの影響や来客数が増えても販売数に反映されてこない（東京都）。
	×	コンビニ（経営者）	・年末年始の消費の反動でやや控えめになるのではないかと（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・人件費、物流コストの上昇に対する価格転嫁がスムーズにできておらず、利益を圧迫している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・増税が影響する（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・忘年会とは違い、新年会は件数が大分減ると思うが、12月で身体も疲れてきているので、1月はゆっくりと体調を整えて、皆また頑張れるようになるとうい（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高が続いているため、緊縮傾向が収まらない。
	×	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な問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くなかで、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12月に入り一服の動きを見せているが、地政学的リスクも依然として根深く、今後も物価上昇圧力が続く可能性は高く、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）	・物価上昇のなか、教育に充てるお金が段々と減っており、辞めていく生徒も出てきている。これから更に悪化する。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・季節要因もあるが、春に向けて人が動き出す（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上、利益共に増加傾向にある。中小企業にも景気が戻りつつあるように感じる。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度末に向けた動きが年末から動き出し、見積みベースであるが引き合いが増えている。同業他社の倒産、廃業等の影響もある。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・来年の2月後半から3月は、人事異動や新入社員が決まり、ゴム印や印鑑の注文が入ることが予想される。名刺印刷の注文も少しずつ増えている。例年どおりではあるが、現場でも注文数が少しずつ増えてきているので、3か月後には少し上向くのではないかと（東京都）。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月先になると、年度末の需要が増えてきて良くなるのではないかと。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・見積案件の取引が続くことが見込まれる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が前年比5%から10%上向いているので、やや良くなる（東京都）。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体価格の上昇に加えて、半導体製品の需要も拡大しつつあり、今後の景気は良くなっていく。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車メーカーは販売が好調で、生産も高水準で維持できており、当面好景気が見込まれる。
	○	輸送業（経営者）	・アフターコロナが更に進み、安定的な成長を期待したい（東京都）。

○	金融業（従業員）	・原材料価格は依然として高水準にある。そのような環境でも売上を確保できるよう知恵を絞っている地域事業者からは、新たに開発したオリジナル商品の売行きが好調だ、新規開拓のため自社ホームページを改良し、成果が出始めたなどの声もある（東京都）。
○	不動産業（総務担当）	・この数か月のテナントからの増床希望や売上回復などの動きから、今後2～3か月先の景気は更に良くなる（東京都）。
○	広告代理店（従業員）	・取引先の新年度予算編成の時期で、宣伝予算の増額等を検討してくれているケースがある。
□	食料品製造業（経営者）	・客の財布のひもはまだ固いままである。
□	繊維工業（従業員）	・今後受注する春物には、一部に回復傾向がみられるものの、先行きは不透明である（東京都）。
□	化学工業（従業員）	・年明けに海外向けの受注があり、少しは良くなる兆しがあるが、国内向けはまだ不透明である。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療品容器に関して大きな企画が立ち上がるため、売上の増加を見込めるが、化粧品容器には上昇気配がないため、利益に大きな期待はできない。
□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月間はそのままいくとみているが、持ちこたえるか、更に落ちるかは戦争や為替の影響で変わってくる。
□	建設業（経営者）	・景気は後退傾向で、今一つ強い政策も出ていないので、このままの状態が変わらない。
□	建設業（従業員）	・物価の上昇で先行きが不安である。少しでも物価が安定してくれればと思うが、その見通しも立たない。政府に考えてもらいたい。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量と輸出量が低迷している。今後も現状が続く予想である。
□	通信業（従業員）	・政府の税金使用の効率性が悪く、未来が見通せない（東京都）。
□	通信業（広報担当）	・当面は現状が続く見込みである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・建設業では2024年問題が想像以上に大きく、親企業からの締め付けも強い。その点が不安材料となっており、中小企業は解決の糸口がみえないなかで悩みを抱えている。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほとんどみられず、年末年始は景気が順調に推移する。
□	不動産業（経営者）	・各飲食業テナントでは年末年始の予約が殺到しているとの話を聞いている。お陰でこの度のテナント料の値上げも意外とスムーズに進んだ。このことから、しばらくは景気は変わらないものとみている。
□	不動産業（従業員）	・人件費や物価上昇が続いているが、不動産販売価格は高値を維持したまま取引が続いている（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	・改善の兆しがないので、悪いままで変わらない（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	・全体的な物価高などがあるため、消費喚起に向けた動きは乏しい。
□	税理士	・ロシアによるウクライナ侵攻や、イスラエルのガザ地区攻撃が収まらず、海外情勢は不安定な状態が続く。物価の上昇やエネルギー事情から、景気が今以上に上向くことは望めない。
□	経営コンサルタント	・低調なまま推移すると想定している（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・値上げの影響か、まだ客足が戻っているとは言い切れず、不透明な部分が多い。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・仕事があっても人手不足で、募集を掛けてもなかなか応募がない。労働集約型の業界の悩みどころだが、改善方法が見当たらない。
□	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の金融政策、海外の戦争や円安傾向にしばらく変化はなさそうである。年度の替わり目で客にも大きな動きはない（東京都）。
□	その他非製造業〔商社〕（従業員）	・今後の受注量の動きからみて、変わらない（東京都）。
▲	化学工業（総務担当）	・地域紛争等の世界情勢や中国の景気後退の影響で、先行きは期待できない。
▲	建設業（経営者）	・徐々に景気が悪くなっている話を聞くようになっている。

	▲	建設業（営業担当）	・民間工事案件全体の動向が減少しているため、今後は競争案件が増え、再び価格競争に向かうのではないかと。
	▲	通信業（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくる。
	▲	金融業（営業担当）	・建築、不動産関連において、先行きの不透明感が見え始めている。高値安定していた不動産価格も、郊外エリアからやや下落傾向がみられており、活況であった不動産市場が冷え込んでくれば、今後関連業界の業績悪化が懸念される。
	▲	不動産業（経営者）	・年が明けてから好転することを期待しているが、先行きはどうか分からない。真面目にこつこつと、毎日の積み重ねである（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・当社だけの問題かもしれないが、例年ある来期の宣伝費大型コンペの件数が減っている。獲得数も減っている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・1～2月は受注量が減り景気が悪くなるが、3月は例年どおりの受注予定が入っている（東京都）。
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先や同業者の様子を見聞きする限り、良い反応がない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・年度末に向けて更なる在庫の締め付けを行うため、受注がますます減る。
	×	建設業（経営者）	・政治が不甲斐ない。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き募集の引き合いが多く、直接雇用化の動きも活発である（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて求人数が増えてくると見込まれる。
	○	人材派遣会社（社員）	・人材確保に向けて、各社1月以降に採用活動を活発化させる（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・倉庫内作業の求人が堅調である。求人企業のビジネス拡大に伴い、来年度の人員計画は前年を上回る予定という話が多く聞かれる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・例年の時期的な需要で、年度末に向けて人材需要は増加傾向となる。前年、前々年のコロナ禍においても年度末は需要が増加していることもあり、今年も同様の傾向になるとみている（東京都）。
	○	求人情報誌製作会社（広報担当）	・周辺で給与や待遇が良くなっている企業が多いと聞くので、おのずと景気は良くなるのではないかと（東京都）。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例によって年明けの予定、計画だけは33社からもらっている。全部が実現すれば質、量共にかなりある。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・多数の企業で、多くの職種に同じような傾向がみられる（東京都）。
	□	人材派遣会社（経営者）	・大企業では冬季ボーナスにインフレ手当を上乗せして支給しているケースが多くみられるが、中小企業ではこの限りではない。地域を支える中小企業への経営支援、採用支援をより一層充実させてほしい。
	□	人材派遣会社（社員）	・景気の良い側面、悪い側面の両方があり、結局余り変わらない（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・派遣の後任枠の受注は堅調に推移しているが、新規採用枠での依頼数は伸び悩んでいる。全体として、新規採用を手控えている企業が増えている（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・周囲の自動車製造業ではネガティブな要因はなく、今後もエンジニア不足が続く（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃金アップの傾向になっていくとみるが、それ以上に物価上昇の流れが続くため、実質賃金でみると横ばい若しくは物価に追い付かない状況が続くのではないかと。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・いずれにしても、政府与党の献金問題などによる景気対策の遅れが影響する（東京都）。
	□	求人情報誌製作会社（営業）	・今月よりも景気が良くなる要素は余り見当たらない。給与が毎年少しずつ上がることで本当に景気は良くなるのだろうか。それ以上に物価が上がれば、消費行動を起こす以前の問題である。求人数はやや増えても、採用、雇用が増えていなければ生産は増えていかない。求人数だけで景気ははかれない。採用してもすぐ辞めてしまう人も多い。いかにして継続的に雇用を多く生み出すかはこの先の課題だと感じている。
□	求人情報誌製作会社（所長）	・良くなる兆しを感じないため、先行きは分かりにくい。	

□	職業安定所（職員）	・慢性的に人材が不足している企業では、多少の雇用条件改善では人が集まらず、募集を諦めてしまっているという声も聞かれる。
□	職業安定所（職員）	・今月は3か月ぶりに新規求人数が前年同月を上回る見込みとなっているが、まだ動きが弱く、先行きは不透明である。
▲	人材派遣会社（社員）	・人手不足は変わらないが、賃金が比例しておらず、安い金額のままである（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・2023年1月以降、求人数が前年同月を12か月連続で割り続けていることから、派遣契約締結数の伸び悩みが続いている。特需などが見込まれていないことから、当面厳しい状況が予想される（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・人手不足により、今後、企業の業績悪化が進むものと考えられる。特に小売、飲食業にその傾向が強い（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・自動車部品製造、半導体、電子部品製造関係に回復の兆しがみえてこない。雇用調整助成金の問合せが入ってきている。
×	—	—